

# 第1章 はじめに

## 1. ここでの観光まちづくりとは(目指すところ)

人口減少時代を迎えて、特に地方都市では、街なかの空洞化や山間部の過疎化が続いています。しかし、一部の地方都市では、外と中の人との交流から、ローカルな資源やライフスタイルに根ざした小さな経済活動が生まれることで、遠くからも人を惹きつけ、人と人との交流や賑わいが生まれる場所が発生しています。

そのような場所では、今まで別々に行われる場合が多かった、地域が主体となって行う継続的な「まちづくり活動」と、「外から人を呼び込む活動」が、まちに根ざした創発人材<sup>\*</sup>の活動によって一体的に取り組まれ、自治体と連携の下、小さな経済活動の種が育ちやすい土壌がつくられていました。

個性的で素敵な暮らしが失われていたり、体験しづらくなっているまちにおいては、外の人々の力も借りて、潜在的な資産を見つけ出し、光を当てたり、新しい形で創り出したりして、内外の人に体験できるようにする土壌づくりから始めることが必要です。

このガイドラインにおける観光まちづくりは、まちに根ざした創発人材が、上述の土壌づくりに継続的に取り組んでいくことによって、遠くからも人が訪れ、小さな経済活動が活発化し、ひいては空き地や空き家などが活用されるなど、地域の活性化と生活の質の向上に資することを目指しています。

※創発人材・・・創造的なまちづくり活動と積極的な情報発信を行う人材や団体を指す。(造語)

# 第1章 はじめに

## 1. ここでの観光まちづくりとは(概念図)

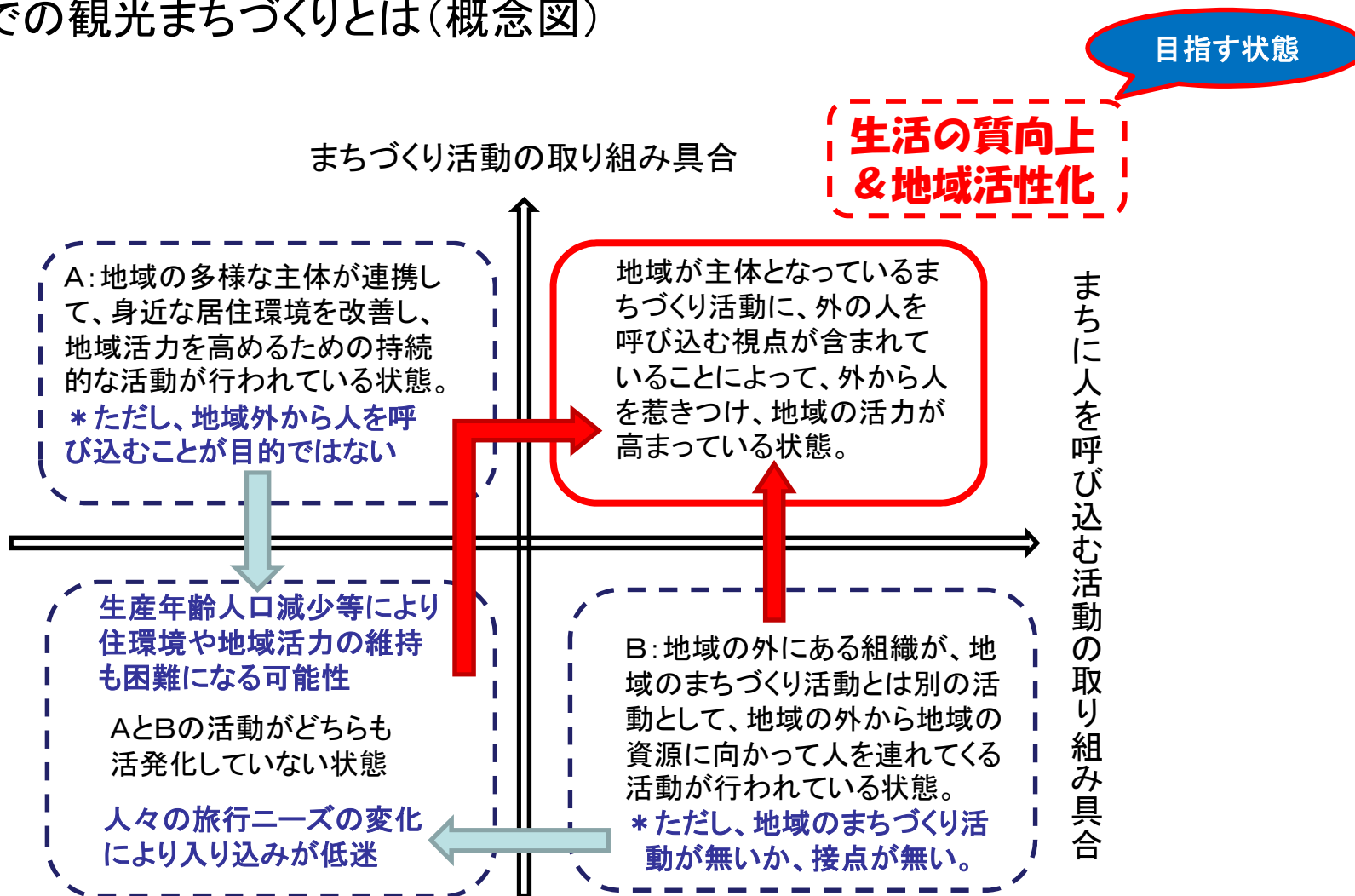


図 - 1 観光まちづくりの概念図

# 第1章 はじめに

## 1. ここでの観光まちづくりとは(目指すところ+概念図)

【観光まちづくり、の目指すところ、概念図に関して有識者からいただいたコメント】

・観光という概念を町や村への「人の行き交い」と捉えると良い。光を観るための通過型の「観光」から、光に関わるための滞在型の「関光」がまちづくりにとって重要だ。

・コミュニティをベースとしたまちづくりが基本となる。コミュニティを単位としたクリエイティブな活動によって人が行き交い、結果として地域の課題解決や活性化に繋がる。

・風景や町並みといった空間が最も重要な地域資源だ。地域の価値をワンランク上に引き上げるには「空間づくり」がカギとなる。美しい空間をつくるムーブメントが人を惹きつける。

・地域に根ざして商品やサービスを創れば、唯一無二のものが出来る。それがローカルの強み。それは観光客だけでなく、プレイヤーとなる事業者(鉄道事業者、バス事業者、宿泊施設の運営会社など)の興味を引くことが出来る。

・イタリア・シエナは観光地化されていて昼間は大勢の人が街なかにいるが、日暮れの後、観光客が去ったあとの中世の街の雰囲気がある。その辺りから地域の魅力を捉えて、まちづくりを議論すべきである。

・古い意味での「観光」なのか、ここで議論しようとしている全く違うものなのか。その辺りを、はっきりさせなければならない。「ツーリズム」と呼んだ方がまだ意味の通りが良い。どうすれば「ツーリズム」が地域の産業としてお金の循環を生み出せるかという点を我々はテーマにしている。何があれば人が行くのか。その土地らしい暮らし方、住み方、子育て、遊び。それらが渾然一体になったライフスタイルが素敵であれば、人が行きたいと思う地域になる。いわゆる「観光地型」のものを目指しているわけではない。

・新しい時代の観光にとって、重要なのはキラキラした、ドラマチックな観光地ではなく、静かな日常こそがものすごく素敵で美しい。この風景こそを観たいと思っているし、そこに行くことが新しい時代の観光なのではないか。作られた観光地ではなく、住民自らが考えて作っていくタイプの日常が、来る人にとっては観光となっているような、新しい関係性と日常観光の風景をつくること。

・家賃が安いから若い人が空き物件(5, 60件くらい)に入ってきて、小さな店をやっている。大きい面積はいらない。ポイントは小さなビジネスが数多くあることである。数百万の投資を3~5年で回収するモデルを何十件もやる。総額にすれば(従来の再開発ビルのような大きな投資と)変わらないかもしれないが、ただ、リスクは圧倒的に低い。それを面で展開するのでまちが変わっていく。これを目指して観光客がたくさんやってきている。特別なものではなくて、まちの人の楽しい日常を見るために観光客が来ている。これが新しい時代の観光じゃないか。

# 第1章 はじめに

## 2. ガイドラインの想定する読者

主な読者としては、自治体を対象としております。地域でこれから観光まちづくりを進めようとする創発人材が行う活動のポイントを理解していただき、特に活動の初動期について支援を行う際に、参考としていただくことを想定しています。(図-2参照)

同時に、創発人材となりうる、観光まちづくりの実践を始めたばかりの方々、始めようとしているの方々にとっては、活動内容に対する自治体からの理解、支援を求める際に、ガイドラインを活用していただくことも可能です。

## 3. ガイドラインのねらい

観光まちづくりは、各地区によってその取り組みの内容、人や組織の形態、進め方、全て千差万別であり、全国各地に適用可能な知見を示そうとすれば概念的になってしまいます。

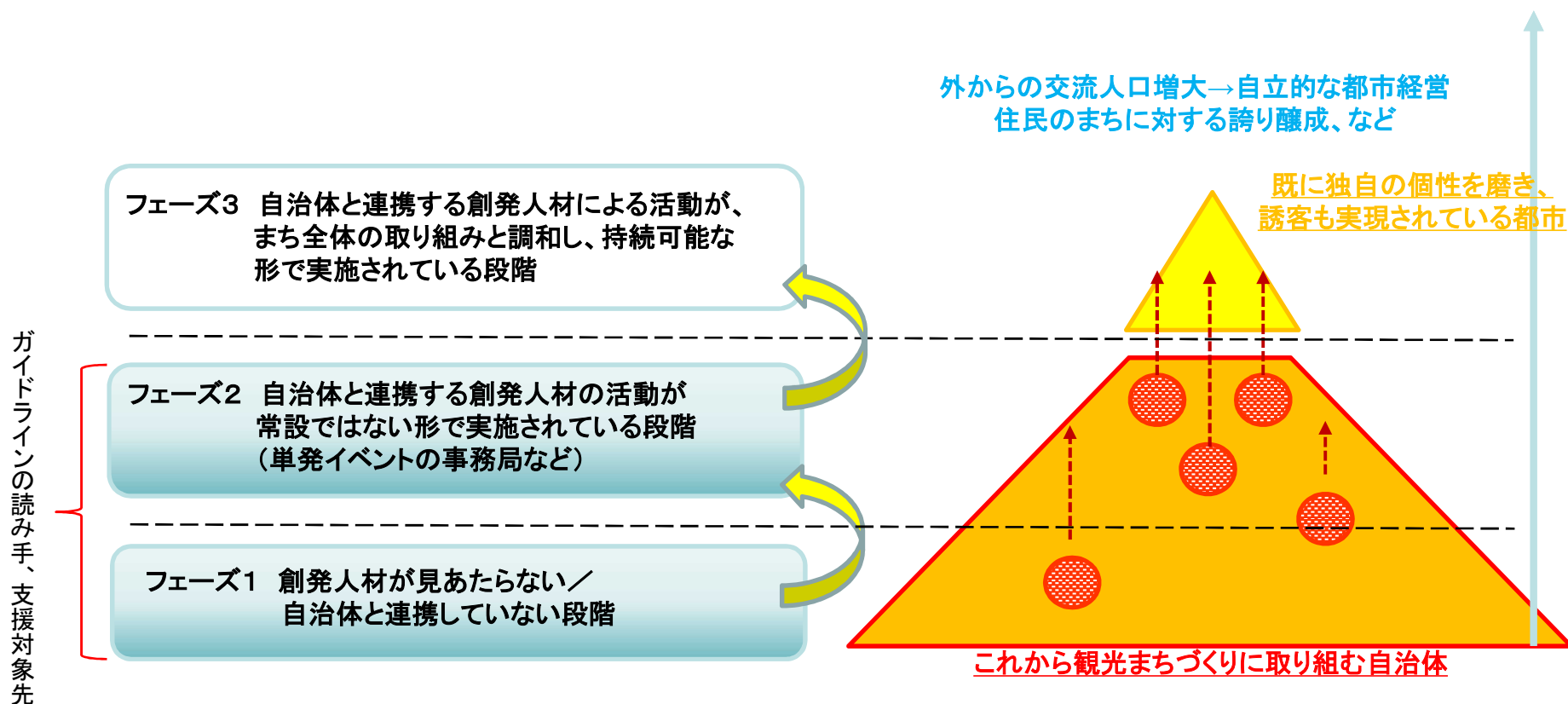
そこで、読者がスムーズに取り組みを開始できるようにするため、「**最初の一步目**」を踏み出す方向を案内すること、にねらいを定めて作成しました。(図-3参照)

第2章では、最初の一步目の方向が、図-4に示した「目指す状態」に向かっているかをチェックする方法として、留意すべき5つの着眼点を提案します。

第3章では、その使い方を、具体的なケーススタディ結果を用いてご紹介しています。

## 図 - 2 ガイドラインの読み手や支援対象先について

- ・このガイドラインでは、観光まちづくりに取り組もうとする自治体および創発人材が、スムーズに取り組むを開始できるように、留意すべき5つの着眼点を示すことにより、最初の一步を踏み出す方向を案内します。
- ・後述する相談窓口では、これから観光まちづくりに取り組もうとする自治体等の段階(フェーズ)に応じて、必要な支援を行うことを想定しています。



## 図 - 3 ガイドラインのねらい

- ・自治体および創発人材が実際に取り組みを開始すれば、最初の一步目までは共通していても、その先の道のりは異なり、直面する課題も千差万別です。
- ・ゴールも違えば進む方向も様々で、むしろ独自性が大事なので、他の地区の取り組みを単純に真似すると、道を間違えてしまいます。

