

財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター



スローな旅「阿蘇カルデラツーリズム」を提唱

財団法人阿蘇地域振興デザインセンターは、阿蘇地域の連携を図り、阿蘇地域の自然を守りつつ、観光開発と地域づくりを広域で行うシンクタンクとして、平成2年に熊本県と当時の阿蘇郡12町村の出資によって設立された。「あそ」とは、アイヌの言葉で“火を吹く山”という意味である。火を吹く山から新しく命が生まれる。阿蘇の“阿”は原点、“蘇”は蘇生復活、阿蘇は原点に戻って復活する場所と考えた。今の時代は地域、観光、暮らしなど、様々なことを考えた時、もう一度人も地域も原点に戻って再生していく時代になるのではないかと。阿蘇がそうした意味を持ち、人や地域が復活していくような取り組みを進めたい」と坂元氏は語る。阿蘇地域では平成14年から「スローな阿蘇づくり・阿蘇カルデラツーリズム」として農村、商店街、自然を活用し、公共交通網を組み合わせた広域連携の事業を展開。平成15～平成16年度にはサイクルトレインや循環バスなどの交通実験を実施し、市町村や県境を越えたネットワークで“わかりやすい・歩きやすい・過ごしやすい”滞在交流型観光まちづくりを進めてきた。平成23年の九州新幹線全線開業に合わせ、これまでの取り組みの集大成として、「阿蘇ゆるっと博」を開催している。



坂元 英俊氏

(さかもとひでとし)

昭和29年熊本県南阿蘇村生まれ。大学卒業後、財団法人日本農業土木総合研究所研究員として全国の農村総合整備計画などの対策に携わる。その後、民間のコンサルタントで九州各県の地域振興計画や特産品などのブランド開発を行い、福岡県星野村の財団法人星のふるさと専務理事を経て、平成13年10月より財団法人阿蘇地域振興デザインセンター事務局長

取組主体 財団法人 阿蘇地域振興デザインセンター (<http://www.asodc.or.jp/>)

設立年 平成2年(1990年)5月

住所 熊本県阿蘇市一の宮町宮地2402 熊本県阿蘇総合庁舎内 電話 0967-22-4801 FAX 0967-22-4802

地域の課題

観光客が来ることを地域の商店街、農村集落の活性化につなげたい

公共交通を利用してスローな阿蘇を楽しむ仕組みをつくりたい

ソリューション

→ エコツーリズム、グリーンツーリズム、タウンツーリズムという観光客が地域に向かう仕組みづくり【阿蘇カルデラツーリズム】

→ 自転車や公共交通を使った地域交通網の整備【サイクルトレインや循環バスなどの交通実験を実施】

(地域の特徴)

スローな阿蘇づくり・阿蘇カルデラツーリズム

阿蘇には毎年1,800万人の観光客が訪れる。しかし、受入地域の商店街はさびれ、農村に活力がなくなっている。「阿蘇は再生、復活」として、商店街、農村も含めて元気になるような観光として提唱されたのが「阿蘇カルデラツーリズム」である。阿蘇の自然を活かしたエコツーリズム、阿蘇の農村地帯で農村の時間を過ごすグリーンツーリズム、そして商店街や旅館街を楽しむタウンツーリズムに目を向け、これらを活用して地域に観光客が向かう仕組みを目指した。

具体的には「阿蘇びとのおもてなし(グリーンツーリズム及びタウンツーリズム)」「自然案内人が誘うエコツアー(エコツーリズム)」を用意し、ゆっくり流れる阿蘇の時間を楽しむためのプログラム、例えば地域でのお茶のふるまい、漬物や豆腐の試食、お酒の試飲、家庭料理の特別メニュー、商店街の実験店舗、農家レストラン、案内人とともに火山やブナの原生林を歩くエコツアー、電動機付き自転車のレンタサイクルの整備など、受入体制の整備に取り組んだ。

(取り組み概要)

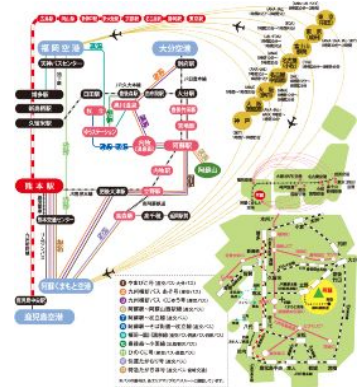
公共交通を利用した「スローな阿蘇」に向けて

阿蘇では、「公共交通を利用してスローな阿蘇を楽しむ観光」を目指し、公共交通や自転車を活用するための実証実験を行った。阿蘇カルデラツーリズム「スローな阿蘇づくり」実証実験(平成15~16年度)では、鉄道の割引企画乗車券、循環バス運行、サイクルトレインの運行などによる公共交通機関の利便性向上や、バス停から降りた後の過ごし方として「おすすめモデルコース」を作り、ガイドブックや携帯電話のウェブサイトで情報提供を実施している。

平成23年の九州新幹線全通をにらんだ取り組みでもあり、また、「阿蘇カルデラツーリズム博覧会(愛称:阿蘇ゆるっと博)」でも公共交通機関との協力体制や情報提供ツールとして活用されている。



「阿蘇カルデラツーリズム」はエコツーリズムやタウンツーリズム、グリーンツーリズムによってゆっくり流れる阿蘇の時間を楽しむプログラム



「阿蘇ゆるっと博」では新幹線を利用する観光客のための公共交通網案内がわかりやすく整備されている

地域の課題

阿蘇地域を訪れる人がどこでも情報を得られる仕組みづくり

阿蘇の世界ブランド化

ソリューション

→ 携帯電話からの情報発信システムの構築【阿蘇ナビ】

→ 阿蘇ジオパークを通した世界ブランド化

(地域資源の発掘と活用術①)

阿蘇ナビによる広域情報の提供

「スローな阿蘇づくり」実証実験の中から生まれたのが携帯電話向けの情報提供サイト「阿蘇ナビ」である。阿蘇ナビでは阿蘇のグルメや観光などのコンテンツはもちろん、行きたいエリアへの交通手段が簡単に検索できる便利なモバイルサービスだ。観光客が携帯電話で QR コードを読み取れば、そのポイント周辺の情報が掲載されたホームページにアクセスでき、位置情報や交通機関の運行情報、既存の動画や観光情報が取得できる。例えば旅の途中で「ちょっと時間が空いたから、近くにお茶するところはないか」「バスに乗り遅れたから、他の交通手段はないか」など、知りたい情報を手に入れる手段として気軽に使えるものとなっている。



「阿蘇ナビ」でグルメや観光、行きたいエリアへの交通手段の検索が簡単にできる



(地域資源の発掘と活用術②)

阿蘇ジオパークを通した世界ブランド化

阿蘇ジオパークは「阿蘇火山の大地の成り立ち、並びにこの大地と人間生活との関わりに対する理解を深めること」をテーマに阿蘇の魅力を伝える取り組みであり、ジオツアーやシンポジウムなどを通して、阿蘇の火山の地質や地形だけではなく、阿蘇が育む自然や人々の営み、歴史などを含めた魅力を伝えている。

現在、熊本県を含む1市4町3村及び教育、観光、研究、環境、地域経済団体などからなる阿蘇ジオパーク推進協議会を設置。さらに、阿蘇火山博物館に阿蘇ジオパーク推進室を設置し、世界ジオパークネットワークに名乗りをあげている。これは「世界最大級のカルデラ」である阿蘇が、あらためて世界ジオパークとして認定されることによって、火山の地質や地形がもたらす、人々の暮らしの場としての阿蘇の歴史や文化が世界的に評価されるものである。また、阿蘇に暮らす人、世界から訪れる観光客などが世界ブランドとして阿蘇を再認識し、定着させることを目指した取り組みである。



「阿蘇ジオパーク」ではジオツアーなどを通じて世界ブランドとしての阿蘇を定着させ、世界に発信している

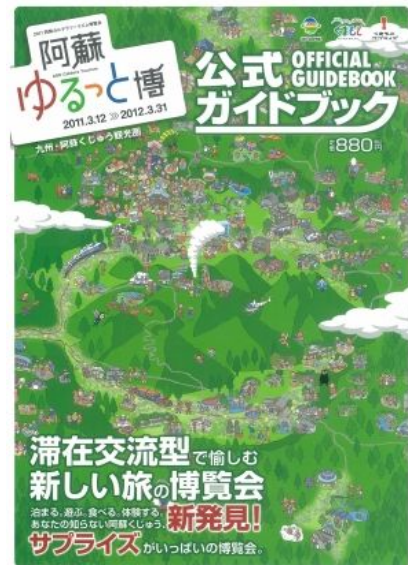
「阿蘇ゆるっと博」ができるまで

(地域資源を観光事業に活かすまでのプロセス)

9年前(平成14年)から始められた「阿蘇カルデラツーリズム」の様々な取り組みを、平成23年3月12日の九州新幹線全線開業に合わせ、これに向かって一つの形に結集させたものが「阿蘇カルデラツーリズム博覧会(阿蘇ゆるっと博)」である。

カルデラツーリズムそのものが滞在と交流がテーマであり、新幹線に乗ってきた観光客が阿蘇に来てゆっくりと滞在する、阿蘇での時間を楽しむ博覧会ということで、阿蘇くじゅう全体を会場として、これまで取り組んできた地域の商店街、農村集落、自然のフィールドなどをパビリオンに見立てて、全部で34のパビリオンを展開している。さらに、全ての公共交通機関も参加している。各パビリオンでは「コンシェルジュ」と呼ばれる相談窓口が活躍する。コンシェルジュがオススメの滞在プランやコースを紹介し、地域の事業者が主催するまち歩きやトレッキングツアーなどの200以上の体験メニューが用意されている。

「車はもちろん、九州新幹線でも、公共交通を使って行けるような交通機関のネットワークを構築している。バスを降りた地域で2~3時間、あるいは1泊、2泊といった時間を過ごす。そうした形で阿蘇全体がつながりあっている」と坂元氏は語る。



阿蘇くじゅう地域パビリオンマップ



(統計データ)

数字でみる「阿蘇の外国人宿泊客数」

熊本県観光統計表(平成22年)によると、阿蘇地域は県内の外国人宿泊客の6割以上を占めている。

平成22年の阿蘇地域における外国人宿泊客数は22万3千人と、前年度より10万人程増加している。

熊本県の外国人宿泊客数

