**地域再生と観光振興**

**幸重早苗**

はじめに

わが国も、ようやく「観光立国」への道を歩み始めた。政府は、観光振興で経済効果が見込めるとの考えから、国を挙げて観光立国に取り組むこととなった。観光立国推進基本法の前文には、「観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであって、その持続的な発展は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとする私達の理想とするところである。また、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。今後、日本において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と本格的な国際交流の進展が見込まれる中で、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、我が国固有の文化、歴史等に関する理解を深めるものとしてその意義を一層高めるとともに、豊かな国民生活の実現と国際社会における名誉ある地位の確立に極めて重要な役割を担っていくことが必要であると考える。これらに適切に対処し、地域において国際競争力の高い魅力ある観光地を形成するとともに、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興を図ること等により、観光立国を実現することが、二十一世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題であると考える。」と記されている。

また、2010年には訪日外国人観光客を一千万人に倍増させようと新たな目標を掲げ、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」など様々な施策を講じつつある。こうした中で、訪日外国人観光各を誘致するには、各地の観光振興によって訪れてみたい魅力ある日本にしていくことが重要な課題となってくる。もとより、こうした観光振興により、国内観光を活発化させて日本人観光客の増加もはかり、地域経済の活性化とともに、地域文化の創出・発掘が求められるものである。小泉政権下、観光立国懇談会が2003年1月に設置されて以降、観光振興が重視されるようになり、地域再生・地域経済の活性化のための諸施策が打ち出されてきた。そして観光が地域再生、地域振興の重要な施策として関連条例が策定されるようになった。

近年、全国のあらゆる地域で、歴史、文化、風土、祭り、人情に触れる、観光による地域振興に対する期待がますます高まってきているように見受けられる。観光振興がなぜ、期待されているのかというと、一つ目に、人々のふるさと意識を深め、生きがいを深めてもらうこと、二つ目に、地域活性化の手段としての観光への期待が大きいこと、そして、三つ目に、貴重な自然、歴史的な資源、快適な住環境等、地域のよさの持続的な利用を進めること、にあるといえる。観光産業、観光関連産業は、多種多様であり、雇用吸収力もある。わが国では、生産拠点の海外移転により、第二次産業が厳しい状況にあるので、観光産業を中心としたサービス産業の振興に、地域活性化や地域再生の活路を見出していく必要があると考えられ、観光振興は、国や地域の再生、経済活性化の切り札となる可能性が大いにあると思われる。今回私は、以前は栄えていた地域をもう一度再生させるために、地域再生、地域振興を行う中でも経済波及効果が大きいことや今後の観光客の増加が予想されることなどから、新たに期待されている観光振興の取り組みや事例などを見ていきたいと思う。

第一章　観光への期待

　　　　１－１．国としての期待

　　　　１－２．地域としての期待

第二章　国の観光政策と地域政策

　　　　２－１．法制度・計画・推進体制

　　　　２－２．訪日旅行事業（ビジット・ジャパン事業）

　　　　２－３．訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）の取り組み

　　　　２－４．観光立国推進基本法

第三章　観光振興

　　　　３－１．観光振興とはなにか

　　　　３－２．観光振興を成功させるには

　　　　３－３．観光振興のプラス・マイナス効果

第四章　地域活性化支援による観光振興

　　　　４－１．地域再生計画

第五章　地域再生と観光振興の事例

　　　　５－１．大分県別府市の地域再生計画

「世界の健康回復都市『別府』きれい・元気づくり（ＯＮＳＥＮ・ツーリズム）」

　　　　５－２．大分県豊後高田市の地域再生計画

「豊後高田「昭和の町」づくり計画

～「昭和の町」を核とした商業と観光の一体的振興をめざして～」

第六章　まとめ

**第一章　観光への期待**

少子高齢化が急速に進む日本において近年、新たな成長の原動力として「観光」に対する期待が高まっている。また地域にとっても、観光は再生や活性化の有力な手段として期待されるようになってきた。そこでまず、日本における「観光」の意義について、国と地域の両面から掘り下げて考えてみる。

**１－１．国としての期待**

国が観光に大きな期待を寄せている理由としては、次のような点を挙げることができる。(a)少子高齢化が急速に進展し、若年労働力が量と割合の両方において減少していくという大きな社会変化のなかで、高い付加価値を生み出すことができる新たな産業分野として観光が期待されるようになってきたこと。

(b)欧米を中心とした先進諸国だけでなく、新興国の人々の海外観光に対する関心も高まってきていること。

(c)産業としての観光は、複合産業としての特性が強いことから、他産業との相互依存関係を通して幅広い産業分野の振興を促進することができること。

**１－２．地域としての期待**

先に述べた国としての観光に対する期待の要因は、地域についても当てはまる。地域の活性化にとって観光が重要な意義を持つ理由としては、それに加えて次のような点を挙げることができる。

(a)人々の価値観が変化し、物質的な豊かさよりも心の豊かさが大事にされるようになった結果として、観光においても地域の個性が求められるようになったこと。

(b)人々が精神的な豊かさを求めるようになった結果として、都市地域だけでなく農山村地域などの地方においても、自然、歴史、文化、産業、人など独自の地域資源を活用することによって、観光による地域活性化の可能性が大きく膨らんだこと。

こうした状況のなかで、取り分け地域における観光振興が求められるようになってきた。

心の豊かさ、自分らしさを求める人々の多様なニーズに応えることが、いま観光に求められているのであり、地域の多様な個性こそがこの要請に応えていける大きな可能性を持っていると言える。それだけに、地域独自の積極的な取り組みが試されているのだとも言える。

**第二章　国の観光政策と地域政策**

第一章では、観光への国としての期待、地域としての期待を述べた。国は、2003年に「観光立国宣言」をして以来、国を挙げて積極的に「観光立国」に取り組むようになり、地域もまた、観光を地域の活性化や再生に活かせる大きなチャンスを手にしている。その実現のためには、国と地域との緊密な連携が大きな力となる。そこで、まずは国による主体的な観光政策と観光振興への支援の現状について見ていく。

**２－１．法制度・計画・推進体制**

国は、2003年に「観光立国宣言」をして、2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人に拡大するための戦略的な訪日外客誘致キャンペーン「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開してきた。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」については、２－２、２－３で詳しく述べる。また、2006年には「観光立国推進基本法」（平成18年法律第117号）を制定した。この法律は、1963年に制定された「観光基本法」（昭和38年法律第107号）を全面的に改正したものである。「観光立国推進基本法」については、後から詳しく述べることとする。そして、2007年6月には観光立国推進のための施策として「観光立国推進基本計画」が策定され、観光立国の実現に向けて次の目標が定められた。

* 訪日外国人旅行者数を平成22年までに1,000万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを目指す。【平成18年：733万人】
* 我が国における国際会議の開催件数を平成23年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。【平成17年：168 件】
* 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を平成22年度までにもう1泊増やし、年間4泊にすることを目標とする。【平成18年度：2.77 泊】
* 日本人の海外旅行者数を平成22年までに 2,000万人にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。【平成18年：1,753万人】
* 旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等を通じ、国内における観光旅行消費額を平成22年度までに30兆円にすることを目標とする。【平成17年度：24.4兆円】

このような施策展開によって増加する観光客の受け皿として観光圏を整備することを目的として、国は「観光圏整備法」（平成20年法律第39号）を制定した。この法律は、観光旅客の来訪及び滞在を促進するための地域における創意工夫を活かした主体的な取組を総合的・一体的に推進するため、主務大臣（国土交通大臣、農林水産大臣）による基本方針の策定、地域の関係者の協議を踏まえた市町村又は都道府県による観光圏整備計画の作成、観光圏整備事業の実施に必要な関係法律の特例等について定めている。さらに国を挙げて観光立国日本の実現に取り組むために、2008年10月に国土交通省に観光庁が設置された。観光庁の設置目的は、(a)魅力ある観光地づくりを主体的に行う地域を強力に支援すること、(b)観光産業の国際競争力の強化を支援すること、(c)外国人観光客の来訪促進など、国際観光を振興すること、(d)観光旅行促進のための環境を整備することなどである。また、観光政策の推進体制という観点からみた場合の効果として、(a)諸外国に対して観光庁が日本の政府を代表し、対外的な発信力を強化する、(b)観光庁長官のリーダーシップにより縦割り行政の弊害を廃し、政府挙げての観光振興への取り組みを強化する、(c)地域・国民に対し、観光に関するワンストップ的な窓口となる、といったことが期待される。

次に、ビジット・ジャパン・キャンペーンとその取り組みについて詳しく見てみる。

**２－２．ビジット・ジャパン・キャンペーン（訪日旅行事業）**

国土交通省は、観光に関する国による主要な施策である「ビジット・ジャパン・キャンペーン」について、次のように紹介している。

ビジット・ジャパン・キャンペーンの概要としては、一人一人の交流を通じ相互理解の促進を図ることは、国家間の外交を補完し、安全保障に大きく貢献するものである。また、我が国の少子高齢化に伴う人口減少や周辺諸国の経済発展に対応して、観光交流を促進し、地域活性化に貢献すると共に、外国人観光旅客の受入れに伴う国内ビジネスを後押ししていく必要がある。これを踏まえ、平成15年より、「YŌKOSO！JAPAN」のロゴ・キャッチフレーズの下、日本の観光魅力を発信するとともに、魅力的な訪日旅行商品の造成支援等を行うビジット・ジャパン・キャンペーンの取組を官民一体で推進してきており、平成15年に521万人であった訪日外国人旅行者数は、平成20年には835万1千人となった。訪日外国人旅行者数を将来的に3,000万人とすることを目標とした「訪日外国人3,000万人プログラム」を設定し、その第１期として2013年までに1,500万人との目標達成を目指して、中国をはじめとする東アジア諸国（中国、韓国、台湾、香港）を当面の最重点市場と位置づけ、ＰＤＣＡサイクルを活用しながら、大規模かつ効果的な海外プロモーションを展開する。また、ビジット・ジャパン事業の意義としては、ビジット・ジャパン事業は、2003年（平成15年）の1月に小泉総理大臣（当時）が施政方針演説において示した「2010年(平成22年)に訪日外国人旅行者数を倍増の1千万人へ」との方針を受けてスタートした。我が国の観光魅力は、外国人の共感を呼び起こすソフトパワーであり、1人1人の交流を通じて国際相互理解の増進に寄与すること、今後わが国の人口が減少していく中で、外国人を呼び込むことにより、地域活性化やビジネス拡大を図られることから、観光庁が中心になって官民一体で取り組んでいるものである。

**２－３．ビジット・ジャパン・キャンペーン（訪日旅行促進事業）の取り組み**

ビジット・ジャパン・キャンペーン事業では、日本を訪れる外国人旅行者の多い12か国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、オーストラリア）を重点市場として定めるとともに、各市場の特性を踏まえ、重点市場を対象として外国人旅行者の訪日促進のための事業を実施している。また、平成19年度より、重点市場に次ぐ3か国（インド、ロシア、マレーシア）を有望新興市場として定め、効果的なプロモーションに取り組むことが出来るよう戦略的な市場調査を実施している。外国人旅行者の訪日促進のための事業内容としては、主に海外メディアの日本への招請・取材支援、海外のTVCM等による広告宣伝、ウェブサイトによる情報発信、海外の旅行博覧会等への出展等を行い、観光目的地として日本への関心を高め、訪日旅行の需要の喚を図るとともに、海外旅行会社の日本への招請や商談会の実施による魅力的な訪日旅行商品の造成・販売支援や、青少年交流の拡大に向けた訪日教育旅行の誘致等を行っている。また、地方運輸局（沖縄にあっては沖縄総合事務局）では、地域の観光魅力を海外に発信するとともに、当該地域向けの魅力的な旅行商品の造成等を促進するため、地域（地方自治体等）と連携して、外国人旅行者の訪日を促進する事業を行っている。このように、ビジット・ジャパン・キャンペーンは国が中心となって推進しているが、「地域連携事業」として、国が地域の自治体や観光関係団体、企業などと協力して外国人ツアーや旅行関係事業者の誘致、フォーラムの開催など多様な事業を展開している。

**２－４．観光立国推進基本法**

「観光立国推進基本法」は、施策の基本理念について次のように規定している。「観光立国の実現に関する施策は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進することが、将来にわたる豊かな国民生活の実現のため特に重要であるという認識の下に講ぜられなければならない」。同条ではさらに、観光について「健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性」、「国際相互理解の増進とこれを通じた国際平和のために果たす役割の重要性」、「多様な事業の分野における特色ある事業活動から構成され、多様な就業の機会を提供すること等により我が国及び地域の経済社会において重要な役割を担っていること」を確認している。また、改正前の「観光基本法」は施策実施の主たる責務が国あるとしていた。国は、その政策全般にわたり必要な施策を総合的に講じなければならないこととし、地方自治体は国の施策に準じて施策を講ずるように努めることとしていたのに対し、改正後のこの法律では国、地方自治体（法律では「地方公共団体」と表記しているが、本稿では法律からの直接の引用の場合を除き「地方自治体」と表記する。）、さらには住民の役割と観光事業者の努力を明記している。具体的には、次のように規定されている。国の責務については「施策の基本理念」にのっとり、観光立国の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する」、地方自治体の責務については「施策の基本理念にのっとり、観光立国の実現に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する」としている。また、「地方公共団体は、施策を実施するに当たっては、その効果的な実施を図るため地方公共団体相互の広域的な連携協力に努めなければならない」としている。さらに住民の役割として「観光立国の意義に対する理解を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする」とし、観光事業者の努力として、「その事業活動を行うに際しては、住民の福祉に配慮するとともに、観光立国の実現に主体的に取り組むよう努めるものとする」としている。このように「観光立国推進基本法」では、観光振興には国だけでなく地方自治体、住民、観光事業者といった地域の多様な主体が、互いに協力し合って取り組んでいくことを求めている。

**第三章　観光振興**

第二章では、国による主体的な観光政策と観光振興への支援の現状について見てきた。この章では、観光による地域づくり、地域再生、などとよばれている観光振興について、観光振興とは何か、そして観光振興のプラス効果・マイナス効果について述べる。

**３－１．観光振興とはなにか**

今日、地域振興、地域再生への期待が、これまで以上により一段と高まってきているが、このような背景には、いわゆる東京への一極集中の弊害により、地方では人口の流出で過疎化や高齢化が進展するとともに、産業も衰退し、地方の活力や魅力が低下しつつあることなどがあげられる。したがって、地方は経済を活性化させ、住民の生活にゆとりや潤いを与え、かつ中央との格差を是正して国土の均衡ある発展をはかることが必要となる。しかも、地方への権限・財政移管が行われるなかで、地方は自立化と分権化の確立を積極的に推進することが要請されてくる。こうした地域振興、地域再生は、一般に当該地域の経済基盤をなすと考えられる産業の振興を中心に行われ、なかでも観光振興が多くの地域で盛んに展開されている。その理由としては、従来の定住人口の増加に対する限界から、交流人口の増加への転換が求められ、観光振興はそれへの可能性がもっとも大きいからである。また、観光振興は、他の産業の振興と比較してみても、観光客消費によってさまざまな産業に寄与し、地域への経済波及効果が高い割合を示すからである。さらに、今後、所得や自由時間の増加、価値観の変化、アジア諸国を中心とする外国人観光客の訪日などにより、観光客の増加が十分に見込まれるからだともいえる。このように、観光振興は、地域振興、地域再生の核として位置づけることができると考えられる。観光振興とは何か定義すると、「観光振興とは、地域住民、地方自治体、観光関連団体、観光企業またはそれら幾つかの連携したものが主体となり、主に観光地の開発、観光イベントの開催、土産物（特産品）の開発により、観光客を創造、増加あるいは維持して、地域経済を活性化するとともに、地域文化を発掘・創出し、地域住民に生きがいや誇りをなどをもたせる地域づくりのことである。」となる。これは、観光による地域づくり、地域再生などとも呼ばれているものであり、次にこの定義を4つに分けて検討してみる。

（１）観光振興の主体

観光振興は、地域住民、地方自治体をはじめ、観光関連団体（観光協会、観光連盟、観光協議会、商工会議所、商工会など）、観光企業またはそれらいくつかの連携したものが行う。実際には、地方自治体が実施する場合が多く、ときには第三セクターを設立したり、仕掛け人になったりする。しかしながら、本来は、地域住民が行うべきであり、そのうえで地方自治体が彼らを積極的にサポートするとともに、観光関連団体と連携して役割分担することが望ましい。

（２）観光振興の目的

観光振興は、観光産業はもとよりのこと、第一産業、地場産業、商業などにも幅広く経済波及効果をもたらすので、多くの場合地域経済の活性化をねらいとしている。しかも、人々が精神的豊かさを求める今日では、地域資源を活用して地域文化を発掘・創出するという目的も重要となっている。さらに、住民には生きがいや誇りを持たせるばかりでなく、余暇生活を向上させるという意図もある。

（３）観光振興の方法

観光振興には、主に観光地の開発、観光イベントの開催、特産品（土産品）の開発によって、観光客を創造するという観光地戦略、観光イベント戦略、特産品戦略がある。先進地では、これら三つの方法のいずれかが先行し、その後他の方法へ発展していくという形をとり、結局三つの方法が総合的に行われている場合が多い。なお、観光振興の方法としては、特産品戦略よりも土産品戦略をあげるほうが適切と考えられるが、ほとんどの先進地においては、市場を広く対象にすることができ、より経済効果の大きい特産品開発を行っており、また特産品を土産品として販売することが望ましいので、ここでは特産品戦略とした。

（４）観光振興の手段

観光振興の主体によって行われる観光マーケティングである。これは、観光客満足による観光客創造活動であり、具体的にいえば観光客ニーズに基づいて観光地（観光イベント・特産品）企画、価格決定、流通経路設定、広告、営業マン活動、販売促進、物的流通などを有機的に遂行する活動である。観光客を満足させれば、リピーターになるだけではなく、口コミなどによって観光客が観光客を招くという、いわば「無料のセールスマン」になるものである。

**３－２．観光振興を成功させるには**

観光振興を成功させるにはいくつかの条件が備えられていることが必要だが、ここでは観光振興を成功へ導くための要件を挙げてみる。

（１）リーダーの存在

観光振興の主体がどうであれ、すぐれたリーダーが存在していることが重要になる。リーダーの条件には、地域に対して誇りと情熱をもって未来への展望を抱き、卓越した想像力と果敢な行動力を兼ね備えた粘り強く尊敬される人があげられる。

（２）地域住民の理解と協力

観光振興を行うには、地域住民に何のために行うのか、どんな利益が得られるかなどをよく説明し、理解と協力を求めることが前提となる。行政主導型の場合には、地域住民と一体となって行うか、地域住民を巻き込んで行うかしなければ、成功はなかなか難しい。

（３）地域資源の発見と活用

観光振興は、当該地域の自然、生活、歴史、文化、産業などの特有な資源を発見・活用することが重要となる。とくに、これからの時代では、今ある資源に新しい付加価値を付与したり、資源を新視点からとらえなおしたり、また資源の使い方を変えたりするなど。斬新な発想で地域資源を活用することが求められてくる。

（４）アイディアの収集

多くの地域は、成功事例や先進地事例に基づいているため、いわゆる金太郎飴の観光振興になっている。しかし、観光振興はアイディアが勝負であり、地域住民だけではなく、広く一般にもアイディアを募集する、創造的アイディア開発方法を活用したりなどし、アイディアを収集することが大事である。

（５）娯楽性の要素の重視

立派な観光施設が建設されてはいるものの、観光客があまり訪れなくて困っている地域は、楽しさ、面白さ、遊び心が感じられないことが多い。観光振興で観光客を集めるには、エンターテインメント性とアミューズメント性という要素が必要不可欠である。

（６）ホスピタリティの提供

観光ビジネスに携わる者はもちろんのこと、地域住民も観光客に対して自宅にお客様を迎え入れるのと同じ気持ちで接し、ホスピタリティ（こころからのおもてなし）を提供することが大切である。そうすれば、観光客は当該観光地を訪れて本当によかったという気持ちになり、心に残る満足感が残る。

（７）リピーターの考慮

観光振興を行おうとする場合、一般にリピーターを考える余裕はないようだが、持続的発展のためには、最初からある程度検討しておく必要がある。観光地の場合には、新たな魅力ある観光施設の建設、埋もれている観光資源の発掘、新しい観光イベントの開催、新地点からの魅力の再発見などが重要となる。

（８）地域内自給率の向上

観光振興にともなって発生する需要を地域内ですべて賄うことはほとんど不可能に近いが、地域外への流出をできるだけ少なくして地域内の自給率を向上させ、経済効果を高めるべきである。そのためには、地方自治体などが地元業者間に入り、認識改善、経済指導、取りまとめを行ったりすることも必要となる。

（９）観光マーケティングの知識

観光振興で成功している地域は、たとえその主体が観光マーケティングの知識をもたなくても。結果として観光マーケティングを展開していることが理解できる。それゆえ、地方自治体の職員や地域住民の代表者に、観光マーケティングの教育。研修が急がれなければならない。

（１０）専門家の活用

観光の専門家と自称する人は多いが、観光振興の理論と実践に精通した専門家の数は少ない。しかし、優れた専門家に検討委員会に参加してもらい、助言や指導を受けるとともに、時には利害対立の調整的役割を担ってもらうことも必要になる。

**３－３．観光振興のプラス・マイナス効果**

　観光振興を行った場合、地域にもたらすプラス効果として、まず経済効果があげられる。これには、観光地の開発・観光施設の建設による開発投資効果と観光行動によって生じる観光客支出による観光消費効果とがある。前者は短期的な効果であるが、後者は長期的な効果で、観光振興にとって大きな役割を果たすものである。この観光消費効果を具体的に言えば、次の通りになる。観光客は、交通機関、宿泊施設、旅行代理店、観光施設、飲食店、土産品店などの利用にともなって支出をする。この観光客の支出は、これら企業その他の組織の収入、すなわち売上高となるが、組織はその売上高のなかから、従業員に賃金を支払ったり、取引先に原材料費を支払ったり、株主に配当金を支払ったり、金融機関に利益の預金や借入金の返済をしたり、または税金を納入したりする。このような支払いは、当該企業その他の組織や個人の所得となり、さらにその中から支出するが、以上のことが継続され、地域の隅々にまで経済効果が波及していくのである。また、観光客の増加にともない、企業その他の組織の規模の拡大や新規企業を誕生させて、新たな雇用を創出したり、新しい投資を誘発したり、租税納付額を増大したりするなどする。こうした地域の経済効果を整理すれば、所得創出効果、雇用創出効果、投資誘発効果、租税公課、さらに産業基盤整備効果、生活環境整備効果となる。次に、社会・文化効果があげられる。観光振興によって、地域住民は観光客との間にふれあいや交流が行われる。それをとおして、住民はさまざまな情報や知識が得られ、意識が活性化するばかりでなく、異文化に接し、その伝達と吸収も可能となってくる。しかも、住民は地域の特性や魅力を再確認し、地域のアイデンティティを確立することができ、ひいては地域の文化を発見・創出することにもなる。また観光振興に成功すれば、地域の知名度やイメージが高まり、住民は生きがい、自身や誇り、愛郷心をもつようになってくる。

　ところが一方、観光振興のマイナス効果（影響）としては、自然環境の破壊、生活環境の悪化、観光資源の損傷および地域社会の変容があげられる。たとえば、観光地の開発にともなって、道路やスキー場・ゴルフ場などの建設により、地形の改変や森林の伐採を行う結果、自然破壊や生態系が破壊することがある。また、観光客の増大により、ごみや汚水処理、車両による大気汚染、騒音・交通渋滞、物価や地価の上昇などの問題が発生し、生活環境の悪化を招くことにもなる。しかも、し尿・排水の増加にともなう水質汚濁によって、湖畔や河川の透明度の低下や生態系の変化が生じ、観光資源の魅力を減じてしまうことになり、また、観光施設や高速道路の建設などにより、埋蔵文化財が失われる場合が多い。さらに、住民の公徳心が損なわれたり、金銭志向が高まったり、連帯感や相互扶助が弱体したり、風紀が乱れたりなど、地域社会にさまざまな変化がみられてくるのである。このように、観光振興は、地域にプラス効果をもたらすだけではなく、マイナス効果（影響）を生じることもしっかりと理解しておかなければならない。したがって、観光振興を行う場合には、当該地域に及ぼすプラス効果とマイナス効果（影響）を十分に検討し、そのうえでマイナス効果（影響）の発生をできるだけ少なくするようどりょくすることが肝要である。

**第四章　地域活性化支援による観光振興**

第三章では、観光振興とは何かについて述べてきた。この第四章では、第一章で述べた、国による主体的な観光政策と観光振興への支援の現状を受けて、国による地域活性化への取り組みについて、地域を中心とした取り組みについて見ていくことにする。

国は、観光振興のための地域連携と並行して、地域活性化への取り組みを進めてきた。それは、地域経済の活性化と地域雇用の創造を、地域の視点から積極的かつ総合的に推進するため2003年に設置された「地域再生本部」を中心とした地域再生の推進である。また、この取り組みを強力に推進するため、2005年に「地域再生法」（平成17年法律第24号）が制定された。なお「地域再生本部」は、2007年10月19日の閣議決定により、同様に地域活性化を目的とする他の3つの機関である「都市再生本部」、「構造改革特別区域推進本部」、「中心市街地活性化本部」と特段の事情がない限り合同で開催することとし、「地域活性化統合本部会合」と称することとなった。この「地域活性化統合本部会合」において2008年度の「地方の元気再生事業」に認定された120件の事業をみると、観光振興関連のプロジェクトが多くみられる。このことからも、地域の活性化、再生における観光の役割が大きいことが分かる。以下、４－１では、その地域再生計画とは何かを説明する。

**４－１．地域再生計画**

地域の抱える課題は様々なので、各地域がそれぞれの課題に対応した解決策を自ら考えていくことが大前提となる。特区や地域再生の取組みでは、地域が課題解決に向けた具体策を実行していく上で、役に立つ手段を数多く用意し、必要に応じて活用してもらうことで、地域の元気をバック・アップしていこうと考えられている。

地域再生とは、地域の声を背景に、地域再生本部の下、各府省の縦割りを超えて、①使い勝手の良い予算の仕組み（例えば「省庁横断型交付金」）を提供②今日的な課題（例えば「地域のひとづくり」）へ対応する　など、地域のニーズに対応したメニューを用意して、意欲にあふれた地域を応援していく制度である。

メニューの例としては、

|  |
| --- |
| 地域再生に資する民間プロジェクトに対する課税の特例　【内閣府】 　 地域再生に役立つ事業を行う会社への個人の出資に対して、投資額控除などの税制上の優遇措置を適用し、民間資金を誘導。 |

|  |
| --- |
| 地域再生基盤強化交付金　【内閣府・国土交通省、農林水産省、環境省】 　 省庁の壁を超えて一本化した三種類のテーマ別交付金を新設。 （道、汚水処理、港） |

|  |
| --- |
| 地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）　【厚生労働省】  　 雇用創造に自発的に取り組む市町村等が提案した雇用対策事業を支援し、地域における雇用創造を促進。 |

|  |
| --- |
| 日本政策投資銀行の低利融資等　【財務省】 　 地域再生プロジェクトの形成・事業化に対するアドバイスを行うとともに、民間金融機関とも協調しつつ、低利融資等を実施。 |

などがある。

次の第五章では、実際に行われた事例を紹介する。

**第五章　地域再生と観光振興の事例**

**５－１．大分県別府市の地域再生計画**

**「世界の健康回復都市『別府』きれい・元気づくり（ＯＮＳＥＮ・ツーリズム）」**

**〈大分県別府市の課題と地域再生の動き〉**

別府市は、日本一の源泉数・湧出量を誇る実質的に世界一の温泉地である。明治から昭和の初期にかけて非常に繁栄したが、その後、旅行形態が、団体旅行型から個人・グループ旅行型へと大きく変化するなどの時代の流れの中で必ずしもうまく対応できたとは言えず、観光客は伸び悩み、新しい観光振興の在り方が課題となっていた。

こうした中で、平成8年頃から、民間を中心に、別府市が有する多種多様な地域資源に着目し、地域を見つめ直していく動きが始まった。それは、地域の人しか利用しない共同温泉や地域の人にこよなく愛されている老舗などを訪ね歩く「路地裏散歩」や、かつて繁栄を誇った頃に活躍した流し演奏の復活、最高級のマッサージやエステ技術、温泉名人を目指す温泉道など、温泉文化に関連した数々の資源を発掘し、利用していく動きである。このような民間の人々等の創意工夫により「魅力あるまちづくり」を進め、観光客に旅館・ホテルから地域に出て地域の資源に触れてもらうようにすることで、感動の輪がどんどん広がり始めており、別府が元気を取り戻しつつあることが次第に明らかになってきている。

**〈別府市の地域再生計画〉**

平成16年6月21日の第1回認定で内閣総理大臣認定を受けた別府市の地域再生計画は、こうした状況の中で作成され、実質的に世界一の温泉地である同市が有する多種多様な温泉文化等の資源を活用した地域活性化により、「世界の健康回復都市『別府』きれい・元気づくり（ＯＮＳＥＮ・ツーリズム）」を推進し、地域再生を図ることとしている。

この計画では、別府が目指すべき将来ビジョンとして、別府が世界に誇れる資源である「温泉」を基本戦略の柱とし、その表現を我が国特有の湯治文化や歴史背景を盛り込んだ「ＯＮＳＥＮ」と言う言葉で表現し、世界に通用する言葉として発信していくとともに、誘客キャンペーンやイベント施策といった従来型の観光振興策の枠組みにとらわれず、「都市計画」「健康づくり」「福祉と医療」などの幅広いまちづくりの観点から観光振興につながる全ての課題に取組み、「歴史風土を生かしたまちづくり」を基本とした総合的な取り組みを行う「ツーリズム」振興への戦略転換を行っていくこととしており、これらを組み合わせた「ＯＮＳＥＮ・ツーリズム」と言う言葉が副題となっている。

この計画には、「健康サービス」「スポーツ・コンベンション誘致」「国際化・アジアとの連携」「夜のにぎわい拠点づくり」の4つの柱があり、以下で見る支援措置が盛り込まれるとともに、今後展開される予定の様々な事業等が記載されている。その実現手法としては、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」を進めながら産学官が連携協働して推進することされている。

**〈祭り・イベント時における道路使用、占用許可の円滑化・弾力化）**

これまで、地域住民が主体的にさまざまな活動を展開しようとする場合、道路の使用、占用の許可は大きな負担となっていた。別府市の地域再生計画では、「映画ロケ、イベント等及びカーレースに伴う道路使用許可の円滑化」、「民間事業者等の経済活動に伴う道路使用許可の円滑化」、「道路占用許可弾力化（オープンカフェ等）」、「道路使用許可・道路占用許可の手続改善」を用いて、温泉の種類範囲が多彩（世界で11種類あるうち別府には10種類の温泉が存在）な「別府八湯」（それぞれが独自の温泉文化を形成する市内8カ所の温泉地の総称）の個性を活かした様々なイベントや活動等の企画・開催を行い、地域の活性化を図ることとしている。これらの支援措置を受けたことで、祭り・イベント等の主催者が、施設管理者等に対して、実施を予定している事業内容の説明を行うことが容易になり、警察や国・県・市の土木担当窓口も機動的に対応するようになった。

今後も、さまざまな地域活性化活動が、道路の使用・占用の支援措置等を活用して実施されることが期待されている。

**〈映画、テレビのロケの舞台となる〉**

別府の湯けむりは格好のロケポイントであり、過去には「男はつらいよ」、最近では「顔」のほか多数の映画のロケ地として、また、テレビドラマにも多数登場しており、その他にも別府には大正、昭和初期の歴史的建造物や生活文化が色濃く残っていることから、これらの各手段を有機的に連携し、文化の薫り高い町として別府を映画、テレビのロケ地として情報発信していくこととしている。その際も、「映画ロケ、イベント等及びカーレースに伴う道路使用許可の円滑化」の支援措置が活用される。

**〈まちづくり交付金の活用）**

鉄輪温泉などの別府八湯の温泉地では、古くから湯治文化が育まれ、地区内には沢山の温泉施設や旅館・ホテル等が集積しており、温泉湯治文化を保存・活用していく活動が進んできている。しかしながら、地区内の道路環境の整備は遅れており、安心・安全に歩行出来る空間とはなっていない状況にある。大分県別府市の湯煙風景はＮＨＫが行った「21世紀に残したい日本の風景」で第2位に選ばれており、その景観を活かした魅力あるまちづくりを行っていくことが課題となっている。

そこで、市町村の自主性や裁量性を追求した「まちづくり交付金の創設」を活用することにより、温泉地としての環境整備を効率的かつ重点的に実施することが検討されている。その際、事業推進に当たっては、官民で協働して都市再生整備を行っていくこととされている。現在市内の二つの地区においてまちづくり交付金を用いた取組が検討されている。

湯煙が無数に立ち上っている鉄輪温泉は鎌倉時代に一遍上人が開いたとされている別府八湯の一つである。鉄輪地区においては、一遍上人と癒しを基本テーマに、温泉地域の景観を活かした魅力あるまちづくりを進めていくべく、平成１７年度より５カ年計画で、鉄輪を代表する温泉とされる「むし湯」の建て替え、石畳などによる市道の美装化、公園の整備、街路灯、サインの設置等の事業の計画、内容などについて、鉄輪温泉地区まちづくり整備事業受入協議会を中心に、地区住民と行政関係者などにより協議が行われている。

また、平成17年4月にリニューアル・オープンしたＪＲ別府駅の周辺地区においては、別府の陸の玄関口となる駅周辺で別府が持つ温泉資源の豊富さをアピールするため、平成17年度より5カ年計画で、観光モニュメントの設置を含めた駅前広場の整備、駐輪場の整備、市営温泉で別府温泉のシンボルである竹瓦温泉の改修などについて、事業の計画・内容の検討を行っている。

**〈いち早く景観行政団体となる〉**

また、別府市は、平成17年4月には景観法で定める景観行政団体にいち早くなった。景観行政団体になった市町村は、指定地区内の建築物の高さやデザインをはじめ、看板などの細かな規制ができることとされている。別府市は本年度中に、景観審議会を設置して、区域や規制内容を具体的に定める方針で、特に観光客に好評の湯けむり群の景観を阻害するような建築物を規制するとともに、温泉文化を感じさせる町並みや建築物などの保全に重点を置くこととしている。

**〈戦略的に地域づくりを考える契機となった「地域再生計画」〉**

別府市に在住し、積極的に地域活動をされている観光カリスマの鶴田浩一郎さんは、「平成16年6月の地域再生計画の認定後、別府市では産官学の連携により「別府観光推進策に関する答申提言書（別府観光推進戦略会議/市長諮問機関）」が作成され（平成16年9月）、地域の再生戦略が極めて具体的に提示された。これは、地域再生計画の戦略本とも言える高い水準のものとなっている。別府ではここ数年、八湯地域毎にボランティア運動家が輩出しており、その行動基準の良いテキストにもなっている。直近では市内でも一番遅れていた南部地域の住民から「南部レトロ倶楽部」が誕生している。既存の疲弊し高齢化した組織に依存しない新たなまちづくり団体が再生の鍵を握っている。まちの再生ビジョンと戦略が示され、そこに人材がいれば間違いなく地域は再生すると考えている。資本の論理だけでは解決できない問題、それは市民が誇れる町づくりだと考える」と述べ、別府市の地域再生計画が、戦略的な地域づくりを産官学で一緒に考える契機となったことや、地域再生を行う上での人材育成の重要性を説かれている。

**〈民が主役、官がサポーターの観光・地域振興の体制整備〉**

これまで見てきた別府市の地域再生計画の中でも掲げられていた観光と地域づくりを一体として取り組む「ツーリズムの推進」は大分県全体の新たな観光戦略の基本コンセプトになっている。大分県では、観光に関連の深い景観自然や国際交流までも取り込んだ地域づくりと一体となった観光振興を目指す組織として、平成16年4月1日に観光・地域振興局が設置され、同日、同局内に「観光・地域振興サポートセンター」が併設された。同センターは、地域住民自らが、観光振興に向けた地域づくり、まちづくりを推進し、県がこうした動きを積極的、総合的に支援するため、地域づくりやまちづくり、観光についての情報提供、団体相互の交流の場の提供、総合相談窓口対応を行っている。その特長は、①県職員が積極的に外に出て現場で活躍している人々の生の声を聞く現場主義②知恵と情報の限りを尽くして県民の負託に応える知恵で勝負すること③県民からの相談や質問に対しては、県庁内の横の連携を図ることでワンストップにより対応すること、である。

同年4月には、県の機構改革に併せて、地域に住み、生活し、経済活動を行っている観光関係者や地域づくりグループ等の民間の人達のネットワークである「おおいた観光・地域づくりネットワーク」が結成され、自主・自立で個々の会員が相互連携して行う各種のプロジェクト活動が始まっている。例えば、大分県各観光地の地域文化が体験できる参加型プログラム（散策やエコウォーク等）を集めて、旅行者が携帯で検索できるシステムを作るプロジェクトが立ち上がっている。

平成17年4月には、(社)大分県観光協会が名称を(社)ツーリズムおおいたと改め、地域づくり関係者をも会員に加え、民間の自主的・主体的な組織に生まれ変わるとともに、都道府県単位の観光協会・連盟としては唯一、事務所を県庁所在地でなく、観光の中心地である別府市に移転した。また、平成17年5月24日の温泉法施行規則の改正の際には、民を官がサポートする形で、別府八湯温泉品質保証協会が、「温泉Ｇメン」と呼ばれる全国5百カ所以上の入湯経験を持つ目利きに依頼して、温泉施設を客観的に評価し、独自に温泉の品質を証明する「温泉カルテ」を全国に先駆けてスタートさせて話題となった。

**〈戦略的にイベント開催を行い、国土交通省の支援措置を有効活用〉**

平成17年11月には、小泉総理が出席しあいさつされた世界観光学生サミットを始めとして、世界ツーリズム交流フェスタ、第1回全国まちづくり交流会などの地域振興や観光関係のイベントが集中して開催され、別府市に本拠地を置く男子プロバスケットボールリーグの「大分ヒートデビルズ」の地元開幕戦も行われた。また、国土交通省の様々な支援措置を活用して、まちづくりが進められている。平成17年度には、観光ルネサンス事業により、大分空港からのリムジンバス運行や外国人案内所及び国際交流サロンの設置を行うとともに、国内ロングステイ・2地点居住の観光・交通面からの環境整備に係る実証実験が行なわれた。平成18年度には、観光客への情報提供の高度化による移動支援の先進的な事例をつくるための「まちづくりナビプロジェクト（まちナビ）」でＰＤＡを活用した多言語動画案内情報の提供が採択され、年末頃にはＪＲ別府駅の別府温泉で携帯端末を片手にもて動画を見ながらの路地裏温泉巡りが可能になる。また、平成18年度には10月・11月の様々な全国大会イベント開催に合わせて、ＯＮＳＥＮツーリズム交流フェスタ2006が開催され、別府酔宵女まつり、プロバスケット開幕戦、学生たちによる泉都大祭、全国アートまちづくり自慢交流大会やおもてなしイベントとしての別府八湯ウォーク、音泉タウンコンサート等も開催された。

**〈地域通貨を活用したまちづくり〉**

別府市では、市民が主体となったまちづくり活動の支援を行なうとともに、地域資源を活かした健康・スポーツを取り込んだ元気なまちづくりを推進する為、平成17年7月19日に「地域通貨を活用したまちづくり活動とＯＮＳＥＮ・健康ライフの促進」の内閣総理大臣認定を受け、「地域通貨モデルシステムの導入支援」を活用して、「泉都（セント）」と呼ばれる地域通貨の実証実験が平成17年11月1日より平成18年1月31日の間に行われた。実証実験では、清掃活動、防犯パトロール・交通安全街頭活動、健康・福祉、その他のまちづくり活動やボランティア活動を行った人に対してポイントを支払い、住民主体の活動に付加価値を付けることで、更に活動の活性化を図り、たまったポイントを公共施設（温泉、スポーツ施設など）やまちづくりイベントなどで使用可能とすることにより、心身ともに健康となるための元気なまちづくりが促進された。実証実験後も、同市では、地域通貨事業を市単独事業として継続して行われている。

また、同市と地域通貨「Ｇｒａｓｓ」の実証実験を平成17年度に行った熊本県阿蘇市とは、地理的・歴史的背景に共通点が多いことから、平成18年2月から地域通貨を通じた交流を始め、広域観光や外国人観光客誘致強化に協働で取り組もうと同年７月５日には、「別府・阿蘇ツーリズム交流宣言」が行われ、双方の地域通貨の相互利用が可能となり、地域通貨の利用先が拡大している。

**５－２．大分県豊後高田市の地域再生計画**

**「豊後高田「昭和の町」づくり計画**

**～「昭和の町」を核とした商業と観光の一体的振興をめざして～」**

**〈豊後高田市の地域再生計画〉**

大分県の北部、国東半島の西側に位置する豊後高田市は、市内に瀬戸内海国立公園や国東半島県立自然公園を擁し、山・里・海の自然資源と古代の仏教文化遺跡や中世の荘園村落遺跡といった歴史資源など、豊かな自然と歴史に育まれた地域資源に恵まれている。奈良時代から宇佐八幡宮の影響を強く受け、平安時代にはその荘園となって、山の空間に六郷満山と呼ばれる神仏習合の独特な仏教文化を開花させていた。鎌倉時代から戦国時代までは宇佐八幡宮の荘園が里の空間で大いに栄えるとともに、江戸時代には徳川家康の曾孫が中心部に城下町を築き、明治時代以降はその骨格の上に商店街が立地して、常に国東半島の中核都市として繁栄を謳歌していた。しかし、国鉄（現ＪＲ）の日豊線からはずれていたこともあり、昭和29年には30,588人いた人口が、その後一貫して減少し、5年前は全国でお尻から数えて9番目に人口が少ない市となっていた。高齢化率についても、昭和55年には17.7％であった高齢化率が年々上昇し、平成12年には30.5％となっていた。平成12年の大分県平均は21.8％であり、大分県の高齢化率が昭和55年から10.1ポイント上昇しているのに対して、当市では12.8ポイントの増加となっており、高齢化の進行が著しい状況が続いている。過疎化や高齢化が深刻な典型的な地方都市として、当然のこと、中心市街地はさびれていた。こうした中、町の顔である中心市街地をなんとか再生させようと、主役の商人、コーディネート役の商工会議所、バック・アップ役の市役所からなる有志のグループが立ちあがった。

**〈“昭和の町”こそ、この町の地域再生の旗印〉**

平成4年に大手広告代理店に依頼して、中心市街地の未来構想を作成した。内容は立派なものだったが、町の個性が反映されていなかったため商人や市民はだれも振り向いてくれなかった。そこで、中心市街地や既存商店街の歴史を徹底的に調査・研究し、町の個性を発掘しようと思い立ち、最初におこなったのが、豊後高田市街地ストリート・ストーリーの作成であった。平成5年から平成9年にかけての5年間、町の歴史に埋もれ忘れ去られた町の個性をあぶりだし、浮かびあがらせていった。その過程で、商店街の町並みでなにか観光化ができないかと、話が持ちあがった。例えば江戸時代の城下町の面影でどうか、あるいは古い明治・大正の建物がいくつかあるが、これを使えないかと、いろいろ検討されたが、結局観光的には近世城下町の町並みをやれば、萩・津和野・金沢にはかなわない。近代化遺産の町並みをやれば、長崎・神戸・横浜にはかなわない。そうなったとき、今まさに目の前にある商店街そのもの、あえて言葉でいえば商店街が元気だった最後の時代、高度経済成長期以前の昭和30年代の商店街の町並みがまだ残っており、これがもしかしたら活かせるのではないか。これがさびれたからこそ残った唯一の伝統的な商店街の遺産なのではないかという結論に至った。

外に目を向けてみると、首都圏で新横浜ラーメン博物館のようにビルの中に昭和30年代の町並みをつくって、1日4,000人もの客を呼びこんでいるところが結構たくさんある。もしかしたら犬と猫しか歩かなかった豊後高田市の商店街がブームを起こすことだってあるかもしれない。その確信を得るために平成10・11年の2年間かけておこなったのが、日本全国の昭和３30代再生事例のリサーチであった。ありとあらゆる再生事例収集300件とまねもの選別200件。その中の、新横浜ラーメン博物館をはじめ、北は山形県から南は長崎県までのほんもの視察100件で、間もなく昭和30年代ブームが日本中を覆いつくすであろうという結論になり、ここでようやく“昭和の町”こそ、この町にしかない町づくりの旗印となったのである。

**〈“昭和の店”と“昭和ロマン蔵”で“昭和の町”づくりを〉**

具体的には、拠点商店である“昭和の店”を再生するために、次の4つのキー・ワードを掲げた。

１．“昭和の建築”再生

建築再生といっても、お金をふんだんに使って、昭和30年代の建築を再現しようというものではなく、もともと古い建物で商いを続けてきた店のパラペット（外壁リフォーム）さえ外したら、簡単に昭和のたたずまいがよみがえる。ないものを求めず、あるものを活かしていくという精神での建築再生を行った。

２．“昭和の歴史”再生（一店一宝運動）

博物館には飾ってもらえないだろうけれど、その店の歴史を物語る昭和のお宝を観光客に見てもらう。祖父や祖母、父親、母親が使っていた商いの道具、一店一宝を店頭に展示する運動である。

３．“昭和の商品”再生（一店一品運動）

郊外の大型店の売り場にはない、その店ならではの昭和の逸品を観光客にお勧めする。これも、祖父や祖母、父親、母親から受け継いだ自慢の売り物、一店一品を店頭で販売する運動である。

４．“昭和の商人”再生

さびれきった商店街だからこそ、訪れる観光客と目と目を交わし、心と心を交わして商いに勤しむ“昭和の商人”が、今もこの町には生き残っている。物より人を守り伝えていくという精神での商人再生である。

この4つのキー・ワードをもとに、総延長500ｍ、全店舗100軒の商店街を“昭和の町”として“昭和の店”を1年数軒ずつ段階的に再生していこうという計画が行われた。

また、観光客を迎えるということであれば、拠点施設も必要になってくる。そこで目をつけたのが、商店街に隣接して残っていた旧高田農業倉庫であった。この農業倉庫をなんとか“昭和の町”のシンボル、“昭和ロマン蔵”として活かしたい、と考えた。しかし、商店街の現状をみると、観光客がやってくるような町ではなかった。「国東半島の中核都市として繁栄を謳歌した昭和30年代の商店街。数多く残る当時の建物や一宝や一品、そして商人を活かし、観光客を呼び込む。なつかしくいとおしい時代の暮らしそのものを売りとする新しい形の観光」を目標に、昭和の町づくりを進めていくこととなった。

**〈平成１３年９月、“昭和の町”づくりがスタート〉**

昭和の店”わずか9軒からのスタートであった。看板や建具を改修し、手回しの肉きり機や行商リヤ・カーなど商いの道具を一店一宝として展示。手づくりのコロッケやアイス・キャンデーなど自慢の売り物を一店一品と名づけての開業であった。しかし、このままでは観光客は呼び込めず、昭和10年前後に建てられた旧高田農業倉庫を活かして、“昭和ロマン蔵”を立ちあげる拠点施設作りを進めた。「昭和の町」における魅力の向上と街並みの連続性・回遊性を持たせることにより、観光客の満足度と滞在時間の増大を図るため、こうした建築物について集客施設や交流施設としての整備・活用を検討された。古い農業倉庫を市が約6500万円かけて改修し、ここに昭和を感じさせるグリコのおまけや鉄腕アトムのおもちゃ、平凡パンチに明星などの雑誌類を展示したいと考えた。福岡市で駄菓子屋を営みながら、25年間かけて20万点に及ぶ昭和グッズを集めてきた小宮さんを館長に迎え、“昭和ロマン蔵”の中に“駄菓子屋の夢博物館”ができることとなった。

**〈観光バスが、報道陣が、視察団がやってきた〉**

観光客に来てもらうためには、旅行会社対策も必要となる。旅行会社を動かせば団体の旅行客が、団体の旅行客が動けば報道陣が、報道陣が動けば視察団と個人客が動くという戦略で、まずは旅行会社対策を行った。九州運輸局から町づくりのための調査支援事業をしてもらい、福岡市にある旅行会社の商品造成担当者によるモニター事業を行った。旅行の専門家に“昭和の町”を実際に歩いてもらうとともに、“昭和ロマン蔵”とその中の中核施設“駄菓子屋の夢博物館”の説明を聞いてもらい、意見を伺うというもであった。その中で数社から、“昭和ロマン蔵―駄菓子屋の夢博物館”が開館したら、バス・ツアー商品をつくってみよう、という提案も貰った。そして、平成14年10月、“昭和ロマン蔵―駄菓子屋の夢博物館”の開館の日。モニターでお世話になった旅行会社はもちろん、バス会社などにも市役所と商工会議所と商人がタッグを組んで、幾度も訪問活動をしてきた結果、観光バスがやってきた。観光客にも評判となり、「犬や猫しか歩かない」といわれた商店街に観光バスがやってくるということで、新聞やテレビ、雑誌などに大きく取りあげられることとなった。それを見て、中心市街地の疲弊に悩む全国各地から次から次へと視察団もやってくるようになった。小さな感動のうねりが大きな波となって、マーケットに創発を促していった。

**〈「昭和の町」づくりに伴う地域雇用の創出〉**

「昭和の町」づくりによる中心市街地の活性化に伴う観光客や地元客の増加に対応するため、「昭和の町」の管理・運営の核となる組織づくりや各種人材の確保・育成、あるいは新規事業の実施や空き店舗の解消等の取り組みなどによる地域雇用機会の拡大を図る。さらに、「昭和の町」の魅力の向上と併せて、この「昭和の町」の奇跡を市内全域に拡げることにより、市内観光事業者や生産者、あるいは地元商業者や地元企業など各産業への活性化をもたらし、「昭和の町」のみならず市全体への経済波及効果により、市内全体としての地域雇用の創出をめざす。一方、厚生労働省の「地域提案型雇用創造促進事業（パッケージ事業）」を活用し、経営や営業等ビジネスの基本的な研修から地域食材の活用など地域固有の研修に至るまでの各種事業を推進することにより、まちづくり会社や空き店舗への新規参入に伴う雇用の創出が期待できるとともに、今後についても、福岡・北九州などをターゲットとした観光戦略を展開させることにより、地域全体的に経済相乗効果を上げ、さらなる地域雇用の創出につなげていく。

**〈「昭和の町」と周辺既存観光地等との連携による地域再生〉**

①地域資源である「山」「里」「街」「海」「温泉」及び「食」との連携

本市を含む国東半島には、「山」に代表される国宝富貴寺をはじめとする古代の六郷満山仏教文化史跡、「里」に代表される田染荘などの中世の荘園村落の農村景観、「海」に代表される夕日百選にも選ばれた風光明媚な美しい真玉海岸や長崎鼻リゾート、「街」に代表される昭和３０年代の商店街「昭和の町」、そして「スパランド真玉」や「夷谷」「花いろ」に代表される「六つの郷の温泉」、さらには、大分県一の作付面積を誇る「豊後高田そば」や西日本有数の産地である「白ねぎ」、「ぶんご合鴨」、ワタリガニや車エビなどの豊富な魚介類など多彩な魅力ある多くの観光資源を有しているが、それぞれの資源が「点」としての存在でしかなく、単独ではアピール度も弱いため充分な集客効果をあげていない。今後、「昭和の町」を国東半島における観光の入口と位置付け、「昭和の町」を核としたこの「山」「里」「街」「海」「温泉」そして「食」をネットワークで結んだ「くにさき千年ロマン」を体感する広域観光ルートの実現をめざすとともに、この観光ルートを魅力的なものにするために、ボンネットバスの導入も検討する。また、この「昭和の町」について観光情報発信拠点としての機能整備も検討する。

②各種イベントとの連携

豊後高田市においては、ホーランエンヤ、修正鬼会、“仏の里・昭和の町”豊後高田五月祭、長崎鼻サマーフェスティバル、観光盆踊り大会、若宮八幡社秋季大祭（裸祭り）など、年間を通して多くの行事・イベントが行われている。また、商店街においても、街並みめぐりやおひなさまめぐり、おかみさん市などの取り組みが行われるなど、商店街の中やその周辺道路等を使用したイベント等が多い。さらに近年においては、１月のホーランエンヤの行事に併せ、昭和の町でも「宝来祭り」を開催するなどイベントとの連携を図っているが、旧プログラムに基づく道路使用や道路占有許可の円滑化の支援措置により、こうしたイベント実施の円滑化をめざすとともに、他の行事・イベントについても連携した施策を検討し、より効果的な相乗効果を図っていく。

まとめ

今回、私はこの卒業論文を「地域再生と観光振興」というテーマで取り組んできた。国が、2003年に「観光立国宣言」をして以来、国を挙げて積極的に「観光立国」に取り組むようになり、それと同時に、国と連携して地域の観光振興も行われてきた。国の新たな成長の原動力として、また、地域の再生や活性化の有力な手段としての期待が高まっている「観光」だが、この論文では地域との関係を中心にみてきた。

今回私が取り上げた二つの事例は、地域振興、地域再生をするための手段として、観光を取り入れるという観光振興のものであった。一つ目の事例の大分県の別府市は、別府温泉が明治から昭和の初期にかけて非常に繁栄したが、その後、旅行形態が、団体旅行型から個人・グループ旅行型へと大きく変化するなどの時代の流れの中で必ずしもうまく対応できたとは言えず、観光客は伸び悩み、新しい観光振興の在り方が課題となっていた。二つ目の事例の大分県の豊後高田市は、鎌倉時代から戦国時代までは宇佐八幡宮の荘園が里の空間で大いに栄えるとともに、江戸時代には徳川家康の曾孫が中心部に城下町を築き、明治時代以降はその骨格の上に商店街が立地して、常に国東半島の中核都市として繁栄を謳歌していたが、国鉄（現ＪＲ）の日豊線からはずれていたこともあり衰退への道をたどっていった。どちらも、一度は栄えた街や地域が時代の変化に対応しきれず、衰退したところから、地域を活性化、地域再生を行った事例である。この二つの事例で異なる部分としては、前者の別府市は、元々、別府温泉という観光資源がありその観光資源を活かした地域再生であり、後者の豊後高田市は、観光資源と言えるものは何もなかったが、町の個性を掘り起こし、商店街の町並みをどうにか観光化できないかという地域再生であったことだ。元々、観光資源がある場合は、その観光資源を活かして地域再生を図ることができるが、観光資源がない地域では、観光化できる要素を掘り起こすことから始めなければならない。そして、この二つの事例に共通して言えることは、どちらもその地域に住む人々の生活や暮らしにより密着した観光地を形成することや、地域の人々しか知らない場所を提供するなど、地域の個性を反映させながら地域を再生していったという点である。

地域再生を進めるには、地域再生法を利用しつつ、それぞれの地域的特徴を生かして取り組むということになる。その場合、もっとも大事なことは、心も身も地域から離れがちな人たちをいかに、地域社会に目を向けさせ関心を持たせるか、ということになる。また、現代における地域社会は、それぞれがさまざまな地域問題を抱えているため、この地域問題の解決と地域再生をどのようにつなげるか、ということを考えなければならない。地域を再生するために観光振興を行う際の方向性としては、住民にとっては「住んでよし」すなわち、いつまでも住み続けたくなるようなまちづくり、観光客にとっては、「訪れてよし」すなわち、何度でも訪れたくなるようなまちづくりをするべきであると考える。

観光は国の将来を担う産業としての重要な役割を期待されているが、多様な価値観と心の豊かさを求めて訪れる観光客の気持ちは、海外からの観光客も国内の観光客も共通していると思われる。その多様で厳しいニーズに応えていけるのは、多様な個性を持った地域であると言える。各々の地域が、自然、歴史、文化、特産品など固有の素晴らしい資源を活かしていく必要がある。そのためには、地域の人々が協力してそれらを掘り起こし、地域ブランドとして磨きをかけ、地域の外部に発信していくための取り組みが求められる。地域が独自の取り組みを進め、地域再生を行うことによって多様な個性を生み出し、これを国が支援していくことによって国内のみならず海外にも地域の魅力を発信していくことが、観光による地域と国の新たな発展を生み出す力となる。これが、これからの地域再生、地域振興のあり方であると考える。

**参考文献**

中尾清「自治体の観光政策と地域活性化」（2008年）イマジン出版

長谷政弘「新しい観光振興【発想と戦略】」（2003年）同文館出版

山本英治「地域再生をめざして」（2005年）学陽書房

中嶋茂「観光の経済学入門－観光・環境・交通と経済の関わり－」（2002年）古今書院

**参考資料**

国土交通省観光庁（<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>）

日本政府観光局（<http://www.jnto.go.jp/jpn/>）

観光立国推進基本法（<http://www.mlit.go.jp/common/000058547.pdf>）

地域再生本部（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiikisaisei/>）

大分県別府市観光まちづくり情報サイト

（<http://www.city.beppu.oita.jp/02kankou/index.html>）

大分県豊後高田市HP（<http://www.city.bungotakada.oita.jp/>）

豊後高田市昭和の町（<http://www.showanomachi.com/index.php>）

以上すべて2012年2月8日現在