日曜論壇

松本　謙（まつもと　ゆずる）

2014.2.2

おもてなしで地域元気に

来る平成32年の東京オリンピック・パラリンピック誘致が昨年決定し、それ以来全国的に「おもてなし」という言葉があらためて見直されている。そもそもこの言葉は、人や物事に対する振る舞い方を意味する「持て成し」に由来し、いまや多彩な解釈で活用される便利な言葉である。

元号が平成に変わり、誰もが平和な成長を祈っていた矢先に訪れた「失われた20年」という長い期間に、私たちはさまざまな教訓を学んできた。大量生産大量消費に代表される、作れば売れた時代が去り、長期間にわたるデフレ経済の進行、非正規雇用の増大、揺らぐ社会保障等々、高度経済成長からバブル経済と右肩上がりの成長を遂げてきたわが国の経済が大きく舵を切った。そうした誰もが経験したことのない価値観そのものの変革期ともいえる四半世紀の最後の年に、高々と「TOKYO」の文字が世界に示された、そう考えると何とも感慨深いではないか。

昨年は伊勢神宮が20年に一度の式年遷宮を迎え、同時に60年に一度といわれる出雲大社の大遷宮が重なる正に神々しい聖年となった。同じくして自然遺産への登録を逃したわが国の象徴ともいえる独立最高峰、富士山が世界文化遺産として登録され、また和食がユネスコ無形文化遺産に登録された。観光立国を目指すわが国のインバウンド人口が1千万人の大台を超え、次なる四半世紀に向けて時代変化の予兆とも捉えられる象徴的な物語の多い年であったような気がする。少なくとも観光の側面で見るわが国に吹く風は、まさに追い風であり、千載一遇のチャンスと捉えることができるのではなかろうか。

一方で、観光立国日本の自走を考えた場合、従来型のハードに頼りすぎる傾向のあるわが国の観光自体が、その見直しの時期にあると私は思う。その方向性は観光ニーズそのものの本質をしっかり見据えて「みせる観光」からの脱却である。

なぜなら、観光客の多くが再びまた訪れたいと思うのは、名所や旧跡そのものではなく、その場所で触れ合う価値観に動機付けられるからである。すなわち、ご当地を訪れるキッカケを作るのが世界遺産や観光名所であったとしても、再訪したくなる動機は、郷土料理や文化芸能との触れ合い、体験交流や印象的な思い出などで築かれる。

これこそが「おもてなし」であり、接客やマナーはもちろん、技術や文化、心の触れ合いといったソフトサービスの設計そのものである。そもそも元来私たちが得意としてきたはずの「おもてなしの心」自体、今や輸出されるほどの日本の誇らしい文化といえる。

先人に学び、今こそ足元から「おもてなし」を見直して、それぞれのご当地感のある「心で交わる観光」を目指してみてはどうか。本県もブランド力で1位を取るのが困難であっても「おもてなし力」で1位を目指す価値はあると考える。なぜなら世界への「おもてなし」の発信は、47都道府県全てが今まさにスタートライン上にあるように思うからだ。

（ファーマーズ・フォレスト代表）