

高井一の

中部に活!

インタビュー 高井 一 (東海テレビアナウンサー)

公益社団法人石川県観光連盟理事長
株式会社加賀屋代表取締役会長

小田 禎彦 氏



人を育て、地域の資源をブラッシュアップし、 “ここ”にしかない価値をつくりあげる

親の背中に“信念”を感じて 過ごした子ども時代

高井 石川県和倉温泉の「加賀屋」のご長男として誕生されたわけですが、子ども時代のエピソードで何か心に残っておられることはありますか。

小田 私の子ども時代というのは、まだレジャーや観光が一般的ではなく、父も母も本当に必死で、100%仕事に打ち込んでいましたので、子どもまで手がまわらず、放任状態でした。だからこそ逆

に「真っ当に育て」と強く願っていたのではないのでしょうか。ともかく両親にかまってはもらえませんでした。旅館の宿命で職住一体ですから、親が働く姿は常に見ているわけです。その中で、母の信念のようなものは強く感じていましたね。

高井 お母様と云えば、「孝」と書いて「たか」と読む、名物女将でしたよね。子ども心にお感じになった孝さんの信念とは。

小田 母はとにかく客室係を大事にする人で「お客様の満足は社員の満足なしにはお与えすること

ができない」というのが口癖でした。昔は女中さんと言っていた客室係のお姉さんたちを、子どもたちを放っておいてでも一生懸命育てて、心からのサービスができる人にしていく。そういうことを本当に熱心にやっていたのです。私は中学生の時から金沢の知り合いのお宅に預けられ、平日は金沢で、土日は実家でという生活でした。実家に帰って来るとうれしいのですが、日曜日にまた金沢へ行く時はより寂しくなり、お腹が痛くなったりするわけです。子ども時代の一番の思い出というところですが、今、振り返ると、触れ合う時間がほとんどない中で、母は密度の濃い会話をきちんとしてくれたなぁと思ひされます。最近、若い社員などを見ていると、のびのびと育ててはいますが、親が「そんなことは世間では通用しないわよ」、「違っているわよ」ということをきちんと言ってこられなかったのではないのかと感ずることがあります。だから、物事を自分本位で考え、本当に大切なものは何かということを見逃している。私は母によく「お兄ちゃん、そんな恥ずかしいことダメよ」と言われました。親らしいことは全くできず、私を含め4人の子どもに対して後ろめたい気持ちがあったと思いますが、言わなければいけないことはきちんと伝えてくれた。そういった両親の背中を見ていたので、自分も宿屋を一生懸命にやらなければいけないなという思いが芽生えたんだろうと思います。

「客は常に正しい」旅館・ホテル業の 第一歩を学んだ大学時代

高井 立教大学への進学は、経済学部で観光事業の講座があり、それに魅力を感じられたからだと同っています。

小田 そう、週2時間ぐらいでしたが、ホテル講座というものがあったのです。今でこそ多くの大学に観光に関する学部や学科がありますが、当時

は、そういった講座は非常に珍しく、ホテルということ言えば、おそらく立教大学にしかなかったと思います。戦前、満州で幅広い事業を展開していた南満州鉄道（通称「満鉄」）のOBである大坪正さんという方が先生で、なかなかの頑固おやじですが、まさに私の恩師です。コーヒーもまだ珍しい時代に、コーヒーをどう入れたらおいしくなるのかといったことなど、初めて見聞きしたことも多く、衝撃的でした。その中で、スタッター^(注1)というホテル王が語ったという、「guests with always right」は、心に響きました。「お客様は常に正しい、お客様が望むことをやって差し上げなさい、お客様が望まぬことをやってはなりません」と。こういう第一歩をきちんと学べたということは本当に良かったと思います。

高井 実習のようなことも行われたのですか。

小田 ええ。それは「ホテル研究会」というクラブ活動で、夏合宿として実践しました。夏休み期間の70日間、兵庫県の六甲山ホテルで、電話交換手、お部屋案内のページボーイ、コーヒーショップのサービス係まで、ホテルにおけるさまざまな職種をみっちり実習させてもらうのです。ホテルと旅館はなるほどこんなふうが違うのか、都会と田舎ではこんな違いがあるのかといったギャップなども知りましたね。



六甲山ホテルでの合宿時の小田氏（写真右から2番目）

(注1) 米田。1863～1928年。初めてホテルに科学的かつ合理的な経営を導入し、ホテル産業を近代産業に脱皮させた人物。それまでの王侯貴族を対象としたものから、一般旅行者を対象に、ホテルに求められているのは、「快適さ」、「便利さ」、「清潔さ」だとし、低料金・高サービスをコンセプトにホテル経営を展開。「壁はめ込みのワードローブ」、「婦人客のための等身大の鏡」、「新聞の無料配布」なども彼のアイデアだとされている。ヒルトンは、このスタッター・チェーンを買収し、ヒルトンチェーンの基礎とした。

経営には「甘さ」も「渋さ」も必要 両極端な両親に学んだ経営哲学

高井 大学では、旅館やホテルの経営についても学ばれたのですか。

小田 いえ、私が大学生だったのは1958年～1961年。時代は、まさに東京オリンピック直前で、ホテル自体は次々と出来上がってきてはいましたが、日本においてはホテル自体がまだまだ認知されていない時代です。そこまで学ぶようなカリキュラムではありませんでした。むしろ、私にとってそういったことは、両親がそれぞれ背中中で示してくれていたことが礎になっています。両親は、旅館業というものに本当に命懸けで取り組んでいたわけですが、父と母ではある意味、両極端と言ってもいいほど、考え方が違ったのです。

高井 それは、また興味深いお話ですね。

小田 私の父は、とにかく慎重派。石橋をたたいて、たたいて、それでも渡らない。一方、母の方は、とにかくお客さんが喜ばばそろばんを外してもいいというタイプ。私は、商売というのは、実はその両方が大事だと思うんですね。お客さんが

喜ばば、とにかくそろばんを外しても喜んでいただく。しかし一方、そろばんを外して潰れてしまったら、結局はお客様に迷惑がかかるわけだから、そこは見極めないといけない。加賀屋では両親がよいコンビになって、甘さと渋さを調和させながら、本当に貧乏だった宿屋を徐々に繁盛する旅館につくり上げてきた。その姿が、私にとってのいちばんの経営像ですね。

北陸新幹線による“民族大移動”の実現は、「北陸」としての プロモーションが一つの鍵

高井 ところで、北陸新幹線が約2年後に開業しますね。石川県として、あるいは観光連盟として、このチャンスをどう生かしていこうとお考えでしょうか。

小田 まさに、2年を切りました。この間までは地元でも「まだ2年ある」といった空気でしたが、2013年6月に「黒部宇奈月温泉駅」という具体的な駅名が発表された後では、「2年しかない」へとムードがガラッと変わりましたね。

首都圏から北陸圏まで2時間30分。北陸新幹線の席数は1年間1,800万人席で、とにかく1日あたり3万5,000人席あるということですから、ストロー現象なども起こるかもしれませんが、それでもやはりすごい追い風の出来事として捉えていくべきであろうと思います。

高井 これまで、石川県、特に金沢では、何となく関西方面を向いていた気がしますが、いかがでしょうか。

小田 そうだと思います。加賀温泉郷などは関西の奥座敷と言われ、観光客のメインターゲットも関西ですから。

高井 その構図が、北陸新幹線の開業で一気に変わる可能性もありますね。

小田 そういうことです。もちろん、関西をおろそかにするというわけではありません。問題は、先ほどお話した3万5,000人席が、お客様を乗せて来るのか、空気だけで来るのかということ。民



先代と小田氏

族大移動の実現は、これからのプロモーション活動次第だと思います。

高井 どのようなことをお考えですか。

小田 まず、石川県観光連盟の理事長という立場から石川県の話をすると、北陸新幹線に向けての石川県の観光業界のキャッチフレーズが「いしかわ百万石物語」に決まりました。そして、売り込むキーフレーズとしては「能登」、「金沢」、「加賀」を考えています。プロモーション活動にける予算としては、石川県が60億円、各市町で20億円、民間が40億円ということで、合計120億円を集めます。その運用収益から北陸新幹線開業に向け、広告・宣伝費を賄っていきようとしています。もちろん、首都圏でのイベント展開なども考えています。



「いしかわ百万石物語」ロゴマーク

ただ、もちろん石川県ががんばることも大事ですが、プロモーション活動による成功の要は、やはり、石川県、富山県、福井県が「北陸」としてどう足並みそろえてやれるかということにかかってくると思います。そういった時に、福井までの開業が12年後というのは痛いところです。とはいえ、福井までの路線が一応確定しましたので、福井県も「北陸」として北陸新幹線でも力を合わせようというムードになってきました。

高井 北陸新幹線開業に関して、県をまたがった動きが何か出てきているのでしょうか。

小田 まだ、具体的には決まっていますが、ひとつには、能登と富山県の高岡市との連携があります。高岡市にある企業の社長がこの前、「小田さん、能登の玄関口は金沢と考えているかもしれないけれど、高岡が本来一番近い玄関口ですよ。」とおっしゃいました。能登から北陸新幹線を利用する時は高岡へ出る方が早いというのは、最近かなり浸透してきましたが、その社長がおっしゃったのにはもうひとつ別の意味があります。高岡市の瑞龍寺などは、今でも団体客が立ち寄る北陸の有名な観光スポットですが、北陸新幹線が通ると、高岡市は銅器のまちとしても非常に有名ですから、瑞龍寺を見学してから銅器の商店街をご覧になるという個人客の流れが増えて、その流れを受けて高岡市から能登に入っていただくというルートも十分考えられます。これは、うまくすれば、相当強いルートになると思うのです。もちろん、一方で金沢を拠点にしたルートもさまざま考えていかなければいけません。欲張るのはいけないかもしれませんが、考える段階では、欲張っていろいろ考えていくことがヒントをいくつも生み出すことにつながると思うので、まさにありとあらゆることを考えていきたいですね。

高井 もっと大きな「北陸」というくりでは、何かありますか。

小田 ひとつは、JR主導で行われるデスティネーションキャンペーンに、北陸としてどう関わっていくかですね。“見習うべき先輩”がおられるので、ぜひ参考にしたいと考えています。

高井 見習うべき先輩とは？

小田 九州新幹線が開業した際の「九州7県」です。7県が一体となるのはより難しかったと思うのですが、「九州がひとつになれる千載一遇のチャンス」として、九州新幹線を何としても生かそうと、シンクタンクのような事務局を設置し、しっかり組み上げて備えられた。これが、九州新幹線開業後の波及効果、例えば、鹿児島、指宿の玉手箱列車など、いろいろなものの人気は今も継続し

(注2) 北海道旅客鉄道・東日本旅客鉄道・東海旅客鉄道・西日本旅客鉄道・四国旅客鉄道・九州旅客鉄道のJRグループ旅客6社と指定された自治体、地元の観光事業者等が協働で実施する大型観光キャンペーン。

ている最大の要因だと思います。

定住人口が増えるところまでが 本当の意味での「観光」が果たす役割

高井 北陸新幹線に向けてということだけではなく、石川県の観光振興としては「ほっと石川」というキャッチフレーズのもと、コミュニケーションマークなどを作成しておられますね。

小田 石川県観光連盟では、「ほっと石川 おいであそばせ運動」を展開しています。話が戻るようですが、北陸新幹線開業後の波及効果を1年で終わらせず長く続かせるためには、DESTINATION・キャンペーンや広告・宣伝だけでは足りません。最も大切なのは、「おもてなし」という迎える側の気持ちです。“ほっと”は、石川県には1,200~1,300年の歴史を持った温泉地があるということもそうですが、石川の活力と熱い気持ち、温泉のあたたかさ、温もりある出会いともてなしの心、ほっとするひととき、くつろぎとやすらぎの石川を表現したものです。ほっとする石川県へいらっしやい、われわれは「おいであそばせ」でお迎えしますからと。「おいであそばせ」というのは金沢弁ですが、観光業者だけではなく、県民すべてがウェルカムの気持ちで「どこからいらっしやったの?」、「よかったですか?」と声をかけていく。タクシーやバスの運転手たちも、そして子供たちも「よく来てくれました」とお迎えする県民になろうという運動です。本来、「リゾート」という言葉は「たびたび訪れる」という意味で、石川県を本物のリゾートにしようと進めているのです。

高井 なるほど、「re-sort」ですからね。

小田 いちばんの理想ということと言うと、たびたび来てくださる中で、「ここがいいからここに住みたい」と、最後はこの地に落ち着いてくれる人が出てくるようにしたい。私は、「定住人口が

増える」というところまでが観光の本当の役割だと思うのです。

高井 「定住人口が増えるところまで」とは、観光産業の可能性を大に感じるお考えですね。

小田 それは、北陸だからこそ、そして今の時代だからこそ、そこまでいけるはずだと考えているのです。北陸の優れているところは、富山県、福井県、石川県ともに、住宅事情をはじめ住みやすさという点では日本で一番豊かなところだということです。それは種々のデータでも証明されていますが、たびたび来ていただければ、それを実感していただけたと思います。現東京都知事の猪瀬直樹氏が、評論家時代にこんなことをおっしゃいました。講演を依頼して来ていただいた時のことですが、「小田さん、観光というのは“時間を消費する物語を販売すること”だと考えるのだけど、どうだろう?」と。面白いことをおっしゃるなぁ、確かにそうだと、以来、心に留めている言葉です。時間を消費する物語の究極は人生ですから、豊かな日々の暮らしという物語を提供するところまで持っていくことも、観光の果たすべき役割だろうと思うのです。

身近で当たり前なのが、 実は世界を驚かせる

高井 ひとつには、「北陸だからこそ」というのが、この地域の観光における大切なキーワードなのでしょうね。

小田 まさにそうです。ないものねだりをして、例えば、今、ディズニーランドを誘致してもしょうがない。今ここにあるものをもう一度ブラッシュアップして、これをしっかりとお伝えしていく。そのひとつとしてお話すると、今年、富士山が世界遺産登録され、世界遺産への関心が高まっていますが、2011年6月、国際連合食糧農業機関（FAO）が認定する「世界農業遺産」^(注3)に、新潟県の

(注3) 国際連合食糧農業機関（FAO）が立ち上げた正確なプロジェクト名は、「Globally Important Agricultural Heritage Systems」。頭文字を取って「GIAHS（ジアス）」と呼ばれ、一般の略称が「世界農業遺産」。ちなみに、「世界遺産」はユネスコ（国際連合教育科学文化機関）によるもの。

佐渡と石川県の能登が選ばれました。2002年に始まったこの制度で、先進国の地域が認定されたのは初めてのことなのです。選定理由は、「戦後、高度成長を遂げ、経済大国の仲間入りを果たして久しい日本において、農業の近代化と並行し、伝統的な農業・農法、農村文化や生物多様性、農村景観などがシステムとして保全されており、その維持に努めている地域」ということです。われわれ地元としては、「いつでも見ている当たり前の景色」なのですが、他の地域、あるいは世界から見たら興味深い取り組みであり、見ごたえのある景色だということです。観光においても、われわれはもっとこういったところを注視して取り組まなければいけません。さらに、今年12月には、^(注4)「日本食」が「世界無形遺産」に選ばれるかもしれません。これも北陸にとっては大きな追い風になります。

高井 世界無形遺産とは、日本では「歌舞伎」などが選ばれているものですね。

小田 ええ。世界遺産がそこに存在する有形の物を対象にするのに対し、形のない世界遺産としてユネスコが登録を行っているものです。世界では、自国の食に関する分野を社会的慣習として無形文化遺産に推薦する動きがあり、フランス美食術、地中海料理、メキシコやトルコの伝統料理がすでに登録されています。それに続いて日本食をということで、申請が出されているのです。

この日本食の文化の中で、世界農業遺産に認定された能登の景観がひとつの大きな意味を持てきます。輪島の曾々木海岸などの千枚田（棚田）や揚げ浜塩田。いしる、醤油、味噌、麴、糶など発酵食品の宝庫としての能登半島。日本の食を支えてきたこういう昔ながらのものが残っていて、さらに、加賀野菜や能登野菜など、われわれにとっては日ごろ馴染みのもので「こんなものが」と思えるものが、世界の方にとってみれば、日本食の面白さであったり「なるほど、地方ではこういう

ふうに」といった見方ができるものとして、喜んで見たり触れたり食したりしていただけるものになるわけです。

マイナスと捉えられるイメージも、逆の見方をすれば大きな資源

高井 ただし、そのままではいけないということですね。その価値を認識し、ブラッシュアップしてアピールしていく必要があると。

小田 もっと言えば、地域イメージもそうです。私は、いろいろな方との会話から、本当にありがたいヒントをいくつもいただきます。先日、『負け犬の遠吠え』の作者で、“負け犬”という流行語を生み出した酒井順子氏とお話していた時に、彼女がこう言ったのです。「観光地というのは、ハワイやラスベガスばかりでもだめなのではないですか。幸せな人ばかりが旅行に行くわけじゃない。」と。確かにセンチメンタルジャーニーというものもあるでしょうし、なるほどと話を聞いていると、「“日本海側”という視点からの話を聞かせてほしい。」と彼女が言うわけです。高井さんはアナウンサーですから、かつてあった「裏日本」という言葉を使わなくなった事情をご存じでしょう。

高井 「裏」というのは、マイナスイメージを植え付けることにつながるということですね。

小田 しかし、北陸新幹線が伸びて、多くの方が北陸に来て一番味わいたいのは、あるいは他にはなくてここにしかないという一番の興味は何かと考えると、ある面では「裏日本」という言葉に代表されるものなのかもしれない。ですから、お叱りの言葉が出るかもしれませんが、極端に言えば、「裏日本」という名前の旅館をつくれれば、皆さん、どんなものを提供してくれるのか、とても興味を惹かれるのではないだろうか。このような話を酒井順子氏としていたのです。

(注4) 有形のものを対象とする世界遺産に対し、無形のもの、例えば、民族音楽やダンス、演劇などの芸能や、口承伝承、社会的な慣習や儀式、祭礼、伝統工芸技術、文化空間などを「無形遺産」と位置付け、ユネスコにより2006年より登録が始まっている。

高井 ノスタルジーであったり、異文化に触れるというのは、本来、そういうものであったりしますからね。あるものの再発見、あるものの再評価ですね。

小田 「日頃体験できないものを北陸の地で」ということが、何よりのごちそうだと思うのです。そういう時間を費やしていただくことを、どうやってうまくつくり上げていくか、掘り起こしていくか。地域の魅力づくりというのは、本来、そこにかかっているのだと思います。

「日本の旅館」という、 重要な観光資源を育てていく

高井 次に、もう少し視野を広げて、「中部圏」というくくりでの観光誘致についてお聞きしたいと思います。富士山が世界遺産になりましたが、富士山を見るにしても、これまでの東海沿いの東西に流れていた人の流れを、中部圏というくくりで南北に展開していく方策として、何かお考えがありますか。

小田 今、行政を含め、とても力を入れているのが「昇龍道プロジェクト」ですね。中部圏というのは、能登半島の形が龍の頭に似ており、龍が登っていく様子を思い起こさせることから、「昇龍道」という観光エリアとして取り組んでいるものです。この間も、そのキャンペーンの旗のもと、中部経済連合会会長の三田さん、北陸経済連合会会長の永原さんたちと、私ども加賀屋の女将である家内も一緒に台湾へ行ってきましたが、これはやはり大きな市場だなと改めて実感しました。何しろアジア諸国は元気が良く、日本への期待も相当あります。

高井 加賀屋さんでは、もともと台湾との結びつきが非常に深いようですね。

小田 15年前から、年間8,000人～10,000人の台

湾のお客様が加賀屋へ来てくださっています。このきっかけは何かというと、トヨタ自動車に関係しているのです。台湾トヨタのディーラーの方に日本のトヨタの工場^(注5)で、カンバン方式^(注6)、ミズマシン方式など、どういうふうに自動車がつくられるかを見ていただき、またトヨタのファンになって頑張ってもらおうという取り組みから始まったものです。工場を見た後に日本の国情視察も兼ね、名古屋をはじめとする各地をホテル泊まりで旅行をするということになったのですが、もう少し日本の国情や日本人と接点を持てるようなことにならないかという要望が出て、台湾の旅行社が、それならば、一度、旅館というものに泊まってもらったらどうだろうかという提案が出ました。それがきっかけだったのです。

高井 それは知りませんでした。中部圏発の産業観光が関係していたのですね。その後、年間8,000人～10,000人ということですから、非常に大きな成果に結びついたわけですが、台湾の方はどのようなことに喜ばれたのでしょうか。

小田 畳、布団、着物、和食、そして客室系のサービスといった、日本の旅館が備えている全てのことです。お互い漢字の文化ですから、言葉は通じないけれども漢字で書いて意思疎通を図ったり、身ぶり手ぶりで気持ちを伝えれば、100%ではないが通じ合う。カラオケ大会をやり、終わると今度は輪になって炭坑節を踊る。浴衣を着て踊るわけですが、浴衣に慣れていませんから、踊っているうちに着崩れが起こるわけです。それを見た客室係は、彼らを屏風の陰へ連れて行き、帯を整え、正しい着せ方をして、「はい、踊りましょう」と、もう一度踊りの輪の中へ送り込む。私の推察ですが、台湾の方たちは本当に親日的で、とても日本のことを好きでいてくださるのですが、「日本人は自分たちをどう思っているのだろうか？」という思いもお持ちだったと思うのです。それが、旅

(注5) 「7つのムダ」を排除し、極力在庫を持たず、必要なものを、必要な量だけ、必要な時にジャストインタイムで生産するなどの特徴を持つ。使用した部品の補充を知らせる「帳票」をかんばんということから、かんばん方式と呼ばれる。一般にはジャストインタイム生産システムとして知られている。

(注6) 決まった方法で、決まったルートで、自分が行う工程に必要な資材や部品を集めてくること。

館のお姉さんたちは、自分たちの帯を解いて直してくれて、分け隔てなく一生懸命サービスしてくれる。そこに、大きく惹かれるものがあってはなかったのではないかと。1回や2回ではなく、15年間、毎年来て下さるご夫婦がいらっしゃるということに、それが現れているのではないかと思います。

高井 毎年というのはすごいですね。

小田 数年前から来られるようになった方も、それ以降、毎年ということが多いですね。一度、「日本にはもっといろいろ観光地がある中で、どうしてこんなに同じコースで来られるのですか？」とお聞きしたことがあります。一番多いお答えが、「これほど親切にしてくれて、ホスピタリティあふれるおもてなしは最高。ちょっと高いけれども、年に一度はこのコースで来るようにしている。」というものでした。

高井 今のお話の上で、少し突っ込んだお話になりますが、台湾の実績は実績として、昇龍道プロジェクトもそうですが、中部圏としてまずターゲットにしたいアジアにおいて、今、中国と韓国とのお付き合いは難しいところにありますね。

小田 もちろん、中国や韓国から来ていただきたいのは山々です。しかし、われわれの力ではそれが難しいとした場合、私は、来てもらいやすいところをまずはきちんと攻めていくというのが重要だと思っています。やはり台湾の話になりますが、3・11の東日本大震災の時、200億円というお見舞金をいただきました。これは他国と格段に違う額です。日本全体の観光としてみれば、インバウンドよりアウトバウンドの人数の方が多いのですが、台湾に限っては、年間日本人が約110万人台湾へ行っているのに対し、台湾から来られる数が約130万人です。日本人が行く以上に来てくださっている。これは少し前のデータですが、この勢いは衰えていませんので、やがて相互の出入りは300万人近くになると思います。空港利用に関してみても、一地方空港でという語弊があるかもしれませんが、小松空港は台湾との間を毎日結んでいます。しかもほとんど満員状態です。また、台湾のほかに、ミャンマー、ベトナム、香港、シンガ



ポールといったところも、日本の旅館に関心を持っておられます。北陸あるいは中部圏としては、そういった日本と交流を持ちたいと考えてくださっている国に積極的にアピールしていくということが重要ではないかと思います。

高井 私は名古屋にいるものですから、つい、龍の尻尾の方（東海側）から頭の方（北陸側）へ海外からのお客様をどう流せばいいかと考えてしまっていますが、小松空港も能登空港もあるわけですから、直接、頭に下りてもらい、尻尾の方へ向かって旅してもらえばいいわけですね。

小田 どんなこともそうですが、双方向で考えるということが大事でしょうね。

“おもてなし”で世界をねらう

高井 加賀屋さんは、2010年に分店として、台湾に「北投加賀屋」を開業されていますね。国内資本の温泉旅館が海外へ進出するというのは極めて珍しく、ある意味、日本独自の宿泊施設をひとつの輸出産業に育てていく可能性を秘めた取り組みだとも思うのですが、日本の加賀屋で台湾の方たちが喜ばれる姿を見てのことだったのでしょか。

小田 われわれからというより、実は、台湾側から、台湾の国内旅行も活発にしたいので、いっそのこと台湾に来て加賀屋方式の宿泊施設をつくってほしいかと。そういうことがあって、2010年にオープンをしたのです。客室係として向こうで70名募集したところ、何と300名の応募がありびっ

くりしました。彼女たちにはこちらで着物の着付けなどを含め教育し、ようやく何とか育ててきたというところですよ。

高井 つまり、そういった日本式のおもてなしは、非常に大きな観光資源になるということですね。

小田 NHKの「クローズアップ現代」で取り上げていただきました。日本のお家芸であるものづくりの先行きが不透明な中で、日本のこの閉塞感を払拭していくにはどんな手があるのかというテーマで、ヤマト運輸さんと資生堂さんに加えて、私どものような片田舎の旅館にスポットを当ててくださいました。番組のタイトルは「おもてなし」で世界をねええ」というもの。「おもてなし」というものには形がないわけです。それを資源にしようと思ったら、人を大事に考え、人を育てるということに尽きます。そして、育てた人材が一生懸命に努力をしてくれた結果が世界へ打って出る資源になるわけです。

「目からウロコ」体験を通して、人を大きく育てる

高井 最後に、ご自身なりのリフレッシュ法と仕事を離れてのご自身の夢をお聞かせいただきたいのですが、まずは、何か趣味のようなものはお持ちですか。

小田 60歳の時に、一番下の子どもがスキューバダイビングをやりたいと言いまして、私も家内も自分の親と同じように働きづめで子どもたちとの触れ合いもなかったんで、この機会にやるかと、じい、ばあが割り込んで行って潜ったんです。

高井 60代でのスタートですか。それはすばらしい。どこに行ったのですか。

小田 ぜいたくさせてもらって、海外へ行かせてもらいました。

高井 一度や二度ではないのですね。はまってしまわれたということでしょうか。

小田 まさに、はまりました。四畳半ほどもあるうかというマンタを見た時は衝撃的でしたね。バッファローフィッシュも面白くて、15キロ、20キロ

の巨体を持つ20~30匹の大群が、ガリガリガリッと珊瑚礁をかじりながら通り過ぎていく。圧巻だったのは、3,000匹ぐらいのバラクーダが輪になって泳いでいる姿。トルネードと言われるもので、どうも眠っているらしいのですが、その輪の中は、まさに夢の世界でした。

高井 聞いているだけでわくわくしてきますね。

小田 そうですね。家内は、普段、私に感謝の言葉なんてくれたことがありませんが、この時の一回だけ、「見られないものを見せてもらった」と感謝してくれました。実は、家内は泳げないんです。でも、泳ぐのとスキューバダイビングは違うんですね。泳げないのにこんな体験ができたということが本当にうれしかったようです。現在は、年齢もありますから、少し控えています。

高井 では、仕事を離れての夢というか、これだけはやっておきたいということは、いかがですか。

小田 やっておきたいことでいうと、どうしても仕事と離れられないのが、旅館に生まれた宿命なのでしょうね。若い人たちからすれば、「あまり張り切らないでくれよ」と煙たがっているのですが、それでも、言うべきことを言って最後の締めくくりをきちんとしていこうと思っています。私のジャッジは少し厳し過ぎるところがあるかもしれませんが、次を託せるすごい軍団ができたと思えるように。

高井 自分の後継軍団を築き上げるということでしょうか。

小田 息子も含めてそうですね。何度も言うようですが、やはり「人」ですから。私が最後に仕上げたいと思っているのは、人が人をどううまく動かしていけるかということ。そのひとつとして、1986年から行っているのが、「目からウロコが落ちる体験」の実施です。私は七尾市の観光や商工会議所の仕事もやっており、これは七尾市としてやっていることなのですが、七尾市の観光業界の次の担い手たちにアメリカのモントレイなどの視察をさせるということを毎年やっており、参加者数は約1,000人にもなっています。

高井 モントレイと言えば、もしかして、「モン

トレージャズフェスティバル in 能登」と関係があるのですか。

小田 勘が鋭いですね。それはあとでお話するとして、「目からウロコが落ちる体験」のきっかけは、1980年に入ったころから、折からのモータリゼーションの影響で七尾港が衰退してきたことにありました。これに危機感を持った七尾青年会議所の若手の経営者たちから相談を受けて思いついたのが、かつてアメリカ各地のホテルを視察した際に訪れたサンフランシスコ市のフィッシャーマンズワーフの光景。その当時から親交があり、現地で企業視察のコーディネーターを務めていたティム芦田という友人に連絡を取ったのです。依頼の内容は、「かつて栄えていたが一度衰退し、その後再生した小さな港町を西海岸で探し出して、そこを視察させてほしい」というもの。ティムが探し出してくれたのが、人口3万人余りの小さな港町モントレイだったというわけです。そういう経緯で、1986年に初めて「アメリカ西海岸研修視察団」として出かけ、ティムのコーディネートのもとモントレイやサンフランシスコなど西海岸の各都市を訪問しました。中でも、視察団のメンバーの心を捉えたのは、やはりモントレイ。決して背伸びをせず、港そのものを観光資源として活用する姿に、彼らは目からウロコが落ちる思いを味わったわけです。これが今まで続いており、カリフォルニア大学バークレー校でマーケティングやまちづくりの授業を受けたり、旅館業の若手の育成ということで言うと、リッツ・カールトンホテルに宿泊し、サービスをされる側に回って初めて見えることを味わったり、目からウロコの体験をさせているわけです。

そうそう、高井さんのご質問への回答ですが、モントレイの名物が、毎年9月に開催されている「モントレイジャズフェスティバル (MJF)」。

世界中から観客が集まり、3日間で地元で10数億円の経済効果をもたらすというものです。これを学び、本家モントレイからの心強い応援も得て和倉温泉の音楽イベントとしてスタートしたのが、「モントレイジャズフェスティバル in 能登」です。

「すごい軍団」がどこまで広がるか

高井 確か、七尾市は、1995年にはモントレイと姉妹都市提携も結ばれていますね。人を育てる、若手を育てるといふところから、さまざまな波及効果が生まれているのですね。

小田 そうですね。人を育てるといふことに終わりはありませんから、高井さんがおっしゃるように、これを続けることが、さまざまなものを生み出すのです。

観光に関して人を育てるにしても、観光業に携わったから教育しようというのではなく、もちろん実務的にはそれも必要ですが、もっと広く見る必要があると私は思っています。「ほっと石川」でお話した、一般の人も観光客に「よくいらっしゃいました」と声をかける地域にしていく人づくり。「どうして、金もうけのためによそから来た人に愛想よくしなきゃならないんだ」という声もありますが、観光で来られた方が旅館に泊まれば、食事をされる。そのご飯は、炊飯センターが米を炊いて届けてくれるもので、お米はこの地域の農協を経由してやってくる。農協に納めているのはお百姓さんたち。また、魚は漁師さんが獲ったものが漁連、中央市場を通してやってくる。もちろん肉もこの地域には能登牛などがあり、その肉を使う。これはほんの一例で、観光というのは、それに関係するさまざまな波及効果が生まれるのです。これがリピーターになり、最終的に定住化へといけば、その波及効果は驚くほどでしょう。

高井 小田会長が夢として持っておられる「すごい軍団」の育成は、単に加賀屋に限ったことではないようですね。石川、北陸、そして中部圏と、すごい軍団がどのくらい広がっていくのか、もちろんこれは一朝一夕でできることではないでしょうが、その方向に向かって進むということが大事ですね。本日はありがとうございました。



Profile

小田 禎彦 (おだ さだひこ)

1940年生まれ。

1962年立教大学経済学部経営学科卒業後、株式会社加賀屋入社。

2000年株式会社加賀屋代表取締役会長就任。

公益社団法人石川県観光連盟理事長、一般社団法人能登半島広域観光協会理事長などの公職を務める。

和倉温泉の魅力アップの事業を展開するとともに、石川県全体の観光産業の発展や地域の活性化に尽力し、交流人口の増加に貢献したことにより、2003年政府より「観光カリスマ」に選定される。

●ひとロメモ

「おもてなし」が資源になることは加賀屋の人氣と繁盛が物語っています。しかし、「おもてなし」には形がないし、キリもない。それに心がともなっていないければ、すぐに見透かされてしまいます。

私はいろんな仕事を体験する取材を続けていますが、名古屋市熱田区にある櫃まぶしの名店では、昼と夜の営業前に玄関の下駄箱の奥から三和土まで磨きあげました。また、桑名市長島町のプールでは開園前にウォータースライダーを歩いて登りながら、点検とモップ掃除をしました。ふたつの現場に共通していたのは「見えないところも丁寧に」でした。

「おもてなし」は心配りだけでなく、安全と安心も含むサービスです。だから「見えないところ」も手が抜けず、毎日毎回が必須になります。「心」が備わっていないと徹底できることはありません。「おもてなし」を資源にするには「心」を持った人を育てることに尽きるようです。

最近「ほめて育てる」が流行っているようですが、私が見てきた「一流」の仕事場はどこも、厳しい緊張感がみなぎっていました。理事長が「ご両親の背中から学んだ「ダメはダメ」「言わなければいけないことはきちんと言う」が人を育てる要諦であることは、どんな時代でも不変なのだと思います。

北陸エリアが新幹線開業をどのように迎えるのか……どんな「おもてなし」が用意されるだろうか、今からとても楽しみです。

高井 一 (たかい はじめ)

東海テレビアナウンサー。1953年、京都府生まれ。同志社大学文学部新聞学科卒。1976年、東海テレビに入社。1997年、名古屋大学大学院多元数理科学研究科修了。現在、編成局アナウンス専門局長。

