

# 観光文化

Tourism & Culture



財団法人日本交通公社

## 特集◎ ツーリズム新時代

### ◆巻頭言

観光新時代 船山龍二……①

### ◆特集

- 観光から歓交・感幸へ、そして発光へ  
— 次世代ツーリズムの創出に向けて 石森秀三……②
- ツーリズム大国・英国に学ぶ  
— 英国観光政策の概要と日英比較から見たわが国観光政策への示唆 井上健二……⑥
- ビジット・ワールド・キャンペーン(VWC)の挑戦とその課題 田端俊文……⑪
- 新しい「たび」を育む国土と社会を創る  
— 「『観光立国』下の『観光』の低迷」を打破するために 梅川智也……⑬

### ◆視点

- 『旅の図書館』開設三十周年を迎えて 渡邊サト江……⑲

### ◆連載

I あの町この町 第29回

迎え火・送り火 — 大分県・竹田市 池内 紀……⑳

II 風土燦々②

孤島の相撲大会 (前編) — 島根県隠岐の島町 飯田辰彦……㉓

III ホスピタリティの手触り 50

ジンバブエが「夢の国」だったころ 山口由美……㉖

◆新着図書紹介……㉘



## — 塩の道・牛方宿の裂き織り —

古い時代の生活道路であった「塩の道」千国街道は、さまざまな歴史を秘めて今日に伝えられる。その旧道は現在、遊歩道として整備されているだけに多くの人たちが街道歩きを楽しんでいる。今回お伝えするのは、かやぶき屋根の「牛方宿」である。千国の宿から信州安曇野へ向け険阻な親坂を越えようと、牛方宿に至る。当時は一人で牛六頭を引いて一人前といわれた牛方が、疲れた身体を癒した場所である。往時をしのはせる牛方宿は各所に点在していたが、現在は信州小谷村沓掛に一軒残るのみ。資料館として毎年四月初旬から十二月中旬まで開館している。私が訪れた時、この牛方宿を守り続ける千国美晴さんが、ちょうど機織りの真っ最中であった。「カシャ！カシャ！トン、トン」と心地よい音を響かせ、裂き織りシといった「昔はボロ布を利用し、こたつ掛けなどに利用した」と語る。今は民芸品として広く用いられる。逆光が二十年のベテラン織姫の姿を美しく浮かび上がらせ、すがすがし。

今秋、観光庁 (Japan Tourism Agency) が発足されることは、国の観光行政史上エポックメイキングな出来事である。行政改革が叫ばれている中で新しい庁をつくったことは、国の本気度を示している。小泉元総理の観光立国宣言以来三代にわたり総理が自らの言葉で観光について言及されたことは、観光を国策として本格的に取り組むということであり、観光新時代の到来を感じる。地域や産業界にはかつてない期待感が高まっている。

翻ってわが国は百五十年前の開国後ひたすら工業化政策をとり、二〇世紀は近代工業国の地位を不動のものにした。しかし、二一世紀に入りグローバル化の潮流は激しく、日本が世界の活力を取り込み、また日本のプレゼンスを示すには、もはやモノだけに頼るときではない。フランス、イタリア、スペイン等が観光を誇り高い輸出産業と位置づけているように、わが国も固有の伝統——文化、精神、景観、食など——の優れたジャパンブランドを活かす戦略構想は正に時代の要請である。加えて国内では人口減と少子高齢化、都市との格差で深刻になってきた地域にとって、閉塞感を打破し、活性化の切り札として観光が脚光を浴びてきている。観光は国全体の問題であり、国民的課題でもある。

## 観光新時代

船山 龍二

日本ツーリズム産業団体連合会会長

このような背景で、二〇〇七年観光立国推進基本法が施行され、次いで基本計画と五大目標が設定されたが、為すべき課題は多くしかも広範囲に及んでいる。観光資源や景観、環境、サービスシステム、外客受け入れインフラ、滞在型旅行、エコツーリズム、青少年交流、休暇制度、都市と農村漁村交流、人材養成、外国人労働……等々。これらのテーマは中央省庁一府十六省に何らかの関わりがあるが、その解決には従来の縦割り行政では限界がある。横断的な取り組みで、大胆な発想転換と地域、住民、産業界を巻き込んだ行動が求められる。この舵取りこそ観光庁の役割であろう。

国内生産規模二十四兆円・雇用数二百三十万人——生産波及効果では、それぞれ五十五兆円・四百七十万人次いでこの産業が、国民に正しく理解され、更に拡大されるならば、昏迷が続く日本の針路を照らす希望の明かりになるものと確信する。

わが連合会も二〇〇一年発足以来さまざまな提言・行動を行ってきたが、新設観光庁と連携してツーリズムの担い手として自覚を新たに、課題に果敢にチャレンジしたいと考えている。

(ふなやま りゅうじ)

# ツーリズム新時代

今年十月にわが国の観光政策の中核的役割を担う観光庁が新設される。旅行市場の成熟化に伴って消費者ニーズが多様化するなか、新たなツーリズムの創出が求められている。今号では、「ツーリズム新時代」と題して観光創造に向けた新たな取り組みや動きを紹介し、今後の交流人口拡大の可能性を展望する。

## 観光から歓交・感幸へ、そして発光へ ——次世代ツーリズムの創出に向けて

北海道大学観光学高等研究センター長

大学院観光創造専攻長

石森 秀三

### 未来へのイメージネーション

未来予測は簡単ではないが、未来のためにさまざまな仕掛けを提案することは研究者の責務の一つである。未来社会のために文化的な仕掛けを創るのは「文化開発」の役割であるが、その実現のためには未来に対するイメージネーションが不可欠になる。

私は一九九四年に国立民族学博物館で開催された国際シンポジウムの際に「観光革命」という新しいコンセプトを提唱して、

二〇一〇年代のアジアで第四次観光革命が発生し、観光をめぐる大きな構造的変化が生じることを予測した（石森編『観光の二〇世紀』ドメス出版、一九九六）。現在、その予測どおりにアジアで観光ビッグバンが生じる可能性が高まっている。

同じく一九九〇年代中頃に、私は「二一世紀は自律的観光の時代になる」と予測した。その前提として、私は「二〇世紀は他律的観光の時代」と見なしていた。他律的観光とは、旅行会社や観光開発会社が主導

する観光のあり方であり、パッケージツアーがその典型であった。バブル経済の破綻に伴って、日本人のライフスタイルに変化が生じ、加えてインターネット革命によって観光ニーズに変化が生じつつあった。

時代の変化を先読みして、「自律的観光」という新しいコンセプトを提示したわけである。観光者が旅行会社に頼ることなく、自らの旅行を自律的に企画し実行するとともに、観光者を受け入れる地域の側が旅行会社や観光開発会社に頼ることなく、地域

資源を持続可能な形で活用して自律的に観光振興を図ることを予測した。

## 観光の担い手の変化

日本では一九六〇年代以降にマストツーリズムが隆盛化した。団体で観光名所を周遊して回るというマストツーリズムを主導したのは旅行会社や観光開発会社であった。観光客は旅行会社に依存する形で観光旅行者を楽しんだ。七五年における旅行者者数は約四千四百社であったが、九五年には約一万二千九百社になり、ピークに達した。

米国の観光学者が「日本の旅行会社によるパッケージ旅行商品づくりは芸術的である」と評するほど発展したが、観光をめぐる地殻変動の発生に伴って、衰退が生じている。旅行業界は成熟する旅行者ニーズをつかめず、旧態依然の品揃えで、大量販売・低価格競争に偏り、低収益体質にあえいでいる。観光とは「脱日常、非日常の体験価値の提供」という常識が旅行業界を支配しているが、本当にそうなのだろうか？「労働から解放された余暇、脱日常空間におけるリクリエーション（自己再生）」という古典的観光概念はすでに陳腐化している。

一方、二一世紀に入ってからニューツーリズムの動きが活発化している。農林水産省主導によるグリーンツーリズム、環境省主導によるエコツーリズムを筆頭に、ヘルスツーリズムや産業観光などがニューツーリズムと位置づけられて振興されている。

マストツーリズムは旅行会社主導による発地型観光であるが、ニューツーリズムは地域主導による着地型観光を目指している。またマストツーリズムが「団体旅行・名所見物・周遊」型観光であるのに対して、ニューツーリズムは「個人や夫婦や家族旅行・参加体験・滞在」型観光を目指している。

大手旅行会社は各地域の観光資源を手間暇かけて旅行商品化することをコスト面から躊躇しがちである。そのために地元の観光魅力を熟知している観光関係者が主体となって創意工夫に満ちた旅行商品の創出が必要になる。昨年、旅行業法が改正され、従来は募集型企画旅行の実施が認められなかった小規模な第三種旅行者でも一定の条件下で実施が可能になった。法改正を受けて、各地で観光協会が合同会社などを設立して第三種旅行者の登録を行い、着地型の企画旅行の募集を行い始めている。

## 次世代ツーリズム

マストツーリズムは旅行会社や観光開発会社の主導で隆盛化した。現在では衰退傾向にある。一方、ニューツーリズムは「官」の支援を受けて地域主導で振興されている。ツーリズム新時代を迎えて、北大では今、「次世代ツーリズム」の研究に着手している。これまでのツーリズムは旅行会社や観光開発会社、地域社会が主導してきたが、次世代ツーリズムは旅行者自らが主導する形で進展する可能性が高い。

次世代ツーリズムは、ライフスタイル・イノベーション（暮らしの革新）に連動して生み出される「新しい観光」のあり方だ。国立環境研究所は複数の大学と共同して、二〇五〇年の日本において低炭素社会を実現するための提言を行っている。提言は二つのシナリオから成っている。一つは「経済発展・技術志向シナリオ」であり、もう一つは「地域重視・自然志向シナリオ」である。前者をシナリオA、後者をシナリオBと名付けておこう。

シナリオAは、今後の日本が経済発展、技術革新、規制緩和、生産性・効率性・利

便性重視、都市集中、集合住宅居住、仕事重視、消費旺盛、過疎化進展、地方都市の人口減、第一次産業衰退、原子力発電の重視などの方向に進むと予測している。

シナリオBは、今後の日本が経済発展や技術進歩よりもライフスタイル重視・ゆとり志向、都心部から農山村への人口移動、活気のある地方都市の出現、住民参加による理想の地域づくりの追求、農林水産業の復権、歩いて暮らせるまちづくり、もったいない精神の浸透、自由時間重視、自然エネルギー重視などの方向に進むと予測している。

長期的展望によると、今後の日本は二つの異なる方向に発展していく可能性が大であり、その過程で日本人のライフスタイル・イノベーションが進展することは確実である。

## 団塊世代と若者世代

欧米諸国では九〇年代以降に都市と美しい田園とを往来するライフスタイルが急速に普及し、セカンドホーム・ツーリズムが盛んになった。スウェーデンでは全世帯の約一八%がセカンドホームを所有しており、セカンドホーム・ツーリズムを楽しんでいる。

米国でもセカンドホーム所有世帯は全体の約一五%に及んでいる。

欧米諸国で九〇年代にセカンドホーム・ツーリズムが大膨張した背景には二つの要因があった。第一にIT革命で在宅勤務など仕事の形態が柔軟になり、アメニティー・リッチな田園居住を好む者が急増した。第二に可処分時間・所得に恵まれる退職層が増え、彼らが田園暮らしを選んだことだ。その結果、退職層を中心にセカンドホーム・ツーリズムが一挙に隆盛化した。

日本では別荘所有者は人口の約二%にすぎないので、日本人の「暮らしの貧しさ」が明白だ。〇六年の世論調査では、都市と農山漁村地域での二地域居住の願望を持つ人は五十代では約四五%に及んでいる。すでに団塊世代の大量退職時代を迎えており、二地域居住が本格化すると、セカンドホーム・ツーリズムが欧米諸国並みに成長する可能性がある。

一方、日本では今、若者の旅行離れが話題になっている。海外旅行者総数に占める割合を二〇〇〇年と〇七年で比較すると、二十代男性は約一六%から約一四%に、女性約二九%から約二四%に減少している。

メディア技術の普及やコンテンツの充実が若者層のひきこもり傾向を助長しているという論評もあるが、それらが新たな若者の旅文化を生んでいる点も積極的に評価すべきだ。その典型例を「コミケ」に見ることができる。コミケとは七〇年代に始まるコミックマーケット(漫画やアニメ作品の同人誌即売会)のことだ。昨年夏、東京国際展示場で開かれたコミケには三日間で全国から延べ五十五万人が参加している。

近年、メディアコンテンツに基づく若者の旅行行動がまちづくりに結びつく事例が見られる。その好例はアニメ作品『らき☆すた』の舞台となった埼玉県鷲宮町である。今や鷲宮神社はアニメファンの聖地になっている。鷲宮町商工会は昨年から角川書店や地元商店、ファンと協力して、積極的に商品開発や関連イベントを実施している。その結果、神社への初詣で客数は〇五年に六万五千人だったが、〇八年には三十万人に急増。アニメファンが地域のファンになり、地域住民と交流しながら地域づくりに参画している。インターネットを通して情報を入手した海外のファンも来訪している。日本ではすでに「ヲタク(オタク)ツーリズム」

という現象が生じており、若者は若者なりに新しい観光を生み出す原動力になりつつある。

## 観光から歓交・感幸へ

最近の消費文化分析の結果から、「社交としての観光」が認識されるようになっていく。「人と人との愉<sup>たの</sup>しい交流を通じて、感性を養い、教養や人格を高め合う」、「ホストとゲスト、ゲスト間での互恵的な文化創造活動」としての観光が注目されている。

日常の文化性をコンセプトにした事例では、大分・由布院温泉の亀の井別荘と玉の湯がある。経営者の中谷健太郎氏と溝口薫平氏は共に、旅館の使命は「お客様が理想とする日常を提供すること」と言い切る。成熟生活者の嗜好を満足させるためには、提供する文化が本物か偽物か、提供者自身の文化力やその正統性が厳しく問われる。

観る・食べる・遊ぶ型「観光」から、茶の湯での客と亭主、また客同士の関係性のように、お互いを高め合う交流に価値を求める「歓交」や「感幸」への転換が求められている。成熟旅行者のニーズへの対応のあり方で、旅行業界人の洗練した感性が試

されている。旅行会社主導のマスツーリズムや地域主導のニューツーリズムとは異なる二一世紀型の次世代ツーリズムの確立が、観光立国の成否の鍵を握っている。

## 次世代ツーリズムと発光

北海道大学の佐藤誠教授は、徳富蘇峰が遺した漢詩に着目して、「発光（光をひらく）」ということの重要性を指摘している（佐藤誠『グリーンホリデーの時代』岩波書店、二〇〇二）。

徳富蘇峰は「努力発国光（どりよくをしてこつこうをひらかん）」と著している。佐藤教授によれば、「発国光」は『易経』に由来しており、「風と土の気があわさった風地観という卦<sup>け</sup>をひいたなら、君子たるものは諸国をめぐって、国光（人材）を発見して、その在野の人材を王にふさわしいほどの破格の待遇で招聘し、自国を治めさせなさい」という『観国光』と対をなしている」と説いている。要するに、「光を観（み）る」と「光を発（ひらく）」ことは対をなしているわけである。

私は今、「発光」を可能ならしめる旅行のあり方を研究している。この場合の「発光」

は在野の逸材を見いだして才能を発揮させることよりも、旅行者自らの「心」や「光」を発（ひらく）くという意味である。

私は今から十数年前に「観光と宗教のホモロジー」を提唱した。ホモロジーとは生物学の概念で「相同」を意味しており、複数の器官において形態・機能は異なるが発生の起源は同じという関係の意味である。要するに、観光と宗教は表層的には異なる現象と見なされているが、起源においては同類ではないかと提起したのである。

かつて宗教者は一人で山野を放浪して超人的な存在と出会い、宗教的悟りを啓<sup>ひら</sup>いたが、現在では教典や宗教的職能者に教え導かれて悟りを得る。同様に、かつて旅人は一人で旅に出て、苦勞を重ねて旅を続けるうちに未知なる世界との出会いを通して人生の本質を悟ったが、現在ではパッケージ旅行で表層の世界を通り過ぎるだけで、自らの「心」や自らの「光」を発（ひらく）ことが難しくなっている。

いずれにしても、観光を通して、歓交や感幸を実現し、さらに発光を可能ならしめる「次世代ツーリズム」の創出に貢献したいと念じている。（いしもり しゅうぞう）

# ツーリズム大国・英国に学ぶ

## ——英国観光政策の概要と日英比較から見たわが国観光政策への示唆

国土交通省鉄道局都市鉄道課 企画調整官

井上 健二

### はじめに

昨年、約五カ月にわたり、英国 (England) 政府で観光政策を所管する Department for Culture, Media and Sport (文化・メディア・スポーツ省。以下、「DCMS」という) および英国インバウンド政策推進の中核的役割を担うビジット・ブリテン (VisitBritain) で勤務し、英国における観光政策・施策の立案・推進の実態をじかに学ぶ貴重な機会を得た。

地理的諸条件や観光を取り巻く環境がわが国と近似する一方で、世界有数の観光先進国である英国の観光政策を研究することは、今後、わが国がより効果的な観光政策・施策の立案・推進を図る上で参考になるものと考えられる。

そこで、DCMSおよびビジット・ブリ

テンでの勤務経験を踏まえ、英国の観光政策を概観した上で、日英の観光政策の比較を試みることをとする。

### 英国観光政策の概要

#### 1. 英国の観光政策の中核を担う

##### DCMS

英国では、経済政策の一環として観光政策を捉え、DCMSが経済活性化の観点から、観光政策に関する企画・立案およびその推進のための関係省庁等との調整を行うほか、観光統計の整備、観光の経済効果分析などに取り組んでいる。特に、関係省庁との調整では、観光に影響を及ぼす恐れのある他省庁の施策等について、その経済面での影響分析を行い、その結果を踏まえ、当該施策の担当省庁に対して見直しや是正等の提案を行っている。



ロンドンの観光名所、タワーブリッジ

## 2. 英国の観光政策の概要

### (1) 「2012観光戦略」の概要

英国政府は、二〇〇七年九月に、DCMSが中心となり、「2012観光戦略」を取りまとめた。

この戦略では、オリンピックを英国経済の活性化に最大限結びつける観点から、英国の国際イメージの改善、宿泊施設の質の向上、観光の経済活性化効果の英国全土への拡大、観光の持続可能性の向上など八つの目標が掲げられるとともに、この目標達成のための工程表や推進すべき戦略的施策



ロンドンの繁華街、ピカデリーサーカス

が示されている。以下、主な戦略的施策を見ていきたい。

#### ① 英国ブランドの構築

ロンドン・オリンピックと関連づけた新たなブランド構築に取り組みこととし、ビジット・ブリテンが中心となって、ロンドン・オリンピックを地球規模でアピールするための英国ブランドの見直しを行い、これに基づいたマーケティング戦略の展開を図ることとしている。

#### ② ロンドン・オリンピック開催に併せた多様な文化プログラムの展開

劇場、博物館、図書館、貴族所有の別荘をはじめ、映画、デジタル技術、音楽ライブ、ダンスやコメディ等の幅広い分野を巻き込み、二〇二二年のロンドン・オリンピック

ク開催に併せて、国際シェークスピアフェスティバル、博物館における国際的な展示会などの大規模な国際フェスティバルや英国内のコミュニケーションが全土にわたって行う文化フェスティバル等の開催をはじめ、オリンピックのセレモニーと関連する文化プログラムの積極的な展開を図ることとしている。

#### ③ ビジネスツーリズム・MICEの積極的振興・活用

英国では、ビジネスツーリズムはオフシーズン対策になること、コンベンション施設の整備等を通じて都市再生にも資すること、不景気の中でも立ち直りが早いこと、旅行で訪れた訪問者の口コミが期待できることなどから、今後の重点分野と位置づけている。英国のビジネスツーリズムのDestinyネーションやMICE開催地としての魅力・優位性を広く世界にアピールする絶好の機会として、ロンドン・オリンピックを最大限活用するために、コンベンション・オーガナイザー等へのニーズ調査や招請事業等に取り組むこととしている。

#### ④ 訪英外国人旅行者の受け入れ態勢の充実

ユーロスターの新たなターミナルやヒースロー空港第5ターミナルなど交通インフラの



英国政府が現在推進中の Tourism Strategy 「観光戦略 2012」

整備等に取り組みほか、ロンドンバス、ブックキヤブ等のバリアフリー化や宿泊施設の質の改善などの受け入れ態勢の充実を積極的に進めている。特に、宿泊施設の改善については、最高級の宿泊施設が充実している一方で、必ずしも質の面で十分と云えない宿泊施設も多く存在することから、二〇一二年のオリンピック開催までに観光施設の質の大幅な改善を進めることとしている。具体的には、宿泊施設の施設や設備に加え、施設で提供される「サービスの質」も格付けの対象として評価する品質認証スキームの普及・活用を図り、認証された宿泊施設の割合五三%を二〇一二年までに八五%に、二〇一六年までに九〇%にすることを目指している。

#### ⑤ 持続可能な観光の振興

観光事業者の持続可能な取り組みの表彰制度を設け、ベストプラクティスを広く紹介し、「持続可能な英国」のPRに努めるほか、国連やEUと連携し、観光産業の持続可能性の改善に向けて取り組んでいくこととしている。

#### (2) インバウンド施策を戦略的に展開する

##### ビジット・ブリテン



ビジット・ブリテンの本部ビル

ビジット・ブリテンは、二〇〇三年四月に British Tourist Authority (英国政府観光庁) と English Tourism Council (イギリス観光協議会) が合併し、設立された組織で、主に、訪英外国人旅行者の増加、英国民のイングランドでの休暇旅行の促進、情報提供の促進と英国における観光利便性・サービスや観光施設の改善の三つの役割のほか、英国政府に対して観光振興に関する助言を行う役割も担っている。

職員数は約四百五十人で、本部はロンドンにあり、世界各国に三十を超える事務所・代表を置くほか、総合観光案内所である Britain and London Visitor Centre の運営も行っている。

##### ビジット・ブリテンの二〇〇七年度予算



ビジット・ブリテンの事業内容や達成目標等を紹介したレポート

を見ると、DCMSから四千九百万ポンド(約百五億円、うち国際観光分として三千五百五十万ポンド(約七十五億円)が交付されている。これに加え、ビジット・ブリテンでは民間企業とのパートナーシップの構築により民間資金を活用し、効果的・効率的な事業の推進を図っている。

DCMSは、ビジット・ブリテンへの交付金の交付にあたり、達成すべき具体的な数値目標等を示し、これを交付金契約としてDCMSおよびビジット・ブリテン

との間で取り交わすこととなっている。DCMSは緩やかにデジタル・ブリテンをコントロールしつつ、その専門家集団としての知恵・ノウハウを活用し、効果的に目標達成を図り、国として望ましいと考える観光の実現を目指している。数値目標としては、例えば、十億六千五百万ポンド(約二千二百三十七億円)の観光消費の増加、ROI(Return on Public Investment)

三〇対一、ロンドン以外の地域への訪問者の割合五三%、オフシーズンの訪問者の割合三四%、民間セクターからのデジタル・ブリテン事業への投資五百万ポンド(約十一億円)、デジタル・ブリテン関連ウェブサイトにへの訪問者数一千八百万人、国際観



ホテルの品質評価スキームを分かりやすく解説したレポート

光データベースの拡大七百万人などが掲げられている。なかでも、DCMSが重要視しているのがROIで、これは政府による追加的投資1に対していくらかそのリターンがあったか、すなわち、デジタル・ブリテンによるマーケティング活動によってどのくらい追加的な消費が発生したかを把握するものである。

これら目標の実現のための事業・プロジェクトの内容は、「アームズ・レングスの原則」(Arms Length Principle)に基づき、観光専門家集団であるデジタル・ブリテンに任されており、政府が個々のデジタル・ブリテンの事業内容や事業実施手法に干渉することはほとんどない。デジタル・ブリテンは

その専門性を生かし、数値目標達成に向けて具体的なプロジェクトや展開すべき事業内容を検討し、マーケットの動向も見極めつつ、適時・適切に各種施策やプロジェクトを戦略的に展開している。

デジタル・ブリテンが推進している主な施策としては、重点市場での英国観光地P

R、国際観光博への出展、著名人・フィルム等を生かした英国イメージの戦略的発信やキーパーソン招請事業など政府観光局としての一般的な海外向けの観光マーケティング活動に加えて、英国ブランド構築・強化のための調査の実施、英国ブランド・イメージのある自動車メーカーや小売事業者等観光セクター以外の民間企業等と共同PR・キャンペーンを行うことで、ターゲット市場でのパートナー企業のブランド・イメージの強化と同時に、英国の観光魅力の露出機会の拡大を図ることを狙ったパートナーシップ事業の展開や、観光の質を高めるための宿泊施設等の品質認証スキームの開発・運営などが挙げられる。

### 3. 日英の観光政策の比較とわが国の観光政策への示唆

英国の観光政策形成システムの特徴は、担当大臣の権限が極めて大きいことにあり、政権が交代することにより、担当大臣の観光政策への関心度および関心分野に応じて、新たな観光政策の作成や政策の方向転換が行われることが多い。その時々の実情に応じて柔軟に政策の転換が行える利点はあるも

の、安定的かつ着実に観光政策を推進していくという面では必ずしも優れているとは言えない。また、英国の観光戦略・施策の推進方法について見てみると、「アームズ・レングスの原則」が貫かれていることが特徴として挙げられる。さらに、効率的・効果的な事業の持続的推進を確かなものとするため、事業実施後一定期間内に必ずその事業実施効果を測定することとし、事業評価制度をシステムとして組み込んでいること、さらにROIを評価指標としていることも特徴である。

これに対して、日本の観光政策形成システムを見てみると、二〇〇六年に観光立国推進基本法が制定され、「観光立国推進基本計画」という観光政策を総合的・安定的に形成・推進するための計画システムが整備された。

地球規模での国際交流の急速な拡大を受け、観光分野における国際間の競争が激しさを増すなか、わが国が観光先進国との競争に打ち勝ち、世界に誇る観光大国となるためには、明確な方針・戦略の下、国、地方自治体はもとより、観光関係団体や地域住民も含め、まさに国を挙げて観光立国に

資する政策・施策を総合的に立案することにも、これらの着実な推進を図ることが不可欠である。その意味では、閣議決定計画という高い位置づけを持った観光立国推進のための計画制度創設を盛り込んだ観光立国推進基本法は画期的であり、世界的にも注目すべき政策として高く評価されよう。

一方、日本の観光戦略・施策の推進体制について見てみると、英国のデジタル・ブリテン同様に、日本の政府観光局として海外プロモーション事業の中心的な役割を担うJNTO(独国際観光振興機構)は、デジタル・ブリテンと比べ、予算面・組織面ともに比較にならないほど脆弱な体制となっている。二〇〇八年十月にはわが国の観光政策の中核的役割を担う観光庁が新設される。観光庁創設による観光政策の立案機能強化の効果の最大化のためにも、インバウンド政策の中核的推進機関たるJNTOの機能強化も併せて行うことが重要であろう。また、観光戦略・施策の推進方法について見てみると、海外プロモーション事業としてのデジタル・ジャパン・キャンペーンは、JNTOとともに、国も中心的な役割を担っていることが特徴として挙げられる。このほか、

事業評価方法については、英国が当該事業の投資に対して、そこから直接生み出された観光消費を把握し評価するROIを用いて分かりやすく客観的な評価を行っているのと異なり、日本では、事業実施後に事業実施主体が各事業の評価をマニュアルに従い自己採点で行うことを基本としていること、会場等でのアンケートの収集・分析が必ずしも主体的に行われていないこと等から、英国の評価手法には学ぶべき点は多い。

十月に創設される観光庁への地域や経済界からの期待は大きい。観光立国推進基本計画の着実な推進は当然のこととして、さらに、観光統計のさらなる充実とその戦略的活用、世界の競争に負けない優秀な観光人材の育成支援、持続可能な観光の促進や観光の質のさらなる向上など、観光政策の一層の充実とともに、関係省庁との一層の連携強化による他分野との融合施策の展開や新しい観光魅力の創出など、観光庁が取り組むべき課題は多い。世界に誇れる観光大国・日本の実現に向けて、観光庁の大いなる活躍を期待したい。

(いのうえ けんじ)

(注) 本稿中の一ポンドは二百十円で換算。

# ビジット・ワールド・キャンペーン(VWC)の

## 挑戦とその課題

社団法人日本旅行業協会 VWC推進室 副室長

田端 俊文

(社)日本旅行業協会(JATA)「VWC 2000万人推進特別委員会」委員長でJTB会長の佐々木隆氏が『文芸春秋』八月号の中で「『心の鎖国』を憂う」という意見を寄せられています。「若者の海外旅行離れが加速しています(中略) VWC委員長に就任した私は、原因の究明や対策をたてさせていただいているわけですが、単に業界の利益だけでなく、日本人として、いやひとりの大人として、日本の若者の海外旅行離れには、きわめて強い危惧を感じるので」と述べています。

昨年は、米国のサブプライム問題で世界経済が混乱し、今も予断を許さない状況が続いている。また、ガソリン価格も高騰して「燃油サーチャージ」が旅行需要を冷やす一因になるなど、波乱要因が多数あり、その中で海外旅行マーケットは、戦争やテ

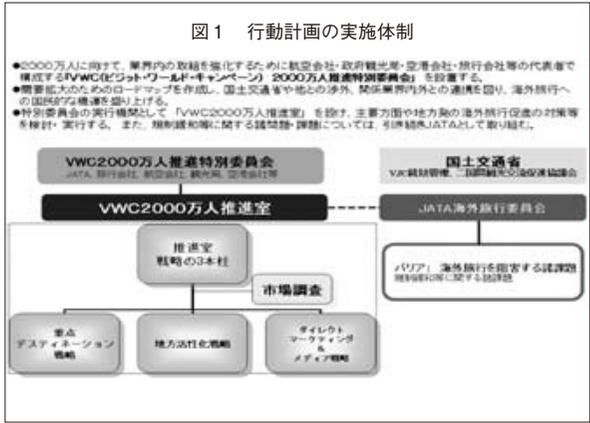
ロ、伝染病、大きな自然災害がなかったにもかかわらず、前年の実績を下回った。若者の海外旅行離れや経済の景気回復の遅れによる個人消費の低迷が理由として挙げられている。それに対して、海外からの旅行客は、「観光立国」実現に向けた観光立国推進基本法の施行、「ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)」をはじめ地方公共団体、産業界の「地域観光」への取り組みも強化されたことで、大幅増となった。

JATAでは「ビジット・ワールド・キャンペーン(VWC) 2000万人推進特別委員会」を設置し、日本人の海外旅行について国民的機運を盛り上げることとし、実行部隊として「VWC2000万人推進室(図1)」を立ち上げ、二千万人達成に向けた活動を積極的に推進している。

### VWCプロジェクトの概要

観光立国として、政府は観光立国推進基本計画で「ツー・ウェイ・ツーリズム」(国際相互交流)を拡大するために、二〇一〇年に訪日外国人旅行者数を一千万人、日本人の海外旅行者数を二千万人にする目標を掲げ、現在、推進活動を行っている。また十月には念願の観光庁も発足する。しかしながら昨年度の日本からの海外旅行者数は、若者の海外旅行離れや地方における出国者数の伸び悩み、個人消費の低迷等により千七百三十万人弱となり、前年実績を割り込んだ(図2)。しかし、日本の閉鎖性が強まることのないように、一層民間レベルの交流を盛んにしなければならないことから、国際社会の中で日本の役割を高め、理解してもらうためには、外国人の訪日旅行と

図1 行動計画の実施体制



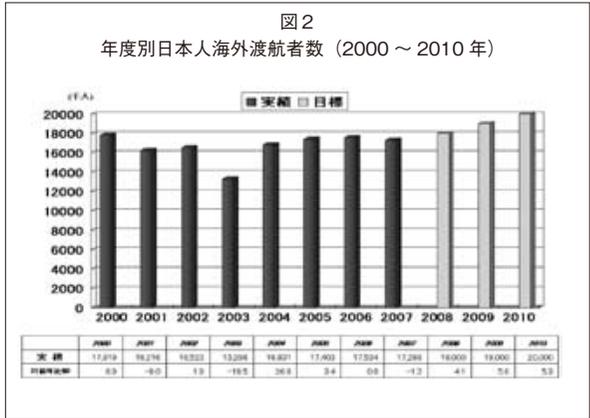
資料：(社)日本旅行業協会

もに日本人の海外旅行も振興して、相互交流をさらに図ることが重要である。そのために、ビジット・ジャパン・キャンペーンと並んで、ビジット・ワールド・キャンペーンを展開することとした。

VWC2000万人推進特別委員会は二千万人達成に向けた事業計画・方針を決定し、VWC2000万人推進室はそれを実行し、海外旅行振興のため業界が一丸となって、二〇一〇年に二千万人達成を目指している。

図2

年度別日本人海外渡航者数 (2000～2010年)



資料：(社)日本旅行業協会

戦略の三本柱は「重点デステイネーション戦略」「ダイレクトマーケティング&メディア戦略」「地方活性化戦略」である(図1)。具体的な活動の詳細は次の通りである。

重点デステイネーション戦略

●VWC二〇〇八年度上期「重点デステイネーション」の取り組み

VWC2000万人推進室では、九カ国・地域の重点デステイネーションを選定した(米国、ハワイ、グアム、オーストラ

リア、韓国、台湾、香港、タイ、フランス)。今後の活動計画として、各国政府観光局を軸にした「デステイネーション戦略会議」「ワーキンググループ」等を開催し、課題、新規商品、プロモーションプラン等をまとめ、年度内に商品化などの具体的な成果を出す計画である。

ダイレクトマーケティング & メディア戦略

●VWCロゴの発表

世界を「もっと！見よう」、あの国を「もっと！知ろう」、海外で「もっと！出会おう」など、すでにお楽しみいただいているリーダーにも訴えかけるメッセージを「もっと！」に込め、分かりやすく、力強く訴える(下のロゴ)。

このロゴは、JATA会員会社のパンフレット、航空会社、政府観光局などの出版物



VWC ロゴ

にも掲載され、広く海外旅行に行っていた  
 だくように訴えていくものである。

●首都圏のJR・私鉄で「トレインジャック」  
 を実施

VWCと観光関係企業がタイアップし、  
 今年九月上旬の二週間、JR東日本と関東  
 の私鉄五社で「トレインジャック」を実施  
 した。多彩な観光デスクステイネーションを車  
 内で紹介していくことで、海外旅行機運の  
 醸成、需要喚起を図ることを目的とした。

地方活性化戦略

航空機の成田一極集中が叫ばれて久しい  
 が、旅行も東京一極化が進んでいる。VWC  
 では、二十万人を達成するには、地方発の旅  
 行が増えなければ非常に難しいと考えてい  
 る。そのために各自自治体、航空会社と連携  
 した地方発のチャーター便利用のツアー造  
 成をJATA支部、地区会とVWCとで推  
 進する。その他の戦略については、次の二点。

●パスポートキャンペーン

二〇〇六年の日本人の出国率は二三・九%  
 (二〇〇七年は二三・七%)と、まだ高い水準  
 にあるとは言えない(別表)。一人当たりの  
 GDP(国内総生産)を考えると、年間渡

航者二十万人を通過点として、まだまだ伸  
 張が期待される。VWCでは、出国率を上  
 げるためにはパスポートの保有率が低い県  
 の底上げを図るよう、政府観光局、航空会社、  
 ホテル、JATA会員旅行会社が共同でパ  
 スポートキャンペーンを計画中。

●地方での旅行博開催支援

JATAでは毎年九月に「国際観光会議・  
 世界旅行博」を開催している。特に「世界  
 旅行博」は三日間で十万人以上の来場者が  
 あり、一般消費者に対して海外旅行のPR  
 を行っている。

これと同じものを地方で実施することは  
 不可能だが、各地域の身の丈に合った「旅博」

別表 主な国の出国率(国外旅行者/人口)と  
 1人当たりGDP(2006年)

国/地域	出国率 (%)	GDP (US \$)
シンガポール	125.0	30,159
英国	113.2	39,207
ドイツ ※	93.9	34,955
香港 ※	83.0	26,575
カナダ	69.8	39,004
フランス ※	35.5	35,375
台湾	37.7	15,990
オーストラリア	23.9	37,924
韓国	23.8	18,164
米国 ※	21.4	43,562
日本	13.9	34,252
中国	2.4	2,055

※ 2005年の値

資料：国際観光振興機構(JNTO)「日本の国際観  
 光統計2006」、  
 総務省「世界の統計2008」

の実施をアシストする。毎年三月に関西空  
 港で実施されている、「関空旅博」セミナー  
 を共催。関西の私鉄・JRでも関西の海外  
 旅行需要喚起のために「トレインジャック」  
 を実施する予定にしている。また、今事業  
 年度中に福岡、名古屋、鹿児島、広島で実  
 施予定の地方旅行博に対してサポートする  
 予定で準備を進めている。

市場調査

●「若者の海外旅行離れ」調査とタウン  
 ミーティングの開催

VWCでは「若者の海外旅行離れ」につ  
 いて、国立大学で初めて観光学部を開設し  
 た和歌山大学と共同で詳しいアンケート調  
 査を実施する。その結果をもとに「世界旅  
 行博」で、学生、旅行会社の若手社員の参  
 加を得てタウンミーティングを実施し、若  
 者の海外旅行促進のために、旅行会社とし  
 ての具体策をまとめる予定にしている。

若者に対する新たなアプローチを

法務省の統計などによると、二十歳  
 から二十九歳の二〇〇七年の海外旅行  
 者は二百八十二万人で、一九九六年の

四百六十三万人から三九%減少しており、少子化を考慮しても減少ペースは大きく、昨年の海外旅行者数が全体で四年ぶりに減少した一因ともなっている。二十代は、VWC推進のための重要なマーケットである。十年、二十年先の日本のグローバル化を見据えた対応が必要となる。

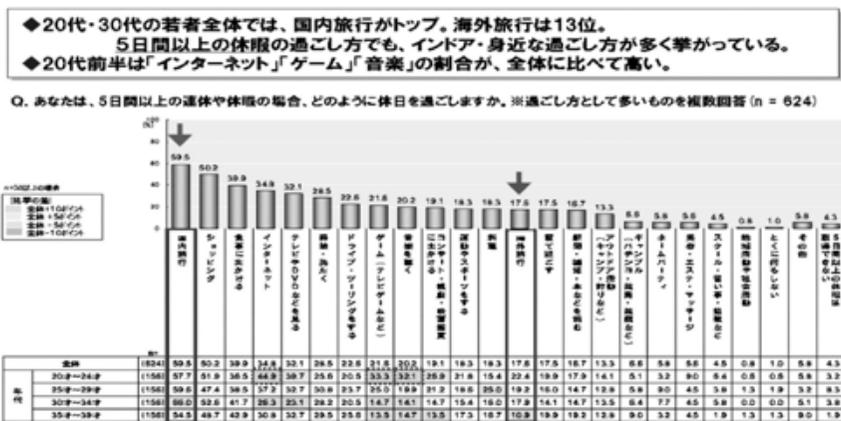
JATAでは毎年二月に「JATA経営フォーラム」を開催している。今年の分科会の中で、「若者の海外旅行離れ」について討議された。その中でインターネット調査会社のマクロミル社から、首都圏に住む二十代・三十代の若者の意識調査の結果が発表された。まず、「五日間以上の休暇が取れたら何をするか」への回答は、国内旅行はトップであるが、海外旅行は十三位となっている(図3)。二十代は特にインターネットやゲームといったインドア派が多い。また、「今後積極的にお金をかけたくなるもの」は預金が一・八%で最多となっている。ちなみに、貯蓄の目的は「いざという時のため」、「老後の蓄え」が一位と二位で旅行資金は五位であった。このほか、若者の意識には、お金より時間が大切、失敗はしたくないという傾向が強く表れていた。また、昨年海外

旅行へ行かなかった理由は「お金がない」「時間がない」「休暇が取れない」が上位であるが、注目されるのは五番目に多かった回答「外国語に自信がない」である(図4)。言葉への不安感が強く、失敗したくないから海外旅行に行かない。こうした意識が海外旅行への阻害要因につながっていると思われる。

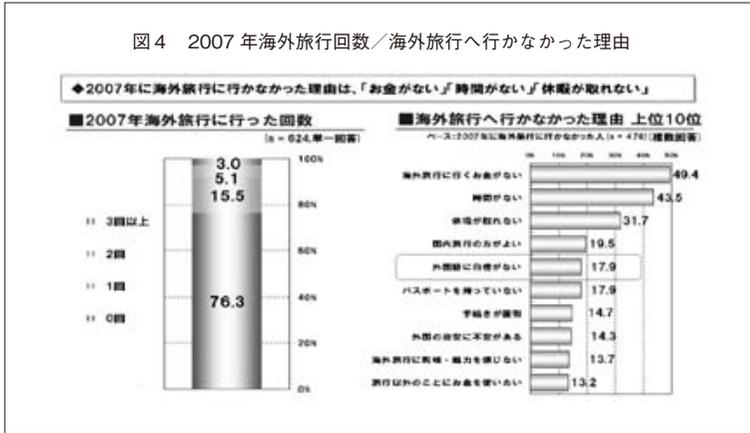
一方で、海外や海外旅行には出会いがありそうだと期待する若者は二五%いる(図5)。そして、海外旅行に行きたくなるための条件に、「自分の語学力が上がったら」や「現地で困った時に日本語のサポートが受けられたら」が三番目、五番目に挙がっている(図6)。若者の海外旅行に関する不安感を取り除き、その期待に応えるアプローチをする方法を検討すれば、旅行会社にもまだまだビジネスチャンスがあると思われる。

昨年度、関西空港に乗り入れたジェットスターをはじめとするローコストキャリア(LCC)の乗

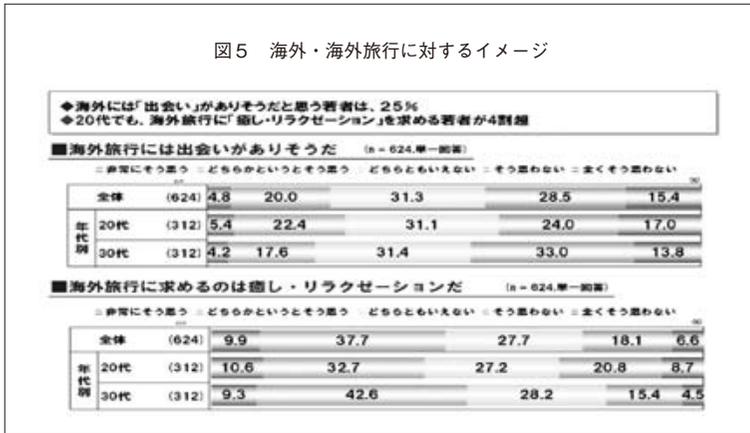
図3 5日以上の休暇の過ごし方



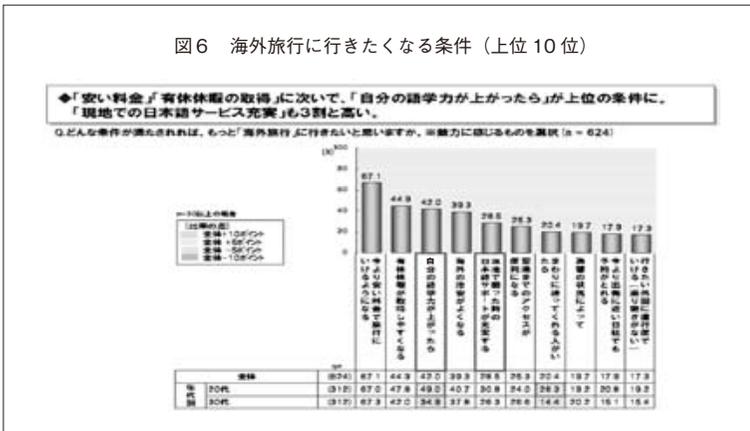
出典：(株)マクロミル「2008年JATA経営フォーラム資料」



出典：(株)マクロミル「2008年JATA経営フォーラム資料」



出典：(株)マクロミル「2008年JATA経営フォーラム資料」



出典：(株)マクロミル「2008年JATA経営フォーラム資料」

り入れや、国の「アジア・ゲートウェイ構想」、ITC規制緩和に伴うチャーター便の積極的な催行など、航空事情が激変している。さらに二〇一〇年十月に、羽田に四番目の滑走路と新たに新国際ターミナルが完成する予定。羽田の国際線旅客利用数は年

間七百万人を計画しており、旅行業界においても従来とは全く違ったビジネスモデルの出現が予想され、「好機と激動」の時代の到来が予想される。今まで述べてきたように、JATA本部ではこの好機に対応するため、VWC2000万人推進特別委員会

を設置し、海外旅行について国民的機運を盛り上げることとしている。  
(たばた としふみ)

〈参考文献〉  
マクロミル(二〇〇八年)JATA経営フォーラム資料

# 新しい「たび」を育む国土と社会を創る

## —「『観光立国』下の『観光』の低迷」を打破するために

新しい「たび」を考える会 事務局

梅川 智也  
(財団法人日本交通公社)

はじめに

「衣食住・旅」(注1)といわれておおよそ三十年になります。昨今の格差社会の中で、本当に私たちの生活の中に旅は定着したと言えるのでしょうか……。そして真に豊かな旅を日本人はしているのでしょうか。

古今東西の旅の本を調べてみると、「旅」には次の五つのタイプ(注2)があるそうです。①宗教の旅、②観光の旅、③享楽の旅、④逃避の旅、⑤冒険の旅。約百冊に及ぶ旅の本のリスト(表)を見ると、旅には人間の喜怒哀楽がストレートに反映されるという当たり前の真実と旅の持つ豊かな情感、そしてまさに人生そのものが旅であることに気づかされます。繰り返される温泉入浴と食事シーン、そして一泊四日の弾丸海外旅行といったテレビ番組からは、旅の豊か

さを感じることはできません。贅沢さは感じて、時間も時間貧乏を象徴しているような印象さえ受けれます。昨今、旅番組が低迷するものもなすけるのではないのでしょうか(注3)。

観光庁が二〇〇八年十月に設置されます。一九三〇年(昭和五年)、日本政府が初めて観光政策(鉄道省国際観光局)に取り組んで約八十年が経過したことになります。昨年一月には観光立国推進基本法が施行され、「観光を地域づくり、国づくりの柱に」、あるいは「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」をキャッチフレーズに、産業界だけでなく、日本全国で観光立国への期待が高まっています。

しかしながら、旅そのものの、あるいは旅を取り巻く日本の国土と社会環境は果たして進化、そして深化しているのでしょうか。

### 「新しい「たび」を考える会」の誕生

そんな問題意識を持ったメンバーが集まって誕生したのが、「新しい「たび」を考える会」(会長：廻洋子淑徳大学教授・運輸審議会委員)(注4)です。二〇〇六年九月一日に最初の会合が開催されました。新たな国土形成計画(注5)を審議する国土審議会計画部会の中の国土基盤専門委員会(座長：家田仁東京大学大学院教授・当財団専門委員)のメンバーを主体として、これからの日本の国づくり、人づくりにきちんと「観光」をビルトインする必要があるとの強い思いから始められたものです。さらに国土交通省の観光部門の方々にも個人の立場で参画を仰ぎ、本格的に研究会がスタートしました。

本稿はこの研究会が二年間にわたって議

論してきたことを七つの提言（概略）として取りまとめた、いわば中間取りまとめです。私の個人的な解釈も多分に含まれていることをご了承ください。（注6）



研究会メンバー／京都にて

## 新しい「たび」を育む国土と 社会を創る七つの提言（概略）

○提言1…「観光客」から「良きたび人」へ  
（たびを楽しむ社会を創る）

「良きたび人こそが質の高い観光地を創る」——駆け足周遊型のつまみ食い旅行ばかりしては、良きたび人は育たな

書籍名	作者	書籍名	作者
夜間飛行	サンテックジュベリ	ロンドンの味	吉田健一
土佐日記	紀貫之	欧州紀行	横光利一
東海道中膝栗毛	十返舎一九	旅愁	横光利一
伊豆の踊り子	川端康成	母子叙情	岡本かの子
雷国	川端康成	ねむれ巴里	金子光春
美しい日本の私	川端康成	ベニスに死す	トマス・マン
イタリヤ紀行	ヨハン・ヴォルフガング・フォン・ゲーテ	オン・ザ・ロード	ジャック・ケルアック
高野聖	泉鏡花	孤独な旅人	ジャック・ケルアック
天守物語	泉鏡花	日本美の再発見	ブルーノ・タウト
旅の日のモーツァルト	メーリケ	忘れられた日本	ブルーノ・タウト
死都ブルージュ	ローデンバック	ドン・キホーテ	セルバンテス
北回帰線	ヘンリー・ミラー	奥の細道	松尾芭蕉
南回帰線	ヘンリー・ミラー	どくどくマンボウ航海記	北杜夫
点と線	松本清張	悲しみよこんにちは	サガン
オリエント急行殺人事件	アガサ・クリスティ	日本の昔話	柳田国男
2001年宇宙のたび	アーサー・C. クラーク	遠野物語	柳田国男
スカラ産にて	スタンダー	我的中国	ライビ英雄
伊勢物語	作者未詳	オズの魔法使い	リアン・F・パウム
ガリバー旅行記	スウィフト	アラビアン・ナイト(千夜一夜物語)	作者未詳
草枕	夏目漱石	西遊記	吳承恩
満洲とところどころ	夏目漱石	怒りのぶどう	スタインベック
放浪記	林芙美子	温泉めぐり	田山花袋
上海遊記・江南遊記	芥川龍之介	おろしあ園酔夢譚	井上靖
秋津温泉	藤原審爾	さまよえる湖	ヘティン
ガリア戦記	カエサル	チベット旅行記	河口慧海
東方見聞録	マルコ・ポーロ	日本の川を旅する	野田知佑
ブルーゲルへの旅	中野孝次	ゆらゆらとユーコン	野田知佑
フェルメール全点踏破の旅	朽木ゆり子	スプレー号世界周航	ジョシュア・スローカム
カルメン	メリメ	コン・ティキ号探検	ハイエルダール
日本の面影	ハーゲン	ハックルベリー・フィンの冒険	マーク・トウェイン
怪談・奇談	ハーゲン	山と溪谷(日本アルプスと秩父巡礼)	田部重治
街道をゆく	司馬遼太郎	アルプス登攀記	エドワード・ウィンバー
オデュッセイア	ホメロス	セブン・イヤーズ・イン・チベット	ハインリヒ・ハラ
80日間世界一周	ジュール・ベルヌ	北極点グリーンランド単独行	桶村直己
海底二万里	ジュール・ベルヌ	エンデュランス号漂流	A.ランシング
カンティード	ボルテール	南鳥島特別航路	池澤夏樹
ミッドナイト・エクスプレス	沢木耕太郎	十五少年漂流記	ジュール・ベルヌ
何でもみてやろう	小田実	日本漁民物語	佐木隆三
日本奥地紀行	イザベラ・バード	駅前旅館	井伏鱒二
旅の時間	吉田健一	日和下駄	永井荷風
阿呆列車	内田百閒	西游日録	石川淳
夢のかけを求めて(東欧紀行)	鳥屋敏雄	伊達蘭軒	森島外
戦争まで	中村光夫	どくろ杯	金子光晴
ミラノ霧の風景	須賀敦子	マレー半島紀行	金子光晴
アイザック・ディネセン	アフリカの日々	貧困旅行記	つげ義春

たびの楽しみを伝える古今東西の本（研究会作成）

い。良きたび人を奨励する(たびのカリスマ)という発想が必要である。

「たび」する側も地域の生活文化への関心の高まり、人との触れ合いや交流への志向、長期滞在やリゾートなど確実に意識と志向は変化している。とはいえ、まだ国民の大半は現在の旅行に不満ながらも程度満足してしまっているという、需給の不幸なミスマッチにはかなり根深いものがある。そこで、たびを楽しむ権利の確立や連続休暇制度など「たび」を楽しむための社会的環境づくりが不可欠である。

○提言2:「バーチャル」から「リアル」へ

(地域の本物「ストック」を生かす)

「バーチャルを超えたりアルな感動に帰する」——視覚重視の「景観」から五感総動員の「風景」へ、そしてさらに第六感を養うたび、つまり人生の豊かさにつながる「たびの創出」が不可欠である。

そのためには、地域本来の特性を生かした「美しさ」と「本物」を、地域の「ストック」として最大限に生かしていく知恵と工夫がなされなければならない。

○提言3:「ヒット&コピー」の観光から「本物&場所性」の観光へ(偽物を排除する

気概を持つ)

「わが地域の、不易流行」を再構築する」——はやれば真似してもうける観光に消費者はへきえきしている。まずは本物と場所性(注7)にこだわり、偽物(単に土産物や観光施設にとどまらない「観光空間」を含めて)を排除する気概が大切である。

そこで、「コモンズ」の概念(注8)に立った目先にとらわれない公共空間、特に地域アイデンティティーの象徴となる美しく、快適な公共空間を全国の観光地で整備していく必要がある。

○提言4:「フロー享受」から「ストック形成」へ(後世に引き継ぐ観光資源を育成する)

「良質な観光資源をじっくりと時間をかけて作り上げ、そして後世に引き継ぐ」——次世代のために、地域における資源の育成を「観光」の中に内在化させた資源育成型観光への転換が期待される。

そのため、「観光」による収益が地域資源の保全に還元されるような仕組みづくりやスマートゲロース(成長管理)概念(注9)をビルトインした観光地づくりのための計画制度が期待される。

○提言5:「量」への信仰を捨てて「質」の

向上へ(観光客に媚びることなく満足度を高める顧客重視の戦略を確立する)

「入り込み数を狙う量的拡大から長期滞在を目指した質的向上を図る」——とかく観光入込客数の量的拡大を目指す傾向が強い。観光の経済効果は、「①観光客数×②消費単価×③域内調達率」で求められ、地域特性に応じて三つをバランスさせていくことが大切である。

「勸と経験」ではなく科学的な顧客研究を進め、顧客重視の戦略によって満足度を高めていく。それによって質が向上し、滞在化とリピーター化に結びついていくことにつながる。少子・高齢、人口減少社会においてパイの拡大を期待してはならない。

○提言6:「観光地めぐり」から「国土と人を学ぶたび」へ(国や地域の将来、そして国土と人のかかわりに思いをはせる)

「場所性にこだわり、国土と人のかかわり、その歴史を学ぶ国土学習」——例えば日本の国民的な原風景を創成し、国土文化の再興を目的とした日本風景街道やかつての交通と情報の玄関口・港の観光活用など、インフラと観光を総合的に考えることが重要である。地域の産業や近代の遺産を意識した産業観光などの「学ぶたび」は、二二世紀の「グ

ランドツアー」(注10)として骨太なニュー  
ツーリズムと位置づけることが期待される。  
○提言7:「机上発の観光」から「地域発の  
観光」へ(旅行会社をうまく活用して地  
域発の旅行商品を開発する)

「経済的にも自立した持続可能な観光推進  
組織を創設する」——先般、第三種旅行者  
も「募集型企画旅行」が実施できるよう制度  
改正が行われ、旅行会社の、地域インバウン  
ド振興への力点の移行が期待されている。

そのためにも、コーディネーター能力、マ  
ネジメント能力を有した地域プロデューサー  
の育成、地域の幅広い関係者が参画した経  
済的にも自立した持続可能な観光推進ブラ  
スマちづくり組織の創設が欠かせない。

こうした研究成果は、今後『たびの学び  
かた・楽しみかた』(原点の観光を探る)『仮  
称』として出版化される予定となっていま  
すので、期待ください。

## 終わりに

最後に、この研究会を通じて私が個人的  
に感じたことを少しだけ付け加えたいと思  
います。

○旅の目的は、人間としての成長にあり。

オーストラリアに行くと「バジェット・  
ツーリスト」といって経済的に安く旅行する  
人たちへの支援がとて充実していることに  
気がつきます。都市間バスなどを使うと極  
めて安く旅行できます。多くは学生で大きな  
リュックを背負って旅をしているのですが、  
彼らに目的を聞くと例外なく「人間として成  
長するため」、あるいは「大人になるため」と  
いう明確な答えが返ってきます。最終目的  
地があるわけではなく、オーストラリアの広



オーストラリアの街なかの至る所にツーリストインフォメーションがある

大な国土をつぶさに見て回り、人に出会う  
こと……それが自分の将来につながる糧とな  
る、だから自分自身の成長のために旅をして  
いるのだと……。まさに「これこそが「旅育(た  
びいく)」であり、わが国でも、国内・海外を  
問わず積極的に奨励すべきと思います。

○旅する人に優しい国土

さらにオーストラリアの国中、至る所  
にツーリストインフォメーションや無料の  
バーベキュー施設があります(写真)。こう  
したピクニックガーデンで肉を焼いたり野菜



オーストラリアの国土には至る所にこうしたバーベキュー施設が備えられている

を焼いたり、食事代を安くあげながら旅していく。これを見て思ったのが、旅の語源である「他火（たび）」……「他人から火を借り、食事を作りながら旅をする」ということです。若い人をはじめとする旅離れを止めるためには、こうした国土全体として旅人に優しい取り組みを地道にやっていく必要があります。

○『死ぬまでに一度は行きたい世界の100カ所』

最近、全米で二百五十万部の大ベストセラーとなっている旅行書（注11）です。著者であるパトリシア・シュルツが七年をかけて完成させたもので、単なる観光地の紹介ではなく、旅の仕方、目的地の楽しみ方まで書かれた秀逸な三部作です。読むだけで「旅心」を誘ってくれる、今、私にとって最もお気に入りの本となっています。ちなみに日本からは八カ所がエントリーされていますが、こうした「旅の楽しさ」を広く知らしめることも大切な需要喚起策の一つだと思います。（うめかわ ともや）

（注1）昭和五十年代初め、国民の健全な余暇社会への貢献を標榜して長瀬恒雄（株）日本交通公社社長（当時）が提唱したキャッチフレーズ。『日本交通公社

七十年史」722ページ

（注2）家田仁東京大学大学院教授による。廻洋子淑徳大学教授を中心に古今東西の旅の本、約百冊がリスト化された。

（注3）出会う（う）、泊る（る）、見る（る）、体験（ん）を新しい旅のコンセプトに一九九五年から続いていた長寿番組「世界ウルルン滞在記」も残念ながらこの秋には終了となる。

（注4）新しい。たび。を考える会（五十音順・敬称略）

青木真美（同志社大学）、○家田仁（東京大学）、石川雄一（国土交通省）、石山千代（財）日本交通公社、井上健二（国土交通省）、上村多恵子（京南倉庫（株）梅川智也（財）日本交通公社）、梶浦秀樹（株）庵、桑野和泉（由布院玉の湯）、後藤靖子（国土交通省）、\*清水慎一（株）ジェイティブー）、下村彰男（東京大学）、田口芳郎（国土交通省）、水嶋智（国土交通省）、○廻洋子（淑徳大学）、守屋邦彦（財）日本交通公社、若林陽介（国土交通省）

○会長、○顧問、\*事務局長、事務局 財団法人日本交通公社

（注5）開発主義が強いと批判されたこれまで五回に及ぶ全国総合開発計画を廃止し、新たに制定された国土形成計画法に基づく「国土形成計画（全国計画）」は二〇〇八年七月により閣議決定された。

（注6）二二世紀に入って観光に関する提言は数多く行われている。参考までに代表例を挙げておく。「21世紀のわが国

観光のあり方に関する提言―新しい国づくりのために―」（社）経済団体連合会（二〇〇〇年十月）、「21世紀初頭における観光振興方策―観光振興を国づくりの柱に―」（答申第45号）「観光政策審議会（二〇〇〇年十二月）、「国家的課題としての観光―21世紀のわが国における使命と役割を考える」（社）日本経済調査協議会（二〇〇二年六月）、「観光立国懇談会報告書―住んでよし、訪れてよしの国づくり」。観光立国懇談会（二〇〇三年四月）など。

（注7）唯一の場所、自らの直接経験等により意味づけられた空間

（注8）社会的共通資本（Social Common Capital）…宇沢弘文東京大学名誉教授は「社会的共通資本としての都市」の中で観光の重要性について指摘している。

（注9）成長管理（Growth Management）…都市や環境、経済など多様な価値を調整し、持続可能な成長を目指す政策。わが国は成長政策だけに熱心であるといわれる。アメリカの都市圏政策では「スマートグロース（Smart Growth）」といわれている。

（注10）一八世紀、イギリス貴族の子弟が家庭教師を連れて欧州各地（特にイタリア）に游学、教養を高め、社交術に磨きかけた。一人前の大人として認められる通過儀礼。その後、産業革命が起ころ。

（注11）ヨーロッパ編、南北アメリカ編、アジア・アフリカ編からなる。（株）イースト・プレス発行。

# 『旅の図書館』開設三十周年を迎えて

旅の図書館 館長

渡邊 サト江

## はじめに

『旅の図書館』を運営している財団法人日本交通公社は一九二二年(明治四十五年)三月、ジャパン・ツーリスト・ビューローとして誕生しました。当ビューローは外客誘致の使命を担い、その中核的機関としてスタート。その後、戦争を挟み幾たびかの変遷を経て、一九六三年(昭和三十八年)に旅行部門を株式会社日本交通公社(現株式会社ジェイティービー)として分離、当財団は旅行・観光の健全な発展を目指し、観光文化振興のためのさまざまな活動、調査、研修を行う公益法人として現在に至っています。

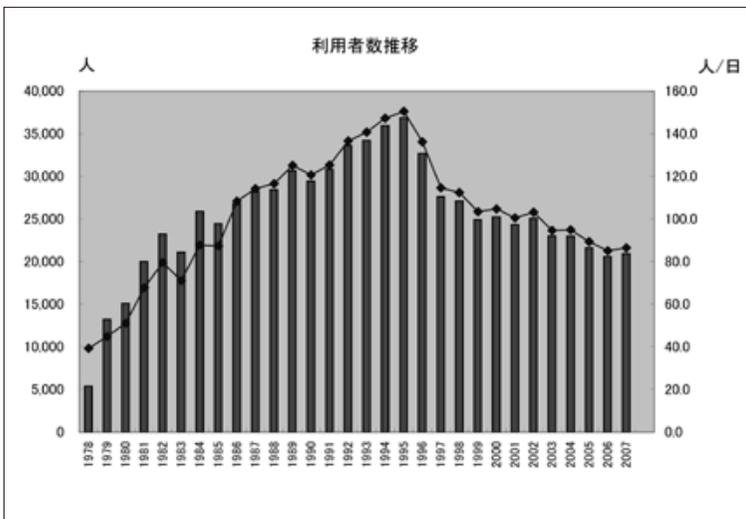
『旅の図書館』(旧観光文化資料館)は一九七八年(昭和五十三年)十月に財団の公益事業の柱として開設されました。当時の西尾会長は開館にあたり「教養志向型旅行についての情報を提供するため開設いたしました」と挨拶

状に書かれています。以来今日(二〇〇八年八月末現在)まで七十七万人を超える方々にご利用いただいています。

## 蔵書の構成

現在、当館の蔵書数は三万二千冊。和書二万九千冊、洋書三千冊です。開館当時は四千冊でスタートしたのですから、三十年の蓄積を痛感します。開館当初は主に豪華写真集をそろえて旅心を演出、新聞も置き喫煙も可能で、図書館というよりサロンという雰囲気でした。利用者の増加に伴い、「旅心」より、具体的な「旅行に役立つ」資料を求められるようになり、蔵書数も急増しました。

蔵書はすべて開架式で、ガイドブックを中心に、地図、紀行文、写真集などが海外は国別、国内は県別に配架されているほか、観光・旅行に関連して幅広く図書を収集し、宗教、歴史、



民俗、建築、産業、交通、宿泊、美術工芸、日本文学などのテーマ別にも配架しています。さらに、近年観光関係の学科を持つ大学が増え、観光研究者・学生の勉学の役に立つよう観光関係統計、専門書、大学の紀要、財団発行の調査レポートなどもそろえています。

蔵書はバーコードで管理し、利用図書の詳細をとっています。その七割は海外に関する日本語版ガイドブックです。最近では海外個人旅行を計画する利用者も増えており、バックパッカーのバイブルといわれた人気のガイドブック『ロンリー・プラネット』はシリーズ約三百冊をそろえています。日本語版も約二十冊刊行され併せて利用されています。またレストランの格付け（三つ星等）で有名なミシュラン・レッド・ガイドも、シリーズは常に最新刊をそろえるようにしていますし、昨年話題になった東京版もすぐ購入しました。

また書架の国・県のインデックス代わりに使っているボックスの中には、パンフレット、地図、新聞のクリッピングなどが入っています。『図書館を使い倒す！』（千野信浩著、新潮社）で宝の山と紹介されたのがこのボックス。情報の少ない地域もカバーしており、利用頻度も高く、館員が手分けして毎日整理しています。

最近ブームとなっている世界遺産については、今まで「世界」コーナーの一部に置いていただけでしたが、出版点数・利用回数が格段に増えたことから、「世界遺産」コーナーを新たに設けました。

### 雑誌・時刻表について

旅行関連の雑誌もいろいろ発行されていますが、旅行雑誌・観光業界誌のほかに、鉄道・航空・船舶・民俗など約百五十種類を置いています。なかでも日本乗り入れの国際線航空会社約五十社の「機内誌」は各航空会社の特色がよく出ており、出便によってどんな機内販売があるか、どんな映画が上映されているかなどについてチェックしている賢い利用者が多く見られます。ただ、本来は機内で読むためのサービス誌で余部を頂いているため、雑誌担当者は随時電話で依頼し、収集に努めています。

国内時刻表も利用の多い資料です。『復刻版時刻表』を含め一部欠けている年はあるものの、明治、大正、昭和各年代の時刻表を置いてあります。以前は書庫もなく、また「これからご旅行に行かれる方のための図書館」であるため毎年廃棄していましたが、昨年図書館の利用者でもある春日部市在住のN氏から、ご自分がコッコ



第一鉄鋼ビル1階にオープン

ツと集めていた時刻表を寄贈していただき、当館の時刻表が一気に充実、一九七四年（昭和四十九年）からの『JTB時刻表』はほぼ毎号そろいました。おかげで、さいたま市の鉄道博物館図書室からも利用者が案内されてくるようになりました。

時刻表は単なる鉄道時刻の変遷だけでなく、

航空、定期観光バス、宿泊施設等も掲載しています。作家が作品を著すときに、当時の実際の路線、列車時刻の確認をしたり、学生が論文の資料として宿泊料金の変遷を調査したりするほか、近年の自分史ブームで、就職のため上京した時の夜行列車名や、学生時代に北海道旅行をした当時の地図などを調べたり、様々に利用されています。

二〇〇五年（平成十七年）に起きた福知山線脱線事故の折は、在京のテレビ各局が時刻表の



開館直後のゆとりある閲覧室

取材に次々来館。時刻表の資料的価値を認識した瞬間でした。

また、海外旅行においても個人旅行の計画に欠かせない時刻表ですが、OAG航空時刻表、トーマス・クック鉄道時刻表のほかに、各国の時刻表を閲覧できるようにしたいと十年前から収集してきました。しかし、インターネットの利用が急速に進み、ここ数年で活字の時刻表がなくなりつつあり、各国鉄道会社のホームページで検索するようになってきています。



95年。書架はぎっしり18000冊

## 雑誌のデジタル化

日本交通公社発行の月刊誌『旅』は昭和の旅行形態を知る貴重な資料です。当館では月刊誌『旅』（大正十三年四月創刊号から昭和四十九年十二月号）と『ツーリスト』（大正二年六月創刊号から昭和十八年四月最終号）までのデジタル化保存作業を行いました。どちらも当館所蔵の原本は欠号や落丁がありましたので、JTBパブリッシング、立教大学新座図書館、早稲田大学中央図書館、国立国会図書館、交通博物館（当時）のご協力を仰ぎ、すべてのページをデジタル入力しました。画像は著作権がありホームページ上では公開できませんが、当館設置のパソコンで検索・閲覧ができます。

先日女性カメラマンが、若い時に活躍していた当時撮影した写真を見たいとのお問い合わせがあり、画像ではありましたが、大変喜ばれました。

大正以降の旅の変遷を調べる上でも参考になる資料ですので、卒業論文等にもお役に立てることと思っています。

## 他の図書館との連携

パンフレットや奇贈雑誌などの資料の配架

状況や、図書館がどのように運営されているかを理解していただくため、毎年十二月に図書館見学会を実施しています。初めは政府観光局、各県東京事務所の方々をお招きしていました。今では機内誌・企業誌・受贈図書出版社の担当者に加え、千代田区を中心とした図書館の方々もご招待しています。

特に千代田区立千代田図書館は区内の図書館ネットワークの核として活動されており、当館を見学されて大変気に入っていただき、蔵書横断検索に加えていただきました。現在、財団ホームページにおいて千代田図書館経由のアクセスはベスト3に入ります。また、千代田図書館のご紹介で国立情報学研究所の「想」という新検索システムにも参加させていただきましたことになりました。お茶の水図書館からは紀行本のご寄贈をいただきましたし、また、味の素食の文化ライブラリーとは京橋に開館していた時から交流がありますが、高輪に移転されるにあたってレイアウト等ご相談があり、今ではこちらがうらやましくなるような施設となっています。

## 利用者もさまざま

図書館の利用者は都内在住者が半数、千葉・

埼玉・神奈川からが残りの半数となっています。東京駅という立地のせいでしょうか、なかには東北の高校の修学旅行生が原宿へ繰り出す前に当館で丹念に調べていたり、学園祭の展示のためアフリカ各国を調べに先生が来館されたりします。ある時は、兵庫から来た方がバーバリーのコート置き忘れたため、宅配便でお送りしたこともありました。

以前はテレビで海外旅番組が多く放送されていましたが、その中でも「なるほど！ザ・ワールド」（フジテレビ・一九八〇〜九六年放送）は、当館で作られたのでは？と思うほど、毎週のようにスタッフ数人をお見かけしました。今ではどんな番組にかかわっておられるのでしょうか。

中野区在住のT氏は二十年來の利用者です。第一鉄鋼ビルにあるところから通ってこれ、ただには毎夕来館されます。オシャレな帽子がトレードマークですが、ますますダンディーぶりに磨きがかかっています。新聞に大きく報道された時事が興味的で、TIMEの大きな地図帳にかみ込んで丹念にチェックされています。千葉県在住のTさんもここ十年は毎日来館されています。昨年一年間パタッとお休みだった時には館員一同心配していましたが、七月に入ってまた元氣に来館され、ほっとしています。



現在は第二鉄鋼ビル地下1階に

ます。シニアの方を中心にご自分なりのテーマを持って旅される方が増えています。横浜のK氏は鉄鋼ビルのすぐ近くにお勤めでした。お昼休みに毎日来られ、リタイアされてからの旅行プランを何冊ものファイルにしています。今は思う存分旅行されているようで、時折絵が書きを頂戴します。さらには、世界各地を旅行した

記録を一冊の本にされたり、オーストリアに数多く旅した経験を生かして本格的なガイドブックを出版されたり、ドイツの手作り本を制作されたりといった方々が当館にご寄贈して下さい、他の利用者の役に立っています。

こんなことも…

まだまだ一般的に知名度が低いということ、地下で分かりにくいことなどもあり、ぜひ当館のファンを増やそうと、二〇〇六年（平成十八



熱演の小幡さんに大笑いのひととき

年）七月には第一回『旅の図書館』講座を開催しました。シニア世代を中心として「ライフスタイルとしての旅」が注目されている今、当館の開設理念でもある「テーマのある旅」を提案していききたいとの願いもありました。講師としてフードジャーナリスト・エッセイストの向笠千恵子さんをお招きし、「旅して食べて…」と題していろいろな体験談を語っていただきました。その後、第二回「フォトジャーナリストの樋口健二さんに「富士の四季を撮る」、第三回「獨協大学の加藤偉重さんに「植物を通しての日欧文化交流」、第四回「絵地図師・散歩屋の高橋美江さんに「まち歩きを楽しむ」、そして今年七月、初めて図書館のカウンターを高座にした。第五回「落語で楽しむ旅の味わい」と題して桂宮治さん・柳家小幡さんに旅にまつわる落語を語っていただき、大いに盛り上がりました。今後も夏・冬年二回のペースで開催していく予定です。

## ホームページの刷新

昨年、財団のホームページをリニューアルしました。図書館のページではデータの充実を図り、図書データも昨年九月の新着図書から目次を入力するようにしました。併せて雑誌データ

も特集が分かるようになりました。書架の配置図から関東→東京都→個々の図書とクリック、その際の表示を見れば、今「東京」に七百冊の本があると分かるようになっていきます。

先に述べた『旅』『ツーリスト』の目次も検索できます。『旅』の画像は昭和四十九年までがデジタルですが、目次は今も継続して入力しています。

これからも…

十月には旅の図書館開設三十周年を迎えます。それを記念し、十月四日に記念講演会を開催します。『観光文化』に連載ご執筆中の池内紀、山口由美両先生にテーマのある旅の楽しさを大いに語っていただきます。

また、かねてから要望のあるパソコンの持ち込み、インターネットの利用についても、来年度から可能となるよう検討を重ねています。

東京駅周辺も現在日々様変わりしています。周辺環境の変化はあるかもしれませんが、テーマのある旅を応援するという理念は変わりません。これからも、より利用しやすく充実した図書館として運営していきますので、ぜひ一度足をお運びください。館員一同お待ちしております。

(わたなべ さとこ)



連載Ⅰ  
あの町この町  
第29回

# 迎え火・送り火——大分県・竹田市

ドイツ文学者・エッセイスト

池内 紀  
(イラスト＝著者)

古町通りを歩いていて珍しいものを見つけた。「盛籠」といってお盆が近づくとあらわれる。

「初盆の御供 盛籠展示 全国発送承ります」

実物のサンプルがズラリと並べてあって、カラー写真のパンフつき。

「思い出をいつまでも」

これが「盛籠」の精神のようだ。死者のあった家の初盆に、ゆかりの人が贈り物にする。

珍しいと思っただけで、当地ではおなじみのだろう。しげしげとながめていると、通りかかった人が足をとめた。

「カンヅメが多いでしょう」

「……」

「お茶も入れます」

きれいな人造花に気をとられ、花の盛籠とばかり思っていたが、よく見るとたしか

に花の中に缶詰めがまつまっている。お茶の缶ものぞいている。

「大きいのは値が張ります」

それぞれに名称がついていて、大物の「富士」は三二、五〇〇円。「阿蘇」「霧島」が二万円台。山名だけでなく、由布、伊勢、瀬戸、伊豆といった地名によるものもある。花だけのケースは「カサブランカ」「トルコキキョウ」「リリー（二対）」などと、とっぴな名づけがされている。

店の人にたずねてわかったが、九州の間部にはじまった習わしだという。主人なりの家の担い手を亡くした一家が立ち直るまでの手助けに、親戚や知人たちが初盆に際して贈りとどけた。はじめは実用的な米、ミノ、乾物などだったようだが、当節は缶詰め類が主で、あとは注文主のリクエストしだい。

それなりに役立つ品物だろうが、同じようなのがドツと届くと貰った方は困るのではないかというところ、それはそれで引きとるところもちゃんとあるそう。飾り台に工夫がしてあって、竹灯がついていたり回転灯になっていたり。人が逝ったあとを花と灯が埋める役割なのだろう。

すぐ向かいの店先で、また珍しいのが目にとまった。木をこまかく割ったのを二十センチばかりに切り揃え、束にしたのが積み上げてある。足をとめてながめていると、店の人が出てきて教えてくれた。お盆の迎え火、送り火に使うもので、松の木の脂あぶらの多い根っこである。

「かたいですよ」

おばさんは束をもち上げ、自分の頭をコンと叩いてみせた。いかにも硬そうで、脂を含み重厚な赤みをおびている。それにし



ても根を掘り出し、石のように硬いのを細割りにして切り揃えるのは大仕事ではあるまいか。

「やる人が少<sup>すく</sup>のなりましたネ」

それでもとだえず季節がくると、きちんと旧来のままお目見えするところが古い城下町の伝統だろう。

古町、新町、代官町。隣合って府内町、魚町、本町。さらに田町、上町、殿町。旧市街はほぼこの中にある。そして本町の外縁に寺やお堂が軒をつらねている。

大分県竹田市<sup>たけ</sup>のキャッチフレーズは「九州まんなか癒しの郷」。長湯温泉のある直入町と、久住高原をもつ久住町と、阿蘇外輪山にかかる萩

町が旧城下町と合併して、面積では県都大分市にほぼひとしい。人口はうんと少なくて二万八千。地理的には、まさに九州のまんなかにある。個性のちがう四人兄弟がスクラムを組んだぐあいだ。そして現代人の求めてやまない「癒し」のエリアをつくらうというのである。

ふつう城下町は堀や石垣の足もとから町並みがひろがるものだ。そして何につけても城が規準になる。城北小学校、城南中学、城西郵便局、城東マーケットといった名前が暮らしの中に根づいている。町の子供はお城を仰いで大きくなり、よそからもどつてくると、いつも城に迎えられる。

ところが竹田は例外だ。観光協会発行の「たけた城下町散歩」地図の町の中に城はない。竹田城趾は豪壮な石垣で知られているが、それは竹田盆地に威容を誇っていないのだ。山越えをした東南の出っぱり、岩山が急角度で川に落ちこむ一帯に大手門、西の丸、二の丸、三の丸、本丸とつづいでいた。まるで町衆のつくりあげた繊細な町の雰囲気、武骨な城郭でおしつぶすのをはばかったかのようなのである。

寺町筋の一角に瀧廉太郎記念館があるのので寄ってみた。父親は内務省の官僚だった

ので、数年おきに転任した。廉太郎が十二歳から十四歳までの二年間、父親は郡長としてこの地に赴任していた。この間に岡城趾へ出かけたことがあって、それがのちに『荒城の月』を生んだという。

庭のある立派な屋敷で、いかにも元高級官僚官舎である。庭の裏手に岩をうがった大きな穴があつて、以前は既舎にあてられていたらしい。馬丁にひかれて郡長が出勤するのを、近所の人は殿様のように仰ぎ見ていたのではあるまいか。

瀧廉太郎が竹田にいたのは明治維新後二十年ばかりのころ。お城はとりこわされたあと、旧時代の遺物として放置されていただろう。城趾はさぞかし「むかしの光いまいずこ」の荒廃ぶりを見せていたと思われる。

この手の記念館は、訪れてもべつに何てことはない。所在ないので縁側にすわっていると、『荒城の月』の合唱がスピーカーで流れてきた。観光地におさだまりのサーピスだが、それでわかつた、『荒城の月』はテンポよく歌われる明るい歌である。滅びをうたつた歌詞のせいもあつて、つい「栄枯は移る世の姿」的な思い入れをこめたがるが、本来は行進曲のように軽快なのだ。考えてみればもつともであつて、これをつくつたとき、廉太郎はまだ二十歳を出たばかり。そ

んな若さが森繁調の嘆き節をつくるはずがないのである。

すぐ裏手の高台に、円通閣といつて中国風の建物が残っている。江戸中期の建築で『豊後国志』の編纂者・唐橋君山や岡藩お抱えの画家・田能村竹田など、文人、画人がここに集つて編纂作業をしたという。サロン兼編集室であつたわけだ。

子育て観音、愛染堂、十六羅漢のある観音寺……。高台なので黒い瓦屋根ごしに市中がよく見える。町並みもまた黒瓦つづきで、あいだに小さなビルがポツリ、ポツリ。大野川と玉来川が円環をつくるように流れ、袋状をした小さな盆地に町ができた。たしかにこのスケールからすると町の中に城をつくるわけにいかない。石垣の縄張りを打つだけで平地のおおかたが消えてしまう。

落ち着いた家並みをブラつくのはうれしいものだ。町角のどっしりした商家の看板はヒョウタン形をしていて、軒にとどくほど大きい。

「萬たね物 山本屋」

コテ絵で可愛いナスやニンジン、大根が描いてある。重厚な黒の土壁に白地のコテ絵、その対比があざやかだ。昔の左官が仕事のお礼に腕を振つたのではあるまいか。柱にかかっている看板には「創業三百年」とあ

るが、その看板自体が相当の年代物である。なんでも現当主は十四代目とか。平台にぎつしりと種苗が並べてあつて総計五〇〇種にあまる。花と野菜の故里である。

「上敷 畳表 塩屋荒物店」

店先の軒といわず、台といわず、土間といわず、竹製、木製、ワラ製、鉄製、網製、ビニール製、プラスチック製など、ありとあらゆる荒物がつるしたり、かさねたり、並べたり、立てかけてある。人間がいかに道具を必要とするイキモノであるか、手にとるようによくわかる。奥をのぞくと、みるからに働きの者のご夫婦が頭をくつつけあつて、伝票をめくりながら品物を点検中。茶房ひめ野でひと休み。たしかにお茶、珈琲のお店だが、建物は堂々とした旧商家で、太い大黒柱、精巧な格子戸、広いたたき。しかも床の間つきの座敷でいたたく。喫茶店に寄り道したというよりも、大家の当主を訪ねてきた感じ。

座ぶとんの上でかしくまつてみると、品のいいおばさんがメニューをもつてこられた。ふだんは食事を出すのだが、暑い時期は飲み物だけにしてもらっている。丁寧に詫びられて、なおのこと恐縮した。縁側をはさみ手入れのいい庭があつて、その向こうに蔵がそびえている。こちらも大家の旦那に

なった気分である。

通りの角を一つ折れたところに古風な西洋館が見えた。正確にいうと西洋館まがい、大正から昭和初期に流行したオール・デコ調。きつと当時のモダンボーイが建てたのだろう。古いモダンさがふしぎに現代にマッチして、いまやえもいえぬ風格がある。

金物の「あわや」、和菓子の「但馬屋」、和菓子の「竹屋」、手づくりでんぶの「ことぶきや」、はら太もちの「生長堂」……。

昔ながらの店が健在なのは、商いに家業の誇りと工夫があるからではなからうか。個人営業は大型郊外店に客をとられ、軒なみダメなようにいわれるが、商品をかぎっ

て信頼をつむいでいけば、きちんと生きのこれる。

「はら太もち」とはどんな餅かとたずねると、腹がマンブクになるまで食べたくなる餅とのこと。江戸のころ岡藩の殿様が狩りに出て道に迷い、空腹を我慢して里にいきたつた際、田舎家の娘が盛ってきた餅をどっさり食べて、みずから「はら太もち」と名づけた由。真偽はともかく、ためしに一ついただいたが、上品さと素材さが合わさったような餡の味が絶妙だった。

店先に姫人形が飾ってあった。うしろはダルマさん風のスタイルだが、前は大きな白い顔。やさしげな細い目と、すぼめた口元。夢中になってお餅をパクついている殿様を、里の小娘はこんなふうには笑いをこらえて眺めていたのではなからうか。

午後おそく岡城趾にやってきた。現在は山越えではなくトンネルを抜けてくる。中世すでに山城があったというから、早いころに物見の砦として使われていたのだろう。文禄年間、つまり十六世紀末に現在みるような壮麗な石垣が築かれた。かなりの高低をもつ複雑な山容を巧みに利用し、大手門を皮きりに西北から東南に長々とのびている。石づくりの迷路のようで、別名が臥牛城なるほど、遠方からだと、巨大な牛が山の



高みに臥しているように見えただろう。

岡藩七万石、中川氏が明治維新まで十四代にわたって領した。どんな治世だったのかはまるで知らない。腹ペコで餅をせびるような気の好いタイプもいたのかもしれない。

明治の版籍奉還のあと、城は大分県に下げ渡された。すぐさま本丸、西の丸ほか建物を取りこわれ、瓦や用材は競売に付された。廃城ときまつたとたん、無用の長物とばかり、さつさと取っ払い、城内の植木までもセリにかけたという。三百年の治世の証拠物件を一夜にして投げ捨てた。

ドイツ語作家のシュテファン・ツヴァイクは歴史小説『ジョゼフ・フーシェ』のなかで、フランス革命にみせた人々の動きを語っているが、そのくだりに革命のテンポというものがある。「都会と地方とは一致しない」と述べている。

「村落や片田舎や山間の人は首都の人間ほど呑みこみが早くない。彼らはゆつくりと用心深く思想を呑み込む。しかも自己流にこれを消化していく。」

明治維新に際しての動きよりすると、「ゆつくり用心深く」どころではない。城だけでなく、城内の植木まで競売に出した、その呑みこみの早さにおどろかずにはられない。

ともあれ城趾とい

うのはいいものだ。なまじいに古城などなく、城趾のままがいい。石で築いた広大な空地であって、夜ともなれば木に巣くう虫と、眠りにつく鳥や獣たちの城である。何もない沈黙した石の廢地が、かえって城らしいスケールの大きさを伝えてくる。

どんづまりの本丸趾は一段高く、視界が一度にひらける。足下はもんどり打つような急勾配で、はるか下に大きく「く」の字形に川がうねっている。夕もやが立ちこめてきた。それがゆつくりと巨大な石の棺をつんでいく。

大手門まで下って





から、あらためて見上げると、石段の上部がもやにつつまれ、そこに明かりがひとつ、ボヤけただいい色を投げかけていた。たしか田能村竹田の画の一つだったと思うが、峨々とした山腹に二つ、三つと明かりが見え、その上は渺茫とした空。下からではなく俯瞰の視点でとらえたぐあい、空間がおそろしく雄大だ。

日本の画人たちは余白の宇宙に似た、あのように広大な空間を生み出す技法を、一体どのように修得したのだろうか？ それとも単に山水画の約束に従ったまだけなのか。そこから幻とも夢ともつかぬ別天地を生み出したのか。

夕闇と駆けくらべをするようにして町にもどってきた。画人竹田は侍医の息子だったそうだが、その生家と隣合った高台に小さな宿がある。

迎え火のようにして庭先に割り木が燃やしてあった。風雅な道案内である。町はとっぷり暮れて、黒い家並みと闇との区別がつかない。山ぎわは白っぽい煙りがまだら模様をつくり、山と人家のへだたりがわからない。ころなしに、ひとはけで描いた山水画の世界と似ている。

調理場からいい匂いが流れてきた。画家竹田は田楽が大好きで「田楽竹田」の異名があったそうだが、当地では豆腐に赤味噌、白味噌をぬって焼くそうだ。

よく見ると寺々の並ぶかなたの高台にも火が見える。チロチロとゆれて、さながら迎え火、送り火である。ちがうのは、迎えられ送られるのが初盆のホトケではなく、この世の修羅に生きていること。いまでも焼き田楽の匂いに鼻をピクつかせている。

山気がひんやりしていて、盆地に広がる空は、どこまでも広くて遠い。竹田はタケダと読まれがちだが、現にあるとおりタケタである。その澄んだ音感が山間の町にまさにピッタリであることを、このときはじめて了解した。

(いけうち おさむ)



## 連載Ⅱ 風土燦々②

# 孤島の相撲大会(前編)

## ——島根県隠岐の島町

ルポライター

飯田 辰彦

大会の取り、正三役の大関戦が終わっても、観客の誰一人として土俵下を離れる者はいなかった。帰路に就こうにも、感動のあまり足が動かないのだ。しかも、観客の多くは目に涙を浮かべ、それを拭おうともしない。

今まさに、隠岐の相撲文化の華、二日間にあたる「古典相撲」が幕を閉じた瞬間である。隠岐は昔から相撲が盛んな島だった。同時に、本土側の出雲は相撲発祥の地と目されている。出雲の人・野見宿禰と当麻蹴速が、搦力をとったという神話は、あまりにも有名だ。その出雲に接する隠岐でいかに相撲が盛況であったかは、今に伝わる島の祭礼行事の中に数多くの相撲神事が伝承されていることから、容易に想像がつこう。

近世には隠岐でも寺社の勧進相撲や村相撲が盛んとなり、江戸の中期に至って全島

挙げての地区対抗の相撲大会に発展した。これらの大会は、神社仏閣で行われることが多いために「宮相撲」、あるいは大関・関脇(横綱というクラスはない)を務めた力士には土俵の四隅に立てられた四本柱が授与されることから、「柱相撲」とも呼ばれた。

しかし、高度経済成長の時代、島から若者が一斉に都会に流出するにつれ、相撲熱は急速に冷めていく。全島大会も一九六三年(昭和三十八年)を最後に休止に追い込まれていた。その復活に立ち上がったのは、宮相撲で役力士を務めた元力士と、熱心な島の相撲愛好家たちだった。彼らは一九七一年(昭和四十六年)に大会の運営を担う「大巾会」(大巾とは化粧まわしのこと)を結成し、その翌年には「隠岐古典相撲」という名称で全島大会を見事復活させた。

以来、古典相撲は島に大きな祝事があるたびに開催されてきた。今回(二〇〇七年

九月十五・十六日)、隠岐水産高校の創立百年を祝う記念大会で、十三回目を数える。

「相撲は隠岐では、空気にたたとえられます。完全に暮らしの一部になっているんです。大巾会の理事長、永海治さんの言である。相撲が暮らしの一部になっていることを実感したのは、大会に先立って地区ごとに行われる稽古(地取りと呼ぶ)をのぞいたときだった。大会(島内では大小さまざまな相撲大会がある)により地取りの長さやまぢまぢだが、古典相撲のような大きな大会になると、優にひと月以上の稽古期間が設定される。

地取りは大人たちが昼の仕事から解放される夕方から始まる。小・中学生が先に稽古をつけてもらい、やがて高校生を交えた大人の地取りへと移り、だいたい夜の八時半ごろにはすべての練習が終了する。続いて、土俵近くの公民館などで全員に夕食が



祖父の家に凱旋した座元大関の松井雄介君と弟の利範君

振る舞われる。この振る舞いは、やこいと呼ばれ、地域のお母さんたちが交替で準備してくれるものだ。

「別に負担と感じたことはありません。元氣な子供たちに接するのは、とても楽しいこと。女同士の和もできます」

旧五箇村小路地区のやこいで会った畑石

道子さんの弁だ。同じ小路地区で理髪店を営む前田志津子さんは、「地取りとやこいは、子供にとつて最高の教育の機会でもあるんですよ」と指摘する。つまり、家にもりがちな最近の子供たちにとつて、土俵上では世代を超えた男同士の裸の付き合いがあり、また、やこいを通して団体生活のルールが自然と身に着くというわけだ。

大関戦のあと、水産高校の特設土俵では、座元・寄方（大相撲でいう東西）の役力士が向かい合つて座り、契りの杯が交わされた。これにより、対戦相手と義兄弟の絆が結ばれ、一生にわたる付き合いが始まる。ところで、古典相撲の最たる特徴は二番勝負であることだ。先勝ちした力士は二番目では相手に勝ちを譲らなければならない。これは、狭い島内にしこりを残さないための知恵といわれ、ために古典相撲は、人情相撲とも呼ばれているのである。

固めの杯が済むと、正三大関戦の勝者から順に四本柱を選択する。今大会は正三役の下に

番外三役、さらに番外三役まで番付がもたらされたため、柱は四隅に三本ずつ、計十二本も立てかけられていた。柱を選んだ役力士は、それぞれの地区の人たちに担がれて柱に乗り、土俵の周りを猛スピードで三周したのち、騎乗した格好のまま各地域へと凱旋していく。

会場から力士の姿が消えると、さすがに熱心な地元相撲ファンも、名残を惜しみつつ家路をたどり始めた。これから先の数週間、今日の取組をさかんに、彼らは日々相撲談義に花を咲かせるに違いない。大会中も、土俵下では絶えず、にわか評論家の玄人はだしのヤジが飛び交っていた。「ハズに当てがえ!」「カイナを返せ!」……

一方、地元で凱旋した力士には、先勝ちを果たしたか否かにかかわらず、盛大な祝勝会が待ち受けている。二番勝負であるため、三役相撲に出た力士はいずれも勝者ということになる。座元の正三大関であった松井雄介君は、弟の利範君とともに旧西郷町原田にある祖父（忠雄さん）の家に運ばれ、柱もろとも座敷になだれ込んだ。

先勝ちの実感がようやくわいてきたのか、このときはじめて、初々しい大関の顔に会心の笑みがこぼれた。

「次号に続く」  
（いいだ たつひこ）



連載Ⅲ  
ホスピタリティの  
手触り50

# ジンバブエが「夢の国」だったころ

旅行作家 山口 由美

\*\*\*\*\*  
観光の光から  
経済破綻脱却を

世界三大瀑布というのは、いずれもなぜかその威容の真ん中に国境がある。ナイアガラは滝はアメリカとカナダ、イグアスの滝はブラジルとアルゼンチン、そしてビクトリアの滝はジンバブエとザンビアだ。滝は、どこでもそれぞれの国から観光できるようになっていて、景観の良さが競われる。

ビクトリアの滝では、ザンビア側にリビングストーン、ジンバブエ側にビクトリアフォールズという町があって、いずれも観光の拠点になっている。

これまで長い間、ホテルの数が多く、アトラクションが充実していて、観光客の人气が高いのはジンバブエ側のビクトリアフォールズだった。しかし、最近では、ザンビ

ア側の人気が高まっているらしい。

背景となっているのは、言うまでもなく、ジンバブエの経済崩壊である。ムガベ大統領の独裁による極端な白人排斥は、白人経営の農園を壊滅させ、かつてアフリカの穀倉といわれたジンバブエの農業は崩壊した。そして引き起こされた経済破綻は、ハイパーインフレーションを生んだ。ジンバブエドルの紙幣には天文学的数字が並び、スーパーの棚から物が消えた。現在は、デノミネーションが実施されたというが、それでも混乱は収まる様子を見せない。

そんなジンバブエにとって、ビクトリアフォールズは、最後の砦とも言うべき町である。首都のハラレがどれほど混乱しても、ビクトリアフォールズだけは治安を安定させなければならない。なぜなら、ビクトリアの滝は観光のドル箱だからだ。各国の高

級ロッジがしのぎを削るサファリと異なり、滝の存在は唯一無二である。その観光客がザンビアに流れ始めているとすれば、ジンバブエにとって、まさに非常事態ということになる。

私がビクトリアの滝に初めて行った一九八九年、ジンバブエは、豊かで美しい国だった。一九八〇年の独立から十年足らず、悪名高きムガベ大統領も、そのころは建国の英雄として、内外から高く評価されていた。

青年海外協力隊の一員としてザンビアに赴任していた友人を訪ねた私は、ザンビア側のリビングストーンに滞在していた。そのころ、ザンビアの協力隊員にとって、ジンバブエは、「夢の国」だった。なぜなら、当時ザンビアの経済は奈落の底にあり、現在のジンバブエがそうであるように、自国通貨



ジンバブエ側から見たビクトリアの滝

クワチャの公定レートと闇レートは、ゼロの桁が一つ違うほどの差があり、ドルショップに行かなければ、リンゴやバターさえ買うことができなかった。地元のスーパーにあるのは、主食であるトウモロコシの粉と食用油くらい。でも、ジンバブエに行けば何でもあったのである。

協力隊員は、赴任中一回だけの「任国外

旅行」以外、赴任国を出てはいけない決まりがある。しかし、当時、ザンビアのように経済が破綻している国の隊員たちは、「闇旅行」と称して、経済が良い「夢の国」に行くことを試みたものだ。

歩いて国境を越えられるビクトリアの滝は、当然、格好のポイントであった。

国境は、滝が深い渓谷に流れ込むザンベジ川に架かる橋である。鉄道と道路が平行して走り、現在は人気アトラクションのバンジージャンプがある。

友人と二人、その国境の橋を歩きながら、ジンバブエに着いたら、あれをしよう、これを食べよう、何を買おうと、遠足に出かける小学生のように語り合ったことを思い出す。滝を目にした時よりも、国境の橋を渡る時の方がわくわくした。あのころ、ジンバブエとは、そういう国だったのである。

当時、ザンビアの隊員たちは、アフリカでは、独立から年月がたつにつれて国の経済は崩壊すると噂したものだ。事実、一九六四年独立のザンビアの経済は破綻し、一九八〇年独立のジンバブエは「夢の国」だった。それから二十年近く、現在のジ

ンバブエの状況が報道されるたびに、当時、噂しあったことを思い出す。独立から月日が流れ、やがて経済は破綻するというジンクスが、ジンバブエでも現実になったということなのか。

だが今、ザンビアは、ゆっくりと経済成長を遂げつつある。背景には、主要産業である銅の国際価格が上昇に転じたこと、観光業の成長などがある。その昔、紙くずと揶揄された通貨クワチャも、ドルに対して力をつけてきているという。そうしたザンビアの現況は、いつかまた、ジンバブエにも明るい未来がくるという希望なのかもしれない。

アフリカというと、暑いばかりの印象があるが、南部アフリカのザンビアやジンバブエは、気候に恵まれた美しい国だ。春(南半球の春は九月から十月)になれば、南アフリカと同じように、桜を思わせる紫色のジャカラングの花が咲く。独立前、ジンバブエがローデシアと呼ばれていたころ、首都のハラレは、英国人が引退後に暮らしたいと憧れる町だったという。政治と経済さえ安定すれば、この美しい国は、アフリカをリードする観光立国になる可能性を持っているのである。

(やまぐち ゆみ)

# 旅の図書館 新着図書紹介

地方の再生・活性化が叫ばれるなかで、疲弊した中心市街地の再生とともに、観光は地方の優先課題に掲げられるようになってきた。旅行市場では、ビジット・ジャパン・キャンペーンへの取り組みの中で、海外からの訪日旅行者は順調に伸びてきている。これに対し、日本人の旅行動向を見ると、国内・海外とも伸び悩みが見られ、特に国内旅行の落ち込みが目立っている。一九九〇年代後半から地方では、国内旅行の需要喚起による交流人口増加を目的に、地域にある歴史や文化、自然などの資源を生かしたオルタナティブな体験交流型の旅づくりが盛んに行われるようになってきた。『体験交流型ツurisムの手法』（大社充著、学芸出版社）は、そうした地域主導（着地型）の旅づくりのための手引書で、二十一年間にわたり、著者が全国各地で体験交流プログラムの企画運営に取り組んできた豊富な経験やノウハウをもとにまとめられた一冊だ。

「国内旅行が低迷する理由はなにか。それはおそらく、ほかの何よりも優先して購入したいと人々に思わせる商品が、旅のラインナップに見当たらないからである」。旅の商品企画力がマーケティングニーズに追いついていないことを著者は指摘する。では、多様化・高度化する旅行者にどのような商品を提供していけば、国内旅行は活性化するのか。「旅人の情報優位を覆すひとつの方法は、旅を企画し実際に運営する主体を、旅の出発地（発地）から、旅人を受け入れる地域（着地）に移管することである。いくら旅人の豊富な情報をもってしても、地元の人だけが知る名店、名所までは知り得ない」。顧客より情報優位にある地元の人々が主体となることで、集客・交流が活発化すると強調する。

著者は、旅のプログラムの企画に際して、「地元受け入れ側の暮らしに近い観光化されていないプログラムをつくること」の重要性を説く。旅行者を「お客様扱い」せず、「遠くから来た知人」としておもてなしをして、温かみや安心感、驚きや新鮮さなど未知の感動を旅行者に提供することを基本コンセプトにプログラムづくりを進めている点が非常に興味深い。つまり、「限りなく来訪者の立場に近い観光化されているプログラムは品質管理が行き届いた全国一律のサービスで、その普遍性が逆に地域特性を覆い隠し、顧客が地域とのつながりを深めることを阻害する要因になりにかねない」と見ているためだ。

著者は、地元の人たちに対して、「どんな人に来てほしいですか？どんな風がこの町で過ごしてもらいたい、どんなことを感じて帰ってほしいですか」と必ず聞くようにしているという。受け入れる側の地元の人たちが、考え抜いてこの答えを出すことで、地元で受け入れる人と来訪者の間にコミュニケーションが生まれ、新たな旅行需要創出につながっている。

本書は、特にプログラムづくりにおいて幅広い事例を交えながらその手法が詳しく解説されている。エコツーリズムやグリーンツーリズム、長期滞在型観光、産業観光など「ニューツーリズム」と呼ばれるあらゆる分野の旅づくりに役立つ手引書としてぜひ活用していただきたい。（江口哲夫）



四六判 192 ページ  
定価 1,680 円  
学芸出版社

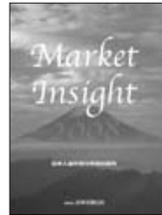
旅行者動向2008 最新刊

国内・海外旅行者の意識と行動について毎年実施している当財団独自調査の分析結果を解説。最新号では「旅行先での現地情報収集の実態」「年間旅行支出からみた国内旅行マーケットのトレンド」を特集。〇八年七月発行。



Market Insight 2008

日本人海外旅行市場の動向(最新刊)日本人海外旅行マーケットの構造的な変化とその要因を詳細に解説したレポート。当財団独自調査。日本語版、英語版あり。〇八年七月発行。



産業観光への取り組み

「産業観光」への取り組みと「着地型旅行商品」について、先進地(国内二十事例、海外三事例)を例に、分かりやすく体系的に、さらに今後のあり方、取り組み方について紹介した業界初の本。横浜商科大学教授・羽田耕治氏(財)社会経済生産性本部余暇創研(現(社)日本観光協会常務理事)・丁野朗氏が執筆・監修、J.R東海相談役・須田寛氏が推薦。〇七年十月発行。



温泉地再生

温泉好きの日本人が多いのに温泉地に元気がない、そのギャップへの疑問から始まった「元気な」温泉地の取材。さらにリーダーインタビュー、そして他分野のマーケティング調査など多様なデータをヒントに、温泉地の現代的・社会的な意義を探る。当財団主任研究員・久保田美穂子著 学芸出版社より〇八年六月発行。 ※本書は、書店へのご注文をお願いします。



http://www.jibor.jp

次号予告

●富士山の世界文化遺産登録を目指す運動が盛り上がりを見せています。次号は日本の象徴、富士山の価値や魅力並びに最近の動向を特集します。

調査研究だより

●わが国は現在、「観光立国」の一環として、二〇一〇年までに訪日外国人旅行者を一千万人にするを目標に、「ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)」を展開するなど外国人旅行者の訪日促進に取り組んでいます。各地でも外国人旅行者の受け入れ態勢整備が進められており、右記の目標達成はほぼ確実とみられています。去る六月の観光立国推進戦略会議では、「二〇二〇年に訪日外国人旅行者二千万人という新たな中長期目標が決定されました。

●外国人旅行者をさらに倍増させるには、新たなマーケット開拓と訪日リピーターの増大を図ったより効果的な訪日プロモーションの展開と、来訪した旅行者に対する受け入れ態勢のさらなる充実が欠かせません。

●当財団では国からの委託により、VJC事業の評価、通訳案内業のあり方、観光案内所等での情報提供のあり方、文化観光推進のための方策、外国人の多様な食文化・食習慣に応じた接遇のあり方など、外国人旅行者の受け入れに関するさまざまな調査を行ってきました。三重県、埼玉県など地域の国際観光に関する調査も手掛けています。

●当財団では今後とも、外国人旅行者の受け入れによる国際相互理解の増進と観光地の活性化に資する調査などを通して、国際観光の振興に寄与してまいります。(有馬)

編集後記

◆十月に「観光庁」が発足します。「観光」が日本の今後の針路を指し示す旗印として大きく掲げられます。平和国家ニッポンが国際社会の中でそのプレゼンスを高めるために国の内外で人々の交流に寄与する施策が待たれます。前途に課題が多いとはいえ、二一世紀の新たな国づくりに向けて設立される「観光庁」の門出をお祝い申し上げます。

◆マスツーリズム全盛期をとうに過ぎた私たちの国内・海外への旅の質が問われるようになってきました。旅行者を迎え入れる地域、ツーリズム産業には、まずはホスピタリティー(心づくし)が求められます。「たび」する側にはマナーが肝要です。旅先の歴史、自然、風土、生活文化に関心を持ち、地元の人々への敬愛の念を抱いてこそ交流が生まれます。旅の魅力はいろいろとありますが、旅先での人と人との出会いや交流こそが感動を生み、良き思い出となるべく記憶に残ります。ドイツのローテンブルクの城門に刻まれた「歩み入る者に安らぎを、去り行く者に幸せを」の標語は地域のあるべき姿であり、旅人の願望む旅の理想でもあります。

◆「旅の図書館」が同じく十月に開館三周年を迎えます。東京駅八重洲北口の近くにあつて、最近では、都心のオアシス、癒しのスポット、としてもメディアに紹介されています。皆様の豊かな旅のお手伝いができますよう願って運営されています。ご来館お待ちしております。

(宇八)



## 観光文化 第191号

第32巻5号通巻第191号

発行日 2008年9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://www.jtb.or.jp/library/>

編集人：外川宇八  
発行人：新倉武一

●  
印刷所：JTB印刷株式会社

禁無断転載

ISSN 0385-5554