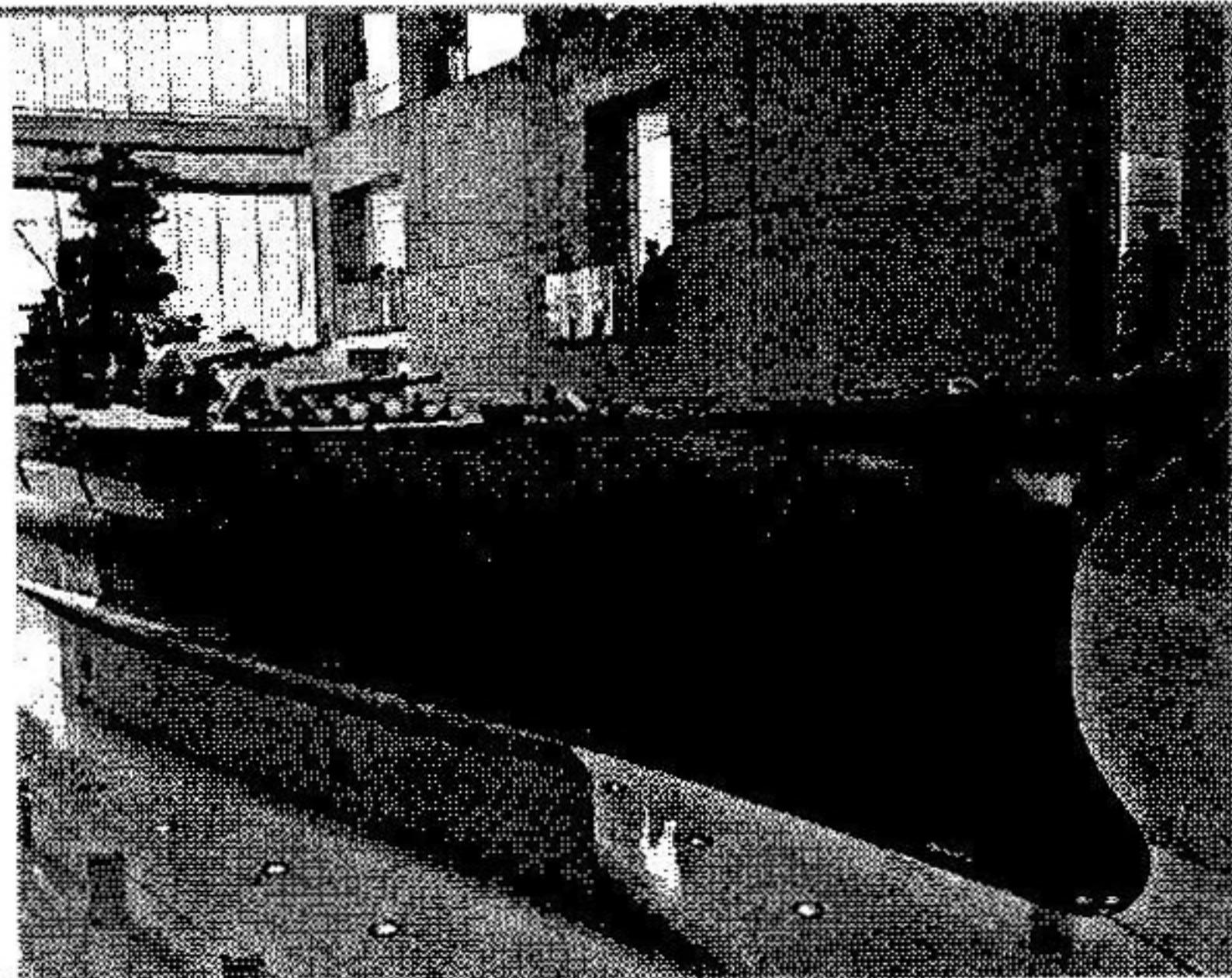


全国自治体 観光プランの今

第21回

グスクに咲く桜——沖縄県今帰仁村



大和ミュージアム——広島県

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

1 ひろしまという県

広島県庁のHPにアクセスし、「観光情報ひろしま」を開くと、「意外に知らんじゃろ？ ひろしまのこと」と大きな文字が目に飛び込んできて、思わず笑みがこぼれてしまう。なかなかのソフト戦略だ。そこでは、「南は風光明媚な瀬戸内海が、北にはなだらかな中国山地を抱いており、豊かな自然と四季の変化に富んだ気候に恵まれています。この豊かな自然の中では、四季折々のさまざまなレジャーが楽しめ、さらに海の幸力キをはじめ、山の幸マツタケなどバラエティに富んだ産物が味わえる宝庫もあります」と説明される。

広島県の観光客数は、平成21年で5530万人である。ここ数年は、やや微減の傾向にある。しかし観光が裾野の広い総合産業であり、「元気な広島県」の実現には欠

広島県

「ひろしまブランド」を確立する

かせないものとして、県は一貫して観光振興に力を入れ

てきている。加えて広島県の場合、平成の大合併で86市町村が23にまで再編され、それだけに合併後の新たな統一的な方向付けが求められていた。そこで観光に焦点を

当て、広島県議会は平成18年に「ひろしま観光立県推進基本条例」を制定し、それを受け平成20年に広島県は「ひろしま観光立県推進基本計画」を策定した。

2 観光基本計画の目標と課題

計画期間は、平成20年度から24年度までの5年間である。

(1) より多く訪れでもらう
(2) より長く滞在してもらう

(3) より多く消費してもらう
の3点をテーマに、5年後の目標数値を表のように設定した。なかでも外国人客への期待値が大きいのが目を引く。

計画策定にあたって、広島県が掲げた観光振興上の課題は6つであつ

た。

1つめは、ひろしまの知名度アップである。被爆地「ヒロシマ」は世界に知られ、また世界遺産としての原爆ドームと厳島神社は浸透している。しかし観光地としての「ひろしまブランド」は確立していない。観光地ひろしまの知名度向上こそ、必要とするのである。

2つめは、観光客のニーズへの対応だ。参加・体験・感動型の観光、本物志向の観光、自然保護への理解を深める観光といった新しく多様なニーズを的確に捉え、対応することが重要であるという指摘である。

3つめは、地域の主体的な取組の強化である。県内各地の地域資源の見直しや既存の地域資源に創意工夫を加えるなど特色づくりに努めなくてはならないとする。

4つめは、ホスピタリティについてである。地域で直接触れ合う人々のあいさつや心遣いが、旅行者の印象に大きく影響を与えるものである。そのため、おもてなしの心の醸成と旅行者が快適に過ごせる環境整備を課題とする。

5つめは、国際観光だ。少子高齢・人口減少社会を迎えた中で、海外からの観光客誘致の取組は重要である。

欧米地域からの観光客に加えて、急増する東アジアからの外国人観光客をターゲットにする誘致促進を図つて交流人口の拡大を進めようとする。

6つめは、広域連携の視点である。県内には知名度の高い温泉地やアミューズメント施設がない。その弱みを補う意味でも、近隣県との広域連携や県内における地域間の連携強化が不可欠と指摘するものである。

3 観光基本計画の4つの施策

こうした課題認識に立つて、広島県はその観光基本計画では4つの施策を軸として掲げ、観光振興の諸施策を提示している。

① 情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立
施策の第1として、県を主体とした全国、全世界に向けた広島の情報発信、すなわち知名度アップを掲げる。特にJR西日本や近隣各県と取り組むDISCOVE R WESTキャンペーンや、東京アンテナショップ「広島ゆめらす」（平成22年6月に一時閉鎖）の活用を図るうといふものだ。他方で「ひろしまブランド」づくりの大切さを訴え、世界遺産の厳島神社と原爆ドーム、

瀬戸内海、しまなみ海道の活用や、石見銀山との広域周遊ルートの開発を工夫し、内外に情報発信をしようとする。また「広島ええじやん鍋」などのメニューづくりや、「観光特使」「観光博士」「ご当地検定制度」などのきめ細かい方策も提示する。

② 地域の特色を活かした魅力ある観光地づくり

第2は、市町等の主体的取組に対する支援策である。

例えば市や町など地域固有の観光資源の「まちづくり計画」を図り、地域における観光を核とした「まちづくり計画」の策定を各自治体等に呼び掛ける。あるいは新しい観光ニーズに合った参加・体験・感動型の観光メニュー やルートづくりが大切だとして、平和学習（原爆ドーム、平和記念資料館）や歴史学習（呉、江田島、鞆の浦）などでの修学・教育旅行の誘致を訴える。他方で中国山地を活かしたグリーンツーリズムや瀬戸内の海のブルーツーリズムといったニューツーリズムの多様なメニュー開発を呼び掛けるものだ。

③ おもてなしの充実等による受け入れ体制の整備促進

第3は、民間等の主体的取組に対する行政の支援策で

を醸成させようとの施策である。具体的には観光立県推進シンポジウムの開催や子どもたちへの「旅育」に取り組む。特に力を入れるのは、観光ボランティアガイドの育成だ。裾野の拡大を目指して観光子どもボランティアガイドの養成や、県内の大学での観光学部・学科での設置も検討される。

④ 国際観光の更なる推進

第4は、国及び他県との広域連携による、県自らの取組の方向を示すものである。まずは広島空港を活用した東アジア地域からの外国人観光客を重視する。そのため各国の観光ニーズに合った旅行商品の造成や戦略的なプロモーション活動を行う。また、いわゆるゴールデン

ルート（東京→富士箱根→京都奈良）を訪れる欧米からの観光客の誘致にも取り組む。他方でコンベンションや訪日教育旅行への誘致促進にも積極的な取組を強調する。ちなみに観光基本計画では、もう一つの呼びかけコピーであるCOOL 8 Hiroshimaを設定している。COOLは「かっこいい！」との趣旨であり、8は平成24年度の目標数値の外国人観光客数80万人、宿泊者数800万人への期待をこめたものだ。そうした姿勢

の影響か、日本人観光客数が減少する中で、外国人観光客は平成18年が50・4万人、平成19年は54・9万人、平成20年は55・9万人と増加しているのは興味深い。

4 もう一つのプラン「瀬戸内海の道構想」

ところで広島県は、平成22年1月に注目すべきプロジェクトをスタートさせた。「瀬戸内海の道構想」である。「海の道」のイメージで「瀬戸内海」の資源や人をつなげて発信するストーリーを作り、それを瀬戸内海の認知度とブランド力を高めるツールにしようとする試みである。広島県は、瀬戸内に危機感を持ち構想を策定した。背景には、

- ① 近年の瀬戸内地域での基幹産業の低迷や水産資源の減少、過疎・高齢化の進行が顕在化してきたこと
- ② 白砂青松の景勝地と称えられた自然海岸が残存36・7%のみとなつたこと

等とされる。構想の狙いは次のとおりである。

- ① 瀬戸内に点在する地域資源を磨き、相互に連携させ

る。

- ②・エリア全体の魅力アップと地域産業の活性化、情報発信に取り組む。

- ③ 国内外の観光客・交流人口の拡大、消費効果・経済波及効果の増大につなげる。

- (4) 将来的に「瀬戸内海」が全世界に認知され、一度ならず二度、三度と訪れてみたい場所として選ばれることを目指す。

まことにこの「海の道」構想は、成長戦略ではなく成熟戦略とされ、実体を伴うアクションプランを盛り込むとともに、エリアや組織の枠を超えて発想するとの姿勢がとられている。従来の行政計画にはない切り口であり、戦略といえよう。この年末に発表される手はずだが広島県が発信する、もう一つの観光プランの挑戦として、その成果が期待されるところである。

(写真提供..広島県)

沖縄県今帰仁村

今帰仁は沖縄本島本部、北部半島に位置し、北は東シナ海に面する人口9400人余の村である。名護市に隣接し、那覇から車で約3時間の距離にある。豊かな自然とのどかな田園風景が広がる。特産物は今帰仁スイカ、マンゴー、今帰仁アグー（黒豚）で有名だ。しかし今帰仁の名を知らしめているのは、世界遺産にも指定されている今帰仁城跡（グスク）である。大小7つの連郭式の山城で、優美な曲線を描く城壁は1・5kmに及び、その規模は首里城に次ぐ広さとされる。この城は13世紀の末頃、沖縄本島に北山、中山、南山の3つの小國家が鼎立した三山時代に築かれ、約400年にわたって北部地域の拠点とされていたものである。現在はこの城址での桜まつりで名高い。

1 観光リゾート計画の basic 理念

今帰仁村では観光振興を村の重要な施策と考え、平成10年に「今帰仁村観光リゾート計画」（第一次）を策定している。しかしそれからの10年で、村の観光を巡る状況は大きく変わった。その一つは今帰仁城跡の世界遺産登録であり、もう一つが「美ら海水族館」（隣接の本部町）のリニューアルである。もちろん国の観光立国推進計画の策定といった、観光による地域活性化の気運も影響しているよう。今帰仁村は、こうした背景の中で、これから10年間を見越した観光振興の方向性と方策を新たに作ることとしたのである。それが平成21年策定の「今帰仁村観光リゾート振興計画」（第二次）である。

しかしここで特筆すべきことがある。今帰仁村の観光振興における基本理念の一貫性である。第一次も第二次も同じ基本理念を掲げているのだ。

「今帰仁村観光リゾート観光が目指すところは、豊かなむらづくりにある。豊かなむらとは、良好で身近な自然環境に恵まれ、地域が歴史とロマンに満ち、そこに住む村人誰もが健康でイキイキと日常生活を営んでいる姿

であろう。このような豊かな村や村の生活に訪れる人たちが共感することで、宿泊滞在してみたいという欲求が沸き起ころるものである。そしてその欲求の積み重ねが、一度限りではなく何度も足繁く通う観光リゾートそのものにつながっていくものと思われる」。

国が謳つた「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の理念を、先行するかのように明示していることに驚かされる。

この新たな第二次観光リゾート計画において今帰仁村は目標を立てた。まず観客数であるが、44万4千人（平成19年度）を61万5千人（平成30年度）にすると設定した。年間3%ずつの増加を想定しての数値だ。また観光収入については、9042万円（平成19年度）を1億2000万円（平成30年度）にしようと掲げた。今帰仁城跡の入場料売上を10年間で3割増と想定してのものである。

2 ストラクチャープランの9つの基本方向

さて観光リゾート計画では、この目標の達成に向けて「ストラクチャープラン」を掲げ、9つの基本方向を提

示している。以下に紹介しておく。

① 観光振興の推進組織づくり

基本方向の第1に組織づくりをもつてきたのには理由がある。観光振興には何よりも人材の育成と各集落での体制づくりが出発点になるとを考えているからである。

② 歴史遺産を活かす

第2は、今帰仁城跡を活用するもので、城跡の保全、調査研究、散策路の整備などが重視される。併せてこの村に伝えられる各集落の歴史・文化などの保全復元を図ろうというものである。

③ 海山の恵みを活かす

第3は、七色を持つという沖縄の海である。また絶滅が危惧される貴重なヤンバルクイナを抱える山々である。それゆえ、村の海浜や山岳保全の土地利用方針の順守を訴える一方、記念撮影スポットの創出や自然体験メニュー・イベントの充実を図ろうとする。

④ 美しいむら並みをつくる

第4は、地域主体のむら並みづくりに向けた啓発活動や体制づくりを促進しようとする。あわせて各集落に埋もれている優れたむら並みを形成している場所を発掘し、

この保全を図ることも訴える。

⑤ 健康長寿を実践する

第5は、観光計画としてはなかなかユニークな表現の方向だ。もつともその意味するところは、今帰仁ブランドの創作や販売である。スイカやアグー（黒豚）などの生産拡大と安定確保、さらには加工品の開発を図るというものである。

⑥ 生活文化を発信する

第6は、各集落における豊年祭や伝統芸能など、長年受け継がれてきた村の伝統文化の継承を支援しようと/or>るものだ。

⑦ 体験滞在観光を促進する

第7は、民泊・農業体験、マリンスポーツ体験、生活文化体験などを促進する運営管理組織をつくることを強調する。同時に観光の基本となるさまざまな滞在施設の確保にも力を入れようとする。

⑧ 着地型・周遊観光を実践する

第8は、特に美ら海水族館や国営沖縄記念公園から今帰仁村の観光施設を巡ることを想定する。歴史・自然のストーリー性を持たせた周遊ルートを設定し、そのルート

ト周辺への施設集積を図ること等が掲げられている。

⑨ 情報発信を強化する

第9は、今帰仁ブランドの販売戦略の強化、HPやマスメディアの活用による発信、口ケの誘致、マップの作製などといった施策が強調される。

3 特筆すべきアクションプログラムの組織づくり

今帰仁村の観光リゾート計画において特筆すべきは、「観光振興の推進組織づくり」といってよいだろう。決して大きくはない今帰仁村にあって観光を振興するためには、村全体が一丸とならなければならない。そのための組織づくりを提案したのである。観光計画の基本方向の第一に掲げ、しかも「アクションプラン」として別建てにしてまでこの方向性を強調しているのだ。

ではこの村ぐるみの組織づくりとはどんなものか。まず始めに、観光メニューづくりを議論する「観光推進協議会」を立ち上げる。次いで今帰仁の地域資源（ブランド）を活かした観光事業をテーマ別（「今帰仁ブランド」「ディング事業」「案内ガイド事業」「民泊事業」など）に話し合う検討会を開く。そして実際の事業実施を担う

「各集落」「NPO」「民間事業者」などに提案しモデル事業を実践することで、独自で運営資金を得る持続可能な組織に成長させる。さらにそのモデル事業で得たノウハウを活かしつつ、地域の人材や団体による新たな事業展開に発展させていく。そこで観光客の集客と観光収益の向上を図るというものだ。そのポイントは、各人の責任を持った観光振興策の運営を期待することと、行政支援に頼らない自立的な地域主体の観光振興を目指すことである。

もつともこの新しい試みは、その後必ずしも計画どおりには進められていない。しかし村ぐるみの持続可能な観光振興の組織策として、今帰仁の与那嶺幸人村長も大いに力を入れ、22年度中の発足を図るとしている。今後に注目したいものである。

4 日本一早い桜まつりの今帰仁グスク

ところでここ数年、今帰仁村の1月は賑やかである。「日本一早い桜まつりと銘打つて、今帰仁グスクの城跡でイベントが開催されるようになつたからである。「今帰仁グスク桜まつり」である。地元のヒカン桜は日本のど

こよりも早く、この南国の地に咲き始める。特に、人気は夜にあると今帰仁村商工観光係長は言う。「ライトアップで幻想的な光に照らし出される城壁や石畳、そして夜空に浮かび上がる桜花。さらに最近話題を呼んでいるのが、「花あかり」です。城の平朗門から城内への参道をろうそくの灯りで照らすもので、今年の場合も地元の中学校の生徒たちが村青年会の指導を受け、ペットボトルを加工し600個の灯籠をつくつて祭りを盛り上げました」と誇らしげである。村を挙げての観光振興の前向きさを知らされる感があるというものだ。

今帰仁城が首里城など8つの遺跡とともに「琉球王国のグスクおよび関連遺産群」として世界遺産に登録されたのは平成12年。しかし22年1月から2月の今帰仁桜まつりの時期での参加者は7万人だ（今帰仁村調べ）。首里城の入場者の193万人（平成21年）と比べ、まだまだ観光地としての認知度はまだ低い。しかしこの桜まつりは、始まってまだ3年目である。それだけに7万人という数値は、むしろこれからの今帰仁村観光のポテンシャルを十分に感じさせるものという方が正しかろう。



グリーン・ツーリズム

「緑豊かな農村地域において、その自然・文化・人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動」だとされる。都会の人は豊かな自然やその土地の伝統文化に触れてみたいと思い、農村の人は農村活性化や住みやすく誇りのもてる地域づくりをしたいと願う。その両者の欲求を実現する手段として、グリーン・ツーリズムが注目されている。都市に住む人達が、農家に泊まり、その土地の食材を使つた料理を食べ、地域の農業や伝統工芸・芸能を学び、みやげを購入する。これにより、グリーン・ツーリズムに関わる人の収入が増え、他産業にも波及し地域経済全体が活性化するのだ。近年、農林漁家への宿泊を希望する事例も増えたため、多くの自治体では宿泊料をとらない非営利の民泊であつても、安全性及び質の確保の観点から一定の基準を設け宿泊可能としている。イギリスでは、雇用や収入面で、グリーン・ツーリズムの方が農業よりも優れた役割を果たしていると考えられている。フランスでは、グリーン・ツーリズムは安価で長期休暇が過ごせるということでおもつたが、今では農村で休暇を過ごす人々はむしろ裕福で教養もある人達だといわれる。

（出典：松蔭大学編「観光キーワード事典」）