

特集
大分
豊の国 地域社会の未来像

Special Features
OITA
Local Communities in Future in the Country of Affluence

竹田

TAKETA

観光から観風へ ～ 新ツーリズムへの挑戦

広瀬正熙

HIROSE Yoshihiro

竹田研究所/座長



1—はじめに

今回の市町村広域合併で誕生した新竹田市は、熊本、宮崎県に隣接する大分県南西部に位置します。名曲『荒城の月』で有名な城下町竹田市と日本一の炭酸泉で知られる直入町、大高原を有する久住町そして高原野菜の萩町の一市三町で合併された『名水名湯田園観光都市』を表題とする、歴史と豊かな自然と大地に恵まれた新市です。

旧竹田市の人口は、昭和29年市制施行当時は3万6千人でしたが、現在では1万8千人と激減しています。他の三町も同様で、今回の新竹田市の総人口も2万8千人に過ぎません。地域は農業中心の第一次産業地帯で、最近の少子高齢化は後継者不足や生産、所得低下となり、地域経済は縮小傾向にあります。そしてこれに伴う商業など他産業への影響も大きく、事業所や商店などの廃止や廃業が続き、雇用機会もまた外部依存する状況にあります。少子化に併せ人口の流出は学校の廃校など教育現場も同様で、地域の総合活力が低下する閉塞状

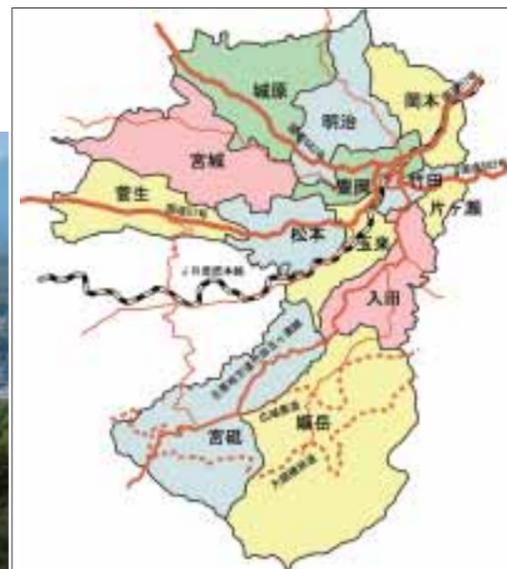
況下にあります。

この全国的な地方課題に、竹田市でも産業連関による地域振興をめざし平成9年「竹田市観光振興計画」を策定。翌年には、この実践推進母体となる観光振興計画推進委員会と竹田研究所の2組織を立ち上げました。

2—「竹田市まるごと博物館」構想

沈滞する竹田市の観光推進計画にあたり地域の現状把握はもちろん、これまでに埋没し、共通認識のなかった潜在的な地域資源(財産)の再発見と、これからの時代変化や観光ニーズの予想把握を念頭に置きました。地域の歴史や文化、風土といった地域に潜む「底流」と、これからのトレンド「時流」の両面に考慮をいたしました。

最近の社会や消費利用者のニーズ変化さらに多様化、国際化は経済構造変化や価値変化となり、観光分野に



■図1—竹田市の地図



■写真1—竹田市街地

於きましても従来の観光形態から最近のグリーンツーリズムの言葉に代表されるように目的地も都市部から農漁村部へ、従来の名所旧跡めぐりから豊かな自然と癒しのある場所に、体感体験が出来る場所へと変わりつつあります。この状況を受け入れる地域もまた組織の変更や対応力が必要となりました。

竹田市では、市街地から農村地域まで含め市全体を観光(ツーリズム)舞台として、城下町の家並みや農村景観、自然景観もその対象地とした「竹田市まるごと博物館」構想を提案しました。また交流をキーワードに「町と農村」「都市と田舎」の心と心で連帯、協調しあい、互いがないものを補完することで満足度を享受交換し、両者のメリットと相乗効果を地域相互浮揚策の一つとしました。また観光が他産業へ与える波及効果も目標としました。

3—竹田研究所

竹田研究所は平成10年に竹田市商工観光課内に設置された官民共同の町づくり機関です。当初は全国募集された専従事務局長を中心に観光立案をいたしました。その後地域振興、生産意欲、住民意欲の向上など地域の総合力アップを目標にした立案をしました。現在、研究員は15名の半官半民で構成され、実現可能な費用対効果のある企画調整を行なっています。

竹田研究所は、地域コーディネーター(調整)役や住民と行政とのジョイント(連結)役となり、知行合一精神で、その立案実現に向けた現場主義の実践活動をしています。

組織は5委員会、ツーリズムの推進活動を中心に、特に町部と農村部との連携確立をすることで地域活性化を図り、生産、流通、消費といった経済的役割や地域内循環効果をねらっています。



■写真2—円形分水

主体は住民であり、住民意欲が自らの地域を支えることを基本にしていますので、今後新市でも住民主役の視点と広域振興を視野に入れ、研究員も公募で意欲ある地域人の発掘を行っています。

また、高感度の地域アンテナを立て、情報の発信はもちろん受信能力の向上に努めています。変革の時代、これに対応出来る地域や人材育成、運営組織づくりが急務です。こと観光観光は今や町部から山漁村へ出かけ美酒美食体験。従来の市街地中心の観光案内所型の観光協会から、地域全体を網羅、把握紹介出来るツーリズム協会型へと時代は変わりつつあります。

竹田研究所も、引き続きその効果的目的達成のために「行政と住民」、「組織と組織」の橋渡し役となり、時には旗振り役や、サポート役に徹します。

ツーリズム推進方策の研究・実践

竹田研究所

目的：観光振興事業推進のための調査、研究、支援

- (研 修) ツーリズムの人材おこしの研修取り組み
- (情 報) 情報発信、情報誌の発行、観光動向調査
- (城下町) 「歩いて楽しい」街並み整備検討や活性化事業、体験プログラム開発
- (農 村) グリーンツーリズム、農泊・体験プログラムの開発
- (食特産) スローフードの研究、城下町や農村の食文化の研究、特産品の開発

■図2—竹田研究所の方策

4—地域の顔づくり

今、年間5千人の研修視察客を迎える地域が竹田市南部九重野地区です。

平成12年、全国に先駆け「中山間地域等直接支払い制度」を導入し、その成果と話題は、新聞やTVなどマスメディアを通して広く全国に紹介されています。この結果、この片田舎な場所にも関わらず、多数のマスコミ関係者や農業研修視察団が訪れます。さらに付帯施設の加工所で作られた地元特産品の大豆を使用した青大豆トーフや味噌、饅頭づくりは、これらの研修生(スタディーツーリスト)の弁当となり、さらに大分市内にも販売され収益を上げるようになりました。

また地域には歴史ある水の平等分配施設『円形分水』の農業土木遺産や、伝統行事の獅子舞や盆踊りも保存継承され、最近では農業体験メニューも開発され、この九



■写真3—谷ごと農場



■写真4—紫の染付け

重野地区はグリーンツーリズムの適地となっています。

一方、竹田市北部に位置する宮城地区では、奈良天平時代に最高位の色とされた紫色の染材「紫草」の産地であったことが最近になり分かりました。

地区では、この栽培の難しい紫草を試行錯誤のうえ、現在、栽培方法が完成に近い状態になりつつあります。疲弊、高齢化する農業環境のなか、このロマンある紫草の出現は村を明るくし、都市との交流も生まれています。平成15年秋には、竹田で染色された紫の法衣は奈良大仏開眼1250年祭で東大寺管長が着用されました。現在開催中の愛知万博「愛・地球博」でも日本の伝統色「紫」

の作品が展示されています。

この紫草は農作物のみならず、万葉の花、文学の花として全国的な話題となり、都市からは紫草ツアーも企画され、歌会や吟行も開催されています。まさしく紫草出現は地区の新しい資源となり、新しい風となりました。地区ではお客様を素朴な田舎料理でお迎えし、新鮮な農作物をお土産にするなど、小さな産直が始まっています。

大分県の母なる川で、昨年日本一美しい川に選定された「大野川」の源流に位置する神原地区では「皆泊村宣言」「自然環境村」宣言をし、農泊、体験、環境活動に取り組み、沖縄の修学旅行生や多くのツーリズム客が訪れています。これらどの地域にも森の鎮守様、お宮があり、里人の心の拠所となり、心合わせるふれあいの場所となっています。村社の復権はコミュニティー社会の復権です。

こうした地域特性の活用と研磨。地域の最終目標とする考え方(思考)を明確にし、より魅力的なものにすることが大切です。その過程や成果、話題性で外部から高い関心を招き、多くの人達を迎えることとなります。その結果が年5千人の研修客です。



■写真5—「愛・地球博」での紫の展示品(安藤宏子作)

5—竹を守り、育む

城下町に、2万本の竹灯籠がゆらめく『竹楽』は3日間で十数万人が訪れる竹田の秋の大イベントです。竹田は竹の里です。イベントはその里山の保全からスタートしました。荒廃する竹林の整備で伐り出した竹は人を楽しませ、客を迎える資源となり、竹楽で使用され、劣化した竹は炭となり、ネットに入れた竹炭は、生活排水や河川浄化に使用され、竹酢は農作物の害虫駆除に再利用され、竹は再び自然に帰ります。

このサイクル作業のなかで多数の人達の手を通ります。資源の再利用とともに、人が関わることにより共通の汗と、連関思想の共通認識が芽生え、これが地域力となります。

また竹楽による経済効果は多大なものがあります。運輸、宿泊飲食等のサービス業をはじめ市街地に宿泊出



■写真6—竹楽



■写真7—美しい竹林の保全

来ない客は、農村部の民宿、農泊へと流れ、町と村との交流機会となっています。

6—生活・歴史・文化の発信

最近、企業価値という言葉を目にしますが、今後は地域価値を如何に高めるかが課題となってきます。少子高齢化社会のなかでの経済活動や地域活動が、生きがいや福祉対策ともなるといった、より地域の実情、特性にあったものでなくてはなりません。

竹田市は、豊かな自然と大地そして人間の営みが育んだ歴史と文化が蓄積されたツーリズム素材満杯の新しい市です。ツーリズムは生活紹介産業と考えます。

観光の語源は観風と言いますが、国の光を観ると同時に、地域で暮らす人達の生き様や生活ぶりに接していただき、そのなかから生まれた伝統や歴史、文化といった地域風土を観てもらいたいと考えています。今後は、この旧一市三町各地域の魅力や個性をどう融和、体系化し、持続性のある効果的な商品(地域)づくりが必要です。そしてこのための企画力、実践力、指導力、教育力などの地方力や地方の高さが大切になってきます。行政も住民も。そして地域価値(財産)を外部発信することで、観光、農業そして商業など有機的関係を創出し、地域総合力を高めた高付加価値都市(地域)づくりをめざします。