

2012年（平成24年）2月23日（木） 地方行政

木曜連載地域力と地域創造^⑧

欧州のグリーンツーリズムに学ぶ

地域性をトータルにマネジメントして

売り出す

金丸弘美

食総合プロデューサー

観光客の流れが変わった

全国各地に行くと、観光客の流れが変わっていると感ずることがある。

団体旅行や修学旅行を大量に受け入れ、宴会付きで品数の多い料理などを出していたホテルや旅館が立ち並ぶ温泉街。沿道には土産物店がずらりホテルなどは思い思いに建っていて、自然景観への配慮は見られない。こういった所は客が激減している。

代わって、これまで観光地でも何でもなかった所にたくさんの方が流れている。いくつか挙げてみると――。

愛媛県内子町。地域住民と行政が一体となって美しい街並みや農村風景の保存に努めており、人口1万9000人の町に毎年100万人が訪れる。商店街には戦前の建造物が残り、周辺の図書館や集会所なども街並みに合った色調に統一してい

る。農村部では古い建造物が宿泊施設や集会場に使われている。

蛇行して流れる川には昔風の石垣が生まれ、周辺の山にさまざまな木々を植えることで豊かな情景をつくり出している。こうすることにより、生き物の生息環境も豊かになる。

大分県日田市では、山の中にある大山農協直営の農家レストランに年16万人がやってくる。建物はドイツスタイルの木造建築。眼下に溪流が流れる。対面の建物が見えないように木々が植えられ、周辺の森林に溶け込んだ美しい景観がつけられた。レストラン周辺の道路も壁面に大きな石がはめ込まれており、森林と調和している。

福岡県岡垣町にある「グラノ24K ぶどうの樹」は、レストランやカフェ、結婚式場を融合させた施設で、園内に200種類の花が咲く。年間30万人が訪れる。周辺はさまざまな木々で囲まれている。園内のレストランはブドウの木の下にある。

三重県伊賀市の山間地にある「伊賀の里 モクモク手づくりファーム」には年間50万人が訪れる。レストランや体験工房などがあり、手づくりウイナー体験をはじめとする各教室に約400校の修学旅行生らが参加する。園内には雑木に囲まれた温泉、エコロジーに配慮したコテージタイプの宿泊施設がある。

和歌山県田辺市の山間地にある「秋津野ガルトン」。廃校となった小学校を利用し、レストランや宿泊施設、直売所を連携させた施設で、年間16

万人が全国からやってくる。建物は木造を主体とし、農家に囲まれた周辺の環境に溶け込むようにしている。

年間80種類のミカンを栽培しており、四季を通していろいろなミカンが食べられる。四季の花、ミカンの栽培地、周辺の景色をマップに書き込み、来客者に山間地の楽しさを味わってもらおうという趣向だ。また、農家14戸と連携した農家民泊も行っている。

長野県飯田市の山間地では、約450戸の農家宿泊に修学旅行で100校以上の生徒らがやってくる。地域にもともとあった釣りやトレッキング、乗馬、カヌー、蕎麦ば麦打ち、五平餅づくりなどを体験プログラムに組み込み、農家に宿泊して暮らしそのものも知ってもらおうという「村まるごと体験メニュー」だ。

ほとんどの所は特別な名所・旧跡があるわけではない。それなのに、たくさんの方がやってくる。それも女性客が多い。

風景に溶け込む

こうした地域に共通しているのは、山村風景をうまく生かしていることだ。建造物を風景に溶け込ませる形で景観に配慮している。そして、地域の産物をさまざまに取り入れ、来客の人たちに手づくりの料理を出している。土産品も旅館街のように仕入れ品を並べず、自ら手掛けたものがある。

著名な観光地の京都は今でも断トツに人気があ

る。こちらには伝統的建造物、宿泊施設、おいしい料理などがそろっている。見どころも食も充実しているのが強みだ。ただ、かつての町屋も家主の高齢化に加え、着物の染色工房などが時代に合わなくなってきたり、空き家が増えている。

しかし、こうした建造物の外観や構造をうまく生かし、レストランや宿泊施設に改装すれば、古い顔を持ったまま生まれ変わることができる。そういう所に、若い女性や外国人の集まる。

大分県竹田市の長湯温泉の「B・B・C長湯」は、新しい形の湯治場。B・B・Cは、ベッド、ブレイクファースト、カルチャーのこと。英国に多い農家の宿泊施設と同じである。



長湯温泉の「B・B・C長湯」

共同で炊事をするという従来の湯治スタイルを変え、コテージタイプでベッドルーム、トイレ、キッチンを備え、LANが使える部屋もある。稼働率は90%。いつもほぼ満員で、しかも長期滞在者が多い。周りの景観が美しい。緑が多くてくつろげる。ここから九重山や阿蘇山に足を延ばすこともできる。

欧州スタイルを取り入れる

リーダーやスタッフが欧州の観光スタイルを取り入れている点も共通している。

内子町は、グリーンツーリズムの先進地といわれるドイツに30年前に役所の職員を研修に行かせ、今では中学生らの国際交流を続けている。

ドイツの山間地は自然景観を保ち、農家のレストランや宿泊施設が充実している。古い建造物を維持し、かつ農村の色調を周辺に合わせるよう政策が行き届いている。料理も宿泊施設もレベルが高い。そのため、フランスやイタリアなど、国境を越えて農村に観光客がやってくる。

竹田市も早くからドイツと交流してきた。

B・B・Cのスタッフは英国も訪れている。同国もドイツ同様、農村の宿泊施設にはベッドルームやシャワーが備わっており、長期滞在による観光に向くようになっていく。

大山農協の農家レストランを推進した前理事長は、何度も欧州各地を見て回った。農家レストランや農家の宿泊施設、景観づくりを一体化することで、多くの人が農村部に観光に来ていることを

目の当たりにした。

モクモク手づくりファームの代表やスタッフはフランスを中心に、ぶどうの樹のメンバーはドイツとの交流を通じ、欧州のグリーンツーリズムの仕組みを施設やレストランに取り入れている。

欧州各国は、農業政策として農村のインフラや景観づくりに力を入れてきた。特に、ドイツは山間地の農業経済を豊かにする目的で、農家の宿泊施設の改装を支援してきた。

また農村景観でも、補助金を出して緑を豊かにする森づくりを奨励し、農村部に新しい形の観光による経済を生み出したのである。今では、農村部はそれぞれ村の個性を放ち、多くの観光客が訪れるようになっていく。その結果として、農家の宿泊・レストランが潤い、ワインをはじめとする品質の高い加工品が特産として売れていく。

県庁舞台の小説がベストセラーに

今、欧州に行く女性が増えている。欧州のグリーンツーリズムを経験した彼女たちは、景観に配慮しない日本の地方のまちづくりを悲嘆することになる。そんな彼女たちの多くが、これまで観光地でもなかった景色の良い山村に向かっているというわけだ。

海外旅行でも、これまでのような慌ただしい観光ではなく、癒やしを求めて山村に行く傾向が強まっている。

これを象徴するような面白い事例がある。作家の有川浩さんが書いた観光小説で、高知県

序に実在する観光振興部おもてなし課を舞台にした「県庁おもてなし課」（角川書店）である。「」の小説が書かれた発端は、高知県出身の有川さんが「観光特使」に任命されたことだ。

有川さんが「特使は何をするのか」と聞くと、名刺を配布してほしいとのことだった。ところが、その話があつてから1カ月たつても県庁から連絡が来ない。名刺を作るだけでひと月も連絡がない。役所は民間と感覚がずれ過ぎている。

そもそも小説家は、ほかの職業と違ってそう頻繁に名刺を渡す機会がない。それならば、高知の観光を人に知ってもらうには、名刺を配るより県庁を舞台にした小説を書いた方が早いだろう。こういうことから小説化につながったのだという。

小説の主人公は、観光立国を目指す高知県おもてなし課に勤務する入庁3年目の掛水史貴（25）。その彼が、「観光特使」就任を打診した高知出身の小説家・吉門喬介に民間とのずれを指摘され、逆に観光行政のあり方をアドバイスされる。そして、周りにも支えられながら、高知の観光振興に目覚めていくという物語だ。

この本は、発売されるとすぐに評判となり、20万部のベストセラーとなった。

発売直前に東日本大震災が起こり、有川さんは被災地に印税を寄付することを表明。その理由として、もともと地方を応援するつもりで書いたものだからとのコメントを出している。そのことも共感を持って読者に迎えられた。

本の専門雑誌「ダ・ヴィンチ」（メディアファクト

リー）が実施した「Book of the Year 2011」

の総合1位は「県庁おもてなし課」。恋愛小説部門でも1位を獲得している。映画、テレビのオフアームもたくさんきているというから、映像化されれば、さらに話題になることだろう。

ダ・ヴィンチの選評には「実在する課を扱いつつも、希望や優しさに満ちたフィクションとして現代の日本を応援するような内容となっている」とある。

自然こそが観光になる

高知県は84%が森林で、横に長く平地が少ない。交通の便も決して良くない。これは観光立県の条件としては不利だ。しかし、四万十川や仁淀川などの大きな川があり、太平洋にも面している。平地が少なかったため、開発もあまり進まなかった。海も山も川も空も、ほかの県に比べて多い。「自然こそが観光になる」が小説のテーマだ。

小説の中には県内の実在の地がいくつも出てくる。その一つに、6次産業と山間地の経済活性化のモデルとなった馬路村の農協がある。馬路村は人口約1000人。森林率は96%で、かつて林業で栄えた所だが、輸入木材に押されて主要産業がすたれてしまった。

残されたのが、ゆず。ゆずをポン酢やドリンクに加工して、県外にも売りに行つて山間地の経済につなげた。今では年間の売り上げが約30億円。80人程度の地域雇用も生み出した。儲もうけたお

金で森づくりと村づくりを始めた。

木材を多く使つて森林に調和させた建物を造り、植林に力を入れた。コマージュに登場する主人公は村の人たち。広告のキャッチフレーズには方言を使う。徹底して「村らしさ」を売ってきた。

こうして、ゆず製品を購入した人が村に来るようになった。ほぼ1000人の村に、今では年間6万人の観光客がやってくる。農協の代表理事である東谷望史さんは、欧州の山村で行われている農業景観を活かした取り組みを目指しているという。

「なぜ植林をするんですか」との質問に、「馬路の製品を購入して都会から村にやってきた人に、思い描いていた通りの田舎だったと思つてもらえるように」と話してくれた。その言葉に感銘を受けた。

馬路村は、観光のあり方のモデルとして小説に登場するのである。最近、東谷さんに会つたら、にこにこ顔でこんな一言が。「有川ファンが小説を読んで、馬路村に来よるがな」

事実は小説より奇なりである。というか、小説は見事に事実と混在して読者の共感を生み出しているのである。

さらに、「県庁おもてなし課効果」があつたかどうかを県に尋ねると、「効果はとてもあつた」とし、具体的には以下のような回答があつた。

・ 「県庁おもてなし課」をきっかけに県庁に問い合わせ、来訪する方が多くなつた

・ おもてなし課HPのページビュー数が、小説

販売前の1万2531件（半年間）から販売後は7万4395件（同）と約6倍に増えた

・ 小説と一緒に高知県のパンフレットを置いてくれる書店があった

・ マスコミなどさまざまな媒体で同課が取り上げられた

・ 「まっぶる2012」の高知版で「話題の『県庁おもてなし課』が待っている！」と紹介された（担当者2人の写真付き）

小説のプロモーション効果は抜群だったようだ。

名刺持参で入場無料

小説には、実際に行われている名刺のエピソードも登場する。観光特使の名刺の裏には、県立美術館、坂本龍馬記念館、牧野植物園など22の施設が書かれており、名刺をもらって持参した県外の方は、5人までこれら施設の入場料が無料になるというものだ。ちなみに、2011年は名刺持参の施設入場者は6500人を超えたそうだ。

名刺を著名人らに配るとするのは、どこでもやっていることだ。しかし、22の施設に無料で入れるというのは、ほかにないのではないか。しかも、これがベストセラー小説に登場したのだから、読者の間ではつとに有名になっている。

実は筆者も高知県観光特使だが、最近各地に「あつ、小説と同じだ！」と感激される。名刺だけで話題になることは、そうそうない。名刺の配りがいいというものだ。

高知県観光特使は1月現在で302人。いさかばらまきの感もなきにしもあらずだが、名刺配布数のトップは、フィギュアの制作で知られる海洋堂の創設者の宮脇修さんの5100枚（1月現在）。

宮脇さんは11年7月、四万十町の山間地にある廃校になった小学校の体育館にフィギュアやプラモデルなどを展示する「海洋堂ホビー館」を町との連携で開館させた。年間3万人も来ればいいだろうといわれたが、開館4カ月で来場者は8万人を超えた。こちらも地域の景観に溶け込んだ施設である。

「観光特使」の実際の名刺（裏面）



そして、高知県在住で、地域資源こそ活かすべきたと提唱し、実践しているデザイナーの梅原真さんがアドバイスした道の駅「四万十とおわ」も、すぐ近くにある。風景にあった木造建築。茶、クリをはじめ地場産物を使った加工品など、しっかりとコンセプトで商品開発をし、年6万人を集めるまでになった。

地域性を全体のデザインから景観、商品、食までトータルにマネジメントして売り出す。それと共に感ずる人たちが山村に魅せられて訪れている。

（「地方行政」（時事通信社）より）