

●観光資源を活用した都市を目指して

団員 岡 雄也

【ここでしかできないこと】

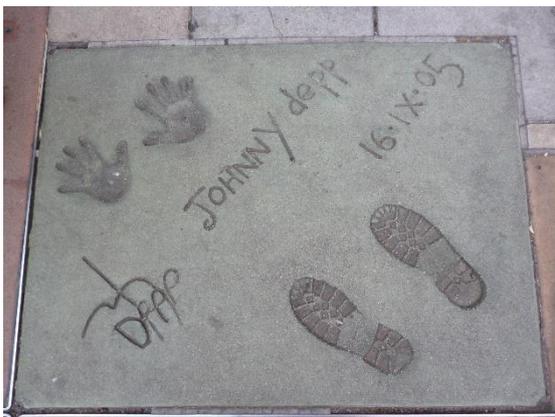
ハリウッド地区はエンターテインメントの中心として、様々な劇場が建ち並びアカデミー賞授賞式の会場があることや地区を象徴する「HOLLYWOOD」サインが世界的に有名である。中でもウォーク・オブ・フェイムの「星」とチャイニーズシアターの「手形・足形」は、ここでしかできないことを象徴するツールである。



(ハリウッドの象徴)



(アカデミー賞授賞式のレッドカーペット会場)



(ジョニーデップの手形・足形)



(ウォーク・オブ・フェイムの星)

「星」とは映画・テレビ・音楽・ラジオ・舞台や演劇の5つで活躍した人物の名前が彫られたプレートが通り沿いに埋め込まれ、1959年の創設より今日に至るまでに2,500を超えている。

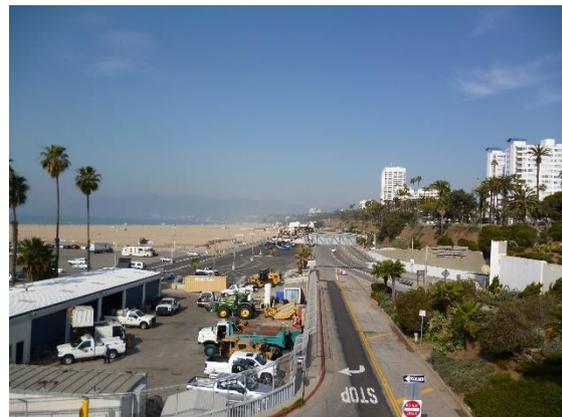
「手形・足形」とはチャイニーズシアター前庭にあるセメントタイルに約200人のハリウッドスターの手形や足形がサインとともに刻印されている。乾く前のセメントに残った作業員の足形に閃き、本来であれば修繕するところをあえて失敗を生かし、常に進化し続けている。

これまでの人生で感銘を受けた作品やスターに思いを馳せながら、このエリアでしか見ること、触ることができないものであり、後世に語り継がれる遺産でもあると考える。

【共存・共栄に向けた再開発】

ロサンゼルス市の西隣でカルフォルニアのリゾート地として有名なサンタモニカ市にある、サンタモニカプレイスとサードストリートプロムナード。ショッピングセンターエリアと飲食やサービスを提供する商店街エリアでは隣接するエリアとして過去幾度となく再開発を重ねてきたが、テナント展開で苦戦した過去もある。

直近では2010年サンタモニカプレイスを3階建てで開放的な空間を演出するオープン・エアモールに全面リニューアルを行い、高級ブランドショ



(サンタモニカの海岸通り)



(サードストリートプロムナード)

ップを中心に約50店舗のショップが入り、最上階のフードコートも充実したショッピングセンターとして生まれ変わった。

隣接するサードストリートプロムナードでは、3ブロックを歩行者専用道路とし、道路中心には噴水や休憩スペース、ストリートパフォーマンスも見られ、若者向けのショップが軒を連ねていた。互いが隣接するエリアであることから棲み分けを図りながらも、開放的な空間が連続する街区として互いが切磋琢磨し競争することで互いの魅力向上に寄与するものと考えられる。再開発と言えば新たな建物というイメージが先行するが、その土地が持つ歴史や風土の伝承がされているのか、これから先も守り続けられるものなのか、こうした観点も考慮する必要であると考えます。

【価値を高めるために】

カリフォルニアの南北を結ぶ大動脈であり、サンフランシスコのシンボルでもあるゴールデンゲートブリッジ。橋の完成75周年を記念し2012年に開設されたウェルカムセンターいわゆる観光案内所を視察。建物は橋の色と同系色で統一され、



(ゴールデンゲートブリッジ)

センター周辺にはいくつかの写真撮影スポットがあるが、ガイドツアーなどは設定されていない。観光案内のパンフレットは多言語対応が各種用意され各国の観光客の満足度を高めていると感じる。センター内は橋をモチーフにした装飾がされており、ギフトショップも併設されている。多くの観光客が途切れることなく訪れ、お土産を次々と購入している。多くの商品が展開している中、

人気があるものを尋ねたところ、多くの来場者が食べ物ではなくマグネットやマグカップを購入しているとのこと。だがトレーナーも人気とのこと、聞けば市街地との寒暖差が大きく寒さを凌ぐためでありながらも記念品としても購入していくという。したがって、マグカップやマグネット、ボールペンなどの商品展開を松山においても取り組む価値はあると考える。

【歴史と地形を体感する】

サンフランシスコには市営の公共交通、通称 MUMI があり現在は路面電車やバス、ケーブルカーなどを運行している。サンフランシスコは交通渋滞が世界で3本の指に入るほど深刻であることから、公共交通機関に期待が寄せられているが日本のように定時運行がなされないことや通勤通学には適さない路線展開といった声もあるようで車社会は強まりつつあるとのこと。



(ケーブルカー)

1873年に開業したケーブルカーは現在では3路線。サンフランシスコ独特の傾斜角度の大きい地形が続く街中を運転士が主に操作するが、車掌も運賃の回収等の業務もこなしつつ坂を下る場合は後方でブレーキを操作するといった2人体制で運行している。降車は乗務員への合図で、ベルを鳴らした回数を合図に出発と停車を繰り返していたのが印象的である。

市民の乗り物というよりも観光資源としての利用が多く、途中下車でも1回の乗車で7ドルという運賃も日常利用には適さないとのこと。キャッシュレス化もされておらず、乗車時に現金での支払いには改善の余地があると考えます。

【観光都市としての MATSUYAMA】

今回の視察において本市で考察するべき点を以下列挙する。

まず、今後のインバウンド対策を含めた観光都市として目指すべきことは、この地でしかできないこと、この地でしか買えないという付加価値、より購入意欲を掻き立てるものをいかにつけられるかである。開催が予定されている愛媛国際映画祭やクルーズ客船の寄港においても、催事期間のみの満足度を高めるのではなく、のちに訪れる方が触れることができる、想いを共感できる空間が必要であると考えます。

次に訪れた人に対して、よりわかりやすい地図や表記への更新が必要であると考えます。地名と併せて記号表記や色・数字での表示にすることや、観光案内の文書に関してもより多言語化したものを展開する必要がある。観光都市であることから、建物を見て感じることを最優先ではあるが、その感覚を補完する取り組みも重要であると考えます。加えてキャッシュレス化は喫緊の課題であり、市有観光施設はもとより飲食や物販においても導入を急ぐべきであると考えます。

そして特筆するべき事項として、いくつかの都市でキックボードや自転車がレンタルステーションとして整備されているエリア以外にも、道行く先々に放置されていた。聞けばいずれもアプリを活用し、QRコードを読み込むことで使用可能となる。ステーション式は決まったところへの返却が義務であるが、放置されている車両は自由に借りることができ、乗り捨てが可能である。1分単位の課金のため長距離移動ではなく、あくまでエリア内の限られた移動に最適である。24時間好きな時間に乗り降り自由で充電も太陽光発電と環境にも配慮されている。

過日福岡市では電動キックボードをシェアリングサービスとして規制緩和を提案したとの報道があった。地域性や交通法規との兼ね合いもあるが、本市ですでに事業化されている「まつやま観光レンタサイクル事業」は、貸出時間や

ポートの制限があることから、より利便性の高い事業に向けた再考の余地もあると考える。もちろん放置自転車を誘発する事業にはしてはならないが。