

フィンランド・オウルにおける観光戦略 —教育と地域産業を観光のウリにする—

平井純子

I はじめに

近年、フィンランドへの関心が高まっている。国連の世界幸福度ランキング¹で4年連続首位であり、OECD生徒の学習到達度調査(PISA)で常に上位を占める教育の充実、手厚い福祉政策、フィンランド発祥のスポーツであるモルックを楽しむ人々の増加、そして2018年の埼玉県飯能市における北欧をモチーフにした施設メッツァビレッジ開園や翌19年のムーミンをテーマとしたムーミンバレーパーク開園、などがその背景にあげられる。しかしながら、日本から約8000キロ離れているフィンランドについて、「知っている」人はそう多くはない。阪急交通社が実施した北欧に関する調査²によると、フィンランドの位置を知っていた人は38.9%であったという。また、北欧と関係の深い言葉をいくつか挙げ、それぞれについて「北欧と関係があるのを知っているか」では、フィンランドに関連するものについて、ムーミンは84.5%、サンタクロース村³は66%の認識率となっていた一方、マリメッコ⁴は27.3%となっており、サルミアッキ⁵を知っている人は5.8%であった。

日本語でのフィンランドに関する観光ガイドブックは「地球の歩き方」や「るるぶ」「aruco」「ことりっぷ」など数多くみられるが、これらに掲載される都市としては、ヘルシンキ、トゥルク、ナーンタリ、タンペレといったフィンランド南部の比較的大きな都市あるいはムーミンに関する施設がある都市が挙げられ、北部ではサンタクロース村があるロヴァニエミ、スキーリゾートでオーロラ観測ツアーがあるサーリセルカやレヴィが挙げられている(図1)。その他の都市についてはほとんど情報がない。近年、観光情報はSNSを通じて得ることが多いものの、その情報もまた上述の都市に偏っており、フィ

ンランド語地名の親しみのなさも相まって、知る機会は極めて限られている。

フィンランド中部に位置するオウル(Oulu)は、“Capital of Northern Scandinavia”(北スカンジナビアの首都)をキャッチフレーズにする北部フィンランド最大の都市である⁷。フィンランドで5番目の人口規模⁸を持ち、北欧のシリコンバレーとも呼ばれ、ITC産業の中心となっている。一方で観光に関しては、日本でも知られるエアギター世界選手権⁹の開催地であるものの「オウル」という都市の知名度は高いとはいえず、観光の目的地とはなっていないのが現状である。しかしながら、観光は資源の少ないフィンランドにおいて欠かすことのできない産業となりつつあり、オウル地域においても同様であ

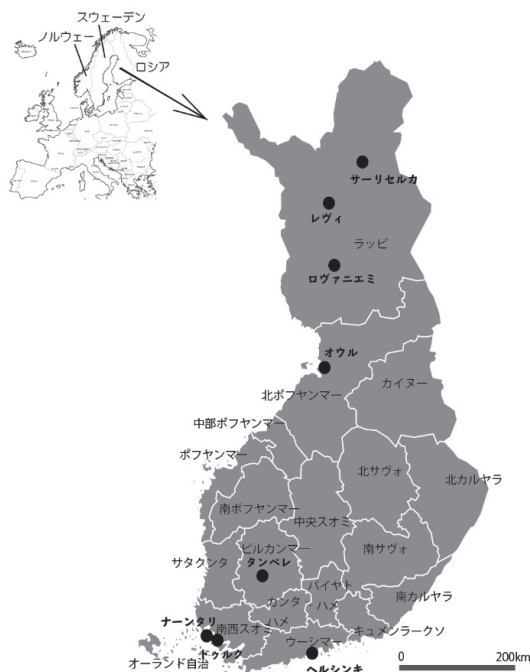


図1 フィンランド全図

る。

そこで本稿では、オウルおよびその周辺地域における観光戦略と課題について考察する。

II フィンランドの観光

フィンランドにおいて、観光は最も注目すべき産業の一つとなっており、2018年にはGDPの2.7%を占めるようになった。フィンランド政府観光局 Visit Finland が紹介する観光エリアは4つ分けられる。すなわち、ヘルシンキ地域、ラップランド、フィンランドの湖水地方、海岸と群島である（Visit Finland HPによる）。このうち、ヘルシンキ地域のウーシマー県、ラップランドである北部のラッピ県、湖水地方である東部の南カルヤラ県での観光消費額の伸びは顕著であり、2015年から18年にかけては36億ユーロから49億ユーロに増加している。ラッピ県と南カルヤラ県では、観光消費額の半分以上が外国人によるものである。また、地理的な要因から、来フィンランド外国人観光客（以下インバウンド）については、従来ロシア人観光客が最も重要な市場ではあるものの、中国人市場の伸びが前年度比で+35.3%となっていることを報告している（Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland）。

2019年のインバウンドの宿泊施設滞在人数の動向（図2）を見ると、季節により違いがあることがわかる。最も多いロシアは1月、8月、12月の3度のピークがある。スウェーデンは7月に大きなピークがあり、ドイツは6月から8月までにピークがある。一方、中国は上記の3国のような大きなピークはないが、トータルでロシアに次ぐ数となっている。日本は2月と8月、12月にピークが見られる。

2019年の宿泊施設のベッド稼働率（図3）によると、ヘルシンキのあるウーシマー県は夏季に偏りがあるものの、他の県よりも稼働率は高く、通年のデスティネーションであることがわかる。また北部のラッピ県は有雪期に特化したデスティネーション、オーランド諸島は無雪期のデスティネーションである。ラッピ県に隣接したオウルのある北ポフヤ

ンマー県とカインー県以外の県も夏季に偏る傾向がみられる。冬季は緯度の高いラッピ県ではオーロラ観賞やサンタクロース村といった集客装置があり、中国や日本などアジア人の訪問が多いことを反映している。

新型コロナウイルス（以下 Covid-19）の影響でフィンランドの観光にも多大な影響が出ている。図4によると、Covid-19 発覚以前の2019年に比べ、2020年12月の宿泊施設の利用率は全体で57%減

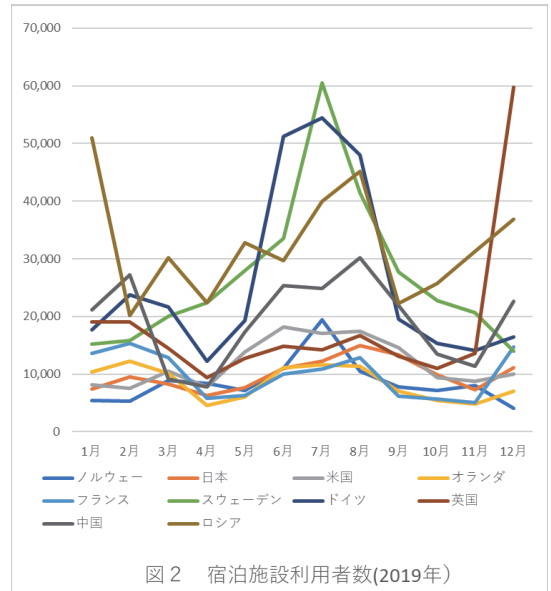


図2 宿泊施設利用者数(2019年)

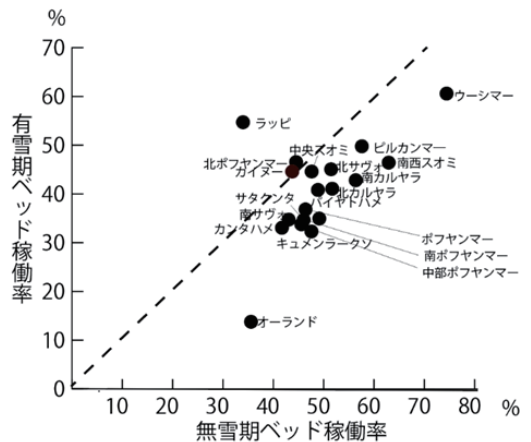


図3 県別ベッド稼働率 (Statistics Finland のデータを基に作成)

Change in overnight stays in December by region 2020/2019,%

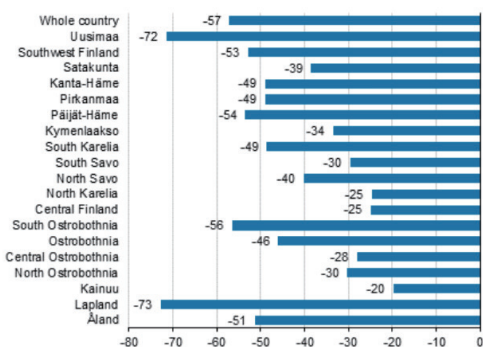


図4 2019年と2020年の12月の宿泊施設利用率の変化 (Statistics Finland より引用)

少した。特にウーシマー県では72%、ラッピ県では73%の減少となっている。インバウンドが激減したことによる影響が大きい。一方で、カイナー県は20%、北ポフヤンマー県は30%の減少に留まっている。これらの県はスキー場など冬季の施設を持つ地域ではあるものの従来インバウンドが少なく、影響は小さめに留まったことを示している。

Ⅲ オウルにおける観光振興への取り組み

1. オウルの概要

(1) オウル略史

オウルは1605年にスウェーデン国王カール9世の命により、オウル川の河口に設立された、ボスニア湾岸の都市である。1776年以来、当該エリアの中心都市となっている。従来貿易港として発展してきたが、その主要な輸出品は豊かな森林資源を背景とした良質なタール¹⁰であった。1815年のウィーン議定書でフィンランドはロシア帝国領となったため、オウルもその支配下におかれた。1822年に発生した大火で街は大きな被害を受けている。1917年にフィンランドは独立し、オウルは州都として繁栄してきた。

(2) 現代のオウル

1980年代以降、オウルでは産官学が計画的に機能分担し、ITC産業クラスターを生み出した時点で「オ

ウル・モデル」¹¹として注目され、北欧のシリコンバレーとも称された。オウルには1959年に設立されたオウル大学と1996年に設立のオウル応用大学の2つの大学が立地、学生数25000人を擁することもあり、市の平均年齢は38.5歳となっており、高齢化が進むフィンランドの中では若い都市となっている。近年では5G研究開発拠点、さらには国家プロジェクトである6Gフィンランド旗艦プロジェクトもオウル大学を中心に始まっている。

しかし、順風満帆に進んできたわけではなかった。2013年にマイクロソフト社にノキアの端末部門が買収され、翌年にはノキア社員はほぼ解雇された。ノキアショックである。これによりオウルの人口の約3.5%にも上る人々が失職した。しかし、その後の復活は早かった。リストラ者向けに企業や再雇用を支援したノキアブリッジプログラムや、大量の失業者は有能な人材を確保する好機としPRをかけた有能エンジニアリソースPR、大学と連携した学生起業促進とその支援のビジネスキッチンなど、多種多様な手法で産学官連携の支援を迅速に実行していった結果、2014年から2年ほどの間に500もの起業があり、18500人のITC関連の仕事が確保できた¹²という。地域の産業構造(図5)によると、人々の健康や社会福祉活動に関するものは全体の20%を占めている。ここにはノキアショック後に起業したものが多く含まれている。

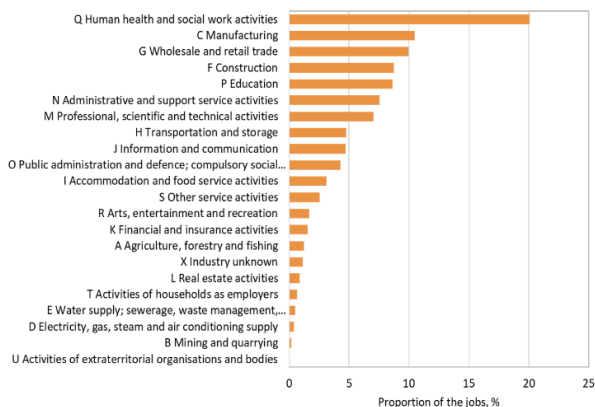


図5 オウル地域の産業構造 (2018年)

Statistics Finland, Employment Statistics より引用

2. オウルの観光輸出成長プロジェクト

(1) プロジェクト 2015年～2018年

オウルはICTや無線通信技術の開発研究の町であり、訪問者の多くはビジネス目的でやってきていた。一方、観光目的で訪問する人は少なかった。オウルでは観光振興に向け、オウル地域と北ポフヤンマー県を「国際的な観光地」として認知度を高めることを目指した。2015年9月より開始された3年間のプロジェクトは、*Matkailullisesti monipuolinen - kansainvälistyvä Oulun alue* (Tourist-diverse - the internationalising Oulu region / 観光客の多様性 - 国際化するオウル地域)、*Attractive Oulu Region 2018* (魅力的なオウル地域 2018) である。総予算は3年間で220万ユーロとなっており、欧州地域開発基金 (European Regional Development Fund・ERDF) と州が70%を負担したほか、オウル市に関係する自治体等が資金を提供している。このプロジェクトは、ヒューマンポリスオイ (Humanpolis Oy) がコーディネーターを担い、オウル周辺地域のシュオテ (Syöte) 観光協会とカラヨキ (Kalajoki) 観光協会、ロクアジオパーク (Rokua Geopark)、メツアハリトウス (Metsähallitus)¹³ とともに進められた。

3年間のプロジェクトで、アジア市場の中では成長しつつある中国と日本をターゲットとした。これら市場におけるツーリズムプロフェッショナルを外部より募集し、入札を行い、日本市場については、日本の北欧旅行に詳しいツーリズムマーケティング企業、中国市場はフィンランドにある中国人経営のツーリズム企業がパートナーとして選定された。フィンランド教育への関心は中国人や日本人には高く、「教育旅行・視察」をウリにしてはどうか、というパートナーからのアドバイスがあり、*Educational Trip* をメインに観光客を増やす仕組み作り着手した。特に日本人の場合は視察というよりは「見学」である場合が多く、訪問料がかかるという概念、すなわち相手の時間を奪うという感覚が薄い人達が多いのが課題の一つとなっていた。このため、持続可能なものにしていくために訪問料金を設定することで、受入れ側にとっては責任感が増す

とともに料金を設定したことで人件費が確保でき、しっかりしたコンテンツを提供するようになった。プロジェクトでは当該地域がもつ地域資源のプロダクト化とその内容の充実を行った。情報収集とプロダクト化、料金体系などの基盤作りに着手、*Educational Trip* だけではなく、トナカイぞりやカヤックなどの地域ならではのアクティビティや産業視察 (Technical Visit) のコンテンツ作りも進めていった。プロジェクト後半では旅行会社やツアーオペレーター向けに、夏と冬にファミトリップ (FAM Trip)¹⁴ を企画・実施し、オウル地方のツーリズム系企業や自治体観光業担当者と会う機会を設けた。また、日本で行われる旅行会社向けのイベントに参加してオウル地方を紹介し、ヘルシンキで行われる *MATKA* という旅行博への出展、*ツーリズム Expo ジャパン*¹⁵ のフィンランドブース内にオウルコーナーを設けるなど、旅行業界向けにオウル地方をPRしていった。*Visit Oulu* 等の観光系組織は *Instagram* や *Facebook* 等でもマーケティングを実施し、*Visit Oulu* のホームページにはプロジェクト参加自治体の観光情報ウィンドウを盛り込み、オウルの観光業におけるプラットフォーム作りを実施した。プロジェクト最終年には英語、中国語、日本語によるプロダクトマニュアルを完成させた¹⁶。

(2) プロジェクト 2018年～2021年

2018年6月に開始した第2期のプロジェクトでは、*Matkailuviennin kasvuhanke* (Tourism export growth project / 観光輸出成長プロジェクト) として、*Attractive Oulu Region 2020* (魅力的なオウル地域 2020)、*Finland's leading destination for Educational and Technical Visits* (フィンランドの教育および技術訪問を代表する目的地) とし、推進した。総資金は270万ユーロとなっており、ERDFと州がその70%を提供、他は申請に関わる事業者の自己資金により賄われた。第一期と同様にヒューマンポリスオイがコーディネーターを担い、ロクアジオパーク、オウル市・ビジネスオウル、リミンカ市、*Oulun Matkailu Oy*¹⁷、カラヨキ観光協会、シュオテ観光協会が参画している。Covid-19の影響で

プロジェクト期間が半年延長となり、2021年6月末までとなった。

前プロジェクトに引き続き、Covid-19前まではファムトリップを夏と冬に実施し、国外の旅行社向けイベントへの参加、MATKAへの出展、ツーリズム expo ジャパンでのフィンランドブース内のオウルコーナーでの紹介など、積極的にPRを実施した。また、これまでの動きを受けて、ラーヘ（Raahе）、イー（Ii）、ケンペレ（Kempele）などオウル地方の他の自治体もパートナーに加わった。プロダクトマニュアルは、新たに加わった自治体のコンテンツをも盛り込み、英語、中国語、日本語での更新版を作成した。さらには教育・産業視察コンテンツに特化した版をも作成している。

Covid-19により海外渡航が困難になってからは、フィンランド国内の国外向け発信メディアや、国外向けツアー提供をしているフィンランド在住外国人

向けにファムトリップを企画し、引き続きPRを実施した。またオンラインでのイベント企画も国内向けだけでなく国外のツアーオペレーターと協力して実施するなどしている。

また一方で地域住民向けのマーケティングとして、地元に住居する家族向けに地域で体験できるアクティビティのモニターツアーを実施した。選ばれた家族は無料で体験する代わりに、ホームページやSNS等のマーケティング資料への写真掲載の許可や体験記の作成を求めた。またホームページから各種アクティビティの予約がワンストップでできるようにプラットフォームを整備した。

3. プロダクトマニュアル

プロジェクトを通じて作成されたプロダクトマニュアル¹⁸は96頁で構成されている。その内容は以下の通りとなっている。

Oulu Technical and Educational Visits Program



図6 オウルのプロダクトマニュアル

(ビジネスオウル HP より引用 <https://www.businessoulu.com/en/frontpage-old/en/businessoulu-2/technical-and-educational-visits.html>)

序章 オウル地域—フィンランドの教育と産業をけん引する地域—

1、オウルの教育プログラム

教育関係者向け、児童と学生向けのプログラム紹介

2、オウルの教育機関訪問のプログラム

オウル大学、オウル応用科学大学など5か所でのプログラム

3、教育コンテンツのプロバイダーと内容紹介

Code school Finland、FinnOpii など10か所でのプログラム

4、教育アクティビティのプロバイダーと内容紹介

Go Arctic、Oulu Safaris など7か所でのプログラム

5、オウルの産業視察のプロバイダーと内容紹介

Business Oulu、Print Cent など10か所でのプログラム

6、オウル周辺地域のプログラム紹介

ロクアジオパーク、Kalajoki Educational Visit など6地域でのプログラム

7、コーディネーターとDMC¹⁹ 紹介

中国語と日本語対応の事業所とDMCの紹介

IV ファムトリップ

プロジェクトでは、プロダクトの紹介し誘致促進をするためにターゲットとする国の旅行事業者やブロガー、メディアなどに現地を視察してもらうファムトリップを実施してきた。筆者は、2020年11月に実施されたファムトリップに一部同行する機会を得た。Covid-19の影響により、フィンランド国内居住の事業者向けのファムトリップである。以下ではその様子について述べていく。

1. 行程

ファムトリップは、オウル周辺地域及びオウル(図7)をチャーターバスで移動する形で実施された。今回、筆者が同行したファムトリップの行程は表1で、プロジェクトに参画するオウル地域を訪問する内容である。参加者はヘルシンキで旅行業に携わる

中国人4名とネパール人1名、そして筆者である。なお、下記の内容は筆者が同行した部分のみの内容となっている。

表1：ファムトリップ行程

	主たる見学地域
2020年11月15日	-
2020年11月16日	Liminka
2020年11月17日	Kalajoki
2020年11月18日	Rokua、Muhos
2020年11月19日	Syöte
2020年11月20日	Oulu



図7 ファムトリップでの訪問地

(日本語版プロダクトマニュアルより引用) <https://www.businessoulu.com/media/2019/pdf/edutv-japan.pdf>

2. 視察地域

(1) Liminka (リミンカ)

Liminka はオウルの南 25 キロほどに位置する、人口 1 万人ほどのまちである。Liminka Bay(リミンカ湾) はフィンランドで有数の湿地エリアとなっており、国際的に有名な鳥の生息地ともなっている。

ファムトリップでは、まず地元の小中学校、Ojanperän koulu (オヤンペランコウル) (図 8) で教育方針、提供可能なプログラムの説明を受けた (図 9)。通常であれば説明後に授業の様子を見学する予定であったが、Covid-19 により校内見学することは叶わなかった。校長による学校説明では、STEAM 教育²⁰にとどまらず Reading を含めた「STREAM 教育」の実践、地域と連携した環境教育の実践、多様な手法でのバイリンガル教育を積極的に進めていることが強調されていた。



図 8 Ojanperän koulu の外観
(Ojanperän koulu HP より引用)



図 9 Ojanperän koulu における説明の様子

次に、リラクゼーションの体験プログラムがあっ

た。ヨガマットの横たわり、心地よい音楽を聴きつつ、1 時間ほどゆったりと体をリラックスさせたプログラムであった。



図 10 リラクゼーションプログラム

地元中華料理店での昼食後、Liminka Bay へ向かい、アウトドアプログラムを提供する DMC である Go Arctic の説明と体験プログラムを受けた。現地の自然環境をふんだんに活用したキャンプスクールやアイスホッケースクール、アートや科学を自然の中で体験できるとし、ホームステイを手配することもできると説明していた。その後、ビルベリー²¹の茎を活用したクリスマス用の飾りを作成するネイチャークラフトのプログラムに参加した。スタッフは活用する資源について丁寧に説明し、参加者が楽しめるようにいざなっていた (図 11)。Liminka に



図 11 Go Arctic のスタッフによるクラフト体験

はアウトドアプログラムを提供する事業者がほかにもあり、本ファムトリップ終了後に個人的に参加したが、地域環境のみならずグローバルな視点で自然を解説しており、これも非常に刺激的なプログラムであった。

(2) Kalajoki (カラヨキ)

Kalajoki はオウルの南 130 キロに位置する、人口 13000 人ほどのバルト海沿岸のまちである。農業や林業、金属部品の加工などの産業が発達している。また 8 キロに広がる砂浜を有しており、近隣にあるキャンプ場、ゴルフ場とともに、観光業にも力を入れている。

ファムトリップでは、プールやサウナを有する大型ホテル、Santa's Resort and Spa Hotel Sani にて、ホテルの一角に事務所を構える DMC である Kalajoki Booking Center のスタッフから、当該地域における教育及び産業プログラムについての説明があった(図 12)。Kalajoki では 2003 (平成 15) 年に島根県出雲市との間で友好姉妹都市協定を結んでおり、相互交流を深めてきた。アウトドア活動やハンドクラフトなど、フィンランドの文化を紹介するプログラムを多く展開、また、ホームステイの手配している、という。続いて、Merenojan koulu (Merenojan Elementary & Highschool / メレノヤン 小中高等学校) の教員による学校説明があった(図 13)。2018 年に周辺校を統合し誕生した 1300

名の児童・生徒を有する新しい学校で、アントレプレナーシップ育成の推進、ITC 教育の充実、給食での食物廃棄物の有効活用などを紹介していた。フィンランドで初めての Eco-Friendly School であり、環境に配慮した学校運営がうかがえた。フィンランドへの教育関係者の視察増加に伴い、教育者向けのプログラムを準備中であるという。

説明会のあと、海岸近くの松林でフォレスト・ヨガを体験した(図 14)。地元の若い女性講師によるゆっくりとした動きの簡単な動きのヨガであったが、気温が低く風が強く、リラックスするには少々厳しい条件であった。

その後バスに乗り、車窓からゴルフコースや観光施設を見学しつつ、昼食会場に移動した。昼食会場は海辺のホテルであった。オーナーからはフィンランドではレストランなどの食分野については歴史が浅く、またこれといったフィンランド料理は存在しないので、地元産の素材にこだわったものを提供している(図 15)、との話があった。食後はコテージやスパ、木材製品のショップを運営する施設へ立ち寄ったあと、Merenojan koulu の外観と教室や授業の様子を屋外から見学したのち、翌日の訪問地へ向かった。

(3) Rokua (ロクア) および Muhos (ムホス)

Rokua は、オウルから 80 キロほど内陸に位置する、1956 年に制定された国立公園である。Rokua



図 12 DMC スタッフによる説明

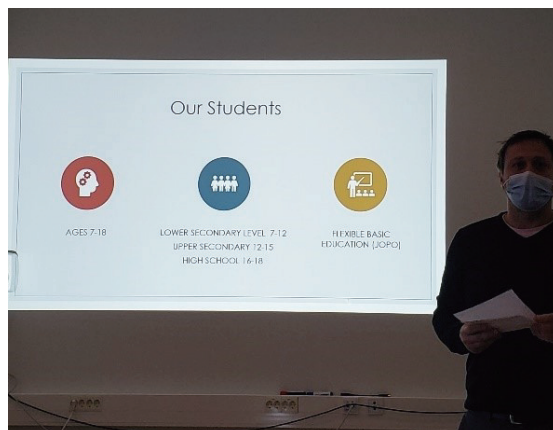


図 13 学校教員による説明



図 14 フォレスト・ヨガ体験



図 15 地元産素材のビュッフェ形式の昼食



図 16 Merenojan koulu の教室の様子

は氷河期に形作られた地形で、森林には美しい湖沼が点在し、その中には希少な植物や昆虫が生息している。2010年にはロクア、オウル湖、オウル渓谷で構成されるユネスコ世界ジオパークとして認定された。このジオパークには氷河期からの景観と自然

に配慮されたトレイルが整備されている。

ファムトリップでは、インフォメーションセンター Suppa にて、ロクアエリアで釣り等のアクティビティのガイドを担う Atteson Fishing のスタッフによるプログラムを体験した。まずロクア国立公園とジオパークの概要の簡単な説明があった。Suppa ではファットバイク(図 17)やスキー、スノーシューのレンタルをしているという。その後、廃材を使ったバードハウスづくりのワークショップを行った(図 18)。作成したバードハウスには、それぞれが



図 17 ファットバイク



図 18 バードハウスづくり

思い思いの文字や絵を外部に描き、周辺にある立ち木に自由に設置をした。

ワークショップ後、Rokua Health & Spa Hotel²³へ移動した。ロクア地域では最も大きい、観光を担う施設である。これまでの多くの学校関係のキャンプを受け入れているという。施設は、3つのプールとリラクゼーション用の部屋が完備、レストランでは地元産素材にこだわった食(図19)を提供して



図19 ビュッフェで提供される地元ベリー

いる。また、環境教育に精通した人材を配置し、教育観光の振興に力をいれている。キーパーソンとなる環境教育者は兵役中²⁴とのことで、残念ながら、

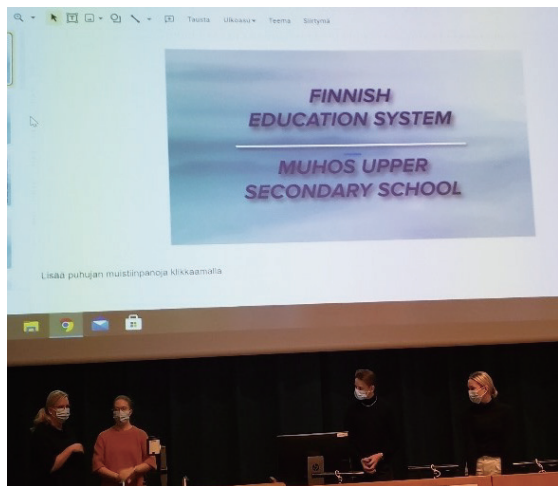


図20 Muhos Upper Secondary School 教員による説明

話を聞くことは叶わなかった。

その後、MuhosにあるMuhos Upper Secondary School(ムホス高等学校)へ向かった。Covid-19により、学校見学はできなかったが、ロクアジオパーク内に立地する学校として、環境教育に力を入れていること、積極的に教育観光者を受け入れていることが説明された(図20)。

(4) Syöte (シュオテ)

Syöteは2000年に国立公園に指定されたエリアであり、北ボフヤンマー県とラッピ県にまたがる。フィンランドの中では起伏の大きな地形で、夏はハイキング、冬はスキーで賑わう。最近はこのエリアの開発に力を入れており、宿泊施設が新築、増設されている。

ファムトリップではまずHOTEL PIKKU-SYÖTEで、概要説明と施設の見学をした(図21)。学校な

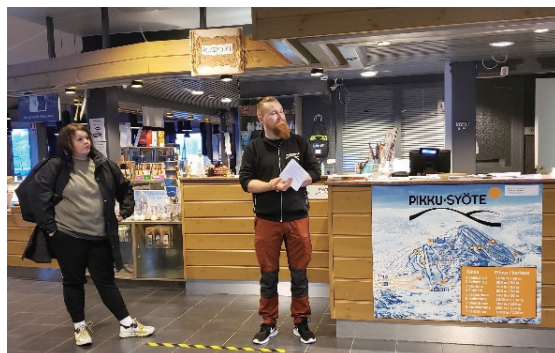


図21 HOTEL PIKKU-SYÖTEによる説明

どの団体を多く受け入れている施設である。このホテルの一角には当該地域の学校を併設しており、授業の様子を見学することができた。

次にKIDE Hotel by Iso-Syöteへ移動し、施設概要と見学をした(図22)。欧州地域開発基金等の支援を受けて2018年から建設され、2019秋に開業したアパートメントホテルで、持続可能な経営を目指しているという。ランチビュッフェでは、地域食材を使ったトナカイやベリー類を活用していた。

昼食後は防寒具を借り、Iso-Syöteのアクティビティ体験をした。近年人気を博しているEファットバイク⁵⁵でスキー場を上り(図23)、周辺の景

観を楽しんだ。また、おやつにフィンランドでは多くみられるファイアースペース (図 24) でソーセー

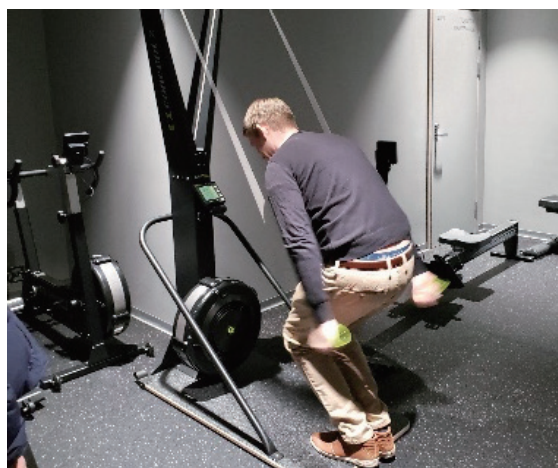


図 22 KIDE Hotel by Iso-Syöte 内のジム



図 23 ファットバイク体験



図 24 ファイアースペースでおやつ

ジを焼くコココ・マッカラをいただいた²⁶。

(5) Oulu

ファムトリップの最終日はオウルで Business Oulu のスタッフによりプロジェクトに参加する事業所の紹介と、そのうちいくつかの事業所のスタッフによる説明が行われた (図 25)。時期や内容に関して、臨機応変に受け入れが可能なこと、そのため様々な取り組みがあることが強調された。

その後、オウル駅近くにある Taito Shop Oulu²⁷ で、オウルに拠点を置くデザイン会社 Lovi²⁸ のスタッフによる説明 (図 26) を受けた。100% フィンランド産のシラカバ²⁹を使った製品は、種類が多く個性的で、日本でも人気が高い。



図 25 Business Oulu スタッフによる説明



図 26 Lovi スタッフによる説明



図 27 個別相談会の様子

昼食後はプロダクトマニュアルに掲載される事業所のスタッフや自治体観光関係職員との個別相談会(図 27)が行われた。Covid-19 で先が見えない状況ではあるものの、各事業所ともに持続可能な社会構築を念頭に置いた環境に配慮した取り組みを行っていることを強調していた。

V オウルおよび周辺地域における観光戦略

オウルでは観光振興に向け、プロジェクトを立ち上げ、2015年から2期にわたり進めてきた。ERDF や州、自治体からのプロジェクト資金をオウル市の公社である Business Oulu や観光のマーケティングを担当する Visit Oulu が得て、ヒューマンポリスオイがコーディネーターとなって推進してき

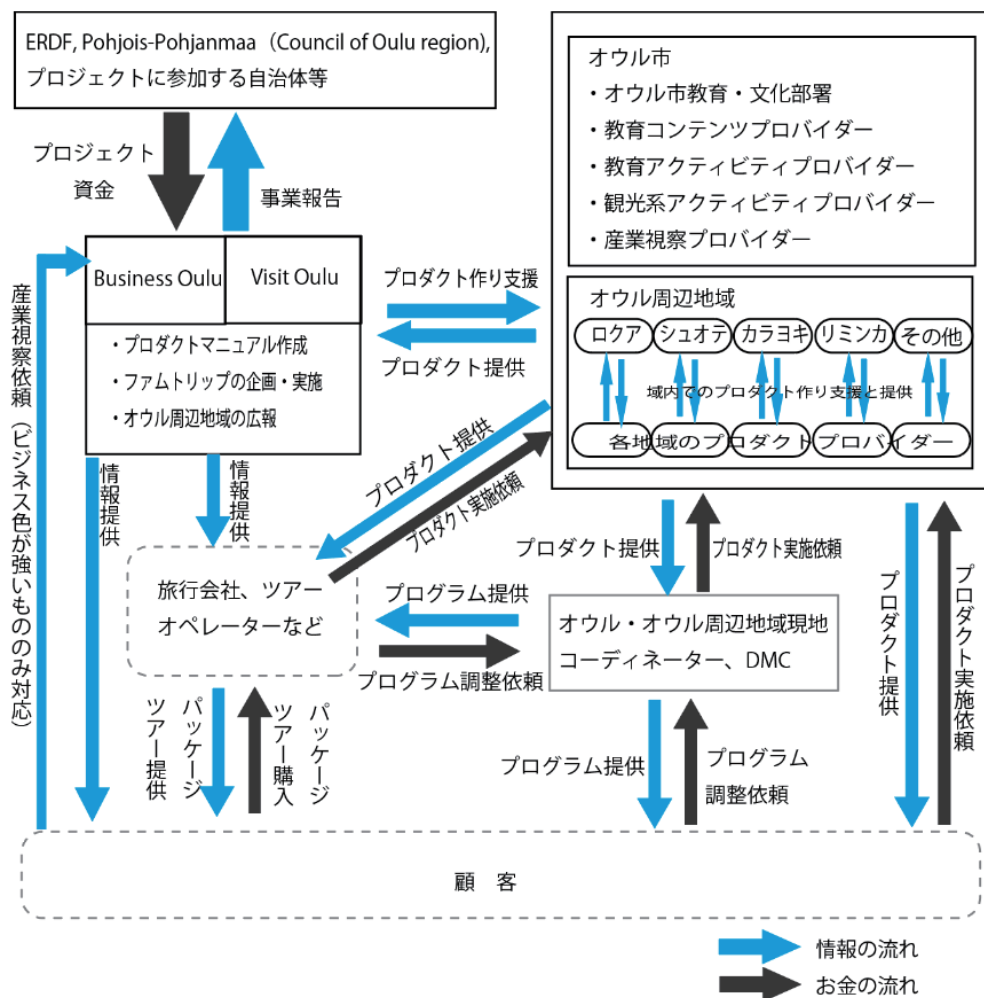


図 28 オウルにおける観光戦略

た(図28)。オウル市の公立の小中高校や教育コンテツツのプロバイダー、教育アクティビティのプロバイダー、観光系アクティビティのプロバイダー、産業視察のプロバイダー、そして、オウル周辺地域の各自治体等に対しプロダクトづくりの支援を行い、プロダクトを作り、これをまとめプロダクトマニュアルを作成した。フィンランド教育に注目し、日本人や中国人をターゲットにした、Educational Trip をウリにした観光振興を戦略的に進めてきた。教育旅行・視察とともに、産業視察に特化したプロダクトを作成し、旅行会社やツアーオペレーター等に情報提供した。また国内外のイベントなどを通じPRを続けてきた。さらに、HPやSNSを通じて個人にもアプローチできるように広報を行った。様々な組織や自治体と協力して、足掛け7年に渡り、作り上げてきたのである。Covid-19により、軌道に乗りつつあったプロジェクトは停滞を余儀なくされたものの、アフターコロナにおいては、地域を取り込みつつ推進し、丁寧に作り上げてきたこれまでのプロセスが生きてくることとなるだろう。特に経済成長が著しい中国での需要は高いと想定される。

ここでファムトリップへの参与観察を通じ、感じたことをいくつか挙げておきたい。

まず、本プロジェクトの中心となるフィンランドでの教育について、ファムトリップで訪問した学校、話を聞かせていただいた先生方からは、教科横断的な学習や国際化、環境問題への取り組みなどは先進的な教育方針が語られていた。フィンランドでは教育指導要領はあるものの、学校ごとの裁量が大きく認められていることもあり、ポジティブに、またフレキシブルに教育活動を進めていた。訪問者にとっては大きな学びの機会となるであろう。

訪問した宿泊施設はいずれも清潔で、最新の機器をそろえたジムやスイミングプールを備えた施設もあり、さらに進みつつある健康志向に対応しているものとなっていた。また、食について、アレルギーやヴィーガンへの対応など、多様化する嗜好にも配慮されていた。観光振興のために新たな施設が整備されつつあり、活気のある様子が伺えた。

教育や観光プロダクトのプロバイダーについて

は、多くのプロダクトがあるがために、ガイドの質について、かなり差があるように感じた。フィンランドではガイドの資格制度はないが、民間のNPO³⁰が持つ認定制度があり、半年ほど講習を受け試験をパスし、修了証を受けると、公式認定ガイドとなる。しかし公式認定ガイドではない人がガイドをしても法的に問題ない。公式認定ガイドではなくともTourismを職業訓練校等で学んでいるガイドもあり、大学で環境教育を学んだガイドもいるという状態である。プロダクトの種類が多いので、どの程度まで「ガイド」としての手腕を求めるかは、ケースバイケースではあるだろう。しかしながら、独自の認定制度などを導入し、最低限の質の担保ができれば、より良いものとなると思われる。

VI まとめ

本稿では、オウルおよび周辺地域における観光戦略とその課題について、ファムトリップでの参与観察を踏まえつつ考察した。

オウルでは観光振興に向けたプロジェクトを立ち上げ、日本と中国を主たるターゲットにし、教育旅行・視察に注目したプロダクトづくりを市内及び周辺地域を取り込みながら進めてきた。Covid-19により、これからというところで停滞を余儀なくされているものの、準備は整っている状態である。

アフターコロナにおいてどのように展開していくか、不透明な状況である。フィンランドはヨーロッパ諸国と比べ、Covid-19の社会的影響は大きくはないものの、平和産業である観光振興にとっては大きな試練である。オウルでのプロジェクトを通じて作り上げてきた観光振興策がどのように展開していくか、今後の動きを注視していきたいと思う。

謝辞

本稿作成に当たり、Business Ouluの内田貴子氏には多大なご協力をいただきました。また、ファムトリップへの同行を受け入れてくださったVisit Ouluと職員の皆さま、訪問先の学校、諸施設の皆さまに多くの示唆をいただきました。この場を借り

て、深くお礼申し上げます。

参考文献

MATKAILUTILINPITO Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2018–2019
Business Finland, Visit Finland, Helsinki 2020

注

¹ World Happiness Report 2020 (<https://worldhappiness.report/ed/2021/#read>) 2021年3月25日閲覧

² SankeiBiz「北欧のこと、どれだけ知ってる？各国の位置、国旗の違い、北欧雑貨やキャラクターなども含めた知名度調査を阪急交通社が実施」

有効回答数：550名、調査期間：2019/1/18～2019/1/19、調査対象：全国、20代以上の男女、調査手法：Webアンケート (<https://www.sankeibiz.jp/business/news/190205/prl1902051752146-n1.htm>) 2021年1月19日閲覧

³ 北フィンランドランプランドの Rovaniemi (ロヴァニエミ) の郊外にあるサンタクローズのテーマパーク。1983年にオープンした。

⁴ Marimekko は 1951年に創業したフィンランドを代表するアパレル企業。大胆な花柄などで人気を集めている。

⁵ サルミアッキ (salmiakki) は、塩化アンモニウムとリコリスでつくられる黒い飴菓子で、世界一まずい飴ともいわれる。フィンランド人は好んで食べる。

⁶ オウルについては、地球の歩き方 2018 – 2019 年版より掲載されるようになった。

⁷ Visit Oulu ホームページによる (<https://visitoulu.fi/en/oulu-2/>) 2021年1月19日閲覧

⁸ ヘルシンキ (約 64 万人)、エスポー (約 28 万人)、タンペレ (約 23 万人)、ヴァンター (約 22 万人) に次ぎ、オウルは約 20 万人 (2020 年)

⁹ Air Guitar World Championships 公式 HP (<https://airguitarworldchampionships.com/en/national-championships/>) 2021年2月25日閲覧

¹⁰ ここでいうタールは木質系タールのことで、油分が豊富なアカマツを蒸し焼きにし、抽出して得られ

るもの。

¹¹ ミカ・クルユ「オウルの奇跡—フィンランドの IT クラスター地域の立役者達」2008, 新評論など、オウルの産業クラスター建設については日本でも注目されてきた。

¹² Visit Oulu 内部資料による。

¹³ メッツアハリトウスは、国有地と海域で行政業務を行っている。フィンランドの自然保護区と国立公園を管理し、無料のハイキングサービスを提供している。

¹⁴ Familiarization Trip (ファミリアライゼーショントリップ) の略で、下見招待旅行やモニターツアーとも言われる。

¹⁵ 「世界のツーリズムをリードする」総合観光イベントとして、さまざまな産業が「観光」を軸に集結するイベント。通常は東京ビックサイトで開催されている。

¹⁶ プロジェクト報告による。(https://www.rokuageopark.fi/application/files/7415/2810/6540/AOR_esittely_nettiin_2018.pdf) 2021年2月25日閲覧

¹⁷ Oulun Matkailu Oy は、2010年に設立された地域共同マーケティング会社であり、その事業者が貿易機会を創出することにより、オウル地域の観光収入を増やすことを任務としている。

¹⁸ Oulu Finland Educational and Technical visit program (<https://www.businessoulu.com/media/2019/pdf/oulu-educational-and-technical-visits-program-2020-issuu.pdf>) 2021年2月11日閲覧

¹⁹ 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会社のことで、Destination Management Company (デスティネーション・マネジメント・カンパニー) の略。

²⁰ 科学・技術・工学・芸術・数学の5つの英単語の頭文字を組み合わせた造語。科学 (Science)、技術 (Technology)、工学 (Engineering)、アート (Art)、数学 (Mathematics) の5つの領域を対象とした理数教育に創造性教育を加えた教育理念。知る(探究)

とつくる（創造）のサイクルを生み出す、分野横断的な学びである（STEAM Japan HP による）。

²¹ ブルーベリーの種類。フィンランドの森の林床に多く自生している。

²² フィンランドの国立公園は 1938 年からアメリカの国立公園制度を参考に整備され、第二次世界大戦後に本格化した。1956 年にメッツァハリトゥスが所有する土地に国立公園が設立され、ここが管理し始めた。

²³ ロクアジオパーク公式ホームページ (<https://www.rokua.com/>) 2021 年 2 月 25 日閲覧

²⁴ フィンランド国外に在住するフィンランド国籍男性は、満 18 歳の誕生日を迎える年の 1 月 1 日から兵役招集の対象となり、6 か月から 12 か月の兵役が義務として課される。女性は志願制。

²⁵ 電気でアシストをするファットバイク。

²⁶ 「コッコ・マッカラ」はフィンランドの伝統的な料理法で「コッコ」とは焚火、「マッカラ」はソーセージの意味。

²⁷ フィンランドの個人が作成する高品質の手工芸品とデザインを提供する古民家を改修した店。

²⁸ Lovi ホームページ (<http://lovi.jp/>) 2021 年 2 月 25 日閲覧

²⁹ PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) により認定されたもののみを利用。

³⁰ Suomen opas liitto (Finland Guide Association) という NPO 組織で、オーランド諸島含むフィンランド全体に支部をもつ。Suomen Opas Liitto <https://www.suomenopasliitto.fi/fi/> 2021 年 2 月 25 日閲覧

