

平成19年7月23日

第1回九州物語委員会 資料

- | | |
|----------------------------|---------|
| 1．設置主旨、検討内容、スケジュール等について | 資料1 |
| 2．観光の現状【観光の動向】 | 資料2 - 1 |
| 3．観光の現状【観光施策の動向】 | 資料2 - 2 |
| 4．物語の観光における役割 | 資料2 - 3 |
| 5．物語を活用した観光交流促進における主な課題（案） | 資料3 |

設置趣旨、検討内容、スケジュール等について

1. 設置趣旨

小説、詩歌、映画、テレビドラマ、歴史・伝記、神話・民話、歌謡・民謡といった物語を構成するものは、特定の無形文化財を除いて、それそのものが観光資源としては扱われるものではなかったが、地域やその魅力の情報発信のツールとして、また、旅のテーマ性を提供し、動機付けを助長する要素として大きな存在となりつつある。特に最近においては、単に地域の名所・観光地を巡る旅から、旅行者独自の志向に合わせ、より地域と深く触れ合おうとする旅行が求められる傾向にあり、歴史街道、産業遺産、文学巡り等の旅といったテーマ性をもった旅が注目され、九州観光推進機構のうんちくの旅でもこれらを主題とする旅の提案がされている。街づくりにおいても、その地域の物語が持つテーマ性を活かすべく景観、町並み、施設整備、住民ボランティアや各種連携を図る試みがなされている。

これらの物語の持つテーマ性により地域の観光資源等がつながれ、より魅力が増したものとなるとともに、新たな観光資源の発掘にも寄与している。小説や詩歌に触れた人は、小説等の舞台となっている地域を自ら確かめてみたいと思うだろう。映画はフィルムコミッションの目的でもある地域の情報発信の有力な手段として認識されているが、韓流映画での日本人観光客の増大、台湾での小説・映画のヒットによる「佐賀のがばいばあちゃん」、中国での観光キャンペーン・コピー「高倉健的故郷九州」等の事例をみれば、映画や小説そのものが、観光目的や動機をつくり、時に地域のブランドを構築していることに気づく。テレビにおいては、受動的に見ている旅行番組よりも、フィクションである方言を交えたドラマの方が地域の強い印象を視聴者に刻み込むこともある。

九州は、漢書地理誌に日本が登場して以来、あるいは国生み神話の昔から、奴国、邪馬台国、大陸や朝鮮半島との交流、大航海時代での西洋との交流、明治維新とその後の産業勃興等国際性にも富む豊かな歴史を持ち、また、現代においては、極めて多くの作家や歌謡芸術家、映画・ドラマ作者等を輩出し、その作品の舞台ともなってきた。これらの歴史性等を活かすため各地域でNPOやボランティアの活動、連携・協働も活性化している。

これら九州の地が有し、人々が育んできた多くの物語を活かして、九州の魅力を情報発信するとともに、九州の地を訪れる新たな旅の提案や誘客の方策、観光客の受け入れのための連携や地域づくり等を進めるべく、九州の物語と観光に及ぼす意義とその活用方策等について検討するための委員会を設置するものである。

2. 検討内容(案)

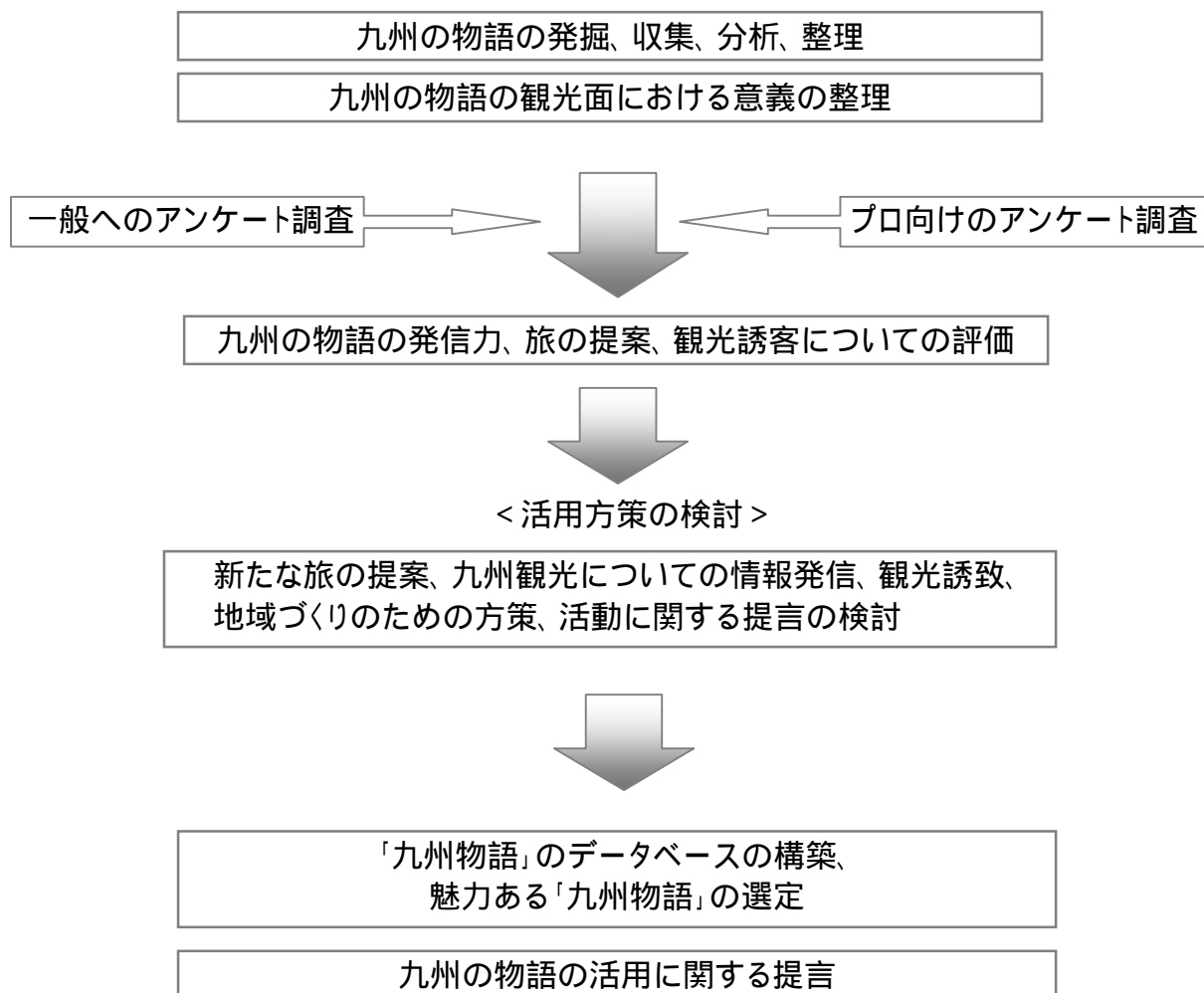
九州の物語の発掘、収集、分析、整理

九州の物語について需要地での評価

九州の物語の観光面における意義の整理、活用方策等の検討

九州の物語について新たな旅の提案、観光交流活性化等の具体的な取組みの提言

【検討フロー】



本委員会とは別に「九州物語」に関するシンポジウム開催を検討

3. スケジュール(案)

月	九州物語委員会	九州物語のデータベースの構築と選定	具体的な取組みの提言
6		各県から素材収集 一般公募(HP)	
7	第1回委員会 (7月23日)	物語素材収集 (7/10 締切)	意義の整理 物語の役割の検討 課題の整理
8		データ分析・整理	
9			
10		一般へのアンケート実施 プロ向けアンケート実施 (東京、大阪、福岡)	
11	第2回委員会	物語の評価	活用方策・提言内容 原案策定
12	シンポジウム 検討中		提言案策定
1			
2	第3回委員会	「九州物語」のデータベースの構築 魅力ある「九州物語」の選定	提言のとりまとめ
3		報告書作成	