

《観光・交流》

たなべし
和歌山県田辺市「持続的な観光地づくり」



出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー

たなべし 和歌山県田辺市 「持続的な観光地づくり」

官民協働の組織による広域的な観光振興

文化や歴史、自然、風習の保全と観光振興の両立による 100年先を見据えた持続的で世界に開かれた観光地づくり

2004年に世界遺産に登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」、その一部を市域に有する田辺市で今、「世界に開かれた観光地づくり」が始まっている。その中で核となっているのが、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」だ。外国人旅行者の中で、彼らがターゲットにしたのは欧米豪の個人旅行者。そのニーズに応えるため、ビューローにカナダ人スタッフを起用、海外に向け積極的にPRを行うとともに、地域の奥深い文化や歴史を外国人にとって分かりやすいよう発信している。さらに、英語が話せなくても外国人旅行者を受け入れることができるよう、宿泊施設をはじめとする観光事業者の体制づくりにも取り組んでいる。欧米豪の個人旅行者のために、彼らがこまでするのは、持続的な観光地を目指すというねらいがある。そして、そこには、この地域に対する切なる願いがこめられている。果たして、そこに秘められた思いとは？そして、持続的な観光地づくりの中身とは？



出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー

◆取り組み概要

●取り組みの目的

田辺市全体を視野に入れた広域的な観光振興を進める組織として「田辺市熊野ツーリズムビューロー」を立ち上げ、旧市町村の各観光協会や市と連携し、世界に開かれた持続的な観光地を目指す。

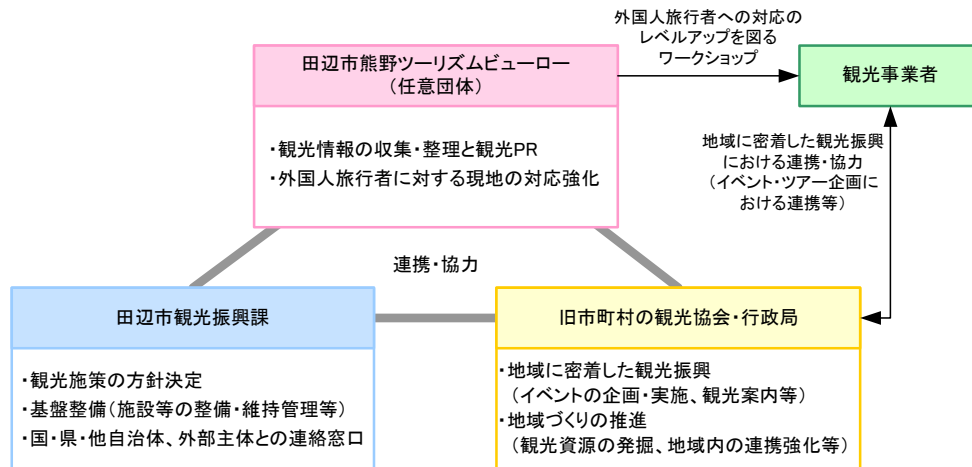
●取り組みの内容

- ・観光情報の収集・整理と観光PR
- ・外国人旅行者に対する現地の対応強化

●取り組み主体

- ・田辺市熊野ツーリズムビューロー
- ・旧市町村（旧田辺市・旧龍神村^{りゅうじんむら}・旧中辺路町^{なかへちちよう}・旧大塔村^{おおとうむら}・旧本宮町^{ほんぐうちよう}）の観光協会と行政局
- ・田辺市観光振興課

◆取り組み体制



◆取り組みのポイント

1. 地域資源の保全と観光振興の両立による持続的な観光地づくり

“歴史”と“自然”に関心の高い旅行者の誘致に絞ることで、保全分野と観光振興分野が協働する意義を高めて地域資源を守り、そして経済的な効果も実感できる、持続的な観光地運営を目指す。

2. 外国人にルールを「伝える」ワークショップ

外国人旅行者に対し、ルールを「合わせる」のではなく「伝える」ことが、そのニーズに答えていることを、ワークショップを通じて観光事業者に伝える。

3. 各観光協会と田辺市熊野ツーリズムビューローの役割分担

広大な市域の中で、地域に密着した観光振興や地域づくりを進める役割を旧市町村の観光協会が担っており、ここで現場の課題を把握している。

4. ニーズに応じた積極的な観光 PR 活動

各観光協会との役割分担により市全体の PR に特化し、広域的な視野と民間団体としてのメリットを活かすことで、ニーズに応じた積極的な PR 活動を展開。

取り組みによる成果

- ・旅行者のマナーが改善され、地域資源の保全が図られている
- ・外国人旅行者が増加、受け入れ体制の基盤も整いつつある
- ・市全体で旅行者を誘致するための観光資源の発掘・活用が始まっている

今後の展望

- ・あらゆる観光サービスをワンストップで提供する着地型旅行代理店の設立
- ・5つの観光協会間の情報共有や市外の観光地との連携による魅力発信
- ・観光振興を地域振興に結びつけるための地域づくりの推進

田辺市の概況

人口は微減、高齢化率は全国より高め

田辺市は和歌山県のほぼ中央に位置し、近畿地方で最も広い市域を有する。2005年の国勢調査によると、人口総数 82,499 人、一般世帯数 32,522 世帯。人口の推移を見ると、田辺市、和歌山県ともに微減となっている。高齢化率は 25.3%と、和歌山県の中ではほぼ平均的な値となっているものの、全国と比較すると高い。2005年に旧田辺市・旧龍神村・旧中辺路町・旧大塔村・旧本宮町が合併して田辺市が誕生した。

世界遺産をはじめとする豊富な観光資源

第1次産業の就業者数の割合が、和歌山県平均や全国平均と比べて高い田辺市は、農林産物や海産物が豊富である。「紀州南高梅」の知名度が高く、また「紀州備長炭」の発祥地でもある。

また、古くから熊野古道の交通の要衝として栄えた田辺市は、豊富な観光資源を有する。海岸地帯から熊野本宮大社に至る熊野古道（中辺路ルート）とその周辺域は、2004年にユネスコ世界遺

産に登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部となっている。このほかにも、国立公園や国定公園、日本三美人の湯の一つである「龍神温泉」、日本最古の温泉といわれる「湯の峰温泉」等、全国的にも知名度が高い“歴史”、“自然”、“食”、“温泉”資源がある。これらを活用して観光振興を図るため、情報発信や地域の連携強化、受け入れ体制の充実等、地域全体で取り組みが展開されている。

取り組みに至る経緯

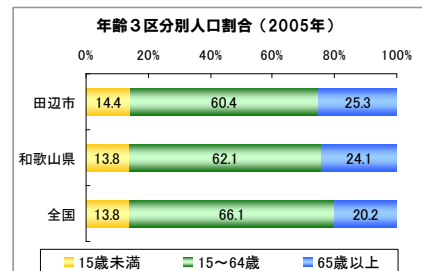
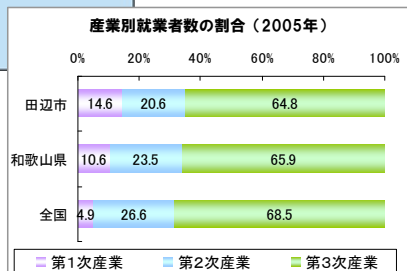
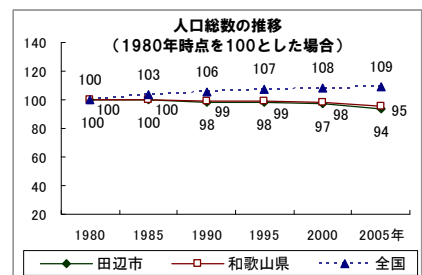
「田辺市熊野ツーリズムビューロー」の発足

合併協議の中で、合併後の重点施策の一つとして打ち出されたのが「観光グレードアップ・プロジェクト」である。旧龍神村と旧本宮町は観光分野をまちづくりの柱としてきた蓄積があり、2004年には熊野古道の一つ、中辺路ルートとその周辺地域が世界遺産の一部となり、目玉となる観光資源を有することになった。そこで新田辺市は、合併によるスケールメリットを観光振興に生



<田辺市へのアクセス>

- 飛行機の場合
羽田空港から南紀白浜空港まで約 70 分、南紀白浜空港から田辺市までバスで約 40 分
- 電車の場合
新大阪駅から紀伊田辺駅まで JR で約 2 時間
- バスの場合
大阪駅から紀伊田辺駅まで約 3 時間



出典) 総務省統計局; 国勢調査

かし、地域振興につなげようと考えた。

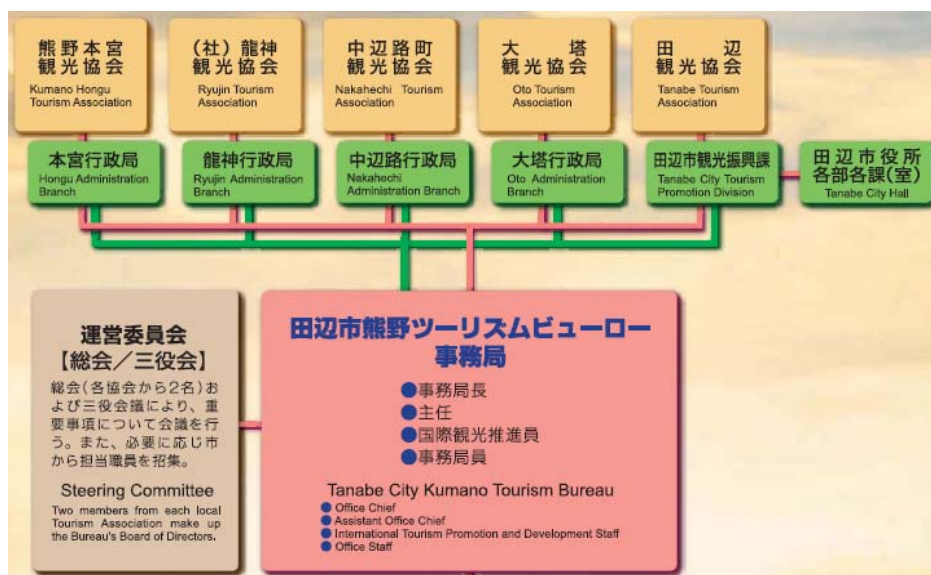
合併に伴い5つの旧市町村の観光協会を一本化しようと連絡協議会が立ち上がった。しかし、各観光協会は、旧市町村ごとの歴史的経緯、会員構成の違いにより、その活動内容や人員体制、財政規模も異なり、観光協会に求められる役割も異なるものだった。例えば、旧本宮町の観光協会は宿泊施設等が主な会員で、熊野本宮大社を核に全国からの誘客に努めてきた。一方、旧田辺市は商店が主な会員で、地域振興型の取り組みを進めてきた。

そこで田辺市は、こうした背景の全く異なる5つの観光協会を一本化するのではなく、むしろその独自性を尊重し、これらとは別に、新市全体を視野に入れた観光振興事業を推進する組織を設置することにした。こうして2006年4月に設立されたのが、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」（以下、「田辺熊野TB」）である。

ターゲットは、欧米豪からの個人旅行者

田辺熊野TBは任意団体で、旧市町村の5つの観光協会が加盟しており、田辺市から年間2500万円の委託料を受けて、市全体の観光PRをはじめとする広域的な観光振興事業を展開している。事務局は、正職員3名と、事務局長浦野泰之氏^{うらのやすゆき}を含む市の観光振興課からの出向職員3名となっている。

世界遺産を観光資源の一つに持つ田辺市において、田辺熊野TBに課せられた大きな役割の一つが、海外からの旅行者の誘致である。そこで、田辺熊野TBは欧米豪からの個人旅行者をターゲットとすることにした。それは、現在、熊野周辺を訪れる外国人旅行者の約9割が欧州・米国・豪州からの個人旅行者であるということによるもので、彼らの目的は、「古き良き田辺の文化や他に類のない熊野の歴史」を観たいというものだからである。これが、田辺市が伝えたいと思う熊野の魅力と一致した。また、欧米豪の個人旅行者は、団体客や日本人観光客よりも長期にわたり現地に滞在する傾向があるため、じっくり魅力を味わってもらうことができ、それだけ経済効果も高



↑ 田辺市熊野ツーリズムビューローの構成図

こうした組織構成は、全国的にも珍しく注目を集めている。また、田辺市では、「官民協働」で田辺市の情報を世界に向け発信する取り組みとして位置づけている。

出典) 田辺市熊野ツーリズムビューローHP (2010/03/30 参照)

<http://www.tb-kumano.jp/booklet/TB-kumano.html>

い。これまで観光振興でターゲットにされてきた団体客は、他の地域との競合もあり、また、大人数が来訪するが、短時間で市外に移動してしまうため、田辺市全体の経済効果はかならずしも期待通りではない。このことから、「他と競合しない旅行者」である欧米豪の個人観光客をターゲットとすることで、持続可能な観光づくりを目指したのである。

国際観光推進のための外国人職員の雇用

欧米豪からの個人旅行者を誘致するために、田辺熊野TBに国際観光推進員として雇用されたのが、カナダ人のブラッド・トウル氏である。トウル氏は、母国で大学を卒業後、旧本宮町の小中学校でALT(英語指導助手)として勤務、その後、母国や日本等で観光ガイドやスキーのインストラクターを務めたが、折に触れて熊野を訪れており、熊野の歴史、日本人の死生観等については、「日本人より熟知している」といわれるほどの人材だった。

2006年に、元々知り合いだった田辺熊野TBの事務局長浦野氏からの誘いを受けて公募による選考を受けた後、田辺熊野TB設立からまもなく職員として採用された。

トウル氏に期待されたのは、海外への情報発信手段の充実と訪れた外国人への対応。田辺熊野TB設立当時、外国人対応の田辺市のコンテンツは、英語のパンフレットと簡単なウェブサイトのみだった。

これを抜本的に見直すため、トウル氏の観光ガイドとしての経験や世界中を旅した経験をもとに、田辺熊野TBは3年計画を立案。1年目に観光に関する情報収集と整理、2年目に現地のレベルアップ、3年目に観光プロモーションを展開することとなった。こうして世界に開かれた観光地をつくるための取り組みが始まったのである。



↑ 田辺市熊野ツーリズムビューロー事務局の皆さん
左端は、国際観光推進員のブラッド・トウル氏。外国人の起用が注目され、メディアの取材を多数受けていることから、それが田辺のPRにもなっているようだ。



↑ 熊野古道
外国人の個人旅行者で熊野古道を訪れる人は、4~5日かけて歩く人が多い。
出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー

Point ニーズ把握のためのアンケート実施

外国人旅行者の動きやニーズの実態を把握するために田辺熊野TBがまず行ったのが、田辺と紀南^{きなん}全域への外国人旅行者を対象としたアンケート調査だった。調査期間は、2006年10月～2007年3月、田辺市内の宿泊施設や、田辺・白浜^{しらほま なちかつら}・那智勝浦^{なちかつら}・新宮^{しんぐう}の観光案内所で実施し、20カ国79名の回答を得た。

ここで、多く指摘されたのが、英語による交通情報が少ないことと、看板や案内板等における英語表記の不備だったことから、田辺熊野TBでは、バス停や熊野古道の案内板等を英語併記にするための翻訳等支援(案内板等設置は、市や各観光協会)及び英語版の新しいウェブサイトをつくることから始めた。

このほか、アンケートでは、59%が21～40歳の若い旅行者、36%はリピーターにつながりうる日本在住者、33%がリピーター、主な交通機関は電車とバス、主な情報源は、インターネット、ガイドブック、口コミということも分かった。

このアンケートは、その後も2007年4月～9月、2007年10月～2008年3月に実施されており、外国人訪問者は国別に、①フランス、②アメリカ、③イギリス、④カナダ、⑤ドイツ、⑥オーストラリアの順に多いことや、76%は個人旅行者、レストランのメニューにも英語表記が必要等、新たなことも分かっており、その後の取り組みに活かされている。

現在の取り組み

現在、田辺市における観光振興の取り組みは、田辺熊野TB、旧市町村の観光協会、田辺市観光振興課の役割分担の下で進められている。この中で、田辺熊野TBは、広域的な観光振興の取り組みとして、「観光情報の収集・整理と観光PR」「外国人旅行者に対する現地の対応強化」を展開している。一方、各観光協会では、地域に密着した観光の取り組み、田辺市観光振興課は、観光施策の方針決定のほか、基盤整備と連絡調整を担っている。

観光情報の収集・整理と観光PR

田辺熊野TBでは、交通情報や温泉・宿泊施設の案内情報、観光地の説明・地図等、観光に関するあらゆる情報を集め整理し、ホームページ、パンフレット、マップ、ポスター等を通じて発信している。外国人旅行者に対応するため、ホームページは5ヶ国語(日・英・中・韓・仏)、パンフレットは4ヶ国語(日・英・中・韓)、熊野古道マップは2ヶ国語(日・英)で作成している。



↑現在の田辺熊野TBの英語版のHP
パンフレットやマップはダウンロードすることができるので、印刷したものを持って現地を訪れる外国人旅行者もいる。



↑田辺市・熊野の総合パンフレット(日英併記)
マップの英語版も日英併記にして、外国人旅行者が日本人にたずねても分かるようにしてある。

また、市全体の観光PRとして、プレスツアーやエイジェントファミトリップ（旅行代理店を対象とした下見招待旅行）の誘致、商談会参加による売込みを行っている。このほか、都市部観光宣伝事業、プレス対応（写真の貸し出し、取材のサポート）、旅行代理店対応（ツアー企画のサポート、情報提供、写真の貸し出し）、キャンペーン事業を行っている。

外国人旅行者に対する現地の対応強化

外国人旅行者の満足度を高めるための取り組みとして、現地におけるハード・ソフト両面での対応強化を図っている。ハード面では、看板や案内板、飲食店のメニュー等を英語併記にする市観光振興課の事業への支援を行っている。ソフト面では、観光事業者等を対象として、外国人旅行者への対応のレベルアップのためのワークショップを開催している。また、外国人旅行者からの直接の問い合わせや、外国人旅行者が現地を訪れた際のサポートも必要に応じて行っている。

取り組みのポイント

地域資源の保全と観光振興の両立による持続的な観光地づくり

田辺熊野TBでは、「ブームよりルーツ」、「インパクトよりローインパクト」、「乱開発より保存・保全」、「マスより個人」、「量より質」を基本姿勢とし、「地域資源（文化や歴史、自然、地域の人々の生活や風習）の保全」と「誘客による観光振興」の両立を図っている。文化や歴史、自然、人々の生活や風習は地域の財産、これを変えることなく守り続け、その魅力を訪れる人に体験してもらうことで対価を得ていくことが持続的な観光地づくりになると考えているのである。

これを実現するためにターゲットとしているのが欧米豪の個人旅行者であり、日本人についても同様に、癒しや鍛錬、学習等の目的意識をもち、地域資源を尊重する個人旅行者を積極的に誘致しようとしている。

この考えは、田辺熊野TBだけでなく、田辺市、各観光協会といったすべての主体で共有されており、人員体制にもその姿勢があらわれている。



↑ プレスツアーの様子

田辺熊野TBとして、戦略的に行うものもあれば、国や県のプレスツアーのサポートを務めることもある。



↑ ジャンボポスターの掲示（都市部観光宣伝事業の一環）

JR 大阪・天王寺駅構内に掲示された。市内の目玉となる観光資源が立体に描かれているインパクトのあるデザイン。

出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー

例えば、本宮地域の文化財保護、観光等の拠点施設である「熊野本宮館」では、和歌山県の世界遺産センターの職員と観光協会の職員が同じフロアで業務にあたっている。

「文化財保護のためには、不特定多数の訪問やマナーのない人の訪問の増加は避けるべき」とする保全分野と、「地域経済の活性化のために多くの人を呼び込む」ことを目標とする観光振興分野はときとして厳しく対立することもある。また、主に教育部局所属と一般行政部局所属ということもあり、同じ地域資源について考える分野でありながら、一緒に仕事をしている例は少ない。

旧本宮町では、熊野古道保全のための道普請（清掃活動等による道の維持管理）には、観光協会からも職員が参加している。熊野本宮観光協会の事務局長、鳥居泰治氏は、「観光協会としても、自分たちが食べていくための資源をきちんと守っていききたい。保全分野と観光振興分野の職員が同じフロアで仕事をしているのは、日本の行政・公共施設でも大変珍しいことで、今その両輪がうまくいっていると感じています。」と話す。

外国人にルールを「伝える」ワークショップ

外国人旅行者へのソフト面の対応強化のために、田辺熊野TBが開催したのが、英語を話さなくても外国人旅行者とコミュニケーションをとるためのワークショップである。

ワークショップは、宿泊施設、交通関係者、観光案内所、市の観光関係担当者、熊野本宮大社等を対象に、2年間で延べ60回程開催された。ワークショップは3回シリーズで構成されている。

1回目では、「話をしてはいけない」トランプゲームを実施する。

- ① 3～4人ずつのグループをいくつか作り、トランプの出し方をグループごとに変える（数字が大きなたから出す、小さな方から出す等）
- ② 何ゲームかやった後に、グループの中で1人だけ他のグループに移動する。
- ③ ただ、メンバーはグループごとに出し方が違うことは知らないで、前にいたグループの出し方をしようとしてしまう。一方、替わらなかったメンバーも、新たに入ったメンバーに違和感を感じる。



↑ 外国人旅行者への対応のレベルアップを図るワークショップの様子
 左が熊野本宮大社を対象としたもの、右が宿泊施設対象のもの。
 参加者の中には、以前は外国人旅行者に対する抵抗感があったものの、ワークショップ参加後は、大変な中に楽しさを見出して受け入れてくれるようになったところもある。
 出典) 田辺市熊野ツーリズムビューロー

このゲームの特徴は、言葉が通じない中で、どのようにしてこの違いに気づくか、「ルールが違う」「言葉が通じない」ということがどういふことを身を持って体験することができる。このことにより、文化の異なる土地へ来た外国人旅行者の気持ちを体感してもらう。

2回目では、田辺市が観光地として旅行者に伝えたいことを考えた上で、各参加者で旅行者に伝えるべき情報を考えて整理してもらう。

3回目では、これまでに、参加者からあがってきた「英語にして欲しい言葉」「メニュー」等の情報を田辺熊野TBが英訳し和英対応の「指差し会話帳」を作成、配布する。「指差し会話帳」は、旅行者に伝えたいルールや説明が日本語と英語で表記されており、従業員と客が指差ししながら会話できるようになっている。例えば、宿泊施設の「指差し会話帳」には、館内の案内やルール等が書かれている。

田辺熊野TBがワークショップを通じて伝えようとしているのは、「素の田舎文化は宝」ということである。例えば、宿泊業者の中には、外国人を受け入れるにはベッドやナイフ・フォークを用意しなくてはと考える旅館経営者もいるが、そ

れは外国人旅行者が望んでいることではない、布団の部屋で、はしで食事を取ってもらう、との考えだ。彼らが求めているのは、素の田舎文化—異文化の体験であり、日常生活と同レベルのもてなしではない。ルールを外国人に合わせるのではなく、日本のルール、旅館等のルールをきちんと説明し分かってもらう、その中でホスピタリティを感じてもらうことをねらいにしている。

Point 文化や歴史的背景を伝える英語表記

パンフレットやマップ等における英語表記では、単に日本語を英訳するのではなく、外国人のニーズや感性に合わせた質の高い翻訳が行われている。例えば、温泉は分かりやすく「spa」と表記することもできるが、文化的背景をふまえると必ずしも正しい表現とはいえないため、「onsen」と表現している。また、熊野古道のパンフレットでは、熊野の説明から入るのではなく、その前段として、日本での位置、紀伊半島での位置が説明されている。そのほか、歴史上の人物や時代の名前等、日本人であればたいの人が知っている言葉でも、外国人に分かるよう、説明が加えられている。旅行者に対し、地域の文化や歴史的背景を伝えるため、こうした情報発信の工夫も行われている。



↑「指差し会話帳」の一部(温泉旅館「上御殿」のもの)の支払い方法、食事の時間・場所・温泉の入り方等の説明が日本語と英語で書かれている。このほか、宿の歴史や食事のメニューを説明したもの等もある。
出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー資料



↑田辺市・熊野の総合パンフレットの一部分
日本地図→関西地方の地図→紀伊半島の地図と、日本の地理を知らない外国人にも分かりやすいようになっている。
出典)田辺市熊野ツーリズムビューローHP(2010/03/30参照)
<http://www.tb-kumano.jp/booklet/sacred-kumano.html>

各観光協会と田辺熊野TBの役割分担

田辺熊野TBで、市全体での観光振興の取り組みが行われている一方で、旧市町村の観光協会では、地域に密着した取り組みが展開されている。各観光協会は、地域での各種イベントの企画・実施や観光案内といった観光機能をもつほか、地域内の観光資源の発掘や会員をはじめとする地域内の連携強化といった地域づくり機能を担っている。

熊野本宮観光協会では、従来から英語での情報発信も行っており、独自の英語ホームページも持っている。また、「熊野三山（田辺市本宮町、新宮市、那智勝浦町）」がある観光協会での連携に取り組む等、市町村の枠を超えた情報発信・連携構築も行っている。

龍神観光協会では、「日本三美人の湯」の一つとして、関西圏を中心に人気の高い伝統ある温泉があるが、宿泊者数は減少傾向であり、この回復のため、マラソン大会、和歌山県では数少ない雪に触れることができる地域であることをPRしたイベント、釣り大会等、人を呼び込むイベントを多数開催し、また、「高野龍神スカイライン」でつながっている高野山との連携にもつとめている。

中辺路町観光協会では、「熊野古道館」を中心とする古道の保全と情報発信に取り組んでいる。また、中辺路には外国語対応できる宿泊施設があり、口コミで定期的に外国人観光客が宿泊している。他の民宿等でも言葉は通じないが、受け入れ

には積極的な意向であることから、田辺熊野TB作成の「指差し会話帳」の活用等による宿泊客の増加を目指している。

大塔観光協会では、百間山^{ひゃっけんざん}や溪谷、キャンプ場、カヌー等を中心とした農村体験型観光がメインであることから、ファミリーや釣り客等の誘致に力を入れる。紀南地方の一大スポットである「串本海中公園（串本町）」との連携・共同による観光客誘致に取り組んでいる。

田辺観光協会では、「田辺熊野の玄関口」としての観光案内所の充実、市内飲食店との連携による地元食材使用の「あがら丼（和歌山弁でおれたちの丼）」の開発とそのガイドマップ作成、以前からの観光資源である「田辺梅林」のPR、新たな資源としての「田辺扇ヶ浜海水浴場^{おうぎがはま}」の整備等を行っている。

広大な市域を有する田辺市では、このような地域密着型の取り組みは、旧市町村の観光協会だからこそ担うことのできる役割である。

また、各観光協会は、日々旅行者への直接の対応を務める中で、現場の課題を把握している。外国人旅行者の対応にあたっては、田辺熊野TBのワークショップにより、ある程度の対応はできるようになったものの、宿泊施設におけるカード決済への対応や電話対応、マナー違反への対処等、新たな課題が見つまっている。こうした現場のニーズや課題を田辺熊野TBの取り組みに反映していくことで、より実態に応じたものにしていくことができる。



(左から順に)

熊野本宮観光協会事務局長
鳥居泰治 氏

龍神観光協会事務局長
吉本哲也 氏

田辺観光協会事務局長
若井祐介 氏

大塔観光協会事務局長
橋本義行 氏

中辺路町観光協会事務局長
香川佳久 氏



「局に帰ったら商売敵だから」といながらも、和気藹々とした雰囲気、仲のよさが伝わってくる。ちなみに、中辺路は元大塔の職員、大塔は元田辺の職員、田辺は元龍神の職員。合併に伴う環境の変化の中で、互いに切磋琢磨しながら、田辺市全体の観光振興に取り組んでいる。

「海外への種まきが芽を出し始めた」

Q. 田辺熊野TBによる観光PRの効果はどうか？

(本宮・鳥居氏) 特に、海外向けの観光PRでは助かっています。英語版のホームページも充実していると思います。そこから、観光協会のホームページにうつった時に、見てくれた人を逃すことがないように、現在、観光協会の英語版ホームページを改良しているところです。現場としては、田辺熊野TBによる海外への種まきが芽を出し始めたと感じています。海外の旅行代理店の訪問があったり、昨年は日本在住の外国人から直接問い合わせを受けることもありました。

Q. 現地の外国人の受け入れ体制はいかがでしょう？

(中辺路町・香川氏) 熊野古道では、かなり細かいところまで英語併記がされていて、外国人旅行者にも分かりやすいと思います。英語が話せない民宿でも、外国人に対する抵抗感はないようです。

(龍神・吉本氏) ワークショップを受けて初めて、宿泊施設では外国人の受け入れに対する意識が生まれたようです。面と向かっての対応では「指差し会話帳」等で何とか伝えられるのですが、電話の対応はまだ難しい。また、ルールを伝えても、チェックアウトの時間や支払い方法等でマナー違反もあると聞いています。

(本宮・鳥居氏) 予約しておきながら、途中で気が変わって無断で別の宿にってしまう人もいます。宿泊施設は戸惑いますから、今後の対応が必要ですね。それから、今後外国人旅行者数が増えることを考えると、英語対応が可能な観光ガイドをもっと増やしていく必要があると思います。

Q. 今後、田辺熊野TBに期待することは何ですか？

(大塔・橋本氏) 現在は、「世界遺産」登録され知名度が高い熊野古道を中心としてPRが展開されています。そこで、国内外の注目を集め、田辺熊野TBの発信力を高めたら、田辺市全体の観光資源も積極的に発信していただければと思います。

(龍神・吉本氏) 自分の地域の観光資源だけでは限界がありますから、今後は市内の観光資源をセットにして売り出していく必要があると思います。

(本宮・鳥居氏) 市外の観光地も視野に入れて、共同で売り込むのが効果的だと思います。そうした発信を田辺熊野TBでする一方で、いかに各観光協会が各地域への入り込みを確保するか、その仕掛けを考えることが重要です。

(田辺・若井氏) 田辺は他地域と比べて田辺熊野TBとの距離も近いので、連携して外国人旅行者の受け入れ体制を強化するとともに、田辺市の玄関口として旅行者へのおもてなしの向上に重点をおいていきたいと思っています。

ニーズに応じた積極的な観光PR活動

田辺熊野TBの市全体の観光PRでは、5つの旧市町村に対する広域的視野、そして民間団体としてのメリットが発揮されている。

市内の観光情報の発信においては、数ある情報の中で、ニーズに応じた情報をピックアップできている。田辺熊野TBの事務局長、浦野氏は、「どの陳列台に何を並べるかを検討することができます。それは、一歩ひいた目線で情報を整理できる田辺熊野TBだからこそできることだと思います。」と語る。また、田辺熊野TBの発信する観光情報には、市外の観光情報も含まれている。行政区域は別でも、旅行者の実際の行動範囲に応じて、情報の効果的な組み合わせができていのである。

また、海外に向けた積極的なPR活動も展開している。例えば、スペインの「サンティアゴ巡礼道」と熊野古道は、世界で2例しかない道の世界遺産として姉妹提携していることから、提携10周年を機に、田辺熊野TBからスペインのサンティアゴ・デ・コンポステラ市観光局に共同PRを持ちかけた。2008年10月から、ホームページやパンフレット、観光用DVD等による連携したPR活動を展開している。その中で、スペインからの

熊野ツアーが企画される等、ヨーロッパへの販路開拓にもつながっている。このほか、海外の個人旅行を対象とする旅行代理店やメディアに、和歌山県等とともに売り込みを行っている。こうした活動は、各観光協会と役割分担し、田辺熊野TBが市全体の観光PRに特化しているからこそできることである。

取り組みの成果

旅行者の質の変化

田辺市の観光客総数の推移を見ると、世界遺産に登録された2004年以降増加していったん落ち込むものの、近年ではほぼ横ばいとなっている（12頁グラフ）。量的に大きな変化はないものの、質の面では大きな変化があった。世界遺産登録直後は、熊野古道に多くの団体旅行者が訪れ、草花がちぎられ、ゴミが捨てられ、落書きされる等、旅行者のマナーが問題視された。それが現在では個人旅行者が多くなり、落書きやゴミもほとんどなくなり、マナーが改善されたという。文化や歴史、自然、地域の人々の生活や風習を尊重する旅行者の誘致に努めてきた成果が出てきている。



↑ サンティアゴ・デ・コンポステラ市観光局と田辺熊野TBの共同記者会見の様子
時代衣装を身に付けて行われた記者会見は多くの関心を集めた。また、共同で作成されたパンフレットは、サンティアゴ・デ・コンポステラ市観光局を通じて広く配布された。その成果もあって、ここ2年間はスペイン人の旅行者が多くなっている。

出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー

市全体の観光振興にむけた取り組みの充実

合併に伴い、観光振興が市において重要な位置づけとなったことで、これまで目玉となる観光資源のなかった田辺地域や大塔地域の観光協会でも新たな動きが生まれている。

田辺地域では、地域の食材をつかったどんぶり「あがら丼」を「全国丼サミット」に出展する等、広く発信している。また、観光情報の機関紙を発行、クーポンをつけて交通機関を通じて広く配布している。大塔地域では、豊かな自然と人々の調和の中で育まれてきた生業や文化、山村景観を活かした体験等を観光資源として活用。その中で、海側に位置する観光地等、市外を含む周辺の観光地と連携して大塔地域へ観光客を誘導する取り組みを始めている。

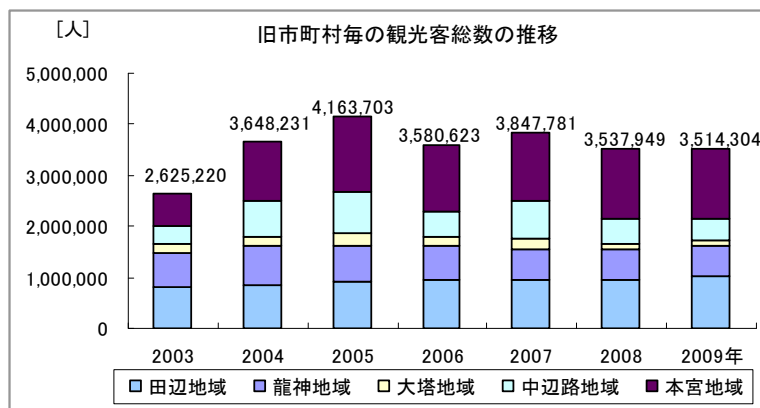
このように、メインの観光資源である熊野古道以外にも観光資源を発掘・活用して、田辺市全体で旅行者を誘致しようと、取り組みが始まっている。

今後の展望

着地型旅行代理店の設置

ターゲットを絞り、ニーズに応じた情報を発信し、地域での受け入れ体制を強化することで、地域資源の保全とそれを活用した観光振興の両立を進めてきた田辺熊野TB。彼らは今、地域資源と旅行者をより積極的に結び付けようとしている。

2010年秋頃に、田辺熊野TBを一般社団法人化して立ち上げる予定となっているのが、着地型の旅行代理店である。交通情報の提供、体験プログラムの提案、宿の予約、荷物のシャトルサービス等、あらゆる観光サービスをワンストップで提供する窓口として設置する。パッケージ提案では、体験・宿・各種サービスについて、旅行者が自分の好みに応じて選択することもできる。また、ここが窓口となり、問い合わせ・予約・支払い等に対応することで、宿泊施設と外国人旅行者のトラブルを未然に防ぐこともできる。



旧市町村毎の外国人宿泊客数の推移

	田辺地域	龍神地域	大塔地域	中辺路地域	本宮地域	合計
2003年	355	55	191	0	218	819
2004年	721	88	108	0	492	1,409
2005年	278	70	134	82	555	1,119
2006年	694	87	126	0	392	1,299
2007年	517	138	124	0	500	1,279
2008年	5,502	118	0	77	588	6,285
2009年	403	213	59	129	843	1,647

外国人旅行者は、記録に残らないこともあり、現在は正確なデータとは言えない。市は今後、田辺熊野TBに着地型旅行代理店が立ち上がることで、より正確な数値を把握できるようになり、PR効果を評価できるのではないかとみている。

出典) 田辺市資料

ターゲットとする旅行者が求めるのは、地域の奥深い体験、それを提案できるのは、着地型の旅行代理店である。中でも、欧米豪の個人旅行者へのパッケージの提案は、言葉や文化の違い、サービス提供者の対応能力が弊害となって、大手旅行代理店でさえ手を出せていない。また、欧米豪の個人旅行者が求める安価で小さな宿は、発地型の手旅行代理店の契約施設にはなっていない。

こうしたニーズに応える着地型旅行業に着手するべく、田辺熊野TBでは国内旅行業務取扱管理者の免許をもつ職員を雇用し、ウェブを活用した予約システムを開発している。この旅行代理店が中間支援組織として機能すれば、発地への販売手数料の吸い上げもなくなり、地域振興をさらに図ることができると考えている。



**地域人材ネット
登録者**

田辺市熊野ツーリズムビューロー

会 長 ただのりこ **多田稔子 氏(左)**

事務局 長 うらのやすゆき **浦野泰之 氏(右)**





宿の予約もなく訪れ飛び込みで手配を求める旅行者、富士山への行き方をたずねてくる旅行者、等々・日本人とは全く感性の異なる外国人旅行者を相手に日々奮闘している。ワークショップでは、参加者に個別の「指差し会話帳」を作成する等、その負担は大きいようだが、彼らを支えているのは、田辺の文化や歴史を守りたいという熱い想いである。

「100年先を見据えた持続的な観光地を目指して」

Q. 田辺熊野TBのコンセプトは何ですか？

田辺熊野TB事務職の皆が、観光に取り組む立場として、地域資源の保全がすべてだと思っています。それから「インパクトよりローインパクト」。PRにはインパクトは必要ですが、現地の暮らし、文化、風習にはできるだけインパクトを与えたくない。それが100年先を見据えた持続的な観光地づくりになると思います。大きなブームで一気に観光客が増えたものは、一気に減ります。ブームに頼るのではなく、残っている素の田舎の文化や風習を守っていくことが、成熟した旅行者の比率を上げ、それが質の高いリピーターを生み出し、地域の存続につながると考えています。

Q. 田辺熊野TBにおいて、ブラッド・トウル氏は重要な存在だと思えますが、いかがですか？

絶対神を信仰するクリスチャンの文化で育った彼にとって、万物に神が宿るとする熊野の自然崇拜の考えは新鮮だったようで、興味を抱き、深く知ろうとしていました。そうした学術的な探究心とコミュニケーション能力をみて採用しました。文化や歴史を資源とする観光地で外国人旅行者の案内をするには、英語を話せるだけでは不十分です。文化や歴史をよく知っていて、それを外国人にとって分かりやすく説明できる、また観光案内の即時対応もできなくてはいけません。そうした逸材はなかなかいませんから、彼がいてくれて助かっています。

Q. 2010年度設置予定の着地型旅行代理店のねらいを教えてください。

今までの旅行業界は発地型旅行で、それなりに経済発展をしてきました。大手旅行代理店は、現地を深く知らないままに大量に客を送り込んできましたが、旅行者はこれに満足しなくなってきた。旅行者の成熟化に伴いニーズが細分化している今、求められているのは着地型旅行です。それができるのは現地の情報とネットワークをもつ私たちです。大手の旅行代理店も危機感もっていますが、効率の良いマストツーリズムは、着地型では修学旅行ぐらいでしょう。個人旅行者、ましてや外国人旅行者は手間がかかって手が出せない。ですから、外国人の個人旅行者にも対応できる着地型旅行代理店は、おそらく日本で初めての取り組みとなるでしょう。これを通じて、海外を含む旅行者の獲得に積極的な市内外の観光事業者に、旅行者を紹介していくことで成功事例をつくり、他の観光事業者も巻き込んでいくことができると考えています。

市内外での観光協会の連携強化

田辺市としては、5つの旧市町村の観光協会のそれぞれの特性を尊重し、今後も一本化する予定はないが、その連携を強化する必要があると認識している。

田辺熊野TBによる市全体の観光PRが展開される中で、各観光協会を訪れる旅行者は、その地域だけでなく、周辺の観光情報も求めてくるようになった。田辺熊野TBに市内5地域の観光情報を集約するだけでなく、5つの観光協会同士で観光情報を共有する必要がある。また、田辺地域は田辺市の玄関口として、そこからあらゆる場所へ旅行者を送り込むポンプとしての役割を果たす。したがって、田辺地域の観光案内所に市内外の観光情報を集約することも求められている。

一方で、本宮地域では、「熊野三山」（熊野本宮大社・熊野那智大社・熊野速玉大社）として、那智勝浦町や新宮市の観光協会と連盟をつくり、共同で使えるパンフレットを作成、2010年度から事業を開始する。そうした市外との連携による発

信も、今後の重要な方向性と市は考えている。

今や、観光資源を単体で売り込むのは厳しい時代に突入しているという。文化や歴史・自然・食・温泉という豊富な観光資源を活用し、市内外で柔軟に連携して資源を組み合わせ、市内への入り込み数を確保していく。これに対し、広域的な観光振興を担う民間団体である田辺熊野TBが関わっていくことが、市や各観光協会から期待されている。

持続的で世界に開かれた観光地を目指して

観光振興を地域振興に結び付けるには、地域において多くの人を巻き込み、その連携の下で資源を発掘して活用していく必要がある。市は、そうした地域づくりの取り組みを、今後、市全体に広げていこうとしている。



日本の原風景を原風景を感じさせる自然と、そこに刻まれた奥深い歴史文化、それを旅行者に伝える企画力をもつのは、地域に根付いた活動を展開する田辺熊野TBにほかならない。


出典)田辺市熊野ツーリズムビューロー <http://www.tb-kumano.jp/>

以前からこうした地域づくりを進めてきた田
辺市^{かみあきす}上秋津では、地域の景観、農業、食等を資源
に、体験活動や貸し農園、農家レストラン等を通
じた「秋津野型グリーンツーリズム」を推進して
いる。ここでは、多くの地域住民が関わって旅行
者をもてなす中で、地域に生業が生まれ、人材も
育っている。観光を通じて、訪れる者だけでなく
迎え入れる者も喜びを享受できる仕組みになっ
ている。


こうした仕組みをつくることのできるのは、地
域に密着した旧市町村の観光協会であると市は
期待をよせており、このような新たな訪問先とな
る観光スポットを市内各所で育て、相互に結んで

いきたいと考えている。

観光振興を地域振興に結び付けるのに必要な、
旅行者のニーズにに応じて発信するという民間的
な側面と、地域の隅々に観光振興の効果が波及す
る仕組みをつくりあげる公共的な側面。前者を担
う田辺熊野TB、後者を担う市や旧市町村の観光
協会の連携により、田辺市の資源や人がどう活か
され、「持続的で世界に開かれた観光地」につな
がっていくのか。風光明媚な大自然とその奥に開
かれた日本の精神文化の聖地、そこから始まった
田辺市の世界に向けた挑戦はこれからも続く。



秋津野ガルテン
代表取締役副社長
たまいつねたか
玉井常貴 氏



「都会の 500 万より田舎の 300 万の方が面白い」

Q. 地域活性化に必要な仕組みは何だと思いますか？
中山間地域が限界集落になっていったら、日本の国力は落ちるのではない
でしょうか。今求められているのは、若者が戻ってきて稼ぐことのできる
受け皿です。ここでは、レストランや直売所、ジュース工場等で地域住民
を雇用し、年間の人件費は 4500 万円、収益の大半が地域に循環するよう
になっています。そうした仕組みをつくっていくことが必要です。私がス
ローガンとしているのは、「都会の 500 万よりも田舎の 300 万の方が面
白い生活ができる」。そのための種まきをしようと、いつも考えています。

Q. 地域づくりを進める中で、重視していることは何ですか？
近畿地方で最も広い市域をもつ田辺市には、文化や歴史、自然、農業とい
った豊富な資源がありますが、それを活かすのは人です。地域の人々はパ
ワーをもっていますから、それをうまく引き出す仕組みをつくれれば色々
ことができます。例えば、農業体験では、受け入れ側となる農家には、勉
強会をして難しく考えるのではなく、普段どおりにやっていただしてい
ます。それぞれのモチベーションがありますから、それを自然に活かしてい
かないと継続しません。地域で多くの人を巻き込んでいき、ここでいうレ
스토랑、直売所、ジュース工場といった多くのフィールドをつくって経
験を蓄積していく。そうやって、地域資源を有効に活用できる人材を育て
ていくことが重要です。

Q. グリーンツーリズムの推進に必要なことは何だと思いますか？
グリーンツーリズムは、子どもの体験や農家民泊だけを推進するものではありません。それだけでは、各
地域の良いところは出てきません。農業、自然、食、いろいろなものがある中で、グリーンツーリズムと総
称しているわけです。それぞれの地域の資源をいかして拠点をつくる、1 つつくってカリスマ化するの
ではなく、幾つもつくって拠点を結んでいく、それにあわせて組織も構築していく必要があります。ある地
域だけ特化して、子ども体験が何人増えた、民泊が何件増えたということを評価しているようでは、地区
毎の数字だけの成績主義になってしまいます。それぞれの地域に良いところがあるので、それをトータル
で評価していくことが大切だと思います。

15