

## ●はじめに

ただいまご紹介をいただきました須田でございます。私は J A P A N N O W 観光情報協会に所属をいたしております、今日はそちらから伺ったわけでございますが、これは N P O 法人でございます、観光に関係のございます色々な会社の人々、例えば航空会社とか鉄道会社とか、あるいは旅行会社の方々、それから観光団体、そういった人々が大勢集まりまして、その会費で運営されている機構でございますけれども、主として今「観光立国」ということが非常に強く叫ばれておりますので、そういう「観光立国」を進めることのお手伝いをする。特に「観光」というものについての啓蒙活動と申しますか、あちらこちらで講演会とか、セミナーとか、パネルディスカッションのようなものを開きまして、地域の皆さま方と一緒に観光について一緒に考えてみようと、そういうような団体として設立されました。たまたま日本海事センターの会長の松尾道彦さんがこの N P O 法人の理事長でもございますので、日本海事センターの皆さま方と一緒にこういう場を持たせていただいております、たしか去年は横浜であったかと思いますが、講演会をさせていただいて、私も参上したことがございます。

### ～JAPAN NOW 側からの代表として～

私は今もご紹介がございましたが、元々国鉄の出身でございます、国鉄はご案内のように経営が破たんをいたしまして、いわば破産をしたわけでありまして、そして民営分割によりまして、6つの旅客会社に分かれた次第でございますけれども、はっきり申し上げますが、そういう破たんした会社から新しい会社になったものの一員でございますから、先ほどお話のあった後藤審議官のような、いわゆる海運行政の最高峰の方々であるとか、あるいは小嶋社長さんのような両備グループの総帥であられるような、そういう方とは格が全然違いますので、本当はこういうところで偉そうなことをお話し申しあげる資格がないんですけれども、一応 J A P A N N O W の方からの代表として、今日は伺ったような次第でございますので、その辺悪しからずお許しをいただきたいと思います。

### ～JRグループと地域社会～

ただ1つだけ申し上げておきたいと思っておりますのは、J R が発足をいたしましてから今日まで既に 24～25 年の時間が経っておりますけれども、何とか今日までやってこれたのは、地域社会、特に地域の経済界の皆さま方の非常に強いご支援がいただけたからだと思っております。もちろん監督官庁なり、政治家の皆さま方にもいろいろご指導いただきましたけれども、地域社会からご支援いただけたということが、今日まで J R が何とかやってこられた大きな理由ではなかったかと思っております。従って私はそのご恩返しを少しでも出来ればと思っております、相談役になりましてからは、主として観光の仕事やらせていただいております。そ

のような最近での経験談を織り込みながら、お話を申し上げてまいりたいと存じます。

## ●「観光」は文化・経済行動

### ～観光の復興、再活性化の必要性～

お手元に「海の観光」という簡単なレジメがお配りしておりますので、これに添いましてご説明をしてみたいと思います。「観光立国」という言葉が叫ばれて久しいものがございます。平成15年であったかと思いますが、小泉内閣のときであります。総理の施政方針演説の中に初めて観光という言葉が出てまいりました。動機は観光に伴う国際収支、これが当時3兆6千億ぐらいの赤字を出しておったそうでございますが、「これじゃ大変だ」と、「こういうことで赤字が出ているようじゃどうにもならない」というふうなことがありまして、何とか観光による国際収支を改善しなきゃいけない。

どうも調べてみると外国人が日本にあまり来て来てくれている。日本人はたくさん外国に行くけれども、それに比べて非常に外国人の訪日観光客が少ないじゃないか。何とかしなきゃいけない。そして観光というのは、経済効果が非常に大きい。これによって経済の活性化を図ることも重要じゃないか、というふうな問題意識が国にも出てまいりまして、そのような方針になったように聞いております。そして観光戦略会議というものが内閣に作られ、そしてその後、観光庁という役所が国土交通省の外局として誕生いたしました。これが出来るまでには、今の日本海事センター理事長の柴田さんが、当時審議官でございましたけれどもご活躍になられまして、柴田さんが初代の長官のような役割を果たして、当時は「総合観光政策審議官」と申しておりましたが、非常にご努力になられたことを覚えております。その結果観光庁という役所まで出来て、1つの行政的な体制というのが整った次第でございます。観光については行政面では新しい時代に入ったと申し上げられるかと思っております。

そのようなことで国の姿勢は非常に変わってまいりました。それから「観光立国」という言葉が、非常に響きのいい言葉でもあったものでございますから、各地に普及をいたしまして、観光についての関心が大変高まってきた。これは大変喜ばしいことでございますけれども、残念ながら観光の実績というものは、ここに書いてございますように、決して伸びてはおりません。むしろここ10年ぐらい、低迷していると申し上げざるを得ないような状況が出てきております。観光産業というのは年間50兆円ぐらいの生産高がございます。間接も入れておりますけれども、400万人の人を雇用しているとも言われております。これは大産業でございます。自動車産業を全部合わせたものと同じぐらい。ないしは若干それを上回るぐらいの生産

高を出しているわけですから、大基幹産業でございますけれども、残念ながらそのような認識がない。それは非常に観光が多くのお客様の、特に中小の事業者によって支えられているという側面がありますので、なかなか業界としてのまとまりがとりにくいということがあったからではないかと思えます。

ちなみに旅行業者だけでも約1万600社あります。それから旅館が約5万軒あります。ホテルが約1万軒あるのです。交通関係でもバスを含むと数千社ございます。土産物店などに関しては、兼業のものもたくさんございますから、何軒だか正確に分からない。数十万軒、数百万軒だとも言われておりますけれども、膨大な裾野のある、しかも中小企業が非常に多い業界でございますので、約50兆円近いものがほんの数社で賄われております自動車産業とは、全くそこに違いがあります。従って社会的な地位がともすれば低い。これは残念ながらひとつの大きな問題点ではないかと思っております。

従ってなかなか観光に対しての正しい理解が得られない。かけ声はかかるけれども、なかなかこれがうまく進んでいかない。そんなような問題点がそこにあるように思います。そもそも観光客が全体で何人いるかということが、今の政府の統計にもないわけでありまして。分からないんです。それぐらいまだ統計さえも不備な状態。羅針盤のない航海をしているようなものでございまして、全国各地の各県で、観光客の数というのはそれぞれ把握しておられます。でも基準が全部違うわけでありまして。それを全部合わせると二十何億人という数字になるんでありますけれども、取り方が全く違う。例えば愛知県なんかの観光客は、年間1億数千万来ているとおっしゃる。しかし京都市は五千万だというんですね。愛知県が京都市の3倍なんていうことはありえない。取り方が全く違うんです。

従って観光客の正確な把握というものは、各県毎にはそれぞれの方法でとっておられますけれども、全国的にまだ調べることはできない。柴田さんあたりが大変ご努力になられて、標準統計というものを作ってみようじゃないか。十人以上の従業員がいる旅館に泊まった人は、全部観光客とみなして、これで見たらどうだろうか。それが1つの前進としてはございました。時系列的には、それを見るのが正しいわけでございますが、絶対数はそれだけではなかなかつかめません。ということは、観光に行った人は、自分は旅行で何の目的で行っているかということを一いち聞かなくちゃいけないわけですね。観光で旅行をしているということを一いち聞かない人も中にはいるわけでございます。旅行目的が明らかにしたくない人もいるわけでありまして。従っていろんな調査をやってみようしかない。今、それが観光庁の最大の課題になっておりまして、近くそういう正式な統計というものを確立されるように聞いております。しかし、どんな指標をとってみても、観光客が伸びていないということだけは、残念ながら分かるのであります。あれほど政府が努力をされ

ても。また観光地がこれほど努力をされても何故伸びないんだろう。

それはたまたま不運がそこにあったからであります。1つは「観光立国」と呼び始めてしばらくしたらリーマンショックによる世界的な大不況がございました。これは観光客の足を大きく引っ張りました。それが元に戻って少しまた伸びようかなとしたら、今度は大震災がありました。今度の震災は先ほどの話にはございましたけれど、単に被害の直接の大きさだけではなく、風評被害もございました。それから今の放射能問題という今までにはない1つの被害がありました。それにまた尾ひれが付いて、外国人客が激減をいたしました。そんなような状況です。まだ外国人客が元に戻っておりません。数十パーセント減の状態がずっと続いております。外国では日本全体が放射能に汚染されているような状況だと思っている人がいたわけですから。

情報というものがいかに大事かということが分かるんでありますけれども、そんな不幸にも見舞われながら、観光客というのはなかなか伸びないんですね。しかし何とかしていかなきゃいけない。これだけの基幹産業だから。しかも日本経済を再生するには、あるいは今度の被災から復興するためにも、観光というのはあまり投資が大きく要らないんです。そして効果が比較的即効的に上がるものだということと、精神的にやはり観光に行くということは、心に非常にゆとりをもたらすわけがありますから、その意味でもやはり今、国民精神の作興と申しますか、そういう意味でも又、地域経済の活性化のためにも、観光の復興、観光の再活性化というのは、非常に今強く認識されてきているというのが、今の現状でございます。

## ●「観光」は低迷状態

### ～多様なニーズ、ニーズの変化にどう対応するか～

ところがここに問題がございます。それは最近観光客の形態が変わってきたということでもあります。従来の団体中心型の観光から、個人なり小グループの観光に移ってまいりました。これは皆さん方が携帯電話とかパソコンで情報をお取りになれるようになってきた。従ってそれぞれの方が、今までのような画一的なガイドブックによる情報とか、あるいは旅行会社の窓口の情報とかでなしに、御自分で情報をおとりになることができる。だから自分で好みの情報をそこから選び出して、気の合った人々同士が旅行するというような形が定着してきておりますので、従来の団体を中心に受け入れる日本の観光の受入れ態勢というものについて、抜本的な見直しが必要になってきております。

多くの観光客を画一的に処理する能力は、日本は世界的なものだと言われております。何十人、何百人、何千人団体が来ても、それは見事に処理される。風呂まで

も全部一緒に入れるような、大宴会ができるような施設が沢山ある。外国人がびっくりするそうであります。そういうことには非常に優れている。しかし、もうそれは今はあまり役に立たない。従って、その受け入れ態勢と観光動向との間にミスマッチが起こっているわけですね。

次に観光客のニーズが変わってきました。従来はいわゆる見物観光です。それと温泉観光です。見物に行って温泉に入って、宴会をやっていたらよかったです。今はそんな観光では誰も満足しない。新しいかたちの観光が望まれている。例えば観光地で何かやってみたい。体験観光ですね。焼き物を焼いてみたりとか、紙を梳いてみたりとか、あるいはスポーツをしたいとか色々ございますが、そういう行動型の観光というものに対するニーズが高まっております。もう1つは学習観光です。勉強してから観光に行きたい。京都や奈良の文化を十分勉強してから京都や奈良に行ってみるとより楽しい。また観光地でいろんな勉強をしたいという方がいる。特に最近増えてまいりました中年以上の観光客には非常に目立ちます。

ところが、今の体験観光や学習観光に対するメニューというのは、十分なものではありません。従って、そこにもまたミスマッチがあるから、日本の国内では面白くないから皆外国に行くわけですね。しかし外国も大体一巡してきた。毎年千数百万の日本人が外国に行くわけですから。恐らくここにおられる方でも、外国に行ったことがないという方は一人もいらっしゃらないと思いますが。それぐらいですから、そろそろ日本をもう一度見直して行きたい。味噌汁の味が恋しいのと一緒に、もう一遍日本というのを見直してみたいんだというような状態に、今なっているのでありますけれども、国内観光がそういう人々のニーズを満たすような状況にないわけですから、今観光客がここで戸惑いを見せている。そして例えばテレビゲームを買うとか、スポーツやオペラを観戦するとか、あるいはショッピングをするとか、そういう方向に消費が向かっていって、観光を消費の対象として選んでもらえないといういわば競争力を失っているような状態。それが今観光の中にあるというのが、現状だと思います。

従って、今観光はひとつの危機にあると思うのであります。観光が今曲がり角に来ている。ニーズが変わっている。それに対してどう応えるかということに対する答えが、まだ十分に出来ていない。だから今非常に大きな危険な曲がり角にある、というふうに申し上げざるを得ない。そこで私はこれから申し上げるようなことで、「海」というものをもう一度観光の観点から考え直せないだろうかと思うわけであります。

先ほどの後藤審議官のお話によりますれば、海の好きな人が減っているという、誠にこれは残念な話でございますが、「海」というものは日本には切っても切れな

いものでございますから、「好き」も「嫌い」もないのでありますね。みんなが海の中に住んでいるようなものなんですから。「海」というものを、もう一遍見直してみ、御自分の身の回りの身近なものとして、それを多くの人がそれに親しむように、好き嫌いをこえて、それに親しめるようにするというのが、今非常に大事なことだし、また外国の人にもそれに親しんでもらわなきゃいけない。海のないところの人にも親しんでもらわなきゃいけない。そういうことを海の周りの方々はやる、私は責任があるとまでは申しませんが、何か1つの使命があるような、そんな気が致しております。そんなことをちょっと海のないところに育った人間として、問題提起をしてみたいと思います。

## ●「観光」活性化のために

### ～新しいメニューの創出：観光資源から魅力の再発掘～

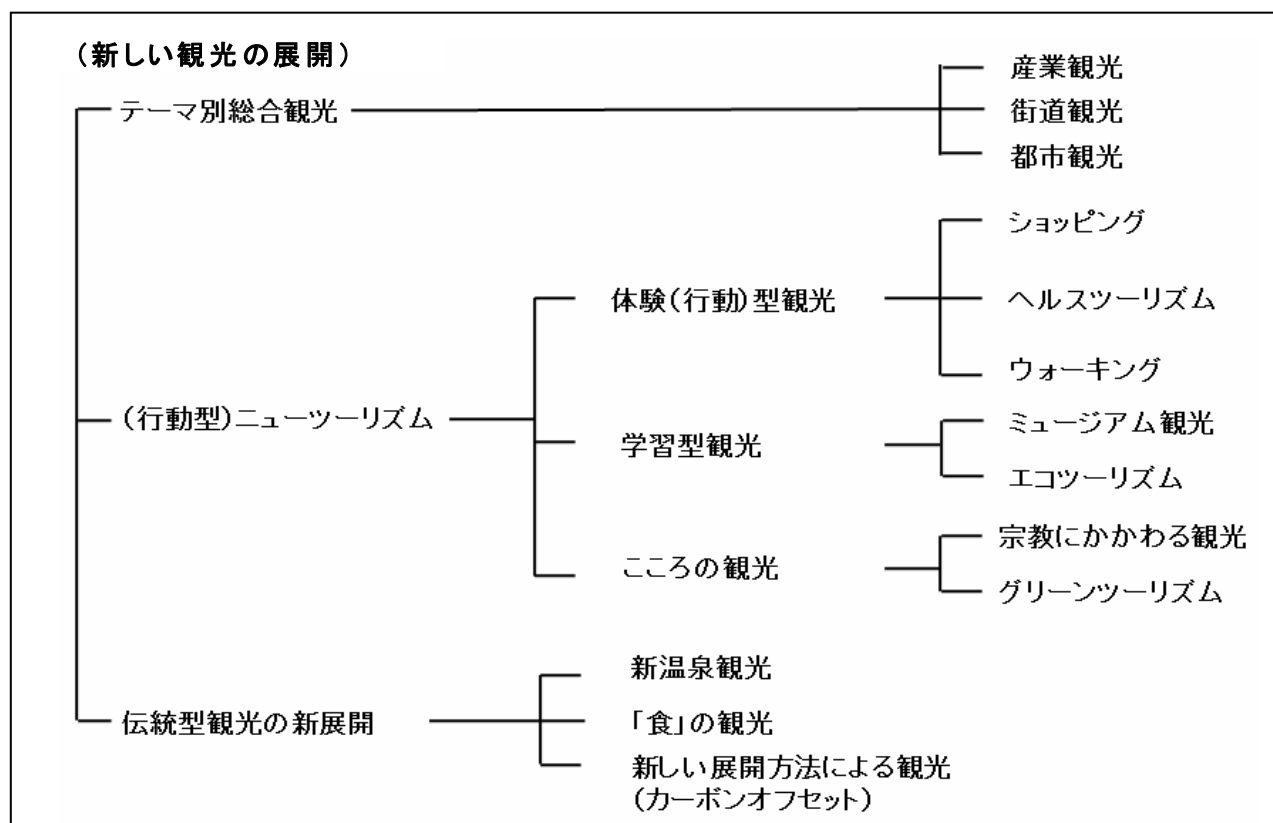
まず、今観光を活性化するために、何をしたらいいかということ、もう一遍復習をいたしますと、何か新しいメニューの観光を用意しなきゃいけない。新しいメニューの観光を用意しなきゃ、これまでの観光はもうマンネリになっているわけですから、これではお客様が付いてこないし、競争力がなかなかつかない。それから観光に行きやすいようにするには、観光のコストダウンをしなきゃいけない。今、交通機関の運賃があまり安くない。

また、日本の旅館には古い商慣習がたくさん残っております。1泊2食付きの料金だとか、部屋代の決め方とか色んな意味で外国人にはなかなか理解しにくい。日本人でも非常に利用しにくい、非常にコストを高止まりさせるような要素が残っております。また旅行会社、非常にこれも大きな産業でありますけれども、これについても、やはりまだ手数料ビジネスに依存する度合いが高い。そういうことをやはり見直して、手数料のウエイトを下げるとか、旅館は近代的な経営をするとか、そしてコストを下げた観光客がもっと利用しやすいような観光にするということが、まず必要だと思います。これは大前提だと思います。

次に、観光資源の面をとってみればどうなるかということですが、一番いいのはもちろん新しい観光資源をどんどん開発することです。それは簡単ではございません。温泉が急にあちこちに湧くわけではございませんから大変です。それから名所・旧跡、あるいは有名なお寺や神社をたくさん造ればいいじゃないかというけれど、そんなものはたくさん造ってもそれは名所・旧跡じゃなくなるし、有名なお寺や神社じゃなくなるわけですから、魅力は何にもありません。魅力を持つには時間がかかります。観光資源というのは、一朝一夕にそうできるものではないんです。景色を改造することもできません。富士山をあちこちにもう2つほど造ろうかといっても、そんなことはできないわけですから。

従って、何か今までの観光資源というものは念頭に置きながら、視点を変えて、見方を変えて観光資源から魅力を再発掘する、それが今私どもに求められている一番大きなことではないかと思えます。このレジメの2枚目の下のほうに、新しい観光の展開と書いてありますものは、そのための色々なメニューを、私どもなりにちよっと整理してみたのでございます。

1つはテーマ別の総合観光というのをやってみたらどうだろうか。今までの観光というのは、景色のいいところを観るとか、有名なお寺を観るとかいうことで行くわけですが、今度はものづくりならものづくり。産業ですね。あるいは道、街道、都市、町、そういうふうな人間生活に身近な町とか道とかものづくり。そういうところにテーマをきめて、同じ観光資源をその角度から全部見直してみたら、今までとは違う魅力がそこにあるんじゃないだろうかという、テーマ別の観光をやったらどうだろうかという提案が1つあると思えます。



産業観光、街道観光、都市観光というのを、とりあえずここには書いてあります。それからその次にいわゆるニューツーリズム。これは普通ニューツーリズムと言われているものなんです、新しい仕方の観光。従来は観光資源に余りならなかったもの。例えば体験型の観光としては、ヘルスツーリズム。花粉症のない北海道に花粉症のある時期に行く、脱花粉症観光だとか、あるいは外国の方々に日本に来て

らって、日本の優れた医療技術を受けてもらって、そしてその後の療養を日本でやってもらおう。観光というのは、地域の優れたものを味わう、あるいは学ぶということですから、日本の優れた医療技術というものは、観光資源になるんじゃないかというふうな、そういうメディカルツーリズムなんていうのも出てきております。まあこれはお医者さんの一部に反対がありますから、慎重にやらなきゃいけないと思いますけれども、そんなこともある。

そういう見方を変えるだけでなしに、全く新しい観点に立って観光資源を見つけ出す。それもあると思います。学習型の観光についてもあると思います。例えば博物館巡りというのでも、体系的に巡れば、立派な観光資源になるわけですね。特に年配のご婦人の方々の中で今博物館、美術館巡りというのは非常に大きな観光資源になってきております。

それからその他にも「こころ」に関わる観光としていうならば、宗教に関わる観光と書いてありますが、宗教に観光というと不謹慎だという人がいるかもしれませんが、私はそうは思いません。観光と言うのは、地域の優れたものを、心を込めて観、かつ学ぶことですので、敬虔な気持ちでお寺を観る訳で、決してこれは宗教とは矛盾いたしません。これが結果的に今非常にブームになりかかってきております。菅総理大臣が「辞めたら遍路に行く」とこの間言いました。あれの結果、四国八十八カ所に来る人がまた増えるという話であります。辞めたら行くのかどうか知りませんが、行くかもしれませんね、彼の場合は。行ったらこれはまた爆発的にですね、四国八十八カ所に行く人は増えるであります。西国三十三カ所というのが、関西にもございます。色々なものがあります。そういう「宗教を巡る」、こういうこともやはり1つの観光と言って差し支えないと思うし、新しい観点ではないかと思えます。「こころの観光」でございますね。こころの優れたものを見つけ出す。それも大きなものだと思います。

それからさらに従来型の観光のやり方を変えてみる。例えば新温泉観光と書いてありますが、別府の温泉がやっているんですが、八湯温博というのを別府の温泉がやっています。八湯というのは、八つの湯という意味です。温博というのは、温泉博覧会という意味ですね。別府には8つの泉源があるそうです。何々の湯とかという湯元がある。ところがこれまで別府温泉に来た人は、1つの旅館に泊って、そこでお風呂に入って、宴会をやって、旅館の中の施設で二次会も全部そこでやって、土産物買って、「サヨナラ」と言う、町を歩かない。全然町を歩いてくれない。何とか町を歩いてもらわなければいけない。そうでなければ観光地は潤わないし賑わない。そこで別府温泉の方が考えたのは、泉源毎にそれを博覧会とみなして、そこに色んなイベントを仕掛ける。泉源毎に特色を出して。血の池地獄のイベントとかやるわけでしょうね。それらを回ってもらえるようなマップを作ったり、情報の発



信をして、とにかく「町へ出て下さい」ということをやって、かなりこれは成功しているそうであります。

城崎温泉でも同じようなことをやっております。そういうふうなことで町全体を観光資源にするように、1つの温泉だけではなく、温泉街全体を観光資源にする新しいやり方とか、「新・湯治」。昔の湯治というのは、鍋釜持参で自炊をして、農繁期の労を癒すためにそこで自炊をしてお湯に入って湯治をしたんですね。それじゃなしに、今度は鍋釜持参しなくても結構です。旅館でちゃんと食事は提供します。そのかわり温泉に1週間位滞在して下さい。そこでテニスをやって下さい。あるいはウォーキングをやって下さい。山歩きをして下さいというようなそんな提案をした何か新しい「湯治」をやろうとして、成功しているところもあります。

それから「食」の観光というのは、食べ物ですね。従来は食は観光にくっついていたんですね。今度は食の観光を独立させてみたらどうだろうか。B級グルメというのがありますけれども、例えば甲府のもつ煮だとか、宇都宮の餃子だとか、今宇都宮や甲府にたくさん人が行くそうです。それは二荒山神社や、甲府城を観に行くんじゃない。もつ煮を食べに行く、餃子を買っていくんです。これで立派な観光資源になっていますね。そういうふうなこともあって、食べ物の観光というのが1つの独立したジャンルになってきているんじゃないか。そんなことですね。もう従来の観光だけをやっておったんじゃないか駄目なであります。そこでこのテーマ別の観光の中で、「海」が一体どういうふうな役割を果たすのか。このニューツーリズムの中で海がどんな役割を果たすのかということ、ちょっと例示的にレジメの1枚目で見ていただきたいと思います。

## ●「海」の観光

### ～海周辺、みなと周辺は観光資源の宝庫～

テーマ別観光でまず産業観光。産業観光というのは、歴史的文化的価値のある産業遺産、過去の遺産、あるいは工場の跡とか昔の機械などですね。それから今物を作っている場所。工場とか焼き物の工房とかそんなものです。それから産業製品。例えば焼き物とか織物とかそういうもののような鑑賞に値するものですね。そういうものを観る観光のことを、産業観光と私どもは言っております。これは一次二次産業全部を含みます。従って農業、漁業も鉱工業も全部入るわけでございまして、ものづくりという観点から観光を見直してみようじゃないかということが、産業観光の提案です。海というものを考えた場合に、従来海はどういうふうに見てきたらどうか。「松原遠く消ゆるところ」という歌があります。あの歌の中に、「見よ昼の海。見よ夜の海。」というのがあります。あれは全部海というものを「景色を見る」というのを念頭に置いて、海の景色を楽しみましょうということ提案し

ているわけです。海の観光というのは大体そうなんですね。景色を見るために皆さんは海に行く。これが1つ。あとはマリンレジャーです。そういうものが海に対する観光のこれまでの主とした資源だったんじゃないかと思います。

海の見方を少し変えてみようじゃないか。ものづくりから海を見たらどうなるだろうか。海は魚が住んでおりますね。第一次産業であるところの漁業の場所であります。漁場です。従ってどんな魚がそこにいるのかとか、魚はどのような方法で捕るのか、それをどのようにして楽しむことができるのかという観点から海の見方は変わってまいります。例えばここにございますように、釣りをする。あるいは鵜の鯛網を見に行く。鵜の鯛網は立派な漁業観光ですね。瀬戸内海独特のものだと思いますけれど。ああいったこと。それから潮干狩り、地引網。これが最近新しい観光資源。特に地引網は非常に都会の人々が喜ぶ観光資源になっておりますが、まさにこれは漁業観光であります。川ですが岐阜にある鶺鴒いなんかも漁業観光であります。

海というものをこういう面から見ていけば、第一次産業の場として非常に大きなものになる。魚なり、海産物というものを観光にどう生かすかということだと思っております。例えば呉の方に参りますと、蒲刈島という島がありますけれども、あそこには藻塩製塩というのがあります。つまり潮水の中に海藻を浸して、上げたり下げたりして、段々煮つめていって、塩を取るという昔からの1つの塩の造り方があるんですね。あれを修学旅行に見せてみたら大変なヒットをしたと。そして多くの方が喜んだと。そこで今藻塩製塩というのは1つの大きな観光資源になってきております。漁業観光であります。これは第一次産業観光です。製塩ですから。そんなこともあるわけでありまして、最近色んなものが出てきておりますが、そういう面から海を見ましようという観点が1つあると思います。

その次に今度は第三次産業。交通運輸の運輸であります。運輸観光です。これは、海は交通の場でございますね。運輸の場です。運輸というのは、第三次産業ですから、これは第三次産業観光という面で海を見たらどうなるかというのは、恐らく後でこれは小嶋社長さんのお話にも出てくると思うのでありますが、例えばクルーズ船。それからそこにどのような遊覧船があったり、あるいは川下りなら川下りができるかどうか。そんなようなことがここに出てくると思いますし、それからこの付近では本四架橋があります。しまなみハイウェイですね。あれはあそこを通ること自体が立派な観光資源なんですね。あの橋をまた下のほうから横のほうから見ること自体も立派な観光資源です。絵葉書には必ず出てまいります。

橋が観光資源になっているんですね、あれは。運輸施設であるところの橋が観光資源になった。ああいう海峡大橋というのは、1つの壮大な観光資源なんですね。それも1つあります。クルーズ船も船に乗ること自体が観光資源なんです。船に乗

ってAからBに行くという交通手段ではないんです。船に乗って港から出て、クルーズして元に帰ってくるわけでどこにも行かない。回ってくるだけ。その回ってくる過程で船の中で色んな楽しみをする。これはクルーズ船ですね。国際的にも大きな1つの最近観光資源になっておりますけれども、これも海の1つの観光の面から見た新しい資源だと思えます。そういう見方もここにあるわけでありませう。

それから今度は、臨海工業地帯というのが海岸にあります。これは第二次産業に関わることでございますが、これがまた観光資源なんですね。最近今まで想像もしていなかったような観光が、盛んになってまいりました。川崎、横浜、四日市、北九州。工場を夜海の方から見る。工場夜景。「工場萌え」という言葉が付いております。つまりああいうところには、夜コンビナートや、石油精製施設には照明が点きます。これは何も観光のために点いているんじゃないしに、操業するのに必要上点いているんだそうですが、点いております。あれを海のほうから見ると、非常に幻想的な景色だと思う人もいれば、非常にダイナミックなわれわれの心をワクワクさせるような、何かそこに1つの盛り上がりを感じるというんです。今、遊覧船を出して、夜日が暮れてから、川崎や四日市の夜景を観るとというのがクルーズになっている。これは大変な人気で満員札止めの状況でございます。

今年秋、10月には四日市で工場夜景サミットというのをやるというんです。とにかくその工場の夜景を観ることを観光資源にして、多くの人を集めている町が5つぐらい集まって、そこでシンポジウムをやるというんですから。今までそんなことを考えなかったことですね。誰かが考えたことなんです。そんな意味で、さらに造船所ですね。この付近にたくさんございます。これは確か瀬戸内海のどこかの島だったと思うのでありますが、造船所マップ、進水式マップというのを出したという。進水式というのがあるんですね。出来た船が海に入る。あれは海のない地域の人にとっては、あのセレモニーというの是非常に見応えがあるんだそうでありませう。あれを見に行きたい人がたくさんいる。どこで進水式がいつあるかというのが分からない。ところが進水式マップを見たら、ちょっとした島にほとんど毎月2、3回はどこかであるというんですね。そしたらそれを皆が見に来て、あれは大体公開されておりますから、進水式を見る。そういうツアーがあるんだそうでありませうが、造船所でも観光資源になるんですね。そういう意味で海を見たことはこれまで多分なかったと思えます。そんなことも第二次産業についてはあります。

さらに都市観光、町の観光で見たらどうでありませうか。みなと町観光というのがあると思えます。港というのは、漢字の三水偏に巷という字を書く港でなしに、「みなと」と平仮名で書くと、何となく違った情緒がそこに出てまいります。みなと町づくり、これはやっぱり観光の面では非常に大きなポイントだと思うのであります。広島港は昔確か宇品と書いていたと思えますが、あそこにはそういうのがあ

るかどうかわかりませんが、神戸港とか横浜港は、完全に今観光地になっています。みなと情緒です。昔あった今使っていない赤レンガの倉庫とか、昔の埠頭の跡とか、そんなものが今観光資源になっているんです。そこをそぞろ歩きをする。歴史のある港はそういうふうなことで、港町を歩く、港を歩くということが1つの観光資源になっている。風光だけでなしに、情緒だとか街並みですね、港の。従って広島もそういうふうなことをお考えになれば、あるいは歩く人がくるかもしれません。都市観光でも港町というのは非常に大きなポイントです。平仮名で書いたこの「みなとまち」というのは大きなポイントになると思います。

それからあとは港湾施設ですね。これは言うまでもございませぬが、例えば灯台だとか岸壁だとか、中には重要文化財になっているものもたくさんございませぬ。灯台を見に行くという人は昔からございませぬけれども、倉庫を見に行くという人は、昔多分なかったと思うのであります。今、横浜の赤レンガ倉庫、あれは重要文化財なんです、あれを見に行くのがブームでありまして、日曜日はもう大変な人ばかり。これは倉庫が1つの観光資源になっているわけですね。舞鶴に参りますと、あそこに赤レンガの昔の海軍の倉庫群が、夜ライトアップするんです。あれを見に行く人もたくさんいるとか、倉庫を見に行くなんてことは誰も考えなかつたと思いません。これも産業都市観光ですね。

そんなようなこともあって、こういう観点から見ると、海というのは色んなものが出てくる。あらゆるものが出てくると思うのであります。もう下のニューツーリズムの展開の中に書いてあることはいずれもございませぬ。色々なことがある。そこでこの2枚目のところをちょっと見ていただきますと、海の観光というのは、あまりにも色々な観光資源というのが考えられる。ただその資源のいくつかは、これまでも観光資源であったものを違う角度から見直しているものにすぎないということが大部分なのです。

## ●「海」の観光 ー幅広い観光をめざしてー

### ～大震災後の町づくりの提言：観光からの視点を盛り込んで～

もう1つは、全く今まで観光資源としては考えられなかつたもの。例えば工場の夜景を海から見るとか、あるいは先ほど申し上げた赤レンガの倉庫だとか、そういう観光資源でなかつたものを違う面からスポットを当てたら、観光資源になったというふうなものが、海にも非常にたくさんあるということです。これをお考えいただければ、まだまだこれから海というものは色々なものがある。従ってここにございませぬように、お役所の間とか、お役所と民間の間とか、自治体の間とか、官民地域間の連携とか色々な人々が連携をしてやっていかなければいけません。というのは港というのは、港湾管理組合というのがあります。あるいは市と県が変わりばん

ここに管理者を出すぐらい、市と県の境界になっている。又、国も港湾に関連されておられる。

従って、色々なお役所が関連しておりますから、そういうものが連携しないと、みなと町観光とかはできません。みなと町づくりというのはできません。民間も色々な設備をそこに持っております。工場の夜景は民間の企業が持っているわけです。倉庫も民間が持っているものがたくさんあります。小樽の倉庫なんかはほとんど民間が持っている倉庫です。そういうものが観光資源になってくる。これは関係者間の幅広い連携。今までの縄張り争い、縦割り行政だけではなしに、横に観光という面からつないだ連携が必要だと。これが海の観光について非常に重要なことでもあります。というのは広がり大きいわけでありますから。例えば瀬戸内海と言ったって、周りにいくつかの県があって、ものすごく細かく町村に分かれているわけですね。そういうのが一緒にならなきゃ、海の上に境界線を引いてあるわけじゃないわけでありますから、「ここから先は隣の町ですから見ちゃいけませんよ」なんて言っていたら、もうそれは観光にならないわけでありますから。そういうものが連携していかなきゃいけない。

その次に情報を出さなきゃいけない。情報を出さなきゃ海に何があるか分かりません。工場の夜景がきれいかどうか出てみなければ分からないんです。「出てみりゃきれいですよ」という情報を出さなきゃいけないわけですね。そういうふうなこともやらなきゃいけないし、特に海の場合、大事なことは気象の問題です。天気によって海の観光というのは、やり方が変わってまいります。そういうふうな情報が必要だということですね。

従って、そしてネットワークが要ります。今の工場夜景サミットじゃございませんが、同じような工場の夜景を見ようとしている人の町がいくつかあるならば、その町がそれぞれ集まって、それぞれの特徴を打ち出して、一緒になって全国の工場夜景サミット加盟港というものが出来てですね、色々な特色を出して皆が協力してお客さんを呼ぶようなメニューを用意して、それをリストアップして、情報提供する。そんなことも必要だと思います。ネットワークづくりが大事だと思います。一番大事なことは、やっぱり町づくりだと思います。港に関わる、海の周辺に関わる海岸、港湾に関わる町づくりだと思います。

東北大震災がございました。あの悲惨な情景がテレビで何度も映りました。しかし、私どもはこういう言い方をすると被災者に怒られるかもしれませんが、本当に被災者はお気の毒だなと思う反面、「景色のいいところだな」と思って、実は正直感心をいたしました。山の景色、海の景色は何ら変わりません。「国破れて山河あり」という言葉がございましたけれども、「町破れてまさに山河あり」でございま

して、あの景色は、何ら今度の災害でも影響を受けておりません。

従って、これからあそこに復興の町づくりをなさると思います。あの見事な景色を生かして、あの見事な景色に調和した観光町づくり、観光みなと町づくりをお作りになれば、素晴らしいものができると思います。とにかくあの景色は初めて私もテレビで見ました。気仙沼とか、大船渡とか、それは私どもは鉄道屋ですから両方共知っておりますけれど、あらためて見ると素晴らしい景色だと思います。まあ、あの中これから新しい復興町づくりが、ぜひ1つ観光というポイントを念頭に置いてやっていただきたいなという気がいたします。あれはそれぞれ漁業基地であります。また色々な海産物の養殖の1つの大きな工場でもあるわけですね。

従って、あそこが漁業産業観光の中核になるような気がするのです。きれいな景色というものを背景にしながら、カキの養殖の筏を観て回るとか、あるいはそういうものをそこで食べるとか、あるいは市場を見るとか、漁業の仕方をそこで色々学ぶとか自分で体験するとか、景色を見ながら、そういうことができる素晴らしいところが、あそこにはたくさんあるなと思いました。ちょっと時間がまだかかりますでしょうけれども、ぜひとも私は復興なさるときには、そういうふうな観光というポイントも入れながら、景観観光と同時に漁業産業観光という面にも力を置いていただいて、みなと町づくりをしていただければ、新しい観光地が出来るんじゃないか。そして皆がその災害の写真で見ておりますから、あれがきれいに復興したら行ってみようと思う気を持った人はたくさんいると思います。そんなことも必要だと思います。

## ●おわりに

### ～「海」こそが、人間の交流、人間の暮らしの原点～

色々申し上げましたけれど、海は総合的な大観光資源であると思います。しかも、新しいこれからわれわれがやろうとしております観光の中で、海ほど大事な観光資源はない。ここに書いてある新しい観光のほとんどは、海に関わるもので、海に関わるものが最も効果がある観光資源だと思います。皆さん方はその海の周りに住んでいらっしゃるわけでありまして。私はびっくりしましたが、広島で、北のほうは山がありますが、南や西のほうを見ますとそこにも山が見えるんですね。「ああ何か地図で見たら、広島は海辺の町じゃなかったのか」と聞いてみたら、「あれは全部島だ」と言う。島の山並みがいくつも重なって見える、あの間に海が入っているんだって言うんですよ。素晴らしいところだなと思いました。本当にこの辺の方々、海と共生していらっしゃる。ところが地元の方々、絶えずそういうものを見ておられると、海というものを見ても何とも思われないんだと思うのであります。それは、さっき後藤審議官がおっしゃったように、海に対する興味が段々薄

らいでいるのはそうだと思う。それは海はいつでもそこにあるからです。

静岡県に私は住んでいたことがあります。静岡の人は、富士山を見ても感激しないんです。私どもよそ者は富士山を見ると感激いたします。3,776メートルはすごいなど。確かに富士は日本一の山だと思います。しかしあの辺の人は、自分の部屋に窓ガラスにすりガラスを入れて知らん顔をしているんですから。「どうしてすりガラスにしたんですか」って言ったら、「気が散らなくていい」と言うんです。「富士山が見えないじゃないですか」と言ったら、「富士山がなんで見えなきゃいかなのですか」と私言われましたよ、その方々に。何とも思わない、いつも見えるんだから。何も改まって見る必要はないじゃないかということですね。

いつも海はそこにあるのです。このきれいな景色というのは、皆さん方は当たり前のように思っている。しかしこれはよその者が見たら、当たり前じゃないんです。素晴らしいことです。海を隔てた島が市内から山のように見えるなんていうのは、よく考えてみたらよそ者にとっては、大変これだって感慨深いものがあるわけですから。従って、やはり皆さまにお願いしたいのは、海の周りに折角住んでいらっしゃるんですから、瀬戸内海という素晴らしいものを持っていらっしゃるわけですから、もう一遍その地元のものを見直していただいて、何とも思わないかもしれないが、よその人が見たらこれはどう思うだろうかなという気持ちで、もう一遍皆さんの身の回りの海を、広島市内から見える、間に海の入った島影を見ていただきたい。こんなふうに思います。

それが私の申し上げる「観光する心」なんです。観光客の身になって、よその観光客が見たらどう思うだろうかなという身になって、ご自分の身の回りを見回していただくことから、私は観光が始まると思うのであります。それを皆さま方にぜひお願いをしたい。今度は審議官がアンケートをおとりになったら、地元の人100パーセント「海が好きだ」というふうにならなきゃいけない。海の価値をもう一遍見出せば、そうなるはずですよ。

従って、海こそが人間の交流の原点であり、人間の暮らしの原点であり、人間の血液は海水と同じ濃度を持った塩分が入っているそうでもありますから、元々人間は海から生まれたわけですね。もう一遍観光という意味において、海の価値を見直していく。それが私は海の観光の大きな出発点ではないかと思います。また日本の観光を再生する大きなものは、まずこの海の観光から。こんなふうに私は口はばったいけれど申し上げておきたいと思っております。よそ者は何をいうか、とおっしゃるかもしれませんが。私は海のないところに育ちました。海なしのところに育ちましたから、海を見ると今でも感激いたします。よそ者にはそういうふうに海を見て感激するものもいるんだということを、皆さんにもぜひご理解をいただいて、もう一遍皆さん

もよそ者の目になって海を見直していただきたい。これをお願いして、拙い話を終わりたいと思います。ご静聴ありがとうございました。

## ●質疑応答

### ～「レールパス」の利便性向上のお願い～

【小林様】 すいません、福山から参りました小林皓志と申します。折角ですので新幹線についてちょっとお聞きしたんですが、私は訪日外国人が広島で観光見物した後、時々案内をやっているんですが、その後ほとんどの外国人の人が私の場合ですけれど、「次は京都見物だ」とおっしゃるわけですね。それはいいんですけれど、彼らはほとんど例の便利なレールパスというのを使うんですが、広島から京都まで行くのには、レールパスは「ひかり」か「こだま」しか使えません。京都まで行くのには、新大阪で必ず乗り換えなきゃいかんのですよ。京都から「こだま」に乗るか、「ひかり」に乗るか。お願いがあるんですが、「のぞみ」に乗れるようにしていただきたい。というのが、今のシステムでは乗れません。それがお願いなんです。それは何故乗れないかということも含めてお聞きしたい。以上でございます。宜しくお願いします。

### ～「レールパス」の実状を踏まえての改善策～

【須田相談役】 これに関しては、JAPAN NOWの意見はございません。従って私はJR東海の間人として、お答え申し上げます。実はジャパンレールパスを作りましたとき、私は国鉄の担当者でございました。従って、あれを作った責任者の1人でもあります。あのときは国鉄の特に新幹線のお客様がどんどん減っておりました。それから在来線のお客様も減りまして、特に外国の観光客がおいでになっても、もう道路が大分出来てきましたので、車とかあるいはバスで往復されるようになった。何とかもう少し鉄道に乗っていただけないだろうか考えたわけがあります。たまたまユーレイルパスというのがあって、ヨーロッパをそういうパスで鉄道を利用する外国人観光客が非常に多いという話があったものでありますから、それで何とか鉄道を利用していただこうと思って作ったというのが、正直なところあのパスが出来た経緯でございます。

ただJR東海になりましてからちょっと情勢が変わってまいりました。会社が分割されて変わったというのじゃなくて、新幹線のお客様がどんどん増えてきたわけでありまして。今ピーク時間帯にはもう東海道は増発ができない。今16両編成の「のぞみ号」で、平均乗車率が7割5分位になっておりますから、終日ほぼ満員に近い状況になってきておりまして、特にラッシュの時間帯は、そういう状況が目立ちます。ジャパンレールパスのお使いになり方を調べてみると、新幹線をお使いになる方が圧倒的に多いんですね。特に東海道新幹線が多いんです。従ってもう東海道新幹線、



もうほとんどタダみたいな値段で乗っていらっしゃる方も、実は調べると相当いらっしゃいます。何べん乗っているか分からない位。どうも何か商用に使っているんじゃないかと思うくらい、よく乗られています。

それはやむをえないことです。制度がそうなんですから。ただそれがラッシュの時間帯のビジネスのお客様の利用に影響が出てくるぐらいのことが出てきたわけです。そこで私どもはやっぱりあれだけ割引しているものですから、一方でビジネスのお客様は、ほとんど割引せずに乗っていただいている有難いお客様でもございますので、やっぱりその場合は割引をしないお客様を優先的に乗っていただきたいという気持ちが、営業をするものとしてはどうしても出てまいります。それが実は「のぞみ号」をお使いいただけなくしている理由の1つです。しかし制度は変えていないということを言っております。「ひかり」と「こだま」しか乗れないように、初めからなっているわけですから。当時「のぞみ」がなかったり少なかったから、問題にならなかつただけでありますけれども。

ただ私どもはそれだけではいけませんので、こういうことは考えております。例えば東京-大阪間の「ひかり号」の中で、一部岡山まで延長している「ひかり号」があります。それに今申し上げたようなことを少しでも緩和したいために、今、西日本とお話をして岡山まで「ひかり」の1本は延ばしてあります。それからもう1つは東海道線内の「ひかり」が、1時間2本必ずコンスタントにあるんですが、これは東京-名古屋間と、名古屋-大阪間で、それぞれ1本は「のぞみ」と同じ速度で運転しております。所要時間も2分か3分しか違いません。ほとんど一緒です。従って「サービスひかり」ですね。そういうものも用意しております。西日本は例の「ウエストひかり」をたくさん造っておられます。

従って、そういうことで補完手段は講じてあります。それからもう1つ最近出来ましたのは、色々企画商品を実は考えておりまして、外国人の方に今のパス方式ではございませんが、旅行会社その他にもお願いをして、新しい商品の発売をしております。これはもちろん割引をしております。自由席を使えるものもあれば、指定席を使えるものもあります。宿泊料金とセットしたもの等色んな商品を用意しております。割安な商品を色々用意いたします。そういうふうなことをやって外国人観光客には極力そういう商品をお使いいただけるように努力をしております。

今おっしゃったご要望が非常に強いことも承知はいたしておりますけれども、今、急に「のぞみ号」全部にジャパンレールパスのお客様をお乗せするという事は私どもとして踏み切りかねる。残念ながら。商売としてはそう思わざるをえないわけでありまして。

