

# 全国自治体 観光プランの今

第23回

猿橋——山梨県大月市



久美浜湾——京都府京丹後市



しまづ 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

## 極上のふるさと観光づくりがコンセプト

### 京都府京丹後市

京丹後は京都府の北部、日本海に面する人口6万人の市である。平成16年に6町（峰山、大宮、網野、丹後、弥栄、久美浜）が合併して発足した。美しい海岸線やカニ、温泉等に恵まれている。しかし率直に言つて突出した観光資源を有するわけではない。かつては人気を博した海水浴客も減り、カニによる冬の誘客戦略もピークが過ぎ、観光客も200万人を切ったままに推移してきているのが実情だ。首都圏からのアクセス条件もよくはない。

こうした観光の閉塞状況の中には、いかに地域の活性化を図っていくかは行政にとって喫緊の課題である。そこで新生の京丹後市は、観光をまちづくりのリーディング産業として位置付けた。平成20年に、京丹後市観光協会をスタートさせる。翌21年には、議員提案による京丹後市観光立市推進条例を制定する。そしてその条例を受けて、同年7月に「京丹後市観光振興計画」を定めた。

観光条例は京都府下では第1号であり、いかに京丹後市が観光に強い期待を抱いているか、分かるというものである。

## 1 観光振興計画の将来ビジョンと目標

	現状(平成19年)	目標(平成23年)
年間観光入込客数	192万人	220万人(15%増)
年間宿泊客数	46万人	60万人(30%増)
年間外国人宿泊客数	564人	2,500人(2,000人増)

では京丹後市では観光振興計画において、どんなビジョンと目標を掲げたのであろうか。まず将来ビジョンとしてコンセプトを掲げた。

### 『極上のふるさと観光づくり』

である。「全市域のあらゆる資源を観光に結びつける「京丹後まるごと観光」」を推進するとして、市民総出で観光立市の実現を目指そうと謳っている。

この計画の期間は短く、平成21年からの3か年計画である。計画期間は5年程度であるのが一般的だが、この短期の期間設定を見ると、京丹後市が景気低迷の中、何とか地域の浮上を図ろ

うとする思いが伝わってくるようだ。

またこの観光振興計画では地域プランも重視され、合併前の6町ごとの地域別計画が立てられている。峰山地域では産業観光に取り組むとし、大宮地域ではアグリツーリズムを推進するとする。網野地域では滞在型観光を目指し、丹後地域では海や漁港を活かした観光、弥栄地域では花や山野草の魅力発信、そして久美浜地域では久美浜湾などを活用した観光づくりを目指すとしているのだ。京丹後市全体にわたる観光振興を図るという意図に加え、合併前の旧地域への配慮の一環と言つてよいだろう。

## 2 観光振興計画でのアクションプラン

京丹後市の観光振興計画では、具体的なアクションプランとして133ものメニューが設定された。しかもこれらを計画期間の3年以内に、一つでも多くの事業を実施または着手することを目指したのである。そのための基本方針が出された。それが次の5つである。

- ①かけがえのないふるさとを守り育てる観光を目指します

基本方針の第1では、特に歴史遺産と地域の宝を生か

すとし、例えば丹後王国（「続日本紀」によると西暦71

3年に丹後國が誕生したとされる）にちなんだ丹後生誕

1300年（平成25年）のイベントの開催を謳う。また

海岸線を軸に世界ジオパークの登録を目指そうとする。

ちなみにこのジオパーク構想は、計画策定の1年後の昨22年の秋に、しつかりと世界ジオパークネットワークへの加盟となつて認定された。地元が活気づいたのは言うまでもないだろう。

② 地域資源を活かして未来を拓くほんまもん観光・体

験を提供します

基本方針の第2では、漁船を活用した遊覧船や農漁業体験、農漁家民泊に取り組む。あるいは丹後ちりめんを活用した工場見学や小物づくり等のものづくり観光も進めようとするものだ。

③ 京丹後人堅気をもつたもてなし観光と国際観光に取り組みます

り組みます

基本方針の第3では特に、「味の極上地づくり」と称して、ばら寿司などの郷土料理や食作り体験をウリにする。

また長寿・温泉・運動・健康・美容などと組み合せた旅行商品を開発し、ゆっくり滞在できる宿泊の魅力向上に

取り組むともしている。

④ 徹底したマーケティング手法で戦略的に情報を発信します

基本方針の第4では、「日本」「京丹後にしかないもの」を作りあげ、全国にPRしていくと意気込む。特に丹後七姫をマスコットキャラクターにして売り出そう等と考えているのである。それにしても、この丹後七姫の顔ぶれというのはスゴイ。丹波国王の妻の川上摩須郎女、間人皇后（聖徳太子の母）、平安歌人の小野小町、源義経の側室である静御前、戦国の世に生きた細川ガラシャ夫人、さらには浦島伝説の乙姫、羽衣天女といふ面々なのだ。たしかに時空を超えてのこれらの人物は、様々な想像力をかきたてる資源であるだけに、これを生かさない手はないというものだ。

⑤ 地域が総ぐるみで観光に取り組みます

基本方針の第5は、観光協会、商工会を中心としつつ、観光ボランティアの充実等を重視しようとするものである。そのために、もてなし研修やガイド養成講座などを実施することを掲げている。

### 3 展開される具体的な取組

しかし、観光振興計画が策定されたからといって、にわかに地域活性化が進むわけではもちろんない。そもそも京丹後には突出した観光資源があるのでないからだ。だがそんな中で、京丹後には間違いなく新しい胎動が見えてきている。その事柄を紹介したい。

一つは、先にも記した、世界ジオパークとしての認定である。世界ジオパークネットワーク（ユネスコが支援する団体）が、京都府から鳥取県までの山陰海岸を地質公園「ジオパーク」としたのである。地質版の世界遺産と言われるものだ。日本では洞爺湖有珠山、糸魚川、島原半島に続いての4番目の認定である。京丹後市では、この認定を機に、自然保護だけでなく、観光教育や観光資源の活用ができる好機ととらえるのである。観光振興計画で謳った「観光の人材育成」も、このジオパーク認定に関連して、大いに市民ガイド育成の気運が高まったというのも当然だ。京丹後の新しい観光資源への受け皿づくりが、こうして広まって来ていることに注目したいものである。

もう一つは昨今の市民の自発的な動きである。観光振興計画では、市民総ぐるみでの観光まちづくりを謳った。

そのベクトルに符合するかのように、京丹後ならではの旅を提案する着地型観光に取り組む第三セクターの動きについて触れておきたい。道の駅「てんきてんき丹後」を経営する三セク会社「テンキテンキ村」の活動だ。この会社は規制緩和で自主ツアーガ可能となつた第3種旅行業の資格を取得する。そして地域資源を商品化し、旅行業者に販売する窓口を目指したのである。とくに昨今は山陰海岸ジオパークの登録を機に、京丹後の自然美や生活文化を、地域ガイドや体験メニューを組み合わせ、積極的に商品販売に努めようとしているのだ。そうなれば住民が主体的に地域の観光づくりに参画することも可能となる。限られた観光資源だけでは発展がないと考える京丹後にとつて、こうした着地型観光は、極めて重要な戦略となつていくものと考えられる。

### 4 市役所も力が入る

京丹後市は観光振興計画を策定してから一年半がたつ。内外の景気は依然として深刻なままだ。そんな状況下で、

市の観光振興課はこう語っている。

「観光計画の策定後も残念ながら観光客は減っています。今年などは180万人を切りそうです。経済不況の低迷が一番の原因でしょう。加えて高速道路の無料化で、舞鶴若狭自動車道を使って観光客が「北陸」方面に流れたことも影響したものと思われます」。

しかしこのままで担当課として引き下がる気配はない。今後に向けてこう強調している。

「京丹後には魅力ある資源が多いと確信しています。その地元のよさを、地元の声として発信すること、とくに着地型観光という視点で全国に発信していくことに今後力を入れていくつもりです」。

そういえば観光振興計画の中で、京丹後人の気質をこう記していた。「京丹後人は勤勉さ、こだわりの真摯さ、地域の結束力などの気質があり、この土地が先祖から受け継いできた心をもつて、京丹後市ならではの温かいもてなしを特徴とする観光を創ります」。まさにその自信が見えるような挑戦姿勢を、この地の人たちが持っていることを知らされるのである。

## 富士の眺めが日本一美しいまち

### 山梨県大月市



500円札（裏面）

は、富士を見上げる市内の12か所を選定し、「秀麗富嶽十二景」を選定し、市の誇りづくりとPRとしてきていく。ちなみに500円札の裏面にある富士の風景は、この大月の雁ヶ腹摺山から見た姿だと言われる。

しかし観光客は少なく、ここ10年ほどは年間14万人程度で推移してい

る。市街地は川沿いの急峻な渓谷の間に伸び、人口は2万8000人余と多くない。しかしかつては甲州街道が、現在は中央高速が走り、交通の要衝の地として知られる。何よりもこの地から見る富士山に、大月の人々は大きな自信を持つている。ふるさと創生事業として平成4年に大月市

は大きな自信を持つている。ふるさと創生事業として平成4年に大月市

る。しかも人口もここ10年で2割の減少となつた。それだけに大月市は危機感を持ち、観光振興を図ることで、市民が地域の誇りを持ち、来訪者に「住んでみたいまち」と思われる地域を目指すとしたのである。こうして大月市は、平成22年3月に「大月市観光振興計画」を策定する。

## 1 大月の観光の強みと弱みを検証

さて大月市は観光振興計画を策定するにあたつて、課題の整理から始めている。いわゆるSWOT分析である。それによると、以下のような課題が示された。

まず強み（長所）として5つが挙げられる。①東京圏からのアクセスが良いこと（中央高速IC、中央本線停車など）、②山岳、森林、河川など誰もが楽しめる本格的な自然があること、③名勝猿橋、甲州街道の宿場、笹子隧道、八ツ沢発電所等の鉄道文化及び近代化歴史資源が残っていること、④市内の様々な場所から富士山を眺望できること、⑤山岳写真家白旗史朗や落語家三遊亭小遊三など著名人とのつながりがあることである。

他方で弱み（短所）としても5つが挙げられる。①来

訪客が滞在して観光消費をする受け皿（施設、商品）が不足していること、②地域を楽しむための仕掛け（ガイドシステム）が欠如していること、③観光拠点の老朽化や景観整備が遅れて景観面での魅力が不足していること、④自信を持つて地域をPRしたり観光まちづくりに取り組む人材が不足していること、⑤甲府盆地や富士五湖、または奥多摩地域との広域的な連携が十分でないこととの指摘である。

こうした地元の強みと弱みを踏まえたうえで、大月市は観光振興の基本方針を以下のように5つ設定しているのである。

## 2 観光振興計画の基本方針とその施策

それぞれの個別施策例を取り上げながら、この5つの基本方針の中身を見ていくこととしよう。

### ① 歴史・文化を活かした滞在拠点づくり

1つ目は、大月の歴史・文化を活かしての戦略である。大月の観光振興で、いの一一番に挙がるのが「富士の眺めが日本一美しいまち」とのフレーズだ。その言葉に相応

しい観光拠点づくりを行おうとするのがこれである。ま

た猿橋や岩殿山を活用し、飲食・休憩・販売機能を充実させるとともに、こうした歴史・文化資源を居心地のいい滞在環境に再整備することも重視しようとしている。

すなわち昔から名勝となつており、大月でもっとも誇

致力の高い猿橋周辺に注目し、とくに駐車場不足の対策を進めるとする。またもう一つの観光資源である「八ツ沢発電所施設」が眺められる展望テラスの整備や団体客を想定してのトイレの整備に力を入れようとしている。

同様に観光拠点となる岩殿山周辺にも注目する。この岩殿山が、大月駅から最も近い「秀麗富嶽十二景」の山であることから、山岳写真家の白旗史朗記念館の整備を図ることなどを掲げるのだ。

## ② 豊かな自然に身近に触れ合える安らぎの観光づくり

2つ目は、広大で豊富な自然に着眼する。渓谷や矢立のスギの巨木、山梨百名山の山岳などの自然環境を保全し、四季を通じて安らぎを与える環境を整備することを進めようとするものだ。

これも詳細な取組事例が提示される。例えば笹子地区・矢立のスギ整備事業だ。バラバラに点在するこの地

域の観光資源（土産品の「笹子餅」、杉良太郎のCDで注目された「矢立のスギ」、国の登録文化財「笹子隧道」など）を全体として結びつけ、里山の風景や甲州街道の面影が残るフットパス（散策道）を整備しようとするものだ。

## ③ 観光周遊ネットワークの形成

3つ目は、ルートに着目する戦略だ。市内の既存道や登山道を活用した自動車向けと歩行者向けの観光ルートを設定したり、甲州市や都留市、上野原市等と連携した広域観光ルートづくりに取り組もうとするものである。

大月駅を拠点にした一駅逸品（市内のJR 6駅ごとに著名な食品や工芸品、史跡・名所などを「逸品」として認定した特産運動）やイベントなどで駅周辺商店街を巡るルート、猿橋駅を始点とする近代化産業遺産を巡るルート、真木地区の日本一の富士の眺めと五福参り（5つの寺社巡り）のルートなどといった工夫である。また

国道20号線では「旧甲州街道」をテーマに甲州市および上野原市と連携する広域観光ルート、国道139号線では小菅村や丹波山村と連携し「四季の風景美」をテーマのルートを売り出す等としている。

#### ④ 地場産業と連携した観光商品づくり

4つ目は、地場産業の中で特に農林業との連携で観光所遺品づくりを行うとする取組を訴えるものだ。

大月といえば全国「B—1グランプリ」に常連参加している「おつけだんご」が有名であるが、それ以外の新たな郷土食を掘り起こしていこうとの方向性もある。さらに地元農家の高付加価値化、高収益化の観点から、農家が生産、加工、販売をトータルで行う方策を提案する。商品のパッケージや陳列の仕方などを研究する一方、自前で加工できるような農産物の加工施設の充実化を訴えるのだ。

#### ⑤ 市民参加による観光まちづくり

5つ目は、人材に着眼する戦略である。地域を学び、観光客を受け入れ、観光ガイド等で地域の暮らしぶりを自慢することで、観光まちづくりを推進しようとすることである。

具体的には、ガイド養成講座を実施する一方、大月市観光協会が中心となつてガイド募集やガイド登録者の管理を適切に行いうよう工夫していくなどとする。他方で、地域活性化組織の育成を図るため、観光まちづくり講座

やシンポジウムの開催も定期的に行うといった提案もある。一般市民を巻き込み、大月市全体の「おもてなしの心」に対する関心を高めようとするのである。

### 3 いくつか指摘される気になる点

大月市の観光振興計画は、以上の極めて具体的な諸事業の展開を掲げている。その点で小ぶりな自治体としての着実性が見えるといえるだろう。しかしその一方でプランづくりという観点から、いくつか気になる点がある。

まず指摘されることは、この計画にはシティセールスという面がやや不足しているように思われる点だ。その

ことが、統一的なキヤッチフレーズといった明確な方針の提示を欠落させる所以になつたのではないかと惜しまれる。また観光振興が市行政の重要施策であるとしつつも、市長発言や市議会の意向等が明示されていないこと、すなわち市としての本計画の位置づけが明確でないという点である。

加えてもう一つ本計画で気になる点は、計画達成の数値目標が記載されていないことである。小規模自治体であるだけに、財政的な厳しさや人員的な制約も多く、数

値目標を明示することに躊躇はあるに違いない。しかし数値目標のない計画は、やはり行政の合理的運営を図る上で難点を持つものと言わざるを得ない。

それにしても大月といえば、最近とくに明るい2つの全国発信の装置があるようだ。一つは、B級グルメの「おつけだんご」である。B級グルメブームに乗つての、その発信性には大いに期待されるというものだ。

そしてもう一つは、日本テレビの人気番組「笑点」の三遊亭小遊三である。大月生まれの師匠の朴訥とした風貌は多くの人達に好かれ、また秩父出身の笑点メンバー林家たい平との罵倒合戦は全国のお茶の間の楽しい話題となつていて。昨秋は大月市長と秩父市長も参加しての、両師匠による「秩父vs大月バトルトーク」なるイベントさえ持たれている。

シティセールスという視点が重視される昨今、こうした素材の有効活用は大いに工夫されてよいのである。

## トラベル・エージェント（旅行業者）

旅行業とは、報酬を得て旅行者のために運送や宿泊の予約手配などの旅行業務を事業として行うことを行い、この業務を主な事業とするものを旅行業者という。旅行業の特徴は主に3つある。第1は国土交通省あるいは都道府県への業者登録が必要なこと、第2は旅行商品は無形のため、実物を確認して購入することができないこと、第3に在庫を持たず、旅行商品代金を事前受領するため、経営上の資金繰りが楽であることである。

日本の旅行業者の総数は1万1000社を超えており、海外旅行、国内旅行の企画・造成ができるかどうかにより、第1、第2、第3種旅行業と、それに加え旅行業代理業の4つに区分される。旅行業者の業務は大きく2つある。1つは消費者からの依頼を受けて、運輸あるいは宿泊施設に予約手配を行う業務である。トラベル・エージェントとも呼ばれる所以である。2つはパッケージツアーや企画、造成、販売の内のすべて、あるいは一部を行なうことである。近年、従来、旅行の企画・造成ができなかつた第3種旅行業でも、地域限定、旅行代金の受領日などの制限付きで、国内パッケージ商品の企画・造成・販売ができることとなつた。

（引用：松蔭大学編「観光キーワード事典」）

