

# 高知中央ブロック観光ビジョン 「土佐人」をテーマにした観光

---

## 1、策定にあたって

---

- 1、策定趣旨
- 2、策定の基本方向

## 2、地域の現況

---

- 1、「県外観光客入込・動態調査」から
- 2、旧高知市・鏡村・土佐山村の取組み(委員会での報告から)

## 3、基本的な考え方

---

- 1、基本認識
- 2、「土佐人」をテーマにした観光のキーワード
- 3、3つのコンセプト

## 4、基本コンセプト

---

- 1、高知中央ブロック観光ビジョン、基本コンセプト
- 2、基本コンセプトが描く将来像
- 3、一人ひとりの行動の原則

## 5、具体化への取組み

---

- 1、推進のチカラ、一むすぶ・つなぐ・まとまる一
- 2、推進の「かなめ」はコーディネーター
- 3、展開プラン、4つの視点
- 4、展開プランの方向性

## 6、展開プラン

---

- 1、「顔」を創る展開プラン

---
- 2、「ルート」を創る展開プラン

---
- 3、「人」を創る展開プラン

---
- 4、「便」を創る展開プラン

---

## 1 策定趣旨

中央ブロックは、旧高知市・鏡村・土佐山村が合併した高知市からなり、海、山、川の素材を活かした観光振興が期待できる地域にある。また県内において観光客がもっとも多い地域でもある。

国内観光は、総じて低迷しているが、地域別に見たとき、一部では「にぎわい」を見せる観光地もある（平成16年観光白書を引用）。これは旅の選択肢が増える中、特徴のある観光地が地域間競争を制していると言える。

このため、今後の観光は直接に携わる関連産業ばかりでなく、地域づくり、まちづくりの視点を盛り込み、地域個性を「魅力」として確立する必要がある。それによってさまざまな波及効果も期待できる。

こうしたことから、すそ野の広い取組みが求められており、ビジョンの策定には、地域で活動されている方々の意見をもとに、地域の5年後をひとつの目安として、取り組むべき内容を協議・検討した。

今後、より多くの住民の参画を得て、将来の望ましい姿の実現につなげていく必要がある。

## 2 策定の基本方向

策定にあたって以下のことがらを確認した。

### 1) 中期的な取組みができるビジョンの確立

今回策定する高知中央ブロック観光振興ビジョンは、ソフト事業を中心とした展開を想定している。こうした取組みを実現するためには、一定の時間を必要とすることから、ビジョンは、時間の経過に耐えられる「先見性」が求められる。



取組みの方向が、時代のトレンド、地域の実情に沿っていれば、先々の見直しや新たな事業展開を円滑に行うことができる。

十分な議論を通じ「話題」や「一部の声」に流されることのない、将来の評価に耐え得るビジョンを戦略として打ち立てる必要がある。

## 2) 具体化の仕組みを持つ戦略展開

---

ソフト事業の取組みのなかで「成功事例」や「話題」が生まれることは、住民の観光行政に対する関心を高めることにつながる。



成功事例が早い段階からカタチとなり、住民各層からの「関心」や「期待」を引き出せるような、戦略を持った実践的な施策の展開が必要である。

## 3) 地域への「広がり」が生まれる展開

---

「これからの観光」には、さまざまな可能性が期待されている。それには、より多くの「新たに携わる人」「新たな携わり方(例えば公共交通)」を創ることも必要である。



すそ野が大きいほど、観光のボトムアップにつながり、さまざまな分野で相乗的な波及効果が期待できる。

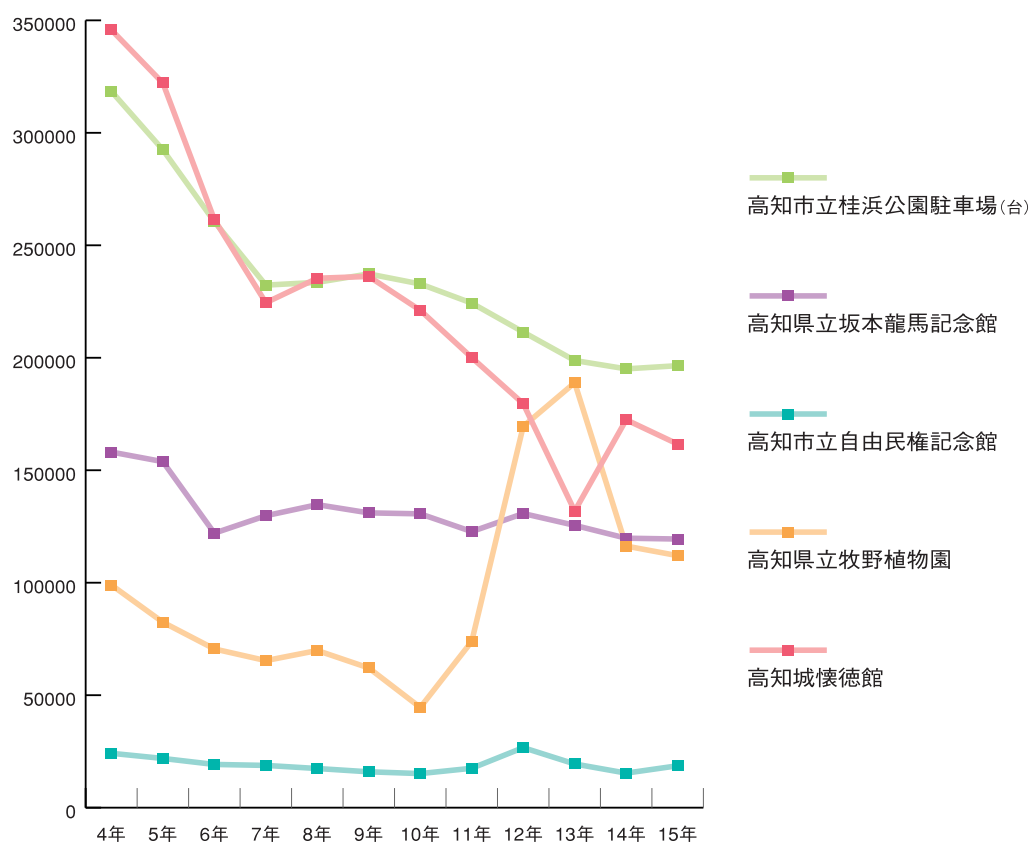


## 1 「県外観光客入込・動態調査」から

高知市は、高知城や桂浜等、県内有数の観光施設等を抱えると共に、昔から県観光の拠点都市としての「顔」を持っている。近年の観光客の動向を「県外観光客入込・動態調査」からみる。

### 1) 高知市周辺の主な観光施設動向

高速道路が瀬戸内側につながった平成4年には、初の500万人観光（県観光振興課調べ）が実現したが、観光形態の変化もあって、ここにあげた観光施設は利用者の長期的な減少傾向に陥っている。



	高知城懐徳館	高知県立牧野植物園	高知市立自由民権記念館	高知県立坂本龍馬記念館	桂浜公園駐車場(台)
4年	345,741	98,984	24,168	158,091	318,444
5年	322,151	82,438	21,878	153,819	292,458
6年	261,439	70,559	19,212	122,028	260,533
7年	224,472	65,371	18,785	129,778	232,294
8年	235,353	69,865	17,403	134,697	233,528
9年	236,149	62,100	15,940	131,049	237,285
10年	221,097	44,548	15,150	130,617	232,808
11年	200,090	73,898	17,510	122,725	224,297
12年	179,598	169,503	26,688	130,757	211,438
13年	131,862	188,907	19,425	125,508	198,779
14年	172,434	116,284	15,356	119,789	195,066
15年	161,633	112,039	18,621	119,420	196,482

## 2) 概要報告から

以下は平成4年からの「県外観光客入込・動態調査報告書」で述べられている毎年の概要報告から、その要点を抜き出したものである。県内観光の動向、経年変化が把握できる。

調査報告年	「概要」と「動態調査まとめ」から (要旨)
平成4年	本州と直結することによりアクセス時間が短縮し、初の500万人観光が実現。昭和63年の瀬戸大橋開通時は、客の増加は中央観光圏のみであったが、東部、西部、さらには山岳観光圏にもその効果は及んだ。発地別では、山陽地方が伸びたことも特徴としてあげられる。
平成5年	本州直結の効果は続いているが、反面日帰り観光客の割合が増加、観光対象別分野では、自然体験観光が増加した。乗用車利用が多く1人あたりの交通費が下がり、1泊2日観光が増加している。
平成6年	円高による海外旅行へのシフトが顕著で、主要観光施設利用実績は対前年比83.9%と大きく落ち込んだ。ただ県西部の自然志向、体験型観光は伸びていて、これはリピーター的大幅増加によると推測されている。山陽自動車道延伸による近畿圏からの入込みが多い。
平成7年	特に県西部の自然体験施設の利用が伸び、2回以上のリピーターが増加しており、また旅行目的は慰安休養に移行している。個性的な文化施設も人気を高めている。この年、年代別に見た観光客は50代がもっとも多い。
平成8年	引き続き県西部の自然体験型施設の利用が増え、また高知市内の多くの施設が増加に転じていて、日曜市の盛況を裏付ける結果になった。近年のリピーター増加傾向を通じ、特色ある新規施設への新しい動きも見られる。
平成9年	高知・米子の自動車道直結、空路東京便のトリプルトラッキング化、土佐くろしお鉄道開通等の要因により、県外観光客は520万人と過去最高を記録した。さまざまな宿泊施設がオープン、受入面でも進展している。中央観光圏への日帰り客が増加している。動態調査によれば、もてなし、サービスへの感想は概してよい。
平成10年	前年開通した明石大橋の効果から近畿からの入込み客が大幅に伸びた。集中豪雨災害により各施設は大きな影響を受けたが、キャンプ場など自然体験型施設は前年比を伸ばしている。観光客からは、自然・食べ物・県民性に「よい」との感想が多かった。
平成11年	「しまなみ効果」は表れず、県外観光客は対前年比を割ったが、高速道路の通行数は増加し、目的地を絞ったマイカー日帰り観光にシフトしている。この年、20代の観光客割合はもっとも多いが、経年変化では減り続けている。中国地方からは高知市に入り西南地域に、近畿地方からの客は東部に廻る様子が現れている。
平成12年	不況や淡路島「ジャパンフローラ」開催等の影響はあったが、「モネの庭マルモッタン」「高知県立牧野植物園」の人气が周辺にも及び、入込み客前年比は、微増になった。この年、観光客ニーズは施設見学型から、体験型に移行していることを指摘している。

調査報告年	「概要」と「動態調査まとめ」から(要旨)
平成13年	高知城築城400年記念イベント等もあって県外観光客数は微増となった。「近場」の観光が続いている。世代別に見た時、40代以上の観光客はこの年、60%に達した。
平成14年	よさこい高知国体、よさこいピックや高知自動車道須崎延伸により、過去3番目の入込み客数となった。ただ施設全体の利用者は減少している。高知への好印象により、リピーターが増加していることを指摘している。
平成15年	調査方法を変更し、動態調査地を3カ所から10カ所に増やしたことから、四国・関東からの観光客が大きく増えた。来県動機について「知人・友人の話」が15%と前年より8%増になっている。

### 観光ニーズの変化

平成4年、高速道の延伸により瀬戸内、本州と結ばれたことで、県観光には質的に大きな変化が現れている。瀬戸内側からの日帰り観光圏(※1)となり、近畿圏からも乗用車による観光客が増加した(※2)。以後、自然・体験志向や四万十川ブームで西南地域への客足が伸びていて、この流れは現在まで続いている。また明石大橋開通により、東部、室戸方面を訪れる人たちも確実に増えている。いずれも高知市周辺が県内の行動拠点ないし起点になっていて、中央ブロック観光を底上げしているとみていい。

全国的な傾向として、観光客のニーズが地域の自然環境や伝統文化などを活用した体験型観光へとシフトしており、従来のトレンドによる展開のみでは厳しい状況にあると言える。

※1 平成5年には前々年比5%増

※2 対前年比8%増

### 「高知を訪れる人」をつくる

一方、明確な数字には示されていないが、「よさこい祭」や「プロ野球スプリングキャンプ」等の見物客の増加はよく指摘されることである。目的の対象が明確であり、日帰りも多いことから、一般に周辺域の観光地に足を伸ばすことは多くない。

また、日曜市での買い物など「遠出」の先として、高知を訪れる人たちも多い。

こうしたことから、いわゆる「安・近・短」は、普遍的な旅の楽しみ方、観光の行動様式として、今後も主流になると考えられる。ただ、その場合の経済波及効果は限定される。

今後は、地域経済により波及的な効果をもたらす「泊や滞在」を伴った「高知を訪れる人」を創る努力が求められることから、高知中央ブロックはその「かなめ」としての役割を果たす必要がある。

## 2 旧高知市・鏡村・土佐山村の取組み(委員会での報告から)

### 1)旧高知市の取組み状況

- 平成17年は龍馬生誕170年にあたることから、多彩な記念事業を展開し、龍馬のふるさと高知を発信するとともに、全国に誇りうる観光地である桂浜の振興を図る。
- 新しい歴史観光を推進するために「龍馬の生まれたまち記念館」を核とした、まちなか観光の推進を図る。土佐観光ガイドボランティアが記念館内や周辺史跡を案内するなど、全国的にも先進的な活動をしており、高知の観光を支える大きな柱になっている。
- 平成18年にNHK大河ドラマ「功名が辻」が放送される。大きな誘客と経済波及効果が見込めることから、積極的な取組みを進めている。
- 日曜市利用客に占める県外からの買い物客の割合は、大幅に増えており、木曜市を中心として、平日の街路市にも少しずつ観光客が足を運ぶようになってきている。生活市としての基本を守りつつ「高知らしさ」の継承を図り、重要な観光資源の一つとして全国に発信している。
- 「よさこい」が全国にひろがり、よさこい祭りは大きな経済効果があるため、「よさこい」を活用した観光振興に積極的に取り組んでいる。また、龍馬まつりなど様々な祭り・イベントを開催し、観光客の誘致を図っている。

### 2)旧鏡村の取組み状況

- 旧鏡村は、鏡川を遡ればすぐの地で、昔から日曜市を中心に火曜市・木曜市に出店する人が多いことから、「日曜市の里」として知られている。
- 鏡ダムは高知市民の水がめであり、春にはダム湖周辺の約1000本の桜が咲き、さくらまつりが開かれる。また、冬にはダム湖を一周するマラソン大会が行われる。高知市内から雪光山、焼野の森森林公園等に、山登りやハイキングに訪れる人が多く、平家の滝周辺の紅葉や樽の滝は、観光スポットになっている。
- 「『日だまりの里』=とっておきの場所」としてアピールしたい。

### 3)旧土佐山村の取組み状況

- 農業、林業、地域づくりが一体になった交流への取組みを推進している。旧土佐山村の最大の資源は自然である。これを守りながら、観光資源として活用し、地域の人と一体になった観光地づくりに取り組みたい。
- 高知市内から車で30分足らずという地理的な好環境にあり、「梅まつり」等の地域イベントや「工石山」に代表される自然を、より多くの人に知ってもらいたい。
- 「オーベルジュ土佐山」は県外から多くの人たちが訪れており、今後とも地域の交流拠点として活用したい。

## 1 基本認識

### 1)「土佐人」をテーマにした観光ビジョン

土佐人が持つ気質の魅力は、外部の人たちからよく語られるところである。私たち自身も、多かれ少なかれ「人のよさ」は自覚している。

観光の目的や意味が多様化し、変化している今日、新しい観光の推進には、自由な発想が必要である。「ふれあい、交流」や「体験」が注目を集めている今日、土佐人ならではの「気質」も、取上げ方(=活用法)によって、魅力的な資源に高めることが可能と考える。



それは地域の文化から発したものであり、他から追従が難しい固有の魅力にもなる。

高知は、豊かな自然に囲まれている。風土から恵みを受け、心豊かにくらしている「土佐人」をテーマにした観光を人が多く住み、生活文化も多様な中央ブロックの中で考えた。

### 2)「地域戦略」を織り込んだ観光ビジョン

近年は全国各地、いわゆる観光地でない地域でも、観光・交流の重要性を掲げ、その方策を検討している。こうした観光は、住民が地域を見つめ直す「地域づくり」の手段と位置付けられ、訪れる人たちとの交流を通じ、新しい発展の「芽」を求めようとしている。



「観光」はさらに進化し、多くの可能性を持ち始めた。ごく最近は、構造改革特区のように、低迷する地域の再生や地域の特徴を際立たせる方策など、観光を「地域社会の総合力」として捉え、より明確な「地域の意志や将来像」を託すことがある。

ここでは、望ましい地域像を示し、体系だてた独自の施策推進により実現を図る「地域戦略としての観光」を考えた。

### 3)「新たな気づき」を持つ観光ビジョン

ビジョンは、「こうありたいと思う将来像」を描くために策定される。地域をテーマにした将来像が言いふるされていたり、他と同じ内容であることは、本来あり得ない。

観光を考えビジョンを構築する過程においては、その基となる**地域の現状や将来に対する何らかの「気づき」が必要**である。

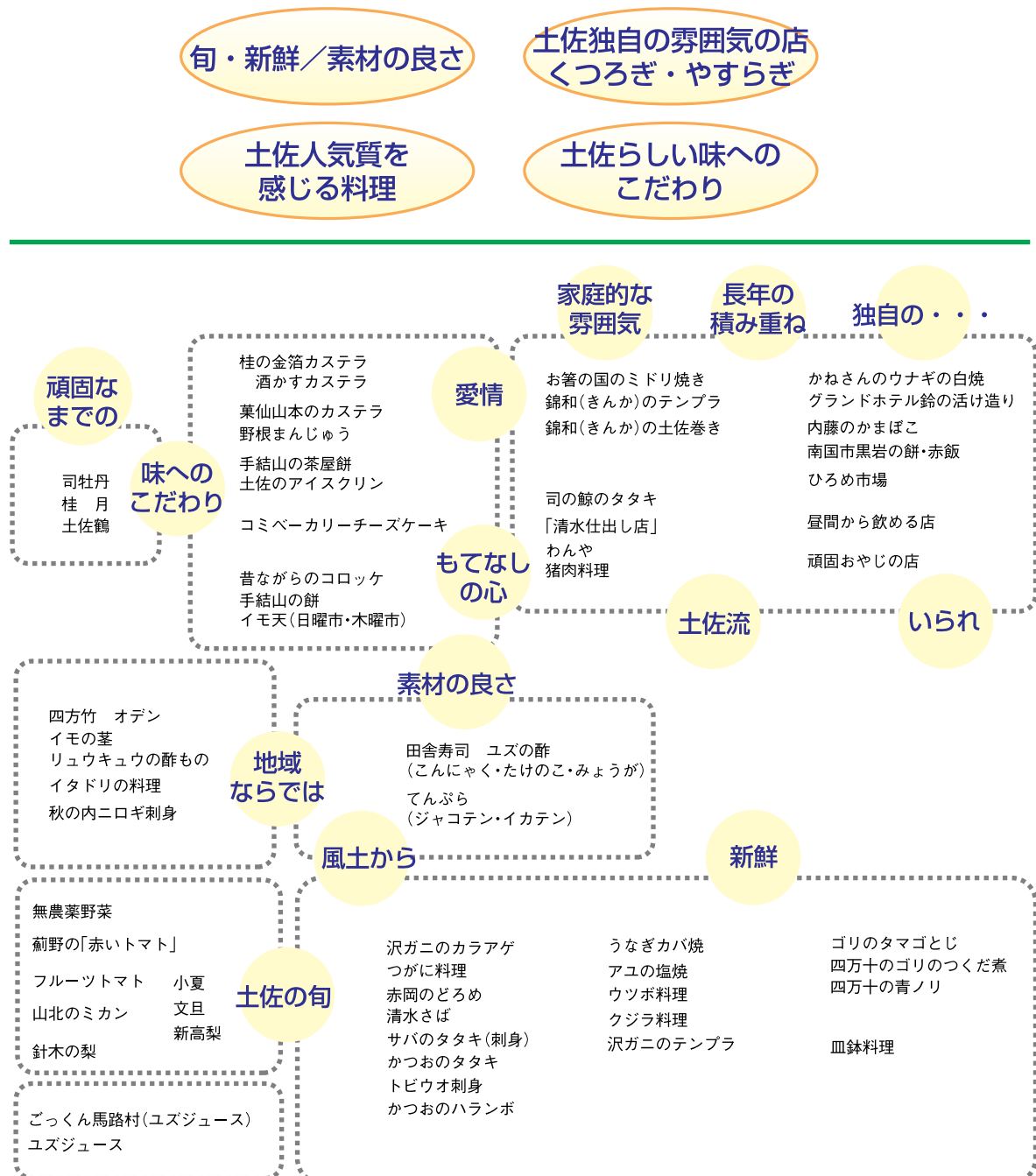


また、ビジョンとは将来から評価を受けるものである。ひとつには「何を描き、求めたのか」であり、一方で「次の段階へどのようにつなげたか」である。ここでは、次代を先導する新しい「観光のあり方」と、そこに至る道すじを示すことで、「将来の評価」に足る展開を考えた。

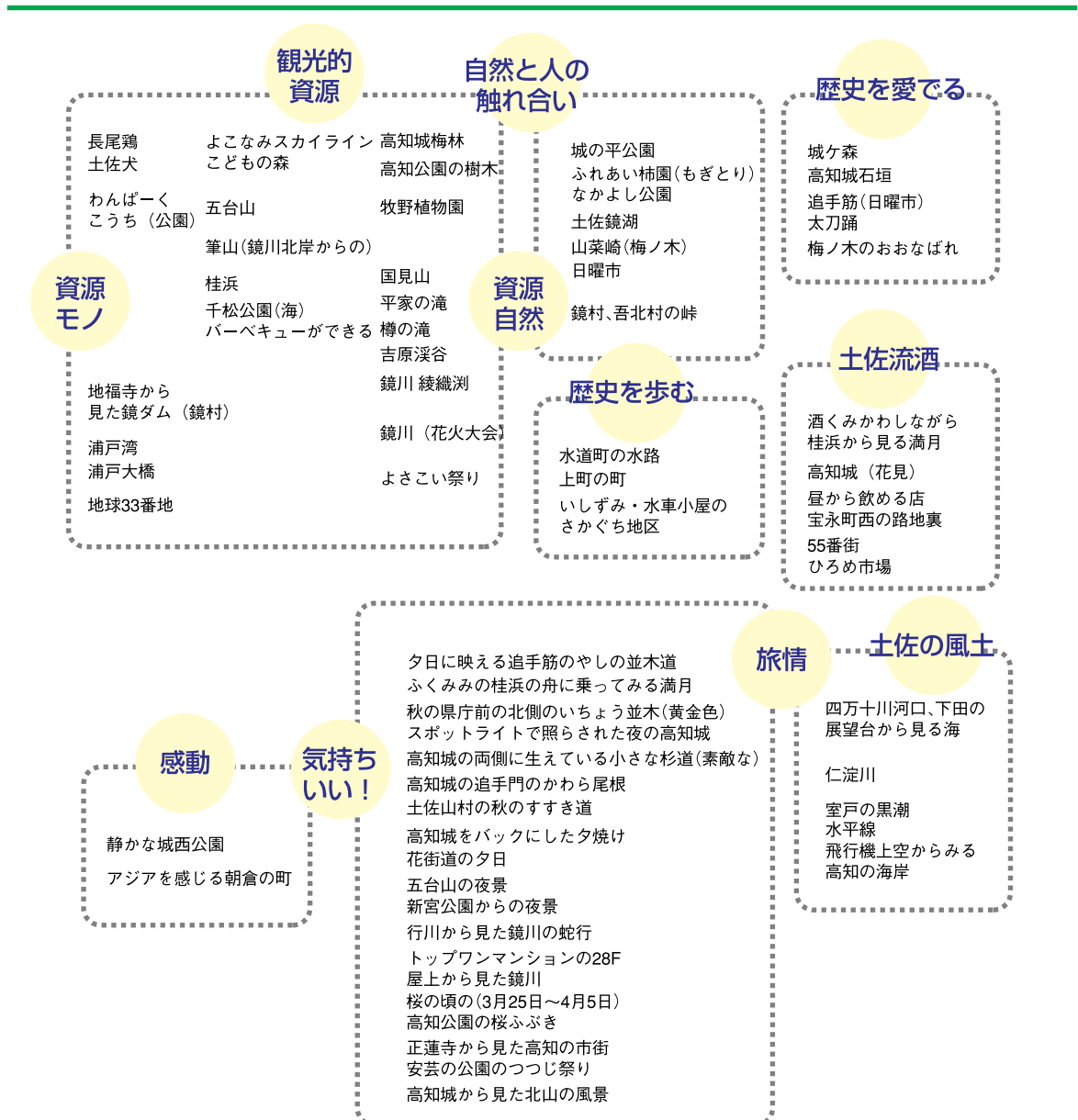
2 「土佐人」をテーマにした観光のキーワード

観光客の充実感につながる地域の資源や素材を「食」、「自然・空間」、「地域文化・生活様式」から考え、「土佐人」をテーマにした観光のキーワードを導いた。

1) 観光客の充実感につながる「食」のキーワード(委員会が出された意見から)

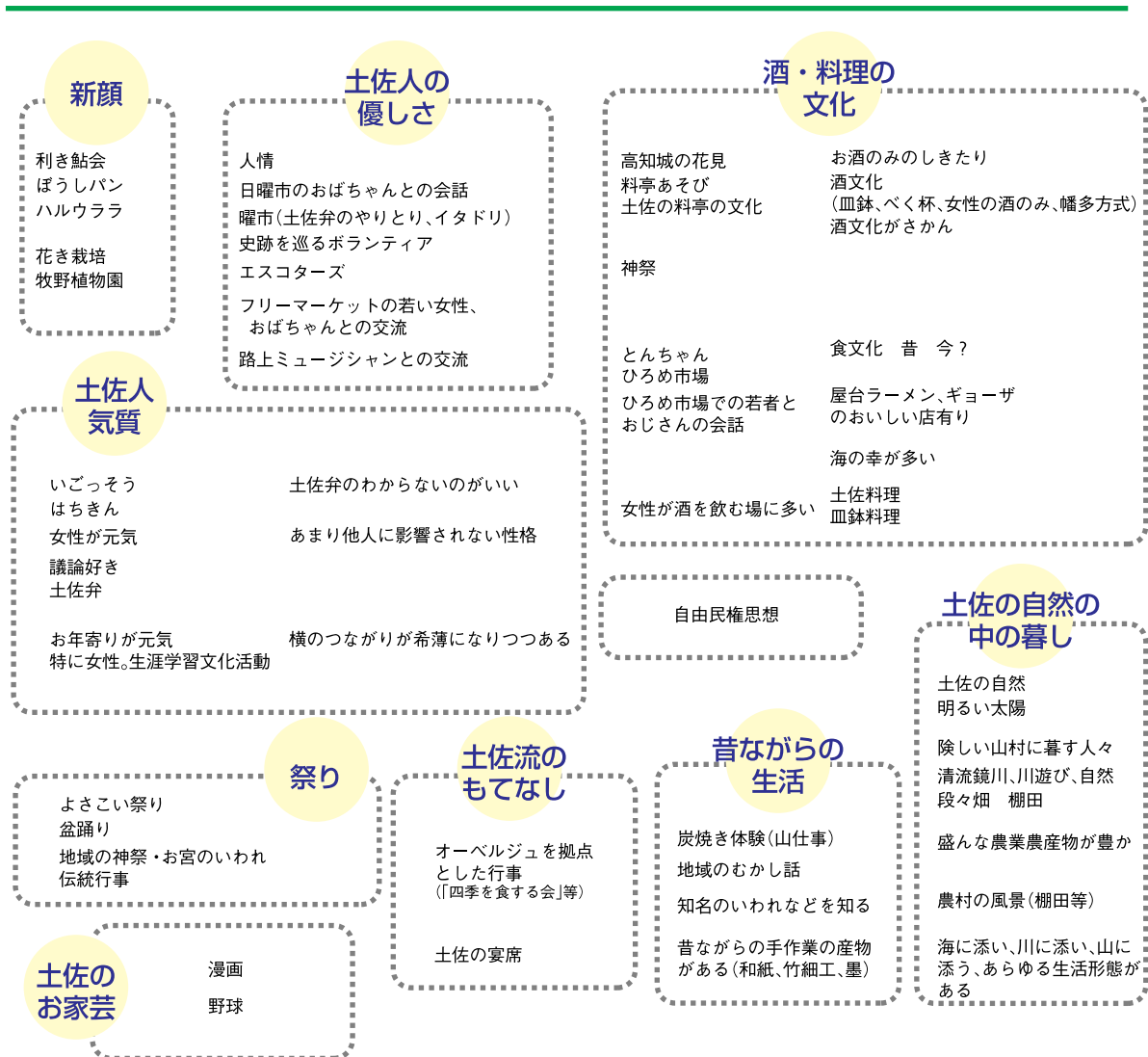


2) 観光客の充実感につながる「自然・空間」のキーワード(委員会が出された意見から)





3) 観光客の充実感につながる「地域文化・様式」のキーワード(委員会ではされた意見から)



#### 4)「土佐人」をテーマにした観光のキーワード

キーワードから、さらにこれを集約する言葉を以下のように導いた。

「土佐人の食」は、多分に自慢の素材や料理、店にこだわる側面があり、「土佐人の自然・空間」への認識は、それを自分達と一体のものと捉え、一人ひとりがそれぞれに特別な場所を持っている。

そして、「地域文化・様式」には、土佐人氣質に満ちた言葉があふれた。

「土佐人」をテーマにした観光は、こうした要素を魅力的に伝えていくことである。

##### 地域の「食」からのキーワード

- 旬・新鮮／素材のよさ
- 土佐独自の雰囲気のお店“くつろぎ・やすらぎ”
- 土佐人氣質を感じる料理
- 土佐らしい味へのこだわり

##### 自然・空間からのキーワード

- 歴史を楽しむ
- 旅情を求めて(たくさんの穴場的観光スポット)
- 元気な仲間
- 自然が大事

##### 地域文化・様式からのキーワード

- 土佐発(モノやコト)
- 土佐のしきたり(土佐流)
- 土佐人とのふれあい
- 自由な・きどらん

##### 土佐人の自慢

そんなモノやコトを堪能する

##### 土佐人の思いがこもる

そんなモノやコトに出会う

##### 土佐人の心意気にふれる

そんなもてなしを受ける

コンセプト・イメージ

### 3 3つのコンセプト

「土佐人」をテーマにした観光のキーワードから導き出した高知の観光の魅力を「土佐人の自慢」「土佐人の想いがこもる」「土佐人の心意気にふれる」という3つのコンセプトに導いた。

#### 土佐人の自慢

〈モノやコト〉

高知は自然からの贈り物に恵まれている。そして、この贈り物に土佐人の身びいきを加えることによる「自慢のタネ」がたくさんある。それは「特別な存在」でなく、私たちの暮らしに息づいている。訪れた人たちは気軽に堪能できる。



#### 土佐人の想いがこもる

〈場所、時間、空間〉

一人ひとりが「特別な場所、とっておきの空間」を持っている。訪れた人に是非とも紹介したいとの想いも強い。そんな風土への「愛着の心」に、訪れた人たちは、素直に共感できるに違いない。



#### 土佐人の心意気にふれる

〈さまざまな機会〉

私たち一人ひとりに「陽」の気質は、健在である。訪れた人が、明るく開放的な土佐人の接し方(=心意気)に魅かれることも多い。こうした「美德」とも言える心意気が若い世代にも引き継がれている。



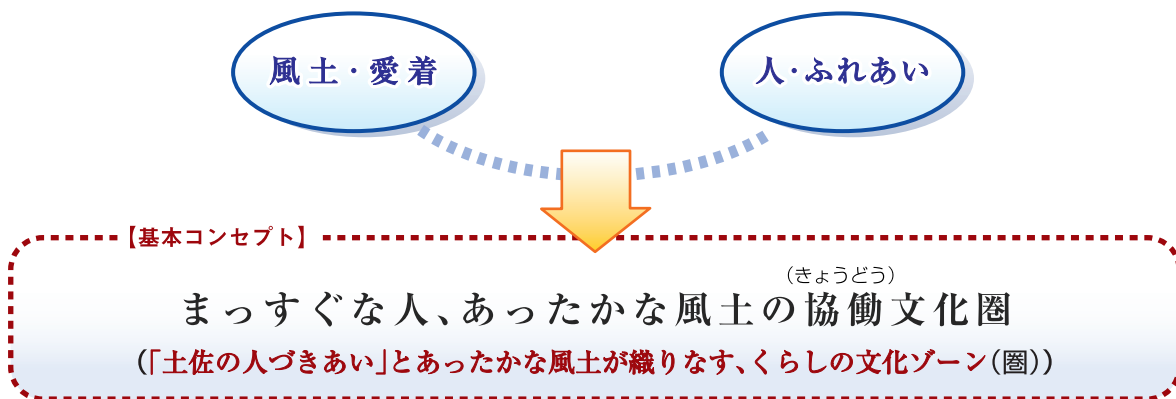
高知中央ブロック観光ビジョン

---

基本コンセプト

## 1 高知中央ブロック観光ビジョン、基本コンセプト

先に述べた3つのコンセプトを「恵まれた風土」と「地域への思い(愛着)」、さらには「気取らず、かざらない付き合いを大切にする心(人、ふれあい)」に置き換え、高知中央ブロック観光ビジョンの基本コンセプトと、その展開を導き出した。



ここでの「まっすぐな」は、土佐人の性格、気質を表す表現。「協働」は、補い、認めあいながら取り組む様を表す。

## 2 基本コンセプトが描く将来像

まっすぐな人、あつたかな風土の協働文化圏

地域に土佐流のくらしの文化が息づいていることで、訪れた人は「土佐人の自慢」を堪能し、「想い」に共感し、また「心意気」にふれることができる。

【将来イメージ】

まっすぐな人、あつたかな風土の協働文化圏とは、肩ひじを張ることもない「りぐらん(かざらぬ・無理をしない暮らし)にあふれた土地(ゾーン)」である。

こうした土地は、競争的な社会生活に疑問を持つ人やリタイアした人たちから、「ある種のあこがれ」を持って「住んでみたい」土地として、高いイメージで記憶されるはずである。

「観光」という視点で描いた、これからの高知中央ブロックが確立したい地域の将来像である。

### 3 一人ひとりの行動の原則

中央ブロック観光ビジョンを推し進めるにあたり、取組みの基本となる3つの『行動の原則』を設定した。

#### “もてなし”の原則

最初は多少取っ付きにくいとの指摘もあるが、訪れた人に「分けへだてなく、あたたかく接する気風」は、高知に住む私たちの日常に健在であるといってよい。

これを見失うことなく、地域住民一人ひとりが「土佐人らしいもてなし」を大切にして、暮らしに根を張る観光につなげることを行動の原則に置く。

#### “まなぶ・伝える”原則

土佐流のもてなしには、「愛着・誇り」や「こだわり」が根底にある。それは地域に学ぶことから始まる。暮らしに根を張る観光をカタチにするためには、地域住民がなにより地域の歴史・風土を知り、想いを込めて人に語り、伝えることが重要である。世代を超えてまなび、伝えることを行動の原則に置く。

#### “創り上げる”原則

「新しい資源が外から注目を集めるまでには10年かかる」との認識を持ち、常に地域の素材を見直す必要がある。可能性のある資源を点検し無理のない努力を継続し、新しい視点に立つ観光として創り上げることを行動の原則に置く。



高知中央ブロック観光ビジョン

---

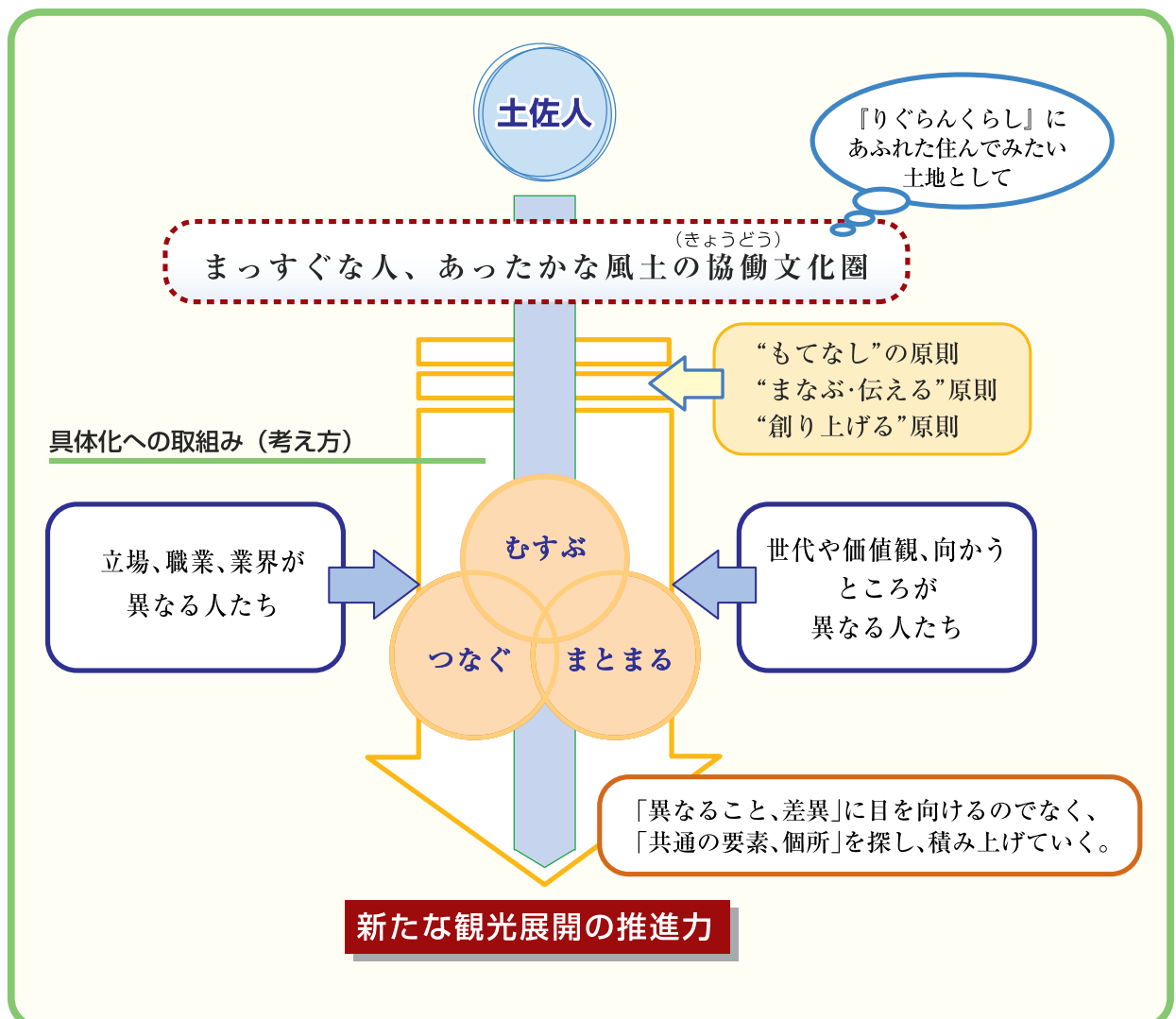
具体化への取組み

## 1 推進のチカラ、－むすぶ・つなぐ・まとまる－

ソフト事業の本質は人の英知であり、具体化の「種子」は、異質なものととの接点から生まれる。中央ブロック観光ビジョンは、さまざまな分野の人たちが垣根を越えて話し合い、取り組みに広がりを作る「観光をテーマにした地域づくり」的な側面をあわせ持つ。

昔から土佐人は「まとまることを好まない」と言われている。ただこれからの観光でいうなら「おもしろそうなこと」「話題になりそうなこと」「利益につながりそうなこと」は、立場を違える人が交わるところから新しい展開が期待できる。

ソフト事業を中心に描く観光ビジョンの推進力は「むすぶ・つなぐ・まとまる」ことであるという基本認識のもと、ビジョンの具体化のための視点を考えた。





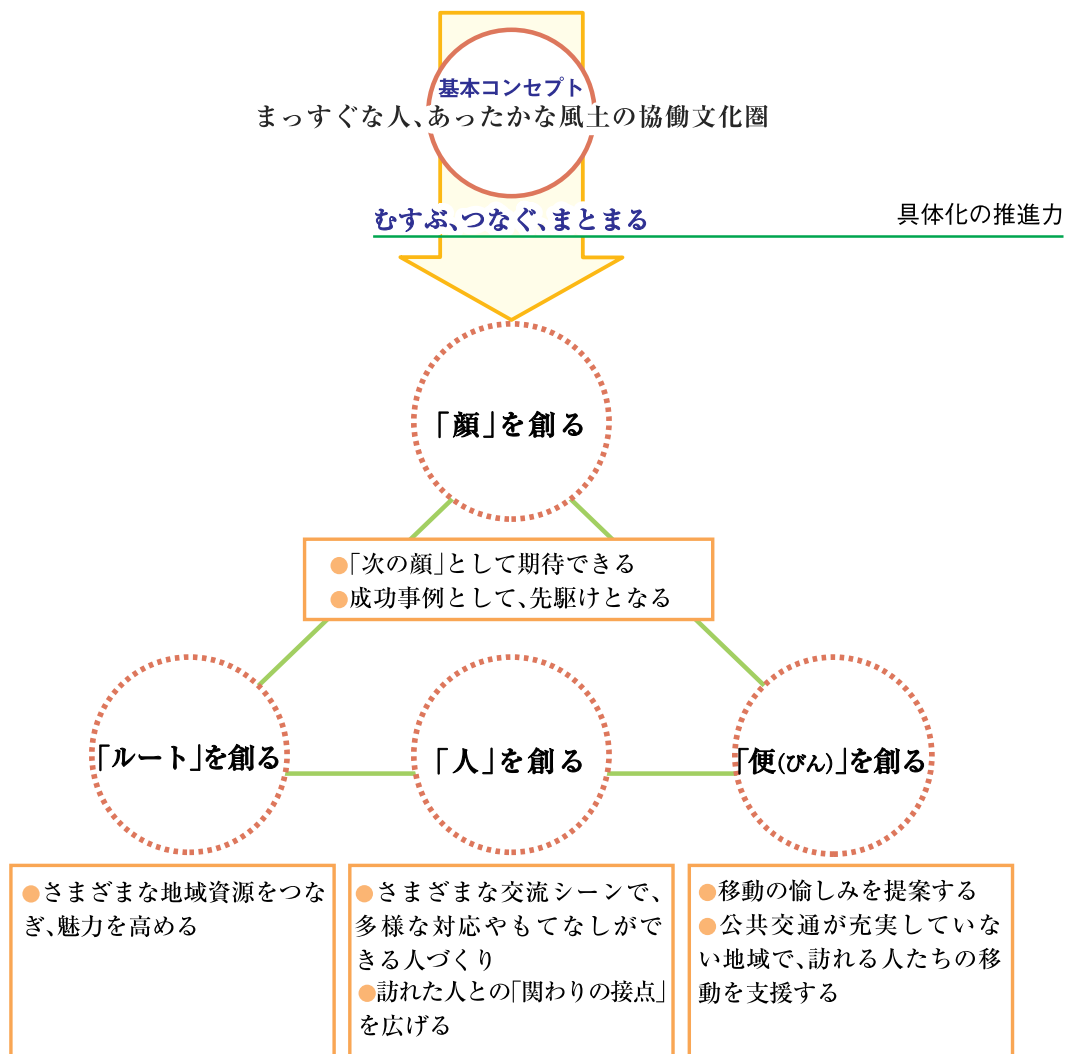
## 2 推進の「かなめ」はコーディネーター

これからの観光は、新しいつながり=「むすぶ・つなぐ・まとまる」ことから始まる。それはある種の異業種交流で、これを積極的に仕掛けていく「人」が重要となってくる。立場、職業、向かうところが異なる者同士をつなぎ、組み合わせる「工夫と実行の人」である。

ビジョン推進の「かなめ」の一つとして、「コーディネーター」の存在が欠かせない。こうした人材のさまざまな「可能性の広がり」を創り出す活躍を期待する。

## 3 展開プラン、4つの視点

ビジョンの基本コンセプトを具体化するために、4つの視点を設けた。



## 4 展開プランの方向性

4つの視点から、中央ブロックにおける具体的な方向性をまとめた。

### 「顔」を創る

- 「セカンド・ツーリズム」の推進
- 「土佐流もてなし」文化の事業化(ビジネス化)

### 「ルート」を創る

- 「まなび型歴史観光」の推進
- 「風格の漂う街」エリアのネットワーク化

### 「人」を創る

- 「とさ・つれびとガイド」の意識づくり
- 「総合学習」との連携
- イベントを活用した人づくり

### 「便(びん)」を創る

- 「ぶらり観光」の推進

高知中央ブロック観光ビジョン

---

展開プラン

## 1 「セカンド・ツーリズム」の推進

### 【新しい言葉、セカンド・ツーリズム】

「これからの観光」という視点で描く高知中央ブロックの将来像、「まっすぐな人、あったかな風土の協働文化圏」にむけた道すじを指し示す方策として「セカンド・ツーリズム」を考える。

### 「セカンド・ツーリズム」について

次のような意味を含めた造語である。

- 1、セカンド・ライフを楽しむような旅、あるいはこの地でセカンドライフを楽しむに至る旅
- 2、セカンド・ハウスを持つかのような旅、あるいはこの地にセカンド・ハウスを持つに至る旅
- 3、もう1つの「特別な、とっておきな」旅
- 4、再度訪れる旅

いずれも概念的ではあるが、密度の高い交流を言い表わしている。これから目指したい旅のカタチの一つである。

### これからの展開

新しい考え方、取組みであり、より多くの人たちがイメージとして共有する必要がある。そのうえで、比較的早い段階から、外部にむけて高知の多面的なイメージを継続して発信することも大切である。

## 1)「高知と友だちになる」=ゆたかさの提案

### 【事業コンセプト】

#### 地域イメージによる誘客効果に着目、 気を引くセカンド・ツーリズムのビジュアルづくり

セカンド・ツーリズムは、高知の土地柄を気に入り、幾度か足を運ぶなかで、土佐人との親交を得て、自分にとっての「とっておきの場所」(疲れない、満たされる時間の持てる居どころ)を創る過程の旅である。

このような旅の提案やPRは、各過程を切り取ったとしても魅力的に映るものではない。逆に一つの物語(ストーリー性のあるPR)として高めることで、新たな地域のイメージを魅力的に伝えることができる。企画性のある表現で、セカンド・ツーリズムを情報発信し、並行して県内にも浸透させたい。

## 2 「土佐流もてなし」文化の事業化(ビジネス化)

### 【現況認識】

訪れた人を迎える時、私たちは知らず知らず「土佐流のもてなし」で接することが多い。そのひとつに「こだわり・とっておき」や「昔ながら・しきたり」のある「場」や店を紹介することがある。

今、時代を超えた手づくり感が、人を魅了する要素になっている。そして、高知はそうした「土佐流のもてなし」文化の資源が豊富である。

「土佐流のもてなし」文化に、新しい試みを加えることで、一定の収益が見込める観光(もてなし文化の事業化=ビジネス化)につながる可能性は大きい。比較的容易に具体化が期待でき、成功事例としてアピールすることが可能である。

### 1)「手」でつくる店、「手」でもてなす宿、クラブツーリズム展開

#### 【事業コンセプト】

時間や経済効率の対極にある「商い」に着目、  
訪れる側、迎える側のネットワークづくり

大きなビジネスではないが、固定客やわざわざ訪ねて来る人が最良にして成り立つ店や宿が高知県内には多い。そんな商いは、時間や経済効率に日々追われる人たちに、時に魅力的に映る。

ただ、一般にそのような店や宿はあまり宣伝されていないことから、訪れる側は情報が乏しく、選択の幅も狭い。

そこで、そのような店や宿によるゆるやかなネットワークをつくり、また、訪れる人についてもクラブ(会員)化することによりとっておきの情報提供を行う。

こうしたネットワークはわずかな店と宿、数少ない(あるいはもの好きな)ファンから始まるが、「高知での特別な旅」として予測できない広がりが期待できる。



#### 【推進のチカラ】

例えばNPO



好奇心のある店主

## 2)高知市中心部への「直販市場」出店展開

### 【事業コンセプト】

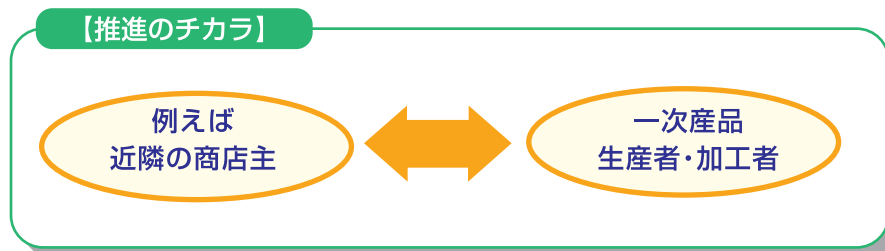
「高知のこれからの顔」に着目、  
無理なく運営でき、訪れる人にうれしい店づくり

はりまや橋はかつて「がっかり名所」として知られていたが、近年は周辺整備が進められている。ただ、滞留スポットとして、時代に合った観光ニーズへ対応されているとは言いがたい。県内交通の起点とも言える空間であり、西武デパート撤退後の空き施設利用も視野に入れ、このエリアに誘客機能を持つ商業施設を望む声が多い。

そこで、市内中心ゾーンに高知の「りぐらん(かざらぬ・無理をしない)暮らし」の顔として、「直販市場」的な店を設け、旅行者にモノを通じて「土佐の暮らし」「土佐流の商い」を含めて提供する。

近年、旅行者が「土産品として購入する品物」の選択基準は大きく変化し、いわゆる「土産物然としたモノ」は敬遠する人も増えている。

商いの方向を少し変えるだけで、本来は地理的な便もあり、訪れる人には喜ばれる買い廻りの場所の形成が期待できる。



## 3)市内発、宵の口 鏡川もてなしツアー展開

### 【事業コンセプト】

時間距離に着目、鏡川上流スポットをとっておきの非日常空間として提供

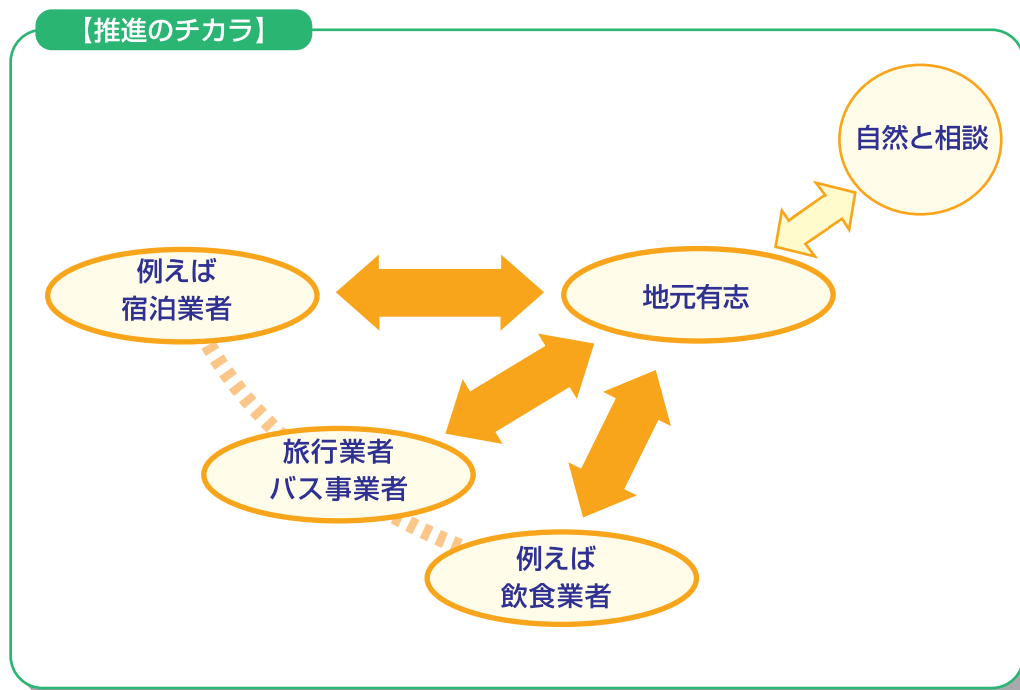
合併をした旧鏡村・土佐山村・高知市は、一体となった観光への取組みが重要である。また道路網の整備により、山間地と市街地の時間距離はずいぶん短縮されている。

そこで、市内中心部の宿泊客を対象に、四季折々に美しい自然景観を見せてくれる鏡川上流にむけて、手づくりのもてなしツアーを実施する。

自然は、多様な彩りにあふれた非日常的な空間や時間を私たちに提供してくれる。これを最大限に生かした「もてなし」に、「飲食の提供」をつなげることにより、十分な対価が期待できるツアーにまで高める。

例えば、鏡川上流域のヒメホテルなどは、遠くから足を運ぶに足る資源として大いに期待できることから、ホテルの乱舞鑑賞と地元の「食」を組み合わせた、季節感あふれるもてなしなどから始めることが想定できる。

具体化に向けては必ずしも地元だけでなく、宿泊客に紹介し、送り出す宿泊業者も巻き込むことが大切である。



## 1 「まなび型歴史観光」の推進

### 【現況認識】

幕末、高知県は龍馬をはじめ時代の変革に立ち向かった多くの若者を輩出した。その活力は自由民権思想に受け継がれ、全国各地に伝わり一大運動にまで広がった。

国の行方が定まらぬ激動の時代、多数の土佐人がそのかじ取り役に躍り出て、さまざまな立場で歴史に名を残す役割を演じている。

高知市はこうした歴史を語り継ぐ街でもあり、往時を伝える貴重な資源は多い。これを保全するだけにとどめず、住民の心のよりどころとして街の風景に根づかせ、訪れた人に地域への共感を呼び起こす地域固有の資源として活かしていく必要がある。

### 1)「歴史をまなぶウォーク」展開

### 【事業コンセプト】

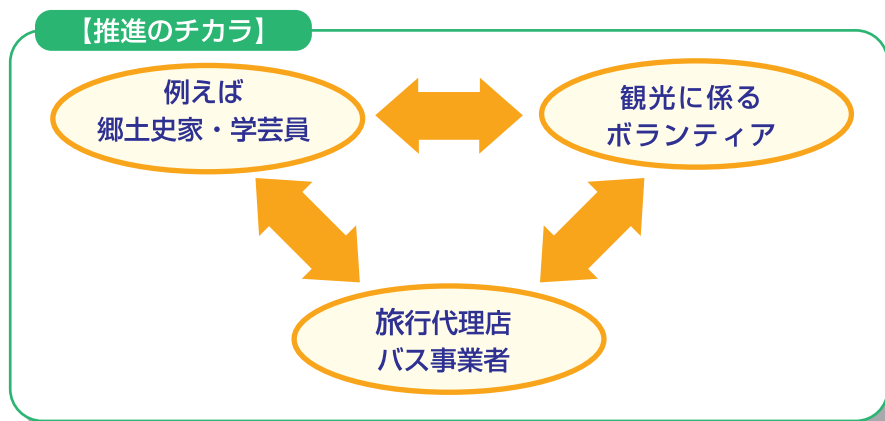
県内博物館・資料館の学芸員や郷土史家の「知」に着目、協力を得て  
クラブツーリズム形式による歴史学習ウォークを具体化

歴史ある街として、戦国の世から藩政時代、幕末、明治の草創期を語り継ぐ施設は多く、郷土史家も多い。こうした方々の協力を得られれば「知のストック(蓄積)」を観光にも活かせる仕組みが可能となる。

「歴史をまなぶウォーク」の実施にあたっては、講座形式にまで高めた魅力のあるコースづくりが必要であり、あわせて県内外を対象に、ゆるやかな会員組織(クラブツーリズム)を立ち上げ、様々な視点で歴史を学ぶウォークの具体化を目指す。

また、県内各地の歴史も学び合うなかで、新たな高知県の歴史観光のルートづくりにも活用できる。

さらには、県外参加者の土地を訪ねあい、その土地の歴史を学びあうなど、クラブツーリズムの広がりを創り、「まなび型歴史観光」推進の地として新たな参加者、旅行者への拡大も期待できる。





### 2) 観光モニターによる観光ルート定期点検展開

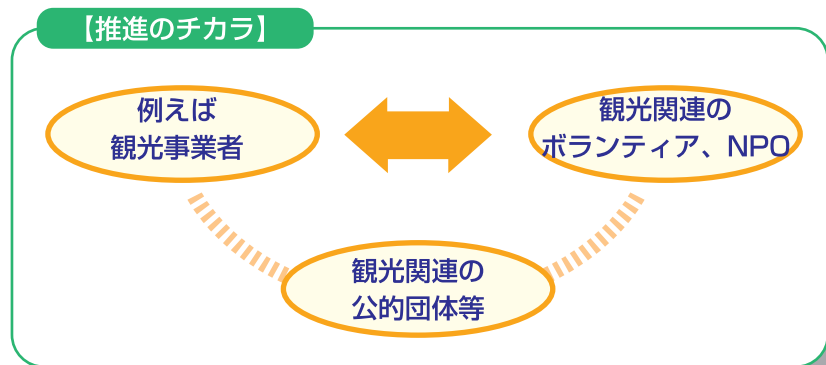
#### 【事業コンセプト】

「訪れた人の目」で地域を見る機会を通じ、  
「新しい気づき」と「お薦めコース」づくり

点在する資源をつなぐ道(ルート)は、本来、周辺景観や情緒も含めて観光の対象になる。印象に残るルートづくりは、「事業予算」を投入するだけでは難しく、むしろ住民や管理者の意識、意欲に関わることが多い。

そこで、まず、観光事業者等が自らモニターとして訪れた人の「目」で地域を見る機会を設け、その「良さ」と「改めたいところ」、お薦めルートの適切なコース確認、誘導標識の重複や表現の妥当性等、さまざまな角度から点検する。

こうしたことが、よりよいコース、好感度の高いコースづくりを可能にする。



## 2 「風格の漂う街」エリアのネットワーク化

### 【現況認識】

高知城を中心に、高知市の中心街には歴史的な史蹟が多く点在している。数多くはないが、資料やパンフレットを片手にじっくりと訪ね歩く人も街で見かけることがある。こうした人たちは、単に史蹟を巡るのではなく土佐の歴史にふれ、その気風を体内に取り込む旅をしている。けれど往々にして街の景観には、「目立つ」ためだけに造られた商業サイン、あるいは一部の心ない人によるゴミの不法投棄に汚され、およそ「街の風格」を意識したものではない。ここに生活を持つ者の「あきらめの心」さえ引き出してしまう。

観光客を迎えるゾーンに、「風格の漂う街づくり」の取り組みは重要である。

### 1)「風格の漂う街」エリア、ネットワークを推進

#### 【事業コンセプト】

#### 観光ゾーンを「風格の漂う街」の重点地区としてネットワーク

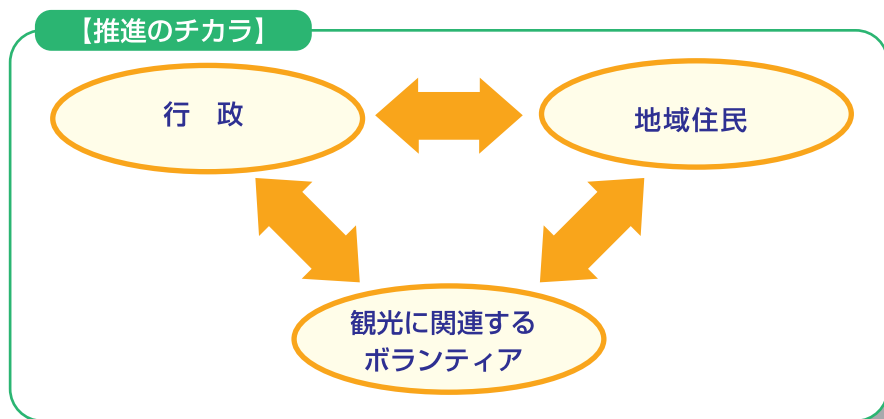
「街の風格」は、地域の歴史をまちづくりに活かすことから始まる。県外ではあるが、さまざまな約束ごとを「まちの協定」として締結している事例もある。

そこに至るまではかなりの時間、広範な理解を必要とするが、商業サインと景観との調和や環境美化について意識的に取り組む地域を支援し、ネットワーク化を図るなど、観光ゾーンを中心に住民主体の「風格の漂う街づくり」を推進する。

成果がカタチになり、実際に目に映ることで、誰もが新しい認識を持ち始め、さらなる広がりにつながる。訪れた人への「もてなし」の必要性をあらためて確認する機会にもなり、人の意識、意欲から成る観光振興が前進すると考える。



#### 【推進のチカラ】



## 1 「とさ・つれびとガイド」の意識づくり

### 【現況認識】

初めて高知を訪れる人が感じる、「高知の良さ」は、目に映るものより、心で堪能する部分が多いであろう。こうしたことから再度高知を訪ねて来る人は、多くの場合、心で堪能した証となる「好感」や「感動」を明確な動機として持っているとも言える。

そして、人と人との交流は、その動機を形成する重要な要素である。

一見とっつきにくいともいわれるが、うらおもてのない楽しい土佐人の仲間付き合いは「地域のDNA」にもなっている。密度の高い交流のカタチは、メディアでも時折紹介されており、新しい観光の可能性は高まっている。

### 1)「とさ・つれびとガイド」の意識・もてなしづくり

### 【事業コンセプト】

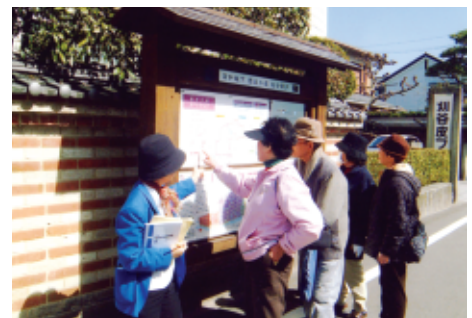
土佐観光ガイドボランティア協会の活動に着目、  
さまざまなテーマでガイドとなる意識・もてなしづくりを推進

土佐観光ガイドボランティア協会は、平成元年から活動を開始し、多くの会員の参画を得て、明確なルールと共に活発な活動を行っている。

こうした「インストラクター役」の活躍が「心で堪能する高知」の良さをより多く、印象的に伝えてくれている。

こうした活動の輪を、さまざまなテーマに広げていくことが期待される。

具体的には、スポーツ活動、サークル活動、同好会的な分野からの立ち上げが考えられる。その場合、継続して運営を行うための体制などの検討も重要である。



### 【推進のチカラ】

例えば、スポーツ活動  
サークル・同好会

観光案内の窓口

観光に関連する  
ボランティア

## 2 「総合学習」との連携

### 【現況認識】

地域の「風格」は一朝一夕に成り立つものではない。その大本(おおもと)は、景観事業等で整備できるものではなく、人々が地域の歴史に親しみ、暮らしに活かしていくことに始まる。その長い年月の積み重ねが文化や風情として、地域の「資産」にまで高まっていく。こうした営みを将来へ伝えていくために、子供たちが地域の歴史をまなび、郷土の文化に親しむことは重要である。

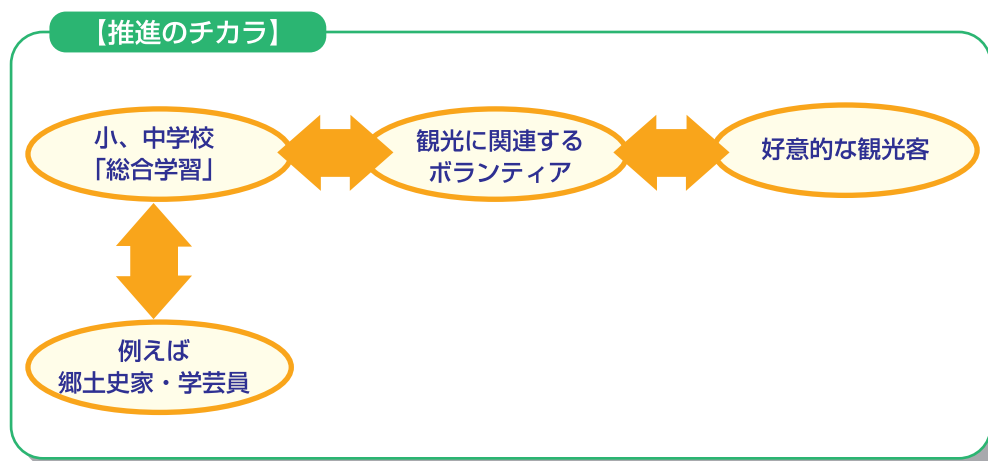
### 1) 子供たちの案内体験

### 【事業コンセプト】

小、中学校の「総合学習」に着目、  
観光客との交流体験から、子供たちに地域の魅力を実感してもらう

子供たちが地域の歴史を学べば、その成果を発表する機会も欲しいはずである。住み慣れた土地や幾度か遊んだ場所へ、遠来から訪ねてくる人たちに地域の歴史や様子を紹介する機会があれば、その人たちの「目」で地域を見ることもできるし、学んだことがより深く記憶される。

あくまで「教育の一環」という枠組み、要領を確立した上で、訪れた人たちの協力をいただきながら、子供たちに地域や施設を案内する体験学習を通して、地域を知り、地域に誇りを持ってほしい。



### 3 イベントを活用した人づくり

#### 【現況認識】

NHKの大河ドラマは、視聴率もさることながら毎年大きな盛り上がりを見せている。主人公が関係する「ご当地」は常に脚光を浴びる。その年には必ず多くの観光客が訪れることから、先々の放送予定が、全国の自治体や観光関連事業者から注目を集めている。

平成18年には、司馬遼太郎原作、「功名が辻」の放送が決まった。これにあわせ、より多くの誘客につなげたいとの基本認識は、観光関連事業者のみならず、一般からも支持されていると考えていい。そのためには、事業者を含めた民間の対応が重要である。

こうした素材を観光イベント(あるいはキャンペーン)として活用し、誘客につなげる人づくり、組織づくりが求められている。

#### 1) 観光キャンペーンを成功に導く人づくり、組織づくり

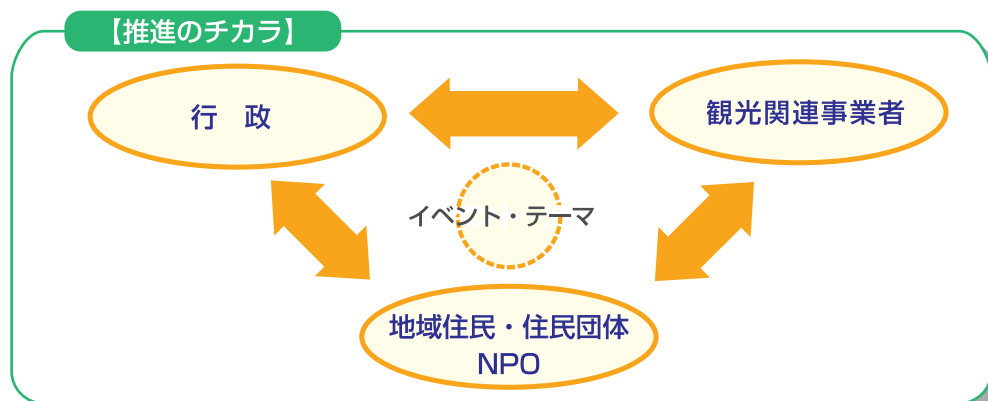
#### 【事業コンセプト】

「功名が辻」のキーワード「内助の功」「へそくり」「Iターン」に着目、  
地域全体で盛り上げる事業の核となる人と組織づくり

最大の観光効果を期待するためには、ある種の「割り切り」が必要である。「功名が辻」に関連し、より多くの誘客を図るには、なによりも特別な機会として「話題性」が必要ではなかろうか。

このようなブームを創り出す展開は、終わった後の落ち込みが大きいことも予想されるが、市民一体となって盛り上げていく取組みの過程も大事である。こうした経験により、また新しいテーマによるキャンペーンを、地域自らが組み立てることもできるからである。「功名が辻」という好機は、一つには、そのような大型キャンペーンにむけた「地域の知の蓄積」の機会でもある。展開に必要な技術・ノウハウに長けた人材づくり、さらにそれを経済的側面あるいは交流密度を最大限活かす地域の組織づくりに活用することができる。

これを機に、地域の人や各組織のネットワークをかため、大きな地域の事業(キャンペーンやイベント)の推進を担える地域システム確立を図りたい。



## 1 「ぶらり観光」の推進

### 【現況認識】

訪れた人が“旅の時間”を上手に活用する重要な要素として、「便=交通手段」があげられる。ただ過疎の波が押し寄せる県内は、公共交通が市中心部は例外として、概して充実していない。

少人数、個人で訪れる人たちにとって、必ずしも巡りやすい土地になっていない。「これまで」も、「これから」の観光を考える際にも、域内の交通手段は大きな課題といえる。

一方で、交通の不便を逆手に取る「旅の発想」も注目されつつある。特に高知市では、全国でもっとも長い歴史を持つ路面電車が走っていて、一つの観光資源にまでなっている。

ゆったりとした暮らしの場にふさわしい便づくり、移動の仕方を考える必要がある。



### 1) 路面電車、ぐるりんバスによる観光スポット巡り

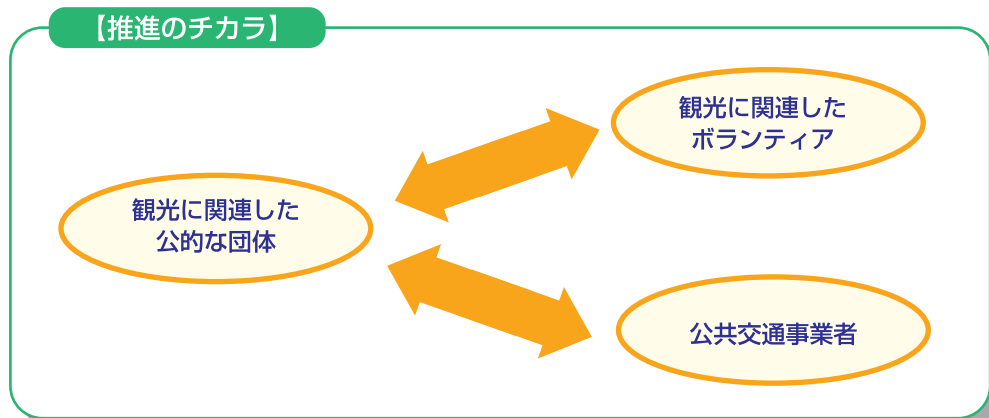
### 【事業コンセプト】

路面電車、路線バス、ぐるりんバス沿線の観光スポットを網羅し、テーマ別にコースだて「電車での移動の魅力」とセットにした紹介

路面電車は、土佐人のかざらぬくらしの「らしさ」あふれる交通手段である。これにぐるりんバスのコースを加えれば、かなりの場所にたどり着ける。この利用を前提にした「お薦めコース」内容を検討する。車窓からの風景も訪れた人には気になるところで、入念に点検し、紹介したい。

またこれにあわせ、公共交通を利用し、(多少不便であるとしても)楽しく移動できる“乗り継ぎマップ”も欲しいところである。製作は、ボランティア等の協力を得て、実地検証等によって本当に利用しやすいものを作る必要がある。

### 【推進のチカラ】





## 2)ぶらり観光の提唱とPR

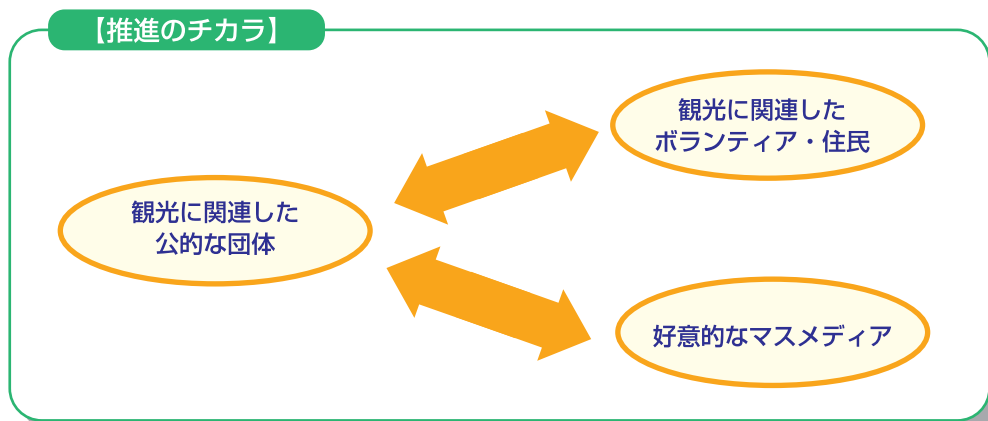
## 【事業コンセプト】

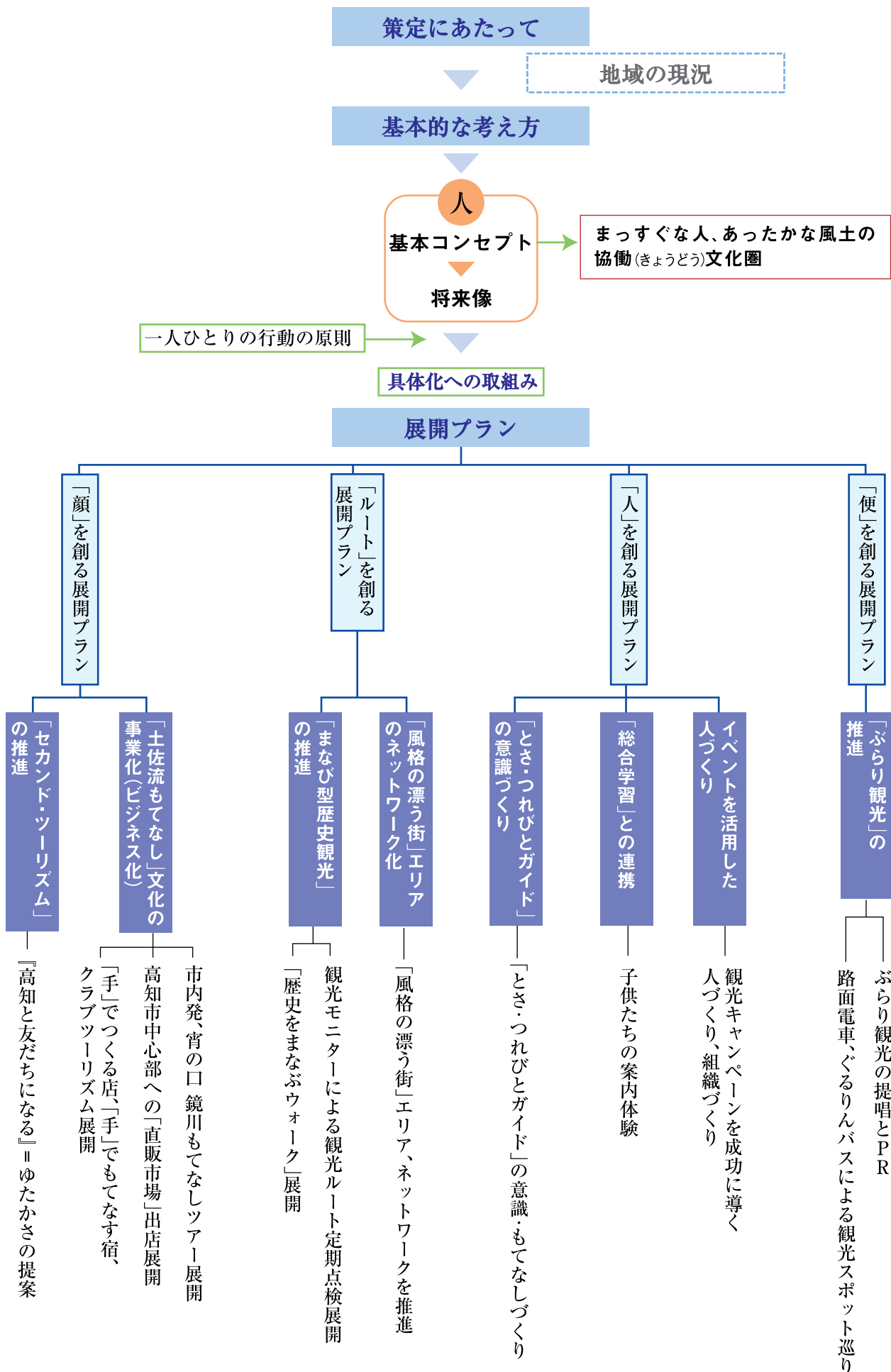
旅の途中の楽しさに着目、  
さまざまな不便とぶつかりながら、行程を楽しむ旅の提案とPR

「高知の旅」の多くが、心で堪能するような旅であるなら、目的地に至るまでの「出会い」や「ふれあい」も魅力の一つである。高知には、四国礼場八十八ヶ所の遍路道やお接待の文化がある。また近年ブームとなっているウォーキング人口も拡大しており、ウォーキングを目的としたイベントが全国各地で開催されている。こうしたことから、交通手段の最大限の有効活用やウォーキング、レンタサイクル等、むしろ途中の風景や風情を楽しむ旅を訪れた人に、お薦めすることも考えられる。一つのキャンペーンとして体系だて、そのような旅の持つ楽しさ、豊かさを伝え、「りぐらんくらし」のあるまちの観光の一つとしたい。



## 【推進のチカラ】







## 高知中央ブロック観光ビジョン検討委員会名簿

氏名	活動内容等
野崎 英明	高知市町内会連合会
山崎 功	高知市校区交通安全会議
関田 浩美	高知市小・中学校PTA連合会
吉岡 克展	高知青年会議所
中屋 圭二	NPO高知市民会議
坂本 一幸	(有)中川開発
川崎 重幸	高知市青少年育成協議会
山本 忠雄	土佐観光ガイドボランティア協会
宮村 耕資	日本観光旅館連盟
大崎 瞳	高知商工会議所女性会
松岡 和也	高知新聞夕刊特報部
那須 彩華	高知女子大学社会福祉学部
マイケル・カーン	映像作家
広末 幸彦	高知市商店街振興組合連合会
片岡 ゆかり	美色・押花「縁（エン）の会」
佐藤 厚	高知女子大学生生活科学部
猪谷 八知代	猪谷農産
事務局	高知県商工労働部観光振興課