

# 公共サービスとしての観光戦略： 「やまなし」を仕掛ける

Tourism Strategy as Public Services: Set the "Yamanashi"

後藤 晶<sup>\*1</sup>

GOTO Akira

杉山 歩<sup>\*1</sup>

SUGIYAMA Ayumu

<sup>\*1</sup>山梨英和大学 人間文化学部 人間文化学科

Yamanashi Eiwa College, Faculty of Humanities

In Yamanashi Prefecture, There are many tourism resources such as Mt.Fuji, wines, crystals and "Kai Silks". To Accelerate the tourism strategy strongly, Yamanashi prefectural government established the "Department of Tourism" for the first time in Japan in 2004. In this study, we take an inventory of the policies that have been implemented and discuss new "Shikakes" to activate the tourism in Yamanashi from the perspective of the service dominant logic.

## 1. はじめに

山梨県には世界文化遺産として登録された富士山や、ワイン・水晶・甲斐絹といった様々な観光資源がある。山梨県は県庁の部局として2004年に「観光部」を日本で初めて設立した県でもある。本報告では山梨県が展開してきた観光戦略を総括し、サービス・ドミナント・ロジックの観点から、山梨県の観光を活性化するための新たな仕掛けを検討する。

## 2. 山梨県観光部の概要と観光政策

本節では山梨県観光部の概要と観光部が実施してきた観光政策について述べる<sup>\*1</sup>。2004年、山梨県は観光立県「富士の国やまなし」を宣言すると共に、商工労働観光部観光課を発展させ、観光振興の推進を強力に推進することを目的として、全国にさきがけて独立した観光部を設立した。現在、山梨県観光部は総務経理、企画・おもてなし推進、山梨ブランド推進担当からなる「観光企画・ブランド推進課」、誘客促進、広域振興、移住・交流担当からなる「観光振興課」、資源管理、富士山山岳担当からなる「観光推進課」、国際交流、国際観光振興担当からなる「国際交流課」、「大阪事務所」、「山梨県バスポートセンター」の6つの部局があり、山梨県の観光を包括的に推進している。同年、観光部の設立と合わせて「富士の国やまなしFC」「富士の国やまなし農村休暇協会」「富士の国やまなし館」を設立した。2009年には「やまなし観光推進機構」を設立して、山梨県の観光情報の発信を行っている[やまなし観光推進機構 15]。

質の高い魅力を効果的に発信するために山梨県は観光部を主体として「山梨県観光振興基本計画」[山梨県 08]を策定し、2009年に社団法人やまなし観光推進機構<sup>\*2</sup>を設立し、産官学の連携による観光の推進を行っている。2011年に策定された「産業振興ビジョン」[山梨県 08]では、訪日外国人旅行者を対象としたインバウンド観光、地域ブランドツーリズム、ウェルネスツーリズムが今後の成長を期待する産業領域としている。また、2011年には3章15条からなる「おもてなしのやまなし観光振興条例」[山梨県 11b]を制定している。これは、「山梨ならではのおもてなし」を推進することによって、住民および訪問者に対する満足感を与えられる活力に満ちた地域社会の実現を目的としたものである。これらの計画・条例を通じて、現在、山梨県は観光立県を目指した観光を強力に推進している。

し観光振興条例」[山梨県 11b]を制定している。これは、「山梨ならではのおもてなし」を推進することによって、住民および訪問者に対する満足感を与えられる活力に満ちた地域社会の実現を目的としたものである。これらの計画・条例を通じて、現在、山梨県は観光立県を目指した観光を強力に推進している。

## 3. 山梨県の観光資源

本節では山梨県の観光資源について概略を述べる。ここでは自然・文化遺産・農産物・地場産業の観点から整理する。

### 3.1 自然

2013年に世界文化遺産に「富士山-信仰の対象と芸術の源泉」として登録された富士山をはじめとして、山梨県は四方を西部のユネスコエコパークに登録された南アルプス[南アルプス市 15]、北東部の奥秩父山地、北部の八ヶ岳・茅ヶ岳といった山々に囲まれている。森林が多く、気候は夏暑く降雨量が少なく、冬寒いという降雪量が少ない中央高地式の気候を呈している。

### 3.2 文化遺産

山梨県は戦国時代に遡ると、武田信玄の本拠地であり、現在でも信玄公祭り[山梨県 15c]や、勝頼公まつり[甲州市観光協会 15]として現在でもその歴史は流れている。また、富士山は信仰の対象と芸術の源泉として世界文化遺産に登録されている。ここでいう信仰の対象とは、コノハナサクヤヒメノミコトを祭神とする富士山本宮浅間大社に対する富士信仰を指しており、芸術の源泉とは『万葉集』や『新古今和歌集』をはじめとした文学のみならず、葛飾北斎の『富嶽三十六景』という浮世絵など、様々な芸術作品にモチーフとして取り上げられていることによる。他にも、有形文化財として指定されている『小桜韋威鎧兜大袖付』や『大善寺本堂』などがある。

### 3.3 農産物

山梨県は葡萄や桃といった果樹が有名である。葡萄は2014年度は収穫量が45,200t(全国比24%)、出荷量が42,000t(全国比24%)でありいずれも全国一位を誇り、桃も2014年度の収穫量が46,500t(全国比34%)、出荷量が43,700t(全国比35%)であり同様に全国一位である[農林水産省 15]。他にも、すももの収穫量が7,240t(全国比32%)、出荷量が6,460t(全国比33%)であり全国一位である。

連絡先: 後藤 晶 400-8555 山梨県甲府市横根町 888 山梨英和大学人間文化学部 a.goto@yamanashi-eiwa.ac.jp

<sup>\*1</sup> 本節および次節、次々節はやまなし観光推進計画[山梨県 12]に依拠する。

<sup>\*2</sup> <http://www.yamanashi-kankou.jp/>

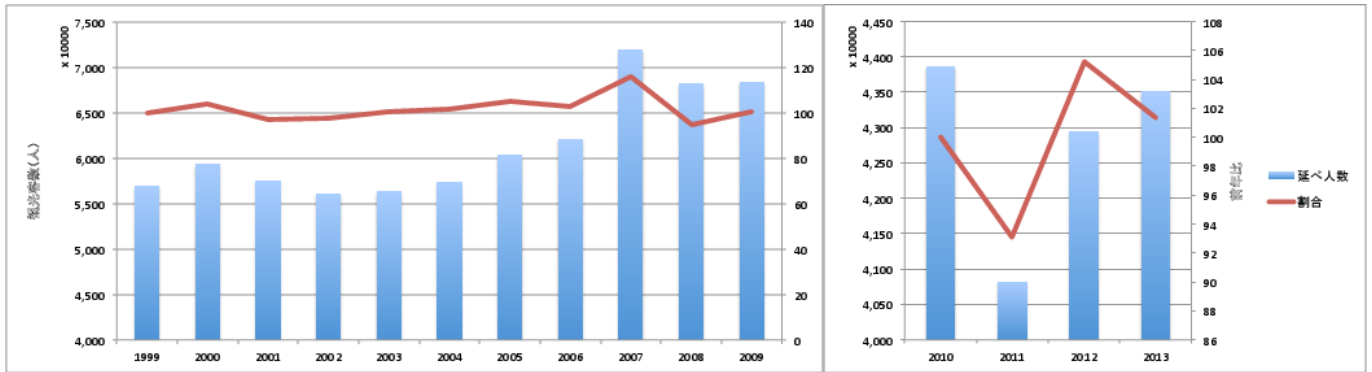


図 1: 1999年～2013年における観光客数

### 3.4 地場産業

地場産業としては、ジュエリー、ワイン、織物の一種である甲斐絹（かいぎ）が主力産業としてあげられる。ジュエリーは宝石、象牙、亀甲を含む貴金属製装身具の事業者数が99ヶ所あり、全国比で39.6%を占め全国一位である。山梨県は古くより水晶の産地であるために、水晶の加工技術および関連した貴金属の加工技術を産業として発展させてきたことによる。大手メーカーのOEM製品作成が少なくないが、昨今ではジュエリー業界の若手の育成を目的とした産地ブランドとしてKoo-fuというブランドを立ち上げている[Koo-fu 15]。

ワインは、2012年現在で都道府県別ワインメーカー数が58社で全国一位であり、39.2%を占めている[帝国データバンク 12]。ぶどうの産地である甲州市は甲州市原産地呼称ワイン認証制度を制定し、甲州市および山梨県で収穫された葡萄を自社醸造、もしくは原料である葡萄の原産地を消費者に保証する仕組みを作っている[甲州市 15]。昨今では若年層の消費者をターゲットとして、若い醸造家の活躍がめまぐるしい。

甲斐絹は平安時代より織物製産地の一つに数えられ、山梨県の東部に位置する郡内地域を中心とした生産が行われており[山梨県富士工業技術センター 15]、現代では甲斐絹の技術を発展させたストールやネクタイといった、現代のライフスタイルに合わせた商品が作られている。他にも、甲州印伝や和紙などの伝統工芸品がある。

## 4. 観光戦略の現状

本節では、山梨県に訪れた観光客数の推移を検討する。観光客数は1999年～2013年にかけて図1のように推移している[山梨県 15b]\*3。

このデータを見ると、1999年から2009年まではコンスタントに観光客数が増加しているように見え、特に2007年には大きく増加している。以下は2007年以降、山梨県（および国）が主体となって観光の活性化を目論んで仕掛けたものである。

- 2007年：大河ドラマ「風林火山」
- 2008年：山梨ディスティネーションキャンペーン
- 2009年：「やまなしブランド」の発信

- 2013年：富士山の世界文化遺産登録
- 2013年：南アルプスのユネスコエコパーク登録

2007年に放映されたNHKの大河ドラマである「風林火山」[NHK 07]は前年よりも延べ人数で100万人以上多くの観光客を山梨県にもたらした。このドラマは戦国時代の甲斐国（現山梨県）を舞台として、山本勘助の生涯を描いたものである。

山梨ディスティネーションキャンペーンは、JRグループ6社と山梨県および地方自治体が協同して「週末は山梨にいます」をキャッチフレーズとして、2008年4月1日～6月30日に展開されたキャンペーンである。これは山梨県が県内観光産業の活性化を目論んで仕掛けたものである。

富士山、南アルプス、温泉、甲州ワイン、桃、葡萄、ジュエリーなどの全国に誇れる地域資源をやまなしブランドと定義している。山梨県は20代～30代の女性をターゲットとした観光政策を実施している[山梨県 15d]。「ビタミンやまなしキャンペーン」を2009年より展開してきた[山梨県 15e]。これらの政策をより発展させ、2013年度は「女性を美しくする山梨県、『世界『いい肌』遺産』登録プロジェクト2013」として、2014年度については『女性を美しくする山梨県、『笑顔の理由は、やまなしでした。』2014』として全国展開を仕掛けている。

富士山の世界文化遺産登録および南アルプスのユネスコエコパーク登録は2013年になされている。山梨県の観光入込客統計調査結果によれば[山梨県 14]、富士山五合目は8月に環境保全を目的として、マイカー規制を行ったものの前年比で115.8%増、ユネスコエコパークに登録された地域を含む早川町周辺は146.2%増となり、いずれも増加が認められている。

グラフにはまだ反映されていないものの、2014年にNHKで放送された朝のテレビ小説の「花子とアン」による観光客の増加も期待される[甲府市 15]。山梨県はドラマの放映期間中に県内を訪れた観光客数を1801万人で前年度より4%増であり、県全体に129億2720万円の観光収入があり、放映時のオープニング画像の広告効果等も含めると経済効果は165億円にのぼると推定している[山梨日日新聞 15]\*4。

一方で、ネガティブな要因として世界金融危機、東日本大震災による観光の自粛、および笹子トンネル天井板落下事故の影響が考えられる。笹子トンネル天井板落下事故については、2013年12月期の観光客数について、県全体の前年比で21%減の影響があったと評価している[山梨県 13]。ただし、地域毎

\*3 2010年度までは山梨県独自の観光客指標を用いて集計を行ってきたが、2011年度より観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」[観光庁 09]に従って観光客指標を変更したために、統一基準で評価することは妥当ではないために別グラフとしている。

\*4 著者が所属する大学と同一法人内に所属する山梨英和中学校・高等学校は、山梨英和女学校時代に村岡花子が教鞭をとった。

に評価すると、東京から中央道を利用すると、富士山のある富士・東部地域については笹子トンネルのある場所を通らないため、風評被害の影響もあった可能性がある。

## 5. 現在の課題

現在の課題として、環境面、ハード面、情報発信面の3つの問題を指摘する。富士山は世界文化遺産として登録されているが、これは環境・景観への配慮に不十分であったために世界自然遺産として登録されなかったことも一因である。しかしながら、入山制限を一例とした、環境・景観に対する配慮は観光地としての魅力の増加につながるために重要である一方で、地元の観光業者・住民の理解を得難く、共有地の悲劇状態になっている。観光部による観光戦略が公共サービスである以上、短期的に観光客数を増加させることを目的とするだけではなく、長期的に観光業者および地元住民の理解・協力体制をもたらす仕組み・仕掛けづくりが求められる。

一方、ハード面としては観光施設の老朽化への対応と国際化の推進が必要であると考えられる。2020年の東京オリンピックや2027年に中央リニア新幹線開通を見据えると、宿泊施設の国際化、高齢者・障害者に対するユニバーサルデザインの導入などが必要不可欠である。他にも、案内板なども対応すべき言語を検討する必要がある。これらについては費用対効果の検討と地元住民の理解が必要であるが、ハード面の整備は観光地としての発展の基礎であり、ブランド価値の向上のためには必要不可欠なものである。

3つ目は情報発信の高度な戦略化が必要である。これについてはある程度の一元化が必要であろう。複数の観光関連の公的なホームページが乱立していることも課題であろう。例えば、女性をターゲットとした女性を美しくする山梨県ホームページ [山梨県 15d] がある一方で、より包括的なポータルページとして機能している富士の国やまなし観光ネット [やまなし観光推進機構 15] が全く別ページとして存在しており、相互リンクも容易に見えないなど組織間の相互連携が今後の課題の一つである。また、国際化についても日本語の他に、英語・中国語・ハングル・インドネシア語のホームページを構築しているが観光客の動向を見ながらどのような言語圏に情報を発信するべきか検討しなければならない。

## 6. サービス・ドミナント・ロジックを踏まえた観光戦略

本節では「サービス・ドミナント・ロジック」を踏まえた、新たな観光戦略について検討する。そして、単なる観光を越えた長期滞在を前提とする CCRC についても検討する。

### 6.1 サービス・ドミナント・ロジックと観光戦略

サービス・ドミナント・ロジック (Service Dominant Logic) とは、関係性および価値共創に着目した Vargo と Lusch により提唱された概念である [Vargo 04]。これは従来型の消費行動である一度限りの商品の購入やサービスの提供を目的したグッズ・ドミナント・ロジック (Goods Dominant Logic) とは異なり、販売者が提案した商品・サービスの価値を元に、消費者と価値を共創することによって生まれる、新たな価値を消費者が享受できるメカニズムの構築を目指すものである。サービス・ドミナント・ロジックを踏まえて、製品やサービス利用時の経験価値<sup>\*5</sup>と信頼価値<sup>\*6</sup>に着目したサービスの高品質化を図っ

\*5 経験するまで把握不可能な価値

\*6 経験してもなお十分に把握できない価値

ていく必要がある。

観光客を迎え入れる観光地側には発想の大きな変革が求められる。観光地側は従来型の観光地でなされてきた単純な商品・サービスの提供ではなく、観光客に対して価値を提案し、共に新たな価値を生み出す仕組みを構築しなければならない。例えば、自然・文化遺産を活用した観光も、名勝地・観光地をめぐるといった従来型の観光から、ゲーミフィケーションの要素を組み込んだりするといった試みが必要であろう。農産物や地場産業についても「良い製品」を生産するだけではなく、消費者とともに製品を作り上げるなどの工夫を凝らす必要があると考えられる。例えば、ワインをブドウの栽培から体験できるような長期型のエクスカージョンプログラムを作る、宝石や甲斐絹を Web オーダーで作ったり、消費者と共に作っていくといった展開が期待される。いずれもその観光地側、もしくは商品の販売者側が提案するサービスを用いて、消費者と新たな価値を共創することによって、その消費者に特化した価値を作り上げることが必要である。そのためには、グローバル化を視野に高度情報社会における先駆的な価値と日本型の伝統価値の体系的な融合が必要であろう。

### 6.2 観光資源を活かした CCRC

CCRC (Continuing Care Retirement Community) とは、健康なうちに移住することによって高齢者を中心とした生活協同体を構築し、豊かな老後の暮らしを営むシステムのことを指す。2015年2月には、石破地方創生担当より CCRC は都会から地方への人の流れの推進の原動力として地方創生の主要政策の一つとして示されている。山梨県は自然環境の豊かさと首都圏としての交通アクセスの良さから 2014 年度の「田舎暮らし希望地域ランキング」において1位となっており [ふるさと回帰支援センター 15]、高齢者に限らず移住ニーズは高い。中央リニア新幹線の開通も踏まえると、山梨県は CCRC を展開する地としての魅力は十分にある。

CCRC は、視点を変わるとツーリズムの先に見据えたものとして位置付けることができる。ツーリズムとは、永住を目的とせず、日常の生活圏を離れる旅行のことである。産業としての観光やツーリズムは、山梨県以外の国内外からの「インバウンド」収入を増加させると共に、「地元の雇用創出」が主眼点となる。この点から見れば県外から山梨県にある CCRC を目的とした滞在者を増加させ、雇用創出を図るとしてすると同様の構造を有している。CCRC はあくまでもコミュニティであり、QOL (Quality of Life) の向上を目的としている。山梨県に存在する観光資源を核としたコミュニティの構築によって、CCRC に対するニーズに対応可能であると考えられる。一方、アメリカでは CCRC の中で学び直しの場としての大学が重要視されている [宇都 07]。しかしながら、現状では高齢者ニーズに対応するサービス・コミュニティや CCRC にあたるコミュニティが山梨にあるとは言い難く、そのシステムづくりは急務の課題である。これらの点を考慮すると、従来の高齢者福祉を担当する福祉保健部のみならず、観光部、そして大学も一体となった CCRC 政策が求められるであろう。

## 7. まとめ

山梨県は様々な観光資源を有しており、山梨県観光部は有用な政策を仕掛けてきたと考えられる。一方で、より体系的な政策展開、およびいわゆる従来の観光戦略と異なった観光誘致の仕掛けや、観光資源を活用した CCRC など新たな観点からの政策を検討していく必要があるだろう。

## 8. 謝辞

本研究にあたり、前山梨県会計責任者堀内久雄氏より多大なるアドバイスをいただきました。また、山梨県観光部観光企画・ブランド推進課おもてなし推進監数野一郎氏より資料の提供を受けました。ここに記して感謝いたします。

## 参考文献

- [ふるさと回帰支援センター 15] 認定 NPO 法人ふるさと回帰支援センター: ふるさと暮らし希望地域ランキング, [http://www.furusatokaiki.net/wp/wp-content/uploads/2015/02/2014ranking\\_release.pdf](http://www.furusatokaiki.net/wp/wp-content/uploads/2015/02/2014ranking_release.pdf) (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [JR 東日本 07] JR 東日本: 「山梨ディスティネーションキャンペーン」を開催します, [http://www.jreast.co.jp/press/2007\\_2/20080307.pdf](http://www.jreast.co.jp/press/2007_2/20080307.pdf) (2007), (2015年3月18日アクセス)
- [観光庁 09] 観光庁: 観光入込客統計に関する共通基準, <http://www.mlit.go.jp/common/000995211.pdf> (2009), (2015年3月18日アクセス)
- [Koo-fu 15] Koo-fu Collection ホームページ, <http://www.koo-fu.com/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [甲州市観光協会 15] 甲州市観光協会: 第50回甲州市ふるさと武田勝頼公まつり, <http://www.koshu-kankou.jp/ailec.event/2015-04-26> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [甲州市 15] 甲州市: 甲州市原産地呼称ワイン認証制度, <http://www.city.koshu.yamanashi.jp/sangyou/wine/sangyo/detail/甲州市原産地呼称ワイン認証制度>, (2015年3月18日アクセス)
- [南アルプス市 15] 南アルプスユネスコエコパーク: <http://www.minami-alps-br.org/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [NHK 07] NHK ドラマホームページ: 「風林火山」情報, [http://www.nhk.or.jp/drama/html\\_news\\_fuurin.html](http://www.nhk.or.jp/drama/html_news_fuurin.html) (2007), (2015年3月18日アクセス)
- [甲府市 15] 甲府市「花子とアン」推進委員会ホームページ: <http://www.city.kofu.yamanashi.jp/hanakotoanne/suishiniinkai/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [農林水産省 15] 農林水産省: 作況調査(果樹), [http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/sakkyou\\_kazuyu/index.html](http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/sakkyou_kazuyu/index.html) (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨日日新聞 15] 山梨日日新聞: 「花子とアン」165億円の経済効果, (2015), (2015年3月11日掲載)
- [帝国データバンク 12] 帝国データバンク: 特別企画: 2012年山梨県ワインメーカー動向調査, [http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s120301\\_28.pdf](http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s120301_28.pdf) (2015), (2015年3月23日アクセス)
- [宇都 07] 宇都 正哲, 岡村 篤: 高齢化社会における新たな居住スタイル-米国におけるカレッジリンク型 CCRC の展開-, <https://www.nri.com/jp/opinion/region/2007/pdf/ck20070702.pdf> (2007), (2015年3月23日アクセス)
- [Vargo 04] Vargo S.L. and R. F. Lusch: Evolving to a New Dominant Logic for Marketing, *Journal of Marketing* (2004), Vol.68. No.1, pp.1-17
- [山梨県 08] 山梨県: 山梨県観光振興基本計画, <https://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/documents/57792950106.pdf> (2008), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 11a] 山梨県: 山梨県産業振興ビジョン, <http://www.pref.yamanashi.jp/seisaku/documents/bijyonkansei.pdf> (2011), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 11b] 山梨県: おもてなしのやまなし観光条例, <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/documents/omotenashijyourei.pdf> (2011), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 12] 山梨県: やまなし観光推進計画～やすらぎと感動の山梨を目指して～, <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/120418yamanashikankousuisinkeikaku.html> (2012), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 13] 山梨県観光部: 中央自動車道笹子トンネル天井板落下事故による本県観光への影響調査結果, <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/documents/sasagojikoeikyochosakekkah24.12.pdf> (2013), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 14] 山梨県観光部: 山梨県入込客統計調査結果, <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/17390378357.html> (2014), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 15a] 山梨県観光部ホームページ: <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 15b] 山梨県統計データバンク: [https://www.pref.yamanashi.jp/toukei\\_e2/DB/EDH/dbhb01500.html](https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_e2/DB/EDH/dbhb01500.html) (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 15c] 山梨県: 第44回信玄公祭りホームページ <http://www.yamanashi-kankou.jp/shingen/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 15d] 女性を美しくする山梨県ホームページ: <http://yamanashibeauty.com/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県 15e] 山梨県観光企画・ブランド推進課ホームページ: <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [やまなし観光推進機構 15] やまなし観光推進機構: 富士の国やまなし観光ネット <http://www.yamanashi-kankou.jp/index.html> (2015), (2015年3月18日アクセス)
- [山梨県富士工業技術センター 15] 山梨県富士工業技術センター: <http://www.pref.yamanashi.jp/kaiki/index.htm> (2015), (2015年3月18日アクセス)