- 国名：ドミニカ共和国
- 事業名：官民協力による豊かな観光地域づくりプロジェクト
- 協力期間：2009 年から 2013 年
- 相手国機関名：観光省、職業訓練庁

1. プロジェクトの背景

ドミニカ共和国はカリブ諸国最大の観光客数を誇る観光国です。北部のプエルトプラタ県は、1970 年代に政府の積極的な観光開発政策のもと外資による大型ビーチリゾート開発が行われ、2000 年には同国への観光客の約 30%が訪れる観光地へと成長しました。しかし、そのリゾートの多くが、欧米のツアーオペレータがパッケージツアーを販売して観光客を呼び込む形態のホテルで、観光客は滞在時間のほとんどをホテル内で過ごすものでした。このような形態の観光産業は地域とのつながりが薄いのが現実です。地域住民が観光活動に参加して利益を得る機会はなく、新たに地域の眠った資源に目を向けることもなく、地元経済の活性化に大きくつながることはありませんでした。近年では、東部地域や周辺各国のリゾート観光地との競争も激しく、北米諸国の景気停滞も相まって観光客の数が下降傾向にありました。

プエルトラプタ県位置図

2. プロジェクトの取り組み

本プロジェクトは、地域住民が主体的に地域の文化・自然資源を開発し、地域内の組織が連携しながら、多様な観光商品やサービスを提供する機会を増やし、持続的な観光開発を実現することを目指しています。

プロジェクト活動当初は、活動の実施主体となるグループの形成に取り組みました。市町村、教会、企業、NGO、町内会、女性生産者グループや青年会などをメンバーとする官民協力による観光開発運営のワーキンググループ「地域力向上ユニット（UMPC）」です。その後、市町村で 10 の UMPC が設立されました。さらに、市町村の体制を支援するために、県の観光地域づくりの体制として、UMPC 連合会が設立されました。UMPC 間の連携強化や県フェスティバルを通じた観光商品のプロモーションなどを行っています。持続可能な観光地域づくりのためのガイドラインを作成し、他地域に広めようという試みも実施されています。地域の資源をより広く発掘し、地域全体へ裨益するアプローチといえます。

UMPC 連合会、関係者による会議

プロジェクトでは、地域の特徴を表現したコンセプトを「ブランド」とし、30 以上の地域の人材や資源を活用し工夫を凝らした観光商品・サービスを開発してきました。プロジェクト終了時までの売り上げは約 300 万ペソ（約 750 万円）に上ります。

UMPC には、2013 年 5 月現在、156 組織が参加しており、そのうち 23 組織が女性グループです。本プロジェクトを通じて形成された女性中心のグループも 9 組織あります。また代表者 221 人のうち 89 人が女性です。このように、女性たちが参加するようになった背景には、地域の資源を活用するという目標のもと、性別にかかわらず地域づくりに熱心な人々を支援し、参加を促してきたことが挙げられます。住民たちを支援するプロジェクトスタッフが女性だったことも、女性たちにとって信頼関係を構築しやすかったようです。地域の資源を活用したモノ作りは、副業として家でもできるものが多かったことも、女性の参加を促すことになりました。

女性を中心としたグループによる観光商品やサービスには次のようなものがあります。カカオと手作りチョコレート体験ツアーは、カカオ農園で UMPC メンバーと村の青年ボランティアによる説明を聞きながら、栽培や収穫の様子を見学したり、カカオの実がどのようにしてチョコレートになっていくのかを体験したりしながら、カカオについて学べるものです。

カカオ体験ガイド

コミュニティ野球体験ガイドでは、自身も野球選手である 10 代の女性が、球場内に設置したギャラリーで地元出身の米国の大リーグで 10 年以上に現役で活躍を続ける投手を紹介したり、展示の説明をしたりしています。

野球の展示を説明する女性

UMPC メンバーが外部の女性グループと連携して、地域資源を活用しながらブランドを作りあげた成功モデルに、ロス・イダルゴスの観光商品があります。「愛・平和・結束・誇り・喜び」を基本コンセプトとした手編みのアクセサリーは、商品開発からプロモーション、販売まで女性たちが担っています。老若男女、家族みんなで楽しめるイベント「市民の祭り」として 2012 年から毎年開催されているフェアでも、女性グループ自らが手編みのアクセサリーを販売し、実演も行っています。

このように、商品やサービスは地域の資源や文化を活かして開発・デザインされ、イベントやフェスティバル、メディアを通じてプロモーションや販売が行われています。そして、商品の評価と評価をもとにした商品改善が行われています。UMPC 連合会では観光セクターとの協議の場として県調整組織を形成し、持続的な観光地域づくりの仕組みを構築しようとしています。

手編みのアクセサリーのパンフレット

3. ジェンダー視点での効果

一般的に農村部では、融資への限られたアクセスや男性優位の考え方などの理由により女性の経済活動は制約されています。プロジェクトでも女性が活動に参加して売り上げが出てくるとパートナーから不必要な介入を受けることもありました。このような場合には理解を得て活動を継続できるようにグループで対応してきました。

ロス・イダルゴスの編み物のグループでは、女性が伝統的に培ってきた技術を活かして商品を開発しました。自分たちが作ったものを、フェアなどを通じて自分たちで販売することによって、お客さんが喜んで商品を手に取ったり、購入したりする姿に触れ、自分自身や活動に誇りを感じることができたといいます。グループのリーダーのひとりは、「自分にとっては商品が売れるか売れないかよりも、お客さんが自分たちの商品を喜んでみてくれ、ほめてくれるのがやる気にもつながる」と表現しています。他のグループでも、家にこもりがちだった女性が活躍できる場ができたり、リーダーシップを取れる場ができたりと、プロジェクト活動を通じて個々の技能を伸ばしながら、喜び、やりがい、自信を得ていることがわかります。

このように、プロジェクトでは地域の良い点を見つけ、自信や誇りを生みだし、活動を積極的なものにする「ポジティブアプローチ」を一貫してとってきました。女性が持つ強みや役割を活かし、直面する課題にもグループで対応してきました。これが、女性を含め関係者のやる気を引出し、積極的な参加を促し、活動の成果を上げてきたといえます。