

体験型旅行と地域観光で北海道と青森をつなぐ津軽海峡フェリー

インタビュー 2026 年 10 月 27 日

津軽海峡フェリー株式会社は、日本で最も歴史的・文化的に重要な海上ルートの一つである津軽海峡を介して、北海道と青森を結んでいます。同社は、単なる移動手段にとどまらず、北日本の風景、食、ものづくり（クラフト）、そして地域コミュニティを乗船客に紹介する没入型の旅へとフェリーの在り方を進化させることで、訪日外国人を含む旅行者に対するこの地域の魅力向上に取り組んでいます。



津軽海峡フェリー株式会社 代表取締役社長 柏木 隆久

日本の観光産業は、いま新たな飛躍の時代を迎えています。2025年には約4,270万人の外国人旅行者が日本を訪れ、観光消費額は約9.7兆円に達しました。2030年に向けた国家ビジョンはさらに野心的で、訪日客6,000万人、旅行消費額15兆円という目標が掲げられています。

こうしたなか、日本としては、いわゆる「ゴールデンルート」（東京-富士山-京都-大阪など）以外の地域にも、外国人旅行者が足を延ばすよう促しており、各地域の観光地は長期的な観光戦略において、これまで以上に重要な役割を担うようになっています。

津軽海峡を挟んで向かい合う北海道と青森は、歴史、文化、自然、そして海事（海運・海洋）遺産が見事に融合した、海外からの旅行者にはまだ十分知られていない魅力的な地域です。

このエリアは、日本の他のどこにもない特徴を備えているとお考えでしょうか。また、海外からの旅行者にとって、この地域を「旅程に必ず組み込むべき場所」と言えるのはなぜでしょうか。

この地域には本当に魅力的な要素が数多くあり、どこから語り始めるべきか迷ってしまうほどです。あえて一言でまとめるとすれば、「自然、歴史、文化、精神性、そして日常生活が、何千年にもわたって深く結びついてきた、日本でも最も“本物”で多様性に富んだエリアの一つ」である、ということになります。

日本にはおよそ 1 万 4,000 の島がありますが、とりわけこのエリアの地理は非常に重要な意味を持っています。津軽海峡は、日本最大の島である本州と、2 番目に大きな島である北海道を隔てています。一見すると、ただの海の一部のようにも見えますが、自然界と人間社会の双方において、きわめて大きな役割を果たしてきました。

生物学的な観点で見ると、津軽海峡は日本における最も重要な自然の境界線の一つです。イギリス人博物学者トーマス・ブラキストンは、この海峡付近を日本の北と南の野生動物を分ける境界線として指摘しました。クマやシカをはじめとする多くの動物種は、海峡を挟んでそれぞれ異なる進化を遂げており、この地域が生態学的に非常に重要なエリアであることを示しています。

しかし、自然が境界線をつくった一方で、人はその境界を越え続けてきました。何千年もの間、人々のコミュニティはこの海を行き来し、思想や伝統、生活様式を交換してきたのです。海は人と人とのつながりを断ち切る「壁」にはなりません。むしろ文化同士を結びつける「道」として機能してきたのです。

この歴史は、日本最古級の文化である縄文文明とも深く関係しています。縄文人はしばしば「狩猟採集民」として語られますが、その表現だけでは彼らの社会の高度さを十分に言い表せません。世界の多くの狩猟採集社会と異なり、縄文の人々は定住し、高度な文化を築き、きわめて長い期間にわたり繁栄していました。

現在もなお、発掘調査を通じて、その文明の高度さが次々と明らかになっています。特徴的な土器や集落跡、その他の文化的遺物が、津軽海峡を挟んだ両側、すなわち北海道と青

森の双方で発見されています。これらの発見は、この地域が一時的に人が住んでいただけの場所ではなく、海を越えたつながりを保ちながら、独自の文化を育んだ繁栄したコミュニティの「暮らしの場」であったことを物語っています。

この地域には、非常に豊かな精神文化の遺産もあります。その一例が恐山（おそれざん）です。恐山は、日本でも最も神聖な場所の一つとされ、生と死、そしてあの世に関する日本人の信仰と深く結びついてきました。多くの有名観光地とは異なり、今日においてもその姿は驚くほど“本物”のまま保たれています。訪問者数は他の観光地に比べると今なお多いとは言えませんが、だからこそ、過度な商業化とは無縁の、元来の雰囲気の色濃く残る特別な空気を体感することができます。

食文化も、この地域を語るうえで欠かせない要素です。ここから程近い大間町は、日本人の間では「日本一のマグロの産地」として広く知られています。毎年、新年最初の初競りでは、大間産の最高級マグロに驚くほど高値がつき、その様子が全国ニュースで大きく報じられます。こうした競りの結果は、この地域の海産物がいかに高く評価されているかを象徴しています。

文化的な伝統もまた非常に重要です。青森には、東北で最大規模、そして東京以北でも有数の大きさを誇る「ねぶた祭」があります。この祭りを特別なものに行っているのは、そのスケールだけでなく、地域の人々の熱意と献身です。多くの住民が一年の大半を祭りの準備に費やし、祭りのことを思いながら一年を過ごします。自らの時間とエネルギー、創造性を注ぎ込むのは、ねぶたが自らのアイデンティティと地域コミュニティにとって欠かせない存在だからです。この地域一帯には、同じように日常生活と深く結びついた祭りが各地に存在し、それぞれの土地に根差した文化が脈々と受け継がれています。

自然もまた、まったく異なる魅力を備えています。冬になると、樹木に積もった雪が大きな白い塊となって成長し、多くの人が「スノーモンスター」と呼ぶ幻想的な景観をつくり出します。そうした森の中を歩くと、現実離れた世界に迷い込んだかのような感覚を味わえます。こうしたエリアの多くは、いまだ大量観光とは無縁であり、訪れる人々は静けさと野性味あふれる自然を、ありのままの姿で体験することができます。

一方で、この地域の冬は非常に厳しい一面も持っています。大量の降雪と地吹雪によって、視界が大きく遮られることもしばしばです。歴史的には、こうした環境は移動を危険なものにし、ときには山中で道に迷う人が出ることもありました。しかし現在では、綿密に計画されたガイド付きツアーによって、こうした極限の冬景色を安全に体験できるよう

になりました。私自身もこれらのツアーに参加したことがありますが、この地域の自然の美しさと、その厳しさ・力強さを、忘れがたい形で実感できる貴重な機会でした。

歴史も、この地域のもう一つの重要な側面です。北海道南部に位置する函館は、近代日本の歩みの中で特別な場所を占めています。江戸時代から明治時代への移行期、日本が対外的に門戸を開き始めた時代において、この地域は旧幕府勢力と新政府軍の最後の戦いの舞台の一つとなりました。

この歴史を特別なものに行っているのは、単にここで戦いがあったという事実だけではありません。むしろ重要なのは、その戦いの「終わり方」です。敗れた側が完全に滅ぼされたわけではなく、旧幕府側として戦った指導的人物の一部は、その後新政府の要職に就き、近代日本の建設に貢献しました。ここに残る歴史は、対立の末に決定的な分断が生じたという物語ではなく、和解と共生の歴史なのです。たとえ争いがあったとしても、その後に人々がともに前へ進んでいくことができるという、日本の近代史の象徴的な一頁だと言えます。

このように、古代文明、精神文化、卓越した食、壮大な自然景観、重要な歴史的舞台、そして自らの文化を誇りをもって守り続ける地域コミュニティが一体となっていることこそが、この地域を特別な存在たらしめています。日本の大きな魅力のひとつは、比較的短い移動距離の中で、まったく異なる景観、歴史、文化を体験できる点にあります。その多様性を最もよく体現している場所の一つが、まさに北海道と青森なのだと思います。



当社は 8,000 トン級の大型フェリーを運航しており、安定した乗り心地をご提供しています。高い就航率のもと、安全・安心な航行を実現しており、運が良ければイルカをご覧いただけることもあります。

世界的に、旅行は「目的地そのもの」だけでなく、「そこへ向かう旅路の体験」によっても語られるようになってきています。多くの海外旅行者は今、できるだけ早く到着することよりも、景観や地域文化を味わい、その国を移動するプロセスそのものを楽しめる、ゆっくりとした没入型の旅のスタイルを意識的に選ぶようになっていきます。

こうした変化を踏まえたとき、日本の将来の観光産業において、フェリー旅はどのような役割を果たしうるとお考えでしょうか。また、鉄道や航空ではなく「海から津軽海峡を渡ること」でしか得られない体験とは、どのようなものだと思いますか。

フェリー旅行の最大の強みは、「次の目的地へ到達するための単なる移動手段」ではなく、「旅そのもの」を楽しめる点にあると考えています。

何世紀にもわたり、人々は津軽海峡を渡ってきました。縄文時代の頃から、この海域は人々を隔てるのではなく、結びつけてきたのです。現在、お客様が当社のフェリーに乗船されるとき、その方たちは、何千年にもわたって人や文化、思想をつないできた海の道をたどっていることになります。その歴史の連続性そのものが、旅の一部なのです。

また、訪日外国人旅行者へのサービス向上にも、今後一層取り組んでいかなければならないと考えています。インバウンド観光が拡大するなか、多言語での情報提供、分かりやすい案内、そして安心して過ごせる受け入れ環境の整備は、ますます重要になっています。これは、当社としてさらなる改善の余地があると認識しており、現在積極的に検討を進めているテーマです。

景観そのものも、フェリーで旅をする大きな理由の一つです。以前のご乗船では夜間に海峡を横断されましたが、ぜひ昼間の航行も体験していただきたいですね。昼と夜とはまったく異なる景色が広がります。日中であれば、海岸線や外洋、周囲の山々の姿を存分に楽しむことができます。船が海上を進むにつれて、移り変わる景色の中で、澄んだ空気と静けさに満ちた、穏やかな時間をお過ごしいただけます。

また、計画して体験できるものではないけれど、心に残る思い出になる瞬間もあります。ときどき船のそばにイルカが現れたり、さまざまな海の生き物を見られる機会に恵まれます。そうした自然との予期せぬ出会いは、飛行機や高速鉄道の旅では味わえない体験です。

フェリーには、ほかの交通手段にはなかなかない「自由度」もあります。クルマやバイク、自転車など自分の乗り物をそのまま持ち込めるため、到着後も自分のペースで自由に

行動が続けられます。ペットと一緒に快適に移動することもできますし、荷物が多くても問題ありません。旅のスタイルや興味関心、スケジュールに合わせて、柔軟に旅程を組み立てることができます。

最終的に、フェリーは単に北海道と青森の間を人を運んでいるだけではありません。速度を少し緩めて周囲の環境に目を向け、日本の歴史ある海のルートの一つを実感し、目的地に到着する前からすでに北日本の文化に触れ始める——そのような体験を提供しているのです。歴史、景観、自由度、そしてリラックスできる時間。そのすべてが結びついていることこそ、フェリー旅を特別なものに行っているのだと思います。

世界の観光競争の焦点が、単なる移動手段や宿泊施設ではなく「本物の体験」へと移るなかで、旅行事業者は、目的地の魅力を伝えるアンバサダーのような存在へと変わりつつあります。2つの港を結ぶ乗り物にとどまらず、訪問者が目的地に到着する前から、その地域の文化、ものづくり、食、伝統と出会う「最初の場所」にもなりうるのがフェリーです。今後、北海道と青森という地域ならではの個性を伝える“入口”として、船内での体験をどのように進化させていきたいとお考えですか。

まさに、私たちが目指している方向性がそこにあります。フェリーを単なる移動手段としてではなく、「船に乗っている間からすでに地域の魅力に触れ始める場所」にしていきたいと考えています。

当社の航路でつながる地域には、すばらしい産品や伝統、物語が数多く存在しており、そうしたものを航海中にも体験していただけるようにしたいと思っています。なかでも強化していきたいと考えているのが、船内で購入したり、知っていただいたりできる地域産品のラインアップです。

その好例が、青森でつくられている津軽びいどろです。美しいハンドメイドのガラス製品であり、この地域の職人技を象徴する存在でもあります。旅の記憶を長くとどめておける品としてお持ち帰りいただけるだけでなく、「この地域ならではの」ものを手にしていただける点に価値があると考えています。ありきたりなお土産ではなく、当社のフェリーが行き来する土地と本当に結びついた商品をご紹介していきたいのです。

より広い意味では、「発見の場」をつくりたいと考えています。ご乗船前には名前も知らなかったような地域の名産品に、船内で出会っていただきたい。工芸品や郷土料理、伝統

的な商品のほか、津軽海峡周辺のコミュニティに息づく物語など——そうしたものの出会いを通じて、自然と好奇心がかき立てられるような場を船の上につくっていきたいと思っています。

私たちは、旅は「目的地に到着してから」始まるのではなく、「移動している間も続いているべきもの」だと考えています。もしお客様がフェリーを降りる時点で、すでに何か新しいことを学び、地元の味を試し、伝統工芸に触れることで、この地域への親しみやつながりを感じてくださっているのであれば、その時点でこの航海は、旅全体の中で大変意義のある一部になっていると言えるでしょう。

この分野については、まだ取り組み始めたばかりで、これからさらに広げていきたいと考えています。ただ、地域の文化そのものをフェリーに乗せることで、船内での体験をより豊かにしていける大きな可能性があるかと確信しています。



船内では、青森発祥のガラス工芸品「津軽びいどろ」のグラスに加え、オリジナルの「御船印」、さらに各港の観光名所や名物をデザインしたプリントクッキーがセットになった特別な記念品「プレミアムボックス」をお買い求めいただけます。

日本へのインバウンド観光市場は急速な拡大を続けていますが、北日本は多くの海外旅行者にとって、いまだ開拓途上のデスティネーションと言えます。認知度が高まり、より多くの訪日客が日本の大都市圏以外にも目を向け始めるなかで、フェリーもまた、より広い観光エコシステムの一部となるチャンスを迎えています。

現在の状況を踏まえると、御社のサービスを利用している海外からのお客様はどの程度いらっしゃるのでしょうか。また、今後数年間で、現実的にどの程度の成長が見込めるとお考えですか。

現時点で正確な数字をお示しすることはできませんが、把握している情報に基づくと、現在当社のフェリーを利用されている海外からのお客様は、おおよそ 4,000～5,000 人程度と認識しています。

この数字自体は心強いものの、インバウンドのお客様に向けた取り組みは始まったばかりであり、多くの海外市場に対して当社サービスを紹介し始めた段階にすぎないという認識もあります。その意味で、今後伸びていく余地はまだ大きいと考えています。

私たちとしては、こうしたご利用者数を少なくとも「2倍」に、理想的には「3倍」にまで伸ばしていきたいと考えています。多くの海外のお客様にとって、フェリーという移動手段の存在そのものがまだ十分知られておらず、北日本を旅するうえで、フェリーがどれほど自由度や楽しさを広げてくれるかも、まだ十分に伝わっていないのではないかと感じています。

今後、東京・京都・大阪といった大都市圏以外の地域へ足を延ばす旅行者が増えていくにつれ、当社の航路は自然と魅力を増していくはずです。北海道と青森は、日本の大都市とはまったく異なる体験を提供してくれる地域であり、フェリーという移動手段は、そうした地域をよりゆっくり、より深く味わう旅を可能にします。

私たちの目標は、単に旅客数を増やすことだけではありません。訪日客の皆さまがこの地域により長く滞在し、自分のペースで自由に旅をし、これまで訪問先の候補になかったような場所にも目を向けていただける——そのような、より広がりのある旅の体験の一部となることを目指しています。

海外旅行者に自社の存在を知ってもらうためには、単に交通手段を提供するだけでは不十分であり、地域ならではの体験を「海外からでも見つけやすく、理解しやすく、予約しやすくする」ためのパートナーシップが欠かせません。御社が KKday などの旅行プラットフォームと連携しているのは、まさにそうした広い視点からの取り組みだといえます。こうしたパートナーシップは、御社の国際的な認知拡大にとってどの程度重要だとお考えでしょうか。また、それによって、単なるフェリー移動が、どのように「より完成された旅の体験」へと変わっていくのでしょうか。

これらのパートナーシップは、海外のお客様にフェリーという移動手段を「現実的な選択肢」として認識していただき、さらに予約を格段にしやすくするという点で、非常に重要な役割を果たしています。

多くの海外旅行者は、日本に到着する前にオンラインで旅程を組み立てます。そうしたとき、彼らが普段から利用しているプラットフォーム上にフェリー旅が表示されなければ、「その航路の存在自体」に気づくことも、「自分の旅程の中でどう組み込めるのか」を理解することもできません。KKday のような企業と連携することで、私たちはお客様の旅の計画段階の、より早いタイミングでリーチすることが可能になります。

単なる予約機能にとどまらず、こうしたパートナーシップを通じて、交通手段と地域の観光コンテンツを組み合わせた「一体型の旅行体験」をつくることもできます。フェリーの乗船券だけを購入するのではなく、到着後に地域文化に触れられるような、工夫を凝らしたパッケージとしてご提供できるようになるのです。

このような形にすることで、海外のお客様にとっては、移動手段・現地での体験・各種予約が一つの旅程の中でつながり、旅がぐっと組み立てやすくなります。不安や不確実性を減らしつつ、「行ってみたいけれど自力では難しそう」と感じていた場所にも、足を延ばしていただきやすくなります。

私たちにとって、こうしたパートナーシップは単なる販売チャネルの拡大ではありません。北日本の魅力を、より便利に、安心して、そして「旅してよかった」と感じていただける形で、海外のお客様に発見していただくための大切な架け橋なのです。

体験型観光の取り組みの中でも特に興味深い事例が、「函館・大間まぐろきっぷ」です。これは、津軽海峡を単に移動するだけでなく、日本有数の“食の名所”への訪問とフェリー旅を組み合わせた企画となっています。

このプログラムは、どのような経緯で生まれたのでしょうか。また、なぜこれが「これからの地域観光のあり方」を象徴する取り組みだとお考えなのか、教えてください。

「函館・大間まぐろきっぷ」は、函館国際観光コンベンション協会との連携によって生まれた旅行商品であり、今後も私たちが積極的に展開していきたい“旅のかたち”を体現した好例だと考えています。

先ほども触れたとおり、大間町は日本一のマグロの産地として全国的に知られています。青森県内の他地域から陸路で向かうとなると時間がかかりますが、海路で見れば大間は函館からすぐ近くにあります。フェリーを利用することで、函館から大間への日帰り旅行を、無理なく快適に楽しめる行程として成立させることができるのです。

このきっぷでは、津軽海峡のフェリー移動に加え、大間での食事体験もセットになっており、到着してすぐに、この地域を代表する名物料理を堪能していただけます。

なかでも印象的なのは、参加店舗の中に、地元の漁師さんが直接経営している店が含まれている点です。なかには、その年に最も高値で取引されたマグロを水揚げした漁師さんのお店で食事ができるケースもあります。そうした体験によって、旅行者と、大間を国内外に知らしめている担い手たちとのあいだに、非常に直接的なつながりが生まれます。

とはいえ、このプログラムの魅力は、食事だけにとどまりません。「函館・大間まぐろきっぷ」催行日には、大間町の周遊サービスワゴンが港でお客様をお迎えし、運転手が町の見どころや観光スポットを案内します。こうしたおもてなしによって、個人でただ訪れる場合とはまったく異なる、より深みのある旅の体験が生まれます。単に「場所を見に行く」だけでなく、そこで暮らす人々と出会い、地域の物語を聞き、“中の人視点”からまちを感じることができるのです。

私たちは、まさにこうした方向性こそが、今後の地域観光のあるべき姿だと考えています。交通は「目的地に着いたら終わり」ではなく、「本物のローカル体験の始まり」になっていくべきだと思います。フェリーという移動手段を、地域の食やコミュニティ、人と人との意味のある交流と結びつけることで、従来型の観光だけでは得られない、北日本への理解と愛着を、旅人の心に残していけると信じています。



YouTube 動画：函館・大間まぐろきっぷ（函館国際観光コンベンション協会）

<https://youtu.be/emDisppaDck?si=gUvDILVfi6N8Xm4k>

「ブルーグレイス」の就航は、御社にとって大きな節目となりました。この船は、単に旅客を運ぶだけでなく、旅そのものの質を高めることを目的として設計されたフェリーです。スイートやファーストクラスをはじめとする各種客室に加え、展望風呂やゆったりとしたパブリックスペースなどを備え、快適性と“体験としての旅”を重視した造りになっています。

今、より多くの海外旅行者が「移動の始まりから終わりまでが思い出となる旅」を求めるようになるなかで、ブルーグレイスにご乗船いただくお客様には、どのような時間を過ごしていただきたいとお考えでしょうか。また、「ブルーグレイスでの航海そのもの」が、どのようにして一つの“目的地”と言えるような体験になっていくのでしょうか。

私たちは、お客様に「いつ着くか」だけを考えるのではなく、「乗船している時間そのもの」を楽しんでいただきたいと考えています。

室蘭～青森航路は、青森発が昼便、室蘭発が夜便というダイヤで運航しており、所要時間は 7 時間を超えます。そのため、お客様には船内でゆっくりくつろいだり、船内を散策したり、移り変わる景色を眺めたりと、思い思いの時間を楽しんでいただくことができます。

昼間に青森から出航する便では、津軽海峡とその周辺の海岸線が織りなす雄大な景観をお楽しみいただけます。船が進むにつれて景色は刻々と変化し、陸上からは決して味わえない視点で北日本の風景を体感できます。デッキに出て景色を眺め、海の静かなリズムとともに過ごしていただければと思います。

フェリーならではのリラックスした時間もお過ごしいただけます。例えば、展望風呂では、海を眺めながら湯に浸かることができ、他の交通手段では得られない心の落ち着きを感じていただけます。急いで移動するのではなく、あえてペースを落とし、周囲の環境を味わいながら移動する——そんな旅を提案したいのです。

同時に、船内で提供している飲食や商品を通じて、就航地域の個性にも触れていただきたいと考えています。船内をよくご覧いただくと、北海道や青森にゆかりのあるさまざまな特産品が見つかるはずです。お客様には、目的地に到着する前から、すでに地域文化の一端に触れていただきたいと思っています。

一方、室蘭からの夜便は、まったく異なる雰囲気をお楽しみいただけます。室蘭は、北海道における工業開発の発祥地の一つとして特別な歴史を持つ街であり、製鉄所や工場、港湾施設などが織りなすダイナミックな工場夜景で知られています。

通常、安全面から夜間航行中は、外部デッキで長時間過ごすことはあまりおすすめしていませんが、室蘭港内の航行時だけは特別です。ここではぜひデッキに出ていただき、ライトアップされた工業地帯の独特で美しい景観をご覧いただきたいと思っています。その光景を堪能したあと、船は再び暗い海へと進んでいきます。

このように、昼と夜とでまったく異なる体験をご提供できるのも、この航路の大きな魅力です。昼間は北日本の自然の美しさを、夜は北海道の産業史を象徴する景観を——この両方を味わっていただくことで、この地域の多様な表情を感じ取ってもらえればと願っています。

私たちは、フェリーを単に 2 つの港を結ぶ交通手段とは考えていません。航海そのものを旅のハイライトの一つとし、くつろぎ、思索、郷土の食の楽しみ、車窓ならぬ「船窓」からの景色、そして北日本との最初の出会いの場として位置づけたいのです。目的地に到着するずっと前から、この地域とのつながりを感じ始めていただけるような時間を、船の上で過ごしていただきたいと思っています。



船内からは、工場群が織りなす都市型の夜景や、展望風呂からの眺めをお楽しみいただけます。室蘭のシンボルであり、東日本有数の長大吊り橋である「白鳥大橋」の下を船がくぐり抜けていく光景は、まさに圧巻です。

近年の旅行者は、単なる観光にとどまらない体験を求める傾向が強くなっており、訪れた土地の物語を語ってくれるような「本物の」ローカルプロダクトを探ることが多くなっています。郷土料理や伝統工芸品、心に残る土産物などを通じて、そうした“小さな要素”が旅の長く残る思い出になることもしばしばです。

こうした要素を、御社ではどのように船内体験に取り入れているのでしょうか。また、御社のフェリーサービスや、就航地域の魅力を象徴する「これぞ」という商品や記念品があれば教えてください。

私たちは、お土産は単なる「モノの販売」であってはならないと考えています。理想的には、旅のあいだに得た体験を思い起こさせ、そのときに生まれた記憶を長くとどめておける存在であるべきだと思います。

なかでも私たちが特に誇りに思っているのが、記念乗船証「御船印（ごせんいん）」です。これは、お客様が当社フェリーにご乗船いただいた証であると同時に、デザインや細部にまでこだわって作り上げている一枚です。それぞれの「御船印」は、船や航路ごとの個性を表現しており、就航地域にまつわるイラストやストーリーを盛り込んでいます。

また、期間限定の特別デザインを制作することもあり、リピーターの方には、異なる図柄を集めながら複数回のご乗船を記念していただくこともできます。こうしたアイテムが、

「すぐに忘れられてしまうモノ」ではなく、意味のある記念品になってほしいと願っています。

記念品以外にも、船内でお買い求めいただける地域産品のラインアップを拡充し続けています。先ほども申し上げたように、北海道や青森の文化を真に映し出す、地元の工芸品や特産品をより多くご紹介していきたいと考えています。お客様には、ここでしか出会えないような商品を発見していただき、その土地を象徴する品を手にして旅を終えていただければと思います。

ある意味で、こうした小さな工夫の積み重ねが、「旅の体験そのもの」を航海の時間の外側にまで広げているのだと思います。お客様がご自宅に戻られてから、これらの品を目にしたとき、フェリーでの時間だけでなく、北日本の旅で出会った人々、風景、地域コミュニティのことも一緒に思い出していただけたらうれしく思います。



四季折々の風景や、各港ならではの名物をカラフルなイラストで表現したオリジナル「御船印」は、旅の思い出にぴったりのお土産です。

御船印公式サイト <https://gosen-in.jp/>

大衆文化は、観光への入口としてますます大きな力を持つようになっており、多くの海外旅行者が映画やテレビ、日本のアニメーションをきっかけに行き先を選ぶようになっていきます。今回の訪問では、『ゴールデンカムイ』をはじめとする人気キャラクターとのコラボレーション企画も拝見しました。この作品は、北海道の歴史や文化を海外の多くの方に伝えるきっかけにもなっています。

こうしたクリエイティブなコラボレーションは、御社にとってどの程度重要な取り組みなのでしょう。また、今後、訪れるお客様が楽しみにできるような新たなプロジェクトについて、現時点でお話しいただけることがあれば教えてください。

人気のあるコンテンツとのコラボレーションは、当社にとって非常に大切な取り組みです。こうした企画を通じて、当社のフェリーサービスや、航路で結ばれた地域のことを、新しいお客様層に知っていただくきっかけが生まれるからです。

現時点でも、アニメ作品とのコラボレーションを進めており、今後も同様の取り組みを継続していく方針です。ただし、現在、水面下で協議を進めているプロジェクトの中には、まだ公表できないものもありますことは、ご理解いただければと思います。

お伝えできるのは、日本のアニメーションへの関心は世界的に今もなお高まり続けているということです。多くの海外の方々が、アニメやさまざまなエンターテインメント作品を通じて特定の場所を知り、「いつか行ってみたい」と興味を持たれるようになっていきます。そうした物語がきっかけとなって、実際に北日本を訪れ、現地の風景や文化に触れていただけるのであれば、私たちはそれを非常に前向きな動きだと受け止めています。

新しいコラボレーションが正式に発表できる段階になりましたら、その内容についてぜひ詳しくご紹介したいと考えています。そうした企画は、この地域の文化や景観、歴史を、従来とは異なる「物語のかたち」でお伝えする新たなチャンスでもあるからです。

当社にとって、これらのコラボレーションは単なるプロモーションではありません。訪れる方々と、私たちが結ぶ地域とのあいだに、新たな接点をつくる試みです。エンターテインメントをきっかけにしながらも、その先で、北日本という土地に対してより深く、意味のあるかたちで関わっていただける機会になればと願っています。

お話を通じて一貫して浮かび上がってきたのは、御社が惹きつけようとしているのは、日本に短期間だけ滞在する旅行者というよりも、より長く滞在し、個人手配で旅をし、日本の代表的な観光地以外の地域でも、より深い体験を求める旅行者だという点です。こうした市場の魅力が高まっている一方で、日本を旅するうえで、より多くの長期滞在の海外旅行者にフェリーを移動手段の一つとして選んでもらううえで、依然として最大の課題はどこにあるとお考えでしょうか。

最大の課題は「情報発信」、つまりコミュニケーションだと考えています。

北日本にはすでに、素晴らしい体験が数多く存在しています。美しい景観、興味深い歴史、魅力的な郷土料理、本物の文化的伝統、この地域ならではの旅のスタイル——そうした要素は、すでに十分と言っていほど揃っています。問題は、それらの体験が「存在していない」ことではなく、日本の外にいる多くの人々が、まだその存在を知らないという点にあります。

私たちには、事業者側の目線だけでなく、「海外から訪れる旅行者の視点」から、この地域の魅力を伝えるコミュニケーションがもっと必要です。より多くの物語、より多くの記事、そして海外の方々がこの地域の特別さを知るきっかけとなる接点を増やしていく必要があります。

現状では、素晴らしいにもかかわらず、まだほとんど知られていない場所がたくさんあります。訪れてもらえる日を待っているものの、その質の高さに対して認知度が追いついていないのです。だからこそ、情報発信が非常に重要になります。

そういう意味で、今回のようなインタビューの機会には心から感謝しています。こうした場を通じて、国際的な読者の皆さんにこの地域の物語をお届けできれば、日本の「よく知られた観光地」とはまた違う一面を知っていただくことができます。

北日本の魅力がより多くの方に伝われば、多くの旅行者が、この地域を旅程に組み込もうと考えてくださるはずです。私たちの役割は、旅の体験そのものを磨き続けることに加えて、当社のフェリーが結んでいる、素晴らしい目的地の数々について、その魅力を世界に向けて、これまで以上に的確に伝えていくことだと思っています。

今後数年を見据えると、国際旅行の本格的な回復が進み、日本の観光地図は大きく変化していくと予想されます。訪日客は次第に、従来の定番観光地だけでなく、より幅広い地域へと足を延ばすようになるでしょう。

御社は、新しい船舶や顧客体験への投資を行うと同時に、「北日本」という地域そのものを、これまで以上に国際的な評価を受けるべきデスティネーションとして位置づけようとしています。

もし私たちが幸運にも、2029 年に再びお会いしてインタビューさせていただけるとしたら、そのときまでに、津軽海峡フェリーとして、そしてより広くは北海道・青森エリア全体として、どのような成果を実現したいとお考えでしょうか。

2029 年までには、当社のフェリーを利用される海外のお客様の数が大きく増えていてほしいと心から願っています。端的に申し上げれば、インバウンドの旅客数を「5 倍」にしたい。もし可能であれば「10 倍」にまで伸ばしたい、というのが私たちの思いです。

もちろん、これはあくまで目標であって、達成をお約束できる数字ではありません。しかし、それくらい将来に対して大きな志を持っている、ということの表れでもあります。北日本のインバウンド観光には、まだまだ大きな伸びしろがあると私たちは考えており、その可能性を現実のものにしていくうえで、重要な役割を担いたいと思っています。

とはいえ、数字そのもの以上に大切なのは、「2029 年の時点で、この地域が本当に海外の旅行者に“見つけてもらえているかどうか”」だと考えています。現状では、日本を訪れる多くの方が、まだ限られた数の有名な目的地に集中しているのが実情です。将来的には、北海道と青森が、「日本のほかのどこにもない体験ができる場所」として、より広く認識されている状態になっていてほしいのです。

世界中の旅行者にとって、北日本が「たまたま通り過ぎる場所」ではなく、「わざわざ旅の中心に据える価値のある目的地」になっていてほしい。歴史や景観、文化、食、そしてフェリーならではのゆったりとした旅のリズムを味わいたいからこそ、この地域を訪れる——そんな動機で足を運んでいただけるようになっていくことを願っています。

同時に、フェリーそのものも、この地域を巡るうえで欠かせない存在として、国際的に認知されていてほしいと思います。単なる移動手段ではなく、「海や景色、何千年にもわたり北海道と青森を結んできた歴史そのものを体感できる、この旅のハイライトの一つ」として、フェリーでの航海を捉えていただけるようになっていけば理想的です。

こうした目標を実現するには、継続的な努力が欠かせません。サービスの質を高め続けること、パートナーとの連携を強化すること、新しい体験型コンテンツを生み出していくこと、そして海外の方々に向けた情報発信をより効果的に行っていくこと。そのどれ一つとして、一朝一夕で実現できるものではありませんが、一步ずつ着実に進めていきたいと考えています。

もし 2029 年に再びお越しいただけるのであれば、そのときには、「この地域を訪れる海外の旅行者が大きく増えたこと」「当社のフェリーが、その旅の大切な一部として位置づけられていること」「そして何より、多くの方々に北日本の魅力を知っていただくお手伝いのできたこと」を、自信をもってお伝えできるようになっていたいですね。

本日の対話を通じて、私たちは古代の歴史、地域文化、精神的遺産、卓越した食文化、壮大な自然景観、体験型観光、そして御社が世界中の旅行者にこれらすべてを紹介するうえで果たそうとしている役割についてお話ししてきました。

私たちはいつもインタビューの最後に同じ質問をします。それは、多くの場合、リーダーが自らの組織を最も根源的なレベルでどう捉えているかを浮き彫りにするものだからです。

ニュースウィーク・インターナショナルの世界約 7,500 万読者に向けて、もし一文だけで津軽海峡フェリーを紹介するとしたら、どのように表現されますか。

私たちは、日本の北の大地へとつながる、輝く玄関口です。

この一文には、私たちが目指す姿が込められています。私たちは、津軽海峡を挟んだ二つの港を単につないでいるだけではありません。私たちの使命は、世界の多くの旅行者がまだ知らない土地や文化、歴史、そしてさまざまな体験へと、人々をつなぐことです。

北日本には、その土地ならではの素晴らしい魅力が息づいています。古代の文明が栄え、精神文化や伝統が今も大切に受け継がれ、地域の人々が祭りや郷土文化と深く結びついている場所。そして、四季折々に劇的な表情を見せる雄大な自然が広がる場所でもあります。私たちは、フェリーというサービスを通じて、世界中の人々にこうした体験を届ける玄関口になりたいと考えています。

私たちが願うのは、お客様一人ひとりに、船に乗ったその瞬間から旅が始まると感じていただくことです。デッキからイルカを眺めたり、地域ならではの料理を味わったり、地元

THE WORLDFOLIO

の職人技に触れたり、展望浴場でくつろいだり。ご家族やペットと一緒に、あるいはご自身の車で旅を楽しんだり、ただ津軽海峡の美しい景色を眺めたり。どのような過ごし方であっても、この船旅が日本での滞在を彩る、忘れられない思い出の一つとなることを願っています。

最終的に私たちが目指しているのは、今もなお、その土地らしさと温かいおもてなし、そして歴史との深いつながりが息づく日本の姿を、旅行者の皆様にご体験いただくことです。私たちが提供する船旅を通じて、より多くの方々が北海道や青森の魅力を発見するきっかけをつくることできれば、北日本への玄関口としての役割を果たせたと考えています。

このたびは、私たちを訪ねてくださり、また私たちの想いをお伝えする機会をいただき、誠にありがとうございます。読者の皆様にも、いつかご自身でこの船旅を体験していただける日が来ることを、心より願っております。



4つのターミナルと、船内の客室。船内には、ホテルのような快適さを備えた「スイートキャビン」や、船の前方から景色を楽しむ「ビューシート」、愛犬と一緒に過ごせる「プライベートドッグルーム」など、多彩な客室・座席タイプをご用意しています。