

WEEKLY TRAVEL JOURNAL ツーリズムビジネス専門誌

Japan's No.1 Travel Trade Magazine
週刊トラベルジャーナル

2006 **3.27**

平成18年3月27日発行(毎週月曜日発行)
第43巻第14号通巻2442号
昭和29年9月17日第三種郵便物認可
週刊トラベルジャーナルはABC協会
(新聞雑誌部会公費機構)に参加する
日本唯一の旅行業界雑誌です。
国土交通省交通運輸記者会所属

Topics ◎時の話題

「早期割引」 という戦術

60日前も登場、消費者の予約形態に変化は?

Focus ◎ニュースの焦点

第3種のツアー募集
解禁する国交省の真意

◆商品販売動向

変わるトラベル・カウンセラー制度

◆市場トレンド探求

たばこを吸う選択の自由が
世界から減っている

Data ◎今週の数字

2月の売れ筋 Best3

Destination Watch

Fiji

フィジーの古都散策と隠れ家リゾート

オバラウ島レブカと緑豊かな“ガーデンアイランド”へ

Hong Kong

香港旅行年が本格始動

◎取材報告/JAPAN AUSTRALIA MISSION

◇南太平洋レポート ◇クルーズレポート

◎トラベル懇話会 3月例会・講演から



Selling Japan

◆現地取材レポート

【愛媛県大洲市】

地域密着型エージェンツで 街なか再生

都道府県ニュース

外国人に聞くニッポンの売り方
海外の訪日旅行トレンド

◇企画特集 South America 2006

◇2006 DISCOVER HONG KONG YEAR PROGRAMME GUIDE

Selling Japan

国内&インバウンド動向



◆現地取材レポート——愛媛県大洲市

地域密着型エージェントで街なかか再生

「旅南予コラボ・コンソーシアム」の新たな取り組み

愛媛県西南部に位置する南予地方は、昔ながらの町並みと素朴な田舎の風景が今なお残り、「日本のふるさと」として訪れた人を和ませる。しかし第1次産業を中心とするこのエリアにも、経済の地盤沈下と過疎化の影が差す。この状況を打開しようと、南予地方の中心的存在でもある大洲市が牽引役となり、観光交流拡大による地域振興の取り組みを進めている。このほど市の第3セクターが、「地域密着型ツアーエージェント」としての新たな活動を開始した。

(取材・文/大貫 智)

「ノスタルジック」前面に

今年2月に第2種旅行業登録(愛媛県第2-161号)を行ったのは、町づくり会社の「森おおず街なか再生館」。02年4月に市と地元企業の折半出資で設立、「大洲市TMO(Town Management Organization)」として、98年施行の「中心市街地活性化法(中活法)」に基づく国の支援も受けながら、「町のにぎわい」回復に取り組んでいる。

近年、多くの地方都市において、モータリゼーションの進展による郊外への居住者シフトや大型店舗の相次ぐ出店、商業をめぐる環境の変化などを背景に、従来の「街の顔」とでもいうべき中心市街地の空洞化が進みつつあ



旅行会社と地元関係者がプログラムを検討



宮本倫明氏が基調講演



事業概要を説明する「街なか再生館」の河野達郎専務

地元料理を味わいながら湖川を遊覧



精肉のシーズンは6月1日~9月20日



古くからの湯治場「小敷温泉」

る。大洲市も同様で、四国横断・縦貫自動車道の整備に合わせて、郊外への都市機能流出などにより、町の中心部では人口や商店数が減少するなど、活力の低下が進みつつあった。

「森おおず街なか再生館」は、代表取締役社長を大洲市商工会議所会頭の井関和彦・伊予木材代表取締役、代表取締役副社長を大森隆雄・大洲市長が務め、現場では常勤の河野達郎代表取締役専務が陣頭指揮を執る。中心市街地の街並み整備計画に基づいて、店舗等の建て替えや改修の指導業務などを行う一方、地域のオリジナリティーを重視した観光客の誘致と交流による経済効果創出を、「街なか再生」の基本としている。

その拠点となる施設が、市のほぼ中心部で同社が運営する「大洲まちの駅「あさもや」」。市内観光の玄関口として02年に開業、ここにマイカーやバスを置いて街なかを巡ってもらう「スタート&ゴール」との位置づけから「まちの駅」と呼ぶ。大型バスも停められる駐車場をはじめ、観光案内所、レストラン、物販コーナーなどを備える。「町並みコンシェルジュ」が常駐する大洲観光の総合案内窓口であるとともに、「旅の印」として地域の特産品を土産に買っ

04年に天守閣を復元した大洲城



ボランティアガイドが市内を案内(大洲城で)



大洲の銘菓「しぐれ」作りを体験



公共の宿「鹿野川荘」



明治時代には銀行だった赤煉瓦館



郷土芸能「大谷文楽」の演奏も



まちの駅「あさもや」



庭園と茶室が美しい「臥龍山荘」

てもらおうと、新たなオリジナルブランドの開発にも取り組んできた。

この「あさもや」の運営と並行して、「蔵里ネットTMO」の名称で地域型ツアーエージェント事業を4月1日から本格的に展開する。大洲市をはじめ、内子町、宇和町(西予市)、伊方町の地域素材を活かした体験メニューの開発と整備、インターネットや電話による一般観光客と大手旅行会社などからの予約受け付け、宿泊・交通の手配などを行う。地域を知り尽くし、住民と一体となったホスピタリティーあふれるプログラムの提供で、旅を心ゆくまで楽しんでもらうとともに、集客拡大や滞在時間の延長を図って、地元のにぎわいと経済的な恩恵をもたらそうとの狙いだ。古い町並みと今も息づく田舎らしさを前面に、「ノスタルジック旅南予」のネーミングでアピールしていく。

戦災を免れて残る昔からの「町並み」を中心素材に据えた。「パビリオンのない博覧会」という斬新な手法で、地域の資源を活かし、住民グループの自主企画による体験型イベントを数多くそろえたことが大きな特徴だった。「町並博」の名のとおり、町並みとそこでの日々の暮らしこそが大事な要素であり、これを一過性のイベントに終わらせず、持続可能な「観光まちづくり」につなげていくことが、博覧会開催当初からの重要な目的であった。「ノスタルジック旅南予」で提供される体験プログラムの多くは、この時の住民グループの活動がベースにもなっている。

経産省「モデル事業」に採択

大洲地域を訪れた観光客数を、まちの駅「あさもや」への入り込み客ベースで見ると、02年度が12万8000人、03年度が16万9000人、「町並博」が開催された04年度は29万7000人を数えた。05年度は20万人に届きそうな勢いで、「これまではおおむね右肩上がり」で推移してきた(森おおず街なか再生館・河野専務)。入り込み客は地元が3割、地元を除く県内が3割、県外客が4割の構成で、県外からは香川県をトップに、高知、岡山、広島、兵庫、大阪と続く。

「町並博」は内外から高い評価を受け、博覧会終了後も多くの住民グループが観光による地域振興への活動を続けたが、個々の取り組みでは、対外PRや安定的な集客などの点でおおむね限界がある。そこで、地域に密着したツアーエージェント立ち上げに動き出す。

これを大きく後押ししたのが、森おおず街なか再生館を代表団体とする「旅南予コラボ・コンソーシアム」の集客交流拡大プランが、経済産業省による05年度の「電源地域活性化先導モデル事業」の1つに7月1日付で採択されたこと。事業化の基盤整備に国から約8000万円の支援が得られ、コンソーシアムではこれを足掛かりに、地域密着型体験プログラムの開発、消費者モニターによる実証実験と内容のブラッシュアップ、情報発信と大手旅行会社を巻き込んだ商品展開の仕組みづくりなどを進めてきた。経産

えひめ町並博が契機

愛媛県一帯は古くは「伊予の国」と言われ、このうち瀬戸内海に面する東側を「東予」、松山市を含む中央部を「中予」、そして宇和海に囲まれた西南部を「南予」と呼ぶ。東予は、新居浜や今治をはじめとして工業が盛ん。中予は県都を擁し行政とサービス産業の中心地であり、道後温泉は全国にその名を知られた観光地。一方の南予は、「いよかん」に代表される農業・漁業などが主力産業だが、「他産品との競合や価格の低下などで苦戦を強いられ、観光による地域振興に活路を見いだそうとしている」(愛媛県経済労働部)。この南予に観光地として新たな光を当てたのが、04年4月29日~10月31日に開催された「えひめ町並博」。大洲・内子・宇和を主会場とする南予一円で、「十町十色。南予の町の物語。」をキャッチフレーズに広域イベントを展開、186日間の会期中に170万人以上が同地を訪れた。

県が旗振り役を務めたこのプロジェクトは、国土交通省による04年度の「観光交流空間づくりモデル事業」にも選定された。松山自動車道の宇和への延伸に合わせて、同年を「南予観光元年」と位置づけ、観光客誘致には温暖な気候と懐かしい山里の風景、独自の文化・歴史に加え、



内子・八日市護国地区の町並み



「屋根付き橋」も観光ポイント



石畳地区の農家でそば打ち体験



貸切もできるレトロバス「チャガまる」

省からの委託事業としての支援は2月28日までで期限が終了、地元ではこれまでの成果も踏まえて、いよいよ4月1日から着地型エージェント事業と、そのオペレーションに基づく体験プログラムの提供が始まる。

ちなみに経産省では、健康や集客交流などのサービス産業は、市場ニーズの拡大が見込まれ、地域再生の中核として期待されるとの考えから、モデル事業などを通じてその創出に戦略的に取り組んでいる。この一環として、産業発展の道標となるプロジェクトを支援する「サービス産業創出支援事業」、電源地域再生の中核となる新産業を支援する「電源地域活性化先導モデル事業」を、提案公募型の委託事業として実施(05年度は予算総額35億5000万円)。複数の事業主体が連携・協働する「コンソーシアム」組織からプランを公募し、05年度については全国から寄せられた374件の中から、「旅南予コラボ」を含む31件を採択した。経産省は、06年度も同様の枠組みで支援プロジェクトを実施する予定。これまでの「健康」「集客交流」に「育児」を加えた3分野で、総額29億4000万円の予算を計上している。

「ふれあい重視」の体験プラン

大洲は、松山市内(空港を含む)から車で1時間余、松山自動車道で松山インターチェンジ(IC)から大洲ICまでは約35分。市の中央を肱川の清流がゆったり蛇行して流れる水郷地帯で、その昔、6万石の城下町として栄えた。明治・大正時代からの町並みも残り「伊子の小京都」と呼

ばれる。主な観光素材は、「日本3大鯛釣り」の1つに数えられる肱川の鯛釣りや屋形船での遊覧、このほど天守閣が木造で再建された大洲城を含む市街地散策など。大洲の東隣にある内子町では、「美しい日本のむら景観100選」にも名を連ねる石畳地区の農村体験、江戸から明治時代にかけて木蠟や和紙の生産で栄え、重要伝統的建築物群保存地区に指定されている八日市・護国の町並み散策などが観光のメイン。大洲の南隣に位置する宇和町(西予市)にも古い町並みが残り、明治時代に小学校として建てられた開明学校(国指定重要文化財)での授業体験などが楽しめる。さらに、四国最西端で、宇和海に細長く突き出す佐田岬半島がある伊方町では、リアス式海岸の景観と夕陽が美しい佐田岬の快適なドライブと新鮮な海の幸が存分に味わえる。

おおず街なか再生館におけるツアーエージェント業務とプログラム開発機能も担う「歳里ネットTMO」は、地域の観光資源を「ふれあい」重視のチョイスプランとコラボメニューとして組み上げ、個人旅行者と大手旅行会社などに事前予約制(一部を除く)で提供する。専用サイト(<http://www.tabicolla.com>)を立ち上げ、コンテンツの情報発信と予約受け付け、手配確認等をシステムとアナログで行う。

4月から本格スタートするチョイスプランは、大洲で「伝統的和菓子「しぐれ」づくり」「ガイドと巡る町並み散策」「大谷文楽体験」「ひじかわ遊覧」「鯛釣り見物」など。内子では「ガイドと巡る町並み散策」「石畳地区でのそば打ちと農村料理」「足踏みきねでの「もちつき」体験」など。宇和では「開明学校での「明治の授業体験」」「昔の着物を着ての町並み散策」など。伊方では「佐田岬・さき織り体験」と「瀬戸ぐるめ・生ちりめんの試食体験」を用意。コラボメニューとして、大洲の鹿野川荘や小藪温泉での宿泊、内子を走るレトロバスの貸切手配をラインナップ。それぞれを個別で案内したり、これらを組み合わせた日帰りや1泊でのモデルプランを設定、スケジュール管理なども行う。

旅行会社との橋渡し

これらの体験プログラムは、町並博開催時の住民グループの活動が発端となったものや、それ以前から提供されてきたものもある。町並博の総合プロデューサーで、旅南予コラボ・コンソー



11基が並ぶ風車は伊方のシンボル

シアムの副代表も務める地域ブランディングプロデューサーの宮本倫明氏は、「町並博では一定の集客を得られたが、実行委員会の解散後も地域住民とのコミュニケーションを保ちながら、一方で効率よい集客に向けて大手旅行会社などと手をつなぐために、着地型エージェントが必要になった」と話す。市場のニーズを的確に把握し、個々のプログラムについて「プロの目」で見たアドバイスとマネジメントを行いながら、情報を発信していく役割だ。また、サービス産業の中でも、成長が著しいのは「経験価値」を含むものであることに着目。旅南予コラボでも、プログラムの経験価値を高める工夫を凝らし、それに見合うよう料金も改定して収益向上を目指す。たとえば、宇和の開明学校で「掛け図」を使った明治の授業体験は、当初1200円の料金設定(入館料200円を含む)だったが、参加者に昔の教科書と授業の修了証を手渡すなどで価値を高めて、4月以降は料金を2300円に値上げする。

旅南予コラボの代表団体である、おおず街なか再生館の河野専務は、ここに至るまでの体験プログラムの絞り込み作業も、決して容易ではなかったと振り返る。町並博の折に住民グループの活動として提供されたものには、ボランティア、あるいは趣味的な意識で取り組まれていたものもあった。それらの人たちにあらためて「生業」または「商品」として継続的な提供をお願いしても、「お金を貰ってやるには抵抗感がある」という人も多く、説得に難儀したという。同時に、お金を頂ける商品としての品質確保も大きな課題で、ブラッシュアップ作業も重ねられた。観光による地域おこしには、それを取り巻く住民の理解や協力が大きな鍵となっているのだ。

一方、ツアー商品造成の働きかけで、首都圏を含む大手旅行会社を訪れて痛感したのは、「企画と販売の最前線では、まだ着地型旅行に対する認識が薄い」ということ。大手のトップを含む幹部クラスは、今後の生き残りに着地型への取り組みが不可欠であることを強く意識しているが、現場では日々の商品造成や販売目標達成に追われるなかで、ビジネス変革の考え方はまだ浸透していないとの印象を受けたという。

河野専務は発地型と着地型旅行商品の最大の違いを、「旅行者と現地の人々とのふれあい」だと捉えている。単なる物見遊山ではなく、成熟し、高い経験価値を求める現代の旅行者を満足させるためには、地域に愛着とこだわりを持ってのプログラム開発とマネジメントが必須。現地の状況がよくわからず、満足いく説明もできないまま素材を組み合わせて送客しているだけでは、旅行会社はいずれ、消費者からそっぽを向けられると見る。



佐田岬半島の「さき織り」体験



とれたての「ちりめん」を刺身やかき揚げで味わう

なお、大洲市に続き、伊方町も着地型ツアーエージェントの立ち上げを目指している。今年9月をめどにNPO法人を設立、06年度中に第2種旅行業登録を行う計画だ。

広域連携の働きかけも

「ノスタルジック旅南予」は、大洲市を中心とするエリアでの取り組みだが、観光地としての知名度はまだ高くない。このため、2月6~7日に首都圏などからも旅行会社を招いて行われた「地域密着型ツアーエージェント検証会議」でも、課題の1つとして道後温泉をはじめとする、さらなる広域連携の必要性が指摘された。たとえば、道後温泉に宿泊した翌日の過ごし方として、南予の旅をより積極的にアピールできないかといったものだ。これまでは道後、南予の双方とも「連携」の意識が十分だったとはいえず、道後からの2次交通(移動手段)確保の課題も残る。しかし、道後の旅館・ホテル等のフロントでも、南予の観光情報を提供できるようにしたり、大手旅行会社に道後と組み合わせたツアーの設定を働きかけていくなど、着地型ツアーエージェントの誕生によって、連携にも新たな動きが出てきそうだ。

ちなみに、四国周遊ツアーで考えると、南予は松山(道後)と足摺岬(または四万十川)を宿泊地とする、観光バス移動ルートのはほぼ中間地点。そのため、昼食休憩とその後の町並み散策で内子や大洲が組み込まれているコースは、これまでもいくつかあったが、「駆け足」の日程にならざるを得ないものも見られる。周辺に宿泊施設が少ないことも、のんびりと時間を過ごしてもらいたいとの狙いからは弱点なる。しかし、フリータイム型やレンタカープランの活用、JRまたはマイカーでの自由旅行などを中心に、プログラムの整備と情報発信の充実化で、南予の旅を楽しむ旅行者の増加が期待される。

旅南予コラボ・コンソーシアムに参加しているジャルツアーズとJR四国の取り組みでは、日本航空が4~6月に実施する「JAL麗らか四国」キャンペーンの一環で、JR予讃線に専用貸切トロッコ列車を運行。松山からは列車を利用し、大洲まわりの駅「あさもや」で周遊観光バスの「麗らか四国号」の足摺ルートに乗り継げたり、JRフリーきっぷで松山に自由に戻れるようにするなど、南予での時間が十分に取れるプランも設定している。全日空グループでも3月16日まで設定していた「誘遊四国の旅」で、観光バス「誘遊四国号」の足摺/松山ルートに内子の町並み散策を織り込んできた。おおず街なか再生館の河野専務は、「夏から秋にかけての商品をメインターゲットに、今後も旅行会社への継続的な働きかけを強化する」としている。



古くからの商家が残る宇和・卯之町



「開明学校」で算術や国語の授業



昔の着物が町並み散策も



人力車のレンタルも可能