―まちづくり振興、地域の発展を促進するために―

誘致の“武器”力合わせ創造

山形ビッグウイング館長
齋藤健司氏

日本の宿古窯　女将
佐藤洋詩恵氏

山形市長
市川昭男氏

齋藤　昨年開かれたPPSという国際会議では、山形市内の見どころを足で歩いてルートを開発することを、学会長を務めた小山山大工学部長が提唱し、先生方や学生たちが実践した。そのコースは、例えば文翔館周辺を回るコースだったり、あるいは寺町と、もみじ公園という日本庭園のある公園を案内したり、山寺や蔵王、あるいは羽黒山に日帰りで行くバスを運行するようなものだった。参加した五百五十五人のうち、半分ぐらいが海外の人だったので、寄せられた手紙にも、日本が好きになったということが多く書かれていたという。コンベンションに参加した人、あるいはその時ばかりではなくて、そこから尾を引いて広がっているという実感を持っている。

仙道　今の話にもあったが、いろんなイベントに学生を参加させるのはいいと思う。学生が山形のことを知る機会にもなる。さすが小山さんだと思ったのは、学生が学会場でもTシャツ、ゼッケンを着用し、何か聞けば分かるような態勢を取っていたことだ。

昨年、韓国のテグ大学と協定を結んだ。協定を結ぶ前、理学部が長い間提携しており、その五十周年の記念式典に招かれて行ってきた。そこですごいと思ったのは、出席者一人一人に学生が付くこと。私は夫婦で行ったのだが、私たちをずっとエスコートしてくれた。

大学はいろいろなものを持っている。持っているけれども、それを外に出そうとしない性格がある。それを引っ張り出してもらえれば、コンベンションのいろいろな場面でも大いに支援できると思う。

齋藤　この地にあるいろいろな人材がコンベンションにうまく絡んでもらい、力を発揮してもらうことは大事だと思う。学生の話が出たが、社会人や高齢者の中にも、こういう力を持っている人がたくさんいると思うので、私たちもその力を借りるような工夫をしなければと思う。

外国人向け案内板の整備を　武田氏

大学の人材 大いに活用して　仙道氏

武田　外国人向けの案内板の整備。これは民間ではなかなかできない。主要な観光スポットには四カ国語の案内をつけてほしい。日本語はもちろん英語と韓国語と中国語、中国語は繁体字と簡体字の二つが必要だといわれる。

市川　主要な観光地には四カ国語、英語、韓国語、中国語が繁体字と簡体字の二通り、四カ国語の表示に統一し設置を進めているが、まだまだ不足していると思うので、さらに広めていくよう努力したい。

武田　観光スポットに案内がない。例えば寺町の場合、それぞれの寺院がそれぞれの歴史を持っているのに説明が書いてないので分からない。ただ寺がいっぱいあるだけでないかというふうになってしまう。

昨年、蔵王温泉スキー場の表示を整備し、山形市内の主要バス停留所もそういった表示に直したが、全部が全部とはいかない。東京都内や関西、九州などはだいたい四カ国語表示になっている。日本海側の境港など、アジア関係との交流が深い場所も、四カ国語表示が整備されている。

齋藤　観光の分野では四カ国語のパンフレットを用意しているはず。

武田　蔵王で韓国人スキーヤーが遭難したことがあった。あの時のパンフレットの表示が日本語しかなかった。それで急きょ直した。案内表示も四カ国語表示に直したのは、それがきっかけだった。

齋藤　ホテルや旅館のホームページで、行政で足りない部分を自らのホームページで言葉を変えて表現されているホームページも見受けられる。「もてなしの心」についてはどうだろうか。

佐藤　私が今、とても強く思うことは、山形の風景が美しいということ。美しい山形と私は常に言っているが、食料も豊かだ。食料自給率が130%ということは北海道、秋田に次いで全国三番目。100%を超えているのは米の生産が多いからだが、食物が豊かなことは観光的にも強調できる。私たちの宿は農産物や食文化を知らせる場でもあると思っている。旅館を営んでいて、商売がうまく行かないからといって土地から逃げることはできない。いわば農家と同じ運命共同体。地縁の素晴らしさを再度確認し、農家が作ってくれたおいしいものを私たちが一生懸命PRする。そういった関係をもっともっと強めていくと、山形の観光というのは飛躍的に伸びると思う。

観光立国、観光立県といわれて久しいが、花火のように打ち上げられてはすっと消えていき、また打ち上げられては消えていき、としていたことをここ三十年来、続けてきたように思う。最近も観光立国が強調されるようになっているが、今回は本気のような感じがする。美しい国、美しい山形、美しい風土、風土に根ざす作物。それらを極めた証しとして山形セレクションが設けられたのも、私はとてもうれしいと思っている。

最近ホノルルに行った。JALの飛行機に乗ったら現在地表示の中に「蔵王山」の文字があった。蔵王という名の山はないので本当は「蔵王連峰」とすべきだが、それが何度も何度も表示される。蔵王が東北の窓口、玄関口、交流の窓口。そんなことを思ってPRすればいいのではないかと感じる。蔵王のふもとのかみのやま温泉など、全部蔵王を基点としてアピールする。

「蔵」利用した施設を構想中　市川氏

「豊かな食」農家とともにPR　佐藤氏

そしてもう一つの顔として最上川がある。

魂をはぐくむがごとくの霊峰蔵王、山形を貫流する母なる最上川は天与の素晴らしき財産。もてなしは一朝一夕に身に付くものではないので、長年の積み重ね、そして企業風土によると思っている。芭蕉がかつて山形県民から与えられた、旅人を迎えるあたたかい心、そういった財産を磨いて磨いて磨き抜いていけたら、次代にも引き継ぐことができるのではないか。

齋藤　コンベンションをはじめとするいろいろな交流が生み出すパワーを、まちづくりの観点でどのように位置付け、どう展開していくのか。魅力ある地域づくりのための取り組みについて伺いたい。

市川　仙台市、福島市との三市連携で去年十一月、タイで物産市を催し、私も行ってきた。「蔵王」「樹氷」これらの言葉を出しただけで雰囲気が違う。「樹氷って知っていますか」って聞くとみんな知っている。蔵王のイメージが国際的に広まっていると痛感した。

山形市の新総合計画が策定され、五カ年の経営計画を立てて行政経営に取り組んでいる。その中で「山形らしさ」を、これまで気付かなかったものも含めて意図的に磨いていこう、積極的にPRしようということで、さまざまな事業を計画している。農産物については「まるごと市」を開いて蔵王と山寺で売っていこうとしている。

山寺にはこれまで、そうした市のようなものはなかった。蔵王では朝市をやっている。地元の人たちが中心になって、毎週日曜日に市を開き、山寺では山寺地区、蔵王では蔵王地区の農産物を販売する。この市を結び付け、一つのルートができないかという動きが具体化している。山寺と蔵王の間に高瀬地区があるが、高瀬の臼や紅花など、高瀬地区ならではのものがある。こうしたものを結び付け、山形らしい観光ルートをぜひ作っていきたい。

山形市には山形市の良さがあり、コンベンションビューローを組織している七市七町もそれぞれに良さがある。それを組み合わせていかに新しい魅力をつくり出すかというのがコンベンションを誘致する武器になる。「山形というのはきれいな町ですね」と、山形を訪れた方々からよく聞く。きれいということは、もちろん風景もきれいなのだろうし、街並みが清潔だというイメージがある。他の市町村もそうだろうが、「きれい」というのが一つの大きな特徴付けなのではないか。それにもう少し磨きを掛けていきたい。

山形ならではのものとして、蔵とか山形五堰（ごせき）といった文化遺産があるので、やはり街の中を歩いてもらいたい。そういったルートづくりが必要だなと思っている。五堰の活用は、堰をオープンにした親水空間が七日町にできないかという話が具体的に進んでいる。まちの真ん中に水が流れているところが見えるようになれば、これも歩いて楽しめる要素になり得る。行政としても支援できるものは支援していきたい。

まだ構想段階だが、蔵を利用して山形の農産物、あるいは打ち刃物などの伝統工芸品を一カ所で見られる、あるいは買えるような「山形まるごと館」というような施設を設置したい。目で見て楽しんで実演もできるようなものが実現できればいいなと思い、経営計画の中に盛り込んだ。歴史的、文化的な遺産を前面に出すことによって、山形市と他市の差別化ができるような努力をしなければならないと思っている。差別化ができれば、山形コンベンションがブランドになるだろうし、一つの誘発剤になる。山形のコンベンション振興というのは山形のまちづくり、七市七町のまちづくりの誘発剤に当然なるべきだ。山形のコンベンションを繁栄させるには、七市七町がそれぞれもっともっと「らしさ」を打ち出す必要があるだろう。まちづくりと全く同じだ。理事長としても市長としても、今後も頑張っていきたい。

齋藤　コンベンションビューローが財団法人となってちょうど十五年。これはあくまで通過点に過ぎない。これから五年十年さらにその先をにらみながら努力していきたい。コンベンションビューローのサポートがあって助かったというような声が主催者から聞けるようにしたい。

山形コンベンションビューロー

設立15周年記念座談会

経済、文化の活性化が使命

山形大学学長
仙道富士郎氏

㈱ヤマコー代表取締役社長
武田吉則氏

座談会出席者

㈶山形コンベンションビューロー理事長
山形市長
市川昭男氏

山形県観光物産協会長
㈱ヤマコー代表取締役社長
武田吉則氏

山形女将会会長
日本の宿古窯　女将
佐藤洋詩恵氏

山形大学
学長
仙道富士郎氏

コーディネーター
㈶山形コンベンションビューロー副理事長
山形ビッグウイング館長
齋藤健司氏

齋藤　山形コンベンションビューローは今から二十年前の一九八八（昭和六十三）年、地域の活性化にはコンベンションの振興が欠かせないという共通認識に立った県と山形市、山形商工会議所の三者が組織を立ち上げた。当時は任意団体だったが、ますます重要性を強めるコンベンションの誘致支援の業務を持続的・継続的に展開するには機関の法人化が必要だという話になり、民間企業、各種団体、各自治体から資金を集め、財団法人として九二（平成四）年にスタートした。これまで山形の魅力を発信したり、地域の振興に努力してきたと思っているが、過去の実績などを踏まえながら、ビューローの役割や使命について聞きたい。

市川　当時の市長が財団設立の必要性を強く認識され、立ち上げの時、商工課長だった長橋さんが各種団体に協力を呼び掛けて回った姿が思い出されるが、設立十五周年を迎えたことは歴史的にも意義がある。

この十五周年の間にかなりのコンベンションが開催されたが、主なものを挙げると九八（平成十）年の第七回全国ボランティアフェスティバルに九万八千人。各種大会としては九九年に第四十八回日本青年会議所全国大会全国会員大会で六千八百人。二〇〇二（平成十四）年にソロプチミストの日本財団の全国大会で二千六百人。〇五年には全国土地改良区の大会で三千二百人という実績がある。最近で一番大きいのは去年開かれた法人会全国大会で二千人。この時、山形国際交流プラザ（ビッグウイング）の来場が開設以来一千万人に到達した。

また、二〇〇四年一年間でどれくらい経済波及効果があったのか試算したが、一年間で約三十億円の経済波及効果だったとの分析結果が出ている。山形市のみならず七市七町に波及効果をもたらしている。

きれいな街に磨き掛けたい　市川氏

現在、国の方で観光立国の推進を国策として掲げており、観光、文化といった分野を二十一世紀の成長産業と位置付けている。地方都市では観光やコンベンションによる交流人口の増が地域に大きな効果をもたらすことになる。地域経済の活性化、文化の向上、国際化の推進を図ることこそが、コンベンションビューローの使命ととらえて、日々努力をしている。この十五年間の意義はかなり大きかったと、市長としても理事長としても自負している。

齋藤　理事長の話にもあったが、コンベンションの開催は地域社会にさまざまな効果をもたらす。一つには数多くの人々が集まることから生ずる経済効果がある。また、開催する内容によっては地域社会や、全国に情報発信してくれる文化的効果が挙げられる。さらに、開催をきっかけに、まちづくりを促す社会的効果も持っていると一般にいわれている。地域の振興には何といっても経済効果がとても大切で、経済効果のシェアの大きい順に挙げると、まずは旅館部門。さらに飲食店部門、商業部門、四番目には道路輸送部門。このようにとらえている。また最近の学会などでは、専門的な内容のほか、日程の中に市民公開講座を入れている学会が増えてきた。地元に対する学術的・文化的な貢献を、学会はもたらしてくれる。またコンベンションの参加者からアンケートを集めているが、その中には山形地域の素晴らしさをたたえてもらう一方で、より良い町にするための提言も寄せられている。まちづくりに向けた社会的効果も発揮されていると考えている。そこで、こうしたコンベンション効果について、どのように認識しているかお伺いしたい。

旅行代理店との連携が必要　武田氏

武田　コンベンションの経済効果は前後の宿泊、飲食、輸送などが一体となって構成される。コンベンションビューローがあることにより、お客さまを誘致できることがありがたい。コンベンションだけで三十億円の経済効果という説明があった。

去年三月に県が山形観光振興プランを策定した。その中で山形の良さとして、ホスピタリティーに優れているという結果が出ている。

山形市内はこれまで、観光客があまり市の中心部に入って来なかった。最近、県立中央病院跡地にバスを止めたりして市街地に入って来るようになった。山形の本当の良さは、七日町など中心市街地を散策してみないと、分からないだろうと感じている。市の観光協会が山形探検隊ということで、蔵や史跡の面白さをピックアップして山形市内を散策できるよう、何通りかコースを作って地図上に載せている。レンタサイクルも充実してきた。コンベンションを誘致するときは、運営を支える環境整備が必要だ。

先日金沢市で開かれた全国経済同友会セミナーに参加した。金沢市は駅前に音楽堂とANAホテル、JALホテルの三つがあり、コンベンションがやりやすい環境になっていた。山形市内もかみのやま温泉、葉山温泉、天童温泉、都市ホテルとそれぞれ連携を取りながら、その団体に合った売り込みをするべきだ。あともう一つが旅行代理店との連携。大きな団体はだいたいが大手旅行代理店が押さえている。いかに情報を集め、PRなど一緒になって誘致に動くかが大切だ。

「もてなしの心」何より大事　佐藤氏

佐藤　設立のころはべにばな国体の前で、「紅花の山形路キャンペーン」の官民一体となった取り組みの最中だった。温泉旅館は、昭和五十年代は団体旅行のお客さまが多く、右肩上がりの成長をしていた。それぞれの旅館が、収容人数が五百人、六百人、七百人と大きい宴会場を競うように作っていた。そうした折にコンベンションビューローができることになった。そうすると、大きな大会で分宿という形で開催することになり、それぞれの旅館に合ったスタイルの施設でいいのだと思い、安心感を覚えた。設備、ハードの部分を競えばきりがない。やはりこれからはソフトの時代であり、もてなしを大事にしたい。

私は山形に全世界から人が集まり宿は交流する場だと、まだ外国のお客さまも見えないころから深く願っていた。その私にとって山形コンベンションビューローは、おかみの仕事の内側からの支えとなった。ある時、二十数カ国から集まって国際会議が開かれた。本当にうれしく、涙が出た。山形らしいおもてなしを私自身を含めて社員全員が重視している。

学会後の懇親会にひと工夫　仙道氏

仙道　過去のコンベンション開催実績のうち学会関係のものと、山形大学のキャンパスの中で行われている学会の現状を山形大学で調べてみた。〇五年度は学外での開催が二十二件で参加者数が五千百七十二人。〇六年度は二十二件で六千十一人。大学のキャンパス内でやっているのは〇五年度は四十一件で一万人、〇六年度は四十九件、五千七百四十七人。両方合わせると〇五年度は一万五千人、〇六年度は一万二千人。けっこうな数の学会が山形で開かれている。学内の開催が多いのは、施設を安く借りることができるため、基礎系の人たちはだいたい大学内でやることが理由。

山形で開催された学会に参加した人は喜んで帰っているような気がしている。よく懇親会に行くが、芋煮とそばが出て、みんな喜んで食べている。そば好きの人が私のところに寄って来て、どこに行けばいいという話になる。そば屋の一覧表を作ってもらい、会場の片隅に置いたらいいのではないかと思う。

大学の中でやっている学会は把握しにくいと思う。しかし連携は必要。定期的にアプローチしてもらい、大規模のものは誘致に動いてもらってはどうか。

学会を呼ぶ建物には、大ホールはもちろん必要。さらに、三十人から四十人程度入れる部屋が十程度必要だ。大きな場所でやるのは総会や特別講演など。あとは分野が細かくなり、三十人から四十人ぐらいでやる。要望としては、ビッグウイングは音響面に問題があり、改善をお願いしたい。

市川　ビッグウイングは当初、展示場という位置付けで建設したため、音響について不評があったのも事実。調整できるように専門家を呼んだりしてやっている。

武田　先ほどの話にもあったが、ホテルと旅館との連携。これをどういうふうにうまくやるか。ホテルも規模の差がある。最近増えてきた簡易ホテルと都市ホテルとの関係、それをどういうふうに組み合わせてコンベンションとの関係をもっていくのか。

佐藤　ホテルはホテルの強み、旅館は旅館の強み、それぞれのいいところをお互いに補完し合って、例えば二泊三日の場合、前泊はホテル、アフターコンベンションは旅館でと、そうした役割分担ができる。例えば十六組の夫婦が来て、ホテルでは十六部屋欲しいとの要望にもこたえられる。旅館で十六部屋欲しいというとなかなか大変。旅館では、女性同士四人ずつ二部屋、男性同士四人ずつ二部屋でいかがですか、と問い掛けると「いいわね、それも」ということもある。ホテルではツインがほとんど、旅館は定員が四、五人。時代に合わないところもあるが、不易流行。旅館のよきところを積極的に情報発信する努力を続けていきたい。

アフターコンベンションで泊まっていただく際、せっかく山形に来たのだから本当においしいものを教えてくれと尋ねられる。インターネットをはじめ、さまざまな情報が満ちあふれている時代だからこそ、ますます対面情報の真実性が重要になる。私たちは、おもてなしを通して山形の観光大使という気概を持ち、切磋琢磨（せっさたくま）し、多くのよりよきネットワークを築き上げることが最も大切だと思う。