

**観光ビジネスコース
開設記念シンポジウム**

九州国際大学国際関係学部観光ビジネスコース 開設記念シンポジウム

北九州発・震災復興 いま、観光ができること

日時：平成 23 年 5 月 25 日（水）

場所：九州国際大学 KIU ホール

主催：九州国際大学国際関係学部・国際関係学会

後援：北九州市

観光ビジネスコース開設にあたって

2011 年 4 月、九州国際大学国際関係学部に新たな履修コースとして「観光ビジネスコース」を設置しました。本コースでは、我が国の観光振興という社会的ニーズの高まりに対応するため「おもてなし」（ホスピタリティ）の心で地域の魅力を高め、地域の振興に貢献するとともに、将来性の高い観光ビジネスなどのホスピタリティ産業で活躍し、国際交流に寄与できる人材育成を目指していきます。

我が国では、2003 年に観光立国宣言を行って以来、「ビジット・ジャパン」をはじめとして観光立国を推進するためのさまざまな取り組みが行われ、外国人観光客の受け入れ拡大を図ってきています。我が国は、観光を成長分野の一つとして位置づけ、年間約 860 万人（2010 年）の訪日外国人客数を将来的に

は3000万人にするという野心的な目標を掲げています。

観光振興は、地域を見直し、地域の活性化を図るという地域経済活性化という視点から重視されていますが、同時に観光を通じた人々の国際交流が草の根レベルの相互理解を深め、ひいては国際平和に貢献するものとして位置づけられています。

国際関係学部は、このような地域振興や国際交流に果たすことができる人材育成が喫緊の課題と考えます。とりわけ本学部に入学者のなかにはホテルや旅行関係などのホスピタリティ業界へ就職を希望する学生が少なからずおり、このような学生の要望にも応えることができるからです。

かかる人材育成のために、教育課程を改正してホスピタリティとコミュニケーション能力をさらに研鑽する場を設けました。観光ビジネスコースの履修科目として、専門教育科目に基礎科目として「ホスピタリティ・マネジメント」「対人コミュニケーション論」「ビジネス・コミュニケーション論」などの科目を新設するとともに、展開科目群などに「観光ビジネス論」「観光と文化」「観光マネジメント論」「ビジネス実務」などの観光関連科目を配置し、さらには英語、韓国語、中国語の外国語にも観光関連の科目を配置しました。このような新たな学習の場の提供は、学生の要望に応え、社会のニーズにも適ったものであると念願しています。

九州国際大学副学長 国際関係学部長
加 藤 和 英

プログラム

14:40 ～ 14:50 開会挨拶 九州国際大学学長 後藤勝喜

14:50 ～ 15:50 基調講演「観光が社会を変える」

村上 和夫 氏

(立教大学大学院観光研究科委員長 観光学部長)

【略歴】立教大学大学院社会学研究科応用社会学専攻修士課程修了。萩女子短期大学、横浜商科大学商学部を経て、1996 年から立教大学教授。観光学部長、大学院観光学研究科委員長、カナダ・カルガリ大学、オランダ・エラスムス大学、イタリア・カフォスカリベネチア大学で研究員を歴任、立教大学アミューズメントリサーチセンター（文部科学省オープンリサーチセンター事業）代表、ツーリズムイノベータの戦略的育成（大学院 GP）代表。日本観光研究学会副会長、日本観光ホスピタリティ教育学会副会長。現在の研究領域は「みやげ話」研究。

16:00 ～ 16:55 パネルディスカッション「観光復興への視座」

1．国際関係からみた観光復興への道筋

加藤和英（九州国際大学副学長 国際関係学部長）

【略歴】早稲田大学大学院アジア太平洋研究科国際関係学専攻修士課程修了。外務省経済協力局・アジア局・外務報道官室・経済局、在タイ日本大使館、日本貿易振興会（現日本貿易振興機構）等をへて、1999 年から九州国際大学に奉職。2008 年から九州国際大学副学長、2011 年から国際関係学部長。

2．国内観光の最前線 現状報告と新しい旅のあり方

福島規子（九州国際大学国際関係学部教授 博士（観光学））

【略歴】立教大学大学院観光学研究科修了。博士（観光学）。専門は対人サービスにおける配慮行動に関する研究。1990年から観光業界専門誌の編集、記事を手掛ける一方、1995年にサービスオペレーションの構築や社員教育を行うオフィスヴァルトを設立、現在もサービスコンサルタントとして高級旅館やレストランの指導にあたる。

3. “環境”を核とした持続可能な観光への挑戦

上田ゆかり（北九州市産業経済局観光部環境観光担当課長）

【略歴】北九州市立大学商学部卒。1995年北九州市役所に入り小倉北区役所、企画政策室、到津の森公園整備室、学術振興課などを経て、2008年4月に係長昇任と同時に社団法人北九州市観光協会に2年間出向、この間、環境修学旅行の企画を提案。2011年4月から市観光・コンベンション課の新設ポスト環境観光担当課長。

パネリスト 村上和夫(立教大学大学院観光研究科委員長 観光学部長)
 上田ゆかり(北九州市産業経済局観光部環境観光担当課長)
 加藤和英(九州国際大学副学長 国際関係学部長)
 福島規子(九州国際大学教授 博士(観光学))
コーディネーター 藤井大輔(九州国際大学国際関係学部助教)

16:55～17:00 閉会挨拶 九州国際大学副学長 国際関係学部長 加藤和英

観光ビジネスコース 開設記念シンポジウム



村上教授



パネリスト：右より村上教授、上田課長、福島教授、加藤教授



コーディネーター：左端 藤井助教



立教大学大学院観光研究科委員長 観光学部長 村上和夫教授



基調講演「観光が社会を変える」

立教大学大学院観光研究科委員長 観光学部長
村 上 和 夫

たのしみのための旅行とは何か

ただいまご紹介に預かりました立教大学の村上でございます。

先ほど、学長先生がおっしゃいましたように観光の大きな役割は、地域を売っていく、あるいは地域を説明していくことです。

観光という言葉は、そもそもは中国の哲学書の言葉で、地位のある人がよその地域に行ってその国の良いところをみて帰ってくると、自分たちの土地も良くすることになる、というような意味をもっています。ですので、観光は、光を観ると書きます。わたしがこの研究をはじめたのは、大学のときにオイルショックがありまして、就職がなくなって困ったなあ、どうしようかなあと思っていたのですが、もう少し観光の勉強をしようと自分の気持ちを切り替えて、就職をしないで観光の勉強をしたというのが、この職についた理由です。やってみてすごく良かったと思っています。人の楽しみを研究することなので、自分も楽しいし、やっぱりみんなが喜んでくれること、その人たちの顔を拝見すると、まあ、よかったなあと思えるんです。社会にはいろんな分野がありますが、わたしはこの観光という分野を選んで本当によかったと思っています。

今日は観光というのはいったいどういうものなのか、社会でそれはいったいどのように働いているのかをお話します。日本の観光の歴史は、それを学ぶだけでこの2点がわかるので、1960年代からいままでの観光の流れを整理してみたいと思っています。もちろん、我々はいきこんで社会の中でその地域を売っていかなければならないのですが、しかし、その背景として観光というものが

一体どういうものなのかを理論的に、あるいは論理的に理解していくということが必要かと思ひまして、その話を今日はさせていただきたいと思ひます。

まず、今年の3月11日、東日本大震災の日、私はバンコクにおりました。バンコクから飛行機に乗ってお隣のラオスという国にいきました。サバナケットと言うラオスの南部の町に着いて携帯電話を取り出して電源をいれたんです。それまで、ラオスでは日本の携帯電話のインターネットサイトがつながらなかったのので、“つながるかなあ”と思ひ携帯電話の電源をいれたんです。そうしたら、そこに出てきたのは、インターネットが使えるようになったことに驚くばかりでなく、震度8とかマグニチュード8.8（後にマグニチュード9.0に修正、関東大震災はマグニチュード7.9）とか書いてあるんです。一瞬、その数字を疑いました。なぜなら、僕の記憶していた関東大震災のマグニチュードより大きい数字のように思えたからです。“すごいことがおこった”と思ひました。すぐに、日本に電話をしましたが通じない。このとき、JAICAの方と待ち合わせをしていたので、JAICAの方に電話をしました。「日本で大きな地震があったのを知っていますか?」「知らない」。直後に、彼と一緒に日本はどうなっているんだろうと調べてみたら、大変です。インターネットを通じてわかったのは、地震ばかりでなく、大きな津波もあって町がなくなって、大変なことになっていました。

そのバンコクでの仕事が終わって日本に戻りましたら、わたしの大学も多少施設が壊れていて、東京都は災害救助法により地域指定を受けていて、私も大学もしばらくの休業となっていました。3月の終わりごろに、とりあえず事務業務を再開することになったのですが、卒業式は中止となり卒業証書を学生みなさんにお渡しするだけの行事が執り行われました。さらに入学式も中止となり、実際の授業が始まったのは5月6日です。我々はかなり長い間精神的なショックを受けました。こんな大きな地震は、“くるんだ、くるんだ”と言われていましたけど、実際にきてしまうと、その地震の凄さというものを目の当たりにして、本当にどうしようもないものです。

そうこうしているうちにわたしは凄く不思議なことに気が付いたんです。それは実は、その前の能登沖地震のときも新潟中越沖地震のときもそうだったんですが、社会の中に動き始めた人々の動き、つまり旅行はどういうものだったかという、観光バス会社が被災者を運び、なんとか施設の残った旅館は、被災した町の復興を担う人を泊めているのです。旅行会社もすぐさまボランティアの人たちに向けて新しい旅行商品の計画を行い販売しました。わたしは、観光というものが、不要不急なものなので、何もフォーカスが当てられないものではないかと思っていたんですが、意に反して恐らく最初に復興の中で立ち上がって、そして人々の復興に協力をし始めたのは、実は、観光という産業を扱っている多くの人たちだったことに気づいたのです。やがて、観光というのがこの大災害の復興に大きな役割を果たしているんだ、ということがわかってきました。

「観光が社会を変える」というテーマを聞くと、ふつうは、社会が変わったから観光も変わったと説明されることが多いのですが、大震災の復興にみられるように、観光が社会をリードする側面もあるのです。なぜ観光がそのような機能を持つのか、それはどういう仕組みなのかということをお話しさせていただきたいと思います。

まず、観光とは何かといいますと、それをものすごく大きく理解すると「楽しみのための旅行」と理解することができます。楽しみのための旅行。“たのしみ”とスライドにひらがなで書きました。それは、楽しみはいくつかの文字で表されるからです。例えば、「わっははは……」というように笑い踊るようなたのしき、つまり音楽の楽の字の楽しさがあります。「ん～、は～これはいいねえ……」というように自分でちょっと深く考えるような愉快の愉の字で表される愉しさもあります。あるいは、どちらにも属さない、ほっこりするような気持ちは、「ああ、いいねえ」というような、ひらがなで書くような「たのしみ」などがあります。この中のいずれもが、たのしみの旅行の中の、たのしみの中身です。

ところがですね、旅行、これは人間がこの地球に誕生して以来、ずーっと続いているものです。みなさんは、何かの本で人類というものはアフリカの一部に何万年も前に誕生したという話を読んだことがあるでしょう。彼らは、やがてユーラシア大陸にわたり、そして、そこをずーっと大陸を移動して日本の地に至りました。足で歩いて、もの凄い長い時間をかけてアフリカから、この日本にやってきた。これは旅行以外の何物でもありません。長い時間をかけて、ここまで旅行をしてきたわけであります。旅行は有史以来のものであって、旅行は苦しいものであったかもしれないのです。もちろん、時に楽しいものであったかもしれないのですが、なぜ、とりたててここで観光を楽しみのための旅行とわざわざ言わなければならないのか。この問題を最初に解決しておく必要があります。

観光を大学で学ぼうとするときに、一番先に、みなさんの多くは、イギリス人のトマス・クック (Thomas Cook) の話を耳にします。ここにいるみなさんも、聞いているだろうと思います。トマス・クックという人は、世界で一番歴史が長い旅行会社の名前 (Thomas Cook Group plc) だという事実も、もちろんご存じでしょう。ですが、このトマス・クックというのは、どういう会社で、創業者がどういう人物なのかということは意外と知られていません。同時に、なぜこの人が近代旅行業の父と言われるのかと言う理由も一般の人はあまり理解していません。

トマス・クックは、どういう人だったかというと、大変熱心なクリスチャンでした。当時のイギリスはとても活気に満ちた国で、産業化が進んで世の中が労働者と資本家にわかれて近代化が進みつつあった時代でした。しかし彼は、労働者たちの生活に不安を感じていました。この人たちは給料をもらって暮らしているけれど、本当に幸せになれるのかというような疑問だったのです。特に、彼が懸念したのは一生懸命働いて得た金を、労働者が酒を買うことに費やし、酔って人々に嫌われることが蔓延る社会的不幸でした。「労働者は、自分が得た金を健全な生活のために使うための道を学ぶべきである」と禁酒運動家

の彼は考えたのです。酒を買う金で、旅行をして人とふれあい、楽しければ、多くの労働者は酒よりも旅行（＝ tourism）を選択してくれるだろうと思ったんですね。1841 年、鉄道会社とかけあって、労働者グループの団体旅行を企画し、目的地の労働者と交流するという、まあ、遠足のようなものを行いました。なんと 500 人ものが集まり、非常にそれを楽しんだと言う記録があります。ですから、労働者が自分たちの生活の中に、旅行を通じた新しい楽しみを発見する機会を得た、ということが、この“楽しみのための旅行”という、我々が観光を定義するときに使う“たのしみ”の意味なんです。ですので、俗悪なことが観光の楽しさと言っているのではなく、近代社会において、旅行の楽しさを通じて社会改良を行うということを提案したトマス・クックの理念を受け継いだ活動をわたしたちはツーリズム（tourism）と呼ぶのです。

社会活動あるいは社会改良としての観光

さて、うしろの方に座っておられる学生みなさん、みなさんはアルバイトをするでしょう。このあたりだと時給 900 円くらいでしょうか。あるいは時給 900 円ももらえればいい仕事かもしれませんね。時給 900 円で一日 3 時間～4 時間働くと、働かない日があっても月に 2 万円くらいの金になる。コンビニエンスストアで働いて、あるいは居酒屋さんや本屋さんで働いて、2 万円くらい収入を得る。そのとき、みなさんは給料をくれる経営者に、その金を使って、自分の生活を豊かにする方法を習いますか。習いませんよね。彼らは教えてくれない。だけれどもみなさんは、その金を使って服を買うことができ、遊ぶと言うときには友達が遊ぶ方法を思いつくことができますが、それを不思議に思ったことはありませんか。それは、社会にはトマス・クックのような人たちが沢山いて、金の使い方に対する知識を次々に開発し、社会がそれらを蓄積していった結果なのです。みなさんもその知識の恩恵を受けているということです。

わたしが学生だったころ、まだ、大学に行く人の進学率は今ほど高くありませんでした。その当時、高校を出て働く人、あるいは中学を出て働く人は、たくさんいました。大きな会社がその人たちを雇用していました。ここ八幡でもそうだったでしょうね。そのとき会社は福利厚生施設というのを持ち、そしてその福利厚生のために大きな費用をかけ、労働組合も同じように組合員のための様々な企画を作ってみなで生活を楽しむ方法を編み出していました。企業が保養所を持ち、観光の方法について教えていましたし、企業のスポーツチームなどはその名残かもしれません。ですから、大きな企業に勤めると、得た給与で自分の生活を楽しむ方法を、これまた企業や労働組合が提供してくれたのです。しかし、時代は変わって、今日、企業の中に福利厚生施設や制度があって、従業員や家族に生活の楽しみ方を教えてくれるというのは、ないわけじゃありませんが、随分少なくなりました。我々の社会は、トマス・クックが楽しみのための労働者の旅行を始めた 1840 年代以降の長い時間をかけ、徐々に生活の楽しみを手にすることができるようになってきたのです。ですので、この旅行を通じたたのしみに関して、いつでも自分で得たいと思ったら、それを得ることができる社会になったのです。

観光というのは、近代と共に生まれ、労働者や普通の人々の生活とともに変化してきたもので、我々は社会活動あるいは社会事業、あるいは社会改良の一環として、これを考えていくという大前提を、そしてそのために蓄積された理念や技術を持っているのです。ですから、たとえば震災があってボランティアが必要なとき、ボランティア活動を「近代のたのしさ」というものと結びつけて、旅行会社が旅行商品として企画をし、バス会社がバスを動かして人々を送ることができ、行った人は大変苦痛な活動をし、体中汚れるかもしれないし、風呂などに入れないかもしれないですが、終わったあと大きな感動（人とふれあい、社会的な不幸を取り除くために貢献する意義＝「たのしさ」）を持って帰ることができるのです。やがて、ボランティア活動を振り返り、良かった苦しかったけどたのしかったと思えるんです。で、それは観光というものが近

代のスタートのときに持っていたものと同じ、“社会への貢献＝たのしさ”というようなものが存在しているといえるでしょう。

さて、観光というのはトマス・クックによって、このように始められるのですが、やがてこれがビジネスになるにしたがって、どんどんとエリート主義に拡大していきました。たとえば、大規模なリゾート（resort は滞在型のホテルを原型として 1930 年代に包括型の地域リゾートが誕生する）が創られるとか、アウトドアレクリエーション（労働者や市民の社会厚生運動であったレクリエーション（recreation）が、近代観光と接点を持ち双方の機能を持つ施設や振興方策採用されるようになる）が起これとか、あるいは民族観光が生まれるとか、あるいはアートツーリズムのイベントが行われるとか、どんどん“たのしみ”方は拡大し、我々はちょっと観光（tourism）の原点を忘れがちになっているようです。恐らく、今回の大震災がなければ、多くのみなさんが観光というのは、エリート的な商業主義的な行動あるいはものすごくデラックスなアトラクション、そういうもののためのビジネスだ、とそういう風に思い続けていたかもしれません。最近の日本では少なくなってきましたが、観光と言ったときにそれを俗悪なもの、あるいは猥雑なもの結びつけて考えるという風潮もありました。いまでも新聞や政治家たちは、批判の手段として観光の間違った理解を振りかざすことがあるのには驚かされます。

わたしが、観光学科に入学したのは 1971 年でした。そのときに女子学生が約 2 割いました。おそらく彼らは親から観光などという領域に行ったら、恥ずかしいと思わないのかと言われて、「そんなことはないよ、お父さん」といつてやってきた人たちでした。賢い女性たちでした。当時はまだそういうような時代でしたので、ホテルの従業員はほぼ全員が男性でした。旅行会社の従業員、受付係以外はほぼ全員が男性でした。それから、鉄道の従業員もほとんど男性でした。当時、女性が働く場所ではないと考えられていた時代、観光とは、その担い手たちの意識とは別にある意味俗悪なものだったのでしょう。

たしかに、1900 年代の初めの頃のアメリカのリゾートでは、賭博、売春、

さらに、とても理解できないような、暴力的な遊びが蔓延していらしいです。ところが、時代が徐々に俗悪な部分を観光の中から取り除いていって、いまは、観光というときに、それほど俗悪なものという印象をわたしたちは持たなくなっています。典型的な関係は、お隣韓国との関係です。1970年代、観光として韓国に往く旅行者のほとんどは男性でした。しかし、いま、韓国に出かける人のほとんどは女性です。女性はきれいになるため、美味しいものを食べるため、そして、ポピュラーカルチャーを楽しむために韓国へ出かけて行きます。これは、観光が持っている俗悪的なものを払拭するべく韓国が努力をし、徐々にそれがなくなり、韓国に対するわたしたちのイメージが変わったからです。このように考えると、観光というのはそのまま放っておくと、対極的な二つの側面を持つ、正しいあるいは間違い、あるいは正負というような、そういう両方の側面を持つことがわかります。すなわち我々の心が両方を向いているから、あるとき、社会の正しい価値のためにたのしいことをしたいと思う一方で、悪いこともしたいと思う人間の姿そのものであります。

社会はこの観光をうまく使おうと、長い間努力してまいりました。その結果、近代が求める価値にあわせてあるときは悪くなり、あるときは良くなるというような流れを観光というものは持ってきた。これが観光の概念であります。

災害と観光。復興の第一歩は観光から。

さて、今回のシンポジウムのテーマと少し関連づけて、災害の観光ということについて考えてみましょう。

災害と観光。あまり関係があるように思えません。しかし、先ほどもお話ししましたように、両者は非常に深く関係しているものです。たとえば、日本が最初に観光政策を行ったのは第一次世界大戦のあとです。日本は大陸に侵攻し、大陸の一部を日本の領土とした直後のことです。世界に対して日本という国がどれほど文化的に優れているのか。それを示すために、日本最初の国際観光政

策が打たれました。残念なことに、関東大震災があり、国際観光政策は中断しますが、しかしまた昭和に入ると積極的な国際観光政策が採られます。世界の中に日本の政府観光局が作られ、世界から外国人観光客が来日します。4万人とも6万人とも言われるお客さんが日本にやってきます。これは、船便しかない当時、大変な数字です。第二次世界大戦が終わって、日本はすぐに1945年、政府の中に観光係という係をつくり、国際観光を振興しようと努力します。その大きな理由が戦後復興であります。

戦争と観光は結びつかない、と我々は短絡的に思います。それは“戦い”と“平和”と言う対立する二側面に見えるからです。近代の中で戦争が行われるのは、多くの場合正義のためと説明されています。ところが、戦争がもたらす結果は、分離です。停戦があつて、お互いもう関わるのは止めよう、となるのが戦争の終結です。正義と平和のために戦っているにも関わらず、別離を選択する。おかしいと思いませんか。しかし、戦争が終わったあとに、その平和を作っていくために人が交流をする。これは、観光の仕事です。ですので、どの国、いつでも戦争が終わって、すぐ次の政策は観光政策なのです。表向き“外貨獲得”と言いますが、別れてしまった人々をもう一度結びつける努力、それが観光の大きな役割で、“戦災と観光”これは密接に深く関わっているのです。

私の大学は、そのために働く人たちを養成する機関として当時の運輸省に選ばれ、篤志家の寄付を頂きました。私の大学ばかりではありません。YMCAもその大きな役割を果たしました。ほかの教育機関もそういう役割を果たしました。国はさらに政策をとって税金を優遇して、観光に働く施設に優遇措置を与えていました。

その後、ベトナム戦争が終わったあとも、戦跡を観光するという非武装地帯ツアー（Demilitarized Zone Tour）というのがあります。同様のツアーは板門店にもありますし、北米大陸では、国を二分して戦ったという南北戦争を忘れないために、国立公園制度の中に戦跡観光というのが残っています。ヨーロッパの東西冷戦が終わって、1980年代にお互いが交流するようになって、

最初にとられた政策も同じように観光政策でした。

このように、戦災と観光は非常に強く結びついています。これも先ほどお話しした社会事業あるいは社会改良という観光の基本的理念がここで生きているわけであります。震災や津波被害と観光も同じで、みなさんのご記憶にあるでしょうか。インドネシアのスマトラ沖地震、大きな地震でした。その地震が終わったあとマレーシアもインドネシアも一生懸命、復興しようとしします。そして観光地が復興して、そこに国際観光客が訪れたとき、それをニュースとして世界に配信していきました。観光と震災、大きな結びつきがあります。

今回も東日本大震災があつて、そこに行つて、そこにいる人たちと気持ちをあわせたいというボランティアの人がいるとき、観光はその人たちを運び、お互いの関係を結ぶことができます。さらに、水害、雪害、これらについてもそのことが言えます。あるいは公害、これを克服して観光と結びつけていく。これも、実は、観光の大きな役割です。公害地帯、北九州、川崎と一緒に、工場をみるなんてツアー（“工場萌え”ツアーと呼ばれている）がありますね。このツアーなど、いまやごく当たり前になっていますが、おかしいです。最近まで、そこは公害地帯と言われていたんですから、誰も公害のところになんて行きたくないはずですよ。だけれども、イメージを変えて、自分たちが国の光になるんだという意志を、ほかの人に見せたいと思うと、ほかの人たちもそれを喜んで見に来るとというのがこのツアーが成立する理由です。公害（産業による市民生活への災害）と観光、これも強い結びつきがあります。

さらに、社会の中で働いていくと段々と息苦しくなったりして自分の生活に つまることがあります。難しい言葉で労働による自己“疎外”といいます。働いていると苦しくなってしまうんですが、会社の上司はこう言います。「お前が悪いんだよ、自分で処理できないから」「もうちょっと自分で自己管理ができるようになれよ」と。しかし、良くみるとまわりのみんなも疲れているような状態、どうも職場環境が構造的な問題を持っているのではないかと思うようになりますよね。その時に観光は、そういう職場で働く人々を外に連れだして、

自分たちの世界を客観的に眺めようというような機会を与えます。1960年代に盛んだったヒッピー、あるいは世界を旅したバックパッカーたち、そういう人たちは自分の社会、近代社会、あるいは産業社会を出て、もう自分たちの社会を外から見直すことによって、労働場面で災害にあっている自分たちを発見するのです。

このように実は、災害と観光というのは、結びつかないようでいて非常に大きく結びついているということをみなさんにお伝えしたいのです。これはどうしてかと言うと、さきほどお話した観光の近代における出発点の延長線上に、現代の観光に対する人々の認識やそれを運営する仕組みが位置しているからです。観光というものは旅行産業や宿泊産業や交通産業によって支えられていますから、そこに技術が蓄積されているためにそれを災害の復興に用いようとするといつでも活用できるからです。政府も観光庁を作り、観光を誘導してくださっていますが、しかし、日本の観光というものあるいは世界の観光というものの、そもそもトマス・クックですら、自分で会社を作り、そして、労働者のために楽しみを開発し、それを普及しようとしてしました。世界的にみても観光というものは、産業によって支えられているのです。この産業によって支えられているということは、先ほど話しましたように資本として技術的な蓄積があるというだけではなく、それが、商品市場を持つことで社会の期待に対し、良くも悪くも均衡するという、自律的な関係をそこにつくることができるからです。

観光産業は、俗悪な商品売りつつも、すでに1964年にスタートした日本の海外協力隊を嚆矢として、1980年代になりますと俗悪な商品は淘汰され、ワーキングホリデーやボランティアツアーが徐々に商品化されていきます。いま、みなさんが地球の歩き方社のホームページをご覧になると世界中にボランティアに行けることがわかります。“世界中に社会貢献をしにいく”ことがパッケージになっています。パッケージツアーという言葉、旅行商品という言葉が良く批判されますが、産業は社会に貢献したいという人のために、社会に貢献するという旅行商品を売っているのですから、批判する人はもう一度自分の言

動を振り返って欲しいものです。観光産業のこのような行動は、凄いことだと思いませんか。社会に貢献したいと思ったのために、社会に貢献できるという商品を売っている。恐らく、いまから30年ほど前に、想像もできないことです。社会貢献をしたいと思ったときに学校のボランティアセンターに行くのもひとつの方法でしょう。しかし、インターネットで調べるとそこにちゃんと社会貢献ができる商品があって、その商品がきちんと点検されていて、各国から歓迎されているというそういう状態です。さらに非営利組織（NPO）が似たような商品をたくさん世の中に提供している。これも実は近代の観光の基本がビジネスの根幹になるからであります。

さて、このように考えてくると、観光というのは、もちろん俗悪な側面がないわけではありませんが、社会が求めようとする価値と連動して世の中に広がってきたと言えるのではないのでしょうか。そして、その主体は、観光産業であると同時に労働者や一般の市民の旅行者なのです。

さて、最近、この社会的な価値、すなわち“観光はどんな社会的意義があるのか”と言う視点はもとよりですが、そこから、すこしずれた話題を頻繁にみるようになってきました。“わたしがしたい旅行”とか、あるいは“わたしの旅行に対する思い”とかいうような話題が「観光を広げる」という現象を促しているように思われます。一見、マーケティングの顧客志向やカスタマイゼーションの考え方に乗っているようにも思えますが、そうではないインターネットコミュニティなどにも良く登場する話題です。

どうしてそんなものがでてくるのでしょうか。それは、観光と言うのがそもそも用務ではなく“個人の自由な活動”ということに根源をおいているからであります。自分がボランティア活動をしたいとき、ほかにもしたい人がいないかなあと仲間を探して「あつ、いた、いた。あの人と一緒に新しい楽しみ」を作ろうとボランティア旅行をする、そんなことがあってもおかしくはありません。つまり、社会の善悪だけではなく、各個人が思っていることが仲間探しを通じて、新しいネットワークを作りその輪によって新しい観光が生まれる、そ

ういう側面が世の中にあり、膨らんでいるのです。もちろん、その背景にはインターネットアーキテクチャというものがある、学生のみなさんが携帯電話やあるいはスマートフォンみたいなものを使って、お互いにコミュニケーションをできるようになってきたことが、個人の小さな輪が作られ新しい観光を広げる原因となっているのです。

さて、個人にとって嫌なものというのは必ずしも社会にとって有害なものとは限りません。わたしはあの人が嫌いだ、ということが、社会にとって有害だということはありません。わたしはあの人が好きだ、ということが、社会にとって有用だということもあります。むしろ個人の好き嫌いというようなものをベースに、個人の好きなものと社会にとって有用なもの、好ましいものとかがうまく結びつくことができたときに、新しい観光が生まれてくるという現象が最近の動きです。

話が少し難しいので、いくつかの例を使いながらみなさんに見ていただくことにしましょう。たとえば、個人が大切にしている思い、わたしは犬が好きだとか、わたしは風景が好きだとか、わたしは美味しいものが食べたいというようなことを考えているときに、それは、ひとつは社会の価値に自分が同調してそれを志向して動いていくというような方法があります。

①たとえば、持続的観光、自然を大切にしていくことはとても大切だ、エコな生活を送りたい、自然を楽しみたいので野生の動物の声を聴きに行こう、わかりますねえ、その延長にエコツーリズムがあります。そういうものは、社会が大切にしようとしている価値に対して、個人が同調していくという方向です。観光を通じて持続社会やグローバル化に通ずる人々が増えてきている、まさにそのことの現場です。

②次に、社会的な価値と自分の思いというのが実は、離れているんですが、それを調和させながら新しい観光のあり方をつくるというような方向もあります。たとえば、観光を通じて大きな世界の楽しさと、自分の世界の楽しみを調和させる。ちょっと話が難しいかもしれませんが。あとで例を出します。そうい

う方向です。

③そして三番目は、自分の思いを最大化する。観光を通じて自分の日常生活を充実する、自分らしさを演出できる、そういう人を探したい。あとで例をだします。わかりやすい例として、原宿、ファッションの町であります。

いま、わたしがあげた①社会の価値にすり寄る観光、②みんなが仲間を作って社会の価値と自分の価値を調和させる、③あるいは自分の価値を最大限に発揮するというのを、例を使ってみていくことにしましょう。

最初は社会の価値に対して、すり寄るというケースですが、社会に対してすり寄るのは非常に見えにくいんです。さきほどエコツーリズムの例をお話しましたが、わかりやすいいえばそれが代表ではないでしょうか。社会の価値にすり寄るケースには、社会に対して反逆することです。いまの社会は、やたらなんか俺はこの社会から逃げる、俺の道を行くんだ、というように主張することもあります。1960年代、ヒッピーたちはアウトローと言って、社会から外に出ました。ロックバンドの人たちは、野外コンサートを開いて、そこでみんなで踊り音楽を楽しみました。「あ〜、社会からでてよかった」「我々は新しい自分を手にした」、そんなことを彼らは考えたのです。

〈オートバイにのった若者が荒野を疾走する 1960年代の海外の映像『Easy rider』が流れる。〉

ラグジュアリーなキャデラックに乗るのをやめてオートバイで外にでよう、そうすると僕らはワイルドになれるぞ、そういう風に彼らは主張しています。そして、彼らは「自由」ということを大きく言いました。社会の価値が片方で管理に向かっているときに、自由とは何かということを、旅を通じて主張しました。これは明らかに社会的な価値に自分たちがすりよっていき、その社会的な価値を作っていこうとするからです。いまでも大学生の男の子たちが、ちょっと親がなんか言おうとするときに、親をみないで余所をむいている、なんとなくわがままな顔をするときに、わたしはライダーの人たちを思い出すときがあります。なんていったらいいのかなあ、自分は、拘束されたくはない、俺は自

由にいたい、そういうふうにみんなが思う時があるかもしれない。まさに、自由というもつとも根源的な社会の価値というものを1960年代、旅行を通じて若者は求めようとしていました。いまの若者も同じ顔をしているとすれば、もしかすると同じように自由を求めているのかも知れませんね。

さて二番目は、60年代はそうだったんですが、時代がきて80年代、そういうようなことが社会の方も少しずつわかってきて、今度は旅行者個人というものが、どうやったら本当の旅を自分は経験することができるのか、自由な旅ではなくて、社会の自由があつての自由な旅。だけど、その中で人とふれあうとは、一体、どういうことなのか、そういうことを考えた人がいました。沢木耕太郎さんです。この小説家は『深夜特急』という小説を書いて、1980年代、ものすごくよく読まれました。若者はみんな読みました。みんながアジアへ旅に出ました。

〈アジアを放浪する若者の映像が流れる〉

先ほどのイーजीライダーと何が違うかという、イーजीライダーは社会の価値、そのものを問うているのに対し、この『深夜特急』では、個人とは何かとか、旅人は何かということを問っています。明らかに問うているものが、内に向いていて違います。そして、この社会なのか個人なのかという問いは、やがて、インターネットの登場によって、徐々に、個人の側つまり人々は、自分たちはどう思うのか、自分たちはどういう風に考えたらいいいのかということに話を移すことを可能とします。インターネットコミュニティのソーシャルネットワークなどはまさにこれです。いま、わたしたちがいろんな人の意見を学ぼうというとき、あるいは知ろうというとき、友達に意見を聞く、これはあるかもしれません。同時にインターネットで、ブログやチャットあるいはツイッターを見て、ほかの人はどう言っているのかを参考にしながら、自分というものを考えていくということがあるでしょう。

次に三番目は、この大きなものの考え方、世界観、あるいは道理と、自分の考え方と調和するという事例をみていくことにしましょう。

〈花見宴会の自粛に関する映像が流れる〉

1万5000人以上の方がなくなっている東日本大震災ですが、人々は自らの生活で華やかな事は自粛すべきでしょう。静かにすべきだ、それは社会の道理あるいは世界共通の道理です。しかし、一方で、春の花見というのは宴会をするだけではない、季節の変わり目を体で体験することだし、そして、お酒を飲むことは何もどんちゃん騒ぎをするばかりじゃない。そう考えると、今年の3月末から4月にかけて話題となった東京都知事の「花見自粛発言」（正確には夜間の宴会はどうかと疑問を呈した）に、道理と人々の選択の意見形成の例を見ることができます。道理と現実、違うものをどうやって調和したらいいのか、旅行についてもそのことが問われました。人々はどう動いたのでしょうか。

ある国会議員は、石原知事のこの発言に対して、政治家が個人の自由を束縛するようなことは言うてはいけないと言いましたが、とんでもない時代錯誤の話で、インターネットコミュニティではこの政治家には多くの批判が書き込まれました。他方で、どうしたら東京都知事の発言と現実を調和させたら良いかについて、山のようにツイッター、山のようにブログ、コメントがインターネット上にあふれました。人々が議論する中、被災地からは、花見まで止めないで欲しいと言ってきました。被災地の酒元さんが訴えています。「花見をやって、一杯やって、一口の肴を被災地から買ってほしい。石原発言、“花見は自粛”、わたしは被災者ですが花を見に行くくらい大いにしてほしいです。」そういう発言がでました。それは、みなさん考えるでしょう。どのように花見をしたらいいのかを。

結論として、九州のみなさんもお存じのように、関東でも東北でも花見はきちっと行われました。ただ、深夜、酔っ払って酩酊する者はほとんどいませんでした。このように、個人がお互いの知恵を出しあって、どのように遊んだらいいのかを考える、そういう時代になったんです。これ、明らかに時代の大きな変化です。大震災が起らなかったら、観光というものの、あるいは楽しみと

いうもののあり方を、個々がどう考えるかが観光を培っているなどと言う現実を知ることが出来なかったかも知れません。

個人の思いと社会的な価値を調和させる機能

さて、次にみなさんに見ていただきたいのは……

〈原宿のファッションの様子を映した映像〉

ここで、凄く不思議なのは、読者モデルという存在です。普通の人が自分の好みのファッションをして町を歩いていると、雑誌者の人がやってきて「写真を撮らせて」といってくる、その写真が載った雑誌が全国的に売られるということです。事例のビデオが古くてすみません。2009年ですので古いのですが、東京の原宿や渋谷にやってくる人たち、旅行者個人が来る人の観光対象であり、観光の魅力を作り出す人々なのです。先ほどの大きな議論と小さな議論が調和する、それも個人でしたが、ここでは不思議なことに観光の魅力をつくっていくのは、観光客個人だという結論になります。

さらに原宿や渋谷では、雑誌が、誰が可愛いかつまりどのような人（消費者個人）を見たらよいのかを教えてくれたのですが、インターネットの上には、まち歩きのホームページというのがたくさんあります。例えば、東京都にある谷中・千駄木・根津などの町歩きを考えてみましょう。まち歩きでは、“どこを歩いたらよいか”という、本来旅行業者がやるべきこと、あるいはかつて旅行業者がやっていたことを、普通の人がやっています。そこでは、インターネットに掲載された町の面白さを、ほかの人がそれを見て、町に歩きに行くというように、観光を個人が作り出していき、個人の趣味の中で作り出していき。そして、その趣味をほかの人が楽しむというような、そういう構造になっています。

さあ、このようにみえてくると、観光は社会的な価値、社会事業や社会改良という基本的な理念あるいは倫理から始まった観光も、個人の思いと社会的な価値

値を調和するという新しい機能がインターネットで培われると、急激に進化しているということがわかります。

このような社会の流れ（社会の価値の実現の機会 → 個人の思いから社会の動きが創られる）に対して産業、大手の観光産業はどのように対応しているのでしょうか。ちょっとみなさんに見ていただきましょう。

〈鉄道を使った旅の歴代のCM映像が流れる〉

とってもわかりやすい映像です。1971年、昭和46年、万国博覧会が終わった翌年に、当時の日本国有鉄道が、国内観光を活性化させようとして放映したテレビCMです。ここでは、お聞きになってわかるように、旅をすることは楽しいことで国民は旅をすべきだと訴えています。今度は1990年代のCMを見て頂きましょう。20年ほど経つと内容が大きく変わってきます。

〈鉄道を介した遠距離恋愛の様子を映した映像が流れる〉

この映像は九州では放送されていなかったかと思いますが、CMづくりの視点が社会の価値から個人の価値に移ったということがお分かりいただけるでしょう。「距離に試されて二人は強くなる」そうです。当時、遠距離恋愛というのが流行っていました。業務命令でどちらかが転勤してしまうと遠距離恋愛をせざるを得ない。そうすると、遠距離恋愛という個人の状態を捕まえて、そこに観光産業がアプローチをしていく、という支援が生まれました。さらに、去年……

〈JR東日本の新幹線新青森延伸のCM映像が流れる〉

ちょっとはつきり見えなかったかもしれませんね。失恋したら旅にでようと書いてあるんです。先ほどのCMよりももっと、個人の内面に入っていく、この企業は個人の内面に入って物語化した状態、わたしの人生を振り返りたいなあという、そういう個人にアプローチをしています。明らかに産業は、社会の関心から個人へという大きな動きをみせたわけです。このように考えてくると、今回の震災というのは、わたしたちはいったい社会的価値は何かということ、問い返しているようにも思えます。

わたしたちの中で、個人との問題でどう解決するか、花見のケースを思い出して、わたしたちはもはや社会的価値だけでは、たとえばエコツーリズムだけでは我々は観光をのぼすことはできない。それだけにかけることはできない。どうやってわたしたちは、自分たち個人の中に、新しい観光を見出していかなければいけないのか。そういうことを訴えているように思えます。

最後に本日の私の話の全体をもう一度、整理をしてみましょう。トマス・クックが登場することによって、社会的な価値を志向するような観光が生まれました。当然、その対向に俗悪なものが生まれてきます。しかし、一生懸命努力して、たとえば静の観光を伸ばそうとしたり、あるいは持続可能な観光を伸ばしたりして次第に邪悪なもの、俗悪なものをなくしていきます。一方、インターネットが普及することによって、個人というものが注目されるようになり、個人は旅行の主体であった、しかし、個人にとって嫌なものがいっぱい旅行の中にあつたにも関わらず、それを整理して、たとえば社会の価値を求めようとするものから、個人の自分らしさを表現するというものを求めようとするものまで、人とのつながりをうまくつくることによって新しい動きを作り出す、そういうように世の中は動いています。

今回の震災と観光との関係は、個人と社会の調和の中に生まれてきているので、みんながボランティアに行こうとしている、あるいはボランティアに行った人たちが戻ってきて、再び彼らとインターネットを使って花見の問題とか、自動販売機の問題を、話し合いながら、そういう新しい動きを社会の中に創り出していくことになります。

我々は大学で観光教育をしますが、かつての観光教育、それは社会の価値、それと観光がどのようにリンクしていけばいいのかということを専ら教えてきました。わたしもそうでした。その一環として、産業の中でどう働くのか、産業の理念とは何なのか。こういうことを学んできました。しかし、それだけでは十分ではありません。どのようにして個人の旅に対する思いと社会の価値を

調和させるのか、その技術はどうあったらいいのか。

ということを大学は学生に教えなければなりません。同時に学生の諸君は、確かにインターネットに使う金は大きいかもしれない。服飾に使う金も大きいかもしれない。しかし、どのようにしたら自分らしい旅を創り出すことができるのかという自己研鑽をしなければいけません。

私たちの大学の例を見ますと、観光学部の学生はだいたい2年生ぐらいまでに80%は海外旅行をします。しかし、経済学部の学生は、2年生までに30%くらい海外旅行をすればいいくらいでしょう。次第に旅行というのは、黙っているとしないものになります。ぜひ、国際関係学部のみなさんは自分を奮い立たせてでも、旅行をし、世界の人とふれあい、なおかつインターネットを通じて、ほかの人たちとどういう旅をすればいいのか、旅はどういうものが楽しいのかについての話をしてもらいたいと思います。どうですか、みなさん。観光と言うものに対する見方が少し変わりましたか。観光はもはや観光産業が提供するものだけではありません。社会が観光に対してどう取り組むのか、社会のなかに起こっている新しい動き、それをどうやって広めていくのか、そこところが実は大きな課題となっています。どうもご清聴ありがとうございました。