



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	おわりに
Author(s)	西山, 徳明
Relation	尾道型デスティネーション・マネジメントってなに? : 多様な地域遺産を生かす観光まちづくり戦略 = What is Onomichi type destination management? : Strategy of tourism for social Innovation using heritage diversity
Citation	CATS 叢書, 10, 149-150
Issue Date	2016-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/61330
Type	other
File Information	CATS10_18nishiyama.pdf



おわりに

西山 徳明

北海道大学観光学高等研究センター長・教授

本報告書は、「観光資源の価値向上戦略策定事業 尾道プロジェクト」として北海道大学観光学高等研究センターが北海道教育大学函館校とともに受託し（契約上は北大のみ）、広島県、尾道市、および尾道の観光協会、民間事業者、NPO 等の方々とともに官民協働（PPP=Public Private Partnership）によって策定した戦略策定の結果をまとめたものです。

そもそも PPP とは、従来 Public=公共の役割とされていた都市開発や福祉、教育、遺産保護や自然保護といった公益目的の事業を、Public sector（=公共部門）の権限と Private sector（=民間部門）の事業遂行ノウハウやファイナンス力などを相乗効果的に生かすことで、より合理的（経済的）かつ高品質なレベルで実現することを目的として Public と Private が構築する Partnership（相互尊重）の関係を言います。

では、観光開発や観光まちづくりを PPP で実践するといった場合、その公益性とはどこにあるのでしょうか？

「観光振興や観光まちづくりと言っても、観光客が増えて利益を得るのは民間の観光事業者だけではないか」という考え方にはもっともな側面があり、その意味において、その取り組みに公益性を見出すことは難しいように見え、PPP として取り組むべき対象ではないように映ります。しかし、尾道が正にそうであるように、誰もが知る「尾道」という地域ブランドは大きな力を持っています。観光目的地として認知され、誰からも一度は訪れたいまちと思われるようなブランドイメージは、単に観光客を誘致するのみならず、企業や研究機関・組織に研修先や会議の開催地として選択させ、また企業誘致や移住促進においてもアドバンテージを地域にもたらします。2040 年を予測した増田レポートを引用するまでもなく、これから地方自治体は数十年後の生き残りをかけた競争を強いられることになることは間違いないでしょう。しかしそこにあるのは、全ての自治体が縮退した未来像ではなく、選ばれ、勝ち組として今以上に繁栄するまちと、消失してしまったまちの跡地だけであるのだとすれば、その分かれ道を決定するのが都市のブランド化にいち早く気づくかどうかであるといっても過言ではないでしょう。だからこそ、今、観光目的地としての魅力、価値の向上を目指すべきとする本事業の目的は、公益性を大いに有すると言え、PPP で取り組むべき事業であると言えるのです。

そもそも、本事業は以下の 3 つの視点に対する回答を探すべく開始されました。一つ目の視点は、価値向上戦略の立案対象となる観光資源を何に（どこに）するかについてです。

これについては、慎重に検討を重ねた結果、具体的な個別の観光資源ではなく、「尾道市街地と向島北側地区」といういわゆる「旧尾道市街地エリア」を対象とすることとしました。このエリアには、歴史的に価値のある建造物をはじめとした景観資源が数多く残されるだけでなく、そこを舞台として執り行われる祭礼行事などに、尾道の歴史や伝統を反映した人々の生活が刻まれており、この固有の景観やたたずまいが感じられる地区そのものをこそ、一つの資源として捉えるべきであると考えたためです。歴史的風致維持向上計画や過去の調査等によって、このエリアについては様々な情報の蓄積がすでにあり、また基礎的な人的ネットワークがすでに整っていたことも選定理由の一つでした。幸いなことに、この情報の蓄積と人的ネットワークは、すでに尾道市教育委員会が中心となって取り組んできていた「尾道市民遺産登録制度」の活動としても展開を見せてきており、本事業の活動とこれらとが共鳴し合うことで、尾道市における当該地域の観光目的地としての存在を一層強固なものにすることができたと言えます。

二つ目の視点は、尾道が Destination（観光目的地）として選択されるように、設定した観光資源をさらに磨き上げる手法を提示することでした。その答として、「気づき」「しかけ」「しくみ」というプロセス（発展段階）を仮定し、対象地域におけるこれまでの取り組みを検証するとともに、現在、地域において実際に活躍する様々なプレイヤーを特定し、そうしたプレイヤーの方々の参画に基づくワークショップを重ねることで、「旧尾道市街地エリア」における、価値向上戦略の固有解を示すとともに、その戦略策定プロセスのモデル化を試みることができました。

そして三つ目の視点は、本事業で提案する戦略を実施する尾道独自の官民連携組織としての DMO=Destination Management Organization および必要な環境整備について提案することでした。とは言え、これからの Destination Management を担うには人的にも財源的にも限界があるため、行政が支援をしつつ DMO を構成する各主体が得意分野を生かしながら緩やかに繋がるといった協働体制を提案することになりました。

以上のように、本事業を通して、不十分ながらも、観光まちづくりあるいは観光資源の価値向上において、県、市、そして地域住民や民間事業者、中間組織（観光協会や NPO）の果たす役割が明確となり、その手がかりが示されたと言えるでしょう。

最後に、本報告書を閉じるにあたり、事業を企画頂き貴重なアドバイスや支援を賜りました広島県、尾道市の行政関係のみなさま、そして事業の遂行に惜しみない協力を賜りました観光協会、民間事業者、NPO 等の方々に御礼を申し上げますとともに、みなさまのますますのご発展をお祈り申し上げます。