千思万考

「癒しの国」四国の魅力

四国経済連合会参与（日本銀行松山支店長）　丹治　芳樹

松山に赴任して１年半，プライベートを含め，県内はもとより四国各地に足を伸ばす機会を得たが，改めて四国の魅力の虜になっている。特に，穏やかな瀬戸内海とダイナミックな太平洋の違いに代表されるように，海，山，川そして食や文化，それぞれに多様で変化に富んでおり，訪れる人を飽きさせない。

また，観光客や転勤族を温かく受け入れてくれる「おもてなしの心」は，我々渡来人にとって何よりのものである。最近，東京の知人が，転職の機会を利用し「歩き遍路」で四国を一周したが，「『おもてなし』とは，『受けた人が感謝』するのが当り前。しかし，ここでは『施す人が感謝』してくれる」と，四国ならではの精神文化に感銘していた。生き馬の目を抜くような日々を過ごす現代人にとって，四国はまさに「癒しの国」として，かけがえのない存在のように思う。

しかし，このように四国の魅力の虜になればなるほど，その魅力が全国で十分認知されていないことに歯痒さも感じる。昨年から始まった宿泊旅行統計の県別宿泊客数では，07年中の実績が４県とも39位以下と非常に低い。また，以前四経連が行ったアンケート結果をみると，全国ベースで通用するであろう魅力的な景観や産物等であっても，四国外で認知度の低いものが予想外に多い。

特に，前出の統計でみると，「癒し」ニーズの高い関東甲信越からの宿泊客のシェアが四国では20%と，全国で最も低いのは気になる。「癒しの国」四国の魅力は，単純な商業ベースの宣伝などでは伝わりにくいのかも知れない。が，近年個人旅行の増加とともに重要性を増している「口コミ」的な情報発信であれば，四国の魅力は十分伝わるのではないか。そして，こうした「口コミ」的な情報発信を他地域に向け強めていくためには，まずもって我々四国に住む者が四国の魅力を体験，体感してみることも大切なように思う。

残念ながら，域内居住者が域内宿泊する客数シェアを地域別にみると，東北（60%）を始め全国すべての地域で30%を超える中，四国は22%と最も低い。今，四国の関係団体，企業等で，四国内交流を深める活動を展開しているが，こうした取組みがさらに浸透していくことは重要であろう。

また，四国では公共交通インフラの整備が遅れており，観光客にとっては自由に移動できる手段が限られている。しかし，既存の鉄道・バスといった手段でも，発着時刻を少し工夫し，分かり易くパッケージ化しPRするなどの肌理細かな対応で，コストを掛けずともカバーできる余地は少なからずあるように思う。

改めて振り返ってみて，身近なところから「おもてなしの心」で見直しに取り組んでみること，それが「癒しの国」四国の魅力をさらに高めていくことにもなるのではないだろうか。