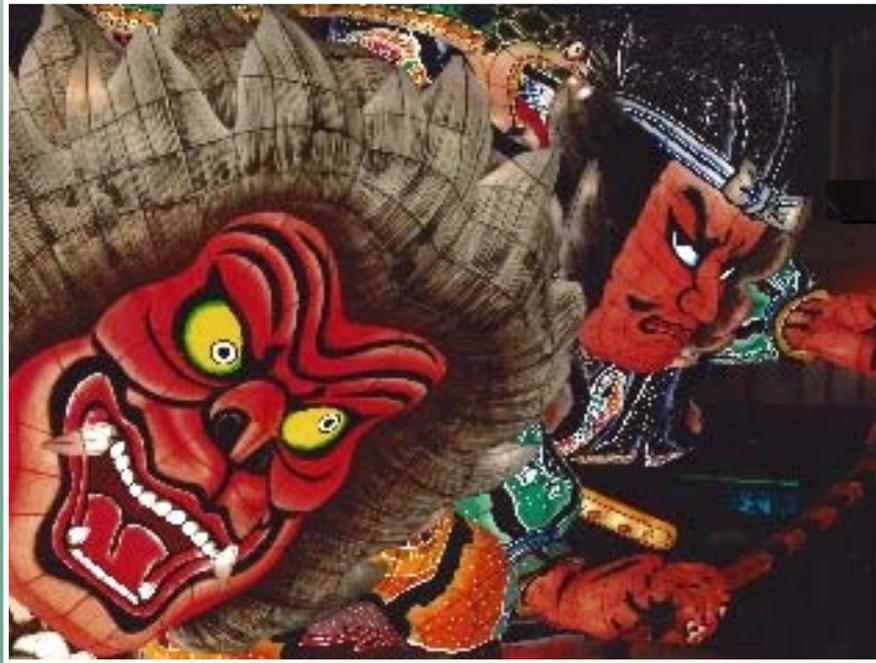


《地域力創造アドバイザー派遣》

あおりし
青森県青森市「まちなか散策コースの整備」



地域力創造アドバイザー派遣

あおりし

青森県青森市「まちなか散策コースの整備」

まちなか散策コース、観光ガイドの整備

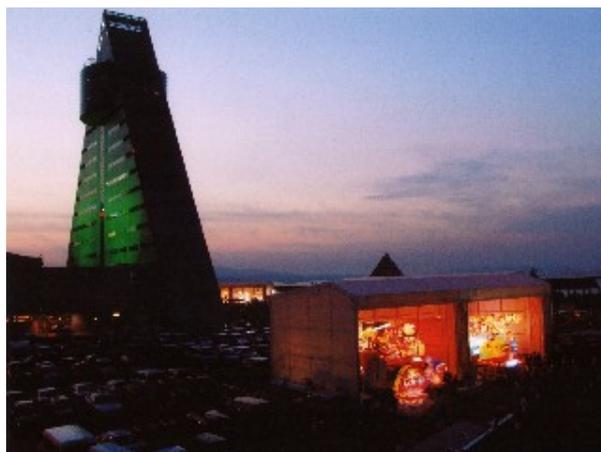
地域力創造アドバイザー制度を活用した行政間の ノウハウ共有、市民参加型の散策コース整備

本州最北端の大都市、青森市。ねぶた祭りが地域の誇りである。そんな青森市では、2010年冬に向けて、新駅整備と東北新幹線の延伸計画が進行中だ。

新幹線の延伸は外から人を呼び込むチャンスではあるが、それも観光目的地としての魅力づくりが出来てこそ。「外の人への魅力づけと同時に地元の人が愛着を持てる青森」を目指して市民ガイドが案内するまちなか散策コースのアイデアが出された。

とはいえ、これまでに経験したことのない取り組みを進めるのは容易ではない。「新幹線延伸」という明確な期限が区切られているなか、いかにして効率的に取り組みを進めるか――。

これは遠く九州の地で取り組みを成功させた地域力創造アドバイザーの協力を得ながら、まちなか散策コースを生み出すまでの地域の人たちの物語である。



出典：青森市 HP (2010/03/30 参照)

<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=139&ik=1&pnp=137&pnp=139&cd=237>

◆取り組み概要

●取り組みの目的

来訪者が歩いてまわれる観光コースを整備することで、観光客を旧市街地に誘導する。またあわせて、観光客を案内する市民ガイドを育成し、来訪者とまちのひとの自然な交流をはかる。

●取り組みの内容

- ・ 地域力創造アドバイザーの意見を取り入れたまちなか散策コースの整備
- ・ 観光客を案内する市民観光ボランティアガイドの育成

●取り組み主体

- ・ 青森市観光コンベンション協会
- ・ 青森商工会議所
- ・ 長崎市さるく観光課
(地域力創造アドバイザー)
- ・ 青森市役所

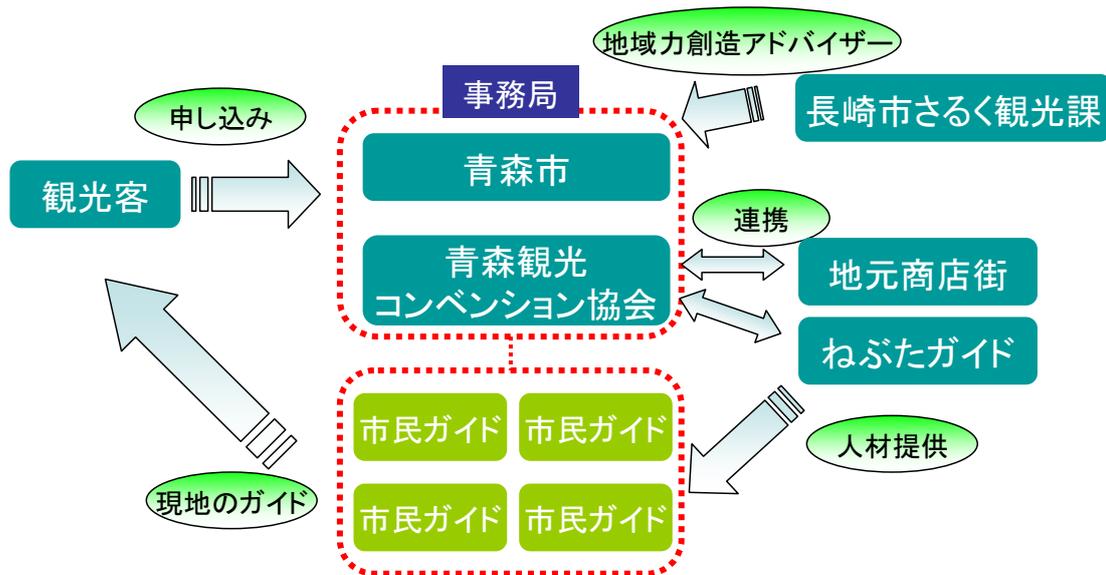
地域力創造アドバイザーの紹介

長崎市文化観光部さるく観光課

日本初のまち歩き博覧会「長崎さるく博」を成功させた実績を持つ。2007年度の「通さるく」「学さるく」の参加者は計22,000人に及ぶ。

他と異なり、個人でなく観光課自体が地域力創造アドバイザーとして登録している。

◆取り組み体制



◆取り組みのポイント

1. 地域で行われていた取り組みとの連携

本事例で取り組んだ「まちなか散策コース」は青森市の発案であるが、同様の取り組みは地元の商店街でも試みられていた。各主体がばらばらに動くのではなく、うまく情報共有し、協力して進めていった。

2. 地域力創造アドバイザーの意見取り入れによるまちなか散策コース案の作成

特に市民観光ボランティアガイドが案内する形態のコースを検討するうえで、専門的な観点から意見を出せる人材が地域に不足していた。地域力創造アドバイザー制度を活用し、先進事例を成功させた地域力創造アドバイザーの知見を加えることで、取り組みを前に進めた。

3. 地域の協働による市民観光ボランティアガイド育成

まちなか散策コースの案内をするガイド育成は観光協会が主体となって行っている。青森名物「ねぶた」を案内する既存の組織「ねぶたガイド」と連携したり、「あおもり検定」合格者からガイド希望者を募るなど、地域ぐるみで有望な人材確保に取り組んでいる。

取り組みによる成果

- ・ 専門家の意見を取り入れたまちなか散策コース案が完成した
- ・ 市民観光ボランティアガイドの運営ノウハウを獲得した
- ・ 散策コース上のサイン計画案が完成した

今後の展望

- ・ 市民観光ボランティアガイド運用にむけた組織づくり
- ・ 多様化する観光客のニーズに対応するための市民観光ボランティアガイドの育成

青森市の概況

青森県の県庁所在地

青森市あおもりしはいわずと知れた青森県の県庁所在地であり、政治、経済の中心地として人口は30万人を数える。また江戸時代以来、商港として発展してきた港町でもあり、本州と北海道を結ぶ青函連絡船のイメージも根強い。

りんごの産地として全国的に有名であるほか、「青森ねぶた祭り」「三内丸山遺跡さんないまるやまいせき」など豊富な観光資源にも恵まれるが、歴史的に火事が多い都市であるうえ、交通、物流の要衝であることから大戦中は大規模な空襲の被害を受けて市街地の約9割が焼失した。古い建物が市内には殆ど残っておらず、市街地の観光を支えるのは現在は主にねぶたである。

日本有数の豪雪地帯

気候は寒冷であり、年間通じての平均気温は10℃程度、毎年の降雪量は750cmを超えるこ

とも多く、青森市全域が特別豪雪地帯に指定されている。市では毎年15～30億円かけて除雪に取り組んでおり財政負担も馬鹿にならない。

青森市の中心部では、冬場の路面や歩道下に海水を流すなど、溶雪の工夫がされているところも多くある。

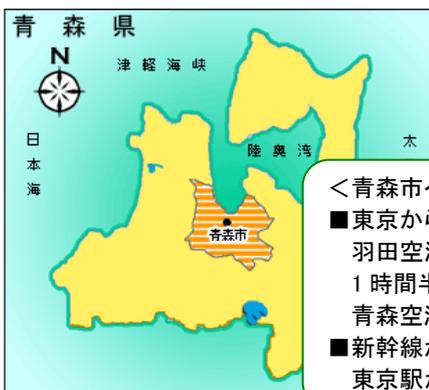
取り組みに至る経緯

新幹線の延伸計画に伴う中心市街地活性化

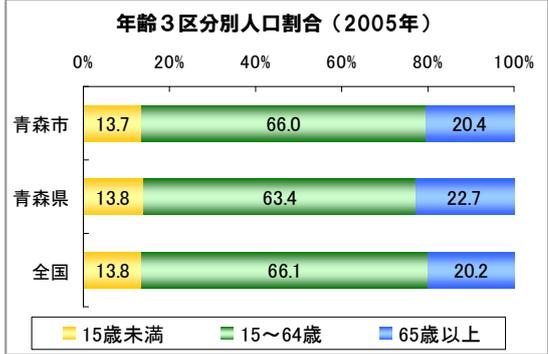
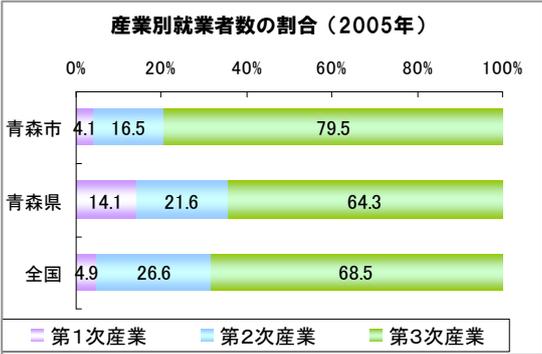
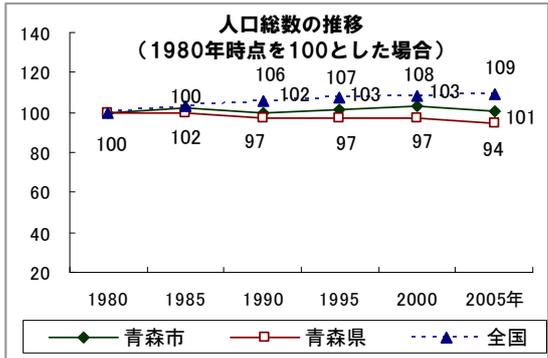
取り組みの発端は、2005年に発表されたJR新青森駅への東北新幹線延伸計画の発表時点にさかのぼる。

新幹線のターミナルになる予定の新青森駅は、現在のまちの中心部である青森駅から4km程離れた場所に立地しており、その周辺は住宅地であることから、観光客が立ち寄るところがないことが当時問題になっていた。

まちの魅力づくりの方向性のひとつとして、新青森駅周辺に誘客施設を整備する手法も考えら



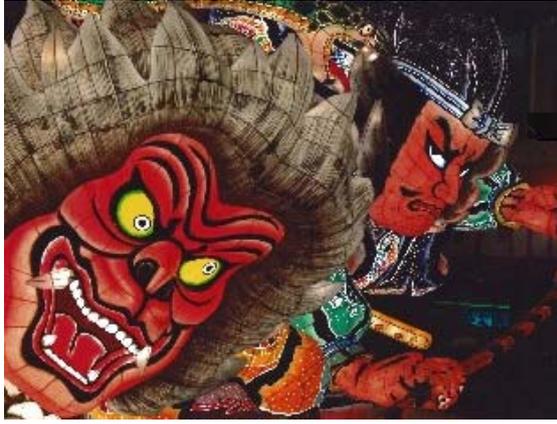
<青森市へのアクセス>
 ■東京から
 羽田空港から飛行機で青森空港まで1時間半
 青森空港からバスで30分
 ■新幹線が延伸後(予定)
 東京駅から新青森まで3時間20分



出典) 青森市 HP (2010/03/30 参照)

出典) 総務省統計局; 国勢調査

<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=425&ik=1&pnp=115&pnp=425&cd=1646>



↑ねぶた祭り

重要無形民俗文化財にも登録されている青森市の代表的な祭り。シーズン中は全国から観光客が訪れ、市内のホテルが殆ど満室状態になる。

出典：青森市HP (2010/03/30 参照)

(<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?nd=139&ik=1&pnp=137&pnp=139&d=237>)

青森県HP (2010/03/30 参照)

(<http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kikaku/shinko/shinnkansen2.html>)

れるが、青森市の「核」を2つに増やす手法には異論も大きかった。JR青森駅から東に延びる新町商店街の青年部及び中心商店街女性部に所属し、商店街の活性化に先頭にたって取り組む伊香佳子氏は当時を振り返る。

「青森市くらいの規模の自治体だと、近距離に2箇所の核を両立させることは難しいと考えています。無理やり核を2つ作ろうとすると両方とも衰退することになりかねません」

豪雪地帯の青森市では除雪費用を軽減するため、市街地面積の無秩序な拡大を抑制する「コンパクトシティ¹⁾」(1999年、都市計画マスタープラン)の施策を打ち出していたこともあり、中心市街地への投資は理解を得やすかったという。

2005年当初の取り組みでは、ふるさとミュージアムの整備や、旧日本郵政公社から取得したホールの改修等が掲げられた。

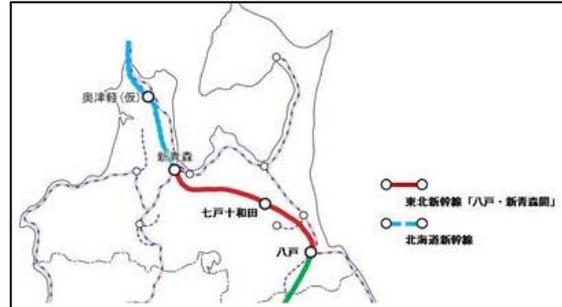
施設整備など、ハード面の整備結果がフォーカスされがちだった青森市の中心市街地活性化施策であるが、ソフト面の取り組みも行われていた。

1) 中心市街地の活性化や無秩序な市街地の拡大抑制により、住みやすいまちづくりを目指す考え方

↓新青森駅整備工事の様子

取り組みのきっかけともなった東北新幹線の延伸計画。

八戸から新青森までの延伸は2010年12月の予定である。



商店街の有志が「歩いて楽しい商店まちづくり」を目指してパサージュ広場という通り抜けの小道をつくってそこに人が溜まるようにしたり、期間限定で商店街の空店舗に入りたい人に対するベンチャー支援をしたりしていた。いわゆるまちづくりの専門家や行政関係者だけでなく、まちの普通の人からも「コンパクトシティ」という単語が聞かれることが青森の特徴のひとつといえるぐらい、中心市街地活性化への取り組みは多くの人に浸透している。

2006年には、青森市中心市街地活性化基本計画の目標として「既存市街地に観光客を呼び込む」ことが位置づけられた。

都市全体の回遊性を高める施策への着目

しかし2005年当時、中心市街地への投資の必要性が、市民すべてに支持されていたわけではない。JR新青森駅予定地周辺に観光客が立ち寄る場所が不足していることから、『中心市街地の活性化よりも新青森駅周辺の整備が先だろう』という声が市民から寄せられこともあった。

様々な議論を重ねていくなかで、「新青森駅が青森駅かの二者択一ではなくて、青森市全体を回



←パサージュ広場

新町商店街のなかに設けられた多目的広場。商店街の中心の便利な場所にあり、ちょっとした規模のまちのイベントに重宝している。冬でもきちんと雪かきがされているなど、管理が行き届いている様子が見て取れる。

↓新町商店街の「一店逸品運動」

商店街の魅力づくりを目指して新町商店街で行われている企画。参加する店舗は「その店独自のこだわりを、逸品に決めた商品を通して」打ち出す。2003年度から行われている。津軽塗りの模様をあしらったネクタイなどが人気商品である。

出典)新町商店街パンフレット



遊性の高いまちに変えていくことが発展の道筋なのではないか——」という方向にアイデアが集約されていった。

回遊性を高めるために、新青森駅に到着した観光客が市内を回りやすいように、二次交通を充実させる計画など、市としてさまざまに取り組みを進めてきた。2010年の新幹線延伸に向けて、取り組みは現在も進行中である。

しかし交通手段を充実させることは車輪の片側でしかなく、「いかにして青森市を目的地化するか」という課題は依然として残っていた。

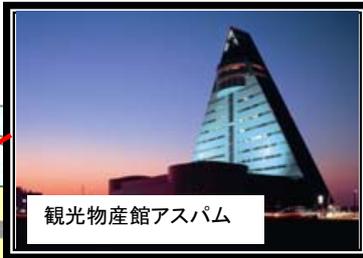
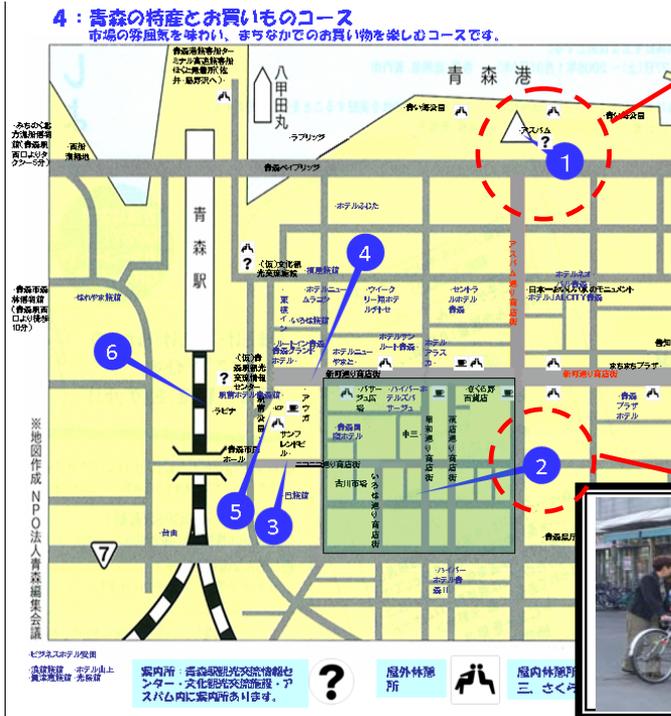
そのためには、外から来た観光客の人を青森の旧市街地に誘導することだけでなく、地域の人たちが、そもそも「我が町はこんな魅力がある！」と言えることが必要で、まずは地域の人に、自分のまちの魅力に気づいてもらうための「仕掛け」が必要だ、という話になっていった。そこで、当時長崎市で行われていた市民参加型の祭り「長崎さるく博」の青森市版をやってみようという話になったという。

オリジナリティは運用していくなかでつくり上げるもの。まずは同じことが青森市で出来ないかというのが現場の課題であった。

Point 長崎さるく博とは——？

青森市が参考にした長崎さるく博は、2006年の4月から10月にかけて長崎市で行われた博覧会であり、「市民が企画し、市民が実施し、その成果を市民が享受する」という市民主体の実施方針が大きな特徴であった。町なかをあるいて巡るコースを用意し、市民ガイドが観光客を案内する。

コース設定はグラバー園など、誰でも知っている有名観光地を巡るものだけでなく、現地の人もあまり知らないようなものも多い。コースづくり、運用に市民が主体的に関わっている点が画期的である。



←2007年度のまち歩きコース案アドバイザー派遣を受ける以前の案。市場歩きを目玉にした青森市の特産品を買い物して歩くコースである。来訪者の自由度を高める意図で、市場(図中の②)が漠然とした「面」で指し示されている。この点は「ガイドしづらい」とアドバイザーから指摘を受けた。
出典)青森市資料



まちなか散策コース案づくり

長崎さるく博に代表されるようなまち歩き型観光の最大の特徴は、「来訪者とまちの人々のふれあいを誘発すること」につきるといえる。地域の魅力を引き出すコース設定もさることながら、市民ガイド育成など地域の側の協力が欠かせない。2007年度より、中心市街地活性化関連施策が一部観光課に移管されたこともあり、観光課主査のさわきまさあき沢木正明氏が中心となり、商工会議所や商店街の面々に協力の取付けに奔走することになる。

通常ならば全く新しいことを始める際には、関係者の説得などに労力が割かれるものだが、青森市の場合、同様の取り組みが新町を含む中心商店街の女性部でも模索されていたため、協力取り付けの第一段階は比較的スムーズに進んだという。

もともと新町商店街で「しんまち逸品お店回りツアー」に取り組んでいた伊香氏は振り返る。

「ハード整備が完成してきたなか、自分たちの「もてなしの心」を磨き「こだわり」を伝える目的で、商店街を案内する「しんまち逸品お店回りツアー」を行っていました。7年前当初は「買い物目的でないお客様」を「ツアー」の形で町なかを

ご案内するという事で、案内ガイド役をかって出た私たち青年部のメンバーにも、受け入れ側のお店にも多少とまどいがありました。もちろんガイドも素人でしたから、お店からお店へ移動する間に話すネタに困り、商店街が20年間取り組んできたまちづくりの内容を「ここはこんなふうに変わってきた、ここには昔こういうものがあつた」というように解説しながら歩きました。それが好評で、感動してもらえたのが私たちにとっても新鮮な感動でした。」

行政と地元が同時多発的に『観光客と町の人の交流』に着目し、取り組みを進めていたことが、青森市での取り組みがスムーズに進んだ一因といえるだろう。

2007年度の取り組みとして、地元関係者の意向を確かめながらまちなか散策コース案を作成した。外から来た人のみでなく、青森市民も歩いて楽しいコース、市民が自分の町の隠れた魅力に気づくことのできるコースを目指して、市場や埠頭、アウガ²⁾などを巡るコース案を青森市で作成した。

2) 中心市街地活性化を目的として青森市が整備した青森駅前商業施設

その後市民や観光客を対象にしたモニターアンケートでブラッシュアップし、コース案を4つに集約した。しかしコース案はできたものの「ノウハウ不足」がネックとしてのしかかったという。

「自分たちなりに『これかな』というコース設定はできないことはないんです。ただし関係課から『これは成功するのか』といわれると自信を持って返事ができなかったですね。また、肝心のガイド組織づくり、運営方針、そして肝心の『まちの人の取り組み』を進めるノウハウも不足していました」と沢木氏は語る。

地域力創造アドバイザー事業への応募

青森市は 2008 年度に総務省の「地域力創造アドバイザー事業」に応募し、総務省地域人材ネットに掲載されていた長崎市さるく観光課の面々を地域力創造アドバイザーとして招聘、ノウハウを学ぶことにした。青森県から制度の紹介を受けたところ、長崎さるく博の担当課が地域力創造アドバイザー登録しているのを発見し、即座に応募を決めたという。「もともと長崎さるく博を成功事例として参考にした取り組みでしたが、長崎市の担当との直接の面識はなく、青森とは地理的にも遠いため地域力創造アドバイザー派遣制度がなければ連携は困難だったと思います。」と沢木氏は振り返る。



あきんど隊
かとうひろし
加藤博氏



衰退する商店街を憂慮し、あきんど隊という情報共有の場をつくり上げた加藤氏。個人商店同士で客の奪い合いをするだけでなく、他所から来てもらえる商店街づくりを目指す。

「やる気のある人から動き出すことが重要です」

Q. あきんど隊という組織について教えてください。

商店街の有志であきんど隊という情報共有の会議の場を設けています。商店街は個人経営の方が多いので、いろいろな団体が情報共有の場を持てるあきんど隊の会議はとても効率的な仕組みだと思います。

情報を聞いても全員が関心を持ってくれるわけではないですが、まずできる人、やる気のある人から集まって動いていくことが重要だと実感しています。

Q. 最近の商店街の取り組みとして何をされていますか？

最近では「夜のちょい飲みつまみ食いツアー」というのをやりました。みんな地域に 20 年もいるのに、周りのお店に 1 回も行っていない方が意外と多いんです。外の人を案内するよりも先に自分たちが商店街の魅力を発見することが先決だろうという趣旨で商店街の和洋中のお店を巡りました。

中華のお店では紹興酒、洋のお店ではワイン、和のお店では日本酒を飲んだりするんですが、和食のお店は地元の人あまり行かないという、ちょっと珍しいことを発見したりもしたんですよ。



←アドバイザーによるまち歩きの様子

2008年の夏から秋にかけてアドバイザーの長崎さるく観光課や、長崎市の市民ガイドの面々が4回まち歩きを開催し、実際に現地を見ながら地域資源の掘り起こしを行うとともに、コース案の検討を行った。

↓まち歩きによって発掘された地域資源の例

土偶の形をした標柱や、取水栓など。普段見過ごしているようなものでも外の人には珍しいと、アドバイザーから教えられたという。また積雪対策として電話ボックスに段がついていることなどは豪雪地の青森ならではの。

出典)青森市資料



青森市新町商店街振興組合
いこうよしこ
伊香佳子氏



青森市が取り組みを始める以前から、商店街の有志で来訪者を案内するまち歩きガイドに取り組んでいた伊香氏。現在は『ガイド候補生をガイドする』役割も担っている。

「まず自分の町の魅力を発見することから」

Q. まち歩きに取り組むきっかけは何でしたか？

商店街でお店をやっているとよく、県外から来たお客様から「青森で美味しいものはありますか」と聞かれたりします。昔は「青森には特におすすめる珍しいものはないなあ」と思っていました。でもそのうち、ねぶた祭りなどでせっかたくたくさんの方がいらっしゃっているのに、これではだめだと気づき、おすすめるもの探しをするようになりました。そんな中「お店回りツアー」に視察参加した県外の方に、ガイドとして普段あたり前と思っていたいろいろなモノやコトをお伝えしてみたら、ものすごく感動された。それで自信が出て「もっと発見して伝えたい」と思ったのが発端です。

Q. ガイド講師として何を伝えていますか？

私たちが店主として自然に思っている事。つまりツアーに参加する方はお客様なのだから、覚えた難しい知識をすべて伝えることが一番ではなく「楽しんで頂く」ことが大事なのだと伝えています。例えば、私たちが普通に使っている“こてこての津軽弁”をそのまま聞いて頂く事や、普段食べているおかずに、意外なほど青森独自の材料があることなど、私たちにあって当たり前になっている生活の一部になっていることの中に、いろいろなおもしろさがあり、それは実体験に基づくものだから、聞くお客様にとっても楽しいのだ、と。タケノコなんかでも、このへんの普段のお惣菜では、太い「孟宗筍」ではなく、細く長いタケノコを使うんです。そんな些細なことも、きっと「へ〜」って言ってもらえますよ、と。

地域力創造アドバイザー派遣 による取り組みの進展

長崎さるく現地視察

まず、2008年7月に、沢木氏らが長崎さるく博へ実際に行き、長崎市さるく観光課の馬見塚純次課長のガイドでまち歩きを体験した。

長崎さるく博のコンセプト「市民が企画し、実施し、その利益を得る」について説明を受け、取り組みについての意識を地域力創造アドバイザーと共有できた。

ただイベントを見に行ったのでは観光旅行と同じであるが、さるく博を実際に企画、運営した長崎市の担当課や、現地で取り組みを行う「大浦青年会」のガイドを受けながら現地視察を行うことで、より理解が深まったという。

青森市の面々は実際にさるく博でガイドを受けた結果、民間が自立してガイド組織を運営していることにも感銘をうけたが、なにより市民ガイドのレベルの高さが彼らに衝撃を与えた。「お金を取れるレベル」のガイドを目の当たりにして、いずれはこのレベルに達したいという思いが強まったという。



↑アドバイザーの意見をふまえたまちなち散策コース案

観て！ 味で!! 探検!!! ~ 古川市場と中心商店街の一店逸品 ~
「コースの中の見所」を示すだけでなく、まち歩きのルートを具体的に示すようにした点が大きな変化である。一見自由度が低下したようだが、市民ガイドが戸惑わない、所要時間がかみやすいなど、より洗練されている。また観光物産館「アスパム」をコースから外し、コンセプトを明確化するとともに所要時間の短縮が図られている。

出典) 青森市資料

まちなち散策コースの作成

続いて8月から10月にかけて、地域力創造アドバイザーの股張一男主幹や、(有)ザ・ながさき主幹の川良真理氏らを招き、青森市の中心市街地を実際に歩き、散策コースや、コース上の拠点の掘り起こしを行い、地域力創造アドバイザーから専門家としての意見出しがされた。

観光資源の掘り起こしについては、商店街にある変わった形の街灯、土偶の形をした標柱、消火栓など、普段町の人が意識してないものでも、観光客に探させるような誘導をすることによって、観光資源になりうるという指摘がなされた。

特に北国の住宅には暖房用の灯油タンクが外付けされていたり、積雪対策で公衆電話に階段がつけられていたりする。地域では当たり前前の風景や慣習がガイドと来訪者の話題のきっかけ、さらには観光資源になるという視点は新鮮だったと沢木氏は語る。また地域力創造アドバイザーに対して、新町商店街で独自に取り組んでいたまち歩きの取り組みを紹介したところ、高く評価された。

「長崎では市内の観光スポットを中心に紹介するのに対して、青森は『町そのもの』を紹介する視点が面白いといってもらえました。長崎でも。

↓ 古川市場の様子

ニコニコ商店街沿いに立地する屋内型の市場。
牡蠣、エビなど新鮮な魚介類が並ぶ。



導入したいと結構本気で言って下さったんです。自分たちが考えたポイントが的を外していなかったんだと自信を持ってました」と伊香氏は語る

「市民ボランティアガイド おもてなし講演会」の開催

取り組みを本当の意味で成功させるには、市民が主体的に取り組む必要がある。いわば「まちなか散策コース」は器であり、おもてなしの心で観光客とふれあう「市民ガイド」の活躍こそが、取り組みの成否を決める大きなポイントといっても過言ではない。

12月には市民の意識の高まりに向けた仕掛け

のひとつとして、市民ボランティアガイドおもてなし講演会が開催された。

講師として、地域力創造アドバイザーの馬見塚課長を招き、長崎さるく博での市民参加の状況や今後の展望、青森市へのアドバイスなどが語られた。講演会には約100名の市民が参加し、観光に対する市民の意識、特におもてなしの意識の向上に大いに貢献した。

具体的なガイド組織づくりは2009年度に持ち越しとなったが、現在のガイド候補生の多くは講演会に参加した方からなるという。

Point アドバイスによるコース案の変更

一緒にまち歩きをして「あらたな視点」を示唆するだけでなく、地域力創造アドバイザーはまちなか散策コース案に対して具体的にアドバイスし、コースのブラッシュアップに協力した。ここでは主な変更点を説明する。

①コース数の削減

当初、まちなか散策コースは4コース想定されていたが、地域力創造アドバイザーからのアドバイスにより3コースへ変更となった。「ウォーターフロントコース」として海岸を散策するコースが考えられていたが、青森の冬の厳しさを考慮して外すことになったという。

②ルートのブラッシュアップ

当初の案では、各コースで巡る場所が重複しており、それぞれのコースの特徴が見えにくくなっていた。重複をなくすことでコースの多様性を確保し、混乱をなくした。

また、当初の案ではガイドの自主性を尊重するためにコースを厳密に設定せず「この商店街を訪れる」といった、ざっくりとしたコース設定であったが、「ガイドが混乱する恐れが大きい」という地域力創造アドバイザーの意見を踏まえて、「どのルートを巡るか」を踏まえた線状のコース設定へ変更された。

③「青森ならではの歴史」の強調

当初の案には、「棟方志功が通った学校」「太宰治の生家」などが含まれていたが、数あるスポットのなかで埋没していた。せっかくの青森ゆかりの人物にもっとスポットを当て、青森ならではの歴史にフォーカスしてみてもどうかとのアドバイスが出され、最終案では歴史に着目したコース「棟方志功と青森発祥の地を巡る～善知鳥神社と旧寺町四ヶ寺～」が盛り込まれた。

↓津軽海峡冬景色歌謡碑
コースのゴール付近にたつ石碑。近くまで寄ると突然演歌の「津軽海峡冬景色」が流れてきてビックリ。



津軽海峡冬景色歌謡碑



←アドバイザーの意見をふまえたまちなか散策コース案
青函連絡船と津軽海峡四季景色を訪ねて～潮の香り漂う港町青森～
冬の寒さを考えてウォーターフロントコースは廃案になったものの、青函連絡船など代表的な地域資源が港にあるのも事実。観光物産館「アスパム」とあわせる形で、無理なく海岸もまちなか散策コースに加えた案となっている。
出典)青森市資料



↑ 標識サインデザイン案

まちなか散策コースは、「普通のまち」の中に設定されている。道に迷わないために、また地域の歴史を的確に理解するためにもサイン計画は重要な位置づけを担う。サインは見やすさに配慮されているだけでなく、英語、中国語、ハングルなど多言語対応となっており、外国から来る観光客に配慮した設計となっている。

アドバイザーの意見や地域の人との話し合いの中で作り上げられた標識サインは、まもなく整備される予定である。

出典) 青森市資料



「地域力創造アドバイザーのおかげでここまで来ました」

Q. 地域力創造アドバイザー派遣を受けられた感想は？

地域力創造アドバイザーがいなかったら、取り組みがここまで進展してなかったと思います。長崎市のさるく観光課との行政同士のつきあいはこれまで全く無く、総務省の企画があって初めて実現した話です。

コース設定の際にも自分なりに「これかな」というのは出来ないことはないのですが、これまで観光畑にいなかったこともあり、上手くいか不安な面もあり、相談相手がいてよかったと思います。

市民ガイドの具体的な育成は今年度行っていますので、本音を言うとむしろ地域力創造アドバイザーには今年度も来てほしいくらいでしたが、今でも困ったことがあると、随時相談できるので、継続した付き合いができていくという意味でも、事業に応募してよかったと思います。

Q. 長崎市の事例を見に行かれてどうでしたか？

さるく博では大浦青年会の人が付っきりでガイドしてもらったんですが、とてもレベルが高く、同じものをいきなり青森市でも用意するのは難しいと思いました。

みなさんプロのように心をこめて説明されていて、いわゆる棒読みとは全く違いました。

青森市のガイド育成方法は基本的に長崎市に準じています。座学、講師による実地研修、模擬研修というメニューですが長崎市では1ヶ月くらいの短期間で行っているようです。ガイド育成に際しては、長崎のやり方を参考にしていますし、相談にも乗ってもらっています。



青森市経済部観光課
さわきまさあき
沢木正明 氏



取り組みが始まった2007年度に観光課に配属された沢木氏は、コース案のたたき台作成から地元の人との交渉、国との折衝までほとんど一人でこなしている。隠れた取り組みのキーパーソンといえる。

現在の取り組み

青森市の自立した取り組みに向けて――

講演会の開催をもって、2008年度の地域力創造アドバイザー派遣事業としては一段落することになる。しかし言うまでもないことだが、青森市における取り組みは地域力創造アドバイザー派遣を受ける前から行われてきたし、派遣が終了した後も続く。

地域力創造アドバイザー派遣のメリットを単年度で終わりにしないために、青森市では地域力創造アドバイザーの意見を取り入れながら「市民ボランティアガイドのガイドマニュアル素案」を作成した。作成した素案を基にしたガイド育成マニュアルが2009年度に完成している。

なお、2009年度もさるく観光課との関係は継続しており、困ったことがあったら気軽にE-mailや電話で相談できるつながりを維持している。マニュアル素案のブラッシュアップに際しても地域力創造アドバイザーの協力を得たという。



→ 善知鳥神社における講習の様子

戦災にあった青森市では古い建物が殆ど残っていない。しかし建物自体は新しくても歴史の古い寺社仏閣はたくさんある。ガイド候補生たちは、こうした歴史についても講習をうけ、地域への理解を深めていく。

出典) 青森市資料

今年度も続けられている取り組み

地域力創造アドバイザーを招聘した結果、得られた知見をもとに、今年度は、具体的なまちなか散策コースの詳細設計を行った。

またサイン基本計画にのっとったサイン整備工事を行うことになっており、取り組みは現在進行形で続けられている。

取り組みのキモとなる市民ガイドについては、商工会議所の面々が主体となって、マニュアルをベースに市民ガイドの育成に取り組んでいる。

Point 行政組織を招聘するメリット

フォーカスされることの少ない点であるが「長崎市さるく観光課」という行政組織をアドバイザーとして招聘した点に今回の取り組み成功の一因がある。

お互いに行政職員であり、取り組みを進めるうえで発生する県や国との調整事項等の、公共ならではの事情について地域力創造アドバイザーもよく理解しているため、いわゆる的外れな意見が出てこなかった。

またこれまで行政同士、特に青森市と長崎市のような遠隔地の自治体間でノウハウの伝達を行うような仕組みは殆どなく、数日間視察を行う程度のことしか出来なかった。1年間にわたって組織間が繋がるチャンスを得たこともお互いにメリットが大きかった。

← ガイド研修の様子

現在は市民ガイドの育成に中心的に取り組んでいる。有識者から講義を聞く座学形式だけではなく、実際にコースに出て、マニュアルを手にまち歩きを体験しながら研修は進められる。

ツアー開始に向けた準備はいま、最終局面に入っている。

出典) 青森市資料





↑「試食」イベント①: のっけ丼

2009年度のガイド研修で「おいしいものを食べたい」というニーズが見えてきた。協力店舗は現在拡充中だが、写真は「のっけ丼」。どんぶりをもらって好きな具材を市場で選んで「のっけ」もらって食べるスタイルが好評である。

出典: 青森市資料、青森市HP (2010/03/30 参照)

(<http://www.city.aomori.aomori.jp/view.rbz?cd=3258>)

↓「試食」イベント②: 津軽そば

コースでは、熱い津軽そばを食べることも出来る。そば粉 100%でつなぎを使っていないため、この店のそばは香りが高く口のなかで切れやすい独特の食感。特に寒い季節には染み渡るおいしさである。



Point まちなか散策コースの更なる改善

2009年度のガイド講習は実際にまちなか散策コースを使って行っている。講習を行う中で、これまで想定していなかった不具合や要望がいくつか出てきており、さらにコースのブラッシュアップを行っている。

①試食協力店舗の検討

参加者に最も強くアピールできるのは「食」であるとの意見が参加者から出された。イカメンチや「のっけ丼」など、各コースで青森ならではの食べ物を試食できるよう各店舗に協力を要請している。

これまでに古川市場近くの「株大谷製麺工場」で、熱い手

打ちそばを食べられたりするなど、いくつか協力店舗が出てきている。

②トイレ協力店舗の検討

それぞれのコースの所要時間は1時間半程度。実際にコースを回ってみるとトイレの問題が顕在化したという。試食の場合と同様に、トイレを快く貸してくれる店舗に協力を要請するほか、大規模施設に立ち寄るときはトイレ休憩を兼ねるようにガイド方法を工夫して対応している。

市民ガイドの育成

ガイド組織の事務局機能はコンベンション協会が担うことになっており、市民ガイドの育成についても市役所と連携しつつ、座学や実地研修を通じて1年かけてガイドを育成している。講習では青森市の歴史やガイドとしての基本マナーを学ぶほか、実際にガイドしてもらうことで勘どころをつかむ学習方法が取られている。ガイド講習における主な講師は伊香氏が担っており、地域力創造アドバイザーから学んだことや商店街のお店回りツアーガイドで培ったノウハウを候補生たちに伝授している。

また、市民ガイド候補生は、2008年度の地域力創造アドバイザーによる講習会を受けられた方のほか商工会議所が主催する「あおもり検定」を受検した人や、ねぶたガイドの登録者などから広く募集している。現在約40人がガイド候補生として講習を受け、2010年度のガイド運用開始に向けて頑張っている。



↑ 神氏のガイドによるまち歩きコース体験の様子
空襲で市街地の多くが焼けてしまった青森市では、まちなかに新しい建物が多い。石碑でしか残っていない昔の面影を楽しむためにはガイドの案内は必須であるといえよう。津軽弁での説明や、地元ゆかりの詩人の作品詠唱など、こてこての津軽弁に目を白黒させるのも楽しみのひとつ。

↓ 手持ち写真を活用したガイド

古い建物の少ない青森市の町なか散策コースは、どうしても石碑の紹介やガイドの話術に頼ることが多くなる。

来訪者がかつての情景をイメージしやすいように、必要に応じて昔の写真など見せながら説明するスタイルが青森式である。

出典) 青森市資料



市民ガイド候補生
じんまさこ
神雅子 氏



以前からねぶたの時期にガイドとして活躍していたことから、市民ガイド候補生としてスカウトされた神氏。現在 40 人いるガイド候補生の中でも 1、2 をあらしう実力派である。

「自分の故郷『青森』が大好きです」

Q. ガイドに応募されたきっかけは何ですか？

私はもともと 7～8 月の期間はねぶたガイドをしています。そこでお客様が感動している姿を見るのがとても嬉しいんですね。先日、ねぶたガイドの隊長が市民ガイド募集のチラシを持ってきて紹介してもらったのがきっかけです。

ねぶたガイドのためにもなりますし、自分の勉強にもなるし、何より自分の故郷、青森が大好きだから、私がやるしかないでしょという事で、「ちゃかし(おっちょこちょい)」な私ですがやってみたいと思って応募しました。

Q. ガイド研修を受けられて、新しい発見はありましたか？

発見だらけです。これまで青森で育ってきて、いかに青森のことを知らないか、自分の故郷のことを知らないかというのを思い知らされています。今、本当に勉強することが面白くて仕方ないですね。入ってくること全部、自分のものにしたいという感じで、学校に行っていた時より勉強が面白いんです。



青森観光コンベンション協会
くどうまさゆき
工藤正之 氏



まちなか散策コースの運営の要となる観光コンベンション協会の工藤氏。

手にしているのはトマトジュース「露」。寒暖の差の大きい青森市ではリンゴだけでなくトマトも名産品のひとつである

『自分も楽しみながら』が市民ガイドの秘訣

Q. ガイド候補の募集で苦労されていることはありますか？

昨年度の講演会に来た方が約 100 人でしたが、現時点でガイド候補生は、40 人程度です。事業としてやっていくには、また募集をかけていく必要があると思います。

ただ、参加される方は、自分の勉強目的だけではなく、「外から来る人のために何かしたい」と思いを持った方にきて欲しいですね。

ガイド募集では、趣旨を理解しやすく伝えることが今後の鍵だと思います。

Q. ガイド育成は順調ですか？

やってみると、まじめな人ほどマニュアルを丸暗記しようとするのがわかりました。でも丸暗記だとやっぱりぎこちなさが残るし、お客さんとのコミュニケーションもとりにづらいため、実際のコースを想定した「台本」をコンベンション協会で作って渡したりしています。

最初の頃は、ガイドをさせてみると、本人もわからないまましゃべっているなという方がいたりしましたが、始めの頃に比べれば全体的なレベルはずっと上がっています。

ガイド候補の人も自分が楽しさを体験していないとお客さんに楽しさを伝えられないんですね。良いガイドになるためには良い体験を積んでいることは必須だと思います。だから知識やマナーも重要だけど「体験」に対して行政が補助してくれると、もっと効率的にガイド育成が出来るのですが。「ガイドさんと話をして楽しかったです」「私もみなさんとお会いできて嬉しいです」というようにお客様と会話できるガイドになってほしいと思っています。

今後の展望

新幹線延伸に間に合わせたツアー実現

「新幹線延伸に間に合わせる」という明確な目標があったからこそ、これだけのペースで取り組みが進んだ」と関係者は口をそろえる。

長崎さるく博のような大規模な集客はなかなか難しく、ガイド候補は40名が対応可能な規模で当面は進めていく方針である。実際にどの程度の人数に対応できるかは不明確な点もあるが、試行錯誤しながらでも「青森らしさ」を打ち出していければと関係者は考えている。

また当面は行政がバックアップし、参加者からは代金を取らない方針であるが、ゆくゆくはNPO法人化するなどして自立した組織にしてい

たいというのが関係者の願いである。モデルとなる長崎市でも現在は行政が完全に黒子になっており、行政はあまり前面に出ない方式をとっている。

これまでにJRの大人の休日倶楽部で、コースのPRを行ったり、市のHPで取り組みを紹介したりしてきている。まちなか散策コースが動き出すまで、もう少しである。