

全国自治体 観光プランの今

第15回

水郷と舟の風景——福岡県柳川市



山寺の風景——山形県山形市

しま づ りゅう ぶん
嶋 津 隆 文

松蔭大学観光文化学部教授
観光文化研究センター長

「また来なくなる」観光やまがたプラン

山形県山形市

山形の夏は賑やかである。8月初旬の花笠まつりの来訪客は、100万人近い。昨夏も、地元出身の女優である渡辺えりが「渡辺えりと花笠を踊ろう」と呼びかける企画をするなど話題を呼び、盛り上がった。もちろん、山形の観光資源はこれに止まらない。閑さや岩にしみ入る蝉の声」と芭蕉が詠んだ山寺（立石寺）には全国から人々が訪れ、冬には蔵王の樹氷やスキーも人気を集めている。

しかし、ここ十数年来、山形市の観光客数は微減から横ばい傾向にある。平成18年度の観光客数は、約278万人であった。観光資源はあるものの、やはり知名度は不足している。季節的に偏りがあり、通年での観光客誘致が不十分なのだ。そう考えた山形市は、平成20年に山形市観光基本計画を策定（改訂）した。交流人口を拡大し、何としても地域経済の活性化こそ図らねばならない

との危機感を持ったのである。

人口25万人。山形市は山形盆地の南部に広がる県都である。しかしこれといった基幹産業はない。一時、周辺の天童市、上山市、山辺町、中山町との合併話が持ち上がり、人口40万人の新市誕生が期待されたが、協議が整わず平成17年に頓挫した。こうした経緯を踏まえつつ、改めて山形市独自の、観光による地域振興に取り組んだともいえるようだ。

1 一貫する山形市の観光振興の方針

一般的に、観光プランといった個別行政分野での計画は、上位計画としての市の総合計画の一環として位置付けられる。山形市観光基本計画（平成20年度策定の10か年計画）も、前年の平成19年度に策定された市の総合計画の重点課題の具体化として策定された。すなわち「交流を軸とした山形らしさのブランド化による産業の振興」という総合計画の方針に基づき、観光資源を有効に活用して知名度を高め、「ブランド化」させていくとして定められたものである。

この観光基本計画は全く新規のプランというのではな

く、遡ること10年以上前の、平成8年策定の「山形市観光基本計画」の改訂版である。そこで注目すべきは、前観光基本計画が掲げた「都市型観光の創造」「通年観光の推進」「広域観光の推進」「国際観光の推進」の4つの観光推進方針を、そのまま基本的枠組みとして踏襲していることである。その一貫性は、山形市の観光振興の自信を示すものと言ってよい。しかもこの踏襲は、安易な形で行ってはいない。前計画で掲げた15施策について完了したもの、取り組み中のもの、未着手なものとの成果をすべて検証し、公表したのである。その上で、前計画の4つの方針を引き継ぐとした。これは他自治体にとって参考にすべき姿勢である。

さて今次策定の山形市観光基本計画は、「創造・伝心やまがたおもてなしプラン」と名付けられ、基本テーマは次のように設定された。

「山形らしさ」の魅力あふれ

「また来たくなる」観光やまがた

そのテーマのもとに、10年後（平成29年度）の具体的な数値目標も設定された。

観光客入込数 320万人

観光総消費額 370億円

前計画は観光客入込数を500万人目標と設置していた。それからすれば、大幅なレベルダウンである。しかし山形市は本計画策定にあたり、観光資源、観光客入込数、まつり・イベントの入込数、交通アクセスの整備状況などを多面的に調査し、分析した。その結果を公表した上での設定であり、堅実で責任ある目標の提示として、好感が持てるというべきものだろう。

2 4つの観光推進方針による諸施策

山形市観光基本計画は、前計画を基本的に踏襲しつつ、4つの推進方針を再整理し、これを本プランの観光推進方針として掲げた。この方針に基づき、それぞれの基本目標と方策が定められたのだ。以下にそれらを見てみよう。

(1) いつ来ても魅力あふれる観光やまがた

↳ 通年観光の推進

第一は、「山形の様々な観光資源の情報発信に努め、山形らしさ」^①としてブランド化を図り、蔵王・山寺をはじめとする魅力あふれる観光地に、通年にわたる誘客

を推進します」という目標である。観光客が伸び悩んでいるという現況を踏まえ、通年にわたっての誘客対策の必要性を掲げているのだ。特に、半減したスキー客の落ち込みを警戒し、市内の2大観光地である「蔵王」と「山寺」を全国的に発信することで、「山形らしさ」をブランド化していこうとするものである。

具体的には、蔵王と山寺での「山形まるごと市」の開催や「蔵王⇄山寺間の通年観光ルート開拓」に努める。あるいは蔵王等へのスキー誘客事業や、蔵王温泉の景観整備などを図る。他方で、体験型観光や祭り・イベントの活性化にも力を入れ、広く市民に「もてなしの心」を養成することを心がけようとするのだ。体験（農業、産業などでのニューツーリズム）できる観光メニューづくりにも力を入れ、見るだけでなく、体験することを通して「山形らしさ」^②を発信しようとしている。

(2) 様々な都市の魅力を繋げる観光やまがた

↳ 広域観光の推進

第二は、「他都市との連携を進め、観光地の魅力と結びつけながら、観光による交流人口の拡大を目指し、地域活性化を推進します」という目標である。広域ネット

トワークを活用して、山形市への交流人口の拡大を図ろうとするものだ。

具体的には、例えば仙台市、福島市との県都の3市連携を重視しようとする。仙台市との「仙山交流」事業や「山形ふれあいマーケット」の開催、「仙台まるごとパス」のエリア拡大などに取り組む。

また山形広域圏7市7町が連携して、広域観光の推進を図ることも方向付けている。そしてその成果が、平成22年スタートの「めでためた♪花のやまがた観光圏整備計画」といえるようだ。観光庁が奨める広域観光圏構想に呼応する形で始められた、山形、寒河江、上山、村山、天童、東根、尾花沢の7市と、山辺、中山、河北、西川、朝日、大江、大石田の7町で構成されるビッグプロジェクトである。そのコンセプトは「ココロに効く、カラダに効く、時速4km^{ほにやらら}〇〇の旅」という、ユニークなもの。「時速4km^{ほにや}」とは歩くということであり、「〇〇」とは旅人がそれぞれに感じるものとの意味合いだという。大きな連帯と発信力を重視した、注目すべき広域観光の取り組みと期待されるものである。

(3) 街なかの魅力あふれる観光やまがた

↳都市型観光の推進

第三は、「まちの賑わいを創出し、多様な交流を図りながら、観光による中心市街地の活性化を推進します」という目標であり、市街地の観光基盤の整備を図るものだ。山形は戦国武将最上義光などで名高い城下町である。城跡が残る霞城公園が広がり、蔵や文翔館（大正時代建造の洋館で現在は資料館）、山形五堰（400年前造営の歴史的遺産）など往時の面影を残す観光資源が点在する。藤沢周平が学んだ山形大学もある。

それだけに市街地観光コースの整備を重視し、中心市街地への循環バスや観光レンタサイクルの利用拡大も図る。また特産品や農産物の販売・PRとブランド力向上のための「山形まるごと館」の整備や、城下町山形のシンボルである霞城公園の整備も進める。他方で、「山形花笠まつり」や「日本一の芋煮会フェスティバル」などのイベントを通じて市街地の賑わい創出や、飲食店マップの作成や夜型観光の振興にも力を入れるとするのだ。

(4) 外国人にも魅力的な観光やまがた

〈国際観光の推進〉

第四は、「外国人観光客の受入れ体制を整備しながら誘客推進に努め経済の活性化及び本市の国際化を進めま

す」という推進方針である。山形市への外国人観光客には特徴がある。山形県が台湾からの観光客が多いのに対し、山形市は韓国からの観光客が外国人観光客の5割を超す。こうした現況をふまえ、外国人観光客の誘致と幅広い交流の仕組みをもつまちとすることを目指すのだ。

東アジアをターゲットにし、韓国のほか、台湾や香港への誘客キャンペーンを新たに取組もうとする。また外国人向けの「街歩き観光マップ」や観光案内版の整備などに力を入れるのである。

山形市観光基本計画は「創造・伝心 やまがたおもてなしプラン」と名付けられている。かつて駐日米国大使のエドウィン・ライシャワー博士は、山形をして「山の向こうのもう一つの日本」と表している。日本の原風景がまさにここにはあるのだ。それだけに、このもてなしの心意気は、確実に広く内外に伝わっていくものと期待されよう。

「水郷といやしのたたずまい」が

基本コンセプト

福岡県柳川市

九州柳川と言えば、白秋である。この地に生まれた北原白秋は、明治―昭和の詩人として、あるいは童謡作家として日本人の心に深く刻まれている。からたちの花、この道、ペチカ、そして待ちぼうけ。往時、ラジオから白秋のこうした童謡が流れ出すと、大人も子供も誰もがじっと耳を傾けたといわれる。人々の心をいやすこの白秋のうたと、ゆつたりとしたドンコ舟が往来する水郷の風景は、まちがいなく柳川のブランドとなっている。

1 観光計画が作られた背景

筑後平野に広がる柳川のまちは有明海に面し、頗る平坦な地である。そのため古くから水田のための水路が作られ、それが今日、この柳川の独特の風情をもたらしているのだ。大小の掘割は実に930キロメートルに及び、網の目のようになってこの地の生活を支えている。人口

7万人余。小藩ながら由緒ある城下町である。うなぎのセイロ蒸しやどじょうの柳川鍋などの料理でも知られる。

この柳川市を訪れる人は多く、観光振興による地域の活性化は、市にとっては重要な課題だ。しかし観光客数は、ピーク時の平成4年の頃と比べ減少し、平成19年には30%減の120万人になった。この事態に行政として焦燥感を持つのは当然だろう。そこで、柳川市は観光の現況を検証し、次のような問題点を抽出した。

- ① 川下り、沖端地区が中心で市内周遊ルートが確立されていない
 - ② 体験メニューが乏しい
 - ③ 水郷のイメージが強いのに対し、水がきれいではない
 - ④ うなぎ食以外の食の認知度が少ない
 - ⑤ 市民に観光への理解やもてなしの意識が不十分である
 - ⑥ 日帰り客及びリピーターは多いが、消費の拡大につなかりにくい
- 平成17年には、平成の大合併の一環として、柳川市は近隣の大和町、三橋町と合併した。この誕生に際し、新

しい市としての一体感を醸成し、観光地柳川をいかに構築するかが求められていたのである。

こうして柳川市は、観光計画に向けた作業に着手することとし、平成21年3月に「柳川市観光振興計画」を策定したのである。

2 柳川市観光の課題と目標

柳川市の観光振興計画では、次の4つの基本視点が提示された。これが計画の基本といえる。

- 1 つめは「柳川らしさの育成・発展」である。柳川の歴史、文化、まち並み、産業やイベントなどを生かして、その独自性を具体的に示す取り組みが必要だとするものだ。
- 2 つめは「全域・市民による観光まちづくり」である。合併した3自治体を包摂した全域的な視点に立ち、新しい観光資源の発掘や、周遊ルートを設定しようとする。
- 3 つめは「観光情報システムの構築」である。観光旅行の個性化などへの流れに対応し、必要な情報を分かりやすく提供するシステムを構築しようとするものである。
- 4 つめは「国際観光の振興」である。インバウンド旅行を重視し、これにより地域の経済的活性化のみならず、

地域文化の再認識や新たな観光資源の発見につなげようとする視点である。

柳川のこの計画では、「観光まちづくり」の視点が特に強調されている。これまでの観光開発で集客力の向上や産業振興が優先され過ぎたとの反省に立ち、地域が主体となり生活者に主眼を置いた取り組みを標榜するものだ。国の「住んでよし、訪れてよし」と同趣旨のベクトルであるが、注目すべき視点であるといえよう。

観光振興計画では、明確な数値目標も掲げられた。まず入込観光客数である。平成20年の111万人を、2年間の短期計画が終了する平成22年に115万人、5年間の中期計画が終わる平成25年までに130万人、10年間の長期計画では平成30年までに150万人にすると設定したのだ。外国人観光客についても、平成20年の8万人余を平成30年までに18万人にするとした。

他方で、観光消費額についても数字目標を立てた。平成20年の観光消費額は46億円であるが、それを平成22年に49億円、平成25年に58・5億円、平成30年までに75億円にするとしたのである。一人当たりの消費額でいえば、平成20年の4144円を平成30年に5000円にする。

いずれもやや期待が大きいかともいえるが、強い意気込みを示すものと考えるべきものだろう。

3 基本コンセプトと体系

柳川市は、観光振興計画でその目指す観光の将来像を次のようにした。

『地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」』

市の10年後を見据えて、地域の個性や資源を活かすつつ実現していく柳川市の姿を示したものとされる。『癒し』と『安らぎ』を与える豊かな自然を活かして、観光客との交流を深めるにぎわいと活力あるまちを、と考えているのだ。そしてこの柳川市の将来像を実現するため、『水郷といやしのたたずまい』

を基本コンセプトにしたのである。このコンセプトの下に、先に挙げた4つの基本視点を配置する。その下に具体的施策として7つの基本方針を掲げている。これが柳川市の観光基本計画の構図である。その7つの基本方針の内容を、順を追って紹介する。

(1) 柳川ブランドの構築

基本方針の1つめは、「地域に対する消費者の評価や

期待」を地域ブランドとし、その価値を高めることを目的とするものだ。「水郷・柳川」の姿を確立するとして、例えば掘割の水量や水質を確保し、あるいは親水空間を整備しようとする。他方で、柳川ならではの体験メニューの開発にも力を入れる。船頭体験、夜の川下り、有明海クルージング、ジェットスキーを利用した湯スキーの実施などを進めるものである。

(2) 食の魅力づくり

2つめは、地元食材を使ったオリジナル料理の開発や、「柳川の食」の魅力づくりを推進するものだ。地産地消で経済波及効果を高め、地域内での循環型経済の実現につなげる。具体的には名物料理の開発、スイーツ・ソフトクリームなどの商品開発、家庭料理フェスティバル、有明海を臨む堤防バーベキュー、掘割沿いのオープンカフェなどが試みられようとしている。

(3) 魅力的な地域づくり

3つめは、市民と観光客の双方にとっての心地よい空間づくりを目指すものである。春夏秋冬の四季型・滞在型の観光地づくりとし、「百年後も誇りに思える美しい水郷・柳川」としての統一的な景観形成に取り組むもの

だ。そこでは、掘割沿いの花いっぱい運動、川下りコース沿いの全市的な景観形成のほか、漁業体験や田植え、収穫体験などのメニューの開発等が提案される。

(4) 多様な観光資源の融合

4つめは、柳川市全体の観光魅力を最大限に生かそうとするものである。市全体を一つの観光地として捉え、川下り、中島の朝市（江戸時代から始まった自由市場）、有明海の潮干狩り、中山の大藤（県指定の天然記念物）、柳川温泉などとの連携を図るものだ。具体的には白秋祭の工夫、季節イベントの開催（ガタリンピック・水上オリエンテーション・掘ンピック）などが進められる。

(5) 地域力向上

5つめは、地域社会の市民、NPO、ボランティア、観光事業者などが相互に連携し、それを「地域力」として期待するものである。具体的には、観光を支える人材育成を図る産学官連携オープンセミナーの開催、掘割クリーンアップ・キャンペーン、観光読本の作成、柳川案内人検定の実施などに取り組む。

(6) 観光情報発信・受信の充実

6つめは、柳川の魅力を適時的確に発信することを

目的とする方針だ。柳川観光のイメージアップを図るとし、マスメディアへの積極的な情報提供等を行うものである。食べ歩きマップの作成、旬の魚や農作物のPR、観光情報誌の発行、観光協会の体制強化、ツーリズム協会の発足などがプロジェクト例として提示される。

(7) 国際観光の推進

7つめは、国際観光の振興を目的とするもので、外国人が一人歩きできるようなまちづくりを進めるとする。例えば外国人観光客向けの誘導サインの設置や、善意通訳者（グッドウイルガイド）運動やホームページの多言語化のプロジェクト等が示される。

そういえば北原白秋自身も、ふるさと柳川を次のように記している。

「二体郷里の柳河という処は小ベニスのように小さい数多の運河の上に市街がある。それが人の邸に注ぎ、縁側を流れる。その水は飲料水であり、洗い水で在り、すべての用を足している」(「TONKA JOHNの悲しみ」)。

白秋の思いは、柳川市民の思いであり、その故郷と水への愛着がそのまま市の観光振興計画に込められていると、いってよいようである。



景観法（みどり3法）とは

景観法は平成16年に制定された景観に関する基本法。景観法、同法の整備法、都市緑地保全法の改正の3つが同時に制定されたことで景観緑3法（みどり3法）ともいう。

わが国は古来より美しい景観を有してきた。しかし戦後の高度成長期以降、とくに経済効率性が優先され、良好な景観や伝統的な街並みが失われた。各自治体で条例を活用するなどし、無秩序な土地利用を規制する動きが顕在化した。建築基準法などが優先する中で実効性には限界があった。平成15年、国土交通省は「美しい国づくり政策大綱」を策定し、翌年に景観法を制定した。景観法はその1条に「美しく風格のある国土の形成、潤いのある豊かな生活環境の創造及び個性的で活力のある地域社会の実現を図る」とうたった。

ただこの景観行政の主体は国ではない。市町村が景観行政団体となって景観条例を定め、当該自治体の計画やそれに基づいて住民が結ぶ景観協定に強制力を持たせようとするものである。景観計画の中の土地所有者は景観協定を結ぶことができ、建物の色やデザインなどを規制する。先例としては、西の湖とその周辺里山を対象とした近江八幡市、市全体を指定した松江市や萩市などが有名である。

（出典：松蔭大学編「観光キーワード事典」）