「おもてなし」の北海道スタンダードを問う

洞爺湖温泉街をこの夏、久し振りに訪ねた。出来レースとはいえ、G8サミットの開催地を射止めてからわずか一年だというのに、街は驚くほど閑散としていた。湖畔沿いの幹線道路ではホテルの従業員が「空き室あり」のプラカードを掲げ、飛び込み目当ての客引きをしている。「洞爺湖を世界に発信」と騒いでいた熱気はどこへ消えてしまったのだろうか。

不況のせいに人々はしたがるのかもしれないが、そればかりではあるまい。お客に楽しんでもらおう、不愉快な思いをさせてはならない、というサービス精神がこの観光地には決定的に欠落している。滞在中、苦い思いを何度も味わうにつけ、これは洞爺湖温泉固有の問題というより、悪気はなくとも北海道人が共有するある種の鈍感さなのではないかという気がしてきた。

◇　◇

着いて早々、まずは有珠山の噴火遺構の見学に出かけた。メーンストリート沿いにある金比羅山火口の遺構は泥流と火山灰にまみれた公衆浴場や集合住宅が二〇〇〇年三月の噴火当事のまま保存されている。ほかに誰もいない展望台から眺めていたら、男性ガイドが近づいてきた。NPOと縫い付けた帽子をかぶり、熱心に説明してくれる。もう一つの見所、西山火口までの道順を聞いた。

「車ですか？」

「歩きです」

「三〇分以上かかりますよ」

「構いません」

彼は温泉街を見下ろす登りの山道を指差した。いったん湖畔に下り、山道への登り口をホテルの従業員に尋ねた。「車じゃないの？」と同じことを聞く。「西山火口の入り口まで三〇分。散策路を歩くとさらに三〇分はかかりますよ」。それでも歩いていくのかとけげんそうだ。ぶらぶら歩いて西山火口散策路の入り口に着き、あっと思った。路線バスが発着しているではないか。

ここの散策路では、地面が隆起して寸断された道路や、崩壊した工場や住宅跡など、自然の力をまざまざと見せつけられる。夢中になって歩いているうちに旧虻田町側の出口に突き抜けた。同じ道を戻るのが面倒になり、タクシーを探した。旧虻田市街地を目指して歩いていたら、バス停があった。行き先は洞爺湖温泉ターミナル。一時間に一本程度だが、運よく一五分の待ち時間だった。終点で降りると、貸し自転車屋がある。「西山火口まで電動機付き自転車で一五分」。バスか自転車の選択肢があり、散策路を突き抜けてもバスで戻れること。ガイドもホテル従業員も、この重要な情報を提供してくれなかった。

次にホテル。宿泊したホテルのホームページ（HP）には、チェックインの際に好きな柄の浴衣を選び、そのままもらえるサービスがあると書いてあった。部屋まで案内される途中、従業員に尋ねると、「いまはやっていません」。部屋の扇風機を使おうとしたら、収納式コードの引っ張り出し方が分からない。まごついていると、食事が運ばれてきた。「これ、どうやるの？」と聞くと、配膳中の女性従業員は「そこを引っ張るの」とあごでしゃくるように言った。

翌日。湖畔を眺められるレストランに昼食に入ると、湖畔側の席がいっぱいだ。道路側の座敷に案内された。食事中にふと気づくと、湖畔側のテーブルにはもう客がいない。従業員はなぜ、こう言えないのだろうかと思った。

「あいにく湖畔側のお席はいっぱいでございます。少々お待ちになるか、お急ぎであればこちらのお席にご案内できます。どちらになさいますか」

ここでも選択肢の提示がない。客の立場になるという想像力の欠如と言うほかない。ついでながら、レストランでは「噴火湾産のホッキ貝」を使っているというホッキカレーを注文。旧知のカレー屋の主人が「ホッキの煮汁でルーを溶いたカレーはカレーの王様だ」と言っていたことを思い出したからだ。ところが、出てきたのは普通のカレーにゆでたホッキを投げ込んだだけとしか思えない代物だった。

◇　◇

社団法人北海道観光振興機構の「北海道観光に関する大都市圏マーケティング調査」概要版（二〇〇九年三月）によると、観光客のリピート率は道内全域では国内他地域よりもはるかに高いが、個別エリアごとにみると、決して高いとはいえないとして、リピート対策の重要性を強調している。

観光の三大コンテンツは自然・食・温泉だという。それぞれの付加価値を高めるには「おもてなしの心」が欠かせない。原材料供給基地と揶揄される北海道。観光も同じ次元に甘んじていないか。

〈希〉