

## クォールマーク制度

・ニュージーランド（以下、NZ と略する）は長い間、人の住まない無人の地で、哺乳類が全くいない鳥など動物の楽園であった。約 1000 年前、先住民であるマオリの人々が南太平洋の島々からこの地に渡り住み始め、固有生物の絶滅や大規模な森林火災をもたらした。その後、イギリス人を中心とするヨーロッパ人が移り住むようになると森林が伐採され、土地は放牧や農地、造林地へと転換され、鳥類の天敵となる外来種が持ち込まれるなど自然環境が激変する歴史を持つ。

・現在は、都会と自然を兼ね添えた風光明媚な観光地として発展し、都市から少し離れると牧場と原生林が広がっている。温帯雨林もあれば、氷河やフィヨルド式海岸の景観も楽しめ、3 カ所の世界遺産、14 カ所の国立公園、25 ヶ所以上の海洋保護区を有するなど、変化に富んだ自然豊かな国である。

・この豊かな自然が NZ の観光資源の柱となっており、自然環境の保護と併せて外来種の駆除に積極的に取り組んでいる背景がある。NZ 政府は、「2050 年までに外来種根絶」を宣言しており、これ以上自然が損なわれる前に対策を講じ、持続可能な観光産業を目指す強い姿勢が伺える。

・クイーンズタウンからミルフォードサウンドへ約 4 時間のバス移動があったが、現地のガイドが車窓から見える紫の花のルピナスや黄色い花のハリエニシダを指し、あれは外来種で駆除の対象だと説明していたのが印象的であった。また、近年は映画撮影のロケーション地として需要が高く、ロード・オブ・ザ・リングが撮影されたとの説明があったが、氷河により形成された地形と原生林の織り成す風景は雄大で感動そのものであった。

・NZ は、自然に恵まれている点を活かし、ホエールウォッチングやバンジージャンプ発祥の地と言われるようにアクティビティ（体験型ツーリズム）を積極的に開発し、海外の観光客をひきつけ観光産業の振興に大きく貢献しているなど、観光資源としての自然の活用は重要な要素となっている。

・資料によると、NZ 政府観光局が市場からのイメージ調査を行ったところ、「一面緑の丘、ヒツジ、マオリ族」などに加えて、「Boring（退屈）」の回答があったことを真摯に受け止め、「退屈」からの逆転の発想で「Pure」をキーワードにし、強みである風景、人、アドベンチャー、文化など全てを「Pure」という文脈のもとで表現（例：ナチュラルなワイン、素朴な人、手つかずの中でのトレッキング等）するとともに、「100%PURE ニュージーランド」を観光のコンセプトに位置付けている。宿泊施設、観光関連サービスを対象にした認証制度である「クォールマーク（Qualmark）」は、「100%PURE ニュージーランド」の

ブランドイメージに影響するコンテンツの品質を担保しているとのことである。

今般、NZ が取り組むクォールマーク制度について、オークランドで調査を行った。クォールマーク・ニュージーランド、ジェネラルマネージャーのキャメロン氏のプレゼンは「キアオラ！」（こんにちは）の挨拶で始まり、観光振興の現状や観光を支えるクォールマーク制度の背景や目的、課題等について懇切丁寧に熱く語っていただいた。その際のプレゼンを中心に関係資料を参考にして、以下にその概要をまとめた。

## 1. 観光の現状

- ・ NZ 政府観光局は、NZ の価値を国際的に高めることをミッションとして、「100%PURE ニュージーランドキャンペーン」などに取り組んでおり、2018 年度の予算額は 117 百万ドルで、14 の事務所に 160 名のスタッフを有している。
- ・ 観光客の NZ に対する満足度は 90% と高く、94% の方々が期待通り、又はそれ以上の経験ができたとしている。
- ・ NZ に来たことのある人の 76% が他の人へ推薦しており、NZ の自然への満足度は 98% と高い。
- ・ NZ には、自然、安全、特別な体験、友好的な人々、お手頃価格のアクティビティ、清潔などを期待して訪れる方が多いので、その期待を裏切らないことが大事である。

## 2. クォールマーク

### (1) クォールマークとは

1993 年に制定されたクォールマークは、国内で営業する宿泊施設、交通機関、アクティビティやツアー等の観光関連ビジネスを、独立した外部機関による品質基準に基づいた診査を受けて評価する、政府お墨付きの品質認定制度である。



※クォールマークという名称は、「品質」の Quality と、「印、評価、格付け」

などの意味を持つ **Mark** との造語で、大シダの葉をデザインしたシンボルマークを使用している。写真は左からホテル、宿泊施設以外の観光関連商品、エンバイロ・アワード（ゴールド）のマーク、右端はホテルでの掲示状況

## (2) クォールマークの役割

NZ の特徴と魅力を守り、産業へのサポート体制を維持し、業界には変革を厭わない姿勢を持たせることで、NZ 観光産業の地位を堅固かつ長期的で持続可能なものにするにある。

## (3) クォールマークの種類

### ① 宿泊施設

宿泊施設は、1 つ星から 5 つ星までの格付けがなされている。ホテル、モーテル、バックパッカー、貸別荘など 10 のカテゴリーに分けられ、それぞれに評価基準が定められている。

宿泊施設は、従来の品質評価に加え、環境に対する貢献度の評価も受けている。緑のクォールマーク・エンバイロ・アワードのロゴを並べて表示している事業者は、環境に関するガイドラインを順守し、環境に配慮した営業を行っていることが認められている。

### ② 観光関連商品：

セイリングやトレッキングなどのアクティビティから美術館、博物館などのアトラクション、観光バスなどの交通機関まで、観光関連商品の場合は、星の数による格付けは行っておらず、合否判定による品質保証という表示のみが与えられる。

クォールマークの認証を取得している事業者は、安全、設備・道具類、カスタマーサービスなど業種別の品質基準を満たしているため、利用する旅行者は質の高いサービスを受けられる。宿泊施設と同様に、観光関連商品も環境に対する貢献度の評価を受けている。

### ③ クォールマーク・エンバイロ・アワード

クォールマークの認証を受けた全ての事業者は、設備・サービスそのものの品質審査に加え、環境に対する貢献度や負荷の審査を受けている。よって、クォールマークの認証を受けているということは、環境に関する必要最低限の基準や条件に合致しているということでもある。

この必要最低限の基準を満たしつつ、エネルギー効率、廃棄物管理、水資源保全、環境保全、地域への貢献などの項目によるさらに厳しい審査を受ければ、評価に応じて、エンバイロ・アワードのゴールド、シルバー、ブロンズのロゴの使用が認められる。

このシステムは、国の観光資源である自然環境を将来にまで持続させるために、NZ 観光業界が取り組む環境対策の一環に位置付けられている。

#### (4)認定取得のための手続き

- ・クォールマーク制度は強制のものではなく、認定を希望する企業は申請書を提出し、調査員による現地調査により品質評価基準表に基づく評価が行われ、認定されるとライセンス契約により「クォールマーク」の使用が可能となる。
- ・新規にライセンスを取得するだけでなく年に1度更新の手続きが必要となる。
- ・評価している中でクォールマークの基準に合わず認定できない場合は、事業者が望めばその基準に達成できるようなお手伝いをしている。
- ・評価方法を宿泊施設のケースで見ると、「清潔さ」「全体の見た目」「公共施設」「私有施設」などの項目の下に、それぞれ具体的な品質評価項目が設けられ、それに品質評価点数がつけられる。合計された評価点数に基づき、格付けランク（星の数）が決まる仕組みとなっている。

##### ※具体的な品質評価項目例

- ・「全体の見た目」：外観、照明、安全、駐車場、ランドスケープなど
- ・「私有施設」：寝具、アメニティー、浴室、寝室など

#### (5)認定企業の主なメリット

- ・NZ 観光局のウェブサイトには年間 4100 万回のアクセスがある。このサイトからホテルを検索した場合、クォールマークの認定を受けたホテルが先に表示され、認定のない企業は最後方になる仕組みになっている。よって、予約においては、クォールマークのついている方が断然有利となる。
- ・クォールマークの認定を受けているとメディアへの露出が多くなり、3 億 1170 万ドル相当の広告価値があると試算しており、零細企業にとってメリットは大きい。
- ・クォールマークの認定を受けた企業は政府が認めた企業であって、認定のロゴマークが貼られておれば、政府が保証している印になるので、個人旅行者にとっては非常に良い指標になっている。
- ・中国から来る観光客のビザについては、クォールマークの認定を受けた宿泊施設を利用することが条件となっている。
- ・IBO という旅行のパッケージを販売している企業と連携をとっており、そこで扱っている企業の 75%はクォールマークの認定企業となっている。
- ・トレンズという、毎年開催される最大の旅行イベントがあるが、それに出展している企業の 85%がクォールマーク認定企業である。
- ・クォールマークは 2000 程度の観光関連ビジネスと関わっており、観光客の

4/5（年間延べ 1800 万人）がクオールマークの認定施設に宿泊している。

#### (7)質疑応答

Q:ISO とはどのように違うのか

⇒ISO は主に大企業が取得している。NZ の観光関連企業は概ね 80%が零細企業で、これら企業がクオールマークの認定を受けている。零細企業は支援が必要と思うが、クオールマークを通してたくさんの実践的なアドバイスができていると考えている。

Q:ホテルの場合、何社、何割が認定を受けているのか

⇒約 450 件のホテルのうち認定を受けているのは約 200 件であるが、このホテルが宿泊の 80%を担っている。

Q: クオールマーク認定のために、企業は手数料としていくら支払うのか

⇒手数料はホテルの規模によって異なるが、例えば小さいホテルで年 900 ドル程度、大きいホテルで年 3000 ドル程度となっている。

⇒クオールマークでは、1 年間にライセンスフィーとして 180 万ドルが入ってくるが、全て年間で支出されている。

Q:認定企業 2000 社の見直しは毎年行っているのか。

⇒毎年、見直しを行っている。見直しの時に調査も行っているので、グレード（ランク）が変わることもある。

Q:加盟企業数の動向はどうか。

⇒新規もあれば辞める企業もあり、あまり変わらない。クオールマークは規則を作り質を高める取り組みなどを行っているが、トリップアドバイザーという、一番大きな競争相手がいる。

Q: クオールマークを辞める企業の理由はなにか

⇒40%は単に辞め、30%はコストが高いとの理由。10%は調査の結果ランクが下がった場合に辞めるような形。

Q:トリップアドバイザーとの関係をどのように考えているか

⇒クオールマーク制度をやめてトリップアドバイザーに任せることも考えられるが、NZ の環境を守っていくことはこの国の重要なテーマ。トリップアドバイザーだけではわからない、隠れた表面に出てこない問題がクオールマーク制度では、探し、改善することができるのではないかと考えている。

・今は旅行者の数が勢いよく増えており、NZ に対する満足度も高い。今後、観光客が増えてきて、のんびりした地域が人であふれ、海がゴミだらけになり、満足度が低下していくことになるかもしれない。このようなことにならないように、クオールマークを通して NZ のスタンダードを守る必要がある

・トリップアドバイザーの 1~5 までの星マークは使った方々の感覚で責任もな

くコメントをしている。しかし、クオールマークのランク付けは、細かい項目について調査して行っている。トリップアドバイザーの星の数とクオールマークの星の数は意味が違う。

**Q:** 宿泊施設の 5 つ星とエンバイロ・アワードの金銀銅は何が違うのか

⇒ 宿泊施設の 5 つ星は例えばいいベット、いい内装、いい照明、りっぱな洗面所などが評価基準になる。エンバイロ・アワード金銀銅はそのようなところに、目に見えない資源量をどのように節約、改良、管理しているのか、安全面にどのような取り組みを行っているのかのような環境面の項目で、金銀銅を判断している。

**Q:** クオールマークが機能するようになるまで何年程度要したか

⇒ クオールマークは 1993 年に作られ、23 年間クオールマークが存在している。当初は、参加する事業者が思うように集まらず政府の支援を受けていた。その後、「100%ピュアニュージーランド」のキャンペーンに取り組みつつ、企業の方々がツーリズムの改善を続けることによって、観光客が増え、クオールマークの影響力が出てきた。

**Q:** 沖縄県でクオールマーク制度を立ち上げるとすれば、何が課題か

⇒ 認定制度に参加することが利益アップに繋がることを示しつつ、数多くの事業者を加入させて、制度の価値を見出すことが大事。

**Q:** クオールマークの認定に関連して、資金援助の仕組みはあるのか。

⇒ 企業の希望に応じて助言は行っているが、金銭的な支援は行っていない。

## 2. 類似制度の沖縄への導入について

○ 沖縄県は、「第 5 次沖縄県観光振興基本計画」の中で、多様で魅力ある観光体験の提供に向けて、観光客が安心して観光サービスを提供する観光事業者を適切に選択できるよう、サービスや事業者を認定・認証する制度について検証を行い、県内での導入に向けた検討を行うとしている。

○ また、沖縄観光コンベンションビューローは、平成 28 年度の沖縄観光振興に関する提言書において、「安全性や衛生面の必要条件を満たし、かつ提供するサービス内容の幅や質によって格付けを行った、観光客へ推奨できる観光事業者の認証制度（認証マークの制作と付与を含む）を導入すること」を盛り込んでいる。

○ このように計画に位置付けられ、観光業界からも提言されている中において、沖縄県は、今後の FIT（個人旅行）受け入れのための宿泊施設認定制度の導入可能性について調査報告書をまとめている。その内容は、今後も進展する FIT 化はツアー利用客と比べて、客室単価の向上と安定化に繋がることが考えられることから、具体的に①報奨・表彰タイプ、②品質保証タイプ、③格付け・情

報提供タイプについて導入のメリットや運用上の課題等について検討を行っている。結論として認証制度は、タイプ別全てに懸念事項があるものの、旅行者ニーズと施設機能のミスマッチを防ぎ、満足度の向上に資すると評価しているが、導入に際しては、以下の3点を留意し、慎重に検討していく必要があるとしている。

1 点目は、認証制度の導入は改善の方向性を示すための基準であり、外国人観光客を受入れるにあたっての課題を直接的に解決するものではないということである。「基準」を設定するだけでなく、基準に到達するための支援策をあわせて検討することが必要である。

2 点目は、公的機関等における認証制度を実施することの有効性についてである。いくつかのホテルでは積極的に誘客宣伝等をしていなくても、認知度の高い口コミサイトや宿泊予約サイト等を通じてFITからの予約が入っていることから、公的機関等による認証制度の導入にあたっては、定着しているインターネット情報やユーザー評価と差別化を図り、公的機関等が行うことの有効性を明確にする必要がある。

3 点目は、制度導入によって、観光客、宿泊施設、業界、公的機関等にとって効果のある制度でなければならないことである。現状では、宿泊施設、業界にとって効果が見えにくい状況となっていることから、制度への参加率を上げることが難しく、一定の参加率が見込めない場合は、制度の意義自体がなくなってしまうものと考えられる。

### 3.所感

○観光産業の競争環境が国内外で厳しくなっている状況において、差別化を図るためには地域の自然や文化をしっかりと保護しつつ、戦略的に活用することが重要である。

○森林を焼き払い、牧場として開拓し、外来種の持ち込みにより元々の自然が一部破壊されている経験を踏まえ、豊かな自然をNZの観光資源の柱に位置付けて、徹底した自然環境の保護に取り組みつつ、自然を活かした付加価値の高い観光政策に取り組んでいることについては見習うべきものがある。

○自然、安全、特別な体験などの観光地としてのNZの特徴と魅力を観光客視点で分析し、それをしっかりと守り抜くことが持続可能な観光産業の構築に繋がることを官民が共通認識し、それを担保するものとしてクォールマークに取り組んでいる。クォールマーク制度そのものも価値のあるものであるが、中長期的視点での観光産業のベクトル合わせに役立っており、各企業がそのベクトルで経営に取り組み、維持・改善に努めていることは政策効果の高い施策と言える。

《参考資料》

1. ニュージーランド政府観光局ホームページ
2. 訪日外国人向け「観光品質基準（日本旅行編）」の策定に関する調査研究（2010年3月 財団法人中部産業・地域活性化センター）
3. デスティネーション・マーケティング・ケース：ニュージーランドの取り組みから（高崎経済大学 佐々木茂）
4. 日本政府 復興庁 会議資料
5. 沖縄観光認証制度検討事業（平成26年3月 沖縄県文化観光スポーツ部）



## 11/24（金） オークランド JETRO・日本総領事館のブリーフィング・夕食会

11/24（金）、在オークランド日本国総領事館の会議室で、JETROと総領事館のブリーフィングを受けた後、市内レストランで夕食会を開催した。

### 1. JETROオークランド事務所 林 道郎 所長 ブリーフィング

物価も輸入品の値上がり等により、年2%程度上昇している。

第1次産業は名目GDPの7.6%と意外に低く、サービス業が72%と高い。

輸入は2011年、輸出は2013年から、中国が最大の相手国となり、日本は4番目である。国の最大の輸出品は農



林水産物だが、日本への最大はアルミニウムであり、原料のボーキサイトは豪州から輸入し、住友化学も出資する企業が水力発電の電力で精練している。

日本からの農林水産物輸出は、2015年で22位、27億円で、額の多い順に鱈、調味料、酒、イカ、醤油。NZは検疫が厳しいなど規制は多いが、意外と輸出されている。ただ、JETROの関係企業アンケートでは、NZへの新規進出の意欲は少ない。

自動車は製造しておらず、2016年は32万台輸入した。台数では、中古車が52%、新車が48%である。日本からの輸入は過半の17万台で70%以上が中古車である。中古車輸入には規制が多い国が多いが、NZは検疫が厳しいが、長期にわたり日本から中古車を安定して輸入している国である。

本土復帰の頃、那覇に住んでいたことがあり、沖縄には親近感がある。

### 2. 駐ニュージーランド大使館 高田 稔久 特命全権大使 あいさつ

高田大使は以前沖縄担当大使を務められ、そのときには当会活動にも積極的にご参加いただいた。NZへ帰任してすぐ、総領事館でご挨拶いただいた。



年間NZ人口の4分の3になる360万人の外国人観光客が来ている。沖縄がNZに学ぶとすると、さらに長期滞在してもらい、1人あたり消費額も多くしてもらおう工夫かと思う。

英国のEU加盟を機に、NZはアジア太平洋地域諸国、最初は日本との関係を強化してきたが、最近是中国との関係が深まっている。

大阪での日本ニュージーランド経済人会議から帰任したところで、先進国でほどよい規

模のNZがトライアルに適しているのではないかと考えた。

比較的治安も良く、英語学習を含めた留学にもNZは適していると思う。琉球大学とウェリントン・ヴィクトリア大学が協定を結んでいるが、活発化してほしい。

沖縄とNZは本土復帰前からの牛肉輸入など古くからの関係があるが、さらに発展することを期待している。

### 3. 在オークランド日本国総領事館 横山 佳孝 総領事 ブリーフィング

オークランドは、NZ人口の3分の1を占めるNZ最大の都市、かつNZ経済の中心地であり、NZトップ20の大企業のうち13の本社がある。人口は160万人（うち邦人9千人でNZ全体の半数を占める）、茨城県日立市と赤道をはさみほぼ同緯度に位置する。NZの旧首都で、先住民族マオリ人が12～13世紀にかけて定住し、この地をタマキ・マカウラウ(百人の恋人の地)と呼んだ。



NZで最も国際色豊かな多様性に富む都市で、他都市に比べ特にアジア系及び南太平洋島嶼系の比率が高い。欧州系59%、アジア系23%、南太平洋島嶼系・マオリ系が各14%。オークランドに流入した移民は純増ベースで年3.5万人(NZ全体の49%)。アジア系、特に中国からの移民増大が顕著で、人口の8%を中国系が占める。語学を中心とするNZへの留学が多いが、オークランドには全体の60%、8万人の留学生在が滞在している。

人口急増を主要因とする住宅不足と住宅価格高騰（1戸建てが約1億円）、道路・鉄道等の公共インフラ整備、深刻化する交通渋滞対策等が喫緊の課題となっている。NZ最長のウォータービュートンネルが大林組も協力して建設され、2017年7月開通した。

労働党新政権は、海外投資家による住宅購入を2018年早々にも禁止すると発表した。

総領事館の交流の取り組みについても詳しく説明され、ラグビーワールドカップ、オリンピックの日本開催を契機に日本への関心が高まっているこの機にさらに交流を深めたい。

### 4. 夕食会

NZ最後の夜、高田特命全権大使、横山総領事、林JETRO所長に加え、NZ進出日系企業の団体であるオークランド日本経済懇談会(通称「二水会」)のメンバー数名を招待した夕食会をオークランド市内の港にあるレストランで開催した。当日午前訪問したGulliver NZの内田さまにもご参加いただいた。

冒頭、玉城代表幹事が挨拶し、高田大使の当会活動を含めた沖縄でのご活躍や今回のNZ視察を振り返った。続いて高田大使からご挨拶いただき、ニュージーランドではレストランにスーツ着用で行くことは少ない、とご指摘を受けた。その後、二水会副会長の村上貴光・三菱東京UFJ銀行オークランド支店長の乾杯のご発声で楽しい夕食会となった。



最後に瀧辺副代表幹事の挨拶、東川平国際委員長の総括で夕食会を閉じた。



総領事館会議室にて