

# 京のおもてなしと観光

2010年4月14日

ユーキャン 魅惑のトラベルセミナー

(株)時有人社代表取締役

教授 清水宏一

# 「観光」の意義

## ◆ 観光の語源

「観國之光、利用賓于王」 易經(四書五經)

## ◆ 咸臨丸と観光丸

オランダ国王から贈られた洋式軍艦

## ◆ 四書五經

論語、大学、中庸、孟子、  
易教、書經、詩經、礼記、春秋、

## ◆ 国の光を観る

本質、優れたもの、風光をくまなく理解する

# 国の観光立国政策

## ◆ 観光立国宣言

国会での首相施政方針演説（0202）

観光立国関係閣僚会議

## ◆ 観光立国懇談会

観光立国懇談会報告書

～住んでよし、訪れてよしの国づくり～

## ◆ 観光立国推進戦略会議

観光立国推進戦略会議報告書

～国際競争力ある観光立国の推進～

# 観光立国懇談会報告書

## I 観光立国の意義 - 今、なぜ観光立国か -

### 1. 世界が変わる

- (1) グローバリズム - 小さくなる地球、近づき合う人々 -
- (2) 大交流に遅れる日本 - 開かれた国を目指そう -
- (3) 文化交流の役割 - 文化安全保障とソフト・パワーの充実 -
- (4) 量から質へ - 変わる成長パターン・人間重視の時代 -
- (5) 日本における観光の変遷 - 観光の質と態様の変化 -
- (6) 進化する観光 - 観光のもつ高い改革効果 -

# 観光立国懇談会報告書

## I 観光立国の意義 - 今、なぜ観光立国か -

### 2. 観光の革新 - 文化の磁力を高めて -

- (1) 「国の光を観る」 - 観光の原点 -
- (2) 観光は住んでよし、訪れてよしの国づくり
- (3) 総合的な魅力の高揚する国家デザインの再構築
- (4) 文化の磁力の充実
- (5) 観光の革新と21世紀日本の進路

# 観光立国懇談会報告書

## 観光立国実現への課題と戦略

### 1. 観光立国への総合的な戦略展開

- 住んでよし、訪れてよしの国づくり -

### 2. 日本の魅力の確立

(1) 国の魅力とは何か

(2) 日本の魅力はどこにあるか

(3) 日本はその魅力を発揮しているか

日本ブランドの輝きを高めよう！！

# 観光立国推進基本法

## ◆ 観光基本法（1963年6月制定）

宣伝、開発、利便、啓発、集中緩和、資源開発

## ◆ 観光立国推進基本法（2007年1月制定）

観光基本法を全面改正

## 観光立国推進基本計画（2007年6月決定）

（2007年から5年間で）

外人観光客1000万人、

国際会議5割増し、

国民年間宿泊数4泊、

海外旅行客2000万人

旅行消費額30兆円

# 観光立国推進基本法の内容

## ◆ 国際競争力ある観光地の形成

観光資源の活用,交通施設の整備

## ◆ 国際競争力強化及び観光人材の育成

観光教育と国際競争力ある人材の育成

## ◆ 国際観光の振興

外国人観光客、国際相互交流の促進

## ◆ 観光旅行環境の整備

容易化・円滑化、接遇向上、利便増進、安全確保、  
観光開拓、環境・景観保全、統計整備

# なぜ観光に注目するのか

## ◆ 経済波及効果

日本ブランド、対内直接投資の改善

## ◆ 文化の創造と発信

文化の磁力、観光の改革効果

## ◆ 国力の総合的発展

国家デザインの再構築、国・民間・地方の連携

## ◆ 国際交流と世界平和

文化安全保障、ソフトパワー

# デジタルで世の中が変わる

- ◆ **電子政府、電子自治体**  
行政改革、国家と地方 地域と中央
- ◆ **大学の大変革、 T 大学**  
法人化、大学統合、放送大学、VR 大学
- ◆ **電子図書館とWEBアーカイブ**  
青空文庫、電子メディア、ホームページ保存
- ◆ **生涯学習、ライフスタイルの変化**  
文化遺産オンライン、NHKアーカイブス

# デジタルの環境が変わる

## ◆ コンピュータ・システムの変化

レガシー      ネットワーク

## ◆ ITからICTへ

PDA      ウェアラブル      インティメイト

## ◆ ユビキタス社会へ

グリッド、クラウド、オープンソース、  
無線LAN、どこカルネット、ICカード、  
おさいふケータイ、QRコード、  
e- から u- へ、

# ライフスタイルが変わる

## ◆ 生活の目標が変わる

H A V E ing

D O ing

B E ing

## ◆ 世界観、人生観が変わる

スローフード、スローライフ、エッジシティ

## ◆ ニューリッチな生き方

L O H A S (Lifestyle of Health and Sustainability )

B O B O S (BOBOS in paradise) D.ブルックス

## ◆ こだわりの生き方

しつらい、みやび、わびさび、格式

# 国家戦略が変わる

- ◆ **コンテンツ、知的財産戦略**  
デジタル放送、アニメーション、エンターテインメント
- ◆ **新ブランド戦略**  
クールジャパン（ファン、有印優品、世界ブランド）
- ◆ **観光立国戦略**  
観光ポータルサイト、海外宣伝、産業観光
- ◆ **伝統知戦略**  
伝統知と科学技術の融合

# デジタルアーカイブ戦略

## ◆ コンテンツビジネス戦略

ためる、つなぐ、いかすのビジネスモデル

## ◆ 新ブランド戦略

デジタル悉皆業（ファン、有印優品、世界ブランド）

## ◆ 観光立国戦略

海外宣伝、ポータルサイト、産業観光

## ◆ 地域戦略

情報流通を、国家と地方から地域と中央に

# 日本の魅力の総結集

- ◆ 自然との共生、美的センス
- ◆ 伝統と現代の共存
- ◆ 産業的活力と文化的香りの共存
- ◆ 和洋折衷の文化
- ◆ 自然景観と四季
- ◆ 社会の治安と規律

# 自然との共生

## ◆ 花鳥風月

日本庭園、自然との対話、環境の重視

## ◆ 雪月花 白居易「雪月花時最憶君」

日本三景 天橋立・松島・宮島

## ◆ 海の幸、山の幸

山水風景、和食(素材の味を生かす)

## ◆ 春夏秋冬

二十四節気、経済活動の活発化

# 美的センス

- ◆ 茶道・華道・香道の様式美  
禅・日本庭園・懐石料理・家元
- ◆ 能・狂言・歌舞伎・文楽の抽象美  
舞台・衣装・脚本・楽器・小道具・演者
- ◆ 和歌・俳句・川柳の集約美  
5・7・5・7・7
- ◆ 仏教・禅の端正美  
無常観、色即是空空即是色、いろはにほへと

# 伝統と現代の共存

- ◆ 日本アニメの伝統  
鳥獣戯画、京都マンガミュージアム
- ◆ 日本独特の音感  
ポップス、ニューミュージック、演歌
- ◆ 電子製品に生きる文化  
ウオッシュレス、軽薄短小
- ◆ ファッション・料理  
日本人デザイナー、日本食の見直し

# 産業的活力

## ◆ メイドインジャパン

日本ブランド、優れた品質、安全安心

## ◆ 和風デザイン

匠の技、ものづくり精神、和のデザイン

## ◆ 農業製品の芸術性

白桃・マスカット・ラフランス・ブランド肉

## ◆ 先端産業の製品

自動車、ウオークマン、デジタルカメラ

# 産業のなかの日本人

## ◆ ものづくりの伝統

目利き、職人技、宮内庁御用達

## ◆ 日本的経営

終身雇用・年功序列、

## ◆ 勤勉実直の思想

石田梅岩・石門心学、禅と東洋の心

## ◆ 大義と恥の文化

「代表的日本人」内村鑑三、「武士道」新渡戸稲造、  
「茶の本」岡倉天心、「菊と刀」ルースベネディクト

# 異国文化の取り入れ

- ◆ 伝統的建築物とモダニズム  
琵琶湖疎水、国立博物館、国会議事堂
- ◆ 歌舞伎・文楽と現代芸能  
現代演劇、モダン舞踊、劇団四季
- ◆ 和楽器・和音階と洋文化  
和洋コンサート、オペラ、バレエ
- ◆ 日本の味と世界の味  
世界中の料理、和菓子洋菓子

# 日本人の工夫

## ◆ 工夫に満ちた衣生活

官軍と錦の御旗、ゴム草履、あっぱっぱ

## ◆ 合理性重視の食生活

カレー、すき焼き、肉じゃが、お好み焼

## ◆ 伝統から抜けきれぬ住生活

畳の生活と、ベッド・椅子・机・台所

## ◆ カタカナ語

外国語、外国人名、擬音擬態語、ルビ

# 自然景観

- ◆ 国土の70%を占める山岳  
雪山、森林、温泉、河川、湖
- ◆ 3.6万キロに及ぶ海岸線  
マリンスポーツ、観光漁業、風光明媚
- ◆ はっきりとした四季  
北緯45度から北緯24度に主要都市
- ◆ 田園風景  
地域により独特の風習、棚田

# 社会の治安と規律

## ◆ 安全神話

女性が夜 1 人で出歩ける都市、水と安全はタダ

## ◆ 小さな暴力、武器の取り締まり

ジュリアーノ市長、銃砲刀剣類所持等取締法

## ◆ 交番と消防団、地域団体

コーバン、消防団、青年団、女性会

## ◆ 清潔な環境

風呂の習慣、体臭、バイキン、（アトピー）

# 日本人の宗教意識

## ◆ 独特の宗教観

自然信仰 + 神道 + 仏教

## ◆ もののあはれ

本居宣長 常を離れた深い情趣

## ◆ 無常観

無我と自我、刹那、諸行無常

## ◆ 立ち神と座し佛

式年遷宮・諸堂伽藍、象徴・具現

# おもてなしの本質

## ◆ ホスピタリティ

ホスト、ホスピス、ホスティリティ

## ◆ 他国から侵略された経験

警戒心、あいまいさ、あうん、文化の型

## ◆ おこしやす・おおきに

もてなし、しつらい、ふるまい

## ◆ 一見さんお断り

おかみ文化、女商い、紹介ビジネス

# 「みたて」の文化

## ◆ もののよしあし

服を見立てる、人・体を診る

## ◆ 趣向・おもいつき

捨てる文化、合理性、数寄、かぶき

## ◆ 目利き

利休好み、わび・さび、茶華道、ブランド

## ◆ みなし

床の間に見立てる、能舞台

# 伝統文化

## ◆ 源氏物語・枕草子

世界最古の小説、女流文学

## ◆ 和歌・俳句・川柳

みやび・わび・さび・いき・風流

## ◆ 和楽器の魅力

こころ癒す音質・和音

## ◆ 祭りの華やかさとしめやかさ

技術芸術の結集、民衆の連帯、神事

# 日本芸術・ジャポニズム

## ◆ 日本文学

物語、日記、紀行文、和歌、俳句

## ◆ 日本画・書

絵巻、襖絵、掛け軸、浮世絵、揮毫

## ◆ 建築物・工芸品

宮大工、彫刻、仏像、伝統工芸品、日用品

## ◆ 日本音楽

雅楽、琴、笛、太鼓、謡曲、浪曲

# 日本意匠

## ◆ 家紋

植物、動物、昆虫、地形、天体、図形

## ◆ 染織図柄・型

西陣織、友禅染、組紐、扇面、房、仏具

## ◆ 日本色

大和風、平安風、桃山風、江戸風

## ◆ 衣装デザイン

衣冠束帯、能衣装、歌舞伎衣装、結婚衣装

# 日本語表記の便利さ

- ◆ **かな漢字交じり文とカタカナ**  
多言語に比べ同じ紙面に多くの情報
- ◆ **イメージ読みが出来る**  
斜め読み、とばし読みも出来る
- ◆ **縦からも横からも読める**  
図書館での本の検索、安全地帯、米からと
- ◆ **漢字は生まれながらのアイコン**  
パソコンの大発明？「屑」

# アニメを支える漢字文化

## ◆ 日本製アニメの世界流行

『となりのトトロ』『もののけ姫』 オタク

## ◆ 抽象化と焦点化

省略と強調、解剖図とハイビジョン画像

## ◆ 漢字によるイメージ訓練

椿、榎、柊、秋、柏、橙、柿、横

## ◆ パターン認識する日本人の脳

ピクトグラム・アイコンに勝る情報量

# 日本語表現の豊かさ

## ◆ もののあはれ

あはれ、無常、をかし、非日常の感情

## ◆ 多様な様式（形代）を持つ

対、流儀、型、風 連想、認識、表現

## ◆ 主な対の概念

荒魂・和魂、彼岸・此岸、極楽・地獄、  
うつ・うつつ、しめ・ゆい、物・霊、ハレ・ケ  
数寄・無常、あそび・すさび、なり・ふり

# 和歌のテクニック

## ◆ うたまくら・助詞

あきつしま、あかねさす、あしびきの ...

## ◆ かけことば

みをつくし、ながめ、まつ、くる ...

## ◆ 本歌取り

み吉野の 山の秋風 さよふけて ふるさと寒く 衣うつなり  
み吉野の 山の白雪 つもるらし ふるさと寒く なりまさるなり

## ◆ 縁語、対句、体言止め、句切れ

修辞技法（あや）を駆使して余剰感を増す

# 「お・さん」「やか」「らか」

## ◆ お・さん

おまめさん、おてらさん、おこじきさん

## ◆ やか

みやびやか、きらびやか、つまやか

## ◆ らか

おおらか、なだらか、うららか

## ◆ やす

おいでやす、おこしやす、おしやす

# ブランドとは

## ◆ 家畜への焼印

BRANDAR

## ◆ 他から識別するしるし

商標、マーク、タグ、包装

## ◆ 差別化を狙った認識価値

商品名、企業名、地域名、デザイン、象徴

## ◆ ブランドの戦略化

ブランデット・エンタティメント、自社内ブランド

# 有名ブランド製品

## ◆ 皮革・靴・バッグ

LOUIS VUITTON、プラダ、グッチ

## ◆ 化粧品・香水

マックスファクター、ゲラン、シャネル

## ◆ 衣装、ファッション

アルマーニ、ディオール、カルダン、ケンゾー

## ◆ 宝飾品

ブルガリ、ティファニー、カルティエ、ミキモト

# 有名ブランド

- ◆ 食器・ガラス・インテリア  
ウエッジウッド、バカラ、マイセン
- ◆ スポーツ用品  
パーマー、ポロ、ミズノ、ホンマ
- ◆ 自家用車・レーシングカー  
ロイス、ベンツ、フェラーリ、キャデラック、トヨタ
- ◆ その他  
食料品、電化製品、旅行、マンション、音楽

# ブランド心理

- ◆ 使う人の立場から
  - 同調性と差別化の人間心理
- ◆ ブランドとしての認知
  - ◆ 認知度 いかにより多くの人が知っているか
  - ◆ 浸透度 高級さがイメージできるか
  - ◆ 人気度 他と差別できるものがあるか
- ◆ 誰の目に適うことが必要か
  - 目利き、見立て、折紙付、極め

# ブランド生成の条件

- ◆ **もの** 文化・伝統・品質  
文化財、文化力、ノウハウの優秀さ、上質
- ◆ **ひと** 匠の技・極め・センス  
技術（テクノロジー）  
学術（ナレッジ）  
芸術（アート）
- ◆ **みち** 宣伝・仲介・実績  
道路、通信、放送、出版、マルチメディア  
悉皆屋、仲介人、権力者、有名人

# はてなの茶碗

- ◆ 清水焼の数茶碗 (葉手奈?)  
傷も割れも釉薬もどうもないのに水が漏る
- ◆ 茶道具屋の金兵衛  
茶金、目利き人、粹人、センス、人脈
- ◆ 関白鷹司宮、時の帝  
由緒の歌、箱書、貴族たちの興味
- ◆ 鴻池善衛門  
豪商、通人、流通、宣伝

# はてなブランド

## ◆ 希少価値・値打ち・由緒

不思議に水が漏る、畏き辺りの目に止まった

## ◆ 目利き人

茶金の目利き、折紙付、極め、人脈

## ◆ 宮内庁御用達

ロイヤルブランド、添え歌、箱書

## ◆ 流通・人脈

鴻池が千両で買った、流通、相場

# ブランドの生成条件

- ◆ たった一つの貴重品

同調性と差別化の人間心理

- ◆ すばらしさの認知

認知度、浸透度、人気度 抜群

- ◆ 「葉手奈」

清水の音羽の瀧の音してや

茶碗もひびに森の下露

# 新しいブランドの構築

- ◆ **認知度** 高級品、良質品としての認知
- ◆ **浸透度** センスの良さのイメージ
- ◆ **人気度** 他と差別できる良さ
- ◆ **ポイントは「信者づくり」**
  - ◆ 「新選組！」 「義経」による京都ブーム
  - ◆ 京都はすばらしいという「確信」
  - ◆ 「京もの」の付加価値を上げる
- ◆ 「京」 = 「上質」という錯覚を生む

# 新しいブランドの構築

- ◆ 認知度 「京もの」の認知度は高い
- ◆ 浸透度 「京都」のイメージは高級感
- ◆ 人気度 「京都ブーム」に乗る
- ◆ ポイントは「京都の信者づくり」
- ◆ 信者

## 儲け

# 日本ブランドに

## ◆ コンテンツの凄さと奥深さ

京都に蓄積された「和の文化」を全国版に

## ◆ 日本ブランドづくり

クールジャパン、和の世界ブランド

## ◆ 観光宣伝、国際交流

日本の魅力を海外に発信、インバウンド

## ◆ 地域の開発と保存

産業観光など新しい魅力と、エコツーリズム

# 日本の魅力の総結集

- ◆ 自然との共生、美的センス
- ◆ 伝統と現代の共存
- ◆ 産業的活力と文化的香りの共存
- ◆ 和洋折衷の文化
- ◆ 自然景観と四季
- ◆ 社会の治安と規律

# 新しいブランドの構築

- ◆ **認知度**      いかにか多くの人が知っているか
- ◆ **浸透度**      高級さがイメージできるか
- ◆ **人気度**      他と差別できるものがあるか
- ◆ **大事なものは「悉皆（しっかい）」**
  - ◆ コーディネーター、プロデューサー
  - ◆ 目利き、人脈、センス、文化
  - ◆ しつらい、みやび、わびさび
  - ◆ 格式、こだわり、えこひいき

# 京都の先端産業

## ◆ 掘場製作所

1945年創業、センサー、計測機器

## ◆ オムロン

1948年創業、公共システム機器、健康機器

## ◆ ワコール

1949年創業、女性下着、インテリア

## ◆ 村田製作所

1950年創業、セラミックコンデンサ、電子部品

# 京都の先端産業

## ◆ ニチコン

1950年創業、コンデンサー、スイッチ

## ◆ ローム

1958年創業、LSI、半導体素子

## ◆ 京セラ

1959年創業、携帯、太陽光発電、セラミック

## ◆ ユーシン精機

1971年創業、プラスチック製造ロボット

# 京都の先端産業

## ◆ 日本電産

1973年創業、超精密モーター、電子光学部品

## ◆ サムコ

1979年創業、薄膜材料、エッチング装置

## ◆ TOWA

1979年創業、精密金型、半導体

## ◆ トーセ

1979年創業、ゲームソフト

# 京都の先端産業

## ◆ 川島織物セルコン

1843年創業、織物、インテリア、内装材

## ◆ 任天堂

1889年創業、玩具、ゲーム

## ◆ 島津製作所

1917年創業、分析・計測・医療機器

## ◆ 村田機械

1935年創業、繊維・工作・物流機器

# 京都の先端産業

## ◆ 大日本スクリーン製造

1868年創業、石版印刷、半導体、液晶

## ◆ イシダ

1893年創業、はかり、計量・包装・検査機器

## ◆ 松風

1922年創業、歯科材・医療機器、人工歯

## ◆ 日本写真印刷

1929年創業、印刷、加飾成型、タッチパネル

# 京都の先端産業

## ◆ 福田金属箔粉工業

1700年頃創業、金箔、金属箔粉

## ◆ タキイ種苗

1835年創業、種苗、園芸用資材、バイオ

## ◆ よーじゃ

1904年創業、歯ブラシ、化粧品雑貨

## ◆ 第一工業製薬

1909年創業、工業用洗剤、界面活性剤

# 京都の先端産業

## ◆ 月桂冠

1637年創業、日本酒、奈良漬、医療品

## ◆ 宝酒造

1842年創業、日本酒、味醂、缶チューハイ

## ◆ 日本新薬

1919年創業、医療薬品、食品添加物

## ◆ 黄桜

1924年創業、日本酒、ホワイトナイル

# 京都企業の特徴

- ◆ **ベンチャー大企業**  
伝統産業との結びつきが結構深い
- ◆ **古い割に新しい**  
古そうに見えるが京都では新参が多い
- ◆ **オーナー経営**  
経営哲学、信用第一、がつつしない
- ◆ **株価が高値安定**  
電機・精密機械 高値20社中5社が京都企業

(日本電産、ローム、京セラ、村田製作所、任天堂)

# 京都企業の特徴

- ◆ 部品産業が多い  
伝統産業が基本、技術力が命、職人肌
- ◆ 世界産業である  
京都ブランド、東京など目じゃない、都落ち
- ◆ 特定分野でのシェア率が高い  
無駄な競争をしない、必要以上に広げない
- ◆ 環境への配慮が高い  
生活第一、金ばかりが目当てじゃない

# 京都企業の特徴

- ◆ 経営者の文化度が高い  
祇園や寺社、日本文化を大切にする
- ◆ 質素儉約  
「もったいない」、だがケチではない
- ◆ 大学との結びつきが深い  
大学に多額の寄付、研究への助成
- ◆ 本社を京都から動かさない  
本社は会長、社長の居所

# ブランドの確立

- ◆ 常に新しくあること
  - ◆ 伝統を守りつつも新しい要素を取り入れる
- ◆ 最高のものを選別すること
  - ◆ 人、もの、技術、デザイン、センス
- ◆ 組織体を成していること
  - ◆ 多くの人、もの、会社が常に競い合う
- ◆ 新選組！

# ブランドの維持

- ◆ ルーツ（源流）を大事にすること
  - ◆ 源泉、根源、資源、起源、本源
- ◆ 大義を守ること
  - ◆ 真義、道義、正義、意義、義理
- ◆ 経営を正しくすること
  - ◆ 経緯、経理、経済、経費、経度
- ◆ 源義経！

# 京都と東京の違い

## ◆ 歴史の古さが違う

東京は世界のどこにでもある都市

## ◆ 文化の熟成度が違う

京のぶぶ漬け、イケズ、京ことば

## ◆ 街の構造が違う

手のひらサイズ、30分で郊外へ

## ◆ 大学のユニークさが違う

ノーベル賞は圧倒的に京都大学

# 関西と関東の違い

- ◆ 関東は巨大な田舎  
東京はあらゆる方言の宝庫、田舎侍
- ◆ 関東は東京一辺倒  
千葉にあってもTDL、東京国際空港
- ◆ 関西は「一つづつ」  
関西国際空港というが、京阪神それぞれ
- ◆ 関西全体のイメージは悪い？  
「そうだ 京都 行こう」、「三都物語」

# 大阪と京都の違い

- ◆ 大阪のおばはん、京都の奥様  
たこやき文化とおばんざい文化
- ◆ 大阪はがめつい、京都は渋ちゃん  
なにわ金融道、京都魔界案内
- ◆ 大阪は食い倒れ、京都は着倒れ  
本当は、京都の方が食い倒れ
- ◆ 大阪は東京を、京都は世界をめざす  
兎は相手を見たが、亀はゴールを見ていた