

NETT

North East Think Tank of Japan

No.43
2003.11

特集

これからのツーリズムと地域振興策



ほくとう総研

■羅針盤

- 「『観光』概念の多面性」
社団法人日本観光協会理事長 寺前 秀一.....1

■特集対談

- 「これからのツーリズムと地域振興策」
～交流の時代における新しい観光資源の活用を考える～
東海旅客鉄道株式会社代表取締役会長 須田 寛
(聞き手) ほくとう総研顧問 小林 茂.....2

■特集寄稿

- 「求められる地域性と国際性が融合する観光まちづくり」
～ポイントはオルタナティブ・ツーリズムを基底に据えた「まちづくり観光」の推進～
株式会社 ジェド・日本環境ダイナミックス代表取締役 阿比留 勝利.....13

■特集レポート

- 「交流拡大をもたらした地域資源活用型まちづくり」
～ミルクとワインとクリーンエネルギーのまちの実践（岩手県葛巻町）～
ほくとう総研主任研究員 桑山 渉.....19

■地域レポート

- 「21世紀の『バイオ立国』新潟の中核を担う」
～新潟バイオリサーチパーク推進機構株式会社～
ほくとう総研調査企画部.....23

■自治体だより

- 「首都圏でのマルチ機能を目指して」
札幌市東京事務所所長 樺沢 正史.....27

■地域アングル

- 「NHK連続テレビ小説『こころ』が教えてくれたモノ」
日本政策投資銀行新潟支店企画調査課長 吉澤 宏隆.....28



「観光」概念の多面性

社団法人日本観光協会理事長 寺前 秀一



小泉首相が「一地域一観光」を提唱されています。地域の観光ブランド作り、観光街づくりを唱えておられるのです。「すんでよし、訪れて良しの（観光）地域作り」ですが、ここでは大きく観光の概念が変化しています。日常（住む）と非日常（訪れる）が連続したものとして扱われています。社会が高度に発達し、観光の日常化が進んでいることの現れでしょう。非日常は南極や宇宙に行かなければ存在なくなっているのでしょうか。

「観光」という用語は1856年に生まれた和製漢語です。今では華人文化圏でも通用する用語です。1811年に新しい英語として誕生したツーリズムに遅れること45年ですが、ツーリズムより抽象的な概念であり、両者が同じものとして扱われるようになったのは後のことです。観光基本法は107年後の1963年に誕生しましたが、観光の定義がありません。定義が試みられたようですが、法律上の定義が困難であるものの、社会に観光という概念があることは間違いのないところであり、その概念を説明しなくても立法可能との判断だったようです。その後観光の定義がいろいろ試みられていますが、わかりづらく、唯一「非日常性」が共通項に残っています。

学問の発達は業界の発達と結びつきます。金融論は金融業の発達により進歩しました。情報論も情報産業の発達によります。東大経済学部でゲーム産業論の講座が開かれていましたが、ゲーム産業が成長したということでしょう。観光論も20兆円にのぼり180万人が従事するというのであれば、もっと発達してしかるべきです。観光というだけで本当は観光産業ではないのではないかと疑いたくなります。

観光学が比較的新しい学問であり、論の対象となる観光自体を定義できないのは仕方ありませんが、観光産業が重要であり従事者が多数に上るといった主張をする以上は、観光の定義が明確にされることが望ましいでしょう。

日本における国際競争力のある製造業とはどんな製造業かという発想にたち、東京大学の藤本隆裕教授が日本の自動車産業を工場の屋根裏から俯瞰する視線で論じておられます。生産工場より難しいでしょうが、旅館客室の天井裏からの視線で観光を論じる観光学徒が出現することを期待したいです。ディズニーランドの成功はリピーターにあります。パチンコと同じです。そのため顧客のニーズを絶えず把握し反映しているはずですが。ハリウッド映画も試写会の反応等を見ながら修整して放映すると聞きます。SCM^(注)が行われているのです。小説も、インターネットではSCMが可能で、ファッションホテルでは既に行われていたのではないのでしょうか。

観光は心（脳）の満足にかかわることですから、宗教から風俗までも含む概念であることは直感的に理解されています。欧州の片田舎から一步も出なかつた作曲家が宇宙的交響曲を創作する一方、世界中を飛びまわった学者が何も理解していなかつたことなどは脳の問題であることの現れであります。楽しい旅の途中で飢餓に苦しむ幼子の現実を見ると、心の満足など吹き飛んでしまうでしょうから、「観光は平和のパスポート」も新解釈が必要でしょう。

観光行政も政策評価を求められ、多くの自治体が新たな問題意識を持ち始めています。外部の人間による行政評価が求められ、観光予算執行に付き、具体的な成果が求められるのですが、入込み客数一つとっても客観的な基準が統一して使われていません。戦後行政に科学的統計手法の確立が求められた状況が、観光では今始まりつつあり、その意味ではようやく戦後となったのかもかもしれません。

(注) SCM (supply chain management) : アメリカ製造業の日本型経営研究から生まれた手法のひとつで、取引先との間の受発注、資材・部品の調達、在庫、生産、製品の配達などをITを応用して統合的に管理し、企業収益を高めようとする管理手法。

「これからのツーリズムと地域振興策」

～交流の時代における新しい観光資源の活用を考える～

須田 寛 氏（東海旅客鉄道株式会社代表取締役会長） （聞き手）小林 茂（ほくとう総研顧問）
（平成15年10月22日 東海旅客鉄道株式会社 本社にて）

（小林） 本日はご多忙なかお時間をいただきありがとうございます。今回は、ツーリズムと地域振興をテーマに、ご本業の鉄道事業の動向や観光産業に対するお考えをご披露いただきながらすすめさせて頂きたいと思えます。まず、話題の品川開業ですが、もう少しで1か月になります。まだ、早いかもしれませんが、その効果などを現時点でどのように評価されていますか。

1. 品川新駅開業に期待される波及効果

（須田） まだ20日ほどの実績しかないので決定的なことは言えませんが、大体初期の目標どおりに進んでいるなというのが実感です。1日の品川駅の乗降客は、5万人弱です。一方、東京駅のお客は2～3万人しか減っていません。新横浜はほぼ同じです。全体的に約2万人のお客が増えています。

具体的には、のぞみが輸送力を80%増やしたのですが、利用客は110%増です。提供座席数以上にのぞみのお客は増えています。ひかりは座席を5割くらい減らしましたが、お客も半分になりました。ほぼ座席並です。そして、こだまは少し減っています。なぜ減

ったかという、ひかりの途中停車駅を増やしたことによって、こだまからひかりにお客様移りました。新しく停車の増えた駅では103～108%ぐらいで、前年以上になっています。最初は減少すると思っていた上半期でおおむね前年並みになって、10月に入ってから3～4%増えています。つまり、品川駅開設に伴うダイヤ改正でそれだけお客が増えているのだらうということです。ある程度誘発効果はあったのだらうと思います。しかし、まだ、もう少し様子を見なければ分かりません。ただ、大体初期の目的は達成したという感じですよ。

利用客の絶対数が増えたということは、どこかの需要を誘発できたということです。伺うと、東京の南西部、特に山手線の西側のかたがたは大変便利になったと言われています。ひかりもこだまも駅間を時速270キロで走るようになったので速くなりました。今まで、どこかを便利にすると、どこかにしわ寄せがあったということがありましたが、今回はお客様全体に総合的に満足していただいていること、これが今度のいちばんの効果ではないかと思えます。その意味でも成功だったと思えます。

もう一つは、切り替えに伴うトラブルがゼロだったこと。列車を1本も止めていません。それから、切り替え後の技術的な側面、車両面や信号、あるいは軌道、線路面でのトラブルは今日まで1件もありません。その意味では、非常に順調な切り替わりだったということです。

私どもは新幹線はこれを機会に新しい世紀



東海旅客鉄道株式会社
代表取締役会長 須田 寛氏

の経営に入ったと思っています。単なるダイヤ改正とか品川新駅の開設だけではなく、昭和39年以来、ちょうど40年ぶりにして、第2世代の新幹線に入ったと考えています。ひとつの経営革新だと思っています。最近はやりの言葉でいえば、新幹線の構造改革です。だから、ダイヤは変わる、車両も変わる、料金運賃制度も変わる、販売システムも変わる。車両の補修や線路の補修、そういうことも今度全部見直しました。総合的システムチェンジが10月1日に行われたということです。この効果は今後の経営に大きな影響を与えます。

(小林) 江戸時代から明治初期には日本海側や瀬戸内海沿いに産業や経済が栄えていたのが、今日では太平洋ベルト地帯が大きなウエイトを占めています。明治以降、この地域はいわゆる近代産業の集積が進み、わが国をリードしてきましたが、今、ますます強化されてきている気がします。

(須田) それは確かにありますが、私どもは太平洋ベルト地帯の集積度をこれ以上高めるためというよりも、むしろ東海道新幹線の沿線が一大都市圏、一つのメガロポリスとして一体化して機能し、東京、大阪、名古屋という都市圏の区別もなくつながって一体になると考えています。そうなったら役割分担ができます。だから、東京や大阪がすべてを担うのではなくて、東海道沿線各地がみんな役割分担し、次にそれぞれ役割分担をした都市が日本海側と提携して、日本海側にも他地域にもその効果を波及させなければいけません。だから、湖西線とか北陸線、あるいは中央線、上越ないしは長野新幹線との連携が非常に大事になります。東海道が一体化して、都市機能が分担できて、理想の大都市圏ができる、逆に、直接関係ないように見えますが、東海道がそうなることに応じて日本海側等がまた活性化する。だから、国全体が均衡の取れた発展を図るためには、東海道沿線の一体化は

プラスに働くのではないかと考えています。

われわれは、なるべく広い範囲で効果が出るようにということを考えていますので、他の線との連絡を非常に重視して今回のシステムを作りました。そうすると、名古屋を中心とした北陸とか、東京を中心とした上信越とか、大阪を中心とした山陰あるいは四国、九州そういう所との連絡を考えた場合、今度の品川開業の効果を幅広く波及させて、日本全体にこれが及ぶようにしなければならぬと思います。

(小林) 東海地域は物づくりにおいて世界的にも大変集積のあるエリアです。この地域にとっても今回の新幹線の増強は大きな効果があるのではないかと考えています。

(須田) 今や物づくりは国際的になっています。国際経済抜きにして物づくりはできません。そうすると、海外との交流が非常に盛んになってくると思います。現在、成田と関西という国際空港があり、再来年、中部にも国際空港ができます。それらを日本の空の玄関として、各圏域を一体として扱うことによって、さらに国際交流が促進されると思います。新幹線は成田、関西、今度できる中部の三つの国際空港をつないでいますから、空港がそれぞれ役割分担をするのです。そうすると、日本の空を有効に使えると思います。空域は飛行場ごとに特化させたほうが有効なのだそうなんです。そう考えると、東海道新幹線が横につながっていることは大きい意味があるのです。大それた言い方かもしれませんが、それぐらいの気持ちでやらなければいけないと思っています。

2. 地域の気運を盛り上げる国際空港建設と万博

(小林) 今のお話の中部空港、それから愛知万博、今度の品川開業も含めて、日本中の話題が名古屋、東海地域に非常に集中している

という感じがします。また、経済状況が悪いといいいながら、実は中部地方だけはけっこういいのです。このことについてはどうお考えになっていますか。

(須田) やはり、国際空港を造る、万博を実施する、さあ、やろうということで、まず雰囲気として、みんなが活気づいていることは事実でしょう。これは大事なことです。実際、様々な指標の数値が高いのは、やはりあれだけの工事を伴っていますし、需要があるわけですから、需要誘発効果が大きいことも事実です。同時に、この地域の人々がこの2つのプロジェクトをチャンスとして、自分たちの会社のシステムチェンジやモデルチェンジの契機にしています。わたしどもが品川をチャンスにして新幹線のモデルチェンジを行ったことと同じように、万博を念頭に置いて、会社のシステムチェンジをやるのではないかということです。例えば、空港ができたら、物流関係の企業は何か新しいシステムを考えてやるのではないかと考えるのです。この2大プロジェクトをチャンスにして、自分たちの起爆剤にしようという動きをこの地域の企業の人々は持っているでしょう。それが相乗効果をもたらしているように思います。もちろん物理的に需要創出効果があるから活気があるということは間違いありません。ただ、それ以外に、そういうものに対する期待感、それを生かしていかなければいけないという使命感があるから、各企業や各団体が「とにかく万博で何かやりましょう、万博には必ずこうしましょう」と言っているのでしょう。そういうことが絶えず話題になるのは何かを持っているからなのです。わたしは、それが非常に大きな意味があって、この地域が非常に元氣よく見える理由なのだと思います。

ただ、仮に失敗したら大変なことになります。ドイツのハノーバーが厳しい結果になっていますが、そうであってはならないのです。とにかくここまでみんなが燃え上がって、そ

れを材料にして何とか地元の地盤を上げるための努力をしているのであれば、なんとしても万博は成功させなければいけません。必ずしもそれは入場者1500万人を確保するという数字だけの問題ではありません。大阪万博の時は、とにかく国中が盛り上がったでしょう。やはりああいうふうにならなければいけないと思います。

(小林) 大阪万博の入場者は6000万人以上でした。

(須田) 5000万人の予定が6000万人になりました。東海道新幹線だけで1000万人乗っていただきましたから、それは大変なことでした。やはりあのときは国中が沸き返ったでしょう。だから、そうならないかなと思います。愛知万博の会場は大阪の時に比べて面積が狭いのですが、やはり、ああいう空気が出ればずいぶん違うのではないかと思います。これからいろいろと演出上の工夫も考えていかななくてはならないのではないかと思います。

3. 不況期から学ぶ産業構造転換の必要性

(小林) 今、この10年不況とよくいわれますが、数字を見る限りはそんなに悪くないのです。また、必ずしも重厚長大型産業がだめだというわけでもありません。

(須田) 一律に悪くはないのです。まだら模様なのです。企業によって極端に影響を受けているところとそれほどでないところがあります。やはり全体の数字から見ても、分からないような構造変化が地道に進んでいると思います。それを上手に受け止めて、構造変化の波に乗れないとやはり辛いでしょう。厳しい試練にさらされていることは間違いなことです。全体の数字だけでは計れないような何かがある、もっと根底にあるものを探さなければいけないのではないかと思います。

東海地域であれば重厚長大型産業に元氣が

なければ地域経済全体が振るわなくなるわけですから、重厚長大型産業にはこれまでどおり頑張ってもらわなければいけません。ただ、重厚長大型産業にすべて頼り切ることでいいのかどうかということは、重厚長大型産業以外の産業人であるわれわれが反省しなければいけません。したがって、私どもは今、観光や情報産業という、いわゆる第3次産業をもう少しこの地域で重く考えて、バランスの取れた産業構造を作らなければいけないのではないかと、みんなで努力しているところです。重厚長大型だけで経済を牽引するには、日本の経済規模はあまりにも大きくなりすぎたと思います。

(小林) 太平洋ベルト地帯の中でも今、地域の活力にだいぶ差があるように思えます。首都圏はまずまず元気がいいし、東海もいい。それに比べて関西の元気がないようですが。

(須田) 関西は確かに、おっしゃるようによっと元気がないところがあります。名古屋の企業の場合、地元との密着度がかなり強いところが強みだと思います。大阪は過去に密着していたけれど、今は東京集中型の中に飲み込まれているような気が若干します。大阪のかたがたが自分たちのアイデンティティをどこまで生かして、そして大阪の企業として発展できるかどうかというのはこれからののではないのでしょうか。名古屋でもそうですが、やはり地元の企業がもっと地元へ根づいた努力をしていかなければいけないし、また地元の人でもそういうものをしっかり受け止めて、一緒になって地元の企業を育てるように援助していただければなあ、という気がします。

(小林) 関西圏としてみると、例えば滋賀県がかなり頑張ってきていますね。

(須田) そうです。これは、大阪の外延部の

交通が便利になったので、滋賀県は大阪のベッドタウンになってきているからでしょう。当社が滋賀県の栗東（りっとう）というところに新幹線の駅を造ろうとしているのも、かなりの需要が見込まれるからです。それから、奈良県の人口も増えています。やはり大阪の市域が過密状態で、工場や住宅が外延部へ進出しているわけです。そういう点まで考えれば、関西の活力はまだあるわけです。だから、大阪だけで考えないで大関西圏として考えれば、そんなに悪くはないと思います。例えば京都にはベンチャービジネスで元気な企業がたくさんあるでしょう。神戸などにはいろいろな商業施設が出てきているということです。2府4県の関西圏で見たらちょっと違う答えが出てくると思います。

4. 身近な観光資源の価値の見直しと新しい観光ニーズの把握（7頁表1参照）

(小林) 最近、観光資源論や産業観光に関する本をご執筆されましたが、この辺りのお考えの背景はどのようなものなのでしょう。

(須田) 20世紀は重厚長大型産業が日本の経済を牽引してきたわけです。それはそれなりに効果がありました。ただ、そういう重厚長大型産業のかなりの部分が成熟期に入ったことは事実だと思います。これからも日本経済を牽引してもらわなければいけないのですが、別の牽引車もあって、牽引役を分担しなければいけない時期に来ていることは間違いありません。例えば、免許証を持つ人の数だけ自動車普及したらこれ以上買う人はいません。そうしたら、ITS等で付加価値をつけることでもしなければ自動車産業は伸びません。外国に輸出しようとしても貿易摩擦が問題になります。

そう考えた場合、やはりわたしは観光や情報という第3次産業が重要だと思うのです。そういう観光や情報産業が21世紀の経済の成長を牽引する役割を分担しなければいけない。

なかでも21世紀は交流の時代だと考えた場合、観光が21世紀のリーディング・インダストリーになる可能性は十分あると思います。そして、観光の役割は大きいと思うのです。なぜかという、今、外国に行く日本人1600万人に対して、外国人は500万人しか日本に来ていません。3分の1です。それによって外貨が年間3兆6千億円も持ち出しになっているのです。これを是正するためにももっと外国人に来てもらうことが必要になります。

また、一方で国内の観光地が空洞化しつつあります。一部の温泉地では中心街でもシャッターが下りてゴーストタウンのようになり、観光で成り立ってきたその地域の経済は、どうにもならなくなっています。それを活性化しなければいけません。そのためにも観光が必要です。

したがって、国のリーディング・インダストリーとしての観光の価値が見直されていると同時に、地域経済の立て直しのためにも、観光の出番が来たような気がします。観光は21世紀の日本経済の大きい一つの牽引車だと考えると、観光に対する新しい評価と役割がそこにあると思います。

観光というと物見遊山的に、風光明媚なところだけ見て歩くことが中心に考えられてきました。ただ、それだけでは外国と競争になりません。何かそこに地域の特色を活かした、その地域でなければできないような新しい切り口の観光資源を見つけることが必要です。学習観光とか体験観光とかいわれるように、今までの見物の観光だけではない、自分で何かやってみる、自分で何か学ぶ、そういう観光に対するニーズがあると思います。そういうニーズを満たすような新しい切り口の観光を何か考えないといけない、そういう時代が来ていると思います。東海地域は物づくりの地域だから、その一つの切り口は産業観光だといっているのですが、他の地域でもそれなりに切り口はあると思います。例えば、街道筋の観光とか、都市の観光とか、今まで

とは違った角度からスポットを当てるような観光をやる、それをみんなが考えなければいけない時代が来たのではないのでしょうか。それで観光ネットワークを作れば、非常にバリエーションのある、面白い観光ができるし、またリピーターも来るのではないかという気がしています。観光は、今、非常に重要な局面に立っていると思っています。

(小林) 京都とか彦根、名古屋から静岡にかけて、この地域は歴史の宝庫です。ところが、その地域の人意外とそういう目で見ないで、産業面だけから自分の地域を見てしまっているようにもみられますが。

(須田) 一部の地元の人には歴史の上にあぐらをかいているように思えます。地元の人には、その地域に史跡がたくさんあって、他の地域の人々がそれを探そうとしていることをあまり知りません。しかも、地元の人には今さら史跡などと言う必要もないと考えています。

もう一つ、観光は物づくりより一つ下だと思っている人がたくさんいるのです。物づくりは文字どおり生産的なものだが、観光は非生産的かつ、場合によっては退廃的なものとさえ誤解されている。しかし、観光には下も上もありません。観光は生産と両立しなければいけないし、場合によっては生産と裏表になるものであるかもしれません。だから、まず観光の価値を見いだしてほしいということを言っています。従って、いろいろなものの価値観を変えていかなければいけません。

史跡のあるところに住んでいれば、その史跡に対するの価値観が麻痺しています。私は京都出身ですが、金閣寺に行ったことがありませんでした。焼けるまで行ったことがなかったです。焼けて、初めて、ああ、あんなものがあつたのかと思いました。それで、私はすぐに、焼けては困るから、銀閣寺に行きました。当時、京都の人はたくさん銀閣寺に行きました。かなりの人が金閣寺を見ていなか

ったのです。京都の人はいつもでも行けるからとあまり見に行きません。同様に、名古屋の人は地元で陶磁資料館があるとか、産業技術記念館があるということをあまり知らないです。知っていても、いつでも行けるから行く必要はないと思うのでしょうか。だから、地元の人はそのものに対する価値観が麻痺しがちだと思います。それは何とかしなければいけないという気がします。そこが非常に残念なのです。

(小林) 町並みなども優れたものがけっこう残っているようですね。

(須田) 名古屋の町並みは戦災後に作られた新しい町並みとしては世界的に優れたものですが、これらも地元の人には当たり前だと思ってしまうので、何も変わったものだと思わないのです。地元の人目ではなくて観光客の目線に立って物を見たら、違うものが見えてきます。

(小林) ある意味で豊か過ぎるところはありますね。

(須田) ゆとりがあるからそこまでする必要はないと思っているのかもしれませんが。私は

そういう時代はもう終わったと思っています。だから、もう一度地元の人が、観光する心、常に観光と一緒に在るのだという気持ち、これを「常在観光」といっているのですが、自分の身の回りを見回して、いろいろなものがあることに気づかなくてはならないと思います。

(小林) また、最近の観光は、高齢化とともに、お金を持った年配の方が増えて、そういう人たちの観光のしかたがちょっと違ってきましたね。

(須田) はっきり言えることは、グループ旅行が増えて団体旅行が減りました。それから、単に物を見るだけでなく、体験したり学習したりするという観光へのニーズが高まりました。要するに、人それぞれが自分自身の価値観を持ち、人によって観光ニーズが非常に異なるということです。だから、観光地では団体を中心に大勢の人を収容する大ビルディング式の旅館が実情に合わなくなっています。小人数のグループに対するきめの細かい気配り、学習や体験などの要素も取り入れたバリエーション、さらに地域の特色を入れたものを取り込んでやらないと観光客のニーズが満たせなくなっていると言えるでしょう。どこまでそのニーズに近寄っていけるかです。

表1 観光資源の体系(例)

	有形観光資源	無形観光資源	総合観光資源
自然観光資源	・温泉 ・海(岸)、河川(湖沼)、山岳(高原) ・動植物(植物、動(生)物) ・天体(星)	・自然現象(不知火、しんきろう、オーロラ) ・気象(雪、雨、四季) ・音	・自然公園(国立公園、国定公園、府県立自然公園) ・動物園、植物園、水族館 ・風光
歴史文化観光資源	・建造物 ・史跡(遺跡、城郭(古墳)) ・美術工芸(陶磁器、絵画、彫刻(仏像)、古文書等) ・有形民俗文化財	・無形文化財(音楽、技術、民話、能楽、演劇) ・無形民俗文化財	・神社寺院(庭園) ・美術館、博物館(記念館) ・テーマパーク
複合観光資源			・都市、農村(景観) ・リゾート
テーマ別観光資源(例) (産業観光)	・産業文化財(産業遺産) (機械器具、工場遺構) ・生産現場(工場、工房、鉱山) ・エネルギー(風車、水車、水道、ダム、発電所) ・交通通信(車両、船、港、通信設備、灯台) ・観光牧場、観光農場	・産業体験(農業、鉱業、工業) ・専門技術(わざ、熟練)	・産業博物館、資料館 ・インダストリアルパーク(総合産業公園) ・産業観光地域(産業テーマパーク)

(注) 1. 総合観光資源とは複数種の観光資源がまとまりひとつの観光資源となったものをいう
 2. 複合観光資源とは自然観光資源・歴史文化観光資源の両資源にわたる総合観光資源をいう
 3. テーマ別観光資源に含まれるものの中には、個別にみた場合、自然・歴史文化資源に属するものもある。ここではテーマ別に角度を変えてその社会的機能に着目して、いわば社会的観光資源として再掲した

(出典：須田寛著「新・観光資源論」49頁)

5. 各地にみられる「産業観光」実践例 (9頁
表2参照)

(小林) 結局、地方は産業がなくて観光による地域振興という発想にならざるをえないのでしょうか。そうすると、同じようなことがあちこちでみられることになります。

(須田) 「産業」がないから「観光」ということではないと思います。産業がないところに人は住めません。産業観光には農業観光も漁業観光も含むのです。人の住んでいるところのほとんどに産業はあります。私は、産業観光はどこでもできる観光だと思うので、自分の中から産業観光を見いだしてほしいのです。例えば、新潟では1平方メートルほどの田んぼを有料で東京の人に貸して、そこで農作業を体験してもらうということをやっているのですが、たくさんの方が来るそうです。今の方は田植えをすることを喜ぶのです。そのほか、魚釣りであれば漁業観光です。カツオの一本釣りなどを体験させます。岐阜の鵜飼も漁業観光です。鵜飼は漁業の一つの手法ですから。いちご狩り、みかん狩りは農業観光でしょう。それなりの工夫をすれば、どこにでも産業観光はあると思います。ただ、問題はその産業を観光資源として、多くの人を迎えられるかどうかとなった場合、必ずしもそうではないということでしょう。その点はやはり幾つかの町や村が協力する広域的な連携が必要だと思えます。

(小林) これまで全国を周られて、産業観光という点で面白い動きをしているところはどこかありますでしょうか。

(須田) 室蘭では、昔の製鉄所を使って産業観光をしようという動きがありますし、日立製作所がある日立でも同じような動きがあります。また、もう完成しているのが四国の別子銅山のある新居浜市です。市役所と民間企業が話し合っ、銅山跡をマイニングパーク

として、いろいろな観光資源を作ったりして総合的な観光地にしています。それから鹿児島島の島津尚古集成館です。島津藩が海岸の港の近くにいろいろな工場を集めた日本で最初の臨海工業地帯だったところです。薩英戦争の艦砲射撃で焼けてしまったそうですが、遺物がかなり残っていて展示しています。さらに、島根県の古代からの鉄を作るたたら製鉄、東海地域でも関の刃物とか、高山のからくり人形や木工職場などがあります。だから、産業のないところに観光はないのです。

(小林) 確かドイツなどには製鉄所の跡などを活かしたところがあると聞いています。

(須田) ヨーロッパなどではちょっとしたところにみんな産業博物館があります。有名なのはアイアンブリッジ公園です。イギリスに世界で最初のアイアンブリッジ(鉄橋)が17世紀にできています。その鉄橋ができた町に、昔の村の鍛冶屋、皮なめしの業者、織物とかの工場を全部残して、今でも操業させているそうです。それが町ぐるみで公園になっています。年間60万人ぐらい観光客が来るそうで、文字どおり産業観光です。日本にはそれほど見事に町を残したところはありません。だから、そういうところと情報交換すると面白い課題が出てくるのではないのでしょうか。名古屋周辺でいえば、トヨタの文化事業として先ほど申し上げた、産業技術記念館という織物の機械を集めた世界的な博物館があります。トヨタは自動織機を発明した会社です。さらに同社は、名古屋の隣の長久手町に日本最大の自動車の博物館も作っています。また、尾張瀬戸には愛知県陶磁資料館という、コレクションでは世界有数の施設もあります。この地域にはたくさんそういうものがあるので、それを観光資源にしましょうというのが産業観光の始まりです。

(小林) 産業遺跡のようなものを見せる観光

もありますね。

(須田) 外国ではヘリテージツーリズムという名前で、産業の跡を見せているところがありますが、古いものだけではいけません。現在動いている工場も必要です。ダイナミック

なところに意味があるから、動いている方がよいのです。ヘリテージだけでは不十分です。私は古い遺跡と現在動いている工場や工房、それに製品、この三つを資源にしたいと思っています。

表2 産業観光資源の体系 (例示)

分野別	加工業等 製造業	鉱業	エネルギー産業	交通・通信	農漁業	諸施設
※(明治初期以前) 歴史的産業文化財(遺産)	たたら、手織器、からくりろくろ、醸造器具、のぼり窯、紡織器、製紙具、漆器具、各種工具、器具等	旧鉱山(金山、炭山、銅山等)	風車、水車、発火具、古水道、溜池等	かご、人力車、荷車、橋のろし、半鐘台、ろかい舟、船着場、古灯台、運河	農具、漁具、林業器具、塩田、漁船	(産業)博物館、資料館等
※(明治中期-昭和) 近代化産業文化財(遺産)	自動織機、工作機械、醸造機器、陶器工場、製鉄所等、各種製造工場、加工場等	炭鉱等各種鉱山、碎石場、製鉄所等	発電所、浄水場、ダム等	動力船、造船所、灯台、鉄道車両、鉄道構造物(トンネル等)、自動車、通信設備、道路構造物、港湾・荷役設備、閘門等、航空機	動力漁船、農業機械、製鉄所、林業機具、漁業機具等	
(現在稼働中のもの) 生産現場(工場、工房)	各種工場、事業場、工房等	各種鉱山、作業設備等	発電所、ダム、浄水場、ガス工場、コージェネシステム等	鉄道現場(駅、工場等)、造船所、空港、港湾	農場(田畑)、果樹園、(養)漁場、森林	見学用モデル工場・工房等
(体験)	ショッピング工場、工房作業の一部(製糸、染織、製紙、作陶)	砂金採取等	発火具(火打石)、手動発電	乗車船体験等	農業体験、漁業体験、林業体験、ショッピング、試食等	資料館、工場等施設、産業テーマパークの体験コーナー、売店等

(注) 1. ※に示す年代はその文化財(遺産)が主として使用開始された時期を示す
2. 自然・歴史文化ないしは総合観光資源をテーマ別に再編成したもの

(出典：前掲書156頁)

6. 北海道・東北地域における地域振興の方向性

(小林) では、北海道や東北地域の地域振興の方向性についてはどのように考えられておられますか。

(須田) 北海道はまだ開発の余地が残っている数少ない地域です。やはり広大な敷地を生かしてやっていかなければいけません。北海道は産業観光をはじめ、あらゆる観光が全部できる場所です。それは北海道しかありません。自然観光でいえば、マリレジャーから山登りまでできますよね。それに、雪を活かしたスポーツ観光が可能です。産業もいろいろなものがあります。室蘭などのような近代的な産業があれば、昔のアイヌの人たちの手作業もあります。あらゆる観光が全部体験できる場所は北海道しかないのです。そういう環境を大事にして、あらゆる分野の観光のモデル地域になってもらいたいと思います。日本の観光、あるいは世界の観光のモデル地域として北海道をこれからどうしていくかということが北海道の課題ではないかという気がします。

東北地方はまとまりのいい地域ですから、一緒になって、いろいろなことをおやりになればいいと思います。東北はこれから電気機械器具製造業など第2次産業をさらに伸ばしてもいいところだと思います。また、せっかくの広大な農業生産地域ですから、農業を生かし、農業を元にするいろいろな産業、例えば食物の付加価値の高い加工業とかをもっと立地させれば、道路があれだけ発達しているのですから、東北はかなり変わっていくのではないかと思います。

北海道は観光モデル地域となる。これはもう絶対優位な観光モデル地域のことです。また、東北は交通や流通機能を活かし、近代産業から古い産業まで含めた、新しい産業立地を展開していくのです。これからまだ絵が描ける地域です。東海地方のように既にほとん

ど絵が描かれてしまっているところではないのです。従って、北海道と東北が一緒になる、つまり観光と産業が一体になれば鬼に金棒です。文字どおりの産業観光です。そういうふうに、二つの圏域を切り離して見ずに一つとして見て、いろいろなものの役割分担をすることが必要ではないかと思います。北海道と東北は一緒になって相通ずるものを作ってやったほうが私はいいのではないかと思います。どちらも非常に期待ができる大きな地域の一つでしょう。

7. 地域間の移動と交流の促進に向けて

(小林) 私は、よく新幹線に乗って移動していますが、日本は東京で切れてしまうという面がありますね。もちろん新幹線は東京が終点ですし、飛行機の便も大概東京が起点です。そういう意味では、西と東の交流がなかなか大変だなと思います。

(須田) 交通機関の立場からすると、これまで東と西を繋ぐニーズが少ないのです。東京でお客様全部が入れ替わるのです。私は国鉄時代に熱海から水戸までといった観光列車を考えたことがあるのですが、ほとんど東京で入れ替わってしまうのです。今も東海道新幹線を東北に通してはどうかという人がいます。調べてみると、1日4000人から5000人ぐらいしか動きがないのです。東京はいろいろな意味で総合的な力を持っているだけに、東京から北、東京から南と分かれて動いているでしょう。これを一体化して動かすためには、やはり東京の機能分担が要ります。例えば、東京の首都機能を東北なり中部に分散させればそういうことは起こりますが、東京一極集中型では、どうしてもお客様が入れ替わる現象が起こります。

やはりこれは首都の設計のしかたに関係することだと思います。仙台や盛岡、あるいは静岡や名古屋というブロック都市に首都機能の役割分担させることを考えればそうではな

いのでしょうか。東京の役割が変わらない限り、これからも東京で腰折れになる現象は続くと思います。それを何とか変えて、もっと満遍ない流動をつくろうとするのであれば、やはり首都機能移転のようなことが必要だということになるでしょう。

(小林) また、新幹線を利用できるところと利用できないところで、大きな地域差が出てきています。

(須田) それはあります。その格差をなるべくお客様に感じさせないようにするには、そういうところから新幹線に乗車するお客様には在来線との連絡をさらに改善しシームレスで、継ぎ目なしで乗れるような感じを与えなければいけません。また、乗り換えにあたってはエレベーターやエスカレーターの設置とか、ホームの位置を近づけるといったことに取り組んでいます。今度、九州新幹線が八代まで開通しますので、八代で乗り換えを不便にしないように、在来線を新幹線のホームまで入れるそうです。そういう工夫が必要になるわけです。切符を通しにして便利にするとか、そういう設備と制度の両面で乗り換えのハンディを解消しなければいけません。いわば物理的シームレスとソフトのシームレスです。また、それができなくてはなりません。

(小林) 先ほど経営革新のお話をされましたが、新幹線の次はリニアになりますし、航空との連携などもお考えになっておられるのでしょうか。

(須田) 私はリニアができる時は、飛行機と新幹線は競争関係でなくて、相互補完関係になるのだと思います。リニアができたら、東京、大阪の相互の航空機は要らなくなるでしょう。その代わりに、東京、大阪の空港はもっと本州対北海道などという鉄道ではどうしても行きにくいところや外国に行く人のために

容量を空けてあげるべきです。そこと新幹線の連絡がうまくできなければならないのです。東京駅の地下から成田へ行く電車が出ています。新大阪からは関空に行く電車があります。それらと新幹線をうまくつないで、空港まで新幹線の連絡輸送として在来線を考えられれば、相互補完が可能になります。新幹線は、これから3つの国際空港を結びつけ、一体化して、機能をうまく分担するという考え方に立てば新しい媒介ができるものになる、そういう点にこれからの考えの中心を置いていくべきです。その段階で飛行機と新幹線とは完全な相互補完になります。

8. これからの地域振興を考えるうえで取り組むべき課題

(小林) 最後に北海道・東北地域も含めて、地域の振興や活性化を図っていくうえで今後私たちはどういうことを考えていかなければならないのか、ご教示いただけないでしょうか。

(須田) 全国的な視野からみて、そこに集中的に何かをやれば、その効果が全国に波及するのはどういうところなのかということに一度アプローチしてみたらどうかと思います。

東海地域は日本の中心にありますから、この地域の交通システムを便利にすれば、その効果は全国に波及すると思います。この地域に重点投資をすれば、他の地域に投資をするよりも効果があるかもしれません。一方、東京を便利にすれば北海道も間接的に便利になるかもしれません。また、鉄道と道路と空港、この三つの交通手段をミックスさせればもっと効果が上がるでしょう。そのために、例えば、重点的にターミナルを強化するとか、結節点強化をやらなければいけません。

つまり、これからの投資の重点の置きかたです。今後、日本が投資できるお金には限りがあるわけですから、重点投資を日本のどこにすれば一番効率的かということ、難しい

かもしれませんが、是非研究して、教えていただきたいと思います。そういう勉強をシンクタンクでしていただくと、これからの日本の投資に無駄がなくて済む、そういう期待を持っています。

そのような重点投資を行うことによって日本全体にどういう利益をもたらすのかということをお教えいただければ、我々はそういうものを念頭に置きながらこれからの方向を決めていくことができると思います。各種のデータを活かして、地域のインフラ整備はこういうところに行えばもっと効果があるということをお世に問うていただきたいわけです。

(小林) 本日は本当に貴重なご意見を伺わせていただきどうもありがとうございました。



聞き手 **小林 茂**
(ほくとう総研顧問)

プロフィール

須田 寛 (すだ ひろし)

東海旅客鉄道株式会社代表取締役会長

昭和6年生まれ。昭和29年3月京都大学法学部卒業。同年4月日本国有鉄道入社、国鉄名古屋鉄道管理局長、国鉄旅客局長、国鉄常務理事などを歴任。昭和62年4月東海旅客鉄道(株)代表取締役社長を経て、平成7年6月より現職。

(社) 日本観光協会中部支部長を務めるほか、名古屋商工会議所、中部経済連合会などで観光、文化、交通関係の活動に携わる。

(著書) ・「産業観光」(交通新聞社)

・「東海道新幹線」(JTB)

・「新・産業観光論」(共著・すばる舎)

・「実務からみた 新・観光資源論」(交通新聞社) など

求められる地域性と国際性が融合する観光まちづくり

～ ポイントはオルタナティブ・ツーリズムを
基底に据えた「まちづくり観光」の推進 ～

株式会社 ジェド・日本環境ダイナミックス
代表取締役 阿比留 勝利



●はじめに

この小論では観光を教育やビジネス旅行などを含むツーリズム概念でとらえ、近年の観光需給の変化を「マス・ツーリズム（大量画一観光）」から「オルタナティブ・ツーリズム（もう一つの観光）」への変容過程とみて今世紀初頭の観光による地域振興戦略を考える。

1 観光需給の今日的位置 ～世界を舞台に固有の地域文化（生活文化）を競う時代の幕開け～

我が国の戦後観光の流れを次の6期に区分して現状を位置づけてみた。

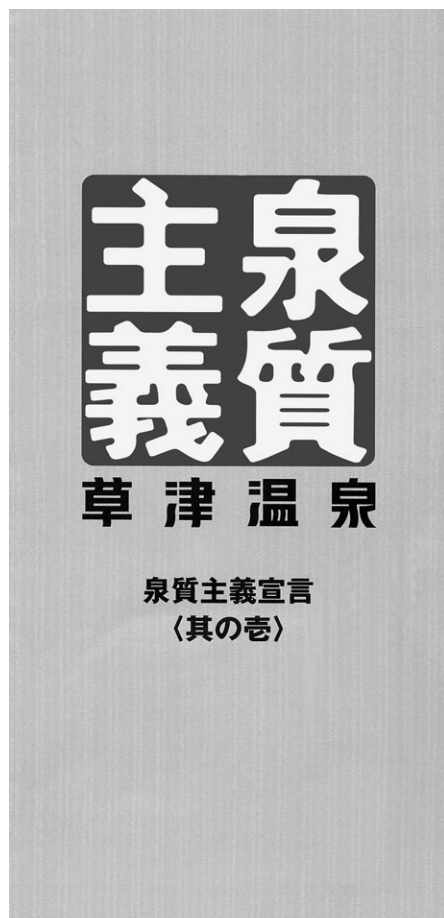
- I期. 気晴らしの時代（戦災復興期、昭和20年代）
- II期. 画一観光の時代（高度経済成長期、昭和30～48年石油危機まで）
- III期. 観光個性化の時代（低成長経済期、石油危機～昭和50年代）
- IV期. 大規模リゾートと海外旅行促進の時代（バブル経済期、昭和60年～平成2年）
- V期. リゾート個性化と訪日旅行促進の時代（経済破綻期、平成3年～平成12年）
- VI期. “異日常性”体験旅行の時代（経済再生期、平成12年～現在）

大きくみるとI期からIII期までは戦後の国づくりをベースとした主として国内観光中心の時期、IV期以降は世界を舞台とした観光国際化の時期ととらえる。このような流れの中で今日を位置づけると現在はVI期に入ったとみてよい。前段のV期はバブル崩壊後の“失われた10年”。構造不況の中でリゾート法地域や主に温泉地の大規模ホテル旅館が数多く経営破綻。一方で製造業の空洞化や“観光鎖国”から脱却すべく観光をリーディング産業と位置づけ、ウェルカムプランが策定された。この時期バブルの反省や地球環境問題からグリーンツーリズムが始動している。VI期にはV期の流れを受けて「観光立国」を目指して「グローバル観光戦略」が提示され、今年「訪日ツーリズム元年」がスタートした。この流れからするとVI期は国民観光の国際化とインバウンドの促進から、我が国の観光が世界を舞台として競争と再編を迫られる時代に突入したと考えるとともに、生活文化の異質性を土台に“異日常性”を生活感覚で楽しむ旅行の時代が始まるとみている。

2 福祉、環境、コミュニティなどに広がる観光まちづくりの動き

観光まちづくりの動きを「観光分野」「他分野と観光の連携」の観点から散見する。

「観光分野」では「温泉」「食」「インバウンド」への対応が著しい。この中で「温泉」は今や宿泊観光の主目的として定着し、泉質主義宣言（資料1）、足湯整備や健康プログラム開発など多彩である。「食」は健康志向をとらえた“命育む食”の認識やスローフード運動などから安全な農産物直売や食育と絡めた風土食の見直しが目立つ。若狭小浜市はかつて帝の食を担当した御食国（みけつくに）の風土を活かして食のまちづくりから観光振興を進めている（資料2-1～2）。「食のまちづくり条例」を制定し、市役所に「食のまちづくり課」を設置し、若狭路博を機に「食文化館」を建設。さらに「若狭おばま御食国大使」を任命するとともに30年以上続くふるさと料理のグループすこやか会（約150名）と連携して地元や東京で「ふるさと料理を楽しむ会」を開催している。「インバウンド」では韓国、台湾、中国（香港を含む）を中心とする東アジアシフトが特徴的である。



資料1 自然湧出泉として湯量日本一。源泉かけ流しの天然温泉。強力な殺菌力を誇る温泉として「泉質主義」を打ち出している上州草津温泉（草津温泉観光協会パンフレットより）



資料2-1 ふるさと料理を楽しむ会(平成11年・JAわかさ)
(広報おばま 平成15年10月より)



資料2-2 鯖街道で知られる小浜の鯖のレシピ（若狭おばま会文化館より）

「他分野と観光の連携」では多様な動きが見られる。「地域資源の活用」ではエコツーリズム、グリーンツーリズムなどが台頭しており、その中で飯田・下伊那の第三セクター（株）南信州観光公社の「感動体験旅行」は多彩な広域型体験プログラムを軸に収益事業として成果を挙げている。このほか「福祉と観光の連携」では愛知県足助町の福祉団体「百年草」の宿泊施設や元気高齢者のZIZI工房（手作りハム）、バーバラハウス（手作りパン工房）の経営、「環境と観光の連携」では福島県二本松市岳温泉観光協会と同温泉旅館協同組合がJAみちのく安達二本松有機農業研究会の農家と連携して生ゴミで有機野菜を育て旅館の食材とする「一句一品」に取り組んでいる。「コミュニティと観光の連携」では鳥取県智頭町（人口約9,000人）が地域を世界に開く集落自治運動・日本1／0村おこし運動（通称ゼロイチ運動、ゼロは無イチは有で無から有を産み出す運動の意味）を「交流観光」につなげる取り組みを行っている。「交流観光」のコンセプトは地域資源を活かして都市住民と「生活者交流」を進めるもので、人形浄瑠璃を伝承するゼロイチの新田集落では全国初の集落NPOを設立し大阪いずみ市民生協と10年を超す交流を下地に「交流観光」の成果を挙げている（資料3）。この町は郵便局による「ひまわりシステム」発祥の地としても知られる。



韓国の民俗芸能サムルノリと、智頭町新田の人形浄瑠璃芝居による郷土芸能交流。

新田地区
と大阪いずみ生協



“ちまき作り”講習会

新田の自然と人がはぐくむ交流
毎年60人ほどの組合員が年4回新田地区を訪れ、芋掘り、田植え、稲刈りなどの農業体験や、林業体験を通じて親睦を深めています。



地元のおじいさん、おばあさんの手ほどきを受け、自分が植えた稲を刈る組合員さん。

資料3 智頭町まるごと発見BOOK & マップ

3 進む需要の個人化・高度化、不可欠な地域ぐるみの受入体制と質的向上

先に若干例示したが、観光需要の成熟化に伴って観光以外の分野にわたる取り組みが数多い。改めて戦後から今日までの観光需給のマクロな変化を概観すると、①国内・国際観光双方の需要量の増大、②個人・家族・小グループを含む「個人旅行」の増大（日本観光協会調査によると、宿泊観光では「個人旅行」60%強を占め団体の慰安旅行には70%が拒否反応）、③観光志向の多様化・高度化（自然、健康、文化、産業、コミュニティや人的交流志向、総じて「資源観光」から「地域観光」へシフト）が指摘できる。これに対して供給サイドの変化としては、かつてのように地域資源やアメニティ環境を金と引き替えに観光客に売り渡す方向ではなく、自らの生活を豊かで潤いのあるものとするためにそれらを活かし楽しめる住民主導の個性的地域づくりが主流となってきた。これを地域の「自立・交流」の動きとみると、観光客の「地域観光」志向と一段と接近してきたことが窺える。地域ぐるみの観光振興の可能性が高まる流れとして好ましい。しかし、だからといって地域サイドがニーズや環境変化によく対応しているということではない。各論的には、従前の団体画一旅行受入の残滓もあって観光需要の成熟化や国際化といった変化にまだ十分な質的対応力を備えてはいない。端的に、①選択性の拡大（観光魅力、泊食分離等受入サービス、価格等の選択性の

拡大等)、②アメニティ・サービス水準の高度化(施設環境、接遇、二次交通や渋滞緩和、情報受発信、バリアフリー等)、③地域のもてなし(事業者をはじめ特に住民のホスピタリティの向上等)、④安全・安心の向上、⑤地域の国際化(言葉等の障壁の解消・おもいやりと自然体のつきあい等)、⑥美しい地域景観の形成(風土になじむ生活風景等)、がまだ不十分といてよい。ただこれらは観光分野の取り組みだけでは成果を得られないものが多い。いよいよ分野横断的・総合的の地域づくりが本格的に観光振興の戦略課題となってきたように思う。

4 これからの観光の展望 ～注目すべき「オルタナティブ・ツーリズム(もう一つの観光)」～

観光需要発生の主要因は「意識」「金」「暇」と「目的地」である。現在は「意識」と「金」はかなり満足されているので「暇」の拡大と「目的地」の魅力づくりが需要拡大に大きく効くとみている。前者についていえば、休暇制度として完全週休2日制の実施、秋休みの創設を含む四季1週間程度の“日本型バカンス”の制度化が予想され、これに有給休暇の消化率の拡大やさらなる3連休づくりが進めば当面2、3泊程度の週休休暇と四季バカンスの発生が予想される。観光の総需要量について確たる予測値はみられないが、WTO(世界観光機関)の見通しやインバウンドの進展などから観光の潜在需要は中期的に延びるとみてよい。ただ全国総観光地化の現状やグローバル化に伴う海外観光地との競合が日常化する中では国内外の観光地間競争の激化が予想され、世界の中で生き抜ける固有の魅力が求められることは必至であろう。観光活動では、景気回復やテロ防止などで安全性が確保されれば、現在の“安・近(遠)・短”からリピートタイプで3泊内外の国内での「週休リゾート」需要の台頭、およびあわただしい周遊旅行ではなく“異日常性”を楽しむ暮らし感覚の海外旅行の増大が予測される。アジアシフトのインバウンドについては、特に社会経済条件の大きな変動がなければ、経済特区をはじめとする中国での訪日旅行の潜在需要の増大が見込まれる。問題はその顕在化で、我が国が目的地となるためには真に相手国民のニーズに即した魅力づくりと受入体制を整備する必要がある。国内内容との料金格差などから国内観光のオフシーズンにしか外客を受け入れず、日本の匂が楽しめないといった対応があれば外客から見放されてしまう。

このような動きの中で、国内旅行需要の構造的変化をとらえると、これまで長く主流を占めてきた「マス・ツーリズム(大量画一観光)」に対する「オルタナティブ・ツーリズム(もう一つの観光=成熟度の高い小量多様化観光)」の台頭が窺える。これは「持続可能な観光」を理念とするもので新たな流れとなることは疑いない。エコツーリズム、グリーンツーリズムはその典型として既に大きなうねりとなり始めている。

■活動目的からみたツーリズムの類型(例)

もう一つの観光潮流
—オルタナティブ・ツーリズム—

(注)これは活動目的(テーマ)からみた類型を列挙したもので、概念的な枠組みではない。

- A. 自然体験型観光(エコツーリズム)
○野鳥・鯨・山野草等生態系ウォッチング、体験等
※インタープリター(解説人)付きキャンプ等。
- B. 民俗文化観光(フォークツーリズム)
○神楽、農村歌舞伎等伝統文化・民俗文化体験等
※インタープリター、インストラクター付き鑑賞等。
- C. 歴史回帰観光(ヘリテージツーリズム)
○地域の歴史探訪、体験等
※インタープリター、インストラクター付き追体験等。
- D. 農業・農村体験観光(グリーンツーリズム)
○農業体験、農村の食文化や生活体験等
※インタープリター、インストラクター付き等。
- E. 健康保養観光(ヘルス&セラピーツーリズム)
○スポーツ、健康保養・癒し生活等
※ヘルスケア機能やインストラクター付き等。

5 今後の観光による地域振興戦略 ～固有の生活文化に根ざす「まちづくり観光」の展開～

これまでの動きから観光による地域振興の方式を次の2つに区分してとらえる。

- A. 「観光からのまちづくり（マス・ツーリズムの振興方式）」
- B. 「まちづくりからの観光振興（オルタナティブ・ツーリズムの振興方式）」

Aの「観光からのまちづくり」とは、ここでは、これまで主流でまだ観光地経営に影響力が大きいマス・ツーリズムの振興方式を限定的に指す。すなわち、広域観光資源の開発を軸に観光産業が団体観光客等を大量誘客して消費を拡大し、原材料や雇用の調達を通じて波及効果を拡大する経済効果主導型の振興方式である。団体旅行という意味では高齢者、企業、会議旅行などに安価で利便性を提供できるので存在意義がある。集客力と産業連関が高まれば地域に即効性ある活力を喚起でき、魅力づくりの点でも一定の弾力性はある。この方式は画一観光の時代以来大規模な観光産業主導地域を軸に展開され、特に団体画一旅行の最盛期には地域振興に大きく寄与した。

Bの「まちづくりからの観光振興（略称「まちづくり観光」）」の方式は、「住んで良し」の重視とともにマス・ツーリズムの規模のメリット追求から発生する大幅な地域改変や資源収奪、観光産業偏重の効果吸収、希薄な地域コミュニティとの交流、地域個性の発信に関する住民意向との不整合などのデメリットについての反省から出発した方式である。その在り方は「个性化的な地域は観光対象足りうる」として地域の特性・地域資源を適正に活かして来訪者と住民が顔の見える多様な連携・交流を促進し、コミュニティビジネスなどの育成を含めて地域の体力・体質と融和する持続可能な振興方式である。地域に漢方薬のような効果をもたらし、これまでは主に観光産業が主導的でない地域や小規模な地域に導入されてきた。

ではこの2つの方式を地域振興にどのように位置づけるべきか。結論からいえば、環境共生社会の創造と成熟化する観光需要への対応から、固有の生活文化に裏打ちされた个性化的なまちづくり方式（「まちづくり観光」）を根底に据えるべきである。その上で、現実的には観光立地条件（資源や環境容量、経済の観光依存度、市場性等）に即して「観光からのまちづくり」との複合化（合わせ技）を提起したい。

●おわりに

我が国はグローバル観光戦略を標榜してインバウンドを促進しているが、これは世界を舞台とする新次元の国内観光戦略そのものでもある。それだけに地域は風土を緻密に解析し固有の魅力と国際水準のアメニティ、ホスピタリティを備えることが不可欠となる。このような問題意識で我が国や観光地域を眺めると、一部を除いて地域の個性は薄れ画一的で場荒れした風景が散乱する現状や多様な異文化受入になじみにくい問題をどう解決するのか。今ビジットジャパンキャンペーンが進められているが、このような点への根本的対応なしには来訪者の失望感を増幅し観光が地域振興の手だてとはなりにくい。どうやら今一人ひとりの生活の価値観と生活文化、それに直結する地域づくりの志や縦割りの制度などが根底から問われている。このような認識から固有の生活文化に根ざす「まちづくり観光」の展開をグローバル&ローカルな戦略として提起した。今後、我が国において観光を地域振興に結びつける要は多様性のある風土を背景に地域が自然と共生する独自の生活文化を確立し個性ある地域づくりと多面的な観光・交流を体現することだと思う。その意味で今我が

国や地域に求められているのは世界標準と固有の地域文化を視野に入れた「固有のツーリズム文化と産業の確立」である。そしてその文化の確立が観光分野の総合化と横断的再編をもたらすとき、観光は少子高齢化、人口減少社会の地域振興により実効性をもたらすと確信する。

- 参考資料 1：ツーリズムの流れを読むー求められる観光とまちづくりの一体化ー
阿比留勝利 (財) 地方自治研究機構 地域政策研究 第11号12年 6月
- 2：平成12、13年度の「優秀観光地づくり賞」受賞観光地等に学ぶ
新世紀の観光地域づくりの手法 2003年 7月 (社) 日本観光協会

プロフィール

阿比留 勝利 (あびる かつとし)
株式会社 ジェド・日本環境ダイナミックス代表取締役
昭和18年 長崎県厳原町生まれ
昭和48年 早稲田大学大学院理工学研究科建設工学専攻都市計画専修博士課程修了
昭和48年～現在 株式会社ジェド・日本環境ダイナミックス代表取締役
この間 芝浦工業大学建築工学科兼任講師、国土庁地方振興アドバイザー、観光政策審議会専門委員、北東地域21世紀展望研究会アドバイザー (北東公庫) 等を歴任
現在 岐阜県森林文化アカデミー非常勤講師、国土審議会特別委員、長野県観光振興審議会委員兼専門調査員、日本観光協会観光まちづくりアドバイザー等
(著書) ・「温泉地・リゾート再開発マニュアル (共著)」 (総合ユニコム株式会社)
・「商工会観光振興マニュアル」 (新潟県商工会連合会)
・「観光地活性化方策 (Ⅰ～Ⅲ)」 (社) 日本観光協会

交流拡大をもたらした地域資源活用型まちづくり

～ミルクとワインとクリーンエネルギーのまちの実践(岩手県葛巻町)～

ほくとう総研

1. 新エネルギーの導入で注目される町

岩手県葛巻町は、町内に風力発電や太陽光発電等のいわゆる新エネルギーを積極的に導入し、その環境・エネルギー政策が注目されている。とりわけ、同町への観光入込数は平成7年頃までは8万人程度であったが、その後次第に増加し平成14年には約6倍の46万人を超えるまでになり、地域経済にも好影響をもたらしている。この入込数（交流人口）の増加は、勿論、新エネルギーの導入が大きなインパクトとなっているが、実は同町のこれまでの地道で粘り強い地域づくりへの取り組みの成果を表す指標の一つであるとみられる。以下で、「新エネルギーの町」を宣言し、新エネルギーの導入に積極的に取り組んでいる同町のこれまでのまちづくり、産業振興への取り組みからツーリズムへの展開についてみたい。

〈葛巻町への観光入込数の推移〉

年(平成)	7	10	11	12	13	14
人数(千人)	77	170	194	344	457	461

(出所：岩手県観光統計概要および葛巻町資料)

2. 地域活性化の中心となる4つの第3セクター

葛巻町は岩手県北部の北上高地にあって、盛岡市からは町の中心部までバスで1時間30

分、昨年延伸した東北新幹線のいわて沼宮内駅からはバスで40分の距離にある(22頁アクセス図参照)。人口は9千人弱、昭和35年の約16千人をピークに若年人口の流出や少子化のため減少傾向が続いている。総面積435km²、その97%が標高400m以上にあり、86%が森林で占められている。町の基幹産業は、東北一といわれる、乳牛11千頭を擁する酪農である。その酪農は、明治25年のホルスタイン種の導入に始まり、昭和50年代には北上山系開発事業による大規模な牧草地開発が行われた。この開発が大きな契機となって、きびしい自然のなかで生きてきた中山間の町は、今日、東北の酪農郷といわれるまでに発展した。

町は、昭和50年代からこれまでに異なる4つの産業分野に第3セクターを設立、各会社がそれぞれの産業にかかわる町の資源活用を推進することによって、地域活性化の中心的役割を担ってきた。まず、町が設立した第3セクターの概要を紹介したい。

①(社)葛巻町畜産開発公社(昭和51年設立、資本金213百万円：町の出資比率86%)

当社は、酪農の機能分担(当社が乳牛の育成・放牧を担当、農家は搾乳に注力できるシステム)と経営規模拡大・効率的経営の確立を目的に設立され、北上山系開発事業によって整備された公共牧場(くずまき高原牧場)を管理運営している。現在、牧場内には交流体験施設が整備され、児童か

ら学生、社会人、家族まで受け入れ可能な酪農体験学習コースを設け、酪農研修センターの運営を行っている。業績面では経常利益を計上しており、宿泊機能も有する交流館プラトーへの入込数は平成14年に13万人（うち宿泊者4千人）に上っている。



くずまき高原牧場

② 葛巻高原食品加工(株)（昭和61年設立、資本金98百万円：町の出資比率41%）

当社は、地元資源の活用による農林家の所得向上と特産品開発による産業創出を目的に設立された。地元で自生する山ブドウを原料にした「くずまきワイン」は、海外研修等を実施する等により技術力を高めながら品質向上と販路拡大を図り、いわゆる健康食品・ワインブームにも乗り内外に広く知られることとなった。これによって会社は安定的な利益計上体質を維持しており、配当を実施するまでに至っている。ワイン工場への入込数は平成14年に47千人である。



くずまきワイン工場

③ ㈱グリーンテージくずまき（平成4年設立、資本金22百万円：町の出資比率90%）

都市との交流促進による交流人口の増大と若者の定住を促進するために整備された宿泊施設（グリーンテージ）と総合運動公園の管理運営を行っている。各種体験学習、スポーツ合宿のほか町民の企画による施設利用も進んでいる。平成13年には個室を増築し機能拡充を図った。当社も経常利益を計上し、平成14年の入込数は76千人（うち宿泊者10千人）となっている。



グリーンテージ

④ エコ・ワールドくずまき風力発電(株)（平成10年設立、資本金10百万円：町の出資比率25%）

当社は、町の基本理念であった「自然と人間の共生」を踏まえ、農林業以外のまちづくりの柱として風力発電事業に取り組んでいる。標高1100mの袖山高原に設置された400kwの風車3基が、平成11年6月より稼働している。前例のほとんどない高地での風力発電設備の立地であったため下から吹き上げてくる風による羽根の破損などのトラブルに見舞われながら、目標の7割程度の発電実績をあげ、事業収支は概ねトントンである。また、この風力発電事業の実施にあたっては、先の北上山系開発事業の時に整備されたアクセス道路が建設資材等の運搬に利用できたことや当時実施された風況調査のデータの記録が大いに役立ったといわれている。

こうした当社の風力発電事業への取り組みは、その後、町に電源開発(株)による本格的な風力発電事業を呼び込み、平成15年12月より風車12基・出力2万1千kwの設備が稼働を始める。また、風力をはじめとした町としての新エネルギーへの取り組みが評価され、全国の新エネルギー研修会や風サミット等の全国規模のイベント開催につながっている。

町ではこれらの第3セクターに対して事業を委託し委託料を支払ってきたが、平成13年度から利用料金制を導入した。これによって、各社には安定的な委託料収入は保証されないが営業収入が全て各社の収入として計上できることになった。つまり、経営における各社の裁量が拡大し、努力や工夫如何が業績に跳ね返ってくるのである。民間並の経営感覚や手法、サービス精神を取り込み、営業戦略を立て収益増大を図りながら、同時に町の振興への寄与という使命を果たしていかななくてはならない。

これまでに、この4社によって130名以上の雇用機会が創出されており、そのうちUターン者も70名を超えている。人口減少に悩む町に若者の定住をもたらしている。



袖山高原風力発電施設
(各写真は葛巻町作成のパンフレットより)

3. 町内に展開する地域資源活用型事業

町には4つの第3セクターと同様、地域資源を活かす特色ある事業が随所に見られ、各

第3セクターとの連携にも取り組んでいる。

その一つとしてまず、民間の木質ペレット工場(葛巻林業(株))が挙げられる。木質ペレットとは、木の皮(バーク)やおが屑を円柱型に成形した燃料で、石油危機の際全国で多くの企業が参入したが、現在では同社を含め数社しか残っていない。そのペレットが、地球温暖化問題が議論されるなかで再び脚光を浴び、環境に配慮し、森林資源を活かす町の施策とタイアップしている。例えば、町の施設である炭の科学館や介護老人保健施設のボイラー燃料にペレットを使ったり、役場にペレットを使ったストーブを設置し、町として新エネルギーの普及を後押ししている。

さらに、新エネルギーの利用としては、飼養する牛から発生する廃棄物(糞尿)をエネルギーとしてバイオガス発電を行う実証プラントを今年度からくずまき高原牧場で稼働させた。環境に優しい循環型農業への新しいステップでもある。

また、町の数少ない誘致企業としては酪農製品を生産する牛乳工場や町で採れる野沢菜を使う信州の漬物工場などが立地している。牛乳工場で生産される製品は「くずまき」の名前を冠して首都圏で販売され、町ブランドの浸透に一役買っている。

町民の日常生活レベルでは、農家の主婦が中心となって旧家を活用して始めた手打ちそば屋「森のそば屋」が評判を聞いた観光客で賑わっている。観光客と主婦の間にはたとえ短くともコミュニケーションが生まれる雰囲気醸し出される。地域に雇用と経済活動を創出するコミュニティビジネスは、地域住民と観光客との交流を生み出す観光資源にもなっている。

4. 新しいツーリズムのニーズに応える 葛巻のまちづくり

葛巻町のこれまでのまちづくりは、先にみた第3セクターの設立経緯を追ってみると、まず、町民の生活基盤たる農林業振興、次に

それを活用する2次産業おこし、その後社会のサービス化の流れのなかで第3次産業へと展開してきた。そして、「環境」が世界的なキーワードになった時、町は新エネルギーをいち早く取り入れたのである。それは、厳しい自然条件に置かれた町が、地域資源を見極めて、それを可能な限り適正に活かすまちづくりを選択し実践してきた結果であったといえる。

近年の観光又はツーリズムの傾向をみるに、従来の伝統的な自然景観や歴史的観光地めぐりから、①地域環境を意識したり地域の生活そのものを見直そうとするもの（エコツーリズム、体験学習、産業観光）、②社会的意識や目的を持った動きとそこから地域マネジメントへ展開するもの（グリーンツーリズムとそれによる農地保全、景観管理、都市と農村との交流）、③地域コミュニティに触れるもの（地域の日常生活がそのまま観光資源となる）等への志向が高まってきている。

葛巻町のこれまでの取り組みやその成果は、そのままこれら新しいツーリズムの構成要素と重なり合う部分が多い。町の産業振興の成果が域外との交流人口を増やしたという点では、まさに産業観光を実践しているともいえる。

現在、観光入込の実数は大きく伸びているものの、本年3月に策定された町の総合計画でも指摘されているように、その多くが通過型観光であるため滞在型観光の拡大を図ること、加えてリピーター客（くずまきファン）の獲得がこれからの課題とみられる。そのために、隣接自治体との連携も視野に入れ、さらに魅力ある地域資源を見出し有効活用していくことが求められる。

町では、今後、町の観光を語るコーディネーターの育成、グリーンツーリズム推進協議会の設立、集落単位での地域づくり、もっと奥の細道俳句事業など、従来の地域資源のブラッシュアップと共に、未だ活用されていない地域の潜在的な能力と資源を掘り起こし

て活性化を推進していこうとしている。「不要なもの、不要な人を出さない、つくらないまちづくり」という町役場の方の言葉は、葛巻町のまちづくりに取り組む人々の思いを素直に表しており、これからも山間の町に一層の交流をもたらす源泉になるとと思われる。

（ほくとう総研主任研究員 桑山 渉）



葛巻町へのアクセス
(葛巻町作成のパンフレットより)

21世紀の「バイオ立国」新潟の中核を担う

～新潟バイオリサーチパーク推進機構株式会社～

ほくとう総研調査企画部

1. 新潟バイオリサーチパークとは

新潟県は、他県にない豊かな農水産資源、そしてそれらを活用し加工・製造を行う食料品製造業によって蓄積されてきた高度な技術とノウハウを有している。

新潟バイオリサーチパーク（以下、BRPと称す）は、これらの恵まれた資源と高度な技術力を背景とし、新津市が中心となって新潟薬科大学（応用生命科学部）が同市に立地したのを機に、同大学を核とした生命・健康科学関連分野の研究機能の集積を進めているプロジェクトである。その集積にあたっては「医療」、「食品」、「環境」の3分野を研究開発テーマの柱に設定し、新産業創出と地域産業の活性化をサポートしていくこととしている。

BRPの中心として機能するのが、本年4月に設立された第3セクター、新潟バイオリサーチパーク推進機構（株）（以下、推進機構と称す）である。推進機構の設立にあたっては、地元新津市のほか県内の主要食料品製造企業（米菓、水産加工、酒造等）をはじめとした有力企業が株主となり、同時に各社の社長クラスが役員も兼ねて経営全般にも参画しており、産・学・官の連携によるバックアップを受けている。

〈会社概要〉

新潟バイオリサーチパーク推進機構(株)
 資本金：8,000万円
 設立：平成15年4月
 代表取締役会長：池川信夫(前新潟薬科大学学長)
 代表取締役社長：栗山 清(株栗山米菓相談役)
 株主：新津市ほか地元企業17社

2. 新潟バイオリサーチパーク推進機構（株）の事業内容

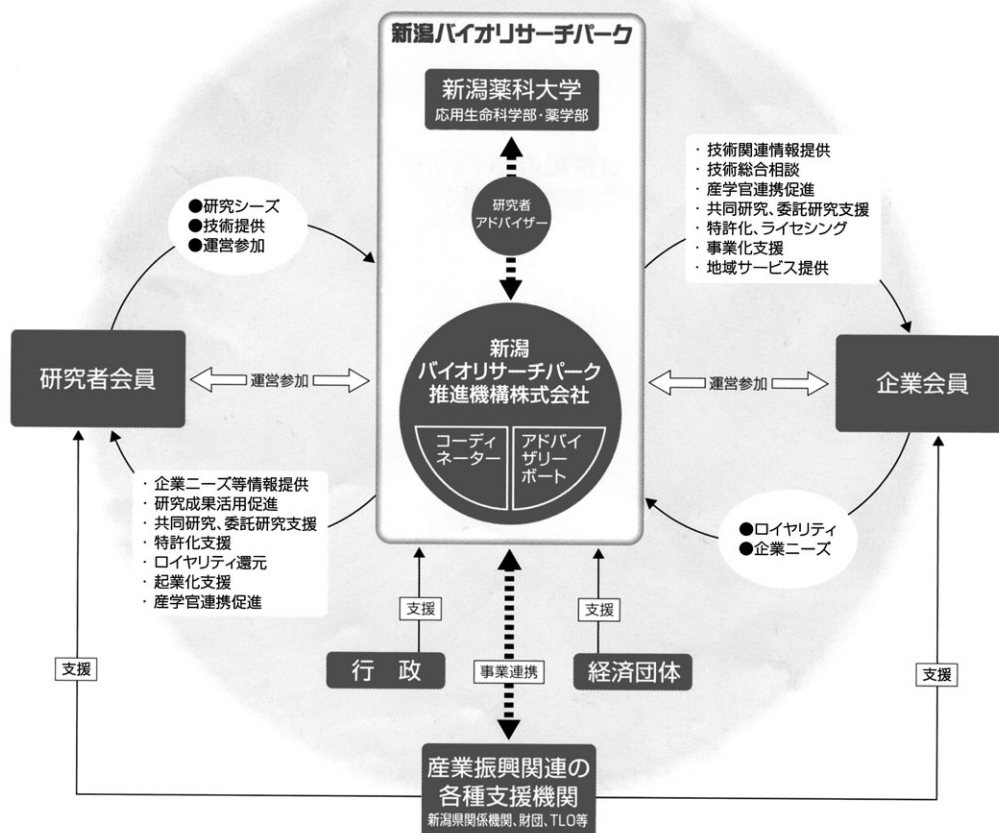
推進機構は、BRPの中で研究開発支援機関およびコーディネート機関として、単に特許を媒体とした技術移転にとどまらず、企業のニーズを踏まえながら事業化・起業化の関連分野について支援し、企業と大学間のネットワーク構築を進めながら、産・学・官の連携の強化と推進も図っていくこととしている。推進機構の事業は、次頁事業概要の様な技術開発事業および地域サービス事業から成り立っている。

また、推進機構は大学等の研究者及び企業からBRP会員を募り、企業会員から会費を徴収し安定的なサービス提供に活かし、一方で会員には上記の事業サービスを楽しむうえで特典が与えられることになっている。

〈当社事業概要〉

技術開発事業	発明の特許化・ライセンス事業	大学等研究者から研究成果の譲渡を受け、特許化、維持・管理、ライセンスを行う。
	技術相談事業	コーディネーター、大学等研究者による技術的問題解決に向けたアドバイスを行う。
	共同研究・委託研究支援事業	共同研究及び委託研究体制の構築等の支援、調整を行う。
	事業化・起業化支援事業	研究成果を活用した事業化、起業化を行う場合に資金・技術・経営等トータルな支援を行う。
	産学官連携促進事業	フォーラム・研究会・講演会等を通じた産学官交流の場の提供を行う。
地域サービス事業	微量分析測定コンサルタント事業	分析・測定に関する技術的問題について、専門研究者による技術指導・コンサルティングを行う。
	食品安全性支援促進事業	食品安全性システムに関する講習・訓練をHACCPを中心としたワークショップ等で行い、食品安全管理者を育成する。

バイオリサーチパークの機能一覧
(当社事業案内より)



3. 食の安全性確保に向けた取り組み

推進機構の行っている事業の中で、地域サービス事業として、われわれ消費者にとって身近な問題の一つである「食」の安全性に関わる食品安全性支援促進事業について紹介したい。

同事業は、食品安全性システムに関する講習と訓練をアメリカで開発された食品安全性確保の手段HACCP（ハサップ）を中心に行うものである。HACCPとは「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略称で、食品の安全性を脅かす要因（病原菌、化学物質、ガラスの破片等による汚染など）を明らかにし、どのようにその要因を除去するかの方策を定め、対策に不十分な点が見つければ直ちに是正措置をとり、それらを記録にも残すというシステムで、食の安全性確保においては世界で最も優れた手段とされている。

講習は、当分野の第一人者である日本HACCPトレーニングセンター理事長・田中信正新潟薬科大学教授のもと、参加者を6～7名程度のチームに分けてワークショップ形式で、実際のHACCP計画を作成する作業を行うもので、国際的に通用するHACCP作成を目指す。

このほか、食の安全に関しては、「World Food & Bio News」を刊行し、近い将来わが国でも問題となるであろう食品安全性に関して必要な国際的情報（米国連邦官報、EU、WHO等の規制・活動、食品バイオテクノロジー、食品表示等）を平易かつ掘り下げた内容で提供している。



HACCPコーディネーター養成ワークショップの様子

4. 今後の見通し

BRPの研究機能を担う新潟薬科大学は本年9月に二期工事に着手、2004年春には薬学部が当地へ移転し2学部体制が整う。さらに、隣接地には2004年以降、新津市がインキュベーション施設を建設する予定で、これからBRPの施設整備が本格化していく。

本年2月に新潟商工会議所政策委員会がまとめた「政令都市・新潟の未来戦略」においても、今後新潟が取り組むべき産業政策の柱のひとつとして食品・バイオテクノロジー産業を掲げている。これまでの新潟が蓄積してきた食品関連分野の産業集積を活用し、そこに新たな地域資源としての「知」を結びつけて、いわば地域に根ざした内発的な産業振興政策に取り組もうとするものである。

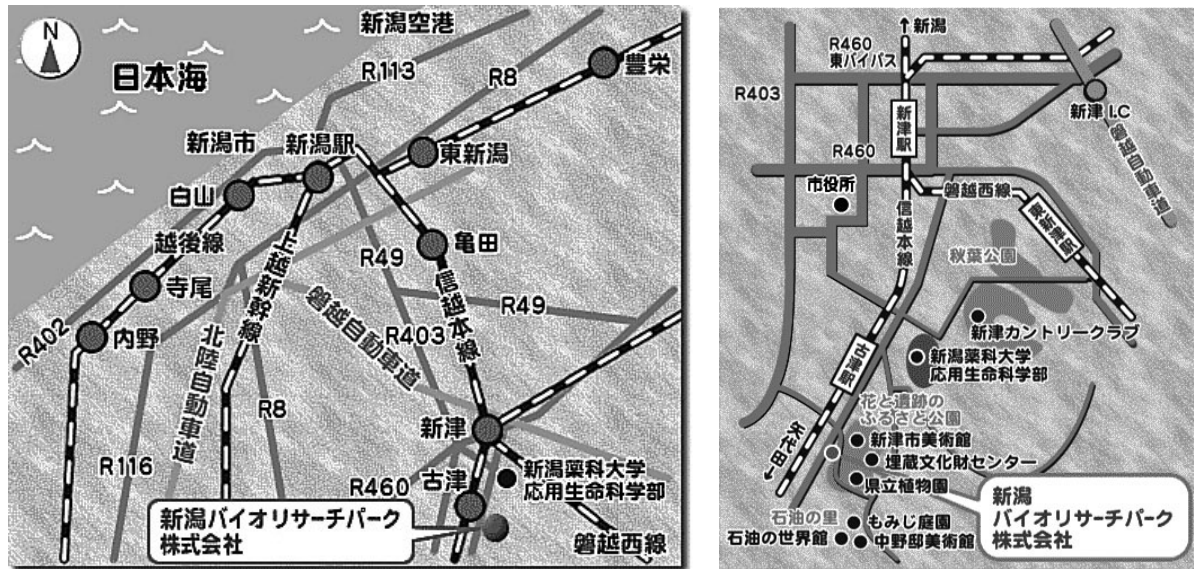
すでに、国内各地では、バイオ分野に特化した産業集積拠点づくりが進んでいる。地域において本格的なバイオ産業の育成と創出を実現するためには、地元大学における研究機能のレベルアップと共に研究活動の活性化を図ること、地元産業界が大学等研究機関との情報交流を活発化し研究成果を積極的に起業化や事業に結びつけようとする事、それに「学」と「産」の力を地域に根付かせるための地元行政の理解が不可欠であるといわれる。

今後、推進機構が、その有意な経営資源と共に大学等の研究機関、地域産業及び行政とのネットワークを十分に活かすことによって、新潟にバイオ産業の新たな核が形成されることを期待したい。

(連絡先) 新潟バイオリサーチパーク推進機構 (株) 新潟県新津市蒲ヶ沢142-2

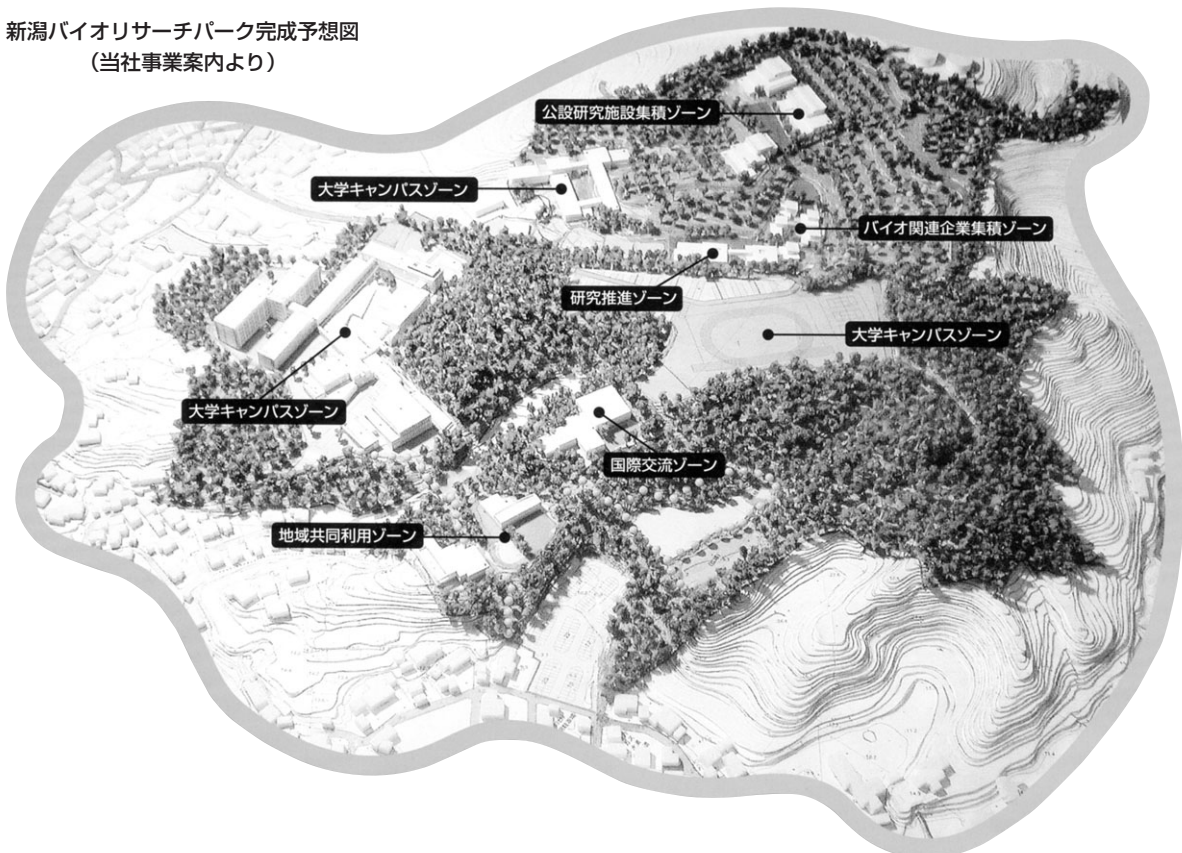
TEL0250-25-1196 fax0250-25-1266

Homepage : <http://www.nbrp.co.jp>



新潟バイオリサーチパークへのアクセスマップ
(当社ホームページより)

新潟バイオリサーチパーク完成予想図
(当社事業案内より)



首都圏でのマルチ機能を目指して

札幌市東京事務所
所長 樺沢 正史



昭和30年6月、札幌市の東京連絡事務所が港区青山（現在の南青山2丁目）に開設されてから今年で48年が経つ。初代事務所となった2階建ての建物は、「打鳥 友熊（うちとり ゆうくま）」という優雅な名前の持ち主から土地とともに購入した個人住宅で、当時は連絡事務所の機能に加え東京寮（職員住宅及び出張者の宿）としての機能を担っていた割には、雰囲気は実に家庭的なものであったようだ。

当時の札幌市は周辺町村と次々合併を行っていた時期で、人口がようやく50万人に達しようとしていた。その後も合併を繰り返し、昭和45年には遂に人口100万人を突破する北海道屈指の大都市に成長した。このように、わずか15年間に人口が倍増し、市域面積も急激に拡大した時期なので、市役所の業務量も質量ともに爆発的に膨らんでいった。特に、昭和47年の冬季オリンピックの誘致活動や政令指定都市移行への動きは、中央省庁との結びつきを飛躍的に広範化、密接化させる結果となり、必然的に東京事務所の担うべき役割も目まぐるしく変化していった。当時の職員の苦労が相当なものだったことは回顧録などでも窺い知れる。

時は流れ、行政改革の嵐が吹き荒れる時代を迎えている。中央集権的な国家理想は瓦解し、地方の自立化が至上命題となりつつある昨今、東京事務所に対する期待や役割も大きく様変わりしてきているように感じている。これまでは東京事務所の最大の眼目となっていた省庁との連絡調整や人脈形成といった役割の相対的地位が低下し、企業活動の誘致やビジネス支援、観光集客やコンベンション誘致など、シティセールスとして“我が街”を首都圏で売り込んでいくという使命が萌芽し始めてきた。

特に、脆弱な経済基盤しか持たない札幌市では、このような情勢の変化を敏感に感じ取り、既に平成9年から東京事務所の機能の軸足を、シティセールス分野に移行し始めていた。それまでは省庁との連絡調整の利便性を加味して、青山から平河町そして麴町へと移転を繰り返してきた事務所も、本年5月にはついにシティセールスの機能の強化を目指して、現在の有楽町（交通会館3階）に移転した。緊縮財政の中でのことだったので、大きな英断でもあった。

現在、札幌市では、本年7月に就任した上田新市長のもと、「さっぽろ元気ビジョン」という施政方針の中で、「市民自治」「まちづくり」「市役所改革」といった3つのキーワードを掲げ、元気あふれる札幌のまちづくりを進めている。この中で、観光集客2000万人構想や中小企業支援など、首都圏でのマーケティングが不可欠となる分野に関しては、東京事務所がしっかりと応援体制を整えてやっていく。即ち3200万の大市場での、リエゾンの役割を東京事務所が積極的に担っていくことにしている。また、色々な試行錯誤の中から、民間企業やNPOの参画を得た官民協働による首都圏拠点としての新しい東京事務所のあり方も模索してみたい。

現在、シティセールス担当という名称で専任ないし兼任で職員を配置している政令指定都市は、首都圏のさいたま市、千葉市、川崎市、横浜市の4市を除いて、9市中7都市にも達しており、近い将来には全ての事務所が何らかのかたちでこの分野を担うことになるのだろう。

二階建ての一般民家からスタートした札幌市東京事務所も、今や「さっぽろ空間 the Terrace」という名称を掲げ、ショールーム的な開放的で明るい空間に大変身した。これからは、多くの人が集う情報交換の場として、また、行政のみならず、経済・文化を含めたマルチな機能を有する総合情報の発信の場としてさらに進化をしてみたい。



初代事務所



現在の事務所（さっぽろ空間 the Terrace）



NHK連続テレビ小説

「こころ」が教えてくれたモノ

今年3月から9月にかけて、NHK連続テレビ小説「こころ」が放映された。浅草（東京）の老舗うなぎ屋に生まれたヒロイン-末永こころ-が、国際線スチュワーデスの職を投げ打ち、亡き夫が残した血のつながらずな子供2人の育児、家業の再建に「こころ意気」で奮闘するドラマだ。舞台は、浅草のほか、花火大会での事故をきっかけに家出し、今は山里で小さな工場を営んでいる花火師の父親が住む山古志村（やまこしむら、新潟県）、現代の赤ヒゲたらんと地域医療に夢を燃やし続けたヒロインの夫（逝去）の出身地である六日町（むいかまち、新潟県）を中心に展開した。

新潟県が同テレビ小説の舞台となるのは、1991年に放映された「君の名は」以来で、県内関係者からは大きな期待と注目を集めた。ドラマは平均21.3%という高視聴率を記録したが、果たして視聴者の目には、全国でも有数の豪雪地帯でもある同地域はどのように映ったのだろうか。

ドラマでは、闘牛、日本一の錦鯉、日本棚田100選にも選ばれた起伏に富む地形が織りなす田んぼ群（以上山古志村）、越後三山のひとつに数えられる霊峰八海山、八海山ロープウェー、ヒロインの夫の実家として登場した約100年前に建てられた庄屋の家（以上六日町）などが紹介された。ドラマロケ地沿線を走る臨時列車（快速こころ号）の運行（4～9月の土日）、ロケ地を巡るバスツアーや企画旅行、ガイドブック発行、ドラマにちなんだ日本酒も発売された。こうした結果、六日町観光協会によれば、電話や窓口における問い合わせの数は、昨年比に比べ3割強の増加となったと言う。

ヒロインの父親、そして再婚相手（花火師）が熱い思いをはせる花火も忘れてはいけない。ドラマでは、世界一大きな四尺玉の花火で有名な片貝町（かたかいまち、新潟県）の花火大会が放映された。翌週の大会本番は、平日にもかかわらず満員盛況となり、5千人の街に150～170千人の観光客が繰り出した。余談になるが、新潟県民は大の花火好きで、今年7、8月に開催された主な花火大会の数は60弱に及ぶ。

当ドラマのテーマのひとつに、他者との付き合いが希薄化する現代社会における、家族同士の「絆」の回復がある。ドラマでは、浅草や新潟といった地域の魔力にかかったかのように、登場人物の心は次第に癒され始め、家族同士の「絆」も徐々に回復していく。

こうした「絆（連帯感）」は、人と人の「交流」により育まれるものである。新潟県は、農作業、農産物の売買を行う青空市場（いちば）などを通じ、古くから他者との「交流」が盛んな地域で、今日まで、様々な態様で強い「絆」を形成してきた。例えば、サッカーJリーグにおけるアルビレックス新潟の突出した観客動員力（約40千人／試合）しかり、新潟妻有（つまり）地域において開催される国際展覧会（大地の芸術祭）でのアーティスト、地域住民の密度の濃い交流しかり。

蓄積を持つ「交流」に裏打ちされた「絆」の深さこそ、新潟県が他地域に誇れる最大の美德とは言えないだろうか。この点を、当ドラマが我々に教えてくれたように、僕には思えるのだ。

（日本政策投資銀行新潟支店企画調査課長 吉澤宏隆）

HOKUTOU DIARY

平成15年9月～11月

ほくとう総研のおもな出来事、活動内容についてご紹介します。

<講演会>

- 平成15年 9月29日 地域活性化セミナー（八戸）「環境経営と地域づくり」
講師：日本政策投資銀行 政策企画部長 前田 正尚 氏
- 9月30日 地域活性化セミナー（青森）「地域経済活性化の新潮流」
講師：日本政策投資銀行 地域企画部課長 水野 雄司 氏
- 10月 6日 北海道活性化セミナー（函館）「吉本流元気の出る企業経営」
講師：生涯学習開発財団 認定コーチ 大谷 由里子 氏
- 10月17日 釧根地域フォーラム（釧路）「台湾からみた道東観光の可能性」
講師：エバー航空(株) 常務取締役 張 正文 氏
- 10月17日 羽越本線高速化シンポジウム（本荘）「高速交通基盤の整備と地域振興」
講師：(財)北海道東北地域経済総合研究所 顧問 小林 茂
- 10月27日 新潟講演会（新潟）「天気と転機」
講師：(株)ウェザーニューズ 代表取締役会長兼社長 石橋 博良 氏
- 10月31日 北海道活性化セミナー（札幌）「消費行動と地域経済」
講師：東京大学大学院 教授 松原 隆一郎 氏
- 10月31日 秋田講演会（秋田）「産学官連携による新しい地域産業の創出を目指して」
講師：東北大学大学院 教授 堀切川 一男 氏
- 11月 4日 岩手講演会（盛岡）「地域における環境ビジネス」
講師：日本政策投資銀行 政策企画部調査役 竹ヶ原 啓介 氏
- 11月 7日 山形講演会（山形）「食と観光～環境対応型屋台村・八戸『みろく横丁』～」
講師：(有)北のグルメ都市 代表取締役 中居 雅博 氏
- 11月17日 宮城講演会（仙台）「最近の経済動向について」
講師：日本政策投資銀行 調査部長 荒井 信幸 氏
- 11月18日 福島講演会（福島）「福島県における今後の観光振興」
講師：淑徳大学 講師 廻 洋子 氏



観光の語源は、中国の古典「易経」にある「観国之光、利用資干王（国の光を観る（又は観す）はもって王の資たるに利し）」に由来し、国（地域）の光（すぐれたもの）を多くの人々に観し、また観ることによって人的交流を図ることは王（為政者）の大切なつとめであると説いています（須田寛著「新・観光資源論」より要約）。

地域の「光」とは、その地域固有の自然・歴史・文化等によって培われてきた他に誇れる地域資源のことでしょう。現在各地でまちづくりの一環として「光」さがしが盛んです。地域の「光」はその地域に馴染む色をしていて、他の資源と一体化して地域らしさを創出しているのではないのでしょうか。だから、意外と地元の人には見出しにくいのが、外の人（観光客）には地域の魅力として映るのでしょうか。折角見つけた「光」をどのようにして観すのか、今後地域独自の情報発信機能が求められそうです。（W.K.）

◆本誌へのご意見、ご要望、ご寄稿をお待ちしております。

本誌に関するお問い合わせ、ご意見ご要望がございましたら、下記までお気軽にお寄せ下さい。

また、ご寄稿も歓迎いたします。内容は地域経済社会に関するテーマであれば、何でも結構です。詳細につきましてはお問い合わせ下さい（採用の場合、当財団の規定に基づき薄謝進呈）。

〒102-0073 東京都千代田区九段北1-3-5 九段ISビル
ほくとう総研総務部 NETT編集部
TEL. 03-3512-3231(代) FAX. 03-3512-3233

財団法人 北海道東北地域経済総合研究所機関誌

NETT

No.43 2003.11

編集・発行人 ◆北村 誠

発行

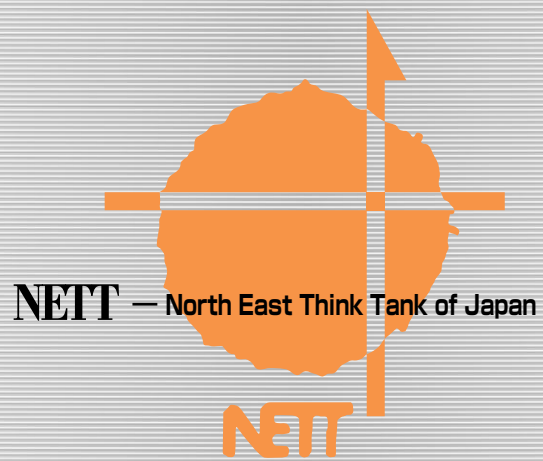
(財)北海道東北地域経済総合研究所

〒102-0073 東京都千代田区九段北1-3-5 九段ISビル

TEL.03-3512-3231 FAX.03-3512-3233

Home Page <http://www.nett.or.jp/>

禁無断転載



NETT — North East Think Tank of Japan

釧路北海道東北地域経済総合研究所