呉市　観光振興課 宛
〒737-8501　呉市中央4丁目1－6
Tel　0823-25-3309
FAX　0823-25-7592
E-mail　kankou@city.kure.lg.jp

様式１

意　見　書

案 件 名	呉市観光振興計画（案）
ご　意　見	各観光関連団体及び市民総ぐるみ観光推進体制と、周辺地域連係

【1】 はじめに

私たち観光ボランティアは、各地から来訪する観光客を通して種々の情報やアイデアを授かります。
その中で例えば、広島や宮島に来訪するお客様に来呉も誘う際に直面する問題など、呉観光振興に関する課題及び対策について考察します。

コロナ禍が終息すれば、訪日客も含め爆発的な観光ブーム再来が予想されまが、しかし最近は、地方創生や街興し改革の波が辺鄙な山奥まで行き渡り、交通機関も発達し、全国の観光事情は一変しています。

つまり(観光客は) １日の移動範囲が著しく拡大し、何処でも好きな処に行けます。
しかし ツアー日数は変らない為、 ①人気スポットや人気ルートは超過密(オーバーツーリング)になる反面、 ②観光客が減少したり、単なる素通り地に変わる地域も多く見られます。
しかも③ツアースケジュールは非常にタイトになって、例えば広島や宮島に来る観光客を「呉にも･･･」と誘っても中々 実現しません。

それは、”呉周辺”に、❶瀬戸内景観を軸に自然条件や地理条件に恵まれ、❷江戸時代の文化･風俗を彷彿する歴史遺産や、❸近代日本形成の針路を決定づけた呉軍港関連の遺跡や歴史遺産など、 全国でも第一級の観光資源が幾ら揃っていても、次の条件が揃わなければ、観光客(大衆)の目は呉に向きません。

① 「1日(終日)観光(or滞在)満足度」が充足できる【施設や、遊興プランが豊富】なこと
② 話題として「(呉を経由するルートが)一大観光圏に発展する勢い」が窺えること

【2】 ″呉″が観光目的地に選ばれる為の ==現状の課題==

そんな観点で現状を見ると、次の様な課題があります。

❶ 呉固有の特長＝観光「売り物」(主題)は何か？ ==「軸」が見えない==
(観光客が)呉に興味を感じる(引き金)としては、様々なジャンルのアイテムが必要です。
① ◆瀬戸内ビューの絶景と、◆江戸時代から明治･大正･昭和～現在に至る歴史回廊
② ◇グルメ、◇ユルキャラ、◇映画や大河ドラマ、◇体験、◇保養、◇教養娯楽、
◇レジャー等々

しかし、◆呉本来「売り物」(御本尊＝軸)と、◇流行や人気にあやかる単発テーマ が混同すれば、断片的な評判を得ても、世間評として「呉の本来特長」は何か？、呉を象徴する「軸」が定着しません。 呉の紹介方法や情宣活動の工夫が必要です。

❷ 呉;「1日(終日)単位の観光(or滞在)満足度」の確保が難しい

観光資源が幾ら豊富でも、交通機関等の問題で効率よく観光、または １日を過せなければ、猫に小判です。
呉の場合はバスツアーやクルージングなど「団体ツアー」を観光振興政策の柱にすべきと考えます。

❸ 「団体ツアーコース」がワンパターン化し、変化に富むコース設定ができない

呉観光(団体ツアー)は、《大和ミュージアム、下蒲刈、御手洗》= 3ヵ所の見学が ほぼ原則(固定観念)化して、現地の見学順路も ガイドも、滞在時間も、受入体制も全て固定化 しています。 それは旅行会社(団体ツアーコース)も全て既定条件になっているので、行程も、見学(滞在)時間も･･･全てワンパターンにルーチン化し、他の変化に富むツアーコースも、例外的にしか催行されません。 折角の 「お宝スポット」も殆ど有効活用されません。

❹ 全呉を通貫する「軸＝ストーリー」がない == 呉観光で強い感動が得られない ==

現地ガイドの説明は、狭い拠点内の内容に絞られ、全呉総合ガイドブックも、広報宣伝も、 各観光拠点や、物件(点)毎に羅列するだけで、呉全体を貫くストーリー(線)が繋がらない。 それは、個々の物件(点)を何ヵ所巡っても「雑貨店の商品をパラパラ眺める」感じで、観光資源が幾ら豊富でも目移りするだけで、「呉魅力の真価」は焦点がボケて発揮されません。

❺ 観光客のリピーター化や 呉ファン育成の道が開けない
◇現地観光ガイドは、現地のことのみ要領よく説明しても、他所の話題や全呉の情報まで説明しようとしない。
◇ガイドブックも、モデルコースも、観光ボランティアも、観光案内も、全て一元客の誘致が主対象で、リピーター客用の資料もパンフレットなどは 揃っていない。
◇それではお客様には、全呉の総合力（魅力）は愚か、見残し物件の存在すら気づかずリピーターや呉ファンになる きっかけにならない。
◇（一般観光客は）再来訪しても、（見残した箇所への）交通機関も不便。
現地に辿り着いてもガイドもいない、　ひっそり閑として何の変哲も感動も感じられない。
◇団体ツアーも、既存コースと並行して「リピーター用コース」を催行するのは中途半端で現実的でない。

❻ 住民ぐるみ協力（住民パワーの活用）体制が弱い　== 観光先進地との格差要因 ==
（現地で）観光ガイド等の説明を受けるお客様は、全体の1％にも達しません。
しかし先進地では、現地住民やコンビニ店員や通行人等との会話など、街全体の雰囲気がそれをカバーし、大きな機動力になっています。
しかし呉の場合、全域を通じて住民は観光客に対し概して無関心で協力ムードは低調です。
その主な要因としては、次の様な事情が考えられます。
a.観光の恩恵は一部の住民や業者に限られる、
b.経済的利潤は道中の別地域に吸い取られる、
c.住民の高年齢化が進むと不特定な外部者の流入を好まない、
d.観光業者や各ボランティア団体は、自団体または地元ファーストで「全呉意識」が薄い
e.行政機関も、高度な知性や情報分野にボランティアを重用する発想が薄い　等々

【3】 呉観光振興計画（案）
現状について、以上の課題が把握できれば、観光振興計画は自ずと絞られます。
つまり、次の 2点を目指して「観光振興計画」を立案すれば、上記課題は大半が解決します。
❶ワンチーム化;「住民ぐるみ協力態勢の構築」、「関係団体のワンチーム化」
❷ 周辺エリア連係;「呉= 終日観光（or滞在）満足度の充実」、「呉を経由する観光ルート開発」

❶ 住民ぐるみボランティア態勢の構築と、観光関係団体のワンチーム化
現在、呉市内に所属する観光関連団体は、観光ボランティア（大和ミュージアム、下蒲刈、御手洗、倉橋等）や、町興し団体、各種事業者組織などがありますが、何れも狭い地元、または各団体の内部組織で、全呉一丸のチーム力は発揮されません。
しかし観光急進地などの成功例には、最近急増した団塊世代退職者などには「観光ボランティア」や「街興し活動」を生き甲斐にして、様々なアイデアを発案し住民も巻込み、行政もそれを支援する･･･「住民ぐるみワン チーム」となったチームパワーに注目されます。

しまなみ海道「サイクリングロード」の経緯や、瀬戸内国際芸術祭も住民の中には、熱意の余り自分の空き家を作品に改造して出展する人もいるとか･･･。
最近の住民パワーは「何が欲しいか？」でなく、「何がしたいか？」にシフ トし、あちこちで強力な機動力になっています。
呉も、観光関連団体のワンチーム化、住民ぐるみ協力体制が構築できれば、視野の広いアイデアや発想力も、機動力も、観光振興の推進基盤も、格段に増強され、上記課題は殆ど解決する筈です。
呉=観光振興計画は、各種セミナー、勉強会、お宝見学会、観光論文募集などを頻繁に催し、「市政だより」など広報もフル活用して、市民層の関心を高めるあらゆる啓発プログラムの挑戦計画の立案を提案します。

しかしそうは言っても、一般市民層にそんな理解ができるのは簡単ではありません。
観光振興計画には、次の様な進め方（手順）も併せて立案すべきと考えます。
a, 啓発活動は、先ず最も理解を得やすい既存の観光ボランティアや観光関連団体のメンバーを主対象とし、その中から「全呉観光振興（ワンチーム化）」に共感する人材を発掘する。
b. 発掘された人材は、全呉視野で斬新なアイデア提案や、（既存ボランティアにはできない）活動に活き々々として励む姿が市民の目に映らねばなりません。
c. それは行政も、広報宣伝やその他、強力な指導やバックアップが必要です。

❷ 「呉周辺；１日（終日）観光（または滞在）満足度」と、「呉を経由する観光ルート開発」
それにしても、①対象エリアを「呉市内」に限定し、②各見学拠点はそれぞれが独立管理する方式では、「終日観 光（または滞在）満足度」を充足するのは極めて困難です。 しかしそれが「呉観光の現状」です。
それには、対象エリアを（呉市周辺まで）広域化すれば、もっと変化に富む「観光物件の組合せ」が可能です。各 見学拠点（点）を、物語（線）に繋いで（物語の探訪ツアー）を「観光商品化」すれば、次の様な多彩なツアー商品 が揃い、「リピーター」や「呉ファン」育成の道も開けます。

◆【呉;1日(終日)観光満足度充足の充足】
対象エリアを(呉市内に限定せず)広域化すれば、もっと多彩な変化に富む(見学先の組合せプラン)が設定できます。

◆【物語ツアーの商品化】
個々の観光物件(点)を物語(線)に繋いで、例えば瀬戸内景観の物語、鎮守府物語、日本海軍の物語、戦艦大和の物語、大東亜戦争史、江戸時代の庶民生活、朝鮮通信使、北前船、・・・　村上水軍物語・・・等々、興味深い物語の材料は幾らでも揃います。　各々の物語に沿って探訪するツアーを観光商品化すれば、多彩な「メニュー揃え」ができます。

◆【呉を経由する観光ルート(数日ツアールート)開発】
更に対象エリアを拡げ、各々の物語を「連続小説」に繋げば、例えば次の様な(何日かに跨がって)「呉を経由する観光ルート開発」の道が開けます。

①(瀬戸内海汽船、現地観光施設、旅行会社等との連係して)
瀬戸内絶景、大東亜戦争、瀬戸内水軍、北前船の物語・・・・等々の遺構探訪コース；
◇広島・宮島～呉～しまなみ海道
◇広島・宮島～呉～松山
◇広島～呉～周防大島～芸予諸島～忽那諸島

②(軍港四市間の、現地ガイド連係を進め)　日本海軍軍港(日本遺産)探訪コース；
◇横須賀～呉～佐世保～舞鶴

観光振興計画は、そんな「将来ビジョン」を考え、実現に向け『誰がリーダーで、どの様に、関係団体や周辺市区や住民とも、話会い説得していくか・・・等』役割の配分計画の立案が先決です。　つまり、それぞれの「担当者は自分の役割を果たそうと精力的に動く仕組み」ができなければ進展は難しいと考えます。

【4】総　括

観光振興は裾野が広い事業なので、理想的な将来ビジョンを描き、必要なアイテムを考えれば、例えば(博物館や美術館とか、レジャー・飲食・宿泊施設とか、案内標識整備・・・等々)際限なく膨れ上ります。 しかしそれらを同時並行して整備・推進するの は至難の業です。 しかしそれを順次(少しづつ)整えるのでは、効果が現れる前(完成する前)に財政破綻してしまいます。

勿論、「将来ビジョン」は、(呉の)「弱点はカバーし、得意分野は真価をフル発揮する目標像」は必要です。 しかし推進手順は、『現状の障害要因(課題項目)を、地道に一件づつ解消していく』べきです。 それにより推進基盤は確 実に強化され、対策効果も確実に現れる筈です。 →その成果を原資にしながら「前進」を計る・・・→の発展サイクルが基本です。

ここに「将来ビジョン」は、「呉内部の諸事情や、呉固有の特徴も深層魅力にも・・・」最も精通している”呉内部”で主体を以て起草すること が肝要です。 外部識者などに頼れば頼る程、呉固有の特徴が失われ、普通のありふれた計画になってしまいま す。

他地域の成功事例は、(そのテーマよりも)その裏にある『「地域内部の主体性、独創性、市民ぐるみ機動力』等々を見習うべきです。

以上、私たち観光ボランティアは、各地から来訪する観光客から色々な情報を授かります。 その中で呉観光推進について直面する問題(課題)、及び個人的考察などを記しましたが、『観光振興計画で最も重要なことは、『現地で直面しなければ分からないアイテム』です。
それには計画を立案するメンバーは、机上の話会いだけでなく。各自の担当役割を明確にして『自発的に現場状況 を調査しながら計画立案する「仕組み」』の構築が必要と考えます。 ■

住　所			
氏　名		電話番号	
受領通知	☑		

受領通知を希望される方はチェック欄(□)にチェック(✓)を入れてください。
ご意見に対する市の考え方については，別途，ホームページや市民センター等でお知らせします。

- 単なる賛否であったり，募集内容に関連のない場合など，市の考え方をお示しできない場合があります。
- 法人，その他の団体にあっては，「住所」欄に事務所又は事業所の所在地，「氏名」欄に名称，担当者の氏名をご記入ください。
- ご意見の内容について，お問い合わせをさせていただくことがありますが，それ以外の目的で個人情報を使用することはありません。