

大分県の観光と城下町杵築の観光特性

2 回生 宮崎 結友

1、はじめに

大分県の観光と聞いて何を思い浮かべる人が多いであろうか。やはり一番は、別府や湯布院といった「温泉」を中心とした観光をイメージする人が多いのではないか。実際、大分県の2014年3月末における源泉総数は4,411個、湧出量は285,553リットル/分(出典：大分県ホームページ/温泉データより)で、ともに全国第1位となっている大分県はこのことを強みにして全国的な知名度アップを図るべく、「日本一のおんせん県」も味力も満載」というキャッチコピーのもと、2012年から3か年のツーリズム戦略を掲げて観光PRを行なった。しかしながら一方で、大分県には温泉だけではない数多くの名所や史跡、名物料理などが存在しており、観光資源が豊富である。例をあげれば、名所では、千年を超える歴史を持ち八幡社の総本山である宇佐神宮、大自然を堪能できる久住高原、ダイナミックな原尻の滝、天領日田の趣を残す三隈川の遊船、名物料理としてはとり天、関アジ・関サバ、城下カレイ、中津の鱧、佐伯寿司など大分の自然が育んだ美味しいものが数多くある。

山下(2001)が「昨今における観光形態は大きく変化している。すなわち従来までの画一的、経済至上主義的な『マス・ツーリズム』に対応した観光施設開発で特徴づけられる時代から、各地域が自らの地域性を活かした、個性的、差別的な観光振興を志向する時代へと移行してきた。」と指摘するように、近年は各自治体において観光施策に対する取り組みが変わってきている。そこで、従来型の観光スタイルとは違った観光客誘致に取り組んでいる例として城下町杵築市に着目して調査をした。本論では次章で観光統計や県庁ならびに(公社)ツーリズムおおいたへのヒアリングをもとに大分県の観光の特徴を述べる。次いで、第3章では杵築市における観光の歴史や現在の特徴を、市役所、観光協会などへのヒアリング、ならびに統計調査をもとに考察する。

2、大分県における観光の特性と現況

はじめに観光統計を用いて大分県の観光特性について概観してみよう。図1は大分県の有料観光施設の入場者数の推移を示したものである。大分県の観光統計では2006年に観光動態を示す基本データが、市町村ごとの数値をもとに算出される観光客数から、道の駅のレジ打ち数、有料観光施設入場者数、県内港湾乗降客数、高速道路の1日の出入通過台数を大分県の交流客数とする方法に改められた。そのため今回は従来の観光客数に近いと思われる有料観光施設入場者数の推移を用いて観光の経年変化をみることにした。これを見ると、2008年に586万人から530万人に減少するもののその後は安定して推移しており、大分県の観光客数は大幅に減少することなく観光県として安定した集客力を誇っていると

いえる。

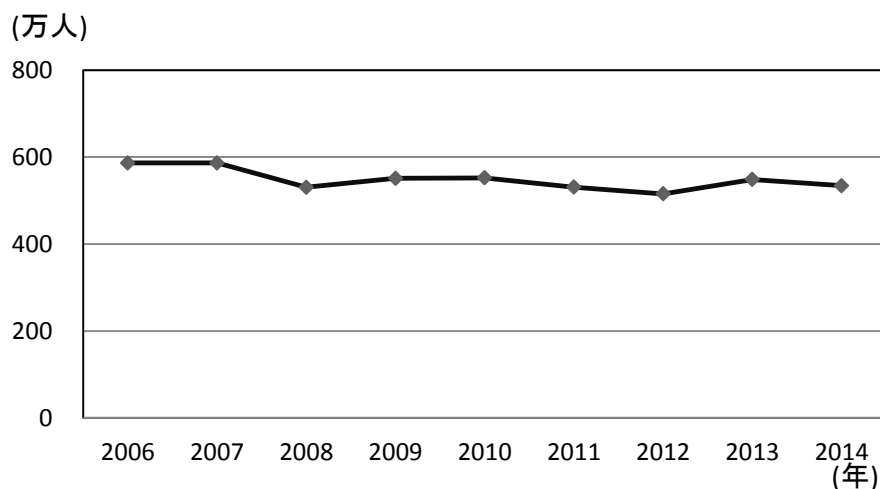


図1 大分県における有料観光施設¹入場者数の推移
(大分県観光統計調査 2006年～2014年より作成)

図2は2014年の大分県の月別の観光客数を示したものである。これをみると、1年間の中で最も観光客数が多いのは8月であり、次いで5月となっているが、一方で2月、6月の観光客数は少ない。8月の観光客数が多い要因としては夏休みやお盆があることで家族連れなどが訪れやすいことが考えられる。また5月はゴールデンウィークといった長期休暇や移動に最適な季節ということが観光客の多い原因と考えられる。また大分県の観光の特徴として、夏以降の観光客数も安定していることがあげられる。この理由としては、大分県庁観光・地域課へのヒアリングによると、秋は温泉に入るのに良い気候であり、九重連山や耶馬溪など県内各地では美しい紅葉も楽しめるためとのことである。これらのことから図2に示される季節変化にはおんせん県として「温泉」を売りにしている大分県の観光の特徴が表れていると言える。

¹ 2014年における有料観光施設は 1 大分マリンパレス水族館「うみたまご」、2 高崎山自然動物園、3 スギノイパレス、4 アクアビート、5 城島高原パーク、6 別府ラクテンチ、7 別府ロープウェイ、8 別府地獄組合、9 ハーモニーランド、10 大分県マリンカルチャーセンター、11 臼杵石仏、12 風連鍾乳洞、13 岡城趾、14 滝廉太郎記念館、15 稲積水中鍾乳洞、16 朝倉文夫記念館、17 くじゅう花公園、18 九州湯布院民芸村、19 福澤旧居・資料館、20 サッポロビール九州日田工場、21 地底博物館鯛生金山、22 昭和の町、23 富貴寺、24 真木大堂、25 熊野磨崖仏、26 九州自然博物公園アフリカンサファリ、27 安心院葡萄酒工房、28 国東市歴史体験学習館「弥生のムラ」の28施設である。

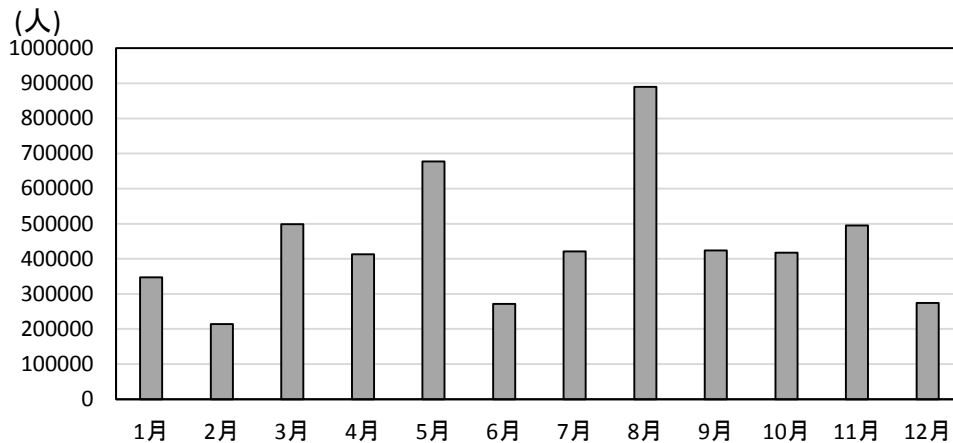


図2 大分県における2014年月別有料施設観光客数
(大分県観光統計調査2014年より作成)

図3は大分県への宿泊客数の推移を示したものである。これをみると、2009年に大分県全体の宿泊客数は一旦減少するものの翌年からは回復しており、大分県の宿泊客数は安定して推移しているとわかる。しかしながら図1の大分県の有料観光施設入場者数は2008年に最も低い値となっており、日帰り観光客数と宿泊客数で若干の差異があることがわかる。また、図3には海外からの観光宿泊客数の変化も示しているが、これをみると2009年に若干落ち込みがみられるものの、2014年まで微増していることがわかる。海外観光客の割合は全体から見たら少ないが、近年、日本に来る海外観光客による経済活動が大きくなっていく中で、大分県においても海外からの観光客を呼び込むためのアプローチも重要であると考えられる。

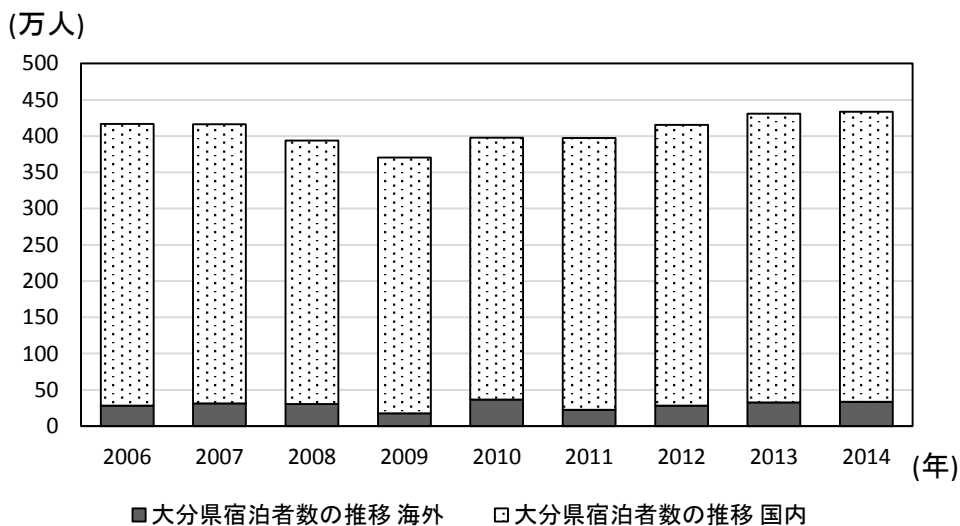


図3 大分県の宿泊客数の推移
(大分県観光統計調査2006年～2014年より作成)

図 4 は大分県を訪れた海外観光客のうちの主要国別の宿泊客数の推移を示したものである。これを見ると 2014 年の宿泊客数は韓国が最も多く、次いで台湾、香港、中国(大陸)となっている。また、経年変化の特徴では 2008 年に起きたリーマンショックによって 2009 年にかけて主要国の宿泊客が減少する一方、台湾からの宿泊客が 2011 年からは増加していることがわかる。大分県庁観光・地域振興課へのヒアリングによると、大分県は 2012 年頃から台湾の現地でプロモーション活動を行っており、その効果が徐々に表れているのであろう。

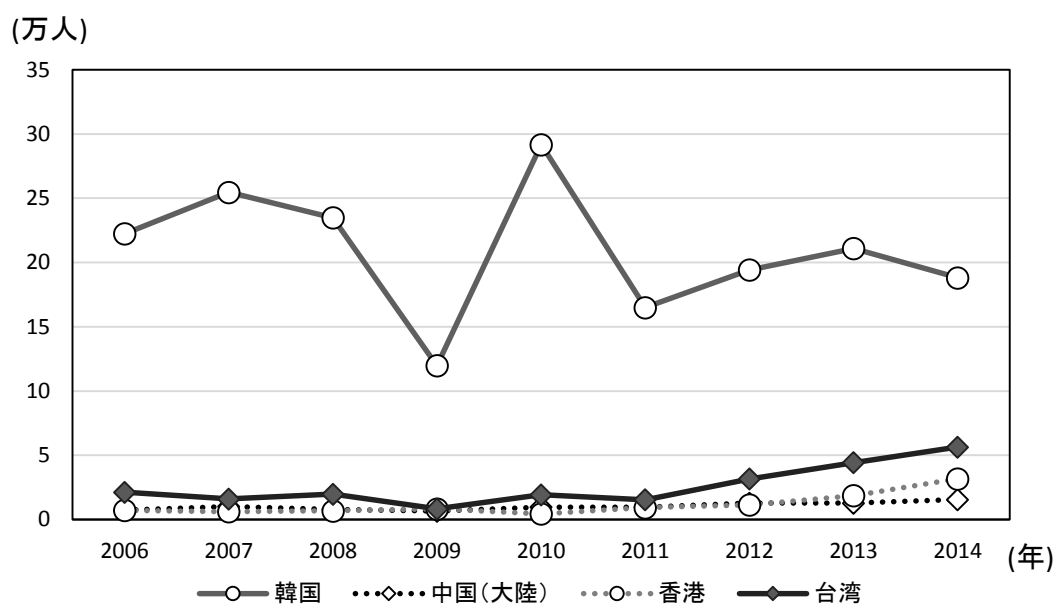


図 4 大分県 主要国別宿泊客数の推移

(大分県観光統計調査 2006 年～2014 年より作成)

図 5 は大分県を訪れた県外観光客が大分県まで利用した交通手段の割合を示したものである。自家用車を利用した人の割合は 63%であるのに対し、飛行機や鉄道などの公共交通機関の利用の割合が少ない。その中で、フェリーの利用が 4%あることは大分県が東九州の玄関口であること、あるいは瀬戸内海を利用した海上交通が古くから盛んであったことを端的に示している。ここに示した特徴は 2014 年単年のものであるが、2015 年 3 月に東九州自動車道が大分県内区間で全線開通したことにより、今後さらに高速道路を利用して自家用車や貸し切りバス等で大分県を訪れる観光客の増加が見込まれる。

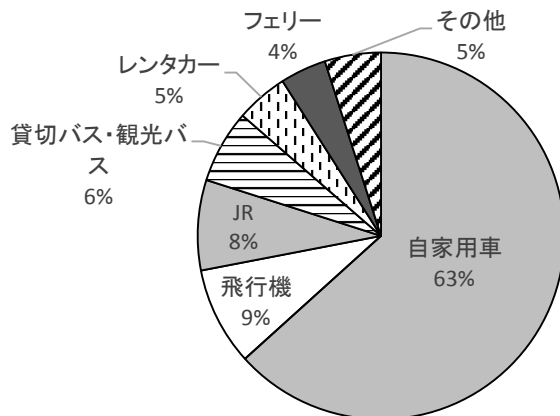


図5 2014年度 大分県までの交通手段(複数回答 n=4331)
(平成26年度大分県観光実態調査より作成)

図6は2014年大分県における宿泊客の発地別割合を示したものである。国内では、福岡県が26%、大分県内が19%、その他の九州地方と沖縄県が15%で、合計すると九州・沖縄地方からの割合が半数以上であり、特に隣県である福岡県からの宿泊客が多いことが特徴である。図5で大分県への交通手段として自家用車が多いことを示したが、九州から来た観光客は自家用車で大分県を訪れることが多いと推測される。

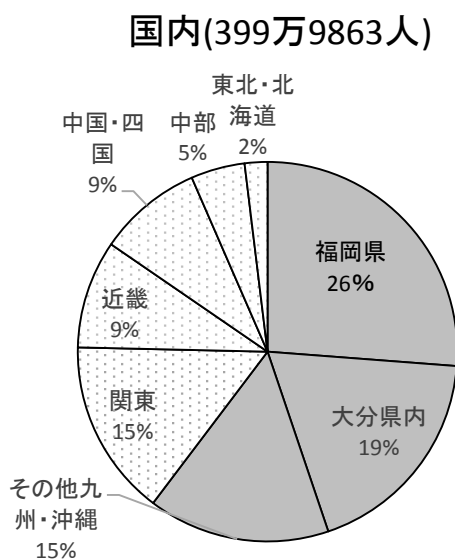


図6 2014年大分県宿泊客 発地別割合
(大分県観光統計2014年より作成)

以上、大分県の観光の特徴を基本統計で検討したが、次に観光客に対するアンケート結果から、大分県の観光を考察する。図 7 はなぜ大分県を旅行先に選んだのかというアンケートの結果であるが、一番の理由は「温泉に魅力を感じる」であって、3 年間とも 40%を超えている。このことから大分県の強みである温泉が旅行のきっかけになっていることがわかる。次いで「自然が豊か」、「名所・旧跡に魅力を感じる」、「食べ物がおいしい」となっており、温泉に限らない魅力があることがわかる。しかし一方で、「交通の便が良い」と回答した人の割合は少ない。よって、鉄道や空路、バスなどを利用せざるを得ない客層、例えば大学生などの若者あるいは高齢者を誘致するためには公共交通機関の利便性を高めることや、現在でもバスを利用して各地の名所を巡るプランがあることなどを積極的に広報していく必要があると考えられる。

大分県を選んだ理由

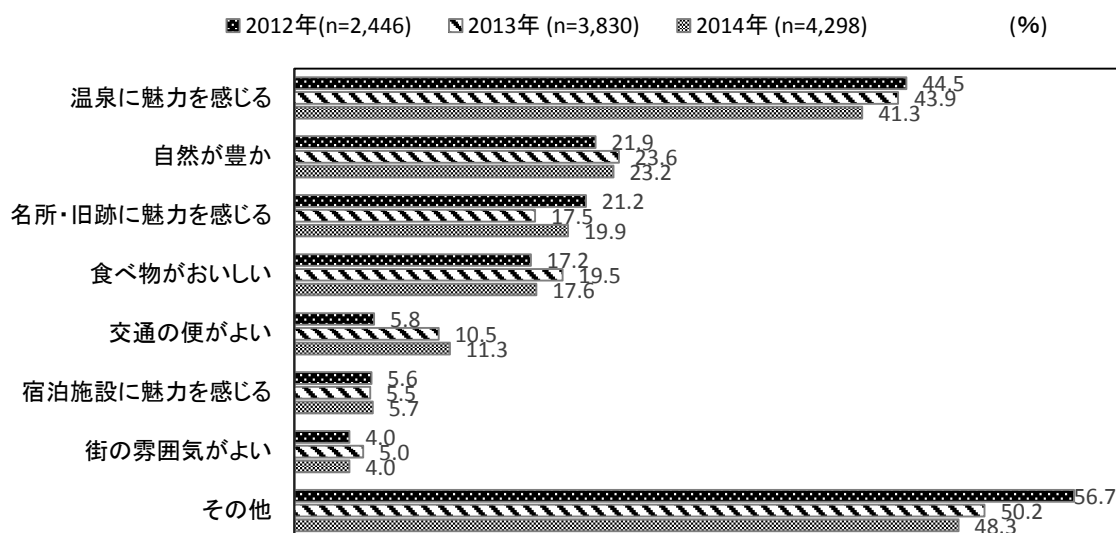


図 7 旅行で大分県を選んだ理由(複数回答)

(平成 26 年度大分県観光実態調査報告書より作成)

ただし、その広報に際しては媒体を考慮する必要がある。図 8 は旅行を計画する際にどこから情報を入手するのかというアンケート結果である。これをみると、「友人・知人の口コミ」を選んだ人の割合が 2012 年度の 5.9%から 2013 年度には 18.2%、2014 年度には 18.9%に増加していて、身近な人からの情報がより重要視されていることがわかる。この「友人・知人」は大分県への観光を体験した人であろうから、現在訪れている人の満足度を高めることが、今後の観光客誘致にも重要であることを示している。次に公的な媒体についてみると、旅行雑誌を参考にする人は 14%前後、テレビ・ラジオの割合も 2014 年度では 8.6%あり、従来からのメディアから情報を得る人が多い。しかし、「旅行関連のホームページ」、「大分県のホームページ」や「各市町村のホームページ」など各種のホームページから情

報を得る人も合計 20%を超えていて、ネット媒体を利用した広報が有効な観光戦略の一つであるのではないかと考えられる。以上大分県の観光の特徴をまとめると、観光客数は海外からの観光客も含め安定的に推移していること、8月、5月に加え秋季にも観光客が多いなど温泉県の特徴がみられること、客の過半が九州からに限られるため、自家用車を利用した観光となっていることなどが明らかとなった。また大分県を訪れる人は必ずしも温泉だけを評価しているのではなく、歴史・旧跡にも魅力を感じていることが明らかとなった。とともに、観光情報を得る手段として友人や知人の重要性が大きくなっていることがわかった。これらの二点を踏まえて城下町と坂の景観という歴史的景観を持ち、SNSも含めた口コミによって近年魅力が広まっている杵築市の観光について第3章では述べていきたいと考える。

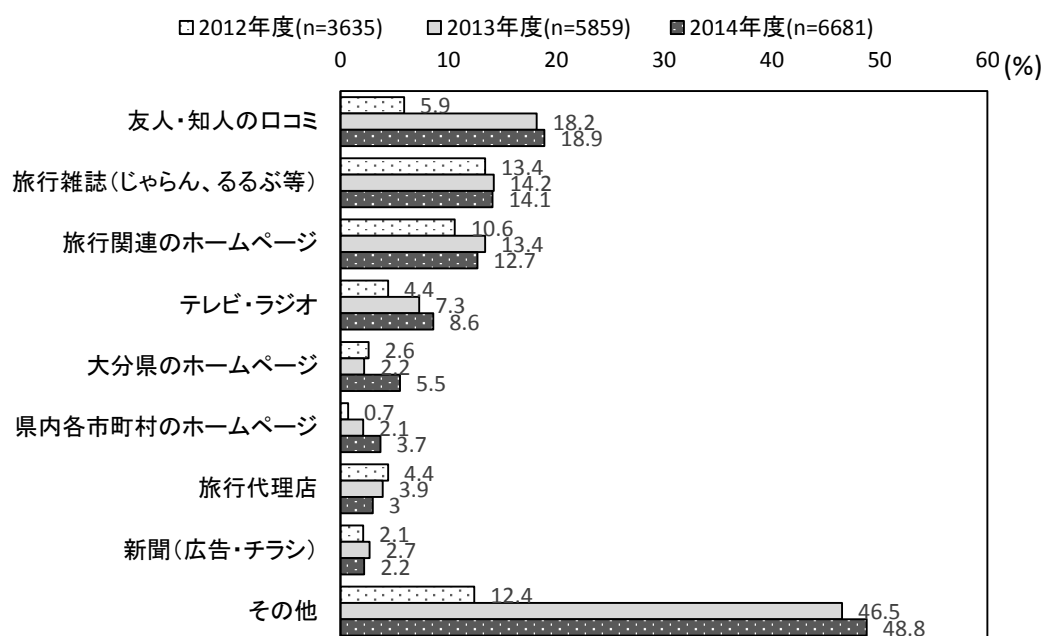


図8 旅行を計画する際の情報入手先(複数回答)

(平成26年度大分県観光実態調査より作成)

2、杵築市における観光やまちづくりの取り組み

杵築市は大分県の北東部、国東半島の南東に位置している人口約3万人の都市であり、1394(応永元)年木付氏四代目の頼直によって築城された杵築城の城下町でもある。『日本歴史地名体系 第45巻 大分県の地名』によると杵築城下町の地形的特徴として、「高山川と八坂川に挟まれ、東端の海上に浮かぶ小島に城が置かれ、南台・北台の台地上を武家屋敷とし、城の南から西方に谷川に沿って商人町を形成する。南と北の武家屋敷が中央にある商人街を挟んだサンドイッチ型の城下町である。」と記されている。

図9は現在の杵築城下町の地図であるが、上述の歴史的経緯は現在の町並みにも反映している。すなわち、北台、南台という二つの台地上にある武家屋敷は現在も何軒か保存さ

れており、見学することができる。また、北台と南台の間の谷あいの道には今でもお茶屋、味噌屋などの店があり、当時の商人町の面影が少しだけ感じられたが空き地が見られたりもした。写真 1 は北台と南台を結ぶ向かい合う坂である。このように城下町にはいくつもの坂があり、往来が少し大変ではあるものの、写真 2, 3 に示す武家屋敷街も含め、歴史を感じさせる景観が至る所にみられる。杵築ではこの景観を活かす方法として、「着物を着て歩く」観光をアピールしている。調査に訪れたときも写真 4 に示すように着物を着て武家屋敷の散策を楽しんでいる観光客も見られた。

表 1 は杵築市における観光に関する年表である。現在、杵築市の観光の重要な柱は着物、グルメイベント、観光改革である。まず一つ目の柱である着物について説明をする。杵築市は図 2, 写真 1~4 に示したような武家屋敷や坂のある街並みに着物がよく似合うとのことで、きもの事業を始めた。2009 年度に杵築市が発表した「きつき和服応援宣言」では和服を着て杵築を訪れた人は杵築城や大原邸、きつき城下町資料館といった公共観光施設の入場料が無料になるほか、市内の各種施設で特典が受けられる。また毎月第 3 土曜日には「きもの感謝祭」として、プロカメラマンによって撮影された写真のプレゼントがある。2011 年には「きものレンタル和楽庵」がオープンして、一着 2400 円で着物を借りることができ、より気軽に着物による城下町散策を楽しめるようになった。

二つ目の柱はグルメイベントである。近年全国各地でいわゆる B 級グルメが提案されているが、杵築においても 2008 年度にご当地グルメ「杵築ど〜んと丼」の販売が市内の飲食店で始まり、2014 年には新グルメシリーズとして夏季限定グルメ「ひんやりグルメ&スイーツ」の販売も開始された。

三つ目の観光改革についてみると、1994 年度に現在も続けられている城下町でのボランティアガイドが始まった。前述のように杵築城下町は武家屋敷と北台・南台を結ぶ多くの坂が残された特徴的な街並みであるが、その歴史や成り立ちを解説することによって、観光客に街並みを「見る」だけではなく「知る」楽しみを与えている。これは杵築に来た人が友人や家族にそのストーリーを話すことによって、新たな観光客につなげることを目指したものであって、前章で述べた「友人・知人の口コミ」の重要性をいち早く実践したもののといえよう。2005 年度には城下町地区における建築制限やまちづくりに関する条例が出され、2007 年度には先に述べたグルメ創作やきもの事業などのイベント改革が市商工観光課により行われた。翌年には地域の有志グループがきつき衆楽観(大衆演劇場中心の観光交流センター)をオープンさせた。2010 年度に認定された「豊の国千年ロマン観光圏」は大分県北部地域の別府市、中津市、豊後高田市、杵築市、宇佐市、国東市、日出町、姫島村の 6 市 1 町 1 村を圏域とした「歴史」・「温泉」・「食」をコンセプトとした観光広域圏である。観光庁ホームページによると、「観光圏とは、自然・歴史・文化等において密接な関係のある観光地を一体とした区域であって、区域内の関係者が連携し、地域の幅広い観光資源を活用して、観光客が滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進するもの」とある。また 2014 年には杵築市観光協会が独立することによって、より柔軟な観光事業に取り組み

るようになった。その後も新たなグルメシリーズを提案したり、他の市町村と合同で福岡にアンテナショップを出店したりと杵築の魅力を発信している。さらに2016年に公開される映画では中津市とともにロケ地に選ばれている。



図9 杵築城下町の地図(筆者作成)



酢屋の坂から見た志保屋の坂



武家屋敷を着物で散策する人びと



北台武家屋敷



武家屋敷「磯矢邸」

杵築城下町の写真(2015年9月 筆者撮影)

年度	出来事
1994	市民による城下町きつきボランティアガイドが始まる
2005	杵築市城下町地区地区計画における建築物等の制限及びまちづくりに関する条例が出される
2007	杵築市の観光事業の大幅な改革(イベント事業の見直し、観光宣伝活動の改善、グルメ創作、きもの事業の計画)
2008	杵築ど〜んと丼販売開始
	地域の有志グループがきつき衆楽観(大衆演劇場中心の観光交流センター)をオープンさせる
2009	杵築市がきつき和服応援宣言(和服の方へのサービス)を発表する
	「NPO 法人きものを着る習慣をつくる協議会」から全国初の「きものが似合う歴史的町並み」に認定される
	新グルメシリーズ「きつきサンド」が販売開始
	「豊後屋太兵衛」がきものレンタル&着付けを始める
2010	大分県から豊の国千年ロマン観光圏に認定される
2011	きものレンタル和楽庵のオープン
2014	杵築市観光協会が一般社団法人として独立
	杵築ひんやりグルメ&スイーツの販売開始(夏限定)
2015	豊後高田市・国東市・姫島村と連携して福岡にアンテナショップを出店
	中津市とともに 映画「サブイボマスク」のロケ地になる

表1 杵築市の観光に関する出来事の年表

(杵築市商工観光課での聞き取り調査、杵築市観光協会ホームページより作成)

それでは上述したような様々な試みは杵築市の観光にどのような影響を与えたのであろうか。各種の観光統計を使ってこの点を検討していった。はじめに入り込み客数の変化をみてみよう。図10は2006年以降における杵築市の総入込客数の推移を示したものである。これを見ると、総入込客数は2007年から増加し始め、2010年に最も多くなった後、やや減少している。このうち、前半の増加は先に述べたように杵築市の観光改革の効果と考えることができる。

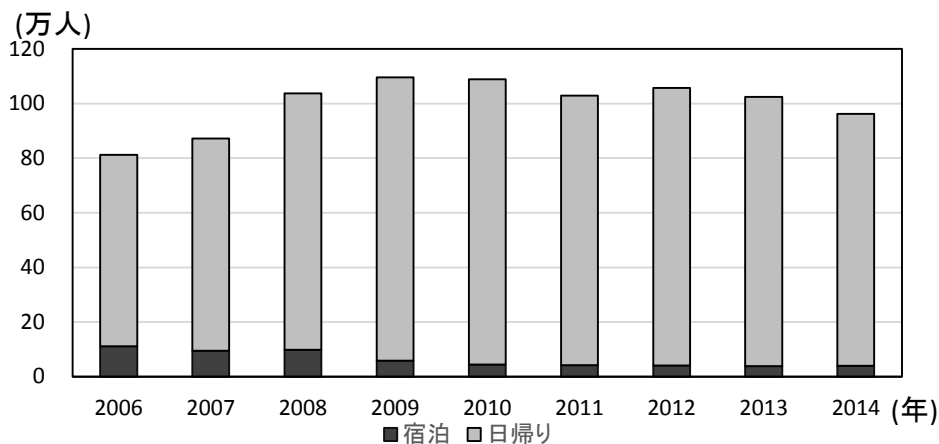


図 10 杵築市総入込客数
(杵築市商工観光課資料より作成)

次に、杵築市が取り組んでいる諸施策のうち「きもの事業」の効果についてみていきたい。きもの事業は外国人留学生などに人気があるということ杵築市へのヒアリング調査によってわかった。ここではその効果を外国人観光客数で考察していきたい。図 11 は杵築市の外国人観光客入込客数を示したものである。2006 年では外国人観光客が 3 万 5000 人ほどであったが、徐々に減少し始め、2009 年からは宿泊の割合が日帰りより少なくなり、2014 年度では日帰りの外国人観光客数の割合が大きくなっていることがわかる。宿泊客数が大きく減少した理由としては大型リゾート施設の経営難による影響が考えられるとのことであった(杵築市へのヒアリングによる)。宿泊客数の低迷に関しては、杵築市は別府や由布院から 30 分でアクセスできることが大きい。このため、宿泊者数を増やすよりも別府や由布院に宿泊する観光客数をいかに呼び込むかという戦略を持っていることを杵築市観光協会からの聞き取りでわかった。

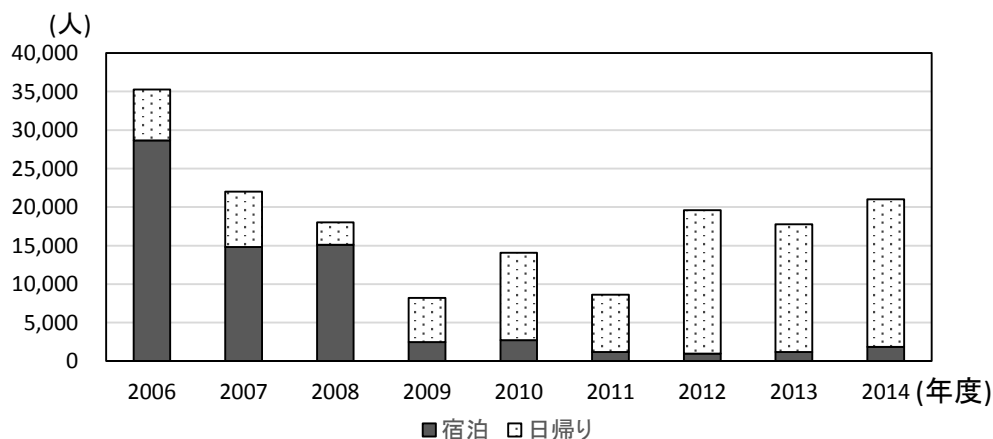


図 11 杵築市外国人観光客入込客数
(杵築市商工観光課資料より作成)

図 12 は 2013 年度と 2014 年度の杵築城の入館者数を示したものである。なお、本データは年度ごとに集計されていて、本論で示す他の資料とは性格を異にする。これを図 2 に示した県全体の月別観光客数と比較してみると、杵築城では 4 月、5 月の入館者数が多い反面、県全体の観光客数が最大となる 8 月の入館者数は少ない。この結果を杵築城下町地区への観光客数と考えるならば、6 月、7 月、8 月に観光客が減っていることは大分県への観光客をダイレクトに呼び込めていないということであって、今後の検討課題である。

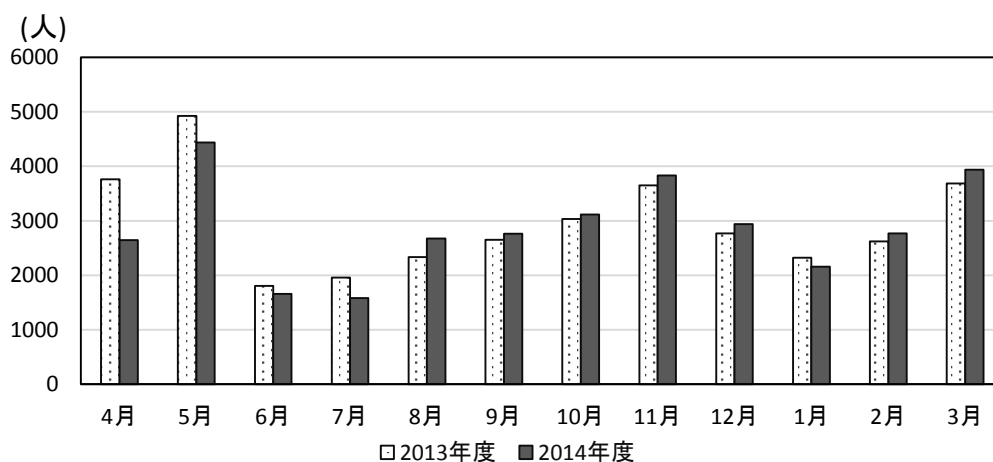


図 12 2013 年度と 2014 年度杵築城入館者数
(杵築市観光協会資料より作成)

図 13 はレンタルきもの事業を行なっている和楽庵の利用人数と売り上げの推移を示したものである。この図を見ると、2011 年度には 970 人だった和楽庵の利用人数は 2014 年度には 7433 人に増加し、売り上げもそれに対応して伸びている。このことからレンタルきもの事業が着実に人気を伸ばしていることがわかる。しかしながら月別に見ると、杵築城への入館者数と同様、7 月、8 月の売り上げが少ない。杵築市商工観光課への聞き取りによると、夏に着物を着て城下町を歩くのは暑くて敬遠されるとのことでその対策として 2014 年度から「杵築ひんやりグルメ&スイーツ」を販売しており、観光客に涼んでもらおうという試みが行われている。

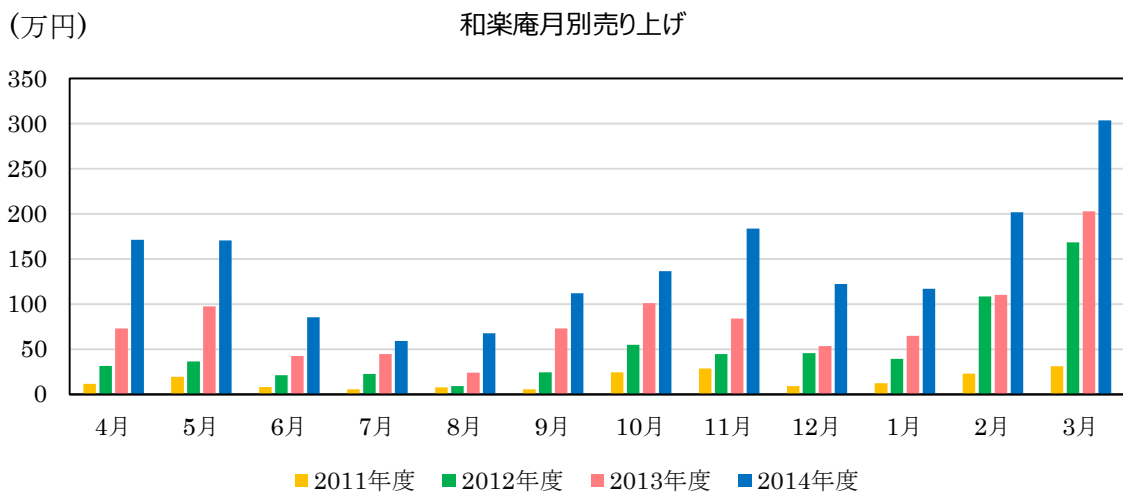
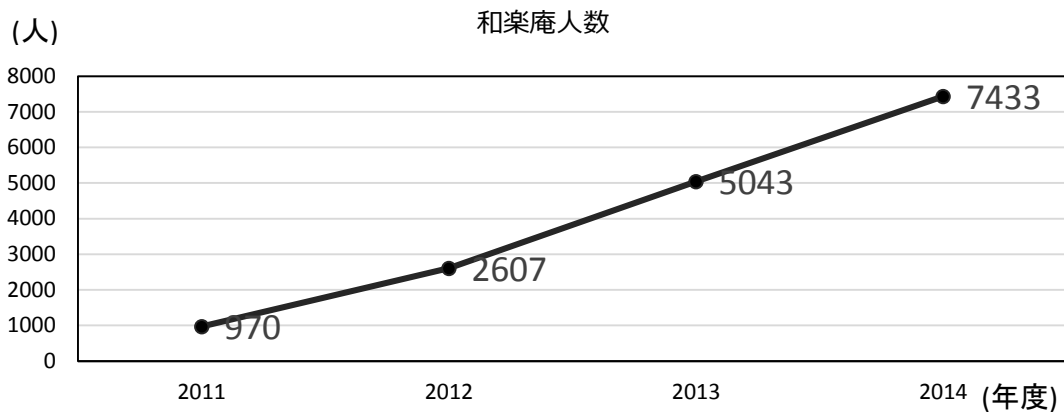


図 13 和楽庵(レンタル着物)の利用人数と売り上げの推移
(杵築市観光協会資料より作成)

3、まとめ

大分県は日本有数の「おんせん県」であるとともに、まだまだ全国的には広く知られていない豊かな自然や魅力あふれる景観やご当地グルメや名物といった観光客を呼び込む資源が数多く存在している。温泉という観光資源を中核にして、さらに歴史ある地を巡ったり、ダイナミックな自然を楽しんだりすることができるという大分県の良さを生かしたモデルプランの策定や売り込み方の工夫次第で観光客を増やすことができるのではないかと考える。しかし課題としては、県内各地にある観光地を周遊したいと考えた時に 2015 年 3 月に東九州自動車道が大分県内区間で開通し、自動車でのアクセスは便利になったが、鉄道での県内移動がしにくく公共交通網の整備が求められる。一方で大分県全体の観光と各市町村の観光を考えた時に、県内全域に広く観光客を呼び込むのが理想的ではあるが、別府や由布院といった地域に宿泊客が集中するのは事実であり、他の市町村にも同様の宿泊施設を作るとするのは難しい。だが、それを逆手にとって杵築市は、別府や由布院に宿泊

している人たちに車を利用して 30 分で行ける杵築という町に寄ってもらえるように、別府や由布院のホテルや旅館にパンフレットを置いてもらうという観光 PR を行なった。また、杵築市観光協会のヒアリングでも、サービスの質を高めることが、帰ってから人も人にそれを話し、杵築が口コミで広がり、よい思い出が残ることでリピーターを生むとのことであり、その街を訪れてくれる人の数が最初は少なくとも来た人に楽しんでもらえることができれば次につながるという発想をこれからも大切にしていくことで、大分県全体の観光客数を増やす鍵になるのではないかと私は考える。

—謝辞—

本稿を製作するにあたりまして、大分県観光・地域局観光・地域振興課 国際観光班の富田眞里子様、(公社) ツーリズムおおいたの相本健二様、杵築市観光協会事務局長三浦孝典様、杵築市商工観光課課長の黒田幸一郎様に大変お世話になりました。ここに記して厚く御礼申し上げます。

●参考文献

- ・大分県ホームページ 温泉データ <http://www.pref.oita.jp/site/onsen/onsen-date.html>
- ・山下亜紀郎 (2001) 「諏訪湖畔における観光資源の多様性と地域間提携」
- ・ツーリズムおおいた発行(2015) 『大分県観光ガイドブック おんせん県に来ちゃいましたけん!』
- ・杵築市観光協会ホームページ <http://www.kit-suki.com/>
- ・観光庁ホームページ 観光圏の整備について「豊の国千年ロマン観光圏整備計画」
<http://www.mlit.go.jp/common/001049632.pdf>
- ・黒田幸一郎(2011) 『観光ほど素敵な仕事はない』自費出版
- ・平凡社地方資料センター編 (1995) 『日本歴史地名体系 第 45 巻 大分県の地名』平凡社 (P436、442~443)