

1. 「産業ツーリズム」の可能性

「産業ツーリズム」は、社会経済状況や来訪者ニーズの高度化といった環境変化に対応する新しいツーリズムのかたちであり、地域が意思を持って、地域資源を多面的に捉えながら「産業ツーリズム」が成立する。そして、産業振興、地域経済の活性化、まちづくりといった様々な分野での波及効果が期待されるものである。

1 - 1. 「地域」と「観光」を取り巻く環境変化

最初に、「地域」と「観光」のあり方に大きな影響を及ぼしている社会経済環境等の変化について整理する。

人口減少社会の本格的到来

国内においては、2005年に戦後初めて、人口の自然減が自然増を上回り「人口減少社会」の到来が現実のものとなっている。特に、大都市部に比べて地方都市・農村地域での人口減少は著しく、地域社会や地域経済に大きな影響を及ぼしている。

本格的な人口減少社会の到来は、観光産業に限らず、需要の減少が見込まれるとともに、供給側でも労働力不足、人材不足が深刻化するなど、需給両面から地域経済に大きな影響を及ぼすことが懸念されている。

基幹産業の活力低下からの新たな活路の模索

現在、経済の長期的な低迷を脱したとはいえ、その間に地域の疲弊が進展している。地域の抱える大きな課題として、地域経済の再活性化とともに、地域社会・コミュニティの維持が焦点となっている地域も少なくない。特に、地方都市・農村地域においては、後継者不足をはじめとして地場産業や農林水産業などの基幹産業の活力低下が顕著であり、地域経済の再活性化に向けた、新たな活路を見出していくことが大きな課題となっている。

多様化・高度化する来訪者のニーズ

少子高齢化という人口構造の変化、ライフスタイル等の変化にともなって、「旅行ニーズ・意識」の変化が進み、「旅行スタイル」の変化が進行している。具体的には、団体旅行が縮小し、グループ・個人単位の旅行が主流となっている。また、オーダーメイド型ツアー、SIT旅行¹と呼ばれる「こだわりの旅」を提供する旅行商品も増えている。この背景には、「旅行ニーズ・意識」の変化があり、個人志向の高まりとともに、「知る・学ぶ」といった教育的な目的に加えて、地域との深い交流や体験的な活動へのニーズの高まりが指摘されている。

特に、アクティブシニア²については、2007年以降、団塊の世代の退職が本格化し、経済的、時間的なゆとりが生まれることから、旺盛な旅行需要が顕在化していくことが期待されている。余暇経験の豊富さから、個々人により多様な志向と強いこだわりを持っており、そのニーズを充足させることで、今後、大きなマーケットへと成長させることが期待されている。

インターネットの普及による旅行流通・旅行地選択の多様化

情報通信技術(I T)の高度化、インターネットの普及は、旅行流通や情報発信のあり方にも大きな変化をもたらしている。オンライン・エージェントのシェアの拡大や、旅行事業者を介さない顧客と地域事業者のダイレクトな取引(中抜き現象)も進んでいる。また、インターネットによる地域情報・旅行情報の収集による旅行地選択のウェイトが増すとともに、ウェブログなどを通じた個人旅行者の評価が旅行地・施設の選択に大きな影響を与えるなど、旅行地選択の基準の変化も見られる。

市民活動の活発化とアクティブシニア世代への期待の高まり

近年、N P O 法人の活動の活発化やコミュニティビジネスの進展など、地域をフィールドとして、地域の課題や社会的な課題を解決するための取り組みが活発化している。

また、アクティブシニア世代に対する地域での役割発揮への期待も大きい。特に、2007 年以降に退職期を迎える団塊世代の動向が注目されており、田舎への U ターン・ I ターン、二地域居住の進展により、人口減少による活力低下の進む地域において、地域活動や産業の担い手としての期待も高まっている。

- ¹ S I T 旅行 : S I T とは、Special Interest (ing) Tour の略で、「特別な関心や目的のある旅行」の意。
- ² アクティブシニア : アクティブシニアとは、元気に活動し、活発な消費意欲を持つ中高年層(欧米では 50 歳以上を「シニア」と呼ぶのが一般的)の意。いわゆる「団塊の世代」が加わり、また、健康な高齢者が増えたことにより、市場において大きな位置を占めるようになっている。

1 - 2 . 本報告書で考える「産業ツーリズム」

本報告書では「産業ツーリズム」を以下のように考える。

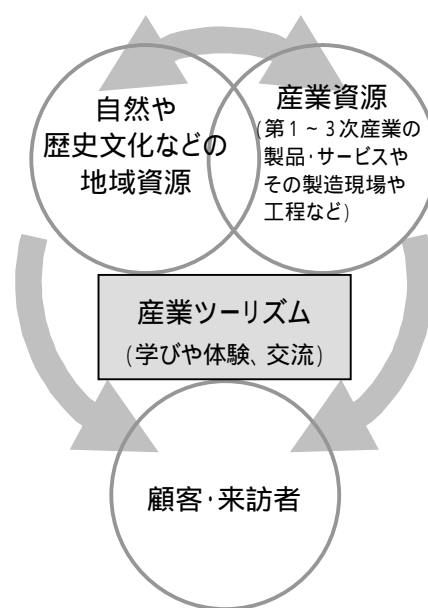
「産業ツーリズム」とは、来訪者の学習欲、知識欲や人びととの交流を行ないたいといった多様化・高度化するニーズに対して、地域が主体的に応えることによって、さまざまな地域資源を対象とした、「学びや体験、交流」といった活動が行なわれることである。

「産業ツーリズム」の核となる「地域資源」

「産業ツーリズム」の核となる地域資源は、自然・歴史・生活文化といった地域固有の資源や、それらとともに地域の文化を育んできた産業資源などである。

産業資源は、第1次産業から第3次産業まで各分野の産業活動にわたり、出来上がった製品やサービスだけでなく、普段見ることのできない製造現場や工程の裏側等も対象になる。

このように、「産業ツーリズム」では、今まで観光資源として考えてこられなかった地域資源を地域側の視点と来訪者側の視点との双方から捉えなおし、新たな魅力として活用することで地域をアピールすることもできる。



さまざまな主体が意思を持って、「地域」との関係を意識しながら取り組む「産業ツーリズム」

「産業ツーリズム」は、地域内の事業者、住民、自治体、支援機関等がそれぞれ意思を持って主体的に、地域の「価値」を捉えなおし、地域との関係を重視しながら、創意工夫を凝らした独自のサービスや商品を開発し、来訪者に提供するものである。特に、地域資源やサービス等を単体ではなく、地域の歴史、生活文化、人びととの活動などと組み合わせられ、独自のストーリー（物語）が生みだされることによって、地域資源の魅力が高められる。

また、「産業ツーリズム」は、サービス等を提供する主体（事業者、住民など）とそれを享受する来訪者とが、その知識欲、学習欲をきっかけとして、交流する場であり、両者の相互作用により、その魅力は増幅される。

地域経済の活性化、まちづくりへと広がる「産業ツーリズム」

「産業ツーリズム」は、従来型の物見遊山的な観光とは違った視点から取り組まれている。「産業ツーリズム」により地域外からの集客・滞在や、地域内外の交流が生まれる。そこで発生する消費の増大という地域経済への波及効果とともに、まちづくり活動等を通じて地域側の事業者や住民の意識改革を促がすなど、地域活性化と持続的な発展に寄与することが期待される。

1 - 3 . 「産業ツーリズム」の可能性

先に整理した「地域」と「観光」を取り巻く環境変化に柔軟に対応しつつ、「産業ツーリズム」を軸にした取り組みを進めることは、地域の産業振興やまちづくりの活動につながり、地域活性化に寄与していくことが期待される。

地域の独自性が発揮された「産業ツーリズム」が、優位性を生み出す

独自の地域資源を重視した「産業ツーリズム」を提供することにより、「産業ツーリズム」に独自性が生まれ、他地域との差別化をはかることができる。来訪者の深く多様なニーズに対応することで、より小さなグループや個人に対するアプローチも可能となり、新たな需要の発掘にもつながる。

「産業ツーリズム」は、地域のさまざまな主体をつなぐ

「産業ツーリズム」のサービスや商品を提供するためには、事業者、住民、自治体、支援機関等が一体となった取り組みを進めることが求められる。「産業ツーリズム」の事業を進めることが、参画するさまざまな主体の間に新たなつながりを生みだし、地域内の人的なネットワークを強化し、新たな事業を生む素地となる。

情報通信インフラの活用が地域発の「産業ツーリズム」を後押しする

インターネットの普及は、とりわけマスメディアの集積が小さい地方部においては、地域情報・観光情報を直接、顧客に届ける有効な手段であり、地域と来訪者の間での密度の濃い、双方向の情報の受発信も可能となる。また、地方紙、ミニコミ誌、CATV等の地域メディアとの連携により、地域の情報発信力の弱さを補完することも可能となる。

「産業ツーリズム」が媒介する「外」の「まなざし」と「交流」が地域を活性する

来訪者の地域への「まなざし」は、地域内の「あたり前」を刺激し、地域では気づかれて来なかった魅力の再発見につながる。さらに、人びとの交流が深まり、来訪者が地域のファンになり、リピーター、さらにはサポーターとして共に事業や活動に参画することで、事業推進を加速し、新たな事業展開の可能性を高めることもありうる。こうした交流を通じて、地域外だからこそ生まれる新しい発想や、スキル、ネットワークを導入することにより、地域の活性化が進展する。