

知的テーマでいざなう 文化事業者たれ

岡崎大五氏 作家／下田市観光大使

トラベル懇話会は7月6～7日、夏期セミナーを箱根町で開催し、世界85カ国・日本47都道府県を訪れた作家の岡崎大五氏が講演した。「世界と日本の旅のシーンはいかに変容したのか?」をテーマに、旅することの魅力と旅行業の本質を語った。

バックパッカー、出張、添乗、移住などいろいろなスタイルで世界を旅して35年になります。今でも1年のうち1カ月は海外に滞在すると決めていて、今年は十何年ぶりにベトナムにプチステイしました。滞在したのは3階建ての一軒家だったのですが、そこを経営していたのは20代姉妹で、聞けば共働きの両親の老後のため、自分たちもホテルで働きながら宿の経営をしているといいます。なぜそんなことができるのかというと、それはエアビーアンドビーを使っているからです。

この30年で時代は大きく変わりましたが、やはり急速に経済発展しているのはアジアだと感じます。1989年の天安門事件以降、新しいアジアが切り開かれてきましたが、90年以降に生まれた世代がベトナムの20代姉妹です。彼女たちは天安門事件を知らないと思いますが、時代は脈々とつながっていて今のデジタル化が進むアジアがあるのだと感慨深くなりました。

私が海外旅行を始めたのは85年です。プラザ合意の年で、1ドル250円が1年後には150円になった時代背景もあり、海外旅行ブームの幕開けとなりました。バックパッカーとしていろいろな国へ行きましたが、インドにいるとやたらとイスラエル人が目につきました。徴兵制度が終わるとインド、タイ、日本、米国という確立されたルートで世界旅行に出る人が多いのだそうです。旅が終わってからその後をどう生きていくのか、人生の指針を考えるとこの時に見えているのはイスラエル人が多いという事実だけですが、なぜ多いのかと

いう意味づけができると、見える風景は格段に面白くなる。つまり、旅が面白くなるのです。

知的好奇心で変わる世界観

私は92年から98年まで添乗員として働いていました。年間250日ほど海外に出て、1つのツアーを添乗するのに本を10冊ほど読んで挑みましたが、お客さまに謝らないことでも知られていました。ホテルの水が出ないというクレームに対し謝るのは簡単ですが、それでは解決になりません。なぜ水が出ないのか、この国の経済やインフラがどうなっているのかを話すと、やがて地域や文化の話になり、文明や宗教の話になっていく。そうするとクレームに対する怒りは消えていくのです。

ツアーに参加するだけでは、旅はそこで終わってしまいます。しかし、旅行中に建物の話題になり、「建築を見るならアラブがいいですよ。次はチュニジアかトルコに行きましょう」と提案することで、次の旅へいざなうことができます。これは添乗員のテクニックでもありますが、こうしたアプローチひとつで旅はまったく違う醍醐味を伴うのです。

お客さまに知的好奇心を植え付けると、そこから学び、考え、世界観が変わっていきます。それこそが海外を旅する楽しみであり面白さだと思うのですが、業界全体でそこへ近づいていけないのは、なんとももどかしいと感じています。

90年は湾岸戦争があった年ですが、海外への日本人旅行者数は1000万人を突破しました。アジア

を横断するバックパッカーがパキスタンやイスタンブールにたくさんいました。このブームが終焉を迎えたのは、2003年のテレビ番組「進め！電波少年」シリーズの終了などではないかと思っています。日本人旅行者数は1300万人台で、前年の1650万人台から約20%減少しました。

バックパッカーたちの背景には1980年代なら藤原新也の『印度放浪』、90年代なら沢木耕太郎の『深夜特急』がありました。しかし今、若者を熱狂させるこうした本はありません。SNSがあるからいいじゃないかという人もいますが、ブログやインスタグラムにウユニ塩湖でピースする写真が載っていても、人の心を打つところまでいきません。

付加価値に意欲注いで

旅行業界は昔からレジャー産業とみなされ、お客さまからは切符を買う所という軽い扱いを受けてきました。しかし、私は旅行は国際交流であり、文化事業だと思っています。情報源が本からネットに移行しているのであれば、この辺りで業界全体でネット戦略に乗り出すべきではと考えます。世界の動きに興味のある人がアクセスでき、旅行者の声を分析できるようなサイトがあれば、かつての旅行雑誌『旅行人』や『格安航空券ガイド』のように読者が旅行先で共有できる情報になると思うのです。一企業では難しいと思いますが、それは文化的な活動で各社の利益に結びつく動きにもなるでしょう。

現在の日本はインバウンドが旺盛ですが、縁あって2003年から暮らしている下田のビーチにもたくさんのお米系外国人が来ています。実は、下田に吉佐美大浜という美しいビーチがあるという話を20年前にインドのダラムサラで聞きました。日本の美しいリゾートを最初に見つけるのは昔から外国人の貧乏旅行者で、そこから口コミで広がって一大リゾートになっていきます。

多くのリゾートは最初はスモールビジネスから始まります。バリは地元の人々のダンスとアートを観光向けにアレンジして、旅の付加価値にしたことで成功しました。DESTINATIONに付加価値をつけ、魅せ方で戦う。ここに意欲を注がないと商品は強くなりません。知的なテーマを主軸としたツ



Profile

おかざき だいご ●1962年愛知県岡崎市出身。アジア各地を歴訪し、30歳で海外専門の添乗員を経験。97年に作家デビューし、『添乗員騒動記』『添乗員漂流記』（ともに角川文庫）などの添乗員シリーズが大ヒット。このほか『ヒッピー・ライフ』（双葉社）など。2003年から下田市在住。市観光大使を務める。

アーを開発し、それをカルチャーセンターや大学の公開講座と連携したり、あるいは中学生以上の教育現場で発信して子供たちの知的好奇心を育てたりするのはどうでしょう。

人を通じて旅という文化を伝える。そうすれば旅は文化事業になり、より魅力的になると思います。

会員32人が熱心に情報交換

今年で40回目を迎えた夏期セミナーは箱根町芦ノ湖畔のザ・プリンス箱根芦ノ湖で行われ、32人が参加した。初日は地元食材を使った夕食を楽しみ、その後は会員同士の意見交換会を実施。例年のテーマである「旅行を取り巻く環境を知る」を主題に充実の座談会を行った。時代の動向や情報交換など、参加者全員の意見を聞く有意義な2時間となった。

