

山田桂一郎氏 講演会

「選ばれる観光地を目指して」に参加して

#### ◆大震災も影響しない観光事業の成功者

世界トップレベルの観光ノウハウを各地に広めるカリスマ・山田氏が手掛けた事業家の経営状態は、リーマンショック以降も、東日本大震災以降も右肩上がりであると言う。観光入込客数ではなく、売上そのものが、である。

私が住む大内宿では、ここ数年、客足も売上も落ちる一方だと感じている。来訪客の数が多いうわりに売上が伸びなかったときなどは、やはり世界的に不景気だからだという話が飛び交う。そんな中、大震災に加え原発事故という苦難に直面することになる。

震災直後の大混乱、観光シーズンを迎えた春先の閑散とした宿場内の光景を思い出すにつれ、山田氏の「うまくいっている事業に震災の影響はない」という言葉に素直に頷くことができない。

穏やかな時が流れる湯野上温泉も、皆が息を止める温泉地から、被災された方々の非難の地へと変わっていた。人々の心から、観光の二文字が忘れ去られたとしても決して不思議ではない、福島、東北の現状が確かにあった。未曾有の大災害の現実を考えずに、今後の観光事業を語るものではないというのが、私の率直な意見だ。

#### ◆温泉ならば湯野上でなくてもいい。茅葺屋根が観たければ大内でなくてもいい。

下郷町が誇る豊かな自然環境も、見事な景観も、それだけではただの素材というだけで意味を成さず、いかに商品化するかということだそう。温泉は湯野上以上のものがたくさんあり、茅葺屋根の建物を観るならば白川郷でもいいのではないかと山田氏は言う。

この一言の衝撃は大きかった。私にとって、湯野上温泉はこの地にしかない恵まれた資源であり、大内宿の景観は先人が守りぬいた貴重な文化財だ。塔のへつりや観音沼の大自然もしかりである。

大内宿を散策して和み、湯野上の豊かなお湯につかって疲れを癒し、南会津の郷土料理に舌鼓を打つことこそ、下郷町の観光の醍醐味でありセールスポイントであると自信をもっていった。旅の道中には、そこかしこに大自然のパノラマが待っている。たくさんの方々に体験してほしい。下郷町の観光産業に携わる人の多くは、私と同じような思いがあるのではないかと。しかし、それらはコンテンツに留まり、売り込めるレベルの商品とまでは言えないというのが山田氏の見解であった。

それを踏まえて、プラスアルファの価値を探そうとしても容易には思い当たらない。湯野上の出湯や、文化財大内宿の価値を高める何か。あるとすれば、それはこの地に住む人だろう。下郷町には、下郷のよさを知る人々がいる。

#### ◆観光とは非日常？異日常？

非日常の観光とは、東京ディズニーランドやユニバーサルスタジオジャパン、スキー場やゴルフ場といった生活の場から離れたところ。都会人が山村の観光地に求めるものは、都会とは違うライフスタイル“異日常”であると言う。住みたくなる場所であれば人は

来ないそうだ。

地方の里山文化に触れたい都会人がどれ程いるのかはわからないが、この地に誇りを持ち、生活を楽しんでいる人はたくさんいる。特に、観光に関わる人は、好きだからこその町を知ってほしいと活動しているのではないだろうか。

私は大分県別府市で生まれ育ち、下郷町の住民になったのは結婚がきっかけだ。住んでみたいとは露ほども思わなかった町で、子どもを産み、育てていく中でその考えは大きく変わる。今では、この町でなければわが子はこんなにもものびのびと育つことはできなただろうと思うほどだ。

登下校を見守ってくださる温かい目の多さ。地元産の食材を取り入れたバランスのよい給食。少人数でアットホームな学校は、教職員のみならず、児童からも育ててもらっているようなものだ。家で読書をしているだけでも、心地よい風と鳥のさえずりに包まれる。それらの生活全てが大自然の中にある。

もちろん、不便なことは山ほどある。学校も病院も遠く、全てにおいて親の手とお金がかかる。豪雪の季節には、雪国を知らない人には想像もできない苦労がある。海と山と温泉に囲まれ、なおかつ子どもの足でも街に出ることができる別府市で育った私は、なんと寂しい山村なのだと思ったものだ。それが今は、この地でなければと心から思える。

中に入って経験してみなければわからない下郷のよさは山のようにある。まずは来てもらわないことには始まらない。「住んでよし」「訪れてよし」の下郷町をいかにしてPRできるかが、今後の課題となるのかもしれない。

#### ◆単管努力では3年もたない

地域全体が下がれば、個々で頑張っても3年もたずにだめになるという話があった。隣に負けないようにと、自分だけ儲かる術を考えていても潰れてしまう。単管努力では3年もたずに結末がくるのだそうだ。境港市や奥能登が例に上がった。

以前より、下郷でも町ぐるみで観光のPRができないものかと思っていた。どういうわけだか、湯野上温泉と大内宿、さらには塔のへつりという下郷3大観光スポットともいえるこれらの地がライバル関係にあり、手を取り合うことができずにいるのを滑稽に感じていた。

湯野上温泉には人を惹きつける文化財がなく、大内宿には宿場でありながら宿に欠かせない温泉がない。互いに協力し合い、認め合えば、この地でなければならない必然性も見出せるかもしれない。

大内宿と塔のへつりで販売されるものは似通っていて、ともすれば同じ卸業者から仕入れて価格競争になっている。それぞれの色を尊重しあえば、共に購買意欲を高めていくことができるかもしれない。

理屈では受け入れられても、やはりこれは商い。育児の傍ら、老後の余暇に、生きがいにもつながるライフワークとしてなどの動機付けで商売をしている人ばかりではない。ま

さに食べるために必死で商売に心血を注いでいる人もいて、まわりと協力し合って下郷の観光を歌う余裕があるものだろうか。我が商いが少しでも多くの集客力を持ち、売上に繋がるようにのみ働いているとしても何の不思議もない。急がば回れとは言うが、時間にも金銭的にもゆとりがなければ、下郷町の観光価値を高める働きに加わるのは難しいのではないだろうか。

下郷町一丸となって観光を売る。それが理想的なことだとわかってはいても、現実のものとするのは非常に困難なことである。

#### ◆おわりに大内宿のこと

かつて宿場町として栄えた大内。明治維新後は主要交通機関から外れて衰退していくが、それが茅葺屋根の町並みを残してくれた。貴重な景観の文化財として、古きよき時代の生活が残る山村として各種メディアに取り上げられ全国区の観光地となる。そんな美しい宿場町が、今や蕎麦屋と土産物屋が連なる商店街のようだ。

よく見ると、こだわりの蕎麦やここでしか手に入れない地場産のもの、オリジナルの会津塗りや本郷焼きなどそれぞれに特色を出している。しかし、一見すると皆同じだ。山田氏の「観光地には、売れないオンリーワン、ナンバーワンが溢れている」という言葉が耳に痛い。人は、価値を認めない限り食べないし買わない。

一昔前、大内には、言葉は悪いが、どの店にも行列ができ、陳列すればなんでも売れると言われた時代があった。それを経験した人に到来した苦難の時が、まさに今だ。これまで経験したことのない不景気だというのが、これからどのような形で発展していくのか楽しみでもある。

最後に、大内に嫁いだ嫁である私から見た、どこにも負けないこの土地の誇りをひとつ。それは、大内の人間は大内を愛しているということだ。宿場を守り抜いた先人から、私欲をなげうって一大観光地大内宿を築き上げた先人もしかり。そして、若者たちがこの地を守っており、子どもが健やかに育っている。この美しい茅葺の屋根は、住民の努力の結晶であり、土地を愛し続けた誇りである。

【キーワード】心に留まった山田氏の言葉

- ・ 「今だけ」「ここだけ」「あなただけ」
- ・ 地域リアリティーが必要。
- ・ 「勝ち残る」ではなく「価値残る」
- ・ 選ばれ続けなければ意味がない。
- ・ 物見遊山は飽きられるが、ライフスタイルは飽きられない。
- ・ 風評被害や景気のせいにしない。
- ・ 「客によし」「世間によし」「後、自らによし」
- ・ 入込数、統計には意味がない。
- ・ 同じならば、近い方、安い方。
- ・ 「住んでよし」「訪れてよし」
- ・ 日帰り客はお金を使わない。
- ・ 戦略（地域の目指すべきゴール）なき戦術（手段・手法）論では必ず失敗する。
- ・ 釣りたい魚が決まれば、竿と餌も決まる。
- ・ 計算上、後57年で下郷町の人口はゼロになる。
- ・ 少子化、高齢化ということは、観光客の絶対数が減っている。
- ・ 民間は、行政に観光ビジネスをやらせないことが大事。
- ・ どの規模の、どのような町を残すかを考えるべき。
- ・ 選ばれた理由、選ばれなかった理由は、よそでヒアリングする。
- ・ 地域性、個性、創造性。
- ・ 地域全体が一枚岩になっていかなければ選ばれない。