

【 寄 稿 】

観光と半島の振興

国土交通省半島振興室
小山 陽一郎

1. はじめに

半島地域は三方を海に囲まれ、平地が少なく幹線交通体系から離れているなどの地理的条件を抱えている一方で、豊かな農林水産物や多様な景観、独自の歴史文化等、多くの観光資源を有しており、これらの資源の適切な掘り起こし及びニーズに即した的確な活用が、半島地域の地域資源を生かした自立的発展に有効である。

半島独自の観光資源としては、従来の名所・旧跡などにとどまらず、住民の日々の営みによって維持されているものや、地元ではまだ観光資源としての価値が十分認識されていないもの(街並み、生活風習等)も重要であり、これらの資源を住民自身が気づき、維持・活用していく取り組みも一部の地域においては行われているものの、半島全域での掘り起こし及び効果的な活用には至っていない。

新成長戦略では、地域資源を活用した観光立国の推進が地域活性化の切り札とされ、また、観光立国推進基本計画では、半島独自の自然・文化資源を活用し、魅力ある観光ルートの形成促進等を図るとされていること等を踏まえ、半島振興室では、平成22年度に半島地域の観光資源および活用状況等に関する調査を行った。同調査では、①最近の観光をめぐる状況等の整理、及び半島地域が目指すべき観光についての検討、②半島地域の市町村等が発行する観光パンフレットに記載されて

いる観光資源を抽出し、その特徴の分析、③半島地域の観光資源の活用の検討に資する事例を選定し、取り組み経緯等を把握する資料の収集・整理、及び活動実態を把握するためのヒアリング、④半島地域において地域資源を活かした観光に取り組むにあたっての留意点の検討、を行った。

本稿は同調査の概要を紹介するとともに、半島地域の振興について私見を示すものである。

2. 社会環境及び観光の変化と半島地域の目指すべき観光

(1) 社会環境の変化と観光

日本社会の構造的・質的な転換が生じつつあるが、特に観光に密接に関連する3点を挙げる。

①高齡化

人口減少社会が現実となり、高齡化率も22%を超え、さらに今後急速に高まることが予測される。高齡化の進行により、社会全体の活力低下が懸念されるが、観光との関わりでは、高齡者の旅行・観光に対するニーズの増大や質的な変化をもたらす。すなわち、高齡者の行動形態に注目すると、i)豊富な時間、ii)週日の行動が可能、iii)近郊からの「繰り返し行動」の活発化、iv)学習意欲を充足するもの等を選好、v)都市生活者を中心にゆとりや安らぎを求める傾向が強く、グリーンツーリ

ズムなどへの関心が高い、等が重要な要素となる。こうした高齢者の行動や志向に配慮した施設整備、サービス提供、移動手手段の確保などが課題となる。

②国際化

グローバル化の進展により、欧米のライフスタイル・価値観が浸透し、また、多くの日本人が海外旅行等を通して優れた施設やサービスを経験することにより、訪れる地域を選別する基準やサービスの要求水準を高め、本物志向を強めている。一方、独自性等が見直され、日本の伝統的な歴史・文化の再評価等も進んでいる。こうしたことから、各地域において、“その独自性・個性”を見つめ直す時期にきている。また、日本的な風景、文化や歴史に興味を示す海外からの来訪者には、農山漁村が魅力的となる可能性を秘めており、戦略的に新たな観光市場として位置づけていく必要がある。

③情報化

インターネット等の普及により、地域間の空間的・時間的距離が縮小する中、人々の生活、居住、仕事等のあり方などが大きく変化している。今後益々、インターネット等を活用した、地域独自の観光情報の発信や、双方向性を活かしたきめ細かな情報提供、予約、物産販売等の仕組みづくりが課題となってくる。また、行政には「公的で、客観的な情報を提供する」、「ビジネススペースに乗りにくい小さな観光ポイント対応の情報を提供する」といった取り組みが求められる。

(2) 国民の価値観の変化と観光

①自然環境や農山漁村への関心の高まり

環境問題に対する関心が高まり、「環境との共生」や「持続可能な発展」が、観光や地域づくりにおいても重要になっている。また、都市化の進展により人工的な環境に囲まれて暮らす人々が増える中、身近な自然の中に生活のやすらぎや潤いを求める志向が強まり、ハイキング等のアウトドアライフや農山漁村でのグリーンツーリズムなどの人気が高まっている。さらに、農業体験等に関

心を持つ都市住民と、地域環境の保全を図りたい住民とが協力した取り組みが活発化しており、また、職業観の変化等を背景に、新たに農業に就業する者が増えつつある。

半島地域等に広がる豊かな自然、懐かしい農山漁村の風景は、その地域に生活する人々及び来訪する人々にとって、生存の根幹や人間性の回復に関わる本質的な要素でもある。

②本物志向・健康志向の高まり

生活水準の向上に伴う国民の「生活の質」に対する希求は、優れた財やサービスに対する強い欲求や厳しい選択眼となって現れており、本物志向の高まりをみせている。一方、食生活の多様化は、本物志向と重なりつつグルメブームとなって現れている。そして、人々の健康に対する関心の高まりを背景に、生産者の顔の見える“ふるさと直販”や有機栽培などによる“安全な食材・食品”に対するニーズをもたらしている。食（材）や地域独自の食文化は半島地域等の大きな魅力であり、地域の自然や農林漁業体験との組み合わせ、特産品開発等、食（材）の活用方法を検討していく必要がある。

③学習・創造的活動への関心の高まり

労働時間の短縮や週休二日制の定着、長寿社会の到来などにより、国民の自由時間は着実に増大してきており、人々は自分らしい生き方を通して精神的な充足感を得ることを強く求め、趣味・創作活動、ボランティア活動など、より積極的な自己実現を図るための余暇活動に対する関心が高まっている。観光行動は、心の豊かさや自己実現に向けた余暇活動として、今後さらに活発になっていくと考えられる。各地域で「参加・体験・学習」を通して知的好奇心等を満足させるプログラムづくり、仕組みづくりが必要となる。

(3) 近年の観光の動向

①高まる余暇活動へのニーズと多様化

国民所得の向上、自由時間の増大、レジャー・

余暇を重視する意識の定着等から、余暇活動へのニーズは今後も増大していくと予想される。しかし、価値観やライフスタイルの多様化により、余暇活動も多様化し、旅行・観光の比重は相対的には低下しつつある。一方で、価値観等の多様化は、プログラムの開発など、やり方次第で誘客が可能ということでもあり、各地域において魅力的なプログラムの開発が求められる。

②国内旅行の変化

産業優先から生活者優先へ、組織中心から個人中心の社会へと移行していく中で、国内旅行の形態も団体旅行が減少し、家族や友人などの小人数旅行の割合が高まり、旅行目的の多様化も進んでいる。また、列車・バスよりも自家用車利用の比率が高くなり、観光地における駐車場確保、交通渋滞、環境汚染などが大きな問題となっている。あわせて高齢者など車を運転しない人々に対する移動の利便性の確保についても対応が求められている。

③体験型観光の進展

「体験する」観光の注目が高まり、パッケージツアー等の行程に体験型観光を取り入れるケースが増える一方で、受け入れる地域においても体験をキーワードとした地域振興を推進する例が多くみられる。

体験型観光の場合、プログラムの開発如何で誘客が可能となるため、良質なプログラムの開発・実践により、「来訪者、リピーターの増加」、「ソフトづくりによる地域振興」、「住民意識の向上」といった効果が期待できる。

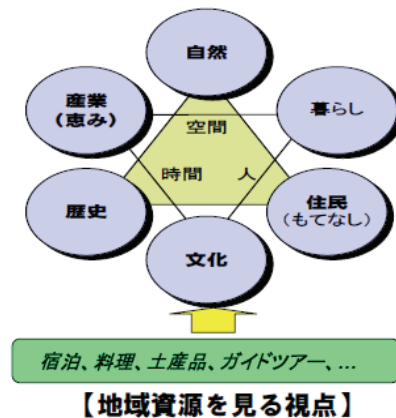
④アーバンツーリズムの進展

小樽市（運河）や長浜市（黒壁）など、突出した観光資源を持たない地方中小都市に多くの人が訪れている。これらはまちなかに残された素材を現代に生かす智恵と努力によって観光客に支持されており、「未活用の地域資源に光を当て、その活用の仕方が非凡」なことが特徴といえる。従来の

都市観光が大都市や都市観光地を対象として刺激や緊張を求めるのに対し、「アーバン・ツーリズム」（まちなか観光）は、歴史名所など従来型の観光資源に乏しい地方中小都市を対象とし、体験やふれあいを求める点が異なっている。

地域の活性化に際しては、“まちなか”の活用も大切な視点であり、生活文化資源の見直しや、案内所、ガイドなど、来訪者に提供する情報の吟味や手法の改善が必要となる。

図1 地域資源の商品化



(4) 半島地域における目指すべき観光の姿

半島地域を目指すべき観光を検討するにあたり、半島地域の現状・特性を整理する。

①半島地域の現状

- ・ 国土面積の 9.8%、林野面積の 10.7%、海岸線の約 25%を占める。
- ・ 農林水産業の全国シェアは高い。特に、漁業経営体数は約 30%、漁獲金額は約 25%。
- ・ 各種都市機能がある程度集積した中心的都市と、その周辺の農山漁村で構成されており、農山漁村では中心的都市への生活における依存度合いが高い。

②半島地域の特性

- ・ 離島並みの厳しい地理的条件（三方を海に囲まれ、幹線交通体系から離れている等）。
- ・ 平地が少なく、海・山が近接していることにより多様な生態系が存在。また、海と山を一体的に体験するなどの活動を実施することも可能。

- ・ 船が交通の中心であった時代の港を中心とした交流により育まれてきた文化をはじめ地域特有の文化や、その文化を継承する人材が残されている。

③ 半島地域における目指すべき観光の姿

今後、半島地域では観光をどのように推進していくことが有効なのかを考えると、i)観光を主な産業として捉えていなかったが、地域産業の衰退など地域経済が悪化する中で、新たに観光に着目し、取り組み始めた地域と、ii)既に観光地としての歴史を持ち、観光地の質のレベルアップや、伸び悩みや落ち込みを解消することが求められている地域との違いにより、2つの観光のあり方を想定することができる。

i) 『広い』観光：「地域資源の活用による地域外との交流活動」としての観光

現状で“観光入り込み・集客活動があまりない地域”は、これまでの「観る」観光で集客できる地域資源が乏しかった地域である。しかし、「体験型観光」への注目が高まる中で、都会では失われた自然とともに暮らす地域の生活自体が観光資源となる可能性を秘めている。ただし、これらの資源はすぐに大きな集客力を持つ資源ではないため、目標を単に集客や観光収入の増大といった目前の利益におくのではなく、まずは草の根レベルでの交流活動から出発し、次第に活動の輪を広げていく形ですすめることが必要となる。

ii) 『深い』観光：「観光客に対する新しい地域資源の発掘・発信」としての観光

現状で“観光入り込み・集客活動がある程度ある地域”では、既存の観光客の滞在時間の延長やこれまでの客層とは異なる新たな集客のための取り組みが課題となる。そのため、景勝地や温泉といった既存の観光資源や観光施設などを活かしつつ、それに新たな地域資源を発掘して組み合わせる、又は既存の観光資源の新たな見せ方を工夫して発信していく形ですすめることが必要となる。

なお、“観光入り込み・集客活動があまりない地域”で、近隣地域へ訪れる観光客に対して「地域資源の発掘・発信」をしたり、“観光入り込み・集客活動がある程度ある地域”で、今までとは異なる客層に対して「交流活動」をすることも考えることができる。どのような形で観光振興を図るかは、それぞれの地域における地域振興に対する考え方や現状に即して行っていくことになる。

3. 半島地域の観光資源の収集・分析

(1) 観光資源の分類と抽出

原則として、半島振興法に指定された半島地域の指定区域を持つ市町村や観光協会など、公的・半公的な団体が発行している観光パンフレットより、図2に示す、「観光資源の種類」等の項目に関する情報を抽出した¹。

なお、本調査で作成した“半島地域観光資源データベース”は下記よりダウンロードできる。
http://hanto.jp/modules/area/index.php?content_id=1049

(2) 半島地域の観光資源の分析

①大分類での分析

i) 半島地域全体としては、「食・特産品(17.8%)」、「史跡(17.5%)」、「祭・イベント(15.5%)」、「自然(15.3%)」、「レクリエーションスペース(15.0%)」の割合が高い。

ii) 〈食・特産品〉の割合が高い半島地域が多く、特に北海道、東北地方の半島地域は、その占める比率が高い。

iii) 〈史跡〉は、紀伊地域、室津大島地域、北松浦地域、宇土天草地域など歴史に特徴のある地域で割合が高くなっている。

iv) 〈祭・イベント〉は、島根地域、男鹿地域、能登地域など、特に社寺に係る祭礼や神事など

¹本調査では、「活動の種類」、「時期」についても抽出し、分析したが本稿では省略する。

図2 観光資源の種類

大分類	小分類ID	小分類
自然	1	山岳
	2	湖沼
	3	峡谷
	4	滝
	5	河川
	6	岬・海岸
	7	島嶼
	8	岩石・洞窟
	9	動物
	10	植物
	11	温泉
	12	自然現象
	13	その他の自然
史跡	14	遺跡
	15	社寺
	16	城跡・城郭
	17	庭園・公園
	18	碑・像
	19	建造物
	20	その他の史跡
	21	年中行事・伝統的な祭り
祭り・イベント	22	音楽イベント
	23	アートイベント
	24	スポーツイベント
	25	グルメイベント
	26	その他のイベント
	食・特産品	27
28		水産物
29		郷土料理
30		ご当地グルメ
31		雑貨・工芸品・民芸品
32		その他の地域の食・特産品
人・暮らし	33	神話・民話・伝承・伝説
	34	伝統芸能・民謡
	35	風習
	36	人物・歴史的出来事
	37	文学・映画の舞台、ロケ地
	38	その他の地域の人・暮らし
観光・文化施設	39	生物・環境ミュージアム
	40	歴史・アートミュージアム
	41	交通機関
	42	物販施設
	43	その他の観光・文化施設
レクリエーションスペース	44	スポーツ施設
	45	レジャー・体験施設
	46	アミューズメント施設
	47	その他のレクリエーション施設
景観	48	歴史景観
	49	郷土景観
	50	眺望景観
	51	その他の景観
その他	52	その他

の年中行事が多い地域で、割合が高くなる傾向がある。

v) 〈自然〉については、自然資源への注目の度合と他の資源の取り上げ方によって割合は相対化されている。

vi) 〈レクリエーションスペース〉は、南房総地域や伊豆中南部地域など、海や海岸でのレジャー、スポーツが盛んな地域、西彼杵地域、室津大島地域など、商品化された体験型観光が多い地域で割合が高くなる傾向がある。

vii) 〈人・暮らし〉は、全半島地域において占める割合が少ないが、地元ではあまり注目されないため観光対象化されているものが少ないことが要因と推察される。

viii) 〈観光・文化施設〉は、顕著な特徴はあまりない。半島の地形に特徴的な道路や橋などを掲載している地域も見られる。

ix) 〈景観〉は、展望台からの眺望景観や、棚田のような特定の景観、ある程度有名な歴史的な町並みの景観などのほかは、地元の観点からは、景観の対象として注目されて取り上げられているものが少ないため、割合が小さくなっていると考えられる。

②小分類での分析

〈自然〉

「植物(34.4%)」の割合が高い。また、「岬・海岸」、「島嶼」、「岩石・洞窟」など、海岸部の資源が多く半島の特徴を示している。「植物」については、桜やツツジなどの花、ブナ林などの樹林、古樹や大木、固有種や、自生、北限等の分布に特徴がある種など多様である。生育環境と合わせた特徴を持つものも多く、半島地域の特徴ある資源として活用していくことが期待される。

〈史跡〉

「社寺(34.2%)」が多く、次は「碑・像(26.3%)」が多い。「碑・像」には、地域に因んだ歴史的な出来事や人物の記念碑等、

図3 観光資源の大分類別パンフレット掲載割合

	自然	史跡	祭・イベント	食・特産品	人・暮らし	観光・文化施設	レクリエーションスペース	景観	その他	計
渡島地域	16.4	9.5	12.1	<i>26.1</i>	3.4	7.9	19.5	2.0	3.2	100.0
積丹地域	12.8	10.5	12.5	<i>26.8</i>	2.7	15.2	14.0	3.9	1.6	100.0
津軽地域	17.4	13.7	18.4	<i>21.1</i>	1.0	16.4	8.0	2.3	1.7	100.0
下北地域	18.1	10.0	14.5	<i>34.9</i>	2.8	6.8	8.4	3.2	1.2	100.0
男鹿地域	11.6	9.7	<i>25.8</i>	21.9	1.3	12.3	13.5	0.6	3.2	100.0
南房総地域	9.9	13.7	17.7	13.7	3.0	12.9	<i>23.4</i>	3.0	2.7	100.0
能登地域	13.6	16.5	<i>24.9</i>	15.8	2.0	10.8	11.4	2.4	2.5	100.0
伊豆中南部地域	<i>28.9</i>	13.7	11.5	6.1	1.0	12.7	20.3	5.4	0.2	100.0
紀伊地域(三重県)	15.4	<i>20.8</i>	16.2	17.6	0.9	9.6	12.8	3.6	3.1	100.0
紀伊地域(奈良県)	23.5	<i>24.7</i>	8.9	17.3	1.5	11.6	8.0	2.1	2.3	100.0
紀伊地域(和歌山県)	15.5	<i>28.6</i>	11.2	16.0	1.5	7.7	15.3	3.0	1.1	100.0
丹後地域	15.8	17.9	<i>22.2</i>	12.8	0.9	7.6	17.9	3.3	1.5	100.0
島根地域	7.3	11.5	<i>41.7</i>	18.8	0.0	9.4	5.2	5.2	1.0	100.0
江能倉橋島地域	3.9	3.9	11.7	25.8	3.9	<i>26.6</i>	18.0	6.3	0.0	100.0
室津大島地域	11.7	<i>20.4</i>	8.7	13.6	1.0	17.5	<i>20.4</i>	6.8	0.0	100.0
佐田岬地域	10.7	9.5	<i>22.5</i>	19.5	4.1	13.6	11.8	5.3	3.0	100.0
幡多地域	<i>23.7</i>	6.0	19.1	14.7	9.9	7.7	13.5	2.7	2.7	100.0
東松浦地域	9.5	17.9	16.7	<i>22.6</i>	1.2	15.5	8.3	7.1	1.2	100.0
北松浦地域	10.2	<i>22.4</i>	9.4	16.5	0.6	14.5	14.5	6.8	5.1	100.0
島原地域	18.9	12.6	11.0	<i>20.5</i>	0.8	12.6	16.5	7.1	0.0	100.0
西彼杵地域	7.3	14.6	0.0	2.1	1.0	15.6	<i>46.9</i>	8.3	4.2	100.0
宇土天草地域	6.7	<i>23.5</i>	12.0	21.3	3.1	10.6	17.7	3.1	2.0	100.0
国東地域	8.0	21.6	<i>22.4</i>	17.2	2.0	9.2	10.0	6.0	3.6	100.0
大隅地域	<i>21.2</i>	16.0	15.8	14.1	0.5	10.6	14.4	4.6	2.7	100.0
薩摩地域	10.7	12.5	<i>22.1</i>	15.1	1.8	17.6	15.4	2.9	1.8	100.0
計	15.3	17.5	15.5	<i>17.8</i>	2.1	10.9	15.0	3.6	2.3	100.0

注:斜体・強調文字は、各地域で最大の項目を表している(斜体のみはデータ数が少ない地域)。

文学碑、句碑や歌碑などがある。

〈祭・イベント〉

「年中行事・伝統的な祭り(45.7%)」が多く、次は「その他イベント(39.9%)」で、食・特産品に関するイベント、花の時期のイベント、夕日をテーマとしたイベント、海に関するイベント、など様々である。

〈食・特産品〉

「農産物(25.7%)」、「水産物(19.8%)」と、その加工品・調理品、菓子類などが中心である。商品メニュー、料理メニュー、店舗のつくり方も含め地域の魅力としてどのように提供してゆくかが鍵となる。

〈人・暮らし〉

いわゆる「テーマ資源」であり、実体のある観光対象になっているものが少ないため、あまり取り上げられていないが、「人物・歴史的出来事(41.6%)」が多く、次が「神話・民話・伝承・伝説(22.3%)」となっている。活用するには、資源

の発掘と観光対象化の方法が鍵となる。

〈観光・文化施設〉

「歴史・アートミュージアム(33.8%)」と「物販施設(30.6%)」が多くなっている。「歴史・アートミュージアム」は、地域の歴史、伝統・文化、ゆかりのある人物等に関するものが多く、地域性のあるものが多いが、魅力的にうつらないものが多いので、展示方法の工夫や他の資源・施設との組合せなどの魅力づくりが望まれる。「物販施設」は、道の駅の施設や、直売所、水産物の販売所などで、地域の食や特産品と結びついており、地元住民も利用するにぎわいのある施設が観光客にとっても魅力がある。

〈レクリエーションスペース〉

「レジャー・体験施設(75.7%)」が最も多く、観光農園的なものから農業体験、郷土料理やクラフトなどの手づくり体験、漁業体験など様々である。今後は、地域性のある体験商品づくりをいっそう進めてゆくことが望まれる。

〈景観〉

「眺望景観(48.5%)」が多く、次が「郷土景観(28.8%)」となっている。「眺望景観」では、展望台からの眺望が多く、足下から海岸線・海へと眺望が広がり、半島の両側の海までを眺望できる箇所もある。また、岬や灯台、夕日の名所もあり、半島の地理的・地形的特徴が生きる資源であり、今後のいっそうの活用が望まれる。「郷土景観」は、数は少ないが、漁村集落や漁港、漁り火等の漁業の景観、棚田や段々畑等の農業景観などがある。これらは地域の魅力をアピールする中で生きてくるもので、今後の活用が期待される。

③分析結果にみる半島地域の観光資源の特性

以上の分析から、半島地域の観光資源の「特性」を整理すると、以下の通りである。

- 1) 海(幸)、山(幸)、文化、アクティビティ等、多種多様な資源が存在する。
- 2) 「人や暮らし」資源など生活由来の未活用の資源が多く残る。
- 3) 多種多様な資源がセットで、生活空間内にコンパクトに、密度高く存在している。
- 4) 個々には“小粒”でも、“多様な観光資源の多彩な活用”により、様々な活動と旅行スタイルの提案が可能である。

④観光情報を効果的に発信するための留意点

なお、半島地域として、観光パンフレットを中心に観光情報を効果的に発信する場合の留意点は以下のように考えられる。

●半島地域らしさのアピール

観光資源の特性を、半島地域の“よさ”として認識し、観光資源の選定や見せ方(マップ、写真等)などを工夫し、積極的にアピールする。

●魅力や価値を具体的に伝える情報の付加

例えば、i)「桜」なら、「〇千本の桜」というように規模などの魅力を表示する、ii)「棚田」でも、海を臨むもの、夕日が望めるものなどあり、棚田の特徴として「海」や「夕日」という情報が付加

されることが望ましい。

●観光資源の複合的な取り扱い

例えば、社寺の場合、歴史的な価値以外に花や紅葉の名所も多い。関連する資源を複合的に組み合わせることで掲載した方が地域の魅力を適切に表現できる。

●季節、その移ろいを感じさせる資源の取り扱い

海と山が近接し標高差がある半島地域では、一年を通して咲き誇る多くの花々、標高に合わせて連続して開花する桜、赤や黄色に色を染める紅葉などから、季節やその移ろいを鮮やかに感じることができる。開花情報などのきめ細かい情報は、パンフレットにホームページアドレスを記載して、最新情報を写真や映像で見せることも効果的である。

●利用されていない資源の抽出と発信

半島地域に特徴的な漁村集落・港の町並みなど潜在的な資源を発掘し、活用するには、例えば、i) 自然資源に由来する住民の生活や文化などをセットとして取り上げる、ii) 「伝統芸能・民謡」などは、地域性のある体験メニューとして商品づくりを進めていく、など観光対象化の方法を工夫する。

4. 観光資源の活用方法に関する特徴的な事例の分析

半島地域以外の事例も含め、今後半島地域の観光資源の活用に資すると思われる特徴的な6事例を選定し、取り組みの経緯や組織概要を把握する資料の収集・整理、及び、現状の把握と担い手の活動実態を把握するためのヒアリングを行った。

(1) 各事例の概要

各調査対象の、背景・きっかけ、取り組みタイプ、観光資源活用のポイント、活動の継続と発展のポイントを、整理すると以下の通り。

NPO 法人日本上流文化圏研究所（山梨県早川町）

- | | |
|----------------|---|
| ◆背景・きっかけ | <u>21世紀型ライフスタイルを目指す総合計画「日本・上流文化圏構想」</u> |
| ◆取り組みタイプ | <u>行政が引っ張る、行政内発型</u> |
| ◆観光資源活用のポイント | <p>・<u>山の暮らしが一番の価値</u>—生活に関わる衣食住のあらゆる事を自分でこなす知恵や技術を持った人「まんのうがん（万能人）」という言葉に代表される山の暮らしが、一番の価値。</p> |
| ◆活動の継続と発展のポイント | <p>①<u>あえて個別に勧誘しない</u>—住民のまちづくり活動を支援する「あなたのやる気応援事業」へは、地域住民の自発的な応募を原則に。</p> <p>②<u>地域内で話題になるプロジェクト</u>—「2000人のホームページ」プロジェクトは、町民の生活や生き様を顔の見える形で紹介し話題に。町民の研究所への理解も深まる。</p> <p>③<u>早川ファンにディープな情報発信</u>—「早川サポーターズクラブ」会員には、早川の魅力を紹介する会報誌「やまだらけ」と「広報」を提供。</p> <p>④<u>財源獲得を目指した体験型観光</u>—収益もあげつつ、町のために活動する組織として「早川体験型観光推進協議会」を立ち上げ。</p> |

伊座利の未来を考える推進協議会（徳島県美波町）

- | | |
|----------------|--|
| ◆背景・きっかけ | <u>地区唯一の学校が廃校の危機</u> |
| ◆取り組みタイプ | <u>住民が引っ張る、住民内発型</u> |
| ◆観光資源活用のポイント | <p>・<u>「人」こそ最大の資源</u>—伊座利では、伊勢海老も、あわびも獲れるが、一番の資源は「人」。伊座利では人とのつながりがとても大切。</p> |
| ◆活動の継続と発展のポイント | <p>①<u>普段着でやる</u>—似合わないネクタイや化粧をしない。</p> <p>②<u>自分で考え行動する</u>—会長も事務局も動き回り、“気付いた人が、気付いたことを、気付いた時にする”。</p> <p>③<u>自分達が楽しむ</u>—来訪者（留学の親子等）に過大なもてなしをせず、住民が楽しむ。</p> <p>④<u>行政職員の裏方サポート</u>—“公務を離れた自主的立場”で参画し、事務局的な役割を担当。補助金などの情報を地域に知らせ、地域外からの視察などにも対応。</p> <p>⑤<u>都会の縁者と一緒にPR</u>—「伊座利応援団」は関西、関東、徳島市内等に約1,000人。</p> <p>⑥<u>住民の問題解決を兼ねたビジネス</u>—移住者雇用のためのアラメ加工場の建設、漁村カフェ「イザリ cafe」の開店。「イザリ cafe」は、お年寄りの“たまり場”の役割も。</p> |

NPO 法人能登ネットワーク（石川県輪島市）

◆背景・きっかけ	<u>能登空港を起爆剤とした地域活性化の機運</u>
◆取り組みタイプ	<u>住民が引っ張る、住民内発型</u>
◆観光資源活用のポイント	
①	<u>各市町村の事を互いに学び合う</u> —協議会設立も隣町を知らない現状。持ち回り例会を開催。
②	<u>食を通じた能登への窓口づくり</u> —能登の異業種が設立した会社「能登百正」が能登料理居酒屋「のとだらぼち」を東京に出店。
③	<u>素材は作る人によって大きく変わる</u> —能登には能登の売りがある。お客様の感動をプロデュースすることが大切。そのためには自身が好奇心を忘れないこと。
◆活動の継続と発展のポイント	
①	<u>アイデアの断続的発案</u> —東京・上野発「能登地酒列車」運行、能登を巡りツアー、海釣り、ゴルフ等の実施、『能登国三十三観音の旅』、『能登人』の発行など。
②	<u>適材適所への采配</u> —能登ネットワークでは、組織の中の絆を重視。
③	<u>親戚のように行き来する関係づくり</u> —能登の人と首都圏の人が親戚のような間柄で行き来する相互交流組織「ITOKO会」設立。

番屋エコツーリズム（岩手県田野畑村）

◆背景・きっかけ	<u>通過型観光の脱却を目指す「田野畑村観光振興計画」</u>
◆取り組みタイプ	<u>行政が引っ張る、行政内発型</u>
◆観光資源活用のポイント	
①	<u>資源の新しい見せ方</u> —田野畑で提供する様々な体験プログラムを「番屋エコツーリズム」と称して展開。磯場の漁に使う小型船を使った「サップ船アドベンチャーズ」は人気。
②	<u>自然×暮らし=番屋</u> —人と自然との関係を象徴的に表している漁師の作業小屋「番屋」。
◆活動の継続と発展のポイント	
①	<u>あくまで副収入</u> —体験プログラムのガイド役は、第一次産業従事者中心。ボランティアではなく副業としてガイド業が成り立つことを意識して展開。
②	<u>ストレスのないスピードで展開</u> —例えば、お客様を奪い合うことのないように、サップ船アドベンチャーズの安易なガイドの増員はしない。品質重視の事業展開。
③	<u>まずは村内の利用で実績</u> —村内の学校で体験教育として体験プログラムを試行。ガイド役は刺激を得てより積極的に、学校も体験プログラムに支持と共感。
④	<u>町長が知り合いを巻き込む</u> —サップ船体験の船頭は、なかなか船頭希望者が現れない時に、知り合いだった村長からの熱心な呼びかけで参加を決意。

なすとらん倶楽部（栃木県那須町）

◆背景・きっかけ	<u>国土交通省調査のモデル地域に（地元の方々の様々な活動の蓄積）</u>
◆取り組みタイプ	<u>外部専門家の刺激で動き始めた、外部刺激導入型</u>
◆観光資源活用のポイント	
① <u>地域の食情報を集積</u>	「食」に関する資源を効果的に発信するツールとして「おいしい那須暦」（カレンダー）を制作。年々バージョンアップ。
② <u>地元農産物を一工夫</u>	那須の農産物を使い、那須だけで提供するスープ「な・す〜ぷ」、那須のおいしさが詰まった地産地消ランチプレート「なすべん」の開発。
◆活動の継続と発展のポイント	
① <u>フットワークの軽い体制</u>	出席する機会の少ない地域の女性を中心にメンバーを構成。
② <u>やること・期限を提示</u>	「な・す〜ぷ」、「おいしい那須暦」を、約3ヶ月で作成。
③ <u>楽しい活動で輪を広げる</u>	「な・す〜ぷ」の試作、「おいしい那須暦」のイラストを描き、参加者が手を動かしながら考える。回を重ねるごとに増えるメンバー。
④ <u>活動のペースメーカー</u>	一年の活動の集大成の場「なすとらん会議」は、「皆の期待に応えなければ」との思いから新たな取り組みが生まれるなど、活動のペースメーカーに。
⑤ <u>地元利用者による下支え</u>	「なすべん」に多い地元利用客。自慢したい地元グルメ。
⑥ <u>適した人材に声をかける</u>	事業に必要な人材を抜擢、理解してもらい会員に。
⑦ <u>行政による裏方サポート</u>	当初から深く関与。しかし自立への期待も。

稲取温泉観光合同会社（静岡県東伊豆町）

◆背景・きっかけ	<u>商工会を中心とした「ひなの里づくり委員会」で議論</u>
◆取り組みタイプ	<u>外部専門家の刺激で動き始めた、外部刺激導入型</u>
◆観光資源活用のポイント	
① <u>地域のあるもの探し</u>	公募で選ばれた観光協会事務局長 渡邊氏による「こらっしえ稲取大作戦！あるもの探し、磨いて発信総合プロジェクト」の推進。
② <u>地域の達人・博士が付加価値</u>	地元ガイドとのやりとりのおもしろさから「達人にもう一度会いたい」と参加者がリピート。
◆活動の継続と発展のポイント	
① <u>参加しやすい組織名</u>	「こらっしえ稲取大作戦！」という面白おかしいネーミング、プロジェクトへの出入りは自由、気軽に参加してもらえるムードづくりに配慮。
② <u>期限を決めて背中を押す</u>	渡邊氏が活動内容と期限を提示して次々に地域の人たちを動かす。現在の活動に生きている。
③ <u>地域のオールスターが揃う</u>	メンバーは稲取の“オールスター”。漁師の巻き込みが課題。
④ <u>ガイドの小遣い稼ぎ程度</u>	体験プログラムのガイド役、達人・博士の収入は高くない。

(2) 事例にみる活動パターン

各事例の活動の経過について、活動が開始する以前の「地域特性」、組織が発足し活動を開始する初期段階の「観光資源活用や交流活動の立ち上げ」、その後、現在に至るまでの「活動の継続と展開」の3段階に分けて整理した。

①地域特性

○『広い』観光：地域資源の活用による地域外との交流活動

山岳部に登山客が訪れるものの町全体として大規模な観光客の集客には至っていない〈早川町〉、純漁村の〈伊座利地区〉は【観光未開拓型】であるが、〈能登地域〉については、寺社仏閣や温泉、伝統の祭りなどで観光集客のある【既存観光地型】である。ただし、事例の「能登ネットワーク」の活動は、既存のツアーなどで能登を訪れる客ではなく、交流活動を通して新たな客層を開拓するものである。

○『深い』観光：観光客に対する新しい地域資源の発掘・発信

海岸の自然景勝地を有する〈田野畑村〉、高原の温泉郷や別荘地、観光施設が集積している〈那須町〉、宿泊施設が建ち並ぶ温泉地である〈稲取地区〉と、いずれも観光集客活動が行われてきた【既存観光地型】である。

②観光資源活用や交流活動の立ち上げ

○スタート行政内発型（行政の計画策定に基づいて組織設立）

〈早川町〉では、「早川町第4次総合計画」（1994年）で地域の生活文化や生活哲学を掘り起こし、それらを現代社会へのアンチテーゼとして広く社会に提示していこうという「日本・上流文化圏構想」を掲げ、構想実現のための組織として「日本上流文化圏研究所」が設立された。

〈田野畑村〉では、「田野畑村観光振興計画“体験村・たのはた”」（2003年）で体験型観光の推進を掲げ、行政や商工会、農協、漁協など56の団体や

個人会員で構成される「体験村・たのはた推進協議会」が発足した。

○スタート外部刺激導入型（外部から招聘したコーディネーターが持つノウハウ等を導入）

〈那須町〉では、2005年に国土交通省の「食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査」のモデル地域になり、招聘されたワーキンググループの委員長の発案により、地域住民有志の参加による「わいわい会議」を設立した。

〈稲取地区〉では、2006年に全国公募により選出した稲取温泉観光協会事務局長のまちづくり活動経験に基づく地区の活性化の取り組みが始まった。そして、集客戦略の事業化のためのメンバーを地域住民から募集し、58人の有志による「こらっしえ稲取大作戦！あるもの探し、磨いて発信総合プロジェクト」が発足した。

○スタート住民内発型（地域の大きな出来事をきっかけとして、地域住民が独自に組織立ち上げ）

〈伊座利地区〉では、地区唯一の学校「伊座利校」廃校の危機に直面し、地区住民が廃校を回避する方法を模索する中で、全国から留学生を受け入れる「海の学校留学の会」を立ち上げた。

〈能登地域〉では、能登空港開港を地域活性化のチャンスと捉え、「能登を少しでも元気に」するために会費を貯めて様々な事業を行おうと、能登地域10市町村の有志36名が「能登空港ネットワーク協議会」を発足した。

③活動の継続と展開

◇自主運営→移住コーディネーター型（地元主体の組織活動が不十分だったため、新たに地域外からの移住者をコーディネーターとして採用し、組織の活動の活性化を図る）

〈早川町〉では、当初「日本上流文化圏研究所」は役場の中に設置され、行政職員が兼務していたが、地域住民との関わりが薄く、地域住民からは批判の声も挙がっていた。設立3年目に、それまで研究所の活動をサポートしていた学生が早川町

にIターンし専任研究員に就任してからは、地域住民全員へのインタビューを実施してホームページに掲載する「2000人のホームページプロジェクト」などを通じて、地域内での研究所の認知と理解が広がり、その後も様々な活動が推進されている。

〈田野畑村〉では、地元採用のコーディネーターにより着地型観光の体験プログラムを運営していたが、ノウハウに乏しく、利用者数は伸び悩んでいた。2006年に新潟県安塚町の「越後田舎体験」で体験プログラムの運営経験を持つ地元岩手県出身者を厚生労働省の「地域提案型雇用創造促進事業」により「体験村・たのはた推進協議会」のコーディネーターとして採用したことで、スタッフトレーニング、新プログラム開発、プログラム運営の仕組みなど、様々な点で改善が進み、利用者数は急増した。

◇招聘コーディネーター→自主運営型（組織の立ち上げ時期に地域外から招聘したコーディネーターからノウハウの提供を受け、その後、地元主体の自主運営を目指す）

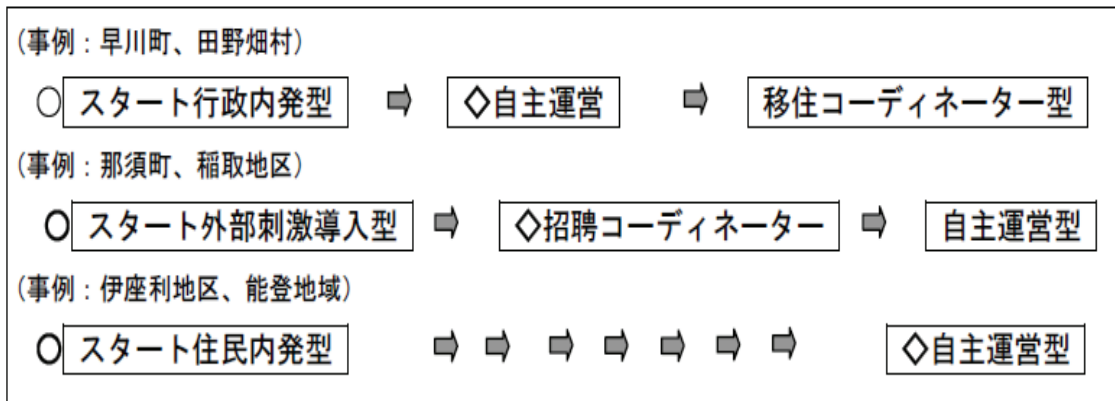
〈那須町〉では「わいわい会議」での熱意を低下させず継続していこうと、「わいわい会議」参加者を中心とする「なすとらん倶楽部」が設立された。年に一度「なすとらん倶楽部」の活動報告の場となる「なすとらん会議」に地域外コーディネーターが参加するが、通常の活動は地域住民主体で運営されている。

〈稲取地区〉では、「こらっしえ稲取大作戦！」は、メンバー側から事業化のために旅行会社の設立が必要との声があがり、稲取温泉観光協会会員の60社からの出資を受けて「稲取温泉観光合同会社」が設立された。その後、外部から招へいされた事務局長は任期を終えて地区を離れ、現在は「こらっしえ稲取大作戦！」のメンバーが中心となって「稲取温泉観光合同会社」の運営が継続されている。

◇自主運営型（地元主体での自主運営を継続している）

〈伊座利地区〉では、全国から留学生を受け入れる「海の学校留学の会」が軌道に乗った後、留学だけでなく、地区全体の課題に取り組む組織に発展しようと、地区住民全員が参加する「伊座利の未来を考える推進協議会」に改変し、「海の学校留学の会」で取り組んできた交流イベント「おいでよ海の学校へ」を継続するとともに、移住者雇用のための加工場の建設やコミュニティカフェ機能も担う飲食施設「イザリcafe」の開店など、新たな活動にも取り組んでいる。

〈能登地域〉では、能登空港開港の年（2003年）に組織をNPO法人化して「能登ネットワーク」とし、東京の居酒屋「のとだらぼち」の運営を継続するとともに、そこを活動拠点とする東京・能登の交流組織「ITOKO会」の運営や、『能登国三十三観音の旅』、『能登人』といった出版活動も進めている。



どの事例も地域における自立的な自主運営の形態が目指されているが、【スタート行政内発型】のように、立ち上げでの躓きを「移住コーディネーター」の採用により活性化したり、【スタート外部刺激導入型】のように、最初に「招聘コーディネーター」によって自主運営への足場固めをしたりと、地域外の人材が組織運営に大きな役割を果たしている。【スタート住民内発型】は当初より自主運営ではあるものの、〈伊座利地区〉では大阪出身の行政職員が組織の事務局を担い自主運営のサポートをし、〈能登地域〉では外部との人脈をもった地域住民が運営の軸を担うなど、コーディネーター的役割を果たしている。いずれにしても多くの事例で、外部への情報発信や各種補助金の獲得など、ノウハウが必要な部分を担うコーディネーターの役割が重要となっている。

(3) 事例にみる活動推進のポイント

各事例に見られる活動推進の特徴は、共通するものが多く、以下に13の活動推進のポイントを抽出し²詳述する。

【着目する資源】

i) 地域資源の洗い出し

地域に暮らす人々にとって、地域の資源は「当たり前なもの」として顧みられない場合が多い。活用できる資源を把握するためにも、また魅力ある地域であるという自負を持つためにも、地域資源の洗い出しを初期段階で行うことが重要である。〈能登地域〉では、10市町村から集まった「能登空港ネットワーク協議会」のメンバーが、隣の町のことはほとんど知らないという状況を踏まえ、毎月各市町村の持ち回りで例会を開催し、お互いの市町村について学びあう活動を行った。

〈那須町〉では、那須の「食」にまつわる資源を効果的に情報発信するためのツールとして「おいしい那須暦」というカレンダーを制作している。

²最後の二つは、「A『広い』観光：地域資源の活用による地域外との交流活動」の事例のみに見られる特徴である。

365日それぞれに季節ごとの食材、料理、イベントなどの情報がイラストとともに掲載され、地域外の人だけでなく、地元の人にも地元にあるものを再認識する機会を提供している。

ii) 顕在化している資源から活用

埋もれていた資源を幅広く収集し、情報発信しながら認知を広めていくには時間がかかる。一方で、既に知名度のある資源を活用した取り組みでは即効性のある集客が期待でき、また、地域の中でも認知度が高いため、取り組み参加者のコンセンサスが取りやすい。

〈田野畑村〉では、年間約50万人の観光客数のある北山崎の断崖景観を、陸の展望台からだけでなく、地元漁師のサップ船に乗って海からも見てもらおうという「サップ船アドベンチャーズ」を体験プログラムの軸に据え、漁師の暮らしを地元漁師がガイドする体験プログラムなどと組み合わせ「番屋エコツーリズム」と称してPRしている。

〈那須町〉では、那須町の農産物を使い、町の中でだけ提供するという条件を設けたスープ「な・す〜ぷ」を企画し、賛同する19店舗がそれぞれ独自のレシピの「な・す〜ぷ」を提供した。那須町の場合、「な・す〜ぷ」の企画と「地域資源の洗い出し」の取り組みである「那須暦」の制作とを同時に進め、那須の「食」をPRしつつ、食資源の裾野を広げたことが、その後の「な・すい〜つ」「なすいとん」などの商品開発を継続して行う下地になっている。

iii) 地域の魅力を加工・体現する「人」

地域の自然や道具などを利用して暮らし、地域の生活文化を体現している「人」、それらに自分なりの工夫を加えて提供する「人」の存在が、地域資源を観光資源として活用するキーポイントになっている。

〈早川町〉では、「日本上流文化圏研究所」の活動において、生活に関わる衣食住のあらゆる事を自分でこなす知恵や技術を持った人という意味の

「まんのうがん(万能人)」が、地域の魅力の中心と認識されている。体験型観光でも、「山の暮らしから、本物の豊かさを学ぶ旅」と銘打って、「まんのうがん」である地元住民をインストラクターにした「味噌仕込み」や「正月しめ飾り作り」が体験プログラムとして取り入れられている。

〈稲取地区〉では、磯でカニ釣りをする「ひっこくり大作戦」や「星空&くわがたウォッチング」といった体験プログラムが、当初から人気を集めている。これらは、それらの活動を得意とする地元住民が、「ひっこくりの達人」や“星博士・虫博士”となってツアーガイドを務め、体験内容だけでなく達人・博士とのやりとりのおもしろさから「達人にもう一度会いたい」と参加者のリピート率も高くなっている。

【胎動の仕掛】

iv) 参加のハードルを下げる

観光資源の活用、交流活動による地域の自立的発展のためには、行政任せや地域外の有識者等に頼るのではなく、活動主体組織への地域住民の参加が不可欠である。しかし、「地域活性化の検討」といった堅苦しい枠組みで参加を求めても、敷居が高いことから、いかに参加しやすい枠組みをつくるかが重要となる。

〈那須町〉では、国土交通省調査の実働部隊として「わいわい会議」を設定し、普段は地域団体の役職者を中心に構成される会議の場には出てくることの少ない地域の女性を中心にメンバーを集めた。

〈稲取地区〉では、プロジェクトの名前を「こらっしえ稲取大作戦!」というおもしろいネーミングとし、プロジェクトへの出入り自由とすることで、「これなら自分にもできそうだ」と思ってもらい、色々な地域の人々に気軽に参加してもらえ、ムードづくりが心がけられている。

v) 人を動かす動機付け

活動主体組織に参加する地域住民に自立的な活動を進めてもらうためには、参加者が活動に対す

るモチベーションを高いレベルで保つ必要がある。やるべきこと・やるべき期限を明確に示して参加者に役割を与えること、また、自発的にやるべきことを見つけた人へは、その内容を支持し、サポートをすることが重要となる。

〈那須町〉では、「わいわい会議」での活動の成果を発表する「なすとらん会議」というイベントの日程が設定されており、それに向けて「那須暦」の制作、「な・す〜ぷ」の企画が進められた。発表するに足る成果を出さなければいけないというメンバー共通の思いが高いモチベーションとなり、短期間で一定の成果を上げることが可能となった。

〈稲取地区〉では、「こらっしえ稲取大作戦!」のメンバーが、外部から招へいた観光協会事務局長の存在を「お尻をたたいてくれたことで停滞していた活動が動き出した」と評価している。「こらっしえ稲取大作戦!」の中で、同氏が活動内容と期限を提示して次々に地域の人たちを動かしたことが、現在の「稲取温泉観光合同会社」の活動につながっている。

一方、あえて積極的な後押しをせず地域住民の自発的な取り組みを活かすやり方をとる事例も見られる。

〈早川町〉では、地域住民の活動へ資金を補助する「あなたのやる気応援事業」の参加者を募集する際、「お願いしてやってもらうのでは参加者が責任を持って活動してくれない」と、地域住民に対する参加の打診を行わなかった。しかし結果として、予想を上回る参加希望者が集まり、その補助金を元に現在まで活動を続ける団体も多数見られる。

〈伊座利地区〉では、何かの取り組みをする際に「気づいた人が自分でやる」ことを原則とし、その実行にあたっては周囲の人々が協力を惜しまずサポートするという。

vi) みんなで楽しくわいわいと

活動主体組織が活動を活発に進めるためには、普段は協働することのない地域の人々が共通の目標に向かって取り組むこと、活動それ自体を参加

者が楽しめることが重要である。

〈那須町〉では、「わいわい会議」を“参加して楽しい会議”にすることが意識されている。毎回の会議では、その場で「な・す〜ぶ」の試作品をつくって試食し感想を言い合う、「那須暦」に掲載するイラストを描き、カレンダーでの配置を議論するなど、参加者自らが手を動かしながら考える形で進められた。また、「わいわい会議」の回を重ねるごとにメンバーが友人を連れてくるなど新たな参加者が集まっている。

〈伊座利地区〉では、地区への来訪者に対して「過大なもてなしをせず、住民が楽しむこと」を活動のポイントとしている。義務的な“もてなし”ではなく、自然体で来訪者を“受け入れる”ことが、結果として一番の“もてなし”になっている。

【活動のスタンス】

vii) 大きな儲けを期待しない

地域外からの観光客（来訪者）に向けた取り組みを行う場合、経済的効果は目的のひとつになるが、それだけで地域経済の問題が解決すると考えると期待はずれに終わることが多い。あくまで地域の主産業を支える手段のひとつとして位置づけることが望ましい。

〈田野畑村〉では、体験プログラムのガイド役を務めるのは、ほとんどが地域の第一次産業従事者である。「体験村・たのはたネットワーク」では、利用料金の中からガイド役への謝礼を高めに設定し、ボランティアではなく、副業としてガイド業が成り立つことを意識した取り組みがされている。例えば、「サップ船アドベンチャーズ」のガイド代のおかげで船のエンジンを買い換えることができたと喜ぶ漁師もいる。

〈稲取地区〉では、「稲取温泉観光合同会社」の収入の柱は温泉街の宿泊手配で全体の6割を占め、体験プログラムの収入は3割程度、ガイド役を務める地域の達人・博士にとって、ガイド業は「お小遣い稼ぎ」の収入である。

viii) 成長スピードのコントロール

活動主体となる組織の立ち上げがうまくいっても、活動を継続していくうちに活力が失われてしまう場合が多い、組織の活力を維持する工夫が求められる。一方、組織の活動による観光客の増加は、取り組みの成功ではあるが、増加が急激であると対応が難しくなり、結果として地域への評価を落とすことになるので、この点にも注意が必要である。

〈那須町〉では、「わいわい会議」の成果発表の場として設定された「なすとらん会議」が、「わいわい会議」が「なすとらん倶楽部」として自立した後も、年1回開催で継続されている。県内各地から聴衆が集まる会議へ向けて、「期待に応えなければ」との思いから新たな取り組みが生まれるという形で、「なすとらん倶楽部」の活動のペースメーカーとなっている。

〈田野畑村〉では、「観光客と住民がストレスを感じないスピードで展開していく」ことが目指されている。例えば、「サップ船アドベンチャーズ」は、あらたにガイド役として参入したいと申し出る漁師もいるが、現在のところ、ガイド役の増員は考えていない。安易にガイド役を増やすと現在のガイド役の収入が減り、それを穴埋めするために利用客数を増やさなければならなくなるため、現行の人員での受け入れ可能なキャパシティを超えた段階で、増員を考えるという方針をとっている。また、『『広い』観光：地域資源の活用による地域外との交流活動』の3つの事例は、いずれも不特定多数の“観光客”ではなく、人となりある程度知っている地域外の人々との交流というスタイルをとっており、活動開始の当初から大きな収入を目的とせず、草の根的な活動が地道に展開されている。

【活動の展開方法】

ix) 地元利用者で足場固め

地域外へ向けた地域の魅力発信は、地域の人々にとっても地域を楽しむ、地域の魅力を再発見する場の提供となりうる。地域外へ向けた取り組み

はすぐに効果がでるわけではないので、並行して、身近なお客さんである地域の人々にも目を向ける必要がある。

〈田野畑村〉では、旅行会社への体験プログラムの営業活動を進める中で、実際の受け入れが発生するのは先になることから、並行して村内の学校に働きかけて体験教育として利用してもらった。その結果、ガイド役の地元住民は参加者の反応を肌で感じ、自ら工夫を凝らすようになり、参加者である学校の先生や保護者からは、地元に着した体験プログラムに対する支持と共感を得ることができた。

〈那須町〉では、「なすとらん倶楽部」の運営する道の駅内のレストラン「なすとらん」や町内の飲食店で提供する「那須の内弁当」の利用者の多くは地元住民である。「なすとらん」の設立目的は食を通じた地域の情報発信拠点づくりであることから、趣旨としては地域外の観光客に向けた施設であるが、施設の運営において地元利用客の果たす役割は大きい。

x) 中心的人材は一本釣り

組織の立ち上げの際には、地域の主だった人材が一堂に会する枠組みづくりなど、参加者を広く募ることが必要であるが、組織の継続的發展を図るためには、中心的役割を果たす人材を確保し、それらの人材を組織の中で適切に配置することが重要となる。

〈那須町〉では、「わいわい会議」から「なすとらん倶楽部」へと組織改変する際に、シェフの会が開催する那須の食を考える「食の集い」などに携わる者が、コンサルティングのできる人材として見込まれ、設立メンバーに加わった。また、「なすとらん倶楽部」では、新しい活動を始める際には力を発揮してくれそうな町内の人材に参加を打診している。

〈能登地域〉では、発想力・実行力のある者が、様々な活動を提案し、実施の中心として動いているが、バランス感覚に優れ、若手に対する面倒見のいい人材が理事長に就任し、中心人物自身は「神

輿を担ぐ役割に徹する」ことで組織の絆を強化するよう配慮している。

xi) ノウハウを持つ地元人材のサポート

組織の活動では、外部補助金の獲得やイベントの運営、事務処理など、ノウハウが求められる場面も多いが、地元住民主体の組織では、そのようなノウハウを持つ人材が不足している場合もある。活動の初期段階では外部のコーディネーター等を招聘してその役割を担ってもらうことも可能であるが、地域の中でより自立的に組織を運営していくには、ノウハウをもつ地元の人材の存在が不可欠である。

〈伊座利地区〉では、近隣地区在住の役場職員が公務を離れた自主的立場で「伊座利の未来を考える推進協議会」に参画し、事務局的な役割を担当している。補助金などの情報を地域に知らせ、地域外からの視察への対応などに動きまわる他、伊座利地区で培ったノウハウ（イザリ cafe など）を他の地区へも広めようと「1地域1カフェ構想」を掲げて、町内の他の地区へも働きかけている。

〈那須町〉では、役場のメンバー数人が、国土交通省調査での「わいわい会議」から現在の「なすとらん倶楽部」に至るまで、会議などに参加し、イベント開催時には、備品の調達や来賓対応などのサポートを行っている。また、「わいわい会議」では役場担当者として関わり、「なすとらん倶楽部」のメンバーにもなっている役場職員が、自身の人脈を活用し、「なすとらん会議」開催時のメンバーや事務処理のできる役場OBなどへ「なすとらん倶楽部」への参加の働きかけを行うなど、影ながらのサポートを継続している。

xii) 外部サポーターのネットワーク化

「地域資源の活用による地域外との交流活動」の事例では、地域に訪れる観光客の数を増やすということよりも、地域のファンとなった人との絆を深めるため、地域外のファンを束ねる組織づくりが行われている。

〈早川町〉では、早川町を応援してくれる町外の

方々の会員組織「早川町サポーターズクラブ」を設立した。会員は、単に観光で来ただけでは分からない早川の魅力を紹介する会報誌「やまだらけ」と早川町の広報が届き、また、会員限定の体験ツアーへの参加や早川町の物産の特別価格での提供などが受けられる。

〈能登地域〉では、東京に能登の入り口を作ろうと開店した居酒屋「のとだらぼち」を拠点に、能登の人と首都圏の人が親戚のような間柄で行き来をする「ITOKO 会」を発足した。月に1度、能登の人たちが「のとだらぼち」を訪れ、「ITOKO 会」のメンバーと交流を深め、能登をめぐるツアーや稲刈り体験、ゴルフツアーを企画して首都圏の会員が能登を訪れる活動を続けている。

xiii) 地域の問題解決に観光を利用

早川町及び伊座利地区における交流活動は、当初、地域への観光客受け入れを想定したものではなかったが、活動が展開する中で、地域の問題解決を目的に据えつつ観光を意識した取り組みが登場している。

〈早川町〉では、NPO 法人化した「日本上流文化圏研究所」が、「収益もあげつつ、町のために活動する組織」となるため、「早川町サポーターズクラブ」で実施していた体験ツアーを発展した体験型観光の推進を提案し、町の観光協会や商工会などへ呼びかけて「早川町体験型観光推進協議会」を設立した。2011 年度からは、「日本上流文化圏研究所」独自の体験プログラムとして、「草刈りボランティア+料理体験」といった高齢化の進む集落での観光客による作業ボランティアの企画も進めている。

〈伊座利地区〉では、移住者の雇用の場づくりとしてアラメの加工場の整備を行い、地区の特産品「アラメちゃん」の商品開発・販売を開始した。また、地域外から来た人が食事をする場所がないことから、「イザリ cafe」をオープンした。同カフェは、住民のたまり場、お年寄りたちが食事を出る場としてのコミュニティカフェの役割も担っている。

5. 半島地域における観光振興活動を考えるにあたって

4. で整理した「(2)活動のパターン」、「(3)活動推進のポイント」から、半島地域で観光振興活動を行う際に留意すると有効と思われる点を以下に示す。

(1) “身の丈” に合った活動

【着目する資源】の3つの活動推進のポイント i)~iii)からは、「地域の埋もれた資源に目を向けること」、「知名度のある資源を活かすこと」、「地域資源に工夫を加えて提供する人・地域資源を生活文化として体現する人」、の重要性が指摘されるが、これらはいずれも「現に地域に存在する資源」である。半島地域には大きな集客力を持つ観光資源に乏しい地域も多いが、地域の人によって磨かれ輝くことのできる資源は多く埋もれている。地域にあるものを最大限活かすことが、半島地域における観光資源育成の要点であるといえる。

また、【活動のスタンス】の2つの活動推進のポイント vii)、viii)からは、「地域の主産業を支える手段として観光を位置づけること」、「キャパシティを超える観光客の受け入れをしないこと」、が指摘される。農林漁業が主産業である地域の多い半島地域においては、観光集客のみを目的とするのではなく、観光を利用した農林漁業の活性化を図る姿勢が求められる。また、観光が地域に及ぼす効果には、観光客の消費による「経済的効果」だけでなく、地域外の人との交流による住民意識の変化といった「社会的効果」があり、両者をあわせて観光振興活動を考えて行く必要がある。

(2) 進化を続ける活動

【胎動の仕掛け】の3つの活動推進のポイント iv)~vi)、【活動の展開方法】の5つの活動推進のポイント ix)~xiii)からは、「地域の多様な人が参画し、問題意識を共有し、楽しみながら活動すること」、「活動の展開の中でさらに参画の輪を広げていくこと」、が指摘される。半島地域に限らず

人口規模の大きくない地域での観光振興では、人材不足を理由に観光推進の組織立ち上げに至らない場合も多い。しかし、人口100人足らずの伊座利地区で、住民全員が参加する組織で活発な活動を行っており、必ずしも専門家や一芸に秀でた人材がなくとも、観光振興の活動主体を組織し、展開していくことは可能である。また、自力だけで活動の立ち上げが難しい場合には、「招聘又は移住コーディネーター」の力を借りることもひとつの手段として有効である。

「活動のパターン」では、「観光資源活用・交流活動の立ち上げ」時期から「活動の継続と展開」時期の間で、①那須町の「わいわい会議」の熱意を継続させようと「なすとらん倶楽部」を設立し参加者が自発的に組織を発展させたり、②田野畑村が地域の自主運営での伸び悩みを移住コーディネーターの採用で打破したように、どの事例も、ある時点においてそれまでの活動を評価し踏まえながら、次への展開につなげている。観光振興を含め地域振興活動に完成形はなく、常に軌道修正・改善を加えながら活動を継続し、成長を続ける努力をしていく必要がある、今後の半島地域の観光にかかる活動も、同様に進行していくことに留意する必要があるだろう。

6. おわりに

半島地域の自立的発展には、リーダー力、住民力、これらのつながりなどの人的な要素と、伝統、産業、自然環境、景観など多様な地域資源の2つが根源的な要素となる。

人的要素では、地域リーダーとはカリスマ的人材のみが担えるものではなく、様々な得意分野を持った人材を発掘し、人々が支え、協力し合いながら活動していくことにより、地域全体の人材力を向上させることが重要である。また、様々な人材が、様々な形で相互に交流することによって、人的ネットワークが拡大し新たな発見や活動のアイデアが湧き出て、人材の力も飛躍的に向上する。

なお、外へつながる人材ネットワークからの応援を得て取り組むことも有効である。

地域資源には、自然的、社会的、経済的資源など様々なものがあり、また、既に知名度を獲得しているもの、今や廃れかけているもの、これまではマイナスのイメージでしか捉えられてこなかったものなどがある。まず、自分たちの地域にどのような資源が存在しているのかを把握し、外部の目の評価も参考にしながら客観的に評価することが必要となる。

そして、地域資源の発掘、再生、創造に向けた取り組みに人材力をつなげていく無理のない仕組みづくりが、半島地域の振興にあたっての鍵となるだろう。

地域主権型社会の国と地方公共団体との役割分担の観点からは、画一的な地域振興策、補助金、モデル事業により政策誘導を行うという方策ではなく、国としては、地域の内発的で主体的な取り組みを、①地域の人材力を活性化させ、半島内外のネットワークを構築し、交流・連携させること、②地域固有の資源を発掘、再生し、その潜在力を最大限に生かした方法で地域の活性化、産業振興を行うこと、③ICTを活用し、地域ビジネスの振興、観光集客などに関する地域情報が十分に行き交うようにすること、の3つの方向で後押しするという形が望ましいと考えられる。

【付録1】 会議のご案内



「半島のじかん 2011 in TOKYO」は、半島の「現在」と「未来」を皆さんと一緒に学び、感じる体感型ワークショップ・イベントです。

半島には地域づくりのヒントが、ビジネスのチャンスが、新しいライフスタイルが、美味しさと楽しさが、そして希望があります。

あなたの初めての半島を探しに、どうぞお越しください。

日時 2011年11月25日 | 金 | 26日 | 土 |

場所 3331 Arts CYD

東京都千代田区外神田6丁目11-14

主催 | 国土交通省

協力 | 半島地域振興対策協議会

半島地域振興対策協議会議長連絡協議会

全国半島振興市町村協議会

キーノートスピーチ / 25日 13:00-14:00

都市の価値から半島の価値へ

Session 1 / 25日 14:00-15:30 半島と現在

半島に学ぶ、地域自立の可能性

地域本来の個性で勝負する半島の人々を起点に、地域主体の自立のあり方を考える。

Session 2 / 25日 15:30-17:00 半島と未来

半島に学ぶ、地域自立への挑戦

地域自立に必要なのは、自ら考え行動する知恵と戦術だ。

Session 3 / 26日 13:00-15:00 半島×デザイン

外側から見た、半島の魅力と価値

“デザイン”の視点で半島の個性・価値を読み解き、コミュニケーションの可能性をひらく。

Session 4 / 26日 15:00-17:00 半島×女子

内側から見た、半島の魅力と価値

“女子”の目線で半島の魅力を語り、未来に向かうためのブレイクスルーを考える。

(詳細は下記アドレスをご参照ください。)

<http://hanto.jp/>

問合せ先:

「半島のじかん 2011 in TOKYO」実行委員会事務局

TEL | 03-5212-3411 E-mail | hanto@rpi.co.jp

【付録2】 半島を歩く (その5) : 下北半島

下北半島地域は、面積約 2,083 km²(23 半島地域中 5 番目)、人口約 12 万人(11 番目)のまさかり形の半島地域である。日本三大霊場の一つといわれる恐山、大きな奇岩が立ち並ぶ仏ヶ浦、大間のマグロでも有名な本州最北端の地大間崎、寒立馬が草をはむ本州最涯の地尻屋崎など秘境気分も味わえる魅力的な半島である。

(写真1) 神秘的な仏ヶ浦



(写真2) 愛らしい寒立馬のはるかちゃん?とも会える。

