

パネルセッション 実践に学ぼう！新たな観光・まちづくり

■パネリスト

社会経済生産性本部「余暇創研」研究主幹 丁野 朗 氏（第一部講師）
（株）リクルート「じゃらん」リサーチセンター客員研究員 玉沖 仁美 氏
観光・交流プランナー 麦屋 弥生 氏
（司会：労働情報センター 富澤 美津男）

【司会】

第一部の基調講演では、「旅の編集」をキーコンセプトとして、産業観光を題材に新しいツーリズムの動きについてお話を頂きました。また、その潮流はツーリズムの形態をも変質させ、今や主役は既存の観光産業から観光・まちづくりを進めようとする地域自身へと代わりつつあるようです。そこで第二部のパネルセッションでは、観光・まちづくりの現場で活躍するお二人に実際の取組事例についてご紹介いただきます。

まず麦屋さんにお伺いします。観光・まちづくりの総合プロデューサーとして現在かかわっていらっしゃる宮城県栗原市について、市の概要・観光・まちづくりを進めていく上での展望や課題などをお聞かせ下さい。

■「田園観光都市」栗原の可能性

【麦屋】

私が栗原市の観光・まちづくりにかかわり始めたのは、2006年10月からでした。同市は2005年4月に10町村が合併して誕生した自治体で、皆さんにはまだ馴染みがないかと思います。岩手県や秋田県と接する宮城県の最北に位置していますが、地図で東北地方全体を眺めてみると、ちょうど真ん中にあたります。市内には岩手・秋田・宮城の三県にまたがる栗駒山、その栗駒山の裾野の大自然に抱かれた秘湯・花山温泉郷、そして白鳥や雁などの渡り鳥の飛来地としてラムサール条約にも登録されている伊豆沼・内沼などの自然資源があります。

現在、栗原市では新しい観光振興策として「田園観光都市」構想の実現に取り組んでいます。19世紀のイギリスにおいて、産業革命によるロンドンの環境悪化を憂いたE・ハワードが、「田園都市」という都市と農村が融合した新しい都市形態を提唱します。住民が自然と共生しながら主体的に自治を行うことで、都市と田園の双方を活性化しようとする試みでした。栗原市ではその考え方を基本にしつつ、さらに田園地域の魅力＝「光」を「観せる」ことで交流を促し活性化を図るという意味から「田園観光都市」を目指すことにしました。

それでは栗原市の光とは何か？今まで栗原の観光は栗駒山、花山温泉、伊豆沼・内沼といった大きな自然資源に頼ってきました。しかし丁寧に調べていくと、基幹産業である農業によって育まれてきた技術や景観・文化が残され、観光資源として活用できることがわかりました。古い農業用水路の土木遺構や、イグネ(田園地域にある屋敷林)や長屋門の景観や旧奥州街道の佇まい、藩政時代から行われている互市、木綿の地織、生活に密着した清酒・菓子・油揚げなどの製造業など、「田園観光都市」にふさわしい豊富な資源が存在しています。このほか、グリーンツーリズムの可能性も探っています。例えば栗原には種や苗を開発する研究所があり、市内の農家は稲作や野菜作りだけでなく育種・育苗を行う農家もあるのです。ですから種の開発

から育種・植付け・管理・収穫といった一連の農業の流れを、物語として紡ぐことができます。

また、それらの資源を住民と一緒に掘り起こす作業を通じて、住民にとっては何気ないものでも、訪ねてくる人にとっては魅力的に映る観光資源になりうるのだということを、住民自身に気づいてもらえるような取り組みも進めています。もちろん今のままでは不十分で、散在する資源を結びつける物語の編集や、それを巧みに話し伝えるガイドの養成など、ある程度の仕組みづくりも必要ですが、観光・まちづくりのための魅力的な原石が市内各所に隠されているのです。

それでは栗原市の見所を紹介したいと思います。

○渡り扁の飛来地、伊豆沼・内沼

餌取りのために飛び立つ早朝が見どころとなる。朝日が湖面に投影される横子は絶景。麗で視界が悪くても飛び立つ際の羽音や水面を蹴って助走する音、鳴き声の変化など楽しめる。

○金成ハリスト正教会

函館でニコライ神父に洗礼を受けた酒井篤礼が、ゆかりのあるこの地に開いたロシア正教会

○奥州街道の風情

脇往還である佐沼街道の瀬峰一里塚・同じく佐沼街道の松並木・有壁宿本陣

○長屋門

市内には散居景観が残され、長屋門やイグネと呼ばれる豪農屋敷を取り巻く屋敷林などが各所に見られる。長屋門をカフェとして利用している農家もある。

○鉾山町の名物「ポストンパイ」

鉾山が賑わっていた昭和30年ころから販売している名物パイ。名前の由来はもしかしたら細倉に集まる鉾山労働者が皆荷物を詰め込んだポストンバックを手にしていただけなのかも…と。

○細倉鉾山

鉛、亜鉛の鉾山として1200年の歴史を誇る細倉鉾山は産業観光として有望な資源。

○鉾山幹部の旧社宅

映画「東京タワー～オカンとボクと時々オトン」のロケに使われた。

○築館互市

藩政時代から始まった市で、杉葉師の緑日に開かれ、参道には竹かごや桶、苗木等の出店が多数並ぶ。

このように、様々なニューツーリズムの芽は沢山あって、需要も必ずあると思うのですが、難しいのはどうやってニーズを持つ人にアピールするかなのです。市内各地で観光の取り組みをいろいろと進めてはいますが、農業を基盤とした地域だけにそれほどの余力はなく、情報発信などに投下する資金を潤沢に確保できるわけではありません。また、ニューツーリズムに対するニーズは、既存旅行会社の顧客層ニーズとは異なるので、旅行会社の送客にも期待できない。実は現在の最大の課題はマーケットの掘り起こしです。今、取り組みを進めているのは「ふるさと応援団『くりはら輝かせ隊』」という外部応援団の組織化です。インターネットを活用し、様々な情報発信や提言募集などを行いながら、市外のファン作りを少しずつ増やすべく努力を続けているところです。

■脱皮再生を目指す旧態観光地・熱海の戦略

【司会】

続いて玉沖さんに伺います。今年の4月末から熱海市の観光戦略プロデューサーを務めることになった経緯や、現在の課題などについてお聞かせください。

【玉沖】

皆さんもご存知のとおり、熱海はかつて団体旅行全盛の時代に栄華を極めたものの、バブル崩壊後、観光客が急減し次々に老舗の旅館が閉鎖するという苦境に陥りました。現在の旅館数は260件余りですが、絶頂期にはその1.5倍とも2倍とも言われる数の旅館がひしめいていました。新幹線が開通した頃の熱海の乗降客数は、東京、名古屋、大阪について4位、また入込み客数は400万人を超えるという状況にありましたが、現在は300万人を割りこむほど落ち込んでいます。幸いなことにその状況にも歯止めがかかり、入込み客数を見ると、04年の2,896,461人で底を打ち、05年にはわずかですが回復して2,914,484人。ようやく明るい兆しが見えてまいりました。

私が熱海市の観光戦略に関わることになったのは、今年3月に私がリクルートを退職した後、熱海市から熱心な観光戦略プロデューサーへの誘いがあったからです。実は以前にも静岡県からの仕事で熱海に関わっていたことがあり、2年前に『じゃらん』リサーチセンター(JRC)を立ち上げてからも、『じゃらん』のクライアントでもある熱海市の観光のお手伝いをさせていただいてきたという経緯もあってのことだと思えます。

熱海市では昨年に出選されたばかりの斉藤新市長の肝煎りで、観光文化部・観光商工課という部署のほかに、市長直轄の観光戦略室が設けられました。市のプロパー職員3名に加え、私と早稲田大学で観光・まちづくりの研究を専門とする吉田道郎さんの2名が非常勤特別職の観光戦略プロデューサーとして活動しています。この組織の設置目的は、熱海市の観光基本計画を策定することにあります。外部有識者委員や市民選出の委員によって構成される観光戦略会議を開催し、今年10月に中間報告をまとめる予定で、現在のところ議論を進めている状況です。スタートして2ヶ月というところですが、そこで感じているのは、観光戦略計画というものは地名や基礎数値以外は、どこの地域の計画でも大きな差異はないのではないかということです。どの地域も観光・まちづくりへの思いは同じなわけで、ニューツーリズム、環境問題、二次交通など、当然ながら考えられる限りのことが盛り込まれます。重要なのは計画に盛り込む内容をいかに実現するのか、観光戦略プロデューサーというよりも観光戦略の実行プロデューサーという役割が大切なのではないかと考えています。

戦略を実行していく上で気をつけなければいけない点のひとつは、経済界と上手に連携しながら、WIN-WIN の関係を築くことです。単に助成費を出すことだけの企業誘致ではなく、ひとつの事業のなかで市と企業が役割分担をしつつ、相乗効果を発揮できるような手法をとり入れていきたいと考えています。二つ目に注意すべきところは、観光地としての地域づくりの視点を持たなければならない、すなわち熱海の観光の器を磨き上げていかなければならないということです。例えば市内の旅館では食用廃油が大量に発生しますから、それをCO2を排出しないバイオマス燃料にして熱海の周遊バスに利用するというようなことを女将会の皆さんと相談しています。市民にとっても居心地の良い器に磨き上げていくという考え方をもちながら、さらに第二・第三の取り組みを進めていきたいと思えます。そして三点目のポイントは、事業計画が済んでからスタートするのではなく、トライアルミーティングというやり方で進めていくことです。観光基本計画の中間報告ができる10月まで待つのではなく、今すぐ取り組まな

ければならない課題—環境問題は食の魅力付けなどについて、まず挑戦したいという人たちに集まってもらい、議論を繰り返す中で、実現の可能性が見えたら予算をつけて事業化するというやり方をしていきたいと考えています。失敗を恐れない挑戦を、市民の皆さんとこれから取り組もうとしているところです。

【司会】

ひと口に観光・まちづくりと言っても、麦屋さんは農村地域での新たなツーリズムによる活性化に、玉沖さんはイメージが定着してしまった老舗観光都市の再生にと、それぞれ町としての性格が異なるだけに、浮き上がってくる課題の相違点や共通点は大変興味深いですね。

さて、それでは現状や課題をお話いただきましたので、これからは具体的なアクションというところについて伺いたいと思います。

【麦屋】

先ほどお話ししたように、栗原は観光地としての取り組みが無く、もともと旅行会社の送客を期待できるような観光地ではありませんでした。つまり地域の人たちが自ら資源を発掘したり、あるいは観光・まちづくりとしての仕組みづくりをしてこなかったわけです。そういうまちの総合プロデューサーを受けるきっかけとなったのは、栗原市の初代(現)市長から観光・まちづくりのご相談があったからです。米作りに頼る農村地域なので産業振興が必要だが、できれば外の人との交流を促し、住民に地域のすばらしさを知っ

てもらい、文化的にも経済的にも潤いが得られるような観光産業の振興を図りたい、というお考えをお持ちでした。私としては総合プロデューサーはお受けしましたが、栗原に常駐はできないし、広い市域の中から資源の掘り起こしや具体的な取り組みを全て1人でするのは無理です。そこで私はあくまでアドバイザーであり、取り組みの主体は新設された田園観光都市室のメンバーであることを前提にスタートしました。ちなみに田園観光都市室の通称は、栗原市についてとことん調べるとい意味で「くりはら研究所」といいます。現在は役所内での公募に応募した2人を含めた3名の研究員と、室長、それに私を加えた5名で運営にあたっています。今は観光資源探しのために地域を一通り回ったところですが、資源は季節によっても違う魅力を見せてくれるので、さらなる追加資源調査を進めています。それから先ほど、市外のファン作り組織として「くりはら輝かせ隊」をご紹介しましたが、市内に住む人たちの取り組み参加の仕組みとして「くりはら磨き隊」というボランティア組織もつくりました。「くりはら磨き隊」の目的は、魅力的な観光資源に対する市民の気付きを促し、その活かし方を語り合う場づくりです。現在は48名の方が参加しており、その中から研究所のボランティア研究員に育ってくれる人が出てくれれば、と期待しているところです。現在「くりはら磨き隊」の活動の中で、最も注力しているのは地域ごとのマップ作りです。マップ作りにおける街歩き調査や意見交換というプロセスは、それまで負の要素だと思い込んでいたものさえも魅力的な価値があることに気付かせてくれたりします。ですから資源の魅力の再発掘という意味では、マップ作りは大変に有効な方法だと思えます。

この他、市民に対する勉強会の催しも行っています。ひとつは女性に限定した勉強会です。やはり観光・まちづくりの担い手として元気な女性の存在が欠かせません。そこで市内の公的

温泉宿泊施設の料理の再考も狙い、「食・農業・温泉」をキーワードに、温泉ソムリエの石井宏子さんを招いて、楽しいお話を聞きながら栗原の季節の食材を使った料理を楽しむというイベントを開催しています。もう一つは、田園観光都市室の取り組みを知ってもらえるよう、各地区ごとに「観光産業づくり小講演会」を開いています。第一回目は今年3月に瀬峰地区で「観光産業は人づくり・地域づくり」をテーマに、富士宮やきそば学会会長の渡辺英彦さんにお越しいただいて「焼きそばによるまちおこしと地域ブランド確立戦略」という実践例についてお話いただきました。

このように市民を巻き込み、取り組みの試行を重ねながら今年度内に事業計画をまとめ、来年度にはいくつかの事業を立ち上げるのが正式なスケジュールですが、できることから事業化していくという姿勢でのぞんでいます。特に力を入れたいと思うのはやはりガイドの育成です。各地区ごとに協力いただけそうな団体に働きかけていて、5月には一迫地区で住民による観光ボランティアガイド「一迫ふらっと散策お助け人」が結成されました。この地区には「山王史跡公園あやめ園」や「南くりこま高原一迫ゆり園」などの集客施設がある程度で、実は取り立てた見所があるわけではありませんが、古い街並みが残り、油揚げや蕎麦などの旨い食べ物屋や、銘酒の酒造蔵もあったりして、それなりにそぞろ歩きを楽しめるところです。そこでガイド組織を立ち上げ、あやめ園やゆり園の観光客を街中に誘い出す試みを始めました。ガイドについては、他の地区でも有望な団体に個別に働きかけ、少しずつ整備していく予定です。

今後の事業の中では数値目標も検討しなければなりません、今はとにかく市民の気付きを促し、主体的に観光産業づくりに参加してもらえるよう努力しているところです。

■観光再生は新たなイメージづくり

【司会】

続いて玉沖さんにも、現在、熱海で取り組まれている具体的なアクションについてご紹介いただきます。熱海は日本有数の観光地であるだけに、栗原とは対極的に、観光地としてのイメージが定着しています。そうした中で、どのような仕掛けをされているのか、お伺いしたいと思います。

【玉沖】

確かに熱海は固定化されたイメージが、内にも外にも出来上がっていますから、熱海市の仕事を受ける時には、皆さん異口同音に熱海のマイナスイメージを指摘されます。そういうまちで、すぐにニューツーリズムと言ってもなかなか難しい。そこでこれからご紹介するのは、観光事業者の皆さんが咀嚼しやすく、敷居の低いところから取り組みできるよう、JRCの研究の一環で取り組んだ実験事業と熱海市の新たな調査の取り組みという二つの事例です。

まず一つ目は"とーりまかしプロジェクト"。ある旅館での食事についての実験です。とかく宿泊施設、特に旅館に対しては「地元の食材を使えばいいのに」「団塊の世代を狙えばいいのに」「料理が不味い」など注文やクレームのつくことが多いように感じます。利用者からのクレームや意見を受け付ける「じゃらん」のコールセンターでも、寄せられる声の中で圧倒的に多いのは旅館の料理への不満です。そうした声について旅館の方とお話すると、不満があるのはわかっているけれど、何をして良いのかがわからない、というのが本音のようです。そこ

でJRCが具体的にプランを創り、費用も負担して、事業としての試行実験を行うことにしました。今回は「湯治館そよ風」に協力いただき、計画立案や費用など一切をJRCが負担し、マクロビオティックという調理法について、料理長以下の調理場全スタッフに同一の研修・討議に参加いただきました。マクロビオティックを導入することにしたのは、単に美味しいというだけでなく、誰もが興味を持つ健康食であり、しかも「一物全体(※1)」「身土不二(※2)」「陰陽調和(※3)」という具体的な3つ理論でアピールし易く、見た目も美しい調理法だったからです。ご協力いただいたリマ・クッキングスクールの松本校長先生は「まず調理する人たち自身が美味しいと感じなければ、良いものはできない」と言われ、関係者自身が試食することにこだわった研修でした。調理スタッフ自身が作っては試食することをくり返し、改良を重ねて「そよ風」流のマクロビオティックを完成させます。

料理を変えた結果は見事に成果となって表れ、主力の中高齢層客に加え、今回の実験で取り込みを狙った若い女性客がアドオンする形で増えたそうです。現在は周辺旅館ばかりか伊豆全域からの視察があり、「湯治館そよ風」の支配人への講演依頼が数多くきていますと伺っています。

二つ目の事例は"GAP調査"です。"GAP調査"とはある項目について「知っていましたか?」に加えて「興味はありますか?」という観点での比較を行う調査法です。関東・東海・関西の約1000人を対象に実施しました。相当数の質問項目がありましたが、ここでは二つご紹介させていただきます。まず、「熱海のビーチは生活廃水を一切いれず水質管理をしている」ということについて、「聞いたことがない」が89%、一方「興味がある」は62%という結果となりました。もう1点の「熱海のビーチは禁煙である」という質問についても、「聞いたことがない」は84%、「興味がある」は54%と、ギャップが表れています。つまり質問した事柄は、観光客の興

味度は高いのに、認知度は低いと判断される訳です。そしてこのギャップの生じる部分が熱海のウリになるとも言えます。しかし、水がきれいで禁煙のビーチだということを強調するだけではアピール力に乏しい。このギャップをどういう視点で編集して魅せるかが重要になります。

「じゃらん」では、エコビーチという呼び方でPRしています。きれいで安心・安全なビーチを「うちの子の海デビューは熱海で決まりー」というキャッチコピーで売り出しました。

二つの事例は、ニューツーリズムの取り組みに際し、観光事業者の皆さんがどういう一歩を踏み出せば良いか、いわばどう芽吹かせるかということのご紹介です。

(※1)食物は丸ごと食べるという考え方で、野菜は皮ごと、米は玄米が基本。

(※2)自分が暮らす土地でとれた旬のものを食べること。

(※3)食材には陰性・陽性の違いがあり、それをバランスよく摂ること。

■二つの観光・まちづくりから見えてくること

【司会】

商品企画による送客ということでは旅行業の領域であり、マクロビオティックという手法の導入は宿泊機関に関わることでありますので、ご参加の皆さんには非常に参考になったことと思います。

ニューツーリズムによる観光・まちづくりについて、麦屋さんからは栗原市の、玉沖さんか

らは熱海市の事例をご紹介いただきましたが、最後に丁野さんには事例の中から浮かんでくるツーリズムの新なる潮流についてまとめのコメントを頂きたいと思います。

【丁野】

お二人から素晴らしい事例のお話を伺いましたが、その事例からは三つのポイントが読み取れます。

1点目は、ニューツーリズムという新しい旅の形態の取り組みもさることながら、いわば「ツーリズム・ニュー」と言うべきで、新しい観光・まちづくりの手法こそが重要だという点です。今回は農村地域が主体の栗原市での観光産業づくりと、衰退傾向にある既存観光地の代表格、熱海市での観光再生戦略について伺いましたが、比較してみると地域の持つポテンシャルに応じてツーリズムの手法も様々にあるのではないかと言うことがよくわかりました。

2点目はこれからの観光・まちづくりにおいては、地域のストーリーをどう紡ぐのか、つまり物語編集がキーポイントになると言えます。特に産業観光や農村観光などでは、地域の資源をいかに物語によって有機的に結び付けられるかがポイントになります。例えば栗原市のケースでは細倉鉱山のお話がありました。鉱山神社、ポストンパイ、旧社宅など、一つひとつの面白そうな資源の発掘もさることながら、むしろそれらを全体としてどういうストーリーで結び付けていくのかが、栗原という地域を理解し、ファンになってもらうために重要になってくるのではないかと思います。

3点目は"もの"ブランドと同時に"地域"ブランドの構築が求められるということです。既存観光地としての典型である熱海では、料理や土産物などの"もの"ブランド力が弱ってきたことが衰退の一因ではないかと感じます。ですからマクロビオティックを取り入れることは、料理という"もの"のブランド再構築と同義に捉えられるのではないかと思います。そしてさらに、その"もの"ブランドの背景として、エコビーチ宣言という魅せ方で"地域"ブランドを構築することによって、相乗的な価値付けがなされるのではないかと思います。

■パネラー紹介

玉沖 仁美(たまおきひとみ)

株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター客員研究員

幼稚園教諭の後、昭和63年リクルート入社。中途採用事業部を経て地域活性部にて雇用、観光、産業振興を主なテーマにリクルートの経営資源を用いて自治体の地域活性化策の企画立案、実施サポートに携わる。平成11年から沖縄担当。沖縄拠点開設を提起。翌年、沖縄支局を開設し支局長となる。平成15年より2年間沖縄県商工労働部雇用対策課副参事(課長職)として出向し若年雇用支援を目的とする沖縄県キVリアセンター長を務める。平成17年より旅やお出かけに関する調査・研究・実験に取り組む。平成19年に同社退職後、現在は客員研究員として携わる。平成19年4月より静岡県熱海市観光戦略プロデューサー(非常勤特別職)に着任。その他、中央省庁、地方自治体の各種審議会や委員を務める。

麦屋弥生(むぎややよい)※故人

観光・交流プランナー

1982年津田塾大学卒業後、財団法人日本交通公社入社、1998年より地域調査室長をつとめ、観光や交流による地域活性化を地域に提案するコンサルタントとして各地を訪れる。2004年4月より、仕事を金沢1こ移しフリー。石川県内企業の広報業務や、全国の観光振興業務に携わる。東京都観光事業審議会専門調査員、国土審議会北海道開発分科会企画調査部会員、北海道シーニックバイウェイ検討委員会委員など歴任し、現在、国土交通省地域振興アドバイザー、北海道田園委員会委員、富城県栗原市田園観光都市室アドバイザー等を務める。

(※麦屋さんにおかれましては、2008年(平成20年6月14日(土))、資源調査のため栗原市に滞在中、「岩手・宮城内陸地震」による土石流に巻き込まれお亡くなりになりました。慎んでご冥福をお祈り申し上げます。)