



サウンディングロケット「MOMO」
写真提供：インターステラテクノロジズ(株)



北海道経済連合会 副会長
大西 雅之
鶴雅ホールディングス株式会社
代表取締役社長

道経連会報 No.250 CONTENTS

巻頭言	1
特集 大樹町新射場レポート	2
第43回定時総会	17
第43回定時総会記念講演会	39
道経連カレンダー	49
北海道150年事業応援企画 松浦武四郎パネル展	50
常任理事会レポート	51
北海道150年事業応援企画 特別講演会	53
特集 ハワイ州友好提携調印式典	61
駐日カナダ特命全権大使ご来会	65
委員会等の動き	67
がんばる女性を応援する企業	70
会員企業紹介	73
会員の異動	75
新会員企業紹介	77
グループ活動報告	80
人事・労務相談日	85
北海道の経済動向	86
事務局人事	88
まち探訪 (シリーズ20)	89
シーニックバイウェイ	92

北海道観光の未来

安倍晋三総理が議長になられた「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」に委員のひとりとして参加した。策定された観光ビジョンでは、訪日観光客数を2020年に4千万人に、2030年に6千万人にするという意欲的な目標が設定された。実現すると世界でもトップクラスの観光大国になる。事前の想定を超える高い目標値に当初戸惑いもあったが、「観光をGDP600兆円への成長エンジンとして期待する。キーワードは地方(への拡大)と消費(単価アップ)。従来の発想に囚われず、出来ることはなんでもする。」との総理の言葉に深い感銘を覚えた。

これを受けて、高橋はるみ知事も、2020年に道の訪日観光客数の目標を500万人に増やすと発表された。「国の1割は北海道の役割」と自ら公言されていたノルマを超える目標に観光に賭ける知事の強い決意を感じた。新キャッチフレーズである「その先の、道へ。北海道」は、正に「地方への拡大」であり、その目指す先に黄金に輝く北海道の未来があると確信する。

日本在住の実業家 デービッド アトキンソン氏は、観光立国には『気候』『自然』『文化』『食事』の4条件が必要と指摘した。北海道に当てはめると、歴史が浅い、『文化』が弱いと思われがちだが、近年、アイヌ文化がクローズアップされることにより、決してそうではないと思うようになってきた。

新たな目標値について

安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

	(2012年)	(2015年)
・訪日外国人旅行者数は、 2倍増の約2000万人 に	836万人	⇒ 1974万人
・訪日外国人旅行消費額は、 3倍増の約3.5兆円 に	1兆846億円	⇒ 3兆4771億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数	2020年： 4,000万人 <small>(2015年の約2倍)</small>	2030年： 6,000万人 <small>(2015年の約3倍)</small>
訪日外国人旅行消費額	2020年： 8兆円 <small>(2015年の2倍超)</small>	2030年： 15兆円 <small>(2015年の4倍超)</small>
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： 7,000万人泊 <small>(2015年の3倍弱)</small>	2030年： 1億3,000万人泊 <small>(2015年の5倍超)</small>
外国人リピーター数	2020年： 2,400万人 <small>(2015年の約2倍)</small>	2030年： 3,600万人 <small>(2015年の約3倍)</small>
日本人国内旅行消費額	2020年： 21兆円 <small>(最近5年間の平均から約5%増)</small>	2030年： 22兆円 <small>(最近5年間の平均から約10%増)</small>

東日本大震災の直後に、アイヌの長老に呼ばれ、「あなたはこのマチのリーダーなのだからこのことをよく覚えておきなさい」と言われた。「今回の大災害は天災ではなく明らかに人災である」「我々アイヌは天の神を敬って生きているけれど、その敬いの心の8割は畏れなのだ。この畏れを失ったらもっと大きな災害が押し寄せてくるだろう」と。

アイヌ政策推進会議で、ある委員から「もし、この北海道にアイヌ民族がいなかったらとを考えてみてください」と問いかけられて、改めてアイヌ文化があることの幸せを強く実感した。アイヌの死生観、生活感、自然との共存などは現代社会が失った価値観そのものではないか。「先進国家における進歩」とは何であるか



まりもを還す儀式

を考えさせられる。

「イランカラテ」(あなたの心にそっと触れさせて下さい)のご挨拶もかなり浸透してきた。次は動機付けとなるメッセージが重要だ。『悠久の大地・北海道を訪れて、先住民の英知に触れ、もう一度人生を見つめ直してみませんか!』というキャッチフレーズを広めていきたい。



まりも祭り