愛媛県内各地の新たな観光戦略と今後の課題

――地域の歴史や文化を活かしたまちづくりで個性を磨く！――

株式会社いよぎん地域経済研究センター
主席研究員　黒　田　明　良

はじめに

道後温泉やしまなみ海道に代表される愛媛の観光は、本四架橋や四国内の高速道路が整備された直後には観光客数を増やしたものの、残念ながら、効果は長続きせず、期待されたほどの底上げに必ずしもつながってはいない。むしろ、高速道路網の拡充により、四国と他の地域との移動条件が向上したために、ますます広域化する観光地間の競争に巻き込まれている側面もある。

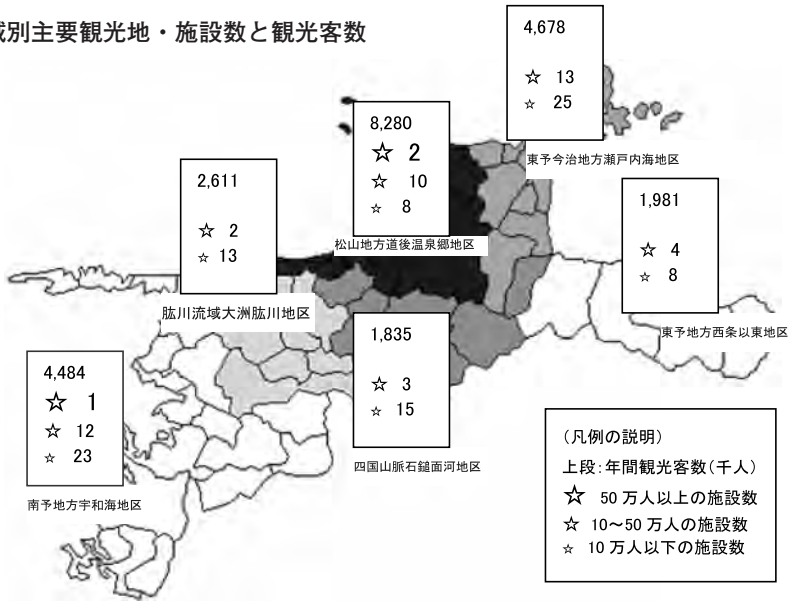
そうした中で、愛媛県内各地では、従来型の施設整備を中心とする取組みではなく、行政や観光事業者、地域住民が一体となって、地域固有の歴史や文化にスポットを当て、掘り下げることによって観光資源化しようとする新しい取組みが始まっている。こうした取組みは、従来の「施設づくり型」に対して「まちづくり型」と呼ばれるものであり、そうした新しい動きのうち、代表例を通して特徴や課題などを探ってみたい。

１．愛媛観光の現状

⑴　知名度抜群の「道後温泉」のほかにも、きらりと光る観光地・施設が多い

愛媛県内の観光地・施設は、日本最古の温泉として知られる「道後温泉」をはじめ「瀬戸内しまなみ海道」（以下「しまなみ海道」）といった全国的にも知名度が高く年間100万人を越える入込み客数のある観光地・施設があるほか、松野町の「森の国ホテル」のように小粒でも、恵まれた自然景観の保存に努め、質の高いサービスで全国的な人気を得ている施設も数多い。また、城川町の「全国かまぼこ板の絵展覧会」のように国内外から１万点を越える応募作品が集まるユニークなイベントを観光につなげている例もある。

愛媛県内の地域別主要観光地・施設数と観光客数



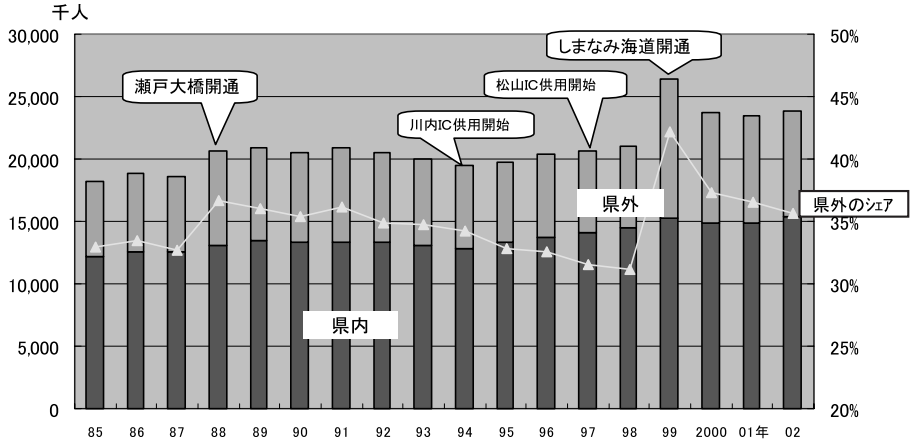
資料：（社）愛媛県観光協会のデータを基に作成

⑵ 本四架橋の開通時には一時的に観光客数を伸ばした

愛媛県の観光客数は、およそ2,300万人であり、瀬戸大橋やしまなみ海道の開通や高速道路が延伸された時には、一時的に集客数を伸ばした。特に、しまなみ海道の開通時には県外客が著しく増え、観光客数に占める県外客の割合がここ20年間で最も高い42.2%にまで達した。

しかしながら、これらの交通インフラの整備に合わせ、各種観光施設が整備され、開通時にはイベントも実施され、話題を呼んだものの、‘桃・栗３年、橋１年’と揶揄されるほどに効果は長続きしておらず、期待されたほどの底上げにはつながっていない。

愛媛県の観光客数の推移（県内・県外別）



資料：愛媛県観光協会

観光振興には、ハード整備に頼り過ぎず、一過性に終わらせないソフト重視の取組みが求められる。

ますます高まる「四国遍路」人気

愛媛の観光をいう場合に欠かせないものとしては、なんといっても四国４県にまたがり1000年を越える歴史を持つ「四国遍路（四国八十八ヵ所霊場巡り）」であろう。弘法大師によって開かれたという四国霊場八十八ヵ所は、１番札所の霊山寺（徳島県）から高知、愛媛を経て88番札所の大窪寺（香川県）に至る。このうち愛媛県内には26の札所がある。

歩き遍路

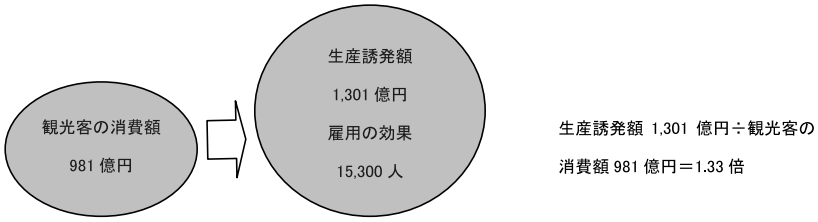
「四国遍路」は、年間15万人の巡礼者があるともいわれ、最近では、癒しや心のゆとりを求める時代背景から関心が高まっており、土・日曜日を利用した巡礼ツアーも人気で、四国遍路をテーマとしたカルチャー教室なども開かれている。また、歩き遍路の人気も高く、中高年から若者まで巡礼者が広がり、その数は年間5,000人に達していると推定される。こうした広範な人気を背景に四国遍路を『世界遺産』にしようという動きもある。四国遍路は、旅人にとっては、参拝だけではなく、愛媛をはじめとする四国の人々の温かい心に触れる旅でもあり、四国の人々が‘ご接待’の心を持ち続ける限り、衰えることのない人気の旅として続くであろう。

⑶　観光消費の生産誘発額は1,300億円

観光に関連する産業は、観光施設やホテル旅館などの宿泊施設や鉄道、バス、航空などの運輸、並びに土産物店、飲食店のほか、農業、食品加工、広告業、清掃・リネンなど１次産業から３次産業まで幅広く広がっており、観光客の消費が及ぼす地域産業への波及効果は非常に大きい。

愛媛県観光協会発表の観光消費額981億円（01年）を基に、観光消費の生産誘発額を平成７年愛媛県産業連関表（95年）で計算すると1,301億円となる。これは、観光客が消費した金額の1.33倍（1,301億円÷981億円＝1.33）も県内の生産が増えることを意味している。また、雇用創出効果の面では、15,300人の就業者が雇用の場を得ていると推計される。15,300人という就業者数は2000年の愛媛の全就業者数709,607人（国勢調査）の2.2%に相当する。

観光客の消費額を観光関連産業の売上額とみなすと、観光産業の売上額は県内主要産業の食品加工業（削り節・珍味、約900億円、2001年）、タオル産業（約585億円、2001年）を上回る規模となる。製造業を中心とする地場産業の空洞化や地盤沈下に悩む地域にあっては、観光によって地域振興を図ることも検討に値するものと考えられる。



（注）愛媛県観光協会の観光消費額データ、愛媛県の経済波及効果測定システム、観光白書（02 年度版）を参考に作成

2．新しい愛媛観光の動き

こうした中、愛媛県内では、行政主導型が多いものの、地域住民と観光事業者等が一体となって、地域内の歴史、文化、暮らし、伝統行事、食などの「資源」を見直し、それを深く掘り下げることによって、結果として観光客等の交流人口の増加につなげようとする「まちづくり型」の新しい取組みが始まっている。

その中でも、「東予地域」「しまなみ海道周辺」「松山地域」「南予地域」の4つの地域にスポットを当てて、新しい取組みや先駆的な事例を紹介したい。

東予地域

～産業近代化遺産や地場産業を活かした産業観光に取り組む～

東予地域は、これまで化学、造船、機械などの製造業を地域の基幹産業として発展してきた。このため、観光に対する取組みは、一部を除きやや手薄であった。しかしながら、東予地区においても住民参加型のまちづくりが進む中で、これまで地域を支えてきた産業に関連する施設や行事の見直し、再評価が進んだ結果、第一級の資源がたくさんあることがわかり、それを今後のまちづくりに活かそうということで産業観光に力を入

れている。

代表的な産業近代化遺産としては、1691年に採掘が始まり300年近い歴史を持つ別子銅山の鉱山跡地やそこで働いた人たちの住宅跡地など、他に類のない第一級のものがある。

タオル美術館 ASAKURA

一方、産業観光施設としては、別子銅山で使われていた鉱山列車などを復元した「マイントピア別子」、今治タオルのすばらしさを紹介する「タオル美術館ASAKURA」などのほか、全国のファームパーク（農村型観光牧場）のさきがけとなった「市倉ファーム」や「チロルの森」などもあり、13社が加盟する東予地区観光連絡協議会が主体となって、「学び、触れ、味わう」ことのできる周遊ルートをアピールしている。

新居浜市の産業近代化遺産を活かしたまちづくりが順調に進んだのは、市民の熱意と住友グループの協力があったためである。住友家の初代総理人・広瀬宰平の邸宅「広瀬邸」が国の重要文化財の指定を受けることになった点でも貢献しているし、また、奥地の旧別子銅山跡周辺の古道や貴重な植物の保護や、眺望のすばらしい山歩きルートを楽しむことのできるトレッキングルートの設定などにも貢献している。

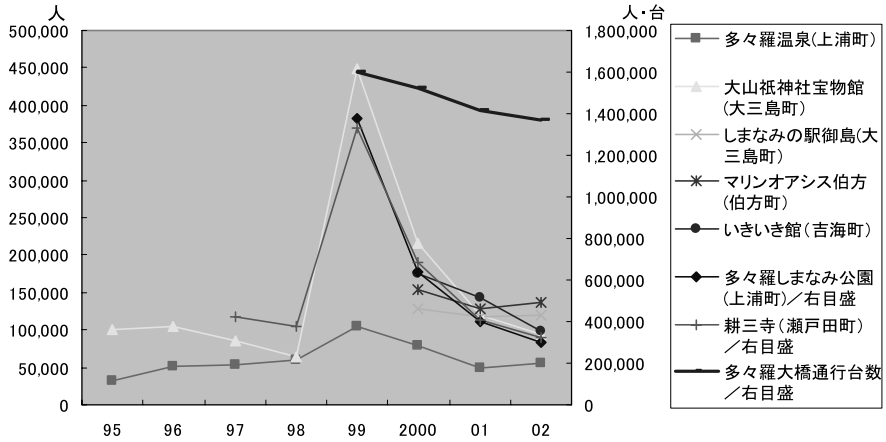
しまなみ海道周辺

～体験型の「しまなみツーリズム」で個性ある地域を目指す～

99年５月に開通したしまなみ海道周辺は、巨大な橋の構築物とそれを利用したサイクリングや多々羅しまなみ公園、バラ公園などの観光拠点が整備され、開通年には前年比2.2倍の740万人の入込みがあった。

しかし、2000年には早くも客足の減少が目立ち始め、新たに大三島町に観光塩工場や温浴施設「マーレグラッシア」などの観光施設が整備されたものの、総体的には客足の減少を食い止めるには至っていない。しまなみ海道の開通前の水準にまで客数が減り、進出していた土産物店や飲食店が撤退しているところもある。

しまなみ海道周辺の主要な観光施設の入込客数



こうした厳しい状況下ながら、しまなみ海道周辺では島の文化や暮らしの体験を主体とする「しまなみツーリズム」の実現を目指した取組みが着々と進んでいる。

体験型メニューは、愛媛と広島のしまなみ海道周辺の市町村で構成する「瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会」や「しまなみグリーン・ツーリズム推進協議会」の発案で、アウトドア・島遊び体験や創作体験、町並み・歴史探訪、漁業・農業体験から地場産業の造船所やタオル工場の見学を含む産業観光分野まで169にものぼるメニューが用意されている。このうち、宮窪町が取組む「潮流体験」は、潮の流れが速くて複雑な舟折瀬戸の潮流を体験しようとするもので、室町時代から戦国時代にかけて瀬戸内の海を支配していた「村上水軍」の気分を味わうことのできるメニューである。

「しまなみツーリズム」の取組みは、まだ緒についたばかりであるが、02年度には、東京、大阪の中学・高校の修学旅行を誘致することに成功した。島の文化や暮らしをテーマとする「体験型」は地味かもしれないが、地元住民が主体となる取組みだけに『しまなみ』ならではの独自性が高まるものと期待がかかる。来年５月には、しまなみ海道開通5周年を迎え、記念イベント等の実施が予想されるため、「体験型」を前面に「しまなみツーリズム」を広く売り出すチャンスと捉えるべきであろう。

宮窪町の潮流体験

しまなみ・グリーンツーリズム体験メニュー

分　野	数	代表的なメニュー
アウトドア･島遊び体験	11	レンタサイクル、シーカヤック、潮流体験、魚島ウォッチングなど
ふるさとの味体験	40	ちまき・柏餅づくり、イギス豆腐とトコロ天づくり、タコめしづくりなど
創作・暮らしの技体験	15	陶芸、にぎり仏作り、しめ縄づくり、炭焼体験、フラワーアレンジメントなど
町並み・歴史探訪	5	尾道シルバー観光ガイド、歴史文化遺産学習など
漁業体験	18	底びき・ごち網漁、釣りなど
農業体験	50	みかん狩り、ぶどう狩りなど
産業観光	24	タオル工場見学、造船所見学など
その他	6	囲碁交流、海水温浴など
計	169	

（注）瀬戸内しまなみ海道周辺地域振興協議会（今治市と越智郡15町村及び広島県2市3町）の体験メニューとしまなみグリーン・ツーリズム推進協議会（越智郡島しょ部の9町村）が今治中央地域農業改良普及センターが共同で提供するメニューを掲載

松山地域

～「坂の上の雲」を軸とする壮大なまちづくりが始まった～

道後温泉や松山城など愛媛を代表する主要な観光施設が集まり、復元された明治時代の蒸気機関車「坊っちゃん列車」が走る松山市には、年間500万人の観光客が訪れ、591億円の関連消費があると推計されている。

この松山市で現在取り組んでいるのが、司馬遼太郎氏の代表作のひとつである小説「坂の上の雲」を軸としたまちづくりである。「坂の上の雲」は、松山で生まれ育った正岡子規、秋山好古、秋山真之という3人の若者が主人公。苦難に会いながらも決してあきらめることなく、絶えず「坂の上の雲」を目指して歩きつづけた3人の姿をいきいきと描いた作品。この「坂の上の雲」を軸としたまちづくりは、現在の松山の中に残るいろいろな歴史や文化などを有機的につなげていき、まち全体をミュージアム（博物館）にしようとするもので、フィールドミュージアムとも呼ばれる。「坂の上の雲」に司馬氏が盛り込んだメッセージを市民がしっかりと受け止め、松山ならではの文化性・物語性を発信していこうとするユニークなものである。

松山の街を走る坊っちゃん列車

松山城周辺をセンターゾーンとして、中核施設の「坂の上の雲記念館（仮称）」が整備されるほか、松山城ロープウェイ乗り場やその周辺商店街のアーケード撤廃や電線地中化などの修景も進んでいる。また、「坂の上の雲」フィールドミュージアム構想では、道後温泉、三津浜、松山総合公園、久谷・砥部をサブセン

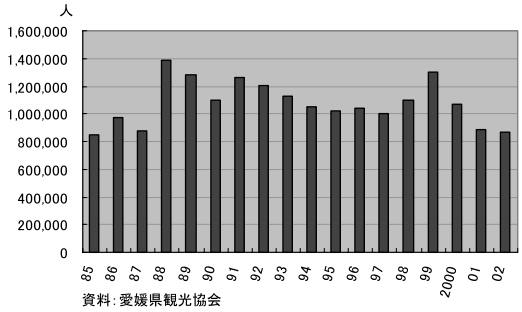
ターゾーン、ロシア人墓地など周辺の史跡を「サテライト」と位置付けている。2007年にはNHKが「坂の上の雲」を「スペシャル大河ドラマ」として放映する予定であり、記念館も揃う同年には、「坂の上の雲」ブームの到来が予想される。

全国初の小説のコンセプトをテーマとしたまちづくりで、市民の参加とソフト重視の取組みであるだけに、今後の展開が注目されている。松山の行政、企業、市民団体、市民がいかに一体となり、知恵やアイデアを出していけるかどうか、その力が問われている。

～新しい道後のまちづくりもスタート～

「坂の上の雲」フィールドミュージアム構想のサブセンターと位置付けられる道後温泉地区は、全国的にも高い知名度を誇り、瀬戸大橋やしまなみ海道の開通時には、多くの宿泊客を受け入れた。だが、団体客が激減する中で、個人客対応型の経営への転換の遅れなどから、経営困難に陥るところが増え、閉鎖・廃業する施設が相次いだ。

道後温泉旅館協同組合加盟の旅館ホテルの宿泊客数



資料：愛媛県観光協会

しかし、暗い話ばかりではない。閉鎖・廃業した旅館ホテルの跡地には、新たに旅館ホテルが開業されたり計画されるなどの前向きな動きも続いている。とりわけ、有力旅館ホテルの多くが、従来の団体客中心から個人グループ客重視へと施設・サービス両面の改革を急ピッチで進めている。同時に、まち全体の温泉情緒を高めるため、行政と業界が一体となり、足湯や手湯の設置を皮切りに、第3の外湯など、より魅力的な新しい施設整備やサービスの拡充に力を入れている。

また、道後温泉地区においては、地元の旅館ホテル、商店街関係者、その他市民により「道後温泉誇れるまちづくり協議会」が組織され、10年以上前から活動を進め、日本最古の歴史や漱石、子規らの文学や俳句をベースとしたまちづくりについての熱い議論が続いている。また、自分たちでできることから始めようということで、「湯かご」の貸出しや足湯・手湯の設置などを進めている。行政でもこれに呼応し、道後温泉本館の周囲を観光客がゆったりと散策を楽しむことができるように、長年の懸案であった道後温泉本館前の道路の付替えや遊歩道整備も順次具体的に進める見通しである。

道後温泉旅館とその関連の動き（しまなみ海道開通以降（2000年以降））

年　月	内　容
2000年2月～	旅館の休廃業が続く
01年11月	「坊っちゃん列車」の運行が始まる
12月	「宝荘」に第1号の足湯完成。以後、各ホテル旅館に順次整備され、6月現在6ヵ所となる
02年4月	道後公園に湯築城跡がオープン
11月	「ホテル椿館　別館」がオープン
12月	「放生園」に足湯オープン
03年12月	「かわきち別荘」リニューアルオープン予定
05年	「寿苑」跡地にホテルオープン予定
07年以降	道後温泉本館の改修工事着手予定

新装オープンした道後のホテル

人気を呼ぶ足湯（放生園）

南予地域

～「えひめ町並博」で‘南予’のブランド化をめざす～

南予地域の観光は、内子町の伝統的な町並みのように、地域の人たちによって磨かれ、多くの観光客を集めるところもあるが、恵まれた自然と長い歴史・伝統に育まれた独自の文化を持ちながら、県外の人には観光地としてはあまり知られていないところも数多い。

大洲市の町並み

こうした南予地域の観光資源を、来年春に予定されている高速道の宇和ICの開通に合わせて、全国に発信し、南予地域のポテンシャルを高め、地域の活性化を図ろうと04年4月から10月にかけて「えひめ町並博2004」（以下、「町並博」）が開催される。

「町並博」は、地元住民・団体が参加するまちづくり型の博覧会を目指しており、古い町並が残る内子町、大洲市、宇和町の3つをコア拠点としながらも広範囲の地域を展覧会場と見たてて様々な行事が展開される。集客目標はこれまでの南予地域への入込み客数650万人に150万人を上乗せした800万人である。

コア拠点となる大洲市では、04年が市制50周年に当たり、復元された大洲城天守閣もオープンするため、「町並博」を絶好の機会と捉え、大洲を売り出そうと意気込んでいる。

『えひめ町並博2004』の概要

項　　目	内　容
テ　ー　マ	「南予観光新時代　ー交響する人、道、暮らしー
キャッチフレーズ	「十町十色。南予の町の物語。」
開　催　場　所	大洲・内子・宇和を中心とする南予一円
開　催　期　間	2004年4月29日(木)～10月31日(日)の186日間
開　催　方　式	地域の資源や地元の住民、団体の活動を基盤とした、“まちづくり型観光博覧会”
目　　標	「南予」観光ブランドプロモーション 「道後温泉」「しまなみ海道」に続く愛媛県の新たな観光ブランドとして、「南予」の認知を図っていく
主　　催	「愛媛県南予地域観光振興イベント実行委員会」
達　成　指　標	■「観光ブランド」の確立 ■持続可能な仕組みづくり ■南予地域の魅力づくり ■観光客数の増加（150万人の増加）

今回の試みは、施設整備中心の従来からのやり方ではなく、まちづくりを中心に据え、イベントが終わってもノウハウやネットワークを生かして後に継続・発展できる事業や地元住民の取組みの掘り起しも大きな目的としている。５月末現在、宇和町の「昔の着物体験」をはじめ、地域の自主企画として28の事業が動き始めているが、事業を推進する県では、100の自主企画を目標としている。果たして、いくつの自主企画が実行できるか、いくつの事業が「町並博」以後も継続できるかが、「町並博」の評価の目安となろう。

宇和町「昔の着物体験」

こだわりのある「まちづくり型」のお手本は内子町

「町並博」のコア拠点となる内子町は、個性あるまちづくりを進めることで名を高め、観光客の入込みの増加につなげた全国的にも手本となる町である。内子町は、かつて和紙と木蝋の集散地として栄え、その面影を残す伝統的な町家群の大切さに気づき、地域住民の参加と協力によって保存・整備し、現在では60万人を越える観光客を集める、南予を代表する観光地の一つとなっている。

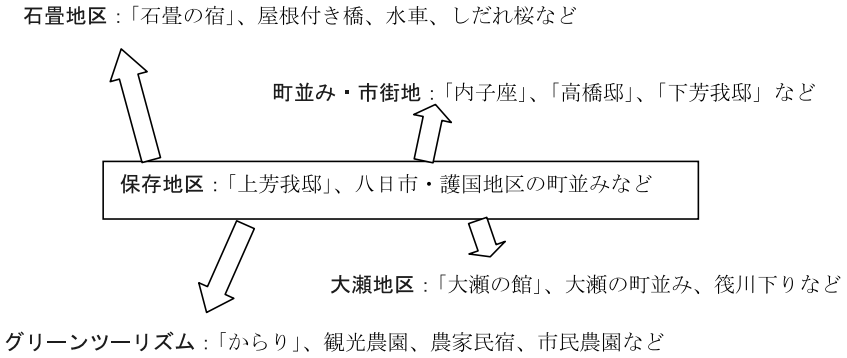
観光客で賑わう内子町「町並保存地区」

内子町の「まちづくり型」の取組みは、先行していた大分県の湯布院町などを参考に83年頃から本格化した。具体的には、歌舞伎劇場「内子

座」の復元や「上芳我邸」をはじめとした町家の公開のほか、農産物直売所「からり」や民宿「石畳の宿」並びに文化交流ヴィラ「高橋邸」をオープンするなど、取組みは町並保存地区から町全体へと広がっている。この結果、交流人口が増え、住民の意欲が高まり、伝統行事が復活されるなど、好循環につながっている。

内子町の取組みが、様々な困難を克服しながらも成果をあげているのは、しっかりした長期ビジョンの確立、優れたリーダーの存在、まちづくりに目覚めた地域住民の活動、特に女性や高齢者の活動などが挙げられよう。

内子町におけるまちづくりの広がり



内子町と湯布院町を較べてみれば

内子町と大分県の湯布院町は面積、人口規模がほぼ同じである。核となる「町並み」と「温泉」というそれぞれの地域資源の違いによって、現在の両者の姿は大きく異なってみえるものの、共に、外部資本に頼らない、住民がまちづくりに参画する、暮らしを前提にした観光地づくりという「まちづくり型」を進めている点では共通している。

項　目	内子町	湯布院町
面積	121.2k㎡	127.8k㎡
人口（02年3月31日現在）	11,455人	11,592人
高齢化率（同）	29.5%	23.8%
就業人口（対人口比）	5,748人（50.2%）	6,131人（52.9%）
同 1：2：3 次産業比	25.7：29.7：44.6%	8.5：11.6：79.9%
課税対象所得額（1人当たり）	10,943百万円（2,955千円）	13,532百万円（2,951千円）
地方税	（99年度）809百万円	（98年度）1,759百万円
宿泊施設	7軒	110軒
宿泊客数	2万人	85万人
入込み客数	60万人（うち町並30～40万人）	385万人
観光協会	町が事務局	独立（公募で民間ﾉｳﾊｳ導入）
まちづくり条例	町並保存条例 （対象3.5ha、89棟）	潤いのあるまちづくり条例 （建物、構築物の規制）
まちづくりタイプ	行政主導型	民間主導型
今後の方向性	まちづくり型観光 グリーンツーリズム	クアオルト構想（注） 生活型観光地

（注）クアオルトとは「最も住みよい町をつくることが、優れた観光地になる」という考え方

3．愛媛の新しい観光の実現のために

最近の全国的な観光動向をみると、今や個人や小グループの旅行が主流となり、「癒されたい、のんびりしたい」という意識の高まりを背景に、「レトロ」「スローライフ・スローフード」「地域の暮らし」といったその地域独自の文化（例：暮らし、産業の営みなど）に関心が寄せられている。

そのため、今後の観光においては、そうした観光客のニーズに応えるものが必要となるが、愛媛の各地で始まっているまちづくり型の取組みは、まさにこのニーズに応えようとするものである。まちづくり型の取組みを進めていく上で、今後の主な課題は次のようなものがある。

⑴　交通インフラを整備し公共交通機関のバリアフリー化を図る

まずは、なんといっても交通である。交通の観点としては、①速くする、②移動を楽しくする（トロッコ列車、観光船など）、③シームレス化する（乗継ぎ利便性、フリーチケットなど）といったことが考えられる。

県外客のうち最も多くの客の発地である大阪から松山へのアクセスは、空路、鉄道、高速道（自家用車・バス）、フェリーといろいろある。このうち利用の多い空路と鉄道は、乗換え時間を含めて2時間半から3時間半と短縮化されているが、空港や駅での乗換えを考えると、利用者、特に中高年齢者にとっては所要時間以上の抵抗感があるとの指摘もある。また、四国内の高速道路が整備され、4県庁所在都市が結ばれたものの、四国西南部をつなぐ8の字ルートの整備は目途が立っていない。

こうした交通インフラ整備の遅れは、時間や移動の障害（バリア）を生み、観光振興を図る上でも大きな障害となる。このため、鉄道であれば、現在検討されている新幹線から四国に直接乗り入れが可能なフリーゲージトレイン（軌間可変電車）の導入で時間短縮とバリアフリー化を図ることが望まれる。高速道路については、本格的な4車線道路にこだわることなく、事業費の軽減が可能な2車線の路線を優先するなどの取組みも必要となろう。また、導入されたフリーゲージトレインを道後温泉や松山に因んだ装いやネーミングとし、乗車券と坊っちゃん列車乗車券、道後温泉入浴券などをセット化するなど、乗車した瞬間に道後温泉や松山の情緒を楽しむことができ、その上‘お得’であるといったような商品化も考えられよう。

フリーゲージトレインの導入などによる公共交通機関の利便性向上や本四架橋の通行料金の値下げ問題などは、関係地域が一体となり、行政、関係事業者、市民等の連携を強め、粘り強く推進していくことが重要であろう。

走行試験中のフリーゲージトレイン
（JR 四国のホームページより）

⑵　地域独自の魅力をさらにブラッシュアップ

旅行目的が多様化している中で観光客を増やすためには、「行ってみよう」と思わせるものがその地域になければならない。そこでしか「味わえないもの」やそこでしか「体験できないもの」などがあるかどうかだけでなく、それにどのくらい歴史や文化や伝統に裏付けられた蘊蓄が備わっているかどうかである。いわば、その地域独自の魅力をいかに見い出し、いかに磨き、高めていくかが問われているのである。

地域の歴史や文化、暮らしに根ざした伝統的な行事や風習、地域でとれる素材や独特の調理法で料理された‘食’などは、その地域の人たちにとっては、見慣れていて当たり前であったとしても、他の地域、特に都市部の人たちにとっては新鮮であったり、なつかしさを感じたりするものである場合も多い。地域を愛し伝統や文化を大切にする思いこそ地域固有の魅力づくりに欠かすことのできないものである。

⑶　旅行客の行動につながる情報を発信し続ける

６月3-5日に大阪や広島の旅行業者を招いて行われた『えひめ町並博プロモーションツアー』では、参加した旅行業者から「南予にこれほどいいものがあるとは知らなかった。」という感想が述べられた。南予地域に限らず、愛媛の観光地や施設は、まだまだ知られておらず、情報発信が不足している。

昨年、愛媛県が製作依頼した愛媛をロケ地とする映画や小説が好評であったり、㈱エス・ピー・シーが発行する「四国旅行マガジン Gaja」が情報誌の枠を超える読み物として四国以外の読者にも好評であるなど、これまでにない手法による情報発信も試みられている。また、この６月には㈱リクルートが「中国・四国じゃらん」を創刊するなど、愛媛や四国発の情報発信は量的にも拡大し、手段も多彩になっている。このため、観光地・施設にとっては、インターネットによる独自の情報発信はもちろん、メディア等に対しては斬新でタイムリーで、旅行客の具体的な行動につながる情報提供にもっと努める必要があろう。

⑷　まずは地元四国や中国地域への広告宣伝を重視する

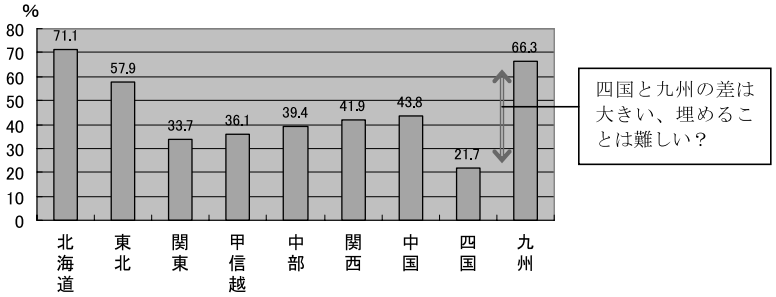
元気のある観光地といわれる九州、北海道、東北は、同一地域内からの宿泊客数割合が高い。四国では、四国内からの宿泊数割合は２割、中国地域を加えた宿泊客数の割合も３割弱と、九州地区の66％に較べても低く、開拓の余地が残っているように思われる。

愛媛県内の観光地・施設には、全国的な知名度を誇り広域から集客している道後温泉や主な集客地が県内に止まるところなど、観光地・施設の集客力には大きな差がある。集客力の弱い観光地や施設は、まずは足もとの四国やお隣の中国地域を重点に魅力を発信してはどうだろうか。そのためには、例えば、「広島港を朝８時半のスーパージェットに乗れば、昼食には宇和島の『鯛めし』を味わうことができ、大洲・内子の町並みを散策して夕方には道後温泉でのんびりできますよ。」と四国の近さを具体的に示し、わ

かっていただくことが必要であろう。

また、直前の予約にも対応する「遅割」や「休みが取れたがどうしよう…」という時にポンと背中を押し、気軽に旅に出られるような料金制度や情報提供の仕方を整えることも重要であろう。

宿泊旅行における同一地域内へ向う割合



資料：第21回国民の観光に関する動向調査

⑸ 「まちづくり・観光リーダー育成塾」の開講を

地域の歴史や文化、暮らしを活かしたまちづくりを進め、その結果として観光振興につなげるためには、その推進を担う人材の育成、特にリーダーの育成が急務である。

リーダーの育成に当たっては、既に豊富な経験や実績のある県内外の専門家、例えば、県内であれば、道後温泉の旅館ホテルの優れた経営者や内子町のまちづくりリーダーなどの全国に誇れる人材を、県外であれば、豊富な実績を持つ有名なまちづくり・観光コンサルタントや有力な観光産業の企業経営者などを講師として招き、県内各地で観光振興に携わり、次代を担うであろう人たちを対象に「まちづくり・観光リーダー育成塾」開講の検討も必要ではなかろうか。塾の修了生が各地でリーダー的な役割を果たしたり、修了生同士のネットワークの構築により、活発な情報交換を行えば、県内各地域の観光・まちづくりのレベルアップにつながるものと期待される。

おわりに

観光は、裾野が広く経済波及効果の大きな産業として、今後多いに期待される分野である。これからの観光のあり方は立派な物産館や博物館などのいわゆるハコモノを造るだけで終わってはならない。その地域の歴史や文化を活かした、住民が誇りと思えるまちづくりを行い、それをそのままの形で観光客に見てもらう、いわゆる「まちづくり型」が求められているのであろう。

「まちづくり型」をキーワードとする愛媛の新しい観光の取組みは、地域の人々が自ら、地域固有の歴史や文化を再評価し磨いていく作業（イコール）＝まちづくりであり、その結果として交流人口の増加が実現するものである。今後とも県内外でみられる先進事例に学び、

各地で独自の歴史や文化をまちづくりに活かしていくことが求められよう。再評価された地域の歴史や文化への理解が深まり、地域の人々が街を歩く観光客に「どちらからいらっしゃいましたか？」と声を掛け、地域の歴史や文化、そして特産品や郷土料理などの自慢話をし始めた時、住民の目に輝きが増し、地域に大きな変化が現われよう。今後、そういう地域が増えていくことを多いに期待したい。