

本誌は、宝くじの普及宣伝事業として助成を受け作成されたものです。

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 ■ 新しい観光と地域振興

7

2004

ISSN 1310-8917

特集

新しい観光と地域振興

3	巻頭エッセー ● 「オンリーワン徳島」の実現！	徳島県知事 飯泉嘉門
4	今、観光による地域振興は？	立教大学観光学部・観光学研究科教授 岡本伸之
8	北海道ネイチャーセンター 地元と連携して「体験型観光」展開	坂本昌彦
10	札幌市 経済効果を重要視	飯田芳也
12	福島県いわき市 「健康」「癒し」の温泉地目指す	片桐正尉
14	東京都大手町・丸の内・有楽町地区 週末も賑わう街づくりへ新しい挑戦	廣野研一
16	新潟県東頸城郡六町村 修学旅行生徒たちとの交流で地域が変わる	滝沢良文
18	名古屋市 産業観光で地域振興を	須田 寛
20	中国山地県境市町村 県境サミット交流を通じ観光振興	増原 聡
28	長崎県 韓国、中国の観光客誘致に重点	小阪洋之
30	NPO法人マイタウン・コンシェルジェ協議会 ボランティアで地域口コミ情報をインターネットへ	臼井純子
32	東京都 観光振興に向けインフラ整備	丹治朋子
34	ビジット・ジャパン・キャンペーン ビジット・ジャパンへの自治体の対応	林 俊介



彦山川に勢ぞろいした神輿と山笠



石炭資料館内の坑道ジオラマ



炭坑節に歌われている高さ45mの大煙突

コラム

22	市民主体の文化財活用運動によるまちおこし	長野市助役 市川 衛
27	「用の美」よりも「無用の美」	ノンフィクションライター・路上観察家 前田和男

レギュラー  
レポート

トピックス

36	高原野菜などが博多っ子に好評	福岡市
----	----------------	-----

地方行財政関連施策解説

37	「地域づくり支援室」の設置と取り組み	松崎俊久
----	--------------------	------

40 地域だより

市町村モデルコンサルティング事業

41	山梨・小菅の湯へのコンサルティング事業
----	---------------------

地域づくり団体探訪

42	アミューズイン・おおた	岩手県花巻市
44	吉備高原国際親善交流会	岡山県賀陽町

46 センター通信

グラビア

1	新しい観光と地域振興-I
23	〃 -II
47	都道府県漫遊●高知県
48	手前みそですが… ●長野県開田村



炭住跡などが並ぶ石炭記念公園内

●表紙「福岡県田川市  
風治八幡神社川渡り神幸祭  
法被姿の川筋男たちが山笠を揺すって氣勢を上げ、水を掛け合いながら彦山川を渡る。筑豊を代表する祭りの一つ、川渡り神幸祭が五月十五、十六の両日行われた。疫病が流行した時に願掛けをしたお礼として奉納されたのが起源と伝えられ、四百年余の歴史と伝統を誇る祭りだ。  
十五日は悪天候の中、重さ二トンを超える金色の神輿二基と鮮やかなバレンを立てた十一の山笠が川で大暴れ。だが、翌日は増水で六十年ぶりに中止となった。  
田川市は、「炭坑節」発祥の地としても有名。黒ダイヤ（石炭）、白ダイヤ（石灰石）を抱え栄えたがエネルギー革命で衰退、現在文化創造都市へ転換中。炭坑節はボタを運ぶ選炭婦の仕事歌の一つで、海外でも知られる。炭坑跡地には、縦坑槽や炭住等を展示した石炭記念公園がある。  
〆して山ほととぎすほしいま、久女  
●文Ⅱ丘 ●カメラⅡ小形又男

# 新しい観光と地域振興



「体験型観光」の展開 ● 北海道ネイチャーセンター (p8)



ヘブンメダマン

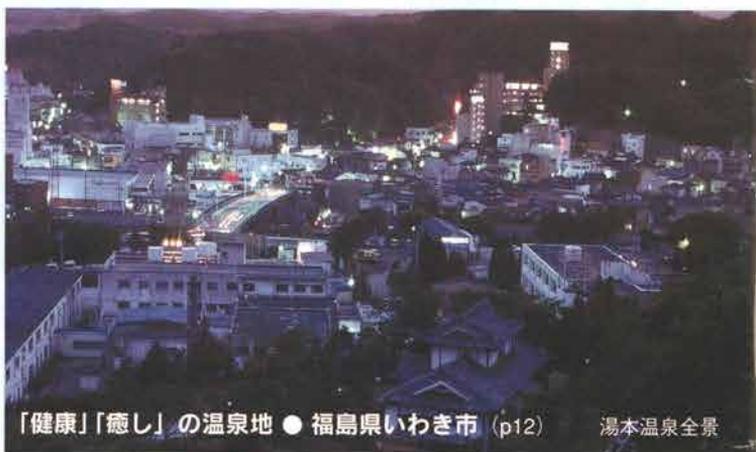
週末も賑わう街づくりへ  
● 東京都大手町・丸の内・有楽町地区 (p14)



仲通りカフェ



コンベンションセンター ● 札幌市 (p10)



「健康」「癒し」の温泉地 ● 福島県いわき市 (p12) 湯本温泉全景

棚田の田植え



縄ない

修学旅行生徒たちとの交流  
● 新潟県東頸城郡六町村 (p16)





徳島県知事  
飯泉嘉門

# 「オンリーワン徳島」の実現！

真の地方分権時代を迎えようとしている今、地方の力、潜在能力を再発見し、それをいかに高めていくかがまさに問われています。こうした状況の下、全国一律、いわゆる金太郎飴的なことをやって、例えば四国でトップとか、全国上位を目指すのでは、二十一世紀「地域間大競争時代」を勝ち残ることはできません。

徳島県が県政推進の基本理念に掲げる「オンリーワン徳島」の実現は、単に順位を競う「比較優位」を目指すのではなく、全国から「徳島こそ」「徳島を見習え」と言われる「絶対優位」を目指すものです。そのためには、役所にありがちな前例踏襲を打破し、既存の枠にとらわれない柔軟な発想と何事にもチャレンジする前向きの姿勢が求められます。

しかし、「前例踏襲打破、チャレンジ精神！」と号令をかけるだけでは、お役所文化に慣れ親しんだ職員にとっては、まさに価値観の一大変革を求められることであり、「具体的にどうすればいいの？」とかえって混乱をきたします。そこで、どう意識を変えてもらうかについて、具体的かつ簡単明瞭に周知徹底しています。例えば、知事レクチャーの際、「前年はこうでしたので、今年も同様にします」では説明にならないよと。必ずしも、前年の結論を否定するというのではなく、「前年はAだった。まず、変えることを前提にその後の情勢変化を加味するとB、Cが考えられる。検討した結果Aがベスト。従って今年もAでいきたい」という説明なら了解。つまり、「まず変える！」から入ることがポイントで、選択肢を変えることにより成果がどのよう違うのか、県民ニーズに合致しているかなどの視

点に立ち、時代ニーズに即応するだけでなく、常に時代を先駆ける気構えで「次世代型の施策」を構築していかうということなのです。

また、予算編成の際、個々の事業について「一石二鳥、三鳥」の効果説明を求めます。右肩下りの経済や三位一体改革下の厳しい財政環境においては、施策構築に際して、限られた予算で最大限の効果を挙げるのが不可欠です。「二粒（の飴）で二度、三度おいしい」ではありませんが、百万円を百万円として使うことは誰にでもできるわけで、それを二、三百万円、できれば一千万円に使える創意工夫と重点化を図ることが必要だということです。

人口が減少して高齢化が一層進み、経済の大幅な成長が望めない今日、将来に対する不透明感から、ともすると、華やかだった過去を振り返り、後ろ向きの姿勢になりがちです。

しかし、こういう時だからこそ「発想の転換」と意識改革を浸透させ、将来をしっかりと見据えるとともに時代潮流を機敏にとらえる。そして、「ピンチの時こそチャンス！」と認識し、施策事業の選択の際、「他の自治体が事業縮小・廃止するなら、こちらは逆に事業拡大・創設する。結果的にマイナスとプラスで倍の成果が出る」ぐらいのチャレンジ精神、姿勢が必要です。

取り巻く環境がどうであれ、現在を生きる私たちは、夢ある未来を次世代に引き継いでいくという大きな使命や責務があります。困難といわれる今こそ、自治体職員的能力、地方行政の真価が問われているのではないのでしょうか。



特集

## 新しい観光と地域振興

# 今、観光による地域振興は？

知らせて、見せて、  
また来たいと思わせる

南国宮崎のシンボルとなっているフェニックスを植樹するなど地域景観の創出に努め、一九六〇年代から七〇年代にかけて宮崎に爆発的な新婚旅行ブームを起こした人物がいた。宮崎交通を創業した岩切章太郎である。戦後わが国の観光による観光振興のパイオニアと言える岩切章太郎は、ある講演の中で観光振興の基本原理を「知らせて、見せて、また来たいと思わせる」と喝破したことがある。

確かに、知らせなければ何も起こらない。観光とは、人々が楽しみを目的として日常生活圏を一時的に離れることであるが、楽しみがどこにあるのか知らされなければどこを訪ねたらいいのかわからない。知らされることによって、観光行動に駆り立てられる必要がある。従って、地域が観光振興を企図するのであれば、まず人々に地域が遠

方であっても、わざわざ訪ねるに値することを知らせる必要がある。

見せることも必須の要件である。観光は、語源が示唆するように、国（地域）の光（固有の文化＝生活の知恵）を観（見）ることであって、見ることが起点となる。現代の観光は見ることにとどまらない。高齢社会が到来して余暇が増大し、日帰りや一泊二日の駆け足旅行で我慢する必要性が薄れてきたから、視・聴・嗅・味・触の五感を動員する観光が台頭しつつある。しかし、まずは対象が眼に入ることによって五感を刺激されなければ、行動は起こらない。従って、見せることも観光振興の基本である。

また来たいと思わせることは、観光振興の成否を決める要素である。来た人がまた来たいと思うほどに満足すれば、まだ行ったことのない人に訪ねるに値すると吹聴するであろうし、そのことがその地域を訪ねてみたいと思う人々の数を増や



立教大学観光学部・観光学研究科  
教授 ● 岡本伸之

す。実際に訪ねてやはり来てよかったと思えば、口コミの輪が次々に広がり潜在的な市場は急速に拡大する。へんびな場所といっても、国内であればその気になれば誰でも訪ねることができる。

知らせるに値するのは  
地域の魅力

観光振興の基本原理として広報・宣伝の重要性を指摘したが、実はその前にもっと重要なことがある。それは、その地域に果たして知らせるに値する何かが存在するのかという問題である。よその地域と比べて自慢すべき何かが存在しなければ、知らせようがない。知らせるに値する何かとは、観光客の視点からいえば、地域が持つ魅力、誘引力と言えよう。

世の中には多くの観光客の来訪に恵まれる観光地があるかと思うと、そうでない観光地も多い。また、中には古くから多くの観光客を誘致してきたものの、近年は伸び悩んでいる観光地があるか

と思うと、人気がうなぎ上りという場合もある。なぜであろうか。それは観光地が観光客を引きつける要素を内包しているからで、その要素には観光客の目線から見て優劣の差があり、しかもその優劣が時代の変化に起因して変わるからである。

国土交通省の室谷正裕氏は一九九八年、観光地の魅力度を評価するという貴重な研究を行った(室谷正裕著『新時代の国内観光』、運輸政策研究機構)。観光客が観光地の魅力度を評価する際の構造(魅力度を測る「ものさし」)を明らかにしたのである。

観光地の魅力には、美しい自然、由緒ある神社仏閣、祭りなどの観光資源、温泉浴や各種屋外スポーツなどの体験メニュー、ゆっくり滞在するためのサービスが行き届いた宿泊施設、さらに、個々の要素の魅力ではなくて、景観や街並みなどから感じられる観光地の個性、情緒、雰囲気などがある。

室谷氏は観光の専門家を対象にアンケート調査を行って、観光地の魅力を構成する要素を抽出し、抽出された要素を統計的手法によって整理した。その結果、観光地の魅力は大別して、①賦存資源(「賦」は天からの授かりものという意味)②活動メニュー③宿泊施設④空間快適性から構成されることを明らかにした。研究の発見事実として興味深い点は、これら四つの要素が観光地の魅力度全体に対して一定の重みのある重要性を持つことである。すなわち、魅力全体を十とした場合、①の賦存資源が二・五、②の活動メニューが一・一、③の宿泊施設が一・七、④の空間快適性が四・七

### 住みよさランキング総合順位(1~25位)

1	成田	(千葉)	14	金沢	(石川)
2	福井	(福井)	15	武蔵野	(東京)
3	栗原	(宮城)	16	蔵野	(福井)
4	長富	(滋賀)	17	江松	(香川)
5	富山	(富山)	18	高田	(埼玉)
6	立川	(東京)	19	黒部	(富山)
7	敦賀	(福井)	20	真岡	(栃木)
8	浦安	(千葉)	21	日市	(滋賀)
9	砺波	(富山)	22	厚木	(神奈川)
10	高守	(岐阜)	23	武生	(福井)
11	守谷	(茨城)	24	武屋	(兵庫)
12	刈谷	(愛知)	25	日進	(愛知)
13	鳥取	(鳥取)			

出所：東洋経済新報社編『都市データバック2004年版』(東洋経済新報社刊)

を占めるという事実である。つまり、観光客の目線から見た場合、観光地の魅力の約半分は景観や街並みなどから感じられるその土地らしさ、情緒、雰囲気の良さにある。

### 住んでよし、訪れてよしの国づくり

周知のように、小泉政権は観光立国担当大臣を任命するなど、これまでの政権と比較すれば観光振興に対して格段に熱心であると言える。二〇〇三年一月に行われた第百五十六回国会の施政方針演説の中で観光立国と外国人旅行者倍増に取り組みことを宣言したのに続いて、〇三年九月の第百五十七回国会の所信表明演説においても、「国から地方へ」「官から民へ」のくだりの中で「…略…住んでよし、訪れてよしの国づくり」に向けた観光立国を実現するとともに、「…略…」と述べた。観光立国の基本理念は「住んでよし、訪れて

よしの国づくり」を実現することにある。この言葉の意味は、「観光立国懇談会報告書」によれば、「自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずと誰しもがその地を訪れたくなる」とされる。しかし、果たして「住んでよし」の地域がただちに「訪れてよし」の地域であろうか。

東洋経済新報社は、「全都市住みよさランキング」を発表している。それによれば、六百九十五市を安心度、利便度、快適度、富裕度、住居水準充実度の観点から評価した総合ランキングは、第一位が成田(千葉)で、以下、福井(福井)、栗東(滋賀)、長浜(滋賀)、富山(富山)、立川(東京)の順となっている。これらの都市は確かに「住みよい」のであろうが、果たして実際に多くの観光客を誘致できているであろうか。長浜を除いて、必ずしもそうではないと言える。

言うまでもなく、これからの観光振興は観光客を満足させることを起点とすべきでない。現代は「サステイナブル・ライフスタイル(持続可能な発展)」の時代であり、「サステイナブル・ツーリズム」の時代である。西村教授が言うように、「地域の住民、地域の資源、そして来訪者という三者の間の調和ある発展が観光まちづくりの基本である」「まちづくりの結果として来訪者が増えるのであって、その逆ではない」(国道交通省総合政策局観光部監修、観光まちづくり研究会編『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい、二〇〇〇年、二十二―二十三頁)。しかし、繰り返しになるが「住んでよし」が必ずしも「訪れてよ

し”には結び付かない。この乖離を説明するヒントとして想起されるのが先に紹介した空間快適性の要件である。つまり、いくら住みよくても、観光客に空間快適性が感じられなければ訪ねてよしとはならないように思われる。

### 「景観緑三法」への期待

話は変わるが、昨年七月、国土交通省は「美しい国づくり政策大綱」を発表した。前文を読むと、官僚の文書としては珍しく、戦後わが国は驚異的な経済成長を遂げ、社会資本の量的整備は進んだものの、わが国土は国民一人ひとりにとって本当に魅力あるものになったであろうかと自己批判している。電線が張りめぐらされ、家々はブロック塀で囲まれ、ビルの高さは不揃い、看板、標識が雑然と立ち並ぶといった問題を列挙し、この国を美しく魅力ある国にするため、まず自ら襟を直し、官民挙げて取り組む必要があるとしている。

政策大綱は基本的な考え方として、地域の個性の重視、美しさの内部目的化などを挙げ、施策の展開として、事業における景観形成の原則化、公共事業における景観アセスメント（景観評価）、分野ごとの景観形成ガイドラインの策定、景観に関する基本法制の制定などの具体的施策を挙げている。



大分県由布院

その結果、景観に関する基本法制として、「景観緑三法案」が今国会で審議されており、六月にも成立する見通しとなっている。基本となる「景観法」は、都市、農山漁村などにおける良好な景観の形成を図るため、景観計画の策定やその他の施策を総合的に講ずることにより、美しく風格のある国土の形成を図るなどとしている。法律が制定されると、景観計画制度を創設することができ、それによって市町村などの景観行政団体は景観区域内の建築に関して届け出、勧告による規制を加え、必要な場合には建築物などの形態、または色彩やその他の意匠に関する変更命令を出すことができるようになる。

先に紹介したように、観光客を引きつける観光地の魅力の大きな部分をその土地ならではの空間快適性、すなわち個性的な景観が占めている。こうした観点で日本の観光地、とりわけ多くの観光客を引きつけてやまない観光地を思い浮かべてみると、例えば、一九九〇年に「潤いのある町づくり条例」を制定して景観形成に努力してきた由布院の事例が想起される。同町では二〇〇〇年に、由布院らしい風景づくりを目指して、「こじんまりとしたたずまいのある風景」など「三つの原則」、「盆地の程良い大きさを大切にし、小振りなつくりとする」など

「九つの心得」から成る「ゆふいん建築・環境デザインガイドブック」を作成している（米田誠司著「由布院観光の新展開」、「地域開発」二〇〇一年十二月号、八〜九頁）。「景観緑三法案」はこうした先人の努力に制度的な基盤を与えるものと言えよう。

京都府美山町も自然環境と伝統文化を調和させることによって、サステイナブル・ツーリズムの模範例となっている。美山町を訪れる人々は、かやぶきの民家をそっくり残して文化庁の「重要伝統的建造物群保存地区」に指定された北集落などによって、日本の農村の原風景を想起することができる。町の中央を流れる由良川の源流には、原生林を含む豊かな森林が残り、林業の体験学校が開かれている。美山町を訪れる人々は、五感を通して、地域が育んできた「国の光」を仰ぎ見ることになり、地域の人々は観光客のまなざしを通して地域の文化を自覚し、さらに磨きをかける契機とすることになる。

### 顧客満足と再訪率

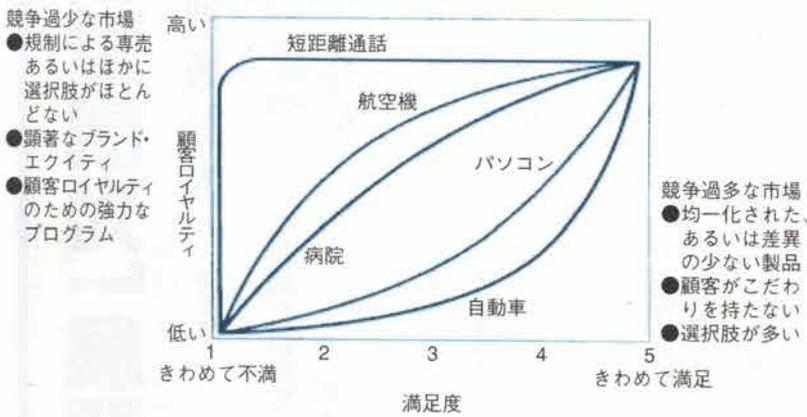
岩切章太郎の言葉を引用することによって指摘した観光振興のための基本原理の最後の要件、「また来たいと思わせる」であるが、これは非常に難しい課題である。マーケティングの教科書を読むと、顧客ロイヤルティと顧客満足との関係についての興味深い説明が出てくる。顧客ロイヤルティとは、特定の商品に対する消費者の忠誠心のこと、端的にいえば繰り返し購入ないし利用してくれるということである。観光地と観光客との

関係でいえば、繰り返し訪ねてくれるということ  
で、顧客満足とは観光客がまた来たいと思うこと  
である。  
問題は、顧客ロイヤルティと顧客満足との間の  
関係が業種や競合環境によって大きく異なること  
である(図参照)。すなわち、競争過少な市場で  
は、顧客満足が低くても選択の余地がないから、  
顧客ロイヤルティすなわち再利用率は高くなる。  
しかし、競争過多な市場では、顧客満足が高くな  
ければ再利用率は高くない。ここで注意する  
必要があるのは、自動車のような競争の激しい市  
場では、満足度が中程度の顧客と満足度が高い顧



京都府美山町

図 顧客満足と顧客ロイヤルティの関係



出所：フィリップ・コトラー＋ゲイリー・アームストロング著、和田充男監訳  
『マーケティング原理』(第9版)ダイヤモンド社、2003年、790頁

客の間では、顧客ロイヤルティに大きな差がある  
ことである。観光は自動車同様に競争の激しい市  
場と考えられる。特許によって消費者に選択の余  
地を与えないような業種ではない。  
従って、観光客はよほど満足しなければ、再び  
同じ観光地を訪れるようなことはないと言える。  
顧客満足が高ければ必ず再利用してくれるかとい  
うと、競争過多な市場では必ずしもそうではなく、  
顧客ロイヤルティを維持するための各種の措置が  
必要となる。顧客満足が高くなければ論外と言え

る。観光地の場合でいえば、観光客にまた来たい  
と思わせることに成功しなければ、再訪はおぼつ  
かない(フィリップ・コトラー＋ゲイリー・ア  
ームストロング著、和田充男監訳『マーケティング  
原理』(第9版)ダイヤモンド社、二〇〇三年、  
七百九十七頁)。

右記の論点を念頭に日本の観光地を概観する  
と、高度な確率で再利用に結びつくほど顧客満足  
度の高い観光地は極めて少ないと言えるのではな  
いか。どの観光地でも中程度の顧客満足に甘んじ  
ている節がある。一生に一度来てくれればいいと  
考えているわけではないにしても、顧客満足度を  
高めようとする手間と経費がかかり、赤字にな  
ると考える経営者も多いのではないか。顧客満足  
度の高い顧客は価格を気にしない傾向があるとさ  
れる。価格の面で競争力を持つことは経営戦略と  
して定石と言えるが、それが機能するのは顧客満  
足が高い場合であることに留意する必要がある。  
観光客が心底また来たいと思うような地域でな  
ければ、観光による地域振興はおぼつかない。一方、  
再利用によって千客万来の観光地もある。観光消  
費はモノに対する消費と違って文字通り消えてな  
くなり、蓄積されるのは思い出ただけから、また  
行きたいと思えば、何度でも行ける。実際、特定  
の場所の自然と触れ合うといった行動を堪能で  
きない。一カ月長期滞在しても、また来年もと思  
うこともあるのが観光である。リゾート(resort)  
という言葉は「繰り返し訪ねる」という意味であ  
ることに留意したい。



# 地元と連携して「体験型観光」展開

## ——然別湖から道内各地へ活動地域拡大へ



(株)北海道ネイチャーセンター  
代表取締役社長

● 坂本昌彦

然別湖は大雪山国立公園内に位置し、ここ然別湖周辺は利用よりも保護に重点が置かれた地域として、「第一種特別地域」に指定されている。このため、ホテルなど観光施設の新設・増築はほとんど不可能となっている。そこで、他の観光地と差別化できる特徴のあるイベントやサービスができないか検討した。その結果、ここ然別湖周辺に残る国内でも珍しい自然を生かした体験型観光で、観光客を集客しようと考えた。

そして、平成二年に(有)然別湖ネイチャーセンターを、然別湖にある二軒のホテルの子会社として設立させたわけである。

### ● 四面楚歌の設立当初

しかし、当時はアウトドアや体験型観光といった言葉が、まだ一般的には認知されておらず、さまざまな面で苦労した。

体験型の修学旅行や団体ツアーの送客依頼のために、旅行代理店や学校関係者を訪問しても、「生徒がけがをしたらどうする」「安全面が保障さ

れないと、ツアーは設定できない」などと否定的な応対ばかりで、アウトドアガイド業の継続をあらかじめかけた時期もあった。

また、スタッフのほとんどの者が地元(鹿追町)以外の出身者であったため、「よそ者扱い」をされるなど、地元との対応も苦労が絶えなかった。

今では考えられないことであるが、関係省庁の中にも「国民の財産である国立公園を利用し金もうけをしようとしている」と厳しい非難を浴びるなど、設立時は四面楚歌の状態が始まった。

### ● 体験型の修学旅行初受注

その中で、平成四年に大阪府の私立高校から体験型修学旅行を受注することができた。おそらく体験型修学旅行では日本では初めてであったと思う。この受注が引き金となり、他の学校や旅行代理店からも問い合わせが増えてきた。

当時、然別湖での自然体験を推薦や提



周囲16km、水深104mの然別湖は、北海道で一番高い海拔800mにある天然の湖

案していただいた担当の先生、旅行代理店の担当者には今でも感謝している。

その後、修学旅行だけでなく一般客対象の団体ツアーも設定されるようになり、急激に売り上げが伸びるようになった。大手旅行代理店と北海道での自然体験旅行商品を共同開発するようになったのもこのころからである。

平成六年には、年間百校を超える体験型修学旅行を受注することができ、売り上げも一億円を超えた。

### ● 農業関係者への説得に全力

営業面と同様に、地元との連携を図る施策も継続させ平成六年ごろから関係は良好に向かっていた。これは、当社の売り上げ増加とともに、地元からの物品購入や体験メニュー、特に農家への農業体験の委託が増えたことによるものと考えている。

この農業体験については、地元鹿追町を一つの面としてPRするには、然別湖周辺での自然体験だけでなく、農業体験が欠かせないと判断し、当初から農協や農家に協力を依頼してきた。

しかし、ここ北海道十勝地区は「農業王国」と呼ばれ、農業を基幹産業



針葉樹林の森の中を歩き、樹上から聞こえる野鳥の声を聞き、人間の営みとはかけ離れた「時」の流れを感じて、本来の自然の営みを見つめる

とした地域だけに「農家は観光に頼らなくてもよい」という風潮が強くなり、当初、協力的なところが多かった。

農業体験による副収入だけでなく、地元農業のPR、都会の方との交流ができることなどを農業関係者に長年説得し続けることで、協力を得る体制を整備することができるようになってきた。また、修学旅行や団体ツアーの、「ジャガイモ掘り体験」「搾乳体験」などが、農家にとって比較的大きな収入になることも理解を促す要因になったと思う。

平成十三年には、農業体験およびファームインを基盤にした「北海道ツーリズム大学」が鹿追町に設立された。全国では、熊本県や和歌山県に次

いで三番目のツーリズム大学である。

私も理事として、大学を運営する特定非営利活動法人（NPO法人）に参加しているが、当社設立時の農業関係者との交渉を思い出すと、十年くらいの間での意識の変容ぶりに驚いている。

### ● 設立時からボランティア清掃も

社員数も設立時の三人から、現在十七人に増え、町民として生活している。地元の行事などに積極的に参加するだけでなく、会社として「地元にごう貢献することができたら」と考えてきた。

国立公園内の自然保護活動はもちろん、会社設立時より毎日、清掃をボランティアとして行ってきた。また、地元小中学生には環境教育を通じて、地元に残っている貴重な自然の保護の必要性を理解してもらったり、自然観察会などのイベントも地元の方々と共同で行うことにより、相互理解を深めたりすることを心掛けてきた。

今では、社員のほとんどの者が鹿追町内に住み、結婚し、子供をもうけて将来も鹿追町で暮らしていこうと考えている。周囲の人々も温かく見守ってくれており、大変感謝している。

### ● 「体験観光モデル地区」に指定される

平成十三年、十四年と地元鹿追町を含めた西十勝四町が北海道認定の「体験観光モデル地区」に指定された。これは、当社が西十勝地区体験観光業者のコーディネーターとして企画・営業を担当し、また、予約と精算の一元化を図ったことによるものだ。

新たに体験観光を始めた人は、旅行代理店との交渉が不得手であり、特に農家は日中作業をしているので、連絡も取りづらい。旅行クーポン券を渡されても、どう現金化するかわからない。現金化するのに時間がかかるという問題も発生してくる。

そこで、当社が各体験業者の予約と精算業務を代行することにした。当社がコーディネートをすることにより、当地区の体験業者が安心して容易に業務を遂行できるようになってきている。今では十を超える体験業者とコーディネーター契約をしており、国内の体験観光業界の中でも先進事例として認知いただいていると思う。

### ● 今後の展望

昨年夏、(有)然別湖ネイチャーセンターは(株)北海道ネイチャーセンターへ改組した。然別湖だけではなく、他地区でのアウトドアガイド業やコンサルト業を行いたいと考えたからである。

地元でもこの十五年間、体験型観光にかかわる業務だけでなく、イベントの運営管理、北海道や町営施設の運営管理受託、官庁からの依頼による環境アセスメントなども行ってきた。このノウハウを生かし、北海道内各地でも仕事を増やしていきたいと思っている。

今年、四月には登別温泉に営業所を新設し、登別温泉ネイチャーセンターとして活動を始めた。然別湖同様、アウトドアガイド業を主とするが、地元との連携を深め、受託事業も行っていきたいと考えている。



# 経済効果を重要視

## —営業面で行政側の理解不可欠



(財)札幌国際プラザ コンベンションビューロー  
特別顧問 ● 飯田 芳也

全国の地方自治体がコンベンション振興に本格的に取り組み始めたのはそれほど古いことではない。一九八〇年代に各地で国際会議場の建設が始まり、これを追って、誘致を担当する機関としてコンベンション・ビューローが次々に各都市に誕生した。この動きを集大成し、国としてのコンベンションへの取り組みの姿勢を示したのが、平成六年に制定された「コンベンション法」である。

### 当初の期待ほど成果が上がらず

コンベンション法から、ちょうど十年を経た現在、日本全体としてのコンベンションの現況を総括してみると以下のようなことが言えるだろう。

一、自治体とコンベンション・ビューローの努力により、コンベンションとは何かという基本理念の理解が関連する団体・企業のみならず、市民の間にも深まり、その重要性が広く認識されるようになった。

二、コンベンションの開催実績は国として見ると、当初期待したほどの効果は上がっていない。

コンベンション統計として世界基準とされる国際団体連合(UAI)統計によれば、平成四年に全世界で開催された三百人以上の会議が八千八百七十七件で、そのうち日本での会議は二百四十件であった。最新の統計である平成十四年ではそれぞれ九千二百二十四件、二百三十二件となっている。残念ながら十年を経て、世界全体の件数が微増しているのに対して、日本での開催はわずかながら減少している。コンベンション法施行当時、二十一世紀までにわが国のコンベンション開催件数を二倍にするという関係者の意気込みにははるかに及ばない結果となっている。

三、コンベンション法により、国土交通省が全四十九の「国際会議観光都市」を認定したが、独立行政法人国際観光振興機構(JNTO)の平成十四年コンベンション統計によれば、開催件数の実に八〇%が上位十の大都市に集中しており、地方都市へのコンベンション分散化という当初の意図が実現されたとは言い難い。

四、コンベンションの経済波及効果は広範囲の

産業に及ぶと言われてきたわりには、民間企業のこの分野への取り組みは活発にならず、コンベンション振興は相変わらず行政が主体で行っている。

### 「国際」「国内」の区分、実態に則さず

この状況を正確に理解するために、忘れてはならないことは、コンベンション法が対象としたのは、外国人の参加者がある程度以上の比率を占める「国際会議」であることである。上記の統計もすべて「国際会議」であり、私見ではどんなに少なく推定しても、国際会議の十倍規模の国内コンベンションがまったく考慮されていない。四十九都市の大半を占める中小都市にとって、日本全体で年間二百三十一・二百四十件の国際会議だけを追い求めているのは、とても経済効果は期待できないし、国際交流の成果を強調することも難しいのは誰が考えても自明のことである。

世界的な趨勢として、国際会議と国内会議の境界は限りなく接近している。世界最大のコンベンション開催国である米国では、国内会議に多くの外国人が参加することと、日本の学術会議においてこの傾向は顕著と聞いている。もはや、国内、国際と分けて考えるのが、実態に則していない時代ではないだろうか。現実には国際コンベンション誘致だけをやっていては、成果があまりに乏しく、自らの組織の存在意義も問われかねない中小都市のコンベンション・ビューローが、国内コンベンション誘致に力を入れている。

こうした情勢の中で、札幌市における十五年度

国内会議の全国的な統計がないため、他都市との比較はできないが、このうちJNTOがまとめている国際会議統計としては年間三十九件、そのうち三百人以上参加の中・大型国際会議は十二件で、福岡と並び全国で六位の位置にいる。公平に見て、札幌は京都、横浜、神戸といった先進都市には及ばないながらも、相対的にコンベンションの盛んな都市と自負して間違いないだろう。

### ● 企業主催の会議への取り組み強化

札幌市は観光振興とともに、コンベンション誘致を重要政策として掲げている。札幌市のコンベンションへの基本的な取り組み姿勢について四点を述べてみる。

一、札幌市のコンベンション誘致を担当する(財)札幌国際プラザは昭和六十二年に設立され、現在の誘致・支援担当職員は約十人である。コンベンション誘致というとまず会議場建設から始める自治体がほとんどであった中で、札幌市は誘致セールスというソフトから始めたことが特徴である。国際会議場(札幌コンベンションセンター)はようやく昨年六月に建設されたが、政令指定都市としては多分もっとも遅れて建設されたコンベンションセンターであろう。会議場の稼働の目算なしにハードが先行する「ハコもの主義」の危険性はよく言われるところだが、この点では札幌の考え方はきわめて堅実かつ現実的であった。しかも、



第23回国際測地学・地球物理学連合総会  
(平成15年6月)

バブル期を過ぎた時点で、相対的に低いコストで、適正規模でユーザーの使いやすさを重視したセンターを建設することができた。

二、札幌のコンベンション誘致の基本姿勢は、何よりも経済効果の追求である。北海道外からのコンベンションを一本でも多く誘致して、参加者の数を増やし、総合的な経済波及効果を目指すもので、新設のコンベンションセンターも、市民が利用する施設であるより先に、コンベンション推進のために必要なツールという位置付けである。

三、経済効果を求めるのであるから、学術会議だけに限定せず、会議、セミナー、大会、展示会、イベント、スポーツ大会と、すべてを対象とするのが基本方針である。当然ながら、国際会議だけに限らず、経済効果の高い国内会議・大会に積極的に取り組んでいる。また、米国などのコンベンション先進諸国で近年コンベンションの主流とされ、経済効果の高さが注目されている企業主催コンベンションは特に取り組みを強化する方針である。

四、このためには、誘致・営業体制の強化が何よりも重要である。私見では、コンベンション誘致は限りなくビジネスの世界であり、民間のマーケティング手法の導入が必須である。コンベンション・ビューローの構成が自治体、商工会議所、民間からの出向者と直接採用職員の寄り合い所帯であることは、基本構造としてやむを得ない。し

かし、大事なことは、専門的な知識の集積と同じ人が継続的に主催者へのセーラズを行うことである。どこの出身であるかが問題ではなく、専任担当者の長期的定着である。二〜三年で異動する出向者ができる仕事ではないことを、行政の幹部は理解してほしい。札幌の場合もまだ完成しているわけではないが、今後この方向で、営業体制が強化されることを期待している。

### ● 営業拠点の東京と地元との緊密な連携を

最近、一部の大都市において、東京にコンベンション営業拠点を置く動きが見られ、札幌市もここ二年、東京で首都圏の主催者へのセーラズを実施している。これについては、東京での誘致活動は地元での営業活動と緊密な連携があつてこそ、意義があり、効果も期待できるということを指摘しておきたい。また、コンベンション誘致活動への市の組織を挙げての理解と支援が不可欠であることを特に強調したい。ビジネスとしてのコンベンション営業が進めば進むほど、行政の文化とは異質の活動になり、よほどのバックアップがない限り、担当者はお客様である主催者への対応と内部組織のさまざまな制約のはざまに、孤立して疎外感に苦しむ事態となることが多い。

最後に、コンベンション誘致は、国内では都市間、国際的には国同士の熾烈な競争にさらされていることを忘れてはならない。その中で勝ち抜いてコンベンションシティとして生き残るためには、従来の行政の常識を超えた強い取り組みが求められる。



# 「健康」「癒し」の温泉地目指す

## ―ドイツ保養地との交流を通じて



(社)いわき市観光物産協会  
専務理事兼事務局長

● 片桐正尉

いわき湯本温泉の歴史は古く、延長五年(九二七)完成の「延期式神名帳」に「陸奥の国磐城郡温泉神社」と記されており、古来より、道後温泉、有馬温泉と共に日本三大名湯の一つに数えられている。

長い歴史の中で、温泉という貴重な資源を守り続けてきた先人の努力と共に、明治時代に鉄道の敷設、近年は高速交通体系の整備や社会資本の充実などとも相まって、温泉街に繁栄をもたらすこととなった。

近年、経済社会構造の変革、価値観の変化などから団体宴会型の客が減少し、温泉が本来持っている健康志向や心のもてなし、地域資源の活用という新たな経営を目指す必要性が求められている。

このような時期に、健康と娯楽のテーマパーク・スパリゾートハワイアンズも域内とするいわき湯本温泉郷では、温泉を健康と癒し



両市長立ち会いのもと友好交流合意書に署名

### ● 友好交流合意書に署名

へ活用することにより温泉地としての新たな地域づくりを目指すため、日本貿易振興会(ジエトロ)の支援を受け、温泉保養地として世界的にも名高いドイツ・バーデンヴァイラー市との間で国際交流を推進することとなった。

平成十二年度はミニローカル・トゥ・ローカル

産業交流事業(LI事業)の支援によりミッション団を派遣。温泉利用の理解を深め、健康と癒しへの活用に取り組むことを確認し、「湯煙にドイツ文化が香る“キャンペーン”を実施してドイツ温泉セミナー開催などのPR活動を行った。平成十三年度からは三年間限定のLI事業の正

式支援を受け、同年度はドイツ海外調査団の派遣(二行十七人)。十四年度は、いわき湯本温泉で開催した「健康と温泉フォーラムいわき二〇〇二」にバーデンヴァイラー市長一行六人を招請し、相互の理解と信頼を深め合うとともに、相互の長所を生かし、それぞれ特色のある観光戦略の推進に努めることを確認し合った。

LI事業最終年度の平成十五年度は、ドイツミッション団(一行二十二名)の派遣により、十六年度以降の交流事業の継続と、これまでに培ってきた民間交流のさらなる発展を目指すための協議が行われた。

これまで交流の支えとなっていたジエトロの代替機関として(社)いわき市観光物産協会がその任に当たり、同協会の里見庫男会長と、バーデンヴァイラー温泉・観光有限会社スヴェン・マリノフスキー社長との間で、いわき市とバーデンヴァイラー市の両市長立ち会いのもと、「観光友好交流合意書」に署名し、永久の友好関係を誓った。

今後、両組織は合意書に基づいて、温泉保養地としての展開に向け相互に支援、情報、人的、技術などの提供を可能な範囲で行う。また、これまで培われた良好な関係を維持し、欧州とアジアという遠く離れた異文化の交流を推進し、お互いの観光産業を個性化させ発展させていくこととする。

### ● 交流の成果として 「温泉保養士」を制度化

長引く景気低迷の中、観光への志向は、心の豊かさや心身の癒しへの傾向がはっきりと表れてき



ワインで乾杯。まちづくりを語り合う(上)「健康と温泉フォーラムいわき2002」で、女将の会「湯の華会」がじゃんがら念仏踊りを披露(下)  
(以上福島民報社提供)

ている。そうした中、ドイツの温泉経営に学ぶところが極めて大きいことが実感されている。以下、交流にかかわる成果などの事例を紹介する。

(1) 温泉保養士の制度化

「癒しと健康づくり」を实践する当温泉郷独自の制度で、スバリゾートハワイアンスの、温泉利用指導者・健康運動指導士である小野倫明氏が温泉の効能や生活習慣病に効く温泉療法などの専門的知識を指導し、利用客の健康状態や希望に沿った入浴方法のサービスに努めている。

月一回、全十回のコースで資格取得者は、一期



「温泉保養士のいるお宿」のステッカー

生が平成十四年八月に四十八人、二期生は平成十五年十二月に五十四人、計、百二人が現在第一線で活躍しており、三期生百十一人は来年一月を目指して現在挑戦中。

資格取得者は旅館の経営者や女将おかみ、従業員らで、市内のみならず、県内や近県、遠くは京都市などからの受講生もいる。

主催者であるいわき湯本温泉旅館協同組合は、「全旅連・第六回入

(2) 「健康と温泉フォーラムいわき二〇〇二」の開催

福島県内初のフォーラム開催となり、全国に向

けた先進的な情報発信による知名度アップの役割を果たした。講演、討論では「宴会中心の歓楽型は時代遅れ」「温泉を高齢者福祉に取り入れることが医療費削減につながる」「温泉での水中運動は健康維持効果が高い」といった発表が行われた。

(3) ドイツワインのオリジナル化

平成十四年二月の訪問時に、ブリッテンゲンワイン八十種の中から選ばれた十種のうち三種をいわきで販売するため、具体的協議を行った。

現在までに九千本を輸入し、街中でワインパーティーの開催、バレンタインデーの贈答品として販売するなど、地場産品として消費拡大に努めている。

(4) 大学生の産学連携による参画

平成十五年三月、いわき明星大学の現代社会学科生で編成する九人の調査団は両温泉地の比較調査を行い、温泉文化をベースとした地域振興のあり方を学問の領域から調査を行うためにバーデンヴァイラー市を訪問。今後も継続調査を行うこととしている。

文化交流団を派遣

本年六月十四日～二十一日までの予定で、初めて文化交流団の派遣を行うため、現在、団の編成に取り組んでいる。

湯本温泉の女将「湯の華会」による、いわきの伝統芸能「じゃんがら念仏踊り」を披露するメンバーも参加の予定。そのほか、民謡、踊りなどの日本文化を披露する団の編成も行い、バーデンヴァイラー市において、先の訪独団に対してアルペンホルン、トランペット、ハンドベルなどを演じられたことに応えるための文化交流の派遣である。

今後は当協会、湯本温泉旅館組合、商工会議所などと連携を図り、スポーツ、文化芸術などの分野で、緩やかであっても実効ある交流を目指していく考えである。



# 週末も賑わう街づくりへ新しい挑戦

## ——大手町・丸の内・有楽町地区の再開発



大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会  
事務局長 ● 廣野研一

### 一丁倫敦と二丁紐育

まず、大きく変貌を遂げつつある大丸有地区（以下当地区）についてその概況と歴史的背景を紹介する。当地区は皇居に隣接し、東京駅を持つ約百十一ヘクタールの地域で、ビル九十六棟、地権者九十五社が存在する。また、就業者数約二十四万人、事業所数約四千百所、そのうち約六割が本社従業員者である。

当地区は江戸時代、江戸城内に位置し、大名の上屋敷が建ち並ぶ中枢エリアだった。その後、明治二十三年（一九一〇年）国が三菱に払い下げを行い、日本における近代ビジネス・センターとしての礎が築かれた。現在の三菱商事ビルの場所に赤レンガの三菱一号館が復元されるが、この一帯は「一丁倫敦と呼ばれた。大正三年東京駅ができたことで、



大丸有地区航空写真

開発の重心が東京駅前に移っていく。大正十二年に初めてビル内に商店街を持った丸ビルが完成、新名所となりこの一帯は「一丁紐育と呼ばれた。戦後、日本経済は高度成長期に入るがオフィス不足に対応するため、昭和三十四〜四十八年にかけて、三菱地所が中心となって「丸の内総合改造計画」が進められた。

昭和六十年のプラザ合意後、再び強いオフィス需要が都心に集中した。しかし、当時、空室はなく、オフィスの受け皿を拡張する必要があった。そこで当地区の一体的な街づくりを進めるために、「大手町・丸の内・有楽町地区再開発計画推進協議会（会長・三菱地所）」（以下協議会）が地元地権者に千代田区を加えて昭和六十三年七月発足した。昨年十五周年を迎えた協議会は地権者の声を行政施策に反映させるなど、国、都、区

と協調協力して都心再生を進める実践的団体として発展を続けている。会員数は九十一社・団体。

### 再開発へガイドライン策定

当協議会設立直後、東京一極集中による地価高騰が社会問題化し、都心再開発は停滞したが、バブル崩壊後、平成五年以降、国、都、区がそれぞれ日本経済を先導すべきエリアとして、当地区の将来像の検討を始める。一方、当協議会は平成六年三月に「街づくり基本協定」を全会員により締結。

また、日本都市計画学会に委託し、伊藤滋東大教授（当時）を委員長に学識者による検討会が設置され、平成八年に「丸の内の新生」の提言を受けた。提言では公民協調の街づくりの必要性がうたわれた。その後、平成八年九月、都、区、JR東日本、当協議会の四者で「大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会」（以下懇談会）が創設された。懇談会は平成十二年三月に、本地区の街の「将来像」「手法」「ルール」から成るガイドラインを策定した。現在はこのガイドラインに基づき、街の建て替えが進んでいる。

ガイドラインの主なポイントとして、①機能の複合化②風格と躍動感ある都市景観の創出——などが挙げられる。特にビジネスオンリーの平日だけの街から週末も賑わいがあり、開かれた街へ変身させていくために、拠点となる大手町駅、東京駅、有楽町駅周辺に賑わい施設・機能を集中するとともに、拠点間を仲通りの賑わい軸でつなぎ、人の回遊性を創出したいと考えた。仲通りは路面店を連続させ、東京駅、有楽町、日比谷への人の

流れをつくることを目指した。

### 丸ビル生まれ変わり新名所に

平成十一年五月に石原東京都知事が誕生。半年後の十一月、「危機突破・戦略プラン」が発表された。これまでの都心の業務機能を分散する多心型都市構造から、一転、都心周辺部の機能集積を活用し、当地区は国際的な業務センターに加え、多様な機能を導入していくというものであった。また、東京駅舎復元および行幸通りの整備、懇談会ガイドラインの策定など首都東京の顔、都心の再生が重点課題として位置付けられた。現在、首都東京の顔づくりの検討は協議会や、行政、学識者などによる検討会が別途、都・区において設置され進められている。

一方、国でも平成十四年七月に当地区を「都市再生緊急整備地域」に指定した。

平成十四年に当協議会で当地区の経済効果として、「事業費約八千億円、全国への経済効果一兆九千億円」と試算したが、今なお十のプロジェクトが進行中である。ここでは、ガイドラインの理念を集大成した丸ビルを紹介する。

平成十四年九月に新しく生まれ変わった丸ビルは一年で二千四百万人の来館者、三百十五億円の売り上げ(飲食・物販のみ)を記録した。現在でも一日に五、六万人の来館者が全国から訪れる名所となった。丸ビル内で賑わいの拠点となるのは、吹き抜けの一階アトリウムMARRUCUBE(一辺が三十メートルの立方体)、五階空中庭園、七階丸ビルホールなど。これらの場所では展示会、ファッ

ションショー、コンサートなどが開催されている。

歴史的景観の保存として、三連アーチ、ステンドグラスなどが残される一方、建築計画時よりアール作品がビルトインされているのも特徴だ。丸ビルは情報発信基地となった。

### 東京ミレナリオ、丸の内シャトルを展開

再開発の進展に伴い、当地区全体のエリアマネジメント的発想が重要になると考え、協議会で検討を進め、平成十四年九月にNPO法人の「大丸有エリアマネジメント協会(理事長・小林重敬横浜国大教授)」（以下NPO法人）が設立された。地権者による協議会がハードの再開発を推進し、就業者など個人によるNPO法人が環境整備、地域活性化、多様なコミュニティーの形成などソフトの環境整備を行っている。(http://www.ligare.jp)

NPO法人は年末の「東京ミレナリオ」、都公認の大道芸「ヘブンアーティストin Marunouchi」、スイス発のパブリックアートイベント「カウパレード」、仲通り八百五十メートルで開催した「オープンカフェ」などのイベントをサポート。ボランティアを募り、道案内、写真撮影、無料休憩所でサービス、アンケートなどを行った。

また、これまでも多数の視察に対応してきているが、本年三月には「街ガイド」を企画し、多くの一般の人々に参加していただいた。さらに、日本のビジネスの最前線で活躍するビジ

ネスマンをモニターとし、さまざまな先行指標を示すリサーチ・ビジネスを展開している。(http://www.marunouchi-research.com/)

平成十三年八月二十二日より運行開始した無料電気巡回バス「丸の内シャトル」(http://www.busnavinet/marunouchi/)の立ち上げ時から協議会と共に支援を行っている。シャトルは一日平均千人が利用する当地区の新しい足となっている。

### 「都市観光」への新たな取り組みも

これまで説明してきたように、当地区の再開発は、設立十六年目の地権者による「協議会」、八年目の官民による「懇談会」、二年目の個人などによる「NPO法人」が相互に連携して、街づくりを進める体制が十六年の歳月をかけて構築された。今後とも業務センターとしての再開発を着実に進める一方で、「都市観光」「都市文化」についても新たに取り組んでいきたい。

カウパレード



この五月に文部科学省と当協議会で共同発表した「丸の内元気文化プロジェクト」もその一例。長い歴史のある当地区は人々を引き付ける魅力的な「種」(シーズ)の宝庫である。これらを発掘し、組み合わせ、活用していきたい。

最後に、ダーウインは「種の起源」で次のように述べている。「最高に強い種が生き残るわけではない。周辺の変化に最も敏感に適応した種が生き残るのだ」と。



# 修学旅行生徒たちとの交流で 地域が変わる

## — 広域連携で田舎体験事業推進



新潟県安塚町ふれあい交流課  
副課長 ● 滝沢良文

東頸城に住む人々があるがままの生活や姿こそが教材となり、感動の体験を生む。越後田舎体験事業を一言で表せばこうなる。

事業のために整備を必要とするハードはほとんどない。なだらかな山の頂近くまで開かれ、「耕して天に至る」といわれる棚田、段々畑、豪雪に耐えながらたくましく育つ杉やブナの林、過疎で廃校になった校舎や体育館まで体験のフィールドはいくらでもある。そして、そこに暮らす人々こそが体験のインストラクターであり、交流の主役である。

### 「日本の原風景」が見直される

東頸城郡六町村（安塚町、浦川原村、松代町、松之山町、大島村、牧村）は、新潟県の南西部に位置し、人口は二千人台から四千人台の小さな町村の集まりで、合わせても二万人足らずである。典型的な中山間地であり、古くから稲作の単作が産業の中心であった。高度経済成長による産業構造の変化はこの山里に急激な農業の衰退をもたら

し、日本有数の豪雪地帯（平年で二〜四メートルの積雪）という自然環境が追い打ちをかけるように人口の減少（過疎）を加速させてきた。スキー場や温泉などの観光施設のほかは、農業に代わる産業の立地も乏しい。

言い換えれば、だからこそ棚田やかやぶき民家、関田山脈から日本海をのぞむ美しい「日本の原風景」とも言える景観と、自然と共に生きる暮らしと文化を残してきたとも言えるのである。「スロークライフ」が注目を集める現代にあつて、東頸城の暮らしは効率だけでは見えない新たな価値観で見直されつつある。

### 広域まちづくり委員会が発足

地域の住民が自ら足元の資源に気付き、行動を始めることは実に困難である。積み重ねた歴史と共に価値観も固まってしまう。

過疎と活力の低下に悩んだ六町村は、共通する課題の解決のために平成四年、

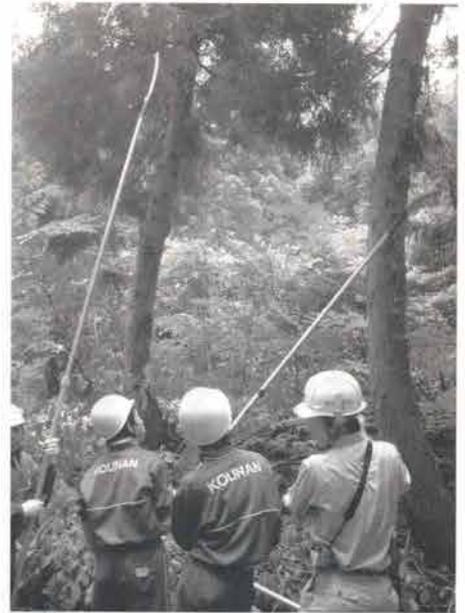


春山観祭

「東頸城広域まちづくり委員会」を発足させた。各町村の企画担当者二人ずつ合計十二人に自由に使える財源六百万円を預けて、戦略的なソフト事業の展開を委ねた。まず、行政の広域連携に取り組んだのである。

委員会は県職員を交えたワークショップ形式の議論を重ね、短・中期計画を策定。イメージアップのための雪国童話賞の募集、U・イタインの促進、特産品の共通パンフレットづくりなどに次々と「広域のメリット」を発揮していった。平成八年には「東頸城広域観光計画（わんぱくこぞう村構想）」を策定、体験型観光を目指して地域の名人や体験メニューを拾い出して整理し、パンフレットにまとめた。しかし、行政だけで進めることができるのは計画づくりまでである。往々にして行動が伴わず計画だけに終わってしまう。ここからである。

パンフレットがどんなに楽しそうに表現されたとしても、お客は来ない。お祭りのな体験交流イベントだけでは続きはしない。過去に何度も繰り返した失敗の教訓である。そこで、平成十年、郡内に点在する宿泊施設に呼びかけて新たな体験型観光の受け入れ組織を立ち上げた。それが「越後



森林作業体験

田舎体験推進協議会」である。

呼びかけは五月。すぐに先進地として長野県飯田市を視察、農家や釣りの名人、ホームステイでの交流の様子、地域の住民たちが生き生きとインストラクターとして活躍する場面や子どもたちの表情を目の当たりにした。直後から広域観光計画で整理した体験メニューに受け入れのための情報を再整理し、七十あまりの体験プログラムと参加した宿、六つの町村の情報をまとめた新たなパンフレットを作成。九月、完成したパンフレットを携えた協議会メンバーが幾つもの班に分かれて関東、関西の旅行代理店へと出かけていった。まずは修学旅行がターゲットとなった。

### 住民参加の推進体制できる

翌年五月、第一号の修学旅行の受け入れに始まり、一年目から十校、一千人を超える受け入れが実現した。あまりにも早く、大きな反応であった。

大きな反響は、大きな対応力も必要とする。自然観察や農業体験のインストラクター養成、ホームステイを希望する学校のための受け入れ家庭探

しなど受け入れの拡大に比例して、各役場の担当者は日夜、地域への参加協力を奔走した。行政と民間の宿泊施設、そして地域住民の参加という田舎体験の推進体制が待たなしの受け入れ拡大とともに出来上がっていったのである。

観光地ではないからこそ、純朴な触れ合いが感動を呼ぶ。わずか一泊から三泊の触れ合いの中から「涙の別れの場面」が繰り返される。農業で生きてきた人々に体験事業

に対する積極性がそれほどあろうはずもないが、子どもたちとの交流は確実ににぎわいと明るい会話を地域にもたらしていく。自然、棚田、食文化、その価値を子どもたちから教えてもらうのである。

「東頸城から帰ってから、普段無口な子どもがものすごく多くの思い出話を聞かせてくれてびっくり

した」と保護者から感想がホームステイ先に届く。「小学校の時に泊まった子が、高校生になって訪ねてきた」というようなことも珍しくない。本物の体験は双方に感動と共に変化を生み、交流を継続させる。田舎体験事業の大きな魅力である。

### 予約・受け入れを一本化

六年目を迎えた越後田舎体験事業は、すでに学校受け入れ数で四十校を超え、直接売り上げで一

億円を超えるまでになった。

この成果を生んだ要因の中に、コーディネート組織としての雪だるま財団の存在が欠かせない。六町村が連携する事業であるが、対外的な窓口は雪だるま財団に一本化されており、ここがすべての予約・受け入れのとりまとめを行う。同財団事務局からの情報は六町村に流れ、時期や規模に応じて受け入れ施設や地区が決定されていく。同時に一町村では不足する体験メニュー

・インストラクター・ホームステイ先などを六町村共有で活用できる。ことこそ連携の力となっている。



食体験山菜

このように協力、連携してきた六町村体制は、平成の大合併により大きな岐路に立たされている。行政の主導とリードで発展してきた面が大きいこの事業にとって、合併による行政の体制変化は深刻な不安要素である。東頸城の六町村は現在のところ、他の市町村と共に最低二つの新しい自治体に統合される予定だ。しかし、今、事業の主役は明らかに地域であり、旧町村単位での地域住民主体の推進体制、地区協議会の立ち上げを急いでいる。また、合併により大幅に広がる行政単位は、受け入れ地区の拡大というチャンスととらえることもできる。

体験交流を活動の主軸としたNPO法人の誕生など新たな活力も芽生え始めており、「越後田舎体験事業」の第二ステージは「拡大と自立」がテーマである。

# 産業観光で地域振興を

## — 外人観光客誘致も期待



名古屋商工会議所文化委員長  
J R 東海会長

● 須田 寛

### 「産業観光」とは

「産業観光」とは歴史的・文化的価値の高い産業文化財（古い機械器具など）、生産現場（工場・工房など）、産業製品などを観光資源（観光対象）とする観光をいう。最近、従来からのづくりの中心となっている地域を中心にこの「産業観光」が各地で提唱されるようになった。外国、特に欧米でもこの動きは盛んで、ヘリテイジツーリズム、インダストリアルツーリズムなどとも呼ばれて普及している。では、なぜ今わが国で、「産業観光」なのだろうか。それは近年の国内観光事情にその動機がある。

まず観光への期待の高まりである。二十一世紀は「交流の世紀」といわれるが、交流を促進するものとしての観光への期待が大きい。次に低迷する国内観光の活性化のためである。近年の観光客のニーズ変化（多様化、少人数化）に対応するとともに海外観光地との競争を乗切するため地域の特色を生かした新しい切り口の観光が求められてい

る。「産業観光」はこのような背景がその動機となった。古来ものづくりの地である中部地域で、その特色を生かした観光こそまさに「産業観光」であった。

### 「産業観光」の展開

「産業観光」の対象（観光資源）は多岐にわたる。第二次産業だけでなく、漁業農業などの第一次産業も観光資源である（表）。しかも見る観光だけでなく、新しいニーズである体験（する）観光（やきものづくり、木工・染織、紙すき、農・漁業体験）など、「産業観光」はほとんどの産業分野で展開できる。またいまひとつの新しい観光である学習（学ぶ）観光も、ものの製造、加工過程とその原理の見学体験によってそのニーズを満たし得る。それらが地域の特徴（工業地帯、農・漁業基地としての）を生かす中でそれぞれの地域で展開できるのが、「産業観光」の特色と言える。ものづくりの地として発展してきた中部地域が着目したゆえんである。愛知県を例にとると、

次のようにして「産業観光」は展開された。愛知県は第二次産業にかかわるものだけでも数百件の産業文化財があり、これらがリストアップされている。また、まとまった産業資料館や博物館も二十館余を数える。そこで、商工会議所が中心となって資料館などを二十四館選びこれを「産業観光」の中核施設として位置付けた。そして、各館に各地に散在するいわば単体の産業文化財リストをそこに備え付け、案内するという拠点開発方式をとった。これらの資料館と行政（国や県や市）、各経済、観光団体で「産業観光推進懇談会」を設け、年四回（すでに三十回）会合し、情報交換、発信を行うネットワークを形成した。加盟館は共通のシンボルマークを持ち、相互宣伝を行い、各館共通資料を用意するとともに総合案内所を主要駅頭に設けた。さらに共通モデルコースも策定した。情報はプレスリリース、ホームページ、全国情報ネットワークとのリンク、雑誌特集記事、啓蒙書情報誌の出版、各種イベントへの参加、出展など多面的、かつ積極的な発信をしている。また、行政当局、各経済団体の重点施策にも「産業観光」が取り上げられた。

### まちづくりの視点で推進

「産業観光」と地域との接点は次の二点を中心であるが、この接点を通じて地域振興の推進力として「産業観光」はその役割を果しつつある。

第一は「産業観光」とまちづくりのつながりである。「産業観光」は地域のまちづくりの一環として、またまちづくりの視点に立って推進されるべき、もっとも大きい効果を発揮し、地域振興に



も貢献し得ると考えられる。愛知県での例を紹介する。

【例一】「産業観光ゾーン」の形成

名古屋市西区には「産業技術記念館」（織機・自動車の実機可動展示を行う大規模資料館）、「ノリタケの森」（陶磁器の製作工程、その歴史製品展示の資料館とショッピング施設併設）が隣接してかなりの観光客を迎えつつある。この周辺地域は製菓、頑具などの町工場が多く、これらも併せて観光することによって、中核施設を中心とした「産業観光ゾーン」が形成されつつあり、記念館の増築を機に新しいまちづくりにつながるという動きが出てきている。

【例二】「鬼（瓦）の道」造成

愛知県高浜市は全国有数の瓦産地で、市営の「瓦美術館」（鬼瓦の収集で有名）がある。最寄りの駅と瓦美術館を結ぶ市道を「鬼（瓦）の道」とし、路面舗装、築提などに特産の瓦や陶片を用い、随所に鬼瓦を配した独特の散歩道を造成した。

【例三】「産業観光」総合施設の建設

焼き物の町、瀬戸市が市の中心部に「瀬戸蔵」と名づけた大規模な産業観光施設を建設している。瀬戸焼の歴史、現状、製品の展示。瀬戸に初めて通じた鉄道、瀬戸電鉄の七十年前の実物車両など、瀬戸の産業にかかわるあらゆる物を展示す

産業観光資源の体系（例示）

分野別	歴史的産業文化財（遺産） ※（明治初期以前）	近代化産業文化財（遺産） ※（明治中期～昭和）	生産現場（工場、工房） （現在稼働中のもの）	（体験）
製造業 加工業など	たたら、手織器、からくりろくろ、醸造器具、のぼり窯、紡織機、製紙具、漆器具、各種工具、器具など	自動織機、工作機械、製鉄所、醸造器具、陶器工場、各種製造工場、加工場など	各種工場、事業場、工房など	ショッピング工場、工房作業の一部（製糸、製織、製紙、作陶）
鉱業	旧鉱山（金山、炭山、銅山など）	炭坑等各種鉱山、碎石場、製鉄所など	各種鉱山、作業設備など	砂金採取など
エネルギー 産業	風車、水車、発火具、古水道、溜池など	発電所、浄水場、ダムなど	発電所、ダム、浄水場、ガス工場、コジェネシステムなど	発火具（火打石） 手動発電
交通・通信	かご、人力車、荷車、橋のろし、半鐘台、うかい柵、乗船場、古灯台、運河	動力船、造船所、灯台、鉄道車両、鉄道構造物（トンネルなど）、自動車、通信設備、道路構造物、港湾・荷役設備、閘門など、航空機	鉄道現場（駅、工場など） 造船所、空港、港湾	乗車船体験など
農漁具	農具、漁具、林業器具、塩田、漁船	動力漁船、農業機械、製鉄所	農場（田畑）、果樹園、漁場、森林	農業体験、漁業体験、林業体験、ショッピング、試食など
諸施設	（産業）博物館、資料館など	林業機具、漁業機具など	見学用モデル工場・工房など	資料館、工場等施設の体験コーナー、売店など

る総合的産業歴史博物館となる。さらに、これを中心市に市内の窯元など見どころを結んだ観光ルートを設け、瀬戸市を「産業観光都市」にしようとする新しいまちづくりが進んでいる。

【例四】「やきものの道」

愛知県常滑市も陶磁器産業の中心であるが、市内の窯跡と窯元を結ぶ通りを「やきものの散歩道」として遊歩道に整備し、市内の他の産業観光施設や駅と結んで観光コースを設定している。常滑市の若い人々が中心となった新しいまちづくりの活動の所産である。

同様の動きは東濃地方（岐阜）にもあり、中部はもちろん全国各地で「産業観光」がまちづくりとつながって地域振興に寄与している多くの例を見ることができている。

第二に「産業観光」と地域との接点として観光による直接の経済効果がある。観光振興によってその地域の来訪客が増え、観光消費が多くなることはもちろん、既存の町機能や他の観光地が相乗効果で活性化される例も多い。特筆すべきことは、「産業観光」を介してものづくりの原点にふれることによって、①新技術の開発、製品改良などへ

のきっかけがつかめること②産業後継者の育成につながる③交流によって他地域との産業間の連携が深まることなどの波及効果が大きいと考えられる。

このように直接、間接の効果を「産業観光」は地域にもたらし、地域の振興に他の観光とは一味違った、またより多様な効果をもたらしていると考えられる。

● 今後の「産業観光」

国内観光の振興のためにも、また地域の振興のためにも「産業観光」の果たす役割は大きい。今後、次の点に留意しつつさらなる前進を図る必要があると考えられる。

第一は国際観光の側面である。外国人観光客にとって「産業観光」は重要なメニューの一つである。すなわち外国人は日本を産業国家と考えている。このため、外国人観光客の日本産業についての関心は予想外に高く、工場見学、体験産業観光は大変喜ばれている。外人客誘致の一つのカギは「産業観光」にあるとさえ言えよう。

第二に広域的展開を図ることである。交通手段の発達・高速化によって観光客の行動半径が広がっている。「産業観光」についても観光資源同士が他の観光資源も含めて広域的に連携して展開することで、より内容も深まり、また効果も大きくなる。そして、「産業観光」を中核とし、あらゆる観光が連携して各地を総合観光交流圏としていくことが、交流の二十一世紀実現のための緊急の課題なのではなからうか。



# 県境サミット交流を通じ観光振興

## ―市町村再編で新段階へ



中国山地県境市町村連絡協議会(県境サミット) 事務局長 ● 増原 聡

### ● 県境サミットとは

中国山地県境市町村連絡協議会、通称「県境サミット」は中国山地の中央部、鳥取、島根、岡山、広島各県の県境に接した十五の市町村で構成している。県境サミットの人口は十二万人、面積は二千六百九十五・六八平方キロ、標高は二五〇〜六〇〇メートルの地域で、森林が八割程度を占めている典型的な中山間地域である。この圏域は過去、「たたら製鉄」「和牛」「製炭」という共通産業で交流を行ってきたが、これらの産業が衰退していく中で、地域の交流は薄れつつあった。しかし、気が付けば共に過疎化、高齢化など共通の課題を抱えており、こうした問題は一自治体だけで解決するには自ずと限界がある。県境サミットは文字通り県境を越えて、森と水のきらめきをイメージに、生命力や躍動感を持つ新たな交流ゾーンを県境域に創出することを目的として、平成五年八月に結成され、市町村再編の中で十一年間の第一期の活動を終えようとしている。

### エネラルド・シティ 構成市町村



### ● 広域で環境保全、産業振興も

県境サミットの理念は、第一に「パートナーであってライバル、ライバルであってパートナー」、第二は「情報の交換・公開」、第三は「新しい交流ステージの創出」、第四は「都市的環境インフラの整備」、そして、第五は「水源地带としての役割」である。この理念の下に県境サミットは「森林都市圏」構想を掲げているが、この構想の概略は、農林業と情報化産業を中心とした地域産

### ● 住民主体の交流へ広がる

業の振興、県境・市町村域を越えた情報網の整備と環境の保全、高齢社会の先駆としての圏域整備、圏域の地域間アクセス網の整備、福祉・医療・工芸の広域学園圏整備、これを実現するためのフレキシブルな協議会組織の維持などである。

県境サミットは平成六年度から構成市町村からの負担金約二千万円で毎年共同事業(エメラルド・シティ・プロジェクト)を展開している。この「エメラルド」は圏域の緑と水源のきらめきをイメージするとともに、構成市町村が各々特徴のあるまちづくりを進め、都市機能の役割を分担し、各々のまちがカッティングされた宝石の一面となって輝くことを意味している。

県境サミットはこれまでに多くの共同事業を実施したが、大別すると交流、観光、実験に分けられる。

交流では、当初は担当者の交流から始まり、市町村同士の交流から住民主体の交流へと広がっている。地域の問題を語り合う「地域フォーラム」やシンポジウムのほか、合同就職説明会、共同文化公演から住民によるカラオケ、閉基大会など硬軟織り交ぜて開催し、すでに九回目を数えるイベントもある。

この交流事業で特徴的なのは共同文化公演である。県

境サミット事務局が公演の契約やポスター、チケットなどの印刷を行い、公演を実施する市町村(だいたい各県一カ所)が出演者をリレー方式で次の公演場所まで送迎する。経費の半分を県境サミットで負担し、残りを開催市町村で負担する。四回から五回程度の連続公演になるため大幅に経費の節減ができ、歌舞伎やモンゴル民謡からゴスペル、ジャズなど多彩な展開を図ることができると。また、平成七年度に県境サミットは「エメラルド・カード」という十六市町村の公共施設の優待カードとガイドブックを作成して、圏域内の全世帯三万四千戸に配布した。このカードの作成は大きな反響を呼んだ。一つには思いのほか利用があり、岡山県の温泉施設では年間延べ一万二千人のカードの利用があった。また、圏域外住民の多くから「自分たちもカードがほしい」といった声も寄せられた。半面、無料で配布したために「なくしてしまったので、再発行してほしい」という要望も多くあった。これを踏まえて、平成八年度からは「エメラルド・パスポート」として民間の施設も含めた優待ガイドブックとして有償(一部六百五十円)で販売している。



中国山地県境市町村連絡協議会 総会

中国山地県境市町村連絡協議会総会

このパスポートも初年度には五十五施設で四千部、今年度は二百六十三施設、一万三千部と、掲載施設と売り上げが毎年伸びている。十三年度版からはパスポートを中国地方の主要書店でも販売している。また、平成十五年度の観光入り込み客も県境サミット発足の五年度に比べ、一・五倍に増えている。

### 魅力的な地域に変貌

この圏域は必ずしも観光的には恵まれていない。特に市町村が単独で観光客を呼び込むには魅力に乏しい。しかし、十六市町村が集まり、「エメラルド・シテイ」というバーチャルな圏域を形作り、お互いの観光連携により、魅力ある地域に生まれ変わることができた。

そのほかにもホームページ(<http://www.emerald.cnet>)で自分だけの旅のプランの行程表ができるものになったり、「ひと紀行」と題する県境サミット圏域の魅力的な人々を紹介する冊子も作成したりし、施設だけでなく「ひと」や体験を売り物にした観光を進めている。また、電光掲示板を圏域内五カ所に設置し、十五市町村の情報常時流したり、「道の駅」の売り場に県境サミット特産コーナーを設けたりしている。

平成十一年度にはハイブリッドカーを使用したレンタカーの乗り捨て実験も、圏域内のタクシー会社やシルバー人材銀行などとの提携で十月に実施した。十三年度からは役場の公用車に車いす対応の車両を導入し(現在五町で五台)、住民へレンタルする福祉公用車の実験も続けている。

平成十二年十二月には県境サミットの水源トラストを目的にした寄付金付き地ビール「ブナの森から」を発売し、圏域内の観光施設で販売を開始した。この圏域は中国地方の水源地でもあり、単なる観光地という位置付けのみでなく、環境保全の先進地としてのパブリシティーを付加する目的もある。圏域を訪れる人々への新たな魅力が加わった。

これまでともすれば横並びの行政で、同じ施設やまちづくりを進めてきたが、住民からも「うちのまちにもあんな施設を」といった声があったのも事実である。県境サミットは市町村の枠や県境を越えて、施設や事業を共有していくことを目指している。行政マンや住民が圏域内を往来することによって、自らが自分のまちの「くびき」から解き放たれる。

第一期の県境サミットはまもなくその役目を終えようとしているが、中山間地域の課題はなお解決されていない。これまでの活動を総括し、第二期の県境サミットへと活動を引き継がなくてはならない。



地ビール「ブナの森から」

平成十二年十二月には県境サミットの水源トラストを目的にした寄付金付き地ビール「ブナの森から」を発売し、圏域内の観光施設で販売を開始した。この圏域は中国地方の水源地でもあり、単なる観光地という位置付けのみでなく、環境保全の先進地としてのパブリシティーを付加する目的もある。圏域を訪れる人々への新たな魅力が加わった。

# ● 市民主体の文化財活用運動によるまちおこし

## ——「遊学城下町 信州松代」を目指して



長野市助役 市川 衛

**長** 野市松代町。ここは、六文銭で

知られるかつての松代藩真田十萬石の城下町であり、昭和四十一年、長野市と合併した後も、真田家十代の歴史が培った独特の城下町文化を大切にはぐくみ、保存してきた地域です。余談ではありますが、松代は幕末当時、石高十萬石以上の城下町のうちで今日、独自に市制を敷いていない二カ所のうちの一つです。

そして、松代の歴史形成のうえで中核的存在であり、市民がその復元を長年待望した松代城が八年余の歳月と二十数億円の経費をかけ、昨年度末に完了したことを一つの契機として、長野市は今春、市民が主役の新しい町おこし運動「エコール・ド・まつしろ（松代の学校）」をスタートさせました。

これは、由緒ある武家屋敷、日本で唯一建設当時の施設群が現存する藩校である松代藩文武学校など、今

もなお松代に多く残る歴史的文化財

を趣味や生涯学習の舞台として活用し、松代を全国から遊学客——「遊学城下町 信州松代」としてのブランド化を目指している今回の計画では、松代への来訪者を観光客とはせずあえて遊学客と呼んでいます——が集う「生涯学習交流リゾート地」として発展させることを主題とした活動です。

**維** 新の先覚者・佐久間象山や日本初の女優・松井須摩子ら、時代を駆けけた先達を生んだ城下町松代は、その伝統から文武や趣味を嗜む<sup>たしな</sup>風に入込んだ文化の町であり、日常的に文化活動が行われている市民学習の先端地域であります。

そんな松代の趣味や生涯学習を嗜む人々を中心になって、訪れる人々をさまざまな形でももてなしするボランティア組織「エコール・ド・ま

つしろ倶楽部」を創設しました。こ

の倶楽部には現在、華道、茶道、邦楽、俳句、写真、絵手紙、歴史探訪、郷土食など、多彩な六十余の専科に九百人を超える松代を愛する意欲あふれる人々が登録しています。全国の同好の人々との交流を通し、松代の伝統的文化と魅力を伝えるためのさまざまなプログラムを計画実施中であります。

**維** 続性が求められる事業の計画策定にあたっては、将来的にもその主要な役割を果たすであろう市民に「自ら発想し、自ら実行する」というコンセプトのもと、初期段階から積極的に参画してもらおうと同時に、プロモーション関係の専門家の助言を受けるなど、その計画内容に十分な市場性を持たせるよう努めました。今後も「エコール・ド・まつしろ倶楽部」の活動を中心として、市

民の主体性を尊重し、行政はそれを

支援するという方針は守っていききたいと考えています。

**い** ずれにせよ多くの先例が語る

ように、こうした事業は顕著な成果が表れるまでには、ある程度の年月、地元の皆さんの熱意と地道な努力の積み重ねが重要であります。長野市としても歴史的文化施設の運営主体を教育委員会から、よりダイナミックに観光振興を図るために「財」がの観光コンベンションビューロー」に移行させるなど、長期的に持続させるための体制づくりを引き続き精力的に進めております。市民と行政との緊密な共同作業を前提とした今回の事業推進により、「遊学城下町 信州松代」のブランド化が着実に図られ、多くの人々が「学びの場」を求めて松代に集うことを期待しています。

# 新しい観光と地域振興



## 日本ふるさと再生特区

### ● 岩手県遠野市

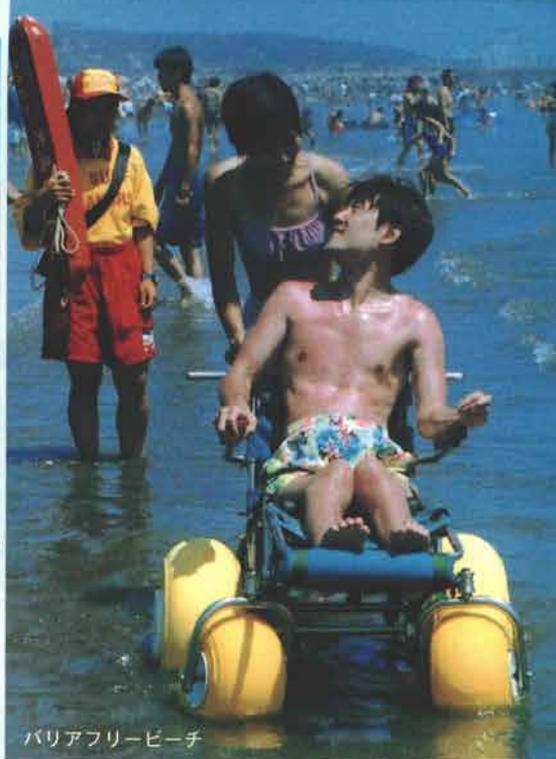
岩手県遠野市は政府の構造改革特区の認定を受けて、交流人口の拡大と産業振興によるまちづくりに取り組んでいる。名付けて「日本ふるさと再生特区」。特区の事業として最初に名乗りを上げたのは農家の民宿での「どぶろく造り」。すでにマスコミなどで紹介されて人気も上々だ。企業による農業への参入事業も始まっており、今夏には東北ツーリズム大学も開講する予定だ。「ぬくもり」「もてなし」の心で、観光を軸に民話のふるさと、遠野らしい地域活性化が期待されている。



## 豪州人スキーヤーで町に賑わい ● 北海道倶知安町

「ビジット・ジャパンへの自治体の対応」(p34~35)の中で、北海道ニセコ町にオーストラリアからスキー客が多数訪れていると報告されているが、同町に隣接し、同じ山にスキー場が立地し合っていることから、同じく冬季に豪州人が訪ねてきているのが倶知安町だ。近年、豪州人が別荘地として土地やコテージを購入したり、豪州資本により貸別荘やペンションなども建設されたりしているという。通りや居酒屋などは多くの豪州人で賑わい、異国の雰囲気が漂う。

ユニバーサルスポーツキャンペーン  
(アウトドア用特殊車いすでビーチでスポーツをする)



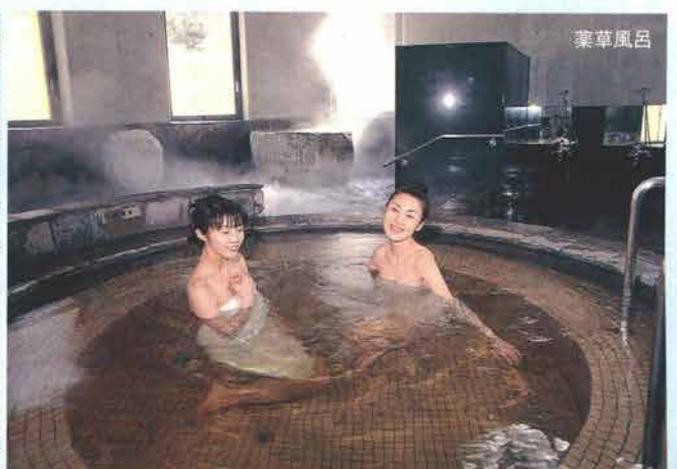
バリアフリービーチ

**NPO法人「大洗海の大学」 ● 茨城県大洗町**

県や町などが協力して、海水浴場として知られる茨城県大洗町に今年4月に開校。さまざまな体験型プログラムにより、海だけでなく、川、湖沼などの水辺の自然を年間通して楽しめる。具体的には、風学部、渚学部といった一風変わったの名称の категорияで、サーフィン・カヌー、ヨット、親子一緒にのキャンプ、干物づくりなどを体験できる。講師はサーファーショップ経営者ら各分野に秀でた地元の住民。写真は身障者の人々を対象に行ったプログラムの様子だ。



薬草教室



薬草風呂



薬膳料理

**薬草の里 ● 岐阜県春日村**

岐阜県春日村は滋賀県にまたがる伊吹山のふもとに位置する。同山系で確認されている約二百八十種類もの薬草を生かし、「薬草」の里として村おこしを行っている。その中心が平成9年にオープンした「かすがモリモリ村リフレッシュ館」だ。同館では工夫を凝らした、手ごろな値段の薬膳料理が人気だ。また、薬草や薬膳に興味のある人のために薬草教室も定期的に行っているほか、薬草園も隣接し、様々な薬草の姿を散策しながら楽しめる。

「薬草の里—春日」の拠点施設「かすがモリモリ村リフレッシュ館」





瓦づくり体験



植村牧場

### 奈良まちかど博物館

#### ● 奈良市

平成15年11月に開館。かつて奈良の北の玄関口として多くの旅人が行き交い、商業が発展した京街道沿いの地域で、伝統の技を伝える地場産業や職人芸、コレクションなどに観光客が散策しながら触れることができる。今までのイメージと全く違った新しいタイプの博物館。現在は10館。こうした

触れ合いを通じ、交流を持ってもらい、まちづくりに生かしていこうという狙い。この地域は東大寺や興福寺からも近く、新しい奈良を発見できそうだ。



石のフクロウ



### 尾道ケータイ観光ナビシステム ● 広島県尾道市

広く普及している携帯電話に呼び出したホームページ「どこでも博物館」を通じて、尾道の観光情報をどこからでも収集できる。東北芸術工科大学の竹村真一教授発案による全国初のシステム。街を歩いていて、近くの「石のフクロウ」のアイコン番号を携帯に打ち込めば、居場所をはじめ、その観光情報、トイレやバス停の場所まですぐに分かる。「石のフクロウ」は尾道大学生らによる手作り、大きさや形状も異なり、尾道観光の新しいキャラクターとして人気があるという。



向出醤油醸造元



ハタリ源角堂

### フィールドワーク (旧朝日楼にぎわいフォーラム)



旧朝日楼にぎわいフォーラム



遍路文化再生。地元の人のもてなしを受ける参加者

### 小説「坂の上の雲」で観光おこし ● 松山市

松山市は故司馬遼太郎氏の長編小説である「坂の上の雲」をテーマに、全国でも珍しいまちづくり、観光おこしに取り組んでいる。これを展開していく方法が、「フィールドミュージアム(市全域を屋根のない一つの博物館)構想」というものだ。具体的には、同市出身で、小説に登場した俳人、正岡子規や軍人である松山真之、好古兄弟らにまつわる、数多くのゆかりの場所を展示物としてとらえてまち全体を博物館に見立てるものだ。市内各地に残っている小説に深く関連する事物を発掘も進める。

遍路宿「坂本屋」の保存活用を探るイベントを実施



神話街道 ● 宮崎県

「神話と伝説のふるさと」と呼ばれる宮崎県には、天孫降臨や海幸彦・山幸彦などの古事記、日本書紀にまつわる神話をはじめ、平家落人などの伝説や神楽などの民俗芸能が数多く残されている。昨年6月、こうした民俗芸能や自然、歴史・史跡などの名所を結んだ、総延長300キロの「ひむか神話街道」が開通。沿道では、秋の実りに対する感謝と翌年の豊作を祈願する神楽を鑑賞できるほか、大小311基から成る国内最大規模の西都原古墳群では古代生活の体験や古墳まつりの開催など、古代の息吹に触れることができる魅力的な観光ルートになっている。



勾玉



古代食



古墳まつりでの火起こし体験



夜神楽



夜神楽



夜神楽

韓国・国際観光展沖縄ブースでの演舞



韓国ハネムーンツアー ● 沖縄県

沖縄県と沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）は韓国からのハネムーンツアー誘致に積極的に取り組んでいる。OCVBなどの調査では、平成14年のハネムーン客は130組、同15年は123組と好調に推移。他のアジア地域がSARSの発生などにより、不安視されることが多いため、韓国の旅行会社がツアーを客に勧めたことなどがその要因だ。OCVBなども昨年6月、韓国最大の国際観光展に出展するなどツアー宣伝に努めている。



那覇空港でのハネムーンツアー歓迎式。

**私** は長年、路上観察学会の事務局を務めている。路上観察学会とは、一九八六年に、赤瀬川原平（作家・美術家）、藤森照信（東大教授、建築史家）、南仲坊（イラストライター）の各氏のほかに、杉浦日向子氏（江戸風俗研究家）らを加えて発足。通常は景観・美術観とはみなされない建物、看板、張り紙などを採集しては、面白がっている。学会といっても公的なものではなく、いつてみれば一風変わった街歩きの趣味の集まりである。

といつても、ピンとこない方は東海道、奥の細道、中山道など旧街道を路上観察して、「成果」を雑誌や新聞に発表し、単行本にもまとめているので、ご覧いただければ幸いです。最新刊は「中山道俳句でぶらぶら」（太田出版）で、私も随行日記を書いている。ところで、「路上観察」はいつた何の役に立つのかと、フィールドワークにお邪魔する先々で、しばしば質問される。私が、「何の役にも立たないことで世の中の役に立っている」と逆説的な答えをすると、ますますげんな顔をされてしまう。

私の真意はこうである。日本の近代化百年は「用の美」、つまり「役に立つものは美しい」という思想が支配してきた（その典型が愛想のない道路や公共建造物だ）が、これが一方で地域の文化と景観をこわしてきた。路上観察はこの「用の美」の問題点に目くじらを立てずやんわり批判をし、「用の美」に代わって「無用の美」を提唱しようというものだ。それによって、歩きや景観に新しい視座を提供し、街づくりのためのリトマス試験紙ともなる。自治体から「ふるさと再発見事業」の一環として私たちに声がかかるのも、私の真意に共感していただけた。「アタマの柔らかな公務員」がいらっしゃるからだろう。

**実**際、思わずにんまりしてしまう看板や張り紙をはじめ面白い路上観察物件のある街は、人間的なポテンシャルコミュニケーション度が高い。つまり住みやすい。なぜ東京の下町の佃島の路地を歩くと気分がよくなるのか。なぜ新興住宅地やツルピカの都心の繁華街を歩くとなごまないのであるのか。ブラジリ

アやキャンベラのような人工都市に入が集まらないのはなぜなのか。その答えは路上観察をしてみれば判然とする。

**そ**れでは、歩いて気分のいい街をどうやって見つけるのか。私の経験則によれば、戦災を免れた地区ほどその確率が高い。最近、大阪市政調査会に依頼されて大阪市内を路上観察して会報誌に連載をしているが、梅田駅東北東にあたる中崎町界隈がそうだと聞き込んで出かけてみた。高層ビル群の間に古い町屋がぽっかりと取り残されている。いきなりかつて戦火への備えであった防火用水槽を幾つも見つけて、私の経験則は今度も的中した。コンクリートを充てんされクルマ除けとして余生を送っているものもあれば、土を盛られ草花を飾って路上植物園に転身しているものもある。「軍需」から「民需」へ。「戦争から平和へ」の歴史の転換がここには刻まれている。人々はとつくに忘れていても、街はしっかりと「歴史」を記憶にとどめている。しかし、これとても、いずれは邪魔者として撤去される運命にある。手前みそ

をいえば、路上観察がいくらかは世のためになるとしたら、こうした街の細部に宿る歴史の痕跡を自然消滅する前に気づいてやることにある。

**明** 治近代化百年の間に、日本人は、A地点からB地点へいかに効率よく早くたどり着けるかを競い合って国家と社会をつくってきた。一方で、本来はこれといった目的もなく、道草し、油を売り、立ち話をし、寄り道、回り道をし、引き返す。その中で人生の豊かさが蓄積されるのに、日本人は自分の人生もまた国づくり地域づくりと同じように「最短最速」を旨にしてしまった。いまそのツケがまわっている。遅ればせながら、スローライフがさげばれるゆえんでもあるだろう。

路上観察は、そうした生き方を見直そうという提案でもある。路上観察の最中にやぐざにフィルムを抜かれたこともある。過激派の下見と疑われて警察に突き出されたこともある。お気楽気ままな趣味のように見えるが、ときに人生をかけたのつびきならない仕事？ でもあるのだ。

## 「用の美」よりも「無用の美」



ノンフィクションライター  
路上観察家

前田和男



# 韓国、中国の観光客誘致に重点

## — 海外誘致専門部隊も整備



(社)長崎県観光連盟総務国際部海外誘致課  
課長 ● 小阪洋之

長崎県は平成十二年を「観光立県元年」と位置付け、観光振興に取り組んでいる。県観光連盟も平成十三年四月から観光客誘致の実践組織として強化されることになり、県や市のほか、ハウステンボスなどの関係業界から職員派遣を受け、それまでの四人から十五人へと大幅に増員され、官民一体となった観光客誘致体制が確立された。

海外に特化した誘致セールの専門部隊として

「海外誘致課」も同時に新設された。同課には、中国人、韓国人スタッフを含めて七人（観光連盟は全体で十九人）が配置されており、英語、中国語、韓国語への対応が可能となり、外国人観光客の誘致に努めている。

### 中国と国内唯一の「観光交流フェア」も開催

本県の誘致活動について、「長崎方式」という表現で取り上げられることがある。これは、県観光連盟を事業実施主体として民間の機動性を活用し、取り組みに熱

長崎県内の外国人宿泊客延滞在数 (人、%)

	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	増減比率 13→14
総計	399,996	433,724	405,424	442,653	9.2
アジア計	324,245	346,350	307,809	361,728	17.5
台湾	171,645	157,517	129,321	117,660	△9.0
韓国	53,705	92,189	87,130	173,247	98.8
中国	19,588	9,655	11,093	14,134	27.4
香港	63,254	68,597	67,271	46,881	△30.3
その他	16,053	18,392	12,994	9,806	△24.5

※平成15年は、集計調査中

[資料：長崎県観光統計]

心な地域との重点的タイプアップや国際情勢に応じた柔軟・迅速な対応を可能とした体制面と、ミッシェン派遣よりも国別担当者のセールス活動を重視し、頻繁な現地訪問による事業提案などで相手側担当者との人脈を構築していくという活動方法を指している。

日本の最西端にある本県は視点を改めてみると、アジア地域に対する玄関口としての位置にあることから、経済発展が進む中国、韓国など東アジア地域を外国人観光客誘致のターゲットとし、観光PR、旅行商品開発などのセールス活動を実施している。

訪日団体観光ビザの解禁以降、将来の最大市場として期待が大きく、各県が取り組みを強化している「中国」については、本県も、ビザが解禁になる前から最

も重要な市場として誘致対策に取り組んできた。旅行関係者の招請、政府機関訪問などの積極的な受け入れ・事業協力、現地セールス活動などにより、ビザ解禁後の訪日団体観光旅行第一陣の誘致や、日中国交正常化三十周年記念事業での国内唯一の中国国家旅游局との共催による「文化観光交流フェア」の開催などが実現した。

中国からの訪日観光はビザ解禁地域の制限などもあってまだ本格実施に至っておらず、実施される旅行も東京、大阪など大都市圏に集中している。知名度不足などもあって、本県を含む地方都市への観光はまだ準備段階であると言えるが、今後、解禁地区拡大も予想されており、解禁後は、これまで一億二千万人であった対象人口が一気に三億七千万人へと三倍に拡大することとなり、訪日旅行本格化への期待も大きくなっている。新規解禁地域への取り組みに加え、地元での中国語表記の促進など受け入れ体制の整備を進め、本格化に備えていきたい。

### 冬のゴルフツアーなどが人気

本県への外国人観光客で最も多い「韓国」については、地理的な近さと冬季が旅行シーズンであるという韓国の特性を生かした観光客の誘致に取り組んでいる。

長崎空港と同様に大韓航空が就航している大分県との連携で、冬季に相互イン・アウトの座席ブロックチャーターを実施し、一、二月の約二カ月間で約一万人程度の受け入れ実績がある。これは、大韓航空による割引料金の設定や大手旅行社連合



による商品化を企画し、「冬は長崎」のキャッチフレーズで開始したものが、開始後三年を経て冬季の定番商品としてすっかり定着した。

また、韓国においても週休二日制が浸透してきており、距離的な近さから、「週末を利用した国内旅行感覚での気軽な旅行」を売り物に、目的を絞ったテーマ観光の誘致にも努めている。

韓国は、人口の約一割（四百五十万人）がカトリックであるが、キリスト教の教会群や殉教史跡が数多くある本県ならではの特徴を生かした旅行として、昨年から「巡礼ツアー」に取り組んでいる。本分野では秋田県で先進事例があるが、殉教の歴史背景や史跡の密度の濃さから、長崎県が最も有望との韓国での評価もあり、PRの強化、熊本県天草との連携促進などで今年度より本格的に実施することになっている。

九州への冬季ツアーのもう一つの目玉がゴルフである。本県では今冬、ホテル、ゴルフ場などとのタイアップにより「長崎ゴルフ促進キャンペーン」を実施した。空港、ホテル、ゴルフ場を結ぶシャトルバスの運行をメイン事業とし、韓国国民放最大手であるSBS放送のゴルフ専門番組の誘致に成功。「長崎月間」として一月～三月中旬にかけて十週間連続で一時間番組が放映され、この結



韓国の小学生修学旅行誘致の際、佐世保市の小学校で学校交流会を開催

果、約二千人のゴルフ客が来県した。台湾と香港からの観光客はここ数年減少傾向が続いている。北海道へのブーム移行が大きな原因だが、九州への定期路線は福岡空港に限られ、旅行商品の開発に制約が多いということも要因の一つである。このため、宮崎県との連携により、チャーター便を利用したツアーの誘致を積極的

に働きかけている。

本県と宮崎県は九州の対角線に位置していることから、長崎空港と宮崎空港を相互イン・アウト利用することにより、パリエーションに富んだ商品開発が可能となった。香港については夏・冬季休暇期間中に、台湾に関しては本年一月以降、年間を通して毎週プログラムチャーターを実施中である。

### 窓口でのトラブル解消、両替が課題

シーズンが国内と違っており、旅行閑散期の集客策として魅力が大きい海外観光客の受け入れは半面、さまざまな課題もある。

観光地や交通拠点における案内板などの外国語表記は最も基礎的な問題であるが、主要観光施設では、パンフレット類を含め英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語を含めた四カ国語表記が概

ね完了している。

また、ホテルなど直接外国人観光客と接する職員を対象に「外国人観光客受け入れ対策講座」を開催し、中国語、韓国語の簡単な会話や生活習慣、好みの違いなどの研修を実施したが、館内案内や入浴・浴衣着付け方法など快適な滞在に向けた外国語対応の整備が進み、送迎時の中国語、韓国語によるあいさつを含め、ガイドや観光客から好評を得ている。



観光パンフレット 中国版(左)と韓国版

今後の残された課題としては、ホテル、観光施設、土産品店などの窓口におけるトラブル解消のための翻訳システムの導入や外貨両替の問題がある。

日本文化を体験できる温泉観光地として海外観光客が急増している「雲仙」温泉や、韓国からわずか四十九・五キロ、釜山から高速船が就航し、手付かずの自然と韓国との歴史的交流の深さで年間二万人の韓国人観光客が訪れている国境の島「対馬」では、地域を上げて翻訳システムの導入に取り組みなど、海外観光客増加の相乗効果が表れてきている地域も出てきた。

当連盟は、県下の行政機関や観光関係者を対象に、受け入れ対策やセールス情報などを協議する「誘致セールス連絡会議」を設置しており、官民一体となってこうした残された課題の解決に向けて取り組んでいきたい。



# ボランティアで地域口コミ情報を インターネットへ

## —マイタウン・コンシエルジェの地域づくり



NPO法人マイタウン・コンシエルジェ協議会  
事務局長 ● 臼井純子

### ● 実証実験からNPO法人立ち上げへ

インターネットを通じて、国内各地の地域情報を国内外に発信する地元の市民ボランティア「わたしのまちの案内人(マイタウン・コンシエルジェ)」の活動を支援する組織として、NPO法人「マイタウン・コンシエルジェ協議会」が内閣府から法人認証を受けたのは、二〇〇二年一月であった。

この協議会の前身は、国土交通省と北海道庁が行った実証実験「旅のコンシエルジェ」である。

これまで、国内の各自治体は観光地のポータルサイトや情報データベースづくりなどの形で情報発信に取り組んできたが、観光客を引きつける「人のぬくもりの伝わる情報」がなかったことから、地元の口コミ情報を発信してもらえよう、「ITと観光を結ぶ」企画としてスタートさせた。一九九八年に国土交通省が北海道でこの企画の実証実験を行い、翌九九年には北海道庁が事業として一年間運用した後、二〇〇〇年に地元の企業が引

き継いだ。その後、運営主体が変わったが、現在でもその活動の一部は北海道庁が運営しているホームページ「北海道人」上の、「知恵のバザール」に受け継がれている。

〇二年十二月には、九州のコンシエルジェ・サイト「Q州マイ・コンシエルジェ」がオープンした。ワールドカップサッカーの日韓共催を契機に、インターネット上での日韓交流を一層盛んにするために、日本初の日韓自動翻訳付き地域情報発信サイトにつくられた。その後、熱海、関西(京都、大阪、神戸)、札幌、四国(新居浜、高松、松山、小豆島、豊島、直島)など全国各地で、自治体と市民ボランティアが連携しながら、地域の独自色がはつきり分かるコンシエルジェ・サイトの立ち上げが相次いだ。熱海や札幌のように、「自治体の事業が終了した後も、ずっとコンシエルジェの活動を続けたい」というボランティアの声と熱意に押される形で、〇二年にはNPO法人が設立され、〇三年には地域を限定しないコンシエルジ

エ・サイト「マイタウン・コンシエルジェ(通称マイコン)」がオープンした。

### ● マイタウン・コンシエルジェの活動

マイタウン・コンシエルジェの基本コンセプトは、地域に住むボランティアによる地域情報の定期的な発信、メールや電子掲示板による問い合わせへの回答、実際の現地ガイド(一部のコンシエルジェにより実施)などによる、地域のホスピタリティーの向上である。

すべてのコンシエルジェはいずれも自分の住むまちの魅力を伝えることに熱心な人々であり、まちおこしにかかわっている人や地元で民間非営利団体(NPO)活動をしている、またふるさとに戻ったシニアの人々で、年齢や性別、職業、国籍を問わず多種多様である。コンシエルジェの活動を通して地元でまちのために活躍してもらうために、各地域でのマスコミによる取材にはすべてコンシエルジェ自身が応じ、まちづくりや観光振興への貢献をアピールしている。

また、現在「Q州マイ・コンシエルジェ」は韓国との交流を中心に内容を充実させ、メールマガジン(二千五百人登録)を通じて、旅行プラン作りに役立つイベント情報や得々情報を提供している。

〇三年にこのサイトを通じて千六百人の韓国市民を対象に行ったアンケート調査によると、訪日旅行情報の収集には圧倒的にインターネット(九〇%)が利用されている。その中で、「Q州マイコンシエルジェ」に対する評価は「非常に良い」(二三・九%)、「まあまあ良い」(六一・九%)で、

サイトの良い点としては「便利である」が第一位、次いで「地元ならではの観光情報提供」「日韓自動翻訳機能」「電子メール・掲示板により韓国語で質問できる」などが続いている。自由回答として、「いろいろな推薦情報がある」「グルメパートが良い」などのほか、「機械翻訳に多少問題があるが、日本人が運営する点で本場の日本を味わうことができる」「毎日の行事の情報があるので、それに合わせて旅行計画を立てられる」などの回答が寄せられた。そのほかにも、九州への旅行に関する要望や温泉、風景、人々の対応の改善点など、韓国からの旅行者誘致のための貴重な情報が得られた。

### ◆ コンシエルジェ事業の課題

多くのボランティア団体やNPOが感じているように、一般にボランティアによって運営されるサイトに共通する課題は、その運営基盤の脆弱さである。マイタウン・コンシエルジェのサイトも例外でなく、資金や人材など運営上の課題を抱えている。現在、九州、関西、四国地域のコンシエルジェは地元自治体からの支援を受けながら情報発信を行っているが、他の地域のコンシエルジェは完全なボランティアとして活動を行っている。また、法人の役員と事務局スタッフもボランティアであることから、やりたい企画は山積しているものの、なかなか時間的、経済的なゆとりがなく、サイトの改善や機能追加がままならない。

しかし、各地のコンシエルジェは利用者からのメールに励まされ、勇気づけられ、「地元を訪れるまだ見ぬ人」に役立つ新たな情報の仕入れに、

多くの時間と労力を費やしている。事務局員も各地のコンシエルジェのこうした努力や、サイトを活用して旅行に行った人々から感謝のメールに触れるたびに、この事業の目指す形に一步近づけたうれしさを感じている。

現在、事務局は各地のコンシエルジェによる情報発信を容易にするテンプレート（ホームページに簡単に書き込むためのレイアウトやフォームで、好みに応じて選べる）の提供、eラーニング（情報技術を活用した学習教育）形式による地域情報発信のための教育・指導、毎日二十四時間、一年三百六十五日のメール対応とフォローなど、きめの細かい活動支援を行っている。その結果、最初はサイトに書き込むのがやっとなというコンシエルジェも、次第にITリテラシー（コンピュータを活用してコミュニケーションを取るための読み、書き、話す能力や知識）が向上し、最近では自らデジカメを駆使して取材を行い、情報更新をするまでに至っている。

### ◆ 今後の取り組み

今年度、マイタウン・コンシエルジェ協議会は地球環境基金の助成を受けて、沖縄のNPO（法人申請中）「オニヒトデ.com」と連携して、沖縄の環境破壊につながるオニヒトデの駆除を支援するためのプロジェクトに取り組むことを決定し



関西コンシエルジェ トップページ

た。オニヒトデの大発生によるサンゴの食害問題は、沖縄・奄美の海中を彩るサンゴ礁の景観保全の重要な課題であり、沖縄に限らず多くの地域から訪れたダイバーたちが、自主的にオニヒトデの駆除活動に参加している。しかし、個人単位の駆除ではどうしても取りこぼしが起こる。

このプロジェクトでは、マイタウン・コンシエルジェ協議会が保有する「カキコまっぶ（書き込み型掲示板）」システムと、国土地理院から無償提供されたGIS（地理情報システム）位置や空間に関する情報をもったデータを総合的に管理、視覚的な表示によって高度の分析や迅速な判断を可能にする）地図を利用して、沖縄を訪れるダイバーたちがオニヒトデの数や駆除についての情報をインターネット上の地図に書き込み、共有する「オニヒトデ発見報告書」サイトを構築する。これによって、ダイバーの駆除活動のほかに、エコツアー（オニヒトデ駆除ツアー）や修学旅行などの環境学習にも役立てようというものだ。

一般市民ボランティアによる観光情報発信からスタートしたマイタウン・コンシエルジェは、今後も環境保全、まちづくり、地域交流など地域活性化にかかわるさまざまな取り組みを続けていく予定である。

NPO法人マイタウン・コンシエルジェ協議会  
問い合わせ先 info@mytownconcierge.com



# 観光振興に向けインフラ整備

## — 全国初のシテイガイド検定試験



大阪明浄大学観光学部  
専門講師 ● 丹治朋子

国内外から東京を訪れる観光者の数は、東京都の発表によると、近年連続して年間一億人を超えている。東京が受け入れている観光者の多さに改めて驚かされるが、このうち、外国人旅行者はというと、平成十三年時点でおよそ二百七十七万人程度に過ぎない。

そこで、東京都は平成十三年に「東京都観光産業振興プラン——千客万来の世界都市・東京を指して」を策定し、その中で外国人旅行者を五年間で六百万人まで増加させる目標を打ち出した。観光のインフラを整備し、東京についてより積極的にアピールしていくことで、観光者の増加と経済的な効果を期待しているのである。

東京の観光というと、真っ先に思い浮かべるのは何であろうか。きっと、古くから人気のある銀座、近年注目を集めるお台場や、昨年開業した六本木ヒルズなどの商業施設ではないかと思う。

江戸切子などの伝統工芸があり、城南地域（品川、大田の両区）には、非常に技術水準の高い金属加工業の小規模な町工場が多い。これらは「産業観光」の対象となる。また、祭りや花火などのイベントも多数存在し、実にさまざまな観光の素材を持っているのである。

### ● 歴史・文化を歩いて 楽しめるまちづくり——上野

東京都は観光振興のために、「観光まちづくり推進協議会」（注1）をつくり、地域特性に応じたまちづくりを支援している。その中から上野と小笠原の事例を紹介したい。

東京観光の様子をみると、お目当てのスポットだけを訪れ、その周辺に何があるのかよく知らないまま素通りしていくケースが多いようだ。上野地区（JR西側上野公園と山下の上野商店街周辺地域。近隣地区との連携も検討）では、地域主体の「上野地区観光まちづくり推進会議」を平成十六年に発足させ、地域を見て回ってもらうための観光振興を目指している。

同地区の観光まちづくりのコンセプトは、「歴史と文化が体感できる回遊性あるまちづくり」であり、歩いて楽しめるまちづくりを目指している。そのための方法として、まず、ガイドブックや案内板の整備、情報発信、パークトレイン（上野公園内の移動手段）の導入、文化施設と商店街との相互割引の拡充といった地区内の回遊性を高める取り組みが挙げられている。それから、各種施設のライトアップや文化施設の開館時間延長によるナイトライフの充実、四季おりおりのイベントなどで集客を増大させるといった計画も立てられている。

上野地区は単に観光客を増やすだけでなく、住人が地域を誇りに思い、一度来た旅行者が何度でも訪れたいと思わせるまちづくりを考えているのである。

### ● ガイド同行義務づけ 自然保護——小笠原

次に小笠原諸島で実施されているエコツーリズムの事例を紹介したい。小笠原諸島は東京から南東へ九百五十キロほどのところにある火山性の島々である。島のほとんどが小笠原国立公園に指定され、美しい海とサンゴ礁に囲まれている。これまででは週に一度の船便のみと交通の便が悪く、貴重な自然がそのまま保存されてきたが、この自然を守りながら、観光資源として利用する方法として「東京版エコツーリズム」が導入されている。

これは、小笠原村と東京都が協力して、利用のルールを定めたものである。保護すべき地域を「自然環境保全促進地域」と定め、利用できる区

域や経路、利用の時期や時間、一日当たりの利用者数の上限を設定している。そして、観光する際には、東京都が養成、認定した「東京都自然ガイド」の同行が義務づけられている。このように徹底して管理することによって、小笠原の自然と自然の大切さを観光者に伝えながら、観光を楽しんでもらい、地域の自然を守ることができるのである。



小笠原父島 (提供: 東京観光財団)

### ガイド検定に1千人応募

ところで、同じ観光地を繰り返し何度も訪れてもらうためには、観光施設や資源、情報を整備するだけでなく、観光者と地域の人との「交流」の仕組みづくりが必要である。本稿の冒頭に観光の効果として経済効果について触れたが、効果はそれだけでない。観光者は地元の人々と交流することによって、より大きな満足を得て、もう一度訪れたいという気持ちになるという効果もある。「あの人(たち)にまた会いたい」という感覚である。こうしたリピーター獲得のためにはその地域の魅力を語り、また来たいと思わせる人材を育成しなければならぬ。

そこで、財団法人東京観光財団と東京商工会議所はボランティアを含めガイドを担当する人々の知識を拡充し、より効果的に東京の魅力を説明できる人材を育成し、東京のホスピタリティーを高

めるために、昨年より新たな検定試験、「東京シティガイド検定」(注2)を開始した。これは全国初の試みであるが、平成十五年の第一回の初級試験には千七十七人が受験し、合格者は七百八十九人に上った。受験者の内訳をみると、専門ガイド、旅行会社関係者ばかりでなく、会社員や主婦、定年退職者、大学生ら多岐にわたっている。

この検定では、東京を案内する際に必要な基礎知識(自然、歴史、政治・経済、産業、生活文化、芸術、観光関連施設、ガイドの基礎)が問われる。受験者用の教材として、「東京シティガイド検定(初級)公式テキストブック」が用意されており、原則としてこの中から出題される。

### 交流を通じて東京再発見

実は、この検定にはもう一つの目的がある。それは、東京という地域をあらためて知り、他の地域の人々と交流し、他者の目を通して自分の住んでいる地域を見直すことで、東京の誇るべきところや見直すべきところを再発見するということがある。

筆者はこの検定立ち上げの初期段階から企画に参加させてもらう機会を得て、観光が扱う範囲の



東京シティガイドクラブ総会 (提供: 東京観光財団)

旅行者と交流したい」などの声を直接聞くことができ、このプロジェクトに参加できたことに改めて感謝している。

平成十六年三月には、初級試験合格者の有志により、「東京シティガイドクラブ」が立ち上げられた。今後、この組織による情報交換や勉強会などさまざまな活動が期待される。さらに、今年の

冬から初級合格者を対象として第一回の上級試験が実施される予定である。

このようにして、観光を推進するためのハードとソフトの両方が整備され、観光客の笑顔が増え、東京が発展していくことを期待している。

(注1) 東京都、上野地区、小笠原の観光については東京都ウェブサイトに詳細が紹介されている。  
<http://www.metro.tokyo.jp/>

(注2) 東京シティガイド検定に関する問合せは、(財)東京観光財団(03-3131-3187・7021)まで。  
<http://www.tcvb.or.jp/>



# ビジット・ジャパンへの自治体の対応

## ——マーケティングに基づく総合戦略不可欠



(財)日本交通公社研究調査部  
主任研究員 ● 林 俊介

最近、「観光振興を通じた地域活性化」を話題にするマスコミの記事の中で、訪日外国人旅行者促進のための観光プロモーション事業である「ビジット・ジャパン・キャンペーン(以下、VJC)」に言及される事例が多くなってきた。VJC事業の認知という点では望ましいことではあるが、記事を読んでいて少し心配になるのは、VJCが訪日外国人旅行者促進事業のすべてであるかのような書きぶりが散見されることである。

二〇〇二年十二月に訪日外国人旅行者の飛躍的増加を目指して、国土交通省より「グローバル観光戦略」が発表され、その目標は小泉首相の意向で「二〇一〇年に一千万人」とされた。その内容は四つの基本戦略から成り(表1)、一つ目の「外国人旅行者訪日促進戦略」の中の海外でのPR・プロモーション事業を担うのがVJC事業であると位置づけられている。

### 外人観光客誘致は課題山積

VJCは官民協力して積極的に重点市場(韓

表1 グローバル観光戦略

【戦略1】外国人旅行者訪日促進戦略
1-1 市場調査による重点市場、海外ニーズ、PR手法等の見極め
1-2 日本の新たなイメージの確立とニーズに応じた旅行商品開発
1-3 海外におけるPR・情報提供の徹底的な実施と商品の販売促進 →ビジット・ジャパン・キャンペーン
1-4 査証取得の負担の軽減等
1-5 訪日外国人を増大させるための国際連携
【戦略2】外国人旅行者受入れ戦略
2-1 外国人旅行者受入れ素地の形成
2-2 国内における外国人旅行者への適切な情報提供
2-3 外国人旅行者の視点に立った交通の利便性の向上
2-4 国際競争力をもった魅力ある観光交流空間づくり
【戦略3】観光産業高度化戦略
3-1 観光関連産業の意識転換と高度化の促進
3-2 新たな事業等の展開を図る事業者等に対する支援
3-3 観光関連産業の連携の強化
【戦略3】推進戦略
4-1 官民合同体制のもとでの戦略の推進
4-2 個々の施策の円滑かつ強力な実施
4-3 訪日外国人旅行者受入れの現状把握と施策の評価・再検討

国・台湾・米国・中国・香港)で誘致活動を行う。従来の訪日外国人旅行者促進事業から考えたら画期的な事業ではあるが、あくまでも外国人旅行者に日本に来てみたいと思わせるための誘致活動事業であり、いわば入り口でしかない。それを実際の訪日に結び付けた上で、満足して帰ってもらうには、

- ▽ ニーズに応じた訪日旅行商品の開発
  - ▽ 査証取得の負担の軽減
  - ▽ 観光地の案内標識などの多言語化
  - ▽ 観光関連業界における外国人旅行者に対する「おもてなしの心」の育成
  - ▽ 国内における適切な情報提供
  - ▽ 高物価への対策
  - ▽ 交通の利便性の向上
  - ▽ 国民全体に対する啓蒙活動
- など、官民それぞれの立場でやるべきことはまだまだ山積みで、せっかく来てもらったのがっかりさせて帰ってもらわないようにしなければならぬ。
- そこで今、全国各地の自治体や民間施設でさまざまな努力がなされている。
- 大きな課題とされる物価の高さに関しても、それを逆手にとり、高級であることを売り物にして、台湾からの観光客が年間八千人も訪れている石川県・和倉温泉の高級旅館「加賀屋」の例もある。
- また一方で、東京では二年前のワールドカップ・サッカー大会の時に欧州のサッカーファンが大勢宿泊して注目された山谷地区(台東区)の幾つかの簡易宿泊所のように、従来の日雇い労働者から外国人旅行者向きに転換して成功している例もある。こういった動きに刺激を受けたのか、都内で新規に開業する格安宿も出てきて、いまや東京で二千円代、三千円代で泊まるところを見つけたのはかなり容易になっている。多くの需要があり、意欲的な事業者がいれば、新規の事業が立ち上がっていく好例であろう。



## 中部空港開港、地方に朗報

地方においては、来年二月に愛知県に開港する中部国際空港との提携が今後は話題になってくるであろう。開港から九年を経過して国内線が伊丹空港へ大幅にシフトされ

表2 都道府県別訪問率の推移

1997年度			2002年度		
順位		訪問率(%)	順位		訪問率(%)
1	東京	62.6	1	東京	52.7
2	大阪	20.9	2	大阪	27.8
3	大分	15.2	3	神奈川	15.6
4	神奈川	14.5	4	京都	14.7
5	京都	14.3	5	千葉	13.2
6	愛知	11.9	6	愛知	11.2
7	福岡	10.9	7	北海道	9.1
8	長崎	6.0	8	福井	7.0
9	兵庫	4.9	9	兵庫	5.8
10	奈良	4.7	10	奈良	5.2
17	北海道	2.9			

資料：国際観光振興機構（JNTO）  
訪問率とは「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた回答者数÷全回答者×100

からの修学旅行の誘致を模索する自治体も多い。

つた成田空港では国際線と国内線の乗り継ぎがはなはだ不便であるが、中部国際空港は現在の名古屋空港の廃止を伴い、最初から国際線と国内線が一体化した空港であり、開港時には日本国内三十カ所の空港とつながる予定である。今まで地域の空港に十分な国際線がなかったり、国際線を持つていても空港のC I Q（出入国管理、税関、検疫など）体制に不安を持ったまま、外国人旅行者誘致を進めていた地方自治体には朗報であろう。

近年の外国人旅行者誘致の成功例は北海道である。道行政側の熱意と努力に加え、市町村レベルの行政との良好な関係や、官民の協力体制確立などのおかげで、外国人旅行者数を大幅に伸ばしている（表2）。

九州のゴルフ場では韓国からのゴルフツアーが定着してきている。韓国では経済発展を背景に空前のゴルフブームが起きているが、ゴルフ場が不足している上に、冬場は雪で大半が閉鎖され、行き場を失ったゴルファーが海峡を越え、温暖な九州に渡ってきているのである。

このように個別のマーケットに注目して活動している自治体は多い。韓国の新婚旅行者を呼び込もうと活動している沖縄県、冬期オリンピックの実績を生かし、外国人のスキー客、特に韓国からのスキー客誘致に努力している長野県・白馬村のような自治体もある。当面は韓国、将来的には中国

注目すべき事例は、オーストラリアから大勢のスキー客が訪れる北海道・ニセコ町のスキー場である。ここは必ずしも行政側が積極的に誘致したわけではないのに、良質な雪質、ほとんどない時差、以前から町内で暮らしていた豪州人の積極的なPRなどが相まって、季節が日本とは逆の南半球の豪州人スキー客が、向こうでは夏になる日本の冬期に来訪するようになった。その人数は昨シーズンで五、六千人といわれるが、日本人と違って平均滞在日数が十一日間と長いのが特徴である。多数の豪州人のニセコ地域への来訪も一つのきっかけとなり、来冬には六年ぶりに豪州・カンタス航空による新千歳〜ケアンズ線の定期便運行の復活も決まった。

### 観光統計の整備を

自治体による外国人旅行者誘致はえてして、「外国人が来たいところではなく」自治体側が来てほしいところ」の売り込みになったり、積極的に手を上げた地元事業者にやらせたりしがちである。

る。日本には観光資源が多いとはいえ、外国人旅行者を誘致するためには、「外国人の目」で見ても魅力を感じてくれるものでなければ意味がない。そのためにも、本来はマーケティングの発想に基づく総合戦略の検討が不可欠である。各地域や施設が個別にプロモーションをするのではなく、地域でまとまって、まず自分の観光地の良いところを分析し、相手の外国人の望むところを十分に調べた上で、「どこの国の誰に、どんな旅行をしてもらいたい、どんな満足を感じてもらおうか」をしっかりと決めた上でプロモーションをするのが本来のあり方である。

ニセコの場合は豪州人がその良さを見つけてくれたが、同様に外国人から見た良いところが日本にはまだまだたくさん眠っている可能性がある。実際に訪日外国人旅行者推進のためのマーケティングを進めるには、

▽マーケティングの基礎となる外国人旅行者の観光統計の未整備

▽宿泊施設や観光施設の理解や取り組みの温度差

▽取り組み体制における予算や陣容の不足や制約などの課題が多く自治体に見られるのも事実である。それでも、北に行けば冬には流水を見ることができ、南には夏にビーチリゾートが楽しめる、季節に応じて桜や紅葉が楽しめるといった恵まれた自然環境や、豊かな歴史資源を日本は持っている。各自治体がその持ち味を生かしながら誘致活動を進め、多くの外国人旅行者が日本の各地を訪れて、それぞれの土地の良さを満喫する日が来ることを念願してやまない。

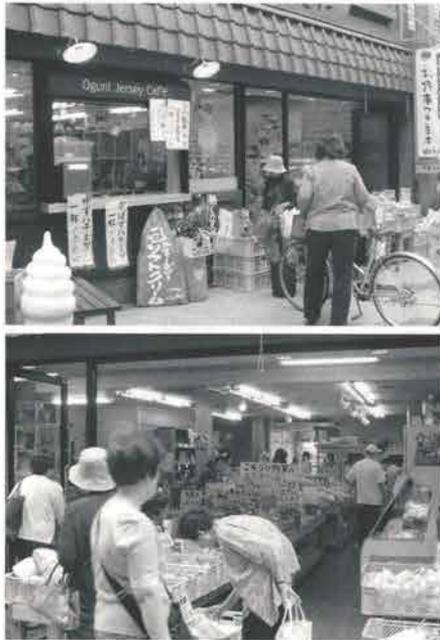
# 高原野菜などが博多つ子に好評

—総菜コーナーも充実・アンテナショップ「郷おぐに」

福岡市博多区の上川端商店街の一角にある熊本県阿蘇郡小国町と南小国町のアンテナショップ「郷おぐに」が、平成十四年八月の開店以来、人気を集めている。

小国町と南小国町を合わせて小国郷と呼ばれている。小国郷は熊本県の最北端の標高五〇〇メートルから九〇〇メートルの地帯に位置する中山間地で、黒川温泉やジャージー牛乳などでその名を知られている。

郷おぐにが始まったきっかけは、年に一度福岡市で開催されていた小国農協主催の物産展だ。福岡市内のデパートでのバイヤー時代に小国産の青果物を取り扱った経験のある現在の店長と、元小国農協の組合長が知り合いになり、小国産の食材を扱う店を博多でオープンさせたいという考えで一致。これに賛同した住民が出資した有限会社としてスタートした。



郷おぐにの外観(上)と取れたて野菜が並ぶ店内

この店の特徴は何といっても商品へのこだわり。それが消費者をとらえ、福岡にいなながら小国を身近に感じるゆえである。現在、店内に並ぶのはおよそ五百品目。そのすべてが小国郷ないしは同じ阿蘇郡の物産品である。朝取れ野菜、ジャージー牛乳などの乳製品、食肉加工品、漬物など、小国自慢の品々が並ぶ。朝取れ野菜は毎朝、小国の農家の人々が早起きして収穫している。トラックで運ばれてくる取れたて野菜は午前十一時ごろには博多の店頭へ

並べられ、待ち構えていたお客さんが先を競って新鮮な野菜を買い求めていく。

高原の小国郷では夏場の野菜は充実しているが、課題は冬場への対応だった。関係者がいかに品ぞろえをするかについて頭を悩ましていたところ、地元の農家がビニールハウスを活用して冬場の野菜栽培に取り組み始めてくれた。夏場ほど野菜の種類は充実していないものの、おかげで一年を通して朝取れ野菜を提供できることになった。

地元農家の協力で支えられている郷おぐには、受託方式の直売所が多い中、あえてすべて店の買い取り方式で運営し、農家が安心して生産でき、安定した収入を確保できるようにした。開店当初は三十軒程度の農家と提携していたが、今では百軒近い農家が組合員となっている。

この買い取り方式は、売れ

残りが多く出ると経営が極めて不安定になるため、総菜原料への転用を図るなど売れ残り対策にも努めている。郷おぐには物産品などの販売ばかりでなく、店内で食べたりすることもできる総菜コーナーを設け、地元食材を使った小国の郷土料理を提供している。これが予想以上に好評を博し、コーナーのスペースを広げるほどの盛況ぶりだ。毎朝、朝取れ野菜と一緒に届けられる料理と店内で調理する総菜を合わせて約四十品目。その充実した品ぞろえや格安の値段だけでなく、「里芋の味噌よごし」など、小国ならではの味が博多つ子に喜ばれている要因であろう。

小国の食材を使ったオリジナル商品の開発にも余念がない。お薦めは、小国の新鮮なタマネギとダイコンを原料にしたドレッシング。ところが、小国ではこの二つの野菜は夏場しか栽培していないため、ドレッシングの販売は期間限定だ。今後は冬場も栽培しているハウレンソウのドレッシングを商品化することで、オリジナル商品の充実を図るとともに、郷おぐにのさらなる飛躍を目指している。

(財)地域活性化センター  
前編集委員 ● 高柳美奈子

# 「地域づくり支援室」の設置と取り組み

文部科学省は、政府の地域再生本部の設置など、国が地域の取り組みを強力に支援しようとする社会的な流れの中、広く教育、文化およびスポーツの分野の振興を通じた地域づくりを推進するために、平成十六年一月に「地域づくり支援室」を設置した。

「地域づくり支援室」は、文部科学省の生涯学習政策局を中心に、初等中等教育局、高等教育局、スポーツ・青少年局、文化庁の職員による省内横断的な組織で運営している。

## ◆ 地域づくり支援室の主な業務

### ■ 新たな地域づくり施策の企画・立案

「地域づくり支援室」は、教育、文化およびスポーツの振興による地域づくりの推進のための新たな施策の企画・立案を行っている。個性ある豊かな地域づくりの推進のためには、単視眼的な施策では十分ではなく、さまざまな専門分野の英知を集める必要がある。このため、今年三月に教育、文化、スポーツなどの分野で地域政策に造詣の深い方や、地方行政、企業、民間非営利団体（NPO）、さらにITや環境分野まで多様な分野

で活躍している方々を「地域づくり支援アドバイザー」として依頼し、行政と一体となったより実効性のある施策について検討している。

### ■ 総合的な相談窓口の設置

市町村の職員らが地域づくりに関してワンストップで直接相談や要望ができる窓口を文部科学省内に設置した。総合的な相談窓口の設置により、「地域づくり支援アドバ



## 地域づくりの支援

日本にひとつのまちづくりを応援します  
文部科学省「地域づくり支援室」

パンフレット

## 地域づくり支援アドバイザー名簿

### 【地域政策・都市計画・景観関係】

大宮 登……………高崎経済大学地域政策学部長  
 宗田好史……………京都府立大学人間環境学部助教授  
 山本健慈……………国立大学法人和歌山大学生涯学習教育研究センター長

### 【ネットワーク、IT関係】

大塚秀治……………麗澤大学国際経済学部教授

### 【産業・財政・開発関係】

滝谷浩介……………日本政策投資銀行地域企画部参事役

### 【企業貢献、人材育成関係】

尾崎有紀子……………有限会社コミュニティリサーチ取締役社長

### 【NPO活動・NPO支援関係】

山岸秀雄……………特定非営利活動法人NPOサポートセンター理事長

### 【環境保全、ボランティア関係】

星野智子……………環境パートナーシップオフィススタッフ

### 【地方行政関係】

中山礼行……………静岡県掛川市教育委員会生涯教育部長  
 松澤利行……………埼玉県八潮市企画部理事

### 【スポーツ関係】

綾部美知枝……………静岡市健康文化部スポーツ振興課参事兼サッカーのまち推進室長、(財)日本サッカー協会理事

### 【文化、芸術関係】

出口正之……………大学共同利用機関法人人間文化研究機構国立民族学博物館教授、(社)企業メセナ協議会専務理事

「イザイ」や文部科学省担当職員による地域の実情やニーズに合わせた相談・助言に努めている。

### ■相談機能強化のための情報の収集

市町村の職員らの相談に機動的に対応できるように、文部科学省の地域振興に関する施策などに関する情報のレファレンス機能の充実・強化を図るとともに、小、中・高等学校、大学や教育、文化、

スポーツ支援を含む社会貢献活動に熱心な企業、NPOなどに関する特色ある取り組みなどの情報の収集に努めている。

### ■地域づくりへの取り組みの普及、奨励、広報

生涯学習の総合情報誌「マナビイ」やホームページ「地域づくり支援室について」([http://www.next.go.jp/a\\_menu/shougai/chiki/chiki.htm](http://www.next.go.jp/a_menu/shougai/chiki/chiki.htm))



地域づくりフォーラム

の設置などを通して地域の特色ある事業を全国に幅広く紹介するなど、地域からの情報発信を積極的に支援している。

### ◆地域づくりフォーラムの開催

教育・文化・スポーツによる地域づくりへの理解を深めることを目的に、平成十六年五月十四日(金)に東京の砂防会館で地域づくりフォーラムを開

## 「地域づくりフォーラム」概要

平成16年5月14日（金）13：30～15：30

砂防会館 別館3階 「六甲」会議室

### ●プログラム

#### 1. 開 会

松元昭憲 文部科学省生涯学習総括官挨拶

#### 2. 事例発表

(1) 大学と地域の連携による地域づくり

高崎経済大学地域政策学部 渡辺大輔

(2) 文化による地域づくり

茨城県日立市生活環境部長 河井章夫

(3) スポーツ振興による地域づくり

福岡県立スポーツ科学情報センター企画情報課長 中平稔人

(コーディネーター：高崎経済大学地域政策学部長 大宮 登)

#### 3. 質疑応答

#### 4. 地域づくり支援アドバイザーによる意見交換

#### 5. 閉 会

催した。フォーラムでは、「大学の地域貢献」「文化」および「スポーツ」による地域づくりについて事例の発表が行われた後、地域づくり支援アドバイザーによる専門家の視点からの事例分析や参加者との質疑応答などを通して、地域づくりについての活発な議論が行われた。

本フォーラムでは今後の地域づくりにおける重要なポイントとして、①地域の資源の発見、活用およびそのためのシステムの構築②地域の共通価値を探し出す創造的な視点を持つこと③行政依存

ではなく、自分の地域は自分でつくるという気持ちを持つこと④指導者の養成およびそのためのシステムの構築⑤地域の人々によるパートナーシップの場づくり⑥子どもが地域から孤立することを防ぐような地域社会の形成⑦公民館や学校などを基礎とした「エリア型」と、環境やスポーツなどの共通分野を基礎とする「テーマ型」の地域づくりの連携——などが挙げられた。

フォーラムには多数の地方行政関係者やNPO関係者が参加しており、教育・文化・スポーツ

振興による地域づくりへの関心の高さがうかがえた。

### ◆生涯学習総合情報誌「マナビイ」

生涯学習の総合情報誌「マナビイ」は、地方公共団体、企業、NPOから学習者まで、生涯学習の推進や生涯学習による地域づくりの一助となることを目指して刊行されている情報誌である。

平成十三年七月の創刊以来、最新の生涯学習の動向を踏まえて、地方自治体の先進的な取り組みをはじめ、特定非営利活動法人（NPO法人）の活動、大学と地域の連携事例、子育てサークルの紹介など幅広い内容の情報提供に努めている。

また、本誌では、地域からの情報発信を支援することなどを目的に、電子メール（chiki@mext.go.jp）を通じて、各地方公共団体などから先進的な地域づくり事例の収集に努めている。

生涯学習の総合情報誌「マナビイ」



## 義経プロジェクト 委員会発足

### 岩手県平泉町

平泉町は、来年放送されるNHK大河ドラマ「義経」に合わせた観光振興などを進めるため、関係団体と合同で「大河ドラマ『義経』プロジェクト推進実行委員会」を発足させた。「義経」を通じて平泉文化の情報発信を行うことで、世界遺産登録に向けて弾みをつける。

同委員会には平泉町のほか、一関市、江刺市、県出先機関が参加。基本的にはそれぞれの市、町で大河ドラマ関連事業を実施するものの、ドラマのメインロケ地である江刺市での記念シンポジウムや、首都圏での企画展などは同委員会の事業として合同で行う。

また、ポスターやパンフレットなどの宣伝媒体の作製や特産品を活用した「義経」商品の開発も同委員会で行い、共通化する。

## 「まつり特区」を申請

### 山形県村山市

村山市は、祭りによる市の活性化を目指し、農家民宿の消防施設設置の規制緩和やどぶろくの製造許可を求める「まつり交流特区」を国に申請した。宿泊

施設の増加を促すと

ともに、

地元産の

どぶろく

で観光客

をもてな

すことが狙

い。

今回の申請では、

農家が民宿を開く際の負担を軽減するため、避難路の確保など一定の条件を満たした上で、建築基準法で定める消防施設の設置基準を緩和するよう要望。

また、どぶろく造りでは、最低製造量を年間六キロリットルとする規制を外し、地元産の米で製造できるよう求めた。

市は「徳内まつり」や「バラまつり」などイベントによる観光振興に取り組んできたが、宿泊施設が不十分なため観光客が滞在しにくいのが課題だった。市文化観光課は「民宿の整備やどぶろくの仕込みなどの準備を二〇〇四年度中に終わらせ、来年度からの本格始動を目指したい」としている。

# 地域 だより

する南足柄市と連携

して六月五日に開

催した。同町では、

二〇〇〇年度か

ら国土交通省の

「自転車利用環境

整備モデル都市」

として自転車道の整

備を進めるとともに、

民間企業が企画、運営する

同レースを誘致してきた。

今回の「ツール・ド・あしが

ら」については今後、恒例化を

図り、競技参加者に加え、多く

の観光客を呼びびみたい考えだ。

同町はこのほかに町営の貸自転車

車拠点を設け、持続的に自転

車の観光資源化を目指すとし

ている。

## 空港開港で 農業活性化

### 愛知県

愛知県は、二〇〇四年の中部国際空港開港を地元知多半島の農業の活性化につなげようと「空港連携地域農業活性化計画」をまとめた。空港での食材需要は二十四億円に上るともいわれ、県などは地元農産物の供給を高めるため、五年程度で計画の実現を目指す。

県などが成田空港などで調査した結果、飲食店の五割強が地元農産物を利用する意向のあることが分かった。重視されるの

は、価格、鮮度、安全性、年間

を通した確保で、無洗米・炊飯

米、カット野菜や有機野菜の需

要も見込まれるという。

計画は、取り組むべき課題と

して①減農薬によるこだわり農

産物の生産②多品目・周年出荷

が可能な産地づくり③カットな

どの加工施設の整備——などを

挙げた。すし、ワイン、漬物な

ど特産品の開発、釣り、地引き

網など観光農水産業の展開にも

力を入れる。

## 「ミニ特区事業」 スタート

### 熊本県大津町

大津町は、各行政区が自らの発想で地域の課題や特性に応じた活動に取り組む「日本一まちづくりミニ特区事業」を開始した。全六十四行政区をそれぞれミニ特区として位置づけ、地域ごとの特性や魅力を生かした「独自事業」と、必ず取り組む「必須事業」を展開する。

独自事業では、各区が神楽やホタルなど地域の伝統や自然を中核に据えたまちづくりを進める。また、防災活動、環境美化活動、あいさつ運動を必須事業として取り組む。このうち、あいさつ運動では住民が地域内の通学路などを「あいさつ通り」として設定。看板などを設置し、登下校する児童・生徒と住民が

あいさつを交わす。

各区は速やかに二〇〇四年度

に取り組む事業を選定。来年二

月までに二年目、三年目に取り

組む事業計画の素案を取りまと

める。町民対話室は「それぞれ

の地域が輝かないと町全体の魅

力は向上しない。地域を見つめ

直す取り組みから始めて、地域

間の連携も深めたい」としている。

## 観光・地域づくり ネット設置

### 大分県

大分県は、行政と民間が連携して地域づくり、まちづくりを推進する「おおいた観光・地域づくりネットワーク」を設置した。地域づくりや観光振興に関する情報交換の場をつくり、民間のアイデアを産業化・雇用創出につなげるのが狙い。

同ネットは、地域でまちづくりに取り組んでいる民間非営利団体（NPO）、ボランティア、観光団体などの代表らで構成。温泉、産業、グルメ、情報発信、交通インフラ、環境、ホスピタリティなどのテーマごとに事業化を検討する。

県は、有識者でつくる運営委員会の判断を基に事業化の是非を決め、必要に応じて助成などの支援を行う。優れたプロジェクトは国の地域再生構想に提案することも検討している。

# 市町村モデル コンサルティング 事業

山梨・小菅の湯へのコンサルティング事業

## 効果 コスト削減、利用客増の

公共施設では運営改善の必要を感じていても、課題を明らかにし、その解決の方向性を探ることはなかなか難しいものである。

そこで、当センターは市町村などにおける、公共施設の運営改善を支援する取り組みとして、平成十五年度に「市町村モデルコンサルティング事業」を実施した。

実施内容は、観光集客施設、社会教育施設、農産物加工販売施設およびスポーツ施設の四種の公共施設についてモデル施設を選び、専門的な知識を有する当センターの会員調査研究機関研究員の協力を得て運営状況を調査。これらの施設を運営する市町村などに課題と基本的な運営改善の方策を提示した。

さて、本事業によるモデル施設の調査の結果、運営状況がどのように見直されたのか、観光集客施設のモデル施設として調査を実施した、山

梨県小菅村の温泉施設「小菅の湯」のその後の状況を紹介する。

小菅村は人口約千人。東京を中心とした都市部に近い立地条件を生かし、観光による地域の活性化を図っている。

小菅の湯は観光の目玉として平成六年に開業されて以来、順調な運営が続いていたが、同村の周辺に類似の温泉施設が次々と開業し、施設運営を見直す必要が生じていた。

当センターは調査結果として、施設運営に係る課題や改善策を示したが、同施設で参考とされた点のうち主なものは次の通り。



小菅の湯

① 調査時の施設は、食堂と厨房が施設の東西に離れて二カ所あり、動線（施設内の来場者の動き方）の適正化やコスト削減の面から改善すべきだとしていた。



リニューアル後の休日には、首都圏からマイカーやツーリング愛好者などで駐車場は満車状態

調査後には施設のリニューアルが行われたが、食堂と厨房は「食事エリア」として施設南東側にまとめられ、以前、食堂であった部屋の一角は「リラックスイリア」内の休憩室として利用されることになった。

これにより、食事や休憩といった、それぞれの目的に応じて、来場者が行動しやすい施設となったほか、厨房を一つにしたことにより、コストの削減という効果も得られて

いる。  
② 営業面では、立地を考慮し、東京など都市部からの観光客への営業活動の充実を提案したが、ハイキングと小菅の湯における入浴をセットにしたバスツアーが新たに企画された。

このツアーは都市部の中高齢者に好評を得ており、今後、観光シーズンの目玉として期待されている。  
小菅の湯はその後、平成十六年一月にリニューアルオープンされ、一月から二月までの来場者は前年度比で二〇五％となり、施設運営の見直しの成果が、数字となって表れている。

### ■問い合わせ先

コンサルタント業務課 担当有泉  
電話 〇三―五二〇二―一六―三三八

# 首都圏との農業交流に 取り組む

岩手県のほぼ中央に位置する花巻市は人口約七万三千人、北上山地と奥羽山脈に抱かれ、北上川が流れる自然豊かな都市である。全国的にも有数の稲作地帯で



戸来事務局長

ある一方、米生産調整に対応し、転作の野菜、果樹、花・園芸作物の主産地化を推進し、生産性の高い農業を展開している。今回は、この花巻市で土地柄を生かし、農業を通じた交流に取り組んでいる企画集団「アミューズイン・おおた」の事務局長を務める戸来邦次さんに話を伺った。

## 農村文化伝える 多目施設としてスタート

「アミューズイン・おおた」は平成三年五月に、花巻市新農村地域定住交流会館「むらの家」の活用を考

える会として発足した。「むらの家」は花巻市が国の補助を受け、農村文化を地域に伝えるため多目的に利用できる施設として整備された。古い

農家屋敷をそのまま移築した造りは、農村の原風景という財産を残すことにもつながっている。当時、農協青年部で活動をしてきた戸来さんらはこの計画を知り、その後の活用方法が十分に検討されないまま施設整備ばかりが先行していることに不安を感じ、この「むらの家」の完成に合わせて会を立ち上げた。同年七月には会の構成を見直し、名称や会則



むらの家

「むらの家」を拠点として、講演会やコンサートなど、地元の人たちが気軽に参加できるイベントを次々企画実施してきた。また、太田地区ではリンゴの栽培が盛んであることから、リンゴを活用し

などを整え、「アミューズイン・おおた」としての活動をスタートさせた。以来、会の名称であるアミューズ・楽しむをもじったグループにふさわしく、「気負わず、楽しく、むらおこし」をモットーに、地域づくり活動を展開している。

## 三世交代による 農業体験

メンバーは農協職員有志を中心に、地元太田地区の十一集落の代表者が加わった三十二人で構成されており、産業、交流、教育文化、広報、観光・環境の五つの小委員会を設置して地域の課題に率先して取り組んでいる。発足当初から、

**団体プロフィール**

設立年 ● 平成3年5月  
 設立・運営主体 ● 自主的組織  
 代表者 ● 安藤清耕  
 会員数 ● 32人  
 <事務局連絡先>  
 〒025-0037 岩手県花巻市太田41-153  
 (電話) 0198-28-3402

た特産品開発にも着手し、りんごジュースの製品化に成功している。試行錯誤を重ねながらさまざまな挑戦をしてきたアミューズであるが、現在は平成五年から続く小学校児童、PTA、老人クラブの三世交代交流による農業体験を行っている。これは学校週五日制が導入されたことに伴い、学校の勉強だけでなく、家庭・地域での活動を通して子供の自主性を育てたいという願いから取り組み始めた。最初は細工の伝承活動から開始したが、水田に囲まれたこの環境を生かしてはどうかというメンバーの発案により、現在の稲作体験に切り替わった。田植えから稲刈り、そして収穫祭と一年を通じた農業体験は、三世代が触れ合える場であると同時に、子供たちが土、農業に触れ合える機会を提供している。水田は地区内の農家から借用し、「むらの家」での収穫祭ではもちつきやしめ縄作りのほか、「冷害と米作り」をテーマにした勉強会を実施した年にはメンバーが自作自演の寸劇を披露。これは、子供たちに農業



稲作体験

への関心を高めてもらいたいという気持ちの表れだ。この農作業体験は、今では学校からの要請により地元小学校の総合学習の授業に取り入れられている。

### 首都圏での参加者集めで一苦労

この事業を通じて農業という地域の素材を生かしながら交流を図ることに成功したアミューズは、豊かな農村環境を生かした都市との交流事業を企画した。ちょうど全国各地でグリーンツーリズムの取り組みが盛んに行われ始めた平成十一年のことである。「太田の休日」と名付けられたこの企画は首都圏の親子連れを対象に、「むらの家」を宿泊場所と

して二泊三日の日程で実施された。内容は、野菜の収穫体験、酪農体験、川遊び体験のほか、地元大沢温泉での温泉入浴、市内の施設見学など。自然豊かな土地を利用して農業を体験するとともに、地元の人々と触れ合いながら地域の魅力を味わえるものとなっている。

農業体験で使用する農園はすべてメンバーが提供。市内のバス運行や交流会など、参加費で賄えない費用は行政に支援してもらった。また、食事の準備では地区の生活改善グループ「虹の会」が協力するなど、他団体とも連携を図った。何より苦労したのが参加者集めだ。花巻市東京事務所を中心にチラシを配布したものの、なかなか集まらず、ある在京新聞に募集記事を掲載する機会に恵まれたことで何とか定員の二十五人を確保することができた。これらの努力が実り実施された「太田の休日」では、皆一様に自然の美しさや農業の面白さ、人との交流の素晴らしさを実感したようで、参加者のみならず地元住民からも好評を博したという。第二回の平成十三年には、わんこそばのつながりで交流の深かった千葉



農産物セット

県市川市を対象を絞り、十八人の参加者を受け入れることができた。

### 在京出身者と組み産直ルート確立を目指す

このようにアミューズは花巻市をはじめ関係団体の協力を得て運営したこの事業を通し、地域住民が一丸となって取り組めばより大きな成果を生むことを確信したのである。また、都市住民が花巻の農産物供給や、農村環境を生かした交流機会の充実を望んでいることを痛感。そこで、平成十四年に都市と農村の交流事業の取り組みを発展・拡大させるため、JA、虹の会、農協青年部、老人クラブと協力し、新たな組織「おらだの里花巻」を発足するに至っている。この「おらだの里花巻」は花巻市出身の首都圏在住者で組織する「在京花巻人会」と連携し、花巻産農産物の首都圏での産直ルート確立を目指している。

目下の取り組みは花巻産のりんごや生野菜などを箱詰めた農産物セットを花巻人会に向けて季節ごとに販売したり、首都圏での花巻物産展に参加したりしている。将来的には有機農産物の販売を

目標に、すでに自身の農園で減農薬栽培に取り組んでいるというアミューズ事務局長の戸来さんは、「安心して食べられる農産物を都市消費者に届け、物心両面の交流を深めていきたい」と語る。

### 花巻ブランドに挑戦

平成八年に花巻市農業賞「むらづくり活動部門賞」、平成十二年には岩手県知事から「いわて個性きらめく農村賞」を受賞していることから、アミューズの活動が既に地域で評価されていることが分かる。しかし、「都市と交流をしてみても、花巻ならではのものが無いことを認識した。これからは地域全体で花巻ブランドを確立していかなければ」という戸来さんの言葉から、気持ちを新たにすることがうかがえる。現在、アミューズはリングゴに続く果実特産品を開発しようと、梅やアンズ、ブルーベリーなどの試験栽培を行い、さらに、歴史をさかのぼって地域資源を掘り起こす作業を開始し、地域資源マップの完成を目指している。これまであきらめずに活動を続けてきたアミューズの挑戦はまだ続く。

(財)地域活性化センター

前編集委員 ● 高柳美奈子

# 町民同士の交流から 国際交流まで

県都岡山市から北へ向かってバスで約一時間、それまでの山々が連なっていく風景が一変し、都会的な街並みが現れる。ここは岡山県上房郡賀陽町吉川にある吉備高原都市、隣町の加茂川町にまたがって工業団地や研究所、住宅団地などが計画的に整備され、余裕のある空間を形成している。この街を中心に地域内の住民同士の交流を目指して設立されたのが、「吉備高原国際親善交流会」である。



代表の難波和子さん

## 子どもたち・地域の人々に 国際交流を

難波さんはもとと神戸市の出身で、家庭の都合で賀陽町に住むこと

になった。最初はこの地域になじむことができなかつたが、一念発起しともともと得意だった英語をさらに研さんすべく岡山市内の英会話教室に通った。そこで出会った講師のアメリカ人のアニタさんから何か地域の人に役立つボランティア活動を実施すること、例えば地域の子どもたちに英語を教えてみてはどういうアドバイスをもらった。

最初は自信がなかつたが、ちょうどそのころ、難波さんのお子さんが通う小学校の先生から「国際交流をしてみたいので、誰か海外から来た人と呼んでもらえないか」という相談があり、アニタさんに声を掛けて快く受けてもらった。実際には、児童たちのみならず先生方からも反応が良かったので、自分でも子どもたち

や地域の人々のために何かできるかもしれないという思いが強くなった。

当時、ボランティアガイドに登録していた岡山県国際交流協会に、子どもに英語を教えるボランティアの会を設立したいと伝えたところ、協会でも積極的に支援することを伝えられたので、平成三年にこの会を設立した。会を設立するにあたっては、

既存の組織のように組織ありきではなく、あまり形式を重視せず、誰でも自由に参加してもらうことにして近所に声を掛け、約七十人近くの会員が集まった。

当初、会の活動は、地域の子どもたちに対して歌やゲームなどを行いながら気軽に英語を覚えてもらう意図で、難波さんをはじめ、数名を講師役としてボランティア英語講座

「英語で遊ぼう」を月に二回ほど開くことだった。また、普段はなかなか外国人に会う機会が少ない町内の人々に対して、県国際交流協会などの協力を得て外国人の方々を講師に迎え、母国での暮らし、風俗や習慣などを話してもらおう「国際理解講座」を年に数回実施した。

## 町内の幅広い参加・交流

どのような会や集まりにでもあることだが、活動のマンネリ化は避けられなかつた。まず、国際理解講座は、内容が形骸化したなどの理由により平成九年で終了した。その後、少子化の流れに伴う受講者の減少で「英語で遊ぼう」も平成十一年に終了してしまつた。

そこで、あまり国際交流ということにとらわれず、地域の人であれば子どもからお年寄りまで誰でも参加できる体験参加型イベントとして、「みんなで遊ぼう一日講座」を平成九年から開催した。これは料理教室や紙の切り絵などの手づくり教室、著名人によるトークショーなど毎回テーマを決め、専門の講師を呼んで地域の人々に参加してもらい、地域内の交流を図ることを目指した講座であり、年に四〜五回程度実施した。

## 団体プロフィール

設立年 ●平成3年9月  
代表者 ●難波和子  
会員数 ●32人  
<事務局連絡先>  
〒716-1241  
岡山県上房郡賀陽町吉川4053  
(電話) 0866-56-7378

この講座のテーマと「国際親善」という団体の名称とはあまり関係ないように思えるが、会としてはそれまでの「国際親善」という言葉が一人歩きしてしま

い、地域の人からは「あの団体は、会の活動はすべて英語を使うことになってるらしい」などと誤解された部分があったので、そのイメージを取り除きたかった。難波さんらの熱意あるPRによって、最初のころは誤解をしていた町民も徐々にこの講座のおもしろさに気づき、最近では町外から参加者が来る講座も出てきた。なお、周知の手段として独自の広報手段を持たないので、町の広報誌や新聞などに頼った。

この講座で一番印象に残っているのが、高齢者・障害者によるファッションショー



ファッションショー。日ごろ化粧や服装などのおしゃれになじみの薄い人たちに、最新モードの衣装を身に付けてもらい、本物のファッションモデルさながらに舞台上に立つてもらったものだ。

ショーでは、普段は足腰のあまり強くない人も本番では見事にステージを歩き回ったり、最初は尻込みし

ていたお年寄りがメイクアップすることで積極的に立ち振る舞うようになったりした。中には、飛び入りでステージに上って参加する人も出てきて、最後のほうでは参加者のみならず、見に来てくれた家族の方々も喜んでくれ、大いに盛り上がったとのこと。

### 「私の夢」の実現に向けて

会の活動の目標は「夢の実現」。地域の人たちがそれぞれの夢を形にすることにより自分達の地域が住み良くなっていくのだと信じているからだ。その夢をテーマとした活動も行っている。

その一つとして、小さな作文コンクールがある。四百字で「私の夢」という共通の作文テーマを設け、応募の対象者を第一回目はお年寄り、二回目は身体にハンディキャップを持った人、そして三回目は海外からの留学生とし、優秀作品を選ぶものだ。これまでにあまり意見を表明したことのない人々に夢を描いてもらうことによって、スポットを当てていくというものだった。

海外からの留学生の回には、当初は地元岡山県内だけで募集していたが、ある新聞社の方から県外の大学

にも広く声を掛けてみたらというアドバイスをいただき、東京大学や京都大学など留学生の多い全国各地の大学に対しても積極的に呼び掛けた。うれしいことに最終的に五十三作品もの応募があった。結局、最優秀賞一作品、優秀賞を二作品に選んだが、そこに書かれている夢はどれも素晴らしく、優劣がつけがたかったそうである。

ちなみに、現在、会の運営資金は年間約五十万円程度。約半分が賀陽町からの補助金、残りは会費や各種財団、企業などからの寄付金や助成金によってまかなわれている。しかし、この先、賀陽町と隣接の加茂川町とが合併すれば、新しい町が補助金を果たして継続してくれるのだろうかと心配している。

しかし、難波さんがアニタさんからももらった「地域で英語を教える」という夢の種が毎年のイベントによって地域に少しずつ花を咲かせ、それが、イベントなどに参加された人々にも伝わり、それぞれの夢の種の実現につながっていくことが会の活動をやってきてうれしかったことだと語ってくれた。

(財)地域活性化センター

前編集委員 ● 千葉義樹

# センター 通信

## 「第二十一回地域づくり団体 全国研修交流会 石川大会」 参加者募集中

全国各地で地域づくりに取り組む人々が一堂に会する「地域づくり団体全国研修交流会石川大会」が、九月三日(金)、四日(土)の両日にわたり開催されます。

この全国研修交流会は、地域づくり団体全国協議会が地域活性化のための情報交換と地域づくり団体相互の交流を通じて自主的、主体的な地域づくりの推進に寄与することを目的として、平成六年から開催しており、今年で十周年、第二十一回目となります。

石川大会を主催する石川県地域づくり推進協議会と地元実行委員会では、大会テーマを「地域づくりわんたたき」とし、地域づくりに必要な知恵「地域知」を全国各地から集まる仲間たちとの交流から創造することを目的に開催するものです。これは、地域づくり団体が抱えるそれぞれの問題を、同じ課題に取り組み県内外の団体や個人が知恵を出し合いながら解決していく試みを重ねてきた「石川

方式」のシンポジウムを発展させ、全国大会と位置づけています。

大会初日は、昨年七月に開港した能登空港に隣接する「のどふれあい文化センター」(穴水町)に全員集合して全体会を「持続可能な地域づくり」と題し、基調鼎談を行います。その後、石川県内十三市町村(珠洲市、柳田村、能都町、輪島市、門前町、穴水町、田鶴浜町、七尾市、鹿島町、志雄町、金沢市、小松市、加賀市)全十七の分科会会場へ移動し、各地の地域づくりの特色を現地で体感していただく趣向を凝らした分科会(前編)・現地交流会を行います。

二日目は、前日に引き続き分科会(後編)を行い、昼食後、現地解散となります。

なお、大会前日の九月二日(木)には、前夜祭を「キャッスル真多戸井(穴水町)」で行います。前夜祭では、能登の「まいもん」に舌鼓を打ちながら全体会や分科会のゲストを囲んで地域づくり談議を行うことにしています。

このように、石川大会実行委員会では、地域づくりの知恵を生み出すための対話・食談・体験という充実した二日間となるようプログラムを組んで、地域づくりに関心がある方の参加者を募集中です。詳細については、次のホームページをご参照ください。

●石川大会ホームページ  
http://www.pref.shikawa.jp/kkaka/udukurkyou/chiki/news.htm

### INFORMATION

#### 参加者募集!

## 海外調査団

### 平成16年度募集 締め切り迫る

(財)地域活性化センターでは、毎年、地域づくりに関する調査を目的とした海外調査団を派遣しており、参加者から好評をいただいております。平成16年度の募集は今月末までとなっておりますが、募集枠に若干の余裕がございますので、お早めにお申し込みください。

#### ●調査テーマ

地域資源を活用したまちづくり  
循環型まちづくり

#### ●訪問国

イギリス・フランス・スイス・イタリア

#### ●訪問地

ロンドン・パリ・ジュネーブ・ミラノなど

#### ●日程

平成16年10月11日(月)～10月22日(金)

#### ●費用

528,000円

#### ●募集人員

15名程度

#### ●お申し込み

平成16年7月30日(金)まで

#### 【お問い合わせ先】

(財)地域活性化センター 業務第2課・清水  
Tel:03-5202-6137  
E-mail:shimizu@jcrd.jp

### INFORMATION

#### 参加者募集!

## 第18回 地域イベント実務研修会

「初めてイベントを手がけることになったが、どうしていいかわからない」「イベントがマンネリ化している。何とかしなければ…」等々、イベントに関する悩みを抱える担当者の皆様の参加をお待ちしております。申込期限が今月末までとなっておりますので、お早めにお申し込みください。

#### ●企画入門コース

日程：9月6日(月)～8日(水)

講師：赤羽政嗣先生<地域マーケティング・コンサルタント>

対象：初めて地域イベントの担当者になった方

地域イベントについて基礎から勉強したい方

内容：地域イベントについてイベントの定義から企画方法まで幅広く知識が習得できます。

募集人員：30名(先着順)

参加費：11,000円(昼1、夜2の食費を含む。宿泊は別途各自)

#### ●実践応用コース

日程：10月4日(月)～6日(水)

講師：二瓶長記先生<イベントクリエイター>

対象：実際に地域イベントに携わっており、具体的な問題解決方法等を学びたい方

内容：イベント事例に基づくグループワークを中心としたカリキュラム構成で、地域イベントの具体的な問題解決方法が習得できます。

募集人員：30名(先着順)

参加費：14,000円(宿泊費などは企画入門コースに同じ)

(両コース受講者12,000円)

#### ●両コースとも、東京弥生会館で開催いたします。

#### 【お問い合わせ先】

(財)地域活性化センター 業務第2課・小林、業務第1課・西森  
Tel:03-5202-6137 Fax:03-5202-0755  
E-mail:kobayashi-s@jcrd.jp

第五十二回

KOCHI

2004年8月9日~12日

8月9日(月) 前夜祭

8月10日(火)・11日(水) よさこい祭り本番

8月12日(木) 後夜祭・よさこい全国大会

8月13日(金) 高知市納涼花火大会

よさこい祭振興会

主役は自分、土佐の夏。



高知県

都道府県漫遊 POSTER GALLERY

# ひ

のきで有名な木曾の高地に位置する開田高原。美しい景観と涼しい気候が訪れる人の心を癒します。

開田村は木曾馬とそばが有名。かわいらしい木曾馬や香りの良いそばはとりわけ人気が高く、木曾御嶽山を背景に草をはむ木曾馬や、白く可憐なそばの花が咲く風景は多くの人々を魅了してきました。こうした美しい景観を守るため、村は昭和47年に「開田高原開発基本条例」を制定。建物の高さや色彩の規制のほか、村全域で商業看板など屋外広告物の設置をすべて禁止しました。景観を損なう看板はすべて撤去するとともに、必要な場所のみ村にふさわしいデザインの統一看板を設置し、美しい景観づくりを進めています。

このほか、樹木を保存する「銘木百選事業」や、派手な屋根の色を茶系の色へ塗り替えた場合に補助金を支給する「ペンキ代助成事業」、住民の皆さんが自主的に行う景観づくりを支援する「集落内景観整備事業」など幅広い取り組みを行っています。こうした取り組みから住民の中には自主的に花を植えたり、環境を整備したりする人なども見受けられ、住民の意識も高まりつつあるように思われます。行政と地域が一体となって取り組んできた美しく潤いのある景観づくりは、「木曾馬とそばのふるさと開田村」の大きな誇りです。

長野県

67

手前みそ

ですが…

開田村

## 屋外の商業看板設置禁止など 景観生かした村づくり



看板のない村



統一看板



御嶽山



木曾馬



5月  
(実施)★日本橋プラザビル  
イベントスペース

- 5月20日～21日  
山口市 (山口県)  
山口観光物産キャンペーン (1)
- 5月24日～26日  
高知県  
土佐の地酒フェア (2)

## ★ふるさと情報プラザ

- 5月10日～14日  
長崎県  
離島の古い教会群(洋館)の紹介  
と世界遺産登録
- 5月24日～28日  
神戸市 (兵庫県)  
神戸、有馬温泉観光PR展 (3)

7月  
(予定)★日本橋プラザビル  
イベントスペース

- 7月1日～2日  
行田市観光協会 (埼玉県)
- 7月8日～9日  
中東遠観光協議会 (静岡県)
- 7月14日～15日  
日義村、開田村、三岳村、  
王滝村 (長野県)

## ★ふるさと情報プラザ

- 7月5日～9日  
盛岡市 (岩手県)
- 7月15日～16日  
高梁市 (岡山県)
- 7月26日～30日  
石岡市 (茨城県)

## 【編集後記】

▼二年前から内閣の主要テーマになるなど、観光を柱に地域振興を図ろうとする取り組みが活発化している。訪日外国人数が日本人海外旅行者数の三分の一以下と“出超”状態にあるのを改め、GDPや雇用拡大に効果の大きい観光を、二十一世紀の「産業」のリード役として位置づけているからだ。だが観光立国を宣言しても、日本がどこにあるか案外知らない人が多いこと、欧米からは日本へ行く予算で中国、韓国へ二度行けるといったコスト高、さらに言葉と文化の障壁がまだまだ多い。防犯・安全面で受け入れを拒む日本人側のメンタルの問題もある。

▼今回のテーマ「新しい観光」では、海外観光客受け入れの先進事例と、国内で今注目されている産業観光、コンベンション、健康増進や修学・学習観光等を紹介した。

▼この三年余、「地域づくり」誌の編集に携ってききましたが、今月号で退くことになりました。ハコ物避け、それぞれの地域資源をチエを出し合ってまちづくりを生かしている先進事例を紹介したつもりです。また、執筆に当たってはなるべく現場をよく知っている方にお願ひしました。今後も編集に情報をお寄せください。(丘)

【8月号予告】

特集Ⅱ コミュニティ・ビジネス

## 地域づくり7月号

平成16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 日本橋プラザビル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

# アテテネ。



1等・前後賞合わせて

## サマージャンボ3億円

1等 2億円 / 前後賞 各5千万円 / 2等 1億円

2004年市町村振興宝くじ 7/12(月)発売 発売期間: 7/12(月)~7/30(金)  
抽せん日: 8/10(火)

この宝くじの収益金は市町村の明るく住みよい街づくりに使われます。財団法人全国市町村振興協会/全国市長会/全国町村会/全国市議会議員会/全国町村議会議員会

この夏、最大のドラマをあなたに。