

欧州視察報告＜ 4 ＞

視 察 項 目	地域経済活性化
視 察 日 時	2012年7月25日（水） 午後 2時00分～4時00分
視 察 先 名	ザルツブルク観光有限会社
説 明 者	HERBERT BRUGGER ヘルベルト ブルッガー
担 当	石田康博、廣田健一、山崎直史

【はじめに】



市役所から臨むザルツブルク市街

現地調査を行ったザルツブルク市と川崎市は、友好都市提携 20 周年の節目を迎えた。ザルツブルク市の人口は約 15 万人で、川崎市と比較すると 10 分の 1 弱の規模である。また、その面積は 65.678k m²と、川崎市の半分程度である。

主な産業は観光に代表される。史跡・文化、自然などの観光資源は、地域経済の核として有効に活かされている。

2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災では、ミュージア川崎シンフォニーホール天井崩落の被害をもたらした。その復旧には、ザルツブルク市から多額の寄附金を受領している。音楽につながる交流は、両市にとって大きなパイプ役となっている。

川崎市は「音楽のまち川崎」を謳い、市内にある音楽資源をポテンシャルとして活かそうと挑戦している。そこで、ザルツブルク市の「音楽」を中心とした観光資源を、地域経済の活性化につなげる手法を学び、本市の発展につなげたい。

調査方法は、ザルツブルク観光有限会社にて、職員との意見交換により目的を達成する。また、コンGRESの会場を視察した。

【主な調査内容】



調査内容を説明する廣田議員

ザルツブルク観光有限会社は 2001 年、ザルツブルク市の子会社として設立された。それ以前は、市が全ての業務を直接行っていた。

音楽を軸とした観光資源をどのように観光産業に活かし、地域経済の活性化につなげているのかを調査する。

主な事業

- (1) コングレス運営
- (2) 観光
- (3) クアハウス運営

【ザルツブルク観光有限会社の概要】



ザルツブルク観光有限会社は 100% 市の所有で、1つの企業として組織している。市との関係は、姉妹企業という形をとっている。財源の一部は市から拠出しており、450 万ユーロの補助を得て運営している。

職員は約 100 人から成り、その内訳は約 25 名が観光業務、コンGRES で 20 名、クアハウスで 50 名にて構成している。事業内容は、3つの事業から成り立っている。1つは、コンGRES といって、国際会議などを主催する。2つは、観光事業である。3つは、クアハウスの運営となっている。

【ザルツブルク観光有限会社のマーケティング戦略】

マーケティングの戦略として、4つの針路を持っている。1つは、上記の観光資源を活かした「文化の街」を大きくアピールすることにある。2つは、日帰りのツーリズムの目的地として、観光客に来てもらえるようPRに努めている。3つに、国際会議で集客することにより、参加者も観光客として期待している。4つに、ヨーロッパの人は、1つの土地に比較的長く滞在している。しかし、近年いろいろな所を廻る人が増えている。シティーツーリズムとして2・3泊、滞在・移動してもらえる観光客への戦略である。

観光に関するマーケティングには、オブジェクティブがある。第一に、市内の全ての魅力を、1つのマーケティングとして宣伝している。ザルツブルクは自然に恵まれた美しい街である。観光客にとっては、旧市街地にある歴史的な建築や音楽祭など、観光客の要求を満たすに十分なハードとソフトが整っている。

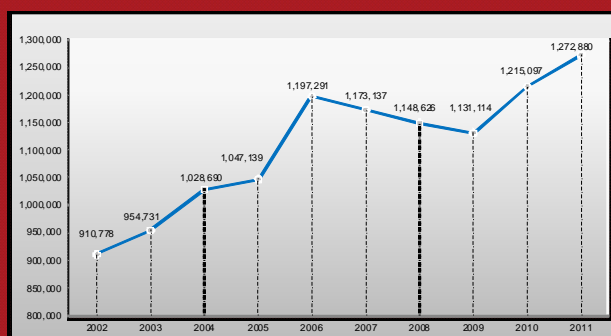
対象のマーケティングは4つに分けている。ドイツ語圏（ドイツ、オーストリア、スイス）、南ヨーロッパ、ベネルクス三国、東ヨーロッパ、アジアとなる。職員4人で分担して、コンGRESを売っている。方法は、テレビなどの高い費用を要する方法ではなく、新聞、プリントメディアの広報を利用している。世界中の観光局とタイアップしての広報活動となる。

【ザルツブルク市の観光】

＜観光客の状況＞

この 10 年間の観光事業は、素晴らしい事業運営を行うことに成功している。右の表にあるように、2002 年のザルツブルクの観光客数は、91 万人であった。2011 年には、127 万人に増加している。

Salzburg - Ankünfte 2002 – 2011

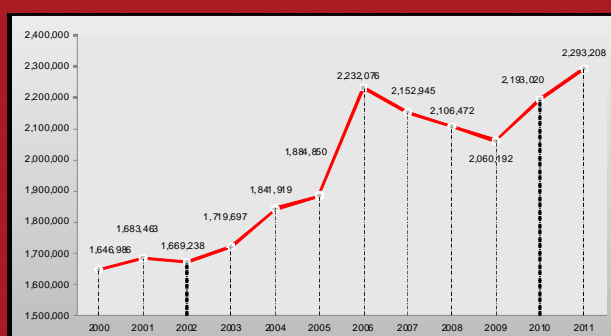


salzburg.info

出所：ザルツブルク観光有限会社

宿泊客では 2002 年に 160 万泊、2011 年では 230 万泊と、宿泊数においても増加している。ザルツブルク市内には 1,100 床のホテル施設がある。近年の上昇率は 40%であった。230 万泊の内 70%は、外国人観光客である。

Salzburg - Nächtigungen 2000 - 2011



salzburg.info

出所：ザルツブルク観光有限会社

国別の宿泊客の多い順位は、1位オーストリア、2位ドイツ、3位アメリカ、4位イタリア、5位英国、6位日本、7位中国、8位スイス、9位フランス、10位スペインとなっている。

2011 年には初めて南米北米を併せた観光客数を、アジア方面の観光客数が上回った。また、2010 年までの日本人観光客数は減少傾向にあったが、2011 年以降は著しく上昇傾向となった。宿泊客に対して、日帰りの観光客は 500 万人から 700 万人が数えられる。

宿泊客の 60%は、夏のシーズンに訪れる。残りの 40%は、ウインタースポーツの出来る、冬（11 月～4 月）に集中している。特に、観光客数はク

クリスマス前後で増加する。1月と2月は寒くて暗くどんよりしているため、観光客数は減少する。

【伸びる観光客数】

ザルツブルク市の音楽祭は、「文化の街」として年々その意味合いが大きくなり、印象も拡大している。ザルツブルク市に来れば一年を通じて必ず、何らかの催し物（イベント）を体験できる。加えて、メッセや見本市や国際会議を主催するには、とっても魅力的な街である。また、空港の近くにハンガンセブンというメッセの会場もある。ホテルなど関連施設のハード面が十分に整っている。



収入としては、見本市が観光シーズン以外にも開催されるため、1年を通じて安定する。インターネットによる情報の普及により、ネットで申し込みできるようになったことの影響は大きい。

また、短期間のツーリズムが伸びている。理由は、格安の飛行機があげられる。格安な飛行機の普及は、2億席を確保することが出来るようになった。ライアンエア¹という格安航空会社の大手だけでも7,000万席に及び、ヨーロッパに集客している。格安航空券は、オンラインによって購入できるが、ヨーロッパの場合は、スーパーなどでも格安航空券を販売しているので、容易に入手することが出来る。

観光業界は、成長の過程にある。2010年ヨーロッパ全体に来る到着の数は、5億人あった。2020年には、7億人に伸びることが見込まれている。2020年の世界全体では、20億の到着が見込まれている。特にアジアの観

¹ Ryan air:ヨーロッパ最大の格安航空会社で、値段が安く路線が多いのが特徴。Low cost carrier の1つ。

光客に対する期待は高い。元気な高齢者が増加しているのは、観光業界にとっては好材料となっている。

観光業にとっては、輸送が重要な役割をはたす。日本の新幹線に対抗して、ヨーロッパ全体に超高速鉄道を広げようという計画を持っている。観光のトレンドは、安全と環境に優しくということになる。

新たな課題も発生している。ザルツブルク市周辺に来て、数時間しか滞在しない人の数は500万から700万人（年間）いる。こうした傾向は、ある問題を含んでいる。車の交通量は増加し、交通渋滞を招き駐車場の不足となる。事実、我々の視察団もこの視察で大渋滞を経験した。

<ザルツブルクのポテンシャル>

ザルツブルクの歴史では長い間、大司教が支配していた。大司教はザルツブルクの領域で取れる金と塩で、富を築いていた。そのため、市内には立派な建築物が残る。歴代の大司教達はその財力を持って、数々の城や教会、宮殿、ミラベラ・ヘルブルン庭園などを残した。

壮麗なバロック様式の建築物や、街の背後に聳え立っている城砦は、観光客を魅了する。旧市街地は、1997年にユネスコの世界遺産に指定された。ユネスコによって証明された世界遺産という保証は、観光事業の目玉の1つとなった。

また、映画の撮影された街としても有名だ。特に「サウンド・オブ・ミュージック」のミュージカルは欧米諸国でもポピュラーで、沢山のファンを持っている。旧市街地を訪ねれば、どこか映画で観た風景を目にすることになる。

クリスマスの時期には、街の中心で開催されるクリスマスマーケットは有名である。世界的に知られている聖夜（きよしこの夜）の曲は、ザルツブルク市郊外のオーベルンドルフで初演した。そこで、聖夜のゆかりの地としても知られるようになった。

<ザルツブルク音楽祭>

歴史は 1920 年に設立された。設立者は、マクセラインハート（監督・劇作家）、ホフマンスタール（劇作家・戯曲作家）の 2 人による。ザルツブルク市のドームの前で、イエイダーマンという野外劇を上演したことがきっかけとなった。シーズン中の催しものは、クラシックコンサート、オペラ、お芝居などある。

音楽祭のシーズン中に売られるチケットの数は、25 万枚である。入場料による収入は、2,700 万ユーロとなる。ザルツブルク市全体としては、5,700 万ユーロである。人口 15 万人の街で、わずか 1 カ月間のみの収入であることは、特筆すべき点である。音楽祭の開催は地域経済にとって、重要なファクターになっている。

ザルツブルク市は、文化の街である。夏になれば音楽祭が開催され、モーツアルトの生まれた街としても知られている。夏のザルツブルク音楽祭は、観光面において一番重要な役割を担ってきた。イースター週間、聖霊降臨祭（Pfingsten）のフェスティバル、モーツアルトウイーク（1 月の後半）と、街の至る所でイベントを開催している。

【質疑・応答】

Q 1 : コングレスの運営について具体的に説明してほしい。会議の内容を知りたい。

A 1 : 現在いるこの建物は、コングレス会場である。例えばここでは、医学関係や経済などの国際会議を行っている。大企業の生製品の紹介や、勉強会も行っている。

Q 2 : メッセとの連携は。

A 2 : この会場で 1,500 人の国際会議を開催した後、メッセの会場パーティーを行うこともある。

Q 3 : メッセの運営は、ザルツブルク観光有限会社なのか。

A 3 : コングレスは、市だけで運営している。メッセは、商工会議所、ザルツブルク市、ザルツブルク州で共同運営している。近くにある飛行場も、市と州による共同運営である。街のなかにある観光スポットや博物館なども、市と州が共同運営している所が多い。



ザルツブルク観光有限会社内のコンGRES会場

Q 4 : ザルツブルク市で国際会議を開くメリットは、何か。

A 4 : コングレスハウスは街の中心地にあり、周辺にホテルがあることから、移動に有効である。コンGRESハウスの席数は2,000人がマックスで、大きな会議も可能である。ホテルは6,000~7,000床あるので、同伴した家族なども十分にカバーする用意はある。

Q 5 : 現在は見本市をやっているか。

A 5 : 見本市はやっていない。音楽祭の期間中は観光客で一杯となるので、コンGRESを対象にした客を受け入れる余裕はない。

Q 6 : 背景にユーロ圏の経済が低迷しているが、10年前に比べて着実に観光客は増加している。その主な要因はどこにあるのと考えているか。

A 6 : 日本で言われている程に、経済は悪くない。2009年には悪い時期があったのも確かだ。近年は、輸送機関の運賃が安くなった。また、インターネットの普及により、個人的にチケットを安く購入できるようになったシステム変換にある。

Q 7 : 市の予算が450万ユーロ(年間)となっているが、コンGRESとクアハウスの収益と市の予算との関係はどうなっているか。

A 7 : 年間の収入は 1,300 万ユーロ。その内訳に 450 万ユーロを含んでいる。つまり、800 万ユーロの収入があることになる。

Q 8 : 職員の身分は、民間人と公務員のどちらか。

A 8 : 市の機関としてあった時は、市の職員であるため 100%公務員だった。10 年前に民営化となり、独立採算制をとった。現在は 70%社員、残りの 30%は公務員としている。

Q 9 : インフォメーションセンターは何箇所、どこをポイントに設置しているか。

A 9 : 観光宣伝に携わっている人たちは、100 人の内 30 人担当している。インフォメーションは、ハイシーズンには 3 か所、1 年を通じて 2 か所置いている。中央駅、モーツアルト広場、シーズン中は、南のはずれに設置している。そこでは、10 人が仕事をしている。

Q 10 : 観光客の今後の見通しは。

A 10 : 世界の観光予測は、年々、観光業は伸びている、但し、これまでの急こう配の増加ではない。欧米諸国はなだらかに伸びていく。アジア方面はまだ、急こう配な上昇が見込まれる。ヨーロッパは、市場としての割合が少なくなっている。

Q 11 : 伸びる観光客数に対応するため、ホテルや駐車場の建設は。

A 11 : 民間企業で計画している。ホテルを増やすことがいいことなのかという意見もある。

【川崎市の音楽と地域振興】

モーツァルト音楽祭の成功事例を見てきた。同様に、川崎市でも3つの音楽祭を実施している。1つは、7月末から8月中旬の間「フェスタサマーミュージア KAWASAKI²」である。夏の時期の1ヶ月間の開催は、比較対象として参考にしたい。モーツァルト音楽祭のチケットの入手は、困難を極めていた。一方、ミュージアにおける座席率³の平均は、68%に留まっている現状にある。

2つに、「モントルー・ジャズ・フェスティバル・ジャパン・イン・かわさき」を、11月中旬に開催している。夏の時期にスイスで開催している世界三大ジャズフェスティバルの1つ「モントルー・ジャズ・フェスティバル」に関連してのことだ。そこでは、コンサートのチケットを活用して地域に貢献している。会場周辺の提携した飲食店でコンサートチケットを掲示すると、サービスを受けることができる。

3つに、「音楽のまち・かわさき・アジア交流音楽祭」では、周辺商業施設や商店街と連携し、アジアンフェスタを開催している。食や文化の祭典として地域を巻き込んだイベントの実施により、音楽祭を盛りたてている。

以上のように、音楽を通じ地域経済の振興につなげようと、公民連携が進んでいる。これらの音楽祭はいずれも、川崎市のイメージアップに貢献するに留まらず、地域の連携と活性化につながっているといい。

² ミュージア川崎シンフォニーホールにて 22 日間、17 公演が開催されている。

³ 「フェスタサマーミュージア KAWASAKI」における開催実績で、2005 年、2006 年、2007 年、2008 年、2009 年、2010 年の座席率の平均値

【統括】

ザルツブルクの観光業の更なる成功は、インターネットの普及により、チケットの販売数が増えたことによる。また、航空産業の競争によってもたらされた、格安航空券の普及も影響したと分析していた。そうした背景を後押しに、攻めの戦略を持つことで、着実に観光客数を伸ばしてきたことによる。

川崎市も、前項で紹介したように、3つの音楽祭の開催を実施している。3割弱の空席対策は、外国人観光客の集客で補いたい。そこで、販売の対象域の拡大を視野に入れた戦略を持つべきである。例えば、音楽祭の広報を充実させることも必要である。インターネットを活用した、外国人向けのチケット購入サイトもあっていい。

また、ザルツブルクがそうであったように、空港の近くにコンGRESを戦略として配置している。川崎市は、国際空港が隣接している地の利を活かしたい。そこで臨海部の羽田連絡道路を想定した、宿泊施設やコンGRESの誘致も考えられる。民間によって設置されることの経済効果は、計り知れない。市も「特区」などを活用した誘致策を講ずるべきだ。

参照・引用文献一覧

- ・ザルツブルク自然に包まれた世界の舞台 編集発行ザルツブルク観光局
- ・ザルツブルク観光有限会社 パワーポイント資料
- ・川崎市 HP <http://www.kawasaki-sym-hall.jp/festa/index.html>
- ・モントルー・ジャズ・フェスティバル・イン・ジャパン・川崎 HP
- ・<http://www.montreuxjazz.jp/kawasaki/#>
- ・RYANAIR <http://www.ryanair.com/en>