

村上市交流人口拡大に向けた「観光まちづくり」推進方策調査（概要）

1. 調査の背景と目的

新潟県北の城下町である村上市は、新潟県下越地方の中心都市であり、歴史的・文化的に特異性のある観光素材を有している。

かつては村上市を起点に庄内鶴岡へと通じる出羽街道があり、かの松尾芭蕉が庄内地域からこの道を通り村上の旅籠に宿泊したほか、近郊には瀬波温泉という観光資源もある。また、近年では、城下町村上の「町屋の外観再生プロジェクト」が内閣総理大臣賞を受賞するなど全国的にも注目を集めている。

現在、平成20年4月の市町村合併後の新村上市（旧1市2町2村 村上市、荒川町、神林村、朝日村、山北町）においては、地域力の強化に向けての交流人口の拡大が重要な政策課題となっている。

本調査は、町屋保全活動で注目を浴びている村上市において、出羽街道や瀬波温泉との係わりを活かして、さらなる交流人口の増加をはかることを目的に、同市における交流資源（歴史、潜在力、地域資源等）を再評価し、課題の把握・分析を行い、出羽街道、瀬波温泉、町屋から成る三位一体の「観光まちづくり」戦略を検討・立案した。

2. 検討体制・手法

観光関係者へのヒアリング、来訪客アンケート調査等を行い、村上市の観光まちづくりにあたっての現状と課題を分析した。

また、市民一人ひとりが観光の意義を理解し、観光振興に向けて何ができるのかをともに考え、観光・村上市を支え合う市民の意識づくりとネットワークづくりの場を目指して、「観光まちづくり懇談会」を4回にわたり実施した。

〔観光まちづくり懇談会の活動状況〕

- 第1回懇談会 8月3日（火）「これからの観光と村上市の観光まちづくり」
パネリスト：村上 雅巳氏（跡見学園女子大学 准教授）
西 尚子氏（㈱リクルート エリアプロデューサー）
コーディネータ：志賀 秀一氏（㈱東北地域環境研究室）
- 第2回懇談会 9月30日（木）「村上市の観光の魅力を掘り下げる」
パネリスト 鶴田 浩一郎氏
（NPO法人ハットウ・オンパク代表理事／別府温泉
ホテルニューツルタ代表取締役社長／国土交通省・観光カリスマ）

若杉 清一氏

(田沢湖高原リフト(株)代表取締役社長／秋田内陸縦貫鉄
道(株)代表取締役社長)

コーディネータ：志賀 秀一氏 (株)東北地域環境研究室)

第3回 懇談会 11月18日(木)「村上市における広域観光の展開について」
パネリスト 高峰 博保氏 (株)ぶなの森 代表取締役)
コーディネータ：志賀 秀一氏 (株)東北地域環境研究室)

第4回 懇談会 12月19日(日)「地域力の強化と観光まちづくり」
パネリスト 首藤 勝次氏 (大分県竹田市長／観光カリスマ)
コーディネータ：志賀 秀一氏 (株)東北地域環境研究室)

シンポジウム 3月5日(土)「村上の観光を考える視点」
パネリスト 柳井 雅也氏 (東北学院大学教授)
神田 昌幸氏 (国土交通省都市・地域整備局まちづく
り推進課
都市総合事業推進室長)
吉田 雅博氏 (村上市観光協会会長)
コーディネータ：志賀 秀一氏 (株)東北地域環境研究室)

3. 観光客アンケート調査結果

村上市の観光まちづくりの現状について調査するため、来訪客アンケートを実施した。
(回答数2571件)

その結果、リピーターが大変多く、近隣の県外客が増加しており、県内からの短期(日
帰り)旅行、県外からの1泊2日程度の比較的短期の個人旅行や少人数家族向けの旅行
先として人気が高いことなどが判明した。

アンケート調査結果の主な特徴点は以下のとおりである。

- ① 新潟県外が半数強を占める全国(広域)集客型
- ② リピーターが6割を占め、観光地として成長過程
- ③ 観光目的は「温泉・保養」「料理」「町屋・景観」
- ④ 旅行期間は約半数が1泊2日の短期逗留型
- ⑤ 満足度が高いのは「食事」「もてなし・接客」「温泉・宿泊」
- ⑥ 満足度が低いのは「道路標識・施設への誘導サイン」「地元の暮らし・文化体験」
- ⑦ 4分3が土産品を購入するが、金額は5千円までが半数
- ⑧ 村上への再訪希望は強い

4. 現状と課題

- ・平成10年に始まった「村上町屋商人会」による町屋を公開するイベントにより全国的に認知度を上げ、一定の成功をおさめてきたが、さらなる交流人口拡大のためには、カリスマ依存、イベント依存型の観光では限界がある。
- ・一定の成功を収めた背景として、近年観光客の行動が地元の人たちの生活文化に触れながら時間をゆったりと過ごす「歩く観光」「コミュニケーション観光」に推移していること、また、少子高齢化により観光の主力が高齢夫婦に移りつつあることがあげられる。
- ・しかし、こうした「歩く観光」への対応にあたっては、これまでのイベント対応時の実行委員会型組織（官主導の肩書型組織）では現場のサービス精神や多彩な情報発信が十分機能しているとは言い難いことから、現場の担い手自身がその現場感覚を持ち寄って相互に協力しあう能動的な「担い手主役の現場性の強い組織づくり」をどのように進めていくかが課題となる。

5. 今後の取り組み（提言）

（1）担い手ネットワークの構築の必要性

- ・高齢者を中心とする「まち歩き」型来訪客に対して、満足ゆく観光サービスを提供するには、日常の「歩く観光」のもてなしを担う、町の「担い手」たちによる、お互いに顔の見える「担い手ネットワーク」を作っていくことが急がれる。
- ・日常のもてなしを担う担い手自身が発信者になることで、より役立つ情報が発信でき、村上の観光まちづくりをより魅力的にすることができる。
- ・「芭蕉」など一定の絞り込んだテーマにより、村上の行政区域にとどまらない、より広域連携を目指すべきである。

（2）ソフトインフラの強化（サイン関係を中心に）

- ・「歩く観光」、町屋を中心にした「まち歩き」観光客のさらなる増加に向けて「村上らしいサインづくり」が必要である。
- ・村上の好感度の原点は、たとえば、まちの人による挨拶であり、こうした「コミュニケーション観光」であり、こうした村上の強みはさらに磨き上げていくことが大切である。
- ・テーマに沿った特色ある「まち歩き」コース設定が望まれる。

以 上

(まとめ概念図)

