

首都圏から「海」を想定して観光コースを考えると、大御所は静岡県伊豆半島、そしてここ数年大きく巻き返しを図っている、千葉県の房総半島が思い浮かぶ。この2つの半島の影になり、首都圏から一番至近な神奈川県三浦半島は今まで観光競争力を発揮できずにいた。三浦の観光資源を考える時、従来のイメージでは城ヶ島、三崎港のマグロ、油壺マリンパーク程度しか浮かばなかったのが正直なところである。

04年に三浦市は営業開発課を新たに設置、「株式会社三浦市」を合言葉に活発な商品開発を行い、まちを売るために“お役所”とは思えぬ営業展開を精力的に開始した。この営業開発課が行う地域活性化に向けた主なプロモーションの3本柱は、①三浦ブランドの開発・育成、②三浦をメディアに露出させる三浦フィルムコミッション事業、③地域資源を活かした観光誘客事業である。

この営業開発課で中心的な役割を果たしているのが、同課の大澤克也さん(43歳)だ。彼は地域活性化に必要とされる3本柱のうち「地域の若者」「頑張るバカ者」の役割を見事にこなす、文字通り地元生まれの若大将である。彼のその情熱を核として、三浦半島は今、観光半島に変身を遂げつつある。

三浦の売りは変に観光開発が進んでいないこと。言い換えれば偽物ではない、手つかずの自然が売りである。

一例を挙げると大型海水浴場の三浦海岸は有名であるが、三浦には隠れた波の穏やかな小さな浜もある。これらの浜はほとんど未開発で、自然の天草をはじめとする海草や新鮮な魚介類も豊富だ。その中でも特に売り込んでいるのが、三崎口駅から車で5分ほどの三戸浜地区、こののどかな浜に修学旅行生を誘致し民宿に宿泊する三浦オリジナルの農村・漁村体験をプログラム化した。

しかし当初、受け入れ側の民宿は漁業や農業を

兼業するところも多く、団体客を取らなければならないほど生活に困っていない状況、そんな民宿のおかみさんを集め、教育旅行の社会的意義について膝を交えて説き続け、最終的には近隣8軒の民宿の足並みが揃った。

また、新たな三浦観光の拠点としてマグロをはじめ、大根、スイカなどの三浦ブランドを集めた「三崎港産直センターうらり」の整備、城ヶ島周辺の海底散策を行う遊覧船の運航や城ヶ島までの渡し船の復活も実現した。また、食の開発についても、従来三浦はマグロだけだとの印象をもたれがちであっ

たが、最近は高級料亭でもブランドとして認められた三浦の「松輪サバ」や、無農薬にこだわった人気のいいじま農園なども人気が出てきている。

さらに新たなチャレンジとして、「三浦の地蛸メシ」や地元の水揚げされる自慢の「三浦キンメ鯛のしゃぶしゃぶ」の開発なども始まった。まさに地域を巻き込んだ観光都市・三浦に生まれ変わろうとしている。今後は三浦半島を広域観光の視点で検証し、多くの観光客が訪れる横浜、鎌倉にも三浦の新たな観光素材をプロモーションした誘客を計画している。

また、もう一つ三浦のシティーセールスプロモーションで大きな成功を収めているのが、ロケ地としての三浦の売り込みである。映画、テレビ番組の製作拠点である都心から1時間程で訪れることができる三浦には表情豊かな海の景色が至るところにある。そこから望む夕日の美しさは格別で、さらに昭和の面影が残るレトロな商店街なども残り、何と年間で135本にも及ぶテレビ、映画作品のロケ地に選ばれている。

三浦市が目指す最終目標は、三浦の魅力を多角的に発信し定住を促進すること。特に首都圏に生活基盤を持つ人々には、東京で仕事をしながら、三浦でゆっくりと暮らす“三浦流ロハス生活”を売りに町の活性化を目指している。

地域活性化 伝道師が行く

文・篠原靖



三浦名物マグロのセリ

vol.
4

合言葉は 株式会社三浦市

しのはら・やすし ●81年東武トラベル入社。05年から企画仕入部副部長として観光素材の発掘・旅行商品化を手掛ける。この実績から07年、内閣府地域活性化伝道師に任命。