

## ホスピタリティの観光インフラ化による異文化バリアフリーに向けて

- 鹿児島県の観光開発のためのもう一つの視点 -

朝日吉太郎

### はじめに

本稿では、観光という一連の行為を検討することで、観光資源開発の対象を拡大し、従来観光にとって副次的要素として考えられてきた、観光インフラにおけるホスピタリティ機能の強化と異文化バリアフリーについて検討し、今後の鹿児島県における観光開発に対していくつかの論点を提示することを課題としている。

2008年NHK大河ドラマ「篤姫」の決定、2012年九州新幹線の全線開通が、鹿児島県の観光活性化をめぐる二大イベントとして報道されている。両者は確かに観光の興隆のチャンスとしては、同一性をもつものであるが、文化歴史的遺産あるいは撮影ロケなどメディアのイベントがもたらす話題性と交通手段がもたらす利便性（もちろんノンストップで乗る新幹線自体も観光目的にはなるかもしれないが）とでは、自ずと鹿児島県の観光への貢献のあり方が異なっている。こう考えたとき、このような観光資源の資源的な意味の違いが十分把握されない曖昧さの中に、むしろ観光開発の適切な発展を阻害する要素はないのかが懸念され、あるいは、もっと別に注目すべき観光開発はないのかということが懸念される。

観光という行為は、観光する主体が、自らの日常生活では消費できない異質性、非日常性を「観光資源」として求め、他国、他郷、あるいは普段は訪れない地元の観光資源を求めてなされる行為である。以上のように我々日本人は、観光を気晴らし的なもの、見聞のためのものと考えがちだが、欧米では、商用などの日常性を伴いながら異境に移動することも広義には観光と理解されている<sup>1</sup>。

観光主体が求める異質性、非日常性は、自然、地理、歴史、文化からあらゆる財貨やサービスの領域にまでわたって存在しうるものである。欧米的な意味での広義のツーリズムにおいても、その日常性の目的を異質な環境の下で達成する諸条件が観光資源であることになる。そして求められる観光対象は、観光する主体のメンタリティに依拠している。そのために観光の対象である観光資源という用語は、実に様々な意味を持つものとなっている。したがって、観光開発という言葉は諸観光資源の一つ一つの開発を指したり、あるいはその諸観光資源同士の複合物を作り出すことであったり、あらゆる観光資源の有機的な総体の開発を意味したり、また、それらの様々なレベルでの「ごった煮」であったり、している。それだけに観光開発は錯綜して理解されがちであり、それゆえにまた錯綜して検討されがちである。その結果、たとえばゴルフ場開発ブームに乗って、芝の大量生産を試み、農薬や肥料により農地の荒廃が進んだ例のように<sup>2</sup>、個別の観光資源開発を推進することが、観光地全体の観光価値を失墜させるような、木を見て森をみない開発をすれば、森自体が衰退するといったことも起こりうる。

「篤姫」と「新幹線」の二大観光資源についても、どのレベルでこれを観光開発の要素と考えるかが重要であり、また、観光資源の諸要素の適切なアンサンブルといったことを考える必要があるのではないか。せつかくのチャンスとされるものが、有効に利用されな

いことがあってはならないのである。

そう考えてくると、観光開発戦略にとって、観光そのものについての考察が必要となっているのである。本稿でそのすべてを考察する余裕はないが、観光開発の要素をとりだして整理するための前提としての論点作成の作業を行ってみたい。

## Ⅰ 観光過程の再吟味と観光開発概念の拡張

### 1. 観光主体にとっての観光過程

観光は観光する主体と観光資源を提供する主体との相互作用によって成立する。観光を考える際に、まずは観光とは、観光主体にとっては、次のような過程からなる行為の総体であることがわかる。

#### (1) 観光準備過程

観光の最初の過程は、観光準備期間におこなわれる観光行為として現れる。この観光過程の入り口で観光主体は、その諸要素が前後することもあるが、つぎのような観光行為を行う。

まず、自らの①観光のための時間と資金が存在することを確認し、②観光情報を入手して、③観光目的を形成する、それから、観光情報から観光のための諸条件（交通手段、交通費、コミュニケーション手段、宿泊手段、宿泊費、現地の安全情報）に基づき④観光計画を立てる、そして、⑤観光手段を手配するために、旅行会社や旅客会社、宿泊所、訪問箇所を手配する。その過程で、計画変更などの調整過程が生じる。また、手配の過程での費用負担などのやりとりもこの過程に含まれる。観光目的形成にかかわる資金作りといった行為もここに含まれると考えられる。

#### (2) 観光実施過程

第二の段階は、観光の実施過程である。これは、出発地から①観光地への移動、そして訪問地での②観光の享受（訪問、体験、飲食、宿泊、移動）、③観光地から出発地への移動の期間の諸行為が含まれる。この過程での費用負担のやりとりなども含まれる。

#### (3) 観光終了後

第三の段階は、帰宅後おこなわれる観光にかかわる一連の行為である。これには、土産や土産話などの観光情報・資源の配分、写真やパンフレット、買い物品の整理など観光の記録、礼状の送付、インターネットをつかった訪問先感想の記入や、苦情の提起、クレジットなど費用の支払いなども含まれる。

### 2. 観光開発の考え方の拡張

一般的に観光開発は、景勝地、リゾート資源、特産物、地域でのサービスといった観光資源の開発であると考えがちである。

ところが、観光をその過程全体からみると、そのような考え方は、実は先に見たの観光の実施過程に限定された考え方であることがわかる。そして、このように観光主体の

行動を考えた際に、この三つの過程の諸要素を活性化させることが広義の観光資源開発と  
いいうことであり、観光資源の提供者がこれらの要素をどのように活性化させているか  
ということが、観光開発にはかならないということである。

一例を挙げてみよう。私が昨年訪れた韓国の首都ソウルでは、スターバックスなどのカ  
フェで青年たちはクレジットカードで支払いを済ませている。当初は、若いサラリーマン  
のこれみよがしのステータス表示行為かと思っていたが、あまりに頻繁にみかける。韓国  
の友人に事情を聞いてみるとそうではない。韓国ではそれは当たり前的情景であるという。  
むしろ、韓国の人々は、日本に観光にきてみて、カード決済システムの遅れに愕然とする  
のだという。つまり、韓国の観光客を確保するためには、旅行業者、ホテルのみならず、  
主要な受け入れ都市の諸商店のカード決済システムを整備することが必要であり、そうで  
なければ、日本の観光地は不便さを愛する少数の観光客しか期待できないことになる。

カード化競争に対応してその基盤を整備することで他の観光地との差をつけようという  
優越性は、やがて他の観光地の追随にあうことになり、おそらく短期的な効果しか生まな  
いかもしれないが、観光地ぐるみのカードシステム化をはかることができれば、当面は国  
際競争に打ち勝つ条件が生まれる。その期間に獲得できた顧客との密な関係を作ることが  
できれば、その結果は短期的ではないことが予想される。

このように、観光開発を広義にとらえなおすことで、得られる立地優位は、まだまだた  
くさんあるのではないか。それはとりもなおさず観光主体の行動にあわせて観光資源提供  
者の行動とその相互作用を検討してみることにある。それを次章から検討してみたい。

## II 競争主義的観光開発観の相対化

観光目的が形成されるのは、①時間、②資金の確保、③観光資源の情報入手に基づいて、  
④観光計画が構築される。旅行がビジネス目的である場合には、①、②は前提であり、付  
帯的、副次的なものとして、訪問地の観光資源利用が検討される。

当たり前といえば当たり前だが、時間と資金がなければ、そもそも観光を行えないし、  
両者がそろった場合に初めてどのような観光資源を求めるかという段階になる。ところが、  
観光開発という場合に、その発想の根底にあるのは、観光主体の財布の中身をどの観光地  
が取得するかという観光資源の優勝劣敗をめぐる競争的発想であって、国民の余暇、余裕  
の形成や、所得確保や社会保障の充実こそが根本的条件であることが理解されていないこ  
とが特徴である。たとえば昨年12月に成立した政府の『観光立国推進基本計画』では、そ  
のため、限られたパイをめぐって、賽の河原の石積みのような観光地競争が行われる。し  
かしそのような競争の結果、余所の経験から学ぶと称して、金太郎飴のような開発がなさ  
れて地域の資源は死んでいたり、リゾート開発競争における過剰設備投資競争の中で、  
観光客の供給が逼迫し、競争に敗退したり、または、競争に勝っていても、収益性を悪化  
させて、廃業に追いやられたりすることを必然的に余儀なくされるケースも出てくる。そ  
のことが、地域と地域財政を破壊させてしまったり、地域の自然を破壊してしまったりす  
るといった結果を直接的、間接的に生み出してきた。

つまり観光開発には、そのベースとして全般的に社会の豊かさを形成することが死活問  
題なのであるが、これに目を向けない開発競争を行ってきたのである。日本の人々が豊か

になることやアジアの人々が豊かになること、すなわち観光主体が豊かになって初めて観光地が豊かになる。所得制限や福祉後退などこれに逆行するような経済政策を行っていて、観光政策が成功するはずがないことを明記する必要がある。これはまた、観光地における所得や社会福祉水準の向上を含むものでなければならない。なぜなら、観光客を受け入れる観光地の発展が、その地から旅立つ観光客を生み出すという相互作用を考慮に入れる必要があるからである。限られた観光客を奪い合うゼロサム的発想から観光客そのものを増やす相互発展への発想への転換こそが、観光発展の普遍的な条件である。以上のような基本的条件を前提にすることを観光資源の提供者は、忘れてはならないであろう。

実は、昭和38年に成立した観光基本法や、昨年末にそれを全面改正した観光立国基本法でも、観光は、国際平和と国際生活の安定を象徴するものとして捉えられている。しかし、平和や社会の豊かさの中でこそ観光業は成立するという点で観光は社会関係の結果であるという考え方をせず、観光は、「地域経済の活性化、雇用の機会の増大」、「健康の増進、宇不埒のある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定広報に貢献する」「国際相互理解を増進する」ものとして、観光が原因となって平和や社会の豊かさに寄与使命を持つという点で観光は社会関係の前提という側面から捉えられていることが特徴である。

そのため、豊かさの実現や国際関係のための観光の貢献面での不足が問題とされ、その解決策として観光のあり方を適切にすることが今日的な課題であるというロジックが生み出され、そこから競争力を増大させることで、その水準にもっていくことが観光政策の課題であるといった、逆立ちした観光政策観が生じている。

逆立ちした観光政策観が求める具体的政策の柱は、観光地における国際競争力の増大である。

「これらに適切に対処し、地域において国際競争力の高い魅力ある観光地を形成するとともに、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興を図ること等により、観光立国を実現することは、二十一世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題である。」<sup>3</sup>

ところが、このような国際競争力確保のための過剰な合理化が、国民生活や地域社会を破壊している。つまり、平和と豊かさを作る努力を先行させることで、国際競争への過剰適応ではなく、適切な競争条件整備を行うことの方が、つまり長期の観光開発を保全することが、どうしても後景に押しやられてしまっている。この点から、逸脱していくと観光それ自体がおぼつかなくなることになるだろう。

とはいえ、平和で豊かな環境が国際的にも国内的にも十分形成しうるかというのは、将来的課題であり、観光資源提供者にとっては、当面の経済条件の中で、観光開発をしなければならぬ。

### III 観光開発の多様な内容

観光資源提供者は、観光主体の観光の総過程で、観光価値を形成しなければならない。以下では、観光過程に会わせて、述べていきたい。

## 1. 観光情報の発信と観光情報入手条件の整備

観光のための前提である旅行主体の余裕と資金がそれなりに調っていることを前提にした時に、観光を意識化させ、観光意欲を形成するものは観光情報である。これには情報量と情報提供の集中効果、情報の質が観光主体のメンタリティを配慮しつつ発信されなければならない。

情報量と情報提供の集中は、情報発信・伝達手段の整備とその利用方法に関する研究に属することであり、ここでは十分検討を行うことができないので、情報の質について立ち入って検討してみたい。

### (1) 観光情報の質と情報の加工能力の向上を

観光主体の元に日々様々な媒体を通じて膨大に提供される観光情報、その他の情報の中から、本県への観光意欲を形成するきっかけになる情報とはどのようなものか。観光主体の関心を一瞬で魅了し、その思いを離さない情報提供のあり方についての研究が観光開発にとっては死活問題なのである。いわゆる「つかみ」を提供し、そして捕まれた観光主体の第1印象をさらに継続させ納得させる「売り」の情報を提供することがそれである。したがって観光情報を観光インフラとして整備する場合に、第一に重要なのが観光のコンテンツ形成である。

観光のコンテンツという場合に、現実の素材としての財貨とサービスと、それに価値評価を与えて情報として発信するための加工された情報内容の二つが含まれる。

#### ① 第一段階：鹿児島県の観光資源の素材が持つ価値の再発見

鹿児島県の自然、歴史、文化、日常性が鹿児島県固有の観光資源として提供されると、県外旅客からは非日常性、異質性として受け止められ、関心を引く。火山が作り出す複雑な景観やシラス台地、動植物の相はもちろん、その自然に向かい合ってきた人々の営為、そこで築きあげられた歴史・文化は、鹿児島県の独自性を帯びたものが多々ある。ところが、それは鹿児島県民の日常性の中に埋もれたり、遠い記憶に眠っていたりすると、観光対象の情報として観光主体に提供されない。観光資源の素材は情報としての加工を付加して発信されてはじめて有用な情報となる。

その点で、鹿児島県民が鹿児島県の価値を再評価することが非常に重要であり、また、鹿児島県民が県外や国外を旅行し、そこでの比較で鹿児島を見直すことや、県外、国外の人々に鹿児島のもつ独自性について情報を得、その価値評価をリアルに聞き取る必要がある。

コンテンツは様々に形成しうる。というのは観光価値が観光客のメンタリティに依拠するからである。これについては、多数のコンテンツを提供すると同時に、観光主体の内の対象グループを絞ることも必要になる。

#### ② 第二段階：新たな観光資源開発と新たなコンテンツの形成

ところで、鹿児島がこれまで持ってきた独自性を再発見するだけではそれはいわゆる観光商品とはなりにくい。観光資源を活かしていかにして観光商品を提供するのか、あるいは

は新たに開発するののかという点で、資源開発の企画作りが必要である。ここで観光商品とっているが、誤解の無いようにするために、観光商品について、若干説明したい。観光商品開発といった場合、物産品開発と狭くとらえられる可能性もある。しかし、ここでいう観光商品開発とは、観光コース開発とか、景勝環境の整備などを含む広義の観光対象の開発と考えている。したがって観光商品の開発とは、鹿児島の観光資源を発見しさらにそれら観光商品として企画・提供するための観光資源開発である。

### ③ 第三段階：価値評価・意義付けられた情報の提供

ここで注目すべきことは、素材を売れる商品にまで加工するコンテンツ作りを意識しその宣伝効果をはかり、観光主体のハートをつかむ新たな情報内容の提供努力の必要性である。特産物のブランド作戦やトレース・アビリティはそれ自体で効果をもつ場合があるが、ブランドの意味、トレース・アビリティの意味が効果的に伝達されなければ、そのような戦略が競合している中では魅力に乏しいものになる。必要なのは説得力とイメージとのベスト・マッチということになる。このコンテンツ作りは、結局、観光商品開発との相互作用を行うことで、あらたな観光商品、コンテンツを生み出す原動力になるだろう。

### （2）旅客の立場に立った副次的観光情報の提供

顧客は観光の始まりから終わりまでを視野に入れて観光を考えるもので、したがって、第一の観光情報の提供で取り扱ったコンテンツの提供のような狭義の観光資源開発のみを観光資源開発の全体であると理解するのは誤りである。これらは、いわば狭義の観光資源であり、観光資源開発政策の対象とされているものである。

したがって、観光情報として第二に必要なのは、観光に伴うトラブル回避手段の明示、現地情報収集の手段の明示、移動手段や買い物に際して、特に、自動販売機のシステムの明示、宿泊所紹介、現地ガイド紹介、現地チケット購入手配などのサービスの確立がいかになされているかという観光目的にとっては副次的だが観光主体にとっては重要な情報である。これらの観光インフラ情報も観光資源だと考えられる。

本論では、この点に焦点をあてて検討していくことになる。

### （3）観光情報発信・伝達手段の整備

第三に、これらの情報全体を観光主体に伝える条件の整備である。

地方自治体のホームページや観光協会、商工会議所などでの地域情報のパンフレット、ホームページでの情報提供などが豊かな内容を持ってなされる必要がある。

また、現在鹿児島県の国際的な誘客のための情報政策は、①観光ミッション団の派遣および各種旅行博への出展、②海外のマスコミ、旅行エージェントの本県への招待、③海外の旅行エージェントによる新規商品企画への支援などである<sup>4</sup>。

### （4）情報受信者への配慮とフィードバック

第四に、これらの情報は、情報受信者が旅行意欲を生み出すために十分配慮されたものになっているかどうか、また、情報受信者がアクセスしやすいものであるかといった、受

取手への配慮がなされているかどうか重要である。

海外旅行者にとって、旅行意欲の最大の壁は情報の少なさである。情報の少なさは、言語の壁によって、情報が十分伝わらないからである。

たとえばドイツ人の観光客は、事前に非常に細かく情報を調べてくる。このときの情報源がヨーロッパでまだまだ不十分な日本旅行ガイドブックであったり、不十分なインターネット情報であったりする場合に、鹿児島に足をのぼそうとはしないだろう。また、鹿児島に足を伸ばしても、鹿児島の良さを体験せずに、去っていく可能性もある。

ところが、鹿児島までやってきたドイツ人たちを案内すると、こぞって、どうしてこんなに観光資源があるのか、どうして、もっと有効に使わないのかと問われる。

このギャップを埋めるかどうかコンテンツと情報伝達手段の整備である。

この点で、鹿児島の実情は、外国語での情報提供の点では、きわめて不十分である。外国語情報に欠けているだけかという点、実は、日本人にとっても情報提供のあり方はずいぶんおざなりなものである。たとえば顧客をどうしても確保したいといった意識を感じさせない未加工のデータの羅列などが一般に行われており、早急に改善しなければならない。

## 2. 費用と旅行プラン問題

海外旅行者にとって、また日本の観光客にとっても旅行プラン決定に際して重要なのは、費用問題である。先に見た旅行先の情報の検討とともに、それらの観光資源を消費するためにどれだけの費用が必要なのかが検討され、旅行目的と費用とは他の観光地の旅行目的と費用と比較され判断される。

バック旅行など旅行代理店の店頭や DM を通じて検討する方法もあるが、今日の旅行者の旅行目的の多様性、少人数グループ化という状況にあっては、バック型旅行ではなく、訪問目的に沿った旅行プランを旅行者自らが検討してくるようになっている。

このような場合に、交通手段（交通費、移動時間、乗り換え、駅やバス停などの情報）、宿泊（宿泊費、宿泊プラン、アクセス方法）、食費、訪問施設入場料などがわかりやすく、これらの予約、解約、決算がネットを通じて可能となっているか、また、それらがわかりやすく利用できるかどうかという点が、重要である。

たとえば、海外旅行をする場合には、渡航（飛行機予約、空港情報）、宿泊（宿泊費、アクセス方法、周辺施設）、現地移動（飛行機、鉄道、バス）、訪問地予約などは概ね終わっており、それらの費用の引き落とし方法も決定している。現地に持って行くのは、連絡に必要となりうるパソコンと携帯電話、その他の決済に必要なクレジットカード、と、少額の現金ということになる。

旅慣れれば、このような事前計画を立てず、バックパックのみで、インフォメーションに飛び込んで宿や情報を得るという方法もあるだろうが、鹿児島に来る外国客は、当面、一見の旅客である可能性が高いだろうことを配慮すれば、この点でも情報提供がしっかりなされているか、あるホームページをみればこれらの情報入手や予約などのサイトに簡単にアクセスできるかといった点の検討が必要である。

なお、観光コースの適切化（2Way コースのフライトとセットされた観光コース）、移動手段や宿舎、観光施設との提携による定額化、ビジネスユースや団体旅行、研修体験コースなどがどれだけ開発されているかといった情報は重要な意味を持つ。

### 3. 観光資源開発政策の検討

#### (1) 鹿児島観光資源のオリジナリティについての考え方

鹿児島県観光プロデューサーの其田秀樹氏は、鹿児島の「固有の資源は西郷・桜島のみ」だという。これは、鹿児島に他に資源がないと断言しているのではなく、焼酎や温泉など他県との競合しうる観光資源は鹿児島県固有の観光資源と断言できず、何が何でも鹿児島に行かなければ味わえないものとしての特殊性に欠けるものに胡座をかくことの危険性や発想の不十分性に対する警告である。

あらゆる技術的に形成しうる財貨やサービスは模倣できるから、もちろんこの言い方は極端であるが、同じ労力をかけるならば、長期にわたって鹿児島のオリジナルなものとして他の追従をゆるさない財貨・サービスを固有の資源として確立しろという主張だと考えれば、有意味である。

ところで、鹿児島にしかないものという場合に、自然条件としてあるいは歴史的条件として鹿児島にしかない特別なものの存在と、他の地域には存在するがその諸要素の組み合わせが鹿児島独自のものである場合とがある。前者を第一レベルの独自性、後者を第二レベルの独自性と呼ぼう。

#### (2) 第一レベルの独自性の開発

こう考えると、まずは、鹿児島の自然的、歴史・文化の見直し等鹿児島の素材的な観光資源の、再評価が最初の課題となってくる。これが第一レベルの独自性に基づく観光開発の課題である。

##### (1) 自然とのふれあい

- ・山河島海のダイナミズムを生かしているか。
- ・鹿児島独自の動植物の生態系など自然保護がなされているか。

##### (2) 自然と人間の共生が生み出した民俗とのふれあい

- ・自然と人間との関係が作り出した独自の産業・文化が残されているか。
- ・それらの産業・文化が体験できるか。

##### (3) 文化的伝統とのふれあい

##### (4) 歴史とのふれあい

これらの素材的な観光資源の中には、観光商品とされていないものが多々あり、その評価がまず必要である。

#### (3) 第二レベルの独自性

ここでは自然の資源が鹿児島のオリジナリティの中で提供されているか、またそのオリジナリティとは観光開発の目的にそっているか、を問題にしたい。

##### ① 銭湯業態で提供される温泉

鹿児島の銭湯は9割が温泉だとよく言われる。その様に鹿児島の温泉事情を語る場合に、鹿児島の恵まれた自然環境を誇り、またその資源が比較的低額で利用できることをアピールしているわけである。しかしそれは、同時にもう一方で、その自然環境を十分生かすこ



となく、日常性の中に埋没させている鹿児島を語っていることにもなっていないだろうか。観光客からの視点からは温泉での入浴は観光目的として十分考慮すべきチャームポイントであろう。しかし銭湯形式で提供される温泉は魅力的だろうか。日本の旅客にとって、銭湯は一般に日常性の中に存在するものである。したがって、郷里への帰省者にとっては、その有用性があるかもしれない。しかし、その他の来訪者にとってわざわざ出かける必要がないものと感じられないか。

結局、温泉の強みを生かすことなく鹿児島の銭湯は限られた鹿児島県民の利用というパイを奪い合って過剰設備投資と、金太郎飴的な顧客サービスの中で、窮地に陥っている。住生活が変化し自宅に風呂が一般化してきた経緯や今後の少子化を考えるとその存立基盤は年々危うくなっており、競争にはますます拍車がかかっている。

銭湯形式で提供される温泉にとっては旅行客の利用を拡大することは一つの解決策である、しかし、銭湯形式であること自体が資源を生かし切ることができない典型のようになっている。

ではどのようにしたら、銭湯が観光資源になりうるのか。

一つは、銭湯間のコラボレーションと棲み分けによる銭湯施設の多様化

二つは、銭湯とレジャー施設や医療施設とのコラボレーションによる観光名所化

三つには、これらを通じた独自の温泉文化の形成

といった、鹿児島独自のコンテンツ作りを通じて、銭湯の日常性を異質性に変えることであり、四つには、その情報発信であろう。

## ② 食文化の鹿児島らしさ

食文化の鹿児島らしさとは、焼酎を中心とした味覚体系にある。2004年9月の「DBJ 経済ミニレポート」は地産の強みを外食や観光に活かすことをテーマに、地産地消時代の外食産業を鹿児島の殖産産業の独自化を検討している。検討方法は、スローフードの店舗数の各県比較による鹿児島の独自性の検討である。外食地消の店舗数ランキングを求めて、そのうち地産の食品をみることで、鹿児島の地産地消の外食の独自性は、しゃぶしゃぶ、ラーメン、焼き肉であるとしている。店舗数でまさる活け魚やたこ焼きでは、地産原料とは言い難いからである。同報告が目しているのは、しゃぶしゃぶという各地に展開するが、本州の酒＝牛肉のセットと異なる、焼酎と豚肉という対抗的な価値提起-これを報告は破壊的イノベーションと名付けている-を推奨している<sup>6</sup>。結局、鹿児島の原料を使った鹿児島的味覚のイノベーションを行うことが必要となるが、焼酎ブームの中でその可能性が広がっている。これに対して、其田氏は、「鹿児島でとれた産物を鹿児島で食するという概念では広すぎる。とれた場所で、最も新鮮なものを、一番美味しい形で食べさせるという概念の方が鹿児島には適している。いまの料理はいい食材を使いながらも鹿児島らしい食べ方(昔からの知恵に学ぶ)になっていない」<sup>7</sup>として、ノスタルジックな鹿児島の食づくりを提起している。鹿児島の素材に鹿児島の伝統的食を組み合わせるということであるが、それが観光主体にうまいかどうかは研究の必要があるだろう。すくなくともしゃぶしゃぶ、焼酎、豚の角煮、鶏刺しなどは、評判がよいが、甘味料入りの醤油を前提とする味付けには、意見が分かれるところである。

### ③ 自然と人間のふれあいを体験するツーリズム

鹿児島は農業・漁業のセンターである。それに合わせた生活スタイルが伝統的文化として残っている。体験学習型、滞在型の観光資源開発としてグリーン・ツーリズムやビーチ・ツーリズムが注目されており、そのコンテンツ作りと情報発信、受け入れ体制の検討が進められている。とくに都市部や海外からの修学旅行の誘致<sup>8</sup>などに関連した体験学習型、滞在型の観光パックの開発は、その開発に力が入られようとしている。グリーンツーリズムとその観光資源としての可能性について詳しくは、本報告書の高嶺論文に示されている。

### ④ 文化戦略と知的探求型の旅行への対応

ヨーロッパの都市を旅行して、思うことは諸文化に対する配慮の大きさである。文学、美術、音楽、その他の学術に対しての総合的な力の入れ方が大きく違う。日本の都市はこの点での充実を図る必要がある。都市計画で鹿児島市に特に欠けているのは歴史地区の保存である。

加えて、都市計画、施設、公共交通機関などに、どのような知的刺激を与える工夫がされているかという点が、重要である。これらはどちらも観光主体にとっては、世界共通の刺激である。都市の美術館・博物館などを求める旅客も多い。また、到達した文化を鹿児島がどのように大切に、日常生活に取り込もうとしているかといった点、生活の中のゆとりや遊びをアピールすることも重要である。

観光地の知性を示すものとして、観光地の清潔さを維持することは一つの文化的資源である。この点では、路上の清掃などに対して、外国人の評価は高い。しかし、ゴミの分別収集は路上に集められるなどで、ゴミは収集までの間路上に積み重ねられており、招集施設を常備していくことなどが必要であろう。

しかし、これら知的探求型の旅行への考察に対して、香港の住民で日本を訪れる目的の中には、神社・仏閣・歴史といったものに関心を示していないという報告もある<sup>9</sup>。とはいえ香港の人々が他のアジアの宗教施設や歴史的建造物を訪れないということもないと思われるので、旅客ニーズについては十分調査とアピールが必要である。韓流ブームでは、ドラマロケ地や韓国の歴史文化への関心が高まっており、そのような関心を高める努力が必要である。

## IV 観光インフラ開発の課題

### 1. ホスピタリティ概念の検討

ホスピタリティはいかにして形成されるか。

その点で興味深いのは、ホスピタリティとは鹿児島に対する知識を前提にそこから生じる説明力を背景に観光客を案内・接待できることであるという理解が一定の広がりをもって存在しているらしいことである。この場合のホスピタリティは、県民一人一人がガイドとなって、旅客の質問に答えたり、場合によっては同行して説明したりすることを想定していることになる。国土交通省が、郷土の誇りという場合も、ホストが自らの郷土に招きたくなる感情が、旅客に対する思いやりを作り出すというロジックとしては同等のものである。

しかし、観光とは、誇りを持つものだけを提供することであろうか。誇りを持てる、持てないに執着してしまうと、誇りを持たない歴史的事実をリアルに旅客に受け止めてもらいたいというメッセージなどはどうなるのだろうか。広島・長崎やアウシュビッツなどを考えるとき、どうも誇りを持つという言葉はなじまない。

次に、疑問なのは、ホスピタリティに知識や誇りが必要かどうか、ということである。

接遇に際しての心配りというのは、正確な説明がなされるのにこしたことはないのだが、それだけではなく、ちょっとした気遣い、親切、挨拶などでもはかれるものではないか。外国のホテルを出るときに「グッバイ」とか「再見」とかいわれるのと「さようなら」といわれるのでは、そのホテルの日本人客への接遇の配慮、コミュニケーションへの思い入れに、我々日本人は大きな違いを感じるのではないか。メニューや、看板などへの配慮、道路標識、地名表示なども同様である。

## 2. ホスピタリティの観光インフラへの体現を通じた異文化バリアフリーにむけて

ここでいう異文化バリアフリーとは、主として、外国人旅行者が鹿児島県を訪問したときに感じる様々なトラブルを軽減するための諸措置である。以下ではいくつかの検討課題を提示したい。

### (1) 交通インフラの整備

#### ① ターミナルポイントの整備

空港に降りたって、あるいは駅に降りたってまず、旅行者がとまどうのは、出口と目的地までの移動のための交通手段手段の認識、および移動手段までの移動であろう。

空港でわかりにくいのは、異動先の掲示、リムジンバスのコース、リムジンバスのチケットの買い方などである。まったく読めない、話せないで、バスに乗り込み、特定の停留所まで移動することを想像してほしい。外国旅行をしたものなら理解できると思うが、かなりのストレスである。

鹿児島中央駅のバスターミナルに代表されるが、観光客にとってどこに行けば目的の交通手段の乗車口にいけるのかが非常にわかりにくい。天文館においても、どのバス停に行けばよいのかがわかりづらい。バス停の掲示を大きくし、また目的の路線への誘導線を引くなどの工夫が必要であろう。

#### ② 交通手段までの移動情報の提供

停留所、駅などでは路線図、次の停留所、駅の名前、発車時刻表などのローマ字表記が必要であろう。この点でソウル市地下鉄などは非常にわかりやすい。ドイツでは、隣接駅の表記がなく、最終終着駅が示されていたりする。このために非常に不便な思いをすることがあるが、その点では日本の伝統的な近接駅表示は親切である。

#### ③ 交通運賃のゾーン制の導入

鹿児島のバス運賃の体系は細かく区切られており、なれない通貨を使う外国人にとっては非常に不便である。広域のゾーンをいくつかに分け、かつ数日間利用すると割引になるような観光客向けゾーン切符などを導入すると便利である。一日切符も便利であるが、そ

の使用方法などについて、外国語で明示する必要がある。

#### ④ 交通手段のコラボレーション

バスから電車、電車からフェリーといった観光地現地移動の便宜を図る必要がある。すでに関西圏共通乗車券「スルッとKANSAI」のような乗り入れチケットが実施されている。地下鉄や私鉄の発達がない鹿児島ではその有効性を検討しなければならないが、観光客が一足のばそうという気になるように今後の交通網の整備などを検討する必要がある。

#### ⑤ 市電の延長

車内で出発地を示す乗車カードを受け取り、釣り銭を作り、そして停留所で適切な金額を支払う際に発生する様々な疑問とその解決のやりとりを考えると、あるいは旅行用の荷物を持った移動を考えると、外国客にとっては、バスよりも、電車の方が乗りやすい交通手段であろう。

その点で鹿児島の市電は路線の拡張が必要である。せめて、水族館、磯庭園、与次郎市民会館、鴨池港、県庁と、鹿児島市の移動ポイントが多い海岸線沿いに延長して、観光客の利便をはかるべきである。

#### ⑥ 交通手段の情報提供

鹿児島のバスの車内放送では、停留所の紹介とコマーシャルが一体となって流されている。これは言語的なバリアを持つ外国からの旅行者にとっては、非常にわかり辛いものとなっている。次の停留所の話がなされているのか、違う情報なのかわからないからである。

その点で、視覚的に次の停留所を示す情報提供が必要であろう。その場合にはローマ字表記をするか、または、路線地図（ローマ字表記）の上に停留所の番号を書き、停留所番号を表示するといった方法などがある。

#### ⑦ コインロッカー、手荷物預かり、手荷物宅配サービスの拡充

スーツケースを携行するのは、旅行者にとって大きな負担である。たとえば鹿児島市をベースキャンプにし、霧島や指宿にエクスカッションで日帰りとか1泊という旅行計画をたてる場合や、ホテルをチェックアウトした後で移動までの時間がある場合に、ターミナル駅から、街まで足をのばしてに買い物をしようとしたりする場合に、便利なのが手荷物預かりサービスやコインロッカー施設である。また、大きな買い物をしても、荷物を運ぶのは遠慮したいという思いに、宅配サービスの充実は大きな影響力を持つ。軽装というのは旅客の共通の願いである。その願いに答えることが、観光資源の消費を拡大する。

#### ⑧ インフォメーションセンターの整備

海外でよくみるのは、交通の要所、要所におかれたインフォメーションセンターである。地図の掲示などではセンターの場所が表示され、多くの海外旅客が集まっている。センターでは、地図や各国語で書かれた有料・無料の観光のガイド、バス路線図のパンフレットが置かれており、インターネットやファクスをつかった当日の宿泊所紹介も行っている。

この様な施設は、交通要所から近くかなり目立つ建物でなければならない。ところが、鹿児島ではその所在が非常にわかりにくい。

インフォメーションセンターはターミナルの近辺で遠方から見てもわかる施設として設置しなくてはならない。ビル内の2F以上の階や地下に設置するのは、利用するなどといったようなものである。諸外国では、地図にiマークで記載され、また、看板もiマークであり、非常にわかりやすい。インフォメーションセンターは、訪問地のホスピタリティを体現する施設である。改善と充実が必要である。

### ③ 地域地図の整備

#### (1) 地図の掲示

近年大きなアクリル板を利用して大きな広告を掲示するバス停が注目されているが、これは、ヨーロッパではすでに以前から一般化してきている。バス停はこのような大きな広告とならんで、必ずといってよいが、そのバス停を中心とする大きな市内地図を掲示しており、非常に親切である。このような掲示が鹿児島にも求められる。

#### (2) 将来的課題としての観光の視点からみた地名制度の変更

なお、早期実現の可能性を度外視すると、現在の住所表記は区画のブロックを単位として、番号が降られ、丁目、番地、号と規定される。しかし、来訪者にとっては、これらは非常に検索しにくい。特に通行中に目的地を探すためには、区画周囲をぐるぐるまわる必要がある。この点で、通り名に番地という表記にすれば、少なくともその通りを歩いていけば、その番地に出くわすことがわかる。いちいち通りに名前を付け、さらに番地をつけていくということで、こちらの方式への切り替え作業は大変かもしれないが、町にはそのオリジナリティが生きる通り名が活用でき、通行者の利便性が拡大するので、十分検討に値すると予想される。

例) 鹿児島市, 下伊敷1丁目52番地1号 鹿児島県立短大  
→鹿児島市, 栄門小路1号 鹿児島県立短大

鹿児島市, 東千石町 □丁目○番△号  
→鹿児島市, 天文館通り ☆番地  
→鹿児島市, ごんざ通り ×番地 2F-5号 など

### ④ 公衆便所の整備

海外旅行でこまるのはトイレットである。ヨーロッパなどではトイレットは駅の構内やモール、観光施設、インフォメーションセンターなどの中にあるが、市街の広い歩道にそってトイレが設置されている。トイレの多くは有料であるが、本県でも有料トイレの設置は可能であろう。

また、和式トイレが多く外国人客には非常に不便である。和式トイレを設置するなら、和式トイレの利用方法を説明する掲示が必要である。最後に、地図には、公衆便所の所在を明記する必要がある。

### ⑤ 両替所の整備

各国通貨の両替施設が駅頭やショッピングセンターなどの便利な場所に置かれていない。旅行先で外国客が通貨を引き出しやすい条件作りが必要である。特に新幹線の直通化によって、空港以外のターミナルで両替が簡便におこなえる環境作りは海外旅行者のためには必要不可欠である。したがって、鹿児島中央駅での両替環境の整備が急務である。

### ⑥ 自販機利用案内について

我々は日本のどこに行っても、おおむね自動販売機の操作方法は同じであることから、操作の手順に様々な種類が存在しており、日本の操作手順もその意味ではある特殊な方法であることを理解していない。

たとえば、交通機関のチケットを購入の場合に、先に行き先や、チケットの種類をボタンを押して確認してからお金を入れるというのが、ドイツ方式である。日本人がいつもの感覚で、お金を入れてからと思っても、お金が入らなかったり、帰ってきたりして、これは故障しているのかといったことになる。そのような点での配慮がほしい。

### ⑦ ガイド・危機対策用の通訳の配置、公共施設・特に警察のグローバル化対応

ガイドの配置、通訳の配置などが必要である。九州運輸局によれば、2001年4月1日における鹿児島県の通訳案内業者数は、英語17、朝鮮語0、中国語5、フランス語1、スペイン語0、ドイツ語0にしかすぎない<sup>10</sup>。

特に通訳は、事故、犯罪、病気などに対する対応の際に必要で、非常に緊急に必要とされる可能性が大きい。

公共施設や交番など駆け込みの相談があるかもしれない。それに十分に対応する必要がある。コンビニエンスストアなどでの、インフォメーションサービスなどにも効果が期待できる。

### ⑧ 危険情報・注意情報の伝達

気象、火山、工事、交通の情報、犯罪多発地域や犯罪の手口などの情報は、広く通知する必要がある。これはホテルでの外国語放送、交通要所や交番での掲示、インターネットでの通知などさまざまな箇所でも可能であろう。

交通事故や犯罪多発地帯を通知すれば観光客が減ってしまいそうな気がするかもしれない。また、実際にそういうこともあり得るが、それは、事故や事件が起こらない観光地を作るための前提になるのであり、避けて通ってはならない。

多種多様なスリや置き引きなどで悪名高いイタリアにおいても、水の都ベネチアの人々はベネチアにはどろぼうはいないと胸を張る。ポーランドのクラクフのタクシー運転手は、アウシュビッツへの道すがら、自分たちのタクシーは不当な高価格をつけて観光客をだますようなことはないと言って、次回も自分たちを利用してほしいと語る。これも観光資源である。

もちろん、ぼったくりやスリ集団、売春婦、強引な客引き、泥酔者、交通違反者の存在自体も文化であって、それを見たり体験したりしなければ観光の醍醐味が味わえないとい

う人もいるかもしれないが、多くの旅客はそれを期待してはいまい。

その他として

- ・ インターネットカフェの所在の明示
- ・ 鹿児島県の観光コンテンツがわかりやすい外国語表記のホームページ作成
- ・ 安全でリーズナブルな食堂・居酒屋の表示

などなど、観光インフラ整備にホスピタリティを生かし、異文化バリアフリーを進める課題は多々存在し、鹿児島県民のもてなしの心をアピールする改善に事欠かない。

## 終わりに

これまで、海外の友人達の感想、私を含む海外渡航経験者の話をベースにして、鹿児島の観光地を観察して改善すべき課題をピックアップしてみた。そのためにこの文章は個別の観光資源の開発について検討するものではなく、主として観光のしやすさが観光の全過程を網抜く大切な要素であり、狭義の観光資源開発に付随する副次的なものにみえる環境インフラの整備にこそ注目すべきであるということを主張するものになっている。今日注目されつつあるホスピタリティを観光インフラに体现することを柱に、異文化バリアフリーをはかることを意識化することが重要ではないかというのが主な論点である。つまり異文化バリアフリーあるいは環境インフラのホスピタリティ化を進めるために必要な手段は、鹿児島から旅行体験者を数多く送り出し、その経験を集約することにある。

この視点は特別なものではなく、旅行経験者が等しく感じるものであると思う。また、それゆえに、様々な旅行経験者がここに書いた事柄に対して、さらに付け加えるべき課題を提起したり、この内容の不十分さを指摘したり、できるような内容になっていると思われる。その意味で、本稿は、観光開発の予備的作業をしたにすぎないという性格をもち、同時に観光主体にとっての観光という視点を持ち込むことによって、今後種々の課題を整理し検討する開放型の論点提起となっていると思われる。その結果として、著者には多くの課題が残されているが、それらの課題に対しては別の機会に論じたい。

### <注>

.....  
<sup>1</sup> 世界的に「観光学」の学部が作られてはいるが観光がはたして学としての体型を持った学問として成り立ちうるかといった議論は、いまだ決着がみられていない。特にヨーロッパでは観光には、ビジネスや私事を主目的とする異境への訪問も含まれるために、その定義はさまざまに論議されている。(大橋昭一「ドイツ語圏における観光概念の形成過程」『大阪明浄大学紀要』第1号、2001年、p. 11)

<sup>2</sup> 拙稿「志布志町における農民分解と離農化問題」地域研究所『研究年報』No. 31、2000年3月、pp. 17-30を参照されたい。

<sup>3</sup> 「観光立国推進基本法 前文」p. 2.

<sup>4</sup> 『鹿児島県21世紀総合計画』参照。

<sup>5</sup> 其田秀樹氏は鹿児島の観光について2005年12月に「観光かごしま「10」の提言」を行っている。鹿児島県観光課のサイトを参照されたい

(<http://www.pref.kagoshima.jp/home/kankouka/teigen/teigen1.htm>.)。

<sup>6</sup> 日本政策投資銀行南九州支店「地産地消と外食産業—産地の強みを外食や観光に活かすには—」『DBJ 経済ミニレポート』2004年9月, p. 3.

<sup>7</sup> 其田, 前掲書。

<sup>8</sup> 南日本新聞, 2007年1月12日。

<sup>9</sup> 日本政策投資銀行南九州支店「アジア・インバウンド誘致のために 鹿児島県版」Invound Report, p. 7. ([http://www.dbj.go.jp/s\\_kyusyu/report/pdf/report/0011k\\_2.pdf](http://www.dbj.go.jp/s_kyusyu/report/pdf/report/0011k_2.pdf))

<sup>10</sup> 財団法人九州経済調査協会『九州経済白書 2003年版 新しい観光・集客戦略』, p. 202.