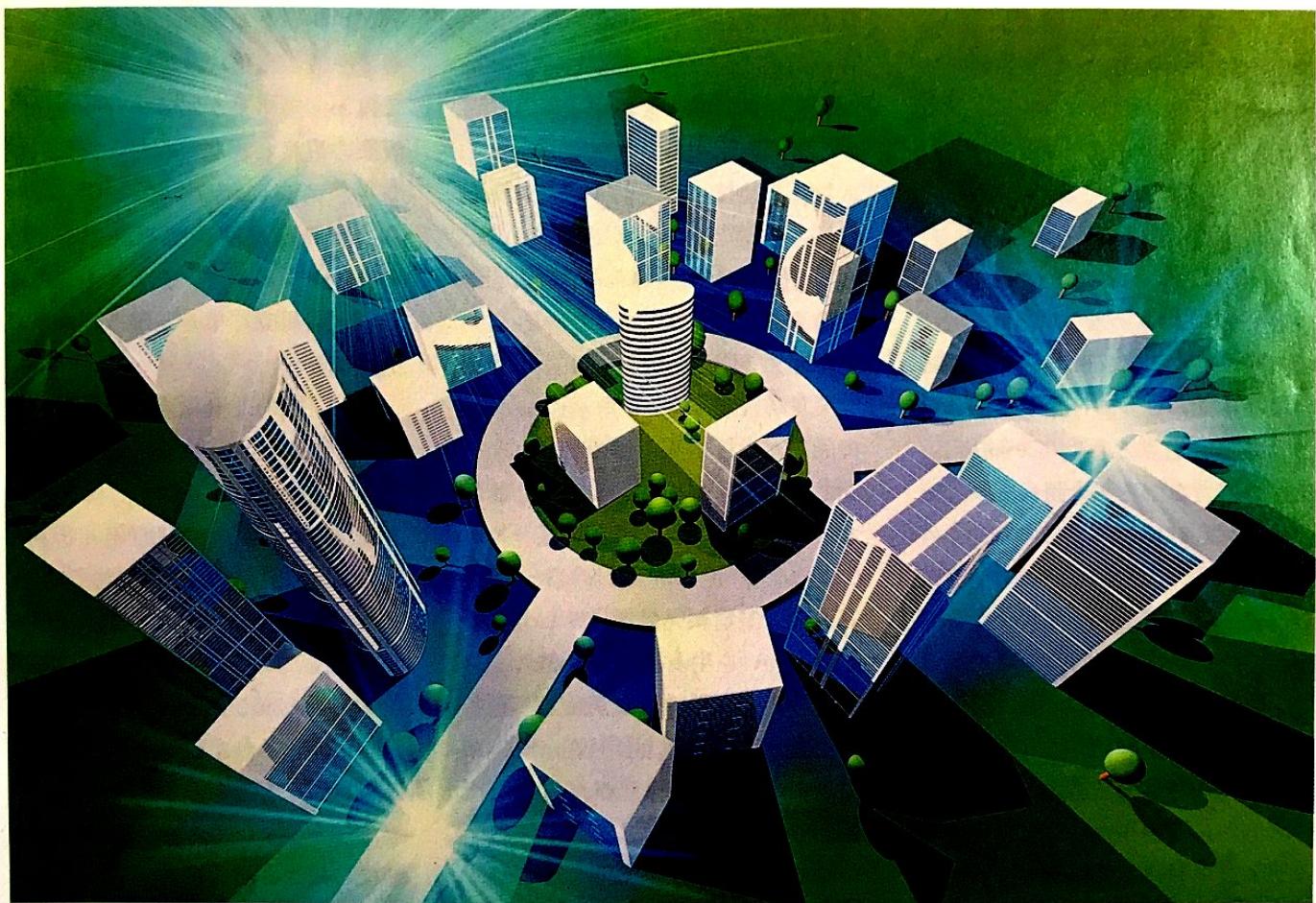


C.I.

Community Information
地域情報 2006年6月
No.210
関西電力

特集

多彩さが魅力の関西の都市



INTERVIEW

「人と産業を呼び込む関西の『観光力』」

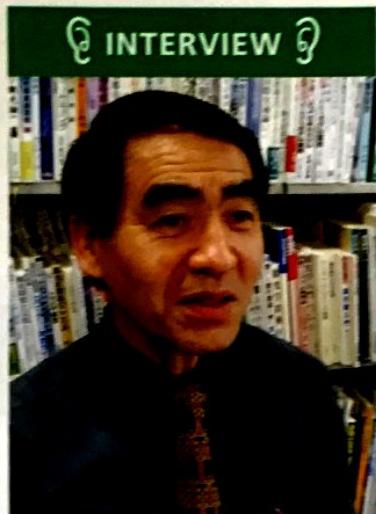
鈴木 勝 さん・大阪観光大学〈教授〉

地域クローズアップ・兵庫県

迅速な行政対応と総合力で勝負— 兵庫県

多ルート確保のアクセスで西日本の拠点も安心— 加西南産業団地・加西東産業団地

「人と産業を呼び込む関西の『観光力』」



鈴木 勝さん
大阪観光大学
(教授)

JTBで長年、日本人の海外旅行の企画などに携わり、現在、大阪観光大学で観光産業を担う若者を育てる鈴木勝先生に、関西の都市の魅力と、海外へのアピール方策について、お話をうかがった。

JTBに勤めていた時、シドニーで5年、北京で4年、暮らしたほか、アジアの大都市は何度も訪れたことがあります。関西のように狭いエリアに個性的な都市が集中している例は、他にはありません。大阪、京都、神戸、奈良が、それぞれ鉄道で1時間以内なのに、街並み、文化、食べ物、人、そして言葉まで、がらりと変わるのですからね。

人も魅力的です。大阪を筆頭に、とても元気で気さくですよね。しかも、自分の住む街を強く愛しています。

都会人は割と気軽に転居するし、「シドニーっ子」が何の感傷も見せずにイギリスに移住してしまうことも珍しくないのですが、関西では住むエリアを変えまんね。南大阪にある大阪観光大学の教員は神戸の人が多いのですが、みんな遠路、通ってきています。これほどの街への愛着の強さは、東京ではありません。気さくで元気で、街を愛する人たちとの触

すずき まさる

1945年生まれ。1967年早稲田大学商学部卒業。JTB(日本交通公社)入社。シドニー支店次長、北京事務所長、JTBアジア・取締役日本支社長などを経てJTB退社。2000年4月大阪観光大学(旧称:大阪明浄大学)観光学部助教授、2002年4月より教授。専門は国際ツーリズム振興論、観光マーケティング論など。

れあいは、旅行者にとって、とても魅力的な体験となるはずです。

泊まってわかる都市の魅力

大都市というのは、世界中、どこもだいたい同じようなものです。高層ビルや洒落た街並みがある一方で、活気のある市場があり、生活のにおいがする路地があり、思わぬところに歴史を感じさせるスポットがある。でも、パートは同じでも文化や食や人が違う。それが、都市観光の楽しさです。

私たちが海外の都市で屋台や市場を訪れて、地元の人と触れ合うのを楽しく感じるよう、外国人も日本の都市には同じような楽しさを求めているはずです。そんな魅力を知つてもらうには、商用でもトランジット(乗り継ぎ)でも、何でもいいですから、とにかく来てもらつて、泊まってもらうことが大切です。シンガポールが参考になりますね。名所旧跡をめぐる観光なら1日で終わってしまう小さな街ですが、国際会議やインセンティブツアーを誘致して、都市滞在を促進させています。アジア観光の拠点としての利便性をアピールするのも、宿泊させるひとつの手段です。

たとえば大阪ならば、大阪独自の歴史や文化をPRするのも大切ですが、外国人にとって憧れの京都を利用しない手はありません。「どうぞ京都を訪れてください。その際には鉄道で1時間以内の大坂が便利ですよ。旅費を安くしたければビジネスホテルもあるし、食事は美味しいし、神戸にも奈良にも近いですよ」と。泊まって、食事をして、ちょっと散歩でもすれば、街の魅力に気づいてもらえます。それだけの魅力があるのであるのですから。「じゃあ、次は大阪を目的に来よう」ということになるでしょう。

大阪の繁華街をめぐるナイトツアーなども欲しいですね。外国人観光客を串カツ屋に連れて行ったら喜ばれると思いますよ。のれんをくぐってね、会社帰りの日本人にまじって酒を飲む体験ができれば、魅力的ですよ。

ものづくりも重要な観光資源です。アジアのビジネスマンにとって、日本の製造業は大きな関心の対象ですからね。製造業が元気な街は活力があって魅力的なので、一般の観光客にも喜ばれます。旅というのは、日常から離

れ、リフレッシュして元気になることが目的ですからね。

この大学に勤めて5年、大阪をくまなく歩いたわけではありませんが、魅力的なところがたくさんあって驚かされます。たとえば、この近くの熊取のだんじり。1ヶ月ほど前から毎晩、若者が集まって練習しているんです。全国的に有名な岸和田だけでなく、ここにも熱い祭りがある。私は房総半島の出身ですが、そんなパワーのある祭りはありませんでした。街の一角に「○○上皇が訪れた地」という碑があったり、歴史の厚みの桁が違います。滞在してもらえば、そういう魅力が効いてくるんです。

関西独自、広域の観光誘致を

京都は世界的によく知られていますが、関西というエリアの魅力は、残念ながらPR不足です。観光誘致やキャンペーンを、京都だけ、大阪だけではなく連携して進めて行くべきです。

関西に限らず、日本は観光誘致のPRがあまり上手ではありません。パンフレットをつくるのに、まず日本語で原稿を書き、英語版をつくり、次に韓国語版と中国語版をつくるというパターンが珍しくありません。それぞれの国や地域で、日本のどこに興味を持っているかをリサーチして、その興味にあわせたPRをすべきなのに、その視点が欠けているような気がします。

たとえば、オーストラリアから北海道へ行くツアーが人気ですね。季節が逆なのを利用して「夏」スキーをしに訪れているのです。上海の富裕層には家電やブランドショップが魅力ですし、個性的な旅を望むリピーターも大勢います。最近、中仙道を行くコースがはやっているらしいですよ。これからは、そんなこだわりのリピーターにアピールすることも大事です。

今、国をあげてビジットジャパンキャンペーンを行っていますが、まだ足りない部分が多くあります。日本を訪れる外国人観光客に関するデータは少ないし、自治体



賑わう夜の大坂ミナミ・道頓堀

でも観光をあつかう部署がはっきりしません。外国のお客さんから大阪城を借り切ってレセプションをしたいというリクエストがあった場合、どこに許可を求めればよいのでしょうか。JTB時代、私は北京の人民大会堂で何度もパーティを行いましたよ。中国に修学旅行の下見に行くと、教育、鉄道だけでなく、あらゆる省庁の担当者が揃って対応してくれます。グリーンツーリズムがしたければ、農業の担当者もいますから、すぐに交渉ができるのです。アジアから日本に修学旅行に来て、日本の学校と交流したいとなると、ずいぶん前からお願ひしないといけないし、夏休みだからダメと言われたりします。モデル校をつくって、さっと対応できたら、若者の国際交流が増え、日本の学生も有意義な経験ができると思うのですが。

観光資源の豊富な関西で、日本の観光受入システムを率先して変えて欲しいですね。関西全体で一元的な窓口を用意して、そこに相談すればどんな旅でも、また関西エリアだけでなく北海道も沖縄も東京も、日本全部、手配ができるような仕組みをつくるべきです。

また、観光産業の担い手に、どんどん外国人のプロフェッショナルを入れるべきです。観光案内は自分たちだけでつくらずに、各団の業者に委託して、それぞれの視点で魅力と思うところをアピールしてもらう。地中海でクルーズをやっているギリシャの船会社と提携して、彼らのノウハウで瀬戸内海クルーズを企画してもらう。外資系ホテルの総支配人との連携を強め、外国人客誘致をどんどん進める。日本人だけで考えるより、ずっとアピール力が強くなります。

観光が国と国を結ぶ

私は、JTB時代、世界各国で日本人観光客のための企画や受け入れをお願いしてきました。現地の企業に、日本人が喜びそうなお土産の開発をお願いしたこともあります。今、日本人観光客が、世界中で様々な旅を楽しんでいるのは、各国の政府や企業がそんな依頼に快く協力し、応えてくれたからです。

元来、観光は、政治や経済と違って対立の構造にはなりません。観光で互いに便宜を図るのは、よい関係を築くのに大いに役立ちます。観光客が増えれば、産業や青少年などの交流もおのずと増えてくるでしょう。

関西くらい魅力があり、力がある地域なら、国に先駆けて、独自の観光振興ができる体制をつくれるはず。観光産業を担う若者を育てる大学の教員として、私も協力していきたいと思っています。