

ツーリズムの力への問いかけ

Theme
1

観光産業がいま すべきこと

神田達哉 サービス連合情報総研業務執行理事

「田舎の人は無神経、都会の人は無関心」。転居を伴う転勤を命じられ、大阪から東京へ移ってかれこれ3年目を迎える。さまざまな観点で地方と中央の隔たりを感じてきたが、食文化や話し言葉、街づくりといった物理的領域でなく、人の心理性や精神面での差異を表現したものとして、最近思わず膝を叩いたのが冒頭のたとえである。

都会の人は驚くほど街なかですれ違う人のことを見ていない。見えていない者同士だからこそ、他者への不寛容が自然発生する。そうして作り上げられた社会で無難に生存することを志向しつつも、持ち物や交流関係、学歴、年齢といった情報を密かに収集することで、胸の内にてマウンティングに勤しむこと、ここに極まれり。さすがは中央政府のお膝元である。マツリゴトの世界で近年顕著にみられる体たらくぶりに端を発した、「空気を読め」「長い物には巻かれろ」といった風潮が漂う社会には実にうんざりさせられる。

ところが、こうした空気は地方にもいつの間にか流れ込んできているようだ。地方の伝統的革新自治体で保守への傾斜が垣間見られるほど中央の影響が強くなった。人事やカネにものを言わせた権力に対し、「付度」という日本特有のコミュニケーションで対応することを余儀なくされている。いまや地方も無神経でいられなくなった。

話題をツーリズムに移したい。自然災害発生や伝染性疾病流行がクローズアップされた際、いつもどおりのウェブコミュニケーションをしては「不

謹慎狩りに遭う」と捉えてか、旅行会社は決まって情報発信を自粛する。あとはほとぼりが冷めるのを待っている。しばらくすれば、閑古鳥鳴く被災地域への誘客を促進する補助金がお上から放りこまれるシステムが稼働する。

誰かが何とかしてくれるのか

このところよく見られる流れだ。自ら力を注ぐことなく問題をスルーしていれば、今般のような日韓問題でも、誰かが何とかしてくれるとでも思っているのだろうか。対馬や九州各地を中心とした訪日韓国人客不振の穴埋めとなる国内旅行補助施策や、日本人の韓国渡航に何かのプレミアをつけてくれるなどと、根拠の乏しい神話を語っていてもおかしくない。

地域の宿泊施設や交通機関、観光箇所などを素材として組み合わせ旅行商品化している主体が、事業パートナーの危機にこのような無関心を今後も決め込むのであれば、「略奪産業」と業界を形容しても言い過ぎではない。直ちに送客可能でなくとも、店舗網やステークホルダーからの情報を咀嚼し正しい情報を積極発信することはできる。

こう述べても、フリーライダーが登場すると指摘されるが、いまの顧客だけをいつまでも囲いこみ続けることは不可能である以上、情報産業として顧客以外の消費者とコミュニケーションを取り続けなければならないはずだ。その際、個社がそれぞれで



日韓関係が冷え込むなか、8月30日に韓国・仁川で開かれた日韓観光大臣会談。相互交流を推進していくことで一致したはずだったが…

取り組むと輻輳が起きるので、事業者間での協働に期待したい。加えて、いつまでも蔓延る陳情文化に甘えず、ロビイングやパブリック・アフェアーズといった既存の殻を破る発想に基づく、公へのアプローチも望まれる。

メッセージを発信しよう

先日、訪日外国人向け観光情報サイトの運営企業取材した。聞くと、彼らは北海道胆振地震発生直後から報道や自らの取材網による情報を積極的にユーザーへ発信し続けた。すると、そうした現状を知った人たちから、自分たちにできる支援はないかと考える輪が自然に生まれたという。

この話を受け、旅のプロとは何かと考えさせられた。観光地の知識に磨きをかけることや、顧客の期待を上回る提案に基づく接客ノウハウをアップデートすること、それだけで十分といえるだろうか。多少無神経と言われようと、ネガティブな状況に陥った事業パートナーに寄り添って行動し、消費者に常に役立つ身近な存在としてコミュニケーションを能動的に取り組むことが必要でないか。

昨今の日韓問題を検討するとき、同じ韓国人でも自国在住者と日本在住者とは捉え方が全く異なる。本質は、自国に暮らすそれぞれの国の人が互いに見えていない状態に起因した双方の不寛容に過ぎない。このとき、旅行会社は圧倒的に観光客を減らして途方に暮れる事業パートナーへ思いを馳せ、直ちに必要な行動を取らなければならないが、その際に互いが見えるようになる＝認知する手段として、旅行こそ格好のツールであることを積極的に発信する役割や義務がある。

相互を取り持ち、長期的な平和を築く唯一の方法が旅行だと言い切ればよい。われわれが住むこの世界は混沌としていつも瀬戸際にある。でも誰かが声高らかに「これが真実だ!」と言い切ってしまうと、混沌は形あるものに整列してしまう。

「言い切ることは世界を動かしてしまう」とはカオスの縁。ツーリズムの世界から強いメッセージを出すときがまだ。ただ、こうした動きは、為政者や政府の意向でなく、市民レベル・働く者たちから草の根的に広がっていくことを願いたい。旅行によって信念が大きく変わるような人々の体験を支える側として、ツーリズムの存在意義をいまこそ標榜したい。

あるツーリズムの経営者が言った。「1人でも多くの人が他国へ行けば仲良くなれるのだから、知らない者同士ケンカはやめよう。その手段に旅行を活用してもらおう。そこで人と人が仲良くなれば人種を超えて分かりあえる。そうすれば世界平和になる。国籍、人種、文化を超えた交流をして、それが平和につながれば旅行会社の価値がある。いまこそお互い交流して感情論を解決しよう」

こういった利他的で崇高な考えには、そもそもの自己実現欲求を満たさない限り到達できない。しかしツーリズム各社の多くは己の数値的目標にしがみつくだけでまだまだ利己的だ。そのため、産業全体を牽引しようとする気概ある企業が存在しない。

業界団体にも期待できない。プロフェッショナルであり責任を伴う経営や事業運営とは何かを本気で見直さないと、市場からいつまでたっても関心を示されることはなく、たとえどこかの会社が倒産しようと驚きさえ呼ばないだろう。愛情も無関心も存在しない。虚しさだけが漂流している。



Profile

かんだ・たつや ●同志社大学卒業後、旅行会社で法人営業や企画・販売促進業務に従事。企業内労組専従役員を経て、ツーリズム関連産業別労組の役員に選出。18年1月、労組を母体とする調査研究組織を一般社団法人として立ち上げた。