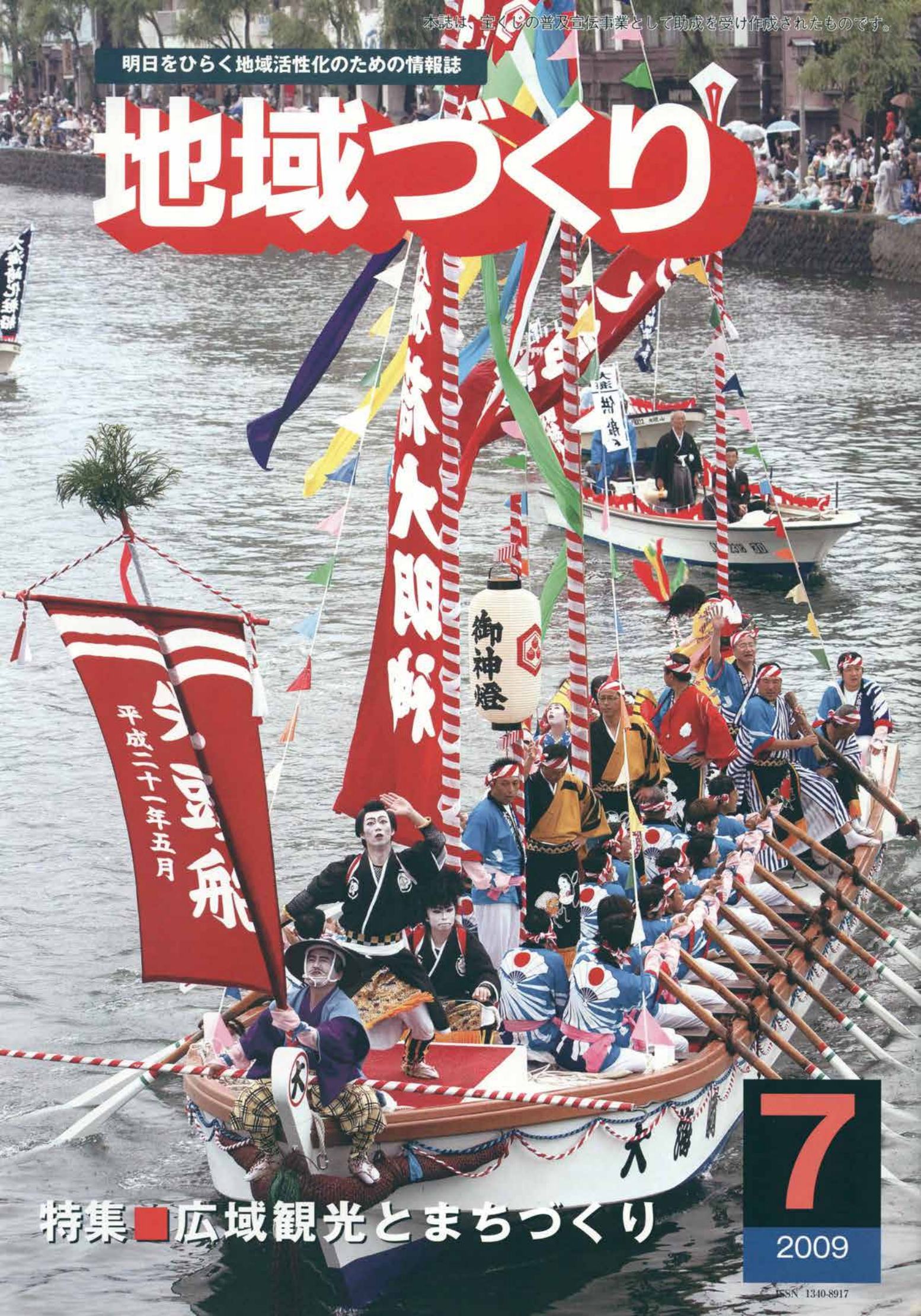


明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり



特集 ■ 広域観光とまちづくり

7

2009

ISSN 1340-8917

1 巻頭エッセー ● 日本一大量の水と土から生まれた田園型政令市

篠田 昭 (新潟市長)

特集 広域観光とまちづくり

- 4 地域格差是正のカギ握る観光政策 森地 茂 (政策研究大学院大学教授)
- 8 知床観光圏 現場の若手らが立案する観光戦略 青木憲一
- 10 北海道遺産構想 「ムラの宝物」という自慢を抽出 伊田行孝
- 12 日本海きらきら羽越観光圏 ブランド戦略は日本海、山の神々… 佐藤 守
- 14 雪国観光圏 「雪国」の特性活かし観光産業振興 富井松一
- 16 南房総地域観光圏 地域と交流「滞在する旅」創出へ 熊井成和
- 18 浜名湖観光圏 ぐるっと浜名湖ツーリズム 石川 淳
- 20 金沢・富山県西部広域観光推進協議会 加賀藩ゆかりの観光資源を共有 藤井 宏
- 22 聖地熊野を核とした癒しと蘇りの観光圏 心身の健康づくりのメッカに 敷地弘規
- 24 広島・宮島・岩国地域観光圏 「本物志向の旅」へ新たな誘客促進 矢野大介
- 26 四国東南海岸「癒しのAMAロード」 四国の「奥座敷」観光目指す 鈴江省吾
- 28 長崎街道シュガーロード あまーいスイーツで西九州が連携 池田尚己
- 30 阿蘇くじゅう観光圏 国立公園を核に「時遊空間」づくり 石松昭信
- 32 観光立国へ滞在型観光を促進 門間俊也 (観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課)
- 35 観光需要創出に向けた取り組みを 吉澤清良 ((財)日本交通公社研究調査部)

レギュラーレポート

- 38 ～北から南から～ 埼玉県本庄市
「おもてなしの心」で郷土に貢献(「まちの駅」という実践報告)
団体探訪
- 40 NPO法人「スペースふう」
「使い捨て」減らし環境に貢献 山梨県増穂町
- 42 NPO法人「まつえ・まちづくり塾」
まちに埋もれた宝物に光あてる 島根県松江市
- 44 移住・交流事業 山形県村山市
果樹産地の「援農」体験通じ交流促進 井澤豊隆
- 45 首長の思い 伊東八景とおもてなしの心 佃 弘巳 (伊東市長)
- 48 センター通信

ホーランエンヤ

グラビア

2 広域観光とまちづくり

46 都道府県漫遊 ● 岩手県

47 手前みそですが… ● 沖縄県石垣市



松江城



小泉八雲旧居



武家屋敷



宍道湖に浮かぶ嫁ヶ島



ホーランエンヤ



歌舞伎の衣装姿の若衆たち

● 表紙「ホーランエンヤ」
(島根県松江市)

松江市で十二年に一度開催される「松江城山稻荷神社式年神幸祭」が五月中下旬、催された。勇壮な掛け声から「ホーランエンヤ」の名で親しまれる、日本三大船神事の一つ。城内に祀られた稲荷神社の御心霊を約十キロ離れた東出雲町の阿太加夜神社に船で運び、七日間にわたり五穀豊穡を祈願し、再び稲荷神社に帰ってくる船渡御祭だ。

約三百六十年前の慶安元年、出雲の国で太凶作が予想され、松江藩主・松平直政公が豊作の祈禱をさせたのが始まりという。

最終日の還御祭は二十四日。市の中心部の大橋川には、雨模様で約百隻の船団が色とりどりの旗や幟をなびかせて到着。權伝馬と呼ばれる踊り船を先頭に、神楽船、神輿船、お供船などが続いた。

權伝馬船では歌舞伎の衣装を着飾った踊り子や權漕ぎの若衆らが「ホーオオエンヤ、ホーランエンヤ」と唄い踊り、川の周辺を埋め尽くした市民や観光客を魅了した。

● 文：原田 ● カメラ：小形又男

日本一大量の水と土から 生まれた田園型政令市

新潟市長 ● 篠田 昭



千年を超す歴史を持つ湊町で開港五港にも選ばれた新潟市は、二〇〇一年から三次にわたる大合併を行い、広大な田園地帯を形成する十四市町村と一緒にになりました。十五市町村が大同団結したのは、本州日本海側初の政令指定都市を樹立するためです。

二〇〇七年に政令市となった新潟ですが、先輩の政令市と比べると大きな違いがあります。それを象徴するデータが食料自給率です。先輩の政令市で最も食料自給率が高いのは仙台市で八％。残りの政令市の多くは二％前後です。これに対し、新潟市の自給率は六三％です。

この数字一つとっても新潟は「かつてない政令市」にならざるを得ないのですが、私たちはこれを肯定的に捉えて、日本で最初の「田園型政令市」をつくろうと思っています。都市の持つわくわく感と田園の持つゆたかり感を併せ持つ政令市が私たちの目指す都市像です。

そんな思いを込めて内に向けては「田園型政令市」、外に向かっては「食と花の政令市」のキャッチコピーを発信してきました。しかし、「食」は全国各地が売りにする最大の激戦地ですし、「花」も先輩の政令市である千葉市などが看板に掲げています。

新潟政令市を表現するもっと良い言葉がないかを考えあぐねるうち、とうとう「水と土」にたどり着きました。新潟市は日本一の大河・信濃川と、信濃川に次ぐ日本第二位の水量を持つ阿賀野川という二つの母なる川に育まれた土地です。新潟は「日本一大量の水」と、「日本一大量かつ多様な土」から生まれた「水と土の王国」といえるのではないのでしょうか。

日本一の水と土が相手でしたので、その闘いも半端なものではなく、新潟の先人たちは一昔前まで、大変な水との闘いを強いられてきました。

ど、すさまじいまでに水と土がうねり、信濃川の右岸にあった沼垂湊は江戸時代だけでも三度、大移動をしています。

一方、田園地帯は悪水が日本海に流れ出ないため、六十年ほど前までは「へそまで浸かる深田」での農作業を余儀なくされました。

後にこの様子を映像で見た作家の司馬遼太郎氏は、この農作業を「死に物狂いの労働」と「街道をゆく・渇のみち」に記しています。この状況は一九四八年、新潟市の中心部にある鳥屋野潟に、当時東洋一と言われた栗ノ木排水機場が建設されるまで続きます。

先人たちが日本一の水との闘いを闘い抜いてくれたおかげで、私たちはいま本州日本海側で群を抜く拠点性を持つ特定重要港湾を確立し、日本最大の美田に暮らすことができるようになりました。

新潟の誇る食と花も、まさに全国一の水と土から生まれたものです。また、新潟市各地には水との闘いの疲れを癒すためか、爆発的な迫力を持つ踊りや民謡、ユニークな伝統芸能など「水と土の伝統文化」が根付いています。今年の新潟は、新潟の地に「他に比類なき水と土の暮らし文化」があることを八十一万市民が確認し、国内外に知っていただく年にと考えています。

新潟の水辺や田園地帯に世界の一流アーティストからランドアートを製作いただき、地域の「水と土の宝物」を訪ね歩く「水と土の芸術祭」を七月十八日から年末まで開催することにしました。

今年は越後を舞台にした大河ドラマ「天地人」も放映されています。ぜひこの機会に「越後・天地人のふるさと新潟市」を訪れ、越後の「義と愛」の心とともに、「水と土の宝物」を味わっていただきたいと思います。

新潟でお待ちしております。



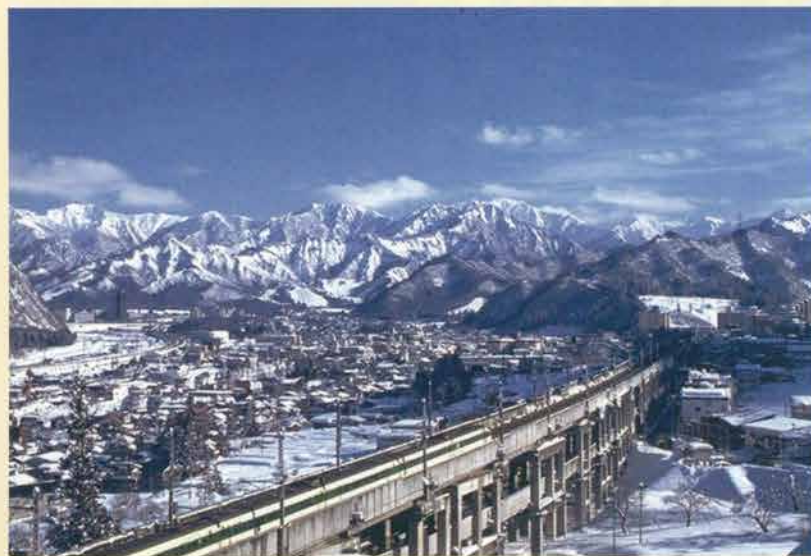
旧国鉄士幌線コンクリート
アーチ橋梁群 (上)
霧多布湿原 (右)
● 北海道遺産構想 (p10-11)



斜里町ウトロ地区の
田園風景 (上)
清里町の「神ノ子池」 (右)
● 知床観光圏 (p8-9)



広域観光と まちづくり



雪国の白銀世界 ● 雪国観光圏 (p14-15)



羽黒山杉並木と山伏 (上)
日本海の夕陽 (右)
● 日本海きらきら羽越観光圏
(p12-13)



上空から見た浜名湖周辺
● 浜名湖観光圏 (p18-19)



春の鋸南町 (上)
春の南房総市 (右)
● 南房総地域観光圏
(p16-17)





修験者の行場として知られる
玉置神社（上）
熊野古道と平安衣装（左）
● 聖地熊野を核とした癒しと
蘇りの観光圏（p22-23）



加賀藩をキーワードに
した観光パンフレット
● 金沢・富山県西部
広域観光推進協議会
(p20-21)



官民連携の地域観光パンフレット
● 広島・宮島・岩国地域観光圏（p24-25）



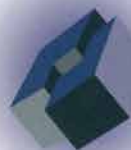
だるま朝日（上）室戸岬灯台（右）
● 四国東南海岸「癒しのAMAロード」
(p26-27)



中央火口丘（上）地獄すずめの湯（右）
● 阿蘇くじゅう観光圏（p30-31）



シュガーロードのまち歩き
● 長崎街道シュガーロード（p28-29）



地域格差是正の力ギ握る観光政策

―地元の結束力が観光地の将来を左右する―

この数年、観光政策は大幅に拡充されてきた。観光は遊びであるという理由で主要な政策課題として扱われてこなかった時代からの大転換である。その目的は観光の振興であり、広義には地域の活性化である。生産施設の海外流出による所得格差拡大、高齢化格差、将来展望に関する格差などの地域格差への対応として、観光に着目されたのである。

従って、観光客を増やすことのみではなく、新たな「公」と呼ばれる、地域の人々の自立的努力、人々の地域に対する誇りと自信、地域間連携、外部の人や資本の導入、それらを基礎とする環境整備、さらには地域活性化などにつながる先導的な政策展開でもある。

ところで、観光における重要な課題として三つあげられる。第一は、インバウンド観光への対応である。第二は国内需要構造の変化への対応である。第三はこれらの基盤となる観光地の魅力向上

である。以下の観光施策はこれらの課題への対応でもある。

1 最近の観光施策

平成十七年観光地域づくり実践プラン（幅広い関係者が連携した地域づくりの計画づくり支援）と、十九年観光ルネッサンス補助制度（民間組織による国際競争力のある観光地をめざす地域観光振興事業の支援）の発足、十九年観光立国推進基本法施行、観光立国基本計画閣議決定、二十年観光圏整備法施行、観光圏整備事業補助制度（長期滞在型観光を促進する観光圏整備事業）の発足と、観光に対する施策が急速に拡充されてきた。

平成二十年の観光庁設置に伴い、観光のデータ整備、観光地のマーケティング促進、大学の観光系学科の急増とその質的向上、関係省庁の調整等々様々な取り組みが展開されている。特に観光



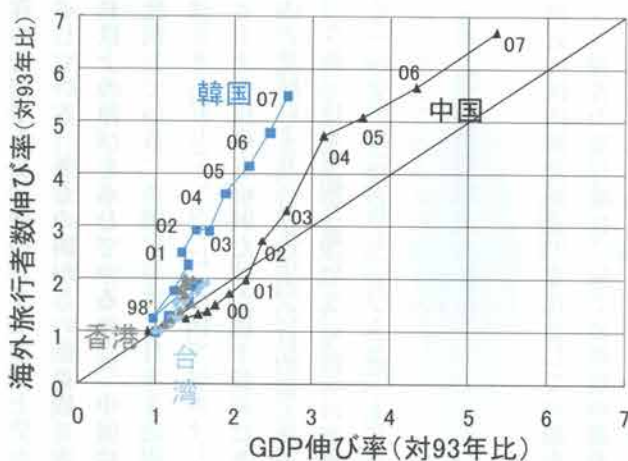
政策研究大学院大学教授 ● 森地 茂

圏整備事業は、複数自治体による観光圏整備実施計画を大臣が認定し、それに基づいて実施される事業を支援するものであり、関連する社会資本整備と連携する観光圏形成にも展開が可能である。

これらに対応して、第三者委員会で選定された様々なプロジェクトが全国各地で進行中である。それらは毎年同委員会が評価され、改善されている。現在までのところ、一件あたり予算規模は小さく、ほとんどはソフト施策となっている。かつて竹下内閣、小渕内閣で実施された地域振興策が、時間的制約のため計画や合意形成段階が不十分であったのに対し、これらは合意形成と計画づくりを重視した取り組みである。

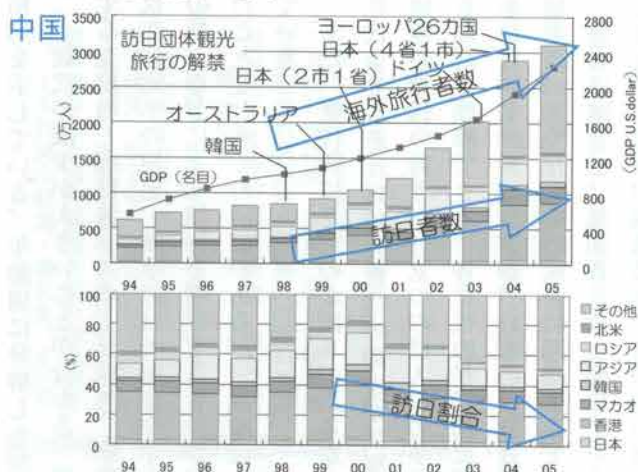
もちろん後述するように、国際競争力のある観光地の実現には、再開発、社会資本整備、環境や景観の大幅改善が必要などところが多いのであるが、拙速に個別施設を整備する前に、地元で十分な検討と関係者の協調体制の確立を志向している

図1 海外旅行者とGDPの伸び率



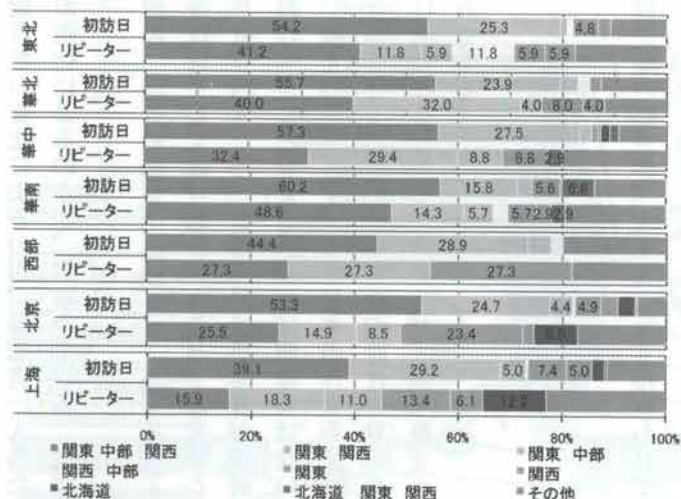
GDP: IMF、World Economic Outlook Database, October 2008 より作成
海外旅行者数: JNTOデータ

図2 中国観光客の動向



アジア: タイ、シンガポール、インドネシア、フィリピン、マレーシア、ベトナム
注1) カナダは98年以降データあり、注2) 海外旅行者数は、香港、マカオを含む
海外旅行者総数・訪日外国人旅客数: JNTO、各国海外旅行者数: 世界観光機関資料より作成

図3 中国地域別の訪内地



2 国際観光への対応

この意味は大きい。地元がまとめられるかどうかそれぞれの観光地の将来を左右するであろう。

日本のインバウンド観光客数、イン・アウト格差などで欧米、東アジア諸国に比して大きく立ち後れている。豊かさが同程度の他国と陸続きという欧州と比べると、アジアの観光需要は成長途上であり、かつ所得格差と円高、言葉の障壁など不利な状況があったが、これらはアジアの経済成長により改善されていく。

むしろ課題は以下の諸点である。

第一に、画一的まちづくりが進んだ上、宿泊に温泉地を選ぶ傾向の強さのために我が国では軽視

されてきた都市観光の魅力を如何に向上させるかである。特に観光スポットのみではなく、生活空間を含めた環境改善が不可欠である。

第二に、外国人の広い行動圏を考慮した観光地づくりである。欧州からみれば東アジアが、アメリカからみても日本・中国・韓国が一つの圏域である。この中で目的地の選択や周遊が決められるのである。従って、このような圏域での個性や、連携を如何に企画するかが要点である。市町村ごと、県ごとの情報発信、観光施策から脱却し、同時に観光地やホテル、レストランのランク付けを回避せず、海外からの観光客による選択を容易にすることである。レンタカー利用のためのカーナビ用の英語のデジタル地図も早急に造りたい。

第三に、海外市場に対し、各地域ブロックがど

んな統一イメージで印象づけ、同時に来訪者にいかなる多様性を感じさせ、リピーターになってもらえるかが課題である。例えば北海道のイメージは極めて高いが、各季節による魅力も知られてきた段階であり、道内地域の多様性の情報発信に關しては失敗している。

結局、これらの課題に対応するための出発点は、マーケティングである。日本でも海外への観光旅行者数の時系列の増加傾向は、都道府県別・世代別・性別に異なっており、その増加に従って海外の行く先も、行く先別リピーター比率も変化してきた。例えば、大都市の二十歳代女性から、オセアニア旅行が増えだしたように。海外でも同じことが考えられ、データ整備と分析が期待される。

図1、2、3 (データ: JNTO) は、中国観

図4 人口1人あたり国内宿泊旅行回数
(回/人・年)



図5 人口1人あたり国内宿泊旅行回数
(回/人・年)

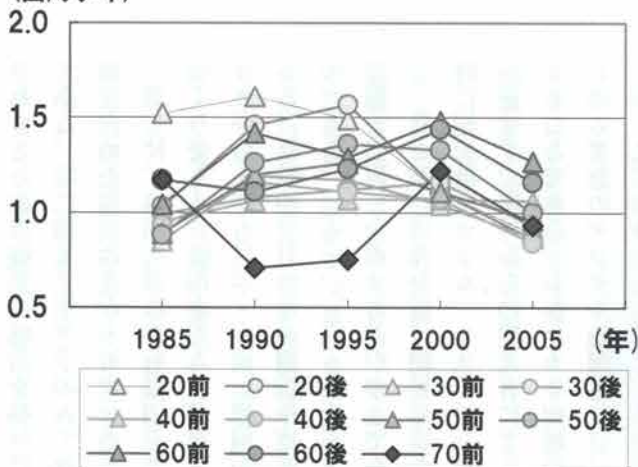
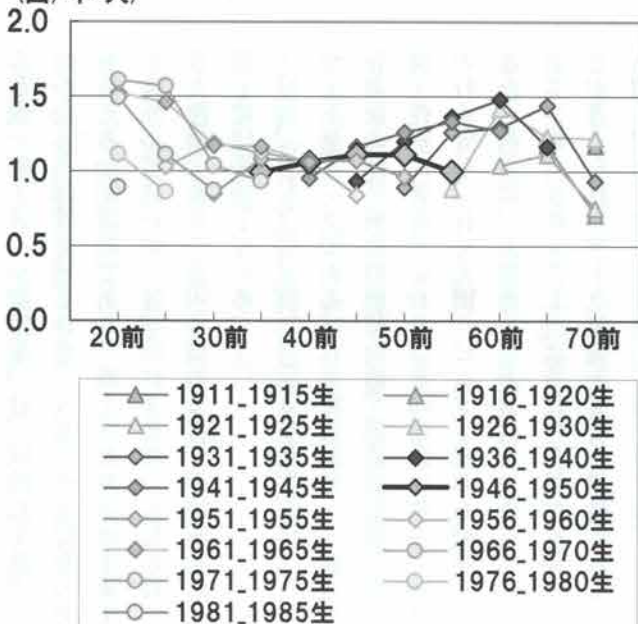


図6 世代別旅行回数推移
(回/年・人)



3 国内需要構造の変化

光客の動向である。他のアジア諸国と異なる動向を示している。多くの国からの来日観光客数はGDP以上の伸びを示しているのに、中国はGDPに比例している。各国における日本を選択する比率は年々上昇しているのに、中国では低下している。リピーター比率も中国だけが低下傾向にあり、中国国内の地域により、日本国内の目的地も異なっている。今後、日本の観光地にとって最大の海外市場である中国を詳細に分析しておく必要がある。

最近の国内観光構造の変化として、最も注目すべきは若者の旅行離れに続く高齢層の需要の低下である。図4は、一人当たり宿泊旅行回数の低

傾向を示している。年齢別に分解した図5から、二十歳代の減少が大きいことが分かる。携帯に対する支出増、所得減、スポーツ離れ、車離れ、東京在住比率の増加、修学旅行の減少や学生割引率の低下などにより旅行を嗜好するきっかけを失ったことなど多くの議論があるが、議論にとどまっている。

また、世代別に見たのが図6であるが、団塊の世代よりもそれ以前の世代の動きが活発であり、団塊の世代の動きが目立つのは人口の多さによるものだと理解できる。各世代の年齢別に旅行動向を見たマーケティングが、政府の目標達成や、各観光地の活性化戦略の成否に関係するであろう。さらに図7で、参加者とは一回以上その活動をした人であるが、活動によって、その増減傾向が

参加者数の変化によるのか、参加者一人当たり回数の変化によるのか、異なっていることが分かる。

国内、国外の観光市場が大きく動き始めた今、社会政策として取り組むべきこと、観光地として取り組むべきこと、各観光関連事業者が個別に取り組むべきことを見定めるのは簡単ではない。ただ、観光のみならず、また日本のみならず、経済社会のグローバル化の中で次の時代を見定めた戦略はあらゆる分野で、求められ、取り組まれているのである。

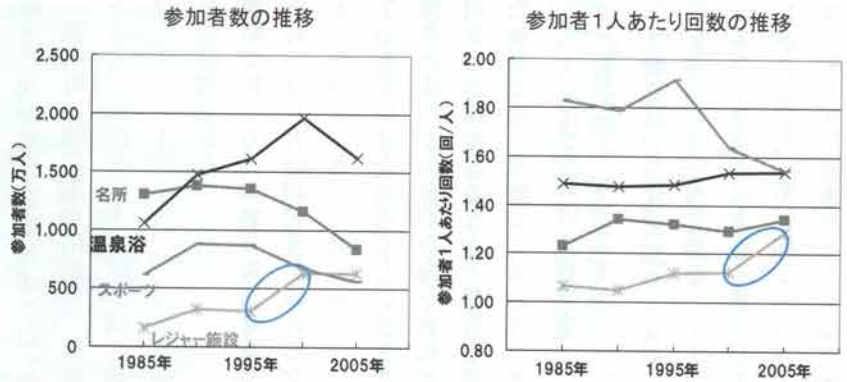
4 観光地の魅力の再構築

観光地の魅力が、人工物により損なわれている

中心商業地の失敗を繰り返してはならない。重要な風景要素である水辺は、河川、湖、海岸のどれについても、その再生が待たれる。河川の親水性空間、湖畔が駐車場で道路を挟んでレストランがあるといった土地利用のミスマッチ、ゴミの散らばる日本の海岸と海外リゾートの海岸の差異など課題は多い。

季節性への対応の誤りもある。本来四季は魅力の源泉であるが、それを生かせず、季節波動を埋めるための旅行社頼みの結果、団体客対応の大型建築物で個性を喪失した観光地は多い。逆に、閑

図7 活動別の参加者数、参加者1人あたり回数の推移



事例は多い。温泉地では、団体旅行対応のホテルの倒産、跡継ぎのない家族経営旅館の廃業が荒廃した空間をもたらしつつある。廃墟の撤去が放置されているケースや、空き地が広がっているケースもある。

散期のために収益性が低くて投資ができず、魅力を損なっているところもある。

観光地の魅力再生は、多くの場合、土地利用の改変を要する。そのためには観光地の土地利用再編を可能とする計画制度と事業制度が必要である。しかし、区画整理や都市再開発などのように地価の増進を前提とした事業制度は多くの観光地には不向きである。長い時間をかけて少しずつ移転していく方式を考えたい。

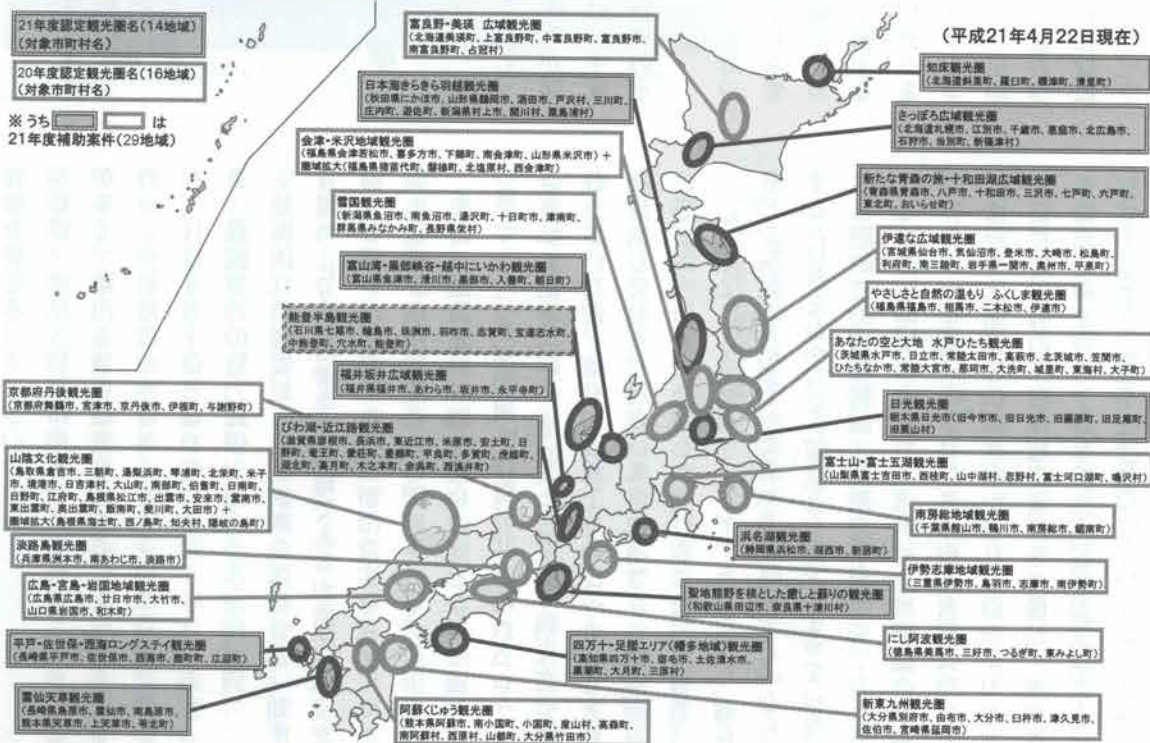
また、観光の魅力は観光スポットの魅力のみならず組み合わせの魅力が重要であり、行政界を越えた連携が望まれる。

これらのどの課題に対しても、既に先進的な取り組みがある。各地域の個性を基盤とした工夫と一で述べた観光政策が相まって、それぞれの地域の個性的解決策をもたらすことを期待したい。

参考文献

- (1) 観光庁ホームページ <http://www.mlit.go.jp/kankochu/>
- (2) 島田、日比野、森地…訪日中国人観光旅行者の居住地域別観光行動の基本的分析、土木計画学研究・論文集、vol.39, 2009.6
- (3) 日比野、森地…世代の特徴に着目した国内観光行動の時系列分析、土木計画学研究・論文集、vol.33, 2006
- (4) 尾高、日比野、森地…旅行先での活動に注目した国内観光行動の時系列分析、土木計画学研究・論文集、vol.39,

観光圏整備実施計画認定地域一覧(30地域)



2009.6
出版1998.6
(5) 森地、伊藤、毛塚…魅力ある観光地と交通、技報堂
(6) 毛塚、早川…観光地再生整備への課題、運輸政策研究所研究報告会発表、2008.11



現場の若手らが立案する観光戦略

―ブランドに負けない魅力づくりへ四町が連携―



NPO法人知床斜里町観光協会専務理事

● 青木憲一

この四月に新しく認定された「知床観光圏」は、北海道の北東部にある知床半島とその周辺区域で、羅臼町・標津町・清里町・斜里町の四町で形成される。東西約六十キロメートル、南北約九十キロメートル、面積は二千六百六十二平方キロメートルで、東京都とほぼ同じ広さの区域である。

四町で約三万人の定住人口を有するが、そこに毎年約二百万人の観光客が訪れる全国有数の観光地ともなっている。

半島基部には北海道らしい広大な畑作地帯・酪農地帯が広がり、豊かな海を資源とする漁業も道内屈指の規模を誇るなど、農村景観や産業を活用した観光開発の余地も大きいエリアでもある。

（入）れ込み数は世界遺産登録前の水準まで減少

知床観光は、知床五湖や知床峠などの景勝地、断崖を海から望む観光船などを主要観光資源とするマストツーリズムに大きく依存してきた。

しかし近年、原生林エコツアーやホエールウォッチング、流水ウォークなどの体験プログラ

ムに参加する個人観光客が増加しつつあるなど、観光形態の変化に対し、個人型への取り組みが遅れたため、同地域への観光客入れ込み数は、平成十七年に「世界自然遺産」に登録される前年の水準まで落ち込んでいる。

訪れる観光客は「知床」を認知しても、四町の行政区分などは全く意識しない。にもかかわらず各町はこれまで、それぞれ独自の観光戦略を行ってきた。また、観光への依存度はウトロを擁する斜里町が極端に高く、他の三町は農漁業に比べると、観光客誘致の取り組みはごく近年、スタートしたばかりだ。

この四町の連携を強化し、観光圏として魅力づくりに取り組んでいかねばならない。それには以下のような幾つかの課題がある。

1 ウトロ周辺地域への一極集中

景観資源に依存してきた結果でもあるが、知床を訪れる観光客は、ウトロ周辺地域に際立って集中し、結果、受け皿となる大型ホテルもウトロに集中してきた。四町におけるウトロの宿泊率は八

五%を超える。

標津・清里・斜里市街は通過されてしまうことが多く、羅臼も個人観光客を中心に人気があるものの、宿泊施設のバリエーションが少ないことから、日帰り客主体となっている。

2 景観資源の魅力減少

知床国立公園で最も人気があるスポット「知床五湖」。ヒグマの密集生息地であるがゆえに、「五湖」と言いながら、ヒグマが出没する夏季には三湖・五湖が危険回避のため閉鎖される。

また、硫黄成分の強い温泉が滝となって流れる「カムイワッカ湯の滝」は野性味あふれるロケーションと相まって、滝壺で入浴する観光客で賑わっていたが、落石により上部の滝への立ち入りを禁止しており、現在は入浴に適さない水温約三〇℃の「一の滝」までしか登れなくなっている。

「知床」という地名のブランドがありながら、滞在型どころか、メジャーなスポットを周遊するのなら、まる一日さえかからない現状となってしまう。

3 四町での情報発信・連携力不足

この四町間では今まで、市町村広域協議会などの枠組みがなく、ウトロ以外の観光素材についてはほとんど相互に情報共有がされていなかった。

斜里町以外の三町は観光資源を整備し、周知させるための十分な予算を持たず、斜里町内ですら、「ウトロこそが観光一等地だ」という思い込みから、斜里市街方面の観光資源の発掘・開発は意識が低く、あまり取り組まれてこなかった。

また、インターネット検索が情報収集の主力として台頭している流れの中で、「知床」というキーワードで検索するユーザーが各町の町名での検索



エコツアー先進地での水産加工体験（標津町）

に比べ、ネタ違いに多い。このことから、知床広域のパンフレットやポータルサイトが不可欠なことは十分想像できるが、現在は未作成だ。

（まちづくり団体も施策づくりに参加）

観光事業としては、申請に向けて設立された社団法人「知床観光コンベンション」が主体となつて、平成二十一年度に三十以上の事業を実施予定である。宿泊魅力向上事業、体験型観光プログラム開発事業、交通整備事業、観光情報整備案内事業、観光プロモーションPR事業などのカテゴリーに分かれており、観光圏内のコンテンツやアクセス向上を行っていく。

既存イベントの規模や観光事業者が多いことか

ら、施策を検討する作業部会は斜里町のメンバーを中心に立ち上げ、他三町はパイプ役としての観光協会事務局などがまず参加、順次、各町の観光事業者リーダーへも参加の輪を広げる予定だ。

観光客誘致で先行している斜里町でも、従来は観光協会長、副会長といった役員が中心となつて施策を立案・実行してきたが、立ち上げた五つの部会はまったく新しい組織である。

ホテルスタッフやアウトドアガイドなど、現場の最前線で旅行者と接する若手メンバーをはじめ、直接の観光業ではない、まちづくり団体のメンバーなども加入している。

この六月には、他町の観光素材を観光業現場スタッフが視察するツアーが実施されたが、「リア



ウオッチング船とシャチ・クジラなどの遭遇率は日本有数（羅臼町）

リティをもつて観光客に説明できる」と参加者には大変好評であった。

また札幌や東京などのプロモーションに他町の素材も準備して臨むと、非常に好感触であるなど、すぐ着手できることを実行する中で、連携のメリットを早くも強く感じている。

観光事業の中では、着地型観光開発事業も行う。具体的には、連泊するものの具体的なプランがない個人旅行者のために、昼食・送迎・体験メニュー・観光船などをワンストップで着地型ツアーとして手配できるコンシェルジュ機能の配置などを検討。モデルコース案を作業部会で募ったところ、従来にないユニークな案が出てきている。

（観光客が惜しみながら帰り、再訪していただく）

観光圏内のどこへ行っても、四町の観光素材が魅力的に発信され、たっぶり遊んでもまだやり残したと、見えない景色、食べていないご当地料理がたくさん残っていることを強く惜しみながら帰っていただき、そして再訪していただく。

来るたびに泊数は増えていき、さらに知床ファーンが増えていく。そんなイメージを具現化するための取り組みは始まったばかりである。

コテージやコンドミニアムなど、安価に滞在するための自炊設備つき宿泊施設や泊食分離システムの導入といった、連泊に耐えうる宿泊施設のソフト・ハードづくりなど多くのハードルが想定されるものの、意欲ある若手実行主体から画期的なアイデアが出るものと信じている。ぜひそれらを紡ぎ合わせ、知床というブランドネームに負けない観光地づくりをしていきたい。

「ムラの宝物」という自慢を抽出

北海道遺産の「点」から「面」の展開へ



NPO法人北海道遺産協議会事務局

伊田行孝

（自然、文化、産業など
選定された52の遺産）

「北海道遺産構想」とは、まちの宝物に気づき、それを守り、磨き、活用する過程で、地域の元氣や魅力の種を育み、地域づくり、人づくりにつなげていく運動である。平成十三年に第一回分として二十五件、平成十六年に第二回分として二十七件、計五十二件の北海道遺産が選定されている。選定に当たっては客観的価値に加え、候補に対する地域の「思い入れ」という主観的価値が重視されている。活用してこそその北海道遺産、という構想の趣旨によるものだ。

北海道の自然や文化、産業、生活、歴史など五十二件の中身やジャンルはさまざまなので、活用の手法を一つにくくるのは難しいが、北海道遺産の所在地の思いとして共通しているのは、やはり「観光振興の素材にしたい」ということである。

特に近年、地域資源を活用した観光振興が求められる中で、北海道遺産を軸にした「学び」の観光振興に寄せられる期待は大きい。

また、当協議会では昨年度から、北海道遺産構想の第二章として「ほっかいどうムラの宝物さがしプロジェクト」を展開している。

五十二件の北海道遺産だけではなく、この広い大地にはまだまだ多くのまちの自慢・地域の宝物がある。学術的な価値といった視点だけではなく、ユニークな発想の自慢を含めて、まちや地域から出してもらい、それをまた観光振興などに生かしていこう、というプロジェクトである。

（北海道遺産と「ムラの宝物」
を合わせる約二百五十件）

北海道遺産が選定というプロセスを経たのに対し、「ムラの宝物」は申請されたものではない。ただ、登録しようという仕組みにしている。「わがまちの遺物名人三人衆」などといった人を登録することもできる。

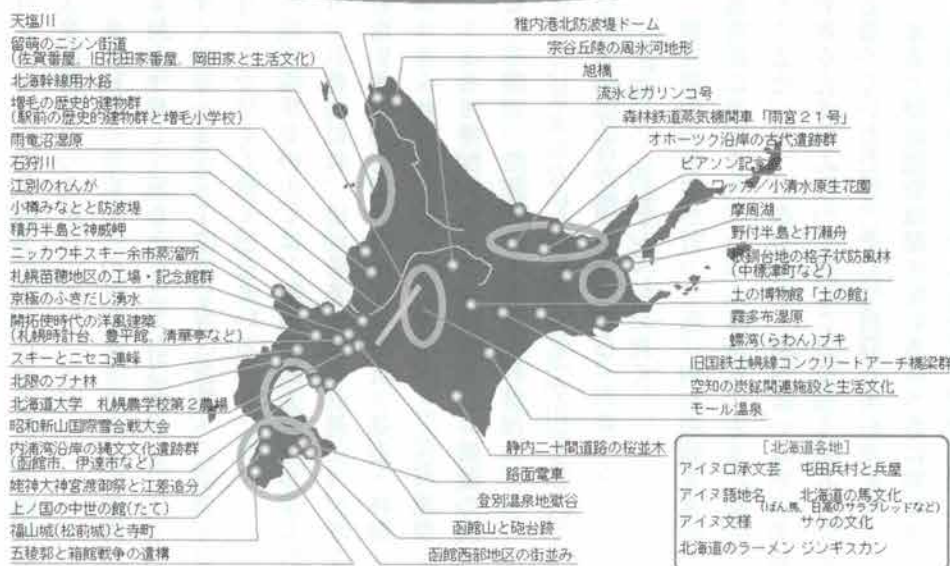
ただし、現在は役場・商工会（議所）、観光協会などのいずれかを通じた申請のみの受付となっている。プロジェクトの趣旨から、また後述する観光振興の観点からも、できるだけ早く一般の方から

の応募を受け付けられるようにしたいと考えているが、その段階に至っていない。

北海道遺産とムラの宝物を合わせると二百五十近い地域資源が、北海道あるいはムラ（まち）の宝物として選定・登録されている。

次のステップは、これらを活用した「広域的な観光振興」を考えることになる。北海道遺産単独では「点」だった地域資源も、ムラの宝物との連携によって「面」での展開が可能になる。

北海道遺産52件





北海道遺産をテーマにしたバスツアー

そのためには、両者の連携で地域内の滞在時間を延ばし、それによって高い経済的効果を期待できるといふ、当然の意識を各地がきちんと持つことが大切だと考えている。

しかし、ムラの宝物は一般からの応募を受けていないため、これをチャンスと考えて応募をしてくださるまちと、まったく関心を寄せていただけないまちとの温度差があり、広域観光を考えるうえでも、より多くの自治体からの応募を待っているのが現状である。

したがって今回のテーマについて残念ながら、このプロジェクトから発展した地域の具体的な事例を紹介できる段階ではないのだが、ムラの宝物をいかに抽出していくか、そしてそれを広域での観光振興につなげていくか、考えていることを

記述してみたい。

「まちの自慢」を集め、発信するこの意義

まず、北海道遺産やムラの宝物が観光資源としての役割を果たせるのかという前提についてだが、第一回の選定以降、北海道遺産の観光資源化は各地で進められ、高い評価を得ている。特に学び観光の素材としての期待は大きい。

それがキラコンテンツになるかといえば、残念ながらそうではないのだが、メインディッシュにはならなくても、気の利いた小皿として存在感を出すことは可能だと感じている。

そして広域展開を視野に入れ、地域資源を活用した観光振興を図っていくために必要なことは、改めて「まちの自慢集め」から始めるということ



「ムラの宝物さがしプロジェクト」の登録審査会

だ。こうした単純な姿勢というか、スタートの設定が大切だと感じる。

自慢に根拠はいらない。学術的あるいは文化的な価値はどうでもいい。自分にとって「このまちの好きなこと」を出し合うことから始めればよいのではないだろうか。「うちのまちは坂が多くて疲れるけど、あそこ急坂から見える夕陽が好きだなあ」といった日常の風景も立派なまちの自慢のはずである。

ちよつとした自慢を抽出し、それを人の口から発信することは交流人口の増加に不可欠な作業ではないだろうか。自慢を抽出するにあたってのポイントは組織を絡ませないことだ。

「草の根的な活動がまちづくりの第一歩に

最初は個人的なネットワークで人を集め、手弁当で「うちのまちなどが好き、何が好き」とビールを飲みながら意見を出し合うくらいで十分。組織が絡んでくると、いつもの弊害ばかりがでくる。組織に属している人であっても、まずは個人資格で参加し、まちの面白そうな人たちに声をかけて輪を広げていく。

出てきたまちの自慢は、今度は組織を利用して「ムラの宝物」として登録し、広く情報発信することが可能だ。個人型ネットワークならば隣町に声をかけて巻き込むことも比較的容易だ。

それによって、一つのまちでは足りない観光の素材を互いに補完し合うことができ、広域観光の機運を高めるきっかけにもなる。

こうした草の根的な活動が、広域観光の振興とともに、まちの魅力の再発見という小さなまちづくりの第一歩になるのではないかと考えている。

ブランド戦略は日本海、山の神々……

「五感で味わう旅」実現へ多彩な展開――

（東京都の二倍の広さの観光圏）

秋田県にかほ市から山形県庄内地域、戸沢村、新潟県村上市までの三県十市町村にわたる「日本海きらきら羽越観光圏」は、東日本の日本海側に位置し、東京都の約二倍の面積に及ぶ広範な観光圏である。日本海の美しさを「きらきら」で表現するとともに、古来の地域名「羽越」を冠して観光圏の名称とした。

夕日の美しい雄大な日本海。「日本百名山」に数えられる鳥海山と信仰の山々・出羽三山。さらに「平成の名水百選」に認定された獅子ヶ鼻湿原・出童・元滝伏流水・立谷沢川・吉祥清水・荒川、日本有数の米どころの象潟平野・庄内平野・越後平野など、海・山・川・平野とあらゆる地形の自然環境が整い、多種多様で豊富な食材に恵まれ、四季のはっきりした気候と相まって、春夏秋冬の魅力にあふれている。

観光圏認定に至る経緯を振り返ると、昨年七月の観光圏整備法の施行を受けて地域での検討を重

日本海きらきら羽越観光圏 推進協議会事務局

● 佐藤 守

ねた。その結果、JR東日本のジョイフルトレイン・きらきらえつを活かした観光振興に取り組み「羽越本線沿線観光振興連絡協議会」と、山形県戸沢村を含む庄内地域の観光振興に取り組む「庄内観光コンベンション協会」の二つの組織の連携実績を土台に、今後の観光圏整備を進めることになった。

昨年十一月以降、関係三県十市町村の賛同を得て市町村担当課長会議を開催し、ブランド戦略の基本方針や観光圏整備計画の目標、滞在促進地区の設定、観光圏整備事業の詳細等について検討を進めた。

（首都圏・関西圏の中高年らに照準）

その上で、平成二十一年二月五日に推進母体となる「日本海きらきら羽越観光圏推進協議会」（会長・富塚陽一鶴岡市長）を立ち上げ、観光圏整備実施計画の認定申請を行い、四月に国土交通大臣認定を受けることができた。

観光圏をめぐる情勢はさまざま。国内旅行需

要の減退や旅行形態の変化、観光ニーズの多様化など、全国的な傾向と共通する現状が見られるほかにも、全国的知名度の不足、観光客の季節偏在、日帰り通過型観光地の実態、二次交通の整備不足、温泉観光地入り込み数の漸減傾向などの現状もある。これらを一つひとつ解消していくことが今後の課題となる。

そこで、観光圏制度のメリットを積極的に活用して、これらの課題解決に向けた具体的なアクションを起こすべく、観光圏のブランド戦略のテーマを「日本海、山の神々、舟運、食を通じたおもてなし」と定めた。



日本海きらきら羽越観光圏概要図

主に首都圏・関西圏の、特に中高年をターゲットに、圏域の自然・歴史・文化・体験の魅力を磨き上げながら日本海きらきら羽越観光圏ブランドづくりを推進して全国知名度を獲得し、国内外の観光客から支持される二泊三日以上の滞在型観光の確立を目指している。

計画の最終年に当たる平成二十五年度までには、観光入込み数を年平均三%ずつ増加させて二千万人に、宿泊者数を年平均一%ずつふやし百八十七万人とするのが目標である。

目標達成に向けた各種事業の展開に際しては、構成市町村数や取り組み事業数も多いことから、観光圏協議会内のネットワークを確立して会員相互の連携をなお一層密にするとともに、部会やワーキンググループの開催による緻密な事業調整、プロジェクトリーダーを中心とした事業推進など、工夫を凝らしながら効率的・効果的な事業展開に努めていきたい。

「おくりびと」の舞台も 観光誘客に活かす

主な取り組みは次のとおりである。

(1) 着地型旅行商品の造成

二泊三日の旅程の中日を丸一日満喫していただくため、今だけここだけの体験プログラムを多数企画し、着地型旅行商品化を図る。滞在促進地区の宿泊施設に、お宿の旅のコンシェルジュを配置して圏域内の旅の相談に応じるとともに、一部の旅館・ホテルでは、旅行業法の特例を活用して着地型旅行商品の販売を行う。

(2) 広域観光ルートの設定

観光圏ブランド戦略のテーマに沿って広域観光

ルートを設定し、ガイドブックやポスターの製作によるイメージ戦略と連泊滞在型旅行商品化を図る。庄内ひな街道（庄内地域）と町屋の人形さま巡り（村上市）を「日本海ひな街道」として広域的に展開するほか、「おくのほそ道北限の旅」、「出羽三山山岳信仰の旅」、「日本海離島探検の旅」、「日本海寿司海廊」など、観光圏の魅力を広域観光ルートとしてわかりやすく具体化する。

(3) 離島の体験型観光の拠点化

圏域に二つある離島の粟島と飛島は、農林漁業体験に加え、ダイビング、フィッシング、バードウォッチング、植物観察、サイクリング、島内ウォーキングなど体験メニューの宝庫である。このため、老若男女を問わず楽しめる体験型観光の拠点として積極的にPRしていく。

(4) 精神文化の観光資源活用

自然崇拜や即身仏の存在などこの地域の精神文化の奥深さに触れ、人と自然をつなぐ信仰が息づく「もうひとつの日本」とも言える魅力を発見する機会を創設するため、精神文化に観光資源という側面からアプローチし、目には見えないが地域で脈々と受け継がれている地域文化として紹介していく。

(5) 二次交通の整備

新たな二次交通整備に向けて、鶴岡駅と致道博物館、松ヶ岡開墾場、庄内映画村オープンセットを結ぶレトロバスの運行の実証実験を行い、レトロバスの走る観光地として、村上ルネッサンス号と並んで観光圏の広告塔とする。

(6) 外国人観光客の誘客

山形県庄内地域を舞台にした映画「おくりびと」の米アカデミー賞外国語映画賞受賞、「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」での星獲得など、海外から注目を集める快挙が続いていることから、この千載一遇のチャンスを生かすために、外国人観光客の受け入れ態勢を整備し、観光誘客を加速させていきたい。

旅行者の知的好奇心を 満たす観光まちづくり

この観光圏に暮らすわれわれは「住んでよし、訪れてよし」の観光まちづくりを実践するとともに、観光客がその知的好奇心や食へのこだわりを満足させる五感で味わう旅を実現できるように、おもてなしの心を大切に、今だけ・ここだけ・あなただけの自由な旅の旅先案内人として誘い、「常に国内外からの数多くの観光客で賑わっている」、「常に観光客の知的好奇心を満たす魅力に溢れている」、「一度訪れたらまた訪れたい」、「そのような観光圏を目指して、官民が力を合わせて頑張っていきたい」。



新たな二次交通「庄内藩レトロバス」



映画「おくりびと」に登場する鳥海山

「雪国」の特性活かし観光産業振興

―滞在促進、地域経済の活性化を目指す―



湯沢温泉旅館組合 組合長

● 富井松一

新潟県は三年間に二度の大地震を被り、大打撃を受けた。われわれ旅館業界でも直接的被害を受けた施設があり、また多くは風評被害によって客足を落とし、厳しい経営環境が今も続いている。

このような状況の中、二〇〇九年は、J R デスティネーションキャンペーン、NHK大河ドラマ「天地人」の放映、そして「トキめき新潟国体」と一大イベントが多数開催され、県も「大観光交流年」と位置付け、取り組んでいる。

問題は、二〇一〇年以降である。前回のJ R デスティネーションキャンペーンの際にも、当年は入り込みを伸ばしたが、翌年にはその反動で入り込み減となった。さらには、北陸新幹線が開通する。二〇一五年（春）問題もあり、われわれにとつて大きなマイナス要因が待ち受けている。

二〇一五年以降、一時のブームに終わらずことのない磐石な観光地を構築するために、コンセプトを明確にし、継続した事業展開ができるよう、新しい仕組みを作り上げる必要がある。その新しい仕組みこそが、雪国観光圏整備事業である。

3県10市町村が「雪」で連携

この事業は、三県（新潟県・群馬県・長野県）七市町村（湯沢町・南魚沼市・魚沼市・十日町市・津南町・水上町・栄村）の広域連携事業であり、雪国の自然環境と歴史文化・食の魅力を国内外にアピールし、観光客の来訪及び滞在促進をめざし雪国観光ブランドを確立することである。

雪は豊かな四季とそこに暮らす人たちの文化を作り上げてきた。三県にまたがるこの地域は、「雪国」という世界に類のない地域特性と、整備された高速交通網や首都圏と近い利便性を活かしながら、現状のマーケットに合った観光資源の見直しと開発を行い、観光地の魅力と国際競争力を高めることを目指している。

さらに、そこに住む人々と来訪者が地域の魅力を共有し、「訪れてよし・住んでよし」の地域社会の創造を最終目標とするものである。この地域を「雪国観光圏」として設定することで、行政区域に左右されない観光ルートを整備し、行政・関係

団体・企業、市民が一体となって、長期的には地域経済全体を活性化を目指して取り組んでいく。

I 雪を通じた国際観光の展開

人の住む豪雪地域である当圏域において、この恵まれた自然環境と「雪」という天からの恵みを、次の世代を担う子供たちへの贈り物として（雪の降る環境を）残す。それが、地球環境保護につながる重要な役割をもつことを世界にアピールする。

II 雪国らしい新たな観光産業の形成

雪に育まれた自然と雪が育んだ衣食住すべての生活文化を観光の資源として見直し、新たな観光

雪国観光圏 ～あつという間に別世界 また来なくなる雪の国～



雪国観光圏の概要図

のブランド形成として雪国観光の振興を図る。

これは単なる観光の振興のみでなく、観光に関連する農業等地域産業すべてが連動して初めて観光が成立するものとしてとらえ、地域産業の全体のグレードアップと地域経済の活性化を目指す。

Ⅲ 「滞在型観光の促進」

圏域内の温泉地や暖かい人情と、厳しくもやさしい自然を生かし、「訪れてよし、住んでよし」の地域づくりを目指した滞在型観光を促進する。単純な入り込み増ではなく、この地域により長く滞在し、地域の良さを味わってもらいリピーターを確保。その先には「二地域居住」を見据える。

Ⅳ 地域づくり・人づくりの推進

地域づくりは、人づくりとよく言われるように、人の魅力は地域の魅力であり、おもてなしの心を大切にした人づくりは観光地づくり・地域づくりの要と位置づけ、行政の枠を超えた人々の交流と連携による活動の展開を図る。また、観光案内情報発信機能の向上、二次交通等交通条件向上をすすめる、観光からの地域づくりを目指す。

（観光リピーターを二地域居住者へつなぐ）

事業目的を実現させるために、下記四点を柱に実施事業を行う。

① 顧客が見える観光地づくり

雪国観光圏共通の顧客会員制度を導入し、顧客を知ること、顧客にあわせたより満足度の高いサービスを地域全体で行っていく。観光圏域での旅館や飲食店、また観光施設が連携し、それぞれの顧客のニーズに合わせた滞在メニューを提案することによって来訪頻度を向上させる。

観光客からリピーターへ、リピーターから二地域居住者へ変えていく一連の流れを地域全体で取り組むことで、幅広い分野での地域経済活性化を図り、新産業創造へのきっかけづくりへと繋げる。

② 地域資源を観光財産へ

飲めるほどきれいな清流、数多くの恵みをもたらす森林資源、先人らの叡智が終結された雪国郷土文化。一言では語れぬ雪国の地域資源は、それを伝えることで魅力的な観光財産へと変化する。

ホームページやパンフレットなどを活用して観光資源の掘り起こし、ガイド養成やワークショップを通してそれを伝える人材の育成、各種体験メニューでの具体的な商品造成などを連携して行うことで、地域資源を観光財産へと変えていく。

③ 気軽に楽しめる旅行環境

多くの来訪者に地域の魅力を伝えるためには、多様な視点からの滞在観光地の検討が必要である。海外からの来訪者の視点に立った観光ルートの提案、お年寄りや子供にも分かりやすい観光情報の提供、障害をもった来訪者が不自由なく滞在中の仕組みづくりなど、さまざまな視点からの観光開発を行う。地域連携や異業種連携を進めながら「より幅広く、より深い」観光地を目指す。

④ 好循環生む継続可能な事業の実施

雪によって形成されている雪国観光圏にとって、自然環境を維持することは使命である。地域資源を後世に伝えるために、自然環境の保全を継続的に行う。また実施事業においても、事業に関わる組織や企業、顧客のそれぞれに利益をもたらす状況を形成し、今後も継続できるような好循環事業を作り出すことを主眼に進める。

（来訪者の喜びが住民の誇りに）

整備事業は五年間であり、補助事業は二年間である。従ってこの五年間でしっかりとした仕組みを作り、継続性ある事業展開が必要である。

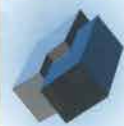
キーワードは「連携」である。地域内連携・広域連携の目的と役割をしっかりと理解をし、観光業者だけでなく、農業や商工業との連携を強化することで、地域ならではの商品や魅力を創出し、地域全体が一体となって受け入れ態勢を整備していくことが重要である。

多くのお客様にお越し頂くことで地域が発展し、また新しい産業を創造する。そして訪れる人々の喜びが地域で暮らす人達の誇りにつながる町づくり、地域づくりを目指している。

観光はビジネス・産業である。これからの地方分権・地域活性化のリーディング産業として大きな役割を持つ。今後とも新しい仕組みの中で観光圏整備事業に積極的に取り組んでいきたい。



旅フェアで雪国観光圏をPR



地域と交流 「滞在する旅」創出へ

—交通網整備が誘致促進と日帰り懸念に—



館山市経済観光部観光プロモーション室

● 熊井成和

学校も盛んに行われる、観光交流が栄えてきた。

（現状は日帰り客8割、
クルマ客が9割）

千葉県の地勢は、急峻な地形を持つ南部と平坦な大地からなる北部とに大きく二分できる。南房総地域（館山市・鴨川市・南房総市・鋸南町）は房総半島最南端に位置し、三方を海に囲まれ、内陸は県下最高峰の愛宕山など、急峻な山地が形成され、鴨川市山間部の大山千枚田など、山間部には棚田の美しい農村風景が見られる。

また、黒潮の影響で温暖な気候に恵まれ、南房総市の白浜・千倉地区などは無霜地帯を有し、露地栽培による花卉の栽培が盛んである。海に目を向けると、黒潮が東京湾の湾口部に流れ込みサンゴが発達するなど、豊かな海の自然が広がる。

このような温暖な気候は、近代では、南房総地域の避寒地としての発展をもたらし、明治時代には、汽船の就航とともに余暇を過ごす来房者や療養のための来住者が増えた。

その後、水泳教練の学生たちが訪れはじめ、大正時代に鉄道が開通すると、夏の短い余暇を海水浴で楽しむ人々がさらに急増し、会社や学校、自治体などの保養所が数多く設けられたほか、臨海

近年では、こうした避暑・避寒地としての隆盛も徐々に消え、多くの保養所も閉鎖されている。一方で、豊かな自然環境に着目したさまざまな体験活動が展開されるなど、地域の自然風土は今なお地域の観光・交流の礎をなす要素となっており、こうした自然環境を守りながら観光客に楽しんでもらう地域観光の展開が期待されている。

当地域の観光入り込み客数は、一九九七年十二月のアクアライン開通後に増加したが、近年は再び減少傾向にある。また日帰り客が八割を占め、自動車旅行客が約九割を占めるのが特徴である。

さらに、二〇〇七年七月には、館山自動車道が全線開通し、二〇一〇年春には館山港観光桟橋が供用開始されるなど、広域交通ネットワークの整備によって、より多くの観光客を誘致できる大きな可能性を有する一方で、時間距離短縮によるさらなる日帰り化も懸念される。

（地域の観光産業を支えるNPO

南房総地域における観光産業は、宿泊事業者や飲食事業者、交通事業者、さらには第一次産業も含めた、地域を包含する主要産業であり、広域交通ネットワークの整備効果を地域へと効果的に波及させるためには、当地域の広域での魅力や観光サービスの結束と質の向上により、観光客の滞在促進を目指すことが急務である。

現在の南房総地域では、NPO活動団体などが中心とり、体験・交流プログラムの開発と提供が盛んに行われている。こうした取り組みは、観光客の受け入れ数の爆発的な増大は望めないが、質の高い新たな南房総観光の魅力として、従来の海水浴や花摘み・いちご狩り、観光施設とともに、極めて大きな位置を占めている。

これらの活動は、基本的にはそれぞれのNPO団体が持つフィールドで展開されるが、中には、南総里見八犬伝に代表されるような、行政区域を越えた広域で資源を結んでこそ、物語を生むことができるテーマ・資源も見られる。

二〇〇七年二・四月に実施された、ちばデス



千葉県の地形の分布



観光写真 (館山市)



観光写真 (鴨川市)

ティネーション・キャンペーンでは、南総里見八大伝などをテーマとした広域的な旅行商品が販売されて効果を上げた。○七年秋にはニューツーリズム創出・流通促進事業によってクラ料理をテーマとしたツアーを催行するなど好評を得た。

南房総地域における魅力的な観光サービスを今後とも提供していくには、こうした取り組みを継続発展させることが不可欠である。

さらに、近年では教育旅行・修学旅行の誘致も進められているが、この中では、南房総地域全体をフィールドとし、海・山の自然や、戦争遺跡による平和学習などを結んだサービスが提供されている。今後の誘致促進のため、広域的に分布する地域素材を教育現場のニーズに合わせてコーディネートして提供する体制の構築が急務である。

（一）広域連携で新たな観光サービスも可能に

各市町の個性を活かした広域連携への取り組み

の多くは、今まで単一で行われていた。今後、これらの取り組み成果を持ち寄り、広域連携による観光圏として取り組むことは、単独では着手が困難であった観光施策をはじめ、旅行新商品の開発や情報一元化など相互の資源（人・活動・情報・機能・知恵）を結集した、新たな観光サービスの提供を可能にする。

このため、南房総地域の三市一町が広域的に連携する「観光圏」の整備に関して、以下の六項目を基本的な方針として打ち出した。

- （一）市場の動向を把握し、マーケティングの視点に立った戦略的展開
- （二）ターゲットを絞った誘致政策の展開（家族旅行・教育旅行・外国人など）
- （三）旅行会社等との連携による教育旅行や着地型旅行商品（ニューツーリズム）の開発の促進
- （四）自然・歴史資源の保全と活用に関するコミュニケーション

ニティビジネス創出と観光まちづくりの推進

（五）「南房総観光カレッジ」の創出による、総合的な観光人材の育成

（六）地域コーディネーター機能の確立

こうした方針に沿って、当地域に十カ所の

「滞在促進地区」を設定し、重点的に事業を実施することで、南房

総広域観光圏整備事業を推進する。

（二）修学旅行生が家族をつれ再訪するのを期待

南房総地域の最大の魅力、さまざまな魅力の根底にあるものは、豊かな自然環境だ。この自然環境は、原生的な自然ではなく、地域の人々の暮らしの中で大切に利用されつつ守られてきた「里海・里山」の魅力である。南房総地域観光圏の整備においても、この「里海・里山」の魅力を大切に守りつつ、南房総観光の魅力として提供していくことが求められている。

当地域の観光客、特に宿泊客の特徴は、家族旅行が多くを占めることだ。同時に、近年誘致が進められている教育旅行や修学旅行も、子ども達が次は家族を連れて再訪することが期待される。

さらに、南房総地域の観光が今後発展を見うえるには、既存の道の駅のネットワークを活用しながらの商品開発や、宿泊施設や飲食店などの方々の心からのおもてなし、体験プログラムなどを提供するガイド・コーディネーターとのふれあい極めて重要な要素である。

特徴的なターゲットのうち、教育旅行や外国人の誘致と満足度向上のため、あるいは自動車旅行客の滞在促進のためには、観光客と地域の人々との間に、家族のような交流が生まれ、温かい交流を巡りながら滞在する旅の創出が重要である。

そこで、メインテーマを「家族時間の旅・里海・里山」が織りなす「南房総・交流街道」とし、景観形成の創出など、日本風景街道「南房総・花海街道」との連動による相乗効果を図りながら、観光圏整備を進めることを目標としている。

ぐるっと浜名湖ツーリズム

—製造業・農水産業、歴史文化が観光資源—



(財)浜松観光コンベンションビューロー
事務局次長・企画観光部長

● 石川 淳

浜松・浜名湖地域のポテンシャル

浜松・浜名湖地域は、静岡県の西部、東海道の国土軸上にあり、首都圏と近畿圏のほぼ中間に位置している。本域内には、天竜川が縦断し遠州灘へと注いでおり、北部は急峻な南アルプス西南部の山間地帯、域内のほぼ中央の浜名湖には都田川をはじめ多くの河川が注ぎ、天竜奥三河国定公園や浜名湖県立自然公園など、豊かな自然環境に恵まれている。

本圏域の人口は、八十六万五千二十六人（平成十七年国勢調査）で、静岡県全体の二二・八%を占めている。産業において最も顕著な特徴は、世界的規模を誇る輸送用機器、楽器、繊維、光技術をはじめとする先端技術産業の集積が見られることだ。

本圏域における製造品出荷額は工業統計調査（平成十七年）によれば四兆千二百五十億円で、静岡県全体の二三・八%を占めており、製造業特化型の産業構造がうかがえる。

農林水産業においても、茶、みかんをはじめ、セロリや温室メロンなどの施設園芸、花きなどの都市近郊型農業、天竜美林に代表される林業、遠州灘沿岸のしらす、浜名湖のあさりを中心とする漁業や内水面のうなぎの養殖など、豊富で特色ある農林水産業が展開されている。

全国第4位の農業圏域

本圏域における農業産出額は、静岡県の生産農業所得統計調査（平成十八年）によれば六百十億円であり、静岡県全体の二五%を占め、全国で第四位という有数の農業圏域である。

また、観光の特色としては、浜名湖を中心に館山寺・弁天島・三ヶ日などの温泉地をはじめ、動物園・フラワーパーク、浜名湖ガーデンパーク、浜名湖今切パークなどの自然公園・遊園地を擁し、弁天島・新居弁天・女河浦などでの海水浴・潮干狩りや、ジェットスキー・ウェイクボード・ウィンドサーフィンなどのマリンスポーツも盛んである。



マリンスポーツ

「浜名湖うなぎ」はブランドとして定着していることに加え、近年では「遠州灘天然とらふぐ」や「天然はも」の知名度も高まり、新たな特産物となりつつある。また、ナショナルブランドの「三ヶ日みかん」をはじめ、白柳ネーブル、ガベラなどの施設栽培を活用した観光農園など、シニア層やグループ旅行者への多面的なサービスが提供されている。

歴史的・文化的には、奥浜名湖地域に点在する小堀遠州作の日本庭園を擁する名刹などの寺社仏閣や、新居関所、気賀関所、舞坂宿脇本陣、出世城として親しまれる浜松城などの歴史的資源が保存されている。



浜名湖名産「うなぎの蒲焼」



遠州灘天然とらふぐ

また、秋野不矩美術館や豊田佐吉記念館などの文化資源のほか、湖西歌舞伎・万人講（雄踏歌舞伎）、姫様道中や勇壮な大風による風揚げ合戦、絢爛豪華な御殿屋台を引き回しに代表される「浜松まつり」などには、毎年県内外から多くの観光旅客が訪れている。

さらに、世界的な自動車メーカーや楽器メーカーの創業の地でもあることから、輸送機械・楽器を中心とした製造業が立地しており、これらを活かした産業観光もファミリー層などに高い人気がある。以上のとおり、域内には多くの観光的なポテンシャルが存在している。

（浜田塊世代以上の夫婦を メインターゲットに）

環浜名湖地域では、これまでも地域間相互の連携によるハード・ソフト両面にわたる観光旅客の誘致及び受け入れ態勢の整備に取り組んできた。こうしたなか、昨年五月、観光庁が滞在型観光誘客の増加を図るため、新法として公布した「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（観光圏整備法）」のもと、本地域では、昨年十二月に浜松市、湖西市、浜名郡新居町の二市一町と観光、商業、運輸等の関係の企業、団体により（合計二十一団体）、「浜名湖観光圏整備推進協議会」を設立した。

女性グループや団塊世代以上の夫婦をメイン

ターゲットに、「宿泊に関するサービスの向上」、「観光資源を活用したサービスの開発及び提供」、「観光旅客の移動の利便の増進」、「観光に関する情報提供の充実強化」など二十六の整備事業により、観光交流客数、宿泊者数を平成二十一～二十五年の五年間で二二％程度増加させ、連泊比率についても五％アップを目標とした実施計画を策定した。

（浜名湖周辺の資源を磨き 観光まちづくり）

本整備事業では、浜名湖周辺に点在する地域の魅力的な資源を磨き、それぞれのシーンでの出逢いを通じて、ちよつぱりの感動が生まれる観光まちづくりを目指すことを基本コンセプトとしている。これにより、これまでの認知度の高い「浜名湖」「うなぎ」のブランド力を強化するとともに、「遠州灘天然とらふぐ」や「花の浜名湖」をはじめとする新しい浜名湖の観光地ブランドを創出し、いくつある。

そして、浜名湖を訪れて味わう「よかった」という思い出、人とのふれあひから交わされる「ありがとう」の気持ち、ここ浜名湖で生まれる感動の連鎖が、「またね」という再訪の気持ちを育むことができるように、キャッチコピーを「未知なる香りに誘われて、ちよつぱり感動の旅へ」と題し、「食や健康」、「出逢い」をキーワードに感動のある地域プログラムを開発し、宿泊施設と観光資源の連携のための交通アクセスや魅力の向上を図り、観光圏域内における相乗効果を高めることで、ゆつくり快適に滞在できる浜名湖観光圏を整備し、誘客を図る事業を展開していきたい。



加賀藩ゆかりの観光資源を共有

―七市が高速道を利用し周遊ルート整備―

金沢市産業局 観光交流課長 ● 藤井 宏

昨年六月一日、石川県の小松空港・台湾定期便が就航し、同年七月五日に東海北陸自動車道が全線開通した。これら交通網の整備により、北陸への交流人口の拡大が期待されている。

中でも昨年全線開通した東海北陸自動車道の利用者については、中京方面からの出口にあたる金沢・富山県西部地域にもたらす経済効果も大きく、今後一層の集客に力を入れていくことになる。さらに、平成二十六年度には北陸新幹線の新潟延伸が予定されており、沿線での広域観光ルートの魅力向上も推し進めるべきところである。

「金沢・富山県西部広域観光推進協議会」の設立

(1) 協議会の設立

東海北陸自動車道が全線開通するほぼ一年前の平成十九年八月二十四日、「金沢・富山県西部広域観光推進協議会」が発足した。(以下、「協議会」という)。協議会は、藩政時代からの歴史と文化を共有する七市(石川県金沢市、富山県射水市、小矢部市・高岡市・砺波市・南砺市・氷見市)で

構成しており、各市の観光協会と地元の旅行業者や交通事業者も参画している。

協議会の方針は、「加賀藩ゆかりの観光資源を活用し、地域内高速道路路網を利用した広域周遊の促進を図る」ことにある。

七市に点在する観光資源を「加賀藩ゆかり」の視点で再構築、歴史・文化・食・技と工芸といった四つのテーマで整理する。そして、これらを周遊観光ルートとして必要な受入体制を整備する。東海北陸自動車道、能越自動車道、北陸自動車道を利用した周遊観光ルートは、高速道路を利用すれば七市で一時間圏内であり、観光行動圏域として設定できることになる。

(2) 本地域の観光資源

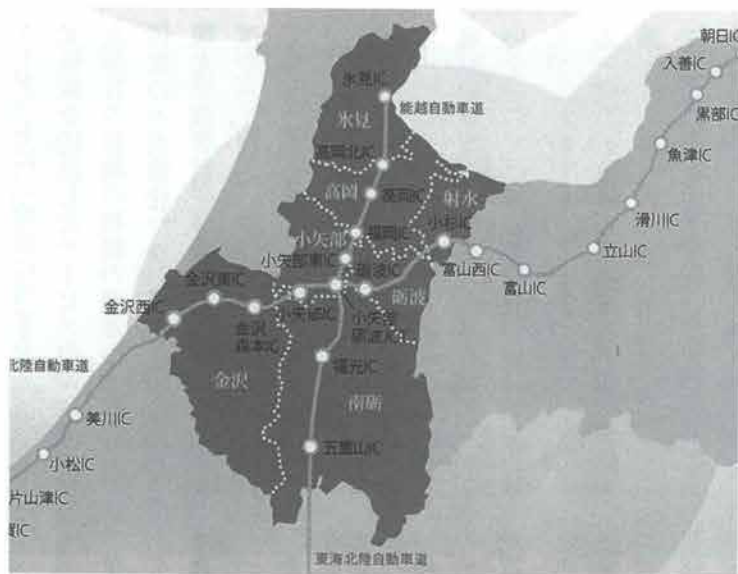
本地域の観光資源としては、特別名勝・兼六園や国史跡・金沢城跡、国宝・瑞龍寺、世界遺産・五箇山合掌造り集落、散居村などの歴史遺産やまちなみが残っている。さらに、加賀友禅や金箔箔、高岡銅器、井波彫刻などの伝統工芸、加賀宝生能や金沢素囃子などの伝統芸能、加賀料理や和菓子、

加賀野菜や氷見のブリなどの食文化もある。いずれも、江戸時代に端を発する歴史や文化であり、当時の風習や情緒が色濃く残っている。磨かれるべき魅力ある地域といえる。

(3) 七市の歴史的なつながり

これらの観光資源は、江戸時代に金沢を居城とした前田家が約三百年にわたり伝統文化や伝統工芸を保護育成したことにより形成され、言わば、加賀藩前田家の歴史遺産そのものと言っても過言ではない。

加賀藩は、加賀・能登・越中(現在の石川県と富山県)の三方国を領する日本最大の外様大名であった。特に金沢は、一五八三年、加賀藩祖前田



「金沢・富山県西部広域観光推進協議会」の構成市地図



五箇山合掌造り集落（富山県南砺市）



瑞龍寺（富山県高岡市）



兼六園（石川県金沢市）

利家公が金沢城に入城して以降、日本の代表的な城下町として栄え、戦災などの大きな災害を受けなかったことから、城下町のまちなみや風情が現在まで受け継がれている。

加賀藩でも、特に金沢と富山県西部地区は、距離も近く、藩にとって戦略上重要な地域であったことから、当時から交流が盛んであり、文化・風習の面で多くの共通点が残されている。

（北陸新幹線金沢 開業も見据え計画策定

（1）「金沢・富山県西部広域観光戦略プラン」の策定

加賀藩ゆかりの観光資源を発掘し、系統立てて整理し、これらの観光資源を活かした目的別の七市広域周遊ルートと提案した。また、東海北陸自動車道全線開通と北陸新幹線金沢開業を見据え、中期的な観光戦略とプロモーション計画を策定した。

（2）七市広域観光パンフレットの作成

パンフレットでは、加賀藩ゆかりの観光資源を紹介し、七市を巡る周遊観光ルートを提案した。今回は東海北陸自動車道を利用した誘客のため、東海地方を中心に配付している。

（3）加賀藩学講座の開催

加賀藩祖前田利家公ゆかりの地である名古屋市中川区と加賀藩下屋敷跡が残る東京都板橋区において「加賀藩学講座」を開催した。いずれも加賀藩の歴史や伝統文化に関心の高い土地で、新たなファンを開拓、リピーターを育て、口コミ効果を目指した。

（4）モニターツアーの開催

名古屋市中川区民と東京都板橋区民を対象に七市を巡る「加賀藩ゆかりの地ツアー」と「加賀藩・参勤交代ツアー」を開催した。

参加モニターからの意見を活かし、今後のルート策定について新たに検証し、今後のより効果的

なPR方法を探った。

（5）七市観光ボランティアガイド研修会を開催

七市の観光ボランティアガイドが参加する研修会を開催し、団体の連携を促すとともに、知識の共有化を図った。加賀藩ゆかりの観光資源は、背景の歴史やいわれを理解することでその価値を深く実感してもらえるため、観光ボランティアガイドは魅力を発信する貴重な人材である。

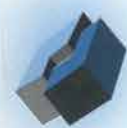
（七市の連携を一層強化へ

金沢・富山県西部地域は、外国人にも好まれる四季の変化に富んだ自然や、日本の歴史・伝統文化が凝縮した地域である。

近隣アジアや欧米の観光客は、成田空港・中部国際空港、関西国際空港から入国し、高山・白川郷・立山黒部アルペンルートなどを經由し、本地域を観光する、いわゆる「セカンドゴールデンルート」を訪れる傾向が高まっている。

本協議会においても、この時勢を捉え、加賀藩ゆかりの観光資源を活かした周遊型観光を提案し、共同プロモーションの展開、受入体制の整備を進めていきたい。

また、体験型の旅行商品を充実させ、周遊型観光の推進に取り組み、ともに視野に入れ、加賀藩前田家ゆかりの観光資源に磨きをかけ、新たな広域周遊コースを構築していきたい。そして何より、一層の七市の連携を強化していきたいと考えている。



心身の健康づくりのメッカに —世界遺産登録から5年、新たな戦略構築—

熊野三山への参詣は昔も今も

深い山々に覆われた紀伊山地の南方部に広がる熊野は、神話の時代から神々が鎮まる特別な聖地として考えられてきた。平安時代には、上皇や法皇をはじめ多くの都人が現世や来世での救いを求め熊野三山（熊野本宮大社、熊野速玉大社、熊野那智大社）に参詣している。

特に、後白河上皇の三十四回にも及ぶ熊野参詣を筆頭に数多くの皇族の参詣が記録として残されており、遠く離れた辺境の地でありながら、当時の都人にとって熊野は、いかに魅力的な聖地であったかを窺い知ることができる。

また、江戸時代には、庶民にまで熊野信仰が広がり「蟻の熊野詣で」といわれるほどの賑わいを見せたと伝えられている。

その中心となる熊野本宮大社が鎮座しているのが、現在の和歌山県田辺市本宮町であり、その熊野本宮大社の奥の院とも言われ、熊野から吉野に続く大峯奥駈道の十番目の扉（修験者の行場）と



田辺市産業部観光振興課長

● 敷地弘規

しても知られる玉置神社は、奈良県十津川村に鎮座している。

和歌山県田辺市は、平成十七年五月一日に五つの市町村（田辺市、龍神村、大塔村、中辺路町、本宮町）が合併して誕生した「まち」であり、紀伊半島の南西部に位置し、和歌山県土の約二〇％を占める近畿最大の面積（千二百六・七七平方キロメートル）を有する市である。

一方、奈良県の最南端、紀伊半島のほぼ中央部に位置し、村として日本一の面積（六百七十二・三五平方キロメートル）を有する十津川村は、明治の立村以来一度も合併することなく現在に至っている。

奈良・和歌山の県境またぎ連携

両市村は、これまでも山間へき地の問題や道路整備の促進等において、協力して取り組みを進めてきた経過がある。古くから旧本宮町や旧龍神村と十津川村の住民の交流も活発に行われてきたが、観光面ではこれまで県境をまたいでいることもあり、主だった動きもなく今日に至っている。

しかし、両市村には、関連する歴史・文化、自然資源が多く、平成十六年七月に登録された世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」において、核となる熊野本宮大社に繋がる参詣道の熊野古道・小辺路（高野山⇄熊野）や修験の道として知られる大峯奥駈道（吉野⇄熊野）も十津川村を経由している。

また両市村には、良質の温泉地（日本三美人湯の一つである龍神温泉▽川原を掘ればお湯が湧きで、冬季の仙人「千人」風呂で有名な川湯温泉▽日本最古の温泉といわれ、歌舞伎に登場する小栗判官蘇生の湯として知られる湯の峰温泉▽日本初の源泉かけ流し宣言の温泉として、また、秘境の温泉地として知られる十津川温泉など）が点在しており、関西圏を中心に全国から多くの観光客が訪れている。

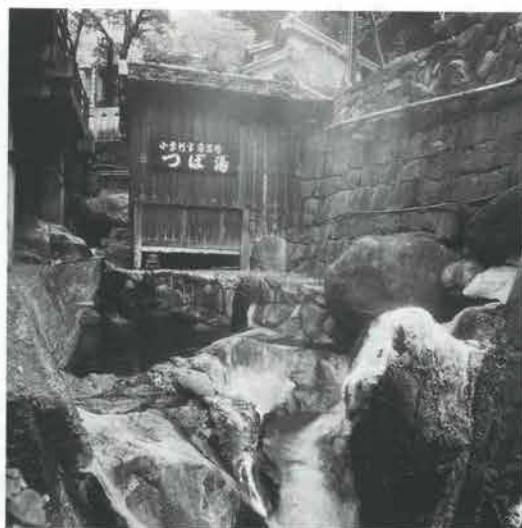


このような状況の中、両市村の観光協会や語り部組織が協力して、もてなしの充実を図るための合同研修会を開催するなど、民間ベースで、連携の和が生まれており、今回の観光圏の認定を契機に、さらに連携強化に向けた動きが活発化するものと期待している。

個人や小グループの受け入れを中心とした質の高い観光地を目指す両市村にとって、この観光圏事業における観光戦略の構築は将来の観光のあり方において大きな意味を持つものであり、本エリアの最大の資源である「熊野」の歴史、文化、自然等を最大限に活用し、これまでにない新しい付加価値の創造を図る。

（健心・健脚・健浴・健食を柱に）

しかし、世界遺産登録後五年が経過し、ブームが去った今日、エージェントなどが募集する企画旅行の団体旅客は減少傾向にある。



湯の峰温泉 つば湯

そして「聖地熊野を核とした癒しと蘇り」を主要テーマにおき、健康をキーワードとした施策の構築を図ることとしている。

具体的には、①熊野のシンボルである熊野本宮大社や玉置神社等の荘厳で神秘的な聖地に触れ、心を甦らせる「健心」、②自然と歴史に恵まれた熊野古道等を歩くことにより心身のリフレッシュにつながる「健脚」、③点在する良質の温泉群を結び滞在の促進を図るとともに、温泉の効用により心身の疲れを癒す「健浴」、④熊野の豊かで多様性に富んだ自然や地場産業により生み出された食材を活用し、安心して楽しめる郷土料理等を提供する「健食」——を柱に据え、当地の観光資源を活用したサービスの開発、宿泊施設などのサービス向上に向けた取り組み、観光情報の発信力強化などの諸事業を展開し、訪れる旅客者を優しく受け入れる滞在型保養地としての観光圏を確立する



熊野参詣道小辺路



平安の都人も参詣した熊野本宮大社

こととしている。

特に、自然景観の美しさや歴史的な深みを持ちつつ両市村を結ぶ熊野古道・小辺路や大峯奥駈道、県境を挟み聳え立つ果無山脈は、大きな魅力を感じているため、アクセスやサインなどの受け入れ環境の改善を図るとともに、新しい観光商品として開発することにより、世界遺産の地「熊野」の奥深さを内外に発信するものである。

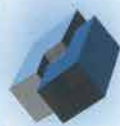
事業成功のカギ握る協議会の行動力

また、既存のイベントや商品のブラッシュアップ、さらには、外国人旅客者の受け入れシステムの充実等、受け入れ地としてのレベルアップを図っていくことが大切であると考えている。

今後五年間の計画期間において、事業成功のカギを握るのが協議会の熱意と行動力である。このため、これからの実践で、協議会メンバーの和を

より一層深めながら観光事業の趣旨と取り組み手法について、再度意識の共有化を図り、一つひとつの事業を丁寧に進める。

こうした取り組みを通じ、当地域が癒しと蘇りを求めて多くの旅客が訪れる心身の健康づくりのメッカとなるよう、その認知度を高めていきたいと考えている。



「本物志向の旅」へ新たな誘客促進

―優れた国際観光地めざし3つの目標―

広島・宮島・岩国地域観光圏推進協議会事務局
広島市都市活性化局観光交流部観光課

● 矢野大介

広島・宮島・岩国地域は平成二十年十月一日付で「広島・宮島・岩国地域観光圏整備実施計画」が広域観光圏として認定された。

二十一年三月末現在、会員数十八団体（行政広島市、廿日市市、岩国市、大竹市、和木町）、民間（財団法人広島観光コンベンションビューロー、社団法人宮島観光協会、廿日市市観光協会、社団法人岩国市観光協会、広島商工会議所等）が協力し、広島・宮島・岩国地域観光圏推進協議会を組織。滞在型の国際競争力のある観光地として滞在時間延長と宿泊促進に取り組み、さまざまな事業を展開している。

（外国人観光客はアジアが主力

当地域は世界遺産である「原爆ドーム」と「厳島神社」、日本三名橋の一つである「岩国錦帯橋」を有する、他に類をみない地域である。

また、風光明媚な瀬戸内海をはじめ、自然豊かな西中国山地で囲まれているという地理的な関係だけでなく、「三矢の訓（おしえ）」で有名な戦国

武将・毛利元就で有名な毛利家ゆかりの地として、歴史的にも深いつながりがある。

さらに、世界最初の被爆地としての「ヒロシマ」の世界的な知名度もあることから、外国人観光客は増加傾向にあり、その内訳は欧米地域からが約五〇%、アジア地域からが約二五%となっており、アジア地域からの観光客が主となっている他地域とは異なる特性を有している。

当該観光事業では、毛利家の教えに倣い、広島・宮島・岩国の三市がこれまで以上に観光客の誘客促進を図るとともに、当該地域の行政、観光関連団体、そして市民という三つの担い手が連携して「滞在時間の延長及び宿泊の促進」をテーマに三つの目標を掲げ、新たな広島・宮島・岩国地域の観光イメージを創出したいと考えている。

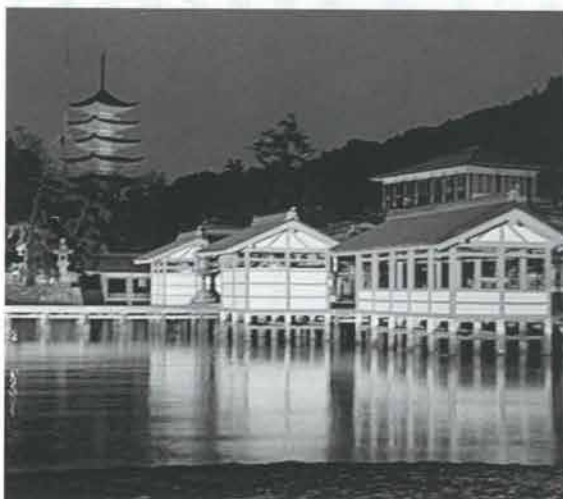
一つ目のテーマは「食のうまいまち」。地域を代表する「食」である、お好み焼・かき・あなご・岩国寿司、広島ええじゃん鍋等をはじめ、めばる・小いわしなど瀬戸内海の豊かな海が育む小魚料理の食べ歩き・新たなご当地メニューの開発など

「食」メニューの充実である。

二つ目は「夜も楽しくそぞろ歩きできるまち」。原爆ドーム・厳島神社・錦帯橋のライトアップの充実（世界遺産登録日の十二月初旬から一月中旬にかけ同時開催）と、ライトアップの時間帯に合わせた伝統芸能「神楽」、「琵琶演奏」の実演などを開催し、夜メニューの充実である。

三つ目のテーマは「本物にふれあえるまち」。「桃山時代―豊臣秀吉」という共通項のある広島・上田宗箇流や宮島・大聖院の格式高い茶道体験・歴史施設（縮景園・千畳閣・岩国城等）や文化施設（現代美術館、ウッドワン美術館、ひろしま美術館、岩国美術館等）めぐりなど、伝統・歴史・文化・自然をテーマとしたカテゴリー別本格志向メニューの充実・錦帯橋の模型づくり、地域住民とのふれあい・農業体験など体験メニューの充実などである。

この三つの目標達成に向けた様々な取り組みに



厳島神社のライトアップ



より、国内外からの多くの観光客が、この地域で、憩い、楽しみ、快適に過ごすことができるよう満足感を高め、「本物志向の旅」をテーマとした優れた国際観光地となることを目指している。

（アンケートで旅行者ニーズ把握）

具体的な事業内容については、平成二十年度に今後の本格実施に向けて、観光圏内の観光地や宿泊施設でのアンケートを実施した。

その一つを紹介すると、「観光圏内で二泊以上滞在するにあたっての条件となるサービスは何か」との問いに対し、「二泊目以降が半額になるサービス」が最も多く六七％、次いで「広島・宮島・岩国間のJR、私鉄、バス、フェリー等の格安乗り放題バス」四五％（複数回答）だった。

このことから分かるように、二泊目以降が半額というのは旅行者に相当のインパクトとメリットがあり、二泊三日以上の滞在型観光を目指す当協議会としても目指すところの一つではある。

しかし、二泊目を半額にするなどの商品を開発するためには、宿泊施設にご協力いただくことは勿論、モニターツアーを実施するなど旅行者の意見をうかがい、価格面でメリットが出せる商品の開発が必要である。今後はこれを念頭に、商品開発を関係者と協力しながら行っていきたい。

さて、コンセプトの一つである「食」については、平和大通りを中心に毎年実施している「ひろしまドリミネーション」と連携し、「食」フェスタを実施した。広島ええじゃん鍋を中心とした「食」をPRし、継続実施の希望者は九三％と大好評。このほか、「食べん祭（さい）はつかいち」

や「岩国錦帯橋まるごと」「食」フェスタを実施し、いずれもまた来たいと考える方が多くこれら大好評だった。

今後は、新たなご当地メニューとして「広島てっばん」（広島食の食材例・広島牛・幻霜ポーク・広島カキ・安芸津のじゃがいも・観音ネギ）を使用したオリジナル「てっばん」メニューを開発するなど、さらなる食の魅力でPRしたい。

（ライトアップで夜の魅力高める）

新しい夜の魅力メニューの開発では、「原爆ドーム」「厳島神社」「錦帯橋」の同時期連携ライトアップを長期間初めて実施し、夜の魅力を大幅アップした。また、伝統芸能である「神楽」の展示及び実演をこれらのライトアップと同時に開催し、夜の回遊性を高める取り組みを行った。

このことは、旅行者が長く滞在することにつながり、滞在時間延長と宿泊促進には必要な取り組みであると思う。

さらに、新たな着地メニューの企画・開発として、「広島城なるほど今昔ウォーク」、「世界遺産で聴く琵琶、篠笛の調べ（宮島古典芸能演奏）」、「錦帯橋匠の技特別公開」を実施し、本物にふれあえるまちを旅



旧日本銀行広島支店での神楽実演



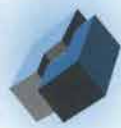
岩国錦帯橋まるごと「食」フェスタ

行者に体感していただいた。このほか、紹介しきれない事業も展開したが、イベントへの参加者も多く、好評だった。

私が思うのは、当観光圏事業を円滑かつ成功に導くためには、関係者との連携が必要なのはもちろんだが、イベント等のタイムリーなPRとその手法によって、成功するか否かが決まるような気がする。どちらの地域も素晴らしいイベント等を既に実施しており、これまで紹介しましたように当協議会も様々なイベント等を行っている。

これから旅行をしようと考えている方、考えていない方が、「よしここへ行ってみよう!」と思われるようPRしていくことが重要である。今後、魅力ある地域を目指し、試行錯誤しながらできることからやっていこうと考えている。

皆さまも是非、当観光圏地域へお越しください。（当協議会HP <http://www.city.hiroshima.jp/kikaku/kikaku/vi/chiikikanoken/top.htm>）



四国の「奥座敷」観光目指す

―周遊コースを確立、隠れスポット発信―



AMARoad地域連携推進協議会事務局
阿南市産業部 商工観光政策課

● 鈴江省吾

（交通アクセス変貌で 広がる地域格差

AMARoad（あま）とは、「四国東南地域」の阿南市（Anan）（徳島県）と室戸市（Muroto）（高知県）、安芸市（Aki）（高知県）の三市が取り組んでいる、県境を越えた広域観光のシンボルネームである。

四国では、本四架橋をはじめとする交通アクセスの変貌により地域格差が広がっており、高速道路が未整備である四国東南地域も「室戸阿南海岸国定公園」など素晴らしい自然や特色ある地域資源を持ちながら、隠れた観光スポットの域を出ていないのが現状だ。

一方で、団塊の世代を中心に「体験・交流」滞在型観光や「ゆとり・やすらぎ・田舎暮らし」といったスローライフの関心が高まっており、ゆとりと旅を楽しむ「奥座敷」としての観光振興に「四国東南地域」は新たな活路を見いだそうとしている。

しかし、観光客の動線から見れば、自治体ごと

の「点」の観光策では限界があり、各地の魅力を「線」で結ぶ広域的な周遊コースの設定や情報発信が不可欠である。こういった背景から、「まずは三市がアクションを起こそう」と、AMARoad連携構想が生まれた。

「三本の矢のごとく、互いの力を結集し、広域的かつ戦略的な観光振興をめざそう」と、昨年五月、AMARoad地域連携協定の調印式で三市の市長が固い握手を交わした。協定では、共同での観光キャンペーン、イベント開催、観光パンフレットの製作、観光コースの検討、観光客誘致拡大へ向けた調査研究及びプロモーション活動、高速道路ネットワークの整備促進などが盛り込まれた。

十一月には三市の観光協会や商工会議所などとともに「AMARoad地域連携推進協議会」を設立、プロジェクトが本格的にスタートした。

（3市の特色と地域の観光行政

四国最東端の蒲生田岬を起点にリアス式海岸は、やがて室戸岬で黒潮洗う岩礁群となり、雄大な

な海岸美の安芸市へと、素晴らしい景色が続く。

阿南市は人口約七万九千人、面積二百七十九・三九平方キロ、主な観光地は、船瀬温泉、太龍寺、平等寺、

北の脇海水浴場、椿泊の町並みなどで、全国有数の筍産地であり、近年はLED（発光ダイオード）のトップメーカー本社があることから、「光のまちづくり」を展開して市内各所にLEDイルミネーションが輝く。

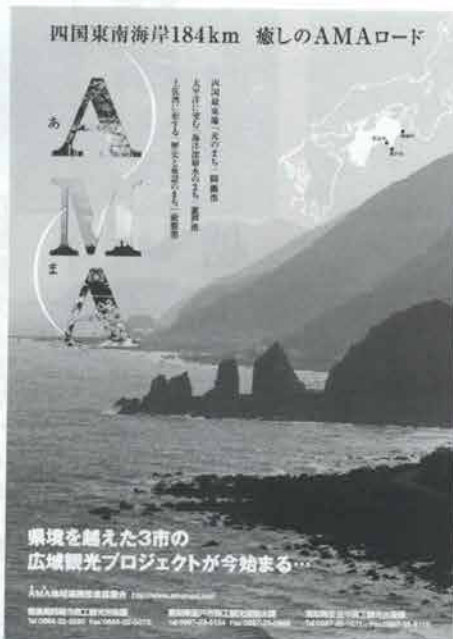
室戸市は人口一万七千人、面積二百四十八・三平方キロ、かつては勇壮な鯨漁が行われ、岬周辺は空海ゆかりの地や海洋深層水のプラントがあり、奇岩や断層の連続する地層はこのほど日本ジオパークに認証されました。

安芸市は人口約二万人、面積三百十七・三四平方キロ、阪神タイガースのキャンプ地として有名で、日本一のナス産地であり、野良時計や土居廓中、弘田龍太郎の歌碑、来年のNHK大河ドラマ「龍馬伝」の岩崎弥太郎の生家が大切に保存されている。

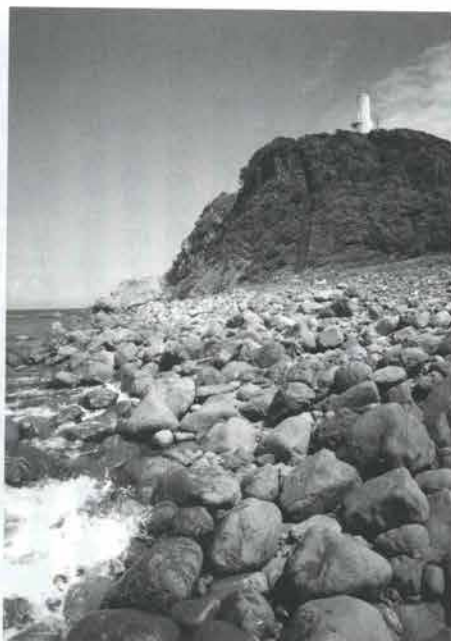
そして三市を取り巻く周辺自治体も、NHK朝の連続ドラマ「ウェルかめ」の舞台となる美波町をはじめ、四季折々の自然、食、歴史、文化でつながる各町村の町並みは訪れる人に「癒し」と「やすらぎ」を与えてくれる。



AMARoad地図



3市連携の観光ポスター



阿南市蒲生田岬

AMM広域観光の共通テーマは、阿南市から芸市まで海岸線の道程約一八四（いやし）キメイルを、
遍路道歩く人々に重ね合わせて、四国東南海岸
「癒しのAMMロード」と名付けた。

行政の手法や考え方で
新しい発見も

平成二十年度は、まずA M Aの観光情報を全国発信するシステムの整備に重点を置き、民間サイ

トと連携したA M Aホームページの開設 (<http://amamavi.com/>)、携帯電話の現地QRコードの設置、観光パンフレットやポスター等の製作を行うとともに、市民レベルのイベント交流や観光キャンペーンを実施した。

平度は、ブログ等を活用した新鮮な観光情報
向、A M A観光会議やモニターツアー等による
各のニーズやA M Aブランドの確立に向けての
調査研究を行うほか、「龍馬伝」をチャンス
と捉え、安芸市とともにA M A地域への観
光客の誘致を促すため、京阪神等で観光キャ
ンペーンを実施する予定である。

これまで、三市の企画・観光部局職員が準備段階から月一回のペースで会合を重ねてきた。確かに三市の移動距離が苦になることもあるが、離れているからこそ、行政の手法や考え方で毎回、新しい発見がある。観光はソフトからハード整備まで関連する総合行政だといわれており、行政の各分野別で三市の情報交換会議等が開催できれば、さらに広域連携の効果が高まるのではと期待している。

また、どんなに素晴らしい周遊コースであつても、どこかで観光客に不快な思いをさせてしまったら地域全体のイメージが台無しになってしまうことから、三市それぞれが自覚を持って観光資源を磨くことが大切だと考える。そして、A M Aにとつては周辺自治体の理解と連携を深めていくことも重要であり、現在、観光パンフレットやホームページでは周辺市町村の観光スポット



安芸市野良時計

トなども積極的に紹介するよう努めている。

今後、さらに京阪神でのキャンペーンでは徳島高知両県の県人会の皆さんとの交流を視野に入れ、継続的な「ふるさと観光PR」の応援をお願いできればと考えている。

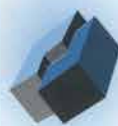
集客力ある観光地域に
対抗するには：

全国には、特定の観光地だけで経済効果が望める集客型観光方式が脈々と通用する地域もある。しかし、そうした地域に対抗するには、観光客のニーズや社会情勢を把握し、近隣の観光地が同じテーマでネットワークを組むことで、相乗効果を高めていく広域観光が今後、大きくクローズアップされると思う。

AMにおいてもスタートしたばかりで、三市の役割分担や運営体制については試行錯誤の連続である。広域連携は参画する自治体が増えるほど効果は高まるが、温度差もあり運営面などさまざまな

まな試練も予想される。

しかし、観光振興は地域の経済・産業を活性化させ、雇用を生み出す原動力であることを信じ、微力ながら今後とも取り組んでいきたい。



あまーいスイーツで西九州が連携

―県境を越えた共通資源を全国発信―



長崎市ながさきの食推進室長

● 池田尚己

と、現在「長崎街道シュガーロード展開事業」として本格的に取り組んでいる。

今は当たり前のようにお菓子や料理に使用している「砂糖」は、もともと日本で作られていたも

全国で食や地産地消に対する関心が高まる中、長崎市でも平成十七年度を「農水産・地産地消元年」と位置づけ、平成十九年度には生産者、食関連業界、観光業界三十七団体から成る「ながさきの『食』夢市場運動推進委員会」を立ち上げた。

この中で、新しい食材の掘り起こしや販売戦略、ちゃんぽん、皿うどんなどの名物料理や卓袱料理に代表される和食・中華・西洋料理が入り交じった長崎独特の「和・華・蘭」の食文化の発信など、現在、食を切り口にしたさまざまな事業を展開している。

（出島から全国に広がった砂糖）

この委員会で「先人達が残した貴重な財産である『長崎街道・シュガーロード』を活用した事業展開ができないか」といった意見が出された。

私自身「シュガーロード」という名称には聞き覚えがあったが、その名称のもつ甘い響きと歴史の深さに改めて強い興味と関心を持った。これを都市個性のアピールや地域の活性化に活かそう



シュガーロードさるくツアー（菓子づくり体験）

のでなく、海外から持ち込まれていた。

江戸時代、海外との窓口であった長崎・出島。砂糖はこの長崎から佐賀・福岡と続く「長崎街道」を通じて全国に広がっていった。

そして長崎街道沿いの都市で砂糖を使った多くの銘菓が誕生し、独自の砂糖文化を発展させ、今も魅力ある西九州エリアのスイーツ地帯を形成した。そのため長崎街道は砂糖の道「シュガーロード」といつしか言われるようになった。

もともと出島では、主要な貿易品として砂糖が取り引きされ、船には砂糖をバラスト（重し）としても積んでいたが、これが長崎を通じて全国に広がるわけで、まさに長崎発祥物語である。

（街道沿線には銘菓がズラリ）

長崎の料理が全般的に甘いのもこの歴史が物語っている。長崎には昔から使う「長崎が遠かね」という言葉があるが、これは「料理に砂糖が少ないね」という意味で、当時いかに貴重な砂糖を多く使用していたかがうかがえる。

長崎街道の沿線には、長崎市のカステラ、諫早市のおこし、大村市の大村寿司、嬉野市の逸口香、武雄市の百合羊羹、小城市の小城羊羹、佐賀市の丸ぼうろ、飯塚市の千鳥饅頭、北九州市の鶴の子などがある。また、南蛮菓子伝来の地・平戸市にはカスドースなど、数えきれないほどの著名なお菓子や甘い料理が歴史を重ね、今も愛され息づいている。

民間においても、シュガーロードに注目した活動がすでに行われている。

佐賀市のNPO法人「活気会」では、マップを



【小城】小城羊羹



【長崎】カステラ



【佐賀】丸ぼうろ



【諫早】おこし



【飯塚】千鳥饅頭



【大村】大村寿司



【北九州】鶴の子



【嬉野】逸口香



【平戸】カスドース



【武雄】百合羊羹

作り、シュガーロード散策やシュガーロード検定を行っており、活動は盛んだ。

また、シュガーロードの一方の起点である北九州市小倉では、小倉ローレルケーキ研究会が、ローレルケーキを名物にしようとツアー企画や観光パンフを作るなど、いろいろなアイデアで幅広い活動を行っている。

（点）を線で結ぶ都市間交流と連携

このような民間活動をバックアップし「点」で活動していたものを「シュガーロード」という「線」に広げ、長崎・佐賀・福岡の西九州地域を一体的に売り出そうと、沿線上の都市に呼び掛けて二〇〇八年十月、「シュガーロード連絡協議会」を発足させた。

現在では三県、十市、十九の民間団体、十六のオブザーバーの計四十五団体から賛同をいただいている（事務局は長崎市）。県や市をまたいだ広

域的な協議会は初の試み。それだけに、正直なところ、事務局としての不安は否めない。

しかし、シュガーロードという歴史的な一本の線を引くことで、砂糖文化や銘菓そのものの意義について再認識することはもちろん、各都市の魅力や観光要素も併せて掘り起こすことができる、と確信している。

また観光イメージ戦略として「シュガーロード」をキーワードに西九州という魅力的な地域を一体的に全国や海外にもアピールすることが可能だ。

さらに、都市間の密接な連携及び情報交換や官民の協働により、新たな交流の輪が広がり、広域観光の意識が高まるものと大いに期してやまない。

ガイドマップ作成など 今年度から事業本格化

長崎市は今年度から「長崎街道シュガーロード展開事業」として、具体的な事業に取り組むこととした。

まず歴史的なストーリーを再度整理するとともに

に長崎、佐賀、福岡三県にわたるガイドマップを作成し、また各都市を紹介していくようなバスツアーや列車などを使ったシュガートレイン・ツアーなどの実施を検討している。

また本市では、平成十八年度から「まち歩き観光事業」として、全国初の「さるく観光」を展開しているが、このまち歩きとスイーツを絡めた「シュガーロードさるくツアー」なども行っていきたい。

一方で市民意識を盛り上げるために「スイーツコンテスト」も計画中である。

いずれにしても、他都市と密接に連携しアイデアを出し合いながら、今年を「シュガーロード事業元年」という意識で、「シュガーロード」という名を全国に発信し、西九州地域に新たな光を当て、風を起こす仕組みづくりを行いたい。



シュガーロード連絡協議会（設立総会）

国立公園を核に、時遊空間づくり

「自然」と「温泉」を活用し創意工夫



財団法人阿蘇地域振興デザインセンター

石松昭信

阿蘇くじゅう観光圏は、九州のほぼ中央に位置し、熊本県と大分県の県境に広がる「阿蘇くじゅう国立公園」を有する。「自然」と「温泉」という二大資源に恵まれ、年間約二千三百万人もの観光客が訪れる国内でも有数の観光地である。

観光圏の取り組みでは、国立公園という共通の特性を活かしたエコツーリズムを柱に、地域づくり、情報発信、公共交通の活用といった複合的な取り組みを地域住民と連携しながら、温泉や歴史文化と組み合わせ、九州ナンバーワンの滞在交流型観光地づくりを推進している。

当観光圏の区域は、熊本県阿蘇市、阿蘇郡南小国町、小国町、波野村、高森町、南阿蘇村、西原村、上益城郡山都町及び大分県竹田市の二市四町三村で構成。また、滞在促進地区として、域内の主要な温泉地六カ所（内牧温泉、黒川温泉、杖立温泉、地獄・垂玉温泉、長湯温泉、久住高原）を設定している。

これまで熊本県阿蘇地域は、県と阿蘇地域の市町村で設立した「財団法人阿蘇地域振興デザイン

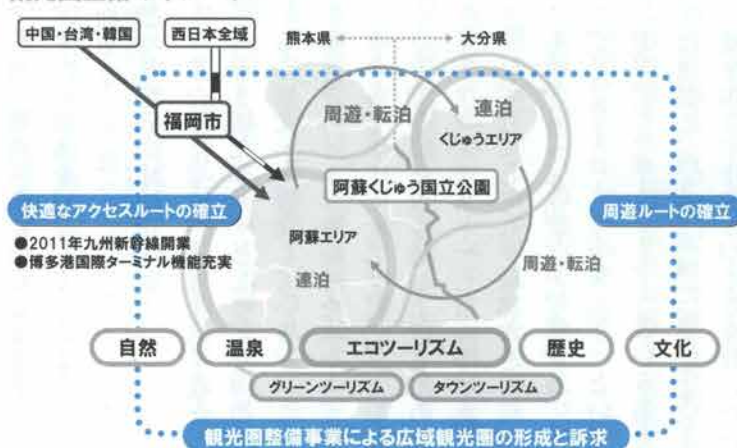
センター」（以下「阿蘇DC」という）が牽引役となり、広域連携による地域振興、観光振興、環境・景観保全、情報発信に取り組んできた。

とりわけ、平成十四年度からは「阿蘇はゆっくり過ごすところ」をテーマに、自然を活かしたエコツーリズム、農村で過ごすグリーンツーリズム、商店街で過ごすタウンツーリズムなどを総称した「阿蘇カルテラツーリズム」の開発と、公共交通網のシステム化を組み合わせた取り組みである「スローな阿蘇づくり」を推進している。

一方、大分県竹田市では、久住連山の自然を活かしたエコツーリズムの展開や、里山保全ツーリズムでのイベント「竹楽」の開催、「くじゅう坊ガッル・タデ原湿原」のラムサール登録などに取り組んできた。

平成二十三年三月には、九州新幹線が全線開業する予定で、九州の縦軸の観光客の移動は一時的に増加すると考えられるが、地域の持続的発展のためには、熊本駅を交点とする横軸としてJR豊肥本線の活用や、阿蘇くじゅう地域の面的魅力

観光圏整備のイメージ



づくりが必要なことから、阿蘇くじゅう地域を範囲とする県境を越えた連携組織として、官民協働の「阿蘇くじゅう地域デザイン会議」（以下「デザイン会議」という）を十八年度に設立した。

さらに、公共交通機関を利用した広域連携の仕組みづくりを提唱しながら、阿蘇くじゅう地域の観光と文化の振興事業を計画・実施してきた。

アジアからの観光客を意識

これらの取り組みを経て、二十年度から観光圏整備事業への取り組みがスタートした。この事業では、十八年度に設立したデザイン会議を観光圏整備法における地域協議会として位置づけた。組織構成も地方自治体や観光協会などに加えて、韓

国や中国などのアジア諸国から九州への海の玄関口である博多港との連携とインバウンド誘客促進を目的とした福岡市港湾局の加盟や、観光圏制度に伴う様々な特例の活用などを考慮して、温泉旅館組合や旅行会社、交通事業者などの加盟など、組織的にも拡充を図り、事業を進めている。

以下に代表的な取り組みを紹介すると――

まず、エコツーリズムの推進では、実践団体のプログラム情報を一元化して広域的・一体的に普及推進し、情報発信機能や受け入れ体制の整備、多様化する観光客ニーズへの対応などを目的に、今年四月に「阿蘇エコツーリズム協会」を設立。

この動きと連携して、エコツアー参加者の満足度のいく「観光と環境保全」が融合した推進が必要なことから、自然案内人が守るべき共通のルール（指針）を定めた「阿蘇エコツーリズム・ガイドライン」を策定した。これにより、ガイドレベルの維持・向上と、エコツアー参加者や自然案内人の安全管理と自然環境の保全が図られたプログラムの実施を目指す。

二大資源の一つ「温泉」の取り組みについては、地域に分布する多様な温泉や温泉街は、それぞれ独立したイメージで捉えられていたことから、「阿蘇温泉郷」という言葉とともに、火と水と大地が育んだ壮大なスケール感を地域内外にPRする。昨年度は、イメージ・ポスターの作成、今年度は温泉郷パンフレットの作成、来年度には温泉郷バスポートの発行などを計画的に展開する。

九州の玄関口・博多港とも連携

この「自然」と「温泉」を活かした取り組みを

含めて二十五の事業メニューを実施している。特長的な取り組みを挙げると、まず、博多港における国際交流拠点づくりとの連携プロジェクト。外国航路乗降客数約八十四万人（平成十九年）を受け入れる九州の玄関口である博多港と阿蘇くじゅう地域を結び、快適なアクセスルートを確立し、海外から流入する観光客を確実にエリア内にナビゲートする。

ここでは、博多港はもちろん、域内の交通結節点に周遊と滞留を促すための次世代型デジタル・インフォメーション・ディスプレイによる先進的な案内表示板を設置する。これにより、博多港との連動プロモーションが実現し、誘客促進と移動支援の向上が図れる。

次に、阿蘇くじゅう地域における通訳システムの確立。これは近年急増している外国人観光客のもてなし向上を図るため、逐時通訳で外国人観光客にリアルタイムな情報を提供し、正確で利便性の高い情報提供システムを構築・運用するものである。外国人観光客とのコミュニケーションを通訳スタッフがインターネットを活用して対応する仕組みで、音声だけでなく、対面式の映像通信機能を利用して、在宅の通訳スタッフが現場の様子を把握しながら、多言語サポートする。

昨年度は、システムの前提条件となる通訳スタッフの確保が必要のため、通訳スタッフとして希望する方々への説明会やスキルチェックを兼ねた人的ネットワークの仮登録までを完了している。今年度は、システム設置側のニーズ調査とシステム開発に着手する予定で、来年度の早い段階で運用を開始する

計画だ。

九州全体の波及効果につなげる

これら観光圏の取り組みは、平成二十三年三月の九州新幹線の全線開業に合わせて、以後一年間を会期とする「阿蘇カルデラツーリズム博覧会（愛称・阿蘇ゆるっと博）」の開催に集約していくものだ。これは、地域の商店街や農村集落などをパビリオンにたとえ、体験や交流に加え、既存の観光施設や温泉、宿泊施設などを組み合わせた滞在交流型ツーリズムを博覧会に見立てたキャンペーン事業であり、これまでの取り組みの集大成的な地域主体の取り組みである。

「ゆつくり」と、自然や温泉、歴史文化を味わう旅。風、光、彩を心を感じる旅。阿蘇くじゅう観光圏が目指すのは、そんな時間の過ごし方がいかに素晴らしいかを、訪れる人にも、地域の人にも知っていただくことだ。

当観光圏は、「自然」と「温泉」を最大限に活かした創意工夫により、国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進し、全国及び海外から注目されるブランドとしての定着を図り、九州全体への波及効果につなげていきたいと考えている。



阿蘇くじゅう観光圏のイメージ写真



外国人旅行者への対応風景

観光立国へ滞在型観光を促進

—2泊3日以上の上の滞在がなぜ必要なのか—

定住人口1人分Ⅱ宿泊旅行者何人分？

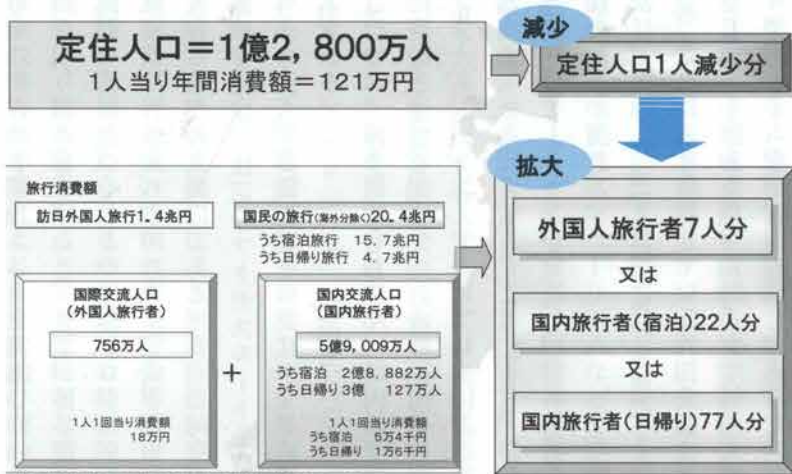
観光庁の試算によると、国内宿泊旅行者が二十二人増えることによって、定住人口の減少一人分の経済活動の縮小を補うことができる。

これは、国民一人当たり年間消費額及び、旅行者一人一回当たりの観光消費額等を用いた試算であり、観光による交流人口の拡大が人口減少に与える効果が如何に大きいかを示している。

日本において、人口減少に伴い経済活動の縮小が予想されていることは、よく耳にすることである。人口一人当たりの年間消費額は百二十一万円であり（総務省統計）、ある町の人口が百人減った場合、その町が「失った」消費額は単純な計算で一億円を超える。こうした人口減少による経済活動の縮小を補うものとして、観光による交流人口の拡大を挙げることができる。

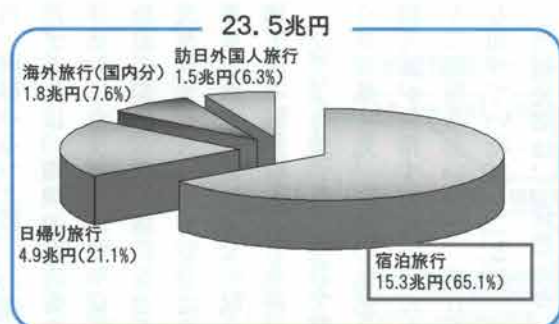
冒頭の試算では、人口が百人減少した町でも、宿泊旅行者が二千二百人増えれば、町内の消費額を維持出来ることとなる。（図1）

図1 観光交流人口増大の経済効果（試算）



観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課係長 門間俊也

図2 国内における旅行消費額（平成19年度）



国土交通省「平成19年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」による。

（図3）
他の地域へ一・七兆円分が移転したことになる。このように、地域において、都市部からの宿泊旅行を促進することは、地域間格差是正に大きな効果があると言える。

宿泊旅行の効果

一口に観光消費額と言っても、旅行の形態は様々である。平成十九年度の日本国内における観光旅行消費額は、二十三・五兆円に上る。その内訳を旅行形態別に見ると、日本人による宿泊旅行が十五・三兆円と全体の六五%を占める。次に割合の大きい国内の日帰り旅行の二一・一%（四・九兆円）と比較しても約三倍である。（図2）

宿泊旅行は、都市と地方間の格差是正効果も大きい。平成十九年度の国内宿泊旅行消費額（十五・三兆円）を、地域間の宿泊旅行者数に応じて案分すると、三大都市圏（関東・東海・近畿）からその他の地域へ

国際競争力の高い観光地づくり

では、宿泊旅行を促進させるために、国内の観光地にとって競い合うは相手とは誰なのだろうか。もちろん海外の観光地も含まれるだろうが、日本人が余暇活動として楽しむ人数が増えている

したがって、他の地域や家庭内レジャーでは味わえないサービスを提供できる地域だけが、観光地としてお客様に選ばれることになる。

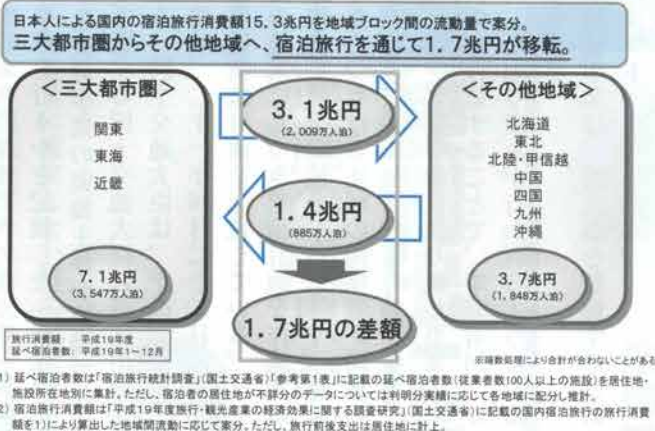
つまり、住民ではない地域外のマーケットに対してどのようなサービスを提供できるかが重要となり、そのための方策として「地域ブランド」を構築することが必要と言える。地域における「こ

地域ブランドの創出

項目は、「映画」「遊園地」「テレビゲーム」「ビデオ鑑賞」などが挙げられる（財団法人 社会経済生産本部「レジャー白書」による）。

観光地としてお客様に選ばれ、さらに宿泊してもらうためには、国内外のライバル観光地に負けない「国際競争力」が必要だだけにとどまらず、多様化する余暇の楽しみ方により、移動を伴わない都市内、家庭内レジャーに勝てる「滞在する魅力」の高さも同時に問われている。

図3 国内宿泊旅行による格差是正効果（イメージ）



こだけ」のサービスを提供することだけが、他の地域との差別化を図る唯一の方法と言え、それができた地域だけが他のレジャーとの競争にも競り勝つことができると言えよう。

地域における産業同士、地域同士の連携

地域における「こだけ」を作り上げるにはどうすればいいのだろうか。観光産業のもう一つの特徴として、地域そのものの魅力が地域内の企業の競争力に影響を与えることが挙げられる。簡単に言うと、観光資源に乏しく人口も少ない地域でホテルやレストランを営業するよりも、同じサービスならば人口の多い地域や有名な観光地で営業した方が集客力も上がるということである。

つまり一企業だけが頑張るのではなく、地域全体での魅力向上に取り組んでいかないと成果の上がらづらい産業構造にあると言える。

そして、地域全体での魅力向上のためには、宿泊施設や交通事業者のような観光に直接関係のある産業に限らず、地元住民と同じように買い物をするための商店街や、採れたての作物を飲食店や宿に提供する農家など、幅広い産業が連携して地域づくりに取り組む必要がある。

さらに「滞在する魅力」を発揮するには、単一の観光地だけではなく観光地同士が連携して「地域ブランドの創出」に取り組み、その圏域で長時間の滞在を楽しめる仕組み作りが必要となる。

2泊3日以上滞在できるエリアの整備

つまり、観光による地域経済の活性化には、「宿泊旅行」が重要であり、「宿泊旅行」の増加のためには「国際競争力の高い観光地」の整備が必要である。「国際競争力の高い観光地」を作り上げ

図4 観光圏整備による観光旅客の滞在の長期化



観光圏とは：

「観光圏」とは、「地域ブランドの創出」が必要であり、「地域ブランドの創出」には「地域における産業同士、地域同士の連携」が必要である。

観光庁では、こうした考え方から、関係者だけでなく隣接する観光地同士も広く連携し、国内外の観光客が二泊三日以上の滞在を楽しめるエリアとして「観光圏」を整備することを目的に、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（観光圏整備法）により、地域の取り組みを支援している。（図4）

観光圏整備法における「観光圏」とは、自然・歴史・文化等で密接な関係が認められる複数の観光地を一体とした区域で、その観光地同士が連携して二泊三日以上の滞在型観光地を形成するために、観光地の魅力と国際競争力を高めようとする区域である。また観光圏内には、宿泊施設が集積

し、宿泊サービスの改善や向上を目指す計画がある「滞在促進地区」を形成する必要がある。

具体的な支援の流れとしては、国の基本方針に沿って、都道府県または市町村が「観光圏整備計画」を作成する。この整備計画は、どのような観光圏を目指すし、どのような観光客ターゲットとするのかなどの戦略を示す計画であり、観光圏整備のための基本的な方針、観光圏の区域、滞在促進地区の区域、具体的な数値目標、整備事業の実施主体が記載される。

この整備計画の作成の際に注意が必要なのは、観光圏整備法に基づく協議会の意見を尊重しなければならぬことである。協議会とは、整備計画の作成に関する協議や、同じく整備計画の実施に係る事務連絡を行うことを目的とした組織であり、その構成員は、自治体のほか、観光圏整備事業を実施する事業者、観光関係団体、農林漁業団体などにより構成される。

そうして作られた整備計画に基づき、実際にどのような事業を行うかを記載した「観光圏整備実施計画」を整備事業の実施主体が協働で作成し、観光庁を所管する国土交通大臣に認定申請することができ。国土交通大臣は、平成二十年十月一日に十六地域、二十一年四月二十二日に十四地域の観光圏整備実施計画を認定している。

協議会の協議に基づき整備計画を作成することで、計画作成や事業実施を、自治体や一部の事業者だけでなくつなげる地域の関係者が同意の下で地域ブランドの創出に向けた戦略を作り上げられるようになり、整備事業に取り組む事業者が共同で実施計画を作成することで、事業者同士が一体的に連携した取り組みが行われるようになる。

観光圏整備事業

観光圏整備事業は、観光圏を整備するためのいわゆる「ソフト」事業である。

具体的には、①観光旅客の宿泊に関するサービスの改善及び向上に関する事業 ②観光資源を活用したサービスの開発及び提供に関する事業 ③観光旅客の移動の利便の増進に関する事業 ④観光に関する情報提供の充実に関する事業 ⑤その他観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に資する事業の五つに大別される。

地域における観光の魅力増進のためには、宿泊、観光資源、移動、情報提供の事業が重要であり、それらを積極的に整備していくことが滞在型観光地の形成に必要なと考えられるが、この五つの事業をそのまま行うのではなく、地域で自主的・自立的に検討した上で、地域の創意・柔軟な発想に基づき、実情に応じて取り組む必要がある。

国による支援

観光圏の整備を促進するため、地域が連携して行う取り組みを、国は以下の方法により、総合的に支援している。

① 旅行業法の特例

滞在促進地区内の宿泊業者が、旅行範囲が観光圏内である旅行商品について、代理販売ができるようになる（観光圏内限定旅行業者代理業）。

これにより、観光客にとってはホテルのフロントでツアーの申し込み、代金支払いが可能となり、宿泊業者にとっては手数料収入が得られる上に、サービスの向上につながるなどのメリットが想定される。なお観光圏内限定旅行業者代理業を営むには、別途手続が必要となる。

② 観光圏整備事業補助金

民間事業者が行う観光圏整備事業の経費について、最大四〇％の補助を受けられる。

③ 共通乗車船券

複数の交通事業者により共通割引切符等を発行する事業を行う場合、通常は個別に届出を行う必要がある手続きが簡素化される。

④ 認定観光圏案内所

観光圏整備実施計画に、観光に関する情報提供の充実に関する観光案内所の運営について記載されていた場合、「認定観光圏案内所」の名称が使用可能となる。

⑤ 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金

観光圏整備計画の中に、農山漁村の活性化のための定住等及び地域間交流の促進に関する法律（農山漁村活性化法）に基づく「農山漁村交流促進事業」を定めた場合、同法に規定された「活性化計画」を提出したものとみなし、「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」の交付対象となる。なお、交付には農林水産省の審査が行われる。

⑥ 社会資本（インフラ）整備への配慮

広域観光の発展には、社会資本整備も重要であることから、河川、道路、空港、都市公園などの整備について、観光圏整備実施計画のスムーズな実施が出来るよう配慮されることとなる。

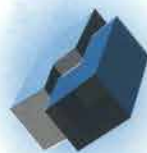
まとめ

観光圏の整備に当たっては、宿泊業や旅行業、運輸業といった観光関連業種にとどまらず、農林漁業関係者や商工関係者、地域住民やNPOといった、地域における幅広い関係者が積極的に連携し、取り組んでいくことが重要である。

関係者が多いだけ、連携には様々な困難が待ち受けていると考えられるが、観光庁としても従来の枠にとらわれず、民間の発想も取り入れながら、今までの霞ヶ関にはなかったような柔軟でスピーディーな行政を進めていくことで、観光立国の実現に取り組んでいきたいと考えている。

観光圏整備事業についての詳細は、観光庁ホームページをご覧ください。

<http://www.mlit.go.jp/kankochi/shisaku/kankochi/seibi.html>



観光需要創出に向けた取り組みを

—連携の成果が広域観光推進のカギ握る—



(財) 日本交通公社研究調査部 主任研究員 ● 吉澤清良

二〇〇八年五月に成立した「観光圏整備法」(観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律)は、十月に設置された観光庁の柱となる法律の一つである。「観光圏」とは、内外の観光客が二泊三日以上滞在して楽しめるよう複数の観光地や幅広い関係者が連携し、地域が主体となった取り組みを行うエリアのことで、同法に基づく観光圏整備実施計画が国土交通大臣から認定されると、地域に対してさまざまな支援措置が講じられることになっている。

本稿ではあらためて観光面での広域連携の必要性や広域観光推進上のポイントについて論じてみたい。

一、広域観光がもたらす効果とは

現在、我が国では少子高齢化の進展、個人ニーズの多様化・高度化・成熟化、社会経済構造の下

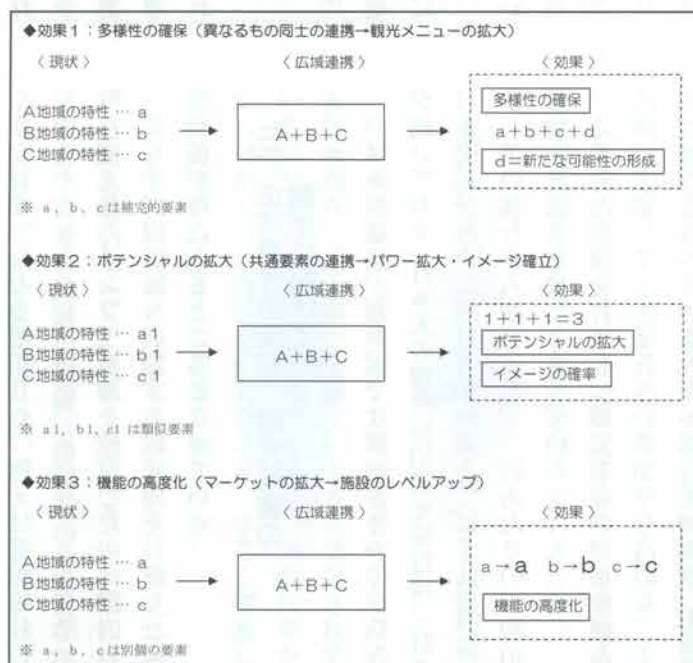
ラストイックな変革が起こっている。加えて、高速交通体系の整備によるモビリティの拡大や情報・通信システムの整備などを背景として、産業・経済活動のボーダレス化、生活行動の一層の広域化が進展している。観光の分野においても、市町村あるいは都道府県といった既存の行政枠を超えたより広域的な形での取り組みが強く求められている。

複数の観光地がそれぞれの特性を活かして、その機能や魅力を補完し連携することで、次に掲げる効果が期待されている(図1)。

◆効果1: 多様性の確保

それぞれが異なった特性を有する複数の地域が連携することにより圏域全体として「多様性」が確保されると同時に、異質な要素に触れ、交わることによって新たな観光魅力が生じる可能性が期待される。

図1 広域連携による一般的効果



例えば、広域連携により、多様な観光プログラムを提供することが可能になり、かつプログラムの組み合わせによって従来にない新しい観光魅力を持った地域として、観光客にアピールすることができる。

◆効果2: ポテンシャルの拡大

共通、類似の資源間に競争や協調現象が起き、相乗的に力(パワー)が拡大され、さらに対外的にも強いイメージを打ち出すことができる。

例えば、収容力の小さな宿泊施設が広域的に連携し、大量の観光客(例:小グループ化している修学旅行等)を受け入れることが可能になったり、小さな温泉が連携することにより、〇〇温泉郷を形成し、発地に対して温泉郷としての強いイ

メッセージを発信することが可能になる。

◆効果3：機能の高度化

広域連携により地域ごとの機能分担を図り、それぞれの機能の効率化、効果的な整備により、特化した機能の高度化が、より広い圏域をマーケットとすることによって実現される。

例えば、近隣の地域が同じような施設整備をするのではなく、A地域は温泉施設、B地域は音楽ホールというように機能特化型で施設整備を行うことで、より大きなマーケットを対象とした施設整備が可能である。温泉施設も観光客にも魅力のある施設になったり、音楽ホールもより遠方からの誘客が可能な施設となる。

二、観光面での広域連携のポイント

地域が広域観光を推進する意味は、〝広域〟という空間の広さにあるわけではなく、むしろ〝連携〟にあると言える。観光面での広域連携の主なポイントは、概ね以下の通りに整理される。

◆計画づくりの重要性

単独の市町村の観光ビジョンを策定するのにも多くの労力と時間が必要となる。広域観光の推進にあたっては、課題の把握からコンセプトや目標の設定、それに対応する事業の構築に至るまで慎重かつ丁寧な計画づくりが必要である。

◆非効率性と不平等性

複数の観光地、複数の市町村が連携するためには連絡調整が不可欠で、そのための労力と時間は膨大なものとなる。従って、〝非効率性〟を受け入れておく必要がある。

また、複数の観光地、複数の市町村をそれぞれ平等に扱うことは好ましいことではなく、同じ予算を負担しているから平等という論理は通じしない。従って、お互いがお互いを理解し、尊重しながらも、ある程度〝不平等性〟を受け入れていくことが求められる。

◆多様な主体の連携・協働と人材育成の必要性

膨大な連絡調整作業をこなしていくためには、必ず専任者が必要となる。片手間での対応では他の市町村や関係組織に対して迷惑を掛けることになるかねない。

これまで多くの観光地において観光振興の担い手は、主に行政や観光推進団体、観光事業者（宿泊施設、運輸機関、飲食・物販施設、旅行会社等）であったが、今後は農業協同組合や漁業協同組合、商工会議所、商工会、また住民など、多様な主体との連携・協働が不可欠となる。

今後は商品開発や誘客宣伝といった、事業の初期段階で当面必要なスキルばかりにとらわれることなく、中長期的な視点に立った観光まちづくりや観光プロデュースができる人材の育成が期待されている。

◆既存観光地の基盤整備に期待

複数の観光地、複数の市町村が広域観光を推進するにあたっては、予算の制約や事業の難易度から、比較的容易に着手可能な共同イベントの開催や広域パンフレット・マップの作成などソフト事業にばかり傾注するケースが少なくない。

全国各地の観光圏においても、支援期間終了後、「成果品としてパンフレットやマップなどしか残らなかった」ということのないように、「まちづ

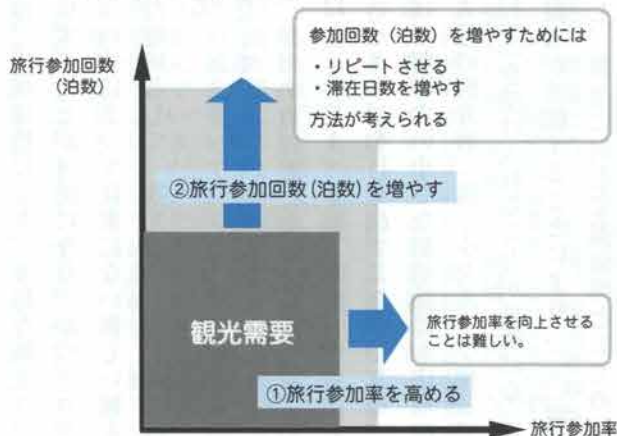
くり交付金」などを活用した、例えば電線電柱の地中化や街並み景観の整備、散策道の整備など、既存観光地のインフラ整備を検討したい。国内のみならず国際的にも通用する観光圏を目指した環境整備が待たれるところとなっている。

三、広域観光の実現、観光需要の創出に向けて

バブル崩壊後、我が国では観光需要の伸び悩みが続いており、日本人の国内宿泊観光旅行は、(財)日本交通公社の「旅行者動向調査」によれば、一泊二泊の旅行が六割を占め、一回あたりの平均泊数は一・五八泊にとどまっている。

こうした状況を打破し、観光需要の増加を図るには、大別して、①旅行への参加率を高める、②既に旅行を行っている人々の旅行参加回数(泊数)

図2 観光需要の構造と増加策





■質的データの例

- ・基本属性（居住地、性別、年齢等）
- ・滞在種別、滞在時間
- ・旅行目的
- ・同行者
- ・来訪経験
- ・来訪のきっかけ
- ・消費額
- ・総合満足後
- ・個別満足度（景観雰囲気、宿泊施設、食事、サービス、観光施設、体験プログラム、移動、情報提供等）
- ・再来訪意向 など

特に観光客のリピートや連泊滞在の促進を目標とする観光圏においては、こうした質的なデータを観光圏整備事業の検証の主たる指標として、観

をさらに増やすという二つの方向性が考えられるが、前者は容易なことではなく、後者の方法が現実的であると言える（図2）。そして、これこそが「観光圏」が目指すところに他ならない。

広域観光の実現、観光需要の創出に向けて、まず大切なことは、現在、来訪している観光客のニーズや満足度等を把握すること、そして、多様な主体が連携・協働し、地域の魅力をさらに高め、発信していくことである。

◆観光地マーケティング、質的データの取得

地域が観光振興を図る際、観光客の動向や社会の情勢を踏まえつつ、観光事業を着実かつ柔軟に実行していくためには、観光客数や宿泊客数などの量的なデータばかりではなく、消費額や満足度といった「質的」なデータを経年的に蓄積し、その分析・評価の結果を取り組みにフィードバックさせていくことが重要である。

観光客の満足度向上に向けた取り組みを行っていくことが不可欠となる。

◆観光客、需要側の視点に立った魅力づくり

前述の通り、これからの観光振興においては、行政や観光推進団体、観光事業者のみならず、多様な主体との連携・協働が欠かせない。そして、その際にはまちづくりの視点に加えて、観光客、需要側の発想で観光振興を図っていくことが望ましい。

元来、観光客ニーズの把握といったマーケティングは、観光素材の旅行商品化・流通を業としている旅行会社が強みとしており、地域においては旅行会社との連携・協働を深め、商品化・マーケティング活動の推進を図っていくことも一つの手段となろう。

昨今、国内旅行需要の変化に伴い、各地域の持

■地域が旅行会社に期待しうる役割

- ・観光資源の発掘と分析
- ・マーケットに応じた商品開発
- ・旅行商品の販売と送客
- ・観光情報の発信とプロモーション
- ・運輸事業者（鉄道会社・航空会社）への協力要請の窓口 等

■旅行会社が地域に対して期待している役割

- ・着地としての受け入れ対応組織体制・窓口の整備
- ・地域住民を巻き込んだ、地域の観光素材情報の提供協力
- ・観光素材の組み立てによる旅行商品モデル（案）の提案
- ・現地のガイドの紹介・手配、活動プログラムの提案
- ・旅行者へのおもてなしによるリピーターの創出
- ・（行政に対して）民間ではできない中長期を見据えた観光インフラ面の充実（標識、駐車場、道路等） 等

資料：「地域観光マーケティング促進マニュアル」
（平成18年5月 国土交通省）

固有の魅力を反映させた、より創意工夫豊かな企画旅行商品（着地型旅行商品）が求められている中で、多くの旅行会社が、地元との連携・協働による地域の観光振興を基軸とした取り組みへとシフトし始めている。地域と旅行会社の役割分担を明確にしながら連携・協働を図ることによって、地域としても多くのメリットを期待することができる。

◆強力な情報発信によるムーブメントの創出

広域観光や観光圏について論じると、どうしても地域側の施策などに関心が行きがちになるが、特に今回の観光圏にあつては、「観光圏」に旅行すると、こんなに快適に過ごせる、こんなに楽しい、こんなメリットがある」といった具体的な情報を、観光圏と国や観光関連団体、運輸機関、旅行会社などが一体となって市場側に提供し、需要を喚起していく必要がある。

市場側の観光圏自体の認知度をさらに一層高め、国民的なムーブメントを創っていききたい。

四、広域観光をリードする存在として期待

広域観光を強力に推進する地域として、二〇〇九年度現在、観光圏が全国で三十カ所認定されている。しかし、そうした先進地域も、多かれ少なかれ何らかの課題を抱えながら、事業を推進しているであろうことは想像に難くない。

元より、広域観光の実現は一朝一夕には成し遂げられるものではないが、我が国の広域観光をリードする存在として、観光圏に認定された地域の取り組みに大いに期待したい。

おもてなしの心で郷土に貢献

「まちの駅」という実践報告



まちの駅連絡協議会監事、
まちの駅ネットワーク本庄 代表

阿奈正子

「まちの駅」という取り組みをご存知でしょうか。「まちの駅」は、まちを訪れる人たちのために、地域の住民がさまざまなサービスを提供し、交流する場である。

地域や郷土に貢献したいというボランティア精神の下にさまざまな地域の商店や事業所が参加し、自らの施設のトイレやスペースをできる範囲で来訪者に開放する。しかも、初期投資はほとんどかからない。

自治体からすると、市内に五十カ所の「まちの駅」があれば、公共のトイレを五十カ所配置したことになる。同様に休憩所や案内所も五十カ所増えたことになる。

そこにはおもてなしの心をもった駅長さん（案内人）が配置されている。これらをすべて自治体がかかるのであれば、かなりの費用がかかる。

ずだ。

「まちの駅」には、四つの機能がある（図表1）。公共施設から個人商店まで既存の施設を利用し、四つの機能を果たしながら、人と人の交流を促進させる「溜まり場」となる。

全国に千五百カ所の「まちの駅」

平成二十一年五月現在、全国約千五百カ所を取り組んでいる。この「まちの駅」の考え方が、市町村などの自治体だけでなく、民間企業や住民活動団体、NPO団体などからも、自分たちのまちを活性化させるキーワードとして注目されてきている。

さらに、これらの施設や関係者をネットワークさせることで、

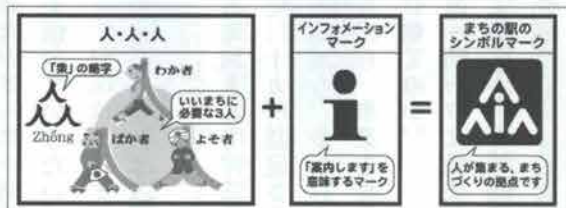
地域全体を「おもてなし」の心を持った地域にする取り組み事例が増えている。

一地域で複数の「まちの駅」を設置し連携する、ネットワーク型の「まちの駅」の取り組みでは、民間商店や行政関連の大小さまざまな施設の連携と活用を図つ

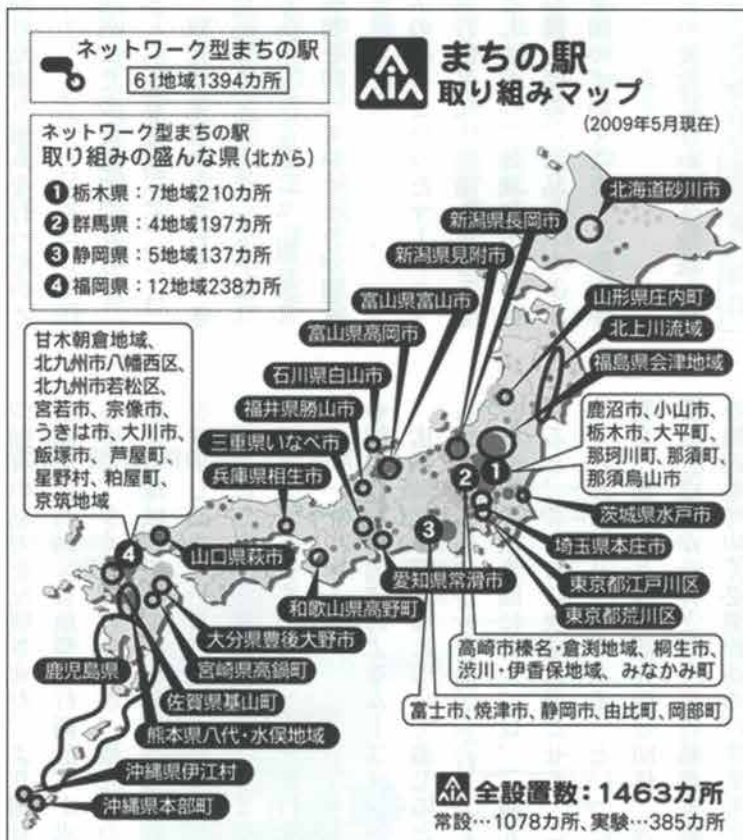
図表1

まちの駅の機能		まちの駅の必須アイテム	
休憩	誰でもトイレが利用できる、無料で休憩できる	「まちの駅」看板	
案内	「まちの案内人」が地域の情報を丁寧に教える	トイレ・休憩場所	
交流	地域の人と来訪者の出会いと交流のサポートをする	まちの案内人（常駐、兼務可）	
連携	まちの駅間でネットワーク化し、おもてなしの地域づくりをめざす	地域の情報提供	

まちの駅の4つの機能と4つのアイテム



まちの駅シンボルマーク、人々人



<http://www.honjo-machinoeki.com/>

本庄まちの駅

検索

ている。平成二十一年五月現在、全国では約六十のまちの駅ネットワークが存在する。その運営方法はさまざま。

地元TVや新聞が丹念に紹介

さて本庄市では、地元ケーブルテレビ（CATV）による「まちの駅」の取材があり、五十駅がすべて放映された。地域ニュースとして、何回も放映してもらったおかげで、本庄市民にも自然と浸透してきている。本庄CATVのご好意により、ホームページには動画で各駅の紹介を載せている。



共助のまちづくりワークショップ風景

また、埼玉新聞には五十ある「まちの駅」が毎月三駅ずつ掲載されている。これもまた、「まちの駅」の存在をアピールできる。

「まちの駅」に対する市民の理解が広がり、利用したり、協力したりと、「共助のおもてなしの心」の意識も高まっている。

定年退職者がボランティアで協力

団体にはしっかりとした事務局が不可欠だ。本庄市の「まちの駅」の特徴は事務局のあり方にあり、大手企業などを定年退職した人たちにによる自主的な事務局運営がなされている。

定年退職者の皆さんには、「わがまち本庄に少しでも役立ちたい、やりがいのあることをしたい」という気持で、「まちの駅」の事務局を買って出ている。場所も人も、ボランティアによるものだ。

ボランティア精神により、三年半過ぎた。そろそろ事務局を自立させないといけない時期にきている。先立つものは事務局経費だ。自立するために家賃のかからない事務所があったら……と手探りを続けている。

今後の活動については、恵ま

れた環境を生かし、情報の共有化を図りながら、地域の活性化のためにネットワークをもっと広げたいと考えている。県内の各市町村に「まちの駅」を立ち上げ、交流・連携に総力を挙げていきたい。

また、地域に貢献する団体として地域内外のさまざまなイベントの主催や自治体・他団体と連携・協力し

「道の駅」とひと味違う溜まり場

幹線道路沿いなどに設置されている「道の駅」に比べ、「まちの駅」はまだ一般には十分認知されていない。小売店舗の店先などに「まちの駅」のシンボルマークが表示されているだけなので、一見すると地味な存在だ。しかし、まちの駅のネットワーク化は徐々に広がっている。

まちの駅の全国ネットワーク組織「まちの駅連絡協議会」（会長・久住時男新潟県見附市長）によると、「まちの駅」は平成十年三月、長野、山梨、静岡三県の十市町村が連携し実験的に開始したのが始まり。平成十二年八月にまちの駅連絡協議会が正式発足し、翌年以降、ネットワーク化の取り組みが本格化している。

「道の駅」と「まちの駅」は、地域住民や来訪者にトイレや休憩場所

た新規事業（観光の分野が多い）など、さらに広がりのある活動をしていきたい。

そして、全国の「まちの駅」との交流である。防災の協力・各地の物産交流・文化の交流・イベントの交流などで「まちの駅」のつながりによる地域づくりに取り組んでいこうと考えている。

を提供し、観光案内などの情報を発信する機能面では似ている。

違いは「道の駅」がドライバーのための休憩施設であるのに対し、「まちの駅」は人が休憩したり集まったりする空間（溜まり場）である。また「道の駅」は国土交通省の補助事業だが、「まちの駅」は補助事業ではない。

このため民間の店舗や事業所は、まちの駅連絡協議会に設置申請し、同協議会が定めた設置基準を満たしていれば、協議会への入会が認められ、「まちの駅」のシンボルマークなどが使用できる。

小売店などが一部スペースを来訪者に提供し、店員らが適宜、まちの案内役を果たせば、地域の活性化にもつながりそうだ。（編集部）

「使い捨て」減らし環境に貢献 —リユース食器普及に女性パワー—

山梨県増穂町は、甲府盆地の南西部に位置し、古くから富士川舟運の河岸の宿場町として発展してきたまちで、駿州往還、駿信往還の拠点であり、産業、文化、交通の要所である。このまちの元気を発信しようと、町との協働で環境活動に取り組むNPO法人「スペースふう」を訪ね、永井寛子理事長に話をうかがった。

女性十人が共同出資で立ち上げ

「スペースふう」は一九九九年、

★ 団体プロフィール ★

設立年 平成11年9月
設立・運営主体 特定非営利活動法人
代表者 永井 寛子
会員数 30人
事務局連絡先 〒400-0503
山梨県南巨摩郡増穂町天神中条177
(電話) 0556-22-1150
(FAX) 0556-22-1862

増穂町に住む女性十人が「地域活性化」と「女性の経済的自立」を目指し、共同出資のもと立ち上げた団体である。自分たちの町のことは、行政だけに頼るのではなく、自分たちで責任を持とう。自立した人間がたくさんいればその町はきっと元気になる。そんな思いを込めて始動した。設立当初は、コミュニティ拠点機能も備えたりサイクルショップや菜の花エコプロジェクトを町との協働で行っていたが、二〇〇三年からリユース食器レンタル事業へ転換し、現在に至っている。

事業転換のきっかけは、ある環境に関する講演で「ドイツのイベントは、使い捨て食器を一切使用せず、リユース（再利用）食器を使っている」と聞いたことである。

日ごろから、イベント後に出る大量のごみに心を痛めていた永井氏は、早速リユース食器レンタルの事業化を理事会で提案。ところが「事

業として成り立つなら、もっと大きな企業、組織が既に事業化しているはず」「私たちにできるわけがない」と反対されてしまう。

しかし、そこは「自立した人間がたくさんいればその町はきっと元気になる」と考え、一年の猶予期間で、事業化の可能性や環境への意識調査を行ったところ、当時、日本ではリユース食器レンタル事業が存在していないことが判明。意識調査では「使い捨て容器よりリユース食器を使用した方が良い」という好反応が得られ、事業化への決意が固まった。

そして、この事業のデビューは地元から。三千食のほうとうがふるまわれる最大の祭り「甲州増穂まつり」で、と考えていたそうだ。

地元企業の協力と助言が奏功

いざ事業化となったときに表面化したのが、事業経費にかかる三百万

円の資金の問題である。以前より事業化について相談していた山梨大学の教授から、企業に資金協力を依頼しては、と紹介されたのが株式会社「はくばく」である。

（株）はくばくは、増穂町に本社を持つ企業で、地域のための社会貢献に取り組み、地元では絶大な信頼を得ている。早速、スペースふうの役員三人で会長の長沢利久氏を訪ね、熱い思いを訴えたところ、その場で資金協力の約束をとりつけた。

さらに、「熱い思いだけでは持続可能な事業になり得ない」という会長の考えのもと、その後も、経営の素人であるスペースふうのために、経営ノウハウの支援担当職員までつけてもらった。事業はいよいよ現実のものとなり、念願の「甲州増穂ま



NPO法人「スペースふう」 永井寛子理事長



リユース食器



リユース食器回収所

つり」を皮切りに、走り始めた。

この事業は、イベント主催者が使用料を支払って食器を借り、使用後は洗浄不要で返却するだけという、使い捨て容器の持つ利便性をそのまま生かしたものである。

食器が紛失しても損にならないデポジット制を採用し、イベント参加者は使用した食器を返せば預かり金を返してもらえ、というシステムで、これ返却率は九五%以上だ。

このリユース食器は使い捨て食器に比べ、三回使えば確実に排出CO₂を減少できる、という山梨大学の研究結果が出ている。

毎回、利用者からは好評を得ており、これがリピート率につながって

いる。二〇〇三年実績が三十四万個受注だったのに対し、昨年では九十五万個の受注実績を上げており、開始して五年ほどで受注が二・五倍以上に伸びている。

また、受注の増加に伴う遠方への輸送過程が環境負荷軽減に反するため、二〇〇六年から始めたネットワーク「リユース食器ふうネット」では、全国七カ所を拠点に活動がなされている。これまでの取り組みが評価され、二〇〇七年秋には環境大臣賞を受け、二〇〇八年六月に内閣府からも表彰を受けた。

実際のところ、事業としては、すべての拠点がうまくいっている訳ではない。コスト面からすると使い捨て

だ。

「スペースふう」でも事業化した最初のころ、ほとんど無償に近い取り組みだったのが、持続可能な事業努力の結果、現在では雇用も生み出し、スペースふうで働きたいというさまざまな年齢層が集まっている。

リユース食器利用を行政も後押し

「スペースふう」の環境への取り組みは、地元行政にも波及している。

山梨県では、県主催のイベントで「原則使い捨て食器を使わない」という指針を出し、増穂町でも、リユース食器の利用団体に半額補助を出している。その後、横浜市青葉区でも補

助を出すようになり、横浜地域での受注が大幅に増加した。

また、二〇〇四年には、地元サッカーチーム「ヴァンフォーレ甲府」のスタジアムでリユースカップが導入され、それ以外にも東京での環境イベントや、大規模な野外コンサートでの受注を通して、さまざまな場所での環境に対する取り組みの一助を担っている。

そういったイベントで主催団体との交流も図られたことで、共催による環境シンポジウムの企画実施など環境への取り組みはさらなる広がりを見せている。

最後に、永井氏に今後の展望をうかがった。冬場のイベントではリユース食器の需要が激減するため、冬場イベントでの使用促進の必要性を感じていること、そして今後、イベント開催時に使い捨て食器を見た人が「まだ、使い捨てのものを使っているの？遅れているわね」という会話がなされるほど、身近で環境に配慮した取り組みが行われるようになれば、と語った。

環境への取り組みは、ますます注目される分野だけに、「スペースふう」の取り組みは、増穂町をさらに発信していく力となりそうだ。

まちに埋もれた宝物に光あてる —小さな活動を積み重ねまちづくり—

山陰随一の古都である松江市は、古くは出雲文化発祥の地として、江戸期以降は松江城の城下町として栄えてきた。城を中心に堀川をめぐらせ、周辺に侍町や商人町を配した伝統的な街並みが今も残っている。

歴史ある建物や食べ物などが多い松江市で、住民主体で地域資源をまちづくりに活かすために活動しているNPO法人「まつえ・まちづくり塾」の井ノ上知子代表を訪ねた。

★ 団体プロフィール ★

設立年 平成8年9月
運営主体 特定非営利活動法人
代表者 井ノ上 知子
会員数 約30人
事務局連絡先
松江市殿町8-3 タウンブ
ラザしまね2階
電話 (0852) 24-8023

まちづくりに住民の声を

松江市では、平成五年度から三年間で「都市計画マスタープラン」を作成し、その過程でまちづくりへの市民参加の重要性が認識されるようになった。そこで、まずは市民にまちづくりに関する知識を身につけてもらうようと、市民からの公募により「松江まちづくり塾」を始めた。



ワークショップ中の井ノ上代表

三年間かけて、ワークショップによる合意形成手法やまちづくりの実践事例などの知識や技術をひととおり学び終えたところで行政から独立し、平成十一年度から市民団体「まつえ・まちづくり塾」として再出発した。その後十六年十月に法人格を取得し、現在の「NPO法人まつえ・まちづくり塾」（以下「まち塾」という）となった。

「アソビゴコロ」を大切に

まち塾では、まちの資源をまちの宝物と考え、まちの中に埋もれているたくさんの宝物を光らせたい、との思いで活動している。これまで行ってきた活動は数多く、さまざまな分野にわたるが、約三十人のメンバーがそれぞれ興味ある分野に取り

組んでいる。

「大事なことはアソビゴコロを忘れないこと。独りよがりの活動ではなく、住民がいてこそその活動」

井ノ上代表の言葉どおり、どれも遊び心があり、住民の参加が可能な活動となっている。「アソビゴコロ」というスバイスと「住民からの支持」。

これらが、活動が長く続いている秘訣なのかもしれない。

まち塾では現在、特に力を入れている活動が二つある。

その一つが「出雲そば」による地域おこしである。松江市は出雲地方に位置しており、出雲地方の代表的な食べ物といえば「出雲そば」が挙げられるが、「割子（わりこ）」や「釜揚げ」などその食べ方も他にはない特徴を持っている。

出雲そばの良さをもっと知ってもらおうと、出雲そばの勝手連である「出雲そば通団」の食べ歩き記事などを掲載し、出雲地方全域の出雲そば店を紹介する「出雲そば通」を平成十八年三月に発行するとともに、「ソムリエ」をもじった「出雲そばりえ」の認定制度も立ち上げた。

今年三月には第三回の認定式が行われ、現在、「そばりえ」は約百人に増えた。認定者は島根県内にとどまらず、東京・大阪・広島・福井の



市町村振興センター内で開催された地域づくりフォーラム



第2回出雲そばりえ認定式

都府県にもいる。最近では「出雲そばりえにそばガイドをお願いしたい」という依頼が事務局に届くようになり、その知名度は高まっている。

まち塾で力を入れているもう一つの活動は「地域の応援」である。

まち塾は平成十九年度から「島根まちむらネットコンソーシアム」の一員として、島根県市町村振興センターの一、二階部分の運営にも携わる。ここでは市の中心部に誰もが気軽に立ち寄ることができる公の場として、市町村振興やNPO活動の交流・支援を行っている。

一階部分にはアンテナショップが

開設されていて、近隣にある島根県物産観光館では取り扱っていないような、埋もれた地域の物産を展示販売している。

井ノ上代表は「生産者は自分たちの商品が他の地域から見ると珍しいもので、地域資源となることに気がついていない。こういった埋もれた地域の宝物を多くの人に知ってもらう機会を作る必要がある」と語る。

自分たちの商品が「売れた」という経験は生産者の自信ややる気の向上につながっているようだ。また、二階のオープンスペースでは、フォーラムや交流会を開催し、市町村や団

体間の交流に役立てている。

都市計画プランにもまち塾の声

誰かのために無理することなく、声高に息巻くこともなく続けてきた、市民団体としてのまち塾の活動は、今年で十周年を迎えた。いつも「アソビゴゴロ」を忘れることなく、小さなまちづくりを積み重ね、さまざまな活動が連鎖していくことで、その活動はいつの間にかとても大きなものとなった。

実際、平成十七年度に松江市で「都市計画マスタープラン」が見直された際には、住民の声を反映させるため「まち塾」も参加している。

かつて住民の声をまちづくりに反映させるために公募で集められ、さまざまなスキルを身につけた「まち塾」が成長し、プラン見直しの際に重要な役割を担うということ、松江市の思惑以上の成果である。

井ノ上代表は「ただ楽しんでやっているだけで、気がつけば十年経っていた」「専任のメンバーがいなかったため、一つの活動にじっくり取り組む

ことができないのが悩み」と控えめに語るが、それは一つひとつの活動に真剣に取り組んできたことの現われであり、まち塾の存在は、確実に松江のまちづくりにはなくてはならないものとなっている。

また「自分たちは、まちづくり分野ではさまざまな活動をしてきたが、福祉や子育てなどの分野は弱いので、今後は取り組んでみたい」とも語り、さらなる活動の拡大が期待される。

最後に、これから予定している活動について尋ねると、今年度の活動として「古い建築を表彰する」取り組みがあるそうだ。内容は、街歩きなどの活動の中で見つけた「古い建築」を、勝手に表彰していくという単純なものだが、そこには明確な狙いがある。

歴史的景観が残る松江市でも、建て壊しや無計画な改築によって、古きよき建築は失われつつある。こうした現状の中、他者に褒められ、表彰されれば持ち主はその建物を大切にしようと考えようになるのではないか、という深い考えがあつての活動である。

このようにまち塾の「アソビゴゴロ」のある活動のアイデアは、これから尽きるがないだろう。

山形県村山市

果樹産地の

「援農」体験通じ交流促進

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会での地域活性化策の柱として期待される。それを促進するには、移住交流ニーズに的確に対応するための仕組みづくりが必要だ。

当センターでは、地方が都市住民を受け入れる新たなビジネスモデルを創出し、移住・交流受け入れシステム構築のための経費を助成している。

以下は、昨年度に助成した山形県村山市の「果樹産地における援農型移住交流促進事業」についてご紹介する。

山形県の形は人の横顔に似ている。本市はその顔の「耳」に位置する人口二万八千人の田園都市だ。本市のある村山地域は果実の一大産地として知られる。六月のサクランボ、七月八月はスイカ、モモ、九月はブドウ、十一月はリンゴ、ラ・フランスと、初夏から初冬にかけて半年間、果物が次々に収穫できる。

特に、サクランボとラ・フランス

は、山形県が生産量日本一を誇る。リンゴは糖度も高く、蜜がたっぷり入る高品質だ。村山地域には十四の市町があるが、まさに「ジューシー・フルーツ」（果実が豊富な十四の自治体）と言える。

さて、村山市では「さわやかな四季の風吹くまち」をキャッチフレーズに、「地域と人が輝く交流創造都市」という将来像を掲げ、地域の内外との交流を活発にすることで、市の活性化につなげようとしている。

こうした中、〇七年度より、仙台や首都圏からの都市住民に、サクランボの収穫などの手伝いをしながら村山暮らしを楽しんでもらおうという、村山市ワーキングホリデー事業「さくらんぼサポーター」を試験的に実施している。

サクランボの収穫は、六月の一時に集中し、人手不足が生じるため、都市住民にサポーターとして農家の手伝いの「援農」をしてもらおうというわけだ。そして、できれば村山市のファンになってもらい、二地域居住や定住につなげたいという思いも込められている。

このサポーター制度は、参加者、

受け入れ農家の双方から好評であり、一定の成果を得ることができた。

果樹労働の対価で自給自足生活

最初は二泊三日という短期滞在で行ったが、今後、農家の高齢化も進み、人手不足が進行することなどを考えると、都市の豊富な「人材力」を活用した援農が実現できないか、さらには一カ月単位で村山市に「二地域居住」してもらい農家の手伝いができないものか、と考えていた。

その際のキーポイントは、中長期滞在を可能にするために「自給自足」ができるかどうかであった。

そこで〇八年度には、本助成事業



モニターによるリンゴの玉回し作業

により、果樹労働で得た対価を生活費に活かし、中長期の二地域居住が可能かどうか社会実験を行った。さらに今年度オープン予定である廃校を活用した二地域居住の交流体験モデルの開発も行った。

この事業では、村山地域内のリンゴの産地である朝日町と一緒に「やまがた田舎暮らしモニター」として全国に公募をかけた。その結果、首都圏等から五組六名のモニターの協力を得て実施できた。農家で一カ月程度の果樹収穫作業などをしていただき、そこから得た対価で、自給自足生活をしてもらった。

詳細な家計簿や日記等を付けてもらいながら実験が進行したが、援農の合間には地元イベントに参加したり、情報交換会などを行ったりと、参加者同士の交流も進んだ。様々な課題も見え、それを解決するための数々の提案もいただいた。

この支援事業は、これからの二地域居住や交流政策、農業政策の面においても大変有意義であった。

この事業に協力いただいた受け入れ農家が、今年度は一年という長期の都市住民の受け入れに挑戦するなど、進展している。都会からのアクセスや冬の厳しさなどハードルは高いが、地域資源を最大限に活かし交流居住の活性化を進めていきたい。

村山市財政課企画主査

井澤豊隆



伊東市長 ● 個 弘巳

伊東八景とおもてなしの心

西に山、東に海、
美しいかな この岡、われらが里。
あれ あれ あれ あれ 朝日子登る。
あれ あれ あれ あれ 船出の叫び。

これは、市内小学校の校歌の一節です。伊東に生まれ、伊東をこよなく愛した、文学者であり医学者でもある多才の人、木下杢太郎（本名太田正雄）の作詞によるもので、わがふるさと伊東の魅力溢れる自然と活気に満ちた町の情景を今に伝えています。

不況ということばが全国を駆け巡るなか、ここにくたわれているような、かつての伊東温泉の活気を取り戻すための施策として、私は市長就任以来四年にわたり「伊東再生」をスローガンに、市民に健康増進、市に観光振興、市役所に改革と、それぞれの頭文字を取った「3つのK」を柱に市政運営の舵を取ってまいりました。

そして、この間に得られた行政運営の成果を土台として、「伊東再生」から「伊東創造」へと目標を高め、経済対策、子育て支援、教育、環境、危機管理を新たにに加え「ITOK（いとう8K）」と名づけた施策を展開しています。

これら施策にあわせ、本市の自然を内外にアピールするとともに、住民の郷土への愛着がさらに強まることを願い、伊東の代表的な景観八か所を「伊東八景」として指定しました。八景は、風景評価の様式として東アジアを中心に古くからあり、国内でも「近江八景」、「金沢八景」などが有名です。歴史を繙くと、かつて本市にも「伊東八景」なるものがありました。既に存在しない景色もあり、この際、新たに指定したものです。

この中には、お椀を伏せたような形が印象的な大室山や、その大室山のかつての火山活動により溶岩が海岸ま

で流れ出て形成された城ヶ崎海岸などがあります。この海岸線の延長は十数kmに及ぶリアス式海岸で、断崖絶壁となっている場所も多く、ここに架かる吊り橋からの景観は迫力満点、テレビのロケ地として、また、年配の方には名曲「城ヶ崎ブルース」発祥の地として有名です。そのほかの「八景」も自然が我々に与えてくれた魅力溢れるものばかりです。

施策としての「ITOK」と、本市の優れた景観をアピールする「伊東八景」、これら二つのキーワードの内外への浸透を図ることができれば、ここに住む人が幸せを享受することのできるまちづくりが進みます。そして、住む人が幸せを感じれば来訪する方への「おもてなしの心」も醸成され、訪れる人にとっても魅力溢れるまちとなります。

本市が国際観光温泉文化都市としてさらなる発展を遂げ、新たな伊東を創造していくために、また、素晴らしい伊東の自然、景観を磨き直し、さらなる魅力あるまちを創りあげていくためには、市民による「おもてなしの心」が何より大切です。

伊東にお立ち寄りの際には、ぜひ、市民のもてなしや「八景」に触れてこころを温め、また、火山の恵みである伊東自慢の湯量豊富な温泉につかり、からだを暖めていただく。今後とも「住みたい 訪れたい 自然豊かな やすらぎのまち 伊東」の実現を、ひいては観光地伊豆の復権をめざしてまい進いたします。

さきの小学校校歌は、最後の一節ではこのように結んでいます。

意思強く、質実に、されどやさしく、
いざ、はらからよ、同窓の友よ。
あな あな あな あな 幸ある御国。
あな あな あな あな 楽しきつどひ。

幸せ出ずる国、 いわてへ。

すべての命の幸せを願う、
いわての心が育てた文化があります。



平成21年7月1日～9月30日

いわて・平泉 観光キャンペーン



いわて・平泉観光キャンペーン実行委員会



いわての旅は、快適な新幹線でどうぞ

石垣市は、沖縄本島へ411km、宮古群島へ170km、台湾へは260kmの位置にある、日本最南端の自然文化都市です。

県内で最高峰の於茂登岳（526m）を中心に、南に平野が広がり、湾岸、半島、岬、海浜など多様な自然をおりなしてあり、亜熱帯海洋性気候と島嶼群からなる自然的特性を活用し、農業・畜産業・水産業・観光業を中心に人々の経済活動が営まれています。

七色に輝く海や緑が色濃く映える山々に囲まれた石垣島には、古くからの芸能、文化が今も継承され続け、市民の生活に溶け込んでおり、年間約80万人の観光客が訪れます。

日本列島の最南端にあってアジアのみならず広く太平洋に開かれた枢要の位置にあり、これからの新しい時代へ大きな可能性を秘めたまちです。



■川平湾 県内唯一の国指定名勝に選ばれる川平湾。



■豊年祭・ハーリー 五穀豊穡に感謝し、翌年の豊作を祈願する豊年祭。旧暦5月4日（ユッカヌヒー）には、海人（漁師）が、豊漁と航海の安全を祈るハーリー（海神祭）が開催される。



■ヤエヤマヤシ 一属一種のヤエヤマヤシが群生。周辺には生態が未解明の天然記念物ヤエヤマニイ（せみ）も生息し、亜熱帯特有の動植物が今も豊かに息づいている。



■アンガマ 旧盆に行われる行事。ウシュマイ（翁）とンミー（嬬）が、仏壇のある家々を回り、祖先の霊をもてなす。観客との珍問答で楽しませる。



■石垣島マラソン大会 フル・ハーフ・10kmの3コースに分かれ、県内外から多くの挑戦がある。



■パインアップル・パパイヤ パインアップル、マンゴーなどの果樹栽培が盛んで、パパイヤの生産にも力を入れている。



■とうばらーま大会 旧暦8月13夜に開催され、八重山（石垣市・竹富町・与那国町）を代表する叙情歌とうばらーまの作詞と歌唱力を競う。



■トライアスロン大会 W杯大会と一般大会が同時開催され、県外のみならず国外からの参加者も多い。

■石垣牛 ミネラル、ビタミンを多く含む黒毛和種牛で、その肉質の良さは評価が高い。



通信センター

平成21年度地域再生実践塾 参加者大募集！

地域再生の方法について、さまざまな視点から考えるワークショップ「地域再生実践塾」を全国5カ所で開催します。

◆開催内容

第2回 街に活気を取り戻す仕組みづくり（青森市）

主任講師：横森豊雄氏（関東学院大学教授）

7月28日（火）～30日（木）

申込締切：7月7日（火）

第3回 景観によるまちづくり（長野県小布施町）

主任講師：川向正人氏（東京理科大学教授）

9月14日（月）～16日（水）

申込締切：8月24日（月）

第4回 ツーリズムによるまちづくり（宮城県大崎市）

主任講師：宮原育子氏（宮城大学教授）

9月28日（月）～30日（水）

申込締切：9月7日（月）

第5回 伝統産業の再生（佐賀県有田町）

主任講師：長安六氏（佐賀大学教授）

11月25日（水）～27日（金）

申込締切：11月4日（水）

◆対象 地方公共団体、商

工会、商工会議所、

NPOなど、地域再生に取り組んでいる人

◆募集人数

各回40名～50名（会場などにより変動あり）

◆参加費用

無料（開催地までの往復の交通費、宿泊費、飲食代などは参加者負担）

◆申込方法

申込書を当センターまで送付してください。

申込書の様式は当センターのホームページからダウンロードできます。

*詳しくは、当センターのホームページをご覧ください。

【問い合わせ先】業務課 TEL03-5202-6136

スポーツ拠点づくり推進事業

2010年度新規承認大会募集

当センターは、今年度までに全国64の青少年スポーツ全国大会を「スポーツ拠点づくり推進事業」として承認し、地域再生とスポーツ振興のための取り組みを支援しています。ただいま、新たに承認を希望する市区町村を募集しています。締め切りは2009年9月30日（水）まで。

審査は、スポーツ拠点づくり推進委員会で行われ、承認されたものは10年度より助成を受けることができます。

詳しくは当センターホームページまたは担当まで。

<担当>情報サービス課 村上・平良

<電話>03-5202-6135



釧路市全日本少年アイスホッケー大会



仙台市日本バドミントンジュニアグランプリ

書籍紹介

「地活な人々 こころ豊かに地域活性化」

三井不動産S&E総合研究所編
（オンブック 2200円＋税）

民間セクターとして、地域づくりやまちおこしを推進してきたデベロッパーのシンクタンクが取り組んだ、地域活性化に関する意欲作である。

経済性の追求のみでは持続可能な社会を実現できない今日、公共も民間も課題は同じだが、それぞれが積み重ねた経験とノウハウは異なり、視点も自ずと異なる。

「現場」と「人」に焦点を定めた取材対象と執筆陣が織り成す絵巻物、編集統括者の熱い想いが契機となった全国数千カ所に及ぶ自費調査の説得力。それらが地域活性化に携わる人々と共鳴し、新たな価値の創造を予感させる。

具体的には、まちを元気にするキーマンや、地域づくりの仕掛け人、離島の魅力を引き出すクリエイターらを紹介し、現場でのまちおこしのヒントを満載している。

<http://www.onbook.jp/bookd.html?bid=0118>



7月

★日本橋ブラザビルイベントスペース

- 7月2日(木)～3日(金)
三種町(秋田県)
- 7月6日(月)～7日(火)
萩・石見空港利用拡大促進協議会
(島根県・山口県)
- 7月8日(水)～9日(木)
財団法人但馬ふるさとづくり協会
(兵庫県)
- 7月15日(水)～16日(木)
一色町観光協会(愛知県)
- 7月22日(水)～23日(木)
沖縄県東京事務所(沖縄県)
- 7月28日(火)～29日(水)
常総市観光協会(茨城県)

★ふるさと情報プラザ

- 7月1日(水)～3日(金)
成田市(千葉県)
『成田の夏の風物詩「成田祇園祭」
～魅力満載成田の一大イベント～』
- 7月6日(月)～10日(金)
十日町市(新潟県)
『間もなく開催! 大地の芸術祭と
水と土の芸術祭』
- 7月13日(月)～14日(火)
兵庫県『全国から但馬(たじま)の夏空
へ! 兵庫・但馬(たじま) ツーリズム』
- 7月15日(水)～17日(金)
木曽町(長野県)『木曽谷ぶらり市』
- 7月21日(火)～24日(金)
千葉市(千葉県)
『～2009夏 FESTA in Chiba City
～With BAY SIDE JAZZ CHIBA』
- 7月28日(火)～30日(木)
片品村(群馬県)
『今残したい片品の景観と食』



8月

★日本橋ブラザビルイベントスペース

- 8月5日(水)～7日(金)
山梨県観光物産連盟富士の国やま
なし館(山梨県)

★ふるさと情報プラザ

「夏グルメで暑さを乗り切る!」

- 8月3日(月)～4日(火)
日向市(宮崎県)
『日向市観光物産展』(仮題)
- 8月6日(木)～7日(金)
福井県『福井県観光物産展』(仮題)
- 8月27日(木)～28日(金)
掛川市(静岡県)
『掛川市観光物産展』(仮題)

(写真)

- 1、2 5月27日(水)～28日(木) 掛川市農業
活性化やる気塾東山地域塾(静岡県)
- 3 5月11日(月)～15日(金)『ふくいの織維
とうまい物』(福井県)
- 4 5月25日(月)～28日(木)『軍艦島写真展
と長崎枇杷フェア』(長崎県)

【編集後記】

▼夏の旅行シーズンが間近です。最近では国内の旅行形態も多様化していますが、宿泊観光旅行の現地滞在時間の平均データを見ると、まだまだ短いようです。このため「二泊三日以上の滞在型観光の普及」に向けた、関係自治体や旅行会社の取り組みが活発になっていきます。

▼共通の観光資源を持つ地域が連携して、新たな観光需要を生み出せば、地域への経済波及効果はより大きくなるはず。昨年七月に「観光圏整備法」が成立し、十月に発足した観光庁も「広域観光圏」の振興を後押ししています。本号では「広域観光圏」の認定を受けた地域を中心に、誘客に智恵を絞る各地の取り組みを特集しました。

▼広域観光圏として認定された地域は、平成二十一年度で合計三十地域ですが、認定は受けていないものの、独自の切り口で県境を越えた連携で旅行者を呼び込み、まちづくりにつなげようという取り組みも少なくありません。こうした地域の事例も併せて紹介しました。

▼主要幹線道路沿いなどに設置されている「道の駅」。これらの存在は知っていても、町中にある「まちの駅」は案外知られていないようです。全国組織が結成されほぼ十年。埼玉県本庄市の「まちの駅」の取り組み状況を報告していただきました。旅行者や地元住民にとっても便利な存在で、地域の活性化にもひと役買っています。今後もまちの駅のネットワークは広がりそうな気配です。

(原田)

【8月号予告】

特集II子どもの都市・農山漁村交流(仮)

地域づくり7月号

2009年7月1日発行 編集・発行=財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋ブラザビル13階 電話03-5202-6131(代) <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/> 印刷・製本/株式会社丸井工文社

法律で許可された場合以外に、本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。情報サービス課(03-5202-6135)まで、ご連絡下さい。

未来へと続く風景を 創っています。

「当たり」が魅力の宝くじは、もうひとつ大切な役割を担っています。それが、皆さんの暮らしに「お役に立っている」収益金による街づくり事業です。教育施設、道路、橋、公民館等、幸せな生活を支えるさまざまなところに宝くじの収益金は役立てられています。

宝くじの収益金は、
身近な街づくりに役立っています。



財団法人 **日本宝くじ協会**

当せんはしっかり調べて、しっかり換金。

<http://www.jla-takarakuji.or.jp>

●外国発行の宝くじを、日本国内において購入することは、法律で禁止されています。