

特集

東日本大震災からの復興に観光は 何を果たしたか — 5年間のふりかえりと今後への期待

巻頭言

東日本大震災からの復興における観光への期待 森地 茂……1

特集

- 1 宮城県の観光業界が果たしたこと — “つながり”と“マッチング”、観光の特長を活かした取組
樋口 保/佐藤 一彦……2
- 2 岩手県三陸沿岸地域の観光復興 — 持続的な地域づくりに向けて
広田 純一/山本 清龍/柴田 亮……16
- 3 福島県相馬市 宿泊業の試み — 松川浦観光の昔と今と今後
菅野 正三/菅野 尚/菅野 貴拓/久田 浩之……29
- 4 岩手県山田町の観光計画づくり — 住民参加の観光復興
甲斐谷 芳一……36
- 5 環境省「グリーン復興プロジェクト」 — 自然とともに歩む復興
環境省 東北地方環境事務所……42
- 6 東北運輸局における観光施策の取組 飛田 章……49

特集テーマからの視座 東日本大震災からの復興に観光は何を果たしたか
— 5年間のふりかえりと今後への期待 寺崎 竜雄……53

観光研究最前線

- 1 「歴史文化観光とその振興施策に関する基礎的研究」を終えて 塩谷 英生……57
- 2 旅行業の体系的整理への試み — 旅行業を学ぶ人にとっての専門書『旅行産業論』の発刊
柿島 あかね/守屋 邦彦……62

観光研究レビュー

UNWTO遺産観光に関する国際会議
(International Conference on Heritage Tourism) 参加報告 菅野 正洋……65

活動報告……68

連載

当財団専門委員

I 私の研究と観光 第4回

「天動説」から「地動説」へ 安島 博幸……70

II わたしの1冊 第4回

『琉球の文化』復刻版 式場隆三郎編 下地 芳郎……72

図書館リニューアルオープンに向けて(その3)

出版物のご案内・当財団からのおしらせ



丹後半島・伊根の舟屋

京都府丹後半島に位置する伊根町は天橋立で知られる宮津市から二十数キロ北東に向かった場所である。そこに2005年（平成17年）、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された「伊根の舟屋」がある。町の80%は山林に占められているので古くから漁場で栄えた。江戸時代には「ともぶと」と呼ばれる軽舟けいしゅうで、ブリ、マグロ、カツヲ、クジラなどを盛んに獲ったと古老が語った。

「伊根はよいところ 後は山で、前は鰯ぶりと鯨くじらとる」と歌い継がれているように、伊根浦はブリ漁とクジラ漁で賑わった。現在もイワシ、アジなど全国有数の漁獲量を誇る。伊根湾は波静かな上に干満の差が少なく海の際きわから深くなっているため、その利点を生かし、漁に出やすいつくりとなっている。舟の格納庫と住居が一体となった約230軒の「舟屋」は切妻造きりまづで漁民の知恵が生み出した文化財である。そんな光景を山の中腹から眺めていると丹後ならではの景観が実に美しく、旅情を心地よく誘うのであった。

（写真・文 樋口健二）

関東大震災の復興の目標が「近代都市建設」であり、阪神・淡路大震災の際には「国際交流都市」が掲げられた。

東日本大震災直後に、政策研究大学院大学による復興政策提言の中で、文化政策担当の垣内恵美子教授のアイデアにより「美しい集落」を目標とすべきと提起されている。

また、多くの提言と同様、高齢化と人口減少に悩む全国の地方部の模範となるような地域づくりもうたわれている。その後、観光庁の要請で、公益財団法人日本交通公社を中心に、専門家によって観光面での政策提言がまとめられ、地元での観光戦略づくりのための観光庁の予算措置も講じられたが、生活再建に追われていた当時、被災自治体での観光地づくりへの取り組みは進められなかった。

観光産業は地域の基幹産業の一つであり、農林水産業との連携も期待でき、雇用の確保、ひいては人口の維持の効果も期待できる。観光振興のためには「美しい集落」は不可欠であろう。

復興にあたって新たに建設される諸施設の形状や色彩、街並みの修景などにいかに日本的、あるいは地域の個性と魅力を演出できるかが重要である。例えば、集合住宅も切り妻屋根を備えただけで、風景への納まりがよくなるのである。集落内での近景のみではなく、峠や海からなど遠距離から見た

東日本大震災からの復興における 観光への期待

政策研究大学院大学 政策研究センター所長

森地 茂

景観にも配慮が必要であり、高い防波堤と観光施設の配置や、眺望に関する工夫も求められる。

世界的観光地であるノルウェーのフィヨルド海岸地域と比べ、三陸地域に欠けているのは、都市や集落の景観、港湾の観光利用、宿泊施設などであり、これらは、復興事業の中で改善可能である。ホテルなど観光施設も国際水準を確保するためには、官民の共同による整備と経営が不可欠である。さらに、高速道路、鉄道、BRTなど交通条件も改善される。また、災害を通じて地域の知名度のみならず、災害直後の住民の冷静で節度ある行動が世界的に有名になり、観光誘客にとって最も重要な「好印象の地域イメージ」を獲得した。時間経過とともに薄まる前に、復興支援に当たった内外の人たちに復興の成果を見てもらい、世界的観光地としての地位を確保したい。

想像を絶する被災とその後の避難生活の中で、人々が故郷の魅力を再認識し、郷土愛を強めたことも地域の財産である。このような認識を共有することは、通常時には簡単ではなく、湯布院や黒川温泉をはじめ、それができた観光地が活性化に成功しているのである。

これからの努力に国際観光地化の将来がかかっている。

(もりち しげる)

特集

東日本大震災からの復興に 観光は何を果たしたか

— 5年間のふりかえりと今後への期待



樋口 保 (ひぐち たもつ)

宮城県総務部行政経営推進課課長補佐(総括担当)。1993年入庁。観光課在籍中に東日本大震災発生。自宅が津波で被災し家族も犠牲に。震災当初、観光振興班長として被災者避難活動等に従事。震災後は観光の復興に向けた2013年度仙台・宮城DCの開催に尽力。2016年4月より現職。宮城県名取市閑上生まれ。

樋口 2011年(平成23年)3月11日の東日本大震災の発生時、私は県の観光課に所属していました。当日、議会も終わったので、翌年度の事業方針について、同僚とともに県庁最上階で打ち合わせを行っていた時に地震が発生しました。執務室に戻って非常電源がついた時、テレビ

で初めて津波の映像を見ました。ついさっきまで「来年の観光をどうしよう」と考えていたのが、その映像を見た瞬間「もう観光という言葉は使えないのでは」と思いました。佐藤 当時、私はJTB東北の法人営業仙台支店で公務営業などを担当する営業二課長を務めていました。

本社で打ち合わせをしていた時に地震が起こり、まず支店に戻ってお客様と社員の安否確認をしました。その後支店が入居するビルが14日までに立ち入り禁止になったので、本社に拠点を移しました。旅行を取りやめたお客様に対して仙台支店が1週間約8000万円以上の取消受付をした時は、会社が潰れるのではないかと思いましたね。

「被災地対応・第1フェーズ」
ライフライン復旧応援隊の
宿泊手配 (3月下旬)

佐藤 3月14日月曜の午後、私は地震発生後に初めて県庁を訪れまし

宮城県の観光業界が果たしたこと
— つながりとマッチング、観光の特長を活かした取組

宮城県総務部 行政経営推進課 課長補佐(総括担当)

樋口 保

東北観光推進機構推進本部 副本部長

佐藤 一彦

1

東北地方太平洋沖地震による東日本大震災の発生から5年が経過。

現地では、生活の再建、そしてまちづくりや産業などの復興に粘り強く取り組む姿が、いくつもの記事や報道で伝えられています。

この間、多数のボランティアや関係者が地元に出向き復旧や復興を支援してきましたし、旅行会社などによる被災地応援ツアーなども頻りに企画されました。

このような被災地で暮らす人たちと、他地域から訪れた人たちとの交流、そして観光は、復興にどのように貢献したのでしょうか。

今号では、主に復興の現場で活動された方々の声を通して、観光の意義と可能性を探ります。



佐藤 一彦(さとう かずひこ)

東北観光推進機構推進本部副本部長。1990年(株)日本交通公社(現ジェイティービー)入社。山形支店、東日本営業本部、JTB東北などを経て2015年より現職。東日本大震災後、宮城県からの委託を受け、「みやぎ観光復興支援センター長」「みやぎ教育旅行等コーディネート支援センター長」を務めた。山形県天童市生まれ。

た。樋口さんをはじめ皆さんが無事なのかという安否確認と、何かお手伝いできますかという気持ちでした。樋口 それまで佐藤さんとは、ほとんど毎日のように顔を合わせていました。南三陸町や石巻、気仙沼など沿岸部と一緒に観光資源を掘り起こし、教育旅行を強化しようとしていた矢先にそのエリアが被災し、地元職員がどうなったかという情報すら取れない状態でした。

そんな状況の中、全国から「ライフライン再建の救援のため、そちらに行きたいがどこに泊まれるか」という問い合わせが県庁のいろいろな部署に入り始めていました。

佐藤 県庁に伺った時、そのお話を聞きました。問い合わせが入ってくるけど、仙台市内でどのホテルが営

業しているのか全く分からないと。

樋口 観光課で対応を一元化しようということになり、旅行会社と組んであつせん窓口を置きました。例えば土木部が問い合わせを受けた時にも、観光課が電話で相手から必要事項を確認して受付票に記入し、旅行会社にその情報を渡し、宿泊施設とのマッチングをしてもらうという流れです。この窓口は3月18日に作られ、県庁内でこのようなシステムを作り、公表しました。

佐藤 その時にはもう電話は開通していましたが、JTBの予約システムの、宮城県の宿泊予約機能がほとんど停止状態であったため、社員で手分けして、旅館やホテルに1軒ずつ電話をかけ「何室使えますか」「電気はつきますか、水は出ますか」「お

風呂は使えますか」など聞き取りをしました。受入をするための台帳作りですね。仙台市内だけでは足りないもので、山形県の宿泊施設にも電話しました。

最初のあつせんは3月19日。5件問い合わせが来て3件をマッチングしましたが、どれも1泊ずつでした。しかし、ランドリーが使えず1泊ずつシーツ交換ができないと宿から聞き、連泊を優先したいこと、1泊の場合は寝袋持参で来てほしいという要望を県庁に伝えて、全国に発信していただきました。大広間に雑魚寝でもいいという救援隊には、それに合った宿を手配しました。

精算は事後とし、ファクスでやりとりしました。手書きで宿泊台帳を作り、お客様の希望を聞いて、空いている旅館に予約を入れていくという原始的な方法ですが、ある意味、旅行会社のインフラに乗せたただけなんです。

「被災地対応・第2フェーズ」 被災者の県内二次避難 (4〜6月)

樋口 次の局面が、被災者の二次避

難です。沿岸部で被災された方々が地元の体育館などに避難していましたが、仮設住宅の完成までは相当時間がかかるので、希望者は別の場所へ移動していただくという動きが3月下旬に出てきました。県外避難は企画部署が担当し、観光課は県内の宿泊施設に対する受入要請や移送などに関する業務を担当しました。

内陸部は、沿岸部に比べると被害が小さかったので、何とか営業している内陸部の旅館やホテルを避難先にしていただくということで、県では3月19日から検討を始め、3月26日に市町村と県の職員が各避難所に向いて住民説明会を行いました。佐藤 3月26日には、県庁と我々で正式に打ち合わせをしました。二次避難の取組は岩手県が少し早かったのでJTB東北盛岡店からその情報をもらい、県に伝えました。あとは、阪神・淡路大震災の時に神戸市が行ったリフレッシュ事業も参考にしました。

樋口 観光業界は宿泊、運輸、飲食など裾野が広いので、災害が起きた時には観光のスキームで支援ができたんですね。

最初の旅館やホテルへの二次避難は南三陸町から栗原・登米・鳴子に4月3日に行いました。事前の意向調査で、通院の必要の有無、どこに避難したいかなどという希望も聞いています。仙台に親戚がいる人は仙台の近くがいいとか、車を持っていく人はオートキャンプ場を希望されたりしました。

佐藤 宿泊先には介護ベッドを入れるられる部屋は何部屋かなども確認しました。

樋口 バス40台を派遣しましたが、1台に数人しか乗ってないバスもありました。後から理由を聞くと、情報が入らなくなるのではという不安や子どもたちの学校や仕事の問題、土地への愛着などがあり、最初は手を挙げていても、いざバスが来たら乗らなかったというケースもありました。

佐藤 我々は旅行業法上の契約ではなく、県が行う避難業務と一緒にやって遂行するという業務補助的な契約形態をとって業務を引き受けました。南三陸町から400人くらいの名簿が来て、3時間くらいで部屋割りを行いました。募集型企画旅行のバスツアーなどでやっていることな

ので、通常の業務のノウハウを生かしています。

部屋割りの構成については、避難されている方の情報を市町村を通じて収集してもらい、コミュニティ優先など、ベーシックな要望をいただきました。ご家族で入ってもらったり、年齢が離れている夫婦2組を組み合わせて相部屋を組んでみたり、トラブルが起これにくいよう工夫しました。

樋口 これは災害救助法に基づく避難なので、旅館に対しては1泊3食5000円が宿泊費として国から旅館に支払われます。支払いは旅行会社を通さずに地元の市町村から旅館に払い、市町村に県が払う形です。

旅館には旅館料理ではなく、普通のご飯を出してくださいとお願いしました。

佐藤 「受け入れます」という地域は徐々に増えていきました。最初は鳴子が多かったですが、その後蔵王の遠刈田温泉、青根温泉などにも広がりました。

樋口 県の北部と南部は二次避難、秋保や作並は応援隊、松島は警察と、何となくすみ分けができてきま

した。この二次避難は10月末まで行われ、約3000人が参加しました。

【被災地対応・第3フェーズ】

短期間の「二次避難」

樋口 二次避難をせず、一次避難先の体育館などにずっととどまっていた方たちもいました。夏が近づき、我々が心配したのは衛生面です。冷房もないので、健康面も心配でした。

そこで「温泉に短期間行って、二次避難を体験してください」という新しい制度を作ることを5月下旬から検討し、6月1日からスタートしました。一次避難と二次避難の間ということで「二次避難」と名付けました。期間は2泊3日から最長1週間、その間に体育館の清掃などを行おうということになりました。

当初、短期間の避難は災害救助法のスキームに合わないということでしたが、国としっかりと話し合ったところ、事業開始前に災害救助法の適用を認めていただきました。

県と地元市町村では、災害救助法の1泊3食5000円に、事業主

体となる市町村の判断で2000円を上乗せできるようにしました（県ではこのうち半額の1000円を助成）。これは、通常の二次避難と比べ、短期的な宿泊になるため、リネンや清掃、宿泊調整の困難度が増すことを踏まえたものです。ハンドリングは日本旅行業協会（JATA）にお願いしました。

佐藤 阪神・淡路大震災の時、神戸で短期型避難という事例があったのでそれも参考にしています。実施趣旨の一つには、「旅行自粛ムードに苦しむ宿泊施設の支援」も入っていました。

【観光復興・第一フェーズ】 観光自粛ムードが二変した (4月)

樋口 震災が起きた直後から、被災地への配慮からか観光やレジャーを控える傾向があり、お花見やイベントが軒並み延期されました。このような状況を踏まえ、村井宮城県知事は、被災地が元気になるためには日本経済全体の元気が必要であり、過度に自粛することなく、日本全体を

盛り上げてほしいというメッセージを全国に発信しました。「自粛を自粛してください」とお願いしたんです。これに呼応する形で、宮城県で最

図1 形態別マッチング実績(人数)の推移

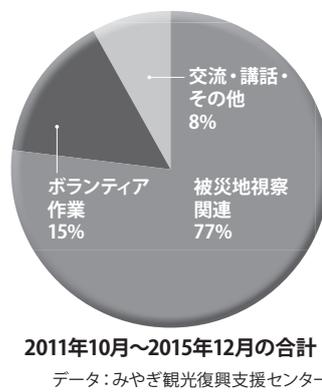
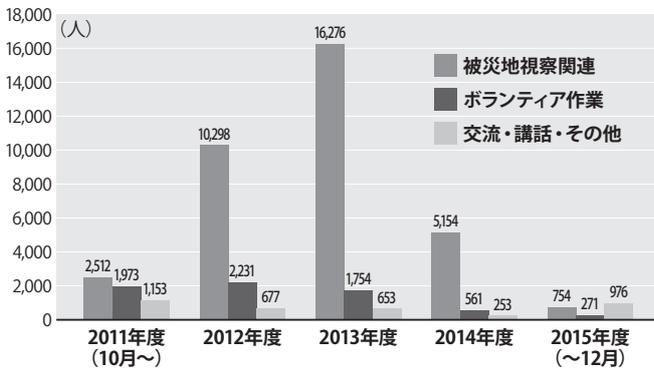
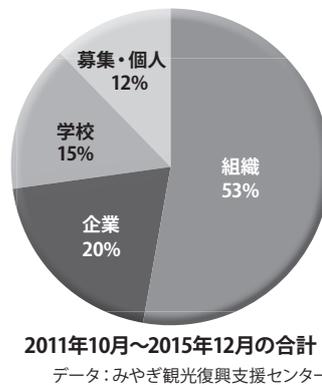
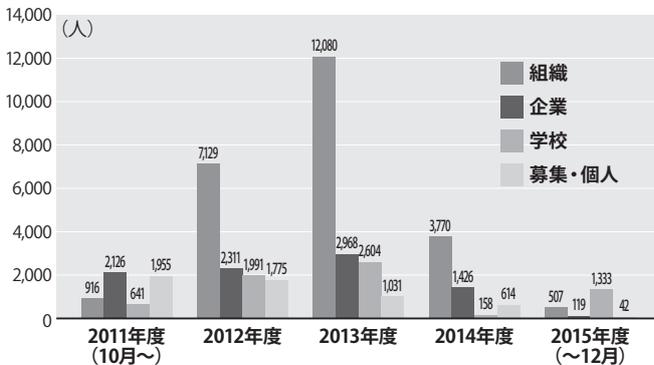


図2 団体種別マッチング実績(人数)の推移



も早く動いたのは、県内有数の観光地、松島でした。町や観光協会が中心となって、4月中旬から観光施設や宿泊施設の営業が再開されました。

もう一つは4月29日、ベガルタ仙台と東北楽天ゴールデンイーグルスのホームゲーム開幕戦の同時開催です。この場で、知事が「震災復興キックオフデー」を宣言し、観光自粛ムードを払拭し、多くのお客様を再び宮城県にお迎えする取り組みを再開しました。知事のリーダーシップは非常に大きかったです。この日は東北新幹線が全線復旧した日でもあります。これからまた我々は、観光という言葉を使っていいたんだあ、と思いました。

佐藤 お花見などが自粛されるムードがあつて日本酒が売れず、南部美人の社長が「宴会自粛をやめてほしい」と言い始めていた頃です。

樋口 これがきっかけでテレビの旅番組も取材が入るようになりました。とにかく観光で外からお客さんを入れるしかない。被災地を実際に見てもらったことが息の長い支援につながると思つたんです。7月頃から、宮城県の観光課では「きて・みて・感じて・応援して」という言葉をキヤッチフレーズとしてよく使うようになりました。

「観光復興・第2フェーズ」

ボランティアバス (4月下旬～5月)

佐藤 阪神・淡路大震災は「ボランティア元年」と言われ、NPOなどの組織が多数できました。そういう方々が今回の発災直後からテントを持って支援に来てくれました。一般の方たちからも、「休みを利用してボランティアをしたい」という話が出てきて、ゴールデンウィーク頃には首都圏などからボランティアバスツアーが運行されるようになってきました。

私たちは二次避難の支援などで各避難所に入入りしていたので、被災された方々の意向などはある程度つかんでいました。これと、県外の旅行会社のニーズとマッチングさせるという役割です。そこが合えば、あとは当事者同士で任せられるので。

我々がマッチングを始めたのはゴールデンウィークが明けてからです。当初、ボランティアの受け皿となっていたのは社会福祉協議会ですが、依頼が多すぎてゴールデンウィーク中はパンク状態でした。

樋口 その時に役立ったのも、やは

り旅行会社のノウハウや観光業界のネットワークです。一・五次避難や二次避難も同じで、さまざまなことにつながりです。「観光業は裾野が広い」と改めて感じました。

佐藤 「こんなにもこれまでのつながりが生きるのか」ということを私も実感しました。旅館などだけでなく、我々が普段、営業活動しているお客様とのつながりもこの支援に生かされました。

先ほどお話しした社会福祉協議会も通常は我々のお客様ですし、避難所になった学校もやはりお客様です。社員の知っている先生が避難所の運営に携わっている場合もあり、避難所の情報をもらいやすいこともありました。

「観光復興・第3フェーズ」

県外への観光PR (5月)

樋口 2008年(平成20年)に仙台・宮城ステイネーションキャンペーン(以下DC)を行いました。宮城県にとって初めてのDCです。そして震災前には、2回目のDCを2013年(平成25年)に行いたい

と手を挙げていました。

開催内定の発表が震災によりいったんストップしましたが、5月10日に「仙台・宮城」でDCを行うことが発表されました。震災からの観光復興に向け、何とか開催したいと心待ちにしていた発表でした。我々観光課の職員も、この頃からPRのための県外出張が入ってきています。震災後、私が最初に行った出張は5月25日で、JATAが東京の商品造成担当者を田沢湖に集めて開催した会議でした。そこから私は立て続けに県外出張に行っています。

5、6月はボランティアや避難者の受入で、一定の稼働率があったにもかかわらず、一般観光のPRを始めた理由は2つあります。一つは復興需要は何年も続かないこと、もう一つは、被災3県はある程度宿泊者数が確保できているものの、日本海側の山形・秋田の落ち込みが相当のものであると聞いていたことです。東北全体が観光復興に向かっていかなければと感じていました。我々の県は支援隊などが来ていますが、あちらは一般のお客さんが全く来ていない。東北が一体になってPRしな

いといけないと考え、我々も「今、泊まる場所がなければ山形や秋田がありますよ」と、いろんなところにPRしました。

この震災は復興に何年かかるかわからないという思いがあったので、とにかく継続して支援してもらわないといけない、ボランティアも「一度行ったからもういい」となるのがすごく怖かったので、何とか東北が忘れ去られないように、早めに手を打てることは打とうという思いでした。

「観光復興・第4フェーズ」

語り部ガイドの誕生 ～復興応援ツアー(5月～)

佐藤 5月29日、南三陸町で語り部ガイドがスタートしました。首都圏や仙台からバスで来てもらい、買い物してもらいましょうと、原則、毎月最終日曜日に「復興市」をやっており、そこで始まりました。それが各地に広がり、語り部ガイドが本格化するのには夏以降からです。実は、語り部ガイドは自然発生的に生まれたわけではないんです。南三陸町が着地型旅行受入のために育

図3 帝京大学特別教育プログラム 旅程表 (スケジュールB)

日次	月日(曜)	行程
1	2011年 9/13(火)	9:00 帝京大学 → 昼食 (各自持参) → 16:00 南三陸ホテル観洋 (泊) 被災地復興イベントと集客効果について 16:00-17:00 6階弁天 講師: 福興市実行委員長 山内様
2	9/14(水)	10:00 南三陸ホテル観洋<講義・ワークショップ> → 14:30 石巻市 → 16:00 松島 (泊) → 18:00 被災地視察 (車窓) 震災復興と観光まちづくりについて 10:00-12:00 6階弁天 1部講師: ホテル観洋女将 阿部様 2部講師: 歌津地区協議会長 小野寺様 昼食 12:00-13:00 6階羽衣 被災地において学生はどんな役割を果たすことができるのか 13:30-14:30 6階弁天 講師: 株式会社大浦社長 工藤様
3	9/15(木)	8:00 ホテル → 8:40~9:30 石巻・東松島 → 18:00~18:30 秋保温泉 ①相川小学校清掃ボランティア活動 (2.3.5号車) ②東松島市ボランティア活動 (1号車) ③石巻市立鹿妻小学校避難所支援活動 (6号車) ④石巻市立釜小学校ボランティア活動 (4号車)
4	9/16(金)	8:15 秋保 → 10:15 秋保大滝 → 12:00 瑞鳳殿 → 12:15 青葉城址・見学・昼食 → 13:15 18:30 帝京大学

てていた「ボランティアガイドサークル汐風」が地元であり、その人たちが教育旅行などを受け入れるために行っていたガイド経験を生かして語り部を始めました。既にガイドをする下地ができていたのです。DCの仕込みが意外なところで役に立つたと言えます。

樋口 現場に立って空気を感じてほしいという思いが我々の中にもありました。来て、見て、震災を体験した人の話を聞いてもらうことが重要と

考えたいたら、南三陸の人が語り部を始められたんです。ただ、語り部の人たちも悩んだと言っていましたね。自分たちの不幸をしゃべってそれを仕事にしたいのかと。私事ですが、私も自宅を津波で流出し、身内を亡くしているので、語り部の人たちの葛藤を自分のことのように感じました。

一方、この頃になると、がれき撤去や泥さらいといった初期のボランティア作業がどんどん減っていきま

した。5月から減り始めて、6月にはそれが顕著になった。田んぼのがれきなども重機で撤去するなど復旧が専門化していきま

した。復旧のためのボランティアから復興のためのボランティアに変わっていったのです。ボランティアをしたいけど、何をしたいか分からないという人に、とにかく来てもらうこと、被災地で物を買うことも間接的な支援になるという考えが我々の復興ツーリズムの基本になってい

ます。着地側からそういうことを発信することで安心して来てもらおうという事です。

樋口 復興食堂や復興商店街で買い物をする経済的なメリットもありますが、何より「風化させない」とだと思えます。

佐藤 元気な人の姿があることで、やはり地域の雰囲気が変わります。町の活力みたいなものが違いましたね。賑わいがないとやはり駄目だなと感じました。

心を突く質問が多かったのが印象的でした。

佐藤 さらにこの後、翌年4月には仙台で世界の観光産業トップが集まる世界旅行ツーリズム協議会(WTTTC)が国際会議を開催し、WTTTCの主要メンバーの被災地ツアーを我々で企画しました。その後も仙台ではIMF・世界銀行年次総会特別イベントも開催されたので、まずWTTTCの会議が仙台で開催されたことは本当にありがたかったです。

「観光復興・第6フェーズ」 みやぎ観光復興支援センター の設立(10月)

樋口 全国から「被災地に行きたい」「ボランティアがしたい」と寄せられる問い合わせに、対応窓口を一本化したほうが利用される方々にも受け入れる現地の方々にもいいだろうということ、2011年10月1日にみやぎ観光復興支援センターを設立しました。県外から被災地に行きたいという方々と、受入をする現地側の方々とこのコーディネートが主な役割です。

佐藤 「ボランティアツアーに行きたい」という問い合わせが被災地に直接ありましたが、現地では他にやることもたくさんあって対応しきれず、被災地の市町村の観光課の人たちが疲れていました。被災地は刻々と状況が変わるので、誰かがワンストップで対応しないと両方が大変なことになる、双方をつなぐ役割を作ったほうがいいと考えました。

樋口 県としての判断は早かったです。短期間でできるところは短くしてとにかく前に進まない。震災直後は担当者がその場で判断することも多くありましたので、上司に対しても同僚に対しても報告だけはきちんとするように、職場全体で心掛けました。このセンターの設立についても判断は早かったですよ。6月から企画を立て、7月には予算を確保しました。

佐藤 この業務をJTB東北が受託しました。スタッフは緊急雇用創出事業の制度を使い、被災された方を15人雇用してスタートしました。
樋口 ここを窓口にするので、県に入った問い合わせにも対応いただくので、いい流れができました。

佐藤 被災地に入ってボランティアを受け入れたり、語り部ガイドをしてくれる人を探すなど、市町村ごとの担当スタッフ約10人を各地に配置し、毎日「ご用聞き」に行ってもらって情報をまとめつつ、一方ではいろいろな旅行会社に対して情報提供するという形です。情報提供の手段は当初はメルマガ配信でした。

樋口 センターはさまざまな旅行会社や学校を相手にマッチングしていきます。JTB東北に業務を委託しましたが、センターは県の事業です。で、極力企業名を出さないよう、観光復興に向けた役割を果たすよう、お互いに心掛けました。入手した情報は公平に提供していただいたので、旅行会社からはかなり信頼を受けたいと思います。

佐藤 立ち上げ当初から被災地に来たいという人は多かったですね。旅行会社から「こういう団体が来た」と言っているけど、どこか受け入れられる所はないか」と言われ、センターに現地から受け入れてもいいと連絡が来たら、3日後には「100人来ます」という感じですよ。
樋口 観光復興にどんどん軸足を

移していった中で、いくつかのターニングポイントがあったと思います。が、このセンター設立というのは大きな出来事でしたね。

佐藤 長く被災地と関わるためには、ビジネスとして関わっていかないと続けられないの思から、自分の仕事として何ができるかを考えてきました。ボランティアではなく業務にすれば、公に認められるので。そういう意味では、このセンターを作ったのは、継続的に関わるための仕組みを作ったというか、個人的には相当な思いがあり、自分のためでもありました。こんなに長く関わることは思っていませんでしたが。

「観光復興・第7フェーズ」 首都圏プロモーションと 語り部研修

佐藤 とはいえセンターが活動を始めた当初は、受入側の反応は鈍かったです。センターのスタッフが現地に入ると「何しに来たの。観光？お客様を受ける?」「観光なんて言う場合じゃない」と言われて帰ってきていました。エリアによって多少

違いはあるものの、観光協会も、市町村もそういう反応でした。

樋口 11月15日に宮城県県の観光と農業関係者645人で新幹線を1編成借り切って、「食と観光」をテーマに首都圏プロモーションに行ったんです。内陸部もお客さんが来ないの、とにかく県でまとまって首都圏に行こうと。

企画を立ち上げたのが10月中旬で、準備期間は1カ月しかなかったんですが、沿岸部の市町村全部を巻き込んで、県の観光課が仕掛けました。これは一つの変わり目になりましたね。

翌年（2012年）の4～6月、PRDCとして観光キャンペーンをやることにしていました。市町村には10月までに来年の4～6月の企画を出してほしいというお願いをしました。小さい行政体ほど、「何で7～8カ月も前に出さないといけないのか」と反発がありました。10月には旅行会社に企画を持っていかないと商品を作成してもらえないので。そうした企画を作りつつ、首都圏プロモーションをやることで、首都圏の方には「行っていいんだ」、地

元の人には「観光客を受け入れられるかもしれない」と思っていたところにも、ありのままを伝えればいいことを分かってもらえればと考えました。佐藤「南三陸で語り部やってるから、気仙沼や石巻でもやったら」という話をセンターのスタッフを通じて現地に持ち掛けていました。

樋口 語り部の話を聞きたい、体験を聞きたいという声が多く、受けるところを増やさないといけないというのは夏前から感じていました。その後、石巻、南三陸、気仙沼で語り部ツアーをたくさん受け入れ、復興市や仮設商店街も賑わいました。

県では2012年（平成24年）3月にまだ語り部がない市町村を集めて、南三陸町で語り部研修会をやりました。年度末なので予算も限られていましたが、DC協議会で何とか捻出し被災市町村、NPO団体の方々など多くの方を集まっていたので研修会を行いました。この研修の後に、巨理町などでも語り部ツアーが始まりました。佐藤 その下支えをみやぎ観光復興支援センターで行いました。10人

のスタッフが、各地域に「他の地域ではこうやっていますよ」と説明しに行き、研修会に参加してほしいと地道にPRをしてきました。

行政だけでなく、お寺の住職などの個人にもお願いしに行きました。

【震災から1年後以降】 マッチング数の減少

佐藤 震災直後からNPOなどのボランティアや支援の方が入り、その後、ボランティアバスで一般の方も入ってきました。その次が企業などの団体の支援が入ってきて、2013年頃からは観光性が強くなりました。センターで行ったマッチング数もこの年が最も多くなっています。

被災地を見て、買って食べて消費するのも応援することなんだ、という意識が定着したのが2013年ですね。

2014年（平成26年）からはマッチングの数がぐっと落ちていますが、教育旅行は2014年が最も多かったです。教育旅行は1年半～2年前には計画されるので、一般のマッチングよりちょっと遅れてくる

んですね。こちらも、2015年（平成27年）は落ちてきています。

樋口 宮城県の観光客の入込数は2014年度で、震災前の94%まで回復しています。おそらく、一般観光にどんなシフトしてきていると思います。

佐藤 ヒアリングベースで作った各地域の語り部ガイド受入実績のグラフがありますが、あまり利用客は減っていません。センターを経由しない予約もあるので、詳細を分析してみないと分かりません。

樋口 センターでのマッチング件数が減ってきている一つの要因は、やはり「風化」だと思います。震災後2～3年は応援しようということで東北に来ていたけど、「去年東北に行ったから今年は別の所へ」という流れになってきたのでは。2015年は北陸新幹線の開通など、観光の風は西に向かって吹いていますから。観光は、どうしても風に影響を受けることがあるので仕方のない面もあると思いますが、風に影響を受けない部分もきちんと磨き上げていかなければならないでしょうね。

【震災から1年後以降】 教育旅行の強化

樋口 2012年1月、福岡のある高校が、行き先が決定していた修学旅行を宮城県に振り替えてくれました。今年まで4年間連続で来てくれています。前年の7月頃に校長先生がこちらに来て、その時の話がきっかけになっています。それから九州からの修学旅行が増えました。

「大震災や原発事故などが発生した地域に生徒たちを連れていくのはどうなんだ？」という意見がさまざまなところから出たこと、生徒の自主性を重んじる学校なので生徒たちからも疑問の声が上がり、結果として自主参加の形での実施になったと聞いています。しかしこの旅行後は、「現地に立って、いろいろ考えることができてよかった」という意見や、行かなかった生徒たちとの議論を通して、学校全体で震災への思いを共有できたとも伺いました。生徒たちが東北への修学旅行で感じてくれたことを大人になっても忘れずにいてくれたら、風化の防止につながるのではないかなと思います。

その後、他の学校が次々と宮城県を訪れるようになったことで、震災学習の意義を改めて感じました。

今後、教育旅行を強化したいという意向がありますが、一つの目玉は復興ツーリズムです。将来ある子どもたちに現地に立ってもらい、語り部ガイドの話などを通じて震災の経験を正しく伝える。もう一つは仙台宮城のファンになつてもらい、大人になつたらまた新しい家族をつくって来てもらう。その二つですね。

佐藤 学びも、防災・減災だったりボランティアだったり、建築だったりいろんな分野があると思います。それに、現代社会ではゼロに近い状態からまちづくりをする場所はなかなかないので、土地の問題を含めて都市計画の過程を見ることができるといふ学びもあると思います。

【今後の課題】

佐藤 震災から5年経って、語り部ガイドとして活躍してくれている方々が、どうやって組織を維持していくのが課題ですね。来る人が減っているの、活動している方も限られ、シユリンクしているのは事実

です。高齢化で語り部をやめる人もいますし、活動していた学生さんが卒業して時間が取れなくなったり、時間の経過による変化もあります。

仮設商店街などもだんだんなくなっているの、拠点の問題もあります。まちづくりがもう少し進んで、祈念公園とかが整備されてきたら拠点になる可能性があり、そこに語り部ガイドやボランティア受入を行っている組織が入れば、延命できる可能性はあると思いますが、それまでになくならないと思います。

拠点という面では、女川町おなわでは駅周辺に商業施設を集めて、まちづくり会社も入って運営しているところなので注目しています。石巻市は人口も比較的多いので、今後の動きが注目されます。まだかなり先ですが、国立の祈念公園ができますから、人の流れができる可能性があります。ただ宿泊施設や飲食施設など、観光のベースとなるものがちょっと足りないですね。

樋口 もう一つは人口減少の問題です。沿岸部からどんどん流出しています。震災前から減少は徐々に始まっていましたが、震災で一気に加速

しました。やはり我々の仕事の範疇はんちゆうで言えば、交流人口を拡大することが非常に重要になると思います。

佐藤 人口調査でも沿岸部は軒並み、女川町、南三陸町などは3割くらい減っています。基礎となる人口がどこまで回復するのか。いかに交流人口が大事といつても受け入れる側に一定の規模がないと成り立たないと考えています。観光のことだけではなく、地域の状況を包括的に見ていかなければなりません。

樋口 私たちがこれまで取り組んできたことは、復興の過程の中でほんの一部にすぎないかもしれませんが、はの特長をうまく活かすことができたと感じています。これからも足元を見て、その先を見て、そして東北全体のことを気かけながら活動していきたいと思います。

佐藤 私はこの震災で旅行会社の根源的な役割を強く感じました。この仕事にプライドを持ち、引き続き震災復興、そして東北全体の観光振興に取り組んでいきたいと思っています。

聞き手…観光地域研究部 寺崎竜雄

取材協力…井上理江

とにかく「生きる」を伝えたい ——「石巻・大震災まなびの案内」の取組

石巻観光ボランティア協会

浅野 清一

石巻で「震災語り部」が始まったのは2011年（平成23年）の7月です。8月からは石巻観光ボランティア協会として行うことになりましたが、準備もあつて本格スタートは10月です。この協会は震災前にはまち歩きをガイドしていました。メンバーは20人ほど、ほとんどが被災者です。

初めにコースを考え、どこで何を話すかを話し合い、大まかな粗筋を作り、基本情報を共有しました。1時間半ほどの行程中は、バスの中で立って話し続けなければなりません。



60歳を超える私たちにとって、こればかり難しく、実際にガイドを務めたのは10人ほどでした。

3月11日の午後2時46分から数日間、自分は何をしていたか。ほとんどの人は、自分が生きるための行動をしていました。私は、「地震」が起きたら「津波」が来る、てんでんいいから高い所に「逃げろ」、とにかく「生きる」ということを伝えます。そして、全国からの支援に対するお礼を話します。

石巻では約4000人が犠牲になりました。ガイド同士で調査し、エリアごとの犠牲者数を推計しました。最も多くの犠牲者が出たところもコースに入れました。

知りたいことは何かを考えた

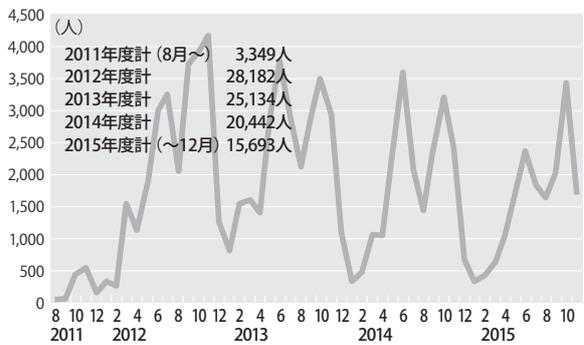
石巻は食彩感動の町というイメージを打ち出してきました。そして

2011年11月11日には、食の安全宣言を出しました。多くの方々に来てほしいという意味表示です。来て、食べて、買っていただくことが大きな応援になります。私たちは石巻に来ていただいた方々の受け皿として、来訪者が知りたいことは何かを考え、勉強を続けながら案内してきました。申し込みが最も多かったのは2012年（平成24年）の10月と11月で、1カ月間にバス150台、約4000人を案内しました。

2012年になると震災学習としてお客様を連れていきたいという旅行会社が増えてきました。2013年（平成25年）の後半ぐらいからお客様の種類が変わってきた気がします。それまでは、被災地への単純往復だったものが、松島や平泉を訪れる周遊ルートの中に石巻での「震災語り部」が組み込まれるようになりました。2014年（平成26年）からは、それが一層顕著になりました。観光性が強まったのです。

犠牲者のことを考え、案内中はお客様に飲酒を遠慮し、静かに見ていただくようお願いしているのですが、この頃になると私たちの意向が伝わ

「石巻・大震災まなびの案内」実績（人数）の推移



データ：石巻観光ボランティア協会

らないこともありました。

バス利用の団体を対象としていましたが、2015年（平成27年）からは少人数グループも受け入れます。しかし一般客は減少傾向です。代わって教育旅行が増えました。

今後、観光協会は、教育旅行やMICEの受入を推進するようです。私たちは学びのガイドとして防災教育にも力を入れていきたいと考えています。（談）（あさの せいいち）

取材協力：一般社団法人石巻観光協会

佐藤 勇一

聞き手：観光地域研究部 寺崎 竜雄

住民と観光客の集う場を目指して

—南三陸さんさん商店街の取組

南三陸志津川福興名店街運営組合 組合長 阿部 忠彦
 南三陸町産業振興課 観光振興係 係長 宮川 舞

震災前にあった「南三陸おさかな通り商店街」の店主が「ぼうさい朝市ネットワーク」に加盟してまいした。これは、全国の23の商店街が、災害時にお互いに助け合うことを目的として2008年（平成20年）に組織したもので、中越地震の際には南三陸町から支援物資を送るなどの活動を行っていました。



の4月から毎月最終日曜日に「福興市」を開催することになりました。この福興市は現在まで継続しており、この2月で54回を数えています。この活動を通じて、地元住民からの励ましや期待をいただき、商工会のメンバーの中に仮設商店街の整備の話が持ち上がったわけです。

南三陸さんさん商店街の概要

仮設商店街「南三陸さんさん商店街」の整備にあたって、当初開催した説明会には108人の店主が集まりましたが、最終的には店の広さや家賃などの条件により29人に絞られ、そのメンバーで運営組合を結成しました。運営組合の結成は2011年（平成23年）10月であり、震災から半年後です。これは他の仮設商店街と比較してそれほど早いわ

南三陸さんさん商店街 来店者数の推移

2012年(2月~)	301,725人
2013年	274,301人
2014年	187,825人

データ：南三陸志津川福興名店街運営組合

たため、南三陸町観光協会が拠点を置いたり、BRT (Bus Rapid Transit) の駅が設置されたり、といったように、地域の交流に関わる機能が集約される形となっています。

地域外からの来店者への対応

仮設商店街のオープンには2012年（平成24年）の2月です。もともとは地元客をメインに考えていたのですが、オープンから2〜3カ月が経つてみると、ボランティアや工事関係者、被災地見学の一般客など、地域外からのお客さんが多く訪れるようになり、その割合は9割近くにも達しました。現在も7〜8割が地域外からのお客さんです。

広大な駐車場、公共トイレ、フードコート、広場など、団体の大型バスなどが立ち寄りやすく、イベントを開催しやすい要素を備えていたことも大きいと考えています。もっとも、中小機構の整備事業は、店舗の建物のみが対象となっていましたので、フードコートやゲート、案内板、照明、店舗の外壁デザインなどは民間のNGO（サルベージン・アー

ミー・救世軍)の支援を受けて整備したものです。

ともかく「なぜか分らないながらも、地域外から客が来ている」という現状に対して、各店舗でそれに応じたサービスを考えるようになりました。例えば接骨院のクイックマッサージ、理髪店の冷たいシャンプー(いずれも長距離ドライブで疲れた客がターゲット)、物販店のオリジナルキャラクター商品の開発、各飲食店が季節ごとに創意工夫して提供する「キラキラ丼」などです。もともと洋品店であったお店が、土産物屋に業態転換した例もあります。



とはいえ、観光客はあくまでプ

スアルファという考えはなかなか抜けず、常に「いつ観光客が来なくなるのか」という心配がありました。実際、オープンして約1年後の2013年(平成25年)2月頃に客足が落ち込んだ時期がありました。その時にはいよいよ観光客の客足も遠のくかと思ったのですが、その後夏にかけて客足が戻り、結局その年の10月頃までは衰えませんでした。

そういった集客の柱の一つであるJR東日本の「復興応援ツアー」は、語り部ガイドなどのコンテンツが整ったことにより、南三陸町観光協会



からも働き掛けて実現したものです。

毎週日曜日に運行され、現在も継続しています。特に2012年から2014年(平成26年)まではほぼ定員いっぱいまで運行されることが多かったですね。2015年(平成27年)に入ってから少人数で運行されることもあるようですが、これは、客層が変わってきており、県内からの来訪客が増えているため、マイカーで来訪するケースが多くなっているという事情があるようです。

このバスツアーが成功したことで、他の旅行会社のツアーも商店街に立ち寄ってくれるようになりました。ツアーの内容は松島や中尊寺などの東北の観光地と周辺の被災地への立ち寄りを組み合わせたものやJTBによる語り部バスツアーなど、少しずつ変化してきました。震災後しばらくは被災地を訪れることに遠慮があったようですが、商店街としては「来て応援してほしい」というメッセージを一貫して発信していました。そのように情報発信することで人に来てもらい、各商店主も注目されていることで意識が変わったという好循環が生まれました。

今後の見通し

2017年(平成29年)3月には、今よりも海に近い国道45号沿いに本設の商店街がオープン予定です。本設の商店街が整備される周辺は新しいまちづくりの計画の中で観光・交流エリアとして位置づけられており、隣接して道の駅が整備され、南三陸町観光協会やBRTの駅も同じエリアに移転する予定です。

2015年以降、来客が減少傾向にある中、一定の水準を満たさない店舗は入れ替えたほうがよいというアドバイスも受けますが、今後も入れ替えなしで全体の底上げを図って、地域外から来訪するお客様への対応をブラッシュアップし、商店街の魅力向上に取り組んでいきたいと考えています。

地域内と地域外のお客様の比率は、経営の安定性からは7・3くらいがよいのですが、現状は逆となっています。今後の見通しは地域としてどのような青写真が描かれるかによると考えています。(談)

(あべ ただひこ/みやかわ まい)

聞き手・観光地域研究部 菅野正洋

新しくなった女川を見てほしい — 女川町の取組

女川町産業振興課 公民連携室長
産業振興課 観光係長
一般社団法人女川町観光協会 事務局長

山田 康人
新田 太
遠藤 琢磨

津波により、女川町民の約1割が死亡、または行方不明となりました。人口比で見ると女川町が最大です。また、町民の生活領域や産業用地の約8割が被害を受けました。町役場、駅などの公共施設は全壊し、町としての機能は壊滅状態になりました。

震災前の来訪客数は年間約70万人、宿泊者数は5万7000人程度。当時の観光魅力は『マリナル女川』という観光施設で、展示や四季ごとのイベントを楽しみに訪れる人、併設の『おさかな市場』の買い物客が中心でした。



写真右：遠藤琢磨氏
下右：山田康人氏
下左：新田 太氏

団体客にも対応したいいわゆる「見せる」観光です。観光産業は、震災前も今も水産業に次ぐ町の基幹産業に位置づけられています。

仮設商店街をきっかけに

被災直後は、果たして女川に行ってもよいのだろうかという時期でした。こちらとしても当初は受け入れようがなかったのですが、日に日に町を案内してほしいという需要が出てきました。女川に何かをしたいという意向もよく聞きましたが、私たちとしては、とにかく買い物をしてもらいたかった。これによって経済活動が生まれ、雇用が創出されます。

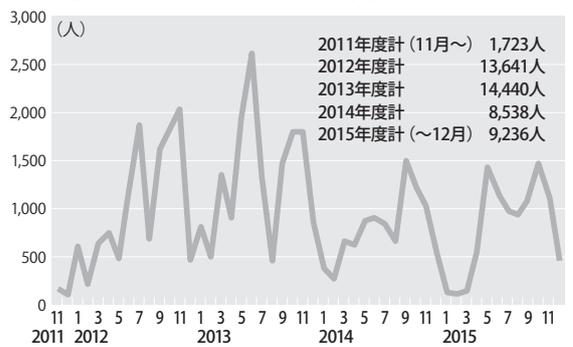
この対応として、2011年(平成23年)の秋から女川町観光協会ではバス案内を開始しています。がれきの間を縫っていくルートです。2012年

(平成24年)の夏頃まで、がれきがありました。同年4月末には仮設の商店街がオープンします。バス案内はこの仮設商店街を拠点とし、女川駅周辺の被災地、そして復旧復興中の様子を見て回るというもので、全体で1時間半ほどのツアーです。町内を巡った後に仮設商店街に立ち寄ると、相当多くのものをお買い上げいただきました。ただ私たちは、可哀想だから買い物をしてほしいわけではなく、例えば女川のサンマは本場においしいから買ってくれという考えです。

東京都が女川のがれきを受け入れてくれることになりました。私たちは、ありがたうを伝えるために、2012年10月に日比谷公園で感謝祭を催し、女川産のサンマ6万匹を提供しました。このイベントがポジティブな動きの幕開けとなりました。

2013年(平成25年)4月以降は、バス案内の参加者から1人当たり500円もらっています。このうちの300円は商店街でも使える地域通貨『アトム』として参加者にバックしました。つまりツアー代金は1人実質200円です。ただし、これが高いという団体もあり、その時にはバス1台当たり3000円もらっています。

女川町バス案内実績(人数)の推移



女川を訪れるバスツアーは2013年をピークに減少傾向です。それまでは女川の被災状況を見たい人たちが中心でしたが、徐々に来訪者の志向は変わってきました。被災地が誘客力となる時期は終わったのです。

若手に託された復興への道

さて、震災直後の行政は住民の生活基盤づくりのために奔走していました。これだけで手いっぱいでした。ならば、この先の女川をどうするかは自分たちで考えようと、産業界の人たちが動き出しました。今こそつながり、集まって



女川駅(写真奥)前にオープンしたシーバルピア女川

みんなで考えようという意気込みでした。これが『女川町復興連絡協議会(女川FRK)』を生み出します。女川FRKは、震災から10日後の3月21日に準備会がつくられ、4月中旬には正式に発足しました。商工会を核とした組織で、各産業の枠を超えて産業再生を目指そうという有志が集まりました。

その時産業界の重鎮は、「復興には10年も20年もかかる。だからこそ若い人たちがやんなさい。俺たちは応援する」という気構えでした。これが「還暦以上は口を出すな。50代は口を出しても手は出さな」という言葉で伝わります。そして若い人たちは「自分たちにまちづくりを託してくれた。自分たちが責任を持ってやり、そして次の

世代につなげたい」という強い気持ちを持ち、行動したのである。

これが、テナント型商業施設『シーバルピア女川』を含めた女川駅前商業エリア復興の方向性を作り出すことになったと考えています。また、女川では全体を盛土造成することで防潮堤を造らないということを決断しました。なるべく早く復興させたいということもありましたが、そもそも女川町民には生活の中に海が見えないということはあり得ないという意識が染みついていてではないでしょうか。

駅前の商業エリア整備にあたり、プロムナードとその周囲の主要な用地を公有地とし、テナント型の商業施設を造るという計画を作りました。これを核とした隣接の民有地にも個別再建店舗が集積する予定です。そしてこのテナント型商業施設は、第三セクターの『女川みらい創造株式会社』が運営します。27のテナントには被災事業者が約半数、町外からの誘致も含めて新規店舗が約半数を占めます。2015年(平成27年)3月にJR石巻線が再開し、JR女川駅と温泉施設併設の駅舎が開業しました。そして12月23日、『シーバルピア女川』がオープンしました。ここには、町民向けの

生活用品や嗜好品^{しちゆう}、来訪客の購買を見込んだ独創的な女川関連グッズや、趣味性の高い衣料品などを扱う商店が、文字通り軒を並べています。食堂やコーヒーショップ、焼肉店やバーもあります。近隣には水産物の加工を体験できる民間施設『あがいんステーション』、町民だけでなく来訪者も利用できるホールや会議室などを備えた『女川町まちなか交流館』も整備しました。

新しくなった女川を見てほしい

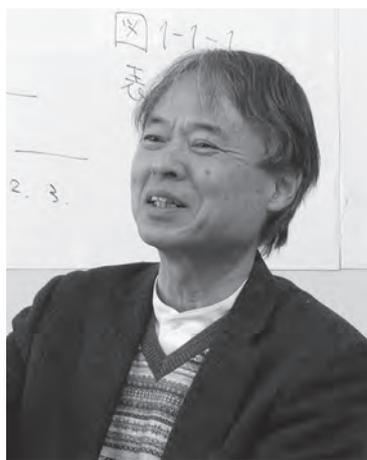
JR女川駅の開業に伴い、イベントを行ったところ、その状況がメディアを通じて全国に向けて発信されました。2015年12月、町開きイベントを行うと、さらに女川への注目度が高まりました。これまでは「被災地女川」を見に来る人たちでしたが、今は次の段階「新しくなった女川」を見に来る人たちです。これからは被災地から「立ち上がっていく女川」を見ていただきたいと思います。来訪者にはいまだに被災地の話をしてほしいというニーズがあります。私たちは新しい女川の町、そしてこれからどうなっていくかを見てほしい。今もまだ仮設住宅に暮らす人が多いのですが、今後、山を削

り、そこに住宅が建ち、そこで住民が暮らしていく様子を見てほしい。

今では観光バスだけではなく、自家用車やJRを利用する個人のお客様も多く訪れています。団体バスの数は確実に減っていきます。女川町観光協会は、地域限定旅行業の取得を目指しており、JR女川駅発着のツアーを造成し販売する予定にしています。個人向けツアーのポイントの一つは、地域の人たちと会話すること。そのために、お店の人たちには、お客さんと話すように言っています。もう一つは、体験メニューの充実。中でも女川の産業の核である水産業との連携による体験が重要です。女川の交流と観光は、駅前の広場、プロムナードを核にして進めます。女川の観光は、震災前よりさらに興味深いものとなるでしょう。

マイナスからのスタートですが、女川には自然があり、おいしい食べ物があり、楽しめる所がある。被災地だからということではなく、こういう女川に遊びに来てほしい。もはや被災地だということを売り物にする時期ではない。女川はこうだということを分かっしてほしいと思います。(談) やまだやすと／につたふとし／えんどうたくま

聞き手・観光地域研究部 寺崎竜雄



広田 純一（ひろた じゅんいち）
岩手大学農学部共生環境課程教授。1983年東京大学大学院農学系研究科卒。農学博士。東京大学助手、1985年岩手大学講師、1990年助教授を経て1999年より現職。専門は農村計画・地域づくり。1990年代後半より学生とともに、県内外の地域づくり活動支援に携わり、2005年NPO法人いわて地域づくり支援センター立ち上げ（理事長）。東日本大震災後、地域コミュニティの再建支援を中心に、国・岩手県・被災市町村の復興構想・復興計画の策定に関わる。

田くらいです。ポランティアバスが盛んだったのもその頃までです。首都圏発の行き帰りとも夜行のポランティアバスが多かったですね。

「観光復活」に向けた機運

柴田 岩手県北バスグループの『浄土ヶ浜パークホテル』は2011年8月に事業再開するまで、被災者の避難所や、全国から集まる警察の宿舎になっていました。がれきはまだあり、被災者がまだまだ苦しんでいる状況下での営業再開には大きな葛藤があったと思います。自粛ムードが強く、東北への観光に批判的な雰囲気はむしろ首都圏でも強かった。

一方で、「自然はそのまま残っている。それを見せて、自然は変わっていない」というメッセージを出すべきだ。「観光を復活させることによって、次の展望や産業復興の第一歩を示すことができる」「これこそ観光事業者の社会的責任だ」という議論があり、批判する人もいるだろうけどやってみようということになったのです。観光事業者としての強い思いがありましたね。

広田 「負けてたまるか」みたいな思いは『一般社団法人おらが大槌夢広場（以下、『おらが』）に集まった人たちにもありました。亡くなった方への弔い合戦のような気持ちがとても強かったと思います。自分たちが立ち上がったって、誘客を通して元の町

を作るんだという気概を感じましたし、復興食堂や語り部は以前にはなかったものです。その人たちもどちらかというところ「負けてたまるか」路線だった気がします。

山本 生業の再生はとても重要です。北海道南西沖地震（1993年）後の経過を見ると、生業を早く再生したことで奥尻島の復興への勢いがついたという評価があります。観光事業者が人を受け入れる仕組みを早く立ち上げたいというのは、当然の流れだと思います。

広田 その一方で、がれきもたくさん残っているし、大半の人が仮設に入っている中で、「観光かよ」という気分はあったと思います。

雇用の創出

柴田 観光の復興への貢献という点では、まず雇用創出があります。また、観光の受入をする中でコミュニティを構成する被災者の皆さんが前に向きなれたり、他地域とのつながりができたりという側面もあります。外とつながることで新しいことに取

り組む可能性を見いだした団体もあると思います。復興食堂では一時的にでも人が働くことになりました。岩手県北観光では、宮古のレストハウスが流されて失業した方をポランティアバスツアーの添乗員として雇用しました。彼はその後、名物添乗員として大活躍しています。観光ビジネスを進める中で、仕事や活躍の場が生まれた人たちが数多くいたと思います。

広田 『おらが』の活動の推移を見ると、観光が復興に果たした役割が見えやすいと思います。2011年7月に小さなシンポジウムが開かれました。後に『おらが』の中核メンバーになるような人たちも参加しており、それがきっかけでこの地元有志の集まりを11月に一般社団法人化しました。僕は顧問として加わりました。『おらが』の設立目的は起業促進と雇用創出です。活動の一つである『おらが大槌復興食堂』は雇用を生み出しました。緊急雇用の制度を利用して女性をたくさん雇いました。後に赤浜地区に開業したイタリアンレストラン『パールリート』もこの活

動を通じて起業したレストランです。

風評・意識と需要減

山本 震災によって既存の観光が落ち込んだという事実もあります。私は2013年2月に首都圏在住者と近畿圏在住者の各500人にウェブアンケートを実施しました。その結果、震災後に東北地方への旅行を控えた人は約25%で直後の落ち込みはかなり大きかった。旅行を控えた理由として最も多いのは「福島県の原発事故による放射能汚染」ですが、2番目の理由は「観光地の被害状況が不明だった」でした。きちんとした情報が伝わっていれば旅行に行く人が結構いたはず。なお、3番目は「地元感情に配慮して」、4番目は「観光資源そのものが被害を受けていたから」でした。地元にも配慮し、自分が受けるかもしれない放射能汚染の被害も考慮しながら旅行するかしないか、検討していたというのが、震災直後の旅行者の心理だったと考えています。

柴田 震災直後、私関わっていた

岩手県北バスや福島交通などは、内陸部であっても観光関係の仕事が全くない状況でした。自粛ムードのよくなものが非常に強いと感じました。観光事業者としては、来てもらうことが被災地の応援になると考え、2011年のゴールデンウィーク期に東北の桜を見に行くツアーを企画し「桜は変わらずに咲いています」といったポスターを作りPRしました。それに気づいたお客さんが応援のために東京から訪れるようになりまし

た。これまでは地元のお客様を中心に旅行を提案していた東北の旅行会社が、自らの企画で首都圏から人を呼べることに気づいたので。地域の復興や経済振興に貢献できると考え、外に目を向けるきっかけになったと思います。

被災地を回り、頑張っている人たちを応援するツアーなども作られました。まちづくりや復興に取り組み熱い人と語り合う、といったコンテンツが生まれていきました。

広田 そのようなツアーを迎え入れる側には、プラスとマイナスの両面ありますね。語り部や地元業者には収入が入るので、広い意味の雇用促進にはなりました。加えて、観光客に来てもらって、まだまだこんな状況というのを知ってもらいたいという気持ちがあったことは確かです。一方で、震災の傷跡がまだたくさんある時期だから、そういうところに観光客がどやどやと来て写真を撮ることに抵抗感がある人たちもいました。

柴田 2012年に入るとすぐに、観光庁の助成事業でモニターツアーが始まり、被災地を見学して応援しようという流れが出てきました。雑誌とのタイアップで、記者と一緒に

柴田 前に触れた工藤(2015年)

「復興応援バスツアー」

の調査結果では、復興応援バスツアーの開催回数は3年目の2013年が一番多くなっています。2年目の2012年は1年目とそれほど数の上で変わりません。



山本 清龍 (やまもと きよたか)

岩手大学農学部共生環境課程准教授。1997年東京大学農学部卒。1999年同大学院農学生命科学研究科卒。東京大学農学部助教を経て2011年4月より現職。博士(農)。専門領域は造園学と観光学。東日本大震災後はコミュニティの維持・形成、地域資源の保全と観光振興を図るため青森県および岩手県の太平洋沿岸部で活動を展開。2013年11月アジア国立公園会議(仙台)で6ワーキンググループの一つ「自然災害と保護地域」で議長を務めた。

かいてコンテンツを作ったりしていました。

山本 震災直後はボランティア団体が企画するバスツアーが主でしたが、2012年には観光事業者が関与するようになり、2013年には公的機関、行政が企画を主導するようになっていったようです。

「コミュニティ」と観光

広田 被災地のコミュニティと観光の関わりを見ると、一般の観光バスを受け入れられる地域や団体は限られていました。また地域として受け入れる時の対象は個人客ではなく企業などの団体に限られます。陸前高田の『長洞元気村』のケースがそれ

に当たります。長洞は広田半島の付け根にあります。そこに行く道路が分断されて、完全に陸の孤島になってしまいました。行政の支援が全く届かず、自分たちで危機を乗り切った集落です。

柴田 長洞は集落全体で「めかぶ」の収穫体験や「ゆべし」作り、語り部をしています。2012年夏頃から集落が主体となってツアーを受け入れています。ハイライトは2013年1月のハーバード・ビジネススクールの来訪です。おばちゃんたちは何となく「世界一の大学なんですよ」という感じでしたが、ハーバード大生がすごく真剣に長洞の話を聞いてくれ、充実した顔をして帰っていったのを見て、これなら誰が来ても受け入れ

られると思ったそうです。

ただ、こうした取組ができるようになる前までは、無償でボランティアを受け入れることが負担になっていました。首都圏のボランティアを受け入れるために、被災地がボランティアをしているなんて笑えない話がありました。当初から元気村の事務局長は「ボランティア自体を体験観光として体験料をもらう」ことを検討していました。「ボランティアはいつか終わるから、観光事業として発展しないと交流も継続しない」という考え方です。決してボランティアを否定するわけではないのですが、ボランティアが労働力として貢献すること以上に交流が元気をもたらしことに意義を感じていました。この交流をどうサステナブルにするかを考えていました。

山本 気仙沼市の『森の学校』も同様で、最初はボランティアの滞在拠点となり、地元の人たちがおにぎりやそばを出し始めたりするうちに、人を受け入れる仕組みができ、そこから観光客の受入に発展していきました。

観光資源の復旧と「自然再生」

広田 さて、データによると、被災地応援ツアーの参加者数は2014年(平成26年)から急激に落ちていきました。復興が進んだことで「被災地の風景」がなくなり、ツアーがそもそも成り立ちにくくなっていることが大きな背景としてあります。『おらが』は、一般観光客向けの被災地見学ツアーから、次のステップとして、研修や学習中心のプログラムに移行して高い評価を受けています。

柴田 今、学びのツアーをやっているところは、ボランティアバスが少なくなってきた2012年頃から仕込みを始めています。学びの深さが重要で、ただ何かを話すだけではなく、きちんと人材育成の効果まで考えているところは、参加者数が減っていないと思います。

広田 一時期の「がれきの景色」を見せる観光から、学習系の新しいタイプの観光ビジネスが一部で伸びているのはいいのですが、三陸海岸の

景観などを活かした既存の観光が戻っていません。例えば、釣り民宿などもかなり減っていると思います。本来なら、観光資源の復活が最も重要です。浄土ヶ浜はまだいいほうですが、釜石の根浜海岸や大槌の浪板海岸では砂浜が完全になくなってしまいました。その再生事業は復興交付金では認めてもらえません。観光地のインフラの再生にはお金が回っていないという現状があります。

柴田 地元自治体からすると住宅再建・生活再建が重要で観光や観光施設の復旧は優先順位が低くなるのは当然です。根浜海岸の旅館の女将さんは「行政の方があまりにも忙しくて観光に手が回らないのは、仕方がない。だから観光施設の整備は民間でやるしかない」とも言っていました。

広田 砂浜や松林の再生にお金が回らないので、従来の観光対象となっていた海岸線の自然回復がされていません。

山本 復興工事に関しては、私はちよつと違う考えを持っています。宮古の浄土ヶ浜が被災し、道路が浮き

上がってアスファルトが海に流れてしまい、真つ先に国や県などがお金を投じて復旧工事をしました。しかし、皮肉なことに、復旧前に地元の人たちは「元の浄土ヶ浜に戻った」とおっしゃっていました。つまり、観光資源の保全という観点からすると、直後の性急な復興工事は問題だと思います。砂浜の消失と復旧については河川との関係もあるでしょうし、砂を入れてもまた流れてしまうかもしれません。観光資源、自然資源を守り、復元するためにお金を投じるより、むしろ自然の大きなサイクルをどうやって守っていくかが大切です。自然保護の立場から言うと、性急にすぎる復旧工事はやらないでほしいというのが僕の意見です。

広田 僕と山本さんの意見は矛盾しておらず、砂浜再生については、まさに自然のサイクルを生かしたものになると思います。防潮堤の問題とも絡んできますが、やはり復興は災害復旧が中心になります。道路や漁港に比べると観光関係は遅くなるでしょう。しかし、今の状況は不十分だと僕は思います。

「覚醒した世代」

山本 復興工事に関しては、私はちよつと違う考えを持っています。宮古の浄土ヶ浜が被災し、道路が浮き上がってアスファルトが海に流れてしまい、真つ先に国や県などがお金を投じて復旧工事をしました。しかし、皮肉なことに、復旧前に地元の人たちは「元の浄土ヶ浜に戻った」とおっしゃっていました。つまり、観光資源の保全という観点からすると、直後の性急な復興工事は問題だと思います。砂浜の消失と復旧については河川との関係もあるでしょうし、砂を入れてもまた流れてしまうかもしれません。観光資源、自然資源を守り、復元するためにお金を投じるより、むしろ自然の大きなサイクルをどうやって守っていくかが大切です。自然保護の立場から言うと、性急にすぎる復旧工事はやらないでほしいというのが僕の意見です。

という気がします。私は50年後にはなくなってしまうかもしれないと言われている釜石市の尾崎白浜集落で活動していますが、そこでは北上市で働いていた方が地元貢献するために会社を辞めて移り住み、人を受け入れるための新しい仕組みづくりを始められています。それによって、地元の人が一生涯若い人たちに昔の話をする機会が増え、将来に何かを伝えていきたいというコンセンサスができていきます。人が訪れることによって地元の魅力や個性を見直すいい機会をつくっています。

広田 とにかく、被災地を何とか助けたいという思いで、震災をきっかけに多くの人が地元に戻ってきました。その人たちが地元のいいところを見直すという意味で、人材育成にもなっていますね。そういう人たちが活躍できる場合は、加工業や製造業より観光のほうが合っている気がします。震災当時、中学生から高校生だった若い人たちは「覚醒した世代」と言われています。彼らは、あの時に世界から善意を見せられたわけです。その記憶が当時の中高生に



柴田 亮（しばた りょう）
岩手大学COC (Center of Community) 推進室特任准教授。株式会社経営共創基盤にて、東北地方のバス事業者の経営支援に携わり、東日本大震災後は傘下の岩手県北バスグループとともに復興ツーリズムの振興に従事。三陸沿岸部のNPOや事業者の支援などにも従事。復興庁非常勤政策調査官、岩手大学三陸復興推進機構を経て、2016年3月より現職。現在は沿岸部のものづくり企業の産学連携促進に従事。中小企業診断士。

は確実に残っています。地元のために何かやろうという気持ちが出てきたことを見ると、大きな人材育成がされていると思います。

「三陸観光」の方向性

広田 この先の観光に視点を向けてみたいと思います。大きなインパクトは三陸縦貫道です。これができれば仙台から三陸までの時間距離が大幅に短縮します。景観や食など、資源面で三陸は魅力的な所なので、既存の観光回帰というのか、資源そのものの魅力を生かした観光の可能性はあると思います。他には農業分野に比べると漁業分野は六次産業化が遅れています。採って売るだけのよ

うな産業構造に近いので、そこに観光的要素を入れて、地元でさばいた魚を食べてもらおうとか、新しい加工品を開発するといった可能性なども大きいと思います。

山本 震災前から沿岸部の自治体にはグリーン・ツーリズムをどうするかという課題がありました。もともと沿岸部には内陸部との収入格差の問題もあり、それに関連して六次産業化は一つの大きな課題でした。震災を契機に内陸とどうつながるかという話が各地で出ています。2012年頃から沿岸部の自治体の観光に関する相談が来ていますが、震災前に取り組もうとしていた課題にもう一度挑戦したいという内容が多いです。沿岸部の景観を楽しむ観

光よりも、農業を生かしたグリーン・ツーリズムや、民泊で地域を活性化したいという意向が強いように感じています。さらにジオパークの動きもあり、全体としては昔のマスツーリズムではなく、個人中心の観光を目指すという方向性になっているようです。

柴田 震災復興に絡んで多くの外部の人たちが被災地に縁を持ち、関わり続けています。東京にいながらにして現地の復興に心を寄せている人たちは少なからずいます。そういった方々がいることで、首都圏や外国の人の意に沿うような新しい形のグリーン・ツーリズムが生まれるのではないのでしょうか。『東北オープンアカデミー』というイベントでは、東北のまちづくりや地域づくりに関心を持つ首都圏の人が現地のリーダーに会いに行くといったツアーをやっています。この交流の中から新しい観光の担い手も生まれてくると思います。首都圏でのビジネスのノウハウを持つ人、三陸には見られない異なる観点を持つ人が、地域づくりの新しい担い手として、首都圏から地

域に関わり続けることが重要だと思います。昔ながらの担い手がそのまま復活してしまうと、今のニーズに合わないと思います。

広田 観光という視点からは離れるかもしれませんが、我々が「拡大コミュニティ」と呼んでいる取組がまさに今の話のような考え方です。地元の出身者、交流やボランティアで関わりができた人たちなど、そこに住んでいなくても「地元の一員」として定期的にいるいろんな情報や人のやりとりをするようなコミュニティです。

「三陸ブランド」 「学び」「交流」 「拡大コミュニティ」

広田 僕は震災の翌年くらいからずっと復興の一つの大きな柱として「三陸ブランド」を確立しようと言っています。三陸という名前がただで高く売れる商品を作り、人が足を運ぶような地域にしていきたい。それが長期的には三陸の振興にとって最も重要だと思っています。特産物

のブランド化もあるし、観光地としてのブランド化もあるでしょう。例えば、風景は単なる見た目だけでなく、そうした景観が形成された地質学や地形学的な背景も併せた理解を促すことによってその場の価値が高まります。三陸ブランドのもう一つのポイントは「学び」だと思います。今回の震災も含め、これまで何度も津波被害を受けては、そのたびに復興してきたという経験や学びを伝える場所としてもいい。震災をきっかけに世界中の人が関わるようになりました。「あそこに行けば面白い人たちに会えて交流ができる」という意味での三陸ブランドも作れるのではないのでしょうか。さまざまな場面の集合体としての三陸ブランドを作るのがいいと思います。

山本 東北に来てから強く感じていることは、地域の個性や魅力を伝える仕組みがまだまだ足りないということです。東北は第一次産業を中心に発展した地域と捉えています。それらを伝えることが重要です。その背景として、子どもたちが地域の個性や魅力を見つめ直す機会を逸しているという問題意識を持っています。これから先、復興を果たした後に今の子どもたちが外の人たちに東北を伝えたいといけません。そういう人を育てるといって課題が外に置かれているという危機感を持っています。観光学というと、人に刺激や学びを提供することに目が向きがちですが、人を育てるといってにも関与する必要があります。柴田 強い民間事業者を作ることが大事です。ボランティアは減りましたが、首都圏との縁は残っています。それが武器になります。観光を考えると基本的には楽しいことですから、首都圏のビジネスマンなどに適切に役割を振れば、喜んでプロボノとして協力してくれます。また、世界を知っているプロが三陸で事業をすることも必要です。三陸の食材は豊かですが、それだけでは勝てません。世界で修業した料理人が面白がつて三陸に集まるような仕組みを考えたいです。宿泊も世界レベルでもてなしや非日常性を演出できる人が挑戦して三陸に関わりたくなる仕組みができませんでしょうか。この先

復興という文脈なしで他の観光地と競争していくには、世界のレベルを知ることが重要です。山本 今後の方向性としては「交流」に可能性を感じています。今、国際的にはエコツーリズムなど新しい観光の潮流の中で、訪問先のコミュニティとどのような交流を図るかが大きな論点になっています。岩手大学の学生の7割が東北出身ですが、その学生たちに聞くと、来訪者がコミュニティに入り込む機会を提供したら面白いのではないかとといった提案が出てきます。それは旅行者が求めていることでもあり、まずは受入側が提案してマッチングさせる。そして、交流によって地域への深い理解を促進し、リピーターを増やす。いわゆる観光による交流人口の拡大といった表面的な話ではなく、深い地域体験を提供することを通じた濃い結びつきです。そのきっかけづくりとして、観光学の役割は大きいと考えています。広田 僕は地域づくりの視点で地域を捉えています。「拡大コミュニティ」はまさにその中の考え方です。しか

し、震災を契機としてさまざまなつながりが各地域にできたものの、関心を寄せている人がコミュニティと関わる仕組がないんです。その仕組を作るのに必要なことは、まずそうした人たちの名簿作りです。関わりのある人たちの連絡先を整理して、定期的に地元情報を流し、交流の場をつくって、地域あるいは自治体単位で地域行事への参加を促していく。被災地には関心のある人がたくさんいますから拡大コミュニティの形成に適しています。人口が減るのは仕方ないけど、きちんとした仕組みの中で交流をしていければ、その周囲に多くの人が関わる状況が作られて、地域側から見れば、持続的な地域づくりにつながるのではないかと思います。そこに観光的な要素も入ってくれば、より望ましいと思います。我々のような研究者も連携して、メッセージを発信し、実践を支援していきたいでしょう。

聞き手…観光地域研究部 寺崎竜雄
取材協力…井上理江

三陸観光復興のコーディネーター ——三陸鉄道の取組

三陸鉄道株式会社

旅客サービス部長

冨手 淳

運転再開へのこだわり、背景

震災直後から、社長の望月と沿線の状況を見て回った。三陸鉄道も甚大な被害を受けてはいたが、もともと津波被害を回避するよう、なるべく海から離れた場所や標高の高い所を走っていたため、戦前に開通した山田線などと比べると被害は小さかった。がれきで埋め尽くされた道路を避けて、高台の線路を行き交う被災者を見て、「ちょっと直せば動かせる区間もある。走りたい。」と思っていた。

うちは県や沿線市町村などを株主とする第三セクターの鉄道。こういう時こそ、移動手段を確保しなくてはとの強い想いと、正直、走らせなければ「三鉄は必要ない」と思われてしまうとの危惧もあった。

変わり果てた田老駅で、「とにかく、一刻も早く列車を走らせよう」という社長の一声が、何より嬉しかった。

誰もが混乱を極めていた中、社長は県知事や宮古市長に掛け合い、具体的な運転再開案（区間、安全確保策、運賃無料など）と支援内容（線路や駅周

辺のがれき撤去など）を提示し、理解を得た。行政、沿線住民をはじめ、多くの皆さんにご支援いただき、震災の5日後には久慈駅～陸中野田駅間、9日後には宮古駅～田老駅間の運転を再開することができた。

運転再開は「復興の象徴」として、思いがけず全国のマスコミに取り上げられ、東北、三陸地域への支援の輪が広がっていくのを感じた。

地域と三陸鉄道の関係

三陸鉄道の開業は、1984年（昭和59年）4月。開業から10年は黒字、その後、旅客が減少し、厳しい経営が続いている。2001年（平成13年）には、県や沿線市町村と連携・協力して、観光客の誘致に本格的に乗り出した。私の提案で、団体客誘致のために、東京や大阪、九州の旅行会社への営業を始めた。第三セクター鉄道の営業活動は全国でも珍しい時代だった。

「ツアーバスから、眺めのよい区間だけ鉄道に乗り換える」、鉄道に乗ることを目的とした企画が実現。東北新幹線八戸駅開業に合わせて導入した「お



冨手 淳（とみて あつし）

1961年生まれ。大学卒業後、三陸鉄道入社。総務から車掌・運転・指令などの現場を経て、現在旅客サービス部長。運転管理、鉄道営業やイベント企画を手掛けている。*震災直後は取材窓口を担当。

コーディネーターとしての役割が、一層求められるようになった。県からも「三陸プラットフォーム構築事業」の委託も受けている。

数年後には、JR山田線（55.4km）が、三陸鉄道に移管される。沿線の人口も減少し、安定的な利用は見込めないが、北リアス線と南リアス線がつながれば、車両基地の集約や社員の業務効率化など、経営上のメリットも少なくない。何より沿線市町村からの強い意向もあり、お引き受けすることになった。

北リアス線沿線には、浄土ヶ浜や龍泉洞など三陸を代表する観光資源がある。南リアス線への誘客は苦労したが、震災前は「産直列車」などが人気を集めた。今は、全線163kmがなくなった時、宮古から釜石間の旅客数をいかに増やしていけるかを考えている。列車が通ったからお客が来るわけじゃない。魅力的な観光のコンテンツがほしい。首都圏から見れば三陸は一体。三陸の観光は、沿線市町村が連携・協力して取り組んで、周遊ルート・コースを作り、プロモーションをしていかなないと。

震災後、三陸鉄道も観光開発や誘客に投入できる資金は限られているが、県や沿線市町村とタッグを組んで、三陸観光の復興に取り組んでいきたい。（談）

（とみて あつし）

聞き手：観光地域研究部 吉澤清良

人の流れをつくる観光の力

—おらが大槌夢広場の取組

一般社団法人おらが大槌夢広場 代表理事

白沢 和行

岩手県・大槌町は震災で町長が亡くなり、行政機能がまひしてしまいました。何をするにも何も動かない状況で、当時「大槌町は一番復興が遅れた町」とメディアにも取り上げられたこともありました。

町が壊滅的になくなり誰もが何をしたいかわからない中で、大槌町に縁があった岩手県内陸部の企業の社長たちが「大槌町のために何かをしたい」と集まり、そこに、「何かをしなきゃいけない」と思った大槌町住民数人が参加し、そのメンバーで「何かをやるう」と話し合ったことが、一般社団法人おらが大槌夢広場（以下、「おらが」）発足のきっかけとなりました。

正直、初めはその「何か」が何なのかも分かりませんでした。とにかく自分たちができることを考えました。そして、まず考えたのがボ

ランテアの方々の食事でした。大槌町のような無名の地域に、全国各地世界各国からボランティア支援でたくさんの方々が訪れてくれました。一生懸命に私たちのために活動してくれているにもかかわらず、皆さんが食べているものがコンビニ弁当や冷めたものだったので、どうにかこの大槌町のおいしいものを食べてほしい、また、大槌町がどういう町なのか伝えたい、そういった恩返しから、活動が始まりました。

人と人が関わる

ヒューマンツーリズム

法人格を取得したのは2011年（平成23年）11月ですが、設立前の準備期間から少しずつ受入を始めていました。語り部ガイドの活動は同年9月頃から始まりましたが、今のような形で本格的に始動したのは2012年（平成24年）4月からで

す。そして、法人設立直後におらが大槌復興食堂をオープンすると同時に、最初の視察交流事業であるインドネシア・アチエ州からの子どもたちの受入も始まりました。

そして、その取材記事が新聞に掲載されたことがきっかけとなり、ボランティアツアーを組み立てることになり、それが企業研修やスタディツアーへと流れが変わっていききました。全てのツアーに共通しているのは「人」に焦点を当てた商品であるということ、ヒューマンツーリズムということでした。活動の目的は交流人口の拡大ではなく、人と人との関わりを通じた人材育成だったのです。「おらが」の語り部ガイドの特徴は、ガイド一人ひとりによってその内容が全く異なることです。自分が感じて何を思ったのかに焦点を合わせるということ、自分自身のつらい体験を語ることに他ならず、容易なことではありませんでした。しかし、自分の思いや話を打ち明けていくこと、聞いてもらうことがカウンセリングのような役割を果たし、自分自身が楽になっていきました。そ

れだけではなく、たくさんの人から応援の言葉をいただき、勇気づけられ、次第に精神的にも安定していき、もつと何かをやっていくかなければならないという前向きな姿勢になっていくのが自分自身でも分かりました。

企業研修の特徴では、実際に町や住民、事業者が抱えている課題を題材にし、町民との対話や交流、ワークショップなどを通じて、企業としての課題への解決策を考えると、いったコンテンツを提供しています。その中では、ここに来るからこそ知ってもらえる「リーダーシップとは何か」「コミュニケーション能力とは何か」を表現するようにしています。私たちは震災で人を呼んでいるわけではなく、この町、このフィールドとして人を呼んでいるのです。入り口は震災かもしれませんが、ワークショップの内容も被災関係のものは一切入れていません。震災でゼロになったことで生じている課題はテーマにしますが、震災自体はテーマにはしていません。震災後の大槌町は、戦後の日本と同じ状況です。先駆者たちは、戦後の日本をどのよう

に生き抜いて、何を学んで何を感じ取ったのか、おらがではそれを体現できるプログラムを提供しています。

町の人たちを変える観光の力

震災前の大槌町は、観光客が訪れることもビジネス客が訪れることもほとんどありませんでした。それが、震災後、ボランティアなどの支援団体や研修団体、観光客などが訪れたことで、大槌町民は変わりました。

具体的な例として3人を紹介します。一人目はある高校生です。震災前、大槌町には海外の方は英語の先生くらいでほとんど見たことはありませんでしたが、震災後、外国人が訪れたことで、もつと外国人と話をしてみたい、もつと英語を勉強したいと思うようになり、留学したのです。

次はある漁師さんです。それまでは、漁をして漁協に卸していただけでしたが、観光客が訪れ、自分がつてきたものを目の前で食べ、おいしいという言葉が直接耳にしたことで、この商品を全国に売ってもいいんだという自信となり、自ら全国に販路を広げて自分で売りに行くよ

うになりました。

そして、あるガイドさんは、人前で話すことが嫌で、最初は安定剤を飲みながらガイドしていましたが、今では看板ガイドになりました。皆の前で胸を張って話すことができるようになり、自分に自信を持つことができるようになったのです。

観光を「人の流れ」と捉えるのであれば、観光は人を変える力があると思います。田舎特有の「何かをしたら駄目だ」「無理だ」という気持ちから、人が来ることで「やってもいいんだ」「できるんだ」という気持ちに変わり、チャレンジをしている人、新しい考え方を持つ人が確実に増えています。まさに、人の流れが人を変えたのを目の当たりにしたのです。私はこの「人の流れ」を太くすることを通じて、子どもたちにとって「この町が好き!」と思える場所にしていきたいと考えています。

住民参加型の活動を目指して

現在のスタッフは4人。立ち上げ当初は20人以上のスタッフがいましたが、独立事業の切り離し、行政機能の回復、他のNPOの立ち上げな

ど刻々と変化する状況に対応し、現在は、人を呼び込むことに特化した事業を行っています。

受入のメインも、語り部ガイドから、企業研修・教育旅行にシフトしました。語り部ガイドの参加者数は、言葉が悪いですが、震災ブームが落ち着くにつれ減少し、それに代わり、修学旅行、企業研修、大学や海外からのスタディツアーが増加しています(図)。企業研修・教育旅行は、2012年から2014年(平成26

図 (一社) おらが大槌夢広場 ツーリズム事業受入実績の推移



受入の様子(説明しているのが白沢氏自身)

年)でおよそ5倍となり、2014年度(平成26年度)は2300人以上が訪れました。なお、企業研修は8割がリピーターです。

訪れた方がただ町を見て帰るといような交流人口の増加のさせ方はたくさんありません。今後は、できるだけ多くの住民を巻き込んだプログラムやコンテンツをさらに増やしていきたいと考えています。(談)

聞き手:観光地域研究部 五木田玲子
(うすざわ かずゆき)

「好齡ビジネス」を通じたコミュニティ復興 ——長洞元気村の取組

一般社団法人長洞元気村 事務局長 村上 誠二

陸前高田市・長洞元気村は、正式には長洞元気村協議会といい、以前あった長洞仮設住宅の自治会の名称です。ボランティアなどの支援への受入態勢を整えるために話し合いを進める中で、自治会の必要性が指摘され、発足することとなりました。

名称の由来は、震災後に学校が休校になる中で、子どもたちが学べる場として始めた「長洞元気学校」



です。これは民家を借り、高校生や大学生が小学生に勉強を教える活動を行っていたもので、その活動がNHKのテレビ番組で取り上げられ、注目を集めたことで、自治会もそれに倣った名称をつけました。

自治会の役員は男性中心ですが、仕事を持っていたり、復旧作業に当てる必要があったりと、なかなか仮設住宅の運営に手が回らない現状がありました。一方、コミュニティの大半は高齢女性の皆さんで構成されてきたにもかかわらず、役割がないという現状もありました。そこで、自治会の運営を担う実働部隊として、高齢女性の皆さんの協力を得ることになったのです。

高齢女性パワーの本領発揮

初めは自治会の共益費を得るため、「笑顔の集まる土曜日」として、野菜や余った支援物資を売る場を設

けたのがきっかけでした。その中心となったのが高齢女性であり、そこで自然と何か始めようかという機運が高まりました。その後正式に会としての参加者を募ったところ、12人の賛同が得られたことから、「なでしこ会」として発足することになったわけです。

自治会となでしこ会が合同で話し合う場を「長洞未来会議」と呼んで定期的に協議の場を持っていましたが、2015年（平成27年）2月に仮設住宅が撤去されたことに伴い、自治会は解散しています。その後、同年12月に自治会の会長と事務局長、なでしこ会の会長と事務局長の4人を役員として一般社団法人長洞元気村を発足させ、なでしこ会はその一部門として存続し、活動を続けています。

現在では、「なでしこ会」の他、元漁師や大工など男性6人で構成する「浜人会」も発足しています。具体的な活動はこれからですが、月1〜2回のかご漁や盆行事である「万灯籠」の復活などを計画しているところと、かご漁については、船も

手に入ったため、今後は体験プログラムも視野に入れています。

自分の楽しみをビジネス化し、あくまで生活優先で余力を仕事に充てるという「好齡ビジネス」という考えに立って活動しています。

なでしこ会では、語り部体験や料理体験、漁業体験などの体験プログラムを提供しており、最少催行人員を6人に設定していますが、少人数でも受け入れることがあります。料金と人数の関係から収入を試算し、1回当たり6人程度なら何とかペイするかな、という感じで設定したのですが、メンバーとしては、集まってやるのが楽しいので必ずしも収入として見合わなくても構わない、といった意見もあるようです。このように、参加している高齢女性の皆さんたちは生きがいややりがいを見つけてくれているようです。

なでしこ会は部門として独立採算で運営しており、体験プログラムの参加料は、ほぼそのままなでしこ会の収入となります。

自立への意識が流れを呼び込む

全国にいる支援会員からの会費と、

民間企業の寄付、その他収入を含めると、事業費としては年間300万〜400万円ほどになります。ただ、そこから体験プログラムの講師日当や原材料費などを支払うため、実際には支出も多く、大きな利益が出ているわけではありません。

体験プログラムの参加者は詳しく数字を把握していませんが、年間100〜150人といったところですね。それに講話だけの参加者を含めると300〜400人になります。

特段広域に向けて情報発信や宣伝をしているわけではないため、多くは口コミやウェブサイトを見ての来訪となります。また、自分が講演を依頼されるケースも多いため、それを聞いた人からさらに広がる場合や、震災後に来てくれたボランティアが仲間を連れてくるといった場合もあります。

旅行会社との連携は、企業の社員研修を受け入れる際に入ってもらう程度で、旅行商品などに組み入れられているといったことはありません。

たとえば少しの日当であったとして

も、社会の役に立っている、あるいは必要とされているという実感が生じる力につながっていると感じます。それがなければ仮設住宅に閉じこもってしまった高齢者もいたかもしれない。そういった活躍の場として、外から人を受け入れてきたことはとても有効であったと思います。

ただ、その際にはボランティアではないかと考えています。必ず収入が発生するからこそやりがいにもつながりますし、それがたとえ月1万〜2万円の小遣い程度でも張り合いが出るのだと思います。

長洞元気村では、外から人を受け入れることについては、初めからオープンでした。それは、被災者の震災以前のコミュニティのまま住み続けたいというニーズを受けて、仮設住宅の建設や入居にあたって、震災以前のコミュニティのまま入居できるようにしたことも要因として大きいと考えています。実際に仮設住宅は、震災以前と隣の家との並び順まで同じになっていました。

他の仮設住宅の例では、さまざまなかコミュニティから集まって住んで

いるために、隣の家との交流も少なく、閉じこもってしまった例も多いようです。

培ってきた「受援力」

自分たちで「なでしこ番屋」と呼んでいる活動拠点はボランティアの皆さんの協力を得て2年間かけて自力建設しました。地元で気仙大工の流れをくむ職人が多いため、建設にあたっては協力いただきました。建設資金は、震災後に継続して支援を受けている民間企業の助言を受けたり、企業からの寄付金を充てたりといった方法で賄いました。

毎年大きな寄付をしてくれる民間企業とのつながりは、岩手大学特任准教授の柴田先生を通じてネットワークができたものです。復興の取組が形になっていくため、支援する側も分かりやすいのではないのでしょうか。社員の方が家族を連れて来てくれることもあります。

柴田先生に言わせると、長洞元気村は「受援力」があるそうです。つまり、支援を受けるための受け皿があるということだと思います。実際

に、ただ支援を待っているだけでは不十分であり、受け入れる側の合意形成も大事になるといえることは確かに感じます。

なお、村を訪れる人が年々少なくなっているという現状も感じていますが、毎年来てくれていたが昨年になつていらしてくれなくなった団体もあります。もともと、そもそも観光地ではないので、受け入れられる範囲で活動していきたいとは考えています。体験プログラムについては、月に2団体くらいのペースで受け入れられるとちょうどよいのでは、と考えているところです。(談)

(むらかみ せいじ)

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋



地元のバス会社だからこそ ——岩手県北観光の取組

株式会社岩手県北観光 執行役員・営業企画部長

相馬 高広

震災被害と

地元バス会社としての対応

当社の一般乗合バス営業エリアは、内陸部では盛岡以北の県北エリア、沿岸では山田以北の広域な地域となっている。

震災で小本支所が全壊し、山田支所は車両2台が被災、うち1台は乗務員ごと流され、系列ホテルでも1人の社員を失った。旅行部門では全ツアーがキャンセルとなり、その対応に追われた。

震災直後、津波で孤立した重茂半島で、バスとバス無線を地元消防団の災害対策本部に提供した他、医療チームのピストン輸送、炊き出し物資や人員の輸送、避難所―入浴施設間バス運行などを連日行った。

東北新幹線、東北自動車道は不通で、震災5日後に運行を再開した盛岡―宮古間の都市間バスとともに、唯一県外からアクセス可能であった秋田空港と盛岡を結ぶシャトルバスを運行し、復旧作業関係者などの人の流れをつくった。

観光を通じた地域貢献

同年5月、北東北を巡る花見ツアーを決行した。世間はまた旅行自粛ムー

ドであったが、県内では経済の沈滞を懸念する声が出始めており、地元企業としていち早く観光復興に取り組みむ必要性を感じていた。「震災でも桜はいつでもおり咲く」を掲げて募集したところ、ゴールデンウィーク期間中に約350人のお客様の参加があり、「買って応援」という気持ちからか、とても多くのお土産品を買っていただいたことが記憶に残っている。

ボランティアツアーも積極的に手掛けた。首都圏からの夜行バスを使った弾丸ツアーには2000人以上の参加があった。作業内容は、地元の社会福祉協議会などと調整しながら決めた。モルモン教会と専属契約を結び、世界中の教会から来日したボランティアの輸送を行い、現地とのコミュニケーションは英語ができる社員が対応に当たった。震災後2年間で、企業や団体も含め、国内外から延べ3万人の輸送を行った。私たちは、震災直後からしばらくの間は、当面の経済性を無視して住民の社会生活機能の復活に全力を挙げて対応したが、震災被害の大きさから、息

の長い取組が必要なことも明らかだった。そこで、ボランティアツアーでは、持続可能な取組とすべく参加者から会費を取るようにし、内容も、震災復旧の進捗に合わせ、がれき撤去などの作業ボランティアから、震災を学ぶスタディーツアーにシフトした。スタディーツアーにおいては、震災・防災および復興を学ぶ企業団体研修として、首都圏の企業・団体などから数多くの方に参加をいただいたしており、現在も継続している。

復旧から復興へ

震災後5年が経過し、ボランティアツアーなどは大幅に縮小した一方で、いまだに修学旅行やインバウンドには風評被害の影響がある。

最近、若い人からは「復旧ではなく「復興だ」という声を聞くことが増えた。実際、三陸は、自然景観や食などの素晴らしい資源を持つが、震災以前も十分に魅力を活かしていたとは言い難い。「復興」には、新しい取組、新しいターゲットにも積極的に挑戦しなければならないだろう。

そうした中、私は、外国人観光客の誘致に期待している。現在、岩手県にきている外国人は、台湾・タイなどからのリピーターが多いが、彼らは、いわゆる「観光地巡り」ではなく、より地元の普通の暮らしと一体となれるような旅への志向が徐々に強まっている。三陸

は、体験観光や食を通じて、こうした志向に応えられる地域だと考えている。例えば、三陸各地で行われている鮭のつかみ取りは、30年ほど前に国内客にはやったが、今では外国人の嗜好に合っているのではないか。また、吉浜アワビは東アジアでの知名度がとても高いが、体験観光と結びつけられないだろうか。

三陸の海産物は一つ一つのブランド力は一番でなくとも、種類が豊富で高品質なのが強みだ。例えば、三陸を束ねて「シーフード・パラダイス」と銘打てば、三陸の食の魅力効果を打ち出せるのではないか。

今後も、地元旅行会社・バス会社として三陸観光の復興に挑戦していきたい。(談)

聞き手：観光地域研究部 吉谷地裕



相馬 高広 (そうま たかひろ)

昭和35年生まれ。昭和53年に岩手県北自動車(株)に入社後、(株)岩手県北観光・盛岡支店長、営業部長、取締役を経て、平成22年より現職。平成27年よりインバウンド事業推進室室長を兼務。

福島県相馬市 宿泊業の試み

— 松川浦観光の昔と今と今後

3

松川浦観光旅館組合 組合長（丸三旅館）
 松川浦観光旅館組合（旅館いさみや）
 松川浦ガイドの会 会長（ホテルみなとや）
 松川浦ガイドの会 事務局（亀屋旅館）

管野 正三
 管野 尚
 管野 貴拓
 久田 浩之

震災前の松川浦観光

管野（正） 松川浦は砂洲に囲まれた細長い入り江で、浦の中に松の生えた大小の島がいくつもあり、「小松島」と呼ばれていました。江戸時代末期はそれらの島に塩田があり、塩を作っていました。その後、海苔の養殖が始まり、小さい島をどんどん削って養殖場を広げていきました。

観光業が本格的に始まったのは、約60年前です。浦の干潟で潮干狩りが始まり、風光明媚な景色もあって、観光客がたくさん来るようになり、兼業が多く、夏は民宿で観光客を受

け入れ、冬は海苔などの海産物で生計を立てていたところがほとんどでした。



丸三旅館
管野 正三（かんのしょうぞう）
 1961年生まれ。松川浦観光旅館組合の組合長として地域の旅館経営者の取組を牽引。松川浦の歴史や地理にも詳しく、自らもガイド活動。

管野（尚） うちも旅館をやる前は海の仕事をやっていた、曳船業やあさりや海苔をとっていました。そして、



旅館いさみや
管野 尚（かんの たかし）
 1951年生まれ。若手経営者の活動に対して年長者としてアドバイス。松川浦の漁業や干潟の生き物にも詳しく、自らもガイド活動。

農家もやるなど何でも屋でした。潮干狩りの日帰り客を大広間に入れて、みそ汁を食べさせたことをきっかけに宿泊にも力を入れるようになりました。

管野（貴） うちも旅館専業で、父が仲買の権利を持っていたので、魚を市場で直接買って仕込んで出していました。お客さんは山形・宮城・栃木といった近県からがほとんどです。おいしい魚を安く食べたいという方が来ていました。

管野（正） 管野（貴）さんのような専業旅館と、管野（尚）さんのような兼業旅館や民宿と二分化されていたんです。今、松川浦観光旅館組合には22軒加盟していますが潮干狩りがピークの1980年代、一番多い時には40軒以上ありました。当時、松川浦に面した旅館街は春の潮干狩りの季節になると、みんな軒先にお休み処を作り、魚やイカなどを浜焼きでお客さんに出して、すごく賑わいました。

大きな分岐点になったのは、1994年（平成6年）に相馬市に新地火力発電所ができたことです。火力発電所関連のビジネス客や作業員で旅館や民宿が一気に潤って、松

川浦はまさにバブルでした。

管野(尚) その少し前に海苔の値段が暴落したんです。漁業では食っていけないと思い、ちよほど火力発電所ができてお客が増えたので、旅館業に頭を切り替えました。それから、平日は火力発電所関係のビジネス客、土日は観光客という形で受け入れてきました。

久田 うちももともとは半分漁業、半分旅館でしたが、海苔の値段が暴落した時に旅館業に完全にシフトし、火力発電所関連のビジネス客と観光客を両方受け入れるようになりました。**管野(正)** それまではせいぜい長くても2〜3泊だったのに、火力発電所のビジネス客は1〜2週間、1カ月もいるわけです。長期滞在も受け入れられるようになり、ビジネス客を泊める宿と、観光客だけの宿というすみ分けが生まれました。

観光的に見ると相馬市にとって一番ウエートが大きい市場は宮城県です。宮城県では「旨い魚を食べるなら松川浦」という知名度が高く、仙台空港周辺の大きい企業は志・新年会を松川浦でやっていましたし、近隣の農村部からも農閑期の会合や慰労会などでよく来ていました。しかし不

ホテルみなとや

管野 貴拓 (かんの たかひろ)

1976年生まれ。松川浦ガイドの会の会長として活動を推進。旅館や飲食店の若手経営者のまとめ役としても奮闘中。会計事務所勤務を経て、震災以前に父が経営する旅館業に転身。



景気を迎え、そういう会合が毎年右肩下がりとなり、これ以上下がったらどうなるかという状況だったところに、東日本大震災が起きました。

震災直後〜営業再開まで

久田 うちには建物が少し高い場所にあつたので、震災の時は奇跡的に床下浸水だけで済みました。2週間ほど山形に避難して帰ってきて、4月中旬くらいから片付け始めました。固定電話がまだ使えませんが、たまたま携帯電話に転送をかけたままだったので、突然携帯に電話がかかってきたんです。相馬市から依頼

亀屋旅館

久田 浩之 (ひさた ひろゆき)

1982年生まれ。松川浦ガイドの会の事務局として活動の広報や庶務を担当。震災後に一度介護関連の職に就くも、家業の旅館を手伝うため地元に戻る。



を受けた仮設住宅の建築業者から「40人くらいで早急に、そちらに泊まれないか」と。

まだ、ライフラインが復旧しておらず、水も出ないし、電気もガスもない。お風呂にも入れない。それでもいいから泊まりたいと。多分、宿泊施設リストを見て片っ端から電話かけていって、たまたま電話が通じたのがうちだったんだと思います。

それで泊めたんですが、冷蔵庫のものは腐っているし、当然出せる料理もないんです。灯油はあつたので、石油ストーブでお湯を沸かして救済物資のカップラーメンを出し、トイレは風呂場の水を汲んで流しました。

その人たちはかなり長期で滞在しました。

管野(尚) うちも別の町に避難したけど、3月下旬に戻ってきました。もともと大工だから自分で直し始めました。全部自分でやろうと思いましたが、1カ月ほど家族で頑張ったけど、全然駄目でした。その後にボランティアが入ってくれて、1階に入り込んでいた泥や残材を全部さらってもらい、6月には復旧できました。

最初はとりあえず建物を直すだけで、しばらく休んでから営業再開しようと思っていたけど、すぐ作業関係の人から予約が入ってきたんです。「車の中で寝ているが足を伸ばしたい。素泊まりでいいから」ということで。客室は全然問題なかったんですが、シャワーが動かなかった。何とか水が出るようにして、最初は2〜3人から受け入れられました。

管野(正) 原発が止まって火力発電所を動かさなきゃいけないということになり、復旧作業の人たちが一気にたくさん来たんです。泊まる場所がないということで、泊まれる宿からどんどん埋まっていきました。

管野(貴) うちには2011年(平成23年)の10月に駄目でもともと、と

いう気持ちで借金して営業を再開しました。最初に泊まったのは、やはり火力発電所を直しに来たお客さんです。それから2年ほどは、盆正月くらいしか帰らない長期滞在の作業関係のお客さんが泊まっていました。

管野(正) うちは2012年(平成24年)1月に再開しました。工事関係のお客さんは松川浦にとって、一つの足掛かりにはなっただんじやないでしょうか。松川浦では、震災でやめた旅館は5軒です。後継者がいなくてやめるつもりだったのに、復旧工事のお客さんが来たのでやめずに残った民宿もあります。

管野(尚) 震災の後、観光はもう終わりだと思いましたね。旅館もみんなやめるつもりだったと思います。

管野(貴) 最初は作業関係のお客さんに「ずっといてくれ」という気持ちでした。原発の問題もあって、観光のお客さんと呼ぼうという気持ちも全然なくて。2年くらいはそんな感じでしたね。

久田 うちは早い時期から作業関係のお客さんを入れていましたが、早い段階でいなくなるだろうと思っていました。とにかく何か稼がないといけないと思いい、旅館は親にまかせて、

自分は介護関係の仕事に就職したんです。2011年4月〜7月までそこで働いていたんですが、旅館のお客さんがいなくなるどころか増えてきて、親から「忙しくて体がもたないから帰ってこい」と言われてその仕事を辞めて戻り、今に至ります。

復興の補助金申請で地域が二つに

管野(正) やがて復興のため、各方面からいろいろな支援や団体が松川浦に入ってきました。我々はそれまで何も手につかない状態でしたが、そういうお話をいただいて、何かしないと駄目だと思うようになり、できることから一つずつ進めていきました。とにかく、来たものを受けて何かをするという状態でした。しかし、そういうことを体験することで、ファイトが湧きますよね。環境省の復興エコツアーリズム推進モデル事業の対象地域にも選定していただき、エコツアーを企画したりしました。小さなともしびのような希望ですが、こういうことをきっかけに観光のお客さんが来るかもしれないという気にはなりました。

本格的に「火がついた」と感じたのは、2011年の8月に持ち上がった復興の補助金制度の話です。建物を直すのに4分の3の補助が出るのですが、一軒一軒では申請できず、地域性を持ったグループでの申請が条件でした。

管野(貴) 申請の締め切りまで2〜3週間しかなかったんです。旅館組合などの既存の団体では駄目で、この松川浦というエリアで旅館も飲食店も土産物屋も一緒に頑張ろうというグループを新たに作る事が条件でした。

管野(正) 旅館組合を核として希望者を募り、「松川浦観光復興グループ」を立ち上げました。参加したのは旅館18軒、飲食店・土産物屋9軒の合計27軒です。若手の人たちがパソコンで調べたり、県庁に話を聞きに行ったりと、頑張ってくれたおかげで、1回で審査に通りました。みんな借金があつて家が流されて、二重債務を抱えていますから、この補助金はすごくありがたかったです。
管野(尚) あの補助金があつたから今があると思います。でない、松川浦の旅館は今の半分も残っていないと思う。後継者もおらず、建物が

古いところは泣き寝入りで終わったと思いますよ。
管野(貴) その補助金が出るなら、片付けてやり直すという旅館や土産物屋、飲食店が結構あつたんです。
管野(正) あれが本当の復興の出発でしたね。「がんばろう」という気持ちに拍車が掛かりました。

震災で失った季節感

管野(正) 松川浦は毎年4月1日が潮干狩りの解禁日です。子どもの頃は潮干狩りが始まると「春が来たんだな」と感じ、土用波が立つと「夏もそろそろ終わりだな」と感じていました。浦で海苔の作業が始まると、ああ秋になったんだなと、子どもながらに季節感をそういう形で感じていました。

震災から5年経とうとしています。私は四季の感覚がまるっきりなくなりました。60年前にできたそういう四季のサイクルが、震災で全てゼロになったんです。だから桜が咲こうが、夏にかんかん照りになろうが、四季の感覚はないですね。

管野(貴) 私は旅館に来るお客さんで、四季を感じていました。「海水浴

のお客さんが来れば夏が来たな」「農閑期の団体旅行とか老人クラブが来たらああ秋だな」「ズワイガニがとれる頃になると、冬の忙しい時期が来た」という感じで。

今は月曜に来て金曜に帰る作業関係のお客さんがほとんどなので、土日以外は「今日は何曜日だっけ」みたいな感覚です。

スポーツツーリズムを 観光の新たな柱に

管野(正) それでも落ち着いてくると、改めてこの観光業は何が柱になるのかと考えるようになりました。今までは、地元の魚介類が売りだったけど放射能問題で駄目、シンボルの松は津波をかぶって枯れてしまい風景も駄目という中で、違う形でお客を呼ばないといけない。相馬市はこれからはスポーツツーリズムに力を入れることにし、サッカー場やソフボール場を整備して合宿客などを受け入れようという話が出たのが2013年(平成25年)頃です。

管野(貴) スポーツツーリズムは今、外部からお客さんを呼ぶ柱ですね。施設使用料をかなり安く設定してい

ます。関東圏でも営業していますが、県内や東北からの利用が多いです。

管野(正) でも、学生相手だから週末に限られるんです。ウィークデーをどうするかをこれから考えないといけない。春、夏、冬休みに大学生の合宿客も入れたいと思っています。

管野(貴) ただ今は作業員で宿はどこもいっぱい、セールスを一生懸命しても泊まる場所がないんです。あとは、今までに比べて客単価が安いことですね。

魚については、相馬双葉漁協で海域や魚種を限定し、国の定めた基準値よりさらに厳しい自主基準を設定して2012年から試験操業を始めました。少しずつとれる魚種は増え、今は70種くらいになっていますが、とれる量が少なく我々が使えるのは10種類もありません。

大きなハードルは2つあって、まず漁業の本操業ができるのか。本操業が始まったとしても、買ってこれて値がつくのか。その2つがクリアにならないと、お客さんと呼ぶ材料にはできません。我々が魚でメシが食えるようになるのはいつになるか、本当に分からないという気持ちはあります。

必要なのは細く長い支援

管野(正) 今、国や県や市が、一般観光客向けに旅行費用を半額補助するクーポンを出していますよね。奥尻島も阪神・淡路も、災害後の5年間は国の補助がたくさん出て、市や町全てが潤ったけど、終わるとみんな干上がって、観光地は閉古鳥が鳴く状態になったと聞いています。今までそういう事例があるなら、お金をストックしておき、そうした支援は本当にお客さんがいなくなった時まで取っておいてほしいと思います。

同じ福島県の中でも状況がそれぞれ違います。中通りや会津地方は風評被害でお客さんが来ないので、この2地域はまさに今、補助金を使ってもお客さんを呼びたいだろうと思います。

我々の場合は復興工事のお客さんがいるので、今はそんなに困っていないけど、そういうお客さんはいつになくなるか分からない。明日から突然みんな引き上げる可能性もあるわけです。全くお客さんがいなくなつた時こそ、どうしたら人がこの地域に来るようになるかを考えて支援してもらえたい方がありがたいですね。

管野(貴) 細くてもいいから長い支援が必要です。被災地といっても全部同じではなくて、特に福島県は地域によって事情が違うので、いろんな支援の仕方があっていいと思います。

今の松川浦の宿は皆、稼働率100%に近く、兼業旅館は前より売り上げが増えていますが、旅館一本でやってきたところは客単価が下がり、震災前の売り上げには届いていません。今は補助金で維持している感じですが、それが終わったらどうなるのか心配です。

管野(尚) 我々の復興は、作業で泊まっている人たちがいなくなった後からですからね。

震災前の状態に 戻すことが「復興」か

管野(正) 復興は震災前の状態に戻すことだとよく言われますが、単に元に戻すのではなく、50年、100年先を見てやってほしい。防災もちろんん大事ですが、松川浦は道路から海が見える景観をつくるなど、観光地としてのまちのつくり方があるだろうと思います。

管野(貴) 「松川浦観光振興グループ」で、観光地としてこういうふうな復興・工事をしてほしいという青写真を行政に提案したんです。文章より、絵にしたほうが分かりやすいだろうということ、イラストレーターに我々がお金を払って描いてもらいました。

管野(正) でも、行政にはなかなか響きませんでしたね。次世代を担う若い人たちの発想が必要だと思うのに、会議も年齢の高い「有識者」の発言が優先されがちです。

久田 いろいろな会議があつて若手は若手なりにいくつかに参加しています、一人ひとりに意見を聞いたきりになることが多いです。自分はサーフィンをスポーツをいろいろやっていて、その経験から、サーフィンの集客力についてを話すのですが、なかなか伝わりません。

管野(貴) 震災で浦と外海を隔てた堤防が一部壊れたことで、新しい砂がたくさん入り、浦の中でアサリの稚貝がすごく増えたんです。堤防の修理が必要なのは分かるけど、水門をつけて海水が交流するようにしてはどうかと提案しました。

管野(正) 震災前は、ここの港の魚

の水揚げ高と松川浦に来る観光客が落とす金額を比較すると、漁獲高のほうが数段上回っていたんです。砂が浦に入ると船が座礁するから、入らないように堤防をどんどん延ばしていったんですね。

外海から浦に砂が入ってきていた時は魚介類も多かったんですが、今は海水が循環しづらくなり、浦の底の様子も変わってきています。漁業が前と同じくらい復活するか分からないことも考えると、復興の過程で生態系にも配慮した工事をしてくれれば、自然環境と観光の両面でメリットがあるのではと思いますね。

今後に向けて

管野(正) 松川浦環境公園が「みちのく潮風トレイル」(特集5参照)の起点になったのは、観光の一つの目玉だと思えます。生かすも殺すも今後次第ですが、活用していかないといけないと思います。

管野(貴) みちのく潮風トレイルについては会議が開かれたり、看板を立てたりと、地元の中に動きが出てきています。福島県でルートに入っている市町村は相馬市と新地町だけ

なので、自治体を越えて協力しようという話も出ています。

久田 今後、復興工事などのお客さんは必ずいなくなり、その後は自分たちで集客していかないといけない。スポーツツーリズム、エコツーリズム、みちのく潮風トレイルなど、ある素材を全部使って、組み合わせる素材を全部使って、組み合わせる集客していく必要があると思います。

管野(尚) 今のところは作業員の人たちで売り上げが確保されているけど、松川浦の観光については今、ずっと冬眠しているような状態です。作業員がいなくなった時がゼロからの始まりです。ここは食と自然で売ってきたところです。自然はある程度壊れても復旧できるけど、やはり食で頑張っていけないと。それには旅館だけでなく、商店街にも頑張ってもらって、漁業が復活して売れるものができた時に、商店街でお客様が物を買ってくれるようにしないといけない。

管野(貴) 不安はありますがいいこともあって、環境省の事業で始めたエコツーリズムなどは、「旨い魚を食べさせていれば人が来る」という今までの考えをひっくり返してくれました。これがよかった。うちの旅館

は船を持ってないので、モニターツアーの時、この年で初めて海に出て知った魅力もありました。そういう経験を通して宿屋のおやじとしてのスキルが上がりました。お客さんの楽しませ方は前よりも自信があります。

今までは我々旅館だけで「観光地を何とかしなきゃ」と思っていました。震災後は自分が住んでいる所を何とかしなきゃという考えがある人とながる機会も増えました。今まで漁師さんとのつながりもなく、ただ魚を買うだけでしたが、魚の旨さをどう伝えるかを考えるきっかけにもなりました。おいしい野菜や卵を作っている人など、横のつながりが増えてきて、いろいろなところで頑張っている人に会いやすくなったと思います。

管野(正) これからは旅館組合や商店街だけでなく、地元を好きな人、相馬や松川浦を何とかしたい人で力を合わせて頑張っていけば、今までは違ったりもできると思います。光が見えてきているような気がします。

聞き手：観光地域研究部 寺崎竜雄

菅野正洋

取材協力：井上理江

自然と文化と人のふれあい

NPO法人松川浦ふれあいサポート 事務局長

佐藤 邦房

福島県相馬市松川浦環境公園の指定

管理者として、周辺の環境保全と環境教育の活動を柱にしています。2012年度(平成24年度)から、松川浦環境公園の近くにある大森山をフィールドとして「山学校」を開催しています。これは主に市内の小中学生の親子約20組を対象として、自然の中で木登りや木の葉の種類当て、ターザンごっこなどの遊びを行うものです。

また2015年度(平成27年度)には松川浦の干潟観察会や植物探索会も開催しました。こちらも主に市内から数十人の親子に参加いただきました。

東日本大震災以後、家族のあり方や親子の関係が変わってきています。また、親御さんの側に地域の食材を食べなくなったり、外で子どもを遊ばせなくなったりといった姿が見られます。そういった現状を見直してもらうため、実施している活動は全て親子での参加を前提としています。

浦の魅力伝える

松川浦の干潟観察会では、環境省の復興エコツアーリズム推進モデル事業でガイドとしての研鑽を積んだ旅館経営者の皆さん(菅野尚さん、菅野貴拓さん、久田浩之さん)に講師を依頼しました。4年間にわたり能力向上に努めてきたので、その成果を生かして産業として根づかせてほしいと考えています。そのため、今回の依頼にあたってプロのガイドとして依頼し、日当も支払いました。菅野尚さんは2週間も前から準備をしてくれて、参加者にも喜ばれていたと思います。また、観察会の1週間前には、干潟の底生生物の生態が専門の東北大学の鈴木孝男先生をお招きして講演会を開催し、研究者から学ぶ場も提供しています。

旅館の皆さんにもガイドとして自信がついてきているように感じます。その意味では大変感謝しています。この観察会は来年度以降も継続したいと考えています。

また、宿泊付きで実施できるかも検討したいです。現在松川浦の旅館は工事関係者の受入が主ですが、一般の観光客も泊まれるようになってほしいと思います。そのためきつかけとなればよいと考えています。

2015年度の植物探索会は1回だけの開催でしたが、松川浦には四季それぞれの花が咲きます。また松川浦の自然が津波でどのような影響を受けたのかといった点を捉え直す内容にしたとしても考えているので、年間3回程度は開催できるとよいと考えています。

NPOとしての活動も今後は旅館などの観光産業と積極的に連携を図っていきたくですし、その際には、市内だけでなく、広域で考える必要があると思います。

また、整備が進んでいるみちのく潮風トレイルとも連携していけると考えています。3月末にトレイル整備に係る事業の一環としてウォーキングイベントが開催されました。もちろん私たちも協力しましたし、松川浦の旅館の皆さんにも協力してもらいました。

歴史や文化とともに

松川浦などの貴重な自然と同時に、

相馬市には野馬追^{のまおい}など歴史や文化に関する資源も数多くあります。自分でも野馬追の騎馬武者の衣装に欠かせない「わらじ」作りの活動にも関わっているで、今後はそういった魅力も打ち出していきたいと思っています。

エコツアーは自然を守りながら学ぶ機会を提供する手段としてはとても優れていると考えています。ただ、旅館の皆さんだけの取り組みだと、どうしても商売としてやっているというイメージが前面に出やすく、公的な支援も受けにくいと思います。その点、当団体のような公的な役割を帯びた団体に関わることで、社会性もアピールできるのではないのでしょうか。その意味でも今後も連携を図っていきたくと思います。(談)

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋



漁業と観光復興

相馬双葉漁業協同組合 青壮年部 部長
沖合底曳網漁船 清昭丸 船主

菊地 基文

震災前、福島県・相馬の沖合底曳網漁は、漁獲量もあり魚種も豊富で、市場から高い評価を受けていた。相馬の漁師には20代から40代の若手・中堅も多く、後継者に恵まれている。自分は、家業の底曳網漁を引き継ぎ約20年、相馬の海とともに生きてきた。

地震発生時、自分は港近くで荷積み作業中だったが、突然の強い揺れに大津波が来ると直感し、近くにいた母ちゃんと姪っ子、社員を連れて高台に避難し、身を寄せた親戚宅で被災の現状を知った。しばらくは、船のことも、会社のことも、何も考えられなかった。近所の人、お世話になった人、その生死が分からなかった。一方で、その晩家族に新しい命が誕生。あつたまグッチャグチャ、ともかく目の前の命のことだけを考えた。翌日、福島第一原発が爆発。家族を遠方の親戚に預け、家族と相馬を行き来する日々が続いた。

漁業は基幹産業、魚は血液

2012年（平成24年）6月の試験操業開始までの間は、いろいろと勉強も

した。同年10月には、まず自然エネルギーの地域への普及などを行う「NPPO 法人そうまグリーンアーク」を設立。「原発反対」と叫ぶだけでなく、自分たちには何ができるかを考えた。活動資金も自分たちで稼ぐと決めた。そのため、仲買人の仲間と試行錯誤して作り上げたのが、「どんこ肝つみれ」だった。

震災前、どんこは毎晩食卓に上がるポピュラーな魚だった。水揚げできない現実には、食文化が失われていく、他港から仕入れても、相馬の食文化を守りたいと思った。どんこ肝つみれを手掛けた背景には、本操業を迎えてもかつての魚価で取引できるのかとの不安もあった。鮮魚・活魚でやってきた相馬の漁業も、これからは水産加工に目を向けていく必要性を感じていた。二束三文のどんこが、加工品となり価値が上がった。豊富な魚種が相馬の強み、勝負できる素材はたくさんある。

相馬の基幹産業は漁業。仲買人は魚を中央市場で売り、観光業者は旬の魚で客を呼び込み、生計を立てていた。

相馬にとって魚は血液、魚が回らないと地域経済が成り立たない。

どんこよりも

「そうま」がやるべきじゃないか

『そうま食べる通信』創刊のきっかけは、自分が『東北食べる通信』（2013年9月号）に生産者として掲載されたこと。「生産者と消費者の絆を取り戻し、よりよい未来を築く」との考え方に触れ、相馬でもやりたいとずっと思っていた。

2014年（平成26年）11月、共感

して集まった仲間の一人が発した、「どんこよりも『そうま』がやるべきじゃないか」との二言が、創刊を決定づけた。

『そうま食べる通信』では、農業や漁業など生産者の生き方や食に対する想いを取材した「特集記事」と付録として「食材」を消費者（購読者）に届けている。生産者と消費者をつなぐ新しいコミュニティを創っていききたい。SNSでやりとりしたり、消費者が生産現場を訪ねたり、生産者が都内の収穫祭に出店したり、行ったり来たり親戚のような付き合いを大事にしている。福島県産の食べ物には、人それぞれの判断があつていい。ただ、俺たちは、食べ物を育て収穫する現場を見て、感じて、判断してもらいたいと思っている。

人とのつながりを楽しむ観光を

風景を見たり、おいしいものを食べ

たりするだけじゃなく、観光でも人とのつながりを楽しんでもらいたい。「あの人が会いたい。遊びに行きたい」、そんな観光があつてもいい。

これまで、漁業者と観光業者との接点は魚の取引くらいだったが、震災後は、菅野貴拓君（ホテルみなとや）らと、相馬で楽しむ体験の企画を考える機会も増えてきた。貴拓君とは考え方が近い。腐れ縁かな、飲む回数が多くなっている（笑）。

震災はターニングポイント

震災で失ったものも多いが、四の五の言っても仕方ない。これまでできなかったことにチャレンジできる、震災はターニングポイントだった。

やりたいことは、まだまだたくさんある。危険と隣り合わせ、仮眠しかできない船の上よりは、何をするにしても楽だと思っているから。（談）

（きくち もとふみ）

聞き手：観光地域研究部 吉澤清良



岩手県山田町の観光計画づくり

4

住民参加の観光復興

岩手県山田町 前水産商工課長

甲斐谷 芳一

三十数年の役所勤めで、半分は水産行政を、もう半分は商工観光や税務、財政、水道を担当してきた。実は、入庁して初めての職場は今と同じ水産商工課、後に商工観光課に異動で、観光行政の担当だった。数十年の時を経て、くしくもこのタイミングで関わることになった観光復興には、特別な強い思い入れを持っている。

山田町の概要

私の住む、岩手県下閉伊郡山田町は、岩手県の沿岸部陸中海岸のほぼ中央に位置し、北上山地が太平洋に沈降する典型的なりアス式海岸と、山田湾、船越湾の二つの湾が特徴的な地域である。その一部地域は三陸復興国立公園に指定されており、壁岩磯、赤松などの海岸性原生自然の景観に優れ、学術的にも価値が高い。

また、豊かな漁業資源に恵まれており、波が静かな山田湾と船越湾は好漁場・漁港となっている。カキ、イカ、アワビ、ウニ、ホタテ、ワカメ、サ

ケなどを収穫する水産業が営まれている。山田湾に広がる養殖筏の風景は山田のシンボルであり、多くの町民が思い起こすふるさとの原風景ともなっている。

人口は1万6592人（2015年4月1日現在）、1980年代から減少傾向にあったが、2011年（平成23年）以降の減少は、「東日本大震災」（以下、震災）の影響によるところも大きい（図）。

山田町に生まれて

私は、山田町の漁家に長男として生を受け、山田の海や山、歴史や文

化に親しみ、それらを慈しみながら、五十数年間、ずっとこの地で暮らしてきた。漁家に生まれ育ったことで、イカ漁やサケの定置網漁業、カキやホタテ養殖漁業の最盛期の様子を間近で見ってきたが、第一次産業は次第に低迷し、それと歩調を合わせるかのように、町は賑やかさを失っていた。

私が役場に就職した1979年（昭和54年）、漁業の将来は見通せないままではあったが、町にはまだ活気があり、観光船による船越半島巡りや国民宿舎「タブの木荘」などは、大勢の観光客で賑わいを見せていた。

山田町の観光の変遷

山田町の観光は、夏季を中心に、昭和40年代は、観光船からの船越半島や重茂半島の海岸美の探勝、オランダ島、荒神、前須賀での海水浴小谷島でのキャンプなどで賑わっていた。国民宿舎は多くの団体客に利用されていた。

その後、団体旅行の減少、個人グループ客の増加、観光や旅行に対する価値観の変化などを受けて、山田の観光も大きく変化してきた。観光事業は、需要に左右されやすく、利用者の減少により観光船は運航中止、国民宿舎は閉鎖となった。

図 岩手県山田町の概要



資料：岩手県人口移動報告年報、平成22年国勢調査、岩手県観光統計および山田町資料、山田町観光協会ウェブサイトなど

代わって、浦の浜地区を拠点に、アウトドア施設の「船越家族旅行村」や、遊園地「マリパーク山田」「鯨と海の科学館」「道の駅やまだ」を整備していくと、観光客数も増加していった。しかし、「マリパーク山田」は利用者の減少による収益の悪化を受けて、1999年(平成11年)に閉園となった。被災して休館中の「鯨と海の科学館」も厳しい経営が続いていた。

一方で、「ビーチフェスティバル」や「花火大会」「鮭まつり」「アサリまつり」「カキまつり」などのイベントは、企画や告知にさまざまな工夫を凝らしたことから年々参加者も増加し、大きな盛り上がりを見せ、誘客の目玉となっていた。こうしたイベントは、山田町観光協会を中心に、役場、漁協、商工会、道の駅など主要な団体が一体となって、町を活気づけようと取り組んで

きた。山田は小さい町なので、皆で取り組みざるを得ない事情もあるが、連帯した取組は、今後さらに重要になる。

2011年3月11日、3月議会最終日、14時46分、想像を絶する出来事が起こる。三陸沖を震源として

失われていく、ふるさと山田

「東北地方太平洋沖地震」が発生し、その後の大津波と相まって、東北から関東にかけての東日本一帯が甚大な被害を受けることになった。

山田町にも、大きな地震と大津波が襲ってきた。震度は5弱、15時22分頃には山田湾に津波が到達した。津波の推定の高さは8～10m、^{そじょう}遡上高は最大25mにまで及んだ。台風風の、それとも違う想定をはるかに超えたバケモノだった。各地で防潮堤が倒壊し、多くの建物や道路が流出・崩壊した。

山田地区では大規模な火災も広がった。がれきによって道路が寸断され、地震の影響で水道も停止したため、消火活動が十分に行えないまま、JR陸中山田駅を中心とする市街地は広範囲にわたって焼失した。地震、津波、火災により、800人を超える多くの方々が犠牲になった。私自身、母を亡くし、自宅をなくした。翌々日、町を歩くと、まるで映画の大規模なセットにでも入り込んだかのような、不思議な光景が広がっていた。まるで夢を見ているかのようなだった。地震、津波、火災が、

山田から多くの大切なものを奪っていった。

山田の観光復興を 考える

被災時、私は水道事業を担当しており、全壊した「ライフライン」の復旧に、全力で取り組んでいた。町（行政）で最初にすべきは、行方不明者の捜索であり、道路の確保であり、がれきの処理、避難所の開



カキの養殖棚

設・運営だった。これまで誰も経験したことのない状況に、現場は混乱に混乱を極めていたのを鮮明に覚えている。

水道管の復旧を何とか成し遂げ、現在の部署に異動となり、水産業の復旧を手掛けることになった。水産業の復旧、まずは「漁業」、水揚げを再生することにこだわった。次は「流通」、市場、水産加工場の再開を急いだ。この間、被災した商工業の方々には仮施設で営業を再開し、次に備えていただいている。

さまざまな業務を通じて、各地からの派遣職員や民間企業の方と話す機会が増えていく中で、震災前には気づかなかった町の魅力に気づかされることも多かった。特に「山田湾とオランダ島」の景色は、誰もが高く評価してくださった。小さい頃から普通に眺めていた、丸い穏やかな湾とそこに浮かぶオランダ島から、大きな勇気をもたらしたような気がした。

町が比較的落ち着きを取

り戻した2014年（平成26年）、観光復興にも本格的に取り組まなければと考えていたちょうどその頃、町長からも同様のご指示をいただいた。

2012年度（平成24年度）後半から環境省の支援を受けて、エコツーリズム推進の検討会を組織していたこともあり、さらなる観光復興に向けた大きな議論を展開していく素地は整っていた。これまで以上に、官民一体となった住民参加の観光まちづくりに取り組み機運は高まりつつあったと感じている。

ビジョンの策定で こだわったこと

震災後の観光を復興し、産業として再生するためにはしっかりとビジョンが必要だと考えた。改めて現状を見つめ、新たな未来を創っていくためには、町内外の方々に訴える理由付けが必要だった。



山田湾に浮かぶオランダ島

説得力のあるビジョン、あるいは「〇〇計画」とは何だろう、震災前はどんな計画を作ってきただろうか。コンサルタントに資料を提供し、彼らの知見や経験でまとめられた、可もなく不可もない計画ではなかったか。自問自答を繰り返し、一つの結論にたどり着いた。

「観光復興ビジョン」は、行政とコンサルタントではなく、観光まちづくりに関わる当事者が、現場の目線で語り、作り上げていくことで、

仮に内容や表現が十分なものではなかったとしても、説得力のある、価値ある計画となる。皆で作りに上げていく過程で、町の魅力に気づき、山田の観光の歩むべき方向を議論し、観光復興の実現のために何をすべきかを検討していったほしい。策定の過程が人づくりにもつながるような取組にしたいとの想いもあった。

多種・類似の計画策定案件では、行政に、〇〇団体の代表や有識者などを招集して会合を開催することが多いが、今回は、今後の観光復興で重要な役割を担う、若手や中堅、女性を中心に、「策定ワーキング委員会」委員にご就任いただいた。「自然・エコツーリズム体験型観光」「物産」「グルメ・宿泊」の各分野で、次代の山田観光を担うさまざまなメンバーが集まった。これまであまり表には出てこなかった方、初めてお会いする方などいろいろあって、大きな喜びを感じ、「ひとつづくり」に期待を抱いた。



「山田町観光復興ビジョン」策定ワーキング委員会の様子

2015年（平成27年）5月19日、「山田町観光復興ビジョン策定委員会」からの付託を受けて、「策定ワーキング委員会」は、約1年間、ワーキング会議を全7回、専門部会を全15回開催し、「山田町観光復興ビジョン」の方針ならびに具体的内容について、濃密な議論を重ねてきた。行政はメンバーを集め、場を設定するだけで、議論には基本的に口を挟まなかった。進行は、今回のミッションのパートナー（公益財団法人）

日本交通公社にお任せした。ただし、観光関係者をはじめとしたメンバーの生の声を聞かせたいと思い、私をはじめ職員は可能な限り会議に同席させるようにした。

山田プライドを礎に 前進

2016年（平成28年）2月19日、「山田町観光復興ビジョン策定委員会」において、策定ワーキング委員会委員長の沼崎真也氏（山田町観光協会事務局長）より、答申が行われた。

皆で考えに考え抜いた「観光復興

山田プライド

我らがふるさと山田の、自然や暮らし・文化、地場産業の魅力を、町民一人ひとりが自信を持って伝えることで、町内外の交流を創出する観光を目指します。

ビジョン」。そして、多くの時間を割いてこだわった山田町の将来目標像（ビジョン）は、「山田プライド」。「山田町民」に向けた言葉であり、町民が覚えやすく日常的に使えるなどの複合的な観点から選定された。

「観光復興ビジョン」には、今回の検討体制をベースとした、行政、民間事業者、町民などが参画し、協働で目標実現に向けた取組体制も記載されている。

引き続き、官民一体となった住民参加の観光まちづくりに強力に取り組み、震災前よりも魅力ある地域を創り出し、山田の観光復興を成し遂げたい。

（かいたに よしかず）



甲斐谷 芳一（かいたに よしかず）

山田町国保介護課長。1979年（昭和54年）6月、山田町役場入職。2008年（平成20年）4月水道事業所（係長）、2011年（平成23年）7月水産商工課水産チームリーダー（課長補佐）、2013年（平成25年）4月水産商工課長を経て現在に至る。

何気ない風景や町の匂い・人の交流を大切に 山田町観光協会の取組

一般社団法人山田町観光協会 事務局長

沼崎 真也

山田町へのUターン

私は岩手県山田町で生まれ、県外で進学・就職した後、36歳の時に山田町に戻ってきた。当時の観光協会事務局長に飲食店経験を買われてカキ小屋の運営に関わったことを皮切りに、イベント運営や、海水浴場での出店対応など、観光協会の業務に幅広く関わってきた。2015年（平成27年）7月から事務局長を務めている。

震災からの復旧

震災後は、あまりの被害の大きさに、もう観光協会の仕事はないものだと思っていた。しかし、道の駅で情報発信を続けている職員がおり、こんな時でも観光協会が機能するのかと驚き、職場復帰を決めた。復帰すると、観光施設や協会事務所の泥かき、鯨と海の科学館の収蔵資料の選別、ボランティアの作業の割り振りなど、やるべきことが山積していた。電気が通っていないため、朝から作業をして日が落ちたら解散という日々が長く続き、事務所機能が復活したのは9月ぐらいからだっ

たと思う。

町内の観光施設の復旧はカキ小屋が最初で2011年（平成23年）10月29日に再開した。主にボランティアの人たちや支援に来ていた行政関係者、震災前からの常連のお客様で賑わった。

その後、2012年（平成24年）4月に「船越家族旅行村」が再開、2013年（平成25年）4月に「観光物産館」と「と」が開業、2015年（平成27年）3月に「鯨と海の科学館」の躯体復旧工事が完了した。その間、町内では数多くの復興イベントが催され、町外からもイベントに招待していただくなど、多くの人の力で、着実に復旧が進められてきた。

震災後の町の雰囲気の変化

山田町では過疎・高齢化や産業の縮小が進む中、停滞感が漂い、新しいことに挑戦しても無駄だ、出る杭は打たれるといった雰囲気があった。

しかし、震災後は、新しいことをやれる土壌が生まれたというか、雰囲気は少し軽くなったように感じる。これは、各種支援の情報が得られやすくなったことが大きい。新しいことに興味

がある人に、周りの人が声をかけて情報提供するようになった。そのせいか、表舞台に新しい人が出てくるようになったし、復興イベントや観光商品づくりなどの取組を通じて、人のつながりにも広がりが出てきたようにも感じる。私たちは震災で多くのものを失ったが、震災からの復旧の中で生まれたものもあったのではないかと思う。

山田プライドに込めたメッセージ

2015年度（平成27年度）、町の「観光復興ビジョン」策定にWG委員長として参加した。町の観光の将来目標像は「山田プライド」に決まった。観光らしくない内向きな言葉だが、有名観光地ではない山田に観光客を呼ぶには、町民の「気の持ち方」が大事だと考えた。

山田町民は、謙遜して「こんな辺鄙なところに来て何もねえよ」と言いがちだが、本当に卑下してしまえば誰も来ない。でも、何か一つでも自分がおいしいと思っているものを伝えられるとか、見せたい浜辺を一つ言えるとか、そういうことから本人の意識が変わると思うし、その人の熱は観光客にも伝わるはずだ。

これからの山田の観光を想う

震災後、町を想う人が増えたと感じる。私も、失って初めてその価値に気づいたのかもしれない。

例えば、町中に漂う潮の匂い。震災

前は中小の水産加工場が集積し、今よりもずっと匂いが強かった。出張帰りにこの匂いを嗅ぐと「山田に帰ってきた」と感じさせられた。

豆腐屋のような日常の食生活の店がある風景も魅力だった。作り手と買手が直接顔を合わせていたから、商品だけでなく、作り手の色・個性や魅力も伝わっていたと思う。

私たちの町が、観光に取り組み上で大切にしなければならぬのは、こうした日常の何気ない風景や町の匂い、暮らす人と訪れる人の顔と顔を突き合わせた交流なのだと思う。

今後も、山田町の観光復興に向けて尽力していきたい。（談）

（ぬまざき しんや）

聞き手：観光地域研究部 吉谷地裕



沼崎 真也（ぬまざき しんや）

1973年（昭和48年）岩手県山田町生まれ。東京で飲食店勤務の後、36歳で山田町にUターンし、観光協会に勤務。2015年（平成27年）7月より現職。復興かき小屋、観光物産館「とつと」の運営をはじめ、各種イベントの企画運営にも携わる。

山田人としての誇りを持つて 道の駅の取組

山田町特産品販売協同組合 道の駅やまだ副支配人 豊間根 仁

岩手県下、多くの自治体の公社方式とは対照的に、山田町では民間が中心となり、水産業、農業、商業者の約40人が出資して、1999年（平成11年）に「山田町特産品販売協同組合」を設立し、「道の駅やまだ」を運営している。

道の駅やまだは、町の中心市街地から国道45号を南に下った船越地区の高台にあり、山田で取れた農産物や水産物、加工品などの販売や、観光情報の提供などを行っている。場所柄、地域住民の利用も多く、観光客には品揃えがスーパーのようだと驚かれることもある（笑）。

私は、山田町豊間根地区の出身で、一時、町を離れましたが、縁あってこの道の駅で働くようになった。

道の駅が被災者支援の拠点に

2011年（平成23年）3月11日、山田町は、地震、津波、火災に襲われ、町の中心部の建物の多くは流失・焼失し、国道は寸断、道の駅は孤立状態となった。幸い津波には遭わなかったの

で、震災直後から避難者を受け入れ、売り物の弁当、パンなどを配り、近所や避難所へも食料を分けて回った。

「避難所にいるより役に立ちたい」と、従業員からの声もあり、「自分たちがやらなければ、誰がやる」との想いで、1週間後3月18日、道の駅の再開を決断した。

ガス欠を心配しながら、盛岡まで車を走らせ、食料や、普段は扱わない下着、日用品などを積み込み、発電機を借りてきた。内陸に住む組合員からは無償で野菜や手づくり団子などが届いた。営業再開を組合員が一丸となって支えてくださった。

「臨時営業します」と看板を掲げたところ、自転車や徒歩で大勢の人がやって来た。ボランティアの利用も多かった。震災後1カ月間、従業員は交代で道の駅に寝泊まりを続け、懸命に支援活動に当たった。4月末まで臨時営業を行い、その後、通常営業を再開することに。

2013年（平成25年）頃までは、町外の被災地支援イベントへの引き合いがあり、「山田の現状を伝えたい。山田の物を買ってもらいたい」との想いで、多い時には月に4〜5回出掛けていった。この時のPRが効いたのか、おかげさまで道の駅の経営も安定してきた。

山田人として取り組む

震災後、自分は「山田人」であることを強く意識するようになり、地元愛も強くなった。周囲、特に「こんな田舎町は嫌だ」と言っていた若者の中にも「山田のために何かしたい」という人が増えたような気がしている。本当に頼もしい。

今年度、「山田町観光復興ビジョン」で、初めて町の事業に関わることになった時、「おっ、やっ」と声がかかったか」と思った（笑）。実は、観光復興は町がやっていること、そんな印象を少なからず持っていた。だから、今回、町が多様な人材を集めて議論する場を設けたのは、画期的なことと感じていた。

議論を尽くした観光の将来目標像「山田プライド」は、落ち着くべくして落ち着いた。納得感がある。

山田町には海があり、山があり、誇れるものがたくさんある。道の駅としても、これらをうまく活用していきたい。例えば、関係者の理解や場所の確保などの課題もあるが、できたらチャレンジショップのようなものを作ってみたい。イベントでは、生産者が直接PR、販売する機会を設けたい。道の駅とカキ小屋や観光施設とのタイアップも考えている。

山田の観光復興はまだ3割程度の状況と見ているが、私も、山田人として山田プライドを持って、観光まちづくりに取り組んでいきたい。（談）

（とよまね ひろし）

聞き手：観光地域研究部 吉澤清良



震災後、豊間根氏と、ボランティアの支援を受けて誕生した山田のゆるキャラ「たけちゃん・ヤマダちゃん」

豊間根 仁（とよまね ひろし）

岩手県立山田高等学校卒業後、衣料品関連会社での販売、観光施設での企画・営業、酒類販売店の責任者を経て、「山田町特産品販売協同組合」入組。現在に至る。

環境省「グリーン復興プロジェクト」

——自然とともに歩む復興

5

環境省 東北地方環境事務所

環境省では、東日本大震災からの復興に貢献する取組の一環として「グリーン復興プロジェクト」を進めてきた。これは、陸中海岸国立公園をはじめとする沿岸部の自然公園を三陸復興国立公園として再編成することを中心とした7つのプロジェクトで構成されている。

このうち、本稿では観光に関わりの強い4つのプロジェクト「みちのく潮風トレイル」「復興エコツーリズム」「里山・里海フィールドミュージアム」と施設整備「三陸復興国立公園の創設」を紹介する。

1 グリーン復興プロジェクトの基本方針

被災した沿岸部は、豊かな自然環境に支えられていることから、震災

以前は水産業と観光業を基幹産業とする地域が多かった。

このため、引き続き「①自然の恵み」を活かすことが、地域の利点を活かした形でスピード感を持って復興するために重要であると考えられた。

また、震災を引き起こした地震・

津波は自然現象であり、「②自然の脅威を学ぶ」ことが重要であるとともに、自然の脅威を学ぶこと自体がエコツアーとして観光面で活用されることも期待されることから重要であると考えられた。

さらに、未来に向けて持続可能な

図1 本稿で紹介する事業地と事業の種類



三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興の概要

—森・里・川・海が育む自然とともに歩む復興—

●基本方針

1. 自然の恵みの活用
2. 自然の脅威を学ぶ
3. 森・里・川・海のつながりを強める

●グリーン復興プロジェクト

1. 自然公園の再編成 (三陸復興国立公園の創設)
2. 里山・里海フィールドミュージアムと施設整備
3. 地域の宝を活かした自然を深く楽しむ旅 (復興エコツーリズム)
4. 南北につなぎ交流を深める道 (みちのく潮風トレイル)
5. 森・里・川・海をつなぐ再生
6. 持続可能な社会を担う人づくりの推進
7. 地震・津波による自然環境への影響の把握 (自然環境モニタリング)

2 脱・櫛の歯観光を目指して

被災地、特に三陸海岸における震災前の観光形態は「櫛の歯観光」と呼ばれていた。新幹線や東北自動車道が通る内陸部から沿岸部に行き、拠点を観光して内陸部に戻る、とい

社会として復興するためには、地域の暮らしを支える優れた自然環境を保全することが重要であることから、復興事業が極力自然環境に配慮されるよう呼びかけていくとともに、豊かな生態系を保全・再生する「③森・里・川・海をつなぐを強める」ことが重要であると考えられた。グリーン復興プロジェクトは、これら3つを基本方針として進めている(文献1)。

う形態である。

このような形態は、拠点にしかな観光客が訪れず、観光の持つさまざまな効果は地域的に見て限定的である。また、観光客と地域住民の交流という観点でも、拠点においてのみ行われ、かつ、観光に携わる住民との交流が中心であり、効果は限定的であった。また、従来被災地が抱えていた過疎高齢化は、震災により加速することが震災後比較的早い時期から予想されていて、交流人口を拡大することは多くの被災自治体の関心事項でもあった。

そのため、グリーン復興プロジェクトでは、従来型の櫛の歯観光ではない形での観光面での復興と交流人口の拡大が必要と考え、①拠点の復旧・再整備、②拠点を線でつなぐ、③拠点を面として広げる、という3つの視点で取り組んだ(図1)。

このように展開することで、沿岸部に幅広く観光の影響をもたらすとともに、地域内と地域外の人たちの交流を促進しようと考えた。また、取組を進める上で、地域の関係者の意見をよく聞き地域に寄り添うこと、地域の関係者と連携して進めること、人材育成も含めたソフト事業に力を

入れることで、取組が一過性とならずに地域に定着するように注意して進めてきた。

3 拠点の復旧・再整備 — 施設整備

震災直後に陸中海岸国立公園の利用施設(公園事業施設)の被災状況を調査したところ、121事業のうち68事業が被害を受けており、特に野営場、トイレ、園地(広場)、歩道などは被害が大きかった。このため、環境省では観光客を受け入れるための基本的なインフラを迅速に復旧することとした。

例えば2012年(平成24年)7月には、岩手県宮古市浄土ヶ浜では海岸歩道やトイレ、休憩所などの一部を復旧し、宮城県気仙沼市気仙沼大島では、小田の浜に仮設のシャワー・トイレなどを設置した。

これらの取組と連携して、自治体や地域関係者も施設の復旧、海水浴場の水中がれきの撤去などを進め、両地では2012年7月に海水浴場が再開された。また、地引網体験などの自然体験活動の拠点施設である気仙沼大島の田中浜の体験四阿も、同年8月に復旧した。

直接津波の被害はなかったものの、老朽化などしていた施設については環境省が再整備している。岩手県大船渡市碓石海岸では、野営場、展望台の再整備を行うとともに、利用案内の窓口となるインフォメーションセンターを新設している。

青森県八戸市では、種差海岸インフォメーションセンター(以下、「IC」)を環境省が整備し、2014年(平成26年)7月に供用開始した。ICに併設する形で八戸市が休憩所(カフェ)を整備しており、利用者は種差海岸の美しい風景を眺めながらゆっくりと過ごすことができる。ICでは、体験プログラムに力を入れているが、地域の方々に講師に起用しているものも多く、地域の方々が地域の資源を再認識し、活躍することで、地域の活性化に貢献している。

その中でも特徴的なのが、既に5回の開催実績を持つ「たねさしマルシェ」である。種差海岸には多くの民宿や商店があり、たねさしマルシェのイベントを行う日は、各民宿などが数百円で手頃に楽しめる一品料理やスイーツを用意し、民宿などの前にパラソルとテーブルを設置して提供する(写真1)。



写真1 「たねさしマルシェ」の様子

これを観光客はスタンプラリーで回遊し、スタンプを集めると、ICでプレゼントがもらえるという仕組みである。ICにきた観光客を効果的に周囲の民宿まで回遊させ、経済的な効果を広げることができている他、民宿などの前では観光客と地域の方が楽しそうに談笑する姿が見られるなど、地域の内外での人の交流が生まれている。

震災直後は、「被災地に観光に行く」遊びに行く」ということに多くの方が抵抗感を持っていたようだが、しかし、地域の観光関係者の立場では、観光客数が早期に回復しないと事業が継続できず、一度観光事業が

縮小してしまえば、復活させることは容易でない。

地域の持続的な復興のためには、発災後速やかに観光拠点を復旧すること、被災地に観光客が来ることで復興につながることを多くの方が理解する必要があると感じた。被災直後の惨状を目にすることは大変シヨッキングなことであるが、自然の脅威を理解することにもつながったと思う。

自然の脅威を学ぶということでは、環境省では2014年5月に岩手県宮古市に「震災メモリアルパーク中の浜」を整備した。被災前はキャンプ場だったが、被災したトイレや炊事場を遺構として保存するとともに、がれきを再生した資材で丘を作っている。丘の上に立つと、この場所を襲った津波の津波高(海拔13m)と同じ目線に立つことができ、津波のスケールを体感することができる。また、周囲の斜面には、津波の遡上高である海拔21mの所に印がつけられていて、津波が斜面を駆け上がることや、リアスの谷状の地形では遡上高が津波高よりも高くなるのが体感できる。現地には解説板が整備され、それを見るだけでも自然の脅威を学ぶこ



写真2 「震災メモリアルパーク中の浜」のガイド

とはできるが、近くにある休暇村陸中宮古と集落の方が、震災発生時の状況を含めて解説するガイド(環境省で育成支援を実施)を行っている(写真2)。

4 拠点を線でつなぐ — みちのく潮風トレイル

拠点と拠点の間にある地域にまで観光客が訪れ、観光の効果をもたらすことが、今回の震災のように沿岸部一帯が被災した場合には重要と考えられた。鉄道、道路など、線はさまざま考えられるが環境省では「みちのく潮風トレイル」(以下、「トレイル」というロングトレイルでつな

ぎ、「歩く旅」を推奨することとした。沿岸部の被災地を地形的に大きく分けると、岩手県宮古市以北の海食崖が発達する地域、岩手県宮古市以南宮城県石巻市牡鹿半島のリアス海岸の地域、宮城県石巻市福島県相馬市松川浦の仙台海浜という3つになる。

これらの地域は風景としても大きく異なるが、そこに住む人々の暮らしや文化は、さらに細かい単位である集落ごとに個性があり、多様性に富んでいる。このような集落ごとの魅力や、移り変わる風景を最もよく理解できるのは歩く旅を通して体感することである。また、歩く旅のスピード感は地域内と地域外の人の交流を促進するのにふさわしいと思われる。

トレイルは、断片的に現在約370kmが開通しており、2016年度(平成28年度)末までに全線を開通する予定である。最初に開通した青森県八戸市、岩手県久慈市の区間(約100km)では利用者の動向を把握することを目的に踏破認定を行っているが、2014年の7月以降254人が踏破認定を受けている(市町村別の区間でも認定を行っており、延べ認定者は2417人。認定を受けない

ハイカーも多数いる)。そのうち約半数である118人が40代以下と比較的世代が低いことや、3分の1強の93人が東北6県以外から歩きに来ているのが特徴である(図2・図3)。

トレイルの踏破認定制度は、環境省が実施するのは2015年度(平成27年度)で終了となったが、青森県八戸市から岩手県久慈市(八戸市・階上町・洋野町・久慈市)に、岩手県野田村、普代村が加わった6市町村で協議会を立ち上げ、当該区間の踏破認定制度を地域負担・主導で2016年度から運用していくこととなっている。

トレイルの起草者は、日本のロングトレイルの第一人者である故・加藤則芳氏で、三陸沿岸に地域の人が誇りに思えるようなロングトレイルを設定するという構想を環境省に提案していただいたことが始まりであった。地域の人にトレイルを愛してもらい、ハイカーを快く受け入れてもらうためにも、路線の設定段階から地域の方々とワークショップや現地調査を行うとともに、路体の管理作業をイベントとして行ったり、ハイカーに提供するサービスを検討するワークショップを開催するなど、地域の方々と一緒にト

図2 「みちのく潮風トレイル」八戸～久慈市間
年代別の踏破者数 (2014.7.12～2015.12.31)

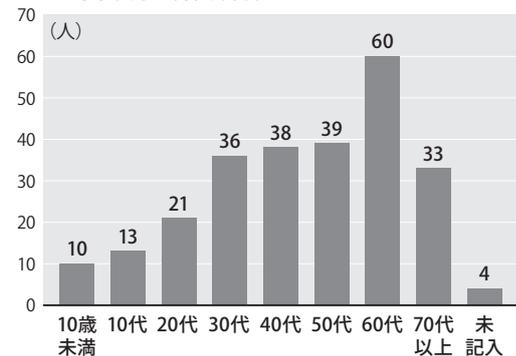
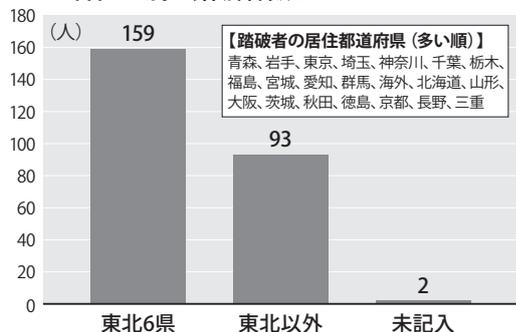


図3 「みちのく潮風トレイル」八戸～久慈市間
居住地別の踏破者数 (2014.7.12～2015.12.31)



レイルを作るようにしている。
八戸市～久慈市の区間では、地域の方々から「大きなリュックを背負ったハイカーが増えた」「これまでと明らかに違う層の観光客が増えてきた」「ハイカーに声をかけるのが楽しい」といった、前向きなコメントが寄せられている。

一方で、現地に標識がまだ整備されていないことへの不満の意見も多いのが現状である。また、過去の長距離自然歩道に対する反省から、一本の道として全線を管理運営する体制の構築も必要であり、検討を進めている。被災地が一つに「つながる」ということが実感できるからなのか、トレ

イルはグリーン復興プロジェクトの中でも最も注目度が高い。トレイルを歩くことで「人と自然」「人と人」が「つながる」ということを目指している。さまざまなものが「つながる」道として、時間はかかっても東北の新しい観光スタイルとして定着するよう努力していきたい。

5 拠点を面として広げる

—復興エコツーリズム／里山・里海フィールドミュージアム

これまでの周遊型の観光に加えて、体験型の観光を進めていくことが、拠点にきた観光客の滞在時間を延ばしたり、地域での宿泊につなげるた

めに重要である。

また、体験型の観光を地域の方々が提供することを通じて、地域の方々が自らの地域を再発見し、地域に対する誇りを醸成することにもつながる。震災前の被災地でエコツーリズムに熱心に取り組んでいたのは岩手県田野畑村であり、グリーン・ブルーツーリズムとしては、教育旅行の受入を軸にした取組がその他のいくつかの市町村で行われていた。これらの取組と連携する形で、環境省では6地域で「復興エコツーリズム」の支援を行ってきた(岩手県・洋野町・久慈市・山田町、宮城県・気仙沼市・唐桑半島・塩竈市・浦戸諸島、福島県・相馬市・松川浦)。

エコツーリズムの支援では、「ツアーを売る」ということと、そのための「地域での自立した体制を構築する」ということに力を入れて進めてきた。これは、ツアーが売れなければ、地域の人のモチベーションが維持できず、環境省からの支援がなくなったら取組が消滅してしまうことを防ぐためである。

そのため、モニターツアーによる実践、旅行会社との連携や広報、地域関係者の状況に合わせた推進体制

の構築(役割分担、コーディネーターの雇用の安定化など)に、特に力を入れ支援を行った。また、地域の方々のモチベーションを上げるために特に効果があったのが、田野畑村を含む全国の先進地の視察、6つのモデル地域間での視察交流であった。地域によって状況が異なり、進捗もそれぞれであるが、全ての地域で体制が構築、またはあと一息という状況となり、少しずつではあるが、エコツアーを販売する実績が増えてきている。

もう一つの取組が、「里山・里海フィールドミュージアム」である。三陸に限らないが、日本の海岸に立地する国立公園の多くは、指定地域が海岸線に限定されていることが多く、国立公園区域内だけで自然環境の保護や利用を展開することが難しい場合がある。特に、体験型の利用を推進しようとした場合、公園区域外の里地や集落に多くの資源(歴史文化、自然と共生してきた暮らし方など)が存在することが多い。

このため、国立公園外も含めてフィールドとして活用し、自然体験活動を通じて保護と利用を推進し、復興や地域振興に貢献しようというのが本事業の趣旨である。フィールド

は宮城県南三陸町と石巻市の境にある神割崎を中心として北上川で囲まれた地域で、行政区としては南三陸町と石巻市と登米市にまたがる。

拠点となるビジターセンターを環境省で2カ所整備し、自然体験プログラムを提供する「自然体験リーダー」を育成し、ビジターセンターの事業としてプログラムを提供するとに加え、自然体験リーダーが自らプログラムを提供することを情報発信や備品などの面で支援することで、地域全体として自然体験プログラムが多数提供される状態を目指している(写真3)。



写真3 「里山・里海フィールドミュージアム」のリーダー養成講座

2014年から2年間、地域で関心のある方を募り、自然体験リーダーの育成講習を開催し、これまでに約30人が案内解説や安全管理など、幅広い面でスキルアップを図っている。ビジターセンターは2016年10月(南三陸・海のビジターセンター)と2017年(平成29年)4月(石巻・川のビジターセンター)に供用開始する予定であるが、先行して2016年4月からプログラムの提供を開始する予定である。

6 三陸復興国立公園の創設と今後

千年に一度とも言われる今回の震災の被害は激甚であり、まだまだ復興の途上という地域が多い。環境省のグリーン復興プロジェクトも同様に、ようやくスタート地点に立ったという感覚である。

周遊型でない新しい観光スタイルを構築するためには、地域の関係者との協働、そのための信頼関係づくり、本業がある中で新たな取組を始める地域の関係者のスピード感や体制に寄り添った支援、地域ごとに状況が異なる中でのかみ細かい配慮など、多くの時間と労力が必要となる。

一方で、この5年間で地域が変わ

っていく兆しが見え始めている。トレイルは世間の注目を集め、雑誌やテレビ番組などさまざまなメディアで取り上げられるようになり、トレイルの沿線の地域の方々がハイカーを気遣ってサービスを提供し、ハイカーからはそれが嬉しかったという感想が多々寄せられている。

また、地域の関係者が自らウォーキングイベントを企画したり、路線の管理作業に参加するようになってきている。復興エコツーリズムに取り組む地域では、地域の関係者が自ら考え、自ら行動を起こしていくようになってきていること、次第にエコツーリズムを地域の業として定着させ、持続可能な地域づくりに貢献したいという意識が芽生えてきたこと、地域をガイドして紹介することが楽しいという声が多々聞かれることなどが挙げられる。

三陸海岸は地形の形成史や地質の観点で一体の地域であることもあり、岩手県沿岸、宮城県気仙沼市にかけて指定されていた陸中海岸国立公園に、2013年(平成25年)には青森県の種差海岸階上岳県立自然公園を、2015年には宮城県の南三陸金華山国定公園を編入し、名称も

復興に貢献することを前面に出した「三陸復興国立公園」とした。

国立公園は80年以上続いてきた制度であり、復興のための特別会計がなくなったとしても、引き続き環境省は国立公園の管理運営を通じて、復興や地域振興に関わり続けることになる。引き続き地域とともに、自然とともに、取組を進めていきたい。また、海外からの観光客の受入についても、標識や施設の多言語標識やトレイルのマップやウェブサイトの英訳に取り組んでいるが、その他の取組も進めていきたい。

最後に、本項でご紹介した取組はいずれも環境省の力だけで達成できたものではなく、地方公共団体の地域の関係者、国立公園の施設管理を担っている方、グリーン復興プロジェクトを応援してくださる方、環境省の業務を請け負っていただいたコンサルタントの方など、多くの方々を支えられているものであり、この場をお借りして感謝申し上げます。

(文献1) 三陸地域の自然公園等を活用した復興の考え方(答申)(平成24年3月9日中央環境審議会自然環境部会)

地域の魅力への気づきからの出発

唐桑エコツアーガイドの会 鈴木 美子

気仙沼の唐桑半島が国立公園に指定されているということは知っていましたが、観光地であるという認識はそれほどありませんでした。半島の東側には巨釜^{おおかま}や半造^{はんぞう}、大理石海岸^{おさき}、御崎などの景勝地がありますが、自分の生まれ育った半島西側の内湾にある鮎立^{あひだち}地区は特に観光地としてのイメージがなかったせいだと思います。もし東日本大震災がなければ、今でもその状況は変わらなかったかもしれません。

津波体験語り部への誘い

東日本大震災で自宅が被災し、2011年（平成23年）7月に仮設住宅に入居しました。その後、語り部ガイドとして活動してみないかと声をかけられたのですが、自分としてはあまり語り部としての活動には興味がありませんでした。

唐桑町観光協会から語り部ガイドに登録してほしい、という依頼を受けて、同じく被災した何人かと共に名前だけ登録することにしました。自分としては、地域のために何か役に立つことがあ

ればというくらいの軽い気持ちでした。

唐桑地域で環境省の復興エコツーリズム推進モデル事業が開始されたのはちょうどその頃です。最初の関わりは、会議に招集がかり、どのような事業かも知らないまま参加してみると出席者名簿に自分の名前があり、しかも所属が語り部ガイドとなっていたので、少々戸惑ったことを覚えています。自分としては語り部ガイドとしての意識がないまま参加したという状況でした。

環境省の事業に本格的に関わるようになったのは、2013年（平成25年）10月に実施された山梨県早川町・南アルプス生誕^{むら}邑へのガイド研修からです。実はこれも特段ガイド研修の内容に興味を引かれたわけではなく、たまたま私用で上京する予定にしていた日程と連続していたため、この研修に参加すればいくらか旅費が浮くかもしれないという動機からでした。

ただ、今では参加してよかったと思っています。早川町も唐桑地域もどちらも一見何も見どころがない所のように

見えますが、その中でどのように地域の姿を観光客に伝えるか、という考え方を学べました。

次世代に伝えたい唐桑の魅力

もともと歴史や地理には関心があつたので、環境省の事業を通じて、自分が子どもの頃から見て、実際に参加してきた地域の行事や風習の意味や背景が理解できるようになりました。同時に、それを後の世代に伝えていきたいという意識も芽生え始めています。ただ、そのような話を聞ける年代の方も高齢になり、年々少なくなっています。自分でも、もっと知りたい、あるいは人に聞きたいという考えが起こってくるようになりました。

また、ガイドの経験を重ねるうちに、人前で話すことがおっくうでなくなってきました。環境省の事業はそのように自分が人に唐桑の魅力を伝えるための流れを作ってくれたという意味では多分に影響しています。

現在、ガイドの機会は夏の観光シーズンでも月に1〜2回、冬場だとほとんどありません。ただ、自分はガイドすることで精神的な満足感を得ており、お金だけの問題ではないと考えています。もちろん、お金がついてくれば嬉しいに違いないですが、それは一番の

目的ではなく、基本的には日々暮らせばよいと考えています。

観光でいらした方にはぜひ満足して帰ってほしいと思います。何もない地域ですが、来れば満足してもらえます。時間と手間、お金をかけて来てくれる人と地域の接着剤になりたいと思いますし、またそのことが楽しいと感じられるようになってきました。

現在、唐桑地域の民宿は工事関係者が多く宿泊しており、一般の観光客が宿泊しにくい状況にあります。今後はそういった宿泊環境も改善していく必要がありますし、ガイドについても、地域の食や伝統芸能と組み合わせることでより魅力あるものにしていく必要があると考えています。（談）

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋
（すずき るみこ）



観光客で再びにぎわう宿を目指して

気仙沼・唐桑 民宿さかや 熊谷 多美子

震災以前は自分と夫、夫の母（大女将）の家族経営で民宿を営んでいました。当時の民宿としての売りは何といっても海の幸をふんだんに提供する食事でした。今では考えられないくらい品の数と量を提供して、それを楽しみに来てくれるお客さんも多かったです。

2009年（平成21年）に夫が亡くなった後は、人手不足と、宿泊者数の減少の両方の理由から、保健所に休業届を出し、民宿としての営業を中止してしましました。東日本大震災が起こったのはちょうどそのような時期でした。

民宿が海から近い場所に建っていたため、建物は津波をかぶって大きな損害を受けました。そのため建物を取り壊すか残すかという決断を迫られたのですが、その時にはこれでようやく民宿をやめるときつけができた、とある意味でほっとしたのを覚えています。

できることをやり続ける

ただ、その際に大女将が、「周りの人は津波で全財産を失った。その中で自分たちは建物だけでも残ったのは幸せなことだ。それをなぜあえて捨てようとするのか」と強く反対したのです。そのことで取り壊しを思いとどまりました。

その後、ボランティアの皆さんの手を借りて、津波をかぶった家財道具などを

整理し、残すものと捨てるものを選別するなどして、2011年（平成23年）8月から営業を再開しました。

すると、途端に復興関係の工事の作業員の宿泊で満室になる事態となりました。そうすると、あれこれ考えている暇はなく、自分と大女将に加えて近所さん（近所さん）を雇って、毎日無我夢中で働く日が1〜2年ほど続きました。

その後、2012年（平成24年）10月に大女将も亡くなり、自分一人で民宿を切り盛りしなければならなくなりました。その状況を見かねて、仙台で飲食店に勤めていた息子の智が帰ってきてくれることになったのですが、それと入れ替わるようにして、大手の建設会社が自前で宿舎を建設するようになると、一気に宿泊客がいなくなっていました。そういうことが見通せていけばもう少し違った対応ができたかもしれません。当時は寝耳に水といった状況でした。

息子もそれまで会社勤めで得ていた給料分さえも収入が得られない状況が続き、今後どうしたものかと考えていたところに、環境省のエコツアー推進モデル事業で開発したエコツアーを、宿泊と組み合わせて販売してみる、という企画の話があったのです。

話を聞いて、この状況を何とかしないと

いけない、来るかどうか分からない工事関係者を当てにしても仕方がない、観光と工事の両方を見据えてないといけないと考え、一にも二にも協力することにしました。

地域の復興に貢献できる喜び

その時断つていけば情報発信の方法も何も知らないままだったかもしれないですが、今では取り組んでみてよかったです。自分たちで情報発信することで、少ないながらも久しぶりに観光のお客さんが泊まりに来てくれました。また、新聞の折り込みフリーペーパーに掲載された情報を見て参加してくれたお客さんがいました。そういった媒体も見ている人は見ているのだと改めて感じました。そういうお客さんは今後も大事にしていきたいと思っています。

今後のこの地域の観光は単に楽しみに来るのではなく、地域の復興に何らかの形で貢献したい、という気持ちを抱いた人が中心になるのではないかと思います。これからも体験的要素を取り入れた観光のニーズはあると思うので、エコツアーとの連携には引き続き取り組んでいくべきだと思います。その意味では地元のカイドの皆さんとの関係ができたこともとても大きな成果です。

当面は観光のお客さんと工事のお客さんの両方を見据えて受入をしていきます。そのため、工事のお客さんを受け入れるにしても、観光のお客さんのために、常に1〜2部屋は空けておこうと考えているところです。（談）

（くまがい たみこ）

ふるさとに戻って

気仙沼・唐桑 民宿さかや 熊谷 智

東京にいた時から帰るタイミングはいつか？と常に考えていました。父の死をきっかけに実家に少しでも近い場所へと、異動を希望し仙台で勤めていました。そのような時に震災が起こり、また、祖母が亡くなったこともあり、唐桑に帰る決断をしたわけです。

環境省事業への参加の誘いも母一人であれば断っていたかもしれませんが、私が出たことで母もやってみよう、という気持ちになったようです。私も事業に参加してみてもよかったです。（談）

今後観光のお客さんを本格的に迎えていくための設備投資として、舟盛り用の皿を新しく購入しました。また、今後はインターネット上の予約サイトなども効果的に活用してお客さんを呼び込んでいきたいと考えています。（談）

（くまがい さとる）

聞き手・観光地域研究部 菅野正洋



東北運輸局における 観光施策の取組

国土交通省 東北運輸局 観光部長

飛田 章

6

はじめに

2011年（平成23年）3月11日、東日本大震災が発生しました。この震災は、大規模な地震、千年に一度とも言われる津波、そして原発事故という3つの要素が重なった複合災害でした。

この震災から5年が経過しました。この間、国内外からさまざまな支援をいただき、東北の関係者も復興の努力を続けられ、震災復興は着実に進んできています。

観光面については、震災の発生により、大きな被害を受けた太平洋沿岸エリアのみならず、東北全体への観光が大きく落ち込みました。このような中で、多くの方々の支援と

復旧・復興の歩みに合わせた被災地の方々や東北の関係者の努力によりまして、東北の観光についても回復しつつあります。

一方で、風評被害や外国の方々への認知度不足などの課題もあります。復旧・復興の歩みに合わせた取組を継続することともに、このような課題を関係者一体となって克服していくことも重要と考えています。ここでは、東北観光の現状とこれまでの取組をご紹介します。今後の取組の方向性について触れていきたいと思います。

東北観光の現状

昨年（2015年）の東北6県にお

ける延べ宿泊者数は、約3251万人泊と、震災前の2010年（平成22年）比（約3025万人泊）で約7%増加しています。一方で、観光目的50%以上の施設における延べ宿泊者数を見ますと、約1499万人泊と、震災前の2010年（平成22年）比（約1729万人泊）で約13%減少しています。

宿泊者数全体では、震災前と比較して増加しておりますが、復興事業に関わる方々など観光目的以外の宿泊が多くなっている状況にあり、今後は、観光目的の宿泊者数を回復させていくことも課題であると考えています。

また、昨年（2015年）の東北6県における外国人延べ宿泊者数は、

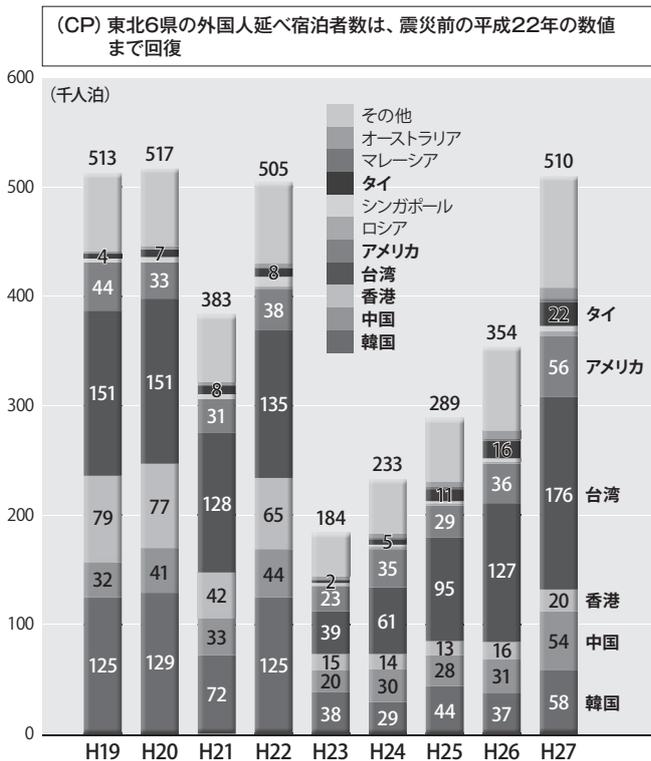
対前年比約44%増の約51万人泊に達し、震災前の2010年（平成22年）と同水準まで回復しました（図1）。

一方で、昨年の日本全体の訪日外国人旅行者数を見ますと、対前年比約47%増の約1974万人と、2010年（平成22年）から2倍以上に伸びています。この5年間の全国的なインバウンドの動向から見れば、東北にはまだまだ伸びしろがあるとの思いで、東北の勢いをより確かなものとし、さらなる高みを目指していくべく、関係者一体となった取組が求められていると思います。

東北における外国人延べ宿泊者数の内容について、2015年（平成27年）と2010年（平成22年）とを比較してみますと、2010年（平成22年）に全体の約3分の2を占めていた台湾、韓国および香港の三市場のうち、韓国は約54%減、香港は約70%減と厳しい状況にあります。これらの市場には風評被害の影響などが残っているものと考えています（図2）。

一方で、台湾については、約4万人泊増の約17万人泊と3割以上伸びています。また、その他の市場においては、アメリカでは約50%増、タ

図1 東北地域の市場別外国人延べ宿泊者数の推移



*従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。
*平成27年は月ごとの第2次速報値(数値修正の可能性あり)

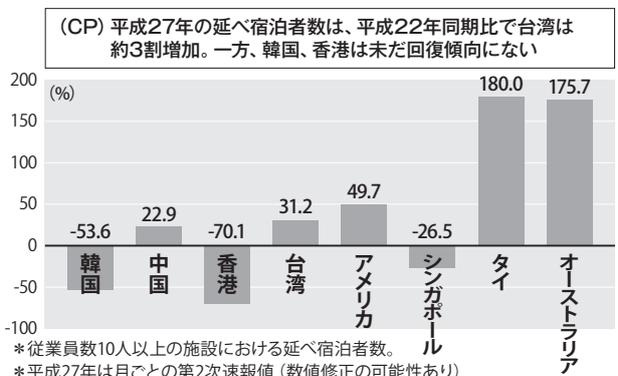
イオオーストラリアではともに約3倍と大幅に増加しています。タイについては、紅葉や桜の時期に多くの方に宿泊していただいております。スケールの大きな紅葉、桜と雪の回廊という東北ならではの魅力が少しずつ浸透してきたのではないかと考えています。また、オーストラリアについては、冬に多くの方に宿泊していただいております。スキーの新しい目的地として認知されつつあるのではないかと考えています。

各県別で2015年(平成27年)と2010年(平成22年)とを比較しますと、青森県に宿泊される外国人の数が約83%増加しています。この中では、台湾、アメリカ、タイの方が特に増えており、台湾については紅葉の時期、タイについては桜の時期が増加しています。一方、福島県は、対前年比では18%増加していますが、風評被害による影響もあり、2010年(平成22年)比では5割程度の水準となっています(図3)。

震災後の取組
東北観光博・東北観光基本計画など

震災により、太平洋沿岸部が甚大な被害を受けた他、多くの地域において観光資源や宿泊施設の損傷・倒壊などが見られ、原発事故も相まって、震災直後の1〜2カ月間は、東北地方の観光客が激減しました。その後、官民挙げての観光関係者の懸命の努力がありました。2012年(平成24年)3月

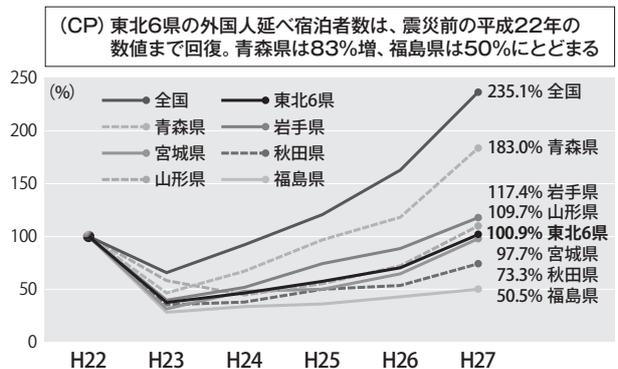
図2 主な市場別の震災前(H22年)とH27年との比較



*従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。
*平成27年は月ごとの第2次速報値(数値修正の可能性あり)

2013年(平成25年)3月には、東北全体を博覧会場に見立てた「東北観光博」を実施しました。短期的には大きく落ち込んでいる東北地域への旅行需要の喚起、中長期的には地域が主体となった新たな観光スタイルを実現するため、官民を挙げた一体的な取組でありました。この中で、東北の主要な観光地域30カ所(当初は28カ所)を核とする「ゾーン」として設定し、東北観光の魅力発信のための「東北観光ポータルサイト」の作成、地域にお

図3 東北6県の外国人延べ宿泊者数の推移



*従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。
*平成27年は月ごとの第2次速報値(数値修正の可能性あり)

る「地域観光案内人」の配置や地域独自の観光コンテンツの提供、旅行会社や交通事業者などとの連携による東北地域への送客強化、地域の方々と旅行者との出会いを創るための「東北パスポート」の導入、「東北観光博サポーター」制度の導入などを実施しました。

震災により失ったものは多かったですが、そこから得たものもあつたのではないかと考えています。

一つは東北ブロックとしての結束、いわゆる「絆」を強いものにしたこと、二つは「東北に行くことが支援につながる」といった機運の高まりによって多くの被災地が励まされたこと、三つはボランティアや復興関係者など、多くの方々が被災地を訪れ、地域のファン層の拡大が図られたこと、そして、ボランティアアワーや語り部の育成、震災学習プログラムの構築など新しい観光形態が芽生えたことなどがあるのではないだろうか。

2013年（平成25年）3月には、東北運輸局では「東北観光基本計画」（東北地方交通審議会答申）を策定しました。この計画では、計画期間を2013年度（平成25年度）

から5年間、目標年次を2017年度（平成29年度）として、東北6県の観光関係統計数値において震災前の実績値を上回ることを目指すことを目標として、国・地方公共団体・観光関係者に加え、地域住民も含めた関係者が一丸となって、震災からの観光復興や「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨き上げなどの必要な取組をまとめていきます。

東北観光の活性化に向けた取組と方向性

東北の観光については、被災地への旅行需要の喚起や記憶の風化への対応、東北全体としての誘客プロモーションや情報発信など、関係者が連携しさまざまな取組を実施しているところでは、

震災の影響の大きかった太平洋沿岸エリアの各地域（13地域）については、復興プロセスに応じた滞在交流促進のための体制づくりや取組を段階的に実施するための支援などを行ってきました。具体的には、

①「情報発信の強化」として、ポータルサイト「東北物語」を活用

した地域の最新情報の発信、復興・商店街・スタンプラリーなどの各種媒体を活用した広報展開

②「震災の記憶の風化防止」として、語り部・ガイドなどの育成、データベース化、震災をテーマとしたシンポジウムなどによる啓発活動

③「滞在・交流の拡大支援」として、地域主体で観光復興を推進する体制づくりの促進、滞在プログラムなどの発掘と旅行商品造成支援、モニターツアーなどによる送客および旅行商品化の支援

国内旅行の活性化に向けては、今後とも、関係機関が連携して、ポータルサイトを活用した地域の最新情報の発信、各種媒体を活用した広報などにより、被災地への旅行需要の喚起や東北全体への国内旅行者の拡大に向けた取組を図っていくことが重要であると考えています。

また、東北のインバウンドについては、東北運輸局では、関係の方々と連携してビジット・ジャパン（VJ）地方連携事業、広域観光周遊ルート形成促進事業などの施策を推進しています。

VJ地方連携事業は、広域に連携して取り組む訪日プロモーション事業であり、対象市場を絞り込み、東北ならではの意識した素材を活用して、ターゲットに即したプロモーションの展開を図っています。

広域観光周遊ルートの形成に向けては、昨年、全国7つの広域観光周遊ルートの一つとして、東北観光推進機構が推進する「日本の奥の院・東北探訪ルート」が認定されました。このルートの副題を見ると「もう一つの日本・東北 山の彼方の美しい四季と歴史文化、食文化を探索するルート」となっており、東北の魅力を活かし、東北6県・新潟県にある16の広域観光拠点地区をベースキャンプにして、外国人目線で、広域に連携して、骨太な観光動線の形成を促進していこうとするものです。マーケット調査や外国人モニター調査などを通じてモデルコースの検討を行っているところです。

また、東北全体の取組として、台湾において「日本東北六県感謝祭」を開催して東北から感謝を伝えるとともに、東北の元氣と観光の魅力などを発信するなど、東北の認知度向

上にも努めています。韓国や香港など一部に残っている風評被害の払拭に向けては、今後とも分かりやすく効果的に情報を提供していく努力を続けていくことが重要であると考えています。

東北には、桜の開花が他地域と時期が異なるため、桜と雪が同時に見られるという特色があります。また、東北ならではの樹氷、スケールの大きな紅葉、夏祭りといった魅力もあります。日本らしさが残る伝統的な建物や景色、自然も豊富です。果物、米・日本酒、海産物など海外で評価の高い日本食もあります。東北観光推進機構、東北6県・新潟県など関係者一体となって海外に東北を発信していきたいと考えています。

このような海外への東北の発信に加えて、訪日外国人旅行者の円滑な受入ができるよう、現状と課題をしっかりと把握し、必要な手立てを迅速に講じていくことも重要です。昨年(2015年)、全国の各ブロックにおいて「訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた地方ブロック別連絡会」が設置されました。東北においては、昨年3月にこの連絡会を

設置し、今年(2016年)2月に取りまとめを公表したところで、この中では、基本的な考え方として、東北の空港への直行便や乗継便を活用するという視点と、旅行者数が多く、地理的・時間的に近い東京や北海道から一足延ばしてもらおうという視点のもと、東北ブランドを意識し、東北一体となつて戦略的な取組を行うこと、具体的には、海外直行便の新設や既存路線の増設、大型クルーズ船の寄港増加、鉄道・高速バス・レンタカーなどによる周遊の

利便性の向上などにより旅行者数の拡大を目指すこと、受入環境整備については、外国人旅行者のニーズの高い「無料公衆無線LANの環境整備」や「多言語対応」について、広域観光周遊ルートの形成も踏まえて東北全体として戦略的に取り組むことが示されています。

2016年(平成28年)は、3月26日に「北海道新幹線 新青森―新函館北斗間」が開業、5月には仙台において「G7仙台財務大臣・中央銀行総裁会議」が開催されます。また、7月には「青森県・函館・アスティネーションキャンペーン」が実施され

ます。仙台空港民営化も控えており、国内外に東北をアピールする絶好の機会であると思います。

また、2016年度(平成28年度)の政府予算案には、東北地方の風評被害を払拭し、東日本大震災の影響により落ち込んだ訪日外国人旅行者を回復させ、インバウンド急増の効果を波及させることにより、観光を通じて被災地の復興を加速化させるため、東北の観光復興に係る予算が計上されています。

民間企業においても、東北へのインバウンド促進、観光入込客の増加に向けた取組を行っていただいているところが多くあります。

東北運輸局としても、さまざまな施策を活用し、東北観光推進機構や日本政府観光局(JNTO)、政府の地方機関、各地方自治体、民間関係者などと連携して、東北一体となつた広域での発信で東北の認知度の向上を図るとともに、受入環境の整備を推進していきたいと考えています。

最後に

観光は、人と人との交流による相

互理解の深化や、人口減少・少子高齢化が進んでいる中で交流人口の拡大による経済効果などを通じて地域の活性化に資するものであり、東北の復興に欠くことのできない重要な要素の一つであると考えています。

東北は、鮮やかな四季、歴史文化、食文化など素晴らしい魅力が詰まったトレジャーランドです。また、震災の経験を伝えていただいている語り部の方々が多くいらっしゃいますし、震災以降に始まった新しい取組も多々あります。ぜひ、東北にお越しただき、地域の方々との交流などを通じて、東北の魅力を体験していただきたいと思います。

(とびた あきら)



飛田 章(とびた あきら)

国土交通省東北運輸局観光部長。京都大学卒。1995年4月運輸省(現国土交通省)入省。石川県企画振興部次長、国土交通省総合政策局政策課企画専門官、日本貨物鉄道株式会社総合企画本部経営企画部グループリーダー、国土交通省自動車局安全政策課安全監理室長を経て2015年7月より現職。

東日本大震災からの復興に 観光は何を果たしたか

— 5年間のふりかえりと今後への期待

公益財団法人日本交通公社 理事・観光地域研究部長 寺崎 竜雄

2011年（平成23年）3月、被災状況、被災者の救出、被災者の声、復旧活動などが報道される中、何をなすにもまずは自分の目で現地を見るべきだと思いました。アクセスは限られ、復旧作業の邪魔にもなる。何より被災された方々の心情を慮（おもんばか）ると言い表しようのない気持ちでした。が、地震発生からひと月が経過した4月下旬、三陸沿岸エリアをひとり車で走りました。もちろん観光を語る状況ではありませんでしたが、復興の一面で観光に期待が寄せられた時のために、この惨状を自分の感覚に焼き付けておいてよかったです。います。

この時、観光資源の状態把握が重要だと考え、当財団の事業として「東北地方太平洋沖地震後の陸中海岸地域における観光資源の状況把握調査（注1）」を起案。5月から6月にかけて、当部の全研究員が手分けをして、「全国観光資源台帳（注2）」にリストアップしている三陸沿岸部の観光資源の現地調査を行いました。もちろん彼らにもこの場に立つてほしいという気持ちがありました。

その後、行政からの委託業務とし

て、観光復興に関わる機会を何度もいただきました。同僚たちはこれらの仕事に真摯（しんしん）に向き合っていたと思います。機会あるごとに現地に向向いて人と会い、話すように言っていました。そして、この経験を通して、私たちは多くのことを学ばせていただきました。この特集をまとめ上げていく中で少しばかりその成果を感じることができ安堵（あんど）しています。

5年間のふりかえりと

特集記事をもとにして、被害が甚大だった三陸沿岸エリアの観光や交流面の変遷を概観してみます。ただし、これは限られた情報からの要約であり、他にも異なる状況が多々あり、それぞれが重要な局面であったことは疑う余地もありません。

（2011年度）ボランティアバスと復興商店街

被災直後から5月初旬頃までは、復旧作業のためのボランティアが専用バスなどを利用して現地を訪問。特に大型連休中は希望者が多くパンク状態だった。5月になると、がれ

き撤去や泥さらといった初期のボランティア作業が減り始め、ボランティアツアーの内容は、産業復興への支援活動など、復旧から復興のための支援に変わった。夏頃までの半年間は、観光的要素は限定的だった。この年の後半から翌年3月頃にかけて、仮設の「復興商店街」が各地に相次いで開設。ボランティアや工事関係者、被災地見学の一般客など、地域外からの訪問客が多数訪れた。また、同時期に被災地を案内する「震災語り部」が組織化され、ボランティアバス参加者などを対象としたガイドツアーが行われるようになった。

（2012年度）ボランティアバスから復興応援ツアーへ

各自自治体に設置されていた災害ボランティアセンターの閉鎖に伴い、ボランティアバスは減少。代わって、被災地を見学して応援しようという復興応援ツアーが盛んになった。背景には観光庁などの支援もあった。旅行会社などの観光事業の担当者が現地入りし、復興を担う地元関係者などとともに現地での活動内容を検討。復興作業なしのツアーを模索

特集テーマからの

した。その一つとして震災を学ぶスタディツアーが企画されるようになり、企業の団体研修や学校の教育旅行として現在も実施されている。

(2013年度)

復興応援ツアーの最盛期

これまでは被災状況を「見たい」、被災地を応援したいという参加者が中心だったが、徐々に来訪者の志向には観光要素が増大。復興応援ツアーは最盛期を迎える。

ツアーの行程は、これまでの発地から被災地への単純往復だったものに、松島や平泉といった周辺の観光地にも立ち寄る周遊型のツアーが加わった。

(2014年度) 被災地視察・復興応援ツアーの減少

被災地視察を中心とした復興応援ツアーは大幅に減少。

復興が進み、「被災地の風景」「がれきの景色」が見られなくなり、ツアーが成り立ちにくくなってきたこ

とも背景の一つだと言われている。

(2015年度)

個人客・教育旅行の増大

これまでのバスを利用した団体客に加えて、個人客、マイカー利用者の来訪が目立つようになってきた。また、一般客は減少し、教育旅行の比率が高まってきた。

しかしながら、かつてのような三陸海岸の景観などを活かした観光には戻っていない。

この先の観光復興に向けて

このような経過のもと、今後の三陸観光が向かう方向性についての見解や取組状況を、特集記事中の地元の方々の発言をもとに列挙してみます。

- ・これまでは「被災地女川」を見に来る人たち。今は次の段階「新しくなった女川」を見に来る人たち。これからは被災地から「立ち上がっていく女川」を見てほしい。もはや被災地だということ売り物にする時期ではない。(女川町)
- ・私たちの町が、観光に取り組む上

で大切にしなければならぬのは、日常の何気ない風景や町の匂い、暮らす人と訪れる人の顔と顔を突き合わせた交流。(山田町／沼崎)

- ・旅館組合や商店街だけでなく、地元を好きな人、相馬や松川浦を何とかしたい人で力を合わせて頑張っていけば、今までは違う売り方ができる。(相馬市／菅野(正))

- ・自然と文化を活用し、宿泊業と環境保全のNPOが連携し、環境教育要素も踏まえた視察会を観光産業に仕立て、一般観光客の誘致につなげていきたい。(相馬市／佐藤(邦))

- ・外国人観光客の誘致に期待している。岩手県を訪れた外国人には、「観光地巡り」ではなく、地元の普通の暮らしと一体となれるような旅への志向が強まってきた。三陸は、体験観光や食を通じて、こうした志向に応えられる地域である。(県北観光／相馬)
- ・震災前の形以上の新しい形を模索して行く時期ではないか。列車が通ったからお客が来るわけじゃない。魅力的な観光のコンテンツが欲しい。首都圏から見れば三陸は一体。三陸の観光は、沿線市町村が連携・協力して取り組んで、周遊ルート・コースを作り、プロモーションをしていくべき。(三陸鉄道／富手)

い。魅力的な観光のコンテンツが欲しい。首都圏から見れば三陸は一体。三陸の観光は、沿線市町村が連携・協力して取り組んで、周遊ルート・コースを作り、プロモーションをしていくべき。(三陸鉄道／富手)

- ・風景を見たり、おいしいものを食べたりするだけじゃなく、観光でも人とのつながりを楽しんでもらいたい。あの人に会いたい、遊びに行きたい、そんな観光があってもいい。(相馬市／菊地)

復興は震災前の状態に戻すことだと言われるが、単に元に戻すのではなく、50年、100年先を見越してやるべき。防災も大事だが、松川浦などは道路から海が見える景観をつくるなど、観光地としてのまちのつくり方があると思う。(相馬市／菅野(正))

- ・人に焦点を当てたヒューマンツーリズム。交流人口の拡大ではなく、人と人との関わりを通じた人材育成を目指す。(大槌町／白沢)
- ・JR駅発着のツアーを造成し販売する予定。個人向けツアーのポイントの一つは、地域の人たちと会

話すこと。もう一つは、体験メニューの充実。中でも産業の核である水産業との連携による体験が重要。女川の観光は、震災前よりさらに興味深いものとなる。

(女川町)

・「観光復興ビジョン」を策定中。観光まちづくりに関わる当事者が、現場の目線で語り、作り上げていくことで説得力のある、価値ある計画となる。策定の過程が人づくりにもつながる。官民一体となった住民参加の観光まちづくりに強力に取り組み、震災前よりも魅力ある地域を創り出したい。

(山田町／甲斐谷)

これらの声の共通点は、新たな観光に挑戦すること、地元の産業や生活文化、人とのふれあいやつながり、地元の個性を重視すること。

そして、取組の主役は住民であり、行政はそのサポート役として連携してまちづくりを進めていくことが重要だと思えます。

また、町並み整備において、防災や生活面に配慮した上で、観光的な魅力も十分に意識した取組への期待

も聞かれます。その好例は、女川町のケースではないでしょうか。誘客のための体験プログラムの開発、情報発信やイベントやモニターツアーの実施などソフト面での展開にとどまらず、中長期を見据えた計画的な施設整備などのハード面の魅力づくりが極めて重要だと考えます。

観光の意義

さて、本号の特集のテーマを「東日本大震災からの復興に観光は何を果たしたか」としました。被災地で暮らす人々と、他地域から訪れた人々との交流。さらに、他地域からの訪問客を迎え入れるために行われてきたさまざまな企てや準備作業。このような観光は、復興にどのように貢献したのでしょうか。「観光のちから」を信じる者として、実際にからそのことを検証してみたいと考えました。

寄稿や取材を通して得たその答えの一つは「来訪者の消費による経済効果」です。

また、「自分たちのことを気にかけている、見てもらっている」という意識

がもたらす安心感」や「交流を通して自分が必要とされているという実感。存在感」といった「心のつながり」も観光の貢献と言えるでしょう。

加えて、観光復興に関わる活動を通して「自分の意識や行動が変わった」「新しいことに前向きに取り組み始めた」といった「気づきと学び」も、観光や交流の働き掛けに起因するものだと考えます。

具体的な声を列挙してみます。いずれも本文からの引用、再掲です。

経済効果

・食の安全宣言は多くの方々に来てほしいという意味表示。来て、食べて、買っていただくことが大きな応援になる。(石巻市／浅野)

・とにかく買物をしてもらいたかった。これによって経済活動が生まれ、雇用が創出された。(女川町)

心のつながり

・来て応援してほしいというメッセージを一貫して発信。人に来てもらい、各商店主も注目されていることで意識が変わった。(南三陸町／阿部・宮川)

・体験プログラムの提供を通して、社会の役に立っている、必要とされているという実感が生きる力につながっている。それがなければ仮設住宅に閉じこもってしまっていた高齢者もいたかもしれない。(陸前高田市／村上)

気づきと学び

・語り部ガイドを通じて、子どもの頃から見て参加してきた地域の行事や風習の意味や背景が理解できるといなり、後の世代に伝えていきたいという意識も芽生えた。ガイドすることで精神的な満足感を得ている。(気仙沼市／鈴木)

・復興事業に関わることで、宿としての情報発信の方法と効果に気づいた。フリーペーパーに掲載された情報を見て参加してくれたお客さんもいた。そういうお客さんは今後も大事にしていきたい。(気仙沼市／熊谷(多))

・復興イベントや観光商品づくりなどの取組を通じて、表舞台に新しい人が出てくるようになった。震災で多くを失ったが、復旧の中で生まれたものもあった。震

災後、町を想う人が増えたと感じる。私も、

失って初めてその価値

に気づいたのかもしれない。(山田町／沼崎)

震災後「山田人」であることを強く意識する

ようになり、地元愛も強くなった。こんな田舎町は嫌だと言っていた若者の中にも山田のために何かしたいという人が増えた。本当に頼もしい。(山田町／豊間根)

モニーツアーなど、宿泊以外のことに関わる経験を通して

おやじとしてのスキルが上がった。お客さんの楽しませ方は前よりも自信がある。(相馬市／菅野(貴))

田舎特有の「何かをしただけ目だ」「無理だ」という気持ちから、人が来ることで「やってもいいんだ」「できるんだ」という気持ちに変わり、チャレンジしている人が確実に増えた。観光という人の流れが人を変えたのを目の当たりにした。(大槌町／白沢)

新たな局面に向けて

大震災発生から5年経ち、被災地の観光や交流については新たな局面を迎えたとも言えるでしょう。一方で、今なお工事関係者などの需要に対応しながら、次の展望を模索するところもあるでしょう。もちろん、福島原発事故と関わりの深い地域はこの限りではありません。

私たちは、復興は続いていくことを常に気にかけて、個別に、具体的に、対応、支援していかねばなりません。

しかしながら誘客については、モニター要素を含んだ復興応援ツアー頼みから、三陸沿岸エリア固有の魅力を活かした誘客に意識を集中するべきでしょう。重要なことは地元主導であり、それにはこの間の「気づきと学び」が大いに活かされると

思います。地域の素材の活かし方や個性に満ちた体験プログラムの方向性は、この特集の中にふんだんに表現されています。販売方法については、「拡大コミュニティ(広田・特集2)」の考え方の活用などに、新たな流通経路の可能性を感じます。このよう

な取組の積み重ねが三陸ブランドを形成することにつながるでしょう。

この特集では、主に三陸沿岸エリアに焦点を当ててきましたが、地震を起源とした訪問客の低迷は、東北地方全域に及んでいます(特集6)。

外国人客の不調は、根強い風評によるものだという分析も聞かれます。

このような状況下、ケースごとの対応に加え、東北全域を見据えた観光振興の検討が重要です。とりわけ外国人客など、遠方からのマーケットに対して、広域連携によるイメージづくりや、プロモーションが有効です。観光ルートもダイナミックなものが高よいでしょう。

その成果を高めるためには、魅力的な都市機能を備えた仙台などの拠点に加えて、自然景観や温泉を活かした滞在拠点の再整備が急務だと考えます。とりわけ、かつて団体客で賑わった観光地の資源性は日本代表レベルであることが多いので、その活性化が肝要になると考えます。中長期を見据えたインフラや施設の改修も必要となるでしょう。

これら拠点と、三陸沿岸エリアをはじめとする各地で展開が進む、地

域固有の資源の発掘と磨き上げを通して企画された体験プログラムや食や土産品が有機的につながることに

より、奥深い東北観光が展望できるものと期待します。

今号の特集を作ることを通して、真摯に復興と向き合う方々の、そのごく一部の方と話すことができました。こちらから出向いて、地元の空気感の中でお会いする中、言葉では表現しきれないことも多々ありました。取材にご対応いただいた皆さんに感謝いたします。

(文中の敬称を省略させていただきます。)

(てらさき たつお)

【注1】 <https://www.jih.or.jp/report/reconstruction-004>

【注2】「観光文化」222号(2014年7月) 参照

【参考】

・当財団では東日本大震災からの東北地方の観光復興、震災復興に関する自主研究を行い、成果を公開しています。ホームページを参照ください。

<https://www.jih.or.jp/report/reconstruction-report>

・特集5の環境省「グリーン復興プロジェクト」の一部を「観光文化」224号(2015年1月)でレポートしています。

「歴史文化観光とその振興施策に関する基礎的研究」を終えて

公益財団法人日本交通公社 観光経済研究部長・主席研究員

塩谷 英生

本研究は、歴史文化観光の市場構造の把握とその振興施策に関する課題整理を目的に2014年度(平成26年度)から2年度にわたり進めてきたものである。

このうち、アジア訪日市場および国内宿泊旅行市場における歴史文化観光の市場構造については調査を行い、本誌225号(2015年4月)にもその一部を紹介しているの
で参照されたい。本研究では、これら市場構造の調査と並行して、
①歴史文化観光施策の変遷について
の把握
②国・自治体における歴史文化観光
施策の財源に関する把握

③観光関係部署と文化財関係部署
が同一部に置く自治体における
連携効果について

のアンケート調査の実施を行っており、
本稿でその概略について紹介する。最
後に、日本各地の歴史観光地での視
察結果を踏まえて、歴史文化観光施
策の課題について述べることにする。
なお、歴史文化観光施策・観光
財源に関する情報収集・整理につい
ては、石山千代客員研究員の協力を
得て進めている。

1 歴史文化観光施策の変遷

本研究では、1968年(昭和43
年)の文化庁設置から現代にかけて

の観光に関わりが深い主な施策につ
いて文化庁を中心に整理を行ってい
る。ここでは試みに施策動向を8つ
の流れに分けて捉えている(表1)。

詳細はあくとして、総じて言えば、
観光関連施策の対象となる文化財の
裾野は広がっており、重要伝統的建
造物群保存地区、文化的景観、登録
有形文化財、歴史文化基本構想など
の形で、個別の文化財を面的、包括
的に捉え直す方向に深化してきた。

この間、高度成長期を経た観光市
場の発達や、世界遺産ブームなどに
よって、歴史文化財の経済的価値も
認識されていく。近年は地域振興へ
の期待もあり、保全を中心とした施

策から文化財活用の視点が強調さ
れつつある。

2 歴史文化観光に関する 予算の推移

文化財の裾野が広がることで、歴
史文化観光施策の守備範囲も広が
ったが、歴史文化観光関連の予算が
比例的に増加したわけではない。特
に、自治体においては財政緊縮の影
響から長期的な減少が続いているの
が実態である。

政府全体の観光関連予算規模自体
はインバウンド関連を中心に増加傾向
にあり、2015年度(平成27年度)
は3004億円となっている(図1)。
そのうち文化庁分は808億円で、
このうち文化財関連は444億円を
占める。この額は2008年度(平成
20年度)以降、ほぼ横ばいで推移し
ている。なお、この間の観光庁予算
も横ばい傾向で推移しており、平成
27年度で104億円である。

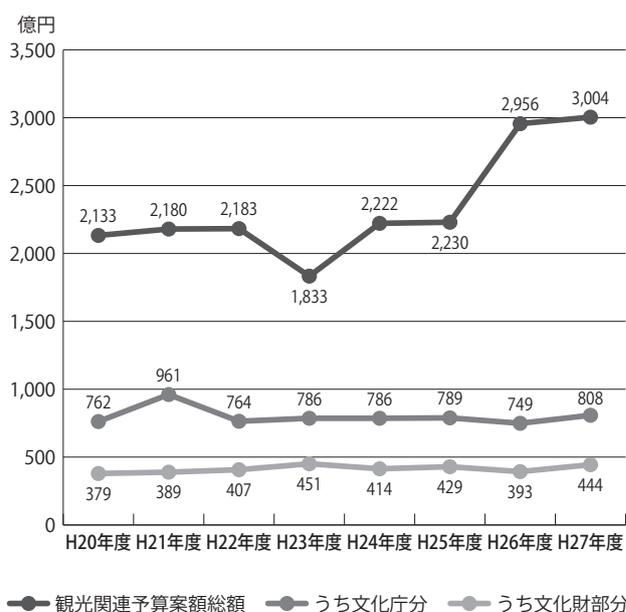
一方、文化財の保護・活用を主体的
に担うこととなる自治体の文化関係
経費は、都道府県で1992年度
(平成4年度)の2523億円から

表1 歴史文化観光関連施策の動向

施策動向	主な政策
①町並み保存への世論の高まりと面的保存制度の創設	戦後の高度経済成長期は、国土開発の波を受けて歴史的集落・町並みの保存が地域の課題となり、国が面的な保全に乗り出した時代である。一方で、歴史地域の観光対象としての経済的価値が向上した時期にも当たる。
②「活用」への取り組みと文化財の裾野の広がり	「保存」に力点が置かれてきた文化財行政が、平成に入り「活用」への取り組みの幅を広げていく。平成8年の文化財保護部長通知では、軽微な現状変更についての事務手続き簡素化、所有者による活用計画の必要性、活用事例の評価と広報等の必要性が示された。文化財の裾野を広めるため、届け出制による登録有形文化財制度が創設される。
③世界遺産条約批准後の動き	世界遺産登録を契機に観光客数が急増するなど、その経済的価値が認識された。世界遺産登録運動が各地で起きる中で、「顕著な普遍的価値」やコア・エリアとバッファゾーン
④「文化的景観」という概念の導入	地域の生活・産業・風土等により形成された景観を文化財として保護対象とする動き。重要文化的景観として選定されると、各種事業への補助や税制優遇措置がある。景観の保全は主に景観法で担保される。選定箇所には観光客がほとんど訪れていない地域も多く含まれる。
⑤NPOや住民との協働、支援のための施策展開	文化財建造物を活動の場としながら地域の発展に寄与したいNPO法人や市民団体の増加、NPO法、指定管理者制度等の導入等を背景に、文化財建造物の保存・活用に際してNPOや住民との協働、支援が重視される。
⑥文化財の総合的な把握、歴史文化基本構想に向けた動き	地域の中で一定のテーマを設定し、複数の文化財を指定・未指定に関わらず幅広く捉えて把握し、文化財の周辺環境までを含めて総合的に保存・活用していくという問題意識から「歴史文化基本構想」が提唱される。
⑦法定計画化と省庁間連携の促進	「歴史文化基本構想」を踏まえ「歴史的風致維持向上計画」を策定することが望ましいとされるが、実際に事業費が付き法律上の特例措置を受けられるのは後者のため、計画のみ策定・認定を受ける自治体も少なくない。認定計画に基づく事業には、社会資本整備総合交付金から手厚い支援がある。
⑧観光振興・地域活性化に資する補助事業	平成23年に閣議決定された「文化芸術の振興に関する基本的な方針（第3次基本方針）」を背景に、文化振興とともに観光振興および地域活性化を推進する事業がスタートする。「観光」を含む事業は平成24年で終了したが、地域活性化事業、史跡等総合活用整備事業といった形で継続している。

*各種資料より石山が作成した表をもとに塩谷が要約した

図1 観光関連予算案額（政府全体）の推移（H20-27年度）



出典：「平成27年度観光関連予算」（観光庁）

2013年度（平成25年度）には811億円へ、市区町村は平成4年度の5692億円から平成25年度には2827億円へと大幅に減少している（図2）。

つまり一文化財当たりの保全・活用のための財源は縮小傾向にあり、行政の補助だけでは賄いきれないものが増加する傾向にある。

したがって、観光客を収受対象とする事業展開（例えば、駐車場収入、物販・飲食、宿坊経営やユニークベニュー提供、ガイド料、入館料・拝観料、協力金など）、NPOや住民組織などによる非営利の支援活動などの重要性が増してきている。

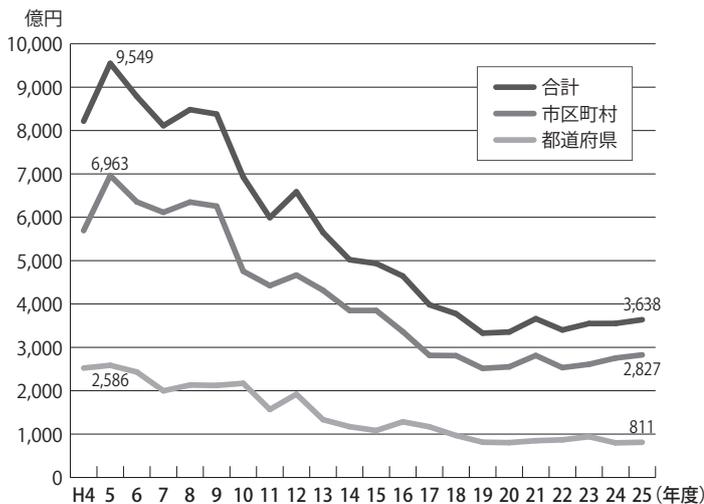
また、国における文化庁、農水省、国交省共管による歴史まちづくり法のように、地域においても縦割り

表2 観光関係部署と文化財関係部署との連携効果調査の概要

「地方における文化行政の状況について」(H20-26)と各自治体ホームページ組織図をもとに、都道府県・政令指定都市・中核市の中で観光関係部署と文化財関係部署が既に同一部局に設置されている地方自治体を抽出した上で、当該部局のうち、文化財保護を所管している部署を抽出した。その7自治体を対象に、文献調査およびアンケート調査を実施した。

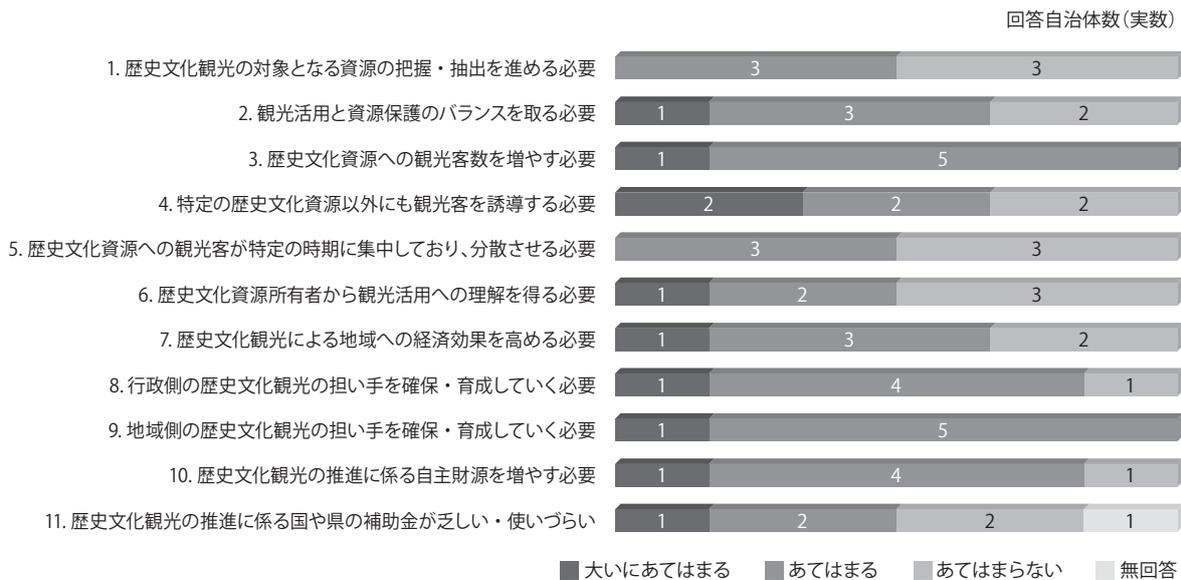
調査時期:平成27年2月
回答自治体:6県市(福井県、札幌市、堺市、高松市、福岡市、長崎市)
調査内容:観光分野と文化財分野の施策連携の実態、効果的な推進のための課題など

図2 都道府県・市区町村の文化関係経費の推移(H4-25年度)



出典:「地方における文化行政の状況について」(平成27年9月文化庁)

図3 歴史文化観光施策に係る近年の課題改善の兆し(同部局になって以降)



化観光行政を進めていくことが求められている。

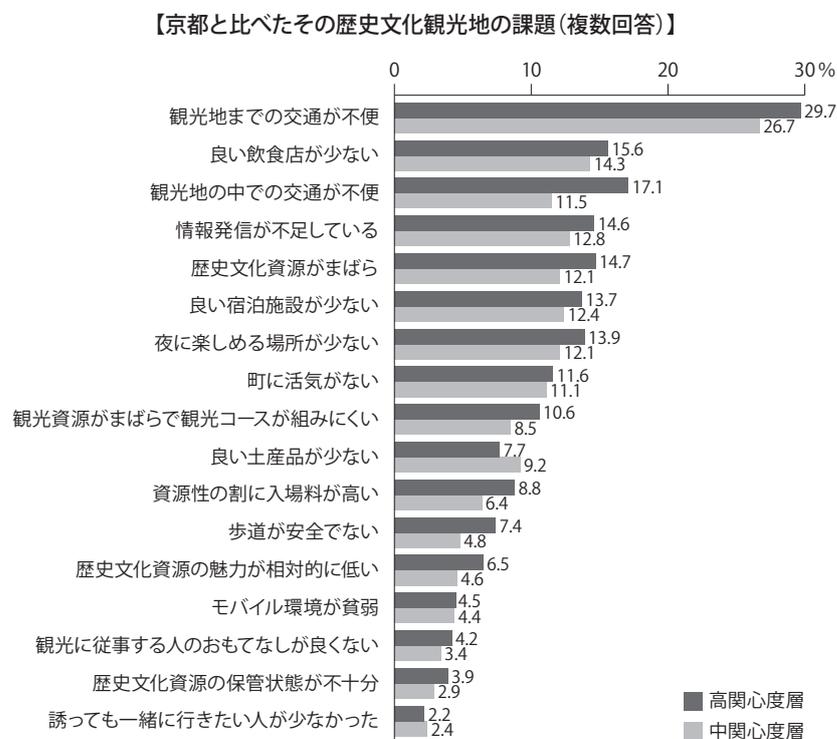
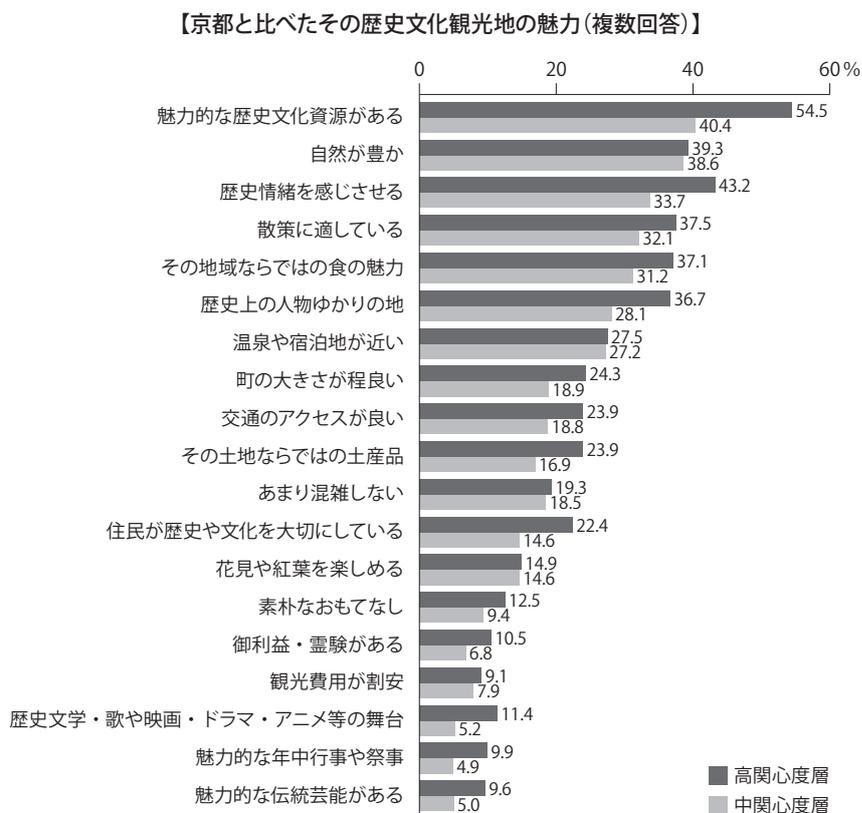
3 観光関係部署と文化財関係部署との連携効果調査

歴史文化観光の推進に際しては、観光関係部署と文化財関係部署との連携が重要だが、地方自治体の組織体制としては、観光関係部署は首長部局、文化財関係部署は教育委員会内の文化財課に置かれているのが一般的である。

しかし、近年、両者が同部局に設置されている地方自治体もいくつか出てきている。そこで、本研究ではこうした自治体へのアンケート調査を行い、両部局の施策連携の実態と、連携効果などについて整理を行った(表2)。

図3に挙げたように、歴史文化観光に係る諸課題のうち、同一部局になって改善の兆しが見られるものは、「3. 歴史文化資源への観光客数を増やす必要」「9. 地域側の歴史文化観光の担い手を確保・育成していく必要」が各6件、「8. 行政側の歴史文

図4 京都と比べたその歴史文化観光地の魅力と課題



高関心度層：「歴史文化観光地への旅行」に「非常に興味がある」層。中関心度層：「ある程度興味がある」層。

化観光の担い手を確保・育成していく必要」「10.歴史文化観光の推進に係る自主財源を増やす必要」が各5件となっている(「大いにはまる」+「あてはまる」)。歴史文化資源の周辺も含めた観光振興が促進されてい

る他、人材育成や連携事業などにおいて効果的な財源活用が図られている。「観光関係部署と文化財関係部署が連携して現在行っている主要な事業」の具体例としては、「文化財関係課が秘伝を公開し、観光関係課

がそれらを巡るバスツアーを実施する事業」「期間限定の文化財特別公開(歴史的建造物、庭園など)」「城郭活用のためのガイダンス・休憩施設などを連携して整備」といった回答が寄せられた。

連携した企画や情報発信などが効果的に推進しやすくなる一方で、保存と活用の立場が同一部局になることの難しさ、教育現場との連携がしづらくなるといったジレンマを挙げる回答もあり、こうした点を踏ま

えた新たな体制づくりが求められる。

4 現地調査に見る

歴史文化観光市場と 施策の対応に関する課題

本研究では地方の歴史文化観光地振興の視点から、いくつかの視察調査と自治体の文化財部署・観光部署などへのヒアリング調査を行っている。以下、市場調査結果を踏まえた上で、現地調査で感じた施策との食い違いについて、魅力を伝える上で利用者の視点の欠落、個人客に対応した受入態勢の不備などについて述べる。

① 歴史文化資源とその世界観が 持つ魅力の伝達について

国内市場の調査では、訪問経験率が極めて高い歴史文化観光地である京都と比べた地方の歴史文化観光地の魅力と課題について調査している。例えば、「歴史情緒を感じさせる」か否かは、特に高関心度層において地方の歴史文化観光地の「京都」に比べた大きな差別化要因となっている(図4)。

ところが、現地に行くと、例えば

世界遺産の構成資産である歴史的建造物の周りをブームを当て込んだ背の高い土産店がぐるりと取り囲んでいたり、山門の階段を上った先の芝刈り機の音など、歴史文化財が持つ世界観に没頭できない事例は枚挙にいとまがないほどにある。

また、保存への配慮が強すぎて、文化財本来の魅力を感じ取れないケースも少なくない。例えば、世界遺産である平泉の金色堂は、コンクリートの覆堂の中でさらにガラスケースで覆われているが、通路からの視野は限定的で、絢爛たる天井部分や柱上部に施された螺鈿細工などが立体的に捉えにくい。今後東北へのインバウンド誘致の核としての役割を担うには、継続的な修復を前提にしつつ、魅力を伝える展示方法への工夫も必要となる。

② 観光客の受入態勢の不備について

京都と比べた課題として多く挙げられた点に交通インフラがある。これは特に歴史文化観光市場のコア層にFITが多いということから大きな課題と言える。

各地の文化財を視察する際には、

現地までの足となるローカル線や路線バスの本数が利用したい時間帯に少ないといった課題が目立った。レンタカー利用についても、ある陶器で有名な街では、観光客用の駐車スペースを用意しているのだが、実態は地元のカーナンバーで埋まっていた。

また、歴史文化観光地を徒歩で回遊する場合に、歩車分離されていない区間が目立つことも課題であり、安全性を確保して歴史の世界観に集中できる環境を作る必要がある。レンタサイクルでは、「電動アシスト付」へのニーズのほうが「アシスト無し」よりも20代を除くと大きい。十分に用意されていない地域が多い。特にアップダウンの激しい歴史文化観光地では重要な課題である。

交通以外でも、社会教育施設の指定管理者が観光客への対応に注力しないケースなど、観光施設のもてなしにも多くの課題が見受けられた。観光客の消費の受け皿となる施設(宿泊、飲食、物販など)に関しても、個人客のニーズに対応できていない施設が少なくない印象を受けた。

③ 観光部署と文化財部署の連携の

重要性

①②で述べた交通や受入サービスにおける課題は、例えば高山、金沢、宮島、函館といった一定規模以上の観光地では、観光客に供する交通やサービスが事業化・産業化されていることが多く、課題と感ずる場面は少ない。

入込規模が小さい観光地では、安全性や世界観の保全に留意しつつ、地元住民向けの交通インフラや各種サービスを、観光客と共有することで効果的に活かしていく視点が一層重要となる。

歴史文化観光に関する施策の課題の多くは、観光客の視点から点検することで改善される面が大きい。しかし、多くの自治体においては観光部署と文化財部署の連携関係は弱い。入込規模が小さい自治体ほど効率的な財源活用が重要であることから、首長のリーダーシップの下で、観光部署・文化財部署を軸に、交通や都市計画部署なども含めた利用者目線での歴史文化観光地づくりを進めていくことが重要である。

(しおや ひでお)

旅行業の体系的整理への試み

旅行業を学ぶ人にとっての専門書『旅行産業論』の発刊

公益財団法人日本交通公社 観光経済研究部 研究員

観光政策研究部 主任研究員

柿島あかね
守屋 邦彦

視点に立つて整理を行った。

視点1.. 旅行業と他産業や

地域との関わり

現在の旅行業は、地域や企業と一緒に新たな価値を生み出すことによってビジネスにつながっている。

旅行会社と地域との関わりからは、例えばJTBでは人、モノ、文化との交流をきっかけに新たな価値を生み出す「交流文化事業」を推進し、その一環として、地域ならではの資源を掘り起こし、磨き上げることによって旅行商品化する取り組みが行われている。

また、旅行会社と企業との関わりからは、旅行会社が各企業の業務性旅行の手配のみならず、出張関連業務の効率化、コスト削減、危機管理などを総合的に取り扱うことによつて企業の課題解決に貢献しようとする。ビジネスストラテジメンツ(以下、「BTM」)なども存在している。しかし、このようなビジネスが実際に展開されていることは一般にあまり知られておらず、旅行会社が地域や企業に対してどのような価値を

観光は、我が国の経済成長を担う重要な成長分野として期待が寄せられている。人口減少・少子高齢化が進む中、国内の観光需要を喚起するとともに、好調なインバウンド需要を今後も積極的に取り込むことにより、旅行市場規模の拡大と、これによる地域経済の活性化、雇用の増大につながっていくものと考えられる。

このように観光への期待が高まる中、近年では旅行会社が地域や企業と連携して新たな価値を創造するなど、代売にとどまらない幅広いビジネスモデルを展開しており、旅行観光分野において果たす役割も大き

いものと考えられる。また、こうした役割を旅行業が担っていくためには、一般的な業務知識だけでなく、「場面」「時間」「空間」を創り出し、旅行という無形の商品を販売することができる人材が必要となる。

しかし、人材を育成するにあたって欠かせない旅行業に関する書籍を目を向けると、旅行業は観光概論の一部として扱われており、その内容は実務を中心としたものや、「旅行代理店」的機能を解説するにとどまっている内容が多く、今後の旅行業を担う人材に必要である旅行業の構造や旅行業の社会的な役割などにまで踏み込んで言及したものは少ない。

このような課題意識に立ち、立教

大学観光学部、株式会社JTB総合研究所、当財団を中心に構成される「立教大学観光学部旅行産業研究会」(以下、「研究会」(表1))では、立教大学で展開している「旅行産業論」「旅行業経営実務」の講義内容をベースとして、旅行業の体系的な整理を行った。

旅行業の体系的整理を行うにあたっての3つの視点

現在の旅行業の実態を踏まえ、これまで捉えられていなかった3つの

提供し、ビジネスとして成立しているのかという部分については見えにくいという課題がある。

特に、今後、旅行業を志す学生にとって、業務性旅行やMICEなどは日常的に接する機会も少ないことから、理解が難しいポイントとなる。以上を踏まえ、研究会では「旅行業と他産業や地域との関わり」なども含めたビジネス展開（法人営業、MICE、BTM、インバウンド事業、グローバル事業など）と、これを支える業界構造や戦略モデルについても整理を行った。

視点2…旅行業の ビジネスモデル

旅行業がどのような価値を創造しているか、どのような社会的役割を担っているか、どのような収益構造になっているかという「旅行業のビジネスモデル」については、従来あまり整理されてこなかった。

かつては代売手数料を主な収益源としていたが、近年では安定的な経営を目的として、外部環境に左右されやすい旅行業だけでなく、他の

事業領域を傘下に入れ、収益源を分散させるなど、ビジネスモデルに変化が起きている。その他、国内の旅行会社各社のビジネスモデル、世界の旅行会社のビジネスモデルの特色などについても整理された例は少ない。

研究会では、旅行業の基本的なビジネスモデルを整理するため、サプライヤーから旅行者に旅行商品が提供されるプロセスにおいて旅行会社が果たす役割や、旅行会社が提供している付加価値などを整理した。またこうした基本的なビジネスモデルを踏まえた上で、現在、旅行業に起きているビジネスモデルの変化や世界の旅行業のビジネスモデルについて市場変化や旅行会社を取り巻く環境などと併せて整理を行った。

視点3…旅行業の魅力、将来性

旅行業の人材を確保するためには、旅行業のビジネスとしての「魅力や将来性」を伝えていくことが極めて重要である。特に近年は消費社会の成熟化、社会のグローバル化、ICT（情報通信技術）の発達など、旅行業

界を取り巻く環境は大きく変化しており、こうした環境下における旅行業の存在意義を改めて整理することが重要である。

研究会では、かつての旅行業が旅行業の基本機能である情報提供機能、予約機能、金融決済機能の補助機能から、交流の場を創造する産業にまで発展してきた歴史的経緯やその時点における旅行業の社会的意義を整理し、旅行業の将来性についても議論を行った。

その結果、旅行業は今後、人・産業・地域を結びつける中心的役割を果たし、人的交流や経済循環などの新たな価値を創造することができる産業であることを次世代の旅行業を担う人材に伝えていくことが重要であるという結論に達し、書籍化の際にもこの内容を盛り込むこととした。

『旅行産業論』の発行

研究会での3つの視点からの議論を踏まえ、その成果を取りまとめ、発刊したものが『旅行産業論』(写真)である(注)。



目次(表2)からも分かるように、実務的な内容にとどまらず、旅行業全体を学術的かつ俯瞰的視点から論説している点が本書の特徴である。そのため、旅行者から見える旅行業だけではなく、旅行業のさまざまな分野・部門がどのような役割を果たしているかを把握することができ、構成となっている。

また、研究会メンバーは学識経験者、実務経験者で構成されていることもあり、旅行業のビジネスモデルについて解説する教養書のアプローチと、旅行業そのものを分析・考察

表1 立教大学観光学部
旅行産業研究会 (五十音順)

東 徹 (あずま とおる) 立教大学観光学部観光学科 教授 立教大学観光研究所 所長 立教大学観光ADRセンター 副センター長
柿島 あかね (かきしま あかね) 公益財団法人日本交通公社 研究員
黒須 宏志 (くろす ひろし) 株式会社JTB総合研究所 執行役員 主席研究員
志賀 典人 (しが のりひと) 公益財団法人日本交通公社 会長 立教大学観光学部観光学科 特任教授
庄司 貴行 (しょうじ たかゆき) 立教大学観光学部観光学科 教授
田中 靖 (たなか やすし) 株式会社JTB総合研究所 主任研究員
野口 洋平 (のぐち ようへい) 杏林大学外国語学部 准教授
野々垣 典男 (ののがき のりお) 株式会社JTB情報システム 代表取締役社長 株式会社ジェイティービー 執行役員
橋本 俊哉 (はしもと としや) 立教大学観光学部観光学科 教授
村上 和夫 (むらかみ かずお) 立教大学観光学部交流文化学科 教授
守屋 邦彦 (もりや くにひこ) 公益財団法人日本交通公社 主任研究員

表2 『旅行産業論』目次

第1講	第1章	「旅行・観光産業」とは
	第2章	旅の質的变化と旅行業創生の必然
	第3章	近代的旅行業の始まり
第2講	第1章	旅行業の自立的産業への過程
	第2章	旅行業法の変遷
第3講	第1章	旅行契約形態と旅行商品のバリューチェーン
	第2章	旅行会社にとっての企画旅行商品
	第3章	旅行会社の形態
第4講	第1章	旅行業における商品および経営の特性
	第2章	旅行業における財務の特質
第5講	第1章	マーケットの変遷と現状 (国内旅行) (1990年代~2000年代を中心に)
	第2章	マーケットの変遷と現状 (海外旅行) (1990年代~2000年代を中心に)
第6講	第1章	旅行マーケットの質的变化とその影響
	第2章	旅行マーケットの成熟化とFIT
	第3章	ローコストキャリア (LCC) がもたらす旅行マーケットの変化
第7講	第1章	旅行会社のビジネス展開① 店頭販売の展開と実際
	第2章	旅行会社のビジネス展開② メディア販売
	第3章	旅行会社のビジネス展開③ オンライン・トラベル・エージェント (OTA)
第8講	第1章	旅行会社のビジネス展開④ ビジネストラベルマネジメント (BTM)
	第2章	旅行会社のビジネス展開⑤ 法人営業
	第3章	旅行会社のビジネス展開⑥ MICE
第9講	第1章	インバウンドマーケットの変遷と現状
	第2章	インバウンド事業の実際と課題
第10講	第1章	旅行会社のシステムの概要
	第2章	世界の旅行関連システム
第11講	第1章	グローバル化 (マーケット動向)
	第2章	世界の旅行会社のビジネスモデル
	第3章	日本の旅行会社におけるグローバル事業の実際と将来像
第12講	第1章	業界構造と戦略モデル
	第2章	事業開発戦略の意義と方向性
第13講	第1章	着地型観光/地域交流ビジネス
	第2章	危機管理
	第3章	旅行産業の果たしてきた役割・社会的価値
第14講	第1章	旅行業界が観光の中で果たすべき役割
	第2章	旅行業の未来像と求められる人材

する社会学的アプローチの両面を併せ持つ点も本書の大きな特徴である。以上のような特徴を持つ書籍であることから、旅行業を志す人、旅行業に従事している人以外にも、経営学的な視点で旅行業でのケースを知りたい人にも対応できる内容となっている。

●

最後に、旅行業を志す人、旅行業に従事している人、旅行業を研究対象とする人など、幅広く旅行業に携わる人にとって、本書が旅行業を知る一助となれば幸いである。

なお、本書は旅行業の体系的整理を試みた第一歩としての成果である。そのため、今後の整理にあたっては今回取り上げた内容以外にも旅行業を把握する上で必要な視点も検討し、適宜盛り込んでいくこととしたい。

(かきしま あかね / もりや くにひこ)

(注) 詳細は公益財団法人日本交通公社のホームページをご確認ください。ホームページ内、「出版・シンポジウム」⇒「テーマ別書籍」⇒「総論 ほか」へアクセスすると確認ができます。
 * Amazon.co.jpよりプリントオンデマンド (POD) にて販売しています。

UNWTO遺産観光に関する国際会議 (International Conference on Heritage Tourism) 参加報告

公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 主任研究員 菅野 正洋

2016年2月24日(水)～26日(金)に、国連世界観光機関(以下、「UNWTO」と)と観光庁の共催による「UNWTO遺産観光に関する国際会議(International Conference on Heritage Tourism)」が奈良市で開催され、UNWTO賛助加盟員である当財団から筆者が参加した。

今回の国際会議では、地域の遺産を「どのように磨き上げ、魅せ、守るか」というテーマが掲げられ、主催者発表によると、36カ国から185人の参加があったとのことである。本稿では、会議当日の様子について報告を行うとともに、参加してみての若干の所感を述べてみたい。

会場の様子

会議は東大寺総合文化センターを会場として開催された。この会場は、世界文化遺産である東大寺に隣接して立地しており、通常の都市型の会場とはやや趣が異なる、いわゆる「ユニークベニュー」的な性格を有している。

駐車場に数多くの団体バスが並び、



東大寺駐車場に並ぶ団体バス



会場となった東大寺総合文化センター

平日にもかかわらず国内外からの観光客があふれる東大寺はまさに「遺産観光の最前線」とも言えるもので

あり、そこで開催される今回の会議はとても臨場感あふれるものとなっていた。

プログラム内容

会議当日の2月25日(木)午後

「保存と活用の両立」「観光資源の磨き上げ」「持続可能な活用につけて」という3つのセッションが、連続してそれぞれ1時間40分ずつ設けられ、各セッションでは、国内外からの発表者から取り組み事例の紹介を中心としたプレゼンテーションがなされた。また、各プレゼンテーションに対しては、会場の参加者からも質問が出て、活発な意見交換が行われていた(表)。

以下、日本からの発表内容を中心に紹介する。

まず、「保存と活用の両立」のセッションでは、北海道大学観光学高等研究センターの西山徳明教授より、沖縄県・竹富島におけるNPO・DMOによる遺産管理の事例が紹介されるとともに、「リビングヘリテージ」「市民遺産」といった新たな概念が紹

介され、参加者の活発な質問を集めていた。

また、「観光資源の磨き上げ」のセッションでは、一般社団法人日本旅行業協会（JATA）の越智良典事務局長より、奈良や京都、日光、広島、沖縄といった世界遺産地域を訪ねることの多い日本の修学旅行の事例紹介があり、参加者の質問を集めていた。さらに、一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューローの竹本昌人事務局長より、田辺市における外国人観光客を対象としたプログラム開発や、環境整備の取り組みが紹介された。

最後の「持続可能な活用にむけて」のセッションでは、観光庁の長崎敏志観光資源課長より、白川郷における遺産管理の取り組み事例が紹介された。

なお、海外からの参加者から日本人スピーカーに向けて、近年の我が国の外国人観光客数の急増の要因について質問が寄せられる場面が見られるなど、遺産観光の面だけでなく、近年の我が国のインバウンド政策の現状についても、海外からの参加者にとっては関心が高い事項として捉

えられていることが感じられた。

さらに、コーヒープレークの会場を兼ねてポスターセッション会場が設けられるなど、期間中随所で参加者間の意見交換や交流が図られるよう意識したプログラム構成になっていたことも印象的であった。

2月24日（水）の夜

会議以外の行事としては、JR奈良駅に隣接するホテル日航奈良を会場として、観光庁主催によるウエルカム・カクテル・パーティーが開催された。2月25日（木）の夜

会議終了後、奈良ホテルを会場として、奈良県の主催によるレセプションが開催された。この場では、相撲発祥の地として知られる葛城市で活動する「けはや相撲甚句会」による相撲甚句の実演が行われ、海外の参加者は興味深く鑑賞していた。

会議翌日の2月26日（金）

筆者は都合により参加できなかったが、奈良県内へのテクニカルツアーが実施され、石舞台古墳や民家ステイなどを視察する「明日香村コース」と、相撲発祥の地に触れる「葛城市

表 会議（2月25日〔木〕）のプログラムと登壇者（敬称略）

オープニングセレモニー	
古澤 ゆり	国土交通省観光庁審議官
黄 海國	UNWTOアジア太平洋部副部長
浪越 照雄	奈良県 副知事
セッション1 保存と活用の両立	
モデレーター:	
加藤 久美	和歌山大学観光学部教授、副学部長、国際観光学研究センター設置準備室副室長
スピーカー:	
ドナルド・ホーキンス	ジョージワシントン大学教授、UNWTOアドバイザー
ムニール・ブシュナキ	国連教育科学文化機関（UNESCO）アラブ地域センター所長
西山 徳明	北海道大学観光学高等研究センター センター長
セッション2 観光資源の磨き上げ	
モデレーター:	
ハーモニー・ラム	UNWTOアジア太平洋センター 事業・広報課長
スピーカー:	
越智 良典	一般社団法人日本旅行業協会（JATA） 理事・事務局長
竹本 昌人	一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー 事務局長
アマルスワル・ガラ	クィーンズランド大学地球変動研究所 教授、インクルーシブミュージアム（オーストラリア・インド） 所長
セッション3 持続可能な活用にむけて	
モデレーター:	
高橋 良明	国土交通省観光庁 参事官（国際関係）
スピーカー:	
ジョルディ・トセラスファン	バルセロナ大学 遺産創造文化観光研究所（LABPATC） 所長
ソック・サンパー	アンコール地域遺跡保護管理機構（APSARA） 副総裁
長崎 敏志	国土交通省観光庁 観光資源課長



セッションの様子



レセプション（奈良県主催）の様子

コース」の2コースに分かれて、奈良県の特徴的な地域資源の魅力や取り組みの現状を知ってもらう機会が設けられた模様である。

なぜ今「遺産観光」か？

ここで改めて今回の国際会議の背景について確認しておきたい。

UNWTOが会議開催にあたって公表しているコンセプトノートを参照すると、今回遺産観光に焦点を当てた国際会議を開催する背景は、次のように示されている（筆者にて引用して和訳）。

【背景】

文化遺産や自然遺産は観光において鍵となる要素であるが、遺産の概念は過去にあった有形のものから、日常や記憶といった無形のものにまで拡大してきている。

時として、コミュニティはその歴史や保有する遺産が、価値の高い魅力や地域資源として十分なポテンシャルを有していることを認識していない。

遺産観光を促進しつつ保護して

いくためには多くの関係者の参画によるアプローチが不可欠となる。2015年2月に、UNWTO、国連教育科学文化機関(UNESCO)と各国の観光・文化を所管する大臣、研究者、メディア、民間セクターがカンボジアのアンコール遺跡に程近いシエムリアップに会し、「UNWTO/UNESCO観光と文化に関する世界会議(World Conference on Tourism and Culture)」を初めて開催した。この会議では、観光が雇用創出や地方と都市の再生、自然遺産や文化遺産の鑑賞や保護といった取り組みを通じて、包括的な経済成長と持続的な開発のための計り知れない機会を生むという点が認識された。

遺産という資源を観光目的で活用することには多くの機会がある一方で、劇的な来訪者の変化が課題を生じさせる。そのため、コミュニティは来訪者に真正で質の高い経験を提供する一方で、保全をも一層意識するようになる。このように、観光を持続的に管理していくことは、観光地の競争力を維持するために最も求められている課題の一つである。

今回の国際会議は、前述のような背景を踏まえ、世界の宝を磨き上げ、魅せ、守っていくために参考になるであろう世界の先進的な取り組み事例を、観光産業、政府関係者、研究者、地域コミュニティ代表、国際組織に提示する機会として設定されたものである。

国際的な観光分野における日本ならではの貢献に向けて

ここで、今回の国際会議が我が国で開催されたことの意義についても考えてみたい。

今回の会議のテーマは、地域の遺産を「どのように磨き上げ、魅せ、守るか」というものであった。これは、我が国において、観光地域づくりやエコツーリズムに対する取り組みなどを通じて培われてきた、ある意味「お家芸」的な分野とも言える。

そのようなテーマが国際会議のテーマとして正面に掲げられ、なおかつそこに参加者も高い関心を寄せていたことは非常に意義深いものであ

ると考える。

2015年9月に開催されたUNWTO総会において、中国、韓国、タイとともに、アジア地域に割り当てられている4議席の1つを得て、実に25年ぶりに日本がUNWTOの理事国に就任したことは記憶に新しい。かねてから、国際的な観光分野における日本のプレゼンスが低いことが指摘されてきたが、ここに来て日本が一定の発言権を持つ理事国となったことよって、観光分野における国際的な課題により深く関与することが可能となり、観光庁では、我が国の観光政策をインプットしていくことで、国際的なルールの確立や標準化などに貢献していくとしている。

その意味では、地域の遺産を「どのように磨き上げ、魅せ、守るか」という面においても、今回のような会議開催の機会も積極的に活用しながら、我が国に蓄積されたさまざまな知見を海外に向けて発信・導入していくことが可能であり、国際的な観光分野における日本ならではの貢献のためには非常に有効であると感じた次第である。（かんの まさひろ）

活動報告

総務部

「創発的組織」への進化を目指して

～第二次中期経営計画と2016年度の取り組みについて

第一次中期経営計画を振り返る

当財団の将来ビジョン「22ビジョン（2013～2021年度）」がスタートして3年が経過しました。ビジョン最初の3年間に当たる「第一次中期経営計画（2013～2015年度）」は、「実践的な学術研究機関の基盤づくり」のフェーズと位置づけ、「学術論文発表表」をはじめ、機関誌「観光文化」「旅行年報」「旅行動向シンポジウム」などで成果発表を行うことを前提とした研究活動を定着させました。

また、「温泉まちづくり研究会」や「自然公園研究会」に代表される国内・海外の研究者の方々や行政関係

者、観光振興の実践者の方々と連携・協力した研究活動や、「たびとじょCafe」に代表される観光文化の振興に資する情報発信に意欲的に取り組みました。

組織運営面では南青山に新社屋「日本交通公社ビル」（2016年8月下旬完成予定）の建設を決定し、中長期的に安定した運営の基盤を構築しました。

第二次中期経営計画

「創発的組織」への進化

当財団は、第一次中期経営計画の成果を踏まえ、「第二次中期経営計画（2016～2018年度）」を「創

図1 第二次中期経営計画のポイント

第二次中期経営計画 ～「創発的組織」への進化～

「創発的組織」とは、研究員の専門性向上と、研究員相互の連携・協力により創造的な成果を生み出すことができる組織です

<目標>

1. 「実践的な学術研究機関」として「強み」となる研究分野を拡充する
2. 「日本交通公社ビル」をネットワークの活動の舞台（観光研究プラットフォーム※）とする
3. 一人ひとりの研究員が自己と組織を研磨し、「創発的組織」をつくりあげる
4. 自律する研究員のワークスタイルを確立する
5. 新しい環境下における安定的な財団運営体制を確立する

※観光研究プラットフォーム

コンセプトを「創発の拠点」とした「日本交通公社ビル」を中心に、当財団の研究員をはじめ海外を含めた外部の研究者や研究機関、行政関係者、観光振興の実践者等にも活用いただける観光に関する多様なネットワーク活動の場を「観光研究プラットフォーム」と総称し、展開します。

発的組織」への進化」のフェーズと位置づけました（図1）。

「創発的組織」とは、「研究員のさらなる専門性向上と、研究員相互の強固な連携・協力により創造的な成果を生み出すことができる組織」であり、「22ビジョン」の期間を「創発的進化期間」と位置づけています。第二次中期経営計画では「創発的組織」に向けた取り組みを強く意識し、当財団の研究員はもちろんのこと、海外を含めた外部の研究者や研

究機関、行政関係者、観光振興の実践者などと連携・協力した多様なネットワーク活動（こうした活動の場を「観光研究プラットフォーム」と総称）を展開し、「実践的な学術研究機関」としての役割をこれまで以上に果たしてまいります。

2016年度の取り組み

「創発的組織」への進化」に向けた初年度として、2016年度は以

図2 新しい組織体制 (2016年4月～)

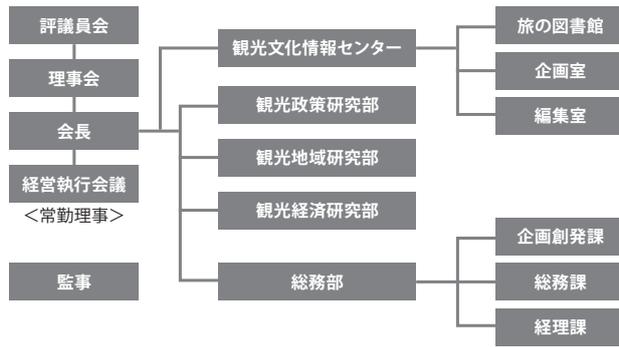


図3 2016年度の主な調査研究活動

- 主な研究活動
 - ・都道府県や政令指定都市を中心とした観光政策に関する研究
 - ・観光地経営計画の体系化や実践に関する研究
 - ・温泉地におけるまちづくりに関する研究(「温泉まちづくり研究会」の運営)
 - ・観光資源の分類や評価とその活用に関する研究
 - ・自然観光地の管理運営のあり方に関する研究(「自然公園研究会」の運営)
 - ・全国的な観光地・観光施設などの状況調査
 - ・観光経済の長期的課題に関する統計分析及び事例研究
 - ・訪日市場の現状分析及び諸課題に関する研究
- 4つの独自調査
 - ・JTBF旅行実態調査(直近1年間に実施した旅行について調査)
 - ・JTBF旅行需要調査(回数や意向等旅行に関する意識を調査)
 - ・DBJ(株式会社日本政策投資銀行)・JTBFアジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査
 - ・観光政策に関する調査

下の取り組みを中心に活動してまいります。

●組織運営

「第二次中期経営計画」のスタートに合わせ、2016年度より新たな組織体制による運営を行います(図2)。

研究部門

「観光政策研究部」「観光地域研究部(観光文化情報センターから名称変更)」

「観光経済研究部(新設)」の3部体制とします。各部署は連携しながら「観光政策や観光地経営に関する分野」「観光による地域課題解決や観光によって生じる変化(諸問題)に関する分野」「観光統計(国内市場・訪日市場)や観光による経済効果に関する分野」などの研究に重点的に取り組みます。

観光文化情報センター

現在の「観光研究情報室」の機能

を強化し、より情報発信力を高めるために、「観光文化情報センター」を新設するとともに、同センター内に「旅の図書館」「企画室」「編集室」を設置し、「旅の図書館」の運営をはじめ、「旅行動向シンポジウム」「たびとしょ(Gate)」などの企画運営、当財団ホームページなどの広報機能、機関誌「観光文化」や「旅行年報」の編集・発行を行います。

総務部

「総務課」「経理課」「企画開発課(企画課から名称変更)」の3課を設置します。特に「創発的組織」への進化に向けて中心的な役割を担う組織として、企画課を「企画開発課」と名称変更し、より強力で推進します。

●2016年度事業計画

2016年度は、これまで蓄積してきた研究成果をもとに、社会的な観光への期待や課題に向き合い、具体的な解決策などを提言し得る研究分野に集中して取り組みます(図3)。また、国や地方公共団体などの観光

振興に貢献すること、政策提言につなげることを意識した、より質の高い成果の創出を目指します。

また、「日本交通公社ビル」の活用に向けて、「旅の図書館」や、貴重な蔵書や当財団の研究成果を展示する「ギャラリー」、外部の方々にも活発に利用いただく「各種会議室」などのハード・ソフト面の整備を進めます。当財団活動へのご理解・ご協力をいただける方々のネットワーク拡充にも改めて取り組んでまいります。

2016年度からスタートする「第二次中期経営計画」および「2016年度事業計画」を中心に、当財団の今後の取り組みについてご紹介してまいります。

「日本交通公社ビル」という新たな環境、新たな組織体制のもと、全役員は「創発的組織」への進化を目指して新たな気持ちで事業に取り組んでまいります。引き続きご支援・ご協力をお願いいたします。

(総務部 企画開発課長 相澤美穂子)



連載 I
当財団専門委員
私の研究と観光
第 4 回

「天動説」から「地動説」へ

跡見学園女子大学観光コミュニケーション学部 教授

安島 博幸

工学部の出身である私の観光研究を振り返ると、ある時期にコベルニクスの転回が起きたことを自覚している。それまでの自分は「天動説」の時代に生きていたが、ある時期を境にして、「地動説」を信じるようになり、研究の視点が大きく変わったからである。

まずは、「天動説」時代の観光研究を振り返ってみる。私が観光の世界と本格的に関わりを持つようになったのは、1972年に東京工業大学社会学工学科の4年生となり、鈴木忠義先生のゼミに所属して、観光を専門的に学ぶようになってからである。

当時、鈴木研では、地域から委託を受けて、「いわき」「屋久島」などの観光地計画を実施しており、研究室に所属早々にその計画の手伝いをすることになった。後の進路に繋がる貴重な経験だった。この仕事の中で、地図から読み取った標高データを用いて、コンピュータ上で、ある地点からある地点までの「可視・不可視」を判別するコンピュータプログラムや地域の交通利便性

を数値化する最短ルートプログラムを開発した。

また、私の卒業論文は、「吸収型マルコフ連鎖による観光流動の研究」九州における旅行者の「観光行動分析」というもので、当時の株式会社日本交通公社（現ジェイティービー）から、旅行者2万人の実際のデータを使って（パンチカード2万枚）、その旅行の軌跡をコンピュータで読み取り、多変量解析とマルコフ連鎖モデルを使って、それぞれの地点と交通路の入り込み客数と交通量を予測する画期的な(?)モデルだった。その成果は、財団法人（現公益財団法人）日本交通公社の受託調査『観光交通資源調査』の一部になっている。

学部を卒業し、観光計画の専門コンサルタントだったラック計画研究所に入社することになった。4月入社を待っていたのは、年度末締切の期限が過ぎていた「高速道路の観光交通量予測」の仕事だった。この仕事に当たっては、森地茂先生（政策研究大学院大学教授）の指導を得て、4段階推定法の分布モデルとして、「オポチュニティモデル」を実験的に採用し、可能性

を検討した。このあたりまでは、数少ない工学部出身であることを期待されて、現象に対して統計的な分析を行い、予測モデルを作るタイプの工学的観光研究に取り組んだ時代だった。

そして、研究方法の大きな転機となる「送電線景観対策」の受託研究の仕事が来た。それは数百kmあるいは、それ以上に及ぶ100万ボルト超大型送電線の建設について観光地や観光資源、景観や環境への影響を避けながら、その影響を最小にする方法を研究することだった。そこには、学生時代に開発した「可視・不可視モデル」「ルート選定モデル」の考え方が生きた。当時のIBMの大型コンピュータで、10分以上の計算時間を要した。

路線選定に当たっては、できる限り人口密集地を避け、山陰に隠し、送電鉄塔のデザインにも配慮するなど、考えられる物理的・空間的対策をすべて取り入れたつもりだった。

しかし、ここで大きな壁に突き当たった。100mを大きく超えるしかも複数の大型送電鉄塔は、平野に出ると隠しようがないのだった。もう、物理的な対策は限界だった。

ここが大きな転機だった。いろいろと考えていくと、「塔とワイヤからなる送電線と似た構造物に吊り橋があるが、吊り橋は、観光資源・景観資源となるのに対して、なぜ送電線は嫌われるのだろうか？」という素朴な疑問が湧いてきた。つまり、構造物の「好き・嫌い」は、形そのもの

だけにあるわけではないと考えるようになった。「好き・嫌い」を決めている要素は、自分にも意識できない無意識下の自分が決めているのではないか。ここに至って、工学的手法の限界を痛感させられた。

当時、送電線景観の研究について指導を受けていた東工大の中村良夫先生に相談すると、無意識の心理学のユングや文化人類学の考え方は、面白いと示唆を受けた。そこで、関連の書籍を読み進めるうちに、目から鱗が落ちるような切れ味の良い理論にいくつも出会い送電線景観を理解する手掛かりが見えてきた。悲しいかな工学部出身の私には、いわゆる人文科学や社会科学のなディシプリンがない。それは欠点であると同時に、開き直って「盲蛇に怖じず」で、適用可能な理論はすぐに取り入れることに躊躇しないので、問題解決には結びつけやすいとも言える。ここが大きな研究の転機となった。自分の目で見える現象だけから天体の運行を説明しようとする「天動説」から、自分では自覚できない原理や法則によって世の中が動いている「地動説」へと研究の取り組み方が大きく変わったのである。「天動説」対「地動説」、「ニュートン力学」対「量子力学」の関係にも似ている。日常生活の99%は、「天動説」と「ニュートン力学」でも、支障を来すことはない。しかし、天動説では、惑星の運行を説明できないし、ロケットを飛ばすこともできない。ニュートン力学では、半導体

や新素材、新薬の開発はできないのである。

観光現象を考える上で、「地動説」「量子力学」的視点を私に与えてくれた学問をキーワード的に書くフロイト、ユングの「無意識の心理学」、レヴィ・ストロースなど文化人類学の「構造主義」、ソシュールの「一般言語学」とそれに続く「記号論」、哲学では「現象学」「身体論」、社会学では、ブルデューの「差異化」「文化資本」などである。具体的に、私の研究の中での送電線景観研究では、景観イメージは、「身体論」と「記号論」で、送電線の形態やそれが置かれた社会的コンテクストから様々な意味が生成する過程を分析的に説明することを目指しており、解決策の提案も行っている。

別荘地の歴史を研究し、別荘地の本質に迫った『日本別荘史ノート』においては、高原リゾートは、見えやすい「避暑」のためだけではなく、「交流・社交」「健康」「ステイタス」など直接見えにくい願望・欲望を背景に構造主義的な視点を持ちながら残された歴史的事実や残存する証拠によって実証することを試みている。この2つの事例を通じて研究のテーマとしたことは、いずれも、目に見えない現象の背景を貫く隠れた背景や原理、法則であり、リゾート計画にも本来反映されなくてはならない視点なのである。

我々は、まだ観光学独自のディシプリンを持っていないと思う。他分野のディシプリンの応用を観光の分野でやっているに過ぎない。それでも良

いと思う。まずは、謙虚に他分野のディシプリンに学び「地動説」の地平に立つことがまず必要である。さらに、観光分野における実践を通して、固有のディシプリンに発展していくことになると思っている。また、観光分野における適用時に矛盾や間違いが起きた時、それを元の分野にフィードバックすることは、そのディシプリン自体の発展・深化にも貢献することだと考えている。

いずれにせよ、私は、現在の観光研究のフロントニア、つまり説明しにくい観光現象のメカニズムを明らかにする研究課題の解答は、自分心の観察から出発する「天動説」的研究上にはなく、直接的には見えにくい人間の行動原理などを前提にした「地動説」的思考の延長上にあると考えて研究に取り組んでいる。

(やすじま ひろゆき)



安島 博幸(やすじま ひろゆき)

跡見学園女子大学観光コミュニケーション学部教授。1950年東京都生まれ。東京工業大学工学部卒業。東京工業大学社会学科助手、金沢工業大学建築学科教授、立教大学観光学部教授などを経て、2015年より現職。工学博士。元日本観光研究会会長。東京都観光事業審議会会長。観光地、リゾートの計画に関わる基礎的な研究と観光まちづくり計画の方法論を研究対象としている。最近、特に関心を持っているテーマは「観光地・リゾートの歴史的研究」および「観光地の持続的発展に関する理論的研究」など。



連載Ⅱ
当財団専門委員
わたしの1冊
第4回

琉球大学 観光産業科学部 学部長

下地 芳郎

『琉球の文化』復刻版

式場隆三郎編 榕樹社 1995年(初版は昭和書房版1941年)

沖縄観光といえば、青い海、青い空、白い砂浜」というイメージが定着しているが、実は、海をテーマとした観光はまだ40年ほどの歴史しかない。

本書、『琉球の文化』は、沖縄観光の本質が琉球王国時代から受け継がれてきた「文化」にあることを示す非常に重要な書である。戦前の日本を代表する思想家である柳宗悦を中心とする民藝協会の運動家による琉球文化論であり、初版は1941年である。1995年の復刻版では、式場隆三郎が編者となって7名が琉球文化論を展開し、現代の専門家による解題が加わっている。本書の中心である、柳の『琉球の富』は、戦前の沖縄各地で見られた赤瓦屋根、舞踊、組踊、音楽、工芸、琉語などを取り上げ、その美を生み出した背景としての生活文化の解説を行っており非常に興味深い。

柳は琉球文化の代表として、まず墳墓を取り上げている。精霊への信仰が住民の生活を支配する原理だと指摘している。また、首里について、柳は「日本の城下町で最も美しい」と称賛している。当時の標準語教育を重視する姿勢にも警鐘を鳴らし、琉語(方言)の持つ美しさを保全することの重要性を説いた。那覇の街については、1800年代に英国でベストセラーになったバジル・ホルルの琉球訪問記録でも「爽やかで、ロマンチック

な風景の完成したもので人工の美が加わっている。絵のように美しい」と記されている。

こうした生活文化を資源とする沖縄観光の魅力は、1937年から大阪商船が実施した沖縄ツアーを通して国内に伝わるようになった。7泊8日の沖縄への船旅は当時の富裕層にとつて異文化に触れる貴重な機会だった。ツアーでは、首里城、泡盛醸造所、空手、沖縄古典劇などを中心とする日程は人気があったが、残念ながら1941年に中断された。その後の沖縄が戦争によって壊滅的に破壊されたことで、異文化を訪ねる旅は失われ、沖縄観光はゼロからの出発を余儀なくされたのである。

戦後、慰霊訪問団受入れから再開した沖縄観光は、海をテーマにすることで国内観光客の注目を浴びて飛躍的な発展を遂げ、首里城復元(1992年)を契機に文化的価値が再評価され、現在に至っている。柳が称賛した琉球の文化は、戦後の米軍統治下のアメリカ文化と融合し、音楽、食、工芸などで新たな分野を生み出した。

本書とは、2012年の夏、私が沖縄県の本土復帰40周年を契機に、これまでの観光政策を検証している中で出会った。沖縄の歴史や文化を論じた書籍は数多く出版されているが、その中でも多くの方に読んで頂きたい一冊である。(しもじ よしろう)



下地芳郎(しもじ よしろう)

1957年、沖縄県生まれ。1981年に沖縄県庁入庁。カナダトロント大学派遣後、香港事務所初代所長として、東アジアからの観光客誘致に取り組む。観光政策統括監を経て2013年3月に沖縄県退職。同年4月から琉球大学観光産業科学部教授として観光政策論などを担当。2016年4月に観光産業科学部長就任。

「観光の研究と実務に役立つ図書館」を目指して

本号では、移転に向けて現在準備を進めている「旅の図書館」のリニューアル後のコンセプトや特徴についてご紹介します。

観光の研究と実務に役立つ図書館へ

移転後の「旅の図書館」では、これまで収蔵してきた旅行・観光に関する各種図書に加えて新たに、当財団の調査研究部門が活動の中で収集してきた統計や調査研究報告書などを公開いたします。これに伴い、蔵書規模は3万5千冊から6万冊へと大幅に増加します。

また、これまで以上に研究部門と連携した運営を行い、「観光の研究と実務に役立つ図書館」を目指します。観光を研究されている方・学んでいる方、観光政策の立案、観光産業

の経営や実務に携わっている方、あるいは広く観光に関する動向に興味をお持ちの方のご利用を想定し、さまざまな文献から、研究の種々を、多くの参考事例から観光政策や観光地づくりの現場に活かすヒントを探すために、足を運びたくなる魅力的な図書館にしたいと考えています。

以下に、特徴の3つを取り上げます。

特徴① 旅行・観光分野の専門図書が6万冊

当館は、旅行・観光に関する図書資料を専門的に収蔵してきた我が国でも数少ない専門図書館です。このたびの移転、蔵書数拡大を機に当館独自の分類に取り組み、新たに観光分野における詳細分類を確立しました。目的の図書・資料をより探しやすくする工夫を検討しています。

専門的な資料のお問い合わせ（レファレンス）や各種相談には、調査研究部門とも連携しながら研究員が対応いたします。

特徴② 古い文献や経年変化も調べられる豊富な資料や統計

当館では、旅行・観光に関する各種図書の他、時刻表、国内外の機内誌やガイドブック、旅行関連雑誌などのバックナンバーや、戦前からの国内外の旅行・観光に関する貴重な資料（古書、稀観書、『旅』『ツーリスト』のデジタルアーカイブ）などを所蔵しています（写真）。時代をさかのぼった研究やバックナンバーを利用した経年調査も可能です。



外国人向けの日本案内ガイド（1926）、雑誌『旅』戦前の終刊号（1943）や海外旅行ガイドブック（1952）



旅行意識や観光事業などに関する各種資料

特徴③ つながるー学び合う

ー交流機会の創出

「図書空間でつなぐ&楽しむ研究交流」を合言葉に、ゲストスピーカーと参加者が気軽に語り合える場として2014年度(平成26年度)にスタートした「たびとしょCafe」も開催6回を数え、定着してきました。今後も「たびとしょCafe」を継続的に開催する他、書架に隣接したホールや会議室での研究会やシンポジウムなど、図書のある空間の魅力を活かし、観光の研究や実務に携わる皆様が気軽に集まり交流できる機会をご提供します。

新たな「旅の図書館」は、より専門的な蔵書を拡充して研究者・実務者の皆様に大いにご利用いただくとともに、さまざまな交流の場となるような図書館を目指し、準備を進めています。どうぞご期待ください。詳細は、今後も本誌や当財団ホームページなどでご案内いたします。
(旅の図書館長 久保田美穂子)

所蔵図書紹介

『震災と芸能ー地域再生の原動力』

(橋本裕之著、追手門学院大学出版会)

東日本大震災直後から時間の経過とともに風景が徐々に変化する中で、人々がコミュニティとつながっていたいという思いが「復元力」となり、地域を再生する「原動力」になっていることを、本書は教えてくれる。筆者が研究者として何ができるか、何をすべきなのかを自問し葛藤する中で、行動を起こしていたことを披瀝しているくぐりには興味深い。「私はようやく気付いた。生活再建や地域再建ができてから民俗芸能なのではなく、生活再建や地域再建のために欠かせないアイテムこそが民俗芸能だったのである」。自身が実践的な活動を通して、個別的体験を一般的な経験に昇華させて復興支援の一助として活用する方法として認識したことは印象的である。岩手県沿岸の津波被災地域においては、人と人、集落と集落とをつなぐ神楽や虎舞などの民俗芸能の場を共有することが、前に踏み出す気持ちを被災者に醸成している。それを実現させようとする地道な支援活動に敬服する。未曾有の大災害からの復興に、一体何が底力となり得るのかを考えさせられる一冊である。



四六判 272ページ
定価 1,600円
追手門学院大学出版会
(2015年3月発行)

『温泉の平和と戦争ー東西温泉文化の深層』

(石川理夫著、彩流社)

温泉にまつわる書籍はどれほどの数が出版されていることだろう。温泉が湧く地域は観光地となり、老若男女が訪れて賑わい、のんびりと過ごすのがごく一般的な情景である。ところが、本書の表紙タイトルを見て驚いた。温泉、平和、戦争？何が書かれているのか。欧州で戦争状態にある中で協定を結んで、中立地としての「温泉地」は敵同士が傷を癒やし、静養する避難所と取り決めた平和の場であった。日本の戦国武士の間でも同様なことがあったという。温泉が湧く所は「聖域」という考え方が世界で共通する。その「聖域」に逃れている間は罪人であっても捕らえられないといった決まり事もあった。平和な時も戦争の時にも温泉が人々から別な世界としての存在と意識され、争い事から隔離されていた。「平和と戦争の問題は、過去のものでは決していないことを今日痛感させられる。平和な癒しの避難所(アジール)としての役割を担ってきた温泉(地)の、温泉の平和に思いを馳せていただければと願う」。との筆者の強い思いに共感する。(片桐)



四六判 238ページ
定価 2,000円
彩流社
(2015年11月発行)

公益財団法人 日本交通公社 出版物のご案内

当財団では、調査研究の成果を、出版物を通して広く公開しています。各書は次の方法でお求めいただけます。

● **当財団ホームページ** / 賛助会員様は一部を除き会員登録が不要です。
<http://www.jtdor.jp>

● **書店** / 大型書店、政府刊行物サービスセンター(官報販売所)取扱所などでご購入いただけます。または、お近くの書店で注文ください。
 ● **オンライン書店** / オンライン書店からは、紙書籍版とともに、電子書籍のペーパーバック版(プリントオンデマンド印刷)、電子書籍版も発行しています。

■ **2014年度温泉まちづくり研究会デイスカシヨ記録(2015年7月発行)**
 *オンライン書店(amazon.co.jp)より『ペーパーバック版(プリントオンデマンド印刷)』も発行中。

当年度開催3回の記録です。第1回は「海外の魅力的なリゾートに学ぶ」、第2回は「現代アートを起爆剤に温泉街を活性化!」道後温泉のまちづくりに学ぶ。第3回は「改めてインバウンドについて考える」。温泉地の将来を考える上で、多くのヒントが見えてくる1冊。

■ **旅行年報2015(2015年10月発行)**
 *オンライン書店(amazon.co.jp)より『ペーパーバック版(プリントオンデマンド印刷)』も発行中。

日本人の旅行実態に関する調査、訪日外国人の発地調査、都道府県の観光政策アンケート調査などの当財団独自調査の分析レポートを中心に、「旅行市場」「観光産業」「観光地」「観光政策」について近1年間の動向出来事を経覧した1冊。当財団の研究者が分析、執筆、編集。当財団ホームページからPDFにて公開中。

■ **旅行産業論(2016年2月発行)**
 *オンライン書店(amazon.co.jp)より『ペーパーバック版(プリントオンデマンド印刷)』も発行中。

立教大学、駒工TB総合研究所、当財団を中心に構成される「立教大学観光学部旅行産業研究会」では、立教大学の講義内容をベースとして、旅行業の体系的な整理を行い、その成果を書籍化。実務的内容にとまらず、旅行業全体が学術的かつ俯瞰的視点から解説されており、旅行業に従事する人、志す人、研究する人へ多くの示唆に富む1冊。

■ **平成27年度観光地経営講座 講義録最新刊(2016年3月発行)**
 *オンライン書店(amazon.co.jp)より『ペーパーバック版(プリントオンデマンド印刷)』も発行中。

「観光地経営の8つの視点と実践」地域はインバウンドをどう捉えるか? 地域主体の戦略を考える」を主題に、特に「③市場創出(新たな魅力と市場をつくる)への対応」焦点を当て、観光庁、岐阜県、白馬村、しまなみ海道それぞれの立場での取り組み内容や考え方などに触れることにより、各地での実践におけるヒントを提示した1冊。

※担当:公益財団法人日本交通公社 観光文化情報センター
 電話 03・5261・9073 <http://www.jtdor.jp>



次号予告

● **現政権が進める「地方創生」**は、東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げることを目的とした一連の政策です。中でも観光は、定住人口の減少を補う地方への誘客と消費、そして雇用にも期待が寄せられているものの、急激なインバウンドの増加などによって雇用不足が顕在化し、十分な受入環境が整わない観光地も少なくありません。次号では、温泉地を例に観光産業における雇用不足の現状と今後の方向性について考察します。

当財団からのお知らせ

● **「2016年度シンポジウム・セミナー開催予定」**
 当財団主催の今年度シンポジウム・セミナーについては案内します。

● **観光地経営講座 上期 6月**
 2013年12月発行の「観光地経営の視点と実践」をテキストにして、当財団がこれまで培ってきた経験とノウハウを観光地経営という視点で整理したプログラム。昨年度は「市場創出インバウンド」に焦点を絞って開催しました。今年度については現在企画中です。

● **旅行動向シンポジウム 下期**
 当財団独自の旅行市場調査および観光政策などに関する調査の研究成果発信の場として、当財団研究員が発表する予定です。

● **最新情報** (詳細については準備ができ次第、ホームページでご案内させていただきます。当財団ホームページ URL <http://www.jtdor.jp> トップページ)

● **「研究員コラムの紹介」(2015年12月〜2016年2月)**
 各研究員が独自の経験と視点を基にして、ホットな雑感を綴ります。当財団ホームページ「研究員コラム」に掲載した3カ月分を、紹介します。

- **「研究員コラム」で検索できます。**
- 2010 観光地と災害について考える (堀木美告)
 - 2011 火山の恵みと噴火への備えを切り口に (梅川智也)
 - 2012 韓国の観光実情についての考察 (寺崎竜雄)
 - 2013 「日韓国際観光カンファレンス2015」に参加して (寺崎竜雄)
 - 2014 Exhibition (展示会)に求められるもの (寺崎竜雄)
 - 2015 2015年を振り返る (寺崎竜雄)
 - 2016 2016年の年初にあたり (寺崎竜雄)
 - 2017 2015年、印象に残った地域、人、そして、言葉 (寺崎竜雄)
 - 2018 ロングトレイル・コラム (吉谷地裕)
 - 2019 「ロングトレイル」連携に学ぶ実態ある連携 (相澤美穂子)
 - 2020 「インバウンド消費」の行方 (相澤美穂子)
 - 2021 東京国立近代美術館「ようこそ、日本へ」展を鑑賞して (大隅一志)
 - 2022 「鮮やかに浮かび上がる」戦前のわが国の観光の姿 (大隅一志)
 - 2023 旅行業の体系的整理への試み (柿島あかね)
 - 2024 「旅行産業論」執筆、出版を通じて (門脇菜海)
 - 2025 観光地での住民意識調査実施を通して感じたこと (川口明子)
 - 2026 訪日客にも光る! 日本の生活サービス (川村竜之介)
 - 2027 旅行・観光に関する日進月歩の「メディア」サービス (川村竜之介)

編集後記

◆ 2011年(平成23年)3月11日から歴の上では5年の月日が経過しましたが、復旧・復興への道程はさまざまです。インフラの復旧ができなければ旅行・観光は始められないということではなく、「ひとの動きが復興への力になる」、特集担当研究員が現地へ赴き、座談会、対談、インタビュー取材で話された各地の皆様の声から分かりました。それを誘引する旅行・観光への期待が大きいということは、旅行・観光に関わる研究者・実務家のさらなる取り組みが注視されていることを再認識しました。

◆ 我が国は地方を元気にしなければならぬとして、予算を組んで施策を展開してきています。当財団の研究員は日本の地域の活性化に向けて、実践的な観光研究を進めています。地方創生と観光との関係の特集企画として小誌で取り上げます。どうぞご期待ください。

◆ 東日本大震災直後の4月から編集を担当し、3月31日その任を終えました。震災直後の2008号(7月)で、旅行・観光・ツーリズムと大震災をテーマにどう関係づけ、どんな企画にすべきか自問自答を繰り返したことを思い出します。これまでご愛読にご支援くださいました皆様にご面をお借りして心よりお礼申し上げます。(片桐)

編集室メールアドレス:
kankoubunka@jtdor.jp

当財団のメルニュース会員を募集(無料) / 月1回発行。
 ホームページから登録いただけます。

「観光文化」のPDFを当財団ホームページで公開中。229号よりPOD(ペーパーバック)版の販売も開始します。



Cover Story

雄大なスケールを誇る十和田八幡平国立公園は青森・岩手・秋田の三県にまたがる観光エリアでもある。私が訪れた時、霧の中にニッコウキスゲが咲き乱れ、自然美を一層際立たせていた。岩手富士と呼ばれる岩手山が遥かに望まれる光景が美しい映像を描き出してくれた。

(Photo and Words by 樋口健二)

機関誌

観光文化 第229号

第40巻2号通巻第229号

発行日：2016年4月10日



発行所：公益財団法人 日本交通公社

東京都千代田区大手町2-6-1

朝日生命大手町ビル17F

〒100-0004 ☎03-5255-6071

<http://www.jtb.or.jp>

編集室：東京都千代田区大手町2-6-1

朝日生命大手町ビル17F

観光文化情報センター内

〒100-0004 ☎03-5255-6090

kankoubunka@jtb.or.jp

編集人：有沢徹郎

発行人：志賀典人



制作・印刷：株式会社 REGION

禁無断転載

ISSN 0385-5554