

## 「地域におけるニュー・ツーリズムの展開」

日本観光協会 全国産業観光推進協議会 副会長、東海旅客鉄道(株) 相談役 須田 寛氏

○須 田：ただご紹介をいただきました須田でございます。今ご紹介いただきましたように私は昔の国鉄の出身でございます。JRになりましたからは、JR東海、これは東海道新幹線をやっている会社でございますが、そちらの方にずっと勤務をしておりました。

国鉄時代に、私は営業が長かったものですから、この北海道のJRにつきましても、正直言って随分問題があったものですから、色んなことでタッチをいたしましたし、また色んな意味で皆様方にもご指導をいただいたということでございます。

若干エピソードみたいなことを申し上げますと、この倶知安町のある函館本線、昔はやはり北海道の一番中心の大幹線でありまして、多くの特急や急行が全てここをとおったわけでございますが、函館本線はこの部分を山線と申します。通称、山線。長万部から小樽、札幌までのいわゆる山越えの部分、これを山線と言っております。

と申しますのはなぜかと言いますと、室蘭本線が事実上メインラインになってしまったものですから、こちらの方がサブラインになってしまったということが一つの大きな原因なのです。誰がそうしたかということが色々あるのですけれども、もちろんそれは勾配がなかったからと、色んな輸送上の条件はありましたけれども、これをこうしたのは私は進駐軍、占領軍だと思っております。なぜかと言いますと、もともと千歳線というのが国鉄線ではありませんでした。北海道鉄道という会社だったかと思っておりますけれども、要するに私鉄であったわけです。しかも、小さな私鉄で、単線の列車が細々と走っておった。戦争中にそういうものを軍事輸送に使うために、昭和19年か18年に当時の国鉄に買収をいたしまして、千歳線になったわけでありまして、それから終戦後しばらくの間は、千歳線の列車というのは、苫小牧と場合によっては沼ノ端と、それから札幌の間を行ったり来たりしているだけで、どこの線区とも直通はいたしておりませんでした。当時、室蘭本線はもう複線の立派な大幹線でございますし、この山線を含めた函館本線が北海道と本州を結ぶメインラインだったということは、ご承知のとおりでございます。

ところが、千歳付近にたくさんの駐留軍が当時駐留をいたしました。そのために彼らが輸送手段として進駐軍の専用列車を千歳線へ乗り入れろということになりました。横浜から千歳線経由で札幌までの列車を出せということになってきたのです。それは画期的なことです。横浜始発ということ自体が画期的なことでありましたし、しかも彼らの注文はもっと徹底をしております。進駐軍の乗る寝台車を、中に人間が入ったままで、お客が中に寝たままで青函連絡船で航送しておりなくて済むにせよと、こういうわけで



須田 寛氏

す。今までの日本の常識にはなかったことであります。ヨーロッパのフェリーというのはそういうものがたくさんあるそうですけれども、日本にはない。そんなことはできないと。やればできるじゃないかというようなことで、進駐軍、マッカーサーでありますから、文句も言えずに向こうの言うとおりになった。そのときに三つのことをやらされたわけです。例えば、青函連絡船に寝台車をお客が乗ったままで航送する。それを横浜から札幌までという異常な運転系統になった。横浜というのは進駐軍の第8軍司令部があったところですから、そうなった。

もう一つは、それを室蘭線、千歳線経由で運転しろという指示があって、初めて今の海線回りの列車ができた。それがこの千歳線、室蘭線を使って急行列車が本州から入ってくるようになりまして最初の例であります。「1201」という列車でありますけれども、これは進駐軍の専用列車。進駐軍の専用列車で寝台だけ連絡船で運んで、それが千歳線、室蘭線経由で札幌まで来たわけです。やってみたらこれはいいじゃないかということになったというのです。なぜかと言いますと、勾配がないのです。室蘭線は単線がずっと噴火湾の部分にありましたので、そう楽な線ではありませんが、この山線と違って勾配が少ない。それともう一つは、室蘭とそれから今の沼ノ端の間は、いわゆる室蘭本線の石炭輸送が非常にふくそうしておりまして、当時はたくさんあったものですから、そこに色々な列車を入れることが非常に難しいというか、そういうふうなこともあって、室蘭線を強化しなければいけないということになって、結果的にこれがきっかけになって室蘭線を先に電化をし、部分複線をし、ほとんど軽便鉄道みたいな路線だったので、千歳線を完全な複線電化という最も近代的な路線に変えて、今の姿になったわけです。したがって、ここが山線になったわけです。進駐軍がああな系統を主張しなかったら、いずれはなったかもしれませんが、あのようにすぐにはならなかったのではないかと思います。非常にけがの功名といいますか、そういうふうになった。

しかし、この線区は最後に、非常に大きな話題を残した。それは「C62」という日本で一番大きな蒸気機関車がありますが、これがニセコという急行列車を引いてここを走る。これが全国的に有名になりまして、全国から大勢の人が、SLの引く最後の急行列車を見るためにここへ参りまして、山線の名が一躍有名になったことがあります。

これは大変な観光資源になったわけでありまして。

その後、そのSLが廃止になりましたけれども、また復元いたしまして、たしか余市までだったか、どこか途中までではありましたけれども、この線区でSLを運転して大勢の観光客が集まったというケースがあります。そんな意味で、この線区には非常に長い歴史がある。

また、観光路線として非常に色々な意味で活用されているわけでございます。つい一两年前でございましたが、室蘭本線がトンネルの落盤事故で長いこと不通になったことがあります。それから、有珠山の噴火もありまして長く不通になりました。そのときにこの山線を再び復活しようということで、あちらこちらに行き違い設備を廃止してあったものを復活して、ここにまた多くの貨物列車や列車をたくさん回して使ったことがあります。いざとなったらこの線路は、非常に重要な線区に一気に立ち戻るわけでありまして、我々もこの線は大事にしてこれからも育てていかなければいけない。

育てていただく以上、お客様に乗っていただかなければいけない。今、倶知安から長万部の間は1日7往復しか列車ありません。昼間の5時間か6時間、列車のない時間があります。これではやはり、お客様が乗ろうと思っても乗れません。したがって、何とか便利にするためにはもっと乗っていただかなければいけない。乗っていただけないから便を減らすから、お客さんがまた減るという悪循環になっているわけです。どこかでこれをひっくり返さなければいけない。自動車がこれだけ普及しておりますから、そう簡単なことではございませんが、やはりこの観光というのは、列車に乗るということも一つの観光資源なのです。色々な旅に変化を与えるという意味において。そういう意味合いでこれから皆様方が、この地域の観光振興を非常に熱心にお取り組みですが、ぜひ一つ、この鉄道というものの中に繰り入れていただいて、色々交通機関にバリエーションを持たせるという意味において、そういう観光の開発をぜひお願いしたい。JR北海道に私からもよく話をしたいと思うのですけれども、そんなことをお願いをしたいと思いつながら、今日もその、から空きではございませんでしたけれども、2時間に1本しかないローカル列車で小樽からこちらまで伺いました。明日も列車を利用して私は帰るということでございます。

これからいよいよお話に入りますけれども、私はここへ来てびっくりしたことがあります。ここへ伺うということで、色々な資料を送っていただきました。このiネットの資料その他、立派な資料を送っていただきまして、既にこういうフォーラムのようなものを2度やっておられる。その議事録も拝見いたしました。私はそこでびっくりいたしましたのは、最近、経済団体から出した観光に対する提言、意見書です。それから、観光戦略会議という政府の会議が、1年間かかって学識経験者を集めて出した結論と全く同じことを、しかもそれを平成15年ですから2年前から、ここでやっておられるということに気がついて、びっくりいたしました。その商工会議所の観光小委員会の答申も、1年かかって作りました。全国の商工会議所の会頭さん、副会頭さん、あるいは学識経験者、かなりの権威者がたくさんおられて、1年間議論をした結果、出た結論です。

観光戦略会議というのは昨年の夏から暮れにかけて、これは10カ月ぐらいでありましたけれども、やっぱり議論した。これも、牛尾治朗氏が座長でしたのでおわかりのように、あらゆる権威者がマークされております。電通の会長だとかオリエンタルランドの、ディズニーの社長だとか、そういう人が衆知を絞って作ったわけです。半年かかって立派な答申ができたと言って、喜んでおったわけではありますが、同じことをこのiネットに書いてあるのです。本当に同じことが書いてある。驚くべきことだと思いましたが、しかし、誰が考えても答えが一緒だということは、それでよくわかるわけでございますけれども、学識経験者が半年や1年かかって一生懸命まとめて、よくできたと言っているものが、何も言わないでここは2年前からずっとできているのです。驚くべきものだと思います。やっぱりこれは観光地におられる皆様方が、観光地の目線に立って、また観光客の目線に立って、ご自分の経験を生かして、住民ぐるみでやられたことがこの結果につながっているのだと思います。やっぱり実務というのは強いものだと思います。

観光というのは、実務と人なのです。實際上、観光の仕事に従事したり、観光地において色々なことをやっている人でなければ、本当の観光はできません。机上の空論では観

光にならない。大都市の旅行会社が観光商品を買りますけれども、あれもよほど着地の立場の立たないと、独りよがりの発地主導型の無味乾燥な商品になってしまいます。

観光はまず着地だということです。

それからもう一つは、人であります。今のiネットについても、さっき伺いますと、数十人のアクティブメンバーがいて、自分のお仕事も投げ打ってボランティアでこの仕事を一生懸命やっておられる方がいると申します。その五、六十の方が、ここにいたということです。それから、カリスマという非常に高い称号を得た方もおられますし、そういう仕掛人がおられたということです。この土地に恵まれて、観光地の目線で物が発達したということと、人材に恵まれたということがやはり私はこれが成功した理由だと思います。

ただ、これは、今私が言っているように、あらゆる学識経験者が集めたことと同じことを言っておりますから、大変な先駆的な、先進的な考え方でありますけれども、残念ながらまだ全国にこの網が広がっているとは言えません。何とか私もこれからその努力を帰ってしたいと思うのですけれども、あちらこちらでこういうことをやろうと思っている人がたくさんいると思います。こういう発想に対して共鳴してもらって、全国でもこういうことをやっていく。それらがお互いにネットワークを組んで、手を結んでおやりになったときに、これは初めて一つの大きなシステムにつながっていくわけでありませぬ。そこまでいけば、これは本当の観光事業の振興に対して非常に大きな貢献をすることになりますし、その場合に、この後志地方の名前が外に広がるわけでありませぬ。そうお考えいただいて、せっかく全国の本当に先進的なことを期せずしておやりになっておったわけでありませぬから、何とかこの輪を広げていただくと同時に、より進展をしていただきたい、そういうことを私は経験者として申し上げておきたいと思ひます。1年かかって、半年かかって、私はその答申のまとめに関係をいたしました。あれだけの人が集まって1年も2年もかかったことが、ここではなぜ2年前にさっとできているのだろうと。はっきり申し上げれば、ここのあれをいただいておけば、1日でできたわけでありませぬ。それほど、考えと同じものがありますが、それだけ皆様方の実務につながった一つ経験、それから人、そういう努力がやっぱりこれだけの物を作ったのだと思ひます。

私は、どこでもやはり人がいて、これだけの皆様方が行動されて、地域が動かされれば、同じようなことができると思ひます。発想は違ふかもしれませんが、それでいいと思ひるのでありますが、そういうふうなものがやはり全国に草の根のようにわき上がっているところ、その自信を持たせていただくにふさわしい地域だというふうに思っております。今日、お招きいただきまして資料を拝見して、本当に感銘をいたしました。3日ほどかけて、実はつぶさに読みました。議事録なんかはもう、てにをはまで読ませていただきました。本当に大したものだと思います。ただ、願わくば、この輪を広げていただきたいということをお願いしておきたいと思ひます。

それのご参考ということで、最近まとめましたその二つの意見書をまず簡単にご紹介をして、いかに皆様と似ているかということを見ていただいて、そして私が考えておりますこれからの「ニュー・ツーリズム」と、新しい観光と意味でございますから、これをどういうふうにしていったらいいかという私見を申し上げます。

ただ、皆様方には、先進国に来て後進国が何か私見を述べているようなものでありまして、あまり迫力はありません。ただ、そういう見方もあるのかなという目で見ていただければ参考になるかと思しますので、そのような意味合いで、しばらくお耳を汚したいと思います。

お手元にレジュメが二つ入っております。一つは「地域におけるニュー・ツーリズムの展開に関する提言」という横長の図式が入っております。私は全てのものをこういう図式にする習慣がありますので図式になっておりますが、これには二、三枚ものがついておりまして、地域におけるニュー・ツーリズム展開に対する提言という観光小委員会。

観光小委員会と申しますのは、日本商工会議所です。商工会議所の全国の総本部、日本商工会議所の提言で、これが要約でございます。まず、その「地域におけるニュー・ツーリズム」というこの標題が、これと全く一緒なのです。何も別に後志がニュー・ツーリズムと言うから、ニュー・ツーリズムと言ったわけでもないし、地域におけるということの後志方式だと言ったわけではないのですけれども、標題からしてこれそのものなのです。しかもこれはまちづくりの視点に立って進めると、一番最初に書いてあります。一番大事なことは、まちづくりの視点に立って観光振興を推進する、と書いてあります。もうこれ自体以外の何ものでもないわけです。しかもその第1の要約と書いてある次を見ていただきますと、「観光振興とまちづくりを一体化する」と。皆さんがやっておられることにすぎない、これは。

その次に、「観光振興のために地域力を結集する」。皆さんの資料にも地域力の結集ということが書いてあります。地域の力を一様に集めて、それで地域から観光を進めていこうという意味です。「地域力」という言葉も、商工会議所が発明した言葉かと思ったら、ここにちゃんと書いてあるのです。どこからか出てきた言葉だろうと思いますが、これも一つ同じです。

それから、「地域の特性を活かしたオンリーワン観光資源を発掘する」、これも皆様方の資料に同じようなことが書いてあります。その地域でただ一つの資源を開発しようということを行っているのですけれども、まさに皆様方のおっしゃっていることと同じことを言っているのです。あるいは「受け入れ体制の強化」、同じであります。

それから2番目に、その「ニュー・ツーリズムの振興に取り組もう」ということで、ここに書いてある色んなことをずっと読んでいただきますと、情報の発信ということがいかに大切かということが、この中から浮かび上がってくるような感じがいたします。

そして最後の方に、色んな提言についての具体的な細かいことがございますけれども、この中の幾つかは、共通事項であります。この3ページの最後のところでありますが、「商工会議所は主体に観光振興として取り組む」と書いてありますが、「この商工会議所は」というのを、「しりべしiネットチームは」といえば、そのまま使えるぐらいの全く同じことを言っているわけです。最後に「まちづくり運動とする」ここに書いてあるとおりであります。商工会議所のこの提言は、これは実は1年かかっているのです。相当な関



係者が集まっていたら、そして出したものが皆様と同じことを言っておったということでありまして、この図式でちょっと見ていただきますと、最初このまちづくり、国づくりというところから観光立国というスタートをいたしまして、施策の展開、地域の特色を生かした新しい観光を提案しようということで、ここに「体験観光」という言葉があります。皆様方がおやりになっていることで、非常に多いのは体験観光です。私もそれがようやく大事だということに気がついたわけでありまして。そして最後に、ここに「国際交流圏の形成」、「地域の発展」、「新しい文化の創造」。皆さんの意図していることと同じことがここに書いてあります。そして、下に「地域におけるインバウンド」、つまり地域に色んな外国の人や他の地域の人を呼ぼうということがインバウンドであります。そういうことをやろうと。それから、観光の商品開発、これは資源の開発ですね。それから情報の発信をしよう。

人材の育成をしようとか、皆さん方は60人ぐらいの人は既に育成されているわけでありましてけれども、全く同じことが書いてあるのです。「商工会議所は」と言うのを「iネットチームは」と言えば、そのままこれはそのとおり。これほどやはり類似性のあるものが、経済団体が昨年春に出したということを見てください。誰が見ても答えは一緒だということです。

次に今度は、縦長の「観光立国推進戦略会議報告書の経緯と構成説明図」というのがあります。これは昨年の11月30日ですが、この内閣に置かれた会議が、座長は牛尾治朗氏、有名な諮問会議の委員です。そして、集まっている人は電通の会長とかオリエンタルランドの社長とか新聞社の社長とか、その種の超一流の財界人、知識人が何人か入っています。その人が半年かかってまとめたのがこれです。これがこの地域でやっていることとまた非常に類似点が多い。同じことを言っているにすぎないわけです。皆さんが2年前に言ったことを。

例えば、これは系図的に図式でまとめてありますけれども、「国際観光」、外国の人を呼ぼうということで今、「ようこそジャパン」というキャンペーンをやっておりますが、それを裏づけようということがこの会議の趣旨です。

それと、「国民観光」と言われております。国民観光というのは、この提言で実は初めて作った言葉だと思っていたのですが、皆さんのやっていることと同じです。これは国民の観光ではないのです。国民観光、つまり市民の観光、市民が全部観光に参加するという意味なのです。そういうことを目的にしようということで、皆さんのやっていることと同じであります。

そこで、「面的観光地づくり」。これは皆さんのやっていることでありまして、面的というのは、今までの観光はスポットだと。点が点がポツポツとあるだけでつながらない。それを面的に同じ地域の人がつながって、後志なら後志地域、今ではここにも昆布温泉だとかルスツのスキー場だとか小樽の例の運河の問題とか色々あります。点と線だったかもしれませんが。だから、これによって一つのゾーンに結びつけているわけですね。はっきり言うと広域観光です。シーナリーといって何か景色をずっとシリーズふうに展開するというのもやり、これもそうなのです。そういうことで、これは面的観光地づくりを皆さんがやっているわけですね。今更ここで言うこともなかったわけでありましてけれども

も、そういうこと。

「地域の魅力再発見」。皆さんも地域の魅力再発見するためにやっぴらっしゃるのですね。羊蹄山とか今の温泉とかというのは、これまで魅力は十分わかっているわけですが、それをもう一度まとめて全体として見た場合に、そこに一つのまた味わいができる。新しい角度からその観光資源というのが迫ってくる、そういうことを皆さんが狙っているのだと思うのです。まさにそれをここで言っております。

「地域の魅力想像」、「観光資源の開発」、これは皆さん方がやっぴらっしゃることにはほかなりません。スキー場の開発とかラフティングだとか、あるいは酪農の体験です。色んなそういうふうなことを幅広くおやりになっていますが、まさにそれでありませう。オンリーワン観光をやれというのと同じことでもあります。

「国際競争力の強化のためのソフトインフラ」の中には、人材の育成ということが非常に大きく出ておりますが、この地域のように町ぐるみでこういうiネットで数十人の方が動いておられる。まさにこれは人材の育成が進んでいるわけでもあります。

それから、外国人の問題で、これは情報の発信が一番大事だということです。国民観光の中では休暇のあり方。ここでやっぴらっしゃるように、長期で人がお休みを使って来れるような観光地づくり、そういうものが大事だということが書いてあります。

特に右の方のところ、四つ、ビューポイント、視点が書いてあります。民の視点、つまり市民の視点です。今までお役所の視点だった。さっき誰かおっしやっておりますけれども、お役所、国に最近金がなくなった。したがって、あまりお役所が色んなことをやれなくなった。それは、場合によれば民の人が仕事をしていくための一つのチャンスかもしれない。今まで何から何まで手とり足とり国がやってくれた。今はそうではなくて、国もお金がない。したがって、やっぴり民がかなりのところをやっぴいかなければいけない。それと国とが、いい意味での官民連携を通じてと、さっきおっしやっていた方がいましたが、まさにそれをここで言っているわけです。もっと民の視点でやりましよう。

それから、国際的な視点でやりましよう。これは言うまでもないことです。その次に、顧客の視点。観光客の目線で物を見ましよう。それから、地域の視点。これが大事なところでもあります。皆さんがやっぴしているとおりのことですが、観光地の人がその観光地にいるわけですから、本当はあまりよく知っていないのですけれども、一番観光地のことを発信できるのは、地元の人なのです。地元の人が地元をより理解した上で。

そういうことが大事で、この四つを念頭に置いてやりたいと思います。

そうすると、顧客主導主義。つまりお客本位の観光、お客が何を望んでいるかということからくる観光。それから着地型の観光。つまりお客の目的地、このニセコとかそういうこの後志地域は目的地でありますから、目的地の方から情報を出して提案をしていく、そういう観光なのです。それが大事だ。今までは発信型観光なのです。東京、大阪でエージェントが旅行商品を買ります。それも大事ですが、それは東京、大阪の人が最大公約数でつくりますから、あくまで最大公約数の商品でしかない。きめの細かいものが何もなし。そういうことではなく、もっとこの地域から色々な提案をしていこうということでもあります。まさに皆さん方がやろうとしていることでもあります。



したがって、その要約をするならば、着地型の観光をやろうと。市民のわき上がる力で観光をやろうと。そして、長期滞在型あるいは体験型という今までにない姿の観光をどんどん広めていこうと。そして、情報を発信しよう。これに尽きるわけでありませうけれども、まさにこれは皆さんの言っていることであります。

下の方に書いてございますが、これによって経済の活性化をする。もちろん皆様方は経済の活性化をすることを目的にやっていらっしゃる方も多いと思います。それから「観光する心」と書いてありますが、これは大事なことでありまして、後で申し上げますが、全てのことを観光という面で一遍考えてみよう。観光という気持ちでやったらどんなことができるのか。周りを見回せば、何でも無いものが観光資源になるかもわからない。それも一つの新しい持っていき方だと思いますし、それからまた、観光する心で観光地を訪れる。マナーを守って正しく観光する。それから今度は、もてなしの心に、地元の人が観光する心を持って観光客を迎える。

そうすると、人と人との間にコミュニケーションが生まれるわけです。観光客と受け入れ側との間に。コミュニケーションが文化の元なのです。観光が文化事業だと言いたいわけでありませうけれども、この観光客と受け入れ側のコミュニケーション、それをまた、まさにこのiネットは、iセンターというのがあるそうですが、そこでやろうとしている。そこで、インターネットのほかに、対人的な案内、情報提供ができるようにして、そこで観光客と地元の間が触れあう。そういうことが大事だということも書かれておりますけれども、まさにこれなのです。そんなようなことであります。

したがって、要約をするならば、地域の視点に立って観光を考える。それから、市民の視点に立って観光を考える。そして、情報の発信をする。新しい観光資源を開発する。この四つのことを全てやっておられるし、我々がこの二つの提言で叫んだ要約は、結局そこに来るわけでありませう。そのためにもちろん外国の人のビザを解禁せよとか、あるいは観光の旅館の営業形態をもっと近代化しろとか、1泊2食付の料金を改めろとか色々あります。それはしかし、最後のことです。ディテールです。おおよその考え方は今のに尽きるわけです。

そんなことを考えますと、まさに皆様方は先進国であるわけです。その先進国の皆様方に口幅ったいことを申し上げますが、もう一回皆様方が頭を整理していただくにおきまして、今申し上げたようなことを少し体系立ててお話をしてみたいと思います。それが「地域におけるニュー・ツーリズムの展開」というこの資料であります。これは皆さんがニュー・ツーリズムと言われたからそう書いてあるのではなしに、初めからそう書こうと思っておったら、たまたま同じことになってしまったということでありませう。

簡単に整理して申し上げますが、まず現状と課題というところで、今、日本の観光にどういう問題点があるのかということが、皆さん方はそういう問題意識をお持ちになったから出たのだらうと思いますけれども、もう一遍整理して、復習をしておく必要があると思います。

今、国内観光が低迷をしております。はっきり言って伸びておりませう。伸びているのはディズニーランドとかそういうところ。あるいはこの地域のように、特別な施策をもってやっておられる一部のところ。いわゆる勝ち組というところ。ここがまだ勝



ち組になり切っているかどうかわかりませんが、とにかく何か意欲を出してやっていたら、あるいは減らずに済んでいると思いますが、大部分の観光地は減っております。特に、既存の観光地の減が著しい。伊豆、箱根の温泉だとか北陸の温泉の減では著しいものがあります。地域の経済にも大きな影響があります。



それから、今のような状況ですから、国内観光を伸ばさなければいけない。どういう問題があってそうなっているのだろうかということを考えると、まず外国人が来ないということが一つ。それから、日本人も日本の観光地に行かない。みんな外国に行くようになった。それがなぜかということなのです。そのあとに色々書いてありますけれども、どうも国内観光地が競争力を失っているのではないかと一つ。それから、観光産業の経営体制というものが、必ずしもまだ効率化、近代化されていないのではないかと。それから、観光客のニーズがどんどん変わるのに、観光地がそれに対応できていないのではないかと、こういう反省があると思います。それを変えていかなければいけない。

今、競争力と申し上げましたが、観光地というのは競争という概念が今までそれはありました。ありましたけれども、同じ観光地の中での旅館同士の競争とか、せいぜい同じ地域の中での観光地同士の競争であった。今はそうではなくて、全ての観光地が国際競争にさらされているとお考えになればいいと思います。例えば、鎌倉で泳ぐか、ハワイで泳ぐかということになっているのですから、今は。それから、長崎にあるハウステンボスに行くか、アムステルダムに行くかというような競争になっているのです。なぜ、そんなものが競争になるかということ、あってはならないことかもしれませんが、飛行機の価格破壊が進んで、外国に非常に安く行ける飛行機があらわれたということです。それから、円高の関係がありまして、国内物価に比べて外国の物価が相対的に日本人には安く見える。また、安い状態が多いわけです。そういうことですから、日本の観光地は全部、外国の有名観光地と競争関係に立っています。若いOLなんか電車でしゃべるのを聞いていますと、今年の夏休みどこへ行くかと。去年はマカオに行ったから、今年はグアムに行こうかなんて平気でしゃべっています。昔だったらあれは、去年は伊豆に行ったから、今年は日本海に行こうかということと同じことなのです。今それは、マカオとグアムになっているのですから。もう完全に競争に負けています。

それから、もう一つは、観光というのは余暇活動です。ところが、余暇を使って、つまり休みの時間を使ってやるものは、他にたくさん出てきたわけです。例えば、テレビゲームあるいはスポーツの観戦、音楽会等。そういうふうなものとの競争に、果たして観光というのは勝つのだろうかということを考えると、必ずしも勝っていない。だから、国内観光地に人が来ない。外国人が来ないのは、外国人は旅行はしているのです。他の国へ行っているだけの話なのです。韓国とか香港が、日本よりも外国人観光客がもう既に多い。中国なんか、いつの間にか日本と1桁違うようになってしまった。そんな状況です。今、日本は、世界で外国人観光客を呼ぶ国の順位では32位です。ほとんどビリ

ではありませんけれども、先進国中はビリでしょうね。

それから、日本人が外国に行く数は1,650万、これは第4位であります。日本人は外国へ行く数はもの凄く多いのです。だから、日本人はもう、日本の観光地に見切りをつけて、みんな外国に行く。外国の観光客は、ほかの国に魅力があるからそちらへ行って、日本に来なくなった。競争力がなくなっているわけです。どうしたら競争力が復元できるのだろうかというふうに考えた場合に、まず観光産業の経営が今のでいいのかどうかという反省が一つあります。旅館の経営の中には、古い大福帳的な経営で旅館をやっている方が今でもいらっしやいます。一見、つまり誰かの紹介がない人は泊めないという旅館があったり、外国人お断りという旅館が今でも少なからずあります。そういうことをやっていたのでは、競争力には勝てません。何とかそういう観光産業を近代化しなければいけない。

それから、旅行会社の方がおられたら若干ご無礼かもしれませんが、旅行会社というのは日本には今、1万数千社あるのです。その中でほんのわずかな一握りの会社が寡占状態になっていて、あとは中小企業です。その寡占状態になっている会社は、どうしてもやはりそういうところが力を持ちますから、そういうところが商品の一つの供給力を押さえておりますから、実は正確な競争原理が働いていないのです。働いているように見えていても。したがって、そこでもサービスが非常に低下をしている、伸びなくなっている。そういう原因がそこにあると思います。観光の経営体制にも非常に大きな問題があって、これが競争力を失わせている。

その次には、観光客のニーズがどんどん変わっているのでありますけれども、それに対して観光業界なり観光地が必ずしも追いついていない。この地域が、追いついていないという数少ない例だと思います。例えば、団体がグループに変わっているのです、急速に小人数旅行に。今でも大きなビルを建てて、何百人という団体を迎えるような体制ではもはや、対応できなくなっているのです。それから昔の観光は、見物観光です。悪くいえば物見遊山です。そういう景色を見たり、名高いお寺や神社を見たり、あるいは史跡を訪れたりという、いわゆる普通の観光です。今はもうそれでは、だめなのです。体験観光、何かをやってみる観光、今この地区やっぴらっしやいますが。それから学習観光、勉強する観光。年配の方が定年になってから、元気なお年寄りがたくさん増えております。平均寿命は延びておりますから。そういう方々は観光に出かける時間を持っておられます。そしたら、有意義に使いたい。もう一遍ここで観光を通して勉強をしたいのだという方が非常にたくさんいるのですけれども、今の体験観光、学習観光を満たし得る観光地は大変少ない。この地域のように体験観光を一生懸命取り組んでおられる地域は、まだほんのわずかであります。ここでも競争力を失っている、そういうことです。したがって、観光客のニーズを分析して対応するということと、観光産業を近代化して、もっとコストダウンをして行きやすくしてあげるということと、それから今の観光地全体が競争力という面についてもう一遍反省をすること、これが今日本の観光にとって非常に大事なことだと思います。当地はそれを先取りをして、かなりな程度やっぴらっしやということについて、私は評価できる地域ではないかと思ひます。

例えば、体験観光一つとって見ましても、スキーは当然です。夏になるとラフティン

グが行われる。キャンプがある。それから色々、酪農体験、あるいはハムとかソーセージとかジャムを作るような、そういうふうな体験です。そういうふうなことは、ここでなければできないのです。北海道のようなこういう産物のあるところでなければ。

そういうことを積極的にかつ組織的に、体験観光という言葉はあまり使っていないのかもしれませんが、實際上、体験観光なのですが、非常に積極的にやっているという意味において、新しいニーズにこたえる努力をしています。

もちろん、団体を中心にした受け入れだけではなしに、個人グループを中心として受け入れ、しかもそれが長期滞在ができる、日本では珍しいのですけれども、そういうところを狙ってやっておられるということ。それは情報があるからこそできるのです。情報がなければ、団体で行くしかないわけです。団体で行くということは、みんなが情報がないから団体で行くわけでありますから、団体から個人に変われば、これは情報が全てを決めるのです。情報は先進地域です。それから今の体験観光も先進地域です。長期滞在型の観光もやっておられます。大変なその意味では先進地域だと申し上げざるを得ない。もう一ひねりあればもっといいかなという感じはいたしますけれども、とにかくそういう意味では先進地域でありますから、せっかく皆様が培われたこういうものを大事にすると同時に、北海道全体が地域の特色を生かして、そういうふうな空気になっていかなければいけない。そのように思います。

そこで、今後の方向を一まとめにするとどうなるか。地域の特色を生かした新しい切り口の観光を展開することに私は尽きると思います。日本人に日本の観光地にもう一遍回帰してもらうこと、戻ってきてもらうこと。外国人に日本にもっとどんどん来てもらうこと。そういうことをするにはどうしたらいいのかということ、それぞれの地域の特色を生かした新しい切り口の、地域の特色ということと新しい切り口という二つの点、これについて、もう一遍各地の観光施策を点検してみる必要があると思います。なぜか。地域の特色を生かしたということになれば、観光地の観光資源は地域の数だけ少なくともバリエーションがあるはずで、地域の数は大変な数ですね。後志だって何市何十町村あるそうでありますから、それぞれの特色を生かせばみんな違うはずで、

例えば焼き物、陶磁器というのは、非常にこれは日本の産業観光で大きなウエートを占めるのでありますけれども、これでも色んな陶磁器の産地で、みんな違うのです。九州の有田焼、金沢の九谷焼、京都の京焼、名古屋の瀬戸物、それから備前焼、全部違います。これは地域の特色を生かした瀬戸物を全部探せば、瀬戸物だってみんな違うのです。ただ、瀬戸物はどこでもできません。これは陶土のないところではできませんから。

しかし、観光資源というのは、どこでも色んなものがある。地域の特色が入っていないければ意味がないのです、十把一からげでは。温泉だって色々地域の特色があると思います。演出があると思います。それをやれば観光資源は一挙に増えるのです。そうすると、マンネリにならずに済むのです。日本の中でも案外面白いではないかということになるわけであります。

それから、観光資源をもう一遍見直すこと。それから、新しく観光資源を開発すること。自分の身の回りを観光する心を持って見回せば、何でもないものが観光資源になります。そういう例が各地にあります。

大分県の豊後高田というまちでは、空っぽの米の倉庫、その活用方法を考える中から、観光資源に使おうと、そこに市を立てたそうです。マーケットです。地域の特産物を日を決めて。それが評判になって、そこに近在の人が市をつくって、多くの観光客が来るようになったそうでもあります。その米の倉庫をつぶそうかというのを「いや、ちょっと待て」と言っただけなのです。

九州の南の方へ行きますと、焼酎ブーム。焼酎の工場をどんどん増設する。ちょっと待てよと。工場を造るのなら、見学させようということで、そこを見学コースつけた。それからどんどん発展して、焼酎の見学コース、試飲コーナー、それからさらに、焼酎にふさわしい料理を出すレストラン、焼酎だけで観光資源がこれだけできるということで、年間数十万の観光客を集めている「焼酎ワイナリー」というものが宮崎と鹿児島には数カ所あります。それも最初は何でもない、工場の増築の際に人に見せようと思っただけなのです。観光する心を持っていったから、それができるわけですから、ご当地のような観光資源、自然の資源も非常に広いところは、そういう気持ちでご覧になれば、まだまだあると思います。そんなようなことがあるわけがあります。

地域の特色というのはそういうことで、地域の特色、地域の数だけ一つの観光資源がバリエーションが生まれるということです。だから、それをみんな見るためには、100年ぐらい生きなければ観光できませんから、日本人が日本の観光に飽きることはないはずであります。

次に、新しい切り口であります。これはさっき申し上げましたけれども、体験学習観光ということをやりたい人が非常に多い。そこで、観光資源の割り方を横割りにして一遍テーマ別に考えてみようじゃないかという提言を、私はしております。

今までの観光資源には、大まかに言って二つあります。一つは、自然景観観光資源。自然の景色、あるいは自然にできた温泉、自然を観光資源にするものです。この地域がそれがたくさんあります。次に、社会観光資源、社会文化観光資源。これは人間の作ったものです。古いお寺とか古い神社とか史跡とか、そういうふうなものです。日本の観光は大体その二つのどちらか、あるいはその両方のミックスだと思えます。それは今までの観光資源の分類です。今度それを私どもは、テーマ別に横割りにしてみようではないかという提案をしております。

例えば、私が言う産業観光。産業観光というのは、ものづくりです。これは農業、漁業を食います。農業、漁業あるいは工業、あらゆる生産の中でできるもの、生産物。それから生産をしている過程。工場とか漁場とか農場とか、あるいは窯元のようなそういう工房です。そういうものを見学なり体験。そして産業遺跡。昔の古い工場だとか機械なんかを見る。そういう分野を考えて、産業というので横割りにして参ります。そうになると、どういうふうに見えるか。例えば、今の自然景観というのは、産業から見れば横割りにするとどうなるか。きれいな海があったと。今まで海の景色はいいということで終わっておったと。きれいな山があると、それで終わっておったわけですが、産業という意味で海は漁場です。漁業という産業をするための場です。それから山は林業をする、往々にして場であります。そういうふうを考えていけば、これは違った切り口から山や農場や海が見えてくるわけです。

自然景観はそういったことで、社会でも、お寺とか神社仏閣、あれは産業から言えばみんな産業生産物です。木材を切り倒して、板にして建物建てるわけです。建築という技術を使った産業生産物です。そういう見方で見れば、また違った見方がそこに出てくるはず。そういうふうなことで、今の縦割り資源を横にすると、縦を横に切れば、同じものは今度は横から見られるわけでありますから、観光資源の組み合わせができて参ります。数学の順列組み合わせが、何万種類という組み合わせにすぐなるように、縦割りのものを横割りにしてみる。縦と横の両方から見る。それで地域の特色を生かせば、地域の数だけ、それに縦と横があるわけですから、おびただしい数の観光資源が本来ならできるはず。そう考えていけば日本の観光なんてというのは、人間が100年生きて、とても見られるものではないぐらいたくさんあるはずなんです。今はごく一面的なものが見られている。残念だと思います。

テーマは産業の他にもあります。例えば街道観光。道路、道の観光です。北海道の道はちょっと性格が違いますが、本州の道は昔から、長い間旅行をする。そこが旅行通路ですから、そこで色んな沿線との触れ合いがある。宿場があり、関所があり、川の渡し場があったりして、色んなそこに触れ合いがあるわけです。それをたどる、街道という面から見れば一つのもので出て参ります。司馬遼太郎の「街道をゆく」というエッセイが有名になって、そういう目で人が向くようになりましたが、そういう切り口もあります。

それから都市、まち。これも、まちの何とかではなしに、まちそのもののたたずまい。この辺で典型的なのは小樽でありますけれども、小樽のまちというのは独特の情緒、ムードがあります。あのムードを全体として楽しむ。そういうことがやっぱりなければいけないと思います。もちろん代表的な景観は必要でありますけれども、まち全体として出てくる一つのムード。これはまた、まち毎にみんな違うはずであります。札幌とだったら全く違うと思います。岩見沢も違うと思います。そういうテーマ別に、都市というテーマで割ってみるというのも一つのやり方です。そのようなことも、そこにあるわけでもあります。そういう区分けをして、新しい切り口を考える。地域の特色を生かして新しい切り口で観光すれば、あらゆる観光資源がそこに生まれてくるわけであります。そういうふうな見方もあります。

これは笑い話でありますけれども、愛知県が今、武将観光というのをやろうとしております。武将というのは侍です。これは何かというと、愛知県出身のお殿様が、徳川時代の初めは全国の7割。全国の7割の殿様は、みんな愛知県出身だったそうです。今でいえば天下りです。そういう人がみんな名古屋の文化を持って各地へ散っておると。加藤清正、前田利家、皆、名古屋の人ですから。そこへ行って、今の愛知の文化というものはどういうふうに地域の文化と融合しているかを見ようという、「前田利家出世への道」だとか色んなことをやっていますが、そんなような切り口さえあります。これはちょっとあまり愛知県の他に他にはお勧めできませんが、そういうふうな見方さえあるのです。色んな見方がそこにあ



ると思います。そんなことで、観光資源というのは一遍、横割りにしてみたらどうなるのかということをご提案申し上げているわけであります。

それでは、地域の特徴をいかに生かすか。さっきの地域の特徴を生かしたことでありますけれども、ちょっとこの辺の具体例を挙げながら申し上げてみたいと思います。

まず、「観光資源の棚卸し」と書いてありますけれども、観光資源をもう一遍全部洗い出してみる。色んなものが出てくると思います。ただ、予想外にちょっとしたつながりによって観光資源になるものが捨てられていることが、並び出してみるとわかります。

ずっと観光資源を一覧表みたいにして見ると、これとこれとのつながりがあったらいいなと思うのが、ふっと浮かんできます。そういうようなことで一遍棚卸しをしてみたいということ。それと、新規の開発を組み合わせたらどうかということ。

例えば、この後志で私は、産業観光というジャンルでテーマ別に、色んなものをひとつ一遍やってみたらどうでしょうかという提案をしたいわけであります。産業というのは工業の工場である、室蘭にあるようなああいうものだけではありません。室蘭は第2次産業の産業観光を一生懸命やっていますけれども。例えば酪農です。これはもうこういう北海道でなければできないことです。乳搾りの体験をさせる。チーズとかバターを作らせる。これは涙ぐましいですけども、名古屋なんかで「旅フェア」といって全国の各地からブースを出してもらって、観光の展示をいたします。北海道は必ずあそこでバターづくりの体験というのをやらせるのです。そうすると、こういうシェーカーみたいなものがありまして、その中へ牛乳を振ると、ほんのわずか、小指の先ほどのバターができるのです。そういう体験を子供にさせる。子供はその小指の先でも本当に感激しております。北海道の方がご覧になると、何、馬鹿なことを言っているかということだろうと思うのだけれども、北海道の方には、あれはごく日常なことだと思います。バターなんかどこでもできていますから。名古屋の人はバターができるということは、もう奇跡的なことなのです、これは。自分の前がバターができる。感激します、子供が。それを一生忘れないというふうに私は聞きました。そんなものなのです。よその人から見れば。だから、酪農体験をここで思う存分やらせれば、私は全国から来るのではないかと思います。今もやっていますけれども、それを酪農体験ということでもう少し幅広く、例えば牧草を刈る、牛に餌をやるところから全部、あの生産過程をやらせたらどうかと思うのです。農業観光というのがそういう面で最近、興味が出てきておりますのは、これは米を作るところの地域の話であります、水田を1平方メートルほど都会の人に貸し与えるのです、1年間。農地法の問題が若干あるそうですが、貸し与える。その人々に毎週末に来てもらって、農作業を全部体験させる。当然1年かかります。田植えから草取り、稲刈り、脱穀、全部やらせる。大変喜ぶそうです。家族連れで、特に子供が喜ぶ。もう抽選をしても困るほど、たくさん申し込みがあるそうです。

私、昔中学生のころに、戦争中でしたが、人手不足で農業動員、つまり百姓のお家に行き手伝いをさせられました。田植えから稲刈り、あんな辛い嫌なものはありません。もうあんなものがどうして楽しいのかと私は思いますけれども、今の子供あれが楽しいわけです。北海道の牛乳を振って、ここから先のバターを見て、感激する。あれが都会



の子供に欠けているのです。だから、そういう農業体験、酪農体験。ただ、それは断片的な牛乳だけでは残念なので、牛乳ができるまでの過程全部を体験させればもっといいわけです。例えば1週間ほどここに泊まり込みで行くと。そして、あらゆる酪農作業を体験する。そんなやり方もあると思います。それから、毎週来るやり方もあると思います。するとリピーターが来ます。そうすると、その酪農体験でも農業体験でも、仕事の合間に何か他のものを見せるとか、色んなことがあるでしょう。そうすると、都会の人との間にコミュニケーションが生まれます。こういうふうな毎週ごとの観光とか、今までにない概念ですけれども、あるいは長期滞在型とか、毎週往復型とか、できたらJRでお送りしてもらいたいのですけれども、ここは飛行機で来るしかないのかもしれませんが、そういうふうなやり方です。そういうふうなことをやられれば、北海道はいたるところに僕は材料があると思う。リピーターを呼ぶということです。そういうことが一つあり得るのではないかと思います。

それから、漁業観光でも、これは、日本海はかなり荒海でございますから、簡単ではないかも知れませんが、例えば内水面のマス釣りだとかというようなものもありますし、今高知では、カツオの漁業体験というのが非常に大きな観光資源になっておりまして、中土佐町という高知県のまちですがカツオの博物館を造っているのです。あらゆるカツオに対するものの展示があって、昔からカツオ漁がどう変わってきたかというのが全部ある。今度はお客を船に乗せて、カツオの一本釣りを体験する。一生忘れないそうです。

あれをやりますと、やっぱりこれも。それは海が荒れていないとかなんか難しいでしょうけれども、例えばそういうようなカツオの一本釣りを体験するので、漁業を体験するのもあります。はっきり言えば昔の地引き網、それから瀬戸内でやるタイ網、タイをとるところを観光します。岐阜にある鵜飼。これは鵜を使ってアユをとる。富山県では最近、ホタルイカの漁を見せる観光が非常に熱心だそうであります。これは非常に幻想的なものだそうであります。漁業も観光になります。北海道でもその応用範囲はいっぱいあると思います。

それから、特産品の観光があると思います。色んなものが、例えばトウモロコシができるとかジャガイモができるとか、これをまた生産過程から、あるいは加工の過程から、刈り取りの過程から経験させるということも非常に大きい。自分で刈ったトウモロコシを食べるとおいしいのだそうです。私はそういう経験がありませんけれども、別に同じ味ではないかと思うのだけれども、自分で刈ったものを食べると一際おいしいのだそうであります。例えば、そんなことをまた宣伝するのです。自分で刈ったトウモロコシはおいしいというポスターを出すだけでも、随分私は違うと思うのですけれども、そんなことをやる余地は、北海道の至るところにあると思います。

一つ笑い話でございますが、根室本線に「おおぞら」という特急があります。あの特急に乗って、私は札幌から釧路に2年ほど前に行きました。そうしたら中で、アイスクリームを売る。北海道のアイスクリームはおいしいだろうというまず印象があるのです。「おいしいアイスクリームをただいまから……」という車内放送があり、買いました。もの凄くおいしゅうございました。特に景色を見ながら食べるとおいしい。ところが、そのアイスクリームのふたを取ってみたら、名古屋支店パックの何とか会社製造と書い



であるのです。名前言いませんけれども、私どももよく知っている会社です。がっかりしましたけれども、それを見なければ、北海道のアイスクリームを北海道のあの田園を見ながら列車の中で食べると、一際おいしいような感じがするのです。あそこなのです。

観光というのはそういうものなのですよ。本当にムード、気分なのです。それをどうして演出するかなのです。名古屋支店パックにはがっかりしましたから、支店パックのその会社の人に「あんなことを書かない方がいいよ」と言ったら、「いや、あれは書くことが法律で決められている」のだそうですね。名古屋市何とかと住所氏名をきちっと書いて、責任者を明らかにしなければいけないのだそうです。だから、あれはもうちょっと何かいい方法はないのかと思いましたが、名古屋もここまで進出していると思ったらいいのかなと思って帰りましたけれども、あれを見ているとわかります。ムードですよ、やっぱり。大事なことはそういう気分にお客様をすることです。それは大事なことだと思うのですが、それが北海道の場合はあらゆるところに恵まれているということです。名古屋のアイスクリームだって喜んで食べて帰るので、あれはふたを見なかったらみんな喜んで帰って、それで終わりだったと思います。私は、たまたまふたを見てしまったからいけなかった。そんなことでございます。

それから、新しい観光の展開で色々ありますけれども、演出上の工夫が要ります。これは皆さんがまた先駆者であります。例えば小樽の運河沿いの倉庫、あれはライトアップしていることによって有名になっているのです。また非常にムードがあるわけがあります。東京駅が国鉄の末期のころに、もう国鉄がつぶれそうになったころに、あまりにも話題が暗いから、せめて駅だけでも明るくしてやろうと思って、駅に電灯をつけてライトアップしたことがあります。東京駅の丸の内のレンガを。そうしたらこれが評判になりまして、今まで誰もそんなこと言ってこなかったのですけれども、あれを残せという運動になった。あのレンガ建ての東京駅を。あれは実は昔の建物ではないのです。

昔の建物はドームがあってもう一層高かったのですが、戦災を受けて切って、だいぶ中も改造して、本当は昔のものではないのですが、やっぱりそれが夜ライトアップされると、あのレンガのムードがあって、実に美しいと。何とかあれを残せ、というふうになって、そういう運動が起こって参りました。これはライトアップしなければあんな運動は起こらなかったと思います。それほど一つのものをライトアップすると、もう全然違うように見えます。これは演出でございます。そういうふうなことが東京駅の保存運動にもつながったということは、東京駅の価値が再認識されたということでもあります。

そういうふうなことで、これは東日本が、実は潰すつもりしていたのです。潰してビルを建てようとしておったのです。そういう運動が非常に盛んになりましたので、東日本に今会長をやっています松田というのがおりますけれども、あれは北海道の人ですが、彼が決断をして、これを残すことにした。これはあれをライトアップしたのがきっかけだったのです。

文化財としてその方が喜ばしいことでしょう。小樽の倉庫群もあれはライトアップしているところは幻想的な独特のものがあります。何でもないものをライトアップしたら、倶知安の駅をライトアップしてもいいかどうかは、ちょっとこれはわかりません。ちょっと見てきましたが、あれはライトアップしてもあまり残そうとは言わないかもしれな

いけれども、例えばスキー場とか、今日雪がたくさん積もっておりますが、ああいう雑木林に雪が積もっているところ、あれは夜歩くところをライトアップしたら、実に見事だと思います。

そんなことで、同じものでも電灯をつけると違うのです。何もそれは、白い電灯や白熱電灯でなくたっていいのです。赤い電灯だって、青い電灯だっていいわけですから。今日は青い電灯の日とか、今日は赤い電灯の日というのは、そのだけでまたムードが違うわけです。特に雪は、色んなものがそこに書けるわけです。雪にペンキで書くわけにいきませんが、電灯をつけることは自由ですから。あの雪を何かそういうふうにお使いになったら、違うのではないのでしょうか。七色の雪なんていうのがあって、月曜から土曜まで全部雪の色が違うといったら、これは面白いと思います。全部ではまずいでしょうか。例えばそんなことです。何にでも、それにしがみついて観光にしようと思えばなるのではないかという感じがする。それほどここは宝庫に恵まれておると思います。

それから、情報であります。これはもう情報の出し方によってどういうふうにもなります。どんな情報だっていいのです。例えば今のアイスクリームでも、「北海道特産のアイスクリームを今から販売します」と言ったから、欲しかったのです。そうしたら、違うじゃないかとよっぽど言いに行こうかと思ったけれども、北海道の牛乳でやっているのだという説明を聞いたからやめましたけれども、とにかく「北海道の」というだけで買いたくなるわけですから、そんなような情報です。

それから、プログラムのメニューの問題で、これはコースです。どういうふうに戻りたいのか。例えば、ラフティングをした後、何をしたらいいのか、あるいはスキーの後、何をするのか、そういうふうなことを提案をする。あまり強制はしてはいけません。提案をするということがやっぱり大事だと思います。これははっきり申し上げて地元の方にしかできません。よその人は何があるかわからないのですから。そういうことがまだ非常に欠けております。その提案があったらここで流せば、これは相当な私は話題になるだろうと思いますが、そういうふうなモデルコースの提案をすること。

それから、広域連携をやっていきますけれども、バラバラにやるのではなしに一つのゾーンにまとまってやること。それでクラスター、クラスターというのはブドウの房のようなことを言います。ああいうふうには色々房状に、房に実がなるように色んな観光地がそこにぶら下がって、たくさんグループができる。そうしたらそれはゾーンとしてまとまります、観光クラスター。そうすると、そこへ来たらまた楽しいのです。色んなものが見られるわけですから。離れていても構わないのです。情報によってそれはくっつけておけばいいのですから。後志地方というのにくっつけるように、後志地方だって山梨県ほど面積があるそうですから広いのしょうけれども、それも構わないのです。後志地方でくっつけば、今は車があれば倶知安からニセコまで20分で行くそうでありますから、そういうふうによれば、12キロあるそうだけれども、12キロの距離はもはや距離ではないのです。20分なら、もう東京の都内の交差点五つか六つ行くにも渋滞すると20分かかるのですから。そう思えば何でもないことなのです。距離と時間感覚が全く変わっていると考えると、距離の問題を若干無視してでも、情報でつながれば一つの観光ゾーンになります。

まちづくりは言うまでもありません。皆さん方が先進地であります、観光によってまちづくりをすること。まちづくりによってまた観光すること、これは相互の関係があります。観光によってまちづくりをすることは、大事です。また、まちづくりをしたから観光できるというケースもあるのです。例えば、電線の地中化。小樽の運河通りなんかは、あれはまちづくりとしてやったからできたのです。そうすると人が来ます。人が来たら今度はその人が迎えられるような、まちづくりをやる。まちづくりをやれば、また来やすくなればまた来る。まちづくりというのは、観光客を呼ぶための一つのいい循環を呼び覚ますきっかけになると思います。ぜひともそういうことをやるべきだと思いますし、また、観光というのは、これは地域の光を見るという意味なのです。物見遊山とかそういうことではなくて、地域のいいところを見るということです。何もいいところがないまちなんてないのです。どこかに何か特色があります。それを際立たせるというのは、まちづくりで際立たせるしかないのです。電柱を地中化するだけではありません。物によっては電柱を立てた方がいい場合だってあるかもしれません。一律に考えてはいけないのです。地域にふさわしいまちづくりを観光という目線でもう一遍やってみるということ。小樽が一つの先鞭を切られましたが、またそういったこととは違った意味で、色んなことをやってみたらどうかと。

明治の開拓時代に北海道の絵はがきを見ますと、駅前から真っ直ぐの道がずっとあって、その両側に電信柱がいっぱい立っている絵があります。しかも、おいらんかんざしのケタの多い。これも一つのまた景色なのですね。決して悪い景色ではありません。もう一遍やってみようかというわけにはいかないのかもしれませんが、何も地中化するだけが能ではない。場合によっては地上にどんどん電柱をやってみて、周りの家がそれにふさわしくなれば、それでいいわけですから。決してそういうのを一つの流れて規定してしまわないで、色んな地域によって色んな演出の仕方があるのだと、そういうふうに考えれば、この点も随分違ってくるのではないかと思います。

そして、情報発信であります、これはもう官民協力して皆さんがやっていらっしゃるように、地元の皆さんが情報発信されるのが一番良いことです。そのためには地元の皆さんが地元を知らなければいけないのです。案外それがそうではないのです。私は京都の人間です。金閣寺へは行ったことありませんでした。あんなところへは京都の人は行きません。いつでもあるのですから。ところが、あれが昭和25年に焼けたのです。林という坊主が自分の寺に放火したのです。京都の人が何をしたか。私もそうでしたけれども、銀閣寺を見に行きました。もう一つ似たようなものがあるのです、銀閣寺というのが。金閣寺は足利義満、銀閣寺は足利義政、同じようなものです。今度は銀閣寺が焼けるかもしれないと、みんな銀閣寺に行きました。私も初めて銀閣寺を見ました。今もって焼けませんから、行かなくても良かったのですけれども、とにかくそんなものなのです。焼けて初めて、これは惜しいことをしたと。ここがみんな焼けたと。あの坊主はけしからんというのが新聞に出ます。すると、京都の人はあれはそんなものだったのかと初めてわかるのであります。例えば、東京の人が東京夕



ワーヘ行かないようなものです。名古屋の人が名古屋城にはあまり行かないようなものなのです。色んなよその人から聞いて初めてわかる。遅いのです、それでは。地元の人がまず、徹底的に地元を見て、地元の良さを知って、それを情報発信するのが一番良いのです。ここの方はそれをおやりになったから私は評価をしているのでありまして、地元の方が地元のことを知らなければ情報発信できませんから、案外知らないものなのです。驚くほど知らないものです。だから、ここの方は地元のことをまず皆さんが自分で振り返って、地元を十分理解をしておやりになっているから定着しているわけです。そういうことが案外欠けていると。それも皆様方が先駆的におやりになったことだと思います。

さっき申し上げました観光する心、観光資源を開発するためには、自分の身の回りを観光という目で見れば、何でも観光資源になります。極端に言えば、そこを走っている電車だって観光資源になるのです。私にしゃべらせればわかりますが、電車はみんな違いますから面白いのです。中には古い電車がございまして、古い電車というのは気動車ですけれども、「40」という重い気動車があるのです。あれはもう厄介者で、どうにもならなかったものを、よく北海道が使ってくれていると思います。そうかと思うと新しい軽快気動車という、ほとんど電車と変わらないようなもの。あれだって専門家が色々苦心して作っておりますから、皆さん方がお乗りになるときに、色々意識してお乗りになれば、違った見方ができると思います。大まかに言いますと、ここには3種類の気動車があります。みんな違うのです。何なら私、その話させれば2時間でも3時間でもしゃべりますけれども、その3種類は少しずつ違うのです。あれを皆さん、乗り分けて見ていただくとわかります。非常に近代的な軽妙な新しい気動車「414」というやつですが、これが一番新しい。それから、今の「40」というのが一番古い。その間に昔のような二重窓の非常に古いタイプのこれはもう一つ、デッキタイプのやつ。これは北海道にしかないのです。北海道は寒いからです。二重窓のデッキタイプのローカル気動車というのは、北海道にしかありません。他の地域にはありません。だから、あれはなくなる前に、どこかに保存したら良いと思いますけれども、例えばあれだって観光資源になるのです。

蒸気機関車がそうでしょう。昔はあんな煙の出る厄介なものはすぐ追放しろと言って、もう蒸気機関車を早く電化してと、わんわん言われたものです。そうしたら、あそこだけになったら、みんな全国からここに「C62」に大勢の人が集まりました。今はSLが時々復活運転する。そこにもう大量の人が集まって、交通整理で大変なのです。警察からなるべくやらんでくれと言われるぐらい人が集まります。どうしてもっとたくさん、早くにみんな見てくれなかったのかと思いますけれども、そんなものなのです。だから、やっぱり今物を大事にしなければ。そのためには自分の身の回りを見なければいけない。これが観光する心だと思います。

それで、観光する心を持った人が受け入れ体制側にもあり、また観光客側にもあれば、コミュニケーションがあります。観光地の人々と観光客とのコミュニケーションがあつて、そこに文化が生まれます。それがないところに、ミスマッチを起こしているのです。京都や奈良にはそれがありません。大量観光ですから。京都の人は観光客は迷惑だと思

っています。観光客の人は、また京都は何とその通りにくいところばかりだと、サービスが悪いと思っているでしょう。対話が全くないのです。

ここの地域はiセンターを通じて対話をしようとしてされています。そういうふうなことがやっぱり私は本当の観光というのを、人間的な観光というものを生んでいくと思いますので、大事なことだと思います。

お役所と市民と観光客、これこそ三位一体です。この三者がトライアングルのように努力をすることによって観光が成り立ちます。ひとり相撲はできません。そして、その中でやっぱり基本になるのは市民です。地元の市民が観光客を迎えようという気持ちにならなければ、観光地にはならないのです。だから、市民の努力が出発点で、それにお役所と観光客とが一緒になったコミュニケーションの中から、観光が生まれるということ。

そして、観光は生産、物をつくること、商業、商売です。それから、環境保全、それから教育、この全部を接点に持つものなのです。また、それらを結びつけるものです。

観光は教育と一体です。学習観光というのは教育の一環でさえあります。また、教育、学校の仕事との一環があって、学校のお休みのときにやるものでもあります。学校の授業でもあります。教育の一環であることは言うまでもありません。

環境保全は観光ということで非常に大きな関係があります。環境保全しなければ環境はできません。

それから、商業というのも観光です。まちづくりというのはやっぱり商業に関係があるわけです。さっき言ったように、市とかそういうふうなものは商業です。それそのものが観光資源になるのです。

それから、産業は言うまでもありません。産業観光です。

だから、こういういろんな我々の日常のなりわいにかかわる商業、生産業、環境、教育というのを全部取り結ぶのは観光なのです。観光というのは何か物見遊山で遊びに行くみたいに思っている方がいます。それも良いでしょうけれども、そうではない、こういう非常に大きな文化的、社会的な意義を持つものなのだという事です。それを私、皆様とともに忘れないで確認をしたいと思います。それを呼び起こしていただけたらいいのですが、私はこのiネットだと思います。地元の方が自分の意思で、ボランティアで、しかも大勢の方々がメンバーとなって地元から情報を発信する、こんな素晴らしいことはありません。これが行われているところは、全国で大変少ないと思います。お役所が、自治体がやっているところはあります。その自治体がやっている、お役所がやっているというのは、それはやっぱり非常に浅いところしかできません。住民ではありませんから、そんな深いところまで行くわけにはいきませんし、お役所はやっぱりこういう能力に限度があります。あまりコマーシャルはできませんし、住民だったらそれは自由にできるのです。そういう意味合いで、この「しりべしネット」が全国に発展をされるように、また全国の方々がこれと同じようなあちこちに何とかネットをおつくりになって、このiネット総会が全国のiネット総会がここで開かれて、何百人というiネットの仕掛人が、カリスマがここにお集いになるように、私、本当に祈っております。

産業観光も、おかげさまでようやく、こういうところへ全国から二、三百の方が集ま

るようになりました。本当にうれしいことですが、このiネットも、本当にネットワークがあってこそでございますから、全国の同業の士あるいは同志がここに集まってこういう会合を持たれることを、私はそこにまた手弁当で参りまして話をさせていただいたり、皆様のご指導をいただいたりしたいと。そういうことは、今すぐにもできるような感じさえ、今日はして参りまして、非常に自信が深まった次第でございます。

どうかひとつ皆さんもそんなお気持ちで、ここは大変な先進国だと。それをどのようにこれから広げていくか、この地域でもっとほかの市民の方々にも参加をしていただくように、どう横に広げるか、縦に広げるか、そこら辺に課題があるのだということだけご理解をいただいて、ご努力をいただければと思います。私も及ばずながら、皆様のご指導をいただきながらお手伝いができることはやって参りたいと思います。

ご清聴ありがとうございました。（拍手）