

2013. 6. 23.

串間エコツーリズムの戦略(講演要旨)

近畿大学経営学部教授

足立 辰雄

はじめに

串間のエコツーリズムへの取組みが始まって2年有余、現地では長足の進歩で取組みが進んでいます。自治体の成長方向をエコツーリズムにシフトした串間市民の決断に敬意を表します。近畿大学経営学部のゼミ生とともにこの間、串間市を何度も訪れ、市場調査を行なって、このたび、串間エコツーリズム政策を提案できるに至りました。串間市をはじめとする関係者のご支援とご協力の賜物と感謝しています。

ここでは、「串間エコツーリズムの戦略」と題して、串間のエコツーリズムの成功のために何が必要か、どのようにして達成されるのか、助言します。パワーポイントで説明されるところはできる限り省略し要旨のみ報告します。

総じて、串間エコツアー成功のためには、高いビジョンを掲げて新しい飛躍を目指す自治体の生き残りをかけた命がけの活動になります。失敗は許されません。そのために敢えて「戦略」という用語を使用させていただきます。

1. 串間におけるエコツーリズムの戦略

(1) 串間のエコツアーの取組みは後発参入である

全国のエコツアー登録件数は416件(2013年6月22日現在)。九州管内のエコツアー先進県は鹿児島で70件登録。宮崎県は1件のみ登録。宮崎のエコツアーの取組みは全国的にも遅れている。グッドエコツアー(優れたエコツアーとして認証を受けた地域)は全国で26箇所(九州管内では鹿児島6箇所、長崎1箇所)。

後から参入する串間エコツアーは既存のライバル観光地にない商品特性を打ち出して差別化する強い対策を講じなければ、先進的で著名なエコツアー観光地の市場やその地位を崩すことはできません。

(2) 串間のエコツアー商品開発の潜在可能性は高い

天然記念物の野生馬と野生ザルを半径20キロ圏内で視察できるスポッ

ト（猿と馬の王国）は世界的にも串間以外にはない。幸島と都井岬の眺望も絶景であり串間のエコツアーの商品としてのオリジナリティは高い。将来的に世界遺産申請しても不思議ではない生態系の魅力がある。串間には山と海、川のすべての地域で未開発の大自然が残されているので、この自然資源を観光資源にするための工夫と適切な対策を立てれば、複数のエコツアー商品群からなる強力なエコツーリズム拠点ができる。

だが、隣県の大分や鹿児島と違って串間には温泉が少ないので、その弱みをどう克服するかが課題になる。

（3）重層的なツアー商品のラインアップをつくる

そのためには、商品コンセプトを明確にし、重点的に推進する商品の取捨選択や商品間の競争、連結、シナジー（相乗効果または省力化、合理化）を図っていく。すべてのツアー商品を横並びにPRするのではなく、串間固有の戦略商品（メインツアー）を前面に打ち出す。そのうえで、悪天候でメインツアーが困難になったときやメインツアーでは観光客のニーズに応えられないときに補強する商品ツアーを準備する。もちろん、ツアー客の直接のニーズがオプションツアーでも良いが、串間エコツアーの戦略商品としてメインツアーを打ち出す姿勢が他の地域のエコツアー商品との差別化を可能にする。

メインツアーを看板商品に重層的なエコツアーの商品構成（ラインアップ）を充実化させて、ツアー客の多面的なニーズに応えられる条件整備を図れば、オリジナリティを発揮し相当な観光需要に対応できる。

学生が提案する3つのメインツアーと6つのオプションツアーは串間エコツアーの当面のラインアップである。

（4）エコブランド力を獲得すること

関西や関東のほとんどの都市市民は串間を知らない。串間の知名度は都市部ではなきに等しい。しかし、エコツアー客の大部分は都市住民である。なぜなら、自然の魅力に飢えている都市住民は自然豊かな土地に憧れをもち、エコツアーで癒されたい潜在的なニーズをもっているからです。そのためには都市住民に知名度を高めることが先決です。豊かな資金力をもたない自治体が都市住民を惹き付けるにはブランド力を引き上げることです。

例；エコツーリズム推進団体に与えられる認証（環境省）

エコグッドツアー認証（日本エコツーリズム協会）

エコツーリズム大賞（エコツーリズムに取り組む事業者、団体、自治体などを対象に、優れた取組を表彰するもの、日本エコツーリズム協会）

WindMade（事業で使用される全エネルギーの25%以上が風力発電でつくられた製品やサービス、事業所に与えられる認証）
6年後に発電が予定されている串間風力発電が実現する時点で、串間エコツーリズム協議会として統合認証申請を検討する。

これらの受賞には、エコツアーの商品特性だけでなく、エコツアーを支える住民やステイクホルダー（利害関係者）、自治体等の協力関係や活動の質的実績が評価されます。一部のリーダーの独りよがりな指導だけでは評価されません。広汎な市民が参加してユニークな取組みを実践し理想的な地域社会を創造している団体が受賞されます。

これらの認証を受けると、全国からエコツーリストが参加し口コミやツイッターで串間エコツアーの評価が流布されます。専門家のコメントがエコツアー協会のホームページや機関誌に掲載されるかもしれません。この方達がリピーターになってくれたり、その情報を知りえた観光業者が商品普及に協力してくれることが成功の帰趨を決めます。

海外の観光客の集客策も実施します。最近の報道によれば、日本の和食は2013年度の料理ランキングで世界一位になりました。海の幸、山の幸が採れ採れの串間に海外ツアー客を招く体制を造れば大きなビジネス・チャンスになります。おもてなしの外国語研修や通訳の確保も課題になります。海外観光客の好きな観光地になるように、日本へのツアー客に情報提供する外国人運営サイトに串間エコツアーを紹介してもらうアプローチも検討します。その際に、上記の受賞記録をパンフレット等に掲載すれば外国人にアピールできます。

2 エコツーリズムの有用性

(1) 串間市民の意識改革を促す

宮崎のフェニックスリゾートの事業はその実績が示すように経営破綻しました。宮崎の自然を生かすのではなくゴルフ場開発のために景勝豊かな国有林8万本を伐採しました。奇想天外なのは海の宮崎に人工の開閉式プールをつくって高層ホテルを建てリゾート施設と称したことです。高い入場料も影響してリピーターは殆どなく、儲かったのはリゾート施設を受注した大手建設会社だけでした。

それに反して、長崎のハウステンボスは新幹線開通効果もありますが、長崎の歴史性に由来するポリシーからオランダの街並みを精巧に再現し、インテリジェンスの高さを誇示しています。現在はHISが経営して黒字転換しています。

この2つのテーマパークの教訓から、自治体の観光行政を考える際には、その地域の歴史的な由来や自然条件（自然資源）を尊重した方針を掲げることです。都会の開発手法を模倣したり、派手な装いを凝らしても長期的にはリピーターが得られずに観光事業が行き詰まり息切れします。田舎の自然環境を逆手に取って有力な武器にすることです。エコツーリズムはその土地のもつ自然資源を観光資源とし、その風土や文化を尊重した自然な旅行形態です。失われるものはありません。

自分たちの郷土の自然や文化が商品になることに誇りを感じ、自分たちの街や村を再評価し歴史を学んだり観光商品づくりを研究する気運が生まれます。郷土の強みを国内外に宣伝し知名度を高めることで住民の意識は高まります。自治体の人口減少に歯止めをかけ、再生、発展を強める大きな原動力になります。

(2) エコツーリズムは観光客を増加させ全産業を活性化させます

エコツアーの主力の観光産業は学生の提案する9つの商品ツアーに見られるように、宿泊施設だけでなく、交通手段、レストランなどの飲食業、土産物などの観光業、農業、林業、水産業の従事者、所得水準に影響します。しかし、どの業種もエコツーリズムのニーズを先取りしたり、ニーズに対応して絶えず技術革新を図る必要があります。

○成功した環境自治体の観光客数の増加率

綾町、観光客数は120万人、+111%（90～10年）

(観光生産性は160人/町民1人) 全国トップ
屋久島町、観光客 +27% (95~11年)
豊岡市、観光客数は+147% (02~12年)
※串間市は人口2万人で観光客数は約30万人 (2012年)
(観光生産性は15人/市民1人) 綾の約10分の1
観光客数-46% (90~13年)

3. エコツアー推進のステップ (商品化のプロセス)

ここで掲載するエコツアー推進のステップは、2012年3月講演「串間エコツアー成功のために～視点、方法、手順～」と2012年9月講演「串間エコツアー事業準備の諸課題について」で発表したものを基底にしている。その後の進捗状況を踏まえて多少改変しているが、現地のステイクホルダーと串間市及び観光協会は当初のスケジュールを忠実に実践されている軌跡が読み取れ所期の成果を着実にあげています。今後の活動も平坦な道のりではありませんが、前途は明るいと言えます。

<過去の取組みと実績>

- (1) エコツアーの学習会、経験交流会 (実施済み)
- (2) エコツアー商品のコンセプトとターゲット、採算性とルールの確定
(コンセプトと商品ラインアップは近大生が3月に開発し7月にプレゼン提案します。採算性とルールの確定が今後の課題になる)
- (3) 平成25年度生物多様性保全推進交付金 (エコツアー地域活性化支援事業) (現在、申請中)
- (4) エコツアー推進協議会設立準備会結成 (実施済)

<今後の課題>

(5) エコツアー商品のコンセプトの精緻化とインフラの整備。

商品ツアーの愛称 (ネーミング)、商品化の妨げになる問題点の列挙と解決、エコツアー料金の公正・明朗化、低価格競争に陥らない合理的な収益の確保。幸島の渡し船にライフジャケットを設置し海難事故に備える。岩場伝いに猿のいる浜に向う途中の岩場の歩行が危険なので、リスクを低める対策を講じる。

環境保全活動を担保する環境基金を料金に組み込み基金の使用実績を公表する仕組みの検討など。中途半端な商品をエコツアー商品として

拙速に市場に出さないこと。

(6) 有力な宿泊施設や観光拠点で環境マネジメントシステムの認証取得を準備する。

エコアクション21またはISO14001認証を取得して国内外に発信すれば、エコツアー商品のブランド力を更に高めることができる。そのための環境マネジメントシステムの学習会を組織する。地域全体の14001統合認証取得が可能かどうか検討する。各観光スポットで統一したフォーマットで事業活動（電力やエネルギー消費量、廃棄物量、リサイクル率、化学物質使用量、地域・社会貢献活動などの環境負荷削減実績）を記録しコンピュータで管理するシステムを構築する。環境マネジメントだけでなく顧客管理や財務分析にも活用する。

(7) 2013年は幸島の猿の文化行動が発見されて60年である。

京都大学野生動物研究センターに依頼して幸島の野生ザル研究の学術的意義とその歴史について串間市民向けの講演をお願いしてはどうか。来春のエコツアー商品の市場化を前に、京都大学の講演をいただくことは串間市民への大きな啓発となり同エコツアーのブランド力を高める。

※ 幸島正面の砂浜に立つ百匹目の猿現象の碑は事実に基づかないエセ科学の記念碑であり、霊長類研究の発祥地に相応しくない。この記念碑建立の経緯は詳らかではないが、調査研究の当事者である京都大学の有力な研究者をはじめ専門科学者や有識者の間では、百匹を超えたときの「超常現象」の事実はなかったとみなされている。エコツアーリストや観光客からこの記念碑の内容は事実か？と聞かれたときに正確に答える責任がエコツアーを推進する側にある。観光客の理解を混乱させ誤解をもたらす記念碑の存在をどうするかについてエコツアー推進協議会が検討すべきであろう。因にエコツアー推進法はエコツアーの定義についてつぎのように述べている。「「エコツアー」とは、観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深めるため

の活動をいう。」下線は引用者のもの。エコツーリズム推進協議会は自然観光資源に知識を持つ者（ここでは京都大学野生動物研究センターになる）からこの記念碑の信憑性についての見解を確かめた上で、記念碑に合理性があるかどうかを検討し必要な対策を講じる必要がある。

(8) エコツアーへの登録（日本エコツーリズム協会）

正規のエコツアーを管轄する同協会のHPに掲載してもらおう。メジャーへのデビュー。直ちに宣伝効果は期待されないが、エコツアーの仲間入りを果たす。

(9) エコツーリズム推進協議会の結成（規約承認） 2014年4月頃

正規の協議会を組織してエコツーリズムを推進する。

※ 串間市は行政機関としてこの活動に責任をもつ立場から自然生態系を

将来にわたって保全し有効に活用しながら持続可能なまちづくり（エコタウンづくり）を宣言することが望ましい。

(10) エコツアー商品の市場化と広報（HPなど） 2014年4月

来春以降は串間で何かが起こっていると全国の注目を浴びるように国内外に情報を定期的に発信する。近畿大学広報部は串間エコツーリズム商品の市場化のニュースを全国に発信する体制を準備している。

(11) グッドエコツアーへの応募（日本エコツーリズム協会）

採択されれば、串間エコツアーの商品名にロゴマークが付与され、国内外に宣伝できる。

(12) 環境省エコツーリズム認証申請（エコツーリズム推進全体構想）

認証されれば、日本全国に串間エコツーリズム協議会の名前が浸透する。一流のエコツーリズムのブランドを取得できる。数年以上の蓄積が必要であろう。

4. エコツーリズムの推進で、串間はどのような地域になるか

- (1) 自然資産を保全しながら有効活用するので、地に足をつけた観光産業が誕生し、人も動物も自然も潤い住みやすい豊かな街として全国の尊敬を集める。
- (2) 自然や動物など環境資源に対する市民の意識が向上し、インテリジェンスある文化的な町づくりが進む。
- (3) エコツーリズム商品の普及は都市住民との交流の拡大につながる。串間から世界を見るだけでなく、都市住民や海外旅行客の立場から串間の自然や風土がどう評価されるかについて新しい発見や刺激がある。串間型エコツーリズムを創造していくうえで豊かな世界観が育まれる。
- (4) 不純な動機をもった都市市民も流入するので、受け入れ側の度量やチェック機能が試され長い目で見れば、地方と都市への目配りや気配りができるようになる。
- (5) 観光産業を突破口にして成功すれば、一次産業をはじめ雇用が増大し若者が定着する。若者の人口比率が向上し雇用先が確保されると、自治体は活性化する。
- (6) エコツーリズムの普及と事業成功は、串間市のエコタウン化と連動する。クリーンな街づくりや環境マネジメントシステムを取得した産業活動も資源循環型（廃棄物のリサイクルや省資源、省エネルギー型事業）に転換し、全産業がエコビジネスを志向するようになる。有機農産物の普及や工業製品、サービス業のエコプロダクツ（環境配慮製品や環境配慮サービス）化で、串間の都市ブランド力を相乗的に引き上げる。
このレベルに到達するには、約20年近くを要するが、串間の100年後の成長への大きな礎となる。