



沖縄観光に思うこと① 沖縄リゾート産業へのヒント



事業経営や観光政策において、「どんな施設を作ろうか」、「何人お客様を増やそうか」、「何を売ろうか」が真っ先に検討されがちですが、僕は「お客様にどんな体験をしてもらいたいか」がなによりも重要だと思います。北海道の旭山動物園はこの典型事例でしょう。開業30年にして破綻寸前のポンコツ動物園が、僅か1億円の改修予算をきっかけに大変貌を遂げ、2006年度の来場者は300万人を越えました。「美ら海水族館」は240万人、「首里城公園」は250万人ですから既にそれを超える水準です。

旭山動物園の飼育係は、動物たちの凄さに触れて人生が変わる程の影響を受けた人ばかりです。閉園の瀬戸際にあつても「動物の凄さをお客様に見てもらいたい」という信念を持ち続け、その気持ちを1億円の改修に託しました。この信念を形にしたものが有名な「行動展示」の概念です。また、彼らが知る動物の凄さは商業的価値とは無関係です。「どうやってパンダを旭山に連れてこようか」よりも「アザラシの凄さはどうしたら伝わるだろうか」と考え続けました。旭山動物園では普通種を主

体に地元動物が3分の1を占め、この動物園にでもいるアザラシやペンギンがヒーローです。「人を惹きつけるために資本や目玉商品は必要条件でない」ことを示唆する良い事例だと思います。

沖縄は旭山動物園から大いに学ぶことができるのではないのでしょうか。「パンダ」を追いかけて沖縄らしくないホテルの開発やエンターテイメント誘致に大量の資本を投下するよりも、アザラシの凄さと素晴らしさを見つめ直すように、「どうしたら沖縄のすばらしさが伝わるだろう」、「我々はすばらしさを利用するのではなく活かしているだろうか」という問いに向き合うことが、「観光立県を目指す」ことの意味なのだと思います。

樋口耕太郎 (ひぐち こうたろう)

岩手県盛岡市出身。
1989年野村證券株式会社入社。2001年株式会社レーサムリサーチ取締役。同社のホテル事業戦略を立案し、2003年にグランドオーシャンホテル(元オーシャンビューホテル)、2004年にサンマリーナホテルの代表取締役社長に就任。現在はリゾートホテルなど「労働集約的サービス事業」の事業再生を専業とするトリニティ株式会社(www.trinityinc.jp)を沖縄で創業、代表取締役社長。沖縄在住、42歳。