

はじめに

スロートーリズムは、これからの観光開発の方向のひとつとして期待されている。スロートーリズムは、新しい観光のニーズに応えながら、地域の自然と文化と生活を守り、地域経済の活性化に資する観光の形態である。

この手引きは、瀬戸内海地域でスロートーリズムを普及させようとする人たちのために作成した。

第1章「スロートーリズムとは」では、スロートーリズムの意味について解説し、これまでのツーリズムとの違い、瀬戸内海地域での可能性などについて述べている。

第2章「地域からスロートーリズムを創ろう」では、実際にスロートーリズムを普及させるための方法について述べている。具体的には、取り組みを7つのステップにわけて、それぞれのステップごとに留意点をとりまとめ、必要に応じて事例の紹介などを行っている。

第3章「ちょっといい話」では、スロートーリズムに関連して役に立つ事例や分析結果などを列挙している。

第4章「スロートーリズムの定義等に関する参考資料」では、文字どおりスロートーリズムの意味を解説したフレーズの引用を列挙し、さらにオルタナティブツーリズム、サステイナブルツーリズムなどスロートーリズムに関連した概念についても解説している。第1章とあわせて読んでいただければ、スロートーリズムに関する理解が深まると思われる。

この手引きはもちろん、スロートーリズムに関する方法論のすべてを網羅したものではないが、今後の瀬戸内海地域におけるスロートーリズムの隆盛にむけて、その一助となることができれば幸いである。

なおこの手引きは、平成17年度に実施した『環境負荷に配慮した瀬戸内海スロートーリズム創出調査』の成果を利用してとりまとめたものである。文中「本調査」とあるのは、この調査を指している。

1. スローツーリズムとは

(1) 新しいツーリズム

これまでの観光政策の主な対象であったいわゆるマスツーリズムに対して、新しい形式のツーリズムが注目されるようになってきた。それらは、総称して“ニューツーリズム”や“オルタナティブツーリズム”と呼ばれている。

このような新しい形式は、人々の新しいニーズに対応するものであると同時に、これまでのマスツーリズムが、地域社会や環境に対して過大な負荷をかけてきたことを反省して生まれてきた。それで、よりはっきりと持続可能性を意識した観光という意味で“サステイナブルツーリズム”とも呼ばれる。

“サステイナブルツーリズム”は「もとのままの文化と、生態系が必要とするプロセス、生物の多様性、生活支援のシステムを維持しつつ、すべての資源を経済的、社会的、美的なニーズを満すよう管理すること」と定義づけられている（UNWTO＝国連世界観光機構）。

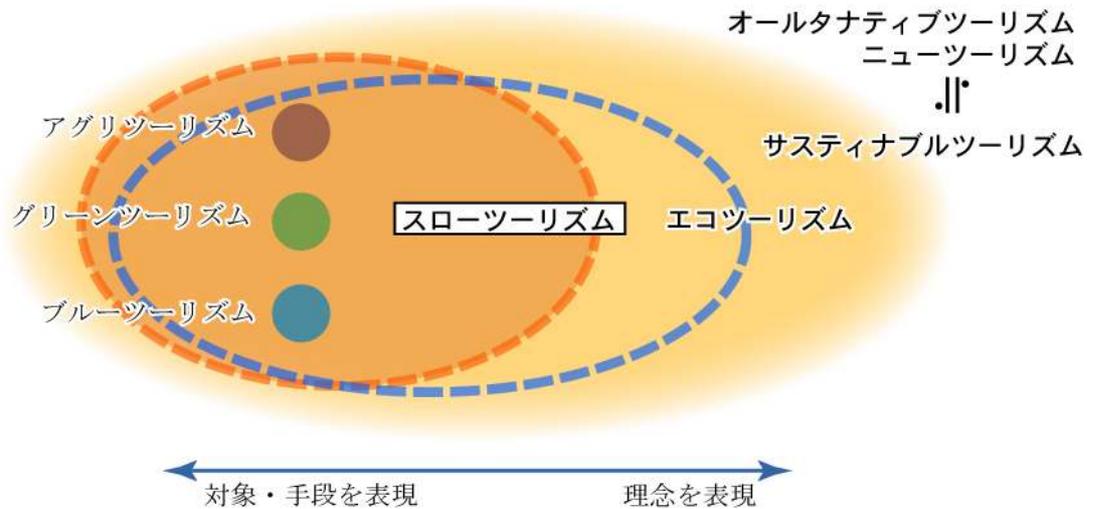
“サステイナブルツーリズム”のもっともわかりやすい観光目的は、自然や自然と一体となった生活様式を学習することであり、“グリーンツーリズム”や“ブルーツーリズム”，“アグリツーリズム”，“エコツーリズム”などはこれに該当する。

“スローツーリズム”も、従来のツーリズムが“ファーストツーリズム”^{注1)}であったという反省から提案された概念で、“サステイナブルツーリズム”のひとつの形態といえる。それは、観光目的や理念というよりも、観光の姿勢、方法を表現したものである。スローツーリズムという言い方は、スローフード運動^{注2)}がさまざまな分野に波及していく中で生まれた。

注 1) ファーストツーリズムとは、早い、時間をかけないツーリズムの意味で、スピードツーリズムともいわれる。

注 2) スローフード運動については、第4章を参照のこと。

新しいツーリズムの中でのスロートーリズムの位置



“オールタナティブツーリズム”“ニューツーリズム”は、いずれも「従来型ではない新しい観光」という概念を示す言葉である。“サスティナブルツーリズム”は、“オールタナティブツーリズム”のあるべき内容として提唱された概念である。

“サスティナブルツーリズム(ST)”“エコツーリズム(ET)”“スロートーリズム(SLT)”などは、いずれもそのような新しい観光の理念を表現したものであり、お互いの内容はかなり近接している。おおまかには、STがETを、ETがSLTを、という包含関係にあるといえる。そのなかで、SLTは本文にもあるように、どちらかといえば理念というよりも観光の姿勢、方法に着目したいいかたであり、観光の対象や手段を想定した表現に近づいている。これらのほかにも、新しい観光の考えかたについて提唱されている概念は多くある。たとえば、“ソフトツーリズム”“ローインパクトツーリズム”“レスポンシブルツーリズム”などがこれにあたる。いずれも、広い意味でSTに包含される概念と捉えられている。

“アグリツーリズム”“グリーンツーリズム”“ブルーツーリズム”は、いずれも新しい観光の形態を具体的に表現したものである。これらは、主として観光の対象や手段、ないしは目的による分類といえる。ここで掲げた3つの形態は、SLTをめざす観光形態として典型的なものである。このほかにも、具体的な観光形態としてさまざまなものが開発ないし提唱されている。たとえば順不同で列举すると、“ルーラルツーリズム”“ヘルスツーリズム”“テクニカルツーリズム”“産業観光”“集落観光”“文化遺産観光”“歴史観光”“体験観光”“教育観光”“スポーツ観光”等々である。これらの観光形態は、SLTとの関連でいえば、その構成要素のひとつといえるもの、直接的な関係はないもの、手法によってはSLTとしての実現がありえるもの、などいろいろなケースがある。

(2) スローツーリズムの3つの理念

スローツーリズムは、既存のさまざまな解釈を整理すると（4章を参照）、以下のような旅の理念にもとづいたものといえる。

スローツーリズムの3つの理念



① スローな文化への志向にこたえる旅

<社会的な位置づけ>

スローツーリズムは、スローライフ、スローフード^{注)}に代表される“スロー”な文化への人々の志向にこたえるツーリズムである。

ゆったりと良いものを味わう旅であると同時に、人々が地域に残るスローな生活文化にふれて、その価値を再確認する旅でもある。

注) スローフード運動については、4章参照

② 個人的で自発的な意志にもとづく旅

<どんな旅か～旅行者の意識>

スローツーリズムは、あらかじめ定められたプログラムにもとづいて、名所旧跡を通り過ぎていく駆け足型の旅ではなく、個人的で自発的な意志によって、新しい発見をしていく旅である。

ゆっくり、のんびりと街の風情を体感しながら、心のおもむくままに、自分なりの時間を楽しむ旅である。

③ 人々や文化とふれあう旅

<何をする旅か～観光の対象>

スローツーリズムでは、旅人が地域のサポートを受けて、人々や土地の文化に触れ、交流を重ねる。

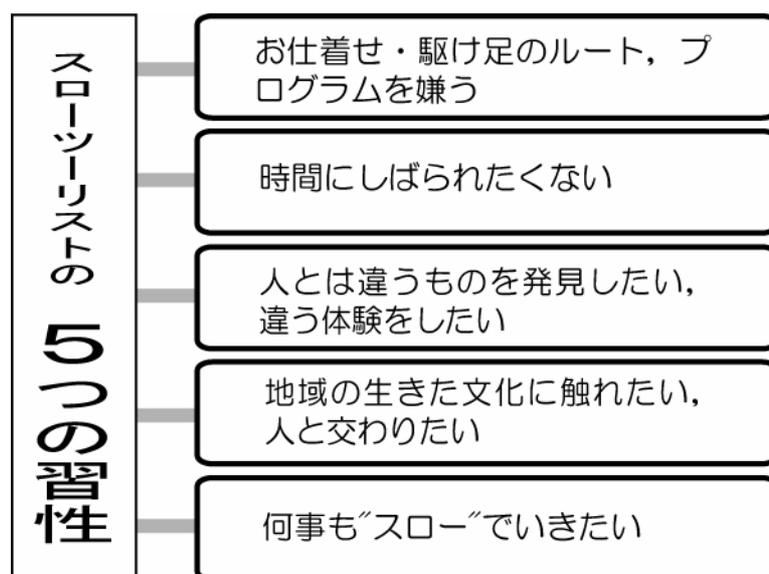
そのなかから、地域のなかの本物を再発見・再確認し、お互いの元気につなげていくことができる旅である。

(3) スローツアーリストの5つの習性

現在の瀬戸内海の広域観光ツアーは、ほとんどが2泊3日で数百キロを駆けめぐる“長距離駆け足型ツアー”としてコース設定されている。この間に、10地区程度を訪問し、各観光地の平均滞在時間は1～2時間という忙しさだ。

スローツーリズムを実践するスローツアーリストは、そのような既存の観光商品ではそのニーズを満たせない。それは、従来のツアーリストと違って、次のような行動要求をもっているからである。

スローツアーリストの5つの習性



① お仕着せ・駆け足のルート、プログラムを嫌う

スローツアーリストは、人に決めてもらったルートに沿って、定められたプログラムをこなしていくだけのツアーでは物足りない。

自らの価値観と興味でこの旅を選択したのだ、という感覚をもって旅行したいと考えている。

したがって、お奨めポイントやお奨めコースなどの情報にはできるかぎり耳を傾けたいが、プログラムはできれば自分で組み立てたい。

② 時間にしばられたくない

スローツアーリストは、緻密なスケジュールにもとづいて追い立てられるように移動する、ということに抵抗をもっている。

じっくりと地域を味わうために、“ゆっくり滞在型”の観光行動を中心とする。

このため、一般的には移動距離が短く、移動回数も少ない。ただし場合によるとその移動は衝動的であり、その地域に興味を感じなければ、自らの意志で簡単に次の目的地に移ってしまう。予め、そ

の自由を確保しておこうとするのがスローツーリストの習性である。

③ 人とは違うものを発見したい，違う体験をしたい

スローツーリストは，人と同じものを体験することにあまり意義を見いださない。

すでに発見されたもの，多くの人が賞賛するものを“話しのタネ”にひととおりに見聞しておくのはよいが，それだけではもの足りない。むしろ，誰も教えてくれなかった街角のちょっとした風景，出会った人の人生や暮らしぶりなどを観察して，ほかの人とは違う自分なりの発見をし，自分なりの印象をもって帰りたい。

④ 地域の生きた文化に触れたい，人と交わりたい

スローツーリストは，いわゆる観光用にアレンジされたものが，本物ではないことをよく知っている。

展示された観光資源ではなく，地域の暮らしの中で息づいている文化に触れたい。できればその中に入ってみたい。一方通行の案内ではなく，地域の人と交わる中で何か自分の人生を豊かにしてくれるものを見つけない。

⑤ 何事も“スロー”でいきたい

スローツーリストは“スロー”な様式に美しさを感じる人たちである。

自分の行動が環境負荷を低減すること，他の人々や自然にとって持続可能であるかどうかに関心があるから，交通手段も，公共交通を利用することに喜びを感じる。宿泊施設も環境に配慮したところに泊まりたい。

できれば，循環型，中間技術型^{注)}の現場体験をしたいという欲求をもっている。

注) “中間技術 (Intermediate Technology)” とは、「地域の実情に適合し，より人間的で適正規模をもった技術」の意味。『スモール・イズ・ビューティフル』(1973年)の著者であるイギリスの経済学者 E. F. シューマッハが提唱した概念である。

(4) スロートーリストの様々なタイプ

スロートーリストには、いろいろなタイプがある。

典型的なスロートーリストは、個人で気の向くままに無計画にゆったり旅をする人々である。現代のいわゆるバックパッカーは、このタイプの代表である。

また、リタイア後の夫婦が思い出づくりのためにでかける気ままな温泉旅行なども、スロートーリストのひとつのタイプである。

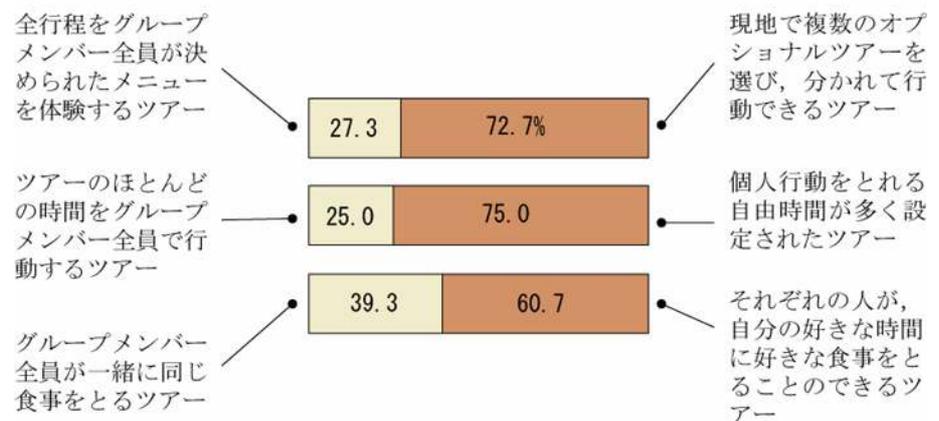
一方で、一見従来型のツーリストのように見えても、広い意味でスロートーリストとして捉えるべき人々がいる。たとえば、既定のプログラムに従う団体旅行だが、ゆっくりとそれぞれの興味にしたがって見物したいと考えて、それなりのフリープログラムや豊富なオプションを用意しているようなケースである。

潜在的なスロートーリストは多い。たとえば、本調査で実施したウェブアンケートでは、団体旅行であっても「個人行動をとれる自由時間が多く設定されたツアー」がよいと答えた人が、全体の75%を占めた。

従来型のツーリストも、受け入れのしかた次第でスロートーリストになっていく可能性をもっている。

ウェブアンケートの結果（団体旅行での行動に関する志向）

設問：仮に、あなたが地域の自治会や各種クラブ・サークルなどのメンバーと団体で旅行する場合、どのような旅行をしたいとお考えですか？以下の項目でそれぞれお考えに近い選択肢をどちらか選び、チェックをお付けください。



(5) スローツーリスト受け入れのポイント

先に挙げたような習性（行動要求）をもつスローツーリストを受け入れるためには、これまでのツーリズムとは異なる工夫が必要である。

その工夫を考えるうえでは、受け入れ側の事情ではなく、それぞれのツーリストが、どうすれば気持ちよく、簡単に自分たちなりの旅を楽しめるか、ということに想像力を働かせることが重要である。そのためには、次のふたつのことが基本となる。

- ・ 観光用に特別に用意したものではないものを味わってもらえるようにすること
- ・ 直接のサービスだけでなく、できるだけ幅広い情報を提供し、ツーリストが自分で選択し、調達できるようにすること

従来のツーリズムとの対比でそのポイントをあげると、次のようになる。

ツーリストの受け入れ体制、求められるサービス内容の違い

項目	従来のツーリズム	スローツーリズム
資源メニューの提示のしかた	メニューを組み立てて作成したコースを提示し、旅行者がコースを選択する	何が楽しめるかのリストだけを提示し、旅行者がそれから選んでコースをつくる
移動のサービス	送迎、貸切バスなどの手配、時刻表の提供	個人的移動手段（自転車、タクシー、公共交通など）の提供、情報サービス
食事のサービス	地域の食材をいかしたもてなし料理	地元の家庭料理、スローフード
宿泊のサービス	通常の旅館・ホテル	長期滞在可能な低廉な宿泊施設、環境に配慮した宿泊施設
ガイドの必要性	専属ガイドが案内	ボランティアガイドが案内、セルフガイドのための親切な情報提供
ガイドの対象	一見してすぐにその価値のわかる歴史的・文化的・景観的資源	じっくり見て体験しないと価値のわからない歴史的・文化的・景観的資源
体験プログラム	決められた短時間で見学・体験の可能な、特別に用意されたプログラム	時間は不定であっても、実際の現場に参加できる本物の体験プログラム

(6) 瀬戸内海地域におけるスローツーリズムの可能性

瀬戸内海地域は、日本の中でも特色のあるスローツーリズム地域となりえる可能性をもっている。その特徴を列挙すると次のような点があげられる。

瀬戸内海地域のスローツーリズムの特徴

美しい自然景観	白砂青松・多島美と形容される景観、日本で第1号の自然公園に選定された景観は、ゆっくり堪能するにふさわしい ^{注1)}
温暖な気候	気候が温暖で、降雨量が少ない、日照時間が長い、海象が穏やかななどのため、静養に適している
古い歴史	瀬戸内海は古代から近世にかけての主要交通路であり、さまざまな歴史的資源にふれることができる ^{注2)}
生活の利便	古くから開発された地域であるため、津々浦々に集落が形成され、生活機能が整備されているので、安心である
多様な産業・技術の蓄積	同じ理由で、長い伝統をもつ多様な産業や技術（漁業、柑橘業、製塩業、造船業、繊維業等々）があり、豊富な体験プログラムがえられる
コンパクトな街	それぞれの集落、市街地は、地形条件を反映してコンパクトなものが多く、自転車や徒歩で巡るのに適している
海橋・海路の利用	海橋、海路を利用する交通手段は、視界がひろびろとして快適であり、定時性も高いうえ、互いに少しずつ異なる文化をもつ対岸を結びつける ^{注3)}
都市への近接性	沿岸に大中の都市の蓄積があり、都会的な雰囲気にもアクセスしやすい

つまり、瞠目すべき雄大なスケールの自然があるわけではないが、そのかわり、穏やかで多様性に富む風土があり、人間的なスケールの中に人々の暮らしがある、という点が大きな特徴といえる。

注1) 瀬戸内海の風光の美しさについては、有名な次の逸話がそれを物語っている。
1860年に横浜から長崎に向かった旅客汽船イングラント号は、当時瀬戸内海の航行が軍艦と輸送船以外の外国船に許可されなかったため、本来は高知沖を通らなければならなかった。しかし、瀬戸内海の絶景の評判を聞かされていたため、どうしてもそれを見たくて、姦計を弄して瀬戸内海に入る。その結果、乗客も船員も「絵のように美しい」「明媚な風景に心を奪われる」という「まれにみる」経験をしたのである。そして「この美しい“内海”の海岸に日向ぼこでもしながらこの海辺に住み、そして“林間の隠者”となって、そのような風景の中で余生を送りたい」と口をそろえて言った、という。

〔幕末日本探訪記〕ロバート・フォーチュン著、三宅馨訳より）
瀬戸内海国立公園は、1934年にわが国で最初に指定された国立公園のひとつである。その特徴は、静かな海に多数の島々が点在する内海多島海景観や、鳴門の渦潮のような瀬戸内海景観といった自然景観と、そして人間の長い営みが生み出した島々の段々畑や古い港とその集落、歴史や文化を偲ぼせる神社や史跡などの人文景観、これらが調和して一体となっているところにある。（『瀬戸内海の発見』西田正憲著より）

注2) 奈良時代の遣新羅使の主要航路、平安時代の瀬戸内海航路などからは、中国大陸と都をつなぐルートとして瀬戸内海各地に港の発達したようすがわかる。江戸時代には、西回り航路が開発され、日本海の物資を大阪方面に輸送するルートとして瀬戸内海航路が発達した。この時代に栄えた港の名残が、瀬戸内海地域における伝統的街並み等の形で今に継承されている。

注3) 現在の瀬戸内海には島々を結ぶフェリー・旅客船の航路が発達している。また、“銀河”（瀬戸内海汽船運航）に代表される定期クルージングのほか、各地で不定期のクルージングが展開されている。ビジターが利用できるマリーナ・棧橋も各地に設置され、“海の駅”“みなとオアシス”として情報が公開されている。これらを利用した広域クルージングのプログラムを開発することも可能である。

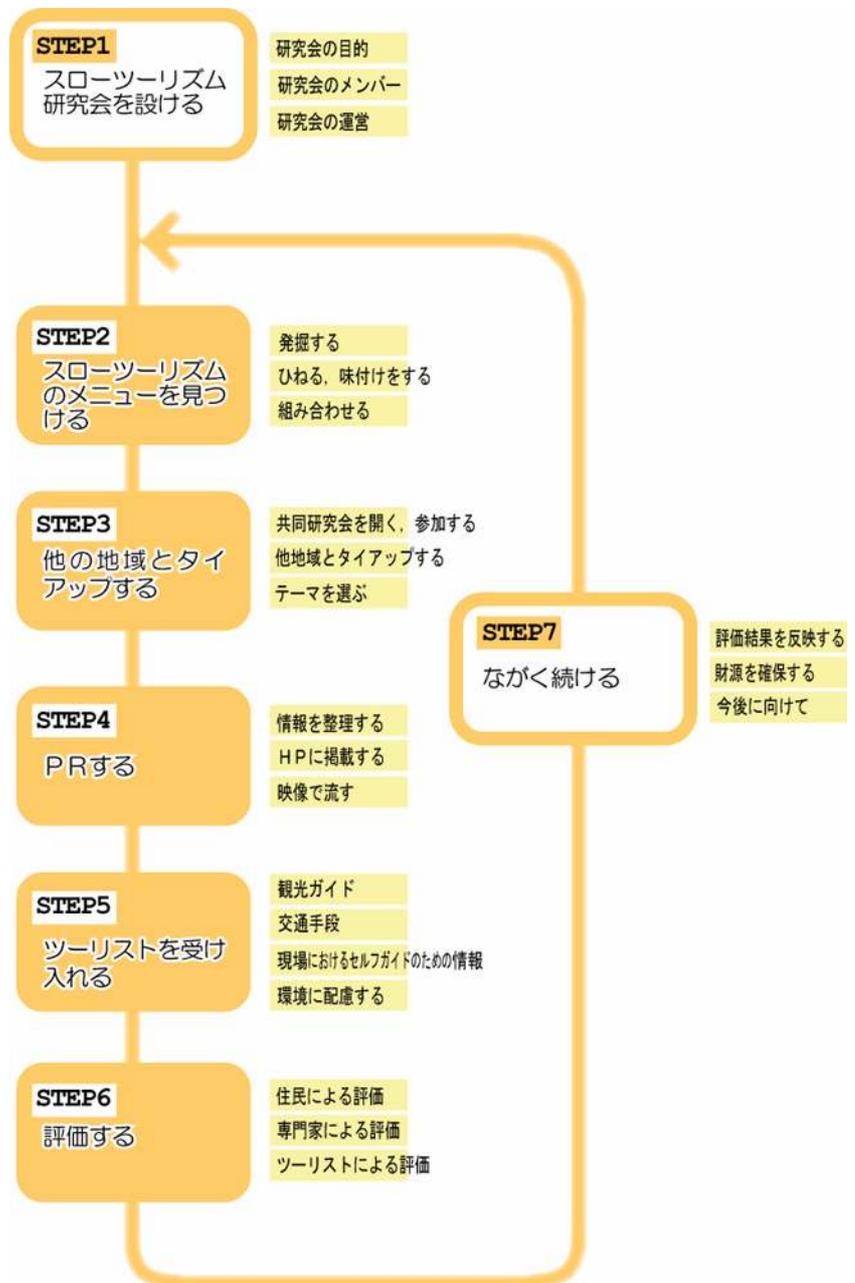
2. 地域からスローツーリズムを創ろう

これから瀬戸内海地域で、大いにスローツーリズムを展開しよう。
それをめざしたアクションを起こそう。

ここでは、7つのステップにおいて、そのためのチェックリストを掲げる。

これまで、マスツーリズムによる繁栄を経験したことのない地域でも、スローツーリズムのことをよく知れば「これならできる」と思えるはずだ。スローツーリズムは「あるがままを、あるがままに」提供することによってはじめて成立するツーリズムだからである。

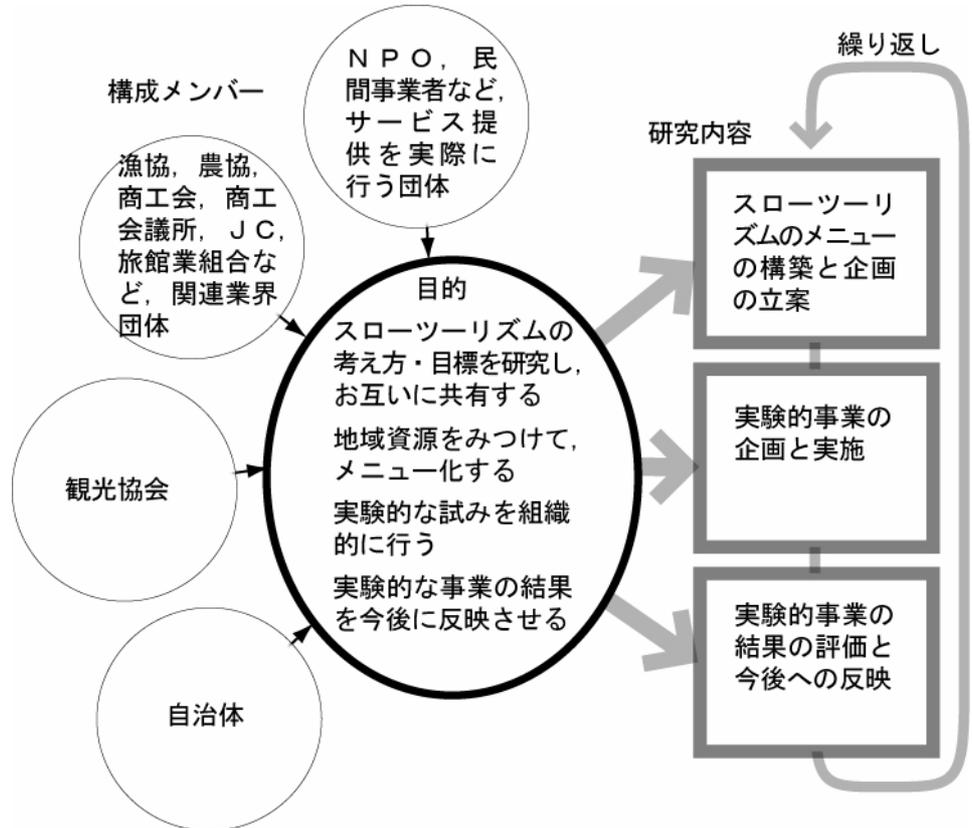
スローツーリズムを創るためのステップ



STEP1 スローツーリズム研究会を設ける

スローツーリズムを展開していくために、まず、それぞれの地域（市町村単位程度の範囲）でスローツーリズム研究会を立ち上げる。スローツーリズム研究会は、STEP2 から STEP7 までに掲げる取り組みの実施主体となる重要な組織である。

スローツーリズム研究会の全体像



① 研究会の目的

スロートーリズム研究会は、次のような内容についての協議、実践を行うことを目的とする。

スロートーリズム研究会の目的

- ・スロートーリズムの考え方・目標を研究し、お互いに共有する
- ・地域資源をみつけて、メニュー化する
- ・実験的な試みを組織的に行う
- ・実験的な事業の結果を今後に反映させる

これらの協議、実践を通じて、地元事業者や住民の参加を促し、他の地域とのタイアップを試行しながら、地域内のスロートーリズムに対するサービス水準を向上させていくことになる。そのための具体的なステップが、STEP2～7に掲げる活動である。

スロートーリズム研究会は、ゆくゆくは、着地型エージェント^{注)}を確立するための中核となる、といった目標をもちたい。

注) 着地型エージェントについては、STEP7 および3章参照

② 研究会のメンバー

「実験的な事業を組織的に行う」ことを実際に担う団体に声をかけ、集まってもらうことが基本である。地域によって事情は異なると思われるが、標準的には以下のような団体が想定される。

スロートーリズム研究会の標準的なメンバー構成

- ・NPO、民間事業者など、サービス提供を実際に行う団体
- ・漁協、農協、商工会、商工会議所、JC、旅館業組合など、関連業界団体
- ・観光協会
- ・自治体

いずれも、体験学習の個々のメニューや、案内ガイドなどの旅客サービスを提供する団体、団体を構成員とする組織などである。

可能であれば、地元コンサルタントや専門家等にとりまとめ業務を委託すると、第3者の目が入れるると同時に、利益代表でないので、意見の集約・調整が容易となる。

サービス提供を実際に行う団体については、アンケートなどによる事前の把握が有効である。本調査では、関係団体にアンケート調査を実施して、“地域資源・新たな集客交流サービス”の概要を把握することとあわせて、その担い手となっている組織、人物の把握を行い、“地域研究会”の設営に役立てた^{注)}。

注) アンケート内容は3章に掲載しているので、参考にしてほしい。

③ 研究会の運営

回数

当然ながら、開催回数が問題ではない。必要に応じて随時開く。大切なのは継続性と実行力である。

できれば議題が充分でなくとも定期的を開催して、定例化することが望ましい。標準的には、毎月第〇〇曜日〇時から、と決めて毎回同じ場所で開催することになると、開催の事務的負担が減る。

1回の開催時間は、内容にかかわらずたとえば2時間と決めておき、これを厳守するような運営をするとよい。

各回の内容

各回の内容は、必要に応じて柔軟に計画すればよい。年間を通しては、おおまかに次のような流れになるだろう。

スローツーリズム研究会の年間の流れ

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・スローツーリズムのメニューの構築と企画の立案・実験的事業の企画と実施・実験的事業の結果の評価と今後への反映 |
|--|

この3つのステップを循環させながら継続する。

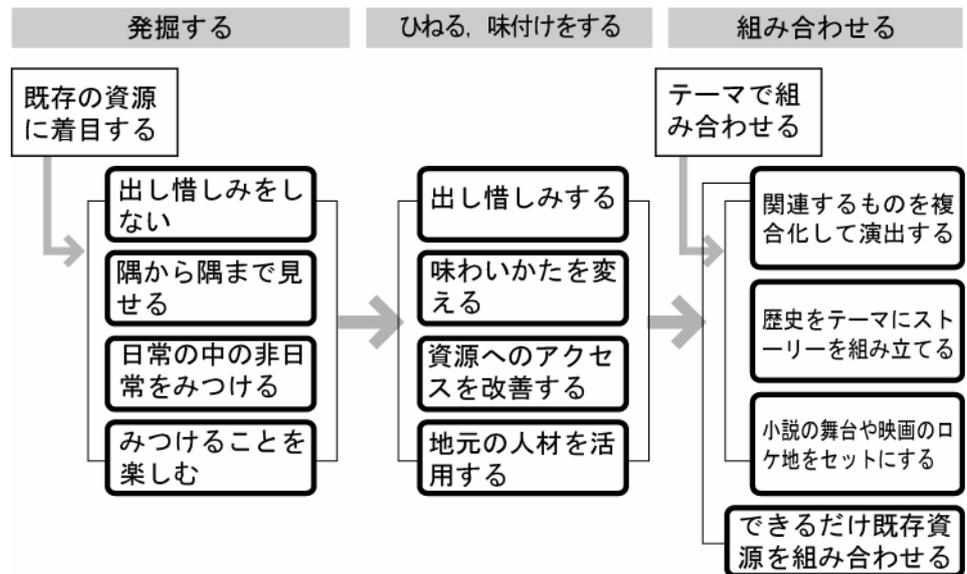
時には外部講師を呼んで話を聴くのもよいが、それが高じて単なる学習会になってしまわないように注意が必要である。できるだけ話題提供者は内部から選び、実践的な協議の場となるように留意すること。現場のサービス提供の当事者から話しを聴き、改良アイデアや今後の展開について意見交換する、といった場も設定できれば効果があるだろう。

STEP2 スローツーリズムのメニューを見つける

スローツーリズム研究会では、まずスローツーリズムのメニューを発掘するところから出発すべきである。既存の観光メニューの多くは、それだけではスローツーリズムを構成できない。

発掘したメニューをさらに、ひねったり味付けをしたり、あるいは他のメニューと組み合わせたりする努力も必要である。そうすることによって、メニュー自体をより魅力的に、よりスローツーリズムにふさわしいものにしていくとともに、それぞれの資源にアクセスしやすくするためである。

スローツーリズムのメニューを見つける



① 発掘する

既存の資源に着目する

すでにあるもの、残されているものに着目しよう、というのが、スローツーリズムの重要な考え方である。

「とりあえず新しい資源を開発してみよう、新しい観光施設を設置してみよう」といった発想を捨てて、既存の資源を発掘するところからはじめよう。本調査の地域研究会の場でも「街並み、歴史文化、体験観光、郷土料理などさまざまな資源があり、さまざまな取り組みを行っている人材がいるが、充分認識されていない。これらをPRしていくことがまず必要だ」というような意見が多く出された。「新しい料理をつくるよりも、地元の郷土料理を出したほうが評価される」というのも、このためである。

地域にふつうにあるもの、残されているもの、日ごろのなりわいと一体になったもの、自分たちが日ごろ楽しんでいるものなどが、地域の文化を構成しているのであって、その文化は作り物ではなく、本物である。

以下、既存の資源をうまくみつけるためのポイントを、いくつか挙げておくことにする。

【左】岩国寿司と大平(岩国市：山口県)
【右】新居浜選鉱場(新居浜市：愛媛県)



出し惜しみをしない

つまらない資源だからと最初から切り捨て、隠してしまうということがないかどうか、チェックしてみよう。自分たちがいつも食べている料理を出し惜しみしていないか。自分たちがいつも見ている風景を隠していないか。

自分たちにとってつまらなくても、来訪者にとっては珍しく、心温まるものかもしれない。

売り出したいもの、売れそうなものに絞るのではなく、できるだけ幅広く紹介して、選択肢を多くすることも大切である。

隅から隅まで見せる

瀬戸内の景観・眺望は、それ自体が大きな資源である。白砂青松、多島美の景観だけでなく、漁村の街角、石畳、みかん畑の石垣、作業風景、山から見下ろす集落景観など、見慣れた景色はすべて、出し惜しみしないで人に見てもらいたい資源といえる。

呉市で催行した灰が峰の夜景バスツアーは、乗車率 85%と大好評

であった。すぐそこに、はるか前からあった山の高みが、実は多くの人々を楽しませる貴重な資源だったわけである。夕日を観光資源にしてしまったところも多くあるが、これなども、既存の資源に目をつけて、出し惜しみをしないで活用したよい例である。

【左】夕日を観光資源に（倉敷市児島：岡山県）
【右】黒滝山からみる忠海市街地と海（竹原市：広島県）



日常の中の非日常を見つける

こちらでは日常だが、世間ではそうではない、というようなものがあれば、それは絶好の資源である。たとえば、船からの風景、知られていない防空壕、町工場の仕事、柑橘農家の作業や漁の操業といったようなものは、他の地域での日常とは違うはずだ。

これらの日常をそのまま味わってもらおうとすると、時間設定や受け入れ人数、交通の便などの点で、不便なものになってしまうかもしれないが、不便さを売りにするというのも不利なことではない。南信州観光公社（3章参照）の実施している体験メニューは、徹底した不便さが好感されて実績につながっているよい例である。

日常の中の非日常：船からの風景（徳島市：徳島県）



みつけることを楽しむ

既存資源を発掘するには、まず研究会のメンバーが手分けして実際に歩いてみることから始めるとよい。1/2,500程度の地図とカメラを持って見つけたものをプロットするかたわら、現地の人々の声を聴いて回ると、多くの発見がある。マップづくりイベントの参加者の感想はいつも「地元こんなものがあるとは知らなかった」という発見の喜びに満ちている。

外の人に聞いてみるのもよい。転勤族、支店や営業所の職員などに指摘してもらおうというのは、よいアイデアである。学校の先生なども、既存資源について気をつけていることが多い。

既存資源の発掘作業自体を観光資源にしてしまう、というのはもっとよいアイデアである。この作業は裏方仕事であるが、それをあえて自由参加のイベントとして運営し、ツーリストに開放する。これなどは、出し惜しみをしない典型である。お客様扱いされないことが、スローツーリストの楽しみにつながる。また、住民が運営スタッフとして参画することで、地域内の人材の出番と育成の機会が得られる。

体験プログラムの例

参考のために、体験プログラムの例を以下に列挙する。本調査の地域研究会での話題として出されたもの、他の地域で実際に行われているもの、などのなかからランダムに抽出した。

日常的なもの、裏方仕事のものが多く含まれているのに注意しよう。

体験プログラムの例

ジャムづくり
 キビ団子づくり
 筍掘りと筍料理
 山菜取りと山菜料理
 ドクダミ摘み
 うどんづくり
 塩づくり
 寿司づくり
 こな山椒づくり
 きこの菌打ち

一夜干しづくり
 草木染め
 ミニ盆栽づくり
 竹細工
 ぶどう袋掛け
 漁業体験
 森林ボランティア体験
 山仕事の技術学習
 ドングリの森づくり
 炭焼き体験

公園整備補助作業
 動物と森林の被害学習
 登山道整備作業
 街道補修復元作業
 庭園での野点
 提灯でそぞろ歩き
 着物を借りて城下町散策
 町並み環境カルテづくり
 ・・・・

【左】アラハタ「体験 Jam 工房」(竹原市：広島県)
 【右】大正時代の着物をレンタル (岩国市：山口県)



【左】大谷焼体験 (鳴門市：徳島県)
 【右】阿波踊り体験 (徳島市：徳島県)



アンケートによる把握

以上のような作業に並行して、研究会メンバーを中心にアンケートなどを実施しておく、もれがなくてよい。本調査でも事前に“地域資源・新たな集客交流サービスに関するアンケート調査”を実施して資源の把握を行った^{注)}。

注) アンケート内容は3章に掲載しているので、参考にしてほしい。

② ひねる、味付けをする

付加価値をつける意味

新たに発見した既存の資源は、その情報をうまく伝えることによって、観光商品としての活用が進む。本物をそのまま本物として提供するのに、さまざまな制約があるとすれば、その制約そのものを逆手にとって売り物とするのも得策である。

ただし、少しだけひねったり、味付けをしたりすることによって、その魅力が増進することも多い。ひねりかた、味付けのしかたについて、そのポイントをあげておこう。

大切なことは、付加価値をつけるということが、無用に飾り立てるということではない、という点である。必要以上に厚化粧してしまうことは、スローツーリズムが依拠しているサステイナブルツーリズムの“サステイナビリティ（持続可能性）”の精神に反する。

出し惜しみする

たとえば、それが食品などの商品であれば、ここでしか手に入らない、限定商品で他の場所では買えない、という出しかたをするのも、ひとつのブランド戦略である。とくに生産量に限界があるような場合には、積極的に出し惜しみをするほうが、生産量を無理にあげるよりも効果がある。

味わいかたを変える

「この食品」ではなく「この食品をこう食べる」、「この名所」ではなく「この名所をここから見る」というような提案ができるとうよい。タケノコは全国どこでも手に入るが、ここではタケノコの刺身が食べられる、ということであれば、また別の喜びが得られる。フグはどこにもあるが、フグサクは新居浜でしか味わえない、というのも嬉しい。工場の煙突はよくあるが、ここでは見る場所によって本数が異なって見える、というだけで話題になるのも、この類である。

また、説明のしかたによって味わいがより深くなることも多い。たとえば、食べ物をただ出すのではなく、食材の調達のしかた、料理方法などの特徴を説明してあげることで、味そのものが変わってくる。



資源へのアクセスを改善する

制約を逆手にとるといっても、わざわざ不便なまま放置するというのは、単に冷淡なだけである。放置するのは、便利にすることによってその資源の本質を変えてしまうという場合に限られなくてはいけない。たとえば、牛の搾乳体験を四六時中可能なようにしてあげるといえるのは、一見親切なように見えるが、「搾乳は決まった時刻に行わなくてはならない」という本質を理解する機会を奪ってしまうことになる。

資源の本質を壊さない範囲で、その資源へのアクセスをよくする、ということは必要である。たとえば、そこへ行きやすいように標識を丁寧に設置する、バスの情報を提供する、場合によれば小道をつけるなどは、交通アクセスの改善である。ものであれば、買いやすくするために、どこで売っているか、どんな銘柄やタイプがあるか、値段はどうか、という情報を提供してあげることが、その商品へのアクセスの改善になる。

体験プログラムでも、どこでいつ体験できるか、時間はどのくらいかかるか、講師はどんな人か、といった情報が、体験しやすくするためには必要である。

たとえば、渦潮の魅力をあじわってもらおうとした場合に、それが眺められる場所に行けることと同じくらい、渦潮の発生する時刻が簡単にわかることが、アクセスの容易さにとって重要である。

アクセスの改善は、必ずしもインフラの整備によってしか図れないものではない。きめ細かい情報提供が果たす役割は、きわめて大きい。STEP5で述べる“セルフガイドのための情報”は、このアクセス改善のための方策である。

体験・見学ができるジーンズ工場などを巡るジーンズバス(倉敷市児島：岡山県)



地元の人材を活用する

どの地域にも、さがせば必ずアーティストがいる。染色、織物、陶芸、イラスト、商業デザイン、木工家具、わら細工、竹細工等々の作家や演奏家などである。最近では、ウェブデザイナーなどの地方居住も増えてきた。

これらの作家の作品それ自体を売るというよりも、ここでいう「ひねる、味付けをする」中で、彼らの力を利用することを考えるとよい。彼らの存在そのものが当地の文化であり、個性であるからだ。同じパッケージデザインでも、大都市の大手デザイン会社ではなく、地元在住のデザイナーの手によるものだからこそ物語になる。

勝山の“のれん”は、地元の染色家が制作しているから定着するし、長続きもしている。柳井のイベント“花・香・遊”も、さまざまな小イベントのデザインをひとりの地元デザイナーが担当することで、全体の統一感を出している。

パンフレットや案内地図、食事の器、商品の小箱、ラベル、看板、店や施設などのテーブル・椅子など、地元の作家の出番は多い。

地元デザイナーが統一的にイベントのデザインを担当（柳井白壁“花・香・遊”，柳井市：山口県）



③ 組み合わせる

組み合わせは効果がある

既存の資源を、他の資源と組み合わせることによって、より味わい深いものになることが多い。単独の場合よりも、組み合わせることで大きな訴求力につながることを期待できる。

他の地域と連携して組み合わせを作り出すことも効果的な場合が多いが、この点については次のSTEP3で述べる。

資源を組み合わせる作業は、基本的にはツーリストが自発的に行うべきものである。しかし、資源の内容を熟知した受け入れ側が効果的な組み合わせをいくつか工夫して提案し、自発的な選択を助けるとともに、それらの組み合わせを堪能しやすいような条件整備をする、というのは推奨すべきことである。

テーマで組み合わせる

たとえば、食は、単に食べるだけではなく、食べる環境を演出してより厚みを出していくことができる。岡山の“さわら”キャンペーンでは、さわらが食べられる店のガイドブックを作成したり、さわら連が踊りを見せたりして効果をあげている。

その町の歴史をテーマにしたストーリーにあわせて、歴史資源の案内ができるようにすれば、小さな資源が集まって奥行きのある歴史体験を味わうことができる。呉の大和ミュージアムを核とした明治から昭和にかけての近代史めぐり（土木遺構、海軍、江田島、斜面市街地、近代都市）などは、この例である。小説の舞台や映画のロケ地をセットにして紹介するのも、わかりやすい組み合わせの例である。

鱧（さわら）料理と鱧をPRするさわら連(岡山市：岡山県)



大和ミュージアムと旧呉鎮守府庁舎(呉市：広島県)



できるだけ既存資源を組み合わせる

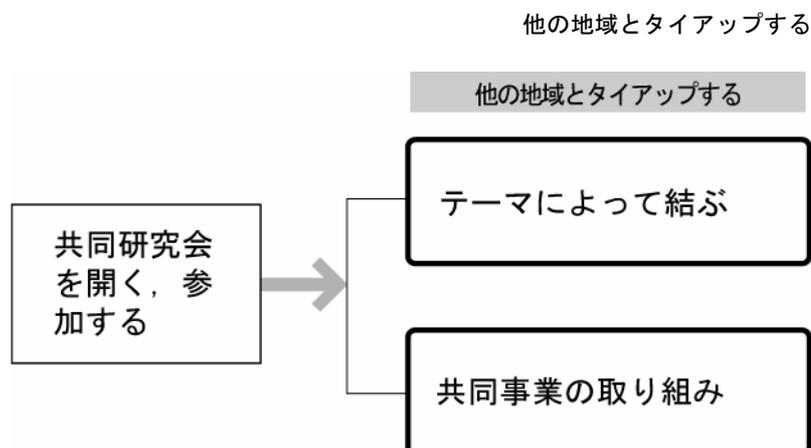
このような組み合わせにあたっては、地域によって無数の主題が考えられるだろう。また、考えた主題にあわせて組み合わせる資源も、無数に見つかるはずだ。それらは、小さなものでよい。誤解をおそれずにいえば、小さければ小さいほどよい。小さいほど、地域にとっては取るに足りないものであり、日常であり、したがってその地域の文化に根付いたものだからだ。小さなものを、出し惜しみをしないで、どんどん提供しよう。

逆に、組み合わせのストーリーを埋めるために、安直な新規の資源開発に走ることは、できるだけ控えたほうがよい。そのことで、既存資源を発見する努力がおろそかになりかねないし、場合によると既存資源の価値を隠してしまいかねないからである。

STEP3 他の地域とタイアップする

スローツーリズムのメニューを見つけたら、次には他の地域とタイアップできないか、どのようなタイアップを行えば効果があるか、を検討することになる。

このステップは、次の STEP4 と並行して進めることが現実的である。



① 共同研究会を開く, 参加する

他の地域でスローツーリズムの受け入れ体制づくりを実践しようとしている団体（ここでいうスローツーリズム研究会）や、着地型エージェント（STEP7④参照）と共同で研究会を開催する。あるいは、共同の研究会の呼びかけに参加する。

このことから、それぞれの地域の資源や体制、人材についての相互理解が進み、タイアップの具体的なアイデアが生まれることが期待できる。

共同研究会を主催すれば、自分たちの地域に他の地域の専門化を招聘する機会とする効果もある。

共同研究会でのテーマ別協議（H18/1/20）



② 他の地域とタイアップする

テーマによって結ぶ

共同研究会などの場で、具体的なタイアップの内容を検討することになるが、参考のためにその例を列挙しておく。今回の地域研究会で出された話題に、若干の他地方の事例をつけくわえた。

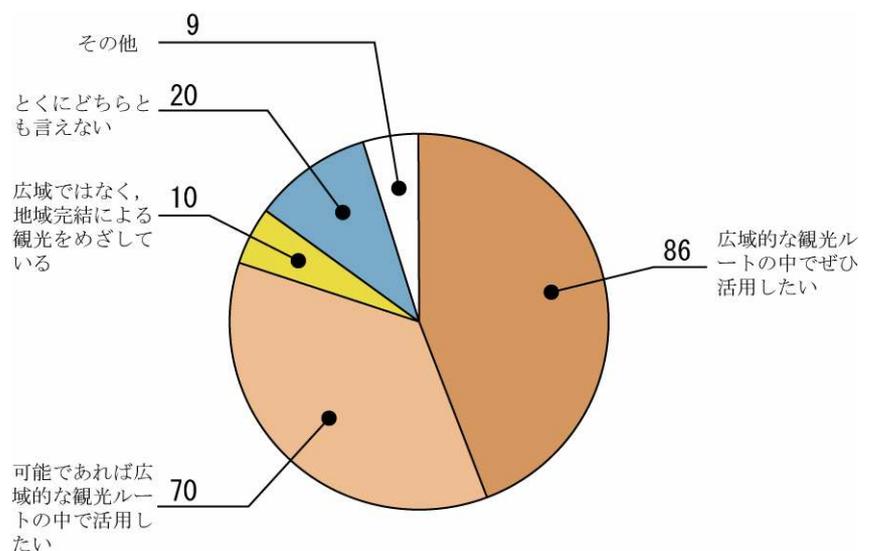
タイアップのテーマの例

食べ物	果物天国，魚天国，タコの道 うどんとラーメンの組み合わせ
過去と現在をつなぐ	産業史は新居浜，先端技術は水島・・・
繊維産業の連携	児島のジーンズ，今治のタオル，沿岸のクラブ ウ・・・
名棟梁の建物作品巡り	八木甚平衛（呉，新居浜） 鉄川与助（長崎の天主堂）
共通の歴史	源平合戦（児島，高松） 坂本龍馬（鞆，児島，琴平） 朝鮮通信使等（古代～近世航路）
映画のロケ地	呉，尾道，福山（沼隈），小豆島，鳴門・・・
文学・伝説	桃太郎伝説（岡山，高松）
対決話題	料理対決

タイアップは、他の地域と連携したモデルコースを設定することなどによって、ツアーの内容をより豊かにすることが目的である。他の地域もそれを待っている^{注)}。

注) 本調査で実施した『地域資源・新たな集客交流サービスに関するアンケート調査』の「地域資源、新たな集客交流サービスの広域的観光ルート形成への活用意向」の質問結果では、約8割の団体が広域的な観光ルートの中で活用したいと考えており、地域完結型での観光を目指しているのはごく一部となっている。

地域資源、新たな集客交流サービスの広域的観光ルート形成への活用意向



ただし、自分の地域の不足を他の地域でカバーしようとする気持ちが働くと、こちらの取り組み意欲が薄くなってしまう。むしろ、コース設定をしたうえで、そのなかで地元いかに長く滞在しても

らうか，という競争心理を働かせる必要がある。助けあうことよりも，切磋琢磨しあうための連携と考えたい。

共同事業の取り組み

共同研究会における共同事業の取り組みの内容としては，さまざまな内容が想定されるが，例示すると次のとおりである。

共同事業の取り組み内容例

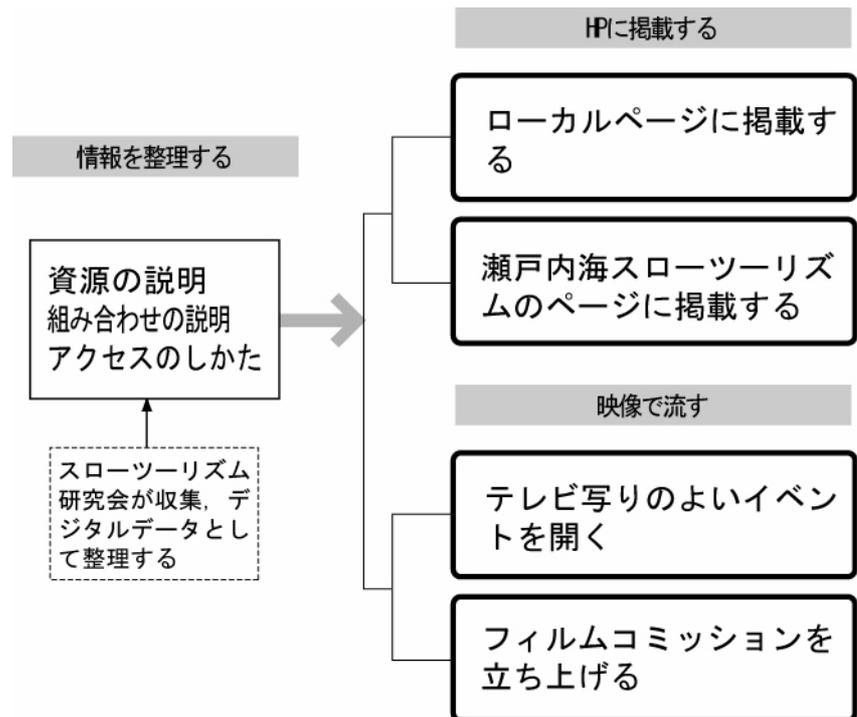
- ・ 共同のコース設定
- ・ 共同のプログラム開発
- ・ ガイドの共同研修
- ・ 共同のクーポンなどの発行
- ・ 共同のパンフレット，マップ，時刻表等の刊行
- ・ 共同のウェブサイトの運営
- ・ エージェントなどへの共同の売り込み
- ・ 学校・団体などへの共同の営業
- ・ 共同の観光統計データ等の管理・分析

このほか，広域的なイメージ形成を共同で進めるような企画が出てくると意義深い。たとえば，食，遊び，産業，温泉，街並み，花，等々の個別のテーマで，“〇〇地域〇〇事典”を編纂しよう，といったアイデアは共同研究会での検討に値する。本調査の合同地域研究会では「“せとうち遊び六法”をつくろう」という提案がなされた。

STEP4 PRする

地域の資源、その組み合わせ、それらへのアクセスのしかた、などが得られたら、次にそのPRをしなければならない。PRのためには、まず情報の整理が必要である。整理された情報を、どう広く伝えていくかについては、さまざまなメディアの利用が考えられるが、ここでは効果的なメディアとしてインターネットのホームページおよび映像メディアについてふれる。

PRする



① 情報を整理する

誰が整理するか

PRするための情報の内容は、当然ながらスロートゥリズム研究会が、現場と協力して自ら作り出さなくてはならない。この点を人任せにすると、最初からつまづくことになる。

美しい観光パンフレットでかなり経費をかけながら、情報密度がきわめて薄いものがあったり、刊行物によって内容が異なっているために全体的に信頼性のもてない情報があったり、いかにも歯が浮くような表現で現実との乖離が容易に想像できるものがあったり、ということがよくあるが、これらは情報の収集と整理をツーリズムの理念や戦略の形成とは別に切り離して、人任せにしたせいである。

どんな情報が必要か

整理された情報は、営業資料・発表資料やパンフレット、ホームページ、現場での案内用のマニュアルなどに活用されることになる。したがって、基本情報はそれらの最小公倍数として、必要な項目を網羅していなければならない。

必要な項目は、たとえば次のようなものである。

- ・ 資源の説明
- ・ 組み合わせの説明
- ・ アクセスのしかた

資源の説明については、たとえば体験プログラムであれば、その内容を記述した文章、体験可能な時期、体験に要する時間、その場所、必要な経費、講師の紹介、体験風景の写真、などは最低限必要である。

組み合わせの説明については、たとえばそのコース、所要時間、主題の解説文章などがあるとよい。関連する他地域の資源のインデックスなどがあると、さらに親切である。

アクセスのしかたについては、交通手段（時刻表、料金表も含めて）、問い合わせ先の情報、商品であれば購入可能場所、価格などがあるとよい。セルフガイドのための情報（地図、パンフレットなど）にどんなものがあり、それがどこで手に入るか、という情報も重要である。

どのように整理するか

情報は、いろいろなメディア向けに加工するためには、デジタルデータとなっていた方が便利である。

また、随時更新されなくてはならない。更新の遅れた情報は、すぐに信頼性を失ってしまう。美しいページをとりあえず作成して何年も更新されないホームページほど、逆効果なものはない。サステイナビリティのためには、正直さ、正確さを支える軽快さも重要な要素である。

このためには、整理のための一定のシステムが必要である。よく考えられたデータベースシステムとネットワークによる情報管理システムを用意するのが理想であるが、少なくともエクセルやファイルメーカーなどの既成のアプリケーションで管理し、研究会のたびにファイルを交換して共有する、などの手立ては講じるべきである。

② HPに掲載する

ローカルページに掲載する

整理した情報は、ひとまずホームページに掲載する。スローターリストが情報を収集する手段としては、旅行代理店に出向いてパンフレットを収集するよりも、インターネットを通じて収集するケースのほうが多いかもしれないからである。本調査のウェブアンケートでは（インターネットによるアンケートという性格も影響はしていると思われるが）、旅行の事前情報収集方法（複数回答）として80%がインターネットを挙げている。その傾向は年代を問わず高く、60歳代以上でも70%を超えている^{注)}。

注) (社)日本旅行業協会国内旅行委員会が2004年に出した提言『更なる国内旅行振興にむけて～新時代の旅行業の役割』では、インターネットの普及が旅行流通に与えた影響について、次のように述べている。

「インターネット白書2003」によると、・・・旅行関係は、書籍・雑誌に次いで

インターネットで情報収集する人の割合が高く（48.3%）、また、インターネットで情報収集後、過半数がそのままオンラインで旅行やチケットを予約・購入している」とし、オンライン・エージェンツ経由の旅行・宿泊予約が急激に増加していることとあわせて「既存の旅行会社も1990年代後半から旅行商品のオンライン販売への取り組みを開始した。国内宿泊をはじめとするオンライン販売は、各社とも確実に実績を伸ばしており、宿泊商品の1割以上をオンライン販売が占めるようになった会社もある」

なによりも、情報を提供する側のコストとしては、どんなメディアよりも安上がりであり、安上がりであることは更新が容易であることを意味するからである。

ホームページを作成するサーバは、自治体のサーバを間借りするのでも、研究会自前のドメインを取得するのでもかまわない。問題は、必要な人が必要なときに、いかに容易にアクセスできるようにしておくかである。このためには、検索エンジンへの登録のほか、関連するサイトへリンクの要請をきめ細かく行うこと。関連するサイトは、自治体や観光関係のサイトだけではない。たとえば、組み合わせを行ったテーマに関係する業界団体や研究機関のサイト、旅行を扱った個人のブログなど、たくさんあるはずである。

瀬戸内海スロートリズムのページに掲載する

瀬戸内海スロートリズムのホームページにも掲載できる。ただし、このページは今のところ頻繁な更新体制は予定されていないので、最初に掲載する内容のほかは、リンクを要請するのがよいだろう。リンク先の自サイトで更新を行う。

瀬戸内海スロートリズムのホームページのURLは次のとおりである。

<http://www.chugoku-navi.jp/slow/>

③ 映像で流す

テレビ写りのよいイベントを開く

PRの情報は、さまざまなメディアで流す必要があるが、なかでもテレビ、映画などの映像メディアでとりあげると力があることは、本調査の地域研究会の場でも紹介された。

映像でとりあげるには、それなりの工夫がある。たとえば、テレビ写りのよいイベントを開くのもひとつの方法である。

フィルムコミッションを立ち上げる

また、映画の舞台になるには、各地域でローカルなフィルムコミッション^{注)}を立ち上げるのが手っ取り早い。現在、多くの地域にフィルムコミッションが設立されているが、それに比較してこちらには多くの体験プログラムがある。体験プログラムの多くは、テレビ番組や映画のソースとしていかせるかもしれない、という触覚を働かせるべきである。体験プログラムの人材も、コミッションの人材として活用できる。

注) フィルムコミッションとは、映画、テレビドラマ、コマーシャルなどのロケーション撮影を誘致し、ロケ候補地探しやエキストラの確保、道路の調整など実際のロケをスムーズに進めるための非営利公的機関である。日本では2000年以降、主に各地の自治体を中心に設立された。

ちなみに、現在全国フィルムコミッション連絡協議会に加盟する団体は87団体に達しており、未加盟を含めて全国に100団体以上が活動している。瀬戸内海地域関連では、下記のとおり。岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛のすべての県に何らかの形で県レベルのフィルムコミッションないしフィルムコミッション事業が立ち上がっている。

活動中のフィルムコミッションの課題は、自らの地域の文化及びロケーションの魅力をいかに数多く集め、映画製作者に対して直接PRできるかという点にあるといわれ、スローツーリズムの取り組みは、フィルムコミッション事業の推進自体にも貢献できる。

瀬戸内海地域関連のフィルムコミッション一覧表

FC名称	所在等	設立	URL
全国FC連絡協議会	東京国立近代化美術館フィルムセンター内	2001/8	http://www.film-com.jp/
倉敷FC	倉敷観光コンベンションビューロー内	2003/1	http://kankou-kurashiki.jp/fc/index.htm
笠岡諸島FC	島づくり海社	2002/10	http://www.shimazukuri.gr.jp/fc/
晴れの国岡山FC事業	岡山県観光物産課内	2002/3 開始	http://www.rashinban.info/filmcommission/filmcommission.html
広島FC	(財) 広島観光コンベンションビューロー内	2002/12	http://kankou-kurashiki.jp/fc/index.htm
おのみちFC	尾道市観光文化課内	2003/1	http://www.city.onomichi.hiroshima.jp/
FCみはら	三原市観光文化課内	2003/4	http://www.city.mihara.hiroshima.jp/film/index.htm
呉地域FC	呉市観光振興課内	2003/6	http://www.kurearea.jp/film/
ふくやまFC	(社) 福山市観光協会内	2005/3	http://www.fukuyama-kanko.com/FukuyamaFC/film.html
下関FC	下関市観光振興課内	2002/6	http://www.shimonoseki-fc.jp/index.html
山口県FC	山口県観光交流課内	2003/4	http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/gyosei/shogyo-k/11.htm
徳島県ロケーションサービス	徳島県観光交流課内	2002/6	http://ourtokushima.net/tls/top.php
徳島FC	NPO法人(徳島市)	2002/3	
香川FC	香川県観光協会内	2001/4	http://www.21kagawa.com/kfc/
えひめFC	愛媛県観光交流課内	2002/7	http://www.pref.ehime.jp/ehimefc/index.jsp
アジア・フィルム・ネットワーク	NPO法人(松山市)	2002/4	http://www.asiafilm.info/
今治地方FC	今治地方観光協会	2004/10HP オープン	http://www.oideya.gr.jp/filmcommission/index.htm

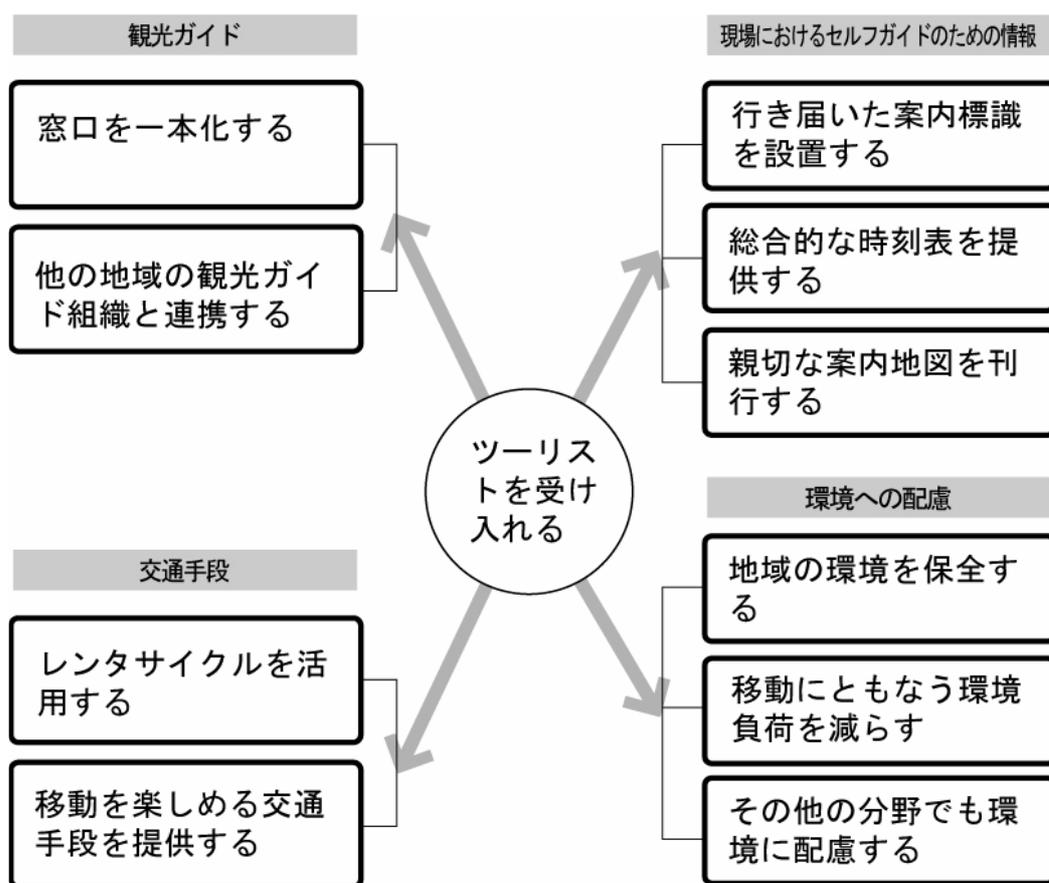
「FC」は、フィルムコミッションの略

STEP5 ツーリストを受け入れる

ここでは、実際にツーリストを受け入れる現場での留意点について、いくつか重要な事項を整理する。現場に必要なノウハウは多岐にわたるが、ここではとくに、全体の基盤となるようなサービスについて掲げることとした。観光ガイド、交通手段、現場におけるセルフガイドのための情報、環境への配慮の4点である。

全体の基盤となるサービスが、スローツーリズムの趣旨を先導できれば、各現場でもそれにならって主体的な工夫が積み重ねられるにちがいない。

ツーリストを受け入れる



① 観光ガイド

窓口を一本化する

スローツーリストを受け入れるにあたって、それぞれの地域で適切なガイドを提供することは必須である。彼らは、添乗員をともなわない、フリーな旅をする傾向にあるからだ。現在、ボランティア観光ガイドは各地で活躍しており、たとえば呉市では66人の観光ボランティアの会が年間3万人の案内を行っている^{注)}。

注) 本調査のモニターツアーでは、いずれの都市(松山市、呉市、竹原市)においても、ボランティアガイドが極めて高く評価された。ボランティアガイドによる案内について、8-10割の人が「非常に満足」「満足」と回答している。

ガイドには、専門性の高いガイドから、歴史文化全般を正確に紹介する訓練をつんだガイド、一定のストーリーをもって比較的アバ

ウトに街歩きを先導するガイド，買い物や体験プログラムにおつきあいするふれあいガイドまで，多様な志向をもったガイドがいてよい。問題は，ツーリストの世代や旅行テーマによってニーズもさまざまであるから，そのマッチングを適切に図れるようにしておくことである。

多くの地域では，ガイドの登録制をもっているが，マッチングのためには，なんらかの組織化を行って，窓口の一本化を図ることが必要となる。その窓口で，ガイドできる内容（得意分野），対象区域，対象人員，期間，時間帯，必要経費，などの情報を予め公開できるようにしておくことも必要だ。

窓口は，たとえば観光協会のカウンターといった一般のビジターがアクセスしにくい場所ではなく，市中の案内所やHP上，町中の博物館，飲食店など，目に付きやすいところを工夫したい。ガイドを探すのにガイダンスが必要なようだ，なかなか利用してもらえないのは当然である。

呉市の場合は，駅のそばの観光情報プラザでボランティアガイドを紹介してくれる。さらにプラザで担当のガイドとともに事前相談を行ったうえで街に出る，という対応をしているようだ。

【左】 たけはら観光ガイドの会のガイド（竹原市：広島県）
【右】 くれ観光情報プラザ（呉市：広島県）



他の地域の観光ガイド組織と連携する

他の地域の観光ガイド組織との連絡や協調をとれるようにする。

次に訪れる町のボランティアガイドを紹介できるようになると，ツーリストにとってありがたいし，それをとおして人の輪も広がることになる。また，共通の内容について，共同でセミナーを開くといった可能性も生まれる。

他の地域の観光ガイド組織と連絡をとるには，すでにある連合組織に加入するのが早道である。県単位での既存の連合組織は，以下のとおりである。このほかにも，広域単位，都市単位で多くの連合組織がある。社団法人日本観光協会が開設している“全国観光ボランティアガイド”のホームページサイトでは，既存の団体や連合組織について詳しい紹介があるので，参考にとるとよい。

県単位の協議会組織名	連絡先
広島県観光ボランティアガイド協議会	(社)広島県観光連盟内
おいでませ山口観光ボランティアガイド連絡協議会	(社)山口県観光連盟内
岡山県観光ボランティアガイド連絡会	岡山県産業労働部観光物産課内

② 交通手段

レンタサイクルを活用する

安心して地域内を移動できるような手段を提供することも必要である。そうでないと、やはりお仕着せの貸切バスに依存せざるをえなくなり、観光プログラムの主体性がどんどん失われてしまうことになる。

地域内移動手段として、現在各地でレンタサイクルの活用が進んでいる。自転車は環境にやさしく、きわめて個人的な乗り物でもあるから、スロートーリストの志向にあっている。

レンタサイクルをより魅力的なものにするという観点からは、次のようなアイデアが参考になる。

- ・ おしゃれなものにしたり、色を変えるなどして、観光客とわかるようにすると利点がある（地元の人が案内できる）
- ・ 公共交通機関とレンタサイクルとのセット販売というのもよい

【左】 レンタサイクル（竹原市：広島県）

【右】 レンタサイクルの貸し出し場所を示すサイン（高松市：香川県）



移動を楽しめる交通手段を提供する

移動そのものを楽しめるような交通手段を提供することも、思い出に残るよいアイデアである。

地域の日常の足が、ツーリストにとっては非日常であることも多い。本調査で実施したモニターツアーでは、松山の路面電車や音戸の渡船の評価が高かった^{注)}。

注) 各地の公共交通機関の満足度(非常に満足+満足)は下記の通り。

松山市内の路面電車 90%, 呉市内の路線バス 35%, 呉市内の渡船 50%, JR 呉線 25%, 松山・呉間のスーパージェット 56.6%

ソーラー船、川船、桜船、馬車、木炭車などどうか、というような提案も傾聴に値する。ただし、それが外来の観光客だけが楽しむものだと興ざめである。特別のつくりものを提供することは、サスティナブルツーリズムの精神に反することだ。路面電車や渡船の

ように、地域の人でも利用し、それをツーリストも一緒に楽しむ、というのが理想である、

広島市内では近年、自転車を利用した“ベロタクシー”や川の雁木で乗降する“雁木タクシー”が好評を博しているが、これらは、市民のための乗り物という性格ももっているからだろう。

そういう点からいうと、たとえば、島嶼部などでは農作業用のトップカーやモノラック、あるいは農耕船などについてに乗せてあげる、というような発想があつてよい。

【左】市民の足である三津の渡船（松山市：愛媛県）
【右】特色ある移動手段となるボンネットバス（呉市：広島県）

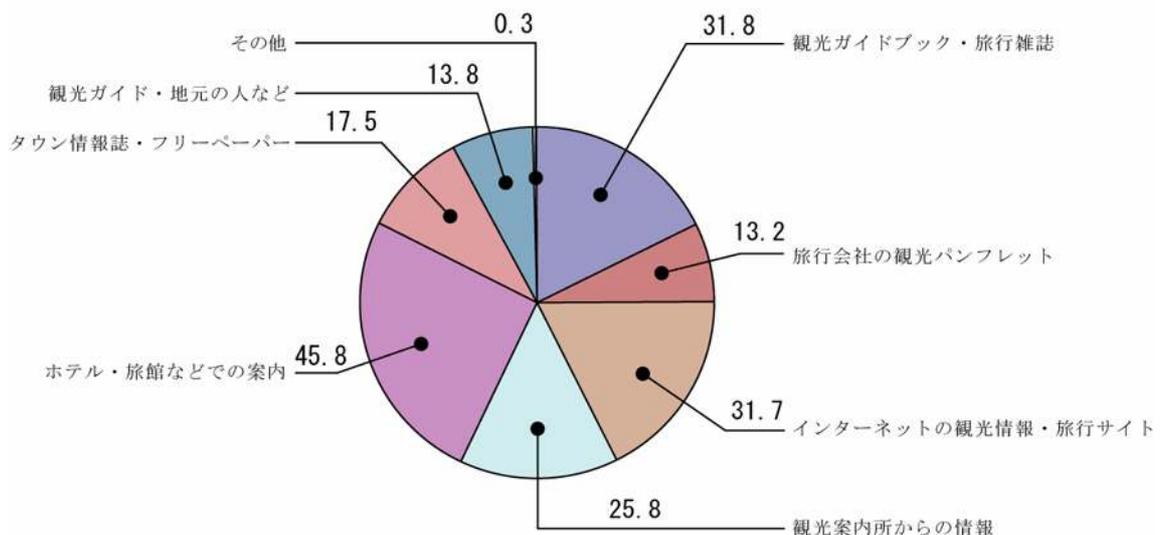


③ 現場におけるセルフガイドのための情報

セルフガイドのための情報の必要性

現地での情報収集は、現実にはさまざまなメディアに依存する。本調査のウェブアンケートでは、出発後の情報収集方法（複数回答）として、「観光ガイド・地元の人」が41%、「インターネットの観光情報・旅行サイト」が41%、「ホテル・旅館などの宿泊施設での案内」が38%、「観光ガイドブック・旅行雑誌」が33%、などとかなり分散している状況がみられた。いろいろと探しまわっているのである。

旅行に必要な情報の収集方法 【複数回答】



スローツーリストが主体性を発揮して地域を満喫するために、自分だけでうろろできるための情報を、より円滑に提供する必要性

は高い。

そのための手段としては、たとえば統一されたシステムによる案内標識、総合的な時刻表、案内地図などが有効である。いずれも、美しいものは必要でない。大切なことは、その内容の親切さと信頼性である。

統一されたデザインの案内標識



行き届いた案内標識を設置する

案内標識は、できるだけさりげなく、できるだけ飾り立てないものがよい。小さくて目立たないが、迷わないように要所要所にならずある、必要なものを案内してくれている、というものが貴重である^{注)}。ビジターにとって、市役所の位置はわからなくてもあまり困らないが、名物料理店や公衆浴場の位置は知りたいものだ。小さくて目立たないもの、ということも重要である。それは、街並みの景観を壊さないのと同時に、変更が簡単にできること、つまり情報の信頼性につながるからである。

注) 案内標識については、次のエピソードが理想を語っている。

オランダ商館の医師ツェンペリーが、1776年長崎から江戸へ参府する途中、筑前で記した感想である。

「里程を示す杭が至る所に立てられ、どれほどの距離を旅したかを示すのみならず、道がどのように続いているかを記している。この種の杭は道路の分岐点にも立っており、旅する者がそう道に迷うようなことはない。・・・ここでは、自慢も無駄も華美もなく、すべてが有益な目標をめざしている。それはどの里程標にも、それを立てさせたその地方の領主の名前がないことからわかる。そんなものは旅人にとって何の役にも立たない」(『江戸参府随日記』C.P. ツェンペリー著、高橋文訳)

総合的な時刻表を提供する

総合的でない時刻表は、利用者の側に立てばほとんど利用価値がない。モード別、路線別、ひどいときには会社別の時刻表、さらにひどいときにはバス停に貼ってある時刻表の写しを集めて照合しなければならないような場合があるが、これは交通弱者のビジターに対して無用のストレスを強要していることになる。できるだけ総合的な時刻表を用意して、ストレスのないセルフガイドが可能なような手助けを提供したい。

また、バスや路面電車の乗りかたは地域によって異なるし、たとえば同じ航路なのに船会社によって港湾ビルのカウンターでチケットを購入する場合と船内でしか購入できない場合がある、などという信じられないような実態もある。総合的な時刻表には、乗りかたや料金の支払い方法なども掲載しておくのが親切である。

親切な案内地図を刊行する

一般の観光案内地図のほかに、歩いて行ける程度の範囲で、“穴場案内”“とっておき情報”というような地図があるとよい。単に狭い意味での観光資源の位置をプロットしたというのではなく、STEP2の“出し惜しみをしない”原則を存分に発揮したような地図としたい。資源発掘作業の成果をそのまま地図にする、というのが効率がよい。そのような地図は、相手に必要な情報を伝える以上に、作り手の地域に対する愛情を伝えることができる。

近年、各地でそのような地図が制作されており、参考となる例はたくさんある。すくなくとも、案内地図に関してはスローツーリズムを先取りしている地域が多い。

案内地図のサンプルを集めて参考にするとよい。サンプルを集めるには、自治体の観光や地域づくりの担当者が集まる会（頻繁にいろいろな会がある）などにふだんから顔を出してみるのが一番である。参加者がそれぞれのPRのために、自分のところの案内地図を持参・配布することが多い。これを貯めておくと、必ずよいことがある。

案内地図に掲載すべき情報とは何かについては、1(5)で述べた“スローツーリズム受け入れのポイント”を思い出してみると、想像しやすい。たとえば、レンタサイクルの貸し出し場所、タクシー待機所、すぐには価値のわからない資源、等々はなくてはならない情報といえる。

スローツーリズム受け入れのポイント（再掲）

- ・何が楽しめるかのメニューだけを提示し、旅行者が選んでコースをつくる
- ・個人的移動手段（自転車、タクシー、公共交通など）の提供、情報サービス
- ・地元の家庭料理、スローフード
- ・長期滞在可能な低廉な宿泊施設、環境に配慮した宿泊施設
- ・ボランティアガイドが案内、セルフガイドのための親切な情報提供
- ・じっくり見て体験しないと価値のわからない歴史的・文化的・景観的資源
- ・時間は不定ではあっても、実際の現場に参加できる体験メニュー

このほかに、コンビニ、駐車場（できれば台数、料金）、公衆トイレ、ATM、ガソリンスタンド、などの位置が掲載されているとよい。

意外に忘れられているのは、地図のスケール感である。ここからここまで行くのに、歩いてどのくらいなのか、自転車では、といった情報が得られない例が多い。方角が明記されていないことも多い。地図の基本的な情報を省略しないで、そこにスローツーリストが求める情報をいかに要領よく入れていくか、というところが、今後の研究課題であろう。

社団法人小豆島観光協会では、各地区ごとに手書きの“ぐるりマップ”を制作している。非常にきめ細かい内容が掲載されていて参考になるので、部分をここに紹介する。中央付近に見える「大石先生の通勤の路」の表示は、二十四の瞳の岬の分教場を訪れたツーリ

ストにとっては、なくてはならない情報であろう。手書きの心温まるマップのひとつである。手書きでデフォルメしたために図上でのスケール感が失われているが、そのかわり、主な地点間の所要時間が掲載されている。

広島県内では、ひろしま道づくりフォーラム実行委員会がシリーズで西国街道（旧山陽道）の散策地図を制作している。記入された情報も豊富であるが、ベースマップに1/10,000の地図を用いているため、建物の大きさ、道幅との対比などから容易にスケール感がつかめるよい例である。

新しい地図を制作するだけでなく、既存の地図のための目録を整備してツーリストに示す、という工夫もあってよい。一般に地域にはたくさんの案内地図があり、刊行主体が異なるために混乱している。

草壁港・坂手港ぐるりマップ（部分、小豆島：香川県）

フェリー

草壁発着	7:50	10:50	13:30	16:15	19:00
高松発着	8:50	11:50	14:30	17:15	20:00
高松発着	9:30	12:15	※14:48	17:43	20:30
草壁港発着	10:30	13:15	15:48	18:43	21:30

※往は草壁のみ(日・祭日は人も乗船できます)
大人510円 小人260円(往復割引もあります)

高速船

草壁港発着	7:00	9:00	12:50	14:45	17:45
高松港発着	7:40	9:40	13:30	15:25	18:25
高松港発着	7:50	10:30	13:40	15:45	18:50
草壁港発着	8:30	11:10	14:20	16:25	19:30

大人1,000円 小人500円(往復割引もあります)

土庄東港発着

坂手港発着	7:00	7:32	8:35	10:26
大飯天保山港発着	15:30	16:02	18:05	18:06
大飯天保山港発着	10:45	11:36	13:39	14:11
坂手港発着	19:10	20:01	22:04	22:36

※往來予約制 大人5,800円(往復10,500円) 小人2,900円(往復5,240円)

二十四の瞳 映画村

坂手港発着	14:45	17:45	19:30
大飯南港発着	8:00	9:35	12:30

※関西汽船小豆島乗船便の運航日は、お問い合わせください。

マリオン線

土庄東港発着	7:00	7:32	8:35	10:26
坂手港発着	15:30	16:02	18:05	18:06
大飯天保山港発着	10:45	11:36	13:39	14:11
坂手港発着	19:10	20:01	22:04	22:36

※往來予約制 大人5,800円(往復10,500円) 小人2,900円(往復5,240円)



④ 環境への配慮

地域の環境を保全する

観光によって、地域の自然環境や生活環境の質が低下させられるべきではない。スロートーリストは、環境への配慮に敏感である^{注)}。

そもそも、スロートーリズムの考えかたそのものが、ファーストツーリズムが環境破壊につながっている、という反省から提唱されたものであり、観光のニーズと地域環境の保全とを両立させることが、スロートーリズムのもっとも重要な目標であるといえる。

注) 本調査のモニターツアー参加者に対するアンケートでは、公共交通機関を利用したスロートーリズムの旅行としての魅力が「既存ツアーよりも魅力が増加した」という回答は57.4%であった。

また、同上のアンケートにおいて日常の移動手段における環境への配慮について尋ねたところ、「環境問題を意識して公共交通を利用する」が25%、「意識しているがマイカーを利用する」が30%、「意識せず公共交通を利用する」が43%であった。半数以上が環境問題を意識し、公共交通の利用が有効であるとの認識をもっている。ただし、意識していてもその半数以上がマイカーから公共交通にシフトできていない。

地域環境は、さまざまな形で観光活動の影響を受けるが、とりわけ自動車交通の増加が生活環境へ悪影響（交通の危険、騒音、排ガスなど）を及ぼす、あるいは伝統的街並みなどの雰囲気や景観を壊す、といった例が多い。このため、パークアンドライド（軌道系やバスによる送迎）による自家用車交通の排除や、フリンジパーキングの整備とあわせた市街地のモータリゼーションなど、スロートーリズムにふさわしい交通対策を進める必要がある。

また、保全だけではなく、より積極的に環境の質の向上、景観の美化に向けた運動を進めることによって、優れた環境そのものを観光資源としていく、という取り組みも重要である。黒川温泉など、それによって成功した観光地の例は多い。

移動にともなう環境負荷を減らす

観光ポイント周辺の地域環境の問題だけではなく、ポイント間あるいは地域間のツーリストの移動によって過大な環境負荷が発生しないようにすることも必要である。

そのためには、とくに組み合わせにあたって、自家用車よりも公共交通機関、公共交通機関よりも自転車、自転車よりも徒歩、といったできるだけ環境負荷のかからない交通手段でまわれるようにするのがよい。また、当然ながら、短時間であっちに行ったりこっちに行ったりするような、あるいは長距離を駆けめぐるといったような、無用なトリップが発生するようなコース設定は避けたほうがよい。

また、周辺の生態系に配慮した移動手段は、たとえそれがいくぶん不便なものであっても、好感をもたれる。たとえば、尾瀬で木道を徒歩で行く以外の交通が禁止されているのも、雪岳山国立公園（韓国）やアトランティックパーク（コスタリカ）で原則ロープウェイでしか移動できないのも、それ自体が強烈なメッセージとなっており、したがってエコツアーのシンボルともなっている。

【左】公共交通機関での移動（ことでん，高松市：香川県）

【右】自転車での移動（小豆島：香川県）



その他の分野でも環境に配慮する

交通以外にも、環境に配慮すべき点、配慮可能な点はいろいろあるだろう。地域の実情によってできることは異なると思われるが、以下にいくつか例示しておく。

まず、宿泊施設やその他の観光施設などを、環境対応のものにすること^{注1)}。たとえば、多大なエネルギーを投入する冷暖房システムをやめて、建物自体をパッシブ建築^{注2)}とするなどは、そのよい例である。古民家への宿泊は、パッシブ建築様式の体験という点でも意味があるといえる。

注1) 環境に配慮した宿泊施設の取り組み事例については、3章で紹介する。

注2) パッシブ建築とは、特別な動力機器を使わず、建築設計の工夫によって太陽や自然の風、気温の変化、大地の熱といった自然エネルギーを利用して、暖房や冷房を行おうとするもの

水処理，ゴミ処理，リサイクル，省資源・省エネルギー等の分野でも，その地域の環境にふさわしいシステムを導入すること。

美しい山林を維持するために，間伐材などのバイオマス資源を利用したトータルなシステムを導入すること。

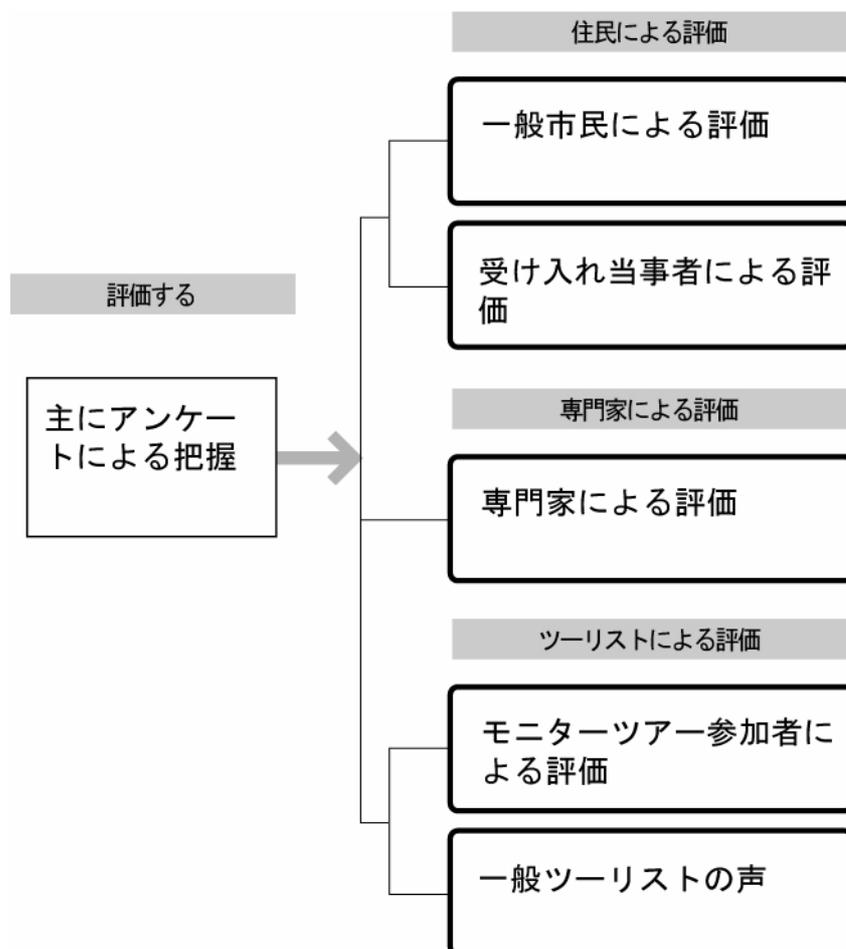
こう考えると，スローツーリズムは，まさに地域全体のまちづくりとして取り組む必要のあることがよくわかる。

STEP6 評価する

スローツーリズムの資源を見つけ、ひねり、組み合わせて、他の地域ともタイアップしながら、広くきめ細かくPRし、その結果地域を訪れたスローツーリストたちに対するサービス提供を行った後は、次の展開に結びつけるために、その成果を評価検討しなくてはならない。

評価は、大きく①住民による評価、②専門家による評価、③ツーリストによる評価に分けられる。以下、それぞれの内容について、主にアンケートによる把握を想定して解説する。

評価する



① 住民による評価

一般市民による評価

住民の中には、一般市民と、スローツーリストの受け入れ当事者とが含まれる。

一般市民による評価を行うことには、2つの意味がある。ひとつは、観光資源や観光施策に対する市民の考え方、意向を確認できること。もうひとつは、地域資源の価値について再認識する機会となることである。

したがって、一般市民に聞く内容は、次のようになるだろう^{注)}。

注) 本調査で実施したアンケートの調査票を3章に掲げておくので、参考にされたい。

一般市民への設問内容例

- ・具体名をあげた観光資源についての評価とその理由
- ・具体名をあげた集客サービスについての評価とその理由
- ・それらの改善要求とその理由
- ・観光をとりまく環境条件（インフラなど）の評価とその理由

これに、たとえば通常の市民アンケートの結果などを照合しながら（観光施策そのものの位置づけなど）、市民の意向を把握することになる。

一般市民に対するアンケートは、とくにいつやらなくてはいけない、というものではない。事情に応じて、適宜実施する。

受け入れ当事者による評価

宿泊施設、交通事業者、その他の関係団体、体験プログラムの実施主体、商店街などの当事者による評価には、いくつか重要な意味がある。

ひとつは、実施したプログラム自体の継続の可能性、無理があると思えばどのあたりにあるか、改善すると思えばどのようにか、といったきわめて実務的な内容の評価である。もうひとつは、スローツーリズムをとりまく地域の環境条件について、当事者のもっている切実な思いと、現場で接したツーリストの声を聞くことである。

したがって、当事者に聞く内容は、実施したプログラムと地域の実情に応じて異なるが、おおまかには次のようになるだろう。

当事者への設問内容例

- ・当該プログラムの実施上の問題点
- ・当該プログラムの今後の改善方向
- ・参加者の評価とその内容
- ・スローツーリズムのための環境条件の整備方向

当事者に対するアンケートやヒアリングは、当該プログラムやモニターツアーの実施直後に行うべきである。

② 専門家による評価

旅行エージェントなどの旅の専門家による評価である。ツーリスト市場をよく知る立場からみた評価がえられる。

専門家による評価は、アンケート形式だけではなく、実際に現地でインタビューを行ったり、講演会を開くなどの形で、直接聞く機会を設けることも考えたい。

専門家への設問内容例

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・具体名をあげた観光資源についての評価とその理由・具体名をあげた集客サービスについての評価とその理由・それらの改善要求とその理由・観光をとりまく環境条件（インフラなど）の評価とその理由・プログラム立案のアイデア |
|---|

専門家に対するアンケートやヒアリングは、とくにいつやらなくてはいけない、というものではない。事情に応じて、適宜実施する。

③ ツーリストによる評価

モニターツアー参加者による評価

当地を旅したスローツーリストによる評価が、今後の受け入れのしかたを検討するためにはもっとも重要である。一般的には、自発的散発的なスローツーリストを対象に調査をすることが難しいと思われるので、たとえばモニターツアーを企画し、その参加者にまとめてアンケート等で評価を聞くのが効率がよい。モニターツアーの企画運営自体は大きな労力を要するが、それにはまたキャンペーン効果を見込むことができる。

モニターツアー参加者に聞くアンケートの設問は、たとえば以下のような内容が考えられる。モニターツアーの旅行内容はよくわかっているので、具体的にかなりつつこんだ設問が可能である。

モニターツアー参加者への設問例

- ・属性（年齢性別，居住地域，参加形態，旅行経験，参加動機など）
- ・属性2（旅行の好み，旅行の目的，徒歩行動の自信，環境意識など）
- ・具体名をあげた観光資源についての評価とその理由
- ・具体名をあげた集客サービスについての評価とその理由
- ・具体名をあげた交通移動手段についての評価とその理由
- ・土産物についての印象とその理由
- ・実際に購入した土産物と購入金額
- ・瀬戸内海らしさを感じたシーン，体験
- ・再訪問の意向
- ・ツアー料金についての評価

モニターツアー参加者へのアンケートは、モニターツアー中に記入・回収するのがよい。

一般ツーリストの声

もちろんモニターツアー参加者だけでなく、日頃から一般のツーリストの感想を収集しておくことは必要であり、数字にはまとめるにくいものの、具体的な改善点を示唆してもらえることが多い。たとえば、どこそこのトイレが使いえなかった、どこそこの時刻表はまちがっていた、などというクレームと、その改善プロセスを公開するといった取り組みが可能であれば、地域全体の信頼性が大きく向上するだろう。公開しないまでも、それぞれの当事者にそれを伝えることで、問題の所在が明らかになる。

一般ツーリストの声を聞くには、たとえば専用のハガキを用意して宿泊施設その他の観光施設、駅などに置いておく、あるいはインターネットの観光サイトに感想をポストできるページを設けておく、口頭で聴取した内容を記録・活用する仕組みを用意しておく、といった方法が考えられる。いずれにしても、それをきちんと台帳として管理するなど、聞きっぱなしにしないための工夫が必要である。

STEP3 で触れたスローツーリズム研究会で共有すべき情報の中には、このことも当然含まれる。

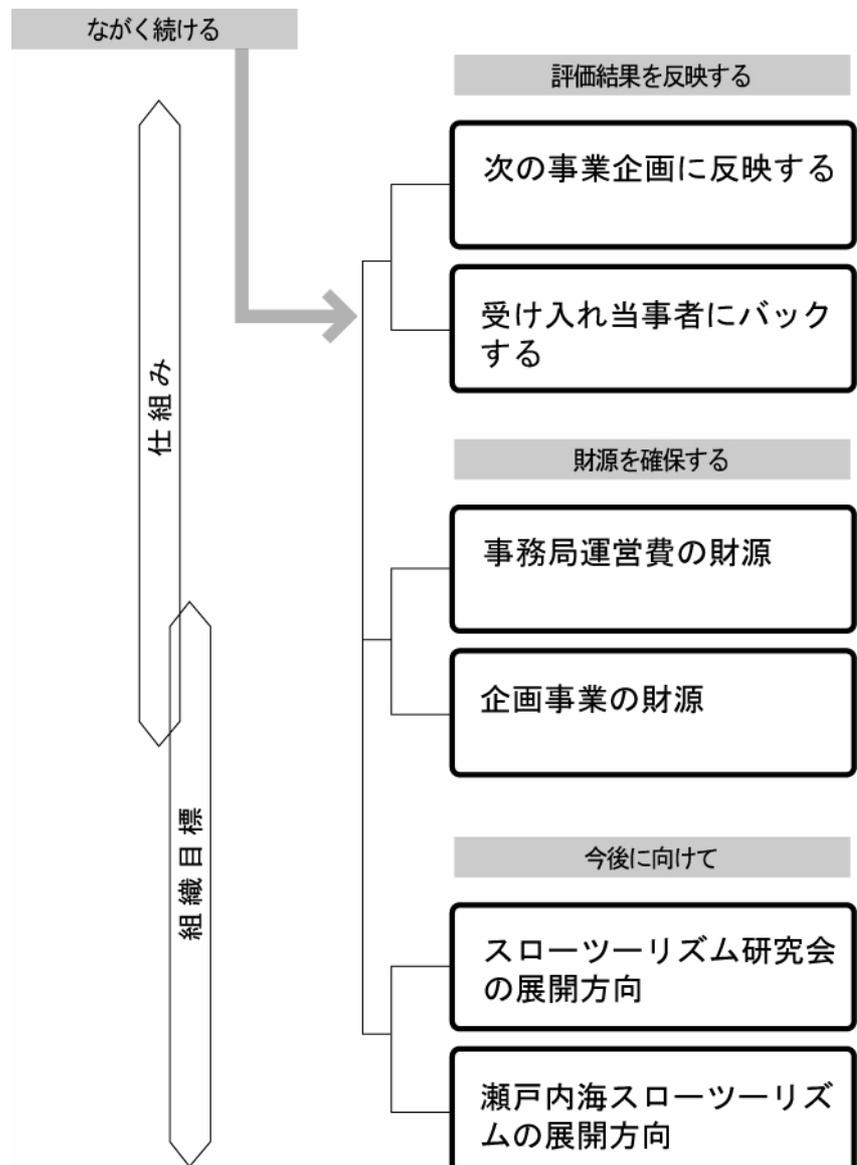
STEP7 ながく続ける

STEP1 で設けたスローツーリズム研究会が中心となって、STEP2 から STEP6 までの取り組みを繰り返しながら、それぞれの地域にあったスローツーリズムのありかたを探り、確立していくことが必要である。そのためには、息ながく継続していくための工夫が求められる。

もっとも重要なことは、「力まない」で自然体で楽しみながら続けていくことであるが、そのほかにここでは、STEP6 でえられた評価を次のステップアップのためにどう反映していくか、持続のための財源や支援をどう確保するか、さらに今後の展望をどうもつか、という点について述べる。

STEP2 から STEP6 までを繰り返すなかで、それに並行して徐々に構築していくべき基盤にあたる“仕組み”と“組織目標”の部分といえる。

ながく続ける



① 評価結果を反映する

評価の反映のしかたには、ふたつの方向がある。

まず、次の事業企画を行うなかで改善すべき点を改善する、追加すべき点を追加する、という方法がひとつである。

もうひとつは、受け入れの当事者に評価結果をバックして、それぞれの現場で配慮してもらおうということである。

とくに、STEP6 で述べた一般ツーリストの声を、受け入れ体制の向上に役立てるような仕組みをもつべきである。このことは、その多くがクレーム対策という性格をもつこととなるので、明確な実務的仕組みをもたないで実行するには多くのストレスをとまなうため、実質的に困難である。

たとえば、次のような”お客様の声伝達シート”を用意しておく
と便利である。担当者が聴いた内容を記録して該当する当事者に事務的に伝達するためのものである。そのコツは、できるだけ自動的な伝達を図り、事務局のフィルターを通さないことと、当事者からのリターン（反論、弁解、改善報告など）を、これも事務的にファイリングしておくことである。この記録は、次の事業を遂行していくなかでの協力者の選択、幹旋先の選択にも役立つ。

「お客様の声伝達シート」の例

お客様の声伝達シート				
伝達日時				
聴取日時		記録者		場所
聴取方法	☎ 面談 手紙 fax その他 ()			
声の主	様より			
	連絡先			
伝達先	様へ			
内容				
別添資料				
後処理	日時		記録者	
	内容			

② 財源を確保する

事務局運営費の財源

スローツーリズム研究会を長期的に運営していくための財源をどう確保するかは、地域によって事情が異なると思われるが、おおむね、次のようなスキームとなるだろう。

まず、事務局の運営費については、たとえば情報の本格的な整理や日常的なプログラム相談・支援、PR事業の展開などをはじめると、相応の経費が発生する。これについては、構成メンバーから負担金を徴収することがまず考えられるが、そのほかにも自治体等からの運営助成、自らの収益事業の実施、などの手だてを講じることとなる。とくに、斡旋手数料、販売手数料などで収益を図ることは、研究会の自立性を高めるためにも重要であるので、最優先課題とすべきである。

たとえば、三重県観光販売システムズ(3章参照)では、立ち上げのために県からの運営費補助を当初3年間投入し、それ以降は収益事業で維持していく、という計画をもっているようだ。

スローツーリズムの事業展開そのものを、収益事業として組み立て、新たなコミュニティビジネスの種としていく、という姿勢は重要である。たとえば、ボランティアガイドについても、一定の有償サービスとして、必要経費はそのサービスの中で生み出していくという方向があってよい。

企画事業の財源

実験的な事業を進めるための事業費については、国等の支援措置で利用可能なものは利用したい。直接的な支援事業の主なものを3章に紹介しているが、このほかにも他のジャンルで利用可能なものも状況次第で多々あると思われるので、つねに探す努力をおこたらないこと。

たとえば、まちづくり交付金などが環境整備に使えることがあるかもしれない。また、環境省や経済産業省、各種財産等(たとえば、NEDO=新エネルギー・産業技術総合開発機構、日本環境財団、日本財団など)などがもっている環境保全、循環型社会形成、新エネルギー、NPOなどに関連した助成制度が活用できるケースは多いと思われる。

③ 今後に向けて

スロートーリズム研究会の展開方向

各地域のスロートーリズム研究会は、着地型エージェント^{注)}の確立をめざして活動しよう。

注) 着地型エージェントとは

エージェントとは、観光客にかわって交通機関や宿泊などの手配を代行する旅行業者のこと。

これまでのエージェントは、出発地に立地し、顧客を集めるという形式であった。この形態は“発地型”と呼ばれている。

これに対し、着地型エージェントは、旅行の目的地に立地する旅行業者であり、現地でツアーの企画販売、諸手配を代行する。着地型エージェントは、地域の様子を熟知しているため、高度な旅行商品の開発が可能になり、かつ、ひとりひとりの旅行者のニーズにあわせてきめ細かいツアー企画ができると考えられている。

スロートーリズムの需要にこたえられるようなサービスの組立は、まさに着地型エージェント機能に期待される役割である。着地型エージェントの形態は、いろいろなケースがありえるが、3章にいくつかの例を紹介している。

スロートーリズム研究会は、研究会自体が徐々に着地型エージェント機能をもつという方向で実績を積むという場合と、適当なタイミングで別に着地型エージェント組織の設立を企画し支援する場合とが考えられる。

瀬戸内海スロートーリズムの展開方向

1章で、瀬戸内海地域におけるスロートーリズムの可能性について触れた。

そこで掲げた点は、沿岸諸地域が共有している特徴であるから、全体として連携を図れば、瀬戸内海地域が、インパクトのあるスロートーリズム地帯として注目をえられる可能性がある。これらの共通の特徴をいかし、スロートーリズムのメッカのひとつという地域イメージを形成するために連携することが、今後の瀬戸内海地域における目標といえる。

その目標を達成するためには、それぞれの地域におけるスロートーリズム研究会の活動を支援し、相互の連絡を図り、共同の事業展開を可能とするような横断的な組織をもつことが必要である。STEP3で述べた共同研究会が開催できれば、それが瀬戸内海地域全体の横断的な組織の母体として機能するだろう。