

〔論文〕

地域活性化を目指した着地型観光の取組に関する研究

- 福岡県八女市における事例報告 -

大森 洋子*¹

A Study on the Actions in Community-Based Tourism for Local Community Revitalization
- In Case of Yame City, Fukuoka Prefecture -

Yoko OMORI*¹

Abstract

In Yame City, community-based tourism has been undertaken to revitalize the local community by producing experiential programs with culture and traditional handicrafts as resources. This study aims to summarize the details of community-based tourism actions taken there and clarify their traits, effects, and issues remaining to be solved. This study is expected to help revitalize other cities that share the problem of local decline due to depopulation.

Keywords : Community-Based Tourism, Traditional Handicrafts, Experiential Program, Yame City

1. 研究の背景と位置づけ

1・1 研究の背景と目的

2000年代から地域活性化や地域文化を活かしたまちづくりの一手法として、着地型観光が注目され、全国でも様々な取組が行われている。観光庁がまとめた「観光地域づくり事例集2015¹⁾」では、着地型観光に取り組む全国の74事例が紹介され、「地域と来訪者をつなぎ、双方の満足度を高められるような取組を持続的にマネジメントする組織体⁽¹⁾」を「観光地域づくりプラットフォーム」と定義し、その必要性が述べられている。この「観光地域づくりプラットフォーム」に相当する組織を立ち上げ、着地型観光でまちづくりを実践している福岡県八女市は、伝統工芸や地域の文化、豊かな農産物、そしてそれらを担っている人材を市内外部に紹介する体験型プログラムを造成し、地域資源の付加価値を高める取組を行っている。

八女市は2010年の合併を契機に、旧市町村の垣根を低くし新八女市の愛着心と誇りを醸成すると共に、人口流失により衰退化する地域の活性化を目指して、観光を活用しようとしたことから着地型観光の取組が始まっている。観光により地域の魅力を発信し、地域ブランドを高め、交流人口の増加のみならず、移住者を増やすことを目標としている。八女市でのこれまでの取組の経緯を整理し、地域活性化への効果や課題を明らかにすることが研究の目的である。まだ八女市での取組は始まって間もないが、一定の成果を上げており、同様の悩みを抱えている地方都市へ活性化の一つのモデルを示すことができると考えた。

1・2 先行研究の整理と本研究の特色

国内の着地型観光に関する研究は社会学や観光学、文化人類学から多くの論文が出されている。着地型観光の意味も論文により差があるが、共通するのは、それまでの出発地にある旅行会社が観光客を目的地に連れて行く発地型観光に対して、地域の組織が主体となって観光資源を発掘し、旅行商品として市場へ発信、集客を行う観光事業の一連の取組みが着地型観光と認識されていることである。本報告でも着地型観光をその様に定義し、現地集合であるかは問わない。

先行研究としては、事例を通して着地型観光の利点や地域振興へ繋がる手法を解説している尾家・金井²⁾や大社³⁾の研究、観光客の視点から着地型観光の課題を明らかにしている才原⁴⁾の研究、着地型観光による地域づくりに必要な地域の条件を考察した森重⁵⁾の研究がある。これら先行研究を参考にしつつ、本論文では地域資源が観光によりどのように

*¹ 建築・設備工学科
平成28年11月2日受理

活かされているかの視点から考察していることに特色がある。

1・3 研究の方法

先ず着地型観光の経緯を観光資料や八女市観光振興課及び関係団体へのインタビューにより把握し、取組の特徴を整理した。次に実施されている着地型観光商品の内容と特徴をまとめ、参加した観光客や受け入れた地元住民の感想を既存資料やインタビューより把握し、着地型観光の取組の地域活性化への効果や課題を分析した。

1・4 八女市の概要

福岡県南東部に位置する八女市は2006年に上陽町を、更に2010年には黒木町、立花町、矢部村、星野村を編入し、面積482.44km²と福岡県内でも2番目の面積を有する市となった。面積は広大でも森林面積が317.57km²と66%を占め、耕地が15%、宅地がわずか3%となっており、農業が主産業である。市は東部の山間地と西部の扇状地からなり、中央を矢部川が西流し有明海へ注ぐ。市役所や商業施設が集積する中心市街地がある旧八女市は西部の平野部に位置する。2016年3月末の人口が65,885人、世帯数が24,497で、人口は漸減している。年間入り込み客は210万人前後で推移している。

2. 着地型観光の取組経緯

八女市では合併前の2009年に各市町村の観光担当者と合同で合併後の観光戦略を検討する「八女市観光事業開発委員会」を設け、観光アクションプラン策定の業務委託をしたJTBコミュニケーションズ九州のアドバイスを受けながら、地域振興のための観光のあり方を検討し始めた。この時期は既に観光庁が着地型観光を推進し、取り組みへの支援メニューが用意されており、それを利用しながら「八女市観光事業開発委員会」では最初から着地型観光を柱に観光戦略を練った。

先ずは合併後の広くなる八女市域に、どのような地域資源があり、どのような人材がいるのかを把握する活動から始められた。それらの発掘後は、市の観光担当者だけではなく、市民に広く知ってもらい、住民自身が着地型観光の取り組みに参加してもらう様なプログラム作りがなされ、その後市街へ向けての着地型観光の商品が造成された。

以上のように取組は着地型観光商品誕生の前後で二つの時期に分かれる。それぞれを着地型観光準備期と着地型観光実施期として、特徴的な取り組みを整理した(表1参照)。

表-1 着地型観光の取組経緯

時期	着地型観光準備期				着地型観光実施期			
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
市行政の活動	観光事業開発委員会発足	編入合併により新八女市誕生 茶のくに八女のもてなし宣言発表				アクションプログラム完成		
市民向けの活動	人材探し開始 地域資源探し	もてなし人登録 「もてなし暖議」開始	もてなし人ポスター作成 「よかとこツアー」開始	観光物産館「ときめき」開館 茶のくに観光案内所開館	FM八女が旅行業取得			
市外向けの活動	FM福岡で「茶のくに八女は楽しい」放送開始				「旅する茶のくに週間」開始 アンテナショップ「八女本舗」開館	「旅する茶のくに周遊バス」開始		香港で「周遊バス」を宣伝 香港から参加者

2・1 着地型観光準備期

(1) 現状と課題の整理

豊かな自然に囲まれ、伝統文化が残る八女市には、歴史的町並みや茶畑が広がる山村景観、提灯・仏壇・和紙・和独楽などの伝統工芸や、豊富な食材及びその加工品が存在する。それら八女の暮らしの中で育まれてきた地域資源が数多く存在することが現地踏査により確認された。一方で課題として①これらの資源の多くは潜在し住民も魅力に気づいていない、②資源が広い市域に点在している、③これらの資源を観光商品化できるコーディネーターが不在、④地域の連携が不十分、⑤資源の魅力の演出と情報発信が不十分であることが認識された。

(2) コンセプトの創出

以上の課題を踏まえ、これから事業展開をしていく上でのコンセプトが決められた。市内に向けては、人の結びつきによって点在する資源が新たな価値を生み、それぞれの地域で語られている物語をつなげて新たな八女の物語を奏でることとし「つながり、響く、八女の人と物語」が謳われた。市場に向けては、八女茶が有名であることからお茶をテーマに選び、お茶は特産物であると同時に来訪者をもてなす心にもつながる文化であるとし、もてなしの心を発信する「茶のくに八女・奥八女」をコンセプトにすることが決定した。これ以降は八女市の紹介には「茶のくに」が頻繁に使用されることになる。2010年6月には「茶のくに八女のもてなし宣言」が発表された。

(3) 人材の発掘

2010年には地域資源に関わる人材発掘への本格的な取組が開始された。観光振興課の職員が、伝統工芸や伝統建築に携わる職人、地場産品を活かしてもものづくりをしている技術者や作家、農業生産者や加工品づくりをしている住民、郷土史家等などの人材捜しを行い、108人を取材し、「もてなし人」として登録を行った。その人材を広くアピールするために似顔絵を描いたポスターを作成し、市内の主な施設に掲示した。この人材が2013年に開始される体験プログラムの実施者につながる。その後も「もてなし人」の人材発掘は続けられている。

(4) 「もてなし暖議」開催

地域で頑張る女性を紹介し、もてなしの心のスキルアップを図るために、2010年より旧6市町村のエリア(図1参照)で順番に毎年1回「もてなし暖議」が続けられている。主に市内の女性に参加を呼びかけ、6エリアから女性一人ずつがパネラーとして登壇し、コーディネーターの進行により、日々の暮らしやもてなしを語るトークイベントで、昼食には地元で取れた食材を用い開催地の女性が調理した料理が提供される。パネラーは話すことにより日常の暮らしが脚光を浴びて自信を深め、参加者はパネラーの話に刺激を受けている。参加料は昼食代の500円で、話の後の昼食会を通して別のエリアに住む女性との繋がりもできている。

(5) 市外への情報発信

八女の魅力を広く知ってもらうために、2010年11月よりFM福岡³⁾で「茶のくに八女は楽しい」という番組が毎週土曜日9時30分～9時50分に放送開始された。季節の特産物や祭、観光スポット、もてなし人等が紹介されている。この番組の視聴者がこれを契機に八女を訪れることもあり、宣伝効果を果たしている。

2013年には八女市の農産物の魅力を知ってもらうために、福岡市の中心地に八女市のアンテナショップ「八女本舗」がオープンした。毎朝直送される野菜や加工食品が人気で、ここで八女市の観光情報も発信している。市が家賃を負担し、運営は出荷者約180名で構成する組合が行っている。

(6) 市民向けの観光バスツアー

八女市民であっても合併後の広がった市内6エリア全ての地域資源を知っているわけではなく、まずは市民が6エリアの魅力を認識し郷土愛を深めるために、2011年から各エリアの住民が他エリアを訪問するバスツアー「よかところツアー」が実施されている。八女エリア(旧八女市のエリア)住民は黒木エリアを、立花エリア住民は上陽エリアを訪問するというふうに、毎年違ったエリアを訪問している。バス代は市が負担し食事代などの実費を参加者が負担する。各エリア十数人～20人の参加が有り、ツアーの感想は大変良かったが8割、良かったが2割⁴⁾と好評である。必ず「もてなし人」による体験プログラムと地元での昼食が用意されており、市民同士の交流と地域資源の見直しに貢献すると共に、「もてなし人」の人材育成にもなっている。

(7) 茶のくに観光案内所開設

八女の特産品を販売する観光物産館「ときめき」が中心市街地に2012年に開館した。その施設内に八女市観光振興課が移動し、「茶のくに観光案内所」を設置した。茶のくに観光案内所には新たに観光コーディネーター1人と観光客の対応をする案内人2人を雇用し、翌年より開始する体験型プログラム「旅する茶のくに週間」の実施に向けて準備を開始した。

2・2 着地型観光実施期

(1) 体験型プログラムの誕生

八女の暮らしの中で育まれてきた伝統工芸や職人の技、及び暮らしそのものを来訪者が体験し、魅力を知ってもらうことで八女ファンを増やすことを目的に、体験型プログラム「旅する茶のくに週間（以下、旅週間）」が2013年3月に誕生した。最初は14の体験プログラムを実施し、同年秋には19プログラム、2014年秋には19プログラム、2015年秋には24プログラムを実施している（表2参照）。パンフレットには体験内容とともに、体験指導者の顔写真が載せられている。

(2) 旅行業取得と観光商品造成

大手旅行会社が扱わない地域に根ざした資源を観光商品として企画販売するためには、旅行業の取得が必要であった。そのために観光振興課の職員が旅行業務取扱管理者資格を取得し、「一般財団法人FM八女⁽⁵⁾」に茶のくに観光案内所を編入して旅行業部門を設け、2013年に第3種旅行業を県に登録した。FM八女は市内への情報発信のために2010年7月に設立されたコミュニティFM放送局で、その運営をしている一般財団法人FM八女の理事の一人に、旅行業務取扱管理者資格を取得した観光振興課の職員が就いている。茶のくに観光案内所は組織としては一般財団法人FM八女に移動したが、場所は「ときめき」の観光振興課内にそのまま残り、観光振興課と連携して事業を展開している。市が旅行業に踏み込んで観光活動を行っていることは特徴である。

第3種旅行業を取得したことにより、着地型観光の企画が推進しやすくなり、2014年4月からは後述する月1回開催のミニバスツアー「旅する茶のくに周遊バス（以下周遊バス）」を開始した。現在は茶のくに観光案内所には観光コーディネーター1名と案内人3名が配置されて、もてなし人や体験プログラム実施者などの人材発掘、イベントや旅行の企画運営、来訪者への情報伝達や情報発信を行っている。更に2017年からは八女市全体の観光まちづくりを企画・実行するプロデューサーとして事務局長を配置予定で、市全体の観光事業をリードする組織へと発展することが期待されている。

3. 着地型観光商品の特徴

3・1 「旅週間」の内容と特徴

「旅週間」は前述のようにそれまで収集した人材バンクの「もてなし人」の中から八女らしさを体験させてくれる候

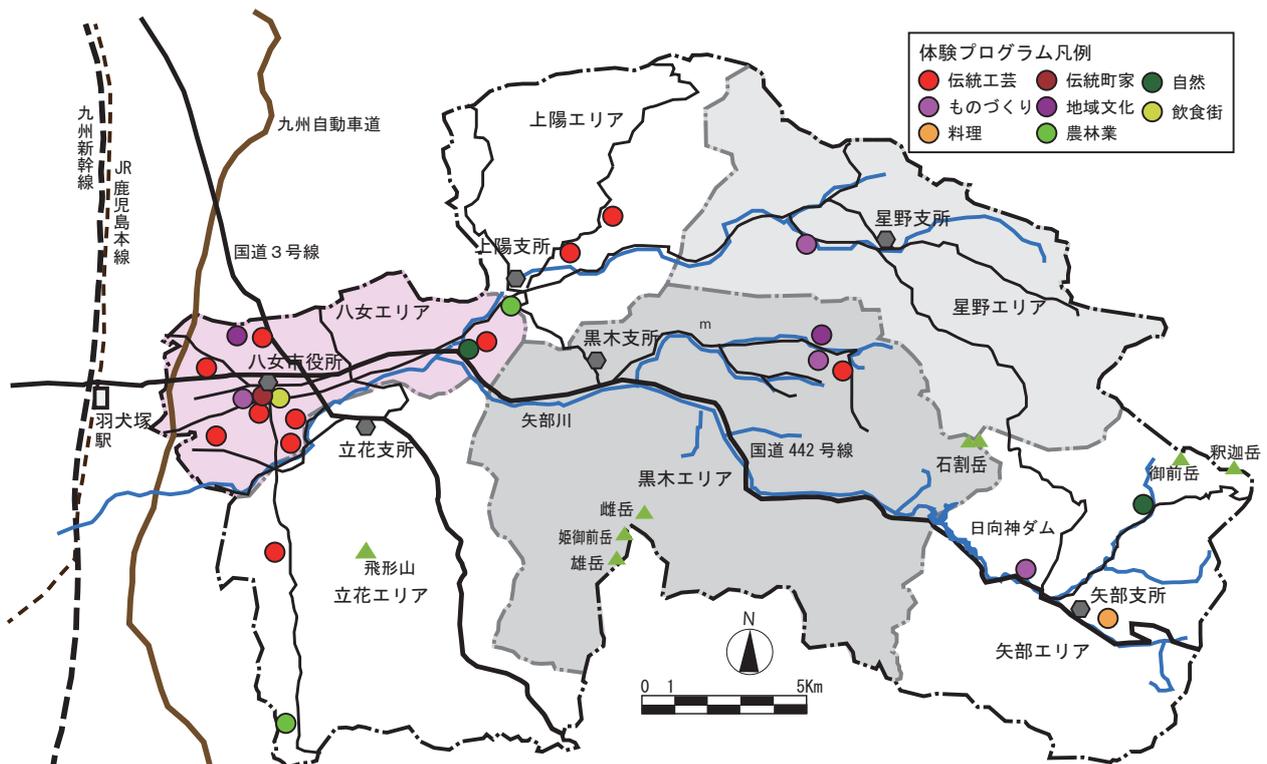


図-1 八女市の6エリアと体験プログラム実施地

補者を選び、内容や時間、受け入れ人数、料金などを観光コーディネーターが詳細に打ち合わせし、体験プログラムを作成した。期間を限定し実施する体験型観光で、初年度の2013年は2回実施し、2014年からは秋の一定期間に1回実施している。その内容を表2にまとめ、実施場所を図1にプロットした。既存の観光地にとらわれることなく、また出来るだけ6エリアに分布するように作成されている。1回だけで終わっているプログラムもあるが、協力者が増えプログラム数が年を追う毎に増加している。体験内容を伝統工芸、ものづくり、料理、伝統町家、地域文化、農林業、自然、飲食街に分けると、八女らしく、仏壇の一工程である螺鈿細工や銕金具、和独楽、御櫃、竹皮編、木蠟ろうそくづくり等の伝統工芸体験が多い。自然体験や農作物の収穫には家族での参加も多い。いずれも現地集合のプログラムで、定員は4名～18名、参加費は材料代や昼食代が不要であれば最低700円、材料代や昼食代、宿泊代が必要であれば最高13,500円である。体験を指導するのは地域住民である「もてなし人」であり、参加者と住民のコミュニケーションが生まれている。

茶のくに観光案内所がパンフレットを作成し参加者を募り、参加者への連絡を担当する。当日もスタッフが現地で受け付けや料金徴収を行い、体験プログラムのサポートをする。参加費の中から500円を茶のくに観光案内所が受け取り、残りは指導者が受け取る仕組みになっている。最初は先着順で参加者を決めていたが、いずれも人気が高く受付開始直後に定員が埋まってしまうこともあり、2015年からは抽選になった。最も人気が高い包丁造りは、今では珍しい鍛冶工場で火造りから鍛造、成型、研ぎなど鍛冶職人の一連の作業が体験できることから申し込みが多く、2015年は2回実施された。それでも1回5名の定員に両日合わせて172人の申し込みがあり、抽選から外れた人は次年度の実施を待っている状況である。「旅週間」全体でも239人の定員に対して784人の申し込みがあった。その内50人が県外からの申し込みである。同年には、由緒ある土橋八幡宮の境内と参道に縦横無尽に走る路地に建てられた飲食店を夜に廻るツアーも実施され盛会であった。伝統工芸体験が多いことは八女の特徴である。

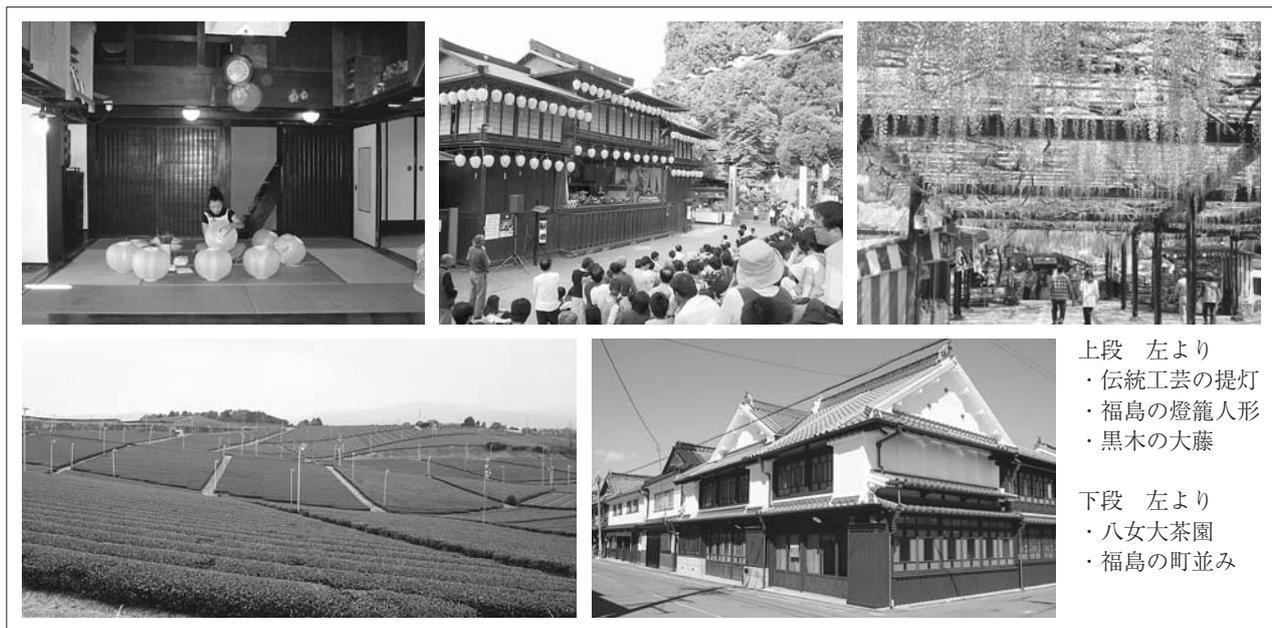
3・2 「周遊バス」の内容と特徴

「旅週間」の好評を受けて八女の情報発信力を更に高めるために次に企画されたのが、2014年6月開始の「周遊バス」である。公共交通の便が悪く市内に散らばる地域資源へのアクセスが容易でないことから、山間部の狭い道路にも入って行けるマイクロバスで観光地や体験地を廻る1日ツアーで、ものづくり体験や季節の花や祭りなど様々な魅力を体感することができる。月に1回テーマを決めて募集し参加費1,000円と食事代や入場料、体験料は実費を徴収する。定員20名のマイクロバスで隣接市にあるJR久留米駅と西鉄久留米駅まで送迎する。公共交通や大型バスでは行けない場所を安価に廻れることから客の満足度が高く、定員が直ぐに埋まる。体験プログラムがない花巡りのツアーであっても、もてなす地域住民との交流がある。例えば藤の花見であれば、その藤の手入れをしている地域住民がガイドとなり、藤にまつわる物語を語る。これを契機に、八女市への移住を決心した人もいる。

好評であったことから2015年4月からは月に2回、平日と休日に実施している。茶のくに観光案内所の案内人2名がガイドと添乗員として同行する。これも2015年の途中から先着順でなく抽選で参加者を決定しており、2015年度の参加総数436人に対して、751人の申し込みがあった。2016年4月初めには海外への情報発信の試みとして、「周遊バス」に興味を持った福岡県の香港事務所がフェイスブック

表-2 旅週間の体験プログラムの内容と参加費(円)

種類	実施年 月/日 プログラム数	2013		2014		2015	
		3/14 ~3/31	11/2 ~11/30	11/5 ~12/7	10/23 ~12/13		
		14	19	19	24		
伝統工芸体験	馬場水車場 線香づくり	8名	3,000	2,500	2,700	3,500	
	マイ包丁づくり	5名	10,200	10,200	11,000	13,500	
	和竿づくりと川釣り	12名	2,500	2,500	3,200	4,000	
	石灯籠づくり	6名		10,200	10,400	10,000	
	銕り金具体験	6名		3,500	3,700	4,000	
	木の小物づくり(独楽づくり)	4名			2,400	3,500	
	和紙漉きとあかり・トートバックづくり	10名	3,700			5,000	
	螺鈿細工	10名		3,200			
	おひつづくり	4名				10,500	
	皮白竹 竹皮編	8名				4,600	
ものづくり体験	榎ちぎり木燻ろうそくづくり	10名				3,300	
	蒔絵体験	6名				5,800	
	チェーンソーアート	5名	4,200	4,200		4,500	
	ハーブソーブづくりと石窯ピザ	8名	3,700				
	ハーブリースづくりと石窯ピザ	8名		3,700			
	草木染	5名		4,200			
	くろくも舎 切り絵体験	10名			2,400	3,000	
	源太窯 土あそび	6名			4,400	4,500	
	泰心工房 竹の箸・木のスプーンづくり	6名		3,200	3,400	4,200	
	料理体験	よもぎまんじゅう・栗まんじゅうづくり	12名		2,200	2,400	3,000
いちご摘みとケーキづくり		20名	2,500				
春の収穫と薬膳料理		15名	2,200				
無添加ソーセージづくり		10名	2,600				
そば打ち体験		10名	2,200				
こんにゃくづくり		15名		2,200			
体にやさしいおやつづくり		8名			2,700		
伝統町家体験	八女福島の町家めぐり	15名	700	700			
	酒蔵見学	20名		2,300			
	町家に泊まる	7名			11,000		
	左官職人体験と町家見学	10名				5,000	
地域文化体験	座禪と精進料理	18名	2,700	2,700	2,900	4,100	
	星の文化館で星空談義	10名	8,700				
	磐井をもっと知りたい	13名				2,500	
農林業体験	キウイ収穫体験	15名		2,000	2,200	3,000	
	しいたけ収穫	15名		2,700			
	木と森のはなし	8名			1,400	2,600	
	棚田石積み補修体験	10名			2,000		
自然体験	山歩き	18名	1,200	700	900	2,000	
	池の山キャンプ	25名		8,700	8,900		
	自然遊歩道を歩く	18名			900	2,500	
飲食街体験	土橋ブチサル(夜の飲み歩き)	12名				12,000	



上段 左より
 ・伝統工芸の提灯
 ・福島の燈籠人形
 ・黒木の大藤

下段 左より
 ・八女大茶園
 ・福島の町並み

写真-1 周遊バスで訪れる景観地や祭の例

で紹介した。すると直ぐに茶のくに観光案内所へ直接申し込みがあり、4月末に4回開催する花巡りに計12人の香港からの客が参加した。9月の登録人形にも15名の外国人客が参加した。このことは訪日客誘致に手応えを感じているが、語学に堪能なスタッフが不在で、外国語のパンフレットやホームページも作成されていない。今後インバウンド観光に対応する戦略の必要性は認識されており、先ずは語学に堪能な職員の確保が急務であることも認識されている。

現在は観光資源を客に知ってもらいリピーターを確保することを目的に、バス代は市が負担し殆ど実費で実施されている。この企画が実施できたのも旅行業の資格を持っているからである。

4. 「旅週間」と「周遊バス」の評価

4・1 観光客の属性と評価

2015年度の「旅週間」と「周遊バス」の参加者を対象にFM八女観光事業部が実施したアンケート調査⁶⁾から、観光客の属性や訪れての感想について以下のことが分かった。

(1) 観光客の属性

参加者の性別は「旅週間」が女性70%、「周遊バス」が女性85%と女性が圧倒的に多い。年代は「周遊バス」が60代以上で70%を占めるのに対し、「旅週間」は20代が7%、30代が15%、40代が19%、50代が17%、60代28%と若い世代も参加している。居住地は「周遊バス」は福岡市が42%、隣接市の久留米市が25%と多く、福岡県内で90%を占める。2014年の参加者が最も多かった久留米市よりも、遠方の福岡市からの参加者が増えたのは、知名度が上がったからだと考えられる。「旅週間」は八女市内が39%と最も多く、福岡市と久留米市がそれぞれ13%、県内で95%を占める。市内からの参加者が多いのが特徴である。どちらも福岡県外からの参加者は少ない。「周遊バス」のリピーターの割合は32%と多い。「旅週間」は統計がないので正確な数字はわからないが、毎年異なるプログラムに申し込みをしている人も多い。

(2) 参加者の感想

参加しての感想は1名を除き大変良かった或いは良かったと両方とも回答しており(図2参照)、満足度が高い。従ってまた参加したいという希望者がどちらも9割を占めている。特に良かったことはどちらも体験指導者や案内人の案内や内容がトップにあげられている(図3と図4参照)。体験内容とともに地域住民との交流が満足度を高めており、着地型観光の魅力が発揮されている。

(3) 情報源

この旅を知った情報源は「周遊バス」はチラシが32%、口コミが26%と多い。それぞれ4割を占め、「旅週間」はパンフレットが50%と多く、口コミ19%となっている。毎月行われているバスツアーは参加した人からの口コミによって広がっていると考えられる。ホームページで知った人はどちらも1割程度でしかない。改善点としては告知方法や申し

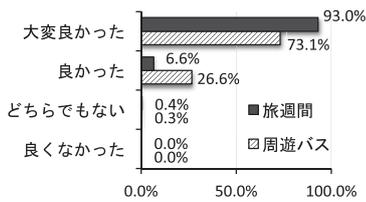


図-2 参加しての感想

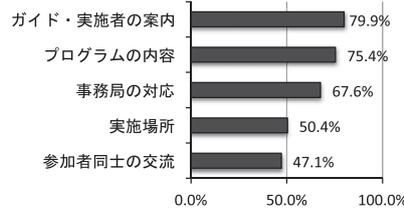


図-3 旅週間で良いと感じたこと (複数回答)

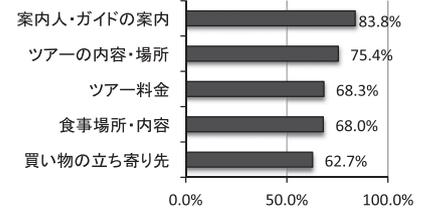


図-4 周遊バスで良いと感じたこと (複数回答)

込み方法がどちらからも1割の人から指摘されている。

4・2 「もてなし人」の反応

体験プログラムの指導者となった「もてなし人」へのインタビュー調査からは、以下のことが把握できた。「もてなし人」は自分の技術に興味を持ち楽しんでくれる訪問客がいることに喜びを感じている。伝統工芸の職人の多くは「人に教えるのが不得手」「上手にしゃべれない」「面倒くさい」「このような手仕事に興味を持つ人はいない」と最初は参加に消極的であったが、一度指導者を経験すると次もやりたいと希望している。特に機械化による大量生産で需要が少なくなっている御櫃、包丁、線香、木蠟等の伝統工芸の職人は、今までは消費者と直接交流することがなく、その反応が分からなかったが、参加者の好意的な反応に驚き、仕事への誇りと自信を取り戻している。回を追う毎に客とのコミュニケーション技術も上がっている。前述のように訪問客からも、指導者の人柄や内容が最も良かったと好評である。体験プログラムは地域の職人の存在と技を宣伝することになると同時に、その技を学びたいと考える若者が現れれば、技術の継承にもつながる。

このようなことができるのも、体験プログラムの企画、宣伝、集客、当日の受け付けや集金など、職人が技を教えること以外のことを観光コーディネーターが負担してくれているからである。

5. まとめ

以上より、地域資源を活かしながら地域活性化に貢献する着地型観光の一つのモデルを示すことができたと考えられる。取組の特徴及び地域活性化への効果や課題を総合的に考察すると以下のことが言える。

- ①八女市の着地型観光の取組は、地域への誇りを高めるために、まずは市内の地域資源を市民に知ってもらうことから始められている。地域資源にはモノだけでなく人も含めており、人材発掘と人材育成が最初からアクションプランに入っている。観光コーディネーターの必要性も最初から認識され、早い時期に配置されている。市の外郭団体が旅行業を取得することにより、観光地域づくりプラットフォームとなっている。
- ②八女市の自然や伝統的町並み、伝統工芸や手仕事、農産物や加工品を活かした着地型観光は、ここでしか経験できない本物を体験することができ、客の満足度が高くリピーターも多い。体験内容とともに地元住民と交流することも満足度を高くしている。地域資源を広く宣伝し、八女ファンを増やす効果を果たしている。八女市での取組は現存する地域資源を、それに関わっている人を上手に介在させて客とのコミュニケーションをとりながら魅力的に演習している。
- ③体験プログラムは必ず現地で実施され、その場の雰囲気や周辺の風景も含め五感で体験できる。その場所へ魅力を感じ移住を決心した人もいる、まだその数は少ないが、地域活性化に貢献している。
- ④八女市での観光活動は経済活性化は勿論であるが、人も含めた地域資源をいかに輝かせて八女市のブランド力を高め、交流人口や転入者を増やすかに重きが置かれている。
- ⑤消えかかっていた伝統文化が、体験参加者からの評価により誇りと自信を回復している。知名度が上がれば維持されることにつながる。観光が伝統文化の継承に貢献できる可能性を見いだすことができる。
- ⑥課題としてはまず宣伝方法があげられる。口コミで観光情報が広がってはいるが、県外からの参加者は少ない。県外へ、更に海外へも八女の魅力を伝える宣伝方法を開発する必要がある。インバウンド観光の手応えは掴んでいるが、まだ準備不足で、外国語のホームページやパンフレットもない。観光案内所のスタッフは必要性は充分認識しており、今後改善されていくと考えられる。次に男性の参加者が少ないことがあげられる。男性が魅力を感じる体験内容や、仕事を持つ世代も参加しやすい日程を組む等の検討が必要である。

以上のような着地型観光が実施できているのは、市が観光地域づくりプラットフォームの運営資金を負担しているか

らである。プラットフォームが経済的にも独立した存在であることは重要だが、八女市のように地域活性化と伝統文化の維持継承のために、公金で負担するケースも一つのモデルと考える。

【謝 辞】

資料の提供とインタビューに応じていただいた八女市観光振興課や茶のくに観光案内所の職員の皆様や「もてなし人」の皆様に感謝申し上げます。

尚、この論文には科研費基盤研究費(C)一般24611032と16K02097の一部を使用した。

【補 注】

- (1) 参考文献1) の p. 39より引用。
- (2) 参考文献2) の p. 3より引用。
- (3) FM福岡は福岡県を放送対象地域としたFM放送局で、1970年に開局した。
- (4) 参考文献6) の p. 33のデータを引用
- (5) 八女市は合併後の広大な市内全域への防災及び行政情報の伝達・共有化を図るための情報伝達手段を確保するために、コミュニティFM局を開局することとなった。それを運営するために、八女市が協力団体と共に設立したのが「一般財団法人FM八女」である。放送開始と共に市内全戸に防災ラジオが無償配布された。
- (6) 参加者が当日無記名で回答するアンケート調査で、有効票数は「旅週間」が258票、「周遊バス」が394票である。「周遊バス」20票の白紙があったが、年齢と性別は申込時に把握できているため414人をサンプル数として統計処理している。図2～図4はこのデータを用いて作成。

【参考文献】

- 1) 観光庁(2015)「観光地域づくり事例集2015」http://www.mlit.go.jp/kankocho/news/04_000112.html, (2015年7月5日入手)
- 2) 尾家建生・金井満造(2008)『これでわかる着地型観光—地域が主役のツーリズム』, 学芸出版。
- 3) 大社充(2008)「体験交流型ツーリズムの手法 地域資源を活かす着地型観光」, 学芸出版。
- 4) 才原清一郎(2015)「観光客視点からの着地型観光の課題の考察」, 日本国際観光学会論文集(第22号), pp. 21-27
- 5) 森重昌之(2009)「着地型観光による地域づくりに必要な地域の条件」, 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論文集5, pp. 103-111, http://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/38218/1/9_p103-111.pdf, (2015年11月14日入手)
- 6) 八女市観光振興課(2015)「平成26年度茶のくに観光推進事業 事業報告書」