

令和元年度第2回海外経済セミナー「サイクルツーリズム」を開催しました

令和元年度第2回海外経済セミナーでは、「サイクルツーリズム」をテーマに、日本のサイクルツーリズムの現状やインバウンドにおけるニーズ等について、情報提供を行うとともに、インバウンド誘客に成功した先進事例の紹介を行いました。

さらに、取組みの成功の鍵や、行政に求められること等について、パネルディスカッション形式で、自治体や民間団体等、様々な立場・視点から議論を深めました。



セミナープログラム (令和元年度9月25日(水)開催)

基調講演①:「サイクルツーリズムに関する各種調査結果の共有と事例紹介」

講師: 一般社団法人 ルーツ・スポーツ・ジャパン 代表理事 中島 祥元 氏

基調講演②:「地方を使ったインバウンド、サイクルツーリズムの戦略」

講師: 株式会社 ARCH・ヒーロー北海道 代表取締役 高橋 幸博 氏

パネルディスカッション:「サイクルツーリズム成功の鍵とは?」

モデレータ: 一般財団法人 日本自転車普及協会 主幹調査役 栗村 修 氏

パネリスト: 株式会社 ARCH・ヒーロー北海道 代表取締役 高橋 幸博 氏

滋賀プラス・サイクル推進協議会 自転車ツーリズムWG座長 佐々木 和之 氏
愛媛県企画振興部 政策企画局 サイクリング普及調整監 坂本 大蔵 氏

ターゲットを明確にし、ニーズを分析することが重要

基調講演では、一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン代表理事の中島祥元氏から、サイクルツーリズムに関する3つの調査結果を参照しながら、サイクリング誘客が地域にもたらす効果や恩恵、自治体が取べき施策について、以下のように講演をいただきました。

中島氏: サイクルツーリズムは、その土地の自然や空気を感じながら広範囲を回るため、「地域の資源を活用したい」、「地域の自然や風土を感じてほしい」といった地方のニーズにマッチしており、地方こそ可能性があるツールである。しかし、サイクルツーリズムに取り組む自治体がある一方で、しっかりとした調査・分析がなされておらず、効果的な誘客に繋がっていないケースが多い。

2018年に実施した「サイクリスト国勢調査」では、アンケートを元にサイクリストを6つのタイプに分けた。タイプごとに地域への訪問目的や重要視する点が異なる。例えば、日常の移動手段層や旅行・レジャー手段層は、街の散策や観光地を巡りながら走ることを目的としており、レンタサイクルやシェアサイクルを利用できるかを重要視している。一方で、ツ



ーリング層やサイクリングイベント層は、サイクリングそのものを旅の目的とし、自分が挑戦したいコースがあるか、自転車の保管等の設備が整っているかを重要視している。サイクリストのタイプによって、誘客施策も異なってくることから、ターゲットを明確にすることが重要である。

「サイクルツーリズム自治体調査」では、自治体のサイクルツーリズム施策としてハード整備や MAP 制作の実施率が高いが、人材育成を含めたソフト事業は実施率が低いことが分かった。また、自治体がサイクルツーリズムを導入する際の課題として、ノウハウ不足やマンパワー不足、予算確保の困難さが挙げられた。同じ予算でも、ターゲットを絞った戦略を立てることで、より効果的な誘客に繋がる可能性がある。

また、スポーツ庁が実施した「スポーツツーリズムマーケティング調査」では、インバウンドにおいてもサイクリングをしたいという意向は高く、国別にみるとタイ、台湾、中国、香港で特に関心が高いことが分かった。また、スポーツツーリズムに求めるニーズとしては「着替えやシャワーができる施設」がトップ、情報収集源はインターネットや口コミが多い。これらの結果はサイクルツーリズムにおいてもほぼ同じことが当てはまる。

※調査結果は下記サイトでも紹介されています。

○サイクリスト国勢調査 2018

<https://www.tour-de-nippon.jp/series/topics/3718/>

○サイクルツーリズム自治体調査

<http://www.tour-de-nippon.jp/series/topics/4264/>

観光だけでなく、ビジネス誘致でもチャンス

続いて、株式会社 ARCH・ヒーロー北海道代表取締役の高橋幸博氏に、「地方を使ったインバウンド、サイクルツーリズムの戦略」について以下のようにご講演いただきました。

高橋氏：元は、地元である美唄市役所の職員だった。美唄市はどんどん人口が減っていき、とてもショックであった。旭山動物園や富良野等の人気観光地に向かう多くの観光客が美唄市を通過していく。どうか地元呼び込めないかと考え、ニセコのスキー場での経験で得たインバウンドのノウハウを活かし、ニセコや美唄市等でサイクルツーリズムにも取り組んできた。

地域の魅力を伝えるツアーを作るには、実践を繰り返し、ツアー参加者や地元の事業者の意見を聞くことが重要である。地域住民に理解を得るところからスタート、そこに時間を割く心構えが必要である。少なくとも3年～5年は、同じ地域で基礎づくりに徹することが大事。自治体は担当者が異動しても事業が継続されるよう、戦略・ビジョンをきちんと持つことが必要だ。

サイクルツーリズムは、食・健康・地域の歴史など、様々なものと連携でき、地域の魅力を再認識するツールになる。それを地域観光ビジネスとするには地域に継続的に寄り添うプロデューサーやマネジメントをする人が不可欠である。

私は、サイクルツーリズムと一次産業、二次産業、三次産業を繋げて、経済を回すようにしている。インバウンドは観光だけでなく、ビジネス誘致でもチャンス。サイクリングツアーに台湾の投資家が参加したことが、地域の飲食店の海外展開に繋がったという事例もある。

サイクルツーリズムは、自治体だけでは難しい。民間のロジックも必要で、事業者・自治体・地元の愛好家・お客様が揃って成り立つ。また、共同するパートナーを自治体レベル、民



間レベル、愛好家レベルでそれぞれ組んでおく必要がある。

ビワイチとしまなみ海道での取り組み

パネルディスカッションに先立ち、パネリストの滋賀プラス・サイクル推進協議会の佐々木和之氏及び愛媛県サイクリング普及調整監の坂本大蔵氏から、それぞれの施策についてご紹介いただきました。

佐々木氏: 滋賀県では、県が「ビワイチ」を始める前に、そもそもの文化として小学校卒業記念などで琵琶湖1周するといったことが地元で根付いていたことが特徴であり、「ビワイチ」のベースとなっている。

また、滋賀プラス・サイクル推進協議会の体制は、毎年手挙げ方式で入っていただいているが、協議会の会員に入っていないとワーキングに参加できないというのは動きが悪いので、協議会の中でも外でもワーキンググループを設けて接点を作り、よろず相談なども実施している。

ガイド講習会については、スマートフォンがこれだけ普及している中で、「人が語れるものは何なのか」を重視し、人が介在する意味を考えながら、人材育成を行っている。

坂本氏: 愛媛県では、「自転車新文化の創造」という理念のもと、しまなみ海道がサイクリストの聖地となることだけを目標にするのではなく、全庁各組織が総合的に「自転車」をキーワードに、健康増進、環境、教育等に取り組んでいる。

また、最近ではサイクルツーリズムの実績として、移住者が増えており、中には起業する方もいるなど、新たな息吹が芽生え始めている。



パネルディスカッション ～サイクルツーリズム成功の鍵とは？～

お二方からの事例紹介の後、パネルディスカッションではモデレータの一般財団法人日本自転車普及協会主幹調査役の栗村修氏の進行により、核心に迫る質問が各パネリストに投げかけられ、白熱した議論が繰り広げられました。

議題その1「どの地域でも、サイクルツーリズムはできる？」

栗村氏: 北海道、しまなみ海道、琵琶湖は、それだけでブランドと言えるような素晴らしい資源だと思う。「そういった資源がない」という地域でも、サイクルツーリズムはできるのか。

高橋氏: 「うちの町には人が来ない」と思う町こそ、可能性がある。知らないところに行きたい人が多く、人気観光地は混雑しているし、1回行けば十分。

よそ向きの作りこまれた観光商品ではなく、地方の生活そのもののような、例えば里山サイクリングの方が需要はある。

ただ、商品づくりや人材づくりの面で、横展開できるように連携しながら、ALL JAPAN で実施していくことが大切。



佐々木氏：サイクルツーリズムの可能性はどこにでもある。ただ、親和性が高い地域と、難しい地域があるかと思う。なので、まずはやりたいとか、試してみたいという地域・事業者と一緒に、取り組んだ方がいいと思う。

サイクルツーリズムが、その土地の価値を決めるものではないので、やりやすいところから始めるというのが重要ではないかと。

観光資源を見つけるためには、外の視点が大事。我々にとって当たり前の物が、観光客にとっては魅力となる。



坂本氏：愛媛県はインバウンドに限らず、県内及び日本のサイクリストを、「しまなみ」をフックにして呼び込んできた。

実は、「丸ごと自転車道」というコースがあるのだが、コース数もルートも当初と異なる。役所はこういうのを一度作ると、いつまでもそのまま変えない傾向があるが、自分たちではなく外の視点、つまり、サイクリストたちが自ら見つけてくれる魅力あるルートを加えていくことで、さらに充実したコースへと作りかえている。魅力あるルートは、そういった外の視点を取り入れることでおのずと作られていく。自分たちよりも、外の人の方が、案外地域の魅力に気付いてくれる。



議題その2「キーパーソン、誰が必要？」



栗村氏：これまでの話を聞くと、外部の方の視点を聞き入れていく、柔軟に取り入れていくのが非常に大事だということが分かった。観光資源をどう活かしていくか、少し見えてきたが、次に「キーパーソン」の存在も重要だと思う。これまでの皆さんの話からも、プロとか愛好家という言葉が出てきたが、プロデュースする立場の人のような、キーパーソンも大切な存在か。

高橋氏：ビジネスの視点も含めた総合的な視点や広いネットワークを持っている人や、事業者の声、国内外のお客様の声等を重要視し、吸い上げようとしてくれる人の存在が大事だと思う。

また、プロデューサーに向いている人は、土地に対する愛情を持っている人。地域愛もそうだが、首都圏・海外から移住してくる方が、その地域のリーダーとなる可能性もある。移住者は移住者を大事にする傾向がある。

そして、事を起こすのは大変なことだが、継続的にやっていくことも大事。



栗村氏：今の話をまとめると、「愛」、「人をつなぐ」、「継続性」というキーワードを持った人間が、所属はどこであれ、キーパーソンとして存在することが大事ということだった。こういったキーパーソンが、民間にいるのか、自治体にいるのか、その地域によって違うと思う。

佐々木さんは、官民に挟まれたような立場で動いておられるが、両者はもの見方も真逆な点もあると思う。官民連携について、「人」というキーワードで伺いたい。

佐々木氏：行政は宿命として、必ず人が変わっていく。これまでの事業について、行政側の引継ぎがうまくされるか、されないかに関わらず、根拠や事業計画について、こちら側（協議会側）が説明できるよう準備をしている。

また、自分自身は、自分をプロデューサーと思ったことはなく、ひたすらコーディネーターとして動いている。行政の仕事の流れが分かった上で、人をつないでいくのが自分の役割だと。



栗村氏：人事異動を見越して、初めから事業継承の準備をしていくというのは大事ということであった。

次に坂本さんに伺いたいのだが、民間の会社であれば、事業の成果はインセンティブとして自分の実入りにつながるのでモチベーションも高まりやすい。

一方、自治体の職員の方は、2～3年で部署異動もある中で、サイクルリズムを取り組んでいくにあたり、自治体の皆さんにとってのインセンティブは？

坂本氏：サイクルリズムを取り組もうとする中で、やはり、業務の増加を懸念する声が出たことも事実。動機付けとして、「何で自転車やるの？」といったときに「自転車の8K※」というものがある。仕事をする上で、健康、環境、教育などこれだけ広い分野に及ぶ仕事はないと強調している。

また、自転車にはいいイメージがあり、自転車をキーワードに、物事を進めていくことにはインセンティブはあると思う。

ただ、知事が自転車でやっていこうという強いリーダーシップがあるので、合意形成する上でリーダーの存在はやはり大きいと感じている。

※自転車の8Kとは：交通、健康、観光、高齢化、交流、環境、経済、教育



議題その3「取り組みを継続していくには？」

栗村氏：「人」というものが、このような新規事業を進めていく上で重要であることが改めて分かった。

最後に、継続をしていくためにはどうすればいいのか、確認していきたいが、これまで取り組まれてきた中で、事件や継続の障壁となった出来事があったら、どのように乗り越えてきたか、お話いただきたい。

高橋氏：事業を進めていく中で、様々な障壁があった。もう継続できないと思ったこともあった。しかし、地元の自転車愛好家の存在のおかげで継続することができた。援護してくれる人、助け合えるネットワークを築いていくことが大事。これも一つのリスクマネジメントである。



佐々木氏：自治体において2～3年の人事異動が起こると、事業継承がされにくいのが、逆に捉えると「変わるチャンスがある」という見方もできる。

また、もう一つの基軸は、民間との関わりを切らさないこと。自治体では、政治情勢等のタイミングが原因で、積み上げてきたことが実行できないということもある。(そういう時も民間が事業を繋いで行けるように) 10年、20年と官民のたゆまない関係性を構築していくことに力を注ぐことが大事。



坂本氏：細かい事業の失敗は山のようにある。その中でも一番ピンチだったのは、「自治体間の温度差」。サイクリスト、特にインバウンドのお客様は行政の区域など関係ないので、一つのクオリティ、提案をしていかななくてはならない。しかし、バラバラの自治体を同じレベルに揃えることは難しい。

簡単な解決法としては、「一緒にサイクリングする」ということ。愛媛県知事はリーダーシップをとって、いろいろな人を巻き込んできた。県内市町長、県議会議員、県幹部職員、経済界の社長・役員までいろいろな人と一緒にサイクリングをして、事業に巻き込んできた。これが、温度差を埋める唯一のツールかと思う。



栗村氏：何かあったらサイクリング、これは原点である。自転車は、人と人を繋ぐツールであると思う。

今回は、スペシャリストのお三方に、大変貴重で、そして生々しいお話を伺うことができた。サイクルツーリズムをスタートアップされる方、これからブラッシュアップを考えている方、様々だと思うが、自転車は非常に可能性を持つものである。これからも自転車を活用した地域おこし、まちづくりを進めていただきたい。本日は、ありがとうございます。



最後に

今回のセミナーでは、全国各地でサイクルツーリズムやインバウンドの第一線でご活躍されている方々にご登壇いただきました。それぞれ自治体や民間団体、事業者等の異なる立場から、異なるアプローチでサイクルツーリズムに取り組まれており、多様な視点のお話を伺うことができました。参加者の皆様からも「大変参考になった」との声を多くいただきました。

サイクルツーリズムは、人や地域、分野をつなぐツールであり、また、関わる分野は、スポーツや観光だけに留まらず、経済、環境、教育等にも広がる、大きな可能性を秘めた取り組みであると思います。

また、セミナーでは、「愛」という言葉が何度か出てきました。決して綺麗事ではなく、普段つい忘れがちなことですが、地域を活性化するためには、ノウハウ以前に、その地域に対する熱い思いが第一に必要なということに、今回改めて気付かせていただきました。

今後も、クレアでは自治体のインバウンドや販路開拓といった経済活動の参考となる情報提供の場としてセミナーを実施して参ります。
(経済交流課 佐藤)

