

視
座

観光客を紹介し合う関係づくり

観光資源の連携・ネットワーク化にむけて

山形県の観光者数は、従来の主流であった団体旅行の減少や長引く経済の冷え込みを反映しかつての勢いがなくなってきた。また、価値観の多様化やライフスタイルの変化に伴い、人々の観光行動や観光地に対するニーズが大きく変わってきていること、高速交通網の整備により観光客の選択の範囲が広がっていることなどから選択眼は一層厳しくなっている。新庄延伸した山形新幹線や山形自動車道全線開通への期待は大きいですが、高速交通網が整備されても、引きつけるものがなければ利用客は通過するだけで終わる。多くの人が通過するだけの地域に残るものは地域住民の不満や不安と観光客が残したゴミである。

観光振興が果たす役割

山形県は、豊かな自然、名所・旧跡、温泉、伝統文化など観光資源に恵まれている。各地域における観光収入のウエイトは大きく、また雇用の場としても、他産業との連関においても、観光振興は地域経済を支える重要な要素となっている。

とりわけ、後継者不足により第一次産業が衰退したり、産業構造の変化によって伝統産業が衰微したりするなかで、人口流出による過疎化、高齢化が進む地方の経済活性化、地域づくりにとっては、観光振興が地域に果た

す役割は大きく、そして重要な意味をもつ。

面の連携の必要性

誘客に取り組む際、観光客にとっては、市町村の境は関係ないということを変更して認識する必要がある。なぜなら、観光客は行政の区域には全くかわりなく計画を立てて行動するのが当たり前だからである。高速交通網の整備により時間距離が短縮されれば、なおいっそう利用者の意識の中に行政区域は入ってこない。

これに対し、受入側特に行政ベースでみるといまだに圏域に固執した考え方が根強い。

各自治体が自己完結的に観光振興を行っており、とにかく、それぞれが我が町へお客様を連れてこようと精いっぱい努力を続けているのが現状である。観光パンフレットの類も、ほとんどは自治体単位で行われており、情報の発信、提供の枠組みもわかりである。市、町の情報が、果たして地名と場所が一致しない観光客にインパクトを与えうるかどうかは疑問である。行政区域、また地域利害を超えて、観光客の実際の行動、ニーズに合った、利便性のある広域的取組みが必要である。

ただ機能分担というのは極めて難しい問題で、「総論賛成」「各論反対」になっている。最もメリットのある機能はわが町で、あるいは、わが施設で受け持たたい、と誰もが思っている。地域や施設等の受け入れ側は、観光客が何を求めているのかを先取りし、さらに利用拡大していくために広域的な視点で連携していくことについて相当立ち遅れている。

お互いがパイの奪い合いをするのではなく、各自自治体、各施設等で機能分担して、それぞれが連動していけば、それぞれの活性化

荘銀総合研究所 研究主任

吉田 靖

につながる。また、地域内の施設等同士がお互いの良さを違いを理解しあい、資源を見直し再出発に努めて、多様な事業・企画を造成すれば観光客の選択肢が広がる。さらには、一体となって情報提供・発信を展開するならば、地域や施設の既成概念や常識を覆し新しい評価につながるに違いない。

地域の持つ資源で足りない部分は、隣接する自治体単位で共同して補完し合うような取り組みを展開することによって、無理のない形で、より効果的な展開が可能になる。ネットワーク化・事業連携は、各々の自治体が観光資源の魅力を的確に認識することによって、各自治体の「身の丈」を超えない範囲で、圏域全体として「身の丈総和」を超える効果を狙うことが可能となるのである。

自治体・施設等の連携・ネットワーク化による点（単独地域・単独施設等）から面（複数地域・複数施設等）としての魅力の創出、事業連携等によるさまざまなメニューの提供など新たな魅力を創出することで、その相乗効果により観光客を血液のように循環させることが可能となり、ひいては滞在時間を増やす。そして結果的には山形県全体の観光の活性化につながるべく考えられる。

必要なものは、軸や線概念でなく、面もしくは面の重なり概念である。「面の連携」として考えれば、多様な価値観を持つ主体の相互融合が可能となり、多様な形に変形でき、多様な環境に対応できる。面で取り扱えばそれぞれ異なる地域で特徴を出し、さまざまな形を表すことが可能となるのである。

真の連携に向けて

連携という言葉は「企業連携」「地域連携」といった具合に多く使われている。しかし、今のところ必ずしも連携の成果が上がっておらず、形だけの連携に終わっているように思う。互いに対等な立場で認め合い、協力することにより、新しいものが生まれるという考え方に立っていない。自分とは異なった歴史、文化、さらには価値観を認めていない。これから新しいものを作っていくとすると、古い社会システムは反省され、崩壊されなければならぬ。地域や企業にしても、現状に危機感を覚えないところでは、真の創造もあり得ないし、連携もなされない。

地域間・施設間のネットワーク化・事業連携に取り組むうえで、個々が自立していることが絶対条件である。そのうえでお互いが足りないものを補うことに意味がある。魅力もやる気もないもの同士の連携は全く無意味と考える。

そこで、地域間・施設間の連携・ネットワーク化を推進していくうえで、各自治体の観光地としての魅力をブラッシュアップしていくことが必要となる。そのためには、新しい楽しみ方の提供や、いつ行っても新しい体験ができるような運営が求められる。また、パブリシティ等を活用するなど、あまりコストをかけないで、ともかく世の中で話題になるか、少なくともその施設のことを耳にするか目にするという状況をつくり出すことも大切である。

観光客を紹介し合う関係づくり

観光施設であれば、建物は建てたときから古びていく。現在は新しい施設でもいずれは老朽化し、魅力は低下していく。新しいがゆえに現在は他施設に比して集客力を誇っているとしても、新しい集客施設の登場により観光客はそちらへ流れっていく。現段階において、他施設との連携・協力体制が必要でないとしても、いずれは必ずや必要となる時期がくる。

「連携」という言葉は、一般用語として頻繁に使われているが、辞書によれば「お互いに連絡を取り合って物事をなす」という意味である。

それぞれが連絡を取りながら、観光客が周辺地域で必ず何か楽しいことをみつけることができるようにする受け入れ体制づくりが不可欠である。自分のところだけを考え、共に太るという考え方が少ないことは問題である。重要なのは、観光従事者のみならず住民までがコンシェルジュとなり、お互いに観光客を紹介し合う関係づくりではないのだろうか。

主に一流といわれるホテルのロビーに在駐し、観光案内、車の手配等、利用者のあらゆる要望に応えてくれる人のこと。海外の著名なチーフコンシェルジュが自らの経験をもとに書いた著書の中には、「コンシェルジュは、ゲストリクエストの終着駅である」という一節もある。