

# 現代社会研究

The Journal of Contemporary Social Sciences

第12号 2014年度

巻頭言 澁澤健太郎

## 論文

- より伝わりやすい防災メッセージの構築とコミュニケーションの工夫:  
地震・洪水・交通障害の場合 有光 奈美…… 3
- 企業家精神と企業家的経営者—ベンチャー創出の行動理念—  
小椋 康宏…… 15
- 幸福度および所得分布に基づく世界の主要国の経済実態の検証  
鈴木 孝弘・田辺 和俊…… 23
- 廃棄物流通に関する一考察  
—循環型チャネル・ネットワークの定義— 武市三智子…… 33
- 技術転換期における既存企業の適応行動 寺畑 正英…… 43
- 参加型アプローチ:サステナブルツーリズムへの適応に関する考察  
藤柳重矢子…… 51
- ICT教育の課題と展望  
—東洋大学現代社会総合研究所・ICT教育研究プロジェクト第一次報告—  
松原 聡・澁澤健太郎・小河智佳子・岩出 和也…… 61
- 旅行・観光に関する評価指標にみる日本のインバウンド  
観光振興の課題に関する一考察 矢ヶ崎紀子…… 73
- 学校におけるいじめと法 池谷 和子…… 83
- 青少年インターネット環境整備法施行後の動向 今出 和利…… 93
- ブラジルにおけるコーポレート・ガバナンス改革と研究動向  
岩波 文孝……105
- 中国の経済発展と日本の進路:  
中国社会からみた日本の社会経済体制変革提案  
影山 信一……115
- 中国国際民事訴訟法における合意管轄について 徐 瑞静……123
- 高齢者のための生活支援サービスの現状と展望 信澤 由之……133
- 高レベル放射性廃棄物最終処分場選定をめぐる政策的課題  
—高知県東洋町の事例から考えるリスク・コミュニケーション—  
浜田 泰弘……145
- 戦後住宅政策の比較制度分析 松行 彬子・松行 輝昌……155
- オーストラリアにおけるダイレクト・ペイメントの潮流  
木口恵美子……163
- 現役首相による靖国神社参拝問題にみる社説の役割  
—新聞社説の内容分析を用いた考察— 福田 朋実……173
- 抄録その他**
- 外国語抄録 ……183
- 第13回シンポジウム講演録 ……193
- 現代社会総合研究所活動記録 ……224
- 『現代社会研究』投稿規定 ……226

## THE JOURNAL OF CONTEMPORARY SOCIAL SCIENCES

No.12 March 2015

### Articles

- Building More Accessible Disaster Prevention Messages and Possible  
Tips in Communications: Earthquake/ Flood/ Transportation Disasters  
*Nami ARIMITSU*
- Entrepreneurship and Entrepreneurial Managers:  
The Role of Behavioral Ideas in Creating of New Ventures  
*Yasubiro OGURA*
- Verification of Economic Status of Various Countries in the World Based on  
Subjective Happiness and Income Distribution Data  
*Takabiro SUZUKI, Kazutoshi TANABE*
- A Study of the Distribution Channel of Waste Disposal:  
The Definition of a Circulated Logistics Channel Network  
*Michiko TAKECHI*
- Adaptive Behavior of Established Firms during the  
Process of Technological Change  
*Masabide TERAHATA*
- Participatory Approaches and Sustainable Tourisms  
*Ayako TOKO*
- Current Situation and Challenges in Use of ICT for Education:  
The ICT Education Research Project by Toyo University Institute  
of Social Sciences: First Report  
*Satoru MATSUBARA, Kentaro SHIBUSAWA, Chikako OGAWA, Kazuya IWADE*
- Considering the Challenges of Promoting Inbound Tourism to Japan as  
Viewed through Travel and Tourism Indicators  
*Noriko YAGASAKI*
- Bullying in Schools and under the Law  
*Kazuko IKEYA*
- The Trend after the Enforcement of the Act on Development of an Environment  
that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People (Act No. 79 of 2008).  
*Kazutoshi IMADE*
- Reform of Corporate Governance and Recent Research Trends in Brazil  
*Fumitaka IWANAMI*
- Chinese Economic Policy as the Hybrid State Controlled Market Mechanism  
*Kiichi KAGEYAMA*
- On the Choice of Jurisdiction in Chinese International Civil Procedure Law  
*Zuisei JO*
- Current Status and Prospects of Life Support Services for Elderly People  
*Yoshiyuki NOBUSAWA*
- The Problem of Policy Making on High-Level Radioactive Waste Repository Siting:  
A Case Study on the Risk Communication Problem of TOYO-Cho, Kochi  
*Yasubiro HAMADA*
- A Comparative Institutional Analysis on the Post-War Housing Policy  
*Akiko Matsuyuki, Terumasa Matsuyuki*
- Trend of Direct Payment in Australia  
*Emiko KIGUCHI*
- Newspaper Editorials on the Prime Minister's Visit to the Yasukuni Shrine:  
A Quantitative Analysis of the Three Major National Newspapers in Japan 2001-2013  
*Tomomi FUKUDA*

Published by  
Institute of Social Sciences  
Toyo University

5-28-20 Hakusan, Bunkyo-ku, Tokyo, 112-8606, Japan  
Tel&Fax: +81-(0)3-3945-8539  
<<http://www.toyo.ac.jp/site/gensha/>>



## 巻頭言——附置研究所としての役割を考える

現代社会総合研究所の目的は、経済学、経営学、法学、政治学、社会学等の各領域の研究、およびそれらの総合的研究を通じて、多様化・複雑化する現代社会の諸問題の解明に貢献することです。現在の日本を取り巻く社会的変動諸要因は、それぞれが独立にその発生の根拠をもちつつ、相互に関連しあい、反発しあい、全体としての社会的不均衡を拡大しています。

ICT教育における教員の情報活用力は佐賀県が上位を独占しており、これは全国に先駆けてタブレットを全ての小中学校に配布した佐賀県武雄市の先端的な試みによるところが大きいと考えられます。またこうした取り組みは教育の不均衡を是正するという効果を期待できると思われれます。現在、武雄市と連携しICT教育において本研究所はその検証を進めているところです。すでに平成26年11月9日実施のシーズ展にてパネル展示を行うなど研究の進捗状況を一般公開しています。このように附置研究所として研究成果を広く社会へ情報発信することが一層求められています。

研究所においてはその創立時より環境問題のもたらす社会変動に焦点をあてて今日に至るまで調査研究、内外の研究機関との交流・提携、講演会・シンポジウム等の企画・開催、調査資料等の収集、研究成果の刊行と公開を行ってまいりました。今後はさらに加えて前項にあげたICT教育、スポーツ法の検証などを進めていくつもりでおります。

本年度の東洋大学現代社会総合研究所第13回シンポジウムは、「海外からの観光客を増やすために—2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機として—」というテーマで「観光のあり方」を幅広く考察しました。パネリストには太田正隆氏(JTB総合研究所主席研究員)、諸伏雅代氏(駐日パレーン王国大使館商務官)、柳川悦子氏(本学グローバル・キャリア教育センター副センター長)、和田尚久氏(本学国際地域学部教授)により積極的な議論が交わされました。このシンポジウムは平成27年度実施予定の「海外からの観光客を増やすための作戦会議」とする全学でのプレゼンテーション大会に繋がるものであり、そう言う意味で今までにないシンポジウムであったと考えています。

昨年に引き続き今年度第1回研究会を平成26年11月25日に雨宮寛治氏(世界平和研究所主任研究員)をお招きして「なぜアップルやアマゾン、グーグルなどの革新的な企業が米国から生まれるのか」を実施しました。これもまた現代社会を探究する意義のある情報発信の機会となりえたと確信しています。

平成27(2015)年2月

東洋大学現代社会総合研究所  
所長 澁澤健太郎(経済学部教授)

**Building More Accessible Disaster Prevention Messages and Possible Tips in Communications: Earthquake/ Flood/ Transportation Disasters**

Nami ARIMITSU

I will discuss how to build more accessible disaster prevention message systems and to propose possible tips in communications in the settings of earthquake, flood and transportation disasters. I focus on purposes and actions in messages. Also, there should be helpful perspectives from the fields of not only simple and comprehensive verbal communication such as *yasashii nihongo* (accessible Japanese) but also non-verbal communication such as colors, abstract symbols, sound and so forth. Lastly, in the given settings, both speakers and listeners need to collaborate to successfully choose the action most befitting to the setting. It would be effective to classify the purposes and expected actions in each setting, and make the purposes and expected actions clear to ordinary people in society, try to make people memorize and almost automatically react to the disaster just as young Japanese elementary school students memorize and learn multiplication of mathematics through repeatedly reciting the melodious times table in time with a particularly melodious and rhythmical patterns at schools and homes, and make these classifications of purposes and actions a general and official consensus among the public, so that people can immediately take desirable action and also meet the purposes of the messages and each setting.

keywords: speech act, disaster prevention message, *yasashii nihongo* (accessible Japanese), cognitively aversive stimulation, jargon

**Entrepreneurship and Entrepreneurial Managers:  
The Role of Behavioral Ideas in Creating of New Ventures**

Yasuhiro OGURA

The purpose of this paper is to clarify the idea of creativity in entrepreneurship and the behavioral ideas of entrepreneurial managers. The essence of entrepreneurship is creativeness and innovation. It is also to incorporate the vision of the entrepreneur into the system of managerial decisions. We have clarified concretely about the management ideas of “Steve Jobs” style entrepreneurship for this paper. Today the entrepreneurship of entrepreneurial managers is related to a new venture creativity, we have concluded that entrepreneurship is the most important concept in the “keieitai”’s sustainable growth.

keywords: entrepreneurship, vision, innovation, behavioral idea, entrepreneurial managers

## **Verification of Economic Status of Various Countries in the World Based on Subjective Happiness and Income Distribution Data**

Takahiro SUZUKI, Kazutoshi TANABE

Instead of economic indices such as domestic gross product used as a measure of economic development in many countries, the importance of a subjective happiness has recently become an important research topic and economic concept. However, the relation between the subjective happiness and economic indices has not fully been investigated. In this work, the economic status of 150 countries was analyzed on the basis of the available subjective happiness and income distribution data. It has been revealed that not only the economic status represented by the income distribution and economic indices, but also the nationality affects the subjective happiness of a people. The differences of the nationality among many countries can be reflected by the relative position of area clusters in the scatter plot of the subjective happiness versus the Gini coefficients, and the higher happiness data of mid- and south-American countries in the plot rather than the global correlation tendency seem to suggest their nationality.

keywords: Subjective Happiness, Income Distribution, Gini coefficient, Economic Status, World Database of Happiness

## **A Study of the Distribution Channel of Waste Disposal: The Definition of a Circulated Logistics Channel Network**

Michiko TAKECHI

In the forward channels of distribution, monopoly and vertical marketing system are efficient. However, transaction costs are reduced by the development of information and communication technology, and the economic transaction system is returning to the free competition stage. Waste disposal should be considered as a network concept. The unpaid work of consumers are necessary in the circulated logistics channel network. If consumers are reluctant to perform unpaid work, the current circulated logistics channel network can not be maintained. It is desirable that consumers participate in the circulated logistics channel network on their own initiative regardless of the level of environmental awareness.

keywords: Sound material-cycle society, Waste Disposal, Distribution Channel, ICT, Consumer

## **Adaptive Behavior of Established Firms during the Process of Technological Change**

Masahide TERAHATA

In this paper, I construct a framework to analyze an incumbent firm's response to technological change. During a period of technological change, a firm substitutes new core technology in place of the old one and also changes product architecture and dominant designs. Incumbents can't often recognize and follow these changes, because of the difficulty of evaluating new technology. It is rational to execute R&D and production based on old technology for incumbents. Incumbents have competences and resources. However, they have no capacity to recognize new technology, because new technology is socially constructed.

keywords: Technological change, Dominant Design, Product Architecture, Discontinuity of technological change, Social Construction of Technology

## **Participatory Approaches and Sustainable Tourisms**

Ayako TOKO

Today, the effect by humans on natural resources cannot be ignored: we now live in the Anthropocene era in which Earth system processes from local to global scales are strongly shaped by humanity. On the other hand, the concept of "sustainability" has been under discussion for more than thirty years. Although the word "sustainable" is often used too easily without the basic definition. Sustainable society can be realized only when we conserve the ecosystem; therefore the prerequisite scheme for conservation is focused on this study which is "participatory approaches (PA)". PA was born in the nineties and has developed its concept until now. This study is an overview of the background why and how PA emerged in natural resource management and the conservation field. Subsequently, two cases of sustainable tourisms from Costa Rica are introduced for the discussion of application of PA into tourism management. Finally the study proposed several key points for further studies so that successive researchers can refer.

keywords: Participatory approaches, Conservation, Adaptive management, Sustainable, Costa Rica,

## **Current Situation and Challenges in Use of ICT for Education: The ICT Education Research Project by Toyo University Institute of Social Sciences: First Report**

Satoru MATSUBARA, Kentaro SHIBUSAWA, Chikako OGAWA, Kazuya IWADA

Substantive use of Information Communication Technology (ICT) in education is a policy of the Japanese government, and one of its objectives is to distribute a tablet PC for each child or student. Meanwhile several municipalities took the lead in introducing tablet PCs in an effort to actively incorporate ICT in education.

The ICT Education Research Project of Toyo University Institute of Social Sciences has begun comprehensive research on the uses of ICT in education, including support for implementation in Takeo City, Saga Prefecture and the monitoring of its outcomes.

On the basis of this research, this paper reports the outcomes of the implementation of ICT in Takeo City and the assessment thereof, as well as current uses of and research on ICT in education in both Japan and abroad.

keywords: Use of ICT in education, flipped classroom, Takeo City, Programming Language, Tablet PC

## **Considering the Challenges of Promoting Inbound Tourism to Japan as Viewed through Travel and Tourism Indicators**

Noriko YAGASAKI

While attaining the policy objective of twenty million foreign visitors to Japan implies the importance of building Japan's brand as an international tourism destination, the branding of Japan in the field of tourism is only in its primary stages. The World Economic Forum and the consulting firm FutureBrand have assessed the brand value of the tourism sectors and destinations of various countries; to begin with, it will be necessary to utilize these metrics to understand how Japan is perceived from overseas. Both indicators evaluate Japan's tourism resources very highly, and suggest a rich potential for development as a destination. On the other hand, it will be a challenge to foster a welcoming attitude towards foreign visitors, create tourism-oriented businesses through domestic and foreign investment, and develop effective inbound marketing and branding strategies. Notably, since Japan's reputation as an expensive destination could be considered as an obstacle, it will be important to foster a reputation for excellent value that justifies the price.

keywords: inbound tourism, tourism policy, evaluation indicators, TTCI, CBI

## **Bullying in Schools and under the Law**

Kazuko IKEYA

The first anti-bullying act was enacted on June 21, 2013. For more than thirty years, it has been public knowledge that bullying in schools is a problem. The Otsu bullying suicide case in 2011 brought about the Anti-bullying Act of 2013. As this act was hurried to completion, the act has apparent problems. This paper is a discussion of the Otsu bullying suicide case in 2011 and the Anti-bullying Act of 2013, and examines some problems of this act.

keywords: anti-bullying act, law, minor, school, education

## **The Trend after the Enforcement of the Act on Development of an Environment that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People (Act No. 79 of 2008).**

Kazutoshi IMADE

The Internet is an effective and convenient communication tool. However, the potential for young people to get involved in crimes through their use of the internet exists. This paper overviews the Act on Development of an Environment that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People and introduces the changes of an environment for Internet use and local public entities to cope with the changes. Finally, I demonstrate that parental controls in accordance with young people's developmental stages are very important in this field.

keywords: Act on Development of an Environment that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People, Content harmful to young people, Filtering, Ordinance for fostering healthy young people, Parental control.

## **Reform of Corporate Governance and Recent Research Trends in Brazil**

Fumitaka IWANAMI

In Brazil, a country with an emerging economy, reform of corporate governance has been promoted since the 1990's. In this paper I will attempt to consider the research issues on corporate governance in Brazil. Upon examination, the reform of corporate governance is related to the reform of the BOVESPA stock market. Consequently, in this paper, I will attempt to clarify the arguments and the research issues on corporate governance in Brazil. I will do this through making the characteristics of the structure of stock ownership and the stock market clear.

keywords: corporate governance, structure of ownership, controlling shareholders, minority shareholders, the problem of agency

## **Chinese Economic Policy as the Hybrid State Controlled Market Mechanism**

Kiichi KAGEYAMA

Few economists in the world have considered reasons for the long lasting economic growth in China. The article investigates the reasons behind the long lasting economic expansion in the Chinese economy by introducing the convincing opinion expressed by several scholars such as Bremmer, etc.

keywords: State capitalism, Beijing Consensus, Foreign Capital, Income disparity, Competition

## **On the Choice of Jurisdiction in Chinese International Civil Procedure Law**

Zuisei JO

In this paper, following the contents of the Chinese Civil Procedure Code amended in 2011, the Chinese theory and judicial practice on the choice of jurisdiction for the contracts with some foreign elements in China shall be introduced. Next, an outline of the method of how the Chinese courts have dealt with the matter of the requirements for the choice of jurisdiction without any legislation for this matter will be discussed. Then, for realization of the parties' autonomy in contracts, and for promoting equality between the parties in litigation and respecting parties' will by the newly reformed law, the possibility of the recognition and enforcement of foreign judgments in China shall be disputed. Finally, being based on the consistency on the theory of jurisdiction and recognition, it shall be considered how the autonomy of parties' for the matter should be.

keywords: parties' autonomy, private international law, international civil procedure law, choice of jurisdiction, recognition and enforcement of foreign judgments



## **Current Status and Prospects of Life Support Services for Elderly People**

Yoshiyuki NOBUSAWA

Supply of private-based assisted life support services is difficult from the point of view of business profitability in areas of population decline due to aging. Therefore, financial support is needed from national and local governments. However, the financial situation in Japan has deteriorated. Therefore, it is necessary to build sustainable life support services as a community business in the private sector while leveraging the existing distribution system and the distribution network, and increase cooperation in the regions affected.

keywords: Disadvantaged Shoppers, Shopping Support, Care Services, Sustainability, Community Business

## **The Problem of Policy Making on High-Level Radioactive Waste Repository Siting:**

### **A Case Study on the Risk Communication Problem of TOYO-Cho, Kochi**

Yasuhiro HAMADA

This paper aims at studying the dispute in TOYO-Cho, Kochi, regarding the Policy Making of High-Level Radioactive Waste Repository Siting. We should study about the serious problem pertaining to political decisions on High Level Radioactive Waste Repository Siting at the local community level. We study the Risk-communication models in Finland and Sweden. We study these cases as precedents and introduce these models in the decision making process pertaining to Radioactive Waste Repository Sites in Japan.

keywords: TOYO-Cho, Kochi, High-Level Radioactive Waste Repository Siting, Back-End, Local Governance, Risk-Communication.

## **A Comparative Institutional Analysis on the Post-War Housing Policy**

Akiko Matsuyuki , Terumasa Matsuyuki

In this article, we approach the housing policy which played an important role in the Post-War economic systems in Japan by the method of Comparative Institutional Analysis. In particular, we focus on the complementarity between other systems and the home-ownership system and how people's incentives were designed in these systems. We also point out that similar to other systems the post-war housing policy was originated in the mid-war period of 1930's and 1940's. The contribution of this paper is to shed a light on the housing policy which has not been paid much attention in the Comparative Institutional Analysis literature.

keywords: Post-War Japanese Economic Systems, Comparative Institutional Analysis, Historical Institutional Analysis, Home-Ownership System, Complementarity

## **Trend of Direct Payment in Australia**

Emiko KIGUCHI

This paper reports the findings of a survey of the literature concerning reforms to support systems for disabled persons in Australia, with a focus on commitments to individual budgets in each state and, in New South Wales to direct payments to support recipients. The survey revealed three key findings. First, the central meaning of the individual budget is "portability". There are multiple operating methods thereof, one of which is direct payment. Second, among multiple operating methods for individual budgets, in order to expand choice and control, efforts to increase "direct payment" has been made in each state. Increasing of the choice of the method of the individual budget is important. The third point is the setting of "nominee". In appointing a "nominee", it is also possible for people with mental disorders and intellectual disabilities to use the "direct payment" method.

While there is worldwide discussion about alternative guardianship, it is important that the "nominee" is positioned in the direct payment system.

keywords: People with disability, Australia, Individual fund, Direct payment, Decision making

**Newspaper Editorials on the Prime Minister's Visit to the Yasukuni Shrine:  
A Quantitative Analysis of the Three Major National Newspapers in Japan 2001-  
2013**

Tomomi FUKUDA

This study aims to examine quantitatively how the three major national newspapers in Japan editorialized on the Prime Minister's controversial visit to the Yasukuni Shrine from 2001 to 2013. It has found that editorials as a whole functioned as "a place to preserve and share the past," while serving conventional roles of power monitoring and agenda-setting.

keywords: contents analysis, journalism, Yasukuni issue, quantitative analysis, public memories,

## 現代社会総合研究所第13回シンポジウム

### 「海外からの観光客を増やすために」

— 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機として —

いま、東京オリンピック・パラリンピックの開催決定という絶好の機会に恵まれて海外から観光客を呼び込む為の環境促進がのぞまれています。昨年、訪日外国人旅行者数が史上初めて1,000万人を超えましたが、海外と比較するとまだまだ少ない位置にあります。

東洋大学現代社会総合研究所の今年度のシンポジウムは、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機に、「海外からの観光客を増やすために」をテーマに、今後の取り組みなどについて様々な角度から考察していきます。

シンポジウムコーディネータ：澁澤健太郎（経済学部教授・研究所長）  
（平成26年12月12日（土）於 東洋大学白山キャンパス 125 記念ホール）

#### 澁澤健太郎（経済学部教授）

皆さん、こんにちは。これから東洋大学現代社会総合研究所の本年度のシンポジウムを開催させていただきます。私は現代社会総合研究所の所長を務めております澁澤健太郎と申します。よろしくお願いたします。

今回のシンポジウムを始めるに当たって、その企画の趣旨と研究所の意義について、簡単にご紹介と説明をさせていただきたいと思っております。

本学には附置研究所が六つございます。東洋大学の現代社会総合研究所は、名前のとおり現代社会を研究するという、ある意味どんなテーマでも取り上げることができる研究所ですが、約150名の学内外の研究員が所属しております。研究所では今後もこうした企画を主催して、特に各企業あるいは役所の方々も含めて、いわゆる産官学連携を進めながら、検証した成果について内外へアピールを図りたいと考えています。

現代社会総合研究所ができてから12年たちますが、これまでは主に環境問題をテーマとして研究に取り組んでまいりました。

現在、ちょうど東京オリンピック・パラリンピック開催の決定を契機にして、いま世界が日本、特に東京に関して目を向けているわけです。その中で観光というテーマは複合的な要因を含めてのキーワードになります。単純に経済波及効果云々という話ではなくて、文化とか歴史、あるいは生活慣習、言語、さまざまな問題を含めてのキーワー

ドというふうを考えられます。

現代社会総合研究所は、経済学部の教員だけではなくて、さまざまな学部の教員で構成されております。先ほど150人いるというお話をさせていただきましたが、それぞれの専門領域が全然違う先生方が集まられているということが特徴ですから、その先生方が集まっているいろんな質疑応答や意見交換をしたり、研究の成果を報告することで、新しいものが生まれてくる。あるいは新しい視点で物事を進めたり、デザインできるということを狙いとして、研究所が設立されたわけです。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催の決定を契機に、本年度、特に三つの研究テーマに分け、グループをつくって研究していこうということを研究所内で決めました。

1番目はICT教育研究です。これは具体的に、全国で初めてタブレットを全ての小中学校に配付した佐賀県の武雄市と協定を結んで、武雄小学校の子供たちが、いわゆる反転学習（スマイル学習）——今まで家でやる宿題を事前学習としてタブレットを使って自宅で行うということ既に始めていて、その学習の効果などについて、武雄市と共同して東洋大学現代社会総合研究所が検証作業を行っていきます。

実は東京は非常におくれている。学校の数が多いですから、全ての学校にタブレットを配付することは予算的にもなかなか無理があります。ですから、情報の活用力とかは実は特定の地方の





ほうがある部分進んできているというのが実態です。その検証をして、さらに東京の、あるいは全ての学校に成果を示していきたいというように考えています。

オリンピックと何の関係があるのかというお話になりますが、2020年までにタブレットを全ての小中学校に配って、そしてICT教育を学校にはめ込んでいこうということが、実は政府の指針の中に盛り込まれています。

2番目にスポーツ法の整備です。オリンピックは東京でやるのは2度目になりますが、当時と比べて状況が一変しております。東京でやるということが予想はされていたものの、決定されたのはついこの間です。したがって、研究所の中における法学部の先生方が中心になって、来るオリンピック・パラリンピックに向けてスポーツに係る法律を整備していこうと分會を立ち上げて研究を続けていくということです。あわせてシンポジウムを行ったり、研究会を行ったり、あるいは学生も参加できるようなプログラムにつなげていきたいと考えています。

3番目は、今まで研究所がずっと続けてきた環境問題です。2020年のオリンピック・パラリンピックの始まりに向けて、あらためて東京の環境を考えていこうと思います。大気汚染とか水質汚染とか、いわゆる公害のような問題ではなくて、後でお話も少し出ると思いますが、地域再生、地方再生だけではなくて、実は東京も再生しなければいけないという論点が随分ございます。

日本を訪れる海外からの観光の方は、これから非常にふえていくことが予想されています。そのときに、日本あるいは東京の中で、日本に來られ

た方に何を示せるのが、もう一度日本に行ってみよう、あるいは何度も東京に行ってみよう、ひょっとしたら日本に住んでみたいという人たちをふやす要因になると思います。

そこで、今回の新たな試みですが、これは今日が始まりでございます。後ほどパネリストの方々をご紹介しますが、観光学をご専門にやられている方を順番にお呼びしてお話をさせていただくということではないんです。専門にやられている先生方もいらっしゃるんですが、実は全然違う専門領域をお持ちの方々に来ていただいて、それぞれの視点でお話をさせていただくという企画しております。

私も経済学者なので、観光について経済波及効果から考えますとかなり大きいんです。地域再生とか地方再生のイベントに出ておりますが、行くと必ず海外からの観光客を呼んで、地域再生をしようというアイデアを出す人たちがたくさんいます。ところが、現実的に実施可能なプログラムを提示できているのかといいますと、疑問が残ります。

例えば韓国のソウルの中心地に行きますと、多言語で対応しますと、大学生が街角に立っています。そういう話をさまざまな国で聞く、あるいは見ることができます。日本においてはそういうことがあるのかどうか。東京駅に行ったときに、そういう大学生を見かけたことがあるのかどうか。あるいはネット環境はつながるといいながら、空港では一体どうなっているのか。

こういったことを考えていくと、私たちは先進国の中でさまざまな高いサービスを楽しんでいるといいながら、各国と比べると、海外からの観光客という立場で見れば、そのサービスの質はあまり高くないということが出てきます。ですから、そういうことを含めて、オリンピック・パラリンピックに向けて考えていくときが来ているんじゃないかなと思うわけです。

本学は3万人を超える学生数を抱えており、歴史もあります。しかしながら、全学生が参加できるようなイベントやプログラムが極めて少ない。そこでSTEP2として、「海外からの観光客を増やすための作戦会議」と称して、来年度からこう

いうプログラムを実施して、選ばれたチームにはプレゼンテーションをやっていただき、本選で優勝したチームには、今日おいでいただいたJTBのご協力を得て、企画で出されたものを商品として世に出していく検討をしてもらいたい。あるいは、複数の企業にこういうお声がけをもう既にしています。幾つかの企業からは、一緒にやりたいというお話を具体的に頂戴しています。これこそ産学連携で、キャリア支援にもつながるといえます。

ですから、海外の観光客を呼び込むためのデザインというのは、まだまだ山のようにあると思っています。シンポジウムの次に続く企画であるプレゼン対抗戦の趣旨も、きっとおもしろいものが出てきて、そこに来られる企業の方も注目してくれるんじゃないかということで年々広がっていく。ゼミの数だけでも東洋大学はたくさんありますので期待をしているところです。

訪日外国人による「おもてなし」不満ランキング

ここが不満	票数
1位 外国語サービスが少ない	59
2 無料Wi-Fiの整備が滞っている	31
3 飲食店の食事システムがわからない	19
4 飲食店で食べ方を教えてくれない	17
5 現金しか使えない店が多い	15
6 飲食店は価格の割に量が少なすぎる	12
7 店舗スペースのない飲食店がある	11
8 過剰包装の店が多い	9
9 日本円の引き出しや両替をしにくい	8
10 対応に柔軟性がない	6
11 土産物屋が少ない	6



※この調査は1月下旬の時点で2,500名以上の外国人観光客を対象に実施。アジアなどから訪日外国人の増加に伴って、調査対象の外国人観光客の増加が期待され、調査結果は今後の調査で検証される予定。1日当たりの調査結果は別途掲載する。

最後に今日のお話の中にも少し出るかと思いますが、海外の方が来られたときに、よくこういう資料が出てきます。日本に来たときにどんな感動がありますか、どんな点が困りましたかということで、俗に言う“おもてなし”です。一方、日本人から考えたときの“おもてなし”をしても、海外の人がそれを本当によく捉えているのか。そうではないケースが多分あります。それがわかるのは、ツイッターとかFacebookで、そういうことを英語で書かれて、初めてそれを見たときです。

これは、はとパスツアーで来られた方に直接アンケートをとった結果ですが、例えば言葉の問題ですね。説明がされていないとか、あるいはクレ

ジットカードを使えないお店があるとか、あるいは金券とかですね。せっかく食べに来た方が、説明がわからないから使えないまま帰ってしまうというようなことが取り上げられています。それぞれ考えていくと、個別のケースでかなり改善できるプログラムが提案できると思います。

現代社会総合研究所の現状と、今回の企画をどういう形で進めていこう、あるいはどうしてこういうプログラムをつくっていったのかということについて冒頭に説明させていただきました。

それでは、これから今日お呼びしているパネリストの方々を簡単に紹介させていただきます。この後は、お1人ずつパネリストの方に前に来ていただきまして、それぞれのお立場で今日のテーマに沿う形でお考えを拝聴したいと考えています。4人の方をお呼びしているので、15分か20分ぐらい順番にお話をさせていただきまして、その後、前の席にご移動いただいて、私のほうから質問をさせていただくといい形でパネルディスカッション、質疑応答に入りたいと考えています。

会場の皆様方には質問票が配られていると思いますので、ぜひ質問票をご記入いただきたい。どのパネリストの方に質問をしたいのか、お名前を必ず書いてください。後で回収させていただきますので、時間の中でパネリストの方に質問させていただき、回答をしていただくというようなことで今日のシンポジウムを組んでおります。ご協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、これからパネリストの方々を順番にご紹介させていただきます。簡単にご紹介させていただきますので、後ほどお話をされる時に補足していただけますと助かります。

まず、和田尚久先生は国際地域学部の教授で、現代社会総合研究所の運営委員をされております。専門領域は地域経営、財政学で、今日の話の中に地域再生あるいは東京再生という言葉も実はあるんですが、例えば統合型リゾートを入れるような形で地域再生するという。これに対して自治体が随分手を挙げています。そういうことについて少しご意見を拝聴できればおもしろい企画になるのではないかと考えております。

次に、現代社会総合研究所の客員研究員でもあ

ります諸伏雅代先生は、現在、駐日バーレーン王国大使館の商務官をされています。実際には大学院では、においとコミュニケーションの関係などを研究されており、現在は日系企業の海外直接投資に関与されています。特に中東諸国について年間何度も訪問して、現地の企業の方、あるいは日本の企業の方をつなげていくような役割を今の業務の中でされているとお聞きしています。非常に大きな意義のあるお話をさせていただけると考えております。

次に、太田正隆先生はJTB総合研究所の主席研究員をされています。ご承知のように、JTBは世界の中で最もネームバリューに富む旅行会社であると同時に、一般的に旅行と考えられているものだけではない、さまざまなものについても、分社化した企業がそれぞれにサービスを提供したり、商品開発にかかわったり、最近では映画の制作など、旅行と非常にうまくつなげながらさまざまなサービスを行っています。

太田先生は本社の国際営業部で国際会議、外資系企業とのインセンティブを担当されており、さまざまな役職を経られて、2011年には観光庁の外国人旅行者に対する地域資源の意識調査事業検討委員会で委員などをやってこられました。今日のテーマであると、まさにずばりそのままになります。そこで、今のお立場の中で、海外からの観光客をふやすために、どういう手だてがあって、どういう課題があって、それに対してどういう意見がもまれているのか。そういうことについてお話をさせていただくということでございます。

最後に、現代社会総合研究所の客員研究員でもあります柳川悦子先生は、東洋大学グローバル・キャリア教育センターの副センター長をされています。広報課では広報部長として日々、大学の広報活動に一生懸命取り組んでおられます。国際航空産業論、航空マーケティング、観光インターシッピング、つまり航空業がご専門です。

航空業界と旅行業界は非常に密接な関係があると同時に、さまざまな要因、例えば為替とかLCCの問題はそのまま観光客の増減と深くかかわってくるわけですので、ぜひそういうお立場で、観光客をふやすためにどういうことができるのか、

あるいはこういうことができたらいいのではないかというご提案を少ししていただければと願っていますところでございます。

以上、簡単にパネリストの紹介をさせていただきました。

それでは、最初に和田先生のほうから、こちらにご登壇いただいておりますので、その資料をお手元に配付されておりますので、その資料をご覧いただきながらお話を拝聴して下さるようお願い申し上げます。それでは和田先生、よろしくお願いたします。

#### 和田尚久（国際地域学部教授）

ただいまご紹介がありました和田でございます。私の資料は、お手元にある「海外からの観光客を増やすために 国際地域学部 和田尚久」と書いてあるものです。

先ほど所長の澁澤先生からご説明がございましたが、まず海外からの観光客をふやすというときに、大きく分けて二つの方向から考えることができます。

一つは全国レベル、もう一つは各地域レベルになります。全国レベルのほうは、日本に入ってくる手続を簡素化したり、あるいは入ってきてからの色々なサービスを充実したりという方法があります。

もう一つの地域レベルというのが、今日私のほうからお話しする主要なテーマです。大都市には外国人観光客がたくさん来ます。東京都でお考えいただいても、秋葉原に行きますと、お土産屋さんあるいは電気屋さんのところに、色々な言葉の案内板がでている。日本語はもちろんですが、英語、ハングル、中国語、そのうちタイ語も入ってくるのではないかと思います。これらの言語が主要なお客さんの出身地を示します。

地方に参りますと、外国人観光客を呼び込んで地域再生をしたいという思いを持っているところがたくさんあります。大変もったもな希望です。ところが個別に見ますと、なかなかうまくいかない。いま実際にそういう仕事をしている人の話も踏まえてですが、お手元のメモにまず「1. コンテンツ」とあります。観光資源あるいは観光対象

といったものです。

観光地はそれぞれに特有の観光資源を持っています。皆さんが例えば外国に観光旅行に行ったときに、日本の物まねなんか別に見たくないですよ。やはりオリジナルが見たい。逆に言うと、その土地の自然、風土、歴史、文化、あるいは歴史的建造物、そういうものをよしとする対象国からお客さんを呼ばないと、なかなか来てくれない。

例えば北海道にはいま観光客が大変たくさん来ていますが、北海道でお客さんを呼ぶのに、「北海道に雪がありますよ。見に来ませんか」とアラスカの人に言ったってしょうがない。東南アジアとか、雪を見たことがない人に、「雪を見に来ませんか。スキーもできますよ。雪祭りもあります」と呼びかけるわけです。

もう少しここで具体的な例を重ねて、こういう国にはこういう観光資源が向くから、あるところではこういうお客さんを呼ぶべきだという話ができるというのですが、これは本当に個々ばらばらになります。また、ある程度まで、その土地の努力と投資にもよります。だから現在、山口県の萩市とか福井県あたりは、特に台湾からのお客さんを呼びたいということでいろいろ努力しているそうです。

今お話ししていることのネタ元は、努力するから何か助言してくれと言われている人が私の所属しております国際地域学部国際観光学科というか、大学院の国際地域学研究科国際観光学専攻にきていますので、招かずして取材ができるという、なかなか有利な立場にいます。

彼が言うのは、呼びたい客の地域の人に合うような観光コンテンツを準備する。逆に言うと、自分のところで準備できる観光コンテンツを喜ぶ人に対して宣伝を行う。これが大事であると。要するに、漠然として「外国人を呼びたいね」、「どこの人、呼びたいの?」「ヨーロッパ、アメリカ、アジア」と言ったってだめだというお話です。これはあくまでも地域のお話です。とりわけ、現時点でまだそんなに外国人観光客が来ていない場合に、これから呼びたいというときには、狙いを絞って、そこに合うようなマーケティングをしるということになるわけです。

それから、もちろん情報発信ルート。国によって適切なルートが異なる。政府を通じて情報を流すとぼっと散るところと、個別の観光業者から言わないとだめな国。そして、国によらないかもしれませんが、ツイッターその他でたくさんのフォロワーを持っている人に情報を提供しておいて、気に入ってもらえると、という条件つきですが、どっと広がるケースもあります。それぞれルートがありまして、そのルートを見分ける目も大事ということです。

それから当然ながら、ある程度の投資、コンテンツを充実する。そして、それを使いやすくする。あと地域ごとに考えますと、大都市、例えば京都、東京あたりを念頭に置いていただくとわかりやすいと思いますが、現時点で既にかなりたくさんの方の外国人観光客が来ていますが、そういう大観光地でも飽きないとは限らない。東京は2回行ったからもういいやと、ほかの国に行っちゃうかもしれない。やはり新しいマーケットを開拓していかなければいけない。現時点でも、東京都の業者さんであれば、少なくとも開拓ができるだけの資力はあるはずですから、来世紀はともかくとして、10年後20年後を見据えた観光開発努力が要るだろうと思います。

逆に地方は、大都市に来て、自分のところまで来てくれない人を呼び込むべきだと考えます。これもやはり投資力にかかわるわけです。今から、相手のマーケットへ出かけていって、調べて、ああして、こうして、来ていただく。できなくはないですが難しいので、今いる人に足を伸ばしてもらおう、こういう形でできないかと思っています。

これは大都市の側も実はそんなに悪い話ではないはずです。観光コースが多様化して、今まで1週間いたところが3日になるかもしれませんが、同じ人のリピーター率は多分増すでしょう。地方としては、いま来ていない人が来てくれるのですから、まさに新しい顧客の獲得ができる。日本の中でも、地域ごとに役割とか機能、努力の方向のすみ分けのようなものができるといいと思います。どうしてやるんだという点に関しましてはこれからご講演になる3人の先生に聞いてください。そういうことを言っちゃいけないけど(笑)。





もう一つが2番目の広域連携です。外国人観光客の回遊性なんてお魚みたいですが、皆さんも、特に初めて行くところはそうですね。例えば新婚旅行で初めてヨーロッパに行きます。イギリスの何とかの森のそばで1週間ずっといるというのは、かなりな熟練者です。初めて行く場合には、まずパリにおいて、シャンゼリゼに行き、それからドイツに行き、オーストリアに行き、最後は、特に奥様のほうはオランダに行きダイヤモンドを買ってきたい、ご主人のほうはなるべく避けたいと。そういう話もあるわけです。

我々が外に行くときも、珍しいところはあちこちぐるぐる回っている。特に地方になりますと、1カ所でそう何日も楽しんでいただけるようなコンテンツは提供しづらい。であれば、回遊性を考えて、回遊路を想定して、その自治体あるいは観光業者が提携して回遊路をマーケット化していく。コースを設置し、非常に便利になるようにする。広域連携の一部が大都市と地方の連携になっていく。

例えば東京に来て、どこぞの名所、都市部を見て楽しんだ後、草津や那須、日光、あるいはそういうところを全部ぐるっと回って帰ってきて、最後にアキバで買い物をして帰る。希望されそうな回遊コースが開発されるといいのだろうと思います。大都市から離れた地域、例えば中国地方であれば、萩から行って、広島、岡山を回り、あちらこちらへ行って、それで帰るといったコースを設定したら、中で内輪もめするんじゃないで、協力して心地よい回遊コースをつくっていく。これも多分、海外からの観光客が増えるだろうと思います。

3番目の二次交通として、日本に来てからのいろんな利便性という問題があります。こちらは後ほど柳川先生からお話が多少はあるだろうと思います。ただ、二次交通は、ある程度の上級者向けでして、団体旅行で来たときには、バスをチャーターしてぱっと行っちゃうからあまり考えなくてもいいそうです。ただ、その後のリピーターを考えるとときには個別の利便性を考えておかなければいけない。

4番目に適正サービスでございます。後ほど太田先生からもご紹介があると思いますが、いま日本に観光に来ている人たちの中では、アジア圏から来ている方が圧倒的に多数派になっています。日本との所得水準の差を考えますと、例えば中国は、GDPそのものは日本を大分超えましたが、1人当たりで見ると、向こうは人口が10倍ですから同じではない。台湾、韓国はもっと大分上ですけれど、それ以外にタイとか、その他の国々の所得水準を考えますと、それぞれの国に合うレート(料金水準)を準備する。簡単に言えば、値段を下げなきゃだめだと思います。足の便もそうですが、地方の旅館に、途上国向けのある種のインバウンドレート、外国人観光客向けのレートがなかなかない。値引きですから嫌がるのはわかるんですけど。

ただ、お客さんがいない時期に空気にお部屋を貸すよりも、かなり安いレートでもお客さんが来てくれたほうがいい。経済学的な言い方をしますと、オフピーク時(閑散時)には、値段を下げて客の数をふやすというのは極めて基本的な戦略です。値段の差が出ているというのが日本人客に知れるとまずいとかいろいろあるでしょうけど、マーケットごとに、そこに合った料金表を用意する。

ただ、どうしても日本人がたくさん来て、そんな安い客に部屋を出したくないという時期は断ればいいんです。その辺は、日本人のお客さんは世界で一番神経質だそうですが、それ以外の国の方はもう少し大らかですから、部屋がなければいい、それまでの話だということです。

売り方もありますし、あと販売ルートの問題もあるわけです。販売ルートの開拓というのは一番大変なところなんです。これは別に観光だけではなく

て、世の中全ての商売がそうです。そのときに途上国向けの価格表を用意して、ちゃんとそういうところに売るということになります。売るというときには、発地、出発地の旅行者さんとある程度タイアップして協力しないとうまくいかないということだそうです。

最後に、「5. 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機として」ということです。今までは、あまり時期のことを考えない一般論でしたが、それを考えますと、まず一つは、関東内の非都内の宿泊施設の利用がどの程度できるのか。

先ほど濫澤先生に示していただいたオリンピック後のお客さんの増大という点を見ると、かなりの投資をしてもいいのかもしれませんが、しかし、一番ふえたときに合わせて宿泊施設をつくってしまいますと、言い方は悪いですが、しばらくすると、ばたばた潰れる可能性がある。オリンピックに来るお客さんをかなり広い地域で受け取って、送り出す。そこでもやはりいろいろな投資や準備が要るだろうと思いますが、それによって過大投資を回避する。東京オリンピックの恩恵を周りの地域も受けてこそ、非常に広い意味で盛り上がって還元することになるのだろうと思います。

もう既に幾つかホテルもできていますから、全く投資しないというわけじゃありませんけど、お客さんが来るピークに合わせて投資をしてしまいますと、どうしても閑散期は困る。日本で2回目のオリンピック開催のときの客の予想数に合わせた宿泊施設をつくってしまうと、余りそうだと。そうすると、今ある宿泊施設をかなり広域で利用する方法が考えられないかと思います。同時に、それが関東地区におけるさまざまな観光地のインバウンドの一つのきっかけになるんじゃないかと考えるわけです。以上です。どうもありがとうございました。(拍手)

#### 濫澤健太郎

和田先生、どうもありがとうございました。続いて、諸伏先生お願いします。

#### 諸伏雅代(駐日バーレーン王国大使館商務官)

先ほどご紹介にあずかりましたバーレーン大使館の商務官をしております諸伏と申します。本日

は、海外から観光客をふやすためにというシンポジウムですので、イスラム諸国とかかわりを持つ中で経験したことを織りまぜていろいろお話をさせていただければと思います。

まずこちらがバーレーンの国旗になります。5本のぎざぎざはイスラム教の五行、すなわちイスラム教徒が行わなければならない義務をあらわしたものです。イスラムの五行とは、信仰の告白、メッカに向かって行う1日5回の礼拝、生活に困窮した者に施しを与える喜捨、ラマダン月に行われる断食、メッカへの巡礼の五つです。1日5回の礼拝や断食については耳にしたこともある方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

さて、突然難しいお話から入ってしまいました。皆様はイスラムという言葉聞いて、どのようなことを思い浮かべられるのでしょうか。私は商務官という立場で経済の側面から、日本とバーレーンとの橋渡しの仕事をしております。日々の仕事の中で感じるのは、日本では中東やイスラム諸国に対する情報が非常に少なく、また偏ったイメージをお持ちの方が多いということです。

そこで、まず初めにイスラム諸国、イスラム教について、非常に簡単ではございますがご紹介させていただくとともに、2020年のオリンピックに向けて、訪日するイスラム教徒(ムスリム)の観光客を迎えるに当たり、私たちは一体何をしたらいいのか提言させていただきたいと思います。

それではイスラム諸国についてご説明いたします。まず日本人がイスラムを理解するのが難しいという理由を挙げてみました。第1に日本では欧米人に比べて、アラブ・イスラエル問題をめぐる中東問題に対する関心が非常に低く、必然的に日本に入ってくる情報は欧米人の目を通したものが主になっております。

第2には、日本では子供の時期にアラブの文化に接するという機会がありません。第3に農耕と遊牧といった全く異なる生活様式が、現在おの生活慣習や宗教観に反映しているということです。そして四つ目に、自我と宇宙が融和するという仏教と、絶対者である神に服従を求めるイスラム教の違いがあると思います。

日本人にとって仏教は個人の心の問題ですが、

イスラム教は日本人の考える宗教とは違い、生活規範として社会性の極めて高い存在であるということを理解する必要があります。この違いが、この後、ムスリムの生活を理解する上で大変重要となりますので、ぜひ頭の片隅にとどめておいていただければと思います。

次にイスラム諸国とはどのような国々をあらわすのか。まず国教がイスラム教、またはムスリムが大半を占める国々のことを示しています。こちらの図はイスラム協力機構への加盟国をあらわしています。加盟国はイスラム諸国であり、アジアからアフリカ、そしてヨーロッパにまたがる地域に多く見られます。現在、人口の過半数をムスリムが占める国は世界で40カ国を上回っております。

2010年の統計では、ムスリムの人口は16.2億人で、世界人口の28%を占めております。図にご覧のように、アジア太平洋地域が60%を超えており、人口でいいますと、アジア太平洋地域で10億人、中東北アフリカ地域で3.2億人となっており、両者とも人口増加率が非常に高い地域となっています。ムスリムの人口は2015年には20億人、2030年には21.9億人になると推計されております。

また、イスラム諸国は石油輸出国が多く、近年GDPの伸び率が高い地域という特徴を持ちます。日本でも観光客が増加している東南アジアのイスラム諸国は1人当たりのGDPが3000から1万ドル。つまり、これは生活を豊かにする物やサービスの需要が増加すると言われている時期に差しかかっています。一方、バーレーンがございませう湾岸アラブ地域は1人当たりのGDPが2万5000ドルを上回り、日本、北米、EU諸国と同等、またはそれを上回る経済力を持っております。このようなイスラム諸国の経済成長が訪日ムスリムの増加の一因となっていると思います。

ここで、湾岸アラブという言葉が出てきましたので、多少ですけれども、バーレーンの紹介をさせていただきますと思います。イスラム教国の中でも、湾岸アラブ諸国とその他のアラブ地域、東南アジアは性格が大きく異なります。ここからは少し湾岸アラブ地域が中心のお話となりますので

ご了承ください。

湾岸地域は湾岸協力会議（GCC）と呼ばれる地域協力機構の一員です。GCC加盟国は、クウェート、サウジアラビア、バーレーン、カタール、アラブ首長国連邦、オマーン、この6カ国で構成されております。アラビア半島とイランの間の湾に浮いている島がバーレーンになります。こちらの湾は日本ではよくペルシャ湾と言われますけれども、ペルシャというのはイラン側からの呼び方で、私どもアラブからはアラビア湾というふうに呼びます。日本の石油総輸入量の85%がGCCから来ており、日本との結びつきが非常に強い地域になっています。

バーレーン王国は40の島から成る日本と同じ島国です。国土の総面積は日本の奄美大島と同じぐらいで非常に小さな国になります。人口の85%はムスリム、70%がシーア派、30%がスンニ派になっています。湾岸アラブ諸国では大変珍しく、国内にキリスト教教会、ヒンズー教寺院、シナゴークなど、多宗教の施設が建設されております。

また、バーレーンの特徴としましては、大使や大臣、国会議員、そして企業の重役に女性がついているということです。女性は髪の毛をスカーフで覆う人も少なく、スカートを履いて仕事をする女性もいます。女性の自由が認められない国が多い湾岸アラブの中では非常に先進的な国となっております。また、国内へ豚やアルコールといったものの輸入が一切禁止されている国が多い中で、バーレーンは非ムスリム向けに国内で豚肉やお酒を販売しており、私たち非ムスリムである人にとっては大変住みやすい国となっております。

アラビア湾岸地域では1932年に初めて石油が発掘されましたが、それがバーレーンです。翌1933年最初に石油を輸出した先が日本の横浜港です。それ以来、現在でも両国は大変有効な関係を築いております。

バーレーンが異文化に寛容な理由は歴史にあります。5000年前から2500年もの間、メソポタミア文明とインダス文明の交易拠点として栄えたディルムン文明というのがございます。そのディルムン文明の中でも、交易拠点の一大拠点がバーレーンにあったと言われております。また、16世

紀の大航海時代にはポルトガル人がインド、アフリカ、ヨーロッパの中継拠点としてバーレーンに着目しました。そして、アラブとペルシャの激しい戦い、英国の統治を経て、1971年にバーレーン王国として独立しました。このように常に異文化を受け入れてきたという歴史が現在でも脈々と受け継がれています。

2004年には中東で初めてフォーミュラーワンのレースが開催されましたが、それもバーレーンです。また、エデンの園があったと言われるバーレーンは、現在はそれを利用したりゾート開発も進んでおり、観光業にも力を入れております。このように異文化の受け入れに対して寛容なバーレーンは、外国企業の駐在員に対するアンケートでも、住みやすい国として常に上位に位置しております。

さて、次に食文化に関してですが、湾岸アラブ地域、アラブ地域では、豆類、野菜、果物、ナッツなどが料理に使われ、スパイスなどをふんだんに使った肉や魚がよく食べられます。主食は米、小麦ともに食べられています。湾岸アラブ地域にはパスタ料理やアジア料理など質の高いレストランも多く、地元の方にも非常に人気です。

この後はムスリム全体の話になるので、東南アジアも含めたムスリムの方も共通と考えていただければと思います。食事のマナーですけれども、見知らぬ者や旅行者を客として迎え、敬意を持ってもてなす、これがムスリムとして神聖な宗教的な義務となっています。これは砂漠という厳しい環境の中で部族ごとに暮らしていた様子を想像していただくと、この教えが出てきた由来が想像できるかもしれません。

次にラマダン月に行われる断食に関してです。イスラムの五行にありました断食が、イスラム暦の9月、ラマダン月に行われます。これは太陰暦なので毎年日にちが変わります。日の出から日没まで、日中は飲食、喫煙が禁止されています。敬けんなムスリムの方は唾を飲むことすらしません。

日没後はイフタルと呼ばれる食事を食べます。断食に関しては、旅行者、重労働者、妊産婦、病人は免除されており、非常に合理的なものとなっております。

さて、ムスリムの食事と聞くと、豚やアルコールを食べてはいけないとか、ハラルという言葉を目にしたことがある方も多いかと思いますが。2014年の日本政府観光局のアクションプランの中にも「ムスリムおもてなしプロジェクト」が提案されており、その中にも豚、アルコールの使用の表示について記載されています。しかし、具体的になぜ豚、アルコールがだめなのかということはいまだにあまり知られていないのではないのでしょうか。



そこで、まずハラルとは一体何か。そして、なぜ豚やアルコールに気をつけなければいけないのかについてご説明します。ハラルとはイスラム法で許されるもの、行為のことをいいます。一方、ハラムとは、イスラム法で禁止されているもの、行為のことをいいます。このハラル、ハラムの概念は食事内容だけではなく、食事の方法、結婚、離婚、遺産相続、身だしなみ、犯罪、契約、金融など、あらゆるものに適用されます。これが、最初にイスラム教は生活規範において社会性が極めて高い存在と述べたゆえんです。

ハラムは聞きとりにくいので、この後はノン・ハラルと呼ばせていただきますが、このノン・ハラルの食べ物の代表としてよく取り上げられるのが豚とアルコールです。豚を食べない理由には諸説ございますが、主に二つほど言われているものがあります。一つは、豚は雑食で、人間の食べ物を食い荒らしてしまうので避けるべきという説。もう一つは、豚は不潔なものを食べるので感染症を持つ可能性が高いため避けるという説です。

動物の屠殺方法や食肉の取り扱いを厳格に決め



ているのは、動物に苦痛を与えないため以外にも、もともと中東は非常に暑く、伝染病の病原菌が死滅してしまうため、ほかの地域よりも病気に対する抵抗力が低かった。このような理由から、伝染病から共同体を守る意味合いもあったと言われていいます。一方、アルコールに関しては、精神や自制心に影響を与えるという理由で禁止されています。

このように、イスラム教の教えは、マホメットのいた7世紀の社会問題を改善すべく導入された生活システムであるということを理解すると、ムスリムの方の生活や行動がより理解しやすくなるのではないかと思います。

## ハラルの考え方



ハラル:不浄であり害になるものを避ける  
(食べ物だけの概念ではない)

- ・ 食材 (原材料を含む): 豚/豚由来の製品 (ショートニング/コラーゲン/ゼラチン/プラセンタ他) /肉食・雑食性・水陸両生動物の肉/アルコール/血などを含んでいないか 等
- ・ 食肉における処理方法: 祈りをささげた上で、ムスリムによる屠畜を経ているか、鋭利な刃物で一息で死に至らしめたか 等
- ・ 製造プロセス: 製造時、ノン・ハラルを扱ったラインを共有していないか/衛生的か 等

Copy Right © Embassy of the Kingdom of Bahrain

次にハラルの考えです。ハラルの根底には、先ほどお話ししましたように、不浄であり、害になるものを避けるというという概念があります。こちらに示したようなハラルマークをごらんになられた方もいらっしゃるかもしれませんが。これはハラル認証ですけども、この認証は認証機関の審査を経て取得するものです。

スライドにございますように、食肉であれば、屠殺方法について、また食品の製造過程、流通、保管場所など全工程において、ノン・ハラルのもの一切触れることがないか、審査の際に非常に厳しくチェックされます。このような厳格な審査を経て初めて認証を取得できますが、取得にかかる費用のほかにも専用の施設を維持したり、従業員教育などにかかる負担から、日本企業が実際に自社製品にハラル認証を取得するのは大変ハードルが高くなっています。

では、豚を避けるとはどういうことか想像がつか

きますでしょうか。豚を避けるとは、豚由来製品全てを避けることを意味しています。食べ物であれば、ラード、ゼラチン、乳化剤、ショートニングのように、豚からできたものが入ったものは全て避けなければなりません。日本で販売されているハム、ベーコン、ソーセージは豚肉が入っています。ラードは揚げ物にはもちろんのこと、意外なところではネギトロのkokを出すのにラードが使われることもあります。また、ゼラチンはゼリー、グミ、サプリメントのカプセル。乳化剤やショートニングはパンや焼き菓子。そして、おせんべいなら大丈夫と思うかもしれませんが、ポテトチップスと同じように、風味づけのためにポークエキスが用いられることもあります。このように、私たち日本人が豚由来製品が入っているわけがないと思っているものでも、実際手にとると豚由来製品が入っており、ムスリムが食べられるものを探すのは非常に困難なのが現状です。

先日バーレーンからお客様が来日した際に、何日間か行動をとともにしました。そのときに食事の時間がとれなかったために、少しおなかにたまるものを買おうということでコンビニに立ち寄りしました。しかし、蒸しパンも含め、全てのパンにはショートニングか乳化剤が使われており、最終的に買ったものはどら焼きだけでした。また、表示は全て日本語なので、私のサポートがなければその方は一切食べ物が買えない。それが今のムスリムの方の現状です

アルコールに関しては、宗派や地域によって捉え方かなり違いがあります。厳格な方ですと、日本料理に必須のみりんや日本酒はもちろんのこと、醤油、みそなど発酵の過程でアルコールができるものも一切口にしません。ただ、緩やかな宗派の方、個人的にアルコールは多少であれば大丈夫とお考えの方は、日本でもお酒をたしなまれています。

豚、アルコールを避けることはムスリムにとって非常に重要なことですが、私たちノン・ムスリムには何がハラルで、何がノン・ハラルが見分けるのが非常に難しいかと思えます。また、英語表記のない食べ物は、ムスリムに限らず、外国人観光客は何を口にしたらよいのか、一体それが何の

食べ物なのかすらわかりません。

では、日本でムスリム観光客をお迎えし、その方々がリピーターとしてまた日本に来たいと思っていただくには一体どうしたらよいのでしょうか。

私が提案したいのは次の二つです。一つ目は、レストランや食品の表記に関してです。英語表記、またはこちらにございますように、視覚的にわかるピクトグラムで、誰の目にもわかるようにし、また自分で食べられるものを選択できるようにすることです。

### 取り組むべき課題

#### 1. 表記

- ・英語表記またはピクトグラム
- ・ムスリムフレンドリー
- ・連続性のある情報発信

#### 2. 教育

- ・豚由来製品とは何か
- ・飲食店でのスタッフ教育
- ・グローバル教育（多様性と柔軟性）



Copy Right © Embassy of the Kingdom of Bahrain

そして二つ目がムスリムフレンドリー。これはマレーシアのレストランの分類です。マレーシアはもともと中華系民族とムスリムが混在して生活しているため、ムスリムが自分たちの食べられるものを区別するために、レストランを4つのカテゴリーに分類しました。ハラル認証も同じ理由で、マレーシアで生まれました。

### ムスリムフレンドリー

完全ハラル	1. ハラル製品のみ取り扱い 2. 物流からハラル・ハラムを分ける 3. イスラム教徒がハラル管理を行う 4. アルコール提供をしない
ノンポーク	1. 豚肉の取り扱いがない 2. ハラルの肉を使用 3. お酒の販売可能
ムスリムフレンドリー ローカルハラル	1. ハラル・ハラムを明確に分ける (豚肉使用メニューがある場合) 2. お酒の販売可能
ノンハラル	1. ハラル・ハラムの区別なし

Copy Right © Embassy of the Kingdom of Bahrain

現在、日本のレストランはほぼノン・ハラルのカテゴリーに入るかと思います。しかし、豚肉使用のある、なしと、お酒の販売について、英語ま

たはやピクトグラムを用いて表記することで、ムスリムフレンドリーのカテゴリーまで移行することは可能と考えます。また、レストランで提供している食べ物によりますけれども、努力次第ではノン・ポークのカテゴリーに入るお店もできるのではないかと思います。そして、これは各々のレストランの取り組みだけで終わらせず、その情報を観光マップやアプリなどに反映し、連続性のある情報としてムスリム観光客に発信を行うことが最も大切だと考えております。

次に提案したいのが教育です。来日されたムスリムの方をレストランにお連れした際に、「豚肉を抜いてください」というのを必ずスタッフの方をお願いします。しかし、実際に料理が運ばれてくると、ハムやベーコン、ソーセージが入っていることを非常に多く経験します。これが何を意味するかといいますと、レストランのスタッフでさえ、ハムやベーコン、ソーセージが豚肉でできていることを知らないということです。

以前、国際経験豊かと宣伝しているホテルでレセプションを行ったことがあります。実際に事前に何度もメニューのすり合わせをしましたが、当日お料理が出されてきましたら、そこにベーコンが入っていたということがございました。後日談ですけれども、ホテルの方がおわびにやってきた際には、洋酒がたっぷり入ったケーキが届けられ、笑うにも笑えないという状況がありました。これが今の現実です。このような経験から、飲食店、ホテル業におけるスタッフ教育はとても大事なことだと思っております。

先ほどバーレーンが多宗教の方がたくさん住まれていることをお話させていただきましたが、実際に来日される方の食事背景というのは様々です。特に100人規模で来日した際には、その中にはユダヤ教徒、ヒンズー教徒など多宗教の方が入りまじっていますので、豚やアルコールに限らず、牛が食べられない方、また乳製品と肉の組み合わせがだめな方、またベジタリアンと一言でいっても、魚は食べる方もいれば、乳製品だけは大丈夫という方、卵だけ大丈夫という方、本当に野菜しか食べないという方など、いろいろな方が入りまじっていらっしゃいます。そのため、常に文化的

背景の勉強は欠かすことができません。このような経験から、学生時代に、グローバル教育といっても、英語だけではなく、真の意味でのグローバル教育を行うことがとても大事だと考えています。

今までは食事を中心にお話しさせていただきましたが、これは1日5回の礼拝でも同じことが言えると思います。祈祷室や手洗い所を設置するのはもちろん大事なことですけれども、現実的に観光客全てに対応することは大変難しいと思います。

実際に来日して私が一緒に回らせていただいたムスリムの方の中には、1日5回礼拝ができなくても、夜ホテルに帰ってからまとめてお祈りをされるという方もいらっしゃいます。また、どこか静かな場所があるときに、こちらから「こちらでお祈りをいかがですか」とお声かけすると、自分で持っていらっしゃる簡易マットをその場で引かれてお祈りをされる方もいらっしゃいます。

イスラム教には、旅人を喜んで迎え、もてなしなさいという教えがありますが、これは日本人のおもてなしにも通じる場所があると思います。ムスリム観光客を初め、外国人観光客を迎えるハード面の準備ももちろん大切ですが、問われているのは柔軟性、つまりその場で丁寧かつ臨機応変な対応、そして相手の文化を理解して尊重するという姿勢、こういったソフト面を育てていくことがより大切だと考えています。

本日の提案が、ムスリムの観光客を初め、外国人観光客がオリンピック以降も、日本を訪れたいと思うきっかけづくりになれば幸いです。どうもありがとうございました。(拍手)

#### 澁澤健太郎

諸伏先生、貴重なお話をありがとうございました。続いて太田先生、よろしくお祈いします。

#### 太田正隆 (JTB総合研究所主席研究員)

こんにちは。JTB総研の太田と申します。私が主に領域として担当している分野、それからいま日本で観光や旅行の領域ではやっている分野、逆にはやらせなければいけないような分野のお話をいくつかさせていただきたいと思います。

まず自己紹介をさせていただきます。観光の分野で幾つか分け方に関する考え方があると思います。冒頭に和田先生が全国と地域という分け方を

してお話をされていきました。もちろんそれもあります。私自身は、「レジャートラベル」という部分と「ビジネストラベル」という領域で分けて仕事をしています。レジャートラベルというのは、皆さんが個人で普通に観光に行く分野です。名所旧跡、寺社仏閣、風光明媚を楽しみ、旨いものを食べに行くことです。多分、その場合はほとんど100%自腹で払っていく旅行ということです。

もう一つは、ビジネストラベル。これは例えば皆さんが社会人になって、出張に行くというようなイメージをお持ちいただければいいんですが、もう少し具体的に言うと、仕事で国際会議に出るとか、展示会に出席しなきゃいけないという場合には、旅費や滞在費等はもちろん会社が負担します。

ただ、昼間はビジネスが中心なんですが、仕事が終わって、例えば午後6時を過ぎると当然食事に行ったり、飲みに行ったりしますね。それから、長期にわたる場合、土日にひっきり休みになることがありますので、ちょっと気を抜いてどこかに行こうとか、観光を試みようということ、ビジネスとレジャーというような区別や、ON・OFFがあると思います。

ビジネストラベルの分野で説明すると、例えば企業のミーティングという分野。例えば、皆さんもよくご存知の国際的な自動車メーカーは、売り上げがだいたい13兆円で、利益が2兆円を超したとかという話を聞きました。これはものすごい金額ですね。例えばこの売り上げのうち、販売に占める海外と国内の比率でいくと、海外が6割を超えているそうです。要するに国内より海外のほうが圧倒的に多いということです。

これはもちろん内需よりも外需、海外の販売台数が多いからです。私も含めて、数年で新車に買い換える訳ではないことと、日本が人口減少に向かっていることなどが原因です。海外にある先ほどの自動車メーカーの販売店がすごく頑張っていて、仮に売り上げ13兆円分の60%だとすると8兆円近く売っていることになります。こういった販売成績を達成した人達に対して、日本に招待して工場を見てもらったり、東京や京都に観光旅行を組み合わせたインセンティブトラベル(報奨旅行)

というような手法を使って社員のモチベーション（やる気）を醸成しています。

これは自動車メーカーのみならず、さまざまな分野、製造業、サービス業などで実施している手法であり、もちろん外資系企業を含めて、社員や取引先の担当者を招待し、モチベーション（やる気）につなげる。ここでモチベーションが上がると来年は更に売ってくれるんじゃないかという期待を込めて実施するのがインセンティブトラベルで、主に企業ミーティングを組み合わせることもあります。

「インセンティブトラベル」というのは、日本語で言うと「報奨旅行」といいますが、企業が行う販売促進活動を通じて結果的に旅行につながる、あるいは観光につながるような分野を私は主に担当しております。

次に、国際会議の誘致・企画・運営という分野があります。これは例えば、この間、北京でAPECが開催されました。そこに安倍総理を始め各国の首脳が集まり多くの問題を話し合う。あるいはその後ASEANの首脳会議に出席したり、政治、経済などの幅広い議題が話し合われます。それと同じようなことを日本で開催するときの手伝いをするといった仕事です。

2016年にサミットが日本で開催されます。今年ロシアのソチであったんですが、いろんな問題があってベルギーのブラッセルに開催地が変更になり、G8ではなくロシアを外してG7になってしまいました。来年はドイツで開催されます。再来年は日本で開催されます。日本では2008年の北海道洞爺湖サミット、2000年には九州・沖縄サミットというのがあったんですが、G8で8ヶ国参加しているので、8年に1回は順番がまわってきます。

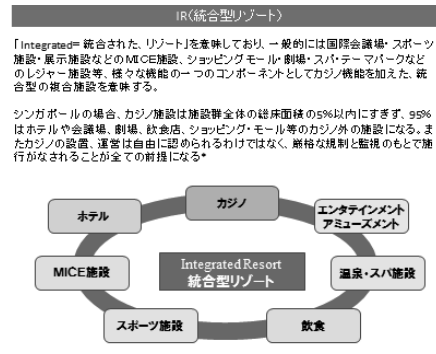
2016年の開催には、全国の自治体から15ぐらいの都市が手を挙げて、ぜひサミットを誘致したいと売り込みが始まっています。2016年はどこの開催になるかわかりませんが、関東周辺では軽井沢が「ぜひ首脳会議をやってほしい」ということで手を挙げて、長野県と一緒に誘致しています。

例えば誘致にかかわる可能性調査から始まって、実際の準備や運営などロジスティクス――

VIPの車両はどこを走ればいいのかとか、救急体制や警備体制がどうだとか、ヘリポートをどこに設置すべきかとか、そういうことをお手伝いしたりしております。

それから展示・見本市の企画・運営の分野ですね。東京であれば東京ビッグサイトでやっているような展示会を開催するため、マーケティングとか企画、出展や来場者のプロモーション。各種イベントの企画・運営等ということで、例えばコンサートとか、万博の一部のプロモーションや名古屋でやった2005年愛地球博などのお手伝いをいろいろやってきました。

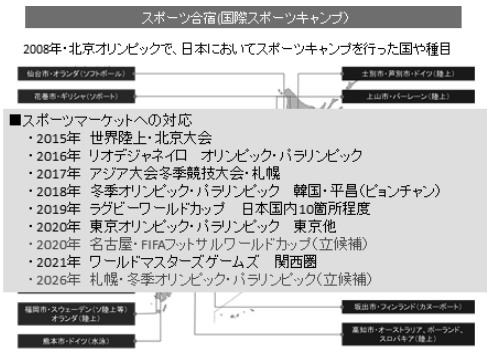
これらの分野を、横文字にすると Meeting Incentive Convention Exhibition and Event ということで、最近では「MICE（マイス）」という言葉になります。ビジネストラベルの分野で、これを主にやってまいりました。これが私の担当してきた基本的な領域です。



もう一つ。これも多分、澁澤先生のほうでちょっとお話しされたかと思いますが、いわゆるIR(統合型リゾート)について。統合型リゾート、いわゆる「カジノ法」というのは今年一度廃案になっています。来年また頑張って出すと超党派の議員連盟の方々には言っていますが、どちらかというところ統合する内容よりもカジノの話ばかりに終始している印象が強いです。

私は、カジノというよりは、統合型リゾートの中の例えばスポーツ施設とかコンベンションセンターや展示会場等のMICE施設、あとはエンターテインメントアミューズメントに関心を持っています。どこの都市かは言えませんが、幾つかの自治体の誘致プランニングのお手伝いをしたり、

調査でラスベガスやマカオに行ったりということをご数年來している中で、統合型リゾートの立地条件や統合型リゾートのあり方について調べています。



また、スポーツ合宿という分野があります。国際スポーツキャンプともいいます。2020年の東京オリンピック・パラリンピックでも同じことが言えます。例えば、2008年の北京オリンピックの時に欧米を中心に直前に日本で調整を行うためにキャンプをして、それから北京に乗り込んでいく。開会式の前日にアスリートが開催地に行って、メダルを取れといってもなかなか難しいので、その1カ月ぐらい前に、近い国あるいは環境が似ている国に行き、そこで調整をして、ベストな状態にもって行って競うというのが一般的です。

今年6月にリオデジャネイロで開催されたFIFAワールドカップのとき、日本チームは北米大陸のアメリカで調整をして南米大陸のブラジルへ移動。それがもしかしたら勝てなかった原因の一部だったかもしれない。

話を2008年の北京オリンピックに戻すと、北海道から九州までいろんな国の競技チーム、例えば岡山はオランダから柔道チーム、熊本はドイツから水泳チームが来ていたとか、全国26都市ぐらいで、個人競技、団体競技含めて数十競技のアスリートが、2008年の7月頃に来日して調整をして、8月の北京へ乗り込んだということです。

2020年のオリンピックは8月に開催されます。1カ月ぐらい前の7月頃から来日するチームが多数予想されます。まず日本は暑い、それからもちろん湿度もそうですけれども、欧米から見ると、

日本と位置や文化が似ている国として中国、韓国、台湾等がありますが、受け入れ環境のことも含めて、日本が一番いい選択だと思います。

全国の自治体が前回の北京オリンピックの経験をもとにスポーツキャンプを誘致しようと一生懸命活動されていて、その一部支援もさせていただいているという立場です。

来年は北京で世界陸上がありますが、北京に開会式の直前に行くチームやアスリートはおりません。その前に調整をする。PM2.5、食事の問題、大気汚染の心配がなく、しかも同じような文化・環境を持っている国はどこかという韓国が日本になる。韓国の場合は、多くのチームを受け入れる体制がたくさんはできないと思いますので、日本が候補地になる可能性が高い。いま全国の自治体が、前回の経験とか、その後つくった競技場等のインフラを有効に利用しようということで、誘致活動に入っています。

2016年にはブラジルのリオデジャネイロでオリンピックがあります。その後、2017年には札幌でアジア大会の冬季競技がある。これは2026年の札幌オリンピックの誘致、立候補にもつながるわけですが、これも同じですよ。アジア大会で、札幌で本番を迎える前に、これができるのは韓国の一部の地域、中国はインフラがあまり整っていない、台湾は雪が降らないということだと、やはり日本の長野から北の雪や氷が多いところが手を挙げることができます。

2018年には韓国の平昌(ピョンチャン)で冬季オリンピックがあります。平昌も、今いろいろ報道で見ていると、競技施設のインフラ整備が遅れていて少し危ないと言う話が伝わってきます。開催地を分けて札幌に一部来るんじゃないとか、いろいろ憶測されていますが、その練習とか調整を、札幌を含めて長野まで冬季スポーツが可能で地域では一生懸命皆さん誘致に走っています。

2019年には日本でラグビーのワールドカップが開催されます。国内で大体10カ所ぐらいの自治体で予選をやりながら、最終的には千駄ヶ谷の国立競技場で決勝をやることになっています。この10月で開催希望申請書の受付締め切りがあっ

て、15都市ぐらいが立候補しています。2002年のFIFAワールドカップのように、全国で予選やキャンプをやりながら各国チームは滞在します。

知られていないのが2020年の秋にフットサルのワールドカップがあって、ついこの間、名古屋が愛知県と一緒に立候補することに決めたそうです。結果はどうか分かりませんが。

その後2021年にワールドマスターズゲームズとあって、アマチュアを中心に数万人の方が世界中から関西圏に集まってくる国際的なスポーツ大会が決定しています。2026年の冬季オリンピックは札幌でとこれから立候補するという事です。

スポーツツーリズムマーケットの中で、大会の本番を含めて、国際スポーツキャンプ、スポーツ合宿のマーケットが非常に重要な要素を占めています。

なります。ちょっと前は秋葉原で電気釜、10個20個爆買いしていたのが、例えばブラックサンダーのまとめ買いとか、アジアの方を中心にふえていて、しかも免税店が5000店6000店ぐらいだったのが、今は1万店ぐらいにふえたということで、拡大されています。ユニクロも日本で今2店ぐらい免税店の申請をして許可され今後増えるようです。

これらを総称してショッピングツーリズムという分野になるんですが、どのようにして観光客がこうした免税に流れていくのか、どうやって情報をとるのかなどの調査を通じたお手伝いも若干しております。

冒頭に先生方のお話であったかと思いますが、訪日観光客が一過性で来るのか、交流人口をどう拡大するか、定住人口をどう増やすかなど課題は多いと思います。都市の再生や活性化という部分で、例えば日本橋地域とか大手町の周辺、大丸有(大手町・丸の内・有楽町)という地域で、都市型観光の中にどうやって訪日観光客を引っ張ってくるか。

皆さんもご存じのように、東京駅の駅前、1990年代までは夕方6時になるともう人はいません。ビジネスマンがみんな帰るとゴーストタウン状態。それから土日ほとんど人がいませんでした。いま都市が古くなってきて更新して、建てかえや保存などまちづくりを総合的に進めた結果、一大観光地になっています。

お台場もそうです。それから、品川地区も東京サウスゲートの形成ということで、再来年には新しく山手線に駅がつくられたりとかですね。

それから若い方に人気の渋谷のエリアも文化交流拠点ということで、JR、東急、東京メトロといった輸送機関の他に、渋谷区も街全体を整備する中で、我々のような立場の人間が、都市の再生の中での交流人口の拡大とか、インバウンドでどうやって訪日観光客を集めるのか、そんなような話のご支援をすることもあります。

最後になりますが、これは先ほどの和田先生のお話にもあったように、観光では送る側と受ける側とありますが、いわゆる着地型の観光の中で、ある種のブランド戦略にもなりますが、例えば


外国人向けの免税

**販売方法**

- ① 非居住者が、旅券等を輸出物品販売場に提示し、当該旅券等に購入記録票（免税物品の購入の事実を記載した書類）の貼付けを受け、旅券等と購入記録票との間に割印を受けること。
- ② 非居住者が、「消耗品を購入した日から30日以内に輸出する旨を誓約する書類」を輸出物品販売場に提出すること。
- ③ 指定された方法により包装されていること。

**〔改正前〕**


食品類、飲料類、薬品類、化粧品類等の消耗品は免税販売の対象外。



➡

**〔改正後〕**

食品類、飲料類、薬品類、化粧品類等の消耗品も免税販売の対象。



非居住者が国外における事業用又は販売用として購入することが明らかでない物品は、通常生活の用に供する物品に該当しないため、これまでと同様に免税販売の対象になりません。

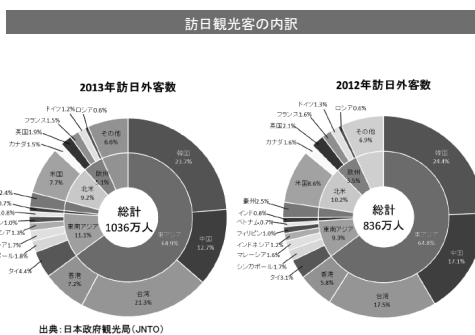
ちょっと話が飛びますが、外国人向けの免税に関する規制緩和というのがこの10月1日にありました。我々も海外に行って高いものを買ってくるときに、手続きをすれば、ある一定の金額以上は免税になるとか、いろんな仕組みがあります。日本でも免税措置はあったんですが、今回10月1日以降、特に変わったのは、お菓子とかお酒、それから化粧品とか、いわゆる消耗品が緩和されました。

ただし条件があって、5000円以上、指定されたパッケージで国内での消費ができない等幾つかルールはあるんですが、いずれにしても5000円以上のお菓子をまとめ買いすると消費税が免税に

アートツーリズムとかフードツーリズムとかアニメツーリズムといった言い方があります。これは送る側のブランドではなくて受け入れる側のブランド戦略です。地酒の好きな人々を対象に酒蔵ツーリズムをつくったり、いろんなことが企画されています。

ということで、こうした観光資源を通じて、どういうことを日本人や訪日観光客に対してどうアピールするのかという仕組みづくり等の支援をしています。

最後になりますが、訪日観光客の内訳を改めて申し上げますと、昨年1030万人をようやく超えました。このうち、韓国人が23%ということは280万人ぐらいですかね。それから中国人が12%ぐらい。あと台湾、香港で東南アジアからの観光客で、全体の75%、800万人ぐらいの方々が実はアジアの方々です。



したがって、1000万人を超えて、このまま2020年の目標である2000万人になって、同じ比率構成で訪日外国人になったときに、我々はそれをどうやって迎えるのか。

学生の皆さんが観光業界に進むとした場合、この比率でいくのか。それとも、欧米系の構成比をもうちょっとふやすのか。あるいはムスリムの方々のような、今まで不慣れな方々のマーケットに対してどうやって立ち向かうのか。そんなことを地域や行政の方々と話し合いをしながら受け入れ環境の整備を進めるなどの支援をしている立場でございます。ありがとうございました。(拍手)

**澁澤健太郎**

太田先生、ありがとうございます。続いて、柳川先生お願いします。

**柳川悦子** (東洋大学グローバル・キャリア教育センター副センター長)

皆さん、こんにちは。グローバル・キャリア教育センターの柳川です。最後のプレゼンになりましたので、私の場合は皆さんにリラックスしてお話を聞いていただきたいと思います。先ほどちょっと私の専門の話がありましたけど、実は私は本学に来る前は、米系のデルタ航空という航空会社のマーケティングを16年ぐらいと、エア・タヒチヌイというフランスの航空会社に5年ほど、そこでもやっぱりマーケティング広報をずっとやっておりました。ですので、今日は日本の航空会社がどのようにビジットジャパンキャンペーンをやっているかという話からまず始めたいと思います。

この2～3年ですが、東日本大震災があった後に海外から来るお客様が非常に少なくなったということで、YouTubeなどにいろんな日本の魅力を宣伝する動画がアップされまして、そういう動画を見ていらっしゃるお客様が非常にふえました。これは振り返りになりますので、皆さん見たことがある方も多いと思いますけれども、ANAさんが展開した「IS JAPAN COOL?」というサイトをご紹介します。これは2012年に始まり、なんですね。9カ月でPVが90万回、YouTubeが43万ビューと書かれておりましたが、今はさらにたくさんの方々に見られています。

このサイトを皆さんごらんになったことはありますか。まず、この中でも一番最初の「DISCOVER」というフィルムが東京五輪の決定にもかかわらずっておりまして、これを見ていただきたいと思います。

(「Is Japan cool?」の動画)

このサイトには、ランキングというのがあります。これを見て、外国人の方が「クールだ」とか投票していくんですね。今ここに出ているのは大体トラディショナルな日本なので非常にわかりやすいコンテンツなんですけれども、このサイトに関してはかなり評判がよくて、今も新しい映像



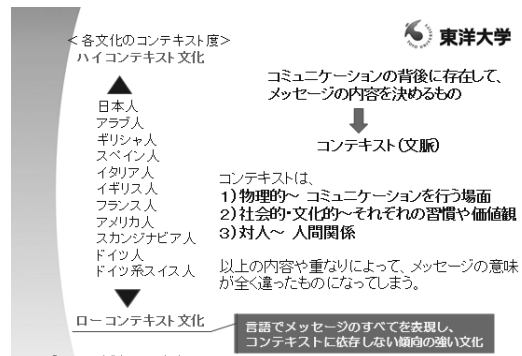
が公開されています。

こういう中で思うのは、私自身が生まれも育ちも浅草で、今も浅草の近くに住んでいまして、昔は浅草ってほとんど外国人に注目されなかったんですけれども、最近友達が海外から来ると、「浅草に行きたい」と言うので連れていくんですね。「ここがいいの?」「好きだ。大変いい」と言うんです。「じゃ、どういうところがいいのかな」と聞くと、「例えば秋葉原とか新宿に行くと、来ている人たちが、日本人も外国人も非常に greedy——物を探し求めて、何か欲しいというような顔をしている人が多いが、浅草に来る方々は shrine とかにお参りに来て癒されているから、みんないい顔をしてるよね。ここに来ると癒される。」という意見もあったんです。これはアメリカ人の意見でしたけれども、外国の人たちの、そういう考え方もあるんだなど。接してみると、いろいろと本当に勉強になることがあります。

そしてちょっと戻りますけれども、そもそも日本人というのは、気配りと察しの文化と言われていています。いま本当におもてなし、おもてなしと言われていまして、潜在的な相手の欲求を読んで、それをちゃんと実現してあげるといふか、かなえてあげるのが理想と言われていています。

例を挙げれば日本の高級旅館のサービス。日本には、加賀屋さんとか柵家さんとかすばらしい旅館がいっぱいあります。そういうところを、もちろんすばらしいと思ってくれる外国人もいるんですけれども、ただ、文化差を考える必要があります。

旅館では、朝起きて、それから夕方は何時にご飯があって。そして着いたときに、案内をしている間に、その人の身長がどのぐらいなのかまで見て、仲居さんは、ぱっとその人の浴衣まで用意する。これは本当にすばらしいサービスで、日本でしか絶対実現できないと思いますけれども、それがおもてなしとして全て受け入れられているのか。外資系の会社に勤めている中でわかったことですが、外国人も最初は喜んでですけど、だんだん疲れてきたりとか、それからチョイスがないと言いつつ出ることがあるんですね。このあたりのことも含めて、コミュニケーションの違いというもの



を考えてみたいと思います。

ここにハイコンテクスト文化とローコンテクスト文化と書いてありますけれども、そもそも日本型の察しというコミュニケーションのとり方は、同質性の高い人々がいる中で成り立つことだと思うんですね。同じような文化を持ったり、育ちが似ていたりということ人間関係の形が似ている方々の中であれば察しというのは通じる。今は若い人たちの中では大分ライフスタイルも変わってきていますから、以前ほどの同質性の高いということはない部分も出てきておりますけれども、それでも日本人の間というのは、察しというのが成り立つ文化だと思います。

ハイコンテクスト文化というのは、言葉だけではなくて、その前後の文面が重要で、物理的にコミュニケーションする場面とか、その場の習慣とか人間関係、そういう言葉の背後にあるものを共有している人たちの中で話している分には、言葉はあまり発しなくてもある程度わかってもらえる。しかしこの下のほうに書いてありますように、言語でメッセージを全て伝えなきゃいけないような民族といふか、その人たちの中では言葉で全てを伝えるべきであると。

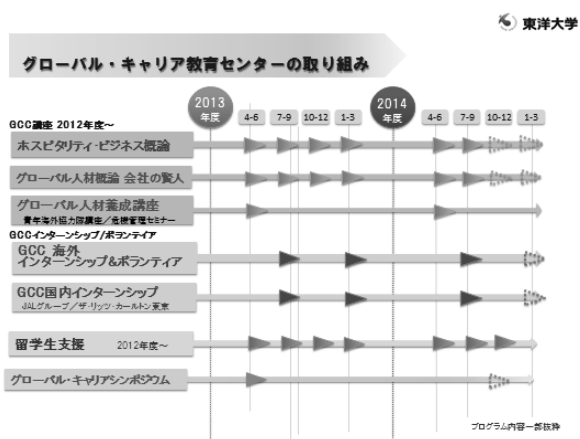
私も海外にいたときは、仕事をしている中でも、例えば社長がインド人、マーケティングはベルギー人、セールスは香港人ということがありましたから、きちんとした言葉で自分の意見を伝えなければいけない。このようなコミュニケーションの違いというのもまず考えなければいけないのではないかと考えています。

本学も「グローバル化、グローバル化」と言っていますけれども、これからのグローバル社会とい

うのは究極的なローコンテキスト社会だと思っています。何しろ言葉で伝えなければ相手には伝わらないので、伝統的なもてなしの心というのが、外国人旅行者にとって全て通じるのか。日本人が「もてなし、もてなし」と言っている内容で本当に喜ぶのかというところを、もう一度考えてみる。それから、選択の自由とか選択の余地がないということがいいのかということもあって、ある意味、冷静な距離感とかも必要だと私は考えています。

外国人の方々がSNSとかYouTubeなんかを見て、「すごいな。日本って楽しいそうだな。絶対行ってみたいな」という大きい期待を持って来日した場合、実際に来てみると、外国語が通じなかったり、自分の言葉がわかってもらえないといった問題に直面する。くわえて、例えば先ほど和田先生がおっしゃっていましたが、両替の場所が少ないとか、Wi-Fiが発達していないとか、そういうことのほうが外国の方々にとっては非常に不満になることが多いと思います。

すみません。いきなりここにグローバル・キャリア教育センターの話が出てくるんですが、私が所属するグローバル・キャリア教育センターというのは、社会人基礎力を持つ学生を育てて、いろんなマナーも身につけて世界に羽ばたいていていただきたいということで、さまざまなプログラムを組んでおります。



グローバルな人材の育成を考えた場合、特に私が所属していた観光関連産業、大きく言うとホスピタリティ関連産業というのは、もともと、働いて

いる社員もそこにいらっしゃるお客様も、外国人が多い環境です。このような業界、企業で実際にインターンシップ研修をさせていただくことによって、学生は実際に外国からのお客様がどのようなことに興味をもたれているのか、学ぶことができます。このような観点から、グローバル・キャリア教育センターでは独自の海外インターンシップ、国内インターンシップのプログラムを展開しています。

特にここでは、国内インターンシップのお話をいたしますと、日本航空グループやザ・リッツ・カールトン東京にも、お世話になっています。実は、私は立教大学の観光学部でも、観光インターンシップという正規の授業を持っていますが、そちらでは、日本の御三家といわれる老舗ホテルにも学生を送っています。ここで、日本の老舗ホテルでのインターンシップと、ザ・リッツ・カールトン東京のような外資系ホテルでのインターンシップの違いについてお話ししたいとおもうのですが、大きな違いがあります。もちろん、どちらが良いということではありません。

ただし、日本の御三家と言われるようなホテルは、実際にお客様がいらっしゃるようなところにはいきなり出させてもらえません。バックヤードで働いたり、裏で事務的な仕事をしたりということがどうしても多くなるんですけども、グローバル・キャリア教育センターがやっているザ・リッツ・カールトン東京のインターンシップは、最初の2日間、座学で研修をじっくりやります。サービスとは何かとか、お客様に接する態度とかマナーを2日間さっちりやったら、その後の残りの4週間のうちのほとんどは、いきなりトレーを持ってお客様の前に立ったり、レセプションの前に立って、「今日はこちらにお越しですか。ご宿泊ですか、レストランですか」というような仕事を現地で行います。実はホテル側もすごく勇気があるなと思います。

もちろん、学生にとってはものすごい負荷のかかるインターンシップで、大変だとは思いますが、外資系のホテルにはたくさんの外国人のお客様がいらっしゃいますので、どこに行きたいとか、どういう電車に乗りたいとか、ラーメン屋はどこが

おいしいかとかも含めて、答えなければいけないので大変勉強になっていると思います。

先ほど「察するのが日本型のサービスだ」と言いましたが、逆にこういう外資系のホテルは、サプライズというか、お客様が何を考えているか、普通のサービスを超越するホスピタリティを売りにしているわけですね。高級旅館のおもてなしと外資系のホテルのおもてなしがどう違うのか。本学の学生には、ぜひそういうことをきちっと学んだ上で外国人のお客様を迎えていただきたいので、非常に良いインターシップでないかと思っております。

最後に、本学は、ご存じのように、水泳選手、短距離選手がたくさんいて、代表選手もいっぱいいます。ここに学生もたくさんいると思いますが、東洋大学は東京オリンピック・パラリンピックサポートメンバーということで、幾つかの大学と提携してまして、JOCと協定を組んでおります。これから5年先だから卒業してしまうというのものもあるかもしれませんが、ただ、今からサポートメンバーに入っている人もたくさんいますので、そのような形で、一般の学生もぜひ参加もしていただきたいと思います。以上で終わらせていただきます。

#### 澁澤健太郎

柳川先生、ありがとうございます。

それでは、これから第2部のほうにそのまま移らせていただきますので、パネリストの方は、前にお席が用意されているのでご移動をお願いします。

会場においでの方で質問用紙を既にかかれていらっしゃる方がいらっしゃいましたら、スタッフがこれから回りますので、渡してください。スタッフは回収するために回ってください。質問用紙が集まっていれば、前のほうに持ってきてください。

それでは、今4人のパネリストの方からそれぞれのお立場でお話を頂戴しましたので、最初に私のほうから少し質問をさせていただきたいと思います。全員のパネリストの方にさせていただくご質問もありますのでご了解ください。

順不同で失礼ですが、まず和田先生にご質問させていただきます。JTBの太田先生のお話の中

にIR（統合型リゾート）のお話がありました。これは私が冒頭にも述べさせていただきましたように、最近特に地域再生とか地方再生、地方の経済活性化というときに、IRについて特にカジノも含めて導入をしたい、観光客を海外から呼び込むための有効策になるだろうということで地方自治体から手が挙がっています。実際にこういうことについて先生は本当に有効策となり得るとお考えなのか、そのあたりのお話をお聞かせ願いたいと思います。

#### 和田尚久

どんなプロジェクトもうまくいけば振興策になるということが、実に当たりさわりのない答えであります。先ほど統合型リゾートとして出ているホテル、飲食はいいとしまして、MICE、スポーツ、アミューズメントエンターテインメント、そしてカジノ。カジノは少しおきますと、同じようなものがあちこちにたくさんできるだろうと思います。それがどの程度お客さんを引っ張る要因になるのか。もし成功させようとする場合には、そこでつくった統合型リゾート地の特徴は何なのかということイメージとしてはっきりさせるのが重要ではないかと思えます。

と申しますのは、統合型リゾートというほど大規模のものではありませんでしたけれども、1980年代から90年代にかけて、日本中のあちこちでリゾート開発が行われまして、ほとんどのものが失敗したと思います。これも考え方そのものが間違っているとは今でも思っておりませんが、同じようなものをあちこちでつくったら、珍しくも何ともない。その地域でなければいものと組み合わせた、個性をつくれるかどうかのポイントだろうと思います。全体的な評価というのはなかなかできませんけれども、やはり個別の問題が大きいだろうと思います。

#### 澁澤健太郎

和田先生、ありがとうございます。ちょうど実は私も聞きたかったことがそこです。我々が目にしたことについて、いろんな意見を当然考えるわけですが、かなり前にさかのぼってみると、言葉がちょっと違っても、同じようなことをずっとやってきたんですね。その都度それで失

敗していったケースが多くて。言葉としてIRというのは非常に聞こえはいいですけども、その中身をよく見てみないと、当時のものとどこが違うのか。そういうことについて、今のようなお話を頂戴して、もう少し考えなければいけないのではないかと考えます。

内容がいろいろまたがっているので質問が少しまとまりのないものになりますけど、お許してください。次に、2番目にお話をいただいた諸伏先生に質問させていただきます。最後にありましたハイコンテキスト文化の話ですが、アラブ人の方と日本人の方が非常に近距離にあったと。柳川先生のパネルの話です。正直、僕はあれを見て全然わからなくて、初めてああいうのを目にしたんですね。何となくお話はわかるんですけども、アメリカ人はあの辺かな、イタリア人はもうちょっと下じゃないかなとかいろいろ考えて、見ていたんですが、特にアラブの方と日本の方が一番上でたしかくっついていたんですね。

今日会場におられる方も、アラブの方とお話をする機会はありません方が多いんじゃないでしょうか。ちょうどいい機会ですので、諸伏先生はその辺はどういうふうにお考えになっているのか。ちょっと難しい質問じゃないかなと思うんですが、お聞かせ願えれば幸いです。

#### 諸伏雅代

アラブ人といいますが、非常に広範囲、いろんな国の方を含んだアラブ人ですので、それぞれ国によって違いはあるかと思うのですが、私が今まで仕事で接してきた中で申し上げますと、特にビジネスの場面とプライベートでは分けて考えたほうがわかりやすいかと思います。

私が仕事で接している方というのは、大体湾岸地域の方で経済力の高い方が多く、欧米に留学されている方も多いため、ある意味ローコンテキストに属していたアメリカ人的な、非常にストレートな表現を仕事でされる方は多いです。特にアラブは商人の文化ということで非常にタフなネゴシエーションをされますので、そういう意味ではちょっと日本とは違うかなという印象はあります。

けれども、これが仕事が終わって皆さんと食事に行ったり、あとはどこか買い物に行きますと、

意外と日本人と同じで、言葉の裏に隠れているものをえんきよ的な表現をされるので、本当は何を食べたいのかなとか、こちらが「秋葉原で電気製品を買えますよ」とかいろいろ言うと、「じゃ、秋葉原」と言うけど、本当は違うものを見たいんじゃないかなとか、その辺はやっぱり言葉の裏を読まないで彼らが本当に望んでいるところがわからないことがあります。そういうプライベートな彼らの面を見ると、先ほど柳川先生のスライドにございましたように、日本人とアラブ人というのは、言葉の裏にあるものをお互いに察するという意味では近いものがあるのかなというふうに経験上感じております。

#### 澁澤健太郎

どうもありがとうございました。続いて太田先生に質問させていただきます。2番目にありました諸伏先生のお話の中で、ハラルの問題がずっと出てまいりました。ハラルの問題というのは、例えば大学で考えたときに、学食でそういう配慮がされているかということ、ほとんどの大学はないと思うんですね。町なかにあるレストランの中でも、実際に目にする機会は少ないと思います。

御社のようなお立場の中で、特にハラルの問題について、実際に具体的にどういう形で検討しようとしているのか。あるいは現状でほとんどそういうことを進めていないのか。そのことについてお話を頂戴したいと思います。

#### 太田正隆

ハラルの問題については、ここ5年ぐらいで訪日観光客は多くなってきたのかなという印象を持っています。

JTBとして全社でどう取り組んでいるかといえば、今は分社化して全世界に200社ほどあります。いろいろ分野によって会社の性格が異なります。もちろんインバウンドをやっている担当者あるいはそういった部署の方々、それから送り込み先のホテルに対するアドバイスもしなければいけないし、そういった個別のリクエストに対して、意識レベルから具体的な行動レベルに移り始めています。社内はもちろん、地域の旅館連盟とかホテル協会と一緒に勉強会をしたりということも、ここ2年ぐらい活発に行っています。

ちょっと話が昔に戻りますが、1970年代の終わりから私はインバウンドを担当したのですが、ベジタリアンという認識が日本ではまだそれほど深くなかった頃、ベジタリアンの方に対して、何を提供すればいいのかがよくわからなくて、「ベジタリアンだから野菜か、じゃ朝から晩まで野菜サラダか」みたいな会話を真面目とも冗談ともつかないようなことを本気で言っていました。

そこでいろいろ調べてわかったのは、日本でいうと精進料理のようなものであるとか、ベジタリアンに対する基本的な理解が全くないために、ベジタリアンはなぜベジタリアンなのか、それから非常に厳格な方と、比較的ゆるい方がいらっしゃるということがわかりました。

要するに、ちょっとかじった程度の知識ではなくて、歴史や文化も根っこから知らないダメだとわかりました。なかなか一朝一夕にはいかないですけども、ただ単に豚がだめ、あるいは牛がだめというような知識だけだと、対応を失敗するなど、過去の経験をもとにいろいろ反省をしています。

#### 澁澤健太郎

どうもありがとうございます。所長の特権で私の感じてきた質問をさせていただいていますけれども、会場から大分質問が届いていますので、後で時間の範囲内で読ませていただきたいと思います。

続いて、柳川先生にご質問させていただきます。柳川先生のご専門は航空産業です。和田先生の報告の中にあっただかと思うんですが、これは実際にアンケートをとっても必ず出る項目で、実際におり立って、空港から目的地に行くまでの交通手段について情報がきちんと得られない、あるいは非常にわかりにくいという指摘が必ず出てまいります。そういう指摘について、対応策が今どういうふうに行われているのか。あるいは行われているとしたら、なぜ今も同じような苦情が出てくるのか。その辺はどういうふうにお考えなのか教えてくださいたいと思います。

#### 柳川悦子

対応策はあまり図られていないんだと思うんですね。空港は空港公園がやっていますし、例えば

成田を考えた場合、乗り入れているのも京成があったり、JRがあったり、いろいろとバスがあったり、そのバスの運行も千葉があったり、リムジンバスがあったりということで、民間の会社がちゃんと統制をとってきちんとしたものをつくっていないという状況になっています。これから東京オリンピックを控えて、少し統制はとれてくるのかもしれないんですけども。

空港から都内まで出て、日本人でもわからないような複雑な地下鉄にどうやって乗るのかということは非常に大きな問題であると思いますし、じゃ、どこで情報をとろうかというときに、これも一つ大きい問題です。最近、私も台北に行ったときに、台北 Free Wi-Fi かすぐとれますよと言われて、あ、そうなんだと。空港の観光局みたいなところに行って、その場で自分で無線LANがすぐ使えますと、それを使ってまた調べることもできると思うんですけど、日本ではなかなかそういう整備もされていない。アナウンスとかも多国には対応しておりませんし、非常におくれていると思うんですね。

話は飛ぶんですけど、私自身この夏にヘルシンキに行ったときに、ヘルシンキも、空港を出た瞬間、向こうの言葉ばかりで英語もない。町なかに出て初めて経験したんですけど、わっ、どこに行ったらいいか私は全くわからないと。ひょっとしたらその状況が日本においても同じで、日本語ばかりで、英語圏の方々、中国語圏の方々はいくらわからないだろうなど。ですから、これはかなり早急に解決しなければいけないことだとは思っています。

#### 澁澤健太郎

それはやっぱり国が主体になってやらなきゃできないですよ。

#### 柳川悦子

統制してきちっとやらないとだめということだと思いますね。

#### 澁澤健太郎

そういう組織を新たにつくってやらなきゃいけないということだと思うんですけども。ありがとうございました。今の話に、なかなかわからない論点が出てきたと思います。海外に行ってみると、

アメリカにしても、あるいは韓国にしても、台湾にしても、交通網がこんなに入り組んでいないんですね。日本人でもよくわからないというご指摘のとおり、東京とか横浜とか、特にメトロはどこに行ったら乗り継ぎができるのか。地方から来た方はどこに行ったらいいかわからないとよく言われる。だから、それは外国の方だけではなくてむしろ日本人もよくわからない。

海外に行ったら、AとかBとかCのラインに乗ったら全部行けるというふうになっていますけど、あれは実際のシステムとして日本では多分やりにくい。逆に言うと、Wi-Fi 環境か何かでタブレットを持っていれば、行き先を指したらすぐ出ますよね。ああいうことは技術的にできるわけじゃないですか。そこがとまっちゃっているということがすごく問題だと思えますね。

ちょっと前に成田空港で見たんですけれども、いまだにパソコンが置いてあって、30分100円ぐらい入れるとネットができるというのがありますよね。

**柳川悦子**

はい。あれ、おかしいです。

**澁澤健太郎**

今もそうですね。

**柳川悦子**

今もそうです。日本は無線LAN環境が本当におくれている。海外に行くと、それこそローカルのレストランに入ってもすぐ無線LANを使えたりという。どこへ行っても使える状況であれば自分で調べられる手だてがありますから、それも大きく関係していると思います。

**澁澤健太郎**

お恥ずかしい話ですけども、そこでiPadをいじっていたら、ここも無線環境があまり……。つながらないんですよ。

**柳川悦子**

すいません。入っていません。

**澁澤健太郎**

だから、空港だけの話じゃなくて、こんなにきれいなホールでもつながらないんですね。壊れたんじゃないかと思っていたら、多分壊れたんじゃないですよ。

**柳川悦子**

違います。

**澁澤健太郎**

つながらないんですよ。本学の学生の方はよくわかると思うんですけども、こういうすばらしい施設があっても、それでもWi-Fiがきちっと来ない。諸外国では非常に考えにくい。どうしてそういうふうになっちゃっているのか。あるいはどうやったら改善できるかということ、身近なところにそういう問題がありますから、ぜひ考えていただかないと恥ずかしい話だと思えます。

空港にいまだにデスクトップのパソコンが置いてあって、お金を入れたら30分100円でできると。僕の知る限りにおいては、ああいう仕組みはなくなってきていると思うんです。オリンピック・パラリンピックに向けて、海外からの観光客の数がどんどんふえていくのは確実ですから、そういうことも含めて、日本に来た人がネガティブな情報発信をしてしまいますので、結論として、そういう問題は戻ってきます。ですから、そういうことについて問題提起をするべきだと思います。

今いろいろご質問させていただきましてお答えを頂戴しましたが、先生方皆さんに同じようなテーマの中で幾つかのお話が話題として出てきたので質問させていただいて、順番に和田先生からお答えをお願いしたいと思います。

教育という問題が幾つか出てきていて、特にグローバルな教育。本学もスーパーグローバル大学に選ばれて、グローバルという言葉が身近になっていますけれども、真のグローバル教育とは何か。これは言語だけではなくて、文化の多様性とか、おもてなしのお話にもさっきありましたが、自分たちが正しいと思って日本の習慣でやっても、相手の人にとってみたらそれが不快かもしれない。これ、本当にそうですね。多分、日本は最高のサービスをやっていると思っちゃってるんです。

難しいですけど、英語で会話すればいいよねではなくて、文化の多様性とか、デザインとかアイデア、あるいはアプローチの仕方とか、そういうことはどうやったら学べるのか。個人的なお話でもいいんですけども、ございましたら教えてい

ただきたいと思います。

#### 和田尚久

えらく難しい問題を振られてしまいました。今の澁澤先生のお考えの方向と、私の考えている方向は多分逆でありまして、日本のことだけに目を向けるのではなくて、ほかの文化、多くの文化に関しても理解しましょうということではあると思います。私はむしろ日本の伝統、文化、ある程度まで宗教、そちらの勉強、理解をまずきちんとすべきではないかと思います。自分の基盤があってこそ他の文化に関する理解もできると考えています。

逆に言うと、誰かに合わそうとすると多分わからなくなると思います。混乱して自分自身がない場合には、他に合わせる。それでは方向を考える基盤が乏しいので、まず自分の国の文化——日本の国という全体もそうですが、まず自分の住んでいる地域の文化、歴史、伝統を知ることから始めるべきではないかと思います。

世界中の文化全てに関して適応するのは無理です。何十何百とありますし、フランスとかスペインと一言で言っても、その中の多様性もあります。みずからをしっかりつくって、そこを基盤にして、自分も認めてほしいから他者も認めるというのがよいのではないかと思います。

#### 澁澤健太郎

引き続き、諸伏先生お願いします。

#### 諸伏雅代

私も先ほどの発表の中で、真のグローバル教育は英語ではなくて、文化とかいろんなことを学ぶのが大事というふうにお伝えさせていただきました。やはり外国人の方と接していると、日本のことについて聞かれることが非常に多く、自分で知っているつもりでも説明できないことが意外と多くありまして、いま和田先生がおっしゃったように、まずは自分の日本という国、文化、食べ物について理解するが大事だと思います。

例えば年申行事って日本にいっぱいあると思うんですけども、その由来というのは結局、日本の歴史とか宗教観とかいろんなことと結びついてくるので、そういうことを知った上で海外に旅行に行ったり、外国人のお友達がいれば、そういう

方と触れたときに自分の文化と比較すると、初めて何が違うかというところがわかってくると思うので、まずは自分の文化を理解するとともに、それをもとにほかの国の文化とか歴史と照らし合わせて違いを理解するというのが一番いいのかなと思います。

あとは、やはり実際にいろんな外国の文化の方と触れてみるというのが、一番違いがわかると思います。例えば東洋大学にも留学生の方がいらっしゃると思うんですけども、そういう方と積極的に触れ合う機会を持ったり、あとは例えばアルバイト先で外国人の方が来られたら積極的に接してみるとか、そういうところで一つでも二つでも違いを発見するということの積み重ねが、自分の中で差異を理解していく知識になると思います。

#### 澁澤健太郎

どうもありがとうございます。太田先生お願いします。

#### 太田正隆

私も英語という部分に関しては全く同じ意見で、英語をやれば国際人かということはありません。今70億人程度の人が地球に住んでいて、その中で英語を母国語とするような方々の人数はとて少なく、ほんの数億人しかいません。むしろアラビア語とか中国語という言語のほうがよっぽど多いわけです。英語を使うと、何となく共通語っぽく聞こえるだけですね。もちろん英語ができるにこしたことはないですけども、英語だけに頼る前に日本語であり、文化や歴史への理解が先だと思います。

小学校からその地域の特性や地域性、例えば群馬県のとあるところへ行くとブラジル人が多いとか、まさにいろんな地域の特性があるはず。行政や周辺の方々がこうしたコミュニティとうまく融合したり交流できることを進めていく仕組みや文化があるといいですね。

それと、お2人と同じように、まずは日本の文化そのものを理解しない限りは、他人の文化も当然理解できません。知識なんていうのは、スマホでも何でも簡単なツールで手に入れることは可能ですが、すぐ忘れてしまいますので、自分の血となり肉となるように、文化や習慣をちゃんと身に



つけることが必要です。自分のオリジンはどこにあるのかということを含めて、我々を含めて、教育界や行政や国がその上で、語学教育とか多文化教育などの仕組みを組み合わせていけるといいのかなと思います。

#### 柳川悦子

先生方のお話と重なってしまうんですけども、本学のグローバル・キャリア教育センターに来る学生たちで、英語をいっぱいしゃべれる学生って、別にうまくなくても自分で語りたいたいことを持っている学生なんですね。自分がどういう勉強をしているとか、どういうことをサークルでやっているとか、今どういうことをやりたいと思っているとか、将来何になりたいとかいうことを語らせるときに、もともと自分が言いたいことをいっぱい持っている学生はどんなに下手くそでも一生懸命語るわけです。

自分がこれからどうやって生きていきたいのか、どういう仕事をしていきたいのか、何をいま考えているのかということがきちんとあったり、それから、日本人としての基本的な知識とといいますか、日本人としてこういうふうにあるべきというような、本学でいうと哲学とといいますか、そういうことがきちんとある人は、何語でも多分言おうと思えば、それはスキルの問題ですからスキルを上げればいいことなんですね。本来的に自分が語りたいたいこと、自分が思っていることを論理的に説明できるようになることが、グローバル人材になるための第一歩かと思います。

#### 澁澤健太郎

どうもありがとうございました。会場から質問が多岐にわたって大分来ていますので、この後、会場からの質問用紙を少し読ませていただきたいと思います。

幾つかお話の中で、これも個人的な視点でお聞きしたいことがあるんですが、ムスリムの方が日本に来られるときに、先ほど豚のお話、それからお酒のお話、これはだめですよ。これはもちろんわかっているんですが、それを100%守ろうとしている、あるいは守っている、守らなくてはいけない。国によって考え方が大分違うんじゃないかと僕は思っているんですね。

さっきのお話にもありましたが、スカートで仕事ができますよと。意外と知らないことだと思うんですけど、女性の方が運転できない国がございますよね。全く日本と事情が違うわけですよ。国によってその辺が大分違って、ひょっとすると、バーレーンの方は、来られたときに、そこまで考えていないようなムスリムの方もおられるのだとしたら、来られたときに必ずしもハラルの問題とか厳格にきちんと規定しなくても、観光の方はふえる可能性はあるんですかね。それとも、そうではないのか。諸伏先生、その辺はどうなんでしょう。

#### 諸伏雅代

確かに先生がおっしゃったとおりに、非常に厳格な国、例えば湾岸であればサウジアラビアとかクウェート。東南アジアで言うと、先ほどムスリムとかがのお話がありましたように、マレーシアが一番厳格になっています。ですから、豚・アルコールの表記は最低限でも行った方が観光客は増えるのではないかと思います。

#### 澁澤健太郎

東南アジアからも日本に来られていますよね。

#### 諸伏雅代

はい。なので、マレーシアの方に対してはかなり神経を使っているというのを聞いたこともあります。バーレーンから来られる方も、かなり敬けんな方もいれば、非常に緩い方もいらっしゃいます。

#### 澁澤健太郎

でも、それは見てわかるわけではないので。

#### 諸伏雅代

ないですね。

#### 澁澤健太郎

そうですね。

#### 諸伏雅代

はい。

#### 澁澤健太郎

それは個人の問題ですからね。

#### 諸伏雅代

そうですね。なので、私が先ほど提案した表示ということで、豚やアルコールが含まれている、含まれていないというのが商品上に書いてあった



り、レストランのメニューに書いてあるということで、自分がそこで選択できるわけです。

**澁澤健太郎**

日本以外の国では結構そういうことをしているという理解でよろしいですか。例えば韓国とか。

**諸伏雅代**

韓国もあまりないですね。

**澁澤健太郎**

ないですね。

**諸伏雅代**

はい。ただ、香港とかに行きますと、お土産などを実際買おうと思って表示を見ると、中国語と英語で原材料の表記がされておりラードと書いてあります。もちろんムスリムの方は買わないですけども。そうすると、そこで自分で選択できるので、必ずしも厳格にハラール認証を取ったりとかいう必要はなくて、豚が含まれている可能性があるとか。例えば日本酒を使った料理でアルコールが使われているという記載があれば、そこで選択ができるので、必ずしも全てを厳格にしなければ観光客がふえないということではないと思います。

**澁澤健太郎**

わかりました。それと同じような質問が幾つか来ているので。僕の知り合いでトルコの方が日本に来られたときに、ムスリムの方なんですけれども、「何が日本で一番おいしいの」と言ったら「しょうが焼き」と言っていたので(笑)。いや、これは本当の話です。ほかに人もいたので、みんな笑っちゃったんですけど、「ジョークで言ったのか」と言ったら、「そうではない。日本に来て、しょうが焼きを食べたら一番おいしかったので、そのまま答えたよ」というお話だったので、それは許

されるのかなと。

**諸伏雅代**

トルコとか北アフリカのほうの国は非常に緩いところが多くて、国内でお酒もつくったりもしてるんですね。作っているのはムスリムではないですが。

**澁澤健太郎**

実際にお酒も飲んでますよね。

**諸伏雅代**

日本に来られ、お酒をたしなむ方もいます。

**澁澤健太郎**

ありがとうございました。それでは、会場からの質問が大分来ているので、パネリストの方にお答えしていただきたいと思います。まず太田先生にご質問が来ています。ほかの業界とかほかの企業の方、例えば具体的に書いてありまして、電通とか博報堂とか、あるいはほかの自治体と連携をするようなことは実際にあるのかどうか。あるとしたら、どういう業界の方と連携をしているいろんなモデルの構築をしているのか。そういうことがありましたらお話を伺いたいということです。

**太田正隆**

電通のような広告代理店とどういう連携があったか、あるいはそういったことが考えられるかということ、広告代理店は、イベントを実施する会社というふうに皆さん思っている方々が多いと思いますが、イベントを通じてスポンサーや広告の戦略やプロモーション戦略をつくっています。

決まった仕事のイベント運営や、オペレーションを行うのは、制作会社の担当であり、旅行や宿泊や輸送を担当するのが旅行会社で、パティンダはしないんですね。ただ、最近はJTBもスポンサーとりから運営等でやり始めているようなところは若干ありますが、業界によるすみ分けがまあまあはっきりしている。

行政との連携の場合には、行政は政策をつくるのが基本的な仕事ですので、それを執行する機関として、例えば観光であれば観光協会があったり観光連盟があったりということになります。当然そこには民間の企業が協力しないと、なかなか動きにくい部分がありますので、例えばJTBのような会社と入札や応札という手順を踏んだ上で運



営する場合と、集客や誘客といった連携をする場合があります。役割が本当にはっきり分担されていますので、そういった意味での連携というのはありとあらゆる企業とごく普通にやっております。

#### 澁澤健太郎

ありがとうございました。それでは柳川先生に質問させていただきます。会場からの質問です。これはちょっと難しい質問じゃないかと思うんですが、ホスピタリティの面で全てに教育を反映させることは難しいと思いますが、教育を効率よく反映させるために何がしかの方法があればご教授願いたいと。ホスピタリティの面で全てに教育を反映させることは難しいと。まずそれはそうでしょうかね。

#### 柳川悦子

「全ての教育に反映させる」ということがどのような意味なのか、基本的に例えばホスピタリティというのは観光関係だけじゃないんですよ。もっと言うと、もともとの語源のように、hospital（病院）でもそうですし、全てのいろんな勉強とか経済も含めて、ホスピタリティということはかかわってきます。

ホスピタリティ関連産業とさっきくっついていましたけど、そういうと、大体観光関係とか航空関係が入ってしまうんですが、もっともっと広く言うと、全ての産業にかかることであって、ざっくりした言い方ですけど、よりよく仕事をする。ただただやるのではなくて、相手の要望に沿って求められているものをきちんとやるということでは通じることだと思います。

#### 澁澤健太郎

ありがとうございました。同じく柳川先生にご質問です。これは今日の話と少しずれてしまうかもしれないんですが、広報の部長のお仕事をされているということでの質問だと思うんですが、東洋大学の広報のお仕事をされているということで、東洋大学の広報力について、これは課題であるとか、あるいはよくできている、宣伝があまり行き届いていないのか、それとも、ほかの大学と比べたときに、東洋大学の広報というのは非常に効率的に広報ができているとお考えになってますか。

#### 柳川悦子

ご質問の中で、まず広報と広告ということをきちんと分けて理解していただけるかということが大きいポイントなんですけれども、私が本学にきたのは2012年の125周年のときです。125周年をもって何をしようかとなると、東洋大学って非常に真面目な学生が多いんだけど、ほかの大学みたいな特徴がない、東洋といえばこれだというブランドがないというふうに私は外から見ていました。そこで急に落下傘のように広報担当部長として来ました。

まず何を始めようかということで、東洋大学としての愛校心。本学の卒業生は「東洋大学出身だ」と言わない方々も多いので、愛を持ってもらうような大学にしようということから、V I Sといって、ブランドイメージとか全て、125周年から150周年に向かってできることをやっつけていこうと。それからもう一つは、どうしてもスポーツが強くて、教育面があまりアピールされていなかったんです。理工学部でも国際地域学部でも経済学部でもいろんな研究をされている中で、こういうシンポジウムとかもあまりきちんと外に出していなかった。

私が来てから、リリースとかシンポジウムを外に向けて発信することによって、社会に貢献する研究をしているということを広く広報しています。まだまだ人手が足りず、一生懸命やっている最中ではありますが、ウェブサイトも全面的にリニューアルしたことによって、大学間の評価(Gomez 大学サイトランキング)で2008年に143位だったのが、今は「使いやすい」ということで、

2013年には、12位に上がってきていますし、東洋大学のイメージも大分上がってきているのではないかとは思っています。

**澁澤健太郎**

多分これは海外の観光客を呼び込むために、どういう広報戦略があるのかということに関するようなお話を聞いたかったんじゃないかと思うんですけど、お立場がそういうお立場なので、東洋大学のという質問になったんじゃないかと思えます。

**柳川悦子**

スーパーグローバル大学創成支援に採択されましたので、どういう研究成果があるのか、学部が学生に対してどういう教育しているのかということを中心にますます発信していきたいと思えます。

**澁澤健太郎**

公開しなければいけないんですよね。公開が求められるということですよ。

**柳川悦子**

そうですね。

**澁澤健太郎**

ありがとうございます。諸伏先生にご質問です。日本でムスリム向けの食品を製造販売する企業が実際にあるのか。例えば免許とかを取って、講習なりなんなりを受けて、きちんとつくっているような企業が日本の企業としてあるのかどうかという質問です。

**諸伏雅代**

ございます。商社的に海外からハラルの認証がついた商品を輸入しているところもございまして、特に肉は需要があるので、日本でもハラルを取得できる屠殺場が2カ所、東京と大阪にあります。そこでイスラム教の方が屠殺して、それにのっった処理をされ、そしてハラルの認証をつけた肉を卸しています。例えば日本にあるアラブ料理のお店とか、あとはインド料理のお店も結構そういうところからお肉などを買って、ハラル肉を使っていますということで営業しているお店もあります。ただ、非常に限られているので、数としては相当少なくなっております。

**澁澤健太郎**

ネットで調べたら、ムスリムの方が行かれるようなお店がばーっと出てくればいいんですよね。でも、簡単には出てこないんですよね。日本語で並んでるというものは多分ないと思うんですよね。

**諸伏雅代**

ありません。

**澁澤健太郎**

そうですね。

**諸伏雅代**

はい。

**澁澤健太郎**

そういうことも問題だと思うんですね。全くないわけですから。ネットでつながっても、出てこない以上わからないわけですから。日本語でもあまり出てこないと思うんですよ。

**諸伏雅代**

そうですね。ハラルと食品とか、ハラルとデリバリーとか、そういうふうに入れると扱っているお店は出てきますけど、一覧でというのは出てこないの。

**澁澤健太郎**

そもそもそういうレストランがどこにあるかというのがわからないんですね。数も少ないでしょうけども。

**諸伏雅代**

ですので、日本の企業の方も、イスラム教徒の方が来られると、私どものところに電話をしてきて、ハラルの肉を扱っているレストランを教えてくださいと問い合わせることがあります。

**澁澤健太郎**

大使館に電話してくるんですか。

**諸伏雅代**

はい。

**澁澤健太郎**

ありがとうございます。私にも質問が来ていたので回答させていただきます。テレビ番組のように一過性のものが多い中で、ICTを使って恒久的なコンテンツとして海外の観光客を呼び込むようなプログラムあるいはアイデアみたいなものがありますか、というご質問です。

現在と5年ぐらい前を考えたときに、スマート

フォンの普及率は、5%から今や半分以上になっています。ほとんどの方が手元に、ネットにつながるようなデバイスを持っているということを考えると、例えばツイッターにしても、Facebookにしても、LINEにしても登録ユーザー数は億単位。そこへ英語だけでなく、多言語で日本のいろんなコンテンツをわかりやすく載せるという工夫がほとんどなされていないんですね。

先ほどフランスの話をしましたけれども、ホームページを見て、パリの案内とか、フランスの観光庁がやっているような多言語に対応しているものは山ほどあります。ところが、日本にはそれが非常に少ない。特に多言語に対応していない。

ちょうど3日ぐらい前にソフトバンクが、かなり日常的に使えるような翻訳の技術ができましたという報告を各メディアでしています。実際に翻訳の技術についてはかなり進んできていて、それをアプリケーションで使えるような時代が間もなくやってくるだろうと。特に日本語と英語の場合は非常に難しい問題があると思いますけれども、短い文章であれば、自分の書いたものをアプリ上で交換するとほとんどわかるんですね。完璧な英語じゃなくても。中国語にしてもわかります。中国の人に聞いてもらっても、これ、わかるよねと。韓国も難しいんですけど、結構できます。若い方じゃなくても使っている方が、アプリケーションを使って情報発信するということは多分大きくそれを変えられる可能性があるんじゃないかと。

だから、むしろ上からというよりも、これも同じで、使っている人が自分で情報発信をしていくことができるような時代になっています。電子書籍なんていい例で、僕個人もそうですけど、出版がどんどんできるわけですね。写真を出したり、本を出したり、僕もやっていますから。そういうことを皆さんがやること、あるいは多言語に対応させることで状況を変えられる。日本の正確な、おもしろい情報を世界に伝えるツールがあるわけですから、そこが活性化する一つのポイントになるんじゃないかと思っています。

どこかのたばこ屋さんに外国の人が列をなして並んでいるというのをこの間テレビでやっていましたが、たばこ屋さんになぜ集まったかというと、

ガラスのところをたたくと、柴犬が出てきて挨拶するんですね。顔を出して。それが見たくて世界中から来ているという。あれはYouTubeに動画が流れています。ものすごい数のアクセスです。1万とか2万じゃない。もう100万を超えています。柴犬が出てきて、自分でガラスをあけるんです。手じゃなくて足であけて、顔を出してくるんですね。あのYouTubeを見た人たちが、それに対してみんな書き込んでいるんですね。「行ってみたい」と。ただ、たばこ屋さんの売り上げにはなっていないと書いてありましたけど(笑)。それを見て帰るだけですから、売り上げには結びつかない。

Wi-Fi環境とかいろんな問題はあるにしても、IT、ICTでということであれば可能性は飛躍的に上がる。そういうことをやりたい、やっていきたいというやる側の問題だと思います。

最後に、まとめになるかどうかは別としても、東京オリンピック・パラリンピックの経済波及効果が約20兆円ということで試算がもう出てきています。その中で海外からの観光客が落とすお金は非常に大きい。同時に、雇用や新しい観光ビジネスとかが山のように生まれます。例えばそれまでハードルが高かったようなものが手元に非常に近づいてきて、しかもマーケットとして非常に広がるということは、就職とか転職につながっていく可能性が多いので、大学生の立場に立ったときに、自分たちに対しても確実にプラスになるわけです。ですから、自分たちが情報発信をしていくということが、最終的にはそういうところにつながっていくということについて認識を持っていたいただきたい。あるいは勉強していただきたい。特に経済学部の間人ですので、そういうことを学んでいってほしいなと考えました。

進め方が遅くなりまして、決められた時間を少し過ぎてしまって申しわけありません。ちょうど7分ぐらい過ぎましたが、この後、総括コメントを前所長の松園先生にさせていただきたいと思います。コメントをしていただいて閉会という形にさせていただきます。

松園先生、よろしくお願ひいたします。

松園俊志(国際地域学部教授)

澁澤先生、ご苦勞さまでございます。前の所長

をやっておりました松園と申します。総括のコメントということで、私なりにずっと聞いていて、東洋大学も非常に変わったなと感じました。どうということかという、日本で観光ということをアカデミックに勉強しようという組織をつくったのは東洋大学が日本で最初なんですね。それこそ今から51年前、昭和38年に東洋大学短期大学の中に観光学科というのをつくったんですね。その時代はホテル観光学科とっていました。だから、50年たったわけです。今度のオリンピックが2020年ですから、6年後に開催されるわけです。

2回目の「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機として」という澁澤先生のサブタイトルがありますので、運営委員の方も、このことを前提にこのシンポジウムをおやりになったんだろうと思います。ただし、第1回目の1964年の東京オリンピックと次回の2020年のオリンピックでは社会環境、経済環境が全然違うわけです。

どうということかという、51年前は日本がやっと高度成長期を終えて、今は経済産業省とっておりますが、昔は通商産業省とっていましたけれども、あそこが早く海外旅行を自由化しろよと言って、第1回目の1964年の東京オリンピックと同じときに海外旅行の解禁をやったわけです。

ただし、これは運輸省が本来管轄すべき主務官庁だったんですが、通商産業省が運輸省を差しおいてやったというのは何かというと、日本が経済発展をしてドルがたまって、黒字減らしをどうしてもやらないと、アメリカからやいのやいの言われて、何で日本がひとり勝ちしているんだと。繊維も含め、自動車、電気製品。高度成長期の後に、やっと日本も一人前になったということで、東名も新幹線も首都高もできたのは、第1回目の東京オリンピックを目指してやったわけです。

今回の場合は、I O Cも言っているように、逆にお金をかけないで、日本が東日本大震災以降、復興したことをアピールするというチャンスを与えてくれたわけですよ。コンパクトなオリンピックができるということは一回やって、そういう意味では、ロンドンがやったのと同じように、日本は、和田先生がおっしゃられているように、あま

り予算をかけずに第2回目は開催することができるだろうと思います。

個別的には、バスケットがさいたま、バドミントンは府中だろうと思いますが、8キロ圏とっていたものが変わっていったというのは、第2回目のオリンピックに関しては、日本はそれなりのポテンシャルを持っているし、可能性は非常に高いと思いますし、これに東洋大学の学生の方々が参画してですね。

第1回目ときは、観光学科の学生がオリンピック村のキャンティーンでみんなサービスをやったわけです。ですから東洋大学は、そういう意味では、オリンピック・パラリンピックに関しても非常に縁がある大学だし、なおかつ、スーパーグローバルで海外を視野に入れながら活躍していく上では、ぜひとも2020年のオリンピックに東洋大学の学生、先生方が一緒に活躍していただきたいなと思います。

観光庁は「2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指す」と。今年は、澁澤先生のおっしゃられたように、1300万に行こうとしています。ただし、2000万に行くということのベースは、先ほど太田先生が円グラフでお示しになったように、700万はほとんどアジア圏です。澁澤先生は、フランスから日本に来ないじゃないかとおっしゃっていました。

確かにフランスは8000万人インバウンドで稼いでいます。フランス人は愛国者が多いんです。澁澤先生はそれをご存じないだけで、出国率は15%ありますが、ほとんどが、柳川さんが前にお勤めになっていたタヒチとか、モロッコとかアルジェリア、要するに旧植民地には行きますけど、日本には来ませんよ。ただし、ミシュランのフランス人向けのフランス語のガイドブックに日本を取り上げたという仕掛けをやったのはJ N T Oです。ですから、日本自体は努力はしているんですが、さすが日本はファーイーストだし、運賃が高い。

澁澤先生がおっしゃるように、フランスは何で8000万人で世界一なのかというのは、ちょうど日本がオリンピックをやろうとしていたときに、すでに余暇観光省というのをつくり、動かしていた

んです。今から50年以上前です。このことは、私が唯一の観光学者だと思うものですから、フランスの戦略のすごさというのはよく知っています。1960年代からやっていたし、もっと言うと、戦間期の人民戦線内閣の首相をやった人で、モンペリエのラングドック＝ルシヨン出身のレオン・ブルムが、1936年に有給休暇法を世界で最初に14日間導入するとき、受け皿をどうするのかということからもうやっていたんです。

ですから、ド・ゴール政権になってもフランス人はボートのマリーナつきのリゾートマンションをみんな持っているんですよ。400万で買えます。ボルドー寄りの大西洋岸ですけど、コートアキテーヌにも庶民用のリゾートがたくさんつくられています。カンヌ、ニース、モナコのお金持ちだけじゃなくしてね。そういう意味では、フランス人が愛国者になり、出国率が悪くなるのは当たり前なんですよ。

ただ、地方の活性化、観光によって、2020年のためにどうしたらいいかということを考えると、一度失敗したと和田先生のおっしゃられるのは、多分リゾート法ですよ。総合保養地域整備法。要するにIR（インテグレート・リゾート）をやるにしても、フランスのようにグランドデザインを描かないといけないんですよ。それを中曽根政権ではやらなかった。総合保養地整備法の管下でリゾートをつくっていいですよと言ったら、47都道府県のうち41都道府県がみんな手を挙げたわけですよ。で、ばらまいたわけですね。

フランスはそういうばかなことはやらない。なおかつ、日本と違って単一農業じゃないです。米だけをつくるみたいな日本の農政とは違いますから。ワインをつくり、自分たちのブランド、あらゆる農産品のAOC（原産地証明）をとって、地方の魅力を打ち出すだけの努力をフランスはやってきたんですね。だから、日本も2020年に向かってやるとしたら、先ほど来4人の先生方と澁澤先生がおっしゃられているようなコンテンツの問題を含めて、ちゃんと国を挙げてグランドデザインをやるべきですよ。そこをやらないまま、ただ思いつきで……。

先ほど太田先生がIRの問題でカジノの問題を

言われまして、シンガポールのカジノだけで大騒ぎしていますが、あれはほとんどが中国のお金持ちの人たちだけが行っているところなんです。欧米人はほとんど行っていません。マカオもそうです。競争相手がいる中で、外交的に日中が対立している状態の中で日本がカジノをつくっても、中国からは来ませんよ。要するに、無駄なことをやっちゃいけないんです。やっぱりグランドデザインがないと、無駄な財政支出をやって終わることになるんじゃないか。

私なんかはうれしい限りでございます。澁澤先生みたいに経済学の方だとか、和田先生もどちらかというところだと財政、柳川さんはマーケティング。昔は歯牙にもかけられなくて、要するに冷たく扱われ、観光なんて水商売だと言われて、国の国家戦略の中には位置づけられなかった産業だったわけですよ。

産業構造もあまりよくないです。JTB以外は給料は安い。今は大変ですよ。JTBも200に分社化して事業部制になっちゃいましたから、ボーナスが出ないJTB系もありますから、要注意ですよ、学生さん（笑）。

冗談はそれぐらいにして、いずれにせよ、そういう意味では、観光というものを多角的に、今後は観光学者だけではなくして、あらゆる学問分野から研究し、2020年に向かって大成功するためには東洋大学が一番いい環境にあるんじゃないかと思います。

ロンドンオリンピックが大成功になったというのは、先ほどちらっと「英語だけの問題じゃない」ということを諸伏さんがおっしゃっていたと思いますが、ロンドンオリンピックの組織委員会が、オリンピック、スポーツとは別に、イギリスの文化を打ち出すんだと。イーストエンド、ロウイーストのひどい貧民窟をどうやって文化的にロンドンの文化に組み込むかというところからやっているんです。そういう意味では、スポーツとか交流だけではない、広がりを持つ戦略を持たないと成功はしないんじゃないか。IRの話が出ていましたので、専門ですので念のためにお話しして、私の総括のコメントとさせていただきます。どうもありがとうございます。（拍手）



**澁澤健太郎**

松園先生、大変貴重なお話をありがとうございました。

それでは、これで本日のシンポジウムを終了したいと思います。長い時間でしたが、ありがとうございました。来年も引き続き同じような形でシンポジウムあるいは研究会を続けていきたいと思いますので、時間がありましたら、またぜひ足を運んでいただきたいと思います。

最後に、パネリストの方に改めて拍手をしていただきたいと思います。ありがとうございました。  
(拍手)

(了)

## 現代社会総合研究所活動記録

### 平成26年度

#### シンポジウム・研究会

○平成26年5月16日（金） 15時00分～17時00分  
ICT教育研究プロジェクト第1回研究会の開催

この研究会は、東洋大学現代社会総合研究所・ICT教育研究プロジェクトの産学連携取組の一環である。佐賀県武雄市は、2014年4月に全小学生にデジタル教育用のタブレットPCを配布し、5月からはタブレットPCを使った「反転授業（スマイル学習）」を始めた。そのスマイル学習の効果などについて、武雄市と東洋大学は共同して検証作業を行うことになり、その第1回の研究会が行われた。

於：白山キャンパス8号館7階125記念ホール

○平成26年7月2日（水） 15時00分～17時30分  
ICT教育研究プロジェクト第2回研究会の開催

第2回となる研究会は以下の内容で行われた。スマイル学習についての近況報告（電話参加）：代田昭久氏（佐賀県武雄市教育監／武雄市武内小学校校長）、武雄市のスマイル授業の現状について：古賀龍一郎氏（佐賀県武雄市スマイル学習課長）、作業部会報告と今後の展開および「小学校1年生向けのプログラミング教育実証研究プロジェクト」についての報告：松原聡（プロジェクトリーダー、東洋大学経済学部教授）、政府・自治体のICT教育政策について：中村伊知哉氏（慶應義塾大学メディアデザイン研究科教授）

於：白山キャンパス8号館7階特別会議室

○平成26年7月25日（金） 13時00分～15時00分  
ICT教育研究プロジェクト第3回研究会の開催

第3回となる研究会が武雄市にて行われた。午前中は、松原プロジェクトリーダー他研究員2名が武雄市武内小学校での授業参観（5年生のスマイル学習公開授業）、スマイル学習研究協議会を傍聴するなど武雄市主催のプログラムに参加した。午後は、研究所主催で「スマイル学習の検証」「プログラミング教育」についての議論などを行った。

於：佐賀県武雄市武内公民館

○平成26年9月19日（金） 15時00分～18時00分  
ICT教育研究プロジェクト第4回研究会の開催

第4回となる研究会は以下の内容で行われた。プログラミング教育：「小学校一年生向けプログラミング教育」のアプリケーション紹介および今後の展開について（DeNA）、スマイル学習：来年度から実施する国語スマイル学習について、武雄市の小学校の先生方と電話を繋ぎ、実際に先生方が作成したプロットを見ながら意見交換をするなど、より実践的な内容の研究会となった。

於：白山キャンパス8号館7階125記念ホール

○平成26年11月9日（金） 11時00分～16時00分  
研究成果・シーズ展パネル展示、附置研究所活動状況報告会（学術研究推進センター/知的財産・産学連携推進センター主催）

第17回東洋大学ホームカミングデーと同時開催となった「東洋大学研究成果・シーズ展2014～大学の知の発信～」において、「ICT教育の課題と展望」というタイトルで、ICT教育研究プロジェクトの第一次報告をパネル展示にて行った。また、同日開催された「東洋大学附置研究所活動状況報告会」において、澁澤研究所長が、現代社会総合研究所の活動状況や今後の取り組みなどについて、約20分間のプレゼンテーションを行った。

於：白山キャンパス6号館1階ロビー（パネル展示）、6101教室（附置研究所活動報告会）

○平成26年11月25日（火） 18時00分～19時30分  
現代社会総合研究所第1回研究会「なぜ、アップルやアマゾン、グーグルなどの革新的な企業が米国から生まれるのか」の開催

講師：雨宮寛二氏（世界平和研究所主任研究員、東洋大学経済学部非常講師）  
デジタルプラットホーム産業を圧倒的なパワーでリードする3社の分析を手掛ける雨宮氏を招聘し、昨年度に引き続き研究会を行った。

司会・コーディネーターは澁澤健太郎（現代社会総合研究所所長・本学経済学部教授）

於：白山キャンパス6号館6313教室

○平成26年12月12日（金） 15時00分～17時30分  
第13回シンポジウム「海外からの観光客を増やすために－2020年東京オリンピック・パラリンピック開催決定を契機として－」の開催

東京オリンピック・パラリンピックの開催決定という絶好の機会に恵まれて海外から観光客を呼び込む為の環境促進がのぞまれている今、「海外からの観光客を増やすために」をテーマにシンポジウムを開催し、今後の取り組みなどについて様々な角度から考察していった。パネルディスカッションでは4名のパネリストにご登壇いただき、それぞれの立場での取り組みの紹介、問題提起・ご提言等をいただいた後、活発な意見交換が行われた。今後は、このオリンピック関連のシンポジウムを定期開催する予定であり、今回は次に繋がるシンポジウムとなった。

パネリスト：太田正隆氏（JTB総合研究所主席研究員）、諸伏雅代氏（駐日バーレーン王国大使館商務官）、柳川悦子（本学グローバル・キャリア教育センター副センター長）、和田尚久（本学国際地域学部教授）

コーディネーター：澁澤健太郎（現代社会総合研究所長・本学経済学部教授）

於：白山キャンパス8号館7階125記念ホール

#### その他研究活動・成果報告

○研究所プロジェクト（井上円了記念研究助成）  
研究課題：福祉財源の適正化と「補完性原理」  
研究期間：平成24年度～平成26年度（3年計画のうち3年次目）

研究代表者：川野祐司（経済学部准教授）

研究分担者：川瀬晃弘（経済学部准教授）、中澤克佳（経済学部准教授）、八巻節夫（客員研究員）、宮崎智視（客員研究員）

○「Working Paper Series」の発行

No.1401 「日本の観光における食の在り方を考える－中東と東南アジアのハラルを中心に－」

諸伏雅代（客員研究員）

No.1402 「Perché non si può risolvere la controversia territoriale tra Giappone e Cina?」

齋藤 洋（法学部教授）

No.1403 「日本人の平均寿命と血液型との関係」  
鈴木孝弘（経済学部教授）・田辺和俊（客員研究員）

No.1404 「プログラミング教育実証研究の中間評価－佐賀県武雄市山内西小学校1年生の事例を中心に－」

松原 聡（経済学部教授）

No.1405 「Diversified Social Costs of The Fukushima Nuclear Disaster Three and A Half Years On」

小薊米清弘（客員研究員）

No.1406 「我が国におけるベンチャー企業と中小企業に関する研究動向調査」

下境芳典（客員研究員）

No.1407 「スポーツ事故と正当化事由に関する予備的考察－危険の引受けを中心に－」

高橋欣也（客員研究員）

No.1408 「都市農業の事業領域の転換に関する一考察」

山岸 裕（客員研究員）

No.1409 「通称町名に含まれる情報を地域資源として活用するための方策－茨城県結城市を例に－」

宇田川大介（院生研究員）

## 『現代社会研究』投稿規定

### 第1条 年報の発行と投稿規定の設定

第1項 東洋大学現代社会総合研究所（以下、「本研究所」という。）は、東洋大学学術研究推進センター及び研究所規程の第1条（目的）に基づき、社会科学分野における独創性のある研究・調査等の研究成果を公表するという目的を達成するため、年報を発行する。

第2項 前項の年報を『現代社会研究』（以下、「本誌」という。）と称する。

第3項 本研究所は、第1項の目的を達成するため、『現代社会研究』投稿規定（以下、「投稿規定」という。）を定める。

### 第2条 編集委員会の業務

第1項 本研究所の編集委員会（以下、「編集委員会」という。）は、投稿規定に基づいて本誌の原稿募集及び編集並びに発行事務を管轄する。

第2項 編集委員会は、投稿原稿の審査（査読）に係る内規（以下、「審査（査読）内規」という。）及び関連内規を定めることができる。

### 第3条 本誌の発行回数

第1項 本誌は原則として年1回発行する。

第2項 前項の規定にかかわらず、年間の発行回数を変更することができる。

### 第4条 投稿資格

第1項 本誌への投稿資格を有するものは次の各号に該当しなければならない。但し、投稿希望者が多数の場合は、審査（査読）内規及び関連内規に基づき、第1号に掲げた者から順に優先される。

第1号 本研究所の研究員

第2号 本研究所の客員研究員

第3号 本研究所の奨励研究員

第4号 本研究所の院生研究員

第2項 前項第1号から第4号に該当する者は、前項に定めるもの以外の者と共同執筆した場合、この投稿規定に従うことを条件として、投稿資格を認められものとする。当該共同執筆の場合、前項第1号乃至第4号に該当するものの中から一名を連名中の第一位に置くものとし、かつ、当該者が連絡責任者になるものとする。但し、前項第2号乃至第4号に該当するものが連名中の第一位に置かれた場合は、「審査（査読）内規」の適用を受けるものとする。

第3項 本条第1項及び第2項の規定にかかわらず、編集委員会が特に認めた場合はこの限りでない。

### 第5条 掲載資格

第1項 投稿原稿を本誌に掲載することを希望するものは、東洋大学学術情報リポジトリ規程に基づき、本誌掲載文章等を東洋大学学術情報リポジトリ（以下、「リポジトリ」という。）に登録し且つ公開することに同意するものとする。

第2項 平成25年3月31日以前に本誌に掲載された文章等及び前条第3項に基づいて認められた文章等に関しては、編集委員会で別途にリポジトリへの登録及び公開について確認するものとする。

### 第6条 原稿区分及び書式

第1項 投稿者は、投稿原稿の種類を次に示す区分に従って指定しなければならない。但し、編集委員会は、指定された当該区分を変更することができる。

第1号 研究論文

第2号 研究ノート

第3号 その他

第2項 投稿者は、投稿原稿をデータ及び印刷物の両方の形式で編集委員会に提出しなければならない。但し、投稿者は当該投稿

原稿の複製をデータ及び印刷物の形式で保持しなければならない。

第3項 投稿原稿は次に示す書式等に従うものとする。

第1号 投稿原稿で使用される言語は日本語とする。但し、編集委員会が特に認めた場合は、投稿規定の他の規定の準用を条件として、日本語以外の言語を使用することができる。

第2号 投稿原稿は横書きとし、表記には現代仮名づかい及び常用漢字を用いるものとする。但し、当該専門分野において通常用いられている表記等の使用を妨げるものではない。

第3号 投稿原稿の字数は、次号オ及びカ並びに本項第5号に該当する図表等を含めて16000字以内とする。但し、第4条第4号該当者（院生研究員）の投稿原稿は、本号本文と同一条件のもとで12000字以内とする。

第4号 投稿原稿は次の内容を含まなければならない。

ア、題名

イ、執筆者氏名

ウ、所属（職名を含む）

エ、要旨（400字程度）及びキーワード（5ワード）

オ、本文

カ、注記及び引用文献

キ、外国語サマリー

（題名、執筆者氏名、所属、要旨）

ク、外国語キーワード

（本号エと同義のものを5ワード）

ケ、原稿作成ソフト名

コ、連絡用のEメール・アドレス

第5号 本文及び注記等に挿入する図・表・写真等は、そのまま原紙として使用できる状態で提出されなければならない。

第6号 使用文献の表記は、原則として次のとおりとする。

ア、雑誌の場合 執筆者、表題、雑誌名、巻、号数、発行年月日、所在ページの順

イ、単行本の場合 著者名、書名、発行所、発行年、所在ページの順

## 第7条 投稿原稿の審査

第1項 編集委員会は、審査（査読）内規に従った審査結果に基づいて投稿原稿の区分及び掲載の可否を決定する。

第2項 投稿原稿の審査（査読）は、投稿規定第2条第2項に基づき審査（査読）内規によるものとする。

## 第8条 その他

第1項 編集委員長は、本誌に係る事項に関して、編集委員会等に諮ることができない場合は、東洋大学現代社会総合研究所長（以下、「所長」という。）の承認を得ることを条件として、暫定的に当該事項を決定し、執行できるものとする。

第2項 編集委員長は、前項の場合、可及的速やかに編集委員会等で当該内容を報告し、承認を得なければならない。但し、編集委員長は所長と相談の上、当該報告と承認の形式を適宜決めることができる。

第3項 編集委員会は、本誌掲載文書等一本毎にその抜刷を作成し、当該執筆者又は共同執筆の場合は連絡責任執筆者に配布することができる。当該抜刷の部数は、編集委員会によって適宜決定され、執筆者又は連絡責任執筆者に通知される。

附則 この規程は平成25年4月1日に遡って施行される。

制定・施行 平成15年5月20日

改正 平成16年6月15日

改正 平成21年6月25日

改正 平成24年12月14日

改正 平成25年6月17日

改正 平成26年6月17日

現代社会総合研究所 編集委員会

※現在、図表等の取り扱いを検討中ですので、投稿の際は最新の投稿規定又は連絡を参照して下さい。最新版は後日、適宜配信いたします。

## 〔編集後記〕

▲ 2014年度の『現代社会研究』を無事に公刊できました。皆様のおかげです。感謝申し上げます。新年度も宜しく願い申し上げます。

▲ 近年とみに大学に変革が求められています。かつての古き良き時代の諸事は、変革の時代には通用し辛くなっているのでしょうか。学問も「科学の制度化」以来、内容は勿論のこと大学という制度の中では研究者の業務も、制度化の影響を強く受けざるを得ません。しかし変えてはいけないもの、考え方もあるはずです。その典型が学術紀要でしょう。

多くの大学では学術紀要が研究成果の公表手段として用いられており、最近では入札で印刷製本等の業者が選定されています。経理の視点では癒着を防ぎ、廉価性が重視されるからでしょう。一方で編集に携わる立場からいえば、夫々の学術紀要には高度な専門的内容、アカデミックな品位、定まっている書体や色調、レイアウトなど、いわば当該紀要の文化とも称せられる伝統があります。ところが廉価性のみを基準とした業者選定は、新規業者になる度にこれら文化を最初から教えねばなりませんし、上手く行かない場合が多いのです。その修正に費やされる時間と労力は廉価性が生み出す差額などをはるかに凌ぐものでしょう。

定期的な入札は必要です。しかし編集者は担当業者を育てるという責務も担っており、両者の協働によって紀要文化が維持されるのです。学術紀要は単なる印刷物でもなければ業績作りの手段のみでもありません。そこには、思想の自由、学問の自由、表現の自由と言った民主社会と自由を支える根本があるのです。業者もその一翼を担っているという意気を持っているはずです。このような関係者の志と協働によって各大学、各研究機関の紀要文化が醸成されているはずです。

単なる数字では計り得ない世界が大学であるということを、変革の時代であるゆえに再認識することが必要なのではないのでしょうか。

▲ 箱根駅伝では本学は第三位でした。しかしEKIDENは国際語になりました。私たちもこの『現代社会研究』を国際スタンダード誌にする様に知恵を絞ろうではありませんか。

2015年2月吉日

東洋大学現代社会総合研究所  
編集委員長 齋藤 洋

## 執筆 者 一 覧

有光 奈美	研究員・経営学部マーケティング学科准教授
小椋 康宏	研究員・経営学部経営学科教授
澁澤健太郎	研究員・経済学部総合政策学科教授
鈴木 孝弘	研究員・経済学部経済学科教授
武市三智子	研究員・総合情報学部総合情報学科准教授
寺畑 正英	研究員・経営学部経営学科准教授
藤稿亜矢子	研究員・国際地域学部国際観光学科准教授
松原 聡	研究員・経済学部総合政策学科教授
矢ヶ崎紀子	研究員・国際地域学部国際観光学科准教授
池谷 和子	客員研究員・長崎大学教育学部准教授
今出 和利	客員研究員・國學院大學栃木短期大学非常勤講師
岩波 文孝	客員研究員・駒澤大学経済学部教授
影山 僖一	客員研究員・千葉商科大学名誉教授
徐 瑞静	客員研究員・東洋大学法学部非常勤講師
田辺 和俊	客員研究員・ティーエヌケー代表
信澤 由之	客員研究員・東洋大学経済学部非常勤講師
浜田 泰弘	客員研究員・成蹊大学法学部非常勤講師
松行 彬子	客員研究員・嘉悦大学経営経済学部元教授
岩出 和也	院生研究員・経済学研究科博士後期課程
小河智佳子	院生研究員・経済学研究科博士後期課程
木口恵美子	奨励研究員・東洋大学福祉社会開発研究センター研究支援者
福田 朋実	奨励研究員
松行 輝昌	大阪大学全学教育推進機構准教授

### 〈編集委員会〉

太子堂正称 松村良平 村尾祐美子 森下晶美  
齋藤 洋 (委員長)

---

『現代社会研究』第12号 平成27(2015)年3月10日発行

---

発行人 澁澤 健太郎  
発行所 東洋大学  
現代社会総合研究所  
〒112-8606 東京都文京区白山5丁目28番20号  
TEL・FAX (03) 3945-8539  
<http://www.toyo.ac.jp/site/gensha/>  
製作 共同印刷株式会社  
〒112-8501 東京都文京区小石川4丁目14番12号  
TEL・FAX (03) 3817-2111

---