

訪問者が背筋を張って生きていける、 その後押しになれるようなことが観光地としての本望

田中宏樹氏（（一社）近江八幡観光物産協会 事務局長）

1973年、滋賀県近江八幡市生まれ、1997年より近江八幡観光物産協会にて勤務。
2009年より同協会事務局長を務める。

目次

■ 焦らず、変に合わせず、媚びずにするのも大事	2
■ 自分の目指していることがいくらあつたら事足りるのか	2
■ 八幡の外に出る近江商人、八幡に戻る近江商人	3
■ 自らも他の地域に迷惑をかけている、 その認識から観光に対する意識を立ち上げる	4
■ いくら稼いだかではなくどう使ったかで評価される	5
■ 額面という同じ物差しでは測れない重みがある	5
■ 観光という崇高なもの、大切なものを扱うには、 取り扱い注意で適度な距離感を持つ必要がある	6
■ 質素儉約な暮らし、分相応、始末してきばる	6
■ 「薄利多売」とは、細く長く商いを続けていくこと	7
■ 自分の中にドラマやストーリーがあるのと同様に、 相手にもストーリーがある	8
■ 訪問者が背筋を張って生きていける、 その後押しになれるようなことが観光地としての本望	9
■ 決して着飾る必要はない	9
■ 人間くささ、人間であることの不器用さ	10
■ 文化と文明—観光文化は数の論理とは異なる	11
■ 近江商人は理念でつながるネットワーク	11
■ よき観光地をつくることとよき旅人をつくりたい	12
■ 天秤棒で育まれた精神—浮き沈みも見越した対応	12
■ 両立しにくいと思われるものを両立させていくことが 100年、200年、続く秘訣	13
■ 老舗には、一代では築けない風格、品格がある	14
■ 早い乗り物に乗ったら交通事故で死んでしまう	14
■ 人間には個々に気質や体質が備わるように、 まちにも特性がある、それがまちの品性、品格である	15

司会 本日は、近江八幡観光物産協会働きながら、近江八幡の観光をどのように捉えていらっしゃるかを伺いたいと思います。近江八幡では、「観光目的ではない」等の言葉がまちづくりの中で聞かれます。他の地域と同じような観光振興策を採るのではなく、近江八幡で積み重ねられたまちづくりをどう解釈して観光に関する活動を行ってこられたか、その苦労とともに観光に携わる喜びについて伺いたく思っています。まずは観光協会職員となられた当時のことをお話いただけますでしょうか。

田中 もともと新聞や広報を見ることが好きだったこともあり、広報『おうみはちまん』の中に入っている近江八幡観光物産協会職員の募集チラシを偶然見つけました。伊崎の棹飛びの写真が印象的で、八幡に新しい組織ができるのだと知りました。給料は当時話題にもなっていた年俸制と書かれていたこともあり目に留まり、とりあえず気軽にエントリーしました。なんとしても受かりたい、という意識のないままに面接を受けたら内定が出ました。その後の面談では、何か心配事ありますかと聞かれたので、「年俸制の仕組みは？」と聞いたのを覚えています。実績もないので年俸制といわれても思っていました、実際はそうではありませんでした。年俸制でも応募して来ると人を求めているということだったのと理解しています。

■焦らず、変に合わせて、媚びずにするのも大事

田中 就職後、観光協会職員として分からないなりに働いている中で、市内の名所旧跡や企業の深みや、難しい地名や人名などを知ったり、あそこあそこがつながっていたんだ、こことここがこんな風に関連してるんだなど、いまだに発見や驚きがあります。

そのような意味で、八幡は飽きない、楽しめるというか、「誰かに聞いてほしい、聞かせたい」という驚きや発見が日々あります。ヴォーリズさん¹⁾にしても近江商人にしても、地元を大事にする、地元の身の回りの中に大切なものがあるという考えは自分の中の考えと一致していました。それが喜びというか、近江商人とヴォーリズさんは、子供の頃から何となく感じて育ってきました。何かよくわからないが、偉い人なんだ、いろんなことをしてくれた人なんだと。ただ、近江商人に関し

ては、社会の評価が変わってきたと感じています。かつては、近江商人はがめつい、と言われるので敢えて近江商人であることを話さなかったと伺ったことがあります。ただ今は近江商人に関連することを口にすることがプラスになっています。CSR(Corporate Social Responsibility(企業の社会的責任))やSDGs(Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標))が社会で問われるようになってきた中で近江商人が評価されるようになってきました。これまでは、生産者ではないものが右から左で儲けるのはけしからんという見方がありました。それが変わってきていると感じています。近江商人の姿勢、行動自体は全然変わっていませんが、世間が変わってきているだけなのです。ブレないでじっと我慢していたらやがて風向きが変わってきます。焦らずに、変に合わせて、媚びずにするのも大事なことだと思います。短期的な評価を求め過ぎると本質まで失ってしまいます。八幡堀に関しては、自分だけで変えられるものではない、誰かのものではない、みんなのものであった、それがよかったのではないのでしょうか。豊臣秀次²⁾に対する評価、見方もそうです。以前は殺生関白と言われていましたが、今は悲劇の城主という見方になってきています。

■自分の目指していることがいくらあったら事足りるのか

田中 尊敬される商人というのは、人によって考え方は異なりますが、個人的には、近江商人は生き方の模範であり、先生という感じがしています。

商いには、「稼ぐ前」にすることがあります。これを作ったから買ってくださいというよりも、相手を思いやる配慮やお客様への感謝、商品を生み出すためのストーリーがあつてはじめて物の売買に至るという側面があると思っています。いいものを作ったら売れるだろう、安い価格設定をすれば売れるだろうという商いは続かないです。派手な宣伝やパフォーマンスは見る人にはウケるでしょうけど、滋賀県のような地味な性格の人間からすると、愚直に生きていくしかないのかなと思っています。何十億、何百億のお金を稼ぎたいのではないです。少しゆとりのある生活ができる程度

のお金があればよいかと思うと、そんな難しいことを目指さなくてもよいのかなと思います。お金持ちになりたいとは思いますが、自分の目指していることはいくらあったら事足りるのか。人よりはいい暮らしはしたいけれど、それが1,000万円なのか、1,500万円なのか、案外、飽くなき欲望に惑わされているだけで実は既に満たされていることに気づいていないだけかもしれない。

司会 指標で測れるものとは異なり、人間の欲は測れない、計り知れないというのが根底にあるのだと感じました。確かに、いくらあれば事足りるのか、いざお金で換算するのは難しいですね。

田中 心の満足度の問題だと思っています。近江商人は自分を知って律しているのだと思います。それは、儲けるための知恵や工夫を知っているということではなく、きちんと休む、きちんと家族と暮らす、きちんと町内会に参加するなど、万遍なくバランスを保っている方のほうが幸せに暮らしていると感じています。嘘をつかない、身体を壊さない、家族や地域と仲良く暮らす、そんな風に生きられたら良いなと思います。

司会 近江商人の倫理、道徳が、企業の社会的責任という視点から着目され評価されたことは非常に良いことであつたと思うのですが、実際の近江商人の道徳、倫理は企業の社会的責任にとどまらない、収まるものでもないのかなと感じています。私自身、まだ勉強中ですが、社会にそれが十分に伝わっておらず、ややもどかしく感じています。

田中 近江商人の残した理念や家訓は、哲学、道徳、倫理です。中国で何千年も前に議論されつつもいまだに答えが出ていないもので、例えば、仁、義、礼などを大切にする生き方などと同様に、それぞれの理解の仕方、解釈が異なります。

司会 近世では士を最上位、商を最下位とする士農工商社会の中で、商の地位を上げるために近江商人は武士と同様に学んでこられました。それは何百年の書物による学びだけではなく、実践の中で裏打ちされた行動を伴ったものだと感じています。

田中 近江商人は、小難しい学者になるわけではなく、市井の中で生きてきました。稼ぐだけではない、売り上げ高、株価だけではない価値観を持っていま

す。あの会社に入ったら、人間として一人前にしてくれるのではないか。社員は心や精神が満たされて穏やかである。そんな仲間の傍らにいたいと感じられる会社が良いなと思っています。それは観光地でも同じだと思っています。

■八幡の外に出る近江商人、八幡に戻る近江商人

司会 近江商人は、八幡に本店・本宅を構えて暮らす中で育まれた精神に加えて、他国に行商、出店するという中で育まれた精神を合わせ持つ、そこが他の地域と一線を画す点だと思っています。

田中 近江商人の話で、ふとんの西川さん¹⁾は近江八幡に店舗を構えられます。一方、近江牛毛利志満の森嶋さん²⁾は東京にある滋賀県のアンテナショップ「ここ滋賀-COCOSHIGA-」に出店されます。近江八幡に出店してくる人と東京に出店される人で、一度対談してほしいと思っています。そういう人の話を直接聞けるという場をセッティングするのが、私の20年目来の夢です。

以前、協会の役員さんにふとんの西川さんのような会社に協会の会員にはなってもらえないのはなぜなのかと聞いたことがありました。それは、ここ(近江八幡)で商売をしていないからということでした。

時間が流れて、ふとんの西川さんは近江八幡市のふるさと納税でも関わられ、この度協会にも入っていただきました。観光物産協会の理想とする姿になってきました。近江八幡の観光関係者には、東京で頑張っている人もいますし、東京から戻ってくる人もいます。この地で働く従業員は生き生きしている、会社も素晴らしい、ここに住んでみたい、近江八幡で元気な人達の話をもっと聞いてみたいという場所になればよいのかなと思います。今回、毛利志満の社長、西川の社長の対談の場を設定するため調整をしているのですが、この場を持つことは楽しみです、改めて、学べる、尊敬することにつながるとよいです。

近江八幡は、「知的再生産」、「精神修養」を求めている観光客に応えられる観光地でありたいです。我々も地域外に同じ情報を発信するのではなく、少し選択して、こういう人になら効き目が抜群というものを発信できればと思っています。それを一義に求め

ていない人もいっぱい来られますが、本当はこういう人に来てほしいと打ち出せる、『水都八都』(観光協会発行の情報媒体)で発信できる、それを通じて一つ旗を立てられるというのは職員の冥利につきるところでそこはこだわりたいです。

■自らも他の地域に迷惑をかけている、

その認識から観光に対する意識を立ち上げる

司会 観光振興を通じた地域活性化を考えると、自分の地域でいかに観光客を受け入れるか、受け入れる側としての立場に固定化して観光を考えてしまいがちです。外貨獲得戦略として観光を一義に捉えすぎるとその傾向はさらに増します。ただ、地域は、地域観光戦略だけでなく、本当は、外での商いと地元での商いの両方をトータルで見て地域全体戦略を考える必要があると思っています。他の地域(外)に出ていく、中で受け入れるのバランスで見る視点が大切です。

通常、観光を地域で考える、取り組むとなると、自分の魅力を知ってもらい一辺倒になってしまいます。そうした受け入れ側の意識が固定化するのはいけません。そう思っています。例えば、オーバーツーリズム下では、他地域からの投機は問題を確かに引き起こしていますが、自分自身の投機については問題視していない場合が多いように感じます。近江商人のように自らの投機を戒めるような姿勢、視点はあまり感じられません。

「三方よし¹⁾」は、他国に行商に出ていく、出店を構える等の行為がある中で生まれたものと理解していますが、八幡には、琵琶湖を通過する物資の全てが八幡堀を通過しないといけなかった。物資や人、情報が集まってくるという歴史と、地域の外に出ていくという歴史の両方が八幡にはあります。商人が外に出ていく(行商、出店)、現代で言えば、旅行者として、企業として地域外に出ていくにあたっての思想が、我が国の他の地域では十分に育っていないのではないかと感じています。受け入れる側としての地域の姿勢や考えは、徐々に積み重なってきましたが。

田中 もちつもたれつ、入ってくるだけではない、出でくだけない、商いでいうと仕入れる、売る、両方が

ないと成り立たないです。天気、景気なども影響を受けます。情報もそうです。人からいい情報をもらおうとするとまずいい情報を出さないともらえない、もらったらずし出したらもらえるし、一方通行はありえないのです。だから提供する情報の質にも拘ります。情報に価値をつけたいのであれば、それに見合う内容も責任を兼ね備える必要がありますし、大切に扱って貰えるところであれば、出し惜しみはしていません。地域と訪問者、さらに世間にとってもよい正しい姿を発信していくことが大切です。

司会 迎え入れるお客さんと地域住民の二者間における双方向だけではなく、近江八幡では自身が受け入れ側でもあり、外に出ていく旅行者・企業でもあるという双方向の意識が一人の人間の中にあるように感じています、もちろん近江八幡市に住む全ての人ではないでしょうが。

田中 働く場所や学ぶ場所は京都や大阪と言う方も少なくないですし、根っからの滋賀人は少ないかもしれません。いろいろなところから人が入ってきています。観光地として捉えると、オーバーツーリズムの問題はありますが、他の地域に行ったら迷惑をかけていますし、自分の地域に来てもらったら迷惑をかけられてもいます。自分が行っているときはそのような意識はないということが多いですが、実際にはお互い様です。そうであれば、行くときには迷惑をかけないように、来てもらう時にはできるだけ迷惑を掛けてもらわないように、というバランスが重要かと思えます。

また、自分が他の地域に出かけて旅行をさせてもらっている旅行者の立場を意識するようになれば、自分の地域で受け入れる際にも、おもてなしの気持ちとともに、自分のまちに良い印象を持ってもらおうと、観光客受け入れに対する意識が高まってくるかもしれません。そうすると、特定のお店にだけお客さんが行って自分たちに恩恵がないという、観光事業者か否かで生まれてしまう感覚はなくなっていくのではないのでしょうか。

司会 近江八幡のまちづくりを振り返りますと、八幡堀再生保存運動では「八幡堀を汚したのは自分たちだ」という意識の転換があったかと思えます。オーバーツーリズムの際には、問題を引き起こしているのは

自分たちでないですかとのお話も八幡の中で伺いました。

田中 因果応報というか、原因は自分たちにあるという意識があります。八幡堀を汚したのは自分たち、安易な方向に流れたのも自分たち、是正するのも自分たちという意識です。自主独立というか、自分たちでやっていくという意識です。

■いくら稼いだかではなく

どう使ったかで評価される

司会 稼ぐ観光は、地域経済の存続という視点では重要ですが、近江商人の視点から見ると「稼ぐ」で留意すべき点はありますか。

田中 「稼ぐ」前にすべきことについては先ほどお話をしました。「稼ぐ」を考える際に忘れてはならないのは、お金で買えないものは何かです。商いの文脈では、それは「信用、信頼」です。これらはすぐに得られるものではありません。そして、稼いだ後も大切です。近江商人の世界では、いくら稼いだかではなく稼いだお金をどのように使ったかで評価されます。ただお金を稼ぎたい、稼ぐという部分だけであれば、「稼ぐ」を軸にした事業を学べる大学やセミナーで学んだほうが良いのかもしれませんが、尊敬される商人になりたいならぜひ八幡で学んでほしいと思います。

近江商人の道徳的な話は、色褪せないものであり、聞いていても元気をもらえるというか、律することができるヒントをもらえるものです。なかなかわかりにくいもので、結果も成果もすぐに出ないので伝えにくい部分はあります。経営における理念や戦略的なものは今すぐくポピュラーになってきていますが、戦略は文明と同じで短期間で打ち出せるでしょうが、理念は少し時間が掛かります。それは、数字だけを追い求めていても出てこないものです。そもそもなぜこの商いをするのか、どれだけ事足りるのか、どれだけお金が必要なのか。抱えきれないもの(お金)を持っても、お金の使い方のほうが難しいと思います。稼ぎ方の難しさが言われますが、実際はきれいにお金を使える人は少ないと思います。それは自分がいつ死ぬのかわからない、いつ病気になるかもわからないから使えないにつながりますが、商売も同様にどんなことが起こる

かはわからないですし、困らないようにするには、どうしたらよいか。いろいろ考えると、それは決してお金ではないな、お金で買えないものがあるんだということがわかるような気がします。

■額面という同じ物差しでは

測れない重みがある

田中 金品を稼ぐ経済だけを求めるのであれば、テクニカルな話はいろいろあると思いますが、稼いだお金をどのように使うか、どのように回していくかが非常に重要です。

また、金銭的には同じ額のお金であっても、この人からもらった100円とこの人からもらった100円は同じではないのではないのでしょうか。相手との関係や相手からの想い、信用をしっかりと受け止めると、こちらの100円を大事にしたいという感情が芽生えます。

例えば、まず名前を貸す側としての立場の場合、1,000円でも、3,000円でも観光協会物産協会から協賛金を出してほしいと言われてたりします。1円でも支出されたということが認められているということになります。私自身は逆の立場がありますので、そうした感覚があります。今回ふとんの西川さんに会員になってもらいました。知らない人はふとんの西川さんは大きなところだから10口、20口でも協会費をと言うかもしれませんが、1口でもよいのです、1,000円でもよいのです。その行為がなされていることは、信用されていることになるからです。その1,000円は、額面上のただの1,000円より極めて重たいのです。だから大切にしているのです。

司会 よく観光消費額を推計して、それがいくらだった、他の層と比較してこの層の観光消費単価はこちらより高いなどと報告書で書いたり見たりしていますが、そこには額面しか載っておらず、お金をやりとりする行為の意味、人と人との関係性は消しさられて、人の顔というものは一切見えません。同じ物差しに揃えて他の意味をそぎ落としてしまっているのだと話を伺って思いました。消費する側面のみではなく、人、人間を総体として捉える意識を主軸に据えた上で、消費なり消費額を扱わないといけないのかなと感じました。

田中 稼ぐなら世界のお金持ちを手っ取り早く連れてきたほうがよいでしょう。博打、カジノなどは、お金を稼ぐということに限って言えば間違っていないでしょうが、本質的でないですし、相手を尊重していないと思います。たとえ手間がかかっても研修して学んで帰ってもらうほうがその人の一生に残ると思います。そこで何千円、何万円得したと思われるよりも、あそこで聞いた話が人生で役に立ったんだ、というほうが長い目で見たら宣伝効果も大きいと思っています。大学の授業で近江商人を学んだ、あの社長がぼそっとあんな話をしていた、というほうが心に長く残るのではないのでしょうか。一年、四半期という単位ではなく。

司会 お金でなく、あなたの心に何年残るかということでしょうか。測るのは難しいですが、その場限りではなく、耐久、耐用年数が長いということかなと思いました。

田中 昔昔あるところにはないが、いつの人が言ったかわからないが、今も立場が変わって子供に言っている、それが家訓や教訓です。口すっぱく言われた、聞かされた、今は口酸っぱく伝えているという人が八幡にはいます。

司会 敢えて言うなら、八幡の会社は、「会社」員ではなく「社会」人という視点で人を育てているのだと思います。

田中 近江八幡の企業で育て学んだら人間としてどこでもつとまる、どこに出ても恥ずかしくない。どこまで行っても人は人間同士のコミュニティでしか生きていけないのです。物を売ってくれる人、作る人もいないといけません。故障したら修理マンにも来てもらわないといけません。八幡では社会性のある人を育てたいし、そういう人たちにきてもらいたいのです。

■観光という崇高なもの、大切なものを扱うには、取り扱い注意で適度な距離感を持つ必要がある

田中 1970年代に提唱された近江八幡の目標像「知的再生産のまち」、「死に甲斐のあるまち」、「パーソナリティの復活」を超える目標像は今のところないです。観光協会に就職が決まったときに『まちづくりはノーサイド』(かわばたごえへ、1991)を不思議と手に取って読みました。ずっと話が消化できて面白かつ

たですし、私が大切にするのはこれだなと思いました。そしてそれは今も変わらないです。

お客さんと呼ぶとか儲けるではない、「観光という崇高なもの」に関わるのだという意識がありました。そうした意味合いのもとで観光のステータスが上がっていくのは、ありがたいと思う反面、観光には少し違う方向に安易に捉えられている部分もあります。観光は便利なものでありますが、「観光は大切なものなんだ」という捉え方をしていますし、それを取り扱い注意の中で距離感を持ちながらやってきたのが近江八幡の観光文化だと思っています。観光の経済的、産業的側面ではない、倫理、道徳に近い、本来の意味に近い観光にしていきたいと考えています。観光がどうこうというよりも、生き方や人間形成の歩み、人々が暮らすコミュニティも含めた観光を知ってもらえたら、きちんとした人間になって、尋ねる、迎え入れることができるようになると思います。それが観光であり、そこに飲み食いや宿泊が付きます。物事には順位がありません。

■質素儉約な暮らし、分相応、始末してきばる

司会 質素儉約な暮らしは、稼いだお金をどのように使うかの裏返しなのかもしれません。そこには商人同志の目もあつたかと思います。享樂的な生活を好ましく思わない価値観がたつという理解でよいでしょうか。

田中 近江商人における「質素儉約^質」は言葉として難しく、誤解されがちな言葉の一つです。40、50もの部屋がある家を建てても使いこなせないですし、あちこちに別荘を持っていても行き切れないです。会員券なども幾つも持っていたとしても使いきれないかと思いますが、そういうものを自慢したいという享樂的な自己顕示欲が人間にはあります。それを認める一方で、あまり貧相な家は暮らすには適切ではなく、それなりの家、それなりの車は必要だと思います。家族と仲良く美味しいものを食べるには健康が必要ですし、家庭、住まいも必要です。雨漏りする家では、健全な暮らし、健全な精神も保たれないので、そこは否定する必要もないです。ただ何でもかんでも成金になるのは本質から外れてくるし、尊敬されません。きちんと質素というか身なりに合うものを、その人に相応

しいものを持ってほしいと思います。

司会 「質素儉約」な暮らしについては、近江八幡の町並みを見れば、いわゆる貧相を意味しないということはわかりますが、それは心豊かな中で節度ある暮らしをするということでしょうか。

田中 階級ではないですが、例えば、祭りで一口1万円の寄付をする中で、あそこの家は10万円、あそこの家は5万円などが何となくあります。そうした中で、5万円の人が10万円払うと、えええかっこしやがって、5万円出せるのに出さないといけないとなってしまうかもしれません。そのときそのときの立ち位置、求められる応分の負担を判断することが重要です。あの人が年齢的、経験的に、あの人がごちそうしてくれるだろう。それを言わずとも、今日は自分が持つはという、適材適所といいますか、変な暗黙もあります。世の中で言う「質素儉約」という言葉とは違うかもしれませんが、分相応ということです。近江商人は、財の豊かさに見合う、人格、教養、礼儀作法、人間形成を強く求めました。奢ることは身を滅ぼすことになると子孫を戒めています。もちろん、やせ我慢したり、見栄を張ったりということもありますが、そうすることで頑張っって自分の地位をあげていくこともあります。そこで無理をし過ぎない。あの時出したお金が損したと、後に悔やむようなことでなく、気持ちよく飲めたらいいではないかというようなことです。ない袖は振れませんが、ある袖、持っているカードは切るという感じです。

「始末してきばる」という教えもあります。きばるは働く、始末は節約の意味です。ただそれは、食べるものを食べず、着るものも着ずに無我夢中に働くということではないです。また始末とはケチとは異なります。無駄なお金は使わず、世のため人のために、生きるお金を使う、遊ぶときは遊ぶのですが、節度を持つことは必要であり、常に始末の心を忘れずにということです。

司会 近江商人をしっかり伝えるのは非常に難しいように感じています。「三方よし」に関しては、言葉だけが先走っているようにも感じています。安易にフレーズとして使われてしまっていたり、単なるわかりやすい説明のためのフレームのように使われています。また、「四方よし」という中で使用される「未来よし」に関して

は、例えば、「吾、即ち先祖の手代もなり^{viii}」というような言葉を知った上で使用されているのかなど、私も勉強中の身であります、いろいろ思うところはあります。「三方よし」を入口に近江商人の理念等に関心を寄せてもらうことは非常に良いことではあります。

田中 「三方よし」は決して三つだけではないです。言葉が額面通りに、例えばその三つは何ですかと取られることも少なくありません。

世の中には○と×で正しいものがどちらかを選ばせるのがありますが、世の中はそんなに簡単に割り切れないものでグレイゾーンがあります。短期間の、わかりやすさの中で埋もれてしまうもの、説明しづらい難しいもの、スピード社会に追いつけないものがあります。

司会 入口としてのわかりやすさを意識することは重要という考えには共感しますが、一方で、入口で終わってしまっていないか、出口にまで到達しているかの検証がないように感じています。入口を量産することによる入口消費の先に、奥深い理解につながっているのか、出口に到達しているのかの出口調査が必要かなと思います。そしてそのためには、奥深さを知らうとしたときに耐えられるものが地域で掘り起こされている必要があると思います。

田中 「真心、信用」はカタチにできないものです。入口はあっても出口にたどり着くまでの道のりは長いです。そして入口は同じでも出口はそれぞれによって違いますし、それで良いのだと思います。

■「薄利多売」とは、

細く長く商いを続けていくこと

田中 「薄利多売」は世の中一般的には、安く大量に売ると理解されると思いますが、近江商人においては「細く長く続けていく」ということを意味します。ある方が、売り手よし、自分からよして始まる。決して買い手よしではなく、と仰っていました。売り手よしについては、まず自立をしないと商いは成り立たない、誰かに恵んでもらう、誰かにお情けで買ってもらうでは商いは成り立たない。きちんと商いをする、商いを続けていくということは、きちんと利益をもらうことであると。楽をしようと思えば、博打のような商売をすればよい

ですが、それが二度、三度、続くかはわかりません。継続的な取引をし、継続的な利益を得ようとするなら、できるだけ安くするほうがきちんと長く商いが続きます。

当協会の森嶋会長は、請求書持ってくるような人たちともに仲良くする、彼らにも声を掛けると話されていました。お金をもらいにくるというのは、実は難しいことであり、卑屈になる、引け目を感じる行為と捉えられがちですが、決してそんなことないとのことです。請求書をもって端数を切られて我慢する、請求書を持ってきたが忙しいから次にしてとぞんざいに扱われることがあるかもしれません。しかし、日頃から丁寧に扱うことで、品不足になったときに同じものを売るならこの人に買ってもらうという心が双方に生まれるのです。

司会 先ほどの額面でお金を捉えるのではなくということと同じように、品不足の時にも、この人に売りたいと顔が見えている、ということでしょうか。

田中 長い目で見たら、品不足のときもあります、オイルショックもあります。狂牛病も口蹄疫もありましたが、良い時には浮かれないこと、苦しい時は悲壮感を漂わせないこと。うち大変やから、厳しいから、苦しいからというお店では近江牛を食べて美味しくないと。やすらぎの空間を提供しているのだという心構えを持っていないといけないかと思います。本音の部分では、枕を高くして寝られないこともあるかと思いますが、軸が長いので、自分が変なことにお金使ってしまうようなことがなければ恥じることはないです。あとは神様、仏様の世界に委ねるといふか、自分の力だけではどうしようもない宿命的なものを背負いながら、お天道様に見放されない商売を続けていけば、悪いことばかりではないし、いいこと、助けてもらえることもあるでしょう。世間様、お蔭様と世間や陰に様をつけているように。

司会 奢らない生き方をよしとする近江商人にとって、人間が最上位にいるのではないという意識を持って生きることが重要なのだと感じました。

■自分の中にドラマやストーリーがあるのと

同様に、相手にもストーリーがある

田中 八幡の良さは観光にとらわれることなく、まちのありのままの姿を感じられるところです。ここに観光に

来られるかたも、多くは、のんびりした雰囲気や癒しを求めてられています。だから私たちは人でごったがえす状態をつくることを望んでいません。

また、観光に来る人たちにも、自分たちの出身地についてもっと誇りを持って来てほしい、そして、それを自分たちに伝えてもらいたい、お互いの良さを知り、さらに自分のところの良さを改めて感じてもらえたらよいと思っています。その意味で、近江八幡は観光よりもむしろ勉強に来るところなのです。

八幡に来てあの時あんなこと言われた、その時は理解できなくても、自分のふるさどがどういうところかを思ってくれると嬉しいです。単に近江八幡にまた来てください、住んでください、ということではなく、まずは自分のふるさとのことを本当に考える人が増えれば、本当の地域振興、観光振興につながっていくと考えています。わざわざ交通費を掛けてきてくれた、そうした方に対して応えられることが大切です。

司会 他の観光地はこういうことは言われなないかと思います。自分の地域の魅力を伝えることに精一杯だったり、プレゼン力磨きに走ったり、それはそれで決して悪いことではなく良いことなのですが、それだけではないのが近江八幡の魅力だと感じています。

田中 自分の中にドラマやストーリーがあるのと同様に、相手にもあるのです。

司会 地域に対してストーリーが必要です、しかし私は言っていなかったです。双方にある、相手を尊重するという考えが私には欠けていたと思います。

田中 事情、都合、その時にしかわからないもの、そのときにしか見えないことがあります。そして同じ人間でも、あの時言っていたことが、この年になるとあの頃は若かったなということもあります。正しいか、正しいかについては、その時点での判断はできますが、長い目で見たらここにたどり着くには、こういう失敗をしておかないとというものがあります。この時にこういうものを作った、この時はこの時にこういうことを言った、それも文化だと思っています。川端五兵衛さん¹⁶はいろいろな人生があったと思います。立場が変わって、相手の事情、都合もご理解される中で、変わらない筋があつてぶれないものを持ちながら生きてこられたのだと感じています。

■訪問者が背筋を張って生きていける、その後 押しになれるようなことが観光地としての本望

田中 初代の近江八幡市立資料館の館長が、近江商人のことを勉強しに来る人が最近増えてきたが、勉強したところでトラックの時代、空輸の時代、インターネットの時代に、近江商人が足で稼いだ、ネットワークで情報を得たとか、蚊帳を売ったとか、畳を売ったとかは全然役に立たない。当時のもの真似をしても役に立たない、新しい時代のものを当然取り入れればよいし、新しいやり方を取り入れればよいが、変わらないこと、本質的なものは、信用、信頼や、安全、安心であり、それあつての商いである。着る物、履くものは変わっても人間の中身はそう変わらない、簡単に変えられないものである。彼らは信用を得ていたから、情報が手に入った。取引先と仲良くしてたから、良いものが手に入った。ネットワークを使った、宿で情報交換したなど、やり方は異なるが根本的な部分は同じであり、そこを学んでほしいと館長は話していました。

「知的再生産」とは、事実や結果をただ学ぶだけではなく、また、それを聞き学ぶことが特定の人だけに役に立つということでもありません。近江八幡に製造業の人が来ても、教育者が来ても、農家の方が来ても、近江商人やヴォーリズさんを見て、自分の仕事に活かそう。主婦の方が自分の生活に活かそうと、解釈はいろいろありますが、自分の中でレベルアップするとか、背筋を張って生きていける後押しになれるようなことがあれば、観光地としては本望です。

来訪時に完結してしまう観光ではなく、観光客がもってかえり、その後の生活、人生に活かせるような観光をしていきたいと思っています。お土産などと違い、精神は消費されません。

司会 近江八幡は、相手であれ、自分であれ人々の暮らしにどのように役立つか、という「生産」の視点で考えていらっしゃるのだと思います。近江八幡では、用語「消費」をあまり使わないように感じており、特に「浪費」という用語に関して敏感なのかなと感じています。

田中 今までの観光は「無理に浪費させる観光」であ

ったと思います。「質素儉約」を大切にしている近江商人からすると、ちょっとあれは身の丈を超えているとか、ああはなりたくないよね、なんかはめをはずしすぎているという感じでした。度を超すことも超されることもいやだし、このまちでそれをされることも嫌だと思
う観光が他の地域では行われているように感じていました。商いという面では、憧れられないというか、いい仕事をしているとは決して思えなかったです。はめをはずせば、お上からお咎めを食らうし、卑屈になれば下になってしまいます。「奢らず、威張らず、卑屈にならず」、こうした姿勢を大切に貫いてきたのが近江商人だと思います。

それは、確固たる意識、オウム返しに言えるようにはなっていないですが、話すときみんな同じような答えが出てきます。変に意識もしていないし、ひけらかすこともないですが、なんとなく共有している、なんとなく受け継がれていて活かされています。若い時に聞くからなるほどと思ってしまうのかもしれませんが。その時は何か難しいことと言われてよくわからないですが、間違ってもいいよなと思うのだと思います。そして年齢が上がって、上司から何か話せと言われて、今まで見聞きした話を自分がしていくと自分の言葉になり、しっかり体得していくというような感じではないでしょうか。

■決して着飾る必要はない

田中 水郷でも近江商人でもよいですが、何かを求めてここに来られているので、そこには応えたいです。美味しいものを食べたいでもよいですが、美味しいものを食べることは、誰と話をして食べるかにもよります。本協会の会長森嶋さんから聞いた話ですが、お客さんは、場合によっては遠方から、この日のご馳走のためにお金を貯めて来られます。期待感やわくわく感を持って来られたときに、こちらが食事を「はい、どうぞ」と出して、数値で旨いか、何点かと品評会をする、お客さんはそのために来られるわけではないのだと。こちらに来られる前に「お待ちしております」という言葉、そして、予約表を送るなどそうした一連の過程が大切だと。来月になったらクリスマスプレゼントがもらえる、正月になったらお年玉がもらえるなど、そうした期待をも

ってもらふことや、それを裏切らないことが大切です。着飾る必要はないですし、東京スタイルになる必要もないです。ただこれが近江商人だったのか、これが水郷だったのかと。決して日本一きれいでも日本一便利でもないですが、なんか来てよかったな、期待を裏切らなかつたなと思ってもらえるようにしたいです。変に垢抜けていたり、変にきれいになっているよりも田舎くささをもっているほうがよいのかなと思っています。

青森に行ったとき、行く先々の観光施設は標準語で東京、大阪で話しているのと変わらない状況でした。ただ印象深いのは、電話で話しているおじいさんが、おそらく「雪が降っているので迎えにきてほしい」というようなことを方言で話されていました。同じ日本でもあれだけ言葉が違うのだと触れて、それでやっと東北に来たのだなと感じました。近江八幡では、赤こんにやくも普通に出てきます。近江商人の本宅・本店は非常に大きいですが、金箔を張っているというわけではないです。「質素儉約」はボランティアガイドなど語る人がいないと伝わらないものです。近江商人や町を解説する看板もつくっていますが、べたべた張ったりするものではないです。

■人間くささ、人間であることの不器用さ

田中 旅のペンクラブの方が「文明は一日してなろうと思えばなる。でも文化は一日してならない。」、「我々は文明地を求めていくのではなく、文化を求めていくのだ。」と仰っていたことが強く印象に残っています。ビルが立ち並んでいて、それこそスマートで、待ち時間もなくぱっぱと地下鉄、電車が乗れる。確かにそうした地に仕事では行くかもしれないが、我々は文化がある地域を訪ね歩きたい、それこそ旅であるという話でした。スピードだけなら新幹線に乗った方がよいですが、でもローカル線、各駅停車に乗りたい、そこに人間の非効率的な欲求があり、そこに地方が生きていく、地方が地方である意義があると思っています。東京などの大都市、世界の指標にただ乗ってゆくことは自分のポリシーに反します。

司会 違う価値(観)を打ち立てていくことが必要かと思っています。そうしたものに乗っていくほどどつばに

嵌っていくという側面があります。例えば、DX (Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション))。スマートであることの重要性和それが今後の世の中のスタンダードになっていくことはわかっていますが、そこだけを追っていくと、いつまでも追従するだけで、他に力を注ぐ意識が薄れてしまうでしょう。まだゆつくりな変化なら良いですが、変化は世界規模でどんどん加速していつています。地域ならではの文脈でのストックをどう形成するかという視点と、大都市ではない地方、地域が追いつけない部分が多いであろう競争の中で、どこまで、どの速度で対応するかの見極めが必要かと思います。

田中 それはどれだけ走っても決して追いつかない競争です。人間はそこで卑屈になってしまいます。世の中でもそうです。どうせあいつは能力あるから、俺は能力がないからだめなんだ。うちのトップが悪いかなど、ギスギスしてきます。楽しく仲良く生きられなくなります。決して今のままがいいわけではないですが、何も東京などの大都市のスピードに乗せるだけではないです。

おもしろみというか、人間くささがないのはロボットに成り代わられると思っています。人間であることの不細工さ、不器用さがあるから、ちょっと言葉が通じなかつたり、ちょっとうっかり、そそかしい。そんな人間模様が旅の思い出になります。早口だった、ぼそぼそ言われてよくわからなかつたが、親切にしてくれた。おいしいお店を紹介してくれたなど、ネットで調べたら分かるものとは違うのです。

司会 今の世の中、Web 上にはあらゆる情報が溢れています。コロナ禍で移動こそ制限されていますが、自身の体験に基づかない情報であれば、Web 上で世界中のことが取得できます。アウトプットは、収集力、整理力などによるのかなと思います、ある程度は誰がやっても同じ答え、整理になるような気がします。コロナ禍で移動できないからこそ、ただ早く整理を行い発信するだけではなく、自分たちにしかないものは何か、根幹を見つける努力が必要かと思います。魅力を軸とした競争ならまだ理解できますが、今は何を競争の土俵に上げて闘っているのか、わからないものも一部に見受けられます。

田中 最終的には自分が見て美味しい、自分が見てきれいということが重要です。それは失恋したときに見る、家族ができたときに見る、その景色の見え方、見方はライフステージによって変わります。その時には見えなかったものが見えてくることもあります。

■文化と文明—観光文化は数の論理とは異なる

田中 私の個人的な考えでは、文明は都市文明をイメージします。一方で文化は農村文化、人間が積み重ねてきたものが文化だというイメージがあり、近江八幡は文化が相応しいと思っています。文明を都市と捉えれば、手を伸ばせば、京都、大阪、名古屋があります。近江八幡は文化を残せる、守れる、文化を楽しんで暮らせるまちです。文化を捨てて文明都市になったところが多いですが、文化を捨てなくても、文明の利益を享受しながら生活できる場所が近江八幡です。

文明利器である鉄道を旧市街に敷くか敷かないか、高速道路を誘致するかしないかなど、時に拒否をしたり受け入れたりしながらしている中で、観光というものがやってきました。もう観光も一つの文化になっているのではないかと思います。50年間くらい掛けて観光が近江八幡でも根付いてきたと感じています。その観光というのは、決して人を呼ぶための手段、目的としての観光だけではなく、先ほど述べた取り扱い注意の観光の考え方は、世代を超えて、他人であっても共有されています。おじぎすることと同じくらいに、教えられたわけではなく、観光客をどんどん呼ばなければと、という人は八幡では数少ないです。

観光文化は、効率性や効果を求めるものではないです。非効率で非合理的な点もありますが、理屈や数の論理とは異なります。多数決とは異なる決め方であるかもしれません。今の民主的なものでは、有権者の投票の中から多数決で決定されますが、近江八幡は、先祖の視点というか、過去の視点も含めて決めていくというのが文化的な判断かなと捉えています。川端五兵衛さんが言われていた「近江八幡に観光の歴史がないからこれ合あわんやろ」という決め方がその一つかと思います。「これからは観光やで、銀行も金を貸してくれよるで」と世の中の情勢、動きを分析して

判断するのではなく、「なんか合わへん、なんか馴染まへんよな」という決め方です。自分の頭では決めていても、「親からも聞いたこともない、友達からも聞いたこともない、しっくり合わへんよな」という価値観、そこは文化が後押ししていると考えています。文化的な軸での選択のような気がしています。未来永劫、そうしてはいけないということではなく、今はそれが合わない、やがてそうなっていくことは否定もしていません。

「らしさ」と「らしくない」に向き合うと、そこは単に売れたらいいというものじゃないだろうにつながってきます。商売人だから売れるもんを売ったらいい、売れる場所を設けたから出店しないさいよ、というのではなく、お客さんがどんな状況の人なのか、その場所がどんな場所なのかで判断します。企業もそのあたり肌に合う合わないの判断、選択をされていると感じています。売れるところさえ用意したら喜んで出店してくれるという安易なものではないです。企業は儲けるべき存在ではありますが、利益というものは決して金銭だけではないです。バランスというか和をもって尊しという部分もあります。出し抜くは商人道としては褒められないやり方です。武士が後ろを向いている人を切れないのと同じように、誰かが困っているときに儲けるのは商人道に反します。商人には商人道があると感じています。

■近江商人は理念でつながるネットワーク

田中 江戸時代に石門心学を始めた石田梅岩という方が、武士が働いてお金をもらうのと同様に、商人が人のために動いてお金をもらうのは決して卑しいことではないという自覚を持ち、卑屈になることはないよ。ただ、倫理を持った商人になりなさいということを教えています。その影響を受けた近江商人も多いようです。やはり恥じない、後ろ指さされない商売をしましょう。ルールすれすれ、ぎりぎり、ルール上は違反ではないがグレーゾーン、黄色信号のところ商売をするなどは、儲かるかもしれないがけれど倫理的に良くないです。

近江商人では個人商店名はそれほど出てきません。三井・三菱・越後谷・紀井国屋等、財閥のような企業も出てきません。あそこもここも近江商人だったと

いうのが多いです。それが特徴です。みんなでやっ
ていこう、独り勝ちしない・するものではないという精
神があります。近江商人の本店・本宅には大きな家、
立派な家がありますが、宮殿のような家に住むよう
な人はいません。近江商人はどちらかというと「日本
橋界隈の」というエリアになっていると感じていま
す。みんなでするほうがリスク分散にもなります。今
みたい
に情報が無いが故に、確かな情報、セカンドオピ
ニオンを得るというリスク分散があったのかもしれ
ないです。

それはネットワークであり、本当にチェーン店な
のかもしれないです。上下のチェーンではなく、横のつ
ながりで、規模の大小でもなく、理念でつながるネッ
トワークです。なかなかそういうものは世の中にな
なくなりましたが、世間が認めている推薦人がいる、
何年以上商いをしていて、同業者を入れないなど、
おだやかに和やかにするための仕組み・仕掛けがあ
って、そこが文化でもあります。一方で非合理や非条
理なものもあるかもしれませんが。

■よき観光地をつくることと

よき旅人をつくりたい

田中 誰かから「よき観光地をつくることとよき旅人
をつくりたい」という言葉を聞いたことが心に残って
います。旅の恥はかき捨てではなく、やはり尋ねさせ
てもらって謙虚な気持ちをもって訪れる、せっかくな
ら訪れるなら学んできてもらってより理解も深まる、
それに共鳴する部分があります。

司会 1990年に策定された『近江八幡市観光リ
ニューアル計画』では「旅の恥はかき捨て式」の観
光は、本市に似合わない」という一文が確認されま
す。また、計画の最初には、計画策定の目標5つの
うちの一つとして「観光事業を通じ、市民が地域を
知り、もてなしの心を向上させ、人間性を高める。」
という一文があります。この文章を最初目にした時
きは脱帽しました。日常生活の中で人間性について
考えていないとこのような言葉は出てきません。お
もしてなしの向上が、自身の人間性を高めると考
えているのは近江八幡だけかと。

田中 近江八幡は、自分たちにとっての、村井さん^{xi}

が言う「修養の場」であると思います(ヒアリング記
録3参照)。ただ知識や情報を得ることとは異なりま
す。

司会 教育機能を持ったまち、知的再生産のまち
を目指した近江八幡は、自己の人格形成の向上、完
成を目指していく、「修己」が中心にあるのかと思
います。

■天秤棒で育まれた精神

一浮き沈みも見越した対応

田中 近江八幡の観光は決してスマートではな
い、スムーズではないですが、本記録を通して試行
錯誤している歩みを伝えることによって、逆にど
この地方、地域の人が読んでも、どこかにこうい
う答えが載っているということではなく、自分で積
み上げていくしかないかなと、一度落ち着いて考
えるためのものになればと思っています。

なんでも問いがあれば答えがあると思われがち
です。答えはあなたの中にあたり目の前にあたり、
それに気づけていないだけで、どれを信じるのか、
それがしっくりするのか、どれを答えとするのか
しないのか。長浜の答え、彦根の答えとも八幡の
答えは違います。長浜から見たら違うかもしれ
ないですが、我々はそれを信じています。時に損
することもあるかもしれませんが、長い時間を掛
けて成功になるかもしれません。継続、継承、バ
トンタッチしていくのです。先祖の苦勞を糧に利
益を儲けるものではないです。商いには浮き沈み
がある中で、自分の人生と噛み合わせたとき、
損すること得することもあります。やめたと言
わない限り敗者にはなりません。やり直しがあ
ります。

司会 『観光文化240号^{xii}』で田中さんは、
オーバーツーリズム時代にこのまま右肩上がり
はないよという趣旨のことを書かれています。新
型コロナウイルスによるここまでの大きな変化
は想定されていなかったかもしれませんが、状況
は一変しました。

田中 浮き沈みはあります。自分の怪我なの
か、相手の怪我なのか、売り手の部分なのか、
買い手の部分なのか、世間なのか、いろいろ
ですが、それも見越しながら商いをする必要
があります。ただその商いもちつもたれつ
の関係の上に成り立ち続けているのです。投
げないこと、投げ出さないこと、そこは継
続、継

承です。

近江商人の地・八幡では、調子のいいときは「そんなに良くないよ」と教え、調子の悪いときは「そんな悪いことはいつまでも続かないよ」と教えます。奢るときには下げ、沈むときには上げてもらう教えがあります。前後に、右左にとバランスは変化しますが、天秤棒^{xiii}だけしっかり持っていれば状態は安定します。それを「天秤棒精神」と理解しています。やはりバランスの変化はありますが、しっかり自分が持っていれば落とすことないです。

司会 それは観光の中で気づくというものではなく、近江商人として気づき、教えが観光に活かされたということでしょうか。

田中 (観光ではなく)もとのという部分があり、どう臨むか、そうした教えがあるので近江商人は構えられています。

司会 近江商人の天秤棒にまでは視野が及んでいませんでした。行商で他国と八幡を往来する中で生まれたものと言えますね。

田中 近江商人は、内弁慶になっていない、搾取するようなやり方でもないです。慎ましく、今風でいうと品性、品格と言えるでしょう。自分の身から出る何かがあるということです。

■両立しにくいと思われるものを両立させて

いくことが100年、200年、続く秘訣

司会 今の時代なら分かりますが、1979年に新しい時代のテーマとして「浪費なき繁栄^{xiv}」が語られていたことに正直驚きました。約40年も前のことです。

田中 現代社会において、浪費＝繁栄、繁栄＝浪費のような側面があります。そうでないあり方の繁栄はどのようなものなのか、浪費に頼らない繁栄、それこそ持続可能とか二酸化炭素を出さずにどうやって維持していくかにつながるでしょう。

確かに浪費と言いますか、「切り売りする観光」が嫌い、それは蝨が自分を食べるようなものです。観光客が来れば来るほど何かがよくなっていく、年数を重ねれば重ねるほど磨かれていくような観光とは何かを考えています。今年何万人来た、あまりに多くの人
が来てまちが汚れていったではなく、何か目的があっ

てそこに近づけていく、そのための、ガソリン、オイルの部分としての観光があると考えています。それを観光消費額というお金だけに変えてしまうと観光は危険すぎるというか、相応しくないような気がしています。

訪れた方は、入口部分で面白いなと思ったら、図書館で調べたり、『水都八都』などを読んだり、知的な要望に応えられてその人自身が自分の中で「再生産」していく、それにお手伝いできたらと思っています。わかりやすさが重要視される社会の中で埋もれてしまっている、見落とされてしまっているものがあります。

地域で受け入れる観光客の数を追い求めると、何店舗出したか、売り上げでいくら稼いだかとなってしまいます。近江商人は、その時代に見知らぬ土地にいった、受け入れられた、そこで尊敬された、感謝された。単に儲けるだけなら、石投げられようが後ろ指さされようが儲けることはできます。しかし、その地で、庄屋さんになるような取り組みがあった、「〇〇さん」と継承がつけられる尊敬されるような商いがあった
ということです。二者択一ではなく、なかなか両立しにくいと思われるものを両立させていくことが100年、200年、続く秘訣だと思っています。

今の時代にあっても、観光でもしようか、観光しかないからしようかというのには浅はかなところがあります。近江八幡では観光を取り入れようかという宣言や認識はないです。自然と世の中の観光と言われているのはこのことなのかな、この部分までは取り入れないよにとその都度考えながら取り組んでいます。観光は「こんにちは」と入ってくるものではなく、いつの間にか馴染んできて、それは侵略者ではなく、だからとって迎え入れようと思って迎え入れたのではなく、気づいたらそこにおいて排除する必要もなく、どういう感じですかと話す中でお互いに溶け込めればよいし、敢えてここから取ってくる、これを排除するというものでもないです。自然と、時代なのか、うまく持ち込まれています。時代を超えた多世代を意識した多様な社会であり、画一的でないから異質なものも入ってきます。

時間、コミュニティ、空間。運命というほど難しく大げさではないですが、ここに急にやってきた人、例えば、ヴォーリズさんは、八幡にいきなり来て、受け入れ

る側は、最初は「え！」と思うかと思いますが、ようこそ、お互いにお邪魔します、仲良くなっていくね。実際、その時にどの程度だったかはわかりませんが、八幡には100年前に外国人を受け入れた実績があります。外部の人たちに評価されたいという商人の承認欲求はありますが、不自然、使いこなせないものは自ら無理には取り入れません。

■老舗には、一代では築けない風格、品格がある

田中 ふとんの西川さん、たねやさん、と企業、会社に「〇〇さん」と付けて呼ぶことは、近江八幡特有のことではないです。人の場合、初めて出会っても何度か会ってもそこには敬称を付けて呼ぶことが多いです。まず相手を尊重して、その後に尊敬する、感謝するなどいろいろな感情が出てきます。ある意味、変にお客様としたり、買ってやるからと呼びつけるというような上下関係など、変な序列をつける人は八幡では尊敬されないかと思います。いい商いをされている、自分の会社として、住民と地域社会との良い関係を保たれているお店というのは、「〇〇さん」とつくことが多いです。老舗には「さん」がつかます。それは規模の大小ではなく、人柄、会社としての風格、品格があるということです。それはある一代のその社長の人気がある無しではなく、会社としての人格があると、あそこの会社の社長される人は人格者だ、やはり地域とともに発展し従業員も育てていくというのがあります。お殿「様」でも「〇〇ちゃん」でもないです。長いお付き合いの中で、ともに尊敬をしながらお付き合いをしてこられたということです。ふとんの西川さんであれば、当時八幡の小学校を作るのに東京から教師を呼び寄せたり、校舎の建設に尽力されました。他にも多くの商人が、地元で、行商先で地域貢献をしています。

そうした地域貢献においては「人知れず忘れられていく寄付をする」という極意があります。「出してやったんだ、感謝しろよ」、手形、借金のように「お前の何代前に貸してやんだ」という類のものではないです。忘れられるくらい寄付をすることが一番企業にとって長持ちしますし、私なりの解釈では、本人が人格者であっても、その子供が「うちのお父さんが寄付したんだ」という心持ち、態度になってしまうと社会的な評

価は続きません。

司会 世代を超えて積み重ねていかないと企業の評価は変わってしまう。一代では成しえない、企業の品格は一代では築けないことを自覚しているから、近江商人の世界では、家訓や教訓が受け継がれているのだと理解しました。

田中 一代で大きなものをぽんと寄付するよりも、燈籠も寄付するが合わせて油代を寄付するなどの一つが大きくなるようにする知恵が近江商人の教えには垣間見えます。大きなハコものを寄付してもよいですが、公共事業でその施設の維持管理を含めた後処理はどうするのかということが起こります。そうではなく、あわせて寄付する方法を採ることで、人知れずというか長く続くにつながります。現在のふるさと納税では、何かもらえるという寄付になり、変わってきてしまっていますが、近江商人の寄付とはそのようなものです。

■早い乗り物に乗ったら交通事故で死んでしまう

田中 コロナ禍で「とっておきの近江八幡～三方よしの地元旅～」(近江八幡市からの受託事業)として、市内の事業者の方から提案されたコンテンツを集めて一つのガイドブックにしました。ガイドブックでは、近江商人についてなど学べるようにもしていますし、近江八幡観光物産協会では、この中で地元再発見ツアーを提供しています。「知的再生産のまち」として、今後は、子供から大人までを対象にした教育旅行にしっかり取り組もうかとも思っています。コロナ禍だからこそ、八幡を選んで学びに来てほしいと思います。効率のよい観光ではないですが、自分がマイクなしで話して声が届くのは20人規模であり、顔が見えるのでやりがいがあります。こうしたツアーは、これまでも開催しています。手間は掛かりますが、そのうちの何人かの方が子供を連れて来たりします。それが幸せです。

司会 幸せとは何か、を考えていらっしゃるんですね。

田中 観光地では観光客数の目標を設定するところが多いですが、観光客が増えれば本当に幸せになるのでしょうか。外部資本が増えていく、ももとの商店が消えていくというようなことなら、観光をやらないほう

がましなのではないでしょうか。なぜ観光をやっているのかの、そもそも論から考える必要があります。とは言え、実は絶えず悩んでおり、行ったり来たりしながらいますが、大博打のような観光開発ではなく、ちょっとやって駄目なら戻れる「リバーシブルディベロップメント」を意識しておくことが重要です。自分の足で走っていたら壁にぶつかってもたんこぶくらいで済みますが、早い乗り物に乗って壁にぶつかったら交通事故で死んでしまいます。ちょっと火傷を負うくらいのものなら取り組みますが、大博打は八幡の町には似合わないです。

人間には近道できるものがほしいという感情があります。その中で「発達、発展」は良いですが、「進歩、進化」には疑問はあります。自分の背丈を超えない範囲で、苦勞してダイエットするはよいですが、この菓を飲んだら痩せるはうさんくさいです。多少のお金で買うかもしれませんが、副作用で死ぬかもしれないと言われたらどうでしょう。何を取り入れるかは気を付けなければいけません。身の丈、背の丈の中で改善が基本です。

司会 田中さんのそうした感覚が観光に活かしていると感じています。

田中 その点は恵まれています。誰かの前でどこかで論文を書いたわけでも、証明しているわけでもないですが、まわりの方も同じ感覚ですので、自分も自信をもって前に歩めるのです。観光客の数を来年どうしようなんて一度も聞いたことも言われたこともないです。減っても「そういうときあるんちゃう」、増えていても「そんなうまいことないで」と言われます。だから観光客の数で一喜一憂しないのです。コロナ禍でもそうです。

世の中がこうなったら天秤棒の軸をこっちに移して、平均を取り、こっちに行ったら軸をこっちにとってとバランスを取っています。軸を動かすのは商人(地域)です。

近江商人は、こうした考えにより、心の安定、平然を保ちながら生きているのです。あまりどきどき、はらはらは身体によくありませんし、地球にもよくないと思っ
てます。「安寧」、「平穩」には煌びやかなところはないですが、一通り経験すると、安定・安心が掛け替えのないもので、年を取ったら健康が掛け替えのないも

のと分かります。心の健康も必要です。

■人間には個々に気質や体質が備わるように、 まちにも特性がある、それがまちの品性、品格である

田中 人生の教訓を得ようと訪れる人と、飲み食いのみを求めて訪れる人の両方がいて、地域側は選択はできません。間をどの辺で取るかということだと思えます。できればこちらの人を増やしたい、軸をこちらに移したいという想いがあるかと思えます。なかなか思うようにコントロールはできないのですが、重心、立ち位置をどこに持っていかです。こちらの層を増やしたらこちらの層も増えると不可分な増え方をしますが、こちらが増やしたいと思っている層が増えていることに意味があるのです。やや小難しく見える人は増えるのですが、まちの品格、品性はそのことで保たれるのです。両方の功罪があります。

八幡の外でセールス活動をする時は、「顔の見える観光」を合言葉にしてきました。東京や大阪に何度も足を運ぶ中で愚直に信用を積み重ねて関係を構築してきました。そして、地域では、近江商人の精神や文化などを情報媒体やガイドを通じて丁寧に伝えてきました。その活動の根底にあるのは、近江八幡に対するファンを増やすことです。地道に着実に、そして誠実に市民と観光客の交流を通じて、一步一步、賑わいと活性化につなげて行くに尽きるのではないかと考えています。

先ほど観光客の数についても触れましたが、そうしたものに囚われて、観光客であれば誰でも良い、売れるものは何でも店頭で並べるなど、近江八幡の町の品格に相応しくない無節操なセールスをすることは、主体性を失い兼ねません。先ほどの近江商人の天秤棒ではないですが、商いは、売り手と買い手の気持ち釣り合ったときに成立するもので、一方的な片思いでは長続きしないです。いつまでも右肩上がりに増えていくことはありえないですし、急成長の後にはその反動が待っていると心得ています。

司会 では、そうした反動になるべく左右されないためには、どのような姿勢で観光に取り組んだらよいでしょうか。

田中 人間には個々に気質や体質が備わるように、

人が作るまちにも同じように特性が存在しているはずだと思っています。先人たちが守り育てた地域の自然や歴史を安売りや切り売りすることによって得られる利益の先食いの観光や、地域資源(資本)の価値を貶めたり、食いつぶすことのないようにする配慮と品格が観光振興に取り組む側には必要です。その地がもつ風土に沿わないことは、世の中の関心、ブームに乗るという中で選択肢の一つであるとは思いますが、長い目で見ると地域住民の支援や声援は得られないと思います。

なぜなら、まちを作っているのは観光事業者のみではないからです。様々な属性を含む市民の方々がまちにはいるのです。来訪者の方を迎えるのも市民の方ですし、今でこそ日常の光景となっていますが、住んで良い町でなければ訪ねてくる人もいないなどと思っています。訪ねてくる人だけのことを考えると住む人がいなくなってしまうのではないのでしょうか。観光地としての継続(存続)を考えることは、近江八幡らしい観光とは何かを考え、近江八幡らしさを求め続ける活動に他ならないと思っています。

これからどんな時代がやってくるかはわかりませんが、観光地への近道を探るのではなく、まちづくりを行う中で、振り返れば観光地になっていたという形が本来の形ではないのでしょうか。近江八幡の観光キャッチフレーズは、これまでもこれからも、「住んで良かったまち・訪ねて良かったまち・もう一度訪れてみたいまち」です。

(発行:2022年4月18日)

※本原稿は計4回のヒアリングの内容を再編集したものです。一部は、『観光文化240号』に整理されています。

<ヒアリング記録 4>

日時:第1回 2018年6月4日(金)

第2回 2020年9月8日(火)

第3回 2021年11月3日(水)

第4回 2021年11月5日(金)

場所:白雲館及び市内にて ※2回のみ電話にて

対象:田中宏樹氏((一社)近江八幡観光物産協会 事務局長)

司会:(公財)日本交通公社 観光地域研究部

地域戦略室 主任研究員 後藤健太郎

- ・本資料は著作物であり著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い引用する際は必ず出所を明記してください。
- ・本資料の全文または一部を転載・複製する場合は著作権者の許諾が必要です。下記お問合せ先までご連絡ください。
公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 後藤
電話番号:03-5770-8440
Website:https://www.jtb.or.jp/

ⁱ 伊崎寺は、近江八幡市白王町にある天台宗の寺院。棹飛びとは、水面から数メートルの高さに突き出した棹の突端から琵琶湖へと飛び降りる行事で、毎年8月1日の千日会に行われる。

ⁱⁱ ウィリアム・メル・ヴォーリス(William Merrell Vories)。日本名は一柳米来留。近江八幡市の名誉市民第1号。

ⁱⁱⁱ 豊臣秀次(1568～1595)。豊臣秀吉の姉ともの子。信長亡き後の安土城下の民を近江八幡に移し城下町を開設。

^{iv} 創業1566年、西川甚五郎本店敷地内に、2021年7月、西川近江八幡店と西川甚五郎本店史料館を同年10月にオープンした。西川甚五郎は、西川家の歴代当主が襲名する名称である。13代目西川甚五郎氏は、近江八幡市名誉市民 第2号。

^v 1879年創業の森島商店、現森島商事株式会社。代表取締役社長の森嶋篤雄氏は、一社団法人近江八幡観光物産協会の現会長を勤める。

^{vi} 「売り手よし、買い手よし、世間よし」という商いの精神。

^{vii} 『水都八都 21号 特集 八幡商人』(近江八幡観光物産協会発

行)の「近江商人語録」を参照。後述する「しまつてきばる」、「薄利多売」、「博打・投機的商法の禁止」などについてもこちらを参照。

^{viii} 八幡商人伴家の家訓。伴高蹊氏の『主従心得草』(1793(寛政5年)にある言葉。

^{ix} 元近江八幡青年会議所理事長、元近江八幡市長。近江八幡のまちづくりにおいて中心的な役割を果たした人物。

^x 石田梅岩(1685～1744)は江戸時代中期の思想家、倫理学者であり、石門心学の開祖。

^{xi} 村井幸之進氏(元近江八幡市役所観光担当部署職員)。

^{xii} (公財)日本交通公社の機関紙。田中氏は「地域らしさと町の品格に相応しい観光振興のあり方とは」を寄稿している。

^{xiii} 天秤棒とは、近江商人が他国へ行商に行くときに肩に担いだ棒であり、棒の前後には、振り分けた荷物を下げていた。

^{xiv} 『商業博物館構想』(よみがえる近江八幡の会・近江八幡青年会議所、1979)の中で、毎日放送常務取締役真崎貞夫氏が書き記したものの。