

# 産業TREND



観光は発地（観光する側）の考え方で設計されてきたが、近年は着地（観光される側）の考え方にシフトしている。着地する地方を別の視点で眺め、見失いがちな地域資源に宿る価値を新たに発見する必要があるからだ。本稿では、持続可能な社会における地方と都市の関係を探るために、地域資源の価値を見失わせてしまう何かについて迫り、観光における地域の未利用資源の生かし方について考えたい。

# 食で誘客、着地型の旅

## 未利用資源を活用する 美食地政学

▷ 8

JR東日本などのコンソーシアムが行った秋田県内の地域の良さを首都圏に伝えるオンラインイベント



地方において少子高齢化は想像以上に深刻で、地域活動ができない地域もある。未利用の施設は朽ちていく。シカやイノシシなど動物が里に下り、農地を荒らす。地域では未利用資源が増加していく。都市の人には意識の違いからその地域資源が有価な資源に見えないのも一因だが、地方の人は「この地域には何も無い」と言い、当たり前風景や日々の暮らしに慣れてしまったため地域資源の価値に気付かない。両者が持つバイアスが未利用資源を生み出していく。さらに、地球環境の変化により、今まで捕れなかった珍しい海産物が捕れるようになってきたが、取り扱いがわからないため未利用資源となってしまう。事業における副産物が廃棄物として未利用になる場合もある。

2017年にJR東日本が立ち上げた「モビリティ変革コンソーシアム」の中にSmart City WG（後にFuture Lifestytle WG

志摩スペイン村提供、写真上はウツボのアヒーシヨ



## 見えてきた新・観光立国 隠れた物語探訪、関係人口増へ

地方住民が地域資源を用いて持続可能なライフスタイルを創出し、ライフスタイルの魅力が都市住民に伝え、地方に対する関心を喚起する。その結果、一部の人が移住に至ることを視野に入れ、地方の来訪を促すのである。

20年には秋田県内の地域と、21年には青森県内の地域と連携し実証研究が行われた。オンライン技術、ナラティブ・アプローチや地域産品を用いて、地域への関心を高めるような意識変化の効果があることが見いだされた。地域資源の背景にある隠れていた物語を伝える方法を工夫すれば、地域資源の新価値創出につながる可能性がある。

21年には山形県内の高校生と首都圏の大学生をオンラインでつなぎ、物々交換イベントによる意識変化の



オンラインイベントで送られた秋田県内の地域の産品

### 古川 柳蔵

東京都大学環境学部環境経営システム学科教授



ふるかわ・りゅうぞう 72年（昭和47）東京都生まれ。博士（学術）。東京都大学環境学部環境経営システム学科教授。専門は環境イノベーション。戦前の暮らし方、自然に学ぶものづくり、ライフスタイル変革の研究や地方・都市連携プロジェクトを行う。

## 「地方は何もない」を見直す契機

「当社は19年に業界に先んじて『持続可能な開発目標（SDGs）』宣言をしましたが、これが果たしてどこまで効果があるのか疑問視していました。美食地政学の未利用資源の活用という考え方が、我々のSDGsの実効性に関する疑問に対して、一つの光を差していただけたように思えました。人間が一生に経験するものは限られています。たまたま大阪にいたから太刀魚をいっぱい食べましたという経験を他の太刀魚を食べられない地域でも増やしていく。こういった経験値を高めるための『出会い』を増やしていく



日本旅行取締役兼常務執行役員 吉田 圭吾氏

## SDGs ビジネス 意義大きく

体感していただくものと考えています。近年、特に修学旅行に顕著に表れています。今の修学旅行は基本的に現地の素材で生徒さんがワークをすることが主流になっています。行き先のコンテンツを開発する事業も増えていきます。今後学びの要素は大きな比重を占めてくると思います」  
—美食地政学の未利用資源の魅力とは。

とは人生を豊かにし、幸福度を高めます。未利用資源の活用により、事業としてマネタイズができ、一つの産業として発展できれば素晴らしい。もう一つ、未利用資源に取り組む意義があると思っています。それは地球人は生あるものを食べて生活しており、その意味で資源を余すところなく活用することは、人間にとって大事な使命だからです」  
（聞き手・古川教授）

### 旅行業界、「学び」の要素に注目

日本旅行取締役兼常務執行役員吉田圭吾氏に観光と地域資源について話を聞いた。  
—観光業における最近の変化や兆しは。  
「これまでの観光は、出発地に営業をかけ、目的地までの交通や現地の宿泊を手配して、風光明媚（めいび）なところにお連れするという発地の考え方だったのですが、近年は着地の考え方になってきています。自治体の皆さんは現地の事業者が潤うことが第一ですし、そこを大きく拡大発展しないと観光業はやっていけないことに気付かされました。アフターコロナでは発地の仕事もやるとありますが、着地の仕事、つまり、地域の産業をサポートするような事業が主になると思います。着地の観光のコンテンツを発掘して外にPRしてお客さまをお連れする誘客の仕組みです」  
—どのようなコンテンツが注目されていますか。  
「観光地では一部有名になった部分だけを主に売り出すことが多いのですが、地域全体を知りたい方には、隠れた資源、本当に良いものを現地で体験でき、総合的に現地で学び、楽しみ、



山形県内の地域と首都圏をつなぐオンライン物々交換。在住地域の良さを発見する。

実証研究が行われた。高校生と大学生がお互いに地域課題や魅力について物語として伝え合う。その後、お互いの地域産品を送付し合い、贈り物の内容や選んだ理由について伝える。  
参加した高校生は「自分の住んでいる地域には良いところがないと思っていましたが、地域には地域の役割があり、良いところを発見できた」と感想を述べていた。参加した大学生は「地方と都会の両方を知ることが、将来どのような仕事やライフスタイルを構築するか決めることができる」という気付きを得られた。地方と都市のいずれの在住者も簡単な物々交換イベントにより地域資源の価値に気付いたのである。  
JSTのプロジェクト「美食地政学に基づくグリインジョブマーケットの醸成共創拠点」の一環で、三重県伊勢志摩地域にある志摩スペイン村内のレストラン「アルハンブラ」は、未利用食材であるウツボのアヒーシヨの提供を開始した。志摩スペイン村専務の粕本源秀氏によると、このように料理に地元産の食材を用いるのは最近のことだという。14年の開業20周年以降、まず伊勢志摩産の伊勢エビを使い始め、その後、伊勢エビ以外の海産物も少しずつ使用するようになった。それまでは、食材の安定供給を優先し、地元産で完結させるのが難しかったからだ。  
しかし、顧客ニーズの高まりと共に、都市の施設との差別化を図るために、季節感、地元産を演出する期間限定・数量限定メニューなど新しい考え方でメニューを組み立てるようになってきた。地域の特産物を身の丈に合わせた形で提供することに気付くのに長い時間を要してしまつたと振り返る。近年、コロナ禍の影響を受け、入園者が少なくなつたことから、このような手の込んだメニューも可能になった。  
地域資源の価値を見失わせている要因には、地域の物語に関する情報提供の欠如、日々の暮らしへの慣れ、地域外への強い憧れ、ビジネスにおける安定供給重視の考え方などがある。これらの要因を取り除くことができれば未利用資源の発掘が進み、大企業と連携した地域活性化にチャンスはある。  
— 鉄道、情報通信技術（ICT）、レストラン、観光などの業界が着地の考え方に向かい、地域で増えつつある未利用資源に価値を見いだし始めている。今後、地域に隠れた未利用資源を見いだす仕組み、それを生かした地域プロデュース、そして、それらを産業として継続するビジネスシステムの構築が重要となる。