

「ゆかり・ならでは・なにわ旅」による大阪ファン創造

森島 克一

【目的】

昨年、大阪の観光はインバウンドの恩恵に恵まれた。それは、外国人旅行者の購買力による経済効果に加え、観光地としての大阪に改めて気づく契機をもたらした。

しかし、インバウンドへの過度の依存は好ましくない。我々は将来に向け、観光都市としての魅力を向上させる地道な取り組みを続けなければならない。

ご高承のとおり、大阪の強みは、買物、通勤、出張、観光、転入など様々な目的での来訪者が多いことである。一方、弱みは、その歴史・文化にかかわらず、視覚に直接訴えるような観光対象が乏しいということである。

このことから、来訪者が興味を抱くような仕掛けが必要となる。そこで「ご当地ゆかり」（来訪者の出身地・居住地など特定の場所と関係があるコンテンツ）で興味を持ってもらい、「大阪ならでは」（大阪でしか体験できない、もしくは発祥が大阪にあるコンテンツ）で魅力を感じてもらい狙いで観光プランを提供し、さらには、大阪ファンを創造することを目指すのが本研究の目的である。

【内容】

まず、プランの方向性を決めた。「気軽に」「ついでに」やってみようと思うような小旅行でありながら、五感に訴える魅力的な観光機会を提供することを主眼に3つの方針を設定した。

次に、プランを策定する地域の優先順位を考えた。具体的には、統計資料により、「大阪への旅行者はどここの都道府県から来ているのか?」「旅行者の大阪志向は都道府県別にどうなっているのか?」を分析し、優先度の高い3つの地域を選んだ。

最後に、プラン策定にあたっては、コンテンツと訪問地や利用施設などを、ある程度体系的に組み合わせる汎用性ある手順を考案した上で、その手順に基づきプラン例を策定した。

【結果】

「ゆかり・ならでは・なにわ旅」の具体的なプラン例を、優先度の高い3地域から1地域あたり1県、合計3プラン策定した。

次に、具体的プラン策定を踏まえ、媒体ごとの活用例を考えた。

最後に、「ゆかり・ならでは・なにわ旅」の活用により、大阪の多様な魅力に気づいた来訪者が増え、観光文化都市大阪のブランド価値を向上させることが期待できると結論づけた。加えて、この過程を通じ、見逃されがちな観光資源が見直される可能性についても言及した。

1. 研究目的 先述【目的】のとおり

2. 「大阪ならではの」と「ご当地ゆかり」

大阪でしか体験できない、もしくは発祥が大阪にあるコンテンツを「大阪ならではの」とする。「大阪ならではの」は表1のとおり、幅広く見つけることができる。また、来訪者の出身地・居住地など特定の場所と関係があるコンテンツを「ご当地ゆかり」とする。「ご当地ゆかり」は表2のとおり、各都道府県で数個は容易に見つかる。

表1 「大阪ならではの」例

繁華街	道頓堀 心齋橋 新世界 通天閣	芸能	なんばグランド花月 天満天神繁昌亭
施設	大阪城 USJ 海遊館		国立文楽劇場
商店街	黒門市場 道具屋筋 船場センタービル	民間信仰	四天王寺 露天神社 法善寺横丁
	大阪駅前ビル 天神橋筋 空堀 粉浜		石切神社 生駒山
交通	御堂筋 地下鉄御堂筋線 阪堺電車	食	押し寿司 洋食 うどん こなもん
	渡船 アクアライナー リバークルーズ		ホルモン 関東煮 立ち呑み
建築	近代建築群 なんばパークス 梅田スカイビル	温浴	銭湯 スパワールド
	あべのハルカス 環境局舞洲工場		天神祭 住吉祭 愛染祭 だいがく
企業博物館	くすり 魔法瓶 パナソニック ミズノ	祭	だんじり ふとん太鼓 やぐら
	インスタントラーメン 企業家ミュージアム		公共

表2 主要都道府県※の「ご当地ゆかり」例 (※人口、官公庁設置状況等により選定)

北海道	松前藩 昆布 俵物 竹鶴政孝	静岡	関一 豊田佐吉 森石松 おでん
宮城	伊達政宗 山南敬助 立売堀	愛知	豊臣秀吉 徳川家康 黒川紀章
埼玉	古墳群 渋沢栄一 須田剋太	京都	寺社 古典 幕末 大丸 高島屋
千葉	TDL 歴博 モルメル 日本武尊	兵庫	港 船 紡績 異人館 モダン
東京	東京駅 銀座 隅田川 タワー	広島	鶴岡一人 江夏の21球 かき舟
神奈川	港 船 江ノ電 源氏 南北朝	香川	空海 金毘羅さん 菊池寛 うどん
新潟	河井継之助 長野宇平治 食器	福岡	ホークス キャナルシティ 太宰府天満宮
石川	蓮如 前田家 軍都 片岡安	熊本	加藤清正 細川家 本山彦一

3. プラン検討にあたって

(1) 方向性を決める

プランの方向性としては、まず、ひとり旅を想定する。「気軽に」「ついでに」やってみる小旅行を考えた場合、ひとり旅は最も親和性が高いからである。次に、所要時間として、公共交通機関を使って一日弱程度を目処とする。さらに、「見る」要素だけでなく、「賑」・「楽」・「食」といった要素を組み合わせる。魅力的な観光には、五感に訴える多様な要素が必要だからである。

(2) 優先順位を決める

国土交通省「宿泊旅行統計調査報告(平成26年)」により分析した。(分析1, 2)

(分析1) 大阪への旅行者はどこの都道府県から来ているのか?

大阪府での宿泊者数を都道府県別に上位から並べると、次頁の表3の通り、概ね人口順になり上位を大都市圏が占める。

(分析2) 旅行者の大阪志向は都道府県別にどうなっているのか?

各居住地県から見た「宿泊先としての大阪府の順位」は大阪志向の強さを表す。例えば、大阪から見ると表3の通り、東京からの宿泊者が最も多いが、逆に東京からは、千葉への宿泊者が最も多く、北海道、沖縄と続き、大阪は4位となるため、東京は大阪志向が強いとは言えないことになる。

このように大阪志向の強弱を表したのが表4であり、次のことを見て取ることができる。

- ①九州は、7県中6県が4位以下であり、位置や交通アクセスの割に、大阪志向が弱い。
- ②北陸は全ての県が3位以上であり、うち2県が2位と大阪志向が強いが、統計に反映されていない北陸新幹線は脅威である。

以上の分析から、大都市圏、九州、北陸の3エリアを優先することとした。

表3 大阪府内宿泊者数 居住地別順位
(国土交通省統計より森島作成)

順位	居住地県 (≒出発地)	宿泊者数 (万人)	人口 順位
1位	東京	87.3	1
2位	神奈川	27.0	2
3位	愛知	23.6	4
4位	福岡	17.2	9
5位	千葉	16.0	6
6位	埼玉	15.7	5
7位	兵庫	14.1	7
8位	広島	11.7	12
9位	北海道	10.6	8
10位	静岡	7.1	10
	全 国	479.0	—

表4 各居住地県から見た「宿泊先としての大阪府の順位」分布 (国土交通省統計より森島作成)

宿泊先としての 大阪府の順位 (除く自県)	居住地県 (≒出発地)					
	(九州以南)	(中・四国)	(近畿)	(中部)	(関東)	(東北以北)
1位		鳥取 高知	和歌山			
2位	福岡	広島 島根 徳島 香川 愛媛		福井 石川	千葉	
3位	沖縄	岡山 山口	兵庫 三重	愛知 富山 新潟		北海道
4位	長崎 大分 鹿児島		奈良 滋賀	岐阜 静岡	東京 埼玉 神奈川	岩手 山形
5位以下	佐賀 熊本 宮崎		京都	長野 山梨	茨城 栃木 群馬	福島 宮城 青森 秋田

4. プランの策定

いよいよプランの策定に入るが、どの都道府県であっても均質なレベルのプラン策定ができるよう汎用性のある手順を設定した。具体的には、コンテンツの整理(①-1、①-2)を行なった後、プランを策定(②)した。

①-1 各県の「ご当地ゆかり」を選択して、大阪での訪問エリアを決める。

①-2 訪問エリアにある「大阪ならではの」を「賑」「楽」「食」の別に挙げる。

② ①を踏まえ、取捨選択及び肉付けする形で具体的プランを策定する。

①コンテンツの整理 (大都市圏・九州・北陸からそれぞれ1県を例示)

県	ゆかり	エリア	ならではの(賑・楽・食)
東京	金融・商業、辰野金吾、水辺ライオン、明治の森	中之島[難波橋、証券取引所、日銀]、アクアライナー、梅田、箕面[東京・高尾山と共に明治の森国定公園に指定]	賑：梅田、箕面滝道 楽：アクアライナー、箕面温泉 食：新梅田食道街

熊本	加藤清正、細川家、小西行長、本山彦一、与謝野晶子、大塚惟明	堂島[毎日新聞社跡]、大阪城周辺[城、エルおおさか(伝清正邸跡)、大阪カテドラル・越中井(細川邸跡)]、生玉[持明院(伝清正邸跡)、源聖寺坂]、黒門市場、堺旧市街[小西行長邸跡、菅原神社・行長手植えの傘松、利晶の杜]	賑：黒門市場、道具屋筋 楽：レンタル、環濠クルーズ、湊潮湯 食：南海グリル、美々卵、なんばこめじるし
石川	城、蓮如上人、加賀前田家、軍都、片岡安、裏千家、松尾芭蕉	中之島、本町[南北御堂、企業家ミュージアム]、大阪城周辺[大坂本願寺跡、豊国神社、前田邸跡、玉造稻荷神社]、湊町船着場、なにわ探検クルーズ	賑：船場センタービル、道頓堀、アメリカ村 楽：探検クルーズ、清水湯 食：南たこ梅、大黒、味穂

②具体的プラン例 [ゆかり：☆ ならでは：◎]

東京	<p>【中之島散策】◎証券取引所 ◎難波橋ライオン像[三越本店ライオン像] ☆関一像[元東京高商教授] ☆中央公会堂[ニコライ堂設計・岡田信一郎出世作] ☆日本銀行[東京駅・日銀本店と共に辰野金吾設計]</p> <p>【アクアライナー遊覧】淀屋橋＝OAP(◎造幣局、三菱金属工場跡)＝淀屋橋</p> <p>【梅田・昼食】◎新梅田食道街で昭和グルメ 阪急百貨店 梅田地下街</p> <p>【箕面観光】☆箕面[高尾山と共に明治の森国定公園] ☆滝安寺[宝くじ発祥] ☆笹川良一像[平和島競艇場] ◎箕面の滝 ◎箕面温泉ホテル[坂倉建築研究所] ◎スパ・ガーデン</p>
熊本	<p>【堂島周辺】☆毎日新聞旧社屋玄関[本山彦一] ☆薬師堂[毎日新聞旧本社跡地]</p> <p>【大阪城～生玉】◎城 ☆大阪カテドラル[旧細川邸] ☆エルおおさか ☆持明院[伝清正邸跡]</p> <p>【難波周辺・昼食】◎黒門市場、◎なんばこめじるし 南海電車で堺へ ☆大塚惟明[元南海電鉄社長・大火後のミナミ再興]</p> <p>【堺旧市街】◎自転車のまち…移動はサイクルライフ「さ・か・い」(レンタル) 利用 ◎環濠クルーズ ☆小西行長邸跡 ☆行長手植えの傘松[菅原神社] ☆利晶の杜[与謝野晶子・内牧温泉蘇山郷うす霧や大観峰によりそひて朝がほの咲く阿蘇の山荘] ◎山之口商店街 ◎湊潮湯 【夕食】南海グリル 美々卵</p>
石川	<p>【中之島散策】☆日本銀行[片岡安] 中央公会堂 ☆東洋陶磁美術館[安宅弥吉]</p> <p>【本町周辺】☆芭蕉終焉地[金沢蕉門] ☆南・北御堂[東西別院] ◎企業家ミュージアム</p> <p>【昼食】◎船場センタービル「グルメ街」・「旨いもんストリート」</p> <p>【大阪城周辺～玉造】☆大坂本願寺跡[金沢城も金沢御堂跡] ☆蓮如松跡 ☆豊国神社[金沢にも] ☆極楽橋[金沢城にも] ☆大阪女学院[前田邸跡] ☆玉造稻荷神社[裏千家]</p> <p>【なにわ探検クルーズ】☆湊町船着場[加賀藩蔵屋敷跡] ◎水の回廊一周</p> <p>【道頓堀・心齋橋・アメリカ村】◎清水湯 【夕食】はり重 南たこ梅 大黒 味穂</p>

5. まとめ

- (1) 「ゆかり・ならでは・なにわ旅」の活用例としては、知人を大阪案内する際出身地ゆかりのものをHPで調べる、アンテナショップがその活性化のため大阪にあるその県ゆかりの情報を来訪者に提供する、出身地別のまち歩き、商店街振興、バスツアーのコースを組み入れる、など多様な用途に活用が可能である。
- (2) 「ゆかり・ならでは・なにわ旅」の効果としては、以下①～④の過程を経て、観光文化都市大阪のブランド価値を向上させることが期待できる。このうち①は「ご当地ゆかり」が、②は「大阪ならでは」が、その役割を担う。
 - ①来訪者が観光プランに興味を持ち、実際に体験する。
 - ②来訪者が大阪観光の魅力を確認しファンになる。
 - ③来訪者がリピーターになる。家族や知人、SNS等に情報発信する。
 - ④大阪の多様な魅力に気づいた来訪者が増える。
- (3) この中で、商店街、銭湯、渡船など、見逃されがちな都市生活・文化を象徴する集積が観光資源として見直されることも期待できると考える。