「歴史文化をうまく活かせば、大洲の救世主となる!!

一 大洲城キャッスルステイ・NIPPONIA HOTELを通して -





大洲ライオンズクラブ 会報 令和 2 年 9 月

(一社) キタ・マネジメント事務局次長 村中 元

はじめに

この度、大洲ライオンズクラブ亀岡さんから会報への寄稿依頼をいただきました。とても光栄です。ありがとうございます。「長くなってもいいので、思う存分書いてくれ」ということでしたので、お言葉に甘えております。

また、日頃からライオンズクラブの皆様には、たいへんお世話になっております。特に、 大洲城を復元した際には、皆様に強力なご支援をいただき本当に感謝をいたしております。 その後、未だ一人前とはいきませんけれども、なんとか皆様に助けていただきながらお役 目をいただいております。今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

私は現在、大洲市が出捐(しゅつえん)して設立した観光地域づくり法人(地域DMO)、一般社団法人キタ・マネジメントに併任という形で勤務しております。この法人は、大洲の歴史・文化などの地域資源を未来に残していくためにあります。ただ、残し方はこれまでの手法と異なり、ただ保存するのではなく「活用して残す」という方法になります。「歴

史的価値を経済的価値に変換」させて、その対価をいただきながら残していく手法です。 この手法が、特に人口減少著しい地方部において、今後文化財をはじめとした歴史的資源 を保全する主流となってまいります。

大洲城キャッスルステイ

「自分が抱える困難に向き合う力を呼び覚ましてくれる場所でした...」 これはある大洲来訪者の一言です。パワースポットのような印象ですね。 実は「大洲城キャッスルステイ」で城主体験をされた方のコメントです。

「大洲城キャッスルステイ」は日本初の城泊(しろはく)事業として、2名1泊100 万円のいわゆる「富裕旅行者」向けの旅行商品ですが、7月に初めてのお客様をお迎えしました。

ここで重要な点をご紹介いたします。

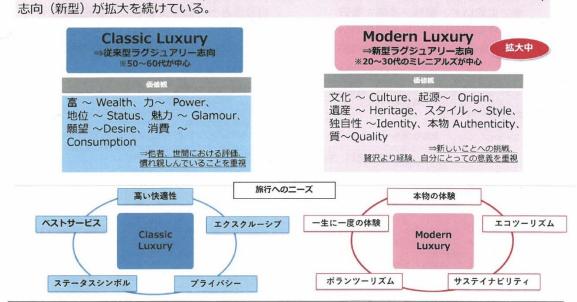
富裕旅行者についてです。

私たちは、つい富裕旅行者というと、お金持ちの「富、地位、権力、贅沢」といった価値観を持たれた方をイメージしてしまいます。旧来は、やはりそういう方も多かったようです。ところが、今の富裕旅行者はずいぶん価値観が異なってきています。「文化、遺産、独自性、本物、質」といった価値にこだわり、「新しいことへの挑戦」、「贅沢よりも経験」、あるいは「自分にとっての意義」などを求める傾向にあることが分かっています。ちなみに日本政府観光局は、前者をクラシックラグジュアリー、後者をモダンラグジュアリーと分類しています。(下図参照) そしていま、このモダンラグジュアリーの需要が拡大傾向にあります。

富裕旅行者の志向(マインドセット)

JNTO 日本政府観光局

「ラグジュアリー」の定義・価値観は変化・多様化しており、大きく分けるとClassic Luxury 志向(従来型)とModern Luxury志向(新型)のマインドセットが存在。特にModern Luxury 志向(新型)が拡大を続けている。



出典:日本政府観光局資料

今回のお客様は6名のご家族だったのですが、地方の歴史やまちづくりに対して造詣が

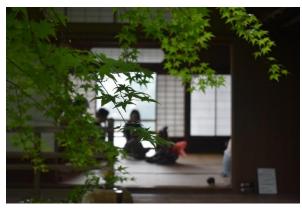
深く、15年前の大洲城天守の木造復元の価値や、今回の城泊の体験としての価値をよく ご理解いただける方でした。こうしたプロジェクトを成し遂げてきた大洲城や大洲の地、 そして市民の皆さんに直に触れたとき、おそらく先ほどの「困難に向き合う力」がご自身 に湧いてこられたのではないかと思います。

私たちは、今後も上記のようなモダンラグジュアリー層をターゲットにした旅行商品をつくっていきたいと考えています。特に、大洲のように自然、歴史、文化の深いまちですと本物の体験が提供できますし、まちの規模としても大量の集客ができるものではありませんので、「一人当たりの消費額を高めていく観光スタイルが合っている」と考えています。そのためには、魅力ある旅行商品だけでなく、世界に通用する上質なサービスの提供が重要となります。実は、今回大洲城キャッスルステイという日本で初めての事業に踏み切ったのも、G20などで実績のあるバリューマネジメント社(代表取締役 他力野 淳・大阪市)との連携により非常に質の高いサービスが提供できるからでもあります。

これまでの観光は旅行会社主導によるマスツーリズムが主であったので、どうしても観光客数を競う傾向にありましたが、これからの地方の観光のカギは、「<u>提供するサービスの質を高める</u>」ことで、生産性を高め、来訪者一人当たりの消費額を高めていくことが重要なポイントだと思っています。その成果として、地域経済への波及が期待でき、また文化財の保全環境を整えることができるのです。



▲入城セレモニーの集合写真撮影



▲臥龍山荘を貸し切り、お呈茶体験

NIPPONIA HOTEL 大洲城下町

大洲城キャッスルステイが富裕旅行者をターゲットにしたいわゆる「フラッグシップ」 事業であるのに対し、城下町の町家など歴史的邸宅を活用した NIPPONIA HOTEL(ニッポニ アホテル)は、町並みの衰退を止める役割と、観光客に宿泊を提供する役割とを持ってい ます。また、すでに9月現在で社員5名、アルバイト15名の20名体制の運営体制によ り地域に雇用が生まれています。

NIPPONIAとは、兵庫県丹波篠山市で誕生した名称です。日本の地域固有の資産に生命を与え、地域を再生しようとする試みのコンセプト名です。自然や歴史文化、風土、暮らし、営みといった地域固有のものを大切にして、これらが未来に残っていくよう持続可能なビジネスモデルをつくっていくことになります。ですから、NIPPONIAは全国の複数箇所で展開されています。「暮らすように旅する」というのは NIPPONIA が提供する主要な価値です

ので、宿泊・飲食事業は NIPPONIA のビジネスモデルの核となります。

7月23日、大洲の城下町に残る歴史的邸宅の良さを生かして、大洲の歴史を感じ取れるホテルやレストランがオープンしました。運営は、キャッスルステイと同じくバリューマネジメント社です。バリュー社は、歴史的建造物を活用し宿泊・飲食・婚礼事業に実績があり、丹波篠山市などでも NIPPONIA の運営をしています。ホテル・レストランの単価は、ミドル層からアッパーミドル層をターゲットとしているため、ややお高めとなっています。シーズンや部屋によって異なりますが、1泊2食で平均して1人当たり3万5千円くらいになります。7・8月の稼働率も、市民の皆さんの呼びかけや国の誘客キャンペーンのおかげもあり、このウィズコロナ期においては順調とのことです。

この大洲のNIPPONIA事業ですが、その趣旨は、取り壊されていく大洲城下町の町並みを守ることからスタートしています。3年半前の2017年の春、実は城下町の町並みは広範囲にわたり、取り壊しと更地化が計画される危機的状況でした。今でこそ何事もなかったように町並みが残っていますが、当時は所有者の皆さんの多くが維持管理に困り果て、取り壊しを計画されていました。そのため、所有者の皆さんと話し合いを行い、公共と民間が連携し、双方がリスクを負う形での事業のしくみを構築しました。







▲地域住民のボランティアで清掃や修繕活動を行いながら活用に向けて準備

(画像提供:NPO法人YATSUGI)

令和元年度1期目の事業として、8棟の建物を保全することができました。保全するだけでなく活用することにより雇用が生まれ、観光の宿泊客が増えました。さらには、客層の変化により、高品質のものが売れるようになり、観光消費額が増えました。これからも歴史的資源を保全・活用しながら、地域経済の好循環を創出できればと思っています。



▲NIPPONIA HOTEL オープニングセレモニー



▲旧いづみや別館2階



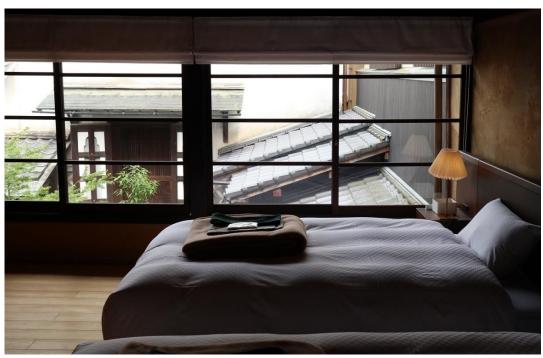


画像提供:バリューマネジメント㈱

▲レストランではランチとディナーを提供

ランチ 2,500 円・4,500 円 ディナー 5,000 円・8,000 円

ご予約 0120-210-289 (フリーダイヤル)



▲ 旧村上長次郎邸2階

キタ・マネジメントの役割

Japan's first-ever hotel in a wooden castle breathes new life into fading rural town. (日本初となる木造城郭での宿泊が、衰退する地方都市に新たな息吹を吹き込む。)



Japan's first-ever hotel in a wooden castle breathes new life into fading rural town

Maggie Hiufu Wong, CNN • Updated 13th August 2020



▲CNNのウェブサイト記事記事 「CNN OZU」で検索してみてください。全文が表示されます。「CNN 大洲城」で検索しますと日本語訳もあります。

 \rightarrow

これは、米国CNNトラベルがウェブサイトで大洲を紹介した表題です。キタ・マネジメント建築文化研究所のディエゴ所長がCNNとやりとりをしてくれました。全文はインターネットで検索してご覧になってください。fading「衰退する」という表現が用いられています。私たちには受け入れがたいことですが、人口減少の現実について触れられています。1955年79,000人いた大洲の人口ですが2020年で42,000人に大きく減少しています。また、このままだと2030年には35,000人、2040年には30,000人とさらに減少していくことが国の機関などにより推計されています。

私たちキタ・マネジメントの目的は、地域資源を未来へと残していくことにありますが、 そのゴールとして観光まちづくりへの活用を通し地域経済の発展に寄与することを目標と しています。歴史的資源をうまく活用し残していくことで、歴史的価値が経済的価値に変 換され、そこに仕事や産業が生まれていくことを目指しています。

私たちは、これまで地域の方々をはじめ所有者の方々、多くの民間事業者の方々と接点を持ってまいりましたが、その過程で、歴史的資源とクリエイティブ(創造的)な感性をお持ちの方との相性がいいことが分かってまいりました。

人口減少を少しでも緩和していくためには、今の若い人たちに大洲で仕事をしてもらわなければなりません。また、大洲出身の方には大洲に戻ってきてもらわなければなりません。

ここで肝心なことを申し上げますと、今の若い人たちが希望する仕事とは、「生産性の高

い、クリエイティブなもの」であるということです。また、「サスティナビリティ(持続可能性)」が感じられることも重要です。若い人たちは、一人ひとりの能力が高く、発想が自由かつ多様であるため、発展的な仕事をつよく好むのです。

実際に、すでに城下町に事業進出をされている若い方もいらっしゃいますが、みなさん 文化財や町並みなど歴史的資源を保全し、活用していくことに価値を感じ、ビジネスをな されています。歴史的資源は、今はやりのSDGsの感性をもつクリエイティブな若い人 たちとの相性が抜群にいいのです。

【町並みを活用した事業進出の例】



▲花の日々(旧高月邸)



▲商舗・廊 村上邸

このような若者の能力を発揮する場所は、これまで自ずと人口の集積する首都圏をはじめ都市部が多く、そこでは多様で新しい価値が創造されてきました。しかし、新型コロナウイルス対策による影響で地方にチャンスがやってきました。テレワークでも十分に仕事のコミュニケーションがとれるようになり、地方で仕事をすること自体が容易になりはじめました。ワーケーションという言葉もいたるところで見受けられ、働き方が大きく改革されることになりました。

地方で仕事をすることが当たり前になったとき、大洲出身の若い人たちに戻ってきていただきたい、と私は本気で思っています。世界中でデジタルシフトが促進される状況で、5Gに対応する光ファイバー網の全市整備も進みつつあります。次のステップは、価値観の研ぎ澄まされた若い人たちが集まってきやすい環境づくりが必要となります。

先日、NHKで『シン(新)・地方の時代』という特集番組が放送されました。「四国の未来」がテーマでした。ここで語られた結論のひとつは、コロナによって地方への移住やテレワークが促進される際の決め手となるのは**「地域の寛容性」**ということでした。

特に、若い人たちは私たちが想像もつかない新しい感性を持っています。既成の価値観の違いから新しい価値をつくる能力にも長けています。外国人と組んでどんどん新しいものを創造していきます。このようなことをひっくるめて私は「<u>多様性</u>」と考えるようにしています。「<u>多様性を受け入れる地域の寛容性</u>」、実際にはとても難しいことですが、まちの発展にどうしても欠かせない環境であると思っています。

現在、キタ・マネジメントの職員は、パート職員を含めて46名いますが、職員全員が地域のために、また地域の将来のために一丸となって頑張っています。このコロナ期にお

いて県外の方との接触の機会が多く、リスクの高い仕事ですが、大洲の観光の灯を絶やさぬよう覚悟をもって仕事をしています。また、ウィズコロナに対応した新しい観光スタイルの開発、アフターコロナを見据えた次の打ち手も日々考えながらチャレンジしています。お陰で大洲が活気づいていくのを私自身日々実感しながら仕事をさせていただいております。

「歴史文化をうまく活かせば、若者が戻ってきて、大洲の救世主となる!」

キタ・マネジメント職員一同、今後も歴史・文化などの地域資源をうまく活用して、大 洲の未来のために邁進してまいりますので、引き続きライオンズクラブの皆様のご支援と ご協力をお願いいたします。

(キタ・マネジメント主な活動紹介)



▲スペイン国籍の水辺建築専門家、デイエゴ・フェルナンデス所長。欧米豪からのインバウンドに大洲の魅力を語る。日本語を含めてカ国語対応。



▲地域住民向けの物件視察。 写真右端 企画課 井上課長 (㈱ K I T A 代表取締役) 地域住民のご協力を得ながら事業を進捗。



▲コロナ対応など国や県の補助制度等を事業者にアドバイス 写真・右 企画課 伊賀課員(GoTo OZUキャンペーンを実施中)



▲市内事業者向けにセミナーを実施。内閣官 房所属の専門家を招き、歴史的建築物の改修 方法について講義。今後も、観光まちづくり に関する講座を開催します。