

地域活性化に資する人材育成モデルの研究

ーフィンランド視察を手がかりとしてー

小林 奈穂美

I. はじめに

飯能市には、「トーベ・ヤンソンあけぼの子ども園」がある。1997年7月に「平成記念子供の森公園」として国の指定を受け飯能市が建設した公園で、2017年6月に改称し、市民の憩いの場として長く親しまれている。さらに、宮沢湖とその周辺エリアには、『小さな発見に満ちた北欧時間の流れる森と湖』をコンセプトにした「メツァ」がふたつのゾーンで展開される予定である。2018年11月には、「メツァビレッジ」が、2019年春には、ムーミンをテーマにした「ムーミンバレーパーク」が宮沢湖に開業すると発表されている。

このように飯能市は20年前からムーミン童話の世界とのご縁を築いてきた市であり、さらに日本のエコツーリズム推進の中心的存在であり、森林文化の特徴を有する飯能市は、ムーミンに限定することなく、広く北欧文化との融合が可能な市でもある。

観光ホスピタリティコースや地域科目を有する本学も、飯能市の観光振興や地域振興を担う人材育成に重点を置くことが求められており、地域創生研究センター指定型研究プロジェクトの一環として、昨夏、プロジェクトリーダー平井純子氏、共同研究者小林将輝氏と共にフィンランドへの視察を行った。

そこで本研究では、観光地域づくりの人材育成の現状、視察からの考察、飯能市の現状、本プロジェクトにおける現状と課題について、人材育成の視点を中心に進めていく。

ここで、まずムーミンに着目する日本の現状について少し触れておく。

1. 記念切手の発行

2018年1月10日に、ムーミンがデザインされたグリーティング切手が発行された。62円と82円の切手がそれぞれ十種全10枚で1シートになっている。62円は丸形の切手であり、82円切手は手紙と一緒に描かれたオリジナルデザインである。いずれも大変凝ったデザインとなっている。「人気のムーミンが切手に」というキャッチコピーに謳われているとおり、切手マニア向けというより、子どもや女性をターゲットにしていると思われる。

2. JINSの期間限定キャラクター

1988年設立の株式会社ジズは、眼鏡の企画から製造、店舗販売(通販を含む)まで自社で一環することで、手頃な価格で、お客様の声を反映した商品づくりをしている企業である。昨今、若年層を中心に人気があり、中国、北米、台湾への店舗展開をしており、2013年に一部上場を果たしている。2017年現在、店舗数449店舗(海外、FC含む)、販売本数560万本、売上高は560億円、従業員数は3,700人以上である。デザイン性を重視していることから、コラボメガネも積極的に展開している。そんなジズが2017年11月より全国展開しているのが、「MOOMIN×JINS」である。「大人かわいいメガネ」をコンセプトに7型36種類、価格は5,000円～12,000円、フレームにムーミンやリトルミイが描かれている。専用のケースや眼鏡拭きも付いていて、女性を中心に若い世代をターゲットとして意識していると思われる。

3. センター入試における話題

今年のセンター試験、地理Bで出された問題が

話題となった。ノルウェー、スウェーデン、フィンランドの3か国の文化の共通性と言語の違いを問う問題で、「小さなバイキングビッケ」と「ムーミン」のアニメ画像と言語のセリフから、正しい組み合わせを選ぶというものであった。大学入試センターは、ムーミンの舞台がフィンランドという根拠が少なく、ビッケがノルウェーだと明確に示す出典は確認できないと認めながらも、知識・思考力を問う設問としては支障がないとしている。北欧や地理学の研究者や教育評論家、学習塾から賛否両論があり、議論が続いているということが、いくつかのメディアで取り上げられた。これは、ムーミンの原作者トーベ・ヤンソンの母国であるフィンランドの新聞でも取り上げられており、その記事の内容はとしては、ムーミンの舞台がフィンランドか否かではなく、学歴社会の日本では、試験問題の正誤如何で、人生が左右されるということを大きく取り上げたものであった。フィンランドの大学はすべて公立であり、学費も無料で各大学のレベルに差のないため、フィンランドの人々にとっては、奇異に映る光景なのだろう。フィンランドらしい視点で取り上げられた記事であり、大変興味深い。

以上、3点を取り上げてみると、切手や眼鏡については、商品として販売するにあたり、きちんとマーケティングを行い、売れるという予測の上での展開であろうことは想像できる。センター入試の問題になるということも、ムーミンアニメの知名度がある程度あることを前提にしていると捉えることができる。改めてムーミン童話の世界観が、老若男女を問わず、日本の人々に浸透していて、親しまれているとことが見て取れる。

このように昨今、ムーミン童話の世界が注目されており、本プロジェクトの取り組みも時機を捉えていると考えてよいのではないだろうか。

II. 観光地域づくり人材育成の実情と課題

ここで、国や観光産業における観光地域づくりの中で、人材育成はどのように捉えられてきたのかについて触れておく。

1. 観光庁の取り組みについて

観光庁の発足は小泉内閣が「観光立国」を宣言した2003年に遡る。2003年当時、521万^{注1)}人であった訪日外国人旅行者を2010年までに1千万人に増やすという目標を掲げ、ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)を開始した。2004年から観光立国推進戦略会議を開催、2006年には、観光立国推進基本法が成立し、2007年には観光立国推進基本計画が閣議決定され、2008年10月1日、観光庁は観光立国の推進体制強化のために設立された。

観光庁ビジョンとして「住んでよし、訪れてよしの国づくり」に取り組むと謳われている。具体的な取り組みとして5つあげる中で「地域の自立的な観光地づくりを応援します。」とあり、観光立国において、地域の力が重要であることを示している。2006年12月に制定された観光立国推進基本法の概要では、国際競争力の強化のために「観光振興に寄与する人材の育成」が必要とされている。具体的な観光地域づくりを担う人材に焦点が当てられ、観光地域づくりに取り組む人々の連携を目的として、「観光地域づくり人材シンポジウム」が2008年6月に開催され、人材育成の取り組みや成功事例が紹介され共通課題の抽出などが行われた。自治体、観光協会、企業・産業団体、NP0・財団・社団、教育機関など269名が参加した。その後このシンポジウムは、2009年6月には320名、2010年には271名が参加し、実践事例や先進的な取り組みの紹介を通じて情報共有と意見交換が行われた。

シンポジウムと並行して「観光地域づくり人材育成ガイドライン検討会」が産官学で議論されるようになったのは、2009年10月からである。観光地域づくりを担う人材に必要な具体的教育内容について議論し、観光地域づくり人材育成ガイドラインを策定しそれを活用することで、各地域で主体的に取り組むよう促し、その成果は上記のシンポジウムで公開され、検証と普及を図ることを目的とした検討会である。検討会はその後、2012年3月まで行われ「ガイドライン」としてまとめられた。

2008年11月から2009年1月にかけて、全国の地方自治体、観光協会、商工会議所等を対象に、観光地域づくり人材育成の取り組みの実態調査を行い、「観光地域づくり人材育成の取組みに関する調査」報告書として2009年3月にまとめられた。以上の取り組みは、2015年3月には、“人育て”から始める観光地域づくりと題した、観光地域づくり人材育成実践ハンドブックとなり、取り組む地域が事業を推進するための手引きとして活用できるものとしている。内容は、観光地域づくりの意味、目指す観光の姿を冒頭で示したあと、観光地域づくり人材育成事業の企画立案方法、プログラムの構築・実施要領、実施・構成例と段階的に取り組めるように構成されており、最後に実践例までが提示されていて、124頁のハンドブックは、非常に丁寧に作られている。ここまで丁寧に作り込まれて提示されていると、後は各自自治体の主体的な実施に委ねられており、期待がかかっているとも言える。

飯能市ならびに本プロジェクトにおいても、観光振興や地域振興を担う人材育成に取り組むにあたり、実態と合わせながら、事業推進の一助として大いに参考とするに値するハンドブックであると思われる。

2. 観光産業の実情と課題

観光産業は、アメリカ同時多発テロがターニングポイントとなり、旅行マーケットが変化していった。いままでのビジネスモデルが徐々に通用しなくなっていくなかで、生き残りをかけ新しいビジネスモデルの構築を迫られてきたという経緯がある。本稿に関連するという点で、あたらしいビジネスモデルのひとつを紹介しておく。

1990年代後半から、特に旅行業界では、これからは着地型だと言われるようになった。着地型とは、旅行者を受け入れる地域で作られる着地型商品という意味である。それまで旅行会社が企画販売してきた商品は、出発地である都市を起点に企画されてきたが、団体旅行から個人旅行にシフトする中、旅行者の多様なニーズに応えるためには、

旅先である地元精通した人の知恵が求められるようになってきた。それは地域活性化に直結することでもあるため、旅行業法も見直されることとなった。2013年に地域限定旅行業が制定され、観光協会や地域の旅館、ホテル、NPOなどが旅行商品を企画販売できるようになった。既存の旅行会社もエコツアー、産業観光などのテーマ性の高いニューツーリズムとして着地型旅行商品づくりに着手しているのが現状である。

次に、観光産業の人材について触れておく。観光産業において必要な経営資源は、「ひと」・「もの」・「金」・「情報」と言われており、中でも「ひと」はサービスを提供し、お客様にホスピタリティをもって対応することで、価値を創造できる唯一の資源として、最も重要であることが周知されている。観光産業は、労働集約型産業であり、「ひと」による付加価値産業でもある。大学生の人気企業ランキングの上位には観光産業の一部の企業が常連となっている。企業のホームページの採用情報などを見ると人材を「人財」と表記して、「ひと」を会社の大事な財産であることをアピールしている傾向も散見される。

しかし実態はどうかと言えば、同業他社との差別化に苦慮し、異業種からの参入でビジネスモデルの再構築を迫られ、企業としての生き残りや利益追求のあまり、人件費をコスト、つまり経費として捉える傾向にあるのが現状である。即戦力として短期的な結果を求め、社員を長期的に育てる余裕がなくなり、厚生労働省の「毎月勤労統計調査」のデータから見られる離職率も全産業平均と比較して1ポイント以上高いという結果である。社員にとって、低賃金で長時間労働、将来の見通しがたたないとすれば、離職に直結する。就職活動をする大学生は、企業研究をしていくうちに、観光産業の実態に触れ、別の産業へとシフトする学生も多いという現状もあり、このような悪循環により、企業の人材確保は苦戦を強いられている。

以上のことから、観光産業の課題の中で一番重要なことは人財の確保である。そのためには、賃金アップ、労働時間の適正化などの労働環境の整

備をすることが肝要である。生産性を高めるために、社員一人ひとりを長期的に育て、成長を促す環境、仕組みが必要となる。将来のビジョンが描けるようになれば、モチベーションも上がり、離職率を減少させ、求人者も増えるという好循環を生む。同時に中間管理職の育てる力も評価することを忘れてはならない。理想論に留めず、理想を実現していくことが肝要である。身近な成功事例としてディズニーランドの人材育成が参考になる。実際にアメリカのディズニーランドでは、一般企業のための社員研修プログラムが用意されている。関連書籍は数多く出版されており、その執筆者も経済学の研究者、社員研修の講師、経営コンサルタントなど多彩である。観光産業の経営者に是非一読し人材育成の一助として活用していただきたいところである。

3. 高等教育機関の現状

日本旅行業協会が発行されているデータブック「数字が語る旅行業2017」の資料編^{注2)}によると、2017年5月現在、観光の名称がついた学部・学科が設置されているのは国公立大学9校、私立大学36校、観光関連の学科・コースが設置されているのは国公立大学37校、私立大学40校である。観光に関する研究科が設置されている国公立大学院6校、私立大学院6校である。いずれも観光という社会現象を研究対象として、理論や研究法、調査法を学ぶための大学である。実際にフィールドワークとして、観光の様々な現場に行って学ぶ科目や、設置されている学科・コースによっては、経営やマネジメントの知識、地域や行政の視点から観光のあり方や文化として学ぶ科目が設置されている大学もある。さらに、語学力を磨くための短期・長期の留学プログラムが設置されている大学や、インターンシップ先として、観光関連企業を大学側で開拓し、実体験できるようにしている大学もある。

本学も14年前から産学連携を強く意識し、地元のホテル・旅館・レクリエーション施設・旅行会社・市区町村の観光振興関連の部署などで実社会

を体験するように科目として設置し、単位取得できるようにになっており、2年次生以上が選択できるようになっている。また、関連する資格を取得するための科目が設置されている大学も多く、一般的な知識として、世界遺産検定やおもてなし検定、旅行会社の仕事で直接的に活かせる旅行業務取扱管理者などの合格を目指すための科目が設置されている。

高等教育機関での学びを活かし、観光関連企業や自治体の観光振興関連部署に就職しているか否かという視点でみると、明確に「はい」と言い切れないというのが実態である。企業側にしてみると、書類選考時に学部・学科・コースを選考基準にはしていないという実態もあり(小林 2009年)^{注3)}、反対に、学生側にしてみると、就職活動で企業研究を経て、観光産業が選択肢から外れていくということも少なくない。その中間に位置する高等教育機関として、両者をどのように結び付けていくかは、今も今後も課題である。

Ⅲ. フィンランド視察より

「地域観光の振興に向けた飯能の森林文化と北歐文化との融合プロジェクト」(平成29年度 駿河台大学地域創成研究センター指定型研究プロジェクトにて採択)における現地調査のため、2017年8月26日から9月1日まで、フィンランドを視察した。訪問都市はヘルシンキ、タンペレ、トゥルク、ナントリである。訪問先は、ムーミンワールド、ムーミンミュージアム、世界遺産スオメリナ他、各都市の観光スポットなどであった。

本稿では、飯能市に訪れる観光客をガイドングするガイドの人材育成の在り方という視点で、フィンランドでは観光客をどのようにもてなしているのかを中心に触れていく。

トゥルクで立ち寄ったツーリストインフォーメーションでは、20代前半の女性スタッフと30代の女性スタッフで対応していた。20代の女性に翌日の観光のアドバイスやタンペレまでの鉄道の予約の仕方や料金について調べてもらった。この女性は英語、日本語、韓国語が堪能であり、この施設



図1 トゥルクのツーリストインフォメーション外観①



図2 トゥルクのツーリストインフォメーション外観②

での報酬や冬の期間の仕事についてなど、観光案内とは関係のないことにも気持ちよく答えてくれ、撮影にも応じてくれた。いずれも我々に大変よい印象を与える対応であった。語学が堪能であることを活かすためにこの仕事を選んでいることと、さほど報酬がよくないことは弊害ではなく、生活に困らない程度の報酬であることに満足しているとのことであった。冬の期間はカフェで働くそうである。

タンペレのツーリストインフォメーションでは、3名のスタッフで対応しており、英語で質問に応じてくれた。我々が、おすすめのレストランや観光スポットを訪ねている様子を近くで聞いていた地元のご婦人が、ツーリストインフォメーション外で、とっておきの情報を英語で教えてくれた。

ヘルシンキの地下鉄ホームでは、ガイドブック片手に行先を確認していたところ、やはり地元の



図3 トゥルクのツーリストインフォメーション内観



図4 英語と日本語で会話する小林将輝准教授



図5 女性スタッフにインタビューする平井教授



図6 タンペレのツーリストインフォメーション外観



図7 ヘルシンキの地下鉄ホームにて

ご婦人が気さくに英語で声をかけてくれた。

この背景には、フィンランドの教育のすばらしさがある。OECD(経済開発協力機構)のPISAテストで高い学力水準を示したことで注目が集まり、日本においても研究視察や関係書籍がたくさん出版されている。クラスは20人程度の少人数制を基本とし、語学に関しては、第一外国語として英語を小学校低学年から学ぶようになっている。ほとんどの子供が小学生のうちに、簡単に日常会話ができるようになるという。中学では、第二外国語としてスウェーデン語が必修になり、高校生では第三外国語が選択で必修になる。タンペレのツーリストインフォメーションの女性が日本語と韓国語が堪能であったことや、街で出会った人々が観

光客の我々に英語で話しかけてくれることは、この語学教育環境の影響であることを実感した現地調査となった。

以上の理由から、無理やりフィンランド語で話しかける必要はなかったが、駆使したフィンランド語に「キートスキitos」がある。「ありがとう」の意味だが、買い物をしたショップでもホテルでも、食堂でも市場でも、道でなにかを尋ねたときでも、「キートス」というと、必ず笑顔とともに「キートス」と返事が返ってくることは大変心地よく、滞在中、唯一駆使したフィンランド語である。笑顔での返事にホスピタリティを感じたのも事実である。

今回の調査の中心であるムーミンワールドのことに触れておく。ムーミンワールドへは、トゥルク市内のホテル前から直行バスが出ており約30分でナンタリのバスターミナルに着く。公園を抜け、親子連れと一緒に歩いていくことで導線ができていて迷うことはない。途中、歴史のあるナンタリ教会があり、その厚重的な趣に、大人はつい立ち寄りたくなる。バスターミナルから10分ほど歩き栈橋を歩いて行くと夢の国、ムーミンワールドが広がるカイロ島に到着する。島全体がまるま



図8 長距離バスターミナル



図9 公園



図10 修道院だったナンタリ教会



図11 自然豊かな道



図12 カイロ島への栈橋



図13 栈橋の先がカイロ島

るムーミンワールドである。このようにムーミンワールドまでの導線は、派手な案内版ではなく非常に自然である。これもフィンランド文化であると思われる。関東圏や関西圏にある日本のテーマパークとつい比較してしまうが、シーズン最終日であったこの日に、そのことを強調するようなインフォメーションもない。強いて言えば、スーベニアショップでセール品が多かったことくらいであろう。

メインストリートを歩いていくと、ムーミン物語のメインスポットであるムーミンハウスの前に着く。そこには、ムーミン一家、リトルミイ、スナフキンが出迎えてくれていて、一気に盛り上がり、記念写真を撮るお客様たちでいっぱいになる。シアターエンマという劇場では、1日数回、キャ

ラクターによる演劇が行われ、ここもたくさんのお客様で盛り上がっていた。キャラクターたちは皆フィンランド語だが、後方スクリーンでは、スウェーデン語、ロシア語、日本語、中国語が映し出されるので心置きなく楽しめるようになっていた。

メインストリートを囲むように森があり、スナフキンのキャンプで弾き語りを聞いたり、ニョロニョロの洞窟があつたり、ムーミンの世界をゆっくり堪能できるようになっている。

ハンモックや大きなソファがあるエリアでは、大きな大人たちが、ゆったり、ゆったり過ごしている姿も、笑顔になれる空間であった。

タンペレ郊外にあるピューニッキ公園にも足を延ばしてみた。あいにくの雨模様ではあつたが、石造り展望台までの道は自動車を通る道も、歩行



図14 入り口でチケットチェック



図15 シンプルな道しるべ



図16 ムーミンハウス



図17 キャラクターがお出迎え



図18 大人たちも童心に帰る



図19 メインキャラクター勢ぞろい



図20 ニョロニョロの洞窟



図21 劇場スクリーンは4か国語掲示



図22 スナフキンのキャンプ

者専用の道も大変綺麗に整備されており、木々が直線的にまっすぐ伸びていることもあり、足元は明るく快適であった。

タンペレの町の中心に100年以上の歴史がある室内マーケットがあるので立ち寄った。生鮮食品など買わない観光客である我々は、商売にはならないのは明白であるが、質問すると丁寧に対応してくれたり、写真撮影にも快く応じてくれた。あるチョコレートショップでは、ムーミンの形をしたチョコレートを発見して喜んでいたり、どうぞと快くプレゼントしてくれたことには、なんて大らかな店員なのだろうと大変驚いた。

トゥルク、ナーンタリ、タンペレそしてヘルシンキと周遊した今回の視察であったが、どの町にも、公園や教会があり、少し歩けば森があり、清

潔感がある。広い道路が整備されて縦横に走っているのも、圧迫感や気忙しさを感じることがない。

以上の視察から、フィンランド人のおもてなしの心や自然への愛、語学力、そして森と人間との共存の文化を強く感じることでできる現地調査となった。

IV. 本プロジェクトにおける現状と課題

本プロジェクトは、飯能の森林文化と北欧文化を融合させた新しい形のエコツアーを企画・運営し、軌道に乗せることである。その要となるのがツアーガイドの育成である。ここで、すでに着実に推進されている飯能市エコツアーについて述べておく。



図23 森の中のハンモック



図24 森の中のソファ



図25 森と木とソファの空間



図26 ピューニッキ公園



図27 ピューニッキ公園終点



図28 石造りの展望台



図29 タンペレ・マーケットホール入り口



図30 ザリガニの店で質問



図31 飲食コーナー

1. 飯能市エコツアーについて

里地里山の身近な自然と文化を有する飯能市は、2004年環境省主催のエコツーリズム推進モデル事業である「里地里山の身近な自然、地域産業や生活文化を活用した取組み」に応募し、推進モデル地区の指定を受け、「飯能市エコツーリズム推進協議会」を設置し、全体構想は2009年に国の第1号として認定されている。飯能市エコツーリズムの推進によって目指す地域の姿を「自然・文化・人のつながりによって発展する活力のある地域」とし、3つの基本方針のもと数々のエコツアーが生み出されており、2014年度を例にあげると、121のエコツアーが実施されており、全国各地の地方自治体や観光関連団体などから視察に訪れていることからエコツアーのパイオニアとしてその存在感を示しているところである。最も新しいエコツアーを見てみると、2018年1月～3月の10のエコツアーを展開しているが、自然や地域の文化・歴史をテーマに、シリーズ化されているもの、季節を意識したものなどがあるが、そのうち3つは新しいプログラムとなっており、常に参加者を意識し創意工夫と進化を続けていることが見て取れる。どのプログラムも多様なニーズに応えた内容で、定員が満たされるツアーが多いことから、参加者の満足度も高いことが窺われる。

現在、本学の現代文化学部教授である平井純子氏は、飯能市エコツーリズム推進協議会の会長としてその手腕を発揮している。

2. 飯能市エコツアーにおける人材育成の現状

飯能市エコツーリズム推進協議会(平成26年4月)の飯能市エコツーリズム推進全体構想(第2版)(以下全体構想と記す)より、人材育成の現状をみることにする。

全体構想では、エコツアーに関わる人を「ツアー実施者」と表記している。冒頭の方針の2)推進に当たっての現状と課題の①として、ツアー実施者の環境保全意識の向上や環境教育が欠かせないと書かれており、エコツーリズムの基本姿勢として環境への意識の重要性が謳われている。そして

実施の方法には、AからFまでがルールとて提示され、そのひとつひとつの内容と設定理由を列挙するなかで、ツアー実施者がツアー参加者に対して、どのように対応すべきか、しなければならないかが的確に書かれている。さらにルール運用にあたっての実効性確保の方法として、企画の事前協議制度や、チェックシートやエコツアー実施の手引き、実施後のセルフチェックや第三者チェック、そしてルールの見直しまでが明記されている。PDCAサイクルに乗って、継続、定着、修正そして破棄が行われ、飯能エコツアーは着実に進化していると言えよう。

実施方法の(4)その他 2)ガイドやコーディネーターなどの人材の育成及び研鑽の方法の項では、エコツアーガイド養成講座の実施やエコツーリズム講習会・交流会の実施について書かれている。エコツアーに関わる、ガイド、コーディネーター、プロデューサーなどの人材育成の必要性から、養成講座や講習会が行われているようである。エコツアーの進化に伴い、人材の裾野を広げていくことは必須であろう。

以上、全体構想を人材に焦点を当てて俯瞰してきたが、ツアー参加者と直接接するツアー実施者の環境に対する理解や地域に育まれた文化を継承していく意識、体験・交流を通して心の豊かさを伝えるという非常に大事な役割を担っていることを伝えている。ツアー参加者に与える影響は大きく、満足度やリピートの可否にも繋がっていく。ツアー参加者にとっても、地域にとっても、そして環境にとってもメリットとなることで、持続可能な観光となると考える。

3. 本プロジェクトにおけるツアーガイドの育成について

以上見てきたように、すでに飯能市では、エコツーリズム推進モデル地区として2004年からエコツーリズムを推進しており、多種多様なエコツアーを実施しながら、エコツアーガイドを含む人材育成も行われているという現状がある。飯能の森林文化と「メツァビレッジ」や「ムーミンバレ

ーパーク」を意識した北欧文化を融合させたエコツアーのためのガイド養成にも、まったく別のエコツアーやツアーガイドとして考えるのではなく、現存の飯能エコツーリズムの実施方法における人材育成に付加し活用するという考え方で推進することができると考える。

また、観光庁が作成した、「観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015」も本プロジェクト推進の手がかりとしては刮目に値する。観光地域づくりの中核として「観光地域づくりプラットフォーム」という概念を提示しており、そこには、「観光づくりプラットフォームとは、地域と来訪者をつなぎ、双方の満足度を高められるような取組を持続的にマネジメントする組織体のことと定義されます^{注4)}とある。さらに観光づくりプラットフォームを運営していくためには、中核を担う人材が必要であるとされており、その人材に求める一番大事な条件として、地域への誇りや強い思いが不可欠とある。ツアーガイドとして、ガイディングのうまさというスキルだけでは、そのツアー単体の満足度を高めることはできるかもしれないが、サステイナブルツーリズムの視点で捉えるならば、ツアー参加者がまた、訪れたいようになるための要素が必要である。それは、ガイドが地域の魅力を心から伝えられるかではないか。地域への誇りや強い思いがあれば、また来てみたい場所、また会いたい人(ガイドをふくむ地域の人々)となり、リピーターと成りうる。ツアー参加者と地域を繋ぐ役割を担うのがツアーガイドである。さらに付加する要素としては、北欧文化の理解や増加が見込まれる外国人観光客対応のための語学力の養成があげられる。我々がフィンランド視察で経験した言葉のストレスフリーは、観光客にとってホスピタリティに直結する重要な要素である。さらに、次の段階にはなるが、他の地域のツアーガイドとの相互交流を行うことでシナジー効果も期待できると考える。

具体的にツアーガイドの対象となるのは、飯能市は、飯能市全体をエコツーリズム推進の地域としていることから、飯能市に在住の人が対象とな

るが、飯能市内に勤務者もその対象と成りうる。さらに若い人材を育て、近い将来のリーダーとしての役割を担う人材の必要性から、飯能市内に通学する生徒や学生も対象である。本学としては、地域科目の中では、地域科目群である「飯能学」、「森林文化Ⅰ」、「森林文化Ⅱ」「地域社会と観光」「まちづくり実践」、「インターンシップⅠ」、「インターンシップⅡ」などが設定されており、学生に対して、地域の魅力を発信する科目が網羅されており、人材育成の講座として位置づけることもできると考える。また、地域住民に対しても、様々な既存の公開講座もあり、さらに人材育成を意識した公開講座を設定することも十分可能である。

付加する要素としては、北欧文化の理解や増加が見込まれる外国人観光客対応のための語学力の養成があげられる。フィンランドで経験した言葉のストレスフリーは、観光客にとってホスピタリティに直結する重要な要素である。さらに、次の段階にはなるが、他の地域のツアーガイドとの相互交流を行うことでシナジー効果も期待できると考える。

また、モチベーションをあげるための方策も欠かせない。優秀ガイドには、自薦他薦の表彰制度や、スキルアップの段階に見える化して、階級制を導入したりするのも一案である。

V. 最後に

本プロジェクトは飯能の森林文化と北欧文化を融合させた新しい形のエコツアーを企画・運営し、軌道に乗せることである。その要となるのがツアーガイド(ツアー実施者)の育成である。2018年11月には、「メツァビレッジ」が、2019年春には、ムーミンをテーマにした「ムーミンバレーパーク」が宮沢湖に開業するにあたり、メツァより2019年度卒業生からの採用枠もあると聞いている。今後、様々なかたちで産学連携ができることが望まれる。本学の現代文化学部教授である平井氏は、地域科目の担当であり、飯能エコツーリズム推進協議会の会長であり、飯能市エコツアーのいくつ

かのプログラムを手掛ける「里山こらぼ」の代表理事である。自ら企画したツアーのガイドとして活躍し、推進協議会会長として、飯能エコツーリズムを推進し、学生に対しては、科目を通じてその知見と体験に基づいた講義や実習を行っている。ガイディング力のもとより、リーダーシップ力、マネジメント力、マーケティング力と4つの力を兼ね備えた希有な存在である。人材育成における現状の課題は、後継者の育成に尽きる。すべての人に平井氏のように4つの力のすべてを兼ね備えることを目標にするのではなく、まずは、今回のプロジェクトのためのツアーガイドを養成し、そのすそ野を広げることからであり、また、マネジメント力とマーケティング力はそれぞれに長けた人材によって相互補完が可能であると考え。今回のプロジェクトの中の人材育成という視点から、今後も平井氏と議論を重ねながら、推進していく姿勢は変わらないところである。

モニターツアーを実施してPDCAサイクルに乗せて検証すること、大学として学生の活用をとのように行っていくか等、早急に進めていかなければならないと考える。そして、継続しつづけること、人材もツアーも同じ財産として大切に育てていく姿勢は忘れてはいけない。

本稿では、具体的な人材育成のモデルプランを示すには至らなかったが、見えてきた課題を一つずつ、議論と実践を重ねながら進めていきたい。

また、今回は、研究者の視点として先行研究で論じられてきたことを取り上げることができなかつた。参考になる先行研究論文の件数をキーワードで俯瞰すると、一番多いものが「地域振興」で1413件(1986年～2017年)、次に「観光まちづくり」で504件(1998年～2017年)、次に「地域創生」で435件(2000年～2017年)である。いずれも研究対象として取り上げられようになつたのはごく最近のことである。さらに「観光まちづくり 人材」は2012年に初めて出現し、9件、「観光まちづくり 担い手」は2013年に初めて出現し12件と希少であるところから、まだまだ、緒に就いたばかりと言える。^{注5)}しかし、だからこそ、研究対象として

研究するに値すると考えられる。先行研究における研究対象の事例は刮目に値し、本プロジェクト推進の一助となりうると思われる。本プロジェクトの推進とは別に並行したかたちで研究していきたいと考える。

注

- 1) 観光庁 『訪日外国人旅行者数・出国者数の推移』
(http://www.mlit.go.jp/kankoch/siryoutoukuei/in_out.html) (平成30年2月20日参照)
- 2) 一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA) 広報室 『数字が語る旅行業2017』資料編P98～P103の観光学及び隣接分野を学ぶ大学リストより、筆者が抽出したもの。『平成28年度全国大学一覧』(文教協会)及び、河合塾が把握する大学入学者選抜の実施情報において、学部・学科名称に「観光」及び隣接分野の関連キーワード(「ツーリズム」「ホスピタリティ」「地域」)が含まれている学部・学科のリストである。ただし入試が学部一括である場合などは掲載されないケースもあるという説明があり、まさに本学の現代文化学部がこれに該当するため、カウントされていない。
- 3) 2009年に小林が行った「観光産業における人事担当者への人材ニーズ調査」による。
- 4) 観光庁 「“人育てから始める観光地域づくり”観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015」
(<http://www.mlit.go.jp/common/001140684.pdf>), 14頁(2018. 2. 20参照)
- 5) CiNii Articles < <https://ci.nii.ac.jp/> >
国立情報学研究所(NII) (2018. 3. 10参照)

参考文献

- ・NPO法人観光力推進ネットワーク・関西 日本観光研究会関西支部編『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社, 2016
- ・香取貴信『社会人として大切なことはみんなディズニーランドで教わった』こう書房, 2002年
- ・株式会社ジンズHP 「沿革」

- 〈<https://corp.jins.com/jp/ja/company/history/>〉(2018.02.09参照)
- ・観光庁『観光庁ビジョン』
〈<http://www.mlit.go.jp/kankocho/about/vision.html>〉(2018.2.20参照)
 - ・観光庁 政策について『観光地域づくり人材育成支援』
〈<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/ikusei.html>〉(2018.2.20参照)
 - ・観光庁 「“人育てから始める観光地域づくり”観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015」
〈<http://www.mlit.go.jp/common/001140684.pdf>〉(2018.2.20参照)
 - ・草地真『9割をリピーターにするディズニーランドの人の育て方』ぱる出版,2011年
 - ・栗田房穂・高成太亨『ディズニーランドの経済学』朝日新聞社,2007年
 - ・厚生労働省HP「第3表 常用雇用及び労働移動率」毎月勤労労働調査 平成29年分結果速報
〈<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/monthly/29/29p/29p.html>〉(2018.02.10参照)
 - ・小林奈穂美「観光産業に対応した人材と教育に関する基礎的研究」駿河台大学論叢 第39号,2009
 - ・サービス連合『2017-2018年度 観光立国実現に向けた提言』2017年
 - ・トム・コネラン著 仁平和夫訳『ディズニーの7つの法則』日経BP社,1997年
 - ・飯能市役所 観光・エコツーリズム推進課「飯能市エコツーリズム推進全体構想」
〈<http://hanno-eco.com/site0004/torikumi/suishinkyougikai/zenntaikousou.html>〉(2018.2.20参照)
 - ・堀内都喜子『フィンランド豊かさのメゾット』集英社,2008年
 - ・堀野正人「観光まちづくり論の変遷に関する一考察-人材育成にかかわらせて-」地域創造学研究 奈良県立大学研究季報,27(2),2016
 - ・福島文二郎『9割がバイトでも最高のスタッフに育つディズニーの教え方』(株)中経出版,2011年
 - ・百瀬宏 石野裕子編「フィンランドを知るための44章」明石書店,2008年
 - ・峯俊一平「ムーミンの設定 良問?根拠弱い?」教育12版『朝日新聞』2018年1月27日朝刊