

Vol. 291 地域を磨く人を育て～オンリーワンの観光まちづくりを進めよう～
全国商工会議所観光振興大会参加報告（平成26年11月10日）

10月21・22・23日と標記の大会が別府で開かれ、日商の三村会頭は「政府は6月に日本再興戦略として世界に通用する魅力ある観光地づくりを重要施策として打ち出し、昨年は訪日外国人旅行者1,000万人に対して2020年には2,000万人、2030年には3,000万人と言う目標を掲げております。

観光の強みは関連する事業者の裾野が広く、景観、史跡や生産物、生産施設など地域にある資源を活用する事によって少ない投資で地域に大きな経済効果をもたらし、個性的で魅力ある地域づくりを促進できるからであります。

2013年度我が国の観光産業のGDPは16.7兆円と自動車産業の16.6兆円と肩を並べる規模であり、雇用誘発効果は400万人を超えて自動車産業110万人をはるかに上回っております。商工会議所のリーダーシップによって行政区域を超えた地域間連携、広域観光を推進させることによって一連のストーリーを情報発信して何倍もの魅力、効果を発揮させ、中小企業再生と地域経済の活性化を目指していただきたい」と述べられました。

この大会で、現在人口12,000人の湯布院町に観光客が380万人押し寄せると言う「玉の湯」会長溝口氏と娘さんの社長桑野さんとお会いする事ができました。今から凡そ30年前、私と妻が泊まった湯布院のホテルは宿泊客が5～6人で、街を歩く人も全くまばらでありました。これだけすばらしい景観と温泉郷でありながらなぜ人が来ないのかと私は不思議に思いました。ちょうど同じ頃、溝口会長達も同じ思いで試行錯誤を繰り返し、行き着いたところは観光資源とは温泉や景観だけでなく、旅人の心を癒す温かいもてなし、人情の機微の大切さに気が付いたと言われます。しかし目指すまちづくりをどう作るかにはふさわしいリーダーが必要でありました。結果論ですが、先ずトップリーダーの条件は遊び心を持った気っ風の良い自腹をきれる人で、ケチな人はダメです。先ずこう言う人が企画に当たり、No2のリーダーは人脈の広い調整力のある人。No3のリーダーは伝達力の優れた能力を持っている人で、お互い阿吽の呼吸で物事が進められる仲間達が必要であります。そうすれば何か一つ起こせば次から次へと物事は進んで行きます。大事なことは隣接地の真似は絶対しない事です。隣接地が巨大な歓楽地、大型ホテル、大型商業施設だったら、こちらは「昔は良かった」と言われる昭和のまちを作ることです。（大型店や大型ホテルは入れないまち）

昔ながらの街道へ小さな店を並べ、まちの人々は皆表へ出て旅人達へ温かく接することです。今、意外なことは、観光資源の何もない所へ魅力を持って訪れる人が多くなっている事です。生き残ると言う事は諦めない事です。新しい血を入れて行く事です。人を磨き、地域を磨いて行く事です。自分のまちのすばらしさに早く気付いて誇りを持って生きる事です…と。