

要約

私の地元秋田県では、高齢化・少子化が全国的にみてもトップレベルで進んでおり、加えて若い世代が県外へと転出していく傾向にある。この状況に歯止めをかけ、地元を活気のあるまちにしていきたいと思ったことが、今回のテーマ選択のきっかけであった。

活気あるまちにしていくために人が集まることが重要だと考え、住民にとって、そして外から訪れる観光客にとっても魅力的なまちを目指すことが大切だと感じ、「観光まちづくり」というものについて調べてみることにした。観光まちづくりについて、現在どのようなことが言われているか、また秋田県では観光まちづくりに関してどのような動きがあるかについて調査を行った。

秋田県でも観光に力をいれていこう、という動きがかなり見られたが、調べていく中で、「観光客の目線より、もっと住民の目線が必要なのではないだろうか」と感じ、住民のためのまちづくりが観光に広がっていくことが大切であるように思うようになった。観光地を更に観光によって発展させるのではなく、住民にとってより住みよいまちを目指す中で、外からの人が集まってくるという、いわばゼロからの観光まちづくりが必要なのではないかと感じた。

秋田県にカジノを核としたラスベガスのような究極のエンターテインメントを作ろうとしているイーストベガス推進協議会はまさにそういったまちづくり団体で、自分達の住む地域をもっと楽しいところにしていきたい、という思いのもと、まちづくりを行う団体であった。協議会の人達と話をする中で、その考えにとても共感することができた。

イーストベガス推進協議会をはじめ、県内のいくつかの観光地で観光まちづくりについてどのようなことが行われているかなどを調べ、秋田県を活気あるまちにしていくためにはどうしたらいいのか、ということのいついて考えてみた。

目次

はじめに

第一章 観光まちづくりの現状

第一節 観光業の現状

第二節 秋田県における観光まちづくりの現状

第二章 ゼロからの観光まちづくり

第一節 イーストベガス推進協議会について

第二節 まちづくりに携わる人々の声

第三章 秋田県における観光まちづくりとは

第一節 成功するまちづくり

第二節 観光へ広がるまちづくりを目指して

参考文献・参考HP

協力してく下さった方々

あとがき

はじめに

私の地元、秋田県は過疎化率・高齢化率が全国でもトップクラスの県である。これは秋田県に限らず、全国的に地方において進行している現象だが、だからといって地元がこのまま活気がなくなっていくのを黙って見ているわけにもいかない。

地元へ帰省すると、秋田駅周辺で高校生の姿ばかりが目立つ。それより上の世代、20代や30代といった世代の人を見かけることが首都圏に比べて極めて少ない。高校生もやがて秋田県を出て県外に進学、就職していく数がとても多い。勉強できるところ、働けるところ、遊べるところ、つまりはやりたいことができるところに向かって、多くの若者が秋田を出て行くのである。私自身、高校を卒業し、その後の進路を考える時、秋田県では自分の可能性を伸ばせないのでは？という不安を感じていたことを覚えている。勿論、県外に出て違う世界を見てみたいという好奇心が強かったということもあったが、少なくともあの頃の私は秋田県に魅力というものを感じていなかった。

今、地元を離れ、栃木県に3年間、東京都にほぼ1年間暮らして、秋田を少し客観的に見ることができるようになった。確かに秋田には都会にはない田舎の良さがたくさんある。自然が豊かで、人も多すぎないので、東京のように人にぶつかりながら歩いてイライラする、といったこともない。しかし、それは秋田県の良さであると同時に、他の地方にもある魅力であって、決して秋田独自のものではない。そう思うと秋田県だけのもの、といったら何があるのだろうか、と考え込んでしまった。

確かに観光地や特産物、そういったものはたくさんある。しかし、それらのものは大体において県外の人にとっての魅力だ。少なくとも私にとっては、「秋田にあの観光地があるから秋田に住み続けたい」と思わせるものではない。その地域に魅力を感じたとしても、自分の自己実現が難しいと感じさせられると、その地域にいたくてもいられない。活気のないまちはつまらない。人がドンドン出て行って、まちからはますます活気がなくなっていく。

何をするにしても、そこに人がいなければ始まらないのではないかと？人がいればそこに需要が生まれる。だから供給するためのものも生まれる。それが積み重なって人が増え、活気が高まる。逆を言うと、人が少なければ需要も少ない。だから供給する側の少なくなっていく。つまりは人が減っていく。そう思うと、秋田県ではますます夢を実現していくことが難しいように思われてきた。だったら人がたくさん集まるような場所に秋田県を創り変えていけばいいじゃないか、そうすれば、自分のやりたいこともそこで実現しやすいじゃないか、そう思って秋田を楽しいまちにしていくには、何が必要なのだろうか、と考えるようになった。

自分の夢を実現させるためには地元じゃ難しい、でもやっぱり住み慣れた地元へ帰ってきて暮らしたい。そう考える若者は、事実私だけでなく、私の友人にも多い。ならばやっぱり秋田を創り変えて、皆が地元で楽しく暮らせるように、秋田を変えていかねばならな

い。

秋田に今、一番必要なものは何か？一番人が集まるものは何なのだろうか。それも一時訪れるだけでなく、秋田に住みたい、と思わせるような魅力を創るためには、何が一番有効なのだろうか。それを見つけるために、今に秋田に欠けているものを、しっかり把握しなければならない。

まちの活気のためには人が必要なことは明らかであり、その人を集めるためには魅力が必要だ。その魅力とは、そこで自分の夢を実現できる可能性と感じられるか、そして単純にそこに面白いものがあるかどうかではないだろうか。

そして、一口に「人」といっても、より必要な年代がある。活気を作り出す世代の間だ。働ける年代、これから子供を生むことができる年代、自分の人生はこれからだと思える年代、つまりは若者の存在が不可欠なのである。高齢者の存在を否定しているわけではないので、決して誤解しないでほしい。高齢者が快適に暮らせるように、家族がそこにいたり、企業がサービスを行ったりする。こういうことのためにも若者が必要なのである。そして、その存在は永久的に必要なものなので、常にその時代の若者のニーズを適格に捉えていく必要がある。

今、私が秋田でしたいと思うことは何だろうか。都会から秋田に帰って就職する際に不安に思うことを考えてみた。それはやはり、自分と同じ若い世代が少ないのではないか、友達もできにくいのではないか、結婚も見合いになってしまうのではないか、それじゃあつまらないのではないか、つまらないところには誰も訪ねてこないのではないか、そうすれば関東圏でできた友達とも会にくいのではないか、などである。主にプライベートに関する事で、秋田に面白いところはあるのか？などとやっぱり不安になってしまう。以上のようなことから、秋田を多くの人が訪れるような、楽しいところになってもらいたいのである。

ただ、これからも高齢化・少子化の傾向は変わらず、何年か後には全国的に人口減少の傾向になるという。そうなれば定住人口を確保するのも限界がある。だから、外からかわる人達、つまりは地域における交流人口にも着目していく必要があるだろう。まして秋田県は地方の田舎であるため、都市との交流が地域に刺激をもたらしてくれるだろう。そういった意味で住民にとっての魅力を作っていく際に、この外から見ても魅力であることが必要だ。

人口減少が進む秋田県で、定住人口を確保し、さらには交流人口を増やして、活気のある地域にしていくためにはどうしたらいいのだろうか。まちづくりを観光と絡めて秋田県の発展のために、今何をしていくべきなのかを見つけたいと思い、このテーマを選んだ。

人を集めるという視点からみて観光まちづくりに焦点をあて、観光まちづくりの現在の状況、秋田県における観光まちづくりについてなどを調べ、成功する観光まちづくりのためにはどういったこと事が大切なのかを考えていく。

第一章 観光まちづくりの現状

観光まちづくりに関する既存の研究を学ぶことにより、秋田県の観光まちづくりの可能性を確認し、そして成功に導くためのポイントを抑えていく。以下は国土交通省総合政策局観光部企画課が提示する「観光まちづくり」についてまとめたものである（註1）。

第一節 観光業の現状

日本における観光業の現状は、近年、景気低迷の影響で、国内観光は伸び悩んでいる。日本人の海外旅行者数は平成12年に過去最高を記録した。訪日外国人数はアジア諸国と比較しても低い水準である。最近では旅行関係者だけでなく、地方自治体も観光を産業としてとらえ、観光振興にむけての機運が高まっている。訪日促進キャンペーンやフィルム・コミッションへの支援、国内旅行では滞在型観光交流や観光地のバリアフリー化、国・地方公共団体の連携の促進などが具体的な施策として発表されている。

「21世紀は観光の世紀」と言われ、近年の日本は社会基盤が成熟し、人々の生活が相対的に安定するにつれ、ゆとりや快適さといった生活の豊かさが重要な意味を持つようになってきている。余暇の時間の使い方も多様化し、観光の意義が再認識されている。

観光とは、中国では「国の文化、政治、風俗をよく観察する」ことを意味している。日本においては「遊び」というイメージが主に強い。ここで改めて観光とは、について考える。人々は観光を楽しむことにより、生きがいや安らぎが生まれ、ゆとりやうおいのある生活がもたらされるとともに、これまで知らなかった地域の歴史や文化に触れ、多様な価値観を持ち、視野を広げていくことができる。また、観光客がもたらす観光収入と雇用は、地域を活性化させる。観光客と地元住民、自然・文化などの観光資源の三者間で調和の取れた「観光まちづくり」をうまく推進することができれば、観光地として持続的に発展することができる。

地域だけでなく、国民経済にとっても、観光は大きな波及効果を持つ。旅行業、交通業、宿泊業、飲食産業、娯楽産業、土産産業など。日本全体の旅行消費は20兆円、波及が挙げられる効果も合わせると、日本経済全体に対する効果は焼く50兆円にも及ぶと試算されている。また、関係する産業が多岐に渡ることから、その雇用創出効果も極めて大きいものとなる。

国際社会においては、観光を通じた交流により、異文化に対する敬意と寛容の精神が育まれることになる。このことは国際相互理解の増進、国際親善ひいては国際平和に貢献するものである。

国内観光は旅行関係支出は平成5年1993年以降伸び悩んでおり、2000年には減少に転じている。また、宿泊旅行についても、年間宿泊旅行回数、年間宿泊数及び年間消費額はいずれも低迷している。このような状況の中、歴史のあるホテルや大規模リゾート開発に

破綻が各地で見られる。また、海外観光地との競合による国内観光地の空洞化も懸念されている。

海外旅行は国内旅行とは対照的に、2000年には日本人海外旅行者数が1,782万人となり過去最高を記録。これに対し、訪日外国人旅行者数は、477万人（2001年）と伸び悩み、先進8カ国では最下位と低迷している状態であった。アジア諸国と比較しても、極めて低い水準となっている。

観光政策審議会答申についてだが、その内容を以下にまとめる。産業構造の変化などによる、国内各地域の「まち」の停滞、IT革命、少子・高齢化、環境意識の高まり、グローバル化の進展など、観光をめぐる経済、社会環境の変化を踏まえて、今後観光振興を国づくりの柱に据えていくことが提言されている。

近年における経済・社会環境の変化と観光の意義に言及したうえで、観光をめぐる現状と課題について指摘している。基本視点は「誰もが気軽に楽しめる観光、住民と旅人とは互いに交流しあう観光、自然・社会環境の共生する観光」を振興していく必要があるとしている。

具体的方針として、個性ある「観光まちづくり」理念の確立と普及、そぞろ歩きのできる個性的な「観光まちづくり」の推進及び効果的な「観光まちづくり」のための市町村広域連携等「観光まちづくり」の推進。どのようなことに力をいれていくかは以下にまとめた。IT活用のための環境整備（インフラ整備、利用者保護）による観光分野でのITを積極的に活用すること。観光バリアフリー化の推進などによる高齢者等が旅行しやすい環境づくりを行うこと。外来の多様なニーズへの対応、様々な連携強化及び外客受け入れ体制整備等、外国人旅行者訪日促進のための戦力的な取り組みをすすめること。国民ニーズに適合した「企業改革」、産業経済の社会経済への貢献の大きさに関する積極的PRとその組織推進、優秀な人材の確保・育成のための総合的取り組み、新しいツーリズムへの対応等、観光産業の高度化・多様化をはかること。長期滞在型旅行環境の整備及正気滞在型旅行商品開発等、連続休暇の拡大・普及促進と長期滞在旅行の普及を目指すこと。マナーやホスピタリティに関する国民全体の心がけ等に関する意識喚起を行うこと。以上のようなことにまとめられる。

観光まちづくりにはまちづくりが観光にまで至ったという面と、観光がまちづくりにまでひろがってきているという2つの側面がある。いずれにしても、まちづくりの基本は生活基盤としてのまちであり、まちにすむ生活者である。まちはたんなる観光地ではなく、ましてや観光業者が組み立てる「商品」ではない。観光まちづくりは観光産業が主導する従来型の観光地整備や観光商品の開発とは一線を画す、地域の生活者に主眼を置いた新しいまちづくりの努力なのである。

観光へひろがるまちづくりとはどういったものか。1970年代後半から、物理的な「まち」の開発や整備だけでなく、地域のコミュニティや広く生活環境一般にまで拡がり、「つくる」こともひとつづくりや組織づくりなどのソフトやネットワークをつくることにまで拡がって

いる。1990年代に入ると都市計画を中心とする行政もさかんにまちづくりを標榜するようになり、次第に輪郭がぼやけてきているのが現状である。だからといって実態がなくなったわけではなく、身近な生活環境を良くしていこうというまちづくり運動は全国各地で現在も拡がりを見せている。官民対立から官民協力への運動のあり方も大きく変化しつつある。

対象となるのは無論都市だけでなく、中山間地や離島でも同様の運動は広がっている。むしろ規模の小さいコミュニティの方がより早くまとまった動きが具体化する場合も少なくない。

こうした各種各様の地域のまちづくりにおいて、近年いくつかの共通した傾向を見ることが出来る。最大の共通点は地域コミュニティが高齢化しつつあり、人口も横這いかあるいは減少傾向にあるということである。とくに大都市に若者が去ってしまうと取り残された地方中小都市や農山村の危機感は深刻である。

そこで共通して唱えられるスローガンが「ナンバーワンよりオンリーワン」であり、「住みやすく、暮らしやすいまち」の追求である。オンリーワンだからといって強烈に目立つことが必要というわけではない。何もしないこと、あるがままでいることもまた、地域の魅力のひとつになる場合もある。

そして、地域の魅力を分かち合える仲間を作ること。その仲間は必ずしも地域の住民にかぎる必要はない。地域の応援団を広く全国に求め、その応援団の面々に年に何度か低域にやって来てもらえば、その分人口も増えるということになる。つまり定住人口を増やすのは不可能だとしても、交流人口を増やす、という考え方もある。応援団はただ通り過ぎるだけの存在ではなく、立ち止まって一緒に応援してくれる存在である。なので、応援団とのかかわりはサービスではなく、相互交通の交流と考えていきたい。また、観光にはナンバーワンを追い求める性質がどうしても付きまとう。しかし地域のまちづくりにおいては、あくまでも住み手が一番の対象なのであって、来訪者のためにまちづくりをやっていくのではない。

一方通行で地域にお金も落とすがゴミも落とすというのではなく、地域の人と共感し合えるような関係を作り出すこと、ゲストとホストという立場を超えて、地域のために何かをもたらし、また与えられること、このような見方が今後重要になってくる。裏を返すと、まさしく現時点での従来型の観光の反省点でもある。交流というスタンスをとってまちづくりは観光にまで広がってきているのである。

では、まちづくりへ向かう観光とはどういったものか。日本人海外旅行者がふえ、逆に国内旅行者数が減少している中で、着実に観光客数を伸ばしている観光地がある。北海道に小樽、函館、小布施、岐阜県の飛騨古川、近江八幡、長野県の上高地、大分県の湯布院などの観光地であり、またグリーンツーリズムやエコツーリズムを試行する小さな集落である。

これらの地域に共通しているのは、歴史や文化、自然が感じられる個性ある町並みや美

しい風景が残されていることもあるが、それ以上に町全体が住みやすそうで、住み手の人情が感じられ、まち自体も個性を感じさせることである。観光客の好みに合わせてテーマパークを作っているのではなく、もともとのまちが持っている固有性を見出し、磨き、光らせることによって、訪れる人にとっても住む人にとっても、いいまちになっている。

これらのまちの成功は、まちの個性を磨きあげた努力の成果であり。また自分達が住んで楽しい施設やイベントを育て上げ、生きがいのあるまちをつくることそのままで観光客へのアピールにつながるという好循環を築き上げているのである。

つまり、観光客の応対に過度に特化せず、観光がまちづくりへと広がっているところが、観光地としても成功しているところなのである。

以上の点から、「観光まちづくり」とは、地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、あらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あるまちを実現するための活動なのである。観光まちづくりでは観光はまちづくりの結果の1つのあらわれであり、まちづくりの仕上げのプロセスを意味しているのである。

観光まちづくりをすすめることによって、地域資源の見直しが進み、その保全が図られるとともに賢い利用が図られる。人々のふるさと意識が深まり、生き甲斐を持って地域で暮らすことにつながる。観光まちづくりはまた地域の活性化にもつながるのである。

観光まちづくりには3つの要素がある。地域の住民、地域の資源、そして来訪者である。従来の観光開発は観光資本と観光資源、そして観光客の3大要素であり、その調和が最大の目標であった。そこには地域社会という視点が欠けていた。人の住んでいないところを開発するのは違い、日本においていかなる自然環境といえども人間が介入した文化的な環境なのである。

したがって、地域の環境を外部資本の思うままにするのではなく、そこに存在する地域社会が主体となってこれを守り、磨くことによって貴重な資源として活用することが重要である。ここに地域主体のまちづくりの一環としての観光まちづくりがある。

第二節 秋田県における観光まちづくりの現状

現在、秋田県で既に観光地として名をなしている所では、どのように観光まちづくりに取り組んでいるのかを調査する。そして、それが本当に魅力あるまちをつくっていく方向にあるのかを、自分なりに考察する。

(1) 秋田県庁・観光課を訪ねて(2002年8月19日 訪問)

観光情報発信チームというものが2001年度から2002年度の2年間の予定で結成された。2年という短期間に集中して秋田県の知名度・イメージのアップをはかるために結成された。かなり企業的な感覚をとり入れたもので、実際にJTBや産経新聞のスタッフに参加してもらっている。決められた予算をどう使うか考える、という従来のやりかたではなく

て、ある程度予算を多めに取り（2億5千万円）、マーケティング・ターゲットの絞込みをして、効果的な宣伝効果などを狙っている。

首都圏にとにかく秋田を知ってもらおうというのが一番の狙いだがそれだけではない。秋田県民に「秋田県は素晴らしい観光地なのだ。あたたかいもてなしの心をもっていかねばならないのだ」という意識をもってもらうためでもある。県内のスーパーマーケットにポスターがはられているのはそういった狙いからだという。ただし県庁の機関であるため、あくまで県全体の発展を考える。個々の地域・企業の支援はしない。

マスコミの他に、クチコミによる秋田の情報発信も狙う。県外にいる秋田出身者、または秋田県に興味を持っている人達に秋田県の宣伝をしてもらうというものである。「リーダーズ」、「サポーターズ」、「ショッパーズ」という3つの宣伝母体を作っている。リーダーズは有名人・著名人（例 俳優の柳葉敏郎、元プロ野球選手の落合博満）に、機械があればテレビなどで秋田県の宣伝をしてもらうというものである。サポーターズは一般の人が対象で、配布した資料などを知人にも紹介、口コミで秋田の宣伝をしてもらうというもの。ショッパーズはレストランや居酒屋などに、ポスターをはらせてもらう他、口コミで宣伝してもらったりするものである。

県庁の観光課として、どのように観光に力をいれているか、という質問に次のような答えが返ってきた。ホテルなどの宿泊施設を作るのは、たいていは民間企業が行うことである。しかし秋田県は観光客が他の都道府県と比べて少ないためか、なかなか民間によるそういった動きが思うようにない。そのため、県が出資して一般のホテルと変わらない宿泊施設を建てるといふ、非常にまれな例がある。現在まで5つの宿泊施設が建てられている。

これらの宿泊施設の特徴は、県が出資し、その後の経営費は他に任せる、しかし料金に関することは県の許可がなければ変更できないようになっている。いわゆる第三セクターである。その一つの十和田ホテルなどは、県内でも指折りの質の高いホテルで、その稼働率も順調であるとのこと。個々の施設は、あくまで県全体の発展を考えたいという事であって、ある地域に限定して力を入れているわけではないとのことだった。

東北地方は都心から離れているため、交通費・宿泊費・その他を合わせると、どうしても都心から近いところよりも高い出費になってしまう。そのため、宿泊施設や交通機関を提携させて安いパックを作ることが必要である。飛行機は1人乗せて飛ぶのも100人乗せて飛ぶのも、結局同じなので一人頭の航空券を安く客に提供できれば、その分良い宿を組み込める、または格安のパックを提供できる、というわけである。そのパックを作るのはあくまでも民間の旅行会社の仕事で、県はそのパックを後押しすることは可能とのことだった。

（2）秋田市役所を訪ねて（2002年8月19日 訪問）

秋田市の観光のメインイベントである竿灯祭りについて、現状と課題について聞いたところ、駐車場、トイレ不足が問題になっているという。55個の仮設トイレを設置したり、

近くの建物にトイレの提供を協力してもらっているが、それでもまだまだ数が足りない。周辺のビルにもっと協力してもらいたいのだが、「汚されるのがいや」「夜中は警備上の問題で貸し出すことが出来ない」などの理由で思うように協力が得られないという。後者の理由はともかく、前者においては、観光地として秋田県を売り込んでいこうという仲間意識、協力体制が欠けているように思われた。

竿灯祭りの見せ所はやはり名人の卓越した技であり、秋田市としてはその技の披露をこれからも目玉としていきたいとのことだ。そこに観光客参加型の体制をとり入れるのは限界がある。見せる観光として売っていきたいのであれば、それに重点をおいて竿灯祭りをプロデュースしていかなければならない。しかし参加型のプログラムもかなり試みられている。「ふれあいタイム」といって祭りの最後に、客が提灯に触れたり、実際に小さめの竿を操ってみたり、観光客がより身近に竿灯を楽しむことが出来るような時間が設けられている。また、地元人でなければ竿灯の選手として参加できないというわけでもない。本気でやりたいという意志があれば秋田県民でなくても参加は可能である。

県庁が掲げる「秋田県の観光が直面している課題」に対して、危機感が小さいように感じられた。市としても、改善の必要性を感じながらも、具体的な対策は何もしていないのが現状である。

(3) 秋田県観光連盟を訪ねて (2002年8月19日 訪問)

2年前に民営化され社団法人となり、行政機関ではできないものややっていくという機関である。秋田県の接遇・サービスの評価の低さを重大な問題としてとらえている。特にタクシー運転手の無愛想さよく耳にするという。ハイヤー協会で講習会などを開いているが、口下手な県民性はなかなか改善されるものではないとのことだった。

(4) 男鹿市観光協会・男鹿市商工会議所を訪ねて (2002年8月22日 訪問)

男鹿の観光について、一番の問題点は行政の観光に対する力の入れ方が足りないことだという。男鹿市は「男鹿市は観光の町」というわりには、市を挙げて観光に力をいれたいこうとする動きがなかなかみられないという厳しい意見だった。例えば、男鹿市の予算は年間約120億円。そのうち観光に使われるのは約3億。これでは少なすぎて何もできないそうだ。そして行政が先導をきっていない。観光協会やその他の団体におろしてばかり。それではやれることにどうしても限りがあるとのことだった。

男鹿の観光事情について聞いてみると、男鹿といたらこれだ、というみやげ物がないことも問題だという。たかが土産といえども、観光において「お金が落としてもらおう」ことができなければ意味がない。男鹿市には、旅行の最後に土産を購入できる大きな物産市場が整備されていない。(入道崎あたりがそういう機能を果たしていると思っていたが、あれでは不十分らしい。) 京都八橋、仙台牛タン、などのように観光地名がブランドとなるようなものがない。たしかに海産物は豊富で美味しい。しかし海産物というのはどこにでも

あるので、「男鹿」独自のものとして売り出すには踏み込みがたりない。土産はそれ自体が金のかからない口コミ宣伝の効果がある。そして、最後にそこに立ち寄ってもらう、というコースの基盤がない。つまりは良いものが点在していて、連携されていない。そのためお金が落ちにくいとのことだった。

観光が一番波及効果のある産業である。交通機関・飲食産業・宿泊施設・各種娯楽施設など、一人の観光客にきてもらうだけで、様々な分野の産業が潤う。その分、中途半端な観光事業は予算の無駄遣いに終わってしまって、豊かな観光資源も宝の持ち腐れになってしまうとのことだった。

そして、男鹿市には閉鎖的な面があると感じるという。男鹿温泉郷に大手のホテルが参入する、という話が以前出た時は男鹿温泉協会（現在8つのホテルが加盟）の反対で参入の話は流れた。確かに大手の参入は、強大なライバルの出現であり、自分たちが苦しい立場に立たされることになるだろう。しかし、それを恐れて仲間内だけで自分たちさえ儲けられれば良い、というのは非常に視野の狭い話だ。大手ホテルの参入があれば、今までにない宣伝効果も期待できるし、多くの観光客に来てもらえる可能性につながる。そしていいライバルの出現は、勝ち残っていくため自分たちの改善点などを見直すチャンスにもなる。仲間同士の中で競争していかなければならないが、その前に男鹿を観光地として発展させようという仲間意識、広い視野に欠けているように感じる。

会議もなあなあで、旧態依然のまま反省していく兆しがみられない。「思い切り」に欠けていう話を聞いた。例えば、美しい自然だけを売りにしていくのではなくて、新しいものを取り入れる意見が出たとき、「国定公園がある所だから」という理由などで、なかなか新しい試みがなされないという。硬すぎる環境の中でそういった発言が押さえつけられてしまうので、新しい試みがされにくい、とのことだった。

接客サービスに関してだが、市としてはそれほど危機感を感じていないようだった。男鹿温泉郷8湯巡りという企画が昨年からはまった。7湯はすごく良かったが、1湯の待遇がすごく悪かった、というクレームが東京からきた観光客からあったという。8湯中7湯が良かったというと、男鹿の宿泊施設の待遇はまんざらでもないのでは？ということからの判断だった。実際に観光客と接するのはフロント・仲居・案内係などである。これらの接待でさえきちんとできないのは雇用形態によるものが大きいのでは？と観光協会の局長さんは言った。ほとんどの場合がパートで雇われた人たちで、特別にホテルマンとしての教育をうけているわけではない。また、時間単位で雇われているので、研修をするとすると、研修時間にも賃金をはらうことになり、なかなか経営者側もしっかりした基盤を築けずにいる。

県の「観光は民間の力でこそ発展していくもの」という意見に対して、今日うかがったお話の中では「行政がもっと先導をきつていかなければならない」という意見が強かった。みんなどこか他人まかせな所があるのでは？と私は感じた。

男鹿市は観光のまちとして力をいれていく方針だが、市民はどう思っているのだろうか(註2)。市民の意識調査によると以下のような結果が挙げられた。男鹿の誇りは何か、という質問に対して、なまはげ、海岸美、寒風山、きれいな海、入道崎、魚介類などといったものだった。男鹿のイメージはどんなものか、という質問に対しては、恵まれた自然の多い観光のまち、農業・漁業のまち等などだった。将来も男鹿に住みたいか、とい質問に対しては、全体の52%の人が「住みたい」、13.8%が「住みたくない」、32.9%が「どちらとも言えない」と答え、残りの1.3%は無記入であった。

これだけ見ると、男鹿は住民も住み続けたいと思うような、魅力的なまちのように思える。しかし、年代別で見えていくと、「住みたい」と答える人が、年代が若くなるにつれて減っている。男鹿に住みたくない理由としては、「希望する仕事や勤め先がない」61.9%、「上・下水道、交通、買い物、医療などが不便で不十分」が同じく61.9%、「教育環境等の条件が悪い」が17.9%、「友達や仲間が少ない」が10.7%、「都会で暮らしたい」が10.7%、「気象条件が悪い」が9.5%、「その他」が27.4%となっている。

男鹿市が将来どんなまちとして発展してほしいか、という質問に対しては「観光のまち」が圧倒的に多く、51.6%にもなった。今後どのようなことに重点をおいたらよいのか、という質問に対しては、「観光の振興」が高い数値をしめる。「自然環境の保護」「少子化対策」も今年度から意見があった。日常生活で不便なことは何か、という質問に対しては、「娯楽・レジャー施設が少ない」が46.4%と高い数値になっていた。

「男鹿観光の現状と課題」という行政から出された資料(註3)によると、1997年の秋田新幹線開業、秋田自動車道の全線開通にともない、一時的に観光客は増加したものの、2003年では214.5万人、1999年には213.8万人で横ばい、もしくは下降状況にある。宿泊率でも1997年度以降13%から14%と、依然として低い傾向にある。これらのことを踏まえて、男鹿市が力を入れていこうとしているのは、以下のようなことである。なまはげ館や真山伝承館(郷土史旅館の類)や、今後リニューアルされる男鹿水族館などの施設の有機的な活用を図り、宿泊型・通年型の観光客の増加に努める。冬期間ならではの観光資源の掘り起こしをする。観光ネットワークを形成する。誘致宣伝活動を強化する。

観光イベントを充実させる。接客サービスの向上対策を行う。史跡など、周辺市町村との共通の歴史文化遺産を活用して広域な観光ネットワークを形成する。国際観光を視野にいれた、道路標識・観光案内板等の整備や美化運動の拡大など観光客の受け入れ体制の充実を図り、男鹿観光のイメージアップに努める。以上のようなことが挙げられている。

これらのことは、確かに観光地がしていくべき当然のことのように思われる。しかし、どれをみても「観光客」に重点がおかれ、観光まちづくりの流れではない。だから住民に目を向けられていない。住民が欲している「娯楽・レジャー」というのは果たして郷土資料館等なのだろうか?少なくとも私なら、郷土資料館ができたり、水族館がリニューアルされたからといってそこに住もうとは思わない。

観光によるまちの発展を願うなら、まず地域を盛り上げてくれる人間の存在が必要だ。それは企業であり、行政であり、住民であるだろうが、そこに魅力がなければ住民がいなくなる。住民がいなくなれば企業も成り立たない。行政も必要ない。どう考えても住民に目をむけることが一番大切であると思われるのに、それを通り越して観光客の確保を狙うのは、無理のある話なのではないか、と感じた。

(5) 角館町役場を訪ねて (2002年8月26日 訪問)

PR活動はキャラバンなどの従来のもの以外、特に際立ったものはしていない。しかし、全日空などのサポートで、空港から角館までの直行バスがでたり、自然とPRをしてもらえる状態である。1997年3月の新幹線開通により、一気に観光客が増える。年間にしてその数約200万人。主に盛岡などの、近隣県からの誘客につながる。やはり新幹線の力は大きく、交通の便が重要だ、とのことだった。

駅前の整備、武家屋敷の管理は行政が先導を切って行った。武家屋敷付近の民家や商店街なども統一感のある建物が並ぶが、行政側からの強制でそうなったわけではない。角館町を良くしよう、という自発的な動きの中で生まれていった統一感なのである。商店街の若い衆が集まる商人塾(あきんどじゅく)などが角館の観光を盛り立てている。

課題としてはイベントが多いのは良いことだ。市町村合併などで今後行政のイベントにかんする仕事が増える。しかしそのほとんどが行政主体で手一杯の状態である。少しずつ民間に主導権を手放していきたい(今年度中に方向性を決定する予定)。

角館には特産品と言える食べ物が無いのが弱み。角館の町できりたんぼや稲庭うどんは食べられるが、それは角館の特産物ではない。角館でしかできないものを作っていきたい。食べ物に関しては「結いの会」が地元の飲食店などのメンバーで結成され、勉強会などが開かれている。今はなくなってしまった伝統技術をもってして作られる銘菓の復活なども試みられている。(何年前にあまりひどい出来だったため、酷評された。)

外国からの客が多いのでその対応の考えていく方針。韓国・中国からは日常的に、英米からの客もあるという。ワールドカップの時期には珍しい例でエクアドルから240人の来客だった。現在、パンフレットは英・中・韓が揃っている。

(6) 大曲商工会議所を訪れて (2002年8月26日 訪問)

花火の誘客数は減らない。その理由はひとえに、花火の質が落ちないように努力がなされているためである。客の数が減らない、つまりはもう飽和状態なのである。(閲覧席のチケット・宿泊所など)なので、収益にも大きな変化はないのである。花火大会は行政主体ではなく、行政はあくまで手伝いの域だという。宣伝は特にしない。実際に見て良いと思った人にまた来てもらいたいというリピーター志向である。

(7) 秋田県全体について

どの観光地でも、現状をもっと良くしたい、という行政側の想いは感じられた。共通点として、観光面で必須となってくる条件を満たそうとしているように思えた。たとえば、歴史・文化・自然などの保護、地域の特産物となるお土産品の開発、接遇態度の改善、バリアフリー化、IT環境の充実、効果的な宣伝など、いろいろな面に力を入れていこうとしている。しかしこれらはあくまで観光業における必須事項であり、観光まちづくりは観光地として栄えるとともに、住民にとって住みよいまちを目指さなくてはならない。観光地として既に名をなしているだけに、観光客の視点にとらわれて、住民にとってのまちづくりというものに欠けているように思われた。それが既存の観光地がおちいりがちなパターンのように思われる。

これから紹介するイーストベガス推進協議会は、既存の観光地から生まれた構想ではなく、これから作っていこうとするものである。だから逆に観光客の視点にとらわれず、住民の肌にあったまちづくりをして、その先に観光を見込んでいるように思われた。そこに可能性を感じたため、その構想を分析してみようと思った。

註について

- ・註1 観光まちづくり研究会「新たな観光まちづくり」(ぎょうせい 2002年7月30日)
p.(1-22)
- ・註2 秋田県男鹿市企画調整課「広報おが」(秋田県男鹿市企画調整課 2002年8月15日) p.(2-3)
- ・註3 男鹿市観光商工課で、2002年8月に頂いた資料「男鹿観光の現状と課題」

第二章 ゼロからの観光まちづくり

第一節 イーストベガス推進協議会について

秋田県に住む若者が、自分達のすむ秋田から同世代の若者がどんどん外に出て行ってしまう、それは秋田に魅力がないからだ、ならば自分達の手で秋田を楽しいものに作り変えよう、という目的の元、組織された団体である。秋田県にラスベガスモデルにしたカジノを核とするまちづくりを計画する。それをイーストベガスと名づける。この団体は「秋田を自分達の手で楽しくしていこう」という目的のもと結成されたトトカルチョマッチョマンズというグループから生まれた。トトカルチョマッチョマンズの主なメンバーは20代後半の秋田県発展を願う人達で構成されている。

イーストベガス推進協議会のメンバーは、県内に住む若者（20代前半～後半）や、県の有職者（町長、会社専務取締役、役場職員、経済研究所職員など）、そしてアドバイザーとして都市計画を専門とする教授など。また、サポーターとして、イーストベガス構想に共感し、賛同していく秋田県民やその他の地域の人が登録し、様々な意見を取り交わしている。（私もこのサポーターとして2002年11月に登録している。）

イーストベガス構想の概要を以下にまとめる（註4）。

より魅力のある面白い場所で、夢を追いかけて生きていきたいと思うのは、人間として当然のことである。だから魅力のない秋田県から若い世代が出て行ってしまうのは仕方のないこと。だけど、そんな秋田にイーストベガス推進協議会のメンバーになる若者たちは残った。そして自分達の手で秋田を楽しいところにつくり変えて、皆が住みたいと思うような、世界中の誰もが訪れたいと思うような、魅力あふれるまちにしていこう、というところから始まった。

秋田にはたくさん問題点がある。人口減と県民所得の低さは、全国でもトップレベルで進んでいる現象だ。人口が減り、所得も少ない、要するにこのままでは今よりもっとつまらない県になってしまう。それでも自治体は温泉や野球場や交流館を作れば、若い世代が喜び、人が集まると思っている。それは大きな間違いである。若い世代は今と変わらず、どんどん秋田を離れていくだろう。

秋田の改善すべきところ、重視すべきもの、これからの方向は以下のようなことである。秋田の県民性からか、新しいことをやろうとすると、周囲の理解や協力がなかなか得られない。皆、かっこうをつけ、知らないふりをし、しまいに横並び意識で足をひっぱられてしまう。こういった組織風土の中では新しいもの、素晴らしいものは生まれにくい。

また、歴史的に見ても新しいものを求める意欲、改善しようとする精神が欠けている。秋田はもともと資源に恵まれた豊かな土地であった。米、石油、鉱山、秋田杉、水産物など、これほどの資源がそろっているのは近隣地域と比べても珍しい。しかし、何もしなくても豊かであるゆえに、素晴らしい資源に付加価値をつけて新しいものを生み出そうとする努力がなされなかったのである。よって今のように東北の中でも上場企業が一番少ない

状況になっているわけである。

新しいことを始めようとする人間を尊んでいける風土に変えていく。できる可能性を前提に物事を組み立てていくことが大切。まず自分が変わっていくところから始まる。

県の人口を減少させている要因は10~20代の若い世代の流出だ。若い世代はこれから担っていくのに必要な存在だ。秋田から若い世代が流出する原因は、魅力がないからである。だから彼らを定住させるための魅力をつくっていかなければならない。そしてまちづくりを行うのは住民である。そして魅力あるまちづくりを行えるのは「若者」である。若者とは年齢的なことで区分されているのではない。優れた想像力、燃えうる情熱、勇猛心、安易を振り捨てる冒険心、こういったものを持ち、理想を失わずに生きている人間のことを差す。若者は利権によらない、夢によるまちづくりをする。だから魅力のあるまちづくりができるのである。こういった若者を重視する姿勢や仕組みが必要なのだ。

人口は地域の持つ魅力の一つのバロメーターになる。魅力のある地域には人が集まる。つまりは魅力をつくりだそう、ということにつながる。人をひきつけるために、魅力とは何かについて把握する必要がある。道路、住宅、交通環境、教育環境、職業環境など、これらのインフラストラクチャが魅力だと答える人は多いが、インフラストラクチャは2次的魅力であり、秋田でインフラストラクチャが整備されたとしても人口は依然とし減っていくだろう。人が歩かないところに道を作っても仕方がないのである。秋田新幹線「こまち」が開通して、交通環境が整えられた。しかしそれは秋田の人が東京へ遊びに行きやすくなっただけで、秋田の人口が増えるのにつながる、とは言いがたく、ましてや東京から人間がやってくる、というのとは違う。

こういった2次的な魅力はあくまで「ニーズ」である。その前にある人間が「本質的魅力」として感じる「ウォンツ(wants)」に応えていかなければならない。

人間にとって本質的魅力とは、快楽に深く関連する。その代表例がアルコール、ギャンブル、スポーツ、芸術、などエンターテイメントとしての要素を含むものである。道路や住宅などはこれらに関連する、あくまでも2次的な魅力なのである。

しかし、あらたまった会議などでまちづくりについて考えられるとき、秋田の魅力とは？となると、「なまはげ」「比内鳥」等といったものが必ずでてくる。しかし、「私にとって魅力を感じるものは鬼とかにわとりです」と思う人が本当にいるのだろうか。少なくとも本気でまちづくりを考える若者にはいない。もっと本質的魅力に目を向けなければ、魅力のあるまちをつくっていくことはできない。

本質的な魅力と社会的罪悪は確かに両刃の剣である。本質的魅力の追求は抑制がなければならない、という面も持っているが、禁止すべきものではない。禁酒法の事例からもそのことが言える。

以上のような本質的魅力を完全に具備したまちとして、ラスベガスがあげられる。しかし、「ラスベガス」と聞いて、ギャンブルにマフィア、危険と退廃のイメージが根強いだろう。だから秋田をラスベガスのようなまちにしたら、安心して生活できず、人口はどんど

ん減っていく、と思う人も多いただろう。しかしそれは間違い。ラスベガスがアメリカでも一番治安の良いまちなのである。

ラスベガスはハード面から極限すると巨大なホテルの集合体だ。核ホテルにそれぞれ、カジノ、プール、ステージ、シアター、レストラン、ショッピングセンター、テーマパークなど様々な魅力的要素が内包されている。基本的にはそれだけである。困難なのはソフト面から見た場合だ。日本の法律では民営のギャンブルは全面的に禁止されている。また、厳しい建築基準法もある。さらに日本人の倫理観からギャンブルは嫌悪されやすい。かなりの制約条件がある。しかし、制約条件とは解除の対象であり、不可能なことではない。法律は変わるのである。

ラスベガスはハワイのように恵まれた美しい自然があるわけでもなく、エジプトやローマのように遺跡や宮殿などの歴史的建造物があるわけでもない。そこは灼熱の砂漠で、19世紀まではインディアンがわずかに住んでいるだけの、現在の「楽園」には程遠い僻地だった。つまり、自然や時間の産物ではなく、人間が作り上げたものなのである。そういった意味で、何も無いところから魅力をつくりあげるといふことで、ラスベガスは秋田の発展のモデルにするのである。また、ラスベガスを作ったのは神様でもなく、王家の人間でもない。バグジーという一人のギャングが恋人のために最高のエンターテイメントホテルを、という思いから作ったところが始まりなのである。

例えばだが、イーストベガスの内容はラスベガスの内容はギャンブル、スポーツ、芸術、コンサートホール、アルコール、食べ物、ショッピングセンター、ホテル、など全てにおいて楽しませるもの。上がってくる収益は福祉に回し、中毒者のための更正施設、社会復帰を完全なものとする。未成年への酒、たばこ、飲酒、ギャンブルは徹底して禁じる。コントロールなくしてこの社会はなりたたない。

地理的にも秋田は東京から飛行機で1時間圏内のところなのだ。ラスベガスも大都市ロスアンジェルスから車で一時間圏内のところにある。魅力のあるところにはひとがやってくる。そうすれば道路などの2次的魅力のインフラストラクチュアは自然と整備されてくるものなのだ。

ただ、秋田県とネバダ州は気候も文化も法律もまるで違う。だからあくまでもラスベガスをお手本、見本としていき、あとは自分達に想像性を発揮していかねばならない。

以上がイーストベガス推進協議会のホームページ上に掲載されているイーストベガス構想についてまとめたものである。法律の制約、治安の問題など、今の段階ではまちづくりをはじめめるために十分な準備が整っているとはいえないが、まちづくりが地元住民の「地域をもっと良くしていきたい」という気持ちから始まっているところが理想的であり、同じ秋田県民として、この団体の考えに共感できた。

第二節 まちづくりに携わる人々の声

以下はインタビューをまとめたもの（2002年12月11日 雄和町役場にて）

（1）行政とイーストベガス推進協議会の関わり

1993年、夢広場21塾というものが雄和町教育委員会主催で開かれる。幅広い層の住民と意見交換をして、皆でまちづくりをしていこうという目的のもと立ち上げられる。ここから現在のイーストベガス推進協議会のメンバーとなる方達と、行政の接点が生まれる。2年で終了予定だったが、ここで終わらせるのは惜しい、ということで1995年、生涯学習として引き継がれる。

1996年年からヤング21部会、国際交流部会、教育・福祉部会、観光産業部会の4部会で構成された部会ができる。各部会はそれぞれ独立して活動。1996年に浦山さんがヤング21部会を担当し始める。当時名簿上では多くの方がいたが、実際にミーティングに参加するのは2~3名だった。これではいけないということで、当時から目立った存在であった現在のイーストベガス推進協議会の代表メンバーになる若者たちを、生涯学習の方からヤング21部会に呼び寄せ、「思い切りやってみないか」と誘う。

1996年から1998年までの3年間、その部会で雄和町のまちづくりに関して勉強会を重ねる。しかし、その部会も4部からなるものなので、他の部会とのつながりから規制がうまれる。そこで1999年、ヤング21部会から、ゆうわタウン創造プランナーズというものに独立させる。2年間の勉強会をへて、現在は民間ベースの形態をとり、イーストベガス推進協議会に至る。

行政（主として裏山さん）の働きかけとして行ったのは以下のようなことだという。まちづくりに関して住民が意見交換をできる場を設けたこと。熱意のある優秀な人材が思い切り活動できるように、機会をサポートしたこと。自らメンバーとして参加し、行政の立場からの意見を提示してきたこと。住民とともに勉強をし続けていること。

浦山さんはイーストベガス構想の実現にむけて活動するメンバーであると同時に、行政職員である。そのため公正さなどの点から、行政、そして自分ができることの範囲というものが限られてしまう時もあるそうだ。特に行政側において、一つのことを決定する際には、いくつもの手続きがあり、時間も要する。しかし、それは住民の税金を管理する行政として、省いていくことのできない重要なことである。そういったことなども含め、何度も衝突をし、そのつど向き合い、今まで協力し合ってやってきているという。

総合企画課、課長補佐の加藤秀尚さんによると、まだ雄和町の行政とイーストベガス推進協議会が具体的に話を進める段階になっていない、今行政が絡んでも規制を与えることになってしまうので、見守っているところ、とのことだった。具体的な話がむこうからできてから、様々なことを話し合っていくことになるだろう、とおっしゃっていた。

浦山さん達は構想を形にしていくための場を提供したり、行政側からの視点を提言したり、構想において公的に難しいと思われる点を指摘したりしてきた。まちづくりは住民主

体で行うものであるが、必ず行政も絡んでくることである。そういった活動において早い段階から協力し合っていくことは、とても重大なことであると感じた。解決していかなければならないことはできるだけ早く解決策をだしていくにこしたことはない。浦山さん自身、ラスベガスについての勉強などを住民とともにしてきた。このようなことの積み重ねで、それぞれに違う立場からまちづくりについて共に協力しあっていくことができるのだろう、と感じた。

イーストベガス構想において、それは単なる娯楽だけにとどまらず。そこから生まれる税収で、手厚い行政サービスができる、という面でのつながりも考えられる。観光客が民間にお金を落とすことによって、地域の税収は上がり、そこから新たな行政サービスが生まれ、人々の暮らしも豊かなものになっていく、という好循環なのである。つまり福祉における問題を福祉だけの面で考えるのではなく、もっと大局的な視野でみていくことによって、様々な問題解決につながる可能性を持っている、ということだった。

(2) 行政職員の反応

イーストベガス構想は、町長や会の設立当初から関わってきた教育委員会においてはかなり進んでいる話だが、他の行政職員には浸透しているとは言えない様子であった。総務企画課の加藤さんによると、具体的な話を聞いたことがないので、今のところ賛成とも反対とも言えない。ただ、地域の活性化のためにがんばっている若者を応援していきたい、とのこと。

雄和町のまちづくりを行う際には、川と共生していた昔のような豊かな自然を残して、その上で上下水道や交通に関する事など、都市機能の整備を進めていきたい、という方針だという。都市にあるようなものをつくっていても、都市を越えられるわけもなく、地域らしさも失われてしまう。更には地域の人々の心まで変わってってしまうのではないかという不安もある。人口が少ないまちでも、忘れていた何かを感じさせてくれるところがある。そんな、自分の存在が確認できるような地域にしていきたい、とおっしゃっていた。

イーストベガス構想について、詳しくはわからないとのことだが、実際につくるとなると、それなりの自然破壊は免れないのでは、という思いもおありのようだ。それでも、若者の求めるものにも応えていくことの必要性を感じるため、両者のバランスをどうとっていくかが課題になっていくのだろう。

雄和町総合発展計画では、「国際田園都市」を目標に活動している。「個性豊かな都市交流」と「すぐれた自然環境を誇る田園都市」の融和を考え、恵まれた自然(田園)の中に都市機能を備えた国際交流のまち、町の住民一人一人が安心と潤いに満ちた生活ができるまちを目指す。教育・福祉その他様々な計画を積み上げてきている。よってイーストベガス構想を一つの点として、ポンと取り入れる、というのなかなか難しいところだという。具体的な話を進めていくためには、お互いが意見交換できる機会をもっと作っていく必要

性を感じていた。

(3) 町長との対話

イーストベガス推進協議会の若者は、「秋田には魅力がない、だから自分たちで魅力のあるところにしていこう」というところから出発しているので、単なる観光を目指しているのとは違う。更に、魅力がないから行政に文句を言うだけだったり、ああしてくれ、こうしてくれと、要求するのではなく、着々と自分たちで行動していっているところが素晴らしい。その具体的に行動する力と、ネットワークを広げる戦略も非常に優れている。彼らのたゆまぬ努力のため、以前なら一笑に終わったイーストベガス構想も、今では商工業者の間では話題になるほどのものに成長しつつある。そういった夢のある若者をできるだけサポートしていきたい、とのことだった。

構想自体はいいが、課題もたくさんある。ラスベガスをモデルとした都市を作るとしたら、まずはカジノ法案を通さなければならない。カジノ法案は近い将来ありえる可能性が高いので、法案ができたらすぐに動き出せるようにしておかなければならない。町長としても法案可決のために働きかけていくとのことだった。立案への参加、予算、場所の選定、などについてはまだ具体的案はない。

不安要素を聞いたところ、次のようなものが挙げられた。(全て、イーストベガスができたら、と仮定した上でのものである。) 世界をターゲットにするため、良い治安を維持すること。投資してくる企業の選出をしていく必要がある。運営していく人材の確保をしなければならない。以上のようなことが挙げられ、これらのことに、行政もサポートしていこう、という方針だという。

まちづくりにおいて、一番ポイントとなるものは「人材育成」、これに尽きるという。秋田の県民性「俺もやらないからお前もやるな」から、岩手の県民性「俺もやるからお前をやれ」というものに変えていかなければならない。そういった思いをもつような人材の育成に力をいれていく(ちなみに山形の県民性は「俺はできないからお前がやれ」と言われている)。

(4) 雄和町のまちづくりに関して

役場を訪れて、その中でも違う立場の方々からお話を聞くことができた。イーストベガス構想の可能性がどうのこうのというより、まちづくりにおける行政の姿勢というのを考えることができた。たしかに行政には公平さを守っていく義務がある。しかし、その中でも住民と肩を並べて、共に一つの目標に向かって取り組むことが必要だと感じた。

行政サービスにおいて、一つの問題だけに目を向けていないと、表面的な改革しかできない。広い視野で大局的な改革をしていかなければ、小さな問題でも根本的な解決にはつながらない、ということを感じた。例えば、都市環境や福祉問題にしても、ただ上下水道が整備されていないから都市機能として整備する、介護保険がうまくはたらかないから制

度を変えていく、といったことだけでなく、そういった問題の根本的原因は何なのか、ということを追求め、様々な角度からの問題解決に向けてのアプローチが必要だと痛感した。

イーストベガス構想が絶対にまちおこしにつながるのか、というのは今の段階で私にもわからない。しかし、この構想がただ単に娯楽の追及に終わっているものではなく、その構想の土台として、県の深刻をきわめる人口流出の問題に目を向けているところ、企業が生み出す利益で地域が潤い手厚い行政サービスができるようになる、ということまで考えられているため、行政も協力しながら進めていくに値するプロジェクトであると感じた。

(5) イーストベガス構想を進めていく中で感じたこと

イーストベガス推進協議会代表、長谷川敦さんと、メンバーの佐藤裕之にインタビューさせていただいた。お二人とも同じ協議会のメンバーとして、既に交友が深いということで、一人一人にインタビューではなく、私を含めて3人でお話をさせていただいた。以下はインタビューをまとめたもの。(2002年12月12日)

変わってきたこととして、幅広い層の人たちが意見を交わし、同じ目標に向かって協力し合う態勢ができてきたことがあげられる。長谷川さんいわく、佐藤さんのような年上の、なおかつ地位のある人とこんな風に酒を交わしながら話をするなんて、聞いたこともないことだったという。イーストベガス推進協議会のメンバーには町長もいれば、大学教授もいるし、会社社長もいる。そういった人たちに臆することなく、自分からどんどんはたらきかけて、できてきた人のつながりは、やはり長谷川さんたちの行動力のあらわれだろう。更に、秋田では「えらい先生」達に講演をしてもらうためにお金をかけて東京から来てもらうはいいが、感心してそこで終わる傾向が強い。いい話をきいてそれで終わりではなく、自分たちのためにやっていることなのだから、その先生を利用してやる、くらいの気持ちが必要だという。長谷川さんたちは自然とその行動ができていて、更にはその先生たちと共に協力していくメンバーとしてプロジェクトに参加させる、という形をとってきたのである。

今回のイーストベガス構想を県内の企業経営者に広めていこうとすると、上の方の年代からは批判されると思ったが、一番応援してくれるという意外な事実がわかった。60~70代の方々は、戦後の日本を立て直すために、様々な努力をする必要があった。たとえば、秋田県の大潟村は昔、湖だったが干拓して大規模な農業地帯となった。しかし完成された直後、米があり余るという状況になり、新たな対策を練る必要がでてきた。実は当時も「大潟村にカジノを作ろう」という案も実際に出たのだという。しかし現在のようにカジノ法案についての議論がなされているわけでもなく、しかもカジノといえばギャングなどのマイナスイメージが強い、などの理由で結局は計画に終わった。60~70歳代の経済人の方々はこういった試行錯誤をして、なんとか地域を発展させていくんだ、という気持ちが強かった。だから今の若者がやろうとしているまちおこしに対して、自分たちの姿を重ね合わせ、共感できるのだという。

反対に 40～50 歳代の、働き盛りを高度経済成長の時代に生きてきた人たちは、何か工夫していかないとどうにもならない、という危機感をもつ必要性が少なかった分、新しいことをやろうとする若者に共感しにくいのだという。一概にはいえないが、そういった傾向を感じるという。

秋田に魅力がないから、とにかく魅力をつくりだして秋田に若者をよびよせなくちゃいけない。じゃあその魅力を作るためにはどうしたらいいのか。私はそればかりをみていた。しかし、それよりも「なぜ秋田が今のような人口流出県になってしまったのか」について考える必要性を、佐藤さんと長谷川さんとお話させていただく中で強く感じた。

(6) 一極集中型のひずみ

今の日本は若者、働ける世代、子供を生む世代、といった生産的世代の多くが東京に集中している。そしてそれとは対照的に、地方では若者の人口流出のため高齢者率が高まり、活気がなくなっている。これは明治以後の「国のありかた」のひずみなのではないか、と佐藤さんという。中央に出て有名な大学に入り、大きな会社に就職する。それが成功なのだ、という傾向が最近でこそ薄れてきているが、根強く残っているのが戦後日本の文化である。

この中央と地方の関係が今の地方の衰退につながっている。世界でもこれだけ人口が偏っている国は珍しい。アメリカでも確かにニューヨークは大都市で多くのビジネスチャンスがある。しかし映画産業ならハリウッド、自動車産業ならシカゴ、政治はワシントン、などと各地域でそれぞれが得意とする産業があり、国全体に産業の分散がなされている。ヨーロッパも日本のような一極集中とは違う。イタリアを例に見ても、栄えているのはローマだけじゃない。フィレンツェ、ミラノ、ヴェネチア、と多くの都市があげられる。このような産業の分科が、アメリカやヨーロッパでは国の政策でとられてきた。日本でも確かに大阪、名古屋といった大都市が東京の他にもあるが、全ての産業の中心が東京に集まっている。東京にないものはないのである。これにより地方は衰退し、気付いたときにはもう回復力がないくらい衰えてきてしまったのである。

(7) 故郷での暮らし

そもそも、なぜ自分の生まれた町で勉学を学び、したい仕事をして、恋をし、子供を育て、生きていくことができないのだろう。自分のしたいことをするには故郷を捨て東京に行かなければ生きていけない、皆がそう思う国というのはどこかおかしいのではないか。長谷川さんが今の日本はおかしいと思ったのは、高校卒業と同時に、仲の良い人たちが皆東京へ出て行ってしまったところが大きく関わってくる。確かに東京でなければできないこともある。けどなぜ、絶対的な理由もなく皆秋田から出て東京へ行くのだろうか。経済を学ぶ、歌手になりたい、そういったものが東京でなければできない。なぜそういう動きになってしまったのだろうか。そう考えたのだという。本来、自分の生まれたところで

生活したい、という気持ちは、差こそあれ理屈ではなく本能的に誰もがもっているのではないか。それなら秋田でも何でもできるのだ、ということを感じられれば、秋田に人が集まるのではないか。長谷川さんはそういった思いから、まずは自分が故郷で何かを始め、「地方の田舎の秋田でだって、何でもできるのだ」ということを、身をもって証明したいのだと言う。「東京でなければ勝負できない」と思い、外に出て行くことこそ、自分にとっては負け犬行為になる。そんな思いでやりたいと思ったことは、自分たちの手でゼロからのスタートをするのだという。自分の行動が周囲の刺激になってほしいという。けして「秋田のために」とかそういったものだけじゃない。自分が住みたい所で楽しく生きていきたい、そういったところから始まっただけ。だからやっていて楽しいのだという。

(8) まちづくりの原点

大変気さくな方達で、一見卒論の内容とは違うお話などもしていただき、そこから学ぶところが多かった。視野を広く持つことの大切をまた痛感させられた。

そして、まちづくりが始まるきっかけというのは、まちのためでもましてや国のためでもない、自分のためからであり、それが本来あるべき姿なのだと感じた。実際私も秋田の発展を願うが、「秋田のために命をささげる」などといった気持ちはない。ただ、来年から自分がまた暮らすことになる秋田県で、楽しいことがあるのだろうか、という不安から秋田を変えていきたいと思うのである。友達も帰ってくるだろうか、好きな人と結婚して楽しく子供を育てられるのだろうか。私が楽しく過ごすためには同世代の友人と遊ぶこと、恋をしてわくわくすること、基本的にこれらのことが絶対的に譲れない条件として挙げられる。秋田が彼らにとっても魅力的であれば、彼らも秋田で生活をし、私も楽しく過ごすことができる。私にとってのまちづくりの原点はそこにあると感じた。

・註4 イーストベガス推進協議会HP「イーストベガス構想」

<http://www.eastvegas.org/>

第三章 秋田県における観光まちづくりとは

第一節 成功するまちづくり

イーストベガス推進協議会を通して、秋田県をもっと住みよい地域にしていくために重要なこと、今後秋田県がしていかななくてはならないことをまとめた。

(1) 住民の要求から始まっていること

イーストベガス構想は、行政が考え出して住民に提示したものでなく、現存する建築物の活用のためでもなく、他ならぬ地域の住民がイーストベガス、つまりラスベガスのような究極のエンターテイメントを望んだことから始まる。イーストベガス構想が実現されれば観光客も見込まれ、経済も活性化し、財政も潤う。しかし、何よりも注目すべきことは住民が望んだ魅力がそこに作られる、ということだ。観光客の視点であると共に、住民の視点にたった、地に足のついたプランなのである。

(2) 盛んな情報発信

長谷川さん達が経営する会社(「トトカルチョマッチョマンズ」のメンバー何人かで立ち上げたweb系の事業を行う会社)が、コンピュータを使ったweb関連の仕事をしているせいもあって、イーストベガス推進協議会のHPから、かなりの情報を得る事ができる。HPからイーストベガス構想を知り、サポーターとして登録し、意見を出していくことが可能だ。実際私もこのHPを通して知り得た情報は多い。また、サポーターには無料メールマガジンが配布され、協議会の活動状況が随時報告される。こうしたITによる情報発信は増すコミュニケーションより経費も抑えられ、有効だ。現代における必須事項といえる。

(3) 優秀な人材

イーストベガス協議会にはディレクターが5人、メンバーが16人、アドバイザーが1人、そしてサポーターが県内外に127人(2002年12月17日現在)いる。協議会の中心となっているディレクターは、全員が「トトカルチョマッチョマンズ」というまちづくり団体の出身である。ちなみにトトカルチョマッチョマンズはそのメンバーのほとんどが、代表の長谷川さんの、幼少の頃から現在に至るまでの友人で結成されたものである。秋田を楽しみたいところになりたいと強く願う長谷川さんが県外に出ていた仲間たちに声をかけ、秋田に呼び戻したというから、長谷川さんの秋田の発展にかける思いが半端ではないことが感じられる。そういった想いのある人が働きかければ、やはり同じ想いを持つ人は集まる。一人では不可能と思われることでも、多くの人力が合わせれば、それだけ可能性が高くなるのである。秋田県を愛する者が集まれば集まるほどいい。

更に、若者だけでなく、県内の有職者などもイーストベガス推進協議会のメンバーとし

て名を連ねている。町長、経済研究所職員、会社専務、元青年会議所理事長・会頭、役場職員など、若い世代だけでなく、幅広い層の人がそろっている。こうした人達と同じ目標に向かって意見をかわすことで、若者の一人よがりな考えにならずに、幅広い層の意見を取り入れることができる。また、伝わりにくい若者の意見をこういった人々に聞いてもらうことは、ともすると古いものに固執しがちな先輩たちにとっても、いい刺激になる。そして何より、同じ目標に向かって協力しあうことで、地域全体（ここでは秋田県全体をさす）にネットワークができ、団結力が生まれるのである。

まだ行政全体（雄和町役場職員）にイーストベガス構想が浸透しているわけではないが、個人レベルでも町長や役場職員がメンバーとして参加していることは大きな意味をもつ。確かに、行政が絡むといろいろな規制をかけてしまうから今は見守っていたいという、行政側の意見もわからなくもない。しかし現在ある規制というのは、規制がなくなる限り、いつかはその規制をどうやって乗り越えるかを考えていかななくてはならないのである。その解決策を考えていくのは早ければ早いほどいい。そうしないと先に進めない。規制を無視してやりたいようにやらせる、それはまちづくりとして具体性を欠いた、単なる絵空事終わってしまう。行政が規制を提示しながら共に計画に関わっていくことで、その規制を乗り越えるためにどういった策があるか、そもそもその規制はあるべきものなのか、ということ話し合っていける。行政は規制をするのが役目ではなく、可能なこと、不可能なことを整理していく、という重要な役目があるのである。

アドバイザーとして都市計画を専門とする井崎先生にも参加してもらっていることもとても大きな意義がある。当然のごとく、都市計画に関する専門的でなおかつ新鮮な知識を得られるほか、多くの都市計画を手がけてきた先生の存在がメンバーを支える。井崎先生と接していて、「道は遠い。でも思ったほどじゃない。やればできそうだ」ということを率直に感じるとのことだった。

「スーパー公務員」の異名をとる川勝良昭氏（新日鉄を経てセガエンタープライゼスに入社。テーマパーク事業部長に就任し、「ジョイポリス」多店舗展開を推進。1995年岐阜県知事・梶原拓氏にスカウトされ、現在は同県の理事として新都市開発、観光開発、マルチメディア開発などに従事中）の講演会に参加した際も、講演会での傍聴に終わらず、その後の懇親会で自分達の夢を熱く語り、さらに川勝氏から経験にもとづく更なる知識を吸収する。ここでも川勝氏とのつながりを作り、「今後面倒をみていく」という言葉ももらっている。

桜美林大学の副学長である諸星先生（秋田県内のミネソタ州立大学元学長）にも各国の情報提供やネゴシエーター役として協力してもらっている。井崎先生をはじめとする、各専門分野における権威ある方々からは、やはり専門的な知識を提供してもらうことで、住民だけでは補えないものを得ている。そして井崎先生達はお金をもらってまちづくりに参加しているのではない。イーストベガス構想の実現を強く信じる住民の熱い想いが伝わって、共に協力するメンバーとなっていったのである。

サポーターの存在も大きい。驚くべきことに約半数が秋田県外の人だという。秋田県を外から見た人の意見、つまり後の観光客、もしくは定住者になる可能性のある人たちの意見を聞けることはとても重要だ。県を中から見ただけではわからないことを気づかせてくれる他、彼らから波及する情報伝達の期待もできる。こうしたサポーターの存在で、まちづくりを県民の間だけにとらわれず、広く開けたものとして行うことができるのである。

もう一つ、メンバーそれぞれが仕事をしているため、そのことがイーストベガス推進において大変役立っている。持てる技術、人脈はフルに活用している。マスコミ関係者、ホテル関係者、コンピュータ関係者、営業、事務、それぞれの得意分野で皆、自分の行かせるものをいかに発揮している。

(4) 地域の資源を活かす

秋田県の空の窓口、秋田空港は雄和町にある。雄和町は秋田市からもアクセスが良い。飛行機なら東京から一時間圏内、韓国からの直通便も考えられる。新幹線でも東京から秋田駅まで3時間、そして秋田駅から雄和町の四ツ小屋駅までは電車で10分もかからない。交通面で非常にアクセスのいいエリアである。交通アクセスがいいことは、地域の活かすべき資源といえる。

ここで、注目すべきことは、雄和町が交通面で様々な地域とのアクセスが優れている、とうことではない。イーストベガス建設の候補地に雄和町が選ばれたのは、立地条件などが優れているからであって、イーストベガス推進協議会が雄和町の住民によって始まったから、ということではないのだ。誰でも自分の故郷をより住みやすいところにしていきたい。そう思うあまり、自分の故郷だけに注目してしまいがちになる。しかし、イーストベガス構想は雄和町の発展だけを考えてできたものではない。秋田県全体の発展、ひいては日本における東京の一極集中に危機感を抱き、もっと地方分散していかなければならないという、大きな視点で捉えた構想なのである。行政単位の区切りは必要ない。勿論、自分の故郷を良くしたいという想いはまちづくりにおいて欠かせない。それと故郷だけが良くなればいいというのは違う。そうなってくると結局は自分さえ良ければいいという小さい規模の話になり、新たな風を呼び起こすまちづくりはできない。大きな視点で捉えそれを周りに伝えていくことにより、より多くの賛同者が得られる。これが雄和町のまちづくりだけを考えたものであれば、秋田県内の他の地域の協力は得られにくかったであろう。しかし、イーストベガスの成功でまちに若者が住み、外からも観光客が来ることで、イーストベガスの周辺地域、他の観光地などもその恩恵を受け、新たな発展を遂げるチャンスを得ることができる。

他の地域と競争、と考えるのではなく、協力し合いながら大きな成功に向かって共に足を進めることで、より大きな成功を作っていくのである。カジノ法案が可決されたら間違いなくお台場にはカジノができるであろう。そうなれば秋田県のイーストベガスはお台場のカジノと競争していくことになるだろう。勿論他の地域との差別化は図っていくが、た

だ競争していくのではなく、連携していくということ考えているという。

(5) 目標は大きく

大きな目標を掲げ、夢の実現に向かってモチベーションを維持していくことは、わりと大変なことではないだろうか。自分達のしていることが本当に意味のあることなのだろうか、本当に実現可能なのであろうか、ということは成果が見えないときに不安になってくることだ。そういった中で小さくてもいいので、夢への実現に向かっていくという手応えをメンバーが感じていけるかどうか、というのはメンバーのやる気を左右する重要なことになってくる。イーストベガス構想は資金の面から見てもとても壮大な構想であり、すぐにイーストベガスの建設を始めることはできない。そのための準備がたくさんある。日本におけるカジノ法案通過や、治安維持対策なども考えられるだろう。その準備の中で、「これはイーストベガスの実現に向けての一つの段階なのだ」とメンバーが感じていけることが大切だ。

2002年9月に行われたラスベガスへの視察や、マスメディアを通してのイーストベガス構想の発信など、協議会では一つ一つのことに全力で向かってきた。そういった小さな成功の積み重ねがメンバーに自信を持たせ、今やっていることが何に向かったのか、ということをしかり実感させるのである。

イーストベガス推進協議会のメンバーの多くは「トトカルチョマッチョマンズ」出身だ。トトカルチョマッチョマンズでは秋田市を使ったロールプレイングゲームの主催を過去4回行い、話題を呼んでいる。「大捜査線」というこのイベントは回を増すごとに参加人数を増やし、多くの参加者から「楽しい」という評価を得ている。一見イーストベガスとは関係ないこのイベントだが、どちらも秋田を楽しくしていこう、という思いから始まったものである。「大捜査線」は具体的にイベントを行い、成功を収めている。(回を重ねるごとに参加者が増えていること、参加者の感想の8割が「楽しい」ということ、3回目以降黒字になっていることなどから、現在成功しているイベントと言えるだろう)。更に、「大捜査線」での参加者にイーストベガス構想を知ってもらい、参加者のまちづくりの意識を掘り起こすという啓蒙的な要素も持っていて、「大捜査線」とイーストベガスはつながっている。秋田を楽しくするための一つのイベントの成功は、イーストベガス実現に向けてのメンバーの自信につながったという。そして小さな成功の積み重ねが大きな成功を作っていくのである。

2002年11月10日に秋田市で、「大捜査線シリーズ4」のイベントが行われたので見学させてもらった。イベントの内容は捜査官に扮した参加者が、仮想の事件解決のために、聞き込み調査などを交えて推理する、というロールプレイングゲーム。会場はひとつ、大きな会館などを手配しているが、事件解決のためのポイントなどを、秋田市内の各地に設置するため、参加者は車で移動などもする。午前9時に開始され、午後6時で大体終了。ほぼ一日を使うイベント。参加費は1チームにつき5千円。事件のストーリー作成、役者

としての演技、撮影、VTR 編集、ネットでの情報公開、ポスター製作、スポンサー獲得交渉など、全てトトカルチョマッチョマンズのメンバーの手によって行われている。メンバーの方々はこれが本業というわけではなく、ビジネスとしてやっているわけではないが、立派にビジネスとして成り立っているように思える完成度だった。

500 人を越す参加者は、思い思いにそれぞれの楽しみ方をしているようだった。高校生から大学生くらいの若い女の子の集団は、5 人くらいでキャーキャー言いながらはしゃいで楽しんでいるようだった。20 代後半あたりの男性グループなどは、遊びというより、真剣に推理している、という感じで、知的好奇心をくすぐられているように見えた。

賞金があるせいか、理由は定かではないが、皆刑事になりきり、真剣にゲームに望んでいるようだ。企画側の演出も徹底していて、警察としての服装にはじまり、演技もちゃかした雰囲気もなく、ゲーム・参加者に対する誠意が見られた。

参加者がここまでゲームに入り込めたのは、企画側の徹底した演出があっただろう。驚くべきことに、資料作成や会場手配はもちろん、ストーリー作成、演技、ビデオ撮影・編集作業、パブリッシュに関わること全て、トトカルチョマッチョマンズのメンバーの手で行われた。その完成度はプロフェッショナルの域と感じさせるほどで、決して仲間内で楽しめればいい、というものではなかった。もともと、小説を書いたり、編集作業が好きな人などが集まったのかもしれないが、技術的な腕前の前に、スタッフがこのイベント、はては秋田県の発展にかける熱い思いが、この成功を導いたのだろう。

この大捜査線は今回で第 4 回をむかえ、回を重ねるごとに参加者は増えている。今でこそ多くの人が集まり、大手スポンサーもついているが、はじめは大変だったという。イベントを手がけるにあたってかかった費用が、ゲーム参加者から集める参加費でまかなえず、赤字分はスタッフで割り勘して補っていた。そして、このイベントのスタッフ（つまりトトカルチョマッチョマンズのメンバー）は、それぞれ仕事をしているので、こちらのイベントだけやっていたらいいというわけではないのである。そういうわけで、何日も泊り込みで徹夜作業をしながら完成させたものなのだ。たとえ赤字がでて自分で出費することになっても、自分の仕事がきつくなっても、それでもこのイベントにかけようとする彼らの想いは熱い。

第二節 観光へ広がるまちづくりを目指して

秋田県には良いものがたくさんあるのに、活気がないのはどうしてなのだろう。もっと多くの人に秋田県の良いところを知ってほしい、そして訪れてほしい、そういった思いから、秋田県における「観光まちづくり」について考えてきた。

観光まちづくりについて書かれている本、新聞などを読んだ。そして秋田県の観光に対する意気込みなどを知るために県庁や、いくつかの観光地で「観光における現状と課題」

などについて聞いてみた。

そういった中で、話を聞けば聞くほど膨らんでいく疑問があった。

「秋田は観光でまちづくりをする前に、もっと住民をふやさなくてはいけないのでは？」
どこの観光地を訪れても見かけるのは高齢者、中年層、そして高校生以下の若者たち。自分と同じ年代の若者を見かけないことに気づかされた。本当に少ない、見かけないのである。

そういった中で「観光まちづくりなんて意味がないのでは？」とさえ思えてきた。しかし、それは私がまちづくりを考える際に観光にとらわれていたからである。まちづくりを考えるにおいて、絶対に「観光」ということが頭から抜けなかったせいで、観光まちづくり自体に疑問を感じてきてしまったのである。まちづくりをしていく際に、地域が自分達の地域にあった産業を育てていく、そうすれば雇用人口も増え、人が集まり活気が出てくる。そしてそこからまた新しいものが生み出されていく。観光はその産業の中の選択肢の一つに過ぎないのに、まちづくりイコール観光まちづくり、という図式を自分の頭で作ってしまったため、行き詰ってしまったのだ。

そうなったとき、観光をとっぴらって、「まちづくり」についてだけ考えてみることにした。そうしたら、まず初めに何に目を向けていかなければならないのかが、見えてきたような気がする。今、なぜまちづくりをする必要があるのか。それは若い人口が東京に集中して、地方は過疎化・高齢化をたどる一方で、地域にどんどん活気がなくなってきているからである。意識的にまちのあり方を考えていかないとゴーストタウン化してしまう危険性がるところまできているからである。少なくとも秋田県ではそうである。過疎化・高齢化ともに全国でもトップをすすんでいるのだから。

だから関東圏の観光地で行われている観光まちづくりと、秋田県で行われる観光まちづくりが同じ考え方で進められるわけがないのである。神奈川県箱根温泉郷や、栃木県那須高原、日光などの関東圏の観光地と、秋田県の男鹿温泉郷、角館町、田沢湖町などを比べてもスタートの段階で違うものがあり過ぎるのである。秋田県の観光地で行われようとしている観光まちづくりにおいて、関東圏をモデルにした観光まちづくり論を当てはめると感じて、それで「観光まちづくり」そのものに対して疑問を感じたのだと思う。

しかし、観光まちづくり自体に問題があるわけではない。秋田県が自分のそれぞれの地域にあった観光まちづくりをしていけばいいのである。県内のどの観光地においても言えることだが、秋田県は若者の人口が少ないのである。だから活気がないのである。観光客を誘致するためにはそのまちに活気が必要であるのに、その活気を作り出す人が不足しているのである。それなのに、「なまはげをもっとPRしなければ」とか「水族館をリニューアルする」とか「バリアフリーを進める」とか「交通アクセスを良くする」とか「秋田ならではの御土産を作る」とか、行政はそんなことばかり言っている。それは観光において、やっていかななくてはならない当たり前のことであって、もっと先にすべきことがあるだろう！とずっと思っていたのである。この苛立ちは、先も述べた通り、私が観光を考える前

にまちづくりを考えていたことが原因だった。観光について質問したのだから、こういった答えが返ってくるのは当然である。

観光産業は大きな経済波及効果を持っていて、注目すべき産業だ。そして人の交流というのは地域に新たな活気を生む。県が観光力をいれてまちづくりを考えていくことに、私も大賛成だ。しかし、それと平行して秋田県にはやっていかななくてはならないことがあるのではないかと、ということを言いたいのである。観光客の視点に立つと同時に、更に地域の住民、特に毎年どんどん県外へ出て行く若者の視点にもたってほしいのである。その上で観光まちづくりを進めていってほしいと思う。

観光とまちづくりをそれぞれ切り離して考えることによって、秋田県の観光まちづくりについて私なりの考えが生まれた。秋田はこれから、観光客にとって魅力あるまちを目指すと同時に、定住者となる若者にとって魅力のあるまちを目指さなければならない。特に後者にとって、常に魅力あるまちづくりを考えていかななくてはならないのである。そうでなければ「高齢者がもてなす観光地」としてきりたんぼとなまはげを自慢にした観光まちづくりをして、数年後にゴースタウンになるのを待つのみである。

観光地で聞いた話は「観光まちづくり」についてではあったが、やはりその話の中心は観光に絞ってされたものだった。そのため、そのまちが過疎化・高齢化対策にどのようなことをしているかが聞けなかった。これは完全に私のミスである。秋田市、男鹿市、角館町、大曲市、それぞれの観光地で協力してくださった皆様に、この場をかりてお詫びさせてもらいたい。観光に対する取り組みにだけに目がいって、各市町村の観光以外のまちづくり対策をしっかりと把握できなかったことが残念だ。

その中で雄和町のイーストベガス推進協議会というものについては、観光にだけ焦点を当てることなく、まちづくりにも焦点を当てて調査することができたと思うので、秋田県の観光まちづくりの例としてあげさせてもらった。

更に、イーストベガス構想は現在観光地ではないところに新しい魅力を作っていく、というものなので、新しい観光まちづくり、「観光へ広がるまちづくり」として、成功例となることを期待している。

参考文献

- ・秋田県企画振興部総合政策課「県政概要あきた 2002」(秋田県企画振興部総合政策課 2002年6月)
- ・秋田魁新聞 2002年12月11日
- ・秋田県産業経済労働部「平成12年秋田県観光統計(秋田県観光客入込・動態調査)」(秋田県産業経済労働部 2001年9月)
- ・秋田県庁観光課で頂いた資料「平成13年度事業報告」(2002年8月に頂く)
- ・著『井崎義春/エース総合研究所』「これから発展する街 衰退する街 [首都圏版]」(朝日ソノラマ 1998年11月30日)
- ・イーストベガス推進協議会「雄和タウン創造プランナーズ学習成果発表会～街づくりプレゼンテーション2002」(イーストベガス推進協議会 2002年)
- ・編『観光まちづくり協会』「新たな観光まちづくりの挑戦」(ぎょうせい 2002年7月30日)
- ・編『三井物産業務部』「ニューふぁ～む21」チーム「町おこし経営学」(東洋掲載新聞社 2000年3月18日)

参考HP

- ・イーストベガス推進協議会についてのHP
<http://www.eastvegas.org/>
- ・トトカルチョマッコマンズについてのHP
<http://www.totocal.com/>

ご協力いただいた方々

- ・秋田県産業経済労働部観光課 情報発信チーム 主査 畠山智さん
- ・秋田県産業経済労働部観光課 施設・指導管理班 副主幹 畠山勇人さん
- ・社団法人 秋田県観光連盟 事務局長 佐藤忠次さん

- ・ 秋田市商工業部商業観光課 観光政策担当 主事 原田真さん
- ・ イーストベガス推進協議会 代表 長谷川敦さん
- ・ イーストベガス推進協議会 メンバー 佐藤裕之さん
- ・ 大曲商工会議所 中小企業相談所長 小西龍一さん
- ・ 男鹿市観光商工課 課長補佐 江畑諒公さん
- ・ 男鹿市産業建設部 農林水産課 課長補佐 三浦源蔵さん
- ・ 男鹿市産業建設部 農林水産課 水産林業振興係 係長 佐々木勝之さん
- ・ (社)男鹿市観光協会 事務局長 佐藤豊さん
- ・ 角館町役場 商工観光課 主任 松橋幸太郎さん
- ・ 角館町商工会 事務局長 戸澤正隆さん
- ・ 雄和町 町長 伊藤憲一さん
- ・ 雄和町教育委員会 社会教育課 主査 浦山勇人さん
- ・ 雄和町総合企画課 課長補佐 加藤秀尚さん

あとがき

秋田県の観光町づくりに調べていく中で、観光まちづくりにおける行政の役割を見ていく予定だったのだが、しだいに「観光まちづくりのありかた」について考え、そちらに偏ってしまっているのに気がついた。文献を読み、インタビューを行っていくと、どんどん話が膨らんで、何に焦点を当てていくべきなのかがわかりにくくなっていくことを感じた。何を調べるにも、それがなぜ必要なのか、自分が選んだテーマの中でどういった意味を持つのか、ということをはっきりさせていくことがとても重要なのだと感じた。

今回、行政機関やまちづくり団体に話を聞いた中で、皆それぞれ秋田県の発展を願っているように感じられて、同じ県民として嬉しかった。その気持ちを行動に移すことはなかなか難しく、またどういった行動をしていけばいいのかということも、簡単に見出せるようなことではないと初めは感じていたが、行動のきっかけは意外を単純なところから始まるのだと気がついた。秋田県全体のことを考えて、などという大きな話になってわかりにくいのが、自分が住んでいるところがこんなところであれば、という自分自身のちょっとした感情に注意を払ってみるところから始まるのだと思った。そういう思いがまちづくりの始まりで、そのために何が必要か、何をしていけばいいのか、というものが見えてくるのではないだろうか。

大きな夢であればあるほど、それは実現不可能であると感じやすいが、そう思ってしまうから何も始まらないのである。秋田の県民性なのかもしれないが、大きな目標をかかげ、それに向かってあきらめないことの重要性を痛烈に感じた。

この卒論を通して多くの人達と知り合うことができ、意見を交換できたことは、自分にとって本当に勉強になることだった。これからもできるだけ多くの人と意見交換をし、秋田の一住民として、より快適な暮らしの追求を目指したいと思う。

お忙しい中協力してくださった皆さん、本当にありがとうございました。