

観光のあり方と建設コンサルタントへの要望

有山 忠男

ARIYAMA Tadao

株式会社 ライヴ環境計画/代表取締役社長



1——日本はすばらしい観光資源国

今年の夏7月に、北海道知床半島で世界遺産委員会の諮問機関である国際自然保護連合(IUCN)の専門家による世界遺産登録に向けた現地調査が行われた。結論が出るのは来年であるが、おおむね登録されるのは間違いなしとの見通しが伝えられている。知床の海、山、川が作りあげている豊かな生態系が世界的に高く評価されたわけであり、あらためて日本の自然環境の魅力が浮き彫りになった気がする(写真1)。

6月には紀伊半島の一部、紀伊山地の霊場と参詣道の登録が決まったので、知床の登録が決定するとわが国の世界遺産は全体で13箇所にもなる。登録件数の多い中国で29箇所、インドで24箇所だから、国土面積的に考えると、日本の自然や文化は世界的にみても相当優れていることが証明されたといえるだろう。世界遺産を第一級の観光資源ととらえると、日本はすばらしい観光資源国といえると思う。

そうした意味で、現在政府が推進している「Visit Japan キャンペーン」は、このような日本の観光的なポテンシャルを世界にアピールする絶好のチャンスと思われる。しかし、残念ながら、資源は一流でも、わが国の観光客を迎え入れる環境についてはまだまだ二流というのが私の実感である。



■写真1—世界遺産をめざす日本の秘境「知床半島」

外客誘致のキャンペーンのみが先行して、肝心の外国人観光客の受け入れ体制づくりは、正直言って後回しにされて

いるように思うのである。

すなわち、日本の観光地は必ずしも外国人観光客が旅行しやすい環境にはなっていない。交通施設や宿泊施設の利用の仕組みもわかりにくいし、観光案内所を含む地域の案内機能も必ずしも全国的に統一基準があるわけではなく、外国人にとって便利な仕組みになっていない。それ以上に、日本人の気持ちの中に、外国人観光客を心から迎えようとする気持ちが基本的に不足しているように思う。さらに、観光地の景観や環境は決して美しいとはいえない。自然の風景はきれいでも、いわゆる美しいタウンの形成が遅れている。このように、わが国の観光地は、ソフト・ハードを含め課題は少なくない。

これからのわが国の観光で重要なのは、以上のような受け入れ体制の充実と、美しい観光地環境を創出することだと私は考えている。かつて日本が経済先進国になったように、世界的に一流といえる観光地をつくり、観光先進地をめざすべきである。そのために、建設コンサルタントのやるべき仕事は多いと思う。

2——魅力が薄れた日本の観光地

外国人観光客の受け入れ体制に関しては決して十分な状況ではないが、同じことが日本人観光客に対してもいえるように思う。結論から言うと、わが国の観光地には、人をもてなすという発想が極めて乏しかったように思う。ある意味で、お客は黙っていても来てくれた。あとは、来たお客にいかにお金を使わせるかを考えればよかったのである。

私の住む北海道では、デカンショ観光という言葉が今も残っている。要するに半年稼いで半年寝て暮らすという商売である。1年分を夏の半年で稼ぎ出す。だから、まともな施設もつくらないし、サービスなんか何もない実に

荒っぽい商売をしていたのである。こんな経緯から、北海道は、自然は一流、施設は二流、サービス三流という皮肉な言葉まで頂戴してしまった。

まち並みや景観など観光地そのものに魅力がないのも、実はこのようなサービス精神の欠如が一番の大きな原因と思う。日本の観光地がいかにお客を粗末にしていたか、まずはここを変えない限り、私は日本の観光地は決して快適にならないし、美しくならないと思うのである。

3——一流の観光地整備に向けて

国内の観光地の質的な水準が高まらなかった政策的な要因として、私は次の3点を指摘したい。

一つは、戦略的な観光政策の不在である。国も地方も、観光の重要性を指摘しながらも、それを実現する予算的な裏づけを持った戦略的な計画がなかったことである。いわゆる観光基本計画をつくっているところはあっても、ほとんどの計画が単なる観光振興のアウトライン提示にとどまり、目に見える成果があまりない結果に終わっている。しかも、計画を一度つくったらそのまま、計画の見直しをしているところは少ない。

二つ目は、観光政策を推進・調整するはずの行政組織が中央も地方もばらばら・縦割りであり、それが観光政策の総合化、一元化を妨げる結果になっている。したがって、このような行政の組織的な枠組みでは、上記のような戦略的な計画づくりやその管理は、あまり期待できない状況となっている。

三つめは、計画の中身の話である。近年よく指摘されるように、時代はマストゥリズムからパーソナルトゥリズム(個人旅行)へと大きく変わっている。これからの観光地整備で重要なのは、明らかに個人旅行者へのきめ細かな対応と考える。しかし、個人旅行者を想定した観光の基盤となる施設や仕組みづくりがまだまだ不十分である。そのためにも、ハードとソフトを含む総合的な基盤整備の仕組みづくりが必要である。

以上3点を指摘したが、これに関してもう一つ付け加えるならば、観光を推進する主体が今後大きく変わるだろうと予想されることである。すなわち、行政がこれまでどおり主体的に観光事業の采配を振るう時代は終わったように思う。もっと観光客のニーズや地域住民のニーズに的確に対応できる、行政に代わる新たな観光地づくりの主体が必要である。

実際、北海道においては、ニセコ町が任意団体のニセコ観光協会を株式会社(第三セクター)に組織替えをして、より利用者の視点に立った組織運営へとシフトし、再出発

した。阿寒湖温泉でも、従来からある観光協会と阿寒湖温泉まちづくり協議会(官民連携で阿寒湖温泉のまちづくりを行って



■写真2—地域一丸となって温泉地再生に取り組んでいる阿寒湖温泉

いる任意組織)とを一本化して、より総合的な観光地づくり、観光地運営ができる組織へと近々改組する予定である。

このように、最近では、行政にすべてを期待するのではなく、民間あるいは住民が主導的な立場に立って、実際に動ける組織をつくろうという傾向がみられる。もちろん行政との連携は不可欠であるが、その場合、行政とは対等な関係を保ちながら、協働して運営していくという方向になっている。観光事業の性格を考えると望ましい形であり、この動きは今後全国的に活発になっていくだろうと思う。そうした組織をどう育てていくかも、今後の観光地づくりの大きな課題である(写真2)。

4——観光インフラ整備の必要性

前述したように現在、観光客の主体は団体客ではなく個人客に移行している。ヨーロッパなどではすでにその傾向が強く、観光地整備も個人客を主体にしたものになっている。したがって、観光宣伝の考え方も、あくまで個人旅行者を主たるターゲットにして積極的なPRを展開することが基本となっている。ただ漠然と不特定多数を相手にした広報活動は行わない。そして、個人旅行者の意向を十分汲み取り、サービスを強化してその客を逃さないこと、さらに1回きりでなく、2回、3回と来てもらうこと。すなわち、マスマーケティングの時代は終わり、これからは個人を対象としたマーケティング、プロモーションの時代になってきたことである。当然、観光地整備もあくまで個人旅行者に対応したものが要求されてくる。

数年前、ニュージーランドを旅したときのことだが、この国の個人旅行者対応の充実振りに驚いた記憶がある。まず、空港へ降り立ったときのインフォメーションが充実していることである。数人の専門スタッフがいる観光案内所がどの空港にも観光地にもあり、観光客一人ひとりの条件にあった宿まで世話してくれる。宿泊施設も日本のように旅館かホテルかという狭い選択肢ではなく、いわゆる一般のホテルのほかモーテルやコンドミニアム、ツーリストフラット、キャンプ場、ファームステイなど実に多様な宿泊施



■写真3—外国人観光客を暖かく迎えてくれる空港観光案内所 (ニュージーランド)

設タイプがそろっている。この国の観光のターゲットはまさに個人旅行者であり、そのための多様な受け入れ環境がハード、ソフトにわたり充

実していたのを記憶している(写真3)。

このような、ハード、ソフトを含む総合的な整備の仕組みづくりがこれからのわが国の観光地に必要であり、それを私は観光インフラと呼び、体系化すべきと考えている。観光インフラとは、観光インフラストラクチャーの略であるが、ここでは「観光事業を円滑に推進する上で必要な基盤的施設、仕組み」と定義する。基盤的施設には、交通基盤施設や情報基盤施設、滞在基盤施設などが含まれる。基盤的仕組みには、観光情報システムやオートキャンプ場のネットワークシステム、人材育成システム、国際交流プログラムなどが含まれる。

観光インフラの整備は、観光事業を円滑に推進する上で必要な基盤的施設、仕組みと定義したが、具体的には大きく次の3つの視点から総合的に取り組んでいくことが必要である。

一つは、観光客の視点である。観光客が快適に旅行できる環境を体系的に整備することである。具体的には、利用者の立場にたったアクセス交通、地域内での交通、案内誘導システムとともに正確な観光情報、地域情報の提供システムという基盤整備が必要である。この基盤をしっかり作り、観光客の安心感を高めていくことが重要である。特にこれからは、外国人観光客にとっても安心して

旅行できる環境を整備しなければならない(図1)。

二つ目は、観光事業者の視点である。いろいろな人が観光事業に魅力を感じ、新たなビジネスを展開してもらうために、積極的にそうした意欲のある事業者にインセンティブを与えるものである。観光地の質的水準を高めるためには欠かせない部分である。

三つ目は、観光地の環境育成の視点である。これまで、観光地の多くは、常住人口が少ないなどの理由から、環境整備に対する支援策は乏しかった。その結果、観光地環境の整備は、場当たりの対応が多かった。観光地が美しくならない理由の一つがここにある。これからは、観光地においてもより総合的な環境整備が不可欠であり、それを体系的に支援することが必要である。

以上をまとめたものが表1である。今後、観光政策の見直しに当たっては、このような視点から具体的な観光施策を検討していくべきと考えている。

5—施設づくりと仕組みづくり

観光インフラ整備で重要な視点は、施設づくりを目的化しないことである。あくまで仕組みづくりをめざすことである。観光地づくりを施設づくりととらえてしまうと、かつてのバブル時代のような大きな過ちを犯してしまう。

以前、北海道でも歩く道のネットワークをつくらうということで、イギリスのフットパス(歩く道)を視察したことがあった。そのとき、イギリスの農村風景は北海道の風景にそっくりなので、誰もが歩く道はすぐ真似できそうに思っていた。しかし、イギリスのフットパスの発祥はもう100年以上前に遡ることと、それを支えるために行政的な仕組みはもちろんのことランブラーズ協会というチャリティ団体が100年もの間活発に活動してきたという話を聞くと、歩道という施設は作れても、それを支えるウォーキングの仕組みは簡単には真似できないということがわかってくる。さら



■写真4—観光インフラ(活動支援インフラ)の例 北海道では、一定水準以上のオートキャンプ場46箇所をネットワークした「北海道オートリゾートネットワーク」というのがある。このネットワークシステムができたことにより、利用者にとってキャンプ場が利用しやすくなったことはもちろん、北海道のキャンプ場の施設水準、サービス水準が高まった。写真はその中核キャンプ場である滝野オートリゾート



■図1—しりべしセンターネットワーク しりべしネットのトップ画面 観光インフラ(情報支援)の例 北海道後志地域では、各市町村における観光案内所(しりべしセンター)のネットワークづくりとインターネットによる地域情報、道路情報等の共有化(しりべしネット)を回り、観光客の快適なドライブ旅行を支援している。道の駅などの既存の観光インフラに新たな情報発信の仕組み(情報システム)を組み込んで、情報基盤の充実を目指している

■表1—観光インフラの種類案

区 分		基本となる社会資本 (施設、制度、法律等)	観光インフラ	
			ハード系 (基盤となる施設)	ソフト系 (基盤となる仕組み)
観光行動支援	交通支援	交通システム	新幹線、鉄道、道路、バス路線	・レンタカー、観光タクシー ・遊覧船、遊覧飛行
		交通拠点、交通付帯サービス	空港、港湾、駅、バスターミナル	・道の駅 ・オートキャンプ場 ・駐車場、公衆トイレ ・道路標識、案内サイン ・ガソリンスタンド
	情報支援	情報基盤	高度情報通信システム	・インターネット、CATV
		観光案内		・地域情報ネットワークシステム(観光ポータルサイトなど) ・観光案内所のネットワークシステム ・観光ガイドシステム ・ボランティアガイドシステム
活動支援	活動施設	観光地、温泉地、リゾート地区、国立・国定公園	・スキー場、ゴルフ場 ・キャンプ場(公設) ・自然歩道など	
	滞在支援		・ホテル、旅館、ペンション、民宿	
	交流体験支援		・交流体験施設	
観光事業支援	企業化支援	リゾート法	施設立地基盤整備	・観光関連補助制度 ・融資制度 ・ベンチャーキャピタル
	施設整備支援		・リゾート地区 ・ペンション村 ・別荘地	
	人材育成支援		・大学(観光学部、観光学科) ・観光専門学校	
環境整備	景観整備	美しい国づくり大綱 景観緑三法	・景観整備モデル地区(都市景観、農村景観)	・景観条例 ・景観整備ガイドライン
	環境保全	公共下水道、廃棄物処理施設		・地域内ゴミリサイクルシステム ・水循環システム

に、イギリスの農村には、低廉で快適な宿泊施設であるB&Bをはじめ農村を楽しむ様々な仕掛けが用意されていたことに気づく。そう考えると、フットパスとは決して施設づくりではないことがわかってくる。イギリスの農村文化そのものなのである(写真5)。

時間はかかるかも知れないが、私たちがめざす観光地づくりの一つのイメージは、このようなものだろうと考えている。

6—美しい観光地づくりに向けて

平成15年7月に国土交通省は「美しい国づくり政策大綱」を発表し、美しい国づくりにむけた今後のわが国の公共事業の方向を大きく転換した。

この前文の中で「社会資本はある程度量的には充足されたが、我が国土は、国民一人一人にとって、本当に魅力あるものとなったのであろうか」、「社会資本の整備を目的でなく手段であることをはっきり認識していたか」、「量的充足を追及するあまり、質の面でおろそかな部分はなかったか」、「不法投棄、タバコの吸殻の投げ捨て、放置自転車等の情景は社会的モラルの欠如の表れ」と現状を分析し、「この国土を国民一人一人の資産として、わが国の美しい自然との調和を図りつつ整備し、次の世代に引き継ぐという理念の下、行政の方向を美しい国づくりに向けて大きく舵を切ることにした」と結んでいる。そして、こ

の政策大綱にもとづき、去る7月にわが国の景観整備の方向を示した「景観基本法」を軸にした「景観緑三法」が公布され、美しい国土づくりに向けて一歩前進した。

この政策大綱が目指すところは、まさに美しい日本、美しい観光地づくりと読み替えてもいいと思う。正直言えばもっと早くにこの法律が欲しかったと思うが、とにかく国が景観を重視した国土づくりに大きく政策転換をしたことは、建設コンサルタントにとっては極めて大きな意味がある。今後、景観分野において建設コンサルタントの活動の場面が増えることを期待するとともに、積極的に観光事業に参画し、日本の観光地をよくしていくことに力を注ぐべきである。わが国の建設技術は一流であるが、いくつかの技術を統合する技術、中でもハードの技術とソフトの技術を統合する技術は、どうも得意としない気がする。観光分野ではまさにその技術的腕が問われているように思う。そこを克服し、世界に誇れる一流の観光地をつくりたいものである。



■写真5—イギリスのフットパス イギリスの農村には田園を楽しむための仕掛けがたくさん用意されている