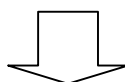


河内長野市 観光まちづくりへの提案

2011年3月
近畿観光まちづくりアドバイザー会議

【提 言】

河内長野市は、市内に国宝が6、国重要文化財が77あり市町村単位では全国で12番目の数を誇る。近鉄と南海が乗り入れ交通アクセスも良好であり、なおかつ世界的な観光資源である高野山への参道的な役割も古くから担ってきた。隣村ではあるが、多くのハイカーを惹きつける金剛山や葛城山、楠木正成との縁が深いことなど、他市や他地域から見れば観光資源の質、量ともに優位性を誇る要件が整っていると言える。しかしながら、歴史的な文化財にあっては京都や奈良に近い上、弘法大師に関わる点でも高野山が至近距離にあり、市内の観光資源を直接的にアピールする正攻法では埋没してしまっているのが現状だ。そこで、アドバイザー会議では歴史や文化財など観光資源を活用しながら高野街道を軸線とする独自性の高い観光まちづくりの方策を考察することとした。

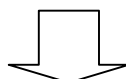


観光まちづくりの方策を考えるに当たって、河内長野市のポジショニングを明確化することが必要だと考えた。前述の通り、歴史観光や文化財、町並み等において個々の資源だけでは周辺地域との差別化を図り、独自性を発揮することは困難である。また、トレッキングやハイキングなど自然を前面に打ち出しても近隣地域との差異、地域性を明確化するには至らない。そのため、複数の観光資源を組み合わせることによって河内長野市らしさ、価値を創出したいと考えた。大阪ミュージアム構想で重点的に整備される高野街道を中心に据えながら、市内の資源を編集し「歩きたくなるまち」の構築を提案したい。大阪市内からのアクセスの良い反面、市内の観光2次交通、駐車場の整備が遅れており「歩く」しかない。いかにして来訪者を歩かせるか、それが河内長野観光のポジションを明らかにすることになり、ひいては河内長野市の観光まちづくりにもつながると考える。

その端緒となるものとして、近畿観光まちづくりアドバイザー会議では次項以下の提案を行う。

○STEP 1 【現状分析と推進体制づくり】

現地視察で、市全体のプラスイメージとして委員から挙げたのは「歴史と文化」「大阪市との近接さ」「ガイドの熱心さ」などだった。観心寺、金剛寺、南天苑、西條酒造などは40代以上のシニア層に魅力的な施設が多いとの評価もあった。市域が広い金剛山などの自然観光のほか、視察では訪れていないが関西サイクルスポーツセンターなどを河内長野のプラスイメージと捉えることも十分に可能だ。だが、アドバイザー会議ではこうした資源一つひとつにスポットを当てるのではなく、「まち歩き」をテーマにプラスイメージをさらに高めるべきだと考える。これは、各委員が共通してマイナスポイントとしていた2次交通の悪さを「歩き観光」によって解消しようとする試みでもある。対処療法的に2次交通を整えるのも一つのやり方だが、ガイドの熱心さなどを利用しながら河内長野観光のスタイルを確立することにもつながるのではないかとともに考える。



まち歩きをテーマとする上で、河内長野のウイークポイントは「食」である。南天苑の食事は委員の間でも好評だったが、まち歩きで大きなウエイトを占める食の選択肢としては少ないと言わざるを得ない。河内長野荘や南天苑を食事場所とするまち歩きコースの設定も考慮しながら、大阪ミュージアム構想で町並みを整備するに当たって、スポット的に休憩や軽食が食べられる場所の設置を提案したい。河内長野駅に新たに設けられる観光案内所で「まち歩き弁当」などを販売することも考えていい。いずれにせよ「食」は、まち歩きの誘引要因になる上、来訪者の消費を促す意味でも重要であると指摘しておきたい。

また、高野街道を歩いたであろう弘法大師や楠木正成、幕末の天誅組など人物にスポットを当てることによって市内の他の観光資源を絡めたまち歩きを設定できたり、女人高野と称せられる金剛寺へ女性の願いを成就するまち歩き、石畳まち中サイクリング、河内長野駅前から高野山までのウォーキングなど様々なまち歩きスタイルも考えられる。

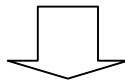
4年後の2015年に「高野山開山1200年」を控えている。その際、河内長野から歩き遍路で高野山詣でをしたり、参拝来訪者が河内長野への立ち寄ることを選択肢として位置づけられること目指したい。

その意味で、今後4年間で河内長野のまち歩きに価値観を生じさせるよう、視察時の皆さんや観光ボランティアガイド、まち歩きを企画運営するプロデューサーを中心に農業、商業、地場産業関係者からなる協議会を組織化し、河内長野でしか楽しめないまち歩きを創りあげてほしいと思う。

○STEP2 【地域観光資源の分析と活用の方向性】

これまで指摘した通り、河内長野ならではの「まち歩き」の形成から観光資源を分析、活用することを考えたい。STEP 1 では、人物をテーマにしたまち歩きや、女性などターゲットを明確にしたまち歩きを例として挙げてみた。言うまでもなく、漠然とまち歩きとただけでは訴求力は持たない。誰を呼びたいのか、誰にどう歩いてもらいたいのかを明確にしなければならない。

そのことによって、対象となるターゲットに訴えたい観光資源の組み合わせ、コース設定、まち歩きテーマが決まっていくと考える。



視察後、委員が高野街道に関して提案したものを列記してみる。

- ・ 賑わい演出
 - 参加体験プログラムの実施▼ライトアップ事業▼モビリティサポート▼高野山とのつながりを意識
- ・ 町並み整備
 - 遊休している蔵、空家を活用した資料館、休憩所整備▼駐車場整備やパークアンドライドの導入▼鉄道、車利用者個別にまち歩きの動線を構築（案内板の整備など）▼まち歩き情報のワンストップ化

ーなどがあがっている。まち歩きが河内長野観光に定着、周知できるまでは市民向けのインナープロモーションを含め賑わい創出のイベントが必要だろう。その中には、市内の農家や商工事業者らが参加、出店する「街道市」のようなものを実施し、オール河内長野で取り組む高野街道の賑わいづくりという気運を高めたい。その結果、近郊者のみならず遠方から来市することにつながるだろう。

西條酒造と周辺の住民で取り組んでいる杉玉を軒先にぶら下げるのは鳥取県智頭町でも実施している。町並みのサインの役割も果たし、統一感のあるイメージを来訪者にアピールできる。地区によっては暖簾で統一したり、花の文化園が取り組んでいるテラコッサドルを並べる集落があってもいい。ライトアップについては、住民が竹を切り出してロウソクを灯したり、観光客も灯籠づくりに参加しながら楽しめるものでもいい。

いずれにせよ、まち歩きを行政や観光事業者だけの事業とはせず、市民とともに盛り上げ進めていく仕掛けをつねに前提に置き取り組みたい。

○STEP3 【商品化とマーケティング】

観光まちづくりのテーマとして掲げた「まち歩き」の商品化を考察してみたい。前述のSTEP1、2の通り、市民に当事者感覚をもってもらい2015年の高野山開山1200年に向けた仕掛け、イベントを主とする。近鉄、南海沿線の近郊客誘致から取り組み、発信力を高めつつ徐々に誘客エリアを広げていく。もちろん、この中には毎年10月に開催されている「高野街道まつり」、西條酒造で取り組んでいる「ホテル鑑賞」など既存イベントの活用も含んでいる。いずれにせよ、マーケットニーズに対応するというよりも、市民が参画し楽しむことを目的としながら、対外的なマーケットに河内長野市側から積極的にアプローチをかけるイメージで取り組みたい。

○イベント

【高野街道 食うかい（空海）ウォーク】

街道沿いに食べる場所が少ないのであれば、それをイベント化してしまえばいい。河内長野駅から三日市までの間を西條酒造などの常設店をはじめ、民家の軒先や空家に露店を並べる。出店は市民でもいいし、農業や商業など事業者でもいい。河内長野市の姉妹交流都市などからも出店を募る。月に一度、四季ごとなど定期開催ができれば、なおいいだろう。

【光夜街道】

高野街道をライトアップ。西條酒造で映画上映会、所々で街角コンサートなども実施。灯籠は市民、来訪者の手づくり。竹灯籠のほか、思い思いの絵や字を書いた紙灯籠を街道沿いに並べる。市内にある提灯店と連携し、提灯を片手に夜のまち歩きを楽しむ。

【高野詣で】

江戸時代など多くの人が高野山を目指して往来したであろう当時を再現する。河内長野駅から実際に高野山まで歩く。大阪市内や京都市内のホテルにポスティングするなどしてフランス人など訪日外国人観光客も誘致する。要所、要所のエイドステーションは市民が運営し、特産の果物などを支給する。

【高野街道スポーツ観光】

町並みを自転車でめぐったり、本格的なサイクリングレース（ツール・ド・奥河内）、高野街道を起点に紀泉山脈をトレイルするマラソンなどを実施する。

○2次交通

河内長野市の路線バスは河内長野駅を起点に放射線状に路線網が形成されているが、各路線を横串にする環状バスを試験運行したい。また、路線バスを有効利用できるよう観光

客向けに「路線バスガイド」を配布するのも有効だ。山陰西部の松江市や米子市、福井市で行われており効果を上げている。

○観光ルートづくり

【奥河内の細道】

河内長野市が観光PRのキーワードとして使い始めた「奥河内」を生かす。メインルートは高野街道であることは変わらないが、そこから派生する様々なテーマルートを「奥河内の細道」で統一。観心寺や金剛寺へ至る「お宝の細道」をはじめ、楠木正成や南北朝時代をテーマにした「歴史転回の細道」、白洲正子さんゆかりの「隠れ里の細道」…などを打ち出していく。市民が選ぶお勧めの細道も設定する。メインの高野街道に何を“トッピング”すれば女性、中高年層などのターゲットに届くかをルート化したい。ボランティアガイドが講師となり、奥河内の細道全ルートを学ぶシリーズ化を行う。

○情報発信

河内長野市は「まち歩き」。そのイメージを徹底する。ともすれば市内の観光資源が豊富なだけに、様々な打ち出しをしてしまいがちだが、2015年に向けては「まち歩き」に集約してしまう。市民参加のまちづくり型イベントや、外国人に時代装束を着せ高野山まで歩いてもらうなど、マスコミがパブリシティで採り上げるような話題づくりを常に念頭に置く。繰り返すが、いずれも「まち歩き」を根底に据え、歩きたくなる環境づくりが情報発信につながることを前提とする。

○STEP4 【観光まちづくりのキーワードとビジョン】

観光まちづくりの戦略としての「まち歩き」である。商店街の活性化、中心市街地の賑わいづくりなども「まち歩き」をキーワードに収斂する。観光まちづくりに明確なキーワードを据えることで、市民にも認識してもらいやすい。あとは、何のために「まち歩き」を進めるのかを市民に共有してもらうために様々なイベント、仕掛けを講じることにしたい。軸がぶれないと観光まちづくりは持続、継続的に取り組むことができる。

「奥河内」も「まち歩き」に取り込み、両者がどう融合できるか。それを考え実行に移し、「奥河内のまち歩き」に価値を創出するのはSTEP1の協議会に期待したい。

まちづくりアドバイザー会議では、その端緒となるキャッチコピーを下記のように提案したい。

「奥河内の細道 高野街道を歩く」