

が、国家が、地域がだめになるのでしょうか。もちろん経済は伸ばしていくべきですが、それが先走ることによって幸福や人間性がまったく無視されてよいわけではない。ブータン王国では、国王の提唱によって国家デザインとして、GNP より GNH、国民総幸福を目指していこうとしています。国の中で貧富の差ができ、人々の間で諍いが生じ、国民の幸福が担保し得ないのであれば、近代文明の導入に歯止めをかけてでも国民の幸せを重視したい、ということで、近代文明の導入を最小限にとどめて伝統的なライフスタイルを重視することで、国民の幸福を大切にしているのです。その結果として、GNP はあまり増えないが、それでよしとしている。

これは小さな国だからできたわけですが、日本の自治体においても「幸せ」という考え方を行政の中でどう生かしていくべきか考えていかななくてはならないでしょう。成長率というのは数値で目標が設定され評価も簡単ですが、幸せは感性の問題なので目標設定が難しい。これまで行政は感性的な問題は避けてきましたが、行政評価の対象となり得る体制を整えていく必要があるでしょう。それは学の責任でもあります。大きな流れとして、日本も北海道も経済だけですべてが解決できる国・地域ではなくなっているのではないのでしょうか。

■21 世紀は「自律的観光」の時代＝観光創造の時代

観光の面ではすでに大きな変化が起こっています。北海道遺産を観光の側面から考えると、北海道は非常に先導的なモデルを提示できる地域だと思います。

私は、20 世紀は「他律的観光」の時代だったと位置づけています。これは、団体旅行・名所見物・周遊という 3 つの大きな主要因で語ることができます。典型的な観光のパターンを芸術的な域まで高めたのが日本の旅行会社です。JTB は世界トップの旅行会社であり、アメリカの研究者が芸術的であると評したくらい、日本の旅行会社のパッケージ商品作りはひとつの高みを作ったわけです。しかし、旅行者が多くのパッケージ商品に依存している、それはまさに他律的観光といえるでしょう。

ところが、90 年代から旅のあり方が変わってきています。例えば、神戸に住んでいる高齢者が北海道へ行く時にどうするか。かつては旅行代理店で旅行商品を説明してもらい商品を選んだのですが、今はインターネットで情報にアクセスできるので、旅人自身がトラベルエージェントに頼らずとも旅をオーガナイズできます。

20 世紀型の旅は旅行会社が築いてきた。その結果、観光地側が旅行会社に甘えてしまった。有名な旧温泉地・観光地がだめになっているのは、なるべくしてなっているのです。旅人自らが旅の中で何が実現したいかによって旅のありようは変わってきています。団体旅行に代わって個人旅行、名所見物に代わって学び・癒しなど、さまざまな参加体験・自己実現型の旅が求められています。地域の側が自立的に地域資源を持続可能なかたちで活用を図ることで、ひとつの大きなチャンスが生まれるのです。

また、これまで自治体の観光政策は、基本的に入込客数にこだわっていました。しかし、「この世界に嘘が三つある。一つ目は大きな嘘・二つ目は小さな嘘・三つ目は観光統計」という小唄があるように、実際にカウントできるはずがない。もちろん観光の量は重要ですが、それで観光がよくなる時代ではありません。観光の質を高めることのみが、地域における観光で未来を築くきっかけになると考えています。

■大きな岐路に立つ北海道

そういう意味で、北海道も大きな岐路に立っていると思います。

近代北海道の発展は、植民地としての発展でした。その後エネルギー供給基地として、戦後は広大な大地を舞台に食料供給基地として発展してきました。ただ、北海道のひとつの問題は、その広大な大地です。北海道に来るまでは、これほど広大とは実感できませんでしたが、国土の 22%を抱える大地の維持管理は本当に困難です。また、全国レベルに 10 年先んじた高齢化の加速と公的需要の減少によって、日本のなかで真っ先に地域経済の衰退がおこる地域でもあります。

道でも第 7 期北海道総合開発計画が立てられていますが、一番の問題は、道産子の危機感の欠如ではないでしょうか。これは、ある種の植民地根性かと思います。植民地根性とは、本国が責任をもってちゃんとしてくれる、