

第33回 寒地技術シンポジウムのお知らせ

第33回寒地技術シンポジウムを札幌市(札幌コンベンションセンター)で開催いたします。寒地技術に関心を持つ多くの皆さまのお申込み、参加をお待ちしております。詳しくはホームページ <http://www.decnet.or.jp/>をご覧ください。



「寒地技術シンポジウム」ウェブサイト

◆開催日：2017年11月29日(水)~12月1日(金)

◆会場：札幌コンベンションセンター(札幌市白石区東札幌6条1丁目1-1)

◆内容：

★論文(査読・報告論文共通で口頭発表を行います)

- (1) 査読論文→登録・査読用概要提出……………受付終了しました
- (2) 報告論文→登録・概要提出……………お問い合わせください

★技術展示→お申込み……………お問い合わせください

★講演論文集(CD-ROM)・概要集(冊子)お申込み(有料)…11月2日(木)

お問合せ：(一社)北海道開発技術センター
「寒地技術シンポジウム」担当係(担当：向井・新森)
TEL:011-738-3363 FAX:011-738-1889

プログラム
公開は
9月下旬の
予定です



会場の様子(第32回)



特別講演の様子(第32回)



トークセッションの様子(第32回)



ポスター発表の様子(第31回)(写真：上)



写真左：BRT(連節バス)

写真右：オーブントップバス

編集後記 7月28日・29日に福岡市で開催された「第12回日本モビリティ・マネジメント会議」に出席してきました。同会議は、過度な自動車利用から公共交通などをかきこく、使う方向へと自発的に転換することを促すコミュニケーションを中心とした施策(略称MM)の実践例等の情報交換の場として定期的に開催されているもの。今回の開催地である福岡市では、国内でも珍しいオーブントップバスによる主要観光スポット巡りやBRT(連節バス)の試験運行が行われています。初めて乗る両車両に、とても心躍りしました。あっバスマニアではないですよ。笑(MJK)



dec monthly

2017.8.1 vol.383 デックマンスリー



● Monthly Topic (マンズリートピック)
広域観光周遊ルート形成促進事業における decの取り組み報告

● dec Report (デックリポート)
「スイスモビリティ」を北海道へ

dec Interview >>> 北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 教授 伊藤 直哉 氏



近年、日本企業の間で浸透しつつあるCSR(Corporate Social Responsibility:企業の社会的責任)。今では名だたる企業の多くが毎年、「CSRレポート」を発表し、社会の一員としてのさまざまな取り組みを発信しています。では、北海道では、国際広報論が専門で、北海道CSR研究会の設立メンバーでもある伊藤直哉氏にお聞きしました。

昨年3月、「CSRシンポジウム〜雪かきボランティアから北海道におけるCSRの今後の展開を考える」(dec主催)で道内企業のCSR活動の現状についてご講演くださいました。幅広くご活躍ですが、ご研究の領域や中心テーマについてご教示ください。

専門は「企業など事業体のコミュニケーション戦略」を中心にした広報・マーケティング論です。企業は広告などさまざまな戦略を立てて社会に向けて情報発信をしますが、対外関係で生じる課題を解決し、社会との関係を良好にすることが「広報」ですから、コミュニケーションの面だけでなく、商品、サービスそのものやトップ・マネジメントを含む事業体の全体が研究対象になります。

ベルギーのルーヴァン・カトリック大学で博士課程を過ごしましたが、このときのテーマは「地域のコミュニケーション」でした。ベルギーは多民族国家で3つの地域政府があり、言語も多様。私はフランダース政府から奨学金を得て学び、現地

の第一外国語はオランダ語、学位論文の言語はフランス語という具合でした。このような地域の多層性をコミュニケーションという観点から徹底的に研究したいというのがベルギー留学の動機です。

現在の研究も地域や地域戦略に即して企業などの組織、業界を見るというスタンスです。特に北海道は、経済構造、自然環境、人間関係のいずれも東京とは大きく異なり、極めて特殊な地域です。欧米で主流となっている経営理論や手法が適用できるようなグローバル企業は少なく、ユニバーサル型のマーケティング理論の教科書はあまり通用しません。私の場合、現在の活動の7、8割は北海道へのアプローチで、この地域の発展の可能性を追求していきたいと思っています。ただ、「発展」とは、何を指すかは難しい問題ですが(笑)。

「CSR」という言葉は近年、新聞紙上などでよく登場するようになりましたが、一般の人にはまだ耳なじみのない言葉です。その意味と重要性をどう理解したらいいでしょう。

CSRの訳語として「企業の社会的責任」とされることは多いのですが、1960、70年代に公害問題の深刻化から盛んに論議された「企業の社会的責任論」とは全く流れを異にするものです。混同を避けるためにも「企業の社会的貢献」と呼んだ方がよいでしょう。

CSRの原点は「あなたも私も同じ社会のメンバー。だから、社会のために

近江商人の「三方よし」の二つ「世間よし」は、立派な日本版CSRの出発点。だからCSRにビジネス規模は関係なし。北海道最大の課題は、道民の消費意識のシフトです。

dec Interview

いとう なおや
1958年東京都生まれ。92年ルーヴァン・カトリック大学(ベルギー)博士課程修了。同大学高等社会学研究所研究員などを経て94年北海道大学大学院国際広報メディア研究科助教授。2007年同大学院改組によりメディア・コミュニケーション研究准教授、09年より現職。専門は広報・マーケティング論、情報戦略論、観光情報学。共著に「観光情報学入門」ほか。

やらなければならないことを役割分担しましょう」ということ。法律による規制や宗教的な理念ではなく、それぞれが自ら目標を設定し、実践しようということです。企業、行政、消費者それぞれに得意な貢献の仕方があるわけで、企業は資金力や企画力などで、消費者は購買行動などを通じて社会に貢献できるはずです。

日本のCSRの取り組みは2003年ごろ、日本経団連が企業のグローバル化を背景に欧米企業の先例に学び、CSR推進を提言したところからスタートしました。その後、大手企業を中心に導入が本格化し、2006年がCSR元年と言われています。

当初、ブランド戦略と同様にCSRを差別化戦略と捉える企業も多かったのですが、10年余りを経て、CSRは企業が社会で持続的に活動するための重要な経営課題と理解されるようになってきました。企業が「社会に役立つ」という視点で頑張るようになってきたことは健全で喜ばしいことではないでしょうか。企業から始まったCSRは、最近では社会全体に影響を及ぼすようになってきました。

では、北海道におけるCSRの動向や可能性はどうでしょうか。

東京に比べて、北海道には4、5年遅れでCSRの動きが見られるようになってきました。北海道経済連合会や札幌商工会議所など経済団体を中心に議論や情報交換が行われてきましたが、事業規模の小さな企業が多い道内ではCSRに絞った勉強会などには参加者が集まりにくいという話を聞きます。

しかし、CSRは事業体の大小とは関係がないのです。例えば、札幌のそば店チェーンの経営者が「うちの関係がない」と言うので、私は「そばを食べ終わったお客に『毎度ありがとうございます』と言うことが、すでにCSRの出発点ですよ」と話したことがあります。社会的な評価(レピュテーション)を上げようとメッセージを出すことはすでにCSRであり、さらにこれが行動になれば、姿勢はもっと明確です。店の前だけでなく次の交差点まで、はき掃除の範囲を広げてみる。地域がきれいに、元気になれば、いつか自分の店の売り上げも上がるという好循環を想像し、そうした広

い社会の循環やそのなかで自分が入っていることを信じてあげることができれば、CSRは自分の問題だと実感されます。

しかし、この循環の輪は、実際にはいろんなところで分断されてしまうわけで、その最たる原因は消費者ですね。北海道の消費者の財布のヒモのかたさは全国でもトップクラス。価格が1円でも安ければ、そちらを選ぶということで、知的財産に対する評価や環境に配慮した消費には結びつきにくい。これには所得の問題だけでなく、情報提供の面でメディアにも責任があるでしょう。消費者意識を変えていくことは私自身の大きな課題の一つだと思っています。

北海道CSR研究会では、北海道の現状に即したCSRが模索、実践されてきました。雪かきボランティアなどで企業連携型CSRが定着しつつあります。

中小企業でも参加可能なCSRを考えると、2010年に発足したのが北海道CSR研究会です。理論の勉強や実践、普及啓発などを目的とし、プラットフォームとなるメンバーリストをつくっていますが、現在、約70社が参加しています。年数回、勉強会を行うほか、CSR事業への協力呼びかけなど情報交換をしています。中心に活動を行っているのは北海道コカ・コーラボトリング(株)、㈱リコー、KDDI(株)など30社ほどで、実践活動では大通の清掃や雪かきなどを行っています。雪かきツアーの企業連携プロジェクトは「ボランティア活動による広域交流イノベーション推進研究会」(事務局:dec)の取り組みのなかで、13年に開催以来、継続して行われてきました。

CSRを実践するなかで、よく議論されるのは効果についてです。これは5年、10年、継続するなかで見えてくるもので、仮に業績が向上してもCSR効果であると検証できるかどうか、明確な分析手法はありません。ただ、これからの社会はいろいろな立場が役割分担しなければ回っていかないということは確かであり、企業にはCSRを参加型中長期プロジェクトと位置づける姿勢が必要だと思えます。

今後、道内でCSRが浸透していくためには、何が重要だと思われるでしょうか。

私は、社会や組織の分析ツールとして米国の政治学者パットナムの「社会関係資本」(social capital)に着目してきたのですが、これは社会のなかで「ネットワーク」(「一般的」信頼、「互酬性」の規範)が向上すれば、人々の自発的協調性が高まるという考え方です。パットナムは社会関係資本の分類基準として結束(bonding)型と橋渡し(bridging)型を挙げています。前者は、地縁など同質的なグループのなかでの仲間うちの結束、後者は異なるグループを結びつける橋渡しが行われる関係を表していますが、日本の社会や企業の特徴は結束型が非常に強いことです。

日本企業の多くは家族的、ムラ的な結束によって鉄壁のマネジメント管理をし、品質を高めて世界競争に打ち勝ってきました。欧米では、基本的に橋渡し型でビジネスが展開され、ゲールなどIT企業をはじめとするサクセス・ストーリーがたくさんあります。トヨタのように結束型で成功を収めている日本企業がある一方、結束型は企業不祥事が起こりやすいなどのリスクが高い。要は2つのタイプのバランスが重要なのです。

実は、北海道は国内でも特に結束型の強い土地柄です。ビジネスやCSRを展開していくためには、橋渡し型の強化、つまり、多様で異なる関係を含む、より広い社会的つながりに対する信頼度を高めていく必要があります。そうではないと「おまえ、仲間だろう」と親しく肩を組める人とはビジネスがスムーズにできても、そうでない人とはできない、ということになる。

どうしたら結束型のよい部分を伸ばしつつ、橋渡し型の可能性を開いていくか。それを考えることが最大の課題ですが、北海道の大多数の企業や消費者の現状を見ると、まずは仲間として呼びかけてつながり合い、CSRの輪のなかに入ってもらうことが先決ではないかと思っています。



道内企業連携による雪かきボランティア(2016年2月3日笠布)

広域観光周遊ルート形成促進事業におけるdecの取り組み報告 「日本のてっぺん。」を世界水準のディステーション -“The Top of Japan”-へ

広域観光周遊ルート形成促進事業は、テーマ性・ストーリー性を有する魅力ある観光地域をネットワーク化し、訪日外国人旅行者の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成することにより、訪日外国人旅行者の周遊の促進による地域の活性化を図ることを目的とする(『広域観光周遊ルート形成促進事業実施要綱』、平成27年4月観光庁新規策定)。

このような大きな目的を掲げている我が国の観光政策の下、現在、全国11ルート(平成27年度7ルート、平成28年度4ルート)における市場把握調査や旅行商品の新規開発、諸外国へのPRなどさまざまな取り組みが精力的に展開されています。そこで、本報告では、平成28年度にルート指定(北海道では、「ひがし北・海・道」に次ぎ2ルート目)を受けた「日本のてっぺん。きた北海道ルート」における当社での取り組み報告をいたします。

「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」の世界水準の観光地へ

まず、「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」のあらましです。このルートは、北海道の観光・インバウンドの一大拠点である札幌・旭川を含む、道北全体を網羅するエリアの観光地ネットワークを指しています。エリア内には、南は千歳市から北は稚内市までの14の広域観光拠点地区があり、北海道観光の大きな魅力のひとつである利尻島・礼文島・天売島・焼尻島も含まれます。このエリアにはかけがえのない北海道ならではの自然と雄大さを携え、特色ある観光周遊エリアへとより成熟されることが期待されています。そして、成熟の到達点はまさに「世界水準の観光地」です。

しかしながら、二次交通、宿泊施設等について脆弱さは否めなく、インバウンド受入体制が未整備である地域もあり、乗り越えるべき課題は多いところですが、道産子であっても観光地の二の手に挙げられる地域は、観光地として消費され尽くされていない地域とも換言でき、「世界水準」への可能性は無尽大です。

広域観光周遊ルートの形成には、広域的な視点からの景観づくり・地域づくり・観光空間づくりを旨とする「シーニックバイウェイ北海道」が重要な役割を果たせると認識しています。「日本のてっぺん。きた北海道ルート」上では、宗谷シーニックバイウェイ、天塩川流域ミュージアムパークウェイ(候補ルート:以下略)、萌える天北オロロンルート、大雪・富良野ルート、支笏洞爺ニセコルート、札幌シーニックバイウェイが位置し、



それぞれ継続的な活動を行ってきました。

次ページからは、宗谷シーニックバイウェイと天塩川流域ミュージアムパークウェイのこれまでの活動を紹介します。広域観光周遊ルート形成の過程における当社の取り組みを振り返りたいと思います。

「きた北海道エコ・モビリティ」の推進

「エコ・モビリティ」とは？

きた北海道エリアは、雄大な自然を活用したサイクリング、フットパス、シーカヤック等のアクティビティ体験が各地で実施されています。しかし、これらは、それぞれの地域・区間で完結している上、先述の通り、二次交通の脆弱さも旅行者の誘致において後塵を拝している現状です。そこで、これらのアクティビティをつなぎ合わせることで、旅行者が自由に移動手段を選択し、目的地までの移動自体を楽しむ新たな旅～きた北海道エコ・モビリティへの取り組みを、2015年から両ルートで連携しながら、積極的に推進してきました。

この取り組みのお手本であるスイスでは「スイス・モビリティ」と呼ばれ、政府、民間企業、交通機関等が連携し、国内全域に自転車やカヌー、インラインスケート、フットパス等のルートを設定しています。案内サインの設置やルートマップ(写真左)、多言語のウェブサイト、手荷物の輸送等を整備しているため、旅行者は自転車・カヌー・インラインスケート・トレッキング等の人々による移動と公共交通を自由に組み合わせながら、スイスの大自然を手軽に堪能できるようになっています。

これまでの取り組み～基礎調査・受入環境整備・モデルルートの試行期～

＜宗谷版エコ・モビリティの推進＞

宗谷シーニックバイウェイは、スイスの雄大な自然環境と「何も無い」ことを逆手にとった観光戦略に共通項と宗谷地域の潜在的な可能性を見出し、宗谷の新しい観光スタイル～宗谷版エコ・モビリティの開発に向け、様々な取り組みを展開しています。

特筆すべき取り組みとしては、2015年度はスイス・モビリティの本場スイス・ツェルマットへの視察(写真01)、2016年度は利尻島における路線バスへの自転車積込実験(写真02)や島内レンタサイクル乗り捨て実証実験、天塩川流域ミュージアムパークウェイとの超広域連携事業～きた北海道エコ・モ

ビリティ(次項にて詳述)を進めております。

＜天塩川版エコ・モビリティの推進＞

北海道遺産「天塩川」やフィッシングの聖地である「朱鞠内湖」を有するなど、豊かな自然環境に恵まれ、これまで観光開発が進んでいなかったこのエリアだからこそ、旅人は手軽に本格的なアクティビティ(遊び)を楽しむことができると考えます。情報過多な日常の社会環境から離れ、不便にも思えるようなスロウな環境(二次交通の脆弱さ、電波不通、コンビニ等の散居性等)に魅力を感じ、自然にどっぷり浸かって遊びに集中できる時間を堪能する「魅力的な不便」を味わうと共に、本物の遊びを体験できる「手軽な本格」を提供する「スロウ・モビリティ」ツアーの実施(写真03)、地元木材を活用したオリジナルサイクルラックを、ルート内で線で結ぶように設置するなど、ルート内での連携を深めているところです。また、道外・海外からの観光客を対象に、雪に触れて楽しんでもらうための冬のマウンテンバイクツアーなども取り組んでいます。

今年度の取り組み～商品開発・ブランド化推進期～

宗谷シーニックバイウェイでの取り組みが3年目に突入した2017年度は、エコ・モビリティの適地(モデル地区)を集中的にPR・環境整備を推進し、エコ・モビリティ観光を牽引する地域として育て、ブランド化を推進することを目標としています。モデル地区として、島を一周できる大規模自転車道、シーカヤックなどのガイドサービスが充実している「利尻島」を選定。路線バスへの自転車積込も可能な島内一日利用バスの販売、サイクリストへの利尻島PRも兼ねた利尻島サイクリングコースの愛称募集(全国から約450件もの応募があった)、札幌のサイクリストを対象とした都市間バスを活用した1泊3日の利尻島サイクルツアー商品販売(写真右図)といった、宗谷版エコ・モビリティの商品化・ブランド化を実践的に推進しています。■



都市間バスを活用した1泊3日の利尻島サイクルツアー



写真01: スイス・モビリティの本場スイス・ツェルマットへの視察
写真02: 利尻島における路線バスへの自転車積込実験
写真03: 自転車とカヌーやフットパスを組み合わせた少しゆったりした体験型ツアー

宗谷シーニックバイウェイと天塩川流域ミュージアムパークウェイの超広域連携

天塩川流域ミュージアムパークウェイでは、地域毎に、手軽に楽しめるサイクリングコースの設定と、マップの作成やSNS等を活用した情報発信の充実を図りつつ、初イベントにして約180名もの参加者を集めた剣淵町を中心とした1市3町連携のサイクリングの実施など、自転車に関する動きに勢いを見せているところです。また、受入態勢の強化を図ることを目的に、ロコサイクルガイドの育成のための講習会を開催(写真右)するなど、様々な視点でエコ・モビリティの取り組みを推進しています。



ロコサイクルガイドによるイベント「ゆるゆる遠州ガイド」より、講師をお招きして、イベント運営の考え方やガイドの心得、実走しながらのガイドなどについてレクチャーいただきました。



道北13市町村を跨ぐ1級水系である天塩川の活用は、きた北海道エコ・モビリティの実現に向け必要不可欠な要素であり、宗谷シーニックバイウェイと天塩川流域ミュージアムパークウェイとの広域的な連携が積極的に進められています。

両ルートによる「超広域」な連携は、旅の多様性と選択肢、地域資源の顕在化と最大化がより拡大されと期待されます。言うならば、「道(みち)と川」との連携であり、そこに「人」が関わることで、自然の良さをそのままに美しい景観や心地よい空間が形成されているように思われます。現在でも広域であるこの2ルートのエリアに加え、旭川を含めたより広域なエリアの取り組みと

して、旭川を出発して3日間、日本の最北の地である稚内の宗谷岬まで、自分の自転車約315kmを走りきるイベント「TEPPEN-RIDE」が大きな注目を浴びています。豊富な地域資源を巡りながら、美しい風景と心地よい風、ここにしかない食を堪能する魅力的な旅です。

今後は、この広大なエリアの地域特性を十分に活用しながら、ここでの人との繋がりを大切に、エリア内の資源を繋げ、道内外及び海外からの観光客を意識した、より広域的な観光周遊ルートの商品づくりを目指す地域の取り組みを、我々も応援していきたいと思えます。是非、日本最北端のエリア「きた北海道」での旅をお楽しみください。

お知らせ
札幌発着1泊3日 夜行バスで行く!
利尻島サイクルツアー 参加者募集

期間: 9月22日(金)～24日(日)
旅行代金: 34,500円(お一人様)



★詳しくは、「シーニックバイウェイ支援センターHP」→
<http://www.scenicbyway.jp/topic/11968.html>

きた北海道エコ・モビリティ

[URL] <http://northernhokkaido-ecomobility.jp/>

エリア内のアクティビティと遊び方、イベント情報などを紹介しています。是非ご覧ください。

「TEPPEN-RIDE 2017」
(9月1日～3日)の実際の様子を公開しています!

「スイスモビリティ」を北海道へ

原 文宏 [地域政策研究所 所長]

スイスでは、人力で移動するハイキング、サイクリング、マウンテンバイク、カヌー、インラインスケートの5つのスポーツアクティビティと公共交通機関を自由に組み合わせて楽しむ、新しい旅のスタイルを「スイスモビリティ」と称して実施されています。スイス政府観光局によれば、スイスモビリティによって、年間330億円~550億円程度(1スイスフラン=110円)の経済効果があると推計しています。昨年9月に、シーニックバイウェイ支援センター、十勝シーニックバイウェイ トカプチ雄大空間、天塩川流域ミュージアムパークウェイ等のメンバーも参加して実施した現地調査結果をもとに、その概要を簡単に紹介します。



マウンテンバイクコース

スイス全体がフィールド

スイスモビリティのコースは、総延長20,000kmにおよびますが、大きく2つに分かれています。日本でいう「県」に相当する行政区をスイスでは「カントン」といいます。複数のカントンを通るルートは「ナショナルルート」、主にカントン内で延長45km以下のルートを「リージョナルルート」としています。各コースは、1日単位行程が分割されており、例えばサイクリングルート8,500kmは、225日に分割されて、各日の出発点と到着点には公共交通との接続のある場所が設定されています。



ルートや、サイン等による案内表示がわかりやすい

各ルートには、共通のロゴと各アクティビティのイメージ、ルート番号のサインが配置されていて、ガイド等がいなくても、楽しめるように整備されています。例えば、サイクリングルートは、ルート番号と自転車のピクトグラムで表現された統一標識が、民有地を含めてきめ細かく設置されています。

実際に「ルート5」を50kmほどサイクリングしてみましたが、全く迷うことなく、途中の風景を楽しみながら、目的地に到着することができました。ですから、設置されている標識の枚数はおびただしい数です。でも、サイズが小さくデザインが

スイス全土に張り巡らされたサイクリングルート(ナショナルルート) ナショナルルートには、1番~9番までの一桁の番号がつけられています

| アクティビティ | ハイキング | サイクリング | マウンテンバイク | カヌー | インラインスケート |
|-----------|----------|----------|----------|--------|-----------|
| ナショナルルート | 6ルート | 9ルート | 3ルート | 1ルート | 3ルート |
| リージョナルルート | 6ルート | 9ルート | 3ルート | 1ルート | 3ルート |
| 総距離 | 約6,300km | 約8,500km | 約3,300km | 約330km | 約1,000km |



スイスモビリティのロゴ

シンプルなこと、民家の塀や倉庫の壁など既存施設にサイクリストの目線の高さぐらいに、貼るように設置されていて、景観的な阻害要素には感じませんでした。



ルート案内とサイン ルートの主要地点には、サインとともにマップも設置されています



民間の倉庫や塀などに設置されます



路面表示もあります

公共交通とアクティビティの連結性がとても高い

スイスでは、鉄道やバスへの自転車の持ち込み等も容易ですし、車両にはそのための場所や設備が整備されています。

レンタサイクルは、基本、鉄道駅構内で借りたり、返したり、一時預けも可能です。今回の調査でも、移動中のスイス鉄道(SBB)の車中、駅構内で自転車を持った多くのサイクリストを見ましたし、我々のレンタサイクルも、鉄道駅で切符を買うように借りることができました。宿泊地の駅で、自転車を返すこともできます。

北海道に導入する場合にも、スイスのように公共交通拠点=アクティビティ拠点のような環境整備が重要ですが、大きな課題となりそうです。



上: 駅直結のレンタサイクルオフィス(ニューシャテル駅)乗り捨てできない駅もあるので、事前に調べておく必要がある。駅が拠点となるため、移動は非常に楽
左: 鉄道で自転車を移動。列車の中には自転車用のスペースもあります

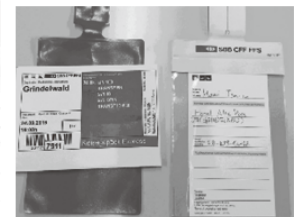


観光にともなう物流面のサポートもしっかりしています

人力による移動を楽しむスイスモビリティでは、大きな手荷物を携帯しながらの移動は困難です。そこで手荷物配送サービスや即日配達、駅留め、ホテルとの連携など、観光に伴う物流面のサポート体制が作られていました。

調査中、朝、荷物を出発地の鉄道駅から別送して次の宿泊地の駅止めにし、ウォーキングやカヌーを体験して最後は鉄道で宿泊地駅に着くと、駅で荷物を受け取ることができ、ホテルの送迎用の車で運んでもらうことができました。

また、帰国するときも出発地の鉄道駅で手荷物を預けると、成田空港で受け取ることができるサービスを利用したところ、スイスを出る前にさらにもう一度、このようなサービスが観光消費を高める結果を実験したしたいと思います。



駅留めの即日配達 荷物に着ける札は、2枚セット。左: 届け先(駅名)、右: 滞在先(ホテル名)が書かれたもの



自転車のまま、駅構内の売店で買い物

北海道らしいスイスモビリティを目指して

アクティビティと公共交通のシームレスな転換と移動、さらに荷物の即日配達サービスは、スポーツアクティビティを観光資源化する場合には欠かせないインフラであることを再認識しました。

現在、我が国では、長野県も導入に向けた取り組みを行っています。北海道では、当センターが中心になって研究会を設置して、道北地域をモデル地域として実証を行いながら、仕組みづくりに取り組んでいます。

スイスの国土面積は日本の九州ぐらいですが、外国人だけで年間900万人超の観光客がおとずれています。陸続きと島国という地理的条件の違いは大きいとは思いますが、北海道は昨年ほじめて200万人を超えた程度ですので、まだまだ増加の余地はありそうです。

ただし、「数」を追うのではなく、そろそろ観光の質に重きを置くべきだと考



ガイド付きのカヌーツーリング

えており、観光客の満足度、リピート率、一人当たり観光消費額などを確認しながら、少しずつ北海道らしいスイスモビリティを具現化するための努力を続けている所です。