

地域おこしと観光サイクリングの有効性  
—和歌山県すさみ町におけるケース・スタディー—

摂南大学 外国語学部 浅野英一

摂南大学 経済経営研究科 石田裕貴

## 1. はじめに

和歌山県は、日本最大の半島である紀伊半島に位置し、その地勢は大部分が紀伊山地を中心とする中山間地帯で、河川の流域に平地が広がっている。また海岸線は、和歌山市から新宮市までリアス式海岸で変化に富んだ海岸美を形成している。和歌山県は3つのエリアに分けることができる。北部は、紀ノ川の沖積平野と関西国際空港の玄関口がある、中部は瀬戸内海と太平洋が合流する海域の紀伊水道がありスポーツ・レジャー観光が盛んである、南部は温泉郷などによるリゾート観光が通年盛んである。自然が豊かな環境、多くの歴史・文化資源・レジャー・レクリエーション施設などの観光資源が集積しており、全国的な視点においても有数の観光地として位置づけられる。しかしながら、和歌山県の推計人口（2018年1月現在）は96万3500人前後であり、20年以上連続で減少している。少子化対策やUターン就職の推進などさまざまな施策を展開しているが、人口減には歯止めがかかっていない。

南部地域にある「すさみ町」は自然資源の豊かな町である。中山間地域でありながら、太平洋に面したリアス式の地形はジオパークにも認定されており自然環境を町の魅力として発信している。すさみ町へのアクセスは、車であれば大阪から約2時間、和歌山市内から約1時間30分。鉄道であれば、JR紀勢本線「特急くろしお（旧・スーパーくろしお・オーシャンアロー）」がすさみ駅で停車する。飛行機は羽田空港・南紀白浜空港に就航しており、そこからJRやレンタカーで移動可能な距離である。また和歌山と徳島間にはフェリー航路があり四国からのアクセスも可能である。これらのアドバンテージは2015年に近畿自動車道紀勢線が開通し、交通アクセスの利便性が向上したことにある。一方で、主要幹線道路であった国道42号の町内における交通量が80%減少し、国道沿線の店舗が軒並み閉店を余儀なくされた。交通量が減少したことで、自転車走行には走りやすくなった国道の活用や沿線の活性化を目的にサイクリングロードとして地域活性化の起爆剤としてサイクリング事業を推し進め、すさみ町がサイクリストにとってポピュラーな場所にするためサイクリングコースを開発した。折しも、2018年国土交通省が、太平洋自転車道推進協議会を開催している。国土交通省関東地方整備局の第1回太平洋岸自転車道推進協議会「2020年東京オリンピック・パラリンピックまでに太平洋岸自転車道をつなぐ取り組み」記者発表資料（平成30年11月26日）によると、太平洋岸自転車道は、千葉県銚子市を起点として神奈川、静岡、愛知、三重、和歌山県の各太平洋岸沿岸を走り、和歌山県和歌山市に至る延長約1,400kmの自転車道構想となっている。「サイクルツーリズムの推進による観光立国の実現」を掲げており、官民様々な関係者が連携して、自転車の走行環境、サイクリストの受入環境、サイクリングルート沿線の魅力づくり等に取り組むことにより、ハード・ソフト両面から世界に誇るサイクリング環境の創出を目指すとされている。政府や自治体の思惑通りサイクリングロードというイベントが本当に地域を活性化させていけるのだろうか。地域の取り組みを調査し、活性化との関係性を明らかにすることを目的とした。

## 2. サイクリングロード「しまなみ海道」の成功例の分析

広島県の尾道から愛媛県の今治まで、8つの島々を9本の橋でつないだ「瀬戸内しまなみ海道」（以降「しまなみ海道」）は、国立公園でもある瀬戸内海の自転車で魅力が味わえることから「サイクリストの聖地」として、日本国内外から多くの人を訪れており、日本国内で最も成功したサイクリングロードになっている。しまなみ海道は、全長70kmのコースで、広島県尾道市から愛媛県今治市間に作られている。観光客がサイクリングを楽しむ方法は本格的なロードバイクでのスポーツ走行やシティサイクル（ママチャリ）になっている。当初、しまなみ海道の発想は安易なアイデア先行の観光とされてきた。その理由として、瀬戸内海しまなみ海道MAP（図-1）にあるように、一般的な観光地のサイクリング

図-1 瀬戸内海しまなみ海道MAP

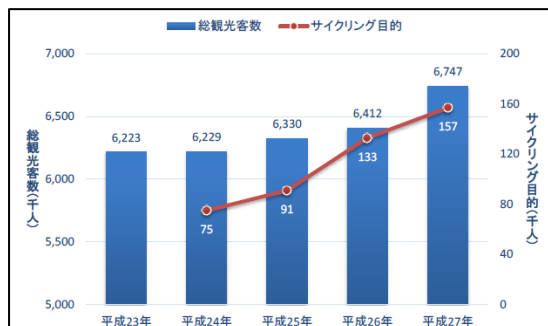


出典：ひろしま観光ナビ・ホームページ

とは異なり尾道大橋、因島大橋、生口大橋、多々羅大橋、大三島橋、伯方・大島大橋、来島海峡大橋など、瀬戸内海に架かる多くの大橋をわたり、県境を越えるコースになっているからである。そこで、しまなみ海道のサイクリングロードに、公営のレンタサイクルターミナルを各島に設置し、橋を渡り、県境を越えての乗り捨ても可能（追加料金が必要）したことや自転車を持ち込めるようにしたホテル、宅急便会社による「しまなみ海道手ぶらサイクリング」（前夜泊のホテルから当日泊の宿まで荷物を当日配達するサービス）などを展開させた。広島県側と愛媛県側が県を超えて協力しあったことが成功に導いた。「サイクリストの聖地化」には、行政機関・企業・地元がアイデアを出し合い、様々な環境が好循環を創出し観光振興の成功した例である。少し古いデータとなるが、総観光客数は、増加が続いており、大きな伸びを示している。また、瀬戸内しまなみ海道の自転車無料化に

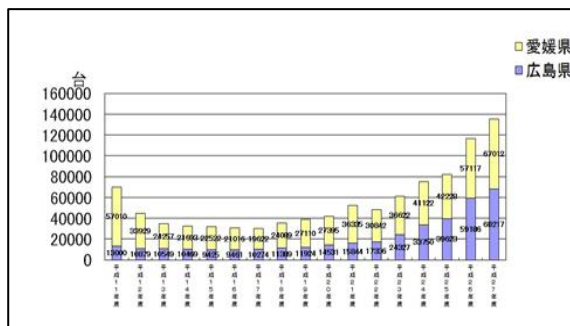
加え、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などでの認知度向上により、国内外問わず、サイクリストが増加している。

図-2 観光入込客の推移



出典：広島県観光動態調査

図-3 しまなみ海道レンタサイクル利用実績



出典：瀬戸内しまなみ海道振興協議会

### 3. 地域振興としての観光開発と過疎地域問題

交流人口の拡大を図るためには、観光による地域振興として観光開発計画を策定し、事業展開することが多い。過疎地域では、観光に大きく期待する傾向が強く、短絡的に地域開発そのものが観光開発であるという意識が存在する。現実問題として過疎地域での観光による地域振興には大きな課題が山積している。観光に関するPR不足や観光資源そのものが貧弱で社会的認知度が低いことや、道路や鉄道などの交通ネットワークが貧弱による観光資源までのアクセスの悪さなどがある。しかしながら、人口増加が望めない過疎地域においては、観光などにより交流人口の増加を図ること以外に、地域の活性化を促す整備方策が見つからないのが日本の地方の現状である。その原因として、昭和30年代以降の高度経済成長に併せて、地方から都市部へと若者を中心とした大きな人口移動が発生したことにより、農山漁村地域の基幹産業である第一次産業の担い手が減少した。それに加え昭和50年代からは、第二次産業から第三次産業へと産業構造が高度化する一方で、農山漁村地域では、農業の基盤設備の遅れから、産業構造の変化に対応することが難しく、担い手不足と従事者の高齢化の理由から、産業が衰退し、地域社会の機能低下が続いている。

地域産業・経済の衰退による地域社会の機能低下は、雇用機会を減少させ、さらに人口流出を引き起こす要因になる。これらが相互に作用することで負の循環を作り出し、生活水準、生産機能が著しく低い状態である過疎問題の課題を内包する限界集落へと変化する。現在の状況として過疎地域では、人口減少と少子高齢化が著しく、高齢者に対する福祉の増進、少子化対策や子育て支援対策、教育環境の充実・維持といった地域の事情ごとに合わせた社会福祉の整備と、対応が必要になっている。また、過疎地域の問題として、地域特有の伝統や生活文化の喪失による地域の活力低下や、担い手不足から集落の消滅が危惧されている。

こういった地域において、過疎問題を緩和するには、施策として地域の中核的な産業で

ある第一次産業を応用した新たな産業を導入し、対策をすることが考えられる。具体的には、グリーンツーリズムや移住等に関連する交流産業、地域生産物のブランド化や地産地消の推進等の地域資源の活用・保全型産業への支援、豊富な森林資源を活用した環境産業、バイオマス等の資源循環型産業などがある。これらの産業を通じて、雇用の「場」を創出し、経済を循環させていくことが重要である。天然の地域資産に恵まれ、高速道路のインターチェンジや JR 特急の停車駅、地元イベント、地元ブランド、道の駅など地域活性化に欠かせない「箱もの」が整備されているすさみ町においていかにしてこれらを有効活用して、観光サイクリングを地域活性化につなげれば良いのであろうか、すさみ町の現状調査と分析が必要である。

#### 4. 観光サイクリングを導入したすさみ町の現状

すさみ町は、交流人口の拡大を図るため、観光による地域振興として観光開発計画を策定し、事業展開している。地域の活性化の起爆剤として観光イベントを毎年 4 回開催している。3 月に行われる「すさみケンケン鯉祭り」、5 月は「イノブタダービー・イノブタン建国記念祭」、7 月は「ビルフィッシュトーナメント」、10 月は「RIDE ON SUSAMI (サイクリング大会)」がある。すさみ町は町土の約 93%が森林の中山間地域でありながら、太平洋に面しており農林水産業を営んでいる。すさみ町の林業は古くから盛んで森林の人工林率は 70%である。人工林の割合はヒノキが 70%、杉が 30%である。しかし、全国的な林業不況で木材価格の低迷による林業離れと後継者難などが加速し生産活動は停滞したままである。農業はレタス発祥の地であるが、現在では、生産者の減少や、気候変動、害獣被害などで生産数が減少している。鳥獣による森林被害と共に山間の耕地では、イノシシ、鹿、野生ザルなどの鳥獣による作物への被害が深刻になってきている。すさみ町の農業耕種は、水稲を中心に裏作で花卉（ストック・カスミソウ）・野菜（レタス）を栽培しているのが特徴であるが近年レタスは激減している。畜産農業は、数戸の農家がイノブタを生産している。農業産出額は、1981 年度は 8.9 億円であったが、2016 年度は 2.4 億万円になり、73%減少している。水産業について、2014 年度の水揚げ量は 69 トンと低かったが、2016 年及び 2017 年度の両年の水揚げ量は 109 トンと殆ど変化は見られない。全水揚げ量に占めるカツオの割合は、2014 年度 73%、2016 年度 84%、2017 年度 92%となっており、カツオはすさみ町の水産ブランドの中心的な魚種である（表-1）。しかしながら、カツオは、潮の流れや他国の乱獲により年々漁獲量が減少し、即売会のケンケン鯉まつりが中止されるほど漁獲量が減少している。

近年の観光客ニーズは自然とのふれあい、心の豊かさを求める人が増え、長期滞在型、体験型の観光、リゾート空間の整備が求められている。すさみ町では多彩な地域イベントの開催や、受け入れ体制の充実に努め、観光客の誘致を行なっている（表-2）。また、すさみ南インターチェンジ出入口付近に道の駅すさみ、エビとカニの水族館、

ガソリンスタンドを建設した。道の駅すさみ近くに積水ハウス株式会社（本社：大阪府大阪市）とマリオット・インターナショナル（本社：米国）が「Trip Base 新プロジェクト」として、すさみ町及び串本町にホテルを建設することが決まった。

表-1 すさみ市場の水産品の水揚量と税抜金額

	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
全体数量 (kg)	69,064.74	n/a	109,431.70	108,964.80
うちカツオ数量 (kg)	50,334.70	n/a	91,561.00	100,809.50
カツオが占める割合	72.9%	-	83.7%	92.5%
全体税抜水揚量 (円)	60,778,904	n/a	84,700,697	79,290,986
うちカツオ税抜水揚量 (円)	52,764,426	n/a	76,283,897	75,897,746
カツオが占める割合	86.8%	-	90.1%	95.7%

出典：和歌山県南漁業協同組合資料に基づき筆者（石田）作成

表-2 すさみ町観光客目的別推計値の推移

アクティビティ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
海水浴・川泳ぎ	13,512	11,361	11,121	7,557	10,662	13,826	14,526
キャンプ	0	0	0	0	0	0	0
スポーツ・ゴルフ・ハイキング	6,248	6,600	12,105	11,128	12,881	12,392	16,690
釣り	23,143	23,682	22,190	22,305	21,558	21,819	23,066
花見	700	725	725	500	800	800	500
観光農園	0	0	0	0	0	0	0
温泉・休養	38,960	40,924	60,986	62,552	58,035	54,319	40,961
祭	22,000	22,600	22,450	19,780	11,700	13,000	13,500
神社参詣	0	0	0	0	0	0	0
潮干狩り	0	0	0	0	0	0	0
風景・自然鑑賞	54,297	66,364	54,089	62,266	36,665	11,250	29,010
観光施設	30,330	36,667	35,175	23,412	409,191	1,002,451	919,359
その他	1,486	876	0	1,222	126	0	0
合計	190,676	209,799	218,841	210,725	561,618	1,129,857	1,057,612

(出典) 観光客動態調査報告書 (2011~2017)

交流人口の拡大を図るための交通インフラ整備では、2015年8月に近畿自動車道紀勢線（以下、紀勢線と記す）がすさみ町に開通し、地域活性化インターチェンジ（すさみインターチェンジ：以下、すさみICと記す）と、自動車道終点のインターチェンジ（すさみ南インターチェンジ：以下、すさみ南ICと記す）が建設されたことで、すさみ町へのアクセ

スは非常に良くなった。紀勢線が開通するまで国道 42 号が唯一の幹線道路であったが、越波・土砂崩れなど自然災害の影響を受け、台風時には複数の場所で通行止めがあり、生活物資の運送ができなくなっていた。紀勢線は災害時の陸の孤島状態を解消するため、無料区間は災害時の代替ルートとしての機能（高規格道路）を持っている。和歌山県第 2 の都市の田辺市とすさみ町まで道路によるルートは 2 ルートあり国道 42 号と紀勢線の時間差は 30 分ある。交通インフラ、地域ブランド構築、観光としてのイベント開催と地域振興策の関係性を現地調査とデータ収集・分析から明らかにし、過疎地域活性化の現状課題と将来的な課題緩和策について考察した。

## 5. すさみ町での現地調査とデータ収集・分析

紀勢線「白浜 IC～すさみ南 IC」が開通する以前(2013 年)から現地調査によるデータ収集を行っており、2016 年に開通後のデータ収集を実施した。すさみ IC は、地域活性化 IC として認可されていることから、IC の目的は地域を活性化（観光レジャー活性化）することにある。「南紀白浜 IC～すさみ南 IC」間は無料区間であり、それまで主に使用されていた国道 42 号の利用者が大きく減少した。また、近い将来に紀勢線がすさみ南 IC から串本 IC まで延伸される計画になっており、新しい区間延伸により経済規模や観光規模大きな串本町に求心力が移り、すさみ町は単なる高速道路の通過点となり、串本町に人・モノ・金が流出して地域が空洞化してしまう可能性がある。様々なマスメディアが「南紀白浜 IC～すさみ南 IC 開通後の国道 42 号の交通量は 8 割減」と発表しており、国道 42 号沿線でストロー効果による空洞化が発生している可能性がある。そこで、すさみ IC と国道 42 号線とつながっている平松交差点と、すさみ南 IC（紀勢線の終点）が国道 42 号線と連結しているインター出入口地点（道の駅すさみ前交差点）で交通量調査を実施し紀勢線と国道 42 号線の利用率を明らかにし、将来の交通量予測を行った。

交通量カウントは、平日 3 日間と休日 3 日間の平均値によって交通量概要の割り出しを行った。道の駅すさみ前交差点から、道の駅すさみの駐車場に出入りした車の数から駐車場の受け入れキャパシティーは 1 日延べで 1800 台であった。上りにおいては紀勢線利用が約 7900 台に対して 42 号線利用が約 2000 台であり、紀勢線利用率は 75%である。下りでは紀勢線利用が約 4000 台に対して 42 号線利用が約 1500 台であり、紀勢線利用率は 63%である。この利用率から、国道 42 号に代わる紀勢線「南紀白浜 IC～すさみ南 IC」間は、ストロー効果による空洞化を発生させている原因の 1 つと考えられる。すさみ IC と国道 42 号とつながっている平松交差点は、すさみ町の中心街を横断していることから、平松交差点での交通量は、域内交通量の分類と考えられる。平松交差点からすさみ IC への上下交通量は約 1900 台、平松交差点から白浜方面上下交通量は約 2200 台、平松交差点から串本方面への上下交通量は約 2400 台であり、域内交通においては、すさみ IC のストロー効果の影響は少ないことが判明した（表-3）。2010 年に実施された国土交通省道路交通センサスで



は、国道 42 号すさみ町での交通量は昼間 12 時間自動車類交通量の上下合計台数は 2894 台である。それに対して筆者らが 2016 年 3 月にすさみ南 IC から国道 42 号線に交わる交差点で行った調査では上下合計台数 9100 台であり 3 倍に増加している（表-4）。

表-3 紀勢線「南紀白浜 IC～すさみ南 IC」開通による  
国道 42 号沿線のストロー効果の影響

国道 42 号区間	ストロー効果	その他
日置～平松交差点	マイナス影響あり	沿線商店街の売上減少
平松交差点～道の駅前	大きな影響なし	沿線商店が少ない
道の駅～串本	プラス影響あり	すさみ南 IC が終点

出典：筆者（浅野）作図

表-4 交通量調査

調査名	調査年度	調査場所	上下合計交通量
国土交通省道路交通センサス	2010 年	すさみ町内の国道 42 号線	2894 台
本研究調査	2016 年	すさみ町内国道 42 号線と すさみ南 IC 合流点	9100 台

出典：2016 年国土交通省道路交通センサス

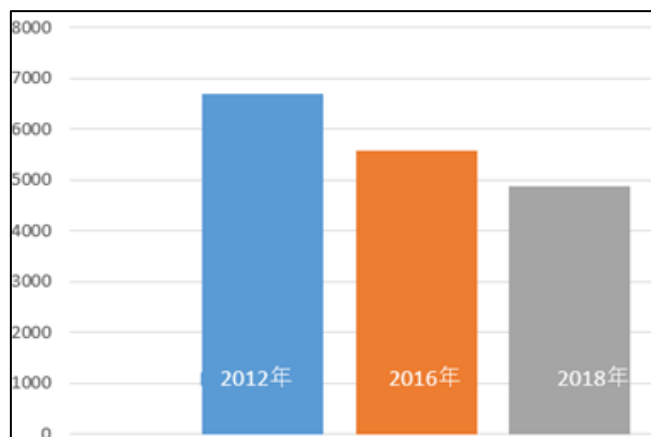
すさみ町最大の観光イベント「イブ王国建国祭」は 37 年間連続で開催されており、近畿圏での知名度が高い。紀勢線「南紀白浜 IC～すさみ南 IC」の開通もあって、来場者は年々増加すること予想され、将来展望への試金石と期待された。また、すさみ IC は、地域活性化 IC として認可されていることから、観光レジャー活性化という視点から観光イベントの入場者数が活性化を評価する材料である。調査の結果、開通前 2013 年の来場者は 8096 名、開通後の 2016 年は 5567 名、2018 年は 4872 名と徐々に来場者が減少しており地域活性化 IC 開設による観光レジャーの活性化という思惑通りには進んでいない（図-4）。

紀勢線「南紀白浜 IC～すさみ南 IC」のような道路インフラ整備には様々な効果が存在し、顕在化効果については、経年時間分析しなければならない。地域活性化 IC 開設というインフラ整備が地域社会に及ぼすプラス的成果や効果が顕在化するには時間を要するものがあり、そういった意味では、短期ミクロ的な変化ではなく長期マクロ的な変化を捉える必要がある。すさみ町にとって地域活性化イベントは地域の活性化を図る上では欠かせない事業である。イブ王国建国祭の入場者数減少状況から「観光振興」や「農業振興」施策として位置付けられたイベントの役割が経年劣化（マンネリ化）と変化していることから、「地域活性化 IC 開設＝観光レジャー活性化」として頼ることがないような対応が必要という結果を今回の調査で判明した。ただ、地域に暮らす住民にとって、地域活性化 IC の存在効果は、高速道路を利用しなくとも高速道路が使えるという期待や、高速道路や IC が身近



に存在していることが大きな安心感につながっている。

図-4 イノブータン王国記念祭入場者調査



出典：筆者の現地調査

## 6. 観光サイクリング RIDE ON SUSAMI の分析

和歌山県は地域の振興につながる事業として「サイクリング王国わかやま」と名付け、自転車愛好者の誘致に取り組み、サイクリング道を整備しており紀ノ川沿いや海岸沿い、山間部の道路を自転車道に指定し、ドライバーに注意を促すための青い実線や破線（ブルーライン）を設置している。すさみ町のサイクルイベント「RIDE ON SUSAMI」は、2017年11月18・19日に第1回目を開催した。参加者は450名であった。タイムを競うレース形式ではなく、海・山・川の3つのエリアから構成される走行距離約70kmのコースが設定され、約20名のグループごとにスタートする。各グループには地元のサイクリスト2名がスタッフとして先頭、最後尾につき、コースを案内すると同時に安全な走行管理を行った。コースの各地点に設置するエイドステーションでは、地元食材を使用した飲食物が地元住民により提供された。第2回目は、2018年10月20・21日に開催された。参加者は534名であった。古座川町の一部を新コースとして取り入れ約74kmのコースと約140kmのコースが選択できる。ファンライド前日の20日には、特設会場で600mのヒルクライム（1人2本のタイムアタック）のイベントも実施された。

アンケートの回答者は、2017年度374人、2018年439人であった。参加者の性別は兩年とも80%以上が男性であった。年代別では、30代、40代、50代が中心で、それぞれ20～30%を占めており、30代から50代までの男性に幅広く人気のあるイベントである。同伴者（複数回答）については、友人・知人が最も多く70%以上を占め、次いで、同伴者なしが2割弱であった。開催時期に関して、2017年度には要改善が49.7%と半数を占め、また、開催希望月として219人中143人（77.3%）が10月を選択していたことから、2018年度は10月に開催された。その結果、「この時期でよかった」が98.6%となり、10月が開催時期

として適した月であることがわかった。エイドステーションの食べ物やコース内容に関しては、多くの参加者が満足しているが、2018年度は「大変良かった」が2017年に比べて増加した。コース設定は「大変良かった」が20%近く増加している。2018年に新エリアのすさみ町佐元地区と古座川町が加わったことについて質問したところ、無回答が59.5%と高かったが、これは新エリアの場所が特定できなかったか、あるいはコース選択の結果、同区間を走らなかったことと推測される。新エリア区間を認識している回答者の殆どが良かったと回答していることから、新エリアの追加はコース設定の高い評価の要因の一つになったと考えられる。コースは海・山・川のエリアに大きく分けられており、2018年度のアンケートで、最も良かったエリアについて質問した結果、川沿い33.0%、海岸26.2%、山岳25.5%の順で、どのコースも大きな差はなく、コース全体として満足度が高かった。コース全体の自然景観に関しても、「大変楽しめた」70.8%、「楽しめた」24.4%とほとんどの回答者が高い評価をしている。これらの結果としてイベントの総合的な5段階評価満足度の平均値は、2017年度の4.50に対し2018年度は4.74に増加した。新コースの追加や開催時期を10月にしたことにより参加者の満足度が上昇したと考えられる。

すさみ町のサイクルイベントは「RIDE ON SUSAMI」は、地方創生推進交付金を使った3年間限定の取り組みである。地域再生計画（すさみ町総活躍！オールすさみプロジェクト）には「紀勢自動車道の開通によりすさみ町が紀南地域のゲートウェイの役割を担っていることは確かであるが、次の目的地への休憩地や、景勝地を眺めるだけの通過点になるのではなく、来訪者をすさみ町の体験者とし、すさみ町への滞在者に替えていくため、体験型観光プラン・体験メニューの創出や町ブランド製品の創出を行う。」と述べられている。

表-5 各イベントの分析結果の比較

	催事	来訪者数	同伴者	交流	満足度
集客型	イノブタ祭り	8,000人	家族	少ない	62.5%
	カツオ祭	2,000人	家族	少ない	41.0%
	ビルフィッシュトーナメント	500人	友人	少ない	高い
体験型	古座トレッキング	100人	個人・知人	多い	高い
	サイクルイベント（2017）	450人	個人・知人	多い	94.4%
	サイクルイベント（2018）	534人	個人・知人	多い	99.5%

出典：筆者（石田）作成

地域の魅力を創出することにより地域ブランドとなり、地域の有形・無形の資産を人々に有用な価値へと結びつけ、それにより地域活性化を図ることを考えていく必要がある。地域ブランドの創出のために、すさみ町は体験型観光を推し進めている。体験型観光は、「買いたい」・「訪れたい」地域ブランドを「たまに訪れたい、関係したい」といった発展型交

流にさせる継続的な取り組みが必要である。

## 7. 「地域テーマパーク型サイクリングロード」という南紀ブランドの創出

すさみ町は天然の地域資産に恵まれ、高速道路のインターチェンジや JR 特急の停車駅、地元イベント、地元ブランド商品、道の駅など地域活性化に欠かせない「箱もの」が整備されている。しかし「箱もの（ハード）を増やせば、街は潤う」とする考え方は、バブル経済以降、崩壊している。箱ものが増えることにより、活気があるように見えるが、現実には、そこに訪れる人がいなかったり、地域住民のニーズにあった施設でなかったりと利用者側の利便性が考慮されていない施設となり「経年劣化と共に無用の長物」になる。つまり、地域経済の活性化とは、逆に衰退化させることになる。これまでの地域活性化は、ハード、ソフトの両面からの施策が採られてきたが、税金を一過性のイベントとして短期集中で投入するものはカンフル剂的に刺激となるが、長期的な地域活性化策には繋がらないものが多い。すさみ町のサイクルイベントは「RIDE ON SUSAMI」は、地方創生推進交付金を使った 3 年計画の取り組みであり、現状では地方創生推進交付金によるイベントであり、今後、長期的な開催にしていけるかが大きな課題となる。紀勢自動車道開通以前、主要幹線道路であった国道 42 号の町内における交通量が 80%減少し、国道沿線店舗のビジネスが低調になった。そこで、交通量が減った国道の活用や沿線の活性化を目的にサイクリングロードを開発したが、サイクリングロードが本当に地域を活性化させることができるのだろうか、すさみ町の産業・人口・地域の取り組みを調査した結果について、現時点での活性化との関係性を明らかにする。すさみ町の「何が地域ブランド」になり得ることができるのかについては、SWOT 分析によって重要成功要因を抽出した。SWOT 分析は企業のビジネスがその時点で置かれている状況を把握することに用いられるフレームワークである。本ケースでは、これまでに調査した案件の現状を Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の 4 つに分類し内部環境や外部環境について分析を行い、方向性や改善策を洗い出し、ブランド創出への戦略へとつなげた(図-5)。

南紀地域において、宿泊観光客数が最も多いのは白浜町で観光の中心的な存在である。和歌山県内の市町村別宿泊観光客数は常に最上であり、ブランド評価においても認知、魅力度が高い。白浜町は近代的リゾート地として発展してきたが、季節変動という弱点もある。白浜町・すさみ町・串本町の観光計画には広域連携を重視することが明記されている。「地域テーマパーク型サイクリングロード」としてのブランドに基づくツーリズムを中心とした観光圏の構築を視野に入れなければならない。本研究の結論として、すさみ町のブランド価値を強化・創出するには連携型ゾーニングにより隣接自治体との「白浜観光⇄すさみ観光⇄串本観光」といった「南紀ブランド」を構築し観光圏をすさみ町まで拡大することが重要であることに加え、観光需要には季節変動であり四季の変化や休暇制度のあり方などを起因するものへの対策が必要である。広域連携を考える際、「歴史的・地理的一体

性」は感覚価値及び観念価値といった体験価値の増大を図るうえで非常に重要な要素と考えられる。自然・歴史的資産を活用した地域テーマパーク型サイクリングロード構想を中心に南紀ブランドといった地域間に良好な関係を築けなければ、観光地としての魅力を向上させることができず南紀ブランドは形骸化する危険性がある。

図-5 SWOT分析

重要成功要因	外部環境	
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 地域ブランディングの確立</li> <li>①ビジョン、②組織、③ブランド商品・サービス、④情報発信力、⑤経済循環、⑥人口増加</li> <li>◆ 観光地としてメリハリの効いた差別化と共有</li> <li>◆ 将来性・独自性を源泉としたPR</li> </ul>	<b>機会(Opportunity)</b> 高速道路の出入り口がある 南紀地域への旅行者が年々増加している 来訪者の多くは、和歌山県内および大阪府内道の駅の売上が年々増加している RIDE ON SUSAMIが好評である Trip Base 新プロジェクトでホテルが建つ	<b>脅威(Threat)</b> 少子高齢化による若者の人口減少 農林水産業の衰退 鳥獣被害の拡大 気候の変化(高温化) 高速道路延伸後のストロー効果 南海トラフ地震によるダメージ
<b>強み(Strength)</b> 高速道路のインターチェンジが2か所ある JR特急が留まる駅がある 道の駅がある エピカニ水族館が道の駅隣にある ガソリンスタンドが道の駅隣にある 国道42号沿線にイノブタランドがある すさみ八景などの景勝地がある 温泉がある	<b>積極攻勢</b> すさみ町の魅力発信方法・PR方法の展開 通行量が少なくなった国道42号の積極的な活用 すさみ町特産農業生産品の開発 魅力ある仕事の創出 若い家族層への移住促進 積極的な外国人観光客PR	<b>差別化戦略</b> 大手旅行会社とのタイアップ 若いカップル・家族連れ・シニア層に対応したパッケージの開発 自転車・オートバイが容易に使える施設の拡充 漁獲量・生産量に左右されない商品の開発 すさみ町でしか入手できない商品の開発
<b>弱み(Weakness)</b> 道の駅に朝採れ野菜が少ない 土日祝日と長期休暇時期以外の来訪者が少ない 若い担い手が少ない 若い家族の移住が少ない 各イベントのリピーターが増加しない 町内に魅力ある労働施設が少ない 衣料品を売る店舗がない F1イノブタ肉の増産が難しい	<b>段階的施策</b> 交流人口(観光客)施策の立案・予算取り・実施 すさみ町観光協会の強化 すさみ町民へのPR(町民からの支持) 和歌山県内・大阪府内への積極的なPR 道の駅すさみを中心にした観光・宿泊・ショッピング拠点の形成 魅力ある仕事場(就業先)の形成 若い家族の移住	<b>専守防衛・撤退</b> 各イベントのマンネリ化防止 紀勢線・国道42号・JRを使った観光ルートの設置とPR 隣接自治体(白浜町・串本町・古座町)との連携および観光ルート共有

出典：筆者(浅野)が作図

現状は、三つ巴(白浜観光⇔すさみ観光⇔串本観光)で観光客の奪い合い状態であるため、3つの自治体の観光資源が似通った魅力を別々にアピールすることで訪問先の偏りが生じ、全体的に訪問客数が伸び悩んでいる。3つの自治体の観光地が異なる魅力を競合させず総合的にアピールすることで付加価値が生まれ、相対的に流入する観光客数を増加させることにつながる。本稿冒頭で指摘したしまなみ海道は、行政機関・企業・地元がアイデアを出し合い、様々な環境が好循環を創出し観光振興の成功した例である。南紀ブランドの具体的策は、各観光地を広域的観光としてサイクリングロードを通して地域をテーマパーク化することで付加価値を付け、無料高速道路・国道42号・JRを活用した観光回廊や周遊ルートを構築することが考えられる。

地域テーマパーク型サイクリングロードに関してのPRは、日本国内にとどまらず、インバウンド客に周知し、興味を集める施策が必要である。関西国際空港に近接し、急速に増加する個人観光客の多様なニーズを踏まえ、PR強化、コンテンツの充実、受入環境の

整備に取り組む観光資源を対象市場に対応した戦略的にプロモーションすることが重要である。SWOT 分析から導き出された重要成功要因は①地域ブランディングの確立、②観光地としてメリハリの効いた差別化と共有、③将来性・独自性を源泉とした PR である。

有効的な具体案として、観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の現地の有力エージェントへ旅行事業者やブロッガー、メディアなどに現地を視察してもらうツアーの実施、白浜空港へのチャーター便誘致がある。白浜町・すさみ町・串本町をゴールデンルートとして、売り込むためには、3つの自治体が協力し合い地域テーマパーク型サイクリングロードという南紀ブランドの創出が今後の「鍵」となる。インバウンドの誘致は、季節変動にとらわれない。近隣諸国であれば、台湾が自転車道の整備やレンタサイクルなどの自転車施策等により、来訪者を 100 万人から 800 万に増やしており、サイクリングロードによる観光による潜在的なインバウンドは大きい。新規観光客だけでなく、リピーター客の訪問意欲を高める付加価値作りとして、広域的観光ブランドにつなげる基礎とする。地域に根付いたテーマ性や特性を活かした観光回廊や周遊ルートは、地域の人達だからこそできる部分が多く、食文化、生活文化・伝統文化など、地域の「人・物・事」をブランドに結び付ける可能性を秘めている。ひいては地域テーマパーク型サイクリングロードという南紀ブランドの創出に大きな期待をかけることができることとなる。

#### 参考資料

- ・地域経済分析システム (RESAS) 最新版
- ・人口マップ：人口構成・人口増減・人口の自然増減・人口の社会増減・将来人口推計
- ・産業構造マップ：農業の構造・農地分析
- ・和歌山県観光振興実施行動計画 (2017)
- ・すさみ町人口ビジョン
- ・すさみ町観光動態調査 (2012 年～2016 年)
- ・すさみ町役場ホームページすさみ町概要 (<http://www.town.susami.lg.jp/docs/2015090200054/>)
- ・和田充夫・菅野佐織・徳山美津恵・長尾雅信・若林宏保：地域ブランド・マネジメント (2009)
- ・紀勢国道事務所、事業の紹介、国道 42 号 (<http://www.cbr.mlit.go.jp/kisei/sp/works/kumano.html>)
- ・浅野英一、石田裕貴 (2017)：過疎地域に作られた高速道路起終点と地域活性化に関する研究
- ・藤谷則夫 地域ブランドのつくり方とその評価方法 (2017) : 広島経済大学創立五十周年記念論文集上巻