

若手社員よ、もっと臨場体験を

教育論議については、古今東西喧しいが、旅行業界人の育成という限られた視点から見た「教育」について、最も肝心な点が蔑ろにされている。私なりの実体験を踏まえ、この際若手社員に対する教育に関して私見を述べてみたい。

◇人材教育の根と幹

私自身、今日まで 30 有余年にわたり旅行業に携わってきたが、同時にそれ以前より、流動的な国際政治・社会の現場に何度となく足を踏み入れ、ベトナム戦争下のサイゴン、第 3 次中東戦争戒厳令下のスエズ運河、独立直後のアデン等、緊張した臨場感のある現場に身をさらし、得難い体験をした。

旅行業とは直接つながらない行動体験だったが、不意打ちの独立により民族解放戦線の保護による入国、外国軍隊による検束、幽閉や暴漢の襲撃等、類稀な不測の事態の中で自分なりに身を処した熾烈な臨場体験を待ったことで、以降は事物を見る時の価値判断やバランス感覚等の面で危機管理能力、判断力、決断力、また旅行業に最も大切な行動力と積極性が培われた。この経験が私の信念、処世訓、あるいは行動規範となり、物事を処する際の大きな自信、仕事上の指針にもなっている。

さて、本誌 9 月 20 日号の寄稿欄で、西武百貨店の小柳玲子氏が情報豊富な FIT 客増加に触れ、旅行業界の対応の遅れ、特に

知識不足を指摘し、「旅行業ほど人材が重視される業種はない」とまで喝破、キャリア・職種別のカリキュラム開発からキャリアアップスクール制度導入にまで踏み込んで提言したのは、正に至言である。

しかし、広範で専門的な知識を求められる守備範囲の広い業種ゆえ、旅行業界における効果的な教育、すなわち顧客に満足してもらえる接遇教育はそんなに容易ではない。

飛躍的に増加するだろう FIT 客の満足感を充足させるような旅行者の知識面の対応は、一つひとつの知識の集積や縫合によるものでは間に合わない。顧客の情報習得のスピードは、旅行者のそれを遥かに凌駕している。

1 本の樹木に例えれば、現状の業務知識の詰め込み教育は、枝葉であり、断片的な知識をいくら詰め込んだところで、所詮樹木全体に興味を抱く成熟した顧客の満足感を得られない。

旅行業教育の根・幹は、業界人としての感性を研ぐことや、臨場感を演出する表現力や創造性であり、それらが相まって顧客に夢や想像力を幻想させる総合的な旅情報の提供となり、臨場感に裏打ちされた顧客を得心させる説明につながる。まず、情緒面を養うことが先決で、その後に枝葉教育である一般の旅行業務知識の習得がついてくると言う順序になっていなければ、どんな顧客にも対応できる自信は生まれにくい。

◇ひとりで道を拓くこと

まして「感動」「夢」「触れ合い」「癒し」等が求められる「旅」の本質を考えれば、知識の習得以前に現場における臨場感の体験により、「場」に即した臨機応変の判断力、臨場感創出による旅のイメージ醸成等の手法が優先されて然るべきである。

なぜ旅行業界は、このような根源的教育手法に関心を抱かないのか。これでは本物の旅行人が育つ素地がない。

今、臨場感を体験できる手段の1つとして、旅行業界の若い人に1人で、とにかく一度外国へ出てみることを勧めたい。「体験旅行をできるだけ若い時にしなさい」ということである。

会社もこの際若い人たちをサポートしてほしい。この「ひとり旅・体験旅行」が旅行業者としての根・幹教育に効果があることは間違いない。航空券だけを持って、社会的問題を内包する、できれば発展途上国を1人で歩いてみることである。

詳し過ぎるガイドブックは、却って厄介である。宿泊地や食事場所は現地で算段する。訪れる場所も現地の人との交流の中で知ることができる。危険な場に身をさらせとは言わないが、土地の人々との思いがけない「邂逅」と新鮮な「触れ合い」が新しい世界への門戸を開けてくれる。このような実体験が自分をたくましくする。知らず知らず、世の中が見えてくる。訪れた国の民族と文化に関心がわいてくる。国際問題に関心を抱くようになる。これが生きた教育だ。

現場、すなわち「臨場の場」で身につけた知識や行動規範こそが旅行業者にとって最も役に立ち、根源的なことであるとの認識を

新たにして、旅行業界を挙げてもっと「臨場体験教育」を啓蒙することが必要ではないか。

業界人自身に臨場の場の「疑似体験」が少ないせいか、残念ながら今なお旅行業界全体にそのような視点と気風が欠落しがちであることに寂寞の感を禁じえない。