地域観光

松山市
子規庵に俳句ポスト
東京都内に初設置「俳都」のブランド 発信

「俳都・松山」のブランド化に取り組んでいる愛媛県松山市は、市出身の俳人・正岡子規とゆかりのある東京・根岸の子規庵（都指定史蹟）に投句を受け付ける「松山市観光俳句ポスト」を設置した。投句第1号は毎年夏に同市で開かれる「全国高校俳句選手権大会」（俳句甲子園）の常連校で、子規が在学した開成高校の俳句部の生徒が行った。

俳句甲子園の常連校、開成高校・俳句部の生徒が投句した

同ポストは1966年に子規生誕100年を記念して開始。設置第1号は松山城で、以後、道後温泉の旅館・ホテル、路面電車など市内89カ所に設けられている。市によると「年間約1万の投句がある」（観光産業振興課）という。

市は子規ゆかりの地やスペシャルドラマ「坂の上の雲」のロケ地などにも協力を求め、同ポストの設置を進めており、これまで熊本城（熊本市）や法隆寺iセンター（奈良県斑鳩町）など5カ所に設けられている。

県外6カ所目、都内初のポスト設置場所となる子規庵は子規終焉の地として知られる。子規庵保存会のスタッフによると年間約2万人が来庵しているが、「ドラマが始まってからは訪れる人も増えている」という。

設置セレモニーであいさつした竹田美喜・市立子規記念博物館館長は、「当時の子規に思いをはせ、子規の暮らしに触れながら、一句投じていただければうれしい」と抱負を述べた。

投句された俳句は3カ月に一度、松山に送られ、入選作を決める。入選者には年間投句選集が贈呈される。

第1号を投句したのは開成高1年の青木智さん。青木さんの句は昨年の俳句甲子園で最優秀句に選ばれている。「子規の生き方そのものが好き。（子規が）高校の先輩であることを誇りに思う」と目を輝かせ、この日は「棚奥に　手書きの詩集　年惜しむ」と詠んだ。【内井高弘】

埼玉県
09年入込客は微増
産業観光目的が増える

埼玉県はこのほど、2009年の観光入込客数を発表した。県内全市町村からの報告に基づいて推計した結果、前年比0・2%増の延べ1億1420万人で、03年以降6年連続の増加となった。産業観光の入込客数などが増えた。

内訳は県内客が5021万人（構成比43・1%）、県外客が1617万人（同13・9%）、不明が4782万人（同43・0%）。日帰り・宿泊別では、日帰り客が6446万人（同56・4%）、宿泊客が192万人（同1・7%）、不明が478万人（同41・9%）。

観光の目的別にみると、客数の上位は①各種行事・まつり見学②スポーツ③産業観光④遊園地⑤寺社参詣および文化財・天然記念物見学――。特に、産業観光は前年より163万人増加の1516万人で、4位から3位に上昇した。

埼玉県内に食品メーカーなどさまざまな企業の工場があることから、産業観光が話題になっている。八潮市にある文具メーカー、イワコーの消しゴム工場の見学などがメディアに多数取り上げられている。

火災保険を見直してみませんか？
コスト削減
AIU保険 CHARTIS 保険代理店 日昇興産
☎045-663-9321
※全国対応（受付時間）平日9：00～17：00

滋賀・長浜
ドラマ「江」で博覧会
「50作館」が先行オープン

NHK大河ドラマ「江～姫たちの戦国」の舞台、滋賀県長浜市で1月15日、「江・浅井三姉妹博覧会」がグランドオープンする。3つのパビリオンで構成され、このうちの「長浜黒壁・歴史ドラマ50作館」が12月25日に先行オープンした。ドラマの放送開始に伴う観光客の増加が期待される。

長浜黒壁・歴史ドラマ50作館

長浜黒壁・歴史ドラマ50作館は、幕末の大老・井伊直弼の生涯を描いた第1作「花の生涯」から50作目「江～姫たちの戦国」に至る、NHK大河ドラマ50作品の歴史を紹介している。

館内では、北近江にゆかりのある「花の生涯」「太閤記」「おんな太閤記」「秀吉」「功名が辻」の衣装や台本、小道具などが展示されている。特別制作された長浜を紹介する映像「大河ドラマのふるさと～近江の国・長浜」の上映もある。開館時間は午前9時から午後5時まで。料金は大人300円、小中学生100円。

江・浅井三姉妹博覧会の開催期間は12月4日まで。長浜黒壁・歴史ドラマ50作館のほか、1月15日にオープンする「浅井・江のドラマ館」と「小谷・江のふるさと館」がある。期間中に63万人の来場を見込んでいる。

首都圏から誘客 初イベント実施
京都市、東京で

京都市と京都商工会議所、市観光協会などは2月、首都圏に京都の魅力を発信するイベント「京あるきイン東京2011～恋する京都ウィーク～」を開催する。初の試み。

2月8日には東京・日本橋三井タワーでオープニングイベントが開かれる。歌舞伎俳優の板東三津五郎さん、フリーアナウンサーの渡辺真理さんと、門川大作市長とが京都の未来を語り合う「京都創生トーク」や舞子による舞が行われる。

イベントは2月8日から15日間、都内各所で実施。椿山荘での東山花灯路の再現、京都にゆかりのある場所や店を尋ねるツアーなどを行い、約15万人の来場を見込む。

12月15日にはウェブサイトもオープン、イベント情報の発信も始めた。

ぐんまちゃん家を拡張
群馬県 PR機能強化へ

群馬県は東京・銀座に開設している「ぐんま総合情報センター」（ぐんまちゃん家）を拡張、機能を強化する。空き店舗となった1階の隣接部分を新たに借りることが決まったもので、スペース拡大を受け、物産販売などのあり方を見直す。

現在は商業ビルの1階の一部と2階を借りている。イベントなどを行う2階は約200平方㍍の広さを確保しているが、物産販売や観光案内などを行う1階は約80平方㍍と狭いため、来館者がゆっくり見て回れず、物産品の品数も限られていた。

1階の隣接部分のスペースは約50平方㍍で、計約130平方㍍のスペースが使えるようになる。県は「陳列スペースの増加に伴う商品の試験販売など、アンテナショップ機能が強化されるとともに、観光案内と物産販売コーナーの分離により、サービス面も向上する」（企画課）とし、年度内にはリニューアルオープンさせたい意向だ。

中国地方の観光資源
「冬のとっておき」景色と食19件選定

国土交通省中国運輸局などはこのほど、人々が訪れたくなるような中国地方の冬の観光資源を「冬のとっておきの景色と食」と題して選定した。「三朝温泉と自然薯おぼろ豆腐」（鳥取県倉吉市、三朝町）をはじめ景色と食の組み合わせで19件を紹介している。今回の選定で春、夏、秋、冬の「とっておき」がそろった。

中国運輸局、農林水産省中国四国農政局、日本観光協会中国支部、JR西日本が共同で実施している企画。春、夏、秋、冬の観光資源に関する一般からの応募累計は、景色に786件、食に560件に達した。

有識者でつくる評価委員会で選定。選定基準は、①資源の育まれてきた由来や地域の歴史、文化とのつながり②他の地域にはない独自性③行きたい、食したいと思わせる魅力――など。

三朝温泉と自然薯おぼろ豆腐は、昔懐かしい情緒があふれる温泉街の雰囲気と、地元の名産、自然薯を練り込んで温泉水で仕上げた豆腐の味を組み合わせた。

「雪の衆楽園とそずり鍋」（岡山県津山市）は、津山藩2代目藩主がつくらせた池泉回遊式の庭園「衆楽園」と牛肉のさまざまな部位を削ぎ切りにした鍋料理「そずり鍋」。衆楽園の雪景色は美しく、各地から写真愛好家が訪れるという。

「海霧に浮かぶ瀬戸内の朝と三原の蛸」（広島県三原市）では、晩秋から初冬にかけてよく晴れて冷え込んだ日に発生する海霧と、夏とは違ったおいしさが堪能できる冬のマダコを組み合わせた。

とっておきの景色と食の企画では、2010年3月以降、春のとっておきに21件、夏に21件、秋に22件を選定し発表している。中国運輸局では3月末までに四季のとっておきをまとめた小冊子や画像集を作成し、地元関係機関や旅行会社などに配布していきたい考えだ。

冬のイベント「相棒」展も開催
東映太秦映画村

京都市の東映太秦映画村は、冬の特別イベントを開催している。2月13日まで。公開中の映画「相棒　劇場版Ⅱ」の出演俳優によるスペシャルイベントをはじめ、夏に公開される「忍たま乱太郎」の劇場アニメと実写版を記念した「忍たまらんど」のオープン、子どもたちに人気の仮面ライダーオーズのスペシャルショーなどがある。

「忍たまらんど」のイメージ

「相棒　劇場版Ⅱ」の出演俳優によるスペシャルイベントは1月8日午後1時、午後2時半の2回。出演者や内容の詳細はホームページで紹介する。2月13日までは、村内の忍び櫓休憩所で「相棒　劇場版Ⅱ」展を開催。ポスターやスチール写真が展示される。

忍たまらんどは1月1日にオープン。3月12日から公開される劇場版アニメ「忍たま乱太郎　忍術学園全員出動の段」や今年の夏に全国公開される実写版映画「忍たま乱太郎」を記念した特別展だ。ポスターやスチール写真、撮影に使用された小道具、衣装などが展示される。作品中の「忍術学園1年は組」の教室などの撮影セットも再現される。

キャラクターイベントでは、映画村オリジナルのスペシャルショー「仮面ライダーオーズ×仮面ライダーW幕末最強コンボ」などの公演がある。

早食い競争など かんぴょう祭り
宇都宮市

栃木県宇都宮市のオリオン通りで1月22日、「栃木のかんぴょう祭り」が開かれる。栃木県の干瓢は栽培面積、生産量ともに全国一。県干瓢商業協同組合主催で今回で10回目を迎える。干瓢太巻きの早食い競争、干瓢を使った創作料理の試食、チャリティイベントなどが行われる。

栗きんとん恵那栗

「飛騨・美濃すぐれもの」認定品
恵那栗など5品追加

岐阜県は12月13日、県のブランディングにつながる優れた県産品の看板商品「飛騨・美濃すぐれもの」として、恵那川上屋の「栗きんとん恵那栗」や岩村醸造の「女城主特別純米酒濃州生一本」など新たに5商品を認定した。県の魅力を全国に伝える「飛騨・美濃じまん運動」の一環。県産品と観光の一体的な振興を図っていく。

認定された5商品は、そのほか、白木恒助商店の「清酒達磨正宗アイスクリームにかけるお酒」、たかすファーマーズのチーズソース「カンコワイヨット」、浅野撚糸の「エアーかおるエニータイムバスタオル」。認定商品について県では、「戦略的なプロモーション、情報発信を実施することで、県産品と岐阜県のブランディングにつなげていく」という。

8月2日～9月10日に募集を行い、44商品の応募があった。百貨店、専門店のバイヤーなどの審査員が販売プロモーションを視野に入れて商品を選定した。

飛騨・美濃すぐれもの認定事業は03年から開始した。今年度の5商品を加え、認定商品は計136商品となった。

県では今後、これまでの認定商品を1月26日からの1週間、首都圏で販売するほか、地域とのつながりなどの物語性をかためて商品を紹介する冊子を作るなどして、積極的にPRしていく。

体験型観光の現場〈231〉
明るい未来望める年に

謹んで新春のお慶びを申し上げます。

昨年は、景気の低迷から脱しきれず、急激な円高があり、完全失業者は340万人前後で推移し、日本経済の多くは依然として大変厳しい状況が続いている。

今年こそ、経済状況も、家計の懐も好転し、地方にとっても明るい未来が望めそうな年になり、心の安らぎを感じられる旅ができるようになってほしいと願っている。

明るい話題が乏しい中にあって、HNK大河ドラマ「江～姫たちの戦国」が新年1月9日から始まる。行ったこともないが、この機会に訪れて見たいと思う十分な動機を与える力がある。そのドラマの舞台となるのは滋賀県長浜市にある主人公の「江」が生まれた小谷城である。そこからから物語は始まる。

江・浅井三姉妹博覧会のスタッフ研修会

地元では「江・浅井三姉妹博覧会」として、①浅井・江のドラマ館②小谷・江のふるさと館③長浜黒壁・歴史ドラマ50作館――の3つのテーマ館を設置しており、1月15日のオープンから12月4日の閉館まで32日間の集客に向け、準備が進んでいる。

それらの博覧会の会場スタッフ、シャトルバスのガイド、小谷城案内ガイドなど、お客さまと直接対応するメンバーに対して、もてなし研修が行われ、講師を務めた。

博覧会は歴史の舞台の入り口であり、そこで予習し理解を深めてから、ドラマの主人公と同じ舞台に立つようにする拠点としての役割が大きい。

博覧会場にだけ来てほしいわけではない。地域の宿泊、飲食、物産、交通など、地域への経済波及効果が重要である。さらには、大河ドラマがなければ触発されなかった、来る予定のなかった人が訪れることにより、その地の魅力を理解してもらい、リピーターやファン、サポーターになってくれるような対応が求められている。

それにはお客さまと受け地の人々が、案内や共通体験、交流を通じて互いの心を高める精神効果が不可欠である。風景は飽きられる。努力し、進化し続ける「人」には会いたいものである。一過性のイベントで終わらせることなく、地域の未来につながる地域力が試されている。

それは人間力でもある。受講した人には、①役割と期待と誇り②心構えと周到な準備③身だしなみ④相手が感じられる、行動で表すホスピタリティ⑤コミュニケーションや心の交流につながるあいさつや言葉遣い⑥場面や業務に合わせての行動と気配り⑦チームワークと連携――などについて話をした。

スタッフだけでなく、住民をも巻き込んで地域一丸となって旅行者を迎えなければならない。

（体験教育企画代表・藤澤安良）

地域を興す 担い手づくり 最前線
最終回

知識を集積する「組織」を

これからの観光振興にとって、「地域づくりの技術」と「集客の技術」がカギになることを述べてきた。観光によって地域を元気にする技術とともに、そうした観光に適正な集客を行う技術が観光振興の現場で必要になっている。

ただし、本当に大きな変化は、こうした技術を「地域の側」が持たなければならなくなっている点にある。旅行会社やコンサルタントはパートナーとして重要だが、地域の現場でこうした技術を持たなければ、これからの観光振興はできない。

これまで観光客を受け入れる地域の側は、素材（観光資源）の提供者にすぎなかった。旅行商品の企画は旅行会社が行い、集客、送客も彼らがしてくれた。しかし、観光をとりまく状況が大きく変わる中で、それでは地域の魅力を使った旅行商品を作れないし、集客も難しくなる。それゆえ、地域の側が旅行商品の企画者・生産者になるとともに、その流通（＝集客）も行える「技術」を身に付けることが必要になっている。これによって、地域主導による「地域づくりのため」の観光振興ができる。

この2つの技術に関する「知識」は、属人的な要素が強いだけに、これまでは「カリスマ」と言われる人たちを通じて、いわば口伝えで各地に伝えられてきた。こうした手法を乗り越えて、知識を体系化して、整理して伝えることができないかとこれまで観光人材育成講座にかかわってきた。観光振興の現場では、2つの技術についての知識を身に付ける必要を痛感し、その習得にどん欲な人が増えていることを実感している。

次の課題は、人材を育成するだけではなく、これらの知識を「組織」として集積していくことである。何かと議論が多い「観光プラットフォーム」だが、単に着地型旅行商品の集積場所を作ることが問題なのではない。本当の意味は、地域の側で「地域づくりの技術」と「集客の技術」に関する知識を集積する場所＝組織をつくることにある。観光振興における今後10年間の最も大きな課題の1つであると言える。

まだまだ道半ばだが、「着地型観光」が提起している課題を、「観光革命――体験型・まちづくり・着地型の視点」という拙著にまとめてみた。大げさなタイトルで恐縮だが、観光振興の現場で活躍されている方々に役立てば、幸いである。

（和歌山大学経済学部、2つの技術についての知識　准教授　大澤健）

行政＋観光産業＋地域内産業＋住民＝観光交流の拡大

観光関連事業者だけの観光産業ではない
地域内の一般産業も観光と無縁ではない
住民ホスピタリティなければ観光地ではない

域内4者座談会
シンポジウム
開催のご提案

観光資源とは、景勝地や名所旧跡だけではありません。
いま、求められているのは、ありのままの日常から得られる共感や感動です。
あるいは、日常の衣食住の生産プロセスを自ら確信し、安心することです。
そうした地域や場所が、観光客を呼び込み、地域経済が拡大します。
第1歩は、新たな観光資源づくりに向けた地域一体のコンセンサスです。
それは、4者が同じテーブルについて対話することから始ります。

観光経済新聞におまかせください

永年、全国で観光地活性化座談会を展開した実績は、比類ないものです。
座談会やシンポジウムの実施をとおして
地域にふさわしい方向を、座談会によって導き出すお手伝いをします。

お問い合わせ　観光経済新聞社・産業観光活性化支援室
TEL03-3827-9800　E-mail:info@kankokeizai.com
シリーズ産業観光企画書　住んでよし、訪れてよしの郷土づくり「交流人口拡大が地域のブランド化を促進」を送付します。また、ご要望に応じて企画説明へ担当者派遣にも応じます。