

地域ブランド 戦略 ④

地方PR機構 代表理事
殿村 美樹

インバウンド誘致は地域振興の第一歩

外国人観光客が増えてきた。コロナ禍は未だ収束しないが、インバウンド需要への期待は高まる一方だ。特に関西では2年後の2025年国際博覧会（大阪・関西万博）の開幕を控えて、インバウンド誘致策が活発に行われている。

兵庫県北部の丹波市もそのひとつ。この地に根付く薬草をインバウンド誘致の看板商品にしようとして昨春、新たなプロジェクトを立ち上げた。もちろん丹波市には自然やグルメなど、観光の魅力はふんだんにある。特に黒豆の産地として名高く、旬の季節には美味しい黒豆を求めて多くの観光客がやってくる。ただ、それだけでインバウンドを呼べるかといえば、一抹の不安が残る。そんな時、地元の旅行会社「神姫トラベル」が立案した「薬草を活かしたビューティ&ヘルスツーリズム事業」が観光庁の「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」に採択された。

丹波市では江戸時代から薬草栽培が盛んに行われている。35年前の1988年（昭和63年）には、薬草の歴史を未来へ継承するために「丹波市立薬草薬樹公園」が整備された。園内では

現在も300種近い薬草薬樹が栽培されており、薬草風呂も人気を集めている。神姫トラベルの木下泰宏さんは「丹波市立薬草薬樹公園の魅力にグルメやイベントをプラスすれば、万博には多くのインバウンドを誘致できます」と太鼓判を押す。



丹波市の薬草を使った薬膳料理。ヘルシーツアーで新たな観光客を呼び込む

確かに日本のヘルシーな食文化や温浴施設はインバウンドに人気だ。和食と温泉を目的に日本を訪れる外国人も少なくない。その点、丹波市の薬草には新たなグルメを開発できる可能性があり、薬草風呂には豊かな自然の風情が漂う。木下さんは「丹波市の薬草は必ず、万博に向けた新たな看板商品になります」と断言する。

1年かけ体制整備

ただ、地域に愛される資源ほど、観光客に公開する際に摩擦を生じるものだ。そこでまず、

地域全体で観光客を受け入れる体制づくりに取り組んだ。丹波市を中心に丹波市観光協会や地元の観光団体はもちろん、以前から薬草栽培に関わっている兵庫医科大学とも連携した。その上で昨秋から3カ月間、市立薬草薬樹公園を舞台に観光イベントや薬草をテーマにしたモニターツアーを仕掛け、年末には薬膳料理の開発にも挑戦した。この一連の取り組みに約100人が参加し、意見を寄せた。その内容を精査した結果、神姫トラベルは丹波市の薬草ヘルシーツアーの今春発売を決定。1年にわたる模索と検証の結果、地域に根付く薬草を観光の看板商品として売り出す体制が整ったのだ。今後は国内の観光客を呼び込むことから経験を積み、2年後の万博には多くのインバウンドを受け入れる予定だ。

丹波市にとって、このプロジェクトは観光だけに留まらない。一連の計画が上手く進めば、手間がかかる薬草栽培に人手を増やすことが可能になり、ひいては移住を促進する効果も期待できるだろう。少子高齢化が深刻化する中、薬草を中心に地域全体が活性化する仕組みが構築できるのだ。

観光の真意は「地域の光を観る」ことにある。丹波市の薬草のように、新たな光を発掘して観せることは、真の「観光による地域活性化」といえる。薬草が丹波市の未来を育む良薬になることを願いたい。 **G**