

所 信

2017年度 公益社団法人呉青年会議所
第65代 理事長 藤井 聖

悠久の時間 在りし空間 生きとし生ける人間

社会を変革するためには、「時間」「空間」「人間」という3つの要素において、それぞれに見いだされる優位性、すなわちアドバンテージを活かすことが必要である。

時好を読み解き「時間」のアドバンテージを活かす。
まちと向き合い「空間」のアドバンテージを活かす。
矜持をはぐくみ「人間」のアドバンテージを活かす。

「時間」「空間」「人間」のアドバンテージを活かすことにより、このまちは煌々と輝きを放つだろう。

時間のアドバンテージ

いま、時間のアドバンテージが来ている。

時代の波と言ってもよい。

戦後、我が国は技術立国をめざし、現在の地位を築いた。

経済の根幹は第二次産業であった。

その一方で、第三次産業、観光立国という観点での施策は不十分であった。

政府が本格的に観光立国に着手したのは、2006年、観光立国推進基本法の成立以降であり、わずかここ10年ほどである。

その取り組みの結果、観光業は目覚ましい発展をみせている。

特に2012年以降、訪日外国人旅行者数は倍増、経済効果も飛躍的に増大した。

昨年、日本政府が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」によれば、観光は地方創生への切り札であり、国を挙げて我が国の基幹産業へと成長させるべきものとされている。

いま、観光立国という波が勢いを増そうとしている。

観光業こそ時間のアドバンテージである。

この時代の流れ、時間のアドバンテージに運命的に交わろうとしている空間がある。

そう、呉である。

空間のアドバンテージ

呉は、かつて静かな漁村であった。

明治23年、呉鎮守府の開庁により、人、物、金、情報、あらゆるものが集まった。

海軍工廠は、世界最先端の技術を極め、戦艦大和の建造を成し遂げた。

戦後においても、工業のまちとして繁栄した。

そして、近年、第三次産業において新たなアドバンテージが生まれている。

大和ミュージアムの開館である。

2015年に開館10周年を迎え、来館者数1000万人を突破し、飛躍的に観光客が増加した。

呉における第三次産業の勃興という現象は、国における観光立国という流れと相通じている。

いま、観光業という時間のアドバンテージに呉という空間が共鳴している。

では、呉という空間における観光業のアドバンテージは、何か。

「戦艦大和」

これである。

呉の観光業において、大和ミュージアムを外すことができないことは、前述のとおりである。

昨年には、戦艦大和の潜水調査が実施された。

その調査報告は既に発表され、大いに人々の関心を集めている。

加えて、呉市を含む旧軍港四市（呉市・横須賀市・佐世保市・舞鶴市）が昨年、日本近代化の躍動を体感できるまちとして「日本遺産」に認定された。

呉市において、日本近代化の躍動を想起させる象徴は、戦艦大和である。

これらすべてが、戦艦大和こそ呉の観光業のアドバンテージであることを示している。

この流れのなかで、呉への観光客誘致をさらに後押しするための施策が求められる。

観光客誘致に当たって重要なのは、まちのイメージである。

奈良といえば「大仏」、京都といえば「神社仏閣」、鳥取といえば「砂丘」、香川といえば「うどん」。

観光地には、それぞれ観光客に対して訴求するシンプルなブランドイメージがある。

呉は、いま、大和ミュージアムの功績によって「戦艦大和のふるさと」として、ある程度認知されている。

しかし、そのイメージが形成されたのは、ここ10年程度である。

10年先、50年先、100年先の将来において確立したブランドイメージとして顧客吸引力を発揮するか否か、いまだ不確定といわざるを得ない。

観光立国という時間のアドバンテージと、呉という空間のアドバンテージの交点において「呉＝戦艦大和のまち」というブランドを確立することが不可欠である。

人間のアドバンテージ

では、このまちの人々のアドバンテージは何か。

それも戦艦大和建造の時代にさかのぼる。

我が国初となる戦艦の建造。

それからわずか30年余り。

このまちの人々は世界一の戦艦大和を造り上げた。

そこに集った先達は、どのような人々であったのか。

それは世界最先端の技術をもって壮大なものを造り上げてやる、という夢を抱いた人々であったに違いない。

夢、希望、活気、使命感、誇りにあふれる人間たちであったに違いない。

そして、その精神と技術は、戦後約10年にして日本を世界一の造船国家に成長させる礎となった。

この躍進の原動力となったのは、夢へ向かおうとする誇り高きプライドである。

現在の呉市民は彼らの継承者であり、そのプライドを受け継いでいる。

そのプライドこそが呉市民のアドバンテージである。

我々、呉市民は夢抱く人々であり続けなければならない。

「呉市民＝夢抱く人々」というプライドを確立し続けなければならない。

Take ADVANTAGE of the ADVANTAGE

「戦艦大和のまち」と「夢抱く人々」というアドバンテージ。

目の前にありながら、忘れかけてはいないだろうか。

このまちの忘れ物を取りに行こう。

このまちのアドバンテージを真正面から推進しよう。

それらがもたらす光景は、戦艦大和というブランドに惹かれて呉に集う無数の観光客、そのまちにいるのは夢抱くプライドを持った呉市民。

まちは、かつての活況を超える盛り上がりを見せ、人々の夢は波及し無限の可能性が広がっていく。

2017年度、65周年を迎える呉青年会議所の運動は、歴史と伝統に裏付けされたアドバンテージを最大限に発揮し、確かなカタチとして残る「目に見える誇り」をつかむ。

いま、ここに、我々の手で。