

「国際観光都市・神戸の魅力」

東海旅客鉄道株式会社相談役

須田 寛氏



【略歴】

1954年日本国有鉄道に入社。1979年国鉄名古屋鉄道管理局長、1981年国鉄旅客局長、1987年東海旅客鉄道株式会社代表取締役社長、1995年同社代表取締役会長、2004年より現職。

また、(社)日本観光振興協会中部支部長、同協会全国産業観光推進協議会副会長、名古屋商工会議所文化・観光委員長等を務め、著書は、「観光（新しい地域づくり）」「東海道新幹線Ⅱ」など多数。

●はじめに

只今ご紹介をいただきましたJR東海の須田でございます。よろしくお願ひいたします。私は鉄道屋でございますけれども、観光の仕事のお手伝いをいたしておりますので、今日は海事関係の方が多くいらっしゃいますので、「海と観光」ということについてお話をし、かつその中でこの神戸というのは、非常に私はその全国的に見て稀な観光資源の揃った町だと思っておりますけれども、そんなようなことについてお話をしてみたいと思います。お手元に簡単なレジメをお配りしてございますので、それをご覧いただきながらお聞きとりいただければ幸いです。

●「観光」の現状と展望

～観光の低迷：国内観光の低迷と国際観光の不振～

今、観光がどういう状態にあるか、先程長官からお話がございました。一言で申し上げますと、観光は低迷している。残念ながら。特にインバウンドにつきましても、震災の影響がまだ必ずしも払拭されていない。戻ってはいるけれども、依然弱含みの状態だ。こういうふうな状況にあると思います。何故でしょうか。これだけ観光立国、観光立国と言っても、そのように伸びないのは何故だろうかと。こういうふうに考えてまいりますと、何か今ここで観光のやり方を変えなきゃいけない。従来と同じような観光をやっていたのでは、最早マンネリになりまして、なかなか大勢の人が来なくなってきた。もっと言葉を変えて言いますならば、観光の国際競争力がなくなっている、そういう状態に今あるのではないかと思います。そんなあたりから考えてまいりますと、そこで期待されますのが、例えば「海の観光」であり、そしてそういう「海の観光」の楽しみ方といたしましても、何か新しい方法で観光資源を磨きあげていく、そういうことがあるんじゃないだろうかと思いますので、今日はそんなようなことについてお話をしてみたいと思います。

～観光の形態とニーズの急速な変化～

今申し上げましたように、観光は低迷しております。国際観光も同じであります。これは先程お話がございましたから、私から敢えて重複を避けさせていただきますけれども、何とか伸ばさなくてはいけない。どうしたらいいだろうかと、こういうふうなことになってくると思います。何故低迷しているんだろうかということを考えてまいりますと、いくつか理由があると思います。1つは観光客のニーズが変わってきた。それに対して観光の受入れ側が十分対応しきれていない。それが1つあると思います。もう1つは観光の形が変わってきた。それに対してまだ観光地のほうが受入れ体制が十分ではなくて、そこにミスマッチが起こってきた。そんなようなところにも原因があるんじゃないんだろうかと私は考えます。

一例を申し上げますと、今のような観光のニーズといたしましては、これまでの観光というのは、どちらかというと見物観光中心でありました。最近の観光は必ずしもそうではありません。見物と温泉だけでは観光は成り立たなくなっております。どういうニーズがあるのか。何か観光地で体験をしてみたい。体験観光ですね。それから勉強をして観光をしたい。あるいは観光に行つて勉強をしたい。学習観光と申しますけれども、そういったニーズが高まってきておりますが、観光地のメニューのほうは、十分それに伴っておりません。何となくそこに1つの不満が残る。こんなような

ことではないかと思えます。もう1つは、観光の形が変わったということでございます。従来は、大型の団体中心に大勢の方々が旗の下に引率されて動いた。こんな観光が中心でございました。それが今はそうではございませんで、団体が急速に減ってまいりまして、個人の観光、ないしは小人数のグループの観光に変わってきております。これも観光地のほうでは、なかなか受け入れ体制が伴っておりませんで。

大きな大型の団体を入れるような、何十台バスが来てもいいような旅館の大ビルディングが建っているわけでございますが、それが今は持て余されている。衝立で広い座敷を仕切って食事に使っているようなそんな状況でございます。これもニーズが変わってきたのに観光地のほうがまだ対応しきれていない。従って、何となくそこに不満が残る。何となくマンネリになってきている。だから日本人は外国に行くことが増えてまいりました。千数百万の方が毎年外国に参ります。それもこの頃そろそろ落ちてきた。何故かと言いますと、もう皆さん大体外国に行ってしまった。「一回行けばいいよ」ということで、「もう一遍日本の良さを何か見てみたいな」というふうな気持ちに今なっている。しかしそれが何となく満足されない。そんなようなところが今の観光の状態ではないかと思えます。

～「観光革新」の実現～

それからさっきも申し上げましたけれども、観光というのは、今非常に競争の激しいマーケットになっております。例えば観光以外の他のアミューズメントがございます。子供に「旅行に連れて行ってやろうか」と言いますと、今は「TVゲームを買ってくれ」と言う時代です。それから観光の中でもやはり外国の観光地と日本の観光地が競争をしている。新潟やなんかのスキーのお客様がどんどん減ってきた。それはスキーそのものも減ってきたんでしょうけれども、その方々はどこに行っているのか。オーストリアやスイスに行って、スキーをやっている。そんなような状況です。海水浴場が減ってきた。サイパンやグアムや沖縄の海水浴。沖縄は国内だからいいでしょうけれども、そんなところにお客様を取られてしまっている。だから国内の観光地相互に、外国の観光地との間にお客様の取り合いがあるということですね。同時にそれ以外に観光の他のアミューズメントというのが非常に増えてまいりまして、例えばオペラの鑑賞だとか、音楽会だとか、そういうようなものに行くわけでありまして、こういったものには相当お金がかかりますから、観光とどちらにお金を出そうかなということになってくる。それと何となく観光というのはもう行ったから、飽きてきたから、じゃあ今度はオペラだということになりまして、そういう他のアミューズメントとの間に、非常に激しい競争関係がある。その中で先程のように、観光地が十分観光客のニーズを満たしきれておりませんで、ミスマッチがありますから、そこでやはり何となく国内の観光地というものは伸びなくなってきた、そういうところに私は原因があるんじゃないかと思えます。

そう考えてまいりますと、今後の方向が出てくると思えます。何か観光のやり方を考えなきゃいけない。従来と同じ観光資源があるにしても、その見方を変えなきゃいけない。一番いいのは新しい観光資源をどんどん開発することです。しかしそれがなかなかそうはいきませんで。今、それが成功しているのは、ディズニーランドぐらいでありまして、毎年何十億というお金を投じまして、出し物を替えております。ディズニーランドは毎年行ったら何か新しいものがある。したがって、リピーターが来るわけでありまして。京都や奈良でそんなことをやろうと思っても出来ませんで。やったらそ

これは文化財の破壊になるわけでありますから。従って、観光資源を新しく創るということは、容易なことではありません。急に温泉が湧くわけでもありませんし、有名なお寺や神社がすぐ出来るわけでもない。そうなりますと、今ある観光資源の見方を変える。ディズニーは、今ある観光資源の一部の形を変えているわけでありますけれども、他の観光資源はそう簡単に形を変えるわけにはいきませんから、観光資源の見方を変える。違うところからスポットを当てて観光資源を見てみる。そうすると、そこに何か新しい魅力が浮かび上がって来る。そこを私どもは見つけていかなくてはならない。いわゆる新しい観光が何かそこに必要だ。こんなところに来るのではないかと思います。

～観光産業の再活性化～

そうになりました場合に、私どもが考えなければいけないというのは、従来の観光資源の見方を変えるという意味におきましては、色々新しい観光の仕方、こういうふうなものを私どもは提案をいたしまして、大勢の方々にたびたび来ていただく。そんなことを今考えなきゃいけない時代になっております。それじゃどういふふうな新しい観光があるのかということについて、次に申し上げたいと思います。1つは、私はテーマ別の観光ということをおっしゃるわけですが、観光地に行く場合に、いい景色を見る、古いお寺や神社を訪ねる、温泉に入るといふことの他に、何か1つの主題を持って、今回はここに中心を置いて観光資源をその角度から、いわば横割りにして見ていこうじゃないか。そんなような問題意識を持って観光に行きますと、観光資源の見方が変わってくると思います。テーマ別であります。それを我々の生活に身近なテーマを選ぶ。例えばものづくり。産業ですね。産業というものを観光資源にしたらどうか。工場の見学だとか、工場の景色を見るときか、あるいは自分で焼き物を焼いてみるとか、漁業や農業を体験するとかという産業観光。これがものづくりをテーマにした観光資源であります。また街道観光というものもあるわけですが、道の観光ですね。道というものをテーマにして、あらゆる観光資源を道のサイドから見て、道を歩く人の目線に立って、観光資源を見たらば、これまでとは違う角度から観光資源が見えてくるんじゃないか。

次に都市の観光。町の観光ですね。これはその町の何々じゃなしに、例えば神戸の港や神社でなく、神戸という町の持っている1つの雰囲気、そういうふうなものを味わうということにしていったらどうだろうか。まあ市風と申しますか、そんなようなことを考えれば、神戸の町自体から1つのムードが浮かび出てくる。新しい観光のムードが出てくる。それを見つけていこうじゃないか。例えば東京の湾岸副都心だとか、大阪南港地域だとか、福岡のキャナルシティだとか、そういったところは既にそういうふうなニーズをある程度満たしつつあるところだと思いますが、そういうふうな町を見て行く。これが新しい都市観光じゃないかと思えます。今、申し上げましたように、暮らしにもっと密着しているのは、「ものづくり」であります。「道」でございます。住んでいる「町」でございます。こういうふうな「道」、「ものづくり」、「町」。そういうふうなものに着眼をして、観光資源を横割りにして見て行こうというのが、テーマ別の観光だと思います。

●「海」と「観光」の新展開

～「海の観光」への期待～

例えば「海」。今日のテーマでございますが、「海」というものを見ます。海というのは、今までは景色の観光。きれいな海だとか景色のいい海だとか海岸の美しさとか、島々の美しさとか、そういうふうなものを見る観光が中心でございました。海というのは、しかしものづくりという産業の面から見れば、一体どういうことが言えるだろうか。それは漁業の場なんですね。漁業の場、つまり魚を捕る場所です。どんな魚がいるだろうか、魚を捕るには地引網があるだろうか、鯛網があるだろうか、あるいは潮干狩りがあるだろうか、一本釣りがあろうとか、色々なものがあるだろうと思うのであります。ホエールウォッチングというような漁業観光もあります。そういうふうなものを見てまいりますと、海というのは漁業の場から見ると、これまでの景色だけとは違う角度から海が見えてまいります。

今一つ海というのは交通の場でありますから、船が通ります。クルーズ船があるかどうか、先程話がありました。それから遊覧船、あるいは川下りができるかどうかとか、そんなことになってまいります。あるいは場所によっては潜水艇があるようなところさえあります。そういうふうな海の楽しみ方、交通運輸の面からいきますと、それで海が見えてくるわけです。景色の他に、漁業の場としての交通の場としての海というものが新しい観光の見方として浮かび上がってまいりますと、海が立体的に見えてくると思います。海というものがそういうものを見る余地のある、色んな新しいテーマ別の観光を展開するために、非常に大きな材料を展開しているということを私は感じます。それがひとつの新しい観光の見方、テーマ別の観光ということではないかと思えます。

～新しい観光(ニューツーリズム)での「海」～

次でございますのは、いわゆるニューツーリズムであります。新しい観光の仕方。例えばヘルスツーリズム、健康を念頭に置いた観光だとか、スポーツツーリズム、スポーツをやって観光をすとか、あるいは観光地でスポーツをすとか、そういうふうなことです。あるいはグリーンツーリズムと言って、全然自然をいじらないで、自然の中に入って自然を楽しむ、自然に親しむ、そんなような観光。こういうのが新しいやり方の観光でございますけれども、そういうふうなものもあるだろうと思えます。

それから最近、食の観光という新しいジャンルが出てまいりました。食べ物の観光ですね。食べ物の観光というのは、従来はほかの観光に付帯してあったわけでありまして、温泉に行きますと、温泉まんじゅうを買っていく。神戸に来ると瓦煎餅を買って帰る。そういうふうなものであります。これはしかし観光に付帯をしているわけでありまして、瓦煎餅を買うためだけに神戸へ来るという観光客はあまりなかったと思えます。今はそうではなしに、例えば B 級グルメなんていうのがございまして、今話題になっておりますが、これはそういうものを作っているところへ行くわけですね。B 級グルメでトップになりましたのは、山梨県の甲府のモツ煮であります。第二位は宇都宮の餃子であります。

こういうふうなものになりますと、最近甲府に行く人が増えてまいりました。何をしに行くのか。甲府市内の色んなお城等とか何かを見に行くのではありません。モツ煮を食べに行くわけでありまして。帰りはモツ煮を買って帰る。それ以外どこにも行きません。私どもの住んでおります愛知県で、B 級グルメのベストテンに入っているとこが一箇所あります。豊川稲荷のある豊川のいなり寿司であります。それで最近豊

川に来る人が非常に増えたそうでありますけども、稲荷には行かないでいなり寿司だけ食べる。いなり寿司だけ買って帰る。そういう観光客が大変増えてきております。ちょっと残念な気もいたしますけれども、折角来て何故豊川稲荷に行かないのか分かりませんが、その人々は食の観光なんですね。各地のうまいものを食べ歩き、それを見るための観光なんです。新しいジャンルの観光がそこにあると思います。

温泉の観光でも色々やり方が違ってきております。温泉客を町へ出すために浴衣を着て行った人は、確か物価が安い、そのような温泉が城崎にあると思います。別府に行きますと、八湯温博と申しまして、別府にある8つの温泉の泉源毎に博覧会に見立てまして、色んなイベントをやる。それで8つの泉源を全部回らないと別府に来たような気にならない。来たことにならないというようなそんなムードが今出来てきておりまして、温泉博覧会的なニーズですね。八湯温博と申します。8つの湯の温泉博覧会。そんなようなやり方の温泉観光が出てきた。色々変わってくるわけでありまして。そういうことをやらないと、なかなか観光客が新しく来ていただけない。そして観光の競争には勝てない。そういうところに来ていると思います。ただそれは今までの観光資源はそのままであって、その見方を変える。そこでひとひねりすることによって、新しい観光資源ができたのと同じ効果を出さなきゃいけない、ということになるわけですが、そうやってまいりますと、海というものは非常にそれに相応しい。

～観光にいろどりをそえる「海」: 景観との接点～

海の見方には色んな見方がある。やっぱりさすがに世界の3分の2は海だそうでありまして、「海は広いな大きいな」でありまして、色んなものが海にはあります。私は海というものを、一遍新しい観光のサイドからちょっと考え直してみたいと思います。お手元の2のところに書いてるのはそれでございます。まず、観光に彩りを添えるという意味におきまして、海は非常に大きな役割を果たします。ちょうど刺身のワサビのような。そんなものがあります。海というものが背景になっていることによって、海そのものでなくても、海の周辺にある、例えば神戸なら神戸の町にある観光資源というのはそれだけ光り輝いてまいります。これは海のポイントでございます。何気なく皆さんは見ておられるかもしれませんが、海がいつもあるわけですから。よそ者が神戸に参りますと、やはり神戸は海がある。水辺がある。その後ろに神戸という町がある、となりますと、よそなら何とも思わない普通のビルディングが、神戸に来ると海をバックにしていると違って見えてまいります。よそ者はそういうふうに見えます。それぐらい海というものは観光地に彩りを添える大きい効果がございます。

残念ながら京都、奈良という世界的観光地には海はありません。だから京都や奈良それぞれが、それほど景色がいいところとはなっていないわけでありまして。景色は悪くありません。私は京都の人間ですが、決して景色は悪いとは思いませんが、京都には水辺がないんです。奈良にもないんです。海がないんです。そうなりますと、景観というところに1つ何か欠けたものがある。神戸はそれがあるわけでありまして、神戸の観光資源に彩りを添えるものとして、海というものをもう一遍見直してみ、海と神戸の観光資源というものの関わり合いというものを、地元の方々が一番よくご存知なわけでありまして、そこを少し演出して情報の発信をする。これによって随分観光地の観光資源というものが変わって来ると思います。

それに1つは景色の面であります。もう1つは歴史の面です。観光には自然の景色

と歴史文化と2つの大きな観光資源のジャンルがあります。海は歴史の場であり、つまり海というものは、文化を運んできたわけであり、今、鉄道や航空がありますが、昔は海しかない。したがって、海が船から文化を運んできたわけであり、奈良時代の日本の文化は遣隋使、遣唐使というふうな中国とのやりとりで、日本の文化はその文化を融合して作った文化でありますけれども、これは正に海に媒介された文化であります。海道という言葉もあります。海の道。例えば北前船が、神戸が終着港であった時期もありますけれども、こういうような船によって、日本国内の色々な地域相互が結びついて、そこに1つの文化ができていく。江戸時代の文化というものは、北前船に依るところが非常に大きいと言われておりますけれども、その場合この町はやはり大きな役割を果たしております。そんなようなこともあるし、歴史文化の1つの原点でもある。

～「海上交通」の観光資源化～

その意味から海というものを、もう一遍見直してみる必要があると思います。次に今度は海上交通、これをそのまま観光資源そのものにしていこうと、こういうことが考えられると思います。ちょっとさっきも触れました。また先程長官の話にもクルーズ船の話がありました。クルーズ船というのは、最近出てきた1つの新しい観光のジャンルであります。一種の産業観光です。船というものが、人間がAからBに行くために乗る乗り物として使う。いわゆる観光地に至るアクセス手段であります。ところが最近、手段から脱皮をいたしまして、船に乗ること自体が観光になってきた。船の観光資源化、海上交通の観光資源化、海上交通、海上運輸機関というものが、即、観光資源になった1つの例だと思えます。

～「港湾都市」の観光資源化～

神戸は先程のお話のように、この中でも大きなウェイトを占めております。神戸に上川さんという元消防局長がおいでになりますけれども、この方はクルーズ船の研究をされておられて、色々ご自分も参加されておられる。この方のお話によりますと、もっとクルーズ船を伸ばさなきゃいけない。ところが今どうもクルーズ船というのは、日本では贅沢な乗り物、お金持ちの観光資源だというふうに捉えているけれど、そういうものじゃないんだと。外国では、一般市民が気軽に利用するものになってもすごい普及をしている。日本もそういうふうなものに乗り遅れると、今に外国のクルーズ船に全部席卷されてしまうんじゃないかというふうなこともおっしゃっておりますけれども、そんなことも考えてまいりますと、クルーズ船というのも考えるだけでも、神戸の観光というのは、ひと味もふた味も違ったものになると思えます。

クルーズ船というのは、港を出て、極端なことを言えばどこかに航海して、すぐ元に帰って来るわけであり、AからBに行くのではありません。Aから出発してまたAに戻る。その航海をしている過程そのものを楽しむ。それがクルーズ船でございます。正に、これは交通手段が、即観光資源になっている例でありまして、私は第三次産業であるところの運輸産業観光だと思っておりますけれども、このあたりも1つの大きな海の着眼点ではないかと思えます。それから今度は港であります。海には必ず港がある。特に神戸のような大都会では港がある。神戸は横浜と並んで日本の有数の港であります。ここには独特のがあります。1つの精神的なものでは、港町情緒と言われるような、そういうふうなものがあります。それからまた港という

のは、色んな港湾施設がある、倉庫がある、大きな昔の古い倉庫があつて、これは重要文化財になっているものさえ横浜にはあります。

～産業観光：第1次（漁業）、第2次（生産）、第3次（運輸）～

港の色んな設備、荷役設備、灯台、港の防波堤。色んなものが観光資源になっているわけでありまして。それらをひっくるめて、総合的な観光資源になっている。森進一の歌に『港町ブルース』というのがございますが、あの中に釜石と気仙沼が歌われております。今は被災地でありますけれども、あの歌が流行ってから釜石と気仙沼に来る人が激増したそうであります。そんなようなことでございますから、何か港の情緒を求めて来るといふ、そういう都市観光的な要素。これも海があるからこそ、そこに観光資源としての価値がある。正に、神戸はこの典型的な場所だと思います。

色々考えてまいりますと、海というものはそのように色んな角度から見る事ができる。観光資源に彩りを添えるというワサビのような役割を果たすことから始まって、海そのものが観光資源になる。景色の面でも歴史の面でもそれは観光資源になる。大きな観光資源の典型でもある。それから海の上を走る交通そのものも観光資源になる。今度は海の施設、港湾施設、これ自体が港町ということになって、1つの大きな総合的な観光資源になる。海というのは、観光面では私は大変なものだと思います。そんなようなものが、この神戸には揃っているように思います。

次に、新しい先程申し上げたテーマ別の観光の中で、海というのはどういう役割を果たすでありましょうか。ここに書いてございますように、先程もちよつと触れましたが、第1次産業では漁業の場であります。釣りをする、地引網をする、潮干狩りをする。これは全て産業観光です。漁業を体験する観光でありますから、この中に高知に行くとカツオの一本釣りなんていうのもございます。これも今は観光資源として大きく売り出しておりますし、伊勢に参りますと海女さんが漁をする。潜水してアワビを捕ってくる、あれが今は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。そういうものがある。漁業観光の場であります。

それから2次産業からいけば、これは海に関わる色んな工場があります。神戸で典型的なものは、造船所であり、かつ臨海地帯にあるたくさんの方の工場だと思います。神戸に昔「川崎ドックヤード」という大きな看板の付いたガントリークレーンというのがありました。これは、昔は神戸を紹介する絵葉書に出ておりました。「東洋一」と確か書いてあったと思いますけれども、造船所の大クレーン。今は無くなりましたけれど、あれが神戸の象徴だったわけでありまして。私は、終戦後この神戸が全部焼け野原になった時、ここを通りました。ガントリークレーンの下のところで工事をやっている火花が散っているんですね。「ああ、神戸は造船所が既に復活したのか。さすが神戸は偉いな」と思いました。聞いてみたら船を造っているのではない。焼けた鉄道の車両を叩き直して車にする工事をしておったそうでありまして。船ができなかったからそうなったんでしょう。それでもそれらによって神戸の産業は甦ったわけでありまして。やっぱり造船所というのは非常に大きなものがある。観光資源として造船所を見ますと、よその海のない地域の間人、そういう造船所のない地域にとっては限らない魅力がそこにあるわけでありまして。それは進水式です。

瀬戸内海のある島に参りますと、造船所のたくさんある島があります。そこでは、造船所の進水式マップというのがあります。どこにどういふ進水式があるか。進水式は大体公開ですから。それが書いてあつて、毎日どこかで船が進水しているんですね。

何も大きな何万トンという船ではありません。小さな漁船も含めてでありますけれど、それを見て回るだけでも結構楽しいような、そんなようなマップを見ました。今あるかどうか知りませんが。神戸の造船所、今はそういう造船所は神戸にはないのかもしれませんが、周辺にはあると思います。それも大きい観光資源になるということを1つ考えて、船を造りつつ、それが観光資源になる。造った船が海に入る。これは人間としては1つの船出ですから、文字通り。船が誕生するわけでありますから、感激の一瞬であります。これは非常に大きな観光資源になる。そういうことも海の場合には出てくると思います。

それから工場。工場がたくさんあると。煙が出るのは嫌だとお考えの方もいらっしゃるでしょう。最近は何も煙が出なくなりました。昔、神戸は東の方に参りますと煙突がたくさん立っておりまして、7色の煙、紫色や桃色の煙が出ておりましたですね。きれいだったけれども、あれは非常に公害上問題があって、今は煙が出なくなりました。工場というのは、ともすれば都市から離れていきますから、随分神戸の工場も減ったと思いますが、それでもまだ神戸の周辺には、たくさん臨海工業地帯があります。

最近、これが観光資源になってきたわけであります。その工場を見学するということにもなっておりますが、それ以外に工場を夜に海の方から見る。工場の夜景ですね。これが大変な観光ブームになっております。今それを盛んにやっているのは、川崎、横浜、北海道の室蘭、それから徳山、今は周南と申しますが、それから北九州、あるいは四日市。これは既に、工場夜景ツアーというのが売り物になっておりまして、毎週末にツアーの予約をとりますと、ほとんど満員になるそうです。

昨年四日市で、全国の「工場夜景サミット」というのが開かれました。それをやっている町が集まって討論をするわけであります。大変な観光資源だそうです。工場から夜景を見ると、照明がある。それは何も観光のための照明してあるわけじゃないんですね。工場の操業をするためには照明をせざるを得ない。コンビナートが特にそうだそうです。外から見るともう何とも幻想的な景色だと。しかも上の方からチョロチョロと火が飛んでいると。これは排ガスを燃やしているんだそうです。あれを見ただけでも、何とも言えない魔法の何とかみたいで非常にいいと。工場の夜景というのは、素晴らしい景色だというんであります。これは何も工場が見せるためにやっているんじゃないかもしれませんが、それを見るだけでも観光資源になる。

神戸でも恐らくそういうことが言えると思います。あるいは神戸は工場じゃなくても港の方から見る夜景というのも、1つ観光資源だと思いますけれども、例えばこんなような産業観光もあると思います。色んなものがあるということをごちゃごちゃと申し上げたわけですが、それから第3次産業ではクルーズ船、フェリーがありますし、最近では橋ですね。架橋。橋そのものが観光資源になっております。

言うまでもありませんが、本四連絡橋。これはあれを見るために大勢の人が船をチャーターして、あれを海上から見て写真に撮ります。あるいはあそこを通っている列車に乗って、用がないのに宇多津や坂出まで行って、また児島に帰って来る人がたくさんいるそうです。あの橋の上を渡って、あそこから海を見る。橋を見る。そういうふうな観光がある。色んなところにそういうものも出てきておりますけれどもこういうものもある。これは運輸に関わる産業観光であります。海でなければできないものであります。

～ニューツーリズム：スポーツ観光、エコツーリズム、ヘルスツーリズム～

そんなようなことを考えてまいりますと、産業観光としても1次産業、2次産業、3次産業、全てにわたる、海は観光資源を提供していると思います。スポーツ、エコツーリズム、ヘルスツーリズムはここに書いてある通りでございまして、それぞれこれも海の楽しみがそこにある。マリンスポーツもあれば、海岸の自然を楽しむ、あるいはホエールウォッチングのようなものもあるし、海は海洋性気候で非常に気候がよろしいわけでありますから、そこで観光を兼ねて長時間逗留をして、滞在型の観光をする、ヘルスツーリズム。健康になる。そんなようなことも最近少しずつ出てきております。

資料中に3つ輪が書いてあります。観光資源には、この3つの種類があると思います。1つは従来から言われる歴史文化観光。町の観光、都市観光がここに入ります。それから左の方にあります景観観光。自然景観観光ですね。景色の観光。これが最もオーソドックスな観光です。右のほうにありますものづくりの産業観光、これは最近盛んになってまいりました。神戸でも色々やってらっしゃいます。このちょうど接点のところに海があるわけです。どれにも関わっている。海というものが、この3つの観光資源をそれぞれ結びつける働きをしている。そんなようなものではないだろうかと思うのであります。

～テーマ別観光の接点としての「海」の観光～

海の観光に占める役割というのは、非常に大きいということが分かります。あらゆる観光資源を結びつける役割をしている。そこで神戸ではどういうことがあるかということとは皆さんほうでご存知かもしれません。しかし、案外皆さんは地元の方でありますから、私どもはよそ者でございまして、地元の方は地元の観光資源に余りお気づきにならないことが多い。それは何故かということ、いつもそこにそれがあからあります。別に珍しいものでも何でもなし。だから観光資源という意識がないのかもしれない。

私は京都の人間でありますけど、金閣寺なんて行ったことございませんでした。あのようなところに京都の人間はあまり行かない。京都の人があそこに修学旅行で行くことはありえない。あそこで遠足に行って弁当食べたなら叱られます。私が学生のときに金閣寺が焼けました。坊主の放火で焼けたんです、しかも。新聞に大々的に出ました。初めてそれで皆が金閣寺の価値を再確認したわけでありまして。京都市民が。それで私は隣のおばさんと一緒に銀閣寺に行きました。「もうじき焼けるかもしれん」と思ったからです。(笑) みんな京都の人です。「金閣寺を見てないから、銀閣寺を見ておかないといけない」。足利義政と足利義満は違うんですけど、まあ同じようなもの。しかしこれは焼けませんでした。今もあります。行かないでも良かったわけでありまして。しかし観光というのはそんなものなんです。

静岡へ参りますと、富士山を見ても静岡の人は感激いたしません。静岡の駅で屋上に会議室ができた。会議室はすりガラスになっている。「何ですりガラスにしたのか」と聞きましたら、「会議室だから気が散らないでいいんだ」というんです。「じゃあ、富士山が見えないじゃないですか」と私が言ったんです。「なんで富士山が見えなきゃいけないんですか」と言われました、私は。「なんで富士山が見えなきゃいけない、そんなものはわざわざ見る必要はないでしょう、あそこにいつもあるんだから」。「なるほどな」と思いました。そんなものなんです。確かに富士山は3,776メートルでありますし、京都は歴史の教科書にも出てきますから、京都や静岡の人間も、それを誇

りにしていることはある程度事実かもしれませんが、改まって地元の人が観光に行く場所ではありません。だから情報の発信もしないんです。京都にはこんなものがありますよ、とは誰も発信しない。京都は教科書が発信してくれます。幸いにして。富士山は3,776メートルが無言の情報を出しているわけであります。

● 神戸の「観光」と課題

～マルチ観光：神戸の景観と文化～

そうでない観光地はみんな埋もれている。地元の人が発信しない場合には。神戸がそうでないことを祈ります。そうではないと思いますけれど。例えばここには、ここに書いてございますが、マルチ観光地、あらゆる観光資源、全部揃っている。こんなところはあまりありません。歴史文化の例えば港や神社あり、福原の跡があり、色んなものがここにあります。景色がいいことは言うまでもありません。山と海がこんなに町にくっついているところはあまりありません。東京や横浜に山は遥かかなたにしかなかった。ここはすぐ後ろにあるんです、山の緑が。それが海につながっている。間に町がある、こんな見事に揃っているところは、地中海の一部の地域を除いてはないそうであります。それだけでも素晴らしいもの。産業観光は近代産業もあれば、灘の酒で代表されるような伝統産業もあります。色んなものを見るに事欠かないわけであります。それから都市観光は町並み、港町観光。

このポートアイランドも、これはよその人が見たら大変な観光資源であります。そこを走っておりますポートライナー。あれだってよその人が見たら、運転手と車掌のいない電車が走っているということは、それだけで乗りに来る人がいるくらい価値のあるものなんです。あれも観光資源です、極端に言えば。これだけの町を造成した。六甲の山の裏のほうを開発した土を、スラリーにしてここへ送って埋め立てした。神戸の人は大変なアイデアマンだったと思います。神戸市長は経営者と言われたこともあるそうですけれど。そんなシステムを考えてこれをお造りになった。その跡を見るということは、これは大変な都市観光資源ですね。そんなことさえあります。ここでそれが開かれたことは大変意義深い。そんなこともあるわけですし、色んなことがございます。もうこれ以上は皆さんに申し上げる必要はありませんが、あらゆるものがある。

ただ、ここに1つ私は神戸の方をお願いをしておきたいことがある。ショウウィンドウが無くなってきていることなんです。つまり神戸が多くの観光客を呼ぶためには、ショウウィンドウも必要です。情報を出すことも大事ですけども、京都は新幹線や列車で京都を通りますと、大きなお寺の塔がすぐ先に見えます。山の方を見ると、比叡山が見えます。「ああ、京都はこういう町だ」ということが、列車で通ると分かるわけであります。「それじゃ降りて行って見ようか」と、こうなるわけでありますね。東京も街の中を見れば、大きなビルが建ったところを列車が通りますから、「ああ、ここに一遍行ってみよう」と思います。

神戸は、新幹線ではトンネルばかりであります。どこからも何も見えないわけであります。残念ながら、新神戸の駅のところだけ。それから須磨区の一部。これは本当に街中じゃなくて山の間ですから何もありませんけれども、そこがトンネルから外へ出ているだけでありまして、新神戸の駅のすぐ西は神戸トンネル、すぐ東は六甲トンネル。みんな長いトンネルです。見えないのです。見えないうちに神戸は皆が通ってしまうんです。神戸の駅を見て、新神戸の駅へ停まるだけでは、神戸がどんな町

か、誰が見てもあれじゃ分かりません。ショウウィンドウが無くなっているんです。これがちょっと私は残念なことだと思います。

昔は、神戸を本山から須磨まで列車が神戸の町の中を縦断いたしました。住宅地から始まって、工場地帯、それから元町や三宮の繁華街の上を通るわけですから、高架で。それからゴムの工場が一杯あるような長田のところを通過して、須磨の海岸から青い松原を通過してですね、あの景色のいい、垂水まで神戸市であります。30キロ位神戸市ですね。「まあ、色んなものがあるなあ」と、つまりショウウィンドウであります。「じゃあ1つ今度は降りてみて、須磨の海岸でも見てみようか」とか、あるいは元町のこの繁華街を少し歩いてみようかとか、そういうふうなことが考えられたわけです。私もそれに魅せられて、ここを通過したときにそれを見て一遍行ってみようということで来たわけです。今、ショウウィンドウが無くなっているんです。これだけ皆さん、1つ是非お考えいただきたい。

～観光資源ネットワークの構築～

だから、さっき申し上げましたような神戸の素晴らしさというものを、PRする情報の発信をする必要があると思います。これは神戸にとって非常に大事なことじゃないかと思えます。色んな姿を取り上げて、色んなチャンスを使って、今はインターネット等の情報手段も発達しておりますから、情報をお出しになることが必要だと思います。そしたら先程のような多くの観光資源が浮かんでくるのです。その観光資源を神戸の方が色々ストーリーを付けて、説明を付けて、ネットワークにして、観光資源相互のつながりを考えて、たくさんあるあまたの星のようにある観光資源というものを、1つ1つの星座で結びつけるような、同じ法則を持って動く星が1つの星座を作っているような。

例えば、産業観光資源にはこういうつながりがある。歴史観光資源にはこういうつながりがある、そういうふうなものをいくつか作って、それを観光客が選びながら、自分に最もふさわしい観光メニューをアレンジして作って、そして神戸に来る。それが私は必要なことだと思いますので、情報発信を是非お願いしたい。マルチ観光資源はもう十分あるわけですから。マルチ観光地としての情報発信をお願いしたいということをお願いしておきたいと思えます。

～神戸を国際文化観光交流都市に～

いずれにいたしましても、神戸は国際文化観光交流都市であります。これは言うまでもありません。私は観光というのは、文化事業だと思います。人と人との触れあいを促進することが観光の目的です。文化というものは、人と人とのふれあいから生まれるのです。無人島には文化はありません。鎖国をした国にも文化の発展はありません。人と人との、国際的にも国内的にも交流し合うことの中から文化が生まれます。今1つは、観光は大きな経済行動だということでもあります。人の移動によってお金が落ちます。大きな経済効果。だから観光は文化行動であり、経済行動でありまして、単なる遊びではありません。遊びの要素はもちろんあっていいのでありますけれども、単なる遊びではない。そうお考えをいただいたら、神戸のようなこういう恵まれた地域にあり、また非常に日本の中核にある重要な立地条件のあるところは、観光こそ、この神戸がこれから生きていく一番大きな1つの中心になる政策課題じゃないかな

と思います。

先程来、色々なお話もございますけれど、よそ者が見た神戸というのは、そういうふうに見えてまいります。是非ひとつ皆様は、そういう観光資源の宝庫の上におられるんだということをご認識いただきまして、皆様方が、神戸の観光資源を情報発信していただいて、1人でも多く方がこの神戸に来るように、来たらその方々と地元の方々が対話をしていただいて、コミュニケーションをしていただいて、そこに新しいひとつの観光文化というものを、神戸を中心に作り上げていただけるように心からお願いして、私の拙い話を終わりたいと思います。ありがとうございました。(拍手)

● 質疑応答

～JR 東海と観光について～

【質問】 名前はインヅカと申します。所属は家事手伝いでどこもありません。つまり週休7日制です。今、色々面白い話をお聞きしましたが、須田さんはJRにおられたので、色々観光のことを詳しいとは思いますが、私は庶民の立場、つまり暇だけは十分にある人間から見ると、JRの鉄道費用というのは、つまり横移動の費用というのは、非常に年金生活者にとっては高い。これは明らかに国際競争力、日本の観光が国際競争力を失う原因の1つであると思っておるんですけど、一言もそれはおっしゃらなかった。この辺を私達年金生活者がもっと自由に気楽に動ける形をとったら、遥かに観光客が増えると思うんですよ。なんせ、暇だけはありますから。それで私もジパング倶楽部というJRの特別のサービスを受けて、3割安いチケットを買っておりますけどですね、ところが「のぞみ」には乗れない。われわれ本当は先が短いんです、急がなくちゃいけないんですけど、「のぞみ」には乗れない。是非ともその辺を「のぞみ」でも空いている時間があるわけですね。その空いている時間を是非とも「のぞみ」を使えるようにしていただくとか、東京―神戸間を片道5,000円位にしてくれる。そうするとぐっと東京から人が来ると思うんです。私は東京生まれ、東京育ち。女房もそうなんですけど、神戸に在住。これは神戸に魅力があるから。ただ東京には色々行きたいんですけど、高くて年にせいぜい一度かそこらしか行けないという程度。その辺の運賃の問題。この辺は相談役としていかがですか。

【須田】 運賃が高いことは私も認識しております。今の運賃を作りましたのが、一番私どもの経営の厳しいときに作った運賃なんです。つまり国鉄が大赤字だった頃に作った運賃が、そのまま今も使われているんです。それをJRになってから引き継いでおりますから、高いところにあることは間違いありません。ただ、それが今安くできない理由がどこにあるか。それは国鉄が当時持っておりました借金があります。これをJRがかなりの程度負担をしているわけでありまして。私どもの会社は、5兆957億という借金で、東海道新幹線の施設を借金で買い取りました。それ以外にも借金がございます。6兆ぐらいの借金を持っていたんですね。年間収入1兆しかありません。

収入の6年分持っている借金というのは、大変なことなんです。元利均等償還でございますからだいぶ減ってはきましたが、最初は利子が年間3,000億位ありました。すごい額であります。従って、それを考えてまいりますと、これまでの借金を返済する。国から課せられたこれは義務でありますから、この義務を果たすためには、どうしても運賃を割り引くことができない。それが私どもの厳しい状態であります。私ど

ももおっしゃるように競争力がありません。これ本当を言いますとね、東海道新幹線は借金も何も抱えていないといたしますとね、今よりもうんと安くできる。6割から7割位の運賃でできるでしょう。しかしそれは出来ないんです、その借金を返さなければいけませんから。それが私どもの悩みです。

そういうふうなことがございますので、運賃を下げる機会がなかったし、下げられなかった。今もまだ借金が3兆円以上ありますから、まだまだそれができない。利子だけでも今も何千億と払っているんですから。それが私どもが避けられない理由でございます。

ただ、ジパング倶楽部は今もやっておりますし、これからもやります。色んなことはこれからも考えます。もちろん割引も考えなければいけませんし、むしろ便利な商品ですね。ホテルや何かとセットして、全体的に見たら安くなるとかいうことを用意するとか。あるいはもっと便利なダイヤにして、少しでも多くの方々が乗って良かったと思っていただけるようなものにして、車両のサービスなり、列車のサービスの面でお返しするとか、そういうことをこれから考えていくことによって、実質的には「まあ良かったなあ」と、「あの格安の飛行機に比べれば良かったな」と思っていたけるような努力をしていくということが、私どもの1つの命題ではないかと思えます。いつの日にか、それが借金の返済が全部終わったときに、今の運賃がいいかどうかということ、もう一遍私はやっぱり考え直していかなきゃいけない。そんなふうに思っております。

それから「のぞみ」の問題でございますが、これは実は私どもがジパング倶楽部の方々には「のぞみ」を入れておりませんが、「のぞみ」を入れてないんじゃないくて、今まで通りにしているんですね。今まで通りに。「のぞみ」というのは、新しくできたものですから今まで通りなんです。ただ皆さんにちょっと申し上げておきますが、東海道新幹線には「ひかり」が今1時間に必ず2本あります。「のぞみ」というのは、1時間に基本は3本なんです。朝晩はたくさんありますが、1本しか違わないということが1つと、「ひかり」はですね、2本ありますが、1本は名古屋—大阪間で、もう1本は東京—名古屋間で、実は「のぞみ」の速度で走っているんです。「のぞみ」と全く同じ速度で走っております。停車駅もほとんど同じです。しかしそれは「ひかり」という名前ですから、ジパング倶楽部でもご利用いただけます。そういうふうにしておりますので、それほどご利用いただきにくいようになっていないとは思いますが。

それから「のぞみ」は、今おっしゃったように、空いている「のぞみ」もございませぬけれども、早朝深夜のものは若干別かもしれませんが、日によってはやっぱり混んでいる時間が多い。それから季節によって波動があります。だからある季節は「のぞみ」に乗っていただいてもいいと。早朝深夜は乗っていただいてもいいということは考えられないことはございませぬけれども、これをやりますと、また非常に複雑になることと、その都度コンピューターのプログラムを作るといふこともありますし、そこにまた大変なコストがかかるんですね。従って、やっぱり私どもは、今のサービスで極力お返しする。一日も早く借金を返済した暁には、全体的にお返しすることを考える。それまではちょっと今のやり方を、私どもはもう暫くとらせていただかざるを得ない。私も残念です。飛行機ともしっかり競争したい。私どもが本当に本気になって競争したら、格安航空なんか全然要らないぐらいの競争ができます。しかしそれは昔からの借金、これは私どもが昔国鉄時代に悪かったから、責任は私どもに半分ぐらいあるんでありますけれども、その責任を果たすために、やむなくそうなっているんだということだけは、1つ是非ご理解をいただきたい。こんなふう思っております。

お答えになってないかもしれませんが、敢えてそれで申し上げたかったんですけれども、今ご質問がございましたから申し上げます。せいぜい1つこれからもご利用いただきまして、よろしく願いいたします。

「海」の観光

— 国際港湾都市「神戸」の観光を考える —

須田寛

1. 観光の現状と展望

- ・観光の低迷（国内観光低迷、国際観光の不振）
- ・観光形態とニーズの急速な変化
- ・「観光革新」の実現
 - （観光の国際競争力回復
 - （観光産業の再活性化
 - （広域観光の展開

2. 「海」と「観光」の新展開

「海の観光」への期待

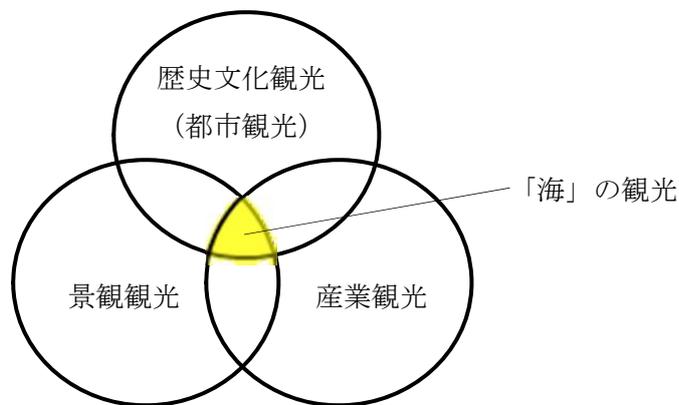
— 「海」と観光 —

- ・観光にいろどりをそえる「海」（景観、歴史・文化観光の接点）
- ・「海上交通」の観光資源化（アクセス手段から脱皮）
- ・「港湾（都市）」の観光資源化
- ・海道観光

— 新しい観光（ニューツーリズム）での「海」 —

- ・産業観光
 - （第1次（漁業） 「釣」「地引網」「潮干狩」
 - （第2次（生産） 「造船所」「臨海工場」
 - （第3次（運輸） 「クルーズ船」「フェリー」「架橋」
- ・いわゆるニューツーリズム
 - （スポーツ観光（マリンスポーツ）
 - （エコツーリズム（海浜の自然、ホエールウォッチング等）
 - （ヘルスツーリズム（海洋性気候）

- ・様々なテーマ別観光の接点



3. 神戸の「観光」と課題

- ・マルチ観光地 [景観、自然、歴史文化観光] (神戸の景観と文化)
[産業観光] 近代工場、伝統産業
[都市観光] (まちなみ、みなとまち観光)
(ポートアイランド、港湾、空港)
- ・課題 観光資源ネットワークの構築
港湾都市 (内外) 連携観光
情報の発信 (ショウウィンドウの欠落) の重要性
観光を念頭に新しいまちづくり

—神戸を国際文化交流都市に—