

2017年度【第7回】学生観光論文コンテスト

テーマB：自然や文化を活かした魅力ある地域づくり

～ナショナル・トラスト活動でできること、私の提案～

「古民家を活用した観光まちづくりのあり方」

横浜国立大学経営学部

甲斐 安浩

鴨志田 直紀

丹野 百絵

山本 章郎

目次

はじめに

I. 空き家問題

II. 空き家が地域社会に与える影響

第一章 古民家について

I. 古民家の価値・現状

II. 空き家としての古民家

III. 古民家を生かした観光誘致

IV. ナショナルトラスト活動としての“観光まちづくり”

第二章 まちづくり事例の分類と分析

I. 各事例の概要説明

II. 各グループにおける共通点

第三章 効果的なまちづくりの提案

おわりに

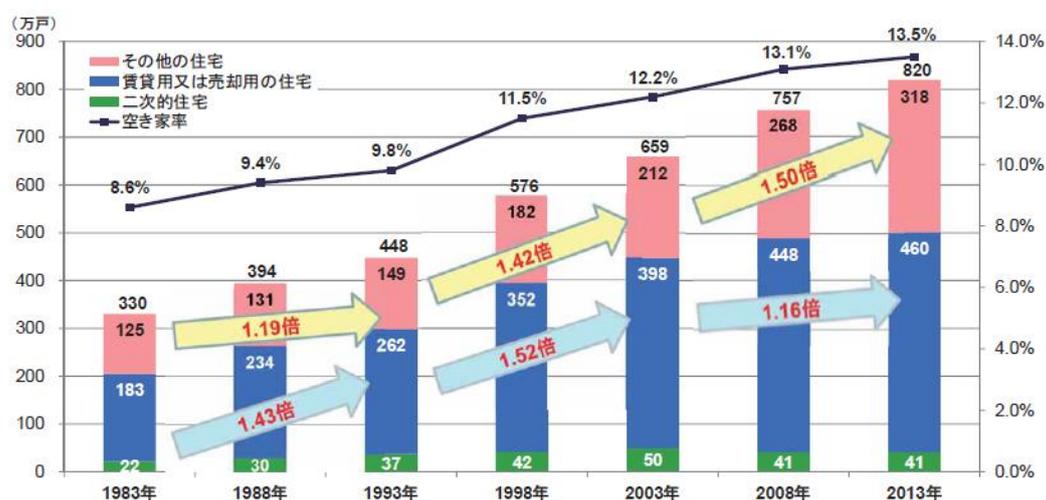
参考文献

はじめに

I. 空き家問題

近年、日本では急速な少子高齢化や都市部への人口集中などに伴い、地方を中心に空き家が急増している。総務省の住宅・土地統計調査によると、平成25年における空き家は820万軒、空き家率は13.5%にもなっており、8軒のうち1軒は空き家であるという状況である。

空き家はその利用状況に応じて①賃貸・売却用の住宅、②二次的住宅（別荘など）、③その他の住宅の3種類に区分されるが、このうち“その他の住宅”は、明確な所有者がいない場合も多く管理が不十分になる傾向があるため、最も問題視されている区分である。しかし、“その他の住宅”は2003年から2013年にかけて100万軒以上も増加しており、またその増加率も他の区分より大きい。積極的に空き家解消に取り組む自治体などが出てきてはいるものの、対策が思うように進んでいない現状がうかがえる。

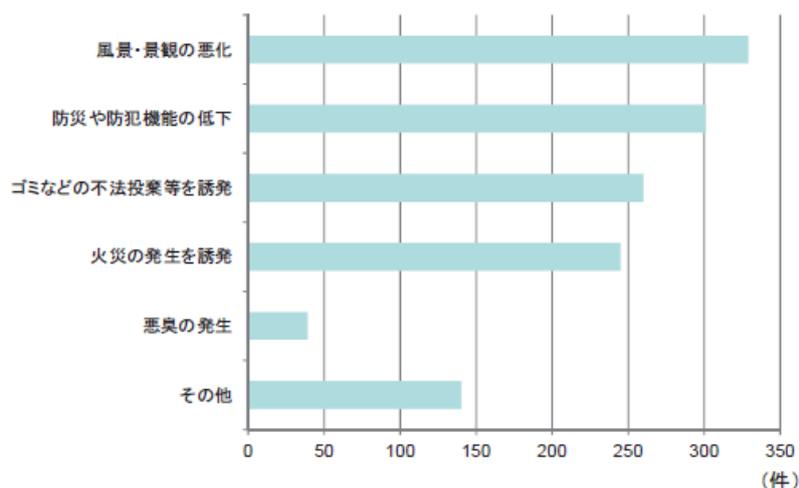


II. 空き家が地域社会へ与える影響

空き家、とりわけ上で述べたような“その他の住宅”は、地域社会に様々な悪影響を及ぼすことが懸念されている。

以下のグラフは、国土交通省によって実施された空き家が周辺へ与える影響に関するアンケート調査の結果である。

最も頻度が高いのは風景・景観の悪化であり、これは地域全体の雰囲気悪化に繋がる問題であるといえる。その他にも、倒壊する危険性がある、火災時に延焼しやすいなどのような防災面の問題、またごみの不法投棄を誘発する、悪臭の発生原因になるなどのような衛生面での問題も指摘されており、空き家が地域社会へ与える悪影響は非常に大きいことが分かる。



※管理水準の低下した空き家の周辺への影響
 空き家の現状と課題（国土交通省）より抜粋

第一章 古民家について

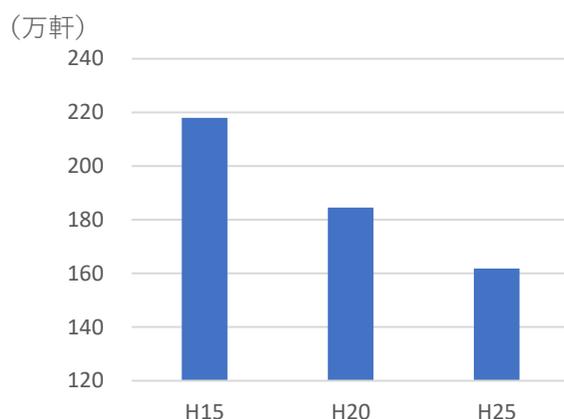
I. 古民家の価値・現状

古民家には日本特有の建築技術や日本人の居住習慣が息づいており、さらには地域の歴史や気候さえも感じ取ることのできる非常に文化的価値の高い建築物である。

現存する世界最古の木造建築「法隆寺」からうかがえるように、古来より神社仏閣建築を軸に高度な発展を遂げてきた日本の木造建築は、時代や地域ごとに技法も多様化し、内部構造・外観ともに異なる趣を今に残している。とりわけ古民家建築は地域の慣習や気候に影響を受けて多様性に富んでおり、日本の木造建築の奥深さを感じることでできる貴重な文化財である。このような日本の文化としての古民家は、木造建築に馴染みのない外国人はもとより、高度経済成長期以降の均一化が進んだ住宅に住まう日本人にとっても、新鮮でありながら懐かしさを感じさせる、非常に魅力的なものとして映るだろう。

「古民家」としての明確な定義は存在しないが、国の文化財登録制度の対象となるのが築50年以上の建築物であることから、ここでは住宅・土地統計調査での分類における“1950年以前に建てられた木造住宅”を古民家と呼ぶことにする。

住宅・土地統計調査によると、古民家の総数は大幅に減少してきており、平成15年から平成25年にかけて56万軒もの古民家が解体されている。これは日本の貴重な文化が急速に失われている現状を示しており、保護体制が整っていないということの現れでもある。



※1950年以前に建てられた木造住宅の総数（住宅・土地統計調査、総務省）

II. 空き家としての古民家

古民家が失われている背景として、古民家の空き家化が進んでいる現状がある。古民家はその地域において居住者や周辺住民に守られながら現代まで受け継がれてきた貴重な文化であり、また本来はこれからも長く守られるべき存在である。しかし近年、地方の人口流出などに伴い居住者や管理者が不在となり、手のつけられない状態まで劣化してしまうことで解体を余儀なくされるというケースが後を絶たない。つまり、空き家となって管理が行き届かなくなることが古民家の消失を招いていると考えることができ、この点では、空き家問題を改善する＝古民家を保護するという構図が成り立っているといえる。



※解体される古民家（千葉県成田市）

平成25年における古民家の総数は162万軒であり、また空き家率は13.5%であるため、ここから空き家となっている古民家はおよそ22万軒存在すると推定できる。これは日本各地に文化的価値の高い空き家が数多く存在するということを示唆しており、そのような空き家を観光資源として管理・活用していくことができれば、文化の保護と空き家問題の改善

の両立が可能となり、さらには地域経済への波及効果まで期待することができる。空き家となっている古民家は、様々な可能性を秘めた非常に魅力的な資源と捉えることができるのである。

Ⅲ.古民家を生かした観光誘致

古民家を地域の観光資源と捉えて活用していくことで、失われつつある日本の文化を長期的に保護することができ、さらには地域社会の活性化に繋がることが期待できる。

古民家を観光資源として活用していくうえでは、その特徴を把握したうえで地域に合った事業計画を設定しなければならない。

まず全体におおよそ共通する特徴として、古民家は本来一般住宅であることから他の観光資源と比較すると小規模であるという点が挙げられる。これは単体での観光誘致は難しいということを示唆しており、いくつかの資源を組み合わせた広域での観光誘致を意識する必要があるといえる。

また、空き家となっている古民家が多く存在するような地域の特徴としては、若者人口の流出が深刻化し、将来的な地域経済の担い手が不足している状況であるということが挙げられる。このような状況を克服するためには、短期的な観光誘致に留まらず、人の流入を促進するような事業を展開するなど、まち全体の持続的な発展を見据えた長期的な戦略を意識する必要があるといえる。

以上のことから、古民家を観光資源として活用していくうえでは、個々の資源を別個のものとして捉えるのではなく、より広い視野で、長い期間で計画を設定し、まち全体としての魅力向上・持続的な発展を図ることが重要である。

Ⅳ.ナショナルトラスト活動としての“観光まちづくり”

近年、観光を軸として地域社会の持続的・自立的な発展を目指す取組“観光まちづくり”が注目されており、実際に日本各地で様々なタイプのものが進められている。また、平成28年には国土交通省によって「観光まちづくりガイドライン」が策定されるなど、行政によるバックアップも充実してきており、観光まちづくりに対する期待はますます高まっているといえる。

ナショナルトラスト活動とは、日本の貴重な文化を「守る」「伝える」「つなぐ」という一連の活動である。貴重な文化である古民家を観光資源として地域全体で守り、それらを活用するなかで価値を伝え、後世につないでいくという“観光まちづくり”はまさにナショナルトラスト活動であり、これは日本の文化が地域の活気とともに受け継がれていく、最も良い形での文化保護活動であるといえる。

観光まちづくりを成功に導くためには地域に合った方法を適切に選択する必要があるが、それは決して容易なことではなく、現に成功とは言い難い事例も数多く存在する。

そこで私たちは、独自の基準を用いて一定の成功を収めていると判断した事例を分析・分

類し、地域の特性に応じた効果的なまちづくりの方法や形態について考察することで、成功しやすいまちづくりのあり方について提案する。

第二章 まちづくり事例の分類と分析

私たちは平成 29 年 3 月に内閣府地方創生推進事務局が公開した『稼げるまちづくり取組事例集「地域のチャレンジ 100」』から、古民家(歴史的建造物)を活用したまちづくりを行っている事例を 20 個取り上げ、それらの事例をアクセスの良し悪しと活用されている古民家の集積具合を基軸にして 4 つのグループに分類した(図 1)(成功が確認できない事例は「()」付けをしてある)。さらに、まちづくりの成功の定義を「観光客数・観光消費額の増加、古民家の活用件数の増加、まちづくり事業の継続年数が 5 年以上のいずれかに当てはまっていること」とし、その 20 個の事例の中から成功事例のみを取り上げて分類した(図 2)。なお、アクセスの良し悪しは「その県の県庁所在地からそのまちづくりが行われている市・町までにかかる最短時間が 90 分未満であれば“良い”、90 分以上であれば“悪い”」とし、活用されている古民家の集積具合は「集積している(活用件数が多い)のであれば“集積”、点在している(活用件数が少ない)のであれば“点在”とする。また、左上枠をグループ①「アクセスが良く、活用している古民家が集積している地域」、右上枠をグループ②「アクセスは良いが、活用している古民家が点在している地域」、左下枠をグループ③「アクセスは悪いが、活用している古民家が集積している地域」、右下枠をグループ④「アクセスが悪く、活用している古民家が点在している地域」とする。

	集積している	集積していない
90分未満 (アクセス○)	(黒石市) 長浜市 新潟市 枚方市 村上市 岡山市 長野市 (矢掛市) 宇都宮市 鹿島市 (篠山市)	(金沢市) 明日香村 (鳥取市) 尾道市
90分以上 (アクセス×)	上越市 (喜多方市) 丹波市 伊根町	(五條市)

▲ 図 1

	集積している	集積していない
90分未満 (アクセス○)	新潟市 村上市 長野市 宇都宮市 長浜市 枚方市 岡山市 鹿島市	明日香村 尾道市
90分以上 (アクセス×)	上越市 丹波市 伊根町	

▲ 図 2

I.各事例の概要説明

(i)グループ①

○青森県黒石市

商店や住民、行政と連携しながら「小さなまちかど博物館」も含めたまち歩きツアーや観光プロモーションを実施し、観光客の増加と滞在時間延長を図っている。

○新潟県新潟市

インターネットを活用した情報発信を行い、現在は約 25 の店舗からなる「沼垂テラス商店街」を再生、空き店舗ゼロを実現している。毎回出展内容に変化を持たせた集客イベントの開催や商店街の名物づくりを行い、観光客数の増加を図っている。

○新潟県村上市

住民有志による黒壁プロジェクトや全国初の市民基金による町屋の外観改修など、行政の財産支援に頼らない住民主体の歴史まちづくりに成功している。町家を活かしたイベントと合わせて、基金協力者には商店街や宿泊施設の割引券を贈呈するなどして、観光客や商店売上の増加にも成功している。

○長野県長野市

ナノグラフィカが中心となって運営する「長野・門前暮らしのすすめ」により使い方に適した建物をマッチングすることで、オーナーに安心して建物を賃貸できるような体制を整え、空き家・空き店舗をリノベーションすることでまちの再生を図っている。

○栃木県宇都宮市

官民連携により設立された「宇都宮まちづくり推進機構」が中心となり、地域の石材大

谷造りの建造物の保存・活用を行い、まちの魅力向上に努めている。

(○兵庫県篠山市)

篠山城の城下町にある古民家をまちのホテルに再生し、宿泊棟、レストラン、カフェ、工房、シェアオフィス棟などを配置することで、まちなかに新たな事業や雇用を創造し、若者回帰の促進を図っている。

(○滋賀県長浜市)

黒壁等の街並みを活かし、シェアハウスや創業支援拠点、長浜町家再生バンク等の企業・移住支援による空き店舗の再生と賑わいづくりに取り組むとともに、ガラス工芸品等の創業を促進し、来街者の増加、収益の拡大を実現している。

(○大阪府枚方市)

枚方宿の賑わいを取り戻すため、また新しい商業者を発掘・育成するため、「チャレンジ・ショップ」や「五六市」を開催し、その経験・実績を積み重ねた商業者の創業を支援する仕組みを創ることで、地域経済の活性化と空き家等の解消に成功している。

(○岡山県岡山市)

流通形態の変化により事業収縮が進んだ繊維卸売業の集積地であった問屋町において、ビルのリノベーションに伴い個性的なカフェや雑貨店が増えたことで、古臭い卸センターであった問屋町がレトロモダンな問屋街として賑わいを取り戻している。

(○岡山県矢掛町)

旧山陽道の宿場町の風情ある街並みを地域資源として活用すべく、空き家となっていた古民家をリノベーションし、住民や観光客が集う地域交流拠点や宿泊施設に改修することで観光客増加を目指している。

(○佐賀県鹿島市)

茅葺町家等の歴史的建造物の保存・活用を行うにあたり、行政から規制緩和等の支援を受けつつ、NPO 法人肥前浜宿水とまちなみの会が主体となって住人をサポートしつつ修復を実施している。

(ii)グループ②

(○石川県金沢市)

400 年以上続く古い街並みに残る伝統的な金澤町家やまちなかの空きビルを有効活用し、金沢のまちなみを保護するために、民間企業などが主体となって物件の紹介や空き店舗への出店支援などを行い、他地域からの移住を目指して活動している。

(○奈良県明日香村)

民家ステイ事業の推進やクラウドファンディングを活用した古民家ゲストハウスの開業を通して村全体で観光客へのおもてなし態勢を整えるという活動であり、地域資源を生かして宿泊客の誘致に成功している。

(○鳥取県鳥取市)

若者と地域住民の交流拠点として空き家を活用したゲストハウスやカフェの運営や域外

との交流事業による地域活性化を図っている。また並行して移住体験者の呼び込み等も行い、交流人口や移住・定住の拡大を図りつつ収益が生まれる循環づくりを行っている。

○広島県尾道市

2008年に設立されたNPO法人「尾道空き家再生プロジェクト」主導のもと地域に点在する魅力的な空き家を再生・活用していくという活動であり、移住や起業を促進することでまちの内部から活気を生み出すことに成功している。

(iii)グループ③

○新潟県上越市

空き家となった町家の再生を補助金や減税などで支援し、日本一の雁木通りを保全するという活動であり、特色ある景観を生かして観光客の回遊促進に成功している。

○福島県喜多方市

日本最大数の「蔵のまち」で、民間が主体となった空き蔵の回収や市民、学生等のアイデアを活かした新規開業等を行い、まちの賑わいづくりに取り組んでいる。

○兵庫県丹波市

地域企業「まちづくり柏原」が主体となって城下町の空き家を改修、テナントを誘致するという活動であり、地域資源を生かした様々な形態のテナントが出店することでまち全体の活性化に成功している。

○京都府伊根町

クラウドファンディングを活用した空き家の再生や周囲の景観と合わせた施設の整備などを通して舟屋の町並みを保全するという活動であり、交通整備や体験型プログラムの企画にも併せて取り組むことで観光事業の拡大に成功している。

(iv)グループ④

○奈良県五條市

民間企業が主体となり古民家を改修、地産地消レストランや滞在型宿泊施設を運営し、また町家バンクの設立や歴史的な街並みを楽しむための回遊ルートの作成などを通して、古民家・町屋の再生・活用事業を推進している。

II.各グループにおける共通点

ここで扱う事例は成功事例のみとし、以下グループごとに共通点を書き出していく。

(i)グループ①

ここでは、まずこのグループにおけるすべての成功事例に当てはまる共通点について、次にいくつかの成功事例における複数の共通点について書き出していく。

このグループにおけるすべての成功事例に当てはまる共通点は「民間が主体となってまちづくりを積極的に行っていること」である。どの成功事例においても、民間企業や地域住民が積極的にイベントの企画や施設の運営・管理を行っており、自治体などの公的機関

がまちづくりの助成金の支払いや環境の整備、他の地域に向けた情報発信などを行っている。民間企業や地域住民が主体となり活動を行うことは、観光客のためだけではなく、その地域の人々にも恩恵をもたらす。また、これは全ての成功事例に当てはまっているわけではないが、新潟県新潟市の事例を除いたすべての成功事例が5年以上継続してまちづくりを行っている。

次にいくつかの成功事例における複数の共通点について書く。

この8つの成功事例の中でも「街並みを保護することを目的としたまちづくりを行ったことが観光客誘致にも繋がったケース(以下、**まちなみ保護目的型**)」と「もともと観光客誘致を目的としたまちづくりを行って、それに成功したケース(以下、**観光客誘致目的型**)」の2つに分類されるものがある。前者に該当する事例は長野県長野市、滋賀県長浜市、大阪府枚方市、岡山県岡山市、新潟県村上市、佐賀県鹿島市で、後者に該当する事例は栃木県宇都宮市と新潟県新潟市である。

「まちなみ保護目的型」の事例における共通点は「起業支援体制などのサポートがしっかりしていること」である。まちなみの保護、つまり町を活気づけるために新たなる事業を展開してくれる事業主を探し、それをバックアップする体制が整えられている。実際に事業主はその地域の古民家に移住し事業を展開している。そのようにまちなみを保護、活気づけることにより観光客が増加、またさらなる移住者や観光客を誘致するために市民がイベントやツアーを行っている地域もある。このように、まちなみ保護目的型の事例はまちなみの保護を目的として活動を行っていく中で観光客も増加していき、まちづくりの成功を収めたのである。

「観光客誘致目的型」の事例における共通点は「市民が地域マップの作成やイベントの開催を行っていること」である。観光客誘致を目的とした地域マップの作成やイベントを開催するなど“その地域の名物”を創ることにより、観光客数を増加させている。

(ii)グループ②

このグループにおける成功事例に当てはまる共通点は2つある。

1つ目は「ゲストハウスなどの交流型宿泊施設が中心的役割を担っていること」である。どちらの成功事例も宿泊施設を拠点として地域住民と観光客との交流を促進しており、より密度の高い宿泊体験を提供することで満足度の向上に繋がっている。

2つ目は「自治体の支援を受けつつ、地域住民も参加しながら活動を進めていること」である。活動を主導する団体が当初から積極的に情報発信を行なうことで自治体や住民との信頼関係を構築していき、地域全体として活動を推進していくという雰囲気が醸成されている。

(iii)グループ③

このグループにおける成功事例に当てはまる共通点は2つある。

1つ目は「まち全体としての景観維持に尽力していること」である。地域によって異なる特色を持った歴史的町並みが形成されており、その特徴を残し、生かす形での再生を心がけ

ることで、その地域独自の雰囲気を出している。

2つ目は「観光客の回遊を促進し、滞在時間の延長を図っていること」である。体験プログラムやまち歩きツアーを企画したり、テナント誘致の際に計画的に業種を多様化させたりするなど、観光客がその地域により長く留まれるような施策を立てている。

以上が各グループにおける共通点である。

ここで「アクセスが良いこと」と「集積している(活用件数が多い)こと」というそれぞれの特徴に注目してみる。「アクセスが良い」という特徴は「観光客だけでなく移住者も集めやすく、それらの数を増やすこともできる」というメリットがある。また、「集積している(活用件数が多い)」という特徴は「点在している(活用件数が少ない)ことと比較するとそのまちを活気づけやすい」というメリットがある。これらのメリットをうまく活用することに加え、長くまちづくりの活動を継続するためにも「地域の人々の恩恵も考える」ということもまちづくりの成功の鍵となることが考えられる。

第三章 効果的なまちづくりの提案

ここでは前章における成功事例の共通点を踏まえ、グループごとに効果的なまちづくりのあり方について提案する。

(i)グループ①

グループ①はアクセスが良く、活用している古民家が集積しているという地域である。この好条件下に限らず、全てのまちづくりを成功に導くためのポイントを3つ挙げる。

1つ目は「民間が主体となってまちづくりを行うこと」である。第二章のⅡで共通点を見出したとおり、すべての成功事例において民間が主体となってまちづくりを行っている。観光客だけでなく地域住民にもメリットが生まれるようにまちづくりを行うことは非常に重要である。また、民間といっても地域住民だけではなく企業とも連携したまちづくりを行った方が、企業に蓄積されたまちづくりや店舗経営の知識・ノウハウを活用できるため、円滑にまちづくりや事業展開を行うことができると考えられる。

2つ目は「しっかりと顧客の立場に立って物事を考え、実行すること」である。ここでは「街並み保護目的型」と「観光誘致目的型」に分けて書く。

「街並み保護目的型」では新たな移住者や起業者を集めるために、貸し手と借り手のマッチングを行う〇〇バンクを設ける、実際にその空き家を見学する、空き家を店舗利用している人に話を聞く機会を設けるなどの施策を行っていた。このように新たに地域に移住してくる人々に対して、手厚いサポートを行うこともまちづくりの成功につながると考えられる。

「観光誘致目的型」では観光客数を増加させるために、地域観光マップの作成、ツアーの開催等の名物づくりを行っていた。ここで重要となることは3つある。ターゲットを明確にすること、ターゲットが複数であるならば各々のターゲットに合わせたアプローチ方法を準備すること、ツアーやイベントを開催する際には長期休暇期間に設定することである。このように観光に関してもマーケティングは重要であり、これらをしっかりと考慮しつつ地域限定の商品開発やツアー開催を行うことがまちづくりの成功につながるのではないかと考えられる。

3つ目は「インターネットを活用した情報発信を行うこと」である。現在インターネットは情報発信を行う媒体として非常に強力なものとなっている。活動概要やアクセスなどの詳細が分かりやすいHPを作成したり、SNSを活用して地域の魅力やまちづくりの活動について情報発信を行ったりすることは、多くの人々にその地域を知ってもらうことに繋がる。何かしらの商品においても同じことだが、まずは認知度を高めないことにはその地域を世間に売り出すことはできない。したがって、インターネットを活用して情報発信を行い、認知度を高めることは非常に重要なのである。

以上3つのまちづくりの基礎となるポイントを意識しながら、その地域の特徴(アクセス状況や古民家の活用状況等)を考慮したまちづくりを行うことが成功に繋がるのではないか。

(ii)グループ②

グループ②は、アクセスは良いものの活用している古民家が集積していないという地域、つまり観光資源自体の集客力が低いことが最大の課題となる地域である。このような課題を克服してまちづくりを成功へ導くには、以下の2点が重要となる。

1つ目は、近隣の観光資源について正確に把握し、それを補完する活用形態を選択することである。既存の観光資源と利用目的が被らず同時に利用され得る形態を選択することで、近隣に訪れた観光客がその地域に寄ってみる動機をつくることができる。今回取り上げた事例においては宿泊施設だったが、他にも体験施設やギャラリーなど、既存の観光資源に+ α で満足度や利便性を高めることのできる施設を設置し、まずは足を運んでもらうことが大切である。

2つ目は、まちづくりに対する地域住民の理解度・参加度を高め、協力関係を築くことである。初期段階から活用古民家を利用したイベントやワークショップの開催などまちづくりについて知ってもらう機会をつくり、また住民と観光客の交流を促進する場を設置することで「交流」それ自体が地域の魅力となるような環境を構築する必要がある。交流を絡めた密度の高い滞在はリピート訪問の促進にも繋がると考えられる。

以上のように、活用形態の工夫によりまずは足を運んでもらう、そして住民との交流を通して愛着を形成させ、リピート訪問を促進するという流れを意識することで、持続的な人の流入を生み出せるのではないか。

(iii)グループ③

グループ③は古民家が集積しているもののアクセスは悪いという地域であり、このような地域にとってはアクセスの悪さが最大の障壁となる。アクセスが悪いなかでまちづくりを成功へ導くには、以下の2点が重要となる。

1つ目は、まち全体の景観を統一し、地域独自の雰囲気演出することである。活用する古民家のみならず、自治体などの協力も得ながらその他の建築物や街灯などの設備も含めて一貫した雰囲気を形成することで、ある種の非日常感を生み出し、わざわざ訪れる価値のあるまちにすることを意識する必要がある。

2つ目は、体験プログラムやツアーなどのソフト事業を充実させることである。観光客にわざわざ行きたいと思わせるには、その地域に長く滞在できることを訴求する必要がある。活動主体となる団体が自治体や地域の学生など様々な主体と協力することでソフト事業の幅を広げ、より多面的にその地域を満喫できるような体制を整えることが不可欠である。

以上のように、わざわざ訪れる価値のある“そこにしかない町並み”を整備する、そしてその地域に長く留まれる施策を充実させることで、アクセス面でのデメリットを乗り越えて集客力を構築・維持できるのではないか。

(iv)グループ④

グループ④は、アクセスにおいても、また観光資源の集積具合においてもあまり恵まれない地域である。このような地域について考えるうえでは、グループ②の集積していないなかでどのように交流人口を拡大するか、そしてグループ③のアクセスの悪さをどのように克服するか、これらを組み合わせることで方針が見えてくる。

まず、住民との協力関係の構築、そして地域全体としてまちづくりを推進していくという一体感の形成は不可欠である。グループ②で述べたように、観光資源に恵まれない地域においては、住民との「交流」そのものを観光資源とする、より密度の高い滞在経験を提供することが地域の魅力向上に繋がる。そのため、活動初期から積極的な情報発信をすることで認知を広め、参加してもらう機会を設けることで観光事業への意識を高めてもらう必要がある。

また、ソフト事業の充実も重要な要素である。グループ④はアクセスが悪く、観光資源自体の集客力にも欠けるため、その地域でないと体験できないことなど、より強くその地域への訪問を動機づけるコンテンツが不可欠となる。このような状況においては、幅広い層に向けたコンテンツよりも、ニッチな層を狙ったより専門性の高いコンテンツの方が訪問の動機づけとしては効果が高いといえる。

以上のように、「交流」が地域の魅力となるような協力体制の構築、さらに訪問を強く動機づけるターゲットを明確にしたコンテンツの提供、これらを軸にまちづくりを進めていくことが重要である。

おわりに

古民家は、貴重な文化として保護されていくべき存在であると同時に、地域経済にとって大きな価値をもたらす存在でもある。しかし、その文化的価値、さらには経済的価値について、まだ十分に認識されていないのが現状である。

私たちが今回提示したような効果的な観光まちづくりが様々な地域で実践され、古民家が持つ価値や潜在的な可能性が社会に広く認識されるようになることで、急速に失われつつある我が国の文化が永続的に守られると同時に、衰退の一途を辿る地方経済の活性化にも波及することを期待したい。

参考文献

○空き家の現状と課題（国土交通省）

www.mlit.go.jp/common/001125948.pdf

○住宅・土地統計調査（総務省統計局）

<http://www.stat.go.jp/data/jyutaku/>

○登録有形文化財登録基準（文化庁）

http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/yukei_kenzobutsu/index.html

○公益財団法人日本ナショナルトラスト HP

<http://www.national-trust.or.jp/>

○稼げるまちづくり取組事例集「地域のチャレンジ 100」（内閣府地方創生推進事務局）

http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/seisaku_package/index.html

○NPO 法人尾道空き家再生プロジェクト HP

<http://www.onomichisaisei.com/>

○株式会社まちづくり柏原 HP

<http://www.kaibara.org/pc/index.html>

○黒石市ちいさなまちかど博物館 HP

http://www.city.kuroishi.aomori.jp/Citizen_Info/Cit_Machikado_Hakubutsukan.html

○鹿島酒蔵ツーリズム HP

<http://sakagura-tourism.com/main/1.html>

○矢掛屋 HP

<http://www.yakage-ya.com/>

○沼垂テラス商店街 HP

<http://nuttari.jp/>