

平成18年度 北海道遺産交流会議

「地域資源を活用した観光振興」



苗穂駅周辺まちづくり協議会が「遺産活用フォーラム」開催



札幌駅「食と観光」情報館に北海道遺産コーナー登場



[北海道産交流会議]

平成19年3月9日、選定地域、行政、北海道遺産応援団の企業・団体の方々など約120名のご参加をいただき、「平成18年度 北海道遺産交流会議」を札幌で開催しました。観光による地域振興が各地で課題となるなか、北海道遺産にも観光資源としての期待が高まっています。そこで今回は「地域資源を活用した観光振興」をテーマにシンポジウム形式での実施としました。ここでは基調講演とパネルディスカッションの議事録を掲載します。

基 調 講 演

「北海道の観光創造の可能性」

石森 秀三（北海道大学観光学高等研究センター長・教授）



60年間、関西で過ごしておりましたが、昨年の4月に北海道に参りました。旧国立大学において、観光学というものは制度的に軽視されてきたようなところがありましたが、全国の国立大学法人のなかで北大が先がけて観光学の高等研究センターを設立し、この4月からは観光創造専攻という新しい大学院が立ち上がることとなりました。

北海道遺産の存在は北海道に来る前から知っていて、こういう動きをされたことを高く評価しておりましたので、今回お招きいただいたのは大変光栄に存じております。この北海道遺産がなぜ北海道にとって重要となるかということについて、観光学の立場からお話させていただきたいと思います。

■観光立国の時代

どちらかという観光後進国であった日本が、2003年7月に忽然と観光立国宣言を行いました。そのきっかけは、2003年1月に設置された観光立国懇談会です。観光を国家的課題として捉えなおすということで私もメンバーに選ばれ、議論を重ねてきました。懇談会では起草委員を命じられましたので、観光立国の理念について起草させていただきました。日本も観光を国家的課題として位置づけ、各省庁が観光に関連する政策・施策・事業の展開を図っているところです。

■いまなぜ観光立国か？ ①国際的な必然性

今、なぜ観光立国が必要なのか、理由はふたつあります。

ひとつは、国際的な必然性です。今、世界的には大交流時代が始まっています。1970年には1億6000万人だった外国旅行者数は、昨年には8億4200万人となっています。テロや紛争など、様々な阻害要因が多発している一方で、人々はより自由に幅広く世界を旅する時代となっているのです。さらに、2010年には10億人、2020年には15億6千万人になる予測されていますが、そのひとつの根拠として、アジア諸国が動き出していることがあげられます。WTOの予測では、2020年頃には中国人外国旅行者数が1億人になるとされています。私は、この動きを十数年前に「観光ビッグバン」と捉えましたが、こういう大きな動きがすでに起こっているのです。

このような中で、アジアの諸都市は、すでに観光ビッグバンへの対応を図っています。例えば、韓国のインcheonにできた国際空港はフル稼働時には4000m級の滑走路が4本、上海の第二国際空港も4000m級が4本になるなど、アジア諸都市では大規模空港建設が進んでいます。昨年中国に行きましたが、地方空港でも次々と整備が進んでいます。一方、日本をみると、成田空港は4000m級が1本、関西国際空港で3500mが1本、中部空港で3500m級が1本と、物理的に取り残されざるを得ない状況です。

また、現在スーパーエアバス「A380」という総二階構造の超大型ジェット旅客機のテスト飛行が行われています。これをすべてエコノミーとすると850人乗ることが可能なこれまでの常識を破る超大型旅客飛行機で、中国やアラビアの航空各社は発注していますが、JAL・ANAは現在のところ1機も発注していない。

このように、観光をめぐるのは、日本人の認識は大きく遅れを取っているところです。日本人の鈍感な世界認識とは裏腹に、より多くの人により自由に世界を動く時代、とくにアジアの人々の大きな動きが起こる時代が近いうちに訪れるのです。

■いまなぜ観光立国か？ ②国内的な必然性

もうひとつは、国内的な必然性です。

少子高齢化により、日本の地域社会は大きく衰退しつつあります。2005年に経済産業省が発表した地域経済規模予測によると、一部地域と大都市を除くすべての地域において、2030年には大幅に地域経済の規模が縮小するとなっています。北海道は、最も大きく経済規模が縮小する地域です。大都市圏では、ある程度人口を吸収し経済規模を維持できることが予測されていますが、札幌市だけは、2030年に経済規模が縮小すると予測されています。40数パーセントの縮小率というワースト1の地域も北海道、ワースト5にも北海道の3つの地域が入っています。夕張だけの問題ではなく、北海道そのものが今後厳しい状況におかれるという予測が出されている。しかし、道産子はまったくそれを気にしていないように感じます。少なくとも重要な立場にある方々は気にしていただかないと、相当厳しい状況になるでしょう。なぜかというと、全国レベルで見たとき、北海道は少子高齢化が10年先んじて進んでいるからです。

しかし、逆に考えると、日本の先導的地域になれるということですから、恐れることはありません。北海道こそが日本の未来に対して重要なモデルを提示すべきなのです。そこで、具体的にどう地域の活性化を維持していくかということですが、定住人口が減るので、一人でも多くの交流人口をひきつけることが重要なポイントとなります。

■人間再生の必要性

もうひとつ、人間再生の問題もコインの表裏と考えています。単に地域経済規模の縮小だけでなく、日本全体で人間性そのものに様々な問題が起こっています。かつて日本人の美德であった勤勉・儉約・貯蓄がすでに大きく傷ついている。非常に高かった貯蓄率は、今は顕著に衰えています。勤勉も儉約もそうです。ケニアのマータイさんという政治家によって見直された「もったいない」という言葉が世界語になっていますが、これは日本人こそが世界に向かって発信すべきだったと思います。

観光との関係でとらえると、「GNPからGNHへ」ということがいえるでしょう。Hはハピネスの意味です。日本はGNP志向で「経済は成長し続けなければいけない」といわれていますが、本当に経済が伸びなければ人間

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、

という前提があり、ある種気楽な気質です。私は北海道の人が大好きですが、素晴らしい人たちが多くにもかかわらず、植民地根性があると感じます。北海道の未来に対して責任を持たない人が多すぎるように感じてしまうのです。

北海道の観光は非常に人気が高いです。北海道に来るまでの期待度はどの地域よりも高い。しかし、期待度の高さが実現されているかという点、そうではない。結果として、満足度が低いものになってしまっています。現在の北海道は安売り観光の大地になっているのではないのでしょうか。他律的観光から自律的観光の大地に切り替えていく必要があります。北海道は、本州から来るには旅行経費が高い、ホスピタリティのレベルも低い、などハンディも多い。そういう意味で、北海道の未来はばら色かということ、必ずしもそうはいえないのです。

■北海道観光のポテンシャル

私は、北海道は「感幸」の大地になり得ると考えています。それは、日本だけでなくアジアの地域の人々にとって、ということです。今、例えば沖縄と比べると北海道は様々な点で分が悪いのですが、10年後を考えると確実にすべての面で優位性を持っている。それだけ可能性のある大地といえます。

まず、多様な観光資源、食料自給率が断トツの201%。北欧諸国と比較すると、GDP、人口もそれほど変わらないので、北欧のような発展も可能性として考えられます。日本のなかで独立してやっていける地域は北海道だけでしょう。植民地的北海道から独立を意識した北海道を考えた時に新たな可能性が出てくると思います。

これからは北海道イニシアチブが大変重要になってくると思います。つまり「北海道なればこそ」「北海道だからこそ」という考え方です。北海道遺産は北海道イニシアチブの典型といえるでしょう。真っ先に手掛けられ、ここまで育ててこられた方々に深い敬意を表したいと思います。

他律的観光の大地から自律的観光の大地へ変えることができるかどうか。安売り観光から、人生を楽しむことのできる観光の大地になりうるかどうか重要なポイントになっていくでしょう。すでに、花と食をめぐるツーリズム、ヘルスツーリズムなどが実現されていますし、スポーツツーリズムのメッカにもなり得る可能性も高い。北海道らしく環境への負荷の少ないコンベンションのあり方も生み出せるでしょう。また、多文化観光の優位性もあります。従来、アイヌ民族の方々は観光を否定的に受け止められてきましたが、連携を図り、多文化観光をよりよい形で進めていくべきです。北海道遺産にアイヌ文様や地名、口承文芸が選ばれていることも重要なポイントだと思います。

経済産業省では、ラグジュアリートラベルマーケットの研究を進めています。いわゆる富裕層は世界に900万人いる。今、世界では富裕層のトラベルマーケットをどう押さえていくかが重要になっています。カジノはギャンブルと批判されますが、ある種の地域開発装置です。国会でも立法化の動きがありますが、北海道は動きが鈍い。沖縄は真っ先に手を挙げています。公的にきちんと管理しさえすれば、地域開発の資金を得られる可能性があるのです。

■自立的観光が北海道の未来を拓く

私は、地域の宝である「自然の美+人工の美+人情の美」をより高めていくことによって、北海道に新たな可能性が見出せるのではないかと考えています。すでに、北海道の皆様方が貴重な地域資源を北海道遺産という形で活用しているのは重要なことです。そのレベルをどう高めるか。

残念ながら、日本全体で新しい観光のあり方を創造していく人材は潤沢にはいません。北大が大学院観光創造専攻を開くのも、地域の中で地域資源の活用を図り、地域の自律的観光を進めていける人材をひとりでも多く輩出して行きたいという意図があります。すでに北海道遺産という形で先行して地域資源を大事にしていこうという人々が集まっているので、この動きを進めながら、北海道において地域資源がよりよい形で活用され、新たな可能性が高まっていくことを祈念して、話しを終わりにしたいと思います。ありがとうございました。

「地域資源を活用した観光振興」



パネリスト

高橋 威男 ● (株) JTB北海道代表取締役社長

岩泉 匡洋 ● (株) リクルート北海道じゃらん代表取締役社長

石森 秀三 ● 北海道大学観光学高等研究センター長・教授

辻井 達一 ● 北海道遺産構想推進協議会会長(進行)

■北海道観光の現状と課題

辻井 北海道観光の現状と課題について岩泉さん、高橋さんはどのように捉えていらっしゃいますか。

岩泉 毎年「じゃらん」では宿泊旅行調査を行っているのですが、都道府県別の傾向をみると、北海道観光の特徴は道民客が多いことです。道民客が全体の4割程を占めており、これは他府県にはないことです。また時間とコストがかかることも特徴です。さらに5～10月の観光客数が全国平均よりも高く、夏に特化した観光といえるでしょう。沖縄は夏と冬に二つの波がありますし、京都は春と秋です。夏は気候は良いが混んでいてサービスもよくない、一方冬は空いているが移動手段が限られる、というのが北海道観光の現状です。

北海道への旅行目的のベスト3は、美味しいもの、温泉、名所・旧跡。全国平均よりも高いのは美味しいもの、温泉、自然鑑賞です。リラックス・癒しといったことが求められているといえるでしょう。ここにも北海道の観光旅行の特徴が出ていると思います。

高橋 観光が変わった、観光客が変わったと最近言われていますが、「出発地」と「受け地」という二つの観点から見なくては、今の観光は読み取れないと思います。世の中のトレンド・風潮の変化にともない、生活者の意識・ライフスタイルも大きく変わってきている。旅行形態も団体型から個人型、周遊型から滞在型、物見遊山から学びへと大きく変化しています。つまり、発地のニーズが変わってきているといえます。また、いわゆる2007年問題といわれる団塊世代の大量退職期を迎え、従来の旅行とは異なった、自分探し・生きがい探し・健康づくり、といった、より深く、本物が求められる時代になってきていると思います。これは、従来の観光では受け止められないでしょう。

一方、受け入れ地域では、人口減少の問題、資金枯渇の問題があります。従来の組み立てではなく新しい組み立てをしなくては観光が成り立たない。旅行エージェントはこれまで発地側のニーズを中心に事業組み立てをしてきましたが、それだけで果たしてよいのか、ということです。

そこで、発地と受け地のニーズをマッチングさせることで新しいビジネスチャンスが生

まれるのではないか、発地側の旅行エージェントと地域側の地域エージェントと双方の立場を取り入れるべきではないかという考えに思い至りました。双方のニーズを新たな観点で見直すことで、従来の観光とは違う、新しい可能性が生まれるような気がしています。

辻井 以前、高橋さんは交流文化産業、ということをおっしゃっていましたね。

高橋 新しいビジネス形態は、従来の観光の概念では当てはまらないと思っています。「感幸」という言葉を石森先生が使われましたが、人と人との交流、人と地域との交流、こういったものが新しい可能性の種ではないでしょうか。短期的には地域を元気づける、長い目では交流文化を根づかせるお手伝いができれば、と考えています。

辻井 人と人との交流は個人的なものになるほど難しいともいえます。つまり、受け入れる側が交流のプロになると面白なくなる危険性があるのではないのでしょうか。

石森 辻井先生のご心配する悩みが生ずる北海道であれば問題がないと思いますが、今はそこまで至っていない。北海道の方々は考え過ぎなのです。おっしゃるとおり、プロ化すると駄目になりますが、消費者はしっかり見極めていきます。地域住民が様々なトライを、まずはやってみることが大事だと思っています。

辻井 最近、阿寒湖畔の温泉では個人客が増えてきているそうです。空港からどう行けばよいか、という電話がかかってくる、当然釧路空港からの電話かと思えばじつは千歳空港からだった、ということが結構あるそうです。旅行者にスケール感がないのでしょうか。先ほど岩泉さんは、時間とコストの問題が大きな課題と言われましたが、スケール感のような情報も出したほうがよいと思うのですが。

岩泉 それは非常によくあることです。私も「道民がどうして道内に宿泊するのか」と聞かれることがよくあります。「北海道は東北6県と関東1都6県が入る大きさだ」と説明するとすぐに納得してもらえますが…。こういうことも情報として提供していかなくてはいけないでしょうね。

辻井 本州の高校生が修学旅行で訪れた際、千歳空港からバスでの移動中にあった「次のコンビニまで38km」という看板が非常にうけて、皆そのコンビニで降りたそうです。こちらは当たり前と思っていることがそうではないということも多いようです。

ここで、会場からもご発言いただきたいと思います。北海道運輸局では海外からの観光客誘致を進めていらっしゃいますが、海外客のニーズや旅行の変化について、運輸局企画観光部の柏木部長さんにお話いただきましょう。

(会場)

柏木 現在、ビジットジャパンキャンペーンの地域連携事業で、地域の方と一緒に海外からの観光客誘致を進めています。最近の傾向としては、北海道でも日本全体でも、急激に数が増えてきています。政府が取組みだしたことと同時に、地域も国内観光客だけに依存していると先がない、ということで取組まれている結果かと思います。

具体的には台湾・韓国・中国本土・香港など、近いところからの旅行者が多く、北海道でも7~8割を占めています。

台湾は一時期非常に増えましたが、ほとんど臨界状態といえます。ただ、今国会で道路交通法の改正案が通ると、台湾の免許を持つ人が所定の手続きを経ると日本で運転できるようになります。レンタカーによる個人旅行が中心になる時代が近づいているといえるでしょう。そういう意味では、団体客も個人客の集積体です。個人が行きたいと思う観光地であり続けるよう工夫しなくてはならないでしょう。

韓国はテーマ性を持った旅行をする人が多く、昨年のはじめはとくにゴルフ旅行が多かったようです。中国大陸では、石森先生のおっしゃる「観光ビッグバン」が起ころつつあります。団体旅行は1、2割で、個人でビザを取ってくる人も多くなっています。こうした変化がアジアの世界各地で起きています。

また、オーストラリアが顕著ですが、アジア以外からの観光客も増えてきています。

こうした状況を見ていると、地域の地に足のついた観光資源が受けているような気がします。例えば、台湾・中国南部は雪の無い地域ですが、釧路空港の出口にある温度計のマイナスの温度表示が大変めずらしく、そこで記念写真を撮る人が多いそうです。自分の地域と比べてめずらしい・面白いと思えるポイントがあるということが重要です。

海外からの観光客に対しても、北海道遺産などの地域資源を生かそうという取組み、新たな観光資源の発掘、そしてそれらをテーマにした旅行商品の形成、そういったことが求められてくるのではないのでしょうか。

■地域資源を活用した観光振興の可能性

辻井 それでは、地域資源をどう生かせるか、という話ですが、地域資源はメインディッシュになり得るのか、それとも小皿にとどまるのでしょうか。

高橋 状況によっては、十分メインディッシュになり得ると思います。北海道遺産も、十二分に可能性があるでしょう。ただ、そこには問題がいくつかあります。例えば、北海道遺産を資源・資産と位置づけられるか、ということ。大切な資源・資産ですが、単独では生きられないものです。資源・資産がおかれている地域社会・経済の循環・自然現象・歴史文化・風土・地域の人々の生活、こうした地域活動の一環として資源が存在する。それによって輝きが増してくるものだと思います。資源は生きていますから、発展もするし消滅もする。地域から浮き上がった資源は風化してしまうので、溶け込んだ文化として捉えていかなくてはならないでしょう。

なかでも、人という要素がきわめて重要なファクターとなります。創造した人、守り育てた人、恩恵を受けた人、いろいろな人が資源に関わりを持っていること。また、生の言葉で、よそから来た人や、もちろん子どもや孫に語りかけることも大切です。そのことで資源が魅力を増す。「まさかこんなものが」というものが間違いなくメインディッシュになり得るのです。

JTB 北海道の「知的探訪」という旅行商品のテーマとなっているのは「人」です。これまで北海道では人がテーマになった商品は作れなかったのですが、発地も受け地もそろそろテーマ性の高い商品を必要としているということで、今年度から初めてトライアル商品を展開しています。今後は、こうした地域に深く関わった人の存在によってテーマが輝きを放つのではないのでしょうか。

辻井 私はいろいろなところで、北海道遺産というのは「遺産」といってもいいし「資産」といってもいい」と言っています。じゃらんでは『観光会議北海道』という冊子を出していますが、地域資源といわれるものの役割をどのように捉えているのでしょうか。

岩泉 地域資源の希少性を認識しなくてはならないと思います。「北海道は歴史がないので資源もない」と言う人がいますが、そんなことはありません。北海道は気候風土が本州とは異なり、むしろ北米・北欧と通じる場所がある。こういう気候・生活から培われたものはそれだけで価値があるのではないかと思います。近年、石造りのサイロやレンガ



高橋 威男氏
地域資源は、それ単独では輝かない。地域の営みの一つとして存在します。それを活かす上では人がきわめて重要なファクターになります。

の建物といったものが簡単に壊されていますが、非常にもったいない。もっと日常的にそういうランドスケープを守っていくことができないかと思っています。

辻井 たしかに、地域資源というと小さく捉えられがちです。ものは小さいかもしれないがストーリーがつくと俄然アクセントがついて面白いものができるということですね。

石森 北海道運輸局の観光まちづくりアドバイザー会議では、地域資源を生かして観光振興を図りたい地域を選び、4つの旅行会社とJR北海道が入り、旅行商品を作ろうとしています。ひとつは、江差・松前。味わい深い地域ですが、どちらかという旅行会社が活かしきれず、これまで必ずしもうまくいってなかった地域です。もうひとつは弟子屈町で、自然に力点をおいた旅行商品。北海道には、想像以上に様々な可能性があります。連携がうまくいくと、もっとよくなっていくのではないのでしょうか。

辻井 松前といえば、北海道唯一の孟宗竹の竹やぶがあります。私などは筍を食べさせる茶店があってもよいと思うのですが、天然記念物になっていることもあって、なかなか難しい。いずれにしても再発見してうまく使える地域資源は北海道にはじつは数多くあるのではないのでしょうか。

■地域の観光振興のポイント

辻井 では、地域資源をメインディッシュに近づけるための観光振興のポイントをうかがっていききたいと思います。

高橋 北海道観光は「素材は一流、もてなしの心は三流」とよく言われますが、これはあたっている場合と外れている場合、両方あると思います。阿寒にある「鶴雅」という温泉旅館は、日本観光経済新聞のアンケート調査の結果、5部門中3部門で1位、残り2部門で2位の評価を得ています。日本で一番評価の高い旅館が北海道にあるのです。鶴雅の社長の話では、十数年前は評価が極めて低く、ある旅行代理店からは契約打ち切りとまでいったそうですが、そこから盛り返して日本一サービスレベルの高いといわれる旅館になった。こういう事例が北海道にあることを忘れてはならないと思います。

確かに、まだまだ我々は課題をたくさん抱えています。改善のポイントさえ認識すれば可能性はある。他地域に太刀打ちできる、ホスピタリティの高い地域になると私は信じています。

情報という観点では、よく発信力が足りない・伝える努力がされていない、という話があります。これも事実ですが、もっと大事な「受信の感性」が足りないのではないかと思っています。地域住民も外からのお客様も、何を求めてきているのか、さまざまなタイミングで情報発信がされているはずなのに受け止めることができていない。だから、発信ができない。重要なビジネスチャンスの種はあるので、受信力をしっかりつける必要があると思っています。

岩泉 どこにでもある・いつでもある、というところには人は行きません。例えば、「この時期にしかない」というものを作り、それがきちんとプレゼンテーションできればよいと思います。旭山動物園が成功例としてよく出されますが、今のところ、あそこにしかない、行かずには見られないものがありますし、例えば、ペンギンの行進など一定の時期にしか見られないものがあるので、それだけを見に行くということが起こるのです。

辻井 ここでも、会場からご発言いただきたいと思っています。地域で活動をされているお立場から、赤平の植村さんをお願いいたします。

北海道への期待値が高い以上、それに応じた満足度の提供が必ずです。そして地域資源の活用は地域の活性化、経済的な潤い、人の交流に寄与しなければ続かない。

岩泉 匡洋氏



(会場)

植村 赤平コミュニティガイドクラブ「TANtan」の企画担当をしております、植村と申します。赤平には立坑櫓などの炭鉱遺産の機材があるのですが、それを公開するためにもガイドが必要ということで、3年程前の春にガイドクラブを設立しました。構成メンバーは元炭鉱マン、婦人部の皆さんなど、15名ほど。元炭鉱マンから働いていた頃の話の聞いたり、婦人部の皆さんから地域のネットワークの話のきいたり、地域の人との交流で勉強になることがたくさんあります。

2年前には、かつて炭鉱街に住んでいた人やその家族など2000人ほどの来客がありましたが、それをピークに現在は減少しつつあります。また2年ほど前から客の視点が変わってきたと感じています。私たちの設定しているコースは約1時間で終わるのですが、カメラを持ってきて、3~4時間も遺産を撮って廻る人もいます。我々も、普通のルートだけでなく違う視点で炭鉱遺産をゆっくりみてもらうコースの提案を考えているところです。

赤平は特産品が無いので、せっかく訪れても、炭鉱遺産を見て帰ってしまう人が大半です。何が美味しいか聞かれても困ることが多かったので、来てくれた人に赤平らしい食を提案しようと、地域の人と協力して「赤平の食を考える会」を立ち上げました。その中で、寿司屋の裏メニューにあったホルモン鍋を、地域のメニューとして取り入れていけないか検討しています。もともと多くの炭鉱の長屋では、各家庭で石炭ストーブの上でこの鍋をぐつぐつ煮ながらお父さんの帰りを待っていた、ということで、赤平ではメジャーなメニューだったそうです。「ガンガンがんばろう」ということで「ガンガン鍋」とネーミングをしましたが、それを来た人に食べてもらおうということも始めています。ホルモン鍋はすごくお酒に合うので夜食べてもらいたいのですが、残念ながら赤平には宿がありません。今度は宿をつくらうか、などと皆でいろいろとテーマを膨らませながら活動を展開中です。

辻井 大物の資源の無いところでは、地域と旅行代理店とのつながり方が難しいということもありますね。

高橋 例えば今の植村さんのお話の中で感じたのは、確かに赤平にはこれだ、というものが無いようにみえますが、実は古くからある山田御殿や住友鉱山の立坑櫓などが残っている。ガンガン鍋と立坑櫓、山田御殿、バイオを活用したランの花など、一つひとつを別のものとして捉えるのではなく、いくつかの要素を組み合わせることで次の展開ができるのではないかと思います。

決定的に強いものがなくても、地域をきちんとしっかり見直すと間違いなく新しい発見があるはずです。そのためには、車ではなく自分の足で自分のまちをしっかりと歩く、できれば子どももお年よりも皆で歩くことで、間違いなく新しい発見があり、新しい誇りが出てくると私は信じています。

■これからの北海道観光と、北海道遺産の役割

辻井 まとめとして、今後の北海道観光と北海道遺産の役割・期待についてお話いただきたいと思います。

岩泉 「行ってみたい」観光地としては、北海道は未だに断トツのトップです。しかし、期待値が高いと通常レベルのものを実現していても期待はずれ感が大きい。期待値が極めて高いことは自信を持っていいと思いますが、それに応じた断トツにレベルの高い満足度も提供しなくてはならない。



石森 秀三氏

多くの日本人が人生を見直そうとしている。私自身も還暦で北海道へ来たように、北海道は「熟年よ大志を抱け」と思わせる大地。人生を新しく展開するのになさわしい。

北海道遺産は、地域資源の最たるものとして、当然のことながらブラッシュアップされるべきものと思いますが、誰が責任を持ち守り・発展させていくかが重要だと思います。責任の所在が曖昧なままだと、いつのまにか消滅したり、元の形とは違ったものになってしまうのではないのでしょうか。また、地域の活性化、経済的な潤い、人の交流に寄与していかないと続かない。素材はよいものがあるので、期待が持てると思っています。

高橋 最近、エコミュージアムについて勉強しています。ある一定の地域を丸ごと博物館として売り出してしまう、という考え方で、構成要素としては、ハード的な施設や遺産、山や川、海などの地形、気象、さらには地域の歴史・文化、もっと言うと地域住民の生活、こういったものをトータルで売り出せないか、要するに、ひとつの地域が地域丸ごと勝負するにはどうすればよいかということです。そのとき、産・学・官・民、みんなバラバラの方向に動くことができるはずがない。ひとつの方向を向いた時、想像できないようなことが実現できると思っています。産学官連携ということがよく言われていますが、さらにその頂点に民、住民をおいたピラミッドをつくることで、新しい魅力づくり・新しい発展ができると思います。それに向かって、それぞれの地域で取り組み始めるべきだろうと思っています。

石森 人間の生き方としてすばらしいのは、何らかの誇りを持って生きることだと思っています。私は北海道遺産を様々なかたちで維持発展させているのは素晴らしいことだと思っています。しかし、誇りがあれば他者に伝わるかということ、そう簡単ではない。そこをベースアップさせると、北海道遺産を守り育てる人たちに新たな未来が見えてくるのではと期待しています。

昨年、ばんえい競馬が存続の危機にありましたが、これも重要な問題を含んでいると思います。キーワードは、非常に唐突ですが「人生」ではないかと思っています。52件の北海道遺産は、多くの人々の人生が凝縮された結果だと思います。ばんえい競馬も、この北海道の地にそれが生み出されてきた過程において、累々たる人生の織り重なりがあつて現在があるという面がうまく強調されるべきでしょう。

例えば、ニッカウキスキーが典型的ですが、単に余市蒸溜所という建物が貴重であるだけでなく、竹鶴政孝さんという方が人生をかけて築き上げたものという点が重要です。これまでのようにマスのスケールで人を惹きつけるのは基本的に無理です。ライフスタイルの変化は、言い換えると多くの日本人が人生を見直そうとしているということ。私自身も還暦で北海道へ来たように、北海道は「熟年よ大志を抱け」と思わせる大地なのです。人生を新しく展開するのにふさわしい。

北海道遺産は、それぞれ貴重な意味があると思いますが、様々な人生の織り成した結果であり、来る人の人生を考えたときに響き合うものがあるかどうかだと思います。訪れた人だけでなく、もてなす側もいろいろな人と触れ合うことで人生を感じて幸せだな、と思える、地域の人も自分たちのやっていることが間違いではないと思えれば、またひとつの違ったステージに進めると思います。

辻井 地域の人々の歴史が重なってというお話がありましたが、北海道遺産は52あり、そこには52の物語があります。これはトランプと同じ数です。トランプの勝負は勝たなくては意味がありませんから、52枚のカードで勝負をしていきたいと思っています。本日はありがとうございました。

五二の北海道遺産には五二の物語がある。これはトランプの数と同じ。トランプの勝負は勝たなくては意味がありませんから、五二枚のカードで勝負をしていきたい。

辻井達一氏



「苗穂駅周辺まちづくり協議会」が近代化遺産をテーマにワークショップを開催

苗穂駅周辺まちづくり協議会では、苗穂駅周辺地区のまちづくりを考える「平成 18 年度第 2 回苗穂地区まちづくりワークショップ」を 2 月 23 日、JR 北海道社員研修センターで、地域住民や北海道遺産「札幌・苗穂地区の工場・記念館群」関係・企業部会メンバーら約 110 名の参加のもと開催しました。

【講演】

テーマ：近代遺産を活かしたまちづくり～見える遺産、見えない遺産

講師：小松正明氏・国土交通省北海道開発局開発企画官

【ワークショップ】

テーマ：「近代化遺産をつなぐ新しい交通を考える」

内容：・各テーブルでの意見交換 ・代表による意見発表



札幌駅「食と観光」情報館に北海道遺産パネルが掲示されています

平成 19 年 2 月にオープンした札幌駅の『北海道さっぽろ「食と観光」情報館』の一角に北海道遺産の写真パネルが掲示されているのをご存知ですか。一度にすべてを紹介するスペースはないため、今後は季節などで入れ替えをしながら掲示していく予定です。あえてモノクロのパネルを制作したり、必ずしも観光的ではない写真を使ったりなど、一味違う北海道遺産の表情を味わうことができます。ぜひ一度足を運んでみてください。



北海道遺産情報誌

Vol. 8

平成 19 年 3 月発行

発行：北海道遺産構想推進協議会

〒060-0001 札幌市中央区北 1 条西 5 丁目 北一条ビル 5 階

TEL：011-218-2858 FAX：011-232-4918

Eメール：heritage@northerncross.co.jp

今年度から情報誌が変わります。前号までは、北海道遺産を多くの方々に知っていただくためにオールカラーの冊子を発行してきましたが、今回からは「手づくり」のものとなりました。

【お知らせ】協議会事務局の住所が 5 月から変わります。お立ち寄りいただく際にはお気をつけください。