

取組【2】

観光地づくりの基軸となるコンセプトの発見・創出



観光地の資源特性 ◎：優先的に実施 ○：基本的に実施 ★：特に配慮して実施	実施主体 (特に効果が高いもの)
◎街並み ◎都市 ◎社寺 ◎自然風景 ◎スキー場 ◎農山村地 ◎温泉	<input checked="" type="checkbox"/> 行政 <input checked="" type="checkbox"/> 観光推進組織 <input type="checkbox"/> 民間事業者

取組の狙い

○観光地づくりを始めるにあたり、綿密な調査に基づき地域の観光施策の機軸となる考え方（コンセプト）を創出することで、各団体（行政、商工会、協議会等）が実施する観光事業の方向性の統一を図り、効率的・効果的な地域イメージの創出を推進する。

取組推進・障害打開のポイント

○地域の取組主体と専門家の協働によるコンセプトの創出

- ・基軸となるコンセプトの創出は、自らの観光地をどのようにしたいのかという方向性を定めるものであって、それなくしては、以降実施するすべての事業の足並みが揃わず、地域としてのまとまったイメージを作り上げることができない。そのため、地域で観光地域づくりに取り組む主体が自ら試行錯誤し、コンセプトを創出することが非常に重要なポイントとなる。
- ・手法としては、例えば、自らの地域の歴史・文化・自然・地域の特徴を、地域住民、専門家（地域の歴史・文化に詳しい人等）からなるワーキンググループ等により、詳細に調査・研究することで、単なる当てはめではなく地域に根付いている本当の観光資源の発掘を図るなどが想定される。
- ・また、地域の大学との連携を図ることで、大学が持つ知識と技術及び客観的な視点を地域に取り込むことも考えられる。

○具体的かつ明快な表現による差別化と方向性の提示

- ・発掘した観光資源から観光地づくりの機軸となるコンセプトを導き出すことになるが、ここでいうコンセプトとは、キャッチフレーズやスローガンのような抽象的なものではなく、発掘した観光資源をより具体的に表し、他地域との差別化を図るものであり、観光地づくりを進めるにあたって常に立ち戻るべきものであるので、明快な表現とする必要がある。

○合意形成と共有に当たっての各種手段の効果的な活用

- ・創出したコンセプトは合意形成と共有を図ることが重要になる。そのために、例えば地域住民への情報誌の無料配布、電子メールを活用しての意志統一、イベント等を通じての地域とのコミュニケーションといった手法により徐々に合意形成を図りながら浸透させていくことなどが想定される（「観光地づくりに関する協議・連携組織の育成【20】」を参照）。

期待される効果

○観光地づくりに取り組むに当たって地域のコンセプトを見極め、共有することによって、各団体の様々な取組が統一性をもって有機的に実施され、それぞれの施策をより魅力的なものにすることができる。また、同時に観光地のイメージ形成にも大きく貢献する。

連携が必要な取組

- 発見・創出したコンセプトの各種構想・計画への位置づけ (No.3)
- 環境・景観保全のための条例、協定、制度の策定 (No.4)
- 各種支援制度の効果的活用 (No.5)
- 観光資源を体験するプログラムの発掘・実施 (No.6)
- 観光資源を表現する施設の整備 (No.7)
- 観光の立ち寄り、情報拠点となる施設の整備 (No.9)
- 発見・創出されたコンセプトを表現するイベントの実施 (No.12)
- 観光資源を広めるための広告宣伝活動 (No.13)

参考事例

○事例1 「昭和の町」づくり (豊後高田)

地域商店街の綿密な調査から「昭和の町」というコンセプトを発見している。その後の事業もこのコンセプトを軸としてすべて実施されており、地域イメージの構築に大きく貢献している。

<特徴>

- ・「昭和の町」のコンセプトに辿り着くまでに以下のような綿密な地域調査を繰り返している。
 - 1 「豊後高田市街地ストリートストーリー」の策定
 - ・中心市街地の個性、テーマの構築を目標として実施。地域の歴史、伝統を一枚の地図に表現している。
 - 2 豊後高田商店街・商業集積等活性化基本構想策定調査の実施
 - ・基本構想策定のための調査の中で、まちづくりの方向性について整理している。
 - 3 日本全国のまちづくり事例のリサーチ (2年)
 - ・全国の事例からまちづくりの手法を学ぶため、各地の資料収集、現地視察を実施している。
 - 4 緊急雇用商店街の街並みと修景に関する調査事業の実施
 - ・店舗・居宅・空き地など 301 件を対象に創業年代、種目、歴史の聴き取り調査を実施し、「昭和の町」のコンセプトにふさわしい歴史、景観を保持しているかを調査している。
- ・さらに、コンセプトに基づいた以下の4つの基本的な戦略を構築している。
 - 1 昭和の商店建築再生事業
 - 2 昭和の店の歴史再生事業
 - 3 昭和の商品再生事業
 - 4 昭和の商人再生事業

○事例2 コンセプト「黒川一旅館」(黒川温泉)

自分の旅館にない物は他で借りれば良い (露天風呂が無ければ他で入れてもらう) という発想から「黒川一旅館」というコンセプトを発見し、組合員全員が共有している。

※黒川一旅館：黒川温泉にある宿の全てを一つの旅館 (一軒一軒の宿が離れ、道路はそれを結ぶ廊下) と考える。

<特徴>

- ・組合員による勉強会において、それまでの取組の経緯 (入湯手形の導入やまちなかへの植樹等) から地域に最も適したコンセプトを発見している。

○事例3 「五感文化構想」の推進（富士河口湖）

富士河口湖にある自然、景色、食の魅力をすべて伝えたいという思いから、地域づくりのコンセプトとなる「五感文化構想」を創出しており、各事業はこれに基づいてすべて実施されている。

※五感文化構想：体験・体感も含めた“五感”（視る、聴く、嗅ぐ、味わう、触れる）によるまちおこし政策

<特徴>

- ・観光地づくりの初期の段階で「五感文化構想」を提示しており、その後の各事業はこれに沿って実施されている。五感という幅広いテーマ設定となっているが、富士河口湖町にはこのテーマに耐えうるだけの観光資源が整っており、まさに地域にあるすべての観光資源の魅力を引き出すコンセプトの設定となっている。