

山梨中央銀行は、大学等の研究機関が保有する技術シーズと企業ニーズを結びつけ、新技術の開発や新規事業の創出を支援するリエゾン（橋渡し）活動に取り組んでいます。

本リポートが、中小企業の皆さまが抱える経営課題の解決や新産業創出の“ヒント”となり、ビジネスチャンスに繋がればと考えております。

<第92回>



研究室の菊地先生

地域資源の掘り起こしから 観光地経営へ

～地域を読み解く研究～

菊地 淑人 先生

（生命環境学域 社会科学系 准教授）

■ 研究の概要について教えてください。

私は、文化財の保護・マネジメントについて研究しています。近年は、文化財の「価値評価」や「守る」という視点に加え、地域における営みのストーリーや地域づくり、そして地域の産業を支えていくツールとしてどう活かすかという視点も含めて探求しています。

地域社会において、文化資源（文化財・文化遺産）や景観などの「地域資源」がどのように捉え認識されているか、また「地域資源」が地域づくり・観光地形成に対し積極的かつ肯定的に作用して、持続可能な社会の形成に資する効果的なツールとなるよう、政策・施策における取り組みの在り方について研究しています。

文化財というと個々の建物や遺跡がイメージされることが多いですが、私は自然がかかわり合うなかで形成された景観（「文化的景観」）を主な対象として、地域の様々のものの関係性に関心をもっています。

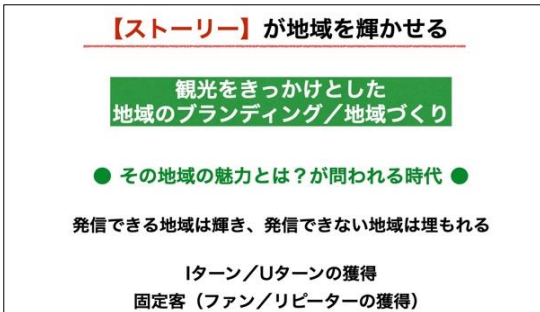
■ 具体的にはどのような考え方でしょうか。

地域の個性を打ち出した質の高いコンセプトが、持続可能な観光地づくりには欠かせないと考えています。

地域の個性を地域づくり・観光地づくりに活かすには、文化資源（文化財）、自然、景観、農産物などの地域資源をどのような見方で捉えると地域を豊かに表現できるのか、さらに、そうした見方を観光地計画やまちづくりの計画に活かすための考え方や方法などが必要になってきます。

そのため、私は、文化財などの地域資源の価値（魅力）をどのように評価するのか（価値論）、そして、その価値をどのように地域づくり・観光地形成に活かしていくのか（計画論）、この2つの課題を車輪の両軸としながら研究を進めています。

■地域資源を活かした観光地づくりとはどういうことですか



観光として人に来てもらうために必要な要素はいろいろあります。いい宿泊施設（ホテルなど）があることやアクセスのしやすさなどはもちろんですが、一番大きな決め手は、その場所でなければ経験できない「何か」があるということだと考えています。

数ある地域の中で、その地域に来てもらうためには、その地域にしかないもの（地域の固有性）をどう提示していくかがとても重要です。そしてそれが地域資源を観光地づくりに活かしていくことに繋がります。

これまで県内も含め、多くの観光地は「何でも」あることを売りにしてきましたが、これからは、キラリと光る「何か」に特化し、「うちの売りはこれなんだ」という明確なコンセプトが必要です。そして、その背後にある地域のストーリーを見出してあげることが重要で、その点で、私が取り組んでいる地域を読み解くための理論・手法に関する研究が、観光地経営（マネジメント）に活かせるのではないかと考えています。

■地域資源のストーリー化による観光地づくりの事例があったら教えてください。

甲州市勝沼エリアの観光について、以前私の研究室の学生が調べたことがあるのですが、県内有数の観光地であるこのエリアですら、観光施設である「勝沼ぶどうの丘」とその周辺だけで帰ってしまい、ワイナリーが密集するエリアまで足を運んでいる人の割合は非常に低いことがわかりました。

甲州市の勝沼エリアは、平成30年に日本遺産※として峡東地域の「葡萄畑が織りなす風景」の一部を構成する地域として認定されました。



勝沼の景観

勝沼エリアのぶどう畑の景観はとても価値があると思うのですが、ぶどう畑の狭間を縫うようにゆっくり歩いて回ると様々な面白いものを発見します。例えばぶどう棚とか、畑と畑の間にある小道、張り巡らされた「セギ」を水が流れる音など、地元の人にはなかなか気付きににくいのですが、外から訪れた人には新鮮に映るものがたくさんあります。

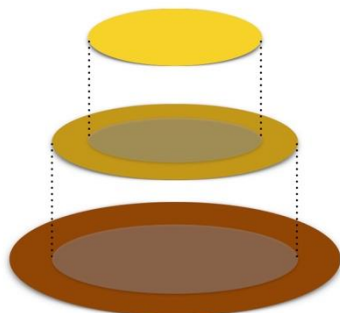
そうした要素にストーリー性を持たせ、マップなどに落とすことで回遊性が生まれ、ひいては地域のストーリーを地域ならではの商品とも結びつけることでのその販売促進などにも繋がり、地域にお金が落ちていく仕組みが作れるのではないかと考えます。

さまざまな空間レベルの物語と観光地づくり

地区
(集落など)

地域
(市町村など)

広域
(複数市町村)



また、日本遺産のストーリーは峡東地域として一括りになっていますが、勝沼エリア、山梨市エリア、笛吹市エリアでは、ブドウ畑やモモ畑の構成も異なりますし、土地利用も含め、いろいろな違いがあるので、むしろ3つの地域を差別化し、その違いを実感できる仕組みにすれば、更に地域に回遊性が生まれてくるのではないかと思います。

※日本遺産：地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを文化庁が認定し、国内外に戦略的に発信するための制度。全国で104件（うち、山梨県に関連するものは4件）が認定されています。

農山村地域には地域の固有性の「発見」とその見せ方の工夫次第で、まだまだポテンシャルを秘めたエリアがたくさんあると思います。

農山村地域として、注目できる事例のひとつとして島根県の奥出雲地域があげられます。奥出雲では中世から「たたら製鉄」とよばれる砂鉄と木炭を用いる鉄づくりが盛んに行われてきました。もともとは出雲神話が有名な地域ですが、今は田園風景が広がり、米生産が盛んな地域です。そうしたなかで、棚田（米）、刃物、そば、算盤などの地域資源を「たたら製鉄」との連続性のなかで捉え、それぞれの地域資源の背後に「たたら製鉄」の文化という大きな歴史を抱えていることを発信し続けた結果、近年は地域ブランドの形成、さらには農産物の6次産業化などに成功しています。さらに、こうした地域ストーリーは観光に結び付くだけでなく、景観形成のための施策や移住政策にも活かされ、施策を横断した取り組みになっています。

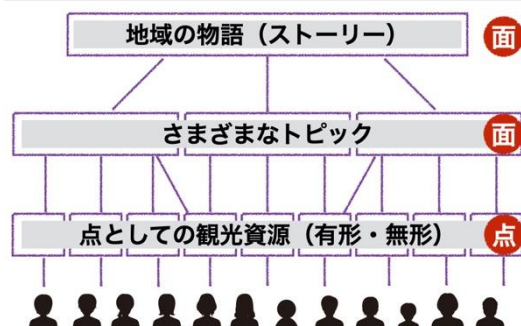
こうした取り組みが成功している地域に共通していることは、取り組みの主体が行政ベース、民間ベースに拘わらず、地域の住民や企業、行政等がみんな同じような意識を共有し、各々が自発的に活動している結果であるということです。

■先生の研究は観光以外の分野への応用が期待できますか。

これまで、地域資源と観光について説明をしてきましたが、観光はまちづくりの結果の一つの要素と考えています。地域の人たちが関与し、その地域を持続させるためのサイクルを作る中に観光が入ってくる場合もあり、景観づくり等に展開することもできます。地元の人たちが見ている様々な視点を把握し、それに学術的な調査を重ねることで、住民の納得感につなげることができます。

また、地域を読み解いて、それにストーリーを付与していくことは、地域のブランディングだけでなく、地域製品を売るという経済活動にも結び付けることができます。また、地域の生活・経済が成り立たなければ、景観や文化財は守っていかせないので、地域産品

地域の物語から観光地づくりへ



がより高値で売れるということはとても重要なことだと考えています。

例えば、山梨県は桃やぶどうの産地ですが、なぜその地域が一大産地になったのかなど、その地域のストーリーがついてくると他の産地との差別化が図られ、地域全体の価値が向上することで、同じものでも他より高値で売れることに繋がります。

■研究に対する課題等はありますか。

地域の価値を上げるために、地域資源をストーリー化することの有効性を述べてきましたが、まだまだ地域を読み解き、ストーリーをつくっていく技術・感覚をもった人は限られています。授業等で「地域を編集する」力と言っていますが、そういう感度やセンスを持つ人材を多く育成することが課題です。

■山梨県の可能性についてはどうですか。

山梨県には、地域資源が豊富なのに、十分活かされておらず、まだまだ秘めたポテンシャルをもった地域がたくさんあると思います。

例えば、「水」「河川」を軸にした見せ方も面白いと思います。甲府盆地のなかには釜無川、荒川、笛吹川などが流れており、川を境にして、水田地帯と果樹園地帯など、土地利用が変わっているのがとても面白いと思います。ここで、こうした川を歩くような仕掛け、川の周辺を楽しめる仕掛けをつくることで、甲府盆地という広域の地域資源を活かした地域の見せ方ができると思います。

■地域や企業との協働の可能性についてお聞かせください。

地域資源を掘り起こして、地域の価値を上げることは、観光だけでなく、移住政策やその地域で生まれた商品などに付加価値をつけるなど、派生的な取り組みにも貢献できると思います。

私に関わる仕事は、どうしても文化財とか観光に関することになりがちで、行政や観光関連の団体等からの相談、共同研究が多いのですが、文化財や観光に拘わらず、地域経済の活性化のために、地域団体や一般企業等との連携も可能です。

どのようにしたら魅力的でポテンシャルの高い地域等にできるのか、様々な課題を抱えている皆さまからのご相談をお待ちしております。



(取材～地域連携コーディネータ 内藤)

山梨大学との共同研究、技術的な相談や指導のご要望は

山梨中央銀行 地方創生推進部山梨未来創生室

TEL: 055-224-1103 まで、お気軽にご連絡・ご相談ください。