

観光研究所 だより

Vol.5
No.2

Spring 2009

CONTENTS

「風の旅行社」代表取締役社長に聞く……………	1～3
原 優二(「風の旅行社」代表取締役社長)	
2009年度「旅行業講座」のご案内……………	4
2009年度「旅行業講座」まもなく受付開始!……………	5
「ホスピタリティ・マネジメント講座」のご案内……………	6
「ホスピタリティ・マネジメント講座」ホテル見学会報告……………	7
(ザ・ペンシユ東京)	
2008年度 研究調査報告……………	8～9
(小沢 健市、稲垣 勉)	
シリーズ 韓国最前線……………	10
劉 亨淑	
シリーズ 九州便……………	11
曾山 毅	
所長の海外体験記 その7……………	12
小沢 健市(観光研究所所長)	



立教からの挑戦
RIKKYO UNIVERSITY

発行:立教大学観光研究所
〒171-8501 東京都豊島区西池袋3-34-1
TEL.03-3985-2577 FAX.03-3985-0279
E-mail : kanken@grp.rikkyo.ne.jp
www.rikkyo.ac.jp/research/laboratory/IT/

～「風の旅行社」 代表取締役社長に聞く～

代表取締役社長 原 優二 氏



原 優二氏 略歴

1956年 長野県飯田市生。
1982年 慶應大学文学部哲学科卒業。
1982年 東京都職員として足立区の
小学校事務職員として勤務。
1988年 長野県小学校教員として勤務。
1990年 (株)アクロストラベラスビュ
ーローに勤務。
1991年 株式会社「風の旅行社」設立。
代表取締役に就任。
現在 日本旅行業協会(JATA)運
営委員、旅行産業経営塾OB
会会長。

旅行業界に於いても、消費の多様化が進む中、旅行者の
ニーズが変化してきています。

今回の「観光研究所だより」では、1991年に設立され、
現地交流型のオリジナリティー溢れるツアーを企画する「風
の旅行社」代表取締役社長の原優二氏に会社スタッフの人
材育成、旅行業の存在意義、旅の原点についてお話を伺い
ます。「風の旅行社」では2000年に「風のチベット」、
2001年に「風のモンゴル」で2年連続ツアー・オブ・ザ・イ
ヤー準グランプリを受賞なさいました。

■「風の旅行社」の存在を初めて知る方に、貴社の旅行社と
しての特徴を一言でご説明ください。

ホームページ(<http://www.kaze-travel.co.jp>)を見ていた
だくとわかると思うのですが、「現地とのネットワーク」を大切に
することが「風の旅行社」の最大の特徴と言えます。しかしそ
れを一言で上手く説明する適当な言葉が見つかりませんね。
国や地域に統一性があるわけではなく、あくまでも好奇心の趣
くまにということなのですが……。

■ご自身の旅の原点は何であるとお考えでいらっしゃいますか?

恰好良く言えば異文化に対する好奇心です。

特定した「あるもの」ではなく、漠然としたものではありませんが、
見るもの、聞くもの全てに対する好奇心が旅の原点であると
私は思います。昔の旅人は皆そうだったでしょう?

今の若い人に言わせれば、「じゃあ、具体的に何をやるの?」
ということになってしまいますよね。旅とは持て余すほどの好奇
心を持って未知の世界に乗り込み、様々な体験を繰り返しま
が視野を広げ、精神的に成長していくものだと思います。何
でも見て、何でも挑戦することが私にとっての旅の原点だと言
えます。

8Q
8A

1.好きな言葉

胆力(最近ではあまり使われませんが、気力、根性と似た意味です。)

2.至福のとき

気のおけない仲間とお酒を酌み交わすとき。

3.今までの仕事の中で思い出深いこと

2003年に発生したSARS問題では、モンゴル、チベット、雲南ツアーの一
時販売中止などから会社経営に大きな打撃を受けました。人員削減によ
る会社の生き残りを決断しましたが、雇用者に対して解雇を言い渡す行
為は、私自身の信条と全く相反する行為であり、苦渋の決断でした。そう
いった意味で今もその頃のことが心に残ります。

4.生まれ変わっても今の仕事を選びますか?

いえ、選びませんね。

私は欲張りなのでしょうか? どうせなら同じことに2度挑戦するのではなく、
全く別の仕事に取り組みたいと思います。

5.最近、社長が関心を持っていらっしゃる事

ありていではありますが、日本の将来についてでしょうか。私自身の年齢的
なことも影響しているとは思いますが、日本の将来を見据え、これからの若
い人達に少しでも何かを伝えることが出来ればと思っています。その為に
自分に何が出来るのか?今のところ、それが最大の関心事と言えます。

6.健康法

私自身、性格的に深く考え込む性分だと思っていますので、意識的に深く
考えすぎて後を引かないように心掛けています。ストレスを貯めないことが、
一番の健康法です。

7.趣味

無趣味ではありますが、強いて言えば読書です。

8.尊敬する人

兄が郷里で商売をしているのですが、経営者の一人として、人間として兄
を尊敬しています。経営者という立場上の悩みをお互いに相談するという
よりは、むしろ抱えている思いを語り合う関係というべきかもしれません。

■最近、若年層の旅行離れが進んでいるようですが、旅にたいして興味が薄れている層を取り込む為に努力されていることは何かございますか？

若年層というのが、具体的にどの世代を指すのかにもよりますが、10～20代の方達を意味するのであれば、若年層を取り込む為のツアー（グルメツアーなどを含めて）を組むことは現段階では考えていません。

「風の旅行社」のお客様の層は、企画するツアーの日程、料金的な面からいって、主に30～40代の方が中心になります。私達は一般的に言われる、マーケット全体にコミットしていくつもりはありません。あくまでも好奇心や目的を持って旅に出ようとする方達を対象としているのです。むしろそういった方々は、旅についても世相に左右されることがありませんね。旅行業全体から見れば、確かに若い人達の旅行離れは大きな問題であると思いますが、そんな時代であっても自分の価値観を持って旅に出る若い世代の人も必ずいますからね。

■貴社の商品（ツアー）を企画される段階に於いて大切にされていることは何でしょうか？

あくまでもお客様、個々のマーケティングに合わせ、現地体験型（現地の人との交流を大切にする）のツアー作りを心がけることが大切だと思っています。旅は現地がすべてですから……。 「風の旅行社」の企画するツアーは全て2UPのフルパッケージ型になります。

一定の人数（10人）に達しなければツアーに添乗員は付きませんが、少人数であっても現地では全行程、日本語の話せるガイドが付きます。ガイドは訪れた国の紹介役であり、交流の場での親善大使になるわけです。お客様とガイドが共に食事をしたりするという時間を共有する中で、ごく自然に現地での人の輪が広がっていくのです。

FPT（フルパッケージ型のツアー）を組み立てる、設計する面白さこそが旅行業で仕事をする醍醐味であり、そこに旅行会社の存在する意義があると私は考えています。

■オリジナリティー溢れるツアーはこういったところから生まれてくるのでしょうか？

オリジナルを確保する為には現地主義を貫くことだと思います。そして実際にツアーを企画するのはスタッフですから、其々のスタッフの経験がとても大切になります。基本を踏まえた上で、単に名所旧跡巡りという目的では満足されないお客様を対象に、一般的に言われるゆとりのあるコース日程、美味しい食事、五つ星のホテル滞在などには価値をおかず、各国現地のライフスタ

イルに合わせたマーケティングを心掛ける。私達の旅作りは訪れる国の文化を尊重することから始まります。

■消費の多様化が進む中、旅行者のニーズの変化をどのようにとらえていらっしゃいますか？

この問題は他業界ではバブル崩壊直後に言われていました。旅行業界では5～6年遅れで問題化してきたと言えます。その傾向は2003年のSARS発生直後に、かなり顕著になってきたのではないのでしょうか。大手の旅行会社では色々取り組んでいらっしゃると思いますが、「風の旅行社」では、あくまでも多品種小生産を保持していきます。今後はうちの様な旅行会社が増えてくるのではないかと考えています。

■燃料サーチャージや渡航先の影響等、マイナス要因もあったかと思いますが、それらを乗り切る為に会社全体で取り組まれたことはございますか？

燃料サーチャージについては、格安パッケージを扱う旅行会社にとって影響が大きいと思います。ただ「風の旅行社」に限

風の旅行社・活動概要

1990年8月	カトマンズに日本人旅行者向け連絡事務所「はなのいえ」を設立。
1990年10月	ネパール・パノラマ・トレック（NPT）を設立。
1991年5月	ネパール・カトマンズ支店設立。
1993年10月	ネパール・ダンブス村に直営ロッジ「つきのいえ」をオープン。
1996年4月	タイ・バンコク支店開設。
1996年6月	全体ミーティングで、格安ツアー販売中止を決定。ネパール、チベット、ブータン、モンゴルなどに特化する方針を決める。
1996年6月	運輸大臣登録旅行業1382号取得。（現在の国土交通省大臣登録第1種旅行業資格）
1996年12月	ヘルツツアー販売開始。
1997年3月	大阪支店営業開始。
1997年12月	初のネパールチャーター便実施。
1998年4月	モンゴル航空と販売代理店契約締結。
1998年7月	夏季チベット駐在開始。格安航空券広告を中止。
1999年10月	「風・通信」を創刊。
2000年2月	モンゴル・ウランバートル支店を開設。
2000年4月	ホームページを開設。
2000年6月	南米ツアー販売開始。
2000年11月	テーマ型の新しい旅作りとして「風の天空」（現風カルチャークラブ）新設、販売開始。
2001年5月	「風のチベット」が2000年度ツアー・オブ・ザ・イヤー準グランプリ賞を受賞。モンゴルに直営移動キャンプ「はしのいえ」を開設。
2001年6月	ブータン・カゼ・ツアー&トレックスと業務提携。
2001年10月	ネパール・アダムスコット村に「はなのいえ」オープン。
2001年11月	11.26ネパール非常事態宣言。
2002年5月	「風のモンゴル」が2001年度ツアー・オブ・ザ・イヤー準グランプリを受賞。
2003年4月	SARS発生。チベット、モンゴル、雲南などツアー販売一時中止。
2004年8月	羽田空港発日本航空モンゴルチャーター便を実施。
2005年5月	「風のシルクロード」販売開始。ウルムチに駐在員派遣。
2007年4月	ヘルツ支店開設。モロッコ支店開設。
2007年5月	チベットに通年の駐在員派遣。

って言えば、ツアー全体の料金の中でサーチャージの占める割合は決して高くはありません。影響がないわけではありませんが、かと言って手の打ちようもないところなんです。

「風の旅行社」にとってむしろ影響が大きいのは海外に於けるテロ、政治情勢と言えます。

カントリーリスクの非常に高い国でのツアーを多く企画していますので……。

チベットには2007年5月より現地に駐在員を置いて、情報収集も含め対応しています。

■会社を設立なさってから大変なご苦労があったかと思いますが、何かを決断しなければならない時、どのような点に留意されてこられましたか？

最終的な決断は経営者である私が行うのが当然だとは思いますが（すべてを多数決で決めるわけにはいきませんからね）。が、その際、私の決断に対して、スタッフ達がいかに納得出来るか、賛意できるか、支持できるかということが大切だと思っています。

■観光庁が設立されたことで、旅行業界全体がどのように変化していくと思われますか？

旅行業界全体が、今までアウトバウンド（日本人向けの海外旅行商品）を中心に扱ってきたと思いますが、観光庁はあくまでもインバウンド（海外から日本国内への誘客を促進する観光商品）を念頭におかれていると思います。確かにどちらかに偏った形での観光は産業の育成として問題があると思います。今後はインバウンドで成功した旅行会社が、業界の中で大きな力をもつことになるでしょうね……。『風の旅行社』としてはインバウンドに手を出さない限り、大きな影響はないと考えています。

■人材育成にあたり、何が大切であるとお考えですか？

企業としては出来るだけ色々な個性の持ち主を採用したいと考えますが、規模の小さな会社では、その個性を活かせる適材適所の部署に、其々の人を配置することが難しいのが現実です。会社としての理念を良く理解してもらった上で、如何に夢を共有していくかが大切なことです。

旅行業に於いて、現場での仕事は皆さんが思う以上に地味なものです。日々の仕事の中で自分の将来、夢を見失いがちになります。将来を見据え、夢を共有することから個々のモチベーションを高めていくことが人材育成の上で最も重要なことであると思います。



現地情報満載のオリジナルティ溢れる各種ツアーパンフレットは、カタログの域を超え、読み物として楽しむことができます。

■貴社スタッフに最も求めているものは何ですか？

失敗を恐れずに、大胆な挑戦をして欲しいと思っています。小さく纏まってほしくはないですね……。その為には社内の雰囲気作りが大切です。会社の上層部が保守的であれば、「出る杭は打たれる」ということになりますから……。まずは社内に余計なヒエラルキーを作らないことです。

■これから観光を担っていく人材に一言いただけますか？

旅行業に携わる、携わらないに拘わらず、志を貫くことに努めて欲しいと思います。どんな事でも、途中で諦めずに継続して取り組むことが大切です。

いざ仕事についてみると、初めから「自分のやりたい事を見つける」などということは至難の技です。とにかく仕事の選り好みせず、与えられた環境の中で、与えられた自分の仕事を面白くするように努めることです。目の前の仕事に懸命に取り組んでいるうちに、必ず何かが見えてくるはずですよ。

一つの与えられた仕事がきちっと出来る人というのは、何をやらせても、どんな仕事でも必ず出来るものです。

■今後の展望についてお聞かせください。

これからの旅行業は、新たな価値を見出さなければ成立しないと言えるでしょう。

「風の旅行社」ではデスティネーションも含め、世界へのネットワークをより一層広げることにより、積極的に新たな価値を生みだしていきたいと考えています。

■本日はお忙しい中、誠に有難うございました。

（取材日時：2008年12月15日）

「旅行業講座」のご案内

「国内旅行業務取扱管理者試験」「総合旅行業務取扱管理者試験」のための準備講座。

■プログラム概要

当講座では、旅行業務を取り扱うための基礎となる各種の実務知識や関係法令などについて実践的な講義・解説を行います。これは「国内旅行業務取扱管理者試験」や「総合旅行業務取扱管理者試験」を受験する人に最適な内容になります。講義内容は、かなり専門的な分野にわたるところもありますが、高校卒業程度の学力があれば、旅行実務経験のない人にもわかりやすいように、また一方では、旅行関連業界に在籍する人の要求水準にも応えうるよう講義の進め方に十分留意しています。

■お勧めしたい方

- 旅行業界を目指す各大学、専門学校在学学生および卒業生
- 関連業界に従事しておられる社会人の方々

■講座の特色

1. 「総合・国内旅行業務取扱管理者」試験のための準備講座として最適の内容です。
2. 旅行関連業界に永く携わってこられた優秀な講師陣をお迎えしています。
3. 約3か月間の受講期間中、総合（46回）、国内（23回）、海外（23回）の講義を行います。
4. 当講座受講生には立教大学本館図書館、総合研究センター図書館が利用できる図書館カードを配布いたします。期間中は

8号館コンピューター室を利用できる特典があります。

■「旅行業務取扱管理者」とは

～旅行の“プロ”を目指す人のための資格～

旅行業務取扱管理者とは、旅行業法に規定された国家資格であり、①旅行業務に関する取引の公正の維持、②旅行の安全の確保、③旅行者の利便の増進のため、旅行業においては重要な任務を負っています。資格には、国内旅行のみを取り扱うことのできる「国内旅行業務取扱管理者」と国内・海外旅行の両方を取り扱うことのできる「総合旅行業務取扱管理者」の2種類があります。そして、旅行業法では、この「旅行業務取扱管理者」を各営業所に1名置くことを義務づけています。管理者は旅行業務に関する管理監督を行うことになっており、セールス、企画、手配等において第一線で活躍しています。



昨年度実績	総合合格率	43.5%	全国平均	34.3%
	国内合格率	52.9%	全国平均	32.2%

受講生の声

●模擬試験は是非受験すべき

試験合格のノウハウは初回のオリエンテーションですべて教えてくれます。そこで示された合格法は端的に言えば、試験に合格するという目標を持つ、平成17年度以降の試験問題を繰り返し解く、講義に出席するというものです。実際にこの3つを確実に遂行することができれば合格は現実のものとなるでしょう。

まず出題傾向を熟知し、要点を絞った講義を展開する講師の方々が揃っています。講義で使用するテキストも旅行業法については逐条解説付きで分かりやすく、旅行実務については、試験頻出度が示されており効果的な学習ができるよう工夫されています。合否への最大の難関になるであろう観光地理についても都道府県・カテゴリー別に出題傾向に沿ってまとめられており、このテキストで十分合格に必要な知識を習得できる内容です。問題集についても、1冊征服するだけで合格力が身につく精度の高いものとなっています。さらに模擬試験が受験できることも重要です。その時点での実力を測る絶好の機会であることはもちろんですが、何より本番に向けて時間配分を経験できることが非常に大切です。模擬試験は是非受験することをお勧めします。

(社会人 男性)

●初めての受験で国内・総合W合格

主婦業の傍ら、将来何かの役に立てばと資格取得を思い立ち受講しました。最初はテキストや問題集のボリュームに驚きましたが、先生がポイントを絞って解説して下さるので安心して勉強を進めることができました。法改正や世相を反映した試験内容に対応して、先生方がオリジナルのプリントを作って下さるので大いに活用しました。

苦手科目の法令は講座で親しくなった仲間達と過去問を徹底的に分析しました。旅行業の現場で働く社会人の仲間の実体験一つ一つが生きた教材となり、試験問題を解く時の大事なヒントとなりました。こうした仲間作りも独学だけでは決して得られなかったと思います。

直前に模擬試験を本番通りの時間で解くことも大変有益でした。時間配分に関して事前に対策を練っておくことが結果を大きく左右すると思います。仲間達や先生方、研究所の方々の支えもあり、初めての受験で国内・総合のW合格を果たすことができました。

(主婦)

「旅行業講座」まもなく受付開始!

2009年度「旅行業講座」の受講申込受付が4月1日(水)から始まります。今回は国内旅行業務取扱管理者試験コース(9月の国内試験に向けて)と総合旅行業務取扱管理者試験コース(10月の総合試験に向けて)の2コースに加え新たに国内試験合格者で総合試験受験を目指す海外コースができました。3コースの中からご自分の希望に合ったコースを選択していただきます。そしてそれぞれの必要な科目を受講していただきます。内容は国家試

験科目をどなたにも理解できるよう、また一方では旅行関係業界に在籍する方の要求にも応えるように授業を組み立てました。本学の在学・卒業生はもとより、他大学生、専門学校在学生及び社会人のどなたでも受講いただけます。希望者には詳しいパンフレットをお送りいたします。問い合わせは立教大学観光研究所まで。

立教大学観光研究所 (Tel : 03-3985-2577 Fax : 03-3985-0279 E-mail : kanken@grp.rikkyo.ne.jp)

月	日	曜日	火・木曜日 19:00~20:30 7号館 7101教室		土曜日 14:00~15:30 / 15:40~17:10 5号館 5322教室	
			科 目	講 師	受講コース	
4月	21	火	オリエンテーション	ジェイティービー能力開発 特別講師	戸村 充男	総合・国内
	23	木	国内実務(観光資源 1)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	25	土	国内実務(観光資源 2)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	25	土	国内実務(観光資源 3)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	28	火	国内実務(観光資源 4)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	30	木	旅行実用英語(1)	ジェイティービー能力開発 専任講師	牛窪 一皓	総合・海外
5月	2	土	旅行業法令(1)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	2	土	旅行業法令(2)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	7	木	海外観光資源(1)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	9	土	旅行業法令(3)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	9	土	旅行業法令(4)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	12	火	海外観光資源(2)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	14	木	海外観光資源(3)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	16	土	旅行業法令(5)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	16	土	約款(1)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	19	火	海外観光資源(4)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	21	木	海外観光資源(5)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	23	土	約款(2)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	23	土	約款(3)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	26	火	海外観光資源(6)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	28	木	国内実務(運賃料金1)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	30	土	国内実務(運賃料金2)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	30	土	国内実務(運賃料金3)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
6月	2	火	国内実務(運賃料金4)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	4	木	国内実務(運賃料金5)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	6	土	約款(4)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	6	土	約款(5)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	9	火	国内実務(運賃料金6)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	11	木	国内実務(運賃料金7)	ジェイティービー能力開発 専任講師	早川 喜世司	総合・国内
	13	土	約款(6)	社団法人 日本旅行業協会 総合企画部 消費者相談室長	下平 久人	総合・国内
	13	土	出入国制度(法令実務1)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	16	火	出入国制度(法令実務2)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	18	木	出入国制度(法令実務3)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	20	土	国際航空運賃(1)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	20	土	国際航空運賃(2)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	23	火	出入国制度(法令実務4)	ジェイティービー能力開発 特別講師	片岡 保	総合・海外
	25	木	海外旅行実務(1)	シニア旅行カウンセラー	亀坂 興紀	総合・海外
	27	土	国際航空運賃(3)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
7月	27	土	国際航空運賃(4)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	30	火	海外旅行実務(2)	シニア旅行カウンセラー	亀坂 興紀	総合・海外
	2	木	海外旅行実務(3)	シニア旅行カウンセラー	亀坂 興紀	総合・海外
	4	土	国際航空運賃(5)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	4	土	国際航空運賃(6)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
	7	火	海外旅行実務(4)	シニア旅行カウンセラー	亀坂 興紀	総合・海外
	9	木	海外旅行実務(5)	シニア旅行カウンセラー	亀坂 興紀	総合・海外
	11	土	国際航空運賃(7)	マイバックカスタマーサービス部長	渡辺 清一	総合・海外
8月	6	木	国内旅行業務取扱管理者試験 模擬試験	ジェイティービー能力開発	15:00~17:30	国内
9月	1	火	総合旅行業務取扱管理者試験 模擬試験	ジェイティービー能力開発	13:30~17:30	総合・海外

「ホスピタリティ・マネジメント講座」のご案内

立教大学が常設の公開講座「ホテル講座」を開講したのは、1946年の戦後間もない混乱の時期でした。

その後、日本経済の発展過程の中で、観光事業は国際観光・国内観光とも著しい伸展を示すとともに、その経済的重要性はもとより、社会・文化的側面にわたる重要性も認識され、観光事業の幅広い専門的研究の必要性が要請されるようになってきました。「ホテル・観光講座」は、このような社会的要請を背景として、常に新しい課題に取り組み、内容の充実を図ってきました。その成果は講座修了者の関係業界での優れた活躍となって現れています。

こうして半世紀以上の歴史ある「ホテル・観光講座」は、2001年度より「ホスピタリティ・マネジメント講座」と改称し、再スタートしました。

講師陣はそれぞれの領域で活躍されておられる最も優れた専門家をお迎えして編成しております。皆様の受講を心より歓迎いたします。

■プログラム概要

宿泊・外食産業などホスピタリティ産業の理論的・実践的な内容から、マーケティング、経営戦略など経営全般を理解することを目的とし、業界の最新動向まで含めた斬新で幅広い内容構成となっています。

■お勧めしたい方

- 宿泊・外食産業を目指す各大学、専門学校在学学生および卒業生。

- 関連業界に従事しておられる社会人で、積極的に業界の最新動向を把握し、専門的な理論や知識を習得することで日々の業務や新規事業開拓に活かしたいとお考えの方々。

■講座の特色

1. 宿泊・外食業界を代表する経営陣をはじめ、豪華講師陣をお迎えしています。
2. 約3か月間の受講期間中、35回（週3回実施）の講義を行います。
3. 観光・レジャー関連企業に働く人々に対して、再教育の機会を提供しています。
4. 当講座受講生には立教大学本館図書館、総合研究センター図書館が利用できる図書館カードを配布いたします。期間中は8号館コンピューター室を利用できる特典があります。



受講生の声

●業界全体の底上げに繋がる

私自身は5年前にも同講座を受講しましたが当時は学生という立場、今回は社会人という立場になり、またホスピタリティ業界の構造も変化したのもあり改めて受講しました。ほぼ毎回変わる講師陣の方々は皆さん各分野に精通しており魅力ある方々ばかりで、学生時代には理解できなかった事が今回社会人として受講した事で理解できたということが数々ありました。

特に宿泊・料飲・宴会というホテルの3大商品の効率的な販売方法やその後ろで支える様々なシステムやマーケティングの考え方や実例は今後役に立つものが沢山ありました。週3回の講義は仕事の両立という面では大変でしたが、苦労した分の価値は大きかったと思います。私自身は管理職でもなければベテランの域の社会人ではありませんが、今後の自分自身がこの業界で進むべく道を考える事もできる良い機会になりました。

また是非来年以降ホスピタリティ産業に従事する若い方達が受講していけば所属企業はおろか業界全体の底上げにも繋がるかと思います。（ホテル勤務 男性）

●業界のスペシャリストがそろった豪華講師陣

今あなたがこのパンフレットを読みながら、講座を受けようかどうか迷っているとしたら、「絶対に受講したほうがいいですよ!」と大きな声でお勧めしたいと思います。

私がこの講座を知ったのは、ホスピタリティ・マネジメントについて総体的に学びたいと思い、セミナーを探していたときです。業界のスペシャリストがそろった豪華講師陣、バランスの良い講義内容、これ以上はないのではないかという充実した講座だと思いました。通常の社会人向けセミナーに比べて受講料が格安だったことも、受講を決めた理由の1つでした。

期待していた通り、業界の最前線で活躍されている講師の方々の実体験に基づくお話は自分の業務に活かせる内容もありましたし、また34回の講座を通して、自分の知識を体系的に整理することができました。ホスピタリティ業界へ就職を考えている学生の方も、社会人の新人の方もベテランの方も、きっと満足する講座だと思います。（ホテル勤務 女性）

「ホスピタリティ・マネジメント講座」ホテル見学会

日時・2008年11月10日(月) 場所・THE PENINSULA TOKYO

ラグジュアリーホテルの本質を探ることができました。

今回ホスピタリティ・マネジメント講座の一環として近年の多くの外資系ラグジュアリーホテルが都内へ進出するという話題の一端を担った「THE PENINSULA TOKYO」のホテル見学会に参加させて頂きました。

当日は実は東京駅から全て地下で繋がっているという事を聞き、あえて最寄駅の日比谷駅からではなく東京の玄関口である東京駅から行く事にしました。東京駅から地下道を通り東京国際フォーラムや有楽町駅を経由して約20分程度でしたが目の前の地下鉄日比谷駅以外にも公共交通のアクセスルートがあるのには世界各国のビジネス及び観光の両方を取り込むという事を考えるとかなりの立地的な強みを認識しました。

実際のホテル館内に関しては今流行りの宿泊特化型という感じがあまりせず、しっかり料飲施設に関しても熟考している感がありました。コンセプトを持ち各レストラン毎にスペシャリティーなサービスをも可能にする和洋中の各レストラン(京都つる家・Peter・ヘイフンテラス)とロビー全体を一施設として運用している「ザ・ロビー」、この4箇所の料飲施設においては滞在客だけでなく外来客にもホテルの魅力を訴求できる可能性を感じる事ができました。

また客室に関しては計3つのルームタイプのものを見学させて頂いたが、いずれも「THE PENINSULA TOKYO」の時代の先端を目指そうとする意識の表れを垣間見られた。電話関連や各



デジタル機器に対応したIT関連の備品や広いスペースと必要なものを取り揃えたドレッシングルーム、この2ヵ所だけ取り上げても他のホテルとの差別化を考えている姿勢の現われを感じられたし、また見学後の質疑応答ではそれらをバックアップするリソースとナレッジの確保に努める姿勢も強く感じられた。多くのラグジュアリーホテルにおいてある程度の客室料金を頂戴している以上、家具やAV機器といったものは最新かつ先端であるのは当たり前なもの。都内にも多くのラグジュアリーホテルが進出している以上それ以外の個性を客室にも表現させなくてはいけない。そしてそれ以上に施設維持・修繕と言ったいつ宿泊頂いても施設の陳腐化を感じさせない事もファシリティという面でラグジュアリーホテルは真剣に対応しなくてはならないと考えさせられました。

今回の見学会を通じ長きホテル・ビジネスの歴史においてラグジュアリーホテルと周囲から言われ確立をされた根本的な所以を随所で感じ、考える事ができた事はとても大きな収穫だったと思いました。

〈ホテル勤務 男性〉

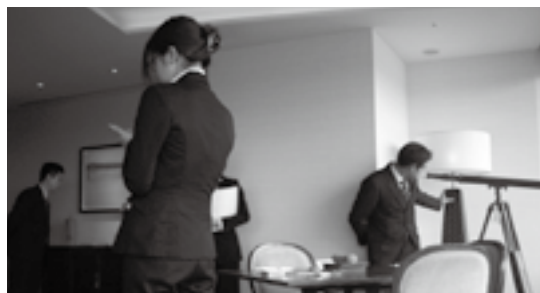
ハード、ソフト共にトップクラスのクオリティを実感しました。

今回本講座のホテル見学会で見せて頂いたザ・ペニンシュラ東京は、2006年より営業開始した外資(香港)系ラグジュアリークラスホテルとなる。主要顧客層はいわゆる富裕層、および各企業・法人の最上位層となり、一泊の価格帯が4万円代からと、国内のホテルのクラスとしては最高位に位置する。

今回、各部屋を見学させて頂いたが、家具、装飾備品類に至るまで大変豪華な作りとなっており、かつ日本を意識したシンプルな作りとなっている。反面、面白みに欠ける印象は有ったが、最新のセキュリティ設備、ビジネスユースの顧客を意識した客室設備を備え、宿泊部門のハードウェアとしては最新の物を完備している印象を受けた。またサービスに関しても、恥ずかしながら遅刻をしてしまった私を大変親切丁寧に案内して頂き、ペニンシュラ・サービスの意識が非常に高い印象を受けた。

以上の様に、ハードウェア、ソフトウェア共に非常に高いクオリティを持っているが、昨今の不況の影響は甚大であるとのお話であった。詳細はお聞き出来なかったが、私が属するサービスアパートメントの業界と状況は似ているのではないかと推測できる。

昨年夏頃より表面化したサブプライムローン問題により、本年初来より外資系企業の人員削減は進められており、サービスアパートメント業界内においても特に主要顧客層の一旦を担っていた外資系金融機関の需要の落ち込みは甚大である。また、9月のリーマンブラザーズの破綻により、欧米各国の景気減退は一気に加速し、通貨危機を懸念した為替市場は円に集中し、急



速な円高へと状況はシフトした。ペニンシュラにおいても、宿泊部門の60%が外国人とのお話しであり、やはり外資の景気減退の影響を受けている様子である。

対策としては国内需要へのシフトを進める方向となると推測されるが、シティホテルに比べより高付加価値製品との位置づけとなるため、不況下の競争においては相当不利な状況となるのではないかと推測される。シティホテルより価格を下げることは難しく、一方、顧客がその価格差を外資系ホテルのブランド力に求める様な市場では無くなってきつつあるのが現状である。不況が長引くと予測されれば、見学会で見せて頂いた設備・サービスのスペックを下げる必要が有るのではないかと考えられるが、役員を初め先の平成不況を乗り越えた経験とノウハウをお持ちの方々が多数在籍されており、どのような打開策をとられるのか勉強させて頂きたい。

〈社会人 男性〉

2008年度研究調査報告

沖縄県那覇市国際通り商店街とその周辺

立教大学観光研究所所長
観光学部教授 小沢 健市

沖縄県那覇市国際通りは、戦後開発が進められた商業地域であり、初期には那覇市民が日常生活のために必要な品々を購入する場であった。その後、沖縄は日本へ返還され、それに伴って沖縄県への入込み観光客数が増加するにつれて、沖縄旅行の土産品を購入する場として多くの観光客が行き交う、one mile streetへと変貌していった。

しかし、最近では、観光客は、先ず、那覇空港から自らの目指す離島や那覇市以外の目的地へと行ってしまい、国際通りは、帰り際に土産品を購入し、那覇空港へと急ぐといった、いわば一時的に立ち寄る場へと変貌しつつある。換言すれば、沖縄県を訪れた観光客や訪問者の那覇市国際通りでの滞留時間は極めて短時間になってきたということである。

このように国際通りを変貌させて行った理由の一端は、恐らくは、住民が日々の生活のために必要とする品々が姿を消すにつれて国際通り商店街から周辺住民の姿が消えたこと、観光客に「沖縄」を感じさせない品揃えや商品の画一化、そして店舗のつくり等を指摘できるであろう。もちろん、性急に結論を出すことは誤解や過誤を生じさせるという点で、戒めなければならないことは当然であるが、人々が行き交う活気に溢れた国際通りの光景を記憶している人々にとっては、なんとも寂しげな光景と景観に変貌してしまった国際通りを目の当たりにし、「何とかしなければ」との想いを抱かせることは疑いない。

国際通り商店街が直面している問題は、国際通りと比較すると相対的に付近の住民が現在でもかなり訪れていると思われる牧志の公設市場にも現れ始めている。公設市場のみならず、桜坂周辺でも同様の傾向が見られ、桜坂では公設市場と比較して地域住民の足はかなり遠のいてしまったといっても過言ではない。



那覇市のゆりかもめ

公設市場にせよ桜坂にせよ、庶民の生活を支え続けてきたはずの商店街であるが、その衰退は、国際通り商店街の変貌に歩調を合わせるかのように、顕著になってきている。

ところで、那覇市には「ゆいレール」というモノレールが那覇空港から国際通り沿いに首里城までの間を走っている。2008年9月に訪れた際に、国際通りから僅かに川のほうへ入ったところでソーキンバ店を営む沖縄県出身の店主から伺った話は印象的であった。店主は「地元の人々、特に、お年寄りほとんどといってよいくらいモノレールは利用しないでしょう。」とのことであった。モノレールは、車内の様子から推察するに、年老いた店主が言うように、付近に住んでいる人々の足とは必ずしも言えないような様相を呈している。車内には、大小さまざまなトランクやスーツケース、そして小型のキャリーバッグを持った観光客と思しき人々の姿が目立つからである。車内には、そこに住む人々の生活の匂いも色も、そして空気さえも感じることは全くできないように、筆者には思われた。

伝統を守りながら、あるいは伝統を引き継ぎながら、ムラ興しやマチ興しをすることほど困難で手間と時間のかかる仕事はないといっても過言ではない。東京近郊で和菓子店を営むある若い店主が私に向かってつぶやいた言葉が印象的であった。「先生、伝統的なものを守り抜くよりも、チェーン展開している居酒屋を誘致したほうが町の活性化には手取り早いのかもかもしれませんね？」観光に期待を寄せれば寄せるほど、町がそして地域が疲弊していくのではないかと、との思いに駆られずにはいられなかった。

かつて、英国の著名な経済学者A. Marshallは、Cambridge大学の教授就任に当たって、経済学を志すものは「明晰な頭脳と暖かい心」を持つ必要があることを強調したが、暖かい心をもって活動している人々に応えるものこそが「明晰な頭脳」なのではなかろうか。



那覇市 国際通り商店街



那覇市 桜坂劇場正面

Okinawan Bubble

立教大学観光研究所所員
観光学部教授 稲垣 勉

様々な調査や資料収集などで、沖縄を訪れる機会が少なくない。新開地に建てられたリゾートホテルの客室から、人気のない無機質な道路を何気なく眺めるとき、ふと立ち寄った浜辺で朽ち果てた原形をとどめないレジャー施設に出会ったとき、様々な感慨が心に浮かぶ。何故、このような投資意思決定が行われてしまったのだろうか？ この施設はかつて何に使われていたのだろうか？

元来リゾートは豊穡すぎるほどの意味を付与されている。しかし一旦うち捨てられたリゾートは、沖縄の強い日差しの下で、色彩を失い意味を剥奪され、しかし反語的に強烈な存在感で訴えかけてくる。廃墟・中城高原ホテルに向き合ったときの感覚はこうしたものだ。中城高原ホテルは海洋博を目指して計画され挫折した施設である。しかし沖縄ほどバブルという言葉が多面的に感じさせてくれる場所はない。いつの間にか、本来の仕事の合間を縫って、こうした施設や場所を訪れる習慣が出来てしまった。



中部の中城に所在する中城高原ホテルの廃墟。海洋博を目指して計画・建設されたが法令違反のため開業できず放棄されたといわれている。わが国を代表するホテル廃墟で、現在は立ち入り禁止。

もちろんここで言うバブルとは、1980年代後半から1990年代の初期まで続いたバブル経済を指す。土地をはじめとしてあらゆる資産が値上がりし、一億総資産家状態が現出した。高級車が飛ぶように売れ、つまらないガジェットの類までが投機対象となっていた。観光関連でも87年に施行された総合保養地域整備法、いわゆるリゾート法の影響もあって、資金調達、需要の両面からリゾートや巨大ホテルの将来性が期待され大型開発が相次いで計画され、一部は実際に建設された。

とはいえ特に沖縄に、この時代の物件が集中しているわけではない。沖縄のリゾート施設は何回かのブームを経験しながら、継続的に建設されてきた。沖縄における最初の開発ブームは、72年の沖縄返還に続く、75年の海洋博に起因している。那覇市内の内地資本による大型ホテルの多くは、この時代に建設されている。恩納村における大型ビーチリゾートの開発も、この時代に始まった。

この傾向は80年後半からのバブル期へ受け継がれる。現在

でも沖縄をリードするリゾートの多くが、この時期に建設され、一部はバブルがはじけたあとに開業した。計画を後押ししたのは、冷徹な収支計算ではなく、熱狂だったのかも知れない。現在でも那覇の最高級ホテルとして知られるNは高台の病院跡に建設された。当時、他物件との抱き合わせで運営受託したリージェントのボブ・バーンズは「何故ネーヴィーアイランド(海軍の島)に？」とつぶやいたという。ことの真偽は不明だが、経験豊富なホテルエをしても計りかねる計画であったことは確かだ。

もちろんホテルから民宿に至るまで海洋博期、バブル期を通じて建設された施設が、うち捨てられたままで残存する例は他県より多いように思われる。一方でバブル期以降、リゾート開発が急速にしぼんでしまった本土とは異なり、政府による公共投資の下支えもあって、現在でも沖縄ではリゾート開発が続いている。もちろんファイナンスの手法は証券化など大きく変化している。しかしバブルの残り火は燃え続けているのかも知れない。これが沖縄でバブル期を身近に感じさせるもう一つの理由であろう。

私自身、ご多分に漏れずバブル期には数多くのプロジェクトに関わり、バブルがはじける前にその虚構性について行けなくなり、全てのプロジェクトから身を退いた。しかし私のバブル期への態度はいまだに何重かの意味で両面的だ。その意味で沖縄は若干苦い試薬であり続けている。

リゾートの廃墟や、開発当時の施設・整備水準を維持できなくなった施設は、きれいに手入れされた芝生、ラグーンを思わせるプールなど、リゾートの持つ楽園ポキャブラリーの欺瞞性を鋭く切り裂いていく。まさにリゾートの廃墟はリゾートそのものを脱構築する道具である。一方で収益事業としてリゾートを構想することは至難の業である。冷徹な計算でリゾートを作ることは出来ない。リゾート開発は神掛かった事業家か、大衆の熱狂無しには成立し得ない事業領域であろう。

現在の主たる研究テーマは、宗主国が植民地に作り出した避暑地や、観光化にともなって地域住民がゲストハウスなどの原初的な観光事業に参入するプロセスである。この点、沖縄は私に問題の所在を突きつけて続けているように思われる。

(本稿の内容を考慮し、現在営業中の施設については実名の表記を控えることとした)



県南に立地するSホテル。側溝までトラバーチン造りで、88年の開業当時、日本でもっとも豪華なホテルと言われていた。現在は正面の池も空で噴水も止まっており、エントランスの精緻な木彫の虹梁の塗装もはげたまま使われている。

開業当時の全館冷房施設は老朽化し、室外機による簡便な冷房に置き換えられている。現在ではゴルフ場を主体に、ホテル部分もリーズナブルな価格で販売されている。



シリーズ

韓国最効線 ~その九~

東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科助教授
劉 亨淑

한국 어촌체험마을의 현황
韓国の漁村体験マウルⁱの現況

昨年12月初旬、4泊5日の日程で韓国の西海岸から南・東海岸まで全国を走り回ったことがあった。農林水産食品部と韓国漁村・漁港協会の主催で、優秀な漁村体験マウルの現地審査のためであった。11月に行った1次審査で17個の漁村体験マウルの成功事例が発表され、その中から審査委員たちにより11個の漁村が選定され、それらの漁村が現地審査を受けることになった。審査委員の一人である私は他の審査委員と共に11個の漁村を訪問することになったわけだ。

最近韓国でも‘体験’・‘学習’という観光形態が注目を浴びている。大衆観光からポストモダン観光に変わった特徴として生まれている現状の一つであろう。単に「見る観光」から体験したり・学習したりと「する観光」へと観光客の観光に対する要求や欲求が高まっているからである。

したがって韓国政府も農村や漁村に「体験観光」を取り入れ、‘農村体験マウル’や‘漁村体験マウル’などを指定している。‘漁村体験マウル’は、漁村の自然環境や生活文化施設を中心に観光基盤施設を造成して、観光客には漁村を体験させ、漁民(村民)には所得を増大させることを目的として‘海洋水産部(現在国土海洋部の前身)’が2001年から施行した「漁村体験マウル造成事業」から韓国全国に広がり始めた。2008年現在、95箇所の漁村体験マウルが指定されていて、2013年までに全国へ112箇所の漁村体験マウルを選定し、漁村マウルごとに5億ウォンを1年間支援する仕組みになっている。支援金は漁村体験マウルの観光案内所・進入路・駐車場・シャワー施設・トイレなどの観光の基礎になる基盤施設やソフトウェア事業(コンサルティング、住民教育、パンフレットの製作など)に使うことができる。

そこで農林水産食品部は、模範的で優秀な体験マウルを運営している漁村マウルを選定・褒賞ⁱⁱしている。漁村体験マウル間の善意の競争を促進及び、ベンチ・マーケティングを通して漁村観光を活性化させることや漁村の力を強化することを目的とし

て、優秀な漁村体験マウルの選定に支援しているわけだ。今年3回目を迎えた漁村体験マウルの大賞は、全羅北道の群山市に位置してある壯子島(ジャンジャード)に与えられた。



壯子島(ジャンジャード)の全景

「壯子島(ジャンジャード)漁村体験マウル」は、名前のとおり、島にある漁村体験マウルである。島に入るのは、気象の条件にかなり影響を受けやすく、審査の当日も波が高くて、ジャンジャードに入るのが大変だった。しかしジャンジャードは島であり、観光客のアクセスが不便である悪い条件にもかかわらず、優れた自然環境に恵まれ、昨年は優秀賞ⁱⁱⁱ、今年は大賞を取った。漁村の基盤与件をはじめ、多様な体験プログラム、運営の効果などについては他の優秀な漁村マウルと同点であったと思う。そして比較的若い漁村係長を中心に漁村の住民たちは漁村体験マウル事業に渾然一体になり熱心であること、また若いうちに都会に出た島の住民がジャンジャードにUターンして住み始めるようになったことなどが、審査委員たちに高く評価されたと思われる。

韓国でも農村や漁村からは人口が減る一方である。Uターン・Iターンという現状が田舎にあらわれ、寂れていく農村・漁村に元気を付けているようにみえるのだが、一生を都会で過ごした人々が農村や漁村へ戻るには大変勇気が要るし、難しいといわれている。漁村を離れた人々がUターン・Iターンといって漁村に戻り、住み始めるようになる効果も漁村体験マウルを支援している政府が望んでいることではないか、...

所在地		マウル数	現地調査対象地である11個の漁村体験マウルの位置
西海	京畿道	2	
	忠清南道	1	
	全羅北道	2	
南海	全羅南道	1	
	慶尚南道	3	
東海	慶尚北道	1	
	江原道	1	

「ジャンジャード漁村体験マウル」ホームページ(韓国語のみ): <http://www.jangjado.or.kr/>

- i ‘マウル’は日本語の‘村’に該当する韓国語。ここでは韓国語のニュアンスを生かすためにマウルと書くことにする。
- ii 体験マウルの施設補強に使える賞金及び漁村体験観光責任者の国内・外研修実施など。
- iii 優秀漁村体験マウル発表会は、前回に(第1回と2回)大賞と最優秀賞を受賞したマウルは申請から除外される。そして、ジャンジャードは2回目の発表会で優秀賞を受賞し、今年の3回目は大賞をもらった。

劉 亨淑(ゆう ひょんすく)

韓国・東亜大学校自然科学大学物理学科卒業。立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程修了 観光学博士。2002年4月～2003年3月立教大学観光学部助手。2003年4月～2004年3月立教大学観光研究所学術研究員。2004年3月～2006年2月韓国・東明情報大学校ホテル経営学科専任講師を経て2006年3月より東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科専任講師、2007年3月から助教授。

シリーズ

九州便 ～第三報～

九州産業大学商学部観光産業学科准教授

曾山 毅

「松浦党の里 ほんなもん体験」について

今回は、「松浦党の里 ほんなもん体験」という事業について紹介します。これは、長崎県北部の北松浦半島とその周辺地域で取り組まれている、民家体験泊を中心とした体験プログラムです。現在13の受け入れ地区が主に修学旅行生を受け入れています。全体をコーディネートしているのが「松浦体験型旅行協議会」というNPO法人でここが窓口となります。エリア内の約5百軒の民家をかりに総動員すれば1日最大2千人を受け入れることが可能です。因みに「ほんなもん」は本物という意味です。

私も昨年、受け入れ地区のひとつである青島に学生40名を連れて行きました。福岡市内から貸切バスを3時間ほど走らせると星鹿半島の御厨港です。そこで小さなフェリーボートに乗り換え15分ほどで到着します。青島は人口約3百人、漁業が生業の中心で、13地区のなかでは平成15年に他の地区に先駆けて民家体験泊を始めた島です。学生たちは港で入村式を行なったあと、浜辺に移動して地引網を体験し、その後3、4名ごとに受け入れ民家に分かれます。夕方からは民家の人たちと食事し語らいながら時間を過ごします。翌日は各家庭で郷土料理をいっしょに作り、それを昼ごはんにしたのち青島をあとにします。これは「エコソリズム論」という科目の現地実習なので、学生たちは滞在中に聞き取り調査などを行ない、その成果をレポートにまとめなければなりません。

近年、こうした体験民泊が修学旅行のメニューとして中学校や高校から注目されています。「松浦党の里」や以前このニューズレターで紹介した沖縄県伊江島のような、受け入れ態勢のしっかりした良質な民家体験泊は希望校も多く、毎年訪れる学校もあとを絶ちません。しかし、青島の民泊や体験学習を実際に経験すると、正直なところその内容自体は特筆するところはありません。ディズニーランド世代の子どもたちが、こうした滞在のどこに魅力を感じるのでしょうか。修学旅行生たちが1泊して島を去るとき今度は離村式を行なうのですが、印象的な光景が展開されるといいます。民家の人との別れを惜しみ泣きじゃくる子どもたちが少なくないというのです。これは民泊ではいろいろな場所で聞く話です。やはり子どもたちの心に民泊は大きなものを残すということでしょうか。

青島で子どもたちが経験することは、家事や家業をほんの少し手伝ったり、たくさんの家族で食卓を囲んだり、お年寄りや話しをしたり、民家の人と散歩したりというたわいもないことです。実はこうした以前の日本ではどこでも当たり前のよ

うに行なわれていたことが、子どもたちの生活からいつの間にか失われてしまっています。そこに新鮮な感動が生まれるのかもしれませんが。関係者の話では、こうした滞在を通じて見ず知らずの人たちと心が通じ合い、信頼関係を築けたことに大きな自信を得て子どもたちは深く感動するということでした。初対面の赤の他人のお宅に泊まって意思の疎通をとらなければいけない、これは



確かに子どもたちにとって大変なことです。最近では、新人研修に民泊を取り入れる企業が、まだ少数ですが出てきているようです。コミュニケーション能力の涵養を目的にしているのでしょう。

さて、学生たちは滞在を楽しんだようです。大学生の受け入れは初めてでしたが、大人なのでお酒も飲めるし話しも楽しいと、民家側の評判も比較的良かったようです。港で涙にむせぶ学生はさすがにいませんでしたが、復路のバスではこんなことがありました。ふつう最前列の教員席の隣は誰も座りたがらず、往路では空いていました。ところが帰りになると、今までほとんど口をきいたことのないある男子学生が、呼びもしないのに私の隣にやってきて、彼の郷里である天草のことや身の上についてずっと話してくれたのです。ささやかながら青島民家体験泊の成果が証明された形になりました。



曾山 毅(そやま たけし)

慶應義塾大学経済学部卒、立教大学大学院社会学研究科応用社会学専攻博士課程後期課程退学 観光学博士。1998年4月～2002年3月立教大学観光学部助手、2002年4月～2004年3月立教大学観光研究所学術研究員、2004年4月～2007年3月名城大学国際学部観光産業学科助教を経て2007年4月より九州産業大学商学部観光産業学科准教授。

所長の海外体験記

その7

ラオス経済の動向

立教大学観光研究所所長

小沢 健市

筆者は、立教大学観光研究所研究費に基づき、2008年12月23日から28日まで、「リゾートと世界遺産の研究」のためにラオスに滞在する機会を得た。

出発に先立って、訪問地であるビエンチャンとルアンパバーンに宿を確保するために、これまでも数回宿泊したことがある幾つかのゲストハウスへ宿泊予約のためのメールを東京から直接送った。12月は欧米のクリスマス休暇ということもあり、メールを送ったゲストハウスからの返事は、「1日目は宿泊可能であるが2日目は不可能である」とか「すべて満室」といったものであった。出発間際まで、予約のためにメールや旅行代理店との連絡に追われたが、どうにかビエンチャンではGreen Park Hotelを、またある代理店を通じてルアンパバーンでの宿泊施設の予約が取れ、事なきを得た。

さて、ホテルやゲストハウスの予約さえ思うに任せないほど、クリスマス休暇ということもあったが、ラオスへの欧米からの訪問者は増加し続けている。この訪問者の増加は、ラオス経済にどの程度の貢献をしているのであろうか。残念ながら、この点を明確に明らかにする統計を入手することはできないのが現状である。

しかし、ラオス経済をマクロ的に眺めることは可能である、ビエンチャンに滞在中ときには必ず立ち寄る書店がメコン川近くにある。その書店で今回は、World Bank Office, Vientiane (2008) *Lao Economic Monitor*, April, 2008という報告書を手に入れた。

この報告書の最初に「マクロ経済状況」が説明されている



Hmong Market in Luang Prabang, LAOS

コラムが設けられているが、そこには、次のように記されている「1990年及び2000年代初期に、Lao PDRの経済は、年平均6.3%の率で成長し、貧困率は1992～93年の人口の46%から2002～2003年の33.5%まで低下した。…Lao PDRのマクロ経済政策は経済の安定化に役立ち、成長は2000年初期にはおよそ6%台へと再び戻った。…2003～06年の間、インフレーションは15.5%から6.8%へと低下し、実質GDPの成長は6.1%から8.1%へと加速した。」この要約を見ると、一見、ラオス経済は順調に成長し続け、それによって貧困もまた従来と比較して格段に減少しているように見える。しかしながら、昨年、訪れたルアンパバーンでは、Setthathilath RDとChao Sisouphan RDの交差点の角に位置する2年ほど前に完成したDara Marketの店舗には空きスペースが目立ち、地元の買い物客の姿もまばらであり、またDara Marketの西方に位置するHmong Ethnic Marketには、歯が抜け落ちたように空きスペースが多く見られ、閑散とした状態であった（写真は昨年12月に撮ったHmong Marketである）。このような現象と上に引用したWorld Bankのラオス経済報告書の間にはどこか違和感があるのではないだろうか。

もちろん、ビエンチャンもルアンパバーンもトゥクトゥクやバイクから自動車へと、交通手段が変わりつつある状況は見取れるのであるが、貧困率は減少したにもかかわらず、所得格差は成功者と取り残された人々の間で、さらに拡大しているのではないかと印象を強く持った。経済成長により、マクロ経済的には一見豊かさを人々が享受しつつあるように見受けられる反面、他方では、相対的に貧困を以前より強く感じながら生活を送っている人々が存在しているとの感を強くした次第である。マクロの豊かさをミクロの豊かさとして感じられない人々が存在しているという矛盾を抱えているのがラオス経済の現状なのかもしれない。「観光は貧困の緩和に役立つ」と言われて久しいが、ラオス経済の現状を見るとそれは本当であろうか、との疑問を持たざるを得ない。

Fig. GDP growthn (%) and inflation (% change)

