地域ブランドと観光振興

～津山の一層の活性化のために～

津山ホルモンうどんが全国的な知名度を上げ、多くの観光客が訪れるようになった津山市において、今後どのような観光政策が必要でしょうか。

東京で行われた市政アドバイザー意見交換会で、杉山慎策さんの基調講演を基にさまざまなご意見をいただきました。

『一点突破』からの『水平展開』が鍵

立命館大学
経営管理研究科　教授
杉山 慎策さん

杉山　津山を全国に売り出すために必要な戦略を、ブランドを確立した食品に例えて説明すると、まず「おいしい」、次に「売れる」、最後に「売れ続ける」ということになります。「売れ続ける」まで行くには大変な努力と苦労を伴いますが、目指すべきところはそこだと思います。「地域ブランドの確立」とは「売れ続ける」仕組みを作ることなのです。

今、津山ホルモンうどんがB-1グランプリの入賞で全国的に知名度を上げ、多くの観光客が津山を訪れています。ホルモンうどんで『一点突破』した津山を訪れる観光客を、どのように周辺の観光資源に『水平展開』して、リピーターになってもらうかが鍵になってきます。

津山には昨年3月にリニューアルオープンした津山洋学資料館や鶴山公園、平成21年度に「にほんの里100選」に選ばれた阿波地域には、あば温泉があり、いずれも多くの観光客が訪れています。これ以外にも市内には多くの観光資源があります。これらの観光資源と緊密に連携して『水平展開』することが重要となってきます。

福井純一さんという鶴山公園に桜を植えた先人がいたように、一つのことをやり遂げる気質を津山の人は持っていると思います。行政・民間・アドバイザーが一緒になって、津山の観光振興をこれまで以上に考えていく必要があるのではないでしょうか。

中高年層をいかに満足させるか

㈱小学館
社長室顧問
岩本 敏さん

岩本　昨今のB級グルメブームを見るとわたしの持論に迷いが生じているのですが…。長年、中高年向け雑誌を編集してきた経験から、情報過多の時代にターゲットを絞るには、いらないものを削ぎ落とすことが必要だと思います。そこで残ったものにターゲットを絞っていくことがよいと思います。

優良なリピーターは中高年層だとわたしは思っています。その人たちをどう満足させられるかがポイントになります。都会の中高年層は高い料金を払っても、良い商品・質の高いサービスを欲しがります。

今後、津山の観光戦略を考えるとき「数は少ないが購買単価の高い中高年層」と「流行に敏感で数は多いが購買単価の安い若い層」のどちらにターゲットを絞っていくのでしょうか。いらないものを削ぎ落とした時には現在のターゲットとは変わってくるのかもしれません。今後、一層進む少子高齢化を考えると、わたしは数ではなく、質を重視するべきだと思います。「中高年層を満足させるにはどうしたらいいか」。このヒントは津山洋学資料館や鶴山公園にあると思います。また、カメラ好きの中高年男性には津山扇形機関車庫も大きな魅力です。

歴史の重みを感じ、そこに価値を見出し、津山を訪れてくれる人たちが確実にいるということを忘れないようにしてほしいですね。

観光振興と地場産業との融合を

㈳大日本水産会
会長
白須 敏朗さん

白須　父親の仕事で3年間津山に住み、津山城址にあった第一小学校に通っていました。今でも小学校の校歌を思い出し、懐かしく思います。

わたしも津山市の地域ブランド化は必要だと思います。津山にしかない歴史や文化、洋学の伝統といったものを、もう一度掘り起こして全国に発信していくことが必要ではないでしょうか。その糸口となる『一点突破』がホルモンうどんでできたことはすばらしいと思います。

また、津山は古くから牛馬の集散地であり、そのおかげで神戸居留地の外国人は牛肉を食べるのに苦労しなかったという逸話もあります。そういったことを考えると、畜産や酪農の振興と併せて、蒜山など周辺地域のチーズやヨーグルトなどと一緒に発信していくのもよいのではないでしょうか。

もう一つは津山の特徴である広い森林面積ときれいな川、つまり「緑と清流」を生かすために、木材と吉井川を見直してみることもいいと思います。津山周辺の森林、林業を活用して、薪炭林や間伐材を利用した炭焼き、木酢液の利用といったこともできないかと考えます。風力発電も今の時流に乗っていて、観光資源の要素もあるのでいいですね。

観光振興を地場産業の振興に結び付けていくことが、津山市全体の活性化と雇用の創出につながると思います。

観光コンテンツのさらなる整備を

東京大学
史料編纂所　教授
山本 博文さん

山本　ホルモンうどんで有名になるとこれほどまでに人が来るのかと感じています。帰省した時に食べに行きましたが、ずいぶんと待ちました。しかし、ホルモンうどんを契機に津山に人が来ても、ただ食べて帰るだけではあまりに、もったいない。観光のコンテンツがどれだけあるかがこれからの課題だろうと思っています。

観光の王道はグルメと景色、それと歴史、史跡だと思います。幸いにも津山洋学資料館があります。これは非常に歴史的価値のあるものです。建物もいいですし、展示もすばらしいものとなっています。十分、人が呼べるものだと思います。周辺の電線の地中化にも感心しました。改めて「空がこんなに広いものか」と感じました。津山洋学資料館周辺を歴史的地区として、異空間に迷い込んだ雰囲気を感じさせるまちづくりができたらよいのではないでしょうか。

津山城の城郭は学者仲間からも立派であると言われています。津山郷土博物館にしてもこれほど豊富な史料が残っている藩は全国的に少ないので、屋敷の絵図などの史料も活用しながら歴史的な町ということで売り出せればよいと思います。城西の武家屋敷も、どこかに史料に基づいた屋敷を復元できれば、観光の目玉の一つになるでしょうね。ホルモンうどんで注目度が上がっている今、続けて観光客を呼ぶには観光コンテンツを整備していく必要があると思います。

共同体意識で観光振興を考えては

立教大学
法学部法学科　教授
神橋 一彦さん

神橋　地方公共団体が地方公共団体であるための要件の一つに「隣保共同」という言葉があります。言い換えると「共同体意識のようなものを地方自治の基礎に」ということですが、こういった考え方が法律の世界にもあります。

平成の大合併の後、区域が広くなった全国の自治体にとって、この「隣保共同」という考え方を今後どのように扱っていくかが課題だと思います。

津山でもホルモンうどんがひとつの契機になって観光客が増えていますが、これは木に例えると、根を深く張るということだと思います。合併して津山市になった阿波地域のあば温泉にも市街地を訪れた観光客を誘導できればいいですね。これは「隣保共同」の考え方からいうと深く張った根を横に広げることにつながると思います。つまり、区域が広くなった津山にはいろんな可能性が広がっているということです。

わたしが参加している東京都の自治体研究会でも「一口に東京といってもいろいろな東京がある」という意見を聞きます。国際都市としてだけではなく、島もあれば、山間地域もある。一律に語れないものもあれば、語ってほしくない人もいるということがよく分かります。

今日の話で、根を深く張るという『一点突破』と同時に根をできるだけ横に張るという『水平展開』ということが大事だなと感じました。