

観光戦略に関する立地論的観点からの一考察

— 中津川を事例として —

有 村 信一郎

- I. はじめに
- II. 中津川の立地に関する現状分析
- III. 観光立地の事例比較
- IV. 中津川の観光立地に関する将来展望
- V. 終わりに

I. はじめに

21世紀が始まり、ITやバイオをはじめとする先端産業が隆盛を迎え、他方で従来型の重厚長大産業が苦戦を強いられている日本経済において、観光産業は有望な成長産業として認識されている。たとえば、平成14年版観光白書には「観光消費の経済波及効果は広い視野を持っており、観光は他産業の振興を牽引する21世紀のリーディング産業として期待されている」¹⁾と明記されている。また、平成15年の国民生活に関する世論調査によると、今後の生活において特に重点をおきたい分野としては「レジャー・余暇活動」を挙げるものが35.5%と、25.5%の「食生活」を引き離して1位である。そして、このうちの具体的な活動としては1位が「海外旅行」であり、続いて2位が「国内旅行」なのである。行政府も「観光立国」を掲げて、海外からの日本観光旅行者の増加を最大の目標に、国内観光資源の開発に様々な施策を展開している。これにともない、各地方行政府は地域経済の起爆剤として観光産業を中心にした戦略を展開し、民間企業も同様に活発に活動している。

観光戦略の展開において、立地論的な観点ははずすことはできない。なぜならば、観光資源は基本的に移動不可能だからである。むしろ、最近の観光戦略においては、地域の観光資源を核として個性ある街づくりを最大の目標としていることが多い。

こうした現状において、中津川も観光による地域経済の発展を目指すべく様々な戦略を展開している。たとえば、おいでん祭は伝統的な地域の踊りを復活させ、毎年、延べ10万人の観光客を集客するなど大成功を収めている。また、中津川温泉を開発し、「湯舟沢リゾート」としてやはり毎年数万人の集客に成功している。また、古くからの中山道と和菓子の伝統も

受け継がれており、特に栗菓子ブランドとして確立されている。

しかしながら、他方でこれらの観光資源が地域経済の活性化に直結しているとは言い難い状況がある。中心市街地の衰退は全国的な問題であるが、中津川も例外ではない。また、周辺の馬籠、妻籠、下呂、さらには飛騨高山などと比較した場合、観光という点においても明らかに劣っている。

本稿では、これらの問題に対応する観光戦略に関して、立地という観点からいくつかの考察を行うことを目的としている。また、最後には考察に基づいた私案を提示したい。それは端的に述べると「日帰り観光客の確保とリピーター化の促進」、「バリアフリーを中心とする高齢者をターゲットにした観光施策」の二点である。これは、名古屋という大都市圏から鉄道や車で約1時間半圏内であり、かつ周辺は特に高齢化が進行しているという立地条件を基礎にしている。以下においては、まず中津川の現状を述べ、同様の立地条件での観光地を数箇所あげて比較し、さらに私案を述べることにする。

II. 中津川の立地に関する現状分析

はじめにも述べたが、観光産業に関する関心と期待は非常に高まっている。しかしながら、日本においては、観光に関する学問的研究は多方面からなされているが、まだ端緒についたという印象が強い。香川は観光の定義を「自らの意志によって自らの楽しみのために行う旅行」²としている。しかしながら、日本の観光旅行は、団体旅行や社員旅行などこの定義から外れたものが盛んだった。その結果、日本における観光産業は、基本的には個人客の満足度よりもいかに大量の観光客を捌くかという効率性に重点を置いてきた。

立地に関する戦略においても、従来は都市部からの客を、いかに大量に迅速に輸送できるか否かが大きなポイントであった。そのために、鉄道の誘致、新駅の設置、高速道路をはじめとする道路整備などが重要視されてきた。

しかしながら、近年、観光に関する意識は確実に変化してきている。たとえば、観光行動を構成するプレイヤーとしては観光者、事業者、そして地元民の行動があり、それらはそれぞれ相互に関連しているという見方が大勢を占めつつある。³ すなわち、観光事業者の効率追及だけでなく、観光旅行者一人一人の満足度の追及、そして、それらを受け入れる側の地域地元民の満足の追求も重要な要素となってきたのである。こうした多様なニーズや満足を満たさない限り、観光における成功はありえないのが、これからの観光振興のあり方といえるであろう。

立地に関する状況も変化がおきている。たとえば、従来、重要視されてきたアクセスの容易性に関しては、より気軽な日帰り旅行と、他方で非日常を求めて、遠く不便な場所が却って人気を呼ぶなど、二極化の傾向にある。また、情報発信に関しては、情報技術の進歩によって、より簡単によりタイムリーにより詳細に発信することが可能となってきた。こうした状況を踏まえて、中津川の観光に関する現状を、みていくことにする。

まずは中津川の位置である。中津川は岐阜県の最東部にあり長野県との県境に接している。岐阜県は日本のほぼ中心の内陸部に位置し、県庁所在地である岐阜市を中心とする西部（西

濃地方）と中津川がある東部（東濃地方）、そして北部山間部（飛騨地方）と大きく3地域に分類される。県内のそれぞれの地域間アクセスはよいとは言えない。名古屋を中心に三分されている状態であり、たとえば中津川から岐阜への直通の電車はなく、道路事情も国道21号が対面通行で一本あるだけである。このことは地域の人々の考え方にも大きく影響しているようで、それぞれの地域はあまり連携がないように感じられる。

さて、中津川への交通アクセスであるが、名古屋からは、JR中央本線の特急で約50分、快速で約70分で到着する。また、自動車の場合、中央自動車道を利用して約60分、国道19号を利用して約2時間の位置にある。この位置は、東京圏と異なり、名古屋圏では周縁部とみなされ、その経済的恩恵を直接的に享受することはなかなか難しい状況である。しかしながら、将来的にはリニア中央新幹線の開通により、より利便性が増大する可能性もある。

つづいて、中津川の人口は約55,000人。2005年度には周辺市町村との合併が実施され、約7万人となるが、今後、急な増大は見込めない。むしろ緩やかに減少傾向にあるといえよう。周辺の恵那市の人口が約4万人であり、その隣の瑞浪市は約4万人である。面積に比べて人口が少く、年齢構成としては高齢化が進んでいる。65歳以上人口は22.4%と全国平均の18.9%を上回っている。この傾向は今後、拡大こそすれ縮小することはないと思われる。この対策としても観光産業を推進する利点があると考えるが、後に述べることとする。

このように、中津川は典型的な過疎地域予備軍の地方都市であるが、産業に関しては、中津川中核工業団地の造成により、事業所数、製造業出荷額ともに順調に増加していた。残念ながら、近年は微増に留まっているが、主要大企業としては三菱電機、王子製紙、富士通テンなどが進出している。特に三菱電機と王子製紙は古くから進出しており、市の製造業の中核をなしている。この結果、東濃周辺地域の中では工業出荷額が突出している。

以上が中津川の一般的状況であるが、ここからは観光産業に絞ってみていく。中津川では観光産業は重要な産業として位置づけられる。近年の観光客数は年間100万人前後で推移している。⁴ 100万人の観光客を集める都市は日本でも有数であると思われるが、具体的には、どのような観光資源を持っているのであろうか。

通常、観光対象を構成しているのは観光資源と観光施設である。⁵ 観光施設とは観光資源に含まれる場合もある。そして、観光資源は人文観光資源、自然観光資源、複合型観光資源に分類される。人文観光資源とは人間が作り出した有形・無形の産物。祭りやイベント、建造物、生活様式など。自然観光資源はその名のとおりの自然景観。複合型観光資源は田園景観や町並みなど人文観光資源と自然観光資源が密接に結びついたものである。

中津川の観光資源については、まずは自然観光資源が豊かである点が指摘できよう。南部には恵那山がどっしりとかまえ、街中には木曽川をはじめ、付知川、中津川、四つ目川などの清流が流れている。中津川市の特徴として水の流れる音が聞こえる町であるとの評もある。他にも、根ノ上高原、付知峡、坂下町の花の湖など豊かな自然資源にはあふれている。

つづいて、人文観光資源であるが、これは中山道宿場町としての蓄積が大きい。街中にはいまだに当時の建物が点在しており、また、2004年度には歴史資料館も開館した。また、宿場町以来の伝統的な栗菓子もある。栗菓子を扱う店にはすやや川上屋などの江戸時代よりの伝統を持つ店も少なくない。外食はもっとも気軽に楽しむことのできる余暇活動であり、

中津川の場合は、栗菓子という非常に競争力のある食資源を持っている。したがって、これと日帰り観光の組み合わせを考える必要がある。たとえば、有名和菓子店めぐりや、現在でも行われている姫街道お菓子祭りなどは今後、大きく発展する可能性がある。

また、8月行われるおいでん祭は江戸時代に行われていた風流踊りを復活させ、毎年延べ10万人を集める一大イベントとなっている。中津川温泉として第3セクター方式で開発された湯舟沢リゾートは、開設当初は30万人を越えていたが、近年は26万人前後で停滞気味である。

複合型観光資源としては周辺地区ではあるが合併予定の山口村にある馬籠が有名であろう。島崎藤村の「夜明け前」の舞台ともなった馬籠宿は、町並みが整備され、近隣の妻籠宿と並んで観光スポットとして確立されている。

では、これらの情報発信についてはどのような状況であろうか。現在の観光産業において、情報発信は死活問題である。同時に徹底的なマーケティングが必要である。観光情報発信において必要とされるのは、いまや観光を総合的に享受できることのできる情報である。そこに必要とされるものは舞台装置、シナリオ、不定形の魅力、インタラクティブ・チャンネルである。⁶ この視点から中津川の現状を見ると、まだまだ工夫の余地があると思われる。一般的にはHPの整備、観光旅行会社とのタイアップ、都市部へのアンテナショップの開設などが有効な手段として考えられるが、これら手段は一般的過ぎて埋没する可能性が高い。すると、より効果的な情報発信は、情報受信者をより特定する必要がある。たとえば高齢者にターゲットを絞った場合には、さらに効果的な情報発信が可能であろう。具体的には、各種関連NPOや特養老人ホームなどとのタイアップなどが考えられる。

さらに、2003年度に中津川市内3ヶ所において実施したアンケートを基に、特に立地論的観点から中津川の観光に関する現状をみている。⁷ このアンケートは、JR中津川駅前、国道19号バイパス沿いの和菓子屋（すや西木店）および馬籠において、不特定の観光客に対して直接聞き取ったものである。

まず、第一に東海地区からの来訪が多い。特に和菓子屋の場合はそれが顕著である。同じ岐阜県内よりも愛知県、おそらく名古屋からの来訪が多いということは、中津川が名古屋圏にあることを示している。また、先に述べたように、岐阜県内のアクセスの悪さと、名古屋を中心とした配置になっていることも明らかであろう。

第二に来訪手段についてであるが、自動車が7割弱、電車が2割弱、残りは観光バスなどである。電車は名古屋から中津川へは一時間に、特急を含めて約3本しかなく、不便である。また、市内を観光する足も整備されているとはいいがたい。この結果、自動車を利用する観光客は19号線バイパスを利用して、中津川市内を素通りするケースが大半を占めていることである。たしかに、馬籠や妻籠などの近隣観光スポットへの観光や、すやや川上屋といった栗菓子で有名な店はバイパスを利用すれば事足りる。また、市内には大型観光バスが駐車できるスペースが最近までなかったことも原因である。しかし、市内へと足を運ばせる魅力ある観光資源が存在しないということが一番の問題であろう。

他方、電車を利用する観光客はJRのウォーキング企画で来ている客がほとんどであった。これらの観光客は高齢の日帰り客である。これらの客を増加させ、市内を回遊させることで、地元経済への波及効果も大きくなると思われる。

第三に、観光にかかる一人当たりの平均予算は1万円未満が4割、逆に3万円以上は約1割となった。これは宿泊を伴っていないということが考えられる。観光客の大半が東海地方からであり、先にも述べたように数時間でアクセス可能であるという立地条件から妥当な結果であろう。

第四に、観光目的は、馬籠散策、和菓子の購入が6割を占め、他の観光地への立ち寄りが3割弱、市内への立ち寄り1割未満であった。先にも述べたが、市内への吸引力はきわめて低いことがうかがえる。

第五に、中津川を観光地として意識する場合、ハードへの要望については温泉と名産品店が大半を占めた。しかし、温泉はクアリゾート湯舟沢、あるいは下呂があり、名産品店も駅前に小規模ながらも完備されていることを考えると、アピール不足であるといえよう。あるいは魅力に欠けることも考えられる。

第六に、観光客の情報源は雑誌・情報誌が2割で一番多かった。その他、口コミも1割以上あったのに対し、インターネットはほとんど利用されていなかった。これは訪問者の年齢層からも妥当な結果だといえる。今後はこうした高齢者層をターゲットにするか、あるいはより若年層を取り込んでいくかを決定すべきであろう。後述するが、私見では高齢者層をメイン・ターゲットにすべきであると考ええる。

第七に、リピーターの割合が8割を占めた。これは観光満足度が高いということであり、より高い満足を提供するべく努力を継続すべきである。このリピーターを細かく分類すると、1～5回の客が馬籠に多いのに対し、和菓子屋の訪問客は5～10回とより再訪回数が多かった。つまり、馬籠は1回か2回行けばよいが、和菓子は何度でも欲しいということを示している。和菓子は毎年栗の季節があり、また、新作が出るなど目新しい展開を提供することが比較的容易である。また、大都市圏である名古屋から、日帰りが可能である点も大きく影響していると思われる。

以上がアンケートの結果である。ここから観光産業が成功する可能性は大きい、それが全体の経済発展にまで直結していない状況がうかがいあがる。これは、特に市内への流入が少ない点から明らかである。これは、単純にハード的な観光資源だけの問題ではないと考えられる。

従来は観光産業を構成する資源とプレイヤーのうちの業者と観光客に焦点を合わせてみてきた。しかし、先にも述べたように、今後の観光産業においては地元住民も大きな役割を果たす。すなわち、訪れてよい町と住んでよい町を統合する必要がある。そのためには地元住民の生活者としての視点が重要である。⁸ 中津川の場合、住民の意識が非常に低いのが現状である。まずは全市民を巻き込んだ論争が必要であろう。市民の買い物満足度調査によると、商店街のホスピタリティの低さが浮き彫りになっている。ホスピタリティとは観光客を手厚くもてなすことである。東京ディズニーリゾートがよく例としてあげられるが、共通の目線、相手との調和が重要である。これは今後の高齢化社会における観光において非常に重要であると考えられる。中津川の場合、ホスピタリティに関する諸問題が大きな改善点であろう。これに成功したとき、よりいっそうの観光振興が可能になると考えられる。

Ⅲ. 観光立地の事例比較

以上、中津川の観光産業に関して、立地的な観点から検討してきた。ここからは中津川と他の地域を比較することで、その優位性と問題点をより明確にすることにする。比較対象として選定したのは、大都市圏から約1時間圏内で、中小規模の都市である。それらは同じ名古屋圏から約60分の三重県亀山市および関町、滋賀県長浜市、そして東京・池袋から約40分の埼玉県川越市の3都市である。これらは中津川と同じような立地条件にあり、観光を主たる産業のひとつとして捉えている都市である。ただし、長浜、川越が成功しているのに対して亀山は成功とは言い難い状況である。それぞれの要因を探りつつ、中津川と比較していくことにする。

第一は三重県亀山市および関町である。亀山市と関町は、三重県の北部に隣接しており、人口約4万人および7千人の小都市である。両市町は2005年（平成17年）1月に合併を予定している。名古屋からはJR関西本線で約60分、自動車を利用の場合は、東名阪自動車道を利用して約40分と、中津川と似たような立地状況にある。その他にも、65歳以上人口が20%と高齢化が進展している点、リニア新幹線の停車駅を誘致しているのも共通点であるといえる。

亀山市は古くは豊臣秀吉によって設計された亀山城を中心に、江戸時代は伊勢亀山藩の中心地として、また、東海道の宿場町として栄えた。特に関町には江戸時代の街並みが保存され、国の重要文化財にも指定されている。

亀山市の場合は、関町との合併により歴史観光の発展を本格的に進行させようとしている。そのキャッチフレーズ「豊かな自然・悠久の歴史、光ときめく都市」からもわかるように、観光産業を新市の中心的な産業として振興を図ろうとしているのである。⁹ この点において、中津川と山口村馬籠との関係に酷似しており大いに参考になると考えられる。

その中心となるのは、関町の国の重要文化財に指定されている江戸時代の町並みゾーンである。その方針は「地域の日常生活と調和させながら賑わいのある観光資源として振興を図る」ということである。

関町の保存対象地区は東海道53次において、唯一、当時の町並みが残っている地区であり、1984年（昭和59年）に、国の「重要伝統建造物保存地区」に選定された。¹⁰ 関町関宿重要伝統的建造物群保存地区は、東追分、西追分の間、約1.8km、2.5haに及び、その中央には国の重要文化財にも指定されている関地藏院がある。現在の町並みの基本構造は、戦国末期にできたものとされている。

江戸時代に入り、関宿も東海道の正式な宿駅として整備され、伊勢別街道及び大和街道との分岐点となり、大いに栄えた。たとえば、江戸時代末期の1843年の「東海道宿村大概帳」によると、家数632戸、人口1,942人、本陣2、脇本陣2、旅籠屋42となっており、東海道屈指の宿場であったと思われる。中津川宿が家数175戸、人口1,217人であったのと比較しても、その繁栄ぶりがうかがえる。

こうした町並みとともに歴史を伝える資料館は、関宿旅籠玉屋歴史資料館と関まちなみ資料館の2箇所がある。

玉屋（旧村山家）は、関宿を代表する大旅籠のひとつであり、実際に使われていた道具類、

庶民の旅に関係する歴史資料、歌川（安藤）広重の浮世絵などを展示している。もうひとつの、関まちなみ資料館（旧別所家）は、関宿を代表する町屋のひとつである。町屋で使われていた道具類や、関宿に関する歴史資料などを展示し、町並み保存事業による関宿の町並みの移り変わりなどもわかるような展示内容になっている。

中津川でも中山道資料館が2004年によりやくオープンしたが、まだまだ認知度は高まっていないようである。しかしながら、保存資料は地元の歴史を中心に、古代から近代にかけて幅広く集められており、充実している。馬籠の藤村記念館やその他、資料博物館などとの連携を図る必要がある。また、中津川駅からのアクセスが少し不便であり、駐車場の整備も遅れており、今後の課題であろう。

さて、亀山市のこうした町並み保存事業は1980年（昭和55年）に関町町並み保存会の発足から始まった。事業の対象である保存地区は、4つの地区に大きく分かれ、その町並みはそれぞれ特色のある表情をもっている。現在、保存に関しては次のような方針の下に行われている。¹¹

第一に「町並みを守り伝えていくために」である。関宿には、江戸時代後期から明治時代にかけて建てられた町屋が200棟以上存在する。こうした歴史的建造物を守り伝えていくために、居住者の協力を得てその保存修復工事を行っている。また、新しい建物についても、周囲の町並みと調和するよう様式などに基準を定めている。

第二は「町並みにより親しむために」である。先に述べた関宿にある二つの資料館では、四季の展示や折々の企画展を開催し、観光客を呼び込もうとしている。同時に、お祭りなどの無料公開や、各種講座、小中学生の郷土学習、町並み保存会の学習会など、地域住民にも様々なサービスを提供している。このことは、観光が地域住民の協力無しには成立しないということを明確に認識しているといえよう。

第三には「町並みの特性をわかりやすくするために」というものである。具体的には道路舗装と電柱撤去である。東海道の地道風カラー舗装を行うことで、建物の保存だけではない味わいが生まれている。また、中町地区の無電柱化を行っている。これらは同時に、地域住民の住みやすさも実現しているといえるであろう。細かい部分では、地区内の小公園や案内板等についても、その場所の歴史的特性をふまえ、町並みとの調和が考えられている。中津川においても旧町名を復活させるなどの細かい動きは既に行われており、今後はそれらの知名度をアップさせることが大切であろう。

最後は「みんなの力をまちづくりに」ということである。これは地域住民の参画を明確に謳っている。たとえば、町並み案内ボランティアガイドという制度を作り、観光客の案内に派遣している。また、町並みの中心にある公園は、住民参加型ワークショップによってデザイン案が作られたのである。加えて、常設的な試みとして、関宿町並み保存会は、毎月玉屋で学習会を開催している。先にも述べたように、観光産業による地域振興のためには、地域住民の参画は最低限の必要条件である。

今後はこうした地元の努力に加え、交通網の一層の充実も予定されている。従来は、自動車道に関しては、比較的、整備されていたが、鉄道アクセスに関しては、JRのみであり、近鉄が開発してきた伊勢・志摩方面との連携が不便であり、その分だけ、観光地としてのア

ビールに欠けた。しかしながら、それは、第2名神高速自動車道とリニア新幹線の開通によって、ある程度は改善が見込まれる。これにより、大都市圏からのアクセスが容易になり、観光客の増加が予想される。もちろん、アクセスの改善には内容の向上も伴わなければならないのは当然である。

これらの施策は、先にも述べたように中津川とのケースにおいても十分に応用可能である。特に、合併による周辺地域との連携強化、地域住民の観光事業への参画の促進と同時に、住民満足度も増加させる試みは、21世紀の観光産業のあり方としても大いに注目すべき点であろう。

第二に、滋賀県長浜市のケースについてみる。長浜市は滋賀県の琵琶湖の東湖畔に位置する。京都からは約60分、名古屋からは90分である。自動車では、名神自動車道を経由し、北陸自動車道を利用して、京都、名古屋から、ともに約70分である。

もともとは豊臣秀吉が織田信長から封じられ、城を築いたことから本格的に発展した土地である。町自体の人口は約6万人と小規模であるが、現在では、中心市街地にて展開される黒壁の町並みが人気であり、年間200万人以上が訪れる一大観光地へと発展した。県外からの観光客が8割を占め、女性のリピーターがその多くを占めている。長浜の成功はハード面で情報を発信し、ソフト面の充実でリピーターを掴んでいるという点が重要である。

このような発展を遂げている長浜の黒壁であるが、80年代は1時間に人4人と犬1匹しか通らなかったという逸話が残るほどの寂れた商店街であった。その原因は、第一に大型小売店舗が郊外に進出してきたこと、第二に城下町であったために市街地の道が狭く、車が進入しにくいつくりになっていたこともあげられる。まさに中津川と同じような状況であった。しかし、平成元年以来わずか10数年で、それまで普通の建物だった商店が少しずつ黒壁に作り変えられ、現在その数は30店舗を数えるまでとなっており、年間200万人の観光客が訪れている。黒壁スクエアの第1号店は明治時代につくられた黒壁建築の古い銀行を地元の第3セクターが買い取りガラス工芸の店としてリニューアルしたものである。

このガラス工芸は新たに引き入れた文化である。現在の観光振興においては、地元の資源を活用するというのが大前提となっているが、それをあえて外している。きっかけは、黒壁社長であった笹原氏がベネチアなどに行った時に、町の活性化に重要な役割を果たしているのを見て導入を決定したのである。当然、文化の移植は困難であり、失敗に陥ると考えられたが、ガラスに関して徹底的に研究し、世界的なブランドを構築することで成功した。しかも、既存の長浜の文化との融合を巧みに行っている。現在、「リフレクション・クロカベ」というブランドが設立されているが、桃山文化をイメージしたものになっている。長浜は豊臣秀吉ゆかりの地であり、秀吉の時代に花開いた桃山文化を取り込み、また、建物は古くからの町並みをいかすなど、既存文化との融合を図っている。

また、それ以外にもカフェやフリーマーケットなど多様なものを吸収しつつ、統一感を保つということに成功している点も重要である。これは黒壁というハードが役に立っているといえよう。通常、ハード先行型の観光振興事業は失敗に終わることが多いが、提供するソフト・コンテンツを充実させたために、相乗効果が現れたのだと考えられる。

もうひとつの成功要件は、優秀なリーダーの存在が挙げられる。¹² これらの多様な事業を、

地域全体で行うのは、利害が錯綜するために非常に困難がともなう。しかしながら、現在、株式会社黒壁の株主は地元企業40社あまりであり、行政と民間が協力体制を築いている。

もちろん、最初はなかなか協力を得られなかったのであるが、しかし、株式会社黒壁の社長を務めた笹原氏が粘り強く交渉を行った結果、今日の成功に結びついている。この笹原氏というリーダーの存在が長浜の成功のもうひとつの原因である。通常、第3セクターは失敗がほとんどであるが、この原因はリスクを背負ってチャレンジする人間がいない、責任がどこにあるか不明確なために決断が遅くなることにある。しかし、株式会社黒壁の場合、笹原氏がきちんと自分でリスクを負い、そのうえで他を説得した結果、多くの賛同者を得られたのであり、それが成功へと導いたといえよう。

最後にサービスの充実も成功の要因のひとつである。たとえば、建物の中には、株式会社黒壁のアルバイトスタッフが常駐し、親切に対応してくれる。このアルバイトスタッフの多くは地元の奥様方で、単なるお金稼ぎではなく、長浜、黒壁のことをもっと知ってもらおうというどちらかというと観光ボランティア的な感じである。教育が行き届いており、顧客第一主義の考え方が浸透している。

長浜の事例の示唆するところは、結局のところ、立地理論において最重要視されるはずのマーケットからの距離はあまり関係がないということである。京都という世界的な観光地の近くであり、大都市圏からの交通の便もさほどいいわけではない長浜でこれだけの成功を収めていることがその証左となりえるであろう。大分の湯布院温泉の例をみても、現在の観光振興において最も重要であるのは、サービスとコンテンツであり、距離や交通アクセスは付随条件に過ぎないといえるのである。

最後に、埼玉県川越市の事例を見ていく。川越市は、埼玉県の西部に位置する。東京から約40km圏内であり、中津川と比較すると都市部により近い。交通アクセスとしては、池袋からJRで40分、東武線で約30分である。川越街道を利用して約60分。関越自動車道を利用すると練馬から約20分である。

古くは江戸時代に川越藩がおかれ、江戸との商業によって発展してきた町である。明治時代には埼玉県下一番の商業都市として発達し、それは現在も残る蔵作りの景観から偲ばれる。その後も、商業として発達したが、近年は拡大する首都圏のベッドタウンとしても発展している。人口は約35万人であるが、65歳以上人口が14.5%と低いことからそれはうかがえる。

こうして、東京近郊の典型的な衛星都市としての性格を持つ川越であるが、異なる点がある。それが、小江戸情緒を残す町として、蔵作りの町並み保存を展開している点である。その結果、現在では東京近郊における手軽な観光地として年間約400万人の観光客が訪れている。

川越の観光資源の目玉は蔵作りの町並みである。これを中心に、博物館、寺院、祭りなどを展開している。地域に残る複合型観光資源を十分に生かした展開となっている点に注目すべきであろう。この蔵作りの町並みの始まりは江戸享保年間であった。この時期、江戸では火事が多く、その対策として幕府が蔵作りの商家を作することを奨励した。これに倣い、川越の商家も蔵作りにしたのが始まりである。江戸時代の商家は現存するものもあり、国の重要文化財に指定されている。さらに、明治26年には川越大火が起り、市街地の約3分の1が

消失した。この後にも蔵作りの建物が多く建てられ、現在に至っている。

この町並み保存は1971年に蔵作り家屋の重要文化財指定から始まっている。具体的・実質的な町づくりの動きが始まったのは、1983年の「蔵の会」の結成からである。¹³ この蔵の会は地元市民が立ち上げたボランティア組織である。そして、伝統的建造物保存地区としての指定を受けたのは1999年である。この間、首都圏が拡大し、開発が急激に進行したことが、町並み保存の遅れを招いた原因であろう。町の中心部に位置したために、開発による利害関係調整がうまくいかなかったのである。しかしながら、ようやく、現在、その成果が現れつつある。

その中心となるのが蔵の会であるが、この会の目標が①住民が主体となった町づくり、②北部商店街の活性化による景観保存、③町並み保存のための財団形成の3点である。この特徴は、現在の観光振興における重要な要件と見事に重なっている。すなわち、地域住民が主体となって、観光の振興とともに地域の活性化も同時に実現するという点である。単なる景観保存ではなく、商店街としての機能も充分に持たせることで、これを実現しようとしている。長浜の黒壁が、観光地として成功している一方で、商店街としてはむしろ衰退しているという点を考えると、この川越の事例は、中津川にとって、より参考にする点が多いと思われる。

中津川の場合と考えると、手軽な日帰り観光地として確立されている点、商店街としての機能と観光資源としての機能を両立させている点などが参考になると考えられる。しかしながら、先にも述べたように、商圏人口が大幅に異なる点などは留意しなければならないであろう。以下においては、これら、三つの観光地のあり方などを参考にして、中津川の今後の展望について述べていきたい。

IV. 中津川の観光立地に関する将来展望

これまで、三つの観光地のあり方を見てきたが、中津川の今後に関して、応用可能な点は以下の三つである。第一には周辺地区との連携である。亀山市の事例では、関町との合併で、よりスムーズかつ効果的に連携することが可能になりそうである。関町の歴史的町並みという観光資源を軸に、これまではあまり注目されていなかった亀山城を中心とした資源も活性化を見込むことが可能である。中津川の場合も、馬籠地区との連携を、将来予想される山口村との合併を機に強化すべきであろう。実際、中津川資料館の開設とともに、馬籠の藤村記念館などとの連携は進みつつあるようである。

第二に長浜の事例で見たように、複数の観光資源に分散するのではなく、ひとつの軸を中心に集中的に投資を行うことである。その際には、地域住民の強力なコミットメントが必要である。長浜の場合、犬しか通らないほどの危機的状況に陥ったことが逆に強いバネとなり、現在の成功につながっている。笹原氏という強力なリーダーが存在したことは重要な要因ではあるが、彼一人では成功はおぼつかなかったであろう。地域住民の危機感が、笹原氏という触媒を通じて反応を起こしたといえよう。

中津川の場合、この危機感が薄いようである。特に、中心市街地の商店主にそれが感じら

れない。様々な市民アンケートやインタビューなどの結果を見ても、商店街での対応の悪さは指摘されている。危機感が薄いために、ホスピタリティに欠ける結果を招き、同時に変化を好まない状況ができあがってしまっている。こうした状況を打破するために、行政や商工会議所なども従来以上に働きかける必要があるであろう。

第三に観光と商業の両立の模索、あるいは連携の強化である。ある商店主とのインタビューにおいて、観光資源の開発が中心市街地商店街の発展とは直接つながらないという話を聞いた。この感覚は、先の観光に対する商店街の反応の悪さにもつながっている。観光が商店街の活性化に直結することになれば、考え方も変わってくるであろう。川越の場合、観光資源の開発は地域の商店街のメンバーが中心となって、その活性化の手段として検討されてきた。先に、行政の役割が重要であると述べたが、それはあくまで仕切り役、露払いの役割であり、中心となって活動するのは地域住民、商店主であることが重要であろう。

以上の点を踏まえ、最後により具体的な私案を述べてみる。第一は日帰り観光客の確保とリピーター化の促進である。名古屋からの手軽なアクセスを考えると宿泊客を増加させるよりも効果的であると思われる。¹⁴ 現在の旅行消費傾向は「近場で短期間で安く」と「一点豪華主義」の二極化が鮮明になっている。中津川の場合、前者をターゲットとして徹底的にそのニーズにこたえることが重要である。また、一度きりではなく、何度も足を運びたいくなるような仕掛けを作るのである。たとえば、現在も栗菓子求めて、秋には大勢の観光客がやってくる。このような年中行事を企画し、それらを点ではなく線でつなげる工夫をしなければならぬ。恵那や下呂とも連携することも必要であろう。

これらの点を考慮すると、ターゲットをより絞ったほうが効果的である。第二として中津川の場合は、高齢者をターゲットとするべきであろう。その理由は複数ある。まず、高齢者の場合、車よりも電車、バスの利用が多い。したがって、より中心市街地への入り込みが多くなり、結果的に商店街の活性化にも貢献するからである。また、そのためには、町全体を高齢者に優しい町に変貌させなければならないが、これは結局、市内の老人たちを街中に引っ張り出すことにも役立つことになる。結果として、観光を通じて地域住民の生活改善に貢献することになるのである。

そして、これらの二つの施策をハード的だけではなく、ソフト的により対応することが重要である。たとえば、高齢者へのバリアフリーというよくあるのは段差をなくしたり、車椅子を常備したりといった施策である。しかし、それら是对応策に過ぎない。歴史的資源や自然資源においてバリアフリーを実現するのはその魅力を損ねる可能性もある。そこで、人による補助などのソフトによって対応することが重要なのである。NPOやボランティアを組織し、ソフト的な対応をとることによって地域の魅力が高まり、リピーターの確保が促進されると考えられる。この、ボランティアなどには地域の老人を組織すれば一石二鳥の効果があろう。ソフトによる対応は、口コミを誘発する。口コミによる情報伝達は、マスコミを通じたものよりも、速度は遅いかもしれないが、効果は大きい。なぜならば、大げさに言えば、琴線に触れる実体験を通じたものだからである。特に、高齢者には効果的であろう。以上の点からソフト面での充実、特に、人的資源の育成・活用が最重要課題である。

V. 終わりに

中津川は年間100万人の観光客を誇り、また、栗菓子などでの知名度・ブランドもありながら、これまで地域の活性化には直結していない部分が多かった。潜在的な能力は非常に大きいと思われるが、十分に活用されているとは言い難い状況が続いてきた。その原因は、やはり地元住民のコミットメントが希薄である点であろう。より直接的に言えば、地元商店街の各商店主のコミットメントである。観光を通じた地域産業の発展の中心的プレイヤーであるはずの彼らの力が十分に発揮されているとはいえない状況が、現状を招いたといえる。この点に関する改善がみられなければ、最後に述べた私案も、その他の活性化策もすべては失敗に終わるであろう。

最後に、中津川の事例および比較対象とした事例から引き出される一般的な考察を述べて終わりとしたい。立地の観点から見ると、上記4つの事例はいずれも大都市圏からほぼ1時間圏内であり大きな違いはなかった。しかし、亀山と中津川がその利点を生かしきれていない一方で川越は成功していたといえよう。もちろん、首都圏と名古屋圏ではマーケット人口の違いがあるが、首都圏ではライバルが多数あり、その点を考慮するとむしろ健闘しているといえる。また、長浜はアクセスの悪さを感じさせなかった。この点から、今後の観光においては大都市圏からのアクセスの良さは十分条件であっても必要条件ではないということが言えよう。このことは、湯布院温泉や洞爺湖ホテルの事例を見ても明らかである。すると、立地の観点から見て何が差別要因になるのか。それは、やはり地域資源であろう。その地域にしかない、見ることができない、手に入らない何かを徹底的に追求することである。その地域の人々にとっては当たり前の物事も、他地域から来る観光客にとっては興味の対象となりうるのである。

また、地域の人的資源の徹底的な育成と活用も重要である。都市部の資本を導入することは、地域を客観視するためには必要であるかもしれない。しかしながら、実際に行動するのは地域の人間でなければ、その地域の本当の良さを提供することは困難である。また、観光事業に対するコミットメントも異なってくるであろう。

この2点は、以前から指摘されていたことでもあるが、これらを地域のコア・コンピタンスとして、より経営的感覚をもつことで従来とは異なる展開を得られる可能性が高くなるであろう。地域資源へのアクセスではなく、その地域資源自体の充実を図ることがより重要である。

〈注〉

- 1 平成14年版観光白書, 1 頁。
- 2 香川眞「観光者、事業者、地元民による相互作用」『AERAMook観光学がわかる』朝日新聞社, 2002年, 10頁。
- 3 同上稿, 11頁。
- 4 中津川市統計より。
- 5 瀬田信哉「行きたいと思わせる魅力」『AERAMook 観光学がわかる』朝日新聞社, 2002年, 15頁。
- 6 佐藤喜子光「システムオーガナイザーに進化中」『AERAMook観光学がわかる』朝日新聞社, 2002年, 18-21頁。
- 7 アンケートの内容、数値については別に掲載しているので参照のこと。
- 8 溝尾良隆「まちづくり」『AERAMook 観光学がわかる』朝日新聞社, 2002年, 30-33頁。
- 9 亀山市・関町合併協議会『新市建設計画 新市まちづくり計画』2004年。
- 10 関町HP <http://www.town.seki.mie.jp/machinami/index.html> より。2004年10月確認。
- 11 同上HP。
- 12 長谷政弘編著『新しい観光振興』同文館出版, 2003年, 108頁。
- 13 溝尾良隆, 前掲稿, 33頁。
- 14 同様の方向性を目指している例として千葉県佐原市などがあげられる。『日経グローカル』no.1, 2004年, 26-27頁。