南都銀行主催

第６回 観光力創造塾

インバウンド観光の振興

原風景や暮らしを提供

南都銀行が主催する「第6回観光力創造塾」が9月26日、奈良市登大路町の奈良商工会議所で開かれた。テーマは「インバウンド、第2ステージへ！」。観光や地域振興事業に携わる人たちや自治体関係者ら145人が参加し、奈良県の観光のあり方について講演や意見交換を通じて学んだ。まず「美ら地球（ちゅらぼし）」CEOの山田拓氏が「来て泊まって、また来てもらえるインバウンドへの転換」と題して講演。同社が事業展開している岐阜県飛騨市でのインバウンド・ツーリズムについて、旅行者と里山文化の素晴らしさを共有する観点から紹介した。続いて奈良県観光情報発信アンバサダーのブライアン・バイアー氏と南都銀行公務・地域活力創造部の鉄田憲男氏がトークセッションを行い、外国人から見た奈良の観光ポイントについて意見交換した。最後にリサ・パートナーズ執行役員の新井貴氏が「奈良県観光活性化ファンドをはじめとした取り組み実例等に見る観光活性化の切り口」と題して講演し、観光活性化ファンドの概要やファンドを活用した成功事例について説明した。

◇第1部　講演
「来て泊まって、また来てもらえるインバウンドへの転換」
美ら地球CEO　山田　拓氏

◇第2部　トークセッション
「外国人は奈良のここが好き」
県観光情報発信アンバサダー　ブライアン・バイアー氏
南都銀行公務・地域活力創造部　シニアスタッフ　鉄田　憲男氏

◇第3部　講演
「奈良県観光活性化ファンドをはじめとした取り組み事例等にみる観光活性化の切り口」
リサ・パートナーズ取締役執行役員　地域活性化推進部門管掌・担当　新井　貴氏

◇第1部　講演
「来て泊まって、また来てもらえるインバウンドへの転換」

里山体験が人気
4つのHAPPYを醸成

私は生駒市の出身ですが、大学は首都圏でしたし、その後は世界を足かけ2年、29カ国にわたって放浪していました。2007年に岐阜県飛騨市に移住し「クールな田舎をプロデュースする」美ら地球を設立しました。

飛騨は、中学校の修学旅行で行ったことがありますが、それまではとくに縁はありませんでした。このエリアは岐阜県北部に位置し、93％が森林です。また日本海まで車で1時間の距離です。なぜか奈良県と共通する地名が多いのと、広葉樹が多いこと、雪が深く、川魚がおいしいことが特色です。

またアニメ映画「君の名は。」の舞台になったところでもあります。盆踊りも盛んで、とても魅力的な土地です。

しかし、現実は厳しいです。隣接する神岡町では、空き家が多く、住んでいる家も65歳以上の高齢者です。空き家は確実に増えており、やがて解体されて駐車場になります。私は2006年に住民票を移したのですが、家を買うはめになりました。日本の原風景の中で暮らしたいと移住したのですが、その原風景がなくなっていくというのが現実です。

最初は飛騨市観光協会でアドバイザーになり、英語版ウェブサイトを作成したりしていましたが、2009年に美ら地球を設立しました。

美ら地球は、クールな田舎をプロデュースする事業として、「暮らしを旅する」SATOYAMA EXPERIENCEを立ち上げました。

この事業は、インバウンドすなわち外国人観光客をターゲットにした飛騨の日常に触れる体験ツアーで、里山サイクリングを中心にガイドツアー事業、旅行業、滞在型拠点運営などを行っています。里山サイクリングは2時間半、3時間半、半日の各コースがあり、自転車に乗れる人なら誰でも参加できます。

その実際ですが、ガイドがお米の説明をしたりします。下校する小学生の列に遭遇することがあります、アオガエルがいたりします。また室内ツアーでは、町中の食文化やウオーキングもします。

外国人にとっては集団登下校や米作が珍しく、お米を3キロも買って帰った人もいます。

地域の人たちにも喜ばれています。居ながらにして海外旅行できるという人や、70歳になって英会話の勉強を始めた人もいます。外国人で地域のボランティアに来てくれた人もいます。

ゲストは、昨年まで順調に増加してきました。とりわけ外国人の比率が伸びてきています。最初は補助金の交付を受けていましたが、2015年からは自立して事業を営むようになりました。

ゲストの国籍は、オーストラリア、アメリカ、イギリスなど欧米系が8割ぐらいで、後はASEAN、シンガポールなどのアジア系です。

事業は世界最大の口コミサイトのアクティビティ部門で、日本一になりました。

このツアーは、2013年にグッドデザイン賞を受賞しました。四つのHAPPYをもたらしたと思います。

まず旅人のHAPPYです。日本への高いニーズを背景に、日本の原風景や日常を見ることができます。地元企業のHAPPYは、自分たちの生きる場所に誇りを持つことができます。そしてワカモノのHAPPYは、やりがいのある新しいライフスタイルをつくれるということです。

スタッフは14人ですが、全員が他の地域からの移住者です。

インバウンド・ツーリズム事業は、サービスを提供する主活動と、計画作成や人材育成などの支援活動が必要です。マーケティングが欠如していることと担っていく人材がいない、あるいは不足している点が今後の課題です。

ところで、奈良でインバウンド事業を展開していくにはどうすればいいかということですが、私は奈良のことはよく分かりませんので、経験と一般論で言わせていただきます。

まずセグメンテーションとして、インバウンドと一口に言っても、そのスタイルは個々の観光客によって異なります。したがって、ターゲティングが重要です。美ら地球では、欧米人で、個人旅行の方にターゲットを絞っています。またポジショニングですが、飛騨は立地が東京と京都から等距離で、金沢からも来れます。地域の日常生活を見せますので、競合する企業はありません。これは買ってもらう理由づけにもなります。

奈良について考察します。ポジショニングを考えるポイントとして、どのような旅行者を対象にするのか、国籍や発地国を考えます。京都や大阪からの日帰りか、宿泊か、初来日かリピーターかという点です。

次に旅行日程全体の中で奈良での滞在がどのような位置を占めているかです。奈良での宿泊日数や他にどこで何をしておられるのかという点です。またその方が奈良を訪れる理由です。奈良を目指して来るのか、京都や大阪のついでなのか。そして奈良県のブランディングはどのエリアかということです。

奈良は「ロンリー・プラネット」というガイドブックではトップに載っています。しかしイベントやレストランではあまりパッとしません。

奈良について考えるとき、昔からの光、今の光、ニーズからの光という観点があります。これらの視点から考えていく必要があると思います。

◇質問コーナー

問　インバウンドの重要テーマは何でしょう。

答　5W1Hを考えること。

問　旅館業を営んでいます。団体客が主流ですが、個人ツアー主体に変えていきたいのですが。

答　外国人の行動様式の違いを把握しなければなりません。団体と個人では、予約の仕方が違います。個人客はギリギリで予約してきます。また、立地やアクセスが重要です。受け入れは、来ていただければ何とかなります。ただし、たとえばトイレは和式しかないなど、事前に必要な情報を教えておく必要はあります。

美ら地球CEO　山田　拓氏
やまだ・たく　生駒市出身。横浜国立大学大学院工学研究科修了。プライスウォーターハウス・コンサルタント（現IBM）退職後、世界放浪の旅に。2007年に美ら地球を設立。

◇第2部　トークセッション
「外国人は奈良のここが好き」

外国人の目線で発信

鉄田　奈良に来てカルチャーショックというか、驚いたことは。

バイアー　アメリカの都市はストリートとアベニューがABC順にあって標識があるけど、奈良にはありません。

鉄田　いま奈良県猿沢インに勤めていますね。外国人の国籍で多いのはどこですか。

バイアー　ナンバーワンはフランス、後は中国、アメリカ、台湾、スペインの順です。フランス人は歴史や建築に関心があるみたいです。アメリカ人やスペイン人はシカです。また食にも関心が高く、スシやラーメン、お好み焼き、たこ焼きの問い合わせもあります。

鉄田　ではブライアンさんが撮影した奈良の写真を見てみましょう。

バイアー　岡寺、石舞台古墳の石室、御手洗（みたらい）渓谷、谷瀬の吊（つ）り橋、佐保川の桜、洞川（どろがわ）温泉、瀞峡（どろきょう）、郡山城跡、吉野山の旅館、高取城跡、壺阪寺、談山神社、長谷寺、般若寺、信貴山朝護孫子寺などです。

鉄田　日本人の観光客とはちょっと違った視点なのが面白いですね。

バイアー　自然が好きです。紅葉がいいですね。瀞峡は日本のグランドキャニオンです。高取城跡はアンコールワットみたい。

鉄田　長谷寺と清水寺は似ています。私は「長谷の舞台から飛び降りる」と言ってます。ところで奈良に宿泊する観光客を増やすにはどうしたらいいと思いますか。

バイアー　広く奈良県下の良いスポットを紹介するべきです。

鉄田　飛騨での取り組みが紹介されましたが、体験型はどうですか。

バイアー　体験してみたいことが三つあります。忍者、侍、そして天皇の生活。

鉄田　大極殿（平城宮跡）の高御倉に座ってみますか。

バイアー　やってみたいですね。

鉄田　情報発信をどのようにすればいいでしょうか。

バイアー　おもしろおかしく発信することです。それと広告はお金がかかります。お金がかからない方法も考えませんと。

◇質問コーナー

問　宇陀市の印象はいかがですか。

バイアー　2回行きました。自然がとても美しいです。室生寺などもいいですね。

鉄田　他に気づいた点は。

バイアー　英語の案内書はあるけど、間違っていたりすることもあります。正しい英語のパンフレットが必要です。それと、おもしろいポイントを3カ所から5カ所ぐらいに絞るべきです。

県観光情報発信アンバサダー　ブライアン・バイアー氏

南都銀行公務・地域活力創造部　シニアスタッフ　鉄田　憲男氏

◇第3部　講演
「奈良県観光活性化ファンドをはじめとした取り組み実例等にみる観光活性化の切り口」

面的な展開で活性化

まず、観光活性化マザーファンドについて説明します。当ファンドは平成26年4月1日に設立され、総額は現在52億円です。子ファンドである奈良県観光活性化ファンドは平成27年9月に組成され、総額は10億円、南都銀行と観光活性化MFがLP出資しています。

当ファンドは、今後成長が期待されるうえ、地域経済にとって重要な産業である観光産業の振興を目的に、必要なリスクマネーを、ニューマネーとして供給することを企図しています。その資金は、観光関連企業が拡張・改善に必要な設備投資、インバウンド拡大に備えたハード・ソフトの拡充投資、耐震適合投資、他企業との再編投資などに使用されます。財務体質がぜい弱であっても、足許キャッシュフローが見込まれ、戦略的な投資により一層の収支改善を図りたい企業が資金調達を検討する際に、当ファンドから資本性資金を活用することで課題解決を図ることができます。

次に実例として、奈良市のイージーゴーイングへのファイナンス事例を紹介します。

本件は奈良県活性化ファンドによるもので、奈良市指定文化財の商家をリノベーションし、平成28年3月にレストラン併設型のゲストハウスNARAMACHI HOSTEL&RESTAURANTSの新規開業に際し、当ファンドの第1号案件として投資しました。

ゲストハウスとは、海外バックパッカーに人気の1部屋を数人でシェアする、宿泊サービスを基本とする施設で、収容人員66名は全国的にも最大規模です。市指定文化財のリノベーションに対する許可と併せて、施設整備費の一部として奈良市から1千万円強の補助金の助成を受けました。有数の観光資源に恵まれながら、宿泊客数が伸び悩み、賑（にぎ）わい不足など一段の観光振興を図りたい奈良市、奈良県と連携し、当ファンド設立検討時から緊密に情報共有を図り、ファンド運営に対する理解と協力体制を構築してきた結果、こうした手厚い助成を受けることができました。

また、最近ではゲストハウス同士の横の連携による客室融通、市内コーヒーショップ等との連携、ならまち内の醸造所との連携が実現しつつあり、一施設の整備が奈良市内の面での展開に発展しています。

このほか、岐阜県高山市の船坂酒造店、長野県白馬村のホテル五龍館、兵庫県篠山市・朝来市のNoteリノベーション&デザインなどの事例があります。

まとめとして、戦略的なアイデアを有する経営者を支援し、次々と活性化のアイデアが繋（つな）がる好循環、個々の企業の取り組みが、他の経営者のやる気や学びなどを通じて地域の面での活性化に広がっていくことの大切さ、個々の企業の積極的な取り組みが自治体をはじめ地域内外の関係者の支援を呼び込み、地域の面での活性化に繋がっていくことの大切さ、地域を超えて企業間で連携しながら更にリソースを集め、企業グループとして活性化していく取り組みなどが観光活性化の切り口として参考になるものと考えています。

リサ・パートナーズ取締役執行役員　地域活性化推進部門管掌・担当　新井　貴氏

南都銀行の地域ポータルサイト「ええ古都なら」では、
地域金融機関である「ナントならでは」の視点で
観光情報をはじめとした奈良の魅力を紹介しています。

奈良のええコト知りたいナラ!!
ええ古都なら　で検索!!
http://www.nantokanko.jp/
スマートフォンにも対応!!

ナント・なら・ずっと！
NANTO 南都銀行
本店　〒630-8677 奈良市橋本町16番地
お問い合わせ先:公務・地域活力創造部
TEL.0742-27-1611（平日9:00～17:00）