

# 情報化時代の観光まちづくり

～松山市を例に～

Making in the sightseeing city in the Becoming information-oriented Times  
Using Matsuyama-City as an Example

飯 野 公 央

IINO Kimio

## はじめに

疲弊する地域を再生させる手段の一つとして、観光（交流）による地域再生が注目を集めている。観光は、旅行業、運輸業、宿泊業、飲食業等の観光関連産業に加え、農林水産業や商工業等の幅広い産業の生産や雇用に大きな波及効果をもたらすと同時に、地域経済の活性化に寄与する有力な産業の一つとして期待されているからである。

ところで、日本政府も2002年、「グローバル観光戦略」、いわゆる「観光立国」構想を発表した。そして翌2003年からは「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開し、2010年までに訪日外国人観光客を1,000万人にする目標を掲げ、施策を展開している。

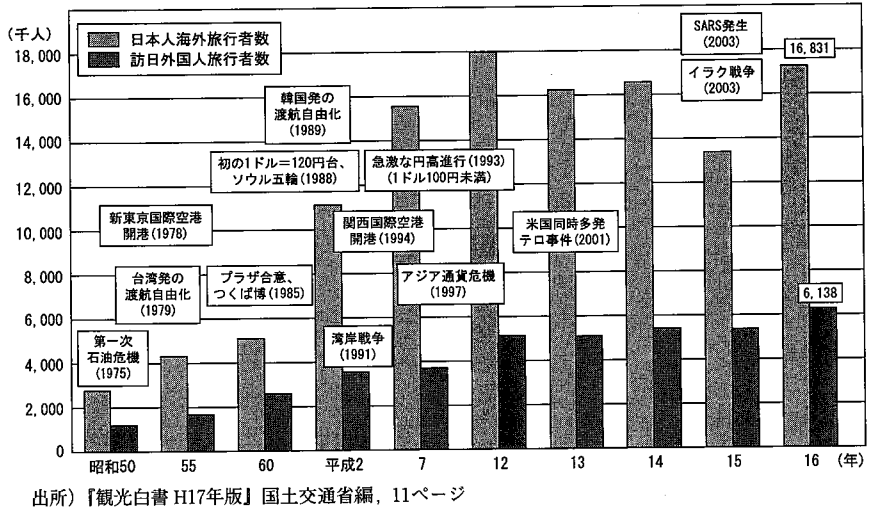
政府が外国人観光客を増やそうとしている背景の一つは、図1に見られるように、プラザ合意後の円高・ドル安によって日本人の海外旅行が急速に拡大し、訪日外国人との差が1,000万人にも達しているからである。世界観光機関の調査によると、我が国の観光における国際収支は250億ドルの赤字と考えられており、円高の進行による日本人の海外旅行の増加は、他方で国内観光地での客足減少

---

キーワード：まちづくり (City Planning)、観光 (Sightseeing)、  
情報化 (Information-Oriented)、文学 (Literature)

と地域経済の衰退を招いているのである。そこで、海外からの観光客を増加させ、国内経済への寄与度を高めようというのが政府の狙いである。

図-1 訪日外国人旅行者数及び日本人海外旅行者の推移



ところで、昨今の観光まちづくりにおいては、一過性のイベントによって人を集めるのではなく、地域固有の歴史や文化を活かし、新たな創造的空間を作り出すことに力点が移ってきている。このような「創造都市」への関心が高まる背景には、経済社会のグローバル化という大きな流れの中で、多くの地方都市が地域産業の空洞化や中小企業の倒産などの危機に直面しているばかり、中央政府の財政再建のために従来のような中央からの補助金によって地方の再生を図ることが困難となり、地域が本来持っていた文化や産業を創造する力の回復こそが地域再生の鍵だとの認識が広がっているためである<sup>1)</sup>。

このような流れを受け、島根大学においても萌芽研究として、「山陰地方における歴史・文化資源の発掘と活用に関する研究プロジェクト」を発足させ、地域資源を活用した地域再生策の研究に着手したところである。本稿は、その作業の一環として行った、愛媛県松山市における「坂の上の雲を軸とした21世紀のまちづくり構想」の調査報告の一部である。松山市は、松江と同じく歴史文

化の薫る城下町と温泉を中心とした観光業を主要産業とし、交流人口の増加による地域再生に取りくんでいる。特に、司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』を題材にしたまちづくりは、小説のコンセプトをまちづくりに活かす我が国初めての試みとして、また、まちづくり観光にITを積極的に導入している事例としても注目されている。

## I. 観光振興による地域再生

### 1. 日本経済のグローバル化と観光振興

1985年のプラザ合意による急激な円高と日本企業が急速にグローバル化を進めたことで、国内の産業空洞化と地域経済の衰退が顕在化した。フルセット型の産業構造を構築し、製造業の国際競争力を維持していた日本経済にとって、急激な円高は産業構造の転換を迫るものであった。とりわけ生産拠点の海外シフトは、企業誘致によって地域開発を進めてきた地方自治体にとっては大きな痛手となった。また、80年代には地方においても人口の少子高齢化が進行し、企業誘致が労働力不足からむずかしくなっていた時期でもあり、プラザ合意は地方における産業の空洞化を加速させることになった。さらに、円高は安価な農産物や木材などの輸入を急増させ、農林業者の経営を圧迫した。このため中山間地域では、農林業振興による地域活性化は困難を極めることとなった。

ところで、従来ならばこのようなグローバル化の影響は中央政府による移転支出によって緩和されるのが普通であった。不況期の公共事業によって地域の雇用が維持されてきたわけである。ところが、2007年には国債残高が800兆円を突破し、国は財政再建を優先するあまり、公共事業費を大幅にカットした。そのため、公共事業に依存していた建設業界は深刻な不況に見舞われ、自治体も新たな雇用の受け皿作りが重要な課題となっているのである。

このように地方においては製造業、農林水産業、建設業に代わる新しい産業の創出が求められており、とりわけ観光産業に高い期待が集まっているのである。

## 2. 観光産業の経済波及効果

地域再生にとって観光産業がなぜ重要なのかをもう少し詳しく整理しておこう。

観光産業は主に旅行産業であるが、総合産業であるとしばしば指摘される。旅行では移動に交通機関を利用し、ホテル・旅館に宿泊をする。美術館や博物館を鑑賞し、時にはテーマパークへ入場する。さらに飲食店での食事やおみやげに地元の農産物やその加工品、特産品などを購入する。このように考えると、観光客の消費行動は一次、二次、三次産業のいずれにも深く関わっており、観光関連産業の地元集積の度合いがその地域への経済波及効果を左右することがわかる。つまり、観光振興は、その裾野の広さから、地域経済への波及効果が十分期待される産業だということである。

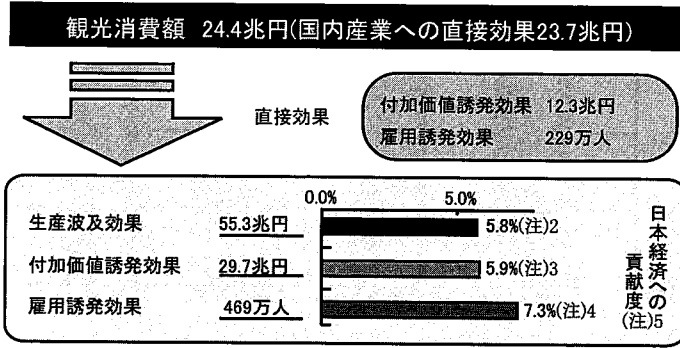
ちなみに国土交通省は2003年度から「旅行・観光消費動向調査」を実施し、観光消費の経済波及効果を推計している<sup>2)</sup>。図2は観光が経済全体にもたらす経済効果を推計したものである。これによれば、2005年度の国内観光消費額は24.4兆円、それがもたらす直接効果は、付加価値誘発額が12.3兆円、雇用誘発効果が229万人である。さらに産業連関がもたらす間接的な効果を含めた生産波及効果は、生産波及効果55.3兆円、付加価値誘発効果29.7兆円、雇用誘発効果469万人と推計している。

次に経済波及効果を産業別に推計した図3をみてみよう。これによれば、観光消費は、観光関連産業への直接的な経済効果をもたらすとともに、間接的に国内の幅広い産業へ生産波及効果をもたらしている。特に、運輸業8.32兆円や宿泊業4.45兆円など、観光に直接関係する産業への効果が大きい。それ以外の食料品産業3.88兆円、飲食業3.07兆円、小売業2.91兆円、農林水産業1.28兆円となっており、雇用効果をみても、小売業71.8万人、農林水産業53.8万人など、運輸業、宿泊業のみならず、農林水産業、食料品、小売業など他産業への波及効果も大きいことがわかる。

生産誘発係数を比較した図4をみても、観光がもたらす生産波及効果は、公共事業、科学技術関連投資、情報化投資と比べても遜色ない効果を持っていることがわかる。

グローバル化と産業の空洞化に悩む地方を再生する手段として観光振興に期待が寄せられるのはこのためである。

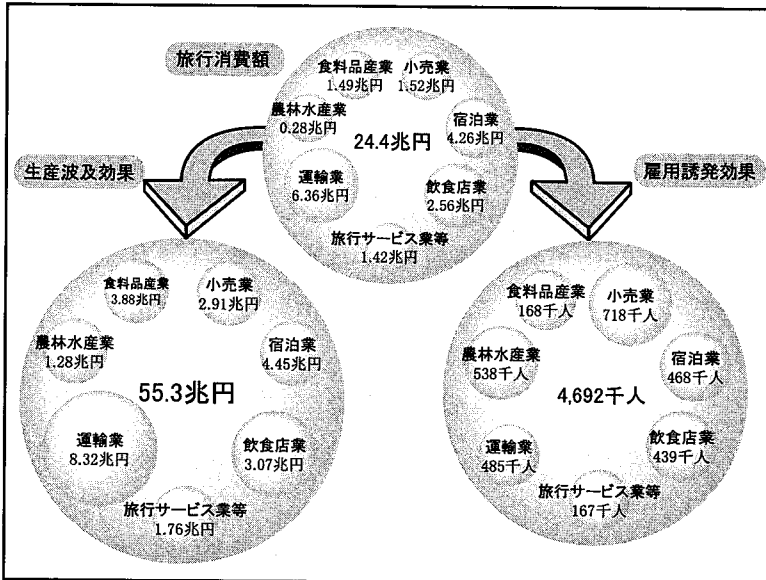
図-2 我が国経済への貢献（経済効果）



- (注) 1 国土交通省「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅳ」による  
 2 産業連関表国内生産学949.1兆円に対応(平成12年)  
 3 国民経済計算における命国GDP503.4兆円に対応(平成17年度)。  
 4 国民経済計算における就業者数6,404万人に対応(平成17年度)。  
 5 ここで言う貢献度とは全産業に占める比率をいう。

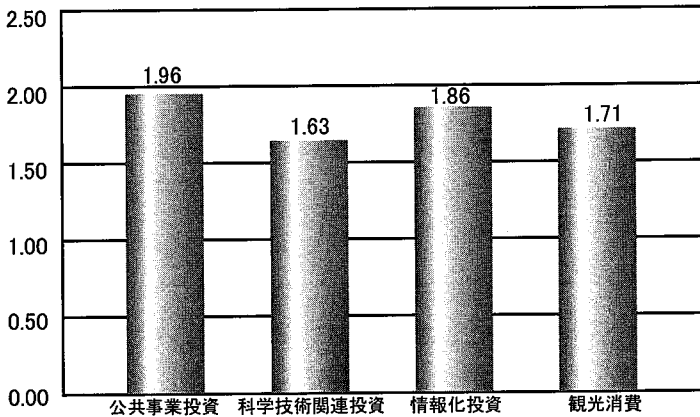
出所)「観光白書 H19年版」国土交通省編, 8ページ

図-3 産業別経済効果



出所) 図2に同じ

図-4 生産誘発係数の比較



- (注) 1 公共事業投資は、建設省「建設白書2000」による。  
 2 科学技術関連投資は、科学技術庁科学技術政策研究所「研究開発関連政策が及ぼす経済効果の定量的評価手法に関する調査(2002)」による。  
 3 情報化投資は、総務省「平成14年版情報通信白書」による。

出所) 図2に同じ

### 3. 観光行動の変化とまちづくり観光

所得水準の上昇と成熟社会の到来は、日本人の観光行動に大きな変化をもたらしてきた。特に団体旅行から個人や家族、友人といった小グループによる旅行に変化したことによって、従来の名所旧跡をめぐる物見遊山的な観光から、地域固有の歴史文化や自然を訪ね、地域の人々との交流や体験を通じて新たな情報を獲得するものへと旅行目的が変化している。

そのため、最近では町並みや景観あるいは独自の暮らし方など、地域固有の文化が観光客を引きつけている。こうした旅行者を引きつけリピーターを生み出す地域固有の文化は、当該地域に暮らす人々の日々の営みによって保存・継承されている。その意味で、観光政策は単なる観光業振興の域を超えて、地域に暮らす人々の生活を豊かにし、地域固有の文化を維持・創造するまちづくり活動そのものに発展していくことになる。

そこで時節では、新たなまちづくりのコンセプトを基に観光振興に乗り出した松山市の取り組みを検討してみたい。

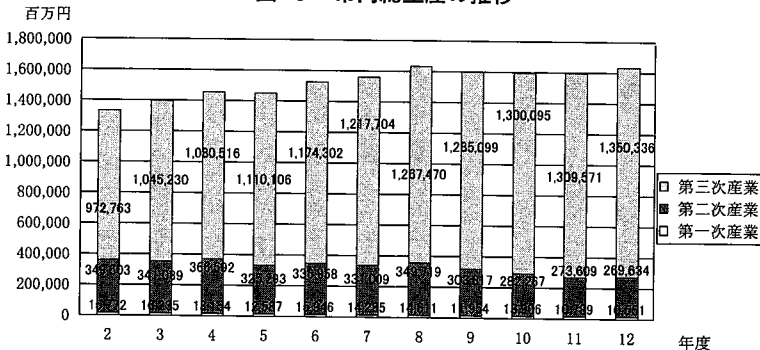
## Ⅱ. 松山市の観光振興とまちづくり

### 1. 松山市の概要

松山市は愛媛県のほぼ中央に位置する人口約51万人を有する四国最大の中核都市である。また、道後温泉や国の重要文化財である松山城、正岡子規や夏目漱石に代表される文学、そして四国遍路など、文化の息づく「国際観光温泉都市」として多くの観光客を受け入れている。

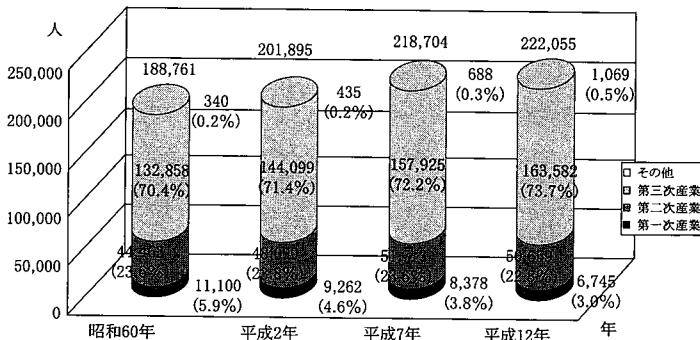
同市の経済を見ると、2000年度の市内総生産の約83%が第三次産業で、第一次産業と第二次産業は低迷している（図5）。また、産業別就業者（図6）及び市内事業所数（図7）においても、同様の傾向を示しており、第三次産業を支えている観光産業の浮沈が地元経済を大きく左右する構造となっている。

図-5 市内総生産の推移



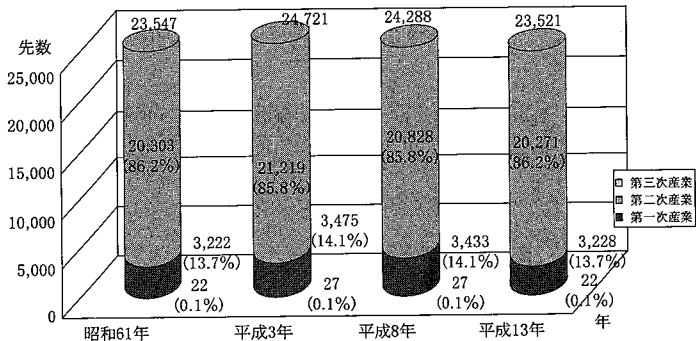
出所)「松山市地域再生計画業務支援報告書」株式会社いよぎん地域経済研究センター、4ページ

図-6 産業別就業者数の推移



出所) 図5に同じ

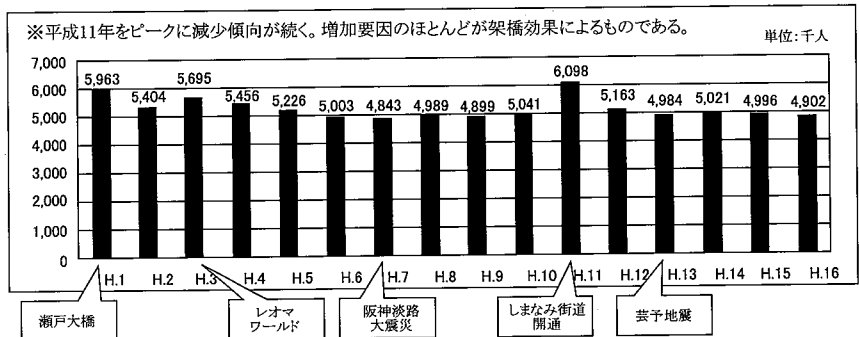
図-7 市内事業所数の推移



出所) 図5に同じ

それでは、昨今の松山への観光客数の動向はどうだろうか。図8は、1989(H1)年以降の推移を示している。89年と99年の増加は瀬戸大橋としまなみ海道という架橋効果によるもので、観光客数は99年をピークに減少傾向が続いており、地域経済への影響が懸念されている。一時的ではない息の長い観光振興策が求められているのである。

図-8 観光客数の変化



出所)「松山市観光振興計画 H18年8月」40ページ

そこで、物語のある観光地としての魅力を高めるため考えられたのが、「坂の上の雲を軸とした21世紀のまちづくり」構想であった。



## 2. 「坂の上の雲を軸とした21世紀のまちづくり」構想

1999年松山市長に就任した中村時広氏は、「松山らしい」まちづくりとして、『坂の上の雲』を軸としたまちづくり構想を掲げた。中村市長は、正岡子規、秋山好古、秋山真之の主人公が登場する司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』を題材に、物語の舞台となった明治時代の再評価を土台に4つのまちづくり基本理念<sup>3)</sup>を構築するとともに、松山全体を屋根のない博物館（フィールドミュージアム）に見立て、小説ゆかりの地や歴史・文化・景観など地域にある有形無形の財産を再評価し、それらを有機的に結びつけながら、回遊性・物語性のあるまちを作り出そうとしている。こうした基本コンセプトのもと、官民が一体となって既存の地域資源を活かし、物語性のあるまちをめざすのが、「坂の上の雲を軸とした21世紀のまちづくり」構想である。

具体的には松山城がある中心部を「センターゾーン」、道後温泉、三津浜など明治時代の史跡や施設、『坂の上の雲』にまつわる事物が集中する地域を「サブセンターゾーン」、子規堂やロシア人墓地など市内に点在する史跡を「サテライト」と位置づけ、この間を結ぶ回廊型の導線を確立しネットワーク化することによって物語性のある観光都市を構築しようとするものである。

図-9 「坂の上の雲」フィールドミュージアム構想図



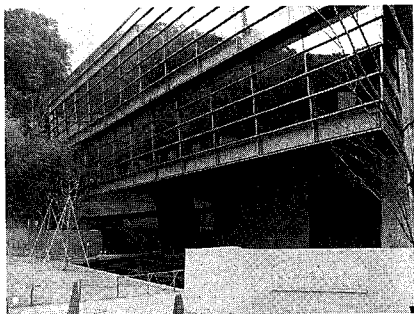
出所) 松山市勢要覧より

### 3. 『坂の上の雲』を軸とした観光まちづくりの課題

『坂の上の雲』のまちづくりは、小説で描かれた子規や秋山兄弟の足跡をたどることで、明治に新時代を切り開こうと努力した先人の知恵と誇りを今一度市民の心に呼び戻し、日本一のまちづくりを目指そうとするものといえる。

しかしながら、こうした取り組みを進めるにあたり、解決しなければならないいくつかの課題があった。第1は、市内各地域に点在する貴重な史跡等の観光資源を十分に活かしているか。第2は、先人たちの足跡を結ぶ動線を市民や観光客に明確に示しているか。第3は、効率的な回遊のための案内ができていくかであった<sup>4)</sup>。

そこで、松山市は、既存の観光施設の活用や機能を強化するとともに、新たな施設として坂の上の雲ミュージアムの建設やロープウェイ通りの景観整備だけでなく、ITを活用した観光案内事業、伊予鉄道を活用した回遊動線の整備を行った。



坂の上の雲ミュージアム (左) とロープウェイ通りの景観整備 (右)

### 4. ITを活用した観光案内事業

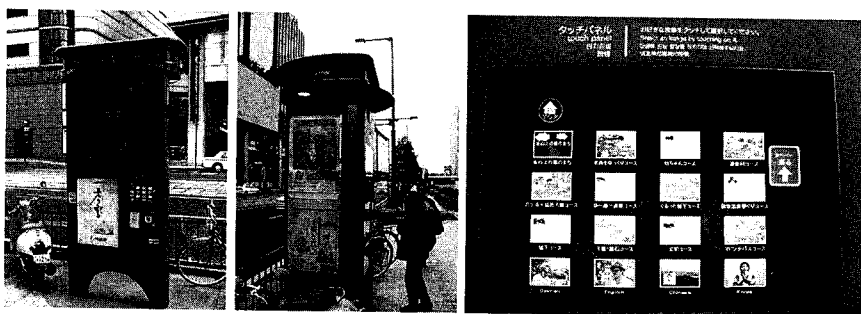
松山市は、全国に先駆けて市内全域に3,000kmの光ケーブルを敷設し、どこからでも高速大容量の通信が可能な基盤整備を進めてきた。この貴重な資源を観光等に活かそうとすすめられているのが、ITを活用したまちかど案内情報発信事業(帽子型「端末案内人」まつやまインフォメーション)である。

この事業は、まち中の13カ所のにぎわい交流施設や道路空間に、写真のよう

な帽子型「端末案内人」を設置し、映像画面から流れる動画やタッチパネル式で、坂の上の雲フィールドミュージアムの地域資源を始め、観光情報やイベント情報、飲食店の割引情報、災害・緊急時の避難誘導さらには地元企業や商業者の販売促進広告を提供するという官民総合案内情報を発信する全国初の取り組みであり、市民生活の質の向上はもとより、地元企業の活動促進につながるものとして期待されている。

このような街角での充実した案内情報の提供は、観光客などまちに不慣れな外来者の満足度を高めるだけでなく、市民にとっても地域の様々な情報に触れる機会を提供し、利便性の高く安心なまちを実感することができる。

さらに、道路空間に設置される「端末案内人」には、ポスターの掲示が可能で、屋外広告物の氾濫を防止し、良好な景観形成にも役に立つと期待されている。



帽子型「端末案内人」の正面には動画画面や掲示板、タッチパネル式の案内があり（左）、側面にはポスターなどが貼られている（中央）。タッチパネルでは、坂の上の雲に関する情報だけでなく、複数言語による観光案内などを聞くことができる。

## 5. 伊予鉄道の取り組み

まちづくりは自治体のみで達成できるものではなく、住民、企業、行政の継続的な取り組みと連携が不可欠である。坂の上の雲のまちづくりを進めるに当たり、観光客の動線を結び効率的な回遊を実現するためには、移動手段の確保は避けて通れない問題であった。そしてこの課題に取り組んだのが、地元伊予鉄道である。

### ①「坊ちゃん列車」の復元運行

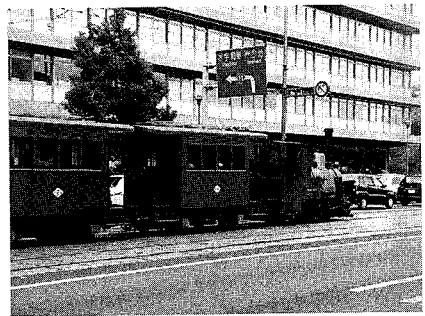
1906（明治39）年、夏目漱石の松山中学での体験をベースに書かれた小説『坊ちゃん』が発表された。その中で、主人公坊ちゃんが松山に初めて汽船で到着した場面に次のような描写がある。

「停車場はすぐ知れた。切符も訳なく買った。乗り込んでみるとマッチ箱のような汽車だ。ごろごろと5分ばかり動いたと思ったら、もう降りなければならない。道理で切符が安いと思った。たった三銭である。」<sup>5)</sup>

この時主人公坊ちゃん（漱石）が乗った汽車が、現在の伊予鉄道高浜線である。漱石の小説以来、伊予鉄道の蒸気機関車は「坊っちゃん列車」という愛称で親しまれたが、1954年に惜しまれながら廃止された。しかし、その復活を望む声は廃止直後からあがっていた。そして、松山市が『坂の上の雲』のまちづくりを基本構想に掲げたことで、その動きは一気に加速することになる。やがて、松山市、産業界、地域住民等の強い要望を受け、2001（平成13）年、市内軌道線での営業運行が実現し、「坊っちゃん列車」が復活したのである。

### ②新生「坊っちゃん列車」の特徴

「坊っちゃん列車」の復活にあたり、伊予鉄道ではプロジェクトチームを発足させ、「忠実に本物と同じものを復元する」というコンセプトで望んだ。実際には環境面への配慮（市街地で黒煙を排出させる蒸気機関車の運行は困難であるため機関はディーゼルとしたが、蒸気の排出や汽笛などの演出が施されている）や安全面での基準は現行の規則に従わざるを得なかったが、それ以外の外観や木製の車内など、細部にわたり当時と同じ車両の復元が行なわれた。もちろん乗務員の服装等も当手を再現したものとなっている。



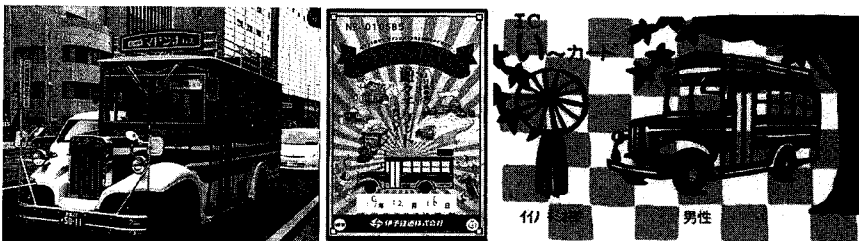
このように、可能な限り当時を忠実に再現した「坊ちゃん列車」は、乗り心地は決してよいものではないが、夏目漱石や正岡子規などが愛用したであろう当時を体感できる列車として、年間約15万人の乗客を運んでいる。

### ③伊予鉄道のまちづくり

伊予鉄道は、1887（明治20）年の創業以来、松山市民の移動手段である鉄道・軌道・バスを運行する民間交通事業者であり、公営交通を持たない松山市の公共交通を担っている。

伊予鉄道では、松山市がすすめる『坂の上の雲』を軸としたフィールドミュージアム構想に基づき、先にふれた「坊ちゃん列車」の復元運行だけでなく、市内に多数存在する観光資源を結ぶ交通アクセス面においても、歴史文化との調和を図っている。

ところで、伊予鉄道のユニークな取り組みとして注目されるのが、「ICい〜カード」である。全国の地方都市と同じく松山においても渋滞は大きな社会問題であり環境問題でもある。そこで、公共交通の利便性を高め、車に依存しない環境に優しい観光を目指しているのが伊予鉄 ICい〜カードである。このカードは、購入時に一定金額をチャージすることで、郊外電車、市内電車、路線バス、伊予鉄タクシー、主要観光施設の入場料さらには伊予鉄グループの百貨店、加盟店、一部自動販売機で利用できるもので、使うたびに約10%の割引が受けられる。自動車から公共交通へのシフトによって渋滞が緩和されれば、観光客にとっても、また住民にとっても住みよい町に近づくことになる。



マドンナバス（左）と1 day チケット（中央）、ICい〜カード（右）

観光のまちづくりでありながら、その目指す先には、住民の利便性の向上と環境に配慮した生活水準の向上とが、伊予鉄道の目指すべき『坂の上の雲』として意識されているのである。

### Ⅲ. おわりに

以上みてきたように、「坂の上の雲」のまちづくりは、松山市の経済構造を前提にした観光振興策という側面を持つと同時に、官民が一体となってITを活かした観光を推し進めることで、新たなまちづくりに展開する可能性を持っていることがわかった。小説のコンセプトをまちづくりの理念とし、実践する松山の試みは、住民のまちづくりへの参加意識を喚起し、創造的環境を作り出すことに文化政策が極めて有効な手段であることを物語っている。

ところで、『坂の上の雲』のまちづくりを支援する交流拠点であり、情報発信基地である、「坂の上の雲ミュージアム」が2007年4月にオープンした。これから本格的なまちづくりが進むものと期待されるが、最後に、これまでみてきた取り組みから、今後の課題をいくつかあげておきたい。

第1は、行政主導で、しかもハード先行でまちづくりが進んできている現状から、どのようにして市民の参画と協働のまちづくりへ移行するかである。ミュージアムでは、公開講座やリレー朗読会など、住民参加による取り組みが進められており、またボランティアによる観光ガイドやまちなか清掃なども行われているが、重要なことは、新たな創造性の芽が生れてきているかどうかである。松山市では「みんなでつこうみんなの松山」をスローガンに、NPOと大学とのネットワークを構築し、若い人材がまちづくりに関わる機会を創出している。こうした将来に向けた人材育成にこれからも力を注いでいく必要があるだろう。

第2は産業構造の多様性と重層性である。観光のまちとして、従来からの一次産業を含む産業集積を進めることと並んで、新たな産業集積をいかに作り出すかが重要な課題である。国際間、国内都市間で観光客の激しい争奪戦を繰り広げている現状を考えると、松山が突出して観光客を集めるのはそう優しいことではない。それゆえ観光に依拠しながらも新たな産業集積を模索する必要が

あるだろう。

第3は周辺地域との連携である。愛媛県内には別子銅山（産業近代化遺産）の鉱山跡地を活かしたまちづくりや、内子町の伝統的な町並みを活かしたまちづくりなど、いわゆる「まちづくり型」観光が集積している。こうした周辺地域との連携を強化し、相乗効果をいかに高めていくかも大きな課題といえよう。

今回の調査では、松山市役所ならびに伊予鉄道の担当者から資料の提供をはじめ便宜を図っていただいた。感謝申し上げる。

なお、本稿は島根大学萌芽研究プロジェクト「山陰地方における歴史・文化資源の発掘と活用に関する研究」及び山陰研究センタープロジェクト「ITを活用した地域産業振興」の成果の一部である。

- 1) 詳しくは、佐々木雅幸・総合研究開発機構編『創造都市への展望～都市の文化政策とまちづくり』学芸出版、2007年を参照。
- 2) 推計方法ならびに結果については、国土交通省総合政策局観光経済課「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅶ」2007年3月として公表されている。
- 3) 「坂の上の雲」まちづくり基本構想に示された4つの基本理念とは以下の通りである。
  - ① 理想を追求する姿勢としての「若さ」「明るさ」
  - ② 知識情報を「集め」「比較する」ことによる独自の価値観の創造
  - ③ 先例にとらわれず合理的に解決していく「リアリズム」と「合理性」
  - ④ 生涯学び続ける姿勢と人のつながりを大切にする「励む」「励ます」松山市坂の上の雲まちづくりチーム  
<http://www.city.matsuyama.ehime.jp/sakakumo>
- 4) 松山市「松山市観光振興計画～いで湯と城と文学のまちの発展を目指して」2006年8月、52ページ。
- 5) 夏目漱石『坊っちゃん』新潮文庫、1950年、20ページ。

## 【参考文献】

- 池上惇・木暮宣雄・大和滋『現代のまちづくり～地域固有の創造的環境を～』丸善ライブラリー、2000年
- 後藤和子編『文化政策学』有斐閣、2001年
- (株)いよぎん地域経済研究センター「松山市地域再生計画業務支援報告書」2006年6月
- 国土交通省編『平成17年版観光白書』国立印刷局、2005年
- 『平成19年版観光白書』国立印刷局、2007年
- 内閣府「観光立国懇談会報告書」2003年4月
- 「観光立国推進基本計画」2007年6月

伊予鉄道株式会社 <http://www.iyotetsu.co.jp/>  
松山市 <http://www.city.matsuyama.ehime.jp/>