

心の輸出・観光立国

「己には厳しく他人には思いやりの心」の再生

10-12-8 玉木

1. 観光産業の拡大

(1) 観光産業強化の必要性

今わが国民は世界第2の繁栄を誇った時代の価値観と誇りを捨てきれないまま、大きなうねりとなって押し寄せる新しい時代の波を前に立ち尽くし、なすべき術を見失ったかにみえる。

そのような状況の中で惹かれるように“威厳ある孤立”に身を寄せ、存在感を薄めている日本の成り行きを世界は醒めた目で見詰めている。

原料を持つ国が、人件費の安い国が、市場を持つ国が、次々と台頭する多極化世界の中で、これまで富の流れを主導してきた“技術”が脇役になり、存立基盤を失った国内の製造業は海外に活路を求め、これ迄国民生活を支える糧として護ってきた最先端の技術さえも今は海外売却の対象となって、国内には失業者が溢れる事態になってきた。

この様な国際環境にあって国内では、飛行機の飛ばない飛行場の建設や経済性を忘れた農業の温存に固執した FTA 締結阻止政策など、費用対効果や持続的発展の視点を無視した自己中心的な施策を長期に続けた結果としてわが国の富は底をつき、これからは更に少子高齢化の社会負担がそれに加わってくる。

この様な状況の中で、これからもわが国民が引き続き豊かな生活を維持していくためには、勿論「足るを知る」という価値観の浸透も重要な課題になるが、わが国の持つ固有の強みを生かした新しい産業の創出も不可欠で、その有力候補の1つが「他人を思いやる心」を原点として外国人観光客を招致する観光産業であろうと考える。

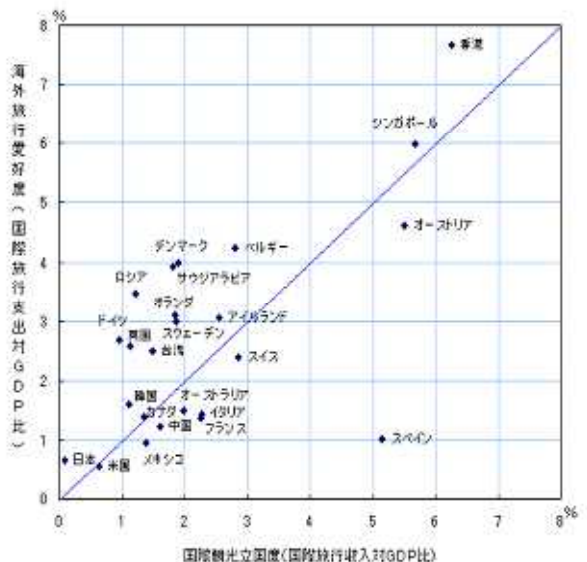
わが国が直面する雇用不安を解消して外貨獲得を図り、更には近年わが国の喫緊の急務になった「他人を思いやる伝統的美徳」の復活を期す一石三鳥の効果を求めるものである。

以下はこの様な目的で、多くの観光資源を持つわが国が国内に住む多くの人材を最大限に活用しながら、豊かな生活を維持するために必要な原資を、外国人観光客を積極的に招致することによって確保していく意義と方策を模索したものである。

(2) 観光産業の現状

現在の日本は世界有数の観光赤字国であり、国内旅行の消費総額(23.5兆円)でも、その中で外国人が占める割合は5%程度と世界で30番目、アジア

海外旅行収支の国際比較(2002年)



(注) 米ドルベースの国際旅行収支(国際観光機関データが原資料)、GDPから算出
(資料) 国際旅行収支は観光白書、GDPは世銀WDI(台湾は政府公表値)

諸国の中でも7番目という極めて低い位置に甘んじている。

また「国際旅行収支」*についても日本は英国、ドイツに次ぐワースト3位の184億ドルの大巾赤字国で、それは344億ドルの観光収入を稼ぐ世界第1位のスペインや自国の人口(6300万人)を上回る8000万人の海外旅行者を受け入れ151億ドルを稼ぐ世界第2位のフランスはおろか、50億ドル以上の外貨を稼ぐイタリアや米国、中国、タイ、マレーシアなどと比べても大きく見劣りがする。

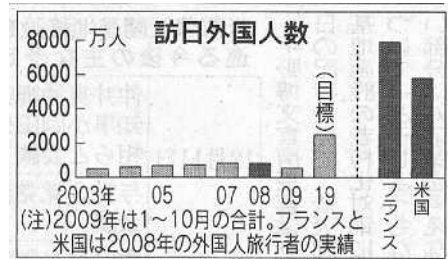
この様に各国では、観光事業を貴重な外貨を稼ぐ重要「輸出産業」として振興しており、将来的には中国やインドなど新興国からの旅行者も大幅に増えることが予想されることから、わが国でも早期に観光産業を育成していくことが求められる。

そのため2007年、政府は1963年に制定された観光基本法を全面改正して観光立国推進基本法を施行し、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人、将来的には日本人の海外旅行者数と同程度にまで増やすとして推進を始め、その後1,000万人達成の目標は2011年に変更されたが、現在に至っている。

なおこの計画は、独立行政法人国際観光振興機構によりビジット・ジャパン・キャンペーンと銘打って、中国人向け個人観光ビザの発行条件緩和や「YOKOSO! JAPAN」をスローガンに日本の魅力の広報など集客拡大が図られているが、今なお一段の努力が必要な状況にある。

*「国際旅行収支」:

国際旅行収入(外国人が日本で使う金額)から、
同支出(自国民が海外旅行で使う金額)を差し引いた金額



2. 外国人観光客の招致

(1) 外国人を訪日に駆り立てる日本の魅力

日本を訪れた外国人観光客は、まず物価の高さに驚き、次に「優れた工業技術」、「親切と礼儀正しさ」、「地下鉄など公共インフラの充実」、「地下鉄やバスの運行時間の正確さ」、「日本流の接客術」、「もてなしの心」などに注目するという。

そしてそれらの観光客が抱く日本への期待は、観光庁の調査によると日本文化との遭遇が90%強、日本の生活様式体験が80%弱であり、東京都の調査では東京の街に対する興味は新宿、銀座、渋谷の順だという。

飛騨高山といえば日本人は白川郷の合掌造りや奥飛騨温泉郷を思い浮かべるが、外国人を魅了するのは江戸時代から栄えた商人町の「よすが」を今に残す当時の町並みや軒下を流れる用水路、造り酒屋の軒に下がる杉葉玉の「酒ばやし」、寺、更には墓地までもが興味の対象となる。

長野県地獄谷の猿の入浴見物や、高野山宿坊での体験コースなども外国人観光客には中々の人気で、開館15周年を迎えた宝塚市の手塚治虫記念館は外国人旅行者の観光スポッ

外国人が見た日本

日本の印象は？	
1位	物価が高い 23人
2位	優れた工業技術 22人
	親切で礼儀正しい 22人
4位	経済大国でお金持ち 18人
5位	地下鉄など整ったインフラ 17人
日本で関心があるのは？	
1位	すしや天ぷらなどの日本食 18人
2位	富士山などの自然 16人
3位	皇居や東京タワーなど 13人
4位	車や電化製品など工業製品 12人
	衣料品や宝飾品 12人

(注)調査対象は米中韓など8カ国の30人、複数回答

トとして注目を集め、特にアジアからのツアーが増え客全体の約3%を占めているという。

和歌山県の田辺市には世界遺産に登録された熊野古道や熊野本宮大社などが点在するが、そこでは日本人が1、2時間程度しか歩かない古道を大勢の欧米人観光客が古い歴史の中に静まる深い自然に身を浸しながら心身の安らぎを得ようと3、4日をかけて本格的に歩く。



宿舎については日本文化体験派は、豪華に泊まるというよりも自然や伝統的な日本の生活に触れるために長期滞在を希望したり、日本式の旅館で畳に布団を敷いて寝ることを願い、路地裏に古い日本旅館を見つけて泊まったりすることに興味を示す一方、「現代」の日本文化に興味を示す若者達は、宿代を節約してコスプレやマンガ、屋台での立ち食いなどに資金を回そうとする。

このように外国人観光客の好みは、当然のことながら顧客の年齢層や経済事情等によって変わるので、招致計画の立案は彼等の目線で捉えた地域の“日本らしさ”を自覚することが原点となり、顧客層の好みを見定め明確な戦略を立てて展開していくが必要になる。

そのために“日本らしさ”の提供では、それを短絡的に単に表面的な日本の伝統文化と理解して、京都や奈良に対応を一任するのではなく、その対象には「現代日本」に触れる大都市観光やショッピングがあり、料理では日本オリジナルの焼きそば等も含んで、幅広い視野で「他人を思いやる日本古来の美德」を披歴し、もてなしていくことが肝要であることを示している。

(2) 求められる基礎体力

この様に外国人観光客の招致計画では、華美で独り善がりの町並み作りや古来の名所旧跡一辺倒の紹介ではなく、異文化体験を願う外国人の興味を外国人の目線で捉えた上に、長い歴史の中で培われた日本人の心のありのままを重ねて、おもてなしのあり方を立案することが大切になる。

そのため観光事業を成功させるためには、わが国は観光資源を豊富に持つ国ではあるが、それだけに頼るのではなく次の様な運営上の基礎体力を身につけるが必要になる。

外国人に訪日への興味と強い期待を抱かせるだけの情報の提供

訪問地の魅力を顧客に伝える強力で持続的な情報発信力

顧客の好みに整合させる受入れ側の体制や企画・対応力

提供する文化が顧客の心に感銘として残るシナリオやストーリー作り

「もてなしの心」や「親切、礼儀正しさ」が自然体で表出される受入れ環境の醸成
外国人を恐れず、多くの地元民が少なくとも日本語でも話が出来ること

そしてこれらの基礎体力の中で最も重要な課題は、言葉の問題と外国人から“親切で礼儀正しい”と賞賛されつつも今や消え入りそうな状態にある“日本人の心の文化”の確保であり、それには外国人観光客との接点に立つ人達はもとより、広く国民全体が自覚し充実に努めなければ全国的な観光立国は成就出来ない。

特に日本人は外国人とのコミュニケーションが不得意で、そこでは通訳案内士などプロの観

光ガイドに頼ることも出来ようが、長期的には矢張り地元民の誰もが外国人に対して気後れすることなく、自然体でしかも日本人の美德である“親切で礼儀正しい”姿勢をもって真剣に接することが重要であり鍵となるように思われる。

道を聞かれることもあろうし、不意の用件で手助けを求められることがあるかも知れない。

人は困った時に遭遇した親切程身に沁みるものであり、その様な偶発的な対応は地元の人達の臨機の力に頼るしかなく、その時の無欲の温かい心遣いや親身の対応が最大のスキンシップになるからである。

世界では英語の他にも中国語、スペイン語など多くの言葉が使われているため、その中で扱う互いを理解し合うための努力は当然のことで、そこでは自然に真剣に理解し合おうとする世界が生まれ、「思いやりの心」さえあれば言葉が喋れなくても必ず意思是疎通するからである。

(3) 日本文化の復活

「観光立国」の問題は、直接的には“世界の工場”であった嘗ての立場を後続の各国に譲った日本が、巷に溢れる失業者を救い観光で収益を上げていくための対策であるが、更には郷土愛を高め、文化的にも精神的にも充実した理想社会の有り様を世界に先駆けて示していく国を挙げての活動であるという意味を持つことも忘れてはならない。

「先生を尊敬しているか」との問に「はい」と答える青少年が 80%以上の韓国、米国、EU に対し日本は 21%、世界平均で 83%の「親を尊敬するか」との問には 25%しか「はい」と答えない日本(出典:産経新聞 2010/03/22 正論)、“ばい捨て”など“見付からなければ何でもあり”の利己主義や他責主義、甘えが蔓延する現在の日本社会の改善・改革活動が不可欠である。

それは今の日本人が見失いかけている自己に厳しく他に優しい日本古来の謙虚な心やもてなしの心、親切や礼儀正しさなど、心豊かに生きる上で不可欠の価値観や感性などを呼び戻し、これからの人生を満ち足りて過ごすことが出来る「まほろば」の世界を復活させる活動でもある。

前項で述べた海外からの観光客がお土産として持ち帰る“心に残る日本の文化”とは、この様な「まほろば」の世界の体感であり、そこで得たたおやかで心豊かな生き方に対する共感が更なる観光産業の発展を招来し、それがこれからの日本が目指す新たな世界の座であろうかと思われる。

それは世界の各地で発生する諍いやテロの恐怖、軍事衝突などを、この世から無くしていくために必要な大切な知恵を世界に先駆けて範として示していく観光立国の姿であり、その実現は偏に国民全体がこの世界に誇る日本古来の文化をこの国に復活させていくことに一致して努力しうるか否かにかかっている。

やまとは 国のまほろば たたなづく 青垣 山こもれる やまとしうるはし

3. 具体的な事例が示す知恵

(1) 国内の招致事例

信州白馬村で発行している英語と日本語の観光ガイドブックには、イラストと英文で「湯船に

入る前に体を洗う」などと温泉の入り方や、浴衣の着方など、外国人観光客の身になって種々の情報が掲載されており、飛騨高山では、外国人が1人で歩ける町を目指して市のホームページ等を英語、中国語、フランス語など、5カ国の外国語で用意している。

米沢市では「愛のおもてなし講座」と題して、地方の温泉旅館や旅行会社などの観光関係者が外国出身の県国際交流員を講師に招き、中国や台湾の文化、語学、観光客の興味などの実戦的な情報を、時宜に即して紹介し学習している。

岡山県笠岡市の沖合に浮かぶ、外国人観光客に人気の白石島は、そこに移住してきた外国人女性の海外への積極的な紹介に負うところが大きく、その労は多とされるが、他方ではこの様な一部の人達の努力に頼るだけの展開には持続性の点で一抔の不安が残る。

岡山県は格安の宿泊施設の設置など、外国人観光客との交流促進に熱心な土地であるが、この様な活動を長続きさせ発展させていくためには、自治体のみでなく地域住民を含めた活動にすることが必要で、その為には域内外でのコミュニケーションの活発化や近隣の観光資源との総合的な連携、アクセス対応など、顧客のニーズに合わせたプランを立案し積極的に情報発信をしていくことが重要のように思われる。

また岡山県の吉備地方は、桃太郎伝説で有名な古代吉備王国の地で、そこには数多くの歴史を秘めた遺跡や古墳群、「温羅」退治にまつわる古社が残り、近世に下っても秀吉の水攻めで有名な高松城や江戸中期の遺構が残る足守藩の武家屋敷、雪舟が涙で描いた鼠で有名な宝福寺などの観光資源が数多く存在する。

そ様な史跡の地で古今集に



八大龍王の整備

まがねふく 吉備の中山帯にせる 細谷川の音のさやけさ

と詠われた吉備の中山では、「吉備の中山を守る会」というNPOグループが、人々の記憶から永らく忘れ去られて、整備されないまま放置され草木に埋もれていた山中を整備し、今では訪問者の道案内をボランティアで買って出て地域の発展に尽くしている。

これらは全国に数多ある観光客の招致活動の1例であるが、この様な例から言えることは、この様な招致活動が継続的に展開されていくためには

- ・ 行政と地域住民が一体となった協力体制の確立
- ・ 目的達成に向けての強い意志とリーダーシップ

が必要で、その様な基盤に立って地域住民が一体となり“もてなしのあり方”や“伝統文化を共有”するための学習などを進めていくことが求められる。

そしてその時の原動力になるのが、その活動によって地域に齎される経済的な効果や生活環境の改善などに対する全住民の合意であり、そのために観光事業の推進では事業の成り立ちや利益、負担を事前にしっかり企画することが重要になる。

(2) 海外の事例

次は諸外国で行われている多くの観光事業の中から、資源が乏しいところは乏しいなりに経

済効果の創出に様々な工夫を凝らし、運営を確実なものにするために地域住民とのコミュニケーションを活性化するなどに努めている1例を、観光事業を企画し運営している人達への参考情報として紹介したものである。

a. フランスの花の街並みづくり運動

フランスにおける花の街並みづくり運動は有名である。

31年前フランス観光省の呼びかけで600の市町村が参加して始められたこの運動は、1972年には7000の自治体が半官半民の「フランスを花で飾ろう委員会」の下に参加する運動になり、今では全国の25%にあたる8000もの自治体に参加する一大運動となっている。

その基本理念は、

(a) フランスをもってヨーロッパの花の庭にする

(b) 花でお客様に最大の歓迎をする

というもので、運動に参加する街の中には観光地の魅力付けとしての効果を狙うところもあるようだが、生活環境や経済面に及ぼす効果は非常に大きく、例えば花卉の栽培業や造園業などでは大きな雇用を生み出す結果になっている。

この例は行政主導型で推進されているが、それでもこの運動は街の人々のコミュニケーションや街と街との相互交流、街自体の活性化に大きな役割を果たし、それが周辺諸国にも波及して今では“花の街並みづくりの国際フラワーコンクール”が開かれるまでになっている。

形は異なるがわが国の「もてなしの心」の一つの類型パターンであることは言うまでもない。



b. アブシンベル神殿

3300年前に建設されたエジプトのアブシンベル神殿は、ダム建設による水没の危機から移設により救済され、この時の国際的な救済活動が世界遺産創設のきっかけとなったことで有名な遺跡である。

この遺跡の観光は、巨大な神殿の存在感や、年に2回神殿の奥にまで太陽の光が届くというトリック性などの話題に支えられて人気が高いが、更に感心させられるのは遺跡の魅力を昼と夜、朝の3回に分けて紹介することにより、1つの遺跡を3倍に増やして活用している工夫である。



夜は満天の星空の下で神殿の岩山をスクリーンに見立て、プロジェクターでラムセス 世の治世の巨大な映像を映し出して紹介し、朝にはアスワンハイダムの対岸から顔を出す朝日の中で見る見る金色に輝きを増すラムセス 世の、3千年もの間同じ姿で東の空を凝視し続ける巨像を見せ付けて来訪者に感動を誘う。

話題が少ないなら少ないなりに、灼熱の暑さが観光客を悩ますならばそれをかわす対策を考えて、最大限に活用している観光地の姿である。

4. 観光立国へ至る要諦

観光事業で外貨収入を図るには、訪れる外国人観光客がわが国に何を求め、何を体験したいと望んでいるかを来日する外国人観光客の目線に立って理解し、求めるところを用意いくことが肝要となる。

そしてそれは将に、古より我が国が受け継いできた日本文化そのものを「売り」にする事業であり、その実現には広く国民全員が「他人を思いやる心」の重要性を再確認し、復活に向けて国民的なコンセンサスを以て努力を続けていくことが求められてくる。

大陸から隔絶された島国の限られた農地に貼り付くようにして生きてきた大和民族は、聖徳太子以来の「和を以て貴しとなす」という根本理念を儒教、武士道の思想で裏打ちした“厳しく己を律し争いごとを避ける宥和の精神”を生活の糧として生きてきた誇り高い民族である。

日露戦争後までは何にも増して大切なものとして育んできた世界に誇る“己を厳しく律し他人には優しく”というこの日本人の信条は、太平洋戦争の敗戦とともに無残にも衰退し、今や殆ど破局とも言える状態にまで衰微し切ってしまった。

“自己には甘く他人には厳しい”利己主義や他責主義、甘えの姿勢の蔓延である。

それは太平洋戦争を主導した軍部や為政者、加担者に対する猛省を平和憲法という観念的対策だけで糊塗すると共に、敗戦と同時に流入した自由思想や他責主義を追い風に曖昧化し、それ迄の“日本人の糧”を風化させた結果であり、その曖昧化の姿勢が教育現場の荒廃をも黙認し判断軸の喪失まで招いてしまったことにある。

ここで“己に厳しく他には思いやりの心”をという意味は、ただ従順に相手の意に従うということではなく、各自が事の是非を充分に弁え、深く相手を理解し、心を込めて説明し納得を取り付けていく真摯な姿勢のことであり、その為には自らの意見をしっかりと持ち、その意見に自らが責任を負うという行動規範を持つことが不可欠の前提になる。

世の中では丸腰で持論が通せる場合ばかりでないことも自明で、最近我が国でも近隣諸国と摩擦が生じていて、場合によっては軍備増強の要求も高まってこようが、それに対する国民の合意形成を容易にする為にも“己には厳しく他には思いやりの心を”という日本人の根幹認識の熟成を促す対策が急務となっている。

それが軍備強化に対し国民の合意形成を容易にする為の条件であると同時に、近隣諸国が安心感をもって我が国の対応に賛同してくれる必要条件でもあろうと思われるからである。

諸種の努力にも拘わらず理解が得られず、ギリギリの最後には「伝家の宝刀」を抜く時もあるが、その時はその決心を世界が大義として認めた時 - “己に厳しく他に優しい日本古来の思いやりの心”に裏打ちされた判断であると世界が信頼を寄せた時であり、国々のエゴを足して2で割るような国連の運営に追随するだけの様な対応に倣うことを意味していない。

その活動の要諦が“己に厳しく他を優しく思いやる”という大和心の復活である。

以上

本稿の無断複製・転載を禁じます