

ふるさとへの愛着と誇りを抱くために必要な取り組みについて： 新潟県の中高生を中心にした研究

Efforts needed to be nourish and proud of hometown:
Research focused on junior and senior high school students in Niigata Prefecture

新潟経営大学観光経営学部 専任講師 Barolli Blendi

観光経営学部 2020年度卒業生 Kaneta Yuri

観光経営学部 2020年度卒業生 Nakamura Wataru

※本研究は2020年度卒業生（バロリゼミ）兼田有梨さんと中村航くんが2020年3月まで進んできた
ものであり、最終のまとめはバロリが行った。

要旨

1. はじめに
2. 日本における人材育成プロセス
 - 2-1. 政府の支援戦略（2018－2020年）
 - 2-2. 地方における人材育成成功事例
 - 2-2-1. おたる案内人ジュニア育成プログラム（北海道・小樽市）
 - 2-2-2. とやま観光未来創造塾（富山県）
 - 2-2-3. 多様な通訳ガイドによる外国人旅行者滞在環境の向上（石川県・金沢市）
 - 2-3. 産学官金連携の活動事例（ワーキンググループ 和歌山県と秋田県の事例）
3. これまでの活動
 - 3-1. 本間智美さんへのヒアリング（新潟市南区）
 - 3-2. 留学生と一緒に弥彦村のまち歩き調査（新潟県弥彦村）
 - 3-3. 千年鮭株式会社きっかわの吉川さんへのインターンシップ（新潟県村上市）
 - 3-4. TREE 中川さんへのインタビュー（新潟県三条市）
 - 3-5. 沼垂商店街高岡さんへのインタビュー（新潟市中央区）

4. 結論

注

参考文献

謝辞

要旨

本研究は、人材育成によるふるさとへの愛着と誇りを抱くために必要な取り組み事例を取り上げ、現在、新潟県が目指している観光立県を実現するために、多数の課題解決を明らかにする目的である。また、日本政府による観光の支援戦略やワーキンググループ活動の成功事例を調査し、有意義な提案が出来ることを目指している。まずは、日本における観光の戦略や影響を解説し、その後は地方における人材育成の成功事例とこれまでの活動内容を取り上げ、最後に結論と提案を行う。

Key words：人材育成、若者、地方、愛着と誇り、観光教育

1. はじめに

近年日本を訪れる外国人は年々増え、日本政府観光局の調査によると2019年12月の時点で3,188万2千人となっており2018年と比べ2.2%増加している¹。この勢いは2020年の東京オリンピック後も伸び続けるのではないかと予想されているが、日本と韓国による政治の関係やコロナウイルスの外的要因によって減少する可能性も懸念される²。

多くの外国人旅行者が訪れることにより日本に及ぼす影響は大きい。例えば文化の交流や消費の拡大などが挙げられる。特に注目すべき点は経済的な面である。観光庁の調査によると訪日外国人旅行消費額は4兆8,113億円で1人あたり15万8千円となっており、日本人旅行者の1人あたりの消費額のおよそ3倍もの額になっている³。近年、日本を訪れる外国人の約6割が地方に泊まるという調査結果が出ている⁴。

さらに、日本は2003年から「住んでよし、訪れてよし」の国づくりに官民一体となって取り組んでいる。観光振興に必要な4要素といわれているのが気候、自然、食、文化であり、日本はこれら4要素をすべて含んだ国である。これからは更なる努力で観光先進国へグレードアップする必要がある。日本は諸外国と様々な歴史的経緯を持っているが、観光を通じた草の根の交流は相互理解や日本に対する信頼や共感を生みソフトパワーによる安全保障という側面も期待できる。自分たちが住む地域や文化、そして日本人の本質に触れてもらうことで、私たち自身も日本の価値を再認識し誇りに思えるだろう。

観光は主体的、対話的で深い学びの実践に大きく貢献できるテーマといえる。そこで必要不可欠となるのが観光教育だと考える。

観光教育には、

- ① 観光の重要性や役割を知る
- ② 日本や地域に対する誇りと愛着を醸成し、その魅力発信や課題解決に貢献できる
- ③ 情報収集や現地調査など、主体的・体験的な学びができる
- ④ 他の科目との横断的な学びによる相乗効果が期待できる
- ⑤ 観光に関する話題や統計も教材になり得る

⑥ 外部の有識者や企業・自治体などの協力により、開かれた教育の実践の場になるというねらいと効果が挙げられる。

例えば、沖縄県那覇市立開南小学校では4年生と5年生が観光を単元とした授業を受けている。地域人材の活用を学ぶ授業では、フィールドワークとして那覇市中心部の繁華街にある国際通りに出向き、観光客にインタビューを実施した。沖縄旅行の理由、沖縄のどこに魅力を感じるかについて「買い物」「祭り・イベント」「歴史」「生活文化」「食べ物」「自然」の6つの項目の中から最も当てはまるものを選んでもらい、持ち帰った調査結果を分析してクラスで共有することで観光に関する気づきが生まれ地元への興味が増すなど子どもたちの変化につながっている。沖縄県では持続可能な観光を見据えた多面的な活動が始まっている⁵。

新潟県全体に訪日外国人旅行者が訪れるようになるには地元住民、特に地元の中高生の力が必要となっていくのではないかと考える。この考えに至った経緯となったのが「佐渡の学校蔵」である。「佐渡の学校蔵」は2014年から佐渡で行われており『「学校蔵の特別授業」と題して毎年6月に一日限りの白熱授業ワークショップを開催している。佐渡は「日本の縮図」と言われるように、島独特の自然文化や歴史を持っている。そして課題先進地としても日本の縮図と言える島であるため、ここから佐渡、そして日本の未来を考えることが出来ないか？それが出発点となって教室を舞台に「佐渡から考える島国ニッポンの未来」を大テーマに据えて、ライブ感あふれる特別授業を行っています。』⁶。

私達が参加したのは2018年と2019年の2回で、テーマは2018年が「「地方通いのススメ」「共生する働き方」「混ざって学ぶ」2019年は「佐渡島から考える、人が減っても出来ること」だった。いずれの授業も地方のことを知り尽くした先生方の話を聞くことができ、モノの見方や考え方で私達に沢山の気づきを与えてくれるものであり本研究に非常に役立てられている。また、地元の高校生による「佐渡ならではの働き方」と題した発表を拝聴した。これは本研究を始めるきっかけとなり、地元中高生の彼らがこれからの地方を担う人材となっていくのではないかと感じた瞬間でもあった。

これらのことから観光教育は必要不可欠であり、まずは地域の魅力を見つけることが大切であると言える。ごく普通の風景や生活様式が観光客にとって魅力的な場合もあり、地図や観光案内、インターネットなどを利用して情報収集をすることや現地調査にもトライすることが必要である。私たちはこの観光教育を用いて、中高生をターゲットとした人材育成を行うことが地域の魅力を高める方法のひとつであると同時に、長期的な考えとして、地域のリーダーを生み出すことが必要だと考えた。そこで、本論文ではふるさとへの愛着と誇りを抱いてもらうには具体的にどのような取り組みが必要になるかを述べていく。

2. 日本における人材育成プロセス

本章では、日本政府の観光に関する戦略と実際の成功例そしてワーキンググループを活用した地

方の事例を述べていく。この4年間観光やまちづくりについて勉強したことで政府が人材育成に注力していることが分かった。

2-1. 政府の支援戦略（2018-2020年）

まち・ひと・しごと創生総合戦略によると、日本の人口は、2008年をピークに減少傾向にある。また東京への人口の一極化も進んでいる。2017年の東京圏の人口は3643万9千人となり、全人口の約3割が集中し、さらには東京に移転する人のほとんどが15歳～29歳の若者である。そんな中、政府が打ち出した地方へ人を送るための戦略が「地方創生」である⁷。

地方創生は、言うまでもなく「ひと」が中心であり、長期的には、地方で「ひと」をつくり、その「ひと」が「しごと」をつくり、「まち」をつくるという流れを確かなものにしていく必要がある。その上で、現在の課題の解決に当たって重要なのが、負のスパイラルに歯止めをかけ、好循環を確立する取組である。アベノミクスを全国津々浦々まで浸透させるためには、地域資源をいかした「しごと」をつくり、地方の「平均所得の向上」を実現することが重要である。地方の「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立し、地方への新たな人の流れを生み出すこと、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻し、人々が安心して生活を営み、子供を産み育てられる社会環境をつくり出すことが急務である。このため、まち・ひと・しごとの創生に、同時かつ一体的に取り組むことが必要であるとされている⁸。

そこで、政府は4つの目標と地方創生版の3本の矢を掲げた。そのなかでも今回は「ひと」に関するものを説明していく。

4つの目標のうちの1つが地方へ新しい人の流れを作ることである。それを政府は「ひとの創生」と題した。それは『地方への新しい「ひと」の流れをつくるため、「しごと」の創生を図りつつ、若者の地方での就労を促すとともに、地域内外の有用な人材を積極的に確保・育成し、地方への移住・定着を促進するための仕組みを整備する。若者をはじめとして、暮らしの環境を心配することなく、地方での「しごと」にチャレンジでき、安心して子供を産み育てられるよう、結婚から妊娠・出産・子育てまで、切れ目のない支援を実現する』⁹としており、具体的な計画としては「わくわく地方生活実現政策パッケージ」として「ひと」と「しごと」に焦点を当てた計画を政府は行っている。

「わくわく地方生活実現政策パッケージ」は、3つの柱で構成されており、1つ目は「UIJターンによる起業・就業者創出」である。地方にこそチャンスがある、といった若者が夢や希望を持って地方へ行けるように後押しし、さらにはUIJターンを利用し地方の企業に容易に就職できるように様々なサポートや、就職後の引っ越し等にかかる諸経費を国が負担するなどのサポートを行っていくものである。

2つ目は「女性・高齢者等の活躍による新規就業者の掘り起こし」である。「子育てが一段落したので就業したい」、「会社引退後も就業を通じて社会と接点を持ちたい」といった女性・高齢者等の希望をかなえるとともに、地域中小企業の人手不足改善、地域の社会問題の解決のために、官民

が連携してプラットフォームを作り、支援者や対象者の掘り起こし等を行っていくものである。

最後に3つ目が「地方における外国人材の受入れ」である。内閣府地方創生推進事務局によると「地域における新たな担い手として、外国人材の更なる活躍が期待されることから、その能力を最大限に発揮し、地域における担い手として定着できるよう地方における外国人材の受入れを推進する。具体的には、外国人材による地方創生支援制度や地方公共団体等に雇用される外国人材に対する「包括的な資格外活動許可」の付与、高度人材ポイント制の拡充や在留資格変更手続の簡素化等を行う。さらに、新たな在留資格が創設されたことを踏まえ、大都市圏その他の特定の地域に外国人が過度に集中することなく、地域の人手不足に的確に対応し、地域の持続的発展につなげていく必要があるため、地域における外国人材の活躍と共生社会の実現を図る地方公共団体の自主的・主体的で先導的な取組について、地方創生推進交付金により積極的に支援していく」と述べている。また、これらの取組とともに、将来的なUIJターンにつながる「関係人口」の拡大に向け、地域おこし協力隊の拡充や子供の農山漁村体験の充実にも取り組むとしている¹⁰。

さらには、2020年を2期とした計画が立てられており、その中には地域を支える人材育成のための高校改革というものがあり「ふるさと教育」の導入や地域と高校生を繋ぐコーディネーターの検討、地方留学といった様々な政策が計画されている。

2-2. 地方における人材育成成功事例（2011-2020年）

次に、地方における人材育成成功事例について述べていく。現時点での成功事例はまだ少ないのが現状であるが、これらの事例は本研究の重要なポイントであり、これらの事例のこれからにも注目していかなければならない。

2-2-1. おたる案内人ジュニア育成プログラム

「おたる案内人ジュニア育成プログラム」は、おたる案内人が小樽市内の小学生に対して、地域の歴史を伝え、観光ガイドを実践させる取組として、平成23年度にスタートした。おたる案内人が市内の小学校（5・6年生）の総合学習時間において、授業を実施し、最終プログラムとして市内観光スポットで観光ガイドを実践するものである。おたる案内人は、小樽の歴史や文化などに対する幅広い知識を有した人材の育成を目指す「おたる案内人制度」と呼ばれる検定に合格した者の名称であり、一般市民である「おたる案内人」が指導役となるという「市民が市民へ地元の歴史を伝えていく」循環型の新たなまちの仕組みづくりに繋がっている。

ジュニアプログラムが始まってから変わらないコンセプトは、「自分たちが暮らす小樽の歴史を学ぶことで、郷土愛を醸成すること」と「プログラムを通じて学んだことを実際に観光客にガイドすることで、表現力を養い、社会力を育むこと」である。ガイド実践を通じ子どもたちの素直なおもてなしの気持ちが観光客にも伝わり、小樽の対観光客受入のイメージアップに繋がったことが成功要因である。

2-2-2. とやま観光未来創造塾

富山県では、北陸新幹線開業効果を持続・発展させるとともに、外国人旅行者の急増やグローバル化のさらなる進展を見据え、①おもてなし力の向上②お客様に満足いただける観光ガイドの育成③魅力ある観光地域づくりをリードできる人材育成④地域資源を生かしてインバウンドツーリズムを企画・実施できる人材の育成をめざし、次世代の観光を担う「とやま観光未来創造塾」を平成23年度より毎年6～11月の約半年をかけて開講している。

活躍の場に合わせて「観光地域づくり入門コース」「観光ガイドコース」「観光魅力アップコース」「グローバルコース」「観光地域づくりマネジメントコース」の5コースを設置している。特に「観光ガイドコース」「観光魅力アップコース」には主任指導を行う主任教授を配置し、きめ細やかな指導を実施するとともに、県内外で活躍する一流の講師陣による、実務的、実践的な講座を行っているところが特長である。また、「グローバルコース」では外国人向けツアーの現場で技術の習得を図る雇用型訓練を実践し、修了生が県内で起業している。修了生と現役生の交流・研鑽の場の設定や、修了生へ聴講可能な講義の開放、県の支援制度の相談等の情報提供など、修了生への継続的な支援を実施している点が成功要因である。

2-2-3. 多様な通訳ガイドによる外国人旅行者滞在環境の向上

石川県金沢市では、全国通訳案内士、金沢ビジターズホスト（地域通訳案内士）、金沢グッドウィルガイドネットワーク（ボランティアガイド）の3種類の通訳ガイドが活躍している。外国人旅行者に、金沢の魅力である歴史・文化を知ってもらい、金沢ファンを開拓していくことを目的に、それらを正しく、分かりやすく発信するため、通訳ガイドを対象としたスキルアップ講座を開催している。歴史・文化や日常生活への理解を深めてもらうためには、地元の人がある強みを生かし、自らのストーリーを交えながら、その魅力をしっかりと伝えることが一番であり、地元通訳ガイドがスキルアップしながら発信主体となることで、旅行者の満足度の向上、ひいては、将来の誘客増加へと繋がる。また、タクシーやホテル、ボランティアガイド等の観光関連事業者等を対象に、聞いて学ぶ英会話研修用教材を作成・配布することで、事業者等が気軽に利用することができて継続的な個人学習が可能となることから、外国人旅行者へのおもてなし力の向上のきっかけを創出することができているので成功している。

2-3. 産学官金連携の活動事例（ワーキンググループ 和歌山県と秋田県の事例）

次は、ワーキンググループの活動についてまとめていく。今回は2つの事例を紹介していく。

まず、最初はきのくに信用金庫と和歌山県が連携して地域おこしを行っているワーキンググループについてまとめる。きのくに信用金庫は和歌山大学と共同研究を行い地域住民へのセミナー開催や朝市開催の支援、NPOの活動支援、商工会議所との連携を中心に取り組んでいる。設立の目的としては活力あふれる元気な和歌山経済の創造を共通の目的に据えて、県知事にも施策を提案し採用もされている。

施策は2つあり、1つは小規模だが優良技術を持った企業を発掘し成長を支援する施策と、2つ目は和歌山の観光振興で信用金庫業界の年金旅行を誘致するというものである。成果として新潟・東京・大阪の5つの信用金庫の誘致に成功した。今後もこれらのつながりを活かし地域との共生を目指していくとしている。

次に秋田県にもワーキンググループを活用した取り組みがある。それが「秋田産業サポータークラブ」という団体だ。「秋田産業サポータークラブ」とは、秋田県出身であり東京で活躍されている方々が、ふるさと秋田のために何かできることはないかと集まって結成され、秋田の産業全般に関する意見や情報を交換し今後の産業施策の推進に役立てていくことを目的としている団体である。

現在サポータークラブには7つのワーキンググループがある。①秋田県内の企業と、首都圏の企業をつなぎ、人材育成を支援する「企業振興育成WG」、②秋田県と首都圏の文化芸能分野の連携プロジェクト「夢づくりWG」、③現在は大館市の「歴史まちづくり」の支援を中心に活動している「地域連携観光振興WG」、④首都圏在住の方々に北東北の歴史を紹介し、北東北への観光誘客などを図る「北東北歴史懇話会」、⑤地熱や温泉水など国産の再生可能エネルギーである地球熱の有効な利用方法を検討する「地球熱利用・地域振興WG」、⑥環境性・安全性をテーマとした中層木造校舎への秋田杉の活用、秋田に放置された空家の再活用などを模索する「秋田杉活用と地域活性化WG」、⑦秋田ならではの資源である食・温泉・自然・文化・伝統などをもとに、「美と健康」関連ビジネスを創出する「食と美と健康WG」¹¹。特に成果があったのが横手市増田町の商家が家の中に作った立派な「座敷蔵」の観光資源化である。家の中に作られた内蔵（うちぐら）の公開に伴って「蔵の再生」基金を創設したことで、重要伝統的建造物群保存地区の指定を目指した活動が開始され2013年に重要伝統的建造物群保存地区に指定された¹²。また今まで観光客の目に触れることのなかった内蔵の存在を外にアピールするきっかけにもなった。

3. これまでの活動

以下に、兼田さんと中村くんが県内の様々な方へのインタビューや自分たちの経験についてまとめて説明していく。

彼らは4年間で観光に関することを多面的に学んできた。また学校外の活動にも積極的に参加してきた。その際の活動についてとお世話になった方へのインタビュー等をこの章ではまとめていく。

3-1. 本間智美さんへのヒアリング

本間智美さんは新潟市南区まちづくりアドバイザーとして活躍している。同区に生まれ、進学・結婚を機に新潟を離れていたが2014年に新潟に戻り、水と土の芸術祭の代表に就任。地元である南区の魅力を掘り起こし地域資源として再生させるなど、地域住民と行政と一緒に地域づくりに取り組んでいる。まちの交流拠点をつくろうと2018年1月に南区地域の茶の間「天昌堂」をオープンさせた。空き家となっていた天昌堂に目をつけてそれを生かして輝かせることで「このまちらしさ」

が出てくる。本間智美さんは「今、地域の茶の間を天昌堂でやっていますが、商店街がもともと持つ機能こそ本来の支え合う仕組みなのかなと思っています。歩いていれば誰かに会え、買い物もできるという従来持っている機能を各地で取り戻したいな。そうすることで、わざわざ遠くまで足を運ぶ必要がなくなり、この中でコミュニティも生まれます。そのような原点に戻ることができるといいですね」と述べている。本間智美さんの活動を知った私たちは、2018年に本間智美さんへのヒアリングを実施した。点を線でつなげていく活動と、子どもたちが考えたアイデアを具現化しサポートすることが大切であると学んだ。

3-2. 留学生と一緒に弥彦村のまち歩き調査

私たちは2016年の9月23日と10月28日の2回、弥彦の観光協会の方達と新潟経営大学の留学生とともに弥彦村のまち歩き調査を行った。弥彦村は弥彦神社をメインの観光資源としており1年中季節を問わず多くの人が参拝等で訪れている。しかし、弥彦村に来た多くの観光客が弥彦神社近辺の土産物屋や飲食店を利用するだけに留まってしまっていることが課題として挙げられてた。弥彦村はこの現状を何とかするために、2005年から「歩いて楽しいまちづくり」をコンセプトとしてパンフレットのリニューアルや弥彦公園に新しい駐車場の整備、直売所の新設等のまちづくりに力をいれる取り組みを開始した。さらに、観光客の滞在時間を少しでも伸ばすために「まち歩きウォークラリー」や「弥彦ナイトウォーク」さらには「着物歩き」などの街を散策するイベントにも力を入れている。村全体を歩いてもらうことで、神社周辺だけでなく村全体が観光の対象となり、多くの人に弥彦村を好きになってもらえることと、弥彦村に住んでいる人が弥彦村を誇れるようになっていくのではないかと考える¹³。

弥彦村がこれから解決していかなければならない課題は、留学生からの意見にまち歩きをする時に解説が日本語だと日本語に不慣れな人が分からないことが多いこと、看板やパンフレットに外国語の表記がないことが挙げた。これらの課題は弥彦のみに言える事ではないが、今後日本を訪れる外国人観光客はさらに増えると考えるので、これらの対策は急務だと思われる。また、住民の意識改革も必要で、弥彦の観光が低迷するのは当然だと思う人や神社しかないと考えている人が少なくない。こういった意識や考え方のずれが対立を生み、子供たちにも根付いてしまうのは、まちづくりにおいて非常に危険だと考える。こういった危険を未然に防ぐためにも地域住民同士の話し合いの場や、小中学校の授業に地域教育の時間を設けるなどの対策が必要となるのではないかと考える。

3-3. 千年鮭きっかわさんへのインターンシップ

新潟県の北部に位置する村上市で伝統的な鮭の加工品である塩引き鮭などを製造・販売する店「千年鮭きっかわ」にてインターンシップを実施した。この店の社長である吉川真嗣さんは、城下町・村上に残る昔ながらの町屋を舞台に、生活空間である「町屋の中の公開」をはじめ「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」の企画や、景観の再生に取り組み、町屋の歴史的価値と魅力を全国

に広め、多くの観光客が訪れるなど村上の活性化に貢献した人物である。いずれの催しにおいても、城下町・村上の家々に眠っていた宝を掘り起こすことによって、費用もかけずに、また、行政にも頼ることなく村上に多くの人々を呼ぶことに成功した。それによって村上に大きな経済効果をもたらし、まちの活性化に大きく貢献したのである。吉川真嗣さんからは「同業者ではなく時代が敵」という言葉を教わった。これまでの歴史を継承しつつ、その時の時代の中から新しいものを取り入れることで、また新しい顔を見出せ良い影響を与えることができると気付いた。ひとつの輝きがあると、それに影響された誰かがまた輝き始める「連鎖」が生まれ、これが地域活性化へと繋がっていくと考える。吉川真嗣さんは「まちを良くしようと思えば、まずは市民こそが行動すべきである。何かしなければと思いついた時、自分以外の『他の誰か』がそれを言い出してくれるのを待っていても『他の誰か』は現れてはくれない。思いついた本人が自ら行動をおこさなくてはならない。『人形さま巡り』や『屏風まつり』は一定の成果を挙げることができた。肝心なのはこれからだ。今後は景観形成こそやっつけなければならぬ挑戦だ。」と述べている¹⁴。

3-4. TREE中川さんへのインタビュー

TREEは新潟県三条市の一ノ木商店街にある古民家を活用した中心市街地拠点施設である。カフェ、ショップ、レストランのスペースがあり、三条市内で買える品物や三条市で作っているアイテムを多く取り入れている。このTREEのマネージャーである中川祐稀さんにインタビューを実施した。

中川さんは「地方はスタートがしやすい地域」と述べる。三条市の地場産業が世界と繋がっている現状に「どうしたら地場産業に愛着を持ってもらえるのか？」と考えたことがきっかけで音楽イベントを始めた。そのイベントで80人の来場者があり、単純に若い人が集まる場所がないだけだと気づいた中川さんは、興味をもったものをどう繋げるか？と考えたことが活動のきっかけだと話す。商店街と若者の組み合わせが珍しかったためTREEをオープンして1、2か月ほどでテレビ取材が殺到した。そんな時でも中川さんは地域の人と接するときは「ここに居させてもらっている」というスタンスを心がけている。また若者に対しても、地元に興味をもってもらいたいという考えを押しつけるのではなく、若者が何に興味をもっているか？や、何を求めているか？この地域にどう繋げるか？などをよく考えている。中川さんは「押しつける大人」ではなく「大人と混じって学んでもらう、教える、一緒に過ごす」ことが大切だと述べる。地域でなにかをやるという意識を持ってもらうことが重要である。地元の若者へ伝えたいこととしては「夢も大事だが誰とやるかが大事」と述べていた。友達や仕事での人とのつながり、そしてコミュニケーション力が欠かせない。中川さんは「お金に縛られてやりたいことをやれないのはよくない」と若者にメッセージを送る。中川さんからは「観光スポットではなく観光人」との言葉を教わった。オンリーワンは「人」であり、おかえりと言ってくれる人がいれば、それがオンリーワンであると学んだ。

3-5. 沼垂商店街高岡さんへのインタビュー

沼垂商店街は新潟市の信濃川河口付近にあった旧沼垂町の長屋を新たに作り直し、レトロな街並みは残した新しい商店街として、2015年の4月にフルオープンとなった。2010年から少しずつ店舗が増えており、現在では雑貨屋さんやカフェ、飲み屋等30もの店舗が軒を連ねている、また2019年6月には交流人口の拡大等を目的にコワーキングスペースとして「しごと場 灯台-Toudai-」も新たにオープンした。そんな、様々な活動が続けている沼垂商店街の管理・運営をしている沼垂テラスオフィスの代表である高岡はつえさんに今回はインタビューを行った。

高岡さんが、活動を始めたきっかけは、何のお店も空いていないシャッター街の通りを弟さんの居酒屋を手伝いたいという思いで、商店街にしようと思ったのがきっかけだそうで、「古い部分を活かしながら、新しいモノを、ここでしか出会えない人・物・空間を」をコンセプトとして商店街作りに取り組んでいる。

高岡さんが今まで行った活動は数多くあるが、最も印象に残っているのが、商店街のPRとして沼ネコ焼きを作ったことである。味を考えたり、焼き型や焼き印の発注を行ったりと初めて行うことも多くたくさんの苦労があったようだ。また地元小学校ともコラボして9商品の開発を行ったのは非常に楽しかったし印象に残っていると話していた。地域の人々に認められてこそ自分たちが存在できるので、地域の人と接する時は話し方や情報の伝え方に工夫をしないといけないのだそうだ。また、若者達へのメッセージとしては、楽しい街、明るい街を作ることが地域に住む若者へのメッセージとなると語っていた。最後に高岡さんが述べていたことのまとめとして、地元の子供たちは今すぐに地域を好きになってもらう必要はなく、大人になってからも外に出て遠くに行っても、戻ってきたいと思えるような、記憶に残る町として、より沢山の人たちが住みやすい環境を作ること、住みたいと思う町を作ることがこれからの目標だと述べていました。ここに来ないと見れないオンリーワンの景色を作ることが、良い町となるのに必要なことだと学べた。

4. 結論

本稿では政府の観光に関する戦略や人材育成、ワーキンググループの活用、そして新潟県における地域活性化に貢献する人物のヒアリングなどを述べた。以上のことから、中学生や高校生が地元で愛着と誇りをもつきっかけとなるには、「地域の年長者の知恵」「留学生の視点」「リーダー育成の取り組み」「地元の大学生の視点」「広域連携づくりと強化」が必要不可欠ではないだろうか？そして、ありのままの地域を磨いて地域の魅力を引き出すことが大切であり、地域の歴史や思い出エピソードなどを年長者の目線で若者に伝え、留学生や地元大学生はよそ者の視点でまちを盛り上げる活動の連鎖が生まれれば知りえなかった魅力の発見に繋がるだろう。また、地域単体で活動するよりも、周辺地域と協力しあう姿勢も必要である。お互いの地域が抱える課題点を共有することで早期解決や新しい活動が始めやすいなどの利点もある。加えて、大人は子供たちが地域のために考えたアイデアをできるだけ実現するように努めることが大切である。

地元の子供達にとっては自分の地域のことは、まだよく分かってはいないと思う。懐かしさや

郷愁といった感情は大人になってからでないと、思い浮かばないものだからである。それらを思い浮かべる前提としてその地域が住みやすくあり、思い出に残るような何かがなければならない、つまりは周りの環境次第ではないかと考える。周りの大人たちが子供にとって暮らしやすいと思える地域を作ること、いつかその子供が地域を出たとしても、自分の住んでいた場所を誇らしく語ることができることが大事なのではないか。また、その地域で育った子供が大きくなりまた戻ってきたいと思うのも、良い場所・住みやすい場所として記憶に残っており、自分もそんな地域を作る一員になりたいと思うのではないかと考える。ゆえに、自分の地域に対して無関心でいるのではなく、自分の地域がどういう場所で、未来のためにこれからどうしていけばいいのかを、地域に住む全員が考え共有し行動していくことが必要なのではないだろうか。

謝辞

本研究は多くの方々の支援により、無事、調査結果をとりまとめることができました。ここに、本研究にご支援いただいた方々に感謝の意を申し上げます。

お忙しい中、調査に協力して下さった、小畑酒造主催学校蔵特別授業の関係者の皆様、アートユニットOBI（合同会社OBI）の共同代表本間智美様、株式会社きっかわ代表取締役社長吉川真嗣様、TREE代表中川祐希様、株式会社沼垂テラスオフィス専務取締役店舗統括マネージャー高岡はつえ様におかれましても、深く感謝の意を申し上げます。

注

- ¹ 2019年12月 訪日外客数（JNTO推計値）Visitor Arrivals for Dec. 2019 (Preliminary figures by JNTO)
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/（閲覧日：2020年1月28日）
- ² 本研究は2020年2月末に完成になったためコロナ禍状況は対象外となっている。
- ³ 観光庁「【訪日外国人消費動向調査】 2019年暦年 全国調査結果（速報）の概要」p1
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001323877.pdf>（閲覧日：2020年1月28日）
- ⁴ 観光庁 観光白書令和元年版 p41 <http://www.mlit.go.jp/common/001237338.pdf>（閲覧日：2020年2月25日）
- ⁵ 観光庁 配信動画「観光教育の勧め」
<https://www.youtube.com/watch?v=yjI2VXVdniU>
- ⁶ 学校蔵 学校蔵特別授業について
<https://www.obata-shuzo.com/home/gakkogura/#special>（閲覧日：2020年1月28日）
- ⁷ まち・ひと・しごと創生総合戦略 p2
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/honbukaigou/h30-12-21-shiryou1.pdf>
- ⁸ Ibid. p4
- ⁹ Ibid. p8
- ¹⁰ Ibid.
- ¹¹ 秋田産業サポータークラブ 美の国あきたネットー秋田県
<https://www.pref.akita.lg.jp/pages/archive/2404>（閲覧日：2020年1月28日）
- ¹² サポータークラブ10年史（ワーキンググループについて詳細あり）p16
https://drive.google.com/file/d/0B_h36GKoEvXfc1ktRThMbDhCaU/view（閲覧日：2020年1月28日）
- ¹³ 全国町村会 新潟県弥彦村／住みよい街が行きたい街～弥彦浪漫化計画の軌跡～
<https://www.zck.or.jp/site/forum/1100.html>（閲覧日：2020年1月28日）
- ¹⁴ 観光庁 政策について 吉川 真嗣（きっかわ しんじ）https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/charisma/mr_kikkawa.html（閲覧日：2020年1月11日）

参考文献

岡本伸之、観光経営学

寺前秀一、観光政策・制度入門

デービット・アトキンソン、世界一訪れたい日本のつくりかた

大社 充、DMO入門 官民連携のイノベーション

高橋 一夫（編著）、観光のマーケティング・マネジメント

吉兼 秀夫、国枝 よしみ、他、地域創造のための観光マネジメント講座

敷田 麻実、内田 純一、森重 昌之（編集）、観光の地域ブランディングー交流によるまちづくりのしくみ

大社 充、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

古池 嘉和、地域の産業・文化と観光まちづくり創造性を育むツーリズム

手嶋雅夫、関口陽介、他、観光のビジネスモデル：利益を生みだす仕組みを考える

国土交通省 観光庁 観光地域づくり事例集

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/ikiiki.html>

和歌山県との連携による 和歌山県との連携による取組みについて

<http://kinki.mof.go.jp/content/000014921.pdf>