

既存の地方観光資源の新たな活用

竹中 いろは

1. 地方文化財の活用法

4月16日、地方創生相が、インバウンド観光の文化財振興について助言を求められた際「一番がんなのは学芸員。普通の観光マインドが全くない。この連中を一掃しないと」と発言した。まず、このニュースを知り、注目したのは「学芸員はがんだ」という発言自体そのものではない。私が感じたのは、インバウンド観光振興を考えるにあたって「現段階で学芸員はがんだから一掃すべき」という考えに至るのではなく、「現段階で注目されにくい立場にある学芸員だからこそ、博物館のフィーチャーに伴って学芸員も注目されるような地方創生」を目指すべきではないだろうかということだ。つまり、博物館が注目を浴びることが、その地域の活性化を促進させ、尚且つ学芸員という仕事にも理解を生むのではということである。理解が生まれれば彼らに対する報酬も増え、その博物館の訪問者数も増加するはずだ。それが地方創生にも繋がるのではないかと考えた。この話題は、今までインバウンド観光という分野において漠然とした意見はあったもののどうすべきか見いだせていなかった私にとって、具体的な解決案まで考察を深めるきっかけとなった。

また以前授業内において、LRT「雷都ルールとちぎ」代表の奥備さんからご紹介いただいたデービット・アトキンソン作「新・観光立国論」(2016)を読んだ。この本で著者は、今後の日本経済を支えるのは富裕層が多いなどという点で欧米やオーストラリアからの観光客だと主張しており、加えて彼らつまり先進国の観光客を誘致するためには地方文化財の発展に力を入れるべきとも書かれていて、とても興味深かった。なぜ彼らを誘致するために文化財に力を入れるのか。デービット・アトキンソンはこれを、「お金を落としてくれる先進国の観光客が日本に何を求めているのか細かくマーケティングしてみると、日本文化の体験や神社仏閣などの歴史的資産に興味があるとわかったからだ」と分析、説明している。

私はこれらのことを踏まえて、やはりこれからの日本に経済回復や経済効果をもたらす重要な役割を担うのは神社仏閣や博物館といった文化財を目的としたインバウンド観光ではないだろうかという考えに至った。さらに私は今回、これを地方に落とし込んで考察することにした。その地域にゆかりのある地方文化財をどのようにして国内ないしは国外に宣伝するか、どのように観光客を誘致し、収入へと繋げるか。新しいものをゼロから作り出すことは、財政が厳しいであろう地方の自治体には難しいはずだ。そこで発想を変え、既存の文化財のアピールの仕方を変えることで地方創生に繋がればと考える。以下の章で日本のインバウンド観光の現状や課題、文化財整備の中での成功例を調査しながら、これからの地方観光産業における文化財活用の解決策について考察する。

2. 日本のインバウンド観光

国レベルでみたときの地方自治体という末端組織が日本の経済回復を見据えたインバウンド観光を実践するためには、まず根幹である国の現状と課題を認識しなくてはならない。よってこの章では、デービット・アトキンソン作「新・観光立国論」をもとにしながら日本のインバウン

ド観光に対するそれらを考察する。

日本におけるインバウンド観光の現状と課題

まず本の題名でもある「観光立国」をデービット氏は「その国がもつ特色ある自然環境、都市景観、美術館・博物館などを整備することで国内外の観光客を誘い込み、観光ビジネスやそこから波及する雇用など、人々が落とすお金を、国の経済を支える基盤の1つとして確立すること」としており、一般的にもこのように認識されている。

前述したとおり、これからの日本はますます少子高齢化が加速していくはずであり、それに伴ってGDPも減る一方だ。そこでその分を補うのが「インバウンド観光産業」ではないかと考えられるが、そのインバウンド観光における現在の日本の収入はとても少ない。

この状況に対し、日本政府も取り組みを行っている。2003年には「ビジットジャパン事業」なるものを開始していて、これは別名「訪日旅行促進事業」とも言われ、中国・タイ・フィリピン・オーストラリア・アメリカ・フランス・イギリス・スペインなど全20ヶ国を対象に、現地消費者向け事業、官民連携事業、地方連携事業など計5つの部門において訪日プロモーションをするといったものだ。観光立国を日本の国家戦略として定めた「観光立国推進基本法」も2004年に制定された（観光庁ホームページ 2016）。しかしこれらの取り組みが実際に経済効果に結びついているかといわれると、首を縦には振りづらい。確かに訪日外国人数で見るとビジットジャパンが施行された2003年から増加していて、中でもアジア圏からの観光客は著しい増加をみせている。その一方で、欧米やオーストラリアなど、いわゆる日本にお金を落としてくれる地域からは増えてはいるものの依然として少ないのが現状だ。もし彼らが今よりもたくさん訪日してくれたら、日本経済がより潤うのではないだろうか。

さらに、観光立国になるための要件としてデービット氏は「世界を代表するフランス・中国などの観光立国をみると『気候』『自然』『文化』『食事』の4要素を満たしている国が多い」と述べている。日本もこの4要素を十分に満たしているのに、なぜこれらの国々と比べて観光客、観光収入が少ないのか。それには「おもてなし」というアピールポイントの勘違いが関係している。東京オリンピック招致でも話題となった「日本のおもてなし」を海外に広めることで観光客を増やそうという風潮が目立っているが、私はこの風潮は押しつけにあたるのではないかと考えた。観光産業で経済回復を狙うならば、日本のおもてなしを一方的にして相手に合わせてもらうのではなく、相手がどのようなことを求めているのかきっちりとマーケティングをしてからおもてなしすることが大切ではないだろうか。

以上のように考えるとインバウンド観光の課題として、先進国に対するマーケティング不足というのが挙げられる。

3. 地方におけるインバウンド観光

日本の現状と課題を踏まえたうえで、地方のインバウンド観光について考察していこうと思う。マーケティングが必要だと上記したが、その上で様々な観光客に対応するには多様性に対するフォローも必要になってくるはずだ。そこで私は、その地域の『気候』『自然』『文化』『食事』を同時に楽しめる「着地型観光」というものを提案する。

地方自治体が行う着地型観光 ―成功例からひも解く―

着地型観光とは、「旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態」¹である。

その成功例として大阪府堺市を例に挙げる。現地の堺観光コンベンション協会が、お香づくり体験、こんぺいとうづくり体験、包丁研ぎ体験、和菓子体験の4つのコースを企画し、他のNPOがガイドサービスを担い、伝統産業が受入体制を整え、そして旅行会社が商品化を行うといった連携をすることで成功したと考えられる。

群馬県富岡市の現状と課題

今回この着地型観光を応用する題材として2014年に世界遺産に登録された富岡製糸場がある群馬県富岡市を採用し、実際に現地に行って感じたことや雰囲気、意見などを下記する。

まず偵察してみた所感（現状）から述べると、製糸場の周辺では地域一体となって盛り上げようという雰囲気が感じられた。各店舗で世界遺産にあやかったオリジナル商品を販売していたり富岡市の郷土料理を主に売り出している店が多く、その中でも特に「おっきりこみ」と「富岡シルク石鹸」を推していることが分かった。また製糸場を訪れている人々を見ると、私が見た限りではアジア・ヨーロッパ系を含め見当たらず、多くが日本人年配者でわずかに子供連れがいる程度であった。場内では実際に生糸を紡ぐ体験を老若男女問わず参加しており、私も体験してみたが意外に面白かった。さらに富岡製糸場内の設備に関しては、全体的に外国人に対するものが少ない印象を受けた。遺跡や展示物の案内版のほとんどが日本語のみで、案内板毎に案内員が立っていて色々教えてくれるが日本語だけの対応となっている。また、パンフレットの種類が約25種類（富岡製糸場以外のものを含む）と多かったが外国語案内があるものは2、3冊で、実際に置いてあるのは見本プラス2冊ほどだった。（ホームページ²にはpdfがあり、言語は日・英・仏・韓・中簡体字・中繁体字）。ガイド付き案内や音声ガイドは各200円で日本語のみ対応、スマートフォン音声ガイドは無料で日・英・仏・韓・中対応となっていた。

またここで、パンフレットのうちの1冊である「生糸が結んだ世界との絆 富岡製糸場と絹産業遺産群」をまとめておく。

「富岡製糸場と絹産業遺産群」は高品質生糸の大量生産を実現して絹産業の発展をもたらした、日本と他国との産業技術の相互交流を示す好例です。西欧から導入した器械製糸技術を発展させるとともに、養蚕業の技術革新を行い、それらの技術を今度は世界に広めました。富岡製糸場・田島弥平旧宅・高山社跡・荒船風穴は生糸生産の各過程における技術革新の主要な舞台であり、さらに教育や出版、取引などを通じて全国に大きな影響を与えました。

富岡製糸場には蒸気機関やフランス式繰糸器が導入されたり、日本で最初の大規模工場建築ということで和洋の技術を混合した特徴もっています。見学時間は9時から17時で、料金は

¹ 国土交通省 観光庁ホームページより引用（2017年6月18日 閲覧）

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/ko/shisaku/kankochi/chakuchigata.html>

² しるくるとみおか ―富岡市観光ホームページ―

<http://www.tomioka-silk.jp/tomioka-silk-mill/>

大人 1000 円、高大学生 250 円、小中学生 150 円です。田島弥平旧宅とは、良い蚕種をつくるための養蚕法を研究、通風を重視した「清涼育」を大成した田島弥平の旧宅です。この家は日本の近代養蚕農家建築の原型となりました。見学は個人住宅のため見学可能範囲は庭までで建物内は立ち入り禁止です。高山社跡とは湿気と温湿度管理を行う「清温育」を確立した高山長五郎が設立した養蚕教育機関です。高山社ではその学校に日本国内のみならず中国や朝鮮半島からも生徒を受け入れ、また現地に出向いて養蚕の指導を行う授業員の派遣も国内、中国、台湾、朝鮮半島に及びました。見学時間は 9 時から 17 時で、6 月から 8 月は 18 時までとなっています。荒船風穴とは自然の冷気を利用した日本最大規模の石積み蚕種貯蔵施設です。国内 40 都道府県をはじめ、朝鮮半島からの蚕種も貯蔵し、養蚕の多回数化を支え繭の増産に貢献しました。荒船風穴の周辺は、岩の隙間から夏でも 2℃前後の冷風が吹き出しており、この冷風を利用するために山の斜面に石積みを築き、そこに建屋を設け蚕種貯蔵風穴としました。見学は 12 月から 3 月以外で 9 時半から 16 時で、料金は大人 500 円です。

そしてこれらを踏まえた上での課題であるが、全体的に外国人に対するフォローが少ない印象を受けた。遺跡や展示物に関しては文字として目に入る方が分かりやすいことから、最低でも英語表記の案内板の設置が必要ではないか。加えてガイド付き案内や音声ガイド、無料スマートフォン音声ガイドなど、聴覚へのバリエーションはあるため、それをより効果的に活用、宣伝する必要もあると考察する。また「新・観光立国論」を元にする、ガイド付き案内や音声ガイドについてはもう少し料金を高く設定してもいいように感じた。さらに、世界遺産に登録されたのは「富岡製糸場と絹産業遺産群」ということで、それらを巡る着地型観光を提案してはどうかと考えた。

富岡市における着地型インバウンド観光の提案

これらを踏まえたうえでの富岡市のインバウンド観光戦略としては、『文化』『食事』『気候』『自然』を同時に楽しめる富岡市をテーマにした事業を提案したい。富岡製糸場での大量生産を実現し、日本の近代化の象徴する『文化』、富岡市、群馬県に伝わるおつきりこみなどの伝統料理や群馬県が国内トップシェアを誇るこんにやくパークで行う『食事』、これらを巡るツアーを一年中楽しめる日本の『気候』、そして荒船風穴での『自然』を体験できる企画だ。さらに大阪府堺市を手本としながら、一緒に世界遺産に登録されたものの通常では巡りづらい高山社跡や田島弥平旧宅、荒船風穴を網羅することにより、ツアーのバリエーションを各自治体が考える着地型観光を取り入れる。また、製糸場内の工夫としては「新・観光立国論」で挙がっていた伊勢神宮やヴェルサイユ宮殿などを参考にし、やはり様々な言語に対するフォローと事細かな説明設備やシステムの向上を図りながら、その際にはさらなるインバウンドも視野に入れた宣伝をしていこうと考える。

4. インバウンド観光がもたらしたこと、そして、もたらしうること

今現在日本は経済成長が伸び悩んでおり、その対策としてインバウンド観光が有効なのではないかと言われている。そこで今回、群馬県富岡市の富岡製糸場を例に地方の文化財を活用したインバウンド観光を提案した訳であるが、調べていくうちにとっても興味が深まっていった。国が国策としてインバウンド観光を進めようとしているなか、自分が興味をもっていたアプローチ

の仕方で地方自治を考察することで、インバウンド観光による地方創生という目標へ一歩近づけた気がした。実際に富岡製糸場を題材にして考えてみると難しい点も多々出てきてこの程度の案では実行には程遠いとは思いますが、やはり現地に行って現状や課題を捉え自分で解決策を考えることはとても有意義な時間だったと思う。また、この考察が活かせるような仕事に就くのも選択肢としていいのではないかと考えられるようになった。

インバウンド観光が地方でも多くの場面で応用され、成功例が増えていったとしたら、地方にも国益にもプラスの結果をもたらすのではないだろうか。もちろんマナーなどの点で懸念されているように弊害も生まれるだろう。だが、グローバル化が加速していく現代で異文化や価値観を受け入れていくことは今後より必須となっていくはずだ。インバウンド観光が、国や地方に様々な刺激を与え、それが日本の経済発展や地方創生へと繋がってほしいと考える。