

研修テーマ 観 光

【担当者】

A コース：伊藤 真理子／石井 三夫／渡辺 真之／谷井 孝充／森下 幸司

B コース：澤田 達也／森 晃子／山田 昌之／加瀬 淳一／佐瀬 友基

【視察先・視察日】

- | | | |
|---|-----------------|---------------|
| 1 | ハミルトン観光局 | (A コース・6月22日) |
| 2 | サレー等民泊ホームステイ組織 | (B コース・6月25日) |
| 3 | ツーリズム セントジェイコブス | (B コース・6月28日) |

1. はじめに

我が国の GDP は、デフレの影響から伸び悩んでおり、国内の製造業を中心に国際的な競争力が失われていく一方で、まだまだ伸び代のある観光産業の存在及びその波及効果は中小企業・小規模事業者はもちろんのこと、我々地方自治体にとっても大きな可能性を秘めている。

政府は、観光立国を重要施策のひとつに掲げ、2008年（平成20年）に観光庁を設置。国際観光振興の推進により、2013年（平成25年）以降は訪日外国人旅行者数が急増し、2005年（平成17年）は670万人であったが、2015年（平成27年）には1,974万人を数え、出国日本人数を45年ぶりに上回った。2017年（平成29年）には観光立国推進基本計画が策定され「世界が訪れたくなる日本」を目指して、官民挙げて様々な国際観光振興策が進められ、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催による更なる増加も見込み、2020年までに訪日外国人旅行者数4,000万人を目標としている。

観光は地方創生の切り札として期待が大きいですが、国際観光振興をめぐる課題は多岐にわたっており、特に訪日外国人旅行者の受入環境の整備は急務となっている。また、訪日外国人旅行者の多くは東京や大阪などメジャーな大都市を巡るルートに集中しており、インバウンド増加の効果は地方の観光地にまでは及んでいない。

しかし、近年では観光資源としては気付かれていなかった地域資源を活用した体験型観光（エコツーリズムやグリーンツーリズム）など、それぞれ独自に地域の魅力や特性を活かしたサービスを提供するなど観光の多様化が進んでいることから、潜在的な観光資源の発掘が今後の課題となっている。

今回の視察では、上記の問題意識を念頭に、「ハミルトン観光局」、「サレー等民泊ホームステイ組織」、「ツーリズムセントジェイコブス」の3組織を訪問した。本稿ではこれら行政・民間それぞれの組織の取組を紹介することで我が国及び地方自治体の観光施策への有益な示唆を得たいと考えている。

2. カナダ・ブリティッシュコロンビア州・オンタリオ州の概要

①カナダ

カナダはアメリカ合衆国本土の北、北米大陸の北半分を占め、面積は約998万km²で日本の約27倍。世界第2位の広さの国土を有している。ただし、このうち半分強が森林のうえ、国土の多くは北極圏内であり居住可能な地域は少なく、人口の75%はオタワ、トロント、バンクーバーなど比較的温暖な地域に住んでいる。人口は2016年で約3,520万人であり、多くの移民政策を採っていることから年々増加し、過去5年間（2011～2016年）の人口成長率は年間平均1.0%で、G7先進国において最も高い水準である。民族構成は、英系約25%、北米（カナダ・米国他）24%、ヨーロッパ（英

仏以外) 23%、仏系11%、アジア系11%、先住民その他6%となっている。公用語は英語とフランス語で、言語を話す割合は、英語56%、フランス語23%、その他パンジャービ語、中国語、スペイン語、イタリア語、ドイツ語などとなっている。

ロッキー山脈やナイアガラの滝など雄大な自然に恵まれていることもあり、世界中から多くの観光客が訪れていて、カナダを訪ねる外国人観光客数は2016年現在で1,997万人と、世界で17番目に多く、年々増加している。



ナイアガラの滝 (オンタリオ州)



バンクーバー郊外のサイプレス・マウンテン。2010年冬季オリンピックでは、フリースタイルスキーなどの競技会場となる (Tourism BC/Insight Photography)

カナダ全体図【外務省 HP より】

②ブリティッシュコロンビア州

ブリティッシュコロンビア州は太平洋に面しカナダ最西部に位置する。

内陸部は豊かな自然が多く、観光産業も盛んであり、ウィスラーなどの山岳リゾートや南部地域の氷河など観光名所が多くある。また、カナダで最も西側に位置することから、アジアからの観光客も多いのが特徴である。

人口は2014年現在、約463万人でオンタリオ州、ケベック州に次ぎ、国内第3位となっている。

海峡を隔てて西にあるバンクーバー島に州都ヴィクトリアがあるが、最大の都市は大陸本土のバンクーバーである。

なお、バンクーバー都市圏の人口は2016年現在、約246万人で、人種構成は白人が約56%、中国系が約18%、南アジア系は約10%となっており、東部に比べ、アジア系の移民が多い地域である。

バンクーバーは、2010年に第21回冬季オリンピックも開催されたこともあって、世界で注目されている街のひとつであり、気候も温暖で自然環境にも優れていることから、「世界で最も住みやすい都市」とも言われている。

③オンタリオ州

オンタリオ州はカナダ中東部に位置し、北は北極海に繋がるハドソン湾に面し、南は五大湖のオンタリオ湖、エリー湖、ヒューロン湖、スペリオル湖に面している州である。

人口は、2014年現在、約1,360万人と国全体の人口の約3分の1がこの州に集まっている。州都はカナダ最大の都市トロントで、首都オタワもオンタリオ州にあることから、カナダの政治・経済の中心となっている。

言語は、2011年現在、英語が約86%、フランス語が約0.3%、英仏両方が約11%、その他2.5%で、フランス語人口は約50万人と、フランス語を公用語としているケベック州に次いで多く、ケベック州に隣接していることと、首都オタワがあることが関係している。

3. 各視察先の調査報告

(1) ハミルトン観光局

担 当

成 田 市 市 民 課	伊藤 真理子 (班 長)
茂 原 市 管 財 課	石井 三夫 (写 真 責 任 者)
松 戸 市 商 工 振 興 課	渡辺 真之 (記 録 責 任 者)
船 橋 市 生 活 支 援 課	谷井 孝充 (編 集 責 任 者)
市 原 市 建 築 指 導 課	森下 幸司

訪問日

平成30年6月22日 (金)

訪問先

カナダ ハミルトン市
「ハミルトン観光局」

面会者

ケリー・ブルックスジョイナー氏 (ツーリズムマネージャー)
ダナ・ポーシア氏 (観光開発コーディネーター・マーケティング担当)



ハミルトン観光局内にて

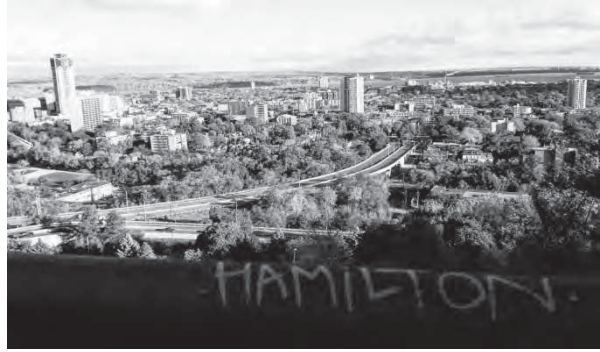
3－（１）－１．調査目的

本視察では、国内外問わず広く自らの市の観光施設の魅力やイベントなどをPRし、実際に地方再生の道歩んでいる「ハミルトン市」の取り組みを調査することで、今後の各自治体における観光振興策の参考にするものである。

3－（１）－２．ハミルトン市の概要

ハミルトン市は、カナダのオンタリオ州西部、トロント市とナイアガラの滝の間に位置する都市である。

人口は、2016年現在、約54万（広域圏では約70万人）で、カナダの都市としては第10位の人口規模を抱え、人口の約4分の1が国外出身である。オンタリオ州の地方



行政区のひとつを構成しており、単一層自治体に位置づけられる。姉妹都市は10都市あり、日本では広島県福山市と姉妹都市を結んでいる。

また、市街地から南西約11kmの所にハミルトン国際空港があり、トロント市にあるトロント・ピアソン国際空港の代替空港としての役割もある。

3－（１）－３．ハミルトンが再生するまで

・背景

以前、ハミルトン市は鉄鋼を中心とした重工業の街だった。しかし、時代とともに鉄鋼業が衰退していき、それに伴い、街の中心部にはあまり人が集まらなくなり、中心部に住んでいた人までも郊外に出ていき、段々と荒廃していった。

鉄鋼業の衰退によって雇用が減り、市の繁栄が無くなったが、鉄鋼業以外にも、多くの滝や湖などの美しい自然やアート・ミュージックなどは従来から親しまれており、教育・病院・スポーツ関係などの施設も充実していた。

教育分野では、約2万人近くの学生が在籍するマックマスター大学がある。この大学の強みは伝統的に医学と工学であり、研究分野ではカナダトップクラスの大学として知られており、特に北米の先進医療を学ぶため、世界100ヶ国以上からの留学生が集まる大学でもある。

スポーツ分野では、フットボールチーム「Tiger - Cats」やホッケーリーグチ



ハミルトンの工場群

ーム「Hamilton Bulldogs」がある。大きなスポーツ大会として、北米で最も伝統のある徒競走「Around the Bay Race」の開催地であるほか、過去に国際自転車レース「Road World Championships」やゴルフのカナダオープンも開かれていた。

以上のことから、再生のための地域資源は豊富にあった。

ハミルトンに住む人達は、今までの鉄鋼業から知識をベースにした仕事に移行し、ハミルトンが再生していくのに非常に良い機会となる。同時に、クリエイティブ・クラスと呼ばれる新しい創造力を持った人達をハミルトンに集めることが非常に上手くいくようになる。

当時、ダウンタウンにはたくさん空き店舗があった。しかし、住居費が比較的安かったことから、新しいコンドミニウムが数多く建てられ、街の中心部に住む人が増え、次第に中小企業や小さな店も入居したので、空き店舗が少なくなった。

アートなどは以前から盛んであったが、今までの伝統から更に力を入れて成長させ、その結果、アート・クロールをはじめとする数多くのアート・ミュージックのフェスティバルがハミルトンで開かれるようになった。

それにより、ハミルトンは上記の背景を基にした再生への波を利用して、活性化への道を歩んでいった。

現在でも、鉄鋼業は重要な業種の1つだが、鉄鋼業だけに頼らず、それ以外の業種、特にスモールビジネスや中小企業も成長したので、多岐的になっている。



ダウンタウンの様子



ハミルトン市内の壁画



イベントの様子

・ハミルトン観光局

ハミルトン観光局はハミルトン市の計画・経済開発局の一部であり、市のマーケティング、観光関係を担当している。職員は5名おり、マネージャー1名、セールス担当が4名在籍している。その他に、ハミルトン市の観光大使でもあり、ボランティアとして活躍している「レイディース・ハミルトン」が約50人いる。彼らは、交代で観光局を訪れる人たちにイベント情報の提供や、実際のイベントの手伝いなどを行っている。また、観光に興味のある地元の学生を研修生として迎えるなど、密接な関係を築いている。

観光局が入居しているディスター・ビルディングは、1924年築の市内で最も古いビルの1つである。商業センターとして利用されており、昔からハミルトンの人たちに愛されている建物であった。しかし、18年前の2000年頃には、街の荒廃と同時にこのビルも老朽化が進み、レンガが落ちる位の状態であった。ハミルトン市がこの建物を取り壊そうという話になったが、政治的な決断により取り壊す予定だった方針を改装に変更した。

改装には約3000万カナダドルを要した。茶色のレンガと白色のテラコッタでその景観がしばしば一切れのケーキだと言われている。改修工事の後、建物はハミルトン観光局とレストラン、小売店やオフィスなどが入居している。古いものを元のかたちを残しながら少しずつ直していくのは非常に時間もお金もかかる。建物を取り壊して新しいものを建てた方がお金はかからない。しかし、改装した結果、再開発のシンボルとなり街の人も愛着を覚え、ハミルトンのダウンタウンを中心としたほかの地域も綺麗になっていった。



改装前



改装後

ハミルトン市は、歴史的な意味を込めて、改装というものに非常に力を入れている。改装には多額の資金がかかるが、長い目で見れば経済的には良い結果を生み出した。それが、より良いものを作ること、そしてハミルトンに住みたい、働きたい、行ってみたいという魅力に繋がっている。

ハミルトン観光局はビジターセンターとも呼ばれ、ハミルトンを訪れる観光

客だけでなく、ハミルトン市に住む人も、ハミルトンでどんなことが計画されているかを知るためにここに来る。ここでは、地図・マガジン・イベントのチラシやガイドブックなど誰もが気軽に手に取れる多彩な情報誌を無料で配布しており、ハミルトンの住民が作ったお土産品なども販売している。

また、観光局の中に会議室があり、会議や文化的なイベント及びアート・ミュージックなどの催しに使用する目的で有料にて貸し出していて、資金源の一つにもなっている。他には、今年オープンしたパティオと呼ばれるベランダがあり、20人位座れる椅子と机が用意され、観光客や市民がそこで休憩をしたり、交流したりするスペースになっている。



ガイドブック



Tシャツの販売

・観光

ハミルトン市には13の主要な観光資源がある。

①滝

ハミルトンは「滝の街」として有名である。車で45分程の所にあるナイアガラの滝ほどは大きくないが、120を超える数の滝があり、世界でもこれだけの滝が集中している例は他にないといわれている。特に、ハミルトン西方のスペンサー溪谷の中にあるウェブスター滝はとても美しく、人気の観光スポットである。



ウェブスター滝

②ロイヤル・ボタニカル・ガーデン

カナダで最も大きな植物園で、鉄鋼の街というイメージから広大な植物園が存在すると驚く人もいる。この植物園では、植物、昆虫、鳥類などあらゆる自然を保護していて、総合的な学びの場として整備され、27kmのトレイルやハイキング、バドリングが利用でき、サマーキャンプも行われている。

③ダンダーン・キャッスル

1835年に建てられたイタリア風建築の城で、現在は博物館になっている。外観はお城のように見えるが、中は博物館で、カナダの歴史について紹介し、メイドの衣装を着たガイドが案内するツアーもある。

④アート・クロール

無料で自分の好きなアートを創り上げていくというイベントで、月1回開催し、約1,000人集まっている。

⑤カナダ軍用機歴史博物館

1972年にオープンした博物館で、ハミルトン国際空港に併設されている。現在、50機近くのコレクションが展示され、飛行体験も行っている。キッズサマースクールなど、子供向けのプログラムも積極的に行われている。

⑥ハミルトン美術館

1970年にオープンしたオンタリオ州で一番大きい美術館の一つであり、美術館の建物は美しく改装されたものである。現在、カナダとヨーロッパの芸術作品が1万点以上収蔵されている。

⑦アフリカン・ライオン・サファリ

ハミルトンの北西郊外に位置しており、入園者数年間約50万人と、ハミルトンでは観光客数が一番多い施設である。1969年に開園した自然体験型の観光スポットであり、世界中から集められた100種類の鳥や動物達を見ることができる。園内では、バス、鉄道、ボートクルーズを利用して巡ることができる。

⑧カナダ国内で有名な多くのフェスティバル

ハミルトンでは、ミュージックやスポーツ、大道芸イベント、メープルシロップや、ビール、桃、りんごなどを扱った各種フェスティバルなど多くのイベントが年間を通して開催されている。人々が集まり、コミュニティの良さを知ることのできる機会でもある。

⑨ウォーターフロント

ハミルトンには、世界的に名の通った2か所を含め、5か所のウォーターフロントがある。これらの場所が以前工業地帯であった時は訪れる人がいなかったが、ベイフロントパークや第4埠頭などの公園及び湖岸などへの再生により、現在は多くの観光客が訪れている。

⑩ティム・ホートンズ・フィールド

ハミルトンにあるアメリカンフットボールチームの本拠地で、野外のイベントやコンサートにも使用されている。2015年のパンナム・ゲームズ（正式名称「パン・アメリカン競技大会」。南北アメリカの国々が参加する4年に一度の総合競技大会のこと。）の開催に合わせて、以前あったアイヴァー・ウィン・スタジアムを名称変更した上で建て直した。元プロホッケー選手であるティム・ホートンが創業したカナダで有名なカフェ・チェーンがスポンサーになった施設でもある。

なお、ティム・ホートンの第1号店はハミルトン市内にある。

⑪ウエストフィールド・ヘリテージ博物館

18～19世紀の村を復元したもので、学校、鍛冶屋など、30以上の建物がある。ウエストフィールド遺産の村とも呼ばれ、18～19世紀の村の生活を疑似体験できる施設である。

⑫ハミルトン・ファーマーズ・マーケット

屋内の施設では、カナダで一番古いマーケットの一つであり、ハミルトン観光局の近くにある。マーケットでは、色々なものが売られているが、最近は調理された料理を提供して、カウンターで食べられるようになっていることが特筆される。

⑬スーパー・クロール

アート・クロールがきっかけで始まったもので、ハミルトンにとって一番の成功談といえるイベントである。アートとミュージックのイベントで、10年前は約3,000人が集まるイベントであったのが、今では約20万人以上の人が集まる一大イベントとなった。イベントの時には、ハミルトンのダウンタウンの通りを全て歩行者天国にしているほど。

なお、このスーパー・クロールは、オンタリオ州及びカナダ連邦から賞を受賞している。



スーパー・クロールの様子

3－（1）－4．ハミルトン観光局の具体的な取組

市の文化を更に繁栄させるための色々な計画がある。その一つに経済開発のアクションプランがあり、そのプランの中でも観光がハミルトンのために重要であることが明確となっている。

主な取組の内容

- ・新たなマーケティングの枠組み作り
(資産をいかに有効に使っていくかを検討している。)
- ・イベント企画社、作家、アーティスト、国内外メディアへのPR
(ミーティング、コンベンション、スポーツイベントの誘致)
- ・PR ビデオの作成

3年前に製作され、ハミルトン市のマーケティング賞を受賞した。

ハミルトン市にどんな施設があり、どんなイベントが行われているかを紹介することによって、ハミルトン市が鉄鋼業の街から移りつつあることを紹介するためである。ハミルトン市は汚い街だとか、美しいものはない、というイメージがあったが、ビデオでは、滝や湖があり、水が豊富で、一部はユネスコにも指定されている地域があるなど美しさをも紹介している。このような自然の美しさのほか、ミュージアムとかアートギャラリーなどの文化も盛んな街である事を知ってもらいたかったことが製作のきっかけとなった。

一般に公開されていて、ビデオタイトルは「**Secrets Out** (秘密が漏れた)」である。

- ・インターネットの活用

PR の一例として、1つのプラットフォームを作り、そこにハミルトンを訪問した人が思い出や記念の写真など、自分が撮った写真を載せ、集約する仕組みがある。

これは「マイ・ハミルトン」といい、写真のコンテストである。この写真はマーケティングにも活用されるため、優勝者には賞金もある。

ハミルトンの綺麗な写真ばかり紹介するだけでなく、さまざまな人が撮ったリアルなハミルトンを紹介し旅行者が訪れる1つのきっかけになることを狙ったものである。



マイ・ハミルトン



コンテスト入賞作品

3 - (1) - 5. 質疑応答

Q 1 : 鉄鋼の街からアート、スポーツ、ツーリズムに力を入れたきっかけは。

A 1 : 鉄鋼業が下火になり、雇用が減ったのがきっかけである。

Q 2 : 観光客を増加させるために現在、力を入れていること。今後の施策は。

A 2 : メジャーなイベント、特に大きな会議、コンベンション、スポーツ、ミュージック、アートなどの大きなイベントを売り込むことに力を入れている。現在、ハミルトンには約2,000室分のホテル、そして大きなスタジアム、競技場や劇場などがあり、それらの施設を各種イベントに活用していきたい。特にレジャー関係の市場としては、ハミルトンより40kmから200kmまでの範囲をターゲットにしている。トロント周辺の人たちが、文化的行事や大きなイベントを通じ、友人や家族と共にハミルトンに訪れてもらえるよう誘致活動を行っている。

また、新しいブランドとして、ロゴを作成し、それを促進している。



ハミルトン観光局のロゴ

Q 3 : どのような誘致活動をしているか。

A 3 : ハミルトン市のガイドブックを作成し、主にオンタリオ州内で幅広く配布している。各地のツーリズムセンターや観光客が集まるアトラクション、ホテルへの設置や、ダイレクトメールなどでの配布を行っている。

Q 4 : 観光資源として滝を挙げているが、どのようにして人を集めているか。

A 4 : アトラクションなどを組織するオーガナイザーの人達自身が自分達の方で色々な PR や促進をしていて、我々観光局はそれに対して手助けをしている。つまり、オーガナイザーだけが促進しているのではなく、観光局と協働で、密接に関連しながら、色々な方面でそれぞれ力を入れて促進している。

Q 5 : PR の方法、どういう風にして観光客を誘致しているのか。

A 5 : 色々なメディアを使っている。特に、ソーシャルメディアが重要な存在となっている。

Q 6 : ビッグイベントの誘致を一番に考えているという話であったが、それに対して、観光局はどのように関わっているのか。

A 6 : イベントの開催中に関しては、ハミルトン観光局のスタッフは直接的な関わりは無いが、イベント開催時に観光局はオープンしていて、たくさんの人が来館され、色々なサービスを提供しているので、そういう意味では役割を果たしている。

また、フェスティバルによっては、市がある程度の助成金を出すイベントがある。

3 - (1) - 6. まとめ

今回は、「観光と地域資源を結び付けた地方再生」というテーマで、ハミルトン市の観光資源とそれを活かす観光局の働き方について、ハミルトン観光局を視察し考えてきた。

わが県、千葉県観光資源として圧倒的な存在は、全国トップクラスの集客力を誇る東京ディズニーリゾートをはじめ、成田山新勝寺、海ほたるパーキングエリアである。また、首都圏に隣接する本県は、東京湾アクアラインや首都圏の新たな交流軸として整備が進む首都圏中央連絡自動車道（圏央道）、国内外の観光客のハブ空港として機能強化が進む成田国際空港を擁し、これらは千葉県の観光振興を大きくけん引している。

その他に目を向けると、落花生をはじめネギや梨など生産量全国1位の農産品や豊富な水産品、県南部には美しい山々や四季折々の花々、県東部には雄大な太平洋に面する九十九里浜など、豊かな自然や多種多様な食材がある。

しかし、各自治体において、様々な観光施策に取り組んではいるものの、全

国的に認知されていないものも多いのが実態である。

千葉県や県内の自治体が持つ魅力を知ってもらうためには、テレビやラジオなどの電波媒体を通じた情報発信に加え、今回視察したハミルトン市のように、近年普及が加速しているスマートフォンなどを利用した SNS や YouTube などのソーシャルメディアの活用も比較的成本をかけずに PR できる有効的な手段として考える。

観光拠点が増えていくことで、地域が活性化し、町おこしにつながっていくことを今回の視察で痛感した。

我々地方自治体においても、今ある資源を再度見直し、発見し磨きあげていくことで、新たなマーケティングや集客力を生むことが出来ると考えられるし、地方再生へのきっかけになると期待しながら、カナダ・ハミルトン観光局の視察のまとめとする。



対応して下さったツーリズム・マネージャー
ケリー・ブルックスジョイナー氏

(2) サレー等民泊ホームステイ組織

担 当

神 崎 町	町 民 課	澤田 達也 (班 長)
横 芝 光 町	住 民 課	加瀬 淳一 (編集責任者)
九十九里町	総 務 課	山田 昌之 (記録責任者)
長 生 村	産 業 課	佐瀬 友基 (編集責任者)
白 子 町	総 務 課	森 晃子 (写真責任者)

訪問日

平成30年6月25日 (月)

訪問先

ブリティッシュコロンビア州 バンクーバー市及びサレー市内
「株式会社 国際交流センターとホームステイファミリー」

面会者

株式会社 国際交流センター 中谷氏



説明者の中谷さんと2軒目のホームステイファミリーと

3-(2)-1. 調査概要

一般社団法人海外留学協議会が、加盟する留学事業者40社に行った調査によると、2016年度のカナダへの留学者数は12,194人で、アメリカ、オーストラリアに次いで3位となっている。

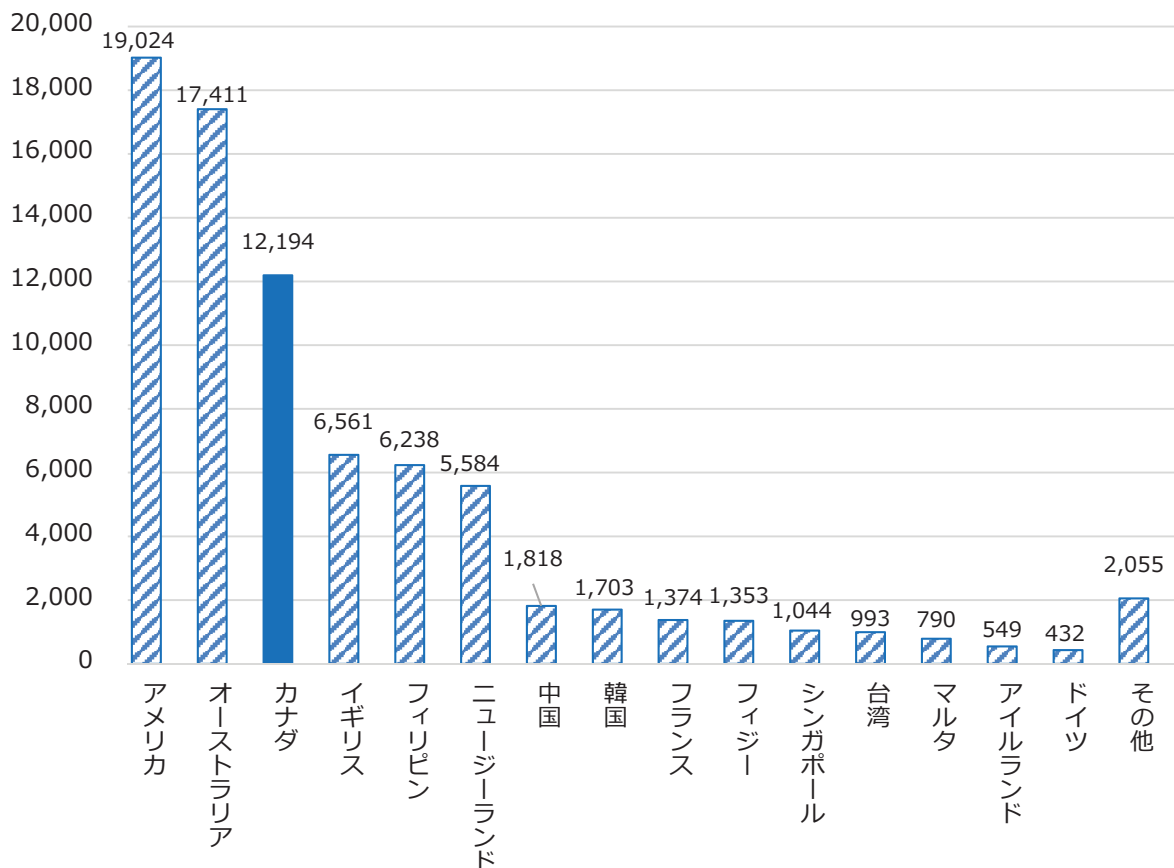
カナダは、移民が多い国として知られており、外国人や留学生に対しても寛容であり、聞き取りやすいきれいな英語を話す国といわれ語学留学先として人気が高い。特に、バンクーバーは、大都市でありながら自然環境にも恵まれており、治安面でも比較的安全で住みやすい都市としても人気となっている。

日本でも、外国人の民泊希望者の増加に加え、古民家等を活用した観光振興による地域活性化に期待する機運の高まりに伴い、住宅宿泊事業法（新民泊法）が成立したが、公衆衛生面や地域の理解、いわゆる違法民泊の問題など依然として課題も多い。

今回の訪問先では、カナダのホームステイ受入れの仕組みの現状や課題を学び、外国人を受け入れるにあたっての参考とする。

日本人留學生数調査

(単位：人)



3 - (2) - 2. MANAK ENTERPRISES INC.

(株式会社 国際交流センター)

代表を務める中谷氏は移住者であり、2002年3月からバンクーバーの中心街のビルに本社を置き、日本からの語学留学生やワーキングホリデーのカウンセリングや学校紹介、ホームステイ先とのマッチングを行っている。

ホームページは日本語版もあり、オフィスでも日本人女性のスタッフが対応しており、海外で生活を始める学生には安心感がある。

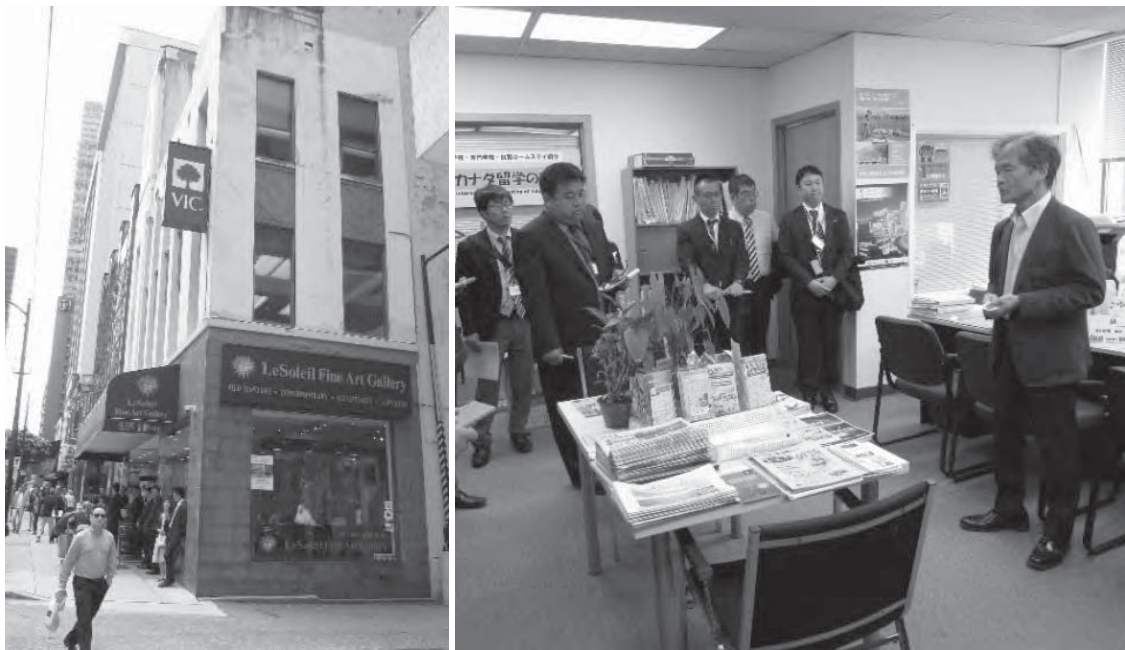
ホームステイファミリーの登録数は約1,000軒あり、留学生の年間受入れ数は約2,000名。主に学校単位等のグループ研修（英会話研修）や学校交流のプログラムが中心だが、個人留学も年間200～250名受け入れている。日本から個人で留学する場合はカナダの英会話学校に入学することが多く、ホームステイの斡旋だけでなく、カナダでの生活もサポートしている。

グループの受入れは、4～5名から多い時で200名以上の研修を扱うこともあり、200名以上の場合は1～2日での学校訪問が多い。また、滞在期間は学生によって様々だが、語学力向上を目指しているため、1か月から1年くらいまでと中長期にわたるケースが多い。

ホームステイファミリーは、学生の受入れが主となっているが、一般観光客の民泊を受け入れている家庭もある。

課題としては、留学希望者の増加に伴い、ホームステイファミリーが不足している状態で、ホームステイファミリーの募集も行っている。

また、留学生を紹介する学校は主に公立校だが、最近は受け入れが厳しくなっているため、私立校にも範囲を広げている。



▲MANAK ENTERPRISES INC の入るビル（写真左）とオフィス内（写真右）

3－（2）－3．ホームステイファミリーの概要

☆ホームステイファミリーの主な条件

- ① 1日3食提供できること。
- ② 学生とは英語で話すこと。
- ③ 学生に専用の部屋を提供できること。
- ④ 学生の部屋に机と椅子、ベッド、照明を設置すること。
- ⑤ 無犯罪証明書を提出すること。
- ⑥ きれいに家事をすること。
- ⑦ 夜間は大人が1人以上いて留学生を1人にしないこと。
- ⑧ 独身男性1人でないこと。（独身女性は可：食事面を考慮して）

サレー市内の2軒のホームステイファミリーを訪問した。

サレー市はバンクーバーの南東に位置し、面積は316.41㎢で、県内では君津市とほぼ同じ広さだが、人口は約52万人で君津市の6倍以上に及ぶ。

バンクーバー市内へのアクセスも良く、数多くの公園やゴルフ場、スポーツ施設なども充実しており、恵まれた住環境にある。住宅や土地の価格が高騰するバンクーバー市内から移住するケースも多く、近年はベッドタウンとして大きく発展している都市である。

サレーの学生数は7万2000人を超え、バンクーバーより多くなっており、高校が20校、小学校は100校ほどあるが、人口急増で追い付かず仮設校舎で対応している学校もある。

市内の住宅地には、広い敷地に庭付きの大きな家々が建ち並び、建築中の住宅も多く見られる。

訪問した2軒は、この地域では標準的な家庭とのことだが、日本の住宅と比べるとはるかに大きく、生活にもゆとりが感じられる家庭である。



▲建築中の住宅が多く見られる



▲広い庭の奥に大きな家が建つ

3－（2）－4．1軒目のホームステイファミリー

家族構成：夫婦と子ども3人（男2人、女1人）



▲一般的な家庭だが広々としている

標準的なカナダの家庭でそれほど大きな家ではないとの説明だったが、ベッドルームは5つ、バスルームは各部屋に1つあり、日本の住宅と比較するとかなり大きな建物である。カナダでは、あまりバスタブを使わないため、シャワーだけのバスルームもあれば、バスタブ付の場合もある。

真夏でも窓を開ければ涼しいのでエアコンはない。冬もそれほど寒くならないが、暖房は天然ガスを使った暖房が全室に入っていて室内は暖かいため、屋外に出る時はコートを着用するが、室内ではTシャツで過ごせる。

カナダは日本と違い湿気が低いので、建物も長持ちし、頻繁にリノベーションしながら使い続けるので、築50年、60年の家は普通にある。この家は築10年くらいだが、すでにリノベーションされており、ドアやクロス、フローリングなども新しくきれいであった。

学生の部屋やリビング、キッチン、トイレなど、どの部屋もきれいに整理整頓され、掃除も行き届いている。食事は3食全て提供しており、洗濯は1週間に1度ホストにやってもらうケースが多い。

滞在期間は長くて3年、短期プログラムで1～2泊の場合もある。受け入れる学生は日本人が多いが、中国人や韓国人も受け入れている。食文化の違いはあるが、基本的には各家庭の料理を提供している。

3－（2）－5．2軒目のホームステイファミリー

家族構成：夫婦と子ども1人（女の子）

10年前にホームステイの受け入れを始め、育児のため1度辞めたが3年前に再度始めた。受け入れ期間は通常1～2週間で、日本人の受け入れが多く、メキシコ人や中国人も受け入れている。

家の中ではカナダの生活文化を取り入れ、英語での会話を徹底している。初めのうちは、その日の学校での様子を話させ、できるようになったら、明日はどのようなかを話させるようにし、娘さんも会話に加わるようにしている。留学生を複数人同時に受け入れる場合もあるが、日本人同士で固まらないように気を配っている。

正面からはそれほど大きな家には見えないが、ホスト用とホームステイ用の

2つのバスルームがある。キッチンが学生が自由に使える、冷蔵庫の中の物も自由に食べてよい。また、裏庭もあり、カナディアンホッケーやバレーボール、トランポリン、バドミントンなども一緒に楽しみ、その時も英語で話すようにしている。また、民泊用の部屋（4人部屋）もあり、学生が希望すればホームステイ用としても提供している。



▲学生用の部屋



▲白を基調とした明るい外装の家



▲家族と遊べる広い裏庭



▲リビングやダイニングは家族と共有

3-(2)-6. まとめ

今回訪問した場所は、大都市の郊外にあり交通アクセスも良く、外国人の受け入れも飽和状態になっている。

日本においてもホームステイや民泊で人気があるのは東京や大阪、京都を筆頭に、大都市や知名度の高い観光地である。いかに地方の地域に人を呼び込むかは全国の地方自治体が抱える課題であるが、バンクーバーでも一步郊外に出てしまうと、交通手段がなく、人通りがない光景も目にした。千葉県は成田空港を擁し、アクアラインや圏央道などアクセス面でも恵まれた立地にある。

近年、民泊など地域の生活に密着した訪問スタイルが注目される中、好立地を生かし、グリーンツーリズムなど地域特性も盛り込んだご当地ならではのおもてなしが、これからの観光の特徴となっていくのではないかと。

(3) ツーリズム セントジェイコブス

担 当

神 崎 町	町 民 課	澤田 達也 (班 長)
横 芝 光 町	住 民 課	加瀬 淳一 (編集責任者)
九十九里町	総 務 課	山田 昌之 (記録責任者)
長 生 村	産 業 課	佐瀬 友基 (編集責任者)
白 子 町	総 務 課	森 晃子 (写真責任者)

訪問日

平成30年6月28日 (木)

訪問先

オンタリオ州 キッチンナー市
「ツーリズム セントジェイコブス」

面会者

メルセデスコーポレーション ジェニー・シェンツ氏



セントジェイコブス キングストリートで説明者のジェニー・シェンツ氏と

3－（3）－1．調査概要

「地域振興」は、まちづくりの大きなテーマであり、特に人口減少が著しい地方の自治体では、交流人口の増加で地域活性化を図るため、元々地域にある観光資源を生かした観光振興が施策の大きな柱となっている。自然や環境、文化、産物など「観光資源の発掘」を見出すのはもちろんだが、それらをいかにセールスポイントとしてアピールできるかが重要である。

今回訪問したセントジェイコブスは、19世紀から自給自足の生活を送る「メノナイト」と呼ばれる人々の生活スタイルや文化を継承しながら、その特性を観光に結び付け、発展した地域である。この地域が観光地としてどのように発展していったのか、本視察を通じて考察し、地域振興策の参考とする。

3－（3）－2．セントジェイコブスの概要

セントジェイコブスは、オンタリオ州の南西部ウォータールー地方にある小さな街である。州都トロント市から南西に約130kmと立地にも恵まれており、多くの観光客が訪れている。

のどかな田園地帯が広がるこの街には、メノナイトと呼ばれる自給自足の生活を送る人々が多く暮らしており、街の中でも黒い服を着て黒い馬車に乗ったメノナイトの姿を見ることができる。

街の中心地になっているキングストリートには、約500mにわたってキルトの専門店やクラフトショップ、ほうき屋、石鹸屋、陶器屋などのほか、カフェやレストランなど様々なお店が軒を連ねている。

また、街の中心部から約2kmには、約600店舗が集まるカナダ最大のファーマーズマーケットがあり、農産物や工芸品のほか、食料品、日用雑貨、衣料品など数々の商品が並ぶ。敷地に隣接して劇場やアウトレットもあり、トロント市内や遠方からも多くの買い物客が訪れ、賑わっている。



▲キングストリートの街並み

この街の最大の特徴は、電気や自動車を使わずに、19世紀から変わらない質素な服を着て、馬車で移動し、自給自足の生活を送る「メノナイト」と呼ばれる人々が多く住んでいることである。

3- (3) - 3. セントジェイコブスの歴史

1780年代からウォータールー地方にメノナイトと呼ばれる人々が定住し、農業を営み、セントジェイコブスには鍛冶やほうきなど生活道具を作る職人が集まり、小さいながらも街が形成された。

20世紀になるとオンタリオ湖周辺では工業が発展し、都市化が進み、トロントや周辺の街では電気や自動車など技術発展の恩恵を受けるようになったが、セントジェイコブスの人々は静かに昔ながらの生活を続けていた。一方で、価値観が多様化し、街を離れる人も出はじめ、徐々にさびれていった。

1960年代に入ると、昔ながらの生活を送るメノナイトに興味を持つ人々が街を訪れ、突然馬車の前に立ちはだかつて写真を撮るなど、彼らの静かな暮らしを妨げられるようになり、問題となった。

1970年代に、セントジェイコブスの実業家シェンツ氏が空き店舗を購入して150席のレストランを開店した。彼はメノナイトの中でも近代的な考えを持ち、観光で再び街を活気づけようと様々な活動を始めた。すると、昔のままの生活を守ってきたメノナイトたちから自分たちの生活を邪魔する状況を何とかしてほしいと相談され、1974年にメノナイトセンターを開設した。この施設では、観光客にメノナイトを正しく理解してもらい、観光と人々の暮らしの共存を図るため、メノナイトの歴史や共同体の暮らし、社会貢献活動などを展示資料や最新の映像設備で紹介しており、映像に合わせて多言語の音声ガイドが流れ、日本語でも聞くことができる。



▲メノナイトセンターの外観と館内の様子

シェンツ氏は、空き店舗になっていた建物の活用にも取り組んだ。

日本でもシャッター通りとなった商店街や空き家対策は大きな課題となっており、様々な取り組みがなされているが、ここでは「セントジェイコブスらしさ」を再構築しながら街を活性化させている。

シェンツ氏は、鍛冶やほうき作りなど、かつてこの街を活気づかせていた手工業や工芸の職人たちをカナダ中から招き入れた。当時は土地の価格も安かったため、職人たちの間でセントジェイコブス移住の人气が広まり、10年ほどの間に100店舗を越える商店街となった。職人達の手仕事による温もりのある商品は、メノナイトの暮らしのイメージと重なり、新たな価値を生み出した。隣接するキッチンやウォータールー、トロントから、大量生産の工業製品に飽きた人々が訪れ人気の観光地となっていく。併せて不動産価格も上昇し、街全体の経済的価値も向上した。

しかし、生活習慣の異なる新しい住民と、古くから住む住民とのギャップは往々にして生じるものであり、ここでも移住した職人たちと、メノナイトの人々の間で顕在化したことがあった。

お互いに話し合った結果、店舗の売上げの10%を、街を更に活性化させるための資金として納めるということで折り合いをつけた。

移民の国であり、様々な人種・宗教・思想の人々の住むカナダでは、こうしてお互いの価値観を認め合いながら成り立っている。

様々な色や形、素材が集まってできている「モザイク国家」がここに見て取れた。

▶通り沿いの店舗には、職人が手作りした工芸品や生活用品が並ぶ



▲おしゃれでかわいい店舗が軒を連ねる



3－（3）－4．メノナイトについて

メノナイトは、16世紀のスイスに起源をもつプロテスタントの流れを汲む一派の人々である。ドイツやオランダに広がっていったが、その教義が当時の教会の権威を否定したことから危険な存在として迫害を受け、18世紀にドイツにいた一部の人々が、移民に混じって新天地であるカナダに渡ってきた。

ウォータールー地方には、主にドイツやオランダ系のメノナイトが1780年代から定住し始め、特にセントジェイコブスはメノナイトの街として知られている。彼らは、質素、共同体生活、非暴力、融和、平和主義といった特徴を持ち、お互いを尊重することを大切にしている。また、ボランティア活動や途上国支援に積極的に取り組んでいる。

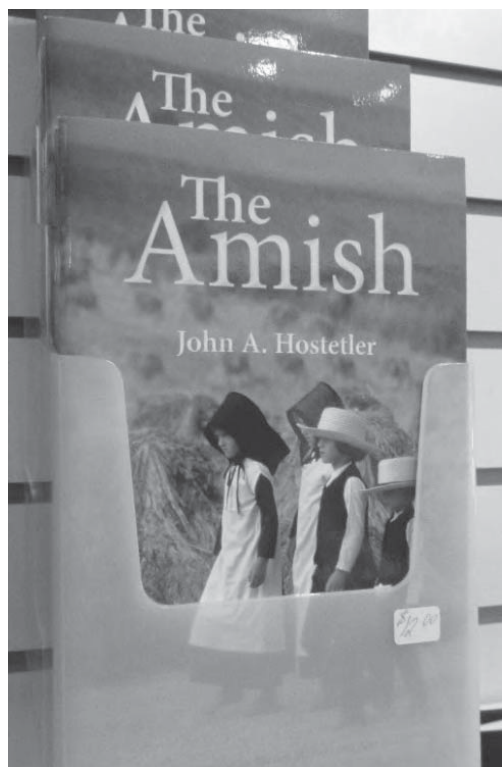
長い歴史の中で、メノナイトの教義を守りつつも生活は多様化し、セントジェイコブスの中でも静かに昔ながらの暮らしを続ける「オールドオーダー」と、事業や経済活動を行い私たちとほぼ変わらない生活を送る「モダン」なメノナイトに分かれている。

女性は小さな花柄のワンピースと白い帽子、男性はシャツに黒のジャケットと長ズボンを着てハットを被り、服装でも一目でメノナイトと分かる。教会へ行く時や外出する時には、女性も黒の帽子や黒い服装をする姿も見かける。

また、メノナイトの一種であるアーミッシュと呼ばれる人々も同地域で暮らしているが、アーミッシュの女性は紫や緑などの無地のワンピースを着用しているので、メノナイトとの違いを識別できる。



▲▼メノナイトの暮らし



▲アーミッシュを紹介するパンフレット

3 - (3) - 5. メルセデスコーポレーションとファーマーズマーケット



▲現在、メルセデスコーポレーションの代表を務める娘のジェニー・シェンツ氏

セントジェイコブス再興の立役者シェンツ氏は、七面鳥の輸出で商業的に成功を収めたメノナイトである。彼は、様々な国との取引で各国を商談で渡り歩き、色々な観光地も訪れ、さびれてしまったセントジェイコブスを観光で発展させようとするようになり、世界中の観光地を巡った知見とビジネスの手腕を活かして「メルセデスコーポレーション」という会社を立ち上げ、前述のような事業を展開していった。

メルセデスコーポレーションが手掛けて大きな成功を収めた事業にファーマーズマーケットがある。

元々この地域には市場があり、農産物の販売や家畜の競りなどが行われていた。

1980年からメルセデスコーポレーションは、大規模なファーマーズマーケットの開発を始め、以下のテナントなどを次々と建築する。

○ファーマーズマーケットビルディング

1階では新鮮な肉やチーズ、地元産のメイプルシロップやハチミツなどの食材、2階ではメノナイトの手作りの工芸品や衣服、装身具を販売している。

○ペダラーズビレッジ

直訳すると「旅商人の村」。衣類、靴、宝飾品、革製品、おもちゃ、世界中の食べ物を販売している。

○キルテッドエアルームズ

メノナイトによる手作りのキルトを販売する専門店。

○セントジェイコブスファーニッシング

メノナイトの熟練職人による手作りの家具を販売している。

この他に敷地内にはテントが立ち並び、農場から採れたての新鮮な野菜や花、焼きたてのパン、陶器のほかに衣類、靴、化粧品、ジュエリーまで、あらゆる物を販売している。また、充実したフードコートからは食欲をそそる匂いが立ち昇っている。

敷地内から農場を馬車で巡る体験ツアーや、家畜の競り売り体験などアクティビティも充実し、高速道路のインターチェンジも隣接して交通アクセスも良いことから、カナダ最大のファーマーズマーケットに成長していった。

また、敷地周辺にはホテルや劇場、家具店、アンティークショップ、アウトレット等も立地し、一大ショッピングゾーンとなっている。

メルセデスコーポレーションの年間予算は約30万カナダドルであり、すべてセントジェイコブスの事業主たちで調達しており、キングストリーの店舗やファーマーズマーケットに隣接したホテルや劇場からの出資、ファーマーズマーケット出店者の面積に応じたテナント料などで賄っている。

国や自治体からの継続的な支援は受けていないが、活用できる政策プログラムがあれば利用して補助金を受けることもある。



▲買い物客で賑わうファーマーズマーケット

3-(3)-6. 課題

観光への取組を始めて50年以上が経過し、新たな課題が生じている。

かつて、キングストリーには100軒を越える店舗が立地していたが、商圏人口からすると店舗のみでは持続できないことが明らかになったため、キングストリーの建物の用途を店舗のみから事務所や住居も可とした。

不動産も動いているが、建物を購入できるのはテナントの借り手など既に住んでいる者に限定し、街づくりに参加する意識を重視している。

出資やテナント料で運営資金を調達しマーケティングも行ってきたが、より持続的な取組に向けて BIA（ビジネスインプローブドアソシエーション：業務改善協会）を設立し、様々な主体が連携するしっかりした組織として、更なる改善を図ろうとしている。

3-(3)-7. まとめ

今回は民間による地域資源の再発見と活用の事例として、セントジェイコブスを視察した。

メノナイトを観光資源として活用し、街の活性化を図ったシェンツ氏は、自身もメノナイトであるが、仕事で世界を飛び回ることによって「外部の目線」を得たことが活動の原点となった。また、カナダ中から職人たちを集めたことで人口も増え、街に活力を与えたことも成功の要因である。

観光としての成功のポイントは、「メノナイトの住むセントジェイコブス」という、ここにしかない独特なイメージと価値を創り出し、発信し続けている点である。

こうして発展した街を継続して支えているメルセデスコーポレーションは、自立した運営を行い、今も改革を続けている。

昨今の日本でも、まちづくり会社の設立や観光協会の法人化など各種の組織が立ち上がっている。行政主導や行政主体ではなく、民間組織や地域の人々がまちづくりに積極的に参画することではじめて観光振興や街の活性化が動き始める。我々地方自治体は、彼らとビジョンを共有し、適切な関係を構築してまちづくりを推進していきたい。

4. おわりに

我がまちの観光を考えるうえで、地域振興・地方再生は、我々地方自治体にとって重要な問題である。

今回視察した「ハミルトン観光局」、「サレー市等民泊ホームステイ組織」、「ツーリズム セントジェイコブス」は、それぞれ大都市から1時間圏内にあり、立地的には日本における我々千葉県地方自治体と共通している。

また、3か所とも行政・民間それぞれの立場で、豊かな自然や伝統・文化を取り入れつつ、新しいことにも積極的に取り組んでおり、地域振興・地方再生において学ぶべき点が多い。

我々も、今一度、我がまちの魅力ある特色・資源は何かと考え、潜在的な観光資源の発掘につなげていくことが重要である。そのためには行政・民間それぞれの施策を進めるだけでなく、協力・協働することが不可欠である。行政からの一方通行ではなく、地域住民や民間の組織と一緒に地元を盛り上げることで更なる地域の活性化につながり、ひいては観光人口の増加につながるものと考えている。

参考資料

- ・ ツーリズムハミルトンHP 「マイ・ハミルトン」 より
<https://tourismhamilton.com/myhamilton-photo-contest>
- ・ <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/カナダの州>
- ・ 平成30年度市町村職員海外派遣研修事業 事前研修資料
- ・ 外務省HP
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol138/index.html>
- ・ 現代観光総論（学文社）
- ・ 第2次観光立県ちば推進基本計画（平成26年3月千葉県）
- ・ 一般社団法人 海外留学協議会HP より
<http://www.jaos.or.jp/newsrelease>
- ・ St.Jacobs country ウェブサイトより
<https://stjacobs.com>