

山形大学歴史・地理・人類学論集

第20号 別刷

東北地方の観光施策に必要な視点

— 地域連携活動の展開 —

山 田 浩 久

山形大学歴史・地理・人類学研究会

2019年3月

東北地方の観光施策に必要な視点

— 地域連携活動の展開 —

Viewpoints Necessary for Tourism Policy in the Tohoku region; Development of Regional Collaborative Activities

山田 浩久

YAMADA, Hirohisa

キーワード：東北地方、観光施策、地域連携活動、ブランディング

Key words : Tohoku Region, Tourism Policy, Regional Collaborative Activities, Blanding

1 はじめに

2018年に策定された第3期の教育振興基本計画を見ると、大学はもはや社会に貢献できることを考え提供するだけの機関ではなく、社会からの要請に応じることを前提にした機関として位置づけられており、様々な組織・団体と連携しながら、新時代に対応できるユニークな教育研究のスタイルを構築していくことが求められている。地域連携事業に関して言えば、個々に行われている地域連携活動を地域志向型の教育科目群として関連づけ、教育カリキュラム全体を再編していくことが要求されているが、そのためにはいくつかの段階を経る必要がある。

現在、大学の地域連携事業は、大学教員(以下、教員)が行う地域連携活動を中心に構成されている。同事業において、活動を自らの授業に組み込む教員は存在するものの、各活動を“群”として関連づける試みや、活動の成果を学内外で共有し、新たなテーマに取り組んでいるような例は少ない。これは、予め共同研究のような活動からスタートしてい

る場合を除き、複数の教員が別々に行った活動の成果を管理、活用するシステムが未だ整備されていないために他ならない。

大学の地域連携事業を発展的にフォローアップし、上記システムを整備していくためには、地域連携事業に携わってきた教員が、実際にそれまでの地域連携活動の成果を活用して新たな教育研究を行い、成果の具体的な活用方法やその企画-実施-公表の時系列を提示し合うことが有効であると考える。

筆者の場合、観光が地域連携活動のテーマになることが多い。特に、2013年からは“地(知)の拠点整備事業(以下、大学COC事業)”に参画し、山形県上市市との地域指向教育研究を担当する中で、同市の自立的成長に観光の振興が欠かせないことを指摘してきた(山田, 2014; 2015)。さらに、2015年度の活動では、その発展のためには異業種間連携による“観光の組織化”が必要であることを指摘した(山田, 2016)。観光の組織化によるメリットを活かし、地域により多くの利益をもたらすためには、行政域にとられない地域

間の連携が必要であり、観光をより広域的に考える必要がある。

しかしながら、これまでに行ってきた地域連携活動は、基本的に市町村かそれよりも小さな地区単位での活動であった。そこで、本研究では、筆者が2016年度に参画した地域連携活動の中から学生と共に行った活動を取り上げ、授業間の連結を意識しながら、“観光の広域化”に関する試論的な研究を行い、東北地方の観光施策に必要な視点を明らかにすることを目的とする。

2 地域形成の多様化

2-1 地域の形成

地域政策や地域づくりといった地域に対する人為的な改変を議論しようとする場合、地域を形成する主体となる行政・事業所・住民（以下、地域形成主体）の量／質的な変化に加えて、彼らを取り巻く人文／自然環境の変化にも言及しなければならない。

地域は、本来、固定的なものではなく、地域連携活動が取り組むべき地域課題もまた日々変化している。地域連携活動を将来に向けて展開していくためには、教員がこのような変化を認識しておく必要があり、活動を教育に活かそうというのであれば、それを学生にも伝えておかなければならない。自然環境に関して言えば、今後は、地球温暖化やそれに伴う異常気象による自然環境の変化を地域課題として取り上げなければならない事案も増えていくであろう。

「人間が地上で生活する限り、必ず地表面上に住居、店舗、工場、インフラ、耕地など、生活の痕跡を残す。地域とは、特徴的な痕跡が見られるひとまとまりの空間であり、時間

(歴史)をかけて地表面上に刻まれてきた痕跡が地域の構成要素となる。地域の特徴は地域性と呼ばれ、そこには人間が地域内で活動していく過程で発生し発達する、経済、産業、文化が含まれるが、近年ではそれらも含めて地域と呼ばれることが多い。つまり、地域は、視覚的な“地域”と質的な“地域性”によって規定される。例えば、自然を舞台に人間という役者が演じる芝居を舞台セットやストーリーを含めて地域と呼び、研究者はその観客ということになる。」

上の記載は、筆者が基盤教育（教養教育）の授業で使用している資料から転載したものである。ここに述べた地域の概念は、ドイツ語圏の地理学で発達したLandschaftの思考を基礎に水津（1982）がまとめた地域論を参考にしており、地域を複数の要素によって構成される空間と考えている。

2-2 地域形成に関わる人文環境の変化

少子高齢化という人口動態の重大な局面を迎え、地方の自治体には自立化が特に強く求められている（増田、2014）。住民の営みによって地域が形成されていくのは基本であるものの、近年においては、協働の名の下で域外他者が地域形成主体と共に地域を改変し、それを地域形成主体自身も歓迎する傾向が見られる。これは、人口の域外流出や少子高齢化に起因する地域形成主体の量／質的な劣化によるものであるが、大学であれ、企業であれ、域外他者は地域を良い方向へ改変させる仕組づくりに参加するにとどまり、地域形成主体が入れ替わるわけではない。上述の転載文の表現を借りれば、観客が舞台セットや脚本を作り始めたということになる。

一方、地域形成主体の量／質的な劣化による経済を含めた地域の低活性を別の経済主体による活動によって補完し、改善していこうという変化も指摘できる。古くは、工場誘致をその原初的な事例として挙げる事ができるが、近年の変化としてここで指摘したいのは、交流人口の拡大である。交流人口の活動は、地域形成主体に経済的な収益増をもたらすものの、そのためには交流人口のニーズに合わせて地域を改変することが要求される。転載文の表現を借りれば、別の劇団員が別の芝居を演じ始めたということになる。実際には、定住人口が全て交流人口に入れ替わってしまうというわけではないので、地域がその定義付けから変わってしまうということにはならないが、部分的に生じる齟齬は「誰のための地域か」という問題を生じさせる。

が、来訪者の玄関口の一つに加えられる。



図1 山形県内外の主要動線

2-3 新たな観光地形成

山形県の観光を市町村の境界を越えて考えるために、県内の動線を描いてみると、県中央に朝日連峰が走り、奥羽山脈が東の県境界を形成しているため、県内部では盆地列を南北に縦断する動線が主となるほかは日本海に面する庄内地方との東西動線が存在するのみであることが分かる(図1)。一方、県境をこえる動線は多彩であり、東北地方の秋田県、宮城県、福島県に加え、北陸の新潟県との動線が、一般国道、高速道路、鉄道によって確保されている。さらに、県内に2つの空港が存在するという特徴を活かせば、長距離の旅行者をより多く県内に呼び込むことができるはずである。なお、庄内空港がある酒田市には酒田港があり、クルーズ船が寄港する。県内の観光施策で活用するにはハードルが高い

県内動線が単調な山形県において広域的な観光を考える場合、県外からの旅行者をどのように引き込むか、そしてどこに送り出すか、といった点に工夫を凝らすことがプランのバリエーションを高めることに繋がる。個々の観光地から見れば、旅行者を自観光地に誘引する方法を考える前に、山形県に、あるいは少なくとも庄内、最上、村山、置賜地方に、旅行者の気を向けさせる方法を考えるべきとなる。山形県においては、商品を守るための論理的な道筋を考える一般的なマーケティングよりも、他地方や他県との差別化を進めるブランディングが必要である¹⁾。

国策として観光振興が推進され、公共政策的な(全国的な)ガイドラインは整備された。しかし、全国的なガイドラインにおける各地方の位置づけや各種取り組みの展開に関する

地域政策的な（地域的な）誘導については未だ実を結んだとは言えない状況である。観光庁が2016年末から法人登録を開始した日本版DMO（Destination Marketing / Management Organization）は、こうした問題に対する中央政府からの提案と捉えることができる。

2008年に制定された「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（観光圏整備法）で提起された観光圏は、観光地の連結という意味では日本版DMOと類似するが、現時点において相応の成果を上げているか不明である。これは、明確な到達目標を定めていないために事業の成否を判定しようがないという点が第一の理由であるが、真の問題は空間的な連結だけを示して機能的な連携を企画していない点にあると考えられる。

日本版DMOが観光地の機能的な連携を進めていくための中心的組織になるためには、最初に場所（地域）ありき、ではなく、広域から人を呼び込めるような地域資源を見つけ、それに合わせて選定した地域形成主体を相互に結びつけていかなければならない。つまり、既存の地域を活用するという意識ではなく、新たな地域を作り出すことによって既存の地域を活性化させるという意識が必要である。そこに、地域創生が地方創生に繋がるというロジックが生まれると言えるだろう。

しかしながら、実際には全世界や全国から人を呼べるような地域資源を見つけることは容易ではない。ここで求められるのは、そのような地域資源を発掘することではなく、広域から人を呼び込むような観光プランをプロデュースすることであり、戦略的に地域資源を作り出していくことである。

日本版DMOが考える地域は、地域形成主体が時間をかけて作り上げてきた空間ではなく、全世界や全国から人を集めるために再編される空間である。こうした地域の変容を批判したり、あくまでもそれが従前の地域や地域形成主体のためになるものであることを論証しようとする議論もあろうが、地域連携活動は基本的に理論構築の場ではなく、実践の場であることを考えると、そういった議論よりも、地域が変容していく方向に合わせてテーマや活動内容を変え、成果を出していくことが優先されるはずである。

3 授業の活用

3-1 地域連携活動の複数授業への組み込み

地理学で行われてきた現地学習は、教室で紹介した事例や理論を現地で学生に確認させることが主目的であるが、現地で実際に事象を観察し、住民と対話した学生は、授業にも積極的に参加するようになり、問題意識も生まれやすい。教壇に立つ者からの一方的な講義よりも、学生の反応に対応しながらの双方向型授業の方が高い教育効果を得られるという、所謂アクティブラーニングは、地理学では既に確立された教授法であるといえる。

教員が行う地域連携活動に学生を参加させる場合は、それを教育に活かし、学生の思考力の向上に役立てるべきである。2016年度に筆者が行った地域連携活動のうち、学生と共に行ったのは、以下の4事業である。

- (1) 大学COC事業の地域志向教育研究（山市、2013年度から継続）
- (2) 仙山線沿線の活性化プロジェクト（山形市、2014年度から継続）

(3) 国道347号線の通年通行化に関する共同研究（尾花沢市、大石田町）

(4) 地域課題解決事業（尾花沢市、大石田町）

上記(3)への学生参加は交通量を測定するアルバイトであったが、併せて尾花沢市及び大石田町を視察したために、(4)に参加する学生にとっては予備調査になった。これらの活動において行われた地域調査の結果は、PBL (Problem/ Project-Based Learning) の教材として使用した。なお、PBLは、アクティブラーニングと同義に扱われる場合もあるが、ここでは課題解決や目的達成に特化したアクティブラーニングをPBLと呼ぶ。

地域調査の結果を教材にしたPBLは、前期開講の「地域構造論」、「地域構造論演習」と後期開講の「地誌学」、「都市地理学調査実習」で行った。ただし、調査結果をまとめた教員の報告書や学生のレポートを授業間で共有したため、全ての授業で同様の地域調査を行ったわけではない。つまり、複数の授業で同一の地域を取りあげ、一つの授業で行った地域調査の成果を他の授業でも活用した。もちろん、それぞれのPBLの目的は、授業のテーマや達成目標に合わせて別個に設定した。

こうした試みは、毎年、筆者の学部授業を受講する学生は筆者の研究室に所属する学生でほぼ固定化する、という本学の特徴の上に成立する。そのため、他大学では難しい試みかもしれないが、結果的に、研究室の学生が年間を通じて同一の地域で活動することになり、連続的な議論が可能になった。また、地域調査に参加できなかった学生もレポートの共有や学生同士の情報交換によって遅れを取り戻すことができるようになった²⁾。

3-2 活動の具体的な内容

地域連携活動を統合し、“観光の広域化”というテーマの下で、東北地方の観光施策に必要な視点を明らかにするために、本研究では、以下のような研究計画を立てた（表1）。

具体的には、「地域構造論」及び「地域構造論演習」で観光商品の開発や観光イベントへの支援に関するレポートを作成した後、「地誌学」で山形県尾花沢市及び大石田町に対する地域調査に関するレポートを作成し、同地の地域課題をグループ・ディスカッションによって抽出した³⁾。さらに、「都市地理学調査実習」では、全ての議論を参考にして、東北地方における広域の観光プランを作成し、その過程から明らかになった観光施策に必要な視点を筆者がまとめた。

2016年度内に2度開催した、日本地理学会の「地域連携活動研究グループ」研究集会（代表者：山田浩久）では、活動の進捗を報告し、他大学、他分野からの助言を受けた。また、2017年2月には、山形大学において『東北地方における観光の新機軸』と題するパネル・ディスカッションを主催し、「観光に関する大学の取り組み」という報告の中で、今回の活動を紹介した。山形県、旅行会社、他大学教員をパネリストとして招いた同会場においても、“観光の広域化”に対する関心が高いことが確認された。

3-3 地誌学

「地誌学」は、毎年度後期に開講されている講義形態の授業である。シラバスに記載された授業テーマは「身近な地域を取り上げ、地域の構成要素を整理しながら、それら相互の関連から地域が形成されていることを学ぶ。

表1 研究計画

年	月	内 容	
2016年	3月	研究計画の策定	
		地域連携活動研究グループ第1回研究集会を開催	
	4月	前期科目「地域構造論」、「地域構造論演習」開講 「地域構造論演習」で上山市の観光商品を検討	
	6月	「地域構造論演習」で上山市のワイナリー、観光農園視察	
	7月	「地域構造論演習」で上山市の観光イベントを支援 「地域構造論」で山形市の観光イベントを支援 「地域構造論」で尾花沢市、大石田町を視察	
	8月	教員による事前調査	
	9月	国道347号線交通量調査（～10月）	
	10月	後期科目「地誌学」、「都市地理学調査実習」開講 地域連携活動研究グループ第2回研究集会を開催	
	11月	「地誌学」でグループワークを開始 尾花沢市、大石田町の地域調査	
	12月	尾花沢市、大石田町の地域課題を抽出	
	2017年	1月	「都市地理学調査実習」でグループワークを開始
		2月	広域の観光プランの完成 山形大学でパネル・ディスカッションを開催

グループ・ディスカッションによって地域に対する自らの意見を形成し、必要な施策を提案する。」であり、到達目標は「地域が自然環境や歴史的背景から説明されることを知り、地域の現状と課題を論理的に説明することができる。」である。

講義は教室内での座学と地域調査に分けられ、座学では、山形県の山形市と米沢市を事例に地誌学の概論的な授業を行った。その後、座学で学んだ知識を活かして地域調査を行った。こうした形での授業は上山市を対象にして2013年度から継続しているが、2016年度においては347号線の通年通行化に関する調査や尾花沢市と大石田町の地域課題解決事業を受託したため、本授業で行う地域調査の対象地域も同市町に設定した。

事前作業では、22名の受講者を2～3人1

組で9つのグループに分け、統計資料やインターネット検索によって尾花沢市と大石田町を概観した。それぞれの担当は、歴史、産業、行政、祭、蕎麦、温泉（銀山温泉以外）、銀山温泉の歴史・観光、インバウンド観光とした。

地域調査の調査ポイントは各グループからの希望に基づいて設定され、歴史資料館、共同温泉施設、新幹線駅といった諸施設をはじめ、工業団地、中心市街地、キャンプ場を見学し、銀山温泉の観光を体験した（図2）。

3-4 都市地理学調査実習

「都市地理学調査実習」は、毎年度後期に開講されている演習形態の授業である。授業テーマは「都市地域に対する調査法とそのまとめ方を学び、具体的な地域やテーマを設定して実際に調査を行う。」であり、到達目標は

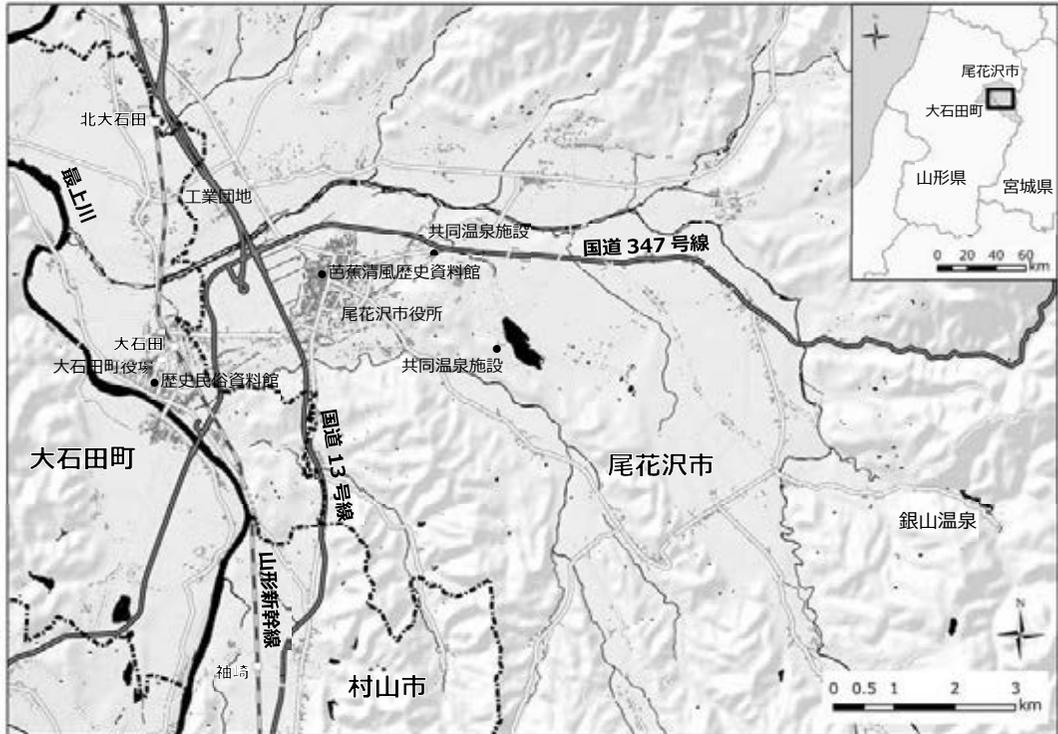


図2 尾花沢市及び大石田町の概観

「地域調査の必要性を知り、そこから得た情報をもとに都市地域の抱える課題を見出してそれに対する提言を行うことができる。」である。

授業のテーマや到達目標から明らかなように、本実習は学生自らが地域課題を見出し、課題解決のための提言を行うことを目的としており、「地誌学」よりも専門性の高い授業となっている。授業の中核は東京特別区内での調査実習であるが、実習結果のとりまとめと報告を2016年末までに完了させ、2017年の年明けからプランの作成にとりかかった。

受講者の大半は「地誌学」に加え、前期開講の「地域構造論」、「地域構造論演習」も受講しており、視察や地域調査によって基礎的な事項を共有していた。本実習では、三つのグループを作り、共有したレポートや資料を活用しながら、次に示す『観光プラン作成マ

ニュアル』に基づき、広域から人を呼び込む観光プランを作成した。

3-5 観光プランの作成

『観光プラン作成マニュアル』は、前年度から筆者の研究室に所属し、観光プランの作成経験がある3年次学生に対して、観光プランの作成手順として伝えてきた内容をまとめるよう指示し、提出されたものに再度手を加えて作成した。2016年度において始めて活動に参加した2年次学生は、マニュアル化された作成手順に従い、効率的に観光プランを作成することができた。

同マニュアルは、①対象地域の概要について調べる、②ターゲットとなる客層を決める、③ストーリーを決める、④スポット（訪問地）を決める、⑤ルート・日程を考える、⑥ポイ

ント・売り（差別化、付加価値）を意識する、⑦観光プランにタイトルをつける、⑧観光プランの再考、の全8項目から成る。紙面の都合上、その詳細を全て記載することはできないが、例えば①は、

- ・対象地域の産業、行政について調べる
- ・当該地域の歴史、文化、祭などを調べる
- ・事前に視察して、自分達の体験や感想をまとめる
- ・既存の観光プランの内容を調べる。

というように、さらに細分化した項目によって整理されている。

以下に学生が実際に考案した観光プランを提示する。プランの作成に際し、学生に指示した条件は、

県境を跨ぐような広域の観光を考える場合、隣接県間の動線が多様である割に、県内動線は単純な山形県の特徴を活かすべきである。そのため、発着地を同じにせず、敢えて通過型の観光ルートを作成すること。

である。

以下に示すレポートは学生から提出されたものであるが、個人名は伏せた。また、紙面の都合上、主要部分を抜粋したため、筆者が一部を削除、加筆した。

東北牛肉満喫ツアー！

N.S.,Y.S.

このツアーは牛肉好きな外国人に焦点を当て、一本のルートを使い山形、宮城、岩手の牛肉を様々な方法で食べ進んでいくというものである。外国人に焦点を当てたのは、牛肉好きな外国人が多いということ、あまり知られていない東北の牛肉の美味しさを知ってもらおうと同時に東北に外国人観光客を誘致する

という2つの理由による。

日本三大牛肉といえば、『松阪牛』、『神戸牛』、『近江牛』を思い浮かべるが、全国ブランド牛ランキングを見てみると米沢牛がダントツの人気を誇る。2位は仙台牛、山形牛は9位、前沢牛は10位、三大牛肉といわれている松坂牛は7位、神戸牛は11位、近江牛は13位というように東北の牛肉が上位にランクインしている。そこで牛肉好きの外国人が2泊3日で牛肉を堪能できるように一筆書きルートを作成した。

山形県では上山を中心として、お肉に合うご当地ワインと共に米沢牛と山形牛を楽しんでもらう。宮城県に向かう途中では尾花沢の牛ラーメンを食べる。ブランド牛をラーメンとしていただくのは珍しいと思う。宮城県では牛タンはもちろんのこと、漢方を飼料とした漢方和牛という一味違う牛肉を食べることができる。岩手県では前沢牛の握りを食べ、牛の博物館にてチーズやストラップづくり体験で行程を終了する。

このツアーは地方人気ブランド牛を焼き肉やすき焼きという王道の食べ方で楽しむだけでなく、ラーメンや握りといった少々変わった食べ方で味わうことができ、さらには漢方と牛など様々な角度から"牛"を堪能するという点をうりにしている。東京駅を出発し花巻空港から抜けるまでの一直線の道のりで、これだけの牛を味わうことができるというのは魅力的である。このルートを作成するにあたり、乳しぼり体験などができる乳牛を扱っている牧場があればより牛を満喫することができるのではないかと感じた。より良いものにするための提案として、例えば、山形県から宮城県への移動途中で牧場をつくることを提

案する。このルートで唯一347号線を通る横移動の時に1つ楽しめるポイントがあれば移動の意義を見出せる。

では、出羽に行こう。

Y.K.,M.K.,E.S.

観光庁の宿泊旅行統計調査によれば、山形県、秋田県は共に、東北の中でも特に客数が少ない。しかし、両県にはパワースポットが多くある。パワースポット巡りを趣味に持つ人達や日本の神秘性に興味を持っている外国人に、歴史ある荘厳な寺社や霊峰とされ敬われた山々を紹介すれば、雪や温泉だけではない秋田・山形を知ってもらえるのではないかと考えた。

提案する観光プランのメインとなる出羽三山もパワースポットとなっている。運気を上げることができる場所を巡り、山々や神社を知ってもらうため、出羽三山を中心とする観光プランを作成した。内容は、秋田県、山形県の神秘的なパワースポットを2泊3日で巡るというものである。この旅行によって、観光客は、パワー、エネルギーを感じることも、なおかつリフレッシュと開運を期待することができる。ターゲットは外国人、パワースポット好きである。

プラン①の1日目は、山形新幹線のかみのやま温泉駅からスタートし、山形県の有名観光地であり、パワースポットでもあるお釜と山寺を観光する。その後、高速バスで鶴岡市へと向かい、羽黒山五重塔を見学する。2日目の観光プランは月山と湯殿山を巡る。メインとなる出羽三山は1日目と2日目に分けて観光する。3日目は秋田県に行き、男鹿三山の一つである寒風山と唐松神社を巡る。

プラン②の1日目は、秋田空港からスタートし、まず、秋田県男鹿三山の1つである真山に訪れる。真山は、古くから山岳信仰の霊場として祀られており、真山神社やその近くにある万体仏からパワーをもらえるのではないかと考えた。その後は鶴岡市に移動し、夜、神秘的な羽黒山の五重塔を見学する。2日目は、月山と湯殿山を巡る。3日目は、山寺を観光する。山寺も山形県では有名なパワースポットになっている。

2つのプランのポイントは、月山以外は山頂に登らず、登ったとしても交通機関を利用できるので、どんな人でも気軽に三山を楽しみ、パワーを感じられるということだ。また、2つのプランは、共に羽越本線を利用している。その理由は、単なる交通手段ではなく、オーシャンビューを楽しみ、神秘的な鳥海山を眺めるためである。

YAMAGATA 偉人めぐりの旅

K.S.,S.D.

山形県にゆかりのある歴史上の有名な人物にまつわる場所を列挙し、その位置と説明を明示する。観光客は予算、時間、利用交通手段に合わせて自分で行きたい場所を選びオリジナルの観光ツアーを企画する。単なる人物別のデータベースの提供であるが、従来は観光地が自地域内にある観光スポットの一つとして紹介していたため、その人物に興味がある観光客は、いく先々で情報を収集する必要があった。

そこで、私たちは、観光地のテリトリーにとらわれないテーマ（ここでは人物）ごとの位置付データベースを構築、提供することで、新しい形の観光プランを提案することが出来

ると考えた。ここでは、山形県に関わる有名な人物として、松尾芭蕉、最上義光、齋藤茂吉を選定した。

松尾芭蕉は、『奥の細道』の紀行文を書くに当たり、山形県を訪れて様々な地点で俳句を詠んでおり、それが現代にも残っている。そのため、彼が実際に歩いた道や泊まった宿などを巡ることで、芭蕉が当時訪れた場所の風景を現代に照らし合わせて、その情景を実感してもらおう。

最上義光は、山形県を代表する戦国武将であるため、最上義光にゆかりのあるスポットをめぐって、義光についての理解を深めてもらう。また、最上義光が支配していた城跡をめぐって、義光が統治していた領域を実感してもらおう。

齋藤茂吉は、山形県を代表する歌人であるため、齋藤茂吉にゆかりのスポットをめぐって、茂吉についての理解を深めてもらう。また、山形県内の茂吉の歌碑がある場所をめぐって、短歌を詠んだ時の茂吉の気持ちになってもらう。

観光地を繋ぎ合わせて市町村や都道府県の境界を越える広域観光圏を展開していくという観光プランはとりたてて珍しいものではない。しかし、ここで提案する観光プランは、一人の人物に興味を持ち、広域に散在する「所縁の地」を巡りながら、少しずつ彼のことを理解していく過程を観光にすることで、結果的に複数の市町村にまたがる旅をすることになるという点が特徴である。情報を提供する側が敢えてルートを提案しないのも、観光客が自分のやり方で場所を確認していくことに魅力を感じてもらいたいためである。そのため、本プランは一般の観光客向けというより

は、マニアックなファンを対象にしたものとなるが、確実に山形県でしかできない観光になる。

4 東北地方の観光施策

4-1 観光の広域化

学生に広域の観光プランを作成させる際に提示した、「発着地を同じにせず、敢えて通過型の観光ルートを作成する」という条件は、①観光に利用できる地域資源（以下、観光資源）の多くが豊かな自然環境に依存しており、人工的な観光資源に比べると分布密度が低くなる（＝県内全域が対象になる）、②枝分かれ状の県内動線の形状から県内周遊を考えることはむずかしい、という理由に基づくものであり、筆者の見解を含んだヒントでもあった。しかし、この特徴は東北六県に指摘できるものであり、インバウンド旅行者に代表される長距離旅行者に東北の観光を提案するためには、県境を跨いだ長距離移動にならざるをえない。事実、山形県が進めるプログラムチャーター便によるインバウンド旅行者のにも、複数県に跨る観光コースが提案されている⁴⁾。

その上で、学生は、グルメ（牛肉）、パワースポット（山岳）、カルチャー（偉人）にテーマを固定し、長距離の移動に意味を持たせることに成功した。また、それによってターゲットが定まることで、移動ルートや体験型観光の提案にも説得力が生まれた。各プランに共通しているのは、動線にこだわった条件付けであったものの、移動手段には規定されず、目的に応じて様々な移動手段を使い分けている点である。このような思考は、近年、国土交通省も着目しているMaaS（Mobility as a Service）の実現を予見させるものでもある

(露木、2018)。

山形県への旅行者を増やしていくためには、観光資源のブランディングが必要であることは学生にも伝えていたため、いずれのプランにおいても、“山形県で観光する”ことを差別化する工夫が凝らされているが、特に興味深いのは、グルメ(牛肉)、パワースポット(山岳)をテーマにしたプランである。彼らは、山形県の差別化を意識してブランド化しただけの観光資源を、隣接県でブランド化されている同種の観光資源と併せて食べる、あるいは体験するプランを提案した。ブランディングにおける差別化は、排他的なものでは決してなく、共存し比較されることで相互の価値を高め合うためのものである、という点に学生が気づき、プランに取り込んだことは本実習における大きな教育効果の一つである。もちろん、“観光の組織化”によるブランディングは、“観光の広域化”によって完成される、という帰結は、本研究における重要な主張でもある。

4-2 戦略的思考と戦術的实践

全国的に外国人旅行者が劇的に増加している中で、東北地方に訪れる外国人旅行者の絶対数、比率が低いことは同地方の大きな課題である(観光庁、2018)。言うまでもなく、交流人口の拡大を外国人旅行者増によって進めることは必要であろうし、その方策を練ることが東北地方全域の持続的成長に繋がっていくものと考えられる。

ただし、「観光の広域化」は、外国人旅行者に対してのみ有効であるわけではない。学生と共に広域の観光プランを検討した際、我々は特に外国人旅行者をターゲットにはしな

かった。東北地方は、日本人旅行者の底上げと外国人旅行者の開拓という2つの課題に向き合う必要があるが、国内観光とインバウンド観光をそれぞれ別の商品として扱うのは非効率的である。謂わば、双方に通用するハイブリッドなプランが望ましい。

ブランディングに関する限り、東北地方の自然、文化の価値をイメージさせることが目的であるため、東北地方の“外”という括りで全体を捉え、長距離の日本人旅行者の延長線上に外国人旅行者を位置づける、連続的な思考が必要である。広域化された観光地の個性を明確に示し、その価値を日本人旅行者に伝え定着させることができれば、そのブランドはインバウンド観光にも通用するはずである。その意味で、学生が示した、東北各地のブランドを東北地方の“中”で比較するという提案は、“外”から来る旅行者の関心を高め、東北地方の魅力を相乗的に創出する高度なブランディングと言える。

これは外国人旅行者と日本人旅行者を分けてターゲティングする必要はないという意味ではない。東北地方の観光施策には、全世界/全国の発地に対して足並みを揃えて“戦略的に”進めるブランディングと着地となる各観光地が個々の強みを活かして“戦術的に”進める着地型観光が必要である(図3)。全世界/全国に向けたブランディングは、インバウンド観光/国内観光を区別せずに進める方が効率的であるが、観光地レベルでの観光施策は両者を分けた方がニーズに合わせた観光を提案しやすくなる。

役割を明確に定める必要はないが、広域の観光圏を形成し域外に向けたブランディングを計画するのは行政による方向付けが必要で

あり、今後はDMOがその任を担っていくものと考えられる。それに対し、観光地レベルで進められる観光施策は、行政の支援を受けながら地元の事業所や住民が計画、実践することが望ましい。旅行者と直接的に接する地場の自主性・積極性は旅行者の行動を活性化させる。旅行者を“その気”にさせない限り、着地型観光は成功しない。これは、東北地方の観光地が最も不得手とするところであり、最も力を入れていかなければならない課題である。

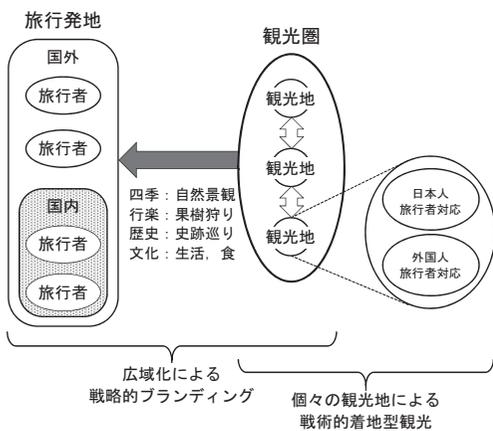


図3 東北地方の観光施策

4-3 外国人旅行者に向けた着地型観光

山形市、上山市、尾花沢市、大石田町における個々の観光地に対して行った地域連携活動から言えることは、外国人旅行者をターゲットにした着地型観光は、まちづくりに関連させることができる、ということである。

観光地として発達してきた地域であっても、観光客が活動する範囲や彼らが求める商品やサービスは、現地で生活している住民のそれと大きく異なる。行政は観光振興と商店街再生とをリンクさせようとする傾向にあるが、日本人旅行者対象の観光振興では商店街に大

きな恩恵をもたらさない。商店街に対する日本人旅行者の興味は、当該地域の歴史や文化を感じさせる景観に向けられるのみで、ご当地グルメと少数の特産品を除けば、商店街を構成している他の商店の商品が観光の対象になることはない。

これは、商店街側から見ると、観光客が立ち寄るのは一部の店舗に限定されることを意味する。そのため、商店街としての一体性を維持しようとしてきた商店主達は、観光客誘致に消極的であり続けた、または現在もそうあり続けている。しかし、外国人旅行者は、良くも悪くも、住民の日常生活を支えている地元の商店街全体に関心を示す。彼らにとっては、住民の日常生活は日本の文化そのものだからである。

地方観光地の商店街には、1日に数人の客しか来店しない商店が少なくない。上山市で行った調査によれば、そういった商店街の悩みは「暗さ」であり、文字通り1人でも多くの客を来店させたいという慎ましい願いを実現させようとしている。商店街の八百屋や荒物屋で買い物をする日本人旅行者は少なく、観光に対する商店街の期待は決して高いとは言えないが、上記のような理由から、外国人旅行者であれば、客として来店する可能性がある」と現地報告会等で報告すると、相応の反応が得られる。

ただし、外国人旅行者相手に「見れば分かるだろ」的な感覚が通用しないのは、誰にでも分かる。東北地方特有の受動的な接客を能動的な接客に変えていくことは必須であり、地場の自主性・積極性がここでも必要になる。住民の生活圏に外国人旅行者を招き入れる際に生じる問題は決して小さくはないが、危機

に瀕した地方商店街を存続させる施策は少ない。商店街は、リスクを考慮した上で、今後の方向性を選択することになる。

5 おわりに

基本的に、地域連携活動は開始前に相互に定めた目標を一定期間内で達成し、成果を確認し合うことで完了する。しかし、本研究では、地域連携活動の発展的なフォローアップという試論的な意味も込めて、「観光の広域化」という新たなテーマの下で複数の地域連携活動を結びつけ、山形県を中心とする広域の観光プランを考案することから、東北地方の観光施策に必要な視点を明らかにした。

地域連携活動の活用という観点から見ると、本研究の基礎に据えた地域連携活動は、大学COC事業の地域志向教育研究である。そこでは複数年次にわたって山形県上山市を対象にした活動を行ってきた。一方、統合された他の地域連携活動の対象地域は、山形市、尾花沢市、大石田町である。本研究は、それぞれの活動の目的を達成した後、授業でその成果を共有しながら各到達目標に合わせたPBLを実践し、観光の広域化に関する考察を進めた、ということになる。

考察の結果、観光資源の特徴や交通体系の形状から長距離の移動にならざるをえない東北地方の観光を魅力的なものにするためには、ブランド化された観光資源を比較することによって互いの魅力を高め合うような観光プランが効果的であるとの帰結を得た。さらに、東北地方の観光施策には、全世界／全国の発地に対して“戦略的に”進めるブランディングと共に、各観光地が“戦術的に”進める着地型観光が必要であることを指摘した。総体

的な戦略に対し、局地的な戦術には個々のニーズに即応する機動力が必要である。外国人旅行者の誘致をまちづくりに関連づけるような発想の転換も場合によっては必要であると考えられる。

こうした教育研究は、作業量が多くなることで個々の活動内容が浅くなるといった問題が発生しやすいため、毎年できることではない。しかし、地理学者として、契約を満了したからといって一旦入った地域との繋がりを断つことはできない。今回は、複数の教員が別々に行った活動の成果を管理、活用するシステムを大学が整備していくための試論として、自分の担当した地域連携活動を活用する研究を行ったが、今後も定期的にこのような研究を行い、活動を自主的に整理してみることは必要であると考え。学生教育の観点から見ても、複数の調査結果をもとに別の学習課題を考えることで、地域課題の抽出→解決という直線的な思考の域を離れ、複雑かつ多層的な思考を養う新しいPBLを提案できた。

地域連携活動の統合は、絶対的な作業量を増やすものの、教育研究の両面において、活動を単体で終わらせるよりも有意義な成果を生むことが今回の試みによって実証されたと考えている。

付記

本稿は、2013年度から5年間にわたり行ってきた本学COC事業の地域志向教育研究の成果を総括するものであり、山田（2017）を加筆修正した。なお、本稿の作成にあたっては、科学研究費補助金基盤研究（B）（課題番号：18H03457、研究代表者：山田浩久）の一部を使用した。

注

- 1) マーケティングとブランディングは、明確に分けられて定義されているわけではないが、ここでは売するための論理的な筋道を考えるマーケティングの中で差別化に特化したイメージ戦略をブランディングと定義する。
- 2) 1コマ90分の授業時間内で現地と大学を往復することはできないので、地域調査はどうしても週末を利用した課外授業になる。日程の調整は行おうが、全ての学生が出席できるわけではない。
- 3) 前期開講の「地域構造論」及び「地域構造論」で行ったPBLは観光商品、観光農園、観光イベントといった個別事象を対象としており、視察も簡単なものであったため、本稿での記載は割愛した。
- 4) 山形県から提供された未公開資料に基づく。

文 献

- 観光庁(2018):平成29年分宿泊旅行統計調査報道発表資料. 観光庁.
- 水津一郎(1982):『地域の構造－行動空間の表層と深層－』. 大明堂.
- 露木伸宏(2018):MaaS(モビリティ・アズ・ア・サービス)について. PRI Review, 69, 2-7, 国道交通政策研究所.
- 増田寛也編著(2014):『地方消滅』. 中公新書.
- 山田浩久(2014):『観光資源の有効活用と中心市街地の再生』. 山形大学人文学部叢書4.
- 山田浩久(2015):『観光まちづくりによる中心市街地の再生』. 山形大学人文学部叢書8.
- 山田浩久(2016):『インバウンド観光に向けた地域資源の発掘と検証』. 山形大学人文学部叢書9.
- 山田浩久(2017):『地方観光の広域化に関する現況と今後の方向性』. 山形大学人文学部叢書10.