

# NETT

*North East Think Tank of Japan*

No.15

1996.6



**特集**

**観光の今後の展開とほくとう日本**



ほくとう総研

# NETT

## CONTENTS

No.15

1996.6

1 ●羅針盤◆21世紀の日本の観光地の課題  
立教大学社会学部教授 溝尾良隆

●特集●

観光の今後の展開とほくとう日本

◆観光立国～今後の観光政策の方向について 2  
運輸省運輸政策局観光部 観光地域振興課長 増井健人

4 ◆ほくとう地域と観光事業  
(財)日本交通公社 理事調査部長 原 重一

◆九州における観光の国際化への取組状況 6  
(財)九州経済調査協会調査部 企画担当部長 岡田 允

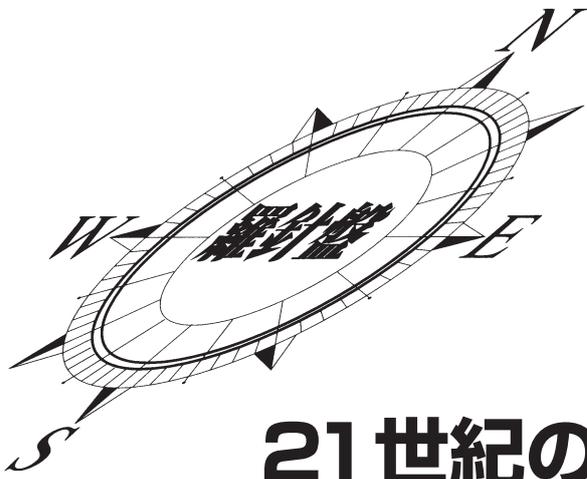
9 ◆北海道観光と今後の経営展開について  
加森観光株式会社 社長 加森公人

●連載◆ほくとう日本のひとびと/12 14  
石川啄木～岩手の生んだ天才詩人  
ほくとう総研 理事長 窪田 弘

17 ●コラム◆リレーエッセイ◆  
(有)六角牛農場代表取締役 多田克彦

●連載◆地域づくり/4 18  
自分たちの町は自分たちの手で～宮崎県日南市  
ほくとう総研 専務理事 高田 喜義

20 ●ほくとう総研のページ  
事務局から・ほくとうDIARY・編集後記



# 21世紀の日本の観光地の課題

立教大学社会学部教授 溝尾良隆

わが国の21世紀の望ましい観光地をかんがえるにあたって、与件とするのは、わが国に長期休暇制度が導入されていることとアジア各国間の往来が盛んになっていることである。

長期休暇制度は、当面は現在のように企業が先行し、やがて国が法的な制度として導入していくことになろう。

長期休暇が進展するにつれて、旅行者はこれまでのような1~2泊主流の旅行に別れを告げ、1~2週間の旅行が増大するだろう。そのときの旅行形態は、周遊型の旅行が海外旅行に取って替われ、国内外問わず、1ヵ所に滞在する旅行者が増えていこう。日本人は、欧米人のように長期に滞在しない、といったような日本人論をふりまわして、寝言をいっているような国内の観光地や旅館は、海外の観光地との競争から脱落していくこと必至だろう。

海外旅行への指向が高まるなかで、国内の観光地が海外の観光地との競争に伍していくには、くるま対策、すぐれた景観形成づくり、ゆたかな自然環境の育成など、快適なまちづくりへの視点が望まれる。これまでは、近距離地域からの1~2泊者を相手にし、周辺のすぐれた観光資源に依存していたので、宿泊施設個々の努力で対応できた。しかし今後は、そのような個々の企業努力に加えて、行政と住民も加わり、まち全体の魅力を向上させるというパブリックの部門に力を注いでいくことが望まれる。さらに観光地と交通機関、旅行会社が一体となった低廉な国内旅行商品の造成へのあらたなシステムづくりも検討されなければならないだろう。

アジアの国々の所得向上、自由時間の増大、海外旅行の自由化が進展するにつれて、アジアの国々の人口規模から、各国の海外旅行量はきわめて大きくなると予想されている。特に人口12億の中国の人達の海外旅行の動向が注目される。同時に、中国は外国人の旅行者の受け入れにも積極的であり、受け入れ都市の開放、リゾートの整備がすすんでいる。そうしたなかでわが国のハブ空港の整備の立ち遅れは否めず気になるところであるが、アジアの人々を中心にした訪日観光客を受け入れるためには、数カ国の案内標識、1、2人客の受け入れ、各種料金体系を有する多様な宿泊施設など、旅行しやすい環境条件を整備すること。わが国が世界の孤児にならないためにも、アジアの人々との民間交流を積極的に展開すべきだろう。

さいごに、与件ではなく政策として、中山間地域の振興に観光からの取り組みが必要になる。わが国の国土保全、魅力ある国土創造には、中山間地域を振興して、農林業の担い手を確保し育成しなければならない。つねに人の手が加わることで農地や林地は美しい景観をつくりあげていく。担い手には上流域の保全に対する代償としての所得補償を前提に、都市住民もボランティアとして作業に参加する。加えて、都市住民が訪れて地域に消費をもたらすために、自然環境が美しいと同時に、住環境としての集落もその周辺環境に調和するよう美しく整備されていなければならない。このような快適環境がととのっているならば、観光交流も盛んになり、農林業と観光業との複合経営も可能になる。現在はただ自然があるだけで、決して豊かでない自然および農林業景観と集落景観で、観光客をよぶグリーン・ツーリズムを展開しようとする地域が多々みられるが、それでは来訪者を期待するのはむずかしい。

農山村にかぎらず、いま若者や女性を引きつけている都市がどこか、その魅力はなにかを考えると、農山村や既存観光地の取り組み課題は明らかであろう。これは21世紀ではなくて、やや遅きに失した、いま早急に取り組む課題である。21世紀の長期休暇時代、アジアの時代に、対応できない地域が続出するようでは、それは一地域の問題ではなく、日本の不幸ともいえる。わたくしの心配がき憂におわり、21世紀には日本の各地が輝かしい地域・観光地に変貌していることを期待したい。

# 観光立国～今後の観光



運輸省運輸政策局観光部観光地域振興課長

増井 健人

## 1. はじめに

近年、国民生活は物質的豊かさから、ゆとり・生きがいといった精神的な豊かさや個性に生活の重点が置かれるように変化している。

このような状況の中で、国民の生活にゆとりや豊かさを与えるものとして、また、21世紀のわが国産業・地域振興の核として、観光に対する期待はますます高まってきており、これらを踏まえた今後の観光政策の基本的な方向を新たに確立することが求められていた。

## 2. 観光政策審議会答申

観光に関する重要事項を調査・審議する運輸大臣の諮問機関である観光政策審議会に対して、平成6年5月に運輸大臣から「今後の観光政策の基本的な方向について」諮問が行われた。審議会に設けられた3部会（観光産業・旅行振興部会、観光地域部会、国際観光交流部会）での検討を踏まえ、平成7年6月運輸大臣に対し答申がなされた。

この答申では、特に円高などにより海外旅行は大きく伸長する一方、国内旅行と外国人の訪日旅行は低迷し、国内観光の空洞化が懸念されている状況下にあることから、国内観光の構造変革による活性化がポイントとなっている。

国内旅行の割高感の解消、従来の団体一泊二食宴会型のシステムから、個人、家族、小グループなどを中心とした多様なニーズへの対応を可能にするシステムへの転換、均質化した観光地を地域づくりにより地域的特色を発揮した個性豊かな魅力づけにより変革していくことが重要であり、そのために、観光産業間、観光産業と地域との間で連携を深め、新たなシステムの形成が図られることが必要となっている。

また、割高で短期型の旅行システムを変革していくためには、5月と8月に集中する需要の分散

化が重要であり、ゆとり休暇そして、祝日の三連休化の具体化が必要となっている。

以下、答申の基本的視点と具体的方策の提言について要旨を紹介する。

### (1) 観光を考える基本的視点

- ① すべての人には旅をする権利がある
- ② わが国はものづくり立国からゆとり観光立国へ転換する必要がある
- ③ 観光産業は21世紀の経済を牽引する基幹産業であり、国内雇用を新しく創出する
- ④ 国内旅行は大規模なシステム変更が必要である
- ⑤ 地域の文化を発見、創造し、地域を振興するのは観光の力である
- ⑥ 国際観光は、国際相互理解を増進させ、わが国の国際収支を均衡化させる
- ⑦ 観光は文化遺産、自然環境、各地の伝統の良き保護者となるべきである

### (2) 21世紀の観光を創造するための具体的方策の提言

- ① すべての人々が旅に出かけられるゆとりある休暇の実現、祝日の三連休化の促進など
- ② 障害者、高齢者などの人々の旅行促進と環境整備
- ③ 観光サービスの質の向上、観光産業の振興のための総合的取組み
- ④ 観光大学など高等教育研究機関の設立による人材育成と観光学の振興
- ⑤ 新しい情報システムを活用した観光サービスの高度化及び有用性の高い観光統計の整備
- ⑥ 低価格化と価格・サービス体系の多様化による国内旅行システムの変革。  
簡素で低廉な旅行商品の提供や各種割引制度の拡充などによる低価格化に取り組む。  
また、自然、歴史、文化などとふれあう体験型観光も開発・促進する。
- ⑦ 長期滞在型や拠点型の旅行のための施設の整備とシステムの開発  
簡素・低廉で長期滞在が可能な宿泊料金の設定、多様な楽しみを提供できる観光地づくりを推進する。
- ⑧ 地域と観光産業が連携して作成する観光地域振興計画などによる地域の主体性のある観光地づくり  
観光地の魅力を増進するため、地域の主体性のある観光地づくりを進め、地域事業の協同化、祭りなどの共同イベント化や既存の観光施設の見直しなどを進める。
- ⑨ 地域的特色ある観光素材を生かした観光魅力の増進  
地域独自の伝統、歴史、文化、祭りなどの無形

# 政策の方向について

の観光資源の活用の重要性を再認識し、地域独自の食文化の創造、伝統芸能、新しい祭りによる目玉イベントや地域の産業との連携による体験型観光の育成など、ソフト型の観光魅力の増進を図る。また、中山間地域にて自然や文化との触れ合いを中心とする観光地づくりを行う。

- ⑩ 二国間観光協議、観光関係国際機関を通じた国際貢献などによる国際観光交流の拡大
- ⑪ 明確な方針に基づき、対象国を重点化した、体系的な国際協力の推進
- ⑫ 国際コンベンションの振興、国内旅行の低廉化、容易化などによる訪日外国人の増加
- ⑬ 自然環境、文化などの保全に配慮した観光地の整備

### (3) 基本方針及び行動計画の策定と目標設定

本答申の内容を実現するため、運輸大臣は概ね10年後を目途とする目標を設定し、基本方針、行動計画を平成8年度中に策定することとしている。

## 3. 観光政策審議委員会答申の具体化について

円高などに伴う海外旅行と国内旅行の同一市場化により、国内観光の空洞化が懸念される状況にあり、特に国内観光の活性化が大きな課題となっていることから答申の具体化を進めるために次のような取組みがなされている。

### (1) 国内観光促進協議会

国内旅行の大規模なシステム変更など国内観光促進のための施策（インバウンド促進のための施策も含む）を国内観光産業全体の総合的な取組みにより具体化するため、平成7年9月に設置された。

テーマ別検討を行うため、以下の8つのワーキンググループ（WG）を設置し、必要に応じモデル事業実施のためのモデル地域検討会をWGに置いている。

- ① 高齢者・障害者旅行促進WG
- ② 滞在型・拠点型旅行促進WG
- ③ 地域イベント等創出・地域観光振興計画WG
- ④ グリーンツーリズムWG
- ⑤ エコツーリズムWG
- ⑥ 外客受入広域モデルルートWG
- ⑦ 情報システムWG
- ⑧ 国内旅行低廉化WG

### (2) デスティネーション開発協議会

受入側の地域と送客側の旅行関連産業の官民が

連携する協議会を地域の要望に応じて設置し、地域への旅行需要の喚起を図る。

協議会では、地域の特色ある観光素材を生かした旅行商品開発、誘客プロモーション、オフシーズンの観光魅力の増進などについて検討する。

平成6年9月沖縄、平成7年8月岐阜・滋賀、同年10月山形にて設置されている。

沖縄の成果の一つとして、平成7年10月首里城などの会場を舞台に、沖縄各地に伝わる伝統芸能を勢揃いさせた「大琉球・まつり王国」が開催され、成功を収めた。

### (3) 旅フェア

国内旅行の需要喚起、また地域の観光魅力を生かした国内旅行の促進による地域の活性化を図るため、前年に引き続き第2回旅フェアが開催された（4月10日～14日幕張メッセ）。

全国の都道府県と観光産業が連携して、首都圏の一般消費者を対象として、日本の各地の観光魅力と新しい旅行商品などを効果的にアピールするための総合的な展示と実演などを行う旅の総合見本市であり、22万人の来場者を数え、好評を博した。

### (4) 観光交流による地域国際化に関する研究会

わが国はその経済、人口の規模に比して訪日外国人旅行客数が極めて少なく、それらに見合った旅客数を確保し、世界との交流を深めることは、国際相互理解の不足による摩擦や孤立化を避けるための有効な手段である。

これを受けて、「観光交流による地域国際化に関する研究会」を平成8年1月に設置し、訪日外国人旅行客数を700万人（平成6年347万人）に増大させ、日本を訪れた外国人旅客が日本の観光地を心から楽しんでもらうための環境整備などの総合的な施策としてウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）に関する提言を平成8年4月にまとめた。

今後、関係省庁、地方公共団体、観光産業などと協力して施策の具体化を図っていく。

# ほくとう地域と観光事業



財団法人 日本交通公社 理事調査部長  
原 重一

## 地域振興政策

ほくとう地域とひと口でいっても、北海道と東北は広い。観光地も稚内から裏磐梯や湯沢まで多様だ。このほくとう地域の観光とリゾートの問題をどういう立場で誰に訴えるか。必ずしもやさしい問題ではない。

地域振興の手段として……といわれても、「わが国の地域振興政策は、法律や条例を制定して、承認で終わる」といわれた著名な経済学者がおられたが、このくりかえしでは、魅力的な地域は生まれてこない。ほくとう地域に限らず、大規模リゾート開発は必要だし、エコツアーの対象になるところを保護し、備えることはいつの時代にも大事なことだ。

'82年にリゾート法という名の総合保養地域整備法が制定され、全自治体がこの承認を求めて走り出し、いわゆる“リゾート（法承認）ブーム”が起こった。そしてバブルの崩壊で頓挫した。今度はグリーンツーリズム。小規模リゾートだ、農村リゾートだ、はたまたエコツアーだ、オートキャンプだとふりまわされ、今日に至っている。余りにも「ブレ」が大きすぎる。踊らされている。誰に踊らされているのか見極めることが必要なのかもしれない。もちろん、踊って、踊らされて各自治体が魅力ある地域になり、地域住民がハッピーになれば言うことはない。

地域振興でいえば、現在のキーワードは「交流」。集客産業や誘客産業（ビクターズインダストリー）、コンベンションやイベントと横文字もならぶ。観光、旅行、リゾートも含めて、何が共通し、どこがちがうのか理解しておくことが必要だ。

同じ概念をちがうコトバで表現するのは縦割行

政の関係もある。たとえば、観光は運輸省、レジャーは通産省、リゾートは国土庁というように。自治省や農水省は、地域自治体のためなら、極端に言えば“何でもあり”だし、事業費、補助金の類は観光行政に比べて格段に豊富である。

混乱したとき、迷ったときは「原点」に戻ってみることだ。つまり、われわれの分野でいえば、地域外から沢山のの人たちに来ていただいて、「時間とお金」を消費していただくことが地域振興の有力な手段になるということ。どうして人を集めるか、集まった方にどうして「時間」を消費していただくか。「お金」を落としていただくか。

## 需要と市場

現在、宿泊を伴う観光旅行を国民の60%近くの人たちが行っている。これは、かなり高い数字とみてよい。

つまり、60%の具体的意味は、ほくとう地域に来ていただく来訪客の総量を増やすことももちろん大事だが、それ以上に訪れた方々の宿泊日数を増やすこと、リピートさせることが主要テーマになってこなければならないことだ。あるいはアジア太平洋地域を視野に入れた観光往来を具体的に考えるべき時代ということでもある。

バブル経済とその破綻（'91年）にもかかわらず観光・リゾートの需要はひとこと言えば“健在”である。「私」の時間を使って、「私」の財布で旅行している人たちは多い。もちろん、彼等の旅行の仕方は変わってきている。これだけ先行きが不透明ならば、同じ旅行をするにしても、できるだけ無駄なお金は使わない。無駄か価値があるかは個々人が決める。だから、たとえば「心」の

充実を得るために必要なお金をどんどん使う人たちも少なくない。個人需要の特性を、個人の本音の部分で把握することがマーケティングの第一歩になる。

消費者は旅行をしたいと渴望している。交通運輸機関や旅行者、旅館・ホテルや観光地がこの希望に対応できているのかどうかが問われているのだ。海外旅行者が二桁の伸びを示し、1,500万人を越えているのは、円高と安売り競争ばかりではない。海外の観光地やリゾート、都市や田舎が魅力があるからだ。

さらに、需要は“健在”とはいえ、このことが全ての観光地、自治体に共通するわけではない。たとえば、札幌はわが国を代表する観光地でもあるが、この札幌へJTBの送客は、総数の2%強である。これに対して稚内は0.1%弱。同じほくとう地域でも25倍のちがいがあがる。これだけちがうと、当然、個々の観光地、自治体単位で戦略、戦術を考えなければならなくなる。

## 自治体と観光事業

したがって、ほくとう地域でいえば、700を越える地方自治体が存在する以上、現実の課題としてはわが町、わが村の単位で観光・リゾートの総点検がまずもって大事になる。言い方を変えれば、観光やリゾートで地域振興が成り立たない自治体もたくさん出てくるということ。総点検のポイントを箇条書きにすれば、以下の項目になる。

### ①全国的な誘致魅力のある観光資源の有無

—観光資源は地域の食文化や生活、人々との交流なども含めて幅広くとらえることが大事。

### ②魅力的な宿泊施設の有無

—こんなホテルや旅館に泊まってみたいなあ!!  
という施設があるか。あるいは、旅行者が安心して泊まれる宿屋があるかどうか。

### ③都市が魅力的かどうか

—自然資源や面白いお祭りやイベントも大事だが、都市観光の時代である。都市の魅力がポイントになる。わが“まち”は都市かどうか。都市の

魅力とは…を考えてみる。

### ④首都圏3,000万人をマーケットにできるか

### ⑤札幌都市圏、仙台都市圏はどうか

—わが国最大のマーケットである首都圏を主要な相手にできるか。仙台や札幌の市民をどこまでマーケットにできるかどうか。

### ⑥ローカルマーケットの質を把握する

—同時に、わが“まち”は地元客に適切に対応できているかどうか。その地元客、ローカルマーケット質はどうなっているか。目安は200km圏、3時間圏、80%誘致圏（現在の宿泊観光客の80%の人たちが来訪しているところ）の人口の質量である。

### ⑦実績、現状はどうか

—現在の状況をきちんと把握できているか。これが最も大事な点。具体策もここから出発する。そして、

### ⑧交通体系のダイナミックな変化が期待できるかどうか

ということになる。もうひとつ加えれば、

### ⑨観光旅行における滞在（短期、長期）、宿泊（1泊、連泊）、日帰り、立寄り（15分から半日）のコトバの意味を十分理解すること

—観光開発は、わが“まち”で何時間過ごしてもらえるかということでもある。15分の立寄りから宿泊までさまざまな段階がある。リピートも含めて「宿泊観光客が年平均して永続的に来訪してくれること」が観光開発のひとつの目標である。

ほくとう地域と観光・リゾートの問題でいえば、農業などの第一次産業、製造業などの第二次産業に対して観光・リゾート産業がどういう役割分担をできるのか。具体的に位置づけることだ。これによって地域の経営資源（土地、資金、人材）などの配分が決まってくる。さらに、この地域における都市を、現在の行政区域を念頭において具体的にイメージし、メリハリのきいた整備をすることだ。都市化、都市の時代、都市観光の時代はまさに魅力的な都市が「カギ」をにぎっている。

# 九州における観光の国際



財団法人九州経済調査協会 調査研究部 企画担当部長  
岡田 允

## 1. 九州観光の展開～テーマパークの誕生～

九州は長い海岸線、火山および温泉、山岳・高原、河川・渓谷など複雑で多様性に富む地形および気候条件や歴史的遺産を基盤として、長崎、雲仙・島原、壱岐・対馬、五島、熊本、阿蘇・久住、別府、高千穂、宮崎・日南、霧島、鹿児島、指宿など全国的にも知られる観光地を有している。

昭和40年代の高度経済成長期には、南国情緒を売り物にした宮崎・日南から鹿児島にかけた南九州がハネムーン客を中心として九州観光発展の中心となった。

昭和50年代には山陽新幹線の博多までの開通を契機として唐津、平戸、佐世保・西海、長崎、雲仙・島原など西九州観光地の浮揚が見られた。

しかし、その後は、離島ブームや最近の秘湯ブームなど小さなブームが訪れたものの、以前のような大きなブームを呼ぶことはなかった。その要因の1つは、昭和60年代以降の円高を背景とした旅行需要の海外へのシフトであるが、専ら自然や歴史に依存した九州観光が多様化する国民の旅行ニーズを捉えきれなくなってきたことも大きかった。

このような状況を打開するものとして、長崎オランダ村およびハウステンボス（1期分で総事業費2,204億円）、北九州・新日鉄のスペースワールド（300億円）、ダイエーの福岡ドーム（ツインドーム計画で2,600億円）、宮崎のシーガイア・オーシャンドーム（2,000億円）などテーマパークが続々と設立されたのである。しかし、それらは、おおむね平成景気時代に計画され、開業まもなくバブル経済の崩壊に入るかバブル経済崩壊の下で開業したため、入場者数は総体的に伸び悩んでいるの

が現状である。平成5年には22施設による九州テーマパーク等振興協議会が発足している。

## 2. 目覚ましい九州のアジアとの近隣交流

昭和60年代の円高は、わが国企業の海外展開を促し、特に東・東南アジア地域とは深い国際的な分業関係を形成しつつある。九州の地場企業も、500社前後がアジア地域をはじめとする海外に事業所、店舗、事務所を開設している。このため、わが国と東・東南アジア地域との人、物、情報交流の飛躍的な発展が惹起され、これら地域に近い九州はその一定の部分の担いつつある。例えば国際定期航空路線は、図1のようにアジアの主要都市を中心に28路線、週166便（平成7年）が飛び、外貿定期コンテナ航路は70航路、254便/月（本船ダイレクト寄港分のみ、平成7年）に急増している。また、国際旅客船は、関釜フェリーに加え、カメラライン（民間、フェリー）、ビートル2世号（JR九州、ジェットフォイル）が博多港～韓国釜山港に、また、長崎～上海間には51年ぶりに貨客船が就航した（民間）。これによって、福岡～韓国釜山は3時間で行け、韓国の奈良と言われる慶州を含め2泊3日で3万円台のバック商品が売り出されており（福岡～東京間の航空運賃は約5万円）、九州旅行のついでに韓国に足を伸ばすというケースも出始めているし、韓国の大衆レベルでも九州が手軽な海外旅行先となりつつある。九州に入る（入国手続きをする）外国人数は、昭和60年には12万6千人であったものが、平成6年には29万8千人へと9年間に2.37倍に増加している（全国は70%増）。このうち88.8%がアジアからである

# 化への取り組み状況

が、特に海外旅行が自由化された韓国からの旅行者が増した（6.7倍）。

経済成長が著しい台湾や香港は、大衆レベルでの海外旅行の時代に入っており、韓国では、昭和56年以降海外旅行の規制を弛め、平成元年に完全自由化された。大衆レベルでの海外旅行ブームに差しかかろうとしている。中国では、平成5年3月から1人当たり6,000元（約8万円）まで人民元の持ち出しを認め、香港やシンガポール、バンコックの空港で中国人旅行者が目立つようになっているという。

九州はグローバリゼーションの潮流の中でその位置づけを顕著に高めつつあり、この条件を九州観光の振興に積極的に活かしていくことが大きな課題となっているのである。

### 3. 九州観光の国際化への取り組み

民間のホテル・旅館ベースでは、鹿児島県の指宿観光ホテルが昭和50年代から台湾や香港からのチャーター便の増便に合わせてアジア人観光客の誘致に力を入れてきた。別府の杉乃井ホテルや佐賀県嬉野の和多屋別荘などは昭和56年の韓国の海外旅行段階的自由化に合わせて誘客に乗り出し、前者は平成5年に韓国人の社員2人を雇用し、後者も韓国のホテルと業務提携し、職員の相互派遣を行っている。

最近では、テーマパークのスペースワールドが平成3年に韓国で旅行代理店、マスコミ関係者などを対象にPRを行い、4年には台湾で出版社やマスコミ等20社を集めてキャンペーンを張った。平成3年度の162万人の入場者のうち海外からは約5,000人であった。

ハウステンボスは平成5年に台湾でエージェントやマスコミを巻き込んでプロモーションを行い、

複数の主要エージェントと発券提携を結んだ。韓国でもプロモーション活動を行っている。その結果、ツアーとしての入場者数レベルで、平成5年には37,000人であったものが、平成6年には150,000人に増加している。

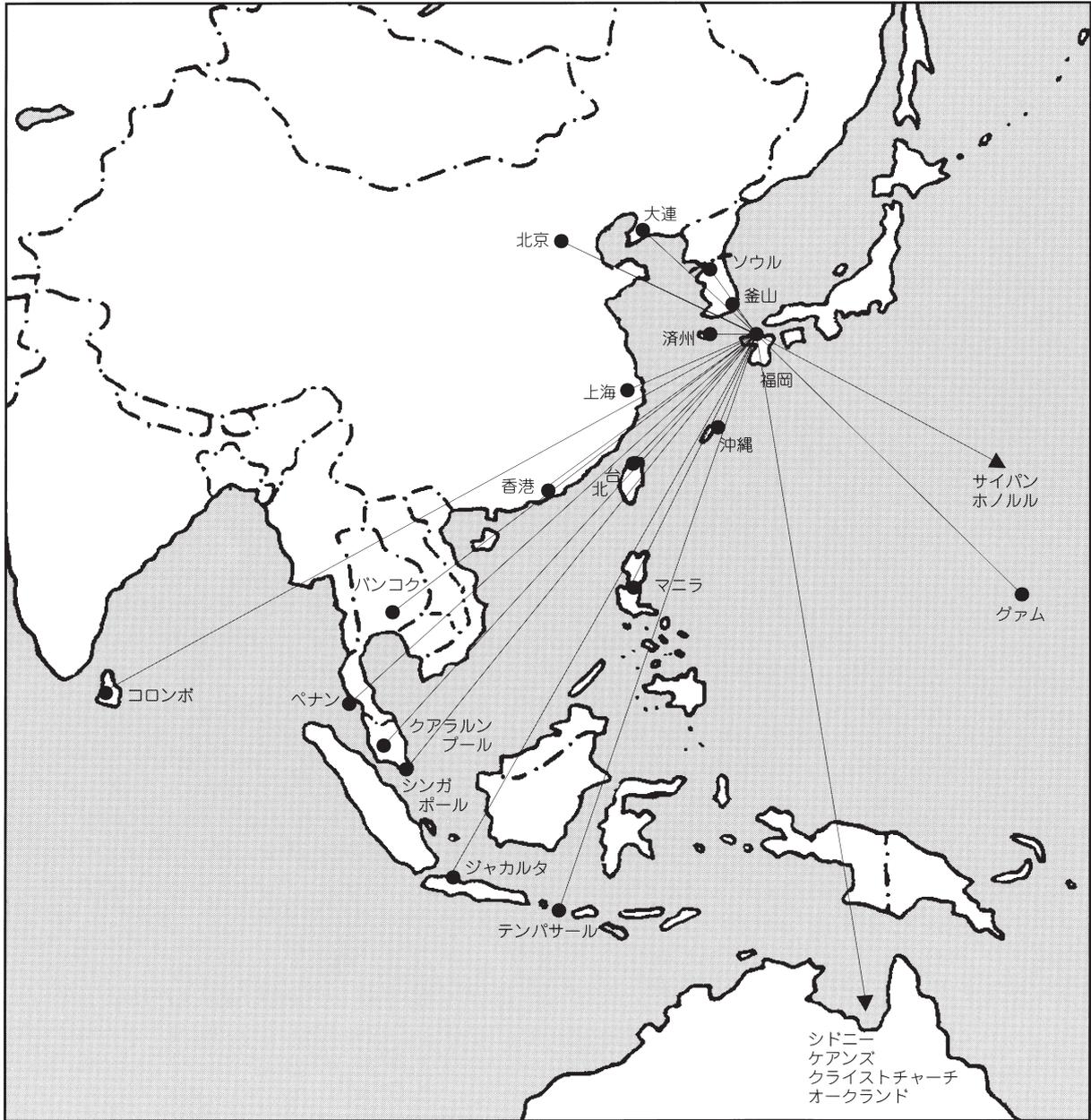
官民合同組織の活動としては、九州各県やJR九州等で組織している九州地方観光協議会が、昭和60年から毎年韓国に観光ミッションを派遣してきた。その成果が顕著に見られるようになったことから、平成3年からは観光ミッションの派遣先を香港に変更し新たな需要の開拓にかかっている。また、宮崎県と鹿児島県などで組織している南九州観光促進協議会は平成6年に台湾で開かれる海外旅行展覧会に出展し、誘客宣伝するとともに、国際観光振興会等のツアー開発事業に加わって韓国をターゲットとして旅行代理店の各担当者を南九州に招聘している。

行政としては、九州運輸局が平成7年に韓国釜山で九州国際観光サミットを開催したのをはじめ、九州北部3県と韓国南部の4市道の知事による「サミット」が平成3年以降毎年開かれているが、その中から、具体的な事業として日韓の観光ルート開発のための調査および合同「広域観光協議会」設立などが進められている。

また、アジア開発銀行（ADB）の福岡総会向け、福岡市で外国人向けFM放送局開設構想が進められており、平成8年度中には第3セクターの運営会社を発足させる。福岡国際交流協会が主体となって英語、中国語、韓国語などを使った放送をおこなうものである。

九州では「近さ」と「安さ」を売り物にした大衆レベルの近隣交流型の国際観光がふさわしく、また、成立する可能性が高いものと考えている。

図1 福岡空港からの国際定期航空路線



# 北海道観光と今後の経営展開について

～加森観光(株)社長にインタビュー～



加森観光株式会社代表取締役社長

加 森 公 人

(聞き手：ほくとう総研総務部副長 渡辺武裕)

「まず、加森社長の事業に対する基本的な取り組み方について、国際化という観点を含めてお聞かせ下さい。」

**社長** 私は、基本的にできるだけ地元に住んでいるお客様に、何回来て頂けるかということにターゲットをしばって事業展開を図ってゆくことが大切だと考えています。北海道での海外のお客様の比率はまだ数%にすぎないわけですから、今はわれわれにとってはやはり97%のほうのお客様をしっかりとつかまえることが大事だと考えています。

当社のマーケティングの考え方を、具体的に説明させていただくと、会社設立当初から道内容の集客に全力投球したんです。道内容にターゲットを絞り本州客に対しては目もくれませんでした。これは本州客のマーケットは、飛行機の座席の数しかないんです。本州に1億人住んでいると言っても、1日の輸送能力には限界があるわけですから仕方が無いと思います。

そこに莫大な広告宣伝費と営業活動費はかけられないんです。仮にかけた場合それを1人当たりの単価にしてみると、非常に大きな負担になってしまうわけです。ですから実入りが少ないということです。ところが、道内でかけた広告宣伝費等を道内の入場者で割りますと、非常に単価が安い。ですから、私が会社を作ってから7年間というのは東京に事務所も案内所も作らなかったんです。私は、まったくそれには目を向けなくて、徹底的に道内を攻めました。まず足元のお客様をしっかりと獲得することに努めました。とにかく地元のお客様に愛されない観光地は、本州のお客様にも、

まして海外のお客様にも愛されるわけがない。ですから地元をまず第一に、そして地元である程度のマーケットを獲得できたので、それから本州へ出ていったんです。

そのある程度のマーケットというのは50万人だったんです。というのは、50万人という数字は北海道の人口が550万人ですから、11年に1回転ということなんです。つまり、10歳の子供はおとなになってしまい世代が替わるので、継続的に集客が可能となるのです。

「今後更に入込客を増やすための方策をお聞かせ下さい。」

**社長** 経営者からすれば、60万人、70万人と増やしたくなるわけで、それをプラスアルファとして本州から補充するという形を取っていきます。今、当社のリゾートには年間135万人いらしています。北海道の観光資源は何ととっても春夏秋冬がはっきりしているということです。年4回、当社のリゾートの顔を変えれば、北海道の人口550万人の4倍、2200万人の規模となります。夏と冬で当社のリゾートの顔はまったく違うんです。夏に50万人、冬に50万人来て頂くと、道内のお客様だけでも100万人来て頂ける。それから春は、はじめたばかりですけども、花(セタナリア)を徹底的にやります。1面20ヘクタールほどの花畑、これは、手間も、お金もかかるし、花の散った後の手入れもたいへんですが、それだけに価値が出てきます。そして、その花は春にしか見れないんですよ。

春にこだわるということですね。春でなければその花は咲きませんからその時期に来て頂く。そ



れで春に、たとえば30万人でも来て頂ければ、春夏で80万人ということになってくるんです。秋は何をやるかと言ったら、秋でなければならぬというものがあるんです。春に50万、夏に50万、秋に50万、それから冬に50万ということで、ルスツのリゾートは200万人の集客が可能になるんです。これをやはり徹底して狙っていくというのが一番大事なんです。そして、地元のお客様がその花を見て、素晴らしいとか、すごいなと思うと、それが観光資源になっていくんです。それが本州のお客様を呼びこんでくるわけです。今芝桜で有名になった滝の上町でもそうでしょう。何の変哲もなかったところに、あれだけの芝桜を作って、地元のお客様が楽しんでいたわけです。地元のお客様がすごいな、すごいなと言っているうちに、じゃあそんなにすごい花ならば飛行機に乗って行って見てみようかということで本州のお客様が来るようになったんです。そして日本のお客様が素晴らしいとなったら、今度は海外のお客様も呼び込めるようになるんです。

「そこで初めて海外客という話になるわけですね？」

**社長** そう。それで海外からは1割呼ぼうと。ただ、世界中の観光地を見ても、要するに世界の名だたる観光地、たとえばロッキー山脈。あそこでも、10%しか海外客がないですし、アメリカの屋根だというヘブンリーバレーにしても6%なんです。フランスのアルプスの山のスキー場で、あれだけヨーロッパの真ん中にあっても、海外客は3割に満たないんです。それだけ地元に着しているということなんです。

「それから加森社長は海外に幅広く事業を展開されておられますが、これは国際化の一つとみてよろしいんでしょうか？」

**社長** 私は最初、スキー場をロッキー山脈に作りたいと思いそうしました。北海道の会社が本当に観光業者として国際化する、これは北海道のためというのではなくて、当社のためというのであれば、当社は海外に行って勝負をするということなんです。一観光業者としてだったら、海外での展開が国際化なんです。北海道にしがみついて、北海道で国際化なんていう大きなことをやって沈むよりは、逆に国際的な観光地に出て行って、そこで勝負する。現実にそれを当社がやっています。そして向こうでドルを稼ぐ。それが当社の国際化なんです。北海道の観光業者は、開拓精神と云うか、ハングリー精神があるわけですから、北海道だけの事業展開のみを考えないで、どんどん海外へ出て行って勝負すればいいと私は思うんです。

「社長の考えられる海外客の誘致策について、どのような方策をとられているのかお聞かせ下さい。」

**社長** これは、たとえば香港では春夏秋冬がはっきりしていません。シンガポールもしかり、台湾もしかり。四季がはっきりしてない1年中夏だったりする国がたくさんあるわけです。それから見ると北海道は春夏秋冬がはっきりしてでしょう。それからアジアから見ると欧米より日本は時差も少ない。それと夏場涼しいということは、香港のお客様から見ると、非常にゴルフをやりやすいんです。ですから皆さん、夏場にこられて冬に

も北海道にこられることは春夏秋冬が大きな観光資源になっているといえるわけです。

この円高で北海道に来れる東南アジアの人たちというのはお金持ちの人たちが多いんですよ。それを欲張ってずっと底辺まで下げて観光客を呼ぼうなんて言うと、それは無理な話でして、北海道に来れる人をまず拾っていくということなんです。北海道に来れる人の所得層というのは、日本で言えばゴルファーのお客様、お金持ちのお客様です。それからお金持ちのファミリー。こういう層に対してマメに営業活動をやって拾っていくんです。現実にルスツは、キャセイ航空からベストリゾートという、世界的に評価を受けているリゾートです。ですからそういうベストリゾートという評価を頂いていますので、お客様もその層の方がいらしているんです。おかげさまでこの3年間アジアからのお客様は確実に増え続けていまして、当社にとっては非常にありがたいことです。何があるかとおっしゃると、日本人より極端に単価が高い、つまりみやげ物やなんかをたくさん買っていただくさし、滞在日数も長いんです。

「どのような国にターゲットを絞られているのでしょうか？」

**社長** 香港、台湾、シンガポール、タイ、インドネシア、それから韓国。当社では現実に、そういう国の航空会社やエージェントを含めて、しょっちゅうミーティングを開いています。というのは、様々な宗教上の問題もありますし、食生活や入浴の方法も違いますし、いろいろなそういうことを知ってお迎えしなければいけないと思うんです。そのためのミーティングを持って、お互いに話し合っ、受け入れを決めていくんです。その研修を台湾の幹旋業者、香港の幹旋業者、あるいは航空会社の方に来て頂いています。それから、もちろんマスコミの方も招待しますし、その人たちから出される意見を聞くことも大事なんです。

ですから向こうの記事になってルスツはどんどんアピールされていきます。

「そこで、受け入れる側としてはハード面、ソフト面と分けた場合、どのようなものが必要になってきますか？」

**社長** ハードの面では、心配していません。問題はソフトです。アジアの人たちから見て、北海道の観光施設はまだ先へ行ってますから、ハードの面での特別な措置というのはありませんけれども、ソフトの面ではいろいろ遅れているんじゃないかと思います。たとえば英語や中国語の表示一つにしてもそうですが食べ物に関しても生野菜を食べないということやどれだけ受け入れ先が知ってるかということです。それから入浴の仕方も違いますから、そういう人たちが、仮に日本人客と一緒にになったときには、日本人のほうからクレームがついたりします。そういう面の受け入れをどこまで北海道の人が真剣に知ってるかということですね。ですからまずソフトじゃないですか。旅は心ですからね。

そのため当社では月に1回以上アジアの国々の関係者とミーティングを持ってそこに当社の従業員を参加させて啓蒙したり、自覚を持たせるようにしています。実際に現場にでるのは従業員ですから、その国のエージェントや航空会社の人たちに来て頂いて、その国の事情と受け入れ側に対する希望をはっきり従業員に伝えてもらうことが大事だと思います。それができなくて北海道の国際化なんていうのは全く論外です。

「最後に貴社の今後の経営展開の方策、北海道内の観光地としての望ましいあり方などについてお話しいただけますか？」

**社長** 最近はお客さんの嗜好が多様化してきています。そこで、それにどう対応するかといった



ときに、当社で設備投資をして当社で施設をこれからもたくさん持つという時代は終わったんじゃないかと思います。われわれが前から考えていた段階から次の段階に入ってきているのかなと思っているのは、『サテライト方式』を本格的に実践すべき時期にきていることです。たとえば、ルスツに泊まって冬であれば、ニセコへもシャトルバスを出して、ニセコでもすべれるし、ルスツでもすべれるというシステムにするわけです。それから夏であれば、豊浦で海釣りができる、ニセコの山歩きができる、それから何もしない人であれば、小樽を含めて観光ができるとか洞爺で水遊びができるといったオプションツアーをだすというものです。こういうものの現地での受け入れ体制の確立を、私は『サテライト方式』と呼んでいます。この受け入れ施設は当社の施設であってもよし、他社の施設をお借りするのもよしということです。できれば、他社の施設をお借りして、お互いに商売ができるようになればおもしろいし、そういうふうにするべきだと思うんです。

これからはそのように対応していくべきだと思います。今までのようにお客様を1ヵ所だけに閉じ込めて、自分の施設のなかで何でもかんでも消費して頂くという考え方ははっきり捨てたほうがいいと強調したいのです。自分のところで全部消費して頂くと言うと、無理がくるんです。何が無理かと言うと、多様化に対応するための設備をしなければならぬから、設備投資のお金がすごくかかります。ではこれからそういう設備投資をして、採算が合う時代かと言うと合わない。だから他社の作ったものを利用して頂く。その代わり、儲けも少ない。でも、リスクも少ない、負担も少

ないというようなやり方に切り換えていくべきだと思います。いままでの受け入れ方は全部自分の所にお客様を拘束してきました。その結果が過大投資になっているのです。それは欲の出しすぎなんです。全部自分の所でお金を落とさせようとするのは、大きな間違いだったと、言いたいんです。さらにお客様を拘束しては絶対長続きしない。お客様を大いに自由にさせてあげるというサービスの提供を図ることを考えていくほうが大切だと思います。

**「長期的に北海道観光全体の発展という観点からみればあいには、先程いわれたサテライト方式を拡大してゆくことが必要ということですか？」**

**社長** そうです。それから、もう一つ、例をあげますと、北海道の温泉旅館であれば、私は旅館は全部つなげるべきだと思うんです。たとえばA旅館とB旅館がつながっていたら、こんな楽しいことはないと思います。A旅館のお客様がロビーを通過して、B旅館のロビーに出かけたり、たくさんのお店を利用することができたり、アミューズメントコーナーもいろいろなゲームコーナーに行ったりできるようにする。とくに北海道は冬は寒いんだし、温泉街のなかで、アーケードの上に旅館があるという考えを持っていくべきだと思います。旅館のロビーとショッピング街が全部アーケードだと思って、お客様はそのなかを自由に、どこの旅館の施設でも自由に入出りできるようにしたら、と思うんです。そうすれば自由に楽しめるし、冬でも暖かいんで、どこへでも自由に移動できるわけです。

それから現実にあるんですが、アメリカネバダ州リノという町のカジノ街なんです。エルドラドというホテルに泊まっていながら、ロビーがながっているのでサーカスサーカスというホテルのロビーに自由に且つ自然に入って行き、そこでショーを見てくる。そういうことをやっているんです。向こうの経営者はおおらかなんです。日本人ですと、自分のことしか考えないで仕切ってしまうわけです。でも彼らはわざと仕切を取り払ったり、そのホテルが離れていたら、そこをエスカレーターやモノレールまで付けたりしてアクセスしているんです。それでいてお互いにカジノの売上げを上げているんです。サーカスサーカスに泊まったお客様がエルドラドというホテルのところでカジノをやっていたりするわけです。現実には、リノという小さなカジノ街とラスベガスとの戦いをやったりするわけで、隣のエルドラドとサーカスサーカスとの戦いという狭いものではないのです。これからの観光地はこういう戦いをしていかなければならないわけです。ある温泉旅館がだめになるときは全部だめになっているんです。ですからみんながよくなると、個々の温泉旅館はよくなっていかないんです。そういう町の設計、観光地の設計という色合いをつけて、形をとっていかねばならないと思うんです。

旅館のほうでも特色をもった施設を協業化してゆくことを真剣に考えるべき時期にきていると思うんです。そういうやり方を採っていかないと、観光地对観光地の戦い、ましてすばらしい国際的な観光地はたくさんあるわけですから、そういうところとの戦いには勝ってゆけないということになります。現実には、円安・海外旅行への流出増大という流れをみると、北海道の観光地は今、皆で協業化をしていくということに目覚めないと、今後ますます、厳しい状況になっていくということです。

「どうも今日は貴重なお話をいただきましてありがとうございます。」

## 会社プロフィール

- ・ 設 立：昭和56年9月
- ・ 本 社：札幌市中央区北4条西4-1
- ・ 資本金：200百万円
- ・ 従業員：422名
- ・ 年 商：12,091百万円
- ・ 施 設：

### ルスツリゾート部門

リフト13基、 Gondola 4基  
ホテル

本館、60室314人収容

サウスウィング、194室776人収容

ノースウィング、337室1200人収容

ルスツタワー、231室1056人収容

ロッジ1棟：コテージ8棟、ログハウス6棟

ジェットコースター6基等各種遊具施設、ジャンプ  
プール、テニスコート15面、ゴルフコース54H

### 海外部門

ローンパインコアラ園（オーストラリア）

ステイムボートスキー場（アメリカコロラド州）

ヘブンリーバレースキー場（アメリカカリフォルニア州）

セイバル・ポイントゴルフ場（アメリカフロリダ州）

ティエニユスキー場（フランス）

# 「石川啄木」

## 岩手の生んだ天才詩人

ほくとう総研 理事長 窪田 弘

啄木の短歌は、モーツアルトの交響曲40番のように、もの悲しく、甘美な感傷を奏でる。

啄木が生まれた明治19年（1896年）は、近代的諸制度が整えられつつあり、近代産業が勃興しつつあった時代である。啄木は、その意味では、振興日本の一番良い「明治という時代」に生まれたわけである。歌集「一握（いちあく）の砂」の冒頭に、希望に満ちた一文を載せて曰く、「年若き旅人よ、目を上げ給え、常に高きを見給え。かの蒼穹（あをぞら）にまして大いなるもの、何処にあるべしや。日は恒に彼処にあり。わが頭の上の限りなき高さを忘れ給ふ事なかれ。常に目をあげよかし。」

しかし、彼は、同時に、時代の矛盾をも敏感に感じていた。「時代閉塞の現状」（明治43年）は、文学論であるが、同時に時勢を論じている。国家の形成に女子や青年が疎外されてきたことを述べた上、「見よ、我々は何処に我々の進むべき路を見出しうるか。我々青年を圍繞する空気は、今やもう少しも流動しなくなった。現代社会組織はその隅々まで発達している。——そうしてその発達もはや完成に近い程度まで進んでいる事は、その制度の有する欠陥の日一日明白になっている事によって知ることが出来る。我々は一斉に起ってこの時代閉塞の現状に宣戦しなければならぬ。全精神を明日の考察——我々自身の時代に対する組織的考察に傾注しなければならぬのである。我々の理想は最早「善」や「美」に対する空想である訳はない。一切の空想を峻拒して、其処に残る唯一の真実——『必要』！必要は最も確実な理想である。」

明治42年、啄木24歳の暮、少しでも口を減らそうと家出していた父も帰り、東京本郷で一家そろった生活が出来ようになったが、嫁姑の不和、貧困、自分並びに夫人の病気などで、生活の前途はいよいよ暗くなる。翌明治43年3月、友人宮崎大二郎宛の手紙に次のように書く。「心身両面の生活の統一と徹底！これが僕のモットーだった。僕はそのために努めた、そして遂に、今日の我らの人生に於て、生活を真に統一せんとすると、その結果は却って生活の破壊になるということを発見した。僕は新しい意味に於ての二重の生活を営むより外にこの世に生きる路はないと思う様になった。自分一個の問題と、家族関係乃至社交関係に於ける問題とを、常に区別してかかるのだ。」

ギリギリまで追い込まれた生活の中で、自己を率直に表現しようとした啄木の歌が、今日まで新鮮さを失わず、人々に大きな感動を与えている。

「一つのこと、例えば自分で自分を憐れだといった事に就いてでも、その如何に又如何にして然るかを正面（まとも）に立向って考えて、そうして其処に或動かすべからざる隠れたる事実を承認する時、その時、歌は自からにして生氣ある人間の歌になるであろう。」

啄木は、歌は自分の一生の仕事に非ず、歌は私の悲しい玩具（おもちゃ）であると考えていた。しかし、「一生に二度とは帰ってこないのちの一秒がいとしい。ただ逃がしてやりたくない。それを現すには、形が小さくて、手間暇のいらぬ歌が一番便利なのだ。」一夜爆発的に141首の歌をつくったこともある。

啄木の歌で中心的なのは、自らを省みる歌である。



高木

出典：盛岡の先人たち（盛岡市先人記念館編）より

こころよく  
我にはたらく仕事あれ  
それを仕遂げて死なむと思ふ

私の友人で、今年の年賀状にこの歌を書いてきた人があった。何となく不完全燃焼感があると、幾つになっても、こんな気持ちは無くならない。

高きより飛び下りるとき心もて  
この一生を  
終わるすべなきか

かなしきは  
飽くなき利己の一念を  
持てあましたる男にありけり

非凡なる人のごとくにふるまへる  
後（のち）のさびしきは  
何にかたぐへむ

一度でも我に頭を下げさせし  
人みな死ねと  
いのりてしこと

うぬ惚るる友に  
合榎うちていぬ  
施与（ほどこし）をするごとき心に

殴らむといふに  
殴れとつめよせし  
昔の我のいとほしきかな

その親にも、  
親の親にも似るなかれ——  
かく汝（な）が父は思へるぞ、子よ

友を歌った詩も多い。しかしそれらも多くは自分の反映である。

友がみなわれよりえらく見ゆる日よ  
花を買ひ来て  
妻としたしむ

あまりある才を抱きて  
妻のため  
おもいわずらふ友をかなしむ

人並の才に過ぎざる  
わが友の  
深き不平もあはれなるかな

わがこころ  
けふもひそかに泣かむとす  
友みな己が道をあゆめり

そのかみの神童の名の  
かなしさよ  
ふるさとに来て泣くはそのこと



出典：盛岡の先人たち  
（盛岡市先人記念館編）より

啄木は早熟の秀才であった。6才で小学校へ入学、首席で卒業、県立盛岡中学校へ入学。一二年級の頃は、成績も級で一二を争う秀才だったが、三年の頃から当時東北をも風靡した文学熱にうかされ、また、のち妻にめとった堀合節子との恋愛事件もあり、学業も振るわなくなり、ついに中途退学、上京する。しかし、現実甘いものではなく、文筆で生活することは出来ず、4ヶ月で帰郷せざるを得なくなる。

明治38年、20才で、詩人として名が出るが、多くの知人に金銭上の迷惑をかけ友を失う。処女詩集「あこがれ」を出版。堀合節子と結婚。翌39年、生活苦のため、盛岡を引き払い、洪民村の農家の一間に移る。小学校代用教員になるが、ストライキを起こし、解職。22才。妻子を洪民村に残して、北海道に渡る、函館弥生小学校代用教員を経て、函館日日新聞社への入社に成功するが、大火が起こり、新聞社もめちゃくちゃになってこの土地にいられなくなる。札幌北門新報記者、小樽日報記者、釧路新聞記者と流転するも落ち着けず、41年4月、23才、一大決意の下に、金田一京助などの援助を受け上京する。朝日新聞校正係の職を得る。明治42年5月咯血する。北海道から家族を迎えたが、生活の不如意に加え、嫁姑の不和に心を痛める。

夜明けまであそびてくらす場所が欲し  
家を思へば  
こころ冷たし

人みなが家を持ってふかなしみよ  
墓に入るとく  
かへりて眠る

はたらけど  
はたらけど猶わが生活（くらし）楽にならざり  
ちっと手を見る

母も妻も結核に感染し、一家病魔に苦しみ貧窮を極める。明治45年、正月の末に老母が咯血、3月に亡くなる。4月13日には、啄木死去。明治という時代とともに、わずか27才の生涯を終える。翌大正元年には妻節子結核のため死去。まことに悲惨な一生で、読む度に心が痛むが、明治大正昭和初期までは、比較的ありふれた話であった。今日では、結核はほとんど無くなり、失業、貧困もかなりの程度克服された。我々は幸せな時代に生まれあわせたものである——そのように感謝の念をもっているものは少ないが。

かつて石もて追われるごとく逃亡した故郷を恋しく思う絶唱も多い。

ふるさとの山に向かひて  
言ふことなし  
ふるさとの山はありがたきかな

やわらかに柳あをめる  
北上の岸辺目に見ゆ  
泣けとごとくに

ふるさとの訛なつかし  
停車場の人ごみの中に  
そを聴きにゆく

私が若き日に感銘をうけた啄木の歌は、いま年を経ても新たな感慨をもたらすが、この頃は、こんな歌にも惹かれる。

ある日、ふと、やまひを忘れ、  
牛の啼く真似をしてみぬ、——  
妻子の留守に。

●思うままにつれづれ…

ぼくは  
こんな農業を  
やっている(有)六角牛農場代表取締役  
多田自然農場グループ代表  
多田 克彦

「多田さんのお宅ですか。東京で牛乳飲んでおいしいので旅行の途中寄ってみました」。2人の青年がバイクで北海道へ向かう途中 今日私の農場に立ち寄ってくれました。「多田克彦牛乳」。私の牛乳です。今でこそ自信を持って語れるようになった私の商品です。今、この牛乳は東北地方はもちろん首都圏の消費者から大きな支持をいただき、日本海側の新潟県、四国は高知県まで“輸出”されるところまでできました。

私の生産地は岩手県遠野市。標高450m、昔から冷害常襲地帯としての厳しい自然環境と変転する農政にふりまわされ、南部かんらん（キャベツ）、葉たばこ、ホップ、リンゴ、リンドウと作目がくるくる変わってきた歴史があります。私は10年間、遠野市役所に勤務した後、農業を職業として選択しました。当時、公務員が農業を選択するのは時代に逆行するといわれ珍奇の目で見られました。しかし、私は農業は可能性のある職業であり、自分の農場を持って自己主張する商品を流通する夢を持っていました。けれども現実には打たれ続ける毎日でした。農業の技術は理論ではわかっているのだが現場は失敗の連続。種はまいたが芽がでない。芽が出たが生育しない。東北地方は冬が長いので作物の生産はストップ。出稼ぎが唯一の現金収入かと頭をよぎる。農業の企業化とは何であろうか。農業が経済問題の中でイキイキと語れる環境とはどういうことなのか、毎日、土と乳牛と格闘しながら自問自答している。

そんな中で私が結論づけたことは「農業は自然のリズムを聞きながら科学する職業である。日本の農業問題は流通問題である。このことに果敢に挑んでいこう。」ということです。牛乳の生産調整の問題が出てきたとき、既成の組織を飛び出し、自分で売っていき、危険はぶつかってみなければわからない、そこで出てきたのが牛乳に名前をつけて売るという発想でした。

流通の最前線の事情もわからぬまま、牛乳を持って量販店・デパートを回り、作業着を着てねじりはちまきを巻いて岩手・遠野の方言まる出しで売り歩きました。そんな中、牛乳の東京進出のキッカケを作ってくれたのが現在、京王デパート社長の川村六郎氏でした。「商いは人脈が作るもの。」この出会いによって農業とは商いなり、人との出会いの大切さを学びました。

現在、牛乳・ヨーグルト・野菜・牛肉と全て自分の名前をブランドにして売っています。名前を付けて売って消費者に支持されるには感動を与えなければいけません。見て感動、食べて感動、作ってる人知って感動。モノづくりにはストーリーがなければいけません。農業は食材づくりという点から見ると健康と安全というのは当然、意識していかなければいけない。あらゆる方向から最高のモノを産み出す努力を惜しまない。

農業が追求すべき課題はヤマほどある。その中でいちばん意識していることは「競争にあえて飛びこんでいこう」ということです。自由化の波を浴びる前に手を打つ。ここ2、3年の変革のスピードは私が想像する以上に早く、牛肉価格の下落率、消費者の価値あるモノを評価する姿勢、これらのことをいち早く生産現場に取り入れ、事業の構築と破壊を試みながら産地を作ることに着手しました。よく「自然環境に恵まれ…」といいますが自然をよく知るには手痛い経験から学びとる洞察力・予見力が必要です。そのためには自身の教育力、地域における知に対する評価を高めること、ここに将来の展望が開けるカギがあると思います。東北の農村課題である過疎・高齢化・後継者難という構造的な問題を私は深刻に考えてはいない。あるがままの農村と農業を受け入れ、消費生活者に向っておもしろい農業を語っていきたい。おもしろい人間は育成するのではなく出てくるものなのだ。

# 自分たちの街は自分たちの手で 住民の手による江戸時代の町並み再現

ほくとう総研 専務理事  
高田 喜義

## 1. 四百年の歴史に彩られた 日南市「飢肥」地区

宮崎県の南部に位置する日南市は、西は小松、男鈴の連山に連なり、東は34kmの海岸により日向灘に面する気候温暖な地方都市である。

日南市は昭和25年に4ヵ町村が合併して市政が施行され、その後同31年までに周辺3町村を編入合併して今日にいたっている。人口は昭和31年の6万3千人をピークに減りつづけ、現在（平成7年3月）は4万8千人弱となっている。

主たる産業は一次産業で、農業では温暖な気候を活かしてコショウランやスイートピーなどの花卉、ピーマン等の野菜栽培が盛んなほか、コシヒカリの超早場米の出荷地としても知られている。

また、この地域で産出する杉は特に飢肥杉として船材に珍重されている。

この日南市の西方に位置する「飢肥」地区は、人口約8千人の旧飢肥藩の城下町で、日露講和条約締結や不平等条約改正に功のあった明治の外交官小村寿太郎の出身地としても有名である。

飢肥藩主伊東氏の先祖は藤原氏の出で、その子孫工藤祐経が鎌倉幕府より、当時日向と呼ばれたこの地の地頭に任ぜられたのがはじまりとされ、その6代目の子孫祐持の時に当地にくだった。戦国時代の曲折の末、1587年に17代祐兵が九州征伐



の功により豊臣秀吉より飢肥城を賜り、5万石の小藩ながら以後明治まで14代に渡って藩主の地位にあった。

## 2. 城下町の斜陽化と道路拡幅

「飢肥」地区は、復元された飢肥城を中心に大手門、旧藩校「振徳堂」や侍屋敷等が保存されて城下町の色彩を色濃く残し、昭和52年には「伝統的建造物群保存地区」にも指定され、合併以前は県南の政治、経済、教育の中心地であった。

この飢肥城下町のほぼ中央を貫き都城市に通じる国道222号線沿いの本町通り商店街は、古くから飢肥地区の商業地区として栄えてきたが、日南市誕生により行政の中心が移転したのにもない斜陽化を余儀なくされた。

昭和46年頃、車の交通量の増加にともない国道222号線の拡幅か、あるいはバイパス建設かが検討されたが、バイパス建設により商店街の斜陽化に一層拍車がかかることを懸念した本町通り商店街は「現国道の拡幅で商店街の活性化」をはかる道を選択した。

## 3. 本町研究会の発足と 江戸時代の町並み復元

こうして昭和49年から始まった国道拡幅工事を契機として、城下町に相応しい町並みを復元することとし、昭和53年に20才代から60才代までの地元有志32名が集まって「本町通り町並研究会」（のちに本町研究会）を発足させ、設計事務所や高校の美術教師等各界の意見を聞くとともに倉敷市などの先進地を視察し、町並みに関する研究と議論を重ねた。

こうして道路拡幅にともない店舗や住宅を改築する際の申し合わせ事項として

- ①家は日本風に統一しましょう
- ②家は溝から1メートルさげましょう
- ③軒は溝までだしましょう
- ④軒の高さをきめましょう



#### ⑤ケバケバしい色をさけましょう

を取り決め、地区内の回覧やあらゆる会合を通じて呼び掛けをおこなった。

この運動の輪は、単に店舗や住宅にとどまらず郵便局やスーパー、バス待合所等にも広がり、商店の看板、のれんにも工夫がこらされ、白い壁と黒い瓦に統一された約130軒にもおよぶ江戸時代風の町並みが復元された。

また、この町並みのシンボルとして飴肥杉の巨木をふんだんに使用した古い商家を移築し、大ソロバン、はかり、杓、大福帳などを展示した商家資料館として公開している。

市当局もこの運動をバックアップし、電線や電話線の地下埋設（実施決定）、橋の高欄、街灯、交通標識のデザイン面、街路樹、歩道敷石等に時代色を出す等の配慮を行なっている。

### 4. 本町研究会の活動と効果

「自分達の町は自分達の手で」を合い言葉に20年近い活動をつづけ、江戸時代の町並みの復元を実現した本町研究会は、その後も武家屋敷の堀への鯉の放流、「飴肥城下祭り」の復活、レンタサイクルによる城下町めぐり、郷土に伝わる「泰平踊り」等の郷土芸能を守り伝えるための「飴肥郷土芸能館」の設置等幅広い活動を繰り広げている。

研究会は毎月1回開催され、来年には300回を数えるが、会長は当番制で「みんなが主役」をモットーに運営されている。

会員は「来る者は拒まず、去る者は追わず」の精神で本町通りの住民はもとより、銀行や企業の支店長なども入り活発な話し合いを続けている。

また、本町研究会の実働部隊として若者たちにより「本町商交会」が結成され、清掃活動、プラントナー設置等が行なわれている。

### 5. 本町研究会の活動の意義と今後の課題

割高な日本建築で結果的に建築費の増大を強いることになる江戸時代風の町並みづくりを“条例による規制”や“補助金による誘導”という行政面での強制力や援助なしに国道拡幅という機会を捉えて住民同志の話し合いと理解によって実現した本町研究会の地道な地域づくり活動は、まさに特筆に値するものである。

どちらかという権利調整が難しく、各人が個性を主張しやすい町並みづくりは、行政が中心になる場合が多いなかで、本町研究会の話し合いの手法は今後の町づくりに一つの方向性を与えたものとして評価される。

このような住民同志の合意形成が飴肥地区で可能だったのは、この地域に古くから伝わる“泰平踊り”の伝承が、各戸から参加した高・中・若年が円陣を組んで話し合う形で進められているこの地域独特の習慣によるものとする説があるが、それ以上に歴史の重みをうけた伝統的町並み保存にかける地域住民の情熱と「自分達の町は自分達がつくる」という意欲に支えられたものであるといえよう。

この江戸時代風町並みの実現により東京や大阪に出ていった商店の子弟がUターンして商店の後継者になるなど思わぬ効果もでてきている。

これまでの活動により町並みづくりは一応でき、街路樹、電柱の撤去等の修景作業に取り組むことになるが、今後は、美しく再現された江戸時代の町並みを舞台に斜陽化した商店街の復活をめざしていかなければならない。そのために観光客等の地域外からの交流人口を増やし、若者が定住するソフトに取り組むことが課題であろう。

ちなみにこの本町研究会の活動は以下のように数多くの榮譽に輝いている。

『魅力ある町づくり賞』（建設大臣 昭和59年）

『潤いのある町づくり賞』（自治大臣 昭和59年）

『手づくり郷土賞』（建設大臣 昭和62年）

『地域づくり表彰全国地域づくり協議会会長賞』

（国土庁 平成7年）

## 事務局から

平成8年3月19日開催の理事会・評議員会で、当財団の理事の選任及び顧問の推薦が行われました。新体制は以下のとおりです。よろしく願いいたします。  
(平成8年6月1日現在)

### ●役員

会 長	齋藤 英四郎	社団法人経済団体連合会名誉会長 北海道東北開発公庫運営協議会会長
理事長	窪田 弘	株式会社日本債券信用銀行頭取
専務理事	高田 喜義	
理 事	明間 輝行	東北経済連合会会長
理 事	有江 幹男	北海道工業大学学長
理 事	石田 名香雄	東北大学名誉教授
理 事	伊藤 義郎	北海道商工会議所連合会会長
理 事	小森 英夫	同和鉱業株式会社相談役
理 事	齋川 慶一郎	東北六県商工会議所連合会会長
理 事	佐々木喜久治	北海道東北自治協議会会長 秋田県知事
理 事	穴倉 宗夫	北海道東北開発公庫総裁
理 事	戸田 一夫	北海道経済連合会会長
理 事	中田 久蔵	新潟県商工会議所連合会会長
理 事	那須 忠己	北海道東北開発研究会理事長 日本製紙株式会社相談役
監 事	村松 巖	株式会社七十七銀行頭取
監 事	山内 宏	株式会社北海道拓殖銀行相談役

### ●評議員

泉 誠二	北海道電力株式会社社長
今井 敬	新日本製鐵株式会社社長
柏倉 信幸	山形北東会会長 山形交通株式会社社長
今野 修平	大阪産業大学教授
佐竹土佐男	北海道開発研究会会長 札幌国際エアカーゴターミナル株式会社社長
千葉 一男	新王子製紙株式会社社長
辻 兵吉	秋田北東会会長 株式会社辻兵会長
坪井 孚夫	福島県商工会議所連合会会長
新飯田 宏	放送大学教授
沼田 吉蔵	青森県商工会議所連合会会長
藤村 正哉	三菱マテリアル株式会社社長
八重樫昌宏	岩手北東会会長 岩手県北自動車株式会社社長
八島 俊章	東北電力株式会社社長
吉岡 孝行	苫小牧東部開発株式会社相談役
渡辺 陽一	北海道東北開発公庫理事

### ●顧問

伊藤 滋	慶応義塾大学大学院教授
伊藤 善市	帝京大学経済学部教授
大西 隆	東京大学工学部教授
下河辺 淳	東京海上研究所理事長
滝澤 浩	釧路公立大学教授
原 司郎	高千穂商科大学学長

#### ◆当財団の基本財産、5億6千800万円に

平成8年6月に北海道東北開発公庫から出損いただき、基本財産が5億6千800万円となりました。

#### ◆本誌へのご意見、ご要望、ご寄稿をお待ちしております

本誌に関するお問い合わせ、ご意見ご要望がございましたら、下記までお気軽にお問い合わせ下さい。  
また、ご寄稿も歓迎いたします。内容は地域経済社会に関するテーマであれば、何でも結構です。詳細につきましてはお問い合わせ下さい（採用の場合、当財団の規定に基づき薄謝進呈）。

〒100 東京都千代田区大手町1-9-3 公庫ビル  
ほくとう総研総務部 NETT編集部 宛  
TEL.03-3242-1185 (代) FAX.03-3242-1996

# HOKUTOU DIARY (平成8年4月～6月)

★ほくとう総研のおもな出来事、活動内容についてご紹介します。

- 平成8年5月24日 第10回理事会・評議員会開催  
議案・平成7年度事業報告及び決算
- 6月10日 北海道東北開発公庫から2千万円の出損をいただく
- 6月25日 NETT15号発行

## 編集後記

本号からNETTの編集を担当させていただくことになりました。宜しく  
お願い致します。

ところで、ほくとう地域はいろいろな形で観光と関係が深い地域です。最近ではほくとう地域に限らず、観光立県を標榜する自治体が増えていきます。その観光地も海外観光地との競合、海外流出等の空洞化等が懸念されている中、本号では観光の今後の展開について特集しました。今後の観光については、決して楽観できる状況とはいえ、官民のタイアップはいうに及ばず、いかに差別化を図っていくかが観光地盛衰の鍵を握っていると言えるようです。(TW)

## ほくとう総研 平成7年度活動実績

### 1.調査研究事業(自主研究)

- ロシア極東地域の発展可能性と北海道の役割に関する調査
- 地域における新規事業創出方策に関する調査
- 広域連携と今後の高次都市機能整備方策に関する調査
- ほくとう地域の将来展望に関する調査

### 2.情報提供事業

- 地域シンポジウムの開催  
(秋田市11/8 札幌市12/18)
- 研修会、講演会の開催  
「地域政策研究会」(北海道4ヵ所で開催)  
講演会(東京)  
講師派遣(随時)
- 印刷物の発行  
機関誌NETT(年4回発行)  
地域指標ハンドブック(8月発行)
- 第3回海外視察研究会の実施  
(ベトナム、中国9/7～16.)

### 3.受託事業

- ◆受託調査
  - ほくとう日本における戦略構想策定調査
  - 日高山脈南部地域開発基盤整備事業推進調査
  - 国際交流拠点形成調査
  - 高熱負荷公共施設における  
自己廃熱活用型高効率エネルギー利用システム導入モデル調査
  - 地域特性を活かしたコージェネレーション普及可能性調査
  - 石炭コージェネ事例調査
  - 石炭利用エネルギーシステム事業化調査
  - 新分野開拓共同事業可能性調査(釧路地域)
  - 地域連携軸形成可能性調査
  - 秋田中核都市圏計画策定調査
  - 新潟県観光振興基本計画策定業務
  - 電源地域企業導入促進対策調査
  - 大館市地域新エネルギービジョン策定調査
  - にいがた緑化フェア経済波及効果等事前測定調査
- ◆受託出版
  - 地域開発機関英文ガイド



財団法人 北海道東北地域経済総合研究所機関誌

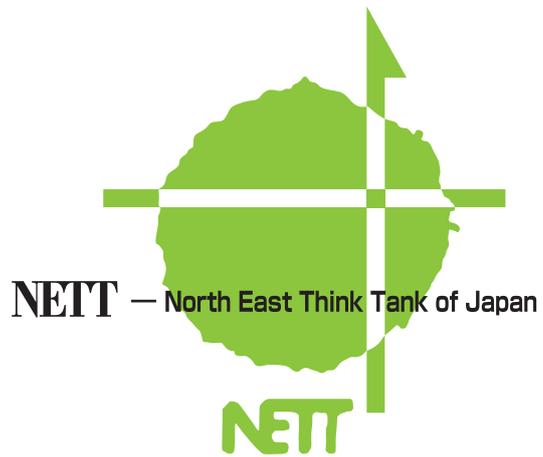
**NETT**

No.15 1996.6

編集・発行人◆伊井 孝義  
発行

(財)北海道東北地域経済総合研究所  
〒100 東京都千代田区大手町1-9-3  
TEL.03-3242-1185 FAX.03-3242-1996

禁無断転載



財団法人 北海道東北地域経済総合研究所

〒100 東京都千代田区大手町1丁目9番3号(公庫ビル5F)  
TEL.03-3242-1185(代) FAX.03-3242-1996