

アジア地方行政セミナー2015

「文化的遺産を活用した観光施策」

2015.5.14

高松市 創造都市推進局

文化・観光・スポーツ部

観光交流課 吉峰 秀樹

本日の説明の流れ

- 1 本市の紹介
- 2 文化的遺産を活用した観光施策の紹介
 - (1)本市の計画・ビジョン
 - (2)「あるものを見直す・生かす」
 - (3)「ストーリーを売る」
 - (4)「ソフトコンテンツとの組合せ」
 - (5)新規施策の立案のヒント
- 3 まとめ(今後の展開)

1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光施策の紹介

- (1) 本市の計画・ビジョン
- (2) 「あるものを見直す・生かす」
- (3) 「ストーリーを売る」
- (4) 「ソフトコンテンツとの組合せ」
- (5) 新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)

高松市





中心市街地を南側より望む。

都市規模

- ・人口 419,381人
- ・面積 375.23Km²
- ・市の一般会計予算額
約1,600億円



アクセス

四国の玄関口



瀬戸内海が育んできた豊かな生活文化



瀬戸内海国立公園

1934年に我国最初の国立公園として指定



ドイツの地理学者リヒトホーフエン(「シルクロード」
の命名者)が優美な景色を絶賛

「これ以上のものは世界の何処にもないであろう」

伝統的産業

近世からは藩主の庇護の下、盆栽・漆器・庵治石などの産業が発展。特に松盆栽の生産量は国内の80%。



豊かな食文化

- ・讃岐うどん
- ・新鮮な海の幸
など



都市機能と自然との程よい調和 近代的施設と歴史的建造物の共存



- 12世紀頃からまちが開け始め、16世紀に
武将が居城を築いてから城下町として発展
- 現在は県都であり、四国の中枢管理都市
- 多島美を誇る波静かな瀬戸内海や
1,000m級の山などの豊かな自然
- 都市機能と豊かな自然が程よく調和
- 年間を通して寒暖の差が小さく、降水量が
少ない気候

1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光 施策の紹介

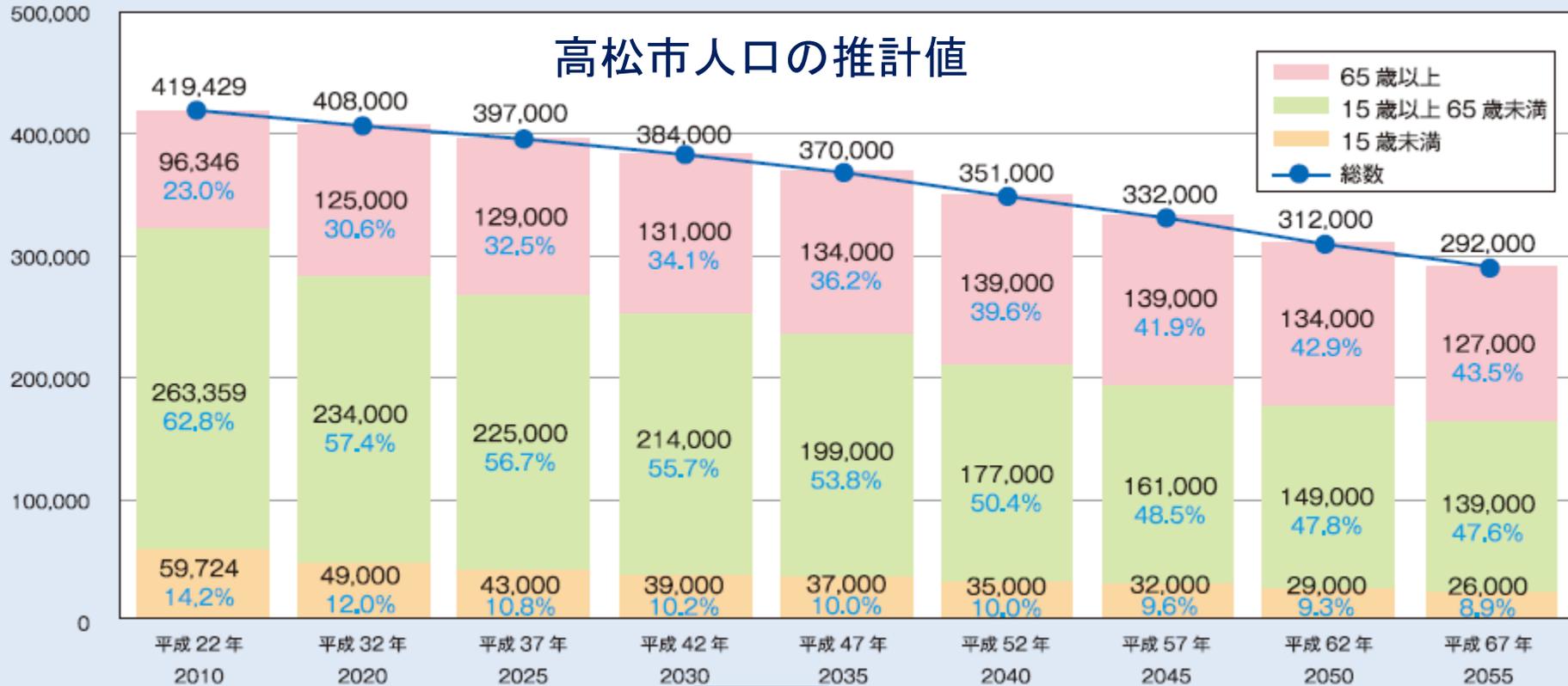
(1) 本市の計画・ビジョン

- (2)「あるものを見直す・生かす」
- (3)「ストーリーを売る」
- (4)「ソフトコンテンツとの組合せ」
- (5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)

まちの課題

人口減少、少子・超高齢社会への対応



交流人口の拡大 ⇒ 観光まちづくり

第5次高松市総合計画

「文化の風かおり 光かがやく 瀬戸の都・高松」

創造都市推進ビジョン

特に文化面での活力を創出。産業、ものづくり、観光、文化・スポーツなどの施策を一体的に推進

高松市観光振興計画

「訪れたい、訪れてよかったまち」

1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光 施策の紹介

(1)本市の計画・ビジョン

(2)「あるものを見直す・生かす」

(3)「ストーリーを売る」

(4)「ソフトコンテンツとの組合せ」

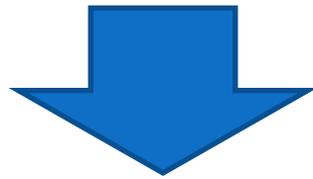
(5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)



我々の生活や文化を支えてきた瀬戸内海。
その、あたりまえに存在するものの価値を再認識。

現代アートの中で
島の活性化を



瀬戸内国際芸術祭

Setouchi Triennale

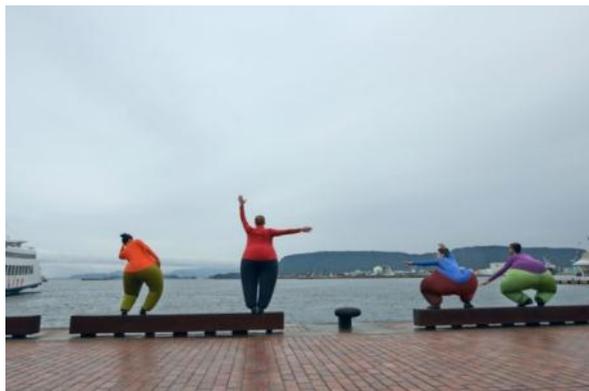
開催趣旨

「島のおじいさん、おばあさんの笑顔を見たい。」—そのためには、人が訪れる「観光」が島の人々の「感幸」でなければならず、この芸術祭が島の将来の展望につながって欲しい。ということが、このプロジェクトで当初から掲げてきた目的＝『海の復権』です。

世界のグローバル化・効率化・均質化の流れの中で、島々の人口減少、高齢化の進行、地域の活力の低下が顕著となり、島の固有性は失われつつあります。私たちは、美しい自然と人間が交錯し交響してきた瀬戸内の島々に活力を取り戻し、瀬戸内が地球上のすべての地域の「希望の海」となることを目指し、瀬戸内国際芸術祭を開催していきます。

コンセプト

地域の資源を明らかにし、「あるものを
活かし新しい価値を生みだす。」



新しい芸術祭のスタイル

- ・アートを道しるべに、美しい瀬戸内海を船で巡る。
- ・島の自然や文化に溶け込んだ、その島でしか生み出すことができないアートを体感。
- ・島の住民とボランティアサポーターとの交流

第3回瀬戸内国際芸術祭(2016)

春： 3月20日～ 4月17日 29日間

夏： 7月18日～ 9月 4日 49日間

秋： 10月 8日～11月 6日 30日間

会期総計 108日間

第3回を迎える2016年は12の島と2つの港を会場に開催





ジャウメ・プランサ「男木島の魂」 撮影: 中村脩
Jaume Plensa "Ogijima's Soul" Photo: Osamu Nakamura



木村崇人「カモメの駐車場」撮影:中村脩
Takahito Kimura "Sea Gull's Parking Lot" Photo:Osamu Nakamura



オンバ・ファクトリー「オンバ・ファクトリー」撮影：中村脩
ONBA FACTORY "ONBA FACTORY" Photo:Osamu Nakamura



レアンドロ・エルリッヒ「不在の存在」 撮影: 中村脩
Leandro Erlich "Presence of absence" Photo: Osamu Nakamura



禿鷹墳上「20世紀の回想」撮影:中村脩
Funjo Hagetaka "20th Century Recall"
Photo:Osamu Nakamura

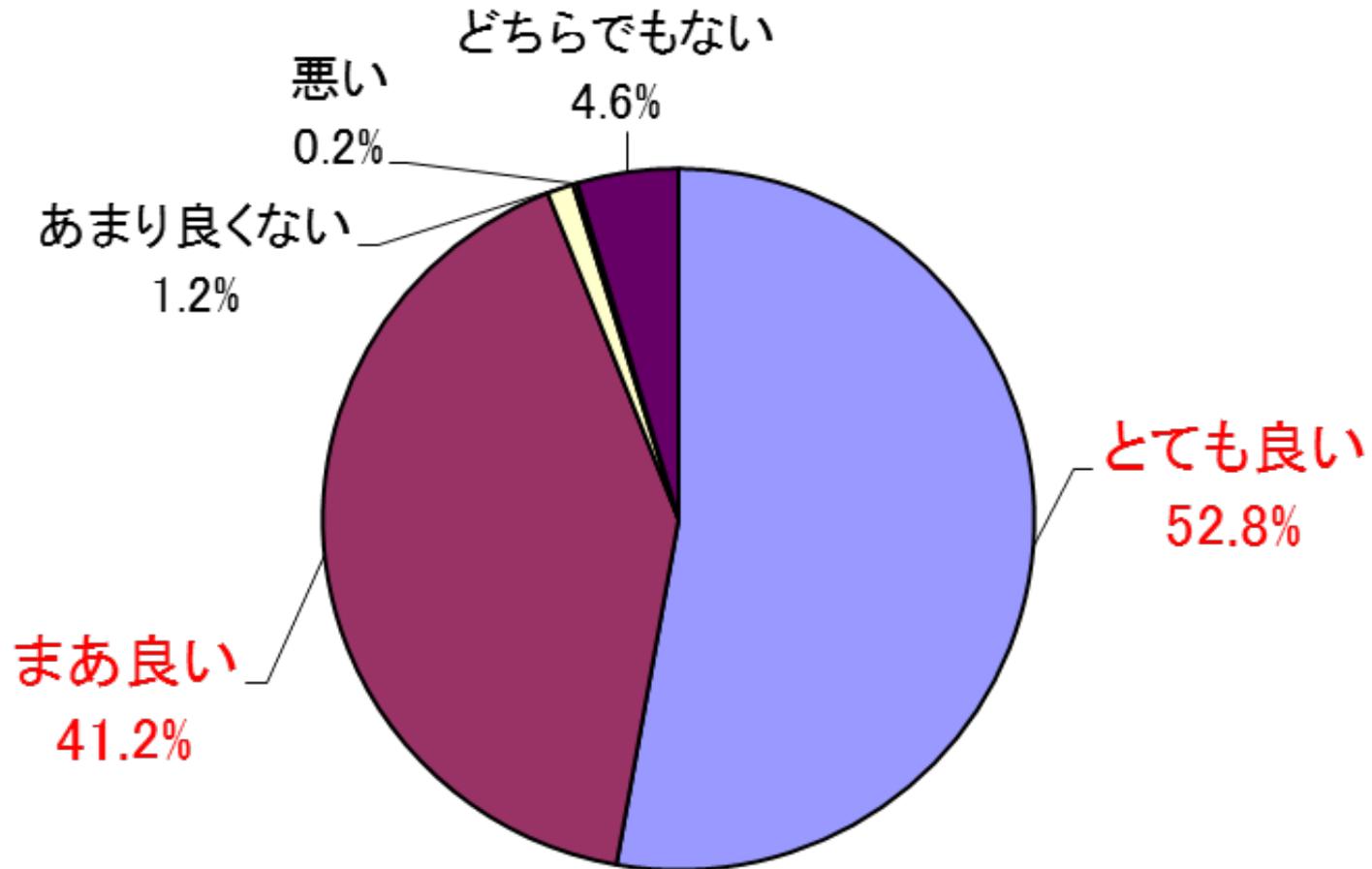
前回(2013)の開催結果

- ・来場者数
合計1,070,368人
- ・女性70% 男性30%
- ・県外客61.3%
県内客36.1%
- ・台湾、韓国、
フランス、香港
からの来訪が多い。



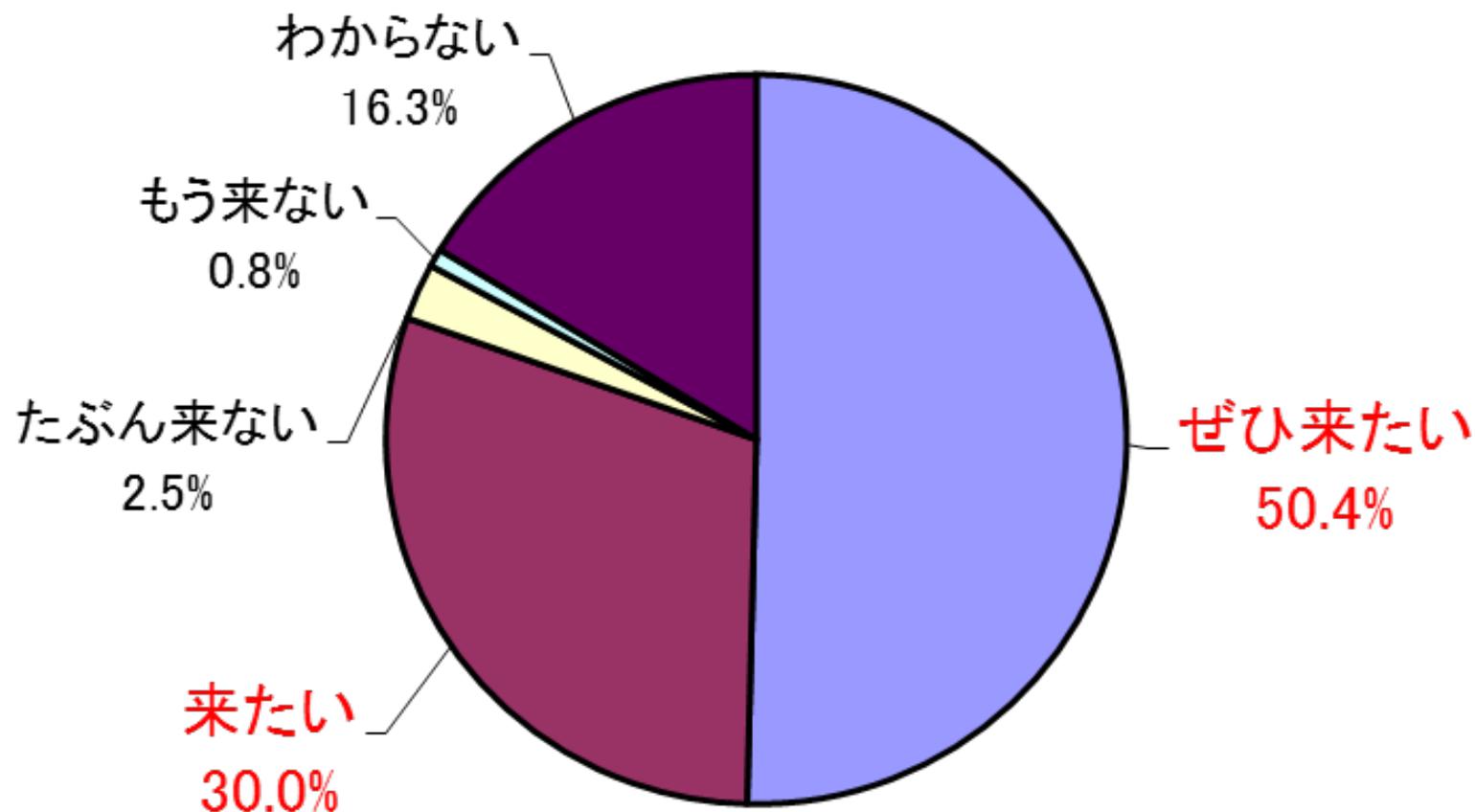
前回(2013)の開催結果

90%の人が「総合的に良い」と評価

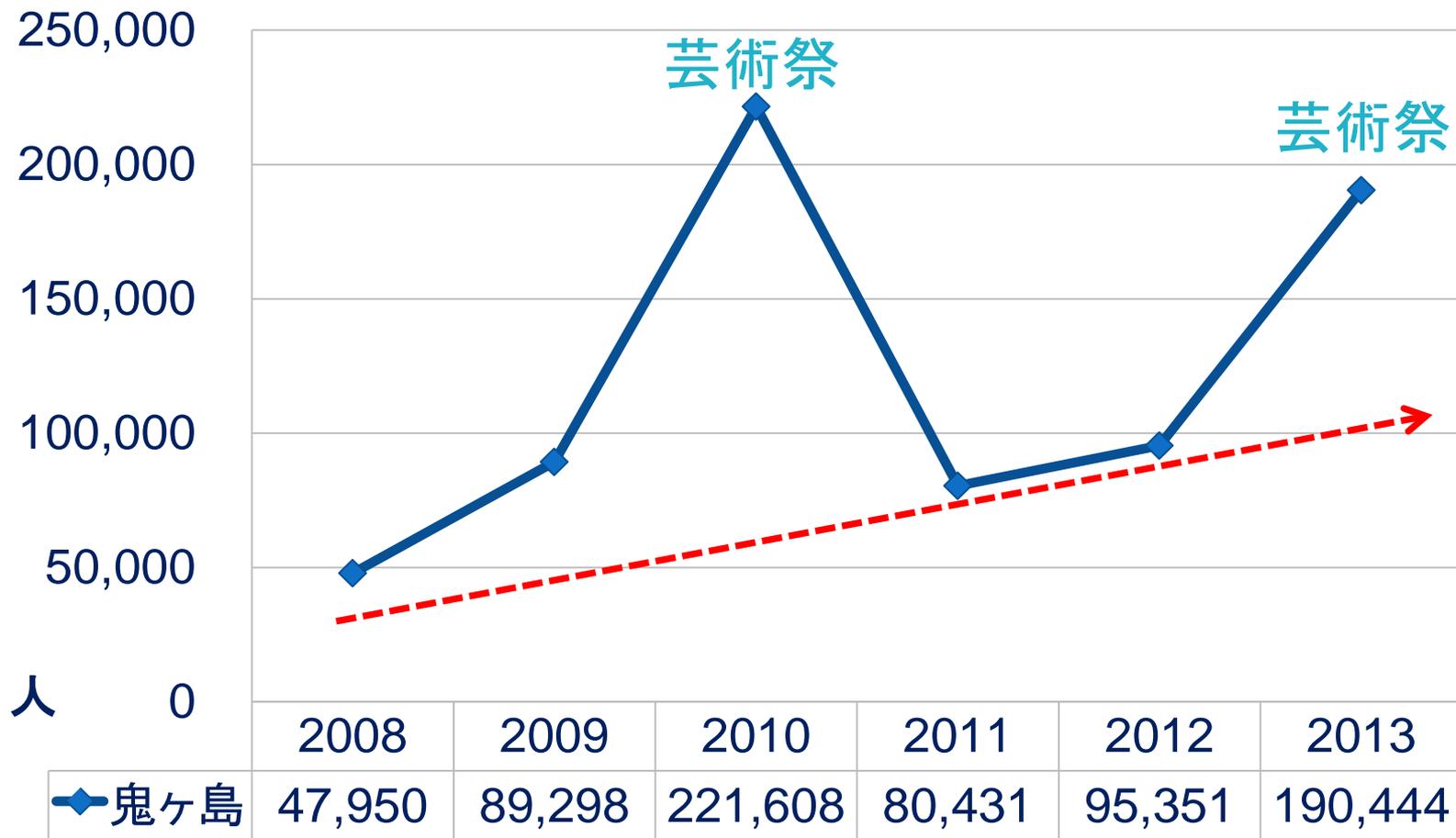


前回(2013)の開催結果

80%の人が「また来たい」と回答



女木島(鬼ヶ島)への観光客数の変化



1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光 施策の紹介

(1)本市の計画・ビジョン

(2)「あるものを見直す・生かす」

(3)「ストーリーを売る」

(4)「ソフトコンテンツとの組合せ」

(5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)



史跡・天然記念物 屋島

- ・珍しい地形「メサ」、約140種の鳥類や貴重な昆虫が生息
- ・12世紀に繰り広げられた源平合戦の舞台
- ・国指定の貴重な歴史遺産が集積

絶好の展望スポット

山頂から望む夕景は「日本の夕陽百選」に選ばれている。







歴史物語

「源平合戦」(1180年～1185年)

日本各地で繰り広げられた、源氏と平氏による戦い。「屋島」はその大きな舞台の一つとなり、「扇の的」や「弓流し」などのエピソードが伝えられている。

南無八幡大菩薩・
願わくばあの扇の真ん中を
射させ給え



名場面「扇の的」

平氏軍から美女の乗った小舟が現れ、竿の先の扇の的を射よと挑発。弓の名手那須与一は見事に扇を射抜き、矢は海に落ち、扇は空を舞い上がった。



名場面「義経の弓流し」

激しい合戦の最中に義経が弓を海に落とす。敵の攻撃の中、兵士たちは弓を拾いに行く義経を止めようとする。しかし義経は「こんな弱い弓を敵に拾われて、これが源氏の大將の弓かと嘲られては末代までの恥辱だ。」と、拾い上げて帰った。⁴⁰

ストーリーを売る

歴史エピソードが残る史跡を一体的に紹介



歴史物語をデジタルアートに

瀬戸内海の海水を噴き上げてつくった水のスクリーン
(20m×40m)に、源平合戦の名場面「扇の的」を再現した
デジタル映像を投影



当日の様子



新たな史跡の発見、活用へ

7世紀に築かれた朝鮮式の山城の城壁が発見され、一般公開に向けて、発掘調査及び城壁の復元工事を実施中。



1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光 施策の紹介

(1)本市の計画・ビジョン

(2)「あるものを見直す・生かす」

(3)「ストーリーを売る」

(4)「ソフトコンテンツとの組合せ」

(5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)

「匠のおもてなし」

産業・工芸・食・音楽

in

国の重要文化財「披雲閣」



「披雲閣」

江戸時代に、政務や藩主の生活場所として築かれた。一時、老朽化により取り壊されたが、3年余りの歳月をかけて再建された。伝統技術と洋風技術が見事に融合された構造となっている。



盆栽



和食



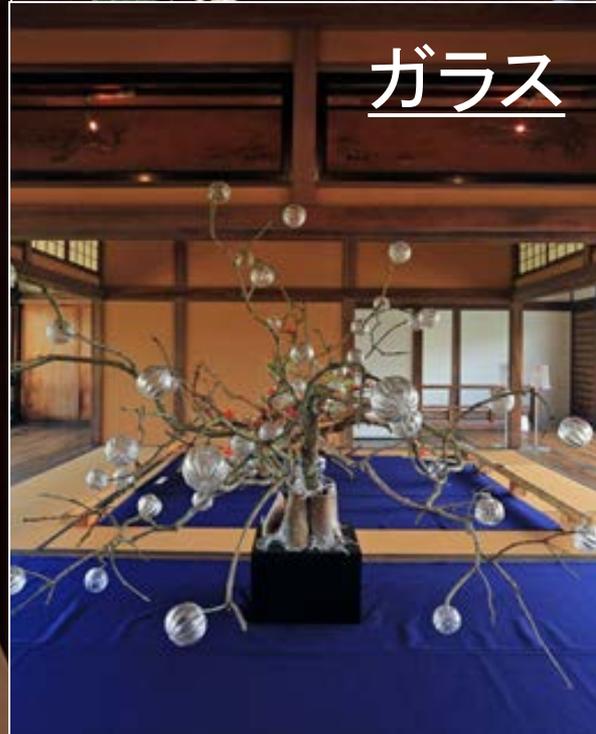
庵治石



漆器



ガラス





お客様は、匠たちのパフォーマンスを見ながら、世界遺産登録された和食とイタリアンのコラボレーションによる料理を楽しむ。



庵治石の匠が、お客様に対して、作品にかける思いを語る。匠にとっても、お客様の反応を直に感じ取れる貴重な機会となる。

海外(タイ・バンコク)での展開



1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光 施策の紹介

(1)本市の計画・ビジョン

(2)「あるものを見直す・生かす」

(3)「ストーリーを売る」

(4)「ソフトコンテンツとの組合せ」

(5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)

①あるものを見直す・生かす

外部からの視点を大切に。地元では、あたりまえに思われる物の存在が、来訪者の目には新鮮に映る。

②ストーリーを売る

地域に大切に伝えられてきた物語は何かを再認識することが大切。観光客は、そこにしかない物語を知りたくて訪れる。

③ソフトコンテンツとの組合せ

観るだけより、観る＋出会いや体験が大事。人との出会いや体験が記憶に残る。

1 本市の紹介

2 文化的遺産を活用した観光施策の紹介

(1)本市の計画・ビジョン

(2)「あるものを見直す・生かす」

(3)「ストーリーを売る」

(4)「ソフトコンテンツとの組合せ」

(5)新規施策の立案のヒント

3 まとめ(今後の展開)

国は、「オリンピック・パラリンピック東京大会」が開催される2020年までにインバウンド2,000万人を目指す。

訪日外国人旅行者数の推移



観光庁HPより抜粋

注) 2012年以前の値は確定値、2013年の値は暫定値
出典: 日本政府観光局(JNTO)

本市としても、この機会を捉えて、更なるインバウンドの獲得に取り組む。

- ・ 文化的遺産などを生かした観光コンテンツの更なる磨上げ
- ・ 滞在につなげる食の魅力の発信
- ・ WiFiスポットや外国語案内表示の整備の推進
- ・ 免税店の設置の推進
- ・ MICEの誘致

観光のまちづくりは
誰がすすめるのか？

行政、民間企業、市民など様々な関係者がそれぞれに果たす役割を認識することが大切。



そして、個々の取組みを情報共有し連携や協働を行う仕組みが必要。



高松藩松平家ゆかりの地、仏生山地区では、地域住民が中心となって古い街並みを生かしたまちづくりを進めている。行政として、こうした動きを側面的に支援していくことも大切。

高松観光まちづくりネットワークの取組

様々な関係者間の情報共有と連携による取組を促進

連携を生む
観光を担う人材の育成

ワークショップ等
の開催

アクションを生む

ワークショップ等
の開催

アクション
(プロジェクト)

新たな
サービスなど

テーマ設定、進捗管理、アドバイス

高松観光まちづくりネットワーク

高松市観光交流課及び各分野観光関係者で構成

The official blog site

「ART CITY TAKAMATSU」

<http://www.art-takamatsu.com/>



御清聴ありがとうございました。