

中国地域の観光戦略調査

～ 中国地域・全国の取り組み事例から ～

平成 17 年 3 月

中国経済連合会

日本政策投資銀行 中国支店

目次

1 . 序論	
1 - 1 . 調査趣旨	p.1
1 - 2 . 国内観光の現状と観光戦略の概要	p.1
1 - 3 . 中国地域の観光の現状と課題	p.2
2 . 観光活性化の取り組みにおけるポイント	
2 - 1 . 調査事例	p.3
2 - 2 . 調査結果の傾向	p.4
2 - 3 . 単体や地区レベルでのポイント	p.5
2 - 4 . 都市や地域レベルでのポイント	p.6
2 - 5 . 共通する観光活性化の取り組みにおけるポイント	p.8
3 . 中国地域の先進事例	
3 - 1 . 調査事例概要	p.10
3 - 2 . ヒアリング対象者一覧	p.11
3 - 3 . 事例集	
君田町（広島県三次市）	p.13
萩市（山口県）	p.19
石見銀山（島根県大田市）	p.23
足立美術館（島根県安来市）	p.29
しまなみ海道（広島県・愛媛県）	p.33
4 . 全国の先進事例	
4 - 1 . 調査事例概要	p.38
4 - 2 . 中国地域との対比	p.40
4 - 3 . ヒアリング対象者一覧	p.41
4 - 4 . 事例集	
山代温泉（石川県加賀市）	p.44
浅間温泉（長野県松本市）	p.49
五ヶ瀬町（宮崎県）	p.54
宮村（岐阜県）	p.59
岐阜市（岐阜県）	p.64
スミス会議（滋賀県彦根市）	p.69
北野工房のまち（兵庫県神戸市）	p.74
横浜市（神奈川県）	p.79
北東北三県（青森県・岩手県・秋田県）	p.84

1 . 序論

1 - 1 . 調査趣旨

国内観光産業の長期低迷に対し、政府は「観光立国」政策による観光振興に取り組み始めている。貴重な内発型産業である観光産業は幅広い業種業態に関連し、波及効果を含めた経済効果は極めて大きい。また観光産業は、地方分権社会での地域の自立、地域間の交流活性化、地域間競合対応などの課題に対応する有望なツールである。

中国地域においても、各自治体単位では、独自に様々な観光振興策が推進されているが、地域が一体となった活動について見ると、他地域に比べて取り組みが遅れていると思われる。全国的に見てみると、潜在している地域資源（観光資源）を地域自らの手で発掘して磨き上げ、観光活性化につなげようという試みが実践されており、こうした取り組みの中に、知名度こそ A クラス観光地に及ばないものの、小粒でもキラリと光る観光資源を持つ中国地域の、今後の観光活性化のヒントが隠れているものと思われる。

そこで、今回の調査では、観光活性化の注目事例を全国・中国地域から抽出し、観光活性化の考え方や仕組み、人々の関わり方などについて、中国地域内で観光活性化を目指す地域にとって参考となりうるポイントを整理し、紹介するものである。

1 - 2 . 国内観光の現状と観光戦略の概要

近年の国内旅行市場は、宿泊観光の参加率、参加回数、消費額のいずれについても減少傾向が続いており、日帰り観光についても参加率、参加回数ともに低下している。2001 年に発生した同時多発テロによる海外旅行からの需要シフトが期待されたが、結果としては景気の低迷もあり、伸び悩みが続いた。

平均宿泊数も、2001 年において、2 泊までで 8 割強を占める（日本観光協会調べ）など、短期化の傾向にあり、旅館・ペンション・民宿などは閉鎖が相次いでいる。

旅行者の形態を見てみると、6 人以上の中規模及び団体旅行の比率は低下しており、5 人以下の小グループ旅行が増加している。旅行回数の多い 3 大マーケット層は 小学生連れの家族旅行 子育て後の夫婦の旅行 中高年女性のグループとなっている。

こうした変化に伴い、観光に対する旅行者のニーズも変化してきている。以前のように大型バスで幾つもの有名観光地を観て回る旅行から、個々人の関心やテーマを出発点とする目的型観光・規模は小さいながらも従来の観光地にはない体験型施設やプログラムを備えた施設での体験型観光へと変化してきていたが、その傾向は最早定着したと言ってよい。

こうした国内観光の現状を受けて、国としても観光旅行促進のための取り組みを行ってきた。特に国土交通省では様々な施策を展開している。代表的な取り組みとして「長期家族旅行国民推進会議」「観光交流空間づくりモデル事業」「観光カリスマ百選」が挙げられる。「長期家族旅行国民推進会議」では、連続休暇の取得により、長期家族旅行が普及・定着することを目的として、国民各層から幅広い参加を得て検討を重ねている。「観光交流空間づくりモデル事業」は、地域特性を踏まえた観光戦略に基づき、多様な地域資源を活用

し、地域の幅広い関係者が一体となって観光を軸とした良好な地域づくりと観光交流拡大の取り組みについて、モデル地域を選定し、国土交通省がその取り組みを重点的に支援する事業である。「観光カリスマ百選」は、観光振興を成功に導いた人々を観光カリスマに選定し、先達の類まれなる努力を学ぶことにより、それぞれの地域の観光振興に役立てようというものである。

農林水産省では、グリーンツーリズムを農山漁村の活性化、都市と農産漁村の共存関係構築のためのひとつの重要な施策として位置付け、積極的に取り組んでおり、「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」や、「食と農の再生プラン」などを策定している。前者に基づく都道府県基本方針及び市町村計画の策定状況は、1995 度末の 6 都道府県 6 市町村から、14 年度末の 47 都道府県 282 市町村へと広がりを見ており、農家民宿から農林漁業の体験活動など、多様な内容となってきている。

以上、国内観光の現状と主要な観光政策を概観したが、各地方自治体・地域レベルにおいても、現状は変わらず、ともすると、より深刻な状況にあると言えるかもしれない。そうした中で、観光振興に繋がる取り組みは多く、また正面から観光振興を謳っていないくても、間接的に波及効果を及ぼしている取り組みも数多くある。そうした地域発の取り組みに注目して、今回の事例を見ていくこととしたい。

1-3 . 中国地域の観光の現状と課題

近年の中国地域全体の入込み観光客数（日帰り・宿泊合計）は 2001 年からほぼ横ばい状態である。中国地域の入込地域についてみると、広島県は全国各地から広範囲に入込みが見られるが、その他の 4 県は中国地域又は隣接する地域（近畿又は九州）からの入込みが多くなっている。特に岡山県は近畿地方からの入込みが約 5 割を占めている。

中国地域の観光資源については、バラエティーに富んでいてバランスがいい反面、強烈なインパクトに欠けている。また、各観光地が線・面として有機的に結ばれているとは言い難い。近年の観光戦略において重要視されている体験観光については、重要な担い手となる観光ボランティアやインストラクターが不足している。

交通面では、道路網の整備に伴い、中国地域の南北幹線は整備され、南北の都市間、中国地域と他地方の都市間を結ぶ高速バス路線は増加しているものの、山陰地方における高速道路の整備状況は低いままである。また、空港と主要観光地を結ぶリムジンバスがない、1 次交通（飛行機、JR）と 2 次交通（バス等）の乗り継ぎが悪いなどの問題点が残っている。さらに、瀬戸内海には多数の小島があり、観光地資源も豊富であるが、島から島への交通アクセスや、島内の交通アクセスが悪く、観光客にとって不便なものとなっている。

その他、中国地域では、埋もれた観光資源はあるにもかかわらず、それが活かし切れていないこと、情報発信能力が弱いために認知度が低いことが課題として挙げられる。

これらの課題を戦略的に克服していくための参考資料として、今回の調査結果が役立つことを期待する。

2. 観光活性化の取り組みにおけるポイント

2-1. 調査事例

今回の調査では、観光活性化の注目すべき取り組みとして、中国地域 5 事例、全国 9 事例の計 14 事例を調査した。

下表では調査事例から抽出された【参考となるポイント】を横軸に、【調査事例】を縦軸に配し、各ポイントが観察される事例に「」を表示した。併せて【備考】に各事例が中国地域で参考となると思われる地域の類型を記した。

なお、「」の表示はあくまで各ポイントが観察される事例の一部を抜粋したもので、ポイントの多くは濃淡こそあれ、大半の事例に共通する場合が多い。「」の表示のない事例でも参考となる点が多いため、詳細は第3部の各論を参照されたい。

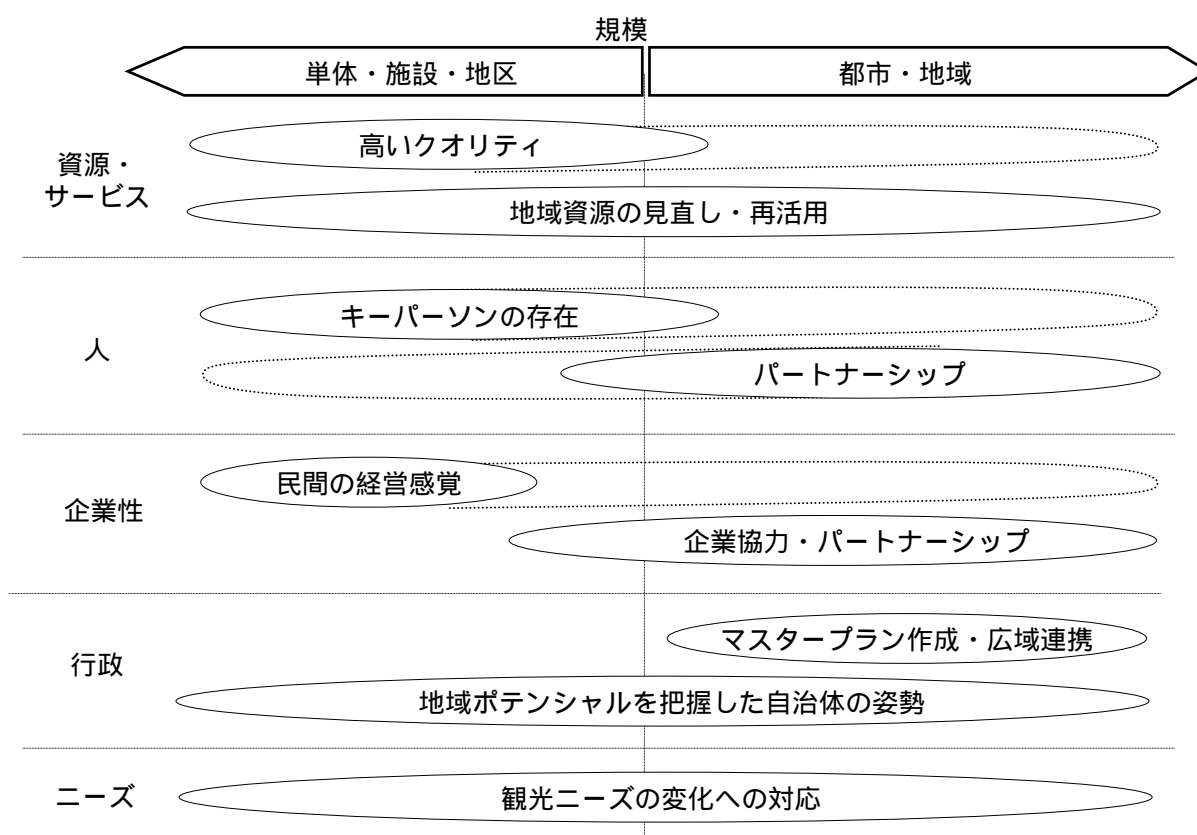
【タイプ】	【調査事例】	【参考となるポイント】									【備考】 (中国地域で参考となる地域)	
		高いクオリティ	キーパーソンの存在	民間の経営感覚	観光ニーズの変化への対応	地域資源の見直し・再活用	地域ポテンシャルを把握	した自治体の姿勢	パートナーシップ	マスタープラン		広域連携
温泉地型	山代温泉 (石川県)											従来型温泉観光からの脱却を目指す地域
	浅間温泉 (長野県)											
農山漁村 観光型	君田温泉森の泉 (広島県三次市)											地域資源を活かした新たな集客を図りたい地域
	五ヶ瀬町 (宮崎県)											
	宮村 (岐阜県)											
伝統的 観光地型	萩市 (山口県)											従来型観光地からの脱却を目指す地域
	岐阜市 (岐阜県)											有識者や教育機関と連携したい地域
	スミス会議 (滋賀県彦根市)											歴史資源を観光に活用したい地域
歴史資源 活用型	石見銀山 (島根県大田市)											歴史資源を観光に活用したい地域
単独施設型	足立美術館 (島根県安来市)											単独施設の集客を伸ばしたいところ
産業観光型	北野工房のまち (兵庫県神戸市)											地場産業を観光に活用したいところ
都市型	横浜市 (神奈川県)											民間活力を観光に活用したい地域
広域連携型	しまなみ海道											広域連携で観光活性化に取り組みたい地域
	北東北三県											

2-2. エリア規模からみた取り組みポイントの傾向

今回の事例調査結果を見ると、前記の取り組みポイントについて、対象となるエリアのサイズによって、重要視されるポイントの傾向が異なっているように見受けられる。もちろん、高いクオリティ、キーパーソンの存在、民間の経営感覚等はいかなる場合においても重要な事項であるが、ケース毎の取り組み方針を明確とするため、敢えて、サイズ別に見た場合のポイントを整理すると、次のとおりとなる。

次項(2-3)では、サイズ別にみた主要取り組みポイントについて、個別事例に即して概説する。

単体や地区などの狭いエリアでのポイント	高いクオリティ キーパーソンの存在 民間の経営感覚
都市や地域などの広いエリアでのポイント	パートナーシップ マスタープラン作成 広域的な連携
エリアにかかわらず共通のポイント	観光ニーズの変化への対応 地域資源の見直し・再活用 地域ポテンシャルを把握した自治体の姿勢



2-3 . 単体や地区レベルでのポイント

高いクオリティ

単体施設や地区レベルなど狭いエリアにおける観光振興の取り組みでは、個々の資源の質の高さはもちろん、超一流のもてなし、双方向のいやしなど質の高いサービスが人を惹きつけている。例えば、中国地域にも泉質の良い温泉があるが、そこに質の高いサービスを付加することで、注目され、集客が大きく伸びる可能性が生まれる。

中国地域の例を挙げると、足立美術館（島根県安来市）は超一流の絵画と日本庭園というクオリティの高い資源を保つことにより関西などの広域圏から集客し、近年はインバウンドも大幅に伸びている。君田温泉森の泉（広島県三次市君田町）はその源泉の質の高さが人気を呼ぶとともに、3セクではあるが接客サービスにおいて高い質を保つ努力をしている。また、石見銀山（島根県大田市）では、古いものを活用し新しいものを作り上げるという「復古創新」をテーマに掲げた歴史的資源の活用や、住民と観光客の「双方向のいやし」の場づくりをしており、今後は現在のたたずまいを質の高い観光客にゆっくりと観光してもらうために、観光客の総量を制限することができないかを考えている。

全国の例をみても、北野工房のまち（兵庫県神戸市）における「北野工房のまちの店舗にだけあるというオリジナルテーマ商品」を中心商品として提供することにより、小さくてもキラリと光る存在となっている。

キーパーソンの存在

観光振興の取り組みにおいては、地域に愛着を感じ、地域のために尽力する“人”の存在が重要な要素となっているが、特に単体施設や地区レベルなど狭いエリアにおける観光振興の取り組みでは、キーパーソンの動きが地域に大きく影響を及ぼす。中国地域では、自らが先頭に立って活動している人が存在する地域や、Uターン、Iターンなどの外部人材が活動している地域では、徐々に動きが生まれている。また、自らが先頭に立って活動している人がいない地域でも、キーパーソンとなり得る人材は少なくないため、地域の人材という“人”に注目し、観光活性化のキーパーソンとして育てていく視点も重要である。

中国地域の君田温泉森の泉では一人の行政職員が運営を長期にわたり任せられ、その人が卓越した経営センスを発揮したことで、当初計画を大幅に上回る集客を記録している。また、足立美術館は、初代館長の「超一流のものには人は集まる」という理念を追求し、入館者数が減少した時にも投資を惜しまなかったことが、入館者数の安定、増加を生んでいる。

石見銀山では、その土地を愛するUターン、Iターン人材が、その土地で起業し、社屋やお店などをまちの佇まいに調和したものにするなど、その土地に根づいて活動しており、地域住民と一体になったまちづくり活動につながっている。

全国事例の浅間温泉（長野県松本市）では、社会福祉の分野に興味があったお寺の住職

の活動が、廃業した温泉旅館をデイサービス施設へ転換させるなど、ケアタウンへの動きを作っている。

民間の経営感覚

施設の管理・運営など、民間企業などが担っているものは、営利を追求するために、コストの削減やサービスの向上などしっかりとした経営を行うが、公設の施設などを第3セクターが管理する場合などは、コスト意識の欠如やサービス水準の低下が見られる場合が多い。観光により活性化を図るためには、道の駅などの拠点施設や、公設の宿泊交流施設など、中国地域に数多く存在する第3セクターが運営する集客施設への民間の経営感覚を導入することは必須となっている。

中国地域の君田温泉森の泉では、住民出資の第3セクターを設立し、「ふぉレスト君田」の運営を行っているが、3セクの課題である地域のしがらみを排除し、労務管理の徹底や接客サービスの研修など職員の意識改革を徹底させており、施設整備などの初期投資は村が負担していることもあるが、初年度から黒字経営となっている。

全国事例をみると、山代温泉（石川県加賀市）では、地域の賑わいを創出し、高齢者と若者の世代間交流ができる場として「はづちを楽堂」が公設（加賀市）されており、運営を地元のNPOが市から補助金を受けて行っている。観光客だけをターゲットにするのではなく、地元にも目を向けて、地元密着型の取り組みを行っている。浅間温泉の事例では、廃業した旅館をケア施設として再生し、運営は地元の住職が理事を務めるNPOが行っているが、介護保険や施設利用料を徴収することで、市からの補助は受けずに独立採算で運営されている。スミス会議（滋賀県彦根市）の事例では、NPOがスミス記念堂の移築費用を募金や企業からの支援金で集め、移築後の運営に関しても料金徴収による独立採算を目指している。北野工房のまちでは、第三セクターで運営されており、廃校になった小学校を再利用している施設では、入居しているテナントが賃料を払い、テナント会を組織して、その運営を民間団体（神戸ファッション協会）が担うことで、民間事業者の経営ノウハウも取り入れている。

2-4 . 都市や地域レベルでのポイント

パートナーシップ

民間と行政のパートナーシップは、ハード事業とソフト事業が求められる観光振興の取り組みに欠かせない視点であるが、特に都市や地域など広いエリアにおける取り組みにおいては、個人の力では限界があり、民間と行政のパートナーシップが求められる。中国地域では、官民それぞれが思い思いに頑張っているという地域が少なくないが、民間と行政にはそれぞれの得意分野があるため、観光活性化における個々の役割を認識し、お互いがパートナーの関係で観光振興のための施策を実施することが求められる。

全国事例を挙げると、五ヶ瀬町（宮崎県）ではグリーンツーリズムを進めるにあたり、「タ

日の里づくり推進会議」を発足させ、様々な取り組みは住民主導で実施しているが、情報発信などは自治体が担い、推進会議の事務局は五ヶ瀬町役場に置かれているなど、行政と地域住民の連携体制が確立している。また、宮村（岐阜県）でのグリーンツーリズム事業では、宿泊の受け入れや体験プログラムの作成は民宿経営者でつくる「グリーン体験宿」が行い、情報発信や受け入れ窓口を宮村役場、体験プログラムのインストラクターを地域住民が担うという、3者のパートナーシップが形成されている。

規模が大きい横浜市（神奈川県）では、横浜市の観光・コンベンションに携わる約140の企業・団体・市民事業者からなる横浜観光プロモーションフォーラムを組織し、事務局は横浜観光コンベンション・ビューローが担っており、連携の場ができています。また、横浜市への来訪者を増やす事業を広く民間から公募し、審査を経て認定された事業は横浜観光プロモーションフォーラム、横浜市、横浜観光コンベンション・ビューローが一体となって支援するなど、民間の活動を行政が支援するというパートナーシップが成り立っています。

マスタープラン作成

前述のような官民のパートナーシップによる観光活性化を図るためには、関係者の共通目標の設定や、実施事業の整理のために、マスタープランの作成が必要である。最終的な目標の設定と、目標に向けた短期的な行動、中・長期的な戦略を盛り込んだ、観光活性化のためのマスタープランを、官民が一緒になって作成することが求められ、その作成過程でパートナーシップが形成されることも重要なポイントである。

萩市（山口県）では、修学旅行生の減少や宿泊客の減少という大きな危機感を背景に、滞在型・体験型観光への転換を目指し、萩市に残る歴史的な町並みや文化財を活用した萩まちじゅう博物館構想を策定し、構想を観光面で推進するために萩市観光戦略5か年計画を策定するなど、マスタープランのもと各種事業を実施している。

北東北三県（青森県・岩手県・秋田県）では、北東北文化観光振興アクションプランを策定し、北東北の統一イメージの形成やPR、誘客事業、受け入れ態勢の構築などを実施している。このアクションプランは前期5年後期5年の10年計画であるが、後期計画では、前期計画の検証を行った結果を反映させるとともに、毎年事業を検証し、見直しを行っている。

広域的な連携

地域には様々な資源があるが、広域的にそれらの資源をつなぐことで、観光的な魅力を大きくすることができる。市町村域をまたぐ広がりのある地域や、県境をまたいだ地域などでは、広域的な連携による観光振興が不可欠であり、また、離れている都市同士でも、同一テーマのもとに広域的な連携による集客を図ることにより観光資源としてのポテンシャルを上げることに繋がる。

しまなみ海道（広島県・愛媛県）は県境をまたいだ地域であり、沿線地域の関係者を集めた協議会を設立し、観光振興を図っている。尾道市観光文化課が事務局を担う「瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会」は、関係する市町村と各種団体に連携組織が構成されているために合意形成しやすく、求心力を持っているところが事務局を担っている。同じような力を持つ自治体の連携にとって、事務レベルで煮詰めることができる機動性の確保が重要になってくると考えられる。また、住民・NPO・民間企業の事業アイデアを積極的に取り入れ、補助金を出すなど、地域と一体となった取り組みを重視している。

北東北三県の事例では、青森県・秋田県・岩手県の3県が持ち回りで事務局を担当している。各県が地元の観光資源を有効的に活用するために、隣接3県での連携事業に取り組んでいる。特に北東北3県では、県の枠を飛び越えた観光資源（十和田八幡平国立公園・白神山地など）があるため、連携の効果は高いと考えられる。

（中国地域における参考事例）鳥取、島根両県をまたぐ中海・宍道湖圏域において、県境に加え、神仏や宗派の違いを越えて複数の寺社が連携する取り組みが始まっている。これは、同地域の20の寺社が参画する「出雲の国社寺縁座の会」を推進母体として、各社寺を1番から20番の札所とする新たな巡礼コースを設定するなどの施策を行おうというもので、広域連携による新たな魅力創造の取り組みとして注目される。

2-5. 共通する観光活性化の取り組みにおけるポイント

観光客の減少・観光ニーズの変化への対応

観光活性化に取り組むきっかけとしては様々考えられるが、昨今の観光不況、団体旅行から個人旅行への観光形態の変化を危機感として感じ、取り組み始めている事例が多い。

山代温泉では、温泉団体観光客の減少に対して温泉旅館が危機感を感じ、既存の囲い込みによるサービスを改め、個人観光客がまちなかに出て楽しめるサービスの提供へと方向転換を図っている。浅間温泉や宮村では、温泉客・スキー客の減少により、新しい業態（ケア・グリーンツーリズム）への転換を図っている。宮村では、昨今の体験型修学旅行のニーズに対応する形で、体験プログラムを取り入れた修学旅行生の受け入れにも積極的に取り組んでいる。萩市では、修学旅行生の減少から、個人観光客への対応として、滞在型・体験型観光への転換を目指し、市が観光戦略を策定したり、中心観光拠点（萩博物館）を設立したりしている。

五ヶ瀬町では、年に1回実施していた農村民泊のツアー客の「いつでも来たい」という要望に応える形で継続的な農村民泊への取り組みがスタートした。北野工房のまちでは、消費者から「作り手の顔が見えるモノ」への希求が高まりを見せていたことから、体験型工房としての産業観光施設の検討が行われた。君田温泉森の泉では、温泉源を活用した施設として、もともとはクアハウスの計画であったが、長期的な視点に立った施設作りへの見直しを図り、住民が気軽に利用できる大衆浴場的な施設（ふぉレスト君田）の計画とした。

地域資源の見直し・再活用

観光資源は地域によって固有である。SA級の観光資源もあれば、知名度は低いがキラリと光る観光資源もある。また、資源価値は高いものの、うまく利用されていない観光資源も多い。手法は様々であるが、地域の観光資源を見直したり、再活用したりすることで、観光活性化を図っている事例が多い。

岐阜市の事例では、地域資源の見直しのために大学を利用している。学生の視点からの新しい魅力発見（観光マップ作成）、科学的な研究による新しい魅力発見（温泉成分の研究）に取り組んでいる。スミス会議の事例では、取り壊された近代化遺産（スミス記念堂）を移築・保存し、観光資源としての活用を目指すほか、生涯学習・歴史教育の場として地域に根付いた施設を目指している。活動主体はNPOで、まちづくりと一体となった取り組みを心がけている。石見銀山では、地域を愛する人たちが古いまちなみの保存や新たな魅力の創造に取り組んでいる。保護の観点だけでなく、活用してこそという観点を持ち込み、外見は古くても内は新しい空間という「復古創新」という手法を基本としている。しまなみ海道の事例では、「しまなみ百選選定事業」として地域資源を掘り起こして、観光活用を図ろうとしている。暮らしの中から観光資源を織り上げることが重視している。

地域資源を活用して観光活性化に取り組むことによって、地域活性化に繋がる事例も多い。宮村では、地域の高齢者を体験プログラムのインストラクター（地元伝承技術）として活用していることで、村全体に活気が出てきている。君田温泉森の泉では、ふぉレスト君田で産直市や地域イベントなどを行って、地域との関わりを強く持つことを意識しているために、地域住民の自慢の場所となり、結果として地域住民の集まる場所となることで、地域活性化に貢献している。

地域ニーズ・ポテンシャルを把握した自治体の姿勢

観光活性化の取り組みにおいては、行政（地元自治体）の姿勢や地域との関わり方も重要である。観光に限らず、活性化策を行政主体で進めていくと長続きしない。民間のやる気を出させる仕組み作り、地域ニーズを把握した支援、地域のポテンシャルを把握した取り組みが求められているだろう。

山代温泉の事例では、自治体と地域が同じ危機感（温泉客の減少）を抱き、地域発の取り組みに自治体がうまく支援している。石川県がまちづくりに寄与する改修に対して補助金を出す制度がそれである。地域もこの制度をうまく利用し、旅館の観光客囲い込みを開放しようとしている。岐阜市の事例では、長良川温泉の活性化に頭を悩ます地元に対して、岐阜市が大学とのパイプ役となって、共同研究を提案している。岐阜市が築き上げてきた大学との繋がりを利用して、地域住民のやる気呼び起こそうとしている。北野工房のまちでは、運動場を大型観光バス駐車場に改修したことが大きな成功要因となっている。背後に大型観光地（北野異人館街）を抱えながら、大型バス駐車場がなかったという、地域ニーズを神戸市が把握して取り入れたことは評価に値する。

3 . 中国地域の先進事例

3 - 1 . 調査事例概要

君田町（広島県三次市）

行政職員が経営手腕を発揮し、地域住民の誇りとなる集客資源を構築

萩市（山口県）

大きな危機感を背景に、マスタープランのもと、拠点施設の整備と住民・NPO の参加型の取り組みを実施

石見銀山（島根県大田市）

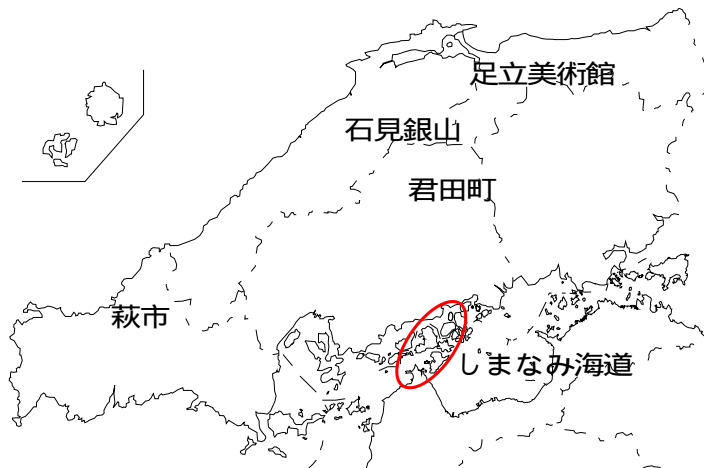
地域に愛着を持つ人材による町並み保存と新たな魅力の創造

足立美術館（島根県安来市）

超一流のものには人が集まるという理念を追求し、海外からの評価も高い

しまなみ海道（広島県・愛媛県）

広域連携により県境を越えた組織を構成、官民連携も実施



3-2. ヒアリング対象者一覧

君田町(広島県三次市)	H16/10/21 (株)君田 2 1 (君田温泉森の泉)常務取締役 古川(カワ)充 氏 〒728-0405 広島県三次市君田町泉吉田 311-3 TEL:0824-53-7021 FAX:0824-53-2119
萩市(山口県)	H16/10/26 萩市経済部観光課 田中 裕 課長 〒758-8555 山口県萩市江向 510 番地 TEL:0838-25-3139 FAX:0838-26-0716
石見銀山(島根県大田市)	H16/11/4 (株)石見銀山生活文化研究所 取締役所長 松場 登美 氏 〒694-0305 島根県大田市大森町八-183 TEL:0854-89-0131 FAX:0854-89-0877 H16/11/4 大田市商工観光課 和田 亮 課長補佐 同 石見銀山課 田中 純一 課長補佐 〒694-0064 島根県大田市大田町大田 口 1111 TEL:0854-82-1600 FAX:0854-82-9150
足立美術館(島根県安来市)	H16/10/28 足立美術館 総務部 門脇 達二 課長 〒692-0064 島根県安来市古川町 320 TEL:0854-28-7111 FAX:0854-28-6733
しまなみ海道(広島県・愛媛県)	H16/10/25 瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会事務局(尾道市観光文化課) 岡田 豊明 課長補佐 〒722-8501 広島県尾道市久保 1 丁目 15-1 TEL:0848-25-7184 FAX:0848-25-7293 H16/10/27 (有)地域科学研究所 取締役社長 和田 崇 氏 〒732-0051 広島県広島市東区光が丘 8-12 ハイツ光が丘 1F TEL:082-568-2180 FAX:082-568-2465

3-3 . 事 例 集

行政職員が経営手腕を発揮し、地域住民の誇りとなる集客資源を構築：君田町（広島県三次市）

【概要】

1988年に掘削した泉源を活用し、1997年10月に温泉宿泊（君田温泉森の泉）と直販市などが備わった道の駅「ふぉレスト君田」をオープンさせた。行政主体の3セクながら初年度から黒字経営を継続し、来場者は当初計画を大幅に上回り、地域の雇用の場となるとともに、イベント開催や直販市など地域住民の誇りとなる施設となっている。

【概況】

君田町の概略

三次市君田町（旧君田村、以下「君田町」）は、人口1,900人余り、高齢化率が38%を越える過疎高齢化が深刻な地域であるが、JR三次駅から車で15分、中国自動車道三次ICから車で20分の距離に位置し、広島市や福山市からの2時間圏内となっている。



君田町では、1988年に泉源を掘削しており、その活用方法を検討した結果、健康づくり施設としてクアハウスをつくることになっており、1994年頃にクアハウスについて視察を重ねていたが、豪華な施設が多く、バブル崩壊後の景気低迷期であったため、長期的な視点に立った施設づくりへの見直しが検討され、1995年、観光的要素の強かったクアハウスの計画を、住民（村民）が気軽に利用できる大衆浴場的な施設の計画に見直した。

この見直しに当たっては、議会に理解してもらうために収支計画などの数字を提示する必要があり、古川氏（ヒアリング対象者）は行政職員であったが、経営者としてどうあるべきかを考えて行動していた。君田町の現在の成功の要因として、クアハウスの計画を気軽に使える施設に見直したこと、住民の参画に努めたこと、の2点が挙げられる。

道の駅ふぉレスト君田の開業

1996年6月に、住民出資の第3セクター「株式会社君田21（トエンティワン）」を設立し、1997年10月には温泉宿泊（君田温泉森の泉）と直販市などが備わった道の駅「ふぉレスト君田」をオープンさせた。オープン当初から、計画を大幅に上回る売り上げと入湯者数を記録しており、毎年の株主配当も5%を維持している。

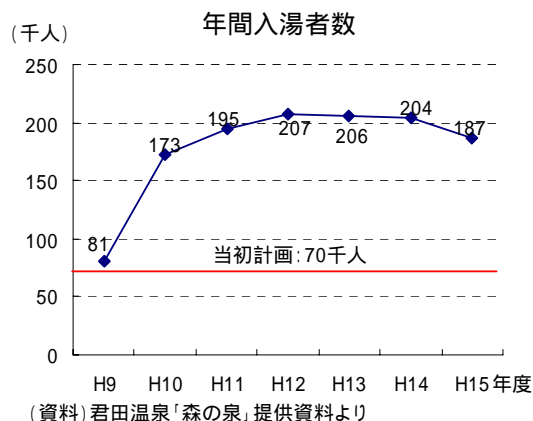
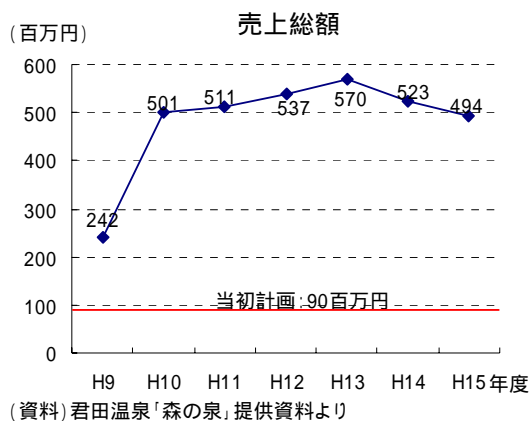


君田温泉森の泉

初年度から黒字経営となっているが、行政（村）による初期投資が十数億円かかっているため、初年度から売上総額に応じて毎年5,000万円以上を村に寄付している。これを村

では基金に回しており、5億円以上が内部留保され、施設の改修や多様な地域づくり事業などの際には支出する仕組みができています。3セクと行政の良い関係が築かれている。

2004年度の三次市への合併により、今後のきめ細かい支援が得られないことも予想され、村の所有株を売却し村民出資を増やし、社員への意識改革を徹底するなど、経営力をさらに高めようとしている。



君田温泉・森の泉整備検討と関連施設の整備経過

昭和63年	5月: 泉源調査業務委託(掘削)
平成元年	7月: 無料給湯開始(以降平成4年度まで泉源の活用方法について様々な検討)
平成5年	8月: 村内の23名で「温泉検討委員会」発足
平成6年	6月: 役場の管理職による「温泉推進委員会」発足
平成7年	2月: 村おこし懇談会が主催となって「温泉フォーラム」開催 6月: 温泉施設の管理運営について、機動的に検討するため「管理運営検討委員会」を村内の団体、グループの6名で発足 11月: 第2回「温泉フォーラム」開催
平成8年	1月: 第3セクターの設立に向け、12名で「設立準備委員会」発足 3月: 発起人会発足 6月: 法人設立登記申請 7月: (株)君田21の社員1名採用しオープンに向け本格的に始動 11月: 喫茶21番館オープン
平成9年	7月: 健康ふれあい館(仮称)建築工事完成(君田温泉森の泉) 9月: (株)君田21の社員28名採用 10月: 君田温泉森の泉グランドオープン, 道の駅「ふぉレスト君田」登録
平成11年	8月: 森のパン屋さんオープン 10月: 「コテージ四季の家」管理委託契約(オープン)
平成12年	4月: 農林産物処理加工施設「森の食彩館」オープン
平成15年	12月: 株式売却・村保有株300株(50%)に。総株主者217名
平成16年	3月: 株式売却・村保有株240株(40%)に。総株主者243名 4月: 8市町村が合併し新三次市誕生

(資料) 君田温泉森の泉資料より

【特徴】

3セクの経営感覚

2003年度までは、現場の専任役員は置かず、役場主体の経営であったが、2004年4月から古川氏が現場専任役員となり、行政（村）、現場、村民の新たなパートナーシップの関係がはじまっている。2004年9月からは、無駄な時間外勤務をなくすことにより、それまでの時間外賃金（平均150～160万円/月）を、月に90万円でおさめるなど、労務管理を徹底しはじめている。

また、3セクも当然会社という意識をもたなければいけない例として次のような話があった。パン屋（森のパン屋さん）は、週末は2人または1人体制（7～8万円の売り上げ）であるが、平日は2～3万円の売り上げにもかかわらず2人体制であったため、1人削減しようとする、2人とも辞めることになった。新しい人を探して1人でやってもらうようになり、今では出張販売も始めて、出張販売だけで多い時で2万円近い売り上げがあるほどになった。

3セクの課題として、地域住民を主体とした雇用のため、言いにくいことを避けてしまう傾向にある。しかし、会社組織である限り、無駄を省いたり、不必要な人員は削減したりするなど経営努力が必要である。言うべきときには言うことが、長い目で見て良い人間関係をつくる。君田21では就労の心得として「自分が変われば会社が変わる」を掲げており、掃除やゴミ拾いを全員でするなど、3セクの成功のためには、社員の意識を変えていくことが重要なポイントであるといえる。

また、君田21がうまくいっている理由の一つに社長（村長）の決断がある。普通は行政職員の担当は3年程度で配置転換があるが、古川氏の場合、村長から長い目でかかわってほしいと頼まれている。このような決断と信頼による人事により、失敗できないという意識が生まれ、行政職員にも経営感覚が生まれている。

3セクは役場の職員が汗をかく姿勢が必要である。現在、3セクは株式会社であるが、性格が株式会社とは異なるため、新たな位置づけが必要とされている。運営がうまくいっていない3セクが多いが、古川氏からは「一生懸命さが足りない。もっと経営努力をした方がいい。」というエールが送られた。

キーパーソン

古川充（こがわ・みつる）氏は、行政職員ながら長期にわたり3セクの経営を担い、行政、住民とのパートナーシップの構築や職員の意識改革など経営手腕を発揮し、オープン当初から計画を大幅に上回る売り上げと入湯者数を記録している。



産直市（おはよう市）

地域の雇用の場としての3セク

2004 年度時点で、道の駅内の施設の雇用は正社員、嘱託、パートを合わせて 84 人であり、うち 68 人（81%）が町民となっている。また、産直市（おはよう市）への出品、商品食材の納入などを含めた道の駅に関わっている町民は 323 名となっている。

安定した集客を維持するためには、ボランティア的な人が来てくれて汗をかいてくれることが欠かせない。道の駅では地域の人や役員がボランティア的に動いており、道の駅が君田村にとって誇るべき資源となっていることがうかがえる。

道の駅施設雇用状況

管理組織	施設名	雇用区分								計		備考
		正社員		嘱託		常勤パート		非常勤パート		内町民		
		月給	内町民	日給	内町民	時給	内町民	時給	内町民			
(株)君田 21	君田温泉森の泉	13	11	9	8	19	16	24	15	65	50	
	喫茶 21 番館	2	2	1	1	1	1			4	4	
	コテージ四季の家							1	1	1	1	
	森のパン屋さん					2	1			2	1	
	森の施術院	1	1					2	2	3	3	業務委託
	小計	16	14	10	9	22	18	27	18	75	59	
その他組織	おはよう市							3	3	3	3	
	森の食彩館							1	1	1	1	
	道の駅環境業務							2	2	2	2	
	ホットライン							3	3	3	3	
	小計							9	9	9	9	
	計	16	14	10	9	22	18	36	27	84	68	
	村民雇用比率		87.5		90.0		81.8		75.0		81.0	

(資料) 君田温泉森の泉資料より

(平成16年3月末)(単位:人,%)

地域住民の評価

2000 年 3 月に「村民の温泉整備(君田温泉森の泉)に対する意識調査」を実施しており、19 歳以上の村民 1,229 人からの回答結果として、「活性化に充分・まあ役立っている」と回答した人が 95%、「整備効果があった」とする人が 91%にのぼっている。地域住民の自慢の場所となり、地域住民の集まる場所になっていることは、施設をつくった当初の目的である「地域の活性化に貢献すること」を効果的に実現できていることを裏付けている。

接客サービス

施設への住民の関心が高く、地域の顔としての誇りが生まれ、もてなしの気持ちができている。接客サービスは日々の業務の中での研鑽と、他から講師を招いての接客サービスの研修を年に 1,2 度実施している。毎日の朝会を欠かさず行い、情報を共有していることもサービス向上につながっているといえる。取締役会も毎月行い、役員とも情報を共有している。集客している魅力・資源として、社員としての魅力が挙げられる。

集客の取り組み

毎月、神楽や近隣市町村との連携イベントなど地域のイベントを実施している。またイ

イベントの際にはマスコミに情報提供するなど、情報発信も欠かさず実施している。大きなイベントではなく、地域の手づくりのイベントを細く長く実施する方向で取り組んでおり、継続的な集客効果が期待される。また、情報発信のためのホームページは広島市の業者に委託して作成しており、利用者の声、地域住民の声など生の声がかかるサイトになっている。

マーケティング

地元の中学生が君田温泉でアンケートをとっており、これによるとリピーターが7割以上となっている。(地元の中学生にとっては、社会体験の場になるなど、学習の場になっている。) マーケティングを特にやっているわけではなく、地域にあるものを売りたいという思いを持ち、常に新しいものを加えている。

【今後の課題】

今後の方向性

古川氏は今後の方向性について、「規模を拡大する方向ではなく、背伸びせず、地に足の着いた活動をしていきたい。」と語っている。

【参考となるポイント】

経営感覚をもったキーパーソンを経営担当者として長期固定させ、3セク、行政、村民のパートナーシップを構築したこと

地域のしがらみを排し、労務管理の徹底や接客サービスの研修など職員の意識改革を徹底させたこと

産直市や地域イベントなど地域との関わりを強く保っていること

【問い合わせ先】

(株)君田 2 1 (君田温泉森の泉)
〒728-0405 広島県三次市君田町泉吉田 3 1 1 - 3
TEL:0824-53-7021 FAX:0824-53-2119
ホームページ <http://www.kimita-onsen.com/>

道の駅

KIMITA

ふおレスト 君田

「ふおレスト」は、森(フォレスト)と休息(レスト)を組み合わせた言葉で、「森の中の休憩所」という意味です。神之瀬の自然につつまれた温泉でゆったりとくつろいでほしい……そんな願いから名付けました。



- 入浴 大浴場(湯源 壬子湯・冷泉 湯) 露天風呂・うたせ湯
- 宴会 大宴会場(54席)
- 食事 お食事処「園伊籠」 お休み処「かんのせ」
- 客室 和室12畳×8室(内2室は洋付)



- 温泉の泉質 重曹泉(文二酸化炭素ナトリウム炭酸水素塩冷鉱泉)
- 温泉の効能 すべてお肌をきれいにする美人の湯 塩リウム・ヤドリ・硬水炭酸泉 神経痛・筋肉痛・関節痛・運動疲労・うちみ・慢性消化器病・痔疾・冷え症



ふっくら 焼き立て!!



ふれあい館

- ◆特産品販売コーナー「おほよう市」
- ◆軽食・喫茶「21番館」
- ◆「森のパン屋さん」
- ◆交流休憩コーナー



森の食彩館

- 豆腐加工
- 味噌加工
- 餅・菓子加工
- 惣菜加工
- 製糖加工
- 体験交流室

君田町の多彩な食材を活かし特産加工品づくりを行う6次産業の場。



番神分院



子供の神様として知られる番神さんには、子供が産まれると健やかな成長を願って、三次入札などを奉納する習わしがあります。

なごみ館

- ◆無料休憩所・宿泊室・研修室

いずみ館

- ◆宴会・宿泊等

水辺の森

- ◆観水広場・緑地
- ◆展望の森・遊歩道
- ◆ふれあい交流の架け橋



周辺施設のご案内

四季の家 田田コテージ

木の優しさに包まれながら、豊かな自然と戯れる。



日常の生活を通して、豊かな自然の中で週末を過ごしてみたい。楽しい川遊びや、ハイキング、また、のんびりできる温泉。そんな、夢のようなひとときをぜひご利用ください。



■お申し込み・お問い合わせ
君田温泉 森の泉 | tel.0824-53-7021
 fax.0824-53-2119
 Hp <http://www.kimita-onsen.com>
 〒728-0405 広島県三次市君田町泉吉田311-3 ※毎月第3火曜日定休
 ■みよしまちづくりセンター自治振興部まちづくり推進室 ---tel.0824-64-0088
 ■三次市君田支所 -----tel.0824-53-2111 fax.0824-53-2961

大きな危機感を背景に、マスタープランのもと、拠点施設整備と住民・NPO参加型の取り組みを実施：萩市（山口県）

【概要】

歴史的な町並みや文化財などが残る萩の町全体を生きた博物館として活用しようとする「萩まちじゅう博物館構想」のもと、NPO 法人が運営する萩博物館の新規オープン、ボランティアガイドなど地元住民によるもてなしの充実、温泉の発掘・宿泊施設への配湯など滞在型観光への転換を図っている。

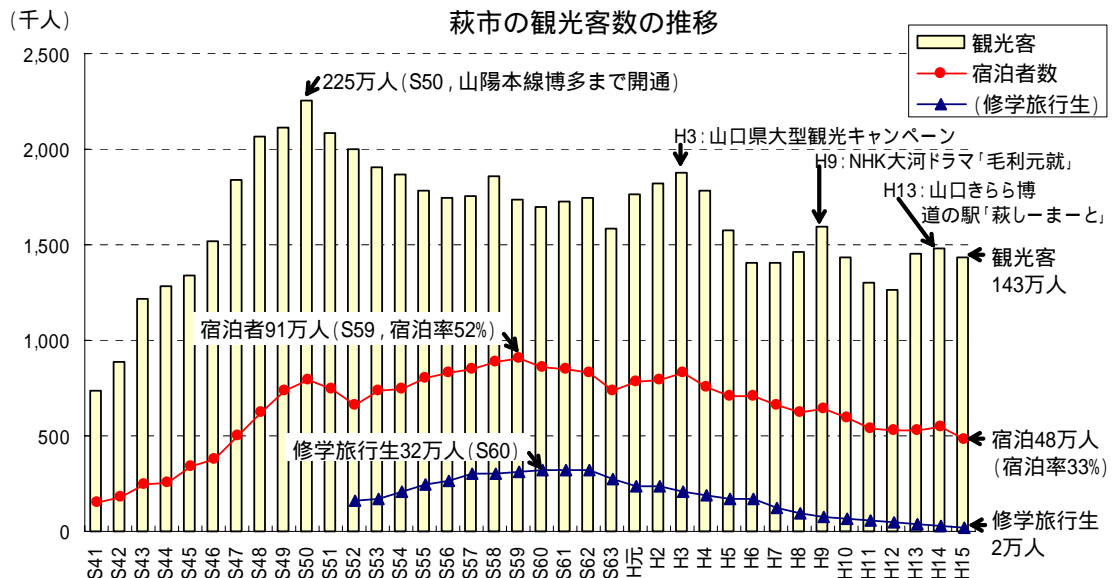
【概況】

萩市の概要

萩市は、1604年に毛利氏が移ってきた時にまちづくりが始まり、2004年に開府400年を迎えている。鉄道も市街地の周辺を通り、江戸時代から変わらない区割りが残っている「古地図で歩けるまち」であり、萩の城跡や武家屋敷などを中心として重要伝統的建造物群保存地区に3地区が指定されている。



現状への危機感、転機



大型観光キャンペーンや大河ドラマなどで観光客数の減少に歯止めをかけているものの、宿泊者数は減少傾向を続けている。また、歓楽街のない安全な街として修学旅行人気が高かったが、海外への修学旅行や体験型など修学旅行の多様化に伴い修学旅行生はピーク時

の1/16と大幅に減少している。

また、宿泊施設は、修学旅行に対応していたところは個人客対応への転換が難しく、温泉もないということで宿泊客数がほぼ半減しており、2002年に萩市内の宿泊施設3社が廃業したことなどが観光振興の転機となった。

【特徴】

対策の検討～萩まちじゅう博物館構想と萩市観光戦略5か年計画の策定

堀内地区、平安古地区、浜崎地区など、全国に先駆けて伝建地区指定し、近世都市の町並みを面を守ってきた。これらを含む歴史的な町並みや文化財、豊かな自然をいかし、まちじゅうを生きた博物館として活用しようとする「萩まちじゅう博物館構想」を2003年度に作成した。「萩まちじゅう博物館構想」は、住民、観光関係団体代表者、学識経験者など18名で組織された萩市まちじゅう博物館整備検討委員会を2003年6月に設立し、同年10月にかけて検討委員会3回、部会16回を開催し、検討された。



浜崎地区の旧萩藩御船倉

また、「萩まちじゅう博物館構想」を観光面で推進するため、2003年7月から12月にかけて観光戦略会議（5回開催、観光関係団体、学識経験者、旅行代理店、民間公募など17名で構成）を開催し、萩へのアクセス面の強化と、滞在型の観光地づくりのための萩まちじゅう博物館構想を盛り込んだ萩市観光戦略5か年計画を策定した。萩市観光戦略5か年計画では、基本戦略コンセプトを「萩まちじゅう博物館で体感するゆったり・じっくり観光」として、滞在型・体験型の観光を目指すとともに、重点事業は総花的な記述を避け、5年で絶対にやることを具体的に記述している（実施計画の性格を持つ）。

ターゲット

萩市観光戦略5か年計画によると、

「年代や地域にとらわれず『本物の萩の良さ』に共感する顧客層」

「『萩の歴史・文化』に関心があり、再来可能性の高い個人・グループ観光客」をターゲットとしている。

萩博物館の開館

萩市では、萩観光の拠点施設として、2004年11月11日に萩博物館を開館した。萩博物館の運営はNPO法人萩まちじゅう博物館が担い、館長は公募で元大分放送の高木正熙を選び、民間の運営手法を導入している。

萩博物館は、高杉晋作の資料や萩の自然や歴



新しくオープンした萩博物館（ホームページより）

史、吉田松陰らゆかりの人物を展示している有料（大人 500 円）部分のほかに、観光情報の発信など無料のコーナーも充実させ、萩まちじゅう博物館の拠点となっており、オープン1ヶ月で目標（1万5千人）の倍となる3万人の入館者を記録した。

滞在型観光のために

滞在型観光の第一歩として、萩市では2004年に温泉を掘り当てており、2005年の春には市内の宿泊施設に配湯する予定となっている。温泉を宿泊施設にすることにより、これまでの歴史観光だけでなく、温泉と食を萩の魅力として発信し、滞在型観光へのシフトを図っている。

市民の参画

萩まちじゅう博物館構想の実現のためには市民の参画が不可欠であるが、萩市では市民観光ボランティアによる観光客の案内を充実させており、市民によるおもてなしに力を入れている。また、遊覧船事業も市と観光協会で開催しており、船頭さんには漁師のOBなど元気な高齢者を活用している。



観光施設に常駐しているボランティアガイド（青木周彌旧宅）

【今後の課題】

マーケティング

山口県ではマーケティングのために、宿泊者アンケートを年に1度実施しているが、萩市では季節ごと、年に4回のアンケートが最低限必要だと考えており、またアンケート分析を効果的に、継続的に実施できるシステムづくりが必要だという認識をもっている（これまでのところ未実施）。

中国地方の観光における広域連携の必要性

これまでの中国地方の観光は、宮島、倉敷、萩など個別に売っていたが、九州を見ると「九州」で一体的にキャンペーンなどを実施している。個々の知名度だけでは集客が難しくなっている近年では、広域的な連携が必要になっている。萩市では、津和野、益田との県境を越えた広域的な連携を図っており、イメージアップ事業などを共同で実施している。

【参考となるポイント】

大きな危機感を背景として、マスタープランと実施計画を策定したこと
 拠点施設として博物館を建設し、民間の手法で運営していること
 住民・NPO がボランティアガイドや遊覧船の船頭等、実践面で活躍していること
 滞在化を図るために温泉を掘削し、宿泊施設に配湯していること
 集客力強化とイメージアップのために、津和野町との広域連携を重視していること

【問い合わせ先】

萩市経済部観光課

〒758-8555 山口県萩市江向 510 番地

TEL:0838-25-3139 FAX:0838-26-0716

ホームページ <http://www.city.hagi.yamaguchi.jp/hagicity/>

萩市中心部観光案内図（「萩・津和野の達人」：萩市観光課）



地域に愛着を持つ人材による町並み保存と新たな魅力の創造：石見銀山（島根県大田市）

【概要】

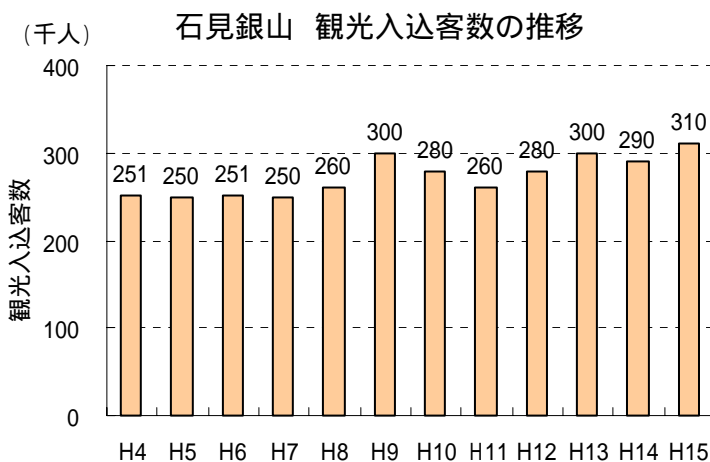
江戸時代の最盛期には20万人が暮らしたといわれる大森町は、現在では人口約500人の町になっているが、2001年4月に石見銀山遺跡として世界遺産暫定リストに登録され、2007年の世界遺産登録を目指している。この大森町に愛着を持っている住民が多く、まち全体を品格のある観光地として考えており、世界遺産化にともない多くの観光客が来た場合、観光客の総量をコントロールすることにより、質の高い観光を保とうと考えている。

【概況】

石見銀山（大森町）の概要

石見銀山は、戦国時代から大正末期までの約400年にわたって銀銅を生産し続け、幕府の天領であった江戸時代には20万人の人が暮らしていたという。しかし、閉山以後は人口が減り、現在では人口約500人の過疎の町になっている。

大田市大森町の町並みは、1987年に文化庁から重要伝統的建造物群保存地区に選定され、以来大田市ではまちなみ保存事業として年に7～8件の修復をしている。また石見銀山遺跡は2001年4月に世界遺産暫定リストに登録され、2007年の世界遺産登録を目指し、発掘調査・研究および情報発信を行っている。



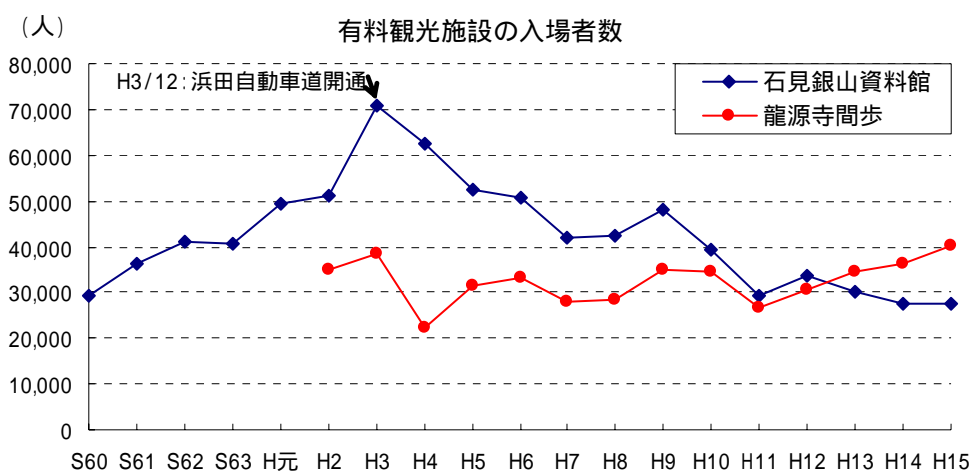
(資料)島根県観光動態調査結果表より



大森町の町並み

島根県観光動態調査結果による石見銀山の観光入込客数は30万人程度で推移している。大田市（商工観光課）では、1989年、江戸時代から銀山の開発が行われた龍源寺間歩（まぶ）という坑道を通り抜け可能な観光坑道として整備しており、2003年には39,000人/年の観光客があるなど、年々増えてきている。また、間歩へ行く手段として、地域の足とし

でも利用可能なバスを、代官所跡から間歩まで9便/日運行している。



(資料) 島根県観光動態調査結果表より

石見銀山遺跡の保護活動の経緯

昭和31年	大森町が大田市と合併する
昭和32年	大森町文化財保存会が結成される 大森町内にある文化財を保護・保存し、整備するための団体として大森町民全員で組織され、独自に文化財を指定したり、史跡の清掃・歴史の学習・伝承の保存活動を開始した。
昭和42年	「石見銀山遺跡」が県指定史跡となる
昭和44年	代官所跡、龍源寺間歩など14カ所が国指定史跡となる 「石見銀山遺跡愛護少年団」が結成される。 大森小学校全児童により結成され、清掃活動や史跡探訪を通じ郷土の文化財に親しむための活動を続けている。
昭和49年	町並み調査(大田市) 110軒を戸別調査した結果、19件が武家住宅、91件が町家と判明した。 この2つが混在する町並みは他には類がないという。
昭和51年	石見銀山資料館が開館 代官所跡地に、邇摩郡役所として建築された明治の建物。地元の有志により出資・整備が行われ、資料館として開館した。
昭和61年	町並み保存補足調査(大田市) 町内ほぼ全域約280軒を調査の結果、7割の建物(約370棟)が幕末から昭和初期にかけての建設と判明。過去12年間に改造した建物は約6割にのぼったが、多くが台所・浴室・便所など衛生面の改造に限定されており、町並み保存を意識した各住民の努力で町並みの景観がよく保たれていることが判明した。
昭和62年	大森、銀山の町並みが国の重要伝統的建造物群保存地区に選定される(島根県ではじめて)
平成13年	世界遺産暫定リストへ登載
平成14年	「石見銀山遺跡」国史跡追加指定となる

(資料) 島根県川本総務事務所ホームページより

【特徴】

石見銀山課

大田市では石見銀山の世界遺産登録を目指し、それに特化した課として石見銀山課を設置し、ユネスコに対して、文化庁と島根県及び温泉津町、仁摩町の5者で地元の体制をつくっていることを示している。石見銀山課の役割としては、(1)遺産の保存と整備、(2)世界遺産登録のための保存管理計画の策定作業、(3)大森町に関する事柄の総合窓口、の3点であり、大森町のいわばまちづくり全体の窓口を担っている。遺跡については史跡指定により保存されており、保全と活用については、石見銀山課と商工観光課等が庁内的に連携をとり両立を図っている。

観光面での課題

大森町の町並みの観光的な活用という面では商工観光課が担っている。約1kmにわたるまちなみは狭く、車が多いため、ゆっくり歩いてもらう観光地としてPRをするために、2004年10月～11月の15日間、島根県川本総務事務所が交通量調査を実施し、その結果をもとに、交通誘導を検討している。

世界遺産の登録目標が2007年7月であり、それまでに、大田市では交通誘導と駐車場の問題をクリアしたいと考えている。駐車場は現在、観光センター前と石見銀山公園に合わせて80台程度あるが、5月や11月の連休はいっぱいになるため、少し離れたところに大型駐車場の設置を検討している。

キーパーソン

1957年に全戸加入で間歩や代官所跡などを守るための文化財保存会をつくっており、昭和40年代に史跡の指定などによる1次観光ブームがあった。そのときに大森会館や資料館をつくった人々は、現在70歳代になっているが、そのころの人も町並み保存の功労者であった。

最近の盛り上がりのキーパーソンとしては中村俊郎氏と松場大吉・登美夫妻の2組が挙げられる。

中村俊郎氏は、ゴーストタウン化していた大森町にアメリカから帰り、(株)中村ブレイスを1970代に起業した。社員寮を町並みに調和したものにしたたり、自分で古い民家を改修して店舗として賃貸したり、会社の施設も街並みに調和させる観点からつくっている。1980年代には松場大吉氏の郷里が大森町という縁から、松場夫妻が大森町に戻ってきた。

松場夫妻の思い

松場夫妻は、1981年、大吉氏の実家(呉服商)のある大森町に夫婦でUターンし、当初は登美氏が端切れを使った雑貨や小物を作り、大吉氏が売り歩いていた。それらの商品が東京のギフトショーへの出展などにより、カントリー調の生活雑貨ブランド「プラハウス」

が軌道に乗り始めた。並行して登美氏自身が着たいと思える和風テイストの服飾ブランド「群言堂」を立ち上げ、現在も大森町からデザインを発信している。(株)石見銀山生活文化研究所の社員は全体で50名程度になっており、広島から移築した築270年のかやぶき屋根の建物が社員食堂、その隣に景観に配慮したオフィスを構えている。外見は古くても、中に入れば違った新しい空間が作れるという「復古創新」がテーマとなっている。



松場登美氏

「群言堂」は、現在、関東、関西、中部地方に15店舗の直営店やインショップを持っているが、本店、本社はあくまでも大森町に置き、この地から発信することにより、都会の購買者のファンを大森につなげたいと考えている。

登美氏の思いは、「『観光客にいかにお金を落とさせるか』という発想または表現は好ましくなく、そこに住む人達が、地域文化を大切にし、それを楽しんで当たり前で暮らしている姿に、外からの人達が感動したり、興味を持ってもらったりすることが大切だ。安心院での農村民宿を経験して、もてなす側ともてなされる側との間に上下の関係が無く、お互いに交流しあうことに喜びを感じていることを学んだ。観光地に住み、店を経営していることは、町も店もこうありたいという自らの意思を明確に持ち、それを表現することが大事だ」ということであり、これが大森町の観光戦略を考える上での大きなキーワードとなっている。

外からの評価と田舎の価値観

1987年の重伝建選定により、町民の意識の中に誇りが芽生えた。また、1992年から2002年まで、「田舎に暮らす女性の意識を高め、より豊かな暮らしを考える」を主旨として「鄙(ひな)のひなまつり」を10年間実施した。このことは、まちの女性達の意識を変えることにつながっている。また、大森町に住む人たちの意識が変わるだけでなく、外部の人が評価してくれているのも大きな力となっている。大森に惚れ込み、Iターンしてくる人も多いが、新しい人が入ってきても価値の継承がなされている。もともと大森町が銀山で働く人のまちであり、土着の人はいないことから、流動への対応ができていたのではないだろうか。都会でできないことをやる、田舎でもできるという価値観を、まち全体で共有し、誇りあるまちづくりが図られている。

【今後の課題】

世界遺産登録に伴う観光振興

商業の発達や交通量の増加、観光客の増加など、過大に増加することは望ましくなく、観光客の適切な誘導が重要であるとの認識を持っており、多くの観光客が来た場合、観光客の総量をコントロールしていく可能性がある。点的な観光ではなく、まちのたたずまい

を感じに行くところになることを望み、たくさんの人がぞろぞろ歩くことは避け、ほどよい観光客、つまり「総量のコントロール」が市役所と地元が考える共通事項となっている。

観光振興のために、石見銀山の概略について理解することができる拠点施設を大田、仁摩、温泉津と県で考えているが、「総量のコントロール」のためにも、町並みの中に作るのではなく、少し離れたところに駐車場を付設した拠点施設を作るというアイデアがある。石見銀山では、世界遺産そのものを目指しているのではなく、田舎の豊かさ、歴史の継承、そしてこの地に暮らす誇りを失わないことこそ目指していることである。

松場登美氏は、現在、県の文化財となっている武家屋敷（阿部家）を改修中であるが、文化財に関して、行政感覚がバリアになり、保護の観点がかかせになることがあるという。現在の文化財保護法は、人を排除した物になっている印象を受けるが、大森には歴史的景観として住み続ける人が必要であり、そこでの生活、生業が大事になってくる。保護の観点だけでなく、活用してこそ文化財という観点をもち込むなど、行政にバランスが求められている。

【参考となるポイント】

観光振興だけでなく質の高い文化遺産の継承を図るために、行政が特別課を設置していること

地域を愛するキーパーソンが、町並み保存や新たな魅力の創造に尽力していること
ゆっくり歩ける町並みを保つため、自動車や観光客の総量のコントロールを考えていること

外見は古くても内は新しい空間という「復古創新」という手法を基本としていること
イターン者が活躍しており、外部に開かれた地域であること

経済効果を追求するのではなく、ホスピタリティによる「双方向のいやし」を大切にしていること

【問い合わせ先】

(株)石見銀山生活文化研究所

〒694-0305 島根県大田市大森町八-183 TEL:0854-89-0131 FAX:0854-89-0877

ホームページ <http://www.burahouse.co.jp/>

大田市石見銀山課、商工観光課

〒694-0064 島根県大田市大田町大田 口 1111 TEL:0854-82-1600 FAX:0854-82-9150

ホームページ <http://ohda.iwamigin.or.jp/>



超一流のものには人が集まるという理念を追求し、海外からの評価も高い：足立美術館（島根県安来市）

【概要】

足立美術館は、足立全康氏が1970年に開館した個人美術館である。全康氏が目指したのは超一流の絵と庭園であり、超一流の物があればお客様は来てくれるという信念をもち、それを日本全国、世界に発信することを心がけた。米誌の日本庭園専門雑誌で2年連続日本一となり、入館者が増えている。

【概況】

足立美術館の概要

足立美術館は、地元出身の実業家、足立全康（あだち・ぜんこう）氏（1899～1990）が1970年に開館した個人美術館であり、横山大観を中心とする近代日本画と1万3千坪の日本庭園を2本柱とする美術館である。開館した翌年には約10万人の入館者があったが、すぐに落ち込んだため、それを打開するために、二号館の増築および枯山水式庭園を造園することにより大きく規模を拡張した。

また、開館当初より、営業活動にも力を入れており（足立美術館では営業部を1972年から置いている）、全国の旅行会社などをくまなく回り、集客に努めた。その後、1992年12月に米子自動車道が開通し、関西地区を中心に全国からたくさんの方が来場し、1993年度は58万人の入館者となった。近年は、阪神淡路大震災や景気の低迷により入館者数は40万人前後で推移している。

2003年度の地区別来場者は、関西圏から約25%、関東圏から約30%、東海圏から約20%となっている。2003,2004年には米国など英語圏を中心に37カ国で発行されている日本庭園専門雑誌「ジャーナル・オブ・ジャパニーズ・ガーデニング」で2年連続日本一となり、多くの新聞に取り上げられたことで一層周知され、2004年度は対前年比で約14%増の見込みである。

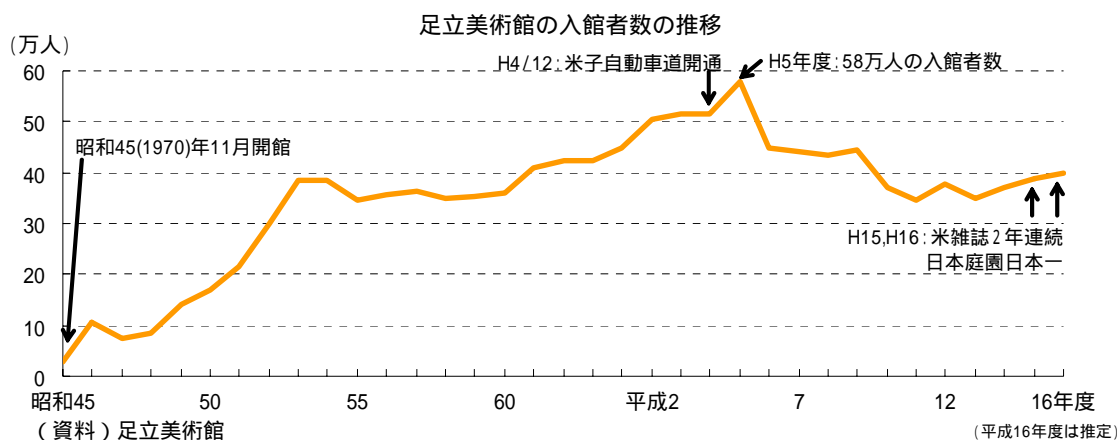


足立美術館内部



足立美術館の日本庭園

日経トレンディ 2004 年 12 月号別冊付録の「ヒット商品の設計図」として 16 の商品の中の一つに選ばれ、その運営手法などが紹介されている。

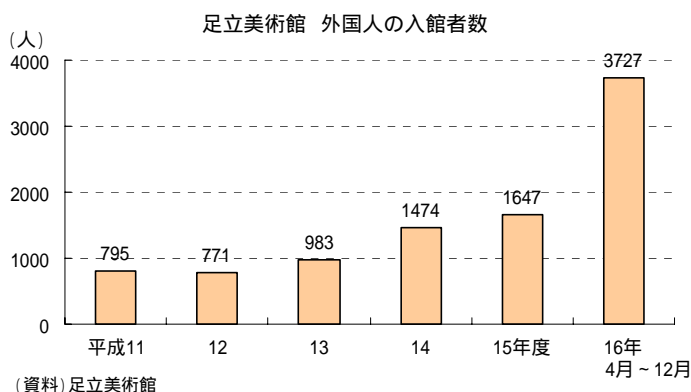


【特徴】

インバウンド（訪日外国人観光客）

もともと 1,000 人程度来ていたが、米誌で 2 年連続日本一になった後は約 4 倍増の見込みとなっている。また、庭園日本一になってからは、新聞や雑誌の取材が多くなっている。

中国への働きかけも重要視しており、上海航空の機内誌への掲載や、観光フェアへの出展を足立美術館独自で実施している。中国・台湾・韓国の観光客は、日本庭園に高い関心があり、今後も大勢の観光客が来館する可能性が高いこともあり、その受け入れ態勢を着実に整えている。



周辺宿泊地との連携

10 月から 11 月にかけて一番入館者数が多く、時間帯では前泊の団体が 9 時半から 10 時半、後泊の団体が 14 時半から 15 時半に集中する。周辺の宿泊としては皆生温泉、玉造温泉、松江温泉などであり、アクセスは車で 40 分程度と程よい立地である。

足立全康氏の理念（キーパーソン）

「良いものを集める、良いものをつくる」という全康氏の理念が現在も受け継がれている。全康氏が目指したのは超一流の絵と庭園であり、超一流の物があれば遠方からお客様は来てくれるという信念をもち、それを日本全国、世界に発信することを心がけた。横山大観をはじめとする近代日本画を集め、自ら庭師を指揮して造園作業に心血を注いだ。

また、秋の日本美術院展に足立美術館賞を創設し 10 年目になる。出展された作品の中から一点を買い上げ、日本画家育成のための一役を担っている。

日本一の日本庭園づくり

足立美術館には専属の庭園部があり、現在庭師が 6 名いる。来年は 1 名増える予定であり、足立美術館の日本庭園で着実に庭師を育てている。2004 年夏にはアメリカ人が 1 ヶ月研修に来るなど、日本文化の発信にもつながっており、今後も積極的に受け入れを行う予定である。

【今後の課題】

今後の課題

島根県、鳥取県からの入館者比率は、全体の約 10%程度しかなく、海外や遠方の地区同様、地元客を誘致する必要があると思われる。

行政との連携

自治体からは、海外のマスコミや旅行エージェントを紹介してもらうなどの連携がある。今後、安来市では足立美術館のある鷲ノ湯温泉地区に安来節会館の建設を予定しており、その維持・運営を民間との連携で考えていくことが望まれる。

【参考となるポイント】

超一流のものには人が集まるという理念を追求し、超一流の日本絵画と日本庭園を融合させていること。入館者が減少した時にも投資し、大きく規模を拡張している。

美術館としては珍しく営業部を開館当初から置くなど、マーケティングを重視していること。例えば、中国からのインバウンド観光客獲得のため、足立美術館独自で観光フェアへの出展などを実施している。

米国の日本庭園情報誌などによる高い評価が観光客増に結びつくなど、パブリシティが効果的に作用していること。

日本美術院展の足立美術館賞による新たな日本画家の育成や、庭園部での庭師の育成など、持続発展的な志向があること

【問い合わせ先】

足立美術館

〒692-0064 島根県安来市古川町 320 TEL:0854-28-7111 FAX:0854-28-6733

ホームページ <http://www.adachi-museum.or.jp/>

館内の見どころ



1 河川の眺
 館内にあって最もおなじみの風景画です。自ら本館を中心とする鎌倉大仏堂を眺め、その背後には遠くに富士山が写ることで、



3 湖山水道
 自然との調和が美しい足立系美術館の土産です。中央の石灯籠をメインとし、そこから流れる水が途中で大河となる、鎌倉大仏堂の趣意を表しています。



4 山の道徳
 館内の絵がそのほかの絵以上に、まろやかな趣意を帯びているのは、本館の本物の山の道徳にその趣意が表れ、またその趣意が美しい、自然に由来しています。



6 池庭
 館内の池庭は、新しい池庭と古池庭に分かれており、新しい池庭は、池庭に水を流しているのは、見る人の心で、その趣意を帯びていくことで、



2 名庭
 名庭は、本館の中心庭園です。池と木々、そして山々を眺めることで、自然の趣意が表れ、見る人の心で、その趣意を帯びていくことで、



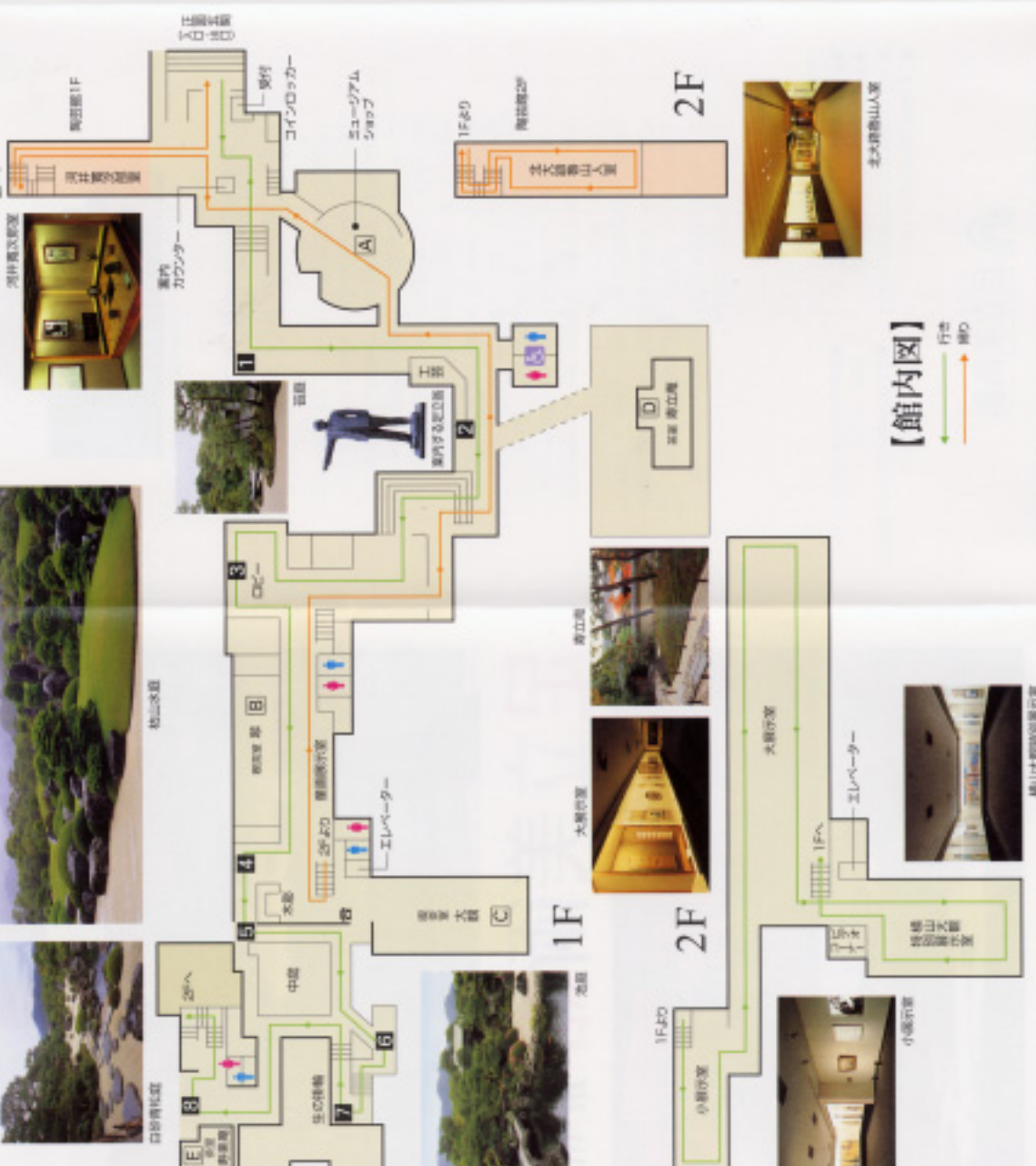
4 山の道徳
 館内の絵がそのほかの絵以上に、まろやかな趣意を帯びているのは、本館の本物の山の道徳にその趣意が表れ、またその趣意が美しい、自然に由来しています。



6 池庭
 館内の池庭は、新しい池庭と古池庭に分かれており、新しい池庭は、池庭に水を流しているのは、見る人の心で、その趣意を帯びていくことで、



8 白砂青松
 白砂青松は、館内の名作「白砂青松」を、一歩で眺めることで、自然の趣意が表れ、見る人の心で、その趣意を帯びていくことで、



【館内図】

行先
 緑の矢印
 案内
 赤の矢印

広域連携により県境を越えた組織を構成、官民連携も実施： しまなみ海道（広島県・愛媛県）

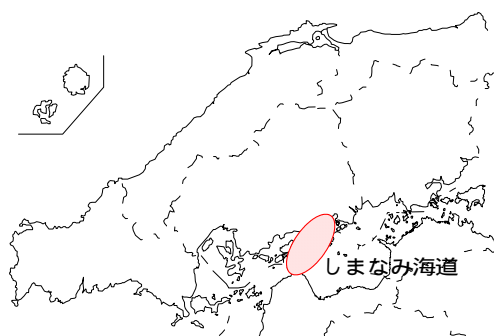
【概要】

1999年のしまなみ海道開通を契機に、県境を越えた市町村が瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会など連携組織を設立し、しまなみ海道沿線地域全体での観光振興事業や地域振興事業を実施している。

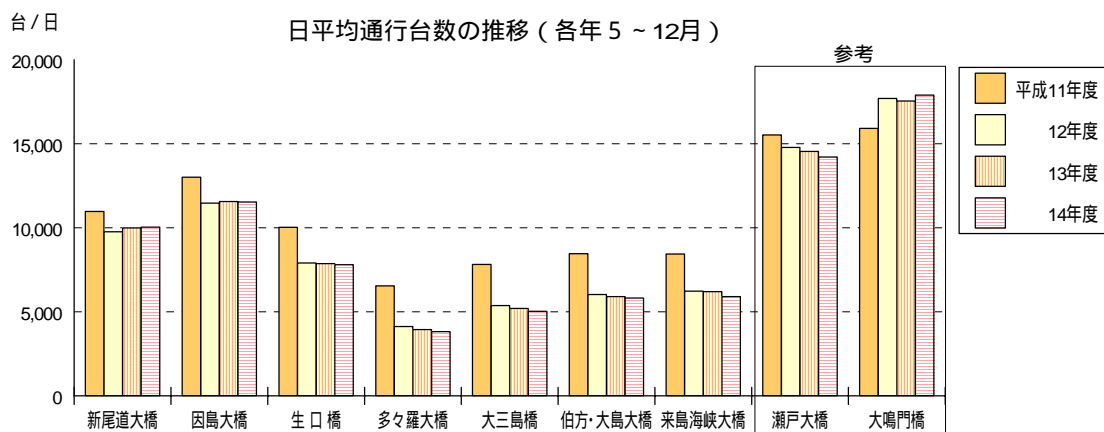
【概況】

しまなみ海道地域の現状

瀬戸内しまなみ海道（西瀬戸自動車道、全長59.4km）は本州側の尾道と四国側の今治を9つの島と10の橋でつなぐ道路であり、1999年5月1日の新尾道大橋、多々羅大橋、来島海峡大橋の開通により島をつなぐ全橋が完成した（全線が自動車専用道として開通するのは2005年度の予定）。開通年（1999年）に通行量、観光客数ともに大きく増加したが、2003年にはしまなみ開通前の状態に戻りつつある。



瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会などでは、2004年に開通5周年の記念イベント、2005年度には全線が高速化されるのを機に全面的にPRをする予定であるが、観光客が島に寄らず、高速道路を通過するだけになるのではないかと、という不安がある。



連携のきっかけ

瀬戸内しまなみ海道ができるまでは、島々がまとまって事業を実施することは無かったが、1999年のしまなみ海道の開通がきっかけとなり、その後、沿線で連携してしまなみ海

道の名前の浸透を図ってきている。

しまなみ海道地域の主な取り組み状況

しまなみ協議会関係事業
その他主体実施事業

P R・利用促	イベント・集客事業	地域資源発掘
1994(H6)/2 瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会 設立		
地域情報紙「るるぶ」発行 1995(H7)年度～ ホームページ開設 1996(H8)年度	シンポジウム「瀬戸内新時代」 1995(H7)年度 シンポジウム「瀬戸内の海人たち」 1996(H8)年度 シンポジウム「瀬戸内の海人たちパート」 1997(H9)年度 シンポジウム「瀬戸内の海人たちパート」 1998(H10)年度 瀬戸内しまなみ大学開学・HP開設 1998(H10)年度	しまなみ百景選定事業 1997(H9)年度～1998(H10)年
1999(H11)/5 瀬戸内しまなみ海道開通		
広域観光宣伝隊派遣 1999(H11)年度 レンタサイクル事業 2000(H12)年度～ しまなみ縦走 (スタンプラリー) (本四公団主催) 2000(H12)年度～	「しまなみ海道'99」イベント 1999(H11)年度 瀬戸内しまなみ大学本格稼働 1999(H11)年度～ しまなみ海道サイクリング大会 (実行委員会主催) 1999(H11)～ しまなみ海道スリーデーマーチ (実行委員会主催) 2001(H13)～	ビューポイント整備事業 2000(H12)年度～2001(H13) 島'んマップ作成事業 2000(H12)年度～ しまなみ体験学習プランづくり 2001(H13)年度～2002(H14) 「しまなみん活動」支援事業 2002(H14)年度～
▼▼▼▼ 2003(H15)年度	▼▼▼▼ 文化・芸術環境づくり事業 2003(H15)年度～2005(H17)年度	▼▼ しまなみ百選事業 2003(H15)年度～2004(H16)年度
2005(H17) 瀬戸内しまなみ海道全通(予定)		
	▼ 海響音楽祭(仮称) 2005(H17)年	

広域連携観光コース

しまなみの観光は、平山郁夫美術館、大山祇神社が中心であり、しまなみを通り道後へ泊まるのが多かったが、最近はしまなみ海道と瀬戸中央道をまわるツアーも見られる。本州から四国へのツアーでは、しまなみ海道を往復してもらうのは難しく、違う交通機関で往復できるように観光航路を開発しており、民間のミニクルーズや県のおさんぽクルーズ、尾道～鞆の航路開設など徐々に実績があがっている。

【特徴】

連携の形

観光振興にあたって、尾道市観光文化課では16の協議会に加盟し、広域による観光宣伝に取り組んでいるが、事務局を担っているのは、しまなみ海道沿線で観光振興をはかる「瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会」のみである。また、尾道市企画課では「瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会」の事務局を担っており、これは地域振興の観点からしまなみ海道の周辺地域も入れた協議会となっている。

今後市町村合併が進み、現在3市8町で構成されている協議会の構成町村が少なくなると、機動力や実行力がある協議会になるため、県境をまたいだ連携がさらに活発になると期待されている。また、「瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会」(3市8町ほか各種団体で構成)や「せとうち旅情実行委員会」(倉敷市、福山市、尾道市の3市で構成)は、県が入っていないために、独自性を持った動きやすい組織となっている。

広域連携のキーポイントは、強力な求心力を持ったところが事務局や会長をやることであり、しまなみ海道をつなぐ連携組織であれば尾道と今治の2つが事務局としてうまく機能している。鞆と尾道の航路開発における連携では、運航時刻などについて、主軸をどちらに置き、どちらが有利になるかを議論することが広域連携での重要なポイントになった。同じような力を持つ自治体の連携の場合、事務レベルで煮詰めることができる機動性の確保が重要になってくる。

住民の取り組み・民間企業の発想の活用

民間で管理・運営している島の施設や体験メニューなどを紹介し、地域の魅力をPRすることが瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会の役割ととらえており、増加する個人旅行に対応するための様々なメニューを揃えておく必要があるが、各資源を並列的にとらず、どのように魅力付けしていけるかが課題となっている。

また、2004年度に瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会では、ツアープランバックアップ事業として、旅行代理店を対象とした商品企画コンペを実施し、優秀なものは実際に採用し、送客の際の助成金を出す事業をはじめている。このような旅行代理店との連携事業実施は観光振興において重要になってくる。

資源の掘り起こし

瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会では、2003,2004年度に「しまなみ百選選定事業」を実施した。各島からの参加者およびメディアメンバー、コーディネーターにより百選を検討した後、「しまなみプロデュース募集」として百選を活かした企画を募集した。21件の応募があり、そのうち8つを表彰し、事業実施助成金を元に企画を実行に移している。



沿線住民の参加によるしまなみ百選ワークショップの様子

【今後の課題】

瀬戸内海観光の認知度の低さ

しまなみ海道として関東などへ広域観光宣伝隊派遣を行った場合、知られているのは尾道と大三島、瀬戸田程度であり、しまなみ海道自体はまだ知られていない。全国的に見て中国地方は観光地としての認知度が低く、PRが必要だと感じている。PR先は、一番観光客が多かった関西、近畿圏がこれまでは中心だったが、2004年にはじめて関東にも売り込みを始めた。反対に、県内客への積極的なPRはしていない。地元情報誌などでは特集もしてもらえし、各メディアを通じて十分できている。しまなみ海道のPRにあたっては、瀬戸内海が観光資源ではあるが、観光客を惹きつけるものが見えてきていないのが現状である。

しまなみ全体のプロデュースへの課題

行政は資源を平等に扱う必要が出てくるため、第三者的な観光NPOなどによるPR、プロデュース活動が期待されている。尾道市には、尾道でござ座、工房おのみち帆布、プラットフォームおのみちなど元気なNPOがあり、しまなみ海道周辺にも活動的な民間団体が多い。それら民間団体の連携により、行政と民間の連携も可能になる。

また、しまなみ全体をプロデュースしていくためには行政の意識改革が不可欠であり、市民参加から行政参加へのシフトが求められる。行政が民の動きを把握していない現状では難しく、民を知り、育てていくこと、民を巻き込みながら地域の光を育てることが、観光資源のブラッシュアップにつながると考えられる。

【参考となるポイント】

住民・NPO・民間企業のアイデアや取り組みを結集していること

資源の掘り起こしを重視していること

広域連携組織は、合意形成しやすい市町村のみで構成し、求心力をもっているところが事務局を担っていること

【問い合わせ先】

瀬戸内しまなみ海道観光推進協議会事務局（尾道市観光文化課）

〒722-8501 広島県尾道市久保1丁目15-1 TEL:0848-25-7184 FAX:0848-25-7293

ホームページ <http://www.go-shimanami.jp/>

瀬戸内しまなみ海道 MAP

瀬戸内しまなみ海道料金表

平成31年7月1日～令和2年3月31日 (単位:円)

●西瀬戸地域から今治までの利用料金

乗車時間	普通車	立席車	特等車
30分	4100	5600	7100
15分	1900	2600	3300
10分	1300	1800	2300

●西瀬戸地域から今治までの利用料金 (乗車1時間)

乗車時間	普通車	立席車	特等車
15分	1300	1800	2300
10分	900	1200	1600

●定額大橋

乗車時間	普通車	立席車	特等車
15分	1300	1800	2300
10分	900	1200	1600

●軽便車(自転車歩行者専用)

乗車時間	普通車	立席車	特等車
15分	700	900	1100
10分	500	600	700

愛媛からのアクセス

●新三ツ木駅から尾道まで約1時間
尾道から今治まで約1時間30分

●今治から尾道まで約2時間30分

「たにがほり」車庫の所在地

所在地	電話番号
尾道駅前	0825-841-3874
尾道南	0825-841-3875
尾道東	0825-841-3876
尾道西	0825-841-3877
尾道北	0825-841-3878
尾道南西	0825-841-3879
尾道北西	0825-841-3880
尾道南東	0825-841-3881
尾道北東	0825-841-3882
尾道南南西	0825-841-3883
尾道北南西	0825-841-3884
尾道南東東	0825-841-3885
尾道北東東	0825-841-3886
尾道南西東	0825-841-3887
尾道北西東	0825-841-3888
尾道南東西	0825-841-3889
尾道北東西	0825-841-3890
尾道南西西	0825-841-3891
尾道北西西	0825-841-3892

瀬戸内しまなみ海道各駅間の所要時間

路線	所要時間
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20
尾道 - 山一松	20

利用案内

●利用案内

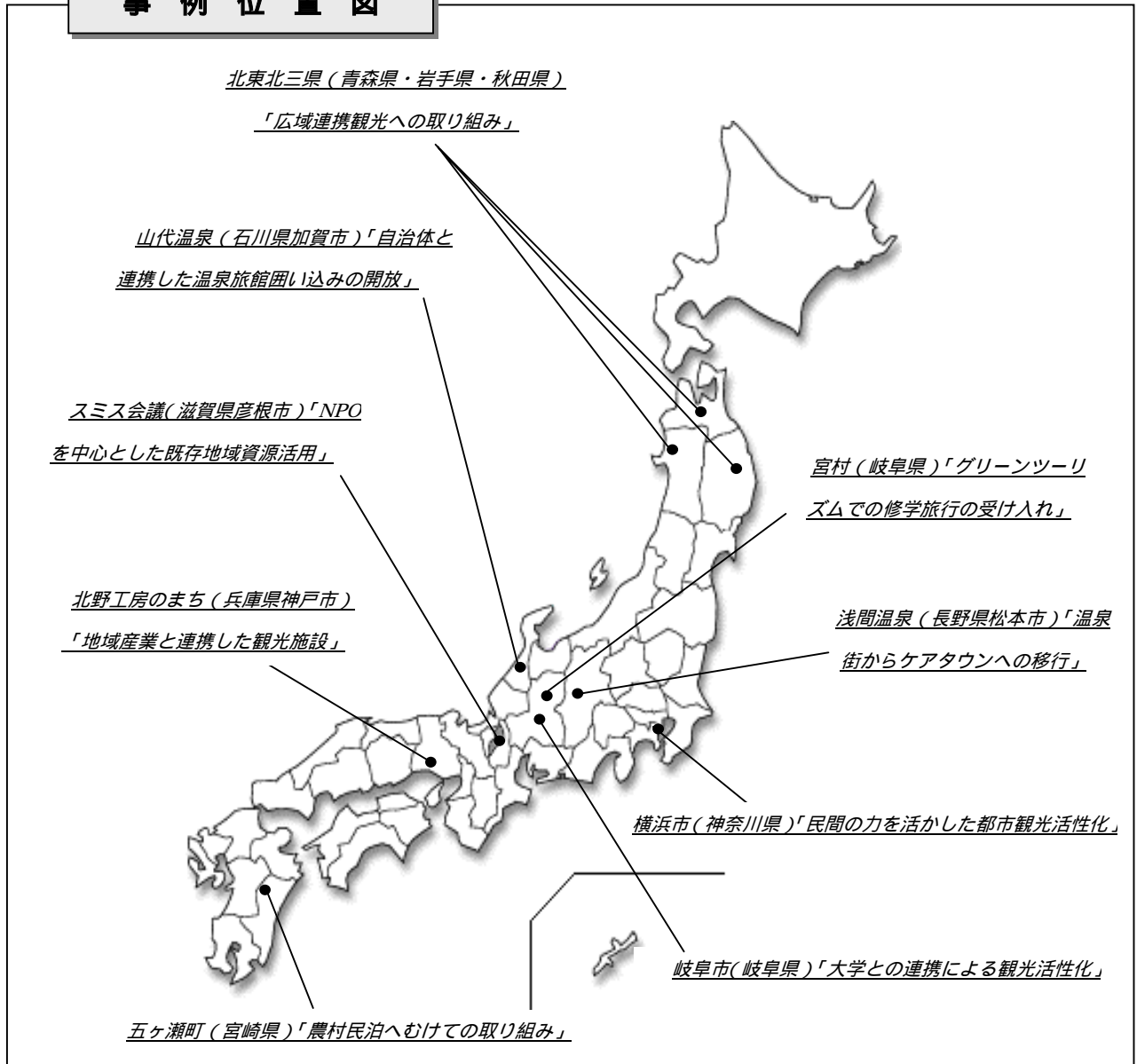
●利用案内

●利用案内

4. 全国の先進事例

4-1. 調査事例概要

事例位置図



番号	事例名	場所	主な内容
	山代温泉	石川県加賀市	自治体と連携した温泉旅館囲い込みの開放
	浅間温泉	長野県松本市	温泉街からケアタウンへの移行
	五ヶ瀬町	宮崎県	農村民泊へむけての取り組み
	宮村	岐阜県	グリーンツーリズムでの修学旅行の受け入れ
	岐阜市	岐阜県	大学との連携による観光活性化
	スミス会議	滋賀県彦根市	NPOを中心とした既存地域資源活用
	北野工房のまち	兵庫県神戸市	地域産業と連携した観光施設
	横浜市	神奈川県	民間の力を活かした都市観光活性化
	北東北三県	青森県・岩手県・秋田県	広域連携観光への取り組み

山代温泉（石川県加賀市）

- ・ 全国的な観光不況の影響を受け、2000年には約6割まで観光客が減少
- ・ 行政が地域に必要なものを把握し、効果的な支援政策を実施
- ・ 温泉旅館内にギャラリーや土産物屋など観光客のための施設を設置（行政の支援）
- ・ 温泉旅館と商店街が協働で、観光客がまちなかを回遊できるための取り組みを実施

浅間温泉（長野県松本市）

- ・ バブル期の過大投資による経営悪化・高速交通網整備による通過地点化
- ・ 逆境をバネに、従来型温泉観光地を脱却し、高齢化への対応と湯治場への回帰に活路を求める
- ・ 廃業した旅館をケア施設として再生
- ・ 80年代初めから障害者共同作業所や市内ボランティア組織化に取り組んでいた住職の存在

五ヶ瀬町（宮崎県）

- ・ 阿蘇・九重・雲仙を一望できる景観、四季折々の自然などが観光資源
- ・ 住民の主導により町を事務局とした「夕日の里づくり推進会議」が発足しグリーンツーリズムに取り組む
- ・ 大分県安心院町を参考に、継続的な農村民泊へ向けて規制緩和などを県に要求
- ・ 地区全体の意向を確認し、住民主導で制度を確立

宮村（岐阜県）

- ・ 観光資源の豊富な人口2,700人ほどの村で、1999年からグリーンツーリズムに取り組む
- ・ 川遊びなどの自然体験や田植えなどの農業体験をメインとした修学旅行の受け入れ
- ・ 分宿（約15人/宿）を基本とし、宿の人と子供達のふれあいを重視
- ・ 地域住民をインストラクターとして活用し、村全体の活性化に貢献

岐阜市（岐阜県）

- ・ 岐阜女子大学の学生を使って、学生（＝観光客）の視点による観光資源（建物等）紹介マップ「路地裏探索リスマップ」を作成
- ・ 女子大学の学生が行政と地域住民のコミュニケーションのきっかけとなる
- ・ 岐阜薬科大学による長良川温泉の成分などの研究
- ・ 長良川温泉に関する新たな付加価値の発見と観光宣伝の材料として利用

スミス会議（滋賀県彦根市）

- ・ 大学人・市民等が道路整備により撤去の危機に貧したスミス記念堂（近代化遺産）を保存する会を結成
- ・ NPOに発展、近代化遺産マップを作成
- ・ 記念堂移築後は地域づくり、観光、学習、教育、国際交流など幅広い活用を想定

北野工房のまち（兵庫県神戸市）

- ・ 阪神大震災で打撃を受けた地域産業復興のための施策として産業観光施設を設立
- ・ 観光客に地域産業を体験・知見してもらうことによって、地域の商工の活性化も図る
- ・ 地域のニーズを把握し、大型バス専用の駐車場を設置
- ・ 体験型工房、オリジナル商品の提供

横浜市（神奈川県）

- ・ 開港 1,500 年に向けて都市観光に関する基本計画を策定
- ・ 民間企業から観光関連事業提案を受け、横浜市が認定した事業について支援
- ・ 民間企業のフォーラムを結成し、企業同士の連携が活発化

北東北三県（青森県・岩手県・秋田県）

- ・ 三県で協議会を設立し、1999 年にはアクションプランを策定
- ・ 三県の交流・連携活動に一層の厚みと広がりを持たせていくための検討
- ・ 北東北における「交流・連携に関する総合サポートセンター」としての役割をめざす
- ・ 「祭」「遺跡」をテーマに観光ルートづくり

4-2 . 中国地域との対比

山代温泉 まちの機能が複合的に衰退しているところ

浅間温泉 主たる観光資源が時代にそぐわなくなっているところ

五ヶ瀬町 観光地として新たな客層の取り込みを目指しているところ

宮村 観光地として新たな客層の取り込みを目指しているところ

岐阜市 有識者や教育機関とコラボしたいところ

スミス会議 歴史インフラを観光やまちづくりに活用したいところ

北野工房のまち 地場産業を観光やまちづくりに活用したいところ

横浜市 民間活力を利用して観光活性化を図りたいところ

北東北三県 広域連携で観光活性化に取り組みたいところ

4-3. ヒアリング対象者一覧

山代温泉 (石川県加賀市)	H16/10/20 石川県商工労働部観光推進総室企画調整係 丸本 誠 観光企画専門員 柿木 晃 主事 〒920-8580 石川県金沢市鞍月 1-1 (行政庁舎 12 階) TEL:076-225-1538 FAX:076-225-1540
	H16/10/20 加賀市地域支援部観光商工課観光商工係 蔵 喜義 係長 〒922-8622 石川県加賀市大聖寺南町二 41 TEL:0761-72-7900 FAX:0761-72-7991
	H16/10/21 山代温泉観光協会 吉田 久男 会長 同 安念 義浩 事務局長 〒922-0243 石川県加賀市山代温泉北部 3-70 TEL:0761-77-1144 FAX:0761-77-2109
	H16/10/21 NPO はづちを代表 あらや滔々庵 代表取締役 永井 隆幸 氏 〒922-0242 石川県加賀市山代温泉湯の曲輪 (あらや滔々庵) TEL:0761-77-0010 FAX:0761-77-0008
浅間温泉 (長野県松本市)	H16/10/26 浅間温泉神宮寺 住職 高橋 卓志 氏 〒390-0303 長野県松本市浅間温泉 3-21-1 TEL:0263-46-0096 FAX:0263-46-3919
五ヶ瀬町 (宮崎県)	H16/11/18 夕日の里づくり推進会議 総括 後藤 福光 氏 同 甲斐 郁生 氏 西村 省剛 氏 〒882-1202 宮崎県西臼杵群五ヶ瀬町大字桑野内 3968-3 TEL:0982-82-0453 FAX:同左 宮崎県五ヶ瀬町企画商工課 渡邊 ユミ 係長 〒882-1295 宮崎県西臼杵郡五ヶ瀬町大字三ヶ所 1670 TEL:0982-82-1717 FAX:0982-82-1723
宮村(岐阜県)	H16/12/1 グリーン体験宿 代表 民宿甚左衛門 谷口 誉憲(もとかず)氏 〒509-3538 岐阜県大野郡宮村奥 1615 TEL:0577-53-2681 FAX:0577-53-2611 高山市農政部農務課 中島 照雅 主査(元宮村役場 農林課) 〒506-8555 岐阜県高山市花岡町 2-18 TEL:0577-35-3141 FAX:0577-35-3166
岐阜市(岐阜県)	H16/10/28 岐阜女子大学文学部観光文化学科 古池 嘉和 教授 〒501-2592 岐阜県岐阜市太郎丸 80 TEL:058-229-2211
	H16/10/28 岐阜市市長公室政策審議室 政策審議監 河田 敏春 氏 〒500-8701 岐阜県岐阜市今沢町 18 3F TEL:058-265-4141 FAX:058-264-1931

スミス会議 (滋賀県彦根市)	H16/11/24 NPO 法人スミス会議 事務局長 有限会社北風寫眞館 杉原 正樹 氏 〒522-0064 滋賀県彦根市本町 2-3-3 (北風寫眞館) TEL:0749-27-2620 FAX:0749-27-2621
	H16/11/23 彦根グランドデザイン研究会代表 株式会社キントー代表取締役会長兼 CEO 小出 秀樹 氏 〒522-0043 滋賀県彦根市小泉町 34-11
北野工房の まち(兵庫県神戸市)	H16/12/16 「震災10年 神戸からの発信」推進委員会事務局 企画広報部 三谷 陽造 部長 〒650-0021 兵庫県神戸市中央区三宮町 1-9-1-1304 センタープラザ 13F TEL:078-322-6478 FAX:078-322-6051
横浜市(神奈川県)	H16/11/19 横浜市横浜プロモーション推進事業本部 集客都市プロモーション課 二関 浩行 氏 〒231-0017 神奈川県横浜市中区港町 1-1 TEL:045-671-2596 FAX:045-663-1928
	H16/11/19 財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー 企画部 岡崎 三奈 部長 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町 2 産業貿易センター1 階 TEL:045-211-0122 FAX:045-221-2100
北東北三県 (青森県・秋田県・岩手県)	H16/11/30 北東北三県観光立県推進協議会 幹事県 青森県 文化観光部観光推進課国際観光・コンベンショングループ 田澤 俊明 副参事 長谷川 光昭 主査 〒030-8570 青森県青森市長島 1-1-1 TEL:017-734-9386 FAX:017-773-2691
	H16/11/30 北東北国際観光テーマ地区推進協議会 幹事県 秋田県 産業経済労働部観光課 石澤 徹 主任 〒010-8570 秋田県秋田市山王 4-1-1 TEL:018-860-2268 FAX:018-860-1719

4-4 . 事 例 集

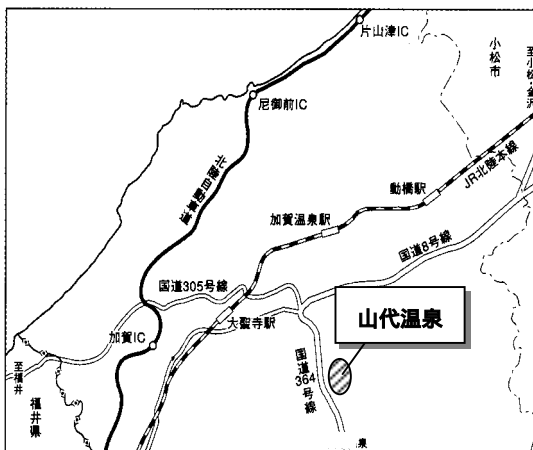
自治体と連携した温泉旅館囲い込みの開放：山代温泉 (石川県加賀市)

【概要】

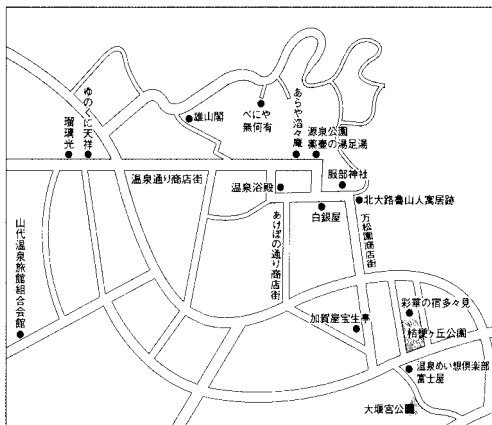
山代温泉は、片山津や山中と違い観光の目玉となるような自然環境がなかったため、そうした競合地と張り合うための手段として、接客サービスや豪華な館内施設に力を入れてきた。しかしながら、全国的な観光不況の影響や、旅行形態の変化（団体客から個人客）を山代温泉も受けることとなり、ピーク時の91年で約180万人を超えていた入り込みも、2000年には約105万人と、約6割にまで減少した。こうした危機的状況を目の当たりにし、山代温泉では、温泉旅館内に観光客を囲い込んでいるだけでは温泉町としての活性化が図れないという認識が強くなってきた。そこで、石川県・加賀市と連携して、館内に観光客を囲い込むのではなく、町中へと誘い出し、温泉街全体に観光客が回遊し、町に賑わいをもたせることを目的とした取り組みを行うようになった。

【概況】

<位置図>



<中心街マップ>



山代温泉の概要

山代温泉は石川県南部、福井県と県境に接する加賀市に位置し、片山津温泉、山中温泉、粟津温泉と合わせて加賀温泉郷を形成し、北陸を代表する温泉観光地の一つとして知られている。アクセスは小松空港から車で約30分、また北陸自動車道加賀IC、片山津ICから約15分ほどである。更に山代温泉街から車で10分ほどの位置にはJR北陸本線・加賀温泉駅があり、交通の便では恵まれた場所と言える。

歴史的には非常に古く、奈良時代の名僧行基によって開湯されたと伝承され1,300年以上の歴史を誇る古湯である。また宿泊施設数は35件、旅館全体での収容人数は約8,000人と規模の点でも北陸で最大の温泉観光地である。個々の旅館の規模は、例えば「ホテル百万石」の客室数218室・収容人定員800人を筆頭に、定員100人～300人クラスの大型旅館が中心に軒を連ねる温泉地である。

【特徴】

取り組み内容

1. 温泉旅館経営革新制度の利用

石川県では温泉地の活性化を目指し、温泉地のまちづくりと一体となった前向きな設備投資を支援するため、補助金制度と無担保保証制度を2000年度から2001年度にかけて実施した。対象は主要温泉地の温泉旅館組合に所属する温泉旅館で、導入の前提として、改装した施設がまちづくりに寄与するものであるという条件がついている。山代温泉ではこの制度を利用して12旅館が、宿泊客以外でも利用可能な温泉施設の増改築や遊休施設のレストラン、ギャラリー等への転換などを行った。この取り組みは、石川県・加賀市・山代温泉が共に、従来のように館内に観光客を囲い込んでいては、温泉地の活性化は見込めないという危機感から生まれた取り組みである。この支援制度は自治体が地域に必要なものを把握し、地域の人々と連携を取り合い、実際のまちづくりに貢献することが出来た事例ということができるであろう。

2. キャン・バス

1999年から、商工会議所が中心となり加賀市などの支援を受けて(株)まちづくり加賀を設立し、市内観光周遊バスを運行している。JR加賀温泉駅を起点に「九谷美陶園」など、加賀温泉郷の24の施設を巡回運行している。各停留所（施設）から負担金を徴収して運営しており、1日券（800円）を購入することにより、自由に乗り降りすることができる。バスにはガイドを添乗させて、各施設の説明を行っている。最近では夜間にバスを走らせて、夜の景色を楽しんでもらう企画も実施している。

温泉旅館経営革新支援事業一覧

旅館名	主な事業内容
白銀屋	食事処、魯山人等ギャラリー
加賀屋宝生亭	公衆トイレ、食事処
あらや滔々庵	売店、休憩処
雄山閣	外観和風化、時計台
彩華の宿多々見	加賀野菜食事処
温泉めい想倶楽部	ギャラリー、ヘルスケアルーム
富士屋	
べにや無何有	ライブラリー、休憩室
瑠璃光	リラクゼーションルーム、露天風呂
ゆのくに天祥	オープンカフェ、ライブラリー
ホテルあびな	バス待合所、軽食コーナー
白山菖蒲亭	温泉を活用した食事処、ミニ公園
吉野家碧泉館	魯山人等のギャラリー



あらや滔々庵は駐車場だった場所に売店を設置
特産品を販売する他、観光客の休憩所としても活用



加賀温泉郷を巡回する「キャン・バス」
1日券800円を購入すれば乗り降り自由

3. 「はづちを楽堂」での取り組み

破綻した旅館跡地を地元の要請により加賀市が取得し、2002年6月、高齢者と若者の世代間交流ができる場「はづちを楽堂」を建設した。観光拠点への期待も受け、地域の若者が中心となり、運営する団体「NPO法人はづちを」が産声を上げた。

「NPO法人はづちを」は旅館のオーナーと商店主約20人が主会員で、月5,000円の会費と加賀市からの補助金(約750万円)で運営されている。「はづちを楽堂」は、昼間にまちなかに出てくる観光客をターゲットにしており、茶店やお土産屋を展開している。茶店では、地元の食材を使った無添加食品を提供しており、観光客にも好評で、地元の方の評判も良い。

波及効果

1. 温泉旅館経営革新制度の利用

各旅館で立ち寄り湯やギャラリー・食事処を設置したことから、昼間まちなかを出歩く観光客が増加し、各旅館でも立ち寄り客が増加している。また、地元の方が会合等で利用することも多くなり、旅館と地域との繋がりがより強くなってきている。

また、以前は旅館の囲い込みにより、旅館と地元商店街との対立構造があったが、旅館側が観光客をまちなかに戻す取り組みを始めたことで、商店街の態度も変わってきている。今では旅館組合と商店街が協力して、観光活性化に取り組んでいる。その取り組みの一つとして「道番屋」制度がある。商店街から出てきたアイデアで、観光客は「道番屋」の看板を出している商店で、お勧めの店や道案内などの観光案内を受けることができる制度である。旅館組合としてもバックアップしている。



地域の人々の交流の場にもなっている「はづちを楽堂」



観光客が気軽に立ち寄れる土産屋「丹塗り屋」



この看板を出している商店では山代温泉の様々な案内が受けられる

2. キャン・バス

キャン・バスの運行により、観光客は「回る(回遊する)」ものだという認識が強くなった。停留所となっている施設には入場料が無料の施設が多いが、バスが停まることによって、観光客が来てお土産などの買い物をすることで収入増に繋がっている。さらに、ボランティアガイドを配置したり、レンタサイクルを始めたりと、次のバスが来るまでの約1時間を充実して過ごしてもらうための仕組作りを積極的に行っている。また、今までスポットが当たっていなかった施設にも行けるようになり、観光客の評判も上々である。夜間運行のアイデアも出てきている。



キャン・バスの停留所にもなっている「九谷美陶園」九谷焼を展示販売しており、工房の見学もできる。入場は無料。

3. はづちを楽堂

近くに「温泉浴殿(大浴場)」があることから、地元の高齢者がよく茶店に来る。そういった意味で、地元の高齢者と観光客(特に若者)との貴重なふれあいの場になりつつある。また、開始当初は商店街との連携は手探り状態であったが、実際に運営をはじめてみると、地元の商店街への波及効果も大きかったことから、受け入れられつつある。茶店では商店街を考慮して、昼食事業は行わずに、朝食事業を行っている。朝食事業は観光客だけでなく、地元の旅館で働く親を持つ子供及び一人暮らしの高齢者もターゲットにしている。山代温泉では、親が忙しいために朝食を食べずに学校へ行っている子供が多いことが問題になっていた。そういった子供達に安い料金で朝食を食べてもらおう、という趣旨から始まった取り組みである。加賀市から補助金を出してもらって、通常500円のところ、会員登録をした高齢者と小中学生には250円で提供している。このように、「はづちを楽堂」では観光客だけではなく、地元の人をターゲットにすることで山代温泉全体の観光活性化を図ろうとしている。

【今後の課題】

山代温泉の旅館は、まだまだ宿泊産業という認識が高い。日帰りサービス(昼食+入浴)を行っている旅館もあるが、旅館によって温度差があるのが現状である。囲い込みの開放についても、旅館によって認識の違いがあることは否定できず、各旅館で足並みを揃えて取り組めるかが今後の課題となってくるであろう。

また、自治体との連携については、山代温泉のように、地元主導で企画を発案し、自治体が裏方に回って支援するという形がうまく軌道に乗るのではないだろうか。今後も、自治体の支援を得るために、いかに新しい企画を発案し、アプローチしていくかが課題となってくるであろう。

【参考となるポイント】

自治体と地元が観光客の減少という同じ危機感を持って取り組んでいること
旅館の囲い込みをやめるため、まちなかに観光客が回遊するための施設に旅館が設備投資していること
停留所がお金を出して、周遊バス運行に協力していること
自治体と密に情報交換し、地元主導での連携を行っていること

【問い合わせ先】

石川県商工労働部観光推進総室企画調整係
〒920-8580 石川県金沢市鞍月 1-1（行政庁舎 12 階）
TEL:076-225-1538 FAX:076-225-1540
ホームページ <http://www.pref.ishikawa.jp/kankou/index.html>
加賀市役所地域支援部観光商工課観光商工係
〒922-8622 石川県加賀市大聖寺南町二 41
TEL:0761-72-7900 FAX:0761-72-7991
ホームページ <http://www.city.kaga.ishikawa.jp/>
山代温泉観光協会事務局
〒922-0243 石川県加賀市山代温泉北部 3-70
TEL:0761-77-1144 FAX:0761-77-2109
ホームページ <http://www.yamashiro-spa.or.jp/>
NPO 法人はづちを
〒922-0243 石川県加賀市山代温泉 18-59-1
TEL:0761-77-8270 FAX:0761-77-8271
ホームページ <http://www1.kagacable.ne.jp/~hadutiwo/>
あらや 滔々庵
〒922-0242 石川県加賀市山代温泉湯の曲輪
TEL:0761-77-0010 FAX:0761-77-0008
ホームページ <http://www.araya-totoan.com/>

温泉街からケアタウンへの移行：浅間温泉（長野県松本市）

【概要】

浅間温泉では、観光客数の減少や、乱開発による環境破壊のため、新しいマーケットの掘り起こしや新しい観光資源の開発で観光地としての地位を維持していくことは難しく、地域の現状を認識すればするほど、新しい業態への転換が求められていた。そのような状況の中で、浅間温泉神宮寺の高橋住職が理事を務める NPO 法人「ケアタウン浅間温泉」は、2つの温泉旅館（御殿の湯、東御殿の湯）の廃業に伴い、旅館施設をケア施設へと転換する取り組みを行っている。高橋住職らは、温泉旅館が持つメリットを最大限活用したコミュニティケアを旅館施設の新たな用途として実現し、地域をケアタウンとして再生させることを目指している。

【概況】

<位置図>



浅間温泉の概要

長野県松本市にある浅間温泉は、JR 松本駅から車で約 20 分、城下町松本の奥座敷として知られている。少し足を伸ばせば上高地・乗鞍・美ヶ原までのアクセスも良く、非常に便利な観光拠点である。

その歴史は古く、約 1,000 年の歴史を持つ温泉として知られており、古くは日本書紀に西暦 698 年・飛鳥時代、浅間の湯と思われる一節に登場し、実際に浅間では天武天皇に仕えていた有力な氏族の古墳が数多く見ついている。土地の豪族犬飼氏によって発見されたことから、犬飼の湯と称された温泉は、江戸時代に入ると松本藩の御殿湯となり、城

（資料：松本市旅館共同組合HP） 主や臣下の武士たちの別邸が並ぶ

ようになった。明治以降は、与謝野晶子、竹久夢二などの文人墨客に愛され、正岡子規、伊藤左千夫らアララギ派結成の地ともなった。旅館は、近代的なホテルに混じって、白壁・土蔵造りの旅館も見られ、しっとりとした温泉地としての歴史をしのばせている。泉質は弱アルカリ性単純泉で、湯冷めしにくいと、昔から評判の湯である。

背景および経緯

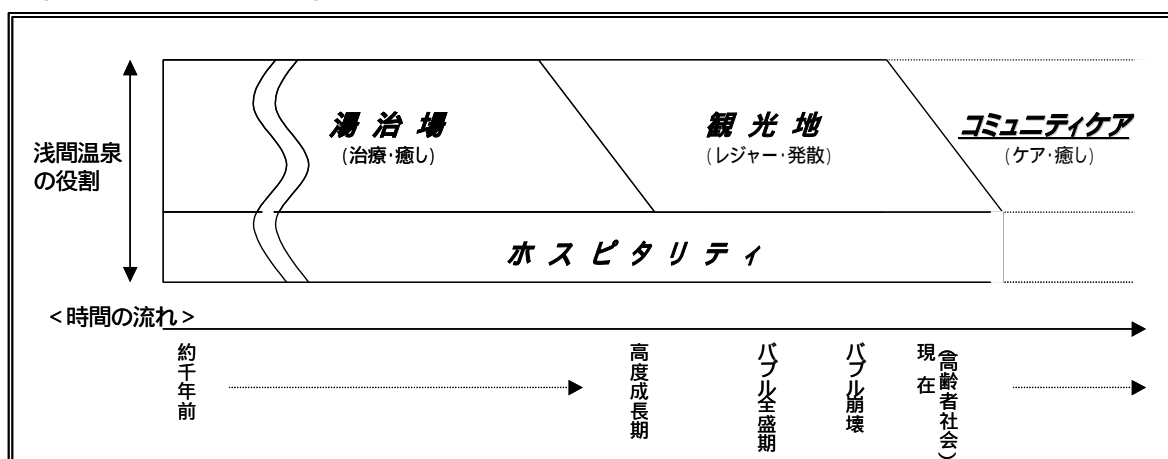
浅間温泉の名は、古書に「麻葉野(あさはの)」という地名で登場することが始まりとされており、長年に渡り薬師信仰のもとに多くの参詣者が湯治の場として利用してきたが、近代に入り浅間温泉の役割は少しずつ変化していった。具体的には、善光寺参りを終えた人々の精進落としの場としての役割、歓楽街としての役割、そして高度経済成長にしたがって出現してきた「観光・レジャー」の対象としての役割である。1980年代後半から1990年代初頭にかけて現出したバブル景気によって、観光・レジャーの傾向は一層強まり、観光客の欲求に応えるべく、事業者たちは過度な設備投資や観光資源開発に乗り出していった。その後バブルの崩壊により観光客数は激減し、観光地として今までどおり存続していくには非常に厳しい状況に置かれている。

更に浅間温泉には地理的にも新しい問題が発生した。高速交通網の整備により、移動時間が短縮され、浅間温泉は通過地点としての傾向が強まり、宿泊地としての意味合いを持たなくなってきてしまったのである。

そうした状況の中で、地元にある神宮寺の高橋住職を中心に、地域について高い問題意識を持つ人達が自主的に集まり、観光地から新しい業態への転換を含めて、地域が目指すべき方向性について検討が重ねられた。そこではひとつの方向性として、“温泉”+“ケア”という考え方に凝縮していくようになった。

“ケア”という発想が生まれたのには、2つの大きな理由がある。まず1点目は、今後の日本において高齢化は避けられない問題のひとつであり、高齢者を抱える地域として、何らかの対応策が必要であるということによる。特に2015年には、団塊世代の多くが65歳を迎え、高齢者層が一気に底上げされるため、ハード・ソフト両面での社会基盤整備が必要となることは言うまでもない。2点目の理由としては、この地域の歴史を紐解いてみたとき、レジャーとしての温泉観光が主体となったのはせいぜい数十年前のことであり、それ以前の約1,000年は「治療」や「癒し」のための湯治場としての役割が主であった。そのため、湯治機能を復活させることは地域本来の機能を取り戻すことであり、また介護予防としての効用と意義を加え、地域の強みを再活用することになるからである。

[浅間温泉の役割の推移]



【特徴】

御殿の湯

地域でも有名な温泉旅館であった「御殿の湯」の廃業に伴い「宅幼老所 = 小規模通所サービス施設」への転換が行われた。NPO 法人「ケアタウン浅間温泉」が「御殿の湯」の宿主から施設を賃借し改修したうえで、宅幼老所として2003年3月から運営を行っている。改修に当たっては、補助金が出て、銀行からの借り入れにも成功した。主な収入は介護保険(平均1万円/人)で、銀行への返済を含めた収支はオープン半年(2003年9月)でプラスに転じている。平均利用者数はオープン当初9.5人/日であったが、2003年10月には13.5人/日と増え、2004年12月は利用待ちが出てきている。



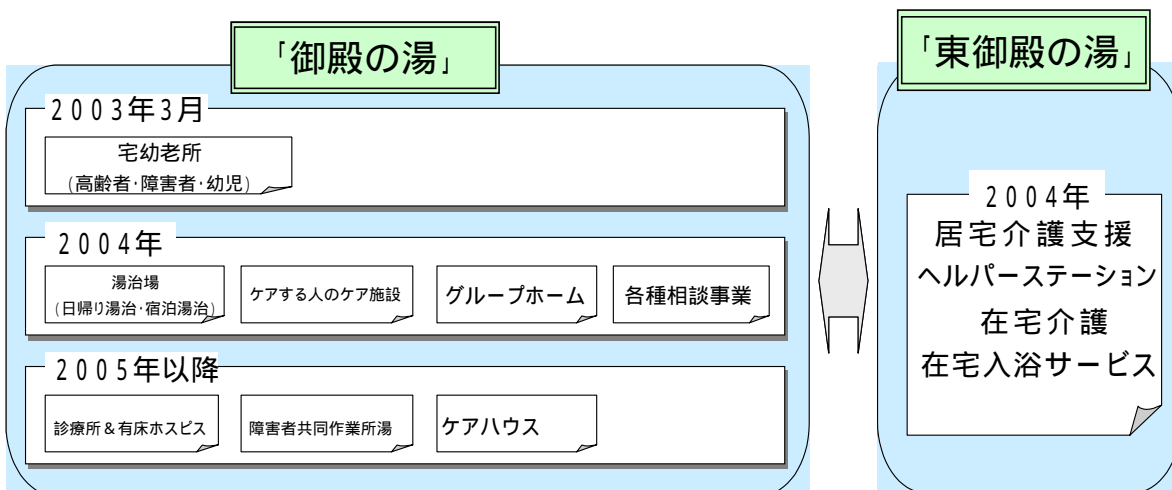
「御殿の湯」毎日平均15人程度の高齢者が訪れている

東御殿の湯

同 NPO は「御殿の湯」に続いて、同じく16年前に廃業した温泉旅館「東御殿の湯」を訪問介護事業所として2004年4月にオープンさせた。ヘルパー2名、看護師1名、管理者1名(ヘルパー資格あり)の4人体制(2004年10月時点)で、東御殿の湯を拠点にして高齢者、障害者の訪問介護サービスを提供し、浅間温泉の旅行者には「バリアフリーケア付き旅行」の支援を行っている。訪問介護サービスでは、自前の温泉を使った入浴サービスや温泉の出前など、温泉旅館ならではの、ユニークなサービスを行っており、利用者の評価も高い。



「東御殿の湯」ヘルパーの拠点となっている



キーパーソン

こうした取り組みが実現した一番大きな要因は、ひとえに神宮寺：高橋住職の存在によるところが大きい。

高橋住職はもともと社会福祉の分野に興味を持ち、1980年代初めから障害者の共同作業所づくりや市内のボランティアの組織化を進めていた。現在も長野県 NPO センターの代表として県内の NPO 団体の支援を行うとともに、ライフデザインセンターという高齢者あるいは終末期の人々の財産保全



高橋住職（NPO 法人「ケアタウン浅間温泉」理事）

や生きがいの創生を目的とする NPO の代表でもあり、広く福祉に関するサポート組織として、寺と社会とを“つなぐ”役割を果たしている。

波及効果

自然の恵みとして噴出される温泉が、たくさんのお年寄りの身心を癒し、活性化することにより、集う人々にとって心地よい空間づくりを可能とする。加えて、お年寄りの持つ人生経験や様々なノウハウが、ここに関係する若者に影響を与え、お互いの交流を通じて地域にとって大切なものを引き継いでいくことになるであろう。「宅老所」に留まらず、「活老所」となることを目指している。

また、浅間温泉全体として、ケアタウンに対する認識が高まってきており、障害者もお客様だという意識が生まれてきている。客足の遠のいている小さな旅館では、要介護者を受け入れる旅館が増えてきている。

今後の事業展開

「御殿の湯」では、ケアしている家族へのケアを未使用の客室、温泉（1つずつある）を利用して、建物の中で行うことを検討している。

「東御殿の湯」では、一人暮らしの高齢者を対象にして、「東御殿の湯」で作った食事を配る配食サービスを検討している。旅館を退職した調理師にお願いして、食事を作ってもらい、地元にある養護学校（松本養護学校）を卒業した人を採用して、食事を配ってもらう仕組みにすれば、地域の雇用促進にもつながり一石二鳥になると考えている。

また、2つの施設だけでなく、旅館の使っていない職員寮を利用して、痴呆高齢者のグループホームの運営も検討している。職員寮はほとんどが個室になっており、施設の有効利用が図れ、さらに、入居者を管理する人材が必要になることから、ここでも雇用促進に繋がると考えている。

【今後の課題】

地域がその役割を転換していくうえで一番難しいのは、「高齢者の街」というイメージが定着してしまう可能性があることであろう。「高齢者の街」、それ自体は問題ないのだが、「高齢者の街＝活気がない街」という誤解を招く恐れがある。地域が常に人を引き付けるためには街の活気が必要不可欠であり、こうした誤解が生じることは非常に深刻である。しかしながら、今回の取り組みは特に高齢者の方々のみではなく、介護に携わる若者を含めた地域全体を活性化していくことを目的としているため、地道な取り組みを継続し、一つ一つ成功例を積み重ねていくことが、何よりも重要であろう。

また取り組みを継続的なものにしていくためにも、高橋住職に続いてリーダーシップが取れる、また地域のために汗水垂らすことができる若手が出てくるよう、先を見据えた人づくりが必要である。

【参考となるポイント】

- 廃業した温泉旅館を有効に利用していること
- 温泉地からケアタウンへの業態転換を行ったこと
- 広い視野を持ったキーパーソンがリーダーシップを取っていること

【問い合わせ先】

浅間温泉神宮寺
〒390-0303 長野県松本市浅間温泉 3-21-1
TEL:0263-46-0096 FAX:0263-46-3919
ホームページ <http://www.jinguuji.or.jp/>
NPO 法人「ケアタウン浅間温泉」
〒390-0303 長野県松本市浅間温泉 3-31-28
TEL:0263-46-6010 FAX:同左
ホームページ <http://www.caretown.org/index.html>

農村民泊へむけての取り組み：五ヶ瀬町（宮崎県）

【概要】

宮崎県五ヶ瀬町では、1993年に全国25自治体の内の一つとして、グリーンツーリズムモデル構想自治体の指定を受け、翌1994年度に策定した五ヶ瀬町グリーンツーリズム基本構想に基づき、1995年度に五ヶ瀬町桑野内地区を拠点地区とした「夕日の里づくり基本計画」を策定し、各種事業に取り組んでいる。地区住民主導で運営されている「夕日の里づくり推進会議」では、既に、地域住民が手づくりで行う体験イベント「夕陽の里フェスタ in 五ヶ瀬」や都市と農村との交流を目指して、都市住民が農家に滞在してもらうイベント「夕日の里ふるさと体験交流ツアー」などに取り組む、参加者の評判もよく、一定の成果をあげている。更に、2005年の春には継続的な「農村民泊」を実現しようと、新たに部会を設立して取り組んでいる。

【概況】

<位置図>



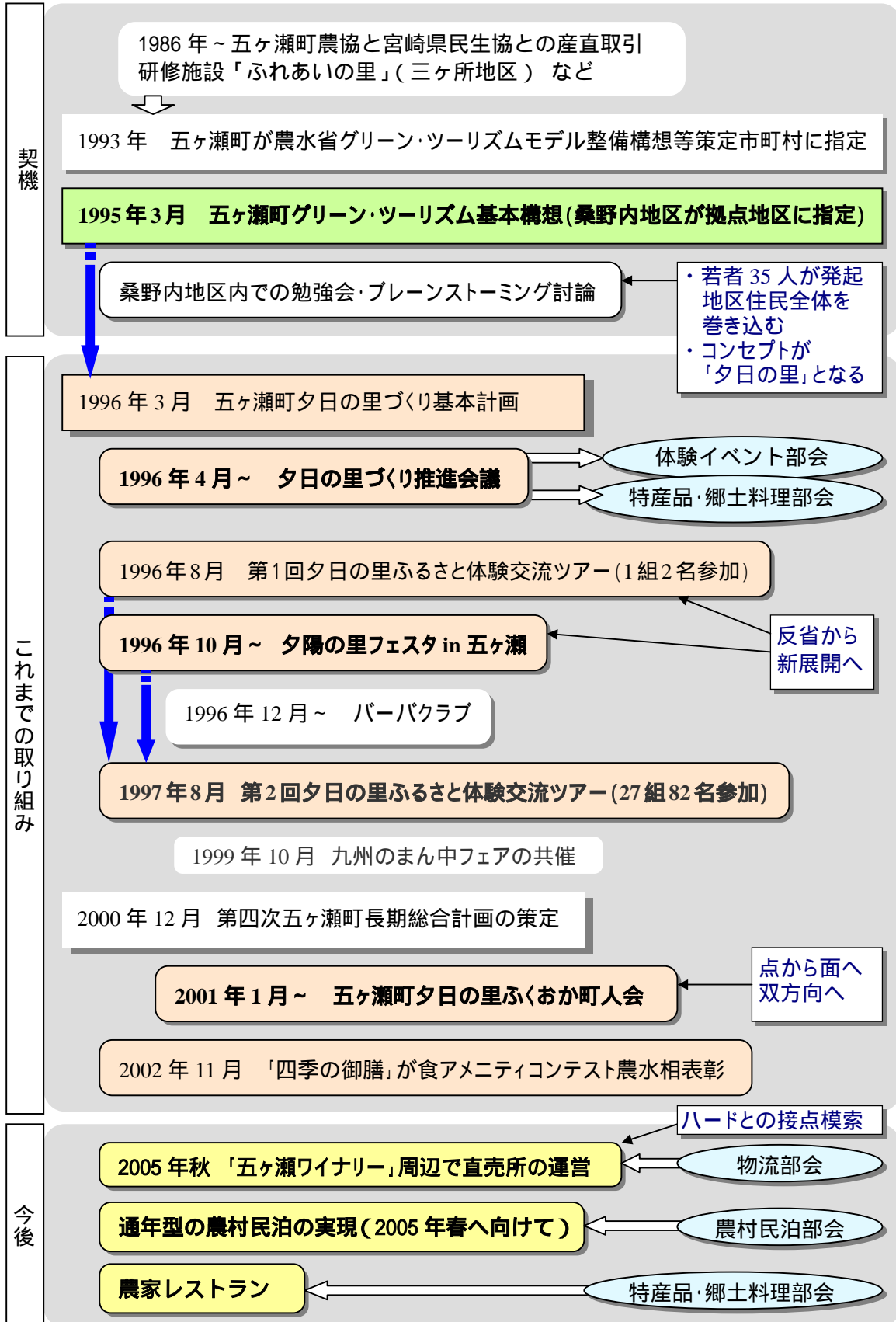
五ヶ瀬町の概要

西臼杵郡五ヶ瀬町は、宮崎県の北西端に位置し、農業を主産業とする人口約5,000人の町である。町域は山と丘陵が多く、町の東部は天孫降臨の地・高千穂町に、南部は椎葉村・諸塚村に接し、北部は熊本県との県境である。町内の鞍岡地区に日本最南端のスキー場を擁するなど、四季の気候変化が大きく、主な企業としては、全国的な焼酎メーカー「雲海酒造」の五ヶ瀬工場が立地する。町の中心と言うべき三ヶ所地区には五ヶ瀬町役場があり、延岡と福岡を結ぶ高速バスが役場前に発着する。



(資料：五ヶ瀬町商工会 HP)

五ヶ瀬町の取り組み経緯



(日本経済研究所 作成)

【特徴】

取り組み体制

「夕日の里づくり推進会議」は、総括推進役の後藤福光氏（写真左から2番目）らを中心に、発足当初から地区の住民主導で運営されてきた。発足当初に、実際の作業を行う部会として「体験イベント部会」と「特産品・郷土料理部会」が設けられた。これに「物流部会」「農村民泊部会」が加わり、現在に至る。農村民泊への取り組みは、新たに結成された「農村民泊部会」が中心となっている。



渡邊係長、後藤氏、甲斐氏、西村氏（左から）
西村氏は農村民泊部会のリーダー

一方で、情報発信には自治体を始めとする関係機関との協働が不可欠である。事務局として推進会議を支援する五ヶ瀬町の協力も、忘れてはならない。事務局は町役場に置かれており、視察対応の一部や、情報発信等の重要な役割を担っている。ヒアリングにも同席いただいた企画商工課企画調整係の渡邊ユミ係長（写真左端）が、その人である。

農村民泊実現へ向けての取り組み

1. 契機

1997年から年1回開催している「夕日の里ふるさと体験交流ツアー」では、参加者全員が地元の農家に1泊し、地域住民と触れ合っている。当初受け入れる農家側には、「見ず知らずの人を泊める抵抗感」、「都会の人にどんなものを食べてもらえばよいのかという不安感」、「何を話したらよいのかという不安感」があったが、逆にツアー客の反応は、「現場で食べるからこそ、食材がおいしい」とか、「五右衛門風呂が魅力的だった」（受け入れ側は引け目に感じていた）とか、好反応だった。実績を積み重ねることによって、ツアー客からは「いつでも来たい」という要望が多く寄せられるようになった。しかし、継続的な農村民泊が実現しない限り、体験交流ツアーの受け入れ可能人数は限られるため、農村民泊の仕組みづくりを整備する必要性が出てきた。

2. 法律の壁

継続的な農村民泊を実現するためには旅館業法、食品衛生法、消防法といった法律による規制をクリアする必要があった。旅館業法については、これまで宿泊する部屋の広さの下限が定められていたが、2003年に法改正が行われ、簡易宿泊施設として登録することによって、下限が撤廃されることになり、問題はなくなった。また、2003年4月に認定された構造改革特区「神話・伝説のふるさとツーリズム特区」（宮崎県）で、消防法関連の規制緩和が行われ、こちらも問題はなくなった。

最後まで問題となったのは、食品衛生法であった。同法に則ると、厨房には外部の人の立ち入りを認めていなかった。これでは、農村交流の障害となってしまう、農村民泊

の魅力が半減してしまう。更には、宿泊客に飲食物を提供する場合は飲食店（旅館）営業の許可が必要となっており、1農家が営業許可を取ることは事実上不可能であり、大きな問題とされてきた。この2つの問題を解決するために、推進会議では、五ヶ瀬町と協力して、県や保健所に足しげく通い、規制緩和を求めてきた。

そして、ようやく2004年4月に条件付で農村民泊を行う上での食品衛生法の規制緩和が認められ、2つの大きな問題は解決した。その条件とは「炊事調理も宿泊者に体験してもらふこと」「農業体験を何かしてもらふこと」「記録（日誌）をつけること」の3つである。この条件は農村民泊で先行している大分県安心院町を参考にした。

3. 受け入れ態勢の整備

法律の問題をクリアしたことで、受け入れ態勢の整備に向けて動き始めた。まず、桑野内地区内の全世帯（約210世帯）を対象にして、農村民泊を行う意思があるかどうかのアンケートを行った。アンケート結果を踏まえて2004年12月に「興味がある」と答えた農家を中心に説明会を行った。2005年2月には申請を行い、3月には農村民泊情報を発信していく予定である。

農村民泊のスタイル

農村民泊だけでなく、五ヶ瀬町の取り組み全てに共通することだが、来る人も受け入れる人も無理をしないことを心がけている。例えば、農家では当然収穫の時期など、農泊体験希望者を受け入れられない時期があるので、そういった時期には受け入れをお断りすることにしている。また、提供する食事については、できるだけ地元の食材を使って、普段自分達が食べているものと同じものを出すように説明している。

農村民泊がスタートした直後は、宿泊場所は事務局（五ヶ瀬町役場）で紹介する形になると思うが、ある程度軌道に乗ってくると、農泊体験希望者が農家を選ぶような形式に移行できると考えている。

【今後の取り組み・課題】

「夕日の里づくり推進会議」では、農村民泊の他、来年秋に完成する「五ヶ瀬ワイナリー」周辺での直売所の運営や閉校した小学校の跡地に農家レストランを開くことを検討している。商品の安定供給や人件費の問題など課題は多いが、農村民泊の事例のように、行政と地域住民が一体となって、課題解決に向けて取り組んでいる。



閉校になった桑野内小学校
農家レストランの候補地である

【参考となるポイント】

- 役場と地元の連携体制が確立していること
- 地区内の全世帯に農村民泊についての説明を行っていること
- 他都市（安心院町）の先進事例を参考にし、ベンチマークしていること
- 規制緩和のために、県などに粘り強く交渉したこと
- 背伸びしない、身の丈にあった取り組みえを心がけていること

【問い合わせ先】

夕日の里づくり推進会議総括 五ヶ瀬町教育委員会委員長 後藤福光氏
〒882-1202 宮崎県西臼杵郡五ヶ瀬町大字桑野内 3968-3
TEL:0982-82-0453 FAX:同左
宮崎県五ヶ瀬町役場企画商工課
〒882-1295 宮崎県西臼杵郡五ヶ瀬町大字三ヶ所 1670
TEL:0982-82-1717 FAX:0982-82-1723
ホームページ <http://www.town.gokase.miyazaki.jp/index.htm>

参考：五ヶ瀬町における取り組み（五ヶ瀬町役場提供）



夕日の里フェスタ in 五ヶ瀬



四季の御膳：郷土料理部会が地域の習わしにまつわる食事（行司職）を作成



夕日の里ふるさと体験交流ツアー：川遊びやバーベキューなどの様々なイベントを企画

グリーンツーリズムでの修学旅行の受け入れ:宮村(岐阜県)

【概要】

岐阜県宮村では、1999年に東海農政局からの誘いを受けて、グリーンツーリズム事業に取り組み始めた。農山村の民宿を拠点として、農林業体験や自然体験が楽しめる新しい旅のスタイルを普及させていきたいという趣旨のもと、6軒の民宿(当時)から成る「グリーン体験宿」を立ち上げた。宮村の大自然を活かした様々な体験プログラムを用意し、多くの観光客が訪れている。最近では個人客だけでなく、首都圏を中心とした中学校の修学旅行を受け入れ、子供達に宮村の大自然を体験してもらい、民宿の囲炉裏を囲んで宿主と交流を楽しむなど、好評を博している。

【概況】

<位置図>



(資料: 宮村役場 HP)



宮村の概要

岐阜県宮村は、高山市の南、飛騨地域のほぼ中央部に位置する人口約2,700人の小さな農村である。かつては林業の町として栄えていたが、林業が衰退するにつれて、村の産業そのものも衰退してきた。最近では高山市のベッドタウン化が進み、人口推移は横ばい、もしくは微増となっている。

観光資源は豊富で、神通川の源流である宮川、日本海と太平洋に分かれる分水嶺、霊山として広く知られる位山、飛騨の匠が通った官道の名残が現在に生き続けている位山街道、創始時代は神代にありとされる飛騨一宮の水無神社、樹齢1,100年を超える臥龍桜、ツメタ谷にある樹齢2,000年を超える大イチイの木などがある。このような古来より守り伝えてきた豊かな自然と清らかな水から、あらゆる活力を得ている村である。

なお、2005年2月1日に宮村は高山市と編入合併して高山市一之宮町となっている。

【特徴】

グリーンツーリズムに取り組む契機

もともと、宮村の民宿は冬場のスキー場（現：モンデウス飛騨位山スノーパーク）に来る観光客が主な収入源であった。しかし、10年ほど前からスキー場の宿泊者数が減少し、民宿として冬場の収入だけでは経営が苦しくなってきた。年間を通じて観光客を呼び込める仕組みづくりが、村としての課題となっていた。

ちょうどその頃、東海農政局から「グリーンツーリズム事業」への参加要請があり、村として検討を始めた。1999年には宮村にある全21軒（当時）の民宿に声をかけ、説明会を何度も開催し、村の趣旨に賛同した民宿6軒（当時：現在は8軒）で農家民宿「グリーン体験宿」を立ち上げた。当時、旅館組合の代表であった民宿甚左衛門宿主谷口誉憲氏が代表を務めることとなった。



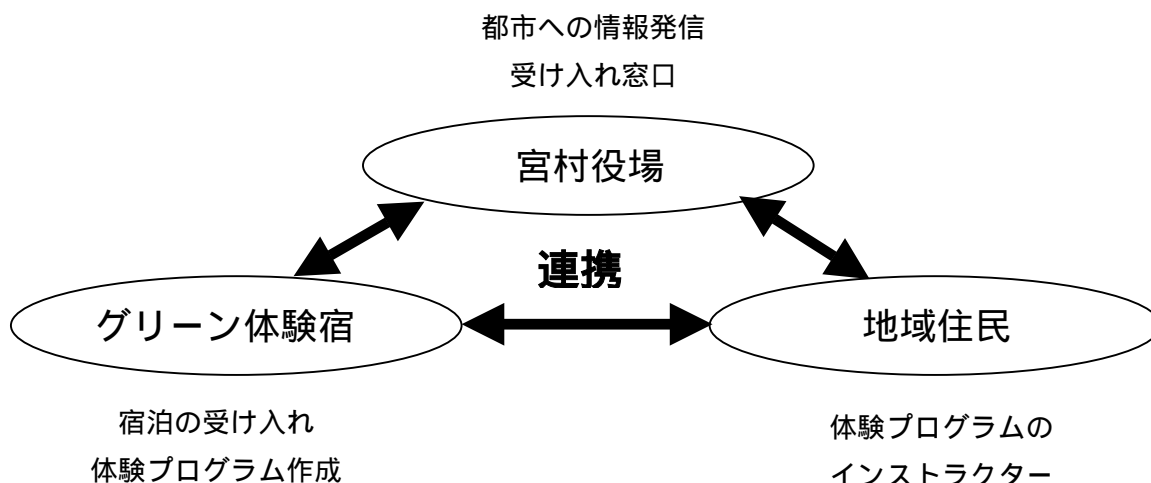
民宿甚左衛門



谷口誉憲氏（グリーン体験宿代表）

グリーンツーリズムの取り組み体制

谷口氏を代表とする「グリーン体験宿」と宮村役場、地域住民が密接に連携して様々な取り組みを行っている。イベントなどの企画は「グリーン体験宿」が主導で行っている。スタート当初は、民宿主導ということで地域住民からは「民宿が儲かるためだけにやるのか」といった反発もあった。しかし、体験学習などで地元の高齢者に指導者になってもらったり、村で子供達が遊びまわっていることが多くなったりすると、グリーンツーリズムが村の活性化に貢献していることを理解してくれるようになり、今では積極的に協力するようになっている。また、宮村役場は、都市へのPR活動や、旅行エージェントからの受け入れ窓口の役割といった裏方業務を行っている。



修学旅行生の受け入れ

1. 経緯

グリーンツーリズムに取り組む以前から、宮村では春の田植え時期や、秋の稲刈り時期に小中学校向けのイベントを企画していた。平成に入った頃から、全国的に修学旅行で農業体験型のイベントを取り入れる都市住民や中学生が現れ始めた。宮村役場にも、ここ数年旅行会社から修学旅行の受け入れに関する問い合わせが増えてきた。そこで、村役場が「グリーン体験宿」に話を持ちかけて、宮村でも修学旅行を受け入れることとなった。

2. 受け入れの仕組み

修学旅行の受け入れに関しては、村役場が窓口となっている。旅行会社から村役場に受け入れ要請があり、村役場は谷口氏らと打ち合わせて、受け入れ状況を決めている。

修学旅行を受け入れるときは、「グリーン体験宿」に加盟している8軒の民宿に分宿する仕組みになっている。子供達とのふれあいを大切にするため、民宿関係者は、子供達が帰るまでに、顔と名前が一致するように努力している。そのために、各民宿に宿泊する人数は15~20人以下と決めている。「グリーン体験宿」に加盟している8軒だけで収容しきれない場合は、他の旅館にも協力を呼びかけている。

3. 特徴

先生は生徒と別の宿に泊まることになっている。生徒の自主性を尊重し、のびのびやってもらおう、という趣旨である。各民宿では「ふれあいタイム」と銘打って、囲炉裏を囲んで宿主と会話する時間をとっている。先生がいないこともあつてか、生徒達はのびのびと色々なことを話し、貴重な交流の場となっている。

モンデウス飛騨位山スノーパークの広場（夏場）を用いて、全員が集合して体験イベントを実施している。さらに、各民宿では異なる体験イベントを実施している。「グリーン体験宿」に加盟している民宿の多くが、独自の体験施設を設置しており、個性的な体験イベントを実施している。谷口氏の甚左衛門では、体験工房を新たに作り、中にある「石釜」で、ピザを焼くなどのイベントが楽しめる。



囲炉裏を囲んでの「ふれあいタイム」
貴重なふれあいの場となっている
(資料：民宿甚左衛門 HP)



「石釜」がある体験工房（甚左衛門）

波及効果

1. 民宿の活性化

グリーンツーリズムに取り組み始めてから、各民宿の宿泊者数は増加している。また、民宿同士の競争も活発になり、独自の資金・アイデアで体験施設を作るなど、他民宿との差別化を図ろうと努力している。

2. 村の活性化

修学旅行生の体験イベントなどでは、村の高齢者が指導者となっている。当初は人前で話すことに抵抗を感じていたが、生徒達から「先生」と呼ばれることで喜びを感じるようになってきている。また、生徒達が元気に村で川遊びや農業体験をしていると、地域住民も元気になって、村全体に活気があふれるようになった。

【今後の課題】

体験イベントは、同じことだけをやっていたり、村の人だけが考えたりしているようではマンネリ化してくる。いずれ観光客も離れていってしまう。いかに、斬新な企画を考えられるかが、今後のポイントとなるだろう。宮村では昨年、県の事業の一環で、岐阜女子大学の学生を受け入れ、企画を提案してもらった。このように学生が持つアイデアを取り入れることは今後も必要になってくるであろう。

また、宮村は2005年2月に高山市と編入合併するが、高山市は、今まで宮村が行ってきた修学旅行の受け入れ窓口業務を行わない方針を打ち出している。民宿が集まっただけの団体「グリーン体験宿」では、信頼性の問題があり、窓口にはなりにくい。現在村内の民宿経営者や役場職員、源流の森レンジャーが発起人となってNPO法人の設立申請中である。認可されれば、窓口になりうる可能性もあるが、不透明な点は多く課題が残ったままである。

【参考となるポイント】

各民宿が自主的に設備投資や体験プログラムの作成を行っていること

村役場が旅行代理店との窓口として機能していること

地域住民にインストラクターとして協力してもらっていること

生徒とのふれあいを大切にして、コミュニケーションを重視していること

【問い合わせ先】

グリーン体験宿代表 民宿甚左衛門 谷口誉憲（もとかず）氏

〒509-3505 岐阜県高山市一之宮町 1615

TEL:0577-53-2681 FAX:0577-53-2611

ホームページ <http://www.jinzaemon.com/>

高山市一之宮支所産業振興課

〒509-3505 岐阜県高山市一之宮町 3100

TEL:0577-53-2211 FAX:0577-53-2948

参考：民宿甚左衛門での体験イベント（資料：民宿甚左衛門 HP）



川遊び



田植え



野菜の収穫

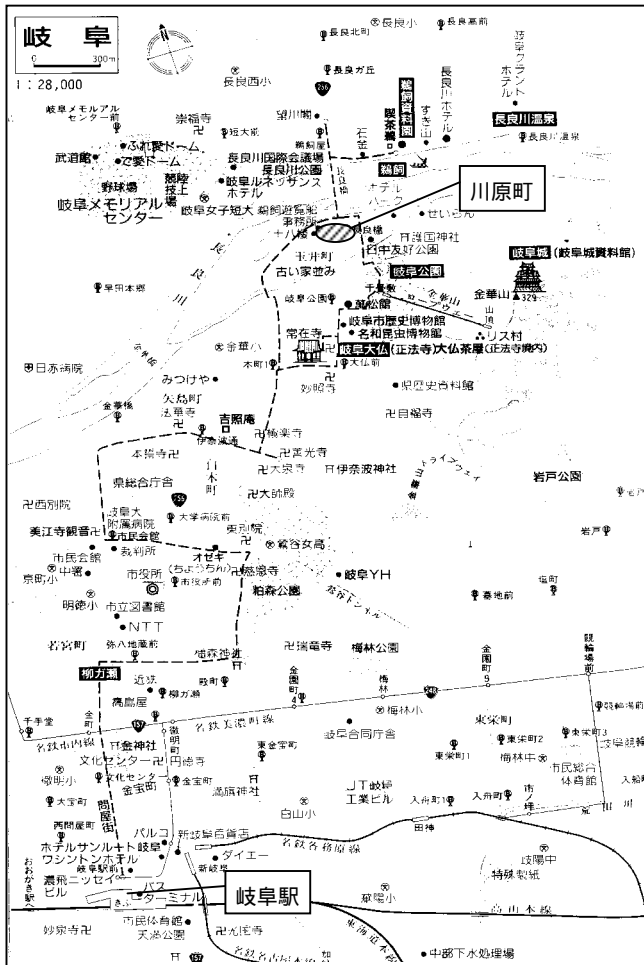
大学との連携による観光活性化：岐阜市（岐阜県）

【概要】

岐阜市では、地場産業であるアパレル業の不振、また鶺鴒いや柳ヶ瀬を中心とした観光の不振が続いており、有効な観光戦略を模索していた。そのような状況の中で、行政・地元企業・市民、そして地元の大学をメンバーとした協力体制により街の再生を行うことが必要と考え、地域にある既存の観光資源を見直す取り組みに着手した。岐阜女子大学の学生が主体となって、川原町の観光マップ「リスマップ」を作成する事業や、岐阜薬科大学と温泉旅行組が長良川温泉に関する共同研究を行う事業など、大学との連携を積極的に行い、観光活性化に結び付けている。

【概況】

<位置図>



岐阜市の概要

岐阜市は伝統行事である鶺鴒いや賑わいのある街柳ヶ瀬を中心とした観光を特色とした地域であり、地理的には名古屋から非常に近く、名古屋駅から岐阜駅までは東海道本線新快速で18分、名鉄名古屋本線特急では24分の距離にある。

また、今回取り上げた岐阜市川原町は、岐阜駅から車で10分程度の長良川沿いに位置し、歴史的にみると古くは斉藤道三・織田信長のころ（十六世紀中頃）から、中川原（明治時代には富茂登村）と呼ばれ、商業の拠点として繁栄をしていた。また江戸時代に入ると尾張藩がここを治め、長良川役所を設置し、川を下る荷船から船役銀と呼ばれる通行税を徴収したといわれている。荷の種類は多種（竹皮・酒・灰・炭・紙・木・茶・米）にわたり、今もそれらを取り扱う紙問屋・材木問

屋など当時の商家を偲ばせる格子造りが、いくつかの建物で目にすることが出来る。情緒溢れた雰囲気を楽しむことが出来る、岐阜市内でも数少ない街並みを持つ地域である。

背景と経緯

具体的に地域と学生が取り組みをはじめたのは、2000年に岐阜市の観光コンベンション課が、岐阜市の伝統行事である鶺鴒の集客力の低下に伴い、集客力改善のため、その企画と運営を地元の岐阜女子大学観光文化学科に依頼したのが最初である。

岐阜女子大学は東海地方で数少ない、観光文化学科を持つ大学であり、今までにも愛知県足助町での観光イベントへの参加など、授業の一環として、学生が地域と連携した街づくりを行っていきという取り組み実績を有する大学である。

実際に鶺鴒における取り組みでは、鶺鴒開きの日のイベントを観光文化学科の学生が企画し、結果的には鶺鴒開きの日の観光客数が例年の約300人～400人程度から約10倍の3,000人～4,000人程度に増加する成果を見せた。岐阜市ではこうした取り組みにより、伝統行事のなかにも若年層を引きこみ、若い世代の感性を企画づくりに活かすことが重要であると実感した。

岐阜市では、2002年度の事業として同地域が持つ固有資産のブラッシュアップの実施が決定しており、その一環として川原町における街並みの見直しを、岐阜女子大学でのノウハウを活かして行うことになった。

岐阜市の観光コンベンション課は鶺鴒での取り組みに引き続き、2002年岐阜女子大学観光文化学科（古池助教授：当時）に今回の取り組みに関する協力を要請し、行政、地域住民、そして学生が一体となった地域の見直しを始めることになったのである。

さらに2004年には、「ポスト愛知万博」対策として、長良川温泉に注目し、岐阜長良川温泉旅館協同組合と岐阜薬科大学が共同で長良川温泉の有効な活用方法についての研究を行っている。岐阜女子大学の川原町での取り組みとあわせて、鶺鴒目当ての観光客が多く訪れる、長良川周辺の魅力作りに力を入れている。

【特徴】

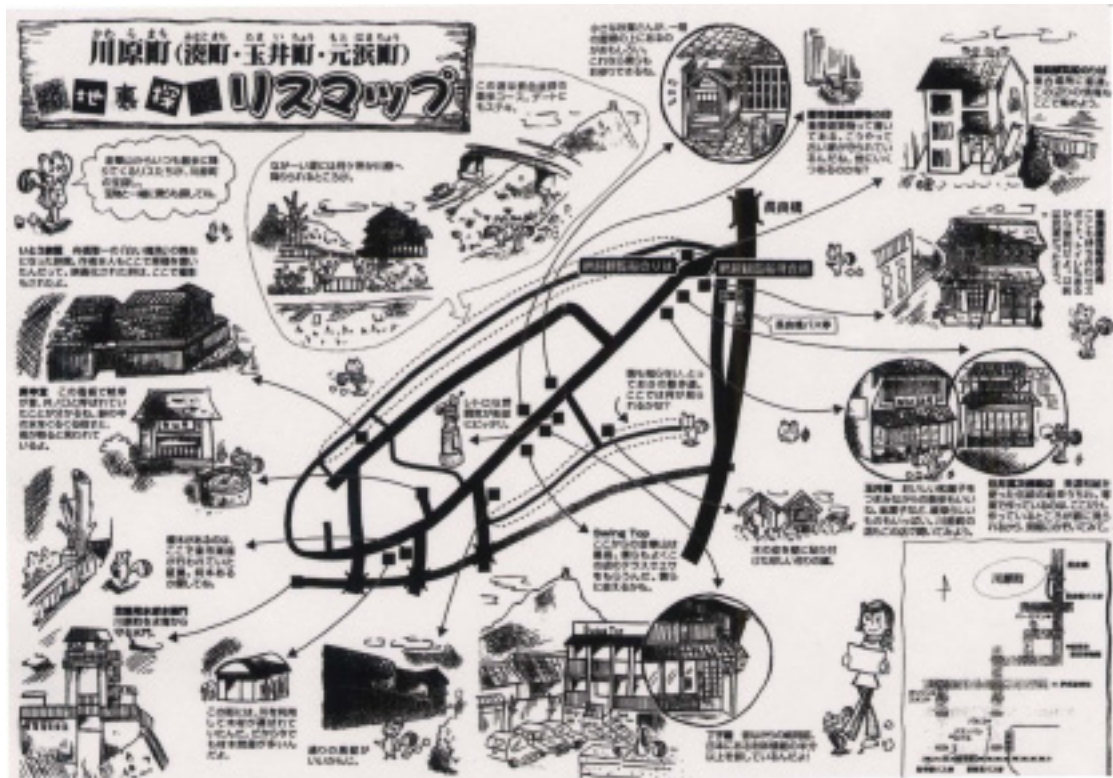
学生の感性を活かしたマップの作成

まず、観光資源を観光客にうまく紹介するため、価値のある建物が、どこにあるのかが一目でわかるような地図（マップ）を作成することになった。実際に学生達が川原町を歩き、建物を一軒ずつ確認をしていくことにより、学生独自の視点による観光資源（建物等）紹介マップである「路地裏探索リスマップ」が作成されることになった。マップの形式については、観光学科の生徒が叩き台となるプランをグループに分かれて作成し、プランを出し合い、最終的には各案のポイントを集約する形でまとめられた。

女子学生が主体となって作成しているため、地図上のポイントは限りなく観光客（消費者）の視点に近く分かりやすく構成されており、加えて学生による手づくりの地図であるため誰にでも親しみやすい仕上がりになっている。また、既存の地図にはない新しい感覚（学生の感覚）が随所に盛り込まれ、ありきたりでない新鮮さを感じることができる地域独自のマップということで、地域の住民も非常に愛着を持っている。



古い民家の街並みを活かしたまちづくりが進んでいる川原地区



実際に作成されたリスマップ

温泉の科学的な調査で知名度アップを狙う

長良川温泉は、約 4km 北の岐阜市三田洞にある「三田洞神仏温泉」を源泉としている。単純炭酸鉄泉で、赤褐色に濁っていることが特徴である。同温泉は、リウマチなどに効能があるとされているが、全国的な知名度が低く、旅館協同組合などでは、別のアピール要素を求めていた。そこで、岐阜薬科大学に温泉を持ち



長良川温泉旅館街（資料：岐阜新聞 HP）

込んで簡単な調査を依頼したところ、様々な病気の誘因となる活性酸素を消す効能が認められた。旅館協同組合では、さらに本格調査を大学に依頼し、裏付けが得られれば、「健康温泉」を全面に出してアピールできると考えている。

また、長良川温泉は鉄分が多すぎるため、どれくらいの割合で水と薄めるのが効果的かなど、有効な活用方法についても、岐阜薬科大学へ調査を依頼している。

岐阜市としては、一連の研究結果を用いて、長良川温泉の知名度アップを狙っている。

大学と連携することのメリット

マップ作りによる取り組みでは、マップを作る過程において、学生を通じて地域住民と行政とがコミュニケーションを図ることに力点が置かれており、マップそのものの価値はもちろんのこと、その作成過程が非常に重要視された。

実際に、学生が積極的に川原町にある店や家を訪問することで地域住民と接する機会が多くなり、学生は地域住民にとって近い存在となっていった。地域の人々も相手が学生であるため構えることなく、学生をサポートするような良い連携が生まれていったのである。

また、マップの内容を吟味すべく行政、地域住民、学生による話し合いの機会が何度か持たれることにより、結果として今まであまり接触のなかった行政と地域住民とのコミュニケーションが図られるようになっていった。なかなか接点を持つ機会が少なかった両者が、マップの作成を通じて、観光地振興という共通の課題について意見を交換する場が生まれたのである。

こうしてみると結果的には、岐阜女子大学の学生が行政と地域住民とを結び付ける接着剤のような役割を果たし、地域連携を図るために大きく貢献したとすることが出来る。

長良川温泉での取り組みでは、大学に研究を依頼することによって、学術の見地から科学的な裏付けができることが大きい。今までは見落としていた価値を再発見できるし、気付いていた事実でも、大学の後ろ盾があるのとないのとは、PR 面で大きな差となって現れてくる。

また、マスコミに対する宣伝効果も大きい。例えば、行政が個別の商店と連携して、新しい商品・事業を企画してもマスコミはなかなか取り上げてくれない。しかし、大学と共同で開発した、ということになれば、マスコミは大きく取り上げる。新聞・テレビなどに取り上げられると、その記事を用いて更に宣伝できることから、その宣伝効果は計り知れない。

【今後の課題】

今後、こうした大学と連携した取り組みを、岐阜市内の他の観光地においても展開できるかどうかの検討が重要であろう。また、ここで述べた 2 つの取り組みは、観光活性化施策としては導入部分であるため、今後より地域に根付いた取り組みへと発展させていくことが必要であると思われる。

【参考となるポイント】

学生を地域住民と行政のパイプ役としていること

大学の「知」を観光 PR の手段としていること

大学生の視点から新しい魅力を発見していること

【問い合わせ先】

岐阜女子大学文学部観光文化学科 教授 経済学博士 古池嘉和先生

〒501-2592 岐阜県岐阜市太郎丸 80

TEL:058-229-2211

ホームページ <http://www.yoshikazu.com/index.html>

岐阜市役所政策審議室

〒500-8701 岐阜県岐阜市今沢町 18 3F

TEL:058-265-4141 FAX:058-264-1931

ホームページ <http://www.city.gifu.gifu.jp/>

NPO を中心とした既存地域資源活用：スミス会議 (滋賀県彦根市)

【概要】

彦根市の中心市街地は、市域の北部で彦根城の旧城下町に位置しており、彦根市の顔として様々な活動の中心的役割を果たしてきた。江戸時代に城下町として発展したため、その町割が都市の骨格として生かされるとともに、当時築かれた歴史的・文化的遺産を多く残している。その中で、近代化遺産であるスミス記念堂の保存・移築に向けた活動を出発点とし、地域にある資源を大切にしていこうとする人々を中心に「NPO 法人スミス会議」が設立された。スミス記念堂は移築後、建築的・文化財的価値に着目し観光資源としての活用が目指される他、生涯学習・歴史教育の場としての活用が考えられている。

【概況】

<位置図>



(資料：彦根市役所 HP)

彦根市の概要

滋賀県彦根市は、琵琶湖東北部に位置し、大阪市へ約 100km、名古屋市へ約 60km の距離にあり、近畿都市圏・中部都市圏および北陸圏の接点にあたる。「城と湖と緑のまち」と言われるように、西は琵琶湖に面し、北は磯山、東は佐和山から鈴鹿山脈が連なっている。平野部には彦根城を有する金亀山と雨壺山、荒神山などがあり、鈴鹿山脈に源を発する芹川、犬上川、宇曾川、愛知川や矢倉川などが肥沃な穀倉地帯を形成し、琵琶湖へ注いでいる。現在の都市の原型は、石田三成が 1580 年に佐和山一帯に城下町を形成したことが始まりであり、その後井伊家の所領となり、彦根藩 35 万石の城下町として栄えた。

人口は 2004 年現在で約 11 万人と、毎年微増を続けている。また、産業はパルプ、仏壇、縫製の地場産業を始めとして近代的な数多くの工業が立地し、琵琶湖東北部における商工業の中心地として、琵琶湖東北部地方拠点

都市地域の中心都市としての位置付けにある。

観光資源として、国宝彦根城などの近世遺産とスミス記念堂などの近代化遺産が数多く存在し、歴史的・文化的風情を色濃くとどめている。

「NPO 法人スミス会議」設立までの経緯

時 期	内 容
1996年 8月	市の道路拡幅工事に伴い、解体の危機に直面。 滋賀大学の月報をはじめ、新聞等各紙でスミス記念礼拝堂の保存を訴える記事が掲載。
11月	大学人・市民等により「スミス記念堂を彦根に保存する会」を結成。 移築のための募金活動を開始。
1997年 1月	保存する会により、記念堂が一時解体。市提供による保管地へ収納。
1999年 4月	市に対して移築後の利用計画、管理方法を提示。
9月	市からの移転候補地の提示内容を、保存する会が検討開始。
2000年	彦根の有志が他の和風建築の保存活用運動を展開。その敷地内に記念堂の移築を検討するも断念。
2001年 6月	歴史系の学会で、スミス記念堂の保存活用とまちづくりについて報告。
2002年10月	滋賀大学観光まちづくりフォーラム及び滋賀環境ビジネスメッセでスミス記念堂の保存活用によるまちづくり運動が報告される。募金が900万円に達する。
2003年 4月	彦根市の経済人有志と保存する会が合同し、NPO 団体結成に向けて協議開始。
6月	スミス記念堂の保存活用を核としたまちづくり NPO スミス会議が設立。
9月	大津地方法務局彦根支局で設立登記完了。
2004年 6月	彦根市長が彦根市議会で旧市立病院（看護婦寮）跡地にスミス記念堂の移築活用を認める発言をした。

【特徴】

取り組み内容

1. 「近代化遺産マップ」の作成

NPO 法人スミス会議は、地域の観光資源を掘り起こし、広く認識してもらうために「彦根近代化遺産マップ」作りを行った。彦根には、京都に勝るとも劣らない歴史的な建造物が多数あるにもかかわらず、一般的な認知度は低く、宝の持ち腐れと言っても過言ではない。実際にマップに整理・記載することで、地元をはじめ対外的にも大きなアピールになるものと思われる。各近代化遺産に関するマップについては、京都工芸繊維大学工芸学部 石田潤一郎教授・滋賀大学経済



彦根近代化遺産マップ

学部 筒井正夫教授により、各遺産の歴史的な背景が良く分かるように解説されている。このマップには彦根城を中心に、明治維新関係、産業・交通関係、金融関係、文化・思想・教育・宗教関係の近代化遺産が31点紹介されており、彦根城を中心としたその周辺地域だけでも数多くの観光資源を見て取ることができる。

2. スミス記念堂移築後の活用

スミス記念堂の移築後の活用については、基本的に“まちづくり”を意識したものとなっている。

スミス記念堂はキリスト教徒だけでなく広く市民の利用に供されていたこと、保存運動が広く市民の協力のもとで成り立っていることから、移築再建後はNPO法人スミス会議の会員のみならず広く一般市民の利用に供され、施設が地域で活用されることを目的としている。またスミス記念堂が日米両国民の協力により建設され、様々な文化活動を伴いながら歴史的な価値を有するものであるため、今後の活用方法として生涯学習、文化教育活動、国際交流等の活動を可能とする必要があると考えられる。

そして域内・域外とも交流人口を増やすためにも、観光の新名所としての役割も視野に入れており、具体的には下記のようなプログラムを検討している。

<スミス記念堂の役割>

Smith School (スミス・スクール)

青少年を対象に地域の歴史を学ぶ。「市内小中・高等学校、大学とも連携して、郷土の文化や経済、歴史等に関する幅広い教育に資し、児童・青少年に郷土への誇りと愛着を涵養することを目的とする。」

青少年を対象に国際交流を行う（ミシガン州立大学連合センターとの連携）

Smith Academy (スミス・アカデミー)

生涯学習の場としての活用。

Smith Hall (スミス・ホール)

ミーティング・ルーム、研修ルーム、コンサート、映画、ギャラリーとしての機能を持つ。また観光資源としても活用。「堀端で彦根城を望める美的ロケーションで、しかも建築的・文化財的価値の高い建物を、地域の学術・文化・観光等の振興に資する場として提供していく。」

こうした再築後の活用プログラムは、生涯学習、青少年の地域歴史教育、生涯学習の発表の場としてでなく、都市の中で移動する人々をビジターとして捉え直し、スミス会議で考え出すプログラムの数々は、そのまま彦根の新しいまちづくりに転用できるものと考えられる。

「NPO 法人スミス会議」について

「NPO 法人スミス会議」という組織は、地域の民間ベースによる取り組みであることを強く意識している。スミス記念堂の移築後も、その土地については行政の支援により無償で賃借する方向で検討されているが、それ以外については極力自力での運営を目指している。移築にかかる費用については約 1,400 万円（2005 年 1 月現在）ほどの募金が、市民を中心に集められており、今後は企業からの支援なども視野に入れ工事にかかる見込みである。また移築後も、利用者からの料金徴収などにより独立採算で維持管理をしていく見通しである。他にも地元の大学生を中心に、NPO 設立に関するビデオ等の資料作成を手伝ってもらうなど、地域が一丸となって組織を支えている。民間ベースに拘る趣旨としては、継続的な組織を目指すためであり、行政サイドの意向の変化によらず地域づくりを行うためである。そのため、今回のスミス記念堂の保存・再生を是が非でも成功させ、地域が持つ独自の資産を活用したまちづくりの動きが地域に根付くよう懸命の努力を続けている。このスミス記念堂が、彦根城付近に無事再生されることで、景観上の地域シンボルに留まらず、地域の人々の心のシンボルとなることが重要であり、こうした取り組みを機に、地域にある数々の近代化遺産を活用したツーリズムの検討が活発化されることが期待される。

【今後の課題】

現在彦根市には 13 の商店街があり、商店街ごとに独自の特色を打ち出している。しかし、伝統的な街並みの再生を目指し、白と黒を基調とした日本家屋中心に整備されている「夢京橋キャッスルロード」と交差する「四番街スクエア」では大正ロマンあふれるまちを目指しているため、その地域一帯の建物の外壁は明るい土色、デザインは西洋風であり、「夢京橋キャッスルロード」との間に何らかの接点を見出すことは、非常に難しい。

こうしたまちづくりが未だに継続しており、NPO 法人スミス会議が取り組んでいる近代化遺産の活用との連携も十分とは言えない。元来地域が持つ文化的、歴史的資産を活用し、地域独自の街づくりを行っていくためには、地域で一体となって方向性を決め、そこに向かって進んでいくという姿勢が必要であると思われる。同 NPO も含めて、商店街・地域住民が一体となって、まちづくりを進めていけるかどうか、問われているのではないだろうか。

【参考となるポイント】

- NPO（民間非営利組織）の取り組みであること
- 眠っている観光資源を活用しようとしていること
- まちづくりと一体化した観光資源の活用を目指していること

【問い合わせ先】

NPO 法人スミス会議事務局
〒522-0033 滋賀県彦根市本町 2-3-3
TEL:0749-24-8781 FAX:0749-27-2621
ホームページ <http://www.smith-meeting.com/>

参考：「スミス記念堂」について

スミス記念堂は1931年、パーシー・アルメリン・スミス氏が私財を投じ、彦根の大工宮川庄助氏を始めとする彦根市民の献金と、日米の篤志家の援助で建てられたものである。建物の材料には良質のヒノキ材が使われており、花頭窓・唐破風に彦根城の形状を取り入れ、瓦・扉・梁・釘隠など随所に、葡萄・十字といった西洋の文様が施されていたため、東西の様式が一体となった独自の美しさを醸し出していた。

スミス氏は1903年来日し、広島高等師範学校で英語教師を、福井・金沢・京都などで布教活動に携わり、1926年から1936年まで、彦根高等商学校英語教師を務めながら布教活動や文化活動に従事していた人物である。彦根城の美しさと彦根の人々に魅せられ、礼拝堂の建築を祈願し、地域の為に尽力した。



【スミス氏の写真】
（資料：スミス会議 HP）



【スミス記念堂の写真】（資料：スミス会議 HP）

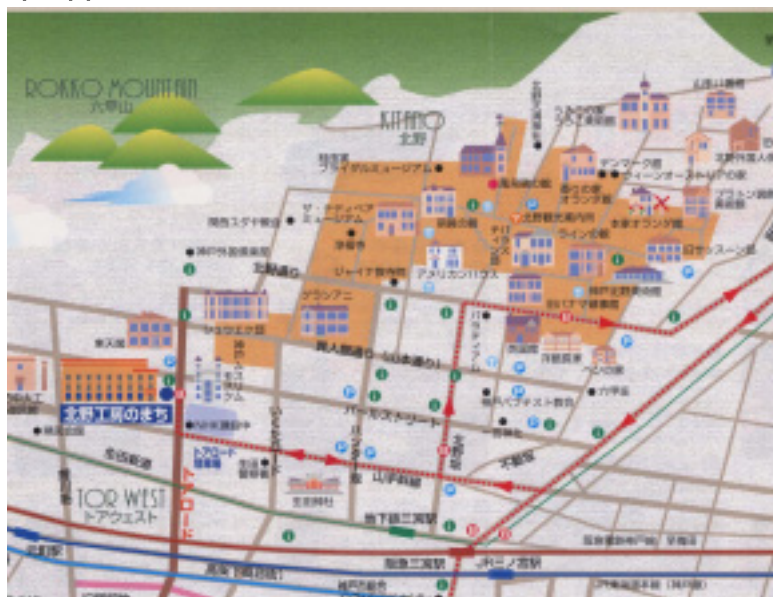
地域産業と連携した観光施設：北野工房のまち (兵庫県神戸市)

【概要】

1995年に発生した阪神淡路大震災は、多くの尊い人命を奪っただけでなく、神戸市の地域産業にも大きな打撃を与えた。今回紹介する「北野工房のまち」は、バブル崩壊後の長期不況と震災による大打撃が重なり、低迷している地域産業の活性化のための起爆剤として、閉校になった小学校の校舎をそのまま再活用して開設された観光商業施設である。小学校の校舎をそのまま再活用していることから、建物は地域の街並みともマッチしている。また、長年神戸で培われた職人の技術を活用して、製品の販売だけでなく、ギャラリーを見学できたり、工房で職人技を体験できたりと、地域産業とうまく連携した観光施設となっている。

【概況】

<位置図>



神戸市の概要

神戸市は、東西 36Km、南北 30Km、面積 550km²、人口 152 万人(2005 年 1 月 1 日現在)の都市である。市域は六甲山系により大きく二分され、大阪湾に広がる南側は、東西に細長い山麓台地と海岸低地で構成される既成市街地と、ポートアイランドや六甲アイランド等の人口島の海上都市地域で形成されている。また、六甲山系の北

側は農地と山林等の自然が広がり、その中で計画的な新市街地の整備が進んでいる。

神戸市の産業では、神戸港とともに発展し、港に関連する産業である海運業・造船業・鉄鋼業さらにはこれらの産業から派生した電気機械・一般機械等の集積がみられる。また、ケミカルシューズ・清酒・洋家具・真珠・洋菓子などの産業が地域産業として定着、発展している。

「北野工房のまち」は、神戸市の中心、三宮から北西に歩いて約 15 分の所、お洒落なまち神戸の代名詞トアロードに位置している。背後には多くの観光客が訪れる北野異人館街がある。

開設の経緯

「北野工房のまち」のもとである北野小学校は、児童数の減少により統廃合を検討していたが、1995年の震災により、1棟が全壊し1996年3月に閉校することとなった。

1996年度に入り、神戸市では北野小学校の跡地利用を検討することとなったが、住宅地の中であり、また、観光地（異人館街）の周辺でもあること、さらには残った校舎が昭和初期に建築されたレトロ感ある校舎で、付近住民も強い愛着を持っていたことなどから、様々な要望を受けることとなった。

一方、大量生産・大量消費の時代の中で、これに飽き足らない生活者の間からは、「作り手の顔が見えるモノ」「手の温もりが感じられるモノ」への希求が高まりをみせており、財団法人神戸ファッション協会の異業種交流会の中で、このトレンドに強い関心を寄せていた人達が集まって、「工房のまちをつくる会」が発足し、「工房のまちづくり」の実現へ向けて検討を行うこととなった。

このような状況の中で、神戸市がかねてから、閉校後の旧北野小学校の活用法を検討していたこともあり、1997年4月、神戸市、地元住民団体、地元業界団体、(財)神戸ファッション協会、神戸商工会議所が集まり、神戸大学・吉田教授（当時）を座長に「北野小学校暫定活用検討懇話会」が設けられた。懇話会の中で議論が重ねられ、

校舎は、地元住民、観光客、一般市民をターゲットとした「神戸ブランドに出会う体験型工房」とする

校庭は、神戸の代表的観光スポット・異人館街を抱えながら、北野地区に観光バスの駐車場が無かったということもあり、観光バスの駐車場として活用するという構想がまとめあげられた。

この構想を基に、神戸市、(財)神戸ファッション協会、(財)神戸市都市整備公社によって、具体計画がまとめられ、1997年11月には改修工事が着手され、同時にテナント募集も開始された。この後、1998年3月、入居テナントの決定、同6月末には各テナントの内装工事を完了し、7月11日にオープンした。

【特徴】

施設の概要

建物の1階には神戸を代表する洋菓子やチョコレートなど11軒の店が並び、2階には紙すき工房や靴工房など10軒の工房が並んでいる。廊下の突き当りには、元理科室を活用したギャラリーがあり、地域の人に協力してもらい、古い資料などを展示している。生徒用の机がそのまま残っているなど、元小学校であったことを一番感



「北野工房のまち」全景

じさせる空間でもある。また、3階の講堂はパブリックスペースとして、地域の交流イベントや団体での体験教室の開催会場として多目的に利用できる。加えて、運動場は観光バス専用の駐車場に改修するとともに、プールの上を市民広場として整備した。



施設内の様子（2階）



バス専用駐車場（奥）と市民広場（手前）

コンセプト

「北野工房のまち」は「小さくてもキラリと光る存在であること、在り続けること」を基本理念としている。

居留地やトアロードなどを発祥地として、神戸の歴史や文化をベースに発展してきた神戸の生活文化産業の創造者達や、新たにチャレンジする神戸ブランドの創造者たちが「北野工房のまち」だけのオリジナルなブランドを創って、見せながら提供している。テナントには全国主要都市に店舗を持つという有名ブランドもあるが、それらの店舗には無くて「北野工房のまちの店舗にだけあるというオリジナルテーマ商品」を中心商品として提供してもらっている。

同様な施設では、どうしても販売が優先され、モノづくりの場は二の次になりがちだが、「北野工房のまち」は食関係工房の場合、約40%のスペースが職人さんたちのモノづくりの場に当てられている。併せて、職人さんたちのモノづくりの様子を来館者に見てもらえるようになっている。また、見てもらうだけでなく、来館者自身がモノづくりを体験することが出来る「体験教室」のメニューを設けている。



洋菓子作り体験（資料：「北野工房のまち」HP）

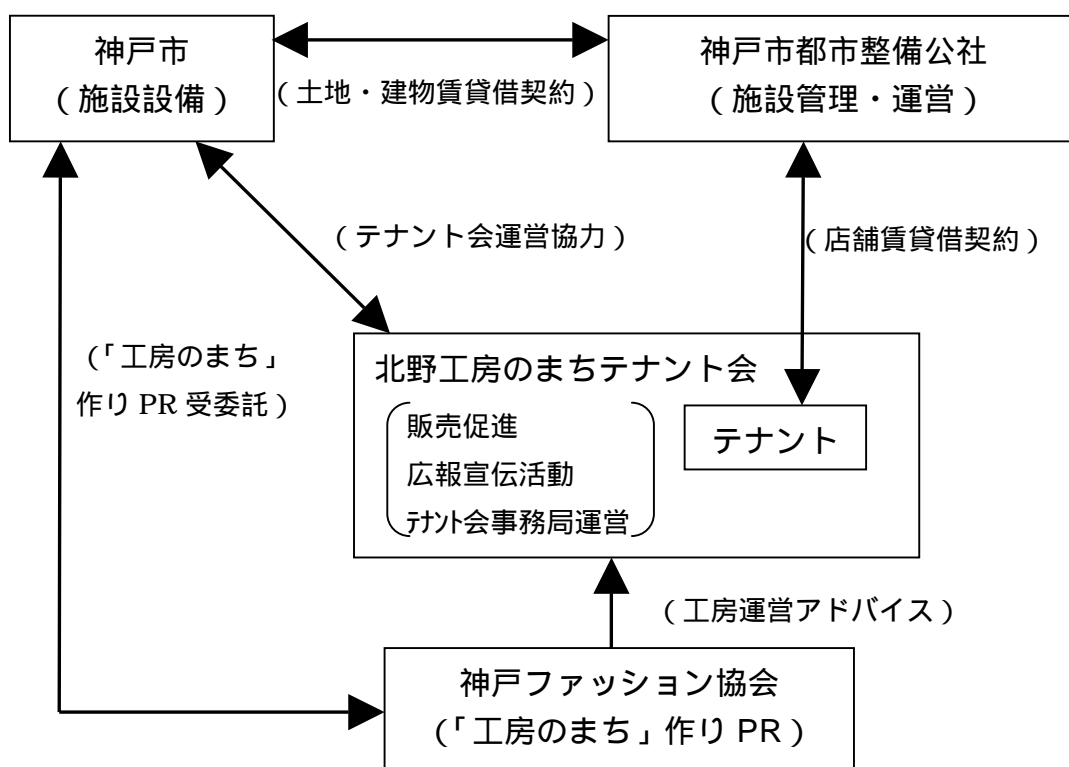


手漉き和紙作り体験（資料：「北野工房のまち」HP）

運営体制

運営方法として「市の直営」と「民間企業」と「第3セクター」の3つの方法が考えられた。直営方式ではテナントの販促活動などが制限を受けることも考えられ、委託の場合でも同様ではないかということになった。民間企業だと、利潤追求の面が強調されるのではという懸念があった。これらを総合的に勘案した結果、第3セクターに賃貸し、民間の力を活用しながら自由に活発な運営を行う一方、市や地域の意向も反映できるようにしようということになった。

運営主体を財団法人神戸市都市整備公社とし、公社の自主的な運営に委ね、さらに、入居店によるテナント会を組織し、その運営は神戸ファッション協会が担うことで、テナント会が自由に販促活動等を行うことができるよう配慮し、できるだけ民間事業者のノウハウを取り入れた形での運営を行っている。



現状

神戸市では、当初年間 35 万人の来館者を見込んでいたが、最初の 1 年間に 75 万人の来場者があり、99 年 10 月にはオープンからの累計来場者数が 100 万人を突破、04 年 10 月には 500 万人を突破した。コンスタントに年間約 80 万人の来館者があり、安定した運営ができています。観光バスの駐車場を近くに設置したことから、観光バスの日帰り圏内である、愛知・三重までのエリアからの観光客が多いようである。

開設当初は 20 工房でスタートし、暫定期間の 5 年が満了した時点で 3 工房が退店、その後新たに 4 工房が加わり、21 工房が 2003 年 8 月の本設化オープンにあわせ再スタートして

いる。退店希望より入店希望が圧倒的に多く、出店している店舗は厨房を作るなどの初期投資をしている関係上、なかなか退店を考えないようである。

成功要因

観光客が多く訪れ、活況を呈している理由は、以下の4つがあげられる。

今までになかった「体験型工房」という新しいコンセプトが支持されたこと

レトロな雰囲気のある建物、特に小学校の校舎や卒業記念品など、多くの思い出をできるだけ残し再活用したことで、地域住民からも愛着が寄せられ、小学校の懐かしさをより醸し出したことで話題を呼び、各種マスコミから校舎の再活用成功例として数多く取り上げられてきたこと

元小学校の跡地であり、各種イベントを通じて地域住民の参加・協力が得られやすかったこと

元運動場が地域で唯一の観光バス専用駐車場として整備され、団体客の誘致につながった。異人館街も近く、30分も歩くと神戸の港にも行ける距離であることから、観光客の拠点となったこと

【今後の課題】

「北野工房のまち」が今後も人気観光スポットであり続けるためには、常にオリジナルで新しい魅力のある商品を提供していかなければならない。また、「神戸ブランドに出会える体験型工房」のコンセプトを維持していくために、常に変化する消費者のニーズを把握すること、職人達の資質向上、商品の創意工夫、作業効率、収益性などまだまだ克服しなければならない課題は多い。また観光客はもちろんのこと、地域住民と一体となり、誰もが利用しやすい施設でなければならない。そのためには各テナントだけでなく、関係者が一体となって施設の魅力アップやPRに努めていく必要があるだろう。

【参考となるポイント】

地域の観光ニーズを把握し、バス専用駐車場を設置したこと

廃校になった小学校の校舎をそのまま活用していること

「体験型工房」というスタイルを取り入れたこと

オリジナルな商品を提供していること

第3セクターで運営し、かつ民間の営業ノウハウを取り入れていること

【問い合わせ先】

「震災10年 神戸からの発信」推進委員会 事務局企画広報部長 三谷陽造氏

〒650-0021 兵庫県神戸市中央区三宮町1-9-1-1304 センタープラザ13F

TEL:078-322-6478 FAX:078-322-6051

北野工房のまちテナント会事務局

〒650-0004 兵庫県神戸市中央区中山手通3-17-1 北野工房のまち3F

TEL:078-200-3607 FAX:078-200-3609

ホームページ <http://www.kitanokoubou.ne.jp/>

民間の力を活かした都市観光活性化：横浜市（神奈川県）

【概要】

横浜市では、2002年に市長が変わり、観光戦略に対する体制改組が行われ、新たに「横浜プロモーション推進事業本部」が設立された。さらに、横浜市内を中心とした民間企業が連携し、横浜で集客を促進する新たな事業を創出する組織として、観光関連企業（旅行会社・ホテル等）約100社に呼びかけを行い、「横浜観光プロモーションフォーラム」（以下フォーラム）が設立された。民間企業からの事業を募集しフォーラム事業として認定する。事業として認定されれば、横浜市の外郭団体である「財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー」が主体となってフォーラム会員企業・団体が事業化を支援する。横浜市ではプロモーション推進事業本部を中心に、民間主導で「横浜」を国内外にプロモーションする活動をコーディネートし、3年間で現在の観光客数の約10%にあたる350万人の増加を図るべく、イベントやコンベンション、ロケーションを展開しやすくするなど、民の力が十分に発揮できる環境作りを推進している。

【概況】

<位置図>



横浜市の概要

横浜市は、東京の南西約30kmの距離にある、東西約24km、南北約31km、面積約434km²、人口約356万人（2005年1月1日現在）の都市であり、東京の南西およそ30kmに位置している。人口は、1950年代から一貫して増加しており、一時は増加率が減少したものの、1997年から再び増加率の上昇が顕著になり、現在では東京（23区）に次いで国内第2位の都市となっている。

1859年の開港以来、貿易港として発展してきた横浜市は、1872年に日本初の鉄道が敷設された他、生糸、茶、海産物が輸出されるなど、外国文化との接点となっている。現在では、業務系中心の関内・関外地区と、商業中心の横浜駅周辺地区で都心を形成しており、日本でも有数の活気あふれる先進都市となっている。

横浜市の観光資源は、港を中心とした外国文化と融合した独自の文化、ランドマークタワー、みなとみらい21地区、野球・サッカーのプロチームなど多種多様である。横浜市の魅力は都市の持つ多様性、多面性そのものと言えるだろう。

背景

横浜市の観光入込み客数は、ここ数年横ばい（年間約 3,400 万人）であった。2002 年に市長が交代し、2009 年には開港 150 周年を迎えることもあって、観光に力を入れることとなり、市内部の体制も大きく変わった。新しく時限的な部署として「横浜プロモーション推進事業本部」が設置され、3 年間で現在の観光客数の約 10%にあたる 350 万人の観光客の増加を目指して、観光政策に取り組むこととなった。2004 年 6 月には、横浜の持つ地域資源・特性を最大限に活かし、都市の総合力を発揮して観光交流を推進し、集客力を高めていくため、市民・企業・行政が一体となって、魅力的な都市にしていくことを共通目標・指針とした「観光交流推進計画」を策定した。



開港 150 周年ロゴ
(横浜市提供)

【特徴】

横浜観光コンベンション・ビューローについて

横浜市および神奈川県を中心とする産業・技術等の情報資源や歴史的・文化的資源を活用し、国内外からの観光客の誘致・コンベンションの誘致及び開催支援等を行うことにより、横浜市及びその周辺地域における観光・コンベンションの振興を図ることを目的に 1998 年に設立された横浜市の外郭団体である。市長が会長を務めており、経費は観光関連事業者からの会費収入、事業収入、市からの補助金等で負担している。

具体的業務内容は、イベントの開催と支援活動、観光タクシー支援活動、語学研修会の支援活動、来訪者支援活動、案内所の運営、案内板整備、マップの製作、海外メディアへの PR、コンベンション開催の支援、旅行代理店への紹介、広報誌の発行、フォーラム認定事業など、横浜観光プロモーションフォーラムの事務局に関する業務を行っている。

横浜観光プロモーションフォーラムについて

1. 概要

横浜の観光・コンベンションに携わる約 140 の企業・団体・市民事業者からなり、横浜への来訪者を増やすことを目的に連携し、具体的な事業を協力して推進するための組織である。2003 年 9 月 1 日に発足した。主な取り組み内容は以下のとおりである。

横浜の集客力を高める事業の企画・検討

横浜の集客力を高める事業の公募・認定・支援

会員間の情報交換・交流活動

事務局は横浜観光コンベンション・ビューローで、会員数は設立時 89 社（団体）、2004 年 11 月現在 147 社（団体）である。

2. 設立までの経緯

民の力による都心部活性化の視点での意見交換を目的に、中田市長が初めて観光・コン

ベンション関連事業者と意見交換する機会として開催された2002年12月25日の「都心部活性化に関する懇親会」において、関連事業者が従来以上に多面的な連携を図っていく必要性が課題として提示された。その課題解決のため、市内主要ホテル関係者が横浜市や横浜観光コンベンション・ビューローとの協議を重ねた成果として、任意団体が組織された。

横浜市が作成した「観光交流推進計画」の方向性の一つが「オール横浜のプロモーション体制の推進」であり、民が支える町・横浜というコンセプトを、事業展開の中に明確に反映させることを目的としている。横浜市では、その方針に合致する民間サイドの動きとして、フォーラム組織を支援した。

3. 企画委員会の委員選定

年に6回、企画委員会を開催している。企画委員会の委員選定にあたっては、以下の条件に該当する事業者を抽出し、横浜市が主体となって協議・検討した結果、2003年度には9名の委員を選定した。実務に携わっていてかつ意思決定も可能な人物を選定した。

横浜の観光・コンベンション振興に関わりのある業種・業態の中で積極的に活動していると評価されている事業者

横浜の観光・コンベンション振興の動向について、発展的な活動につながる提案ができる事業者

広報事業でのノウハウがあり、横浜の事情にも精通している事業者

自社利益にとどまらず、エリアあるいは、より広域での集客事業展開に理解があり、かつ実践している事業者

4. 参加企業のメリット

年に2回会員企業が集まる総会を開いている。様々な企業が会員となっているため、ビジネスマッチングできる交流の場として活用できる。また、市長も参加していることから、政策に直結しやすい。

さらに、後述する認定事業決定後に開催される「認定事業説明会」に参加することで、横浜の集客に効果のある新しい事業に参画する機会を得ることができる。

横浜観光プロモーションフォーラム認定事業について

1. 概要

横浜への来訪者を増やす事業を広く公募し、審査を経て認定された事業は「横浜観光プロモーションフォーラム認定事業」として、横浜観光プロモーションフォーラムの会員が積極的に支援（参加・活用）する他、横浜市、横浜観光コンベンション・ビューローも一体となって事業をバックアップする。認定期間は1年間となっている。

2. 審査基準

集客性、発展性、波及性、独創性、計画性、社会性を考慮して審査を行う。補助金ありきの事業は認定していない。

集客性 ・ 企画の内容が横浜の集客に寄与するものか（特に重視）

- ・集客が見込める層をターゲットにしたものか
- 発展性
 - ・事業の継続性があるか
 - ・事業を継続することで、さらなる発展が期待できるか
- 波及性
 - ・事業効果が特定の地域、業界に限定されることなく、広く横浜の集客関連産業に波及することが期待できるか
- 独創性
 - ・提案内容にこれまでにない特徴があるか
 - ・話題性があるか
- 計画性
 - ・事業計画、資金計画ともに適正であるか
 - ・実施する団体の組織体制等の信頼性は充分か
- 社会性
 - ・特定企業の利益のみならず、横浜全体の集客力向上につながることを期待できるか
 - ・オール横浜で取り組むものとして妥当なものか

フォーラム自体が3年間の時限組織のため、事業内容に即効性があるかどうかも審査のポイントになっている。決算報告書、財務状況がわかる書類の提出も義務付けており、企業の経営能力も審査している。

3. 認定事業への支援

認定事業に認められると、以下の支援・メリットがある。

フォーラム会員企業が積極的に事業を支援（参加・活用）

横浜の観光写真や観光情報などを提供

横浜観光コンベンション・ビューロー、横浜市が広報に協力

認定マークを提供

パンフレット等に掲載する市長あいさつ文を提供

助成金を交付（交付しない事業もあり）。助成限度額は1事業につき当該事業総経費の2/3かつ300万円以内



認定マークを使ったパンフレットの例



認定マーク



市長のあいさつ文が掲載されたパンフレットの例

（全て横浜観光コンベンション・ビューロー提供）

4. 実績

2003 年度秋に第 1 回の事業認定を行っている。事業認定数は 13 件であった。以後、2004 年度に 2 回行っている。事業認定数は 14 件、19 件で、2004 年度秋に行った第 3 回の認定事業での助成金総額は 675 万円であった。

【今後の課題】

横浜プロモーション推進事業本部が時限組織であるなか、フォーラム事業を中心とした民間主体の「横浜」プロモーションがどの程度定着し、横浜観光コンベンション・ビューローを中心に民間の力が十分に発揮される環境が作られるかが今後の課題となろう。

また、民間の力を中心としたプロモーションの結果、「観光交流推進計画」に掲げている観光入込客数 4,000 万人を達成するとともに、現在把握できていない公園や商店街の集客数の把握、観光客の意見、基礎データの把握などマーケティング機能の強化も課題の一つといえよう。

【参考となるポイント】

- 民間企業に事業提案させていること
- 行政が民間企業の事業をうまく支援していること
- 観光戦略だけのための組織を設置していること

【問い合わせ先】

横浜市経済局 横浜プロモーション推進事業本部 集客都市プロモーション課
〒231-0017 神奈川県横浜市中区港町 1-1
TEL:045-671-2596 FAX:045-663-1928
ホームページ <http://www.city.yokohama.jp/me/keizai/promotion/index.html>
財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー
〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町 2 産業貿易センター1 階
TEL:045-211-0122 FAX:045-221-2100
ホームページ <http://www.welcome.city.yokohama.jp/tourism/>

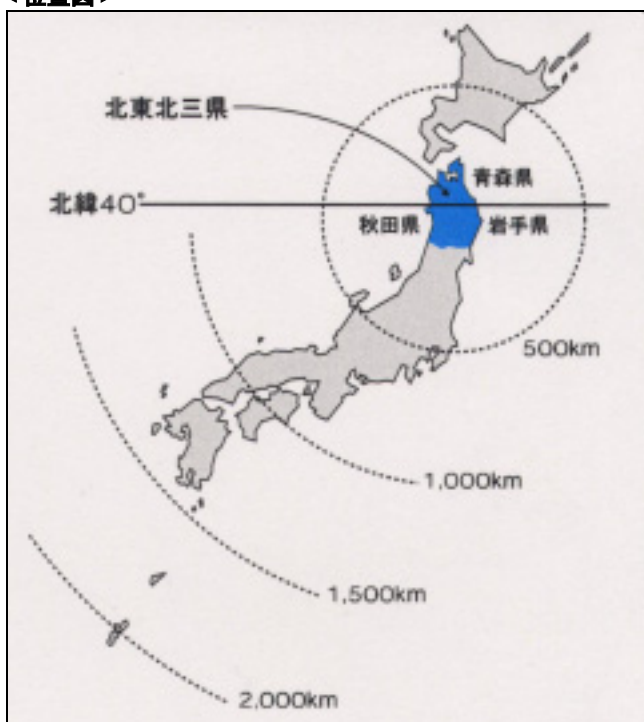
広域連携観光への取り組み：北東北三県（青森県・岩手県・秋田県）

【概要】

青森・岩手・秋田の三県からなる「北東北」は、交流・連携を通じて、地域が有する可能性を互恵的に、かつ、最大限に活かしながら、元気のある地域作りを進めることを目的として、様々な連携事業が行われている。観光関連分野においては、「北東北文化観光振興アクションプラン」を策定し、様々な連携事業に取り組んでいる「北東北三県観光立県推進協議会」（1992年設立）と、「北東北三県外客来訪促進計画」を策定し、インバウンド観光事業に取り組んでいる「北東北国際観光テーマ地区推進協議会」（1999年設立）の2団体が中心となって、取り組みを進めている。

【概況】

<位置図>



(資料：北東北広域連携推進協議会 HP)

北東北三県の概要

北東北三県、すなわち青森県・岩手県・秋田県（以下「北東北」または「三県」）は、東には南北両アメリカ大陸へと繋がる太平洋を望み、西は日本海をはさんでユーラシア大陸と隣り合い、北には太平洋と日本海が交差する津軽海峡に面する地域である。また、国内的には、関東から北海道に至る東日本のほぼ中心部に位置し、東日本の中心といえる。

東京からの直線距離は、青森市で580km、盛岡市、秋田市では共に460kmであるが、昨今の高速交通体系の整備（新幹線開通など）により、交通利便性は格段に向上している。

北東北の地勢は、東西約200km、南北約300kmの広がりを持ち、面積は約36.5千km²で、国土の約1割弱を占めている。しかし、人口は1998年で410万人弱と、全国の3.3%を占めるに過ぎず、人口密度の低い地域となっている。

主な観光資源としては、十和田八幡平国立公園、陸中海岸国立公園、津軽国定公園、男鹿国定公園、田沢湖抱返り県立公園等の自然公園、青森ねぶた祭り、竿灯まつり、平泉等の行祭事や施設、さらには青森・秋田県境にある世界遺産の白神山地がある。

「北東北三県観光立県推進協議会」設立の経緯（アクションプラン策定まで）

1965年4月に「北奥羽三県観光立県協議会」が北東北の三県連携組織の前身として発足した。当時、三県が連携したきっかけとしては、「三県が全て隣接していること」「十和田八幡平国立公園のように三県にまたがっている観光資源があること」「自然景観や歴史、伝統に育まれてきた特色ある祭りなどが似ていること」があった。

1988年に運輸省（当時）が作成した「90年代観光振興行動計画（TAP'90S）」に基づいて、1991年9月に「観光立県推進地方会議（観光国体）」が北東北で開催された。ここでは、三県の行政担当者、観光連盟、旅行代理店が参加して、「冬季観光の振興」「広域観光の推進」「国際化への対応」の3つに重点を置いて観光政策を進めるべきだとの提言が行われた。この3つの提言を実現する推進母体として現在の「北東北三県観光立県推進協議会」（以下「三県協」）が1992年4月に設立された。

1997年10月には、第1回北東北（青森・岩手・秋田）知事サミットが開催された。その会議での合意事項として「北東北三県が観光振興に取り組むための基本的な施策の方針としてアクションプランを策定する」とこと、「北東北の魅力作りとして三県を周遊するような旅行商品の開発」があった。この知事サミットの提言を受けて、1999年3月に三県協が「北東北文化観光振興アクションプラン」を策定した。

「北東北国際観光テーマ地区推進協議会」設立の経緯

1996年11月に運輸省（当時）から国際観光テーマ地区形成に関する希望調査についての照会があった。北東北三県では、今までそれぞれで整備を進めてきた「国際観光モデル地区」を核として、三県による「国際観光テーマ地区」を形成することを希望した。テーマ地区認定の基準に照らし合わせると、一県で取り組むよりは三県で取り組んだほうが基準に合致するということがあったからである。

1997年6月には運輸省（当時）による「国際観光テーマ地区形成に関する事前検討ヒアリング」を経て、1998年4月に財団法人日本交通公社の協力のもと、外国人観光客の誘致及び受け入れ態勢整備を促進するための「北東北三県外客来訪促進計画」素案を完成させた。

1999年4月に、同計画に基づく事業を推進するための組織として「北東北三県国際観光テーマ地区推進協議会」（以下「テーマ協」）が設立され、事業が開始された。

【特徴】

「北東北三県観光立県推進協議会」について

構成メンバーとして会費を負担している団体は行政（青森県・岩手県・秋田県）、JR支社（盛岡支社、秋田支社、青森支店）、各県観光連盟、日観協東北支部である。その他、会費を負担していない協力機関として、各関係市町村、民間企業など30の団体がある。行政主導の団体で、事務局は三県が2年間持ち回りで担当している。

「北東北文化観光振興アクションプラン」について

1. 概要

前述の通り、知事サミットの内容を受けて、前期 5 年間、後期 5 年間の期間で計画された。目標として、「北東北時遊圏の創造」を掲げ、8 つの基本方針を策定し、取り組みとして 6 つの柱を設定し、それぞれに対して具体的な施策を打ち出している。

前期事業では、北東北の統一的イメージの形成や、その PR、誘客事業に重点がおかれ、受け入れ体制の整備に関わる事業はあまり実施されていない。後期事業では「北東北ならではの」の受け入れ体制の構築を重要課題に掲げて、サービス向上に取り組むとしている。

2. 策定体制

策定委員会は県職員、JR、ホテル関係者などで構成されていて、メインは行政職員であり、アクションプランを策定した段階で解散していた。後期は策定委員会の他にワーキンググループを設置した。ワーキンググループは施策を提言するとともに、アクションプラン策定後も存続させ、事業の進行状況や事業に対するアドバイスなどの検討機関として活動していくこととしている。ワーキンググループのメンバーは、各県域で観光に関して積極的に取り組んでいる民間人を選出した。

3. 具体的な事業内容（前期後期で主だったもの）

- ・ ロゴマークの作成、キャッチコピー「透明な日本、見に行こう」作成と普及。
- ・ 北東北三県を周遊する旅行商品の開発。
- ・ 北東北を色で表現して PR。ガイドブック作成。
- ・ テーマを特化したパンフレットの作成。2003 年度は「温泉」。2004 年度は「自然体験」。
- ・ 全国の旅行エージェント、JR、航空会社とのタイアップ。
- ・ 北東北だけのマップ作成。それぞれの主だった見所を紹介。
- ・ HP で自然体験ツアー参加者を募集。応募してきた人に参加希望理由を聞いて、その内容によって数組を選出。4 つのコースがあり、参加者の旅費・宿泊費を三県協で負担。
- ・ 来訪客のニーズにあった情報を提供できるガイドの育成。



北東北のロゴと
キャッチコピー
(青森県提供)



北東北を色で表現したパンフレット



北東北観光案内パンフレット
下にロゴとキャッチコピーが入っている

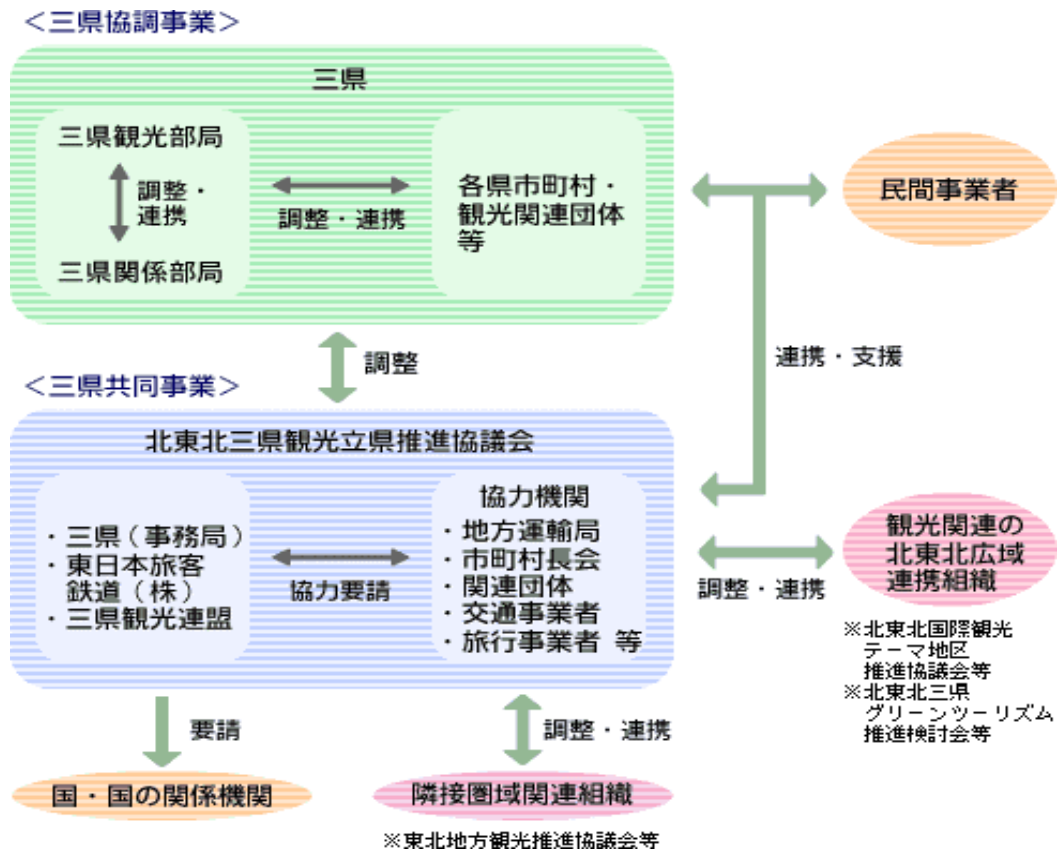


北東北を周遊する観光ルート案内パンフレット

(全て青森県提供)

4、事業推進体制

アクションプランの具体的施策のうち、三県が共同で取り組む事業は、三県協が実施主体となって推進する。一方、三県が共同歩調をとって取り組む事業は、各県が関係部局とも調整・連携を図りつつ推進する。



(資料：北東北三県観光立県推進協議会 HP)

アクションプラン（前期）の検証について

1．検証方法

後期のアクションプランを策定するにあたって、ワーキンググループで前期アクションプランの検証を行った。事業の成果検証にあたって、前期事業に関わりのある大手旅行会社・観光客に対する聞き取り調査やアンケートを日本交通公社に委託した。

大手旅行会社には、販売実績、プロモーション事業に対する意見（スケジュール、進め方の問題等）、今後の展開、行政及び民間観光事業者等への要望などの項目について聞き取り調査を行い、観光客に対しては、北東北のイメージ、北東北での好きな旅行のタイプ、旅行形態について郵送でアンケート調査を行った。その調査結果から浮き出てくる評価や課題についてワーキンググループで検証を行った。

2．調査・検証結果

三県として広域で観光振興に取り組んできたことについては旅行会社からおおむね評価されており、観光客に「自然」「癒し」という北東北のイメージ・知名度は浸透してきていた。しかし、冬季観光・二次交通・ホスピタリティなど、受け入れ体制に課題があることがわかった。

全体として、アクションプランやこれに基づく事業の実施について、観光客レベルでは認知度が低いことが分かった。マップ類は、三県の素材をまとめたものとして重要であり需要も多いが、観光パンフ類は数・種類が氾濫しており、独自性を全面に出すことと、配布先の再検討が必要ということがわかった。

3．後期事業への反映

調査・検証結果を受けて、後期事業では「受け入れ体制の整備」「圏域住民へのPR」「効果的なイメージ訴求/マーケットを意識した誘客戦略」を重点項目として取り組むこととした。ワーキンググループに民間人を登用して圏域住民への一層のPRを図る、前期事業をテーマ特化型・マーケット特化型の戦略のもと強化する、といった取り組みに、前期事業の検証結果が反映されている。

また、前期アクションプランは、5年間で一度も見直しを行わなかった。観光のトレンドは毎年変化していくので、それに対応するためには常に見直しが必要だ、との反省のもと、後期アクションプランでは、ワーキンググループが毎年事業内容を検証し、必要であれば見直しを行うことにしている。

「北東北三県国際観光テーマ地区推進協議会」について

構成メンバーとして会費を徴収している団体は行政（青森県、岩手県、秋田県）、関係市町村（67市町村）、民間観光団体（各県観光連盟、各県バス協会、JR東日本各支社・支店など）である（発足当初）。その他、会費を徴収していない協力会員として旅行会社、航空会社、日本観光協会など、事業に協力する民間団体（企業）がある。

主な事業内容は受け入れ体制整備事業、海外宣伝事業、旅行商品化促進事業である。

「北東北三県外客来訪促進計画」について

北東北の中で、外国人観光客が効率的に、安心して、北東北の観光を堪能できるようなテーマ性を持った観光ルート（国際観光テーマルート）を整備し、来訪促進を図ることを目的にしている。観光ルートとして8つのルートを設定している。テーマは「発見！もう一つの日本・北緯40°の道」である。

具体的な事業計画としては、国際観光案内所の整備、外国語対応の充実、案内所間のネットワークの形成、海外への宣伝、国際観光展への出展、受け入れ体制の整備、案内板の整備などである。

観光ルートの設定

北東北の魅力は季節ごとの自然の美しさや年中行事・祭り等、季節が限定されるものも多い。そこで、通年ルートと季節ルートという視点からそれぞれ4つのルート設定を行い、アジア、欧米のマーケット対応に留意しながら宣伝展開を図っている。特にアジアからの観光客を視野に入れた観光ルートとして、冬から春にかけての「雪」をセールスポイントとしたルートを重点的に宣伝展開している。2月には小正月の行事も各地で開催され、北東北の「雪」という自然だけでなく、地域文化に触れることもできるルートとして宣伝している。

招待事業

1999年度から継続して海外からの招待事業を行っている。メインターゲットである韓国・台湾のエージェントやマスコミを招待して、北東北の観光資源を紹介するとともに、商談会等を開催し、旅行商品の造成を支援している。

広域連携に取り組む上でのポイント

利害関係の調整が一番難しいと思われる。広域連携に取り組む当事者が、どこまで自分の地域だけでなくお互いの地域のことを考えて取り組めるか、また、連携している地域全体が活性化することが自分の地域の活性化に繋がるのだという意識を持って取り組めるかがポイントであろう。地域によっては連携の効果がすぐには現れない場合もあるので、ある程度時間をかけて取り組むという姿勢も必要である。

また、具体的な目標を立てることが必要であり、目標を達成したかどうかの評価をきちりを行い、県民に説明することが重要である。観光戦略の評価は難しいが、北東北のように旅行会社や観光客にアンケート調査を行い、検証することも一つの手段であろう。

インバウンド観光における連携のメリットとしては、三県が連携することによって、スケールメリットが活かせること、海外へPRする時に観光資源が組み合わせることによって魅力が増大すること、観光商品が多様化できることが挙げられる。また各県にある案内所も三県で連携することによって情報交換して、いろいろな情報を入手できるというメリッ

トもある。

【今後の課題】

現在の三県協・テーマ協は行政主導団体である。行政主導ではなかなか取り組みが根付かない。そこで、今後は民間企業が事業提案を行い、行政が資金面や体制面で支援する形になることが理想であると考えているが、北東北の現状は厳しい。民間企業からの押上を期待したい。

事務局は、現在は三県で持ち回りであるが、他の業務との掛け持ちになってしまい、十分な協議ができなくなっている。中立的で、広域連携業務を専門に行う部署・機関を設置することが今後必要となってくるであろう。

インバウンド観光においては、国によって観光資源の需要が異なっているため、観光マップを国ごとに作り変えていくなど、それぞれの国に対して観光誘致戦略を行っていくことも必要になってきている。

【参考となるポイント】

- 三県が連携して長期観光計画を策定していること
- 5カ年計画であるが、毎年事業を検証し、見直していること
- 民間人中心のワーキンググループを設置し、事業検証グループとして活動させていること
- 三県の観光HPを運営していること
- 前期5カ年計画の検証を行い、後期5カ年計画に活かしていること
- 外国人向けの観光ルートを作成していること

【問い合わせ先】

北東北三県観光立県推進協議会 幹事県 青森県（H16年度）
文化観光部観光推進課 国際観光・コンベンショングループ
〒030-8570 青森県青森市長島1-1-1
TEL:017-734-9386 FAX:017-773-2691
ホームページ <http://www.north-tohoku.gr.jp/>
北東北国際観光テーマ地区推進協議会 幹事県 秋田県（H16年度）
産業経済労働部観光課
〒010-8570 秋田県秋田市山王4-1-1
TEL:018-860-2268 FAX:018-860-1719