

第8章 しまなみ海道活性化シンポジウム

1 開催概要

日 時

平成 15 年 2 月 7 日（金） 13：30～16：45

場 所

しまなみ交流館ホール

プログラム

開会挨拶 高橋洋一 国土交通省国土計画局特別調整課 課長
亀田良一 瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会 会長

基調講演 「本四連絡道路の民営化と今後の課題」
講師 山内弘隆 一橋大学大学院商学研究科教授

パネルディスカッション ～しまなみ海道の活性化について考える～
コーディネーター
平木久恵 有限会社グリーンブリーズ代表取締役

パネリスト（50音順）

有田隆司 広電観光株式会社メープル企画販売部企画課長
片鍋肇 福山通運株式会社福山支店長
香本昌義 尾道サイクリングクラブ事務局長
西村孝子 岩城村生活研究グループ代表

2 しまなみ海道活性化シンポジウム記録

(1) 開会・開会挨拶

高橋 洋一 国土交通省国土計画局特別調整課課長
亀田 良一 瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会会長

司会

お待たせいたしました。ただいまから“しまなみ海道活性化シンポジウム”を開会いたします。私は本日の司会を務めさせていただきます横田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

開会にあたりまして、国土交通省国土計画局特別調整課課長でいらっしゃいます高橋洋一様からごあいさつをいただきます。それでは高橋様よりよろしくお願いいたします。

高橋課長

ご紹介いただきました高橋でございます。本日“しまなみ海道活性化シンポジウム”を開催するに当たり一言ごあいさつを申し上げます。まず初めに本日このように多くの方々にご参加いただきましたことにつきまして、主催者を代表いたしまして厚く御礼申し上げます。



さて、平成11年に開通したしまなみ海道でございますが、開通直後は増加した交通量や沿線地域への観光客が、最近では減少しております。これは、生活交通には一定の必要性があるものの、観光客や自動車貨物輸送による交通量が低迷していることが大きな原因であると言えるでしょう。また本州と四国をつなぐ三角路のルートの中でも、しまなみ海道はその立地条件のせいもあって最も利用が低迷しております。このような状況にあつていろいろな側面からしまなみ海道の利用促進を図り、同沿線地域の活性化を図ることの必要性については、ここにお集まりの皆様のご共通した目標であろうかと存じておりますが、具体策といたしましてはどうしたらよいのかということについて大変難しい問題があると思っております。

このような環境の中で今回、しまなみ海道に対する現状調査やニーズの調査を行い、問題点や課題を把握するとともに今後どのような対策を講ずるかを、本日このようにシンポジウムを開催しまして関係機関、事業者そして地域住民の皆様とともに考える場をつくらうとしております。

また国土交通省におきましては21世紀の国土のグランドデザインに謳われております“参加と連携”による地域づくりを効果的に推進するために、既存の行政区域である都道府県を越える連携を特に支援しているところでありまして、その支援の一環といたしまして本日のシンポジウムを行うところであります。皆様からの忌憚のない活発なご議論と積極的なご参加によりまして、実りの多いシンポジウムとしてまいりたいと考えておりますのでよろしくお願いいたします。

最後に本日のシンポジウムの開催にあたりまして格別のご協力を賜りました関係者の方々に深く感謝の意を表しまして私のあいさつとさせていただきます。どうもありがとうございます。

司会

ありがとうございました。続きまして瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会会長であり、尾道市長でいらっしゃいます亀田良一様からごあいさつをいただきます。それでは亀田市長よろしくお願いいいたします。

亀田会長

皆さんこんにちは。今日はしまなみ海道活性化シンポジウムに大勢の方にご出席いただきましてありがとうございます。

角度を変えて、しまなみ海道問題を少し話しておきたいと思います。ちょうど国土交通省の高橋課長もいらっしゃいますが、皆さん方もご承知のとおり今、中央では道路公団問題、本四公団問題が随分行われ、民営化問題が議論されております。このしまなみ海道というのは岡山や明石と違い、この中に10万人から住んでおられ、全て船で交通を支えてきた離島だったわけです。それを架橋によって活性化、離島振興、防災、いろんな面でカバーしている、これがしまなみ海道の本来の性格です。そこへ道路の交通量が少ない、料金が合わないといった議論を中央でやっていらっしゃいますが、その基本である離島振興という言葉が全く出ていません。離島だった地元の我々には生活道路です。生活橋、その認識が中央では全くありません。大きな認識違いの方々が議論され、本当に政治をやっていらっしゃるのかなあという思いがございます。



この辺はこれから民営化されて大変なことになっていくのではと思います。JRは民営化になってまさに独占企業です。尾道の例を言えば新幹線駅の建設のため、60億のお金を集めてJRへ寄付しました。当時、ひかりが停車していたのに、今ではひかりがなくなっています。広島へ行くこだまでも35分ぐらいで行っていたのに今は1時間かかり、全部利用者、いわゆる国民が犠牲になっています。このような独占的な民営化、これぐらい大変なことはありません。会社の方は随分楽だと思いますが、こんなのをやっていたら本当に大変なことになっていきます。

先般、倉敷の市長と会いました。岡山県ではJRが地方自治体に対して全く協力しないので市長会で抗議を申し込みました。我々広島県も抗議したいと思いますが、広島は岡山と違い組織は西日本のJRの中ですが、昔の機関区でいえば広島機関区、岡山機関区と分かれておりますので多少ニュアンスが違います。岡山のJRは本当に大変なことをやっており、岡山の市長会でも頭へ来ているわけです。

ですから民営化がいかに問題であるかということがわかります。本四公団でも民営化的な運営をすればそれで済むわけです。基本的には、道路というものは国が作り、生活道路は皆さん方でただで使ってください、というのが本来の姿です。日本独特の考え方でやっているために、このような議論になっているということも頭に入れておいてほしいと思っております。

今日はしまなみ海道をもっと使おうということでシンポジウムを行います。いろんなアイデアがパネラーの方々から発言あるかと思えます。皆さん方もひとついいアイデアがありましたら質問なり、議論なりされてご討論願いたいと思っています。どうぞよろしくお願いいいたします。今日はありがとうございました。

司会

ありがとうございました。本日は都合により基調講演とパネルディスカッションの順序を入れ替えてプログラムを進めさせていただきます。どうぞご了承ください。

それではパネルディスカッションの準備をいたしますので今しばらくお待ちください。

(2) パネルディスカッション

～しまなみ海道の活性化について考える～

コーディネーター	平木 久恵	有限会社グリーンブリーズ代表取締役
パネリスト	有田 隆司	広電観光株式会社メープル企画販売部企画課長
	片鍋 肇	福山通運株式会社福山支店長
	香本 昌義	尾道サイクリングクラブ事務局長
	西村 孝子	岩城村生活研究グループ代表

司会

お待たせいたしました。それではパネルディスカッションを始めたいと思います。まずコーディネーターとパネリストの皆様をご紹介させていただきます。

最初に、コーディネーターを務めていただきます平木久恵様でございます。平木様は現在、有限会社グリーンブリーズの経営をされている一方、中国地域づくり交流会の会員として様々な地域づくり活動に取り組んでおら

れます。また平成12年度にはしまなみ大学の“^{しま}んマップ”作成に参加されるなど、しまなみ地域の活性化に向けた活動に積極的に携わっておられます。

続きましてパネリストの方々を紹介させていただきます。

最初は有田隆司様でございます。有田様は現在、広電観光株式会社におきましてメープル企画販売部企画課課長でいらっしゃいます。国内外の観光スポットや観光資源を熟知しておられ、国内外ツアーのみならずしまなみ海道地域のツアー開発にも携わっておられます。

続きまして片鍋肇様でございます。片鍋様は現在、福山通運株式会社福山支店の支店長でいらっしゃいます。福山通運では、しまなみ海道開通を契機に瀬戸田町特産の柑橘類の集荷拠点として瀬戸田営業所を開設され、産直宅配事業による全国の消費者に向けた販売拡大に努めておられます。

続きまして尾道市の香本昌義様でございます。香本様は現在、尾道サイクリングクラブの事務局長をしておられ、自転車で渡る瀬戸内しまなみ海道の良さを知ってもらうための案内書を発行されたり、ツール・ド・しまなみの開催にご尽力されるなどサイクリングを通じた地域活性化の担い手として活躍しておられます。

続きまして岩城村の西村孝子様でございます。西村様は岩城村生活研究グループの代表をしておられ、岩城村特産の青いレモンを使ったふるさと産品を開発され、これらの料理講習会を主催されるなど、ふるさと産品を通じて地域活性化に貢献されています。

これからの進行はコーディネーターの平木様にお願いしたいと思います。それでは平木様どうぞよろしくお願いたします。

平木

皆さんこんにちは。先ほどごあいさつにもありましたように、素敵なしまなみ海道という道ができたのですから、やはりうまく使いこなしていかなければいけません。これまで



は、地域も行政もバラバラにものを考えていました。今日こういう機会を得まして、私たち市民、行政の方、バス会社の企業の方、福山通運の方、サイクリングをされる方、地域でいろんな物産をつくっておられる方が一堂に会しまして、これから私たちのしまなみ海道をどうしていったらいいだろうということ話し合ってみようと思います。



皆さん思っておられることがいろいろあると思いますが、今日はざっくばらんにお話をさせていただいて、わからないところは私が市民の代表で「それって何ですか」という聞き方をします。シナリオ通りに話が進むかどうかはわかりませんが、皆さんが今日ここでお話を聞いて帰ってくださって、皆様の地域や行政の中で、この中の話が一つでも二つでも何かのヒントになり、それがみんなの力になっていったらいいなと思っていますので、結論というものは出ないかもしれませんが、よろしく願いいたします。

それでは、岩城村ですばらしい特産品を開発しておられます西村さんにお話を伺いましょう。

西村

皆さん、こんにちは。岩城村の西村です。私は、実は生まれはコンニャクと牛で有名な広島県の神石郡です。縁があって今の主人と結婚して岩城村に嫁ぎました。岩城村ってご存知ですか。来られた方はいらっしゃいますか。ご存知ないですか。



平木

ご存知の方は手を挙げていただけますか。知っている、行ったことがあるという人も含めて。

西村

よかったですね。結構いらっしゃるんですね。では、知っておられる方は聞き流して、初めての方は聞いてください。岩城村の概要をちょっと説明したいと思います。岩城村はご存知のように広島県と愛媛県の県境にあります。周囲は12キロ、人口は2,400人余りの本当に小さな小さな島です。でも中央には積善山という標高360メートルの山がそびえております。その頂上の展望台から見る眺めは瀬戸内海の国立公園を自分の箱庭にしたみたいに本当にきれいに眺められます。春には桜が3,000本咲いて本当にきれいなところです。パラグライダーの全国大会もあり、全国から桜を見にきてくれます。

尾道から岩城に来られたことがない方にルートを説明しますと、尾道からは新尾道大橋を渡ってしまなみ海道を走りながら、まずは因島大橋、次に生口島大橋を渡って生口島に着きます。今は生口島から一般道になり、とりあえず生口島の北インターチェンジで降りていただくんですが、その料金所で普通車の場合、1,450円支払っていただくようになります。そして今度は一般道を南に2キロぐらいのところ洲江港という港があります。その港から5分フェリーに乗っていただくんですが、この5分のフェリーがまたこれがすごく高くて1,240円かかります。今日私はここに来るまで片道3,000円かかってここにやって来ました。ここでお金の話をするのは汚いんですけど、後ほどこれが大きな課題になる

と思います。

岩城島の主な産業は造船と柑橘栽培です。中でもレモン栽培は有名だと思いますけれども、昭和59年に“青いレモンの島岩城”という商標登録をいただきました。このお陰で、島を挙げて良質なレモン栽培を目標に頑張っております。青いレモンってご存知ですか。人間も年をとると熟してだんだん色が変わってきます。それがレモンも一緒に、取り立ては青いのですが、だんだん熟すと黄色くなります。だから宅配便なんかで送ると黄色じゃないかと言われるのですが、青いといったら若いとか新鮮とかいう意味から、青いレモンと名をつけているそうです。我が家にも3本ほど植えております。村が奨励したものですから無料で苗木を配って、畑がある家庭には必ず1本ぐらいいは植えておられるという状態です。

私がレモンの加工品に取り組んだのが平成元年ぐらいです。私は県外の嫁なものですから、それまでは割とみんなから相手にされませんでした。島国独特の雰囲気がありまして、よそ者が、よそ者がと言われながら、グループ員のある方がグループに入らないかと言ってくださって、最初に何をさせられたかという、いきなり役でした。役を持ってこられてしゃべることはわしがしゃべってやるからおまえは売るだけでいい、役だけでいいと言われて、生活研究グループに入ったのがきっかけです。

平成5年ぐらいから“21世紀に向けて魅力ある島をクリエイトする”という堅い題目で話し合いが持たれたときに、女性がキラキラ輝くために何をしたらいいかということを考えました。そのころ一村一品運動ではないですが、特産品づくりというのが全国的に流行っていた時代だったんです。それで岩城村はもちろんレモンです。レモンの特産品に取り組もうという話が持ち上がり、いろいろ試作しました。レモンは皮の部分にオイルがすごくあるんです。そのオイルが邪魔をする部分があって、何をしてもなかなかうまくいきません。入浴剤とかポプリとかいろいろ試してみたんですけども、なかなか商品になるようなものはありません。ある日、村がお年寄りの方を招いて給食づくりを担当したのですが、そのときのデザートに白玉団子、甘いタレみたいなのをかけたものがありますね、あれと同じような感じの白玉団子にレモンカードというものを塗って出したら、これがすごく好評で、年寄りの方も「これはいいね」と言ってくださいました。

平木

そのレモンカードというのはどんなものなんですか。皆さんご存知ですか。

西村

これがレモンカードなんですけど、ご存知ですか。

平木

知っているという方はちょっと手を挙げてください。やっぱり知らないですよ。こういう有名な商品なのに、実際にこの地域に住んでいる人たちが意外にも知らないんです。是非宣伝してください。

西村

レモンカードは一般の料理誌などには載っています。作り方もちゃんと載っていると思うんですけど、私たちはこのレモンカード、この瓶1本にレモンを皮もそのまま丸ごと搾って入れております。あとはバター、砂糖、レモン果汁を湯煎状態にしてとろみをつけながら瓶に詰めております。今の、食への安心・安全という意識から、グループ員の中で

つくったレモンです。レモンというのは無農薬ではほとんどできません。最低でも低農薬ということにこだわって国産のレモンでつくっております。もちろん添加物は一切入れておりません。そういう意味で日持ちもあまりしません。工業技術センターというのはありがたいですね、あそこは無料でいろんなことを教えてくれます。そういうところをお願いして、何を防腐剤がわりにするかということと砂糖なんです。この甘さで防腐剤がわりにして腐らないような状態を研究しました。

これはしまなみ海道沿線の道の駅とか島内の民宿、売店で販売しております。あとは口コミであちこちに送ったり、ふるさと便に入れてもらったりしております。私は個人的にはあまりインターネットは好きじゃないんですけども、今の時代これに逆らってはいけないと思って、一応インターネットには載せてもらっております。

平木

どうやって食べたらおいしいんですか。

西村

一番良いのはやっぱりジャム感覚で、パンに塗ってもらったらおいしいです。先ほどお話しした開発したときのように、白玉団子やクラッカーに塗ってもらったり、シュークリームのクリームのかわりに入れてもらったり、結構使用範囲は広いと思います。だから若い方からお年寄りまで人気があります。各地を回ったり、いろいろな市場を調査しまして、自負するわけではないんですけど日本で一番良いものだと思っております。是非食べてみてください。外国のものでマーガリンを使ってこれと同じような商品ができています。それは独特な味があって、それもいいかもと思うんですけども、個人差があって私はこれが一番いい、バターが一番いいと思っております。

これは今のところ年間5,000本ぐらいしか出しておりません。先ほども手を挙げていただいたように、まだまだ私たちの宣伝効果が行き渡っていないと思っております。今のところはちゃんと企業化した形でやっていますけれども、これだけでは私たちのグループも発展性がないといって、次にレモン懐石というのを考案しました。レモン懐石もご存知ないですよ。

平木

レモンをそのまま食べるわけにいかないですね。

西村

今までレモンというと紅茶の横に置いたり、料理の横にちょこっと置いたりとかで、脇役という感じじゃないですか。レモンは葉っぱと花と茎と果汁と果皮とそれぞれ特徴があります。国産の安全なレモンを主役に持っていこうということで、今のせちがらい世の中、不景気な世の中に癒しの効果が大事だと思い、いろんなところから出てくる香りで癒しを導き出そうかなとか思いながら、8品目のメニューを立てて松花堂弁当風、つまり幕の内風の形でみんなに食べてもらっております。

平成10年に食文化コンクールに応募して農林水産省食品流通局長賞というすばらしい賞をいただきました。これを励みにグループ員で頑張ろうとしていますが、今のところ残念ながらこれを食べさせるところがありません。私の大きな夢は農家レストランで、行政に申請しても難しいのでうちの主人に申請しておりますが、夢を持って頑張っております。現在は地元の飲食店組合の方や各種団体の方を招いて料理講習をしております。少しで

もレモンの消費拡大につながればと思いながらやっております。昨年暮れには旅行会社、雑誌社の方を招いてレモン懐石体験を行っていただきました。

今の修学旅行生、特に都会の学生は名所・旧跡というよりは自分らで体験して、何かを身につけて帰りたいという修学旅行生が多いんです。そういう方を我が家で受け入れて体験してもらっています。

平木

どのくらいの方を受け入れておられるんですか。

西村

とりあえず予約制ですけれども、今のところ 20 名です。“しまなみグリーンツーリズム 100 の体験” というのを私たちのグループでつくってありまして、各島に来てもらって分散しながらいろんな体験をしてもらうという体験メニューです。その中にレモン懐石を入れてもらっております。これもやっぱり口コミという形になると思うんですが、岩城に来てもらって、レモンに触れてもらって、レモンを食べてもらって、ということが一番だと思います。以上です。

平木

ありがとうございました。皆さんもご存知ありませんでしたが、レモンカードというものを一生懸命開発されたにもかかわらず、なかなか広まらないんですね。香本さんはサイクリングであちこちに行っておられて、いろんなものを買っていると思うんですが、ご存知でしたか。

香本

行く先々で、その島々、まちでいろんなものを味わっております。あそこのまちへこれを食べに行くんよということもございますので、結構楽しませていただいております。

平木

これからしまなみ海道をどういうふうに使っていくかということを考えるにあたって、今まではどこかへ行く目的でしか橋は使われていなかったのですが、サイクリングという楽しみ方もあると思います。そういう意味で、香本さんのような活動しておられる方はいろんなアイデアを持っておられるのではないのでしょうか。活動していらっしゃることを聞いてみるとおもしろいかと思います。香本さんお話しください。

香本

今日はここに地元の自転車代表として座っているわけですが、お見かけすると何人かの方は一緒に自転車で走ったことのある方、走っている方もおいでになっておられるようです。ところでお聞きするんですが、この中でしまなみ海道をサイクリングをされた方というのはどのくらいおいでになるのでしょうか。お手を挙げていただけますでしょうか。

ありがとうございました。まだまだ少のうございますね。私は自転車のプロではございません。しかし、しまなみ海道の魅力に取りつかれた男ということが言えるかなと思っております。それが証拠というか象徴的なものが、しまなみ大学の学生第 1 号の番号をいただいております。会社を定年退職いたしまして家でずっと書斎にこもりがちだったんです



が、書斎の中でもやっぱり目も疲れるし、運動不足になります。そういうことで自転車を本格的にやるようになりまして、尾道から自転車に乗って島の方へどんどん行くと新しい景色が見え、いろんな出会い、そんなものがありましてだんだんと遠くへ行くようになりました。まだそのころは多々羅大橋も来島海峡大橋もかかっておりませんでしたから、瀬戸田の垂水から大三島の井口へ、便数は少ないんですけどもフェリーを乗り継いで大三島へ渡ったりしておりました。

その少し前に初めて生口橋を渡るときに、自転車のための標識というのが非常に小さくございまして、これを私が見落としまして自動車のインターチェンジへ入り込んでしまったんです。自動車の道を走ったんじゃ叱られますけれども、それがきっかけで“しまなみ海道自転車道への誘い”という小冊子をつくりました。これは時間の合間をみて半年かけて自分の足で全部何回も踏破して記録にとどめて冊子にしたものでございます。そのころしまなみ海道が間もなく開通する、おいでよ、おいでよということで行政はしきりと宣伝していたんですけども、これはいけないなあ、何も準備されていないんじゃないの、という感じがしていました。それで冊子をつくりました。

平木

その冊子は今お持ちですか。

香本

控室へ置いてきましたけれども、1,500冊ほどつくりました。これは実費でお分けしておりまして、最近はそのがだいぶ古くなっておりますので、ところどころ訂正したものをつけて最近の人にはお渡ししております。できるだけ新しいものにしておかなければいけないという気がしております。私は責任上、今でも時々自転車でしまなみ海道の自転車道を走っております。

私が所属する尾道サイクリングクラブというのは、しまなみ海道が開通する2年前、年齢の差や、脚力の差は当然ですけども、そういうものを乗り越えてお互いに自転車を楽しもうということで結成しました。結成した当時は18名でございまして、今は26名になっておりますけれども、最盛期は40人おいでになりました。尾道市、向島町の方が中心になりますが、瀬戸田町、因島市、福山市、甲山町、世羅町、三原市、そういうところからお出でになっておりまして、去年の暮れまでは岩城島からも参加されておりました。年齢構成は10代から60代後半まで非常に幅が広うございまして、月に1回会報を出して例会をやっております。

例会の行き先はしまなみ海道が主ですけども、東は鞆から沼隈半島、内海町、北の方が御調八幡、遠くは八田原ダムとか矢野温泉まで日帰りしております。西のほうは竹原等を行っております。時には尾道から忠海まで行って忠海からフェリーで大三島へ渡ってしまなみ海道の生口島から因島、向島とぐるっと回って帰ることもあるんです。距離としては平均して大体60キロから70キロぐらいは走っております。

時には自転車を自動車へ積んで、蒜山高原へ行ってみたり、岡山の吉備路、安芸灘大橋、こんなところへも出かけております。当然のことながら広島空港の滑走路の外側をぐるっと回っております公認のサイクリングロードがありますけれども、あそこにも行っております。そうやって楽しんでいるわけでございます。

若い人というのはどちらかというとハードな走り方を好まれます。これは当然のことな

んですけれども、中高年や女性は健康サイクリング志向でございます。自然満喫スタイルであったり、癒し系の楽しみ方をされています。このような目的で走っているわけですが、しまなみ海道というのはやはり本当のサイクリング、癒し系とか自然満喫、健康サイクリング、こういう方向に向いている道ではないかと思っております。

私はイベントの“ ツール・ド・しまなみ ”にも実行委員として関わっていますが、これは今年で5年目を迎えます。去年は第4回でしたが、スポレク2002という行事の一環として行いましたので参加者は530人にも達しました。これには北海道から鹿児島まで全国各地から参加していただき、年齢は中学生から81歳までの方が参加されました。毎年かなりの数のリピーターがお出でになりまして、また来たかということでもいろんな楽しい会話をされています。これからもこういうイベントは定着させていきたいと思っております。

もう一つ私が関わっているものがありまして、双三郡吉舎町の中央公民館が毎年夏に行っておられる“しまなみチャレンジサイクリング”、俗称“しまチャレ”がございます。これは小学校の5、6年生を対象にして募集され、尾道から今治まで走っておられます。第1回と第2回は1泊2日でした。第2回と第3回目は2泊3日で走っておられます。宿泊地は多々羅のフィールドでキャンプをしながら楽しめるという形をとっておられます。この行事はしまなみ協議会のご後援をいただいております。参加人数は小学5、6年生が20人、引率の職員が5、6人おりまして、去年は“しまチャレ”の第1期生である中学3年生が10人ほど応援隊として駆けつけてくれまして盛り上げてくれました。

この行事は事前学習が非常に充実しております。行く前に地元の吉舎で、キャンプするためのテントの張り方、飯ごう炊さんの仕方等、みっちり勉強してそれからしまなみ海道へ乗り込んでくるわけですが、これに私も参加しておりまして1日かけて吉舎まで行きまして、そこでしまなみ海道の魅力、しまなみ海道の自転車の魅力、橋の種類、歴史、こちらあたりは公団さんに言ってもろうたほうがいいのかもわかりませんが、私がいろんな資料をいただいて説明して皆さんの気分を盛り上げるようにしております。当日は兼吉から出発するわけですが、兼吉から因島まで道の問題がございますので私が誘導して送っております。このときにはしまなみ協議会の担当者の方も出迎えとお見送りをいただいております。ここに非常に新しい今までにないホスピタリティーというものを私自身感じている次第でございます。

しまなみ海道の自転車のイベントというのは、“ ツール・ド・しまなみ ”ぐらいですが、もう一つ、本四公団としまなみ協議会さんがおやりになっているしまなみ海道縦走というのがございます。これはいろんな階層の人が気軽に参加できるイベントです。これは大いに参加していただきたいと思えます。他に気楽に参加できる行事というのが今治側には四つございまして、これがしまなみ大学の科目の一つになっております。これが広島県側にもほしいんですけれども、残念ながらできないわけです。これも何とかしてやりたいなという気がしております。

私も時々しまなみ海道を走っておりますけれども、レンタサイクルでもたくさん走っておられ、シーズンになるとレンタサイクルの利用がすごいです。尾道の駅前で自転車を組み立てたり、分解されているのを見ると、やはりしまなみ海道は自転車が売りだなという気が私にはしております。レンタサイクルの利用状況も結構な数字で推移しておりますので、何とかこれをキープしていただければという気がしております。

そういうことでしまなみ海道は自転車売りですけども、自転車で走るには幾らかの課題というものがございまして。これは後ほどお時間をいただいておりますようなので、問題提起とご提案をさせていただきたいという気がしております。

平木

ありがとうございました。いま香本さんのお話の中にたくさんキーワードが出てきましたね。リピーターが増えている。応援団になる。事前学習。こういうことが今まで私たちの観光の中では考えられていなかったことです。西村さんがおっしゃったようにオリジナルな、どこにもないようなものをつくっておられるのに、広がっていかない。インターネットでホームページを公開しているいろんな方に見ていただいておりますが、やっぱりそれはどちらかといえば若い方たちで、私たちから上の高齢者にとってはまだ難しい状況です。サイクリングについてもまだ課題があるとおっしゃっていましたが、香本さんのお話の中にはいろんなキーワードが出ています。私たちが今使っているしまなみ海道というのは、私たちの感覚からすると観光の道という観点になってしまいますが、生活の道、物流の道でもあるんです。そのあたりから福山通運の片鍋さんにお話をいただこうと思います。よろしく願いいたします。

片鍋

私は隣の福山が出身でございますが、お恥ずかしい話、当社に勤務しましてほとんど大阪、九州、外ばかり回っておりまして3年前に尾道に帰ってまいりました。それまで尾道がどういうところか、あるいはしまなみ海道ができて渡ったこともございませでした。3年前に当地に帰ってまいりまして、尾道のテリトリーが向島、因島、瀬戸田で、しまなみ海道の広島県側を持ち分として



おりましたので月のうちかなりの日数、当地のほうに渡ってまいりました。その中で感じますが、私も広島県人として非常に貴重な自然、これを改めて感じたという次第でございます。

私ども福山通運としての物流、あるいは当地区の物産にどういう関わりをしているか、お話をさせていただきたいと思っております。福山通運は今さら皆さんにお話しするまでもなく広島県が発祥の地でございます。現地の物流業者としまして地区に密着した運営は絶対必要なものと考えております。しまなみ海道が活性化いたしますことは私どもの念願でもございます。つきましては私ども本州と島嶼部、四国を含めたしまなみ海道の地域の取り組みについて、これから2、3話をさせていただきたいと思っております。

最初に私どもは商流荷物あるいは皆さんの宅配荷物も含めた全般的な全国輸送をやっております。そういう中でしまなみ海道を使った貨物輸送の現況につきまして、二つの観点から話をさせていただきます。まず本州から四国間の輸送につきまして申し上げますと、私どもにおきましては、しまなみ海道の利用は本州側が山口県、広島県、四国側が愛媛県と、しまなみ海道を利用させていただくケースは限られた部分でございます。その実態は現在1カ月両地区からの往復便が大体1,800両ぐらいのトラックを通行させていただいております。大体1日当たり60両ぐらいがトラックに荷物を積んで行ったり来たりしているというような状況でございます。橋が開通するまでの、フェリー利用をしていた物量に比

べれば、相当量、貨物は増えているという状況でございますが、昨今の景気の悪い中、平成12年から平成14年、つまり昨年ぐらいまでは非常に物量が伸び悩んでいるというのが実態でございます。ほぼ横ばい状態、これが現在までの流れでございます。

私どもがしまなみ海道を利用するのは運送の形態上、非常に限られた部分で、さっき申しましたように愛媛県と山口県、広島県ということでございます。こういう状況の中で輸送経費と効率という部分から見ますと、本州から四国全域にわたります物量についてしまなみ海道で全面的になかなかみられないということでございますが、橋が全通いたしますと、かなり変わった部分も出てくるのではないかと考えております。

もう一つには、私どもがしまなみ海道を活性化する、あるいは私どものトラックをどんどん通行させていただくという部分で非常にネックになっておりますのは、本州から四国に渡る貨物量、四国から本州に送られてくる貨物量のバランスが非常に悪いということです。こちらのほうから四国に送りますのが7割としますと、四国からこちらに渡ってくる荷物は3割で、効率の良い一貫輸送ができないというのも、これから検討しなければいけない大きな課題の一つでございます。それが現在、本州四国間の輸送に携わっている実情でございます。

もう一つ、因島、瀬戸田地区の島嶼部と本州、特に尾道が中心になりますが、この輸送の内容につきましては私どもは平成8年4月に因島に営業所を一つ、平成10年2月には瀬戸田に営業所を一つ開設いたしました。それで因島、瀬戸田地区を直営にいたしまして日々の輸送業務にあっております。しまなみ海道が開通いたしましたからは、本州・島嶼部間の私どもの年間の輸送量は、大体1万トンぐらいの荷物を島内に輸送したり、島内から全国各地に送らせてもらったりという形です。そういう部分で橋が開通したことによりまして貨物量の増加はかなり図られましたが、近年2、3年、これも先ほどの四国の予想と一緒にほぼ横ばい状態が続いており、伸び悩んでいるというのが現状でございます。これが四国・本州間あるいは島嶼部間の当社の輸送の現状でございます。

もう1点、私どもの場合は皆さんにいろいろな形でお世話になっておりますが、“フクツ一味のふる里便”という商品開発をしております。これは島嶼部の貨物量をどうやって増やしたら良いかという観点から現在、瀬戸田にございます瀬戸田町農協さんと提携いたしまして“しまなみオレンジフェア”を毎年今の時期にやっており、こういう名前をつけてまして瀬戸田のネーブル、ハッサク、レモンを産直宅配輸送という形でしております。この内容につきましては、昭和58年にこのメニューがスタートいたしまして本年で21年目に入ります。当社では一番古い宅配メニューの一つでございます。当初スタートしたときは1回のシーズンに1万4,000個の商品を扱わせていただきました。それが昨年の14年になりますと26万4,000個。非常にトン数がふえております。

平木

すごいですね。本当に継続は力なりですね。

片鍋

これは年々減量ということがなく、何万個かの増量という会社の方針が現在までになっております。

平木

やはり続けてきたことでみんなに知れ渡ったということですか。増やすために何か努力

はされておられるわけでしょう。

片鍋

これは私どもの全国の従業員が、お客様にパンフレット等をお願いしまして販売を勤めるという一つの方法だけでございますが、これがこれだけの実績という形になっております。

平木

これもすごいヒントですね。

片鍋

今がちょうどそのシーズンでございますが、今年は大体30万個という予定で動いておまして、これは数字的にはいけるのではないかと考えてやっております。これだけ産直商品の拡大が図れた原因は何かということをお申しますと、まずビジネスセンター、つまり瀬戸田の営業所を開設したということがございまして、その島に一つの直営店を置き、そこに力を入れてきたということが、これだけ拡大できた一つの大きな要因でございます。もう一つに、昭和58年にスタートいたしました当時はフェリーで本州のほうに持ち帰りまして、それを全国に送り出していくという方法をとっていたのですが、これは機動力の問題で物量を急激に増やすということができませんでした。しまなみ海道が開通した時点から飛躍的な拡大が図れております。これは橋の開通に負うところが非常に大きなものでございます。

今後の課題としまして、私どもの場合も瀬戸田、因島に営業所を置きましたが、島嶼部内産業の不振が現在も続き非常に難しい状況にあります。このような中で今後、産直商品の拡販、新商品の開発をして、荷物を増やしていきたいと思っております。

いろんな形で天然資源をたくさんお持ちのところでございますから、今の商品に新しいメニューとしてプラスされるものが必ずたくさんあると思っております。そういう部分を私どもも輸送業者と連携していただいて、どんどん地区の振興に努めたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

平木

ありがとうございました。ここにもおもしろいキーワードになる言葉が出ていますね。従業員販売というのは、郵便局さんなどでもふるさとなんか便といって、ハガキを出しに行っても「いかがですか」と言われます。これだったんだなあと思ったんですが、先ほど聞きましたら他の運送業者さんもやっておられるそうです。こういう手があるんですね。

今は瀬戸田も岩城島もそうですが国産レモンがとても有名になり、スーパーにもたくさんあります。最近では、私たちはもう国産のレモンが当たり前だと思っていたんです。ところがこの間、北海道に行くことがありまして、知り合いになった方にミカンを送って差し上げたんです。瀬戸田の方をお願いしたら、レモンを入れておきましたと言ってくださって、そこから何とミカンもさることながら、レモンだけを送ってくださいという反響があったんです。やっぱり関東以北の方は国産のレモンそのものが珍しいし、低農薬だとか取れたてとかいうイメージがとてもよかったんですね。私は福山通運さんの話を聞きまして、なるほどこういうふうにして全国に広げられるんだなということで感動しました。

従業員販売という言葉を知るとちょっと違うことを連想してしまいそうですが、産地に

営業所を置くという発想もあったんですね。

サイクリングでしまなみ海道を走って特産品を買って下さったりする方があったり、地域の方たちが行政の方と一緒に素晴らしい特産品をつくって、流通業者さんたちが一生懸命運送をやってくださっていますが、実際に地域でできている良いものが広まらないのはなぜでしょうか。それは、やっぱり私たちが知らないからなんです。今、旅ブームですから、例えば尾道などの全国に名だたる観光地は人が来ます。でも岩城島みたいところは知らないんです。特に関東の人とか大阪の人は知らないんですよ。そういうところで知られていない地域の特産品とかお宝を観光にしようとしていらっしゃる広電観光の有田さん、その話をたっぷりしてください。

有田

こんにちは。東部地区では広電観光と申し上げてもあまりイメージがわからないかと思いますが、広島市内で電車とバス、電車も特に古い電車を集めて原価を安くやっている会社でございまして、その旅行部門のプランナーと仕入れを担当しております。今、地元の方が一生懸命に取り組んでいるお話や、物流の方の産業に直接かわるお話をお伺いしましたが、手元に観光客の入り込みについて



数字をいただいておりますので簡単に申し上げます。尾道、しまなみ海道、今治、このルートが開通当初からは激減しております。几帳面にこれは翌年から数字が落ちております。ただし悪いと言う前に昨年 430 万人ぐらいの方が通っているんです。430 万人ぐらいの方がお金を落として全国からおいでになっています。これが尾道から今治ルートのデータ上の観光客の現状でございます。ただしそのうち尾道に 54% ぐらいのお客がおいでになっています。開通前の平成 10 年が 410 万人、開通いたしましたら平成 11 年は 830 万人お通りになった。要するところ橋が全通してお客様が倍になりました。平成 12 年が 540 万人、そして平成 13 年が 430 万人に落ちてきたという数字でございます。

ここで一つ分析をしてみますが、尾道市の入り込みはパーセンテージで必ずこの数字の半分になっています。ずっと几帳面に半分占めています。これは J R の新幹線の新尾道駅ができた、だから良いんだ。次は高速バスが通った、だから良いんだ、ではないと思います。J R ができたから人が動くというのは昔の神話でございまして、良いものがないと人は動かないわけです。まして 50% ずっと安定しています。日本のお宝である瀬戸内海の玄関として位置づけられたという確固たる数字が裏を取っていると思います。

今度は島嶼部に入りますが、尾道市は関西で大変人気があるんです。これはあくまで新幹線の人気のお陰かと思いますが、千光寺公園や映画のまちという知名度が上がっていることも要因だと思えます。ただし尾道は広島県内のお客様にはあまり人気がないんです。逆に因島、向島、瀬戸田のまちは尾道までには至りませんが、県内のお客様には尾道の倍近く人気があるところなんです。何を言わんとしているかといいますと、冒頭からきついことを言うなと思われかもしれませんが、尾道から広島県境までを点でなくて面でとらえてください。そうすると 100% 超えてしまうわけです。広島県内のお客様は半分きちっと毎年来てくれます。尾道市という大きな媒体で 50% は県外からきちっと来てくれます。逆にこれほど安定した地域はないわけです。冒頭に戻りますが、じゃあなぜ架橋ブームから現在に

至るまで半分に落ちたかということテーマにするべきで、お話を進めてまいります。

このエリアで関東、関西の人達に一番人気があるのはやはり尾道です。大林監督ならびに千光寺の魅力があると思います。じゃあしまなみ海道に出たら人気がないのか、何を言っているんだということになると思うんですが、こちらは瀬戸内海というくくりで大変人気があるんですが、瀬戸内海というのは瀬戸大橋も瀬戸内海だろうとなるわけです。その辺の特殊なものが関東、関西圏の大きなマーケットに対してPRがちょっと足りなかったんじゃないかという分析をしております。

その裏づけと言ってはなんですが、私どもを含めて広島県、特に広島市、これも県のほうで情報収集していただいた結果ですが、しまなみ海道が開通をしましたときに、皆様にご迷惑をかけるぐらいバス・乗用車がこちらに入ってきたと思います。土曜日、日曜日は皆様が行動できないぐらいバスが走ったと思います。乗用車も走りました。ご迷惑をかけました。ただご迷惑ついでのご迷惑をもう一つかけているんです。このしまなみ海道にお金を落としたツアーはざっくり全体の3割ぐらいしかいないんです。ご存知でしたか。このぐらい人が通ると、これは儲かったと思われるんじゃないですか。本四公団さんだけ几帳面に集金されて、市町村にあまり現金は落ちていないんです。広島県のエリアの中に落ちたお金は平山郁夫先生の近代美術館と耕三寺さんがトップです。それをしのいで大きく離れているのが大山祇神社さんです。そのほかの6割強はすべて四国、松山、高知、別府へ逃げています。各旅行会社のツアーラインナップを見ましてもほとんどしまなみ海道を道として捉えてしまっているんです。

平木

それは有田さんたち、観光業者の責任です。

有田

ですから申しわけございませんから始まったんです。なぜかというところに話を戻します。架橋当時、とにかくお客様がどんどんこちらへお越しになりました。まず第1点、道後温泉が単価を倍にしてしまったから泊まらないということをご存知でしたか。8,000円、1万円で泊まっていたのが架橋と同時に団体客に対して2万円、2万5,000円の単価が出てきたんです。当然、個人客はそれより2割ぐらい高いわけです。だけど当時を思い起こしてください。今はだめですが当時の関東、関西圏の経済力というのはすごいものがあつたんです。お金にものを言わせてどんどん来ちゃえばいいと、だけど広島、山陰、九州は堅実な地域ですから、そんなばか高いものは行かない、また行けばいいとなってしまうんです。そうすると我々はじめ旅行業者が探したのは高知であり足摺であり別府だったんです。別府なんていうのは時間的に最高のルートなんです。岬へ出て別府へ入るとちょうど1泊2日のコースになります。これがまず1点です。

言いにくいのですが、お客様は橋を見にきたお客様も一部でしょうが、第一印象で思われたのは瀬戸の島々がある、橋がある、楽に抜けられる、きれいなところが見られる、ここまではいいですね。絶対に生きたお魚が安く食べられるんじゃないかと思われたんです。だけど架橋当初、思い起こしてほしいのはツアーのお客様に対して幕の内弁当を出したんです。土・日なんかはあれほど受けたら仕方がないんです。だけどお客様というのは一度インプットされた印象で、あっダメだとなってしまう。だれが悪いのでもなく、日本人の一番悪いところで、何かできたらダーッと集中する。たくさんあり過ぎて現地は受け入れ

ができない。だから衛生面を考えて幕の内に切り換える。来たお客様は勝手なものですから、お金をあまり出さなくてもいいものが食べられると思って来ている。そうするとお魚が食べられると思ったのに、とイメージが消えちゃうんです。まずそれが我々のアンケートでお客様からあがっております。他社についてはよくわかりません。これが架橋当初、開通から一時期までの分析と言えれば分析なんです。くどいようですが、尾道市におかれましては、文学というくくりの中で個人型の現在の旅行形態にマッチしたところなんです。ただ先ほどレンタサイクルのお話が出ましたが、個人型のお客様が架橋を歩こうかと思ったときに大変なんです。足があまりよくない。そうすると尾道で観光されて尾道ラーメンで我慢しておこうかとなります。お魚を食べたいけれどもよくわからない。そして広島に入りますが、広島に泊まっていると思われませんか。今のお客様は広島も泊まらないんです。九州へ行っちゃうんです。ご存知ですか。広島から1時間で道後へ行ってしまいうんです。広島から山陰へ逃げてしまう。共通性があるのは福山、尾道、広島は西日本最大の通過ベスト3なんです。トップ3です。例えば尾道で大会議など大きな行事では宿泊が取れない、取れないと言いますが、結局ふたを開けると3割ぐらい空いているんです。逆に言えばこれほど便利な土地はないんです。大阪、福岡の方は泊まるより家へ帰って母ちゃんのところで寝たほうが安いわけです。そのぐらい便利だから西日本最大の通過ポイントということになるのです。

さあ、それを足止めするにはどうしようかといったところで、やはりしまなみ海道の各島々の宿泊施設等のお力が必要ではないかと思えます。最初に話を戻しますが、尾道は関東圏に強いです。しまなみ海道については広島県、地元が強い。恐らく本物指向のお客様なんでしょう。日帰り圏内でどんどんお出でになるという意味でしょう。これがきちんとした表示を面としてマーケットに対して、またお客様に対して表現をすることによって驚きを与え、来やすさを与えれば私はこれほど宝を持ったエリアはないと思えます。わざわざ上手を言いに来たわけじゃないんですが、それほど期待をしています。だから昨年の島めぐり航路というのをご存知ですか。鞆と三原と宮島から船が2艘クルクル回りました。ご存知ないですか。5,000円で2日間乗り放題でした。

平木

お散歩クルーズですね。

有田

あれは裏でちょちょしたのは私なんですが、恥ずかしいもので表へ出なかった。山もあり海もありじゃ、ろくなことは言われないんです。あれは藤田知事はじめ皆さんが希望していることなんです。全面的に瀬戸内海を表に出そうじゃないかと。だからそれは旅行者じゃなくて、地元の方なりサイクリング事務局のお客様なり流通の皆さんなりがどんどん会話をすれば道が開ける部分ではあると考えております。

ハード面、ソフト面について述べよと書いてありますが、ハード、ソフトは満足されているんじゃないかと思えます。というのは、瀬戸田町に温泉がない、どこどこに何がないなんて言わないで面として考えてください。私のところには食事処がたくさんある。あなたのところには宿泊場所があるじゃないか。それをお互いに利用してセーリングすればいいんです。おれのところで全部やるというのはだめなんです。本州という言い方をしたら怒られるかもしれませんがあえて使わせてください。広島県内でも山間部を見てください。

どのまちにも温泉ができています。町長さんが例会でおっしゃることをご存知ですか。広島県一の温泉地ですとみんな言うんです。平均1人600円です。やっていけるわけがないんです。例えば君田村の君田温泉なんて年間26万人来るんです。1年目から株配当しているんです。だから隣町の高野町もつくっちゃうんです。苦しいですね、二番煎じ。何で苦しいかといいますと、高野町には営業マンがいなかった。君田は初めのころですから株出資を村民から得て、全員株主なんです。だからみんな営業するんです。だからどんどん膨らむ。26万人、1年で配当しちゃった。まねをしましょうといってもだめなんです。逆に三次市なんかそれがうまく利用しているんです。君田温泉の玄関口三次市なんて今やっているんです。だから君田は怒っているわけです。おまえのためにつくったんじゃない。でもそれでいいわけです。ここもそういう販売の仕方をしていきさえすれば、私はこれ以上のハードはいらないんじゃないかと思います。ご批判があると思いますが、外から見る人間についてはそうなんです。面として周遊したいわけですから、スポットでその島に行きたいとは思っていないんです。この辺はご理解いただきたいと思います。

旅行業というのは、いろんな立場のお客様がいらっしゃいますけれども、1年間でいくらお金を動かしていると思われませんか。私の給料じゃないですよ、旅行業と冠するものです。JATA(社団法人日本旅行業会)の発表で国内旅行で21兆円動いているんです。21兆円。国外旅行を入れまして26兆円強です。その1割を目指すだけでもかなりのお金になり、21兆円も旅行屋は儲けているのかとなるわけですが、そうではなくてこの21兆円というのはお野菜をおつくりになる方、ホテルの食事、お魚をお取りになる方を含めて、すべて旅行業、お客様の宿泊・観光に関する絡みのお金としてくくって21兆円産業だと言われています。

現在、21兆円産業なんて他にないわけです。その辺はどうか橋ができたから人が来るんじゃないくて、橋ができたなら敵が増えると思ってください。こんな立派な橋ができたらお客様はどんどん来ない。なぜならば敵が増えているからです。架橋された地域に負けまいとした人が46都道府県にいっぱいいるわけです。橋がなければ敵はいなかった。瀬戸大橋が同じ目に遭っています。ここより通行量はいいんです。だけどあれは地図を見てください。四国が全県かかって人を集めているんです。兵庫県が大阪を巻き込んで一生懸命やっているわけです。橋ができたり立派な温泉ができたり立派なドーム球場ができたなら、敵が46に増えると思ってください。各自治体全部競争なんです。ですから創意工夫も要りますが、その中でこのエリアについては世界が認める瀬戸内海という大きな財産があることを、どうか今、真剣に会話を重ねていただきまして次世代につなげていただきたい大きな宝であると私は思います。

事例を申しますと、私のほうでやっている商品で2件ほどあります。これといってやっていないんですが、広島ふるさと再発見ツアーというものを広島県観光連盟と各市町村様と手をつないでやっています。日帰りはあまり遠くへ行かないんです。こういったもので売りますけれども地元を再発見しましょうというツアーです。30人ワンバスで行くと、広告協賛をくださいというお約束をしています。年間私どもへ広告協賛料が全県で100万弱入ってきます。これは要らないセールスに来ないで各自治体でまとめて広告協賛をください、そのかわりボランティアをうちが支払って雇いますということです。お食事もそこでお金を落とします。買い物もします。設備を教えてください。こういったツアーで年間

大体7、800名から1,200名のお客様が動かれています。

もう一つは広島県の中山間への誘客をなんとかしようということで、3年前から巨樹・巨木めぐりをやっています。でかい木を見ようということですが、これが3月に発売しますと年間30設定が3日で売り切れてしまいます。値段は6,800円~9,000円です。3日で売り切れるという、こんな特別な商品はないんです。何もしない商品です。その本を書いた方に案内をしていただく。土地に行ったらその地元の方にご案内いただく。お買い物は地元の商店を使ってください。お手洗いは、恐れ入りますがお寺に1万円お布施を出しますので利用させてください。そういったツアーなんですけれども、これが大変人気を得ております。

何が言いたいかというと、あるもので十分ツアーはできるわけです。それがこれほど宝を持ったエリアで今動いていないということは、これからの成長率がすごく高いのではないかと思います。

最後に課題の点でまたあるのでしよう。

平木

今からその話をしましょう。

有田

東部は福山、尾道、島嶼部は確かに私どもへ営業にお出でになります。私ども万田発酵さんのツアーもしました。だけど島嶼部の一番の欠点は自分のところしか説明なさらないということです。隣のことは知らないとおっしゃる。あそこもある、ここもある、ここでもある、お魚があるというように、PR活動というのは面で言ってしまうと消費者というのは弱いものなんです。その辺が率直に申し上げまして大きな欠点かなと思います。福山さんも鞆の浦もある、日本鋼管の何々祭りもある、バラ祭りもある、いろいろあるわけです。広島からバスツアーなり個人型ツアーのくくりで地図を見るとこの辺は一緒です。詳細図は見ません。だからあれもあり、これもありを持っていったほうが勝ちなんです。その辺は九州や山口が大変上手なエリアではあります。

もう一つ、個人型のお客様が大変増えています。団体は高齢層の方が多いんです。団体バスで旗を持っていくやつですね。あとは個人型です。今日私はバスで初めて来ましたけれども広島のバスセンターから1時間で来ちゃうんです。知らなかったです。ごめんなさい。チケットセンターで買うと1,200円か1,300円で買ってこられる。そこらをもう少し歩きやすいように、ここまで来ればしまなみ海道へ入っていけるというものが欲しいと思います。

最後に、やはりこのエリアに一番欲しいものは、お魚が買える、お魚が食べられる所で、難しいことではないと思いますので協力してやっていただければと思います。このままでは鳥取の境港になぜかしら押されてしまう。広島、三原、呉の人は境港へお魚を買いに行く人が多いんです。呉なんて目の前が海なんですけれども、ああいうツアーを出すと必ず売れます。90%売れるんです。境港で魚を買おうと書くだけです。我々がバスをつけてバスと干物を買ったりするところが、こちらはあるんでしょがないんです。お客様の大半はそれを期待されている。それを設定することによって県内の流動客30~50%、固い流動が入ってくる。これは大きな財産じゃないかなとは思いますが、ここに書いてあるしまなみ海道地域の観光地としての現状を述べよというのは、以上が答えでございます。

平木

ありがとうございました。大変説得力がありましたね。皆さんうん、うんと言って聞いておられ、本当に私もそう思いました。しまなみ海道が開通してから皆さんがいろいろ努力をしてこられたんですが、いいものを開発しても知られていません。また、修学旅行生を受け入れたらどうかという話や、吉舎町の小学生が来て何回もリピーターになっているという話もありましたが、これから



それを広げていくのはいろいろ課題があると思います。皆さんも瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会というのを立ち上げておられるそうで、多分ここでもいろんな取り組みをなされていると思います。ところが今言ったようにみんなぶつ切れになって、うちだけが何とかお金を落としてもらいたいと自分のところのことだけを思うから、結局、点のままで、面という広がりがありません。

今日こういう話をするために違うジャンルの方が一緒になりました。皆さんの地域にも行政の方がたくさんいらっしゃると思います。行政と地域住民と企業の方たちが一緒になったら、今有田さんがおっしゃったことができると思います。今言ってくださった一つひとつが全部ヒントでしょう。皆さんうなずいて聞いておられますが、そのことを一つずつやっていけばいいんだということがおわかりになったと思います。

ここで、じゃあ具体的にどんなふうにしていったらいいのでしょうか。今度しまなみ海道が全通しましたら今より時間は随分短くなると聞いています。どうですか片鍋さん、物流の面では時間は短くなったとしても使うというのはやっぱり難しいことですか。

片鍋

時間が多少短くなった、ただそれだけで今、瀬戸自動車道を通行しているものを振り替えできるかといいますと、これは経費と、私のところの場合は物を運ぶということでございますから当然お客様のニーズというものがございます。ですからそういう部分を考えて場合、ただ単純にそれだけでルートの変更というものはできません。

平木

先ほどみたいな産品をつくるというところにも参画していかなければいけませんね。

片鍋

特に今おっしゃったように、瀬戸田とかには特産品というものがまだまだたくさんございます。なおその特産品に加工を加えたもので、今後どういうものが創造できるか、これからどんどん開発して広島県の商品ということで全国にそれを展開するものが是非とも必要だと思っております。

平木

今までしまなみ海道そのものが単なる道としてしか使われていなかったという話になっていますが、本来の道としての使い方から、もっと楽しく使うアイデアを一番いっぱい持っておられる香本さん、これからいろいろ仕掛けていかれる思いがとおりになると思うんですが、例えば修学旅行の話も素敵でした。そういうことをするときには何かネックになっていることがまだありますとおっしゃっておられましたけど…。

香本

自転車で走っている立場から見ると、やはり広島県の自転車道が不十分だと思います。あるデータによりますと74%しか完成していないという数字が出ております。やはり外から特に自転車でお客を呼び込むとすると、こういうところがネックになるのではないかと思います。サイクリングと言いますが、道というのは皆さんが通勤や通学、買い物に利用される生活道でございます。生活道として利用するほうがはるかに比重は大きいわけですから、まずこのところを皆さんの盛り上げで行政を動かすというような方向へ持っていけないかなあという気がしております。

平木

ハードの整備はもちろん私たちではできません。使い方というのは私たちが考えられることです。それも一緒になって考えればすごくおもしろいことができると思うんです。先ほどおっしゃっていた修学旅行生にサイクリングでしまなみ海道を体験してもらうなど、アイデアがもっとあるんでしょう。教えてください。

香本

やはり私が自転車で走ってみて痛切に感じるのは道です。先日かなり厳しい論評が載っていた雑誌を拝見しましたが、この場では省略させていただきます。このあたりはやはり行政の方も地域住民とかサイクリストの人たちの意見を聞く場というのを、一度つくっていただければいいんじゃないかという気がします。せっかくいい道をつくっていただいて、見た目はいいんですけども実際に自転車で走ると、とてもじゃないがこんなふうにつくったなど、こんな道もあるわけで、このあたりは反省材料ではないかと思いません。

そういう意味で早急に検討会というか、みんなで寄ってワイワイガヤガヤ、こういう高いところでなくていいんです。サークルになってワイワイガヤガヤ言えばいいんです。そこでいろいろな問題点を出すことによって、問題というのは半分解決したようなものなんです。そういう意味で、先ほど有田さんがおっしゃっていたように、たくさんいいものがしまなみ海道はあるんです。それを僕はいつも言っているんですけども、ハードもソフトも人材もある。ないのはそれを活かすマインドだということです。わかりやすい言葉で言えば、やる気とか考えようとかいう気持ちがないんじゃないか、もっと深く突っ込みにゃいかんというのがいつも私がいろんな人に言っていることなんです。

平木

それは本当にそうだと思います。でも例えばサイクリング、一般に中学生とか高校生とか健脚の方が歩いたりサイクリングするというのはできるなあと思うけれども、おぼさんの私たちになったら「サイクリング？ そうねって」って返事だけはしますけれども、ちょっと無理と思うんですが、そういうことってありませんか。

香本

それが十分できるんです。ママチャリで今治を往復してきたおばちゃんがおいでになりますので大丈夫でございます。要は走る気持ちがあれば大丈夫でございます。

平木

でもそういうところに、例えば有田さんが自転車のツアーをくっつけてくださって、おいしいものが食べられて温泉へも入れて、なおかつ、しまなみ海道を走れて、その自転車は例えば福山通運さんがちゃんと向こうまで輸送してくださるとか、お土産はここにもあ

るというふうになったらいいですね。有田さんどうですか。

有田

どうも旅行業者の商品は偉い人がえらく時間かけてつくっているんじゃないかと思われるでしょうが、大変貧乏しておりますので案があれば出していただきたい。福山通運さんは儲かっておられると思います。だけど最近ちょっと貧乏かなと思うんですが、お話をいただければ簡単にできるものがある面では旅行なんです。その辺は香本さんがおっしゃったように、会話ステージをどんどんつくるべきだと思います。

よくあちこちで講演をさせていただくときに最後にくるんですけども、今日もお願いなんです。こういった会議をきっかけに元気なまちになっていただきたい。そのためには地域でどうか話し合い、話をする場、話し合いになると堅いでしょうか、おしゃべりをする会をつくっていただいて、おれたちのまちをどうしようかと、こういうサークルをつくっていただくことをお勧めしております。

そのときにお願いなんです、よくそういうことをすると、長老の方が仕切って答えを持っていて、今日は赤にしようと言ってもやっぱり今日は白だと、こういう話ではなくて、小学生、中学生、女性、男性、老人の方、すべていろんな方が入って、外部の方も入れて、観光誘客を増やすための元気なまちにしようというテーマでいいですから、そういうサークルをつくっていただきたい。

そうすると平木さんがおっしゃった、こういうツアーはできないのかということでも、私でなくていいんです。地元にも旅行会社さんがいらっしゃるし、ご親戚に旅行会社の方がいらっしゃったら、やってみよう、聞いてみよう、ここから取っかかりでございますので、そういう話し合いの場、どうか子供たちの感覚を入れて、おばあちゃん感覚を入れてやっていただきたい。例えば昔ながらの漁師のまちだから、幕の内ではなくこんなお鍋があったんだよ、これを出してみよう。子供が食べてみる。こんな辛いものは食えないというのは、だめなんです。お味噌じゃなくてもうちょっとお酒を入れたらと、そういう話でそれが名物になる。それが北海道のほうの鍋なんです。ご存知ですか、石狩なべなんてシャケの頭でつくったもので、もともとは野菜がないためにそういう発見が生まれたわけで、おれたちのエリアに人がよく来ればいいんじゃないかというテーマで話をどんどんすればいいんじゃないかなと思います。

平木

そういう話を聞くと、西村さんもワクワクするでしょう。

西村

私は今日ここに来て本当によかったと思っております。こういう会に呼んでいただいたことがすごかったなと思っております。一番考えているのが香本さんには自転車に乗ってもらって、片鍋さんには福山通運のトラックに乗ってもらって、有田さんにはホテルの土産物屋に置いてもらってという考えを、これはインターネットではなくて人間ネットでお願いしたいなと思っております。会場の方にもここでしっかり口コミでお願いしたいと思っております。

小さな活動をいっぱい全国でなさっていると思うんです。そういう活動をみんなでしっかり支援していただいて、特に平成17年度にしまなみ海道が全線開通したときに、私たちの拠点である生口島をどうか素通りする島ではなくて、立ち寄る島にしていきたいと思

ます。私たちの島は橋がないことを逆手に取ってこれからも頑張っていきたいと思えますから、よろしくお願いいいたします。

平木

皆さんがこういう声を持ったらいいですね。有田さん、何か言いたいことがまだおありのようですね。

有田

福山通運さんにちょっと申し上げたい。これは関係するので、一つ例を申し上げておきます。北海道というのはカニの激戦区で、冬場はカニの商戦です。秋のシャケまでは夏場は何も売ることがないところなんです。そこで私の存じ上げている大きなチェーン店で、もともとオホーツク、ソビエト領の境でカニをどんどん取った業者さんが、今はやめましたがホテルを5軒、物販を含めたレストランを40軒建てているんです。それは人がいないところから建てているんですが、そのやり方だけ紹介しておきます。

北海道というのは冬が閑散になるんです。冬というのは10月～4月を冬というんです。収入が落ちる、スキーのお客さんは何も買わない、食事だけ。だから閑散なんです。観光スポットで5月～9月までが1年間の勝負。これが北海道です。ここはお客様がどんどん団体なり個人なり入りますね。北海道というのは何度も行きたいと言うけれども、そんなに毎年行かれませんか。普通の人には行かないんです。死ぬまでに2回行ってしもうたとかその程度なんです。そういうお客さんをつかまえるために、お店で鮮魚、シャケ、カニ、昆布、そんなものをいっぱい買ったお客さんにトラック便をどんどん勧めるんです。女の子が専門にいて、送料を安くします。何が目的かといいますと、発送人の住所が残ります。必ず書かせて、その住所をこの15年インプットしているんです。そうするとお客様カードができちゃうんです。伝票は全部業者さんに渡すわけですからいいんですが、そのお店の40店舗のホストコンピュータに全部入ってきます。

平木

たぶん福山通運さんの従業員販売もそういうことになるんでしょうね。お客さんのリストがわかるということですね。

有田

そこでシャケなり何なり買った人、例えば昆布を5枚買いました。持てますが、「おばあちゃん大変だから、ただでいいから発送票を書いて」と、ただで送るんです。データが残りますね。そこに7月、10月に新聞大のパンフレットを全国へ送ってしまう。お土産です。一度北海道のその店へ来たら生涯その店の客なんです。死ぬまで離さんよということです。このエリアもたくさんいろんな物産があると思います。その辺のネットワークを皆さんでいろいろ相談をしていけば、たまたま支店長がおられますので、そういうことをしたときに半額にしてくれと言ったらたぶんなると思います。何か発想を出さなければいけないんです。そういうストックをすると日本全国の400万人、500万人のお客様が一生、しまなみ海道のお客者なんです。お中元の時期にミカンができました、送ってしまえばいいんです。そのお店のダイレクトメールの収入が年間6億ぐらいあるそうです。コンピュータだから郵便局と女の子1人でいいわけです。女の子1人で年間6億やってくれば儲けですね。カニなんていうのは販売は倍掛けですから。そういうシステムをとっているところもあります。

そこが一つこだわっているのは、石屋製菓の“白い恋人”は絶対に売れませんと言っているんです。あれを売ってしまうと海鮮物が売れないんですって。だからそういうシステムをつくって徹底的に別枠の顧客管理をします。お客さんは飯食いに、買い物に来てくれなくていいから、こっちで買ってくれというシステムもあります。思い出したように言って悪いんですけども、そういったことを福山通運さんなんかとお話を進められると、システム化なんていうのは簡単にできて、お客さん、ファンを逃がさない一助になるんじゃないかなと思います。そこは情報発信の窓にもなります。インターネットなんてうちのおふくろなんか見ないです。コンピュータなんて知らないですもの。だけどお手紙と請求書はよく見るんです。請求書が来ると気持ちよく払うんです。違いますか。

DMできれいな写真が来ると、括弧して後でいいですなんて書いてあると申込み1と書いて送ってしまう。だからその人が生きている確認になっている。そういうシステムを行政、行政というお話が出ていますが、どうか民のほうでも元気なこのエリアの方がお集まりになって考えていただきたい。

もう一つ、石川県の輪島朝市をご存知ですね。石川県輪島の全国展開はおばちゃんたちがやったんです。黙って座って「買うてえな、買うてえな」。いまだに次世代がやっておられますけれども、これも元気な旗印のもとなんです。民活です。どうか皆さんのほうでお話し合いを持っていただければ、我々は呼んでいただければ参りますし、何かを仕掛ければ何か答えは出る世の中でございますので、自信を持って次世代にこのすばらしい瀬戸内海エリアをつなげていただければと私は今日思いました。最後に割ってすみませんでした。

平木

結論を言っていたいたようなものですね。ここに来たということによって、皆さんはただ聞いて帰ったというだけでなく、これだけのネットワークができるのです。有田さんが言われたように面として広げていくというのは、私のところのものだけ売るんじゃないということです。しまなみ海道を売るわけですから、自分のところの宣伝をするだけじゃなくてみんなで一緒にやるというふうに考えましょう。先ほど香本さんがすごくいいブランド名を考えておられましたね。

香本

しまなみ共和国ということを開通時からちょこちょこ言っています。

平木

すごく素敵ですね。

香本

しまなみ共和国というのを一つの合言葉にして、いろんなイベントなどをやっていけばいいと思います。しかもお互いに良いものを出し合って、競い合うのです。

平木

ものもあるでしょうけれど、ツーリングみたいな体験や、私たちの自慢の夕日のような景色も「しまなみ共和国」のブランドになるかもしれないですね。そういうふうにして、何かしまなみ海道で一つの大きなブランドをつくるのが大事ですね。

みんな勝手に自分のところは何とか生き延びなくては、と思うのは当然だと思ってしまうけれども、先ほど言われたように、この橋のおかげで敵もつくるかもしれないけれども、私たちは逆にこのしまなみ海道を架け橋としてつないでいくこともできるはずですよ。それ

を考えると、自分だけの知恵だったらだめだなと、たぶん皆さんそう思われたと思うんです。これだけの知恵というのはやはりネットワークすることで出てくるのです。

福山通運さんにもうちの商品を運んでもらうだけじゃなくて相談してみよう、有田さんにも相談してみよう、西村さんに商品開発のヒントを伺ってみよう、香本さんにも知恵を借りよう、こういうことがネットワークできていくことが、本当のしまなみ海道の意味じゃないかと思います。皆さんお忙しい中来ていただいて、ヒントになったことがありましたか。ここにいたことが自分のネットワークを広げていくことにつながっていけば素晴らしいと思います。西村さん、何か言い残したことはございませんか。

西村

私たちの活動でこういうものをつくっております。冒頭で申し上げたと思うんですが、私たちはこの瓶1本に輸送費がどれだけかかっているかという際どいところで活動しております。これから先、通行料の値上げには皆さんでいろいろご配慮いただきながら是非とも考えていただきたいと思います。

平木

香本さんどうですか。

香本

二つほど言い残したことがございます。修学旅行の話がございましたけれども、先ほどから出ておりますように素晴らしいしまなみ海道です。食べ物もたくさんありますから、そういうものを楽しみながらレンタサイクルで一汗流して爽快感を味わっていただき、そしてしまなみ大学の講座の一つぐらいを受けていただいて、それを修学旅行にしたらどうかなという気がしております。

平木

今よく言われている生涯学習ですね。

香本

それで滞在型にすればいろんな島が潤っていくんじゃないかという気がしております。

もう一つ、自転車の立場から申し上げておくんですけども、是非皆さん自転車で一度しまなみ海道を走ってみてください。そしてしまなみ海道を自転車で走る目線でまちの景色、商店の物の並べ方、売り方、そういうものを見ていただきたいんです。例がございまして、私はある日、小売商をやっている若い経営者をサイクリングに誘ったことがあるんです。気楽に行ってくれたんです。帰りは結構きつかったんですけども、次の日に行ってみたんです。そしたら店の商品の並べ方、売り方が変わっておりました。私の本当の狙いはそこだったんです。結果が出ました。そういうことで皆さんいろんな角度からしまなみ海道をもう一度見直してください。必ず何か役に立つことがありますから。これを申し上げて終わりにします。

平木

ありがとうございました。片鍋さんいかがでしょうか。やっぱり物流というところでは私たちみたいにはちゃめちなことが言いにくいというところはあるかと思うんですが。

片鍋

今、私どもが感じますが、尾道から福山に行くには料金はかかりません。ところが因島へ出たときは別に料金がかかります。先ほど有田さんがおっしゃったように、宅配料金

を半分にするにはこの通行料を下げてくださいと思いますので、よろしく願いいたします。

平木

料金の問題は私たちだけでは何とも言えないところがいっぱいあるので、ここでその議論をするわけにはいかないんですけども、有田さん、手短にお願いします。

有田

できれば、お魚、干物、柑橘類が安く買え、皆さんが集積できるところをどこかおつくりいただくとファンができるんじゃないかと思います。これは夢でありお願いでございます。

平木

ありがとうございました。いよいよ時間があとわずかになりました。皆さんそれぞれのヒントを持って帰っていただければ大変結構だと思います。女の人のストレス解消といったら、しゃべる、食べる、買うですね。香本さんは定年退職後サイクリングを始めて、そのことに目覚められたとおっしゃいました。サイクリングをして楽しいのは、すばらしい景色を見たり快適な汗を流すことだけじゃなく、ものを買ったり、地域の人や、お友達と一緒にしゃべりをしたり、おいしいものを食べることで、そのことがやっぱり楽しいんですと言われました。女の人はずっと長い間、黙々と自分のストレス解消でやってきたことは、これからの21世紀のいろんな意味で力になるキーワードじゃないかと思います。その先に商品の開発があったり、ツアーの開発があったり、物流があったりするんじゃないかと思います。

しまなみ海道を道としてだけ考えるのではなくて、香本さんが言ってくださいましたように、しまなみ共和国という一つのブランドをつくって、それを物だけでなく体験や景色とか、ある時刻にしか見ることでできないすばらしいお宝などを売っていきたいですね。だれかがやってくれるだろう、行政にお願いしてあるんだからじゃなくて、皆さんが力を合わせて、有田さんが言われたように、私たち一人ひとりが広報マンにならないといけないんですね。ここがいいよと言うことを自分の言葉で伝えると、温度でちゃんと伝わっていくと思います。私たちが伝えるときにあそこはだめよとか、何も無いところだからじゃなくて、自分のところの自慢をしながら、レモンだったら岩城島にもある、瀬戸田にもあるという言い方で伝え、温泉だったら松山もあるけど広島にもあるという伝え方をしていくことが大事だと思います。

そうすることが面として広がり、人と人のネットワークをどんどん広げていきます。今日ここで、皆さんはもう知り合いになったと思って、有田さん、片鍋さん、香本さん、西村さんをお尋ねになったら、すばらしいヒントがいただけると思います。今日このフォーラムで、皆さん一人ひとりがヒントを持って帰っていただき、そこから何かが起こって、しまなみ共和国というすばらしいブランドができたらいいなと思います。今日は皆さん本当にありがとうございました。

司会

コーディネーターの平木様をはじめパネリストの皆様には貴重なご意見をいただきまして、どうもありがとうございました。しまなみ海道活性化に向けて今後の地域起こしの参考になることと思います。これをもちましてパネルディスカッションを終了させていただきます。

きます。会場の皆様、いま一度盛大な拍手をお願いいたします。

ここで約 10 分間休憩とし、次の基調講演は 3 時 35 分から開始させていただきます。なお、受付にて基調講演のための資料を用意しております。恐れ入りますが休憩時間の中に受付にてお受け取りくださいますようお願いいたします。

(3) 基調講演

「本四連絡道路の民営化と今後の課題」

講師 山内 弘隆 一橋大学大学院商学研究科教授

司会

お待たせいたしました。それでは基調講演を始めたいと思います。本日は基調講演の講師として一橋大学大学院商学研究科教授でいらっしゃいます山内弘隆様をお招きしております。山内先生は交通公益事業分野における公的規制のあり方や社会資本形成における意思決定メカニズムと費用負担問題がご専門と伺っております。また、社会資本整備審議会、総合資源エネルギー調査会など多数の審議会の委員を務められ政策決定にご尽力されておられます。本日は「本四連絡道路の民営化と今後の課題」と題しましてご講演をいただきます。それでは山内先生よろしくお願いたします。皆様どうぞ拍手でお迎えください。

山内教授

どうもありがとうございます。まずもって皆様におわびしなければいけないところがございます。今もご紹介いただきましたように、基調講演ということで今日ここで話をするお約束でございました。基調講演と申しますのはパネルディスカッションの前に話をして、そのパネルディスカッションの中で私の話が役に立つかわかりませんが、それをもとにお話ししていただく



というのが本来の筋でございますが、今朝ほど致し方ないところで少し遅れまして、率直に申し上げますと今日は東京から来たわけですけれども新幹線を1本乗り遅れました。8時53分の新幹線に乗ろうと思っていたのですが、次に9時のぞみが大阪までであるということで、7分の遅れであるから大丈夫だろうと思って来たわけですが、もちろん7分でも乗り継ぎが悪いともう少し時間がかかるかなということを思っておりまして、東京駅まで来まして切符を変えていただき、一番早いのは何時ですか、何時に新尾道に着きますかと伺ったところ、8時53分の次の博多行きは9時53分なんです、それに乗られるのが一番ベストですと言われたんです。要するにその間1時間、連絡がないというお話であります。

先ほど尾道の市長さんとお話ししていたところで、JR西日本も新幹線のやり方が変わってまいりまして、尾道というすばらしいまちでさえもだんだんと新幹線の本数が減っているというお話を伺いまして、ああなるほど、それで7分遅れると1時間の遅れになるんだなということが理解できたわけですけれども、そういうことがございまして大変皆様にご迷惑をかけて申しわけないということをおわびをしたいということから始めさせていただきました。尾道に行くと言いましたら、うちの家内がそれはすばらしい、いいところに行くというような、我々東のほうに住んでいる人間からしますとあこがれのまちの一つなのでございますが、それであっても交通の便がなかなかうまくいかないという不合理を今日は体験したというところがございます。

お手元に資料を配っていただきました。レジュメとこれから話し申し上げるときにパワーポイントスクリーンを使ってお話しさせていただくスライドの打ち出しを用意してい

いただきました。これで話を進めるわけですが、あらかじめ申し上げておきますけれども、少し話の内容がレジュメとスライドの打ち出しとずれることがございます。と申しますのは、遅れましたので時間がございましたから改めて準備をし直しましてスライド等を追加した部分もございますので、その辺はご容赦いただきたいと思っております。

今日のお話は「本四連絡道路の民営化と今後の課題」ということで、ある意味では堅い題名をつけさせていただいたということですが、一言で言ってしまえばこれからどうするかということなんです。私が言うまでもないことではありますが、本州四国連絡橋公団は民営化すべきだ、あるいはそれだけではなくて道路関係の4公団を民営化推進委員会というところで議論して、とにかく民営化しようという議論が行われていました。新聞、テレビ、雑誌、ラジオ等、昨年はこの話題はかなり取り上げられましたので言うまでもないことですが、民営化した後でどういうふうにしていこうかという話であります。最初に少しどんな議論だったのかということだけお話をさせていただきますけれども、広く報道されたのでご承知と思いますが、去年12月6日に民営化推進委員会が意見書を出されました。その中でどんなことが言われたかということ、少なくとも本州四国連絡橋公団については保有・債務返済機構を設立して、そこが今ある財産・資産を継承するということです。

それとは別に、今の公団を新会社として設立して道路事業等を行い10年後には資産を買い取ってその後に株式を上場する。このような仕組みにするというのが二つ目です。

一番大きなポイントは、皆さんご当地なのでよくご存知だと思いますが、本四の連絡橋というのはかなり大きな借金をしています。今の料金収入ですとその借金が返せないということで、その借金をどうするんだということです。それについては料金収入とか国が出資する分、自治体が出資する部分、こういうことで現行よりも延ばしてそういう部分と他の道路関係公団の料金収入の活用でまずは債務を返すというのが基本方針です。それと同時に債務の切り離し、言ってみれば棚上げですが、棚上げをして返していこうじゃないか。一方で本四架橋の料金を大幅に引き下げて皆さんの利用を促進してもらおう。これが去年の意見書だったわけです。

この後に政府のほうで申し合わせというのを1週間弱たってからですが、この答申を受けてどうすべきかということをお話し合われて、本四公団の債務処理については、これが今、基本線で動いていますけれども、1兆3,400億円の債務を切り離すということでした。今全体で3兆6,000億ぐらいあるんでしょうか。その中で1兆3,000億円だけ切り離して国の道路特定財源でこれを処理する。要するに借金の中の1兆3,000億円だけは別のお金で返しませうということが合意したということです。これは先ほどの意見書と同じですが、国と地方自治体で出資の期間を平成34年度まで延ばして料金の引き下げをする。この料金の引き下げについては、一つ問題なんです、地方自治体の追加出資をしろ。これで料金の引き下げをしようということになったわけです。

これをどう見るかということですが、基本的に悪い面もいろいろあり、いい面もあるわけですが、一つは債務を切り離したというのが非常に大きいです。要するに借金があるうちの1兆3,000億円部分を別のお金で返してくれるという形になったわけですから、これは本四連絡橋にとっては一つの大きなメリットになります。利用者にとってのメリットというのはやはり料金の引き下げがどうなるかということです。この辺は難しいところとして、政府の申し合わせでは地方の追加出資、要するに地方がお金を出せば、その

分は料金を引き下げますというようなことになっています。中央政府の申し合わせだから特にそうなんですが、これがもしも実現すれば利用者の方もメリットがあります。この辺、県、地方自治体の負担と利用者の料金のトレードオフのような感じが一つありますが、債務処理の部分だけをとってみれば、一つの大きな前進ではないかと思っているわけです。

ただ、道路でも橋でもインフラストラクチャー、社会的な基盤と言いますが、インフラストラクチャーを民営化するときにはちょっと気をつけなければいけないんじゃないですかというのが私の二つ目のポイントです。それは今日ここにお集まりの方、近傍の方が多と思いますけれども、例えばしまなみ海道をお使いになるというのは生活のためのインフラストラクチャー、生活のための基盤だということです。そういう生活のための基盤を民間がやるときには、いろいろ考えなければいけないことがあります。例えばみんなが使う、どうしてもなくてこれを使わないといけないという人たちに対して、民間会社が価格をつけたりサービスをしたりということをやましくしなければいけません。その辺をちゃんと監視していかなければいけないという留意点があると思います。

もう一つはよく言われるんですが、国鉄が1987年に分割民営化されてJRになりました。これは非常に成功でした。成功かどうかというのは例えば尾道を走っている新幹線の本数が減ったとか何とか、そういう問題もあって必ずしも成功だとは言いきれないところもありますが、一般的に社会的には成功したと言われていています。それと今回の道路公団関係の民営化を比較したときに、国鉄が成功したんだから道路4公団も民営化して成功するんだと言われるわけですが、大きな違いは運営部門なんです。要するに鉄道は線路の上に列車を走らせるわけです。線路が道路、走る列車は自動車、自動車を走らせるところが全部持ってやっていました。戦後すぐに国鉄の従業員数は最大65万人ぐらいいたんです。これは引揚者の方等を国鉄が雇用で吸収したということもあるんですが、そういった多数の労働者の方で運営していた会社を民営化するということになると、運営部門での効率化というのは非常に重要なポイントになります。

しかし、一方で道路、橋には運営部門はありません。有料道路の場合はもちろん料金収入とかメンテナンスというのがありますが、その作業量、人の数はたかが知れています。そういうことを考えると若干やはり鉄道とは違った面があります。というのが民営化の留意点です。

もう一つは特に道路がそうですけれども、よく言われますが紀元前にローマ帝国がつくった道路を2000年たってもまだ使っています。要するに道路というのは物理的価値があまり低下しないんだと通常言われます。そういうものを民営化したときにどう扱っていくのかということです。例えば橋の場合でも、日本の場合は構造物については60年だったでしょうか、減価償却の期間が決められていますが、アメリカのサンフランシスコのゴールデンゲートブリッジの耐用年数は130年です。この橋は1930年にできているんですが、今でもまだ100年たっていません。130年ということだと2060年ぐらいまでこの橋は耐用年数があって、つまり物理的な価値がそれほど下がらないということになっています。こういうものを民間会社でどういうふうにマネージしていくのか。こういうポイントもインフラ関係の民営化の留意点にはあると思います。すなわち長期的な視点をどういうふうに民間会社に持たせていくかということです。

ただ民営化のメリットは確かにありまして、一般に言われることですが経営者自身が意

思決定を行う、これが一番のポイントです。イギリスでいろんなものを民営化しました。電気、ガス、水道、鉄道、炭鉱あるいは空港すべて民営化しました。もともとイギリスという国は日本よりも公企業が多い国でしたが、民営化しました。その時の一番のポイントはやはり経営者が自分で判断するという点で、これは重要なポイントです。どういうふうなものをつくってどういうふうにするか、どれだけつくってどれだけ値段をつけるか、こういうことは皆さんの民間企業は当然のこと、それが民営化のメリットでした。今までそうではないところで決まっていたものをするということです。これも一つのポイントです。

問題は今回、道路公団のケースなどで表れてきましたけれども、今まで計画で道路をつくると言っていたところが、民間会社がつくるかつくらないかと判断すれば恐らくつきりません。儲からないから当たり前です。しかし別の理由で、例えば政治的な理由とかそういうことではなくて、そこに住まわれている方の経済的な機会をつくり出すとか、要するに機会の平等とかそういう意味での必要性があったときに、だれがそれをするのかということです。これは難しいところです。

イギリスの例で、ロンドンが一番大きい空港でヒースロー空港というがありますが、これも今は民間会社がやっています。ブリティッシュ・エアポート・オーソリティという、名前はオーソリティですが民間会社がやっています。そこで問題になったことがありました。あの空港は人気があります。ロンドンはヨーロッパの経済の中心ですから、みんなロンドンに集中すると空港が足りなくなります。つまり滑走路の容量とかターミナルの量が足りなくなります。政府としては追加的な投資をしないとロンドンの航空事業を賄いきれないと判断します。ところが民間会社であるBAAは、それは収益的におかしいではないか。今、増えているかもしれないけれども将来は減るかもわからない。不確実性のリスクがある。そういうときに意思決定をするのが一番良いのかということです。

さっきの日本の道路公団のケースは需要が少ないところにつくる、つくらないという話です。BAAのケースは需要が増えていてもそういう問題があるんです。そのときにどういう判断をするのかというのが一つの大きなポイントになります。イギリスのケースはどういうふうな妥協点を出したかということ、政府が、わかった、追加的な投資をしたらその分だけ空港ですから独占的な利益が上がり、その独占的な利益を少し余分に取ってもいいですよということを言いました。それで妥協したんですが、これは需要が増えていくケースだからいいんですが、減っていくケースでどうするのかというのは非常に大きなポイントです。これは民営化のメリットでもあるけれどもデメリットでもあるということです。

効率的になるとよく言われます。これは当然です。株式を上場すれば株式市場で、あるいは一般的にマーケットが出て、そこで効率的でないとだめですよと言われます。こういう面は確かに民営化にはあります。さらに言うと民間会社は倒産する可能性があります。去年、新聞等でも話題になりましたけれども、アメリカのユナイテッド航空という会社が倒産しました。チャプター11、アメリカの破産法第11条の倒産というのがありました。ユナイテッド航空というのは世界で1番か2番目ぐらいの大きな航空会社ですが倒産しました。どんな会社でも倒産する可能性があります。だから規律があって効率的になる。こんなメリットがあると言われていました。同じように、これは民間会社ですから競争環境があって企業は規律があるということも言われています。それから株主は自分の会社がどうい

う行動をしているかモニタリングします。こういうことから、民営化のメリットが言われるわけです。

一方で、民間会社と今の日本の公団のケースですけれども、どこが違うかという、冒頭に申しましたように借金で困っているという話をしました。本四連絡橋の場合は料金の収入で利子も払えないぐらいの状況ですが、例えば道路公団のケースは借入金が40兆円前後ありますけれども、何とか料金収入で利払いはできます。簡単に言ってしまうと資産の部分、要するに元本の部分を返すのがこれから大丈夫かということが今、懸念されているわけです。

株式会社ですと一方で資本金があって、資本金でお金を出してもらって工場をつくったり機械を買ったりするわけです。今の道路公団の会計方式は償還方式と言いますが、それではすべて30年、40年、50年のうちには返さなければいけないということになっています。しかし通常の企業はゴーイング・コンサーンで、ずっと経営が継続していきますので何十年の間にそれを返さなければいけないという縛りはありません。それは銀行さんがうるさいから返すんですが、例えば土地をいっぱい持っている場合、土地を買うために借りた部分というのはそんなに急速に返さなくてもいいのです。土地というのは減価償却しないため、ゴーイング・コンサーン、続けていくことによるメリットというのも出てくるということもあります。

今のところ国民の財産なんて言う人はあまりいませんけれども、国鉄の民営化のときにちょっと言われました。もともと公的な資本、国民の財産です。それをどういうふうにマネージするのか、民営化で効率的になるという面もあるし、公的なものだからもっと公共性を持った使い方をすべきだという議論もあります。こういうことも一つの論点としては出てくるかなということですが。

ただ、申し上げたいのは本四架橋について、私のように東のほうに住んでいて地元の間でない人間はどういうところに関心があるかということ、やっぱり将来大丈夫なのかということです。特に道路公団のケースは、さきほど利子ぐらいは払って元本も返せると言いましたけれども、本四公団の場合は利子も払えないので大丈夫なのかということがあって、これはあまりいい言葉じゃありませんが、昭和の三大バカ査定とよく昔言われてきて、こんな査定をした大蔵省の役人は何だという話があって、そういう頭が一般の方にとずっとあるわけです。だから責任をとれという話で、だれが責任をとるのかということになってきているわけです。

じゃあ何をするのかと言ったら、答えは簡単で、例えばしまなみ海道をどう活かしていくとか、あるいはそれを使って何ができるのかというように、こんなことを考えていくしかないんじゃないかと思うんです。要するに債務処理の方法はいろいろあるかも知れませんが、どのくらい利用されているか、地域にとってどのくらい生活あるいは経済にとって不可欠なのか、そういったものをアピールすることが重要です。

そこで何をしたらいいのかということですが、いろんなことがあると思います。今申し上げましたように、ここの地域として生活のために重要だということもございまして、この地域経済のインフラなんだということもありますけれども、もうちょっと積極的にやるということもあります。今日本では経済の閉塞感が強いんです。デフレになって将来どうなるか。恐らく日本の経済は、私はマクロの専門ではありませんが感覚的に言うと、日本の経

済がこれだけ上へ上がってこれないのは、将来の見込みがないということです。人口が減って、高齢化し、不良債権はものすごく多い。しかも政府の借金が600兆円か700兆円ぐらいある。日本のGDPは500兆円ですから日本全体で1年間にもたらす付加価値よりも政府の借金のほうが多いという、5、6年前のイタリアみたいな経済です。

よく言うんですが、ユーロというお金がヨーロッパで使われておりまして、ヨーロッパの一大経済圏をつくるために貨幣を統合しました。そのときに各国がユーロの仲間に入れてくれるかどうかというのが一つの大きなポイントで、イタリアが危なかったのです。なぜ危なかったかという、ユーロを発行してユーロを使うという仲間に入れてもらうには、公債の発行残高がGDPの1倍を超えてはいけないという縛りがありました。日本は仮に700兆円とすると500兆円のGDPですから1.4倍の公債があります。だから日本がユーロに入ろうと思うとそれはできないというぐらいの、大変な状況にあります。

そういういろんなマクロ経済、ミクロでもそうですけれども、行き先の不透明感が今の日本のデフレ経済のまさに元凶だというふうに思いますが、交通とか公益事業とかこういうことをやっていると、少しでもお役に立ちたいというか、新しい産業を生み出したいと思うようになります。そのときに観光というのが一つ大きなキーポイントとなります。経済が成熟してくるといろんなことが起こります。今、世界中の先進国というのは競争して新しい技術、例えばITであるとか、知的財産である教育などでどんどん競争しているわけです。経済が成熟化してきたとき、一つの競争のポイントに観光というのがあります。

観光というのはうまい具合に観光の資源を持っていると、とても有利です。スイスはとてもきれいな山があってスイスに行ってみたいという国全体のイメージをつくり上げます。それによって観光が栄えるわけです。恐らく日本も資源という面では非常に豊富なものを持っています。

私はびっくりしましたけれども、今日は尾道ですからここに来るときにガイドブックを見せていただいて、大林監督の3部作で尾道が舞台になったというのは知っていましたけれども、それ以外にもたくさんの映画の舞台になっているのです。これ自体大きな資源となります。フィルムコミッションという世界組織がありますが、要するに映画のロケ地の誘致が、その地域の経済発展あるいは地域の知名度を上げます。いろんな意味で役に立つだろうということで、世界的組織としてフィルムコミッションをつくって映画のロケ地の誘致をします。具体的には、こういういい場所があるよと言っているだけではだめなので、そこにこういう組織があって支援ができる、あるいは機材などはこういうところから調達できる、こんなことを組織的にやるところがあります。

考えてみれば尾道というまちは、フィルムコミッションが今やろうとしていることを自然的というか、先駆的というか、実践してきたまちです。そういう面ではものすごく観光的ポテンシャルをお持ちです。恐らく日本全体で見ても観光のポテンシャルのは強いだろうと言えるわけです。これから高齢化して人口が減っていく中で、物をつくるのはもちろん重要ですし、知的な財産をつくっていくのももちろん重要ですが、例えば地方で地場に根づいた産業で何をやるかというときに、観光というのは一つのポイントになるということです。

地域経済で観光というのは非常に重要だということでありまして、経済が国際的になり、ソフト化してきます。東南アジアからもお客さんがたくさん来ます。中国の人口というの

は 13 億人いますけれども、13 億人のうちの 1 割の方が日本並みの所得を得るということを想定していただくと、日本の 1 億 2,500 万人ぐらいの人口と同じぐらいの所得階層が中国にポコッとできます。その人がもしも海外へ出発めると、今日本人が年間 1,000 万人以上行っていますけれども、それと同じぐらいの効果を持つということになります。そうすると、例えば日本の地方で中国の方をいかに呼んで観光を振興していくかというのは大変大きなマーケットであります。

ちょっと前までは台湾、韓国の方が日本に來られて、特に台湾の方は雪を見たことがない方が多いので、札幌のニセコとかに行かれて雪を体験されたり、温泉に入ったりしていました。もっとも、最近はずっと都会型の観光になりまして、大体東京ですと秋葉原へ行って家電を買うというようなことになってはいますが、いずれにしてもいろんな意味で都市だけではなく、地域も観光というもので潤ってくるのだらうということです。

恐らくそういった観光を目指す人々を寄せることができる、集めることができる地域は、地域全体が活性化します。活性化するだけではなくて地域が変わります。そんなことを発表したものが、“国家的課題としての観光”という報告書で、去年の 6 月に発表されました。日本経済調査協議会というシンクタンクがつくられました。JTB の会長の松橋さんが去年の 6 月に報告を出され、10 個の提言をされています。日本でこれから観光がどれだけ重要なのか、あるいはそのときに国とか地方自治体はどういうふうインボルブメントするのか。こんなようなことを出されています。若干順を追って提言を見ていきたいと思いません。

大げさですけども提言 1 として、今こそ観光を重要な国家総合戦略にすべきだということです。先ほどちょっと申し上げましたけれども、日本の産業構造の中で観光というもの占める役割がこれからどんどん大きくなります。その意味では戦略産業として観光を位置づけるということです。そのために今、観光を一番推進しているのは国土交通省の観光部というところがございまして、そういう一部ではなくて省庁横断的に関連する総合政策で観光を推進すべきだとか、あるいはブランドをつくりましょうということ、私の同僚の先生で“コーポレートブランド経営”という本を書かれた人がいますけれども、要するにイメージをつくるということです。さきほどスイスの話をしましたけれども、日本という国の観光のブランドをつくるということが総合的な施策の中で必要だらうということです。そのためには首相ブレイン制度と具体的に言われていますが、要するに首相のもとで、今経済政策などがうまく行っているかどうかは別としてブレインの方がやられていますけれども、観光についてもブレイン制度をつくるぐらい重視をしたらどうかというようなことです。ですから通商政策の中にも位置づけて観光というものを世界に広め、日本の中に来てくださいますということをやっていくということです。

提言 2 は、VISIT JAPAN ということをやったらどうかということです。日本の中での観光というのはもちろんありますが、これからは先ほど言いましたように中国の経済発展、あるいは台湾、韓国、その周辺の国々から人々を呼び、もちろんヨーロッパ、アメリカなども視野に入りますが、いずれにしても日本に来てもらうのです。インバウンドツアーと言いますが、そういう形での政策を推進すべきだということです。広報活動をなさいますか、あるいは日本というのは顔が見えないとよく言われます。日本人というのはどこへ行っても人はいいんですが発言しません。だから日本人というのは非常に何を考えているか

わからないんですが、観光というものを行き渡らせ、向こうから来てもらい、日本を知ってもらおうということで、それは大げさに言うと安全保障にも結びつくんじゃないかというようなお話をされています。

それから魅力づくりです。今の二つは国全体でやりましょうという話ですが、提言3は地域の話です。ここがポイントです。本物、オリジナルをつくり、それを地域主権でやるということです。私もいろいろなところに行かせていただいて県の計画や市町村の計画、あるいはいろんな施策を議論させていただくんですが、大体どこへ行ってもよく金太郎飴と言いますが、同じようなものです。ここに空港をつくって、ここにサイエンスパークをつくって、こういうふうなもので、観光でも同じでありまして、温泉がいいと言うと温泉をみんなバーツとつくってしまいますが、恐らくそれはだめです。ここが難しいのですが、どこでも優等生になれるわけではありません。観光というものはポテンシャルがあって、そのポテンシャルをいかに活かしていくか。本物をつくらなければだめで、人のまねをしてもだめです。そういうものを地域主権でやりましょうというのがこの提言です。

それは恐らく観光に限らず地域主権ということ自体を確立しなければいけません。行政の仕事かもしれないけれども、それよりもむしろ民間の地元の方々がこういうものをつくる、こういう国をつくる、こういう地域をつくる、こんなようなことを提案してそれを実現するという事です。地域で本物の魅力をつくり、ムーブメントと書いてありますけれども、そういう運動を起こしていくということが重要です。

公共事業については、これもよく言われることですが、道路をつくるにしろ何にしろ観光のためには公共事業が必要ですが、基本的には目的ではなくて手段で、ここがポイントです。これはどことは言いませんが、よく空港をつくったのはいいけれども使われない、港湾なんかもそういうケースがあります。私もつくるときにいろいろご相談を受けるんですが、1回それをつくってしまうとあまり使われません。例えば県の中で空港をどういうふうにリンクさせるかとか、県の計画として工業団地があって、こういうことがあるときに空港にどういうふうに位置づけるかなんてことはあまり議論されません。つくったらつくりっ放しというケースがないとは言いきれません。そういうものではなくて、どう使うかということまで見越していかなければいけないというのが公共事業の本質だと思います。

また言いますけれども、本物、オリジナルを地域主権でつくっていくということが重要です。尾道ブランドって何か、ということをやります。これです。一方で地域はいつも競っています。これは会社が他の会社と競争するのと同じようなところがあります。この地域がこんなことをやれば、あの地域はこんなことをやってもっと人を呼びたいと思います。そういう競り合って、競って独自のものをつくっていくのが良いのではないかと思います。

このレポートの中で一つ大きいのは景観です。このレポートの結論は観光とか世界から人が来てもらおうと思ったら、地域を革新し、まちをつくり直さなければだめで、公共事業をやった云々の話ではなくて、例えば看板をどうするだとか、街角のゴミをどうするだとかから始まって、街全体をつくり直すことで、景観というのは非常に大きなポイントです。地域ルネッサンスなんていうことを使っており、言葉はどうでもいいのですが、今申し上げたようにまちをつくり直し、そのときに外部から評価を受け、支援を受け、こういうものを素直に受け取る。それを一つのインセンティブにするということです。私は先ほ

どから尾道について非常に良いところだと申し上げましたが、そういう評価を大切にされるということです。それから住民が主体となって共同事業をやって地域をつくるということです。

どちらかという、ハードで何か物をつくるというよりもソフトで規制をつくるのが重要です。有名な例は熊本県の空港から市内まで、空港のアクセス道路には看板は立っていません。これは条例でつくらないということになっているのです。非常にイメージが違います。初めて熊本へ行かれた方が非常にきれいな街並みを見ていくことになります。看板というのはないと困る場合もありまして、熊本のケースだと、レンタカー屋さんの看板がないのでどこにレンタカーがあるのかわからないという問題もありますが、恐らく看板は一つの例ですが、そういったソフトの規制でうまく作り、地域固有の景観とか雰囲気を出し出す。住んでよし、訪ねてよしのまちづくり、こんな標語になります。

お手元の資料にはスイスのツェルマットのポリシーというのをご紹介してあります。心地よいという一つのキーワードで地域が良くなっていくということでございます。

少子高齢化になってくるとやはり観光で交流をするというのは、一つの大きなポイントで、地域の元気につながるということは先ほどから言っているとおりです。これを具体的にしましょうというので、Tourism Satellite Account、要するにその地域の経済に観光がどれだけ影響を持ったかというのを、実際に例えば地域の所得、GDPだとかを計るのと同じように計ることができます。このようなものをうまく使ってやると観光の効果が明らかになって、より観光を推進する力になります。沖縄のケースでいうと11.5%ぐらい県内総生産の源泉が観光だというふうになっています。こういうのを日本全体で広げていくのも一つの手だろうということです。

次の提言6は、マクロの話ですので簡単に済ませたいと思います。要するにもっと休みをつくったらどうかということで、ただ単に休むだけではなくてうまく人々が交流できるような休みの仕方、それは例えば家族という単位が動くということです。今日本で私などもそうですけれども、子供が学校へ行っていますと連休、子供と一緒に動けるのはそこしかないです。そうすると連休は混んで、高く、宿が取れない、車が渋滞するということになってしまう。例えばイギリスなどは家族と過ごすということで申請すると休暇が取れるような制度になっていたりします。スイスではスキーというものを重視してスキーのための休暇というのを取らせるということもしています。これがいいかどうかはありますが、日本の風土に合った休暇制度というのもこれからはいいのではないかと思います。単に休みを増やすだけではなくて、ある意味では戦略的な休みの取り方というのもいいのではないかと思います。レポートでは心身の健康にも役立つと書いてあります。

提言7が恐らく地域の方に非常に重要だと思います。プロフェッショナルをつくれという話です。大体先ほどありましたようにオリジナルものを皆さんつくりますが、やっぱりだれかコアになる人物がいて、地域の観光振興をプロデュースしてそれを実践に移していく人が必要です。これは観光だけではなくて地域経済の活性化というのは10年、20年、30年と長い間いろんなところで議論されて、成功したところ失敗したところありますけれども、観光の場合は特に、成功したところの基本はやっぱりコアになる人、プロデューサーがいます。ソフトが非常に重要なポイントになりますので、プロデュースしていく人が必要だということです。ですからコーディネーターをいかに育てていくか、これが一つの

ポイントになろうと思います。

特にNPOとか民間活力、さらに言うとボランティアの人たちの役割なども重要です。よく言われるのでご承知の方が多いと思いますけれども、アメリカのワシントンDCにスミソニアン博物館がございます。これは世界一の博物館で、例えば航空宇宙から始まってアメリカの歴史だとか科学、いろんな分野の博物館として広大な土地に幾つかの博物館があります。それを運営しているのはほとんどボランティアの人です。ボランティアの人がスミソニアンで働きたいということでかなりの部分の運営をやっています。日本でボランティアというと、完全無給で手弁当で行くというのが基本ですが、そんなことはありません。ある程度のお給料をもらいます。お給料をもらってもいいのですが、そのお給料以上の働きをする、これがボランティアです。それでスミソニアンというのはワシントンDCの世界的に有名な博物館で、それだけでもワシントンDCに行く価値があると言われてきますけれども、そういうボランティアとかNPOの活用というのも一つのポイントだということです。

住民参加とか共同事業とか、いろんなやり方があります。いずれにしてもプロフェSSIONナルをつくるのが重要です。それはボランティアであってもいいし、NPOであってもいいのです。とにかくコーディネートしてプロデュースする人がコアになるということが提言7でございます。

あとはソフトのインフラですが、スムーズな人流を実現するということです。例えばインフォメーションをちゃんと置いてくださいということです。このレポートにはないのですが、別のところで観光のことを議論しているときに一番問題になるのは、習慣の違いです。特に外国の方が来られたときには、日本人はあまり外国の方と接する機会がなかったので習慣の違いをうまく理解されないところがあります。もちろん言葉の問題がございましたが、それだけではなくてお風呂の入り方、ご飯の食べ方、布団の寝方、畳み方、いろいろあるわけです。そういうところをソフトの面のインフラとしてうまくつくり、最低限、例えばインフォメーションをつくりましょうというようなことです。

それからサインです。大体、交通標識というものは進入禁止だとか駐車禁止というのは世界中どこへ行ってもわかるようになっていますが、トイレ、階段、エレベーター、エスカレーター、こんなサインもうまく統一すると全然違います。これはいろんな国の言葉を書かなくても、わかればいいのです。また、これからは高齢者ですから、バリアフリーで高齢者が来ることのできるインフラをつくらなければいけません。

先日亡くなった岡並木という交通評論家の方がいらっしやいまして、話す機会があってよく言うのですが、高齢者になったりハンディキャップを持ったときにどうなるかということを経験するために、例えば私は東京の人間ですから成田空港から大きい荷物を持って東京のあるホテルまで行きます。そのときにももちろんリムジンバスで行ってしまえばいいのですが、そうではなくて鉄道、あるいは地下鉄を使います。そうすると、いかに日本の駅あるいは交通施設がバリアフリーになっていないかがよくわかります。こんなことを考えれば、これから高齢者とか家族で移動するときのインフラをつくることは非常に重要だと思います。実はそれは日本人だけじゃなくて外国から来た方もそうです。恐らく体験ある方がいらっしやると思いますけれども、ロンドンの地下鉄というのは非常にわかりやすいです。大体乗り換えでも何でも矢印に沿って行けばすぐに乗り換えられるようになって

います。見習う点も非常にあるのではないかというふうに思います。

こちらではあまり関係ないかもしれませんが、一応提言では首都圏の空港ということになっています。今、羽田の空港を再沖展にしようとか、成田をもっと有効活用しようとか、場合によっては首都圏第3空港をつくろうというような議論をされていますけれども、どこまで財政負担ができるかどうかわかりませんが、とにかく東京に空港が必要だということは重要なポイントだと思います。

そして観光事業者として積極的な時代的役割をとということで、社会的役割をもっと認識した事業展開をなさいとか、自ら観光事業者が主体として魅力ある地域づくりを推進しなさい、要するに観光事業者と地域の連携を強くすることによって魅力を上げなさいとか、生きがいの創造等、みんなが団結して観光の振興をしようということであります。

そのような提言がございまして、私が今日ここでお話しするときに、しまなみ海道、尾道を中心としてここからどんなことができるか、どんなことが参考になるのかいろいろ考えてみたのですが、セブン・マイル・ブリッジというのがございまして、これはアメリカの例です。アメリカのフロリダの南端部にキーウエストという島がございまして、私のアメリカの友人に言わせると、キーウエストというのは日本で言えば沖縄のような感じのところかなということでありまして、その意味では観光ポテンシャルは非常に高いところなんです。そこをうまく観光振興するというのが彼らの戦略にかなうことはもちろんでして、どんなことがそこで行われたかということ、橋を使ってうまくリゾート地をつくったということです。



地図を見ていただくと、フロリダ州が半島になっておりまして、ここにあるのがキーウエストというまちです。アメリカの最南端のまちで、キーウエストの南側の縁にアメリカ最南端の地ですよという碑が立っています。フロリダですのでマイアミ、オーランドというまちがあり、ディズニーワールドがあつて有名なところなんです。キーウエストについてはマイアミが非常に大きいですが、マイアミからこういうふうにキーウエストに行きます。実はこの部分が全部橋なんです。昔フロリダにある有名な事業家がいて、彼は1800年代に、最近はやりの言葉で言えば一つのビジネスモデルを思いつきました。それは何かというと、ホテルと鉄道を一体化して鉄道で客を集めてホテルに泊めるというのが彼のビジネスモデルなんです。それでフロリダ州の中でたくさんの鉄道をつくって有名になった人がいました。彼が思いついたのが大変な場所ですけどもキーウエストで、ここに大きいホテルをつくってマイアミから鉄道で結ぼうと考えたわけなんです。考えただけではなくて実際にやりました。ここに鉄道の橋がまずできました。それでキーウエストというのはリゾート地として栄えはじめました。

ところが1930年代ぐらいに大変大きな台風がやって来て、鉄道の橋が部分的に壊れてしまいました。30年代というアメリカの自動車が普及したのがフォードのT型と言われていますが、それが1920年代、大不況の直前ですけども始まって30年代、40年代と普及して、自動車が大変な勢いで普及してきた時代でした。30年代にこの橋が台風でだめになりましたので、その後、ここを自動車橋で結んだんです。ところがこの辺の景色たるや非常にすばらしく、これが自動車橋で、こちらは全部海なんです。これはかつて鉄道が走ってい

た橋です。部分的には鉄道橋を使ったりしていますけれども、こういうふうに新しい橋をつくりました。セブン・マイル・ブリッジというのは7マイルだけではなくて、ここにはキーラルゴとかマラトンというまちがあって、そのまちを結びながら島を結んでキーウエストまで行くというのがセブン・マイルド・ブリッジで、とにかくきれいなところへ行くという橋であります。

一方、キーウエストという最南端のまちはどういうところかという、世界でも珍しい灯台の博物館がありまして、そこに灯台が陳列してあって灯台に乗れるんですけども、その上からキーウエストのまちを撮るとこんな感じです。有名なのはヘミングウェイが長い間ここに住んで著作活動をしたということです。これがヘミングウェイの家ですが、今申し上げた灯台博物館の灯台の上から撮ったヘミングウェイの家です。これはヘミングウェイが通ったといわれるスロッピー・ジョーズというバーです。本当の位置は別のところですけど、この店に通ったというのでここが有名なところ。パン・アメリカンの発祥の地でもあります。

ここで何をするかというと、たわいもないことをするわけで、サンセット・セレブレーションというのをやります。ここにSunset Celebrationと書いてあります。もちろん曇っていたり雨が降ったりしたらだめですけども毎日、夕陽を見ましょう、それで大騒ぎしましょうということをやります。夕陽を見るためにヨットでみんな出かけ、あるいは岸にはみんなが夕陽を見ながら音楽を鳴らしたり踊ったり、もちろんお酒を飲んで大騒ぎする、こういうのをサンセット・セレブレーションと呼んでいて、それがこの一つの売りです。夕陽に向かってヨットが行く姿というのはとてもきれいだと思いますが、とにかくキーウエストは夕陽で、夕陽を見ながらお酒を飲んで、その後はバーに行って大騒ぎをするというスタイルで売っています。

私も一応研究者ですからお土産話をしてもしようがないので、どんなことかと言うと、継続的に何か運動をしていくということです。単発でよく、最近あまりはやりませんが、日本でも一時、イベントビジネスがはまりました。イベントをバツとやるとそのときだけ何百万人来ましたということですが、それが終わるとシュンとなってしまいます。本州四国の連絡橋の場合もちょっとそういうところがございましたが、そうではなくて継続的に人を呼べるようなものをつくり、単発でない継続的なムーブメントを作ろうということです。今のキーウエストのケースは単純に夕陽を見ましょうと、それだけですからもちろんヘミングウェイが見ましたということもあります。例えばしまなみ海道だって、平山画伯の美術館は素晴らしいものがある、そういうものを活かして継続的にやっていくということがポイントだと思います。心地よさ、景観、人々、みんな気持ちいいというように、観光というのはやっぱり気持ちよくないとだめです。だから景観がよくて、ああ素晴らしいと思うのと、そこに行って人々が本当にいい人だなと思わせることが重要です。キーウエストはそういう面ではいい人ばかりです。特にみんな酔っぱらっていますから、けんかもありますが、みんな陽気に南の島で大騒ぎするという、これをしまなみ海道でやれとは言いませんが、とにかく人のよさをつくっていくということだと思います。

もちろん、これはありふれた古い言葉ですが情報発信機能で、こういうものをやっています、ああいうものをやっていますということをつくっていくことが重要です。それから同じことをずっとやってもそれは無理です。東京ディズニーランドだってさすがに20

年近くたってきたら新しいものをつくらなければと思って海をテーマにしたディズニーシーをつくられました。あのディズニーランドでさえそうです。必ずリピーターを呼ぶには革新しなければいけませんから、これは地域でやっていくのは難しいです。さっきのプロデューサーの方が継続的にずっと見ていって、こんなもの、こんなものと企画しなければいけないし、それなりに地元の協力も必要だしお金もかかりますが、そういうことがないと継続的には人は来ないということだと思います。

そしてマーケティングです。これはやっぱり重要です。これは観光だろうが交通だろうが何だろうが、マーケティングが重要だと最近のはやり言葉になってきました。基本的なことだけ言うと4Pと言います。マーケティングの4Pというのは、一つはプロダクトで、どんな製品を売るのか、どんな商品をつくるのかです。プレイスはどこで売る、だれに売るかということです。プロモーションはどんな宣伝をするのかということです。プライスは、値段をどう決めるか、ということです。これを合わせてマーケティング・ミックスと言っています。

大体、マーケティングといっても今までは工業製品、物をどういうふうにするのかということを中心として議論していますから、まずどんなものをつくるか、どこで売る、どういう宣伝をする、あるいは幾らにする、こういうことになりませんが、観光とか交通一般そうですけれどもサービス業、特に属地性があるもの、これは尾道にしかない、というようなことが重要です。さっきのキーウエストでサンセット・セレブレーションというプロダクトをつくりましたが、これは他にありません。もちろんそれを他でまねしてもだめで、あれはあそこのオリジナル、あそこのポテンシャルで、そういうプロダクトをつくったということです。

プレイスは決まっています。そこしかないのですから、これは普通の工業製品とは違います。けどどういうふうにするか、プレイスは重要です。特に日本は今デフレになりどんどん物価が下がっていると言われていますが、日本のサービスというのはとても高いのです。日本人の件数が高いのかもしれませんが、より多くの人に来て、より多くのお客さんを呼べれば、ボリュームが出て当然コストが下がります。このようにすることで下げるしかないし、日本人の件数が高いのだったら1人の人のサービスをより多くの人でシェアするという方法もあります。例えばタクシーは1人の運転手さんに私が乗って移動すると彼を完全に私が独占しますが、それを例えば5、6人でシェアすると1人当たりとても安くなるという話です。バスだともっと安くなりますが、大きくなってしまえば固定費がかかるという問題もありますが、いずれにしてもそういう形でうまくプレイスを決めることができます。

そういったマーケティング・ミックスというものを使うことが、恐らくこれからの地方自治体とか地域の観光、情報発信、こんなところに大きく寄与するのではないかと思います。

早口でいろいろとお話をしまいましたが、私が申し上げたいのは、民営化推進委員会あるいは政府の申し合わせ、いろんなことで改革になると思います。それについてどういう改革がいいのか、どんなメリットがありデメリットがあるのかというのは最初のうちにちょっとお話をしたところであります。これはもう少し議論を詰めていかなければいけないし、政府や皆さんの委員会の議論を見守っていかなければいけないと思います。ただ、

やるべきことは何かというと、どういうふうに今までのストックを活かすかということで、ここではしまなみ海道をうまく使っていくということだと思います。必ずしもヒントになったかどうか分かりませんが、一つの考え方を皆さんにご提示できたらよかったかなというふうに思っています。大体私の持ち時間の1時間をちょっと過ぎたようです。最後までご清聴いただきましてどうもありがとうございました。

司会

山内先生ありがとうございました。会場の皆様にはしまなみ海道の活性化に向けて大いに参考になったことと思います。せっかくの機会でございますので質疑の時間を設けております。ご質問がある方はどうぞ挙手をお願いいたします。

ご質問等ございませんでしょうか。ないようでしたらこれで終了させていただきたいと思えます。山内先生にいま一度盛大な拍手をお願いいたします。

会場の皆様には長時間にわたりご静聴いただきましてまことにありがとうございました。これをもちまして“しまなみ海道活性化シンポジウム”を終了させていただきます。どうぞお気をつけてお帰りください。

以上