

## 観光による新たな地域振興

河藤 佳彦

高崎経済大学 地域政策学部准教授

財団法人 自治体国際化協会 (CLAIR)

政策研究大学院大学 比較地方自治研究センター (COSLOG)

本誌の内容は、著作権法上認められた私的使用または引用等の場合を除き、無断で転載できません。  
引用等に当たっては出典を明記してください。

## 問い合わせ先

財団法人 自治体国際化協会（交流情報部国際情報課）

〒102-0083 東京都千代田区麴町 1-7 相互半蔵門ビル

TEL: 03-5213-1724 FAX: 03-5213-1742

Email: [webmaster@clair.or.jp](mailto:webmaster@clair.or.jp)

URL: <http://www.clair.or.jp/>

政策研究大学院大学 比較地方自治研究センター

〒106-8677 東京都港区六本木 7-22-1

TEL: 03-6439-6333 FAX: 03-6439-6010

Email: [localgov@grips.ac.jp](mailto:localgov@grips.ac.jp)

URL: <http://www3.grips.ac.jp/~coslog/>

## 序

(財)自治体国際化協会及び政策研究大学院大学では、平成17年度より「自治制度及び運用実態情報海外紹介等支援事業」を実施しています。同事業は、現在、海外に対する我が国の自治制度とその運用の実態に関する情報提供が必ずしも十分でないとの認識の下、我が国の自治制度とその運用の実態に関する外国語による資料作成を行うとともに、国内外の地方自治に関する文献・資料の収集などを行うものです。

平成20年度には、17年度から実施しております『自治関係の主要な統計資料の英訳』の作成、比較地方自治研究センターに収蔵すべき国内外の地方自治関係文献・資料の調査を引き続き行うとともに、新たに『我が国の地方自治の成立、発展に関する資料』の調査研究をスタートしました。また、『アップ・ツー・デートな自治関係の動きに関する資料』を引き続き作成するとともに、『分野別自治制度及びその運用に関する説明資料』についてはこれまで作成した10分野に加え、20年度においては新たに4分野について作成をすすめることとしております。

本事業については、平成21年度においても引き続き検討を進め、地方自治体関係者が実務を行う際などにおいて活用していただけるものに改善していきたいと考えています。

本事業の内容などについてご意見があれば、(財)自治体国際化協会国際情報課、又は政策研究大学院大学比較地方自治研究センターまでお寄せいただくようお願いいたします。

平成21年3月

財団法人自治体国際化協会 理事長 香山 充弘  
政策研究大学院大学 学長 八田 達夫



## はしがき

本冊子は、平成17年度より、政策研究大学院大学比較地方自治研究センターが財団法人自治体国際化協会と連携して実施している「自治制度及び運用実態情報海外紹介等支援事業」における成果の一つをとりまとめたものです。同事業は、「自治制度及び運用実態情報海外紹介等支援事業に関する研究委員会」を設置し、それぞれの細事業ごとに、「主査」、「副査」をおいて実施されています。

同事業のうち、平成20年度の『分野別自治制度及びその運用に関する説明資料』(No.11～14の4冊)の作成は、以下の5人の委員を中心にとりまとめられました(役職名は平成21年3月現在)。

(主査)

大杉 寛 首都大学東京大学院社会科学部教授

(副査)

石川 義憲 財団法人JKA理事

河藤 佳彦 高崎経済大学地域政策学部准教授

島崎 謙治 政策研究大学院大学教授

田中 啓 静岡文化芸術大学文化政策学部准教授

本冊子は、『分野別自治制度及びその運用に関する説明資料』シリーズのNo.12として、観光による新たな地域振興について、河藤委員によって執筆されたものです。

その内容は、少子高齢化が急速に進む日本において、国の新たな成長の原動力として、また、地域の再生や活性化の有力な手段としての期待が高まっている「観光」について、国と地域の取組みの現状と展望を概説したものです。

今後も、『分野別自治制度及びその運用に関する説明資料』のテーマの検討を進め、その充実を図っていく予定です。

ご執筆いただいた河藤委員をはじめ、貴重なご意見、ご助言をいただいた研究会の委員各位に、心から感謝申し上げます。

平成21年3月

「自治制度及び運用実態情報海外紹介等支援事業に関する研究委員会」座長  
政策研究大学院大学教授 井川 博



# 観光による新たな地域振興

高崎経済大学地域政策学部准教授

河藤 佳彦

## 1 観光への新たな期待

少子高齢化が急速に進む日本において近年、新たな成長の原動力として「観光」に対する期待が高まっている。また地域にとっても、観光は再生や活性化の有力な手段として期待されるようになってきた。そこでまず、日本における「観光」の意義について、国と地域の両面から掘り下げて考えてみたい。

### 1-1 国としての期待

国が観光に大きな期待を寄せている理由としては、次のような点を挙げることができる。

- (a) 少子高齢化が急速に進展し、若年労働力が量と割合の両方において減少していくという大きな社会変化のなかで、高い付加価値を生み出すことができる新たな産業分野として観光が期待されるようになってきたこと。
- (b) 欧米を中心とした先進諸国だけでなく、新興国の人々の海外観光に対する関心も高まってきていること。
- (c) 産業としての観光は、複合産業としての特性が強いことから、他産業との相互依存関係を通して幅広い産業分野の振興を促進することができること<sup>1)</sup>。

### 1-2 地域としての期待

先に述べた国としての観光に対する期待の要因は、地域についても当てはまる。地域の活性化にとって観光が重要な意義を持つ理由としては、それに加えて次のような点を挙げることができる。

- (a) 人々の価値観が変化し、物質的な豊かさよりも心の豊かさが大事にされるようになった結果として、観光においても地域の個性が求められるようになったこと。
- (b) 人々が精神的な豊かさを求めるようになった結果として、都市地域だけでなく農山村地域などの地方においても、自然、歴史、文化、産業、人など独自の地域資源を活用することによって、観光による地域活性化の可能性が大きく膨らんだこと。

こうした状況のなかで、取り分け地域における観光振興が求められるようになってきた。地域としての今後の取り組みについて、石森（2007）は次のように述べている。「観光客や旅行会社や観光関連企業や名所見物が主役の「従来型観光」の振興だけでなく、地域住民が主役になり、地域住民が誇りを持つことのできる地域資源を持続可能な形で観光者に提供することによって、地域住民と観光者の双方が感動や幸せを共有できるとともに、地域活性化にも貢献できる「新しい観光の創造」をおこなうことが不可欠である。」(p ii)。また中根（2007）は、次のように述べている。「地域の第一次産業や文化を継承する幅広い資源や人材が、連携して体験型観光を推進させる体制と仕組みづくりこそが、いま最も問われているのである。」「地域らしさを伝えるポイントは立派な体験施設でもなければ、最新の機器でもなく、正に地域らしさを体験させてくれる“ひと”である」。心の豊かさ、自分らしさを求める人々の多様なニーズに応えることが、いま観光に求められているのであり、地域の多様な個性こそがこの要請に応えていける大きな可能性を持っていると言える。それだけに、地域独自の積極的な取り組みが試されているのだとも言える。

## 2 国の観光政策と地域再生

地域はいま、観光を活性化に活かせる大きなチャンスを手に入れているのであるが、その実現のためには、国との緊密な連携が大きな力となる。そこで、国による主体的な観光政策と地域の観光振興への支援の現状について見ていく。

### 2-1 法制度・計画・推進体制

国は、2003年に「観光立国宣言」をして、2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人に拡大するための戦略的な訪日外客誘致キャンペーン「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開している。そして2006年には「観光立国推進基本法」（平成18年法律第117号）を制定した。この法律は、1963年に制定された「観光基本法」（昭和38年法律第107号）を全面的に改正したものである<sup>2)</sup>。その内容については、後に確認する。

また、2007年6月には観光立国推進のための施策として「観光立国推進基本計画」が策定され、観光立国の実現に向けて次の目標が定められた<sup>3)</sup>（【 】内は近年の実績値）。

- (a) 訪日外国人旅行者数を2010年までに1,000万人にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを目標とする。【2006年：733万人】
- (b) 我が国における国際会議の開催件数を2011年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。【2005年：168件】
- (c) 日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を2010年度までにもう1泊増やし、年間4泊にすることを目標とする。【2006年度：2.77泊】
- (d) 日本人の海外旅行者数を2010年までに2,000万人にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。【2006年：1,753万人】
- (e) 旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等を通じ、国内における観光旅行消費額を2010年度までに30兆円にすることを目標とする。【2005年度：24.4兆円】

このような施策展開によって増加する観光客の受け皿として観光圏を整備することを目的として、国は「観光圏整備法」（平成20年法律第39号）を制定した<sup>4)</sup>。この法律は、観光旅客の来訪及び滞在を促進するための地域における創意工夫を活かした主体的な取組を総合的・一体的に推進するため、主務大臣（国土交通大臣、農林水産大臣）による基本方針の策定、地域の関係者の協議を踏まえた市町村又は都道府県による観光圏整備計画の作成、観光圏整備事業の実施に必要な関係法律の特例等について定めている。

さらに国を挙げて観光立国日本の実現に取り組むために、2008年10月に国土交通省に観光庁が設置された<sup>5)</sup>。観光庁の設置目的は、(a)魅力ある観光地づくりを主体的に行う地域を強力に支援すること、(b)観光産業の国際競争力の強化を支援すること、(c)外国人観光客の来訪促進など、国際観光を振興すること、(d)観光旅行促進のための環境を整備することなどである。また、観光政策の推進体制という観点からみた場合の効果として、(a)諸外国に対して観光庁が日本の政府を代表し、対外的な発信力を強化する、(b)観光庁長官のリーダーシップにより縦割り行政の弊害を廃し、政府挙げての観光振興への取り組みを強化する、(c)地域・国民に対し、観光に関するワンストップ的な窓口となる、といったことが期待される。

### 2-2 ビジット・ジャパン・キャンペーン

国土交通省は、観光に関する国による主要な施策である「ビジット・ジャパン・キャンペーン」



について、次のように紹介している（省略や表記変更など、一部を加筆している）<sup>6)</sup>。

2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人とするとの目標に向け、日本の観光魅力を海外に発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の開発などを官民一体で推進するものである（図1）。

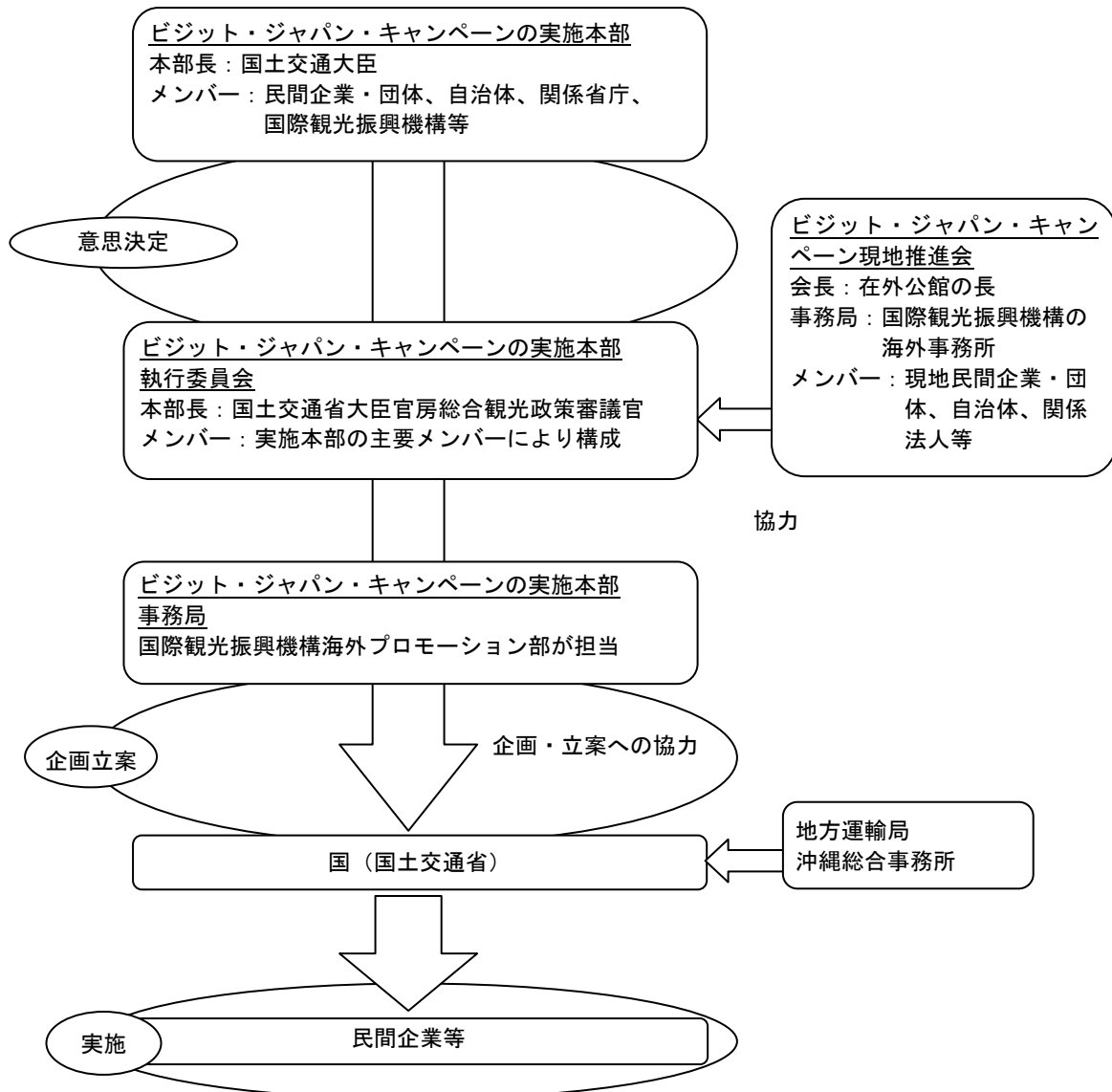
日本人の海外旅行者数は、日本製品の輸出拡大による貿易の不均衡問題の解消や日本人の国際化を目指す観点から、日本人の海外旅行を促進する「海外旅行者倍増計画（テンミリオン計画）」などにより順調に増加し、2002年には1,652万人になった。しかし、その一方で、訪日外国人旅行者数は524万人と、日本人の海外旅行者数に比べて大きな格差があった。そこで、2003年の1月に小泉総理大臣が施政方針演説において「2010年に訪日外国人旅行者数を倍増の1千万人へ」との方針を示し、それを受けて同年3月に第1回ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部会合が開催された。さらに、同年6月には全閣僚を構成員とする観光立国関係閣僚会議において「観光立国行動計画」が策定された。同計画においてビジット・ジャパン・キャンペーンは日本ブランドの海外への発信のための中核的な事業と位置づけられ、国土交通省が中心となって官民一体で取り組んでいる。

訪日外国人旅行者数の多い12の国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア）を重点市場として定め、当該市場において、効果的かつ効率的な事業展開に努めている。また、2007年度より、重点市場に次ぐ3カ国（インド、ロシア、マレーシア）を有望新興市場として定め、効果的なプロモーションに取り組むことができるよう戦略的な市場調査を実施している。さらに2008年度は、訪日外国人旅行者の満足度を高め、リピーター化を促進すべく、「ビジット・ジャパン・アップグレード・プロジェクト」として、我が国の魅力の一層の理解の促進等に取り組むほか、ICカードの共通化・相互利用化などの旅行者の利便性増進を図ることとしている。

また、地方運輸局（沖縄にあっては沖縄総合事務局）では、地域の観光魅力を海外に発信するとともに、当該地域向けの魅力的な旅行商品の造成等を促進するため、地域（地方自治体等）と連携して、外国人旅行者の訪日を促進する事業を行っている。

このように、ビジット・ジャパン・キャンペーンは国が中心となって推進しているが、「地域連携事業」として、国が地域の自治体や観光関係団体、企業などと協力して外国人ツアーや旅行関係事業者の誘致、フォーラムの開催など多様な事業を展開している。

(図1) ビジット・ジャパン・キャンペーンの実施体制



出典：国土交通省（<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/pdf/taisei.pdf>、2009.3.5 取得）

### 2-3 地域活性化支援による観光振興

国は、観光振興のための地域連携と並行して、地域活性化への取り組みを進めてきた。それは、地域経済の活性化と地域雇用の創造を、地域の視点から積極的かつ総合的に推進するため 2003年に設置された「地域再生本部」を中心とした地域再生の推進である<sup>7)</sup>。また、この取り組みを強力に推進するため、2005年に「地域再生法」（平成17年法律第24号）が制定された。なお「地域再生本部」は、2007年10月19日の閣議決定により、同様に地域活性化を目的とする他の3つの機関である「都市再生本部」、「構造改革特別区域推進本部」、「中心市街地活性化本部」と特段の事情がない限り合同で開催することとし、「地域活性化統合本部会合」と称することとなった<sup>8)</sup>。

この「地域活性化統合本部会合」において2008年度の「地方の元気再生事業」<sup>9)</sup>に認定された120件の事業をみると、北海道の稚内市、函館市、北斗市など3市8町1村を対象地域とした「外国人ドライブ観光の総合支援プロジェクト」、群馬県の伊香保温泉（渋川市伊香保町）、四万温泉

(中之条町)、草津温泉(草津町)、月夜野／上牧温泉(みなかみ町)を対象地域とした「“上州力”まるごと活用誘客・地域元気プロジェクト」など、観光振興関連のプロジェクトが多くみられる。このことから、地域の活性化における観光の役割が大きいことが分かる。

## 2-4 観光立国推進基本法

「観光立国推進基本法」は、施策の基本理念について次のように規定している。「観光立国の実現に関する施策は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進することが、将来にわたる豊かな国民生活の実現のため特に重要であるという認識の下に講ぜられなければならない」。同条ではさらに、観光について「健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性」、「国際相互理解の増進とこれを通じた国際平和のために果たす役割の重要性」、「多様な事業の分野における特色ある事業活動から構成され、多様な就業の機会を提供すること等により我が国及び地域の経済社会において重要な役割を担っていること」を確認している。

また、改正前の「観光基本法」は施策実施の主たる責務が国あるとしていた。国は、その政策全般にわたり必要な施策を総合的に講じなければならないこととし、地方自治体は国の施策に準じて施策を講ずるように努めることとしていたのに対し、改正後のこの法律では国、地方自治体(法律では「地方公共団体」と表記しているが、本稿では法律からの直接の引用の場合を除き「地方自治体」と表記する。)、さらには住民の役割と観光事業者の努力を明記している。

具体的には、次のように規定されている。国の責務については「施策の基本理念」にのっとり、観光立国の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する」、地方自治体の責務については「施策の基本理念にのっとり、観光立国の実現に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する」としている。また、「地方公共団体は、施策を実施するに当たっては、その効果的な実施を図るため地方公共団体相互の広域的な連携協力に努めなければならない」としている。さらに住民の役割として「観光立国の意義に対する理解を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする」とし、観光事業者の努力として、「その事業活動を行うに際しては、住民の福祉に配慮するとともに、観光立国の実現に主体的に取り組むよう努めるものとする」としている。

このように「観光立国推進基本法」では、観光振興には国だけでなく地方自治体、住民、観光事業者といった地域の多様な主体が、互いに協力し合って取り組んでいくことを求めている。

## 3 自治体の観光振興政策への取り組み

観光は近年、地域活性化のための重要な手段として注目されている。その取り組みには、大きく二つの方向性がみられる。一つは、多様化・個性化が進む観光ニーズに的確に応えて、通過型ではなく地域にじっくり滞在してくれる来訪者を増やすこと、そしてもう一つは、それに加えて海外からの観光旅行(インバウンド)を増やすことである。この二つの方向性を具体化するための取り組みを行っている地域の具体例を、国土交通省の資料「地域いきいき観光まちづくり 2008」<sup>10)</sup>により見ていく。

### 3-1 滞在力のあるまちへの取り組み

国内の観光ニーズは、団体旅行を中心とした名所旧跡訪問型、親睦旅行型から、個人を中心とした自己充実型へと大きく変化してきている。また、その目的も、普段と異なる生活体験や食体験、環境保全活動、教育など多様化してきている。こうした変化に対応し個性豊かな取り組みを行っている地域の具体例を、上記の国土交通省資料により見ていく。

#### 3-1-1 飯田（長野県飯田市）

##### (a) 沿革<sup>11)</sup>

飯田市は日本のほぼ中央に位置し、長野県の最南端、いわゆる伊那谷における中心都市である。人口約10万7千人（2008.8.31現在）、面積約659km<sup>2</sup>、東に南アルプス、西に中央アルプスがそびえ、中央を天竜川が南流している。近年は、りんご並木や天龍峡のあるまち、民族文化の息づくまち、また人形劇のまちとして広く親しまれている。

##### (b) 取り組み<sup>12)</sup>

i) ほんもの体験：地域に住む住民がインストラクターや案内人となり、訪れた人とともに普段の仕事や暮らし・趣味と一緒に味わったり、地域の自然や歴史をとともに楽しんだりできる「ほんもの体験」のプログラムの実施により、教育旅行を中心とした体験旅行者数が2008年11月末には約5万5千人となっている。

ii) 地元農家等との連携による体験メニューの充実：1995年に教育旅行向けの体験観光企画が生み出され、2001年には周辺自治体や民間の出資により、地域受入型旅行会社「株式会社 南信州観光公社」が設立された。これにより、体験観光商品の企画から旅行エージェントへのプロモーション、受け入れ先との各種調整から受け入れ先の人材育成や講習・指導等を一手に行うことが可能な体制が整い、現在でも全体の約9割が学校単位の受け入れとなっている。また、体験ツアーの受け入れ農家は飯田市周辺の約400軒にもなり、幅広い体験メニューが選択可能となっている。

iii) インストラクター講習会：都市農村交流の受け入れ体制を整備するため、周辺の地区毎に交流推進グループが結成されており、受入農家の資質向上のためのインストラクター講習会が毎年開催されている。また、全国の団体・行政機関向けの視察研修や、大学観光学部など向けのフィールド研修の受け入れにも積極的に取り組み、本物志向の体験プログラムが可能な人材を育成している。

(表1) 飯田における宿泊者数等の実績

宿泊者数（農家民泊）		農業体験者数	
2003年	4,850人	2003年	16,400人
2004年	6,600人	2004年	21,400人
2005年	7,200人	2005年	23,800人
2006年	7,500人	2006年	23,500人
2007年	8,500人	2007年	25,200人

注：2007年については、11月現在の途中集計数値で、飯田市周辺の地域の合計  
出典：国土交通省ホームページ（2008.9.14取得）  
出所：株式会社 南信州観光公社 統計

##### 【実績】

農家民泊と農業体験者数の近年の推移を示したのが（表1）である。2003年以降、いずれも増加の傾向をかなり着実に示していると言える。

### 3-1-2 会津若松・喜多方（福島県会津若松市、喜多方市）

#### (a) 沿革<sup>13)</sup>

会津若松市は福島県西部に位置しており、磐梯山や猪苗代湖など豊かな自然に囲まれたまちで、人口は約 12 万 9 千人（2008.8.1 現在）、面積は約 383 ㎢である。国内有数の観光産業とともに、酒・漆器などの地場産業、IC 関連の最先端産業などが立地している。

また喜多方市は、福島県西北部、会津盆地の北部に位置し、北には飯豊連峰、東に雄国山麓が裾野をひろげ、南は阿賀川、日橋川と豊かな自然に恵まれており、人口は約 5 万 4 千人（2008.8.1 現在）、面積は約 554 ㎢である。市の主幹産業は農業であるが、年間 170 万人の観光客が訪れる観光都市でもあり、喜多方ラーメンなど全国的に有名な食べ物もある。

#### (b) 取り組み<sup>14)</sup>

- i) まちめぐりの魅力を高める：会津若松市の七日町通りでは、趣を失っていた歴史的な建築の外観を昔の風情に再生し、七日市カフェ、会津ブランド館などに整備したことによって、買物客が乏しかった商店街は観光客を中心に平日約 2 千人に回復した。商店街の女将さんたちで構成する「アネッサクラブ」による「のきさきギャラリー」や「四つのどうぞ（イス、お茶、トイレ、荷物預かり）運動」を展開し、ふれあいのある散策の拠点となっている。また、喜多方市の蔵を、美術品、民芸品の展示や観光案内所、土産店、飲食店に活用することで、蔵とラーメンのまちとして定着した。2007 年の会津若松市街地への入込客数は前年比 12.9%増と地域を牽引した。
- ii) 魅力ある観光の足：会津若松、喜多方にはレトロ調バス、タクシーが運行している。2 日間乗車フリーとなる「会津ぐるっとカード」がまちめぐりに活用され、年間 6 千枚の売上実績がある。また、安心して手ぶらの観光ができるよう、宿泊先への手荷物配送サービスも実施している。
- iii) 伝統と新しさ・多彩な食：かつて北前船で運ばれた産品が使われる伝統料理。また、磐梯山麓で育まれた名水、気候は醸造業を発達させ、味噌、醤油、名酒の産地となっている。さらに、名水によりつくられる蕎麦や喜多方ラーメンの麺、和菓子など多種多様な食の楽しみを提供している。
- iv) 広域観光への対応：会津若松市と周辺市町村には、古寺、名刹が多く「仏都会津」として、特別拝観、講和と乗合タクシーを結びつけて PR している。会津全域の広域観光に加え、乗合タクシーの運行により山形県米沢市・置賜地方とも連携を強めることとしている。また、首都圏からの鉄道アクセスと両地域の温泉を活用し宿泊滞在客の増加を目指している。

（表 2）会津若松・喜多方における入込客数

入込客数	
2002 年	277 万人
2003 年	281 万人
2004 年	316 万人
2005 年	325 万人
2006 年	358 万人

注：会津若松市及び喜多方市の市街中心  
出典：国土交通省ホームページ  
（2008.9.14 取得）  
出所：福島県統計

#### 【実績】

会津若松市及び喜多方市の市街中心の入込客数の近年の推移を示したのが（表 2）である。2002 年以降、着実に増加していると言える。

### 3-2 訪日観光旅行（インバウンド）推進への取り組み

少子高齢化が急速に進む我が国にとって、海外から所得を獲得する有力な方策となるのが我が国への外国人観光旅行の推進である。これは、国全体だけでなく地域の活性化にとっても重要である。しかもそれは、都市と地方の両方の地域において大きな可能性を内包するものである。そこで、それぞれの特徴を持つ地域について具体的な取り組み事例を、3-1と同様に、本章冒頭記載の国土交通省資料により見ていくこととする。

#### 3-2-1 都市地域における取り組み 浅草・谷中・両国（東京都台東区・墨田区）

##### (a) 浅草<sup>15)</sup>

台東区は23区のほぼ中心に位置し、西は上野の山、東は隅田川に接した下町である。区の人口は約17万6千人（2008.9.1現在）、面積は約10km<sup>2</sup>である。また、墨田区は東京都の北東部に位置し、その周囲の多くを川に囲まれている。区の人口は約23万5千人（2008.10.1現在）、面積は約14km<sup>2</sup>である。

##### (b) 地域の魅力と取り組み<sup>16)</sup>

- i) 浅草：江戸時代から続く日本の歴史・文化を育む街であり、人と人とのふれあいが体験できる粋で風情のある下町情緒が魅力となっている。そして、桜、浅草流鏝馬（春）、隅田川花火大会（夏）、東京時代まつり（秋）、羽子板市（冬）などが海外でも人気である。また、「日本文化体験ツアー」も実施している。
- ii) 谷中：江戸時代の都市計画で多くの寺院が集められ門前町として発展し、その後「寺と坂のある街」として親しまれている。積極的に外国人旅行者を受け入れる日本旅館をはじめ、商店街では英文のメニュー作りや外国人旅行者と気軽に挨拶を交わすなど地域ぐるみの「おもてなし」を実践している。また、外国人旅行者は地域のお祭りなどにも気軽に参加できる。
- iii) 両国：江戸東京の暮らしと文化を現代に伝える「江戸東京博物館」がある。また地域にはいくつもの伝統工芸体験の工房があり、特に外国人には屏風博物館が人気という。日本の国技である「相撲」の中心地でもある。浅草・両国地区の民間団体を中心に、両国国技館や旧安田庭園などにおいて、外国人旅行者を対象として、両国相撲博物館の見学やお茶会、俳句などの体験ができるガイドツアーを実施している。また、外国人旅行者向けに伝統工芸体験メニューの取りまとめやPRなど、行政区を越えた積極的な取り組みを実践している。

（表3）台東区・墨田区の外国人訪問者数の実績等

外国人訪問者数		外国人の内訳（2006年度）			
2001年	50万人	欧州	19.5%	台湾	7.1%
2002年	49万人	韓国	18.8%	オセアニア	7.1%
2003年	51万人	中国	18.8%	アジア	6.2%
2004年	77万人	北米	17.9%	その他	4.6%
2005年	82万人				

出典：国土交通省ホームページ（2008.9.14取得）

出所 外国人訪問者数：JNTO 訪日外客訪問地調査により推計、外国人の内訳：台東区観光客マーケット調査

#### 【実績】

外国人訪問者数および地域別の内訳は（表3）に示すとおりである。2001年以降、外国人訪問者数は着実に増加傾向をたどっている。また、外国人来訪者の地域別の内訳をみると、欧米やアジアなど、多様な地域から訪れており、世界中の人々がこの地域に関心を持っていることが分かる。

### 3-2-2 地方の地域における取り組み（その1）高山（岐阜県高山市）

#### (a) 沿革<sup>17)</sup>

高山市は岐阜県の北部に位置し、人口は約9万6千人（2007.10.1 現在）、面積は約2,178 km<sup>2</sup>である。高山市のある飛騨地方は、東西を険しい山に南北を厳しい河川峡谷に囲まれており、土地のほとんどが山林で、森林率は9割を超えている。一方、主な平地は高山、国府、古川の盆地であり、谷筋沿いには小さな平地が広がっている。

#### (b) 地域の魅力と取り組み<sup>18)</sup>

高山の魅力は、次のようなところにある。

- i) 江戸時代の面影が残る「古いまち並み」：城下町として発展したまち並みには、町家の出格子や老舗の暖簾が連なり、江戸時代の面影を残している。国選定の伝統的建造物群保存地区がある。
- ii) 日本三大美祭「高山祭」：春と秋に行われる高山祭では、からくり奉納や提灯を灯した豪華絢爛な屋台が町を一巡する夜祭りなどが見られる。
- iii) とれたて新鮮「朝市」：2ヵ所に朝市があり、新鮮な野菜や果物、手づくりの漬物などが並び、地元の人達とのやりとりが心を和ませる。

このような魅力を活かして、次のような取り組みが行われている。

- i) 「外国人が一人歩きできるまち」をめざす：多様化する外国人観光客に対応するため、散策マップを9言語（英語、中国簡体、中国繁体、韓国語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、ポルトガル語、ロシア語）で情報発信をしている。また、市街地の案内標識も多言語並記で整備している。
- ii) バリアフリーのまちづくり：「住みよいまちは、行きよいまち」の基本理念のもと、ハード面では、道路の段差解消や多目的トイレの設置、車椅子の貸出し、福祉バスを整備し、ソフト面では、外国人や障害者のモニターツアーを実施して課題を抽出し、それをもとに「おもてなし研修会」の実施や「おもてなしマニュアル」の制作に取り組んでいる。

（表4）高山市の外国人宿泊者数の実績等

外国人宿泊者数	外国人の内訳	（アジアの内訳）	
2002年 4.8万人	アジア 60%	台湾	74%
2003年 4.8万人	欧州 17%	韓国	7%
2004年 6.1万人	北米 14%	香港	4%
2005年 9.0万人	オセアニア 5%	中国	1%
2006年 10.7万人	その他 4%	その他	14%

出典：国土交通省ホームページ（2008.9.14 取得）

出所 高山市観光課調べ

#### 【実績】

外国人宿泊者数および地域別の内訳は（表4）に示すとおりである。2002年以降、外国人訪問者は着実に増加傾向をたどっている。また、台湾、韓国などアジアからの来訪が多いことが特徴である。

### 3-2-3 地方の地域における取り組み（その2）白馬（長野県白馬村）

#### (a) 沿革<sup>19)</sup>

白馬村は長野県の北西部に位置し、人口は約9千200人（2008.9.1 現在）、面積は約189 km<sup>2</sup>である。西側の白馬連峰一帯は急峻な山岳美をみせ、登山、ハイキング、スキー場などが観光資源となっている。また東側の山地は、一部観光開発が進んでいるが豊かな造林地帯となっている。

また、観光との関係において人口の推移に特徴がみられる。人口は1947年をピークとして1970年頃までは若年層の都市流出にともなう人口減少が続いたが、その後、観光産業のめざましい発展と共に都市部からの転入・Uターンが相次ぎ、増加基調に転じたという。

**(b) 地域の魅力と取り組み<sup>20)</sup>**

白馬の魅力は、次のようなところにある。

- i) グリーンシーズンの自然・登山：白馬三山といわれる白馬岳・杓子岳・白馬鍾ヶ岳など古くからアルペニストに親しまれてきた登山ルートとその美しい自然がある。
- ii) スキーリゾート：個性あふれるスキー場が集まり、初級者から上級者、ファミリーまで満足できるコースが揃っている。また、泉質の異なる5つの源泉があり、スキー後にのんびり温泉が楽しめる。

このような魅力を活かして、次のような取り組みが行われている。

- i) オーストラリア客誘致PR活動：2005年よりオーストラリア人スキー客誘致を目的とした旅行エージェント・マスコミの招聘、現地でのスキー博出展及び商談会を積極的に行っている（ビジット・ジャパン・キャンペーンと連携）。
- ii) 二次交通システムの整備：泊食分離を希望する長期滞在型の外国人の利便性を考え、シーズン中に夜間循環シャトルバスを運行している。また、長野新幹線を利用する外国人のために、長野駅と白馬村の施設を結ぶ観光乗合タクシーを運行し、徐々に利用者の増加がみられるなど、外国人の移動手段として定着している。

- iii) ホームページの閲覧増加・宿泊施設のランク付け：ホームページ上で英語・韓国語による多言語発信を行うとともに、スキー関連の海外有名サイトとのリンクを行ったことにより、外国人閲覧者が増大した。また、和田野地区では、宿泊施設をランク付けした情報をWebやパンフレットなどで提供し、外国人がより自分達に適した宿泊施設を選択することに寄与した。

(表5) 白馬村の外国人宿泊者数の実績等

外国人宿泊者数		外国人の内訳	
2002年	0.3万人	韓国	42%
2003年	0.9万人	オーストラリア	22%
2004年	1.0万人	香港	9%
2005年	3.2万人	その他	27%
2006年	3.4万人		

出典：国土交通省ホームページ（2008.9.14取得）  
出所：白馬村調べ

**【実績】**

外国人宿泊者数および地域別の内訳は（表5）に示すとおりである。2002年以降、外国人訪問者は着実に増加傾向をたどっている。また、韓国とオーストラリアからの来訪が多いことが特徴である。

**4 地域共働による観光振興の取り組み事例：「高崎市観光ビジョン研究会」**

これまで見たように、人々の価値観の多様化・個性化、心の豊かさの重視といった社会ニーズを捉えて地域の観光を振興していくことにおいて、地域が果たす役割は大きい。さらに、地域の様々な構成主体が連携して観光振興に取り組んでいくことの重要性についても確認した。ここでは、地域における観光振興への諸主体による協働の取り組みを、具体的な事例を示して紹介したい。事例として挙げるのは、群馬県高崎市（以下、「高崎市」とする。）である。



#### 4-1 高崎市の沿革<sup>21)</sup>

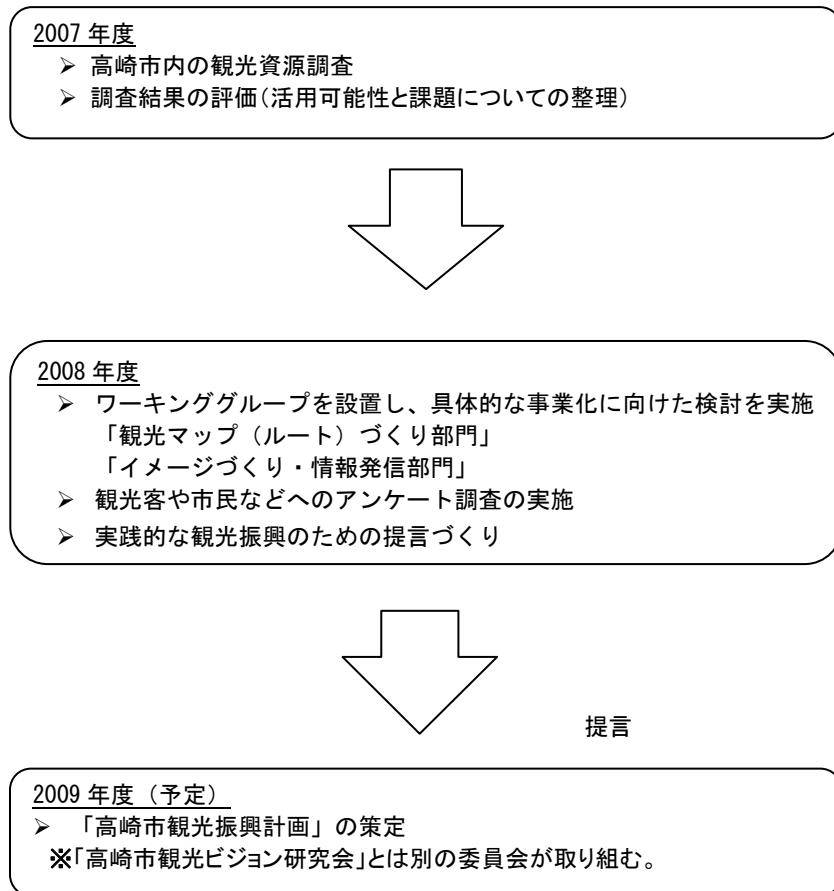
高崎市は、関東平野の北端に位置し、人口は約 34 万 8 千人（2008.10.1 現在）、面積は約 401 km<sup>2</sup>である。東京から 100 km 圏内に所在し、経済活動や文化振興などの面において有利な位置にあると共に、周辺市町村からの流入人口が多く、独自の都市圏を持つ自立性の高い都市でもある。また、新幹線や高速道路など高速交通の結節点となっている。

産業においては、関東内陸部における主要な工業都市となっていると共に、農林業、観光業も営まれ、すそ野の広い産業構造を有している。さらには、群馬交響楽団や高崎映画祭などに象徴されるように、芸術や文化のまちでもある。また、2006 年の市町村合併により 1 市 4 町 1 村が合併して、都市地域や農山村地域など多様な個性を持つ自治体となった。

#### 4-2 取り組みの概要

高崎市では、2007 年度に「高崎市観光ビジョン研究会」（以下、「研究会」とする。）を設置した。研究会は、高崎市が策定を予定している「高崎市観光振興計画」を実践的なものとするため、その策定の前段階として、市内の観光の現状と課題の把握、今後の可能性などをまとめることを目的としている（図 2）。そのためメンバーは、観光協会、商工会議所をはじめとする商工関係団体や観光業、宿泊業、旅客運輸業などの実務担当者が中心となっている（表 6）。

(図2) 高崎市観光ビジョン研究会のスケジュール



出典：「高崎市観光ビジョン研究会」資料より筆者作成。

(表6) 「高崎市観光ビジョン研究会」メンバーの所属団体

社団法人 高崎観光協会、高崎市物産振興協会、高崎商店街連盟、高崎市青年商業者研究会、社団法人 高崎青年会議所、高崎商工会議所、高崎女性経営者研究会、特定非営利活動法人 高崎やる気堂、たかさき雷舞フェスティバル実行委員会、高崎ホテル旅館協同組合、東日本旅客鉄道株式会社高崎支社、株式会社 JTB 関東高崎支店、株式会社ラジオ高崎、高崎経済大学、倉渕商工会、箕郷商工会、群馬商工会、新町商工会、榛名観光協会

出典：「高崎市観光ビジョン研究会」資料より筆者作成。

#### 4-3 2007 年度の活動

研究会の 2007 年度における主要な活動は、次の 2 項目である。①観光資源調査、②観光資源調査に基づく、地域観光資源の掘り起こしと課題抽出、活用方法などについての検討。

上記①については、4 回にわたり研究会のメンバーにより実施された。そして、②を実施するために 3 回にわたり検討会が実施された(表 7)。

観光資源調査に際しては、各メンバーが地域資料をもとに事前に調査の対象や内容についての

意見を出し合い、調査実施後は意見や感想をレポートとして提出した。そして、これらをもとに検討会で議論を行った。

(表7)「高崎市観光ビジョン研究会」実施日程(2007年度実績)

第1回 会議	2007年 10月	研究会の立ち上げ、活動予定の協議
第1回 実地調査	〃 11月	倉渕地域の観光資源調査
第2回 実地調査	〃 12月	榛名地域の観光資源調査
第2回 会議	2008年 1月	倉渕地域、榛名地域の実地調査の結果についての意見交換
第3回 実地調査	〃 2月	高崎地域・新町地域の観光資源調査
第4回 実地調査	〃 3月	群馬地域・箕郷地域の観光資源調査
第3回 会議	〃 3月	高崎地域・新町地域、群馬地域・箕郷地域の 実地調査の結果についての意見交換

注：高崎地域、倉渕地域、榛名地域、新町地域、群馬地域、箕郷地域とは、高崎市を構成する地域であり、2006年に実施された市町村合併の以前は各々が自治体であった。

出典：「高崎市観光ビジョン研究会」資料より筆者作成。

#### 4-4 2008年度の活動

2008年度は2007年度の活動成果を受け、観光ビジョンを提言するためにワーキング・グループ(以後、「WG」とする。)が設置され、作業が進められた。設置されたWGは「観光マップ(ルート)づくり部門」と「イメージ作り・情報発信部門」の2つである。

このWGによる検討から生まれてくる提案のなかから、モデル事業を実施することも検討された。また、研究会が今年度予定している提言をできる限り現実的なものとするために、高崎への来訪者やそれを迎える立場の市民を対象として、高崎の観光に関するアンケート調査が実施された。これらの成果を研究会が総合的に取りまとめ、提言とするのである。

#### 4-5 取り組みの意義

これまで自治体が計画を策定する場合、まず策定のための委員会が組織され、その下部組織としてワーキング・グループが設置される場合が多い。高崎市の研究会は委員会の設置に先立ち、実践的なメンバーで構成される研究会を設置して現実的な観光振興方策の検討を進めるという方式を採ったことに特徴がある。具体的には、(a)地域観光の振興のために、観光に係る地域の様々な団体・機関が協働していること、(b)メンバーが参加して実地調査を行ったりパイロット事業を検討したりするなど実践的な取り組みであること、などである。

こうした研究会における活動の成果を「高崎市観光振興計画」に反映させ、この計画をより実践的なものとするに研究会の意義があるものと言える。

#### 4-6 提言書の概要

4-2から4-4において紹介した活動を踏まえ、研究会は『高崎市観光ビジョン提言書』を2009年1月に作成した。この提言書は、研究会の活動フレームについて整理したうえで、高崎市の観光の方向性と可能性への提言を行っている。その概要は次のとおりである。

まず、観光を取り巻く環境の変化、高崎市の観光の現状と既存の観光資源について、関係資料や観光資源調査(2007年度)の結果などによって整理し、そのうえで、アンケート調査など<sup>22)</sup>

(2008年度)の結果によって、高崎市の観光の実態や人々の意識について実証的に確認している。

そして、高崎市の観光振興に関する課題について検討し、また、抽出された課題に対して研究会のWGが中心となって検討した、取り組み事業およびモデル事業（一部は試行実施）について紹介している。その内容は（表8）に示すとおりである。

（表8）高崎市観光の課題と取り組み事業

高崎市観光の課題	課題への取り組み事業
① 受け入れ側の体制やシステムの整備が不十分	(a) 拠点整備型事業（高崎市ふるさと観光物産館（仮称）の設置および運営）
② 新たな地域資源の発見・発掘が不十分	(a) 祭り・イベント・文化活用型事業（祭り・商店街イベントなどを活用した「地域間交流促進プログラム」） (b) 産業観光推進型事業（産業観光のPR） (c) 地産地消・自然活用型事業（自然と田舎の満喫ツアー、高崎、採れたて旬の味体感）
③ 地元市民が地元の観光資源を知らない、行ったことがない	(a) 拠点整備型事業（①の(a)と同じ） (b) 地域学習型事業（「たかさき こどもウルトラクイズ」の創設）
④ 情報一元化の不備、必要とする人に必要な情報が未到達	(a) 拠点整備型事業（①の(a)と同じ） (b) 情報発信型事業（双方向型観光情報整備事業、宿泊施設向け情報提供、近隣地域情報の収集・整理・活用） (c) 観光イメージ構築型事業（市の観光キャッチフレーズ&イメージカラーづくり）
⑤ 地域固有の郷土料理等食文化の未活用	(a) 地産地消・自然活用型事業（②の(c)と同じ） (b) 地域食文化活用型事業（高崎・採れたて旬の味体感、たかさき駅周辺おでかけガイドとおいしんぼマップ）
⑥ 隣接する市町村との観光連携が不十分	(a) 広域連携型事業（群馬県観光国際協会との連携、近隣地域情報の収集・整理・活用）
⑦ 地域資源間の連携・ネットワーク化が不十分	(b) 資源ネットワーク型事業（高崎駅からの2次交通整備事業、Googleマップによる四季おりおりマップ）

注：（ ）内は、WGにおいて検討されたモデル事業（一部は試行された）の例を示す。内容は他の事業と関係するものもあり、重複する場合がある。

出典：高崎市観光ビジョン研究会『高崎市観光ビジョン提言書』（2009年1月）より筆者作成。

このような検討を経て委員会が行った「高崎市の観光の方向性と可能性」に関する提言は、次の事項である。①地域固有の生活文化体験の提供、②受け入れ体制・システムの整備、③個性ある地域資源の発見と研磨、④情報発信体制の整備、⑤高崎観光のイメージの確立、⑥広域連携による観光推進

研究会により作成された提言書は、既にモデル事業として検討や試行がされている事業も踏まえた具体性の高いものであるから、「高崎市観光振興計画」における検討材料を提供することが目的であるとは言え、高崎市における観光振興のアクション・プログラムとしての性格が強いものであると言える。

## 5 地域観光政策の将来展望

本稿では、日本における観光の役割の重要性について、地域との関係を中心に見てきた。観光は国の将来を担う産業としての重要な役割を期待されているが、多様な価値観と心の豊かさを求めて訪れる観光客の気持ちは、海外からの観光客も国内の観光客も共通していると言えるだろう。その多様で厳しいニーズに応えていけるのは、多様な個性を持った地域であると言える。

しかし、観光客が訪れてくれることを待つだけでは、大きな成果を期待することは難しいだろう。各々の地域が、自然、歴史、文化、特産品など固有の素晴らしい資源を活かしていかなければならない。そのためには、地域の人々が協力してそれらを掘り起こし、地域ブランドとして磨きをかけ、地域の外部に発信していくための取り組みが求められる。

取り分け今後は、自らの地域をアピールするための情報発信の工夫が重要な意味を持つようになると思われる。近年、インターネットをはじめとする IT の急速な進歩により、多くの地域がホームページや携帯電話などを活用して観光情報を発信している。こうした IT を活用した方法は、広範囲な地域・立場の人々に情報発信を行うためには効果的である。しかし併せて、地域を訪れた人々の口コミや友好都市などゆかりのある地域との相互交流など、直接に人と人が接する機会を活用した情報発信も重要となる。

また、“もてなし”の心のこもった受け入れ態勢を構築していくことも重要である。観光に訪れる人々の多くが求めるのは、「くつろぎ」である。見知らぬ地域で暖かなもてなしや親切に接することができれば人々はくつろぎを覚え、その地域に対する好感度が高まり、また訪れたいと思うようになるだろう。情報発信においても、地域の人々の心の暖かみが伝わるような効果的な方法を生み出していくことが重要になってくるものと考えられる。

地域が独自の取り組みを進めることによって多様な個性を生み出し、これを国が支援していくことによって国内のみならず海外にも地域の魅力を発信していくことが、観光による地域と国の新たな発展を生み出す原動力となっていくのである。

## 注

- 1) 小方（2007）は、観光と産業など他分野との関連性について、次のように述べている。i) 新しい観光とは、その地域に「観光によって産業を興す」もの、ii) 観光は「総合産業」（交通産業、宿泊産業、旅行業、飲食産業、ホスピタリティ・サービス産業、関連サポート産業）、iii) 観光は人の行動や社会生活に密接に関わる産業、iv) 経済的効果に加え社会、文化、環境、教育といった広範な効果が期待される。
- 2) 日本政府観光局（[http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism\\_data/national\\_tourism\\_policy.html](http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/national_tourism_policy.html)、2008.9.20 取得）。正式名称は、「独立行政法人 国際観光振興機構」（JNTO: Japan National Tourist Organization）であり 2003 年 10 月 1 日に設立された（[http://www.jnto.go.jp/jpn/about\\_us/profile/index.html](http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/index.html)、2008.9.20 取得）。
- 3) 前掲 2)
- 4) 国土交通省（[http://www.mlit.go.jp/kanko/kanko\\_tk4\\_000002.html](http://www.mlit.go.jp/kanko/kanko_tk4_000002.html)、2008.10.13）。法律の正式名称は、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」である。
- 5) 国土交通省（<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/jta.pdf>、2008.9.20 取得）  
国土交通省観光庁（<http://www.mlit.go.jp/kankocho/about/setsuritsu.html>、2008.10.1 取得）
- 6) 国土交通省（[http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/detail\\_vjc.html](http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/detail_vjc.html)、2008.10.5 取得）
- 7) 地域再生本部（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiikisaisei/index.html>、2009.1.11 取得）
- 8) 地域活性化統合本部会合（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/index.html>、2008.9.20 取得）
- 9) 2008 年度「地方の元気再生事業」選定結果（地域活性化統合本部会合）  
（<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/siryou/pdf/genkisaisei-kouhyou.pdf>、2008.9.20 取得）
- 10) 国土交通省（<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/ikiiki2008>、2008.9.14 取得）。「滞在力のあるまち」、「外国人で賑わうまち」が紹介されている。
- 11) 飯田市（<http://www.city.iida.lg.jp>、2008.9.9 現在、2008.9.15 取得）
- 12) 前掲 10)
- 13) 会津若松市（<http://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/j/joho/gaiyo/index.htm>、2008.9. 15 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。  
喜多方市（<http://www.city.kitakata.fukushima.jp/8/000918.html>、2008.9.15 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。
- 14) 前掲 10)
- 15) 台東区（<http://www.city.taito.tokyo.jp/index/000013/index.html>、2008.9.15 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。  
墨田区基本計画（2006）（[http://www.city.sumida.lg.jp/sumida\\_kihon/sin\\_kihonkeikaku/kihonkeikaku/files/zenntai.pdf](http://www.city.sumida.lg.jp/sumida_kihon/sin_kihonkeikaku/kihonkeikaku/files/zenntai.pdf)、2008.9.15 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。
- 16) 前掲 10)
- 17) 高山市観光情報（<http://www.hida.jp/rekishii/index.html>、2008.9.19 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。
- 18) 前掲 10)
- 19) 白馬村（<http://gyosei.vill.hakuba.nagano.jp/somu/introduction/hakuba.html>、2008.9.19 取得）。人口については、同市ホームページの統計資料より同日取得。
- 20) 前掲 10)
- 21) 『高崎市第 5 次総合計画 基本構想』2007 年 3 月（<https://www.city.takasaki.gunma.jp/soshiki/kikaku/5soukei/5soukei.htm>、2008.10.11 取得）。人口と面積については、高崎市（<http://www.city.takasaki.gunma.jp>、2008.10.11 取得）による。

22) アンケート調査は次のとおり実施された。高崎市民 1500 名への郵送調査（回答数 638）、観光地など高崎市への来訪者（回答数 711）、宿泊施設利用者（回答数 337）、旅行希望者（銀座インズ）（回答数 491）、旅行希望者（インターネット）（回答数 540）。なお、郵送調査とインターネット調査以外は、直接調査票を手渡し回収する方法が採られた。その他、研究会のメンバーや観光関係者など 22 名を対象にヒアリング調査も実施された。

#### 参考文献

石森秀三（2007）「序文 観光による地域再生のためのパイブル」、堀川紀年『日本を変える観光力：地域再生への道を探る』昭和堂、2007 年

小方昌勝「地域振興と今後の観光戦略の方向」、『自治体学研究』第 94 号、神奈川県自治総合研究センター・研究部、2007 年、pp.2-7

土屋 渉「外国人観光客の誘致のポイント」、同上、pp.14-19

中根 裕「体験型観光による地域活性化とその課題」、同上 pp.32-37

堀川紀年『日本を変える観光力：地域再生への道を探る』昭和堂、2007 年