

地域の特性が与える感動



「あたらしい旅」づくり

東日本旅客鉄道(株)仙台支社

丹治 義人

時代の潮流と共にすべてが変化していく現代。ライフスタイルの多様化に合わせ、旅のカタチも大きく変化を遂げようとしている。その潮流に国内旅行が充分に乗り切れているのだろうか。

平成七年六月、観光政策審議会の答申に「今後の観光政策の基本的な方向が示された。それは、国内産業の空洞化の懸念に対し、二十一世紀のわが国の経済構造を安定的なものとし、新しい雇用を創出できるのは、観光産業であると位置づけている。今後の国内旅行の興隆は地域特色、即ち地域文化に根ざした資源の発掘、再評価であり、地域の自然、歴史文化の素材を活かした観光振興は、地域の経済的発展を促すだけでなく、地域の住民がその文化を発見、創出する貴重な契機となり、地域の経済と文化を活性化させ、地域振興に寄与するとし、国民が健康を維持し、創造力を貯え、家族の絆を強めるなど社会の発展を支えていくには、労働と休息とバランスのとれた観光活動がすべての分野の人々にとって必要であると答申している。

JR東日本が提唱する「あたらしい旅」づくりも、地域の皆様と共に創りあげ地域の個性を何よりも大切にしながら、経済的効果や人材育成効果をはじめさまざまなカタチで地域の活性化に貢献するよう、「旅」を通じての地域活性化をめざし、地域という名のテーマパークづくりを地域の皆様とともにその具現化に努めているところにある。

しかしながら、お題目のように「観光による地域振興」と大合唱のように唱えていれば黙っていても実現するものでもないようである。ではどのようにすればよいのであろうか。それにはやはり国内旅行の現状と問題点をきちんと踏まえ、国内旅行を魅力あるものにするための具体的な方策を講じることが必要なのである。なぜ海外旅行は好調で国内旅行は低調なのか。海外旅行は昭和五十五年以降急速に伸びつづけ毎年百万人、平成八年度には千六百万人以上が海外に行っている。好調な要因として幾つかあげられるだろうが、やはり異なる文化・風土・歴史に触れる喜び、多

様なメニュー設定が主な要因としてあげられるのではないかと。一方、国内旅行に目を向けてみれば、依然として割高感・高額イメージが付きまとい、既存観光地主導型の一泊豪華主義の画一的なメニュー、言い換えればどこを切っても同じような金太郎飴の図柄でしかないことが低迷の要因になっているのではないかと。

こんにちもつとも地域というものを肌で感じるものに、衣食住という要素があるが、これさえ日本全国均一されつつある。古来よりそれぞれの地域には人々の暮らしがあり、その暮らしの中に連続と受け継がれた生活の知恵がある。その生活の知恵が文化であれば地域毎に立派に文化が存在するのである。しかしながらいまの社会の特性は文化の均一性の方向にのみ走り続け、地域固有の「におい」といったものが年々薄められ、旅といったものが日常の生活とほとんど変わりのない無味乾燥なものであれば、何が人を旅に駆り立て、心ときめく感動を呼びさます要因になるのだろうか。この辺のところ国内旅行の空洞化

Value Sight 観光

地域の特性が与える感動



とまでいわれる問題点なのである。

国内旅行の現状と問題点を踏まえ国内旅行をより魅力あるものにするための課題点を整理すると、次の四点に要約されるのではない。

一、個人グループへの対応、多様なニーズに如何に対応するか

二、異なった風土、文化に如何に触れさせることができるか（非日常体験）

三、割高感の払拭

四、点の観光から面の観光へ、広域観光、滞在・拠点型観光へ如何にシフトするか

これらを一口で言い表すのであれば、如何に安く、長く、広く旅行をしてもらい、その地域の魅力を知ってもらうかにある。そしてその結果として地域が潤い活性化につながる地域産業連関構造を如何に創るかにある。

とはいえ理念だけではなかなか動かない。

かといって気合だけでも後が続かない。わかっているが具体的行動に移れない。すべてではないにせよ多分にこれが人の世の常かもしれない。

ここでJR東日本として国内旅行の課題を検討し、国内旅行の復権・活性化をめざし、できることから始めよ

うという方法論の展開が「あたらしい旅」づくりなのである。

JRが提案するあたらしい旅。それは一泊豪華主義から本物の豊かさへ。わくわくする旅からホッとする旅へ。JRはそのひとつひとつを地域の皆様と共にづくりあげたいと考え、長期滞在型の宿泊施設建設というカタチをとりながら、低廉・清潔・簡素・安全な宿泊施設を拠点に、今まで旅にでる機会が少なかつた三十・四十代のファミリー層をはじめ新鮮な感動を求めるすべての方に、地域の人々と触れあいを通じて自然と文化、そしてその地域の特性にすっぽり溶け込んでほしいという新しい旅のスタイルを提案したのである。

しかしながら、ここで最も重要なことはハコ・モノを作ったとしても、そこに魂を注ぎ込まなければ単なる物質に過ぎないということである。魂を宿し生命体としての息吹・鼓動といったものを感じさせるにはあくまで地域の熱き思い、情熱にかかっていることを忘れてはならないのである。

山形県内にはつい最近オープンしたファミリータイプの「シーネスハイム金山」、そして「フォルクロー口高島」の二施設が既に稼働している。旅先での過ごし方のメニューづくりいわゆるソフト開発は地元の方々と組織をつくり、一年以上もかけて皆で議論し決めていくというスタンスで臨んできた。高島は、まほろばの里の具現化として農業という切り口で、金山は山里体験の具現化として地元達人の活用をテーマとして扱ってきた。それぞれに地域というものの特性を最大限に活用しようということである。

最後に、JR東日本が提案する「あたらしい

い旅」は単に宿泊施設建設をさして地域開発を行うのではないということである。宿泊施設の建設はあくまで一方法論の展開に過ぎず、要は消費者に地域の文化、歴史というものを認識してもらい、新日本発見による日本人のアイデンティティの醸成を図りたいということであり、また地域にあっては地域固有の文化・風土を再認識し地域自立の発展を促すことでもある。これらにより地域経済振興による域内流動の活性化・相互流動による観光需要の拡大を図ることなのである。そしてその開発手法はあくまで地域の自然・風土に配慮しながら文化的特徴を活かした「文化主導型観光開発」なのである。

丹治 義人

東日本旅客鉄道(株)仙台支社営業部販売職観光開発グループ副課長。昭和31年7月2日、福島県二本松市生まれ。昭和50年、当時の日本国有鉄道に入社、その後引き続きJR東日本へ。平成7年、営業部販売促進担当として、商品宣伝・各種キャンペーンに携わる。平成8年、JR東日本が提案する「新しい旅」に対応するためのセクションとし、営業部販売課観光開発室が設置され初代副室長に。感動する旅とはどのような旅なのか、地域に根ざした文化・歴史・風土を基軸にした観光開発をテーマに取り組んでいる。



ジェーネスハイム金山



フォルクロー口高島