

Ⅱ. 石和温泉郷の観光地再生

1. 将来観光の展開

(1) 将来観光地の姿

石和温泉郷の観光の目玉はもちろん温泉であるが、それは地域全体が魅力的であってはじめて生きてくるものである。魅力的な地域づくりは、住民や関係者が共通の意識を持って進めていかないと実現は難しい。したがって、明確な方向付け（コンセプト）に基づいたまちづくりを推進していく。方向付けの観点は次のとおりである。

○保養・療養地としての石和温泉の新しいイメージづくり

都市的側面と環境の魅力の相乗効果、もてなしにおける魅力の発揮

○まちの環境・雰囲気づくり

温泉の豊かさを感じさせる環境、保養・療養にふさわしい環境・雰囲気づくり

○温泉が生きるメニューづくり

滞在を楽しむ中での温泉という位置づけ

○滞在を支える多様な楽しみの提供

多様な楽しさを提供する手法の考え方と具体化

(2) 石和温泉郷観光の視点

①地域経営の視点（地域全体のレベルアップ）

石和温泉郷のこれからの観光は、個々の宿泊施設や観光施設も含めて地域全体の総合的な魅力で勝負していく必要がある。そのためには個々の事業者の頑張りはもちろん重要であるが、それらが同じ方向を向いていることと、外部の公共的な空間に対する責任意識も必要となる。全体を一つの経営単位と捉え、地域全体を経営していくという視点で取り組むことによって、総合的な魅力づくりを着実

に進めていく。

②地域個性の確立

地域個性の確立は、「石和温泉郷はどのような温泉地か」、「石和温泉郷は何を大切にしているところか」という問いに対する答えである。お客とのコミュニケーションを大切にしている、気配りを大切にしている、季節感を大切にしている、果実を大切にしている、などのいくつかの取組みで構成されるものに、地域の伝統や環境や産業や人柄などの特性と結びついたものが加味されることで確立される。

地域個性が確立されることで、石和温泉郷という名称が、提供されるサービスや満足度のレベルを表すようになり、デスティネーションとしての石和温泉郷の知名度が確立されていく。

③市場形成（ターゲット）

観光客のニーズは多様化、個別化しているので、提供できる魅力やサービスに見合った客層をターゲットとして誘致していくことが、集客をより安定させる可能性が高い。

○近距離市場（主に中央線沿線）のリピーター

近距離圏は、手軽に来訪できるので適当な魅力が提供できればリピーター市場をつくりやすいし、情報に対する反応も早い。主に中央線沿線の近距離市場は人口も多いので大切に育てることが必要である。

○保養客、療養客＋健康、美容等を目的とする客

この客層ははっきりとした目的を持って訪れるため、提供するサービスや環境に魅力や満足感を感じてもらえるようになれば、比較的安定したターゲットとなりうる。

○富士方面等への観光客の立寄り

富士山方面への観光客は量が多いので、誘致できる割合が低くてもある程度

の集客が見込める。単に「石和に来てください」、「石和に泊まってください」ではなくて、何かアピールする魅力を絞って、それに反応する客の誘致を目指す。

④ 宿泊以外の商品づくり

観光地は、提供した様々なサービスに対し、観光客から相応の対価をもらうことで成り立っている。しかしながら、交通費を除けば、実際に対価を払うのは、宿泊、飲食、購買である。飲食や購買はそれ自体が直接的な楽しみでもあるので、消費金額を増やせる可能性は高い。

宿泊だけではなく、飲食、物販にも魅力ある商品づくりを進めていく。

(3) 観光資源の発掘

1) 発掘の視点

観光客の志向が多様化し旅行経験が豊富になるにつれて、これまで観光資源としてはあまり注目されていなかったものが興味対象となり、観光資源としての活用を持つようになってきている。これまで、特に有名なものや、国宝や重要文化財というような、広く一般的な価値基準で評価されるものなどを観光資源として多く取り上げる傾向があったが、地元の人にとってはごく当たり前であり、ありふれているものでもある、地域の歴史や伝統・文化、産業や生活の中に、観光客が興味を持つ対象となるものが少なからずあることが顕在化してきている。

そのような観光資源を発掘することで今後の石和温泉の観光地づくりの可能性が見えてくるとともに、地域の個性を伸ばすことができる。

① 農

農は、地域の産業であり、環境であり、地域の季節の表現でもある。また、人々の食・生活と結びつき、健康との関わりも大きい。祭や行事を育て、地域の文化と密接に関わるものでもある。つまり、多様な活用の可能性を有する観光資源である。

しかしながら、これまでの観光との接点は観光農園程度が主で、その特性が十分に活用されずにきていたが、近年ようやく様々な視点から観光への活用が図られるようになってきた。

石和温泉郷のある笛吹市には、モモやブドウなどの果実を中心に農に関わる観光資源がたくさんあるので、それらを積極的に掘り起こし、楽しめる形にして活用していくことが望まれる。

②歴史

歴史の教科書にのるような事柄だけが興味を持つ歴史ではない。古くから人々が住みつき時代に応じた発展がみられる地域には、固有の歴史・文化があり、その痕跡が多数残されている。それらは、地域にとってかけがえのないものであると同時に、教科書にのる歴史とは異なる面白さが見出せるものでもある。中には、教科書に載った歴史とつながっているものもあるだろう。また、地域の歴史の中には、観光地の演出のヒントを与えてくれるものもあるかもしれない。

それぞれの地域の歴史に興味を持つ人が増えてきており、観光資源として活用できる可能性は大きいですが、もともと「よく知られていないもの」であるので、積極的な発掘と合わせて、知ってもらい楽しんでもらうためのソフトの充実が肝要である。

③自然

歴史への関心が広がりを見せてきているのと同様に、自然に対する関心も、著名な山岳や湖沼、河川・溪谷などの景観資源だけではなく、身近な自然や生態系など、多様な側面への広がりを見せてきている。また、環境を構成する要素としても、季節を彩り演出する要素としても重要である。

歩く観光の、例えば散策コースやハイキングコースなどの景観を構成する要素として、また、森林浴や休養の場で健康の回復やリフレッシュ等の効果を与えるものとしても重要である。老樹や巨樹、鎮守の森のような社寺を囲む自然など歴史や神聖さを感じさせるものとしても意味がある。

個々の自然の特性を把握するとともに、人が手を加え、あるいは育てつくりあげる自然も含めて、多様な観光活動を受け入れる場としての自然を発掘していく。

④文学作品等

①から③の農、歴史、自然の各テーマで発掘するものと重複する箇所も多いと思われるが、文学作品に描かれた箇所やその場所の情景、あるいは絵画に描かれた場所などは、作者への関心とともに興味対象になり、作品に描かれた場所をめぐるストーリーになるなどの可能性を持っている。そのような場所を発掘し、作品との関わりの伝え方を工夫する。

2) 再発見の視点

観光資源としての魅力はそれほどではないもの、ごく一般的なものなどの中には、見方を変えると新たな魅力が見えてくるものがある。そのようなものを再発見し、活用を図っていく。

①組合せの資源

観光資源は、山、河川、湖、神社、寺等の中の優れたもの、つまり単体の価値で捉えられることが多いが、実際に感動したり楽しんだりする対象は、複数のモノやコトで構成されていることが少なくない。

例えば、京都の貴船の納涼川床は、川は水がきれいで夏涼しい溪流で、それだけでは他にもありそうなものであり、料理もおいしいが優れて特別というものではない。しかし、川床を渡してその上で両者を結びつけた時に魅力ある資源となっている。つまり、〇〇溪谷を眺めながら入る露天風呂、〇〇寺で食べる精進料理というように組合せが新たな魅力ある観光資源を生み出す。

単体ではそれほど魅力がなくても、組み合わせることで魅力として活かせるものは探せばたくさんある。地域を再点検し、豊かな発想で、組合せによる新たな魅力づくりを進めていく。

②付加価値づけ

料理は、器や盛りつけ方の工夫をすることで視覚的な楽しさが加わり、より満足感を高めることができる。あるいは、食事をしているときの窓の外の風景が、

庭園であるか駐車場であるかで、印象は大きく異なる。このように、何かを加えてやることで付加価値がつき、魅力が高められる場合はたくさんある。例えば、ガイドの説明を聞きながら歴史資源を見るのもその一つである。

観光資源の魅力を単体で評価せず、付加価値付けの可能性も含めて評価して活用し、魅力の質を高めていく。

③季節の演出

毎年、多くの人々が花見や紅葉狩りに出かけ、旬の味覚も大きな魅力である。観光客の行動には季節の魅力によって動かされる部分が相当ある。最近、雛人形を町屋等に飾って公開して集客している観光地が多いが、季節の祭や行事などの中にも魅力あるものがある。また、大きな魅力がなくても、季節感が感じられるところとそうでないところは印象が大きく異なる。人間の健康にとっても、季節感が与える刺激は重要である。

季節の魅力は優れた資源であるので、積極的に季節の演出を取り入れていく。

(4) 観光地形成の視野

1) 観光地形成の主体

観光地づくりにおいて、道路整備のような基盤づくり等では行政の果たす役割が大きいですが、実際に地域が目指す方向や形を決めるのは市民である。石和温泉は観光客だけが利用するのではなく、市民も好んで訪れて利用する場としていく必要がある。

また、石和温泉に新たな魅力を付加していくためには、従来からの観光事業者だけによる取り組みだけではなく、市民の中から観光地づくりに積極的に関わる人が出てくる必要がある。したがって、市民が参加できる場づくりを進めていく。

参加の形態としては様々なものが考えられる。例えば、イベントにスタッフとして参加してもらい、場所を斡旋して何かの店を出してもらい、住民グループ・女性グループ・シルバーのグループなどに花等の植栽の管理や修景に取り組んで

もらう、市民と観光事業者、市が共同出資して何かの事業を行う、余暇や趣味を活かして店舗や観光施設のスタッフとして参加してもらう、などである。

2) 観光資源

石和温泉郷における観光は、石和温泉街の中で完結するものではなく、周辺地域、とりわけ笛吹市という地域全体との関わりが大きい。観光客の活動は石和温泉郷の周辺でも行われるから、笛吹市全体の観光の魅力が高められることが肝要であり、その中に石和温泉郷が位置づけられることになる。

また、笛吹市における農産物を始めとする生産物が、食材として消費されたり、土産品等の購買の対象となったりするほか、笛吹市の景観や文化等の地域性が、石和温泉郷の環境づくりやもてなし、演出等に取り込まれることで、地域個性の強化につながっていく。

つまり、笛吹市の観光資源＝石和温泉郷の観光資源という視野のもとで、石和温泉郷の観光地づくりを進めていくことが肝要である。