

CONTENTS

経営トップのビジネス論…………… 佐々木隆 (株式会社 JTB 社長) 1	シリーズ 韓国最前線 …………… 劉亨淑 6
Retrospect! …………… 羽田耕治 (横浜医科大学歯学部教授) 4	シリーズ 琉球便 …………… 曾山毅 7
「旅行業講座」まもなく受付開始! …………… 5	講座修了生のその後 (コーネル大学より) …… 川井徹也 8

経営トップのビジネス論 ～第二回～



佐々木隆氏

1943年生まれ。東京大学理学部卒。1967年日本交通公社(現JTB)入社。1996年に取締役財務部長、2000年に常務取締役西日本営業本部長に就任。2002年6月から現職。

9 Q / 9 A

- 尊敬する人物 秋山真之 (司馬遼太郎著『坂の上の雲』の海軍参謀)
- 至福のとき ない、本当にないです。社長を終えたときに訪れると思います。
- 好きな場所 ハワイ
- 愛読書 コリン・ウィルソンの『賢者の石』 (若い頃、25回読みました。)
- 過去最大の仕事の失敗 入社1年目、大阪に赴任していたときのことですが、お客様のキャンセルを社内に伝え忘れ、自腹で穴埋めをした事(当時の給料の半分)。
- 生まれ変わっても今の職業を選びますか それは絶対にないでしょう。また同じ会社に行こうという人はよほどの物好きですね。今度生まれ変わったら、我慢して勉強してアカデミーの世界に進みたいです。
- 今の生きがい JTB グループを安定成長の軌道に乗せること
- 健康管理 散歩とサプリメント
- 最近の関心 中国でしょうね。インバウンドの視点から、今後アジア域内の交流が爆発して大きなビジネスチャンスが訪れると思います。

株式会社 J T B

代表取締役社長 佐々木 隆 氏

旅行業界を取り巻く厳しい環境の中、株式会社 JTB は、「交流文化産業への進化」や 2006 年 4 月からの「分社化」によって、従来の旅行業におけるビジネスモデルを転換しようとしている。『観光研究所だより』第 2 号では、この大変革の舵を取る、佐々木隆代表取締役社長にお話を伺った。

■ 旅行業界全体の現状についてお聞かせください。

旅行業界は、完全に流れが変わりました。何が起きているかと申しますと、今から 25 年くらい前に大手旅行会社に入社した人は、お客さまから見ると尊敬できる存在でした。当時は、ほとんどのお客さまにとって海外旅行が初めてである上に、生涯に 1 回の旅行でしたから。そのような状況では、社員が勉強すると、それをお客さまが評価してくれるので、仕事を通じて自分がどんどん成長していく実感を持てたのです。そういう時代が長く続いたのですが、バブル崩壊後、流れががらりと変わりました。要するに、今は一所懸命にやっても、後ろのほうの席で「あなたその英語ちょっと違うわよ」と。そのくらいお客さまのレベルが上がってきたのです。たとえば、2、30 回ヨーロッパへ行ったことのある人はざらにいらっしゃいますし、しかもそういう方々が、インターネットという強力な武器を持ったわけです。

従来、我々は、売り手と買い手の情報のギャップを利用して商売をしてきました。売り手のほうが常に多くの情報を持っていましたので、お客さまは信頼して我々が勧める商品を買っていたのですが、インターネットによ



って完全に逆転したのです。今は、「旅の窓口」*1のような我々の気が付きもしないようなものが、あっという間に成長する時代です。

現在は、局地戦のようなものです。我々は正規軍として、国内から世界中にいたるまでを守備範囲としている。しかしお客さまは、ある特定の、例えば万里の長城の知識だけ膨大に持ってやってくるのですから、太刀打ちできません。そういう意味で、社員は正規軍で、お客様はゲリラです。ほろ負けです。

また、お客さまはカウンターに座って「良いところを紹介してくれ」ではなく、はっきりと目的をもってやってくる。「フランスに行く」ではなく、「ルーブル美術館に3日間行く」など、限定しているのです。つまり、均一のクオリティーの商品を大量に供給すれば事足りるという時代は変わってしまい、昔のような「付和雷同型」商品の提案ではうまくいかない。創業以来、常に前進し続け、前年より成績が良い、そういう中で生きてきた人たちが、ある日突然まったく違う世界に入ってきたのです。人は、自分の頭の中が一番切り替えにくいのです。そのことに各社は苦しんでいるといえます。

「学生時代に儲けることのできた人。これが最高ですね。」

■ JTB が求める人材も変わってきているのでしょうか。

結局、我々は商売人がほしいわけです。サラリーマンでなく、商売人ですね。一番望ましいのは、学生時代にサークルでも何でもいいですけど、儲けることのできた人。これが最高ですね。それが難しいのであれば、自立している人です。自立しているというのは、自分の考え方で行動できる人です。就職活動のとき、我々は間接的にサークル活動などを聞きますが、あれも結局、自立を確認しているようなものなのです。人に揉まれなかなかなか自立できません。また、物事に最初から最後まで成功する人はいません。いろいろ浮き沈みがあります。沈んだときに、つまり、周りの人より自分の数字が出なかったときに、あきらめてすぐ変えちゃう人は、ダメなのです。そこで頑張れるかどうか。ある意味で、専門分

野を作れるかどうか、ということにもなります。国際感覚も重要です。まず、語学。できれば、旅行したり、短期留学したりして、世界を広げている人でしょうね。

一昨年、SARSによって海外旅行が落ち込んだとき、あるセールスマンがお客さまを訪ねたところ、名刺を投げ捨てられたそうです。SARSその他で海外旅行にリスクがあるときに、大切な客を海外旅行へ連れて行くとはどういうつもりだ、と。そこで、彼は一念発起して「販売促進支援事業」という名刺を上司と相談して作ったわけです。もちろんそれは架空です。しかしそういう仕事をやります、と持っていったら、3倍ぐらいのお客さまが会ってくれたそうです。我々は「ディレクターからプロデューサーへ」と言っていますが、求めているのは、社員一人ひとりがプロデューサーのところまで自分の仕事を高められるか、高めるように行動できるかどうかということです。名刺を投げ捨てられて、そのまま泣いて、次の会社へ行った人はダメです。ものの考え方です。

「大きな財布から小さな財布へ」

■ 分社化についてお聞かせください。

今回は経営体質の変更ですから、完全なトップダウンでした。分社化の大きな狙いですが、社員には「大きな財布」と「小さな財布」と言っています。「大きな財布」というのは、わが社は既にグループとして150社くらいあり、連単倍率で単体よりだいたい3倍くらい利益が拡大する。その大きな財布を使って、グループの問題をグループ全員の力を結集して解決してきました。今回私がやろうとしていることは、その環境を大きく変えることです。今後、それぞれの10いくつに分かれた持ち株会社は財布も小さくなりますから、それだけ自分の会社がどういってお客さまを対象として、どういビジネスで成り立っているかを真剣に考え、そのマーケットを深めていきます。そうしないと生きられない。そういう意味での厳しさがどんどん出てくるということです。持ち株会社を作った最大の理由は、マーケットがどんどん分裂していった、細かいマーケットの集合体へ変わった。だったらそれぞれのマーケットごとの事業体を無数に起こしていくしかない。そういう考え方です。

例えば、グループの中に従来にない会社があれば、その会社の評判がJTB全体にハロー効果をもたらす、そういうことを目指しているわけです。多分、賃金格差はついてくるでしょうね。儲ければ、賃金は取り放題と言えますから。アクティブに自分が行動して結果が出たら、従来以上に楽しめる業種にはなっていくでしょう。今までと違って、同じ大学を卒業してJTBグループに就職したけれども、10年ぐらい経ったらお互いに話が合わなくなったというような、そこまで行きたいです。

■ 分社化に対する社員の反応は？

はっきりいって戸惑っています。それと、会社が小さくなると将来の選択肢が減るんじゃないかという不安感があります。今のところ彼らに対して話しているのは、ある意味で夢を捨ててほしい、ということです。夢というのは、就職するに当たって膨らませた自分のイメージのことです。会社ごとにはっきり性格は伝えますから、その会社を選ぶときに、それにプラスのことはその先に待っている（あなた達次第です）というやり方です。すでに2004年6月に分社化をした出版の会社（JTBパブリッシング）の社員は、分社化について設計している間は怖がっていました。でも、分社する3、4ヶ月前に労働条件を全部決めて、「行きますか？」と聞くと、一気に盛り上がりましたね。覚悟したと。今度の場合は分社化のちょうど半年ぐらい前、10月頃にそれぞれの会社の目指す方向や賃金体系などを発表して社員の再募集を始めます。そうなる一気に盛り上がるでしょう。

1万人も社員がいる大きな組合が、わずか1年という短期間で、これだけの大きな変革によく合意しましたね、というのが大株主の方々の反応です。私が想像するに、社員の閉塞感だと思います。恵まれた先輩方は、仕事を通じてどんどん成長してお客さまからも尊敬されて、楽しかったようです。でも、今の若い方は違う時代にぶつかってしまったので、閉塞感がある。やはり、なにか変えなきゃいけないと、みんな本当に思っていました。今ちょうど曲がり角ですね。あと2年ぐらい経ったら全部終わって、きれいに曲がれると思いますから、そこから先は、JTBは今とはまったく違う規模とスピードで発展し始めると思います。

■ 今後の店舗の位置付けはどうなりますか。

2005年4月から大きく変えようと思っているのは海外旅行の店舗です。HISさんが現在、若い人を中心に評判を獲得していますが、我々は、HISさんの5年後を相手にして、それを完全に凌駕するようなシステムを作りました。どういう意味かと申しますと、5年ぐらい経つと、熟年の方々を含めて、ほとんどの海外旅行に行く方が自由に行きたいという気持ちを持つと我々は読んでいて、今からそういうことを完全に位置付けておかないと、という考えです。だから素材の組み合わせを提案する場としての店舗が必要なのです。それが第一です。二つ目に、店舗は利便性があります。たとえばショッピングセンターの中に店舗があると、お客さまは「ついで」という感じで使っていただけます。三つ目ですが、最近はインターネットで申し込みをしても、支店で契約と支払いをしたいという方も結構多い。海外に行かれる場合は高額になりますから、情報は自分で調べますが、最後にぼんと背中を押してもらって安心したい、そういう役割です。

「アクティブ・シニアの最大の趣味は“旅行”」

■ JTB が今後、ターゲットとしている世代は？

一番はやはりアクティブ・シニアでしょうね。ものすごく元気ですよ。例えば、他社の一日に6、7箇所も訪問するツアーにシニア層が殺到している。そういう方々は、リタイアすると世界の白地図を購入して、そこに訪問した国や都市をマークしていくそうです。マチュピチュだろうが何だろうが、どんどん行っちゃう。日本のシニア層はこれから増えてくるので、間違いなく65歳からの20年ぐらいは、旅行が最大の趣味になるでしょうね。

また、ここ10年くらい急速に、親が子供にお金を残さないという方向に価値観が変わっています。子供にキャッシュを残しても結局は遺産相続とかでつまらないことになるから、自分の代で使ってしまうと。そういう人たちにとって旅行は最適です。使ってもモノが残らないから、非常に助かる。したがって、旅行や旅行にかかわるエンターテインメントが、これから先どんどん爛熟して、拡大していくことは間違いありません。

■ 被災した観光地へのアプローチは？

新潟の時もスマトラ沖の時もそうですが、実際に起きた被害よりも心理的に長引く「風評被害」が起きています。その長引く期間が日本の方は特に長い。したがって今回の場合も、タイ政府を含めて現地の方は、はっきりと心配しています。日本人の集中していたホテルの稼働率はまだ10%くらいでも、欧州の方が集中していたホテルは60%くらいに回復しているのです。したがって、不謹慎にならないようにしますけれど、やはりある部分まで積極的に後押しをするつもりです。今度2月末には世界各地のJTB支店長会議をブーケットで開きます。

■ 本日はお忙しいところ、ありがとうございました。

(インタビュー：2005年2月1日)

註

*1 旅の窓口：

宿泊予約サイトの草分け的存在。1996年「ホテルの窓口」の名称で日立造船情報システムが開設。1999年、旅行の総合サイトとして「旅の窓口」へリニューアルした。その後、2004年9月には「楽天トラベル」のサービスと統合、日本最大の宿泊予約サイトとして、支持を集めている。現在は、宿泊施設に限らず、ツアー予約や航空券、レンタカー予約など、旅に関する情報を無料で提供している。



Retrospect! vol. 2

横浜商科大学商学部教授 羽田耕治

いきなり何であるが、観光講座受講後、30 有余年経ってから「観光講座の思い出」について、原稿を頼まれようなどとは思ってもよらなかった。講座内容の記憶もあまり定かではない。

私が立教大学社会学部観光学科に入学したのは、1970 年 4 月のことである。今でこそ観光系の学部・学科を擁する大学は数多いが、当時、学科として「観光学科」を持つ大学は言うまでもなく立教大学のみであった。観光学科を選んだ理由は、「楽しそう」「他人が勉強していない、ユニークな勉強をしてみたい」ということに尽きる。

ホテル観光講座については入学時にはその存在を知っていた。1 年入学と同時に受講申し込みをするべきか否か、さらに受講するとしてもホテル講座がよいのか、観光講座の方がよいのか、迷ったものである。結局、確たる進路が定まってもいず、観光に関する勉強も始めていない段階で選択・決定するには無理があるということで、1 年次での受講申し込みは見送った。

私が入学した 1970 年という年は、世情がきわめて騒然としていた年である。60 年代後半に全国の大学で燃えさかった大学紛争は下火になっていたものの、70 年安保闘争の年であり、立教大学でも安保闘争のピーク時には「4 丁目」を、労働者主体の「〇〇地区反戦青年委員会」「〇〇大学△△会議」「新左翼××派」等の色とりどりのヘルメットが埋め尽くしていたことを今でも鮮明に覚えている。また 1970 年という年は、全国で公害問題が深刻化し、「公害元年」として位置づけられた年でもある。

そうした世情の中で、私なりに「(自分が) 観光について勉強することの意味」を改めて深く考えたものである。結論は、「住民が住みよい、人間が生活するのにふさわしい居住環境・地域を、魅力ある観光地づくりを究める中で実現していく」というものである。そのことに思いを定めたことが、その後の私の人生を決めた。まず、大学のゼミを観光地の問題を扱っていた、今は亡き小谷



受講当時の筆者
(小谷ゼミ丹後半島フィールドワークにて)

達男先生のゼミで継続することとした。ホテル観光講座は、ホテル講座ではなく観光講座を 2 年次に受講することにした。

そこで観光講座の思い出ということになるが、観光・旅行系の民間企業、また中央省庁から招かれていた講師の先生方によるご講義は、現実に行き起きている事柄を題材としたものであっただけに知的刺激を受けたものである。日本交通公社、藤田観光、環境庁等々、私が当時知っていた企業・官庁から出講されてきていた講師の講義などは、自分で言うのも何であるが、相当の集中心をもって拝聴していたものである。学部の授業が板書写しが主であった時代に、プリントをもらうことができたり、さらには時折スライドを見せて頂いたりしたことは大変嬉しかった。さらに聴講仲間に社会人や他大学の学生が混じっていたことも大きな刺激となった。

毎週、月・水・金と 3 日にわたって、それも学部の授業が終わってから 16 時 30 分に始まる講義をキチンと欠席することなく聴講し続けることができたのは、やはりこうした普通の授業とはまた異なる魅力があったからに他ならない。もっとも学部 2 年の知識と経験の中で、どこまで講義内容が理解できていたかということ、心許ない面もある。講義によっては、統計的手法を用いた観光地分析など、チャンピオンカンパンの時もあったように覚えている。しかし同時に「自分は高度に専門的な講義を受けているのだ」という高揚感もあった。現在、大学教員として「学生にわかる授業」を要求され、実際自分でも「わかりやすい授業を行っている」という自負は持っているが、そうした反面、自分の講座受講経験からいうと、「わからないことでも、何とかかわらうという気になること」が大切と思う。この点、「わからないのは教え方が悪いからだ」としがちな昨今の学生には物足りない感もする。

ともあれ、講座受講後、小谷ゼミでさらに観光地の問題を詰め、卒業後は講座の講師として何人かのスタッフの方がお越しになっていた財団法人日本交通公社に就職させていただいた。こうしたことを考えると、観光講座受講はその後の私の人生に大きく役に立ち、現在の私の基盤の一部をなしていると言って良い。

羽田耕治 (はだ こうじ)

1974 年立教大学社会学部観光学科卒。同年財団法人日本交通公社に入社し、財団法人日本交通公社へ移籍、調査部に所属。各都道府県、市町村の観光基本計画策定等観光振興、観光と地域づくり関連の調査研究・コンサルタント業務に従事する。1998 年より横浜商科大学商学部貿易・観光学科教授。以降、立教大学観光学部、名桜大学国際学部観光産業学科非常勤講師を歴任。

「旅行業講座」まもなく受付開始!

2005 年度「旅行業講座」の受講申込受付が 4 月 6 日 (水) から始まります。国家試験科目の内容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うように授業を組み立てました。本学の在学生・卒業生はもとより、他大学生、専門学校に在籍する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。 **受講申込受付は 4 月 27 日 (水) まで。**

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

月	日	曜日	火・木曜日 18:15~19:45 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
5月	7	土	総合旅行業務取扱管理者試験について	ジェイティービー能力開発 能力開発部次長 戸村 充男氏
	7	土	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 早川喜世司氏
	10	火	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 早川喜世司氏
	12	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 保氏
	14	土	旅行業法令(1)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	14	土	旅行業法令(2)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	17	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 保氏
	19	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 保氏
	21	土	旅行業法令(3)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	21	土	旅行業法令(4)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	24	火	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 早川喜世司氏
	26	木	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 早川喜世司氏
	28	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 早川喜世司氏
	28	土	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 早川喜世司氏
	31	火	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 早川喜世司氏
6月	2	木	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 早川喜世司氏
	4	土	旅行業法令(5)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	4	土	約款(1)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	7	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 保氏
	9	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 保氏
	11	土	約款(2)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	11	土	約款(3)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	14	火	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 早川喜世司氏
	16	木	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 早川喜世司氏
	18	土	約款(4)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	18	土	約款(5)	社団法人 日本旅行業協会 法務・弁済部長 消費者相談室長 下平 久人氏
	21	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 早川喜世司氏
	23	木	出入国制度(法令・実務 1)	ジェイティービー能力開発 能力開発部次長 戸村 充男氏
	25	土	出入国制度(法令・実務 2)	ジェイティービー能力開発 能力開発部次長 戸村 充男氏
	25	土	出入国制度(法令・実務 3)	ジェイティービー能力開発 能力開発部次長 戸村 充男氏
28	火	海外旅行実務(1)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏	
30	木	出入国制度(法令・実務 4)	ジェイティービー能力開発 能力開発部次長 戸村 充男氏	
7月	2	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 清一氏
	2	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 清一氏
	5	火	海外旅行実務(2)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏
	7	木	海外旅行実務(3)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏
	9	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 清一氏
	9	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 清一氏
	12	火	海外旅行実務(4)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏
	14	木	海外旅行実務(5)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏
	16	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 清一氏
	16	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 清一氏
	19	火	海外旅行実務(6)	シニア旅行カウンセラー、立教大学観光学部兼任講師 亀坂 興紀氏
	21	木	旅行実務英語(1)	ジェイティービー能力開発 研修企画部部長 牛窪 一皓氏
	30	土	旅行実務英語(2)	ジェイティービー能力開発 研修企画部部長 牛窪 一皓氏
	30	土	旅行業の現状と今後のあり方(公開講座)	財団法人 日本交通公社 専務理事 新倉 武一氏
	9月	13	火	総合旅行業務取扱管理者試験 模擬試験

シリーズ 韓国最前線 ~その式~

東明情報大学校社会科学大学ホテル経営学科専任講師

劉 亨淑

윙빙
(Korea Wave, 韓流)

韓国観光公社 (KNTO) が 2004、2005 年度海外マーケティングテーマを「韓流」と決めた。昨年から散発的に行われてきた「韓流マーケティング」を今年からより体系的に進行させるため、「韓流マーケティング推進企画チーム」を構成し、具体的な事業計画を検討することだ。また、韓流マーケティングが観光商品開発と観光客増加に寄与することから、政府、自治体、関連業界などの協議会も準備中であり、「韓流マーケティング」の相乗効果を期待できそうだ。

「韓流」とは、1990 年代後半、中国のマスコミが初めて使った造語で、他の文化が強くて冷たい流れで入ってくるとい意味の寒流 (ハンリュ) の同音異義語である韓流 (ハンリュ) が通用するようになってから本格的に使われてきた。韓流は中国、香港、台湾、日本、ベトナムなどを中心に、韓国の音楽、ドラマ、映画、ファッション、ゲーム、飲食、ヘアスタイルなどの大衆文化と韓国の人気芸能人に憧れ、真似しようとする文化現象をいう。韓流は、他国へ我々の文化を紹介できる機会があり、大衆文化の輸出のコンテンツとして経済発展に貢献しており、韓国の良いイメージを作ることで国際関係の好転にも貢献している。アジア文化産業交流財団¹は、2004 年「韓流」で発生する経済効果が 1 兆ウォンに達すると発表した。2003 年韓国の飲食、娯楽、文化行事などに参加するために入国した「韓流観光客」数は全体の入国者 535 万人の 20% に達する 117 万人、さらに特定の芸能人に会う、または撮影場所を訪問するために来た「韓流観光客」は約 23 万人と概算、2004 年には 30% 増加して 30 万人に達すると見られている。

年	構成	観光客数 (名)	計 (名)
2002	内国人	3,512,564	3,567,900
	外国人	55,336	
2003	内国人	3,993,272	4,133,058
	外国人	139,786	
2004	内国人	4,662,595	5,033,064
	外国人	370,469	

<表> チュンチョン市への観光客推移
(チュンチョン市観光振興課の統計より)

昨年、日本の第一生命経済研究所の発表によると、『冬のソナタ』の経済効果が、日韓合わせて約 2,300 億円に達すると試算した。韓国の現代経済研究所では、韓国で 1 兆ウォン、日本で 2 兆ウォン、合わせて 3 兆ウォンに達する経済効果を推算した。特に、ペ・ヨンジュン関連の文化コンテンツ輸出高が 1,300 億ウォンに達し、これは自動車 1 万 3,101 台 (2003 年、1 台当たり 9,605 ドル基準) を輸出したのと同じ効果である。

いうまでもなく、『冬のソナタ』は韓流の先鞭になったドラマである。『冬のソナタ』のロケ地である韓国の湖畔の都市チュンチョン (春川) 市は、国内外を問わず観光名所になった。チュンチョン市観光振興課の統計によると、2002 年にチュンチョンを訪ねた外国人観光客数は 55,336 人、2003 年 139,786 人、2004 年 370,469 人であり、わずか 3 年で外国人観光客が 7 倍に増加した (<表>参照)。ドラマのロケ地は有名な観光コースになったし、外国の観光客にもっとも人気がある旅行先として、韓国の観光部門の赤字幅を縮小することに寄与している。

最近、チュンチョン市と国際交流を希望する外国の都市が多くなり、チュンチョン市は選択に悩んでいるようだ。結局、戦略的に協力関係が必要と判断される日本の札幌を含む 3 カ国 3 都市との姉妹都市関係を築き、職員交流などを推進していくことになったようだ。

良くできたドラマのお陰で日本と韓国に温かい交流ムードが生じたことに感謝し、これからも両国の友好的な関係を築いていくことを密かに望んでいるのは私だけではないだろう。

註

¹ アジア各国との活発な文化交流のために設立された民間団体で、韓国の文化産業関連企業はもちろん、韓国文化コンテンツ振興院、韓国ゲーム産業開発院、韓国放送映像産業振興院などの文化観光部傘下の支援機関である。

劉 亨淑 (ゆう ひよんすく)

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退学。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 4 月より韓国・東明情報大学校社会科学大学ホテル経営学科専任講師に就任。

シリーズ 琉球便 ~第二報~

名桜大学国際学部観光産業学科助教授

曾山 毅

エイサーと若者たち

沖縄に来てまだ間もないころに、ある女子学生がエイサーで東京へ行くので、授業を 1 回だけ休ませてほしいと言ってきました。エイサーとは沖縄で広く親しまれている芸能の一種です。話をきいてみると、エイサーでお休みというのは、その学生がどこかの地区のエイサー隊に加わっていて、観光客誘致のキャンペーンのために東京都内にある某旅行社の店頭で派遣され、沖縄情緒を充溢させるべく舞い踊るとのことだったのです。太鼓に三線、歌に踊りととても躍動的なエイサーは見栄えがするので、沖縄宣伝のために、「本土」の大都市圏に結構出張しているようです。というわけで、この学生は沖縄観光を振興するために勇んで出かけていきました。その後、いろいろな学生と接するうちに、エイサーに親しんでいる学生がことのほか多いことに驚かされることになります。

エイサーは本来、沖縄諸島で盆に踊られた念仏踊りで、その語源には諸説があるようです。琉球舞踊のような洗練された芸術性はありませんが、地域ごとにいくつかのバリエーションがあります。伝統的な形態を色濃く残すものが各地に伝わっている一方で、日頃目にするのが多いのは、伝統的なエイサーから派生した現代版のエイサーです。若者たちが夢中になって練習に励むのはこちらの方で、衣装の見栄えや太鼓の技術を競うものです。つぎのようなエイサー隊のいでたちが典型的でしょう。まず、男性からなる太鼓衆は、白シャツに白ズボンの上に陣羽織をつけ、紫や赤などの鮮やかな色の布で頭をまとめ、踊るような大きな動きを絡めて太鼓を打ち鳴らします。女性からなる手踊り衆は紺緋や芭蕉衣が一般的で、こちらは対照的に静かな動作で踊ります。これに三線を担当するもの、謡うもの、チョンダラーとかチョーギナーなどとよばれる顔を白塗りした道化役が加わります。踊る時期も本来は旧盆が旬なのですが、催し物や観光宣伝でお声がかかるとシーズンオフでも踊られるのです。



名桜大学の中にもエイサーのサークルがあって、学内行事はいうにおよばず学外のイベントにも盛り上げ役として、依頼があると出かけていきます。名桜のエイサーは比較的、沖縄県外出身のメンバーが多いのですが、これには理由があります。エイサーをしようというような若者はすでに大学生になる前に、地区などのエイサー隊に加わっていることが多いのです。エイサーは本来盆踊りですから、コミュニティとの結びつきが強く、県外を出身とする学生でエイサーを始めようと思ったら、大学のサークルしかないこと。こうしたことから自ずと「内地出身者」の比率が高まるようです。

エイサーに熱心な若者たちを眺めていて、はじめは若者が伝統的な芸能に取り組んでいることにたいして単純に感銘をうけたのですが、じつは事情は少し異なるようです。オーセンティックな伝統的エイサーには若者たちはあまり関心がなく、地域によっては、伝統的な形態を保存するための団体と、若者が愛好するエイサーのサークルが並存している所もあるようです。結局、日ごろ目にするエイサーは沖縄の伝統芸能を母体として、若者たちによってポップカルチャー化されたものだと考えることもできるでしょう。観光客や沖縄県外の人たちにとっては、華やかにショーアップされたエイサーの方が、わかりやすく楽しめるということもあるでしょう。伝統を守ることはもちろん大変価値のある大切なことですが、文化というものはダイナミックに変容しながら新しく創られていく面もあるわけで、若者たちが取り組む脱伝統のエイサーこそ、現代の沖縄文化の躍動的な側面を象徴する現象なのかもしれません。

曾山 毅 (そやま たけし)

慶應義塾大学経済学部卒、立教大学社会学研究科応用社会学専攻博士課程後期課程指導終了退学。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を経て 2004 年 4 月より名桜大学国際学部観光産業学科助教授に就任。



講座修了生のその後（コーネル大学より）

PROFILE

川井徹也さん【2002年度ホスピタリティ・マネジメント講座受講生】

コーネル大学 ホテル経営学修士課程1年

1997年慶応義塾大学工学部卒業後、森永乳業株式会社に就職。工場管理や人事を担当した後、ホテルを運営したいという夢を実現するため、箱根富士屋ホテルの特別研修生として、ホテルの様々な業務を経験。研修の傍ら、コーネル大学ホテルスクールへの入学を目指し受験勉強、立教大学のホスピタリティ・マネジメント講座に出席していたのもこの頃である。「当時は箱根から車で片道2時間かけて通い、大変でした。」と振り返る川井さん。2度の挑戦を経て、現在、コーネル大学のSchool of Hotel Administrationの修士課程1年に在籍。2006年春、ホテル経営学の修士号であるMMH(Master of Management in Hospitality)を取得予定。



私の在籍しているホテルスクールの修士課程は1学年46人、国籍も経験も様々です。授業は必修科目が多く、グループプロジェクトなどを通して、同級生たちとは膨大な時間をともに過ごしています。ここに来るまで、文化や経歴の異なる人たちと、これほどまでに一緒に何かをするということはありませんでした。文化の違いに戸惑いを感じ、またコミュニケーション力にもどかしさを感じながら、日本人の自分がどのようにクラスに貢献できるかと悩むこともあります。しかし、彼らと経験を共有しているこの日々がコーネル大学で学んだ一番の財産になることは間違いありません。

来週は5日間、学年全員でプエルトリコに行き、学年プロジェクトの現地調査を行います。このプロジェクトは、私達学生がオーナー側のコンサルタントとして、実際に営業しているホテルの経営改善をお手伝いするというものです。具体的には、6人が1チームとなり、料飲、オペレーション、人事、マーケティング、開発・施設、財務の側面から、どのようにホテルの収益性を改善するか、調査・分析を行います。そして、学期末に、ホテル関係者の方々を招き、各チームが独自の改善案を発表することになっています。既にホテルの経営データを幾つかもらっているのですが、紙上では分からない事、例えば、ホテルを実際に運営する上での問題点や、周辺施設との競合状況等を調べる予定です。

ところで、ホテルスクールでは、毎週、ホテルやレストラン業界の第一線で活躍する経営者による講演を聞く

機会があります。そこで私が驚くのは、彼らの聞き手を引き込むような話の内容です。彼らは学生が興味を持つトピックを選び、学生とのやりとりの中から自らも学ぼうとします。何より、彼らゲストスピーカーの話は、面白い伝記を読むことに似ています。ゲストス

ピーカーを招いた講演といえば、これまで多くの場合、例えば、イールド・マネジメントがテーマだとすると、その話だけで終わってしまい、どうしたらそのポジションに辿り着けるかが見えませんでした。自分の知らないキャリア・パスを知ること、これは学校の先生からは聞くことのできない、ゲストスピーカーの話ならではの醍醐味です。一方、学生もインターンシップや就職が関わってくるので真剣です。日本では、コネというとネガティブに聞こえますが、こちらではコネクションは作るものという考えですから、講演のあとは、少しでも話をしようと、学生たちはゲストスピーカーを取り囲みます。ゲストスピーカーの多くがコーネル大学の卒業生ということもあるのですが、学生たちは、自分たちもこういう人になれるんだ、と憧れているように思います。そして、ゲストスピーカーは夢を届ける事を1つの使命と感じているのかも分かりません。

ホテルスクールの学生の中には、卒業後、ホテルやレストラン業界以外のコンサルティング業や他業種に就職してしまう学生も多くいます。しかし、私はあくまでホテルの運営に携わりたいと考えています。運営を学ぶためにホテルスクールに来たのですから。まずは、ホテルのマネジメントを目指し、さらにリゾートの再生に関わることが理想です。そして、これは最終的な目標なのですが、次の世代の人たちをサポートできる奨学金財団等の運営に携わることができたら良いですね。(談)



クラスメートと。
左から4人目が川井さん。

観光研究所だより Vol. 1 No. 2

2005年3月31日発行

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 Address: kanken@tr.rikkyo.ac.jp

URL: <http://www.rikkyo.ne.jp/grp/kanken/>

代表者：稲垣勉

編集：山下昭子、田尾桂子、奥村理央

印刷：藤原印刷株式会社