

「第1回くまもと未来会議リレー講演」講演録

- ◆ 日 時：平成25年8月23日（金）14：00～16：30
- ◆ 場 所：天草シーサイドホテル 2階 苓洲の間
- ◆ テ ー マ：知の集積～地域の宝を活かしたまちづくり～
- ◆ 出 席 者：坂東 眞理子 委員（昭和女子大学 学長）
野口 和義 委員（株式会社JTB九州 代表取締役社長）
蒲島 郁夫 （熊本県知事）

【開会あいさつ：蒲島知事】

「第1回くまもと未来会議リレー講演」に、ご参加いただき誠にありがとうございます。皆さんは「未来会議とは、一体どういう意味なのだろうか」と、思っておられることでしょう。「未来会議」とは、私が知事に就任しました平成20年以来、続けている政策の一つで、内外の知友の方々に来熊していただき、さまざまな角度から熊本県の未来について議論していただき、これからの本県の発展に役立てようというものです。

「未来会議」の内容は刺激的であり、また、有意義な意見が多く出ますので、熊本市内だけではなく、県内各地の多くの方に聞いていただきたいという思いで、「未来会議」の中に「くまもと未来会議リレー講演」という枠を設けました。

そして、記念すべく、「くまもと未来会議リレー講演」の1回目を天草の地で開催することになりました。

今日は「くまもと未来会議リレー講演」の最初の幕開けでもありますので、昭和女子大学の坂東眞理子学長と、(株)JTB九州の野口和義代表取締役社長にご参加いただいております。

また、15時40分からの鼎談「天草の可能性」には、私も参加して「我々はどのような天草の未来を考えていくべきか」を論じたいと思っています。

2期目に入った私の戦略に、新4カ年戦略があります。その中に、どのようなかたちで天草を振興しようとするかというの也被まれています。私はこの天草の振興には、四つのポイントがあると思っています。

- 1、この素晴らしい天草の景観を、どう活かしていくか。
- 2、豊富な天草の水産資源を、どのように活性化に結びつけていくか。
- 3、天草といえば、キリシタン文化が盛んですが、このキリスト教文化を、どのようなかたちで天草の歴史と誇りと、夢と文化にかかわり合って発展させていくか。
- 4、それぞれを全て含めて、観光を中心に地域振興政策を進めることを謳った、新4カ年戦略があります。

そういう中で現在、幾つかのプロジェクトが進んでいます。

一つ目は、第2天草瀬戸大橋が着工することになります。これによって、天草の交通渋滞も避けることができるでしょうし、天草の経済の振興にもかかわってくるものだと思います。

二つ目は、崎津集落が「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」として、世界文化遺産への登録を目指しています。今日の文化審議会でこれが選考されれば、天草の経済、天草の文化、そして天草の方々の心に大きく影響を与えるのではないかと思います。

また、天草では9月に「第1回世界サンタクロース会議 in 天草」が開かれるということです。

ただ、今日（8月23日）の熊日新聞を読みますと、天草市の「子ども議会」で非常に厳しい質問が出ていました。

一つは、第2天草瀬戸大橋について、「今天草では人口減少が進んでいるのに、10年後にこの橋が出来ても、もう渋滞はないのではないか」という鋭い質問がありました。

私も天草市長の安田公寛氏と一緒に、この質問のような「人口減少」にならないように、天草の人口を増やしていかなければならないと思っています。

また、世界文化遺産をめざす崎津集落の教会について、「地元の方は、そこまで盛り上がっていないのではないか」と質問があっていました。そういうことで、ぜひ、盛り上げていただきたいと思います。

今日は、多くの皆さまが来場されておられます。坂東委員と野口委員に、さまざまな観点から天草の未来について論じていただき、それをベースに、さらに我々自身が天草のことを考える。そういうきっかけになっていただければと思っています。今日はよろしくお願います。

講演「知の集積～地域の宝を活かしたまちづくり～」

【講演Ⅰ：昭和女子大学学長 坂東眞理子委員】

皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました、坂東眞理子です。

私は、今回初めて、長い間憧れていた天草に来ることができました。天草での講演にお招きいただいたことに対し、改めて蒲島知事にお礼を申し上げます。

熊本県熊本市には、もう10回以上伺っています。知事に「一度は天草に行きたいなあ」と話したことが実現しました。

なぜ、天草に長い間憧れていたかということ、私は恥ずかしながら、まだ中学生、高校生の頃に、与謝野晶子や与謝野鉄幹などの明星の人たちの詩歌に、慣れ親しんでいた文学少女だったのです。

与謝野鉄幹は、北原白秋・吉井勇・木下杢太郎・平野万里の4人と一緒に、この天草を紀行して「五足の靴」という紀行文を出しています。その天草に長い間憧れていました。

明星の歌人たちも、キリスト教の南蛮文化が色濃く残っている、風光明媚な景色に大変感

動したのだらうと思います。

それとは全く対照的なことですが、実は、私は先週1週間、サハ共和国というところに行ってきましたのです。

会場の方で、サハ共和国がどこにあるかわかる方手をあげてみてください。実は、ロシア連邦の1国です。

極東のウラジオストクやハバロフスクというのは、ロシア共和国の直轄地らしいのですが、そのすぐ内陸がサハ共和国で、土地面積は日本の8倍の広さで、人口は95万人です。人口は熊本県よりも少ないのではないかと思います。資源は沢山あり、ダイヤモンドがざくざく出るそうです。ダイヤモンドは露天掘りでも出ているそうです。実は全然気が進まなかった訪問ですが、天草と違い、「せっかく来てと言われるから、一度は行かないと義理が悪いかな」ということで、サハ共和国の副首相の方がお膳立てをさせていただいたので行ってまいりました。

行ってみると、本当にシベリアの広大な平野や谷の境目のところにいろいろな動物がいて、これはこれで魅力的だと思います。

サハ共和国の国民の皆さまは、私たちと民族的には同じらしくて、東洋人の顔をしているのです。

私が日本から来たというので、シャーマンの人たちが神木で火を焚いてくださり、その煙が天まで行くと、天の神様が願いを聞き届けてくださると言って、昔の神主さんのお祓いのような感じで、シュッシュとやっていたきました。

いろいろな、文化的な共通項もあってそれはそれで大変魅力的です。初めて行って「あ、面白い」「あ、変わっている」「あ、こうだったのだ」それはそれで一つの旅の楽しみではあるのですが、「また、ぜひ来てください」「もう一度来てください」「もう3回来てください」と言われると、「うーん、ちょっと待ってください」という感じになってしまいます。

おそらく、知らない所へ初めて行っても「あ、こういう所もあるのだな」「ああ、感心、感心」で終わるような地域、「長い間行きたいと思っていて、行ったらがっかり」という所も、実は沢山あります。

しかし、「行ったら、やっぱりよかった」「もう一度来られるといいな」という所もあります。何がその地域の魅力の構成要素になるのでしょうか。

経済活動が盛んだと、みんな生き生きしていますし、貧しい人が少なく、経済が発展していることも一つの大事な要素ではありますが、そんなにインパクトは無いということです。

もちろん交通機関も大事です。ヤクーツク地区がサハ共和国の首都で、大体シンガポールよりも近く、中国で言うと香港と同じくらいの距離らしいのです。A列車とシークルーズは、乗り換えの時間が15分間だったのですが、そこは乗り換えの時間が15時間で、ホテルで時間を費やさなければなりません。

そして、サハ共和国の代表部の方が世話してくださったのですが、その方は、ロシア語やサハ語はできるのですが、英語も日本語もできません。ロシア文字というのは、キリル文字と違って、普通のアルファベットと似たところはありますが、違います。「はて、何て書いてあるのだらう」と読めません。

ホテルの食堂に行っても注文一つできないのです。「なかなか言葉が通じない中で、生き延びるのは難しいなあ」と思いました。アクセスのよさときちんと連絡がとれるかというのは大事です。

飛行機に乗っている時間は、できるだけ短いほうがいいし、乗っている間もキャビンアテンダントの人たちが、丁寧に世話してくださると快適に過ごせるのですが、「乗せてやる」という感じで、もう全然サービスの配慮のない態度ですし、機内食ももう1回で十分というものでした。

観光開発、観光の魅力づくりというと、やはりそうした交通機関を整えとか、ホテルを整える、英語あるいは中国語を話せる人を養成するということになります。そうした分野は、とても分かりやすい観光地として存立するための必要条件だと思います。

しかし、いくら必要条件を満たしていても、プラスアルファの魅力にあたる何かが無いと、惹きつけるだけの十分条件にはならないのではないのでしょうか。

ただ、惹きつける魅力があったとしても、交通や人などの必要条件が整ってないと、なかなか行けないし、遠くになってしまうのですが、いくらそのハードの部分が整っていたとしても、そのプラスアルファの魅力の部分が無いと魅力的な地域、観光地にはならないと思います。

その魅力とは、何なのでしょう。よく言われるのは美しい風景、光景、自然が創った景観です。しかし、景観は一度行くと「ああ、分かった」で終わってしまいます。

しかし、人が手入れしている景観は、その自然と相まって、時々その季節、季節に違った顔を見せます。変化します。そうした景観というのは、汲めども尽きぬ泉のように、いろいろな魅力が生まれます。

皆さんも、世界中の観光客を惹きつけている、スイスの山岳地帯の写真を何度もご覧になったことがあるでしょう。例えば、アルプスの少女ハイジではないですが、牧場があり、小さなかわいい家があるアルプスの山、チロルの谷と言うと、もうそれだけでイメージが浮かびます。あのアルプスの山は、確かに自然が創り上げた景観ですが、牧場や小さな家々には必ずゼラニウムの花を窓辺に並べなければならぬとか、家の庭先に草を生やしてはいけないなどのきまりがあります。

人が手入れして努力して創っている景観が、世界中から人を呼ぶのだということです。日本でも、手入れの行き届いた水田や棚田などは、維持するのにとても大変ですが、他のものと比べようのない魅力的な景観になっています。このように、自然が与えてくれたものを素晴らしいだろうと言っているだけではなく、特に日本のような国は、自然が与えてくれた景観を「どう活かしていくのか」「どう手入れしていくのか」「どうデザインしていくのか」ということがとても重要になっていると思います。

特に日本の景観というのは、手入れをし、それが歴史や人の暮らしと結びついたところに、魅力的な風景ができるのではないかと思います。

また、食べ物、食事、これもとても魅力的な大事な要素です。

先ほども天草で、美味しいお寿司をいただきました。もちろんそれは、東京でも高級料亭や高級寿司屋に行けば食べられるかもしれませんが、きっと皆さんは普通にこうしたお魚を

食べていらっしやるでしょう。皆さんが、もしかしたら当たり前だと思っていっしやるんですが、実は東京などに行けば、高いお金を出さなければ手に入らない希少価値を持っているのです。

私は、天草でお魚を食べると感動するのですが、いろいろな観光地に行きますと、どんな山奥に行っても、お刺身が出てきます。「どうせマグロは大西洋で捕れているのだから、東京に持ってくるのも、山奥に持ってくるのも同じだ」という説もありますが、せっかく山奥のひなびた温泉宿に来たのだったら、お刺身はないだろうと思います。

やはり、その土地で採れた山菜、その土地で昔から伝承されているような料理を、その曰く因縁を付して、「この食べ物には、こういうエピソードがあるのですよ」「これを作るためには、こういう山の奥まで行かなければならなかったのですよ」というような、説明付きで、そのポリシーを表す料理を味わうことができたなら、とてもうれしい気がします。

残念なことに、いきなり「この土地の昔からの料理です。さあ、食べてください」では、そのよさが分からないのです。昔からコミュニケーションというのは、言わなければ分からないということです。

日本人は、しばしば「多弁を要しない」「ものをして語らしめる」「物語が大好きだ」ということ言います。良いものを作っていれば、人にもそれは良いものだとは分かるはずだと信じています。

日本の物づくりを支えてきた人たちというのは、そういう職人タイプの方たちで、「四の五の言うな」「黙って俺の作ったものを食べろ」というような感じでした。これからは、それでは通用しません。その土地に住んでいない人たちが初めて行って、初めて出会うときに、なぜこの材料を使っているのかとか、いろいろなエピソードを紹介してもらおうと、ぐっと魅力が増します。

これは、実は料理だけではなく、普通の皆さんの人間関係の中で、コミュニケーションというのは、本当に大事なのだと思います。どんなに良いことをしていても、相手に伝わらなければ、相手に受け止めてもらえません。

独りよがりではなく、相手がきちんと受け止めてくれるように、その価値を理解できるように提供する。それがコミュニケーションだと思うのですが、それをいろいろな分野でやっていかなければなりません。

教育はまさにその一番大事な部分なのですが、教育だけではないのです。例えば、家族の心が通じるかどうか、地域の人たちが心を合わせて何かを成し遂げることができるかどうかという人間関係もコミュニケーションが基本です。

そういう時も、自分はなぜこの点をやっているのかとか、自分は良かれと思ってやっているがその良かれの理由をきちんと相手に伝えることが大切です。同じ地域や家族でも、「家族だから何も言わなくても、分かるのが当然だ」「地域の人たちは、よそ者ではないのだから、何でこんなことが分からないのだ」とコミュニケーションせずいろいろな物事を進めようとする、「あいつ勝手なことをやっている。自分の好きなことだけやって」と協力が得られず、進めるということができないということになります。

コミュニケーションというのは、その意図や背景、事情を言葉で表現することです。表現

して、自分の言いたいことだけ言って自己満足するだけではなく、相手が分かるように伝える。伝わったかどうかということ確認しながら進めるということが大事なのではないかと思います。

実は私は、たまたまここへ来るときタイミングよく、牛深市の地域おこしを女性たちが頑張っているという「女たちの都～ワッゲンオッゲン～」という映画の試写を観て、推薦も兼ね感想を書きました。

男の方たちが、いろいろな地域おこしで企画を練っても、行動に結びつかない。映画ですから、そのところを強調されていますが、女性たちが、自分たちで本当に実現していくという映画でした。女性たちがなぜ実現できるかという、建前論ではなく「ちょうど自分はこれをしたい。一緒にやりましょうよ」と周りを巻き込む力、コミュニケーションをする力を発揮したのです。それによって彩りが蘇って、地域が、みんなが元気になっていくというような、ハッピーエンドの映画でした。

いろいろな地域の方たちが、その地域を活性化するうえで様々な活動をしています。成功している所もあれば、何となくぎくしゃくしている所もあり、地域おこしは、うまくいっていない所のほうが多いのではないかと思います。

それにはもちろん、いろいろな事情があると思いますが、お互いに共通しているのは、まちおこしのような一つのプロジェクトを行うときには、気の合った人たちが、自分たちだけで「やりましょう」と言っても広まらないのです。

気の合わない人、話が通じないような人、生まれも育ちも違う人、価値観が違う人、年齢が違う人、よその人、そういう多様な価値を持っている人たちが、それぞれの強みを発揮します。もちろん、それぞれ弱みも必ず持っていますが、強みを寄せ集めて強みでもってチームを作るのです。

「あの人は、あんなにうまいことを言っているけど、実は教えてくれることが苦手」とか、「あいつは小さい」「あいつの爺さんは酒を飲んで何をした」とか、表向きには言わなくても、みんな大抵後ろにいろいろな問題を抱えています。そうした欠点の部分、人に自慢できないようなところを批判する、あげつらうような人が多いチームは、チームとして機能しません。

日本人は、強いリーダーはいませんが、集団ならば強いということをよく言われていました。実は最近、若いアメリカ人の友人から「日本人はグループのみんなと一緒に行動するが、チームではない。チームというのは、目標を決めて、その目標を達成するために、いろいろな違った能力や考え方を持つ人たちが協力することなのだ」と言われて大変感心しました。「違った人」というのが、ポイントです。グループは、同じ人が群れている。

つまり日本では、リーダーとして出る人というのは、しばしば、成績が良いか、資格試験に通ったかなど、個人プレーの世界で能力が評価されます。いろいろな人たちのいろいろな良いところを、引っ張り出すことができる人がリーダーなのですが、どうもそういう経験を積んでいる人が日本には少なく、チームとしていろいろな仕事を力を合わせて成し遂げるといえるのは、本当に少ないのではないかと思います。

福島原発の問題についてだったのですが、あれはその一つの典型例だとも言っていました。

みんな同じような考え方を持つ東京電力というグループで行動することには慣れているが、いざというときに、いろいろな考え方を持つ人たちが、力を合わせて物事を決めることができなかつた典型例だということを行っています。本当にそうだと思います。

ぜひ、天草でも、熊本県の他の地域でも、その地域を活性化するときには、いろいろな役割に就いていらっしゃる男性だけでなく、女性や年をとっている人、あるいは外に出て帰って来た人、初めて来た人、そういういろいろな人たちが力を合わせて、物事を成し遂げなければならないのではないかと思います。

それから、あともう一つは、このチームにもかかわることですが、参画できるような場があるかどうか。リピーターになるかその場限りで終わってしまうかの、分かれ目になるのではないかということです。

参加と参画というのは、どこが違うのか。私が公務員として女性問題に永らく携わっておりましたときの言葉です。女性は、今までいろいろな物事に参加するだけでした。しかし、参画しなければなりません。

参画というのは、企画や実行、フォローアップまで含めた段階できちんと自分の意見を言う、責任を取るというプロセスが大事なのです。参加から参画へということなのですが、いろいろな地域おこしや外の人を地域に呼び込もうというときに、しばしば参加型のツーリズムで終わってしまうのではないかと思います。

参画型のツーリズムやアクティビティ、地域のいろいろな活動に参画する舞台作りをしなくてはならないと思います。

例えば、今少子化の時代で、どこの家族でも子どもをととても大事にされています。もちろん子どもの中には虐待されている子もいますが、多くの家庭では子どもたちを何とか良い子に育てたいと思っています。特に、子ども時代に親との、家族との良い思い出づくりをしたということ、子ども連れで、いろいろなアクティブな体験をする参加型のイベントも沢山行われています。

「お客さまは神様です」ではなく、「お子ちゃまは神様です」という感じで、子どもたちを思って本当に至れり尽くせり世話をする。一生懸命、子ども向けのサービスをするイベントが多いような気がします。そうした子どもを参加者として、お客さまとして体験させる、思い出を作るといようなやわな体験ではなく、例えば、子どもたちはもう小学高学年や中学生にもなれば、立派な一人前の小さな大人なのですから自分でやらせるのです。もちろんまだ子どもの部分はありますが、やれることは沢山あるはずで。

先ほど、蒲島知事が子ども議会の鋭い質問についておっしゃっていましたが、知的にも大人以上にしっかりしている子どもも沢山います。もちろん全員が同じではありませんが、子どもたちが全面的に責任を持って、その地域を盛り上げるのに参画しなさいと、自分も一肌脱ぎなさいということ、もっと大人は考えるべきなのではないかと思います。

例えば、子どもの夏祭りなどで、東京の団地辺りでも大人が張り切って子ども神輿を作ってあげ、「さあー、行くぞ。子どもたちおいで、おいで」といようなイベントが行われているのですが、それもおそらく一過性の思い出にしかならなくて、子どもたちの成長、子どもたちの人生に根付くものではないと思います。

それよりも、どうしたら、魅力的な人が面白いような事ができるか、本当に自分たちで企画させてみるべきです。大人の真似や大人から言われたことをするのではなく、自分で考えて自分でやっごらんというように、巻き込んでいくということをもっともっと、いろいろな地域で考えなければいけないのではないかと思います。

ゲームなんかする時間があるのだったら、その土地の子どもたちに、責任を持たせ、知恵を出させ、活動させるというのは、私はぜひやってもらいたいことです。

日本の男の子が草食系と言われていますが、今日本人が、いろいろな地域で責任を持って活動しなければ、男の子も女の子も若い人たちはみんな草食系になってしまいます。お客さまになってしまいます。今、どこでも難しいことをやれないような若い子がどんどん増えて困っているのですが、ぜひ、子どもの頃からできることはきちんとやらせてください。

昔でしたら、テレビドラマの「おしん」の例を引くまでもなく、物質的に貧困で他所の家に奉公に出されるということすらあったのです。それをもう一度再現すべきとは言いませんが、今の日本は、物資面でいえば実際に無いものはないくらい豊かな時代なのです。だからこそ、男女もお年寄りの方たちも、もっともっと責任を持った活動をさせる、参画するという場は必要であると同時に、子どもたちにもそういう場をぜひ作ってほしいと思います。

これは、私の大学での一つの悩みなのですが、今大学もキャリア教育に力を入れており、介護を体験学習させたり、ボランティアをさせたり、インターンシップをさせたり、しっかり自分の将来を考えようという場を作って、それなりに随分努力し、効果は上げていると思うのですが、インターンよりもむしろアルバイトのほうが、本人たちは多く学んでいます。

なぜでしょうか。インターンというのは、例えば理容師・美容師になる人に課せられる実地訓練であり、実習生なのです。いわゆる、大人の世界を知る、本当の仕事を知ることです。経験しないよりは良いのですが、職場に見学に行っているのです、お金をもらえないのです。

アルバイトというのは、本業や学業のかたわら、収入を得るための仕事をする事なので、たとえ900円、800円の時間給でも「お前の責任だ」「やらなくてはいけない」「どんなにわがままを言うお客さんがいても、お客さまを喜ばせなければならない」というように、アルバイトのほうが社会的な訓練をしてくれます。

日本の大学生は、勉強しないでアルバイトばかりしていると、先日もあるアメリカの大学の先生に言われてしまったのですが、そういうアルバイトがなぜ身になっているかという、「責任を持って」「逃げないで」お客さまとしてではなく、「当事者として」その仕事をやらなければならないと思っているからなのです。

ぜひ地域においても、いろいろな人たちが当事者にならなければなりません。「商工会議所が何かいろいろやっているようだが、動員されたから参加しましょう」というようなイベントは、絶対にやるべきではないのです。

これをやってみたいという時に、自分の仲間だけではなく、少しうるさいあの人引き込むには、あのおじさんを納得させるにはどうしたらよいのでしょうか。そういう苦勞をすることによって、そのイベントは生き生きと命が通ってきます。お仕着せのイベントがしばしば魅力的ではないと言われるのは、動員されているからなのです。

ぜひ、これから地域を活性化するためにいろいろな活動をなさるとき、他所から誰かがデザインして、「はい。参加してください」というかたちではなく、たとえ少し欠点があっても、スマートにいかなくても、ぎくしゃくするところはあったとしても、自分たちが苦勞して草の根的にやっていくということが、とても大事なのではないかと思います。

人間が生きていくうえで本当に必要な力というのは、与えられて身に付くものではありません。自分で小さな失敗を繰り返して、小さな成功をする。「自分でやったらやれるぞ」といった手ごたえの中から、人間というのは、いろいろな力を身に付けていくのではないかと思います。

ぜひ、地域おこしも、即効性を期待するのではなく、とにもかくにも土地に根が付いた活動を気長くやっていくことです。その際に、外から来た人が一見のお客で終わるのではなく、できるだけ企画から参画し、当事者としての案をどんどん出していくというような仕組みづくりをしていただきたいと思います。

観光の具体的な例については、野口社長が多くのエピソードをお持ちだと思います。私は、教育の分野から、地域おこしを人材養成という点で、長期的な取組みを行うということを申し上げたい。バックグラウンドを持っている人たちが、折り合えるところで力を発揮する、良いところで結ぶということです。

東京だと、その人の全てが分からないので、良いところだけで協力しようということがスムーズにいくのですが、地方で何十年も一緒に住んでいると、「偉そうなこと言っている、実は」という部分もみんなよく分かっていて、なかなか良いところだけでは協力し合えないということが多いのです。ぜひ、悪いところは分かっているが、あえて目をつぶって、片目をつぶって、良いところをお互いに褒め合い発揮し合うことをやってください。褒めるというのは大事なコミュニケーションです。そのようなかたちで、住民の方たちが協力をされると、その地域は本当に生き生きとして、明るい町になります。そういう所に人は来たがるのです。陰湿な、意地悪な、妬み深い人たちがいるような地域というのは、そのネガティブなオーラが周り中に伝わります。

「生き生きしているな」「楽しそうだな」「明るいな」「親切だな」というような人たちが住んでいると思うと、そのような人に惹かれてやって来ます。人間というのは、走光性で明るい所に来たがります。走温性で温かい所に来たがります。温かい人や明るい人がいらっしやる所、温かい地域、明るい地域に、人は惹かれて来るのではないかと思います。

そういう暮らしをしていらっしやる一人ひとりが、魅力的な人になることです。そしてその温かさや素敵な魅力を、そばに来た人々と一緒に楽しむ。そういうおおらかさ、懐の深さを持っていらっしやると、いろいろと持続的な活動が根付いて、1年に1回か2回しか来られないかもしれないけど、今度は1週間滞在することができるというような外のファン、遠くにいるファンが増えていくことにつながると思います。遠くのいろいろな人のネットワーク、ファンづくりを心掛けるというのが、私は、結果的には日本の地域を活性化させる、一番の王道なのではないかと思っています。

勝手ながら、自分の思いだけを述べさせていただいていただきましたが、ぜひ、蒲島知事という素晴らしいリーダーの下で、いろんな力を持った方たちがチームを組んで、熊本県の

各地でいろいろな活動が盛り上がることを期待して、私の話を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

講演Ⅱ

株式会社 JTB九州 代表取締役社長 野口 和義

JTB九州の野口です。記念すべき第1回目の「くまもと未来会議リレー講演」にお招きいただき、ありがとうございます。

その任に堪えうるかどうか不安はありますが、精一杯務めさせていただきます。よろしくをお願いします。

まず、お話に入る前にもう少し私自身のことと、勤務先を紹介させていただきます。私が勤務しております JTB九州は、以前は日本交通公社で全国に一つの企業でした。2006年に地域ごとに分社化し、九州は JTB九州会社となり、九州7県を所轄しています。その中で長崎支店が、今年開設100周年を迎えたという歴史をもっています。その意味で今年は JTB九州100周年の記念すべき年でもあります。

分社化されたことにより、より一層、地域を販売するという事は大事な使命になってきたと思っています。

私は一度東京で勤務をしましたが、ほとんど関西の大阪府天王寺の支店で営業を担当してきました。関西で営業するという事は、九州は旅行を販売する販売先なのです。お客さまに行っていただく先ということで、企画の段階から、また、添乗員として九州のことをずっと見てきました。ひょっとすると、皆さま方より九州内の観光地も詳しいかもしれません。

JTB九州の代表者として、この九州に来た時に思ったことがありました。それは、極めて良い意味で地域性が強いエリアだということです。

地域性というのは、県の中にあるいろいろな地域の特色や文化が、すごく根付いて今まで続いているということです。おそらくこれは幕藩体制の時代の藩にあったものかもしれませんが、もっと以前の歴史の積み重ねがそのまま残っているのかもしれませんが、それが非常に良い意味で観光にも、いろいろな産業にもプラスになっているということを改めて感じました。

私の勤務地の福岡県では、昔のエリアでもかなり分かれているのです。赴任した当初はそのエリアの違いが分からなかったのですが、歴史が全部作ってきたものが今につながっています。筑豊が歴史的に一つの地域でないということも初めて知りました。そういう意味でも、大変勉強になります。

ただ、もう一つ言えることが、九州というのは産物があり、いろいろなものがすべて豊かで気候にも恵まれていて、豊かさゆえの食欲さのなさのようなどころがあると感じます。どちらかと言うと、資産のない所の方が必死で売り込むのです。それが無いというところは、九州のある意味のマイナス面での特色かと思いました。

それでは、本題に入らせていただきたいと思います。

最初に「経済的視点から見たツーリズム」という題で大げさに書いてありますが、最近、観光が非常にクローズアップされてきました。

私が入社したころには、いろいろな場面で全く観光は語られなかったのですが、経済的な効果を含めて観光がクローズアップされ取り上げられているという、我々にはとっては非常にありがたい状況です。それを裏付けするような話をしたいと思います。

既に、お聞きになっていることが多いかと思いますが、少しお付き合いください。

まず、裾野の広いツーリズム産業ということで、旅行業の真ん中の所に観光産業がありますが、そこにかかわるいろいろな産業の裾野の広さというのは、非常に大きいものがあります。

一つ一つあげることはしませんが、おそらく観光で支えることによって、その地域の経済というのは、本当に活性化していくのだということが、改めて理解いただけるとと思います。

次に、その経済的な波及効果の統計として、「日本における観光の経済波及効果」という2010年のデータがあります。旅行消費総額が23.8兆円ということで、世界を見ると2兆ドルになります。

併せて世界における産業の経済波及効果を含めると世界で6.3兆ドルです。また、雇用創出効果が世界で2億5,500万人ということで、極めて大きなウエイトを占めているという結果です。

もう一つ大事なのが、最近よく言われていることで、人口減少に対する、観光が増えることによるメリットということですが、定住人口一人当たりの年間消費額を、外国人を含めた観光で来られる交流人口で見ると、どうなっていくのかということですが、

定住人口1人を補うには、例えば外国人旅行者が7人増えれば1人分の経済効果に相当します。これは一定の理論値ですが、国内旅行の外から来られる宿泊者であれば、22人の方が増えたら1人分の定住人口を補います。さらに、日帰り旅行者であれば77人と、こういったものが一定の理論値として整理されているということを含めて、やはり経済的にも観光をこれからもっと支え、広げていくべきだということを皆さん方に言っていただいております、我々もそのように取り組んでいるという状況です。

最後に、ご存じだと思いますが、観光立国閣僚会議では、頻繁に利用されている海外からのお客さんを増やそうということで、日本ブランドやビザ要件の緩和、受入れの改善、MICE誘致ということを掲げています。

この中で既に効果が出ているのがあります。7月1日からスタートした、タイの観光客のビザ解禁です。以前からタイから日本への観光客はビザが必要でした。私ども観光業界も、ぜひ、タイの観光ビザは解禁するべきだと言って来ました。しかしながら状況はなかなか前に進まなかったのですが、安倍政権に代わって急遽、状況が変わりビザが解禁されました。その結果、タイからの観光客が2倍以上になっており、おそらく今後さらに増えると思います。やはり政治が引っ張っていく誘致策というのは、大変大きいと改めて思った次第です。

次に、熊本県と天草の観光というのはどうなのかということを見ていきたいと思っております。

これについては、私どもの関連のJTB総合研究所という組織（前・株式会社ツーリズム・マーケティング研究所）が、JTB地域パワーインデックス調査2012という観光調査をしています。一般の消費者の方に対するブランド調査・満足度調査・知名度などの聞き取り調査です。

九州についてどうかということで、嬉野、長崎、雲仙、平戸、黒川、内牧・赤水、天草、別府、湯布院、指宿、霧島、屋久島が対象とした地域です。いろいろな地域の捉え方がありますが、主要観光地ということでアンケートをとりました。

観光調査には、認知度・ブランド調査・満足度の三つがありますが、実は黒川と天草、内牧・赤水是、九州内のお客さまのニーズが非常に高いのです。その中で、天草が京都府、大阪府、兵庫県という、いわゆる遠隔地からの来訪者が多いというのが、このデータでは表れています。

次は、観光地を知っているかどうかという認知度と、行ってみたい所かというニーズのかけ合わせであります。認知度が高く行ってみたい観光地のデータでは、天草は上のほうになります。

一方、黒川、平戸などが若干下にきていますが、とにかく天草というのは認知度もニーズも高いのです。

もう一つは、年代別に見ると、やはり年齢層の高い方に対する認知度や興味が高いということも表れています。

一方、若年層では認知度や興味が少し下がってきます。ここでは中高年に知名度が高くても、若年層に認知されていなければ、将来、お客さまが減ってしまう危険性もあるということかもしれません。

それから、今度はエリア別ですが、これにつきましては熊本県の観光地というのは、西も東も問わず極めて認知度が高いというような感じです。

今のデータに加えて私が少し思うところですが、先ほどの九州内のお客さまが多いというのは、実は極めて観光地としては安定しているのです。やはり地元のお客さまが多いというのは、実は観光地としては非常に重要なファクターで、例えば東京近辺の観光地は、ほとんどが首都圏からのお客さまです。逆に、関西周辺の温泉や観光地は、やはり関西圏からのお客さまが圧倒的に多いです。当たり前なのですが、実は非常に安定性があります。

ただ、一方で、安定性がある半面、変革に関して非常に遅いというマイナス面があります。安定しながらこれから変革をしていくということが重要かと思えます。

それから、もう一つ、認知度で天草が高いということに関してですが、これはデータの裏付けはありません。なぜかということをもう少し我々も掘り下げてみる必要があると思えます。

一つは、やはり天草四郎時貞を初めとしたキリシタンの歴史など、日本人なら誰もが知っている歴史が影響していると思えます。歴史の授業では必ず習います。

もう一つは、「天草」という響きです。私は前々から、「地名」は非常に重要なファクターだと思っておりまして、この「天草」という言葉が知名度を上げているのではないのかというのが、個人的な感想です。

一方、知名度に対して、今度はお客さまが満足されているかどうかという満足度調査では厳しい答えが出ています。

なぜかということ、料理の評価あるいは海の幸の認知が意外に低いのです。それから、まち歩きや土産に対する評価も低いのです。これは、冒頭に申し上げた、恵まれているという概

念での低さではないかと思えます。つまり、地元の方々は普段はものすごくおいしい魚を食べておられますが、これを食べに来られた方にどう提供すればよいのかということに対して、理解や努力がもう少し必要なのではないかということです。やはり、恵まれているゆえの弱みの部分ではないかと思えます。

もう一つは、自然に関する評価は高いのですが、地元での交流に関する評価は低いのです。坂東委員が言われるように、私も地元の方と観光客の方との交流、おもてなしの心をもっと高めていく必要があると思えます。

これは、決して、観光産業に携わっておられる方だけの問題ではないのです。まち全体、地域全体のお客さまを迎え入れようという姿勢の重要性です。今後、ぜひ、取組みの中でクローズアップしていただきたいと思えます。

私が、お客さまを迎え入れようという姿勢が一番良いと思うのは、鹿児島県の指宿市です。列車の沿線で普通町の人たちや学生がみんな手を振っているのです。九州新幹線のコマercialがあったと思えますが、あの光景は一度行くと感激して、もう一度行きたくなる光景です。

この話には伏線があって、新幹線や観光特急「指宿のたまて箱」が来たからそうしているわけではなく、もっと前から地元の皆さんが来訪客をおもてなしする取組みがなされているのです。地元では20年以上、いぶすき菜の花マラソン大会を開催しておられます。このマラソンには何らかのかたちで地元全部が参加しておられます。

何がすごいかというと、沿線の皆さんがみんなコースの周りに立ち、走っている人にあんなにものを渡したら、走れないのではないかと思うぐらい、選手の方がたに様々なおもてなしをされるのです。選手の中には「走ることよりもそっちがいい」と毎年来られる方が沢山いらっしゃいます。地域として、観光客など地元に来られる方に対するおもてなしに真剣に取り組んでおられます。

その結果、新幹線が開通して、観光特急「指宿のたまて箱」が運行開始した時にも、地元あげての歓迎が自然と行われました。これは非常に良い例だと思えます。

そういった意味で、地域全体が観光客やイベントで他県から来た人々を受け入れるという気持ちを、どういうふうにつくっていくか。それは、坂東委員が先ほど言われた長期的に地域を作っていく取組みが、重要になってくると思えます。

次に、熊本県は「幸せ実感くまもと4カ年戦略」で施策を進められていますが、15の戦略に対して観光はどうかかわっていけるか整理をしてみました。

当然ながら、観光振興で交流人口を増やしていけるのか。

もう一つが、アジアのつながりの中でいうと、やはりインバウンドのことです。アジアの成長、お客さまを取り込み、地域の産業振興と都市ブランドの向上につなげることができるということです。

また、観光振興における雇用の創出であり、最後におそらく交流人口を増やすだけではなく、それを拡大していくことによって、定住人口の拡大にもつながっていくでしょう。

私どもも含めた大きな意味の観光産業が、この「幸せ実感くまもと4カ年戦略」の中で、こういうかたちで果たしていけるのではないかと考えています。それを改めてチャレンジし

ていきたいと思っているのです。

熊本を知っていただくと、調べて、来たくなる。来ていただいて参画していただき、体験していただくことなのです。お客さまも自分の力でそこに行って、そこで楽しみ、最終的に「ここに住みたい」と思うほどのファンになっていただく。定住ではなく、東京や大阪の首都圏の方が期間的に住むという展開もあるのではないかと考えています。そういったことも含めて、やはり観光産業で熊本ブランドを大きく膨らませていって、こういうかたちで戦略に役立つように一緒に進めていきたいと考えています。

次に、さらに天草というところに焦点を絞って、少しお話をしたいと思います。

ここでは、地区でどんなことをされたのかという実例を話して、そこから学んでいくという観点から話をさせていただきます。

一つは、「地域の宝を活かした観光まちづくり」ということで、現在、天草宝島観光協会を取り組まれているいろいろな取組みがあります。かなりいろいろなかたちで情報発信されています。私もここへ来る前に、ホームページその他で、いろいろ調べてきました。私は関西勤務のときに、熊本県には何度か来ているのですが、当時に比べていろいろ情報発信がされていると改めて思いました。

実は、先ほど申し上げたように、観光は非常にクローズアップされており、日本中どこでも同じような景色、特産物が結構あるのです。そこからどうやって抜け出すのかというのが重要なポイントで、その点について少し話させていただきます。

まず、一つ目は、当社は北海道で“感動の瞬間100選”という企画をやりました。

この企画は、北海道の方がたが普段何気なく見ているような景色の中で、実は北海道でだけしか見られない景色を発掘して、道外や海外からのお客さんの目線で感動してもらえる瞬間を見せるものです。しかも、これは“瞬間”がキーワードになります。ずーっと見られるものではないのです。「ある瞬間がすごくいい」ということなのです。北海道に来る能動的な動機付けを行いました。

私も幾つか見ましたが、早朝に鶴が飛び立つ瞬間はすばらしいものでした。

それからもう一つ、雲海が見られるところに行くのです。これを見るためには、ホテルを朝4時ごろ出発します。

今まで観光では朝4時に出発となると、お客さんから苦情もあったのですが、今回の雲海行程では、この時間に出発しなければ見られないことを納得していただきますと、見学に行かれた方も100%感動して帰って来られます。しかし、この行程にはオチがありまして、雲海が必ず見られるわけではないのです。見られないことが多いのです。

マイナス情報を今度はプラスにするという意味で、「残念でした。ぜひ次回またお越しください」ということを、きちんと初めから言うておきます。そうするとお客さんは「よし、今度はこれを見る」ということでまた来てくださいます。

実際には、幾つかのプログラムを組みます。全部見られなかったら、お客さまもきっと「詐欺だ」と怒られると思います。しかし、プログラムの中には見て感動するものが幾つかあります。ですから、「北海道で、この一つは絶対に見たかったので、次来たときに見たい」という話も聞きます。

旅行業でも、今までは旅程補償という厳しいルールがありまして、旅行の行程のとおり行動できなかつたら、お客さんにお金を返さなければいけないということがあるため、どちらかという、必ず全部できる行程に絞り過ぎていました。そのため、極めて最大公約数のものしかできなかったのですが、このように見えるかどうか分からないがトライしようというかたちがあります。

私のところで、今考えていることをご紹介します。熊本県の南阿蘇にパワーストーンが重なっている所があり、そこでは夜にパワーストーンが重なっている間から北極星が見え、すばらしい景色らしいのです。社員がそこに行って来てトライしてきました。これをいつも見られるわけではないのですが、その日は見ることができ、非常にお客さまに喜んでもらえるのではないかと考えていました。

こういう自然の風景は、いろいろな所に沢山ありますが、それは地元の人しか分からないことです。こういったものが、一つのPRを通してお客さんに来ていただける材料になると考えています。

次に、長野県屋神温泉に「天空の樂園 日本一の星空ナイトツアー」というのがあります。ここは環境省の星空継続観測で日本一になったことがあるそうです。

屋神温泉は、スキー場としては全くメジャーではないのですが、ナイトツアーとしては極めて今注目されていますし、お客さまも集まっています。スキー場といえば、やはり志賀高原や白馬などが有名です。要は、屋神温泉は、スキー場としては有名ではないし、雪質が良いわけでもなく、普通のスキー場としては営業的にも苦労されていて、しかも雰囲気など全く何もないというところが、「星空」という一つのキーワードで村をあげてやった結果、これだけのお客さまを呼ぶことができたという実例です。

やはり先ほどの「北海道・感動の瞬間」もそうですが、特にその皆さん方が持たれている景色、自然界には、何か人を惹き付けるものがあるのでしょうか。しかもその見せ方をどういうかたちでやっていこうかというようなことが、一番可能性があります。

そういった意味でとても面白いと思う例があります。インバウンドの話ですが、高野山にはフランスからのお客さまが多いのです。なぜかと言いますと、フランスの有名な写真家が来日され、高野山の風景をととても気に入られ写真集にし、それが大ヒットしたらしいのです。

確かに私も、高野山の風景は四季折々にすばらしいと思います。しかも神秘的です。しかも、この景色だけではなく、人の手が入ったお寺の風景があるのです。

今でもフランスから、高野山の写真を撮りに多くの方が来られています。何気なしに撮っている写真ではなく、本当にきれいな写真をきちんと撮り、それをきちんとしたかたちで見せることによって、お客さんが増えるオンリーワンの企画になる一つの実例ではないかと思っています。

よくインバウンドと言いますが、私は個人的には、日本のお客さまに喜んでもらうより10倍ぐらい難しいと思っています。

というのは、感覚的に海外のお客さまが本当に何を求めておられるのかというのを我々も本当に分かっているのかということです。つまり、勝手に我々がよいと思っているから、来てくださるだろうという問題ではありません。感動してもらい、絶対行きたいと思ってもら

えるものを作り出すには、やはり国内のお客さまよりもっともっとハードルが高い。しかし、意外な所に惹きつけられるものだと思っています。お客さまは何に惹きつけられるでしょうか。やはりその場所にだけしかないもの、オンリーワンだと思います。

観光企画で九州オルレというのがあります。オルレの発祥地は濟州島で、濟州島を順番に回りながら同じような景色を楽しむのです。

九州オルレの中には天草のコースがありますが、これがスタートから好評です。実は、天草という土地は海と山と岸という三拍子そろった景色なのです。この光景は実は九州オルレの中で天草だけなのです。天草の海は、他県の海とまったく違うのです。当然、武雄市とも指宿市とも違います。だから、天草のオルレというのは、まさしくオンリーワンだと思います。九州オルレの中でも一番魅力のある、集客力のあるオンリーワンを目指し、ぜひ、皆さん方と一緒に頑張っていきたいと思っています。

地域をあげてお客さんをウェルカムで迎えるというのは、実はオルレの隠れたテーマで、濟州島のオルレがそうなのです。人々がすごくフレンドリーで、観光客を迎えています。

濟州島は、年間300万人ほどの観光客が訪れることによって、当然地域が豊かになりました。今まで観光客を乗せたことがなかったタクシーの運転手も今ではオルレのおかげで仕事が増えて大変喜んでいます。

観光客が訪れることが地域の活性化につながっていく。地域が活性化すれば生活も豊かになる。生活が豊かになれば心も豊かになり、観光客に対する感謝が生まれ、魅力ある観光地になり、より一層の観光客に来ていただくための努力をする。これがウェルカム体制ではないでしょうか。

ウェルカム体制をつくっていくことが、日本人のオルレの成功の秘訣なのです。天草も、景色とホスピタリティーの両方を持ってオンリーワンを作り上げていただければと思います。

実は私は語源が好きで、この講演の前に「天草」の語源をインターネットで調べてみました。色々な説がありましたが、その中で一番しっくりきたのが、天は海、草は太陽のこと、という説でした。草がなぜ太陽なのか。古事記にも出てくる大阪の地名にも「日下部」と書いて「くさかべ」と読ませる地名があります。生駒山のふもとにあり、背後から太陽の昇る場所です。古代の言葉の中では、「日」と書いて「草」と読むそうです。

天草は、夕日が非常にきれいです。「海に沈む夕日の美しい島」それが天草だと思います。天草市松島町などでは、観光に夕日を取り入れておられますが、山のほうから昇ってくる朝日もすばらしいと思います。夕日と併せて朝日も「瞬間」の光景だと思います。この光景を、ぜひ、観光のオンリーワンにさせていただきたいと思っています。

JTB九州も、実は「感動の瞬間100選」と言われている「感動!!九州100選」がスタートしています。ぜひ、天草のエリアからも応募していただき、私どもも天草の方々と一緒になって、天草の宝を活かしたまちづくりにご協力できたらと考えております。

今日はどうも、ご清聴ありがとうございました。

鼎談

進行係：蒲島知事)

それでは、今から3人による鼎談を始めたいと思います。

委員の皆さまにはそれぞれの立場で、「地域の宝を活かしたまちづくり」について幅広い視点から講演をしていただきました。

講演の内容を簡単にまとめますと、坂東委員からは風景だけではなく、人が介在して初めて風景が生きてくる。それから地域が輝くためには、住民の方々の参画が大事であるというお話が中心であったと思います。

今日会場を見ますと、多くの天草の市民の方々が来ていらっしゃいます。これはまさに参画ではないかと思えます。そして、みんな一緒に天草の振興、観光というものを考える。そういうときに、200人近くの方が一般から公募されて来ていますので、大変頼もしく思いました。この熱意が天草の発展につながっていくと確信しています。

野口委員からは、幾つかの具体的なデータに基づいて、今天草を他の地域と比べるとだいたい全国平均的であるということと、認知度は高いが満足度があまり高くないというお話をいただきました。

そういう意味で、先ほどの坂東委員のさらに輝くためにもっと参画するということと、やはり感動を呼ぶためには、与えられた風景だけではなくそこに人の手が加わってくると、さらに輝くのではないかと思えます。

それから、感動の瞬間が大事だということです。私は天草が大好きで、たぶん知事として最も頻繁に来るのは天草ではないかと思っています。その感動の瞬間を常に感じるのは、お風呂に入りながら日没を見るときです。私はナポリにも2度ほど行ったことがありますが、天草の日没の瞬間はナポリの日没に非常に似ていると感じます。

もう一つは、イルカの大群に何度も感動の瞬間を感じました。そういうものをさらに活かしていけば、多くの観光客の方がいらっしゃると思えます。

それから、最初に観光に行こうと思ったときに、まずその場所を知ることが大事で、知ったら、調べる。調べたら行く。行って、交流して、リピーターになるというお話もありました。熊本県では、まず熊本のことを知ってもらうために、くまモンという素晴らしいキャラクターを作りました。くまモンを通して熊本を知ってもらい、熊本について興味を持ち、では、行ってみようかという戦略をとり、特に関西戦略を展開した関西をはじめ、かなりの程度成功したのではないかと思います。

そういうことで簡単にまとめましたが、さらに、天草のこれからの可能性について、ご意見をいただきたいと思っています。

まず委員のお二人から見て、率直に天草の魅力と可能性について、さらに議論を進めていきたいと思っています。まず、坂東委員から五足の靴の話がありましたが、とても大きな意義を持っていると思います。ぜひ、ご意見をいただきたいと思っています。

坂東委員)

はい、私先ほども申し上げましたが、初めてこの天草に伺って、A列車に乗りました。A

列車というのも初めてだったのですが、45分しかかからず、あっという間に着いてしまいました。普通のガタゴトの電車であるのと、A列車に乗ってくるのでは、デザイン一つで全然感覚が違うのではないかと思います。

ああいうかたちで、天草に到着するまでのプロセスを楽しめるような演出、デザインというのはとてもいいと思いました。

それからこちらへ来て、もちろん天草五橋や島が沢山入り組んでいる風景が美しいと思ったのですが、人が素晴らしい活動をされているというのはまだ見えないので、今日から明日にかけていろいろな活動を見られたらいいと思っています。

蒲島知事)

A列車ができるまでは「天草は遠い」と思ってみんな来ていたのですが、今言われたように45分で着いてしまうと、「来やすい」と思う、そういう気持ちがとても大事だと思います。

坂東委員は今日東京からいらっしゃったのですが、まず飛行機で着いて、それからA列車に乗って、そして船に乗り、それから車でここまでいらっしゃったので、多くの乗り物に乗られてとても良い経験されたのではないかと思います。

それでは野口委員からお願いします。

野口委員)

先ほど申し上げた幾つかの観点があるのですが、それに加えてやはり今の知事のお話にあった距離感という問題があります。私はこの距離感をどういうふうにお客さんのメリットにするかみたいところが、これから天草の観光を考える上で重要だと思っています。

つまり、どうしても遠いということを表に出し過ぎることによって、お客さんは敬遠します。一方で、では近かったからいいのかということ、実は近過ぎるというのはお客さんにとっては、行くことが憧れでなくなるのです。

従って、今の距離感をメリットに変えていくような見せ方ということで、ちょうどおっしゃったA列車と船というのは、本当に良い組み合わせだと思います。

便利にするだけがいいことではなく、やはりある程度努力をして近づいてそこで感動したというようなところが、大事ではないかということが一つです。

非常に具体的な話をしますと、実は明日福岡で用事があるので、朝の天草エアラインの飛行機で帰ります。天草エアラインは大切だと改めて思いました。というのは、実は大阪でも名前を聞くのです。「天草エアライン、飛んでいます」という、この宣伝効果が非常に私は大きいと思います。

航空会社を運営するというのは、いろいろな意味で大変だと思うのですが、いろいろとところに便をできる限りクローズアップしてPRすることによって、単に乗って来ていただける数は、当然ながら飛行機の座席数だけですが、認知度を上げるということは、天草エアラインの力というのも重要だと思っています。

蒲島知事)

実は先ほどあいさつのときに、天草市の「子ども議会」の話をしました。その中で、崎津教会が世界文化遺産になるということが、あまり市民の方の話題になっていないのではないかという話がありました。

私はそれを聞いて、崎津教会では観光とは関係なく普段どおりにやっていらっしゃることが、かえて良いのではないかと思いました。

そして、私は自分のプライベートな時間を使って崎津教会に行きましたが、教会に行くまでのさまざまな商店街の方々がとても熱い思いを持っていらっしゃいます。

だから、教会の普段どおりの日常の運営のあり方と、周りの店の熱い思いが、全く反対の方向のようですが、かえてそのほうが観光客の方にとっては良いのではないかと感じました。

教会が世界文化遺産となって多くの観光客が訪れ、将来的には世界的な巡礼の場所になってくるのもいいと思います。その可能性の高さと経済的活性化、もう一つは教会のあり方としての日常性、染まっていけない、観光地にして観光地化していかない、その両面がとても大事だと思うのですが、いかがでしょうか。

坂東委員)

私の好み、願いとしては、皆さん暮らしの中でその教会を大事にされており、「売らんかな」ではなく「こんなにすてきな教会があるのですよ。よく来てくださいました」という感じで、受け入れていただくような、地域づくりをしていただきたいと思います。

例えば、私の友人には四国遍路を歩いている人が多いのですが、その人たちが私に話してくれたのですが、たまに一つか二つ行くと、印象的なのはおもてなしだそうです。別に観光旅館や観光業の方ではなく、一般の住民の方が「ご苦労さまです」「休んでいってください」と声を掛けて、もてなしてくださるそうです。

そういうよそから来た人に対して、自分の土地にわざわざ来てくれたことを喜んでいてという温かい態度をちょっと見せてくださると、とてもいいなという感じがします。

「売らんかな」ではなく、「とてもいいと皆さんが言ってくださってうれしい」という態度、そこの差はとても微妙だと思いますが、ぜひそういった方向で、この崎津教会群がだんだん知られていくといいなと思います。

野口委員)

私は崎津の教会まで行ったことはありませんが、先日、五島の教会群に行ってきました。

現実の信仰の場としての教会と、観光がどのように絡んでいくのか正直申し上げて少し心配になりました。

ただ、おそらく教会として機能しているところは、やはり地域の方が自分たちのお金で維持されており、その維持コストもかなり高いものがあります。

従って、観光客の方が信仰心の有無は別にして、やはりそこに訪れることによって、「何らかのお手伝いをします」というように金銭面で支援するのは必要だと思います。当然教会

に入るときに、クリスチャンではなくても、仏教式でもいいから何らかのかたちで拜んで入って行って、そこで少し時間をつぶすという組み合わせの仕方も非常に重要だと感じました。

ただ、五島は大量のお客さんが行ける所ではないので、おそらく海上タクシーという漁船のようなものでまわらなければなりません。逆に沢山の方が一度に押し寄せるのではなく、継続的にお客さんは来られます。こちらもそう沢山の方にバスを連ねて来てもらっても、おそらくこれはこれで困るでしょうから、やはり息長く来ていただけるということが大事だと思います。

やはり信仰と観光の組み合わせで言うと、話が少し難しくなるときもあるのです。隠れキリシタンの流れから、禁教令が解けたあとのキリシタンの方とか、そうではない仏教徒の方も周りにいらっしやいます。非常にきれいなマリア様の像がありましたから、世界文化遺産の中にある教会へ毎年訪れて、「マリア様のところに行って、自分の気持ちを整理しましょう」というようなかたちでもよいのではないかと思います。

蒲島知事)

ありがとうございます。

もう一つの議論したい内容は持続可能な社会をどうやって築いていくかということです。「子ども議会」でも、観光業だけに頼ってよいのかという質問がありました。観光を含めた持続可能な天草、社会というのは、自ら参画するような社会であると、坂東委員のお話にもありましたが、その点はいかがでしょうか。

坂東委員)

訪れるだけではなく、もう少し滞在するという訪問者を、少しずつ増やしていくための仕掛けを、どう作ればよいのか、今一生懸命考えているところです。知名度を上げる。1回は見たい。訪れたい。そのための作戦はきっといろいろやって、野口委員は、よくご存じだろうと思います。その次にもう1回来て今度は長くいたい。ここで、みんなと一緒に木を育て、あるいは何か耕してみよう。育ててみよう。そういうプロジェクトにかかわるような地域開発型の活動はできないでしょうか。

まだよいアイデアが出ないので、ぜひ皆さんに考えてもらいたいと思うのですが、育てるといのは、植物や動物を育てるだけではなく、人を育てるというのもとても大事な活動です。例えば勉強に来るとか、1泊2日であそこへ何回か通い詰めると、そのマスターになれましたとか。1年ぐらいでマスターは無理ですが、例えば陶芸でもよいし、すし作りを学ぶということでもよい。いろいろ天草で学ぶ場を提供するというのも、一つあり得ると思います。先ほどの信仰から考えて歴史を学ぶ。宗教を学ぶ。文化を学ぶ。そういうコースもあり得るし、それを教えられる方も沢山いらっしやると思います。生活、文化、お料理、食べさせてもらうだけでもよいですが、作り方を教えてもらって自分で作れるともっともっと楽しくなると思うのです。

ぜひ、「そういう天草に何度も行きたい」「これを身につけるととてもすてきになりますよ」という天草大学をなさったらどうかと思います。

蒲島知事)

今日NHKのニュースで言っていました、熊本県立大学の学生が10日間天草に来て、英語だけで生活する活動をされているそうです。継続性の面でも、これはとても夢のあるプロジェクトではないかと思えます。私は県立大学の理事長に五百旗頭真(いおきべ まこと)氏を招聘しましたが、五百旗頭氏の希望は30人、40人だけではなく、県立大学に入ったら必ず卒業するときには英語を話すことができるようになって卒業させたいとおっしゃっていました。その一翼を天草が担う、そういうシステム作りです。

それに伴うさまざまなインフラも必要でしょうし、特に英語教育はこれから日本社会に大変重要になってまいりますので、きっとこれは持続可能な社会という意味の貢献ができると思いました。

それから、この崎津教会も世界文化遺産になって、全世界のキリスト教関係の方がここを訪れるでしょう。長崎は沢山あって、どこに行ってもよいか分からないという弱点もあると思うのですが、天草は1カ所ですからもう明快にどこに行けばよいか分かります。コースの設定としては、九州オルレの話がありました、キリスト教関係のオルレというのも考えたらよいのではないかと思います。

一挙に経済発展や活性化はできないかもしれませんが、できるところから一つ一つやっていくのもとても重要な気がしました。野口委員どうぞ。

野口委員)

持続可能という意味で言うと、実は人材の問題だと思えるのです。いわゆる働き手を含めた人材は二つあって、一つは私たちも含めて外からここに働きに来ることが可能な仕組みが必要ではないかと思いました。

これは関西地区の例ですが、以前に緊急雇用などのいろいろな政策が出された中で、和歌山エリアの特に南の地域では逆に人手が足りないのです。補助を出しながら、テストで働いてもらうという制度をやったところ、結構都心部に近いところから、若い人たちが働きに来られて、定着して継続的にそこで働くことが実現できた例もあります。そういう意味で外から人材を持ってくるというのが一つです。

それからもう一つ別の意味で外からの人材ではあるのですが、九州から東京や大阪などに働きに出られて定年を迎えられ、もう一度故郷に戻る人たちに、例えば、ボランティアでガイドをしてもらったり、こちらの地域でのお客さんを受け入れるために働いてもらうようなかたちも、今後重要ではないかと思いました。

蒲島知事)

ありがとうございます。

この地域をどうやってつくっていくかという一つの例は、外国の中でもオーストラリアのワーキングホリデーの売りは、安全性がとても確保されているということです。語学を勉強しながら仕事をしている学生が沢山オーストラリアに集まっています。先ほどの語学教育という点から言うと、天草の人はとても優しいし、安全だし、そういう魅力を世界中に発信す

れば、海外から沢山の若者が集まって来るのではないかと思います。それも持続可能性であるし、かつ活性化にもつながるのではないかと考えています。

大学運営のプロであられる坂東委員には、人材の育成や活用をどのような観点で進めたらよいかということについて教えていただければと思います。

坂東委員)

先ほど、サハ共和国へ行ったときに、英語もちろん日本語も通じないので、本当にメニューから夕食をオーダーするだけで大変だったという話をしましたが、もし外国から訪問客に来てもらいたいのであれば、必要最低限、言葉は不可欠な道具です。

ネイティブの人のようにペラペラときれいに話す必要はないのです。でも、用が足りる程度に英語が分かる。あるいは自分で書いた英語の札を持っていて、それを示すことでコミュニケーションができるとか、普通の人たちも英語が使えるというのは、国際観光地になる上での一つのステップです。

しかし、これからは英語だけではありません。A列車もハングルと中国語の表示がありましたが、これからはきっと東南アジアからの訪問客が増えますから、タイ語やインドネシア語の表示も必要になるかもしれません。

それが、職業としてグローバル人材になろうと思うと、かなりきっちり英語を勉強しなければならないのです。私の知人で英語教育にとっても見識の高い人は、「2000時間、英語で生活しなさい」と言っています。

蒲島知事も本当に何千時間、何万時間アメリカで生活されたから、使いこなされているわけですが、ぜひ、日本の学生や若い人たちに、教わるのではなく使う場、英語の環境に投げ込まれるという経験をしてもらいたいと思います。つついそれは留学、外の世界でと考えるのですが、これからは円が安くなったりすると、経済的にもなかなかハードルが高い。先ほど知事がおっしゃっていたように、『天草英語村』ではないですが「この地域に来たら、英語漬けになる」というような地域をつくり、本当に英語しか使ってはいけないという場にして、県立大学の学生さんだけではなく、いろいろな大学の人たちを呼ぶというのも、一つのアイデアかと思うのです。

「他では得られない体験がここに来たらできる」という、ユニークさやレベルが高いということと、そこでしかないオンリーワンであるということとをぜひ目指していただきたいと思います。

野口委員)

実は英語の話に関連して、先ほどの講演でもお話しました100周年のことですが、当社の長崎支店ができたのは外国客の受け入れのためなのです。

私どもの会社は、もともとは外客誘致の会社で、当時は上海から長崎の上海航路で結ばれておりまして、欧米の駐在員が避暑に日本に来るのです。それで長崎に入って、雲仙に泊まる。実は、雲仙の今のおかみさんたちのお母さんや、その上の世代の方は皆さん、もうペラペラと英語を話せるらしいのです。

お客さまが来られるから当然なのですが、今またインバウンドの時代と言われていて、おそらくおっしゃるように、お客さまが来られて受け入れるだけの最低限の英語が、今後かなり早いうちに必要になってきます。例えば信州のある小さな温泉旅館のおかみさんが、ペラペラと英語でお客さんと対応している光景を実際に私も目にしました。

最近はそのあたり前になってきているので、ぜひその点では先駆けて少しトライをされるのも一つの手かと思います。

蒲島知事)

私も英語を最初に話せたのは、沖縄に旅行に行って、その帰りに沖縄にいらっしゃるアメリカの兵隊の方と船の中で話したときです。近くアメリカに研修生として行くことになっていましたので、「ひと言でも話さなければ」と思ったのが最初だったのですが、話し始めたら中学校のときの英語のレベルで十分なのです。大分話せたので、「これはいけそうだな」と思いました。

ですから、そういう体験をするという意味では県立大学の学生がここに来て、それだけのためにインフラを使うのはもったいないです。天草の高校生、中学生が、10日でも英語漬けで、外国からの英語の先生を含めて共同で合宿する。そうすると英語に対する恐れがなくなります。アメリカ人は全員が話すぐらいですから、英語はあまり難しくないのです。話す癖をつけることが大事です。

そういう意味では、ぜひ早くインフラを作って、県立大学だけではなく、高校生、中学生にそういう体験をする場をつくるのが大事です。

最後に、坂東委員は今までいろいろなところを見られたと思いますが、世界を含めてまちづくりの成功例から天草を考えるとすれば、どんなアドバイスがありますか。

坂東委員)

住んでいる方たちが自分のまちをきれいにしていращやる。掃除をしている。草を抜く。花を飾る。花を植える。具体的にこのまちを愛しているというのは、先ほどは言葉でコミュニケーションすることが大事だと言いましたが、行動でも示せると思うのです。草ぼうぼうにしておいて「私はこのまちをとて誇りに思っています」と言ってもだめです。

これは子どもたちがしっかりやるべきだと思うのですが、道路をきれいにするとか、自分の家に花を植えるとか、暮らしを丁寧に重ねていращやるというのは、よそから見たときに「ああ、何ていいまちだろう。いい地域だろう」と必ず通じると思います。

それから先ほど、私は食いしん坊なので「ちょっとしたお菓子がおもてなしで出されると、置いてあるとうれしい」と言いましたが、観光客から高いお金をむしり取ろうという地域は世界にも結構多いのです。どうせ1回限りのお客なのだから、高いこと吹っかけてこの際沢山巻き上げようというような観光地は、「もう絶対二度と行くものか」と思います。

でも「本当によく来た」という感じで、「わざわざ来てくれたのだから、これ、おまけにあげる」というのは、価値で言えば大したことなくても、小さなメダルの一つでもくださったりとすると、やはり人間はそれだけでうれしくなるのです。

巻き上げようではなく、与えよう、あげよう。だから、普通の人たちが、あるいはもちろん観光業に携わっている人たちも、小さな物でも「心を込めた感謝の気持ちを受け取って」というようなことをすると、その小さな投資がもう一度リターンして、結果的にはリターンがスムーズに行くのではないかと思います。自分だけ上乗せしてもうけて、目先にはもうかったように見えるかもしれないけども、「二度とこんなところに来るものか」というのはかえって長期的に見たら、そのまちの、その地域の利益を失います。投資と言うと変ですが、投資と言うよりもまずは自分から“与えよ。さらば与えられん”なのです。いろいろなものを訪れた人に与えてください。皆さんはそういう力をきっとお持ちだと思います。

野口委員)

一つ、坂東委員がおっしゃったことと全く同じなのですが、まちがきれいというのは観光している上で、非常に大きなインパクトがあります。有名なニュージーランドのクライストチャーチの人たちは、本当に自分の家を競うようにきれいに飾ります。その集約が、あのきれいなまちなのです。

同じことは、確かドイツのバーデン・バーデンやフランスのストラスブールでも言えます。ああいったヨーロッパのまちが、住んでいる一人一人が家を飾ってきれいにしていることがトータルでまちの景観になっているというのは本当に素晴らしいことだと思います。

また、そんなに大きなお金をかけなくてもできるという意味で非常によいと思います。

あともう一つ、行政の方が沢山いらっしゃる中で申し訳ないのですが、できれば何々町というような区別ではなく、とにかく「天草」ということで天草を最低限一つにくくって何かやり続けることが大事だと思いますので、ぜひよろしくお願いします。

蒲島知事)

私は世界中を回って、今まで感銘を受けた所は沢山あります。カナダのケベック州では商店街も家の周りも巨大な吊り花壇を使ってほぼ同じようなものを植えており、まちの美しさや花壇にとっても感銘を受けました。

自分が楽しんで、そして周りの人も楽しませるということです。熊本県でも、「みどりの文化圏創造プロジェクト」を予算化していますが、今、天草には偉大な安田市長がいらっしゃいますので、天草全体をガーデニングするような夢のある取組みにぜひトライしていただきたいと思います。

先ほど参画という話がありましたが、農家の人たちと一緒に、あるいは商店街の人たちとみんなで楽しみながらそういうものをつくり上げていくには、この天草というサイズぐらいが一番進めやすいのです。「熊本県全部でやりましょう」と知事が言ってもなかなか難しいのです。

天草というこのロケーションと大きさ、優れたリーダーシップ、それから今日これほど沢山の女性の方が参加されたら、一挙に天草のまちはきれいになると思います。先ほど「満足度が足りない」という話がありましたが、そういうところから出発できるのではないかと思います。

それでは、これまで委員の皆さまに意見を伺いましたが、会場から質問等を受けたいと思います。お名前と質問をしていただければ、こちらで答えられれば答えますし、ここには天草市長も来ていますので、市長が一番責任ある答えができると思います。それから責任を持った、県の部長も来ています。

質問 1)

松島町の者です。熊本から天草まで来る交通事情のことです。今日、先生たちは船に乗ったり、A列車に乗ったりと言われましたが、土・日、お盆など相当な渋滞があり、「松島から4時間かかった」などと言われます。これは観光客ばかりでなく、地元である天草出身の人たちが土・日ふるさとに帰れないという現状もあるのです。

もう一つ天草五橋ができて47年目を迎えます。おそらくあと10年たっても2号橋や3号橋、4号橋、5号橋の工事は可能性はないと思いますが、耐用年数をかなり心配しています。

そういう状況の中で、八代外港が重要港湾に指定されており、天草—八代架橋を私は推進しています。天草から8.8キロメートルで天草の国際港ができるのではないかとといった捉え方で、今いろいろ活動をしているのですが、それについてよかったですら知事お願いします。

蒲島知事)

責任ある立場でありますので、責任ある答え方をしたいと思います。一つは、私自身の考え方は、フルセットでないとできないと思わないことだと思います。

当然天草の交通事情は、道路事情も含めてこれから徐々に改善されていくと思いますが、時間が掛かります。だから実際、全てが揃っていて交通の渋滞もないという最終的なフルセットの状態を待つ間何もしないのではなくて、そこまでいくまでにいろいろな方策を考えてみるのが大事です。

そして、同時に、47年も経っている天草五橋の問題、あるいは高速幹線道路の問題、第2瀬戸大橋もそうですが、「少しずつですが県が独自に進めます」と言ったところ、国も「それでは、やりましょう」ということになりましたので、やはりこれを重要課題としてどんどん推していかなければなりません。しかし、国や県の予算も含めて、すぐ進めるわけにはいかないのです。だから大事なことは、それはそれという一つの大きな時間の流れで、完成を求めていく、動かしていくということです。それとともに今の状況でどうにかしていけないだろうか。先ほどA列車もすぐ着いてしまったという話がありましたが、感覚の問題ですので、その二つの方向性が必要かと思っています。

天草市長もいらっしゃるので、市長の意見も聞いてみましょうか。

安田公寛天草市長)

天草の島民にとっては、熊本との時間距離というのは長年の課題でありましたし、今回瀬戸大橋が県のご理解のもとで、県の事業として高規格で建設をされるということは、大変うれしく、悲願達成、まずは第一歩が進んだと思っております。

ただ、「県の90分構想」というのが昭和62年に作られております。「県庁所在地から各市の庁舎まで90分で行けるようにしましょう」というのが作られてから、それを達成できていないのがいよいよ天草だけになっているということです。道路がそこまで出来上がるまでには随分時間が掛かるので、その代替案として、一つは、熊本県から天草に空港を造っていただいたのです。その間、何とかこの飛行機でカバーしていこうというのが、まず天草空港のスタートだし、天草エアラインという会社を創っていただいたと思っています。

ですから、先ほど県知事がおっしゃったとおり、何もかも一遍にというのは本当に大変なことだと思いますが、まず私たちは瀬戸大橋の渋滞が一番ひどかったため、第2瀬戸大橋をつくった。次はやはり今第1号橋の工事を進めておりますが、これをつくってさらに共用部分で一番問題となる2号橋、3号橋、4号橋、5号橋についても、どうしていくかということとをみんなで知恵を絞り合う。

同時に松島の皆さん方は八代架橋とおっしゃいますが、こっちもあっちもというのはなかなか難しいと思いますので、まずはできるところから、どれが一番時代的に合っているかという観点で判断を下していくべきではないかと思っています。

私も、八代架橋は非常に有効な道路になるのではないかと考えていますが、今高規格道路を進めながら、こっちもやっっていこうというのは非常にハードルの高い話になってくると思います。

昨日も「子ども議会」で、そのようなことを随分と攻められまして、非常に私も答弁に困ったところです。いずれにしても、天草という時間距離が、今70分、60分構想、90分構想には合っていないわけです。先ほどJTBの社長もおっしゃいましたとおり、観光だけ取れば近過ぎてはだめ、しかし日常の生活にとってはある程度の近さというのはやはり必要であり、天草がどの辺で一番良い選択をしていくのかということではないかと思っています。

なかなか回答になりませんが、そういうことでよろしく願います。

知事には今回大変お世話になって、第2瀬戸大橋ができたということですので、改めて知事に大きな拍手をお願いします。

(拍手)

蒲島知事)

どうもありがとうございました。

県も一生懸命考えています。ただ一遍に何もかもできない。だから一遍にできるまで待つのではなくて、できる間を長期戦と考える。短期戦でできることはいっぱいやる。いろいろとアイデアが出てくるのではないかと思います。

「もうこれができないからだめだ」と思った瞬間に、思考停止になるのです。「これはもうしばらくはできないだろう」と考えたときに、改めて短期的に何ができるかという一番良い考えが出てくるのではないかと思います。

他に質問はありませんでしょうか。

質問2)

本渡町の者です。先ほど野口さんがおっしゃった言葉の中で少し気になるのがあります。実は天草のキャッチフレーズは、距離感は“熊本から2時間”というものです。これはここ（本渡町）までの距離なのです。実は大矢野町も天草なのです。ということは、大矢野町までなら熊本から50分なのです。

私も阪急交通社という旅行会社の社員でしたので、これは商売人として「どちらが正解かな」と考えます。要するにイメージです。旅行者に与えるイメージとして、遠さがいいのか。「そんなに遠くないよ。ただ、天草って広いから奥が深いよね」というキャッチコピーがいいのか。ずっと私は提案しているのですが、なかなか観光協会の改正がないのです。天草宝島観光協会は「2時間説」でずっとやっています。それこそ、天草は一つと言うのだから、大矢野町の50分を書いてもよいのではないかと思います。

また、この前、実はある東京の方をご案内したときにも、「ここは天草なのでしょう。どうしてわざわざ遠い距離を言うの」と同じようなことを言われたことがあります。どう思いますか。

野口委員)

非常に難しいですね。「2時間」というのは、おそらくある程度間違いないと思います。場所によってこんなに距離が違うというのは地図を見たら一目瞭然なので、2時間と言っているのに5時間掛かっているのでおかしいという話もあり、四捨五入しておよそ2時間掛かる。

問題は、先ほど少し舌足らずだったのですが、距離はいろいろな整備によって結構縮まります。したがって、そのときに掛かっている時間をどううまく使うのかということなのです。つまり長く掛かった場合は、その道中にいろいろなことがあって、それが一つの楽しみになるような展開が必要です。例えば、A列車プラス船ということもあるでしょうし、島原から周って来る海上ルートがあるとか、いろいろなパターンがあることが楽しいという言い方をあえて略さずにする。近いところは、近いからいつでも来られるという表現に当然変わります。場合によっては、それが意外に変わってしまうのです。

また、大阪に白玉温泉という有名な温泉地がありまして、昔は道路が悪くて来るのに一日仕事だったのです。たかだか180キロメートルを途中でお昼ご飯も食べて、観光して行っていたのです。

今は高速道路ができて、2時間弱なのです。そうすると、今度は全く違う展開になってくるのですが、今度は近過ぎて日帰りのお客さんが増えて怒っている方もいらっしゃいます。要はその整備の仕方と条件をうまく売り方につなげていくという努力をすべきだろうということを申し上げたかったので、どちらで表現するかというよりは、その地域ごとに表現を変えていくべきだと思います。

蒲島知事)

私の経験から言いますと、私は天草出張が大好きなのです。なぜかと言うと、天草だけは

泊まりがけの出張ができるのです。他は近過ぎて2時間以内だと必ず帰らなければなりません。県庁職員も出張で天草以外は泊まることができません。だから遠さというのを武器にすることもできるのです。

もう一つ、先ほど野口委員がおっしゃったように、天草の瞬間の美しさというのは朝日と夕日です。朝日と夕日だと必ず泊まらなければなりません。

ですから、そういう一瞬の美しさと距離感というのをうまく接合しながら、90分構想ができるまで何年掛かるか分かりませんが、その間そういう見方をする。それも、観光にとってはとても良いことだと思っています。

坂東委員)

キャッチコピーを考えてみました。「天草は近いけれども、遠い」。両方の楽しみ方ができるところがよいのではないですか。

蒲島知事)

天草エアラインも県も市も、やはり90分構想ができるまで頑張らなければなりません。他に質問はありませんでしょうか。

質問3)

こんにちは。天草市の者です。今日は素晴らしいお話をありがとうございました。

坂東さんにお尋ねします。先ほどのお話の中で、崎津の教会が認定されるかもしれないということに対する盛り上がりの温度差というのがあったかと思うのですが、私自身を振り返ってみると、崎津の教会はあまり子どものときからなじみがなかったのです。キリシタンのことも学校の授業などで少し調べてみたりはしたのですが、あまり日常的ではありません。

ですから子どもたちが、教会の世界文化遺産のことに関心を持てるような取り組みができたらいいと思ったのですが、いかがでしょうか。

坂東委員)

ご質問、ありがとうございます。

私もまず崎津の教会群というのは、どういう謂れ、歴史があるのか、どういう人たちが関わっているのか、世界的にどういう価値があるのかということ、子どもたちだけではなく、住民の方たち自身がよく知らなければならぬという気がします。

崎津教会群だけではなく、日本における南蛮文化やカトリックなどいろいろな学びがあると思いますので、ぜひそういう学ぶ場を作っていただけると天草の魅力が必ず増すと思います。

宣伝のためではなく、自分たちが持っている宝を発見する。安田市長にお願いですが、宝をもう一度知るということをぜひやっていただければと思います。

蒲島知事)

残念ながら時間になりましたので、最後のコメントでこのリレー講演を終わりたいと思います。

長時間にわたり、両委員には大変お世話になりました。

今日、参画・参加ということが坂東委員のお話にありました。200人近くの方が参加され、非常に興味があると思いますが、皆さん自身が住まれているこの天草の魅力、あるいはこれからもっと進めていかなければならないことが理解できたと思います。それから、皆さんが参加されることによって、これから天草をどうしていくか、市政や県政についての建設的な考え方が出てくるのではないかと考えています。

これから安田市長がどうやってこの天草を創っていこうかというときに、今日の意見を聞きながらきちんと見ていただいて、おかしければ参加して声を上げるということもあると思います。そういう気持ちが、地域を輝かせる。そういうものではないかと考えています。

参加の仕方はいろいろありますが、このようなシンポジウムに参加することも一つだし、先ほどあったガーデニングのように、まち全体をみんなできれいにしていこうとか、あるいはまち全体を英語のまちにしようとか、そういう可能性が沢山あります。

それをこれから皆さん自身で考えて、そして県と市がそれを応援していくという、そういうことが本当の意味での地域づくりではないかと考えています。

今日は坂東委員には、遠いところから来てくださり、そしていろいろな提言をしてくださり、ありがとうございます。これで決して天草のことを忘れられないと思いますので、また来ていただきたいと思っています。

野口委員には、専門的な立場から、さまざまな天草の長所、短所、これからのあり方について教えてくださり、ありがとうございます。

この意見を県も市もよく聞いて、よりよい天草にしていきたいと思っています。

熊本県政の最大の目標は「県民の幸福量の最大化」です。だから天草市民の幸福量が最大化すれば、その分熊本県民の幸福量が上がるという考え方ですので、ぜひ、一緒にその目標に向かって進んでいきたいと思っています。本日はどうもありがとうございました。