

内側から見た JNTO のイストワール⑦

石井昭夫（元 JNTO 理事、
元立教大学観光学部教授）

海外宣伝事務所の活動：パリ事務所勤務 の経験から

1962 年に入社して 8 年、外客受入対策、国際会議誘致事業、観光宣伝事業と一通りの仕事を体験して、1970 年 6 月、駆け足で大阪万博を見てパリ事務所のマーケティング担当次長として赴任しました（→1974 年 11 月）。ヨーロッパの JNTO 事務所はパリ（1960 年開設）を皮切りに、ロンドン、フランクフルト、ジュネーブの順に 4 か所設置されていました。パリ事務所はフランスのほかにはベルギーとスペインとポルトガルを担当地域としてカバーしていました。

パリ事務所の概要 事務所は 1 区のリシュリュー通り 8 番地にありました。ルーブル宮前のテアトル・フランセ広場に面した建物のひとつの地階（1 階）にあり、絶好のロケーションで、周辺には多くの著名な観光スポットのほか、ホテルや旅行業者の店舗、土産品店など観光者が集中する場所でした。

私が赴任した当時のパリ事務所長は国鉄から出向の松島憲吉さん、総務・経理担当次長が大蔵省から出向の佐々木俊之さん、そして私が山之内保先輩の後任のマーケティング担当次長として着任しました。現地雇用はジョゼット・ゴートロー夫人とマリ＝テレーズ・クルッグさんの女性二人がカウンター担当、もう一人美術を勉強中の多摩美大卒の田原良作さん（現在彫刻家、良公工房主催）が印刷

物の管理と展示業務を担当してくれていました。ゴートローさんとクルッグさんは二人ともニースの観光専門学校出身で、郷里は東部のストラスブールとコルマルだったと記憶しています。JNTO「観光同人」のコラム『海外の仲間たち』にすでに二人とも登場していましたから、名前は知っていました。ゴートローさんは結婚前にも複数回訪日しており、1966 年には当時の NHK の人気番組「私の秘密」に結婚前のブクヌールという姓で出演しています。彼女の〈私の秘密〉は「私はパリで日本へ観光旅行に行く人の相談係をしています」でした。出演の様子は JNTO の会報 No19（昭和 41 年 12 月 10 日号）に写真入りで載っています。彼女は 1969 年夏に JNTO の招請で新婚のご主人と一緒に研修旅行で訪日し、詳細な報告書を書き、それが 1970 年 3 月 25 日号の「会報」に掲載されています。1966 年に入ったクルッグさんは、1969 年夏に休暇を利用してパリ発 26 日間の東南アジア 5 か国を回るツアーの添乗員として参加し、日本部分（5 日間）のツアーの感想と評価を JNTO の「会報」（1969 年 2 月 25 日号）に載せています。勉強熱心で日本観光を体験している二人がカウンターにいましたから、安心して任せることができました。

ほかに、パリ事務所の管轄区域内のブラッセルと南仏ニースに宣伝嘱託員が置かれていました。ブラッセルは宮田耕三さんという貿易商を営んでおられる方（夫人は武林夢想庵の元夫人）で、この方はパリ事務所の開設以前から JNTO の嘱託員を務めておられました。ニース

の嘱託員はオフラインの JAL 営業所長
ジャン・ゲイトさんで、嘱託員のお二人
とは在勤中度々一緒に仕事をしました。

パリ事務所の事業活動

以下、当時の海外事務所活動の一端を
パリ事務所での経験をもとに紹介します。

カウンター業務

当時どの国でも政府観光局の在外事
務所の窓口は、誰にでも開かれた最も敷
居の低い公的機関で、知りたいことがあ
れば気軽に立ち寄り、電話や手紙でも尋
ねることができました。当時 JNTO 事
務所の多くは目抜き通りのストリートレ
ベルにありましたから、その存在を知ら
れ、来訪者、電話、手紙による照会が沢
山ありました。パリ事務所はニューヨーク、
ロンドンに次いで情報提供量は第3
位で、年間の来訪者と電話による照会が
それぞれ7~8千件、手紙が1万~1万
5千件ほどでした。ほとんどを現地雇員
が処理してくれますが、時にカウンター
に呼び出されます。今も記憶に残ってい
ることといえば、1970年に三島由紀夫
が自殺した時、中年の男性が飛び込んで
きて、なぜ自殺したのか、日本人として
どう思うか、といった質問を浴びせられ
ました。こちらもびっくりしていたので、
あれこれと三島および日本文学、日本文
化などについて意見を交換しました。ほ
かに、当時のディスカール・デスタン蔵
相の運転手が、蔵相が訪日するので
JNTO から日本紹介パンフレットをも
らって来るように言われたとカウンター
に現れました。私も呼ばれ、通常のサー
ビス以上に英文と仏文の図書や資料を提

供しました。また、北海で新しい油田を
掘り当てた、日本の企業と組みたいので
紹介してほしいなどという人が来ましたが、
ここは観光事務所なのでジェットロに
行ってみよう案内しました。

旅行業者も訪日する顧客のために情報
を求めて日常的に事務所にコンタクトし
てきましたから、業界に旅行情報を提供
するサービス機関として不可欠の機能を
果たしていました。ベルギーやスペイン
の旅行業者からのパンフレット等の情報
提供依頼も結構あり、要請に応じて送付
していました。

当時パリには40数か国以上の政府観
光局の事務所がありましたが、JNTO
パリ事務所の案内業務は優秀なカウンタ
ースタッフのおかげで訪問客にも旅行業
者にも好評でした。1974年に高名な旅
行誌が客をよそおってひそかに外国の観
光宣伝事務所のサービスの調査を行って
その結果を発表したことがありましたが、
日本の事務所が最高という栄誉を頂いま
した。早速本部に報告し、会報52号
(1975年7月)に紹介されています。

その後80年代から90年代にかけて、
繁華街の地階（日本では1階）のオフィ
スは上階に比べて割高であること、流通
機構のかなめである旅行業者向けの宣伝
活動に力点が置かれるようになって、観
光事務所も上階に置かれるようになり、
次第に一般消費者への情報提供に消極的
になってゆきます。

一般消費者向け宣伝活動

広告広報 広告・広報、とくに広告は
訪日外客の大半を占める北米中心の宣伝
活動でした。北米6事務所の中核事務所

であったニューヨークが北米全体をカバーする活動をするために、広告・PR 代理店と契約し、専任の現地人担当者を置いて活動していました。北米以外の事務所では人員、予算ともに貧弱で、思うような活動できませんでした。

パリ事務所では、訪日フランス人客が年間 1 万人程度でしたから、一般紙誌への広告は予算もないしコストパフォーマンスが悪いので、旅行・観光の専門誌か業界誌、一般向けなら富裕層が読みそうな医学雑誌などの専門誌に出すよう、広告代理店と相談して乏しい予算を使っていました。実際には、日本特集をする雑誌等に協力費的に広告を出すなど、受け身的にしか使えませんでした。

広報については、本部から送られてくる観光関連情報や英文ニュース・ブレイクインなどを材料に、業界向けも兼ねてフランス語ブレイクインを作って配布していました。一つ記憶しているのは、東京のビルの間を縫って走る高速道路の写真が送られてきたとき、近代日本も紹介してみるかと「21 世を先取りする東京」といったキャッチフレーズに工業技術の高さをアピールし、産業観光の宣伝を加えてこの写真とともにリリースしましたが、フランス人はこういうのは好まないと言われたのを記憶しています。一般論ですが、こちらが積極的に広報しようとしても、札幌冬季オリンピック大会（1972）のようなテーマ性のある案件は別として、興味を惹くフィーチャーストーリーを創り出して個別の媒体に働きかけるならともかく、多くの媒体に一斉送付する広報素材では掲載される期待はあまり持てま

せんでした。それよりも、媒体側が率先して日本に係る記事を掲載しようとしたとき、そのテーマに沿った情報や写真素材を適切に提供することが大事で、モノクロやカラーポジをできるだけ揃えてこうした依頼に対応するよう心掛けました。時間的に余裕があれば特定テーマの写真を本部に送付要請して対応しました。写真については旅行業者のパンフレットやカタログに使用するためにも頻繁に請求されました。

広報活動として、一度だけフランスのラジオに出演して日本観光の紹介をしたことがあります。日本航空パリ支店の営業部長だったブラッシュェさんから話が来て、いっしょに放送局に行き、小さな部屋でラジオ局の人と 3 人で雑談をしました。どんなふうが始まるのかなと思っていたら、突然「じゃあ本番で」と言われ、「ムッシュウ・イシイ、日本観光の魅力とは一言でいえばなんでしょう？」と問われました。内容を打ち合わせてから本番と思っていたのでびっくりしてしまい、パンフレットに書いてあるようなこと、東洋と西洋の文化の融合の魅力とか、島国で四季がはっきりしているといった初歩的なことをもぞもぞと言って終わってしまいました。後はブラッシュェさんとアナウンサーとのやり取りの中で時々口を挟むだけで終わったのでした。今でも冷や汗がでる思いです。

協力宣伝：メディアアシスタンス 協力宣伝は特定媒体への広報活動とも言えますが、こちらから要請して日本まで取材に行ってもらうには航空運賃の負担をしなければならないので、日本航空かエアフ

ランス、ないし他のヨーロッパの航空会社が航空運賃を負担してくれる場合に限って協力しました。私の在任中 JNTO が航空運賃も負担する A 級あつ旋で送ったのは Le Monde 紙の編集長ひとりだけでしたが、あまりいい記事は書いてもらえなかったと記憶しています。媒体側が航空運賃を負担もしくは航空会社からチケットを入手して JNTO に日本での取材協力を求めてくる場合は、取材の意図、予想できる露出などを確かめて本部に申請し、協力の程度を決めてもらいました。送り出したあとは帰国後掲載される記事などの成果を確認して現物を本部に送付するという作業になります。新聞雑誌やテレビに日本観光特集が出れば、広告費に換算すると大きな成果になります。

赴任して最初に送り出した協力宣伝のジャーナリストは、1969 年に創刊されたガストロノミーの月刊専門誌ゴー・エ・ミオ Gault et Millau の編集長イブ・ブリドー Yves Bridault 氏です。1970 年 10 月 26 日から東京、日光、箱根、京都、倉敷を 10 日間の日程で取材し、日本特集を出してくれました。この雑誌は、1972 年にミシュランのホテル・レストランガイドの向こうを張ってレストランガイドを発刊しました。ミシュランのホテル・レストランガイド（通称赤ミシュ）は日常の必需品でしたが、対抗する新刊の雑誌 Gault et Millau は観光業界で大きな話題になっていたのです。この協力宣伝は大成功でした。次いで、1972 年 7 月にエアフランスの機内誌 ATLAS の日本特集号の写真取材のために写真家フランシスコ・イダルゴ夫妻を

送りました。

ほかに協力宣伝の対象者として、*Jours de France*、*L'Express*、*Partir* など有名一般紙誌の記者も送りましたが、「あゆみ」には記載漏れもあり、あっても誌名だけで詳細は確認できません。

日本の旅行ガイドブック フランス語による市販の日本旅行ガイドブックは、赴任当時はナジェル Nagel のガイドブックシリーズ「日本」だけでした。1964 年に発刊された 1120 ページもある分厚い日本ガイドブックで、東京オリンピック大会を機に出版されたのですが、私自身も手元に置いて仏語表現を借用するのに使っていました。その後大阪万国博の開催や札幌冬季オリンピックの開催などでフランス人の対日関心が高まって、フランス語の日本旅行ガイドブックがこの時期に新たに出版されました。異色のガイドブックシリーズを刊行する Tchou 社の極東ガイドブック日本編の取材のために Allain Bourillon 氏が訪日し、本部の協力により 1972 年 3 月中旬から約 1 か月間日本各地を取材してガイドブックを刊行しました。また、大手出版社アシェット社のブルーガイド・シリーズ「日本編」執筆のために M. Modot 氏を日本取材に送り出しました。彼は国鉄の全線フリーパスの提供を受けて 3 か月間日本各地を取材しました。この日本編の記事内容の原稿チェックを依頼され、ギードブルー（ブルーガイド）日本編出版のために一役を果たせたことが嬉しかったのを思い出します。

展示・催し物 アメリカでは 19 世紀に家

畜や農産物の品評会として始まり、20世紀の工業化を経て賑やかな産業博へと発展したステートフェア（州博覧会）が人の大勢集まる機会として多様な娯楽や遊びも取り込み、観光宣伝の場にもなっていました。同様にヨーロッパでも主要都市で産業博覧会が開催され、旅行客を誘致したい国内、国外の観光地の展示の場としても使われ、近隣の国々が出展参加する国際観光展にもなっていました。

JNTO パリ事務所もパリ国際見本市やニース国際観光博、マルセイユ博やリヨン博にも参加しました。私個人にとっての最初の博覧会参加は、赴任直後の1970年9月のマルセイユ国際博覧会（9月24日～10月5日）でした。「国際観光振興会のあゆみ」1970年版にマルセイユ博覧会への参加について次のように書かれています。少し長いが引用します。

世界の33か国が参加し、日本からは21企業が参加して開催された本博覧会に、当会では共催3県（神奈川、静岡、栃木）と共同出展、会場内18平方メートルのスペースに「日本の祭り」を主題とする展示設営を行った。日本の初参加（初の日本館設営）が今回最大の話題であり、テーマ装飾に加えて「札幌冬季オリンピック」の宣伝展示も行ったが、万国博開催国としての関心の高まりもあって、日本館は開会式当日より人の渦にとりまかれ、非常に人気を博した。開会式当日の9月24日が日本の日として提供され、当日はオルトリ仏商工大臣の公式訪問があり、多大の注目を浴びた。同日は中山駐仏大使の公式訪問もあり、生け花の実演も行った。同日午後6時より Palais du Pharo

にて、中山大使の出席を得、マルセイユ市および近郊の名士約300名を招待して日本の夕が行われた。期間中当会パリ事務所員2名と現地雇用の日本人女性1名が案内業務（情報提供と印刷物提供）に従事した。今回は日本として公式初参加であり、タイミングもよく非常な成功であった。会期後同博覧会事務局長が当会パリ事務所を訪れ、当方の参加を謝するとともに、今後の継続参加を希望する旨述べていた。入場者数は約60万人。

この種の一般博覧会は全体の入場者は多いし、日本の展示は文化の違いを見せて大いに人気を博すのですが、参加のコストが高く、予算が増えない状況のなかで次第に参加しにくくなっていきます。配布する印刷物もせめて千部程度ないと間に合いません。私がパリ事務所在勤の時代には、ニース国際観光博は「観光」と銘打った専門博でしたからできるだけ参加しましたが、パリ博やマルセイユ博のような大型一般博には事務所限りでは予算的に参加できませんでした。もともと一般博への参加は、本部が都道府県等との共催事業として参加を決め、展示テーマに沿って展示物のセットも送られてきましたから、事務所にかかる経費負担は大きくありませんでした。むしろ参加する度に大小さまざまな手持ちの展示用品が増えましたから、事務所限りで行う小規模の展示会や〈日本の夕べ〉的な催しには、手持ちの展示物や映画、パンフレット類を活用して積極的に主催ないし参加しました。また、日本大使館や日本航空、ジェトロなど日本の諸機関との共催・協力による日本の展示は頻繁に行い

ました。

JNTO の事業報告「あゆみ」を見直し、ほんの 1～2 行書かれている実施事業名を見ると懐かしい思いがこみ上げてきます。初めて外国で観光宣伝事業に携わり、事務所の同僚や宣伝嘱託員の人たちと知恵を絞って行った数々の事業です。手分けしてやった中で、自分が直接かわったいくつかを紹介してみます。展示関係で強く記憶に残っているのは、1972 年 2 月のカーニバルでにぎわうニースで、目抜き通りの商店街のウィンドーを日本一色にしたことです。これはニースの宣伝嘱託員ゲイトさんのアイデアで、日本航空と提携して 1 等賞を日本旅行、2 等賞以下に日本人形など多数の魅力的な民芸品を提供し、日本をテーマとするウィンドーの飾りつけコンクールを実施しました。賞は一般市民の投票によって決めました。賞の発表会ではジャン・メドサン・ニース市長が出席してくれて華やかな会になりました。このショーウィンドー・コンクールは PATA フランス支部やいろいろな機会に、政府観光局の宣伝企画としては出色だと褒められました。

ほかに中部フランスのコンフォラン市で開催された第 14 回国際民謡祭（1971 年 8 月）で日本観光展を実施、ショーヴィニ市文化センター主催の日本文化展（1971 年 11 月）、ニース仏日協会結成披露パーティの会場装飾（1972 年 5 月）、ボルドー市主催国際音楽祭における能公演での日本大使主催レセプションの会場装飾（1972 年 6 月）、ヴェルサイユのカトリック系中学の学年修了式典での日本

テーマの展示（1972 年 6 月）などです。1973（昭和 48）年度にはピエール・ロティの没後 50 周年の記念祭が生誕の地ロシュフォールで開催され、会場の展示を行いました。また、「あゆみ」には記述が見つかりませんが、1971 年か 72 年のいつでしたか、パリのデパート（多分サマリタン）で行った日本展示で、田原良作さんが材料を集めて立派な茶室を作り、和風マネキン、茶道具、こけしなどを展示し人気を博しました。作業中にかの岡本太郎氏が見に来てくれて、激励を受けたのを覚えています。

所員が出向かなくても、写真と組み立て方のフランス語説明書をつけて展示物の貸し出しも行っていました。どのようなものがあったかというと、大きい物は組み立て式の鳥居、雛壇セット、甲冑、神輿などから、和服を着せたマネキン、ダルマ、提灯、日本人形、茶器セット、生け花セット、様々な写真パネルやポスターなどがあり、ほかに小物がたくさんありましたので、これらを組み合わせることで、事務所のウィンドー展示をはじめ、出張展示、展示物貸出しなどで大いに活用しました。

講演等 展示装飾品を活用して日本への関心を高める活動のほかに、直接消費者に日本観光の魅力を紹介する講演活動もやりました。この場合は観光映画やスライドセット、宣伝印刷物を持参して日本を紹介します。映画は日本を総括的に紹介する 27 分もの、特定テーマの短編 15 分ほどのものがあり、持ち時間によって 1 種、時には 2 種を上映しました。講演は依頼に応じて現地雇員のゴートロ

一夫人とクルッグさんもやってくれますが、日本人のほうが良いという主催者もあり、私も何度か経験しました。最初は1971年2月にパリ近郊のモールパMaurepasという町の婦人会で日本の紹介をしてほしいと頼まれました。持ち時間は2時間以内ということでした。初めてなのでクルッグさんと二人で行き、観光映画の上映と私のスピーチを40分ほど、質疑応答はクルッグさんと二人で答えました。婦人会だったので源氏物語を材料に話しました。フランス文学では17世紀にラファイエット夫人が女性初の恋愛小説（『クレヴの奥方』ほか）を書いたことで知られていますが、その500年も前に54巻もの大部の小説を女性が書いたことを強調し、興味を持ってもらいました。別の件では、南仏アルプスのディーニュのライオンズクラブの依頼で日本紹介のタベに一人で出かけました。ディーニュはヴィクトル・ユゴーの「レ・ミゼラブル」ゆかりの地で、ジャン・バルジャンが教会の銀器を盗む舞台になった町でしたから、冒頭にディーニュはジャン・バルジャンの町といえば日本人なら誰しも興味を持つフランスの地方都市です…と始め、これを入り口に日仏の交流を中心に日本におけるフランス文化の話などをしました。こういう講演は楽しくできました。この時はディナーに招かれて1泊し、車で来ていましたからアルプスを抜けてジュネーブを回ってパリに帰りました。

旅行業界向け宣伝活動

消費者に働きかける活動もさりながら、国際観光の流通を司る旅行業者向けの宣

伝活動が重要であることは理解していました。しかし、実際に仕事を始めてみると何をしたいのか、何ができるのかわかりませんでした。日本ではJTB等のインバウンド旅行業者、ホテル、JAL等の航空会社のスタッフとはお付き合いが多々ありましたが、渡航自由化後のアウトバウンド業界のことはトラベルジャーナル誌による知識程度で、ほとんど何もわかっていませんでした。

パリに来て痛感したのは日本へのインバウンド促進の事業は、外国から日本へのアウトバウンド促進にほかならず、アウトバウンドとしてみた旅行商品づくりのメカニズムを知る必要があるということでした。ある日、大手旅行業者から来てほしいと乞われて行ってみると、日本の大手3社の訪日ツアーの見積もりを前にして、同じ日程、同じ希望を出して見積もってもらったのに、なぜこうも金額に大差があるのか、と問われました。当時の私にわかるわけはなく、個別の仕入れの関係はわからないと答えるしかありませんでした。あとでJTBパリ営業所（支店昇格は1972年）に訊いてみましたが、よくわかりませんでした。この時から、旅行商品の生産・流通について知識を持ちたいという希望を強く持つようになりました。

事務所の周辺には旅行業者の店舗が沢山あり、今日の日本のようにウィンドーにも内部の棚にも、パッケージ・ツアーのパンフレットが山のように置かれていました。日本ではまだそういう風景はなかった時代でしたから、新鮮な驚きでした。当時の訪日パッケージ旅行のホール

セール商品は Tourisme Francais 社のものとエアフランス系の Jet Tours との 2 種類しかなかったと記憶しています。JET Tours の例だと 1 センチくらいある分厚いツアーカタログの一番後ろ辺りに日本ツアーが Vacances Insolites（目先が変わったヴァカンス）というカテゴリーとして 1～2 ページ程度載っているだけでした。JNTO 事務所には小売旅行者 travel agent からパンフレットや観光情報の提供依頼はたくさん来ていましたが、こうしたパッケージ旅行を小売したり、商用旅行や個人の観光客、あるいは単発の類縁団体の旅行などに対応するためでした。いずれにしても、まだレギュラーの訪日ホールセール商品は大変少なかったのです。

それと、チャーター便はないのかとよく訊かれました。チャーター航空については堀木会長が伊藤良平「チャーター航空運送論」という出たばかりの研究書をくださったので、持参してきていました。バカンス商品は夏季と冬季に別れて別々に売り出されます。夏季なら定期航空の飛んでいない地中海の島や海岸沿いのリゾート向けなので、旅行者の店頭に並んでいるパッケージ商品のほとんどがチャーター航空で行くスペイン、南イタリア、ポルトガル、北アフリカ、ギリシャなどへのリゾート滞在型バカンスの商品でした。私もこうした滞在型バカンスを利用し、のちにそのメカニズムを研究し、論文にまとめることになります。

旅行業対者対象のセミナー開催 旅行者への日本の旅行情報の提供はカウンター業務としてきちんとできていましたが、

年に数回担当地域内の主要都市を選んで旅行者向けのセミナーを開催し、日本観光に係る情報を提供して関心を持ってもらい、日本ツアーの販売への協力を依頼しました。パリのほかに、マルセイユ、ニース、リヨン、ボルドー、リール、ルーアン、ストラスブールといったフランスの都市、ベルギーのブラッセル、スペインのマドリードなどに出向き、「日本の夕」として行いました。パンフレット等の観光情報を提供し、宣伝映画を上映し、ビュッフェスタイルの飲食を提供します。当時東アジアの国の政府観光宣伝事務所は日本しかありませんでしたから、日本の夕べへの出席率はいつも高かったのです。参加者にはドアプライズ（くじ引きで日本人形その他数点の賞品を提供する）や、ギブアウェイとして参加者全員に小物を提供し、情報提供コーナーを設置して、個別の質問を受けることもありました。所長交代など特別の機会には、日本レストランに依頼して日本食を提供し、日本らしい飾りつけ行ったりしました。

セミナー開催の場合は、基本的に日本航空とエアフランスの 2 社の協力を求めました。JNTO の持つ日本・極東方面への旅行の販売エージェントのリストだけでなく、JAL と AF の有力代理店業者をもらさず招待できるように、また航空運賃や航空サービスの情報を含める必要があったからでした。（続く）

（2023 年 9 月）