

岩手県北部地域の新たな観光モデルの創造に関する調査

報告書

平成 24 年 3 月

財団法人 東北活性化研究センター

## はじめに

---

平成 23 年 3 月 11 日の東日本大震災で、岩手県沿岸部は津波による甚大な被害を受けました。この大きな悲しみと苦しみを共に乗り越え、力を合わせて未来につながる地域社会を築いていくことが求められます。

岩手県沿岸部の復興の方向として、第一に、壊滅的な状況にある漁業や衰退している農林業等の第 1 次産業を支え維持すること、第二に喪失のおそれのある自然、文化・伝統等の地域資源を再生させること、第三に、地域の人々が再び誇りと自信を持って住み続けられる持続可能な地域社会にしていくことがあげられます。

その実現方策の一つとして、外部との交流によって地域に経済・人・モノ・情報をもたらす、観光の再興が重要となります。観光産業は経済収益を 1 次産業等にも循環できる「すそ野」の広い産業であり、地域資源の保全・活用への道筋をつくり、何よりも人同士の交流が地域に元気と活力をもたらします。

しかし、沿岸部観光の復興には、被災した交通インフラ、観光資源や施設等の復旧など、様々な問題があります。また、震災を契機に、地域オリジナルの観光を提案するなど、新たな魅力の創出も必要となります。それらの問題を解決する方途として、沿岸部と内陸部をつなげた広域観光の展開が求められます。広域エリアで観光資源・施設、人、組織をつなぐことにより、観光基盤の再構築と多様な魅力を創造することができます。

本書では、岩手県の北部地域から三陸沿岸にかけての広域エリアを「北いわて三陸地域」と称し、当該地域の観光産業の復興を目的に、その可能性と展開方向について提示しております。現在まで、多くの人々が沿岸部の支援に訪れ、その復興プロセスに関心と期待を寄せています。自然災害の多い日本に住み続けている私達が、震災から何を学び、子どもたちに伝えていくか。それらを踏まえて、自然に生かされた暮らしのありよう、命の大切さについての「学び」をテーマとした視察研修・教育旅行の可能性を示し、広域エリアをつなぐ観光コンセプトと具体的な展開方法について提案いたしました。

本調査は当センターの復興支援事業の一環として、岩手県を対象に実施したものです。調査にあたっては、観光産業や観光資源に造詣の深い有識者による「検討委員会」を組織し、検討を重ねました。調査のとりまとめに際しては、小椋唯一委員長に多くの助言を頂戴しております。また、ヒアリング調査には、観光関連の組織・企業、自治体の皆様にご協力いただいております。ここに記して、皆様に感謝を申し上げます。

本書が、北いわて三陸地域のみならず、東北地域の被災沿岸部の復興と観光振興に向けた一助となれば幸いです。

# 目次

---

はじめに	
序章 調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査の対象と方法	1
3. 調査の体制と経緯	2
4. 本書の趣旨	3
5. 本書の骨子	4
6. 本書の概要	5
第1章 北いわて三陸地域の課題と可能性	6
1. 北いわて三陸地域の現況	6
(1) 自然の条件	6
(2) 観光の条件	6
(3) 産業特性と現況	8
(4) 交通の現況	9
(5) 観光施設等の被災状況	9
2. 観光交流の課題と広域連携の必要性	12
(1) 観光交流の課題	12
(2) 課題解決のための広域連携の必要性	13
3. 観光交流の可能性	14
(1) 豊かな食と伝統文化の活用	14
(2) 地域固有の観光資源の発掘と活用	16
(3) 被災地視察研修の受入れの可能性	17
(4) 農山漁村での教育旅行の受入れの可能性	18
第2章 観光交流のコンセプトとターゲット	19
1. 観光交流展開の前提	19
(1) 岩手県を訪れる観光客の傾向	19
(2) 岩手県の位置づけ	20
(3) 地域特性を表すコンセプトの必要性	21
2. 観光交流コンセプトとターゲット	22
(1) 観光交流コンセプト	22
(2) 観光交流のターゲット	24
第3章 観光交流の展開方向	25
1. 視察研修（政策観光）の展開方向	25

(1) 視察研修（政策観光）展開のメリット .....	25
(2) 経済効果につなげるポイント .....	26
2. 教育旅行の展開方向 .....	28
(1) 教育旅行展開のメリット .....	28
(2) 教育旅行の市場と誘致のポイント .....	29
(3) 子ども農山漁村交流プロジェクトにみる展開のヒント.....	33
(4) 「産業観光」にみる展開のヒント .....	36
3. 国・県の観光交流構想の動向 .....	37
第4章 地域の特色ある体験学習プログラム .....	40
1. 体験学習プログラムづくりの視点 .....	40
(1) 地域の特色のあるプログラムづくり.....	40
(2) ストーリーのあるプログラムづくり.....	41
(3) 目的に合ったプログラムづくり.....	42
2. 体験学習プログラムの例示.....	43
第5章 新たな観光交流拡大モデルの実現に向けた方策.....	60
1. 推進体制の確立.....	60
(1) 推進組織の必要性.....	60
(2) 推進組織のイメージ .....	62
2. 人材育成 .....	63
3. 情報発信・誘致活動 .....	64
4. モデルコースの例示 .....	67
5. 今後の取組み.....	69
あとかき.....	70
資料編 .....	73
補説「教育旅行の受入れ組織の立ち上げに向けて」 .....	73
ヒアリング調査結果の概要.....	81

## 序章 調査の概要

---

### 1. 調査の目的

---

東日本大震災で被災し、甚大な被害を受けた沿岸地域の復旧・復興は急務となっています。住宅再建、生活再建のみならず、暮らし続けていくための地域産業、地域経済の復興も喫緊の課題です。その解決策として、固有の地域資源（自然、産業、歴史・文化、人等）を活かした観光交流の拡大による観光産業の振興が重要となります。「岩手県東日本大震災復興計画」でも、「なりわい」の再生として、「沿岸地域の観光産業の早期復旧・復興に努め、魅力あふれる観光地や観光産業を創造」して、「観光立県を確立する」ことを掲げています。

しかし、震災以前から県北・陸中海岸北部地域の入込観光客数は低迷傾向にあり、魅力ある観光モデルを創造、提案し、県内外対象に向けて効果的に訴求していくことが重要な課題でした。震災を契機に、従来の物見遊山型観光から、学び考えるための目的型観光への転換を図っていくことも必要となります。例えば、震災の教訓として、自然との共生や命の大切さ、復興へのプロセスやまちづくりについて学んだり、農林漁業の生業や固有の文化が育む「暮らし」に触れたりすることのできる体験学習型観光（教育旅行等）のスタイルを確立する方向が考えられます。

本調査では、岩手県北部の三陸沿岸にかけての地域を調査対象モデル地域として、観光交流の拡大を目的に、震災や地域の暮らしを通じて学ぶ観光のあり方と観光コンセプトの提案、具体的展開方向についての検討を行いました。

### 2. 調査の対象と方法

---

この調査が対象とする地域は、岩手県の北部地域から三陸沿岸にかけての地域です。この地域を「北いわて三陸地域」と呼称し、当該エリアで展開する広域観光の可能性について、モデル的に検討します。また、広域的な観光振興を図る上で県央の内陸部についても、補完的な対象地域としました。

当該地域の自治体、観光関連組織・団体に対して、現況と課題等についてのヒアリング調査を実施しました。

#### 「北いわて三陸地域」の自治体

##### ■東日本大震災で被災した陸中海岸北部地域

洋野町、久慈市、野田村、普代村、田野畑村、岩泉町、宮古市

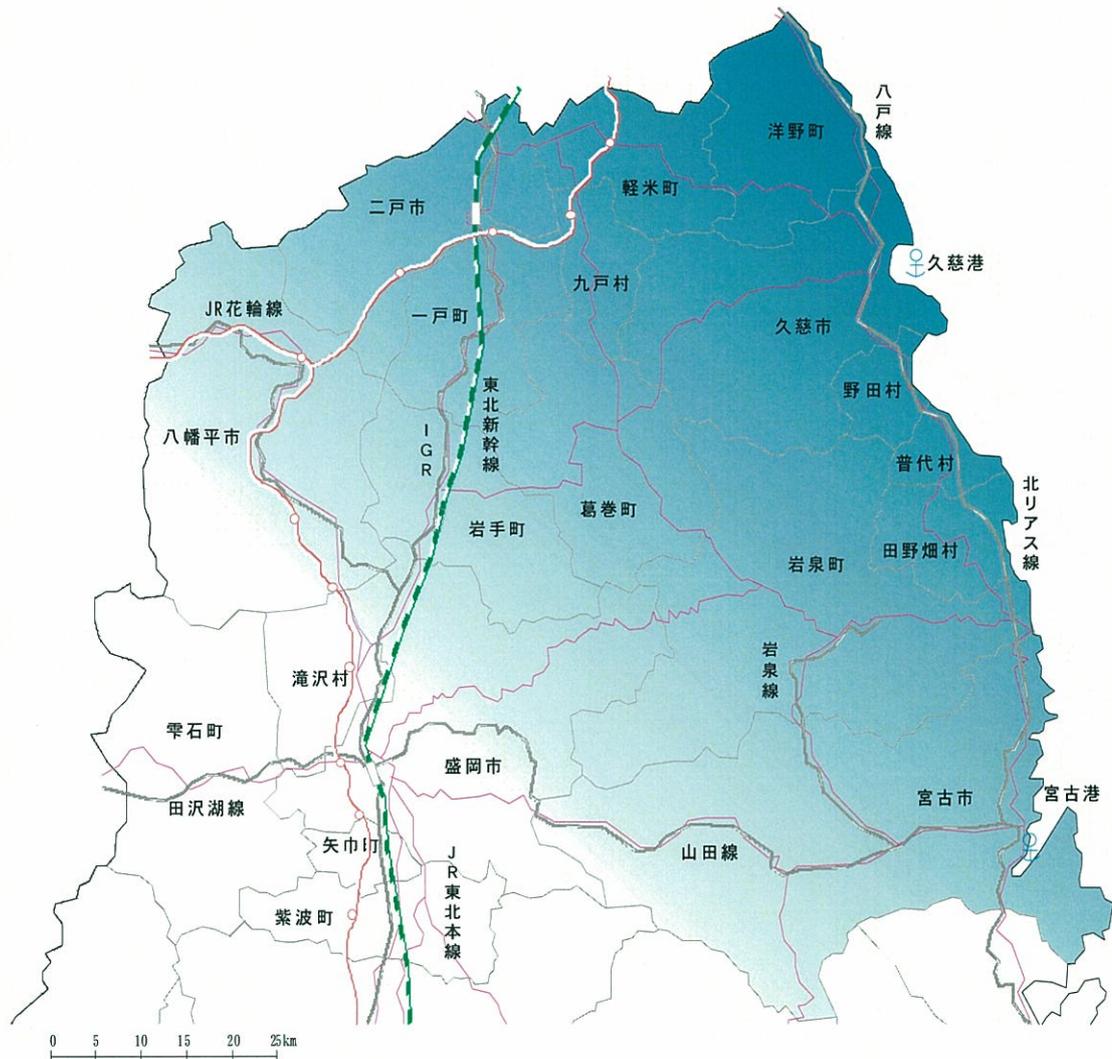
##### ■陸中海岸北部地域のゲートウェイとなる地域

二戸市、軽米町、一戸町、九戸村、葛巻町、岩手町、盛岡市

##### ■多様な観光資源・施設を補完できる地域

八幡平市、雫石町、滝沢村、紫波町、矢巾町

## 北いわて三陸地域のエリア



### 3. 調査の体制と経緯

本調査にあたっては、観光、観光資源に造詣の深い有識者による「検討委員会」を組織し、5回にわたる検討を重ねました。

#### 検討委員会メンバー

委員長	小椋 唯一	東北観光推進機構・教育旅行アドバイザー
委員	五日市 知香	株式会社パイロットフィッシュ 代表取締役
	佐々木 和久	くんのこほっば愛好会 事務局長
	清野 薫	株式会社JTB東北 盛岡支店
	伊藤 仁	岩手県政策地域部地域振興室 課長

## 事務局

関口 哲雄	財団法人東北活性化研究センター専務理事
宮曾根 隆	同 調査研究部長
大泉 太由子	同 調査研究部部長
佐藤 雅之	同 調査研究部主席研究員
寺井 良夫	株式会社邑計画事務所 代表取締役

### 検討会の経緯

回	日時	主な内容	場所
第1回	平成23年9月6日	調査フレームと対象地域	盛岡市
第2回	10月4日	観光コンセプトとターゲット	盛岡市
第3回	11月7日、8日	具体的な展開方向、現地視察	久慈市
第4回	12月14日	学習体験プログラムづくりの視点	盛岡市
第5回	平成24年1月25日	推進体制、報告書のとりまとめ	盛岡市

## 4. 本書の趣旨

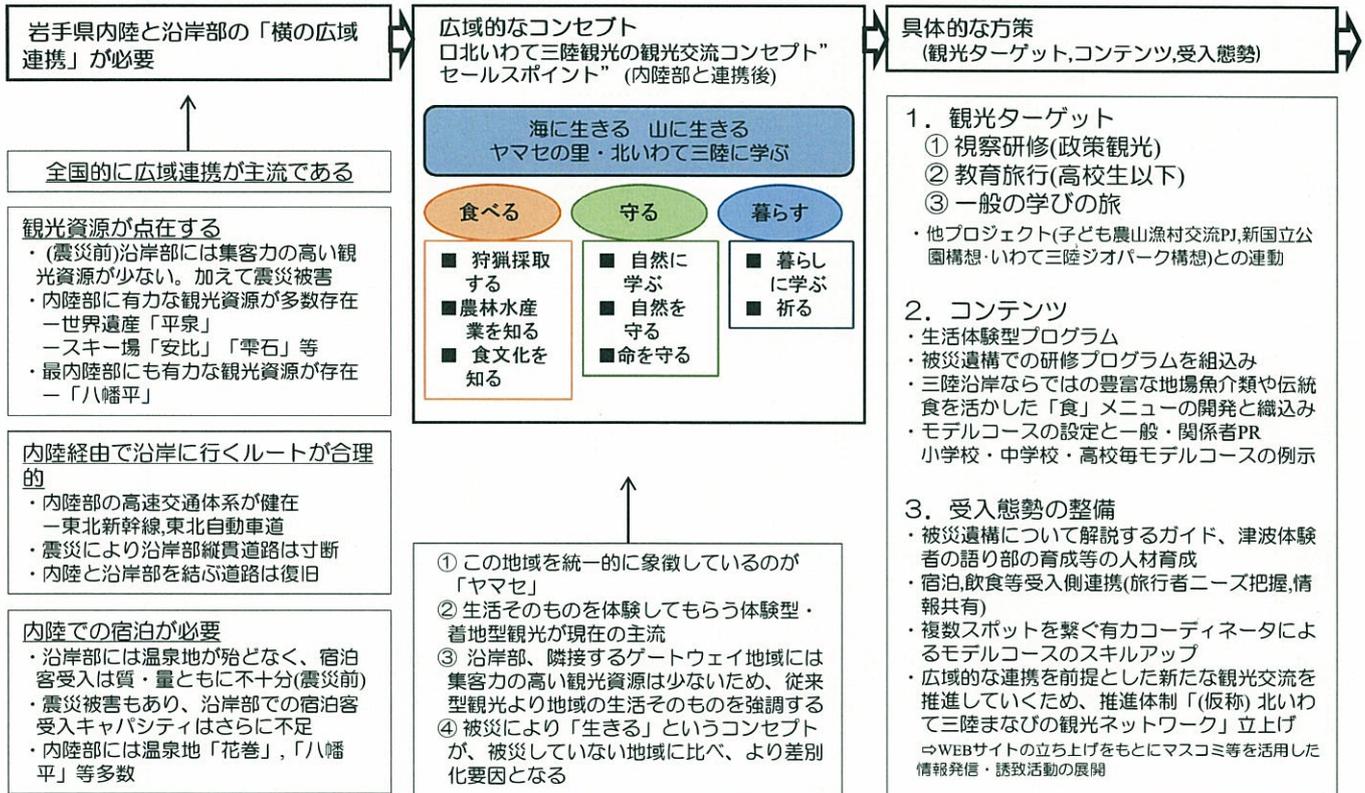
本書は、上記の調査結果を踏まえて、検討委員会委員長・委員の知見をくみ入れながら、できるだけ分かりやすく具体的にまとめたものです。

本書で提案する北いわて三陸地域をベースにした広域観光を展開していくためには、地域間や自治体間の連携は当然として、行政と住民、旅行業界と活動団体、農林漁業と流通業などの多様な組織・団体が立体的に連携をすることが必要となります。それを実現するために誰が主体となるか、組織をどのように作り、どう運営していけばいいかについても、具体的に提案しています。もちろん、その主人公は地域住民の皆さん一人ひとりです。自ら立ち上がり活動をはじめることが、地域の復興につながるという、確信や希望がもてる内容になるよう心がけました。

北いわて三陸地域で活動している各種の地域おこし団体や観光関連業界、自治体担当者のほか、対象地域以外の方にも今後の復興、観光振興に向けて示唆に富んだ内容になっています。また、各地の事例紹介や参考になるヒントを「囲み欄」に記載していますので、あわせてご覧ください。

## 5. 本書の骨子

北いわて三陸地域への観光客増加には、この地域を象徴するヤマセと震災被害を乗り越える地域住民の生活を体験する視察研修(政策観光)、教育旅行にターゲットを絞る。成功のキーは内陸部との連携成立である。



\*注 全体の概念を示しており、必ずしも本文の構成とは一致しません

### 地域の特色ある体験学習プログラム

- ① 洋野町
  - ・耕作と工作体験 ・山里での体験 ・海での体験
  - ・ウニ増殖溝,ウニ栽培見学 ・伝統文化体験
- ② 久慈市
  - ・キャンプ(夏期・冬期) ・琥珀体験(採掘・加工)
  - ・シャワークライミング ・山里暮らし体験
  - ・磯遊び
- ③ 野田村
  - ・陶芸体験 ・製塩体験
  - ・マンガン坑道跡の探索 ・茅葺き民家
- ④ 普代村
  - ・伝統文化学習 ・自然・防災学習
- ⑤ 田野畑村
  - ・サップ船アドベンチャーズ ・番屋群漁師ガイド
  - ・北山崎ネイチャートレッキング ・津波体験・語り部
- ⑥ 岩泉町
  - ・木工体験 ・山里での体験(農作業,林業体験)
  - ・洞窟探検(龍泉洞,安家洞,水渡洞)
  - ・モシ竜口マン・クルーズ
- ⑦ 宮古市
  - ・津波学習 ・自然学習 ・山の暮らし体験
  - ・伝統文化学習
- ⑧ 二戸市
  - ・歴史体験 ・歴史文化学習 ・漆塗り体験
  - ・食の技術体験
- ⑨ 軽米町
  - ・伝統食の体験 ・自然学習 ・伝統文化体験
- ⑩ 一戸町
  - ・縄文体験 ・山里暮らし体験 ・竹細工
- ⑪ 九戸村
  - ・農村の暮らし体験 ・野外学習
- ⑫ 葛巻町
  - ・牧場体験 ・「スノーワンダーランド」(牛の世話,トレッキング,雪合戦等) ・伝統食体験
- ⑬ 岩手町
  - ・自然学習 ・農作業体験
- ⑭ 盛岡市
  - ・山暮らし体験 ・手づくり体験

### 今後のスケジュール

## 6. 本書の概要

---

### 序章

本調査の目的、対象と方法、調査の体制と経緯を整理したうえで、地域が主体的に立ち上がり活動を始められるように提案することが本書のねらいであることを示しています。

### 第1章 北いわて三陸地域の課題と可能性

岩手県の県北沿岸地域は厳しい社会経済情勢におかれていたうえ、東日本大震災により深刻なダメージを受けました。一方で、現代の日本が失ってしまった農山漁村の古き良き姿を今にとどめている貴重な場所であります。また震災の教訓から得るべきことがたくさんある場所でもあります。こうしたなか、広域的な連携を強化することで新しい観光の可能性を見出すことができます。とくに、明確にテーマを絞った観光として、被災地視察研修や農山漁村体験を組み合わせた教育旅行の受け入れが有望な分野としてあげられます。

### 第2章 観光交流のコンセプトとターゲット

本書の提案を導き出すための基本となる考え方を整理しています。そのうえで観光交流のコンセプトとして「海に生きる 山に生きる ヤマセの里・北いわて三陸に学ぶ」を掲げ、それを具体化するプログラムテーマとして「食べる」「守る」「暮らす」の3つを提示しています。また、ターゲットとしては3段階に分け、第1段階を視察研修等、第2段階を教育旅行、そして第3段階を個人・小グループの学びの旅としています。

### 第3章 観光交流の展開方向

まず視察研修（政策観光）の受け入れについて提案しています。行政、議会、経済団体、研究者、ビジネス関係者など、東日本大震災から学習して自らの糧にしたいと考えるニーズは全国に相当あります。続いて教育旅行を受け入れることのメリットを整理し、教育旅行の市場の動向をもとに、北海道、仙台圏、首都圏、関西圏からの誘致可能性について述べています。関連した動きとして新「三陸復興国立公園構想（仮称）」と「いわて三陸ジオパーク構想」に注目をしています。

### 第4章 地域の特色ある体験学習プログラム

体験学習のプログラムづくりにあたっては、メニューを多く並べることよりも、地域の特性をふまえたストーリーのあるもの、目的に合ったものを厳選することがより重要です。本書が対象とする地域の市町村ごとに、特徴のあるプログラムを抽出したほか、新しい体験学習の提案も加えています。

### 第5章 新たな観光交流拡大モデルの実現に向けた方策

本書で提案する新しい学びの観光を具体化するための方策として、北いわて三陸地域内の連携を強化し新たな推進体制を組織することが必要です。そして担い手となる人材育成、情報の発信と誘致活動の展開についてふれ、今後の取り組みのあり方をまとめています。

## 第1章 北いわて三陸地域の課題と可能性

---

本章では、モデル地域である北いわて三陸が抱えている現況の問題を捉えて、今後の観光交流展開の課題と可能性について整理します。

### 1. 北いわて三陸地域の現況

---

#### (1) 自然の条件

北いわて三陸地域は、岩手県の北東部に位置しています。沿岸地域は隆起地形の海岸線が特徴で落差が200mにも達する断崖が見られます。海岸線に面した平野部はごく限られており、海岸線の背後には、比較的平坦な台地と河川により深く刻まれたV字状の溪谷があります。内陸部は準平原地形の北上高地で、緩やかな高原と急峻な谷、そして川沿いにわずかな盆地が点在する地形となっています。

沿岸地域は太平洋側の気象条件にあり、冬期は比較的雪も少なく晴天が続きます。内陸部は寒暖の差が激しく冬期の積雪も多くなっています。この地域の大きな特徴は、夏に発生する「ヤマセ」です。海からの北東の冷たい風が陸に吹き付け内陸部の奥まで入り込みます。ヤマセが吹くと霧で日照が遮られ気温も下がるため農作物に大きな影響が及びます。もともと平坦な農地がほとんどないうえ、冷涼な気候によって満足に米を作ることができない地域であったため、経済的には恵まれないところでした。

#### (2) 観光の条件

当該地域は、岩手県の中央部盛岡市から遠く離れているうえ、交通機関も十分ではないことから地理的にも大きなハンディを負っています。新幹線、高速道路、空港など高速交通体系の整備が岩手県の内陸部で進むに従い、交通面での格差はさらに広がってしまったといえます。

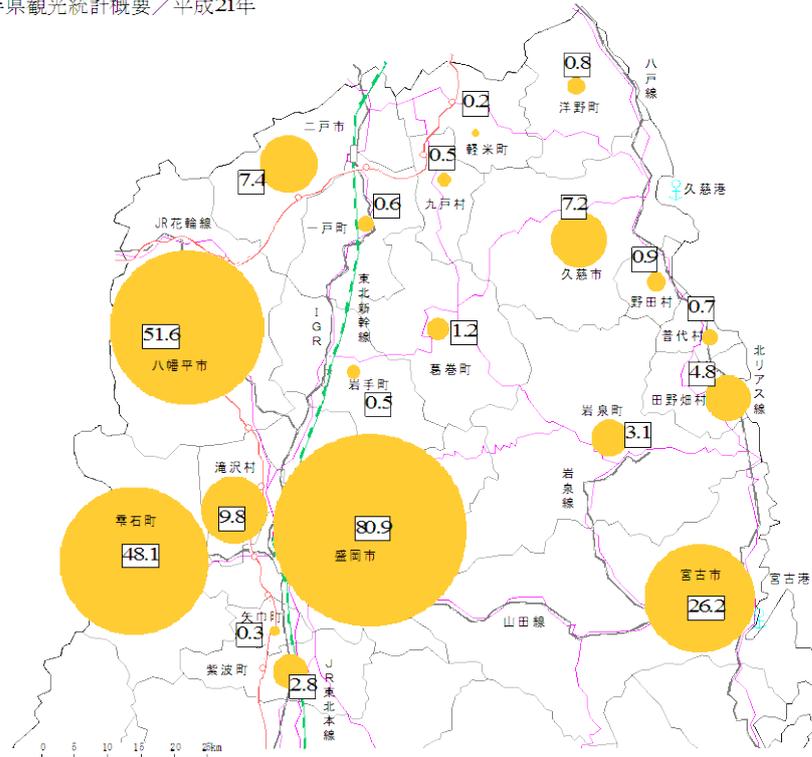
観光面での集積があるのは、温泉やスキー場などの観光資源を抱えている内陸部の盛岡市、八幡平市、雫石町のほか、陸中海岸国立公園の拠点のひとつである宮古市です。これらに比べると北いわて三陸地域の観光集積は小規模です。そのなかである程度まとまっているのは、金田一温泉のある二戸市と平庭高原のある久慈市です。このほか、羅賀荘のある田野畑村、龍泉洞のある岩泉町です。

盛岡エリアは観光客の集客力に高いポテンシャルを持っています。ただし、盛岡市から田沢湖や小岩井、八幡平方面へ流れるケースが多く、北部地域への周遊に繋がっていないという問題があります。盛岡から秋田、青森の日本海ルートは人気があるのですから、太平洋側の魅力を創出することが今後の大きな課題になります。

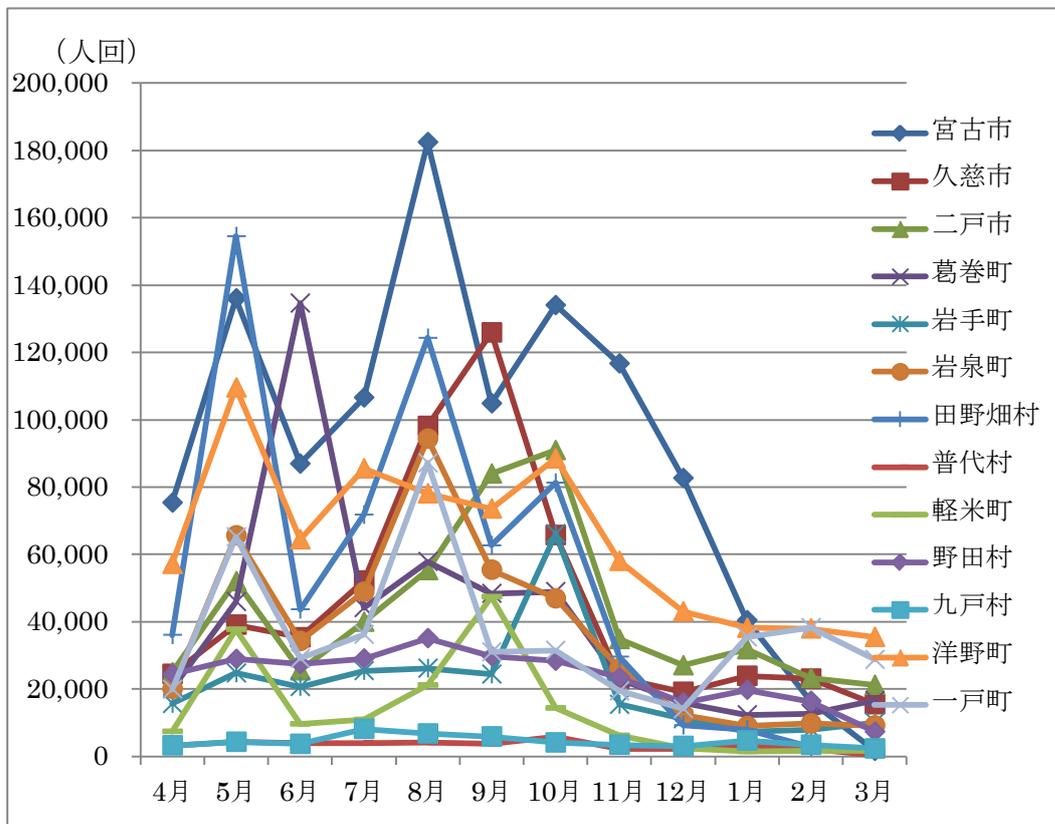
観光客の入込状況を月別に見ると、5月と8月にピークがあることがわかります。また、秋まつりの9月、紅葉シーズンの10月にも比較的多くなっています。一方で、12月～3月の冬季間は大きく落ち込んでいます。観光においてはこうした季節変動はある意味ではやむを得ないところもありますが、できるだけ平準化を図ることが望まれます。

図表 1-1 北いわて三陸地域の観光入込数（宿泊客ベース）

単位：万人回  
 岩手県観光統計概要／平成21年



図表 1-2 北いわて三陸地域の市町村別/月別観光入込数



資料：岩手県「観光統計概要」平成22年度

### (3) 産業特性と現況

地場産業は歴史や文化、伝統、風土など、その地域の成り立ちと現在を雄弁に物語ってくれます。北いわて三陸地域には、さまざまな産業があるものの、どれも規模が小さく、ブランド力に弱いことが課題と言えます。

しかし、細分化して見れば各市町村にはユニークな資産があります。特徴的なものとしては以下のようなものがあげられます。被災した資源も、徐々に復旧していきっています。

●**洋野町** 東日本大震災によって主力産業のウニ種苗施設が破壊されたものの、潜水漁法も復活しており、名産品の天然ホヤ、ウニが戻れば活気は取り戻せるはずです。ここは八戸商圏にあり、合併した旧大野村には木工と山菜、酪農があり、海山の食材が揃った地域です。

●**久慈市** 日本一の琥珀(こはく)の産地として知られています。侍浜の海水浴場は一部破壊され、コンビナート周辺および水産業関連産業にダメージが大きかったものの、周辺の宿泊施設は無事なところが多く、市街地は比較的被害が軽微ですみました。

●**普代村** 「国民宿舎くろさき荘」は震災支援で貢献をしています。観光施設としては老朽化が進み厳しい条件下にありますが、従業員の努力で「普代漁協」と協力し、漁港直送の魚介類料理が人気を呼んでいます。

●**田野畑村** 机浜の「サッパ船アドベンチャー・クルーズ」も津波によって船が流失しましたが、漁師の努力で4隻による再開を果たしたのは、明るいニュースです。

●**二戸市** 「雑穀のまち」として脚光を浴びた時期がありますが、牽引力となる雑穀料理店の閉鎖などで伸び悩んでいる状態です。一般観光では「天台寺」の動員力は素晴らしいのですがそれ以外の弱さが目立ちます。国産漆の生産力が国内の95%を占め、それを土台とした「浄法寺塗り」は名産品ですが、高価なこともあって売り上げは伸び悩んでいます。二戸市の鶏肉は東北最大のシェアを誇り、二戸市の重要な地域産業となっています。

●**葛巻町** 震災後も堅調で地域おこし活動の見本のような存在となっていて、全国から注目されています。中でも町内の電力消費量の自給率が自然エネルギーによって180%と群を抜いており、従来行政の成功が実った事例とされています。「自然エネルギーの町」をコンセプトに森林、酪農、ワイン製造など町自体が株式会社化した組織力によって成功しています。

#### ☛事例紹介 観光シーズンの見直し・冬が三陸の魅力

現在、三陸海岸の観光シーズンは5月連休と夏休み期間だが、とくに夏の時期は「ヤマセ」にともなう濃霧が発生して、リアス式海岸の絶景が見られない日が多い。半面、冬期間は空気が澄んで、晴天日が多いのがこの地方の特徴である。観光客は季節に関係なく動いている。例えば津軽地方の「地吹雪ツアー」や札幌市の「雪まつり」、箱根の「富士山観望ツアー」などは、外国人観光客にも人気がある。リアス式海岸観望ツアーの最適期は冬にある、という地元発の発想の転換とキャンペーンが必要。

【事例】青森県「雪国地吹雪体験ツアー」

[http://www.aptnet.jp/Detail\\_display\\_00000466.html](http://www.aptnet.jp/Detail_display_00000466.html)

#### (4) 交通の現況

鉄道では、三陸鉄道北リアス線の陸中野田駅～小本駅間が大きく被災し現在運休しています。復旧工事により、平成24年4月までに久慈～田野畑間、平成25年春に盛～三陸間、平成26年春までに全線開通を目指しているところです。北リアス線は、レトロ列車や冬季のこたつ列車が観光客の人気を博していましたので、再開が待たれます。

JR八戸線は海岸線近くを通過していたこともあり種市～久慈間が被害を受けましたが、平成24年3月17日に運行再開する予定です。路線バスはほぼ復旧してきているほか、北リアス線の代替バス運行が行われています。

従来から岩手県の中心地である盛岡市から、北いわて三陸地域に至るには東進して沿岸部に出るコースと、新幹線で八戸市まで行き、久慈市経由で南下するコースがあります。しかし、県中央部から沿岸へ行くのは「遠い」というイメージがあり、二次交通も未整備なことから、旅行商品化の妨げになっていました。



なもみ（鬼）が登場する三陸鉄道北リアス線のこたつ列車

#### (5) 観光施設等の被災状況

地球的規模で見ると、日本列島に住み社会生活を送る以上、自然災害から逃れることができない運命にあります。不安定な4つのプレートに乗っている日本列島は、地震や火山の噴火は日常的であり、東を太平洋に面した列島はチリやカリフォルニアで起きた津波を遮るものがありません。

平成23年3月11日の東日本大震災および大津波は、岩手県沿岸部に甚大な被害をもたらしました。沿岸部の観光施設、観光資源も大きな被害を受けています。

●宮古市 浄土ヶ浜では、海岸線より高い位置にあった「浄土ヶ浜パークホテル」は被災しなかったものの、「浄土ヶ浜レストハウス」は壊滅的被害を受けました。浄土ヶ浜そのものも海岸の小石が流失し無残な状態でしたが、復旧作業が進み、現在では景観上のダメージはさほどない状態に戻りました。

田老地区は、漁港も含めて観光施設は100%壊滅しました。復旧は相当時間がかかると予測されています。小本から田野畑にかけても同様で、一部民宿「ひらいが海荘」など高台にあるところは営業していますが、大半の観光施設は損傷しました。

●久慈市 市街地は比較的被害は少なく、宿泊施設の多くは現在、復旧作業に携わる人たち

の宿舎になっています。岩泉町の内陸、市街地では震災後も数々の復興イベントが行われ、元気な活動をしています。ただ牛肉の放射能汚染の風評問題では、特産の黒毛和牛にダメージがありました。この周辺は酪農地帯でもあり影響は広範囲にわたりますが、県の支援もあり、急速に復活しているイメージです。

宮古市と久慈市間の被災状況は人家、漁港、防波堤の破損は非常に大きいものでした。

- 田野畑村** 「羅賀荘」は3階まで被害を受け、復旧はまだ見込めない状況にあり、海拔25mにあった三陸鉄道「島の越駅」は壊滅的で鉄橋、ホーム、駅舎など全てが破壊されました。
- 普代村** 漁港の被害があるものの人的被害は少なく(行方不明1名)、漁業の回復も進んでいる半面、野田村では家屋流失が半数となり、防波堤、海岸線、松原、三陸鉄道の線路は破壊されました。隣接の久慈市の厚い支援で復旧が進んでいます。

図表 1-3 被災した観光資源

市町村	被災した観光資源
洋野町	種市海浜公園・江戸ヶ浜海水浴場・種市フィッシャリーナ
久慈市	北限の海女 小袖海女センター、久慈地下水族科学館もぐらんびあ、侍浜海岸と岩場海水プール
野田村	十府ヶ浦海水浴場
普代村	まついそ公園(堀内地区)、普代浜園地キャンプ場、海水浴場
田野畑村	北山崎、鶉の巣断崖自然遊歩道、北山崎サップ船アドベンチャーズ、机浜番屋群・番屋料理体験、田野畑村マレットゴルフ場、明戸キャンプ場、平井賀海水浴場、ホテル羅賀荘
岩泉町	小本温泉
宮古市	真崎海岸海水浴場、三王岩遊歩道、女遊戸海水浴場、浄土ヶ浜海水浴場、海岸歩道、浄土ヶ浜マリンハウス、浄土ヶ浜レストハウス、浄土ヶ浜観光遊覧船、シートピアなど、たろう観光ホテル、田老地区の民宿

図表 1-4 被災後に再開した観光資源(平成23年9月現在)

市町村	再開した観光資源
洋野町	種市ふるさと物産館 震災で建物が半壊、3か月後に一部販売再開
久慈市	舟渡海水浴場 被災した3県で唯一再開できた海水浴場。7/24に海開き
	北限の海女 小袖海女センター 北限の海女素潜り実演。料金は海女1人に対し5,000円。期間は9月末まで
	もぐらんびあまちなか水族館 被災した水族館が久慈駅前の空き店舗を借りて再開、期間は8/5からH24.3.31まで
田野畑村	北山崎サップ船アドベンチャーズ 羅賀漁港～北山崎の約1時間コース、料金は1人3,500円
宮古市	浄土ヶ浜観光遊覧船、浄土ヶ浜マリンハウス、青の洞窟さっぱ船遊覧

田野畑村机浜



震災前



震災後 すべての番屋が流された

ホテル羅賀荘と羅賀の漁村



震災前



震災後（羅賀荘右手の漁村が消滅）



北山崎を巡るサッパ船（震災前）

## 2. 観光交流の課題と広域連携の必要性

### (1) 観光交流の課題

#### ①交通・観光施設が被災したなかでの受入体制の課題

前節で示したように、海岸部に位置する交通機関や観光施設は、ことごとく震災による被害を受けました。被災して復旧途上にある交通機関については、比較的早い復旧が見込めるほか当面の間はバスによる代替が可能です。ただし、大きく被災した観光施設や宿泊施設については復旧再開の目途が立たない状況です。

海水浴場、キャンプ場については、今夏はほぼすべて営業中止となりましたが、陸中海岸国立公園の海岸景勝地については、がれき撤去、清掃活動により以前の美しい景観を取り戻しつつあります。

沿岸部の宿泊観光客の受け皿であった、田野畑村の羅賀荘、宮古市のたろう観光ホテルなどの中核的宿泊施設に加え、海岸近くで営業していた小規模な民宿の大半が被災しています。今後は被害を受けなかった高台や内陸部の宿泊施設と連携するほか、農家民泊による受け皿づくりを急ぐなど、被災した宿泊施設を代替、補完する体制の整備が必要です。

#### ②観光の魅力創出と発信に向けた課題

従来型の周遊、見る観光では北いわて三陸地域は低調といわざるを得ません。国内特A級といわれる景勝地北山崎も観光客は震災前から減少傾向にありました。岩泉町の龍泉洞がkarouじて現状維持している状況です（今回の震災でも洞内には全く被害がでなかったというほど強い洞窟で、最近リニューアルしたこともあり、今後の伸びに期待したいところです）。

これまで八戸、青森から回遊するJR八戸線が観光ルートとしての役割を果たし、固定的なファン層をもつ三陸鉄道が観光客誘致に寄与していました。三陸鉄道の震災時や復興に向けた動きが全国に報道されており、北いわて三陸地域の中では常に話題提供の中心にあります。今後は、知名度が高い三陸鉄道をコアにした旅行企画も有効となるでしょう。

このように多様な観光魅力を創出し、発信していくことが今後の重要な課題となります。しかし、従来から、観光客誘致活動はスポット的であり、体系的なまとまりがないのが現状です。情報発信についても、地元紙である岩手日報の新聞記事がパブリシティに寄与していますが、県外への広がりが今後の課題となっています。

#### ③東日本大震災による負の遺産を観光資源化するうえでの課題

被災した建物や船舶などを遺産や遺構として残すことについては、技術的、経費的な課題があるほか、なによりも地元住民の感情面で被災したものを早く消し去りたい、という気持ちが強くあります。また、被災した様子を話していただく語り部については、精神的なショックから抜け切れていない被災者から選ぶのは難しい状況です。

一方、震災から1年近く経過しているなかで、震災遺構を積極的に保存活用したり、災害に学ぶ機会を提供したりしようとする意識が強くなってきているのも確かです。復旧復興にはまだ相当の時間を必要としますので、ここ数年の間は被災地のリアルな姿を見てもらうことは可能です。津波の記憶を将来にわたって残すことは、防災教育の面で極めて重要なこと

ですし、観光とくに学習型の観光推進にとっては非常に大きな要素となりうるものです。地元の方々の心情に十分配慮しながら、震災による負の遺産を上手に活用していく取り組みが求められます。

#### ④風評被害による影響を克服する課題

三陸の沿岸部はもちろん、岩手県の内陸部も大きな被害を受けている、というように全国の方々は漠然と受けとめているところがあります。また福島第一原発から離れている岩手では放射能汚染の心配はほとんどないのですが、風評被害も少なからずあります。全国的な自粛ムードは落ちついてきましたが、まだ完全に抜け切れてはいない状況です。

風評被害の解消には時間を要すると考えられますが、復興に向けて前進している姿を全国に向けて強くアピールし続けることが必要です。

### (2) 課題解決のための広域連携の必要性

ここで、改めて北いわて三陸地域が、広域連携して観光に取り組む必要性について整理しましょう。

広域連携による観光の効果として、「①様々な資源が揃うことにより多様な魅力が創出されること」があげられます。都市と農漁村、海と山、自然と歴史・文化等を組み合わせ、連携地域の魅力をさらに高める効果です。例えば、八幡平等の山側の観光拠点と海側がつながることで、海と山の資源を活かした魅力ある観光メニューづくりも可能となります。

従来型の「見る観光」では大きな集客力は期待できない状況であり、震災以降は新たな観光スタイルとして、「学ぶ」観光のスタイルにシフトしていくことも考えられます。その際、広域で連携し、多様な資源を組み合わせた体験学習プログラムを提案することが重要となります。

また、連携地域で「②資源・施設を互いに補完し機能分担できること」があげられます。海岸部の被害が大きく復旧には時間がかかるため、宿泊施設については内陸部の施設を活用する必要があります。さらに海岸部を縦貫する交通インフラが被災しているため、高速交通体系が整備された内陸部から海岸部への交通ルートを使う必要があります。その際、沿線の観光資源をつないで、観光ルートとして活用することも可能となります。

広域連携において重要なことは、連携地域全体のイメージの一体化が図られることにあります。北いわて三陸地域においても、広域をつなぐ観光コンセプトを創出し、共同の観光客誘致活動を行うことで、より訴求力が高まっていくはずで

図表 1-5 広域連携による主な効果

効果	内容	北いわて三陸地域の連携効果
資源の多様化	①様々な資源が揃うことにより多様な魅力が創出されること	海と山など異なる要素の資源を組み合わせることで、観光メニュー、体験学習プログラムの魅力が高まる
補完・機能分担	②観光資源・施設を補完しあい、機能分担できること	高速交通体系のある内陸部をゲートウェイにして海岸部と結び、その沿線上の山・海の資源を活用できる 宿泊施設容量の多い内陸部と学びの要素の多い海岸部を組み合わせ、相互に補完できる

### 3. 観光交流の可能性

平成 23 年、平泉が世界文化遺産登録され、県南各地の観光客は増加傾向にあっても県北地域には影響がないというのが実情です。しかし、岩手という知名度が震災を含めて大幅アップしたのはチャンスであるといえます。J R 八戸線と三陸鉄道久慈一田野畑間が平成 24 年春に再開が予定されており、八戸と北いわて三陸地域が鉄道でつながりますので、岩手 DC (ディステーション・キャンペーン) が同年 4～6 月に行われることにあわせて、八戸～久慈ラインの観光に弾みがつきそうです。

岩手 DC はイベント的要素の観光チャンスとなりますが、観光の基礎的な部分を担う受入施設等の整備はまだ不備であり、地域全体の魅力づくりはもとより、体験学習プログラム、ガイド組織、観光情報窓口等の整備が急がれています。

ここでは、北いわて三陸地域の観光の魅力づくりの可能性を探ってみましょう。

#### (1) 豊かな食と伝統文化の活用

海の豊かな資源がもたらす新鮮な魚介類の魅力はいうまでもありませんが、グルメの世界では、一番の贅沢料理は「粗食」とであるという定説もあります。素材をていねいに活かし、素朴ではあるが滋味のある食材の宝庫と言えるのが北いわて三陸地域です。例えば、北いわて三陸地域を特徴付ける食材に雑穀（ヒエ、アワ、キビ、大麦等）があります。冷涼な気候で平坦な地形が少なかったこの地方では、米が満足にとれませんでしたので、雑穀に頼らざるを得ませんでした。現在では健康志向ブームもあって雑穀の良さが注目されてきています。

雑穀とともに伝統的な食として大豆文化があります。豆腐や納豆、また煮豆などは簡単なようできて、手間暇かかる料理です。また、クルミ等の木の実類も特徴的な食材です。この地方ではおいしい味のことを「クルミ味がする」という言い方がされたほどです。沿岸各地でおやつとして食べられる「ひゅーず」や、久慈市の郷土料理「まめぶ」にはクルミが欠かせません。しかしクルミは収穫してから洗って干して殻むきをしてと、非常に手間がかかるものなので、今では敬遠されています。こうした伝統的な食は、てまひまかけられる時間に余裕があるお年寄りがいてこそできる家庭料理です。このような昔ながらの伝統食文化の掘り起こしこそが、魅力的な観光資源になります。



雑穀入りのごはん、せんべい汁



クルミ餅



ひゅーず



まめぶ



豆腐田楽と焼き魚



豆腐田楽

このような食資源を活かしていく時に、地域に共通する課題は「商品開発力と販売」にあります。生産力があっても販路が少なく苦戦しており、観光に直結する商品やみやげ物として開発されていく必要があります。

例えば、一戸町は、酪農と農産物に目を見張るものがあります。ブルーベリーやサクランボなどは果実も大きく甘いのですが、生産量が少ないこともあって、優秀な商品に拘わらずブランディングが弱く、知名度も不足しています。畜産関係は肉牛、豚肉、鶏肉ともに大きな生産地となっていて、商品価値としても上位ランクに付けています。

北いわて三陸地域で将来的に見て可能性が高いのが、海産物と農林産物等を活かした多様な食の提案、そして食文化と観光の連携です。食材の生産地としての地位は全国区ですが、その認識は一部の料理人、シェフなどの専門的分野に止まっていて、一般へのアピールが十分ではありません。「食を通したパブリシティ（広報・PR）」の計画と実行が必要です。その点から食材のブランド化、加工商品開発は、重要な鍵となります。

#### ☛事例紹介 ドライバー向け雑魚パッケージ販売、雑魚宅配便

雑魚とは商品価値の低い魚、特に小魚の総称である。漁船から水揚げされた魚貝類で市場に出回らない、本来は自家地元消費の雑魚を定型発泡スチロール箱にパッケージして、定額販売する。対象は輸送手段を持ったドライバー観光客、あるいは宅配便とタイアップして冷蔵輸送による商品化を行う。ホテル旅館などでは、宴会客のために「浜特選メニュー」として予約を受け付ける。雑魚の名称、調理方法、加工保存方法などのマニュアルを添付することが肝要。

【事例】盛岡市星川魚店の天然雑魚パック

## (2) 地域固有の観光資源の発掘と活用

全国的に見てもここだけにしかない、という観光資源（観光資産）は極めて強い吸引力を有します。北いわて三陸地域の場合で言えば、「ヤマセ、琥珀、漆、六斎市」などが代表格です。

ヤマセは春から秋にかけての季節、北東からの冷たく湿った風が吹き付けて濃霧を発生させる気象現象です。北海道から東北、関東地方にかけての太平洋岸に見られものですが、とくにこの地方で顕著に発生します。ヤマセは米づくりの大敵であり農業の凶作をもたらす迷惑なものとして捉えられてきました。しかし沖合から陸地に向かって吹き寄せるヤマセの光景は、美しく感動的ですからあります。久慈市に新設された道の駅に「やませ土風館」という名称がつけられるなど、ヤマセに対する認識も近年はプラスの存在になってきています。ヤマセを肯定的に捉えれば、この地にしかない観光資源の筆頭にあげられるものですので、今後はより積極的に活用していくことが望まれます。

琥珀の世界的な産地はバルト海沿岸地方で、このほかにはドミニカ共和国、メキシコ、そして日本の久慈地域などに限られます。琥珀が作られた時代は恐竜時代にまでさかのぼります。自然の神秘とロマンを感じさせる琥珀は、この地の大切な資産と言えるものです。

漆については、二戸市の浄法寺地区が日本最大の漆の産地となっています。漆器のことを英語で「Japan」と呼ぶことからわかるように、欧米では漆器が日本の特産品と考えられています。その漆器づくりに欠かすことができない良質な生漆を、国内でもっとも多く生産しています。

六斎市（ろくさいいち）も希少なもののひとつです。これは、一月のうち日にちを決めて行われる定期的な市日のことで、食料品や雑貨などを扱う商業者が地域内を巡回し、道路などに出店を並べています。1のつく日に開かれるのが一戸、軽米が2日、金田一と荒屋新町が4日、久慈と花輪が3日と8日、三戸が8日、二戸が9日、青森県の田子が10日の日に行われます。昔ながらのこうした形の市が現在でも行われているのは、国内でもごく限られています。開催日が規則的になっているため、観光ツアーのなかに組み込むことも可能です。

このほか特殊な存在としては、茅葺き屋根の芝棟（しばむね）があります。芝棟というのは茅葺き屋根の一番上の棟の部分に芝生を植え付けるという珍しい工法です。芝の中にユリやキキョウなどの花が植えられていることもあり、美しい光景を見せてくれるものです。茅葺き屋根の建物は今でも全国で見られますが、芝棟の工法が残っているのは、岩手県の北部から青森県の南部にかけての地方に限られ、とくに北いわて三陸地域にまだ多く残されています。



一戸町の市日(1がつく日) 久慈市の市日(3と8がつく日) 二戸市の市日(9がつく日)

### (3) 被災地視察研修の受入れの可能性

岩手県沿岸部は、東日本大震災の大津波により甚大な被害を受けました。大変不幸な出来事でしたが、日本列島に暮らしている私たちは、この先も自然災害と向き合って生きなければなりません。北いわて三陸地域にいま求められているのは、惨禍を教訓として後世に残し、自然災害から逃れられない全国の人たちへ伝えることです。

自然の脅威、自然との向き合い方、防災、まちづくりのあり方等、被災地から学ぶべきことはたくさんあります。視察、研究、学習するための視察研修の需要は相当程度見込まれます。世界・全国から多くの人が被災地支援に訪れ、今も被災地の復興に関心を寄せていることから、国内はもとより海外からの来訪も期待されます。

視察のポイントとなるのは、被災状況が特徴的で明確に遺構が残されていることです。また、ハード的な遺構だけではなく、震災から普及、復興までをきちんと伝えていくソフト的な仕組みも重要になるでしょう。

歴史をひもとくと、これまで日本列島が大災害に見舞われるたびに、日本の社会は大変動を迎えてきました。新たな価値観が生まれ、人々の交流が盛んに行われ、産業や観光が創生されてきました。被災地域から世界に新たな価値観を提示していく力、場、仕組みをつくっていく機会になるといえます。

#### 【主要な被災遺構】

- ・ 島越、田老など、壊滅した集落跡
- ・ 津波の高さを指し示す高層建物に残された津波の痕跡
- ・ 津波を防ぎきれなかった田老の巨大な防潮堤
- ・ 津波を防いだ普代水門（高さ 15.5m、全長 205m）
- ・ 津波を防いだ太田名部防潮堤（高さ 15.5m全長 155m）
- ・ 民俗芸能、郷土食、自然エネルギーなどの新しい地域資源
- ・ 壊滅した漁村景観と番屋群再生の取り組み

（机浜番屋群再生プロジェクトサポーターの募集を開始） など



壊滅した田野畑村島越地区



壊滅した宮古市田老地区「たろう観光ホテル」

#### (4) 農山漁村での教育旅行の受入れの可能性

現在、生命維持産業である農林漁業の現場体験や異世代交流、異文化留学という目的で、農山漁村での生活体験が全国各地で盛んに行われています。子ども達の成長過程で大きな影響力を与え、人生を変え、価値観を変える力になるのではないかと期待する学校が増えてきているのがその背景にあります。

これまでの教育旅行は、卒業を控えての息抜きや遊び的要素、観光が主体の修学旅行や林間学校が多かったのですが、現在の農山漁村生活体験は、学習や授業の一環として教室の延長にある学びにウェイトがあります。

農山漁村での体験学習的要素を盛り込んだ修学旅行など実験的な取り組みが行われていますが、時間的制約がある中では難しい側面もあります。生徒たちにとっても、また農山漁村側にとっても、あまりにも時間不足で十分な交流ができずに不満が生まれます。そこで、最近の傾向としては、長時間農山漁村で過ごし、より濃密な交流や体験を行うプログラムが多くなっています。

こうした学校側の期待に応えるために、単に農作業の手伝いをするだけの体験学習プログラムから、現在は知らない同士が農山漁村で出会い、お互いの「コミュニケーションの溝を埋める」ことを基本に据えて、交流や達成感を得るための体験学習プログラムが主流になっています。その意味でただ体験メニューの数を誇るのではなく、その地域固有の特色を活かして、教育効果が得られ、さらに学校から選ばれる体験学習プログラムを開発することが重要です。北いわて三陸地域はこうした体験と学習の場を提供できる環境を有していますから、教育旅行誘致の可能性は十分にあるといえます。



竹かご編み 一戸町



ネギ掘り体験 田野畑村

#### ●事例紹介 ネガティブ・キャンペーンの実施

一般的に「ネガティブ・キャンペーン」とは選挙などで対立候補のイメージを落とすような宣伝、広告のことをいうマイナスイメージがあるが、ここでは「もし、観光客が来なくなったら?」、地域の産業や活力、人口減少、高齢化、失業率、自治体サービスなどは「きっとこうなるはず」というイメージを住民に示すキャンペーンをいう。

地域活性化にもっとも迅速で効果的な手段として、外部からの観光交流客の誘致促進があるが、それには地域住民や企業、自治体の理解と協力が欠かせない。そのためのコンセンサス醸成の手法として行われるのが「ネガティブ・キャンペーン」である。かつて岐阜県の飛騨高山市が行い、全国的に有名になった事例がある。現在、飛騨高山市は、古き良き日本の町として外国人観光客の人気スポットになっている。

## 第2章 観光交流のコンセプトとターゲット

本章では、北いわて三陸地域の可能性を活かした観光の展開方向を探ります。当該地域が広域に連携して観光を展開するために共通の観光コンセプトを提案するとともに、今後の観光展開の方向について提示しました。

### 1. 観光交流展開の前提

#### (1) 岩手県を訪れる観光客の傾向

岩手県を訪問する観光客の傾向をみてみましょう。まず、財団法人日本交通公社が提供しているデータによると、岩手県を訪れる観光客の傾向は以下のように整理できます。

#### 【岩手県を訪れる観光客の傾向】

- ・ 観光客の発地は東北が半数強、関東圏が約3割を占めている
- ・ 同行者のタイプは子育て後の夫婦旅行が多い
- ・ 交通手段はマイカー利用が多数を占めている
- ・ 旅行目的は温泉、次いで周辺観光の順となっている
- ・ 宿泊施設の種類は旅館が多く選ばれている
- ・ 宿泊数は1泊が多い

図表 2-1 岩手県を訪れる観光客の傾向

岩手県を訪れる観光旅行者動向(2009年)										宿泊観光入込客数(万人/年)				
										年度	2007年	2009年		
岩手県を訪れる旅行者の居住地										1	北海道	1,690	1,558	
	北海道	東北	関東	甲信越	東海	北陸	近畿	中国	四国	九州沖縄	2	長野県	1,610	1,454
全 国	5.0%	6.3%	41.6%	4.7%	12.2%	2.5%	14.0%	4.4%	1.9%	7.2%	3	静岡県	1,473	1,378
岩手県	1.6%	55.5%	29.7%	2.7%	3.3%	0.0%	3.8%	0.5%	1.1%	1.6%	4	東京都	1,118	1,067
岩手県を訪れる同行者タイプ										5	千葉県	1,048	967	
	幼児連れの家族旅行	小学生連れの家族旅行	大人の親子旅行	3世代の家族旅行	カップル(夫婦)旅行	子育て後の夫婦旅行	子育て後の友人旅行	未婚女性の友人旅行	ひとり旅	6	神奈川県	951	952	
全 国	5.6%	12.2%	11.0%	6.9%	8.8%	15.2%	14.1%	4.4%	6.3%	7	栃木県	778	722	
岩手県	6.0%	15.4%	9.3%	9.3%	6.6%	20.3%	13.7%	6.0%	4.4%	8	新潟県	709	580	
旅行先での交通手段										9	京都府	703	626	
	列車	自家用車	レンタカー	路線バス 貸切バス	タクシー ハイヤー	その他	移動しなかった	平均旅行費用		10	群馬県	677	639	
全 国	11.3%	50.1%	6.8%	16.0%	4.0%	2.8%	7.2%	全 国	39,900円	11	兵庫県	667	653	
岩手県	6.0%	63.7%	4.4%	13.2%	1.6%	1.6%	8.2%	岩手県	36,000円	12	福島県	613	546	
岩手県を訪れる旅行者の目的										13	山梨県	580	495	
	周辺観光	ゆったり過ごす	都市観光	温泉	祭りイベント	テーマパーク	グルメ旅行	スポーツ	14	大阪府	570	519		
全 国	19.6%	5.9%	4.9%	20.3%	4.3%	9.1%	4.8%	8.3%	15	岐阜県	511	458		
岩手県	22.0%	3.3%	1.6%	29.7%	4.4%	4.9%	4.4%	6.6%	16	愛知県	503	412		
岩手県を訪れる旅行者の宿泊施設										17	三重県	485	446	
	ホテル	旅館	民宿など	キャンプ	別荘など	その他	自然を楽しむ	わいわい過ごす	その他	18	沖縄県	459	476	
全 国	40.4%	27.1%	7.3%	3.0%	4.5%	15.7%	5.1%	7.9%	9.6%	19	大分県	429	341	
岩手県	32.4%	38.5%	9.3%	2.7%	1.1%	14.8%	4.4%	7.1%	11.5%	20	石川県	424	331	
岩手県を訪れる旅行者の宿泊数										21	和歌山県	392	366	
	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊以上	平均	22	宮城県	385	376		
全 国	61.00%	24.70%	7.80%	2.20%	0.90%	0.40%	1.00%	1.61%	23	熊本県	370	290		
岩手県	63.70%	21.40%	4.40%	3.30%	1.10%	1.10%	1.10%	1.60%	24	山形県	338	299		
出典：財団法人日本交通公社										25	福岡県	307	286	
										26	岩手県	292	238	
										27	長崎県	289	226	
										28	青森県	284	216	
										29	広島県	274	251	
										30	富山県	245	221	
										31	福井県	245	195	
										32	鹿児島県	242	196	
										33	秋田県	229	213	
										34	岡山県	211	180	
										35	鳥取県	199	171	
											全 国	22,104	19,792	

また、観光の全国的傾向としては、「団体旅行」から家族・友人などの「個人・小グループ」の旅行形態が増えるとともに、旅行ニーズも多様化しています。従来の名所旧跡を見て回る「物見遊山型」観光だけではなく、自然に親しみ、おいしい地元の食を味わったり、農林漁業や伝統文化、田舎暮らしの体験をしたり、地域の人々とふれあい交流する「参加体験型」や「学習型」スタイルが増えてきています。

## (2) 岩手県の位置づけ

その地に訪れようという動機づけとして、やはり地域イメージや知名度が重要になります。2011年の魅力ある都道府県ランキングをみると、岩手県は25位で前年27位よりも上位になりました。観光意欲度は若干低くなったものの、震災報道により情報が全国に広まり、岩手県に関心を持つ人が多くなったことは確かです。

図表 2-2 岩手県の魅力度

### ■都道府県別魅力度ランキング(2011年)

順位 今年(前年)	都道府県	魅力度	順位 今年(前年)	都道府県	魅力度
1	(1)北海道	70.7	25	(27)岩手県	15.5
2	(2)京都府	53.4	26	(24)富山県	15.3
3	(3)沖縄県	50.3	27	(25)山形県	14.3
4	(4)東京都	40.3	28	(31)三重県	13.7
5	(5)奈良県	34.0	29	(31)鳥根県	13.5
6	(6)神奈川県	30.6	30	(29)香川県	13.4
7	(7)大阪府	29.4	31	(27)高知県	13.0
8	(10)長野県	28.9	32	(30)和歌山県	12.9
9	(8)兵庫県	27.0	33	(34)愛媛県	12.8
10	(12)福岡県	26.7	33	(34)大分県	12.8
11	(9)長崎県	25.9	35	(39)岐阜県	12.6
12	(11)静岡県	23.6	35	(33)福島県	12.6
13	(16)石川県	22.7	37	(36)岡山県	12.1
14	(15)青森県	21.4	38	(36)滋賀県	11.8
15	(13)宮城県	21.0	39	(36)山口県	11.6
16	(14)千葉県	20.9	40	(44)福井県	10.9
17	(19)鹿児島県	20.2	41	(40)鳥取県	10.8
18	(20)秋田県	19.3	42	(45)栃木県	10.3
19	(21)熊本県	18.1	43	(42)徳島県	10.1
20	(17)愛知県	17.7	44	(41)群馬県	9.8
20	(22)広島県	17.7	45	(43)埼玉県	9.6
22	(25)山梨県	17.5	46	(46)佐賀県	7.5
23	(23)新潟県	17.4	47	(47)茨城県	7.2
24	(18)宮崎県	17.0			

岩手県の結果	順位	点数	点差
情報接触度	4 (37)	66.1 (29.1)	37.0
魅力度	25 (27)	15.5 (14.1)	1.4
観光意欲度	26 (25)	35.3 (36.5)	-1.2

宮城県の結果	順位	点数	点差
情報接触度	3 (22)	71.6 (34.7)	36.9
魅力度	15 (13)	21.0 (20.6)	0.4
観光意欲度	29 (17)	34.2 (40.4)	-6.2

福島県の結果	順位	点数	点差
情報接触度	2 (44)	74.7 (26.8)	47.9
魅力度	35 (33)	12.6 (12.3)	0.3
観光意欲度	44 (40)	23.9 (31.4)	-7.5

※( )内は2010年調査の順位および点数

### ■岩手県 県内市町村の魅力度ランキング

全国順位 今年	前年	市区町村名	魅力度点数 今年	前年
49	158	平泉町	25.2	14.1
76	76	盛岡市	21.8	19.4
115	124	遠野市	18.7	16.1
203	167	花巻市	12.4	13.6
276	291	釜石市	9.1	7.7
290	326	八幡平市	8.7	6.6
294	295	宮古市	8.5	7.6
338	375	一関市	7.0	5.3
349	552	陸前高田市	6.7	2.9
389	371	奥州市	5.8	5.4

注：67項目の設問で実施。消費者が各地域に抱く「魅力」で数値化。

資料：ブランド総合研究所「地域ブランド調査」2011年

### ●事例紹介 独自ルールのおスポーツ大会の開催

海外からの参加者も多く、ルールがもはや世界的スタンダードになった「雪合戦国際大会」や、地域の伝統産業や行事と組み合わせた「ゲタリンピック」「水上相撲」「田んぼサッカー」「ももりんだッシュ」といった、独自のルールで楽しむスポーツ大会を開催して、マスコミ取材によるパブリシティ効果を狙う。

【事例】北海道「昭和山国際雪合戦」<http://www.yukigassen.jp/index2.html>

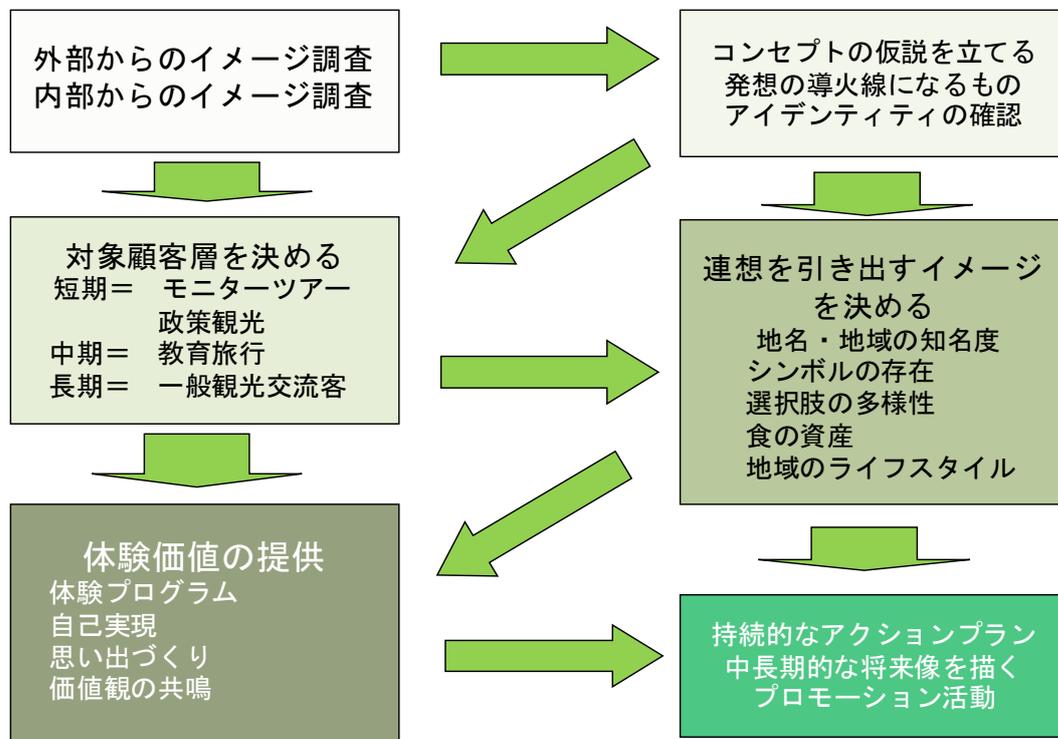
広島県「ゲタリンピック」<http://www.getalymphic.com/event/>

### (3) 地域特性を表すコンセプトの必要性

岩手県は、地域イメージが明確ではなく、訪問したいという魅力につながっていないように思われます。人々の頭の中にある「行ってみたい」「訪ねてみたい」「滞在したい」「住んでみたい」という地域に関するイメージや連想の総体を示すのが、「地域ブランド」です。地域の魅力や価値を共有し、多くの人から支持される地域になることが重要です。そのためには、地域の人々が、地域の価値に気づき、それを磨き、地域の魅力として定着させることが必要です。

岩手県、あるいは北いわて三陸地域における地域ブランドを確立するためには、まずは、地域の様々な資源を調べ、当該地域を表象するイメージを捉え、コンセプトを練り上げてみましょう。内外からのイメージ調査からスタートし、コンセプトの検討作業とともにターゲット（対象顧客層）を想定し、価値提供のためのプラン立案を行い、持続的に実践を重ねていくことで、広く、深く定着させていくことができます。

図表 2-3 地域ブランド創出のプロセス



#### ●事例紹介 人口比で日本一を探す、ギネスブック登録を目指す

どんなものでも、世界一であれば認定されるので有名な「ギネスブック」。わが地域でも鵜の目鷹の目で世界一を探してみよう。世界一がむずかしかったら、人口比や面積比、高度差や緯度経度で日本一を探してみよう。これまで慣れ親しんだ地域をちがう目線で見ることによって、意外な発見があるはず。帰属意識を高め、地域の誇りを取りもどすための運動として、面白半分でもいいから「これでもか世界遺産」「何でもランキング」「おらほの日本一」を勝手に認定する。

【参考】ギネス世界記録の日本公式サイト <http://www.guinnessworldrecords.jp/>

## 2. 観光交流コンセプトとターゲット

### (1) 観光交流コンセプト

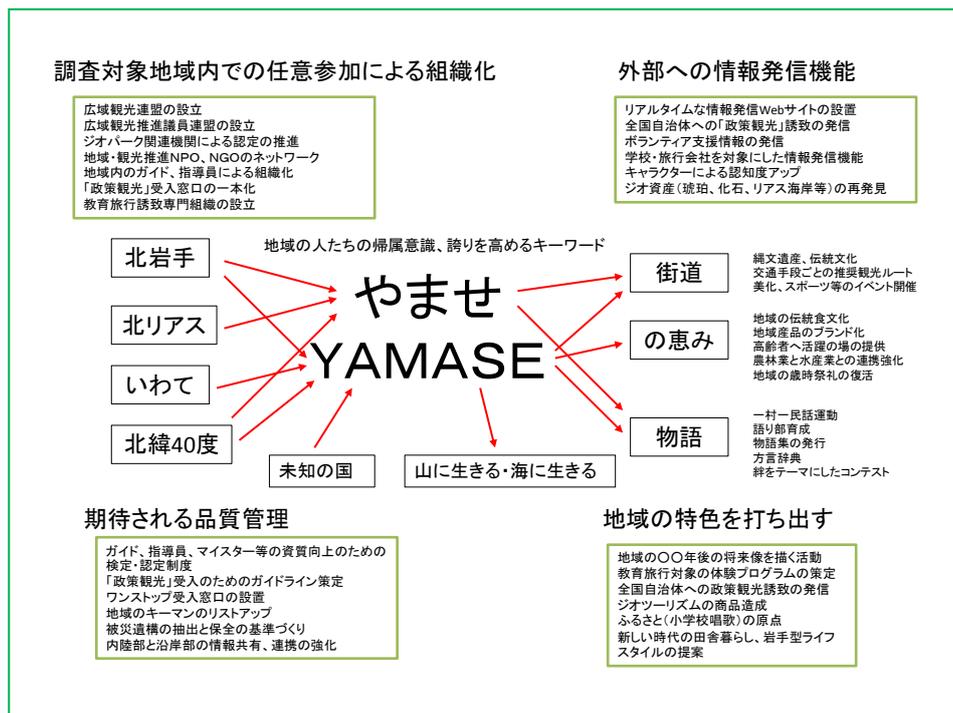
それでは、北いわて三陸地域の観光交流を展開するためには、どのようなコンセプトが考えられるでしょうか。この広域エリアの一体感、帰属意識、そして誇りを高めるようなキーワードをいろいろ抽出してみると、「ヤマセ」という言葉に行き当たります。

ヤマセの夏に吹く冷たい風や平地の少ない北いわて三陸地域は、農耕には恵まれた土地ではありませんでした。しかし、厳しい自然環境の中で冷害に強い農業を工夫し、海の恵みを活かした漁業に取組み、ていねいに生きてきた暮らしのありようが、この地域独特の文化や伝統、豊かな食文化を生みました。このような自然と暮らしのつながりが、ヤマセというキーワードに込められるのではないかと考えます。

また、自然と人間の関係を考える上で、「生きる」ということも重要なテーマとなります。様々な災害から大地や自然が温和しくしている間は、それらが創り出した火山や湖、山岳や海岸美、温泉や河川を美しいと感じ、自然の恵みとします。ひとたび大地が変動して地震や津波を起こすと、人間はそれらの現象を自然災害として恐れます。自然の恩恵も災害も地球の営みであり、自然を畏れ敬いながらも海と山の恵みに生きる人間の姿から、私達は今多くのことを学ぶべきだと思います。

以上のことから、北いわて三陸地域の観光交流コンセプトとして、「海に生きる・山に生きる ヤマセの里・北いわてに学ぶ」を提案します。北いわて三陸地域は、海と山の双方の資源を有していますので、この両者を組み合わせた形での学びの提供をめざします。また、北いわて三陸地域の共通コンセプトを創出にすることにより、広域連携の効果、メリットがいつそう明確になるはずです。

図表 2-4 観光交流コンセプトの展開イメージ

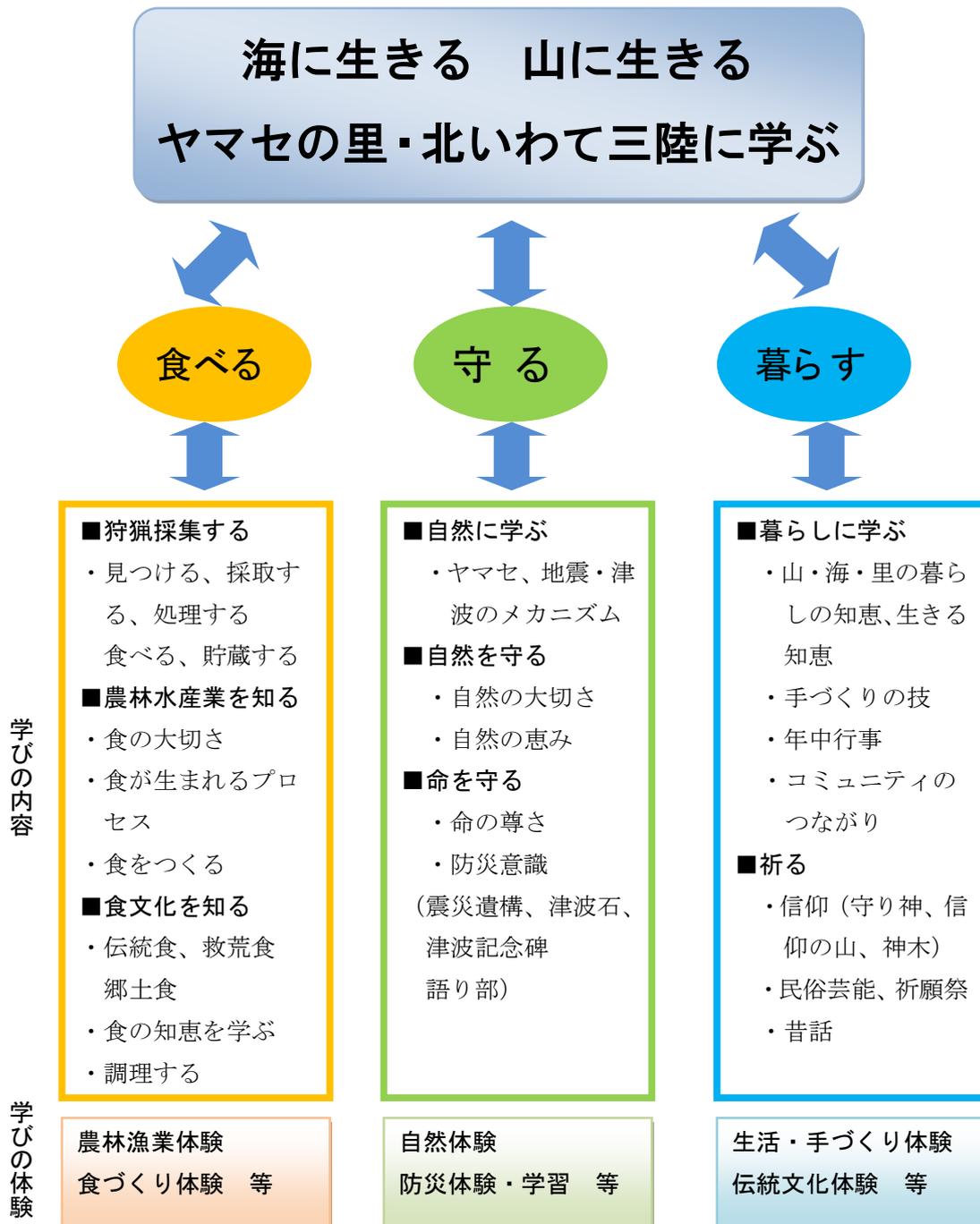


図表 2-5 北いわて三陸地域の観光交流コンセプト

人が安心して生活し、生きていくために必要なことは何なのか、どうすればそれが可能になるのか。それは人々の長い歴史の中で培われ蓄積されてきたもののなかにあります。

豊かな海と山の自然、ヤマセに培われた風土・文化とともに暮らしてきた北いわて三陸の地で、人々との交流や体験を通して、生きるために大切な知恵と力を学びます。

生きる力を育む「食べる」「守る」「暮らす」の3つの要素をあげて、それぞれに学びの体験学習プログラムを提示します。例えば、「食べる」では食をつくる知恵・技術を、「守る」では自然や命の大切さを、「暮らす」では生活文化や祈りを学びます。



## (2) 観光交流のターゲット

観光交流のターゲットについては、被災地の復興が徐々に進んでいくこともあり、それに合わせて段階的にステップアップしていくという考え方をとりました。

まず当初の1～2年間は第1段階として、行政、議会、研究者、業界関係者などが被災地に訪れる視察研修を主体とし、あわせて一般市民によるボランティア活動や親戚知人等の見舞いを兼ねながらの観光交流活動を対象として位置付けます。

次の3～5年程度を第2段階とし、小学校・中学校・高校の教育旅行誘致をメインとします。震災が起きる以前は、北海道から東北地方へたくさんの中学校、高校の修学旅行がきていましたが、震災の影響でこれらがみなキャンセルとなってしまいました。当面、これらのキャンセルとなった北海道からの修学旅行の回復をめざすとともに、北いわて三陸地域の自然と人々の暮らしから学ぶ新しいプログラムを開発し、これまで以上の教育旅行の受入へと発展させていきます。

それ以降を第3段階とし、視察研修や教育旅行を継続的に進めていきながら、幅広い階層の個人や小グループの学びの旅を受け入れていきます。その多くは県内や八戸などの近県が主体となりますが、全国や海外をも視野に入れた取り組みとします。

### 【段階的ターゲット】

#### 第1段階 [1～2年目]

視察研修、フロントライン研修、ボランティアツーリズム  
行政関係者等の視察研修、ボランティアや親戚知人等の見舞いなど

#### 第2段階 [3～5年目]

小学校・中学校・高校の教育旅行誘致  
小学校：宮城県、青森県、秋田県などから  
中学校：北海道、東北などから  
高校：北海道、首都圏、中部・関西圏などから

#### 第3段階 [5年目以降]

幅広い階層の個人・グループ旅行  
県内や近県（八戸など）からの個人・小グループの学びの旅

### ☛事例紹介 「絆」をテーマにした小論文の募集事業

全国各地で「日本一短い手紙」「母から子への手紙」など、デジタル時代への反動のように、温かみのある手書きの手紙によるコンテストが毎年行われ、人気を呼んでいる。人と人の関係が薄く細くなったといわれる現代。東日本大震災によって、人と人とのふれあい、やさしさが再認識されるようになったのを機に、「絆」をテーマにした小論文のコンテストを開催する。

【事例】 福井県「日本一短い手紙」<http://kore.mitene.or.jp/~hida-f/tegami.html>  
福島県「母から子への手紙」

<http://www.town.inawashiro.fukushima.jp/cb/hpc/Article-196.html>

### 第3章 観光交流の展開方向

本章では、第2章で提示した第1段階に取り組む視察研修と第2段階で取り組む教育旅行についての展開方向について提示します。また、北いわて三陸地域の観光交流スタイルを考える上でのヒントや、国・県の観光構想の動きについて紹介します。

#### 1. 視察研修（政策観光）の展開方向

##### （1）視察研修（政策観光）展開のメリット

地震国日本では海岸部に接する全国の自治体には、常に津波の可能性があるため、被災地には多くの自治体首長、職員、関係する団体、業界などのオピニオンリーダーが視察に訪れています。

これらの視察団や研修、巡検団を「観光」と括るのには抵抗がありますが、参加者は市町村議員、職員、議会関係者、商工会、観光協会、農協や漁協などの他、研究者やビジネス関係者と幅広い範囲に及びます。これらを一種の「交流活動」とすれば、そこからさまざまな経済効果や支援、情報共有によるメリットが生ずることは確実です。

復興計画や政策立案に資する視察研修を目的とする、官民の現地交流を「政策観光」といいます。受入地側から見ると視察受入れに忙殺されて、本来の業務に支障をきたすことも事実で、政策観光が今後地域の活性化に寄与するののかについては、疑問が無いわけではありません。しかし、多くの地域では視察研修団の受け入れに専門のガイドを用意し、視察有料化を始めています。

北いわて三陸地域にとっても、被災地の現状を理解してもらい、情報や人的交流を活性化させる効果が期待され、今後も伸び代の大きな観光形態であるといえます。

ただし、視察研修者を交流の端緒として、需要をいかに確実に取り込み、地域の知名度、ブランド力を高め、地域経済への波及効果を高めていくということが重要な鍵になります。被災地の視察、巡検にとどまらず自治体が共通して抱える課題解決の方法、オリジナルな政策、日本初の取り組みといった政策を立案し実践している取り組みであれば、全国からの視察者は確実に訪れるでしょう。

#### ●事例紹介 被災地フロントライン研修

三陸鉄道では震災の直後から、復興に協力することを目的に視察研修する企業、団体、グループ等を対象に参加者を募集しています。

また、JTB東北盛岡支店から提供いただいた情報では、2011年5月末に3泊4日で地域安全に関する学会が外国人研究者を含む約70名で来県し久慈・野田を視察しています。

12月上旬には博物館に関する学会が被災した博物館等の支援・交流・防災視察をテーマに来県し、久慈市もぐらんぴあ、岩手県立水産科学館を訪問しています。この他にも他多数の自治体、ボランティア団体が岩手県北部地域も含めて被災地を訪問しています。

## (2) 経済効果につなげるポイント

問題はこのような視察交流客を、北いわて三陸地域内での宿泊需要に確実につなげられるかどうかで、それによって経済効果は大きく異なってきます。また、視察をガイドし解説するインタープリター（通訳）の存在も重要です。視察研修のキーになる政策、そしてそれをコーディネートするシステムが、政策観光が成功するか否かの核心となります。

全国の地域と地域が、その政策を競い合うことに地方分権の意義があります。その政策を観光資源とし政策観光のレベルまで高めていくことは、地域の知名度を上げ、ブランド化にも大いに意義があることです。

### 【震災遺構の参考例】

長岡市旧木籠集落



中越地震による被災家屋を現況保存



隣接する物産施設



中越地震の震央モニュメント  
について解説するガイド  
長岡市旧川口町武道窪地区

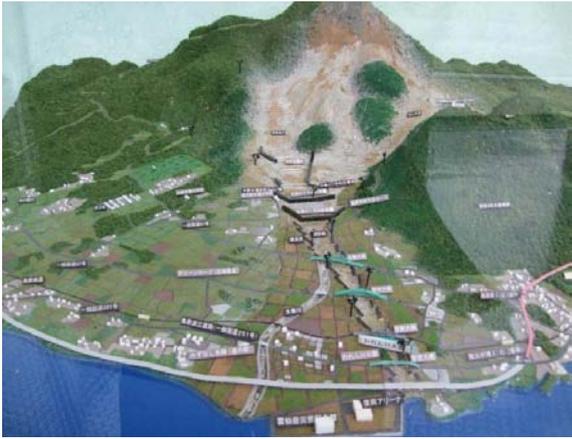
#### ●事例紹介 大津波被災遺産の保全保存運動

東日本大震災および大津波による被災地の復興は、北いわて三陸地域でも急速に進行している。これは東日本大震災とそれに伴う大津波の記憶を、後世に伝える教訓として修復・保存しておきたいこの地域の被災遺産も、いずれは跡形もなく消えてしまう運命にあることを示している。建築的・歴史的価値を踏まえ建物を保存するよう、早急に対策を講ずる必要がある。世界遺産の中には大災害の影響で廃墟となった遺跡も多く、三陸沿岸が世界自然災害遺産として登録を働きかけても何ら不思議ではない。

【事例】 社団法人日本ユネスコ協会連盟「世界遺産とは」

<http://www.unesco.or.jp/contents/isan/about.html>

雲仙普賢岳の災害を伝えるための遺構、展示施設



## 2. 教育旅行の展開方向

視察研修受入れの次の段階として、教育旅行に取り組んでいくにあたり、対象となる学校への誘致活動を展開していくことになります。教育旅行展開のメリットと教育旅行市場動向を整理し、取組みの一つとして「子ども農山漁村交流プロジェクト」や、学びの観光スタイルの一つとして「産業観光」について紹介しました。

### (1) 教育旅行展開のメリット

教育旅行展開のメリットとしては、以下の6つのことが考えられるでしょう。

第一は「スケジュール営業が可能であること」という点です。一般観光では常にお客様が来ることに備えていなければなりません、もし予約が確実にあって人数の見通しがつくなら、人やモノの手配が容易になり、コストも下がります。

第二に平日利用の顧客を獲得できることです。これは現在の観光市場ではどうしても繁忙期と閑散期の差が大きく、週末は混んでも平日はがらがらというのが現状ですが、学校団体は平日にしか動きません。第三に、ある程度まとまった人数で、毎年継続的に予約が期待できることがあげられます。第四に新規投資をせずに、既存の地域資産を有効活用できること、第五に気候、天候に左右されない安定的、かつ継続的な実施が可能であることがあります。

第六に供給よりも需要が確実に大きい市場であることです。現在、修学旅行や林間学校、野外活動でもユニークな体験学習や民泊しての農山漁村生活体験をさせたいという学校は多い状況です。しかし、学校が求める基準にマッチした受入地域組織が少ないため、需要はあっても実際に動いている学校はそれほど多くないという、教育現場と受入地域のアンバランスがあります。

図表 3-1 教育旅行の市場規模

学齢	修学旅行対象人数	教育旅行市場の規模	学年平均教育旅行費用	教育旅行の時間数	教育旅行取扱旅行会社
小学校	712,1760人 (6学年) 22,476校	約300億円	14,000円	林間学校 2泊3日 修学旅行 1泊2日	地元の中小旅行会社
中学校	3,592,400人 (3学年) 10,915校	約860億円	22,600円	林間学校 2泊3日 修学旅行 2泊3日	地元の中小旅行会社 全国ネット大手旅行会社
高等学校	3,366,460人 (3学年) 5,242校	1,160億円 専門学校 約380億円	45,000円	林間学校 2泊3日 修学旅行 3泊4日	全国ネットの大手旅行会社
合計	1,715万人 約4万校	約 2,700億円	小中高の 12年間で 286,800円		

資料：全国修学旅行研究協会

## (2) 教育旅行の市場と誘致のポイント

教育旅行市場の代表が小中高校の修学旅行です。そして小学校では5年生、中高校では2年生で実施する林間学校があります。次に高校・専門学校・大学においてはスポーツや文化系の合宿やゼミがあります。さらに教育機関を取り巻く裾野、つまり保護者や先生方が行う、研究会や各種大会、競技会などや研修や視察目的で来る「政策観光」も、広義に解釈すれば教育旅行の一環であると考えることが出来ます。

以下は、それぞれの対象ごとの誘致圏と、市場動向からみた誘致のポイントについてまとめたものです。

### ①教育旅行の誘致圏

教育旅行の中で最大の学校行事として、最終学年に行われるのが修学旅行です。県立高校（3年生は受験のため、2年生の2学期、3学期に実施されるケースが多い）の場合は都道府県、小中学校の場合は市町村の教育委員会が、修学旅行に要する時間数や往復の距離数、過度な保護者負担にならないように費用についての上限を定めます。これを「修学旅行実施基準」といい、毎年（財）日本修学旅行協会から全国情報が冊子にまとめて発表されます。

学齢によって往復の距離数は異なり、おおむね小中高と学齢が上がるに従って、半径は大きくなります。小学校修学旅行は半径200km以内、中学校は400～600kmくらい、高校になると沖縄—北海道間くらいの移動もありますから、日本全国が仕向地の範囲に入ります。

なお、私立学校では、都道府県教育委員会が決める「修学旅行実施基準」の制約はなくなりますから、海外にまで修学旅行の仕向地の範囲が広がります。

図表 3-2 教育旅行の移動距離



このように、移動半径は都道府県が決める実施基準によってまちまちですが、泊数となると小学校が1泊2日、中学校が2泊3日（青森県や北海道の一部は3泊4日もある）、高校が3泊から4泊5日程度となっています。

北いわて三陸地域が、これから受けることの出来る修学旅行の発地域は、コンパスの軸を北いわて三陸地域に置いて、こうした学齢ごとの半径を描いて見れば、おのずから定まっていくということになります。

また、林間学校や野外活動なども修学旅行と同じような条件で行き先が決まりますが、この場合は、公営施設のみ利用や民間施設と公営施設の組み合わせ、あるいは農家民泊と公営か民間の宿泊施設と宿泊先は変わっても、同じ場所に連泊して体験学習等を実施するケースが多く、修学旅行より移動時間が短い地域に行くケースが多いようです。

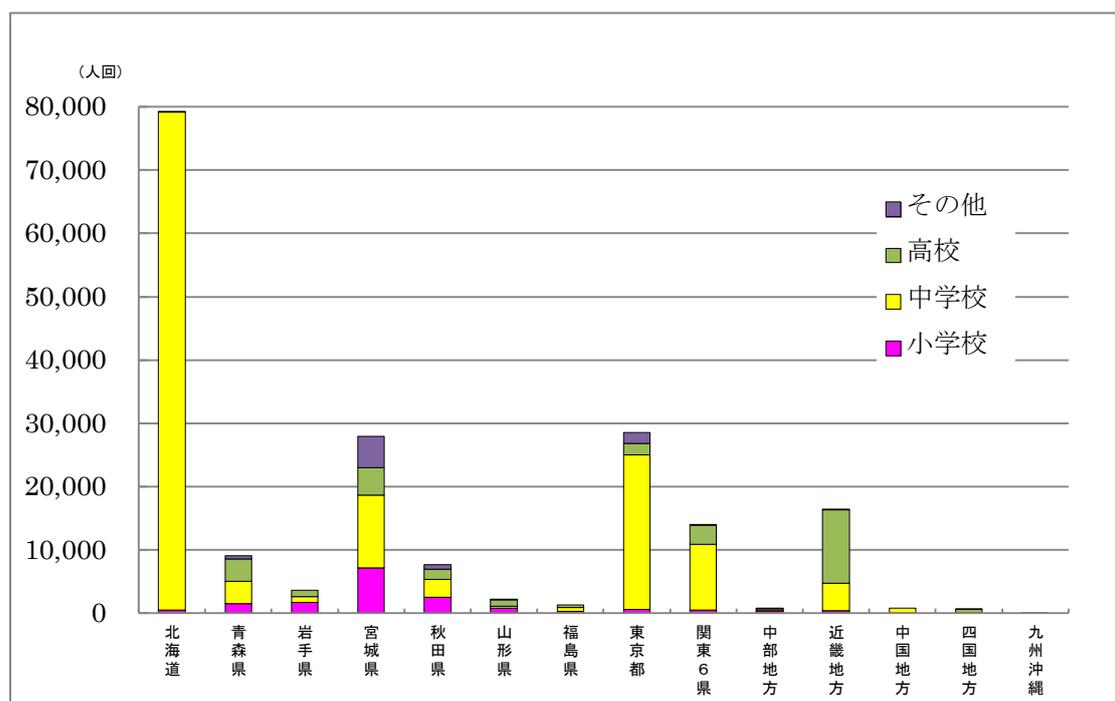
## ②教育旅行の市場動向

県外からの教育旅行客を発地別にみると、北海道、宮城県、東京都、近畿地方が多いようです。これらの有望な誘致対象と思われる北海道、仙台圏、首都圏、関西圏の市場動向についてみてみましょう。

### 【北海道の教育旅行市場動向】

平成21年度の日本修学旅行協会データ（調査対象中学校304校）によれば、北海道から東北地方への中学校修学旅行では、もっとも多い仕向地が北東北の46%で、中でも62校（20%）が岩手県に来ています。道北や道東の中学校が北海道内で実施する札幌市や函館市へは、43.4%、関東方面が6.9%ですから、岩手県が狙うべき教育旅行として、北海道の中学校修学旅行こそ最大市場ということが出来ます。

図表 3-3 県外教育旅行客発地別入込推計（平成22年）



資料：岩手県「観光統計概要」平成22年

東日本大震災以降、北海道内の教育委員会は「今年度は道内で実施」を勧告したため、平成23年度は北海道からの修学旅行に急激なブレーキが掛かかる状態になりました。しかし、岩手県観光協会などの活動によって、「来年度はまたもどる傾向にある」という情報がもたらされていますから、より一層積極的に誘致活動を展開する必要があります。

将来的に東北新幹線が函館まで延伸した場合、新幹線学習という目的もあつて、函館に集合して新幹線で仙台方面に移動することが予想され、岩手県が素通りされる懸念も取り沙汰されています。逆に、函館市では、福島県あたりまでを誘致範囲と考えて、今年度から教育委員会や学校に対して、北海道修学旅行の誘致活動を展開しています。

さらに、新千歳空港周辺地域では航空機利用の修学旅行が始まっています。そうすると、東北地方を飛び越えて関東や関西までもが仕向地になるため、岩手県が今の北海道中学校修学旅行のシェアを守るためには、新しい仕向地（例えば北いわて三陸地域）を育てなければなりません。学習効果があり、先生や保護者が「岩手県こそ修学旅行の適地」というブランド、「北いわて三陸地域に行きたい」という魅力づくりをしなければ、いずれ頭上を飛んで素通りされるという可能性があることを用心すべきです。

修学旅行が航空機利用に流れないための対策として、可能性がありそうなのが大手旅行会社との協力体制です。新千歳空港発着の航空各社は最近、修学旅行利用に対しての送客手数料を減らす営業方針を取り始めました。したがって旅行会社としては、最大の収入源である手数料を得られない航空機利用修学旅行を、積極的に売り込む必要はなくなるわけです。対抗手段として、鉄道やバス利用での移動を積極的に売ろうとしますから、このあたりに岩手県を素通りさせないための打開策と販売戦略の鍵がありそうです。

### 【仙台圏の教育旅行市場動向】

北いわて三陸地域から半径200km範囲に当たる仙台市を中心にした宮城県地域は、東北地方最大の人口密集地帯になっています。ここからの教育旅行で特記すべき動向は、平成22年度までは宮城県約500校ある小学校の70%が、福島県会津地方で修学旅行を実施したことです。しかし、福島第一原発事故の影響で23年度は大きく行き先が変わり、山形県、岩手県、秋田県に散らばっています。放射能問題や原発事故収束の見通しが立たないため、この行き先変更状態がしばらく続くと予想されています。

また、中学2年生で行われる野外活動（林間学校）では、宮城県内の公営施設利用がもっとも多く、次いで山形県等になっています。しかし、現時点でも5月～6月の時期に久慈市平庭高原や葛巻町まで来ていますから、この市場に注力した誘致活動を行えば、比較的早く結果が出てくるのではないかと思います。

小学校修学旅行、中学校野外活動とも基本的にはバス移動が多数派です。小学校については、宮城県内のバス会社や地元旅行会社、中学校については全国ネットの大手旅行会社が営業予約手配の主導権を握っていますから、学校訪問と旅行会社へのセールス活動の二面作戦が有効な誘致活動になります。

### 【首都圏の教育旅行市場動向】

首都圏からの小学校修学旅行では、北いわて三陸地域まで足を伸ばすのは不可能でしょう。中学校修学旅行では、東海道新幹線の修学旅行専用臨時列車が期間運行されますので、これ

を利用した関西方面での実施がメインとなっています。東京都では中学校の約72%、神奈川県でも約86%が京都・奈良などの関西での修学旅行を実施しており、首都圏1都6県全体でも83.5%が関西方面で修学旅行を実施しています。ちなみに東北地方全体では2.5%が来ていますが、大部分は千葉県、茨城県、埼玉県などの北関東から、バス移動が可能な南東北の福島県や山形県での実施に偏っています。

しかし近年、京都などの都市化と過密化の進行と、長年同じパターンの修学旅行を繰り返してきた反動もあって、中学校修学旅行では、東北地方での農山漁村体験と民泊の組み合わせによる生活体験を実施する学校が徐々に増える傾向にあります。すでに岩手県遠野地方や青森県南部地方では、実施継続校が出始めています。

公立高校修学旅行は、これまで航空機利用による沖縄修学旅行が主流でしたが、長びく不況で保護者負担を軽減しようとする動きがあり、さらに前述の航空会社の営業方針の転換によって、沖縄修学旅行はすでにピークを過ぎて、暫減の方向に向かっています。そのため、新しい仕向地を学校とともに旅行会社も探しはじめていて、北東北地方への可能性がこれまで以上に高まっています。

ただし、高校生ともなると現地での学習効果を重視する傾向が強くなりますから、それに対応できる高度な体験学習プログラムと、学校の事情に合わせた旅行目的にオリジナリティが求められることとなります。

10年ほど前までは、スキー修学旅行の大流行があり、その後沖縄修学旅行に大きくシフトするといったように、首都圏の高校修学旅行には約10年ごとに大変化の歴史があります。近い将来、命との出会いや人とのふれあいを重視した北いわて三陸地域が目指そうとする教育旅行スタイルや、体験学習プログラムも大化けしないとも限りません。

### 【関西圏の教育旅行市場動向】

関西圏から教育旅行を誘致しようとした場合、距離的に公立高校修学旅行と私学の中、高校修学旅行しか可能性はありません。東京都の事情と似た理由で、橋下知事時代に大阪府が修学旅行実施基準の中で、旅費を大幅に低く押さえたことから、府立高校の主流だった沖縄修学旅行（航空運賃が6割を占め、宿泊料も非常に高い）は減少傾向にあり、新たな仕向地を探しているのが関西全体の近況です。

関西圏からは、沖縄も北海道もほぼ等距離にあるという立地条件にあります。この傾向に乗じて北海道知事が政策的に航空会社に対して、修学旅行の搭乗料金割引を強いているため、東北地方を飛び越して、沖縄から北海道へ振り替える学校が増える可能性があると思えばなりません。

東北地方にある空港はどこも関西便の機材が小さいため、修学旅行を実施しようとしても1校を2分割、3分割して違う便に乗らなければ運べないというネックがあります。さらに、もうひとつのネックは鉄道利用の場合、運賃だけは関西から東北新幹線各駅まで通して半額割引が利きますが、東海道新幹線から東京駅でJR東日本の東北新幹線に乗り換えた時、東北新幹線の特急料金が通常料金になってしまうため、交通費が割高になるのです。当然、東北から関西に新幹線利用で行く場合も割高になります。

関西の学校では、航空機利用で2～3分割の移動をしても、目的地に集合する時間は新幹線利用とあまり変わらないという先生の意見があります。むしろ新幹線の方が車内で自由に

動けるため、生徒たちのコミュニケーションが活発になり、旅行の目的にマッチしているという声も多いのですが、新幹線料金の問題は一学校や一旅行会社、各都府県が動いても解決するものではありません。東北観光推進機構ではJR各社に要望書を出しているのですが、現時点で解決する目途は立っていません。

ただし、関西地方特有の事情を知っておく必要があります。関西は、京都・奈良は近すぎて修学旅行の行き先にならないため、過去に流行した平和教育、スキー修学旅行、体験学習重視の修学旅行や航空機利用による沖縄修学旅行など、常に新しい修学旅行スタイル発祥の地となっています。

つまり関西の教育旅行トレンドがその後、全国的な修学旅行スタイルとして普及することは、学校や旅行業界においては歴史的常識となっています。その意味でも、教育旅行誘致の世界に新規参入を図ろうとしている北いわて三陸地域が、関西発の修学旅行の動向に細心の注意をはらって、関西の高校に気に入られる修学旅行プログラムを提供できれば、将来は先頭を走ることもありうるのです。

### （3）子ども農山漁村交流プロジェクトにみる展開のヒント

平成19年秋に発表された3省（文科省、農水省、総務省）合同による「子ども農山漁村交流プロジェクト」（以下、プロジェクト）は、小学5年生を対象に一週間単位で農山漁村生活体験をさせるという国家プロジェクトです。その背景には、教室での学習に限界を感じた一部の学校で実験的に行われた長期の農山漁村生活体験が、子ども達に生活意欲の向上をもたらし、教育効果が確実に上がったというデータがあります。

このプロジェクトは、政権交代後の事業仕分けで、「5年後に全国全小学校の5年生を対象に国庫金で実施する」という当初の目標は、大幅に縮小されました。

しかし、その間に実施した学校では、「参加後、子ども達の意識が変わった」「生活意欲が増した」など、教室外で社会との接点を設けたこのプロジェクトの学習効果が認識されるようになり、市町村の予算で継続実施しているところが相当数あります。その他、中高校の修学旅行や林間学校でも、1泊は農山漁村生活体験を組み入れる学校が増えており、現在需要より供給が間に合わない状態にあります。

今までの教育旅行とは異なり、新たに登場した教育旅行形態ですから、これまで観光地に偏っていた教育旅行の実施場所が、宿泊施設がないため誘致できなかった地域にも可能性をもたらしました。その意味で、北いわて三陸地域としても、教育旅行受入の一環として、積極的に取り組むべきプロジェクトであろうと考えます。

#### ●参考 教育旅行誘致専門組織の設立

修学旅行、林間学校等の誘致活動の対象は学校であるため、一般観光客誘致とは異なるアプローチと情報が必要であり、地域全体で教育旅行誘致に取り組むためには、有志による専門組織が必須条件である。北いわて三陸地域の宿泊施設不足を補うためにも、ホテル旅館と民泊農林漁家等との連携を図る「子ども農山漁村交流プロジェクト」や、学校側が求める農山漁村生活体験や、それに伴う受入体制整備が設立目的となる。

【事例】まちむら交流きこう「子ども農山漁村交流プロジェクト」

<http://www.ohrai.jp/kodomo/>

### ①子ども農山漁村交流プロジェクトの受入れの条件

プロジェクトを受入れるには、第一に農山漁村で民泊滞在が可能であることが条件になりますが、農林漁家に滞在期間すべてを任せるのは負担が重すぎます。また既存の観光地にある宿泊施設や公営施設だけの滞在では、生活体験をするという理念にマッチしません。そこで、農林漁家民泊と既存の宿泊施設とのコラボレーションが必要不可欠になります。

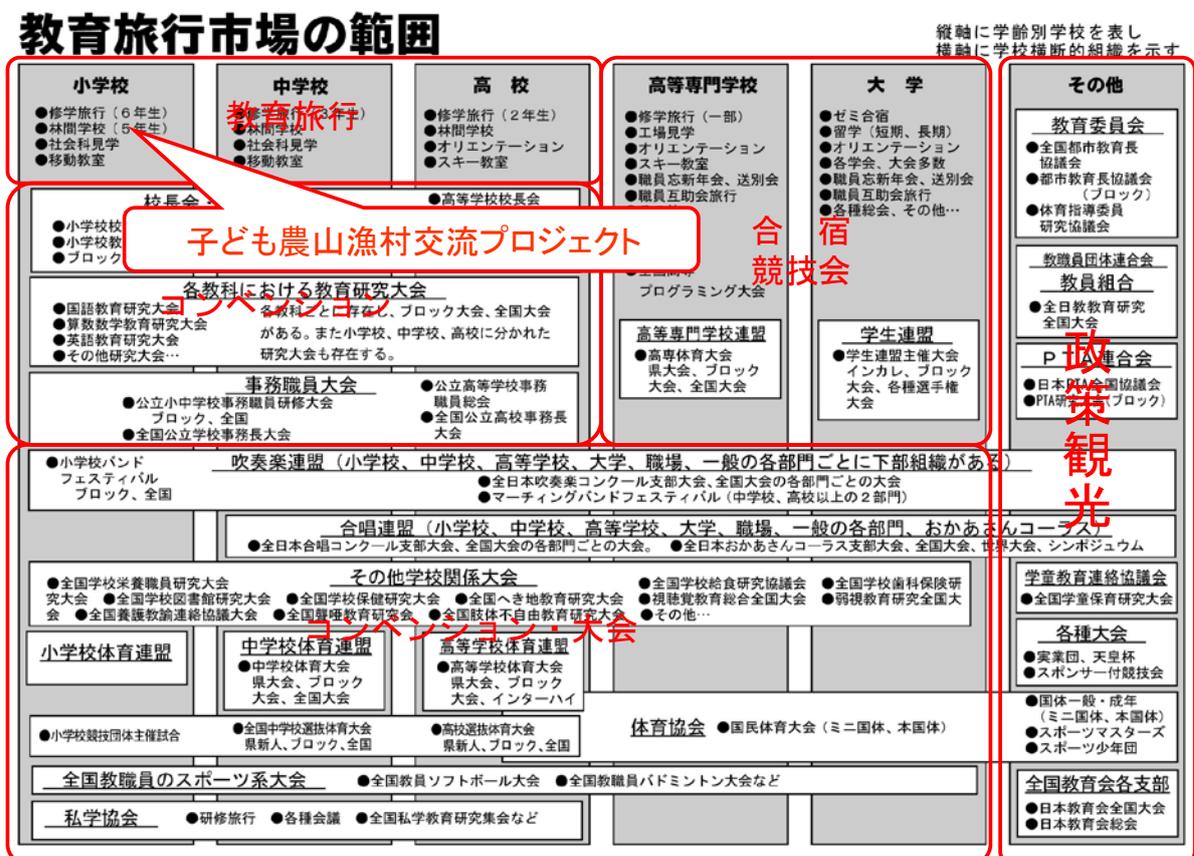
第二に、子ども達の長期滞在を受け入れる農山漁村側には、これまでにないスキルが求められます。地域の仕事達人や名人、匠を発掘すること、それらの人たちに生徒たちと接する際の指導力を持たせること、学校からの要望を統括してワンストップサービスを提供する事務局機能を持つことが必須になります。

第三に、移動費に制約があるため、これまでの修学旅行のように長距離移動はしません。このプロジェクトの目的は学習であって旅行ではないからです。

また都市という点、ともすれば東京や大阪といった大都市をイメージしますが、県内の都市部と農山漁村の格差も決して小さくありませんから、広い岩手県内だけで沿岸部と内陸部、南部と北部といった学校間交流の可能性は十分にあると考えられます。

第四に、北いわて三陸地域のように教育旅行誘致について後発であった地域が参入するような場合は、子ども達に提供できる農山漁村生活体験のプログラム整備と同時に、民泊受け入れ可能な農林漁家をまとめて、組織化するのがもっとも近道となります。

図表 3-4 子ども農山漁村交流プロジェクトの位置づけ



## ②県内、隣接県の自治体間相互交流

受け入れ側ではまず足元にある学習素材や人材の再発見、そして顧客である学校が何を求め、何が課題であるかをリサーチすることから着手すべきでしょう。

また、誘致には行政首長のトップセールスが効果的です。学校は公的機関ですから、民間や任意団体がいくら誘致活動に頑張っても限界があります。その場合、最大の公的機関である自治体トップが、自らの立地、環境と異なる地域の首長と話し合い、教育委員会を中に入れて、自治体ぐるみの交流を行うことが必要です。東日本大震災後、関東圏の自治体では非常時に備えて他都市との連携を強化する姿勢を見せていますから、今がチャンスと見ることができます。ただし、行政が関与する際は、期間と範囲を限定して、いずれ民間の活動団体を立ち上げ、その事務局機能を安定させていく必要があります。

## ③教育現場が求めるプログラムの提供

教育旅行誘致も地域間競争が激化しています。学校から教育旅行の仕向地として、選ばれる地域になるためには、北いわて三陸地域でなければ実現不可能な体験学習プログラムを持つことが必須条件です。全国どこでも出来る体験学習プログラムをいくら数多く並べても、意味がありません。アイキャッチとなるキーワード、先生が学習効果を想像できる内容である必要があります。しかし、田植えや稲刈りなど全国どこでもできる体験学習がまったく不要ということではありません。地域独特の体験学習プログラムに加えてプログラム周辺の厚みを持たせるのには、様々なメニューをそろえておく必要があります。

幸い北いわて三陸地域には他所にはない、ユニークで子ども達が喜ぶ体験学習プログラムが多くありますが、さらに言えば「北いわて三陸地域に行くと、子ども達がこう変わる」あるいは「こういう気づきがあった」「自分の中にこんな才能があることを発見した」という、学習効果のある体験学習プログラムを充実することが必要でしょう。先生方がもっとも安全で子ども達を管理できる教室から出て、わざわざ農山漁村に出かけて教育旅行や子ども農山漁村交流プロジェクトを実施するのはなぜでしょうか。それは、教室での学習では、子ども達が一皮むけるように飛躍的に変化する機会が乏しいことに気づいているからです。

子ども達が自ら変化することを短時間で体感でき、先生方や保護者の方が期待している部分も加味して練り直すと、より選ばれる教育旅行仕向け地域になり得ると思います。

### ●参考 方言ウォークラリーの出題

現代の都市に住む子ども達にもっとも欠けている能力が、見ず知らずの他人とのコミュニケーション能力とされている。こうした子ども達にとって、訪れた地域の町や村、山や川に棲む魚や昆虫、野山に咲く花や草は、遊び相手の“宝の山”と思う半面、どっちを向いても分からないことばかりで、戸惑っている。また、地域の人たちが話す言葉(方言)は、きっと外国語のように思っていることだろう。

コミュニケーション能力は、分からないことを自ら他人に質問することで触発される。地元の大人や古老に積極的に声を掛けて、聞き出さなければ解けない地名や人名、地域固有の習慣などをクイズ仕立てにしたウォークラリーによって、子ども達に大人との会話の成立、楽しい思い出を提供する体験学習プログラムが出来上がる。

#### (4) 「産業観光」にみる展開のヒント

視察研修や教育旅行のプログラムの一つとして、地域産業を学びのプログラムとして活用する「産業観光」の可能性についても触れましょう。

全国各地には明治から昭和30年代にかけて日本の近代化を支えた、鉱山や鉄道、発電施設やダム、トンネルや橋梁、工場や建物などの近代化産業遺産があります。現在では廃墟になっているとしても、当時花形産業として栄えた歴史があったはずです。これらの遺産を検証し、明治以降の日本が果たした急速な近代化をどのように支えたのかを学んだり、現在稼働している工場や施設等を訪ねて、製造工程や研究成果の解説を受けながら学ぶのが産業観光です。

産業観光は産業のものづくり現場で、施設、技術、人、製品等にふれて学ぶ観光のスタイルであり、地域にある産業の種類によって多様な展開が可能となります。

北いわて三陸地域でも、地域の近代化産業遺産、産業観光の素材、故事来歴を学び、発信することで観光交流に結びつけることができます。ただし、歴史や産業、技術などの専門的な知識を一般人に理解されるようガイドし、興味・関心を高めて再訪を促すためには、質が高く奥行きのあるコンテンツと、高いスキルをもったインタープリター（通訳）の存在が欠かせません。また、産業だけにとどまらず、観光交流効果を地域全体に広げるためには、以下のような視点も必要となります。

##### 【産業観光推進の視点】

- ①産業だけではなく、地域と住民（生活）に密着した観光を目指すこと。地域と観光客との間にコミュニケーションが高まり、人的交流が実現できるものであること
- ②着地型観光であること。その産業が所在する地域から発信される情報が中心となること
- ③「見る」「学ぶ」「体験する」の三位一体の観光であること
- ④まちづくりにつながる観光であること。産業は地域に根ざし、地域とともに発展してきたもので、産業観光はまさに地域全体を「観光」につなげる手段となる。
- ⑤産業観光の受入体制整備は、人づくり、地域づくりそのものとなる。

##### ●事例紹介 近代化産業遺産へのエントリー活動

明治から昭和にかけて、日本の近代化に寄与した工場跡や炭鉱など産業施設や鉄道、トンネル、橋梁等の設備が「近代化産業遺産」といわれる。しかし、時を経るにしたがいその価値が理解されにくくなっている。歴史の断片であるとともに、そこに生きた先人の想いを受け継ぐための鍵ともなっている地域の近代化産業遺産を見つけ、経済産業省の認定リストに乗せるための活動を行う。岩手県では「釜石市・遠野市の製鉄関連遺産」と「八幡平市松尾鉱山関連遺産」が認定されている。

【事例】政府インターネットテレビ「近代化産業遺産」

<http://nettv.gov-online.go.jp/prg/prg3227.html>

### 3. 国・県の観光交流構想の動向

最近の三陸沿岸地域をめぐる観光の動向について紹介しましょう。

平成23年10月、新「三陸復興国立公園構想（仮称）」が環境省から発表されました。これは青森県八戸市から宮城県気仙沼市までの、岩手県の三陸リアス式海岸を含む広域の国立公園です。従来型の国立公園と異なるのは、生物多様性や農林漁業と地域の協働、たびたび起きる地震や津波といった大災害の経験を継承するために学びの場の提供とモニタリングを行い、復興の後押しをするという目的で構想されている点です。

また、岩手県が同年2月に発足した「いわて三陸ジオパーク構想」も、オーバーラップした形で進行中です。ジオパークとは特定の場所を指すのではなく、「屋根のない博物館」、あるいはジオ（地球）を知り、ジオを学ぶ旅、ジオツーリズムを楽しむ場所であるとされています。地球が誕生してから46億年、その間、人類が誕生する前から地球は間断ない活動をしてきました。その結果が、現在の地球の姿であり地形なのです。自然は、素晴らしい景観や風景を恵む一方、大災害をもたらします。ジオパークは、そのような自然の営みの両面から、地球のその成り立ちと仕組みを学び、生態系や人間生活との関わりを考える運動であり、キャンペーンといえます。数十億年の過去から未来まで、山と川と大気とそこに住む生物について考え、体感する場所、それがジオパークなのです。

特に大震災・津波に見舞われた現在、防災への取り組みや自然災害に関する知識を共有するためにも、三陸リアス式海岸地域で展開していく意義は大きいと思われます。

ジオパーク認定を目指すには、地域住民の理解と協力、子ども達や外国人にも理解できるジオガイドや専門知識を持つインタープリターの存在が不可欠です。新三陸復興国立公園についても、同様に地元での受け入れ環境づくりが求められているから、絶好のタイミングだと思われます。



海岸線で見られる特徴的な地層



よく見れば非常に面白い形が刻まれている

#### ●事例紹介 いわて三陸観光圏構想への認定

観光庁では、豊かな自然や歴史、文化、伝統と密接な関係にある観光地が、都府県をまたいで連携して、2泊3日以上滞りが可能な「広域観光圏」を形成することを目指している。民間のソフト事業に対する補助制度や、各種法律の特例などにより、地域の自主的な取組を支援する。岩手県内には「盛岡・八幡平広域観光圏」がある。

#### 【事例】観光庁観光圏整備法

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/seibi.html>

図表 3-5 新「三陸復興国立公園構想（仮称）」

## 新「三陸復興国立公園（仮称）」を軸にした地域の復興

**【背景】**

■ 三陸海岸の自然環境

- ・傑出した自然景観、海岸美、特徴的な地質
- ・渡り鳥等の野生生物の重要生息地
- ・東北地方太平洋岸には多くの自然公園が指定
- ・多くの観光客が訪れる（国立・国定：約909万人（H19））
- ・津波被害のおきやすい地形

■ 過去繰り返されてきた津波災害

■ 国内有数の水産業

- ・世界三大漁場
- ・地域の基幹産業である水産業

■ 復興に向けた具体的取組

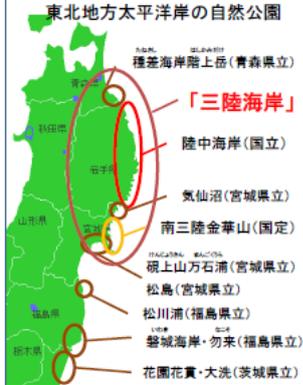
1. 水産振興に役立つ里地・里海型の新「三陸復興国立公園（仮称）」への再編成
2. 長距離歩道と復興のシンボルともなる森づくり
3. 被災を記録・継承するための学びの場とモニタリング

■ 新たな公園づくりのポイント

【従来のテーマ】：三陸海岸の地形・地質、海岸美、野生生物

【新規のテーマ】

- 生物多様性と森・里・海のつながり
- 農林漁業との連携と地域との協働
- 防災との連携と津波経験の継承
- 世界ジオパーク
- 観光振興、エコツーリズム、地元雇用



東北地方太平洋岸の自然公園

- 種差海岸陸上岳（青森県立）
- 「三陸海岸」
- 陸中海岸（国立）
- 気仙沼（宮城県立）
- 南三陸金華山（国定）
- 碓上山万石浦（宮城県立）
- 松島（宮城県立）
- 松川浦（福島県立）
- 磐城海岸・勿来（福島県立）
- 花園花貫・大洗（茨城県立）

【参考：これまでの取り組み】

- 陸中海岸国立公園の拡張と名称変更
  - ・国立・国定公園総点検事業（H22.10月、環境省公表）
  - ・地元からも要望あり
  - ・H24年度中の指定を目指していた
- いわて三陸ジオパーク
  - ・岩手県が推進協議会をH23.2月設置
  - ・H24に日本、H27に世界ジオパーク登録を目指していた
- 漁業と連携したエコツアー
  - ・田野畑村を中心に推進されてきた
- 長距離歩道の整備
  - ・岩手県がH22より整備に向けて検討

水産業・防災と連携した自然公園等による復興への貢献

## 被災を記録・継承するための学びの場とモニタリング

～大災害の経験を確実に記録し、次の世代に引き継ぐために～

■ 被災の記録

変化したり失われることから、迅速に・確実に記録することが必要

植生や地形などの自然環境は、今後数年～数十年かけて変化し続ける

- 自然環境（植生、地形（干潟・砂浜）、藻場、動物の分布など）の変化状況の記録とモニタリング
- 津波石、被災に耐えた象徴的な自然物（松、杉）など
- 被災者の体験・知恵を伝える「生の声」
- 地震・津波の映像

■ アーカイブとして整理し、多くの人が活用可能な状態に

これまでも自然環境保全基礎調査などで、自然環境を継続して把握



干潟と砂浜の消失

国指定仙台海浜鳥獣保護区（蒲生干潟）  
→ 渡り鳥の重要な生息地

■ 継承するための学びの場

現場で伝える 経験者から伝える → 確実に継承

【学びの場づくり】

- 自然公園・歩道の看板
- 被害地域を見渡せる展望台
- ビジターセンター・展示 など

【学ぶための体制づくり】

- エコツーリズムのガイド育成
- ガイドプログラムの開発
- 学校等での防災教育

● 多くの人に、現場で理解していただき、国民全体で次に備える

● 地域の復興計画・防災計画への活用

● 地域振興（エコツーリズム、地元雇用の創出）

● 学術研究などの基礎資料として活用

資料：環境省HP <http://www.env.go.jp/jishin/park-sanriku/>

## ◆コラム グリーン・ツーリズムが目指す究極の目的

東京をコンパスの軸にして進められた、明治以来の日本の近代化はそろそろ曲がり角に来ているようです。その証拠に都市の大型書店に行くと、田舎暮らしや帰農、古民家、農業の本が平積みされているのを見ても、これが単なる流行ではなく戦後一貫して経済至上主義で来た揺り戻し、というような大きな潮流を感じます。その最前線にいるのがグリーン・ツーリズムの普及です。

グリーン・ツーリズムとは、都市の住民が農山漁村に民泊滞在して、農山漁村の生活を楽しみ、理解を深める目的で生まれたフランス発祥の観光スタイルです。70年ほど前、世界大恐慌下で強制的にバカンスを与えられたフランスの庶民が、安く長期滞在が可能な宿泊形態として農家民泊を見だし、グリーン・ツーリズムが始まったのです。農山漁村での田舎生活が、実は故郷を失った都市住民にとっては懐かしいもので、自然に添って生きる素晴らしさを気づかせてくれたのです。

### ・・・順序が反対の日本のグリーン・ツーリズム・・・

しかし、日本でグリーン・ツーリズムがまだ定着しないのは、フランスと違い供給地（農山漁村の整備）だけが先行し、需要の主体である国民にバカンス制度を与えられず、発生の順序が逆になっているからです。しかし、最近では日本型グリーン・ツーリズムが、発祥の地とは異なる目的を持って、発展しはじめています。

グリーン・ツーリズムの当初の目的は、「来て泊まってもらう」という新たな経済チャンネルと作り、食糧生産地を第6次産業化することが狙いだったのですが、グリーン・ツーリズムが動き始めて、起きたもっとも大きな変化は、農山漁村に住む住民自らが地域の自然や生活、文化を見直し、再認識する運動が始ったことです。

全国の成功事例を見れば分かるように「町おこし」「活性化」の切り札として、自分たちが暮らす地域を他所と比較するのではなく、自分たちにとっては世界の中心であり、絶対的な場所であるという認識を生み出したことが、グリーン・ツーリズム運動の最大の功績でしょう。

### ・・・流通に革命を起こすグリーン・ツーリズム・・・

もう一つの側面は、農山漁村を訪れた観光客から得る一次情報を分析して、商品企画や販売戦略を立てることに成功すれば、地方の小さな産業でも、一握りの観光客の背後にいる何千万人という都市マーケットを相手に商売が可能になります。グリーン・ツーリズムを切り札に観光交流を促進することは、映像やインターネットが伝えきれない、リアルな地域の人々の生活の温もり、歴史の重みを、地場産業を通じて「ここまで足を運んでよかった」という心を来客者に提供できることが、グリーン・ツーリズム究極の目的になっているのです。

(小椋唯一記)

## 第4章 地域の特色ある体験学習プログラム

第3章で示した視察研修、教育旅行を展開するためには、地域資源を活かした特色ある体験学習プログラムづくりが大切です。本章では、北いわて三陸地域が提供できる体験学習プログラムについて例示します。

### 1. 体験学習プログラムづくりの視点

全国各地の観光パンフレットや観光サイトを見ると、バラエティに富んだ体験学習プログラムが、数多く紹介されているのが最近の流行です。「見る」だけの観光から、「参加」「体験」する観光に旅行者の嗜好が移ったことを表しています。

しかし、そこを訪れる観光客にとっては、プログラムの数が多いことが本当にいいかどうかは疑問です。それよりも数は少なくとも、「ここにしかない」「ここでしか出来ない」というオンリーワンのもので、地域の特色を鮮明に表現した体験学習プログラムである方が、旅行者の気持ちを掴むことができます。

#### (1) 地域の特色のあるプログラムづくり

では、地域の特色を表し、他の地域にないオリジナルな体験学習プログラムはどのように作ればいいのでしょうか。その考え方は、以下のように「あ・い・う・え・お」の5文字で表すことができます。

#### 【体験学習プログラムの考え方】

##### あ＝遊び心、安全安心

子どもの頃の楽しい思い出を再現するような体験、それが疑似体験であっても誰でも安全で安心して、取り組めるもの。

##### い＝いのちとの出会い

植物も動物も魚も、人間が生きていくためにそれらの命をいただいていることを体感し、大切な思いを起こさせるもの。

##### う＝美味しい！

産地ならではの新鮮で非日常的な味覚に訴えられるもの。

##### え＝選ばれる地域

このプログラムを体験したいから「そこに行きたい」という動機になるような、他の地域にはない、オリジナリティがあるもの。

##### お＝思い出づくり、おもてなし精神

旅行する人にとっての究極の目的は、その地での思い出を創ること。そうした旅行者の気持ちを理解して迎える、おもてなしの心があること。

この条件にマッチし地域の特色が表現されていてオンリーワンの体験学習プログラムであれば、数多く用意する必要はありません。むしろ、たったひとつでも「なにこれ?」「面白そう!」「やってみた〜い」「行ってみたい」と思わせる内容を、一言で集約したキャッチコピーとアイキャッチとなる写真、イラストで表現できれば充分です。

既述のように、全国どこでもできる例えば田植えや稲刈り、陶芸や料理作りなどありふれた体験メニューが、まったく不要というわけではありません。体験学習プログラムには、「体験」というそれ自体の意義のほかに、地域の人々やプロの職業人とコミュニケーションをとる、人間対人間の会話や心の交流という、もうひとつの目的があるからです。

農林漁業を営む地域の人たちや、伝統工芸を体験として教える人たちは、都会から来た人や子どもが理解できない言葉を使います。それは方言であったり仕事上の専門用語であったりします。さらに参加者や子ども達にとって「何が分からないのか」が、体験を教える人たちにも「分からない」。だから「分からない」同士のコミュニケーションを円滑にするために共通の仕事、つまり体験をして摺り合わせをする必要があるのです。

また、教育旅行のように地域に滞在する旅行の場合は、オンリーワンの体験だけでは、時間が余ってしまいます。それ以外の時間にできる地域の生業を学ぶ農林漁業体験などの基本的な体験学習プログラムも必要です。

## (2) ストーリーのあるプログラムづくり

体験学習プログラムは、ただメニューを羅列するだけではだめです。例えば田植えを体験学習プログラムにした場合、水源地から水を引く用水路、水温を調整する用水池の役割、田の持つ保水機能など、地域の歴史や自然環境に与える影響などの背景説明を加えた環境教育の視点から学習できます。さらに、稲刈りの場合はその後の脱穀、粃の保管や精米、収穫された米が参加者や子ども達の口に入るまでの流通過程を含めて、主食である米をめぐる社会的背景も学べるといったストーリーがあれば、もっとアピール度が高くなるでしょう。

このようにある時期、世の中で売れるもの流行るものには、必ずそれを求めるニーズが存在します。現在は、環境教育や食育の重要性が認識されています。そして、震災を経て子ども達の「生きる力」や防災教育も大切になるでしょう。このようにニーズには必ず理由や原因があります。単に流行だから追随するのと、目的が分かっている的確に応じるのとでは、結果に大きな差がつくのです。体験学習プログラムでは、ニーズや背景を踏まえた学びのテーマの設定とストーリーづくりに留意することが重要です。

### ◆事例紹介 “スロー風土” 促進運動

規格・標準化された生産ではなく、その土地の風土にあった伝統食文化・農業を大切にするためのイタリア発祥の運動が「スローフード」。ここでは地域に合った暮らし方、自然の中に流れる時間を感じる生き方、地域を愛する気持ち、価値観を共有する仲間づくりなどの全体を「スロー風土」とする。地域で観光客と地元民とを問わず、誰でも「おはようございます」「こんにちは」と挨拶を交わす地域であれば、それだけで日本一のスロー風土になれる。

物質的豊かさではなく、精神的豊かさ（幸せ）を国の目標とするブータンでは「国民総幸福度(GNH)」を掲げている。

【事例】ブータンの国民総幸福度についての論文

[http://www.sri.or.jp/sri\\_database/backnumber\\_kiji/documents/99/99report2\\_2.pdf](http://www.sri.or.jp/sri_database/backnumber_kiji/documents/99/99report2_2.pdf)

### (3) 目的に合ったプログラムづくり

あらためて体験学習プログラムの目的について考えてみましょう。

学校現場の教室で、生徒である子ども達が先生方を困らせている問題があります。それは「感情のコントロールが出来ない子どもの増加」「他人とのコミュニケーション能力の低下」「ルールを守らない規範意識の低下」の3つです。

これらの課題を解決し対策を求めようとした場合、それに応えられる環境を学校以外に求めるしかない、というのが現場の先生方の大方の意見です。そのために保護者から

も、住んでいる環境からも離れた異世代、異文化、異時間の要素をもった農山漁村に送り込んで、逃れられない状況をつくり出そうとしているのが、現在の農村生活体験や農林漁業体験の主たる目的なのです。

農山漁村生活での体験は、季節や作物、天候によって状況は刻々と変化しますし、小さな時から「大人に声を掛けられたら、逃げろ」という教育を受けて育った子ども達も、ここでは他人とのコミュニケーション能力を發揮せざるを得ません。

つまり、子ども達が何かしようとした時、自ら進んで地元の大人と会話しなければ先に進めない環境に身を置くことこそが、体験学習の目的であり、そこから生まれる感動こそが課題解決の鍵なのです。

問題は、それを受け入れる地域や農家の方が、「農作業をさせる」「泊める」という考え方に留まっている場合が多いことです。つまり、学校が体験学習をさせるのは「農業のスキルアップを習いに来るのではない」、農林漁家の「宿泊施設化を図っているのではない」ということが、受け入れ側の地域では理解されていないケースが多いのです。

「体験」とは、住むところも、世代も、文化も違う大人と子ども達とが、同じ体験と同じ時間をそこで共有し、話し合い、教えてもらい、笑い、感動するためのコミュニケーションを図る手段なのですから、教室で先生方が困っている課題を熟知し、それを解決できる体験学習プログラムであれば、先生方からきっと支持されます。



川でカジカを捕まえる子ども達

#### ●事例紹介 番屋ツーリズム 漁船の日同乗体験

サップ船とは、陸中海岸の漁師がウニ漁やアワビ漁、その他小規模な刺し網漁などに使用してきた小型の磯舟で、かつては手漕ぎだったが今は船外機を使っている。このサップ船を体験できるのが「サップ船アドベンチャー」。その拡張版が「番屋ツーリズム」である。60分のアドベンチャー体験観光ではなく、丸一日漁師として同行し、漁業体験をする大人向けのツアー企画。リタイア族、釣りが愛好家を対象にした1週間～1カ月のホームステイ、長期漁家民泊体験型で行う漁業大学を開設する。

【事例】体験村たのはた <http://www.tanohata-taiken.jp/index.html>

## 2. 体験学習プログラムの例示

北いわて三陸地域には、数多くの多彩な体験学習プログラムづくりが可能であり、既に様々なプログラムで実施しているところもあります。どのようなプログラムをつくれれば良いのか、現場ではいろいろな悩みもあるようです。しかし、大事なことはそのメニュー数ではなく、教室内で学んだことを再確認できる体験であり、課題解決につながる体験であることです。そのため、先生方の目に止まるキーワードや他地域にはない、ユニークなプログラムが必要となります。

その意味で、例えば久慈市山形町（旧山形村）の「5年間、学校に山林貸します」や葛巻町の牧畜体験のように、もっとも注目してもらいたい「ここでしか出来ない」プログラムを掲げて、その周辺を一般的な数多くの体験学習プログラムで固めることが必要です。

次ページからは、北いわて三陸地域（主に陸中海岸北部地域とゲートウェイになる内陸部の14市町村）でどのような体験学習プログラムができるかを例示しています。また、子ども達を対象にした体験学習プログラムを「**こんな体験学習を試みよう**」として具体的に提案しています。

観光コンセプトにそって、「食べる」「暮らす」「守る」につながる地域資源を掘り起こし組み合わせて、地域独自のストーリーを持った魅力的な体験学習プログラムづくりに取り組んでいくことが大切です。

### ◆事例紹介 大漁旗コンテスト

大漁で帰港する漁船が掲げる旗は日本独自の文化であり、デザインの多くは遠くからでも目立つよう、縁起を担ぐ目的で派手な色彩や大胆な構図で描かれることが多い。

船名のほか「祝 大漁」などの文字や日の出や恵比寿、宝船などの絵柄が描かれた大漁旗は、海の文化を象徴するものである。普段は船に積んだままになっている大漁旗を一年に一度、一堂に会して展示する日を設け、子ども達やアーティストたちが新たな大漁旗のデザインを競うコンテストを開催する。

【事例】宮崎県「大漁旗コンテスト」

<http://nichinan8585.blog73.fc2.com/blog-entry-108.html>

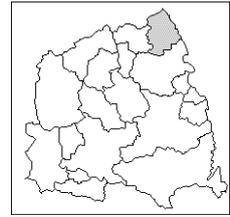


### ◆事例紹介 私だけのとおき観光ポイント紹介

地元住民を対象にして、まち自慢コンテストを開催する。テーマはパンフレットやホームページに観光紹介にくい、マスコミなどにも登場していない穴場の存在の場所や季節、その時しか見られない現象や時間など、自分が気に入っている眺望や撮影ポイント、史跡、文化的資産の紹介などを募集し、趣味人、各種マニア向けの資料として編集する。住民には住み慣れた地域にも、まだまだ発掘されていない「地域の宝」を再発見、再認識してもらう機会となる。

【事例】「私のおすすめ ふくしまの旅50選」<http://www.tif.ne.jp/jp/sp/tab150/>

# 1. 洋野町



## 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
洋野町	耕作と工作体験	各種農産物生産・収穫、料理体験、木工体験	おおのキャンパス
	山里での体験	そば打ち、散策、わら細工	おおのキャンパス・山間部
	海での体験	海釣り、タコ・カニ漁、潮干狩り、ヨット・カヌー、浜の料理体験等	海岸部
	ウニ増殖溝、ウニ栽培見学	ウニ生産に関する施設見学	海岸部
	伝統文化体験	駒踊り、ナニヤドヤラの見学、体験	

注：現在実施されていない体験、既に実施されている体験プログラムも含まれます（以下、同様）。

### こんな体験学習してみよう

#### 砂浜で浜焼き、海時間を体感しよう！

海でとった魚や貝を、仲間と協力し一緒になって穴を掘り、火を焚き、調理し食べる体験ができます。他の生き物の命をいただく、ということから「いただきます」という言葉が生まれたのを実感する体験です。

#### 大野キャンパスで学ぶ、遊ぶ、創る、食べる体験をする

地元の資源を生かして「一人一芸の里づくり」というコンセプトで地域の文化や産業を創造する拠点施設として生まれたのが「おおのキャンパス」です。ここではモノづくりが暮らしを潤し、心を豊かにするという体験ができます。

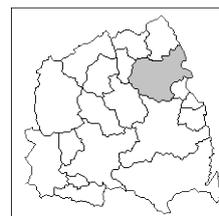


駒踊り



ナニヤドヤラ

## 2. 久慈市



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
久慈市	キャンプ（夏期）	トレッキング、カヌー、カヤック、シャワークライミング	山間部
	キャンプ（冬期）	スノーシュートレッキング、イグルーづくり、山小屋体験	山間部
	琥珀体験	野外で琥珀の採掘、琥珀を使用したアクセサリーづくり	琥珀博物館
	シャワークライミング	天然の滑り台や周囲の自然を楽しみながら溪流を遡上	山間部
	山里暮らし体験	山菜、キノコ、川魚捕り、炭焼き、倒木～建築等の山の暮らしを体験	バッテリー村
	磯遊び	磯場で生き物採取や観察	海岸部・磯場

### こんな体験学習してみよう

#### 三陸鉄道車両基地で、ちょっとだけ運転席に座れるかも？

久慈市には三陸鉄道の整備工場があります。鉄道が安全快適に運行されるために、さまざまな工夫がされています。そんな鉄道現場で働く人たちのお話を聞いて、運が良ければ、列車の運転席にも座らせてもらえるかも。

#### 一粒の琥珀から悠久の地球時間を感じよう！

久慈地方の琥珀は、約 8500 万年前の中生代白亜紀後期という、まさに恐竜の時代に属するものです。実際に琥珀を採掘体験し、恐竜の生きていた時代に思いを馳せる地球時間を体感することができます。



バッテリー村

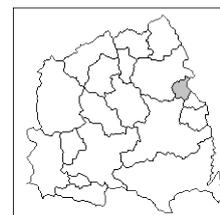


シャワークライミング



琥珀の採掘体験

### 3. 野田村



#### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
野田村	陶芸体験	陶芸家・泉田之也氏の直接指導による陶芸体験。最大で1度に30~40人が体験できる。	ギャラリーIZUMITA
	製塩体験	2012年2月6日より再開した製塩所で、薪を使った製塩体験	製塩所
	マンガン坑道跡の探索	バラ輝石が採掘された鉱山を観光坑道として公開。発掘作業の様子を機械や人形で再現しているほか、各種の原石、鉱物、化石を展示	マリンローズパーク野田玉川
	茅葺き民家	囲炉裏端での伝統食づくり	山間部

#### こんな体験学習してみよう

##### 塩って昔はそんなに貴重だったんだ？

人間や家畜にとって必要不可欠な塩は、今でこそ安く作れるようになりましたが、昔はお金の代わりに流通したくらい貴重なものでした。給料をいうサラリーの語源はラテン語の塩のことだといわれています。昔ながらの方法で塩を作る、その塩が牛で運ばれた「塩の道」をたどって、日本や世界の塩の歴史を学びましょう。

##### マリンローズ(バラ輝石)って、何だろう？

日本の明治以降近代化の原動力になったのが鉱山でした。日本有数のマンガン鉱床であり、国内唯一の「バラ輝石」が産出した、ここ野田玉川鉱山でも一部の坑道を公開し、近代化産業遺産として、当時の坑内作業の再現を見学することができます。



現在整備中の製塩所

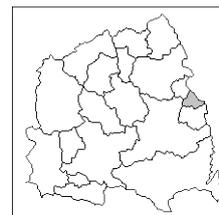


茅葺き民家の囲炉裏端



アジア民族造形館

## 4. 普代村



体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
普代村	伝統文化学習	鵜鳥神楽の学び、体験	山間部
	自然・防災学習	リアス式海岸、防潮堤の見学と、震災・防災についての学び	海岸部

### こんな体験学習してみよう

#### リアス式海岸はなぜここに出来たんだろう？

高さ 150～200 メートルという足のすくむほどの高低差を見せる黒崎展望台に立って、切り立った断崖の連なりや、地形を見ることで陸中リアス式海岸を観察し、なぜこうした地形が形作られたのかを、人間の尺度ではなく地球規模の尺度で考えてみましょう。

#### 北緯40度にはどんな国や都市があるのだろう？

普代村は北緯 40 度、東経 141 度の太平洋に面しています。太平洋を望むシンボル塔に立って、「北緯 40 度とは一体何を表しているのだろう」「同じ緯度と経度にはどのような国や都市があるのだろう」という、調べ学習をしましょう。



普代のまちを守った水門

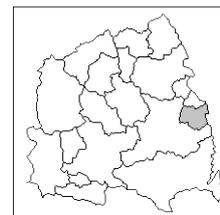


太田名部の集落を守った防潮堤



鵜鳥神社の神楽 (左)  
奉納された魚網 (右)

## 5. 田野畑村



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
田野畑村	サップ船アドベンチャーズ	北山崎の断崖際や漁場を小型漁船で巡り、漁業現場の実態や自然の営みを知る	机漁港・羅賀漁港
	番屋群漁師ガイド	歴史文化の生きた財産である机浜番屋群を漁師がガイド	机浜番屋・机漁港
	北山崎ネイチャートレッキング	ブナや松の巨木めぐり、浜辺の自然観察などバラエティ豊かなネイチャー体験	自然歩道
	津波体験・語り部	東日本大震災による津波体験談から、自然の恐ろしさと防災の知恵を学ぶ	海岸部

### こんな体験学習してみよう

#### 復興を応援するサップ船アドベンチャーズ

3月11日の大津波で大きな被害を受け、羅賀漁港からいち早く復興を果たしたサップ船航路。北山崎ネイチャーガイドや大津波語り部のお話を聞きながら、自然の脅威と恵みを体感します。なお、サップ船はじめ番屋をいかした番屋エコツーリズムが第7回JTB交流文化賞の最優秀賞を受賞しています。

- ・漁師が漁船で断崖や漁場を案内し自然と漁業を紹介する「サップ船アドベンチャーズ」
- ・漁師が田野畑村の自然とそれに調和した生活を紹介する「番屋ガイド」
- ・漁家の母親と一緒に魚を調理し、一緒に食事をしながら交流する「番屋料理」
- ・海岸に残る自然歩道を歩き、自然と暮らしを紹介する「ネイチャートレッキング」
- ・漁師の浮き玉(ガラス玉をひもであみこんだもの)作り、貝殻等を素材にした「海辺のクラフト」

#### 道具なしで魚や貝を捕る方法を習おう！

昔の人は自然とともに生き、自然を上手に利用して暮らしを立てていました。先人から受け継がれたワザを地元のおじいちゃん、おばあちゃんから習うことで、生活の知恵の奥深さに驚かされます。磯で魚や貝、カニなどをとって遊べば、1日やっても飽きることがありません。



漁師のガイドでサップ船に乗り込む



番屋ガイド（震災前）



ウニの殻むき体験



海岸線から遠くまで運ばれた津波石



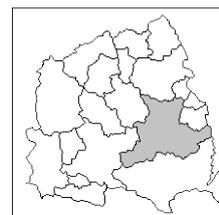
このまま残したい破壊された防潮堤 明戸

#### ●事例紹介 救命サバイバル学習

火山列島に住む以上避けられない大地震や津波。季節の台風、豪雪等の災害は、日本人にとって逃げ隠れできない自然の脅威である。今回の三陸大津波の教訓から、いざという時の避難方法、生き延びるための知恵、小中学生にも理解できて実際に使える、救命救急法等の最低最小限の学習プログラムを作り、指導するプログラムを提供する。阪神淡路大震災の被災地である兵庫県淡路島では、旅館組合によって実施されて、修学旅行生に人気を博している。

生き残り（サバイバル）プログラム例として、マッチなしで火をおこす、野外できれいな水を確保する、最小限の道具でご飯を炊く、ロープを使う、たき火をおこす方法、野外にトイレを作る方法などを教える。

## 6. 岩泉町



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
岩泉町	手仕事	蔵のなかで木工等の手づくり体験	まちなか
	山里の暮らし	農作業や林業体験など、岩泉山人会ハイマートまつはし振興会で受入	山間部
	モシ竜ロマンクルーズと震災学習	サップ船で海にでるクルーズガイド5人、津波ガイド13人いる。	小本地域
	洞窟探検	龍泉洞、安家洞、氷渡洞	山間部

### こんな体験学習してみよう

#### 龍泉洞の水はどこから来たのだろう？

太古の昔にたまった龍泉洞を見学し、そこにある水はどこから来たのか、動植物が生きていくために必要な淡水は地球上にある水の何%か？ という連想を膨らませます。限られた資源である淡水の大切さを学びます。

#### 世界にひとつの秘密基地づくりをしてみよう！

グループで協力して計画を立て、限られた道具と限られた時間内で、世界にひとつしかない自分たちだけの秘密基地を作ってみよう。出来た秘密基地は地元の人と先生からの採点によって最優秀賞、ユニーク賞、びっくり賞などコンテストで楽しみましょう。



カタクリの群落



人の手で再生した森林



てどの蔵 手づくり工房



龍泉洞

## 7. 宮古市



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
宮古市	津波学習	田老堤防の見学と津波や防災についての学び	海岸部
	自然学習	閉伊川での釣りやカヌー体験	河川
	山の暮らし体験	秘境タイマグラでの体験学習	山間部
	伝統文化学習	黒森神楽などの民俗芸能の学びと体験	

### こんな体験学習してみよう

#### 漁船やシーカヤックで海にのりだしてみよう！

実際に漁で使っている漁船に乗って、海からの三陸リアス式海岸を見たり、漁師さんから船や漁のお話を聞くことができます。

#### なんで鳥なのに“海の猫”と呼ばれるの？

どうしてウミネコと呼ばれるようになったのか、餌付けをしてウミネコの観察をしましょう。洋上からリアス式海岸の観察が出来ます。



田老の堤防見学



早池峰山の麓の秘境タイマグラ

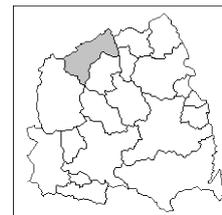


閉伊川



黒森神楽

## 8. 二戸市



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
二戸市	歴史体験	九戸城跡をめぐり歴史を学ぶ	九戸城跡
	歴史文化学習	天台寺の歴史、瀬戸内寂聴天台寺名誉住職による法話(平成24年度は4回の予定)	天台寺
	漆塗り体験	漆の歴史や漆器についての学習と漆塗り体験、漆掻き見学	浄法寺
	食の技術体験	食べ物の保存・加工技術について学んで体験	造り酒屋

### こんな体験学習してみよう

#### 漆器が「ジャパン」といわれるのは、なぜなのだろう？

英語で陶磁器はチャイナ、漆器はジャパンと言います。それは漆器が高度な技術をもった日本の伝統工芸品だからです。二戸市の浄法寺町は日本の漆の産地です。漆独特の製法、漆器作りの現場を見学して、本物の工芸品の素晴らしさを発見しましょう。

#### なんで食べ物には保存技術が必要なんだろう？

普段、自分たちが食べている食物がどのようにして作られているのか、たくさん取れた作物を商品として、あるいは冬を越すための食糧として、乾燥させる、塩蔵する、発酵させるなど昔から伝わる加工技術や保存法を学びましょう。

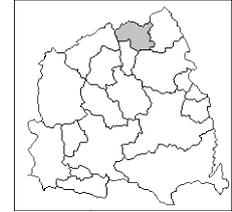


発酵を学ぶ造り酒屋



九戸城跡を案内するボランティア

## 9. 軽米町



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
軽米町	伝統食の体験	そば打ち体験、雑穀料理・串もちなどの伝統食の体験、ブルーベリー摘み	ミレットパークほか
	自然学習	ヒメボタルの鑑賞	折爪岳、もりの学び舎
	伝統文化体験	地元で焼かれた赤レンガを使った建物が息づくまちの歴史を学ぶ	まちなか

### こんな体験学習してみよう

#### きつといつか役に立つサバイバル術を学ぼう

地震や津波だけではなく、交通事故や火災、転倒転落、熱中症など常に危険と隣り合わせなのが現代生活です。いざという時に自分の身を守り、友だちや家族を危険から避けるための技や基本的な救命救急法、AEDの使い方などを学びます。

#### 民俗芸能の宝庫で虎舞やしし踊りを教えてもらおう

軽米町は「えんぶり」や「しし踊り」「駒踊り」「虎舞」「神楽」など、古くから伝わり地域ごとに少しずつ異なる郷土芸能の宝庫です。なぜこうした舞いが盛んに行われているのか、その起源を学びながら、鹿や馬、虎になった気持ちで舞ってみましょう。

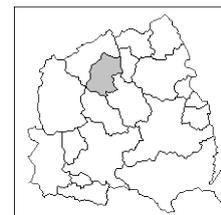


軽米まちかど煉瓦館



そば打ち体験

## 10. 一戸町



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
一戸町	縄文体験	縄文編み体験やアクセサリーづくり、縄文時代の土器をつくる。体験に使用する素材収集からの本格体験も	御所野縄文公園 御所野縄文博物館
	山里暮らし体験	山菜、キノコ、川魚捕り、炭焼き、倒木～建築、等。山の暮らしを体験できる。特に決められたメニューはなく、里山でやりたいことがあれば行う。天蚕は、飼育からまゆの生産、糸撚、機織り、染め物まで全てゼロから行う	どんぐり村
	竹細工	日本の竹細工の中でも五指に入るほど伝統と技術がある。簡単に体験できるのはペン立て作り	鳥越もみじ交遊舎

### こんな体験学習してみよう

#### 御所野遺跡から探す縄文人たちの暮らし！

ミニ竪穴住居をつくってちょっとだけ縄文人体験。昔の人たちがどんなものを着て、どんなものを食べ、どのような暮らしをしていたのか、縄文人になったつもりで空想を広げてみましょう。

#### 自分で作れる再生可能エネルギーとは？

どんぐり村では、木炭の製造を行っています。木炭は日本で最古の再生可能エネルギーといえます。木炭を作るためにはどのような準備や用途があるかを学びます。トトロの間、まっくろくろすけの気分が味わえます。



御所野縄文公園



竹細工の体験

どんぐり村の山里の暮らし



どんぐりからまんじゅうをつくる



栗拾い



しいたけのほだ木



天蚕（テンサン、別名ヤマユガ）で織物

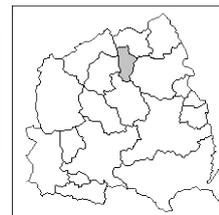


雪が降る直前まで茅を刈り取る



茅葺き屋根の葺き替え

## 11. 九戸村



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
九戸村	農村の暮らし体験	140坪もあるかつての豪農の民家。冠婚葬祭の場でもあった大広間、囲炉裏のある台所など、昔の生活を学ぶことができる	ふるさと創造館
	野外学習	ツリーハウスでのキャンプやBMXの体験	コロポックルランド

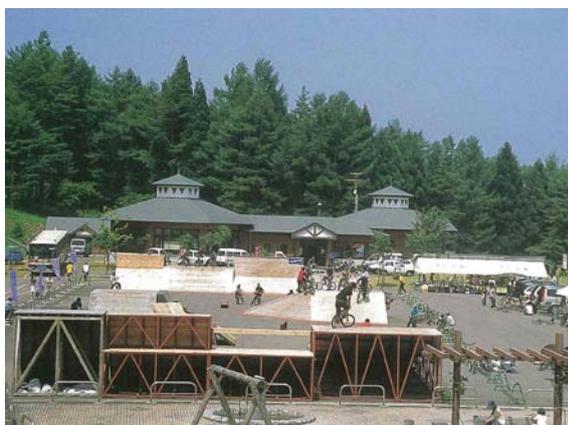
### こんな体験学習してみよう

#### トロの樹を訪ねて、民話や歴史を知る

九戸地方の文化の中心地であった長興寺には、村指定の天然記念物「公孫樹（イチョウ）」が、空を圧して立っています。九戸村には松や桂、藤などの巨樹が何百年の歴史を見てください。巨木を前に人はなぜか敬虔な、落ち着いた気持ちになります。

#### 折爪岳に登って電波の道を調べよう

標高 852mの折爪岳の山頂には、NHKや民報各局、NTTの中継基地など電波塔が建ち並んでいます。これらのタワーは首都圏と北海道を結ぶ電波の大動脈が目に見える形でそこにあるのです。電波による通信や情報が私たちの生活にどのように役立っているのかを学ぶことができます。

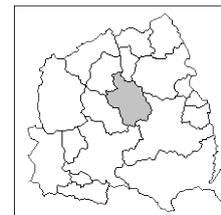


BMX が楽しめるコロポックルランド



豪農の民家を移築したふるさと創造館

## 12. 葛巻町



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
葛巻町	牧場体験	バター・チーズ・アイスクリームづくり、牛の乳搾り、仔牛の世話、羊の毛刈り等、牧場ならではの体験	くずまき高原牧場
	スノーワンダーランド	13泊14日で牛の世話、トレッキング、雪合戦、自然体験、イグルーと呼ばれるかまくらをつくり宿泊	くずまき高原牧場
	伝統食体験	空き店舗等を活用して郷土料理体験	まちなか

### こんな体験学習してみよう

#### エネルギー自給率 170%の暮らしとはどんなものだろう？

東日本大震災以降、再生可能エネルギーに関心が高まっています。葛巻町では以前から自然エネルギーを活用し、地域の電気を自給しています。エネルギーを地域で作ри、省エネを実践している暮らしとはどんなものか、体験してみます。

#### なんで草食動物はみんな長い顔なのかな？

牧場で草をはむ牛や馬、羊たちをよく観察してみると、口と目の間が離れていて、みな顔が長いという共通点があることに気づきます。なぜでしょうか？ 哺乳類だけでなく、爬虫類や魚、昆虫などの生物が、どのように環境に順応しているかを学びます。

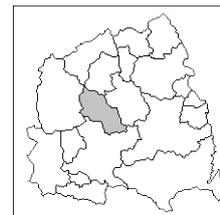


風力発電



水車を動力にしてそば粉を挽く森のそば屋

## 13. 岩手町



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
岩手町	自然学習	丹藤川溪流には散策路があり、マップや名所サインが整備されている	川
	農作業体験	ブルーベリーの摘み取りや野菜の収穫を体験し、それを使って料理をする	農村

### こんな体験学習してみよう

#### 恋人の聖地・石神の丘美術館で恋をしてみよう

野外彫刻とラベンダーが美しい石神の丘美術館は恋人の聖地に認定され、プロポーズの言葉コンテストが行われています。ここで恋の手ほどきを受けてはいかがでしょうか。工房やホールでは、ドライフラワー教室や手づくり講座も開かれています。

#### 海の水はどこから来るのだろう？

岩手町には東北一の大河北上川の源泉である弓弭の泉（ゆはずのいずみ）があります。水はどのように循環しているのかを学び、水の大切さに気づき、水を守るために必要なことを考えます。



北上川源泉 川の駅



丹藤川溪流の散策路

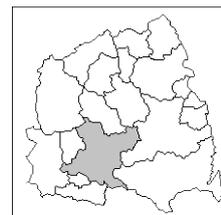


ブルーベリー園



キャベツ畑

## 14. 盛岡市



### 体験学習プログラムの例

	プログラム	キーワードと内容	場所
盛岡市	山暮らし体験	山菜採り、きのこ狩り、イワナ等の川魚捕り、炭焼きなど、山の暮らしを体験できる	砂子沢
	手づくり体験	陶器、染物、竹細工、わら細工、郷土玩具、こけし絵付け、ホームスパン、木の実リースづくりの体験がある。冷麺、南部せんべいを自分で作って食べるのも人気がある	盛岡手づくり村

### こんな体験学習してみよう

#### 春の山菜採りを楽しもう！

春一番のフキノトウから始まり、タラノメ、シドケ、コゴミ、ゼンマイ、ウド、ミズ、コシアブラ、アイコ、ワラビ、さらに春の後半はフキ、姫タケノコなど山の恵みが存分に楽しめます。山菜は新鮮なうちに料理して味わいましょう。香りが高く味が濃い山菜は格別においしいです。

#### 秋は木の実を拾って楽しもう？

クルミの木は川沿いに群生していて、秋にはたくさんの実を落とします。小さく固くて食べるまでが一苦労ですがそのおいしさは格別です。クルミ拾い、クルミの殻むき作業を自ら体験し、クルミをおいしく味わってみよう。ヤマグリも粒は小さいけれど甘くておいしいし、ヤマブドウ、サルナシ、アケビなど秋は食べられる木の実が豊富にあります。



砂子沢にある山の暮らし体験施設



手づくり村の南部曲り家で絵付け体験

## 第5章 新たな観光交流拡大モデルの実現に向けた方策

北いわて三陸地域が視察研修や教育旅行に取り組み、持続的な観光交流の拡大を実現していくためには、広域の推進体制が必要となります。本章では、推進組織のイメージや具体的な活動内容、今後の取組み等について提示します。

### 1. 推進体制の確立

#### (1) 推進組織の必要性

今回、各地の関係者から聞き取り調査を実施したなかで共通して言えることは、みな同じように地域の将来に対して強い危機感を抱いていたことです。人口減少や高齢化が進んでいっただうえに震災の影響でさらに問題が深刻になるのではという懸念です。一方では、震災という負のものを逆手にとって生かしていかなければ、という思いもあります。そして、広域的な連携が必要である、という認識ではほぼ一致している状況にあります。

広域的な連携を前提とした新たな観光交流を推進していくためには、関係する主体が意思統一をして共通の理念を持って取り組みを進めることが必要です。そのためには全体をとりまとめる体制づくりが不可欠であり、共通の課題である人材育成、情報発信等にも一体的に取り組むことができます。

#### 【広域連携の必要性】

#### ヒアリング調査から抜粋

- ・同時に2校以上は受け入れられないので、それ以上の予約が入った時は断ってしまう。(久慈市)
- ・ディステーションキャンペーンでは、岩手県で全て1つのエリアということにはならない。内陸と沿岸では違う観光エリアになってしまう。(野田村)
- ・体験から宿泊まで、全ての行程を受け入れるのは難しい。大規模な宿泊施設がないため、大人数の受け入れは久慈市や宮古市の宿泊施設を利用する必要がある。(野田村)
- ・内陸から沿岸まで車で2時間はかかるが、距離の壁を越えられるよう田野畑村の情報や魅力を発信していきたい。(田野畑村)
- ・岩手県北部地域で連携を図るのであれば、各市町村にある体験メニューを組み合わせるだけでは意味がなく、各市町村の特性を出していく必要がある。盛岡や平泉を観光しに行ったついでに寄る場所ではない。(一戸町)
- ・個々の観光資源の集客力が弱いので、連携を図っていくべきである。(一戸町)
- ・今後、地域連携は必要になってくると思う。県北部だけではなく、秋田県も絡めていくべきである。特に長期プランの受け入れになると、広域での連携が必要になるだろう。(葛巻町)
- ・県北部を3泊以上で周遊できるようなプランがほしい。(葛巻町)

#### 【人材・スタッフの必要性】

- ・元々役場の規模も小さい上に、津波による被害が大きく、役場職員に観光振興に取り組む余力があるか心配である。(野田村)
- ・スタッフとなる人材が少ない。語り部に協力してくれる人が限られている。スタッフとなるにはある程度のスキルが必要となる。高齢者に求めても無理があるので、若くて観光業に専念できる人が必要である。(田野畑村)
- ・体験学習プログラムに対応出来るスタッフ数が少ない。増員を図りたいが、簡単ではないため教育が必要。また冬期のオフシーズンに何をやらしてもらっても工夫する必要がある。(葛巻町)

行政面で言えば、北いわて三陸地域は久慈地方振興局、盛岡広域振興局、県北広域振興局にまたがる岩手県の3分の1の面積をもつ広域です。地域を輪切りにすると市町村毎のセクト主義になって「縦糸」ばかりが太くなってしまいます。目的を共有して連携する「横糸」が細い状態では、強い布地にはなりません。いい「横糸」となるのは、観光振興のリーダーシップを取れる組織と人材です。広域的な観光の魅力創造を指揮し、地域の危機感を共有し連動するスキームをつくりあげるための核となる組織の存在が必要となります。

岩手県の観光推進組織としては、官民によって運営されている財団法人岩手県観光協会があります。観光関連業種の多い盛岡や八幡平、花巻、平泉などに焦点が集まりがちになりますので、北いわて三陸地域を活性化して行くには、いわて三陸ジオパークや、新三陸復興国立公園構想などを軸に岩手県と連動する効率的、効果的の企画が必要となるでしょう。各振興局も、県内経済界も震災後の復旧・復興に注力している現在ですが、いずれはもっとも早く経済的効果が期待できる観光振興を図り観光交流客を増やしていく戦略が必要となります。それにはいち早く組織体制を確立し、効果的で形に見える企画、計画を立案、実践していくことが鍵となるでしょう。

なお、北いわて三陸地域には、合併前の種市町、大野村、山形村、久慈市、野田村、普代村で連携して、民間主体で観光振興に取組もうと平成15年12月に設立された久慈広域観光協議会があります(平成20年に特定非営利活動法人の認証を受けています)。それまで各市町村の観光協会等が個別に観光客の受入れをしてきましたが、観光客のニーズの多様化や広域化に対応する必要が生じてきました。そのため、広域で一体となって互いに足りないものを補完し合うこと、行政窓口と民間が連携してそれぞれの力を活かす目的で、同協議会が設立されました。このように観光資源をつないで広域観光全体の魅力を高めていくためには、いろいろな組織をつなぎ、調整するコーディネート機能が重要となります。同協議会でもコーディネーターとして活躍しているリーダーの存在が、広域観光推進に大きく寄与しています。

北いわて三陸地域の広域観光を推進する際にも、イベント等の企画・立案機能や人材育成機能、さらに誘致・プロモーション機能を備えた、民間主体の「中間支援組織」を整備していくことが大切となります。あるいは、それぞれの地域・組織をゆるやかにつなぐようなコンソーシアム型(企業、団体、個人、行政等が共通の目標のもとに、資源を共有し、共同して活動する)の組織形成にしていくことも考えられます。

#### ●事例紹介 広域観光推進議員連盟の設立

観光は自治体単独での成功はおぼつかない、という視点から市町村議員が連携し誘致を進めていこうというのが、広域観光推進議員連盟の主旨である。北いわて三陸地域の観光振興、推進に協力的な市町村議会議員による組織を設立し、自治体と民間、住民、企業との橋渡しを行う中間的存在として、協力関係を構築する。地域振興や活性化を目指し、活動を推進する活動団体にとって、支援や助成制度など県や国からの情報に常に接している自治体議員からの助言や、地元住民への啓発が欠かせない。

【事例】愛媛県市議会観光振興議員連盟

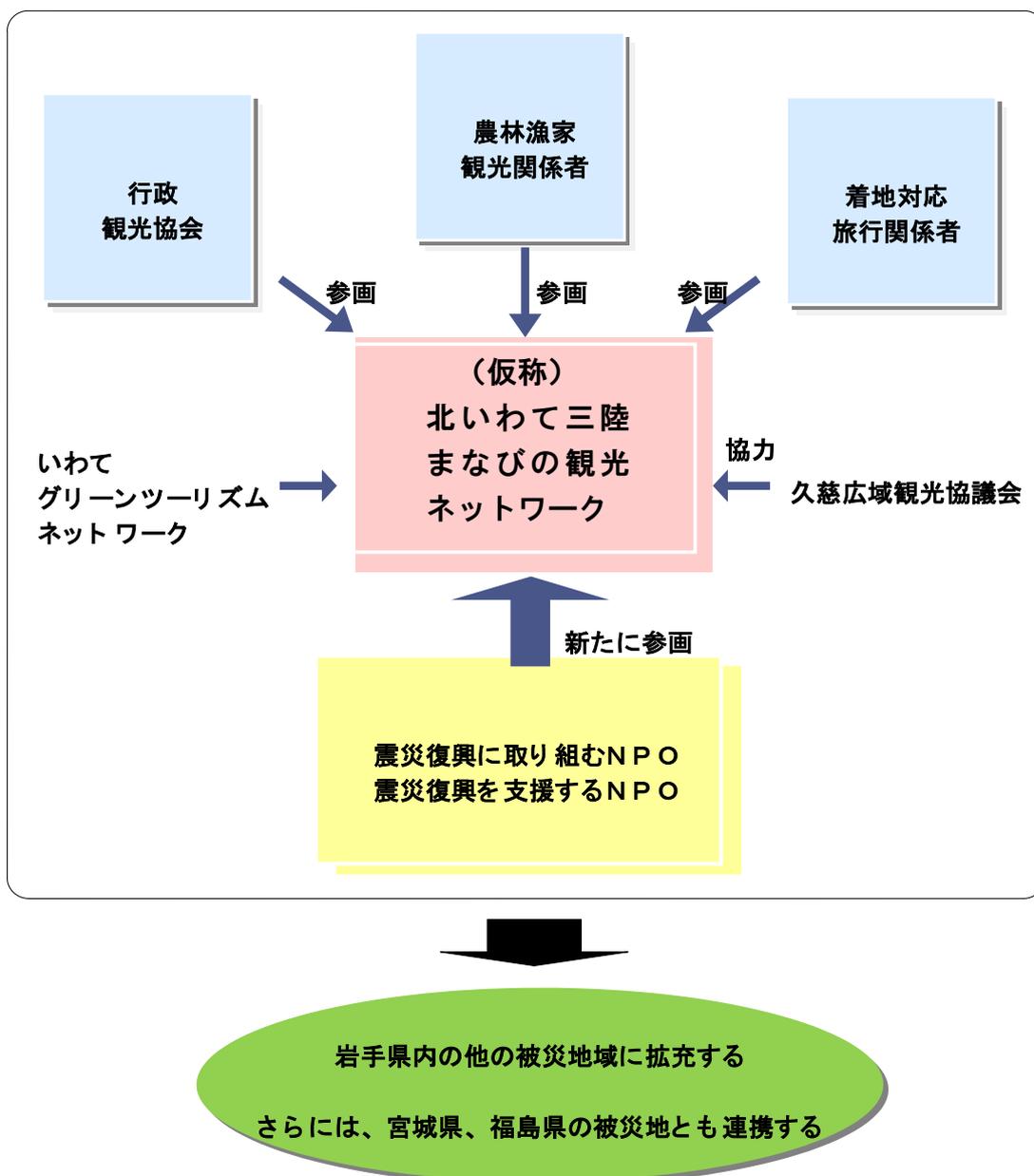
<http://shigeruchan.blog.fc2.com/blog-entry-76.html>

## (2) 推進組織のイメージ

これからの北いわて三陸、さらには被災地全体の復興に向けて、新しい組織により観光交流活動をいまずぐ展開していくことが望まれます。

岩手県には、農山漁村の体験交流を進めるための組織として、「いわてグリーンツーリズムネットワーク」があります。現在は実質的に活動は休止中ですが、この団体を母体としながら、新たな観点からリセットをし、北いわて三陸地域関連のメンバーを中心に活動をスタートさせる方法も考えられます。新たな組織は（仮称）北いわて三陸まなびの観光ネットワークとします。構成員としては、それまでのメンバーに加えて、震災復興に取り組むNPOや支援に取り組むNPOが参画することで組織を再活性化することが可能となります。

図表 5-1 推進組織のイメージ



## 2. 人材育成

視察研修、教育旅行を推進していくために、北いわて三陸地域の資源、とくに被災遺構について解説するガイド、津波体験者の語り部の育成が急務となっています。このため、被災者で趣旨に賛同いただいた方々を「語り部」として、観光客に対して話しをすることができるような研修会を開催します。

図表 5-2 人材育成研修の内容

項目	内容
顧客への応対	<ul style="list-style-type: none"> <li>・問い合わせ窓口（電話対応、FAX、インターネット等）</li> <li>・仲介、とりつぎ（問い合わせを各部署代表あるいは直接担当者へ伝達）</li> </ul>
ガイド実施時の対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緊急時、荒天時の対応</li> <li>・事故、ケガ等への対応</li> <li>・苦情等の受付処理</li> </ul>
ガイドの養成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドの募集（地元、UJIターン者の公募）</li> <li>・ガイドの技術研修、接遇研修</li> </ul>
ガイドのシステム化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドの共通ルール化</li> <li>・対応マニュアル</li> <li>・安全管理体制</li> <li>・関係機関との連携体制</li> </ul>
広報宣伝	<ul style="list-style-type: none"> <li>・共通パンフ作成</li> <li>・共通ホームページの開設、運営</li> <li>・宣伝営業活動（旅行会社、教育旅行等への働きかけ）</li> </ul>
環境保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイド対象の自然環境や街並みの保全や美化</li> <li>・ガイド対象地域の住民との関係構築</li> </ul>
共通事務	<ul style="list-style-type: none"> <li>・構成メンバーへの情報連絡</li> <li>・会議開催</li> <li>・共通経費、事業費の確保</li> <li>・経理処理</li> </ul>

### ☛事例紹介 ガイド、インタープリター認定制度

全国から自治体職員、議員、委員等が自らの地域での政策立案する際に、参考情報を得るために先進地域を訪れるのが「政策観光」。震災や津波被災地への視察研修に対応するのが、現在三陸鉄道で行っている「フロントライン研修」。また、ジオパークや三陸復興国立公園の認定や教育旅行の受け入れに欠かせないのが、地域のガイド、専門知識をわかりやすく解説するインタープリターの育成である。人材育成に備え、現役のスキルアップのために、公的なガイド認定制度の創設を図る必要がある。

【事例】福島県「ツーリズムガイド」 <http://www.pref.fukushima.jp/kanko/guide/>

### 3. 情報発信・誘致活動

北いわて三陸地域の観光交流はこれからまさにスタートに立とうとするところですから、対外的な認知度アップを図ることが何より重要なことです。WEBサイトの立ち上げを機に、マスコミ、クチコミ、あらゆるネットワークを駆使して情報発信に取り組みます。大切なことは来訪者が知りたい情報を必要な時に的確に提供することです。

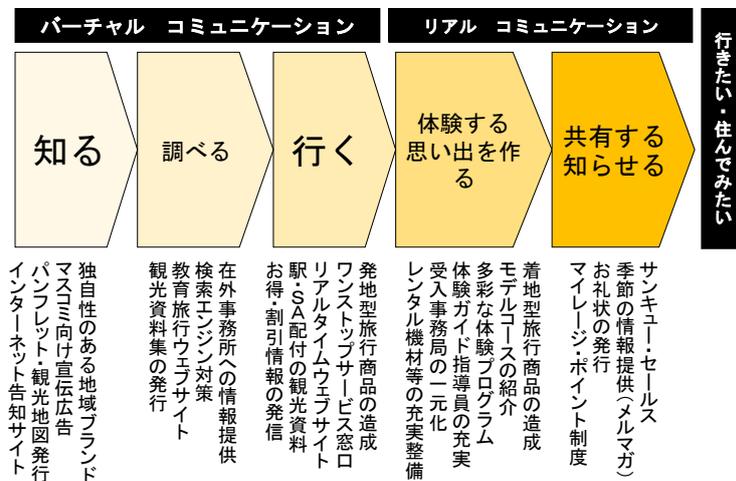
- ・ ネットを通じてのリアルタイムな情報発信を展開
- ・ 新聞、テレビ、ラジオ、雑誌等への情報投げ込み、パブリシティ活用
- ・ パンフレット等の広報媒体の製作
- ・ 来訪者支援のための観光マップの製作
- ・ カレンダーを使つての催事情報発信（NPOと連携）

また、知名度が低い北いわて三陸地域を売り込んでいくためには、販売促進、誘致活動を積極的に打ち出していくことが必要です。交通費の割引サービス、ちょっとしたお土産のサービスなど、来訪者がうれしくなる仕掛けを組み込みながら誘致活動を展開していくことが求められます。

#### 参考 来訪者の行動に合わせた的確なコミュニケーションの実施

来訪者と受け入れ側との間で交わされるコミュニケーションは、多様な場面でさまざまな形を持って行われる。それぞれの場面において的確なコミュニケーションを行うことによって満足感を得られ、リピーターを確保することにつながる。

### 来訪者の地域行動プロセス



### ●事例紹介 リアルタイムWebサイトの開設

観光を目的とした旅行者が、「そこに行ってみよう」と思わせるためのWebサイトは数多あるが、そこに行くことを決めた旅行者がもっとも欲しい「何を着ていけばいいか」「いま何が旬か」「花や紅葉の見頃は」、といった痒いところに手の届く情報をサポートするWebサイトはまだ少ない。このようなリアルタイムな情報をエリア全体から一人の力で集めようとしても無理だが、各地区に記者を置いて、ルールに則って自由に書き込めるWebサイトを作ること、それは実現する。

【事例】福島「エリアツーリストインフォメーション」

<http://wd-sys.xsrv.jp/thinktank-fukushima.or.jp/groupeinfo/pdf/ati.pdf>

### ●事例紹介 儲かる観光マップ事業

観光マップの多くは、自治体や観光協会によって作られるため、観光ポイントやグルメ、みやげ物情報などが、公平平等に記載されている場合が多い。観光客が欲しい「これがお薦め!」「これを見なければ」という情報とのギャップがある。また印刷物である以上、情報のタイムラグも避けられない。もし、広告スポンサー収入によって発行できるなら、こうしたギャップやタイムラグが解消される。会津若松市では、広域の



#### 【成功例】

#### 会津若松市の観光マップ

- ①最初は広告集めに苦労したが、現在はスポンサーが待っている。
- ②一回の印刷は10万部単位で、在庫がなくなると逐次増刷。その際に、新しい情報を入れる。
- ③常に新しいので、信頼性が高い。
- ④観光客からの評判がいいので、これを持って町歩きをする。
- ⑤ドライブ客は行動半径が広いので広域の市町村も入れた。
- ⑥配布場所が広範囲で、誰でも必要な部数を請求できる。
- ⑦セールスツールとして活用できる。
- ⑧すでに利益が出ていて、ビジネスモデルとして定着した

観光マップを10万部単位で製作し、スポンサーのバックオーダーを抱えているため、再版の頻度が高く、常に最新の情報を提供しているという成功事例がある。

北いわて三陸地域は広域であり、自家用車利用で訪れる観光客が多いため、ドライバーの視点に立って、地域全体を網羅したドライブマップの整備が求められる。

### ●参考 まち自慢・地元製品のプレゼント企画

旅行会社募集の団体ツアーバス向け期間限定の旅行企画を行う。この場合、最低3市町村の連携が必要となる。参加自治体内で1泊と指定3施設に必ず立ち寄る旅行ルートを条件とする。指定3施設では、売価1,000円(原価500円)程度の地元産品を観光客にプレゼントする。この条件以外、出入りのルート、発地、団体人数は問わない。

プレゼント物品は事前に旅行会社に告知し、その仕入れ資金は、県または市町村の補助金によって賄うが、仕入れ先はすべて地元なので還元される。自治体にとっては売り出したいが売れない施設や地元産品の紹介が出来る。また、旅行会社にとっても自治体の後援を得られることで、ツアーの参加者募集が容易になる。参加者は必ずプレゼント物品の追加購入をするので、仕入れ半額でも原価割れは起きない。





図表 5-4 対象別のモデルコース例

■小学生

**遊** 「遊んで学ぶ、自然の魅力」

	日 程	宿 泊
1日目	(移動) 12:00 盛岡駅 → 13:30 くずまき高原牧場 ----- 牛の世話、乳搾り等 各種牧場体験	くずまき 高原牧場
2日目	8:30 くずまき高原牧場 → 10:00 野田海岸 → (移動) ----- 磯遊び、津波語り部	

■中学生

**食** 「食べて学ぶ、自然の偉大さ」

	日 程	宿 泊
1日目	(移動) 12:00 盛岡駅 → 15:00 どんぐり村 ----- 山里暮らし体験 採集、狩猟(川魚)	一戸町 民泊
2日目	10:00 民泊先 → 14:00 田野畑村 ----- 民泊先で農業体験 サップ船、番屋群ガイド 釣り、養殖ワカメ収穫	ホテル 旅館
3日目	10:00 野田村 → 12:00 八戸 → (移動) ----- 津波語り部 八食センターで昼食	

■高校生

**創** 「創って学ぶ、自然との共生」

	日 程	宿 泊
1日目	(移動) 12:00 八戸駅 → 15:00 洋野町 ----- 海での体験	洋野町 民泊
2日目	10:30 野田村 → 13:30 野田村 ----- 製塩体験 津波語り部 陶芸体験	白樺山荘
3日目	11:00 バッターリー村 ----- 里山暮らし体験 炭焼き、木皮工芸、縄ない	久慈市 民泊
4日目	→ 12:00 盛岡駅 → (移動) -----	

## 5. 今後の取組み

本調査の成果をふまえて実現化を図るため、新組織の設立に向けて今年度のうちに地域の関係者への働きかけやプレゼンテーションを行います。そのうえで平成24年度内に計画を具体化するための新組織を立ち上げるとともに視察研修（政策観光）については順次受入を進めます。

また、24年度内には教育旅行の受入れに向けた準備をスタートさせ、25年度には誘致活動の実施、26年度には教育旅行の受入れ開始をめざします。

さらに、一般向けの「学びの旅」についても27年度頃からの本格受入に向けて、25年度に準備作業、26年度に誘致活動を目指します。

図表 5-5 取組みのスケジュール

		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度～
調査研究		調査研究実施 発表会	(事業化への支援)		
組織化		地元への働きかけ	新組織の設立	運営	運営
観光交流	視察研修	視察 救援ボランティアツアー	視察、研修、研究 ボランティアツアー	継続実施	継続実施
	教育旅行		当地域向けの修学旅行のキャンセル発生を防ぐ  津波学習プログラムの開発	災害学習・環境学習をメインとした修学旅行を新規誘致	教育旅行の本格受け入れ
	一般旅行			プログラム開発	誘致活動

## あとがき

---

日本でヒットし、アメリカでもリメイク版が作られた映画に「シャル・ウィ・ダンス？」があります。この Shall we? とは「しませんか？」という意味で、「一緒にやろう」解釈してもいいでしょう。最近よく耳にする「コラボレーション」も同じく協創や協働などと解説されていますが、これも Shall we? と同じ意味と考えていいでしょう。

今回、北いわて三陸地域の調査をして思ったことは、それぞれにいい資産を持っているにもかかわらず、点として存在していて、面に至らず相乗効果が期待できないということでした。まさに Shall we? が求められている地域ではないでしょうか。

地域を元気にするための事業は、対象となる顧客の求めに応じて、まず地域（住民）が変わっていくしかありません。これまでのように唯我独尊、限られた範囲の自己都合優先では、地域そのものが淘汰されてしまう厳しい時代なのです。とはいえ、訪ねてきてくれた顧客によりよいサービスや商品を提供しようと思っても、「一人では出来ない、現状では不可能」と考えてしまいがちです。しかし、“三人寄れば文殊の知恵”という言葉があるように、個人が持つ知恵や資産は限定的であっても、集うことによって自乗倍に膨れていくのが、人間の持つポテンシャルの素晴らしさです。だからこそ、広域で立場や業種を超えて立体的に Shall we? 「手を組みませんか」というのは間違いなく正しいのです。

これまでの観光は“モノ”を見て回るから始まり、最近では体験や伝統文化等の“コト”を目玉にしてきましたが、“モノ・コト”だけでは北いわて三陸地域の良さを最大限発揮できないことにも気が付きました。“モノ”と“コト”を繋ぐ中間の“ヒト”の存在をクローズアップし、「人間ほど面白い観光素材ない」と、思わせるコンテンツの充実を図っていくのはどうでしょう。

この報告書からぜひ「いいところ取り」をして、地域で採用できるものはすぐにでも実行していただきたい。そして、あなたが仲間やシンパを増やして成功事例をひとつひとつ積み重ねてください。もちろん、こうした運動を推進すると必ず抵抗勢力の存在は避けて通れません。その時は次の「出る杭を腐らせない6カ条」を思い出してください。

- ①批判されるのは「無視されるよりまし」と喜ぼう
- ②わかってくれる住民、隠れたファンは必ずいると思おう
- ③足を引っ張る人を敵と思わず、辛抱よく巻き込もう
- ④町が好きなら、自分のロマンに賭けられるはず
- ⑤あきらめる前に、少なくとも5年間は続けよう
- ⑥杭は出過ぎれば打たれない

北いわて三陸地域が日本の「<sup>みちのくに</sup>未知の国」ではなく、全国の人が一度は行ってみたい、滞在して交流してみたい、できれば住んでみたい、と思われ「心のふるさと」として、多くの人から必要とされる地域になることを目標にして、地域の方々が奮闘されることを期待いたします。

検討委員会一同

# 資料編



# 資料編

## 補説「教育旅行の受入れ組織の立ち上げに向けて」

検討委員会委員長 小椋唯一

### ・・・受入地域組織の必要性・・・

グリーン・ツーリズムであり、教育旅行でありをターゲットに定めて誘致活動をしようと考えたら、誘致組織の立ち上げがどうしても必要になります。公的機関である学校に対して教育旅行誘致活動をするには、高いハードルがあって一企業一個人では限界があります。ある程度公的に認められた受入地域組織の設立は、今まで大変に難しかったといえます。しかし、「子ども農山漁村交流プロジェクト」のお陰で、旅行会社が求めている条件を国が基準づくりをして、それを満たした地域を「子ども農山漁村交流プロジェクト」の受入モデル地域として認める制度を作ったため、全国各地に続々と受入地域が設立され、教育旅行での農山漁村生活体験が一気に普及しました。

その後、最初から国の補助金を当てにして行政主導で組織を急造したところが多いためと、事業仕分けの対象になって、「子ども農山漁村交流プロジェクト」関連予算が大幅にカットされた結果、多くの組織が消滅の危機に瀕しています。しかし、「子ども農山漁村交流プロジェクト」の思想が死んだわけではありません。旅行会社が顧客対象にしているのは、国の予算を当てにせず、積立金で実施する中学、高校の修学旅行や林間学校です。全国の農山漁村にたくさんの中、高校生が動いていることも、また確かな事実なのです。

北いわて三陸地域にも「観光協会がある」「観光課がやっている」といっても、それは教育旅行誘致など特定の目的、特定会員の利益のためだけに存在しているわけではないですから、どうしても日和見的で力の入らない活動しかできません。

そこで思いを同じくする有志で結成し、目的を教育旅行誘致だけに絞り込んだ、専門組織が必要になります。観光協会や自治体の中に作れば、冒頭に述べた「ある程度公的に認められた」組織の体裁が整っていて理想的なのですが、特定の目的、特定の利益を求めるとすると、既存の組織内では馴染みにくいのが現状です。そこで北いわて三陸地域には、有志による教育旅行誘致を目的とする任意団体の設立をお勧めします。

### ・・・最大の受益者が作るべき誘致組織・・・

教育旅行を誘致してもっとも大きな受益者になるのは、ホテル旅館など宿泊施設です。教育旅行誘致のメリットは、第3章に前述したとおりなのでここでは記しませんが、体験学習や物品販売、食事、交通費などの経費に比べて、宿泊料は教育旅行費用の中でもっとも大きな金額を占めます。

現状は大津波被災地である沿岸部のホテル・旅館は、復興工事関係者の宿泊需要の高まりによって、現時点では教育旅行誘致や一般観光客の受け入れが難しい状況にあります。半面、内陸部では3月11日以降東北地方全体の観光不況の波を受けて、ホテル旅館の稼働率が低迷している現状があります。このアンバランスを解消するためにも、当面は被災地へ全国からやってくる視察巡検等の団体を宿泊と研修プログラム、ガイドをセットにした「政策観光」、三陸鉄道が行っている「フロントライン研修」といった、交流客の受け入れを教育旅行誘致

組織が前面に出て活動をすることで、沿岸部の体験学習プログラム提供と内陸部の宿泊供給能力のバランスを取ることが可能です。

こうした背景のもと北いわて三陸地域内で今後、教育旅行を積極的に受けたいという意志を持った宿泊施設に呼びかけて、民間中心で自発的発生を図るべきでしょう。対象となる宿泊施設候補として、二戸市金田一温泉郷の旅館群をはじめ、北いわて三陸地域内の各市町村が持つ第三セクター運営、独立行政法人による公的宿泊施設など、稼働率低迷に悩む宿泊施設が集い、目的を絞って活動できる有志による設立がもっとも近道です。

### ・・・誰にも反対できない組織のコンセプトを創る・・・

北いわて三陸地域全体で誘致活動するためには、各市町村のコンセプトが前面に出ると地域エゴが優先してしまいます。また顧客となる学校には、保護者から「なぜ北いわて三陸地域で教育旅行をやるのか？」という問いに答える説明責任があります。それには、北いわて三陸地域が共通して使えるコンセプトを確立する必要があります。

例えば、京都・奈良というのは「歴史学習」というコンセプトがあります。教科書に載っている歴史を学ぶ舞台として京都・奈良には行く理由があります。「平和学習」というのは、原爆の被災地である広島、長崎を訪ねる学習でした。また、東京に全国からたくさんの修学旅行が来るのは、ディズニーランドに行くためではなく「キャリア教育」なのです。生徒たちの将来の職業を考える学習であり進学、進路学習なのですから、保護者は納得して送り出せる理由があるのです。

現在の教育旅行先進地が、このような学習テーマやコンセプトがはっきりしている中で、北いわて三陸地域がどういうキーワード・どういうコンセプトであるべきか、ということを検討し、北いわて三陸地域に共通して存在し、誰にでも理解できて、将来も陳腐化しない言葉やキャラクターを探す必要があります。これが北いわて三陸地域に明確に存在し、告知されていないと、学校からも旅行会社からも教育旅行の行き先を検討する際に、選定の土俵にも乗れないことになるのです。

### ・・・組織事務局とは物理的なものではない・・・

さて、教育旅行誘致組織を作ると、事務局が必要になります。事務局を安定的に運営するには「給料を払うな」「家賃を払うな」「在庫を持つな」という三原則があります。これは教育旅行に限らず、町おこしや地域振興するためにあるすべての組織に当てはまる金言です。また、事業を興すのに人を雇わなければならない、というのも先入観です。人を雇えば経費負担が増えますから、体裁を整えて、形から作るようでは、この先思い切ったことは出来ません。組織は仲間内のボランティアで活動を行い、人を雇うより会員自体が活発に自発的に動いた方がいいのです。事業が拡大して、常勤の職員が必要不可欠になってからでも雇用は十分に間に合います。

事業が軌道に乗ってオフィスを構えられるまでは、家賃を必要とする物理的な事務局を持つ必要すらありません。今はインターネットや携帯電話で、いつでも何処でも連絡が取れますし、バーチャルな事務局でも間に合います。それより会員がすべてメールによる情報交換できる環境の整備と情報発信のWebサイトの開設、そして必ず最低でも月1回の定例会を開くことで、情報交換と連携を密にする方がはるかに大切で、有効な方法なのです。例会や

総会など、どうしても人を集める必要がある時だけ、公的施設や会員の自宅でやれば間に合います。

### ・・・では、事務局長を誰がやるか？・・・

教育旅行誘致組織の顔になるのは、会長あるいは委員長、理事長というトップになりますが、もっとも大切なのは事務局長職です。この事務局長が縦横に活躍できる環境が与えられれば、誘致組織の運営はほぼ成功というのは、全国各地の類似の誘致組織の共通認識です。

では「事務局長は誰がやるか？」については、他所から旅行会社出身者や事務局長経験者をリクルートする、あるいは公募して選考するといった方法もありますが、誘致組織そのものに実績もなく、給料を払う予算もない場合にこうした手法はほぼ不可能です。

ここでも受益者負担を優先するべきでしょう。つまり、会員の中からすでにホテル旅館などに勤務し給料を貰っている人に、もう一踏ん張りして地域全体のために一肌脱いでもらうという方法です。その場合、社長などトップは時間的にも自由度でも所得の問題でも、いちばん余裕がありますが、どうしても最後には我田引水になってしまう傾向が強く、他の会員から賛同を得られません。理想的なのは、営業担当の課長、部長クラスです。こうした人たちは全国各地に出向いてセールス活動の経験がありますし、旅行会社とのパイプもすでに持っているためです。1日1時間程度組織の事務局を行い、月に一定額の経費を払うことで、やっていけるはずですが、後々、このような経験の蓄積が非常に多くの人的ネットワークを築くことになり、本人にとっても決して損な取引にはなりません。

### ・・・事務局の安定運営のための3ヶ条・・・

受入組織がどこでも抱えている問題には、サービスの向上、後継者問題、法的な課題、会員からの信頼や大きな期待もあります。これらの課題すべては、コンスタントに学校にさえ来てもらえれば、大部分は解決します。また、事務局の仕事がルーチンワークである限りは、それほどむずかしいものではありません。マニュアル化できるし1日1時間平均で十分に仕事はこなせるし、経験が生かされるからです。

事務局の仕事の基本は3つです。第一は正確、明朗な経理。とかくカネの問題は、組織の存続に影響を与えますから事務局は常に規約に則り、オープンかつ正確でなければなりません。第二にイレギュラーをできるだけ避けること。世には10人に1人の割合で、どんなに手順を説明しても、その通りの手順や期限を守ってくれないタイプの人がいます。

常習的に会議に遅刻する、やらなければならないことをやらない、回答が常に遅いか、戻ってこない会員など、大体いつも常連は決まっています。書類作成や精算のように全員の提出が揃わない限り、次の段階に進めないような仕事だと、このような会員の存在が大きな障害になります。送るべきところに送らない、書くべきところに記入がない、期限に遅れるという事態になると、結局はもっともレベルの低い会員に、メンバー全員が合わせる形になってしまいます。

事務局というのは会員に対して公平平等が大原則ですから、このようなイレギュラーな事態に振り回されると、能率が著しく落ちてしまいます。日ごろからこうした常習犯に対して啓発を行い、組織そのものの不利益であることを理解させるのも事務局長の仕事です。

第三はもっとも重要な「報・連・相」です。新社会人がまっさきにたたき込まれるビジネ

スマナーですから、先刻ご承知だと思いますが「報告」、「連絡」、「相談」という頭文字をとったコミュニケーション技術のことです。これを確実にこなせば、事務局長はどこに行っても立派に通用するビジネスマンになれます。

### ・・・組織の基本ルールを作り、守る・・・

誘致組織では最初にルールを作り、それを徹底することが大切です。例えば、教育旅行誘致以外の活動は一切行わないが、他の分野においては自由競争とするや、月一回の月例会を必ず行い、その時は徹底して情報交換と公開を行うなど。教育旅行は学校や旅行会社からの情報によって動くものですから、どの地方でどんな目的の教育旅行が行われているか、北いわた三陸地域に誘致する可能性があるかなど、半年に一度の会議での討議ではとても間に合いません。

ところが、事務局が抱える問題や情報はすべての会員に公平平等に流すのが大原則なのに、その原則をないがしろにして理事会や役員会レベルで囲いこみ、年に一回の総会時にまとめて報告するという事務局が多すぎます。

本来、情報の価値や意味を判断する権利は、個々の会員にあるべきで、これを報告も連絡も相談もせずに、事務局長が勝手に軽重遅速を判断したり、当然ながら隠蔽、偽装をすることはなりません。これが高じると「聞いていない」、「何もしていない、してくれない」、「隠蔽体質」という会員の不満を生む原因になるのです。そんな事務局が大多数で、当たり前だから脱会会員が増え、会費の未納が増えることになるのです。

そして、2ヶ月に1回は全員参加で、首都圏や北海道まで行って教育旅行の誘致キャラバンを行うことです。現在宮城県にある小学校は500校くらいありますが、そのうちの7割が福島県で修学旅行を実施しています。この7割のシェアを獲得するために、福島県観光連盟は10年間の学校訪問を繰り返しやって実現したのです。原発事故以来、宮城県の小学校修学旅行は福島県から他地域へ行き先の振り替えが始まっていますから今がチャンスなのです。こうした情報も、旅行会社や学校訪問を繰り返し行うことで得られる貴重な情報なのです。

### ・・・事務局は情報の在庫は持つな・・・

事務局が得た情報、例えばJTBや近畿日本ツーリストから「こういう学校があるんだけどどうですか？」という連絡が来た場合、事務局は即時にすべての会員に対して公平にその情報を流します。このように事務局は一切情報の在庫を持たないようにすれば、月例会はすでに周知の議題の決定の場という位置づけになるのです。

観光や地域おこしの事務局はソフト事業ですから、資料やパンフレット以外、売買や流通のための商品在庫は基本的に存在しません。強いて在庫と言えるものは「情報」です。これを在庫にしてしまうから、会員の不満が募ることになります。事務局には国や県や自治体、同業異業のありとあらゆるところから、イベントや補助金、連携、市場情報、支援策、アンケート調査など、さまざまな情報が降るように集まるものです。

降ってきた来た情報は、その都度すべての会員に公平平等に流し、事務局の「情報の在庫」は常にゼロになっているのが望ましいのです。情報を抱え込んで、判断に苦慮し事務局があたふた動き回るより、情報の判断は会員に任せて、その情報の価値を知る人が、自主的に動

きやすい環境を事務局が作ってやればいいだけの話です。

スピードが求められる時代に情報の伝達を溜めおいて、次の会議でまとめて発表などという時代遅れなことをやっているのは競争に勝てません。FAXでもメールでも一番コストの掛からない方法で、タイトルだけのダイジェスト版でもいい、すぐに流すべきです。

それを読んだ会員がタイトルに興味関心のある場合のみ、詳細を事務局に求めれば済むことなので、これを確実に実行できる事務局であれば、あとで「聞いていない！」という会員からの不満をシャットアウトできます。

#### ・・・月例会日程の決め方・・・

月例会で集まった時、次々回の開催日程は2ヵ月先に決めることが大事です。次の1ヵ月先の日程は決まっているのですから、2ヵ月先のスケジュールを決めておけば、余ほどのことがない限り、欠席は回避できます。また議題は事前に事務局から流し、会して決することをルールとします。そしてオブザーバー参加は認めず、決定権者が出席すること。つまり議案を持って帰り「検討して返事します」というのは、一切認めないというルールも必要です。

自らの利害に直接関与する会議や、得られる情報に価値のある会議は、ほとんど遅刻者はいないし、必ず定時に開催することが出来ます。それが会議の価値というものであり、払った会費、費やした時間以上に得られる価値を維持し、高めることが事務局長の力量なのです。組織を創ることは容易ですが、その勢いを維持しつつ運営し、発展拡張していくことの方がはるかに大きなエネルギーを要します。長く活動が存続し、実績を上げ拡大している組織には、月例会に出席しなければ「損をする」「大事な情報が得られない」という会員の共通認識があります。

#### ・・・月会費は高め設定で・・・

観光協会など既成の組織は、大部分が行政主導により設立、半官半民で運営されています。その目的は、公平平等を旨とする行政では、観光関連業界のためだけに肩入れをすることが出来ず、観光振興の補助金の受け皿としての存在が大きかったからです。しかし、教育旅行誘致は、受益者が限定されているため、最大の受益者が手間もヒマも金も意見も出さず組織でなければ、運営できません。最初から行政の補助金をあてにするのではなく、まず自らが活動し、実績を上げることが先決です。

そのため、まずは会員が月例会に参加するたびに、月会費を徴収することから始めましょう。仮に1社月会費1万円であれば、年12万円の会費を払ってもそれに見合う情報や集客実績が見込めれば、高いものではありません。また、積み立てられた会費は、資料づくりや誘致キャラバンの交通費として、有効活用するようにします。

ホテル旅館の大小にかかわらず月会費は定額とするのが理想的です。月1万円払っても、月例会に出ないと旅行会社や国、県からの情報が得られず、1万円以上の損をするという仕組みを作ればいいのです。組織というのは流会があったり、欠席者が増えたり、遅刻者が続出するようになったら、もう衰退局面に入っている証拠です。会議に出ても得るものがなければ、鐘や太鼓で会員を集めようとしても集まりませんし、1万円払ってでも参加しなければ損をするという、意識を持たせられれば必ず出席率はアップします。

### ・・・運営資金のためオーディションに慣れる・・・

誘致組織には「法人格が必要か」という問いに対しては、無いよりある方が良い、という回答になります。誘致組織は活動を始めると、何につけても「カネがない」という壁にぶつかりますが、行政からの補助金や支援策を受けられれば、何とか目途はつきます。その意味で法人格がある方が有利であると考えて良いでしょう。

資本金や基本財産が比較的少なくてすむNPOは、株式会社や財団法人などと比べて、設立手続きが簡単ですし、税制面でも優遇されます。非営利を掲げ、事業内容や会計を公開する義務があるため、行政や地域住民の信頼を得やすいし、NPOになれば地域から協賛金を得やすいし、融資も受けやすい。行政が手の届かない分野の運営をすることができるというメリットもある反面、多くのNPOが「オーディションの壁」を乗り越えられずにいる現実も認めなければなりません。

つまりオーディションとは、補助金の申請書や、支援を受けるための企画書を作るコツ、思いを伝えるプレゼンテーションの技術がいるということです。これからの時代、事務局長は「オーディション」に慣れておかなければ、組織の安定運営は難しい時代なのです。

それには、行政側は何を求めているのか、どうすれば理解してもらえるか、を徹底的にリサーチすることが大事です。分からなければ担当者にトコトン問い合わせればいいし、そうした熱意のあるしつこい参加者が最終的にオーディションをパスできる確率が高いのです。

もちろん、申請書に出す数字は正確でなければなりません。NPOや任意団体からの書類で意外に多いのが、ケアレスミスです。表計算や単純な足し算で計算が違っている、単位千円とあるのに円単位で記入する。またカンマの位置が、間違っているなどのケースは、事務局レベルで撥ねられてしまいます。

それが終わると、審査員に書類が渡って書類審査に入るわけですが、審査員は多い時は数十件から100件以上の書類に目を通さなければなりません。申請者がどれほど時間を掛けて書類を作っても審査員は短時間でざっと見て、申請のポイントを探し出します。そのため申請書作りで大事なことは「起承転結」ではなく、「結・起承転結」なのです。はじめに結論を持ってきて、何をやりたいのか最初に明確に示すことが審査員の評価が上がります。また、申請タイトルも大事です。まず何をやりたいのかを「一言集約」できれば、審査をパスする可能性が高まります。

### ・・・賛助会員の募集・・・

地域おこしや観光振興、教育旅行の誘致など何の場合でも、地域の中や仲間内でカネが環流するだけの「花見酒の経済」では意味をなしません。そこで教育旅行誘致活動を行うことで、受益者になる可能性のある他業種、他業界の賛助会員を募ることが大切な要素になります。

例えば、教育旅行が来ると発生する昼食や移動手段の手配、体験学習や見学先の予約・手配を誘致組織がすべてを賄うことは不可能です。そこで他業種、他業界の協力が必要となるのです。ここに間接的な受益者となる賛助会員が発生します。

ただし、何もメリットがなければ賛助会員になってももらえません。もっとも現実的な方法として、教育旅行資料を作る際の費用を資料に載せる広告料で賄うという方法があります。資料は3年に一度くらいしか作れませんから、広告料を払ってくれたら3年間の賛助会員の

資格があるとすれば、その間は誘致組織が賛助会員（スポンサー）に対して、お客様を紹介し、PR活動を行うのですから、賛助会員にとっても損な取引ではありません。学校が来たら賛助会員に優先的に予約をするのも、さまざまな情報を会員と同時に流すのもスポンサーのメリットになりますから、賛助会員も誘致組織に「参加しないと損だ」と思ってもらえる仕組みを作れば、協力を得ることはそう難しいことではありません。

### ・・・行政マンの苦手分野をカバーする・・・

地域活性化に教育旅行というジャンルを選んだのなら、マーケティング、誘致活動、宣伝告知、営業という活動が必要になるのですが、これが自治体や農林漁業に長年従事してきた人達にとってはもっとも苦手な分野なのです。

なぜなら、これまでの地域経済はどちらかというと、生産物を流通に乗せることで完結していました。また、行政マンは地域住民への行政サービスが主たる仕事ですから、どうしても視線が内向きになってしまうため、PRや営業、誘致活動など外向きの仕事は慣れていません。また3年で転属を繰り返すため、観光や地域振興のように実績が出るまで長期間にわたる仕事では、いつまで経ってもプロフェッショナルになれないという、ジレンマがあるからです。こうした地元産業界や行政マンの苦手分野をカバーして、協力するのも誘致組織の重要な仕事になります。行政に対して「新たに組織を作りたい」とか、「作ってくれ」と要求して待つのではなくて、誘致組織が自発的に活動し、実績を上げることで、その存在を承認させるという姿勢が大切です。

また数字やデータは行政マンの得意分野です。何も秘密情報である必要はありません。新聞記事や県の公開情報であっても読み方、分析の仕方によって十分な情報になり得ますが、民間主体の誘致団体では気がつかない情報の蓄積が行政内にはあります。そのためにも、自治体や県、国との情報のパイプが目詰まりしていないかに注意しましょう。

それには県や観光協会などの行う会議やイベント、キャンペーン、キャラバンなどに積極的に参加して意見や情報をお互いに腹藏なく交換し合うということが、もっとも効果的です。公務員も人間ですから、見知った人とは親しくなり、いろいろ情報を教えてくれるようになります。こうした人間関係の構築も誘致組織にとって大切な財産となります。

### ・・・既存の組織に参加して存在感を高める・・・

岩手県内の観光資産を網羅し、観光振興を図る目的で設立され、官民で運営されている組織に財団法人岩手県観光協会があります。岩手県観光協会には、教育旅行誘致に特化した「教育旅行誘致宣伝部会」がありますが、今後、北いわて三陸地域の観光交流客の増加、地域活性化を図っていくためには、県内他地域と差別化できる、いわて三陸ジオパーク化計画や、新三陸復興国立公園構想などを軸に、この部会活動に積極的に参画し、連動して情報交換を活発に行い、即効性のある企画立案と広報活動が必要となるでしょう。

半面、これまで北いわて三陸地域内の市町村では、岩手県観光協会に加入していても、教育旅行分野では、積極的に主導権をとるような活動が見られなかったことも事実です。岩手県観光協会や岩手県が市町村観光課や観光協会に情報を流しても、受け取ったところで棚晒しになってしまって、本当に情報を必要とする受入地域組織や活動団体に届かなくては、意味がありません。仮に誘致組織が、市町村の観光協会と岩手県観光協会とに二重に年会費を

払っても、国や県からの情報がダイレクトに流れてくるようになれば、安いものです。

このような組織では単に名を連ねているだけでは、年会費に見合う見返りを期待することは出来ません。上部組織内で積極的に活動することによって、旅行会社や県、国からのさまざまな役に立つもっともいい情報が、もっとも早く入ってくるようになります。教育旅行誘致とは情報戦なのです。さらに実績を挙げるにしたがって、県や国の評価が上がり仕事もより多く入って来ます。待っているだけでは会費に見合うメリットはありません。能動的に動くことによってメリットの方が追いかけてくる、というのが現実なのです。

### ・・・事務局は安定継続が絶対条件・・・

地域おこしや観光振興、教育旅行の誘致活動などでは、実績が出てくるまでにタイムラグが付きものです。先生方が教育旅行資料を本気で見るのは、学年主任になって、旅行先を考えなければならなくなってからだというデータもあります。

教育旅行資料の配付をしてから、見てもらえるようになる期間は平均3年後だそうです。せつかく、担当の先生からの問合せが来るようになり、効果が出始める時期に来て、当の組織がすでに消滅しているというのでは、身もフタもありません。

組織は存続させることが目的になってはいけません、存続しなければそれまで積み重ねてきた努力は、無駄になってしまうということを理解しましょう。

## 地域活性化の三大原則

### 天の時

どんな素晴らしい計画でもタイミングが合わなければ成功しない。過去の実績と現在の姿、未来のあるべきイメージを考えて、最良のタイミングを狙うのが、成功への大原則。

### 地の利

地域を客観的に見て「なぜ人はこの地域に来たくなるのか」に応えられるものがあるかを考える。どこが他の地域と違うか、他地域にはない特色、特徴を表現する。

### 人の和

何ごとも、一人では成就しないことを理解する。事業に参加した各人がそれぞれの持つ特技、力量を発揮できる場を設けるのが、リーダーに求められる最大の仕事。