株式会社KBS創研
KBSは「HANDS ON 型」で、観光・サービス業界の経営を支援します。

経営に関する難題解決の事例や手法、働く人々の思いや業界最新情報を共有する月刊紙

Together

2013.2 No.106
http://www.kbsbiz.com/

おかげさまで10周年。KBS創研は、知識［Knowledge］と行動［Behavior］で問題解決［Solution］を支援します。

二十四節気 2月4日は立春。暦の上では春を迎えますが、今年は特に寒い日が続いていますので、春の気配を感じるのはまだまだ先になりそうです。観光もオフシーズンの所が多いですが、これから需要が高まる春の観光シーズンに向けてしっかり準備をしておきたい時期ですね。体が資本の観光業界、寒さを乗り越えて頑張りましょう！

株式会社KBS創研　営業支援部　竹腰 幸司

特集 KBS秋の研修旅行 金沢の旅（前編）

昨年の11月、KBS創研では秋の研修旅行として1泊2日の金沢旅行に行って参りました。観光業界のコンサルタントとして、観光の現場を知ることは非常に重要ですが、普段なかなか消費者として観光地を訪れる事ができないため、KBSではこうした研修旅行を不定期に企画しております。また、普段、西へ、東へ移動しながらバラバラに仕事をしているメンバーが揃い、コミュニケーションを図る貴重な機会でもあります。ただし、単なる慰安旅行ではなく、旅を楽しみながらも、観光事業者や地域の方々からヒアリングを行う事で「観光を考える」旅となるように心がけております。

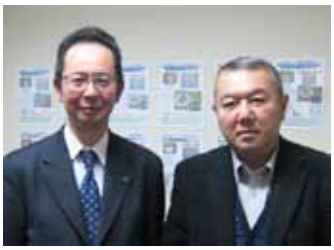
「雪吊り」で冬支度を始めた兼六園を散策

そんなKBSの研修旅行ですが、今回の行き先は金沢！言わずと知れた観光都市ですが、2015年には北陸新幹線の開業が予定され、東京を始めとした関東圏からアクセスが便利になることで、観光客の増加に期待が高まる注目の都市でもあります。その旅の様子を、今月のTogetherから2回に別けてご紹介したいと思います。

兼六園を金沢観光のプラットフォームへ！

株式会社見城亭 馬場社長に聞く

見城亭 馬場社長（左）と
当社代表小泉（右）



今回の旅でKBSに金沢の観光の現在を教えて下さったのは、金沢の観光の中心地である『兼六園』にて大正2年からお茶屋を営む、兼見御亭グループ・株式会社見城亭の馬場社長です。馬場社長は今回のために、私達に金沢の観光動向と、同社や地域の取り組みをわかりやすく解説して下さいました。

●兼六園の観光事業関係者が一堂に会し、地域と未来について議論を行う場の設置を呼びかけ

長引く不況や、東日本大震災の影響など、近年の観光業界は厳しい外部環境に置かれています。日本有数の観光都市である金沢においても例外ではなく、統計から見る金沢の入り込み観光客数はほぼ横ばい、兼六園に関しては有料入場者の減少傾向が続いています。

兼六園の敷地内で商売が許されている 12 軒のお茶屋さんも「これまでは黙っていても人が来た」という状況から「いかに兼六園まで足を運んでもらうか、人が増えなければ個別の店の売上も増えない」とう共通の危機意識を持ち始めていました。

そうした中、兼六園の 12 軒のお茶屋でつくる「協同組合兼六園観光協会」の理事長を務める見城亭の馬場社長は、昨年の 10 月に兼六園の歴史上初めて、兼六園の観光事業関係者が一堂に会し兼六園の地域と未来について議論を行う場として『兼六園と地域の未来をつくる会』の設置を呼びかけました。

もともと、兼六園の観光に関わる団体は、管理する金沢城・兼六園管理事務所をはじめ、県や金沢市の観光担当部局、旅行会社などの多岐にわたっており、独自にイベントの企画や PR 活動を行ってきた経緯がありました。そのため、せっかく観光客が訪れても、兼六園のライトアップをしている事を知らない、あるいはライトアップを見に来たのに、帰りのバスが無いなどの、観光客にとって不親切な事態が起こっていました。

『兼六園と地域の未来をつくる会』では、金沢の観光の中心地である兼六園が「観光プラットフォーム」となるべく、個別事業者同士の連携を強化、情報発信を一元化することで、それに関わる個別事業者のサービスの底上げと発展を目指しているとの事です。

兼見御亭（けんけんおちん）
旅にかかせないその土地ならではのお料理とおみやげ。兼見御亭 2 階『夕月亭』では金沢の食材をふんだんに使った『金沢料理』を、1 階売店には金沢限定やこだわりのおみやげをそろえています。

茶屋 見城亭（ちゃや けんじょうてい）
兼六園の入口のひとつ桂坂料金所のすぐ近くにある茶屋。
2 階のレストラン『月桜』では金沢城が一番きれいに見えます。

●キーワードは「地元客」と「リピーター」

では、今後の兼六園はどのようになっていくべきなのでしょうか？そこでキーワードとなるのが、「地元客」と「リピーター」であると言います。これまで一見さんが中心で、県民や地元をないがしろにしてきた反省から、地元客やリピーターに何度も来てもらう仕掛けをしていく事が重要であるとの事です。

例えば、早朝の兼六園を散歩してみると、日中の賑やかな雰囲気とはまた違った雰囲気を体験できる。その雰囲気の中で朝食を振る舞ってみてはどうか。また、地元の人々のデートや散歩コースで立ち寄ってもらえるように、お洒落なイメージづくりや、「能登丼」のような統一コンセプトに基づいた食事メニューを各お茶屋で競い合うなど、兼六園でしか味わえない魅力づくりをしていこうではないか、というものです。

【ヒアリングを終えて】

各所にて観光資源のブランド力というお話を耳にしますが、地元で愛されるという事は、最も優れたブランド力ではないでしょうか？観光化された観光を、観光客は望んではいない。観光客向けのラーメン屋に興味は無く、地元で人気ナンバーワンのラーメン屋に行ってみたくなるのと同じで、地元で愛されている文化や習慣こそが、外からやってくる人たちを惹きつける最大の魅力であるということは、日本全国の多くの観光地でも言える事なのだと思います。

また、北陸新幹線が開業すると、都心から金沢は日帰り圏内になってしまうことについて「結局、日帰りで満足する町なのか、わざわざ泊まっていきたい町なのか」という馬場社長のお考えにも非常に納得をしました。本当に魅力ある町は、せっかく来たのに帰ってしまうのは勿体無い、もう 1 泊していきたいと思うものです。そのためには、個々の観光事業者の力だけではなく、事業者間の連携や、行政との連携を通じた面による仕掛けが、今後よりいっそう重要になってくるのだと感じました。

さて、来月の Together では、今回の研修旅行の 1 泊 2 日の行程をご紹介したいと思います。果たして、金沢の町で KBS はどんな体験をしてきたのか？「帰りたくない！」「また来たい！」と思わせる魅力はあったのか？　乞うご期待！

編集後記

「これまでは黙っていても人が来た」兼六園が、危機感から地域と未来について議論を行う場を設置。これは兼六園の歴史で初の事とのこと。議論から導き出されたのは、「地元客やリピーターに何度も来てもらう仕掛けをしていく事が重要」と、まずは地元に愛される観光地であることだといいます。これは多くの観光地や企業にも参考になる内容ですね。（増田）

株式会社　ＫＢＳ創研
本社・西日本営業部：〒661-0003　兵庫県尼崎市富松町 1-9-15-103　TEL：06-6423-5561/ FAX：06-6423-5571
東日本営業部：〒103-8246 東京都中央区日本橋 2-6-5 日本橋 2 丁目ビル 6 階 TEL：03-3246-1314/ FAX：047-426-0913
＜関連会社＞ネクストサポート株式会社（事業再生コンサルティング）
〒541-0043 大阪市中央区高麗橋 4-6-20 マスイビル６階　TEL：06-6282-7226/ FAX ： 06-4707-3855
特定非営利活動法人　ふるさと応援隊（着地型観光支援事業）
〒604-0044 京都市中京区小川通押小路下ル下古城町 376-205 TEL:075-708-5741/FAX：075-708-5741

●代表取締役：小泉寿宏
●事業内容：観光・サービス業の経営支援
●設　　立：２００４年４月
●地域オフィス：関西・東京