

# 千年の

# かくれんぼ

# 「交流」こそ観光!!

## インバウンドと地域ブランディング

JIAMでは、令和5年12月4日～5日の2日間の日程で、「地域ブランドの育成と保護」をテーマに研修を実施しました。

研修では、地域ならではの資源を改めて見直し、地域ブランドとして育成、発信するノウハウとその保護について理解を深め、地域の活性化につながる地域ブランド戦略を実践的に学びました。今回は、研修のなかで事例としてご紹介いただいた、徳島県西部の「にし阿波」エリアにおける、ブランディングを通して、戦略的に地域に価値を生み出す取組についてご紹介します。

### 徳島県“にし阿波～剣山・吉野川観光圏”

四国のほぼ中央、徳島県西部に位置する美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町の2市2町からなる。中央を東流する吉野川の変化に富んだ溪谷「大歩危・小歩危」や険しい山の斜面に張り付くように形成された集落では、世界的にも珍しい「傾斜地農耕」の技術が400年以上受け継がれ、2018年、「世界農業遺産」に認定された。山や畑、石積みや農耕技術、家屋などが一体となった景観は世界的に評価され、“桃源郷”と称されている。



## “お茶食べんかえ〜”の文化

“そびえ立つ山々が悠久の時を閉じ込めたのか。変わらぬ営みと人のぬくもりが息づく、にし阿波 無垢の里”——「にし阿波〜剣山・吉野川観光圏」の戦略を担う(一社)そらの郷(以下「そらの郷」)\*1が打ち出した地域ブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」のキャッチコピーである。集落内高低差400mという急峻な山腹に点在する農家や石積みによって作られた畑。見上げるにつけ、人間の叡智と営みに凄みすら感じる。その営みは古より変わらない。源平合戦に敗れた平家、南北朝時代には南朝に与した人々を受け入れてきた、文字どおり千年の歴史と文化をしっかりと土地に縫い込んで、現在がある。

「国内に向けて発信した『千年のかくれんぼ』が“Hidden JAPAN”と訳され、欧米の人たちに日本の隠れた価値を見つけようというメッセージとして伝わったようです。新しい発見ができると共感してくれて、インバウンドの増加につながりました」と話すのは、そらの郷の事

務局次長・出尾宏二さん。案内してくれたのは JR土讃線の大歩危駅。小ぶりの駅舎に、リュックを背負った何人もの欧米人の姿があった。「彼らは駅から何時間もかけて秘境と言われる祖谷のかずら橋まで歩きます。最近ではフランスやドイツ、オランダからの個人や家族旅行が多く、かずら橋の奥の車で1時間くらいかかる集落まで行き、急斜面に建つ農家の庭先で、景観を眺め山で育てたお茶や食事を楽しむプログラムが人気です」と出尾さん。

高齢化の進む集落で観光客の相手をするのはお年寄りのはず、そんなに簡単に受け入れられるものだろうか。その疑問に答えてくれたのが、大歩危駅前でスーパーを営む山口由紀子さん。「何十年も前からアレックス・カー\*2さんがこの辺りを歩き回っていたから、外国人へのアレルギーがなかったのかも」。隔絶した山腹の集落では互いに助け合わなければ生きられず、「お茶食べんかえ〜」(「お茶」はごはんやお酒のこと)と声を掛け合って食事を共にし、見知らぬ人も旅人も喜んで迎え入れる文化が育まれてきたという。この伝統は今も「キッチン会議」という名で受け継がれ、地域おこしのアイデアを次々と生み出す場となっている。とはいえ、アイデアを実現するのは難しい。「そんな気持ちを行政につないでくれるのが出尾さん」と山口さんはきっぱりと言う。地元住民と行政、また観光業者との間をつなぐ通訳者——それが、そらの郷というわけだ。



大歩危駅は、四国の有名観光地「大歩危・祖谷」の玄関口で、全特急が停車する主要駅。1日の平均乗降客数は200人程度だが、観光の拠点駅である。

### \*1 一般社団法人そらの郷

徳島県三好市池田町に拠点を置き、2011年2月に設立。県をはじめ、観光圏を形成する2市2町により運営されており、教育・研修旅行の体験受け入れ、農家民泊、体験観光の開発造成、「DMO そらの郷」として観光プロモーション、マーケティング、観光による地域づくりに取り組んでいる。

### \*2 アレックス・カー (Alex Kerr) (1952〜)

アメリカ出身の東洋文化研究家。1964年に初来日。日本の農村を好んで各地を巡り、1973年に祖谷(徳島県三好市)を拠点として茅葺き屋根の農家を購入し、以後、日本国内で古民家を活用した滞在型観光事業も手掛けている。

## “秘境” 観光推進の担い手

事業にあたっては、県、2市2町、公共機関やJR等25団体で構成される「観光圏域推進協議会」が合意形成の場となり、そらの郷が実施主体として活動している。事務所では県をはじめ関係市町の職員が実務を担っているが、アイデアや意見を出すのは地元の民間事業者が任命される地域づくりマネージャーである。「たとえば、宿泊数の半数近くを占める香港の政情が懸念されれば、マレーシアやタイなどにプロモーションしてはどうかという攻めの意見が出ます。行政がこれらの意見を拾い上げて実現化する、そういう仕組みです」と出尾さん。



多くの台湾人を集める大歩危峡観光遊覧船。にぎわう大歩危舟下り店舗では名物女将の大平昌代さんがお出迎え。



「お茶食べんかえ〜」と観光客に気軽に声をかける山口由紀子さん(右)と出尾さん(左)。

また、吉野川でのアクティビティや宿泊施設を運営する企業や吉野川流域に出店しているスポーツ用品店なども、独自のルートや人脈で客を呼ぶ企画を持ち込むなど、事業の一翼を担う存在だ。地元の中高生も地域づくりに積極的で、様々な場面でアイデアを出し、実行している。その郷は、これらの意見や動きを集約し、具体的な企画商品に練り上げ、エージェント等に売り込みをかけていく。

一方で、「その郷の会員である農家の所得が上がるような戦略も考えます。現在、中高生の教育旅行の受け入れは年間7,200泊。農家の副収入になっています。やる気があれば、大学、企業の研修旅行、最後には外国人の宿泊も



いつもの食卓が得難いごちそう。



吉野川でラフティングを楽しむ。

勧めます。思春期の中学生の受け入れがきちんとできる農家さんならば、外国の人への対応は難しいものではありませんから」と出尾さんは笑う。しかし、質を落としてはならない。民泊を行っている全世帯は年2回の講習を必須とし、レベルアップを支援している。受入先と観光客のマッチングなどへの配慮も欠かさない。マーケティング抜きにはできない仕事である。

その郷の活動は観光圏域だけにとどまらない。隣接している高知県の教育旅行プログラムの一部への協力も行っている。「行政では連携しにくい案件も、民間事業者のその郷であれば対応が可能です。外国から来る観光客にとっては、どの地域を訪ねても、そこは「日本」です。彼らが見たい・触れたいと望む「日本」がその地域にあるのなら、

私たちはたとえ遠方だろうと、その地域と連携するのに何の問題もありません」。



一般社団法人その郷事務局次長・観光地域づくりマネージャー 出尾宏二さん  
JR四国で旅行業務に従事し、2003年から徳島県内の鉄道沿線の観光開発に携わり、2013年からその郷に外向。「地域ブランドは1回決めたら、100年は使う覚悟が必要だと考えています。共感と交流を大切にし、プロモーションの中でブランド力を高めてきたからこそこの言葉である。(2024年6月末退職)



住民との交流がなにより楽しみ。



## 交流観光の推進

祖谷をはじめとする山間の集落には「平家の落人伝説」が色濃く残っている。しかし、「千年近く前のクーデター」には興味がないのがインバウンドだという。彼らには彼らなりの旅のストーリーがあるのだ。出尾さんは学生時代のイギリス留学で人々と触れ合ったことが、今でも鮮明に思い出されると言う。その経験から、特に欧米人は日本人々との交流を強く望んでいると確信している。彼らにとって、草深い山間で日々を大切に暮らしている日本人との交流は旅の宝となるだろう。「インバウンドでは、どちらかといえば、アジアの観光客はレジャーを求め、欧米の観光客は農家の普通の生活に触れたいと思う傾向があるようです。そのせいか、今、欧米の観光客が全体の2割強を占めています」。

欧米人の多くは、すでに日本の代表的な名所を巡っており、最後の幾日かは日本らしいスペシャルな体験をしたいと思うケースが多い。しかし、旅行のエージェントに相談してもなかなか情報は出てこない。

いわゆるゴールデンルートから外れた地域には、高い交通費と時間をかけても行きたいと思わせる何かが必要だ。その郷は、その「何か」の答えを、自然の懐深くに抱かれて暮らす人々と敬意を交わし合う「交流」に見出した。山間の隔絶された集落の生活はSDGsそのものだ。現代人が便利を追求して駆けて駆け続けた結果、目の前に見出した桃源郷は、自分たちのはるか後ろに置き忘れてきた、飾らない純朴な暮らしの姿だった。不便なはずなのに何ら不便とは考えていないと言って笑う祖谷の人々は、欧米人に強い既視感と共感をもたらしに違いない。そんな彼らはリピーターになり、経済成長とは何か、便利とは何かを問いかけながらSNSで世界に情報発信し、共振の輪を広げてくれる。来訪者の中には、アレックス・カーがなぜ祖谷を選んだのかを知りたいと来る人も多いという。

この交流では、当地に移住してきた若者たちが、ローカルガイドとして大切な役割を果たしている。「観光地のように説明をしたりせず、あくまで農家の人々と観光客をつなぐ役割に徹しま



外国の名門大学からの訪問  
(エール大学)。

す。ローカルガイド自身が、なぜ移住してきたのかという自分の経験を話す、より説得力が増すようですね」と出尾さん。高齢化の進む地域にあって、移住して新たな生活を営む若者の存在は頼もしい限りだ。

交流に初期投資は必要ない。受け入れる地域の人々の笑顔が大きな資源だ。ファーストチョイスの候補にはならないが、観光をサービス業のものさしで測らずに、自らの土地を見直してみよう。自然豊かな田舎にあって上質な交流ができる地域は、日本人が思っている以上に多いのではないだろうか。

【取材・写真協力 地域連携 DMO「一般社団法人そらの郷」】



庭先でのティータイム。

加茂の大クス(東みよし町)  
の下でお茶を楽しむ。

