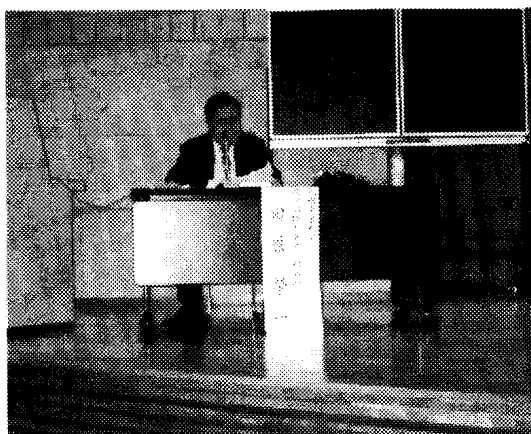


## 「九州観光の再生と将来」

田原：ただいまご紹介いただきました田原でございます。よろしくお願いいたします。

近年、21世紀のリーディング産業と目されております観光についての関心が急速に高まっておりまして、政府もグローバル観光戦略という形で観光立



国による地域の活性化が非常に注目されるようになってまいりました。

また、九州運輸局ではビジットジャパンキャンペーンの九州版としての外国人観光客増加への取り組みがみられますし、その他行政面におきましては、九州地方観光連盟協議会、あるいは九州ブロック広域観光振興事業推進会議などの活動がみられます。民間レベルでは、九州・山口経済連合会の九州観光誘致促進協議会、九州経済同友会の観光戦略委員会など、様々な組織による広域的な九州観光の浮揚についての取り組みがみられます。

また、来年の3月には新八代と鹿児島中央間に待望の新幹線が開業し、南九州を中心に九州の観光地図も大きく変わろうと期待されております。さらに、歴史的、地理的、文化的にも密接な関係があり、九州に来訪している外国人観光客の約9割を占めておりますアジアからの観光客の増加への取り組みも大きな課題となっております。

ご承知の通り、観光は他の産業と異なり極めて裾野が広く、自然・人文資源、あるいは観光施設の整備はもちろん、地域住民の生活文化や地域産業、伝統文化、交流など、いわば総合性、連帯性、補完性、競合性、広域

性、国際性などを持っており、様々な視点から問題点の抽出と解決への議論が要請されています。

そこで、本日のパネルディスカッションでは、九州の観光問題に造詣の深い4名のパネリストから、これからの九州観光発展への期待を込めましてご発言をいただき、また、フロアの皆さん方からも活発なご意見や質疑応答を通じまして、テーマであります「九州観光の再生と将来」について実り多いシンポジウムにしたいと思っておりますので、よろしくご協力をお願い申し上げます。

それでは本日のパネリストの方々をご紹介します。皆様方から左側からご紹介しますが、九州運輸局企画振興部長の石崎仁志さんでございます。次が長崎国際大学人間社会学部国際観光学科教授の片岡 力さんです。続きまして、財団法人九州経済調査会調査研究部次長の田代雅彦さんです。最後になりましたが、株式会社由布院「玉の湯」代表取締役社長の桑野和泉さんです。

各パネリストの略歴その他につきましては時間の関係上、省略させていただきます。これからのシンポジウムの進め方についてご説明申し上げます。まず、最初に、皆さん方のパンフレットに発言の要旨ということで各パネリストに書いていただいておりますが、これを中心にご発言いただいて、それが済みましたら各パネリストから補充の報告とか、あるいはパネリスト同士の意見交換などを行い、その後、フロアの皆さん方から活発なご意見や質疑応答をしていただきます。

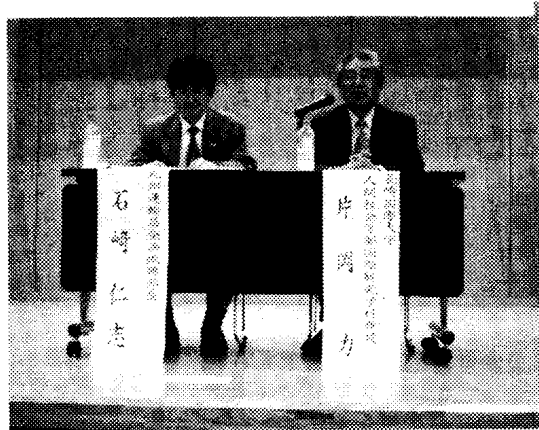
それが済みますと、本日のテーマであります「九州観光の再生と将来」につきまして、各パネリストからごく簡単に提言をお願いしたいと思います。

そして、皆さん方からご意見を承りまして、最後に今日のシンポジウム

をまとめさせていただきます。定刻の5時には終わりたいと思っておりますので、ご協力をお願いします。

それでは最初に、石崎さんからお願いします。

石崎：ご紹介いただきました石崎でございます。本日はこういう場で発言をさせていただく機会をいただきまして、本当にありがとうございます。普段の職場の雰囲気と全然違うものですから、楽しみながらお話をさせていただければと思っております。



私の方からは、お手元にお配りしておりますリーフレットに書いてございますように、国の動き全般と、それから九州におきます対応状況について行政の立場、特に国の立場からどういうことをやっているかということをご説明したいと思っております。

観光学科の生徒さんが多いということで、観光振興の意義は説明するまでもないと思っておりますが、我々が国を挙げて観光振興を一生懸命やろうということで、再度、意義づけから皆さんに説明してご理解をいただいているという状況でございます。

観光振興には、当然ながら経済の活性化という観点、あるいは美しい日本、魅力ある日本を形成しよう、あるいは地域の活性化につなげようといったようなことで進めておりますし、先程、原先生からもお話がありました、「観光は平和のパスポート」ということで国際的な相互理解の増進といろんな意義があるだろうということでございまして、観光政策は我が国の政策の大きな柱になるのではないかということで、国をあげて懸命に観光

振興に取り組んでいるということでございます。

特に最近、いろいろなところで観光ということが言われますけれども、経済活性化の起爆剤として最近取り上げられているところも多くございまして、ここ十数年、あまり経済的に伸びがないということで、ここは観光にかけてみようではないかという思いが皆さんありまして、経済活性化の起爆剤として取り上げられている面も非常に強うございます。

観光産業の範囲というのは非常に広いということございまして、従来、観光業と言えば旅行業でありますとか、運輸業でありますとか宿泊サービスといった範囲に狭く解される場合が多かったわけですが、それだけではなくて、お土産ですとか広告ですとか写真、農林水産業とか、ある種の製造業といった範囲まで、広くツーリズムに関連する産業はあるだろうということで、こういう裾野の広い産業であれば生産ですとか雇用への波及効果というのは非常に高いということで、政策の柱として位置づけられているわけでございます。

ある試算でございますけれども、九州の旅行産業の九州経済の貢献ということではじいたのがございまして、旅行の総消費額が約2.1兆円ということでして、九州経済への貢献割合としては5%程度でございます。直接の雇用創出効果としては18万人程度ということで、これが九州経済には3.4%ほど寄与しております。

さらに誘発分を含む雇用効果でいけば42万人ということで、7.8%程度ということでございまして、産業として経済に与える影響が非常に大きいだろうと考えている次第でございます。

産業そのものとして経済的な効果が大きいということだけではなくて、いろんな意義があるということございまして、最近はそういうところに非常に力点が置かれた説明をされているということでございます。

政府におきましては、我が国を世界に開かれた観光大国にしようということで、国を挙げて観光振興に取り組んでおりまして、小泉内閣では石原国土交通大臣が初めて観光立国担当大臣に指名されております。

一方で九州の観光でございますけれども、私どもは文化的にも歴史的にも、あるいは自然としても観光資源が非常に豊かであろうと考えておりますし、これから経済的に発展著しい地域だと考えられるアジア地域とたいへんに近い、歴史的にも経済的にも非常に隣接しているということで、九州の一層の活性化のために観光は非常に重要な要素ではないかと考えております。

それで九州運輸局としては何を考えているかということでございますが、国内、海外から観光客を呼んでくるというときに、やはり九州の各地域をバラバラに宣伝するというのではなくて、九州を1つのマーケットだと印象づけて売り込んでいくということが重要ではないかと最近はおっしゃっておりまして、九州が一体となりました観光戦略、それから観光推進体制といったものが必要ではないかと感じております。

先程、コーディネイターの田原先生からいろんな団体がありますというご紹介がありましたが、いろんな団体が本当にバラバラとありまして、いろんなところがいろんなことをやっているということでございます。知事会とか九州経済界の動きとして、最近、観光を重要視しようという動きがございまして、新聞報道などもされておりますが、戦略会議を作ったり、そこで九州の戦略を立てようという動きに着手されているようでございます。自治体の活動から九州全体の活動として一生懸命にやっという動きになりつつあると私どもも理解しております。九州運輸局もそれをバックアップしていこうということでございます。

具体的な取り組みとして何をしているかということでございますが、そ

ここに「グローバル観光戦略と九州におけるビジットジャパンキャンペーン」と書いてございます。とにかく外国のお客様に日本に来ていただくという取り組みを国をあげてやっております。日本から海外へは1,600万人程度が行かれています。海外から日本には500万人程度ということで、日本人海外旅行者数の3分の1ぐらいしか日本に来ていないというようなアンバランスがございまして。これをなるべく同じぐらいにしようじゃないかということで、ビジットジャパンキャンペーンというキャンペーンを展開しているということでございます。

具体的には、韓国、米国、中国、香港、台湾という5重点市場を設けまして、そこに対して日本を一所懸命売り込もうという戦略をやっております。九州地域においても九州を売り込むキャンペーンをいくつかやっております。

本年度は教育関係者のモニターツアーなどをやったり、広州の国際旅游博覧会に九州全体としてブースを出展するというようなことをやっております。とにかく日本あるいは九州を海外に売り込もうということをして今やっているという状況でございます。

時間の関係もございまして、ざっと説明をさせていただいて、後ほど時間がございましたら詳細をご説明したいと思います。

**田原：**どうもありがとうございました。石崎さんからは行政の立場から、観光の持つ意義や九州経済に及ぼす効果、あるいは現在取り組まれている状況についてのご発言がございました。

続きまして、片岡さん、お願いします。

**片岡：**片岡です。私は長崎国際大学、ハウステンボスのすぐ側にある2000

年開設の新しい大学ですが、ここに国際観光学科がございます。そこで学生と一緒に勉強しているというところがございます。

皆さんニュースでご存知の通り、ハウステンボスが一変しましたので、そのときに1つ感じましたのは、今までですとテーマパークが倒産するというのはたくさん日本全国であったのですけれども、ハウステンボスが昨年2月に会社更生法を申請後、これだけ長崎の佐世保市だけではなくて、長崎県あるいは九州の関係する人たちが応援してくれた。特にマスコミが、マスコミはだいたいこういうものには批判的なんですけれども、非常に応援してくれたということで、そのときに九州観光は、先程原先生が「九州は1つか、1つ1つか」という話をされましたけれども、この時は九州の1つなんだなというのをつくづく感じた当事者の1人でございます。

ハウステンボスがこれからどうなるのか、一応の方向が出ましたのでそのまま閉鎖ということはなくなりましたが、非常に関心が持たれるところでございます。特にJRさんも力を入れていただいたり、いろいろと長崎に福岡都市圏の商店街の人がハウステンボス頑張れということで来てくれたり、私は現場近くにいるもんですから、そういういろんなキャンペーンだとか大会とかで実際に来られるのを見て、九州というのはこういう時には1つになるんだなと言うのをつくづく感じたのでございます。

そういうことで九州の観光の再生ということが大きなテーマですけれども、九州観光、確かに九州は何でもあるんですね。テーマパークも他の地方よりもたくさんあるし、温泉も別府をはじめ、いろんなところに温泉があります。歴史文化も特異な大陸との関係で面白い文化もあるし、自然も豊富だし、魚もおいしい。

しかし、外国人は「九州」と言われたときに「イメージするものがない」と、ある韓国からの留学生に言われまして、確かにそうだと。北海道です

と、最近ではラーメンだとか雪の北海道だとか、東北は歴史とか文化とか日本の田舎の原点が東北には残っているとかが、いろいろ地方にあるのですが、九州と言われますと何でもあります。古いものもあるし、新しいものもあるし、そういう意味ではなかなかイメージしにくいというのがあるのではないかということがあります。

これを1つにイメージを統一するのはなかなか難しいわけですがけれども、しかし、そろそろ世界の観光も、隣の県や隣の町と競争するのではなくて、アジアとヨーロッパとか、アジアとアメリカとか、そういう単位で考えていきますと、九州がますます1つのイメージを形成するのが大事な時にきたのではないかと考えております。

九州の特徴をあげると、大陸との文化あるいは朝鮮半島との文化、こういう海洋を挟んだ、特に福岡県は玄関口として役割を果たしておりますけれども、もし福岡県が教養学部だとすれば、専門学部が鹿児島にあたり宮崎にあたり、大分や長崎にあたり、そういうことがあるものですから、1つの起点としてここを玄関口にしながら、そしてそれぞれ自分の好きなどころに行ってもらう、こういう窓口になるのではないかと私は普段考えております。

もう1つは、たまたま私はこの9月に学生と一緒に韓国に旅行しまして、今、日本のテレビでもNHKなどが取り上げております韓国の美しいリゾート、「冬のソナタ」のバックグラウンドになっている、そこに行ってきました。あそこはスキーリゾートですがけれども、この夏に行ってもお客さんがいっぱいなんですね。家族連れで来たり、研修で来たり、日本からもスポーツ合宿で来ておりました。しかし今の日本のテーマパークとかりゾートに行きますと閑散としております。この違いは何だろうか。同じように経済的な破たんが2つの国ともありましたけれども、復興が韓国の方



が早いように感じてきました。

そして1番印象に残ったのは、韓国の民族村、韓国の田舎らしさです。都市はほとんど東京や大阪と一緒にできてきていますので、そういう韓国らしいものを探しに行ってきたんですね。それと同じように、外国の人は高いビルを見るとか上るとかというのではなくて、日本らしさ、九州らしさを探しているのではないだろうか。それはいったい何なのだろうか。これを解きほぐしていくと、九州のイメージ形成とつながるのではないか。

その1つには、私が勝手に思っているのですけれども、これからは陶器、有田焼とか薩摩焼であるとか、各地に九州には陶器、工房の産地があるわけです。実はこれは歴史的に非常に韓国とつながっています。秀吉時代から連れてこられて、そして地場産業になる。しかも今は観光資源にまでなっているということで、私は九州では陶器にまつわる歴史とか文化とか、陶器文化を解きほぐしていくのも海外から来てくれる観光客を誘致する1つの大きな素材になるのではないかと考えています。

もう1つは、キリシタンです。私も長崎ですから、つい先月も東京から45人の巡礼団を週末に案内しました。特に平戸の隠れキリシタンです。今、平戸に教会が9つあるんです。あの小さな島のわずか3万か4万くらいの人口に9つも教会があって、教会を通じて観光を考えていこうということで、教会の神父さん方も地域振興のメンバーに入って一緒に、教会を観光とつなげていこうということで取り組んでおります。JRさんの協力も得て、「キリシタン紀行」という形で教会巡りをする。

ただ、教会巡りで教会の美しさだけを出しても意味がないものですから、直接神父さんの話を聞いたり、あるいは教会の歴史の背景をみんなで探索したり、そういうことが非常に成功しているということです。これはまた海外、特に韓国のお客さんを呼ぶのにあった市場、そういう方向になって

いるのではないかということが1つあります。

もう1つは、太宰府に国立歴史博物館ができます。これは単なる博物館かもしれませんが、私にとりましては観光資源の目玉になるのではないかと。つまり大陸文化を理解するには本で読むのではなくて、目で見て、体験して、博物館を楽しむという意味では、九州を紹介する大きな観光資源があそこに詰まるのではないかなということを期待しております。そういうことで大陸文化と九州を考えると1つの大きなイメージするテーマが出てくるのではないかということです。

時間が来ましたので、とりあえずこのへんで。

**田原：**どうもありがとうございました。

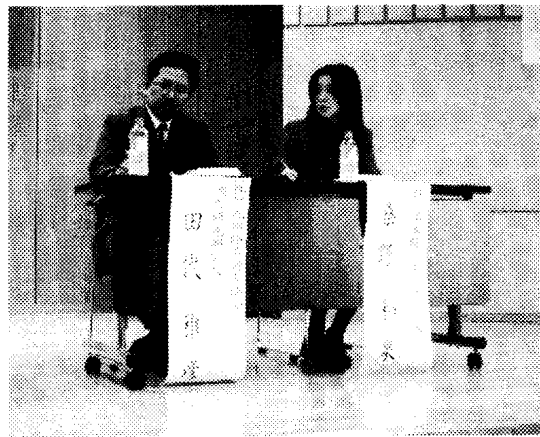
片岡さんは、長崎県を中心に九州各地の観光調査や各種委員会などで大変活躍しておられる方のございまして、ただいまのご発言はハウステンボスについてのお話から始まりまして、九州は北海道と比べてイメージが弱い。そのためには韓国の例を引かれながら、日本らしさ、九州らしさを作り出すことが重要であるということ。それから国際観光に関しましては、陶器の文化の重要性とかキリシタン文化について触れられまして、最後に太宰府の国立歴史博物館を例に引かれながら、大陸文化との交流ということに注目すれば九州独自の観光のイメージが描けるのではないかという発言だったと思います。

それでは続きまして、田代さん、お願いします。

**田代：**九州経済調査協会、略して九経調の田代と申します。私ども九経調は、九州・沖縄・山口をエリアとして産業経済動向を調査するシンクタンクでございます。例えば九州経済の動向とか、自動車産業や半導体産業が

どうなっているかとか、あるいは地域社会の将来計画、たとえば市町村合併後に将来どういう町をつくるべきかとか、そういうことを調査研究している地域シンクタンクです。

毎年1度、「九州経済白書」という名前で、その年々のトピックス的な話題を自主研究として調査分析しているのですが、今年の九州経済白書は、「新しい観光・集客戦略」というテーマで出しました。私どもは特に観光の専門家というわけではないのですけれども、観光について九州一円で調べてみたわけです。観光産業学科の学生さんは、すでに皆さん、この白書をお持ちでいらっしゃると思いますけれども、もしお持ちでない方は九経調に連絡していただければと思います。



それで、九州経済調査協会でなぜ観光・集客というテーマを取り上げたかと言いますと、石崎先生が言われたように経済活性化という面で非常にクローズアップされているということがありますし、もう1つ地域社会の活性化という面でも注目されています。今後、日本の人口はだんだん減少していきます。特に田舎の方にまいますと、昔は何とかして定住人口を増やそうとしていましたが、それはもう無理だ。地域を活性化させるためには交流人口、外部から人に来てもらって活性化するしかないと考えられるようになりました。このように経済の活性化と、地域の活性化という2つの大きな側面がありまして、それで今、観光が非常にブームになっております。

実際に、高速道路もどんどんできてきましたし、九州は高速バスもかなり発達しています。JRも頑張っておりますし、来年には九州新幹線が部分

開業し、博多から鹿児島まで2時間10分で行けるようになります。鉄道開通の頃は8時間以上かかっていたのが約2時間ですから、本当に近くなったわけです。そういう中であって、人々の動きは実際に活発になっています。旅行なり仕事なり、何の目的でも人の動きというのが活発になってきているわけです。

このように、自治体や企業など地域社会が観光を頑張ろうと言っている。また一方で、人の動きが活発になってくると、観光業に携わっている人は、人がいっぱい来て大儲けじゃないか、観光産業学科の皆さんの就職先だっっていっぱいあってもいいはずじゃないかと思われるかもしれませんが、実際に観光産業は非常に厳しいわけです。なぜそんなに厳しいのかということが問題になるわけです。

それでいろいろと九州の観光について分析をしてみました。すると、大きく3つの問題がありました。1つは来る人の中身です。九州では、観光客の頭数は増えているのですけれども、それは日帰り客が増えているのであって、お金をいっぱい落とす宿泊客は横ばいからちょっと減り気味です。さらに、その宿泊客を県別に見てみますと、福岡県だけが伸びていて、他の県は横ばいか減り気味という状況にあるわけです。しかも、この不景気で一人一人がお金を落とさなくなっていますから、トータルとして地域にはなかなかお金が落ちない。そういう大きな経済事情が1点目としてあるわけです。

2点目の理由として、有名観光地がここ20年くらいで大きく変わってきたというのがあります。20年前には年間に1,000万人集める観光地は九州では1カ所しかありませんでした。それは別府です。20年ほど前は、別府のほか国立公園など風景のきれいなところとか、あるいは鹿児島とか熊本、長崎みたいないわゆる観光都市と呼ばれていたところに行く観光客が多

かったわけです。しかし今、九州で1番、人を集めている観光地はどこかという、福岡市です。福岡市が観光地かと言われるとちょっと困るんですけれども、とにかく人が来ている。集客しているという意味で言うと福岡市がダントツで1位になっています。その他で増えたところはどこかという、例えばハウステンボスができた佐世保ですとか、阿蘇ファームランドができた阿蘇のあたり、そういう大きな目新しい施設ができたところが増えています。

温泉地につきましても、この後にお話があります湯布院や黒川がどんどん伸びる一方で、指宿とか小浜温泉とか雲仙温泉とか、昔ながらの温泉地というのは非常に厳しくなっている。だからトータルとして観光客の数が変わらなかったとしても、行き先が変わっているというわけです。有名観光地間の競争があつて、それが大きく変わっているので、昔ながらの観光地が厳しくなってきたということなんです。かつて、たくさんの観光客を集めていたところに限って、ホテルをどんどん大きくしてきました。そのホテルにお客さんを埋めることができなくなって、厳しくなっているということなんです。

そしてもう1つ、観光地間競争に含まれるかもしれませんが、これまで何もなかった、観光地でもなんでもなかったところに人が行くようになったということなんです。グリーンツーリズムとかブルーツーリズムとか最近よく聞くとお思いますし、産業観光とかもあります。

例として言いますと、唐津湾の沖合に高島という小さい島があります。松露饅頭のコマーシャルに出てくる島ですけれども、人口400人しか住んでいない小さな島です。離島ですから船で渡らないといけない交通不便な所ですけれども、そこに今、多いときで1日に何千人も来るようなことになっています。なぜかと言うと、高島には宝が当たると書いて宝当神社という

のがあるんです。そこにお参りすると宝くじが当たると言うので、人がドンドン押し掛けていくわけです。

人ばかりが来て、そこにお金を落とさないのでは何もありませんので、今、高島ではいろいろなグッズを売り出しています。例えば「宝当袋」。これに入れておけば宝くじが当たりますという袋とか、宝くじの運をおさえる高島の文鎮で「文鎮高島だ〜」というのを買って帰らせるとか工夫しています。このように話題性があつたら人がどんどん行くようになりました。その分、有名観光地に相対的に人が行かなくなって、苦しくなったのです。

このように、日帰り客が増えたこと、有名観光地が大きく変化したこと、それから全然人が行かなかったところに人が行き始めたこと、この3つがあつて全体として昔から観光業に携わっている方々が厳しくなっているわけです。

私どもが九州経済白書を書くときに、福岡市が九州で一番の集客都市になったという実態を知るために、九州の大学生にアンケートを取りました。「かもめ族」という言葉、これは10年ぐらい前に流行った言葉ですけれども、特急かもめに乗って長崎方面から週末に博多に遊びに来る若者をかもめ族と言っていました。熊本方面からは、「有明族」と言っていたのですが、そういう人たちが増えている。その実態を調べようと思って、九州の各県庁所在地の大学生にアンケートをとってみました。

去年の秋ごろに調査したんですけれども、福岡市以外の県庁所在地と北九州の大学生で「過去1年間に少なくとも1回は福岡市に行ったことがある」という人は、8割にのぼりました。そして来た中の8割が福岡市で買い物をしているということでした。

では、福岡市以外の他の都市はどうかというと、あまり大学生は行ってません。そして、その目的は何かというと、福岡市と違って買い物は非常

に少ない。何をしに行っているかという、名所見物とか施設目的です。ハウステンボスに遊びに行くとか水族館に遊びに行くとか、そういう施設目的が多い。福岡市というのはイベント関係でも圧倒的に集積しておりますし、スポーツ観戦も集積していますので、今後もどんどん九州各地から人を集めていこうと考えられますが、他の都市のように施設目的だと、1回行ったらなかなかピーターにはなりません。もう見たからいいよということになりますので、なかなか行かないということになります。

ですから福岡市を歩いている人達を、観光に来たお客さんという視点で見た場合に、大学生だけをとってみても、皆様方と九州の他の都市から来る方では気合が違います。雑誌『九州ウォーカー』がヘアスタイルの特集を組もうと思って、「あの人いいな」と思って声をかけたら、ことごとく県外の人だったそうです。メイクをキメている人とか、ファッションをキメているとか、そういう人もほとんどが県外の人が多いらしいです。皆さんも、もう少し気合を入れて天神に行った方が良くかもしれませんね。

そういうことで、今、非常に観光の質が大きく変わってきている。昔の物見遊山の団体観光から、少人数化というのがありますし、行く目的もかなり変わってきている。観光地はそういう変化に答えなければいけない。特に福岡市みたいな都市は、観光という言葉では括れない。それで白書のタイトルにも、「集客」という言葉を入れたんですが、従来の「観光」という言葉では括りきれない概念になってきている。そういうことで、例えば福岡市で客を集めようとしたら、集客を広く考えて対策を立てることが必要になるのではないかと思います。

**田原：**どうもありがとうございました。ただいまの田代さんのご発言は、地域の活性化、交流人口の増大という点から観光が非常に重要であるとい

うことを申されまして、その後、九州経済白書の調査執筆を通じて感じられました九州の観光地が抱えているいろんな問題について詳細に説明されました。また、観光はこの数十年の間に非常に様変わりしており、新しい視点から観光を捉えるべきで、特に福岡の場合には観光都市というよりも集客都市であるというご発言がございました。

最後になりましたが、桑野さんお願いします。

**桑野：**皆さん、こんにちは。私は1万2000人の湯布院という小さな町で日々皆さんをお迎えしています。私どもは昭和40年代から、「最も住みよい町こそ優れた観光地である」ということを言い続けてまいりました。

田代さんのお話ではありませんけれども、人が訪れたいくなる町というのは、しっかりとまちづくりが行われている町であると思います。それは何か有名なものがあるというよりも、住んでいる人達がしっかり情報を共有しながらまちづくりをしている、そういう信頼のできる町に人は訪れたいくなるのではないかと感じています。

私は宿泊産業と言いましょうか、旅館を仕事にしておりますが、その中で観光産業とはいったいどういうものであろうかというのをいつも考えてまいります。

その時に思うことが、「観光というのは出会いと結びの産業である」と。出会いというのは、先ほどから皆様のお話にもあったように、いろんな出会いがあって、外の人、中の人、また中の地元の人同士が出会っていく。

私どもの町は30年近くイベントをやり続けています。音楽祭があったり、映画祭があったり、食の文化フェアがあったり、いろいろあるんですが、そういう中で大事なことは「出会いの場」がどれくらいあるかだと思うのです。映画を見て、音楽を聴いてというよりも、一緒になって終わった後に



パーティーをして、そこで外の人でも内の人もなく映画好きな人たちがまた地域を好きな人たちが会って、深めていく。人がただ顔をあわせるのではなく、そこにしっかりとした出会いがある。

今、外の人たちがどれだけ入ってくるか。町の中においても、顔見知りだけではなく、外の力が入ってくることによって元気になるのです。少子高齢化時代で人口は減っていているわけです。そういう中で、外の力が入って出会いの場があるところは元気なのではないかと思えますし、観光というのはそういう出会いを生む産業であると思うのです。

それから結びの産業というのは、例えば旅館だけをみましても、旅館だけでは人を迎え入れられないんです。農家の人が入って、商店の人がいて、モノづくりの人、交通の人、様々な人たちが一緒になって皆さんを迎えています。よく一人勝ちとかライバルとか言いますが、観光、特に私の旅館ということ言えば、ライバルではなくて仲間なんです。仲間が地域の中に入れてこそ、皆さんをお迎えできる。それで私は「出会いとの結びの産業」であると思っています。

もう1つは、これは大きなことで、実質はどうかかわからないですけども、私は人を幸せにするのが観光産業ではないかと思いたいです。今、たくさん問題を社会は抱えていて、たとえば理想としては、毎日家族だんらんでご飯を食べたいとかいろんな人達と一緒に時間を過ごしたいと思っても、大人も忙しい、子どもも忙しいという中で、日々の理想を持っていてもできないのが現状だと思います。でも観光地に行く、その非日常の場所に行くことによって、普段できない時間を過ごすことができるのでは。

今は世界中のものが食卓にあるわけですから、何か珍しいものではなくて、皆が顔を見合わせて「いただきます」という食卓のようなものが、観

光地に求められているのではないかと思うのです。そういうことをやっていく役割が観光地にあるのではないか。人が幸せと思うのは、何か大きなものではなくて日常の営みをちゃんとできる、それが観光に求められている事ではないかと思っておりますし、そのお手伝いができるのが私ども観光産業ではないかと思っております。

湯布院は今、連泊の方がすごく増えています。そしてリピーター。でも、その人たちは新しいものを求めているのではなくて、湯布院の農村風景の中を歩くことがホッとするとか、湯布院の中でちょっと知り合いに会うのがホッとすると。それは観光に携わっている人だけではなくて、例えば床屋さんであったり、農家の人であったり、普通のお店の人、そういう人と交わることを喜んでいらっしやいます。

先ほどの話から、今、観光というのは大きく変わっていつている。それは「地域があつてこそ」に、変わっていつているのではないかと思いますし、それが私どもの町が30年近く歩んできた中でも多少なりとも実証されているのではないかと思います。

**田原：**どうもありがとうございます。最近、新しい観光まちづくりといった考え方が浸透しつつありますが、まさに人をしあわせにするような観光地づくり、出会いと結びの観光地ということが重要だと思ひます。

それではパネリストの方のご発言が終わりましたので、ここで各パネリストから、言い残したことがあるので補足したいことがございましたらご発言いただきますが、どなたかございますか。

**石崎：**誰かしゃべらなければいけないだろうと思ひますので、私の方から話をさせていただきたいと思ひます。

今、桑野さんからお話がありました「最も住みよい町こそ優れた観光地である」ということで、これは我々も、「住んで良し、訪れてよしの国づくり」ということで、皆さんが行ってみたいなという国づくりをしないと、なかなかお客様に来てもらえないだろうということ、そういうまちづくりとか人づくり、活性化ということで観光地を一生懸命支援しているということでございます。

なんでフランスに日本の若い女の子が、あんなに不便で言葉も通じないところに年間何十万人も行くのかということ、そこにはそれなりの魅力があって、言葉が通じなくても楽しいからということなんです。では日本の観光地についていえば、そういう楽しみがあるのか、お金をかけてまで行って楽しみがあるのかということまでは多分行ってないだろうなということ、それぞれの地域の魅力をこれからどうやって高めていくかということ、これを我々は悩みつつあります。

それでここからは若干こじつけになるかもしれませんが、学生さんだということでお話をさせていただければ、まちづくりや地域活性化に努めておられるところに行ってお話を聞いておりますと、そこには中心になっている人がおられて、湯布院であれば桑野さんのお父さんでありますとか、ほかの地域でもそれぞれ優れた見識を持っておられたり、その地域で周りの人を巻き込んで地道に活動しておられる方がいるということでございます。そういう人材というのが非常に大事じゃないかと、最近、私は感じております。

九州では小国のツーリズム大学みたいなのところがあって、全国に先駆けて人材を輩出しているという実態もございますし、また九州産業大学ですとかアジア太平洋立命館大学とか、それぞれの地域で観光に携わる人材を早くから育てておられるということ、こういうところに私どもは非常に

期待しています。私どもは国土交通省でございますので、何ができるのかなという悩みも深いのですけれども、そういう人材の育成というところで、来年度以降、何かご支援ができないかというところで検討している状況でございます。

**田原**：どうもありがとうございました。ほかのパネリストの方で何かございますか。

**桑野**：由布院観光の柱は地域づくりにあるといわれるように、私どもの仕事というのはお客様をお迎えする前の段階が大事なのです。美しい由布院を作っていく。簡単に言っても、すぐには美しくならないわけです。やはり交通問題をどうするのか、景観をどうするのか、合併問題をどうするのかと地域づくりというのはまず抱えている課題に日々とりくむことだと思うのです。

先ほどの田原先生のお話で、女性、若い人、外の人というお話がありました。それからもう1つ、専門家ですね。専門家の応援団を持っている町というのは強いと思うんです。今、まちは本当に多種多様な問題を抱えています。その中でより多く専門知識を持った人が地域の中に入っていき、そして仲間に。みんなでチームで考えていく時と思います。今、私が申し上げるまでもなく「観光学科」の存在は大きいです。皆さんに期待しています。しっかり学んで下さい。

調査1つするにしても地域だけではできないんですね。来週、交通量調査を私どもはするのですが、地域メンバーだけではできないんです。そういうときに大学生で専門にやっている方とか、外の応援団が一緒になってできているというのが現状ですので、どうぞ皆さんも地域に入ってきてい

ただけたらと思います。

田原：どうもありがとうございました。ほかにございますか。

片岡：今、地域づくりとか人づくりの話になっていますので。私もなぜ地域観光かと。

皆さんは多分、ここに来られておられる学生さんは必ずしも福岡県出身の人だけではないと思います。よその県からも来ておられると思いますけれども、できれば就職は福岡とか大都市でという方も多いかと思います。なぜ地域観光かと問われると、やはり地域に観光、例えば湯布院の町を歩いてみますと、新しい商売でサービス業をやっておられる方もたくさんいるわけです。あるいはよそから来て商売をされている。それだけ町が発展するわけです。つまり働く場が生まれるんです。そういう意味で私は、地域観光をもっと考えることによって雇用の効果になると思います。

ただ、働く場だけでは面白くないんです。働きながら工夫をして、汗を流して地域とかかわりを持つ、こういう人材ができたらいいなというのが私の願いです。今、過疎だ、大都市中心だと言われていますが、これから田舎が面白くなる。しかし、田舎に戻りなさいと若い人たちに言っても、働く場がないんです。せっかくここでデザインを学び、経営学を学び、観光サービスを学んでも、それを生かすところがない。それでは地域に唯一できるのは、大企業を地域に持ってくるというのはなかなか難しい時代です。しかし、観光は中小企業が非常に多いです。中小企業という言い方がまずいとすれば、企業おこし、創業という、自分で商売をやる、そういう可能性が非常にあるということです。

例えば観光協会がポスターを作るとします。ポスターを作る観光協会の

人は、いきなりデザインから全部、業者に任せて、「こういうふうに例年のとおりに作ってください」というのが圧倒的に多いです。お土産も一通りやって、どう売るか。一通りのPRをしたら終わりって調整機能が多い。

それではこれからはやっていけない。どうやって自分の町をアピールするかとなりますと、デザインから自分たちで考えなくてはいけない。もし特産品を作ったら、どうやってそれを都会で売るか。失敗して、汗を流して、そういう経験を積んだ上で、本当のビジネスが生まれてくると思うんです。そういうことができるのが、唯一、観光だと思っています。

だから私は、皆さん方がふるさとに戻って町おこしをしようという時には、そういうビジネスチャンス、今日は学生さんが多いですけども、私は観光協会の人、地元の行政の人にはいつも言っているのですが、ビジネスチャンスを作る、若い人たちが戻ってくるチャンスを作ってくださいと。その時には観光とか文化の要素がないと来ませんよと。ただ農業の後を継いでくれと言っても、農業と観光を結びつけたらどういサービス産業が生まれるのか、それを自分で工夫してみる。

今は産業経済省もコミュニティビジネスということでいろいろ応援をしています。市民ベンチャーということで応援しています。そういうことで私はそこに人材が生まれる。よそから来た人はいろんな意見を言ってくれますけれども、意見は尊重しないとイケないですけども、言いつぱなしというのもあるんですね。感じたことだけいうその場限りではなく、それをきちんと受けてやるということもありますけれども、やはり継続してやれるのは地元の人材ですので、ぜひ皆さんもここで学んだこと、学校で学んだことをもう1回、自分のふるさとへ行って、自分のビジネスチャンスがあるのかどうか点検してみたらいいのではないかと思います。必ずあります。

提言をしたり、逆に提案してもいいです。私のゼミの学生はどんどん勝手に、言われなくても提案して行って、勉強していくようにしています。場合によっては委員になってくれと言われたりすることもあります。そういうことから始めて、ぜひ私は人材を地方に戻したい。そのためには、地方の人は観光を通じてビジネスチャンスを作ってもらいたいということを補足したいと思います。

**田原：**どうもありがとうございました。

**田代：**地域づくりということへ話が進んでいるようなので、私も一言、言わせていただきます。

九州で、今、人口が増えているのは福岡市の周辺と各県庁所在都市ぐらいで、あとはほとんどが減っております。特に人口20万人以下の中小都市に行きますと、中心商店街がシャッターをおろして、全然街になっていないというところも見受けられます。そういうところにも人は住んでいるのですが、中心商店街には行かない。

そこでなんとか観光で街を再生しようと思って、きれいな街並みを整備したり、城跡にきれいなお城を建ててみたりするのですけれども、全然観光客が来ないということも多いわけです。

それは何故かと言うと、まず地元の人が郊外の大型店などに車で買い物に出て、地元の商店街を使わないからです。地元の人が使わないので、シャッターがおりて、観光客が来てもつまらない。いくらきれいな街を整備したって、ひとつ子一人歩いていない街は全然おもしろくない場合が多いわけです。

一般に、おいしいお店と言われているところは、観光客向けではなくて

地元民向けですよ。地元の人が行って、「これはもうちょっと辛くした方が良い」とか「甘くした方がいい」「見栄えはこうした方がいい」などというクレームがついて、店はクレームに対応することでどんどんレベルアップしていき、それが観光客にも喜ばれる。観光客は、「ここはまずかったね」と思っても、いちいちクレームをつけないで帰ってしまい、2度と来てくれないわけですから、観光客相手だけでお店をやっているとなかなかレベルアップしていかないのです。

今、日本一お客さんを集めている東京ディズニーランドですが、あのディズニーランドはお客さんの3分の1がディズニーランドから1時間圏内に住んでいるリピーターなんだそうです。中には、あそこが好きで、近くに引越してきた人もいるらしいのですけれども、そういう地元のリピーターに支えられて、その上によそから来る観光のお客さんが積み上げられて、安定的な収入を保っているということです。

だからホテルでも観光地でも、まずは地元民に愛される、地場の人に利用されるというのが大前提にあって、それで最低限、とにかく食って行けるレベルまで地元民でどうにかなる、それに観光という外部の人の利用をどんどん増やしていこうという発想にならないといけません。自分たちが全然利用していないのによその人に来て下さいと言ったって、自分たちも紹介できないし、成長するのは非常に難しいと思います。

その辺を先駆的に考えて優れて実践していたのが湯布院であり、今や全国から注目されるところになっているのだろうと思います。

**桑野：**もう1つ、いいでしょうか。観光地湯布院の悩みにおみやげ産業との関係があります。ある地区ではおみやげ屋さんが、ここ数年で4倍に増えました。そしてどこにでもあるようなおみやげ屋通りの町になってし



まったと言われてしまいます。どこにでもある観光地のある通り、清里とか軽井沢となんら変わらないじゃないかと。それによって湯布院の評価というのがぐんと下がってきている現状があります。

おみやげ産業というのは地域の顔なんです。それを変えていくには、条例を作るとか地区ルールを作るとか行政と地域住民と一緒にやっていくんですが、それとは別に、質の高いものを作って、湯布院にはこういうおみやげがあるのですよと、地域に貢献できるようなおみやげ産業が育ってくことで、地域が力をつけていけると思うのです。

そういう中で観光産業学科と芸術学部がある九産大の皆さんにおみやげ産業のことをぜひ考えていただくというのは、日本の観光地の再生のお手伝いにもなりますし、どこの観光地もが求めていることだと思います。日本中一緒のもの、世界中一緒のものではなくて、質が高くて、センスがあって、地域につながっている、そういうものを作るのは、やはりそういうことを勉強している人しか作れないのではないかと考えております。ですから皆さんにはこの点でも頑張ってくださいと思います。

**田原：**どうもありがとうございました。これで一通り、パネリストの発言が終わりましたので、これからフロアの皆さんと意見交換なり質疑応答を行いたいと思います。どなたでも結構でございますので、ご発言をお願いいたします。

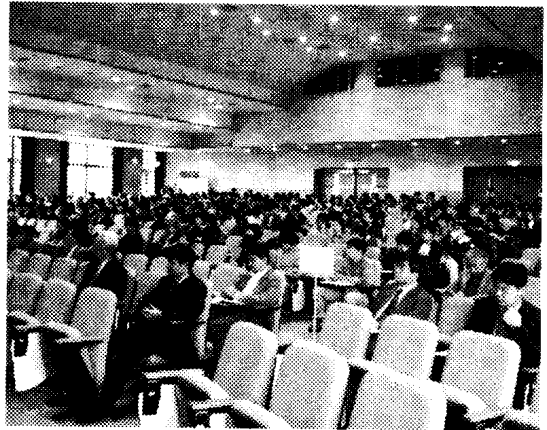
発言をされる方は、おそれ入りますが所属、企業名、氏名などをおっしゃってください。学生諸君は何々学科の何年生や氏名を言っていただきます。よろしく申し上げます。

どなたかご発言ないでしょうか。

**会場A**：今日新聞を見ましてこの会があることを知り、近くの香椎に住んでおりますのでお伺いしたのですが、まず片岡先生にご質問です。

観光というのは言い古されたことで、国の光を見るということが観光の解釈ではないかと思えます。それで観光観光というものの中で、心眼を極めなければいけないと。本物か嘘ものか。その嘘ものの極致は、反論しませうけれどもハウステンボスだと考えているわけです。

なぜかという、数年前にテレビのインタビューで、東北から来た新婚さんが「ヨーロッパに行きたかったけれども、ここ見ればヨーロッパに行ったのと同じだな」と言ったのが1つと、それからパレスハウステンボス。美術館みたいなものですが、あそこに私が行ったときに、お父さんは私ぐらいの年配で、息子さんは20～30代ぐらいの4～5人ぐらいの家族でした。そのお父さんが、上がり口の螺旋階段をコンコンと叩いて、「ヨーロッパの美術館とかは大理石だよ。これは木だよ」とおっしゃったんです。



そういった分と、全然生活のにおいがしないハウステンボスを、なんで先生がおっしゃったようにマスコミがあれだけ記事にするのか。あるいは九州の活性化とか雇用とかの問題もあるかもしれませんが、本当はああいうものは必要ないと私は思うんです。本当のものはみんなで応援しなければいけないけれども、ああいう嘘で固めたものは廃止。

もう1つは、600億円かをかけて環境をきれいに予算案したと。造らなければ要らないわけですね、最初から。そしてあそこは「千年の都」と言うんですが、なんで1000年もつかということですね。そういった何か人をだ

ますようなことを言うハウステンボスは、私は廃止した方がいいと思います。

申し遅れましたけれども、私は旅行業を45年やっています。吉村観光の吉村と申します。

それともう1つは桑野先生に質問ですけれども、今、おみやげ屋さんがたくさんできたと。あれはだめですね。湯布院の魅力は、私は昭和25年ごろ、学生の頃からたびたび山登りに行って、あそこの民家あたりに泊まらせてもらって、非常にやさしい町だったんですけれども、もう今は日曜日なんかとても行くところじゃないですね。

それからあそこに民芸村がありますね。600円くらいの入場料を払って中に入ってびっくりしたのは、だんごが250円なんです。それで、これは高いじゃないのかと言うと、「私はわかりません、社長に言ってください」ということだったけれども、湯布院の観光協会に手紙を出しまして、これはなんとかせんといかんよと。「そう言われても中の営業まで言えません」と、そういった実態なんですね。

おたくのお父さんからレクチャーを受けたことがあるんです。15年くらい前ですけど、その頃の湯布院とは全然違うんですね。だから桑野さんも大変だと思えますけれども、もう少し環境を浄化してください。おみやげ店は要りません。以上です。

**田原**：どうもありがとうございました。それでは今のご質問に対しまして、どうぞよろしく願いいたします。

**片岡**：私はハウステンボスの経営者ではないのですが、ただ、オランダ村やハウステンボスに関係したことがあるので一言申し上げたいと思

います。

ハウステンボスの前にオランダ村というのができたときに、私も企画に参加しました。そのときにオランダ村は150億円くらいかけて50億円くらい収入があったんですね。それはそれで健全経営だったのですが、実は渋滞とか周りに相当迷惑をかけて、これらの課題と次の夢の可能性がきっかけでハウステンボスへと進んだ。

私もハウステンボスの一番当初のとき企画で参画しましたが、コンセプトは生きているんじゃないかと思います。というのは、1000年続くとは誰も思っていません。思っていませんけれども、1000年というのは長続きするように、今日言われているように持続可能な観光と言うことです。自然や地域の資源を大事にしてやっていかななくてはいけないのじゃないかと思っています。規模は別です。過大投資とか投資は別ですけども、こういうのを大事にして、「千年の」というのは長く続ける地域にしようと、そういう町にしようというのがコンセプトだったので、私はそれは反論してもいいかなと思います。

そのあと、当時バブル経済になって大銀行が参画しましたら、日本の大企業がドンと入ってきました。このときから私は、これは大きくなりすぎるなど。我々が最初に考えたマスタープランとはだいぶ違ってきたんです。それだけ企業の論理と言いますか、収益事業中心になってきたものですから、そういう形になったと思います。

ただ、私は貴重な財産だと今でも思っています。確かにテーマパークとしては偽物かもしれませんが。偽物というよりも、ある意味では本物もあるんです。例えば風車なんかは向こうの大工さんに作ってもらって、これは観光施設だからいい加減に造ってくればいいのかと思うのだけれども、きちんと、裏方のお客さんに見えないところまで本物で手作りしてあるん

です。材料はお金の問題があるのでいろいろあるかと思うのですけれども。しかし、偽物なりに本物に近づけようということは確かだったと思います。

ただ、サービスの仕方、運営の仕方、などこれはこれだけ失敗を過去にしましたので問題があったと思いますが、コンセプトは生きているのではないかと自分で思っています。

この前、閉鎖したオランダ村に行ったら、本当に素晴らしいです。あそこに住んでみたいです。本当のハウステンボス、つまり森になっています。あそこに住んでみたいなというくらい良い環境ができています。多分、ハウステンボスもあと20年、30年するとそういう形になると思います。

テーマパークというよりも、私はリゾートという理解をしています。リゾートというと、非日常で行くのではなくて、日常のリゾートですね。いつでも気軽に住めるようなリゾート、定住型リゾートというのですが、そういう方向に行けばいいなと思っているところです。私が経営者ではないものですから、企業のほうはどういうふうに判断されるのか、我々もいろいろ提言をしていきたいと思っていますけれども、よろしいでしょうか。

**片岡**：本物は作れないですよ。本物とは言っていないんですよ。オランダの循環システムや、資源とか環境を守る、これを我々は真似をすればいいので、それにたまたま施設がそういう形になってるので、本物のオランダだとは言っていない。

**田原**：桑野さん、お願いします。

**桑野**：私どもの町で言われているのが、「工場は1年で作れるけれども、保養温泉地は100年かかる」と。美しい緑、澄んだ空気、静けさ、空間、そん

なものはずぐにできるものではないのだと。

そう考えた場合、私どもの町はまだ途中段階であるのではないか。志を持ちながらです。由布院のこの自然環境を守りながら、皆さんをお迎えしたい。そうしていくために、いろんなことがいっぱいありますよね。それを投げているわけではなくて、交通問題でも景観問題でも、今あることを皆で向かい合ってやっているのが私どもの現状だと思います。

だからこういう機会をいただいて、湯布院に今、年間に400万人近くの方々にいらしていただいて嬉しいですよというだけではなくて、由布院の悲鳴というか、私たちがこういう町を作ろうと思っても社会の速度と由布院は速度が違っていて苦しんでいる、そういうことをお話ししていけたらと思うのです。いつの日か変わっていく由布院を見て、変わるというか、本来の由布院の姿になることを長い目で見ていただけたらいいなというのをお話ししております。

一昨秋、「交通社会実験」をおこないました。「歩いて楽しいまち」を2日間だけ実現させたのです。中心部へ流入する観光自動車を減らすことなど7つのメニューを組み合わせた「パッケージ型」の実験で1,500人を数えるボランティアの参加もありました。その中で「良い試みだと思う」と評価して下さっているのは、住民、事業者5、6割であるのに対して観光客は9割が圧倒的に支持して下さいました。

そういうふうに、町というのは住んでいる人もいるし、訪れる人もいる。その人たちがどう折り合いを付けていくか。それは時間がかかることだと思っておりますので、そういう面では観光地づくりは地域づくりにある、その地域のことを時間をかけながら向かい合っていくしかないのではないかと思っております。

ぜひ今度はそういうところではなく、もうちょっとヒューマンスケール

湯布院らしいところがいっぱいありますのでご案内いたしますので、歩いていただけたらと思っております。以上です。

**田原**：いいですか。まだご意見があると思いますので、ほかにございますか。

**会場B**：九州産業大学商学部商学科4年の稲田と申します。

グローバル観光戦略についてですけれども、海外からのお客様を迎え入れてという戦略だと思うんですが、自分は商学部で観光産業がどうのこうのという勉強はしていないし、今までも興味がなくて、シンポジウムで興味がわいて詳しくは知らないのですけれども、日本人から支持されていないところに海外からのお客さんを招くというのは、短期的に1回きりという感じでは集客できると思うんですけれども、リピーターという形では難しいのかなと、聞いていて感じました。

また、日本人が支持しない、愛していないのに、他の外国の方が支持してくれるのかというのは疑問だと思うし、日本と考えると、都道府県、地域が一番密着して支持していない限りは日本人の需要も拡大されていないのではないのか。地域が一番のポイントだと。

玉の湯の桑野さんが言われていたように、玉の湯さんは僕は行きたいと思っているところで、経営コンサルティング会社の船井総研の船井幸雄先生の大ファンで、その船井先生の著書でよく紹介されているんです。それですごく行きたいと思っているところで、玉の湯さんの桑野さんの話を聞いて、船井先生と同じような意見、これからは地域からというのを聞いて、さらに行きたいなと思ったんですけど。

それで話は戻るんですが、地域から支持されていないで経営が危なく

なったというので、シーガイヤとハウステンボス。宮崎のシーガイヤは自分の父親が宮崎県に行って自分も行ったことがあるんですけども、地域から支持されていないというか、地域の人が行かないんですね。価格が高いとか、非現実的な、グローバルというのか、世界規模の施設という感じがあったので。

実際に自分も、シーガイヤのところに大きいホテルがあるんですけど、海の方はパノラマ展望台で感動するくらい大海原が広がっていいと思ったんですけど、逆側を見ると宮崎市内が見えるんですけど、のどかだとか自然で山



と海の反対というよりは、なんか悲しいイメージがあったんですね。それは自分の父親もそう言っていたんですけど、それが何でかなというのは、支持されていないから、愛されていないからそういうふうに見えたのかなと思ったんです。ハウステンボスは詳しく知らないんですけど、近隣の村とか地域の人から支持されていなかったから、あんなふうになっていったのかなと思います。

話が脱線してしまったんですけど、グローバル観光戦略よりも地域から興していく観光がこれから目指すところだと思うんですけど。

**田原：**どなたへの質問ですか。

**会場B：**石崎さんをお願いします。

**石崎：**先ほどは時間がなかったなので、あまりグローバル観光戦略を詳しく



説明しなかったのですが、別に日本人も行かないようなところに外国人に行ってくれというのをやるつもりはありません。地元で一生懸命に受け入れているところがありますけれども、そういうところに対してなかなか情報が行き渡っていないということもありますし、外国人が来るときに、情報もいかない、あるいは交通の便も不便だ、空間として昔ながらの日本の佇まいがないといったいろんな問題があるものですから、そういうところを国も地域も民間の方々も一緒になって、外国人に来ていただくように戦略的に取り組みませんかというのがグローバル観光戦略です。一過的に来てくださいという、日本人が行かないようなところに行ってくださいというつもりでやっているわけではございません。

例えばシーガイアとかハウステンボスを救済するためにやっているということではまったくなくて、日本の良いところ、魅力があるところを海外の人にぜひ理解していただくということでありまして、従来の予算規模で言いますと4億円くらいで海外戦略をしているわけです。ほかの国はどうかというと、何十億円、何百億円とかけてトップセールスをして売り込んでいる。そういうのに比べて、日本は海外に対してほとんど売り込んでいない。良いものがあればほっておいても客は来るじゃないかという感じだと思っんですけれども、そういうことでありましたので、予算規模も含め、戦略的に海外に売り込もうと。

特に、これからは中国を大きな市場として、中国のお客様にどう来ていただくかということが観光産業の関心事でもありますし、そういうこともありましてグローバル観光戦略と銘打って一生懸命やっているということでございます。

基本は、日本の国のそれぞれの地域の魅力を高めるということだと思っています。「東京と富士山と京都、それに新幹線が走っています」とそれだ

けが日本の魅力ではないと思うのですけれども、おそらく外国の人にはそれくらいのイメージしかないということもございます。そういったイメージも含めて、海外に、こんないいところがありますよ、こんなルートもありますよということをご紹介していただく。その時には当然、地元がいいものになっているというのが前提ですので、そこはご指摘のとおりだと思っています。ご指摘の点も踏まえてこれからやっていきたいと思っています。ありがとうございます。

**田原：**時間がだいぶ迫ってまいりましたので、もう1名だけ、ご意見を承りたいのですが。

**会場C：**九州産業大学商学部観光産業学科4年の高崎と申します。

先ほど石崎さんがビジットジャパンキャンペーンについておっしゃられていましたけれども、確かに今、インバウンドを積極的に日本に来てもらおうと思って戦略しているのはわかるのですけれども、日本のインバウンドに対する受け入れ体制がまだしっかりとしていないと私は思うんです。福岡空港であれだけ中国路線があるにもかかわらず、中心部と連絡しているバスとか地下鉄は中国語も韓国語も対応していませんし、一昨年ハウステンボスに行ったときも、ハウステンボス号に乗っている中国人のお客様がいらっしゃったのですけれども、その際にもJR九州は中国語とか韓国語の案内がありませんので、わからないような顔をされていた記憶があります。

国土交通省、国の立場として、インバウンド、受け入れ体制でハード面での整備についてこれからどういう計画があるのか、わかる範囲で結構ですので、よろしく願いいたします。

**石崎：**ビジットジャパンキャンペーンでいろんな事業をやろうということで、今、いろんな取り組みをしておりますけれども、例えば海外から来るお客様、中国から来るお客様向けに九州のいろんな地図、中国語でこんな観光ルートがありますというような地図を作ってみましょうというのも今年度のビジットジャパンキャンペーンの地方連携事業ということで、各都道府県と一緒に作ったりしました。

施設整備は非常にお金もかかりますし、なかなかすぐにはできないのですけれども、まずできるところから順番にやっというということで、JR九州の博多駅に行っていただきますとコンコースの真ん中にインフォメーションセンターがありますけれども、そこには中国語ですとか韓国語ですとか、いろんな国の言葉に対応いただけるような人も育てていただいて、そこにいらっしゃいます。最近は天神にもできておりますけれども、ああいうところでもいろんな国の言葉に対応できるように職員の皆さんが勉強しておられるようでございますので、そういう地道な取り組みから進めるのかなと思っております。

看板の表示とか、確かによくないという話がありまして、これは日本国内どこに行っても同じようなご指摘があります。そこはいろいろとやらなければいけないところがあるのだろうと思っておりますけれども、お金との絡みもありまして、まずはそういうところからかなと思っております。ご指摘は充分承知しております。

**田原：**どうもありがとうございました。私はシンポジウムでよく司会をいたしますが、フロアの皆さんの熱気が非常に高まってまいりまして、これからという時に時間になるのでございます。もう少しいろいろ進めてまいりたいのですが、あと15分しかございません。

観光というのは非常に裾野が広く、いろんな分野から発言ができますが、時間もございませんので、特に九州観光の再生と将来にとって、これだけは大切だというところをパネリストの方に項目だけで結構ですから、3点だけ言っていただけますか。特に重要なところだけ、おっしゃってください。

**片岡：**1つは受け入れ体制です。今言われたと思いますが、特に人。ただ通訳ができるとか言葉がわかるというだけ、通訳だけではお迎えできないのではないか。日本の文化とかホスピタリティを理解して、相手の国の文化も理解した人が、私は通訳になると思います。

それで提案ですけれども、そういう制度をぜひ九州運輸局で認定制度みたいな資格を取るような制度を作ってもらいたいというのが第1点です。

それから第2点は、新幹線ができるということですから、九州新幹線をもっと海の向こうまで延ばしてもらいたい。ハードで延ばすのではなくて、ソフト面、観光ルートで延ばして行って、韓国から中国まで新しい観光ツアーを九州観光と併せてやってもらいたいというのがあります。

3点は海上交通です。九州は結構、島が、特に長崎は島がいろいろありますので、海上輸送をもう少し演出するような輸送、特に今は対馬と釜山が観光交流をやっておりますけれども、これなども海のルートを開くと必ずしも飛行機だけではないと思います。この3点を申し上げたいと思います。

**田代：**1点目は、異業種間のギャップを超えること。異業種間交流をもっと強めることです。観光は総合産業と言われますが、今までは異業種との交流があまりなかったのではないかと思います。農業分野でも最近では地産

地消と言われております。これは非常に難しいのですけれども、例えば近所で取れた魚を観光客に出すということです。そうなりますと、大量に獲れた魚でも大きさが揃っていないと観光客には怒られます。だから大市場にポンと出荷した方が楽だし、儲かることもあるのですけれども、将来的なことも考えますと、地産地消ということでまず地元民に食べてもらい、地元に来る観光客に食べてもらう。観光に来た方に食べさせることによって名物化し、将来調理法まで含めた形で大市場に売り込んでいってブランド化していくとか、そういう地産地消が大事だと思います。

また皆さんが今後、どのような産業分野に就職しても、常に観光ということも頭に入れた売り方を考えていいと思います。

自治体の中にも、観光課というのがあるんですけども、そういうところはどちらかというとパンフレットを作ったりというような仕事が多く、最近盛んになってきているグリーンツーリズムだったら農業関連の課であったり、産業観光だったら工業関連の課だったり、あるいは遺跡を見に行くときには教育委員会だったりとか、バラバラになっていまして、そういうのを統合する部署がないわけです。言ってみれば役所内の異業種と言ってもいいんですが、そういうギャップを超えていくことが大事かと思えます。

2点目は、パネラーの皆さんから何度も出ておりますように、人の役割ということだと思います。いくら建物を整備してもそれだけでは息の長い観光地にはなりません。人がいろいろなイベントをやったり活発に動いてこそ観光地になるわけです。例えば門司港レトロ地区でも、古い建物を再現するだけではなく、市民団体がものすごく活発にイベントをやっていることが、いつ行っても何かやっているというイメージに繋がっています。ですから、もし香椎という町を国際観光地に仕立てあげようとしたら、九

産大の学生みんなが1年間和服で香椎の町を歩いたら、おそらく外国人にとってものすごく魅力ある観光地になると思います。そういう形で人のパワー、市民のパワーをうまく使うというのが2点目です。

3点目は、実際目で見してみる、行ってみる、百聞は一見にしかずということです。

最近、韓国からのお客さんの中でも、ゴルフ目的で来るサラリーマンの方、冬場は韓国では寒くてできませんので九州に来られる方が増えています。九州にとって非常にいいお客さんなのですが、別府で「ゴルフクラブを貸します。持ってこなくていいですよ」というプランを作ったら、非常にうけたのだそうです。

その理由は、韓国人が重たいゴルフバッグを持って日本に来るのが面倒くさいからだけではないのだそうです。話を聞きますと、韓国ではサラリーマンが平日にゴルフバッグを持って家を出て行こうとすると、「あの人は平日から遊んで、悪いことしている」というか、近所の白い目がある。そういうのをかわすために、普通に出張に行くような格好をしてゴルフに行きたいというニーズに応えたのだそうです。

これは韓国の人に聞いたのですけれども、行って話を聞いてみないと、実際にわからないことが非常に多いということで、実際目で見ることが大切です。それができるのは大学生の間が一番良く、時間も比較的ありますので、皆さんも今のうちにぜひいろんな所へ行ってみてください。

**桑野**：私は九州ほど多彩な個性を発揮できている魅力的な村や町や市がある地域はないと思っています。全国的に見ましても例えば大分県の観光というと、湯布院という以上に、安心院であったり、臼杵であったり、豊後高田であったり、本当にそれぞれの地域でまちづくりをやっているところ

に人が訪れてきています。温泉でしたら、別府、湯布院、黒川。グリーンツーリスでしたら、安心院、浮羽…等。もう大分県、熊本県、福岡県という県単位ではないと思うのです。九州というのは外から見たらみんな一緒なんですから、もっと広域観光というのを具体的に取りくんでいくときになっているのではないか。従来型の観光地のルートではなくて、地域づくりをしっかりとやって、人が訪れたい町の個性をいかしたルートづくり、というものが必要になっているのではないかと考えています。

2点目は、アジアの一員である私たちは、もっとアジアの人たちとつながっていくことが観光によっても成り立つのではないかと考えています。大分県は一村一品運動を20数年やっておりましたから、海外からの方を本当にお招きしております。一村一品運動というのは、ものづくりという以上に人づくりをし、地域を元気にし、その現場を見てもらったんです。やはり現場を見てもらうのが一番で、海外の人たちが農村の現場を見て、そして自分の国に帰っていき、そこでまたいかしていく。

また北九州の、エコタウンではないですが、九州ならではのものづくりというか、企業がしっかりある技術力を持っているところがたくさんあると思うのです。アジアの人たちを含めて海外の人に、農村現場とかものづくりの産業観光の面からも観光をしていただき、それによって失いつつある私たち日本人の誇り、物づくりをやってきたとか、農村を支えていった日本の誇りをとり戻していけることもあるのではないかと考えております。

**石崎**：私は行政の立場なので、皆さんからいろいろ言われた提言を実行し、取り組みの下支えをするというのが仕事なので、あまり提言めいたことはないのですけれども。

今後の動きということで、我々は、1つ1つが元気な九州において、これからは元気なものが連携して、九州広域連携ということでやっていきたいなと思っております。九州が一体となって取り組むのが不可欠ではないかと思っております。皆さんにおかれましても、おそらくいろんなところで活躍されると思いますけれども、その際に自分のところの企業だけとか自分の地域だけということではなくて、広く九州全体のことをお考えいただきながら事業に取り組んでいただけるとありがたいなと考えております。

それから2点目は人材の話でありまして、優秀な人材、有能な人材と云いますか、多彩な人材が観光地を作っていく上で必要だと思っておりまして、そういう人材について関心を持っております。

次代の観光産業を支えていく人たちにとりまして、先ほどもお話にありましたが、実際に見ていただくというのが非常に大事ではないかと思っております。私もこちらに参りましていろんなところに行っておりますけれども、何でここがいいんだろう、何でここが皆さんにうけるのだろうかというのは、実際に行って体験していただくのが一番いいと思っております。

お金はかかるかもしれませんが、湯布院の玉の湯さんに泊ってみるとか、もうちょっと格が下のところでもいいかもしれませんが、とにかく何でここが最高なんだろうか、何でここはうけるのだろうかというところ、一流のところを一度確かめてみる。あるいはグリーンツーリズムであれば先進地である安心院を確かめてみるとか、いろんなところで実際に体験していただいて、そこからスタートしていただければ非常にいいんじゃないかと思っております。机の上だけではわからないことがいっぱいあると思いますので、ぜひ時間があるときに、借金をしてでも行っていただきたいと思っております。



それから私どもは運輸局でございますので、最後に宣伝をさせていただきますが、来年の3月13日に九州新幹線鹿児島ルートの一部でございませけれども、開業いたします。全線開業まではあと10年ほどかかりますけれども、今まで3時間50分くらいかかっていました鹿児島までが、2時間10分という非常に短い時間になります。この時間短縮効果は非常に大きいと思っております、観光ルートを作るためにはメリットが大きいのではないかと考えております。

今まで九州のルートといえば、別府、阿蘇、長崎という横軸がルートとしては一般的でしたけれども、これに縦軸が加わることでバリエーションが増えるのではないかと考えております、これからまた九州が元気になるのではないかと考えております。地元鹿児島、八代のあたりでは盛り上がりつつあるのですが、福岡の方ではあまり盛り上がっていないと聞いておりますので、ぜひ九州新幹線をご利用いただくなり、認識を高めていただければと思っております。

**田原：**では、最後にまとめさせていただきます。各パネリストのご発言によって、皆様には、観光は非常に多様性を持った裾野の広いものであるとお感じになったと思います。私もパネリストのご意見なりフロアの皆様のご意見を承っております、つぎの10点に今日のシンポジウムの内容はまとめられるのではないかとと思います。

第1点は、北海道に比べて九州のイメージが弱いということです。手前味噌になりますが、九州は自然、歴史、文化、産業、あるいは観光地、集客施設、特産品など非常に多様性がありまして、決して劣るものではないと思っております。従って、九州全体が総合化された統一的なイメージを作ることが必要であります。

それから第2点は、これからの地域の活性化、あるいは地域の交流の活発化のためには、観光は非常に重要であるということが指摘されました。

3点目は、観光は農業その他、地域の産業との結びつきが非常に強固でありますので、これから異業種の交流を盛んにし、そして地域の方に支持された観光地づくりをすべきであるということです。

それから第4点は人材の育成が重要です。これは地域のリーダーも必要ですが、専門家の意見を聞いたり、地域の人的な資源を十分に活かして、その知恵をフルに活用するというのも大切でございます。

5番目は、観光は非常に変わりつつあるということ、皆さん、実感としてパネラーのお話でおわかりと思います。新しい観光地づくりについて考える場合に、福岡のような大都市と、人口20万、30万の地方都市、人口1万程度の地方の小都市、こういうところでは資源や規模も違いますし、集客施設も違います。自ずと観光のやり方が変わってくると思いますので、そのように都市の規模によって異なった戦略が必要であるということを感じた次第でございます。

6番目は、地域の方の暮らしが大切であるということです。これは生活観光地として、直接観光に携っていない人も観光に関心をもって協力できるような、新しい観光を主体とした地域づくりが必要であります。

7番目は、みやげ品などの例も出ましたが、これからは本格的な本物の観光地、価値のある観光地づくりをするために知恵を絞り、取り組むべきであります。

それから8番目は、道路1つつくるにしても、民間資本だけではできません。観光では官民の連携が非常に重要になってまいります。

9番目は、観光地におけるグローバル戦略として、これからは中国を重視した戦略も益々必要です。最後に10番目は、ホスピタリティや受け入れ

体制に配慮することです。九州各地のいろんな業種や地域が一体となった熱意ある取り組みが必要である，ということではなかったかと私はまとめました。

ちょうど時間となりましたので，これで終わらせていただきますが，本日は各パネラーから大変有益なお話を承りましたし，会場からも活発なご意見が出まして，大変実り多いシンポジウムになったのではないかと思います。もう一度パネリストの方に盛大な拍手をお願いいたします。どうもありがとうございました。