

3-15. 南大隅町ツーリズム推進協議会（鹿児島県南大隅町）

(1) アドバイザー派遣申請の背景

●地域の概要

平成 26 年 3 月現在の人口は、8,386 人となっており、依然として減少が続いているが、減少の速度は 1965 年（昭和 40 年）代ほど急ではなくなっている。10 年間の人口減少率は 10%以上となっており、著しい過疎化に見舞われている。

旧根占町、旧佐多町の両町で構成された南大隅町は、大隅半島の南部にあり、九州本島最南端の佐多岬を有している。

北緯 31 度線を擁する町としては、カイロ、上海、ニューオーリンズ、ニューデリーなどがある。

地形としては、南東側は大隅海峡、西側は鹿児島湾（錦江湾）に面しており、三方を海に囲まれた半島の先端の町であり、西には薩摩半島の指宿市、南には種子島、屋久島等がある。

面積は 214 km²、鹿児島県全体の 2.3%を占めるが、地域内の可住地面積比率は 19%となっている。

東部から半島の中央部にかけて肝属山地が広がり、平地は錦江湾側に多少残されている。また、河川としては、雄川がある。

錦江湾を見下ろす高地にある野尻野地区、大中尾地区では自然の風を利用した風力発電による電力供給がなされている。

本土最南端で、大隅海峡を流れる黒潮の影響もあるため、高温多湿の気候条件にあり、亜熱帯性の植物も多数みられる。

九州本島としては非常に珍しい亜熱帯性の植物等の豊かな自然があることから、霧島錦江湾国立公園、大隅南部県立自然公園の指定を受けている。



●アドバイザー派遣申請の背景・これまでの取り組み

今回のアドバイザー派遣申請の大きな目的は、都市と当該地域の観光を契機とした環境・自然保全の可視化と意識高揚である。

その背景として南大隅町は、霧島錦江湾国立公園内に大部分が含まれ、中でも本土最南端の地「佐多岬」は昭和 40 年代、新婚旅行のルートの一部を形成し賑わいを見せていたが、近年は老朽化した施設が目立ち、あらたなコンセプトをもった再整備が急務となっている。

また、国立公園の特別保護区にある佐多岬のほかにも、「雄川溪谷」や「照葉樹林」などの素材も有しており、

自然資源は豊富に活用できる環境にあると言える。

しかしながら、現在それらの素材が環境・自然保護という観点からの活用がされているとは言い難く、町としては今回の申請でアドバイザーの視点と経験をもって、本町の自然を「体験フィールド」として昇華させたい。

この取組によって南大隅町は環境・景観保全の役割を担う一方で、都市からの来訪者は有償で旅や体験を楽しみながら環境・景観保全に寄与することとなる。

現在、全く素材を活用できておらず、上記の想定される取組を検討するためには「エコツーリズム推進アドバイザー」の存在は不可欠である考えることから、是非とも今回の派遣方へのご高察をお願いしたい。

(2) アドバイザー派遣の概要

日 時	平成 26 年 3 月 3 日（月）～平成 26 年 3 月 4 日（火）
場 所	根占地区 大浜海岸・夕日スポット、雄川の滝遊歩道、ミニトマトハウス 佐多地区 佐多岬公園周辺、佐多旧薬園
アドバイザー	株式会社ジェイティービー旅行事業本部観光戦略部長、株式会社 JTB 総合研究所 客員研究員 加藤 誠 氏
参加者	【1 日目】 南大隅町ツーリズム推進協議会 計 2 名 【2 日目】 南大隅町ツーリズム推進協議会、南大隅町企画振興課、南大隅町歴史研究会 計 13 名
スケジュール・方法	・ 現地視察のテーマとしては、1 日目～2 日目に佐多岬及び周辺地域の地形や動植物などを現地視察していただき、先進地の事例などをご紹介いただきながら、その自然を活かした体験メニューづくり（佐多岬トレッキング・雄川の滝遊歩道ウォーキング等）のアドバイスを頂いた。 【1 日目】 ・ 南大隅町海岸線国道沿い全域視察 佐多岬、佐多旧薬園、大浜海岸・夕日スポット 【2 日目】 ・ 根占地区視察 ミニトマトハウス、雄川の滝遊歩道 ・ 講演・意見交換会 「今後のエコツーリズム展開（体験メニューづくり）についてアドバイス

(3) アドバイスの内容

●講演・意見交換会

4 つのトピックとして「1. エコツーリズムによる観光まちづくりとは」「2. 観光まちづくりの進め方」「3. 地域資源を活用した観光商品の作り方・売り方」「4. エコツーリズム推進のポイント」を講義いただいた。

（質疑応答）

会員 東幸治郎氏

Q. エコツーリズムの体験メニューを展開するにあたり問題となるのは、人材育成だと思われていますがどうしたらよろしいでしょうか？

加藤 誠氏

A. 非常に難しい問題ではあるが、現在、観光振興計画を町で策定していると聞いているが、計画の中で取り入れ

て、行政が予算化することが近道である。また、あらゆる補助制度があるので、ぜひ利用してほしい。とにかく、時間とお金をかけるしかありません。

南大隅町のように半島の先端で海に囲まれていることから、伊豆半島で行われているようなシーカヤックを活用したメニューを作っていくこともよいのではないのでしょうか。

また、サイクリストを対象とした商品を考えることも大切である。たとえば、「ツールドおおすすめ」等のなかでエコ学習にふれるような内容を組み入れる等が必要となるでしょう。

南大隅町役場 原主査

Q. エコツーリズム商品を展開するにあたりどのようなサイクルで内容更新をしたほうがよろしいのでしょうか？

加藤 誠氏

A. エコツーリズムを求めるお客様も一般のお客様も飽きやすいので、徐々にエコ学習ができる内容を付け加えていくことが重要となってきます。さきほど述べた両方のお客様も1回は来るかもしれないが、さらに2回目来たくなるようなエコ学習とストーリーを考えていかなければならないと思います。

●現地視察

加藤 誠氏 全体を通してのコメント

視察した箇所は全て素晴らしい場所ではあるが、そこまでの2次アクセスがどうしても不便である。町としては、不便でも来る価値をもたせるストーリーを考えなくてはならないと思う。素晴らしいが難しい素材だと考える。伊豆半島等の先進地事例を学んでみては。



現地視察「ミニトマトハウス」



現地視察「雄川の滝遊歩道」



現地視察「雄川の滝遊歩道」



現地視察「大浜海岸・夕日スポット」



講演・意見交換会①



講演・意見交換会②

(4) アドバイザー派遣実施の効果

●参加者や関係者に与えた効果

まったくと言っていいほど、観光に関する知識・考え方がない参加者に対して、講義により、現在の観光を取り巻く状況・観光まちづくりの基本・エコツーリズムの進め方等を基礎から講義いただいたことにより、参加者はエコツーリズムに対する考え方の基本を習得した。

●今後の期待される効果

講義や現地視察の中でよく出てきていた「シーカヤック」を利用した体験・サイクリストへの案内等の実現に向けて今後の観光振興計画策定への反映等を行うこととなった。

●今後の取り組み

今後の取り組みとしては、講義・現地視察でのアドバイスを反映した体験メニューの開発・エコを含むツーリズム商品の造成を行う内容を観光振興計画に反映させ、実施していくこととしている。

(5) アドバイザー派遣を実施して（地域からの声）

●参考となった事項

講義内容のすべてが、まだ、エコツーリズムに対しての基本的な考え方ができていなかったため、非常に参考になった。また、加藤氏のご指摘により南大隅町にある自然素材の素晴らしさを再確認できたので、今後のそれぞれの素材をつなげる学習内容を考えていきたいと考える。

●その他感想

全体を通して、エコツーリズム商品への商品化という視点でお話いただいたことにより、より具体的にターゲットを意識して体験メニューの検討を行うことができた。

(6) エコツーリズム推進アドバイザーから地域へのアドバイス

株式会社ジェイティービー旅行事業本部観光戦略部長、株式会社 JTB 総合研究所 客員研究員 加藤 誠 氏

●地域におけるエコツーリズム推進の取組の現状と課題

【背景】

南大隅町は、昭和 40 年代南九州への新婚旅行がブームとなり、宮崎県と並ぶ新婚旅行のメッカであった。街の川沿いには数十軒の旅館が立ち並び、観光客で街は繁栄し財政的にも潤っていた。しかし昭和 50 年代以降、各地域での観光地の魅力作りが盛んになった事や、国内旅行の一般化、海外旅行への憧れが重なり年間 20 万人いた来訪者が年々減少し続けた。

定住人口においても、現在では約 8 千人と昭和 40 年代と比べ半数に落ち込み、過疎化と共に高齢化も著しく進行し、町全体で 43.3%と県平均の 26.5%を大きく上回っている。

【現状と課題】

南大隅町には、観光資源の宝とも言える九州本島の最南端「佐多岬」がある。他に「雄川溪谷」や「照葉樹林」など自然豊かなグリーンツーリズム素材を有している。また、海水浴場や、水中展望船の運航、カヌー等のブルーツーリズム素材も多く有している。グリーンツーリズムとブルーツーリズムが同時に体験出来るエコツーリズムには絶好のロケーションにある。しかしながら、それらの素材が環境・自然保護の観点から利活用されているとはいえない。

「佐多岬公園線」は 24 年 10 月から南大隅町の町道として共用開始され、緩やかではあるが一般来訪者数も拡大し始めた。

唯一、25 年度は 5 校 157 名の教育旅行の民泊の受け入れをし、エコツーリズムとして展開しているが拡大して行くには様々な課題が残っている。

各施設や、道路、遊歩道等のハード面と、人材教育や体験プログラム、素材などのソフト面の両面の整備が必要であり、何よりエコツーリズム推進のためのプラットフォーム作りが急務である。

●特に魅力を感じた地域の自然観光資源

【佐多岬展望台】

- ・九州本島最南端である事
- ・2 年後に遊歩道の整備が終わる事
- ・町道の「佐多岬公園線」は 24 年 10 月から南大隅町の町道として無料化された事

【大浜海岸】

- ・錦江湾に沈む夕日と開聞岳のコントラストは感動に値する
- ・年に数回見ることが出来るダイヤモンド開聞岳への期待

【雄川の滝遊歩道・滝見大橋】

- ・CM にも起用された事もあるこの滝はこの町随一の絶景ポイント
- ・26 年 9 月に整備完成予定のトレッキング道（約 1.2km）

●アドバイス（講義等）の概要

4つのテーマに沿ってアドバイスをを行った。

1) エコツーリズムによる観光まちづくり

旅のスタイルは年々変化し団体旅行隆盛の時代から個人需要へとシフトして来た。つまり観光地ではなく個々に合った「生活地」を求め始めた。住んでよし、訪れて良しのオンリーワン地域を目指すことが必要である。観光街づくりの原点は「地域社会」「地域環境」「地域経済」が偏り無く三位一体で進めて行くことが地域全体を活性化する。三位一体のどこかが欠損すると地域では環境への悪影響も出てくる。そのためにも、消費旅行から環境や地域に配慮した環境共生型観光への変革が必要である。

持続可能な観光街づくりはエコツーリズム主体者（行政・専門家・観光客・旅行会社）が「環境保全」「資源を生かした観光」「地域振興」を常に意識してはならない。

つまり、日本版のエコツーリズムにおける観光街づくりにおいて、日本古来の伝統的な生活文化や食文化等、地域に密着した生活者のライフスタイルの中で普及啓発を進めなければいけない。

2) 観光街づくりの進め方（実践）

地域観光マーケティング推進のステップは下記の通りである。

- ①地域の推進体制の構築
- ②役割分担の明確化
- ③地域観光資源の分析と活用法の整理
- ④マーケットの把握と対象マーケットの明確化
- ⑤効果的な商品化・マーケティング活動の実践

地域観光マーケティングには問題点もある。観光関連産業だけではなく、他産業関係者や、地域住民の統一的な推進体制が必要だが、仕組みや組織はあるものの成果が出ないことや、「まち」が一枚岩になっておらず推進リーダーが存在しない等、理想と現実のギャップがある。民間主導で「本気で動ける組織」への意識・体質の改善が急務である。

地域の「観光街づくり」体制のポイントは下記の通りである。

- ①観光振興へ向けた機運が高まっているか
- ②地域のビジョン・目的が明確か
- ③多様な主体と連携しているか
- ④熱意の溢れたリーダーがいるか
- ⑤継続的・持続的な事業展開が可能か
- ⑥中期の事業計画に耐えうる予算が確保されているか

また、役割分担の明確化もしなければいけない。

地域、観光関連組織・団体、市町村、都道府県、国などのステークホルダーがいる中で、観光を通じた地域活性化に向けて地域の事情に基づいて誰が何をやるのか明確な役割分担をして行くことが重要だ。

本来の地域の魅力を再認識することや、観光客目線での評価、住民視点での見直し等、地域を客観的に見直す事も重要である。マーケティングも重要で、狙うべきターゲットを正しく設定し、強みを延ばすための取り組みや、効果的なプロモーションの実施をする事を心がけ、心理的変数での設定、地元をターゲットとすることがポイントである。つまり、地域の生活文化を感じさせ、マーケットニーズに適用し、来訪者目線で効果的なマーケティングの実行が重要である。

3) 商品戦略

現在の旅行形態は「モノ消費」から「経験消費」へと変わりつつある。つまり主観的な消費行動から生み出される楽しさ、感動、審美性などが重視される消費の形態だ。

経験経済の考え方では娯楽経験、審美経験、教育経験、脱日常経験などは新たな価値観を形成出来る。この4つの経験こそエコツーリズムで提供できる新たなツーリズム形態である。

地域で得られる本物の情報や限られた情報を与えることにより品質や価格などのスペックではなく、「五感に訴える物語」として旅を創造することが出来るようになる。

商品開発のポイントとして3つある。

- ①希少性（この旅行でしか体感できない）
- ②季節性（今しか見ることが出来ない）
- ③地域性（文化・食・その土地ならではの）

つまり、どこでも出来る体験ではなく、そこにしかないもの、そこでしか体験できないものが求められている。

新たな旅への関心としての事例として、「山ガール」「アニメ聖地巡礼」「歴女」など従来の形態とは異なるまったく新しい旅のニーズが生まれているのが典型的な事例だ。

4) チャネル戦略

地域観光商品販売に向けては2つのステップが考えられる。

- ①地域型観光を推進するプラットフォーム組織による情報の一元管理
- ②旅行会社、運輸事業者と連携した顧客獲得戦略

地域統一的な推進体制と本気で動ける意識の高い組織が必要であることから、プラットフォーム組織の構築が何よりも重要である。プラットフォームとは、地域コーディネーター機能である。先にも述べたように主体として、行政、経済団体、各種組合、民間組織、宿泊施設といった多様な業種業態の企業団体が参加した観光街づくり集団のことである。

観光商品の流通経路も視野に入れておかなければならない。

地域独力で販売するにも限界がある。そこで旅行会社のシステム・ノウハウ、輸送業者の活用が有効である。

地域の役割×旅行会社の役割×輸送業者の役割を掛け合わせ、三位一体の協業体制の構築が必要なのである。

5) プロモーション戦略

いくら素晴らしい商品が出来たとしても来訪者が増え、地域活性化が図れなければ意味がない。いかに知ってもらいリピーターが増幅して行かなければさらに街は衰退して行く。そこで必要なのがプロモーションだ。

流通する情報は爆発的に増え、且つ情報が「伝わりにくい」世の中にあって「砂漠に看板」にならないために旅行行動ごとのメディアの使い分け、活用方法が重要である。

中でも、メディアへの露出をまずは考えなければいけない。プレスリリースやTV番組、新聞の活用が有効である。但し、言いたいことを発信するのではなく、言いたくさせる内容にすることが最も重要だ。また口コミ発生装置としてソーシャルメディアの活用も考えて行かなければいけない。

●全体構想への取組状況・意向について

南大隅町からのレポートでは、全体構想認定の取り組み意向は無いと示されていた。

民間を中心に協議会立ち上げを早期に実現し、まずは実績を踏まえた上で行政・民間一体となって全体構想を作り上げて行く力と熱意はあると感じた。

●地域に対する印象、今後地域に期待すること（メッセージ）

昭和40年代に20万人が訪れた街とは思えない程街の人口は減少し、高齢化が進み活気は感じられなかったが、嘗ての繁栄期を知る年配者と街の活性化を願う若手が手を組み、エコツーリズムを通じた地域活性化に取り組もうとしている「熱意」は他地域とは比べ物にならないほどの意気込みを感じた。

グリーンツーリズムとブルーツーリズムの素材を多く有しているが、ハード面（観光地、宿泊施設・道路・遊歩道）の老朽化対策と、ソフト面の強化（おもてなし・人材育成）が必要だ。観光に対するステージとしては胎動期である。最優先課題として推進母体としてのプラットフォーム作りが急務と考える。

最後に、地域におけるエコツーリズム推進のポイントを常に自問して欲しい。

- ①南大隅町の文化・歴史をプログラムの中で「経験」として伝えられているか
- ②南大隅町ならではの「過ごし方」を仕組みとして提供できているか
- ③地域の歴史・風土を「物語」として伝えられているか
- ④「五感」をフル活用させる体験を提供できているか
- ⑤「経験（体験）」を通じて「思い出に残る出来事」に出来ているか

エコツーリズムは地域の生業や暮らしを体験させ、地域の本当の価値を伝える重要な手段となり、「地域ブランド」作りに繋がることを常に心に留め、地域一体となってエコツーリズム推進に邁進して欲しい。