

文化資源を活用した文化観光の推進による地方創生に関する懇談会

事務局説明資料

令和6年9月11日（水）

文化観光を支える「土台（ベース）」の必要性・重要性

- 地域の人々が地域の魅力を実感したうえで、なぜ観光を受け入れるのか、誰に対して地域の何を伝えるために、どう活用していくのかを議論するプロセスこそが重要。
- 「文化観光において伝えるべき文化資源の魅力」を考えるにあたっては、来訪者に対して文化資源の価値を伝えるだけでなく、地域に対しても伝えることが重要。内部でしっかりとブランドを理解し共有することで、外部に対しても一貫したブランドメッセージを伝えることができる。
- 地域の人々は地域の良さを知らないことが多い。地域の人々が自分の地域の魅力を感じられていない状態では、外の人に来てもらいたい、知ってもらいたいというマインドにはなりにくい。地域の人々が価値を認識し、それを大切に思ったり、使ったり、消費したりというベースが必要。
- 地域の価値を見つける作業は、時間がかかるもの。外の人から教わればよいというものではなく、文化財の所有者や地域住民自らが、今後のまちづくりも見据えてしっかり考えることが必要。

文化資源の魅力を来訪意欲の増進や満足度向上に繋げる方法

- 文化財保存活用地域計画や日本遺産で、ある程度地域ごとのストーリーは整理されているが、旅行者目線に立つと、さらに広域で考える必要もあるのではないかと。例えば、京都からどうやって福井に足を運んでもらえるか。
- 環境省が国立公園で取り組んでいるインタープリテーションという手法が文化資源の価値を伝える際にもうまく活用できるのではないかと。

懇談会（第1回）における委員の主な意見

幅広いステークホルダーとの連携促進

- 文化庁が進める文化観光としては、より広いステークホルダーと価値の整理が必要だろう。文化観光から得られる効果や価値は、直接的な経済価値にとどまらない地域経済全体への波及効果や高付加価値化、さらには経済的に計ることが困難なシビックプライドの強化など様々だ。文化観光をプラットフォームとして、各ステークホルダーが価値をバランスよく得られるようデザインすることが求められる。
- 「まちづくりとの連携促進」については、地域に入って実装のために動けるようなコーディネーターやファシリテーターが必要となり、その導入手法の検討が求められる。
- 京都検定は少なくとも7万人以上が3級を取得している。こうした人たちにガイドとして活用してもらうための指針作りもあってよいのではないか。

既存事業の分析の必要性

- なぜ文化庁の課題認識と実際の補助事業や制度設計との間に齟齬が生じてしまうか分析が必要。
- 補助金を交付して取り組んだ事業でも継続できていないケースが多い。上手いこと事例、上手いかなかった事例をしっかり分析して、原因解明をすべきと思う。

官民の役割分担を意識した検討

- 官が必要以上に入ることによって地域に不具合が生じる可能性もあるだろう。文化庁が国として何をやるべきなのかということを念頭に検討を進めるべき。

文化観光を支える「土台（ベース）」の必要性・重要性 ※再掲

- 地域の人々が地域の魅力を実感したうえで、なぜ観光を受け入れるのか、誰に対して地域の何を伝えるために、どう活用していくのかを議論するプロセスこそが重要。
- 「文化観光において伝えるべき文化資源の魅力」を考えるにあたっては、来訪者に対して文化資源の価値を伝えるだけではなく、地域に対しても伝えることが重要。内部でしっかりとブランドを理解し共有することで、外部に対しても一貫したブランドメッセージを伝えることができる。
- 地域の人々は地域の良さを知らないことが多い。地域の人々が自分の地域の魅力を感じられていない状態では、外の人に来てもらいたい、知ってもらいたいというマインドにはなりにくい。地域の人々が価値を認識し、それを大切に思ったり、使ったり、消費したりというベースが必要。
- 地域の価値を見つける作業は、時間がかかるもの。外の人から教われればよいというものではなく、文化財の所有者や地域住民自らが、今後のまちづくりも見据えてしっかり考えることが必要。

地域の人々は自分の地域の良さを知らないことが多い

一方で、外の人から教わればよいというものでもない



では、地域の人々が地域の魅力を発見・実感するためには、
どうしたら良いのか…？