

ニセコ地域への外国人観光客急増とその理由 —世界のリゾートと競争するために—

鬼塚 義弘 *Yoshihiro Onizuka*

(財) 国際貿易投資研究所 研究主幹

観光資源

日本への外国人旅行者数は 2004 年初めて 600 万人を超えた。

しかし日本人で外国への旅行者数は多くて 3 倍となる。政府はこれを是正しようとする「グローバル観光戦略」を策定し、観光立国に向けた取組を強化している。外国人旅行者訪日促進戦略として、2010 年までに外国人観光客の入国者数を 1,000

万人とする「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を 2003 年から官民あわせて実施している。その成果もあり、初めて 600 万人の大台に乗った。03 年に比べ 17.8% と大幅に増加した。

(図表 1 参照)

観光客を集める観光資源とは何であろうか。筆者は以下の 4 点を考える。

1. 自然環境
2. 歴史的建造物
3. おいしい食事
4. ショッピング

自然環境とはヨーロッパアルプスに代表される山並みや、エーゲ海・地中海等の海、平原、深い森林等が言えよう。美しい自然環境の中にあるだけでリラックス出来る。これを主目的として長期滞在とするのがリゾート地である。

図表 1 訪日外国人入国者数

年	千人
1997	4, 218
98	4, 106
99	4, 438
2000	4, 757
01	4, 772
02	5, 239
03	5, 212
04	6, 138

出所：観光白書 17 年版

歴史的建造物は古代の遺跡、古い教会、寺社仏閣、古い街並み等、いわゆる名所旧跡と言えよう。その土地土地の産物と伝統的料理を楽しむのも旅行の大きな楽しみである。

さらに、ショッピングも挙げられる。有名な観光地にはいわゆるブランドショップが出店しているだけでなく、リゾート地にはアート系のショップが軒を連ねる。米国のニューメキシコ州のサンタフェのように、アート系のショップを目当てに観光客が集まるところもある。また、流行のトレンドの先端に行くニューヨーク等の大都市も多くの観光客を集める。渋谷や原宿にアジアの若い客が集まるように、トレンドの真中に身を置くことにより、流行をショッピングしている。

外国人受入数の比較—日本は 36 位—

1999 年の各国の外国人受入数は、フランスが断然トップの 1 位である。7 千 3 百万人である。フランスは歴史的建造物も豊富にあり、アルプスや地中海の自然環境、おいしいフラ

ンス料理、ショッピングとすべての観光資源が揃っていて、世界中から観光客を集めていることに皆が納得しよう。第 2 位はスペイン、次いでアメリカとなっている。

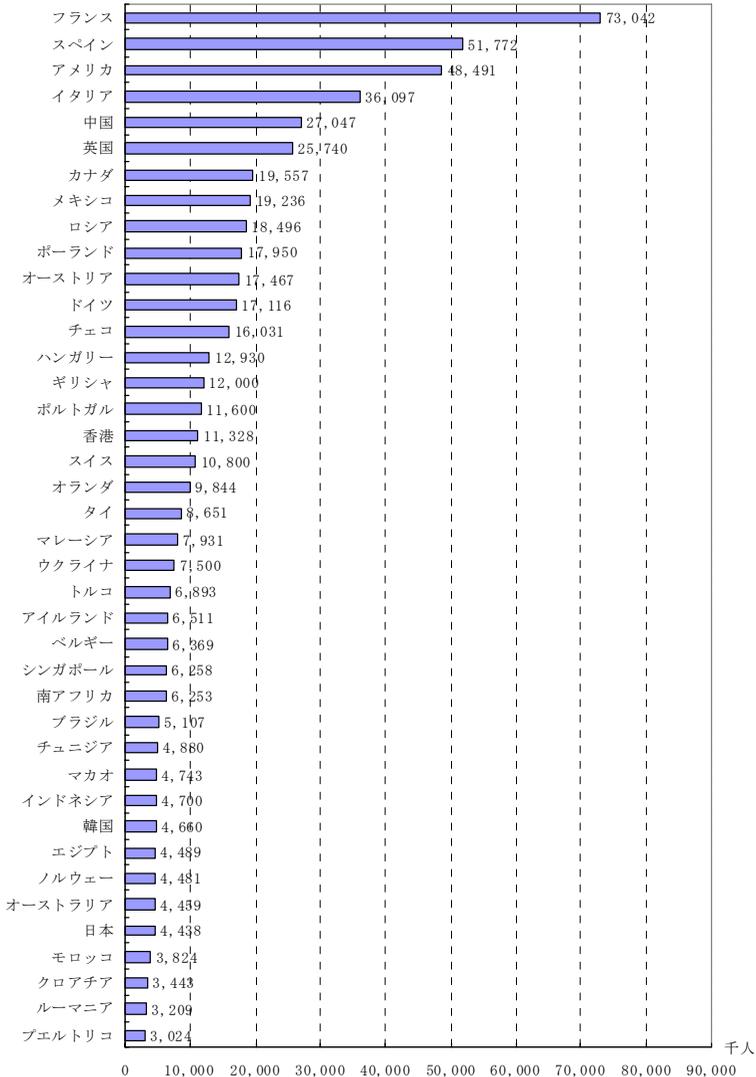
日本は世界の第 36 位である。観光資源の豊かさからいえば不当に低い実績である。(図表 2 参照)

日本はアジアの中でも低位

2004 年に外国人の受入数が 600 万人を超えたとはいえ、他のアジア諸国に比較してその数は未だ小さい。2003 年の受入数 521 万人で比較すると、アジアの国の中で第 7 位である。1990 年には第 5 位であったのが順位を下げた。日本は観光資源には恵まれている。アジアの各国に比較して 1 位か 2 位に入るはずだ。しかし外国人観光客は少ない。

マレーシア、タイは最近リゾート地として多くの西洋人が訪れている。04 年のインドネシア地震による津波の被害者には多くの西洋人が含まれていた。マレーシアやタイの半分しか日本には来ていない。香港は中国本土からの旅行客が増加したが、

図表2 平成11年外国人受入数



出所：観光白書 平成13年版

1990 年は未だ本土からの観光客は制限されていた。それでも日本の 2 倍あった。(図表 3 参照)

日本は観光資源の点で香港より優れている。自然景観は日本の方が山や河川がありより変化に富み、南北に長い分豊かである。名所旧跡も香港より日本の方が、歴史が長いだけ多く残っている。しかし、現実には香港が日本より、より多くの観光客を呼び込んでいる。香港は、観光客を呼び込むために、ちょっとしたことでも香港の魅力として大々的に PR し、観光客を集める。例えば、香港では競馬が盛んだ。競馬場の馬主席に観光客を招待し、そこで競馬を楽しむ。馬主席では、料理とアルコールはフリーである。実に優雅な気分で特等席で馬券を買える。たまたま馬券が当たれば香港の印象は格段に上がるだろう。

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」は官民あげて日本のブランドイメージを PR しているが、これだけでは効果は限定的となろう。イメージを売るとともに、観光資源を開発し、それを旅行エージェントに売り込み、ツアーを組み立ててもら

までやらないと観光客は増えない。

図表 3 外国人旅行者受入アジアランキングの推移

1990年		2003年	
国・地域名	受入者数 (万人)	国・地域名	受入者数 (万人)
1 マレーシア	745	1 中国	3,297
2 香港	658	2 香港	1,554
3 タイ	530	3 マレーシア	1,058
4 シンガポール	484	4 タイ	1,008
5 日本	324	5 マカオ	681
6 韓国	298	6 シンガポール	571
7 マカオ	251	7 日本	521
8 インドネシア	218	8 韓国	475
9 台湾	193	9 インドネシア	447
10 中国	175	10 台湾	225
アジア全体	5,280	アジア全体	11,925

出所：観光白書 平成 17 年版

香港での経験

筆者がかつて香港に駐在していた時、日本から 200 人規模のツアーが来た。香港政庁と日系の現地旅行エージェントが組み、香港の自然を楽しみながら数日間いろいろなコースを歩く旅行である。筆者も現地側として日本からの人々と一緒に歩いて欲しいという要請を政庁側から受け参加した。香港の自然はたいして残ってはいないが、島部など海を眺め

ながら歩くのは悪くはない。しかし、日本の森や山のトレッキングコースに比べれば、雄大さ、深さ、美しさははるかに日本の方が勝れている。にもかかわらず、わざわざ香港までやって来て歩く観光客がいることは驚きであった。観光客を呼び寄せる努力を香港政庁が大変な努力をしていることに他ならない。このトレッキングの昼食時、筆者は当然のことながら日本の参加者と一緒に食べると思っていたが、実はそうではなかった。日本からの参加者はツアーを組織した JTB や日本旅行といった、各旅行エージェントの旗の下にそれぞれのグループごととまって食べたのである。仕方なく香港からの参加者は数人で食べることとなった。

日本からの「歩くツアー」の取り組みは、香港政庁の働きかけがあったものの、それだけでは 200 人規模の参加者はない。最も大きな力を発揮したのは各旅行エージェントが、日本よりは劣るものの香港の観光資源を売り込むことに成功したからである。観光客を誘致するには、旅行エージェントの力に頼ることとなり、旅行エージェントを誘致するのが早

道といえる。

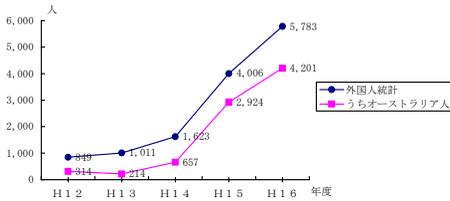
急増するオーストラリアからのスキー客

「地元は行政を含めて何もしなかった。それでもオーストラリアからのスキー客が増えた」(倶知安町観光課) 観光立国を唱えて外国人観光客の誘致に懸命となっている最中、オーストラリアからのスキー客がニセコ地域に大挙して来ていると報道され注目を集めている。事実平成 12 年度のオーストラリア人観光客は 314 人にすぎなかったのが、平成 16 年度は 4,201 人と 15 倍となった。平成 17 年度は 8,000 人を越すといわれている。倍々ゲームのごとく増加している。(図表 4 参照)

オーストラリア以外の外国人も平成 12 年度 535 人から平成 16 年度 1,582 人と 3 倍増と増加しているが、全体に占める割合は H13 年度 79%から H16 年度 27%と急低下している。その分オーストラリアからの来訪が多かったということである。

また、オーストラリア人は 1 人当たり平均 10.7 泊する長期滞在型の訪問

図表 4 倶知安町への外国人宿泊者数の推移



出所 倶知安町 観光課

であるが、その他の外国人は平均 1 泊であり、通過型の観光で冬季以外の季節である。

オーストラリア人の観光客が急激に増加した理由として、以下のことが指摘されている。

1. スノーパウダーと評される優れた雪質
2. カナダ、欧州より近く、時差がないロケーションの優位性
3. 温泉、食事、文化等を通じた異文化体験
4. カナダ、欧州より安いツアー料金
5. オーストラリアの夏にスキーが楽しめる

これらの理由がオーストラリア人をひきつけ、ケアンズから札幌への直行便が 04 年 11 月から週 2 便就航

し、便宜性もさらに良くなった。

オーストラリアからの投資実績

現在ニセコ地域へのオーストラリア系企業の投資は 10 社である。うち 3 社がアウトドア業、3 社が旅行代理業、不動産業が 4 社である。(図表 5 参照)

アウトドア業は 80 年代後半から 90 年代初めに来日し、ニセコでスキーインストラクターとして活躍していた人達である。彼らが、ニセコのスキー環境の素晴らしさを本国に伝え、ロコミで次第に拡がり、多くのオーストラリア人が訪日するようになった。現在はスキーシーズン以外のアウトドア事業としてラフティングを開発し、起業している。ラフティングは現在、NAC 社だけで年間 3 万人が体験しているビッグスポーツとなっている。また、同社社長ロスフィンドレー氏は、ラフティングツアーの安全性やサービスの向上を通じてラフティング人口の増加に努めるため、「日本リバーガイド協会」の設立に参加した。今やラフティングはニセコのスキーシーズン以外の体験観

図表5 ニセコ地域へのオーストラリア人の投資実績

会社名(個人)		住所	代表	業種
アウトドア業	NAC ニセコアドベンチャーセンター	虻田郡倶知安町字山田	ロス・フィンドレー	アウトドア業 飲食業(カフェバー)
	NOASC ノーアスク	虻田郡倶知安町字山田	ロス・カーティー	アウトドア業 飲食業(カフェバー)
	SAS スコットアドベンチャースポーツ	虻田郡倶知安町字山田	スコット・ウォーカー	アウトドア業
旅行代理業	ニセココネクション	虻田郡倶知安町字山田	ベン・カー	旅行代理業
	スキージャパン	虻田郡倶知安町字山田	ピーター・マーフィー	旅行代理業/不動産業
	ディーブパウダーツアー	オーストラリア 虻田郡倶知安町字山田	グールドィング・グレン	旅行代理業
不動産業	北海道トラックス	虻田郡倶知安町字山田	マット・デニング(弁護士) サイモン・ロビンソン(レストラン経営)	不動産業
	ニセコリアルエステート	虻田郡倶知安町	ベン・カー 吉田聡(司法書士)	不動産業
	グレーム・リッグ	香港在住		*パイロット他、不動産
	日本ハーモニーリゾート(株)	虻田郡倶知安町字山田	コリン・ハックワーク(社長) ロジャー・ドナザン(会長) フランシス・ジャクソン	ニセコ花園スキー場 ニセコ国際スノー スポーツスクール NISS

出所：倶知安町観光課

光としての地位を確保し、通年型のリゾートが可能となりつつある。

注目すべきことは、日本人が発想出来ない新たな可能性を外国人が発見し、実現したことである。外国の旅行エージェントを誘致すれば、新たな観光資源の開発が可能となる。

旅行代理業は3社進出し、オース

トラリアからのツアー客をケアしている。かゆいところに手の届く母国語によるケアが、帰国後口コミで伝わり、さらなる観光客の誘致に結びつく。

不動産業は4社である。これらはコンドミニアムの建設と販売であるが、日本ハーモニーリゾート社は総

額 660 億円を投資し、今後 15 年程の年月をかけて、2,000 室、8,000 人収容のリゾート地を開発し、オーストラリアのみならず東アジアからの観光客を誘致するとしている。また同社社長コリン・ハックワース氏は 03 年、友人達とニセコにスキーに来て、ニセコのパウダースノーに魅せられたひとりである。

観光客が増加した本当の理由

観光客が何もしないうちに自然に増えるなどありえない。ニセコへのオーストラリア人の増加の影には、80 年代半ば以降、スキーインストラクターとして訪日し、ニセコでスノーパウダーの雪質にほれ込み、熱心にニセコの素晴らしさをオーストラリアに口コミで伝えていった人がいた。図表 5 で現在アウトドア業を行っている 3 社の代表である。彼等は口コミでニセコにやって来たオーストラリア人を母国語で 24 時間ケアし、便宜を計り、時には我がままを聞き、かゆいところに手の届くサービスを行ったのだ。ツアーの魅力伝える、ツアー客に満足してもら

って帰国させる、いわば旅行エージェントの役割を果たしたといえる。

日本の観光客が海外へ進出して行ったのは 60 年代半ばからであり、余暇時代に入るとともに可処分所得が増えたのが大きな理由である。しかし、日本の旅行エージェントが現地進出を果たしたことの方が効果は大きかった。現地の観光スポットを日本語で案内し、ショッピングを含め、我がままな観光客を 24 時間ケアし、満足頂いて帰国させる。旅行者は帰国後、海外旅行の素晴らしさを口コミで知人に伝える。それを聞いてさらに多くの観光客が出かける。このように現地に進出した旅行エージェントが観光客の誘致に大きな力を発揮する。ニセコへのオーストラリア人の増加には、先駆者達が旅行エージェントの役割を果たしたからである。

観光客誘致のために

これまで見たように、オーストラリア観光客の誘致に地元が何もしなかったというものの、実は影の功労者がいた。それは旅行エージェント

の役割を果たした、先駆者達である。

観光客の誘致に最も効果的なことは、現地の旅行エージェントを誘致することである。日本の旅行者が海外に出て行ったのも、オーストラリアの観光客がニセコに来たのも同じことである。従って、中国や、東アジアからさらに観光客を誘致するには、それらの国の旅行エージェントの誘致をすべきである。

これまで日本の自治体は観光客誘致のため、東アジア各国を始めとして観光ミッションを派遣してきた。しかし、その活動は主に、相手国の観光当局へのごあいさつ、現地事情の理解と称して、国際観光振興会やジェットロへの表敬、さらにいくつかの日本の旅行代理店の訪問といった形式的なミッション日程に終止した。これでは効果的な誘致は出来ない。

そこで、最も効果的な方法として、旅行エージェントを対象とした誘致に切り替えるべきである。インセンティブとして貸事務所の提供や、アドバイザーやアシスタントの供与等を提案したい。

不動産投資も急増する

ニセコ地域へオーストラリアからの不動産投資が増大している。不動産投資とは、土地を購入し、コンドミニアムを建て分譲したり、賃貸としたりするのが主である。例外的に日本ハーモニーリゾート社はリゾート開発も行っている。現在不動産関連の豪系企業は4社である。(図表5)

コンドミニアムの販売数はオーストラリア人の観光客の増加と比例して増えている。図表6の通りであるが、土地の供給がそろそろ無くなるため、ひらふ地区での建設はあと2年程で終わりといわれる。(吉田司法書士) あとは日本ハーモニーリゾートの販売まで待つことになる。

図表6 コンドミニアムの販売数

03年	12戸
04年	22戸
05年	36戸
06年	50戸(見込)

吉田司法書士事務所から聴取

オーストラリアからの不動産投資が増えた理由を考えてみる。

まず、需要面であるが、日本の宿

泊施設は長期滞在用に造られていない。オーストラリア人は平均 10 泊するが、そのためにはキッチンが必要となる。また、皆が集まるリビングルームも必要である。従来の日本の宿泊施設にはこれらの設備がないため、どうしても新たな宿泊施設の需要が生まれる。次いで供給面からみると、ニセコ地域は誰にでもオープンな土地であった。例えばルスツスキー場のように一社の開発企業がスキー場全体を所有していれば、後にホテルやコンドミニアム建設での参入は非常に困難となる。しかしニセコ地域へは、90 年代のペンションブームでは脱サラの組のペンションオーナーが地域に入った。最近ではリタイア組が田舎生活を始めている。ペンション経営者の代替わりもあり、オーストラリア不動産業者への土地供給が可能であったことは指摘出来るよう。

第 3 に販売面であるが、オーストラリアはここ 5 年間 3%以上の経済成長が続いている程好景気である。最近も一次産品の世界的な値上がりでさらに良くなっているといわれる。しかも住宅ブームによる、住宅投資

が盛んで、シドニーのアパートは 1 戸当り 8,000 万円を超え、普通の人には手が出せない状況といわれる。

このような住宅バブルが、ニセコに移転したと考えられる。豪系不動産業者がつくるコンドミニアムは完成前に完売される。さらに所有者の使わない時は、賃貸に供せられ、その使用料で年率 5%の利回りがうたわれることからしてもバブルの様相といえる。これに加えてオーストラリアドルが円に対し、ここ数年間で約 4 割も上昇していてその分割安となっている。

しかしこのような状況は長く続かないことは確かである。いずれオーストラリアのバブルがはじけた時、ニセコはどう生き延びていくべきであろうか。筆者は世界のリゾート地と競争出来る理想のリゾート地を作り上げるべきと考える。

理想のリゾート

世界のリゾート地と競争し、世界からリゾート客を集めるには、ニセコを本格的なリゾート地としなければならない。

理想のリゾートとは、

1. 何もしないで、いるだけで心身ともにリラックス出来る
2. 長期滞在中、自然の中で楽しめる遊びのフィールドがある
3. おいしい食事とショッピング

以上の3点が体験できることであると筆者は考える。

1. リラックス出来る環境

現在のニセコはスキー場としての自然環境には恵まれているが、通年型のリゾート地としては未だ発展途上である。理想のリゾートとして第1に挙げられるべき条件は、何もしないで、いるだけで心身共にリラックス出来る自然環境である。そのためには①緑あふれる自然が必要となる。残念ながら現在のニセコは緑が少ない。否あるにはあるが、住環境の中は乏しい緑しかない。次に②地域住民のホスピタリティである。観光客を受け入れる自然な気持ちが大切である。

2. 遊びのフィールド

理想のリゾートとして第2の条件は、長期滞在中の遊びのフィールド

があることである。冬季にはスキーで充分であろう。他の季節には、ゴルフ、トレッキング、ラフティング等自然と遊ぶことが出来る環境である。さらに、エクスカージョンである。たまに都会に出掛けたくなれば札幌や小樽への観光コースを作る。また洞爺湖や支笏湖への水遊びも可能となる。

この面では現在のニセコは充実している。

3. 食事とショッピング

先述したとおり、おいしい食事とショッピングは観光の基本条件である。そのため、伝統的な日本料理を伝統的な日本家屋で質の良いサービスで食べられるレストランが必要である。さらにショッピングはアート系の店の集積を目指したい。

行政への期待

現在のニセコは自然環境の面で、リラックス出来る環境でなく、リゾート地とは言えない。日本の不動産業者がオーストラリア人向けのコンドミニアム事業に参入し、乱開発の

様子を呈し出している。しかしながら、倶知安町では「様子見」といつている。このままではますます理想のリゾート地から離れていく。そこで行政にはマスタープランの作成を提案したい。統一感ある街並みと、自然環境との調和を図るプランが切望される。

しかし、現状から見ればもう手遅れかもしれないと思うが少なくとも計画的に緑を増やすべきと考える。筆者は日本ハーモニーリゾート社に期待する。同社は現在の花園地区を東急不動産から約 100 億円で買収した。今後 15 年程度かけ「自然環境との調和を十分に配慮した世界的に通用するリゾートを開発していく」としている。日本の開発業者には世界と競争出来るリゾートの開発は、その経験もないため無理といえる。それゆえ、日本ハーモニーリゾート社に期待するところ大である。

花園地区が西洋式のリゾートとな

れば、ヒラフ地区にアジア的猥雑さが残り、両方を行き来して、西洋とアジアの双方の楽しみ方が可能となるかもしれない。

遊びのフィールドについては、トレッキングコースの新設である。

3 時間から 5 時間程度のコースをいくつか新設し、森の中のコース、羊蹄山をいつも眺めながら歩くコース、緑の野や畑のコースを作ることを行政に期待したい。その他については現状でも充実している。

食事については、伝統的な日本家屋での日本料理をサービス出来るレストランを招くべきである。またショッピングについては、アーティストに店を提供し、ショッピング街を作ることを提案したい。アーティストは日本中から、仮に集まらなければ世界中から呼べば良い。行政はアーティスト養成の学校を作っても良いくらいである。

参考文献

「ニセコ地域における外国人の観光と投資状況に関する報告書」
日本貿易振興機構 北海道貿易情報センター／(財)国際貿易投資研究所