

観光文化

Tourism & Culture



財団法人日本交通公社

特集◎ 観光とホスピタリティ

◆巻頭言

ホスピタリティと自己実現 淀川隆顕……①

◆特集

- 観光ホスピタリティ 服部勝人……②
- 観光まちづくりとホスピタリティ 桐木元司……⑥
- 皆さまざまから愛される施設づくりを
—茨城県立国民宿舎「鶴の岬」 塙吉七……⑨
- JR九州のホスピタリティ戦略 橋内秀人……⑬

◆視点

- 九州観光推進機構の18カ月
—広域観光推進の成果と課題 大江英夫……⑰

◆連載

I あの町この町 第18回

大正の夢 — 岐阜県・恵那市明智町 池内紀……⑳

II 岩倉使節団に嵌まって30年 第3回

「米欧回覧の会」の発足と「岩倉追跡ツアー」 泉三郎……㉔

III ホスピタリティの手触り 39

ジャルダン・エキゾテック 山口由美……㉙

◆新着図書紹介……㉚



— 伊勢街道・松阪の御城番屋敷 —

伊勢街道に面した松阪（近世までは松坂とも）は、初瀬街道と和歌山街道の合流する交通の要衝である。

戦国時代の武将として名高い蒲生氏郷が築いた城下町であり、松阪城は桃山様式の美しい名城としても知られた。明治初期に焼失し、今は石垣のみが残されている。この一帯は松阪公園として春には桜の名所となり、秋には紅葉が見事な風景を醸し出し、訪れる人々の心に安らぎを与える。

また、園内には三五年もの歳月をかけた『古事記伝』によって園学を大成させた本居宣長の記念館や旧宅があり、必見の価値がある。その城跡に登ってみると、松阪の街が一望のもとにカメラのファインダーに飛び込んできた。

その中に、今回お伝えする「御城番屋敷」が城の南東側に二棟建ち並び、ひとときわ目を引いた。アングルを変えて数回シャッターを切ったが、印象深い風景として心に残っている。御城番屋敷は、江戸末期に松阪城の警護をするために派遣された紀州藩士たちの武家屋敷として、今に伝わる文化財である。（写真・文 樋口健二）

巻頭言

人をもてなすことは、自分自身と向き合うことである。

一人でいる時は案外自分自身に出会いにくい。自分のことは解っているという気持ちこそささるのであらう。

人と出会うことによって、自分自身と出会うことができる。

時には腹立たしく、時には嬉しくなる人との出会いは、そのまま自分自身との出会いでもある。人のことは見えるが、自分のことは解りにくい。出会いによって腹を立て、嫌な思いをする時には、その人に自分の嫌なところを見ているものである。人をもてなすことは自分との出会いであり、自分を知るチャンスでもある。

もちろん、人をもてなすには、自分の持っているものを最大限活用する必要がある。物質的なものだけでなく、自分自身の思いをフルに活用することが大切である。この自分自身の思いが形となり、いや、形を超えたものとなって人をもてなす。

自分とは何か。何をどう考え、どのように思うか。こ

ホスピタリティと自己実現

西山浄土宗総本山 光明寺 教学部主事

淀川 隆顕

それは、その人が今日まで育ってきた時間や文化から得たものによって違うはずである。しかも、いつまでも変化し続けるものである。

仮に誰かをもてなそうとすると、なすべきことを具体的に考え、実行しなければならぬ。

たとえば、どのような設えしよゑでもてなすのか、どういった食材でもてなすのかによって、まったく違ったことになる。それには、今日まで学んできた、他者と接する方法によっても違ってくる。違わないのは相手を感じる心だけである。この思いがなければ、もてなすことはできない。

人をもてなすことは、その日、その時に自分の中にある思い、すなわち自分自身が表現されることであるから、その時までに蓄積されたものが大切である。いや、蓄積しようとしてきたことが、思いとなるということもよい。

つまり、もてなしとは、こびることではなく、顕示欲をみたくすことでもなく、自分自身と向き合うことによって自己を知り、自己が実現されていくことなのである。

(よどがわ りゅうけん)

観光とホスピタリティ

官民あげての観光立国実現に向け、成功のカギを握るのはホスピタリティの浸透といわれる。今号は、ホストとゲストがともに相手を思い誠意を尽くす「一期一会」を原点とするホスピタリティと観光を考えるとともに、驚きの利用率を誇る国民宿舎「鶴の岬」やJＲ九州の活動も併せて紹介する。

特集 1

観光ホスピタリティ

日本ホスピタリティ・マネジメント学会会長
東洋大学大学院国際地域学研究科教授

服部 勝人

観光への意識変化

成熟化した社会での観光は、単なる「見る」観光から、「感じる」「知る」「楽しむ」「味わう」「する」「実になる」「身につく」などの観光へと変化をとげ、その多様化、個性化の進展は著しい。旅行者は夢とロマンのある感動の旅を目指し、事前に手にとつて見ることでできない希少な商品を購入したいという意識をもっている。

また、社会の自動化（機械化）の進展に

よる、複雑化・高速化・高度化・高質化する中で、新たな出会いの中で同じ時間と場の共有をするうえで、「いかに人間らしく人間に接するか」という人間性の追求が最も重要な要素となってきた。言い換えると、日常にはない安らぎや、人間の温もりをも求めているともいえる。つまり旅は、共に人生の喜びのひとつを味わう場の提供ともいえるだろう。

観光におけるホスピタリティの原点は、「異人接待」「一期一会」である。それは、異

文化交流において、「不安の除去」からはじまるといっても過言ではない。旅行者は、不安がなく、安全で安らぎがあり、身も心も健康で、物も心も豊かな幸福感にひたれ、更には感動の共有、つまりウェルビーイング（安寧・健康・幸福・繁栄など）のある旅を求めているのである。

サービスと

ホスピタリティの相違

効率性の追求から機械化が進み、人と人

との接点が減少する一方で、お客様は支払う金額に対してマニユアル・サービスだけでは満足せず、それ以上の欲求充足から質の向上を求めようになった。機械化という冷たい接客ではなく、人に接するという人間同士の関わりと温もりのある接客が、以前にも増して重要な要素となってきたのである。

また、明確でなく曖昧な概念のまま日常的に使用されている「サービス」とは何を指すのか。サービスの有料化を基盤として、人と人との関係における接客に必要なサービスやホスピタリティとは何を指すのかを正しく理解する必要がある。

サービスの経済化は、提供内容の明確性を意味し、旅行者の権利と欲求に対し、義務と充足を提供することといえる。そこでサービスを「サービスの経済化(有料化)」にもなつて、サービスは有形・無形を問わず事物において機能や機能の過程を提供することを意味し、経済性において等価値を指す¹⁾(2006,p.108)という等価値交換として捉えた。

つまり、サービスは支払った金額を基準として、「良い」か「悪い」かのどちらかし

がなく、欲求に確実に応えうる徹底さが求められることになる。

〈サービスの経営管理の視点〉

- 一、サービスはすみやかに行う「迅速性」
- 二、サービスという仕事の出来高と労力の比率を求める「効率性」
- 三、無駄を省き能率的に目標が達成されるようにする「合理性」
- 四、サービスそのものの自体の仕事としての働きを求める「機能性」
- 五、確かで間違いなくサービスを行う「確実性」
- 六、サービスの内容と料金が明らかで確實である「明確性」
- 七、サービスがあくまで客の個人特有のものに向けられている「個人性」
- 八、客にとって便利で都合のよい「利便性」
- 九、状況に応じて素早く行動できる「機動性」
- 十、サービスの機能的価値を判断し、それに見合った等しい価値(等価値)として金額に表わす「価格性」

の追求が行なわれる。

究極のサービスは自動販売機ともいえるだろう。つまり、機械導入による人的排除の方向にある。また、サービスのみの追及の先には、マニユアル化した「機能奴隷」といった形態となる。

成熟社会では、等価値以上のものを求めることから、高質感並びに高級感を与えるものとなり、そこには物的価値、人的価値もふくまれる。なかでも人的要素が重要な位置を占めている。従つて、ホスピタリティは付加価値という形で換算されることが増大し、付加価値交換として捉えることができる。

〈ホスピタリティの経営管理の視点〉

- 一、互いに影響し合う「相互性」
- 二、実際の目的に役立ち効力のあるようにする「有効性」
- 三、精神上のことを重んずる「精神性」
- 四、期待されることが実現される条件が、それを妨げる条件よりも優性であると確認されているような「可能性」

五、ホスピタリティの場で、絶えず予知できない意外な新しいものを生み飛躍してゆく「創造性」

六、私的な形態でなく社会的・共同的な形態を重んずる「社会性」

七、文化の向上や発達をさせ文化価値の実現を図る「文化性」

八、人間の心を楽しませ、なぐさめ楽しむ「娛樂性」

九、ホスピタリティの共創の場で一定の材料・条件・技巧・様式などの美的創作・表現をする「芸術性」

十、動物的・機械的などに対して人の行為・感情の人間らしい思いやりのある「人間性」

の追求が行われる。

また、語源から見るとサービスは上下関係を意味するが、ホスピタリティはホストとゲストの両方を意味する「主客同一」の意味をもち、「対等な関係」を意味している。つまり接客には、サービスの部分である一時的主従関係と、ホスピタリティの部分である人間として対等な関係とが同時に存在することを意味する。

筆者は語源や概念比較から、狭義のホス

ピタリティを「ホストとゲストが対等となるにふさわしい相関関係を築くための人倫」(2006,p.17)。広義のホスピタリティを「人類が生命の尊厳を前提とした、個々の共同体もしくは国家の枠を超えた広い社会における、相互性の原理と多元的共創の原理からなる社会倫理」(2006,p.17)と定義している。

サービス内容の明確性には「人間の感情や意識」は含まれないが、全体の金額にはこの部分も含まれる。つまり、ホスピタリティはサービスの上位概念として捉え位置づけられ、「サービス無くしてホスピタリティは存在し得ない」のである。そして、サービスの一時的効果性と、ホスピタリティの相乗効果性とが融合したときに、関係性が進展する。

観光におけるホスピタリティ

観光におけるホスピタリティは、一期一会という同じ時間と場の共有を、よりよい環境にし、楽しい場にするうえで必要不可欠なものである。

不安の除去からはじまり、相互容認、相互理解、相互信頼を深めることで、要望・期待・予想・期待以上・予想外に対し、感喜・

満足・驚喜・感動の創出を可能にする。つまり、より良い関係性のはじまりにおいて、双方がもつべき「思いやり」ともいえる。互いにホスピタリティを発揮することが、関係性の構築と継続の第一歩となるのである。観光におけるホスピタリティは、旅行者をあたかも自らの家に客人を迎えるように心温かくもてなし、双方に喜びや感動をもたらすことを意味する。

そこで重要なのが「対等となるにふさわしい」という考えである。筆者は、「双方の間に優劣・高下がなく、その場の相互間に生じる各種の影響などが穏やかで、物事のそうあるべき道筋に当てはまっていることを指す。また、やり方、物のいいぶり、身のこなし方などに、自分に比べて相手の立場や気持ちを理解しようとする心が、注意深く行き届くようにすること」(2006,p.100)と定義している。「対等」だけでなく「ふさわしい」を併せもつことに重要な意味がある。

つまり、迎え入れる側にも訪れる側(旅行者)にも双方にホスピタリティは必要であり、よりよい関係の持続は、余韻・記憶に対し、感銘・高揚まで高められることに

よって、再び訪れたいという感情の創出と、宣伝効果をもたらす。ひいては永代顧客という何世代にもわたり継続される顧客の創造にもつながる。

しかし、一度体験した喜びや感動は、二度三度繰り返すと当たり前となり、サービスの一部として繰り返されてしまう。それ故、ホスピタリティは、旅行者との間に「常に喜びや感動の創出を共に行ってゆく」過程で必要な概念なのである。

また、観光における「唯一性」には、人間のもつ言葉や態度も大きな位置を占めていることはいうまでもない。方言が失われつつある中で、見直されてきていることは、「味わい」の見直しともいえるだろう。同じものであるならば、わざわざ行く必要はない。国内であってもある種の異文化交流なのである。地域のもつ伝統文化を今一度見直すことで、その地域の唯一性やホスピタリティは見出せるだろう。

ホスピタリティの実践に向けて

ホスピタリティという言葉は、日本語の一語で表現できないほど、多くの意味を秘めていることから、日本語に置き換える必

要はないのではないだろうか。逆に日本語の一語で表現した場合に、その語のもっている本来の意味の100分の1も表すことができないだろう。

ホスピタリティは奥が深い。探求すればするほど広範囲なことが分かる。ホスピタリティもこれがホスピタリティであると一言でいえるものではない。

また、人によっても地域、国によっても違いはある。しかしホスピタリティは、人と人、人と物、人と自然などとの関係性をより良いものにするという観点で理解すると、何がホスピタリティなのかが見えてくるだろう。

人との関係が希薄な現代社会の歪みが、一番基本である家庭生活、学校生活、地域生活といったところで現れてきている。ホスピタリティは、日常のいたる所で必要な概念であり、ホスピタリティの実践は、親・兄弟姉妹・友人など日常生活の中で行われることが最も大切ともいえる。

日々のホスピタリティの実践の積み重ねによって、良い習慣として身につけ、さりげなくホスピタリティの実践ができるならば、世代を超えたネットワークへの広がり

をも可能にするものであるといっても過言ではない。

世界が一つの村、つまりグローバル・ビレッジ (Global Village 地球村) といえる中で、人と人との関係にも応用できる概念である。つまり、如何に人間らしく、人間同士の関係を築くうえで基本となる普遍性のある概念といえる。

二十一世紀の豊かな社会の実現に向けて、多くの人々にホスピタリティを理解していただき、日々の小さなホスピタリティの実践を切に願う次第である。そのキーワードは、出会い・ふれあい・頼りあい・高めあいである。

観光振興や伝統文化の継承には、地域住民が果たす役割は大きい。つまり、地域全体でのホスピタリティの推進と、人財（一般には人材）育成がその鍵を握っているのである。（はっとり かつひと）

〔参考文献〕

服部勝人「ホスピタリティ学原論」

内外出版、二〇〇四

服部勝人「ホスピタリティ・マネジメント学原論」

丸善、二〇〇六

観光まちづくりとホスピタリティ

株式会社ホスピタリティトレーニンングテクノロジー代表取締役

桐木 元司

観光に対する意識の変化と市場の欲求

観光は非常に間口の広い産業であるとの再認識を踏まえ、国や地方自治体、また民間においてもかつてない関心が高まってきている。

それは急速な少子高齢化社会が現実のものとなり、たとえば地方都市、市町村の定住人口の減少と、若年層の都会への流失等による地方財政の構造的落ち込みが顕著となり、市町村合併をはじめとした地域の生き残りを賭けた大競争が進行中である。そうしたなかで、定住人口の漸減に代わる流入および、交流人口の増加を図ることが至上命題となってきた。改めて観光が着目される背景のひとつといえよう。しかしそれは、かつての観光のための観光政策や受け入れの発想ではなく、地域やまち全体との関わりや魅力の創出、つまり観光はま

ちづくりそのものとして捉えることがきわめて重要となってきた。

そういえば、つい最近まで観光やレジャーに対する認識は、行政をはじめ企業社会においてもあくまで遊びであるとか、必要性の低いうしろめたい消費行動として映っていた傾向があった。また、観光に直接従事する者や関係する人だけのテーマであり、それ以外の事業者や人びとは無関心であったり、置き去りにされていたことが少なくなかったといえる。

そうしたなかで今、日本の観光にとって顕在化しつつあるふたつの潮流がある。

ひとつは急速な高齢化社会の進展である。特に団塊世代に代表される「OPALL（オールドピープル・ウイズ・アクティブライフ）」とも称される、装い新たな活動派高齢者の観光市場への登場である。元気でア

クティブであることから、果敢にまちに出て、人に会い、そしてノスタルジックな旅に出かけるライフスタイルが見えてくる。

もうひとつは世界平和が前提となるが、訪日外国人（インバウンド）への国の政策支援を受けた、グローバルツーリズムの展開が視野に入ってくる。これらふたつの潮流が本格化したとき、新たな視点での地域観光とまちづくりへの取り組みが待たれるのである。

ローカルホスピタリティ（地域の「もてなし」）が求められる背景

人びとの「もの」優先型消費から、「時間」志向型消費への商品やサービスのパラダイム変化には、「気持ち」や「気分」、そして「想い」といった、より人間的側面との接点や関わりが深まっていく。

枯渇して久しいが、目玉観光地や一点豪

華なハコ施設など、駆け足による物見遊山や瞬間遊興型の旅形態は主役の座を降り、「癒し」や「寛ぎ」、また「和み」や「学び」といった言葉に象徴される、旅や余暇への質的欲求の変化が著しい。それは行く先々での自然や環境、歴史や文化、そして土地の人びとや食、素材などとの交わりや触れ合い、味わいなどに対する関心や願望の高まりが背景としてある。このことは地域観光の振興や開発・再生への取り組みは、そこに住む人びとや業種、立場、年齢などを超えたすべての人びとが関わり、それこそが「地域らしさ」を生む原動力となる。地域のすべての人びと、それは多様な人間資源の活用や地域独自の素材を活かした、“面”レベルにおける「ローカルホスピタリティ」地域のもてなし」の発想と創造が、これからの観光とまちづくりにおいて重要なテーマとなってくる。

ご覧になっていても多いと思うが、近年テレビ各局において、地方のまちやむらを訪ね、その土地の人びととの出会いに焦点を当てながら、隠れた地元の名所や伝統、風習、食文化などに触れる番組が数多く出てきている。そして人気番組となっているようだ。地域の、それも普通の人びとが、ま

ちとの関わりの舞台に登場する瞬間であり、ローカルホスピタリティにも通じるものがある。それはかつての「ハード主体」ではなく、「ソフト」と「ハード」主導による観光まちづくりへの可能性を呼び起こす。

観光とローカルホスピタリティ

今、全国の観光地や都市、農山漁村は宿泊や日帰りを問わず、ツーリストの争奪にさまざまな商品やサービスを投入し鎬を削っている。こうしたなかで市場の熱い支持を受けているところと、それに追いつかず低迷の一途を辿っているところの二極化現象が見られる。その要因のひとつは、当該地域や観光地が観光を経営という視点で捉えているか、単に関係する行政や観光事業者、施設等の個別の問題として考えているかの認識の差にあると思われる。

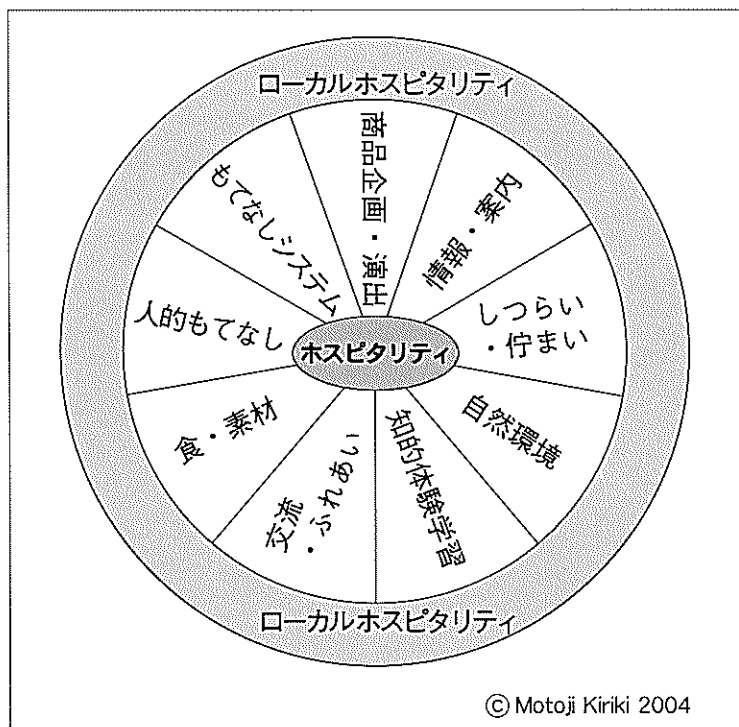
ひとたび経営という見方に立てば、あらゆる資源や素材を有機的、効果的に活用したり組み合わせることにより、市場のニーズやウオント（欲求）にジャストミートする商品やサービスを生み出し、発信していかなければならない。つまり、「マーケティング」の発想が不可欠となってくる。そし

てマーケティングの根幹である「利用者発」と、「利用者接点最重視」を観光まちづくりにも当てはめていくことが大切となる。ローカルホスピタリティは、そのための機軸となる考え方といえよう。

ご承知の通り欧米において観光は、ホスピタリティ産業の中核として位置付けられている。観光という広範な業種が生み出す商品やサービスの価値に、ホスピタリティが深く関わっているからである。

ホスピタリティは一般的通念として、主人的接触や接客行為における「親切なもてなし」、「欲待、歓迎」に代表される訳語として用いられる。しかしながら観光そのものもてなし型の産業特性を持つことから、対人接触や接客サービスだけでなく、もつと多角的、複合的な要素をもてなしの対象として捉える必要がある。それは良かったか良くなかったか、感動したか失望したかを判断する市場（利用者）が一段と成熟し、旅や観光の学習体験を数多く積み重ねることにより、もてなされる要素や感じ方の範囲、またセンスなどが格段と向上しているからである。単に接遇レベルだけの問題ではないのである。それは人びとが旅をすることで体験する喜び、

ローカルホスピタリティの概念



© Motoji Kiriki 2004

憩いや癒し、触れ合いや味わい、そして体験や学びなど、五感で捉えるすべてにもてなしの精神や気分的要素、また知的、体感的充足などが反映されることに他ならない。

ローカルホスピタリティは、一方ではこうしたもてなし要素の広がりへの認識と、他方でこれに合わせた地域そのものの「面」

としての魅力、もてなしに対する住民意識、そしてその機能や役割への継続的取り組みが求められるのである。

ローカルホスピタリティの要素と実際

ソフトとハードによる発想が主導する

ローカルホスピタリティは、人びとの気持ち揺るがず観光まちづくりの魅力について、ホスピタリティをコア(核)に据えた施策や評価を行なっていくことになる。それは自然や環境、まちや観光施設の景観や佇まい、発信する情報や案内表示、もてなしのミッションや人的もてな

し、また受け入れのしくみ、食や地場素材とそれらの商品企画、そして交流や触れ合いの場作りや演出など、さまざまな体感要素がホスピタリティと関わってくる。

スイスは小国で天然資源に恵まれないこともあるが、観光そのものが国家事業として位置付けられているのはご承知の通りである。実際に足を踏み入れてみると、自然資源の魅力はもろろん、そこに住む人びとの来訪者に対する、受け入れのための知恵と思いがごく自然に、それも「スイスホスピタリティ」を随所で体感するのである。

また記憶に新しいが昨年、想像を絶するハリケーン・カトリーナで大打撃を受け復興途上のアメリカ南部の魅惑都市ニューオーリンズ。ここには南部の人たちの素朴で親切的な、そして底抜けに明るい、歩み入る人にときめきを、去り行く人に幸せを、とも思わせる地域住民の「サザンホスピタリティ」が脈々と生き続けている。

昨今、国内においてもこうしたローカルホスピタリティに似た取り組みを行なうまちや観光地の息吹を感じている。ローカルホスピタリティII地域のもてなしは今、はじまったばかりである。

(きりき もとじ)

皆さまから愛される施設づくりを

茨城県立国民宿舎「鵜の岬」

財団法人茨城県開発公社
茨城県立国民宿舎「鵜の岬」総支配人

埜 吉七

海鵜の飛来地として知られる「鵜の岬」は、茨城県北部の海岸沿いに位置し、北茨城から福島県にかけての海岸線が一望できる「全国白砂青松の地百選」にも選ばれた景勝の地です。敷地面積は一六・五ヘクタール（約五万坪）あり、国が指定する国民休養地として公園にもなっています。

突端の断崖には、全国唯一の鵜を捕獲する「鵜採り場」があり、春と秋には海鵜を捕獲して年間四〇羽前後を長良川など全国の鵜飼い地十一カ所に供給しています。

この地に国民宿舎「鵜の岬」は、昭和四十六年五月一日、地下一階地上三階・客室三十一室・宿泊定員二二四名で開業しました。その後、昭和五十一年七月にレジャープール、昭和五十九年六月に展望エレベーター、昭和六十三年七月には温泉の認定を受けて展望風呂が竣工。平成九年四月には

八階建て・客室五八室の新館がオープンし、宿泊定員二〇四名の規模に拡大し、今年で一〇年目を迎えます。

この三五年の歴史の中、事業主体である茨城県は、お客さまのニーズにあったハード面の整備を、運営主体である茨城県開発公社は、お客さまのニーズに応じた経営改善に取り組み、それぞれの努力が「鵜の岬」を発展させ、今日の「鵜の岬」を作り上げてきたのです。

地元の方との交流を大切に

昭和五十七年六月に私が支配人として着任した当時の「鵜の岬」は、利用率が四〇パーセント弱。売上が少ないため、経費の節減により積極的な営業活動もできないような状況でした。「営業は経費を使わなくてもできることから実行しよう」と職員に呼

びかけ、まずはじめに実施したのが、空いている時間を利用しての駅前でのチラシ配りでした。

また、以前勤務していた「いこいの村瀬沼」では宿泊者の半数以上が官公庁の研修会議等による利用であったことから、積極的に官公庁への営業訪問も実施しました。このことと並行し、職員同士のミーティングを頻繁に実施。お客さまへのサービス向上のために何をすべきか、何を改善すべきかを真剣に話し合い、職員の提案を積極的に取り入れるようにしました。フロントから客室へのご案内、宴会場でのご挨拶、靴磨き、枕元へのお手紙、朝のお見送り等々の新たなサービスを企画し、実行。新たなサービスを実施することは、職員の努力が必要でしたが、その甲斐あって、職員同士の一体感や職員全員でより良いサービスを提供



広大な太平洋を望む国民宿舎「鶴の岬」

し、お客さまに愛される施設を作り上げようという目的意識が生まれてきたのです。

になっていきます。原材料の仕入れ業者、メンテナンス等委託業者も半数以上は地元業

「鶴の岬」では毎年、地元
の夏祭りへの参加、夏の海岸
清掃や駐車場整理などの
協力を行っています。今年
も八月六日に実施された
「十王祭り」に宿泊のお客さ
ま約四〇人をお連れして
「流し踊り」に参加いたしま
した。

宿泊のお客さまのほとん
どは地元の方ではありません
ですが、日帰り利用、たとえ
ば昼食、法事、忘年会や新
年会等の日帰り利用のほと
んどが地元の方です。また、
宿舎のパートを含めた職員
も約九割が地元の方々で
す。法事については、料理
内容や料金設定等、特に配
慮しています。その結果、
「鶴の岬」を利用する法事件
数は、年間約三五〇組、人
数では約九〇〇〇人にまで

者ですが、先日も業者の方との会合があり、
「鶴の岬と皆さまとは共存共栄の精神でお互
いがんばりましょう」という話をさせて
いただきました。

毎年十一月二十三日の勤労感謝の日には、
地元の方々とお客さまとのふれあいの場と
して「鶴の岬秋まつり」を開催しており、今
年で二十一回目を迎えます（昨年は約一万
五〇〇〇人が参加）。このお祭りは、地元の方への「感謝祭」でもあります。舞台の上
ではさまざまな催し物が行われ、広場では
業者、地元J.A、子ども会等の提供による
多数の商品や食料品等の出店があり、通常
の価格より安く提供されます。特に最後に
実施される「宝探し」では数多くの賞品が
抽選で提供されるので、来場される方は楽
しみにされているようです。このように地
元の方々との交流、コミュニケーションを継
続的に実施していくことが最も大切なこと
であり、地元の方から愛される施設づくりが
「鶴の岬」の基本姿勢になっているのです。

施設の社会貢献度を全職員に通知

現在の宿泊の予約システムですが、夏休
みと年末年始は、往復はがきによる申し込



2005年（第20回）の「鶴の岬秋まつり」



感謝祭の「鶴の岬秋まつり」自体も皆さまに支えられて実施

みをいただき、抽選で宿泊のお客さまを決定しています。今年の夏休みは応募総数が約一万通あり、抽選は地元警察署長、官公庁、マスコミ関係の方々の立会いで公正に実施しています。しかし、当選される方はほんの一割です。そこで、地元の観光事業の発展や地元産業の活性化に少しでも貢献したいという思いから、お受けすることができなかった約九割のお客さまへの返信用

はがきには、地元周辺の民宿の名前と電話番号を記載するようにいたしました。これにより地元の民宿からは、夏休みと年末年始の利用者が多くなったということで大変感謝されています。

その他の期間については、三カ月前の一日の八時三〇分から電話による予約受付を行っています。八本の電話で一斉に受付を開始し、一カ月分の部屋が夜の九〜一〇時

に、土曜日や休前日にいたっては午前一〇時頃には予約で埋まってしまいます。ほんとうにありがたいことですが、一方でお客さまからの苦情もたくさんいただきます。「電話を何回かけても通じない」「やっと夜になって通じたと思ったら、一杯ですとはどういうことだ」というお叱りの電話です。昔は、地元の方から「電話局の回線がパンク状態になっていて電話が通じない」、「緊急の際の電話が通じない」という苦情も寄せられました。近頃は携帯電話の普及によりそのようなことはなくなりましたが、当時は大きな問題となりました。このようなことから、県関係者、地元利用者、マスコミ関係の方々に対応策を相談し検討した結果、平成四年から夏休みと年末年始の予約については、はがきでの抽選に切り替えたということでした。その際、関東一円のマスコミが一斉にこのシステム変更の紹介をしてくれましたし、その後の運営についても協力いただいています。このように「鶴の岬」はたくさんの人たちに支えられて運営している施設なのです。

平成十一年九月三〇日に東海村で起きたJCOの臨界事故の時、鶴の岬では一〇月

の予約が一齐にキャンセルになり、半分以上の部屋が空いてしまいました。このキャンセルを知った常連の方、地元の方から、「この機会に宿泊したい」ということで予約が入り、結果的には平成十一年度の利用率は、県内の宿泊施設のほとんどが風評被害により利用者が減少する中、前年度対比で約一パーセント上昇し、九六・一パーセントの利用率を達成することができました（売上は三パーセント増）。

次に「鵜の岬」の運営が周辺地域に及ぼす経済効果について、地元シンクタンクが調査した結果を紹介します。

「鵜の岬」を訪れる方々が施設内および周辺施設で消費する支出額が二十二・一億円（直接効果）。これにより原材料、サービス需要が発生し、その需要を満たすための第一次波及効果が二七・一億円、それに伴う第二次波及効果が四・八億円、合計約三十二億円が茨城県内の生産活動にもたらす波及効果となるようです。またこれを通して雇用が生み出され、その就業誘発効果は三四一人。「鵜の岬」が県内地域へもたらす社会貢献の度合いを表したこの資料は、職員全員にコピーし配布しています。なぜかといいますと、自らの

仕事、事業活動が、周辺地域にとれくらい貢献しているかという認識を持つことが、仕事への意欲、責任、使命感を持つことにつながるのだと考えているからです。

来てよかった

あつてよかった施設づくり

毎年、鵜の岬周辺を訪れる利用者は、鵜の岬の宿泊が約七万人、日帰り利用者が約八万人、国民休養地を利用される方が推定で約二〇万人、敷地内にある日帰り温泉施設「鵜来来の湯十王」は約二十二万人、伊師浜海水浴場とその他隣接した施設利用者を合わせると年間約一〇〇万人の方々が訪れています。

観光地づくりをしていくためには、この地を訪れた方々に、ここを「第二のふるさと」「こころのふるさと」と感じていただくような施設づくりをしていくことが大切であると思っております。そうした施設づくりを進めるためには、地域の方々の協力が不可欠です。遠くから訪れたお客さまに親切に道案内をしてくれるような方を一人でも増やすため、コミュニケーションをさらに深め、仲間意識を持った人たちの輪を広げてい

く。私たちが取り組んでいる観光の仕事は、このような人の輪を広げることであり、そこに夢があるのではないかと思っています。

茨城県は自然環境に恵まれたところです。何とか多くの方に訪れていただきたい、茨城の歴史や文化に触れ、そして茨城県民の人間性を理解していただきたい、と願っています。そのため私たちは一生懸命接客に努め、多くの方に「鵜の岬に来てよかった」、地元の方からは「私たちの地域に鵜の岬があつてよかった」と思われるような施設づくりを心がけていきたいと考えております。

創業から現在までの三五年間に、「鵜の岬」に関わってこられた茨城県関係課、それぞれの場面で運営に理解いただいた役員、地元支援者、そして今まで「鵜の岬」を利用された多くのお客さま、このすべての方々から、育み、愛されてきたことにより、現在の「鵜の岬」は存在しています。それに応えられるよう、職員一同、心を一つにし、今回紹介しました運営方針を「鵜の岬」の遺伝子として、後進に継承していくことが私の使命だと思っております。

(はなわ きちしち)

JR九州のホスピタリティ戦略

九州旅客鉄道株式会社
サービス部サービス課 課長

橋内 秀人

09:10

JR九州サービス課の客室乗務員センターで始業点呼をし、クルー四人で打合せを行う。本日乗車の「ゆふいんの森3号」の座席発売状況、弁当等車内販売品、車内アナウンスの確認など一〇分程度で打合せを終わり、いざホームへ。

10:07

博多駅六番のりばへメタリックグリーン車の車体を輝かせ「ゆふいんの森3号」が入線してくる。発車までの九分間でビュツフェの営業準備、各号車でのお客さまのお出迎え、ウェルカムアナウンス、トイレチェックなどを行う。

10:16

定時出発。たくさんのお客さまを乗せ、由布院、大分、別府へ向けて「ゆふいんの森3号」が走りだす。

JR九州のホスピタリティを語るうえで、客室乗務員の車内サービスを紹介しないわけにはいかないだろう。

現在の客室乗務員は、昭和六十三年、鹿児島本線特急「有明」へ七八三系新型車両ハイパーサルーンを導入した際に「ハイパーレディ」として誕生した。当時は、一七名でスタートし、主にグリーン車サービスを担当していた。その後、グリーン車サービスの他に普通車の車内販売も担当するようになり、乗車列車も「かもめ」「ゆふいんの森」「ソニック」「リレーつばめ」「新幹線つばめ」「はやとの風」「いさぶろう・しんぺい」と年々増え、今年の夏「SLあそBOY」の後継車としてデビューした「あそ一九六二」を含めて八列車。現在ではJR九州の主要特急・観光列車に勤務するようになった。乗務する列車が増えたのに伴い、客室乗務員のベース（基

地）も博多ベース、鹿児島ベース、大分ベースと増え、三つのベースを合わせて、総勢二三七名となった。

10:30

全号車の客室案内を終え、いよいよビュツフェの営業開始である。今日は、前日に団体列車として使用したため、機材をすべて取り卸しており、一からセッティングをやり直したため、オープンに手間取った。オープンと同時にビュツフェはお客さまでいっぱいとなり、身動きがとれない状況となる。一瞬、殺気が走り、人気商品へお客さまが殺到する。一番人気は、やっぱり「ゆふいんの森弁当」二二〇〇円である。このお弁当は、湯布院の食材にこだわり、湯布院の老舗旅館の料理長にお願いして作ったお弁当で、車内でこのお弁当を食べるのを楽しみにしているお客さまが多く、ご希



乗務前の打合せ

望のお客さま全員に販売できるか、いつも心配になる。売り切れた時のお客さまの落胆した姿を見ると申し訳ない気持ちでいっぱいになる。また、挽きたてのコーヒーも人気商品で、隣のサロンで緑あふれる車窓をながめながら飲むコーヒーは、格別である。

10:51 久留米駅に到着。久留米からは熊本、鹿児島地区からリレーつばめを乗り継いでお客さまがご乗車になり、客室がほぼ満



ビュッフェへ殺到するお客さま

席となる。

久留米～日田間の四〇分は、駅間としては、一番長い区間であり、この四〇分間で耳納連山・田主丸の観光アナウンスと各号車のフォトサービスを行うなど、お客さまとの接点を深める大切な時間である。車掌・客室乗務員の子供用制服を持って各号車を回り、フォトサービスを行うのであるが、家族連れ、団体のお客さまには人気の高いサービスである。今日も二号車の三人家族



車掌の衣装で記念撮影

でご乗車のお客さまから声がかかり、我が子が制服を着たかわいいう車掌姿を何度も撮影している。きっと旅のよい記念になるだろう。また、関西からのフルムーン旅行の熟年カップルからも「フォトパネル」と一緒に記念写真を撮られ、大変喜ばれた。

11:44 天ヶ瀬駅を発車し、トンネルを二つ抜けるといよいよ列車は、「慈恩の滝」に差しかかる。ここで列車は鉄橋の上を徐行運



車窓から見る慈恩の滝

転し、進行方向右手に「慈恩の滝」が姿をあらわす。間もなく客室乗務員のアナウンスが流れる。「皆さまにご案内申し上げます。ただ今、進行方向右側に慈恩の滝をご覧になります。高さ二〇メートル、二段構えのこの美しい滝には、江戸時代、慈恩寺という寺の僧侶が、滝壺に住んでいた恐ろしい大蛇を鎮めたという伝説があり、しつとりと苔むす岩の間から滝壺に向け、二段に落ちる清水。ピンと張り詰めた空気に轟音が響きます」。お客



サロンでの観光案内

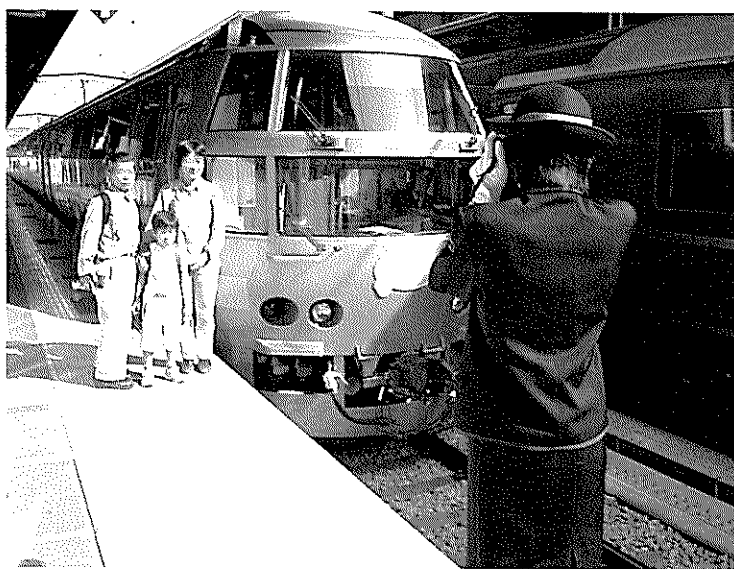
さまの視線は、車窓に釘付けとなる。日本中探しても特急列車が滝を眺めるために徐行運転する区間は、ここだけではないだろうか。

11:59 豊後森駅を定時で発車。いよいよ次は由布院駅である。ここで客室乗務員のアナウンスが流れる。「ただ今より三号車サロンで湯布院の観光案内を行います。ご希望のお客さまは、三号車サロンへお集まりください」。お客さまが三号車のサロンへ続々と

集まる。由布院駅への到着は、ちょうどお昼時、お食事場所を中心にご案内する。「美味しいお蕎麦屋さんはどこですか?」「湯布院の名物料理は、なに?」「辻馬車は、何時の出発ですか?」。さまざまな質問が飛び交い、お客さまの旅行気分が更に高まる。

12:25 由布院駅に到着。大半のお客さまがここで下車する。客室乗務員は、全員でお見送りを行うが、他の駅より長く停車時間を取っているため、お客さまはホームへ降りると一斉に先頭車両に向かい記念写真を撮る。記念撮影のお手伝いを行い、また、由布院からは新たなお客さまが乗車するので丁重にお出迎えし、車内でおしほりサービスを行う。由布院から別府へ移動されるお客さまは、約一時間の短い時間ではあるが「ゆふいんの森号」の旅を楽しむ。

お蔭さまで「ゆふいんの森号」は、JR九州の看板列車として全国に名前がとどろき、遠方からこの列車に乗ることを楽しみにお客さまが来られるようになった。もちろん、着地湯布院の魅力が一番ではあるが、最近では湯布院と「ゆふいんの森号」はセツ



記念撮影のお手伝い (写真は博多駅)

トでお客さまへ定着したように思う。車内に置いてある雑記帳には、たくさんのお客さまが色んな思いを綴っている。どのページにも「念願のゆふいんの森号にようやく乗れました」というフレーズが溢れている。最近では、ハンゲル文字のページも目立つようになった。お隣、韓国からのお客さま

が年々増えてきた。本当にありがたい言葉であり、客室乗務員もこの言葉を見るたびに、心が引き締まる思いである。お客さまの事前期待に応えるために、どうすればよいか、現状のサービスに満足することなく、より高いサービスを提供できるよう日々努力していかなければならない。

一方、お客さまをお迎えする駅はどうだろうか。車内サービスと同じレベルのサービスが提供できているだろうか。ホスピタリティを辞書で引くと「温かくもてなす心」と書いてある。JR九州の社員は、お客さまを「温かくおもてなしする心」を持って、日常の業務を行っているだ

ろうか。平成十五年七月、半年後に九州新幹線新八代駅・鹿児島中央駅間の部分開業を控え、駅社員のサービスレベルを上げるためにどうしたらよいか再検討した。平成三年より「SS運動」「感動作戦」と名前を変え、十三年間CS運動に取り組んできたが、一向に減らないお客さまからの苦情。理

屈では、「サービスが大切」「お客さま満足が第一」と分かっているも心から理解していないし、習慣になっていない。

そこでサービス業の原点に立ちかえって、ご利用いただいているお客さまへ「感謝」すること、社員一人一人が「おもてなし」の心を身につけ、それを社風とする。このことを二本柱として「新・感・動・作戦」をスタートさせた。まずは、具体的に取り組みやすい

5S（整理・整頓・清掃・清潔・接遇）の徹底から始めた。特に最初の4S（整理・整頓・清掃・清潔）にこだわり、まずは駅をきれいにするのを、何度も駅へ足を運び伝えた。

「継続は力なり」。最近、ようやく4Sが定着したように思う。社員が「駅が汚いと気になる」「いつもきれいにしていないと気持ちが悪い」と言うようになった。もう一歩である。もう一歩進んでお客さまを「温かくおもてなしする心」が定着すれば、ホスピタリティという言葉が身近なものとなる。まだまだ、JR九州のホスピタリティは、発展途上であり、満足できるものではないが、今後も日本一のサービスを提供する鉄道会社を目指し、更なる努力をしていきたい。（はしうち ひでこ）

九州観光推進機構の一八カ月

— 広域観光推進の成果と課題

九州観光推進機構事業本部 副本部長

大江 英夫

はじめに

九州観光推進機構（以下「機構」と略称）が二〇〇五年四月二十二日に設立されてからほぼ一年半が経過した。この組織は「九州はひとつ」を合言葉に九州地域戦略会議が策定した「九州観光戦略」を実行するものとして九州七県と二二〇の民間団体・企業が資金と人材を出しあつて設立されたものである。具体的には一年間で五億円の予算と、二十三名の常勤職員で運営が行われている。

機構が設立された背景には、九州の観光客数、とりわけ大きな経済効果があると思われる宿泊者数の減少がある。九州の競争相手と目される沖縄、北海道、特に沖縄が一九九五年から二〇〇二年の間にはば五〇パーセントも増加しているのに対し、九州は減少した。「九州観光戦略」の策定にあつては九州観光戦略委員会

（委員長は田中浩二・J.R九州会長）が設置され、九州の観光行政責任者や学識経験者による会議で、九州の戦略と具体的なアクションプランが策定された。ただし、このプランは各県で行われている観光施策と競合または重複するものではなく、以下の四点に限定して策定した。

- 一．九州全体で取り組んだ方が効果的・効率的なもの
 - 二．九州一体でなければできないもの
 - 三．利害を超えて取り組むことが求められるもの
 - 四．九州というスケールメリットが生かせるもの
- 戦略策定の視点は以下の五項目に絞られている。
- 一．魅力ある観光地の創造
 - 二．強調と競争の促進
 - 三．施策の選択と集中

- 四．連携の促進
- 五．速やかな実践と結果のフィードバック

四つの戦略と四九の施策とその目標

九州観光戦略は四つの戦略と四九の施策であり、三年間で一五億円の予算をかけて実行する短期施策と、一〇年を目途に取り組む中期計画で構成されている。四つの戦略は以下の通りである。

- 戦略一．旅行先としての九州を磨く戦略
 - 戦略二．国内大都市圏から九州に人を呼び込む戦略
 - 戦略三．東アジアから九州に人を呼び込む戦略
 - 戦略四．九州観光戦略を進める体制づくり
- 具体的な施策については後述するものとして、四つの戦略のうち一と四を企画部で、二を国内誘致促進部で、三を海外誘致推進部で実

行。海外誘致推進部には中国人、韓国人のスタッフもかかえる実践部隊となっている。

これらの戦略、施策の目標は「二〇〇七年に九州七県への入国外国人数を七四万人」「九州七県の宿泊者数をできるだけ早期に五〇〇〇万人」「二〇〇七年の目標数値は二〇〇一年の実績四五八二万人」の二つである。下り坂の九州の宿泊者数に歯止めをかけ、まずは上向きにすることが早急な課題である。

この戦略がこれまで作成されたものと大きく異なるのは、二十三名もの常駐の職員をおく実行部隊を官民あげて確立したということであろう。

これまでも、九州七県とJ.Rとの組織である九州地方観光協議会（事務局は七県持ち回り）、民間の九経連の下部組織としての九州観光誘致促進協議会（二三名の職員）、日本観光協会九州支部（同二名）はあったものの、統一的に九州の観光事業を行う組織はなかった。

実施された具体的な事業

機構が設立されてから一年半の間に実施された主な事業を戦略ごとに述べたい。

戦略一・旅行先としての九州を磨く戦略

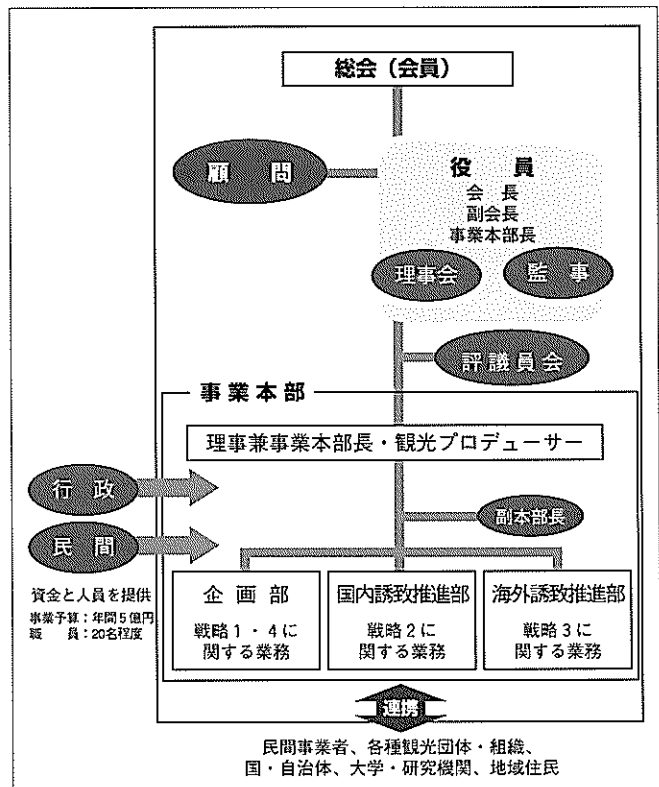
観光まちづくりに取り組んでいる、または今後取り組みたいと考えている方々を対象に二泊三日の観光塾を開催した。一回目は国土交通省の観光カリスマ塾と共催で講師に観光カリスマ・由布院玉の湯会長・溝口薫平氏並びに小国町長・宮崎暢俊氏を迎え二十三名の参加者にて実施。

すでに二回目、三回目も開催し、いずれも講師と受講生との交流が十分に行われ、まちづくりの勉強になったと同時に今後のつながりが期待できるようになった。

旅行者が安心して便利に旅行できる体制づくりのための調査

立命館太平洋大学で開催された世界観光学生サミットに出席の二十一カ国一三八名の学生を対象に実施された「九州観光・交流キャラバン」

九州観光推進機構組織図



において、交通機関の利用状況や課題などを調査した。併せて協力企業による「コールセンターの実証実験」も行った。実験として行われた九州内共通バス券が問題なく利用されたことから、九州内共通券「SUNパス」の早期実現に寄与したものと考えている。

観光ボランティアガイドの人材育成・地域観光ガイドの拡充

おもてなし度（ホスピタリティ）の向上のため

めに、九州内のボランティアガイドを組織化し、九州の魅力を的確に伝える語り部の充実が肝要であると考えられることから、ボランティアガイド九州ブロック大会立ち上げに向けて、各県、観光連盟などの担当者会議を開催し、各地域の取り組みや先進事例などの情報交換を行った。また、観光ボランティアガイド団体や各自治体など七―三カ所に「観光ボランティアガイド」便りを配布した。

戦略二・国内大都市圏から九州に人を呼び込む

戦略

アクティブシニア向け多品種「テーマ型観光ルート」の開発

重点ターゲットのシニア層のニーズである知的欲求を満たす、歴史的・文化的ジャンルを中心にテーマ型観光ルート六〇を開発し、首都圏での旅行説明会にて提示して各社媒体での活用を依頼した。

この「歴史的・文化的観光ルート」の開発とそれに基づくテーマ性のある観光地づくりは、国土交通省の「観光未来プロジェクト」にも選定された。テーマ型観光ルート開発は三年間にわたって継続し、一五〇ルートを発表する予定である。

愛知万博祭事への参画

九州の魅力をPRし、九州への誘客を図るため、九州と沖縄が共同で九州・沖縄の日を実施した。

九州一体となった観光プロモーションの実施
二〇〇五年春と秋、二〇〇六年春と秋の四回にわたり、九州七県および観光連盟など九州のひな祭り広域振興協議会、冬の九州灯りの祭典連絡協議会などの関係者と連携して、東京、大阪、名古屋、福岡の四カ所で旅行会社向けに説明会と相談会を実施した。四回の説明会で出席者は総員一〇〇〇名を超えたが、これほどの規模での説明会は九州としては初めてのことである。

航空会社とのタイアップ事業

九州キャンペーンの効果をより高めるため、JAL、ANA両航空会社に九州キャンペーンの実施を要請し、JAL「薫る九州キャンペーン」、ANA「湯るり九州キャンペーン」が実現した(両社とも二〇〇五年十二月―二〇〇六年三月の間)。

鉄道会社とのタイアップ事業

二〇〇六年九月一日―十一月三〇日に実施されるJRグループとのデスティネーションキャンペーンで次のようなことが行われた。

・全国の駅一四六〇カ所に九州観光誘致ポス

ターを五連貼で一カ月間掲出

・JR提供番組「遠くへ行きたい」の中で九州の観光素材を二回紹介

・JR大型時刻表カラーグラビアに九州の観光情報を四回にわたり掲載

・前年の十一月には全国販売会議を九州国立博物館で開催し、約二五〇名が参加した。

戦略三・東アジアから九州に人を呼び込む戦略

海外誘致推進部の事業のほとんどはVJC(ビジット・ジャパン・キャンペーン)関連事業である。

修学旅行誘致事業

九州運輸局と提携し、台湾、韓国、中国の現地教育関係者並びに修学旅行企画会社等の招聘を行い、九州への本団派遣につなげることにした。運輸局主導のもと、地域レベルとしての九州における訪日修学旅行の誘致促進を図ることを目的とした「九州地域訪日教育旅行促進協議会」が設立されたことは特筆すべきことである。機構は運輸局とともに事務局を務めている。

海外のテレビ番組・雑誌などによる情報発信
VJC台湾(本部事業)が九州ロケ、韓国テレビ局SBソウル放送がテレビドキュメントとその家族ツアーのロケ、韓国テレビKBSが障害者

グループの旅行を放映、MBC韓国文化放送も同様に障害児グループを九州旅行に招待して九州の受人状況を放映し、好評を得た。

特筆すべきは中国北京の中央テレビを招聘し、九州の宮崎滔天などが孫文を助けたことが中国の近代化に大きな貢献をしたことを示すことで、現在の日中関係の改善に役立つと思われるテレビ番組の制作を行ったことである(二〇〇六年十一月放映予定)。

九州の認知度向上を図るため、二〇〇六年一月から三月までの三カ月間、上海市内で「九州観光」をPRするラッピング広告を施した路線バス二台、九月一六日から二九日まで開催された観光フェスティバルでは花車を走らせ九州の認知を高めた。

各県・民間海外事務所との連携による情報提供・誘致活動

各県事務所などと連携を図りながら機構としての次のような地域の旅游局との「観光交流および友好協定」を締結することができた。

- 二〇〇五年十一月 江蘇省
 - 二〇〇六年三月 上海市
 - 二〇〇六年八月 広東省
 - 二〇〇六年十月 北京市
- 各地で機構の会長が調印式に出席し、現地マ

スコミの注目されることとなり、九州の知名度を上げること大いに貢献。いずれの場合も観光説明会並びに旅行相談会を開催し、九州の魅力発信に努めた。事業実施にあたっては九州の機構会員旅行社には多大の協力をいただいた。

これまでに実施された事業のほとんどは、九州が一つになって関係箇所と協議を行ってきた成果である。特に中国主要地と観光交流・友好協定の締結は七県がまとまっていなければ難しかったのではないか。これらの事業は機構が設立されたメリットが生かされたものといえる。また、機構の設立が当初は期待していなかった効果を生んだこともある。いくつかを列記してみたい。

一、各県で作成する地図のうち隣県が白紙でなくなったこと。これまでの九州各県が作成する地図は隣の県分は白地図であり利用者本位ではなかったが、機構ができたことを契機に九州は一つであるから、少なくとも隣県の観光情報も入れることが申し合われ、実現した。

二、これまで必ずしも観光とは直接的にはかかわっていないと思われていた組織からの接触があり、連携した地域宣伝や広報活動が

可能となった。例えば、文化庁が「文化情報発信」で九州の文化活動についての情報発信を行ってくれることとなった。

九州に国立博物館ができたことが大きな契機ではあったが、機構が設立され、「歴史・文化うんちくの旅」の冊子などを作成したことも機構の情報を発信してもらえる理由であるようだ。

三、九州の歴史・文化を劇団「わらび座」がミュージカル「天草四郎」の共同催行を申し出てくれた。天草をはじめとする九州一円や全国で公演を行う際には、九州の観光情報の提供にも一役かってくれることとなった。このミュージカルの初演は天草で行われるので、公演を観るために天草を訪れる人が増えることも期待している。

何よりもましての想定外の効果は、機構の設立が産官学の観光関係者の広く知るところとなり、九州が活発に動き始めていることを強く印象付けたことであろう。

滋賀県長浜市の黒壁や、長野県小布施町ほどではないものの、機構には九州外からの訪問や事情調査依頼が増えた。機構に類似する組織の設立を検討されている東北経済連合会や、関西地域の経済界、中部地方、北海道などからも問

い合わせや訪問が、田中会長には中国地方での観光一〇〇人委員会での講演をはじめ、多くの講演依頼があった。

さらに最近でも、産業観光フォーラムや全国街道交流会議などにもパネラーとしての出席要請があり、九州観光推進機構の存在をより多くの方々に知っていただく機会が増えている。本誌『観光文化』のような観光関係の機関誌で機構のことが地方の広域連携のひとつのモデルとして取り上げられることも絶好の広報の機会として捉えられる。

また、機構自体が意識していることではないが、現在検討されている道州制の先鞭をつけるものとして、その成否が注目を浴びていることも事実であろう。このような状況下、機構はその成果を着実に上げ、組織を立ち上げた方々の期待に応える責務を負っている。

今後の取り組みと課題

順風満帆の組織のように思われるが、事業の実施並びに今後の展開における課題についてもいくつか触れておきたい。

一・観光統計

前述したように、機構の二つの目標のうち、海外からの入国者数は法務省の出入国管理統計の

数値で把握できているものの、宿泊数値に関しては各県の統計数値の取り方がまちまちであり、また把握できる時期が異なることから、事業の効果測定が大変難しい状況にある。国土交通省が二〇〇七年から全国的に統一された宿泊統計を発表することを計画していることから、問題は早期に解決するものと期待している。

状況が異なるため難しいとは思えるが、沖縄県が行っているように年度の終わる前に速報が出て、年度終了後一カ月以内に正式な数値が発表できるように、また毎月の数値が一定の期間内に分かるようにありたいものである。

二・事業の継続性

機構の職員は七名が県からの出向、民間企業からは会長、事業本部長を別として、十余名の出向職員と二名の日本観光協会職員から構成されている。問題は職員の交替である。交替のたびに事業の継続性が失われ戦力が低下してはならない。県からの職員も必ずしも観光分野の経験者が派遣されることにはなっていないので、慣れるまでには一定の助走期間が必要である。法人化と併せて、機構のプロパー職員の採用などの検討も必要と思われる。

三・各県との調整問題

機構の設立は、官と民が文字通りに資金と人

を出し、常設の組織を作ったということから、観光関係者のみならず行政からも注目を浴びることとなった。しかし、民間もさることながら、各県は機構の事業が自らの県にどれだけメリツトがあるかを厳しく問いかける状況がある。

例えば、旅行会社社員の研修旅行やメディアの取材招聘の訪問頻度、また機構が作成する資料にそれぞれの県の観光地がどの程度記載されているかが議論になる。機構の担当者は事業ごとに、他の県より取り上げ方の少ない県から説明を求められることになるのである。マーケットが求めているものという観点よりも、平等性が求められることに運営の難しさがある。マーケットが求める資料や、販売側、取材側が求めているという説得力ある説明が欠かせない。結果が全てという視点から事業を進める民の論理と、手続きや透明性が肝心という官との考え方の壁を超えて取り組みまなければならない。

三年間の短期計画が来年度で終了する。各県も民間も財政状況は極めて厳しい状況にあるものの機構が所期の成果をあげつつあることを認めていただき、中長期計画実現に向けての応援を関係される方々にお願したい。

(おおえ ひでお)



連載 I
あの町この町
第18回

大正の夢

岐阜県・恵那市明智町

ドイツ文学者・エッセイスト

池内 紀
(イラストり著者)

大正という時代があった。数えでは一五年に及ぶが、実質は一四年と四カ月あまり。日本の近代史の中のほんのひとこまにあたる。

明治という「偉大な時代」が終わり、昭和の大戦争に突入する手前までの、つかの間の小春日和。ふつう、そんなふうに見える。「明治人間」とはいいっても「大正人間」とはいいにくい。明治の四五年間は、一人の人間が生まれ、成長し、人生の大半を終えるまでとほぼ等しいが、大正の十四年ばかりは、一生のうちのささやかなエピソードにとどまるからだ。

しかし、なぜか興味深い一時期である。たとえば私の父は明治三十年代生まれ、昭和二十四年に四六歳で死んだ。私自身ほとんど記憶にないのだが、いくつか遺品が残されていて、モノを通して想像の父と親し

んだ。

その一つに蓄音機と数多くのレコードがある。小さなハンドルを穴に差し入れ、クルクル廻してから、チューリップの花のような装置をもち上げると、せわしなくレコードが廻りはじめる。そして針の先からカン高い歌声が流れ出た。

「トンビ」とよばれる衣服があった。現在のオーバーであって、まっ黒な色と、着たときの姿がトンビに似ているところから、この名がついたらしい。上下つなぎになっていて袖がない。いやに大きな襟がついていた。高校生になったとき、ためにしに着てみると母にいわれ、ナフタリンくさいのを羽織ってみたことがある。つなぎの裾が膝の上までしかこない。黄ばんだ写真にあるわが父は大きく見えるが、実際は小柄な人だったらしいのだ。

シルクハット、山高帽、カンカン帽、パナマ帽……。いくつも帽子が専用の函に入っていた。べつに帽子道楽だったのではなく、用向きに応じて使いわけたのだろう。ステッキ入れに何本ものステッキが立てたままに残されていた。太さ、細さ、握りのつくり、色合い、材質、それぞれがちがっていて、これもまた外出の際の服装なり用途によって使いわけたようだ。

いちばんたまげたのは、ピアノを弾いている写真だった。東京音楽学校で勉強してピアノストになるのが夢だったが、田舎の旧家の幸領息子は家を継がねばならず、しぶしぶ夢はあきらめ、地元の師範学校を出て、こころならずも教師になった。

蓄音機、トンビ、帽子、ステッキ、演奏写真……。いずれも若いころの遺品であった、大正時代の産物である。田舎教師には



山高帽とトンビ

ひとしおの思いがあつて、青春の形見を捨てかねたのではあるまいか。戦後すぐの売り食いのころにも大切に保存していた。どの品も特有のスタイルと趣きがある。

明治でも昭和でもないモダンさとハイカラさ。そもそも「ハイカラ」といった言葉自体が、大正のころに生まれたのではなからうか。

黄ばんだ写真にはしばしば、白い髪飾りに小さなエプロンをつけた女性が写っている。カフェの女給であつて、二十代のロマンチスト青年はいっしょに写真をとり、夢のプロマイドにしていたらしい。もし問われたら、わが父はきつと「自分は大正代である」と答えたにちがいない。人生のもっとも意味深いときを大正期に過ごしたからだ。荒ぶれた昭和になじめず、うつうつとして無理をかさね、四十年代で死んでしまった。

名古屋から中央本線で恵那駅。ホームの端に一輛きりの電車が待機していた。こんなとき、つい駆けだしたくなるものだ。

が、電車はなかなか発車しない。そのうちゴトリと一揺れして、のんびりと走りだした。

明知鉄道であって、終点が明智町。なぜか鉄道は「明知」で、町名は「明智」。つい先だつてまではレッキとした独立町だったが、平成の大合併で恵那市の一部になった。

愛知県犬山市にある明治村は有名である。一方、岐阜県明智町の日本大正村はあまり知られていない。明治村は市外の広大な丘陵地に、全国の明治期の名建築や、歴史的な由緒のある建物が移築されてきた。そのための費用をまかなう予算があつたこと。

大正村は小さな町の町長の発案で、町にある大正期の建物、またそこに収まっている物品を、そのまま展示品にして「村」ができた。なにしろ現存しているのだから移築といった手間も費用もかからない。どちらかというと、持てあましていたしろものである。それがみごとにお役をつとめる。看板や標識をつけ、掃除をきちんとするだけがいい。乏しい町財政から、ほんのちよつぱり予算をまわせば、明治村の向こうを張つて大正村と主張できる。世の中には知恵のある人がいるものである。

終点で降りたのは、おばあさんと当方ひとり。レトロなつくりの商工会館を左に見て北に進むと、神社の鳥居の前きた。

「柿本人麻呂社 光秀公手植の楓」

大正ではなく、奈良朝の歌人と戦国の武将が並び立っている。学者たちは疑問視しているが、少なくとも当地では明智光秀生誕の地となつていて、ゆかりの学問所や供養塔などもある。そういうえば戦国の野心児は明智光秀であつて明知光秀ではない。

三叉路を右に曲がると、落ちついた家並みに入つていった。古い町筋という以外、とりたてて特徴はない。なかにモルタルづくりの洋館がまじつていて、「大正の歯科医院」の標識。廃業して久しいらしく、モルタルがはがれかけている。左手の小路の少し上手が大正村役場、大正村展示館、大正ロマン館。右手の小路は大正路地、少し行くと大正の館があつて、大正村資料館になつている。ロマン館以外はすべて捨てられたも同然に眠りこけていた。廃物リサイクルの思想があざやかに生かされた。

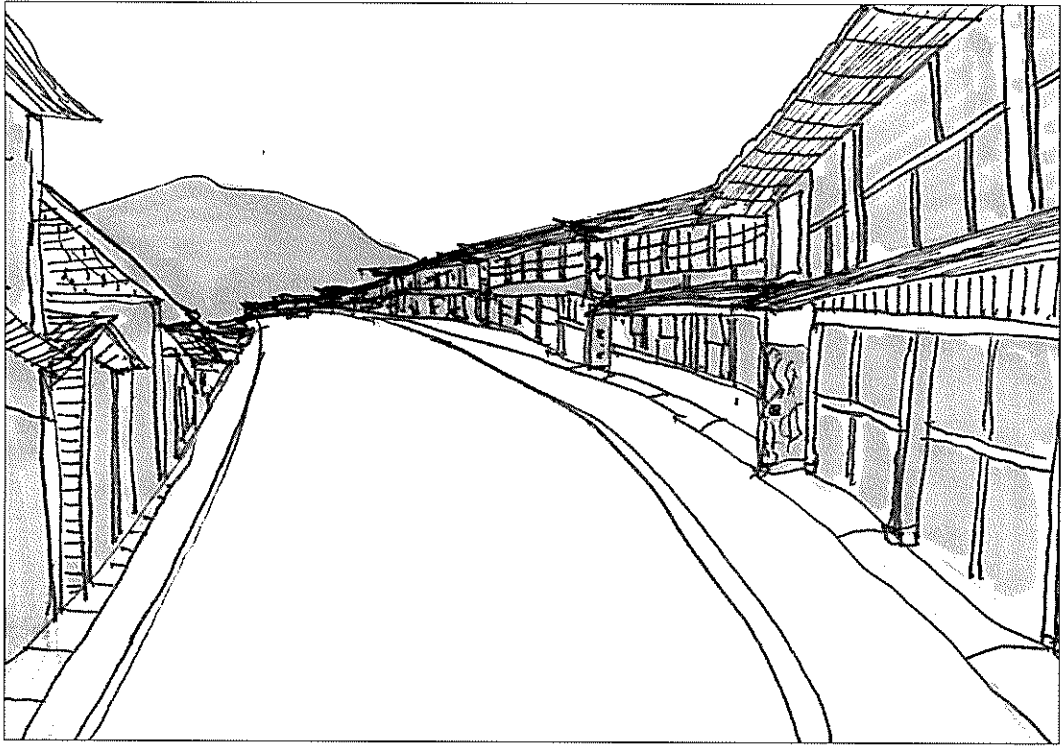
大正期の立派な建物が多いのは、まさにこの時期に、町が大いに栄えたからである。やがて火が消えたようになり、昭和生まれにとつて代わられないまま、旧の町並みが残つた。

大正村役場は木造の洋館で、瓦葺き寄せ棟造りの二階建て。正確には明治三十年代に建てられ、昭和三十年代初めまで町役場として使われていた。淡い水色の板壁にシヤレた白塗りの引き窓が点々とあつて、全体のハイカラな感じが「大正村役場」のイメージにピッタリである。いまは観光案内兼休憩所で、お茶の接待にもあずかれる。壁にズラリと名札がかかっている。村民登録をした全国の人々である。町の人口はへりぎみでも、「村」の戸籍は年ごとに加えていく。

旧の役場窓口が町の人々のサロンになつていて、いかにも大正生まれといった方々がおしゃべりしている。町のガイド役も兼ねていて、案内地図をひろげて説明してくださる。先ほど出くわした「大正の歯科医院」は廃業ではなく、べつのところに移転して営業中だそう。

「娘ばかり五人のうち、長女があとを継いで、二女は横浜で……」

それぞれの来歴と現状が語られ、歯科医院だけで一五分かかった。小さな町では口コミで情報が伝わって、誰もが「人間的系譜」といったものを把握している。大正世代となると三代にわたる経過にくわしく、どうしても説明が長くなる。



明智町の目抜き通り

旧明智町はすり鉢状の盆地にひろがっていて、二つの街道がまじわっている。中馬街道は

信州と結び、南北街道は尾張、また三河に通じている。ゆるやかな斜面は養蚕に適していて、陽当たりのぐあいや、寒暖の差の大きいことから良質の生糸を産した。街道を経由して信州の製糸工場に運ばれる。尾張から仲買人がやってくる。おのずと富が流れこんだ。

大正村資料館は元の藩蔵で、木造百畳敷

四階建て、手動のエレベーターつき。「百畳敷」は、大きいという意味だろうが、たしかに悠然として大きい。ゆつたりとした張り出し屋根、白壁に黒い張り板。かつては同じような蔵が軒を並べていたのではなからうか。

こちらにも町の人が詰めていて、お茶の接待にあずかれる。大正村を発案したアイディア町長は、計画を進めるうちに気づいたにちがいない。古い建物や物品がよみがえるだけでなく、人材登用の場がひらける。古い朽ちてきて、多少とも持てあましぎみにされていた人々が、ボランティアとして働ける。いずれ劣らぬ町の生き字引であって、由緒来歴ならお手のもの。

「通信資料館」と名はものしいが、元の郵便局だ。明治八年（一八七五）開局。明治三十年（一八九七）、電信電話業務開始。当地方の草分けというから、生糸都市の繁栄ぶりがうかがわれる。

かつて使われていた機械や制服や記録が並べてある。倉庫で埃をかぶっていたのが、いまひとたび老兵のごとく現役に復帰した。はじめて知ったのだが、郵便配達人は当時、まっ赤な字で「御用」と書いた函を下げて人民のもとに配達に出た。

建物は大正時代に新築された木造洋館で、



大正村役場

老兵らしく古びているが、庇にこまやかな飾りがあつて、たたずまいがどこかモダンである。隣り合つて現明智町郵便局が業務を行つている。玄関に「ゆうパック」の大きな垂れ幕。平成の世になつて民営化の旗じるしのもと、いまや人民が「御用」を申しつけている。

二つの街道の交叉する角の家から、軽やかなメロデイが流れてきた。窓からのぞくと、老幼とりまぜて八人ばかりの女性が、楽譜を見つめながら小さな琴を弾いて

いる。「大正琴講習会」の手習いの日。正面の老先生が何やらアドバイスして、同じメロデイがまたはじまった。本式の琴とくらべ、大正琴はつくりも音も小さいが、可憐な味わいと親しみがある。

「大正村名物ハヤシライス」

看板にひかれ店に入り、ハヤシライスを食べた。店内の貼り紙に「大正村名物コロッケ」とあつたのでコロッケも注文した。メニューに「コロッケ&ハヤシ定食」とあるので店の人にたずねると、サクサクコロッケとヘルシーコロッケの二つにハヤシライスのセットだとか。べつべつに注文して同じものを食べたことが判明し、定食の代金でいいという。

ハヤシライスもコロッケも大正時代に生まれた食べ物である。もう一つ、同じころに誕生したカツレツを加えると、大正という時代の特徴がはつきりしてくるのではあるまいか。

いずれも洋食に入るが、しかし、日本産の西洋食で、和式と洋式が巧みに合体させてある。洋風のスタイルをとりこんで和風の料理をつくり出した。「今日もコロッケ、明日もコロッケ——」といった歌がはやつたように、どれもごく安直な庶民の食べ物として普及した。

維新後の文明開化にあたり新興国ニッポンは、息せき切って「西洋」を取りこんだ。それを消化するのに明治の四五年が必要だった。食べすぎて消化不良を起こしたり、その間下痢症状をきたしたりした。ようやく血肉化したのが大正時代だったのであるまいか。

ハヤシライスやコロツケやカツレツといった食べ物にかぎらず、カンカン帽やナマ帽やトンビやステッキにしても、和服と調和するモードとして定着した。カフェでコーヒーを飲み、和服にエプロンの女性と文化や人間性やデモクラシーのおしゅべりをする。田舎の旧家の率領息子がピアノを夢みるような雰囲気があった。のちに昭和文化的の荷ない手になった画家や作家や詩人や思想家の経歴をたどっていくと、同じような大正青年期を経てきているのではあるまいか。

「明智町役場企画商工観光課」発行のパンフレットが残されていて、「明智町味おこし定着化推進事業」を伝えている。商工会青年部が中心になり、「コロツケ祭り」を開催。コロツケコンテスト、コロツケ大食い競争、コロツケ親善大使コンテストなどが盛大に行われた。

「明智町商工会青年部の皆さんのコロツケ

にかけ熱意と努力のもと、大正村名物コロツケが生まれました」

何の気なしにいただいたが、大正食文化の花である「アツアツ、サクサクの手作りコロツケ」を生み出すために、熱意が傾けられてきたわけだ。

胃袋は大正、生まれ育ちは昭和、生きるところは平成の世とあって、三代の栄華を一身に受けたぐあいである。何やら幸せな気分を通りを歩いていると、「桶」の看板が目にとまった。ガラス戸ごしに木の風呂釜と桶が見える。形といい、木目といい、ほればれるほど美しい。

上りががまちにチヂミのシャツと作業ズボンの人がタバコをふかしている。売り物かたとたずねると、「売ってもいい」。風呂釜、桶とも材質はサワラ。水と相性がよくて、黒くならない。ステンレスの針金をより合わせて縮めてある。赤銅のバンドは使っていると黒ずむが、ステンレスではその恐れがない。

白髪の五分刈りのいかつい顔、肩がやや反りかげん。親子二代で八〇年前から桶を作ってきた。仕事をのぞかせてもらったが、完成ずみと、仕上がりに途中の小型の水車が二つ並んでいた。仕事がないので趣味で作っているそうだ。

「注文ないですか？」

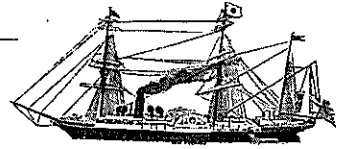
「ないねエ」

春に九州の由布院温泉から注文を受けて、風呂釜を納めたのが最後だった。丸い桶の形に板を削るのは至難のワザに思うのだが、カンナを使えば造作もないとかで、ためしに壁のカンナを一つとって軽く板に当てると、みるみる円をえがいてえぐれていく。鼻をくすぐるような木の香りが立ちのぼった。

明智町は斜面にできた町なので、裏手に面した仕事場は表通りの店より一階分ほど低くなっている。その裏手は通称「うかれ横丁」。生糸で賑わっていたころ、商人や馬子相手の酒や食べ物の店がひしめいていた。どのような用向きからか、道路を渡り廊下がない家がある。さぞかし大正のうかれ男女が笑いながらくぐっていたのだろう。

帰宅した翌日、明智町・後藤桶店より風呂桶が二つ届いた。以来、わが家の風呂桶の友になっていく。底に「大正村」の焼き印が入っていて、図案化したカンカン帽がそえてある。湯に沈めると、焼き印がくつきりと浮かび出てくる。ちよいと頭にのせると、生木の香のするカンカン帽というのだ。

(いけうち おさむ)



連載Ⅱ
岩倉使節団
に嵌まって30年
第3回

「米欧回覧の会」の発足と「岩倉追跡ツアー」

ノンフィクション作家
米欧回覧の会代表 泉 三郎

「米欧回覧の会」発足へ

さて、都立大学の講座は好評で一年間のスライドを使った講座だけではあきたらず、さらに深くつっこむ形で三年間、三〇回の講義をすることになった。このセミナーの聴講生は大変熱心で講座修了後も別れがたく、幹事役のお声がかかりで「泉サロン」なるものができた。そこへ先述の白百合女子大学の「マラソン上映会」での共鳴者が合流する形となり、「米欧回覧の会」の設立へとつながっていく。その趣意書にはこうある。

「この会は『岩倉使節団』とその記録『米欧回覧実記』に関心を持つ人の集まりです。これを素材にして歴史を振り返り、現代の問題についても自由に語りあおうという会です」。こうして一九九六年の四月、お仲間の浅沼氏や田川信人氏、そして泉サロンの山本季司氏がコアメンバーとなり、

「米欧回覧の会」(Ywakura Mission Society)が八〇名ばかりで発足することになった。

この会はまず毎月定例で「米欧回覧実記」を読むことから始まった。「マラソン上映会」で岩倉使節に嵌まってしまった女流実業家の多田幸子さんが、青山にある素敵なガーデンテラスのある部屋を提供してくれることになり、ここが例会場になった。以来、「読む会」は一〇年間も続いており、この十月で記念すべき一〇〇回目を迎えた。

「実記」はよくエンサイクロペディア的だといわれるが、西洋文明を政治経済から文化宗教にいたるまでまるごと見た見聞録であり、それだけに切り口が多く興味の範囲が広い。そして西洋文明の原理原則まで洞察した文明論でもあるところがまた大変な魅力でもあった。それに、漢文ならではの格调の高い名文がシニア世代にはたまらない魅力で、いくど読んでその都度発見があ

るといので、「回覧記汲めどもつきぬ泉かな」という川柳もできた。

また、このころ、「読む会」に重要人物が参加してくる。それはフリーの編集者兼ノンフィクション作家の水沢周氏で、まさに博覧強記の「生き字引」というべき人物だった。水沢氏は、以後、「実記を読む会」のチュウター役を務め、後には「現代語訳・米欧回覧実記」の大仕事を単独で成し遂げることになる。

そのほか、「歴史部会」と「現未来部会」ができた。岩倉使節団を源流とする日本近代史を学ぶ会と現代の諸問題を岩倉使節団の志をもって論ずる会という意味で、それぞれ年に四回程度開催されることになった。こうしてこの会にはさまざまな興味、多彩な人々が集まってきて、その豊富なキャリアから縦横無尽の議論が展開していく。当時参加の有力メンバーにはニチメの浜地道雄氏、東洋信託の半沢健市氏、

三井物産の藤原宣夫氏、ソニーの郡山史郎氏、ジェットロの塚本弘氏らがあり、またまた人の輪が広がっていくことになる。

岩倉追跡の海外ツアー

さて一九九三年、久米美術館と学研の共催で、「岩倉使節の足跡を辿る旅」が企画され、私とその案内役を務めることになった。第一回はアメリカ大陸横断の旅、第二回は英仏の旅、三回目が欧州三方国、ドイツ、イタリア、スイスの旅で、毎回十二日、一四日くらいの旅程、一五人前後の参加者だった。学研の「歴史群像」や毎日新聞に掲載された記事の関係もあり、参加者は北海道から鹿児島まで全国各地にわたった。



岩倉追跡の海外ツアー。ジュネーブのホテルドベルグにて

この旅は「岩倉使節団の足跡を訪ねる」ということで、使節団の泊まったホテルが残っている場合はなるべく泊まるようにした。アメリカには一軒も残っていないが、英国には少し残っており、欧州、とくにスイスに行くと、同じホテルがそのまま二〇年以上営業を続けていた。

このツアーは三回で終わる予定だったが、まだまだ行かないところが残っているというので、有志が集まってその後も三回にわたって続ける結果になった。四回目は欧州六カ国、ベルギー、オランダ、デンマーク、スウェーデン、ロシア、オーストリア。五回目はマルセイユからナポリ経由でスエズ運河へ、そして六回目は帰航の船旅を辿るもので、スリランカのゴールから始め、シンガポール、ホーチミン（サイゴン）、香港、上海と辿り、そこからは船で日本まで帰ってきた。

こうして六回の全コースを完走した人が二人いた。一人は大阪から参加した磊落な酒豪の大学教授、中川努さんであり、もう一人は鹿児島から参加した小西郷と渾名される会社社長の新原剛操さんだった。このお二人とは延べ七〇日も一緒に旅したことになる。

豪華客船「飛鳥」の旅と海外講演

一九九六年、日本郵船が豪華客船「飛鳥」

を投入して日本で初の「世界一周のクルーズ」をやることになった。たまたま同窓の津山正氏が郵船クルーズの社長をしていたことから、船上で「岩倉使節の世界一周」の話をしてくれということになった。こうして私は第一回のクルーズから二〇〇〇年までの五年間、毎年、講師を務めることになり、船上でまた多くの知己を得ることになる。

「飛鳥」生みの親の日本郵船元会長・社長の宮岡公人氏、旅行作家協会会長の斎藤茂太氏、喜劇人協会会長の大村崑氏、写真家の東康生さん、ヴァイオリニストの大津純子さん、ピアニストの佐藤允彦さん、落語家の古今亭志ん弥さんなどなど。

そしてその間、ニューヨーク、ワシントン、ボストン、サンフランシスコ、ロサンゼルス日米協会や日本人会などで、「映像講演」を行った。この企画については、英語の達人で海外に知己の多い浜地道雄氏の尽力が大きく、そのために徹夜でスライドの英語版もつくったことなどを想いだす。そして、その講演を通じて、プリンストン大学のコルカット教授、カリフォルニア大学のノートヘルファー教授、スタンフォード大学のドース教授らの知己も得ることになる。

(いずみ さぶろう)



連載Ⅲ

ホスピタリティの
手触り 39

ジャルダン・エキゾテイツク

旅行作家

山口 由美

よりの楽園を夢見るのは
気候温暖な観光地だからこそ

コートダジュールの光は、十月というのに夏のように明るかった。長袖では汗ばむほどで、Tシャツとショートパンツ姿の観光客も当たり前歩いてる。

だが、エズ村の観光シーズンは、あと半月もすれば終わるのだと、観光局のバトリックは言う。隣接するモナコはオールシーズン、イベントやコンベンションで賑わうが、エズ村は、二月の春祭りのシーズンまですべてがしばしの冬ごもりになるのだそうだ。

そうはいつでも冬の天候がことさらに悪いわけではない。年間のうち約三〇〇日が晴天ともいわれる恵まれた気候。事実、十九世紀までの南仏は、「避寒地」として有名

で、むしろシーズンは冬だった。

「時代のファッションが、より強い陽光とプロンズの焼けた肌を求めるようになったからですよ」

バトリックが解説する。

エズは、いわゆる「鷹の巣村」のひとつである。コートダジュールは、海に険しい山肌の迫る地形が特徴的だが、そうした山肌に取り添うようにして民家の集まる村を「鷹の巣村」と呼ぶ。もともとサラセン人（トルコ人、アラブ人、ムーア人を総称する呼称）の襲撃から身を守るために、海から攻めてくる敵に見えにくい村を造ったのが発祥で、多くが中世に起源をもつ村々は、細い石畳の路地が迷宮のように入り組み、今も中世の面影を色濃く残す。

天空の城のごとく、こんもりと山のようにそびえるエズの、山頂にあたる場所に

は、かつて城が築かれていた。その城跡が今は庭園になっている。フランス語で「ジャルダン・エキゾテイツク」。直訳するならば「熱帯庭園」だろうか。

村の頂上に位置する庭園は、エズの村で最大の観光地であり、最良の展望台でもある。石畳の迷宮のような道には、いたるところに「ジャルダン・エキゾテイツク」の標識があり、その矢印を追っていけばいい。

「この庭園は、いつできたのですか」との問いに、観光局のバトリックは、一九五〇年代のことだと答える。

意外に歴史が新しいのに驚いた。

「モナコにも有名なジャルダン・エキゾテイツクがありますよね。あそこの評判がいいので、エズにも同じものを造れば観光客が集まると思ったのでしょ」



展望台にもなっているエズ村のジャルダン・エキゾティック

南仏・コートダジュールなどというと、ことさらに観光客誘致に奔走しなくても、いくらでも人など来ただろうと思うが、こうした努力があつてこそ「鷹の巣村」が今、観光地になっているのかもしれない。

それにしても、なぜ南仏で熱帯植物だったのだろうか。山頂を埋め尽くすように茂

る植物はサボテンやアロエの仲間など、ほとんどが南米大陸原産のものだ。同じ熱帯でもよりよつて、ことさらに遠い南米。まさにジャルダン・エキゾティック。エキゾティックな庭、とても訳したほうが似合う。そういうえば、と日本のことを振り返る。

日本の観光地や温泉地、特に伊豆などには、やはり同じ風景がある。熱川のパナナワニ園、あるいは伊豆高原のサボテン公園。伊豆の場合、温泉の蒸気を利用するという実質的な理由もあつたのだろうが、しかし、気候温暖な観光地で、ことさらによつて南の、熱帯の風景を志向する。その心模様には、共通するものがあるのかもしれない。

日本の観光地は、とかく人真似や模倣が多いと揶揄される。南仏・コートダジュールの建物や風物も、しばしば南仏風などと称して模倣される。それを恥ずかしいもののように思つてきたが、本場の南仏でも、より南の楽園を夢見る気持ちに変わりはないのだ。

よく見ると、コートダジュール

にもマイアミという名のレストランがあつたり、パタヤという名のカフェがあつたりする。リゾートの本来本元のだから、そんなアメリカやアジアのビーチに思いを寄せなくても、と思うが、自分からより遠いものほどエキゾティックと感ずるのは、日本人が南仏を憧憬するのと同じなのかもしれない。

そして、サボテンに象徴される、さらなる南への憧憬。温暖で眩い光のある土地だからこそ、より南を志向する。

南仏のコートダジュールやプロヴァンスは、そのあふれる光ゆえに画家たちが集まり、製作の場としたことで知られるが、彼らのなかには、南仏から、さらなるエキゾティックを目指した画家もいた。

プロヴァンスのアルルでゴッホと共同生活をした後、決裂してタヒチに向かつたゴーギャンはその代表格だろう。また、あまり知られていないが、マティスも短期間ではあつたがタヒチに旅して、その強い光に影響を受けた一人である。

鷹の巣村のひとつであるヴァランスには、マティスが最晩年に手がけた礼拝堂がある。その内部に広がっていたのは、明らかに南仏というよりは南太平洋を彷彿とさせる、エキゾティックな世界だった。

(やまぐち ゆみ)



旅の図書館

新着図書紹介

今、沖縄が「^{ロングステイ}逗留の地」として注目されている。今年十月に、「五十代からの自分ライフを格好よく!」をキャッチフレーズに創刊された月刊誌『ノジュール』(JTBパブリッシング)でも、「移住者が語る」沖縄で暮らすという選択「——下見ツアー情報付き」が巻頭を飾った。

かくいう私も移住ではないが、深く旅するおもしろさを求めて、年に数回は沖縄を訪れる。暖かい気候風土、コバルトブルーの海と群青色の空、ゆったりと流れる時間、心温かい島人が、優しい気持ちにさせてくれる、それも飽きずに足を運ぶ理由。

今回紹介する「**沖縄離島の島あそび島ごはん**」(今村治華著、青春出版社)の舞台は、沖縄本島からさらに南西へおよそ四〇〇キロメートル。石垣島を中心とする八重山諸島の島々である。著者は全国の島々を旅してまわる日々にと区切りをつけ、二〇〇三年冬に石垣島へ。リタイア後の移住ではなく、ノジュール世代(団塊の世代)の親をもつ年頃、弱冠三〇歳での沖縄離島暮らしのスタートだ。

裏表紙や巻頭は、ぜんざい(かき氷)や八重山そばで飾られているが、本書はグルメ本ではない。自然の恵み「食」をめぐる島あそびを通じて、沖縄離島での暮らしぶりや島人の温かさ

を伝えるエッセーといったほうが正しい。加えて、石垣牛っていったい何者なの? 沖縄そばと八重山そばの違いは? サトウキビの収穫ってどんなふうに変ななの? といった、喉に刺さった魚の小骨のように気になる些細な疑問も、本書は優しく解決してくれる。

著者は、南島のな釣りを楽しみ、アサリを掘り、タマ子母さんに島野菜料理を習い、あんだい味噌作りを興味津々で見つめ、牛一頭あたる「黒島牛まつり」に参加し、サトウキビの手刈りと黒糖作りで心地よい汗を流す。それらを記した、銜(くは)のない素直な文章は「八重山でいただいた素敵な時間を、そのまま読者に届けたい」という、強い意志を感じさせる。

それぞれの島あそびエッセーには、写真とガイドも添えられる。旅ごころ・逗留ごころをくすぐる写真もさることながら、ガイド内のひと言がいかに著者らしい。例えば、石垣島の市場&販売所めぐりでは、「集落の人が丹精込めて、そして楽しみながらやっていることですから、ぜひ皆さんもガツガツせずに優しい気持ちで、各集落にある市場&販売所探訪を楽しんでくださいな」。

もちろん、遊んでいるだけでは(仕事を兼ねた遊びも多いと思うが)南の楽園とはいえない生活

できない。下戸の筆者は、ときには雑誌の仕事で「沖縄県内の泡盛飲みくらべ特集」も引き受ける。そのときの記述が、本書と筆者の性格を如実に言い表しているのではなからうか。

「私は下戸。いや、グラス三センチくらいなら飲めはします。でもこれで、まっかつか。試しにさらに飲むと心臓バクバク。頭はズキズキ。気持ちよくなる前に、気持ちがよろしくなくなるのです。しかしながら、もしも来世もまたたび人間に生まれ変わるのなら、酒豪に生まれてみたいと思うのです。そうしてときには思いっきり泡盛をくらい、陽気に踊りくるい、クダを巻き、記憶をなくしてみたいな、と。……」。

沖縄離島の魅力満載の、ちよつとした冒険心と優しさ溢れる、後味のいい一冊である。

(中村 功)



A5判 144ページ
定価 1,533円
青春出版社

財団法人 日本交通公社 出版物のご案内

■定期刊行物

- 旅行年報（年更新、毎年九月発行）
過去一年間の旅行に関する動向と展望をデータ中心に解説。
- 旅行の見通し（年更新、毎年一月発行）
今年一年間の国内旅行・海外旅行などの量的見直しと質的変化。
- 旅行者動向（年更新、毎年七月発行）
国内・海外旅行者の意識と行動について実施する当財団「旅行者動向調査」の分析結果をビジュアルに解説。「二〇〇六」では、「団塊ジュニア」「リピーター」「温泉ニース」を特集。
- 観光文化（年六回、奇数月二〇日発行）
旅や観光の文化に関する当財団の機関誌。

■観光読本（二〇〇四年六月発行）

東洋経済新報社の読本シリーズ。一九九四年の初版刊行から一〇年を経て、内容を大きく見直した改訂版。観光全般に関する客観データや現象を解説。またそれらに基づく分析・提言など。

■その他刊行物

- 美しき日本
日本の美しい観光資源を紹介する写真集。わが国を代表して世界にアピールでき、わが国の基調となる観光資源三九一件を選定し、写真と解説文で紹介。外国語版（英語・中国語・韓国語）「Beautiful Japan」も発行。
 - エコツーリズム さあ、はじめよう！
エコツーリズムを目指すすべての人に向けて環境省が編集し、当財団が発行した手引き書。
 - 実践講座 インタープリテーション
インタープリター（自然ガイド）実践者のための参考書。
 - 自然ガイドのためのおもしろヒントブック
自然ガイドツアー・プログラム作りのための素材集。
- ※刊行物に関する問合せ、冊子をお求めになりたい方は
財団法人日本交通公社 観光文化事業部まで。
電話：〇三・五二〇八・四七〇四 <http://www.jtb.or.jp>

次号予告

●観光振興ひいては地域再生に欠かせないのが、地域に住む人々が主人公になった取り組み。次号は「地元方（仮題）」を特集します。

編集室から

●十月初旬の週末、長崎と平戸を訪ねました。長崎では「長崎さるく博」が開催中（十月二十九日にて閉幕）。本事業をプロデュースされた茶谷幸治氏に市内をご案内いただきました。七日からは国指定重要無形民俗文化財の「長崎くんち」も開催されるとあって、賑わいの真つ最中。長崎では「出島」の整備事業が進み、「長崎歴史文化博物館」が昨年十一月に開館するなど観光集客施設も充実し、「長崎さるく博」も市民の盛り上がりを得て当初の目標を超えて好評の内に完了と推察されます。茶谷氏には本誌一七七号に「長崎さるく博」の開幕直後に、その意義と現況についてご寄稿賜りましたが、改めて総括して説明する機会をご用意させていただく予定です。

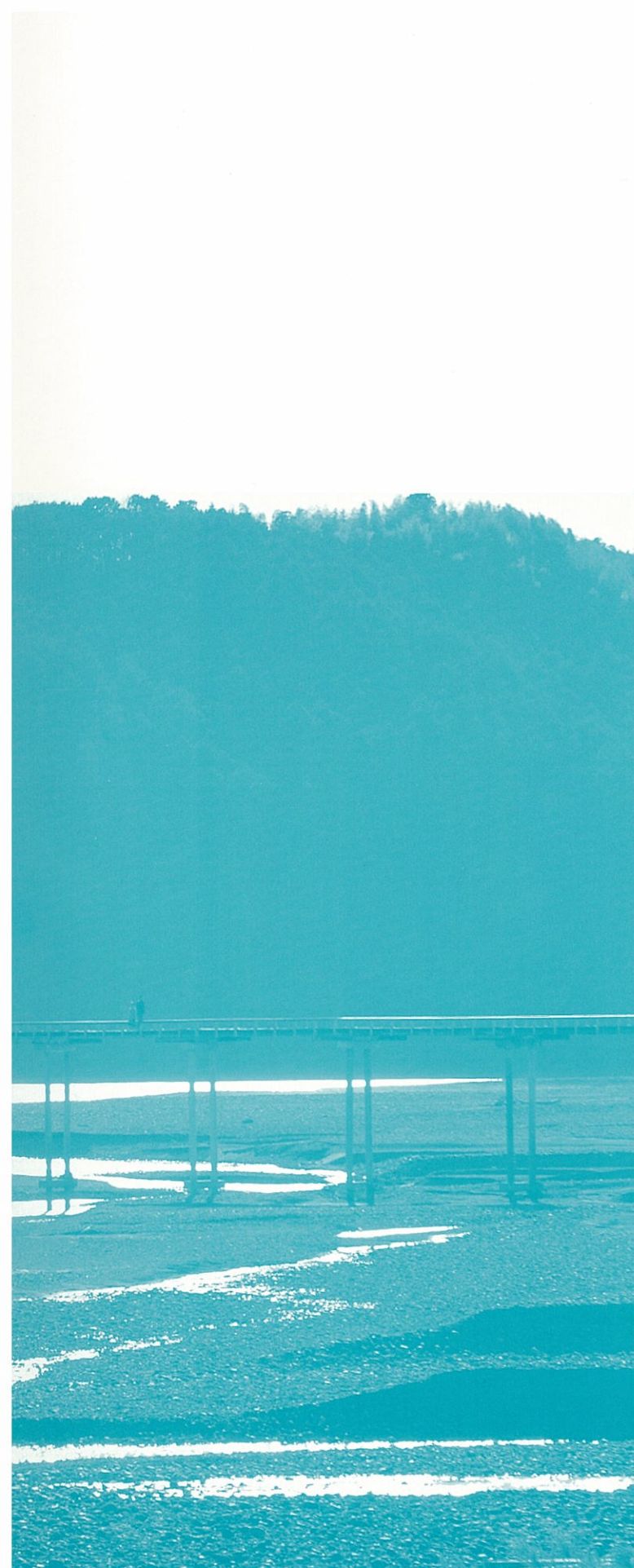
●帰途、平戸に立ち寄り「長崎県観光マイスター」に認定され、NPO平戸観光ウエルカムガイド理事としてご活躍中の籠手田氏と再会。偶然、同氏が平戸でケアされている三浦按針の平戸と江戸を往復する道筋をたどるインバウンドツアー「將軍の道」一行と旅館にて同宿。交流の機会が得られました。英国人一四名、カナダ人一名、トリニダード人一名の一七名のグループは、最後の地平戸で日本情緒を堪能していました。今年も九本、来年は一本のツアーを実施予定。参加人数に変更が少なく、連泊のうえ、酒量も多いと、旅館にとっては上得意のお客さまとなっています。平戸は通商、宗教、文化面で諸外国との交流の歴史も深く、インバウンドの振興に一層の期待が持たれます。平戸を主とした長崎の教会群を世界遺産にとの運動も始まっています。（U・T）

編集後記

◆観光にとって古くて新しく、基本であり永遠のテーマでもあるホスピタリティにつき、あえて特集してみました。ホスピタリティが昨今、とみに関心を集めている背景にはいろいろあると思いますが、社会の高度化、情報化、画一化が急激に進展して人と人との関係性や、服部先生がホスピタリティの第一に位置づけられた「相互性」がはなはだ脆弱になってしまったことが最大の要因かと思われれます。

◆人は心と心が触れ合う時に安らぎや満足を感じるといわれますが、この体験が旅先であれば、なおさら強く心に響き後々まで記憶に残ります。まさに「一期一会」が大事です。西武文理大学教授の松坂教授は、サービスは「いつでもどこでも・誰にでも」の役割であり、ホスピタリティは「この時・この場・この人」にだけ、の振る舞いであると説明されていますが、日頃の家庭・地域社会での実践の積み重ねが大切であるとの服部先生の主張には耳を澄まさねばと受け止めた次第です。

◆宿泊施設・交通機関でホスピタリティ向上の取り組みが展開されています。今号は注目を浴びている二つの事例を紹介させていただきました。国民宿舎「鶴の岬」は一七年連続で国民宿舎利用率全国第一位を維持しています。葛氏は昨年三月の最後の選定で「観光カリスマ」に認定されました。（宇八）



観光文化 第180号

第30卷6号通巻第180号

発行日 2006年11月20日

●
発行所：財団法人 日本交通公社
東京都千代田区丸の内1-8-2
第1鉄鋼ビル
〒100-0005 ☎ 03-5208-4701
<http://www.jtb.or.jp>

編集室：東京都千代田区丸の内1-8-2
第2鉄鋼ビル 旅の図書館内
〒100-0005 ☎ 03-3214-6051
<http://library.jtb.or.jp>

編集人：外川宇八
発行人：小林英俊

●
印刷所：JTB印刷株式会社

禁無断転載

ISSN 0385-5554