

North Asia University Research Bulletin of International Tourism

Vol. 3 Dec. 2009

CONTENTS

Foreword:

..... KOIZUMI Ken, Chairman of the Board and President 1

Keynote address (I) : Enhancing the World's Best Fascinations of Akita for Tourists

..... IZUMI Masashi 3

Keynote address (II) : Tourism as a Culture

..... ISHIKAWA Yoshimi 19

Proceedings of the Panel Discussion : Regional Tourism Promotion and Human Resources Development

..... KOIZUMI Ken 35

IZUMI Masashi

ISHIKAWA Yoshimi

KAWAGUCHI Hiroshi

MAEDA Seishi

MICHIHATA Tadayoshi

Articles:

Regeneration of Central District by Urban Tourism in Niigata City

..... UEMURA Yasuyuki 63

On the Promotion of Tourism in the Regions along the Railway Lines : Akita Nairiku Railway and Sanriku Railway

..... WATABE Takaaki 77

History of Tourism for Person with Disabilities

— An approach from Sociology of Tourism —

.....INOUE Hiroshi 93

Regional Brands and Traditional Vegetables

.....NAKAMURA Kazuhiro 115

Interpretation and Translation:

Tourism and Sustainable Development (from David J.Telfer & Richard Sharpley , Tourism and Development in the Developing World , Routledge Perspective on Development , 2008)

..... ASOMURA Kuniaki 127

ノースアジア大学国際観光研究
第3号 二〇〇九年十二月

ノースアジア大学総合研究センター(国際観光研究所)

ノースアジア大学国際観光研究

第 3 号



2009 年 12 月

 ノースアジア大学
NORTH ASIA UNIVERSITY

総合研究センター 国際観光研究所

目 次

巻頭言

『ノースアジア大学国際観光研究』

第3号の発刊に寄せて … 小 泉 健 1

観光学シンポジウム

基調講演Ⅰ

「世界で一つ」の魅力を磨く …………… 泉 正 史 3

基調講演Ⅱ

文化としての「観光」…………… 石 川 好 19

パネル・ディスカッション

「観光立県と人材育成」…………… 小 泉 健 35
泉 正 史
石 川 好
川 口 博
前 田 成 志
道 端 忠 孝

* * * * *

論 文

まちなか観光による中心市街地再生の取り組み ―新潟市を事例に―
…………… 上 村 康 之 63

鉄道沿線の観光活性化 ―秋田内陸線と岩手三陸鉄道を比較して―
…………… 渡 部 高 明 77

障害者旅行の歴史 ―観光社会学からのアプローチ―
…………… 井 上 寛 93

地域ブランドと伝統野菜 …………… 中 村 和 彦 115

解説と翻訳

観光と持続可能な開発 …………… 阿曾村 邦 昭 127

巻 頭 言

学校法人ノースアジア大学

理事長・学長 小 泉 健

『ノースアジア大学国際観光研究』第3号の発刊に寄せて

ノースアジア大学法学部では、平成20年度に、東北で初めての観光学科を開設いたしました。グローバル化の進む社会において、国際的に活躍できる人材を育てるため、机上の学問に終始せず、独自のカリキュラムでの育成を行っています。

本誌所収の第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」も、そうした試みの一つです。泉 正史先生、石川 好先生、川口 博先生、前田 成志先生という、各界を代表する方々にご参加いただき、開催することが出来ました。心から感謝申し上げます。

また、本学は台湾の真理大学や中国の北京外国語大学をはじめとする、4ヶ国6大学と学術交流に関する提携を結んでいます。たとえば、観光学科の一期生達は全員、韓国の東亜大学校での語学研修を体験いたしました。また、毎年観光学科の学生を中心とした観光奨学生が、本学と提携する海外の大学で1年間の留学生活を送っています。1年間の留学を終えて帰ってきた学生達の成長振りには、大変驚かされます。語学力が飛躍的に進歩するだけでなく、独立心が芽生え、自分の将来を真剣に考えるのと同時に、他者の気持ちを真に理解しようとする心が備わっているのです。

また現在、学生の主導による模擬旅行会社ノースアジアツーリスト（NAT）が設立され、韓国ツアーの企画、参加者の募集を始めようとしています。若い人達の斬新な発想に期待していますが、現実の壁にぶつかり、様々な経験を経て、大きく成長してくれると思います。

国際交流の推進、異文化理解の重要性は、誰もが認識していますが、人生のごく若い時期に、様々な国々の人々と実際に触れ合い、心を通わせていくことが何よりも大切なのではないのでしょうか。小林秀雄が述べているように、教養や知識は、自らを向上させようという強い信念がなければ、決して身にはつかないものです。優れた素質を持つ若い芽たちが、見事な枝葉を広げ、立派な木に成長するよう、心から願っています。

〔講 演〕

ノースアジア大学 総合研究センター・国際観光研究所 共催

第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」

基調講演Ⅰ

「世界で一つ」の魅力を磨く

講 師 東海大学チャレンジセンター教授
ノースアジア大学国際観光研究所顧問
泉 正 史

挨 拶 学校法人ノースアジア大学理事長・学長
小 泉 健

司 会 ノースアジア大学国際観光研究所長・法学部教授
道 端 忠 孝

日 時 平成21年4月24日 午後1時～4時

会 場 ノースアジア大学 40周年記念館 講堂

道 端 これより、平成21年度ノースアジア大学総合研究センター国際観光研究所主催の第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」を開催いたします。このシンポジウムは、ノースアジア大学総合研究センターで行っております、前期シティカレッジの今年度最初の公開講座となります。

シンポジウムの開催に先立ちまして、学校法人ノースアジア大学小泉 健理事長よりご挨拶をいただきます。

理事長、よろしくお願いいたします。

小 泉 ご紹介いただきました、小泉でございます。日頃からこの総合研究センター主催の諸行事に、本当にたくさんの方々にご参加いただいております、心から御礼申し上げる次第でございます。

今日は、第2回目の観光学シンポジウムとなりますが、多彩な方面からの方々がご参加していただけるということで、よろしくお願いいたします。

石川 好先生は、ご承知のように秋田公立美術工芸短期大学の前学長でありまして、現在は、酒田市立美術館の館長をされております。また、本学の客員教授でもあられます。改めてご紹介するまでもないとは思いますが、『ストロベリーロード』で大宅壮一ノンフィクション賞をお取りになった作家として、大活躍をされてきた方でございます。国のたくさんの委員をやっておられますが、その中で新日中21世紀委員会の日本側の委員として、ご活躍されております。今日は、中国あるいはアジアを含めた、広い視野にたった観光のお話を、先生からお聞かせいただけるのではないかと、思っております。

それから、ANA総合研究所の前の副社長で、現在は東海大学の教授をされております泉正史氏が、今日は基調講演をしていただけるということでお見えになっております。航空業界で長い経歴をお持ちの方でございますので、この航空業界の観点から、観光をテーマにした話をいただけるのではないかと、思っております。

それから、皆様ご存じの川口さんが、今日はお見えになっております。川口さんは小坂町の観光の面で、日本一とも言えるような大変な業績を挙げた方でございます。私たちは、このノウハウをぜひシンポジウムで聞かせていただければという風に、考えております。

それから、NHK秋田放送局の前田局長がお見えになっております。前田さんは記者ご出身で、NHKの主要な放送のチーフプロデューサーや、本社の部長等の要職をお勤めになった方でございます。若い時は、いろいろな支局にお勤めになっておりましたので、全国的な視野で秋田県を見直してくれるのではないかと考えております。

大学では、つい数日前になりますが、第8番目の提携の市といたしまして、大館市と観光協定を結んでまいりました。この時、私はご挨拶の中で、秋田県には観光資源がたくさんある。自然もすばらしい、人情も厚い。私どもは、現在中国、台湾、あるいは韓国といったアジアの大学と提携をいたしておりますが、現地に赴いて話を聞きますと、日本のキーワードとして、日本人の人情、文化、それから自然、温泉などを挙げる方がたくさんおります。そのキーワードは、まさしく秋田県そのものではないかと思ったわけであります。観光立県ということを言われて久しい訳ですが、どうもかけ声は大きいですが、実行、成果がなかなか現れない。どこに問題があるのかを考えなくてはならないと思っております。石川先生は、辛口の批評を秋田魁新報の紙面に連載されておりますが、そのことも、是非シンポジウムで聞いてみたいと思っております。まあ、『言うは易く行ふは難し』ということわざがありますが、観光の問題はまさしくそういう事ではないかと思えます。

計画はたくさんあるが、なかなか実行はできない。今日のシンポジウムで、一つでも二つでも、秋田県の観光の面で、明るくするような成果が得られればという風に思っております。

それでは、最初に基調講演を行います。最後までご静聴の程、よろしくお願いしたいと思います。本日はありがとうございました。

道 端 観光学シンポジウムを、これから開催いたします。私、司会を務めさせていただきます、国際観光研究所所長の道端と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

観光学シンポジウムでは、前半にお二方の基調講演をいただきまして、後半の方でパネルディスカッションを予定しております。4時近くまでになりますが、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、最初に基調講演を、泉 正史先生をお願いいたします。

泉 只今、ご紹介にあずかりました泉でございます。

私は、昨年までANAに35年間勤めておりました。いろいろな仕事をいたしました。昨年からは、出向の形で大学の教師をやっております。観光という事自体は、私も必ずしも専門にやっていた訳ではなく、飛行機の仕事をしていました。ただ、非常に近い分野から改めて観光というものを考えて、それをまた次の世代の人達に色々考えてもらう立場となり、改めて観光は、非常に大事な分野であると感じております。

私は今、悪戦苦闘しながら、学生相手に講義のまねごとをしておりますが、今日は学生の皆様のほか、市民の方々、いろいろなご経験を積んだ方もいらっしゃると思いますので、どういうお話の展開がいいのかなと思いつつも、取り敢えず、まずは私が下手な教科書じみた基礎的なことをちょっとお話した後、観光とは何か、それから秋田でその観光を活かして地域作り、元気になっていく、そのためにはどうしたらよいか、ということをお話ししていきたいと思えます。

パワーポイント資料を用意しておりますので、それを使いながら皆様に申し上げたいと思います。

今日は、タイトルも少し大げさになりました。―「世界で一つ」の魅力を磨く―。大学の方に、タイトルを何かお知らせ下さいと言われて、ずっと困りつつ、ふと思いついて、これでいいのかという感じでお送りいたしました。ただ、このタイトルには私の思いが幾つか入っておりますので、順を追ってお話しをしたいと思います。

まず、観光と言う言葉を聞いた時に、皆様は何を頭の中に思い浮かべるでしょうか。ちょっと先走りますけれども、例えば、秋田にはいい温泉がたくさんあります。名所もあります、きれいな自然もあります。世界遺産の一つである白神山地もあります。或いは、リゾートと呼べるようなところもあるでしょう。旅館、ホテルやお土産、これもみんな、おそらく観光という言葉を見た時に、なんとなく頭の中にイメージとして浮かんでくることではないかと思います。

これは私が勝手に思って書き連ねたのですが、観光は、実は私自身も含めて日本の社会の中において、あまり、大事なものとして受け取られていなかったと思うのですが、いかがでしょうか。観光こそ、国の中で一番大事な仕事だ、自分は観光に関わっていると胸を張って他の人に向かって言えるような分野だったか？ちょっと言い過ぎかもしれませんが、正直なところ、それほど重要視されていなかった分野であったように思います。

その背景は、どうしても娯楽や遊び、物見遊山という言葉で表現される、「楽しむ」という事については不要不急なものであり、それよりは、ちゃんとしっかり働くことの方が大事であって、遊びというジャンルは、あくまで、二の次の世界だ、という考えがあるのではないかと感じます。

もちろん、一生懸命、真面目に働く、これを否定するつもりは全くありません。当然、これはきちんとやるべきことです。日本人はまじめに働きます。とくに秋田県の方は、そうではないかと思います。しっかり働く、黙って自分の仕事をきちんとやり遂げる、これは大切なことです。ただ、遊びや、楽しむということも人間にとって大事であり、これを無視するということはありません。これがあってこそ、また働く喜びというものが出てくるのではないかと思います。

そこで、急にデータを出して恐縮ですが、日本の産業構造はここ数十年の間に大きく変わってきています。一番右手は、1920年ですから、まだ昭和の初め頃です。この青い線は一次産業、つまり農業、水産業、林業、こういう人達が占める人口の割合です。

昔は、半分以上がこの第一次産業、つまり、日本は昭和の始め頃、或いは第一次大戦が終わるまでは農業でもっていたのです。ところが、これが一貫して減り続け、今は一桁のしかも下の方です。日本の中でどんな仕事をしている人が多いかという、この黄色い部分で、第三次産業、サービス業です。サービス業と言っても、軽い職場ということではなくて、金融、あるいは公務員なども含めて全部サービス業、第三次産業です。この赤いところが製造業、第二次産業です。つまり、日本の社会は、我々が意識していないけれども、他の先進国と同様に第三次産業が最も大きな比重を占めている。この分野でみんな仕事をし、食べている。こういう世の中になっています。

この第三次産業の中に当然、観光関連の仕事をしている人がいる訳です。そこで、これもよく政府関係の人達、お役所関係の人達が出してくる図をそのまま借用しましたが、観光というのは、お金の点一つだけとってもそんなに馬鹿にしたものではなくて、大変な効果があります。いわゆる、観光で、航空関連だけの部分を見ても1年間で6兆円位、ここでいろいろなお金が生まれます。

それから、もっと大事なのは、他の一次産業、二次産業、三次産業への波及効果ということで実に28兆円位の効果ができてきている。観光のお陰で400万人以上の職、仕事ができているわけです。実はすでに、これだけ大きな裾野を持った大事な分野なのです。28兆円という規模は、例えば国の予算が、今大体80兆円くらいですから、日本国全体の一年間GDPは、600兆、700兆ある中で、決して無視できない規模です。でも、日本の中では今まであまり重要視、クローズアップされていなかった。だからこそこで、改めて観光の効用は、経済的な効果という側面だけから見ても、大変大きいと言う事をお解り頂ければと思います。

これでお金が動き、それから仕事も生まれます。そして、国や自治体からすれば、そのおかげで、税収も増えます。結局、こういうお金がある、仕事があるということで地域興しとなり、或いは、国自体の発展ということになってきます。

さらに観光のもう一つ大事な効用は文化、社会的な効果です。結局、なぜ観光という行動が出てくるのかというと、観光する人の癒し、リフレッシュしたい、活力をもう一度取り戻したい、それから、それによって満足する、満足感を得たいといった個人レベルの動機があるでしょう。

また、人がその満足を得るために、いろいろな地域と行き来をします。同じ地域の、狭い地域の人のほか、同じ国の中だけではなく、全く別の世界の人達も来ます。ここで大事でおもしろいことは、異文化、別の国の人、全然違う考え方を持った人達が、自分の処へやってくることです。また、我々が別の土地へ出かけて行って、カルチャーショックを受ける。これってすごくいいですね。当たり前だと思っていたことが、実は全然そうじゃないということに気づく、本当にいいチャンスだからです。その時、お前は変だとか、間違っていると言うのではなく、はあ、そんな考え方もあるんだ、とお互いに違いを認め合いつつ、一緒に仲良く、いろいろなことを共同でやっていくための良いきっかけになります。

昔から、百聞は一見にしかず。観光は平和のパスポートと言われていました。このような、とても大事な分野なのに、さて、ちょっとデータが古くなりますが、日本の国際観光の実情を見てみましょう。日本人は、世界へどんどん、海外旅行に出て行ってお金をたくさん使いますが、日本へ入ってくるお客さんは少ない。直近では外国から来るお客さんが、去年800万人を超えていますが、海外へ出かける日本人は1千5/600万人とあまり変わりません。基本的には、この分野でお金が日本から出ていく赤字の構造になっている。それでも平気だったのです。バブルの頃までは外国人なんか別に来なくてもいい、むしろ当時の政府は、日本人はドンドン世界へ行ってお金を使ってくれ、というような世の中でした。変な話ですね。しかしお金をどんどん使える外国人に来て欲しいと思わなかったのは、実は短い間のことです。明治時代から戦後まもなく日本がまだ貧しい時代、外国人に来て欲しいといういろいろな努力をしていました。やはり戦後のバブルのあたりは、

少し日本の経済や人の考え方が狂っていたのかも知れません。

ところで、最近良く言われる話ですけれども、日本が直面する困ったことは少子高齢化ということで、日本の人口が減り、それから、人口構造が変わってきていることです。日本の中でも特に地方に元気がなくなってきた。これを、なんとかしたいという問題意識が非常に強くなってきています。ですから、観光が大事だということが何となく解ってきたということ、それから、もう一つは少子高齢化という実に避けがたい、今となつては簡単に解決が見つからない状況がでてきたことでやっと、ビジット・ジャパン・キャンペーンが始まり、日本政府が観光に力を入れるようになりました。これは大変よいことです。2003年に当時の首相の小泉さんが初めて国会で、観光立国宣言をしています。これから観光に力を入れていく、この基本理念は大変よいことです。この「住んでよし、訪れてよし」というスローガンはきれいな言葉です。しかし、これはなかなか意味が深い言葉ですね。

それで、話が少し前後して、何をお前は言っているのだと思われるかもしれませんが、ここで皆さんに考えていただきたいのは、改めて観光という事です。人それぞれ、いろいろなイメージをお持ちでしょうが、その時、皆さんは観光というものを少し狭くとらえていませんかということをお話したいと思います。

まず、国連の観光関係の専門機関である世界観光機関では、観光という言葉に対していろんな意見があったので、統一見解を出しました。そうすると、ちょっと皆さんが考えているよりも広い定義をしています。人が楽しむためのほか、仕事でもいいんです。どんな目的でも、一年間を越えない期間に、普段いる所と別の所へ出かけて滞在する。それを観光と呼びましょう、と定義しています。世界中でいろいろな考え方があったのですが、最大公約数でこんな考え方をまとめました。とすると、別に、温泉に行って何泊旅行するだけではなく、月単位でも、また目的が仕事であったとしても、それも観光と考えるのです。

そこで、観光、旅というもののプロセスを考えて欲しいと思います。私は三つの段階があると思うのですが、最初に旅へ行く前、いろいろ

想像します。どこかへ行く時に皆さんは、まず情報を仕入れる。ガイドブックでも何でもいいです。いろんな手段で情報を仕入れて、何かおもしろい事、別の事などを探し、それに対する何か期待が生まれるプロセスがあります。例えば、皆さんが子供の時、遠足の前の晩眠れないとか、或いは、今でもゴルフをする方が前の晩なかなか眠れなかったり、その日の朝、普段は寝坊する人でもぱっと目が覚めちゃったりする。この期待のところ、行く前のプロセスを実は相当味わって楽しんでいるわけです。

そして、二番目の実行、これはそのとおり、実際にその体験をします。これも勿論大事なのですが、最後に、二番目の体験を思い出していろいろ楽しめます。この三つを合わせて全部を楽しんでいるわけです。観光や旅の楽しみはこれがひとまとまりなのです。旅行、観光のことを考える時、二番目だけに着目して考えてもだめです。事前に期待を持たせるように、いろいろな仕掛けをする。情報を流す。その上で実際に楽しんでもらえるようにする。ここで大事なことは事前の旅の期待を裏切らないことです。良かったら人はまた来てくれます、動きます。この実行段階で、普段だったら買わないようなお土産まで買いますね。或いは写真を撮ったり、ビデオを撮ったりします。これは、実は、ここで三番目の、後で楽しむ準備を同時にしているのです。

つまり、お客さんに来てもらいたいと思う時に、これは観光だけに限らないのですが、サービス業の場合とくに、消費者はこの三つのプロセスを楽しむために行動する点を理解することが大事ではないかと思っています。

観光やレジャー、よび方は何でもいいのです。人が何か関心を持つ事を広い意味で観光レジャーのコンテンツ、魅力というように考えてみましょう。そうすると、最初に期待をして、実際に体験をして、事後評価があります。体験の段階ではちゃんと対価が支払われます。その時に大事なものは、事前の期待と体験したときの価値比較です。実際にそれを味わった時、その期待以上のサービスのものがあったら、「ああ」と感動します。思ったより、もっと凄かった。ああよかったな、

もう一回行ってみよう、というようなことになります。そういう場合は、最初に想定したよりも、もっと高いお金を払って来るという事もあるでしょう。

皆さんも、ご自分のそれぞれの立場で、ほんとに気に入ったものだったら、多少の困難があっても行動をおこすことがある、とお思いになりませんか。そうした満足をもたらすコンテンツをうまく楽しんでもらう、これが出来るようにするのは、サービスのプログラムであり、人なのです。アイディアを出す、プログラムをつくる、そしてそれを実行することなのです。これらは全部形のない知恵、ソフトなのです。

観光という分野は、いわゆる、公共事業で橋や、道路などハコモノを造る事とは全然違います。全く、知恵の勝負なのです。そこにある、転がっていると思っているようなものが、実は素晴らしい物、素材になりうる訳です。それをうまく組み合わせて、それに関心をもっている人達にうまく伝えて、楽しんでもらうと、素材がこの観光というようなジャンルで動きだします。

そうすると、もう一度、消費者の視点で、つまり相手の立場に立って、観光というものを考えてみる必要があります。観光というものを先程のUNWTOの定義でお示しましたとおり、少し広く考えて欲しい。そうすると、観光だとかレジャーだとかは、これも定義をし出すときりがないのですけれども、つまり、おもしろい事を何かを提供することと考えてよいと思います。観光産業は、遊んでもらう為の、楽しんでもらう為のことに関連する産業と考えてみた場合に、自由に使える時間がある人に、どんなことでもいいのですが、その関心があることについて、満足感、或いは幸せ感を提供するのです。

マンガ、アニメに興味を持つ人にはアニメでもいい、別の人にはスポーツがいい。或いは、漁業体験でもいいのです。魚を捕る。農作業をする。これは、普段、お仕事をなさっている方は、まさに仕事そのものなのですが、別の仕事している人から見ると、これが遊びと言うとちょっと誤解があるかもしれませんが、楽しみになりうる。これをうまくプログラム化していくと、広い意味での観光ということに繋

がっていきます。

そこで、例えばアニメ、マンガ、ゲームについていえば、東京の秋葉原に日本だけじゃなくて、世界中から人が来ています。フランスではドラゴンボールが随分前から放映され、人気を得ています。ドラゴンボールは私も好きなので。「カメハメハって知っていますか？」カメハメハ大会というのをニュージーランドでやっているんですね、こういう壇上に次々と選手が上がってきては、カメハメハのポーズをとり、そのうちに、キャラクターをまねて自分でTシャツをちぎって、暴れ回ったりします。

そんな馬鹿げた事をくり広げるのですが、そのために各地から大変大勢の人が集まって来ます。音楽の分野については言うまでもなく、こういう広い意味でのエンタメ系の催しに万単位の人達が簡単に集まります。そして、音楽祭や、或いは映画祭などで、すぐ億単位のお金が動きます。そういう楽しみをもたらし、人を集める魅力こそがコンテンツなのです。ですから、娯楽や遊び、趣味の分野は観光で真面目にとりあげる対象ではないとお思いにならないで下さい。広い意味で、人間として生きている中で、何のために生きているかを考えれば、いろいろ楽しむという事は生きるための大きな目的の一つであり、無視する必要は全くありません。何でも観光、レジャーのネタになると考えれば、メディア系観光、レジャーの、情報の流通系のジャンルでもうまく組み立てていくと、実は観光の対象になります。勿論、スポーツもそうです。ここでレジャー施設というのは、テーマパークなどを指します。

さらに申し上げたいのは、一次産業、これも大変有力な観光のネタです。旅とか観光とかレジャーとか、定義の仕方はいろいろですが、広い意味でレジャーという中での集合体と、敢えて言えば、いろいろな分野が関わってきます。

それから、余暇時間以外で、実は、仕事で動いているのも観光だという定義がありました。国際会議をやる場合にどういう場所が選ばれるのかというと、勿論、会議は仕事ですが、特に西洋人は、家族、奥

さんなどと一緒にそういう会議場へやってきます。メンバーとして会議に参加しますが、その連れの家族の人達はエクスカージョンで、会議場周辺でいろいろ楽しむ。これは極めて一般的です。それから、会議に参加している人も、その内の何日間は、いわゆる観光旅行へ出かける。これが全く普通のパターンです。

日本人は真面目なので、仕事は仕事だけで、それ以外の時間を観光に使うなんて、とんでもないという考え方があるかもしれませんが、むしろ、両方楽しむやりの方が世界では多いのです。とすれば、仕事目的の会議旅行を、観光、レジャーから外す方が不自然です。

今日強調して申し上げたいことは、観光はとくに、消費者の立場でみるべきだということです。私も企業におりましたから、マーケティングが大変大事だという意識を持っています。マーケティングは、勿論、最初に企業が何か物やサービスをお客さんに売りたい。これが出発点かもしれませんが、いろいろな場面で応用できます。

例えば、今、東京がオリンピックの誘致をしようとしています。この場合、東京都がマーケティング主体だということです。この間も評価員の人達が来ましたが、実際には、この秋までにIOC委員が全員投票して、開催地を決定します。そのために東京都は、広い意味でのマーケティングをずっとやっている訳です。

観光地も自分の観光資源という売り物を、観光客をターゲットにして実際に来てもらう。お金を使ってもらおうということですが、秋田の観光立県という場合、皆さんの目的は何でしょうか。ただ、抽象的に元気になるとかでは、そこで議論がとまってしまい、訳が判らなくなってしまうです。

つまり、県や市、市民の方々、それぞれの立場で、自分たちは何を売り物にしていくのか、誰に来て欲しいのか、或いはどういう形で、ターゲットは誰なのか明確でしょうか。そして、何より大事なことは、自分たちがどうなりたいたいのか、という目的です。これはSWOT分析という手法で、別に難しい話ではありません。まず、自分のことをよく知ることです。上の方が内部要因と言って、自分の強みと弱

みをよく見つめる現状分析です。何が売り物となるか、どういうところが得意なのか何が不得意なのかをよく考えましょう。これらは自分の方のことで、あと下の方は自分以外の要因です。外部環境としていろいろな追い風になるような、よい条件は何があるのか、或いは逆に、競争相手などマイナスになるような、いろいろ条件があると思います。これをマトリックスといいますけれども、いろいろ書き出して、頭の整理をする道具です。これを使って秋田のケースをで空欄にいろいろ埋めてみると、見えてくるものがあるかもしれません。

今、旅とひとくちに言っても、目的やスタイルはさまざまです。ここでは、どういう目的で旅に出るのかという質問に対し、一番人氣が、癒し、或いは大自然の魅力、食文化、あるいは最近流行の世界遺産、健康、自己実現、まだ少ないけれども、農業だとかボランティアをやりたいなど、こういう動きが出てきています。

つまり、観光客というのは、夏のお祭りをぱっと観て、そのまま帰るということもありますが、実はいろいろな動機を持っています。この動向をよく見て、何をしたいのかをつかむのが、マーケティングの第一歩です。しかし、私たちにはこんないいものがあるのに、何で来ないのだろう。こんないいものを私たちが作っているのに、何で売れないのだろう。これはお客が悪いのだ、のような考え方は、プロダクト・アウトと言い、これは生産者側の論理です。今は、お客さん側の視点で、相手は何を欲しがっているのか、相手の立場に立ってちょっと考えて見る必要があります。そうすると、もっときめ細かい成果が出てくる仕組みと、やり方が生まれてくるでしょう。

観光というのは、繰り返しになりますが、物ではありません。形がありません。今まで申し上げたような、使う側、楽しむ人達の立場に立って考える。その為には、仲間うちで話し合っているだけではだめで、できるだけ他の、全く別の世界の人達の交流を深めていく必要があります。その中心は、なんと言っても、その土地の人達、皆さんが主役です。そして、これは国だとか県だとか市などが主役ではありません。行政分野は、こういう意識ある地元の人達がちゃんと働けるよ

うに、動けるように応援してあげる、そういう役割があるのです。

そして、これが最後のスライドですけれども、協力というか、力を合わせる必要性を絵にしたものです。全日空は、スターライアンスという航空連合に入っています。航空会社は、昔、全部一つ一つ会社単位で競争していましたが、自由化が進んで行く中で、一社だけではいろいろな規制があって、とてもやっていけなくなりました。そうすると、今までライバルだったところと実は手を携えて、共存共栄で行かないとプラスが取れないということに我々も気づきました。そして、小異を捨てて大同につくということで、一緒にやるとお客さんを集めることができる。ところが、自分勝手に一人だけ抜けてしまうと、これが全部ダメになってしまいます。共働といいますか、共に働く、一緒に手を携えて、共に成果を分かち合うということが大事です。

地方の方が地域興しと言う言葉で議論をなさるとき、少し自分の事だけをお考えになっているのではないかと、ちょっと気になることがあります。例えば、観光立県というタイトルがあります。勿論それは結構です。しかし、皆さんは世界の中で競争している状況にあり、その中で、まず自分自身を磨いていく、世界の中で自分たちだけが提供できるいいものを磨いていくといこうとすることが、とても大事なのです。そして、そこのレベルをまず打ち立てた次に周りをよく見て下さい。たとえば隣の青森県や山形県は最初の段階ではライバルと見えるかもしれませんが、次の段階では一緒に手をとって戦うというか、一緒に仕事をしてく仲間です。

元々東京育ちなので、私は東北地方にはあまり縁がなく、大変申し訳ないのですが、東北というと青森県も秋田県もあまり区別がつかず、一つの固まりのように見えてしまいます。そういう人間にも、秋田はいいぞということを感じさせるためには、例えば、山形や青森など他の県と一緒にプロモーションをする、売り込むことが必要ではないでしょうか。ビジット・ジャパン・キャンペーンなどで中国や韓国の人達に来てもらう時、すでに念頭にあると思いますが、その時、秋田県だけという考え方はなさらないほうがいいと思います。せっかく、近

くにいろいろ別の魅力をもった、土地、仲間がいます。そして、さっきも申し上げたとおり、お客様の立場に立ってみて下さい。秋田もいいけども、実はこっちも楽しみたいという人達がいるのです。メニューがたくさんある方がより魅力的になります。最初は少しぎこちないかもしれませんが、一つ一つ協力の実績を積み上げていくとだんだんもっと素晴らしいもの、成果に結びついていくと思います。

最後に、あまり触れてなかったことですが、グローバル化です。ほとんどの方がグローバル化と言っても、私に何の関係があるのとお思いいになるかもしれませんが、去年来の大不況は、アメリカの一部の金融機関の行動が、このような不景気という深刻な形で日本を含む世界全体に影響を与えています。皆さんが普段食べている物、着る物などは日本の中で出来ているものとは限りません。全く別の国の人達が作り、そこから輸入をしたり、車をはじめ日本の製品は世界各地に輸出され、世界と繋がっているのです。そういう中で、観光というジャンルで、秋田県の競争相手は世界中にいます。秋田県のライバルは隣の青森ではありません。ハワイだったり、パリだったり、バンコクだったということです。選ぶ側からすると目的に応じて、同じレベルで見ているからです。

今日、—「世界で一つ」の魅力を磨こう—というタイトルで申し上げたのですが、まず相手の立場に立って考えてみて下さい。その時に相手が比べるものは、隣の県ではありません。あらゆるもの、ジャンルが入ってきます。観光の対象を広く考えましょうと申し上げたのは、同じ観光と言っても旅行だけではなく、映画だったり、音楽だったり、絵を描いたり、これも全部実は観光のライバルになるからです。そのように考えてみた場合、秋田県には実にいろいろな、磨けば光るたくさんの宝石の原石があると思います。それを見つけて、それを磨き、仲間を見つけて、活かしていく、それが結果的に秋田県の観光推進に繋がっていくのではないか、という感想を私は持っております。

〔講 演〕

ノースアジア大学 総合研究センター・国際観光研究所 共催
第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」

基調講演Ⅱ

文化としての「観光」

講 師	ノンフィクション作家・評論家 酒田市美術館館長 ノースアジア大学総合研究センター客員教授 石 川 好
司 会	ノースアジア大学国際観光研究所長・法学部教授 道 端 忠 孝
日 時	平成21年4月24日 午後1時～4時
会 場	ノースアジア大学 40周年記念館 講堂

道 端 シンポジウムの開催に当たりまして、本学の小泉理事長よりご紹介がございましたが、秋田を何とかしなければいけないということで、石川 好先生は様々な形でご貢献されております。特に中央の官公庁、そして政治家の方々と太いパイプをお持ちでいらっしゃる、北前船寄港地フォーラムや北前船コリドール（回廊）構想等を立ち上げられ、観光振興にとっても力を入れられております。それでは石川先生、本日はどうぞよろしくお願いいたします。（拍手）

石 川 石川でございます。たくさんの皆様がお見えになられまして、本当にありがとうございます。おそらく、ここに来られました皆様のお目当ては、次のパネルディスカッションのパネラーの川口さんと思いますが、どうぞよろしくお願いいたします。

今日は観光について、皆様と一緒に、勉強していくことになります。先程、ご紹介がございましたとおりのことに、取り組んできましたが、最初に申し上げたいのは、観光というのは、実は1番の平和産業なんです。平和なところでないと、観光は成立しないんです。観光旅行で、例えば「今すぐ、アフガニスタンに行きたい」と思わないでしょう。知ってのとおり、そこは、いつ戦争が起こるか分からない国なので、怖くて行けないと思っているはずです。逆にハワイにだったら「今すぐ、遊びに行きたい」と思うはずです。

観光が成立するためには、大前提が平和であるということなんです。観光地として栄えている国は、平和で安全です。だから今、世界中が観光と言い出しています。つまり、平和でありたいという願いがあるからです。平和と言わないで、観光業をもっと盛んにしようと言ったほうが、格好が良いからです。ですから、観光という言葉が、世界的に使われているのは、当然なんです。そういうふうに、ご理解いただきたいと思います。

今、我が国の対応は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（外国人旅行者の訪日促進活動）として、2010年に訪日外国人旅行者数を1千万人とする目標に向けて、人とお金を集めようと、官民一体で取

り組んでいます。しかし依然として、日本人が圧倒的に外国でお金を使っています。先程、泉先生の基調講演で経費に関するご説明がありましたが、何と日本人が海外旅行で使うお金は、日本の自動車業界の輸出額とほぼ同額です。世界で最も巨大な力を持ち、世界で1番と言われる自動車業界と同じなんです。今の日本人は、海外の観光地でブランド物のグッチ（Gucci）やエステツアーをはじめとして、ありとあらゆる無駄使いをしています。一生懸命、貯めたお金を気持ち良く使っているんです。凄いですね。反対に、そのお金を取り戻そうというのが、ビジット・ジャパン・キャンペーンの根底の考え方です。

今日まで、我が国に、観光という言葉が定着しなかった理由は、安全、安心、そして、平和な国だったからです。例えば、江戸時代に整備された東海道五十三次の宿場についてですが、当時の人々は、江戸から京都、大阪まで軽装で歩いていました。手拭い数枚、あとは簡単な持ち物だけで、移動していました。また、コインランドリー、冷蔵庫が無い時代だからこそ、汗で汚れた下着は川で洗い、1里、2里という間隔の茶屋（休憩所）や旅籠屋（休泊施設）で、庶民はお茶を飲み、お団子を食べて、そして、安い宿に泊まっていたのです。私達日本人は、軽装で何百キロという距離を1人で歩いている人がいると聞いても、何も感じないと思います。普通の出来事と思うはずです。しかし、外国人がそれを見たり、聞いたりすると、とても不思議に思うんですね。世界で最も安心で、安全だったから、殆ど事故も無く、長い距離を歩いて、移動することが出来たんです。だから、日本人には、観光という概念が育ちませんでした。全く安全な国だからこそ、観光という考え方が定着しなかったのです。

観光というのは、平和、安全、安心であることも意味します。戦争が起こった歴史をみると、分かることがあります。戦時中、広島市と長崎市に原子爆弾が投下され、空爆により酷い状況になりましたが、京都は、少しだけの被害で済みました。当時のアメリカ軍は、京都にも原子爆弾を落とすことを計画されていたようですが、そこには、貴重な文化的な遺産が、たくさん残っているという理由で免れました。

救われた訳です。つまり、そういった歴史的なものが残っているところには、原子爆弾を落とすことは、出来なかったことが分かります。同時に、戦争に巻き込まれないことも分かります。

先日、中国の南京に行ってきました。そこでは、1937年に南京大事件（南京大虐殺）が起きましたが、そのすぐ近くに、孫文先生の有名なお墓「中山陵」や明朝時代に建てられた、これも有名なお墓が残っています。やはり日本軍も、とてつもない歴史的な文化が残っているところには、何も出来なかったということです。ですから、現在まで無傷で残っている訳です。つまり、歴史的な文化、伝統が残っているところは、観光地として成立出来、また戦争を跳ね返す、もの凄い力を持っている訳です。どんな軍国主義的な人間ですら、攻撃しようとしても、出来ないということです。そう考えたら、観光は、文化を守るということにも繋がります。外部との接触が、極端に少なかった我が国は、住む条件として、安心、安全が前提にあったからこそ、観光という言葉が定着しなかったのです。しかし、もうそうは言っていない時代になりました。何故かと言いますと、稼がなければ生活が出来なくなってきたからです。

現在、日本中の何処でも、観光に関するフォーラムやシンポジウム、観光セミナーを開催しています。何処に行ってもです。人が集まるところは、大きな力を持つことが出来るという理由らしいですが、もしかしたら、今も同じような時間帯で、何処かの地域あるいは大学でも、開催しているかもしれません。観光と言っても、頻繁に開催しているのは中央だけです。今日は、金曜日の午後1時過ぎです。その貴重な時間帯にも関わらず、この会場にはたくさんの方々と、サービス精神をお持ちの素晴らしいパネラーの先生がお見えになっているので、たいへん良かったです。しかし、他のところでは、本当に閑古鳥が鳴いているくらい、寂しいものです。ノースアジア大学の観光に対する努力の表れが、伝わってきますので、残り時間は、秋田における観光のアイデアを、少しお話させていただきたいと思っております。

よく「秋田には観光資源がたくさんある」と聞きますが、その資源

の使い道、使い方を知らないで、何にもなりません。原油であれば、そこからガソリン、灯油、ナイフ、薬等、ありとあらゆるものを、作ることが出来ます。その資源の使い方を、知っていたからこそ、文明が発展出来た訳です。ただ資源を取り出したとすれば、単なる泥水と同じです。その資源を使って、何を生み出すかという力がなければ、何もならないんです。だから「資源がたくさんある」と言うだけの道府県は、駄目なんです。資源を掘り出して、そのまま売っているだけでは、駄目なんです。要は、そのまま売っていると、景気の変動にすぐ左右され易いので、その価値が下がると、みんな下がってしまって、もう、どうにも出来ないからです。掘り出した資源を、いろんなふうに使える能力を持ってなければいけない、ということになるんです。

「秋田にも観光資源がたくさんある」というような言い方だけでは、何の役にも立ちません。資源の活用について、常に考える、考えている習慣が秋田にないと、駄目なんです。今日、このシンポジウムの開催前に、NHK秋田放送局長の前田さんと雑談していた時ですが、やはり前田さんのような県外から来られた方は、すぐに凄いことを発見するんです。今ある資源を利用するためのアイデアを、パッと思い付くんですね。例えば、雄物川についてです。秋田空港の近くに、あれだけ素晴らしい川があるのは、全国でも秋田県くらいです。そうであれば、秋田空港に到着した方々を船に乗せて、雄物川から秋田市の繁華街や土崎まで、送迎すべきです。その川沿いは、凄く良い景色を見ることが出来ます。また、水深も深いので、屋形船が運行するようにすれば、誰もが「秋田の自然は素晴らしい」と思うはずです。秋田に着いた瞬間から、素晴らしい大自然に触れられるなんて、凄く幸せなことです。しかし実際は、秋田大橋近くの新屋棧橋から、国際ダリア園の華の里棧橋までの短い距離、中途半端な距離を運行させてしまい、今年になり、その会社は、残念ながら倒産してしまいました。秋田悠久ラインの屋形船として運行していましたが、やはり、空港から繁華街くらいまで、延長してダイナミックに取り組まないと駄目なん

です。つまり、資源の使い方というのは、そういうことです。いろんな可能性を、秘めている訳なんですね。

しかし、本県では何か変えてはいけないうような、そのままが一番良いような風習のようなものを、感じてしまいます。たくさんの観光資源を持っていながら、加工して観光資源として成立するような商品作りに、積極的に取り組んでいないんです。私に言わせれば、秋田はまだ何にもしていない。一言で「サービス精神が欠けている」県ということになります。

新幹線や飛行機で来県された方は、必ず、口癖のように話される言葉があります。それは「何処か良いところはありますか？あれば教えてください」という言葉です。タクシーをはじめ、秋田の人は「ないっす。何もないっす」と、乗った瞬間から答えてしまっています。これでは駄目です。嘘でも「良いところはたくさんありますよ。ここから少し遠いですが、ご案内しましょうか」と答えるべきです。そうやって、少しメーターを稼いでもいいでしょう。2メーターや数百円くらいだったら、だいたいのお客さんは許しますよ。観光客は、目的地の途中やその周辺に良いところがあれば、ぜひ、連れて行って貰いたいと思っているはずです。目的地や宿泊先の近くに、良いところがあれば、案内すべきです。そこまで数百円くらいで行けるんだったら、まったく問題は無いんです。それを目的地のみで、しかも最短距離で送迎しているんですね。「何処かに良いところはありますか？面白いところはありますか？」と聞かれても「何もないっす」と答えてしまっているんです。それを聞いたお客さんは、乗った瞬間から、家に帰りたい気持ちになってしまっているんです。そうことをしないで、何かあるということをお客さんにいつも伝えなければならないと思います。とにかく、嘘でもいいので「ここには、日本で1番珍しい絵があるんですよ」とか、そういう会話が成立するような訓練をしなければならない、ということです。

だから、地域が観光で生活していくことを考えるのであれば、「自分達の地域に何があるのか」ということに対して、関心を持つことが

大切なんです。まったく関心が無いと思っているものを、観光客に紹介出来ないんですね。関心と教養も無いので、誰も何も知らないことになります。だから、観光客が来たって、勧めることは出来ないんです。そういう点から見ますと、ノースアジア大学の観光学科がもう少し頑張って、多くの県民あるいは観光業をやっている方々が、観光に関する情報を、共有出来るような県になってほしいと思うんです。自分の住んでいる地域に、興味というか関心も無くて、殆ど知らないのであれば、他から来た人はもっと困ります。第1に重要なことは「自分達の住んでいる地域に、あるものは何か」ということを、お互いが教え合う、学習し合う場面がないと、観光立県は成り立たないです。これは本当に大前提です。他にも大切なことが幾つかあります。

冒頭でお話したように、我が国では、昨年10月に観光庁を設置し、観光立国推進の体制づくり強化のため、ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開し、外国人旅行者を呼び込もうと取り組んでいます。以前まで、中国からの旅行者は、日本でお金をあまり使わないという印象を持っていた方は、大勢いると思います。しかし、ここ最近では中国からのお客さんに、たくさんお金を使って貰いたいという、何だか虫の良い話になりますが、とにかく、積極的にお金を使って頂きたいという考え方になっているんです。今、東京の高島屋等のデパートでは、もの凄いいことが起こっているんです。高価な商品を買っていくのは、殆ど中国人なんです。とにかく、50万円、100万円の商品を平気で買っています。その人達が来なくなると、だいたい大手デパートは潰れると思います。そのくらい、買っているんですね。バブル前の日本人も、海外でいろんな物を買って、お金を使いまくったという話を聞きますが、全然スケールが違うんです。デパートで高額な商品を買いきまっているのは、中国からの観光客です。

それに関係しますが、中国人向け、個人観光ビザの発給についてです。これまで、中国大陸部の旅行者は、団体旅行、または、ガイド同伴でなければならなかったのですが、今年7月から、北京、上海、広州の3都市に住む、年収25万元（約350万円）以上の富裕層を対象に、

日本への個人旅行を解禁する、緩和政策制度を実施する予定です。より多くの中国人旅行客を、誘致したいと考えているためです。ところが、中国で、もの凄く不愉快に思っていることがあるんです。なぜかといいますと、そこには、但し書きが付いていると同じことなのです。すなわち「日本円で、約1千万円の銀行預金がないと日本に行けません」という但し書きと同じことなのです。正確な金額ではありませんが、そのくらいの預金残高がある人に限る、ということになっているんです。私はそれを知った時「観光庁は何をやっているんですか」と本当に言いたくなりました。それが、ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開している、中国に対するPR内容です。25万元は、日本人の感覚では1千万円くらい。ですから「預金が1千万円以上の人しか来ちゃいけない」ということになっているんです。

今、中国との観光ビザの問題は、このような現状です。北京、上海、広州の3都市に住む方だけに、とりあえず対応しているだけです。しかし、今後は段階的に、もっと緩和政策を進めていく予定であると聞いています。これは冗談ですが「お金持ちの人しか来られません」という文書を小さく書くとか、そういった配慮をしてもらいたいですね。しかし実際は、何の配慮も無く、大きな文書で掲載しているんです。本当に何処かおかしい。だって皆さん、相手の立場に立って考えてみて下さい。「預金が1千万円以上の人しか、日本には入国できません」と書いていたら、「何でそこまでして、あんなところに行かなきゃいけないの。それだったら、自国でショッピングしよう」と思うでしょう。また、日本に行ってお金を使うより、地元の経済のために、お金を使った方が良く考えるはずです。実際、中国のインターネット上では、日本に行って物を買うよりも、国内で消費しようという運動が起きているんです。

せっかく、2003年、当時の小泉内閣によって国としてはじめて「観光立国宣言」がなされ、観光庁を設置し、ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開してきた訳ですが、そんなホームページを出しているんです。日本は、本当に一生懸命、観光に取り組んでいきたいのか

と疑ってしまいます。中国は、1番のお得意さんです。その国に対して、そんなホームページを作ってPRしていたので、インターネット上で「何を考えているんだ」ということに、なってしまっているんです。つまり、何を言いたいかという、やはり、思いやりなんです。観光のことを考える人には、常に配慮が必要なんです。訪ねて来る人は、全てお客さんです。ある意味、神様なんですから、その人達が気持ち良く、楽しんで帰ってもらうためには、迎える側の人達に文化的な包容力とか、そういった力がないと駄目なんです。

ですから、先程言ったように、私は、厳しく秋田県を批判してしまいます。だって、観光が目的で来県した方に対して、すぐ「ないっす、何もないっす」と言うのは、おかしいでしょう。もう、口癖かもしれませんが、やはり、ハッキリと「ありますよ、何でもありますよ」と言ったほうが、とても印象が良いんです。何も無くても「ある、ある。たくさんある」と言えば、良いんです。それを、本当に正直で「ないっす、何もないっす」と答えているんですね。それを聞いたら、誰だって、すぐに帰りたくなってしまいます。そういうことを含めて考えますと、その地域で、その場所で、訪ねて来る全ての人々に対して、大切に迎え入れる気持ちを、本気で持っているかどうか、極めて重要なことになるんです。もちろん、それは大前提であり、第1に考えるべきことです。

もう1つですが、その地域にあるものを、別の新しいものに替えることは、出来ない訳ですから、先程言ったように、その地域にあるものを、工夫するという力がないといけません。今は、何々ブームがとても流行っていますが、例えば、古代遺跡ブームです。古代遺跡というのは、もちろん、自宅に持って帰ることや直接加工することが出来ないで、周りにあるものを使って工夫し、その時代の意味、歴史を分かり易く紹介出来るように、付加価値を付けていく作業が必要になる訳です。そういうことから「秋田は観光資源が恵まれているから、そのままが良い」と思うのではなく、そこに付加価値を付ける能力というものを、その地域が持っていなければ駄目なんです。

皆さんは「秋田の自然は美しい」と思っているでしょうし、確かに私もそう思いますが、美しい自然に、たくさんお金を払って帰る人はいないでしょう。男鹿半島にある入道崎から見る夕日は、本当に美しいですが、あの日没の時間に「夕日がとても綺麗だ」と言って、お金をポンと、そこに置いて帰る人を見かけることは、絶対にありえないです。当然ですが、タダで、自然を見ることが出来るからです。また、湯沢市方面から見る鳥海山も1番綺麗ですが、わざわざ、そこに行ってお金を払って、鳥海山を見ようとする人は誰もいないですし、ましてや、足下にお賽銭箱を置いたって、お金を入れようとする人はいいはず。結局、いくら綺麗でも、自然にお金を払う人はいない、ということになるんです。「白神山地の森林は、とても綺麗だ」と言っても、自然はタダなんだから、誰もお金を払わないことになります。

そのような自然を、観光産業として成立させるためには、お金を払わせるだけの、何かがなければいけません。それを工夫して、生み出すということが、重要なんです。そういう点においては、日本は、たいへん下手な方です。結局は、国家としての取り組みが下手だからでしょう。他の国は、そういうことに関して、もの凄く上手いです。何回もお金と言って申し訳ありませんが、他の国は、どうすれば、お金を使ってもらえるのかということ、一生懸命、考えているんです。やはり、観光ビジネスとして成立させるように、いろんなことに取り組んでいるんですね。

海外に行くと、いろんなことが分かります。外国からのお客さん達だけでなく、国内のいろんな人に対しても、どうすれば、お金を使わせるかということ、一生懸命、考えているんです。本当に上手です。皆さん、自然だけでは駄目なんです。やはり、その地域の人達が工夫をして、そこから何かを感じるようにすることが大切です。また、その地域の文化、そして歴史の一員ということ、観光客に思わせるような仕掛けも、必要です。

日本の観光地の1つの欠点になるんですが、木造作りのために、歴史的建物があまり残っていないんです。日本の歴史というのは古いほ

うですが、昔からの良い建物というのは、木造なので燃えやすいんです。度重なる火災で、残念ながら、あまり残っていないんです。ヨーロッパのように、特にイタリアは、どこにいても千年前、5百年前の建物ばかりが残っている。例えば、ローマに行ったら、何だかすぐに、お金を使いたくなるような気持ちになってしまいます。不思議と、そういう気持ちになるんです。ところが、美しい白神山地に行っても、お金を使いたいという気持ちに、あまりならない。自然を守らなくてはいけないこと、今の環境を維持しなければいけないことで、いろいろな規制がある。だから、お土産屋を作ってはいけない、それも作ってはけません等としてしまい、その結果「お金を使ってはダメですよ。経済活動は出来ないんですよ」となってしまうに等しい。それこそが、日本の観光の問題点です。

なぜならば、自然中心の観光地というのは、お金が使えないようになっている。だから本県のように、自然が中心の観光地というのは、観光客が殆どお金を落とせないようになっているんです。ところが、東京や京都は違います。だから、観光地は3極化しているんです。いわゆる、自然の美しさによって観光地と思われるところと、東京のような大都市、そして、京都のような、歴史的な遺産が残っている観光地に分かれます。本県は明らかに、自然の恵みを観光資源として、活かしていかなければいけない場所です。ですから、自然そのものを、プロデュースする人材が必要になります。つまり、その自然にあるものを、どういうふうにして組み合わせたら、お客さんが喜んでくれるかということを、考えていく人です。

次のパネルディスカッションのパネラーとの舞台裏でのお話について、先程ご紹介いたしましたが、NHKの前田さん、川口さんのように、ある風景を見たら、すぐにこういうことをすればいい等とアイディアを持った人を、秋田県は育ていかなければいけないということです。

例えば、先ほど紹介しましたが秋田空港の側を流れている雄物川から乗船して、旭川沿いの川反方面の繁華街まで、自然の中を運行する船があってもいいじゃないですか。県内の人は、そういう発想になり

ませんよ。47都道府県で、そんなことをやっているところは、無いと思います。日頃から、大多数の皆さんが口々に「忙しいから、それどころじゃない」とか言ってしまって、何も考えようとはしないんです。観光客が、そのような船に乗って旅行すれば、本当に良い思い出になると思います。また、電車だって同じように考えるべきなんです。今の秋田内陸線という名前を、変えたっていいんです。マタギ鉄道に変えてみて、マタギ風の人に切符を切ってもらっていいですよ。男鹿半島に観光客があまり来ないと言われますが、それを改善するために、追分駅から男鹿駅までの約26キロある男鹿線を、ナマハゲ電車にして、車掌もナマハゲの格好にさせて、切符を切らせる。お客さんというのは、それだけでも見たいと思うものです。それだけでも、必ず見に行くはずですよ。

つまり、そこにあるものを工夫する力が必要になり、それが、本県の観光のための文化力というものになっていくはずですよ。そういう視点から見れば、実は、秋田にはそういう資源というのがたくさんあります。よく秋田には資源があるとか、無いとか、いろいろと言われていますが、資源というのは、あって無いようなものです。くどいようですが、その資源を製錬する力が重要になります。また、それに一生懸命取り組んでいる人達を、駄目だという言い方をしないで「よくやった」と応援する方々も、本県には必要なことだと思っています。何も難しいことではないです。先程の泉さんの基調講演でも、ご紹介されたと思いますが、全日空も同じです。1つの取引先が無くなっても大丈夫のように、ありとあらゆるところに仲間を作り、手を結んで取り組んでいるんです。要は同じ考えで、同じような言い方が出来るんです。

例えば、中国等の友好・姉妹都市から来た人達の買い物代を、10%安くするような取り組みをスタートしたら良いと思います。あるいは、宿泊したときの料金を10%安くするとかです。友好・姉妹都市提携とは、実は、そういう取り組みも出来ることなんです。そのために結ぶものだと、私は考えています。我が国の現状というと、世界

中のありとあらゆる都市と、友好・姉妹都市提携を結んでいるにも関わらず、47都道府県の中で、そういったことを取り組んでいるところは無いです。その友好都市から来た人達のホテル代、そして、買い物代を10%安くするようなことが必要なんです。秋田の木内デパートで、買い物をしたら20%安くするようなことを、本県は逸早く取り組むべきです。それが、県を越えた地域との連携を更に深めていくことになるはずなんです。せっかく、秋田韓国国際定期便を作ったのに、飛行機に乗る人が少なくて、大変だと言っているような現状なんです。1人当たりの航空券の料金を数%安くするとか、数万円の補助金を付ける取り組みをすることよりも、友好都市からの観光客の宿泊代等を安くするべきです。ホテル、温泉施設、何でもいいんです。そういった料金を15%、あるいは10%安くする。それが、お客を呼ぶウリになってくるんですね。

そういう発想を持った観光行政、観光業者、県民の意識というものが、必要になってくるんです。そこが残念ながら、私達はあまり持っていない。皆さん、なぜかと言ったら、韓国便についてですが、日本には、その国際空港が17箇所くらい整備されています。本県もそのうちの1つですが、県内において、韓国と友好交流協定をしているのは、1市しかないんです。1998年10月に由利本荘市（旧本荘市）が、韓国・慶尚南道の梁山市と友好交流協定をただけなんです。韓国の小さい街ですが、韓国への直行便を持っている県でありながら、そこだけなんです、秋田県は。それじゃあ、お客さんは来ないでしょう。せっかく提携しているのであれば、その街の人達に手厚いサービスをするとか、そういう活動していくということが、観光力を作っていくことになり、また、強くなっていくということなんです。秋田県は中国甘粛省と友好提携しています。秋田市は中国甘粛省の蘭州市、ロシア沿海地方のウラジオストク市と姉妹提携しているんです。それだったら、その街から来た人に、特別なクーポン券を出すようなことをして、また秋田から韓国に遊びに行った観光客にも、ホテル代を割引するようにしてもらいたいです。そういうことによって、相互の乗り入

れで、お客が増えてくるというやり方もあるんです。

そういう政策、そういう発想を出来るような人材を、県は育てていくことが大切です。昨年、ノースアジア大学法学部観光学科が出来たということで、そういう人材を、秋田県はようやく育てようとしております。その目標に向かって、小泉理事長が創った訳です。このように人材を育てていければ、何も心配することはないんです。

もう1点、お話ししたいことがあります。自分達の地域にあるものを、大事にするということです。そのものというのは、もう増やすことは出来ないし、また新しく何かを作ることも出来ないからです。だから、過去からのものをどうやって活かしていくか、どう活用していくかということを考えるしかないんです。当然のことですが、本県には、桜島みたいな島はありません。桜島なんて、新しく作ることは出来ない訳ですから、その地域にあるものを、どういうふうに組み合わせて作るか、という創造力が大切になるんです。ですから、皆さん、観光業というのは、創造力文化なんです。創造力があるかどうか、ということなんです。創造力というのは、イメージする力と同時に、新しいものを作ろうとする力です。

そうであれば、秋田の歴史的遺産とは何であるかと考えると、真っ先にナマハゲを挙げることが出来ますが、男鹿半島そしてナマハゲだけ、アピールしていけば良いという訳ではないんです。もっと、いろんなものを工夫していくということと、継続して取り組んでいこうとする力が、その地域にあるかどうか大切です。この県の中にある歴史的なものを、どんどん使い込んで、イメージを膨らませていけるかどうか、ということです。ナマハゲのお饅頭でも、何でもいいんですが、どんどん作っていくことによって、その地域の文化力になり、そして観光力になるはずなんです。それを何年も続けることで、力に繋がっていくんです。お饅頭なんて、何処で食べても同じなんです。今は偽装商品、賞味期限切れ等の問題に、とても敏感な時代ですが、ある特定の商品は売れすぎて、困っているくらいです。本県でも、いろんなものをやってほしいと思っています。

実際、売れすぎて困っているくらいの伝説を作った商品もあります。その理由は、誰も説明出来ないと思いますが、お饅頭やお団子なんて、いくらでも、何処にでもあるんですが、なんとなく、その観光地に行ったら買っている訳なんですね。ある意味、生活習慣病に似ているような感じです。一種、観光客を生活習慣病にしてしまった訳ですよ。伊勢に行ったら、名物の赤福を買わなくてはいけないような感じに、皆さんがなってしまう、赤福の店を見た瞬間、なんだか買わなければいけないような気持ちになってしまっているんです。そういう心理なんですね。お土産屋なんて、どこに行っても同じです。みんな同じなんです。買った後「何でこんなものを買ってしまったんだ」と後悔するんです。貰っても、あまり嬉しくも無いものを、買って帰るでしょう。何だか分かりませんが、買ってしまったんです。

買わせるだけの力があるというのは、言葉を変えてみると、嘘を付く力があるということです。だから、観光は秋田県に向いていないんです。県民は本当に正直すぎるからです。正直者が多いところには、観光は向いていないんです。冗談になりますが、正直者は馬鹿を見るということにも、なりかねません。いずれにしても、そういうものを、面白くする力をどんどんと付けていくことが大切なんです。何回もお伝えしておりますが、赤福だって同じです。結局「何で買ってしまったんだ」と後悔する時があるはずですよ。買ってからは、後の祭りなんです。秋田に限りませんが、観光地というものは、そうやって楽しませる力が大事なんです。とにかく、エンターテインメントと言いますか、楽しませる力が大事なんです。

観光地に行っても、何かを食べないと腹一杯にならないし、面白いと思わせるものが無かったら、全然楽しくありません。結局は、満足するものやある楽しさが、そこになければいけないということなんです。お金を払ってもらうために、1番必要なものとは何か、価値あるものとは何かと考えた時の結論というのは、やはり、楽しかったか、楽しくなかったかに過ぎないんです。多くは「楽しむ」ということに結び付きます。要するに「友、遠方より来たりて楽しからずや」とい

うように、楽しいと思うものに、勝るものはないんです。

ご存じの方も多いと思いますが、某タレントの綾小路きみまろさんを例に上げますと、芸風が毒舌を交えた漫談で、殆ど徹底的に世間を批判した言い方で話されているんです。にも関わらず、世間では、お金を払ってまで、ライブビデオやCDを買っているんですね。自分達が、馬鹿にされているにも関わらず、あのように入を批判して、馬鹿にするようなことを言っても、行列が出来ているんです。あげくのはてに、CDを買って、聞いて、その馬鹿にされ方が楽しいから、お金を払っているんですね。

観光も同じです。どのように騙してくれるのか、楽しく騙してほしいと期待して、お客さんは来るんです。かなり、高度な教養が必要であり、また文化の力も必要とします。そういうものは、1日2日、1年2年で出来るものではないんです。やはり、どこかで意識して、県の中で作っていくということが、地域として栄えるということだと思います。

最後になりますが、確かに京都には、歴史的な遺産はたくさんあります。そして、商売も上手いし、いつも観光資源がたくさんあると言って、すぐに面白い話を作り、お客さんと呼んでいる訳です。ここに居る皆さんも、だいたい理解していただいたことと思います。もう時間が無くなりましたが、観光というのは、楽しくなることが、常にその観光地にあることなんです。秋田に来たら、何だか分からないけれど楽しいとか、そう思わせることが大事なんです。「秋田に行ったら楽しかった」と思わせる力が、その地域にあるかどうか、とても大切です。それが、立派な観光に繋がるはずです。

道 端 石川 好先生、とても楽しい、素晴らしいご講演をして下さり、本当にありがとうございました。ユーモアの中に、秋田の課題がいくつも提起されましたので、これから、皆さんと一緒に考えていきたいと思います。それでは、ご講演を終わりにさせていただきます。石川先生に大きな拍手をお願いいたします。(拍手)

〔講 演〕

ノースアジア大学 総合研究センター・国際観光研究所 共催
第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」

パネル・ディスカッション

コーディネーター	学校法人ノースアジア大学理事長・学長 小 泉 健
パネリスト	東海大学チャレンジセンター教授 ノースアジア大学国際観光研究所顧問 泉 正 史 ノンフィクション作家・評論家 酒田市美術館館長 ノースアジア大学総合研究センター客員教授 石 川 好 前小坂町町長・衆議院議員（平成21年9月～） ノースアジア大学総合研究センター客員教授 川 口 博 NHK秋田放送局局長 前 田 成 志
総合司会	ノースアジア大学国際観光研究所長・法学部教授 道 端 忠 孝
日 時	平成21年4月24日 午後1時～4時
会 場	ノースアジア大学 40周年記念館 講堂

道 端 本日は、ノースアジア大学総合研究センター・国際観光研究所共催の第2回観光学シンポジウム「観光立県と人材育成」にお越しいただきまして、誠にありがとうございます。本日のパネル・ディスカッションのコーディネーターは、本学の小泉 健理事長、パネリストには、東海大学チャレンジセンター教授で前（株）ANA総合研究所取締役副社長の泉 正史先生、ノンフィクション作家・評論家で酒田市美術館館長の石川 好先生、小坂町前町長の川口 博先生、NHK秋田放送局の前田 成志局長をお迎えしております。どうぞ、ご静聴下さいませ。

小 泉 それでは、私の方で司会を務めさせていただきたいと思います。最後の方で、時間がございましたら、質疑応答にしたいと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

私は、石川先生がご講演される度に、必ずご講演を聴いて参りました。先程の基調講演におかれまして、秋田版、綾小路きみまろのようにお話しいただき、また、大変面白い話題もご紹介くださったので、控え室で、石川先生に「話し方が、少し変わりましたね」とお伝えいたしました。

観光に関しまして、泉先生、石川先生の見られている角度、見ておられている方向は、私と一緒にだと思いました。それは、なぜかと言いますと、観光の真髄というものは「楽しむ」あるいは「楽しませる」ということにあるからです。

先程、泉先生がおっしゃっておられましたが、観光に出掛ける人々は、場合によっては騙されたいし、上手く騙されて楽しみたい、という気持ちを持っているんです。正直者は、あまり良く無いというようなことも、基調講演でご紹介いただきましたが、そのようなことを考えますと、まさしく、ディズニーランドはその通りだと思います。お伽の国に行って、もう一度夢を見て、うまく騙されて、楽しく帰ってきたいということです。

このパネル・ディスカッションにおける本日の皆さんのお目当ては、

川口さんだと思います。川口さんにつきましては、先程ご紹介申し上げましたが、県北の小さな町では、類を見ないような観光の業績を、たくさん残されました。例えば、小坂町の景観です。これは本当に素晴らしいです。また川口町長が就任される前まで、町にある康楽館には、観光客は殆ど来なかったということを聞いております。今の康楽館は、著名な役者さん達による歌舞伎が、連日、上演されております。去年は、業界でも有名な話なのですが、絶対に外へは出さないという、水戸黄門を上演されました。また、鉾山事務所について、これも移転させて、見事に甦えった訳です。

まさに、そのところにつきまして、川口さんよりお話をさせていただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

川 口 小坂町は、鉾山で発展した町です。先程、石川先生、泉先生の基調講演でもお話がありましたが、やはり、あるものを徹底的に使うしかないということです。小坂の文化が無いと、小坂のものは作れませんし、小坂の創造は出来無いということです。例えば、鉾山の文化と技術、鉾山の建築物等で、小坂にあるものを上手に組み立てて、無いものを生み出すということが大切です。また、経済の力なども上手く利用すべきです。私は、人口減少に歯止めをかけたいと思い、どうやったら町の人口を増やせるのか、あるいは、町の総生産をどうやって増やしていくことが出来るのか、ということについて、いろんな工夫をしました。最終的に数値が良くなったのは、6年位前からです。また、石川さんから、小坂町をプロデュースしてもらいました。これは6,300人の町民だけではなく、町が持っている素材と、それをどうやって組み立てるのかということを、考えていただきました。

現在、小坂町の観光大使は55人です。55人の観光大使の方々の知恵、工夫を借りて、一緒にいろんなことをコツコツと積み上げて、その結果として、観光客が増え、商品等の売り上げも増えました。非常に、良い結果に結び付いたということです。

プロデュースする力が非常に大事だということを、つい先程、泉先

生、石川先生もお話してくださいましたが、そういう意味では、町民だけではなく、観光大使55人の皆さんが果たしてくれた役割が、大変大きかったと思っています。

小 泉 ありがとうございます。前田局長はいかがでしょうか。ご出身は山口県とお聞きしましたが、外から見た秋田について、お話していただければと思います。

前 田 今日はいろいろとお話を聞いて、なるほどと思っております。会場の皆さんも、前半の泉先生と石川先生の基調講演を聞かれ、私と同じように思っていることと思います。秋田の良さ、そして素晴らしさについて、外から見たことを話して欲しいということですので、少しお話いたします。

私は、秋田に来て3年になります。1番感じていることは、秋田の良さや素晴らしさを、外の人が知らな過ぎるということです。全くと言ってよいほど、知られていないということが、大問題です。秋田に来てもらい、まずは1泊か、2泊してもらえれば、秋田の良さ、素晴らしさは分かってくれると思います。本当に素晴らしいところだからです。

県外から来た私もそうですが、NHK秋田放送局の職員のほとんどが、県外から来たエトランゼ（異邦人）ですが、みんな、秋田の虜になっています。それと、もう1つは、秋田県の皆さんが、秋田の良さに気付いていないということです。そして、それを知るための努力をしていないことです。私は当初、謙虚さから生まれてくるものと思っていたのですが、そうではないんです。この2点を、何とかしなければいけないと、強く感じてます。

秋田の良さというと、自然や文化、地域の絆、そういうものが破壊されないで、戦争を経て現在にまで残っていることです。ある意味、奇跡的であります。その秋田県力を、皆さんに知ってもらい、それを誇りに思うことが大切です。誇りに思っていると、外の人が訪ねて来た時や、県外に行った時に、それを伝える場面で非常に役に立ちます。

これも、重要なことと思っています。

戦後、主な都市も破壊され、希望、明るさを失った日本に、元氣をもたらした2つの歌があります。その2つの歌というのは「リンゴの唄」と「青い山脈」です。これも、秋田から発信された歌と言ってもいいはずです。「リンゴの唄」は、横手市雄物川町の佐々木康さんが、戦後、第1作目として監督をされた映画「そよかぜ」という作品の主題歌です。それは、康さんが東京で終戦を迎えてから、2、3日後に秋田に戻り、その1週間後に松竹から電話があり、9月までに1本作ってくれと言われて作ったのが、主題歌が「リンゴの唄」で大ヒットとなった「そよかぜ」という映画です。戦後はじめて公開された映画です。歌は並木路子さんでした。増田町の秋田おばこ、そして町のりんご園は全国的に有名になりました。そして、あの明るい「リンゴの唄」が大ヒットした訳です。それは、敗戦の年の昭和20年です。

それから4年後に、藤山一郎さんの歌「青い山脈」が大ヒットしました。ご存知の通り、原作は石坂洋次郎さんです。「青い山脈」というタイトルは、今風のイメージを感じさせるくらい、凄い表現だと思います。日本の戦後を明るくした歌で、これも秋田から発信された歌です。当時、日本の都市は、尽く破壊されていました。その戦後を明るくしたのは、秋田から相次いで発信された歌でした。実際は、秋田も空襲を受けました。けれども、豊かな自然や文化がそのまま残されていたことが、全国の皆さんに、明るさを発信するきっかけとなったのです。

北前船が航海したところは、豊かな米処でした。そして、お酒が生まれました。杜氏で、酒造りが盛んになりました。代表的なものは、現在の横手市山内の山内杜氏です。冬、農家から人を雇っていた山内杜氏は、戦後の高度成長期の出稼ぎとは、全く違った面を持った出稼ぎ先となりました。各酒蔵では、酒造りの技術を伝え、豊かな文化が生まれました。本県は、そうした素晴らしさがあります。その素晴らしさを、ぜひ、考えて頂きたいのです。自然の豊かさではなく、豊かな自然を維持していることの素晴らしさや、長い冬があつてこそ、春

をめぐる心の美しさというものが、地域の繋がりにも、全てに反映されます。

たとえば山菜を採る楽しさ、というものがあります。私は、秋田に住んで3年ですが、まだ山菜を採る楽しさを、残念ながら知りません。ミズの採り方もまだ分かりません。山菜の代表的なごみについても、もちろん、その生える時期や場所、そして、それを全部採らないで、少し残して採るということも、分からないのです。それを、秋田の人は全部知っている。採った山菜の料理の仕方、その味。秋田の人々だけの文化だと言えます。これは、本当に素晴らしいことです。この素晴らしさを、ぜひ、日本中の人々に分かってもらう、ということが大事なことです。そして、これからの秋田を考える視点でもある。これが、秋田の観光を考えるための土台になるだろうと思っています。

そういう中で、戦後の高度経済成長や大量消費の時代には、ブルーカラーとホワイトカラーというように、人間の存在を2種類に分けるような馬鹿な考え方や、列島大改造みたいな考え方があったりしました。しかし、そのいずれもが大きな過ちであったということを、皆さんは分かっているはずです。

これからの時代は、先生方のお話にもありますように、やはり、自立、それからオリジナリティが大切であり、そして、「ほんまもん」の時代だろうと思っています。自分の企業だけが、儲かればいい、というようなことではないんです。先程、泉先生のご講演のテーマの「世界で一つ」というのは、私のオリジナリティと一緒にです。「ほんまもん」ということは、そのようなことです。自立について、分かり易く言えば、中小企業も、地域も、町も、県も、国も、自立をしていかなければ、これからはやっていけない時代であります。そのようなことを考えると、私は、自立、ほんまもん、オリジナリティというものが、秋田ほど揃っている県はないと、本当に思っています。それを、どう活かしていくかということです。

石川先生から、ブランド力という話のご説明がありました。「楽しむ」「楽しませる」ということは、私もその通りと思っています。事実、

ほんまもん、オリジナリティを一言でいうと、私は感動だと思っています。放送も同じで、取材先で皆さんからいただいたり、大自然からいただいた「感動」で、番組は成り立っています。どうすれば、放送を通して、そうした感動をより良く、そのままを、皆さんにお伝え出来るかが、私の仕事だと思っています。

NHK技術研究所というのがあります。この研究所では、ハイビジョン、スーパーハイビジョン等のハードの開発だけではなくて、ソフト面の研究も進めています。そこでは、「人間はどのような時に感動するんだろう？」という、研究も進めています。人間科学という、脳の働き等を調べながら、それを放送にも応用できないかという研究をしています。その最新研究の結果で、感動出来る動物とは、人間だけということが分かって参りました。喜怒哀楽という感情は、動物にも、植物にもあります。しかし、喜怒哀楽を超えて、感動できるのは、人間だけだということです。つまり、感動出来ることは、人間であることの証明でもあるのです。感動するというのは、人間の脳だけが持っているのです。そういう意味で、“ほんまもん”が感動を与え、秋田の“感動”はそこから来ている。つまり、“ほんまもん”の豊庫なのです。そうした秋田の地域力や文化力など全ての良さが、秋田県の学力テストが2年連続日本一という成果にも繋がっていると考えています。

また、秋田の竿燈についてですが、あの発想力は、本当に凄いです。今でも、ろうソクを使って、提灯を灯しています。技を尽くして、稲穂を立体に仕立てて、しかも、提灯をあんなに高く吊るして、明るくして、それを、頭、手、腰で演技する発想やアイデア力は、秋田の伝統が培ってきたものだと思います。それはある意味、「超人ネイガー」の全国ブームにも、繋がっているようにも思います。

先程の基調講演で石川先生がお話されていましたが「観光は創造の文化」「ブランド力」ということを、県民の皆さんが、行政が、あらゆる団体が協力をして、秋田の素晴らしさを、全世界に発信していくことが、これから重要になってくると思います。少し長くなりましたが、このように考えております。

小 泉 ありがとうございました。秋田には、本当に素晴らしい自然があり、豊かな文化があるという前田さんのご意見でございました。非常にオリジナリティがあり、だけれども、これをどう活かしていくかということに、尽きるのではないかということだと思います。途中までは、非常に良いのですが、そこから、秋田県は、それをどう活かしていく力があるのか、ということです。観光立県という、掛け声は良いのですが、今の政治も似たような感じです。経済界も同じようで、そこには、ある程度の段差があるように感じます。

その辺のところにつきまして、石川先生、いかがでしょうか。何か解決策がございましたら、どうぞよろしく願いいたします。

石 川 前田さんよりお話いただいた通り、解決策はあります。8年前、秋田公立美術工芸短期大学の学長を引き受けてから、個人的に秋田と縁が出来ました。日頃から、世界の多くの国に旅行や取材にでかけた、日本中、何処でも訪ねていたのですが、実は、秋田県には、今から10数年前に1度、大潟村に講演で来た時から、秋田公立美術工芸短期大学の学長を引き受けるまで、来たことがありませんでした。私は、相当いろんなところを見てまわる人間ですが、その私が、秋田に来たことがないというぐらい、秋田というところは、知られておりませんでした。私が、知らなかったからという意味で、お話している訳ではありませんので、その辺を誤解しないでいただきたいと思います。

当初、秋田での学長は、1期4年でしたが、延長したので6年間、秋田で生活をしました。その結果、私自身、秋田人になってしまいました。また、妻も秋田の大ファンになりました。いつでも秋田に訪ねて来られるように、当時、借りていた部屋の契約を延長しました。今でも、借りっ放しにしています。娘も、秋田が好きになってしまい、何かある度に秋田に来ている状態です。学長の仕事は終わり、それから3年経ちましたが、秋田って、全くもって面白いです。秋田って本当に良いところです。私は、そういう風に思っています。

先程、前田さんがお話をしていた竿燈についてです。3年前になるんですが、中国の北京に日本のお祭りを持って行きました。私がプロデュースしましたが、その中で、1番人気があったのは、秋田の竿燈だったんです。北京の中心部東城区にある繁華街、王府井（ワンフーチン）で披露したんですが、北京の夜空に、竿燈の提灯が揺らめいていました。皆さんにお伝えしたいことは、秋田の竿燈では、提灯持ちがいないということです。誰かが何かをやろうとした時に、気持ちよく持ち上げてくれれば良いのですが、秋田は、それをやらないということなんです。つまり、人を育てて行こうとする気持ちが、私には、感じられないということなんです。それが、秋田の欠点です。他のものは、全てであると思います。そういうことをやっていくこと、人材を育てる土壌というものが欠けているんです。

学力日本一の秋田を見ても分かります。教育の現場に行くと良く分かるんです。秋田の子供は、素直に手を挙げて、先生に質問をしているんです。これは、本当に素晴らしい授業です。秋田の各地の、教育現場というのを見ましたが、いろんな人が見に来て、秋田の子供は、本当によく手を挙げて、質問をするんです。みんな感心していました。その繰り返しによって、子供達は物事をよく理解していくんです。ところが、大人になってくると、手を挙げないんです。何故かという、子供の頃にお前がやれとか言われて、あるいは、子供の頃に手を挙げ過ぎて、それで、その頃の事を思い出してしまい、大人になると、手を挙げるのを止めてしまうんだと思います。

秋田は、いろんな分野でアピールできる力があると思います。秋田の自然水も良いです。雪解けの美味しい白神の水は、もっと宣伝しなければいけないです。秋田に来たら、秋田のお水で「もてなす」ことが必要なんです。そういうことを、ノースアジア大学が中心となって、アドバイスしたいと思います。

小 泉 貴重なお意見をいただきまして、ありがとうございます。提灯持ちがいないということや、率先してやられる方がいないこと、そして、

後から付いて行けないような状況になっていることを、分かり易く、ご説明くださいました。それについて、私達は、素直に反省しなければいけないと思います。

最近、全日空の国際線の中国便は多くなりまして、おそらく、そのシェアは50%を超えているようにも感じます。後で、泉さんにお聞きしたいのですが、全日空では、中国に小学校を造ったり、いろんなことに取り組んでおられます。規制の概念に囚われないような、いろんな観光事業も手掛けておられますが、その点について、いかがでしょうか。

金融の自由化が進んだ現在でこそ、日本にお金が入らないような規制が非常に多いです。今の金融市場は、日本以外の別のところにあるように思います。また、出入国管理及び難民認定法（入管法）による、出入国の規制もある程度は緩和されていますが、その規制は、まだ厳しい状況です。その証拠に、中国からの留学生を見ても、黒髪がほとんどで、本当に真面目な方が勉強に来られています。大学に関係する国の規制は、これでいいのかというような思いもいたします。

中国のお金である元は、もちろん自由に持ち出すことも出来ませんし、出入国に関する自由化もあまり進んでおりません。いずれは、中国の入管法も改正されて、自由に出入りが出来ると思います。その時は、日本に大勢の観光客が訪れるという気がいたします。それを先取りして、全日空が中国便に非常に力を入れている、ということを踏まえて、アジアにおける日本の観光というものを、泉さんからお話していただければと思います。よろしくお願いいたします。

泉 とても難しいことですが、今、アジアの時代とか言われております。その中でトップを走っていて、大変元気なのは中国です。この中国の姿を見てみると、実は、しばらく前の日本と同じです。今の中国を眺めているような目線で、20年前、30年前の我々自身が諸外国から見られていました。とっても元気だった訳です。嫌がられるくらい元気でした。今の日本は、少子高齢化で元気がありませんが、今後は、アジ

アと一緒に生きていくということが、必要になると思います。最近、私達はアジアから元気を貰って、何とか頑張っているような状況です。

そういう中で、先程の延長になりますが、日本だけがとか、東北地方だけがとか、秋田県だけがとか、と考えるのではなく、少し綺麗ごとになりますが、アジアの中の日本ということを考えて、一緒に栄えるようにすることが重要です。もちろん、いろいろ乗り越えるべきことはあるでしょうが、その志を共有しながら一緒に生き栄えていくことが、ベースにあっていいのではないかと思います。

全日空と中国との縁は、会社設立間のない頃の経営者、岡崎嘉平太が、一企業を離れての見地から志を同じくする人達と共に、中国との関係を深めていったのが、きっかけとなっています。当時の政府からは白眼で見られながらも、中国との関係を大切にしてきました。その後、中国が目覚め大きく動き出しました。先程、規制についてのお話がありましたが、航空というのは、政府の縛りが大変きつい業界です。今は、両国の関係も変わり、全日空も中国線を主要路線として運航することが出来るようになりました。

全日空は、国内線と国際線という分け方をした場合、国内線が7、国際線が3くらいの割合で、国際線の割合は、年々増えてきています。先程、小泉理事長からお話があった通りなんですが、その国際線の約半分が中国です。そして、残りの4分の1がアジアで、その他がヨーロッパ、アメリカです。つまり、アジアと共に生きていくということは、すでに私どもの商売にも大きく反映されています。これまで、中国線はビジネスのお客様を中心に、伸びてきましたが、これから私達が期待しているのは、中国からの観光のお客様です。ご紹介がございましたように、非常にお金を持っていて、使いたくて仕方がない人達が大勢いるからです。

中国はかなり広いので、地方によって、考え方が全く違います。ある意味、違う国が集まっていると言ってもいいかもしれません。内陸部には、一度も海を見たことがない人が大勢います。一口に中国と言っても、いろんな人達がいて、それぞれが求めるものも、だいぶ違いま

す。それは何か？何度も申し上げますが、楽しむ側の立場に立って見ることが大切になります。もう一度、ここに来てもらうためには、やはり、相手の立場に立って考える。彼らにとって、どんなことが面白いのか、そういう風に考えることが大切です。

秋田には、確かに素晴らしい観光資源がたくさんありますが、石川先生がお話されていたように、たくさんある素材のままでは、相手にとっての価値になるとはいえません。それを磨いていく力が必要になります。先生流の言い方をすると、秋田の竿燈祭りの提灯持ちが必要なのです。こういった人材を、ノースアジア大学でたくさん育成してもらいたいと思います。

小 泉 ありがとうございます。中国というと、石川先生のご専門になりますが、アジアと観光というテーマで、ご自由にお話していただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

石 川 先程の基調講演会で、ビジット・ジャパン・キャンペーン（外国人旅行者の訪日促進活動）を話した時に、観光ビザ取得に関する問題と事例をご紹介しましたが、結果的には、日本の説明の仕方が、下手なんです。それは国内向けに関しても、同じことが言えます。

例えば、今、JR西日本が、中国向けのホームページを出していますが、冒頭、何を書いているか知っている方はいるでしょうか。その文章に、国内で起きたある脱線事故に関するお詫び文章が書かれています。日本人は本当に正直です。もう二度と、あのような事故を起こさないと書いています。それも、大切なことだと思いますが、中国から見れば、その脱線について、知っている人は誰もいないんです。それにも関わらず、外国人向けホームページには、事件を起こしたという、お詫びの文章から入っているんです。それを見た中国のお客さんは、恐ろしい鉄道会社とってしまいます。やはり、国際的なセンスというものが、必要です。もちろん企業として、日本人として、二度とそういう事故を起こしませんという反省を、真摯に受け止めて、

ダイヤを運行していると思います。しかしながら、現在のホームページは、そのようになっているんです。

日本を旅行したいと思う外国のお客さんが、ホームページを検索した時、いきなり、日本を代表する鉄道会社の謝罪文が掲載されているのを、最初に見るんです。これはやりすぎです。ですから、外国からのお客さんを招く時、どういうやり方があるのかということを、かなり真剣に考えてみる必要があります。こちらで何かを考えて取り組むことは、もの凄く高く評価されるはずですが、我々の場所に招く時、招く側の人達は、どういう文化を持っているのかということを、正しく理解するというのが、とても大事です。そういう意味で、私は、観光は文化と言いました。中国で、日本の観光旅行は、圧倒的に人気があります。ビザが自由化されたら、たくさんの人達が日本に入ってくると思います。

今、中国で1番人気のある映画は何かと言いますと、まだ日本で公開されていませんが、北海道でロケした、恋愛に関する映画です。中国の政治家で、中国共産党内序列で5番目に偉い李 長春という人も、あの映画を観たということです。北海道の雪は凄い、その北海道で恋愛するというような話ですが、その日本の雪景色を見ただけでも、中国では大変なんです。しかし、北海道に行きたいという人達を、迎え入れる準備が日本にはありません。ビザだけの問題ではないのです。問題は、心が無いということです。

観光立県、観光立国にするということは、本当に大変です。1番のお客さんに対して、秋田県はいち早く、中国語のホームページを作って、案内することが大切です。観光案内のために、県とノースアジア大学が率先して、県内の要所を、紹介するホームページを作ろうという運動を起こすことが、大事なんです。

小 泉 川口さん、いかがでしょうか。中国等、様々な国々の方々と多くの関係をお持ちと思いますが、よろしく願いいたします。

川 口 小坂町には、国際資源大学校があります。これは、東南アジア、アフリカ、中南米から、19年間に渡って70 数ヵ国、600名以上の方々が勉強された学校です。何を勉強しているかと言いますと、鉱山の技術、生命の技術、環境の技術についてです。アフリカ南部にレソト王国という国があるのですが、そこでは、鉱石に水銀を付けて、金だけを取り出すことをしているんです。昔の日本も同じようなことをしていましたが、未だにそれをやっている国があるんです。そういった国の平均寿命は、だいたい28歳です。その国の鉱山で働いている半分は、子供だからです。小坂に来るのは、小坂に行くと勉強になると言われているからです。環境や公害に関しては、大変勉強になるということから、世界中から勉強しに来るのです。

これをもう一皮剥いて、例えば、人類インフラ整備と言うと大げさになるのですが、食料、環境、エネルギー資源の問題はもちろん、健康の問題等も、今後は勉強することになると思います。人間として、最も大事なテーマになる訳ですが、日本の国は、すでに直面している問題なんです。アジア、アフリカは、60年位前の日本ですから、そういう方々が日本、そして、秋田に来た時、大変勉強になるようです。食べ物やエネルギー資源、健康に関して、本当に勉強になるから、日本の秋田に行ってみようと思うようになり、もしかしたら、そういった国々の修学旅行で活用されるようになる可能性も考えられる訳です。

21世紀の成熟社会が求めるような産業のあり方や、暮らしのあり方を徹底的に掘り下げることによって、新しいタイプの民族の大移動が始まります。私は、そういう可能性が、秋田にたくさんあると思っています。お客さん呼び込むために、秋田に来たら、感動出来るようなことは何か、心の満足が得られるようなことは何か、ということを考えるべきです。

石 川 川口さんの言ったことは、秋田のことについて、極めて重要なことだと思います。秋田に来ると、いつもご高齢の方しかいないだとか、

若い人が1人もいないという言葉聞きます。日本中、高齢化は進んでいます、しかし、秋田は美人の里と聞いております。冗談ですが、時々、あきたこまちは何処にいるんですかと聞いても、秋田の皆さんとは、楽しい会話が续かなくなるんです。

大事なことは、例えば、平均寿命が30歳、40歳という街から見ると、秋田は、何故、長生き出来るのかということが、ウリになります。そのようなことでも、ウリになるんです。こちらは高齢者だけですが、他のところに行ったら、年を取る前に亡くなってしまう世界というのは、半分くらいあります。何で、このような長寿社会が出来たのかということ、を考えて貰うことも、1つのウリです。

つまり、我々の目で、マイナスなものだと思えるものが、他の視点からは、それがプラスに見えることもあるのです。秋田の自然を中心にした観光立県というのは、生活そのものが観光資源になる訳です。このように、発想を転換するということも、大事なことです。本当に、川口さんが言ったことは、大事なことの1つです。

日頃から、私達は高齢化社会と言っていますが、こんなに長生きしている社会は、日本だけです。そのお陰で、大変なことも起こっています。他の目線で見れば、このような長寿社会が出来たことを見返す目があれば、もう1つの観光資源に繋がるということです。大きな目で見れば、観光資源には、いろんなものが隠れています。生活のために、世界の寿命や健康の問題を調べたら、秋田的な食生活があるから、長生き出来るようになったと分かってくるはずです。そのようなことを含めて考えると、資源はとても大切だということです。資源というものを、多面的に多角的に見る必要があります。

小 泉 石川先生のお話をお聞きますと、何だか自信が沸いてきました。ある意味、危機や問題に直面した時、裏返せば、チャンスであるという風に、考えることが出来るという思いがいたします。何か他にございましたら、どうぞ、よろしくお願いいたします。

前 田 私は、観光のブランド力を付けることが、重要だと思っています。小坂町には康楽館や明治百年通り、そして、鉱山事務所があります。小坂鉱業は、この不況の中でも、希少金属のリサイクル工場として大発展を遂げています。このように地域が持っている伝統、文化、技術を活かして、自分たちの地域の力を発見していくことが大切です。新しいブランド力、全国に通じるブランド力というものを、秋田県が創っていくことが、重要だと思います。

県外出身者の私は、秋田の美味しい物を、親戚や友達にたくさん送り続けています。本当に秋田には、知人に食べて欲しいと思う物がたくさんあります。この前、岡山と高知に住んでいる友達に、秋田のりんごを送りました。その友達から「秋田でも、りんごが採れるんですね」という返事でした。敗戦直後は、りんごと言うと秋田でした。サクランボを送ろうものなら、もう驚愕の声が聞こえてきます。「秋田にも、サクランボがあるんですね、美味しいですね」と言ってくれるのですが、驚きの方が、1番先に入ってくるんです。

今、秋田のブランド力は何かと言えば、男鹿半島ということになるんですが、それも最近は怪しくなりました。全国から見ると、秋田と言えば「横手のかまくら」しか思い付かないくらい、残念ながら、秋田はブランド力を失っています。新たなブランド力を、どう創り出していくのかということが、今後の課題なんです。

冒頭、山菜の素晴らしさについてお話しました。これも、1軒の農家だけで、取り組んでも駄目なんです。例えば、湯沢市であれば、ホテル、旅館、民宿等が協力して山菜料理を名物にして、宿泊客の希望者には、山菜採りを体験してもらうように、取り組んで欲しいと思います。採ってきたものは、その日、食べるだけでなく、翌日、採った山菜と料理のレシピをお土産にするというのもアイデアです。近所にも差し上げて下さいという気持ちを込めて、お土産として渡すということが、おそらく、ブランド力創出に繋がるという風に思っています。長くなりましたが、ほんの一例をご紹介します。

石 川 僕も、前田さんと全く同じです。秋田に縁があって、お米やいろんなものが、美味しいということが分かりました。私も、りんごを友人に送るんですが、同じ反応をするんです。「石川、秋田から、何も青森のりんごを送る必要はないんだよ」と言われるんです。しかし、「平鹿りんご」を届けると「こんなに美味しいりんごが、秋田にあったんだ」と、本当に前田さんと同じように、友人から言われるんです。また、サクランボも同じで「こんなにも美味しいサクランボが、秋田にあったのか」と、驚きの声になるんです。りんごの中では、秋田の「平鹿りんご」が1番旨いんです。私はそう思っているんですが、日本の消費者は、青森りんご、信州りんごが良いと思っているんです。そのように考えているため、もう先入観で、秋田のりんごが1番という人はいないんです。

山形では、「佐藤錦」というサクランボが人気です。毎年、泥棒にあったと聞きますが、元々は、秋田の増田町とか十文字町のサクランボだったのに、山形に持って行って、売り出した訳です。どのようにして、秋田のサクランボが、山形のサクランボに化けたのでしょうか。りんごも同じで、何故、秋田のりんごが、青森りんごに化けたのでしょうか。皆さんも、悔しく思うでしょう。これは、本当に不思議なことなんです。

原産地が秋田なのに、本質的に言えば、結局は、山形ブランド、青森ブランドになってしまったんです。ここがポイントです。放っておいたら、また、秋田からブランドが無くなってしまうかもしれません。

泉 ブランドの話は、本当にその通りです。秋田の皆さんは正直過ぎて、じっとしているのでしょうか。そのままだと、これから、どんどんと、いろんなブランドを外に持って行かれてしまうかもしれません。秋田が1番なのに、他の県があつという間に1番になってしまいます。

実は、私も秋田のりんごというと、正直なところあまりイメージが出来ません。サクランボは、本当に秋田で採れるのかなというような感覚があります。東京で生まれ、育った私は、りんごは、青森か、長

野のものというイメージがあります。しかし、最近、栃木県がイチゴの「とちおとめ」というブランドで売り出すと、長崎県は、「さちのか」を、福岡県は、「あまおう」、静岡県も負けじと「紅ほっぺ」ブランドで美味しさを競っています。

つまりブランドというのは、常に変わり、こういったブランドは、競争でいくらでもひっくり返すことが出来ます。たとえばビールの場合、以前は、「キリンビール」が圧倒的シェアを占めていましたが、今は「アサヒビール」がトップです。また、ブランド化した大分の「関アジ」、「関サバ」は、東京人から言いますと、かつては聞いた事がないものでした。サバといえば、東京湾、相模湾のサバが1番だと思っていたからです。

ブランドというのは、いつでも作ることが出来ます。そのときある意味での、嘘も必要になるかもしれません。騙して貰いたいという人たちに良いイメージを感じてもらうシナリオを作るのです。後は演じてくれるプレーヤーを見つけ出し、今、ここにあるすばらしい素材を、皆さんで使いこなしていくということが必要だと思います。

秋田県には、素晴らしい自然がたくさんあると、言われております。観光、地域興しの様々なシンポジウムでも、同じ意見が出てきます。しかし、美しい自然がたくさんあると言っても、考えなければいけないことは、差別化ということです。たとえば秋田の乳頭温泉が、何故人気があるかを考えて下さい。素材が持つ、他にはない良さを活かし、差別化することが重要です。

その点航空業界も似ています。少し話が長くなって、恐縮ですが、世界で飛行機を造る会社というのは、大きいところでは、エアバス社とボーイング社です。内装は少し違いますが、ほとんど同じような飛行機を造っています。そうした同じような飛行機を使う航空会社も昔は競争が無く、国が守ってくれましたが、今は、世界中の会社が競争しています。そうした中で、どのようにブランドを作るのか、何を使って差別化を図っていくのか、が大変大事になっていますが、実を言うと、正解は、簡単に見つかりません。そのため若い社員を中心に、

競争力の源となるANAらしさって何だろうということを、一生懸命、頭を絞って考えてもらいました。出てきた答えは、我々の実直さ等を、上手く表現出来ないものかということで、「あんしん、あったか、あかるく元気！」という、3つの標語でした。ただし、あくまでも標語なので、これを具体的にサービスへ反映することが、求められます。

そうした気持でのサービスを積み重ね、お客様がANAの飛行機に乗った時、他の会社の飛行機に乗った時と何か違う雰囲気を感じて貰いたい、心地良い空気を感じていただきたいという願があります。作り笑顔や、マニュアルにある笑顔ではなくて、お客様に心から喜んで貰いたいという笑顔で、本当にあたたかく、お客様をお迎えしたいということです。いろいろなポジションの社員が、そのように感じ、心の底から、自分の仕事に誇りを持つ。その積み重ねが、結果として、お客様が「もう1度、ANAに乗ってみよう」と感じていただく。それが、サービスの向上競争力の強化に繋がっていくのではないかと思います。努力を続けております。

秋田県の場合、観光でブランド力を創っていくことと、差別化していくことは、私のタイトルで言えば「世界で一つ」に結び付きます。誇れるようなブランドを創る場合は、地味ですが、1つ1つ丁寧に、皆さんの心にある正直さを上手く表現していくと、これがブランド力になっていくでしょう。

最後にもう1つ、申しあげると、石川先生がおっしゃったように、JR西日本の最初のホームページに、ごめんなさいという文章が出てくる。これは、日本の社会では、1番適切なこととされます。まず、謝ること、何でもいいから謝ると、日本の社会では許してくれます。しかしこれは、日本の社会だけのことで、外国駐在して感じたことは、その逆に、謝ったら駄目という、違う文化、違う発想を持つ社会があることでした。つまり、自分の発想だけでなく、相手の立場や文化を理解し、相手の立場に立って、先程の方法論を必死に考えていくと、観光に結び付くような差別化が、出来るのではないかと思います。

川 口 先程、りんご、サクランボの話が出ましたが、私は農家の次男坊で、お米、インゲン豆、イチゴ、長芋等を作ったり、牛を飼ったり、いろんなことをして生活してきました。去年は、減反のための餌がゆを植えて、豚に食べさせています。秋田の農家は、農産物を作ることが、本当に上手です。技術も高いし、良い農作物を作れます。しかし実際は、全国的にですが、正確に認知されていないということです。農家の技術は、たいへん高いんですが、そこで止まっているんです。農産物を売ってくれるのは、農協だからです。消費者と生産者が、ある意味、分離されています。ですから、生の声が伝わらないということです。

農協は、ただ売ってあげているだけです。農家で作ったものを売っているだけだから、極端に言うと、当事者意識が薄いということです。それを乗り越えるために、小坂では「桃豚」の生産に取り掛かりました。その生産量は、11万3千トンくらいになっていますが、これは、生産者と消費者が共に参加して、連携しているんです。お客様が、どういうお肉を食べたいのか、ということを調べているんです。例えば、ホルモン剤が付いたものは絶対駄目だとか、変な餌は入れないで欲しい、という要望を聞くんです。それで育った豚は、耳にICタグを付けているんです。生まれた日や血統等の情報を身に付けているので、その豚の履歴がすぐに分かるんです。そうすることで、消費者の要望に込えているのです。

今までは、どちらかというと、生産者と消費者が分離されて、何かあると、お互い罵り合うとまでは言わないですが、そういう関係にありました。だからこそ、分離するのをやめましょう、ということになりました。これは、全ての食べ物に言えることと思いますが、いろんなことに参加して、連携して、共に働くことで成功したのは、実は、小坂町の桃豚です。もちろん、今では、農協も変わってきています。いろんな意味で変わってきていますが、やはり、そういう努力を積み重ねることによって、秋田の農産物が、正確であり、安全だということが、伝わるようになると思います。

石 川 観光の中で、何処へ行っても、誰でもやることは食べることです。やはり、美味しい食べ物があるということが大事です。例えば、田んぼの中に出来たイタリアンのレストランの料理を食べるために、飛行機に乗る人もいます。わざわざ、そこに食べに行くんです。もう、そこでは、1、2ヶ月先、予約でいっぱいになっているんです。少し前まで、酒田市にあったフランス料理店ですが、やはり、関西辺りから、わざわざ食べに来る訳です。酒田駅前にあるんですが、秋田駅よりも寂れている駅の近くにあるにも関わらず、本当に不思議なことが起きているんです。

数年前、そのお店に行ったら、驚いたことに、関西大学の学長さんが居たんです。会った時、彼は「石川さん、何やっているんですか」と言ってきましたが、レストランに来て、何やっているんですかと聞かれ、その時は困りました。また、彼は、月に1回、このフランス料理を食べに来るということを言っていました。実は、そういう店というのは、非常に重要なんです。そうしましたら、その店の本が出版されることになったのです。ノンフィクションという形で、その店が開店した経緯等が書かれた本です。来月、文芸春秋から出るんですが、1人のオーナーの物語で、日本中から客を呼べるようになった訳等が、書かれているんです。酒田には他にもいろいろあって、変わった映画ばかりを取り扱っている映画館についても、1冊の本になって紹介しているんです。

お隣の酒田のようなレストランが、秋田にあるのかということです。たった1軒だけのお店のために、飛行機に乗って、食べに行くという店があるかどうかということです。これは、もの凄く大事なことです。海外に行くと分かるんですが、パリから車で、3、4時間離れたところにあるレストランに、わざわざアメリカから、2、3ヶ月前に予約している人もいます。あそこに美味しい料理屋があると聞いた瞬間から、日本中、何処からでも飛んで行く人はいます。秋田は、間違いなく食材が良いです。本当に食材は良いですよ。これだけ、旨い原材料がありながら、何故、日本中の人が食べに行きたいと思うよう

なレストランが、秋田には出来ないのが、問題なんです。

酒田市の人口は、秋田市の人口の半分以下、約3分の1なんです。しかし、間違いなく、とても有名な店が何軒かあるんです。食べに行きたいというお店が、そこには存在しているんです。少なくとも、いろんな努力があった訳です。地域にある食材に、独特の味付けをした訳です。酒田はイタリアではないのに、皆さんが食べたいと思うレストランが多く出来たという事実を真剣に考えるべきです。秋田県にも可能性があります。だから、観光というのは、そのような料理屋さんを含めて、地域に貢献出来るんだという発想を持つべきことだと思います。

前 田 先程、川口さんから、小坂町の「桃豚」の話が出ましたが、これも結局、その伝統を活かしながら、発想や地域の文化も活かしているんです。桃豚というと、全国的に、結構なブランド力がついてきました。NHKの全国放送で取り上げた時、凄い評判でした。NHK秋田放送局が、この放送で賞をもらったくらいです。秋田は牛も、豚も、野菜も、魚も、最高に美味しいと思います。

最近のできごとで注目すべきことは、秋田が学力テストで2年連続日本一になったことです。外から見ても、秋田というイメージを、本当に大きく変えました。今まで、どんなに一生懸命、県がPRしても、誰も秋田に注目してくれなかったのですが、このことで、本当に秋田のイメージは変わりました。これを秋田の活性化に活かして、観光客を呼んだり、企業誘致に結び付けたり、あるいは観光地に結び付くような発想を、考えていくことが大切なんです。また、秋田県のマスコットのスギッチは、全国で凄く人気があります。秋田はそういう発想力や、文化への度合いが非常に高い県ですから、更に磨いて、石川先生がお話されたように、発信面に繋げていくことが重要と思っています。

泉 石川先生がお話されたように、観光というのは本当に広い分野ですので、何でも観光の対象になります。レストランは、単に観光のため

にある訳ではありません。ところが、大変なこだわりを持った、良い腕前の人が考え抜いて、美味しい料理を出すと、それが、口コミという形で、また、インターネットのお陰で、全国に広まります。そして、日本だけではなく、世界中から訪れるようにもなる。そのような、こだわりを持った人や、ある面で変わり者とされる人をいじめないで、育てるということが必要で、心から応援してあげて下さい。誰だって人間は、失敗します。失敗したら、やり直せばいいだけの話です。

アメリカに行って感じたことは、日本人は、何か行動する前に、考えに考え抜いて、失敗しないようにしますが、そのために、タイミングを逸してしまっていることが多いことです。考え抜いて行動することもあるのですが、素直な気持ちで行動し、駄目だったら、やり直せばいいといったアメリカのそういう合理的なところは、とても感心いたしました。正直はもちろん大事ですが、秋田の皆さんは、ときには、アメリカ流のある程度のいい加減さを身に付けて貰い、そして、自分達の宝を更に磨いていただきたいと思っております。

石 川 前田さんと、ほとんど同じような意見で申し訳ないのですが、今の秋田の1番のウリというのは、この学力日本一ということです。これは、本当に秋田のイメージを変えました。全国学力テストの発表があった時、大阪府の太田前知事とご飯を食べていたんですが、大阪がビリから3番目くらいということで、驚いて仰け反っていました。本当に、顔面蒼白でした。今、東京に住んでいますが、東京の友人と会っても、話題というのが、その学力順位についてです。みんなが、何で秋田が1番なのと聞きます。秋田に縁が出来た人間としては、非常に気分が良いです。本当に、前田局長が言われているように、学力日本一が、秋田のイメージを変えたのです。

皆さんの想像以上に、これはウリになります。自信を持って、秋田の学力は、実力があるということをウリにしていけるべきです。これを1つのキーワードにして、観光だけでなく、地域興しと、そして、活性化を含めて、教育に邁進していくべきです。そういう意味で、秋

田の子供達は、秋田に対して、もの凄い贈り物をしてくれました。NHKの報道によって、そして、前田さんの報道のお陰で、秋田のイメージを変えたんですから、これを大事にしていきたいですね。

小 泉 誠にありがとうございました。残り時間が僅かになりました。ご質問がございましたら、どうぞよろしくお願いいたします。お二人くらいになりますが、お伺いしたいと思います。

質問者 渡部と申します。実は私の家内が、弘前の出身です。りんごというと弘前ですが、これに関しまして、中学校の授業で取り上げているようです。りんごの生産地は弘前で、1番美味しいという授業です。今、美味しいりんごはたくさんあるようですが、私は、秋田の鹿角、横手、平鹿のりんごが、とても美味しく感じます。そのために、毎晩、家内との騒動が始まる訳です。家内は、絶対、弘前でなければいけないと言って、今でも弘前のりんごを食べている訳です。味の調査をした訳ではないんですが、秋田のりんごは、たいへん美味しいです。私は、青森よりも、美味しいと思っています。

そこで、秋田のりんごを、もっと売り出すというような方向に、力を入れて欲しいと思っています。りんごは秋田だ、というような売り方を、業者と提携して貰いたいと思います。また、お客さんに対して、サービスという形ですが、鹿角、横手、平鹿のりんごと、弘前のりんごを食べ比べして頂くような、味比べコンテストのようなものをやったら、お客さんは、必ず、秋田のりんごは、美味しいと答えてくれると思います。私は、そのような自信を持っています。ただ、この話について、家内の耳に入りますと、たいへんな問題になってしまいますので、その辺のところをお聞きしたいと思います。

石 川 それは決着を付けるしかないです。弘前、秋田のどちらかが、勝つまでです。決着が付くぐらいの覚悟で、やるようにすべきだと思います。後は、公開という形で、皆さんの立ち合いで、奥さんと一緒に食

べて、どっちが美味しいかという勝敗を付けたほうが良いです。ご夫婦だったら、そこまでやらないと決着が付かないと思います。

小 泉 冗談になりますが、ぜひ前田局長に報道していただいて、試合の中継をお願いしたいですね。

前 田 そうですね。戦後、一生懸命、全国のブランド力を育てるために、弘前や黒石のりんご、山形のサクランボも、本当に高い経費を要してきました。秋田はウサギとカメでいうと、ウサギであり、ちょっと留まってしまいました。ところが、今は、りんご3兄弟で象徴されるように、「秋田紅あかり」というりんごは、弘前りんごの2、3倍の値段で、東京等で売られています。だから、安心して、美味しいりんごを作り続けることが大切なんです。しかし、残念ながら、規模の問題が出てきているんです。出荷量が少ないんです。小坂町の桃豚も同じで、出荷量は徐々に伸びていますが、全国的なブランドになるためには、量が足りないんです。その問題をどう解決していくかが、今後の大きな課題であると思っております。

小 泉 ありがとうございます。時間の関係もございますので、もうお一人、ご質問される方がおられましたら、どうぞよろしくお願いいたします。

質問者 工藤と申します。秋田県は、何も無い県でいくしかないと思う反面、何とかしなければならぬと思う気持ちもあります。各界のリーダー達にすぎる、ということも、もちろん必要です。しかしながら、私達自身の心と行動が、非常に重いんです。昔からそうですが、秋田県で、製鉄、製紙、自動車部品等、次々と着手しようとした時、すでに終わっているような感じになっているんです。いかにリーダーが頑張っても、私達が、何とかしなければいけないと思うような、広い心を持たなければ、うねりとなって現れてはこないと感じています。よ

ろしければ、前田局長さんに、何か、新しい可能性があるものを、ご紹介いただきたいと思います。

今日は、これだけ著名な方々が、一同にノースアジア大学の会場に來られていて、素晴らしい内容を、しかも、楽しく話して下さるということは、県民の中の、どれだけの人が知っているんでしょう。マスコミは、結果だけ放送するんです。今日、こういうニュースがありましたという感じです。それも大事ですが、来週の催し物案内について、申請したところだけしか、取り上げてくれないようになっております。要は、取材したものばかりで、こちらから、お願いした話は、なかなか出てこないということです。表面的な取材で、特に放送関係は、そういう風な気がいたしますが、改善出来ないのでしょうか。

腰が重い我々ですが、それとなく、その全体を押し上げていただきたいと思います。このように思っておりますので、申し上げます。よろしくお願いいたします。

前 田 先程、腰が重いという表現を交えて、ご質問をされましたが、それはまさに、秋田県民の気質です。「環日本海シー&レール構想」にしろ、他県は、本当に注目して動いています。私共の放送については、ご指摘の通りだと思っています。こういうシンポジウムを、さまざまな形でご紹介して、つまり、県民の皆様と一緒に、考えてもらうテーマにしたいと思っています。また、これからは、石川さんがコラムで書かれているように、公開討論での選挙も大切だと思います。そういうことに、少しでもお役に立てる放送局になりたいと思っています。

それから、催し物案内についても改善をしていきます。放送でも、なるべくお知らせするようにしていきます。ホームページ等では、予定についての掲載欄に、多くを割こうと思っています。また、表面的な取材に終わっているということにつきましても、まさにご指摘の通りだという風に思います。少しでも、皆様の期待に応える放送局にしていきたいと思っています。貴重なご意見をありがとうございます。他にも何かございましたら、ご意見をお寄せください。よろしくお願いいたします。

します。

小 泉 ご紹介がたいへん遅くなりましたが、前田局長は、NHKのメインの報道であります「おはよう日本」の生みの親のお一人とも言われる、プロデューサーを務めた方です。そのような素晴らしい方に、ぜひとも、これからの秋田の報道をお願いしたいと思います。

それでは、時間になりましたので、終わりにさせていただきます。今日ほど、本当に楽しいシンポジウムはなかったという感じがいたします。まさしく、これこそ、観光の真髄だという風に感じました。先生方、今後もしょろしくお願いしたいと思います。本当にありがとうございました。(拍手)

道 端 これをもちまして、第2回観光学シンポジウムを終了いたします。本日は、ご来場いただきまして、誠にありがとうございました。今一度、大きな拍手をお願いいたします。どうもありがとうございました。

〔論 文〕

まちなか観光による中心市街地再生の取り組み

― 新潟市を事例に ―

上 村 康 之

I 研究の背景と問題意識

一般に地方都市においては、中心市街地の衰退が顕著であり賑わいが失われてきている。

国では、1998（平成10）年の中心市街地活性化基本計画、2000（平成12）年の都市計画法の改正、大店立地法の施行といった「まちづくり三法」により商業中心の中心市街地の活性化に手だてを講じたが一部の地域を除いて不十分であったといえる。商業中心による中心市街地の活性化は、困難であるとの結論が出たといってよく、中心市街地を商業のみならず多機能が集積、結節する空間形成に造り変えていく方向性が打ち出され、交流人口の増加、賑わいの創造が主命題になってきた。

戸所（2008）は、「中心商業地の再生は商業中心性の再生だけでは郊外商業集積を凌駕できない段階にある。商業中心性とともな地域文化を融合した新たな都市再生方策を見出す必要がある。」としている。

そこで中心市街地の活性化の施策として、定住人口を増やそうとする「まちなか居住」あるいは「都心居住」と、地域資源の見直しや新たな魅力づくりなどにより交流人口を増加させ賑わいを取り戻すための一つとして都市観光地でない都市において「まちなか観光」あるいは「都市観光」に関する動きが顕著になってきた。この「まちなか観光」であるが、（財）日本交通公社（2004）において定義された都市観光地¹⁾以外の都市においても着目されてきている。

そこで本稿では、中心市街地活性化策として、従来の都市観光地ではない都市における「まちなか観光」に関する事例研究として、新潟県新潟市を研究対象地域にその施策の展開状況を、次の二点から明らかにすることを目的とする。第一は、観光資源の掘り起こしに加え、地域の歴史・文化・環境を踏まえ新たな魅力の創造、第二は、まちなかの観光資源を結ぶ公共交通の整備という点である。

Ⅱ 新潟市におけるまちなか観光の構想

1. 新潟市の概況

新潟市は、本州日本海側のほぼ中央、新潟県内においても中央に位置している。都市の性格としては港湾都市、工業都市に加え、その地理的な位置から環日本海時代の国際都市でもある。また、県庁所在地では城下町を起源としない数少ない都市の一つでもある。

平成の大合併で新潟市は、2001（平成13）年1月に黒埼町、2005（平成17）年3月には新津市、白根市、豊栄市、小須戸町、横越町、亀田町、岩室村、西川町、味方村、潟東村、月潟村、中之口町の12市町村と、さらに10月には巻町と合併した。そして2008（平成20）年4月に政令指定都市となった。2005（平成17）年10月の国勢調査結果を現新潟市域にすると、面積726.09km²、人口81.4万人である。

1980（昭和55）年から2005（平成17）年までの新潟市の人口推移をみると、人口増加率が次第に低くはなっているものの堅調に人口が増加し、人口密度も上がってきている。人口集中地区（DID）は人口が増加し面積も拡大しているが、人口密度は1995（平成7）年をピークに下がってきている。これは主に郊外の宅地化の進展による人口増加と中心市街地をはじめとする既成市街地の人口減少を表し、ドーナツ化現象が進行していると読める（第1表）。

第1表 新潟市域と人口集中地区の人口推移

年	全域			DID人口		
	人口 (人)	人口増加率 (%)	人口密度 (人)	人口 (人)	面積 (km ²)	人口密度 (人)
1980	730,733	7.3	1,006	498,013	87.6	5,685
1985	759,568	3.9	1,046	523,339	91.4	5,737
1990	776,775	2.3	1,070	549,879	97.8	5,622
1995	796,456	2.5	1,097	566,214	97.2	5,825
2000	808,969	1.6	1,114	573,218	99.2	5,777
2005	813,847	0.6	1,121	579,033	100.9	5,739

国勢調査より作成

2. 新潟市総合計画におけるまちなか観光施策の位置づけ

新潟商工会議所地域開発委員会（2003）による報告書である『宝さがし 宝みがき 宝づくり～新潟市の都市魅力向上のために』と、新潟のイメージとして「見るべき観光資源が乏しい街」「これぞ新潟という観光施設が無い」など指摘している。新潟市も秋田市と同様に、先に見た（財）日本交通公社による従来の「都市観光地」とはいえない都市である。

新潟市は2007（平成19）年に、「新・新潟市総合計画」を策定した。この計画のなかで「まちなか観光施策」に関すると考えられるところをあげてみる。

重点プランでは10本の施策のなかで「6. みなとまち新潟の魅力づくり」では、「万代島賑わい空間の創造」「歴史と利便のまちなか形成」「堀と柳を活かしたまちづくり」がかかげられている。重点プランは、このような地方自治体の総合計画において、基本構想編や基本計画編に具体的な施策とは別立てて載せられるが、各行政分野にまたがる施策にメリハリをつけて掲げる場合が多い。

そこで具体的な施策を見ることとする。

施策別プランでは『Ⅲ 世界と共に育つ、日本海交流都市』 5 賑わうまちなか』において、先の重点プランに対応する箇所を抜粋すると、「堀と柳を活かしたまちづくりの推進」「歴史と利便のまちなか形成」「魅力あふれる観光都市づくり」の3点があげられる（第2表）。

第2表 新・新潟市総合計画における「まちなか観光」に関する施策

基本計画

◎施策別プラン Ⅲ 世界と共に育つ、日本海交流都市

5 賑わうまちなか

(1) 都心居住の促進

① 都心の魅力を活かした住まいづくり

(2) 水辺を活用した賑わいづくり

① 堀と柳を活かしたまちづくりの推進

みなとまち新潟の歴史ある堀などの再生を推進し、賑わいのある水辺空間の形成を目指します。

② 西港地区の整備と活用

③ 愛される水辺空間の整備と活用

④ 舟運による賑わいづくりの検討

(3) 住む人、来る人のための都心づくり

① 歴史と利便のまちなか形成

みなとまちの歴史や文化を活かしたまちづくり、中心市街地の利便性を活かした回遊性の高いまちづくりを推進します。

② 道路景観の創出

③ 魅力あふれる観光都市づくり

中心市街地に点在している観光施設などを巡回する観光循環バスの運行や観光案内版など観光案内機能の充実を図り、国内外からの来訪者が観光しやすい環境づくりを進めます。

(4) 都心にふさわしい商業空間づくり

① 中心市街地商店街の活性化

(5) 地域のまちなかの賑わいづくり

① 良好な居住環境づくり

② 地域商店街の活性化

『新・新潟市総合計画』から作成。まちなか観光施策項目についてのみ内容記載。



第1図 新潟市中心市街地部と「みなとぴあ」等の位置
2万5千分の1地形図「新潟北部」「新潟南部」平成14年（60%縮小）

Ⅲ まちなか観光の具体的な取り組み

新・新潟市総合計画において「みなとまちの歴史と文化を活かしたまちづくり」に該当するものとして、「堀と柳を活かしたまちづくりの推進」「歴史と利便のまちなか形成」「魅力あふれる観光都市づくり」が掲げられているが、それらの要素であると考えられる取り組みについて「みなとぴあ」を中心としてみていくこととする。

1. みなとぴあ

新潟港は平安時代に租庸調の積み出し港として西廻り航路の寄港地として、千年以上前から賑わっていた。幕末には開国五港の一つに指定され、近代港湾として整備が進展した。1967（昭和42）年には日本海側で最初の特定重要港湾に指定され、現在は「中核国際港湾」に指定されるなど、新潟市は港湾都市として発展してきた。

「みなとぴあ」は、新潟市歴史博物館本館、重要文化財旧新潟税関庁舎、旧第四銀行住吉町支店、石庫の建築物で構成されている。新潟市歴史博物館は「みなとぴあ」の中核施設として信濃川の河口近く2004（平成16）年3月開館にし、先にあげた新潟市の建築文化財を移設保管展示した建物の中核をなしている。

このうち旧新潟税関は、1858（安政5）年の日米修好通商条約に基づき、1867（明治元）年に新潟港が開港したのち、1868（明治2）年に新潟運上所として開設され、1873（明治6）年には運上所から税関に改称された。信濃川に面したオランダ風建築の建物は、国の重要文化財に指定されている。1972（昭和47）年に新潟市郷土資料館として開館し活用されていた。開港五港の税関のうち、唯一、現存する建物である（写真1）。

旧第四銀行住吉町支店は1926（大正15）年に起工、1927（昭和2）年に竣工した。長谷川龍雄による設計、武田組による施工である。両者とも新潟の近代建築において大きな足跡を残している。柳都大橋²⁾を整備する際に道路のルート上にあったため、この場所に移転、復原した（写真2）。現在は1階がレストラン、それ以外は当時の銀行店舗の状態で展示スペースとなっている。

本館には湊町新潟と蒲原平野の農村の歴史による常設展示室、ミュージアム

シアターハンズオン展示や体験学習などを常時行う体験の広場、企画展示室、情報ライブラリーなどがある。新潟の歴史や文化を体感し、楽しむことのできる博物館である。

利用者の動向であるが、2003（平成15）年度に開館記念として5日間の開館日数で22,509人の入館者があった。開館直後の2004（平成16）年度は常設展が117,382人、企画展が72,469人を記録した。2007（平成19）年度は常設展が39,666人、企画展が23,317人と、開館後5年が経過し入場者数は下がってきている（第3表）。



写真1 旧新潟税関（2006年9月5日筆者撮影）



写真2 旧第四銀行住吉町支店（2006年9月5日筆者撮影）



写真3 復元された船着場（2006年9月5日筆者撮影）



写真4 万代橋（2006年9月5日筆者撮影）

交通アクセスは、博物館前に新潟市観光循環バスの停留所が設置され、にいがたレンタサイクルのステーションにもなっている。また、歴史博物館近辺は、幕末には船着場として利用されていた場所であり、その船着場跡が復元されている（写真3）。この昔の新潟港物資移出入の場に信濃川ウォーターシャトル³⁾乗船所を設置し、過去の歴史と現在をつなぐものとしてよい仕掛けである。

このように自転車、バス、船など複数の公共交通が確保され、他の観光資源とのアクセスも考慮されている。

第3表 新潟市歴史博物館利用状況

年度	常設展		企画展		その他 利用者数
	開館日数	入場者数	開催日数	入場者数	
2004	301	117,382	223	72,469	216,824
2005	296	52,897	193	25,603	125,195
2006	299	55,180	191	45,062	113,294
2007	300	39,666	230	23,317	92,982

『新潟市統計書』より作成

その他利用者とは、体験の広場利用者、情報ライブラリー利用者、旧税関庁舎観覧者の総計である。

2. 堀の再生

新潟市中心部は、港からあがる荷物や生活物資を運搬するため堀が多く作られた。現在も西堀、東堀といった地名が残っている。しかし、1964(昭和39)年に、新潟国体の直前にすべて堀が交通の観点と、悪臭の解消という面から埋め立てられた。

2000(平成12)年に古町の商店主たちが堀の再生を訴えはじめ、その後、市民や行政までに広がり機運が高まっていった。そして、2005(平成17)年にNPO法人「堀割再生まちづくり新潟」が誕生し、2006(平成18)年8月に新潟市に対し、「堀の町にいがた」を提言した。その後、市の施策に反映され、ハード事業の最初として、歴史博物館脇に早川堀が一部復原された。他の堀についても事業化が計画されている。

3. 万代橋の整備

万代橋は新潟市中心部を流れる信濃川の新潟島と新潟駅付近を結び、まさに新潟市中心部の大動脈であり、市のシンボルともいえる。現在の橋は3代目にあたり1929(昭和4)年に完成した。2004(平成16)年には国の重要文化財に指定された(写真4)。国道に架かる橋としては日本で二番目の指定である。

この重要文化財指定に向けては2000(平成12)年に結成された市民有志による「万代橋を愛する会」による運動により、橋の景観やまちづくりについて議論、検討がされたことが発端となった。

このように市民発意からはじまり行政を動かし、新潟市では地域資源の再生、

歴史資源の掘り起こしが進められてきている。

Ⅳ まちなか観光資源をつなぐ公共交通

戸所（2008）は、都市観光の活性化に係わる都市整備として必要なものを5点⁴⁾あげているが、その第1として「交通拠点と公共交通システムの充実」としている。

新潟市中心市街地の公共交通としては、信越本線、白新線、越後線などJR各線や新潟交通の路線バスが中心であるが、ここでは特徴あるものとして、「にいがたレンタサイクル」と「新潟市観光循環バス」についてとりあげる。

1. にいがたレンタサイクル

新潟市では主に新潟市の中心商店街である古町の活性化を目的に、2002年（平成14）年から「にいがたレンタサイクル」が導入されている。実施主体は、古町6番町商店街振興組合、万代シティ商工連合会商店街振興組合などから構成される「にいがたレンタサイクル研究会」であり、民間の団体である。

このレンタサイクルであるが、使用している自転車は放置自転車約200台前後を新潟市が整備し再生した自転車をレンタサイクル研究会が借用して運用している。運用は通年で、自転車の貸し出し時間は9：30から19：00までとなっている。利用料金については、まず無料で利用カードを作成し、利用料金は1回3時間以内100円、その後1時間ごとに100円の追加料金という体系である。にいがたレンタサイクルの特色は、市中心部に20ヶ所ほどある乗り捨て自由のステーションの存在である。

新潟駅前の石宮公園地下自転車駐車場から、万代シティ周辺、そして万代橋を越えて古町周辺までが利用者が多いルートで新潟市民の中心市街地における移動手段として利用されているほか、中心市街地の観光資源にもステーションが多数あるため、観光客も利用しやすくなっている（写真5）。

ステーションは、先にのべた「みなとぴあ新潟市歴史博物館」のほか、「新潟市美術館」「砂丘館」「新潟市水族館マリニピア」「新潟県政記念館」などの観光資源や中心部のいくつかのホテルにも設置されている。

2. 新潟市観光循環バス

新潟市中心部では、観光資源・施設を巡る観光循環バスが運行されている。運行は白山公園先回り線と朱鷺メッセ先回り線があり、新潟駅前を起終点とす

写真5 にいがたレンタサイクル歴史博物館前のステーション（2006年9月19日 二関和彰氏撮影）



写真6

新潟市観光循環バスと歴史博物館前バス停留所（2006年9月21日 二関和彰氏撮影）

バス車体には新潟市出身の漫画家水島新司氏の人気野球漫画「ドカベン」が描かれている。

る循環型である。

白山公園先回り線に従いバス停留所名でみると、白山公園前、新津記念館前、日本海タワー前、水族館前、新潟市美術館入口、歴史博物館前、朱鷺メッセなどである。朱鷺メッセ先回り線はこの反対のルートとなる。運行本数は両ルートとも夏期（7月25日～8月31日）、冬期（11月1日～3月31日）、を除いた通常運行で1日8本である。夏期は14本、冬季は7本となり、年末年始（12月28日～1月3日）は運休となる。所要時間は両ルートとも新潟駅発着でほぼ1時間となる。料金は、1回乗車が大人200円、こども100円、1日券が大人500円、こども250円となっている。

この循環バスによって新潟市中心部の観光資源、施設を効率的に回ることができ、先に述べた「にいがたレンタサイクル」「信濃川ウォーターシャトル」と組み合わせることによって利便性がさらに高まっている。

V まとめ

これまで都市観光地とはいえなかった新潟市において、中心市街地の再生に向けた施策として「まちなか観光」が展開されてきていることをみてきた。

「みなとびあ」を中心に述べたが、「堀の再生」「万代橋の整備」も含めて、地域資源の再生の取り組みといえる。全く新しく観光施設を整備するのではなく、新潟の歴史、文化、まちなみなど都市の記憶の再生ともいえよう。「みなとびあ」はその新潟港開港の地、新潟税関の所在地といった新潟市にとってまさに核といえる場所であり、まちなか観光の場所としても重要な意味を持っている。

「堀」や「万代橋」の整備にあたっては、市民からの発案が行政を動かし具現化するなど、市民のふるさと新潟を愛し、自分たちの手でまちづくりをしていくという動きが感じとれる。

また、「みなとびあ」や中心市街地内に散在するたくさんの観光資源、施設を結ぶ「にいがたレンタサイクル」「新潟市観光循環バス」といった交通の整備もまちなか観光を容易にしている。

筆者は2008（平成20）年度から2010（平成22）年度まで秋田の活性化を秋田

県の大学等で提案する「プロジェクト4 A 秋田戦略学、秋田県の活性化のための調査研究2」に参画し「中心市街地の観光資源」をテーマとして調査を進めているところである。秋田市は新潟市と同様に都市観光地とはいえない都市であり、都市規模が大きく違うものの、まちなか観光の構想や計画をたてていくにあたり参考となる事例である。

本稿の作成にあたり、現地調査に際して新潟市役所まちづくり推進課、新潟商工会議所の方々にご協力いただきました。また、写真に関して、二関和彰氏のご協力を得た。心より感謝申し上げます。

なお、本研究は2008年～2010年度プロジェクト4A「秋田県の活性化のための調査研究2」の一部を用いた。

注

- 1) (財) 日本交通公社 (2004) では従来の都市観光地を次ぎの3つに分類している。第1は「都市内に観光資源を豊富に有する都市—京都、奈良、鎌倉など」、第2は「魅力ある街並みが残っている都市—弘前、高山、倉敷など」、第3は「都市そのものの複合的魅力を有する都市—東京、大阪、札幌、横浜など」としている。しかし、近年の動きとして滋賀県長浜市の黒壁の成功例に代表されるような先に日本交通公社が定義した3つの分類以外の都市において、観光や交流をキーワードとしてまちの活性化を図っている例が多い。
- 2) 2002年5月19日に供用開始した。全長は212mである。万代橋前後の自動車交通混雑の緩和を目的に万代橋から500m下流に作られた。
- 3) 定期航路は「新潟ふるさと村～新潟県庁前～万代橋～朱鷺メッセ～みなとぴあ」を結ぶ。新潟ふるさと村からみなとピアまでの所要時間40分、料金420円。
- 4) 第一は交通拠点と公共交通システムの充実、第二は美しい安心感のある都市景観・歩行環境、第三は都市観光に役立つ分り易いサイン計画、第四は地域ブランドの創出、第五は町衆の存在としている。

参考文献

- 白井一夫（2004）：新潟市歴史博物館・旧税関、『新・にいがた紀行 1』、8-11
新潟日報事業社
- 財団法人日本交通公社編（2004）：『観光読本第2版』、東洋経済新報社.
- 東北地理学会・新潟経済地理学会共催2006年度秋季学術大会巡検資料（2006）：
『河口都市新潟』
- 戸所 隆（2008）：都市観光による地方都市中心市街地の再生方策—前橋におけるメディカル・ツーリズム—、日本都市学会年報42 236－240
- 堀 健彦（2006）：新潟北部—工業地域の拡大とその変容— 鈴木行夫、赤羽孝之監修『新潟地図ウォッチング』、48-49 新潟日報事業社
- 新潟市（2007）：『新・新潟市総合計画』、新潟市
- 新潟市ホームページ：<http://www.city.niigata.jp>（最終閲覧日 2009年12月16日）
- NPO法人堀割再生まちづくり新潟ホームページ：<http://www.horiwari.com>
（最終閲覧日 2009年12月16日）

〔論 文〕

鉄道沿線の観光活性化

― 秋田内陸線と岩手三陸鉄道を比較して ―

渡 部 高 明

目次 はじめに

第1章 秋田内陸線の状況

第2章 岩手三陸鉄道の状況

第3章 両沿線の比較と観光活性化

まとめ

はじめに

1872年（明治5年）、日本に最初の鉄道が新橋～横浜間に開設されてから130年余り。以来人々の生活の足としてはもちろん、旅行、観光の交通機関として鉄道は欠かせない手段であった。しかし、第二次大戦後、他の交通手段である航空機、船舶、そして自動車の飛躍的発達、とりわけ現代の高速自動車網の整備により、ここ十数年、鉄道による旅行、観光が減少していることは周知のことである。日本列島を貫く高速新幹線が延びる一方で、地域の在来線がその利用者の減少とあいまって危機に瀕していることはよく報道されているところである。

秋田県でも例外ではなく、秋田内陸線の存続の危機がここ数年来、議論されてきた。歯止めのかからない人口減少が続く中、その減少率が全国的にも高いという秋田県にあって、沿線住民の利用者を増やすのは難しい。改善の糸口は、今後の旅行、観光客の増加に課題があろう。

そこで、本稿は秋田内陸線について、同じく北東北の地域鉄道として開設時

期、運行距離も似通っている岩手三陸鉄道の状況と比較検討しながら、鉄道沿線の観光活性化について考えてみたい。それは、同じく観光を意識しながらも、「陸の鉄道」に対する「海の鉄道」との比較でもある。

第1章 秋田内陸線の状況

秋田内陸線とは、秋田県北秋田市の鷹巣駅から仙北市の角館駅に至る94.2キロを秋田内陸縦貫鉄道（株）が運営する鉄道路線である。駅数29駅、全線単線・全線非電化である。運行形態は、各駅停車のほか、急行「森吉」が運行されており、1・2時間に1本程度の運行になっている。旧角館線と旧阿仁合線を結び、一体的に運営するために設立された秋田県および沿線自治体が出資する第三セクターで組織されている。

その沿革は、日本三大銅山の一つであった阿仁鉱山から産出される鉱石輸送のため、鷹巣側より建設が進められ、1934年（昭和9年）に阿仁合線として鷹巣―米内沢間が開業し、その2年後に阿仁合まで延長された。戦後は1963年（昭和38年）に阿仁合線が比立内まで延長、角館側も1971年（昭和46年）に角館線として角館―松葉間が開業し残りの区間も建設が進められていた。しかし、国鉄再建法により角館線が第一次特定地方交通線、阿仁合線が第二次特定地方線に指定され、建設線も凍結された。これを受けて、地元では阿仁合線、角館線と建設線を引き継いで一体的に運営すべく1984年（昭和59年）に秋田内陸縦貫鉄道（株）を設立した。二年後に、既存の開業区間の転換を受けて秋田内陸北線と秋田内陸南線として暫時開業し、1989年（平成元年）に未開業区間の比立内―松葉間が開業し全通することになり、秋田内陸線と改称したのである。内陸地方に住む秋田県民にとって、長年の悲願が叶ったのであった。

しかし、沿線人口も少なく、もともと人的交流の少ない地域に敷設されたため、厳しい経営が続いている。2008年（平成20年）9月、秋田県知事と北秋田市長、仙北市長らが秋田内陸線の存廃問題を協議した結果、2012年（平成24年）度まで内陸線を存続させることで合意した。同年度までの5年間の経営実績を踏まえて存続させるかどうかを再検討することにした。

そこで、秋田内陸線の状況を調査するために、次のような基礎的データを調べてみた。

① 沿線の市町村人口（平成18年1月1日）

秋田県人口1,143,740人

沿線市町村人口：北秋田市39,960人仙北市31,838人計71,798人

確かに、鉄道沿線の人口は路線のある人口合計71,798人は少ない。それだけ、如何に観光などにより交流人口を増やしていくのが課題となる。

② 輸送実績・収入実績の推移¹⁾

表 1

年 度	輸送実績 (乗車人員)	収入実績	備 考
1 9 8 6 年 (昭和61年)	448,000人	122,462 (千円)	国鉄より移管
1 9 8 9 年 (平成元年)	1079,000人	346,470 (千円)	全線開通
1 9 9 5 年 (平成7年)	981,000人	298,176 (千円)	
2 0 0 3 年 (平成15年)	563,000人	184,415 (千円)	
2 0 0 6 年 (平成18年)	502,000人	184,209 (千円)	

国鉄より移管した1986年から全線が開通した1989年をピークに輸送実績、収入実績ともに減少している。もともと、国鉄線の時代から沿線の利用だけでは赤字状態であったが、その幅をどれだけ縮められるかにある。やはり、他地域からの訪れる沿線観光の在り様がポイントとなろう。

そこで、次に沿線の観光に関する取り組みについてである。

① 観光案内所

3箇所：北秋田市観光案内所（四季美館）

仙北市田沢湖観光情報センター（フォレイク）

仙北市観光情報センター（角館「駅前蔵」）

大きな観光案内所は以上の3箇所であるが、駅ごとの細かな気配りの効いた案内が欲しい。

② 周辺の観光地へのアクセス

路線バス

定期観光バス（森吉山、田沢湖～角館武家屋敷 など）

周遊タクシー（森吉山周遊、松葉～田沢湖周遊 など）

遊覧船（田沢湖遊覧、太平湖遊覧）

観光幌馬車（打当温泉周辺）

鉄道沿線の観光にとって重要なことは、鉄道路線駅とそこから観光ポイントまでのアクセスである。一応、路線バス、定期観光バス、周遊タクシーはあるが、それらをセットにした旅行商品開発が必要である。あるいは、自家用車で観光している方々むけに、鉄道はお客さんとして利用してもらい、自家用車は代行のように降車駅まで移動するようなシステムが便利かもしれない。

③ 観光施設（温泉、博物館・資料館など）

金沢温泉、湯の岳温泉、長寿温泉、さざなみ温泉、あゆっこ温泉

湯ノ沢温泉、打当温泉、田沢湖温泉、田沢湖高原温泉、乳頭温泉

水沢温泉、西木温泉、角館温泉、温泉ゆぽぽ、刺巻温泉 など

大太鼓の館、浜辺の歌音楽堂、異人伝承館、花しょうぶ園、

遊遊ガーデン、マタギ資料館、熊牧場、かたくり群生地、

たざわこ芸術村、むらっこ物産館、田沢湖ハーブガーデン など

内陸線沿線の特徴は温泉の豊富などである。これだけの区間に多くの温泉が存在するのは珍しい。その温泉も古びたものから最近できたものまで、小さきまぎまである。これらを単体の独立ではなく、うまく交通アクセスを繋ぎながら利用しやすい形態にすることである。また、温泉そのものだけでなくその施設が大切である。温泉・食・観光をセットにした情報を観光客のニーズに合わせて提供することである。

④ マップ・パンフレットなど印刷物や情報サイト

「秋田内陸線 駅からアクセス」（秋田県発行）

秋田県の第三セクター鉄道情報サイトJango（じゃんご）鉄道

（秋田県建設交通政策課）

ブックレット「がんばれ！ 秋田内陸線」（無明舎出版）

写真集「秋田内陸縦貫鉄道」

秋田内陸線の存廃問題が現実化してから、新聞・テレビなどのメディアが多く取り上げ、シンポジウムも盛んに開催された。印刷物や情報サイトも充実し

てきている。しかし、問題はそれをどう誘客につなげるかである。県内メディアや県内だけで議論するのではなく、観光地としての魅力を高めるため競争力をつけるには広域的に考えていく必要があるだろう。

⑤ 観光ボランティアの存在

「秋田内陸線サポーター」

地域の観光を発展させるには、地域のボランティアの存在が欠かせない。さ
い
わ
い、秋田内陸線には地元住民の存続要求のほかに秋田内陸線のファンも多い。この人的マンパワーを活かすことが一つの鍵となると思われる。

⑥ 観光企画について

臨時列車

「角館武家屋敷とさくら号」「弘前お城とさくら号」

「大曲の花火大会臨時」「いぐ来たなあ～」「もみじ」

ツアー

今年度だけでも、「シャンソンコンサート」「山百合鑑賞と紙漉き体験」「ミズでも採らねばあー」「お米でパン」「川遊び～カジカ獲りに挑戦」「農家で民謡ライブ」「文化財探訪ウォーキング」「わくわくマーケット寄り道号」などがある。

臨時列車は広域でJRとの連結企画で今後ともすすめる必要があるだろう。さらに、北秋田空港との連携やバス会社との連携も深めていく必要があるだろう。また、内陸線の観光としては、沿線観光地とのツアー企画が最も重要である。全国的に有名な「角館の桜まつり」と合わせて首都圏の観光客を誘客できるような「内陸線ツアー」も企画する必要があると思われる。

日本の原風景を桜や紅葉と合わせ2泊3日で楽しむような旅行商品の開発が望まれる。



日本の原風景と言われる秋田内陸線。冬場の観光が課題の一つ。
(写真1 2009.2.24 筆者撮影)



観光客の利用を伸ばしたい内陸線（写真2 2009.2.25 筆者撮影）



車窓は周辺の景色が眺められるよう広がっている。
（写真3 2009.2.25 筆者撮影）

第2章 岩手三陸鉄道の状況

岩手の三陸鉄道は、陸中海岸国立公園を走る北は久慈駅から宮古まで71.0キロの「北リアス線」と南は釜石から盛までの36.6キロを結ぶ「南リアス線」からなる。総距離、107.6キロの路線である。その間をJR山田線が宮古から釜石まで走っている。沿線からは要所要所で海岸風景が見れるものの、三陸の険しい地形のなかを沿岸の都市を最短距離で結ぶためトンネル区間が多くなっている。また、線形は幹線並みで列車の運転最高速度も90km/hとなっている。北

リアス線の駅数は15駅、南リアス線は10駅である。定期列車の相互乗り入れがJR山田線との間で行われている。臨時列車の乗入れも随時行われJRのジョイフルトレインの入線も見られる。また、三陸鉄道車両も団体列車でJR各線に入線している。夏には仙台～八戸間の直通列車「リアス・シーライナー」が運転されている。

この鉄道を運営する会社が三陸鉄道株式会社である。岩手県にある第三セクター方式の鉄道会社で、通称「三鉄」と呼ばれている。国鉄再建法により廃止されることになった国鉄久慈線（久慈―譜代）、宮古線（田老―宮古）、盛線（吉浜―盛）および旧国鉄建設公団で建設中だった釜石―吉浜、譜代―田老を引き受けて、日本における特定地方交通線の第三セクター化第一号として1984年（昭和59年）に開業したものである。

開業以来、三陸沿岸地域の日常生活の足として、また風光明媚なリアス式海岸を訪れる観光客の足として役割を果たしてきた。開業当初から10年は黒字経営であった。しかし、その後沿岸地域の人口減少と自動車利用に押され厳しい状況が続いてきた。近年は運営のスリム化という企業努力と観光への様々なアクションが効果を表してか、経常損益率は少なめな状況になってきている。岩手三陸線においても、観光客の利用促進に向けて更なる検討が課題となっている。

そこで、秋田内陸線と同様に、岩手三陸線の状況を調査するために、次のような基礎的データを調べてみた。

① 沿線の市町村人口（平成19年8月1日）

岩手県人口 1,364,734人

沿線市町村人口：

北リアス線―久慈市37,970人 野田村5,019人 普代村3,358人

田野畑村4,241人（2005年）岩泉町11,379人

宮古市59,578人 計121,545人

南リアス線―釜石市42,370人 大船渡市42,590人

計84,960人

岩手三陸線は沿岸部を走るため、路線には内陸部に繋がる市町村の数が多い。それだけ沿線の市町村人口は秋田内陸線と比べて多いが、それが直接的に利用

者の数に結びつくものではないことに注意したい。

② 輸送実績・収入実績の推移^②

表 2

年 度	輸送実績 (乗車人員)	収入実績	備 考
1 9 8 4 年 (昭和59年)	2,689,000人	766,251 (千円)	開業 最高実績
1 9 8 6 年 (昭和61年)	2,518,906人	665,784 (千円)	経常損益 4,005 (千円)
1 9 8 9 年 (平成元年)	2,268,431人	691,352 (千円)	経常損益 14,255 (千円)
1 9 9 5 年 (平成7年)	1,805,164人	623,650 (千円)	経常損益 - 58,641 (千円)
2 0 0 3 年 (平成15年)	1,066,079人	464,287 (千円)	経常損益 - 127,046 (千円)
2 0 0 6 年 (平成18年)	1041,196人	457,125 (千円)	経常損益 - 576,558 (千円)

1984年の開業時、乗客人員・旅客運輸収入とも最高数字を記録している。全国初の国鉄地方交通線転換の第三セクターとして注目を集め全国から訪れた。開業ブームが落ち着くと、一時数字は減少するが運賃改定もあり、黒字は継続していた。1990年（平成2年）には、経常利益が41,000千円と最高の単年度記録をしている。しかし、翌年県立宮古病院が移転し、北リアス線の利用者が大幅に減少した。その後1994年（平成6年）には、開業10年にして黒字経営から赤字経営になった。「リアス・シーライナー」などのイベントによ



1人で忙しいワンマン列車の岩手三陸線
(写真4 2009.9.28 筆者撮影)

り増加もあったが、少子化による通学定期の減少で乗客人員減少は進んだ。しかし、2001年（平成13年）に観光客誘致のため他の鉄道では当時ほとんどやられていなかった旅行会社への営業を開始したという。また、東北新幹線八戸駅開業による観光ルートの変化に対応できたことで観光団体客が大幅に増えた。現在は、減少率は緩み、横ばい状態にまでこぎつけている。



総合案内所では、コースを親切に教えてくれる。
(写真5 2009.9.28 筆者撮影)

次に、沿線の観光に関する取り組みについて

① 観光案内所

久慈市観光物産協会（観光交流センター風の館）

野田村観光物産館ぱあふる、岩泉町観光協会、山田町観光協会

譜代観光案内所、田野畑総合観光案内所 宮古駅前総観光案内所

大槌町観光協会、釜石観光物産協会（シープラザ釜石内）

大船渡市観光物産協会

など沿線の各自治体では観光案内所を配置している。国立公園としての認知度の高さにもよる。

② 周辺の観光地へのアクセス

路線バス（盛岡⇄宮古・山田）

高速夜行バス（宮古・盛岡南⇄東京）

遊覧船（北山崎めぐり、浄土ヶ浜島めぐり、碁石海岸めぐり等）

観光タクシー（久慈駅、田野畑駅、宮古駅など主要の駅に配置されている）

盛岡や仙台・東京などの都市と直接的なアクセスのあることが重要となると考えられる。

③ 観光施設（博物館・資料館など）

久慈地下水族科学館もぐらんびあ、やませ土風館、小久慈琥珀博物館、小久慈焼陶芸館、観光物産館ばあふる、マリーンローズパーク野田玉川、アジア民族造形館、民族資料館、ふれあいらんど岩泉、岩手県立水産科学館、鉄の歴史館など小・中規模の観光施設が多い。

④ マップ・パンフレットなど観光印刷物

陸中海岸国立公園（陸中海岸国立公園協会発行）がマップを含め、総合案内誌として充実しているが、他にも地区やイベントの紹介紙が多い。また、車内にも掲示されている。

⑤ 観光ボランティアの存在

三陸鉄道小本友の会、特定非営利活動法人みやこNPOサポートセンター、三陸町三鉄友の会など鉄道ファンを取り込んだボランティアが活性化に効果を果たしているようだ。

⑥ 観光企画について

宮古市「宮古夢レール創造事業」⁽³⁾

平成20年度事業

「みやこ夢レールフェスタ」来客数3,500人

「モニターツアー体験」参加者62名

「みやこ夢レール秋の特別企画イカ釣り体験ツアー」参加者39名

「みやこ夢レール春一番を探す旅 本州最東端トケ崎トレッキング」参加者90名

首都圏旅行エージェントによる旅行商品

「絶景!三陸海岸縦断と海の幸 のんびり三陸2つのローカル列車の旅」参加者663名

「旬の味覚 岩泉の松茸と郷愁漂うローカル線 絶景のパノラマ三陸鉄道北リアスライン」参加者92名

「紅葉のローカル列車・岩泉線と絶景の三陸鉄道 豪快!三陸リアスラインを走る」参加者100名

「三陸鉄道北リアス線よみうり夏まつり号」663名
など



三陸鉄道ファンクラブの存在が強い力となっている。
(写真6 2009.9.29 筆者撮影)



車内には、イベントのポスターを貼って、観光客にアピール。車窓から断崖絶壁、三陸の海が眺められた時には最高の気分となる。
(写真7 2009.9.29 筆者撮影)

第3章 両沿線の比較と観光活性化

まず、秋田内陸線を経営する秋田内陸縦貫鉄道（株）と岩手三陸鉄道を経営する三陸鉄道（株）を表で比較してみる。

表 3

	秋田内陸線	岩手三陸鉄道
設 立	1984年	1981年
設 立 形 態	第三セクター	第三セクター
事 業 内 容	鉄道事業・旅行業他	鉄道事業・旅行業他
資 本 金	3億円	3億円
株 式 総 数	6,000株	30,00株
売 上 高	2 3 0 百万円（2004年度）	4 1 3 百万（2009年3月）
営 業 利 益	- 2 7 5 百万円（2004年度）	- 1 4 6 百万（2009年3月）
総 資 産	2 5 1 百万円（2004年度）	5 0 5 百万（2009年3月）
従 業 員 数	7 8 名（2003年3月）	6 7 名（2006年3月）
主 要 株 主	秋田県38,6% 北秋田市22,7% 仙北市15,4% 秋田銀行4,0%	岩手県48,0% 宮古市4,2% 大船渡市3,8% 岩手銀行4,0%
路 線	秋田内陸線 鷹巣駅～角館駅 94.2km	北リアス線 宮古駅～久慈駅71.0km 南リアス線 盛駅～釜石駅36.6km 計107.6km
駅 数	29駅（有人駅3駅・委託駅3 駅・無人駅23駅）	北リアス線15駅 南リアス線10駅 計25駅

両鉄道の比較をみると、岩手三陸鉄道が全国に先駆けて第3セクター方式で秋田内陸線より3年ほど前にスタートしている。事業内容、資本金はほぼ同じである。路線距離数もどちらも100キロ前後である。問題の売上高は、年度により推移があるが、約1.5倍～2倍ほど岩手三陸鉄道が上回っている。逆に、従業員数、駅数は秋田内陸線のほうが多く、さまざまな要因もあろうが、経営改善の必要性が見うけられる。また、前掲の輸送実績と収入実績を2006年で比

較すると1名あたりの乗客が岩手三陸鉄道が439円の単価に対して秋田内陸線は366円となり低くなっている。運賃とも関係するが、利用者の距離数にも関係する。沿線住民の乗車だけでなく、できるだけ観光客を増やし長距離の利用を促進することが必要であろう。

次に、沿線の観光状況について、1章と2章で見たことを比較してみる。

観光案内所に関しては、岩手三陸鉄道のほうが陸中国立公園を擁していることから当然のことながら多い。しかし、秋田内陸線においてもきめ細かな対応は可能である。また、どちらもパンフレット・印刷物・インターネットを使っての情報発信が進んでいるのは効果的であろう。また、ボランティアなどのマンパワーの活用も両線とも行っている。

問題は、これらを活用しての観光客の誘致である。岩手三陸鉄道が赤字危機に向けて、大手の観光エージェントに働きかけて効果をあげていることを学んでいく必要がある。

筆者の岩手三陸鉄道（株）の方からのヒアリングによると、鉄道利用客のうち、通学、通勤、通院といった生活路線としての乗客は半分以下とのことである。多くは東京、関東、北海道方面から来る観光客で最近台湾などの東南アジアからも団体で来ているようだ。また、団体の場合、お弁当つき列車コースが希望で、海の幸と海岸風景を満喫するメニューが人気とのこと。また、最近東北新幹線の終着駅である八戸駅方面からの観光客が多いとのことである。しかし、三陸線の場合、陸中国立公園を走る「海の鉄道」観光と言ってもけっして常時、海の景色を楽しめるわけではない。むしろ、険しい山中をトンネルで走ることが多いので「モグラ列車」と揶揄されることもあると言う。それにも関わらず、赤字幅を縮め運営を継続しているのは観光客誘致の効果である。

このことは、秋田内陸線でも学ぶことが多いはずである。積極的に秋田内陸線の良さを全国に発信することであろう。「海の鉄道」観光に対して「陸の鉄道」観光であるなら、また山里の「日本の原風景」を楽しんでもらいたいのならそれを観光客の立場に立って創り上げていくことであろう。秋田の食材、温泉の宝庫を内陸線の鉄道観光に結び付けることである。旅行エージェントへの働きかけが是非とも必要になろう。特に首都圏からのパックツアーが欲しい。また、八戸駅の新幹線効果があったように、青森駅新幹線開業を見据えて、青森・弘

前・大館方面からの誘客も今後検討すべきであろう。

最後に、行政との関わり、視点を変えると地域の観光行政の在り様が問題となる。筆者がヒアリングした前掲の「宮古夢レール創造事業」も宮古市の商工観光課において、民間の人々と実行委員会を組んで事業を立ち上げている。このような官民一体となった観光誘客の取組みが有効である。そのためには、「観光学」を専門的に修めた人材の育成も必要になろう。

また、観光は行政区域を越えた「観光圏」としての魅力を高める必要があろう。今後は、秋田内陸線の「陸の鉄道」観光と岩手三陸線の「海の鉄道」観光を、宮古から角館までの直通バスで結ぶことで連携しながら検討する可能性もあり得るのでないか。それは、まさに「観光」だからできる「活性化」ではなかろうかと考える。

まとめ

以上をまとめると次のようになろう。

- ① 秋田内陸線の活性化に関して、岩手三陸鉄道と比較検討してみた。
- ② 岩手三陸鉄道は観光客の誘客に積極的な取り組みを見せている。
- ③ 赤字幅のダウンは、観光客の誘客にかかっている。
- ④ 鉄道単体だけでなく、飛行機・新幹線・バス・タクシー・遊覧船など多様な路線との提携が大事である。
- ⑤ 観光エージェントに秋田内陸線を利用する企画を売り込み、観光客の増大に努めることが秋田内陸線の活性化に関しては重要である。特に首都圏からのパックツアーを呼び込みたい。
- ⑥ 観光ポイントと鉄道沿線駅とのアクセス、観光施設の充実度も鉄道沿線観光には欠かせない要素になる。とりわけ、秋田の場合、内陸部の温泉の豊富さが特徴となる。
- ⑦ 行政の支援、観光行政のあり方が今後ますます重要になる。県レベルの対応だけでなく、地元の自治体が観光行政に如何に取り組むかである。そのためには、官民協働による企画運営が望ましい。
- ⑧ そこには、「観光学」を専門的に修めた人材の育成や大学との連携が有益となる。

- ⑨ そして、最終的には地域の枠を超えて「観光圏」を形成し活性化に結びつけることが課題となる。

(注)

- (1) 秋田内陸縦貫鉄道秋田内陸線公開利用状況「輸送実績」「収入実績」より抽出作成
- (2) 開業25周年記念出版「三陸鉄道」(盛岡タイムス発行)「データーで見る三陸鉄道株式会社」より抽出作成
- (3) 宮古市商工観光課提供資料より

〔主な参考文献〕

『観光資源論』 足羽洋保 中央経済社

『観光からの地域づくり戦略』 総合観光学会 同文館出版

『観光地域社会の構築』 山村順次 同文館出版

〔論 文〕

障害者旅行の歴史

— 観光社会学からのアプローチ —

井 上 寛

はじめに

筆者はおよそ10年前、「障害者の旅行」という研究テーマに出会った。この時期、旅行産業や障害者自身の実践的報告は散見されるようになっていたが、体系的・理論的な先行研究は見る事がなかった。そのような中で、学部学生であった当時、私のこの研究に対する問題意識は、「先進的な障害者旅行はどのようにおこなわれているか」といった事実在即したものであり、自分自身あるいは社会全体が、先進的な欧米、とりわけアメリカ合衆国において制定された「障害をもつアメリカ人法（ADA）」¹⁾に注目していた。この時代、旅行業者が障害者の旅行に真摯に取り組むようになり、試行錯誤のうえ実践されていたのである。

その後、さまざまな社会調査を経験する中で、労働や日常生活、そして旅行の対象から排除され続けていた障害者に対し、「なぜ最近になって障害者旅行が現代の課題になったのか」という問題意識が芽生え、それに即した修士論文を執筆した。そこでは、障害者が旅行するようになったのは、「自立」「人権」といった2つの側面によると論じた。

それらは、1960年代以降、欧米におけるノーマライゼーション運動、公民権運動や自立生活運動を契機として、それらを総括する国際連合、そして日本における障害者運動が原動力となり、1980年代以降、国際障害者年を境にしてそれ以降さまざまな障害者の旅行が取り組まれるようになったという説明であった。つまり、それは二分法であり、「できない」から「できるようになる」といっ

た説明であり、最近になってこれには限界があることに気付いた。つまり時間の経過によって、そのことだけでは説明がつかなくなったのである。1980年代以降の「できるようになった」時代の中でも、大きな変化が起っていたのである。

1980年代には、「完全参加と平等」のかけ声のもと、ボランティア有志の尽力により障害者の団体旅行が実現していった。彼らの中には、今まで家の外にすら出たことがない人も含まれていた。受け入れてくれる旅行会社もほとんどなく、旅行先の情報も稀な中、自分たちで情報を集め、次第にそれを共有していった。そして、参加すること自体から旅行すること自体に喜びを覚え、楽しみを感じるようになっていった。1990年代以降は、世界全体がアメリカのADA制定に大きな影響をうける。日本でも障害者基本法をはじめとする法律や制度の制定がなされ、積極的にバリアフリー²⁾という言葉が社会に普及し、関心をもつようになる。ようやく、旅行業者が障害者の旅行に試行錯誤しながら理解を示すようになり、勉強会などが開かれ盛んに意見交換がなされた。

1990年代後半には、バリアフリー概念が一般的に浸透し、関連するさまざまな法律³⁾が制定されることによって、旅行する際に重要な移動や宿泊といった面で格段に改善され、近年では、かなりの観光地が「行きたいところに行ける」状態にまでなっているといっても過言ではないだろう。しかし、一見この問題が解決したようにもみえるが、2005年10月、障害者自立支援法が成立し、障害者福祉、そして彼らを取り巻く環境が激変した。利用者負担を強いるこの制度では、旅行はともかく生きることすら厳しい現実に立たされている話をよく耳にする。「行きたいところに行ける」と必ずしもいえなくなってしまったのではなかろうか。

1970年代にはじまった「外へ出たい」「旅に出たい」という障害者の切実な想いが、およそ40年という長い時間を経ることにより社会のバリアを克服し、「旅行に行ける」「行きたいところに行ける」社会状況をつくり出してきた。にもかかわらず、21世紀のいま、また別の理由をもって「行きたくても行くことができない」状況があらたに出現している。障害者や社会の数十年間にもわたる努力は、いったい何であったのか、なぜこんなことになってしまったのか、これが本研究の原点である。

1. 問題の所在

まず、筆者が本研究の問題意識に達した経緯について述べよう。2005年4月、著者が福岡県で実施したインタビュー調査⁴⁾の際、その施設長から「今後、彼らは旅行に参加できるかもしれない。」という言葉聞いた。翌年の障害者自立支援法施行に伴い、障害者福祉の制度が変わり経済的な面で旅行が困難になるという。

同様に、埼玉県⁵⁾の知的障害者授産施設の県外宿泊研修のボランティアならびに参与観察をおこなった際、「今後、宿泊研修が予算制度上厳しくなるかも知れない。」という言葉を職員がもらした。つまり、費用の受益者負担が増加した分、旅行に費用を回すことができなくなったのである。このことに対し、私は矛盾と憤りを感じた。「自立支援」と称する政策にもかかわらず、結果としてこれらは自立を妨げる政策になっているのである。なぜなら筆者は、障害者が旅行することは自立に資するという仮説のもとに研究を続けてきたからである。社会全体の認識としては、バリアフリー化が進展し、法整備が進み、設備が改良され、「自由に旅行できるようになった」としきりに論じられている。観光ユニバーサルデザイン（観光UD）⁵⁾といった実践例が数多く発表されており、議論の主流となりつつあるが、それらは、そもそも旅行をしたい人が「行ける」ことを前提に語られている。つまり、本当ならば、旅行をしたいのに「行けない」ことを議論しなければならないのであるが、社会はこのことをすっかり忘れていたのである。筆者は、ほんの一部の人びとが自由に旅行できるようになったことで、問題の解決に至ったように語る社会に疑念を抱かざるを得ない。

2. 本研究の視点

これまで障害者旅行を実現するために、多くの困難を数多くの人の手によって、ひとつひとつ克服してきた事実を体系的に整理し、その際に得た喜びや事実を分析することによって、障害者旅行の重要性について論じることができると考えた。

前述した問題を明らかにするために、本論文ではフランスの哲学者である Foucault Michel の『狂気の歴史―古典主義時代における―』（1975）の理論を

援用して論じる。Foucaultはこの文献において、中世から近代にいたる歴史のなかで狂気がどのように扱われてきたかについて、「監禁」をテーマに論じている。監禁される人、つまり理性的ではないさまざまな「非理性」のひとつのカテゴリとして狂気は扱われてきたのである。Foucaultは序言において、この文献での問題意識を次のように述べている。

理性の主張する理性の完全さを根拠としないで、理性と非理性の切斷の働き、両者のあいだにつくられたあの距離、理性と理性ならざるものとのあいだに設定されたあの空白について語る必要があるだろう。

精神病をつくりだしている澄みきった世界では、もはや現代人は狂人と交流してはいない。すなわち一方には理性の人が存在し、狂気に向かって医師を派遣し、病気という抽象的な普遍性をとおしてしか関係を認めない。他方には、狂気の人が存在し、やはり同じく抽象的な理性、つまり秩序・身体的で精神的な拘束・集団による無名の圧力・順応性の要求たる理性を介してしか理性との交流をもたない。

つぶやき気味のあの不完全な言葉のすべてが忘却の淵にしずめられた。狂気についての理性の側の独白にはかならず精神医学の言語は、その基礎には上述の沈黙しかもらえなかった。私は、この言語の歴史を書こうとしたのではない。むしろこうした沈黙についての考古学をつくりだすことが私の意図である（Foucault, 1975:8）。

つまりFoucaultは、非理性を支配する側の「理性」が「非理性」をどのように支配したのかという歴史について描こうとしたのではなく、むしろ非理性の「つぶやき」や「沈黙」を考古学として別の歴史として描こうとしたのである。そして、Foucaultは序言を以下の言葉で結ぶ。

かろうじてつぶやいている悲壮な友よ、行きたまえ。ランプを消して。そして宝石を返したまえ。新たな神秘が君たちの骨のなかで歌っている。君たちの正当な異常さをくりひろげたまえ（同上書:16）。

Foucaultは、このように「理性」によって監禁された「非理性」を、彼らの視点から抽出しようとしている。本論文においても、この『狂気の歴史』におけるFoucaultのように、障害者に対しておこなわれた「排除」を抽出していくことを試みよう。つまり、障害者を排除する論理は、Foucaultのいう「理性」にあたる排除する側の論理であり、「非理性」にあたる障害者は多くを語ることは許されなかった。

形態を変えながら発生し、それぞれの時代に立ちはだかる「排除」に対し、それらが、なぜ、どのように存在し、それに対してどのように取り組んできたのかについて、40年もの歴史を「福祉行政」からの一般的な視点ではなく、「観光社会学」の新たな視点から描き出すことが本稿の目的である。

3. 排除の類型

次に、排除の形態について整理しよう。本稿では、「隔離型排除」と「分離型排除」の2種類の排除形態を区別して論じる。

前者は、障害者を特定の場所に隔離することを意味している。つまり、収容施設ないしは自宅に閉じ込め、施設職員や家族以外の他者との交流を奪取するような排除である。これは、第2次世界大戦後から1960年代に至るまでの障害者福祉政策の特徴であったと考えられる。

いっぽう後者は、明確な隔離のボーダーが消滅に向かう、1980年代以降の特徴的な形態であると考えられるが、従来存在したボーダーを超えて、行政そしてボランティア主導のもと、障害者たちは施設や自宅から外出することが可能になった時期の状況である。閉じ込められていた施設や自宅から外出し、外に出てイベントやさまざまな活動に参加することが多くなったし、グループで旅行に出かけることも増大したにもかかわらず、障害者は障害者同士でかたまり、組織化されて社会の片隅に健常者コミュニティから分離されるように位置づけられたのである。あからさまな差別や隔離のボーダーが消滅に向かうなかで、社会の中に出てきた障害者は分離状態におかれることになった。

さらに、歳月の経過とともに、障害者旅行の件数が増加すると、後述する2つの類型へと派生した。旅行業や宿泊業といった旅行業界では、1980年代後半から、徐々に施設の改善とともに障害者の顧客としての受け入れを開始するが、

それは障害の種類に即した、障害者専用ツアーであり、分離型といえる旅行商品を開発する、健康診断書の提出を求めるといった、通常の旅行とは特別な対応をはかった。のちに、このような形での分離は解消するが、それは新たな分離への準備段階であった。

障害者、健常者といったボーダーはほとんど消滅したが、一般的な判断材料で旅行の可否が決定するようになった。それは経済力の有無である。格差社会が叫ばれる今日、障害者に限らず、高齢者、NEETとよばれる人など経済力の弱い人びとが分離されることになる。

4. 障害者旅行の歴史

前述したように、障害者旅行の歴史は排除との闘いでもあった。この排除の形態に関して、年代別に4つの段階に類型し、便宜的にそれぞれの段階を「第1段階」から「第4段階」と称する。それぞれ、第1段階では「隔離型排除」、第2段階では「分離型排除」、第3段階では「顧客としての排除」、第4段階では「経済的論理の排除」と題し、社会背景や事例を交えながら説明しよう。

表 各段階の排除の形態と排除の対象

段 階	年 代	排除の類型	排除の対象と形態
第1段階	1970年代以前	隔離型排除	産業労働に資さない障害者の「隔離」
第2段階	1980年代～	分離型排除	「参加」を体験した障害者の「分離」
第3段階	1990年代～		顧客としての障害者の「分離」
第4段階	2000年代～		経済的に余裕のない人の「分離」

4つの段階を総括したものが、表である。時代とともに排除の形態も変化していくが、第3段階において、いったん排除が解消したように認識されたにもかかわらず、第4段階で再び表面化するということは、現在においても排除は根強く存在している証拠であろう。また、第1段階と第4段階では、排除に関する尺度はちがうものの、排除される人は社会的に弱い立場にある人たちである。つまり、40年もの歳月をかけて、さまざまな人びとの努力によってその排除を

縮小し打破することによって、多くの障害者旅行が実現したのであるが、これらが完成する現在までに、こんなに長い歳月を経なければならなかったのだろうか。そしていまだに「排除」されている人、新たに「排除」されるようになった人が数多く存在する理由を考察しよう。

(1) 隔離型排除と外出運動

1970年代以前の障害者は、社会から隔離型排除をうけていた。第二次世界大戦後に制定された日本国憲法において、あるいは世界人権宣言において「平等」が謳われているにもかかわらず、依然として社会から隔離され非人間的処遇をうけ、ひとりの人間として認識してもらえないのであった。さて、そのような状況を障害者は納得していたのであろうか。危機感を募らせた障害者たちは、収容された施設内での非人間的な処遇に対し改善の要求を告発するために、命がけでハンガーストライキをおこなったのである（杉本、2001:88）。さらに、施設収容ではなく、自宅に閉じ込められた障害者自身も運動を展開し、外へまちへと出ようと1960年代後半より「外出運動」を開始した。

彼らは、なぜ「外出運動」を展開したのであろうか。産業社会の中で、労働に資するか否か、言いかえれば「健常者」「障害者」の尺度で社会から排除され隔離されることに対する抵抗であった。つまり、施設に収容され、家に閉じ込められたまま人生を終えることを拒否するために勇気ある行動をとったのである。そのためには「外出運動」を展開し、社会へ訴える必要があった。これらは、青い芝の会を中心に公共交通機関の乗車拒否に対する強烈な運動をはじめ、電動車いすを手に入れ、まちづくりに参加するための運動、自動車の免許を取得し自動車を運転するための運動を展開した。

いっぽうで、障害者自身が、社会的認知や賛同を得ないまま海外旅行を敢行することがあった。1972年に車いす障害者の石坂直行が、日本で初めて海外旅行に挑戦し、社会全体に大きなインパクトをあたえた。海外へ飛び出した石坂は、日本と海外との違いを大いに体感し、のちに旅行を企画する。彼の活動は他の障害者を勇気づけ「外出運動」の動機になるのである。さらには彼の活動が旅行に収斂していったのである。

(2) 参加と分離型排除の出現

1980年代以降、国際障害者年⁷⁾の実施を契機に、障害者福祉に変化がもたらされたというのが一般的な言説である。つまり、欧米から持ち込まれたノーマライゼーション⁸⁾理念が日本にも伝わり、そして「完全参加と平等」が謳われ、施設収容から社会参加へと社会が変化したという見方である。

はたして、旅行の場面においてはどうだったのだろうか。これまでに、施設収容や自宅への閉じ込めといった「隔離型排除」の状態から脱却すべく、一部の勇敢な人々が家の外へ出ようとする動きについて述べた。つまり、そのような状態で「外に出る」、「旅行に出る」という行為は「冒険」そのものであった。それらが、1980年代になってどのように変化したのかについて、ここでは論じねばならないだろう。筆者は、拙書『漂泊と自立—障害者旅行の社会学』(2005)において1980年以降の障害者旅行の取り組みに関して以下のように概観している。

1980年代以降、障害者の旅行に関する多くのとりくみや活動があらわれ、社会的な注目を集めてきた。障害者自身が旅行を含むさまざまな余暇活動に参加するようになり、社会のなかに、そのうごきをうけとめる試みや支援、あるいは積極的に動きが出てくるようになった。(根橋・井上、2005:85)

これは、1980年代を境に「旅行できない」から「旅行できる」へ変化したといった、いささか乱暴な議論であった。実際には、このように1980年代になった途端に、すべての障害者が旅行できるようになったわけではないし、むしろ旅行の質そのものの内容を議論しなければなるまい。この反省点を踏まえて論じていくことにする。

前述したように、1980年代の障害者は「分離型排除」をうけていたのであるが、この時期、障害者の旅行は飛躍的な増加、活発化のプロセスへ向かう前段階であった。行政や社会が障害者旅行に対して関心を向けるようになり、障害者の旅行を可能にするような施設、条件づくりにむかったのである。すなわち、障害者旅行に関して、飛躍的な量的増加があった。それは、行政そしてボランティアが主導するものであった。

ここでは、このような活動の「主体」に注目し、後述するイベントや旅行が、なぜ「障害者の主体的なイベントや旅行」でなかったのかについて検証しよう。まず、その理由について、2つの仮説を提示する。

第1の論点は、ノーマライゼーション概念などの影響をうけて、国際連合から提唱された国際障害者年であったが、日本政府はその受け入れに積極的ではなく、形式的な啓発活動やイベントしか実施しなかった。それは、従来「隔離型排除」をうけていた障害者に対して、スタイルを変えて「包摂」したのであるが、地方自治体も、それが実現されるために障害者専用のイベントを実施したり、宿泊施設を建設することに傾注した。つまり、それらは「参加」という名のもとにおこなわれた、健常者と障害者の「分離」であり、今までにはなかった新たな排除の形式の出現であった。

第2の論点、これら1980年代のさまざまな活動は、政府や自治体が指揮をとり、「ボランティア」が主導していたという点である。そもそも、このように主体性のあるボランティアが出現したのは、市民参加の理念を利用しボランティアが担い手となる福祉を、政府主導で作り上げたからであった。ボランティアの活力を利用して、障害者を社会参加させることは、ドイツの法社会学者である Luhmann のいう全国民を編入すること (Luhmann, 2007:24)、つまり、すべての人を政府が「包摂」することになるのである。それは、障害者が主体の活動ではなかったが、外に出ることを躊躇していた障害者が、社会参加する第一歩としては意味があった。

いっぽうで、1980年代に障害者主体の活動や旅行は存在しなかったのかというと、実は存在していた。まず、1970年代に、強烈な闘争を展開していた人びとが、国際障害者年に対してアクションをおこした。そして、「外へ出よう」と活動したグループは、外国から伝わった「自立生活運動」を実践し、さらには旅行情報を提供するようになった。さらに、主体的に旅行情報の提供をはじめたのは、1972年にヨーロッパ旅行を実現した石坂直行で、「ハンディー・ツアーーズ・インフォーム」と称するニュースレターを毎月発行し、旅行情報の発信をはじめた。彼の活動は、旅行を志す障害者に情報を提供するばかりでなく、旅行する勇気をあたえた。さらには、搭乗拒否をする航空会社に抗議するなど、旅行業界が障害者を客として受け入れる足がかりを作り、政府をも動かしたの

であった。

(3) 分離型排除の撤廃

石坂直行が発行していたニュースレターは、1988年3月に発行されたのを最後に休刊となった。これは、石坂の体調の問題という側面もあるが、最後のページで「これをご購読下さる航空会社、旅行会社、その他乗り物機関等でも、それなりの進展、改善があり微力ながらハンディ・ツアーズの成果を見ることができました」(石坂、1988)とあるように、一定の成果を達成し、それは障害者旅行のある程度の完成をみたこととらえることができ、事実上の石坂の引退宣言であった。

後述するが、1990年代初頭はまだまだ、障害者の旅行が自由におこなえるような状況ではなかった。しかし、石坂が引退を宣言したのには理由があった。それは、旅行業界全体が、障害者だからという理由で顧客として排除することがなくなったからである。

行政や市民ボランティアの活躍によって、障害者が施設や自宅の外へ出ること、さまざまな社会活動やイベントに参加したり、旅行に出かけることが飛躍的に増加し、障害者たちの活動が豊かになったのが、1980年代の状況であった。「隔離型排除」がかなり取り払われたのであるが、他方では新たな「分離型排除」という形で、社会の周縁に追いやられていたし、障害者旅行も限定的で、ボランティア主体の団体旅行がほとんどであった。

それが、1990年代になると、いままで、障害者の受け入れに消極的であった旅行会社も方針を転換し、障害者を顧客として受け入れる方向に向かう。つまり、障害者を顧客として受け入れていくようになる。それにあわせて、一般の旅館やホテルもバリアフリー化に取り組むようになる。いっぽうで、1980年代に「ハンディ・ツアーズ」に寄稿していた人びとが、石坂に代わり、旅行の団長を務めるなど指導者役として障害者旅行をリードしていく。それらを総括し、まとめていく役割を担ったのが「もっと優しい旅への勉強会」であった。障害者、ボランティア、旅行者のみならず、彼らが障害者旅行全体をまとめてリードしていったのである。これらのうごきは、障害者や健常者といった区別をすることなく、障害者をも同じく顧客として扱うようになるのである。前に論じ

た行政および市民ボランティアによる障害者旅行の進展に加えて、観光にかかわる業界の障害者の旅行への理解が広がり、受け入れを本格化したのである。それは、1980年代に「隔離型排除」に対しておこなわれた「包摂」と連動して、新たに出現した障害者と健常者を区別する「分離型排除」の消滅とみることもできよう。

この「分離型排除」がなぜ消滅したのかについては、いくつかの理由が考えられる。まず、第1の理由として、日本社会における高齢化問題があげられよう。高齢者の顧客としての需要が増加し、「シルバースター」などといった高齢者向けの旅館も登場した。旅行産業も、バブル崩壊後の需要獲得も含めて高齢者向けの市場を拡大する必要があった。そのような観点から、障害者に対しての対応も急展開していき、障害者を顧客として受け入れたのである。高齢者は、以後身体の衰えとともに、社会から排除される将来が予期される。彼ら自身はその現実と直面した際に、それを否定しようと抵抗するし、彼らに対する対応が社会から要請されていたからである。

第2の理由として、社会における障害者観の変化がこの時代にみられたと説明できるであろう。1997年におこなわれたパラリンピックや乙武洋匡（1998）の『五体不満足』がベストセラーとなった事例は、アスリートとして、またメディアでの目をみはる活躍は、みずからの努力や潜在力を示すことによって、排除への抵抗あるいは脱出をするための、それぞれの方法を意味しているのではないだろうか。

第3の理由として、旅行業界を中心とした人びとは、海外の福祉論的視点に傾注した点である。とりわけアメリカで1990年に制定されたADAを中心に、それを意識した法律や制度が次々に登場し、とりわけ「バリアフリー」という言葉は社会に浸透した。社会に存在するバリア＝障壁を4種類に類型し、それを取り除こうという作業は、つまり分離型排除を撤廃する作業であった。前に述べたように、障害者自身が彼らの旅行を先導し、それに応えるために業界が動いたが、彼らを顧客として受け入れるためには、先進的な海外の事例に関心をもつ必要があった。さらに、政府をも動かしさまざまな法制化へといたったのである。

いっぽうで、インターネットの普及により、これまで困難だった情報収集が

格段に便利になった。駅や観光地のバリアフリー設備の情報や、視覚障害や聴覚障害といった、情報収集が困難な障害者にとっての情報収集が以前と比べて容易になった点も特筆されよう。

1990年代以降の一連の動きのなかで、障害者に対する偏見や差別は薄れ、分離型排除も消滅に向かったのではないだろうか。そのような中で、外出運動から旅行運動へと、いわば障害者旅行のパイオニアとしてリーダー的な役割を果たしてきた、石坂や勝矢は先頭に立って陣頭指揮をする第一線から身を引く選択をしたのではないだろうか。1990年代の後半には、障害者旅行が完成の域に達したと感じた人も多かったであろう。

(4) 主体的な旅行の実現

これまでに論じたように、1990年代には旅行会社や宿泊業といった観光関連産業が障害者旅行に注目し取り組んだことによって障害者旅行は発展し、分離型排除の状態も一定程度緩和した。さらに、それを可能にした要因として、ADAといった海外の動向や、日本社会の高齢化に対応した法制化などのバックアップがあった点が大きなポイントであった。障害者旅行は順調に発展しているようにみえる一方で、それには新たな困難が出現したようであった。

1972年に石坂直行が「ヨーロッパ車いす一人旅」を実現してから、40年近い月日が経過した。石坂はすでにそのときに実現してしまっていたが、最終的に障害者旅行の完成型といえるのは、彼の旅行のように、「自分の意志」で、「ひとりで、家族でないしは自分の行きたい仲間」と「行きたいところ」へ行くことであろう。さまざまな課題を抱えつつも、悠々自適に旅行できる社会になりつつある。その背景には、旅行業界全体が積極的に取り組む⁹⁾ようになり、交通機関や宿泊施設、そして街中の設備のバリアフリー化が進行した。従来の「連れて行ってもらう」「行けるところに行く」から「行きたいところに行く」に徐々になりつつあるうごきと、単に設備がある状態から、ひとりで利用でき、自立的な旅行ができる方向へと進化していくのである。技術面やハード面における工夫や改善は目をみはるものがある。加えて、それらに関わる人的資源の面でも変化があらわれた。たとえば、障害者や高齢者が旅行するだけではなく、旅行のガイドをしたり、情報提供や提言をする、つまり「観光ゲスト」のみなら

ず「観光ホスト」としての立場が登場したのであった。そして、自動車は単に通勤するための移動する手段ばかりでなく、仲間や個人で遊んだり旅行したりするための道具になっていく。つまり、障害者が主体的な楽しい旅行が実現していくのである。

いっぽうで、相変わらず外出にも縁遠く、旅行に出ることのない人びとも残っていたことも注目せねばなるまい。諸々の条件の改善から積極的に外へ出ようとし、自立的に活動し旅行する人にとっては恩恵をうけるが、そうでない人びと、つまり長い歴史の中で、自分から社会と闘い外に出ようとした人、ボランティアの力によって団体旅行に参加した人、旅行会社のツアーに参加した人に含まれない、放置された人である。21世紀になり「収容」という言葉こそ使いたくないが、施設の中で暮らしつつ、これまで外出する機会がほとんどなかった人、知的障害者の授産施設を利用し、家族との外出や旅行をほとんどすることのなかった人びとが依然として存在していた。ここであえて、団体旅行を実施することにより彼らを外出させ旅行に連れ出すことは極めて重要であった。自治体や市民ボランティアによる旅行活動にも、旅行業界の障害者ツアーからもこぼれ落ちていたかのように、長期間にわたって施設で過ごした人びとを発見し、彼らを対象とした旅行活動をおこなう意味は重要であろう。吉川道雄による観光福祉活動¹⁰⁾の提唱はその好例である。

(5) 新たな排除の出現

そして、自由に旅行する障害者が増加していく中で、依然として障害者の宿泊や利用を拒否するような事例や、後述する「障害者自立支援法」の施行にともない、経済的に困窮し再び家に閉じこもるケースが新たに出現している。これらは、いままでにない新たな「排除」が出現したのではないだろうか。その排除は、「隔離型」とも従来の「分離型」とも異なるものであるようだ。つまり、従前の、「障害者＝労働に資さない」から排除するのではなく、「経済的」な論理によって排除されるのである。この時期に明らかになる排除は、J.Young (2008)が排除型社会の出現として論じた事態であるともいえるだろう。つまり、障害者の排除とは違った論理で、彼らは「アンダークラス」として組み込まれやすい存在となってしまったのである。

以上に述べたように、旅行できる環境が整ったのにもかかわらず、いまだに旅行の受け入れを拒否されたり、阻害されるケースが存在している。あるいは、そのような状況の再現や新たな出現があった。それらはなぜおこなわれるのかについて論じなければならない。また、いままで旅行が実現していた人が旅行できなくなる事態が発生するようになった。これらは、新たな障害者旅行における課題である。Youngが描く、後期近代の排除型社会の登場が、2000年以降の日本社会の状況として出現したのではないか。それは、1970年代以来欧米で出現したのと同じ、Youngの分析した状況であったのではないか。

障害者の顧客としての受け入れは、逆にまた新たな排除の準備をも意味していた。1990年代以前には、鉄道、バス、タクシー、航空など交通機関の乗車拒否や搭乗拒否、旅館やホテルなど宿泊施設での宿泊拒否など、障害者の顧客としての排除は数多く見られた。これらは、設備面や受け入れ態勢の不完全さから、つまり「障害者」であるという理由から排除されていたが、以前のそれとは状況が変化している。つまり、排除の論理がこれまでと異なるのである。大手ビジネスホテルチェーンが客室を不正に改造したり、温泉旅館での宿泊拒否といったトラブルが2000年以降に立て続けに発生し、これらの事例はすべて、テレビやマスコミを通じて報道された。つまり、すでに障害者は自由な旅行が可能な状況下にあるにもかかわらず排除されたことに対し、障害者たちは激しく抗議したのである。ハンセン病患者に関しては、本稿で論じた障害者の排除とは別の論理で社会から隔離され続けた。つまり社会防衛思想のもとに隔離されつづけ、原因が究明され治療方法が確立したにもかかわらず隔離され続け、1996年「らい予防法の廃止に関する法律」が施行されるまで隔離政策が続いたのである。いっぽうで、これらの事例に対して大きく批判されるようになったことは、前に述べた社会へのバリアフリーの浸透であり、排除の存在を確認しそれらを確認していこうとする姿勢に逆行するものであったからである。

いっぽうで、近年、障害者福祉行政において措置から契約へと政策の転換がみられ、2003年4月には支援費制度が導入された。措置制度から契約制度への移行、応能負担など、利用者にとってメリットが見いだされた。特に重度障害者にとって、24時間支援が受けられるようになった点では画期的な制度であったが、この制度は国家予算の中の裁量的経費に組み込まれたため、初年度より

補正予算を組む異常事態となった。また、厚生労働省が居宅支援時間の上限を公言したため、障害当事者が厚生労働省前で座り込みデモをするなど、先行き不安な様相を見せた。結局支援費制度は、わずか3年で破綻する結果となった。その後、2006年10月、障害者自立支援法¹¹⁾が施行された。特に、当事者の収入ではなく受けたサービスに応じ、支払い負担を一律一割にするという応益負担の取り決めは、従来の福祉政策とはまったく異なった考え方であった。非課税世帯への配慮はあるものの、国は厳しい財政難を受けてこれ以上公費負担を増やさないために、障害者も負担することを前提としたのである。この1割負担によって障害者の生活は激変した。つまり、いままでの福祉サービスのあり方は経済的論理をあまり重視しないシステムのもとに成り立っていたが、この制度改革によって福祉サービス自体が経済的観念のなかで取り扱われるようになったのである。つまり、経済的に余裕があるか、ないかの尺度によって新たな経済的な視点からの排除が生まれたのである。

従来可能であった旅行が不可能になるケースが出てきたばかりでなく、一家で心中するケースなど、1960年代に発生していた事件と同様の問題が再び起こるようになってしまったのである。一度自由に旅行できるようになった人が旅行できなくなるということは、目に見えない檻に閉じ込めをおこなっている行為であり、一度克服したはずの「排除」が再びおこなわれるようになったのである。つまり、障害者だから旅行ができないのではなく、別な論理によって、「貧しい人＝アンダークラス」として改めて位置づけられてしまったのである。

5. おわりに

本稿では、障害者の旅行やさまざまな活動を事例として、形を変えながら存在し続ける「排除」のメカニズム、そして、その排除に立ち向かう人びとの人生について観光社会学の視点から論じてきた。

ところで、本稿に登場する人びとも、筆者も、なぜ執拗に旅行にこだわるのかについて最後に述べよう。それは、旅行はその人の生き方をも変え、その人生をも有意義なものにするからである。それに気づいた石坂直行をはじめ、勝矢光信といった人びとは、自らが旅行を実践し自らの人生を有意義なものにしてきた。旅行社の立場から、障害者旅行の中心的人物として活躍してきた草薙

威一郎も、旅行業界全体を変革するまでの強大なパワーを持っていた。旅行以外にも、パラリンピックのアスリートたちや乙武といった人気スターともいえる人材を輩出するまでにいたった。彼らの旅行をはじめとする、さまざまなものに本気で取り組む姿勢は、排除に対しての必死な抵抗でもあった。外に出なければ、旅行に行かなくては、存在をアピールしなければ、社会の周縁に排除されてしまう、といった恐怖の対極に、このような底力が発揮され、社会をも動かすパワーとなったのである。

しかし、21世紀の今日、前述したような経済的な論理による排除が拡大されようとしている。つまり、「格差社会」である。障害者であろうとそうでなかろうと、経済力があるか否かが問われる社会である。障害者の旅行が、あたりまえできるようになった今日、新たな排除により崖っぷちに立たされている人びとが大勢いる。「自立支援」を目的とした福祉政策ならば、自立に資するひとつの手段としての旅行に注目すべきであろう。

われわれが体験する旅行の形態から考えると、人間は生まれて以来両親や家族との旅行からはじまり、学校の旅行や遠足、友人や恋人との旅行、新婚旅行、各種社会集団での旅行といったさまざまな旅行を体験するであろう。アイデンティティの確立や第二次的な社会化の過程では、家族以外の各種の旅行体験が重要な役割を果たすことになる（根橋・井上、前掲書:153）。

親や家族からの介助を受けながら、そのなかで家族からの自立を成し遂げなければならぬのであり、健常者が自立する以上の心理的葛藤は複雑で、困難な課題であろう。家族から離れて、友人や他の社会集団とともに旅行することは、自立にむかう契機になるだろう（同上書:154）。このように、旅行自体がもつ効果を研究し提示していくことは、われわれ観光を研究する者にとって重要な課題である。

註

- 1) Americans with Disabilities Act of 1990=障害を持つアメリカ人法。
- 2) 障壁をなくすという意味のことば。1994年に刊行された障害者白書で紹介されてから、日本では一般的に普及した。
- 3) 1994年6月には「高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物等の建築の促進に関する法律（通称ハートビル法）」、2000年11月には、「高齢者、身体障害者等の公共交通機関を利用した移動の円滑化の促進に関する法律（通称、交通バリアフリー法）」が施行された。これら2つの法律は、2006年12月に「新バリアフリー法」として統合され、適用範囲が拡大された。さらに、2002年10月には、盲導犬、聴導犬、介助犬といった補助犬を法的に規定し、施設内への入場を認めるための「身体障害者補助犬法」が施行された。
- 4) 第一経済大学（現福岡経済大学）、吉川道雄教授の協力によりおこなった福岡県内の障害者施設等でのインタビュー調査。
- 5) バリアフリーをさらに深化した考え方。すべての人が使いやすいようにデザインすることをめざした用語。
- 6) Not currently engaged in Employment, Education or Trainingの略。
- 7) 国連は、1971年に「精神薄弱者の権利宣言」、1975年に「障害者の権利宣言」を採択したが、その完全実施が難しい状況にあったため、この2つの権利宣言の完全実施を促すために、1981年を、障害者の「完全参加と平等」をテーマとし、障害者が社会生活に完全参加し、障害のない人と同等の生活を享受する権利の実現をめざす国際障害者年と決議した。
- 8) あらゆる障害者にノーマルな（普通の）生活を保障することをいう。つまり障害者に、すべての人がもつ通常の生活を送る権利を可能な限り保障することを目標に社会福祉をすすめる概念である。バンク＝ミケルセンが提唱し、デンマークの知的障害者福祉の取り組みから生まれた理念。
- 9) 1990年代以降、草薙威一郎が業界をリードしていったが、旅行会社において障害者の対応は特別なものではなりつつある。
- 10) 福岡県の大学生ボランティアが中心となってはじめた旅行。2007年より

NPO法人観光福祉フレンドシップ協会として運営されている。

- 11) 障害者自立支援法では、「応能負担から応益負担へ」「障害の種類別の法律をあらゆる障害についてこの法律で対応する」「サービス実施主体を市区町村に一元化する」「障害者も自立できる社会をめざす」の4種類の目標が掲げられた。

■引用文献・主要参考文献（著者姓アルファベット順）

阿倍彩「シティズンシップと社会的排除」（福原宏幸編著『社会的排除／包摂と社会政策』法律文化社、2007年）

赤坂憲雄『排除の現象学』ちくま学芸文庫、1995年

馬場清『障害をもつ人びととバリアフリー旅行』明石書店、2004年

馬場清「石坂さんとその時代」（日比野正己編『石坂直行 旅行・福祉 著書集～障害者の海外旅行・福祉文化・福祉のまちづくりの情報センターと実践～』HM研究所、2000年）

Diane Driedger “*The Last Civil Rights Movement*” C Hurst & Co Ltd, 1989
（＝長瀬修編訳『国際的障害者運動の誕生』エンパワメント研究所、2000年）

Foucault, Michel “*Historie de la pensée classique*” Editions Gallimard 1972（＝田村俣訳『狂気の歴史－古典主義時代における－』新潮社、1975年）

Foucault, Michel “*Surveiller et punir. Naissance de la prison*” Editions Gallimard 1975（＝田村俣訳『監獄の誕生－監視と処罰－』新潮社、1977年）

福原宏幸「社会的排除／包摂論の現在と展望」（福原宏幸編著『社会的排除／包摂と社会政策』法律文化社、2007年）

二日市安『知的障害者運動史』たいまつ社、1988年

星加良司『障害とは何か－ディスアビリティの社会理論にむけて』生活書院、2007年

今村仁司『排除の構造』ちくま学芸文庫、2002年

井上寛「障害者旅行研究の意義」（『日本観光学会誌』日本観光学会、第46号、2005年）

石坂直行『ヨーロッパ車いす一人旅』日本放送出版協会、1973年

石坂直行「日本の障害者は、外国に行くとき特別に良い気分になる」(日比野正己編『石坂直行 旅行・福祉 著作集～障害者の海外旅行・福祉文化・福祉のまちづくりの情報センターと実践～』HM研究所、2000年)

Jock Young “*The Exclusive Society: Social Exclusion, Crime and Difference in Late Modernity*” Sage, 1999 (青木秀男・村澤真保呂・伊藤泰郎・岸政彦訳『排除型社会―後期近代における犯罪・雇用・差異』洛北出版、2007年)

Jock Young “*The Vertigo of Late Modernity*” Sage, 2007 (木下ちがや・中村好孝・丸山真央訳『後期近代の眩暈―排除から過剰包摂へ』青土社、2008年)

勝矢光信『車イスといっしょに旅に出よう!』日本経済新聞社、2000年

勝矢光信(日比野正己編『石坂直行 旅行・福祉 著作集～障害者の海外旅行・福祉文化・福祉のまちづくりの情報センターと実践～』HM研究所、2000年)

勝矢光信「車いすの一人旅―パークレーとカルフォルニア」(『あるくみるきく』近畿日本ツーリスト、1983年8月号)

国際障害者リハビリテーション協会「80年代憲章」(『リハビリテーション研究』日本障害者リハビリテーション協会、第37号、1981年7月)

河野秀忠『障害者市民ものがたり―もうひとつの現代史』日本放送出版協会、2007年

吉川道雄「新たな観光領域である「観光福祉」と「観光互惠文化」の創造について」(『日本観光学会誌』第40号、2002年)

草薙威一郎『障害者アクセスブック』中央法規出版、1992年

草薙威一郎『障害をもつ人と行く旅 だれでも・自由に・どこへでも』エンパワメント研究所、1998年

Luhmann Niklas “*Politische Theorie im Wohlfahrtsstaat*” (徳安彰訳『福祉国家における政治理論』勁草書房、2007年)

目黒輝美『障害者運動と福祉』恒星社厚生閣、2000年

もっと優しい旅への勉強会編『障害者旅行ハンドブック』学苑社、1995年

根橋正一・井上寛『漂泊と自立―障害者旅行の社会学』流通経済大学出版会、2005年

日本観光協会『すべての人の旅行促進に向けて』日本観光協会、1995年

新田 勲「障害者に生まれて幸福だったと自分を偽るな。本音で生きろ!」(『自立生活運動と障害文化』全国自立生活センタ協議会、2001年)

新田 絹子「わたしたちは人形じゃない」(『朝日ジャーナル』1972年11月17日)
乙武洋匡『五体不満足』講談社、1998年

Richard K Scotch, “From good will to civil rights :transforming federal disability policy” Temple Univ Pr, 1984 (竹前栄治監訳、尾崎毅 [ほか] 訳『アメリカ初の障害者差別禁止法はこうして生まれた』明石書店、2000年)

Robert F.Murphy “The body silent” Henly Holt and Company, 1987 (辻信一訳『ボディ・サイレント―病いと障害の人類学』新宿書房、1992年)

杉本章『障害者はどう生きてきたか―戦前戦後障害者運動史』ノーマライゼーションプランニング、2001年

Spicker Paul “THE IDEA OF POVERTY” (坏洋一監訳『貧困の概念―理解と応答のために』生活書院、2008年)

Wolfensberger, Wolf “The Principle of Normalization in Human Services”, National Institute on Medical Retardation, 1981 (= 中園康夫・清水貞夫 編訳『ノーマライゼーション―社会福祉サービスの本質』学苑社、1982年)

横山輝久「不屈な障害者運動」『自立生活運動と障害文化』全国自立生活センタ協議会、2001年

横塚晃一『母よ! 殺すな』すずさわ書店、1975年

全国自立生活センター協議会編『自立生活運動と障害文化―当事者からの福祉論』現代書館、2001年

■参考資料

「障害者・高齢者等の旅行促進に関する調査研究」社団法人日本観光協会、1993年

「障害者の旅行に関する実態調査報告書」社団法人日本観光協会、1993年

「すべての人の旅行促進にむけて―観光地の障害者・高齢者受け入れ調査―」日本観光協会、1995年

「厚生白書」厚生省、1956年、1980年、1991年

「障害者に念書、時代に逆行」『朝日新聞』1993年2月19日

「高齢者の健康増進に関わるコミュニティーネットワークの構築に関する研究」財団法人日本証券奨学財団平成16年度（31回）研究助成金報告書、2005年

「手づくりのお祭り」『四国新聞』1982年5月11日

「ハンディ・ツアーズ・インフォーム」ハンディ・ツアーズ、1981－1988年各号

〔論 文〕

地域ブランドと伝統野菜

中 村 和 彦

1. はじめに

現在、全国各地で「地域ブランドの育成」という言葉をよく耳にし、地域ブランド戦略に取り組む地域が急増している。地方分権が進み、高齢化社会を迎えて、地域が今より自立しなければならない時代要請のなか、地域資源を再度見直し、新たな産業化を図ることが企図されているからであろう。

そのため、ここでいう地域ブランド（regional brands）は、単なる地元の“産地物”とか“特産物”という意味とは本質的に異なるものである。

すなわち、地域ブランドとは、ある地域にある商品やサービスなどが、地域外の消費者からの評価を高めて、地域全体のイメージ向上と地域活性化に結び付ける（た）展開でなければならないからである¹。

本稿は、伝統野菜の可能性について直上との関連性において若干の考察を試みたものである。そこで以下、まず地域ブランドの定義について整理していくこととしよう。

2. 地域ブランド

経済産業省によれば、地域ブランド・地ブランド化とは、「地域発の商品・サービスのブランド化と、地域イメージのブランド化を結び付け、その好循環により地域外資金を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること」と規定されている²。したがって、単に商品に地域名を付けただけでは、当然、成立せず、商品の売り上げがよいだけでも成立しない。もちろん、地域のイメージが良い

だけでもブランドとして成立しない。地域の財やサービスと地域のイメージがうまく影響し合い、評価を高めていく必要があるからである。

すなわち、行きたい価値（観光ブランド）と消費したい価値（地域商品ブランド）³とのマッチングが要請されるのである。地域としてのブランド価値が向上すれば、地域雇用を推進し、観光へのシナジー効果も期待でき、結果的に地域へ好循環を生み出すことにつながる、という論理からであろう。

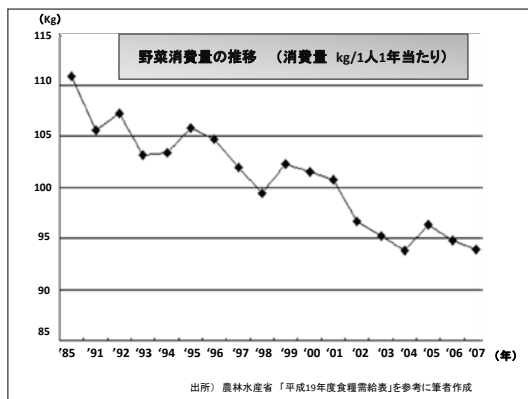
消費者の価値観が多様化するなか、如何に選ばれる地域になるか。それは地域の持つ資産や財源の豊富さではなく、地域ならではの魅力的な価値を創造し、価値を高めていく視点が重要になってくる。つまり、地域ブランド・地ブランドとは、地域経営・地域づくりや観光といった社会現象に対して、マーケティングやブランドの概念⁴を応用するものに他ならないからである。

以下では、その可能性として注目される伝統野菜について考察していくこととする。

3. 伝統野菜

事故米問題や食品の産地偽装、基準値を超える農薬の混入など相次ぐ食品関連の不祥事に対して、今なお食の安全は脅かされ、安全で生産者の顔が見える食材やスローフード（slow food）⁵が求められている一方、日本における一人当たりの野菜の年間消費量は20年前から減少し続けている（図表3-1参照）。

【図表3-1】⁶



野菜の年間消費量減少に比例して、農家の戸数も大幅に減少している（2005年には284万戸にまで減少、これは20年前1985年の約半数である）。

地元農家の活性化のために、どのような処方箋を講ずることが妥当であろうか？

上記の問題点を解決する具体策の1つとして、また、観光や地ブランド活性化のために、今、伝統野菜の復活に注目が集まっている。

ここでいう伝統野菜とは、各地で古くから栽培・利用されてきた野菜の在来品種のことを指す。例えば、長崎の雲仙コブ高菜⁷、新潟の神楽なんばん⁸、京都の鹿ヶ谷かぼちゃ⁹、兵庫・京都の加茂なす¹⁰、鹿児島島の桜島大根¹¹のような、昔からそのままの姿で栽培されている地域独自野菜であり、地方野菜とも呼ばれている（図表3-1参照）。

もの珍しさから全国区で知られている伝統野菜もあれば、絶滅危機にさらされているものまで様々である（その希少性と安全性に着目し、生産地に赴き、味を確かめ、消費者視点での伝統野菜を選定して届ける食品宅配サービス業が登場している）¹²。

一般的に「流通する野菜」は、品種改良され、育てやすく、見た目が良い、というのが際立った特色である。これに対して「伝統野菜」は、昔からそのままの姿で栽培された独自野菜であるため、殆ど品種改良されず、栽培が難しいうえに見た目も良くない、という特徴である。したがって、売り物にはならず、市場にはあまり出回らないが、地元で、各地で古くから栽培され、日常的に食されてきた正月のおせち料理に欠かせない野菜なのである¹³。

【図表3-1】 全国の主な伝統野菜¹⁴

地域	伝統野菜			
北海道	食用ユリ	札幌大球キャベツ		
青森	糖塚きゅうり	阿房宮		
秋田	松館しぼり大根	かのかぶ	じゅんさい	鹿角マルメロ
	とんぶり	平良かぶ	三閑せり	
岩手	二子さといも	暮坪かぶ	橋野かぶ	曲りねぎ
	安家地大根			
山形	雪菜	だだちゃ豆	豊栄大根	花作大根
	高豆くうり	温海かぶ	薄皮丸なす	平田赤ネギ
	樺きもど	庄内柿	おかひじき	うこぎ
	民田なす	紅大豆	藤沢かぶ	おかひじき
	小野川豆もやし			
宮城	仙台白菜	仙台芭蕉菜	余目ねぎ	鬼首菜
	仙台雪菜	仙台曲がりねぎ	仙台長なす	小瀬菜だいこん
	からとり芋			
福島	雪中あさづき	荒久田莖立	信夫冬菜	会津地葱
	ちりめん莖立	眞渡うり	源吾ねぎ	
群馬	陣田みょうが	ベニバナインゲン	国分になじん	
栃木	新里ねぎ	ゆうがお	宮ねぎ	
茨城	浮島だいこん	赤ねぎ	貝地タカナ	
埼玉	埼玉青ナス	紅赤	のらぼう菜	木の芽
	中津川いも	くわい	岩槻ねぎ	ミョウガタケ
	ぼうふう			
千葉	だるまえんどう	はぐらうり	大浦ごぼう	早生一寸そらめめ
東京	練馬だいこん	千住ネギ	小笠原かぼちゃ	亀戸大根
	金町かぶ	本田ウリ	うど	
神奈川	三浦だいこん	大山そだち	湘南レッド	
新潟	久保なす	鹿ヶ谷かぼちゃ	白なす	砂ネギ
	八幡いも	千本ネギ	本カタウリ	居宿葉ネギ
	高田シロウリ	越の丸	神楽なんばん	五千石ネギ
	魚沼巾着	大崎菜	曾根ニンジン	鉛筆なす
	肴豆	黒十全	女池菜	小平方茶豆
	中島巾着	長岡菜	赤かぶ	寄居カブ
	白十全	城之古菜	カキノモト	小池ごぼう
石川	打木赤皮甘栗かぼちゃ	金沢一本太ねぎ	二塚からしな	諸江せり
	金沢青かぶ	加賀れんこん		
富山	真黒ナス	クキタチ	千石豆	アサツキ
	サトイモ大和	金屋ネギ	ホウキギ	五箇山カブ
	平野ダイコン	ミズブキ	銀泉マクワ	カモリ
	ズイキ	五箇山カボチャ	らくだ系ラッキョウ	小佐波ミョウガ
	ドッコ	アカザヤ		
福井	黒河マナ	吉川ナス	越前白茎ごぼう	勝山水菜
	河内赤かぶ	古田刈かぶら	妙金ナス	
長野	親田辛味だいこん	沼目しろうり	開田かぶ	
静岡	水掛菜			
山梨	茂倉うり	おちあいいも	水かけ菜	長かぶ
	鳴沢菜	長禅寺菜	大野菜	クレソン
	大塚人参			
岐阜	堂上蜂屋柿	ちょろぎ	南飛騨富士柿	千石豆
	藤九郎ぎんなん	紅うど	伊自良大実柿	十六さきげ
	あじめこしょう	わしみかぶら	守口たいこん	菊ごぼう
	まくわうり	半原かぼちゃ	種蔵紅かぶ	桑の木豆
	沢あざみ	弘法いも	瀬戸の筍	きくいも
	飛騨紅かぶ	飛騨一本太ねぎ	徳田ねぎ	

地域ブランドと伝統野菜

地域	伝統野菜			
愛知	宮重大根	紫芽うど	白花千石豆	青大きゅうり
	姫ささげ	方領大根	守口大根	愛知縮緬かぼちゃ
	八事五寸人参	十六ささげ	屋美白花絹莢えんどう	愛知本長なす
	愛知早生ふき	越津ネギ	大高菜	八名丸さといも
	知多3号たまねぎ	碧南鮮紅五寸人参	早生とうがら	ファーストトマト
	木之山五寸人参	まつな	野崎2号白菜	餅菜
	早生かりもり	野崎中生キャベツ	金俵まくわうり	落瓜
	治郎丸ほうれん草	かりもり	渥美アールスメロン	
	伊勢いも	朝熊小菜	御園だいこん	
	青身だいこん	千石豆	ウスイエンドウ	
和歌山	蛭口かぶら	日野菜	山田だいこん	杉谷なすび
滋賀	万木かぶ			
奈良	大和まな	千筋みずな	宇陀金ごぼう	祝だいこん
	軟白ずいき	結崎ネブカ	ひもとうがらし	小しょうが
	大和すいか	花みようが		壬生菜
	加茂なす	山科なす	もぎなす	畑菜
京都	伏見とうがらし	万願寺とうがらし	田中とうがらし	聖護院大根
	ミズ菜	えびいも	堀川ごぼう	辛味大根
	京ぜり	桂うり	終野ささげ	すぐき
	鹿ヶ谷かぼちゃ			
大阪	毛馬胡瓜	八尾若ごぼう	勝間南瓜	田辺大根
	大阪白菜	玉造黒門越瓜	服園しろうり	鳥飼茄子
	内一寸空豆	三島独活河	石川早稲	水茄子
	吹田慈姑	金時人参	天王寺黒	守口大根
兵庫	大阪四十大根			
	丹波やまのいも	田能のさといも	岩津ネギ	富松一寸蚕豆
	大市茄子	加茂なす	尼蓆	武庫一寸蚕豆
	さぬき長莢	さぬきしろうり		
香川	十市なす	弘岡かぶ		
高知	伊予緋かぶ	庄だいこん		
愛媛	ごうしゅいも	阿波みどり	阿波だいこん	
徳島	万善かぶら	衣川なす	備前黒皮かぼちゃ	
岡山	矢賀ちしや	笹木三月子大根	広島おくら	広島菜
広島	観音菜ごぼう	広島菜	深川早生芋	観音ねぎ
	青大きゅうり			
島根	黒田せり			
鳥取	伯州ねぎ			
山口	笹川錦帯白菜	とっくり大根	岩国赤だいこん	たまげなす
	萩ごぼう			
福岡	山潮菜	三池高菜		
長崎	長崎赤かぶ	長崎たかな	長崎はくさい	雲仙コブ高菜
大分	青長地道きゅうり	久住高菜		
宮崎	糸巻さだいこん	いらかぶ		
熊本	水前寺もやし	阿蘇高菜	熊本京菜	
佐賀	女山だいこん	佐賀青しもうり		
鹿児島	桜島大根	開聞岳だいこん	城内だいこん	与論かぼちゃ
	みずいも			
沖縄	島だいこん	モーウイ	沖縄ゴーヤ	

品種改良され、見た目がきれいな一般野菜に比べ、見た目は不細工だが、伝統野菜には野菜本来の味わいが詰まっており、安全で、しかも一般ルートでは流通しない希少性をあわせもつ珍しい食材である。そして、地域固有の食文化

とともに育まれてきた伝統野菜には、一般に流通している食材とは違った魅力と価値がある、と考えられるのである。

日本各地にはその風土に根付いた独自の食文化が存在する。その食文化の根底にあるのは、地元で受け継がれている伝統野菜や地元で親しまれてきた食材であり、当然、地域独自の料理方法がそれぞれに存在するものである。

地域の食文化とともに生まれ、時代の流れとともに多くの地域野菜種が淘汰されていった中で、限られた地域で今日まで脈々と伝えられてきた貴重な品種や地域の気候風土に適応した適地適作で栽培される野菜には、地域の人たちに育まれてきた味覚や文化といった付加価値を、他県の消費者へ提供・発信することができるものである。

また、伝統野菜の種を入手し、地元の契約農家で試験栽培してもらい、成功すれば本格的に生産・配送が可能となるものである。結果、ブランドとして価値を高めてもらえれば、地元農家の活性化にも自ずと繋がるという道理に適うものとなろう。

これまで伝統野菜について若干考察してきたが、以下では地域コラボレーションについて検討することとしよう。

4. ケース

4-1 事例 保呂羽ワイン

秋田県横手市大森の保呂羽山麓の保呂羽カントリーファーム（代表 佐々木敏明）で製造された「HOROWA WINE」（山葡萄のワイン）である。

地元の高級山葡萄を使用し、除草剤、化学肥料などを一切使用せず、徹底的に自然派農法に拘った栽培方法が採択されている。代表である佐々木敏明氏によれば、「秋田の風土に合ったワイン、秋田の食材、地元料理に合うように、ほんのりとした甘口に仕上げた。新酒の搾りたて感を楽しんでもらおうと、無ろ過で瓶詰めした」¹⁵とされている。

地元の山葡萄でワイン製造はここでしか行われていないわけではないが、秋田の食文化とコラボレートするブランド・コンセプトで商品開発されたいい事

例である。

4-2 事例 地元農家のレストラン

山形県鶴岡市西荒屋の「食彩あぐり」は、地元食材だけに拘った素朴で家庭的な地域ならではのランチを提供している農家のレストランである¹⁶。

食材は隣設する「産地あぐり」（地元農家が毎日朝採りした地元野菜や伝統野菜を持ち込む）から調達し、その日集まった食材から（例えば、ヤーコン¹⁷）当日のランチメニューを地元の農家で決定している。

珍しい食材を使った料理の開発、地元の食材とのマッチする調理法など日々農家がアイデアを凝らし、休日には観光客の行列ができるほど賑わいを見せている。

4-3. 事例 虎屋

羊羹といえば虎屋と言われるほど、日本を代表するご存知“和菓子ブランド”であり、1520年代（室町時代）に京都で創業した老舗ブランド（400年にわたり皇室御用達のブランド）である¹⁸。

ブランド創業から約500年、その間一度も“のれん分け”を行わずに、店員にインセンティブを与えることにより独立を抑え、独立する場合でも「虎屋」の屋号を与えないなど、ひたすら唯一無二の存在であることにこだわり、これまでブランドの希少性を高めてきた。

4-4. 事例 Brand Mook

出版不況のなか、宝島社の「Brand Mook」が絶好調である。人気ブランドのCher、Cath Kidston、LeSportsac、X-girl、Paul & Joe、Fread Perry、Yves Saint Laurentなどのブランド新製品情報をテーマにした雑誌である。

オリコン本ランキング（2009年8月17日付）で、ファッション・ブランドCherのムック雑誌が書籍総合部門で第1位、そしてMarc By Marc Jacobsが同部門で第2位を2週連続で獲得している（Cher¹⁹の8月10～23日の累計販売数は36万3,223部、Marc By Marc Jacobs²⁰は8万8,974部）。ブランドの新作情報が満載の雑誌にブランド・オリジナル商品（例えばトートバッグや折りたたみ傘）

がついて値段は1,000円前後という値頃感が大ヒットの大きな要因である。

もう1つの大きな要因が、その希少性である。付録としてのオリジナル・ブランド商品は、店頭では購入することができず、雑誌を購入した者だけが所有することができる。また雑誌であるため、販売期間は書店の店頭に並んでいる間のみ（在庫がなくなれば終了）と期間限定であるため、消費者の心理をうまくついたマーケティングを展開している。

以上、希少性だけがブランド要素のコア要因ではないが、いずれのケースもブランド構築には希少性の要素が必要不可欠であることを物語っているといえよう。

5. 結びに代えて

単に地域の材やサービスに地域の名前を付与するだけでは、地域ブランド・地ブランドには成りえず、珍しい食材だけでも地域ブランドとはなりえない。地域ブランドとは、ある地域にある商品やサービスが、地域外の消費者からの評価を高めて、地域全体のイメージ向上と地域活性化に結びつけるものである。それがたとえ地域発のヒット商品であっても、それが地域のブランド・イメージ向上や地域活性化、観光に結びつかなければ、それは地域ブランドとは言えない²¹。

したがって、地域独自の食文化、独自の調理法を他県の消費者に認知してもらい、価値を高めてもらうことで初めて地域ブランドとなり得るものである。そのために、地元で栽培された伝統野菜をベースに、各地の文化や風土を食する（経験²²・体験）ことができ、CSにつながれば、否応でも、地域ブランドとしての価値は高まってくるであろう。この限りにおいて、伝統野菜は、その素材となるべく大きな可能性を秘めているものと付度されるのである。

註

- 1 詳しくは以下を参照せよ。
関満博・及川孝信編（2006）『地域ブランドと産業振興』新評論、pp.11.12.
- 2 経済産業省HP
<http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/chikishigen/chiikibrand/bakindex.html>
中小企業基盤整備機構（2006）『地域ブランドマニュアル』独立行政法人 中小企業基盤整備機構、pp.2-3.
- 3 詳しくは以下を参照せよ。
博報堂 地ブランドプロジェクト（2006）『地ブランド』弘文堂、p.15.
- 4 例えば以下が参考となる。
Keller,K.L.(1998), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Prentice Hall.
Aaker, D.A.(1991), *Managing Brand Equity*, The Free Press.
Aaker, D.A.(1996), *Building Strong Brands*, The Free Press.
- 5 1986年頃からイタリアで生まれた運動食生活や食文化を根本から考えていこうという活動。伝統的な食材や料理方法を守り、質のよい食品やそれを提供する小生産者を守り、消費者に味の教育を進めるというもの。
- 6 食料需給表については以下を参照せよ。
農林水産省総合食料局編（2009）『平成19年度 食料需給表』農林統計協会
農林水産省HP <http://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/anpo/080805.html>
- 7 長崎県の伝統野菜。茎から突き出たコブが特徴である。戦後、長崎県吾妻町の峰真直さんが中国から引きあげて来る際に種を持ち帰ったことで日本に伝わる。
- 8 15世紀、なんばんが日本に渡来し、またたく間に全国に広がった。その古い種

類が現在長岡市山古志地区に残っている。ピーマンより一回り小さく太った唐辛子で、肉厚でピリリとした爽やかな辛味が特徴である。長い年月、山古志地区の家庭で自家用に細々と栽培され、一般に流通することはなかったが、1998年、JA越後ながおかの農業祭にて発見され、長岡野菜として栽培がすすめられてきた。ゴツゴツしたその姿が神楽面を連想させる所が名前の由来である。

- 9 文化年間(1804～1818)に山城国栗田村(京都市東山区栗田口)の農夫が、奥州津輕からかぼちゃの種子をもらい、これを愛宕郡鹿ヶ谷村(左京区鹿ヶ谷)の農家に分け与え、栽培されたのが始まりとされている。最初は普通の菊座形のものでしたが、栽培するうちにひょうたん形となり鹿ヶ谷中心に栽培が普及しました。深緑色の果実の表面には、大小の数多くの瘤があり、熟すと白い粉がふき、地色は淡い柿色に変色する。形のおもしろさから装飾用にも用いられることもある。
- 10 江戸時代に紀州から京都御所に献上されたものが、やがて水に恵まれた上賀茂を産地としてひろまったと言われている。濃い紫色で、ヘタの下は白く、三へたと云って三片に分かれることが多く、直径は12～15cmの丸形、重さは250～350g、時によって500g近くの茄子になることもある。肉質は緻密で加熱しても形が崩れにくい特徴である。
- 11 ギネスブックに認定された世界一大きい大根である。重さは通常で約6kg前後、大きな物になると約30kg、直径にして約40-50cmにもなる。かつては桜島の特産品であったことからこの名が付けられた。地元では「しまでこん」とも呼ばれている。早生種と晩生種の2種類があり、栽培されているものはほとんどが晩生種である。8月下旬から9月上旬に播種し、12月から2月にかけて収穫される。大きな大根に育てるためには火山灰質の土壌を用いて多くの手間をかける必要がある。
- 12 例えば以下が参考となる。
らでいっしゅぼやHP <http://www.radishbo-ya.co.jp/>

- 13 1970年代以降、生産・流通・販売におけるコスト要素から、伝統野菜は一般消費者向けにはほとんど消滅した。
- 14 詳しくは次を参照せよ。<http://www.toyosita.com/>
- 15 保呂羽カントリーファームは約20年前に開墾した家族経営の農場（葡萄中心）である。開墾当時から徹底的に自然派農法栽培にこだわり、除草剤、化学肥料などを一切使用しない。葡萄特有の病気であるうどんこ病や灰カビ病用のボルドー液や硫黄液を年3回（通常の減農薬栽培者でも、それらの液剤を最低でも10回は散布）に抑えた自然派栽培を実施している。また自然派農法のため土が健全である。
- 16 詳しくは次を参照せよ。<http://www.santyokuagri.jp/syokusai.htm>
- 17 中南米アンデス高地原産のキク科の根菜。インカ帝国の昔から、果物のような野菜として親しまれてきた伝統野菜。
- 18 詳しくは以下を参照せよ。
青木直己（2006）「老舗のブランド戦略とコミュニケーション」『経済広報』No.324, 経済広報センター pp.10-11.
鮫島敦（2004）『老舗の訓 人づくり』岩波書店
黒川光博（2005）『虎屋 和菓子和歩んだ5百年』新潮新書
川島蓉子（2008）『虎屋ブランド物語』東洋経済新聞社
長沢伸也・染谷高士（2007）『老舗ブランド 虎屋の伝統と革新』晃洋書房
- 19 e-Mook Cher（2009）『Cher 09-10 Autumn/Winter Collection』宝島社
- 20 e-Mook Marc By Marc Jacobs(2009)『2009 Fall/Winter Collection』宝島社
- 21 中小企業基盤整備機構（2006）『前掲書』、p.1.

22 例えば経験価値マーケティングの先駆者として以下があげられる。

Schmitt,B.H.(1999), *Experiential Marketing :How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Brands*, The Free Press.

〔解説と翻訳〕

観光と持続可能な開発

阿曾村 邦 昭

(解説)

1. 今日、グローバル化の進展とともに観光、ことに国際観光は著しく発展し、国際観光客数は実に年間約7億人に達し、その経済的規模は国際貿易の1割に迫ろうとしている。このような中で、とりわけ、発展途上諸国においては観光産業を以って社会・経済の発展のためのいわば救世主と見なす（あるいは、他にやりようもないので、見なさざるを得ない）向きが少なくない。他方、「先進諸国」の中の「発展途上地域」においても類似の現象が多かれ少なかれ見受けられる。

2. 本稿で紹介・訳出する「観光と持続可能な開発」は、カナダのBrock大学観光・環境学部准教授 David J.Telfer と Lincoln大学観光・リクリエーション学部長（観光学教授） Richard Sharpley の共著、「観光と発展途上世界における開発」（Tourism and Development in the Developing World ,Routledge,2008 —同社のRoutledge Perspective on Development シリーズに含まれている—）の核心部をなす第2章である。

此处で論じられているのは、持続可能な開発と観光との関係であって、これは、今日、自然環境のみならず、経済的、社会的、文化的環境との関連においても多々論議されている問題である。

3. 本章の内容は、次に掲げる内容構成項目を一瞥すれば容易におおよそのことがつかめるであろう。各項目は、

- (1) 学習の目的 (2) 持続可能な開発:定義を求めて (3) 保護から持続可

能性へ (4) 持続可能な開発:原則と目的 (5) 持続可能な開発:原則から実践へ (6) 持続可能な観光開発 (7) 持続可能な観光開発とは何ぞや? (8) 持続可能な観光開発:弱点と困難な課題 (9) 観光は持続可能な開発なのか? (10) 持続可能な観光開発の実践 (11) 持続可能な観光開発のガイドライン (12) 認定制度 (13) 行動規範 (14) 観光産業のイニシアティブ (15) ボランティア部門/NGOs (16) 貧しい人々のためになる観光 (Pro-poor Tourism) (17) 持続可能な観光とグローバル化

となっており、本書全体が観光と開発の関係を学ぶ上での入門レベルの教科書を目指していることから、この後で、(教師) 学生間の討議用設問が5問提示されており、最後に第2章のテーマをもっと掘り下げて学習するための参考文献およびウェブサイトが掲げられている。

4. 本章は、以上の内容を手際よく整理し、観光も、今日大きな問題となっている開発と持続可能性との二律背反の例外ではないこと、就中、観光は概して言えば持続可能な開発の原則を守るよりは「観光自体の持続性を維持することを目的としている」例が多い旨述べ、更に、グローバル化の進展に伴い、観光のもたらす環境汚染や貧富の格差拡大などのマイナス面が多々生じている現実とこれに対処するため倫理面をも含めての様々な措置、対策がとられているものの、現時点ではその効果がおおむね小規模、局地的で、かなりの限界があることについて明快な説明が行われている。著者が「国のイニシアティブとかプロジェクトのレベルでは観光開発における持続可能性の強化を達成する上でかなりの進歩が見られたことにも、疑いはない。しかし、観光はグローバルな活動なのだ。つまり、世界中の旅行・観光関係企業と団体の大多数が(それに、まったくのところ観光客自身が) 持続可能性の原則を採用しない限り、持続可能な観光開発は現実の目的とはならないであろう」と言う時、「日暮れて道遠し」の感なきを得ないが、それでもなお「ただ一つの地球」維持のために「持続可能性」へ向けての努力を一負け戦かも知れないが一精一杯続けなければならないことを痛感する。

類似のテーマを取り扱った本邦文献としては、筆者の目に触れた範囲では高寺圭一郎『貧困克服のためのツーリズム』(古今書院、2004)、河村誠司『新版

観光経済学の原理と応用』第13章「持続可能な観光開発」(九州大学出版会、2008)、それに単独論文とし金原達夫、金子慎治、藤井秀道「タイのホテル産業における環境行動」(『国際開発研究』Vol.18,No.1,2009年6月所収)などがあるが、引用文献を一見しても本邦文献は質量ともに未だ寥々たるものがあるので、此処に非力をも省みず敢て本章を紹介、訳出し、観光と持続的開発に関心を有する学徒の参考に供する次第である。

なお、本章にはすこぶる興味深い「囲み」記事が記載されているが、本稿では紙面緒都合上割愛せざるを得なかった。

(翻訳) 観光と持続可能な開発

学習の目的

本章を読み終えた後に、読者は次のことが出来るようになる。

- ・ 持続可能な開発の概念の発展、原則および目的を理解する;
- ・ 持続可能な観光開発の定義、実施および計測をめぐる主要な論点を吟味する;
- ・ 持続的な観光開発に対して現在どのようなアプローチが行われているかを確認し、かつ評価する;
- ・ 持続可能な開発、グローバル化および政治・経済との間の繋がりを理解する。

1987年に環境と開発に関する世界委員会(the World Commission on Environment and Development,略称 WCED。訳者注、国連環境特別委員会ともいう)はその報告書『われらが共有する未来』(Our Common Future,WCED 1987)を刊行した。一般にはBurundtland 報告といった方がおそらく通りがいいのであろうが、この報告書は論じて、「環境保護と経済開発に対する競合的な需要を調整するという殆ど不可能なことを試みる」(Dresner 2002)には、新たなアプローチ、すなわち、持続可能な開発(sustainable development)の採択を通ずる方法が最も実効的である、としたのであった。この用語は、実際には、WCEDの造語ではないのだが—世界保護連合(World

Conservation Union) がこれに先立って刊行した『世界保全戦略』(the World Conservation Strategy, IUCN 1980) において持続可能な開発に既に言及している一、持続可能な開発の概念が遙かに広汎に人々の注意を喚起するに至ったのは、本報告書の結果である。こうして、1980年代末以降、持続可能な開発がグローバルな開発政策の主流となった。この概念は1992年のリオデジャネイロにおける「地球サミット」から2002年にヨハネスブルグで行われた持続可能な開発に関する世界サミット(「リオ プラス10」)に至る多数の主要な国際的会議のテーマを提供したのみならず、政府関係、民間、ボランティアの各部門と国際的、国家的、地方的なレベルで活動する数え切れない程の団体がこの原則と目的を掲げるようになったのである。この概念は、1992年の「地球サミット」から出た持続可能な開発のための行動計画であるアジェンダ 21の核心部でもある。

持続可能な開発の概念が生まれ、益々一般的に認められるようになったことを反映して、就中、持続可能な「観光」開発の概念が1980年代の終わりに向かうところに注目を惹くようになり、次いで「新たな(観光)産業のパラダイムとして事実上グローバルな賛同を得るに至った」(Godfrey 1996:60)。政府部門と民間部門の双方において、政策ペーパー、計画のガイドライン、どうすれば「まともに振舞う」ようになれるのかについての説明、事例研究、観光客の行動規範およびその他の刊行物が奔流のように続々と生み出されたが、この全てが持続可能な観光開発の問題に概ね関連するものであった。その上、この概念の重要性が2002年の持続可能な開発に関する世界サミット(UNEP/WTO 2005 訳者注、此处でのWTOとは「国際観光機関」のこと。以下同じ))で強く主張される一方で、同年、ケベック市は世界エコツーリズム・サミットを主催したのであった—議論の余地はあるにせよ、エコツーリズム(ecotourism)は持続可能な観光の何たるかを明確に示す一つのやり方である—。要するに、過去15年間、観光政策と観光企画は概ね持続可能な観光開発の原則と目的によって推進されて来た。尤も、後述するように、こういった目的がどの程度達成されたかということについては依然として議論の余地がある。

これは声を大にして言っていることだが、持続可能な観光開発の概念に広汎な支持が寄せられていることは何ら驚くに値しない。第1章で述べた通り、国

際観光の開発の上での潜在的可能性について抱かれた当初の夢は、1960年代末を迎える頃には、観光開発が潜在的に破壊的な影響をもたらすことについて注意を喚起する批評家が増加するにつれて、もっと慎重なアプローチにとって替わられていたのである。始めに懸念を表明したのは「成長の限界」学派で、この派に属する人々は歯止めのない経済成長に対する当時の批判を反映し (Schumacher 1974; Anderson 1991)、観光開発の抑制を呼びかけた (Mishan 1969; Young 1973)。観光のもたらす結果についてもっと的を絞った特定の研究が1970年代末から1980年代始めにかけて次々に行われ (Turner and Ash 1975; Smith 1977; de Kadt 1979; Mathieson and Wall 1982)、観光 (あるいは、もっと特定して言えば、大衆観光) は、1990年代になる前に既に「われらが惑星に出没する...亡霊」(Croall 1995:1) といったほとんど黙示録的なぞっとさせる言葉で記述されるようになっていた。この結果、持続可能な観光開発の原則 (複数。以下同じ) —大衆観光 (mass tourism) に対する多くの (正当化し得ることが少なくない) 懸念と批判に対処する—は、国家および観光目的地レベルで広汎に採用され、また、若干の旅行・観光産業部門によっても採用されたのであった。

しかし、持続可能な観光開発は依然として高度に議論の分かれる概念であって、この点ではその親に相当する持続可能な開発パラダイムもまったく同じことである。特に、この概念は、持続可能なあるいは「良き」観光形態と持続不可能な大衆的 (あるいは「悪しき」) 観光形態とに論議を両極化するので、物事を黒か白かにはっきりと分けてしまい、加えて、観光開発といってもいろいろ異なる状況があるのに、それに対応出来ない硬直的な青写真である、と考えられている。もっと一般的に言って、持続可能な開発の広汎な原則と目的の上にどの程度観光を企画し得るのかということについて多くの人々が疑問を投げかけているのみならず (Sharpley 2000; Berno and Bricker 2001)、実際に行われている「真 (まこと) の」持続可能な観光開発なるものの事例が殆どないということも事実として受け入れられている。更に、最近、諸般の情報の示唆するところでは、この概念に対する理想主義者的支持は衰えて来ており、観光開発に対するもっと实际的で「しっかりした」(responsible) アプローチが貧しい人々のためになる観光 (pro-poor tourism 訳者注、この用語の定訳はな

いようであるが、要するに貧しい人々の利益になるような観光を意味する）などのような特定の政策となって表明されるようになって来ている。

にもかかわらず、「観光は持続可能な開発に対して行い得る貢献の見地からして特別の地位を占めている」(UNEP/WTO 2005:9) という認識には何ら変わるところがないままである。換言すれば、多くの国々にとって観光は開発への主要な一場合によっては唯一の道である。そこからして、観光目的地の持続可能な開発に対する観光の貢献を極大化するようなやり方での観光開発を確保する必要性が存在する。本章の目的は、従って、持続可能な観光開発の概念をめぐる論争とこの概念が直面する困難な現代的課題を検討する前に持続可能な開発の原則と目的を探究することである。かくして、まず取り組むべき問題は、「持続可能な開発とはなんぞや?」という問題である。

持続可能な開発:定義を求めて

持続可能な開発は多くの人々によって受け入れられてはいるものの、この用語の実際の意味に関しては未だに一致した見解を見るに至っていない。すなわち、何が持続可能な開発では「ない」のかということ定義するのは比較的容易ではあるものの、それが何で「ある」のかということ言うのは遙かに問題が多いことが分かっている。持続可能な開発といっても聞く人が違えば、違うことを意味するし、数え切れない程様々な状況（勿論、観光をも含めて）に用いられる。その結果、定義が数多く存在することになる。例えば、1990年代の始めに至るまでに持続可能な開発について提案された定義の数は既に70を越えていたと述べられている (Steer and Wade-Grey 1993) ! にもかかわらず、最も人口に膾炙（かいしゃ）し、かつ長持ちしているのはBrundtland報告の定義で、それは「将来の世代が彼ら自身のニーズを満たす能力を損なうことなしに現在の世代のニーズを満たすような開発」(WCED 1987:48) というものである。尤も、この定義は、精々のところ曖昧（vague）で、悪く言えば無意味（meaningless）であると見なす人々が多い。

しかし、一般的に認められている処では、持続可能な開発は「環境保護主義者と開発業者（developers）の接点」を意味している (Dresner 2002:64)。換

言すれば、持続可能な開発は二つの過程、すなわち、開発と持続可能性とが結びついたものであると考えることが出来るかも知れない（尤も、持続可能性という用語は持続可能な開発と同じ意味で使われることが良くあり、若干すっきりしないところもある）。このようなアプローチをすれば、おそらく、事態をあまりにも単純化することとなろう。すなわち、「開発」も「持続可能性」も双方ともに解釈次第で意味が異なって来る—例えば、環境の持続可能性といっても環境中心の（強度の持続可能性）視点から検討する場合もあれば、技術中心の（強度の弱い持続可能性）視点から検討する場合もある。にもかかわらず、持続可能な開発をその二つの構成部分に分けて見ることは、本書の目的からすると、持続可能な開発という概念の発展を探究するために役に立つ基盤となる。

「開発」一般についてと特に開発の意味なり解釈における変容については、既に第1章で取り扱った。そこで、持続可能な開発「方程式」の残りの半分、すなわち、持続可能性を検討することが必要になる。

保護から持続可能性へ

開発についての考え方が狭義の古典的経済成長の視点からもっと幅の広い、別の形の開発と最近見受けられるアプローチの多様性へと進化したのと同じく、環境に関する関心の特徴ないし環境保護主義は数多くの段階を経て保護から持続可能性へと進化した。

環境に対する人間の影響についての懸念の始まりは文明の起源にまで遡ることが出来であろうが、他方、人間社会は歴史を通じて過剰人口、資源枯渇、汚染などの様々な環境問題に悩まされて来た—現在でも悩みは続いている—（McCornick 1995）。しかし、1850年代の辺りになって始めて表だった組織的な保護運動が現われ始め、これが現行の環境保護主義の到来を告げる標（しるし）となった。都市と工業の発展、自然界に対する関心と知識の増加、自然空間に対するアクセス増大を要求する快適運動（amenity movement）の展開を含む多数の要因の影響によって、1889年に創立された英国の王立鳥類保護協会のような特定の生物種を保護するとか、1892年にJohn Muirによって創立された米国のSierra クラブのような自然領域保全を目的とする極めて多くの団体

が設立された。このような団体には一つの共通した目的があり、それは自然を支配し、利用することが正しいとする、いたる処で普通に見受けられる近代主義者—技術中心主義的考え方と真っ向から対立する。すなわち、自然資源の保護（および一般大衆がこれを愉しめるようにする）の促進がその目的である。

20世紀の半ばまで圧倒的に多かったのは、保護にこのような焦点を当てる行き方であった。その上、現在では世界保護連合（the World Conservation Union）として通っている国際自然保護連合（the International Union for the Conservation of Nature,略称 IUCN）のような国際機関が創設されたにもかかわらず、環境についての関心領域は通例局地的であり、一国の国境なり国ごとの関心を越えることは減多になかった。しかし、1960年代から、環境保護主義は、脅威に曝（さら）されている自然領域および生物種を保護するという特定の関心を遙かに越えた一連の思いこみがしみ込んだ人気のあるイデオロギーと化した。単に資源の枯渇を問題にするというよりは、寧ろ、これまで人類進歩の頼みの綱であると考えられていた現実の科学的、技術的、経済的過程もまた問題視されるようになった。Rachel Carson の著書『沈黙の春』（*Silent Spring*, 1962）は人造殺虫剤の乱用を特定のテーマとしたものであるが、それにもかかわらず、この著作を以て近代環境保護主義の歴史における画期的事件と見なす人々が多かった。同じように、Hardin の著作である「庶民の悲劇」（*Tragedy of the Commons*, 1968）では、有限の自然資源を個人が過度に消費すれば、結局、どのようにして全員が破滅するに至るかということを平易に叙述している。

同時に、いわゆる「豊かさの排出物」（effluence of affluence）たる工業化の副産物は、国境線など毫（ごう）も顧みることがなかった。一つの国で発生した大気や水の汚染が他の国に対して悪影響を与えることが少なくなかった。1960年代半ばにBouldingが提唱した「地球宇宙船」の観念に影響を受けて、環境保護論は国際的な局面に取り組むようになった。地球は資源に限りがあり、廃棄物の吸収能力に限界のある閉鎖システムであると考えられるようになり、その結果、世界の環境に対する脅威はグローバルな危機であると考えられるようになった。こうして見ると、1972年の国連人間環境会議（the United Nations Conference on the Human Environment,略称 UNCHE）のモットー

が「ただ一つの地球」であったのは偶然とは言い難い。

その上、環境保護主義は、それに先立つ保護運動とは二つの点で異なっている。第一に、環境保護主義は、酸性雨、森林破壊、捕鯨のような資源問題のみならず、このような問題を生ずるに至った原因である技術的・経済的過程をも含む人間の環境全体に取り組んでいる。国際旅行、就中、飛行機による旅行は、環境悪化と今日極めて重要な政治・環境問題となっていること、すなわち、気候変動の大きな原因となっているこのような過程の一つであると多くの人々が考えるようになった。環境保護主義者（複数）は注意を社会・政治問題に向け、1960年代と1970年代に盛んだった反戦運動、反消費者主義運動、市民権運動などのような他の社会運動を受け入れた。にもかかわらず、彼らの主たる関心は人間の存在を支える地球の受け入れ能力であって（この点は今も変わっていない）、これが今日「持続可能性」と言われているものの基盤となったのである。

要するに、持続可能性とは、生産と消費からなる人間の経済体制はグローバルな生態系の下部システムであるという観念に基づいている。つまり、グローバルな生態系が自ずから経済的・下部システムへの全ての投入財の源泉となり、その全ての廃棄物の受け皿となる（Goodland 1992）。グローバルな生態系には供給源機能と廃棄物受け入れ機能があるが、生産—消費のニーズを各々賄い、こういった過程から生ずる廃棄物を吸収する能力には限りがある。こうして、方程式の中の変数は下記の通りとなる。

- ・自然（更新不可能な）資源の蓄えが、代替・更新可能な資源の開発との比較において、使い果たされる割合
- ・廃棄物が、環境の吸収能力との比較において、生態系に戻される割合
- ・グローバルな人口水準と一人当たりの消費水準

持続可能性はこれらの変数の間にバランスを保つことに関わっており、その潜在的可能性は生産と消費の過程を決定する政治的、技術的、経済的、社会的制度の実効的な管理（「変化」といったほうがいいのかも知れないが）に大きく依存する。持続可能性を達成する上で各々の変数が同じ重要性を有するのであるが、1997年の京都議定書の後では、地球温暖化と気候変動が現在最大の

関心事項となっている。実際に、2005年末のモンテリオールでの国連会議では一ヵ国（米国）を除いて全ての参加国が京都で合意された措置をスピードアップすることに同意した。これは、すぐ後に論ずるが、観光と特に関係のある問題についての懸念が広汎に存在することを物語っている。

持続可能な開発:原則と目的

1970年代には、グローバルな生態系にとって過度の負担を強いると考えられるものを削減するために成長を制限することが関心の的であった。前述の1980年に行われたIUCNの世界保全戦略は「持続可能な開発」という用語を始めて使用し、軸足をはっきりと保全に置きつつも、開発を保全に組み入れようという試みをながしか行なった。こうして、持続可能な開発のためにグローバルな戦略の枠内で開発と環境問題を結びつけるのは、Brundtland 報告の手に委ねられた。この後に出たのがBrundtland報告ほどの知名度はないが、それに劣らず重要な『地球を大事に』（Caring for the Earth）報告である（IUCN 1995）。Brundtland報告の持続可能な開発戦略が可成りのところ新古典派的経済成長への回帰に基づいていた（Reid 1995）—すなわち、伝統的な経済成長に基づく開発を持続可能な開発の礎として採択した—のに対し、『地球を大事に』は「持続可能な生活」戦略の先鞭を付け、重点の置き所は持続可能な生活様式の採用と本質において消費習慣に対する人々の態度の変革であった。この二つの報告書が合して、持続可能な開発の主要な原則と目的および持続可能な開発を達成するための前提条件とは何なのかということを確認する枠組みが形成された。

いかなる形の開発も環境の制約の枠内で行わなければならないという基盤の上に立って、持続可能な開発を導くべき原則とは以下の通りである。

- ・全体論的視野:開発と持続可能性はグローバルな挑戦である;
- ・未来性:将来を長い目で見ることに重点を置くべきである;
- ・衡平:開発は各世代内および各世代間で公正かつ正当なるを要する。

（訳者注、全体論—holism—とは、全体は部分の総和としては認識出来ず、

全体それ自体としての原理的考察が必要であるとする考え方。平たく言えば、あるプロ野球チームに有名な監督と数名の人気選手がいたとしても、そのチームの存在価値はこれらの人々を含めたチーム・メンバーの価値の単純な総和ではなく、チーム自体としての伝統・評価という総合的なものが存在するということであろう)

既述の通り,Burundtland報告は、基本的ニーズを満たすのが望ましいと認める一方で、経済成長が持続可能な開発のための前提条件である、と主張した。これとは反対に、「地球を大事に」の主張は、一般的に言えば環境、特定して言えば消費に対する人々のアプローチに根本的な変革が生じなくてはならない、とする。しかし、この双方ともに持続可能な開発にとって重要な構成部分である。開発を支えるためにはある程度の水準の富の存在が必要であるが、それでも、グローバルに観ると、環境に対する圧力は資源問題ではない—それは、人間にかかわる問題である (Ludwig 他1993)。従って、表 2.1に要約されている通り、持続可能な開発についての開発および環境上の目的を達成するためには、多数の要件が満たされなければならない。

そこで、持続可能な開発の全般的な目的は、下記のようなものだと考えてもいいのかも知れない。

- ・環境の持続可能性:資源の保護と実効的な管理;
- ・経済的持続可能性:継続的開発の基盤としての長い目で見た上での繁栄;
- ・社会的持続可能性:貧困撲滅を中心課題としつつ、人権、機会均等、政治的自由、自決 (self-determination) を促進。

もとより、持続可能な開発の原則と目的に関するこのような論述は、主流をなしている実務者の/管理者的な視点を反映しているということにぜひ留意願いたい。すなわち、此处で論じようとしているのは、世界の資源保護のために必要であると見なされている原則と目的に関わっているのである。しかし、開発は、本来政治的な過程でもある—開発について異なる見方をするのは、異なる政治的イデオロギーを反映しているのかも知れない。例えば、ネオリベアリ

ズムは自由市場的経済成長に基づく個人の自由と開発の双方を信奉しているのだが、これは環境問題の解決は個人の自由への介入とその制限にあるとする急進的な環境運動とは相容れない（Martell 1994）。同じような意味で、社会主義の政治が先に来るような経済の立場から、資本主義の影響と利潤を求める衝動を減らせば持続可能性を達成出来るかも知れないと論じられているが、それ自体、生産の集団的所有制との関係に変革が生ずることを前提としている。開発と持続可能性に関する政治的視点としてはこの他に、マルクス主義的アプローチ（人によっては、疎外感を克服し、また、人間個人としての自由と満足感をも達成するために人々が自然環境と触れあう必要があると強調することを通じて環境保護主義に積極的に貢献しているとする者もいる）と環境フェミニスト（eco-feminist）的視点の双方が含まれる。後者の主張では、女性らしさ（femininity）と結びつけられている価値観や特徴（相互の関係、バランス、自然な過程の重視などのような）が持続可能性の基盤となり得るかも知れない、というのである（Martell 1994）。

表 2.1 持続可能な開発:原則と目的

根本的原則：	・ 全体論的アプローチ：グローバルな社会、経済、環境に関する脈絡の中に組み込まれた開発と環境問題。 ・ 未来性：グローバルな生態系—人間の下部システムを含む—の継続を可能とする能力に焦点を当てる。 ・ 衡平：公正且つ正当で、現在および将来の双方にわたってあらゆる社会の全てのメンバーに対し資源へのアクセスと資源の利用のための機会が提供されるような開発。
開発の目的：	・ あらゆる人々にとっての生活の質的改善:教育、平均余命、潜在的可能性を達成する機会。 ・ 基本的ニーズを満たす：収入よりも寧ろ現に存在するものの本質への集中。 ・ 自持（じじ）：政治的自由と地元のニーズのための地元での意思決定 ・ 内発的な（訳者注、地元の地域共同体の内部から盛り上がってくるような）開発

持続可能性の目的	・ 持続可能な人口水準。 ・ 更新不可能な自然資源の消耗を最小限にとどめる。 ・ 更新可能な資源の持続的利用。 ・ 環境の吸収能力の範囲内での汚染放出。
持続的開発にとっての必要条件	・ 持続可能な生活に適合するような新たな社会的パラダイムの採択。 ・ 生物複雑系の保護 ・ 公正な開発と資源利用に専念する国際的および国家的な政治・経済体制。 ・ 環境問題の新しい解決策を絶えず探し求めることを可能にするような技術体系。 ・ 地方、国、国際間のレベルで総合的な開発政策を促進するグローバルな同盟。

出所：Streeten（1977）；Pearce 他（1989）；WCED（1987）；IUCN（1991）

持続可能な開発:原則から実践へ

Dresner（2002:67）が述べているように、「持続可能な開発は時として曖昧な考え方だとして非難されることもあるが、実際にはそんなものではない」。しかし、持続可能な開発は、主として実際の運営と計測にいろいろ問題がある結果、依然として議論の分かれる概念に留まっている。その上、前項で述べたように、この概念は様々に異なるイデオロギー的解釈によって内容が変わって来る。換言すれば、持続可能な開発の原則を実施し、それがどれだけの成果を収めたのかを査定するのは至難の業であることが判明した。この論争を完全に再吟味することは本章の範囲を越える（例えば、Reid 1995 を参照）が、しかし、主要な疑問点なり批判をはっきりさせておくことは、このような疑問や批判の刃が特に持続可能な観光開発の概念に対しても同じように向けられる可能性があるるので、重要である。

持続可能な開発を実際の仕事として実践するに当たっての主要な困難は、つとに認識されているこの概念の曖昧さとその本質に固有の矛盾が存在することである。すなわち、「開発」と「持続可能性」という二重の目的を以て矛盾語法（訳

者注,cruel kindness とかlaborious idleness のように相反する意味の言葉を続けて用いること)と見なす者が多いのだ。どのようにすれば開発(資源の飽くなき利用を必要とする)が持続可能性(資源の消耗を最小限にする)と同時に達成出来るというのだろうか?その上、この文言自体についての解釈が様々に異なるのと、この文言が二つの構成部分からなっていることが、事態を更に複雑にする。持続可能な開発とは、文字通り持続することが出来る開発で、開発(定義如何を問わず)を優先させるのか、それとも、環境の持続可能性(これもまた、定義如何を問わず)によって制約されている開発なのであるか?全くのところ、持続可能性についての客観的な評価が行われ得ると仮定しても、開発が主観的概念に留まるのは避け得ない。こうして、例えば、ブータンにおける観光は環境の見地からして持続可能であると多くの人々が考える一方で、それがどの程度ブータンの持続可能な開発に貢献しているかは未だに議論の余地がある。

持続可能な開発はグローバルな開発の脈絡においては欧米の覇権を露呈するもう一つ別の形でのやり方であると考える人々も一部にはいる訳で、この点からする批判も持続可能な開発の概念に対して向けられている。開発の過程なり目的がグローバル化の時代にはもはや可能ではないとするならば、それはひょっとすると持続可能な開発は達成出来ないのだということをにおわせるのであろうか?一方において、いわゆるネオリベラル学派は、グローバル化が自由貿易と資本の移動を通じて達成され、結局は、あらゆる人々に富と繁栄をもたらすのだ、と説く。その反対に、急進派の説くところでは、グローバル化は富裕な「中核」と後進的な「端パイ」との間の乖離を増大している。確かなのは、持続可能な開発の概念には問題があるということだ。それはある意味では「貧困の汚染」に苦しんでいる多数の国々にとって受け入れるだけのゆとりがないような贅沢品であるばかりではなく、多くの疑問をも生ずるのである。このような疑問を例示すれば、下記の通りである。

- ・ 開発が進んだ後の持続可能性 (developed sustainability) としてどういうものが考えられているのか? 個人の富、国富、人類社会、それとも環境の多様性なのか?

- ・持続される期間はどのくらいの長さなのか？一世代、一世紀、それとも「永久」なのか？
- ・持続可能な開発を評価する際にいかなる目安を用いるのか？これ以上の環境悪化を生じないというのが目安になるのか、それとも受け入れ可能な変化の限界を目安とするのか？
- ・持続可能な開発の責任者は誰なのか？個人、各国政府、それとも国際社会なのか？
- ・いかなる政治・経済的条件の下で持続可能な開発は可能なのか？

上記の疑問や他の疑問に対する答えは必ずしもはっきりしない。にもかかわらず、持続可能な開発、あるいはもっと一般的に言ってグローバルな環境の持続可能性を達成するのは疑いもなく至難の業（わざ）であるにせよ、もう一つの選択肢（すなわち、非持続的な可能性（unsustainability））を選ぶことは出来ない。

持続可能な観光開発

本章の始めの部分で述べた通り、持続可能な観光開発は、1980年代末期に現れた、新たな形の観光を発展させようという戦略に淵源する。国際的な大衆観光が急速に無秩序的に成長を遂げ、そのマイナスの結果—1960年代以降のスペイン南部海岸（costas）の開発がその縮図であろうが—についての懸念が深まり、観光開発についての新たなアプローチが益々注目されることとなった。「グリーン」（訳者注、green tourism とは、都市生活者が農村で滞在型の余暇を過ごそうという旅行形態）、「責任のある行動が出来る」、「まともな」（appropriate）、「環境にあまり影響を与えない」（low-impact）、「ソフト」、あるいは「エコツーリズム」（訳者注、「環境観光」とも訳される。観光を通じて環境保護や自然保護への理解を深め、同時に地元の経済開発との両立を目指す）と銘打った様々な観光スタイルは、全体として見れば、大衆観光の発展以外のもう一つの選択肢を文字通り代表している。このような観光スタイルは、観光のマイナスの影響を最小限に留め、観光目的地に最大限の利をもたらすようにしようという意

図を有するのであるが、全体としてみれば、ありきたりの大衆観光の特徴と真っ向から対立する特徴を多々共有している（表2.2参照）。

表2.2 大衆観光とこれに替わる別の形態の観光の特徴比較

従来型の大衆観光	別の形態の観光
（一般的特徴）	
急速な発展	緩慢な発展
極大化	最適利用
社会・環境への思いやりに欠ける	社会・環境に思いやりがある
無秩序（自由奔放）	秩序（抑制）がある
短期	長期
部門別	全体論的
遠隔地支配	地元支配
（開発戦略）	
計画性のない開発	最初に計画、次いで開発
プロジェクト主導型の企画	概念（コンセプト）主導型の企画
ところ嫌わずに観光開発	適切な場所での開発
「おいしいところ」への集中	圧力と利益の拡散
新しい建物	現存の建物を再利用
余所者による開発	地元の開発業者（developers）
従業員は他所から来る	地元の人々が雇われる
都会的建築	地元固有の建築
（観光客の行動）	
大集団	一人旅、家族、友人同士
あらかじめ決まっているプログラム	自発的決定
時間のゆとりが殆どない	時間のゆとりがたっぷりある
「景色」	「体験」
外から持ち込まれた生活様式	地元の生活様式
快適・受け身	可成りの努力を要する・能動的
やかましい	静か
買い物をする	贈り物を持って行く

出所：Lane（1990）；Butler（1990）を變形。

大衆観光に替わる別の（alternative）形態の観光を以て持続可能な観光と

同義であると考える人々も一部にはいるし、勿論、このような観光開発が実際に行われている事例が今日数多く存在する。典型的な傾向として、このような事例の規模は小さく、その場所にぴったりであって、観光資源の質を保護し、向上させることに重きを置いている。観光開発は、主として地元地域社会が所有し、発言権を持っており、観光客、観光目的地の環境、地元の人々が長期的に最大限の利益を得るように運営されている。

しかし、別の形態の観光も、正に「大衆観光に替わるもう一つの観光」であるという理由で多くの人々から批判されて来た。つまり、これは、大衆観光の「問題」に対する解決策というよりは寧ろ一つの代替案だと言うのである。同時に、大衆観光とは別の形態の観光開発、就中、エコツーリズム—それ自体論議的となっている概念ではあるが（Fennell 1999 参照）—に関心が高まり、これが大衆観光—暗黙のうちに「悪い」観光（そして、「悪い」観光客）—とそれとは別の「良い」形態の観光との間の区別を増幅する役割を務めることとなった。その結果、元来構想されていた持続可能な観光開発の概念は持続可能な開発の原則をもっと一般的に観光に適用したものではあるにせよ、持続可能な観光開発を定義付け、実施しようという試みは、大衆観光とそれ以外のこれに替わる別の観光形態との二つに分けるやり方が続いたために、最近に至るまで、勢いをそがれて来たのである。これはある批評家の言であるが、観光開発を持続可能にするためには、観光開発が「大衆観光よりも好ましいと考えられる選択肢なり戦略」に基盤を置くようにすべきである（Pigram 1990）。

持続可能な観光開発とは何ぞや？

過去15年にわたって、観光の研究と実践の双方にとって圧倒的に重要な問題であったのは持続可能な観光開発の概念であったと言っても、おそらく嘘にはならないであろう。確かに、この問題についての学術研究書と論文が数え切れないほど量産され、専門誌も二種類生まれた（*Journal of Sustainable Tourism* と *Journal of Ecotourism*）。実際のところ、WTO刊行の持続可能な観光についての注釈つき文献一覧によれば、1999年に至るまでにこの問題に関する96冊の書籍と280の論文が既に存在していた（WTO 1999）！それでもなお、この問

題に対して払われた関心が極めて大きかったにもかかわらず、持続可能な観光開発の定義に関するコンセンサスに到達することは、不可能とは言わないまでも、困難であることが判明した。持続可能な観光開発は、一般的に、「観光産業、観光客、環境、物見遊山客を受け入れる側の地域社会との間に生ずる複雑な相互作用によって創り出される緊張と摩擦を削減しようという意図を有する前向きのアプローチ」(Bramwell and Lane 1993)であると述べられて来た。しかし、これによって、持続可能な観光の開発上の目的は何なのかということも、また、そのような過程が達成され、計測される可能性が現実のものとなった時にどのような過程を辿るのかということも何ら示されてはいない。

しかし、もしも持続可能な観光開発が持続可能な開発という「親（おや）パラダイム」を特定の部門に当てはめたものであるならば、このような観光開発は持続可能な開発の原則をも共有してしかるべきではないのかという考えを述べるのが理にかなう。換言すれば、観光開発の基本的な役割は、それが観光目的地の一層広汎な経済的・社会的開発にとってどれだけ貢献出来るのかということにある。こうして、観光自体、環境の見地からして持続可能なのが当然であるのみならず、もっと広汎な持続可能な開発の政策と目的に際限なく貢献すべきであるということになる。

このようなアプローチは、実際に、カナダで行われた「地球90会議」(the Globe 90 Conference)で採択されたのだが、この会議では観光が開発の上で果たす役割を認め、観光の企画と経営の指針として次の三つの基本原則が提案された。

- ・観光は、社会的に認知された持続可能な経済開発の選択肢であって、この点で他の経済活動と何ら変わることはないと考えられる；
- ・他の経済部門との関連において観光産業がまともな産業であるとの社会的認知、観光産業の分析とモニタリングを可能とするような適切な情報基地；
- ・観光開発は、持続可能な開発の原則と合致し得る方法で行われなければならない。

このアプローチには、観光開発の概念化という点で多くの重要な意味合いが含まれている。第一に要求されているのは、観光の有する開発上の潜在的可能性は他の経済部門との対比において評価される（他の経済活動を発展させる潜在的可能性が存在すると仮定した場合のことだが）—すなわち、観光は一層広汎な社会・経済および環境の脈絡の中で考慮されるべきものである。第二に、その意味するところは、観光は希少資源を求めて他と競争すべきではない、ということである。寧ろ、資源を一層効率的に、持続可能なように分かち合って利用することに重点が置かれるべきなのである。第三に、観光を大衆観光と持続可能な観光という二つに分ける前述の分類法は妥当性を失う。換言すれば、克服すべき問題は、あらゆる形態の観光（大衆観光をも含め）が持続可能な開発に貢献するような方法で確実に企画され、経営されるようにすることなのである。最後に、極めて重要ではあるがまだ未解決の問題に注意を向けるとしよう。観光の全システムを包含するような全体論的アプローチが必要である。すなわち、観光の観光目的地における開発に対する貢献を考慮することは重要ではあるが、他方、観光を生み出す地域と特に観光目的地に対する旅行がもたらす環境上の影響を考慮することもそれに劣らず重要である（Hoyer 2000）。

この後で、観光の企画および政策関連ペーパーの多くに持続可能な開発の原則が盛り込まれることとなった。このようなペーパーに見られる典型的な原則とガイドラインは表2.3に要約されている。

就中、自然資源の持続可能な利用と物理的および社会・文化的受け入れ能力の範囲内での観光開発は根本的な重要性を有するのであるが、他方、観光のもたらす利益が公正に配分されるような工夫が見られる。未来性の概念は、これらのガイドラインにも明示的ではないにせよ盛り込まれている。加えて、地域社会が関与するようになっているので、これは、持続可能な開発パラダイムの極めて重要な要素である自恃と地元の内側から生まれて来る開発という特定の要件を満たすように思われる。

表 2.3 持続可能な開発：原則（複数）の要約

- ・自然、社会、文化各資源の保護と持続可能な利用は、極めて重要である。従って、観光の企画と経営は、環境の許容範囲内で、かつ自然資源および人的資源を長期的観点から適切に利用することにしかるべく配慮して行われるべきである。
- ・観光の企画、開発および運営は、国と地元の持続可能な開発戦略に組み込まれるべきである。就中、様々に異なるタイプの観光開発とこのような観光開発が現存の土地・資源の利用および社会・文化的要因と結びつく態様について配慮がなされるべきである。
- ・観光は、環境関連の負担と利益（cost and benefit）を考慮に入れながら、地元の経済活動を幅広く支援すべきである。しかし、観光が一地域の経済基盤を支配下に置くような活動になるのは、許されるべきではない。
- ・観光の企画、開発および管理に対する地元地域社会の参加が、政府および観光産業の支持の下に促進されるべきであり、このような参加が実現することが期待される。観光のもたらす利益の公正な配分を確保するために、先住民、女性、少数者集団を巻き込むように特別の配慮が必要である。
- ・全ての団体および個人は、観光目的地の文化、経済、生活様式（way of life）、環境および政治構造を尊重すべきである。
- ・観光に携わる関係者全員に持続可能な形態の観光をもっと発展させる必要性について教育を施すべきである。この中には、従業員の研修および教育と物事をよく考えた上での観光マーケティングを通ずる持続可能性の問題に関する観光受け入れ地域の社会と観光客自身の意識向上が含まれる。
- ・観光の影響を常時観察し、問題を解決するため、また、地元の人々やそれ以外の人々が変化に対応し、機会を活用し得るようになるため、観光の開発と運営の全ての段階を通じて調査研究が行われるべきである。
- ・今は表に出ていないがこれから発生するかも知れない紛争を回避し、観光の開発と経営に関与している人々全員にとって最大の利益がもたらされるようにするため、全ての機関、団体、企業および個人が協力し、協働する必要がある。

出所：Eber（1992）；WTO（1993）；ETB（1991）；WTO/WTTC（1996）；EC（1993）を変形。

しかし、始めのうちはこのような持続可能な観光開発の原則に忠実であったとしても、持続可能な観光開発は、実際のところ、むしろ典型的な場合に、「観光中心の狭い」視点（Hunter 1995）と指摘されている状況を反映して来た。主要な目的が、観光を観光を越えたもっと広汎な開発の上での脈絡で考えるというよりは、寧ろ、持続可能な観光を発展させるというか、もっと正確に言えば、観光自体を持続させることであつたし、今でも同じことである。その結果、最大の関心事は、観光目的地での観光を越えたもっと広汎な持続可能な開発全体に対する観光の貢献を最大限にするというよりも、特定の状況の下での観光の命綱である自然資源、人工的資源および社会・文化的資源の保護となつてしまい、それによって経済部門として観光が長期的に「生き残れる」ようにしようというのであつた。要するに、持続可能な観光開発の最も一般的な解釈とは、「ある地域において、無定限の期間、その生命力を維持し得る形態の観光」（Butler 1993:29）である。

勿論、これは、ある程度は商売の上での健全なしきたりなのだ。産業は全て出来るだけ長く生き延びるために自己の資源基盤を維持しようと努めるのであるが、他方、健全な環境政策が行われれば、利益を上げる可能性が増強されるかも知れない。しかし、そんなことは、持続可能な開発とは意味が違う。こうして、持続可能な観光開発の成功した具体例は多々あるにせよ、傾向としては、特定の地元に限定されており、また、規模が小さい。逆に、もっと規模の大きな持続可能な観光開発の具体例は殆どあるいは全く存在しない。此処から自ずと推論されるのは、「真（まこと）の」持続可能な観光開発（すなわち、持続可能な開発の教説に合致するような観光開発）は達成不可能なのだということである。事実、今日、一般に受け入れられているのは、持続可能な観光開発は、極めて望ましいものではあるが、不可能ではないにしても実行困難な理想を追った概念であるということだ。

こう言ったからとて、持続可能な観光を実践に移そうという努力が行われてこなかった（そしてそのような努力が続けられていない）などということをお口にしてはいる訳ではない。事実、この後すぐに述べる処であるが、観光システム全般を通じて多くの団体や企業が持続可能な観光開発の原則を採用するなり促進する試みを行って来た。

しかし、此处で認識しておくのが大事なのだが、観光開発に対するアプローチとして、持続可能な観光は数多くの可成り困難な課題に直面している。

持続可能な観光開発:弱点と困難な課題

持続可能な観光開発の定義と存続の見通しに関してコンセンサスはないにせよ、原則的にその目的に反対する者は殆どいないだろうと言ってもおそらく間違っていないのではないか。しかし、これと同じように、特定の経済・社会的活動として、観光が持続可能な開発の概念に反するように思われる特徴を多々露呈しているということに異議を唱える者も殆どいない。このような特徴は、観光の「根本的真実」として多くの人々によって良く引用されている論文(McKercher 1993)で言及されているのであるが、以下にその要約を掲げておく。

- ・ 主要な、グローバルな活動として、観光は資源を消費し、廃棄物を生み出し、可成りのインフラ開発を必要とする；
- ・ 観光開発の結果、現在は表面化していないとしても、将来、資源の利用に行き過ぎを生ずる恐れがある；
- ・ 観光産業は、生き延びて、成長を続けるために、希少資源を求めて競合する；
- ・ 観光産業の主力は、短期的利益の極大化を追い求める小規模な民間企業である；
- ・ 観光は、グローバルな他部門にわたる産業であるため、統御不可能である；
- ・ 「観光客は消費者であって、人類学者ではない」；
- ・ 大部分の観光客が求めているのは、のんびりすること、愉しむこと、日常生活からの逃避と娯楽である；彼らは観光客たることに「懸命に努力すること」など望んでいない；
- ・ 現地から外に出て行くものではあるにせよ、観光体験は「その場で」生産され、消費される。

全体として、上記の「真実」は、三つの重要な問題を示している。第一に、

観光は「たたいても埃のでない」(smokeless)産業ではない。昔からみんなが知っていることだが、観光が発展すると観光目的地に可成りの環境に対する影響と社会的影響が及ぶ可能性があり、それを効果的に管理することが観光の持続可能性にとって根本的に重要である。第二に、観光の消費はその(持続可能な)開発上の貢献に直接的な関連がある—観光に対する需要の規模、範囲および性質によっては、持続可能な開発にとって可成り困難な問題が生ずることとなる。第三に、観光産業の構造、規模および固有の権力関係は、当該産業の側で持続可能な開発の原則を集団として画一的に忠実に守っていく見込みについて重要な疑問を投げかけることとなる。

こういう問題はすぐ後で取り上げるし、この後に続く章(複数)でももっと詳細に論ずるつもりである。しかし、持続可能な観光開発の概念には更なる一般的な弱点があってコメントに値するのだが、それは、この概念の原則と目的が全体として観光開発にとって相対的に硬直的で、議論の余地はあるにせよ欧米中心の「青写真」と受けとられるような何組もの多数のガイドラインとなって現れているということである(Southgate and Sharpley 2002)。換言すれば、このような原則と目的は観光開発に対して比較的画一的なアプローチを提示しており、通例、そのよって立つ基盤は受け入れ可能な環境と社会的変化の限界(欧米の基準による)の管理であるが、これでは千変万化の複雑性を有する観光開発の背景に対処することなど出来ない。すなわち、地元の開発上のニーズ、地元の環境に対する態度と知識、地元の統治・企画システム、地元経済の成熟度と多様性等々のような様々の要因の点で全ての観光目的地はそれぞれ異なっている。例えば、議論の余地はあるにせよ、低開発国(less developed countries)の中で第1章で言及した「離陸」(take-off)の段階にまだ到達していない国々もある。この結果、こういう国々は観光開発によってもたらされる様々な機会の一部を活用出来ないばかりでなく、至る所で見受けられる貧困と栄養失調のような一連の開発上の優先案件に直面しているのであるが、こういう案件は持続可能な観光開発が対象とする優先案件とは異なる訳である。こうして、国によっては—例えばガンビア—観光と開発に対する別のアプローチが必要となるのかも知れない。

面白いことに、持続可能な観光に対するごく最近のアプローチの主眼とする

ところは、実際に、貧困という特定の問題の他に、就中、地元の観光システムの中できちんとした地位を獲得することが出来ないような観光目的地の最も貧しい層のメンバーに観光開発の利益がまわるようにする政策を展開する必要性である（WTO 2002;UN 2003を参照）。

これは貧しい人々のためになる観光（pro-poor tourism）と呼ばれているが、これについてはこの後で詳細に論ずることとする。

観光は持続可能な開発なのか？

上述の持続可能な観光開発の概念の有効性についての一般的疑念に加えて、観光は開発のための特別な手段であるにせよ、観光には持続可能な開発の原則と所要の過程を満たし得ないような数多くの特定分野が存在する。これは、なにがしか観光の「真実」を反映しており、その詳細な検討は他に譲るが(Sharpley 2000)、にもかかわらず、持続可能な観光開発とこれよりも幅の広い持続可能な開発パラダイムとの間の乖離に関わる問題点を手短かに概観しておくことは、二つの理由で有用である。

1. 実際に行われている持続可能な観光プロジェクトの大部分が何故不可避免地に観光中心の地元限定型小規模プロジェクトに絞られて来るのかということの説明するのになにがしか役に立つ。
2. 有害どころか逆に、観光がその目的地域の持続可能な開発に貢献し得るも知れないあり方を示す。

上記の表2.1に関して言えば、観光開発は持続可能な開発の根本原則を満たすことも出来なければ、開発と持続可能性に関わる目的をも満たすことが出来ない。

- ・全体論的アプローチ 観光開発は全てグローバルな社会・経済的、政治的および環境上の脈絡の中で考慮されるべきである。
- ・もっと簡単に言えば、観光体験を構成する全ての要素が持続可能であるべ

きなのだ。しかし、観光システムの幅が広く、観光産業が細分化され、かつ多くの部門にわたるという特徴を有することを考えると、このようなアプローチは、不可能ではないにせよ、難しい。こういった脈絡の中で特に問題となるのが、大部分の交通の手段が持続可能性に反するということがある（Hoyer 2000）。定義上、観光には陸路、海路および空路の旅が含まれている。空の旅のもたらす環境に対する影響（インフラ開発と航空機の放出物の双方）は、現在、懸念が抱かれている特定の領域となっている。Becken と Simmons（2005）の観る処では、特に、観光産業が世界中で成長を続けており、また、長距離旅行の人气が上昇している事実を考えると、温室効果ガスの放出との関連における観光の役割は増加するであろう。このような懸念の結果として、革新的な対案を導入した会社もある。例えば、2005年に英国航空（British Airways）は、乗客が旅行する際に環境に与える負担に匹敵するだけの自発的寄付を行うことによってこの環境コストを帳消しにするような対案を発表したのであるが、このようなやり方によってグローバルな二酸化炭素の水準削減に努力しているプロジェクトへの投資に協力するという訳である。第二の事例は、炭素相殺会社（the Carbon Neutral Company）であって、その所有するインターネットのサイトを通じて旅行客が自分の放出した二酸化炭素量を計算した後でその炭素を相殺するプロジェクトに対し寄付を行い得るというものであるが、このようなプロジェクトのいくつかは発展途上諸国に所在しており、森林プロジェクトも含まれている。しかし、このような炭素帳消し運動は自発的なものに留まっており、世界中に拡がっている交通手段と旅行関連の二酸化炭素放出抑制には殆ど効果を上げていない。

未来性 観光産業は多様で細分化されているのみならず、規模の小さな民間の利潤を目的とする企業から構成されている。従って、「責任を伴うまともな」長期的な視野に立つ旅行運営会社や他の企業があることは間違いないのだが（Mann 2000；[www・responsibletravel.com](http://www.responsibletravel.com)）、見通しとしては、観光目的地の長期的な持続可能な開発よりも短期的な利益に一層の関心を寄せる企業のほうが多いように思われる。

公正 観光開発によって観光目的地が観光に不可避免的に依存するようになる訳では決していないが、地球規模での観光産業の構造、所有、支配および国際観光の流れが地域化し両極化しているという特質からして、世代間および同世代の中での公正な状況が観光を通じて実現される見込みに乏しいようである。換言すれば、地域社会に根をはやした観光プロジェクトには多くの事例があるにせよ、観光システム全体として、政治・経済的に観光客の流れと観光産業そのものが欧米の所有するグローバルなネットワークによる圧倒的な支配の下にあるようになっているのが観光システム全体としての政治・経済の現実である（Brohman 1996b）。加えて、観光目的地なり観光先の国の中にある観光システムも、傾向として、その土地なり国のエリートの圧倒的支配下にあるので、観光のもたらす利益を公正に分ち合う可能性は限定される。

開発目的 観光は、もちろんのこと、長い間、開発を達成するための効果的な手段であると考えられて来た。しかし、観光という関わりの中での「開発」は、開発目的の新たな現代的解釈よりも寧ろ伝統的な経済開発を意味するのが普通である。すなわち、観光は疑いの余地もないまでに所得、外貨と雇用を意味する。しかし、基本的ニーズを満たすとか、自恃（じじ）と地域社会自体の中から生まれて来る開発といった観光を越えたもっと幅の広い（持続可能な）開発目標がどの程度観光を通じて達成され得るのか、ということとははっきりしないままである。加えるに、観光のもたらす利益は、通例、特定の地理的な位置を占めている地域および（または）観光目的地の地元地域社会の特定部門に限定されている—この後で述べるが、いわゆる「貧しい人々のための観光」は、こういう困難な課題に立ち向かうとする試みである—のみならず、観光目的地の観光開発管理能力が当該目的地の手の及ばないような要因によって歪められてしまうというのが、自由裁量の幅が大きく脆弱な消費形態としての観光の正に本質なのだ。こうして、観光は経済成長に貢献しはするが、他方、「開発」には必ずしも貢献しない、という認識が益々深くなって来ている。

持続可能性の目的 あらゆる持続可能な観光開発政策の基本原則は、観光の種となっている自然資源と社会・文化資源の保護と強化である。更に、全部とは言わないまでも、大部分の観光産業各部門にはこのような政策に従う既存の利害関係がある。こういうようになるのは、健全な環境政策の実施に心から賛同する気持ちの結果として生ずる場合か、或いはもっと実際の商売上の理由から生ずる結果の場合のいずれかであろう。どちらにせよ、持続可能性の目的がどの程度達成されるかは疑問である。資源の持続可能性は、観光産業に直接、間接に関わっており、共通の目標に向かっていそしんでいる全ての部門に依存している。様々異なる会社なり産業部門が、程度の大小はあっても、環境を管理する方針を採用して来た（例えば、上述の英国航空による炭素相殺運動）ものの、観光産業が全体としてこのような方針を受け入れるようにならなければ観光における持続可能性は達成されないであろう。

最も重要なのは、持続可能な観光開発が達成されるためには多数の前提条件が満たされること、就中、観光の消費に関する新たな「社会的パラダイム」の採用（または、もっと簡単に言ってしまうと、観光客全員が「まとも」になるのか、「責任を伴う行動の出来る」ようになる必要性）と現状よりもっと公正な資源の利用と開発を専らとするグローバルな政治・経済体制が現れることが必要である。本章がこれから結論として述べるように、この二つの問題は双方とも本書の後の方でもっと詳細に吟味することとする。尤も、持続可能な観光開発（そして、実のところ、持続可能な開発一般）の達成へ向かって進んで行く際に立ちちはだかる最大の問題は、おそらく、グローバルな政治・経済的構造とグローバル化へと向かう傾向なのであろうが。

しかし、「真（まこと）の」持続可能な観光開発を実施するのが難しいのは間違いのないにせよ、環境保護に役立っていると認定する企画と「環境にやさしいなどと表示する」（eco-labelling）ことから持続可能な観光開発の促進のためにもっと直接的に介入することまで、様々なアプローチを観光システム内部の会社や団体が取り上げて来たのを銘記しておくことが肝要である。このようなアプローチは、世界の何処でも行われている訳では決していない。例えば、

Fortyth (1995) が調べた処によれば、過去十年間に数多くの新たな発想による運動が生まれたけれども、英国の旅行および観光産業の中で持続可能な事業開発原則を遵守しようとする傾向が広がった証拠は殆どない。にも関わらず、このような運動からして、観光システムの様々なレベルと部門の中に持続可能な観光開発の目的を支持しようとする気持ちがあるということは、はっきりと分かる。

持続可能な観光開発の実践

持続可能な観光開発がどのように実践されているかを全体としてつぶさに論述することは、本章の範囲を遙かに超えるものである。行動規範、観光開発のガイドライン、特定の持続可能なエコツーリズム・プロジェクト、産業部門のイニシアティブ、NGOの活動等々数え切れない程の事例が存在する中で、プロジェクトやイニシアティブによっては、他よりも認知度の高いものがある。例えば、ジンバウエの CAMPFIRE プログラム (Communal Areas Management Programme for Indigenous Resources、共有地域固有資源管理計画) は1980年代末に始まり、現在では全国約30の地域社会を巻き込んでいるのであるが、このプログラムは観光を通じて野生生物の保護と地域社会の開発を促進した草分け的な成功プロジェクトとして良く知られている。逆に、これよりももっと規模の小さい、局地的なプロジェクトの中には CAMPFIRE ほど世間の関心を余り惹かなかったものが多々存在する。例えば、ガンビアの Tunami Tenda エコツーリズムは、1999年に始められ、300人からなる一村社会の生活を支えているのだが、国外では殆ど誰も知る者がいない (Jones 2005)。

更に、持続可能な観光開発の促進なり実施は、観光システムのなかの様々な異なるレベル (国際的レベル、一つの国のレベル、地方のレベル)、異なる部門 (民間、政府、ボランティア部門) および多種多様な方法で行われている。同時に、様々な活動と企画はお互いに関連しているかも知れない。例えば、旅行業国際連盟 (the International Federation of Tour Operators、略称 IFTO) は、観光産業が全体として環境にやさしい慣行の採用に励むようにするために、

1989年に「明日への観光」賞（Tourism for Tomorrow awards）を制定した。この賞についてのグローバルな認識を普及させるために、1992年に英国航空がスポンサーに地位を引き受けることとなり、その運営は2004年以降WTTC主催の下で行われている（www.tourismfortomorrow.com）。この賞の目的とするところは、WTTCの『新たな観光のための青写真』（Blueprint for New Tourism WTTC 2003）に概要が述べられている持続可能な観光開発のための政策に基づいて、グローバルな観光産業の全部門を通じて最善の（持続可能性）慣行を促進することにある。こういう訳で、持続可能な観光開発が実践の上でどのように顕れているのかということについて、その全貌を明らかにするのは難しい。にもかかわらず、持続可能な観光開発の原則がどのように適用されているかをいろいろ異なる政策/イニシアティブおよび時宜に応じて観光システム内の異なる部門の視点から解明することは、本章の目的にとって有用である。多数の特定の事例が観光関係の文献に紹介されていることは論を待たないところであるが、他方、国連環境計画（UNEP）とWTOの共同刊行にかかわる最近の報告書（UNEP/WTO 2005）には、今現在の事例研究が持続可能な観光開発関連の公の記録およびその他の情報源への包括的な説明付きで多数採録されている。主要な活動領域については以下に論述する。

持続可能な観光開発ガイドライン

持続可能な開発の原則を売り込むには、開発ガイドラインの出版とか実際に行われている政策関係の文書を通ずるのが一番普通のやり方である。持続可能な観光開発のためのガイドラインとか原則は、国、地域および国際的レベルで、公的部門とボランティア部門の双方によって出版されて来た。一番初めに出一連のガイドラインの一つは、例えば、世界自然基金（the Worldwide Fund for Nature）が圧力団体である「観光への懸念」（Tourism Concern）と協力して出版したものであるが（Eber 1992）、他方、WTO,WTTCおよびその他のグローバルな機関がガイドラインとか望ましい慣行とはどういうものかということについて述べた文書や持続可能な観光の美德を褒め称える他の文書そしてもっと特定の案件、すなわちエコツーリズムを生み出して来た。もちろん、

このような文書は必然的に単なるガイドラインである。つまり、企業とか観光目的地がこういうものを採り入れなければならないとする法律あるいはその他の手段による強制は、存在しない。これとは反対に、多くの国々—コスタリカなどがその例—で、持続可能な開発の原則と特にエコツーリズムを明示的に包含した観光開発政策がつくり出されて来た。このような政策の皮切りの一つで、しかも相対的に知名度が高いのは、オーストラリアの全国エコツーリズム戦略であって、これは1994年に刊行され、その後で2003年に観光白書の刊行を見るのであるが、この白書では持続可能な観光をいっそう幅広く取り入れている。此处で重要なのは、この全国エコツーリズム戦略が総額1,000万オーストラリアドルにのぼる無償拠出金によって支援されていることであって、この戦略に盛り込まれている政策が実際に行われる裏付けとなっている。特定のタイプの観光目的地（例えば、国立公園）とか農村観光のような特定の形態の観光についての持続可能な観光に関するガイドラインも作成されている（Couttryside Commission 1995）。

本書執筆の時点での最近刊報告書の一つに『観光をもっと持続可能にする：政策立案者用案内』（*Making Tourism More Sustainable: a guide for policy makers* UNEP/WTO 2005）がある。この報告書は二つの点で重要である。第一に、政策を展開し、実施するのは各国の政府であるという認識に立って、特に地域的、国家的な観光政策の立案者に的を絞っている。第二に、本報告書は「"持続可能な観光"—"持続可能な開発の原則に基づく観光"を意味する—とは、一つの根本的な目的、すなわち、一切の観光をもっと持続可能にすることに関連している」（2005:11）と述べているが、これは持続可能な観光開発に対する硬直的なアプローチとの決別を意味するものであった。本報告は、更に、持続可能な観光のための課題として12の目的を確認している（表 2.4）。しかし、持続可能な開発の目的を色濃く反映しているこのような課題が達成可能であるかどうかは未だに疑問の余地がある。

表 2.4 持続可能な観光についての課題

1. 経済的に生き延びる見込みがあるか
2. 地元の繁栄
3. 雇用の性質
4. 社会的な公正
5. 観光客の充足感
6. 地元の発言権
7. 地域共同体の幸せ
8. 文化的豊かさ
9. 自然がもとのままに保全されている
10. 生物の多様性
11. 資源の効率
12. 環境に雑糞物が混じっていない

出所：UNEP/WTO（2005）を變形

認定制度

観光産業の中で持続可能な慣行を促進する手段として、自発的な認定制度や、もっと特定して言えば、環境にやさしいといったレッテルを付けるとか特定の環境なり品質の基準を満たす生産物ないしサービスであることを確認するようなその他の証明制度に人気がある。そのような制度は特に国のレベルで多数存在するが、国際的な認定制度としては僅かに「緑の地球」(Green Globe)があるだけである。「緑の地球」は、元来、1994年のWTTCにおいて会員制の、規約を守る約束に基づいたプログラムとして発足した制度であるが (www.greenglobe21.com)、次第に、持続可能な慣行のための基準を満たしているかどうかを審査し、証明するシステムに発展した。環境の点で改善されたかどうかは、毎年基準達成審査を通じて検査される。また、「緑の地球」は、多数の国々に対する技術援助も行っている。国のレベルでは、オーストラリアにおいて前述の全国エコツーリズム戦略の下で資金が供与され、全国エコツーリズム認定計画 (the National Ecotourism Accreditation Programme, 略称 NEAP) — 現在は環境証明計画 (the EcoCertification Programme) と呼ばれている — の展開を支えることとなった。この制度の下で証明書が交付される対象は、観光

生産物（例えば、旅行、ホテル）を提供する企業よりも寧ろこのような生産物の環境の点での評価如何である。このような認定制度が観光産業における環境関係基準の強化を促進していることを伺わせる証拠はあるものの、証明制度なり環境にやさしいといったレッテル貼り制度が全体としてどの程度役に立っているのかは未だに議論的である。

行動規範

行動規範は、個人及び団体の行動なり慣行に対して法規に訴えずに影響を及ぼそうと試みる手段として長い間用いられて来た。観光におけるこのような規範は数多くあり、その対象とするところは観光企業、観光客および政策策定者であって、国際機関、各国政府、NGO/ボランティア団体または自己規制の手段とする目的で観光産業の特定部門を代表する団体さえもが、行動規範を作成している（Mason and Mowforth 1995）例えば、PattuloはMinelliとの共著（2006）で「観光への懸念」のために『倫理的な旅行案内』（*Ethical Travel Guide*）を出版した。行動規範は、規則を強いるのが適当ではないとか、無理な場合に活用される。しかし、このような規範を守るかどうかは、自発的な行動次第であって、規範遵守を調べるとか確保するメカニズムは何一つ存在しない。にもかかわらず、行動規範は、観光客の気持ちをもっと分別のある振る舞いをするようにしようと試みる手段として広く用いられている。尤も、こういうことは、観光の「道德化」（moralization）が忍び寄っている証拠だという人もいる。

観光産業のイニシアティブ

議論の余地はあるにせよ、持続的な観光開発イニシアティブが最大の効果を挙げるのは、これが観光産業自体の運動として行われる場合である。換言すれば、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility, 略称 CSR）は、持続可能な開発の達成の上での極めて重要な要素であるとするのが一般的な見方である。観光産業にとって、これが何を意味するかと言えば、日々の営業で環

境に配慮した責任を伴うしっかりしたやり方を採用することであり、旅行業務や他の国際的活動の場合には、観光目的地で持続可能性の問題と取り組むことである。観光産業のイニシアティブには様々なものがあることがはっきりとしており、その種類は、個々の団体なり旅行業者が地元の地域社会なり環境関係のプロジェクトに観光客を巻き込むのが目的の休暇を提供することから地元の地域社会経営のプロジェクトに至るまで、膨大な数にのぼる（Mann 2000）。いろいろな企業グループを巻き込んで持続可能な観光開発に向かって努力させる計画も多々存在するが、その先駆けをなす事例として「環境第一」（ECOMOST）プロジェクトを挙げることが出来る。このプロジェクトは旅行業国際連盟（IFTO）によって設立され、バレアリック諸島（訳者注、地中海南西部の群島でマジョルカ、ミノルカなど15の島からなる。スペイン領）における観光の持続可能性を強化しようとしたのである（IFTO 1994）。現在行われているイニシアティブには次のようなものがある。

- ・国際観光パートナーシップ（The International Tourism Partnership, 略称 ITP）これは、元来、1992年に発足した国際ホテル環境イニシアティブが成功を収め、それから発展したもので、現在ではプリンスオブウェールズ国際実業界指導者フォーラム（the Prince of Wales International Leaders Forum）の一プログラムとなっている。ITPでは、航空会社、ホテル、旅行業者、NGOが一緒になって旅行と観光における持続可能な商慣行を促進しようと努めている。ITPの一プログラムとして運営されているものに「最善」（the Best）計画（Business Enterprises for Sustainable Travelの略称が“the Best”）があるが、これは企業、地元の地域社会および旅行客自身の間に持続可能性を促進するような斬新な旅行と観光に関する慣行を発展させ、支援することを目的としている。
- ・旅行業者によるイニシアティブ（Tour Operators' Initiatives、略称 TOI）TOIは2000年に設立された自発的な、利益を目的としない運動で、旅行業者であれば誰でもでも入会出来る。この運動は、UNEP、UNESCO およびWTOの支援の下に旅行業者によって旅行業者のために展開された

ものであって、これらの国際機関もメンバーになっている。四つの活動領域、すなわち、持続可能性についての報告、観光目的地との協力、観光についてのサプライチェーン・マネジメント（Supply chain management、略称SCM 記者注、複数の企業や組織の壁を超え一つのビジネスプロセスとして経営資源や情報を共有し、製品の開発から消費に至るまでの一連の機能“連鎖”―調達、製造、マーケティング、物流、顧客サービス―全体の最適化を目指し、プロセスの無駄を徹底的に削減して行うこと）および相互の話し合いを眼目として、旅行業界に持続可能な観光開発の慣行を発展させ、実施させるがその目的である。

他のイニシアティブの事例の一つとして、「旅行基金」(the Travel Foundation www.thetravelfoundation.org)を挙げることが出来る。これは、国外向けの旅行業者と協力して観光目的地における観光をもっと持続可能性の高いものにするために何とかしようと努める、英国を本拠とする慈善団体である。そのための方法は、観光目的地の地域社会に対して観光のもたらす利益を増進するようなプロジェクトを開発する、地元の環境と文化を保護する、観光客がいろいろな体験をするように工夫することである。「分別のある、しっかりとした行動をする」休暇を販売するような団体も多数存在する。例えば、Responsibletravel.comは「大衆観光にうんざりした人々のための」休暇を提供するオンライン旅行代理店（www.responsibletravel.com）である。

ボランティア部門・NGOs

持続可能な観光開発の概念およびこの概念を広めようとする努力自体が長い間多数のボランティア団体と圧力グループの支持を受けて来た。1989年以降、ロンドンに本拠を置く「観光への懸念」(Tourism Concern)は、観光のもたらすマイナスの結果についての意識を向上させる運動を展開し、観光産業および観光目的地と協力して観光が開発の上でもっと貢献度を高めるようにしようと努めて来た。同じようなグループが他の国々で活動しているが、ドイツの「観光と開発を学ぶ会」(Studenkreis für Tourismus und Entwicklung)はその

一例である。他方において、いくつかの国々において草の根の運動が好ましくない観光開発にどの程度反対しているのかということを明らかにした調査研究も存在する (Kouis 2000)。国際的なレベルでは、「緑の地球」(Green Globe) が一厳密に言えば、旅行産業を基盤とする団体ではあるのだが一旅行産業を通じて分別のあるしっかりした行動を伴う慣行を促進するNGOでもある。

貧しい人々のためになる観光 (Pro-poor Tourism)

観光開発に対する最近のアプローチの一つが、いわゆる貧しい人々のためになる観光である (Ashley 他 2000)。貧困削減に特定して焦点を絞っているので、貧しい人々のためになる観光は、これよりもっと幅の広い持続可能な開発の開発目的を必ずしも反映してはいない。しかし、WTOはこの二つを結び付けようとして、「持続可能な観光—貧困撲滅」(Sustainable Tourism — Eliminating Poverty, 略称 ST-EP) プログラムを打ち出した。このプログラムは、2003年に始められ、国連ミレニアム開発目標に繋がっており、その事務所はソウルにある。貧しい人々のためになる観光の狙いは、観光目的地の地元地域社会の最も貧しいメンバーに観光市場へのアクセスから生ずる利益を手にする機会を提供することによって、もっと公正な状況を作り出そうというのである (第5章参照)。換言すれば、貧しい人々は地元の観光部門からはじき出されていることが少なくないし、そのため、地元産の生産物を売るとか他のサービスを提供することが出来ない。貧しい人々のためになる観光は、従って、観光部門に貧しい人々が入って来れるように門戸を開放し、これによって極めて重要な収入の途をこのような人々に提供するのを目的としている。実際に行われている貧しい人々のためになる観光の成功例は、多々存在する (www.propoortourism.org.uk) が、観光開発において貧しい人々を特定の目標としなければならないのは、これまでの開発政策が観光のもたらす利益を公正に分かち与え得なかったということを示すものである。

こうして、持続可能な開発の原則を観光システム全体を通じていろいろ異なった方法で、また異なる部門において適用しようという試みが行われていることには、疑いの余地がない。個々のイニシアティブとかプロジェクトのレベ

ルでは観光開発における持続可能性の強化を達成する上でかなりの進歩が見られたことにも、疑いはない。しかし、観光はグローバルな活動なのだ。つまり、世界中の旅行、観光関係企業と団体の大多数が（それに、まったくのところ、観光客自身が）持続可能性の原則を採用しない限り、持続可能な観光開発は現実の目的とはならないであろう。従って、最後に問われるべき問題は、「持続可能な観光開発にとってグローバルな政治・経済の変容と特に言えばグローバル化との係わり合いはどのようなものなのか？」ということである。

持続可能な観光とグローバル化

近年、観光とグローバル化との関係について研究者の関心が高まって来たが、この関心のあり方には一般的なもの（Knowels他 2001; Wahab and Cooper 2001）と観光と開発という特定の脈絡でのもの（Bianchi 2002）の双方がある。貿易障壁が軽減されるにつれて、観光市場のグローバル化がますます進んでいる。グローバルな経済に参入したければ国境を開放しろという圧力が、各国にかかっている。多国籍企業は、これまでよりも制約が少なくなった状態で、国境を越えて活動することが出来る。そのような存在として、多国籍企業は、その所在地として選ぶ場所、活動の態様および必要とする資源を獲得する場所において多大の権力を保持している。このような事態は、持続可能性の三つのポイント（経済、環境および社会）の点で極めて深刻な問題を提起することとなる。Reid (2003:3) はVan den Bor 他(1997) を引用して、「新たなグローバルな経済において、資本は「生産費用が最も安価であるところなら何処なりとも、また、社会的、環境的な制約が最も少ない処に」住みつく力がある、と述べている。ある面では、国家から企業への権力の移転が行われた。発展途上諸国の各国政府は、多国籍企業を惹き付けようとしてお互いに競って優遇策を提示しているが、その理由は、こういった企業が発展途上諸国の必要とする知名度と観光市場へのアクセスをもたらすからである。Bianchi (2002) の論ずるところでは、観光に関する政治・経済についての最大の問題は、単に、観光によって所得が増加するとか、巨大な多国籍企業がしかるべき賃金を支払うかなどということではなく、寧ろ、様々異なる態様のグローバルな観光が権力と資

源を手に入れる上での不平等をどの程度拡大するのかそれとも縮小するのかということである。第5章で論ずる公正な取引 (fair trade) と関連開発プログラムのような新たな検討領域が、他とは無関係の内発的開発の事例を示しているのか、それとも観光の生産と交換の非対称的構造そのものに挑戦し始めているのかについても、Bianchiは問題を提起している。観光とグローバル化との複雑な関係については、次の章において探求を続けることとする (訳者注、fair trade は、国際貿易関係用語としては通例「公正な貿易」と訳されているようであるが、第5章に言う fair trade とは"観光におけるfair trade",すなわち、発展途上諸国の観光目的地の地元生産物の生産に対する援助とこれらの生産物の"公正"な価格確保を意味するので、「公正な取引」を以て訳語とした)。

議論のための設問

1. 持続可能な観光開発をめぐってなぜこんなに多くの論争が行われているのだか？
2. 持続可能な開発は欧米の帝国主義の一つの形態を示すものなのだろうか？
3. 新しい、発展途上の、これまでの大衆観光とは別の形をした観光開発は、持続可能性の度合いがもっと大きいのだろうか？
4. 特定の観光開発あるいは観光産業/団体は、どのようにしたらもっと持続可能性を強化することが出来るようになるのだろうか？
5. 政府、NGOs、産業および個人は持続可能な観光開発においていかなる役割を果たし得るのであろうか？

この後で読むべき参考文献

Baker, S (2006) Sustainable Development, London: Routledge. [Contains a good overview of sustainable development including the challenges of promoting sustainable development in different social, political and economic context.]

UNEP/WTO (2005) Making Tourism More Sustainable:A Guide for Policy Makers,Paris/Madrid:United Nations Environment Programme/World Tourism Organizations. [This document (which can be downloaded from the UNEP website:www.unep.org) provides a comprehensive and contemporary review of appropriate policies and processes for the achievement of sustainability through tourism development. A number of excellent ,in-depth case studies of sustainable tourism 'in action' supplement the main text.]

Websites

Part of the International Business Leaders' Forum ,this is a partnership of leading travel and tourism businesses. It provides the industry with the knowledge and ability to achieve more responsible practices in travel and tourism:

www.sustainabletravel.org

The Tour Operators' Initiative, an international network of tour operators,supported by the UNWTO,that develops and promotes means of minimizing tourism's negative impact and encouraging sustainable development:www.toinitiative.org

Details of the annual Tourism for Tomorrow Awards:

www.tourismfortomorrow.com

訳者付記：上記 Supply chain management の意味についてはノースアジア大学経済学部 金子光 専任講師のご教示を得たことを感謝の念を以て付記する。

国際観光研究所 顧問・客員教授・所員・研究員

顧問・客員教授

顧問	泉 正史
	東海大学チャレンジセンター教授 前(株)ANA総合研究所取締役副社長
顧問・客員教授	浜田健一郎
	(株)ANA総合研究所代表取締役社長
顧問	沢井 修
	秋田ビル株式会社代表取締役社長 (秋田キャッスルホテル)
顧問	佐藤 和志 観光カリスマ
	助田沢湖観光協会会長 鶴の湯温泉社長
顧問	田口 久義 観光カリスマ
	NPO法人田沢湖ふるさとふれあい 協議会理事長
顧問	山田 芳浩
	秋田県総務企画部次長
顧問	秋田県産業経済労働部観光課長
顧問	秋田商工会議所事務局長
顧問	東日本旅客鉄道(株)秋田支社営業部長
顧問	(社)秋田県観光連盟専務理事
顧問	秋田市商工部商業観光課長
顧問	小坂町産業課長
顧問	男鹿市産業建設部観光商工課長
顧問	仙北市産業観光部観光課長
顧問	にかほ市産業部観光課長
顧問	湯沢市美しの郷ゆざわ産業振興部ま るごと売る課長
顧問	八峰町産業振興課長
顧問	鹿角市産業建設部観光交流課長

所員・研究員

法学部

道端 忠孝	教授 (所長)
福山 裕	教授・教養部長
阿曽村邦昭	特任教授
石山あつむ	特任教授 (運営委員)
湯川 崇	教授 (運営委員)
吉田 拓也	准教授 (運営委員)
上村 康之	准教授 (運営委員・編集委員)
渡部 高明	専任講師 (運営委員・編集委員)
孟 觀燮	専任講師
井上 寛	専任講師 (運営委員・編集委員)

経済学部

野口 秀行	特任教授
中村 和彦	専任講師

教養部

ランディ・ケイ・チュケッツ	准教授
---------------	-----

研究員

千葉 勇	元秋田県教育委員会南教育事務所 仙北出張所長・田沢湖町教育長
------	-----------------------------------

執筆者紹介

巻頭言

小 泉 健 学校法人ノースアジア大学理事長・学長

観光学シンポジウム

小 泉 健 学校法人ノースアジア大学理事長・学長
泉 正 史 東海大学チャレンジセンター教授
ノースアジア大学国際観光研究所顧問
石 川 好 ノンフィクション作家・評論家 酒田市美術館館長
ノースアジア大学総合研究センター客員教授
川 口 博 前小坂町町長・衆議院議員（平成21年9月～）
ノースアジア大学総合研究センター客員教授
前 田 成 志 N H K 秋田放送局局長
道 端 忠 孝 ノースアジア大学国際観光研究所長・法学部教授

論文

上 村 康 之 ノースアジア大学法学部准教授
渡 部 高 明 ノースアジア大学法学部専任講師
井 上 寛 ノースアジア大学法学部専任講師
中 村 和 彦 ノースアジア大学経済学部専任講師

解説と翻訳

阿曾村 邦 昭 ノースアジア大学法学部特任教授

ノースアジア大学国際観光研究 第3号

2009年（平成21年）12月25日印刷・発行

編集・発行 ノースアジア大学 総合研究センター 国際観光研究所
秋田市下北手桜字守沢46-1
電 話 018-836-6592
F A X 018-836-6530
U R L <http://www.nau.ac.jp/~center/>
印 刷 有限会社 三 浦 印 刷
秋田市旭南三丁目7-5
電 話 018-862-2792
