

事業紹介・事業報告

「一地域一観光への道しるべ」の出版



野畑勝則
調査第三部
主任研究員

1. はじめに

日本では少子高齢化が進み、定住人口を増やしていくことは困難な状況となっている。一方、地方の時代といわれる中「地方にできることは地方に」という方針のもと地方分権が進みつつある。このような環境の下では、定住人口を拡大し、地域振興を図るといった発想のみでなく、地域間で連携・役割分担を行いつつ、交流人口を拡大し、地域振興を図るといった発想を展開する必要がある。

こうした交流拡大の方策として注目されているのが観光である。国では平成15年1月から4月にかけて、観光立国懇談会を開催し、観光立国を実現していく上での課題と戦略がとりまとめられた。

その後、施策の効率的かつ総合的な推進のためとりまとめられた「観光立国行動計画」において、「住んでよし、訪れてよし」の国づくりに向け、国民自身が日本に、そして地域に誇りを持ち楽しく暮らせる国にすることが必要であり、日本各地が個性を磨きその魅力を発揮する「一地域一観光」を目指した各地域の主体的な取り組みが重要であるとされた。

最近になって、地域がそれぞれの持つ魅力を自主的に発見し、それらを自らの創意工夫で、高め、競い合う「一地域一観光」を目指した取り組み活動が各地で進められるようになってきた。国においても、こうした地域の自助努力による取り組みを後押しし、さらに異なる魅力を持つ地域が連携して、その魅力を高めあうための施策を展開しようとしている。

調査第三部では、個性的で活力と魅力にあふれた都市づくり、地域づくりに関する調査研究をおこなっているところであり、平成15年度に地域づくりにおける各地の先進的な取り組み事例やまちづくりリーダー体験談を集め、観光魅力づくりの過程や具体的な方法、取り組み成果などについて調査したところである。

その調査結果を広く普及させるため、「観光魅力づくり研究会」としてとりまとめた「一地域一観光への道しるべ - 観光魅力づくりの手引き -」(ぎょうせい)の概要につ

いて紹介する。

本書の本編は、観光魅力づくり活動の取り組みを各地域で行うための手引きと、実際に観光魅力づくり活動を行っている先進的な取り組み事例、さらには地域間連携による魅力アップに取り組んでいる事例の3編から成り立っており、地域の関係者が自ら考えていくためのヒント集として活用がされることを期待している。以下では、本書の主な概要について紹介する。



図 - 1 「一地域一観光への道しるべ - 観光魅力づくりの手引き -」

2. 「一地域一観光への道しるべ」の概要

2.1 地域の魅力を理解する

観光による地域づくりの第一歩である、地域の魅力を再発見し、さらに地域の魅力を向上させるためのアイデアや活動方針を、6つのステップに分けて解説している。

(1) 「観光魅力づくり活動」とは

「観光魅力づくり活動」とは、観光を柱として地域づくりを推進しようとする地域において、住民や関係者が地域の魅力を十分に自覚し、それをさらに高め、あるいは新たな魅力を創造し、訪れる人にその魅力を感じ取ってもらうための一連の活動である。

「日本に住むすべての人々が、自らの地域社会を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしていけるならば、自ずと誰しもがその地域を訪れたいくなるものである」(観光立国

懇談会報告書より)

観光魅力づくり活動は、このような「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを進めていくための地域の自発的な活動といえることができる。

(2)「観光魅力づくり活動」のプロセス

観光魅力づくり活動の第一歩となるのは、地域住民が長年にわたって大切にしてきた「もの」や「こと」、あるいは、埋もれた資源を掘り起こし、これからの地域の魅力づくりのために活用することである。具体的に「観光魅力づくり活動」のプロセスは、図-2に示すとおり「キックオフ活動」から「観光魅力づくり行動計画作成」まで、6つのステップから構成されている。

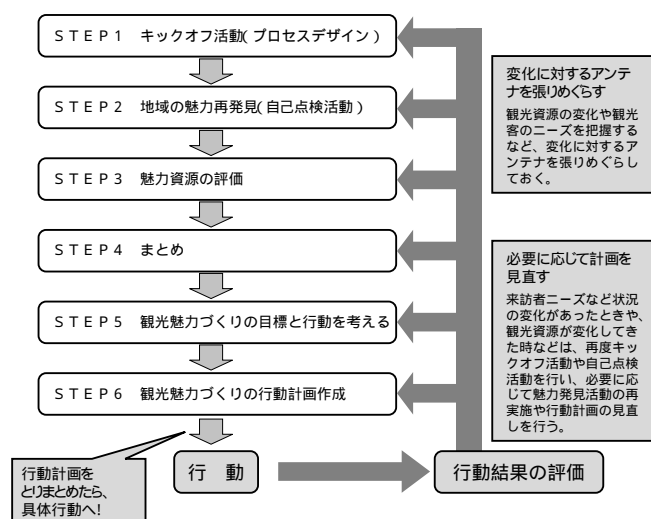


図-2 観光魅力づくり活動のプロセス

STEP1 キックオフ活動(プロセスデザイン)

キックオフ活動は、観光魅力づくり活動に参加する人材や組織に関する情報収集を行い、活動の参加者を見出す。さらに、これら多様な主体の参加するイベントの実施などを通じて、活動の全体プロセスを設計する。

STEP2 地域の魅力再発見(自己点検活動)

参加者が実際に「まち歩き」を体験し、地域の魅力を掘り起こし再発見していく自己点検活動を「地域の魅力再発見」と称している。地域の魅力再発見では、参加者

が実際にまちを歩いて、住民が長年大切にしてきた資源や隠れた魅力を掘り起こし、再発見する。

この活動は 地域の魅力資源としてどんなものがあるのか、 魅力の向上のために改善すべき点は何か、 復元すべきもの、 創出すべきものは何か、 という視点から進める。

STEP3 魅力資源の評価

参加者が再発見した魅力資源や改善すべき点などの結果を点検マップ等でとりまとめする。その点検マップをもとに、多様な視点から評価を加え、共有できる「ものさし」を発見する。

STEP4 まとめ

参加者で共有した「ものさし」に基づき、地域の観光資源、魅力向上のための改善課題等を選び出す。

その結果を魅力資源マップや改善課題マップ等、わかりやすいかたちでとりまとめる。

STEP5 観光魅力づくりの目標と行動を考える

地域の観光資源を活かすためのアイデア出しを行い、参加者が共有できる観光魅力づくりの目標を設定する。

さらに、目標達成に必要な行動のアイデア出しを行う。そのときには、参加者だけでなく、有識者、観光客など外部の意見も取り入れる。

STEP6 観光魅力づくり行動計画作成

観光魅力づくりのための行動計画を策定し、魅力づくりの具体的な取り組みを開始する。参加者が自ら行うことのできる活動と、行政などの支援が必要なものを分類し、予算や事業主体の制約条件を考慮した上で、地域の多様な主体による観光資源の保全、観光魅力低下要因の解消のために実現可能な行動計画書を取りまとめる。

行動計画をとりまとめたら、できることから行動を始める。さらに状況の変化に対応し、必要に応じて行動計画の見直しを行う。

2.2 各地の取り組み事例を参考にする

地域づくりにおける各地の先進的な取り組み事例やまちづくりリーダーの体験談を集め、観光魅力づくりの過程や具体的な方法、取り組みの成果などを紹介している。

(1) 全国各地の取り組みを参考に

ここで紹介している事例は、観光による地域づくりの取り組みのうち、

多様な住民や、NPO等の組織が参加・連携しながら活動している事例

活動内容にオリジナリティや創意工夫を有する事例

観光客数が増加したり、地域活性化につながるなど成功を収めている事例

といった、先進的な取り組み事例である。

それぞれの事例は、地域特有の問題整理の過程で様々な工夫と試行をもとに編み出されてきたものであり、ある地域の活動を他の地域でそのまま活用できるものではない。

しかし、その問題意識の持ち方には、資金づくり・人づくり・組織づくり・システムづくり、新たな観光資源の発見など、様々なものがあり、また、解決方法の見出し方も、自然環境保全、まち並み・景観保全、移動環境の整備、ボランティアなどのサポート体制整備、文化・歴史・産業遺産の発掘など様々であり、いろいろな地域において、役立つヒントが含まれている。

(2) 先進的取り組み事例

ここでは全国各地の先進的取り組み事例として18地域、25事例を紹介している。

多様な住民や、NPO等の組織が参加・連携しながら活動している事例

長野県・新潟県県境地域の関田山脈地域では、スキーブームが過ぎた背景と安易な自然の改変や人工的施設に頼った地域おこしへの反省から、地域の再生を「恵まれた自然環境の真の活用」という点から「トレッキング」というシンプルな機能を軸にした。自然と触れあい、自然と共生する生活の理想像を追及する姿勢や取り組みを真正面から事業モチーフに位置付け、そのために必要なサービス、環境づくり、情報提供などを地域の担い手として民間組織(NPO)が設立され、事業を実施している。

活動内容にオリジナリティや創意工夫を有する事例

鳥取県鳥取市の鳥取砂丘では、新たな砂丘の魅力を全国に発信していく取り組みとして「鳥取砂丘イリュージョン」

を実施している。観光客が少なくなる冬の砂丘の夜を幻想的なイルミネーションで飾り、新しい砂丘の魅力を発信しようとしたものである。



写真-1 鳥取砂丘のイルミネーション

観光客数が増加したり、地域活性化につながるなど成功を収めている事例

奈良県桜井市では、大和の国の発祥地として、飛鳥時代から江戸時代末期までの様々な歴史的な建造物、社寺仏閣、記念碑が残っており、地域内各所に多くの見所が散在している。それらの魅力溢れる観光資源を徒歩ルートとしてつなぎ、各古道のテーマに沿って地域を堪能してもらう「古道紀行ハイキング」などを実施している。

平成15年度の観光入込客数は、744万人に達し、10年前に比べ、100万人以上増加している。



写真-2 古道のハイキングを楽しむ参加者

(3) 地域活動実践者の体験談

地域づくり活動の実践者に対して、活動を行うに至ったきっかけ、取り組みにおいて苦労した点、注意した点、問

題の解決に向けて工夫し、努力を行った点などについて、3地域4名の方々の体験談をコラムにとりまとめた。

例えば島根県津和野町では、通過型観光が行われていることに対する危機感から、滞在型観光地への転換を図ろうという機運が出はじめ、新たな魅力の創出を図る体験・学習型観光地づくりが進められている。

2.3 地域の仲間を探す～広域連携の展開～

地域づくりをさらに発展させ、行政区分にとらわれず、複数の観光資源を組み合わせている広域連携の取り組み事例をとりとまとめた。

(1) 広域地域のスタイル

観光を軸として地域づくりを進めていこうとすると、ある地域が独自に取り組むだけでなく、地域の仲間どうしが連携して取り組むことが効果的である。

特に観光については、人々の観光ニーズや行動が多様化している中で、地域がバラバラに観光交流の拡大に取り組んでいたのでは、観光客の視点を欠いた非効率な取り組みになりかねない。

行政区域にとらわれることなく、近隣の複数の観光資源を組み合わせることで回遊性のある観光ルートを開発したり、地域の広域的な取り組みにより新たな魅力を創造することなどによって、地域の観光資源を効果的に結びつけ、地域全体の魅力を高めることが重要である。

広域連携の取り組みによって地域の総合的な魅力を高めることができれば、結局は個々の地域がその恩恵を受けることになる。

本書では、3つの視点から観光交流空間づくりにおける連携の方策をまとめ、具体的な広域連携の取り組みについて11地区15事例を紹介している。

地域資源 ～地域連携による魅力の多様化～

観光客のニーズが多様化する中で、1つの観光地ですべてのニーズに対応することは困難である。それぞれの地域の魅力を組み合わせることによって、観光客にとって幅広い体験が可能な、魅力ある広域観光地域を形成することが可能である。

例えば北海道後志地域（小樽・積丹・ニセコ等）では、

ドライブ観光支援に関わる情報提供を官民協働体制で展開している。

情報発信 ～「地域ブランド」の確立と普及～

個々の地域に存在する観光資源は、知名度や集客力がそれほど高くない場合でも、これらの地域の観光資源が共通の歴史的・文化的土壌に育まれていたり、特徴的な気候風土や自然環境に根付いた資源であったりすることがある。

このように、観光資源が観光客の関心をひくような何らかの共通項で括られる場合に、それを地域固有の識別子ともいえる「地域ブランド」として発信することによって、他の地域との差別化につなげていくことができる。

例えば、石川県能登半島では、地域のブランドの認証制度を地域のNPOが立ち上げ、地域ブランドの「品質」を担保しようとする先進的な取り組みが行われている。

参加と連携 ～共通課題への取り組み～

全国各地の観光地の中には、共通の問題に悩んでいる地域が多くある。共通の課題への対応について、情報や意見の交換をしながら解決し、さらに各地域の関係者が一丸となって活動していくことなどが大切である。

例えば福島県あいづ地域では、交通事業者や行政、観光業者などが一丸となり、公共交通機関の連携により、それぞれの観光地が個別の競争ではなく、会津地域全体の発展を目指した取り組みが行われている。

3. おわりに

本書には、観光分野における具体的な取り組み事例を多数紹介している。観光については、人々の観光ニーズや行動が多様化している中、これらの事例を読み解くことによって観光に携っている方々の地域において、きっと役立つヒントが見つかるものと確信する。

当センターとしては、このような出版という情報発信を通して、全国各地の観光による地域づくりに貢献していきたいと考えている。

参考文献

1) 観光魅力づくり研究会、平成16年5月、「一地域一観光への道しるべ」