

特集

アイデアとホスピタリティで 実現する『観光まちづくり』

観光が地域経済に及ぼす効果は大きく、国は、「観光立国推進閣僚会議」を立ち上げ、6月には「観光立国実現に向けたアクションプログラム」を取りまとめるなど、観光立国の取り組みを強化しています。

自治体でも、アミューズメント施設を活用した観光施策、ICTを活用した観光情報の提供、ボランティアガイドをはじめとしたホスピタリティ戦略など、地域を挙げた施策が展開されています。

今回の特集では、内外の先進事例など効果的な観光まちづくりについて考察するとともに、都市自治体のアイデアとホスピタリティに留意した、観光まちづくりの事例を紹介します。

寄稿 1

TWOWAY TOURISMの推進が観光を活性化させる！
—ケアンズ市を事例として—

桜美林大学ビジネスマネジメント学群教授 鈴木 勝

寄稿 2

～資源の共有で新幹線の開業効果を最大限に～
飯山駅を中心に信越境の9市町村が広域連携

飯山市長 足立正則

寄稿 3

海女と真珠のふるさと「鳥羽」の観光まちづくり

鳥羽市長 木田 久主一

寄稿 4

「京たなべスマートフォンプロジェクト」が
目指すご当地アプリの輪

京田辺市長 石井明三

寄稿 5

体験型観光が地域にもたらすもの

松浦市長 友広郁洋

TWOWAY TOURISMの推進が観光を活性化させる！ —ケアンズ市を事例として—

はじめに「TWOWAY TOURISM (双方向観光)」の重要性

日本政府の掛け声で、平成15年にスタートしたビジット・ジャパン・キャンペーンは、平成22年までに訪日外国人客1000万人を目標として実施されたが、最終的には目標に達せず、861万人で終了した。「観光国日本」としては大いに反省せざるを得ない結果であり、今後、戦略を練り直す必要がある。しかしながら、この国家的キャンペーンを契機にして、地方自治体や地域では「観光」に対する姿勢が大きく変化することは確かだ。例えば、県や市の行政組織で、「観光」の文字を冠した部署が多くなり、例えば、〇〇県観光戦略局や「△△市観光政策課」など多くの都市で見かけるようになった。地方自治体や地域の今後の動きが、これからの「観光立国ニッポン」を左右する大きなカギだと考えている。

さて、最近の日本では「着地型観光」、すなわち、旅行者を受け入れる地域(着地)側が、外の事例を紹介したい。オーストラリア・クイーンズランド州のケアンズ市である。

まず、図表2、および図表3を参照願いたい。これら2種類の看板が、わずかな距離を隔てて存在する都市や地域は、日本には極めて少ない。なぜならば、インバウンドとアウトバウンドの双方の観光動態を象徴するような看板だからである。図表2はオーストラリア人の海外旅行客向けの看板であり、手書きによる「格安航空券」販売はケアンズ市内において航空面における価格競争が激しいことを

地域の観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを提供することの意味だが、この観光の推進により、「訪日外国人観光客」や「日本人観光客」を誘致しようという動きが全国的に盛んになっている。しかし、私はこれらと同様に、アウトバウンド面の「日本人海外旅行」を活性化させることを力説したい。すなわち、「TWOWAY TOURISM」の推進である。これは、現在の観光政策の中でほとんど触れられていないが極めて重要であると思う。観光は双方の流れが継続しないと成功しない。

例えば、平成24年は「LCC (格安航空会社) 元年」と言われ、多くの空港にLCCが飛ぶようになり訪日外国人に焦点が当てられているが、アウトバウンド面では、インパクトが弱くLCC就航により日本人海外旅行者数は顕著な伸びを示していない。では、日本のLCC就航が、訪日外国人客を中心としたマーケットだけで継続できるのかと考えると、決してそうではない。海外からの観光客と同時に、アウトバウンド観光客、すなわち、

物語っている。また、図表3は訪豪外国人観光客向けの看板だが、英語以外に「日本語」まで書かれており、日本人を含めて外国人観光客が多いことを示している。

ケアンズ市への海外からの観光客の状況

NICHIGO ONLINES「オーストラリア生活情報サイト」によれば、「訪ケアンズ旅客数、年間で約410万人—国内外から平成21、22年度にクイーンズランド州北部を訪れた人は410万人以上で、その経済効果額は約26億ドルだった」「海外からの旅客数は65万4000人。観光目的でケアンズを訪れた人は59万5000人と大半を占める。国別ではイギリスから最多で11万3000人、日本からの旅客数は9万7000人、アメリカからは7万7000人」と報じている

鈴木 勝



日本人の海外旅行客を増加させロード・ファクター(有償座席利用率)を高めることが、LCC航空会社に継続させる意志を持たせ、加えて増便を促す方法だと考える。従って、LCC就航地の地方自治体や地元住民による海外旅行を推進させなければならないということだ。

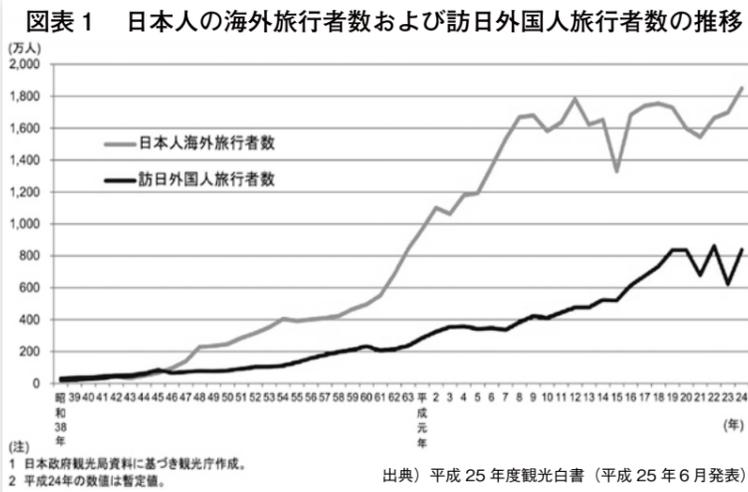
TWOWAY TOURISM模範シティ「ケアンズ市」

最近、各所で、日本国内における観光の地域活性化の事例が紹介されているが、海外の事例は比較的少ない。観光立国に向かって走り始めた日本は先進的な海外の事例に学ぶ必要がある。本稿では、インバウンドとアウトバウンドの両面を活発に展開させている海

インバウンド・デスティネーションとしてのケアンズ

ケアンズ市の概要

ケアンズ市は人口16万人を擁する都市で、暑過ぎずまた寒過ぎず、とても過ごしやすい地域である。このケアンズ市の魅力は何といても2つの世界自然遺産である。1つは世界最大のサンゴ礁地帯として有名な「グレートバリアリーフ」、もう1つは「世界最古の熱帯雨林」だ。比較的コンパクトにまとま



図表1 日本人の海外旅行者数および訪日外国人旅行者数の推移



図表2 オーストラリア人に対する海外旅行客向けの看板



図表3 訪豪外国人観光客向けの看板

り、その街を拠点としてさまざまな現地発着ツアーがある。高速船に乗り片道1時間ほどでグレートバリアリーフの美しいサンゴ礁が堪能できる。3時間ほどのドライブで原住民のアボリジニーが案内する世界最古の熱帯雨林ツアーも可能である。そのほか、ラフティング、バンジージャンプ、熱気球などがある。

資源の共有で新幹線の開業効果を最大限に 飯山駅を中心に信越境の9市町村が広域連携

飯山市市長(長野県)

あだちまさのり
足立正則



糧を得てきた。道具をつくり、薪で暖をとった。

旅人にとって 行政域はボーダレス

期待・感動・郷愁・学び：人はそれぞれのテーマを軸につめて旅に出る。行き先には、旅人にとって心地よい空間、舞台を求める。当然、そこに市町村の境は存在しない。

昨年1月、長野県の北部に位置する飯山市、中野市、山ノ内町、木島平村、野沢温泉村、栄村、信濃町、飯綱町の8市町村と、隣接する新潟県妙高市は、平成27年春の北陸新幹線飯山駅開業を控え「信越9市町村広域観光連携会議」を発足させた。

上信越国立公園の中心エリアでもあり、3つの山系と2つの谷で囲まれ、四季折々の雄大な自然を有し、訪れる人を魅了する景観や癒やしの原風景を併せ持つ。

豊かな自然から生み出される温泉や湧水にも恵まれ、農産物や伝統食、歴史や文化

をしている点が評価できる」としている。世界遺産にも指定されている重要な観光資源・グレートバリアリーフを後世に残すために、環境マネージメントチャージ(EMC)の名目で、一人に付きAUS\$15を徴収している。

オーストラリア人の活発な海外旅行熱

ケアンズ市に住むオーストラリア人の活発な旅行熱がうかがわれるのは、市内各所に多数あるアウトバウンドツアー・セールスの旅行会社や航空会社の存在である。人口2200万人のオーストラリアの国民は、長期有給休暇や年次有給休暇増賃金などの恵まれた制度の下、世界各国を毎年、頻繁に旅行している。平成22年に過去最高の711万人に達し、さらに平成23年にはその数を更新している。近年、多くのオーストラリア人が冬季にスキー目的で、北海道や長野県など日本各地を訪問している。オーストラリア人の旅行形態は、8割以上がFIT(個人旅行)となっている(ケアンズ市の詳細な数値を入手することが困難なために、オーストラリア全体から考察を加えた)。

おわりに

ケアンズ市はオーストラリア大陸の片隅に位置しながら、現在では、観光立国オーストラリアを牽引する代表的な都市になってい

る。しかし、20〜30年前のケアンズ市はどのようなものであったか。私は何度か訪れたことがあったが、市内のホテルは質素なもので国際的に通じるほど整備されておらず、ビーチも未整備で、少し郊外に出れば一面の砂糖キビ畑が続き、外国人観光客を迎えるホスピタリティは素朴であったが不十分さを覚える状況であった。また、一時期、日本のバブル経済期に日本企業の投資対象で、騒々しいリゾート地であった。

ところが、現在では2つの世界遺産を活用して国際観光地としてコンスタントな歩みをしている。また、世界の航空機が飛来するハブ空港としての役割を演じている。それはケアンズ市が観光客を受け入れるだけでなく、アウトバウンドにも熱心な都市だからである。

翻って、現在の日本の都市でこの「TWO-WAY TOURISM」を展開している都市は極めて少ない。しかし、全国に多くの空港が存在し、LCCやチャーター機も多くなる傾向にあることを考え合わせると、ポテンシャルは十分にある。これらの空港を通じて、訪日外国人の増加とともに、日本人が積極的に海外に出て行くようになれば、すなわち、拡大基調で「TWO-WAY TOURISM」が開発されるならば、「観光立国ニッポン」も予期以上に早く、やってくることは間違いない。



いいやま菜の花まつり



ルランニングをはじめ、菜の花パノラママーチ(野沢温泉村)などのロングウォーキングイベントが定着した。全長80kmに及ぶ信越トレイルの開通後は、

山歩き愛好家の人気スポットともなった。海なし県の長野でも、ここは比較的海にも近い。現在、魚津市、七尾市はじめ日本海沿岸の各市と観光連携を結び、山々海連

携のブルーツーリズムの展開も新幹線開業と共に視野に入る。これだけの舞台が提供できるエリアも稀有、ツーリズムの宝庫、彩り鮮やかな、まさにレインボーツーリズムの地が誕生する。

時代環境に適合したリゾートの創造

素材の豊かさは、一方で訴求コンテンツの希薄さにもつながる。旅のニーズは時代と共に変化する。これは、個人旅に限らず、団体旅行にも共通する概念といえる。

あらゆる産業、暮らし、文化、伝統、この地の持つ潜在的な魅力をもう一度見直し、結晶して時代に応える観光地づくりを、地域一丸となって創造していく。古を尊重すると共に、旧態



戸狩温泉スキー場

から脱する柔軟な視点を持ちたい。そして不変なもの。豪雪の集落ゆえに残された結(絆)を大事にする心根。自然(里山)と共生する、循環型の真の豊かな暮らし…。誰もが「ふるさと」に抱く優しさ、癒やし。この地一帯を覆う風土は、21世紀を生きる現代人にとって、かけがえのない財産と信じている。

幸を食み、花を愛で、里山を守った。一方で信仰の対象である奥山を畏れ、敬った。

雪：とのかかわりがこの地の歴史ともいえる。生活を圧する一方で、豊かな恵みを供する。

清らかな湧水から生まれた米、野菜、畜産、りんご、ぶどうなどの果物、菌茸、そ

ば、野沢菜など食材はまさに逸品がそろう。

唱歌「ふるさと」「おぼろ月夜」の作者高野辰之は、この地の情景を詞に紡ぎ、日本のフォスターと称された作曲家中山晋平は、祭りばやしに魅せられ、童謡や新民謡のメロディを奏でた。また、俳人小林一茶の、農民的な視点と素朴な語の運びは、まさに風土とともに生まれたものといえる。いずれも、この地で生を受け、故郷の山を仰ぎ、自然との共生から芸術を培った文人たちだ。

山と共に、雪と共にあった暮らし、風土、風習、風景、現代ではとても貴重な宝がこの地には色濃く残る。

3月、連携会議では、このエリアを称し



信越トレイル

て「千年風土の豊穡の地」「信越自然郷」と名付けた。

ツーリズムの宝庫

グリーンツーリズム、ホワイトツーリズム、ブルーツーリズム、アグリツーリズム、スポーツツーリズム、ヘルスツーリズム…。旅(ツーリズム)の形態・テーマはさまざま。地域内の観光的素材を結集すると、改めて引き出しの豊富さに驚く。

まず、国内有数のウインター・リゾートであること。開業を待つ飯山駅を中心に眺めると志賀高原、野沢温泉、妙高高原、斑尾高原、高社など有名スキー場が、これを囲み、おそらくスキーゲレンデ、リフト数

の集積も国内では群を抜く。ダイナミックさ、変化に富んだコース、多様な魅力が混在するスキーリゾートエリアだ。加えてわが国のスキー創生の地でもあり、長野冬季五輪の会場ともなり、多くの名選手を輩出してきた。

農業体験などを含めたグリーンツーリズムは、早くから取り組まれてきた。

特に、農家と兼業する民宿では、自らの圃場が農業体験のフィールドとなり、講師役も兼ねる。民宿の主人が、農業の先生だ。はじめは、未経験の農作業に様子見だった都会の子どもたちも、時の経過とともに、作業に加わり笑顔がはじける。2泊、3泊、田舎のお父さんお母さん(おじいちゃん、おばあちゃん)と過ごした子どもたちとの別れの朝、笑顔は泣き顔に変わる。繰り返す感動の場面でもある。

また、温泉と高原を兼ね備えた通年リゾート地としての歴史も古い。健康志向の旅人を満喫させる多様な温泉が散在し、それぞれ特徴の異なる豊富な源泉を有する。

森林セラピーも先駆的に取り組まれてきたものの一つ。高度成長と都市化、情報化の進展の中で忘れられた本当の豊かさを取り戻しに、毎年多くの人々がこの地を訪れる。

近年は、スポーツと観光を兼ねての旅スタイルも顕著だ。信越五岳110キロトレイルランニング、斑尾や志賀の高原トレイ

海女と真珠のふるさと 「鳥羽」の観光まちづくり

鳥羽市長（三重県）
木田久主一



はじめに

鳥羽市は、三重県東端部の志摩半島に位置し伊勢湾と太平洋・熊野灘に面しており、



鳥羽市航空写真

市域は神島、答志島、菅島、坂手島の4つの有人離島と半島部から構成されており、平成25年4月1日現在の人口は、2万1114人となっており、三重県下14市の中で12番目となっている。

面積は108.03km²であり、70%以上を森林が占めている。平地は海岸線沿いに分布しており、市域の多くは急峻な山地となっている。また、海岸線は、山地が海岸線まで迫っているため、風光明媚なりアス式海岸が形成されており、このまちを訪れる人々だけでなく、市民の心も潤している。1946年には、鳥羽市を含めた伊勢志摩地域全域が伊勢志摩国立公園に、1977年には、国際観光文化都市として指定されている。

鳥羽市は2000年前から伊勢神宮に神饌として、アワビを専用の刀で外から薄くかつらむきし、干した「鬚斗鮓」を納めており、祝いの際に利用されている鬚斗袋の起源といわ

れている。

地域の特色として、本市は伊勢神宮のお膝元として栄えてきた観光地であり、市内の海岸線を中心に約200軒の宿泊施設が立地している。また、1893年に世界で初めて御本幸吉が真珠養殖に成功した地であることから、真珠のふるさととして広く国内外にその名が知られ、新鮮な海の幸をはじめ温泉やレジャーを楽しみに年間400万人以上の観光客が訪れる観光のまちである。

就業人口は年々減少傾向であるが、平成22年では、第一次産業1325人（12.9%）、第二次産業1814人（17.7%）、第三次産業7100人（69.4%）と第三次産業が大部分を占めており、観光業が鳥羽の基幹産業となっている。

日本一「海女さん」が多いまち鳥羽

鳥羽市は、木曾三川から流れ出る淡水と伊

勢湾口の海水が融合することから、全国でも有数の漁場が形成されている。そんな豊かな鳥羽の海では、素潜りでアワビなどの貝類や海藻を採取する伝統的な海女漁が盛んである。日本全国で海女は約2000人が操業しているが、そのうち約600人が鳥羽市で操業しており、日本で一番「海女さん」が多いまちである。海女漁は、潜水器具や道具が発達した現代においても、昔ながらの桶を担ぎ、体ひとつで海に潜り、ノミを器用に扱い獲物を採取する。漁の回数や時間を自ら制限するのにも限りある資源を絶やさず、豊かな自然と共生していくための先人の知恵が生んだ地域特有の文化である。また、海女文化には、「海女小屋」という共同生活の場を通じ、女性が地域のコミュニティの中心を担うという側面があり、その独自性からも価値ある地域文化であると考えられている。

しかしながら、さまざまな環境の変化により、海の資源は年々減少傾向にあり、それに伴う収入不足から新たに海女になる人が減り、海女の減少と高齢化が課題となっている。

このようなことから、海女漁のスタイルや海女に関連する資源を貴重な地域資源と位置づけ、海女漁業の振興、海女文化の振興及び海女文化による観光振興を図ることを目的として、平成24年5月に三重県、鳥羽市、志摩

市、漁業協同組合をはじめとする各種関係団体で「海女振興協議会」を設立した。協議会では、「海女漁業の振興に関すること」「海女文化の振興及び保存・継承に関すること」「海女文化のユネスコ無形文化遺産登録促進に関すること」「海女文化による観光振興に関すること」を事業内容としている。

鳥羽市観光キャンペーンガールに 三世代海女「中川さん母娘」

鳥羽市の西方に鎮座する伊勢神宮の式年遷宮は、1300年以上の歴史を持ち、20年に一度行われる伝統的な祭事である。そんな神宮式年遷宮を翌年に控えた昨年平成24年9月に、鳥羽市と官民一

体になった総合的な広告宣伝を担う鳥羽市広告宣伝戦略委員会では、全国でも珍しい三世代にわたり海女を営む中川さん母娘（祖母・寿美子さん（74歳）、海女歴55年以上）、母・早苗さん（41歳、海女歴16年以上）、娘・静香さん（22歳、海女歴2年以上）を鳥羽市観光キャンペーンガールに起用した。早苗さんは18歳で鳥羽市相差町に嫁いで、旅館の仕事覚え、お母さんが獲ってきたアワビを旅館のお客さまに出し、喜んだ笑顔を海女を始めた。静香さんも祖母と母の姿を見て、高校3年生の時に海女になることを決意し、現在は地元の大学に通学しながら海女を両立する生活を送っている。そんな海女一家である中川母娘は伝統を語り継ぎ、海女を通じて鳥羽の海やまちをこよなく愛することが鳥羽市観光キャンペーンガールとしてふさわしいと任命された。

昨年ヨハネス・フェルメールの代表作「真珠の耳飾りの少女」が日本で鑑賞できる



三世代海女「中川さん母娘」のポスター

「京たなべスマートフォンプロジェクト」が 目指す「当地アプリ」の輪

京田辺市長（京都府）

石井明三



はじめに

京田辺市では、平成22年にスマートフォン観光案内アプリケーション「Jouu」京たなべ」を開発し、運用を開始した。「初めて市内を訪れた方が迷わず、楽しく観光できる」ことをテーマに、従来からの観光パンフレットでは不可能な観光案内の実現を目的に開発したものである。

京田辺市の概要

京田辺市は、京都・大阪・奈良の3都市のほぼ中間に位置し、古くから交通の要所として栄えてきた。平城京・平安京よりもさらに古い筒城宮という都が置かれた地でもあり、古い歴史が残るまちである。

道路網、鉄道網にも恵まれ、京都市内・大阪市内まで30分、関西国際空港にも1時間という好立地環境にあり、人口は約6万5千人となっており現在も増加を続け、近年では製造業を中心とした企業の立地も進んでいる。

シヨンの成果もあり、平成25年度夏期観光客動向調査では（8月10日から8月18日の9日間）、昨年と比較し、市内観光施設観光客数は12・6%増、宿泊者数は6・4%増という結果となった。

おわりに

海と向き合い、その恩恵を受けて暮らしてきた漁師や海女の生業と生活にかかわる知恵、文化、技術。これらの伝統文化を地域の資源として存在価値を明らかにし、現代においても地域の人々が大切に継承していくた

呼んだ。今年NHKの連続テレビ小説あまちゃんの人気も後押しとなり、海女が全国的に認知されることにより、テレビや雑誌に多く取り上げられ、海女文化を通じて鳥羽のPRに大きな効果があったといえる。

め、保全継承活動を行いながら、地域活性化につなげていく取り組みを行っていく必要がある。そして、今年度の主な取り組みとして、10月8日（火）に熨斗鯨に起源を持つ「干す文化」を応用し、高級食材である伊勢えびの干物を開発したことから、離島の菅島町において伊勢えび干す文化をいっしょに干す風景を作り出す。また、10月14日（月）には、伊勢神宮の式年遷宮を祝し、豊穰な海にまつわる鳥羽の伝統文化を首都圏在住の方々へ知っていただくイベントとして「御遷宮奉祝海と愛に育まれた鳥羽の祝祭〜鳥羽のあまちゃん100人上京！ 食と祝の祭典〜」を東京都港区の六本木ヒルズで開催する予定である。

こうした御遷宮に連動したプロモーションの成果もあり、平成25年度夏期観光客動向調査では（8月10日から8月18日の9日間）、昨年と比較し、市内観光施設観光客数は12・6%増、宿泊者数は6・4%増という結果となった。

こういった御遷宮に連動したプロモーションの成果もあり、平成25年度夏期観光客動向調査では（8月10日から8月18日の9日間）、昨年と比較し、市内観光施設観光客数は12・6%増、宿泊者数は6・4%増という結果となった。



「真珠の耳飾りの海女」のポスター

フェルメールイヤーであったことから、静香さんに同作品を模した「真珠の耳飾りの海女」や「受け継いでゆく恵みの海、人の笑み」として三世代が仲睦まじい笑顔の2種類のポスターを制作し、PRを図った。ポスターを配布した市内宿泊施設等から反響が大きく、増刷するほどの好評であった。

中川さん母娘は、メディアからの注目度も高く、昨年行った首都圏のPRキャラバンでは各新聞社とも、三世代海女への質問が集中し、大きく紙面に取り上げていただき、ウェブメディアやSNSなどでも大きな話題を

また、市内には同志社大学、同志社女子大学などが立地し、多くの学生が行き交うにぎわいあふれるまちとなっている。

人気のある観光地としては、アニメで有名な「とんちの一休さん」が晩年を過ごしたお寺「酬恩庵一休寺」や国宝「十一面観音立像」を安置する「観音寺」など歴史資源を中心としたものが数多く存在している。

特産品では、日本茶の最高品種である玉露の生産が盛んで、全国の茶品評会において農林水産大臣賞、産地賞を幾度も受賞し、世界に誇る玉露の産地として自負している。

伸び悩む観光行政

このように観光資源や交通利便性にも恵まれているが、観光客数は年間約20万人で推移し、近年では横ばいから減少傾向にあり、隣の一大観光地である京都市（500万人）（宇治市（500万人））などは比較にならないほど低く、かねてから誘客の起爆剤を求めている。

これには2つの大きな課題があると考えた。まず1つ目として、「総合的な観光プランの提案不足」が挙げられる。

観光地だけではなく、雑誌に取り上げられるような魅力的な飲食店などが多いにもかかわらず、これらの観光資源を生かしたグルメ、買い物、体験などを含めた市内で一日を過ごせるような総合的なプランの提案ができていない。

また、従来の本市での観光は、寺社仏閣の拝観がメインであり、利用者は中高年層が中心である。最近では歴史や文化といった言葉が生まれているように、露出方法の工夫により新たなターゲット層も取り込めるのではないかと考えた。

2つ目の課題が「まちのブランディング」である。先に紹介した一休寺は世界でも知名度が高い「一休さん」のお寺であるが、京田辺市が「一休さん」ゆかりの地であるとはほとんど知られていない。

今回のプロジェクトをきっかけに、もう一度まちの強みを再認識し、世界に誇れるものを強く押し出すため、「一休さんと玉露のまち京田辺」をキャッチフレーズに観光振興に取り組み始めている。

「ご当地アプリはここから生まれた」

市内に立地する同志社大学については先に少し触れたが、この大学内にはベンチャー企業を育成するイ



ンキュベーション施設がある。名称を同志社大学の頭文字「D」と卵の孵化をイメージした「egg」を組み合わせて、「Dege」とした。ここでは、大学の研究シーズや地域資源を生かした大学発ベンチャーの起業を支援しており、多くの企業が入居している。平成18年にオープンしたこの施設の効果もあり、市や地元

企業、大学間の垣根が低くなり、産業分野での有機的な連携が図られるようになった。

また、月1回開催される「D&Eカフェ」というイベントでは、入居者はもちろん、行政、企業、大学、金融機関など、さまざまな方面から人が集まり、自社の課題や行政の制度紹介など、情報交換や課題解決、ビジネスマッチングの場として活用されている。この会で前述の課題が話題に上がり、この施設の入居企業や大学から、当時、世間で流行になりつつあった「スマートフォン」を観光に生かせないかという案が飛び出した。当時から、市もその操作性やナビゲーション機能などスマートフォンの特徴に注目しており、自治体がスマートフォンで観光振興のために何ができるのか考えてみようということになり、検討会議を立ち上げた。

「iTours京たなべ」の特徴

実際に完成したアプリケーションの特徴を一部紹介する。(図表1参照)

- **イメージされやすいデザイン**
トップ画面には一休寺の写真や竹を使い、黒を基調として、京都らしさをイメージしたデザインとした。
- **迷わないナビゲーション機能**
掲載コンテンツのメインである「ナビゲーション機能」は、地図上に観光地のほか、グルメ、ショッピング、サービスなどの業種の店舗情報も表示し、スマートフォンのGP

S・コンパス機能を使い、現在地から目的地までのルートを検索、好きな場所まで迷わず案内してくれるものである。

ここでは、オススメの観光コースを自然、歴史、伝説、文化などのジャンルに分けて、「一休さん」「かぐや姫」など京田辺にゆかりのある5人のキャラクターが案内する。

● ブラウザを使った簡単管理システム

一般的にこうしたシステムの情報の修正・更新は外部に委託するものだが、このアプリケーション内のほとんどの情報は、インターネット接続環境さえあれば、管理画面で簡単に修正・更新ができる。

また、掲載している観光地・店舗ごとにID・パスワードを設定し、それぞれの施設で掲載情報を管理できる仕様になっている。

全国に広がるiTours

「ご当地アプリ」のスタンダードを目指して

京田辺市をフィールドに実験的に進めた今回のプロジェクトは、新産業創出による地域経済の発展を目的としたインキュベーション施設での取り組みということもあり、シティプロモーションに関心のある全国の自治体で導入されることを目的とし、汎用性のあるシステムとして開発した。

全国どこでも簡単に完全オリジナルの「ご当地アプリ」を作ることができる「iToursシステム」。このシステムを使い、スマートフォンを使って低コストで地域情報が発信できるように幅広い応用が利くのではないかと考えている。

例えば避難所への誘導を目的とした防災情報、道路等の危険箇所情報、子育て支援情報など市民生活に直結した情報についても、新しい発信の形が可能になる。

自治体もベンチャーマインドを持って

事業企画からシステム仕様・コンテンツ検討、情報収集、プログラム作業、実証実験と、リリースまで1年近くを費やしたが、本プロジェクトは、同志社大学をはじめ、事業趣旨に快く賛同し、参画いただいた団体の皆さまのおかげで実現できたものと感謝している。

まちのブランディングは永続した課題であり、完成されるものではないが、この「iToursシステム」が、その一助となることに期待する。

このプロジェクトは、ベンチャー企業を支援する「Dege」で生まれたものであるが、地方分権が進み、特色を生かした独自性のあるまちづくりが求められる中、自治体においてもベンチャーマインドを持って何事も恐れず挑戦していく必要がある。

自治体でスマートフォンアプリケーション開発に取り組んだ先進地として、常に一歩前に出られるように、新しい情報やニーズにアンテナを張り、固定観念に捕らわれない発想で、アイデアを形にしていきたい。

図表2 アプリケーションを使ったイベントの提案



る、非常に魅力的な製品となった。平成23年度には、本プロジェクトが官民協働の先進的なまちづくりの取り組みとして、日本経営協会主催の第3回活力協働まちづくり推進団体表彰優秀賞を受賞、総務省の「市町村の活性化施策77事例」にも選定され、メディアにも多く取り上げられた結果、現在、北海道から沖縄まで10以上の都市で「iToursシステム」を活用したアプリケーションの導入、リリースに向けた制作が進んでいる。

今後の課題と展望

やはり、こうしたアプリケーションは制作して終わりではなく、いかに継続して利用してもらうかが重要であり、リリース後は継続的にアプリケーションを活用したイベントを開催している。

また、内容の更新はもちろん、今後もさまざまな方面に露出し続け、スマートフォンを使った観光の楽しみ方を提案していく必要があると考えている。(図表2参照)

GPS機能や大画面、高速通信機能を持ち、「ポケットに入るパソコン」とも言えるスマートフォンは、移動中の情報収集ツールとして非常に適している。

観光パンフレットや旅行情報誌を片手にとった、これまでの観光の方法もスマートフォンを利用したものに大きく変化していくと予想される。

地元ならではのホンモノの情報力により、価値の高い有益な情報を発信することが、ご当地アプリの価値を高め、市民・観光客の利便性の向上につながる。

この点に、自治体でこうしたシステムを運用する意義があるのではないかと考える。

また、「必要な情報を地図上に表示させ利用者をナビゲートする。さらにこれらの情報を簡単に管理できる」、このプラットフォームを開発したことで観光以外の行政サービス

体験型観光が地域にもたらすもの

松浦市長（長崎県）
友広郁洋



この成功をきっかけに、受け入れエリア

体験型観光への取り組み経過

松浦市における観光の柱のひとつである体験型観光は、全国の中学高校の体験型修学旅行の受け入れを開始して10年を経過した。

その取り組みをさかのぼれば、平成7年から地域振興策として研究が開始されている。

松浦市が位置する長崎県北部は、佐賀県も含めて古くから海上貿易や石炭産業で栄えた共通の歴史をもつ小規模行政区が集まった地域である。

このような背景のもとで、経済界と大学の連携が核となって長崎県、佐賀県にまたがる当該地域4市16町1村を有機的に結び、ひとつの広域都市圏として地域づくりを図る「海洋クラスター都市構想」が打ち出された。

それを受け、地域内に6つの小クラスター（地域クラスター）が立ち上がり、それぞれ

に特性を生かした活性化構想が提案された。その中のひとつの「松浦クラスター」では、「新産業創出」と「交流人口の拡大」をテーマとした取り組みを進め、体験型観光に着目するに至った。

その推進母体として、平成14年に官民一体の組織「松浦体験型旅行協議会」が発足され、全国へ向けた営業活動を行い、平成15年に初めての修学旅行生を受け入れることになった。

最初の受け入れの舞台になったのは松浦市の「青島」という人口280人ほどの小さな島で、準備段階から住民の戸惑いも多く、自分たちに都会から修学旅行で来る子どもたちを受け入れることはできるだろうか？と不安を抱えながらのスタートだった。しかしながら、いざ受け入れてみると、子どもたちとの交流は久しく忘れていたにぎやかさを思い出させ、見送りの際には涙ながらにお別れをする感動的なものであった。

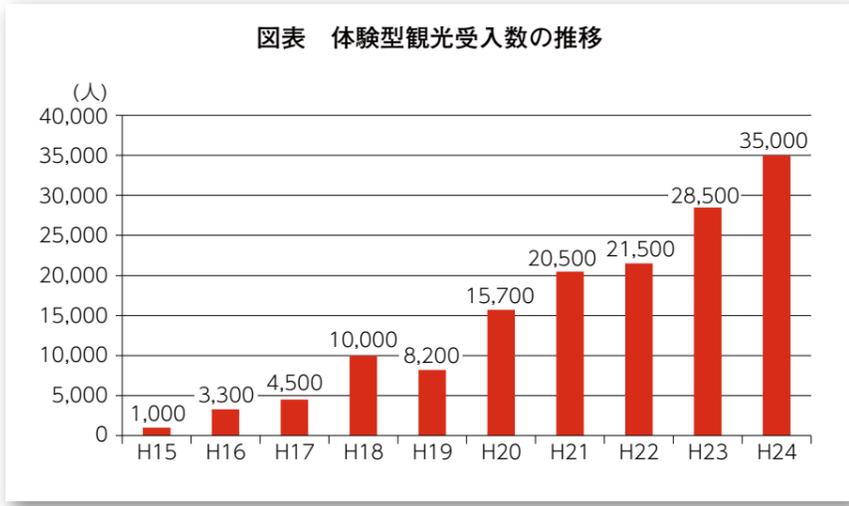


民泊体験

の広域化を進め、周辺自治体を含めて2市6町1村にまたがる受け入れ体制を持つようになった。

その後の平成の大合併により3市に統合されているが、この広域エリアのとりまとめは、一般社団法人まつうら党交流公社（以下「公社」という）で行っている。

この地域での体験型修学旅行では、子ども



もたちは指導者のもと農業、漁業などの体験を行い、夜は簡易宿所の許可を取得した一般の家庭に宿泊することになる。それを受け入れる体制としては、公社では500戸の簡易宿所と800人の体験指導者、80種類の体験プログラムを擁している。

受け入れ数の推移は図表に示しているが、受け入れ開始以来、昨年初めて3万人を超えることができた。ここまで成長できたのも、初めて会う子どもたちに自分の子や孫のように愛情込めて接してくれてきた市民皆さまのおかげと感謝している。

現代の子は食べ物、動物にアレルギーを持っている子どもも多く、それぞれの子どもに合わせた対応が必要になる。また、子どもたちは大人の様子をしっかりと観察しており敏感に反応するため、物理的対応と同時に心のこもった対応が求められることになる。

このため、公社では受け入れ関係者を対象に、保健所、消防署の協力をもらいながら毎年50回に及ぶ講習会を実施し、受け入れでの心構え、注意点を繰り返し周知し、子どもたちが感動できる時間を安全に提供できるように努めている。

平成24年には10周年を記念し、受け入れ関係者、旅行社など500人が参加した式典が行われた。その中では3人の民泊受け入れ代表者がこれまでの苦勞、喜び、エピソードを発表した。また、数年前、高校生

として修学旅行で来てくれた2人の方が当時の思い出を話し、「琵琶湖周航の歌」を歌いだすと会場全員での合唱となった。「また、帰ってきます」「いつでも待ってるよー」

体験型観光の効果

このやりとりが、子どもたちにも受け入れる側にも感動を与えている証しだと感じる。

この事業のもたらすものとして、子どもたちには、昼間は農業漁業などの体験をし、夜は初めての家で家族の一員として過ごす中で、自然の厳しさや収穫の喜びを覚え、コミュニケーション能力を高め、力強く生きる力を身に付けてもらいたいと思っている。

また、受け入れ側の人も、子どもたちの喜ぶ顔に自信を覚え、ふるさとを誇りに思い、生きがいの形成にもなっている。

修学旅行生が来ることで、地域にとっては民泊料・体験料などの経済効果をもたらす、地域コミュニティーの醸成にもつながっている。

地元の子どもたちも、都市部の子どもたちと接し貴重な経験をしている。

行政支援

体験型旅行事業に対しては、行政も支援

を行ってきた。

本市では平成19年9月に「ほんもの体験日本一のまちづくり」を宣言し、公社に対し、長崎県、近隣市町と一緒に補助金の支援および職員の派遣を行ってきており、現在も2名の市職員の派遣を行っている。

また、県においては、簡易宿所許可にあたっての規制緩和措置をとってもらっている。

この行政支援、官民協働の体制が、初めての問い合わせに対しても安心感を覚えていただいているものと思っている。

今後の課題

毎年たくさんのお客さまに来ていただいているが、旅行シーズンの春秋期に集中している。

特に春は需要に100%応えることができない状況にあり、その時期になると連日のように子どもたちがやってきている。それに伴い受け入れ側の負担も大きいものがある。

民泊受け入れ家庭を対象に実施した調査では、「すぐにでもやめたい」と答えた人は3%にとどまっているが「数年は続ける」と答えた人が50%であり、今後の民泊受け入れ家庭の確保が課題となっている。

これは、この事業がスタートした時点か

ら家族の高齢化・家庭環境の変化などによるものが大きいものと思われるが、その対策としては、新たな民泊先の確保と今の民泊先の後を継いでもらうことが必要となっている。

いま、隣接する佐賀県側にも協力をいただき、民泊先の確保を図っているが、併せて、一年を通じた受け入れを行い、受け入れ先の負担を平準化しながら農業、漁業を支える補完産業となることにより後継者の確保を図りたい。

終わりに

着地型観光といえば、その草分け的存在として有名な青森県の地吹雪体験ツアーがある。住む者にとっては、厄介な厳しい気象現象を観光資源として着目したケースとして注目を浴びた。

一方、私どもの地域では、市民一人一人が主役となり、普通の生活を資源としたスタイルの観光となっている。

市民が直接お客さま（中学生、高校生）に接するこの事業により、数多くのエピソードも生まれている。

高校2年生の時に修学旅行で漁業体験をした生徒が、大学進学から漁師になる道に進路を変更し、お世話になった平戸市で漁師として頑張っている例や、ここに来るま

では、人生を悲観していた子が元気な言葉でお礼の手紙をくれたり、「旅行から帰った子どもが魚を買ってきて料理してくれた」と驚いたお母さんのお話などは、うれしい便りである。

大型バスが行き来し、子どもたちの元気な声が街に響き、別れの時は生徒も大人も涙する光景がいつまでも見られるよう願っている。



フェリーでのお別れ