

観光旅行に関する一考察 その2

—「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」による事例—

A Study of Tourism Part 2

榊原 省吾*

第1章 研究の動機

愛知県の東三河地方に新城市がある。新城市には、作手・新城・鳳来の三つの商工会がある。その中で鳳来商工会が取り組んだ「観光」をメインとして集客力を図ったイベントの事業展開と今後の課題を整理する。

鳳来商工会は、2008（平成20）年度に小規模事業者新事業全国展開支援事業（地域資源∞全国展開プロジェクト）の補助金を受けて「やなぎまつたけプロジェクトチーム」を編成、事業展開を行った。その論文は、「地域活性化に関する一考察—やなぎまつたけによる事例」（浜松学院大学研究論集・第6号・2010年発行、B5・13ページ）に掲載した。

さらに、2010（平成22）年度にも補助金を受けて「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」のプロジェクトチームを編成、事業展開を行った。それが「観光旅行に関する一考察」（浜松学院大学研究論集・第7号・2011年発行、B5・13ページ）に掲載した。しかし、プロジェクト実施中（平成22年5～23年2月まで）のために、途中経過を掲載することになった。

「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」のプロジェクトが平成23年2月に終了したので、その成果と今後の取り組みを、「観光旅行に関する一考察 その2」で掲載することにした。

第2章 「観光旅行に関する一考察」の概要

詳細については、「観光旅行に関する一考察」（浜松学院大学研究論集・第7号・2011年発行）を参照して欲しいが、事業展開の概要を紹介する。

1 目標と基本的な方向性

国土交通省が推進する「着地型観光メニュー」、愛知県が推奨する「武将観光」と連動した取り組みとして、地域の広範囲な連携を構築し、着地型体験旅行の開発、特産品の商

* 浜松学院大学（マーケティング）

品化を目指すことにある。

本プロジェクトは、鳳来商工会を中心に、実行委員会（「長篠の合戦観光開発」プロジェクト）を結成、①戦国時代部会、②地場産品・食部会に分けて事業展開を行うことになった。

2 「戦国時代部会」の事業

- (1) 「地元に残る逸話あれこれ」 2010年6月22日 鳳来町誌編集委員 大林輝久氏
一般的に流布されている「長篠の合戦」の伝説に対して私見を述べている。
- (2) 「戦国時代プロジェクトー長篠の合戦とその時代」 2010年7月6日
静岡大学名誉教授の小和田哲男氏を招いて通説の「長篠の合戦」の背景について説明を受けた。通説及び疑問点があげられた。
- (3) 「おもてなし研修旅行」 2010年9月2日～3日
 - ① 「地域の魅力で攻めの集客」 高山グリーンホテル営業企画部次長 笠木哲氏
 - ② 「インタープリターについて」 飛騨地域資源自然科学研究所代表 近藤紀巳氏
インタープリターは、自然、歴史、文化・環境案内人のことである。
 - ③ 「インタープリターと行く古い街並み（高山）散策」 飛騨地域資源自然科学研究所、高山市内を1時間30分程度、インタープリターの説明で散策する。
 - ④ 「金山巨石群の日時計」の視察 下呂市職員
新しい観光資源の発掘である。そのために下呂市金山町の「金山巨石群」を見学した。
- (4) 「天正の昔を偲ぶ 月見の宴」 2010年9月21日
「月見の宴」のプログラムのメインは、「中国琵琶 ティンティン」と「太鼓 志多ら」である。
- (5) 講談「宝井琴調」 2010年11月6日
独演会の演目は、鳳来ゆかりの講談「鳥居強右衛門」と「大久保彦左衛門の初陣」である。
また、「鳳来寺山もみじまつり（11月6日～12月4日）」で展開した主なイベントは、①もみじまつり開幕式、長篠の戦い「講談」、もみじの植樹、②イ・マエストリ 鳳来寺表参道手創りまつり、③戦国ぐるめ街道 新作発表・試食会、④千の灯火 鳳来寺表参道万灯、⑤ここに灯す湯谷のあかり、⑥11月23日のステージイベント・物産展、である。
- (6) 「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」モニタリングツアー 2010年12月2～3日
講座として、①「長篠の合戦」、②「織田・徳川軍はいかにして武田軍を打ち破ったか?」、③犬山白帝文庫蔵「長篠合戦図屏風」の謎ときと雑学、である。「食」にちなんだ試食会とアンケートは、①合戦むすび、②げんこつ飴、③ずいき味噌汁、などである。
また、見学地としては、1日目が、①長篠城址、②武田勝頼本陣、③（武田）信玄塚、④新城市設楽原歴史資料館、⑤鳥居強右衛門磔場、⑥鳶ヶ巣山砦跡、⑦鳳来寺山からの夕

日、2日目が、①鳳来寺表参道もみじまつり、②おふう処刑の地、真田信綱・昌輝兄弟の墓、馬場信房碑・戦死の地、鮎滝、猿橋、医王寺などを見学した。

3 「地場産品・食部会」の事業

(1) 「戦国ぐるめ街道」

事業に先立ち地場産品・食部会は、長篠合戦にちなんだユーモア溢れるネーミングで「奥三河 いいとこじゃん鳳来 戦国ぐるめ街道」を飲食店と観光施設が協力して2010年4月から展開した。18の飲食店と2つの観光施設が参加、三つのグループに分け、それぞれのグループを利用してスタンプを集めると、「センスのよい扇子」を貰うことになる。

そのなかで、11店舗が店独自のオリジナル料理があり、ネーミングは次の通りである。

①「なるこ鮓」—和食れすとらん・長篠城御膳、②「とくや」—いえやすロール、③「あか池」—味どころ・牛脛右衛門御膳、④「本陣」—茶寮・勝頼御膳、⑤「津つ井亭」—味工房・武田軍に食べさせかった鳳来牛焼肉丼、⑥「安兵衛」—炉ばた茶屋・羽柴秀吉のゴマすり坦々麺、⑦「凡」—喫茶と食事の店・地産地消！季節の野戦料理、⑧「花遊」—レストラン・家康葵御膳、⑨「ひらのや」—豆腐酒房・家康と言えば八丁味噌！ハイカラな信長は？、⑩「板敷」—レストハウス・於大釜めし、⑪「夢きこう」—亀姫御膳、である。

(2) 「戦国ぐるめ街道・夏の陣」

「戦国ぐるめ街道・夏の陣」として、7月17日～9月20日まで展開した。2か所のスタンプを集めると、「内輪受けするうちわ」を貰うことになる。参加した飲食店は、次の通りである。なお、店名の前の番号は、「戦国ぐるめ街道」に参加したもので、メニューのネーミングを比較して欲しい。

①「なるこ鮓」—和食れすとらん・長篠城夏の陣、②「とくや」—武田の騎馬ちらしVS 穴子の場防柵、③「あか池」—長篠合戦まぶし、⑤「津つ井亭」—味工房・武田軍に食べさせかった鳳来牛焼肉うどん、⑥「安兵衛」—炉ばた茶屋・秀吉のゴマすり極旨つけ麺、⑧「花遊」—レストラン・戦国の輝く面麺、⑨「ひらのや」—豆腐酒房・もしかして 秀吉は冷製だった？、⑩「板敷」—レストハウス・於大釜めし“夏の陣”、⑪「夢きこう」—姫もびっくり!! 幻の魚絹姫サーモンと完熟トマトのコロコロ冷麺パスタ、の9店舗である。

(3) 「戦国ぐるめ街道」新作発表会

「戦国ぐるめ街道」新作発表会を、約100名の当選者を招いて11月16日に実施した。

新作メニューは、次の通りである。

①「なるこ鮓」—長篠城御膳…篠（笹）ちらし寿司、長篠合戦弁当…名古屋コーチンの南蛮漬、②「とくや」—馬防柵…アナゴを柵に見立てたちらし寿司、戦国スタミナ丼…納豆、マグロ、牛肉などを使った丼、③「あか池」—長篠合戦まぶし…ひつまぶし丼、戦国

の夢膳…名古屋コーチンの塩焼きポン酢かけ、八名丸（里芋）まんじゅう、⑤「津つ井亭」—武田軍に食べさせかった 鳳来牛焼肉丼バージョンⅡ…あっさり甘めの焼肉のたれにみそと豆板醤を加え濃厚にした、信長軍に贈りたかった鳳来牛焼肉ハイカラ丼…鳳来牛に玉子とチーズをトマト味でからめた洋風丼、⑥「安兵衛」—命を懸けた鳥居強右衛門の塩軍ラーメン…静岡県河津町の塩を使った塩ラーメン、⑧「花遊」—足軽おでん…すり身の中に、豚角煮、柿などの入ったおでん、三河鳥すき右衛門…三河鳥と地元野菜を使った鳥すき鍋、⑨「ひらのや」—豆腐酒房・家康と言えば八丁味噌！ハイカラな信長は？…マーボー豆腐を使ってドリア風に仕上げた一品、⑩「板敷」—おいもちゃんセット…サツマイモを使った釜めし、⑪「夢きこう」—南蛮鍋…地元で捕れた猪肉やきのこ、野菜を使った蒸し焼き料理、⑫「あんだんて」—オリジナルのドッグ、⑬「三河三石」—オリジナルのドッグ、の11店舗が参加した。

4 「アンケート」の概要

アンケートは5回実施した。論文の締め切りの関係で4回分を記載している。

(1) 「地元に残る逸話あれこれ」 2010年6月22日

①「鳳来地区の歴史・史跡の興味度」は、高いといえる。また、②「講演会を聞いて、より歴史・史跡への興味度」も、高いといえる。さらに、③「街おこし・観光開発への期待度」の質問に対する期待度も高い。

(2) 「天正の昔を偲ぶ 月見の宴」 2010年9月21日

①戦国の「食」にちなんだ食と素材探訪の調査では、「合戦むすび」、「げんこつ飴」、「ずいき味噌」を試食して、戦国時代の食べ物や栄養補給食であったことを認知度や美味しさを設問した。また、②鳳来地区の歴史・史跡などの興味や関心度は高いといえる。設問の結果から、イベントを開催した効果もあり、③新企画「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」を実施した場合に参加すると答えた人も多く、新企画に対する期待も大きいといえる。

(3) 「宝井琴調」 2010年11月6日

前回と同じ調査、「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」の参加の有無の設問に対して、今回の調査では、「参加したくない」、「わからない」と答えた人が多かった。このことから考えると、新企画「大人の修学旅行」のイベントの企画能力が問われることになる。

(4) 「戦国ぐるめ街道・新作発表と試食会」 2010年11月18日

新作発表会の満足度は、比較的、高い結果が出た。料理の提供方法や運営方法などについては、「やや不満」、「不満」と答えた人が多くある。それだけ新作発表会に期待した人が多かったともいえる。また、初めてのイベントのために運営のノウハウが分からなかったことにも起因する。

(5) 「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行モニタリングツアー」 2010年12月2日～3日

意見交換の結果、鳳来地区は観光資源が豊富であり、原風景が残っている。それを生かしてターゲットを絞って、個に応じた複数のモデルケースを作り、積極的な情報発信を行うことが求められた。

5 「大人の修学旅行」の問題点と課題

拙著「地域・街づくりと流通」で「地域・街づくりと流通の課題と展望」として、次の通りにまとめている⁽¹⁾。

第一に、地域住民だけによる地域住民を対象とした街おこしには、限界がある。街づくりは、その地域に消費者や観光客をどのように誘致することが最大の課題である。第二に、消費者や観光客を地域社会へ誘致するためには、魅力ある商店・商品開発や観光施設の充実である。第三に、消費者や観光客を地域社会へ誘致するためには、交通網の整備が必要である。第四に、街おこしを実施する場合に必要な要件は、有能の人材の確保が必要である。第五に、街おこしを実施する場合に必要な要件は、達成目標の設定、成果の評価、その後の検証である。

「観光旅行に関する一考察」では、私見として「大人の修学旅行」の問題点と課題を整理した。要旨は、次の通りである⁽²⁾。

第一に、イベント数が多くて、スタッフの責務が多くなり、集客活動の対策を考える人材や時間的な余裕が少なかった。第二に、観光地として生き残るためには、若年層の集客を図るためのイベントも必要になる。第三に、「大人の修学旅行」を実施する側の条件整備である。第四に、インタープリターの育成である。第五に、「大人の修学旅行」を参加する側の条件である。第六に、若いスタッフの育成である。そこで「新しい組織のもとに、若いスタッフによる、若い人の集客を図る」方策を考えることが、鳳来地区の観光に対して、今後の大きな課題となる。

第3章 「大人の修学旅行」の展開

1 「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行モニタリングツアー」

最後のイベントが2010年12月2日～3日に開催された「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行モニタリングツアー」である。モニタリングツアーの参加者は、報道関係者、旅行企画エージェント、バス会社、旅行雑誌関係者などである。

消費者の視点から旅行のあり方を見るのではなく、視点をかえて、プロの立場から忌憚なく意見を聞くことができたことが成果である。

総括として、次のようにまとめた。

- 1 組織の構築と販売戦略の必要性がある。
- 2 「大人の修学旅行」のネーミングはよいが、ターゲット顧客がシニア層になる。若

者を取り組む施策も必要になる。

- 3 旅行のパターンの変化に伴い、ターゲット個客（一人ひとりの顧客）の対応が必要である。例えば、若者に対しては、若者が「もとなし」を担当する。私見として、実質的には、不可能であるので、若者のニーズやウォンツを把握し、各組合や関連組織が、その情報を共有化する。
 - 4 「若者向けの修学旅行」では、神社、仏閣、信仰の対象としてだけでなく、「パワースポット」や「縁結び」、「恋人の聖地」として、「ここにくるとよいことがある」をPRすると、「若い人がくる」ようになる。私見として、「浄瑠璃姫と義経」の伝説を生かし、鳳来寺山で拝むと結ばれる。さらに、「合戦結び（むすび）」や「愛の鍵」などを売る。
 - 5 旅館・ホテル・食事のキャパシティーなどの情報の発信が必要である。
 - 6 新聞社、とくに情報誌に掲載するためには、情報を発信する。発売の2～3カ月前位が締切である。インターネットの活用も促進する必要がある。
 - 7 近隣自治体との親密な連携を維持する。
 - 8 犬山市が名古屋鉄道と連携して観光地を売り出しているように、JR東海との連携を模索する必要がある。電車を楽しみ、普通列車でも車窓の説明をアナウンスする。私見として、車窓の説明の原案を持っていき、長距離列車で午前中の土曜日、日曜日に入れるようにJRに申込したらどうか。
 - 9 飯田線の各駅から二次交通の確保が必要である。
 - 10 史跡の説明文はあるが、途中の案内版がない。
 - 11 モデルコースの設置をする。テキストでは、4コースを入れる。歴史認識のレベルに応じたコースを設定する。
 - 12 「合戦むすび」と「ずいき味噌汁」の商品化を検討する必要がある。その場合、いわれをレクチャーする。私見として、包装紙やしおりを入れたらどうか。
 - 13 各旅館・ホテルを売り込むのではなく、「湯谷温泉」を売り込むのが大事である。現在、イベントなどで協力体制が整備されている。それを、ガイドを付けた観光ツアーを対象に広げる必要がある。私見として、以前、行っていたように共同の入浴券を発売する。有料のツアーであれば、参加者に対して、土産品や食事の割引券を発行する。
 - 14 原風景が残っている。これを活用する必要がある。鳶ヶ巣山から見た展望、鳳来寺山から見える夕日などである。
 - 15 体験学習を充実する必要がある。例えば、五平餅、げんこつ飴を作る。
 - 16 観光客ニーズの多様化に対応する。例えば、ツーリング人口も増加しているので、バイク客の誘致などにも取り組む必要がある。
 - 17 観光の原石である。コラボレーションを考える。
- この、総括を参考に、一部、実施に向けた活動を行った。

2 テキスト「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」

テキスト「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」を作成した。携帯できるようにA6サイズ、29ページ、A3サイズの折込図を入れてあり、5,000冊を印刷している。

構成内容は、次の通りである。

- 1 表紙・裏表紙には、犬山城白帝文庫蔵「長篠合戦図屏風」を入れ、表紙には、織田家「織田木瓜」、徳川家「三つ葉葵」、奥平家「奥平团扇」、武田家「割菱」の家紋、裏表紙には、長篠合戦クイズ（10問）
- 2 長篠の戦い（p.2～3）
- 3 織田・徳川連合軍はいかにして武田軍を打ち破ったのか（p.4～7）
- 4 雑学一般（地元の言い伝えなど）（p.8～11）
- 5 両軍を会社に例えれば…？（p.12～13）
- 6 長篠合戦と奥三河山家三方衆（p.14～15）
- 7 看板クイズラリー、戦国の「食」にちなんだ素材探訪（p.16～17）
- 8 合戦を巡る観光コース ①基本コース（4時間・車）（p.18～19）
- 9 合戦を巡る観光コース ②鳥居強右衛門コース（1時間～・徒歩）（p.20～21）
- 10 合戦を巡る観光コース ③武田勝頼本陣コース（1時間・徒歩）（p.22～23）
- 11 合戦を巡る観光コース ④長篠の合戦コース（2時間20分・徒歩）（p.24～25）
- 12 飲食施設のご案内（p.26～27）
- 13 宿泊施設のご案内（p.28～29）で、書き込みができるようにメモ欄を設けている。

このテキストの特徴は、史跡を訪問することと、現代人にも「長篠の戦い」を理解できるように工夫していることである。

例えば、(p.12～13)「両軍を会社に例えれば…？」では、

株式会社織田の社長は織田信長(42)で、専務の織田信忠(19)、第一営業部長の柴田勝家(46)、第二営業部長の丹羽長秀(41)、第四営業部長の羽柴秀吉(39)⁽³⁾、特科課長(鉄砲)の前田利家(38)などの武将、株式会社徳川の社長は徳川家康(34)で、社長室長の徳川信康(17)、営業部長(兼任社長室長補佐)の榊原康政(28)、営業部長(兼任総務部長)の本田忠勝(28)などの武将に対して、株式会社武田の社長は武田勝頼(30)で、社長室担当部長の跡部勝資、重役の山形昌景(54)、部長の真田信綱(39)などの武将、がいる。

また、長篠城を守っている株式会社徳川・長篠出張所の特命課長が奥平貞昌(21)で、対陣している株式会社武田・長篠出張所の特命部長が小山田昌行、特命課長が高坂昌澄などの武将がいる。さらに、鳶ヶ巣山を奇襲攻撃した徳川・織田連合軍の指揮官は、株式会社徳川の特命重役が酒井忠次(51)、株式会社織田の特命課長が金森長近などの武将がいる。一方、武田軍は、株式会社武田・鳶ヶ巣山営業所の特命部長が武田信実などの武将が対戦している。

A3サイズの折込図の一面には、犬山城白帝文庫蔵の「長篠合戦図屏風」を掲載、「『長篠合戦図屏風』の謎解き」として、サブタイトルに「絵図に描かれた人物、表現された事柄は何を意味するのだろうか？」を入れてある。また、「屏風絵図より読み取れること」として、例えば、④陰陽師が同行していた？、⑦「長い間に名前の貼札が落ち、所有の成瀬も人物の特定ができず、間違えて名札を貼っている。」それを再検討して、掲載されている屏風に主な武将の名前を入れて、織田・徳川軍と武田軍を色分けしていることに特徴がある。⑪「『頑固一徹（鉄）』の語源となった西美濃衆『稲葉一鉄』が描かれている。（日の丸の旗、織田信長の近く）」などである。裏面には、合戦地の俯瞰図を入れて、「酒井忠次 鳶ヶ巣山攻撃隊経路」を掲載している。

第4章 次年度への取り組み

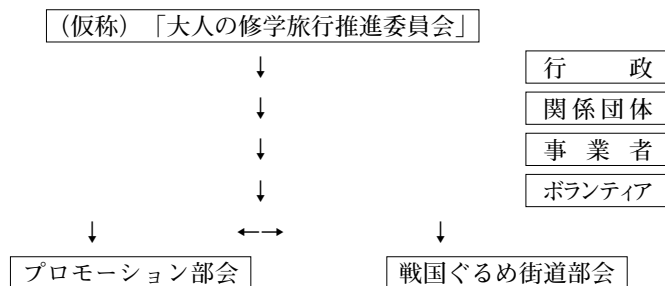
次年度の取り組みとしては、新しい組織のもとに、若いスタッフを巻き込んで「共存共栄」の視点から、関連業種の協力も必要になる。

1 事業の継続

私見として「大人の修学旅行」の問題点と課題を整理したが、今回の事業を、今年度だけの単体事業で終了させるだけではなく、新しい組織に移管して継続した取り組み、「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」を新しい財産として展開することが必要になる。

現在活動している「戦国時代部会」と「地場産品・食部会」を発展・解消して、「大人の修学旅行推進委員会」を設立する。当面は、「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」を中心に事業を展開するが、鳳来寺山信仰、奥三河のパワースポットツアー、伝統芸能、農林業体験ツアーなど、さらに顧客ニーズを反映した「戦国ぐるめ街道・新作発表会」を開催し、食べ手と作り手が一つになって「食の探訪」を実施、地産地消による「街おこし」の一助になるために努力する⁽⁴⁾。

2 受け皿体制の整備と事業展開



(1) 目標の設定

事業を展開するためには、おおむね10年間における短期目標（おおむね2年以内）、中期目標（3年～5年以内）、長期目標（6年～10年以内）を掲げて、目標達成に努力する。

短期目標 おおむね2年以内

- ① 「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」
- ② ガイドの育成
- ③ 開発商品「ずいき味噌汁」、「げんこつ飴」、「合戦むすび」の発売
- ④ 定期的な新作発表会の実施

中期目標 3年～5年以内

- ① 第3種旅行業者の登録、第2種旅行業者の登録
・第3種旅行業者の登録では、集客エリアが隣接の市町村のみと限定される。それに対して、第2種旅行業者の登録では、地域の限定もなく、旅行客から予約金、キャンセル料などが受け取ることができる。
- ② インタープリターの養成
・インタープリターは、自然、歴史、文化・環境案内人のことである。インタープリターとガイドの違いは、ガイド（ボランティア・ガイド）はたんなる案内人に対して、プロの案内人である。
- ③ 各店舗の名物料理をコラボレーション
- ④ プロモーション部会のイベントと協賛したイベントの実施、例えば、「月見の宴」や「鳳来寺山もみじまつり」など

長期目標 6年～10年以内

- ① グリーン・ツーリズムの提案と促進
- ② 着地型観光客から定置型観光客（住民化）の増加
- ③ 体験学習など、地元住民と定置型観光客の交流の促進

(2) 目標の具現化

今回の事業での最大の効果は、「長篠の合戦」の場として、地元の資源を再認識することであった。「長篠の合戦」をテーマとした勉強会や見学会を実施、その成果として「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行」の冊子を発行することができた。それを有効活用するためには、短期目標、中期目標、長期目標を設定する。

短期目標としては、「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」を企画することである。そのためには、ガイドの養成が必要になる。

「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」は、対価に対する費用の負担が最大の課題である。日帰りコースも設定できるが、着地型観光客を促進するためには、次の方法がある。

- ① 各旅館・ホテルが「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」の希望客を受付、一か所でまとめて、ガイド、車、食事などを手配する方法

- ② 定期的に「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」を開催，各旅館・ホテルが希望客を受付，一か所でまとめて，ガイド，車，食事などを手配する方法
- ③ エージェントに募集を依頼して，定期的に「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」を開催する方法，などがある。

また、「日帰りコース」では，新城市観光協会，ホテル・旅館・土産物店，観光施設などで希望者を受付，一か所でまとめて，ガイド，車，食事などを手配する方法，がある。

最低催行人数をどのように設定するか，ガイド料の設定と徴収方法，実施日，危機管理と傷害保険などの加入や，ガイド，車，食事などをだれが手配するかなどの課題をクリアする必要がある。

宿泊料金と「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」をセットで発売すれば，問題はないが，ツアー料金を徴収するためには，旅行業者の登録が必要になる。

「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」を実施するためには，異業種や同業種の協力体制の確立が必要である。

自分のホテル・旅館，飲食店，土産店を売り出すのではなく，例えば，「鳳来寺山・表参道」，「湯谷温泉」を売り出す必要がある。若手経営者の発想による，共通入湯券，共通食事券，共通買物券の販売や割引券の配布などを通して，協力体制を確立することが当面の課題である。

イベントの実施についても，伝統芸能をメインとして，若者が実演できるコンサート，「音楽祭」の発表会，なども入れることで参加者の増加を図る。また，子ども会や区民などが主催する「学習発表会」，「文芸祭」など地域のイベントに対して，プロモーション委員会が協賛，参加できる仕組みを構築する必要がある。

中期目標としては，第3種旅行業者の登録である。観光客のニーズが多様化し，個性化することで，体験，交流を中心とした旅行商品の開発と，近隣市町村への情報発信・集客を図るためには第3種旅行業者，さらには第2種旅行業者の登録を独自に取得する必要がある。それと同時に，ボランティアの養成だけではなく，インタープリターの養成が必要になる。

インタープリターは，自然・歴史・文化・環境案内人のことである。ボランティア・ガイドのようにたんなる案内人では，ニューツーリズム，エコツーリズムなど新しい形態の旅行市場に参入することは困難である。

長期目標としては，グリーン・ツーリズム（農村漁村で楽しむ余暇活動）の提案と促進である。

グリーン・ツーリズムの提案と促進を図るためには，農林村情報を発信するとともに，古民家の地域資源を活用，交流拠点を整備するとともに，観光客を住民化する取り組みが必要になる。

また，2010（平成20）年に施行された「エコツーリズム推進法」に基づいて，エコツー

リズムの普及・啓発を行う拠点となる取り組みも必要になる。

3 新事業の展開

2011（平成23）年度は、目標達成のために、次の事業を展開している。

（1）仮称・プロモーション部会

「大人の修学旅行第1陣！」として、新城観光協会の協力で「ガイドと行く 長篠の合戦めぐり」を企画した。ホテル・旅館、公共宿泊施設など18の施設が参加した。

① 宿泊料金

当所、宿泊料金は各施設が「〇〇円～」という表現で、各施設に宿泊料金を問い合わせるといふ案が提示された。利用者の立場で平日（1泊2日、2名1室、税・サービス料込み）を3つのランクに統一した。A（8,000円）、B（10,000円）、C（12,000円）で、「ずいき味噌汁」、「げんこつ飴」付きである。

② ガイド料

インタープリターの養成も必要であるが、地元の研究者の協力で、ガイド1名3,000円（3時間）である。

③ モデルコース

・ 1日コース（所要時間5時間）

長篠城址・長篠城址跡保存館 → 医王寺 → 鳶ヶ巣山砦跡 → 新城市設楽原歴史資料館・信玄塚・原昌胤墓碑 → 馬防柵・弾正山（徳川家康・織田信長指揮地） → 八剣神社 → 宗堅寺 → 野田城址

・ 2日間コース

1日目（所要時間5時間）

大善寺 → 新城城址 → 八剣神社・山県昌景墓所 → 新城市設楽原歴史資料館・信玄塚 → 才の神 → 馬防柵・弾正山（徳川家康・織田信長指揮地） → 真田信綱・昌輝墓碑 → 鳳来寺奥平仙千代磔死碑 → 田峯観音・田峯城址 → 宿泊地

2日目（所要時間7時間）

宿泊地 → 長篠城址・長篠城址跡保存館 → 大通寺・医王寺 → 新昌寺（鳥居強右衛門墓所）・鳥居強右衛門卓磔死碑 → 鳶ヶ巣山砦跡 → 来迎松城址・川路城址（車窓） → 古宮城址 → 亀山城址 → 宗堅寺 → 泉龍院 → 野田城址、となっている。

筆者の地元でもあり、今回、プロジェクトにも参加し、長篠の戦いを巡る遺跡・施設を見学したが、それでも訪問したことのない史跡が多い。かなり歴史に興味がある人向けのコースである。

(2) 仮称・戦国ぐるめ街道部会

3の陣「戦国ぐるめ街道」は、2011年4月25日から2012年3月31日まで開催予定である。前回までの2回は「鳳来地区」の飲食店や観光施設が参加していたが、今回は「新城地区」の飲食店も参加、26飲食店、2観光施設（長篠城址史跡保存館、新城市設楽原歴史資料館）となっている。6つの陣（グループ）のスタンプを集めると、「強右衛門のふんどし形タオルが貰える！」ことになる。

そのなかで5店舗は五平餅・トーストで、21店舗は店独自のオリジナル料理があり、ネーミングは次の通りである。

(注) 事業所名の「※」は最初に参加した店舗である。

	事業所	内 容	料金等
1	なるこ鮓※	和食れすとらん・長篠合戦御膳	1,200円
2	とくや ※	馬防柵で勝、ちらし寿司	1,050円
3	あか池 ※	味どころ・豚肉鉄板のろし焼定食	1,575円
4	津つ井亭※	味工房・家康ならみそタレしていた？ 鳳来牛焼肉丼	1,050円
5	安兵衛 ※	炉ばた茶屋・強右衛門が命をかけた援（塩）軍ラーメン	750円
6	凡 ※	喫茶と食事の店・ふきみそ仕立ての秀吉千なりひょうたん定食	1,200～1,500円
7	鳳来館	長篠合戦！ 勝利のソースカツ！	1,300円
8	一心亭	織田・徳川・武田軍ソースで合戦かつ	1,200円
9	板敷 ※	レストハウス・於大釜めし	1,480円
10	かさすぎ	招運 寅童子丼	1,000円
11	ひらのや※	豆腐酒房・信長はハイカラがお好き？ 家康は八丁味噌がお好き？	880円
12	花遊 ※	レストラン・徳川う埋蔵金	1,500円
13	夢きこう※	南蛮鍋	1,200円
14	さかきや	栄養たっぷり足軽の膳	1,200円
15	どんぐり	廻転すし・織田軍・武田軍入り乱れ乱戦うどん	680円
16	やき家	in未夢来人・強右衛門夜走りに粘ってみせる篝火パスタ	1,059円
17	三河猪家	雁峯山のろし合図炭火焼ししまぶし	1,500円
18	フィールド	エスコート・武将のわらじとった丼	1,059円
19	あいちや	お食事処・大善寺よこっちょな亀姫ソースカツの～ん	1,150円
20	紅岩魚	新城城主丼	900円
21	彩苑	野田城の信玄さん合戦にム中華？	1,480円

なお、五平餅は、「道の駅・鳳来三河三石」、「鳳来盆栽センター」、「田舎茶屋・まつや」、「ふる里」で、220円～300円である。また「喫茶・あんだんて」は「すねえもんトースト」(450円)である。

消費者が商品を購入する際に最も重視することは、製品(品質)と価格の2点であるといわれている。また、価格設定に関しては、「コスト」、「需要」、「競争」の三つの要素を留意する⁽⁵⁾。

しかし、「戦国ぐるめ街道」では、通常の価格より高価格に設定している店舗が多い。「第1陣」の価格は800円～1,890円で、平均が1,347円である。店舗の規模や材料費などで異なるし、家業的な店も多くある。消費者の立場で言えば、多くの人が昼飯に対して、日常的ではない外食費と考えても高価すぎると思う。近年、サラリーマンが昼食に投入する平均単価は、減少しているという。東京でも「500円弁当」、地方によっては、「200円台」、「300円台」の弁当もあり、全国チェーンの「牛丼」店、「ラーメン」店も「200円台」のメニューもあり、低価格志向のサラリーマンが増加していることも無視することができない。駅弁の場合には「1,000円」を超えると購入する人が慎重になるといわれている。私的には、価格の再考を関係者に要請した。

第1陣に参加した10店舗の第3陣の価格は、750円～1,575円で、平均が1,189円である。そのなかで第1陣と比較すると、4店舗が価格を下げて、1店舗平均で148円低くなっている。1,890円という最高価格を付けた2店舗が、1,575円、1,200円としたことが平均価格を下げることになった。新規加入した11店舗の平均価格は、1,139円である。

当地方は中核都市の豊橋市の飲食店の価格と比較すると、相対的に高い。すしの価格を例にとると、新城駅中心部では、並が1,100円～1,200円で上が2,400円～2,800円である。それに対して、豊橋駅中心部では、並の価格は変わらないが、上は2,000円以内も多くある。新城駅中心の飲食店は、2時30分頃～5時までは休業が多い。また、ローカルチェーンの「回転寿司」も1店舗あるが、昼の時間帯後は休業している。それだけ飲食の需要も少なく、選択できる料理の幅も少なく、豊橋・豊川市へ外食する人も多くいる。新城市内で、ハンバーガー店はあるが、2011年5月にナショナルチェーンの「牛丼」店が初めて開店したという状況の地域である。

(3) 当事業の広がり

2010年12月2日～3日に開催された「長篠の合戦を巡る大人の修学旅行モニタリングツアー」の結果、当事業に大きな影響を与えた。

筆者が把握している事業には、次のものがある。

- ①「豊橋観光サービス」 「奥三河再発見ツアー」、「奥三河極1 dayツアー」(4コース)、9回シリーズで第1回は「鳶ヶ巣山・阿寺の七滝・三河大野」という新企画のバスツアーを実施している。また、好評で追加コースを設定した。
- ②「旬刊旅行新聞」 2011年1月21日(金)で「長篠の合戦 大人の修学旅行 屏風

図に騙されてきた? 長篠の合戦の真実」という特集を編纂した。業界誌ではあるが、注目される記事である。

- ③「毎日新聞旅行」 モニタリングツアーに参加して、1泊2日のツアーを実施した。
- ④「観光まちづくり支援推進室（愛知県委託事業／日本旅行）」 ツアーを参考に「秋の良間備（いぶんか）散策」として、
- (a)からくり人形から紐解くー愛知ものづくりに触れる旅、
 - (b)戦国の世に思いを馳せる歴史の地ー食と合戦、奥三河への旅、
 - (c)海拔ゼロメートルの水郷地域ー海部の伝統工芸と水の恵みを巡る旅、
 - (d)そこしかない！ 今しかない！ 五感で楽しむ“旬の味覚”ー旭・稲武のこだわり旅、の4コースである。

そのなかで関連する(b)の「食と合戦、奥三河への旅」では、亀山城址 → 道の駅「つくで手作り村」(買物) → 三河猪家(昼食) → 長篠城址史跡保存館 → 馬防柵 → 村の駅「山びこの丘」裂き織り体験と民族伝承館 → こんたく長篠(買物)、である。また、愛知の魅力再発見ツアー「なるほど!! 知多半島 体験型」として、(a)触発 魚海の旅、(b)食発 醸し人の旅、(c)廻賊旅、(d)伝統 綴旅、(e)海遊旅、(f)食・農・風靡の旅、の6コースである。

(4) 思いを込めて

秋の彼岸頃には、当地方でも、彼岸花が咲き乱れる。「やなぎまつたけプロジェクト」で「鳳来 みどころ&うまいもの MAP」を作成した。マップに彼岸花の写真を掲載したが、時期になると、新城市観光課、観光協会などに「彼岸花」が咲くところを教えて欲しいという問い合わせが多くあるという。「新城市内のいたるところ」と、答えるしかない担当者という。そのために、場所として「田んぼのあぜ道 他各所」と入れた。

私たち住民にとって、何気ない原風景が、「観光資源」として存在することを、改めて認識した。新しい観光資源を開発することも地域を活性化する一つの要素ともいえる。

また、中高年の住民にとっては、珍しくもない「ずいき味噌汁」であるが、初めて食べた人が「美味しい」という。今回は、商品化することになったが、例えば、私達が食べている山菜や野草類も料理の主役として、観光客を誘致することができる食材として開発する余地もあると思う。

注

- (1) 村松幸廣・井上崇通・村松潤一編著「流通論」同文館出版 2010年、拙著担当「第10章 地域・街づくりと流通」 p.151~152
- (2) 拙著「観光旅行に関する一考察—『長篠の合戦を巡る大人の修学旅行』による事例」浜松学院大学研究論集・第7号 2011年、p.11~12

- (3) 後の豊臣秀吉も、「丹羽長秀」と「柴田勝家」の苗字を貰い、「羽柴秀吉」としている。長篠の戦い（1575年）当時の「秀吉」が置かれた立場（地位）が理解できる。
- (4) 地域資源∞全国展開プロジェクト・鳳来商工会著 「平成22年度 小規模事業者新事業 全国展開支援事業報告書」鳳来商工会 2011年, p.31~33, なお, 「事業の継続」及び「受け皿体制の整備と事業展開」は, 私案を原案として提出, その結果, 若干の修正を得て報告書とまとめた。
- (5) 西田安慶・城田吉孝編著 「マーケティング戦略論」学文社 2011年, 拙著担当「第4章 価格戦略」 p.82