

専門学校及び大学の部

最優秀賞

「YOKOSO JAPAN」から「MENSORE OKINAWA」へ

琉球大学 観光産業科学部 観光科学科 3年次 山里 カズミ

今年の三月に安部総理は、「観光は、我が国の経済成長や地域の活性化を支える極めて重要な成長分野であります。」とあいさつの中で述べました。成長戦略として、政府が一丸となって、観光立国実現に向けて取り組んでいく姿勢が一段と強くなったと、私はそのニュースを見て感じました。ますます観光は国家にとって大きな役割を果すことになっていくでしょう。

安部総理が発表した「ジャパンブランド」を発信して魅力を訴えると同時に、受け入れ体制を強化しなければなりません。日本は将来的に 3,000 万人の外国人旅行者数を受け入れることを目標にしており、現時点での外国人旅行者数は約 800 万人で、目標達成は簡単には実現できないと個人的には感じています。

もちろん沖縄はその戦略を達成するための観光地として、潜在的な可能性があり、国が一丸となって協力する姿を目にします。外国人誘致において沖縄の場合は外国人旅行者を現在、過去最高の 38 万人から 2014 年度までに 50 万人、2021 年には 200 万人への拡大を目標として掲げています。沖縄も同じように受け入れ体制でどのようにして取り組むべきか、これからの外国人観光客誘致について一緒に考えていきたいと思えます。

ハード面での改善がよく沖縄の問題点として取り上げられますが、改善を図るのにどうしても時間的・経済的コストがかかってしまうため、今の沖縄は弱点ばかりを批判するのではなく、実現可能な取組みとして、ホスピタリティ一面において高い評価を得ている長所を強化していくべきではないのでしょうか

か。

外国人観光客のターゲットは誰なのか、どのように変化していくのか。先の先まで見据えた新たなマーケットの可能性としてどのようなステータスを持ったターゲットがいるのか。それらを理解し、ニーズに合ったサービスの提供やホスピタリティーの工夫など、現時点で考えていく必要があると思います。

かつては英語が話せる人材を求めることが多かったが、今では中国語を話せる人材を求める声の方がより多くなりました。または、外国人観光客の習慣や宗教への理解不足によって、リピーターとして再度訪れることやその人から好印象な口コミを聞くことは少なくなると思います。だから、言葉、習慣、宗教について理解することは外国人旅行者にとって快適に過ごしてもらうには不可欠です。時代の要請に応じて急ピッチで観光人材を求めるのではなく、長期的な目線で考えられる可能性を検討しながら方策を計画することが重要です。

私が述べてきた取り組みというのはホテルや空港などの観光施設ではすでに現在着手されていると思いますが、私が着目したいのは、それらの施設だけが観光客が行く場所ではないということです。デパート、レストラン、カフェ、コンビニなど、私たちも身近に利用するような場所でも、観光客に印象を与える場にもなるので、もっともっと個別単位で観光を考える必要性があります。私は去年の夏にかりゆし沖縄観光人材育成基金海外大学研修プログラムへ参加する機会を頂き、ハワイでの研修を通して、たくさんのことを学びました。例えば、どの公共機関や施設でもあいさつとして「Aloha!」と声をかけたり、各習慣への対応能力だったり、お客さんを退屈させないためにお話しをしてくれたりなどと観光施設じゃない場所でもこのような対応ができるのは、利用者にとって親しみや安心して利用できると感じ、さすがハワイと思いました。また、「Aloha!」とは私たちにとっては単なる異国のあいさつで非日常感を感じるだ

けでなく、ハワイの人々からすれば、独自の文化への誇りを強調することになり、このようにお客さんのためよりも、自国の文化のプライドを大切にしているという姿勢を学ぶことができ、アメリカの中のハワイではなく、「ハワイ」として確立できているブランドの魅力も感じました。「どんな方に対しても平等に笑顔で接する」それこそがハワイアン精神だとまちの人が語ったのが、ハワイの人々の意識の高さを感じる点でした。

このような経験を通して私はバイト先で、レンタカーをご利用の外国人観光客に商品を渡した後は自ら「Enjoy Okinawa」と声をかけ、「機械的なサービスではなく、人の気持ちを見て私たち沖縄の人は自分らのお客さんとして接します」と意識してオーナーシップを持つことができ、このようにお客さんと接する場で一人一人が「自分のお客さんに対して、沖縄の文化を知ってもらおう、沖縄の人のあたたかさを知ってもらおう」という自覚をもって、期待に応えられるようにスキルと意識をあげていくことが理想的です。

重要なのは、私たちの日常を知ってもらうことこそが異文化交流です。その場で可能な限りのコミュニケーションをとり、お客さんとのつながりを持って応えれば、お客さんにとっては旅の印象に残るワンシーンになるでしょう。コミュニケーションの目的としても、沖縄の人々のあたたかさを第一に、肌で感じてもらう姿勢を忘れてはいけません。

観光をより感動的な思い出にするためには、最新の設備の整ったテーマパークを設けるだけでは不十分であり、沖縄の人々の良さを体験してもらうには、「人と人のつながり」があるからこそ、感動的な旅の思い出になるでしょう。そのために、私は沖縄のあたたかい親しみのあるホスピタリティー精神をより多くの人に体験できるように、日々、観光客と接するあらゆる場面で、意識する必要があると思います。

観光とは「『国の光』を誇らかに示す」と大学の講義でも教えてもらったように、特に私たち若い世代は本当に「国の光」を知っているのでしょうか。正しく沖縄をお客さんに知ってもらうためには、沖縄の未来を背負う私たち自身がまずは知らなければいけません。この課題を解決するためには、「人材教育」が大切になってきますが、教育現場に観光を持ち込むのは簡単なことではないと思います。しかし、みなさん沖縄県めんそーれ沖縄観光学習教材をご存ですか。すでに7年前から県が小学生を対象に作成した教材で、わかりやすく観光という視点で沖縄の歴史・文化・自然を学べるテキストです。現在、約1万7千冊を各小学校に配布し、これらは授業の一環として活用されています。子供たちに沖縄の魅力を知ってもらい、お客さんとあたたかく接する心を育て、お客さんをもてなすという考え方よりも、「自分の住んでいる島について知ることは県民の努めである」という姿勢があるからこそ、教育現場でも重要視され、受け入れ可能になったと思います。また、今回記念すべき第10回目「おきなわの観光」意見発表コンクールも観光の未来を考えるきっかけとなっており、改めて沖縄について考えさせてくれる場となっています。考えさせるきっかけを作る指導者側、小学校であれば先生たちにも沖縄観光を学ぶ機会にもなり相互メリットを生むことができます。実際ハワイのいくつかの学校では小学校にハワイ語の授業を実施し、授業中英語は禁止となっています。教育現場から失われつつあるハワイ文化を取り戻し、将来へと文化を残せる人材への成長を目指して取り組んでいます。

小さい頃から沖縄の観光について関心、認識、知識を持たせ、その子供たちが大きくなり、今度は自分の子供に県民としてお客さんを迎える意義を教えることができる仕組みを作り上げれば、観光のためではなく、若い世代が「国の光」を来訪者にみせることができるでしょう。そして、特に若い人たちの県民

意識向上を促進するために、まず自分の文化を知る、基礎づくりを教育現場から取り組むことが大切だと思いませんか。

具体的な案として例えば、小中学校と連携し、夏休みの課題として「沖縄の世界遺産めぐりスタンプラリー」を行い、期間中に生徒にスタンプ数や写真を競い合わせ、学校で賞与するようなアクティビティをアレンジする。これによって、家族を巻き込むことができ、県民でもあまり、訪れる機会が少ない沖縄が世界に誇る歴史的建造物などに足を運んでもらい、実際に歴史、文化を知り、体験をしてもらって、自分の肌でそれらに触れることが大切です。そして先ほど述べた、教材やコンクールなども有効な手段として考えられるのではないのでしょうか。

近い将来は一人一人が、観光業に従事している、していない人関係なく、県民こそが観光資源になっていき、自覚を持って、世界に向けた安全安心な観光地の発信をして、日常を提供できる受け入れ態勢こそが私の考える「YOKOSO JAPAN」から「MENSORE OKINAWA」の実現です。

最後に余談ですが、個人的には先ほど紹介したハワイへのプログラムへの参加を通して、私は異なる文化を知ったからこそ、自分の住んでいる島への関心が増し、意識をさらに高めることができました。その結果、私は8月から一年間研修先の大学で観光学について留学する事になりました。より低学年レベルから向上心を促進するための機会が必要と感じ、私が小さい頃からあつて欲しかったと今は思います。異国で学び、情報を吸収して将来は沖縄の観光により具体的で実践的な提案ができるよう、この貴重な体験を還元できる形にしたいです。