

# 心に残る「ゆるやかな関係づくり」戦略



ふじなみ やすお  
藤波 靖夫氏

**Profile**  
株式会社商工組合中央金庫  
鹿児島支店長  
1984年に早稲田大学政治経済学部を卒業後に商工組合中央金庫入行。福岡支店次長、秋田支店長、本社業務推進部参事役などを経て、2010年3月より現職。広島県出身の50歳。

旅先で受けた親切・心配りは忘れない。また訪れたくなる。当たり前前じゃないかと言われそうだが、震災以降、「消費」の意味が変質する(消費の持つ意味を問い直す行動が増えている)環境下、「当たり前」の事を当たり前に行う難しさ」が付きまとう。生れてこの方、鹿児島県が、居住する10都府県目。単身赴任だが(だからか?)鹿児島は奥が深い、興味が尽きない。うろうろしていると、県外者と見て声を掛けてこられるのは、決まって年配のご婦人(愛情を込めておばちゃんと呼ぶ)。加齢臭漂う50男が、「よかにせ」であるはずもないが、彼女たちの積極的な「ゆるやかな関係づくり」には頭が下がる。そもそも偶々居合わせているだけなので、無視してもらって構わないのだが、何かしら話しかけてくれ

る、教えてくれる、美味しいものや見どころの情報はもちろん、鹿児島弁も楽しめる、旅が広がる、鹿児島への愛情が深まる。大体、私達は、家族・親戚・友人・先輩後輩とは強い関係を結び、余計なくらい親切だが、赤の他人に対しては恐ろしく冷淡だったりする。「何かお手伝いしましょうか。大丈夫ですか」地図を片手に歩いている人や横断歩道で大きな荷物を抱えた人に対して、自然に声を掛けられるだろうか。「余計なことをしても、嫌われても」といった計算が先に立ち、見て見ぬふりが無難・賢明な判断となる。「ゆるやかな関係づくり」が苦手なのだ。特に男性・中高年。

鹿児島には温泉・山・離島・祭り・歴史伝統遺産をはじめとする観光・自然資源、黒豚・黒牛・地鶏・水産物・独特の醤油など豊かな食文化や焼酎さつま揚げ等の特産品、癒される鹿児島弁、路面電車、錦江湾ウォーターフロント整備(水族館と動物園を繋ぐ水上観光ルートや観光市場があれば等々)：活用されていない観光資源も入れると、他県も羨むアドバンテージが多い。今までも多くの県外者が指摘してきたことだろう。県外者にとっては、行き先表示や案内が不親切に感じるが、これは鹿児島だけではない。全国似たりよったりだ。さらにいえば、桜島の楽しみ方も、天文館の彷徨い方も、ハードル高く感じるのは私だけではない。美味しい黒豚横丁やラーメン屋はどこ?面白い特産品はどこで手に入る?ガイドブック片手にお約束のルートを回ることが、楽しいと感じる人もいるだろうが、消費に求める意味や質が変わる中、リ

ピーターにはなりにくい。来訪者の心に残るのは、その土地の人とゆるやかな関係から生まれる楽しみや余韻。そこで手にした特産品に値段以上の価値が宿る。信号を渡る小学生の列が、止まってくれた車に手を上げながらお辞儀をする姿や、挨拶運動を徹底する小学校を見ていると鹿児島が大切しているものがしつかりと伝わってくる。鹿児島を訪れた人間を感動させるのは、自然や食文化、観光資源、特産品だけではない。新幹線全線開業後、交流人口が増える中、商業ベースの「おもてなしの心」は勿論大切だが、「かごんま」らしさを活かす途を、おばちゃん「ゆるやかな関係づくり」に学びたい。