

スポーツツーリズムによる地域活性 ～ニセコ及び美唄市における取り組みについて～

株式会社 ARCH・ヒーロー北海道 代表取締役
高橋 幸博



「スポーツツーリズム」という言葉を耳にするようになったのは、ここ数年ではないだろうか？ スポーツツーリズムとは、コトバンクによると“プロスポーツの観戦者やスポーツイベントの参加者と開催地周辺の観光とを融合させ、交流人口の拡大や地域経済への波及効果などを目指す取り組み。観光庁が「観光立国戦略」の一環として着目し、2012年4月には産学官の連携組織の日本スポーツツーリズム推進機構が設立された。政府の成長戦略「日本再興戦略」でも、「世界の多くの人々を地域に呼び込む社会」の重要施策の代表例として明示されている。”と説明されている。

つまりはスポーツを目的とした旅行形態で、さらに目的地周辺の観光ともつなげていくことと言える。例えば飛行機に乗って居住地から離れたマラソン大会や自転車のレースに参加することや、自分の好きなプロサッカーチームを応援するために観戦ツアーに参加することである。

2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機としてスポーツツーリズムへの注目が全国的に高まっている中、北海道における取り組みについて紹介したい。

まずは、私が事業をしているニセコエリアについてである。

ニセコは北海道西部、積丹半島の南側に位置し、古くからスキーと温泉のまちとして親しまれてきた場所であるが、2000年以降、良質なパウダースノーを求めるオーストラリア

人スキー客が増え、急速に再開発が進んだ地域である。今では豪州だけでなく、欧米やアジアからもスキー客が多数訪れ、高級ホテルや別荘、コンドミニウムが建ち並ぶ世界的に有名なスノーリゾート地となっている。冬のスポーツツーリズムとしては、ニセコはむしろ成熟しており、15年前に比べると地域は活性化化したと言える。しかし、夏になると訪れる観光客も働くスタッフも激減し、夏と冬の対比があまりに大きい地域であった。



ニセコでのウィンタースポーツビジネスは成熟している

夏のニセコの気温は30度を超えることは数日しかなく、爽やかで大変過ごしやすい。宿泊施設も充実し、食べ物も美味しい。ニセコを通年型リゾートにするためには、夏のコンテンツを充実させる必要があった。そこで地域のコンドミニウムオーナーや不動産会社、宿泊施設の管理会社が目をつけたものの一つがサイクリングだ。

ニセコでサイクルツーリズムが本格的に始まったのは2008年頃からで、彼らが中心となり「Niseko Cycle Week」（ニセコサイクル

ウィーク)というイベントを立ち上げた。私自身も実行委員の一人となり、ニセコのサイクルツーリズムの始まりに携わることができた。その後も毎年何らかの自転車イベントを行い、スポーツサイクリングの普及を目指してきたニセコエリアは、地域住民や観光客がサイクリングを日常的に楽しむ場所となり、グリーンシーズンと呼ばれる春から秋頃までの時期には、多くのサイクリング客を目にするようになった。

今ではサイクリングを目的として、国内外からニセコを訪れる観光客が増えている。2014年に始まった自転車イベント「Niseko Classic (ニセコクラシック)」は2017年に第4回を迎え、UCI (国際自転車競技連合)の傘下にある公認市民レース、「UCI Gran Fondo World Series」(UCIグランfondワールドシリーズ)として成長している。

そうした中で、私は台湾のサイクリストの大きな団体の理事らと知り合うことになる。彼らは、北海道まで自身のスポーツバイクを持参して、サイクリング旅行をしていたのだ。台湾には世界的自転車メーカーGIANT (ジャイアント)があり、自転車で台湾を一周する「環島」がブームになるなど、サイクルツーリズムの先進国である。2013年にはベルギーのブリュッセルに本部を持つEuropean Cycling Federationが主催する自転車国際会議「Velocity Global」(ベロシティ・グローバル)がアジアで初開催された(台北市)。

私はその後も台湾に幾度となく渡り、彼らと交流してきた中で、彼らが北海道でどんなサイクリング旅行をしたいのか、どんなことを期待しているのかわかってきた。

台湾にはない広い道路での快適なロングライド、台湾と比べてずっと湿度の低い快適な気候や、北海道らしい景色を楽しみたい、そこならではの食べ物を味わい、まだ知られて

いない場所を訪れてみたい。こうした彼らの要望に応えたカスタマイズツアーを毎年行い、私も北海道各地を訪れるようになった(現在は関西・四国・九州まで足を伸ばすことも出てきた)。

そこでいつも驚かされるのは、それぞれにそこにしかない、とっておきの場所や、地域の美味しい食べ物があるにもかかわらず、残念ながらそれらが埋もれていることが多いことだ。知られていないし、知られるための仕組みがないのである。

ニセコのように、世界でも最高級とも評される雪質を求め世界中から人が押し寄せる地域であれば、もともとの知名度を利用し夏のマーケティングもしやすい。また、宣伝やマーケティングの仕組みも整っており、それに長けた人材も他の地域に比べるとずっと多い。

しかし多くの地域はそうではない。国内外の人たちに自分の土地を知ってもらうためのアクションが必要であるのに、なかなかその仕組みが整備されていない。

私の出身地である北海道美唄市もそんな場所の一つだ。サイクリストにとって美唄を含む空知地方の魅力の一つは、平らな地形とヨーロッパにも似たワイナリーが点在する田園風景にある。

私は地元の自治体に働きかけ、空知でのサイクルツーリズムを提案した。今から6年前、2012年のことである。それから美唄市長の高橋幹夫氏の賛同を得て、2013年にサイクルツーリズムそらち推進連絡会を近隣市町村と連携して立ち上げ、自分自身はアドバイザーという形でここに関わることができた。この推進連絡会の役割として大きかったのは、地域連携で初めて行われた「そらちグルメfond」の開催へとつながったことである。

マラソンは開催地一つのまちで完結することが多いが、自転車の場合、長距離のコース

特集／研修紹介 研修1 オリンピック・パラリンピックを契機とした地方創生



北海道空知地方でのサイクリング。ワイナリーが広がる田園風景は人気のコースだ



北海道空知地方で初めて開催されたサイクリングイベント「そらちグルメフォンド」(2014年)

だと100km以上になり、一つのまちではカバーしきれないため、自治体と自治体の連携が必要であった。地域の連携は、互いの足りない部分を補い合い、互いの強みをいかしたコースづくりにメリットがある。例えば、美唄市には宿泊施設が少ないため隣の岩見沢市の大きなホテルに協力をしてもらおうというように役割分担をする。グルメ+自転車のファンライド（レースなどではなく楽しんで走ること）なので、それぞれの地域の特産品や銘菓をエイドステーション（水分や食べ物を補給できるようコースの途中に設けた施設）に置く。こうして地域外から来た参加者たちに地域のことを知ってもらい、また訪れてもらうきっかけを作ることができたら、そして交流人口を増やすことができたら、地域が活性化することにつながる。

美唄市のサイクルツーリズムによるまちづくりは、市長自ら台湾までトップセールスに

行き、数年の間台湾のサイクリングイベントや旅行博に積極的に参加することで、2015年にはインセンティブツアー（報奨旅行）招致に成功した。台湾の大きな保険会社の社員旅行で、30日間にわたり延べ5,800人が「安田侃彫刻美術館アルテピアッツァ美唄」（安田氏は美唄市出身の世界的彫刻家）を訪れた。これが契機となりインバウンド観光事業の組み立てに結びついていく。

また、美唄市はサイクルツーリズムを通じたインバウンド観光だけでなく、台湾の大学生のインターンシップ受入れまで幅を広げて台湾との交流を行うことになった。

こちらのコーディネートについてもこれまで協力させていただき、4年目を迎えた2017年、美唄市と弊社で受け入れた学生は延べ33名になり、派遣元である、台湾の新竹市の中華大学観光学院と美唄市は2016年に包括協力提携を結び、2017年8月、弊社で迎えた台湾中華大学観光学院長をはじめ教授とその関係者、ご家族ら31名のツアーが札幌とニセコで1泊ずつ、美唄で2泊し、美唄市長はじめ地域の商工、観光協会、地元サイクリストたちと交流する時間をもった。

美唄市のサイクリングを通じたまちづくりはさらに続く。まず市内にある温泉宿泊施設「ゆ〜りん館」は、2018年夏にサイクルホテルをテーマにした宿泊棟を増築する。室内に自転車を持ち込めるようにサイクルラックを設置、修理スペースやサロンを用意するという。この費用には市の国内外観光客誘致対策事業予算を充てるということだ。そして地方創生加速化交付金を活用し、外国語の案内看板を市内に設置するなど、海外からのサイクリストの受入れも意識した環境整備に取り組んでいる。

さらに新しい試みとして、美唄市内だけを走る「びばいカントリーライド」という自転車イベントを2017年10月1日に初開催した。

コースは35km、70kmと、サイクリングイベントとしては短めの設定とし、走った後に美唄の食を味わいながら地域の人たちとのふれあいを楽しむイベントである。目的は美唄のファンを作ることにあった。

このイベントに先駆けて、2017年7月から9月まで10週にわたり、美唄市で「サイクリングガイド養成講座」を行った。プロのサイクリングガイドになるような講座ではなく、地域のサイクリストをボランティアサポートライダーに育成するためのものである。弊社ではサイクリングの基礎知識からメカニック、道路交通法やリスクマネジメントに至るまでの講義とワークショップ、実地研修を担当させてもらった。この講座は単にイベント運営のために必要なノウハウを共有して、市と市民で役割分担をすることだけが目的ではない。この講座を通じてイベントに関わることで、市民が他の地域活動にも関わっていくきっかけを作り、地域住民がおもてなしや受入れの体制を作ることも目的としており、実際大変有意義なものとなった。私自身も地域住民や地域のサイクリストたちと率直に意見や情報を交換し、共有することができて大変良かったと感じている。

「びばいカントリーライド」では、講座に参加したボランティアガイドたちが大活躍してくれた。彼らなくして、市外からのボラン



ボランティアガイド養成講座に参加してくれた地元のサイクリストたち
(地域のイベントで活躍してくれた方々)

ティアの指揮や動画撮影などの実施、パンク0という結果、そして参加者の高満足度はなかっただろう。

繰り返しの試走から、危険箇所を洗い出し（これは講座のリスクマネジメントが活かされた）、試走時のパンク経験（これも講座のパンク修理が役に立った）から開催前日には道路をほうきで掃き、小石やパンク要因を取り除くことまでしてくれた。

当日もおもてなしの心で115名の参加者を迎え、何よりも地元の市民がまちのイベントに積極的に参加するという大きな収穫を得ることができた。これは自転車イベントだけではなく、地域の他のイベントや観光にも応用できるはずである。

観光産業はいろいろな人を巻き込むことが重要で、地域の住民と連携することも情報収集や情報発信、ネットワーク拡大のために不可欠である。

これから地域でサイクルツーリズムに取り組もうという時は、まず自分の地域の中で自転車に乗る人を増やすことだ。実際に走って、わがまちのこの景色が素晴らしいとか、このスイーツ店に立ち寄って補給食にしたらいとか、この道路はでこぼこがありパンクリスクが高まる場所だとか、いい点も悪い点も地域の住民の目で洗い出して欲しい。

美唄市でも週に1、2回モーニングライドとして、サイクリングクラブや地元の愛好家と一緒に走り、定期的にワークショップも行ってきた。サイクリングをしながら地域を再発見する活動である。その結果を踏まえ、地元の声が反映されたサイクリングルートができあがった。15km、35km、70kmの3つのコースである（美唄市公式ホームページに掲載されている）。

ただ、美唄市や他の地域においても自転車

はビジネスとしてはまだ地元にお金落ちる仕組みになっていない。スキー場がある地域のスキービジネスとの大きな違いである。

私は自転車を活用した取り組みを、自治体が陥りがちな、補助金を入れる単なる観光イベントとしてサイクリングイベントをするだけではいけないと常々感じている。観光コンテンツとしての役割だけでなく、ビジネスとして成立させることが重要である。稼ぐ事業者がいなければ、事業の継続や人材の定着へのインセンティブが機能せず、一過性のイベントで終わってしまう。

また、自転車安全教育をすとかサイクリングルートを整備すとか、まちづくりのデザインをすることなどの社会貢献型の事業も含めないと持続やコンセンサスを得ることは難しい。独自性や商品作り、セールスが鍵だと感じる。

事故がないようにすることも大前提だ。道路交通上の安全、天候、パンクへの対応、補給食や補水——サイクルツーリズムは、スキーよりも入念な準備が必要である。さらに立場の違う人たちと複数のコンセプトをきちんと共有することも継続の秘訣だ。

そして、サイクルツーリズムには宿泊場所が重要となる。長期滞在となると、食もいろいろないと飽きられる。滞在時間を長くし、個人旅行で毎年リピートしてもらえるような仕組み作りが肝要になる。受け入れる側の人材育成もしなくてはならない。特に海外からの富裕層を相手にする場合は、語学、マーケティング、リスクマネジメント、ホスピタリティなどのあらゆる面において高い能力を持つ人材が必要となる。そうした人材を育成するとしたら、少なくとも数年はかかるだろう。そうでなくても観光産業は人材不足の傾向にあると感じている。それならば、毎年数千人規模の外国人スタッフを受け入れているニセ

コのように、海外から経験のある人を雇用する方法もある。ただし外国人を雇うには制限もあり、彼らをマネジメントできる人材も必要になってくる。いずれにしても観光産業の人材育成は急務であると感じるところだ。

サイクルツーリズムにおいて、地域ブランドなどが定着すれば、人はそこを目指してやってくる。国内外から人がやってくれば、いろいろと変化がうまれる。

富裕層観光というのは次のビジネスを押し力がある。実際台湾から来るサイクリングツアーのグループは、自転車仲間でありながら、実はその交流を通して互いのビジネスを発展させていることが多く見られる。サイクリングツアーで日本に来た台湾の投資会社社長が、札幌のラーメンやスープカレーに関心を持ち、それがその飲食会社の台湾進出に結びついたこともある。もちろん、彼らは純粋に地域の人たちとの交流も楽しみ、例えば地域のサイクリストたちと一緒に走る機会を作れば、本当に喜んでもらえる。団体で決まったコースに行く観光とは全く異なる経験ができ、団体旅行ではなかなか交流することのない人たちとふれあい、目に留まる場所があれば予定を変えて立ち寄ることができる。「交流」こそがサイクリングツアーの醍醐味と言えよう。

広域で多数の拠点をつなぐ現状の富裕層向けサイクルツーリズムは、既存のインバウンド観光を超えた、広域での連携と、観光産業の人材を含めた地元住民の受入れ体制が肝になる。

ニセコにおいては、冬のスキー、夏のラフティング・サイクリングともに外国人により先導されて生み出された新しいタイプの観光事業として高い評価を受け、模範とされている部分があるのは事実である。しかしながら、同じ富裕層を相手にしても、スキー場で楽し

むスキーと、一般道を走るサイクルツーリズムは大きく違ってくる。確かに、スキー場という特定の空間がないと、何を売り出すのが難しい。その点で考えると、カナダのウィスラーブラッコムスキー場などにおいて、夏場にスキー場を使ってマウンテンバイクコースを創り展開するのは、スキーと同じ構造となり効率がずっとよくなる。ウィスラーを参考に、ニセコエリアでも、スキー場を利用してマウンテンバイクのコースができた。しかし冬・夏を通じてのオールシーズンの雇用を目的としたサイクルツーリズム事業という点に関しては、まだ道半ばである。

北海道で言えば、サイクルツーリズムはフランスのブランディングに学ぶところが大きいのではと感じている。ツール・ド・フランスはパリを中心に地方の食、農景観、城、ホテルを上手にルートに取り入れ、DMO^{*}と呼ぶにふさわしい価値共有と地方マーケティングをしている。

皆さんが想像する以上に世界ではサイクリストが増えている。アジアでは台湾やタイが牽引役となり、中国でもサイクルツーリズムの波が来ているようだ。

日本の津々浦々のコンテンツを楽しむことができる「JAPAN CYCLING」のブランドは東京オリンピック・パラリンピックを機会に見直され、世界で人気が出てくるのではないかと思う。本当の地域活性化とは、雇用が作られ、人口が増え、土地の価値が上がること。もっと平たく言ってしまえば「まち」が稼ぐことである。今後も益々多くの自治体がサイクルツーリズム・スポーツツーリズムに取り組んでいくだろう。国、地方自治体、観光事業者、産業に関わる方々はできるだけ早く地域ブランディングをDMOとして整理し、狙うマーケットを共有し、地域が稼ぐ事業として

サイクルツーリズムを利用させていただきたいと思う。この好機を地方のサイクリング愛好家とともに地方のビジネスにいかしたい。

* Destination Management Organizationの略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人を指す。

著者略歴

高橋 幸博（たかはし・ゆきひろ）

北海道美唄市出身。2007年にインターナショナルスキー&サイクリングガイド事業を手掛ける株式会社ARCH・ヒーロー北海道を立ち上げ、台湾、香港、シンガポール、タイ、オーストラリア、アメリカなど海外に向けた日本のサイクリングブランド発信を絡めた海外プロモーション事業を多数プロデュースする。スポーツツーリズムが果たす地方の観光ブランド作りとネットワーク作りから起きる地方創生に関連した講演、フォーラム、勉強会に多数招かれ、業界紙、インターネット記事でも数多く紹介されている。

「大村湾ZEKKEIライド」公式アドバイザー、サイクルツーリズム北海道推進連絡協議会推進メンバー、インバウンド地域振興プロデューサー（経済産業省）、インターナショナルサイクリングツアーガイド、インターナショナルスキーコーチ。