地域の宝を持続可能な観光資源に

「ＪＴＢ交流文化賞」

誘客に頑張る地域を継続的に応援していく

ＪＴＢ 田川 博己社長

ＪＴＢは7月22日に第9回「ＪＴＢ交流文化賞」の作品募集を開始した。地域（観光地）の組織・団体を対象とした「交流文化賞」と一般の旅行者を対象の「交流文化体験賞個人部門」、小中学生対象の「交流文化体験賞ジュニア部門」の3部門からなるこの賞は、ＪＴＢグループが事業ドメインとしての完成を目指す「交流文化事業」を推進するための取り組みの一環だ。なかでも組織・団体対象の交流文化賞は、地域活性化を図ろうと日々努力している人々にとってどのような意味があるのか。田川博己ＪＴＢ社長に話を聞いた。

◇◆◇◆◇◆◇◆◇

２００５年にスタートしたＪＴＢ交流文化賞はどういった経緯と目的で創設されたのでしょうか。

田川　ＪＴＢグループでは、総合旅行業から「交流を創造し、促進する」交流文化事業へ事業ドメインを拡大しており、06年には分社化して、地域に正対し、発着の事業を一体化させた仕事をすると決めた。分社化の最大のテーマは、地域の資源を掘り起こして、それをいかに「旅の力」に転換して商品化したり情報提供したりするかだ。そういう流れの中で05年にＪＴＢ交流文化賞を創設した。地元に密着してさまざまなことを開発してお客さまを呼ぼうとしている地域の取り組み、それも完成されていないけれども将来を見すえて頑張っている取り組みを応援したいと考えてのことだ。交流文化事業を表現できて、社会貢献になる大きな賞として作った。

ＪＴＢグループでは、交流文化事業の推進ドライバーとして、「ＤＭＣ」（デスティネーション・マネージメント・カンパニー）を進めている。ＤＭＣによって各地の観光資源を掘り起こしたとしても、そうした取り組みを評価する機会がどこかにないと埋もれたままで終わってしまう可能性がある。90年代の終わりから全国キャンペーン「日本の旬」を実施しているが、これは一過性のキャンペーンではなくて、地域に埋もれているさまざまな観光資源を見つけて、それを持続可能なものとして創り上げるという意義がある。地域交流は一過性のものではない。交流文化賞は〝持続可能な取り組み〟を具現化するための道具としての役割もある。

◇◆◇◆◇◆◇◆◇

――ＪＴＢグループの進めるＤＭＣについてもう少し詳しく教えてください。

田川　ＤＭＣというと、ＭＩＣＥ営業をする会社が地域に誘客する時の考え方とするのが一般的だ。ところがＪＴＢではもう少し広義にとらえており、地域にある宝を磨いて、その磨いたものをしっかりと商品化して、お客さまに提案をするところまでやる。ＪＴＢは地域事業型の会社として事業そのものとして進めている。

ＤＭＣを始めて3年経ったが、47都道府県のＤＭＣ支店での取り組みもだいぶ進んだ。現在は観光支援やまちづくりが中心だが、生活文化まで掘り下げていくのがＤＭＣの最終段階だとすれば、地元の企業やマスコミも含め、住む人を巻き込んで地域の資源を観光資源にすることにより経済を活性化する、地元の人が喜ぶ、というところまで引き上げていきたい。

観光地というといわゆる温泉地ととらえがちだが、東京や京都などは都市観光や産業観光ができるわけで、その地域地域に良さがある。まさに宝の山だ。ＤＭＣはまだまだ深堀できる。ＤＭＣを進化させ、地域づくりや商店街づくりも含めて、地域の経済や生活の活性化のために役立っていきたい。

◇◆◇◆◇◆◇◆◇

――地域づくりで最も大切なことは何でしょうか。

田川　地域の宝を探し出して、磨いて、それを商品にし、情報発信をしていくのが地域づくりのプロセスだが、このうち宝探しは地元だけではなかなか難しい。よく「よそ者、若者、ばか者」と言うように、外部の人間を使って宝探しをする必要がある。宝探しをする、商品化するのはＪＴＢなど旅行業の機能にあるが、一方で磨くという作業はツーリズム関係者ではなく地元の人がやらなければ成功しない。

例えば、熊本県山鹿市の「山鹿灯籠まつり」では、県立鹿本農業高等学校の「郷土芸能伝承部」が地元の踊り「山鹿灯籠踊り」を披露している。部活動を通して踊りを伝承し、祭りで活動成果を披露しと、若い人が地元の伝統文化に自ずと関心を持つ機会となり、地域全体で宝を磨いている好事例と言えるだろう。

豊後高田市「昭和の町」も最初は興味のある人しか来なかったが、「うちの納屋にも昭和時代の看板があった」といった具合にだんだんと町ぐるみの取り組みになってきた。自分には何でもないと思っていたものが、意外と宝だったりするわけだ。

今までは自治体や旅館、観光連盟などツーリズム関係の人ばかりが磨いていた。だが、ツーリズム関係者だけで取り組むのではうまくいかない場合が多い。地元の人が参加して、自分のためにも、町のためにもなったという実感が得られたものが長続きしている。地元の人が磨く仕組みを作るということがＪＴＢグループの役割だと考えている。4月から配置した「観光開発プロデューサー」がその役割を担っていく。

◇◆◇◆◇◆◇◆◇

――前回は石川県七尾市の一本杉町町会が最優秀賞を受賞しました。3月にこの町を訪れた田川社長は現地で何を感じましたか。

田川　観光地としての可能性はとても高いが、全体的な完成度からすればまだ伸びしろがあると考えている。「花嫁のれん」のイベントの時は華やかだが、ない時にどうするか。寒い冬に雪が降っているとき、七尾の商店街をどう活性化したらいいのか、といったことをずっと考えながら私は町を歩いた。北前船が七尾港に入って来たから、仏壇、しょうゆ、昆布などの豊かな文化がある。だが、それは点であり、面になっていないと感じた。花嫁のれんの華やかさと七尾の持っている生活文化を総合して設計図を作り変えてみたらいうツアーではなくて、そこにある生活文化を見に行く。各地に文化や歴史があるわけだから、そこで生活文化の知恵を学ぶ。そういう旅作りはまさにＤＭＣとしての大きな仕事だ。

自分の眼や肌など五感で感じるシナリオを作ることが重要だ。豊後高田の昭和の町も、看板などがきちっと並べられて商店街全体がデザインされている。そうすると年間40万人ものお客さまが来る。パンフレットなどにはここの看板は昭和何年の制作でその背景はこうといったことがしっかり書いてある。ただ町を歩くだけだと2時間で終わってしまうところが、パンフレットを持って街並みを見ながら歩いたら3倍の6時間ぐらいかかる。例えばそういう取り組みによって滞在時間や宿泊数を伸ばす。我々の仕事はそういう場と場面を作ることだ。

◇◆◇◆◇◆◇◆◇

――今年も素晴らしい作品が集まることを期待しています。

田川　完成されたものではなくても、富士山で言えば6合目や7合目にいて、これから8合目を目指して頑張っている取り組みをぜひ応募していただきたい。また、一度応募して受賞できなかったからとあきらめるのではなくて、繰り返し応募してほしい。3合目、4合目で成果が出ていないところでも、「一度応募してみるか」と気軽に考えてほしい。

交流文化賞は単に成果を表彰する賞ではなくて、継続的に取り組んでいることのプロセスを応援する賞だ。先ほど七尾は花嫁のれんの風習を活用した一本杉町のまちづくりという意味ではまだまだこれからだという話をしたが、それは地元の人も分かっていて、「交流文化賞が起爆剤になった」と言ってもらえた。それはうれしかった。七尾の町にはＪＴＢ中部にいる観光開発プロデューサーが活性化の応援をする。ＪＴＢグループはそういうフォローもしていきたいと考えているので、この機会にぜひ応募していただきたい。

地元の人が磨く仕組みをつくる「観光開発プロデューサー」

一本杉町町会「花嫁のれんのまち」のと・七尾一本杉通り「語り部処」でふれあい「茶の間の観光」

「花嫁のれん展」で行われる花嫁道中

第8回最優秀賞作品

進化し続けている町

第8回ＪＴＢ交流文化賞（組織・団体対象）で最優秀賞に輝いた石川県七尾市の一本杉町町会。ＪＴＢの受賞作品紹介によると、商店街の衰退を危惧した一本杉町町会では、古いものを残したまちづくりのアドバイス を受けて、04年に一本杉通りに5軒の登録有形文化財を申請し、まちの活性化に動き出す。この年、加賀藩だけの庶民の風習で、婚礼の当日花嫁が持参して、嫁ぎ先の仏間の入り口に飾る「花嫁のれん」を展示する「花嫁のれん展」も開催した。

以後、のれんの町として注目され、観光や視察の客が増加。通りも元気になってきた。

賞の審査では、花嫁のれん展で好評な「語り」を楽しむ「語り部処」を各店舗に作り、名古屋・東京・関西地区でも花嫁のれん展を開くなど、進化し続けている点が高く評価された。

7月5日には基本方針「一本杉通りの活性化に向けて」を掲げ、観光客誘致や空き店舗対策を重要課題にしてより一層のにぎわいの創出に挑んでいる。

第9回 JTB交流文化賞 募集中!

締め切り 2013年 9/24(火)

JTB交流文化賞は、地域に根ざした持続的な交流の創造と地域の活性化に寄与することを目的として、2005年に創設され、毎年開催しています。
自分の暮らす「まち」の魅力や取り組みを伝える「交流文化賞」と、旅先での心に残る体験記を紹介する「交流文化体験賞」を通じて、地域・文化そして人との新しい出会いを応援しています。
皆様からのご応募を心よりお待ちしています。

観光振興・地域活性化の取り組みを募集

交流文化賞（組織・団体対象）

JTBは、地域の観光交流・地域活性化の取り組みを支援・推進いたします。

●『わが“まち”に誇りを持つために』

地域活性化の活動は、従来から地域に生き続けている自然や文化、歴史などの価値を損なうことなく、地域が持つ豊富な知恵や特性を存分に活かしたアイデアを盛り込むことが重要です。等身大のまちの姿をありのままに伝えながら、まち全体でもてなす工夫を見つけた時、旅行者に新鮮な感動を与えられ、地域の皆様はわが“まち”に誇りを感じられることでしょう。そんな地域の取り組みを教えてください。

募集内容

名称	交流文化賞	応募様式	指定の応募用紙
対象	組織・団体		
テーマ	国内外を問わず、地域として、地域固有の魅力の創出・需要の創造、地域活性化、双方向の文化交流など、オリジナリティを活かした「持続可能な観光」の取り組み事例を募集します。※前回応募いただいた取り組み事例も応募いただけます。	最優秀賞	1作　賞金100万円
		優秀賞	2作　賞金50万円

旅の体験記を募集

交流文化体験賞

目で見るだけでは物足りない。五感で感じて触れあった旅の体験ほど、心に深く刻まれて人生での大きな糧となるでしょう。著名な観光地を訪れるだけではなく、自らが見つけて、知って、交流するという能動的な旅のスタイル。交流文化体験賞では、旅を楽しむあなたの、人と人とのつながりやふれ合いから生まれたエピソードを募集しています。

一般部門（一般個人対象）　ジュニア部門（小学生・中学生対象）

募集内容、応募要項など詳しくはホームページをご覧ください。

第9回 JTB交流文化賞選考委員

郵送またはインターネット※でご応募いただけます。
詳しくはホームページをご覧ください。
※交流文化体験賞ジュニア部門は郵送のみ受付

JTB交流文化賞　検索

お問い合わせ先　JTB交流文化賞事務局（株式会社JTB総合研究所内）
TEL.03(3525)4559(10:00~17:30　土・日・祝日休み)
FAX.03(3525)4565　e-mail: jtb-kbunkasho@tourism.jp

JTB 感動のそばに、いつも。