

琥珀い風

きらめきの地域デザイン

あおいかぜ

特集

5

インバウンド新時代

90

2017 July

特集 目次 インバウンド新時代

青い海と緑の山々に恵まれた中国地域に、地域づくりの風が吹き始めています。自分たちの大好きなこの街を少しでも良くし、子どもたちにしっかりと手渡したい。こんな気持ちで頑張っている人たちがいっぱいいます。「碧い風」は、そんなまちづくり人を結びながら、自分たちのまわりにある魅力を高め、きらめくような中国地域にしていきたいと思います。強くはないが、楽しい風。そんな風を、みなさんと一緒に巻き起こしたいと考えています。

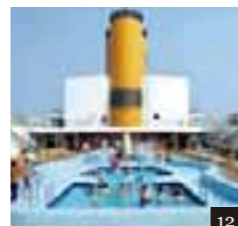
碧い風

あおいかぜ

90
2017 July

contents

- 3 **視点** 地域人・モノがつながるインバウンドへ 日本政府観光局理事 小堀守
- 6 三段峡の自然美に魅了され散策に訪れる外国人客が増加 安芸太田町観光協会（広島県安芸太田町）
- 8 「山陰」のプレゼンスを高め、事業の創出を目指す 山陰インバウンド機構（鳥取県・島根県）
- 10 地域まるごと宿の発想で持続可能なまちをつくる NPO法人アースキューブジャパン（岡山県倉敷市）
- 12 世界を席卷する現代クルーズ 大阪府立大学特認教授・名誉教授 池田良穂
- 14 「地域に生きる企業家群像」 株式会社虎屋本舗 代表取締役・第一六代当主 高田信吾（広島県福山市）
- 18 「キラリ、輝く元気企業」 中国を舞台に生鮮食品等の小売事業を広げるマックスパワー（島根県松江市）
- 20 「夢紡人／ゆめつむぎびと」 高齢者や子ども、障がいのある人の表現活動を通して地域の文化を創る田野智子さん（岡山市）
- 23 「この名酒にこの一品」 純米酒 強力 辨天娘 鯖のなれずし（鳥取県若桜町）
- 24 「近現代芸術再発見」 六角紫水（広島県生まれ）「1867〜1950」
- 26 「新連載」 「古典に学ぶ」 貞観政要 リーダー論の最高傑作 大阪大学大学院教授 湯浅邦弘
- 28 「新連載」 「山をあるく」 道後山（広島県・鳥取県）



特集 目次 インバウンド新時代

視点 地域・人・モノがつながるインバウンドへ

日本政府観光局理事 小堀守

地域に活力を与えるインバウンド観光

二〇一六（平成二十八）年の訪日外国人客数は過去最高の二四〇四万人に達し、伸び率は五年連続で二〇％を超えた。二〇一五（平成二十七）年には伸び率が四七％を記録しており、今、

日本は世界の中でもインバウンド（訪日外国人旅行）が最も成長している国に挙げられている。

二〇〇〇万人は通過点にすぎず、政府が掲げている現在の目標、二〇二〇年の訪日外国人客数四〇〇〇万人に向けて、これからの順調に伸びるのではないかと考えられる。以前は、「外国人



人が来ても見せるものがない」という意識を持っていた地域でも、予想以上に観光客が来ているとの声が上がっている。自分たちの地域を世界に売り込むチャンスとして、この機会をぜひ活用してほしい。

観光は、ただ地域を見て回るだけではなく、人と交流したり、農業などその地域の産業に触れたり、特産品を購入したりと、地域と人やモノがつながることで、さらに効果が拡大していく。住民にとっても、例えば、子どもたちが外国人と交流するような機会にもなり得る。そう考えると、観光は単に事業者だけのものではなく、地域に活力を与えるような文化的事業とも捉えることができるだろう。

日本のライフスタイルに興味を持つ個人旅行者

訪日観光客の旅行手配方法をみると、団体ツアーが三三・四％（二〇一五年）から二〇・七％（二〇一六年）へと減少しているのに対し、個別手配は五〇・七％（二〇一五年）から六七・三％（二〇一六年）へと増加し、団体から個人への旅行スタイルの変化がさらに進展している。

個人旅行者の場合、食や買い物など日本人のライフスタイルへの興味が高いのも特徴の一つである。

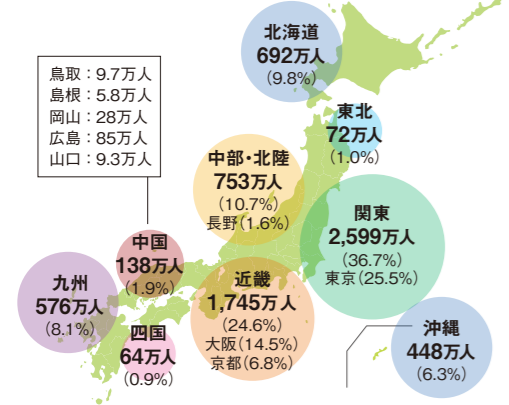
二〇一六年の訪日外国人旅行消費額は、三兆七四七億円と依然として増加しており、欧米からの旅行者には包丁やインテリア、アートなどを購入する人が多くみられる。中国からの旅行者には、一時期の爆買いは落ち着いて

主要観光地からの周遊がカギ

しかし、個人旅行者でも、欧米からの旅行者は約二週間、アジアからの旅行者は四、五日と滞在日数の傾向に差があり、観光地の地域間競争が激しく

きたものの、街中の紳士服メーカーでスーツを買ったりする人もいる。質の高い日本製品への外国人の関心は高い。さらに、今まで日本に住む人しか知らなかったようなモノや店がインターネットで広く知られるようになり、日本で買ったたり、食べたりしてSNSで自慢したいと思う人も増えている。そうした旅行者の関心をつかみ、例えば岡山のデニムなど、高品質な地場製品をうまくPRしていけば、新しい客を獲得する可能性は大いにある。

都道府県別外国人延べ宿泊者数（平成28年1月～12月 速報値）





東南アジアの旅行者にも好評の大根島「由志園」の牡丹
写真提供:鳥根県観光連盟



絶景スポットとして海外でも取り上げられている山口県長門市の元乃隅稲成神社

なっている。

東京から京都へのゴールデンルートから行きやすい地域に人が流れる傾向があり、どうしても行き止まり観光地は不利になりがちである。また、LCC直行便の就航により香港からの観光客が増加している米子のように、直行便がある地域に固まる傾向もある。

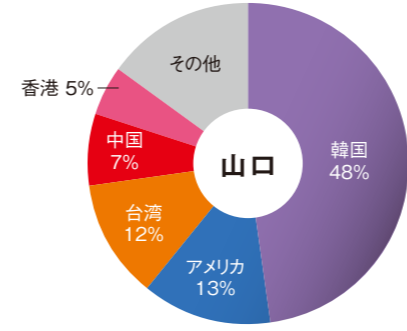
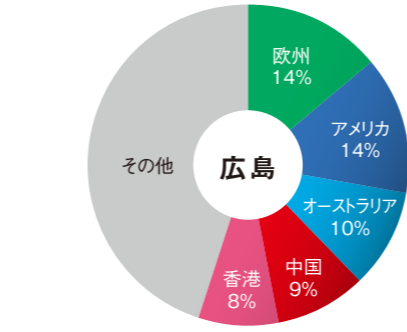
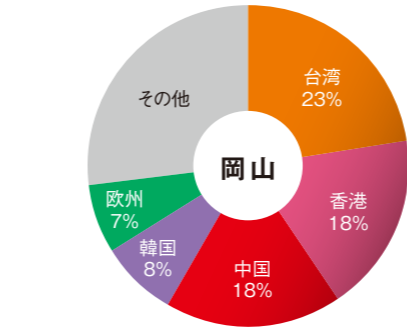
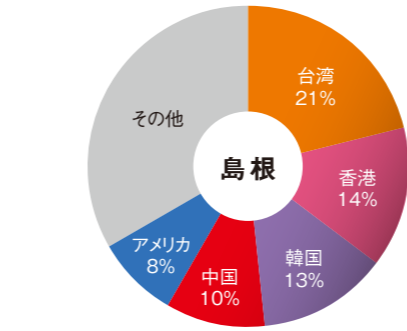
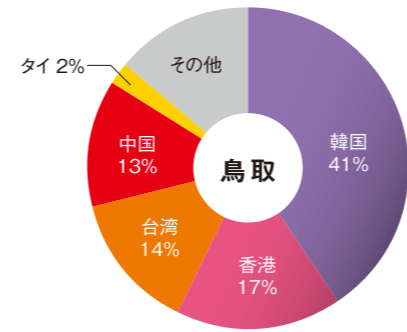
江間の片道五〇〇〇円のバスや、広島から松山へ二三〇〇円で行けるフェリーのチケットが販売されている。交通費の負担は訪日外国人客の不満の一つでもあるので、こうした格安のチケットがあることを広島の観光地等で宣伝し、できればインターネットで事前に予約できるシステムをつくと良い。

近年は、瀬戸内国際芸術祭の舞台となる香川県の高松など、瀬戸内の島々でも観光客が急増している。ベネッセアートサイト直島や滋賀県のMHO MUSEUMは海外で盛んにPR活動を展開した成果もあり、美術関係者の認知度は非常に高い。

地域や企業による大がかりなPRの一方で、個人の活動が話題を呼ぶこともある。例えば、鳥取県智頭町のパン屋では、オーナーが出版した本が韓国でヒットし、韓国からわざわざそこを訪れる人が増えているという。

先日、松江市で開かれた国際会議も、参加者に非常に好評であった。くにびきメッセは会議施設としてはそこまで大きくないが、都市の規模が適度で、特に人気だったのが大根島の牡丹園である。花への関心が高い東南アジアの参加者の心をつかみ、多言語対応表示

■都道府県別、国籍別外国人
延べ宿泊者数構成比
(上位5国籍)(平成28年1月~12月 速報値)
※欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国
※従業員数10以上の施設に対する調査から作成



出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」

動画は、個人旅行者の関心を集めるための必須の宣伝ツールである。実際に見てきた人が自分で動画を作って発信することで、情報はさらに拡散されていく。その場ですぐに拡散してもらうためにも、観光地のWiFi環境の整備が重要になってきている。

しかし、どれほどきれいな写真や動画を配信しても、そこを訪れるための情報がそろっていない場合は意味がない。ホームページでしっかりと情報を載せ、SNSで質問に回答したり、口コミサイトの意見に対応したりすることも大切である。

外国人の目線で情報を発信

外国人にとって行きにくい場所に訪れてもらい、より長く滞在してもらうには、受け入れ側がしっかりとした意

識を持ち、仕組みを作っていくことが重要である。

個人旅行者が増えている今、まず大切なのは、ターゲット層を明確にし、施策を細かく展開することである。例えば、台湾の人に来てもらいたいと考えるなら、パンフレット一つにしても、日本語版を台湾で使われている中国語の繁体字に訳すだけではなく、台湾の人の好みに合った食べ物やお店を紹介するなど、工夫することが望ましい。

さらに重要なのが外国人目線での情報発信である。特に欧米の旅行者からすれば、日本旅行は高額でさまざまな不安がある。そのため事前に何百ものウェブサイトをチェックし、SNSを使って細かな情報を取得してから訪日している人が多い。

隠岐諸島ではニュージーランド人女

性が見え、観光協会のスタッフとして島の情報を英語で発信し、さらに外国人観光客を受け入れるためのセミナーを毎年実施している。離島のような知られざる地域こそ、外国人の憧れの地になりやすい。朝食はどんなメニューがいいか、交通アクセスの表示はわかりやすいか、地元の祭りを見せたら面白いかなどを、英語教師などの外国人居住者と一緒になって考え、発信していくことも一つの手段である。

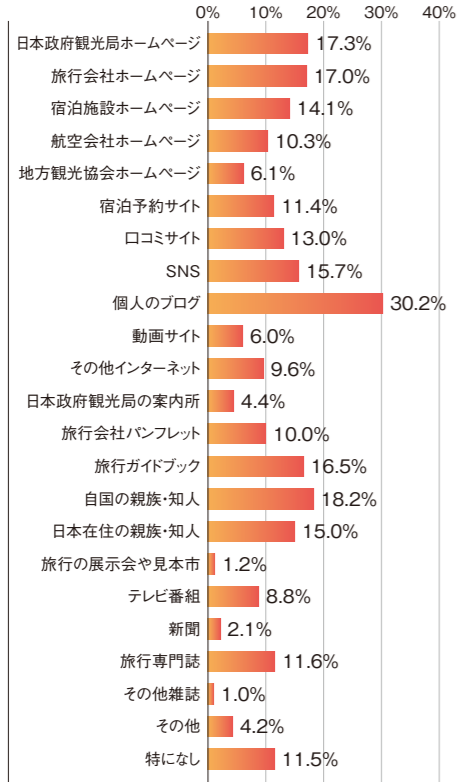
世界遺産登録後、スペインの巡礼道と提携している熊野古道では、一〇年以上かけて、田辺市熊野ツーリズムビューローが個人旅行者の受け入れ整備を進めてきた。外国人を一度も泊めなかった宿を一軒一軒回って一緒に練習し、何度も講習会を開いてきた。田辺市熊野ツーリズムビューローが運

も優れていて、夜にライトアップした牡丹園の美しさにみな感激していた。その後訪れたたら製鉄の施設「和鋼博物館」では、歴史や技術、たたら製鉄を生んだ森林資源の豊かさについて説明を受け、外国人学識者は非常に興味を持っていた。歴史や伝統文化も、見せ方によっては外国人の関心を引き付けることが示された好例だった。

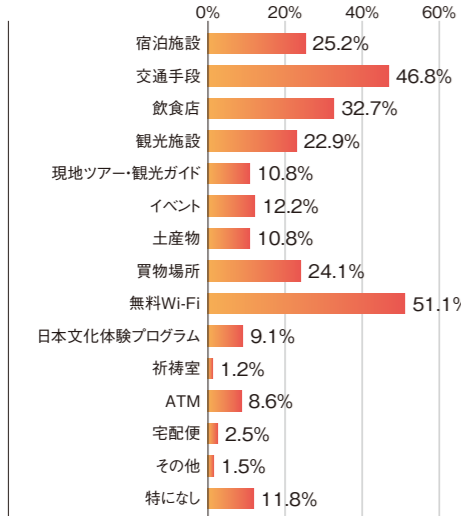
「KUMANO TRAVEL」は、熊野古道を歩くコースの紹介だけでなく、宿泊施設の予約や、弁当・荷物などのデリバリー申し込みの機能もあり、旅行会社が事業にしたがらない宿泊予約システムを地元で構築したことが非常に評価され、さらに訪日外国人客急増の要因となっている。

受け入れ側にとって何よりも大切なのは、外国人を歓迎するマインドである。英語が話せなくても、にこやかな表情で地元の野菜や花を見せるだけで、旅行者にとっては素晴らしい体験になる。面白いと思われたら、すぐに広まっていくのが現代。地域を挙げて歓迎し、受け入れ体制と情報発信の両輪を整えていけば、可能性はどんどん広がっていくだろう。

■出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの
(全国籍・地域、複数回答)



■日本滞在中にあると便利なもの
(全国籍・地域、複数回答)



出典:観光庁「訪日外国人の消費動向 平成28年 年次報告書」

profile

小堀 守(こぼり・まもる)

1955年生まれ。東京外国語大学卒業後、特殊法人国際観光振興会(現・独立行政法人国際観光振興機構(日本政府観光局))入会。総務部長・観光情報センター長、海外プロモーション部長、海外マーケティング部長を経て、2014年統括役、2015年理事に就任し、現在に至る。

三段峡の自然美に魅了され 散策に訪れる外国人客が増加

安芸太田町観光協会 〈広島県安芸太田町〉

長大な渓谷に迫力ある滝や淵などが点在する三段峡が海外で人気だ。散策だけでなく、神楽と一緒に練習するなど体験プログラムを充実させることで、満足度の向上、滞在時間の延長につなげている。



切り立つ岩と青緑色の水面のコントラストが印象的な三段峡「石橋」



タイのテレビ番組クルーが三段峡を取材

海外の旅行雑誌に紹介され 旅行者が急増

広島県西部の安芸太田町は、二〇〇四(平成十六)年に加計町、戸河内町、筒賀村が合併して誕生した人口約六三〇〇人の町である。広島市中心部から車で一時間ほどの位置にある同町では、数年前から外国人観光客が急増している。

観光客の主な目的地は、国の特別名勝である三段峡だ。三段峡は広島市内を流れる太田川の支流、柴木川にある長さ約一三キロの渓谷で、切り立つ大岩壁と原生林、山の中腹から流れ落ちる滝など、山水画の世界が目の前に広

修団体である。町では、民泊で地域の暮らしを体験し、そこに住まう人の温かさに触れる教育旅行「あきおた人情田舎体験」の海外誘致を行っており、外務省のプロジェクトや、台湾などからの教育旅行の受け入れを実施してきた。国内の教育旅行と時期が重ならないため、年間を通して無理なく受け入れられる体制が築かれている。

四つ目は、岩国米軍基地である。一万人近いアメリカ人が滞在する岩国基地の雑誌『Preview』に広告を掲載し、休日の遊び場として三段峡を宣伝している。さらに基地内のレクリエーションの日帰りバスツアーでも三段峡や恐羅漢山を訪れてもらっており、これを機



神楽を見るだけでなく、実際に体験

がるような西日本有数の秘境である。軽装で散策できるよう遊歩道が設けられているため、森林浴や紅葉観賞を目的に訪れる人も多い。JR可部線の三段峡駅は利用客の減少により二〇〇三(平成十五)年に廃止されたが、三段峡はフランスの旅行雑誌「ブルーガイド」で最高格付けの三ツ星を獲得したことで海外からも注目されるようになった。以前は、宮島や原爆ドームのついでに三段峡を訪れる人が多かったが、最近では、三段峡散策を目的に広島県を訪れる観光客も増えている。

「特に多いのがオランダ人です。三年前からオランダの修学旅行生を受け入れており、その口コミ効果で人気が高まっています。昨年は近くの三段峡ホテルに四〇〇人もオランダ人が宿泊し、リピーターも増えています」と安芸太田町観光協会上野宣浩事務局長は話す。自国では見られない景色や

にプライベートでハイキングやキャンプをするために再訪する人が増えている。

こうした取り組みが功を奏し、外国人客の増加につながった。少しずつ受け入れていったことで、地元住民の抵抗感もほとんどなくなったと上野事務局長は振り返る。

「民泊で外国人客を受け入れることで、地元のお年寄りも日本人客と変わらずに、外国人客に接することができています。言葉は通じませんが、地元の通訳の協力を得たり、指さしシートなどを活用したりして、コミュニケーションを図っているようです」

周遊ルートや プログラムの充実で 滞在時間をさらに伸ばす

外国人客数のさらなる増加が見込まれる今後は、無料WiFiスポットの整備や案内看板の多言語表示などハード面の整備とともに、体験プログラムの商品開発などソフト面の充実にも取り組む予定だ。また、韓国人観光客を民泊に積極的に誘致している北広島町など周辺地域と連携し、滞在時間がより長くなるような周遊ルートを提案していきたいという。そこで課題になりそうなのが、宿泊施設の整備だ。

「現在の宿泊施設のキャパシティでもあ

木々が見られることが、外国人客を魅了する理由だという。二〇一五(平成二十七)年度に安芸太田町を訪れた外国人客数は約二五〇〇人、二〇一六(平成二十八)年度は二〇〇〇人に達すると推測されている。

四つのターゲットを設定し 効果的な プロモーションを実施

安芸太田町では以前から海外在住の日本人の協力を得ながら、ヨーロッパやアメリカの旅行会社への売り込みを積極的に進めてきた。最近では、クイーン・エリザベスなどが寄港する五日市港でも営業活動を進めている。

「クルーズは停泊期間が短いため、そのときの訪問は難しいですが、次の機会に訪れてもらえるよう間接的な効果を狙っています」

同町では、外国人客を大きく四つのターゲットに分けて、誘致やプロモーション、情報発信を行ってきた。

一つ目は、欧米系富裕層である。二〇一四(平成二十六)年からアメリカにある富裕層向け旅行会社と連携し、家族旅行を誘致してきた。これまでは三段峡散策を目的とした日帰り滞在が多かったため、夜に神社で行われる地元神楽団の練習を体験プログラムにし

る程度は対応できますが、さらに増えた場合には、宿泊施設の整備が必要になると思います。増加している欧米の富裕層は、家族で泊まれるスイートルームを好むので、富裕層をターゲットにした宿泊施設や、古民家を利用したゲストハウスも可能性があると思います」

今年、三段峡は開峡一〇〇周年を迎えた。観光庁の「地域資源を活用した観光地魅力創造事業」に「三段峡 Re・Born プロジェクト」が選定され、三段峡憲章を策定したほか、次の一〇〇年を考えるシンポジウムや観光講座を開催した。先人が残した貴重な自然を保全しながら、景勝地として世界に発信し、持続可能な観光地づくりを進めている。



古民家を改装した民宿での田舎体験

て、宿泊客を増やしてきた。
また、地元住民がガイドとなって、戸河内挽物などの実演販売や竹細工づくりなどの家業体験プログラムも実施。参加者に特別な体験をもらおうとともに、町内への経済波及効果や地元住民のやりがいの醸成も生んでいる。
二つ目は、台湾やタイなどのアジアからの観光客である。豪雪地帯の利を生かし、降雪のないアジアの国々から現地メディアを招聘して、国内外でプロモーション活動を展開してきた。「世界イグルー選手権」を五年前から実施していることもあり、アジアからのホームページやSNSへのアクセス数が増加している。

三つ目は、教育旅行を通じた海外研



イグルーと呼ばれる雪のブロックによるかまくら作りのスピードと芸術性を競う「世界イグルー選手権」

「山陰」のプレゼンスを高め、事業の創出を目指す

山陰インバウンド機構 〈鳥取県鳥根県〉

外国人観光客の宿泊が全国でも少ないエリアとなっている山陰地域。長期滞在を促すべく、自然を楽しむアクティビティや神秘的な歴史に触れる周遊ルートを形成し、「山陰」の名を世界に売り込んでいる。



海外展示会で「緑の道～山陰～」をPR



ウエディング市場が大きい香港のメディアが取材ツアーを実施

広域観光周遊ルートを形成し、長期滞在を促す

交通事業者、宿泊施設、飲食店など観光に関わる多様な関係者と連携し、「観光地経営」の視点に立って観光地域づくりを推進する組織である日本版DMO。鳥取・島根両県の広域連携DMOとして、二〇一六（平成二十八）年に発足したのが、山陰インバウンド機構である。

訪日外国人観光客の誘致に取り組み同機構では、鳥取県東部から山口県萩市までの二二のエリアを巡る広域観光周遊ルート「緑の道～山陰～」を形成。東京―京都間のゴールデンルートのような周遊ルートを他地域でも模索する観光庁の事業に認定され、二〇一七（平成二十九）年四月には具体的なモデルコースを公表した。

鳥取・島根両県の二〇一六年の外国人延べ宿泊者数は約二五万四九〇〇人。これを二〇二〇年までに四〇万人に引き上げることが目標としている。

「今、山陰を訪れている訪日外国人観光客は、直行便や韓国の国際定期貨客船DBSクルーズフェリーの発着がある、韓国や香港からがほとんどです。関空経由で来る方もいますが、広島や東京経由で来る人が非常に少ない。特



個人、企業を問わず観光に関わる事業者を育てる山陰インバウンドスクール

に東京へは、両県合わせて四つの空港から就航しているのにマーケットをつくれず、これからは東京からの流れをどうつくるかが課題になりま

「縁の道～山陰～」では、二つのモデルコースを設定した。一つは、神話、風土、伝統文化、歴史遺産を通じて真の日本を発見する「日本の原風景」である。出雲大社や石見銀山、津和野の太鼓谷稲成神社などを巡るコースで、フランスを重点市場、香港、台湾を重点市場と捉えている。

もう一つは、「ジオパーク&ナショナルパーク・アクティビティ」。山陰海岸や隠岐の世界ジオパーク、大山などで、シーカヤックやシャワークライミングなど山陰ならではの自然体験・エコツーリズムを楽しむ旅である。香港を重点市場と想定し、韓国や台湾を重点市場、タイ、シンガポールなども対象市場に捉えている。

「香港からの旅行者は、自らレンタカー

一之課長は話す。

実証期間中の周遊バスは、一日分と三日分の二種類がある。一日分のバスは、境港に着くクルーズ客の利用も想定。境港駅周辺を歩くだけでなく、バスなどを使ってコンパクトにまちを楽しめる福岡や金沢といった他の寄港地のように、行動や消費を喚起する手法を見いだしていきたいと考えている。

「宿泊しないクルーズ客は、これまで観光ターゲットとしてあまり認識されていませんでした。岸壁での物販だけでなく、どんなことをしたらもっと楽しんでもらえるか、地域側が考えていくべき状況になってきています」と福井代表は語る。

二〇一八（平成三十）年にはインバウンドを意識した、JRによるDESTINEーションキャンペーンが山陰で実施される。外国人延べ宿泊者数四〇万人の目標達成に向け、観光客増加の追い風になることが期待される。

を借りて回ったりと非常にアクティブ。実際に来てから行きたいところを探す人にも向いているモデルコースです」

PR動画の再生回数が二七〇万回を突破

同機構では、取り組む課題をマーケティング、プロモーション、マネジメントの三つに分類している。

山陰の認知度向上を目標に掲げるマーケティングでは、今年三月にPR動画「San'in, Japan 4K」を動画共有サイトで配信した。小型無人機ドローンを使った高画質映像で、再生回数は、当初の目標を大幅に上回る二七〇万回を突破した。



鳥取県東部から山口県萩市まで12のエリアを結ぶ「緑の道～山陰～」

「動画は、見るだけではなくて、その後どういう行動につながっているかが大事。集客につながるマーケティングが重要」と福井代表は気を引き締める。プロモーションでは、海外の見本市で、鳥取や島根ではなく、「山陰」としてブースを出展。中国・上海の小学校の修学旅行を誘致し、さらに香港ウエディング・フェアにも出展して、山陰での結婚式をPRした。その後香港メディアが取材で大山などを訪れた。

「香港では結婚式は一世一代の大イベント。青い海、白い砂浜を武器に沖縄がウエディングツーリズムに力を入れています。山陰のダイナミックな景観もまた違った魅力が出せると思っています」

マネジメントでは、インバウンドを活用した新たな事業の創出を図り、二〇一七年は新規の事業化七件を目標に掲げている。旅行会社や交通事業者など既存の観光事業者ではなく、その周辺で新しいビジネスを起こすことが狙いだ。

これまで山陰地域限定特定通訳案内士の認定や、山陰インバウンドスクールの開催など人材育成に努めた結果、ゲストハウスの運営や翻訳業など、個人によるスモールビジネスも少しずつ生まれてきている。

スマホを使い、ビジネス創出につながるプラットフォームを構築

将来的にビジネスを生むための土壌として、大きな期待がかかっているのが「山陰版観光ビジネスプラットフォーム」戦略である。経済産業省の「IoTを活用したおもてなし実証事業」に採択されたこの事業では、スマートフォンにインストールする周遊バスや多言語接客支援サービスアプリ、指認証決済サービスアプリなどから属性、行動履歴、決済、嗜好の情報を取得し、そのビッグデータを分析する。分析結果を生かしてどのようなビジネスが展開できるか、そのビジネスを継続するにはどのような仕組みが必要なのかを、このプラットフォームで検証していく。

「観光分野にはすでにいろいろなアプリがありますが、あまり使われていないものも多い。これは観光施設に無料で入れたり、飲食店や土産品店で割引サービスを受けられたりするパスなので、利用者は積極的に使うことになりません。その情報を共有し、地域に還元する試みです」と同機構マネジメント部の福間



山陰版観光ビジネスプラットフォームのコンセプト



PR動画「San'in, Japan 4K」
出典：YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=f-Bgx6JK1Vw>

地域まるごと宿の発想で 持続可能なまちをつくる

NPO法人アースキューブジャパン 《岡山県倉敷市》

都市部でホテルの建設ラッシュが続く中、共有スペースで旅行者や住民が交流できるゲストハウスが人気を集めている。全国でゲストハウス開業を支援するアースキューブジャパンでは、本当の地域の姿に触れる「暮らし旅」を提案し、持続可能なまちづくりを実践している。



日本の風情が外国人を引き付ける



会話が生まれると旅が豊かになる

急増するゲストハウス

比較的安価で宿泊でき、共有スペースで他の旅行者と交流できることから、個人旅行者に人気のゲストハウス。一般的には、台所やシャワー、トイレなどを共同で利用する、素泊まりの宿を指し、バックパッカーなど長期滞在の旅行者がよく利用している。訪日外国人客の増加に伴い、全国各地でゲストハウスが次々と誕生し、今では八〇〇軒ほど存在するといわれている。

二〇一〇(平成二十二)年に岡山県倉敷市で開業した「有鄰庵」をはじめ、全国で約五〇カ所のゲストハウス運営に関わってきたNPO法人アースキューブジャパン代表理事の中村功芳さんは、この一〇年の変化をこう話す。

「二〇年前はゲストハウスと呼ばれる宿はまだ七軒ぐらいしかなく、ゲストハウスという迎賓館と捉える人の方が多かったぐらいです。ホステルやバックパッカーと呼ばれた宿がゲストハウスに置き換わり、今ではビジネスホテルでもゲストハウスと称するところがあり、その定義はかなり曖昧になってきています」

中村さんは倉敷市で長年まちづくりに関わり、住民がまちの課題を共有し、自分たちで魅力あるまちに変えていく「海外から来た人は、本物が見たいんだと気付いたのです」

この地域まるごと宿のノウハウを広げるべく、現在、中村さんは開業合宿やセミナーを開いて、各地で相談に乗っている。

「地域まるごと宿は、地域内に最低三軒あれば始められます。八軒ぐらいに増えれば、地域が自然とブランドイングされます。暮らし旅の視点で見れば、『何もない』と住民が思っている地域こそ、チャンスが広がっています」

「あなたのため」の宿をつくる

まちを幸せにする宿のもう一つのポイントは一〇〇人中一人を喜ばせるための宿をつくることだと中村さんは語る。「お客さん全員に失礼のないサービスを示そうとすると、ある程度満足しても

らなくても、リピーターは増えません。逆に、『あなたのためだけにつくりました』という宿にすれば、その人は実家のように愛着を持って帰国したら自然と友達に宣伝してくれます」

顧客を自分たちで創造し、その人が満足したら、似た価値観や感性を持つ人を呼び込んでくれるのである。世界最大の旅行サイト「トリップアドバイザー」などでアースキューブジャパン



アースキューブジャパン代表の中村功芳さん

活動に従事してきた。その経験を他地域でも生かすため、二〇一四(平成二十六)年にアースキューブジャパンを立ち上げた。その背景には、昨今のインバウンド熱に対する危機感がある。「観光客が増えれば、地元の企業でもないホテルや旅館が増え、そこで食事や風呂、購買も済みますようになると、地元にお金が落ちなくなります。かつて温泉地で、観光客が大勢押し寄せたことで、結果として廃れてしまったまちもあります。今はインバウンドが盛り上がりつつありますが、いつかは観光客が減る時期がきます。他地域の資本が手を引いたときに、そのまちに何が残るのか。これからはまちの幸福度を考えなくてはなりません」

ホテルの機能を分散し 地域全体でもてなす宿

まちを幸せにするゲストハウスの概念として、中村さんが考えたのが、地域のみならずおもてなしする「地域まるごと宿」が携わったゲストハウスが満点の評価を得る秘訣はここにある。

そのためには、どんなお客さんだったら喜ぶかを想像するのが大切だ。中村さんは、居住地や年齢、性別だけでなく、どの学校を出たか、どこで働いているか、どんな服が好きかなど徹底的にペルソナ設定を行う。そうすると、この人が来るためにはどんなホームページがいいか、どんな備品がいいかなどが自然と決まり、アプローチ方法も定められてくるという。

「二〇〇人中一人を喜ばせるためには、例えばエアコンを使わずに蚊帳で寝るなど、便利さを外していくことになるかもしれません。相反する要素を融合するアウフヘーベンが、一〇年後、一〇〇年後も持続可能なまちづくりには必要だと思えます」



全国から参加者が集まるゲストハウス開業合宿

ること宿」である。ちょうどこのころ、このコンセプトに近い取り組みが、イタリアの小さな農村集落アルベルコ・デイフィーゾで始まっていた。過疎高齢化が進むアルベルコ・デイフィーゾでは、集落内の空き家を宿泊施設として再生・活用し、地域内に受付、飲食、サービスなどの機能を分散させて、集落全体をホテルと見立てて観光客を迎えている。地域に馴染んだ体験ができることから、観光客の満足度も高い。この地域経営の仕組みは、持続可能な観光のモデルとして注目されている。

「以前、家業で刀鍛冶をやっている方の家に外国人を連れて行ったとき、『観光地の刀鍛冶体験なら三〇〇〇円でも参加しないけど、ここでの体験なら六万円でいいと思う。作っている人の表情が全く違う』と言われま



広島23市町まるごと宿をコンセプトにした「広島ゲストハウス縁」。併設したバーでは広島地元の日本酒や、地元食材を使った料理を提供



ゲストハウスには世界を旅するバックパッカーも多く宿泊する

世界を席卷する 現代クルーズ

大阪府立大学特認教授・名誉教授

池田 良穂

一泊一万円と格安で短期間のクルーズが世界中で人気を集めている。特に中国市場の成長は著しく、日本への寄港が増えていることから、インバウンドの鍵としても注目されている。



2016年に初の日本海周遊クルーズを実施したコスタ・ビクトリア



乗客定員3300名のボイジャー・オブ・ザ・シーズ

11万トン級の客船ダイヤモンド・プリンセス

カリブ海で始まった 現代クルーズ

今、世界中でクルーズ人気が熱気を帯びている。クルーズというと、長期間で高額な豪華客船の旅を想像しがちだが、現在爆発的に増えているクルーズは、そうした伝統的なクルーズとは全く異なる、いわば「現代クルーズ」といえる。

現代クルーズは、期間が短く、格段に安いことが特徴である。一九六〇年代半ばにカリブ海で生まれたこの新しいビジネスは、北米の都市からマイアミまで飛行機で移動し、そこからクルーズでカリブ海を回るというフライ&クルーズの形式をとり、現代人のライフスタイルに合ったコンパクトな旅程になっている。

さらに、一泊約一万円ですぐに泊りもつき、ショーなどのエンターテインメントも楽しめるという破格の価格設定で、一般の家庭でも気軽に参加できる旅となっている。

この価格を実現した要因の一つが、船の大型化である。定期客船の時代は八万トンが最大であったが、現在は二万三万トンの船で六〇〇〇人を乗せるようになった。大型化はスケールメリットを生む。毎食数千人分の食事を用意

するため、食材などを非常に安く仕入れて原価を抑えることができた。

もう一つの要因が人件費の削減である。船は乗船客が六〇〇人でも六〇〇人でも、船長は一人である。また、低賃金国の船員を雇い、低い固定給にチップが上乗せされる仕組みをつくり、船員のモチベーションやサービスレベルの維持につなげている点もポイントである。

アメリカで成功した現代クルーズは、ヨーロッパに飛び火し、イギリスのクルーズ人口は二〇万人から二〇〇万人に増えた。現在はオセアニアや東アジアでも著しく成長しており、世界のクルーズ人口は年間二四〇〇万人に達し、その産業規模は二兆三兆円にまで発展した。

アジアでのクルーズ人気

日本では一九八九(平成元)年がクルーズ元年といわれ、ふじ丸などが就航し、その後新規に七隻が相次いで就航した。しかし現在も稼働しているのは飛鳥II、ぱしふいっくびいなす、にっぽん丸の三隻のみ。安くても一泊四万円弱と高額なクルーズのビジネスモデルだったため、多くが失敗に終わった。

東アジアは長らくクルーズの空白地帯といわれていたが、二〇〇六(平成十八)年にイタリアのコスタクルーズ

社が上海でクルーズを開始したのを皮切りに、ロイヤル・カリビアン社、プリンセス・クルーズ社などが続々と中国に参入し、市場が急速に成長した。家族みんなで旅行ができ、費用もそれほどかからない現代クルーズは、中国人と相性が良かったのだろう。日本のクルーズ人口が年間二三十万人に対し、中国は二二〇万人で、今後はさらに増えるといわれている。

数年前から、九州の港に中国からのクルーズ船が多く寄港していることが話題になっていたが、その船のほとんどは、中国発着の現代クルーズである。日本に寄港する理由は、カボタージュ規制への対応である。

世界のほとんどの国には、外国船が国内のみで運航することを禁止するカボタージュ規制がある。中国のクルーズにおいても、その船はパナマなどの外国籍のため、中国国内だけの運航が



イベントやパフォーマンスで盛り上がる船内

二〇一六(平成二十八)年には、日本外航客船協会主催のクルーズ・オブ・ザ・イヤールにおいて、博多港、舞鶴港、金沢港、境港、釜山港(韓国)を周遊するクルーズがグランプリを受賞した。コスタクルーズ日本支社によるクルーズで、日本海側における定点定期運航を行い、コース上の各港で乗下船がで

できない。そのため、韓国や日本の港にワンタッチして規制をクリアしているのである。博多や長崎、那覇に多く寄港しているのは、一週間の短い旅で日本に寄港するの一番近い港であるためだ。日本でも同様に、ボイジャー・オブ・ザ・シーズやダイヤモンド・プリンセスなどの外国船の日本発着クルーズでは、韓国の釜山や台湾の基隆にワンタッチすることが慣例になっている。

新しい動きを見せる 日本のクルーズ

もう伸びることはないかと評されていた日本のクルーズ市場だが、海外の大手クルーズ会社が今後、日本発着のクルーズを増やしていく可能性は大いにある。プリンセス・クルーズ社などは世界的に知名度が高く、飛行機で日本にやってきた外国人客が、日本発着のクルーズを利用するパターンも定着しはじめている。



船内にはいくつものレストランやバー、ショップが並ぶ

きる「インターポータリング」を日本国内で初めて導入し、広域からの集客と商圏の拡大に成功した。また、寄港地五港からなる「日韓5港湾都市連絡会」は、広域的な連携を図り、各港の受け入れサービスを高いレベルで統一した点などが評価され、クルーズ・オブ・ザ・イヤールの特別賞を受賞している。コスタクルーズは、二〇一七(平成二十九)年は前年よりも良い船で周遊を行う予定で、今後さらに注目されるだろう。

広島港は、二〇一四(平成二十六)年度に五日市地区の岸壁が改修され、二二万トン級の客船も受け入れられるようになった。中韓の今後の関係次第では、中国発着のクルーズが日本で二港に寄港することも考えられ、その場合は博多・長崎の他に中四国に寄港する可能性が高い。

クルーズは旅館やホテルの宿泊につながるため、これまで地元の観光

事業者の関心が低かった。しかし、港の周辺を巡るオプショナルツアーは参加率が高く、地域を知ってもらい、消費を促すチャンスでもある。アメリカに比べ、日本のオプショナルツアーの種類はかなり少ないため、地元の人や外国人客に見せたいコースをクルーズ会社に積極的に提案することも重要である。

瀬戸内海はクルーズの舞台としても魅力あるエリアだが、海上交通安全法によって特に水島港以東で、長さ二〇メートル以上の巨大船の夜間交通禁止などが定められていることがネックになっている。

しかし常石グループのせとうちクルーズが一泊から三泊かけて島々を小型客船で周遊する超高級クルーズ「ガソツウ」を今年一〇月から就航するなど新しい動きも見られている。従来のクルーズにとらわれない、アイデアを凝らしたクルーズであれば、世界中から新しい顧客を集めることもできるのではないだろうか。

profile

池田 良穂(いけだ・よしほ)
1950年生まれ。1973年大阪府立大学工学部船舶工学科卒業。1989年同大学工学部助教授、1995年同大学工学部教授。2015年同大学を退職し、現在同大学研究推進機構の特認教授として、最先端船舶技術開発研究所、今治造船寄附講座で研究に携わる。船舶工学、海洋工学、クルーズビジネスなどが専門。



未来志向と前進が老舗の強み

株式会社虎屋本舗

代表取締役・第六代当主

高田 信吾

〈広島県福山市〉

和魂商才を体現

和室の本社会議室に足を踏み入れると、黒と赤が混じるスプレーアートに、商訓「和魂商才」の立体文字を重ねたパネルが目に入る。日本人が培ってきた素晴らしい知識や道徳を指す「和魂」と、世の中のために新しいことに果敢にチャレンジしていく精神を指す「商才」を掛け合わせた造語だ。

「この文字は和菓子に使われる砂糖の和三盆を固めて作っているんですよ」と企業家は説明してくれた。株式会社虎屋本舗の代表取締役で、第六代当主の高田信吾氏である。床の間で独特の存在感を放つこの作品は、高田社長の手によるものだ。パネルに向かう姿からは、鋭い感性と生来の創作意欲が感じられた。

福山城御用菓子となった「とんど饅頭」

虎屋本舗は、一六二〇（元和六）年に福山で創業した。その前年に広島藩領から一〇万石で分国された備後福山藩では、初代藩主水野勝成の下、福山城築城工事が進められていた。この築城には、幕府から金二万二六〇〇両、銀三八〇貫が貸与され、豊臣秀吉の伏見城松の丸の三階櫓が下賜された。

創業者の高田宗樹は、もとは兵庫の

廻船問屋で、解体された伏見櫓の建築材を運んだことから、福山城完成後、茶の湯に招かれた。そこで饅頭を献上したところ、饅頭が藩主に称賛される。宗樹はお礼として土地を受領した福山で菓子製造を始めることにし、「左義長」と命名された饅頭を「とんど饅頭」として売り出した。「高田屋」は福山藩に菓子献上する御用菓子司となり、とんど饅頭は福山を代表する銘菓として広く知られるようになる。

屋号が高田屋から虎屋に変わったのは、一七五〇（寛延三）年のことだ。明暦の大火（一六五七年）で大災害に見舞われた江戸では深刻な財政難に陥り、幕府は貨幣流通量を大幅に増やした。景気は上向き、物価が上昇し、元禄時代（一六八八〜一七〇四年）にインフレ経済はピークを迎える。いわゆる元禄バブルである。諸藩にお金を貸して利ざやで儲けた商家や大庄屋も多く出て、大名貸しと呼ばれていた。しかし幕府が貨幣発行量を縮小し、増税を始めるなど、大名貸しの借用証書は価値のない不良債権になってしまふ。元禄バブルが崩壊して消費が冷え込み、多くの商家は経営難に陥った。

こうした状況の中で、八代当主の助四郎は老舗として生き残るため、新商品開発に励んだ。そこで生まれたのが

虎模様のどら焼き「虎焼」である。開運招福の守護神とされる虎の模様が入った和菓子は、その斬新なデザインで、人々に驚きを持って迎えられた。大ヒット商品となったことで、助四郎は廻船問屋をやめ、菓子製造一本に絞って屋号を虎屋に改めた。

江戸時代の思想家、石田梅岩の影響を受けていた助四郎は、商人としてのあり方を「商人道」としてまとめた。「富の主は天下の人々なり。売って悔むこと、商人の極意と申すことよくよく納得せよ」（商人にとって全ての人がお客さまである。売った後に、安売りしすぎたかと悔やむほどの商いこそが商売の極意である）

「誠の商人は先も立ち、我も立つことを思うなり」（商売道の尊さは、売り手・買い手どちらにも利益をもたらし、社会で不足しているものを補うからであり、天の理にかなっている）

これらの商訓の「商人道」は今も虎屋本舗に継承されている。

虎屋本舗を復興した多才な祖父

一九六三（昭和三十八）年に福山市で生まれた高田社長は、小さいころ祖父の銀一に膝の上に乗せられては、この商人道の話を開かされていた。



虎屋本舗の商訓「和魂商才」

profile

高田 信吾 (たかだ・しんご)

1963年生まれ。国学院大学卒業後、アパレルメーカーに就職し、父の病気を機に90年に虎屋本舗に入社。92年に取締役副社長、94年に代表取締役就任。創業1620年、資本金4,000万円、グループ全体で従業員80名。

文：城市 奈那 写真撮影：光神 精一（広島市在住）



本物そっくりスイーツ第1号の「たこ焼きにしか見えないシュークリーム」写真提供:株式会社虎屋本舗



自作の虎柄スクーターに乗った祖父の銀一写真提供:株式会社虎屋本舗



とんど饅頭を買い求める人たち 写真提供:株式会社虎屋本舗

まるで本物の餃子のような「チョコっと餃子」 写真提供:株式会社虎屋本舗

その後「お好み焼きそっくりなマロンケーキ」「チョコっと餃子」「もしかしてオムライス」などを続々と発表。さらに、「お弁当 de Sweets」シリーズとして、寿司やおせち料理のように見えるお弁当お菓子も発売。タコウニ、マグロなどを見事に再現した「てまり寿司」は、観光庁のおみやげグランプリ2016でグランプリを受賞した。偶然から生まれた商品シリーズだったが、創作菓子や工芸菓子を見ると、「本物のように作る」という文化は、昔から和菓子の世界にあったことに気付かされた。

「急に目標を失った喪失感があり、勉強をする気にもなれませんでした」と当時を振り返る。そこから興味は音楽やバイクに移り、ブリティッシュロックを聴きながら、ギターを弾く日々が続いた。ファッションにも興味があり、「アイビールック」を生んだ石津謙介を尊敬し、カフェバーやサーフィンなどのアメリカ文化に憧れた。「この街にいるのはつまらない」と思い、東京の大学に進学。卒業後は、アパレルメーカーに就職した。「流行に敏感で、このころに時代感覚が養われたように思います」

店内風景



本社外観

企業は社会の公器である

「老、壮、青がバランスよく構成されていると、いい会社になります。仕事は人生の三分の一を費やす場。『毎日虎屋本舗で働きたい』と思えるような愛情あふれる職場環境を提供することも会社の使命です」

和魂商才の教えを守り、商人道を実践していく、老舗の精神が感じられた。

「祖父は『日本が豊かな国になるには、お菓子が必要なんだ』とよく語っていました。写真家や絵描きの人をいつも従えていて、デザインにも関心が高かったようです」

父の危篤を機に福山へ

「祖父は『日本が豊かな国になるには、お菓子が必要なんだ』とよく語っていました。写真家や絵描きの人をいつも従えていて、デザインにも関心が高かったようです」

「急に目標を失った喪失感があり、勉強をする気にもなれませんでした」と当時を振り返る。そこから興味は音楽やバイクに移り、ブリティッシュロックを聴きながら、ギターを弾く日々が続いた。ファッションにも興味があり、「アイビールック」を生んだ石津謙介を尊敬し、カフェバーやサーフィンなどのアメリカ文化に憧れた。「この街にいるのはつまらない」と思い、東京の大学に進学。卒業後は、アパレルメーカーに就職した。「流行に敏感で、このころに時代感覚が養われたように思います」

本物そっくりスイーツが大ヒット

「最初の四、五年はとにかく勢いで突っ走っていたような感じでしたが、経営哲学を少しずつ学んでいくうちに、『虎屋本舗をこういう会社にしていく』という方向性が見えてきました」

「急に目標を失った喪失感があり、勉強をする気にもなれませんでした」と当時を振り返る。そこから興味は音楽やバイクに移り、ブリティッシュロックを聴きながら、ギターを弾く日々が続いた。ファッションにも興味があり、「アイビールック」を生んだ石津謙介を尊敬し、カフェバーやサーフィンなどのアメリカ文化に憧れた。「この街にいるのはつまらない」と思い、東京の大学に進学。卒業後は、アパレルメーカーに就職した。「流行に敏感で、このころに時代感覚が養われたように思います」

「急に目標を失った喪失感があり、勉強をする気にもなれませんでした」と当時を振り返る。そこから興味は音楽やバイクに移り、ブリティッシュロックを聴きながら、ギターを弾く日々が続いた。ファッションにも興味があり、「アイビールック」を生んだ石津謙介を尊敬し、カフェバーやサーフィンなどのアメリカ文化に憧れた。「この街にいるのはつまらない」と思い、東京の大学に進学。卒業後は、アパレルメーカーに就職した。「流行に敏感で、このころに時代感覚が養われたように思います」

「急に目標を失った喪失感があり、勉強をする気にもなれませんでした」と当時を振り返る。そこから興味は音楽やバイクに移り、ブリティッシュロックを聴きながら、ギターを弾く日々が続いた。ファッションにも興味があり、「アイビールック」を生んだ石津謙介を尊敬し、カフェバーやサーフィンなどのアメリカ文化に憧れた。「この街にいるのはつまらない」と思い、東京の大学に進学。卒業後は、アパレルメーカーに就職した。「流行に敏感で、このころに時代感覚が養われたように思います」

中国を舞台に生鮮食品等の 小売事業を広げるマックスパワー

《島根県松江市》

中国で鮮魚など生鮮食品の小売事業を展開している株式会社マックスパワー。上海から始まった総合小型スーパーと百貨店内のテナント型店舗は、短期間に中国各地に広がり、刺身や寿司の食文化を中国人に浸透させて食のビジネスを大きく膨らませている。

■上海での鮮魚販売に挑む

株式会社マックスパワーは、二〇〇六（平成十八）年二月の設立。島根県松江市に本社を構え、同市出身の石橋修さんがCEO（最高経営責任者）を務める。石橋さんが中国で起こした上海石橋水産品有限公司など六社とともにマックスパワーグループを形成し、食品関連の小売や卸売、貿易、加工、コンサルティングなどの事業を展開している。主力は鮮魚など生鮮食品の小売事業で、総合小型スーパー「しんせん館」、百貨店や大型スーパーの中に鮮魚テナントとして入店している「魚屋しんせん館」、総菜テナントの「だるま食堂」などを経営。これらの店舗は、上海や北京、広州、深圳、青島など、すべて中国の各都市に出店している。

を販売する「しんせん館」を開店した。すると、日本人の買い物客が行列をつくり、五月には二号店を設けた。「鮮魚は、水揚げされる廈門から空輸。加工場で処理をして店舗へ出荷した後、日本人が居住する地域まで自ら行商にも出向きました。上海から二〇キロ以上離れた無錫も回りましたが、好評を博し、行商していたところへ次々と店舗を開いていったのです」と石橋さん。初出店から二年くらいで店舗は急速に広がり、野菜や肉、調味料なども置くようになった。多忙を極めたが、充実して楽しかったと振り返る。

「しんせん館」のヒットは、次の店舗展開につながった。高級食材を扱う上海の久光百貨店からテナントとして入店することを請われたのだ。石橋さんはそれに応じ、二〇〇三（平成十五）年に「魚屋しんせん館」を出店した。「しんせん館」が日本人を顧客としていたのに対し、「魚屋しんせん館」が対象とする顧客は中国人だった。「売り場に並べるのは、刺身と寿司が中心。中国人は生魚を食べないから苦戦するという声もありましたが、飛ぶように売れました。しかも、値が張っていても大きな柵ごとどんどん買っていくのです」と石橋さんは都市

つまり石橋さんは、主に中国国内でビジネスを展開しているのだ。

一九六四（昭和三十九）年生まれの石橋さんが鮮魚に関わるようになったのは、大学を卒業して間もなくのことだ。京都の同志社大学に進学した石橋さんは機械工学を学び、中学から打ち込んでいた柔道の部活動に没頭した。

「柔道部を引退し卒業前に高級料理店でアルバイトをしましたが、バブル最盛期で店は大繁盛。活魚ブームの中、ハモが高値で取引されていることを知って食の世界に興味を持ちました」。実家が鮮魚店を営んでいたこともあり、水産市場などで魚の勉強をしながら活魚を扱うビジネスを立ち上げた。同時にCATV技術者の資格を取り、CATVの関連工事や普及のコンサル

部の裕福な中国人の購買力に脱帽したと話す。

「魚屋しんせん館」の繁盛ぶりを聞きつけた日本資本の大型スーパーからも声がかかり、店舗は主要都市へ一気に広がった。日本の総菜を販売する「だるま食堂」やセルフサービス形式の外食店舗「ペッパーランチ」などもテナントとして出店。それに伴って顧客の中心は中国人へ移っていった。また、食品の貿易や加工、卸売などを行う会社を上海や深圳に次々と設立した。

■郷土の松江に会社を新設

松江市にマックスパワーを設立したのは、中国の雑誌に石橋さんの対談記事が掲載され、それを目にした山陰合同銀行や島根県の上海事務所の担当が接触してきたのがきっかけだった。同社は、中国で設立した企業グループの日本窓口を担い、「しんせん館」などで扱う日本の食材や酒類等の輸出を中心に貿易事業などを進めている。

「島根県などからの勧めで松江に設立しましたが、自分としても郷土に会社を設立したいという思いがありました」と石橋さん。上海に居住していることから、松江の本社へ顔を出すのは月に一度だという。「二週間程度滞在して商談を済ませ、

テイニングを行う事業で起業した。

「CATV事業が本業、活魚は副業のつもりでした。しかし、CATV事業は大手資本の企業が参入するようになって将来性が望めなかったため、活魚ビジネスにシフトしてきました」

当初は韓国でハモを買い付け、関西へ空輸したが、思ったほどの利益は上がらなかった。そこで中国に目を向けた。各地を回り、ハモをはじめ高



級活魚を仕入れて日本に持ち込んだ。しかし、中国産ということで値がつかず、ビジネスにならなかった。それから、中国国内で販売したらどうか。当時、上海には日本人が二万人くらい生活しており、商機はあると踏んだ。

■中国人対象の店舗展開へ

一九九九（平成十二）年二月に、店舗経営を行う上海石橋水産品有限公司を上海で設立し、翌年一〇月には上海にビジネスの拠点を移して開店準備に奔走した。

初出店は二〇〇一（平成十三）年一月で、上海在住日本人を対象に鮮魚



都市部の裕福な中国人向けに刺身や寿司を販売



日本の総菜を販売する「だるま食堂」



ステーキ店「ペッパーランチ」のフランチャイズチェーン展開の権利を取得し、中国で店舗網を広げる



石橋修CEO



魚屋しんせん館でのマグロ解体ショー

上海へ戻るといふ感じですが、残りの三週間は中国各地を巡っています。国土が広いので年間八〇回は飛行機に乗っています」と楽しそうに語った。

今後、ビジネスを東南アジアや日本へ広げることも考えられる。石橋さんは、「チャンスがあれば打って出る気持ちは十分ある」としながらも、「中国は人口一三億六〇〇〇万人を超える巨大市場。その胃袋を満足させるために中国の食品事業でやるべきことは、まだまだあります」と明言する。今年四月末現在、「しんせん館」一五店、「魚屋しんせん館」四四店、「だるま食堂」二店などを出店し、ネッ

トショップも展開する。グループ全体の従業員数は六〇〇人を超え、そのほとんどが中国人である。魚の扱いや接客などの勉強会を行ってスキルを磨いているが、離職率が高いのが課題だ。「他店に引き抜かれるケースが多く、従業員養成学校といわれています」と苦笑しながらも、「それは当社のブランドが浸透している証し」と意に介さない。今年も中国各地で三〇店舗以上の出店を計画している石橋さんは、中国全土を精力的に飛び回っている。

高齢者や子ども、障がいのある人の表現活動を通して 地域の文化を創る田野智子さん

福祉施設へアーティストを派遣し、学校や街中でワークショップを継続的に実施しているアート・コーディネーター。

障がいの有無や年齢・分野を超えた人々の密接な交流を作品という形で具現化し、そのプロセスから新たな価値や可能性を追求し続けている。



profile

田野 智子 (たの・ともこ)

NPO法人ハートアートリンク代表理事。

1961年愛媛県松山市生まれ。小学校教諭を経て、岡山県吉備の里能力開発センターへ。1999年、NPOの前身団体を設立し現在に至る。2004年からアートリンク・プロジェクトを展開。2007年から瀬戸内の島で高齢者との表現を通じた共同研究や、岡山県内の小学校の芸術教育の現状調査、またフロリダ州セントピーターズバーグのNPOと国際交流事業を行う。

文：平島 智子（岡山市在住） 写真撮影：林田 悟（岡山市在住）

ワークショップの現場で

香川県高松市屋島、社会福祉法人「銀星の家」の一室。広いテーブルを囲む八人の前に一枚ずつ白いボードが置かれている。その周囲には、小さく切ったフェルトとボンド、各種の画材。ボードはさまざまな色の形や線や立体で埋まっていく。自らの内側にある何かをボードに放出するように、ある人はひたすらフェルトを貼り、ある人はフェルトペンを握りしめて画面を埋めていく。描き手は、知的障がいのある人たちだ。

テーブルを回りながら「いいねえ」「面白いね」と声をかけるのは、若い女性アーティスト。絵の描き方を教えるわけではなく導くこともしない。時



この日のアーティストは地元出身の高松明日香さん(左上)。彼らの作品が高松さんの制作意欲に火をつける

には一緒にボンドを絞り出し、時には足りないフェルトを刻んでいる。「障がいのある人とアーティストは同じ目線で制作し合っくんですよ」

そう話しながら笑顔で見守るのは、岡山市のNPO法人ハートアートリンク代表理事の田野智子さん。高松市内の障害福祉サービス事業所等にアーティストを継続的に派遣する「高松市障がい者アートリンク事業」を二〇一四（平成二十六）年から運営。二〇一七（平成二十九）年度は銀星の家をはじめ市内一〇カ所の施設が参加して、陶芸や絵画、ダンスや音楽パフォーマンスなどさまざまな表現活動を展開している。

障がい者の絵画指導から

田野さんは、かつて小学校教諭だった。「でも、障がい者の絵のエキスパートというわけではなかったんですよ」と振り返る。ある年、担任したクラスに自閉症の子どもがいた。その子を中心に柔らかな人間関係が生まれ、運動会のリレーの前にはその子も含めた集団の力を高めようとみんなが知恵を絞る。「本当の意味での『生きる力』だ」と思いました。みんなと一緒に地域で育つことは大事ですよ。この経験が私のベースかもしれません」

小学校退職後の一九九五（平成七年、岡山県吉備の里能力開発センターの誘いを受けて障がい者の絵画指導を始めた。できあがった作品に不思議な力を感じて各地のアート展へ送ると入賞の知らせが届いた。高知砂浜美術館のTシャツアート展、岐阜県のフラッグアート展、長野県街角アート展……。『スーツを着て授賞式に出る。『すごいね』と周囲に言われる。それは本人にとってもご両親にとっても嬉しい出来事だったと思います」

田野さんには絵画教室の依頼が次々に舞い込んできた。高齢者や子どもへの施設、障がい者団体など、ピーク時には月に二三カ所。「素晴らしい出会いの数々でした。相手の人生が垣間見えたり、人生は有限だと感じさせられたりもしました。そして、今をどれだけ楽しく生きるか、その集積が物語になると思えるようになった。たくさんの人に鍛えられました」

アートリンク事業の萌芽

一九九五年は「エイブルアート」という言葉が生まれた年でもある。社会では、障がいのある人の存在を芸術で顕在化させようというムーブメントが起こっていた。田野さんも、全国各地

のトヨタ・エイブルアート・フォーラムやエイブルアート展へ精力的に出掛け、人脈を広げていく。やがて「岡山でもエイブルアート・フォーラムを」と声が掛かり、二〇〇〇（平成十二年）に岡山で開催。前年に立ち上げたフォーラム実行委員会が現在のNPO法人ハートアートリンクの基礎となっている。

岡山のフォーラムには、福祉関係者に混じって地域と関わりを持つとうとしていた地元の若いアーティストたちの姿もあった。「彼らに作品だけでなく制作プロセスも見せたい」。田野さんは、公共施設を借りて単日のワークショップを開いた。

アーティストにとって、それは不思議で新鮮な面白さだった。淡々と円を描き続ける人がいる。いくつも不規則に重なった円が光のように見えてくる。「たった一日の関わりではもったいない」「もっと接してみたい」。そんな声がアーティストの方から出始めた。「障がいのある人とアーティストがペアを組んでみたらどうだろう」

すでに実践しているフロリダのNPOが東京に来ると聞いて、会いに出掛けた。いけそうだ。二〇〇四（平成十六）年「アートリンク・プロジェクト」が始まった。

予期せぬ表現の創出

障がいのある人とアーティストが一つで長期的に関わり、その中で生まれる新しい概念を形にしていくな。アートリンクは表現のバトルだと田野さんは言う。

「お互いに飲み込まれそうになる、そうさせまいと闘う、そんな様子が見えることがあります」

ふと聞こえてきた声に魅力を感じたアーティストが、その声を生かせるフレーズをつくる。「素敵ね」と言われた誰かがさらに素敵な動きを生み出し、それをダンスに取り入れる。「あがまま」の一人ひとりの価値は、圧倒的な力となって輝くアートとなる。

「アートリンク・プロジェクト」はフロリダ州セントピータースバーグのNPOとの国際交流事業へと発展し



笠岡諸島の白石島にて、伝統の白石踊の練習に滞在中のアーティストが参加。訪れていた兵庫県の高校生も島の子たちと一緒に踊った。写真提供:NPO法人ハートアートリンク



北木島の石材工場跡でのパフォーマンスに多くの観客が訪れた。写真提供:NPO法人ハートアートリンク

た。瀬戸内国際芸術祭に伴い二〇一〇(平成二十二)年と二〇一三(平成二十五年)に高松市で開催した「高松アートリンクプロジェクト」は二〇一四年度から冒頭の「高松市障がい者アートリンク事業」として定着した。

交流の中で未来をつくる

一年のうち三〇日間ほど、田野さんは瀬戸内海の笠岡諸島(岡山県)に滞在する。島でワークショップを開きながら一〇年かけて人間関係を築き、二〇〇九(平成二十二年)から島民と制作したアート作品の展示も始めた。

笠岡諸島の過疎高齢化は深刻だ。その分、子どもがとてども大事にされていると田野さんは語る。

「まなざしが行き交う温かみのある子育てがあります。これこそ近未来の姿ですね」

島の子どもたちはワークショップで



笑いや共感が生まれる制作の場



同じ素材でも人によって全く異なる作品ができる

アーティストとつながる。高齢者も自然に加わる。出会いと交流に触発され感性を揺り動かされて、島にあるものが見え未来も見えてくる。

「ある場所に置くことで作品が生き、作品を置くことで景色が生まれ変わること。サイトをスピリットと言いますが、私たちは風景を人に置き換えているとも言えはいいでしょうか」

障がいゆえに創造性の芽を持つ人、自由な発想をする子ども、自身のキャリアを生かし人生の終焉を生きる高齢者、そういう人たちの存在そのものが「サイトスペシフィック」なのだ田野さんは考えている。

新たな出会いを求めて

施設で生活していたり、障がいがあったりする人は、狭い範囲の中で暮らしがちである。過疎の島では人間関係も狭くなる。

「世界はもっと広いし、価値観だって

いろいろだから、彼らを囲む障壁のよなものも突き破りたい。全てをなし崩しにするのではなく、新しいものを入れるための小さな窓を開けたいという感じですね」

新しいものとの出会いに最初は戸惑う人もいる。しかし、達成感を味わう中で変わっていくという。

「持っている細胞全てが活性化したよいうな、とても綺麗に見える瞬間があるんですよ」

島を離れるときに「また来てね」と手を振る人たちが。作品の前で弾けるような笑顔を見せる人たちが。「その瞬間を共有できることが私のモチベーションですね」

近年、障がい者アートはとても盛んになってきた。これを流行りで終わらせたくない田野さんは常に考えている。

「周囲がどう変わっても、環境さえあれば彼らは作り続けていくわけですから。私も地味にしつこく、したたかに、後継者を育てながら続けていきますよ」

平島 智子(ひらじま ともこ)

1961年香川県生まれ。フリーライター。大学卒業後、小学校教諭を経て、教育、医療、福祉、産業、科学、環境、人物など、幅広い分野で取材・執筆に携わる。

この名酒にこの一品 13

《鳥取県若桜町》

純米酒 強力 辨天娘

鯖のなれずし



酒のほか、奈良漬やオリジナルのグッズも販売

有限会社太田酒造場

創業 1909(明治42)年
TEL 0858-82-0611
http://www.ben-ten.sakura.ne.jp
年間生産量 150石(27kl/1.5万升)



かつて鳥取と姫路を結ぶ若桜街道、但馬に至る伊勢道の宿町として栄えた鳥取県若桜町。明治からの建物が混在するその旧道沿いに、太田酒造場は立つ。水と米に恵まれた地の利を生かし、一九〇九(明治四十二年)に酒造りを始めたが、平成に入り、人手不足や杜氏の高齢化によってやむなく休蔵する。その後賄いの奈良漬を製品化して販売していたが、全国で酒蔵が減っていく中、四代目の太田義人社長は「酒造りをしたい」と再開を決意。地元農家の米や自分たちで栽培した米だけを使った、地産の酒造りをしようと考えた。従弟の中島敬之氏が酒造技術指導の第一人者、上原浩氏の指導を受けて技術を身に付け、晴れて杜氏となって二〇〇二(平成十四)年に酒造を再開した。

今回紹介する名酒は、鳥取県原産の酒造好適米強力を使った純米酒「辨天娘」。口当たりはしっかりとして懐が深く、料理に合う酒である。名前は若桜弁天に由来する。太田酒造場で使用する酒米は全て若桜町産で、玉栄、山田錦、強力、五百万石、鳥姫の五種類を酒米ごと、かつ生産者ごとに酒を仕込む。ラベルにはどの生産者の米をいつ仕込んだものが明記されているのも特徴だ。「いい米は削らない」のがモットーで、精米歩合は六五%から八〇%までと高い。その分、タンパク質が少ない米が必要のため、契約農家は肥料を少なくして米を栽培している。

この名酒と一緒に味わいたいのが、「鯖のなれずし」である。半日かけて麴とご飯を糖化させたおかゆに塩鯖を一カ月間漬けて込んだものである。貴重なタンパク源である塩鯖をどうおいしく食べるか、山深い地域で生まれた知恵の結晶といえる。お燗で温めた辨天娘を片手につまむと、どんだん箸が進んでいきそう一品だ。

六角紫水

[1867-1950]



六角 紫水

漆との出会い

六角紫水は、瀬戸内海に浮かぶ能美島（広島県江田島市）に農家の長男として生まれた。漆とは何の所縁もなかった紫水だが、開校第一期生として入学した東京美術学校で漆に出会い、生涯を捧げた。その理由を「夫は一つには自分の性格が導いた点もあるのではないかとも思われる。……簡単に云えば、其性格は非常にもの好きである」と語っている。この磊落かつ進取の気風に富んだ挑戦的な人物に、漆がしみ込んでいった。

漆の木は東洋のみに自生し、その樹液は、塗料として美しい光沢を発するのみでなく、耐薬品性・防腐蚀性・抗菌性・接着力などに優れ、高い機能性を有する。漆芸技術は特に日本で発達し、紫水は漆を非常に貴重で特別な天恵の素材として受け止めていた。この尊崇の念は米国での調査研究（明治三十

七～四十一年）を経てさらに強められ、紫水は「斯道（漆芸）に対する国家

の立場を明らかにして、その学術上、また実技上から探究、制作等の徹底を實踐し、宣揚に努める事を終身の努力」とした。「漆は単に膳椀などに塗る位ではつまらぬ。神社仏閣の建築物より其他車輛など応用の方面が甚だ広い」と豪語したその足跡の一端をたどってみよう。

色漆の研究・開発で色彩表現の拡大に貢献

まず、一八九七（明治三十）年前後に取り組んだのが、色漆の研究・開発である。漆は顔料との相性が悪く、伝統的に黒・赤・黄・緑・茶の五色にしか発色しなかった。紫水は、塩化蒼鉛（ビスマス）を白色の体質顔料として、これに色を染めるレーキ顔料の手法により多彩に発色する色漆の開発に成功。漆による色彩表現の拡大

に貢献した先駆者の一人である。米国からの帰国後は「六角研究場」

を經營して、自動車の漆塗装、室内塗装、高級蒔絵漆器、日常生活漆器などを手掛けていたが、その頃、鉄道院から車両の漆塗装を囑託され、第七号（大正三年、大正天皇・貞明皇后御同乗用）、第八号（大正五年、貞明皇后御乗用）、第二号（大正十一年、食堂車）の各御料車の製作監督などを務めている。

また、帝国議会議事堂（昭和十一年竣工、現・国会議事堂）の御弁殿および皇族控室の漆塗装と装飾を東京美術学校が受託したが、当時同校教授だった紫水は一九三〇（昭和五）年に「帝国議會御座所裝飾製作事業主任」を命ぜられて、漆芸工事を指揮・監督した。

文化財の保存・継承に尽力

このように新時代に応じた漆の活路

東洋の古典研究を礎に独自の作風を創出したのであった。

生誕一五〇年を迎えて

このほか、アルマイト（防錆加工し

を開拓し、振興した一方で、伝統を重んじ、その保存・継承に尽力した。紫水は一八九六（明治二十九）年から一九〇三（明治三十六）年に至るまで

古社寺保存法に基づく文化財調査と国宝指定、保存と修復に従事した。最初の仕事は平泉中尊寺金色堂の修理（明治二十九～三十一年）で、先例のない文化財保護事業に「現在あるものを今後減らさぬ様にする。修繕は復元するのが目的であるが、つけ足しはしない」という先見のかつ的確な姿勢で臨み、後世（昭和の大修理の際）「文化財修理の立場から、きわめて慎重」だったと評価された。続いて、一九〇二（明治三十五）年には厳島神社社殿の塗装を手掛けた。明治初期に剝がされた朱塗を復元修理したものが、このときは、広大な社殿塗装に当たり、当初の漆塗ではなく、膠で溶いた丹（紫水によると「弁柄の上等のもの」）に重クローム酸加里を加えて感光し、防水化するという新手法を採用した。

若き日に各地の伝統的文化財を踏査したことは紫水の芸術家としての創作姿勢を方向付け、大正年間を中心に平安から鎌倉時代に作られた国宝漆芸品の復元模写に取り組み、古典の雄渾で高雅な造形と精神性を心身

たアルミニウム）漆器の開発、蒔絵万年筆の改良と普及、漆樹の栽培促進などそのエネルギーシユな活動は語りつくせない。古典研究と科学的研究の両輪に支えられ、わが国漆芸の伝統継承と近代化、芸術性の向上、応用範囲の拡大と普及、文化財保護などに大きな足跡を残した。明治・大正・昭和と急激な近代化や国際化が進化した激動の時代において、漆の本質を見抜き、進むべき進路を指し示した先導者と位置付けることができる。

今年には六角紫水の生誕一五〇年に当たる。広島県立美術館では来年一月二日から四月一五日にかけて、所蔵作品展で特集展示を計画している。あらためてその作品に対面し、紫水の情熱と漆の魅力に接してほしい。

（文・宮本真希子）



《蒔絵草花図菓子銘々盆》六角紫水 1911(明治44)年 各13.5×14.6×高1.0 広島県立美術館
〔「六角研究場」を拠点に活動していたころ制作された高級蒔絵漆器の一例〕



《梅蒔絵手箱付属小箱（三嶋大社蔵）写》六角紫水 1924(大正13)年 各7.9×6.1×高2.7 6.2×6.2×高3.4 広島県立美術館
（国宝模写作品の一つ。原作は鎌倉時代。奥2点、手前左の小箱は復元に至る蒔絵の各工程を示したもの）



《理想界の図蒔絵手箱》六角紫水 1929(昭和4)年 35.1×26.0×高9.5 広島県立美術館
〔「我国従来の蒔絵技法に楽浪漆技の手法を加えて新趣味の主義を深からしむべく試作せるもの」紫水自筆解説〕



《彩漆杜若の図》六角紫水 1901(明治34)年 45.2×28.6 大柿地区歴史資料館(江田島市)
〔裏面に「明治卅四年色漆完成せし時の記念」と記されている〕



《刀筆天部奏楽方盆》六角紫水 1927(昭和2)年 19.6×19.6×高2.2 広島県立美術館
（楽浪漆器に学んだ「刀筆」を応用し、第8回帝展に出品された作品）

※大きさの単位はすべてcm

宮本 真希子（みやもとまきこ）

1984年広島県庁入庁。2002年から広島県立美術館勤務。専門は日本工芸史。広島ゆかりの工芸家をテーマとした「国宝を創った男 六角紫水」展（2008年）、「彫金家 清水南山 広島が生んだ近代金工の巨匠」展（2017年）などを企画。

貞観政要

リーダー論の最高傑作

大阪大学大学院教授

湯浅 邦弘

中国の歴史生まれにみる安定した時代を築いた唐の第二代皇帝太宗。臣下たちとの問答をまとめた『貞観政要』はリーダー論の傑作といわれ、あらゆる組織の運営に大きな指針を示している。



貞観の治と君臣問答

「リーダーの条件とは何か」「どのよう
に人を選ぶのか」「創業と守成はどち
らが難しいか」といった普遍的な問い
に、見事に答えてくれる古典。それが
『貞観政要』である。

戦乱続く中国史の上で、唐の第二代
皇帝太宗（李世民）が築きあげた太平
の世は「貞観の治」と賞賛される。充
実した経済力と軍事力、豊かな農業生
産、運河や交通網の整備、書画・工
芸の発達など、他に類を見ない輝かし
い一時代であった。

る。「王」と「臣下」を、今風に、社長
と社員、上司と部下などに言い換えて
みれば、そのまま組織運営に生かすこ
とができよう。

ただ、この古典は、決して軽薄なハ
ウツーものではない。国家運営の基盤
として、しっかりとした思想が必要で
あることをまず説いている。中国の思
想は、孔子を開祖とする儒学を大きな
柱とする。『貞観政要』でも、「仁義礼
智信」という道徳に象徴される儒学の
大切さが説かれる。例えば、古代より
も昨今の政治の劣る原因を、「武」を
重んじて礼節を軽視するからだと言
し、仁義を根本とする政治が大切だと
力説する。

リーダーの条件

では、こうした理念に基づいて、太

太宗は「鏡が大切だという。一つは「銅」
の鏡。衣服や冠を正すことができる。
もう一つは「歴史」。世の興亡を知るこ
とができる。そしてもう一つは「人」。
自分の過ちを正し善悪を明らかにして
くれる。私たちは、一つ目の鏡には毎
日お世話になっているが、第二・第三
の鏡を意識してあるだろうか。太宗
は、この三つの鏡を大切に、自分
の過ちを防いできたという。

創業か守成か

そして、『貞観政要』の最重要のテー
マとして、「創業か守成か」という問
題が議論されている。ものごとを無か
ら始めるのは大変である。大きなエネ
ルギーを要する。ただ、それにも増し
て難しいのは、その築き上げた成果を
守り、さらに継承し発展させていくこ
とであろう。創業者の苦勞はもちろん
重要。しかし、その努力によってでき
あがった会社や制度や資産を、二代目・
三代目が継承し、さらに発展させてい
くのは容易なことではない。中国の歴
史を振り返っても、時の勢いで政権を
奪取した者は数多いが、その後長く持
続した王朝はまれなのである。

唐の第二代皇帝であった太宗も、こ
の問題に直面した。太宗と臣下たちが
たどり着いた結論は、「創業よりも守成

の方が難しい」というものであった。そ
の理由を、魏徴という臣下は明快に説
く。「憂いや危険のあるときには、賢者
を任用し、諫めも聴くが、安楽な状態
になると、必ず気持ち緩んで怠慢の
心を抱き、諫めを受け付けなくなる」と。
これを受けた太宗も、政治と病気の例
を出してこう述べる。「国を治めるのは
病を治療するのと同じ。やや安定した
かなと思う頃が最も危険である」と。

こうして太宗は身を慎み、多くの優
れた臣下を採用し、大きな度量で諫諍
を受け止め、「貞観の治」という太平
の世を築いたのである。

『貞観政要』の教えは、今も精彩を放つ
ている。まったく聞く耳を持たない指
導者、あまりにも言葉が軽薄な政治家、
ひいきの人間ばかりで固めようとする
組織。そうした人々や組織に、『貞観
政要』は強い反省を促すことであろう。

人を選ぶ

諫諍とは、たとえ言い争いになっても、
君主の不正を臣下が正す（諫める）こ
とをいう。太宗は、臣下たちにこういっ
た。「君主と臣下とは魚と水のような
ものだ。私は、愚か者ではあるが、幸
いに諸君が私を正し救ってくれる。ど
うか、忌憚のない意見と議論によって、
天下に太平を実現しようではないか」
と。太宗の度量も褒められるべきであ
ろう。

その太宗は、多くの臣下に恵まれた。
書家として有名な褚遂良や虞世南も太
宗の重臣であった。多彩な人材は、ど
のようにして集まったのか。

太宗が重視したのは、二つの点であ
る。第一は、かつての敵や反対派でも、
優れた人物を抜擢すること。とかく人
は、ライバルを敵視して排除しがちで
ある。しかし、そのライバルを高く評
価し、大きな度量で受け入れることが
できれば百人力。豊富な人材を確保す
るための秘訣であろう。第二は、君主
の過ちを正し善悪を明らかにしてくれ
る臣下を大切にすること。諫諍してく
れる臣下をかけがえのない人材として
評価し、側近として採用したのである。
これが政権の安定につながった。

また、三つの鏡の例も、巧みである。

宗と臣下たちは、どのような問答を繰
り広げたのであろうか。まず、為政者
の大切な条件として「身を正す」こと
を挙げている。国民の上に立つ人、組
織を率いる人が、まず身を正し、言葉
と行動に責任を持たなければ誰もつい
てはこない。組織を運営するのは、ちよ
うど木を植えるのと同じ。「本根揺る
がざれば則ち枝葉茂盛す」（根もとが
揺るがなければ枝葉は繁茂する）と。
また、明君と暗君との違いは、多く
の人の意見を聞くかどうかだと指摘す
る。聡明な君主は「兼聴」（広く多く
の人の意見を聞く）、愚昧な君主は「偏
信」（お気に入りの一人の言うことだけ
を信じる）。誠に鋭い対比である。

さらに、謙虚さも重要な条件とされ
る。太宗は、武力に優れ、いわば馬上
に居て覇権を取った。弓のコレクター
でもあり、良い弓を持っているという
自負があった。ところが、弓の職人に
見せたところ、いずれも心材が曲がっ
ていて良い弓ではないと。ここで太宗
が偉いのは、十分に自覚し、反省する
点である。熟練していたはずの弓につ
いてさえ、実はよく分かっていなかった
た。政治についてはなおさらだといっ
たわけである。

これに関連して、『貞観政要』では、「諫
諍」の大切さがたびたび説かれている。

profile
湯浅 邦弘（ゆあさくにひろ）
1957年鳥根県出雲市生まれ。大阪大学
大学院修了。博士（文学）。北海道教育
大学講師、鳥根大学助教授、大阪大学助
教授を経て、現在、大阪大学大学院教授。
専門は、中国の古典。著書に、『貞観政要』
『孫子・三十六計』『菜根譚』（以上、角川
ソフィア文庫）、『論語』『菜根譚』『諸子百
家』（以上、中公新書）、『入門 老荘思想』
『軍国日本と『孫子』』（以上、ちくま新書）
など多数。NHKテレビ「100分de名著」
の『孫子』と『菜根譚』の回に出演。

道後山

《広島県・鳥取県》



月見ヶ丘駐車場から岩樋山を経て道後山に至るルート 地図制作:磯部祥行



標高1268.4mの道後山山頂



隆起準平原らしいなだらかな山道

写真提供: PIXTA

道後山や比婆山、船通山など標高一〇〇メートルから一三〇〇メートル以下の山々で構成される中央中国山地は、なだらかな山頂が残る隆起準平原の地形となっている。

月見ヶ丘駐車場から岩樋山へ登山道を進むと、砂鉄を採取する鉄穴場へ水を送っていた水路の跡や、柵として築かれた石垣などがあり、たたら製鉄から牧畜へ移行した中国山地の時代の流れが感じられる。岩樋山の東には、昭和三十年代

まで放牧が行われていた両国牧場の跡が残るが、現在は灌木に覆われつつある。石仏を過ぎ、二二七一メートルピークを越えて尾根を歩くと、一等三角点のある標高一二六八・四メートルの道後山の頂上に出る。東に道をたどって下山する途中には、鉄穴流しの水源として造られた大池を見ることがができる。

歩行距離は短い、中国山地の産業の遺構が残り、歴史を感じる山歩きが楽しめる。