

観光を核としたビジネス・エコシステムと地域再生の可能性

流通科学大学 サービス産業学部 観光学科 小久保恵三

本論は平成 24 年度に申請、採択された科研／基盤研究(A)の研究成果としてとりまとめたものである。研究の目的は、観光ビジネスに焦点を当て、ビジネス・エコシステムの成立可能性を検討することである。この試みは、我が国の今後の基幹ビジネスの一つとしても位置付けられる観光ビジネスの在り方を明らかにするとともに、ビジネス・エコシステムという、旧来よりも広い視点からビジネスを捉えるための理論枠組みの可能性を提示するものとして位置づけた。

1. 研究の背景

(1)交流社会の実現のために

地方の疲弊は戦後の経済成長と表裏一体で形成されてきた。五次にわたって立案されてきた全国総合開発計画においても国土の均衡発展は主要な課題として取り上げられ続けてきた。第四次計画では「多極分散型国土の構築」という主題のもと、「安全でうるおいのある国土の上に特色ある機能を有する多くの極を形成し、特定の地域への人口や経済機能、行政機能等諸機能の過度の集中がなく、地域間、国際間で相互に補完、触発しながら交流している国土を形成する」とした。その後の第五次計画における「多軸型国土構造形成の基礎づくり」というスローガンは「極から軸」へと発想を展開させたものであるが、これらはいずれも明確な成果をあげたとはいえない。その中で、第五次計画において「21 世紀の国土のグランドデザイン」の概念が示され、これまでの全総計画の歴史の中で初めて「観光」が国土の均衡発展の戦略手段として取り上げられたのは画期的なことであった。

また、多くの地方都市、地方の村落では「定住人口」拡大のシナリオを描くことができず、その代替手段として「交流人口(観光客といってもよい)」に焦点を当てるのは自然の帰結であった。それは単なる数字合わせの作業ではなく、交流する人たちに付随する価値観、感性、文化、技術、経験、慣習、情報等の接触により、洗練された新たな地域経営のしくみを再形成することをも目的とした。

もちろん、地域が観光や集客や交流といった手法でのみ生き残れるはずはない。農林漁業を含めた産業のイノベーション、高齢社会を支える福祉のシステム、距離抵抗を克服するような文化政策、防災を含めた国土の再整備など様々な政策も同時的に要求される。これらを限りある財政で賄うには当然、複合行政による効率化が不可欠である。

一方、観光や交流が個人のレベルにとどまっていたのでは「仕組み」の形成はおぼつかない。地域社会、企業や団体、そして行政を含めた複合的な主体で進めることが必要になってくる。こうしたことから「ビジネス・エコシステム」の適用可能性を検討することに意義が生じているのである。旧来より、観光地においては「観光と地域の有機的連携」というスローガンが掲げられてきたが、その内容は観光地における様々な仕組みや事業のスキームを相互に関連させて同時的な発展を目指すものと解釈できるが、その内容はあいまいなものにとどまってきたといわざるを得ない。

(2)観光事業の特性とビジネス・エコシステム

ここでは「観光と地域の有機的連携」という概念を「観光分野のビジネス・エコシステム」に置き換えて論を進めるが、その前提として観光事業全般についての構造的な特異性を理解しておかなければならない。

観光事業を発地サイドで捉えるなら大部分は収益事業のビジネス群で構成されるが、着地サイドを含めて捉えるなら上記のような特異性はより顕著になる。そして、疲弊した地域(着地)の活性化を観光や交流の力によって図ろうとする場合、その重要性は増す。

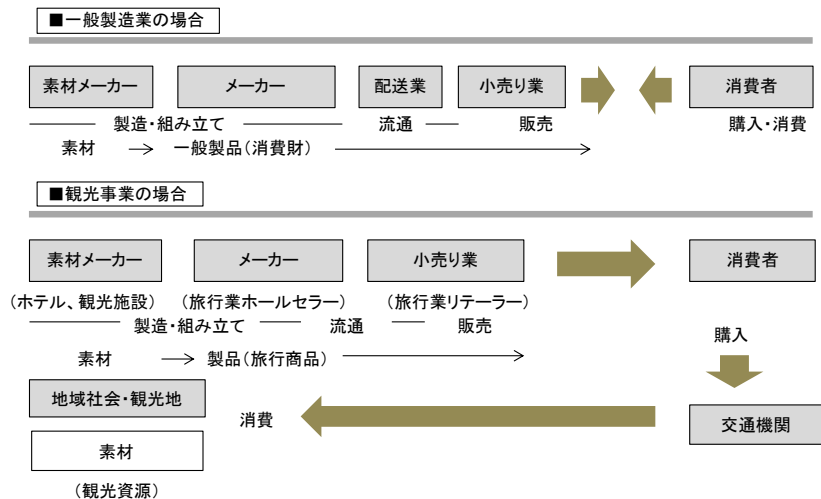
図1は一般的な製造業と観光事業の商品創出と消費の流れを示したものである。観光商品は様々な主体によって創出されるが、旅行業のホールセラーによって作られるのが一般的である。その場合、次のような特徴がある。

①ホテル客室やその他の観光施設、交通機関に関しては「利用権」という形で仕入れが行われる。しかし、観光商品の根幹は「見るべき対象」であったり、「するべき環境」である。それらの多くは売買、仕入れの対象にはならない。それらは無償の素材であり、所有権は移動しない。あるいはもともと山岳や海浜など、あるいは史跡などに所有権という概念はあてはまらない。

②消費者は旅行商品を購入した後、消費する舞台へ自らを移動させる。観光商品の素材自体は移動できないからである。これを「観光素材の属地性」という。また素材が動けない以上、観光商品の演出や魅力の提供は消費者の移動のしかた次第

で質が左右される。そのために観光地の交通機関が演出者としての重責を果たすことになる。また、消費の時点での舞台のコンディションにも商品の質は影響を受ける。同じ価格で購入した観光商品であっても天気によって消費者の満足度は大きく変動するのである。このように同じ「モノ」であっても価値が変動することを「一物多価」と称したりする。これらはすべて商品の質を一定の水準に維持することを容易ならざるものにする要因である。

図1 商品の創出と消費の流れ／製造業と観光業



③「観光分野のビジネス・エコシステム」を考える時、①の特性が特に重要なポイントになる。地域の観光商品素材は消費されはするものの、あくまで地域に残る財産である。しかし、観光消費によって毀損されることもあれば、変質することもある。観光的価値を高めるために地域にとっての価値を失うことは十分起こりうる。残念ながら観光商品を創出するのが市場側のホールセラーであれば地域の条件を100%斟酌するとは限らない。かつて沖縄の離島開発に群がった観光事業者が「代わりの島はいくらでもある」と放言した事実もある(あくまで個人のレベルの問題であるが)。そうしたことを勘案するとビジネス・エコシステムは地域のサステナビリティのために不可欠な仕組みであり、今、改めて注目されているのである。

(3)町並み観光地の特性

観光や観光地には様々なタイプがある。伝統的、原初的「サイトシーイング」から始まり、リゾート、近年はスポーツ・ツーリズム、エコ・ツーリズム、カルチュラル・ツーリズム、アグリ・ツーリズム、さらにはメディカル・ツーリズム、そしてコンベンションやメッセ、インセンティブもその範疇に入れる場合もある。当然、観光分野のビジネス・エコシステムを考える場合にそれぞれの構造は異なったものとして捉えるべきであろう。

本論では、様々な観光のタイプのうち、「町並み観光」を対象に考察を試みるが、その理由は、町並み観光地が「最も脆弱な環境下にある」、従って「今、最も効果的な仕組みが必要とされている観光地」であるからである。

その理由として以下のようなことが指摘できる。

- ①観光の対象となる空間が生活環境と重なり合い、観光客と住民の間に利害が対立する可能性を持つ
- ②空間的閉鎖性による物理的拡張や再開発が困難な場合が多く、モータリゼーションに対応しづらいこと／これについてはとりわけ地方の山間部の小さな町、漁村、あるいはヒューマンスケールで形成された宿場町などによく見られる。城下町や宿場町では街区(通り)ごとに性格や機能が明確に分化しているケースがあり、道は狭くバイパス整備も地形的に難しいため、生活環境の保全と観光的発展が両立しない。

- ③気質的にも孤高／閉鎖的体質があり、往々にして外資を拒絶して発展的機会を喪失しやすい／またデータで証明することは難しいが、とりわけ城下町では質実剛健、教育重視の風潮が多く見られ、観光事業との親和性が高いとは決していえないこと
- ④歴史の重みが魅力であるものの、現代の産業構造の変動についていけない／徳島県脇町の藍、愛媛県内子の和ろうそくなど、時代と共に退陣せざるを得なくなった地場産業への依存度が高すぎたことから運命をともにしつつある
- ⑤人口規模、産業規模が脆弱であり、受け入れ容量が限定的であること

(4)まちづくり・観光まちづくり・町並み観光

町並み観光地に対して「まちづくり」、「観光まちづくり」という似通った表現がある。また町並み観光地と「都市観光地」や「観光都市」との違いについても明確な概念整理が必要である。

野原(東京大学)は「観光まちづくりをとりまく現状と再生」(季刊まちづくり 19-0807)において、現代のわが国には「観光からまちづくりに向かう動き」と「まちづくりから観光に向かう動き」の2種類のベクトルがある、と指摘している。すなわち、①「陳腐化した観光地」がリニューアルとサステナビリティを求めて方向転換し、新たな観光コンテンツの模索を行う、すなわち、ツールとして「まちづくり」の手法を活用し、潜在資源の発掘とその活用に向かう、というタイプと、②「過疎化・疲弊化したまち」が活性化を図るために「観光」的手法による交流社会化を図り、定住人口減に対処するというタイプ、の2つがあるというものである。

そして、生まれ変わった観光地において住民の生活環境や就業の場が確保されて「観光地が住みよいまちとしても生まれ変わる」こともあれば、「活性化した町が生み出す新鮮な地域魅力によって集客力が増して観光地に変貌していく」という図式もある。手段や結果がそれぞれクロスオーバーして相乗効果をもたらすのである。

まちづくり自体は今や市町村の経営と同義であり、福祉、健康、防災、平和、景観、環境、食、産業遺産、祭事、など様々な分野で地域のアイデンティティを軸として進められている。これらの手法には自己完結型の運動として可能なものもあるが、観光を軸に据えた「観光まちづくり」という場合には、当然、外部(市場)との関係性が不可欠となり、そこに集客・誘客ビジネスが介在する。

一方、「町並み観光」という場合は地域の文化的歴史的景観を活用した観光まちづくりという定義となる。手段が限定されたものである。文化的歴史的景観を学術的な審査を経て認定したもののひとつが文化庁所管の「重要伝統的建造物群保存地区」であるが、これを観光利用の氏油断としようと多くの自治体に取り組んできた。それに際しての方針や手法は様々である。また、「重伝建」以外にも個性的な景観やその背景にある「物語」を集客の手法として活用する場合もある。たとえば小樽は運河の保存がもたらすレトロな空間とガラス工房などの地場産業の結合、小布施は伝統的な和菓子・酒蔵・美術が田園に展開し、豊後高田は昭和の街並みの復元、境港に至っては漫画の主人公がオブジェとして街路をデコレーションした景観が観光客の人気を博している。こうした取り組みは学術的な認証を受けた景観資源を糧にしているわけではなく、独自のテーマや運動に工夫を凝らしている。また津和野など観光的な発展が先行し、その後、「重伝建」の指定申請を急いでいるケースもある。

表1は観光庁のデータベースに記載された「観光まちづくり」の事例から、主題を「景観」に限定して抽出したものである。網掛けの事例は「重伝建」指定の町並みを有する事例である。しかし、「重伝建」の指定は学術的価値の認定であり、観光価値とイコールではない。それによってブランドを獲得したものの、ビジネスの展開には規制が課せられるという矛盾する局面が生じたりする。大内宿や白川郷はその狭間で苦慮しているといっても過言ではない。このように町並み観光への取り組みも様々な課題をはらんでいるのが現状である。

そういった観光まちづくりに関わる課題とそれに対する対策は以下のように整理できる。

- ①これまで地域の振興はハコモノづくりで進められてきた。バブル経済崩壊以降、自治体財政も緊縮を余儀なくされ、開発に多額の資金を投じる民間企業は激減した。しかしながら、一方ではその補完として政府の補助金行政に依存する体質はますます増大し、その採択基準や規制に合わせて画一的なインフラ整備に

終始している。観光まちづくりに絞ってもそれは同様である。

多様なビジネス・スキームを有する観光企業や NPO、あるいは農林業や製造業の諸団体、地域医療システムや教育組織など地域総体で取り組む仕組みが形成され、公的な補助金への依存から脱することができれば多様性、速度、普遍性、継続性などの獲得に貢献する可能性がある。

②全国で観光まちづくりは活発に取り組まれているが、ノウハウの蓄積が十分ではなく指導する専門家も不足している。観光に限らず、まちづくりは総合行政で進められるべきものであるが、いまだ「縦割り行政の弊害」が指摘されている。成功した事例があっても、その取り組みの過程や成果の内容をそのまま模倣して取り込むという悪弊は続いている。まちづくりや観光事業は「個別解」であるにもかかわらず「事例主義」の横行は少なくない。

観光庁や総務省、経済産業省などが全国のまちづくりの取り組み情報の収集と提供を行っている。こうした努力は不可欠であるが、その手法を自らの「まち」にどのように転化させていくか、について個別に専門家の派遣などの直接的な支援活動をさらに拡充していくことが必要である。

③本来主役である住民や地域に問題が生じている。少子高齢化もその一因であるが、共同体が崩壊して観光のみならず、まちづくり一般の推進力低下が著しい。地域やまちの外部からの支援を得られても継続していく体制が作れない。情報過多社会において文化や暮らし全般が均一化し、個性を見失ってしまった状況にある。少なくとも住民への情報の開示や観光まちづくりへの参画機会の提供、地域外の諸団体や来訪者との不断の交流などを通じて、自らの地域を再確認する場の形成などが不可欠である

④地方の町にはそれぞれに地場の企業があり、たとえ小さな規模ではあっても、彼らはまちづくりの重要な役割を果たしてきた。しかし、現実には公益性を主軸に長期の活動を支える余裕はなくなってきており、まちづくりには無縁の短期的リターンを求めざるを得ない傾向にある

表1 町並み景観を主題とした「観光まちづくり」取り組み事例

岩手県	遠野市	■古民家の保存など、民話のふるさとらしいまちづくりを展開
岩手県	奥州市	■蔵を店舗に活用したまちづくりで、テーマパークから観光客を誘導
宮城県	登米市	■町中にある明治期の建物を保存して観光エリアを創出し、集客
秋田県	仙北市	■交通体系を見直し、武家屋敷通の観光客増加による課題を解消
秋田県	小坂町	■明治百年通りに建物を移築・保存し、近代化産業遺産の町として推進
山形県	酒田市	■倉庫を展示、茶屋、飲食施設に改装し、集客の起爆剤に活用
山形県	尾花沢市	■「銀山廃坑跡」を整備、浴衣姿で坑内を一巡できる観光地づくり
福島県	会津若松市、喜多方市	■蔵や洋館をカフェや土産物店に改修し、七日町通りを活性化 ■蔵を観光案内所などに転用し、蔵の町・喜多方をアピール
福島県	下郷町	■住民による保存会、結いの会で宿場町を再生し、観光資源化
栃木県	栃木市	■景観形成地区で色彩や看板などをルール化し、歴史的まち並みを再現 ■アーケードや歩道橋の撤去、電線の地中化などで、蔵並み景観を露出 ■土蔵群を改修し、観光案内所や土産物店舗などに活用
栃木県	日光市	■駅周辺のセットバックを行い、世界遺産に相応しいまち並みに整備
埼玉県	川越市	■住民組織による「川越蔵の会」が景観保存活動を推進、賑わいが復活
千葉県	香取市	■修理修景で歴史的まち並みを保存、建物をレストランにして集客
新潟県	村上市	■市民からの会費や寄付金で町屋や黒塀を再生し、にぎわいを創出
富山・岐阜県	南砺市・白川村	■世界遺産合掌造り集落の保存と継承
石川県	金沢市	■武家屋敷・茶屋街の伝統的文化施設や、まちなみの保存と再生
福井県	若狭町	■修理・修景の指針「鯖街道熊川宿デザインガイド」を作成、住民に配布
長野・岐阜県	南木曾町・中津川市	■住民による妻籠の町並み保存活動で、旧街道の佇まいを維持
長野県	小布施町	■住民主体の花を活用した町並みづくりで、おもてなしを向上
岐阜県	高山市	■まち並み保存や我楽多市の開催など積極的かつ継続的な誘致活動
岐阜県	飛騨市	■「景観デザイン賞」の創設、住民の景観意識向上と町並み保存
三重県	伊勢市	■「お伊勢参り」の伝統と賑わいを体感できるまちづくりを展開
滋賀県	彦根市	■江戸時代の町屋を再生した景観対策を行い、観光地としての魅力を向上
滋賀県	長浜市	■ガラスの町「黒壁スクエア」の形成でまち歩きを促進し、滞在時間を拡張
京都府	舞鶴市	■赤れんが倉庫を博物館や多目的ホールなどに転用し、観光資源化
京都府	南丹市	■茅葺き屋根集落の保存、景観の維持・整備で資源をテコ入れ
兵庫県	姫路市	■姫路城と城下町の歴史を伝える「歴史のみちすじ」や公園を整備
兵庫県	豊岡市	■住民出資の第3セクターによる城下町出石のまちづくりで観光客を誘致
奈良県	奈良市	■建築物の高さを制限するなど、古都の景観を創出し、奈良らしさを演出
鳥取県	倉吉市	■「白壁土蔵」を食べる・買う・休む・体験する場の「赤瓦1号館」に整備
鳥取県	境港市	■水木しげるロードや水木しげる記念館を整備し、“妖怪”で誘客
島根県	大田市	■空き家の再利用などテーマ別に住民団体が町並みを保全・活用
島根・山口県	津和野町・萩市	■有志やボランティアが景観保存、町並み保存に取り組む
広島・愛媛県	尾道市、今治市	■操業を停止した造船所をライトアップし、夜間の観光資源に再利用
広島県	東広島市	■蔵元の白壁、なまこ壁、赤れんが煙突を保存し、景観を保全
山口県	柳井市	■白壁のまち並みにふさわしいまちづくりを地域主体で行う
香川県	高松市	■地域住民が一体で景観保全に努め、観光客増加に貢献
愛媛県	内子町	■町並みを町と保存会が一体で保存し、観光資源化
福岡県	北九州市	■歴史的建造物を店舗やイベントホールとして保存・活用
大分県	臼杵市	■景観と調和のとれたまちづくりで観光地の魅力をアップし、町を活性化
大分県	豊後高田市	■看板や店舗を改修して「昭和の町」へと整備し、町をテーマパーク化
宮崎県	日南市	■「飴肥に灯りをとす会」を発足し、街づくりの活性化を推進
鹿児島県	知覧町	■武家屋敷群を活かした町並み整備をし、観光客を誘致

出典：観光庁DBをもとに作成

文化庁 重要伝統的建造物群保存地区

小布施、小樽、長浜、津和野など脚光を浴びた町並み観光地ではガラス工場、酒蔵、呉服店など地場の伝統的企業が採算度外視で公益的活動を担ってきた。しかしながら、すべての町や村でそれを求めるのは困難であり、長期レンジで公益活動に取り組める企業の積極的参入も視野に入れるべきである。

①～④であげたような課題によって、「まちづくりシステム」そのものの不在を指摘することができよう。例えば徳島市で河川環境の保全という運動からスタートしてまちづくりを主導する「NPO 法人／新町川を守る会」会長中村英雄氏は以下のような提言をしている。

- ① 自発性の尊重／多くのメンバーが賛同するまで待っていると試みは進まない。まちづくりをしたい人だけでやるべきである
- ② 長くやることが最重要であり、運動はいつかは理解される
- ③ 住民参加より行政参加。住民が先行してまちづくりに取り組めば行政は参加せざるを得ない
- ④ 洗練された手法より地域や組織の力量に合わせた「適正技法」が好ましい。

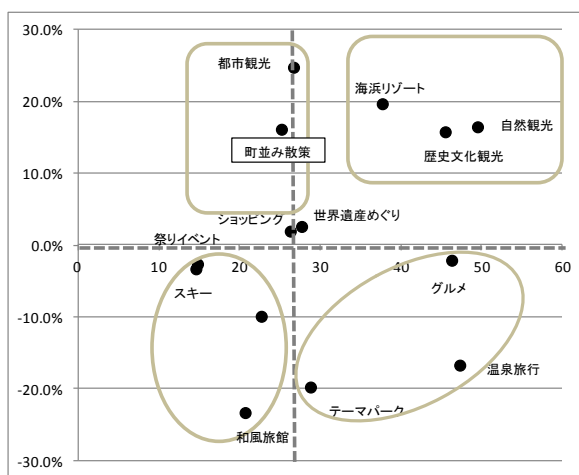
2. 町並み観光地と観光市場

町並みを見たり散策する観光が脚光を浴び始めたのは、ディスカバー・ジャパンのプロモーションが繰り返され、アンノン族という若い女性達が登場してきた頃であるが、現代ではひとつの有力な観光タイプとして確立している。市場がそれをどう見ているか、について財団法人日本交通公社の資料「旅行者動向」の調査データを使用した。この調査の 2005 年と 2009 年の「行ってみたい旅行先」をマルチアンサーで問うたものである。サンプルはそれぞれ 2,440、2,364 であるが、志向の伸び率は 2005/2009 年とした。一方、「行きたい観光タイプ」は 2009 年の値をとり散布図としたのが下図である。

人気が高くてさらにその支持率が伸びているのは「自然観光」、「歴史文化観光」、「海浜リゾート」のグループである。人気は高いものの、伸びが落ちているのが「グルメ」、「温泉旅行」となっている。

図 2 観光地タイプと観光客の志向

観光タイプ	2005	2009	伸び率
自然観光	42.5	49.5	16.5%
温泉旅行	56.8	47.3	-16.7%
グルメ	47.3	46.3	-2.1%
歴史文化観光	39.3	45.5	15.8%
海浜リゾート	31.5	37.7	19.7%
テーマパーク	35.9	28.8	-19.8%
世界遺産めぐり	27	27.7	2.6%
都市観光	21.4	26.7	24.8%
ショッピング	25.8	26.3	1.9%
町並み散策	21.7	25.2	16.1%
高原リゾート	25.2	22.7	-9.9%
和風旅館	27	20.7	-23.3%
スキー	15.1	14.6	-3.3%
祭りイベント	15.2	14.8	-2.6%
中位値		27.2	-0.09%



ただ、これらは主目的とはならずとも付す性的に楽しめる要素が高く、需要は大きい。「町並み散策」は 25.2% の人が行きたいとしており、中位値に少し届かないが、伸び率は高い部類に入る。この観光タイプは歴史文化観光と表裏一体であり、両者を合わせるとさらに市場ニーズは高まるものと想定できる。

出典:JTBF「旅行者動向」より作成

では、町並み散策というような観光タイプに対して、市場はどのような評価あるいはニーズを抱いているのか、消費者の意識の深層をみってみる。本論では 2013 年 3 月に全国アンケート調査を実施した。この調査は他の多くの課題と連携したオムニバス調査であり、サンプル数は多段無作為抽出による全国 17-79 歳の男女個人の 1,200 である。調査は戸別訪問調査で実施した。基本属性は居住地域<5 区分>、居住都市規模<4 区分>、性別<2 区分>年齢<7 区分>職業<10 区分>、世帯年収<9 区分>であるが、このうちクロス集計（結果が有意であると思われるもののみとりあげる）用には居住都市規模、性年齢（いずれも 2 区分に再編）を取り上げた。居住都市規模では、21 大都市+人口 15 万人以上の都市=720、人口 15 万人未満の都市+郡部=480、性年齢では、男性 49 歳未満=320、男性 50-79 歳=272、女性 49 歳未満=316、女性 50-79 歳=292、というサンプル数になる。

調査項目 1) : 人々が町並み景観に何を期待するかについて 図 3, 4, 5

順位は<④珍しいものに接して興味が湧く>、<②町並みや建造物の美しさに感動>、<③その町の歴史文化的環境を体感し感動>、<④昔の生活環境を思い出し懐かしく思う>となった。一般に観光客を迎え入れる側に立てば、②、③を自らの商品価値として描いているであろうが、④が最も多い来訪動機だとすれば、観光客は日常から距離を置くほど良い、ということになる。地域の個性の発揮はブランド形成の根幹であり、妥当な結果といえなくもないが、反面「奇をてらう人為的なもの」を創出する可能性もある。一方①の期待はその対極にある。この種の観光客は訪れた町並み景観を鏡として「自らの生活史やふるさと」を振り返る。大分県豊後高田市の「昭和のまちづくり」が非常に多くの人に支持された背景にはこのような理由があるのだと推定できるが、大多数の中高年の日本人に広く昭和を意識させればよいのであって、文化的歴史的特異性が強すぎてもプラスにはならない。その意味で①の選択肢とは逆の意味合いを持つ。

これを回答者が居住する都市規模にみると、①のような期待を持つのはどちらかといえば訪れた町並み観光地と大きな違いのない小都市（人口 15 万人未満）や郡部の人が上回る。逆に②については居住環境においてそういう景観に恵まれていない大都市居住者がやや上回っている。しかし、明確な差というほどではない。むしろ、性年齢別にみると違いが出てくる。①については男女とも中高齢者に多い。これは世代が背負う歴史の違いとしては当然の結果であろう。②の純粋景観に対しては青壮年層の女性の支持が多い。男性も同様の傾向にある。逆に③は男女とも中高年層に支持や期待が高まり、単なる景観のみならず、その背景の歴史や文化への興味が強まっているようである。④については性年齢による差は見られなくなる。評価はともかく集客を意図すれば町並み観光地においてもそのベースには万人受けするものが必要だと考えられる。

調査項目 2) : 町並み景観に対する人々の評価を左右する要素、その 1 界限性 図 6, 7, 8

選択肢は<①ある程度観光客のにぎわいがある>、<②他に観光客がいなくて静か>の 2 つとした。単純集計では 2:1 の割合で①の支持が高い。環境容量の概念には生態環境、社会環境、地域経済、シビルミニマムなど様々あるが、この設問は空間的な容量に対する観光客の判断である。もっとも「ある程度」というあいまいな表現であるのでどの程度の混雑度が「楽しさ」と「不快さ」の境界であるかは観光地別のモニタリング調査が必要であろう。一般には自然度の高い観光地ほど「他の人間の姿」は敬遠されるが、町並み観光地の場合は「人間の歴史的営為、生活のヒトコマ」であろうから、人間の姿はむしろ必須である。さらにはテーマパークなどではある程度列に並ぶ体験が不可欠であったり、祭りやイベントは観光客自身が観光魅力要素を兼ねる場合もある。

居住都市規模別では、大きな差ではないものの、小都市・郡部の方がにぎわいを求める傾向にある。こうした欲求はある程度予測できる。町並み観光地において難しい問題は観光ビジネスに携わる人、観光空間で生活する住民、住居と就業の場所が異なる住民、観光ビジネスに関わるわけではないが、観光客の来訪で心理的刺激を受けてそれを歓迎する住民、など様々な住民が存在し、それぞれに環境容量に対する考え方の違いの溝は深く、対立を生むということであろう。また、町並み観光地自体の空間構造も対立に影響を与える。高山市や倉敷市のように「町並み地区」が限定されたエリアで高度に機能分化したまちと舄肥、伊根、津和野のように規模の小さな町では生活空間と観光空間が交わるようなケースでは関心度や重要性は違ってくる。

性年齢別にみると比較的、女性、年代の高い層において②を求める率が高くなる。

調査項目 2) : 町並み景観に対する人々の評価を左右する要素、その 2 観光機能への許容度 図 9, 10, 11

「重要伝統的建造物群保存地区」に指定されるとそのエリアでの商行為に伴う景観の改変は厳しい規制を受ける。それ以外の町並み観光地では、景観保全を条例や地区計画で自主規制する例が多いが、観光ビジネスに携わる立場と景観保全の立場とで意見の相違が起きる。これに対する観光客の許容度はどの程度であるのか、選択肢は<①通りのところどころに土産品店などがある>、<②町歩きする

通りには土産品店などはない>の2つである。結果は①が7割近い。

これを回答者の居住する都市規模別にみると観光機能の進出はない方がよいという意見が全体平均より高いのは大都市からの来訪者であり、非日常空間への期待度とも解釈できる。

性年齢別では、比較的許容度の高いのは女性である。買い物好き、という傾向が背景にあることを窺わせる。

調査項目 2)：町並み景観に対する人々の評価を左右する要素、その3 公共施設への許容度 図 12, 13, 14

土産物や郷土料理店の店舗などは比較的周囲の町並み景観に合わせた意匠をとることが多いが、景観に違和感を与えるのが往々にしてコンクリート造りで建築面積の広い公共施設である。役場、学校、警察署、消防署などである。住民生活の維持のためには不可欠であり、一定の規模に達するのもやむを得ない。選択肢を<①古い町並みの中の公共施設は気にならない>、<②公共施設は古い町並みにない方がよい>と設定して意見を聞くと、68.4%の人が気にならないと回答した。これは居住地の都市規模でも不変である。

また、性年齢でみてみると女性49歳未満の層で最も許容度が高い。厳しい見方をする層が比較的多い男性49歳未満の層と比較すると約10ポイントの差である。

調査項目 3)：町並み景観に対する人々の評価を左右する要素、その3 景観整備 図 15, 16

町並み景観の維持については、学術資料に基づいて忠実に復元整備するケースもあれば、河川環境整備（護岸整備や公園など）や街路事業（拡幅、舗装、植栽など）を通じて行うケースもある。新たにビジターセンターを建設したり、洗練されたデザインによるサインの設置が配慮されたりもする。こうした努力に対して、多少年月の経過による傷みや自然環境の摩耗はあるにせよ、歴史的な景観をそのまま維持することこそが貴重なのである、とする考え方もある。訪れた人々の意見を<①適度に手を加えたきれいな町並みがよい>、<②一切手を入れずそのままの姿を維持する>の二者択一で問うところ、およそ6割の比率で①が支持された。もちろん手の入れ方についてのセンスは様々であるが、要は観光客が求めるのは「快適性」であり、「学術的価値」ではない、ということなのであろう。快適性と学術的価値の間の落差の解消なしに無原則に顧客満足を追求することは避けなければならない。

基本属性によるクロス集計の結果を見ると居住地の都市規模では有意な差は見られず、性年齢では女性50歳以上の層でやや②への支持が高くなる。

調査項目 4)：町並み景観の保全に対する姿勢 図 17, 18

やや変則的な設問であるが、観光客自身が町並み観光地の住人であると仮定して、「伝統的なモノ」と「生活利便性」を比較してみたものである。自らの行動予測によって、町並み景観への接し方がある程度推計できる。選択肢は「駐車場の設置やパラボラアンテナの取り付け、格子窓のアルミサッシへの取り替え」などに対して、<①自分が観光関係の仕事をしていけばそうしない>、<②自分の仕事とは関係なくそうしない>、<③自分の仕事とは関係なくそうする>、<④自分の仕事や考えとは関係なく周辺と一致した行動をとる>、というものである。①は町並み景観が商品として価値を持つことを自覚する層、である。②は町並み景観に愛着を持ち、かたくなに伝統を守ろうとする層、③は生活優先の個人主義層、④は付和雷同型で協調性に富んだあまり主張しない層、といえる。②と③は両極の関係にあるが、拮抗している。これに①という援軍が加わって、町並み観光地における保全活動が実践されていると解釈できる。もちろん火種はあり、①と②は個別の問題において、利害がぶつかる可能性がある。感情的もつれは①と②の間の方が②と③の間の方より大きい。後者は技術的問題で解決できるケースがあるからである。また、④が4割を占める、というのも日本人のメンタリティといえるかも知れないが、町並み保全の仕組みやルールが成立する基盤である。ただこれも不安定な層ということはいえる。この結果はあくまで観光客に立場を住民に代えた場合の反応でしかないので、

町並み観光地の住民調査で立証する必要がある。

性年齢別では男性が YES と答える比率が高いのは③である。また、④の従属型では女性、あるいは年代では高齢者に選択する人の比率が高くなる。

図3 町並み景観への期待①

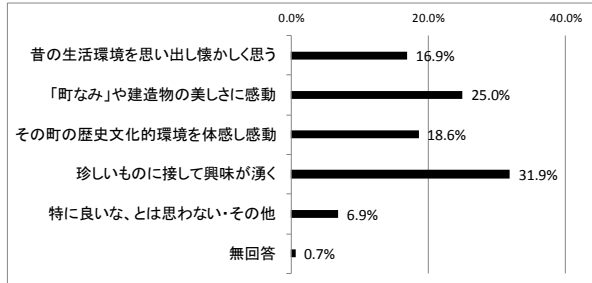


図4 町並み景観への期待②

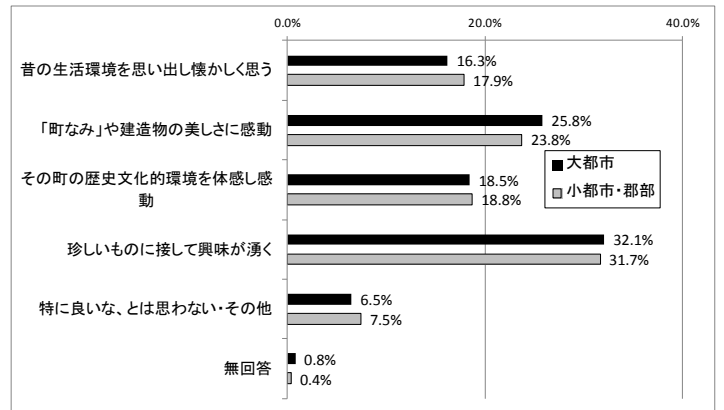


図5 町並み景観への期待③

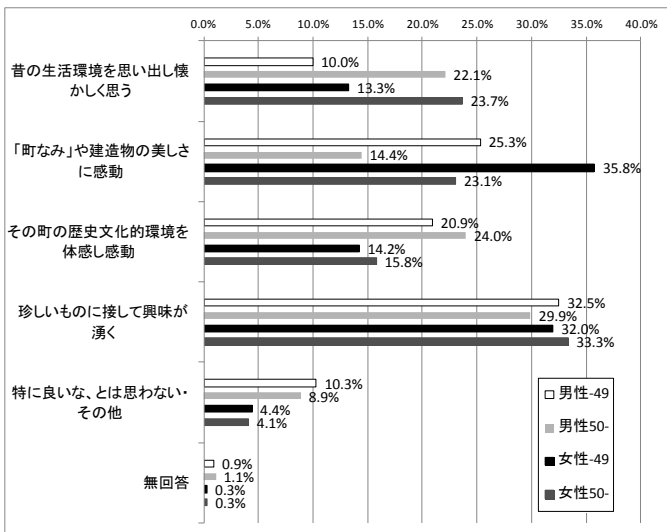


図6 界限性に対する評価①

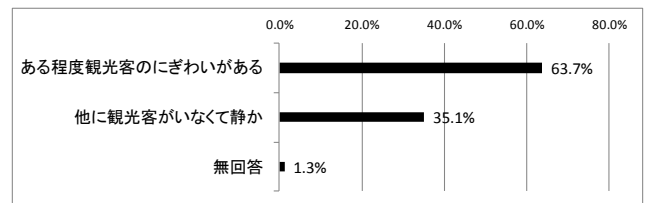


図7 界限性に対する評価②

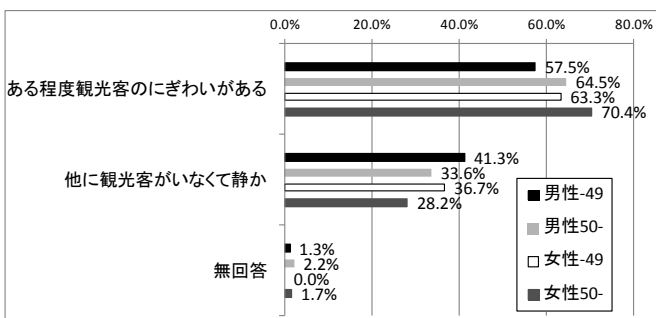


図8 界限性に対する評価③

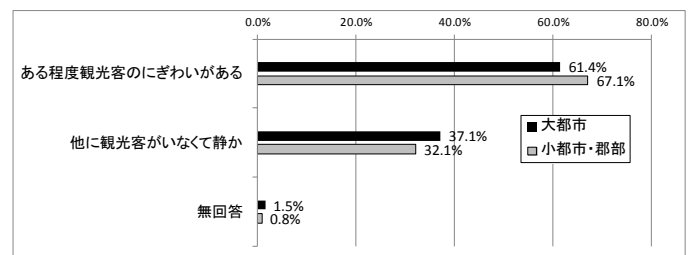


図9 観光機能に対する許容度①

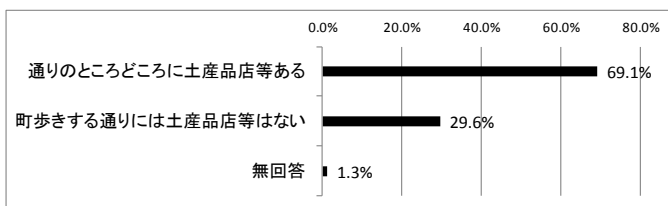


図10 観光機能に対する許容度②

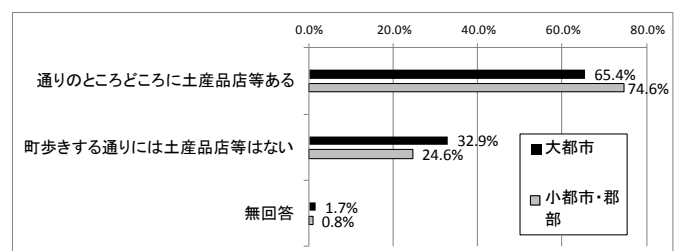


図 11 観光機能に対する許容度③

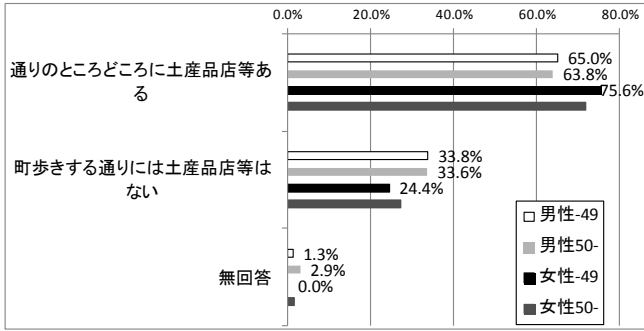


図 12 公共施設への許容度①

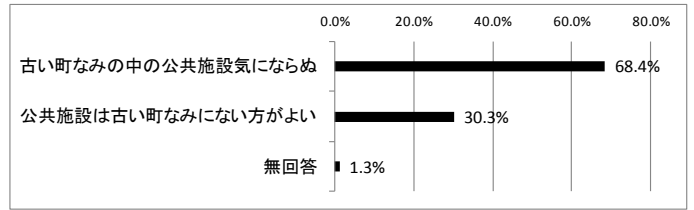


図 13 公共施設への許容度②

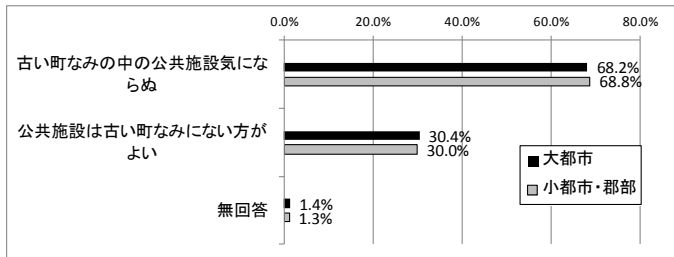


図 14 公共施設への許容度③

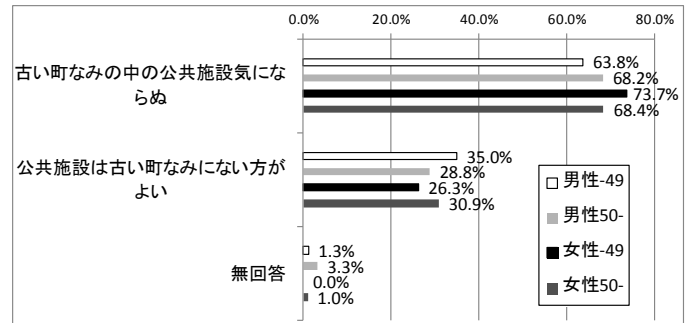


図 15 景観整備に対する考え方①

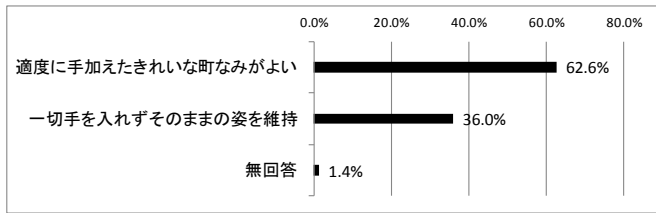


図 16 景観整備に対する考え方②

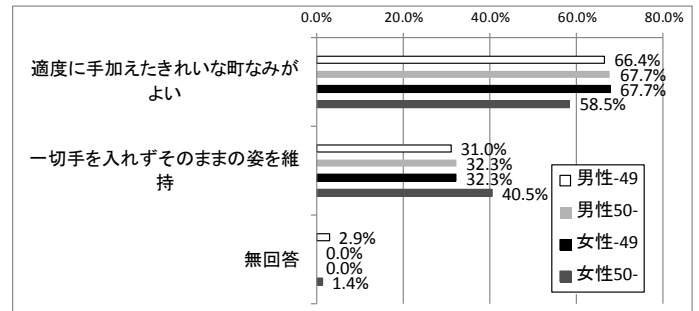


図 17 町並み景観保全に対する姿勢①

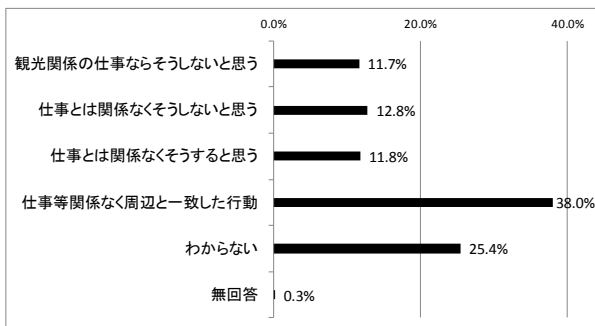
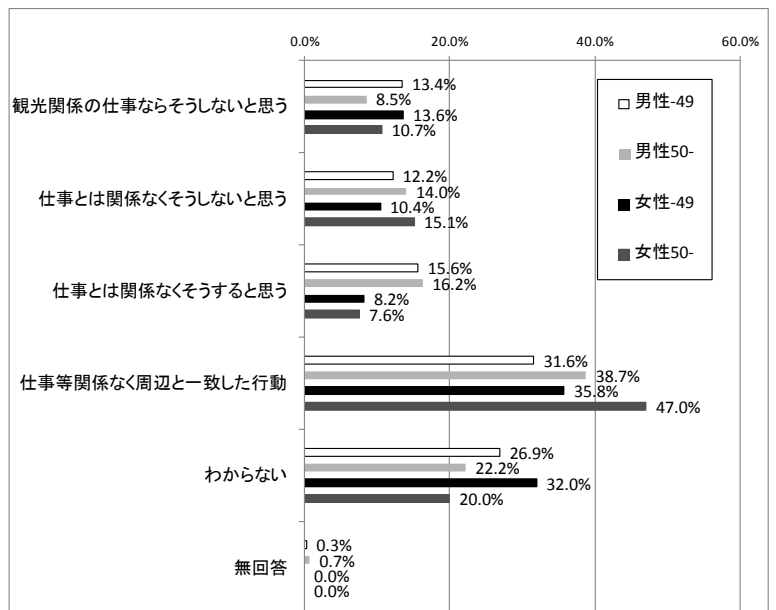


図 18 町並み景観保全に対する姿勢②



3. ケース: 津和野の町並み観光とまちづくり

(1)津和野町の概要

図 19 津和野町の位置

1)位置

津和野町は島根県の最西端、中国山地の中央部の盆地にたたずむ城下町であるが、1995 年、2005 年の合併によって周辺の山村を加え 307 km²、約 8,000 人の人口を抱える町となった。図に示すように、町は北部の益田市の商圈に組み込まれる傾向が強いが、歴史的に山陽側の山口市との関係も密である。益田市と山口市の間には JR 山口線があるが、利便性が高いとはいえない。他地域の例に漏れず、モータリゼーションの影響は著しい。京阪神、九州からは中国道、山陽道などが利用され、近圏からは国道 315、187、489 号などが町を縦貫する国道 9 号に合流する。益田市近郊の石見空港も津和野への一次交通拠点として期待されたが、量的の意味での効果は大きいとはいえない。



2)歴史

津和野の歴史は古い。教育委員会の調査によれば、縄文時代にはすでに稲作農耕が始まり、人々の定住、集落の形成が確認されている。

中世の津和野は地頭職吉見氏の治世にあり、現在の津和野のシンボル津和野城は1200年末から1300年初等にかけて築城された。その後吉見家は毛利家の家臣として近世の城下町を建設、治めていくことになる。

吉見氏の後、津和野に君臨することになったのは坂崎出羽守である。関ヶ原の戦いの結果、毛利家とともに吉見家は萩に移ることになったためである。現在でも津和野の観光は萩とセットになることが多いが、歴史的にも軌を一にしてきたといえる。

津和野を治めることになった坂崎氏は精力的にまちづくりや産業開発を行った。現在津和野の魅力対象の中心的な存在である水路整備や鯉の養殖もこの頃の事業である。城の改修も進められ、新田開発が盛んに行われた。

名君といわれた坂崎氏も「千姫事件」で失脚し、その後は亀井家の治世下に入る。以降、産業開発がさらに精力的に進められ、同時に人材育成が政策の大きな柱となっていった。

藩校「養老館」が創設されたのもこの頃で、わが国の開国に貢献する人材を輩出する役割の一端を担うことになった。

現代に目を移すと、第二次大戦以降、交通ネットワークの整備進展や国民の所得水準の上昇に伴い、わが国の観光需要は拡大し、全国に観光地や宿泊施設の整備が進捗した。そうした中で津和野が脚光を浴び始めたのがディスカバリー・ジャパン・キャンペーン(1970年)がブームとなった頃である。観光市場では「アンノン族」が登場して、旧来の「中高年男性の団体宴会主体型旅行」に対して、女性の小さなグループが全国津々浦々の小京都旅行に出かけることがブームとなった。その少し前、津和野に注目が集まったのは昭和37年、森鷗外の生誕百年祭で文迎春秋社主催の文化講演会が開催され、マスコミに取り上げられたことがきっかけとなった。当時、町ではさらにこのブームに乗ろうと温泉開発なども試みられたが、奏功せず平成14年の「なごみの里」の供用まで待つことになった。

前述のキャンペーンもあって、観光客が急増し始め、マスコミで繰り返し取り上げられるようになった。「山陰の小京都」というコンセプトが時代の嗜好に合致したともいえるが、一方では内実の伴わないブームに乗った不安定な成長の軌跡をたどり始めたともいえる。そして昭和50年には新幹線が博多まで開通するというエポックがあり、観光客は125万人を数えることになった。

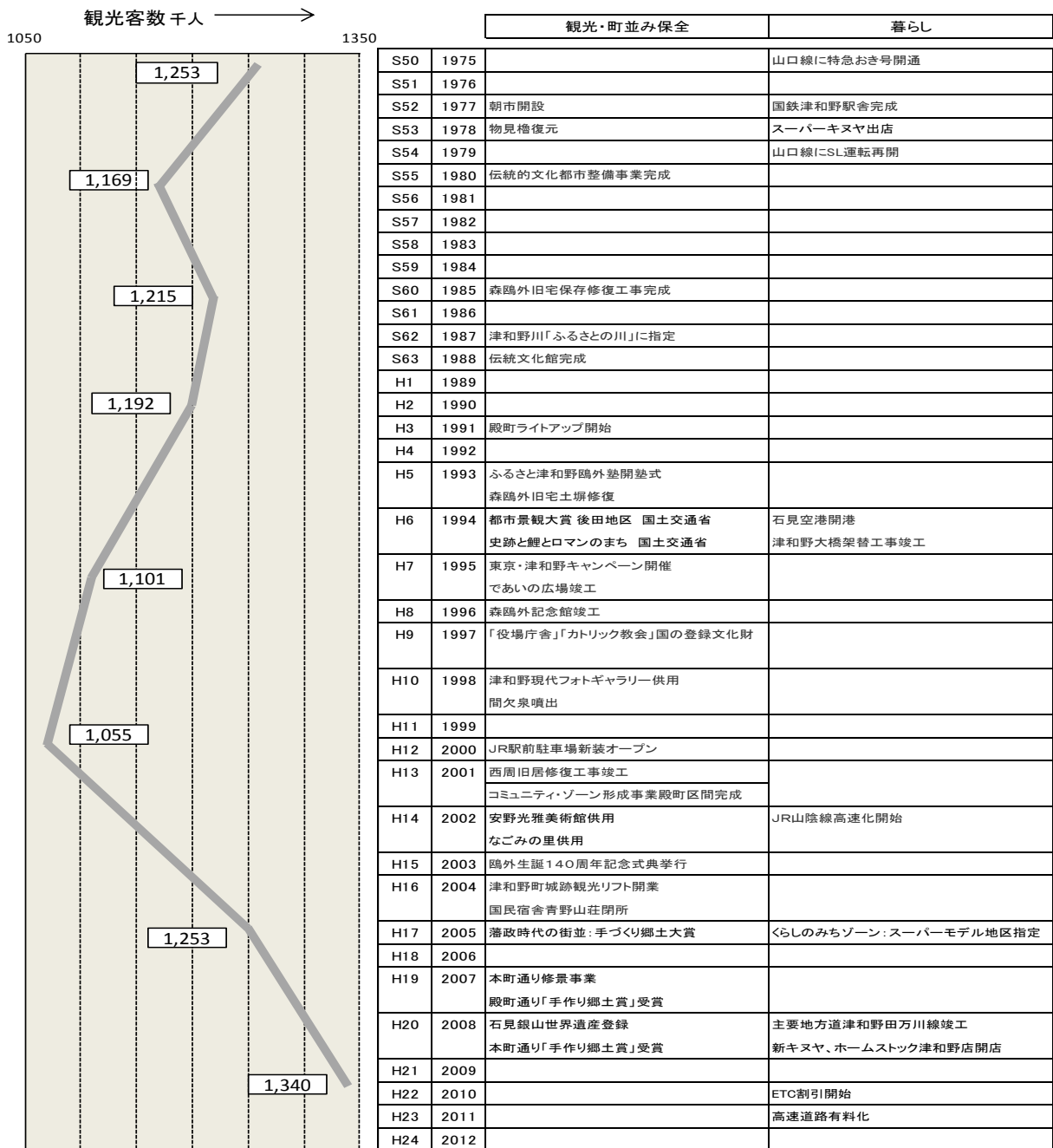
この頃、受け入れ体制が整わない中で「度を越えた賑わい」が「イメージした小京都」との乖離を生み出し、押し寄せた女性観光客の間からは不満の声が聞こえ始めた。一方、住民の間でも伝統と文化の環境を尊重する有識者が疑問の声を上げ始めた。「保存と観光まちづくり」の関係を問い直そうという、運動である。

1975年、昭和50年に財団法人日本交通公社が自主研究¹⁾により津和野を取り上げ、上記の課題について分析と提言をとりまとめた。町からは町長や教育委員会、民間有識者なども参加して議論を重ねたが、観光客の増大に対する危機感が先行し、時間的概念を含めた検討を行うことはかなわなかった。住民の暮らしも、町の産業も、観光マーケットも時間の経過と共に「求めるもの」や「忌避したいもの」は変化を遂げる。行政現場では振興計画や観光計画あるいは交通社会実験などを繰り返して見直しの努力が繰り返されてきたが、改めて、今「ビジネス・エコシステムにかかわるすべてのアクター」の役割や関わりを踏まえた「あるべき構造」の明確化という命題をここで取り上げることには少なからぬ意義がある。

本論は40年弱を経過して後、改めて津和野をとり巻く状況がどのように変化したかを掘り起こし、時間的概念をより強く意識した分析を加えてひとつの解を求めようとするものである。

1)「津和野／保存とまちづくり」昭和50年度 財団法人日本交通公社観光文化振興基金事業 メンバー：財団法人日本交通公社調査研修部長 原重一 (代表) 研究員 溝尾良隆 林清 小久保恵三 東京工業大学助手 萩森敏裕 東京大学助手 篠原修 (株) 邑設計事務所 久木田禎一

図20 津和野町の観光入り込みと町を取り巻く動き



出典：津和野町「広報津和野」、「観光統計」などより作成

3)社会指標

①人口

平成 22 年津和野町の人口は国勢調査によると 8,427 人、うち女性が 54%を占める。平成 12 年のそれは 6,098 人であるが、長期低落傾向は続いている。H17 年の数値上昇は日原町との合併によるものである。加えて 65 歳以上人口比率は 40%を越え、全国平均を上回る高齢社会を現出している。

生産年齢の層では町内の産業基盤の疲弊や一次産業への就業に期待を持たず、職場を自町に求めずに町外へ流出する比率が増大している。この数値には通学者も含まれてはいるものの、高校への「通学」を町外に求めることの可能性は高くなく、数値の意味するところは「常住地から町外への従業」の実態を示しているといえる。

若年女性の動向をとりあげてみると、高校を卒業して進学や就職のために町外へ出る、という傾向は平成 17 年、22 年の国政調査の結果をみても大きく変化はない。図は誕生年を X 軸に固定したコーホートであるが、H2 年～S64 年生まれの女性は高校を卒業して進学や就職で町外に出るという構造は変わらない。数年を経過するとどの世代も、町に戻ってくるものの、出生率の絶対的減少、U ターン漏れなどを想定すると高卒女性の就業機会を町内あるいは周辺で確保していかなければ人口基盤縮小のスパイラルに陥ることは明らかである。

津和野町の総土地面積は 3.1 万 ha でそのうち森林面積は約 2.8 万 ha とほぼ 9 割が非可住地である。津和野地区の町並みはその中の最大の市街地を形成する。その他では小川、畑迫、木部、日原、須川、左鏡、青原、日原などの地区が散在し、そのうち日原地区(旧日原町中心部)に比較的住戸が集中するが、それでも津和野地区ほどの規模ではない。その津和野地区とて、全体で 2,600 人弱程度の人口でしかないが、津和野川にかかる津和野大橋を起点に北側を橋北地区、南側を橋南地区と称し、人口はほぼ二分されている。行政区としては橋北地区は後田と同義で、橋南地区は森村、町田、中座・門林、鷲原・大蔭に分かれるが、空間的にも機能的にも大きな境界は感じられない。この津和野地区(中心地区)の街区の特徴については後述するが、観光客が訪れる町並みは橋北地区にある。津和野地区を始め町内各地には膨大な有形無形文化財が散在するが、橋南地区にも相当数の古民家がリストアップされている。しかし、観光客が訪れる対象となると森鷗外生家や西周旧居などのいわゆる観光資源に集約されるのが橋南地区の特徴である。そのようなこともあってどちらかといえば、ひなびた農村の空気が横溢している。

図 21 人口総数と年代構成

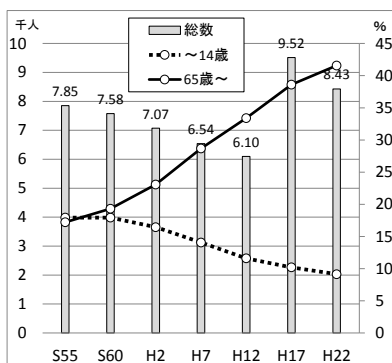


図 22 町外への従業、通学比率

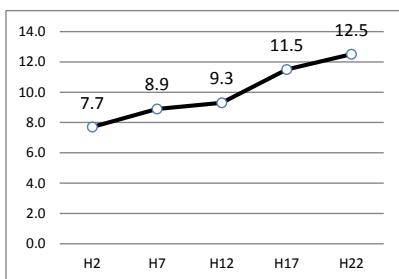
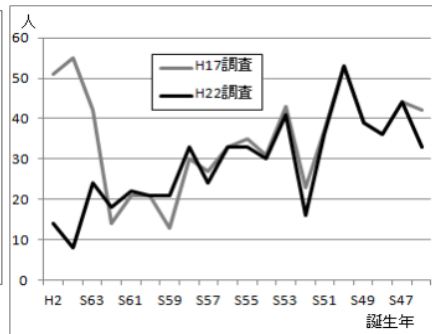


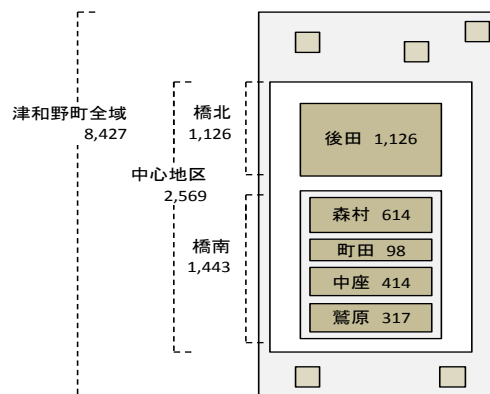
図 23 若年女性の町内定着



②産業

津和野町の主たる産業は製造業には見るべきものではなく、中世以降、連続と続いてきた農業及び昭和後期からの観光が支えてきた。農業は中山間農地にひろがる稲作が中心であるが、楮などの工芸作物が歴史的に受け継がれている。稲作、その他の農業景観は同時に棚田、ワサビ田、茶畑など里山景観として魅力をもっているし、津和野川にしても高津川にしても単に川辺の景観が心地よいというだけでなく、アユ漁などの光景は産業景観として潜在的な魅力をもっている。しかし、これまで町並み観光というコンセプトが強いためか、これらが観光客にアピールしてきたとはいえないのが

図 24 町内人口分布 H2

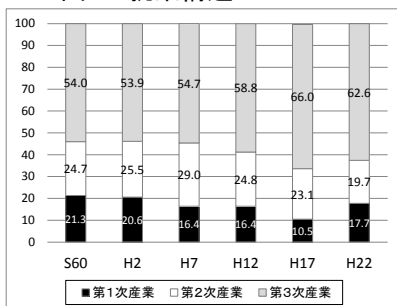


現状である。

津和野町も他例にもれず、農業、農村を維持することの困難に直面している。平成 22 年の1次産業就業者比率は 17.7%である。これは周辺山間部に相当する旧日原町との合併によるものであるが、それ以前から農耕適地の少ない津和野町あるいは周辺地域では就業者比率は低水準であった。合併以前の平成 12 年の農家戸数は 590 戸、専業農家はそのうち 81 戸に過ぎない。整備された道の駅「なごみの里」における商品の品揃えをみると観光のバックグラウンドとして農業基盤の維持、あるいは革新的な取り組みの奨励も不可欠である。一方、観光を含む3次産業は 62.6%となっている。

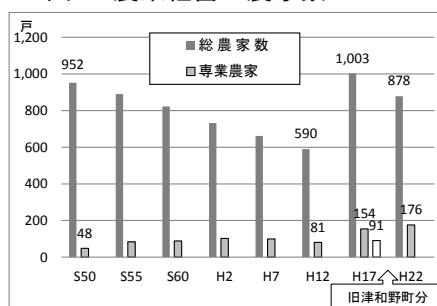
商業機能についても人口減少(とりわけ生産年齢人口)や購買力の低下があいまって、店舗閉鎖が相次ぎ、その結果、商工会の調査によると町内購買比率は 60%程度と見られており、商業衰微の悪循環は否定できない。益田市や山口市への依存が高まっているとはいえ、高齢化がさらに進むとその依存も容易ではなくなる。まちづくりに果たす観光の役割について、町民の間では意見が分かれるものの、商業を始め様々な分野への起爆剤として観光の果たす役割には大きなものがある。

図 25 就業構造



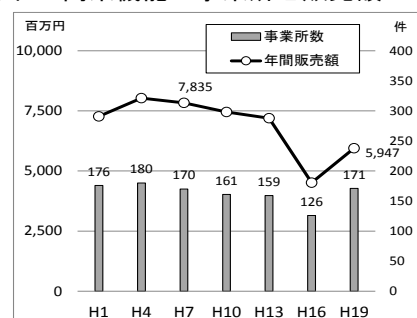
出典：総務省「国勢調査」

図 26 農業経営／農家数



出典：総務省「国勢調査」

図 27 商業機能／事業所と販売額



出典：島根県政策企画局「商業統計」

③観光

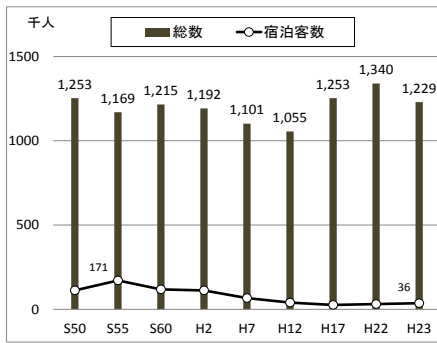
主要産業として一定の地位を築いてきた観光の概況からは

- ①入り込み総数は漸減を続けていたが、平成 17 年にはやや持ち直した。しかし、これも他の分野同様、合併による一時的なものと理解できる
- ②観光客のうち、宿泊客数の比率は圧倒的に低く、全体の 3%程度にとどまる。観光客数のうち、47%程度を稲成神社参詣客が占めるからである(平成 23 年度)。雇用や経済効果の拡大に大きな貢献ができていないことの理由のひとつと考えてよい。
- ③その結果は月別の波動の結果でも明らかである。1 月に飛び抜けて多いのは初詣の結果であり、太鼓谷稲成神社参詣客を除外すると夏期休暇、GW、SW にピークをもたらす典型的な日本の「行楽地タイプ」の観光地である。

といったような指摘ができる。

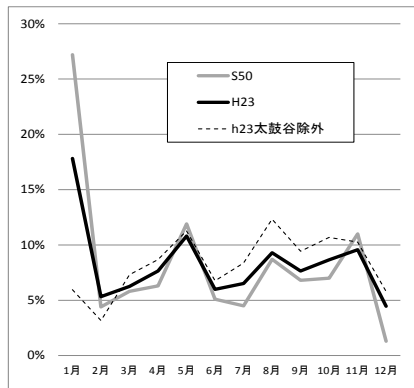
津和野観光の伸び悩みの大きな要因として交通アクセスの問題がある。高速道が中国地方を縦貫するとはいえ、京阪神からの所用時間は短くはない。昭和 50 年代の小京都ブームの折には新幹線の小郡(限新山口)から山口線を利用して津和野駅に下車するケースが一般的であった。昭和 50 年の観光客のうちの自家用車・バス利用者は 14.5%に過ぎず、55 年では 27.1%であった。JR 津和野駅の一日乗車人員の推移をみると JR 利用者の激減が明らかである(昭和 50 年代の数字では定期利用者／住民がほぼ半分の割合で混在している。その後観光客の減少速度以上ほどには住民利用が減少しているとは考えにくいので、定期外利用客減少度はさらに大きなものである可能性が高い)。この結果は津和野駅周辺の町並みに大きな変化をもたらすことになる。

図 28 津和野の観光客数推移



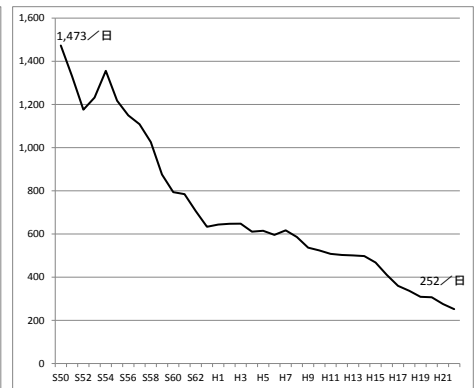
出典：津和野町観光統計

図 29 観光客入り込みの月波動



出典：島根県 HP

図 30 津和野駅乗客数



出典：J R 西日本 HP

(2)津和野町の振興政策／計画

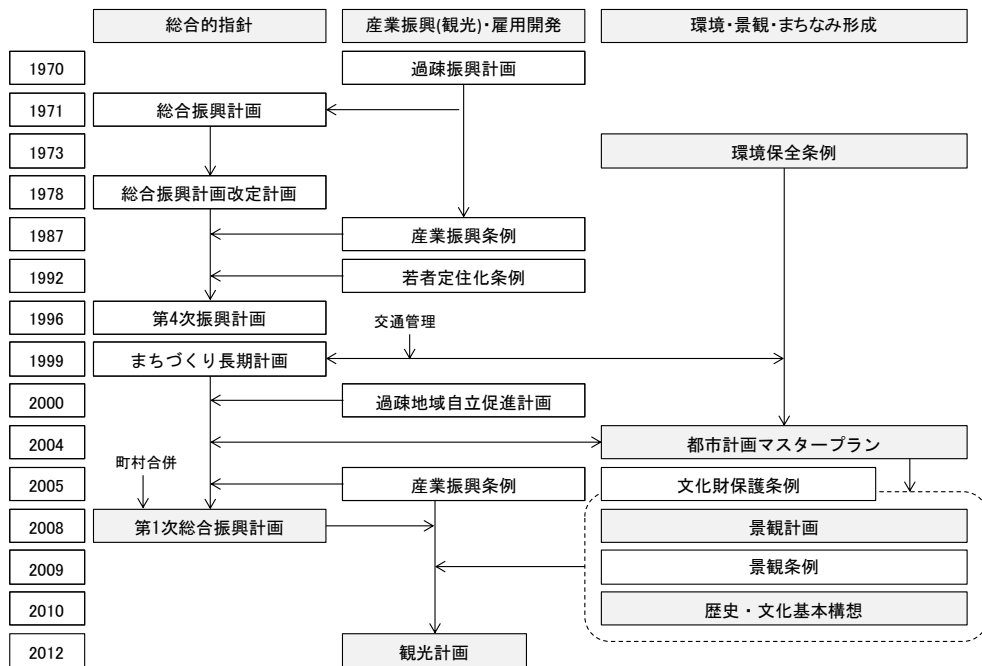
1971 年に打ち出された「総合振興計画」は「観光的商業都市の建設」を謳った。その時点では、町並みや保存や環境保全との間で大きな齟齬を来すローガンとの認識は少なかった。当時の施政方針では、①農林・観光の基幹産業の振興、②町民所得の伸張と町財政の確立、③社会福祉の増進と町民生活の安定確保、④教育の振興、⑤勤労者の福利厚生施策の確立、⑥公害対策、⑦史跡の維持保全、⑧環境保全、というものであり、その順位が示すように、経済的な発展が町の最大課題であることを示していた。計画においては観光客誘致の目標を 100 万人とし、それを実現するために青野山や城山を開発し、疎水に鯉を放流し、温泉や駐車場開発が必要であるとされた。

しかし、数年を待たずに観光ブームが顕著となり、日曜祭日の自動車入り込み台数が 1～3 千台を数えることとなった。さらに鉄道による入り込みはその数倍の量であり、町の適正収容力を越えているのではないかと、この危惧が広がった。それが後述の環境保全条例の制定に至ったのである。ブームの勢いはあつたにせよ、町民の間の潜在的な懸念は「観光の発展を無感覚に受け入れるにはもろくて狭小な町」を認識できる「感性や知性」が歴史的に育まれてきたからともいえる。

現在の津和野町行政の諸施策は 2008 年に策定された「第 1 次総合振興計画」に基づいている。本計画は 1971 年の総合計画、7 年後の「総合振興計画改定計画」などを経て策定された「第 4 次振興計画」(こいこいプランと称された)ののち、町村合併の経験による見直しを含めて立案されたものである。総合計画策定の背景には、過疎化・高齢少子化、雇用環境の悪化、限界集落の増加、行財政改革の必要性など全国の地方都市・町村共通の問題を抱えている。これらについては別途策定された「過疎対策の諸計画」と軌を一にするが、それらへの対応とともに、「まちづくり施策」に大きな比重を与えた内容となっている。その考え方の基本は前回の「第 1 次津和野町総合振興計画」に則ったものであり、一言でいえば「住民参加の協働のまちづくり体制」の構築にある。

町が取り組んできた諸計画の系譜を、①総合的指針、②産業振興・雇用開発、③環境・景観・町並み形成という視点で分類整理すると下表ようになる。もちろんこれらの他に防災、交通など諸計画はあるが、とりわけ歴史的文化的の蓄積を町の振興の中心部に据える、という哲学は連綿として受け継がれている。

図 31 津和野町の振興に関わる諸計画の系譜



出典：津和野町諸計画報告書、HP などより作成

1) 町並み保全関係の計画

■環境保全条例

津和野町は古くから「山陰の小京都」として知られてきた。その資源、財産を維持保全すべく、全国に先駆けて昭和 48 年、1973 年に「津和野町環境保全条例」を制定した。きっかけは急激な観光化による危機感であった。この「環境保全条例」では「特別保存地区」、「第一種保存地区」、「第二種保存地区」がカテゴライズされ、特別保存地区には、マリア聖堂、亀井家墓地、永明寺、養老館、太鼓谷稲成神社、津和野城址、鷺原八幡宮流鏑馬の馬場の 7 カ所、第一種保存地区は津和野川右岸の城山一帯、第二種保存地区は左岸部分の後田や森地区が指定された。養老館周辺以外の町並み空間はどちらかといえば保全の優先度は高くなく、むしろ町並みの後背地である自然環境に比重を置いたものとも理解できる。このあたりは観光振興との兼ね合いや、養老館周辺以外の地区の歴史文化的価値を詳細に検討する余裕がなかったともいえる。

さらに、この環境保全条例はどちらかといえば歴史的文化遺産を主たる対象とした「点的」保全の方針にとどまっていたともいえる。町並みには町民の生活をはじめ、産業や商業機能の存在、観光の発展なども様々な形で関与する。周辺の農地の状況も遺産の大きな要素である。そうした総合的な観点から保全を見直すべきであるということと、さらには日原町との合併による区域の見直し、資源の掘り起こしも必要とされ、平成 17 年に新たな「改正津和野町環境保全条例」が施行された。

■都市計画マスタープラン

津和野町の都市計画区域マスタープランは 20 年後の都市像に基づいて、土地利用や再開発、歴史文化資源の保全について計画したものである。津和野町の都市計画区域は図に示すように、後田から鷺原にかけてのいわゆる城下町に相当する地区であるが、市街化区域などの地区指定は行っていない。

この計画の意義は産業や生活と伝統的環境あるいは文化的資源が重複して存在する「まちなか」のエリアについて、都市計画の手法や法令により、総合的に整備を進めるものであり、従来の環境保全条例に「整備再開発」の概念を導入したところにある。いわば行政の総合力でまちづくりを推進する体制を整えた、ということである。

同計画によると、都市づくりの基本理念は

- ① 津和野の歴史・伝統・文化を活かした交流のまちづくり
- ② 優れた自然環境の保全・活用を目指したまちづくり

③安全で快適な居住環境整備による定住促進のためのまちづくり
としている。

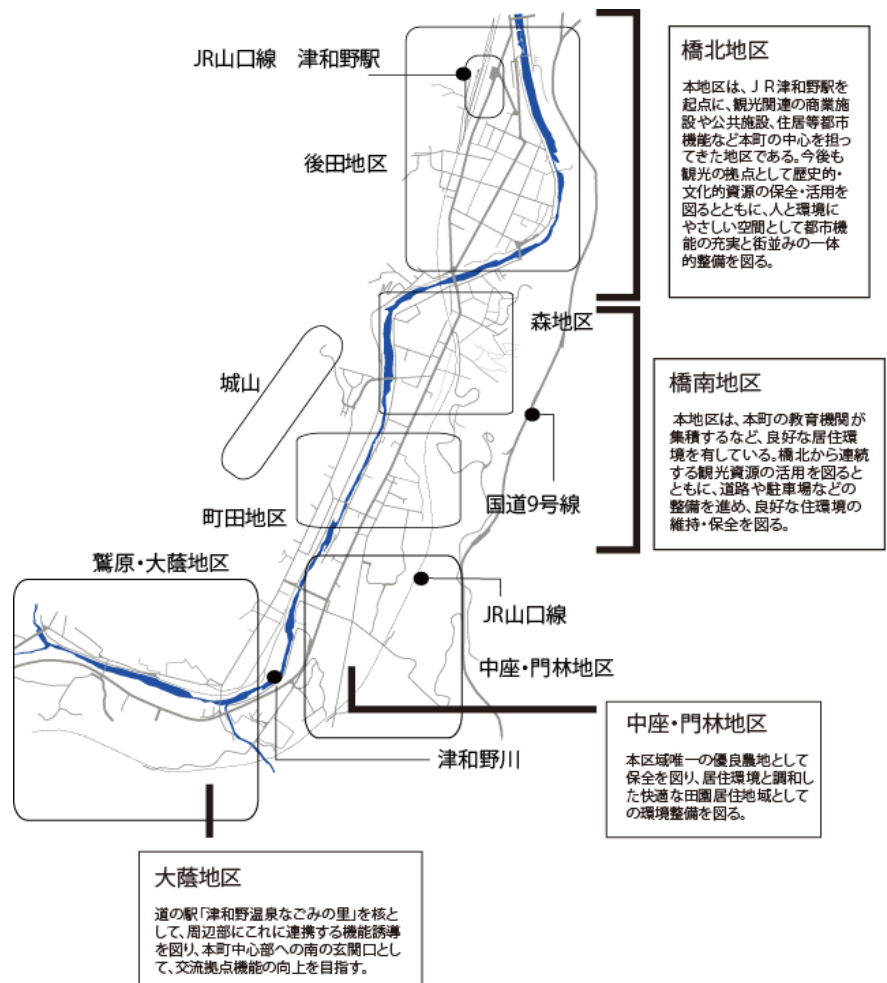
図 32 は基本理念を具現化するために4つの地区に分割し、それぞれに明確な役割を付与したものである。橋北地区は津和野の町並みが凝縮するエリアで歴史的な遺産と観光利用の併存を打ち出した。南に連なる橋南地区については主たる用途を歴史的環境の中の住区として、中座地区においては歴史的建造物はあるものの、基本は生産農地として位置づけている。特徴的なのは最南端の大蔭地区で、従来は鷲原八幡宮が観光ポイントとはなっていたが、南端部ということで一般観光客にとってはオプション的存在の地区であった。鷲原の南に接する大蔭地区において「道の駅」、「温泉施設」が整備され、駐車場スペースも比較的容易に確保され、津和野観光の南側のターミナルに位置づける、という構想である。

これまでは殿町や津和野駅周辺など北側の単眼的に位置した拠点性が複眼構造になることを期待したもののといえる。

図 32 地域ごとの市街地像と土地利用に関する主要な都市計画の決定の方針

同プランにおいては「観光客の減少が地域経済の衰退を及ぼし、人口に拍車をかけている」と明確に指摘し、以下のような対策に即したプランであるとしている。

- ①市街地において過疎化・高齢化により空き家、空き地が増加している
- ②集落地においても耕作放棄地の増加が進んでいる
- ③観光客の志向も多様化し、新たな魅力作りが求められている
- ④案内表示板や歩行環境、情報提供は十分とはいえず、観光客の行動は殿町通りなどの一部に限られる場合が多い
- ⑤津和野町全体のネットワーク的な活用は極めて限定的である
- ⑥合併に伴う町域の拡大を考慮した住民に対する文化財の周知・啓発、広域的な情報発信を進めなければならない



出典：津和野町都市計画マスタープランより

■景観計画

都市計画マスタープランは2008年策定の「第1次総合振興計画」に対して主として空間面での基盤を整えるという役割を果たしたが、その理念の根幹を占める「歴史的文化遺産に依拠した都市計画」は2009年の景観計画策定によってさらに具体化された。津和野町の歴史的環境は1973年に制定された「環境保全条例」によって基礎が築かれていたが、2004年に制定された景観法によって、社会的ニーズ(住民にとっても、観光客にとっても)に即した体系づくりの必要性が明らかになり、また単に条例による規制型の誘導のみならず、都市区域や農村区域を含めた一体的な景観を「守るだけでなく形成する」という新たな段階に進んだといえる。津

和野町では 2005 年には景観行政団体の指定を受け、第 1 次総合振興計画が策定された 2 年後の 2008 年に景観計画を策定し、それに基づく「景観条例」を翌年施行した。

景観計画の内容は①津和野町を景観行政団体とする、②景観計画区域を町域全体とし、自然環境、産業景観などを含めたものとする、③景観形成地区を条例で定める、④景観地区を設定する、などである。③の景観形成地区は「殿町」、「城山」、「本町界限」、「町田・森村」、「中座・大蔭」、「山並み」の各地区とし、そのうち「殿町」は景観地区の検討地区となっている。都市マスタープランで示された指針に対して、鷺原地区の南に位置する山並みが優れた背景環境としてさらに取り上げられたのが注目される。

■津和野町歴史文化基本構想・保存活用計画

環境・景観町なみ形成という観点からの行政計画の掉尾が本構想である。この計画は文化庁委託事業である「文化財総合的把握モデル事業」として 20～22 年度)に基づき、平成 23 年(2011)3月に策定した。行政計画の最上位は「総合振興計画」であり、行政各分野の法定計画あるいは任意の計画が各セクターごとにとりまとめられるが、津和野町においては、教育行政の一分野である『歴史文化基本構想』及び「保存活用計画」は単に文化財保護行政の枠を越えた横断的性格を有している。詳細かつ技術的部分は別として、津和野町のまちづくりコンセプトが「歴史文化＝町並み景観」にあり、それが町民のアイデンティティであり、さらにはその資産が産業(観光・商業)の発展に直接つながるものであるからである。これは諸計画の策定の流れをみても明らかであり、全国の「町並み観光地」の中でも特徴的である。

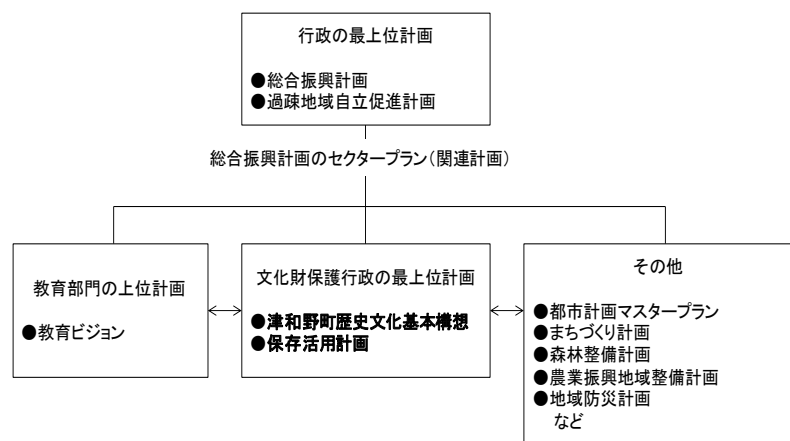
景観計画同様、本計画においても津和野の歴史文化遺産は単に市街の町並みだけでなく、周辺環境の様々な要素によって構成されるものとし、「野」、「山」、「街」という表現でその広がりを示している。「街」は鷗外や周にとどまらず多くの人材を輩出し、史跡が残り、行事が繰り返され、維新の過程でキリスト教と仏教文化が混交し、さらには人々の生活の安全保障(食)ともなったが水路が巡る。山に入れば鉾山が残した移籍、戦乱時代の山城群がモニュメントとなり、さらに奥深く分け入れれば森林文化が息づく。野はまた、人間と自然の交流の場であり、農を主とした産業景観が展開する。合併した日原町に埋もれた資産の活用も旧来の津和野観光に奥行きをもたらすものとして期待され、街道筋、内水面漁業、棚田などの光景などを取り上げている。こうした潜在資源を活かし、いかに顕在化

させるかが今問われているのであり、これまでの「小京都観光」、「町並み観光」の持続可能性を脅かす限界を克服する数少ない方途である、と本計画は示している。それはいうまでもなく観光計画の基本方針そのものであるとしてもよい。

一方、産業セクターに属する津和野町の「観光計画」は 2012 年に策定された。観光地としてもはやされ始めてから、すでに 40 年以上を経過してきたが、その成果は町民や行政の「まちづくり活動」や他セクターの計画、事業に負うところが大きい。津和野町においては特別画期的な観光事業や施設開発が行われてきたわけではない。

小さな規模の街では当然ともいえるが、これは観光分野独自の振興シナリオが用意されてこなかった、ということにもつながる。もうひとつの懸念は、歴史文化の遺産を観光利用する際の「ビジネス」としての仕組みが希薄な点である。公益性が事業性を生み出す仕組みを検討すること、これが今後の観光振興の最大の課題といえよう。

図 33 町並み保全関連主要計画の系譜



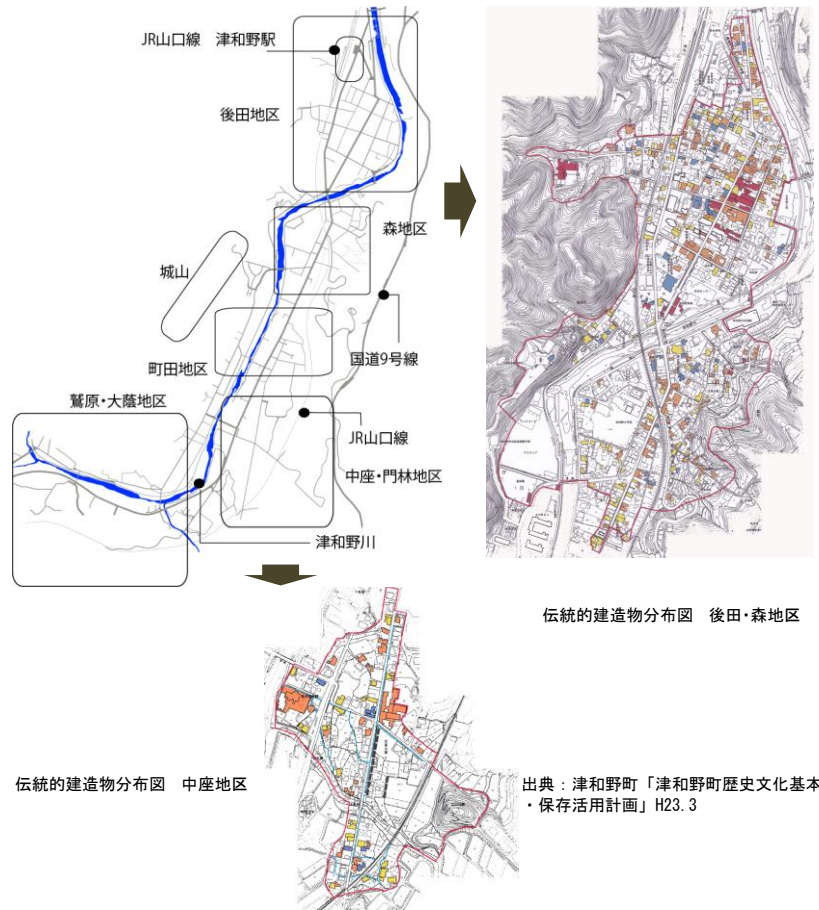
出典:津和野町「津和野町歴史文化基本構想・保存活用計画」

(3)津和野の観光資源と空間特性

1)概観

町並み観光地として評価を築いてきた「狭義の津和野町」は幅 1km、延長 4km 程度の空間に収まる。津和野の景観を彩る津和野川は左岸、右岸となって町並みを縦貫するが、結節点にかかるのが津和野大橋である。この大橋から北側を通称「橋北」地区と称し、後田地区という大字名である。橋から南側は「橋南」地区で森、町田、中座、鷲原の諸地区で構成される。中座の南には門林地区、鷲原の南側には大蔭地区が接する。西には城山、東には青野山が並び、その間を居住空間や狭小な農地が長く続く。橋北地区はほとんどが住戸、商店、事業所で占められるが橋南地区は比較的密度が疎になり、空地や農地も散在するが、専業の農地はごく限られている。農業生産はこの町並み地区以外の中山間農地で営まれている。

図 34 津和野町の伝統的建造物



伝統的建造物分布図 後田・森地区

伝統的建造物分布図 中座地区

出典：津和野町「津和野町歴史文化基本構想・保存活用計画」H23.3

出典：津和野町「津和野町歴史文化基本構想・保存活用計画」より作成

2)伝統的建造物の分布

図は後田・森地区と中座地区の伝統的な建造物の分布を示しているが、これは平成 22 年度に行われた実態調査によるものである。町では昭和 60 年度に一度実対調査を行い、文化庁の「重要伝統的建造物群保存地区」指定に向けた準備を行ってきたものの、手続きは進まず、その間に多くの建造物の保存に支障を来す状況になった。前述の「歴史文化基本構想」策定にあたって、町が入念な再調査を行ったもので、町は文化庁への重要伝統的建造物群保存地区指定に向けて手続きを進めている。この結果が示すように江戸期の建造物はほとんどが武家屋敷が並んでいた橋北地区の殿町に集中している。中座地区にも保存対象とすべき建造物は散在するが、密度は低く「一般の観光対象」とはなりにくい。

(4)街区と観光ポイント

津和野の町並み景観の分析にあたって、対象とする地区の街区やポイントを以下のように分類する。これについては時系列変化をみるために 1975 年(昭和 50 年)の財団法人日本交通公社が行った調査時のものを踏襲する。「街区」の解説は当時のものをベースに現在の状況を付け加えた一部駅前については当時は除外されていたものの、その後変貌を遂げた街区として追加した。なお、ここでいう街区とは家屋の集団という面的な要素も含むが、どちらかといえば「通り」(ケビン・リンチの定義による Paths のこと)と同義とする。観光ポイントは狭義には観光施設であるが、広く内外の人々に親しまれている地点である。

●橋北地区

- 00 津和野駅周辺：今時調査で追加した街区で、駅を背にしてすぐの右手の通り。かつては観光動線から外れていたが、その後の再開発により、観光的な機能が強化された通り。
- 01 駅通り：JR 下車後駅を背にして左手前方の通り。かつては観光客用の土産品店や貸し自転車が出立ち並んでいた。
- 02 山根町：00 の街区の延長上でかつては産業通りと呼ばれ、比較的幅員があつて通過交通量が多い。
- 03 新町：駅通りから続く。本町の裏通りのような性格を持ち、駅から離れるにつれて旧藩時代の武家屋敷の名残の土塀なども見られた。
- 04 本町：津和野の中心街。町人の町で街道としての発展の歴史もある。土蔵づくりの建造物も残り、中でも造り酒屋の大きな構えで存在感を示している。町が景観形成を図るうえで重要な位置を占めてきた。
- 05 万町：本町の裏側、東側にあたる。商業機能も薄くいわば本町の大店の裏筋、という性格を持つ。現在も一般の民家が多い。通りひとつ越えると性格が激変する。
- 06 新道：山根町につながる産業道路。機能も引き継ぐ。近年、山根町と新道を合わせて高岡通りと改称されたが、古くからの住民にとっては山根町と新道で理解されている。
- 07 殿町：津和野観光のメッカと化しているが、通りとしてはごく短く、家老屋敷、藩校、多胡家の屋敷門などが並び、疎水には鯉が泳ぐ。建造物がそれぞれ大きく戸数は少ない。役場も屋敷内に置かれ、景観的な違和感をなくす努力をしている。

●橋南地区

- 08 代官町：あまり古さを感じさせない落ち着いた住宅街で川沿いに連なる。密度は低く東端には病院が配置されていた。
- 09 中島：稻成神社の対岸に当たる。こちらも津和野川沿いに連なる静かな住宅街である。
- 10 森：幹線通りに商店や民家が並ぶが、密度が低くなり大部分が平屋。最近では商業機能の衰退により、橋北地区から通う住民も増えている。旧藩時代は重臣の家屋が並んだ地区。
- 11 店屋町：森の裏通り。入り組んだ小道で形成され、民家も新旧混じり合うあまり個性のない街区である。
- 12 片河：西周旧居があるため観光客も訪れるが、武家屋敷／畑／新興住宅地という変遷をたどった。区画割りされた場所に民家が並ぶがごく短くて狭い空間。
- 13 小坂：橋南地区に残る武家町であったが、明治期に農地に転用された。規模の大きな畑作地が広がるわけではなく、民家の合間の所々に散在する程度となっている。北端には森鷗外旧宅や記念館があるため、観光客が訪れる。
- 14 中座：かつては辺り一帯が亀井家の屋敷が広がっていた。町の調査で伝統的な建造物が残存しており、保全の手立てが模索されている通りである。
- 15 上市：この街区もかつては武家屋敷が並んでいたが、現在は農地、小規模な工場、住宅地が並ぶ。雰囲気としては閑静な空間。
- 16 鷲原：八幡宮と流鏝馬の馬場があり、伝統行事の場でもある。観光の中心からはかなり離れるため、現在は観光客が訪れることはあまりない。かつては鉄道＋レンタサイクルという手段を利用する観光客が多く、その場合は鷲原にも観光客の姿は見えた。

●観光ポイント

- 21 乙女峠：駅の裏手の民家の間を縫って 10 分ほど。沢沿いに建つマリア堂はキリスト教徒殉教の地として全国から信者や観光客が訪れる。
- 22 英明寺：宗派は禅の曹洞宗。境内は深い木々に覆われて荘厳な雰囲気を醸し出す。坂崎出羽守、森鷗外などの墓がある。
- 23 太鼓谷・稻成神社：初春には全国から信者が参集する。朱色の鳥居はまちなかからのランドマークにもなっている。通常は津和野大橋のたもとから鳥居の川をくぐるよう登っていくが、津和野高校の裏から車で入込も可能。現在の社殿は昭和 44 年に建造されたものである。
- 24 城山・城址：津和野のシンボルで、街中から約 200m の高さにある。津和野川の右岸に広がってま

ちの背景ともなっている。城跡の面積は 2,400 坪で天守閣が残存するわけではなく石塁が往時の面影をしのぼせる。一般観光客は稲荷神社横の駅からリフトで上がるが季節営業にとどまっている。

25 津和野神社：名称ほどには認知されていない。藩内の三大社といわれていたが、戦後の火災消失以降放置されている状態である。

26 天満宮：20 年ほど前までにはボウリング場も建設され、その景観が物議をかもした。現在は撤去され、静かな社の環境を取り戻した。青野山への登山ルートはここから始まる。

27 青野山：町の東側にそびえる

トロイデ式の火山。1000m ほどの高さであるが、距離が近く近景、中景で迫ってくる。景観のみならず、山登りや山菜採りなど古くから町民に親しまれてきた「ふるさとの山」である。標高の割には傾斜がきついのでこれまで開発の動きは及ばなかった。

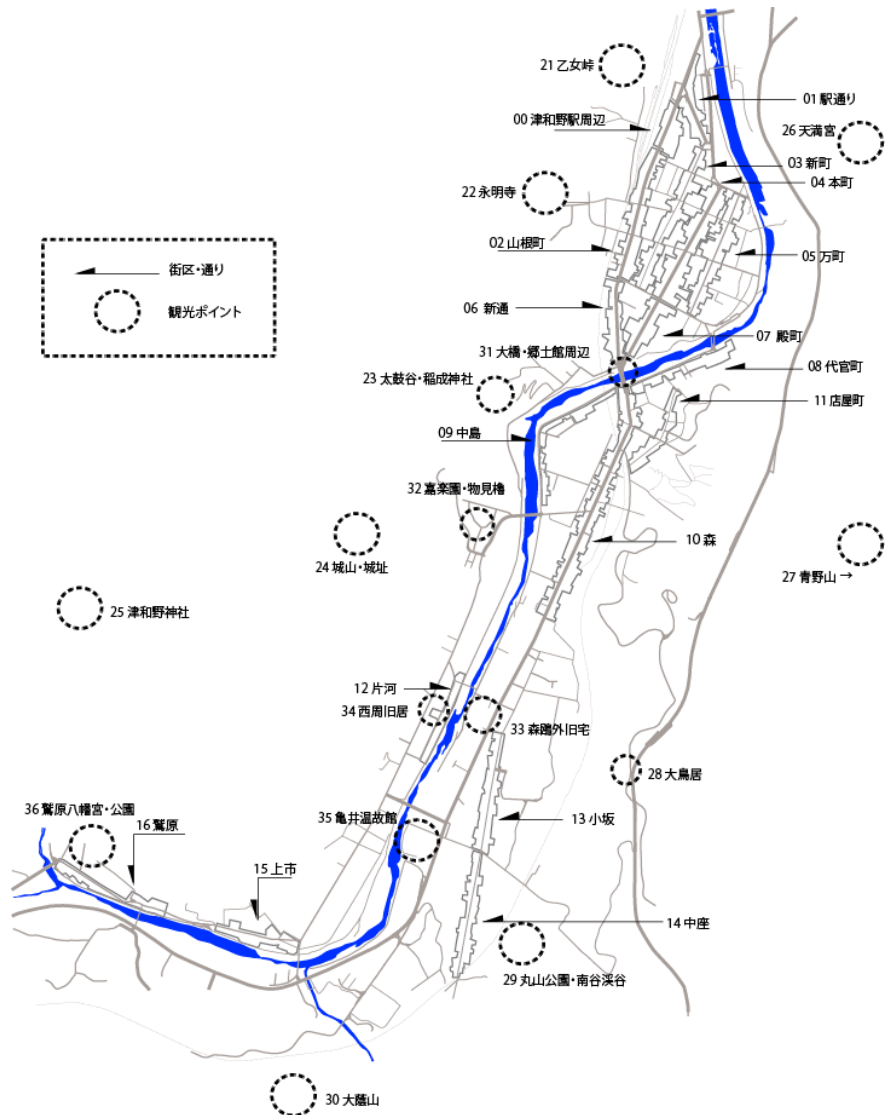
28 大鳥居：山口や周南方面から北上して津和野町に至る場合の格好のランドマークとなっている。これは稲成神社の新社殿完成時に建立されたものであるが、神社そのものとは距離を隔て、しかも喬木で視界が遮られているため、国道を走る車からは忽然と現れるモニュメントのような印象を受ける。かつてこの近くに国民宿舎青野山荘が整備されていたが、国民宿舎の人気低迷や観光客の伸び悩み、立地の悪さもあって、2003 年に閉鎖。しばらくは SL の展示場所となっていた。

29 丸山公園・南谷溪谷：丸山公園は旧亀井家の邸宅がひろがる地区で、庭園として整備されていた。観光客にはほとんど知られていないが、ツツジの名所である。南谷公園も国道を越えて山腹にせまる小さな溪谷でいくつかの滝がある。町民憩いの場でもあったが、町民の高齢化もあって、頻繁に利用されているとは言い難い。

30 大蔭山：市街地の南に広がる山地で、鉄道利用者はこの山腹をトンネルで越えて町に入り込む形になる。特に特徴のある山ではない。線上ではないものの、町並み観光地津和野のエッジの役割を果たす。

31 大橋・郷土館周辺：市街地を橋と端南に分割する地区で津和野川にかかる大橋がランドマークとなっている。河川環境の整備事業でも重要な地区と位置づけられ、川を望むスポットパークが

図 35 津和野町の主要街区と観光ポイント



整備された。津和野のシンボルでもある鷺舞のモニュメントも絶好の被写体となっている。

- 32 嘉楽園・物見櫓: 亀井家の私的庭園、祭り見物などのために立てられた櫓で、現在、観光客が訪れることはあまりない。
- 33 森鷗外旧宅: 西周旧居とともに津和野観光の象徴のひとつ。[13小坂]の北端部にあり、周囲は殿町のような町並みとは違って、少しばかり残った畑のある住宅街で閑静な環境下にある。1995年オープンした記念館で再び観光客の足が伸びたが、かつてのように自転車で町を巡るスタイルが寂れて、貸し切りバスで殿町を訪れるケースが増えてくると、そうした団体客の観光対象からは外れてきつつある。
- 34 西周旧居: 森鷗外旧居の近くにある哲学者西周の旧居でより質実な趣を見せる。津和野側の右岸。
- 35 亀井家別邸: 嘉楽園(亀井家の本邸)の取り壊し(明示7年)により、こちらの別邸が復活整備された。現在は亀井家温故館として資料館的な利用のされかたとなっている。
- 36 鷺原八幡宮・公園: 津和野城の鎮守として建立。流鏝馬の行事の場となっている。狭義の観光地津和野という場合の南西端のエッジの役割を果たす。



00 津和野駅周辺



01 駅通り



02 山根町



03 新町



04 本町



05 万町



06 新道



07 殿町



08 代官町



09 中島



10 森



11 店屋町



12 片河



13 小坂



14 中座



15 上市



16 鷲原



21 乙女峠



22 永明寺



23 太鼓谷・稲成神社



24 城山・城址

写真なし

25 津和野神社



26 天満宮 (津和野町観光協会)



27 青野山



31 大橋



32 嘉楽園、物見櫓



33 森鷗外旧宅



34 西周旧居



35 亀井家別邸



36 鷲原八幡宮・公園

(5) 町並みの変貌／機能の変化

1975年に財団法人日本交通公社が実施した「津和野／保存とまちづくり」研究調査から37年が経過した。その間、

- ①定住人口は8,000人から5,400人(日原町との合併分除外)へと激減し、
- ②観光客は1,253千人から1,229千人と微減にとどまっているが、それも日原町への観光客数を含んだ数値で水増しとなっている。外的要因、内的要因あいまって、津和野町の住民生活や産業構造が大きく変化し、それが町並みや住戸など空間的な変容をもたらしたことは容易に想定できる。

観光の進展に対応することが町並み保全にどのような影響を及ぼすか、について1975年当時、官民ともに真剣な議論が繰り返された。それだけ急激な観光化の動きが顕著であったわけであるが、実際に40年弱を経過して町並みがどのように変化したのかを調査した結果を以下に整理する。

調査は「ゼンリン」の住宅地図の記載内容を比較する方法で行った。ただ、過去の住宅地図はすべて保存されているわけではなく、入手可能な最も古い資料として1983年、中間期の資料として1992年、最新の資料として2012年のものを使用した。

住宅地図は本来の使用目的から、必ずしも各住戸間の境界や居住実態などが正確に網羅されている資料とは言い難いが、ある程度、推計も含めて空間や居住者あるいは機能の変化などを把握することとした。

機能の分類は以下のカテゴリーによって行った。

- H: 民家、一般住戸、各年代の資料ごとに同じ住戸で名義変更があった場合はH1,H2と区別して記録した
- O: 一般商店、店舗、事務所 注: タクシーを含む
- R: 食堂、レストラン、喫茶店 注: 住民用、観光客用の区別はつけていない
- T: ホテル・旅館・民宿、観光案内所、美術館、観光施設、土産品店 注: 町なかにはいくつかの古美術・骨董店があり、必ずしも観光機能に特化したものともいえないが、日常的に住民に供するものともいえないため、この区分に含めた
- Pa: 駐車場 注: 個人、店舗、事務所に付随するものではなく、不特定多数に供用されているもの
- P: 公共施設 注: 構造物がなくても一定の区画を占有している空間として公園や広場なども採録、

また厳密な意味では公共施設ではないものの公的な機能を持つ施設として病院、医院、幼稚園、宗教施設なども含めた

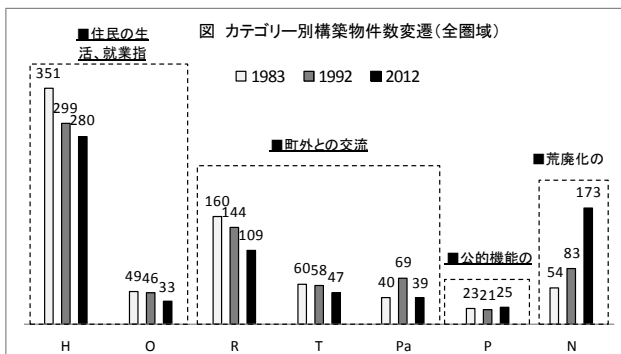
N:空地、畑、倉庫 注:これらは構造物がないのが一般的であるが、区画として独立して記載されているものを採録した。ただし、各年代の資料で継続して空地であるような場合は除外した。

1) 津和野の町並み全域の変化

調査した戸数及び区画数は1883年が737、1992年が720、2012年が706件であるが、それをカテゴリー別に見たのが下図である。ここでH・Oを住民生活や住民の就業を反映する指標、R・T・Paは町外との交流、つまり観光的な指標、Pは公的な機能を示す指標、Nは荒廃化を示す指標として位置づけた。なお、本作業は住宅地図上での確認のうえ、実態が不明確なものについては現地調査で確認した。

- ・一目瞭然ではあるが、住民生活や町外との交流といった機能が全体的に縮小し、空地や空き家の増大が顕著になっている。
- ・街区別の機能の変動(街区の戸数を母数とする比率、1983-2012)をみると、00 駅周辺、08 代官町、09 中島、02 山根町、06 新道などで大きな動きが見られた。この表で示した「変化の総和」とは消滅した機能と代替として誕生した機能の計であるので、実質的には数値の1/2が変動頻度に相当する。00 駅周辺、02 山根町、06 新道は産業道路的な性格もあり、観光の影響とは別の新陳代謝が見られる街区である。一方、08 代官町や09 中島は個人の住宅が多い地区ではあるものの、大きな変化を示した。例えば09 中島では住宅戸数が18から10に減少している。

図 36 カテゴリー別構築物件数の変遷



出典：ゼンリン「住宅地図 1983,1992,2012」より作成

表 2 カテゴリー別構築物の増減件数

	H	O	R	T	Pa	P	N	2012年	変化の総和 b	b/a
0 駅周辺	1	-1	-2	-3	-2	1	7	16	17	106.3%
1 駅通り	-3	-2	-3	-2	0	0	12	40	24	60.0%
2 山根町	-14	-6	0	-3	-1	0	10	46	34	73.9%
3 新町	-8	-6	-2	-3	5	0	11	58	35	60.3%
4 本町	2	-12	-2	3	6	1	-2	60	28	46.7%
5 万町	-14	1	0	0	-2	0	14	66	31	47.0%
6 新道	2	-4	1	-3	0	-1	3	19	14	73.7%
7 殿町	0	-1	1	0	0	-1	0	10	3	30.0%
8 代官町	-3	1	0	0	-1	2	-2	10	9	90.0%
9 中島	-8	4	0	0	0	-2	6	26	20	76.9%
10 森	3	-17	-3	0	-1	1	15	102	40	39.2%
11 店屋町	-3	-4	0	0	-1	0	8	33	16	48.5%
12 片河	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0.0%
13 小坂	-6	2	0	0	1	0	2	30	11	36.7%
14 中座	-6	1	0	0	-2	1	6	31	16	51.6%
15 上市	1	-2	0	-1	0	0	3	16	7	43.8%
16 鷺原	-2	-1	0	0	-1	-1	4	23	9	39.1%
17 中通り	-13	-4	-6	-1	-2	1	22	104	49	47.1%
計	-71	-51	-16	-13	-1	2	119	706	363	51.4%

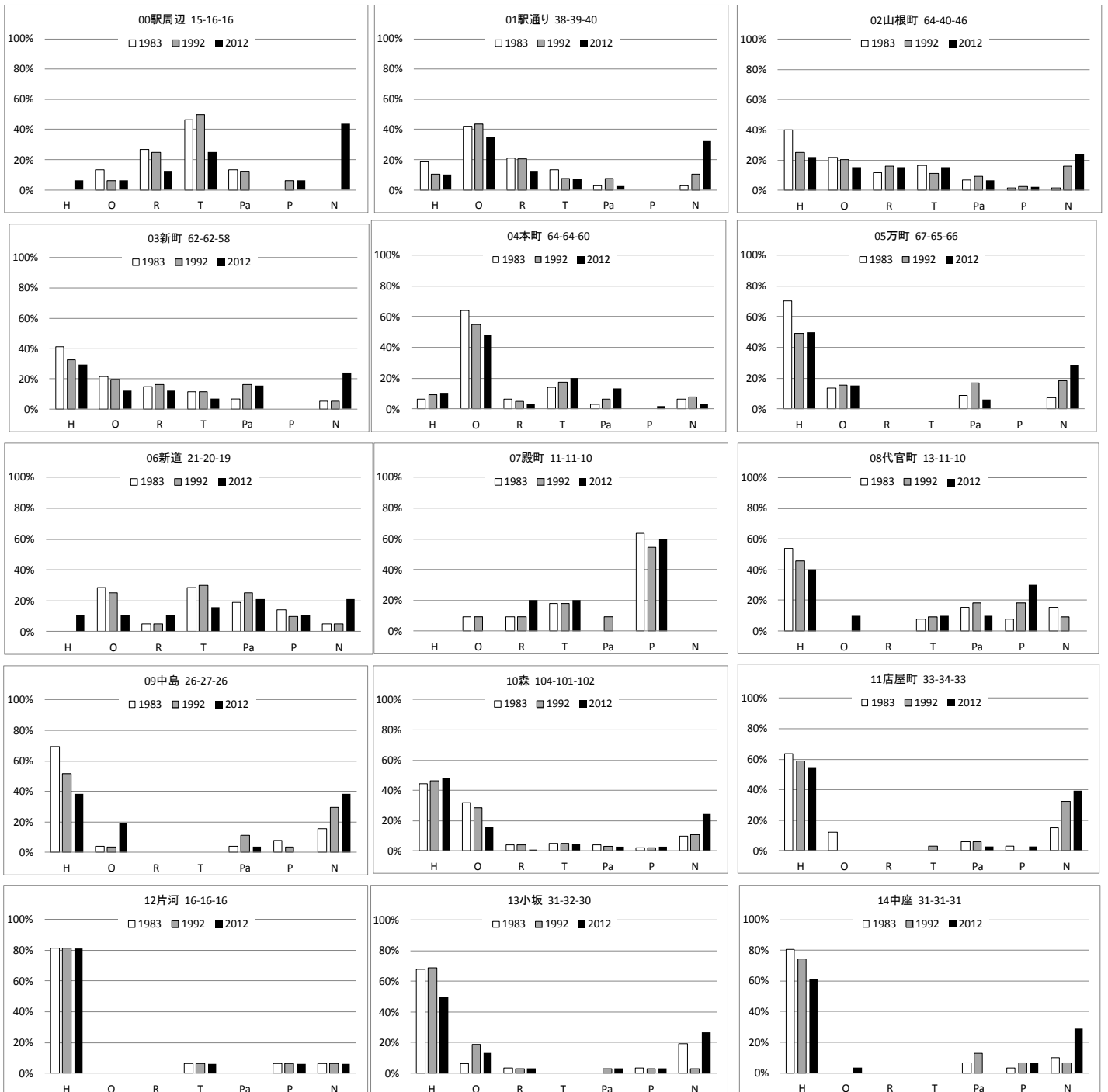
2) 街区別の諸機能変化

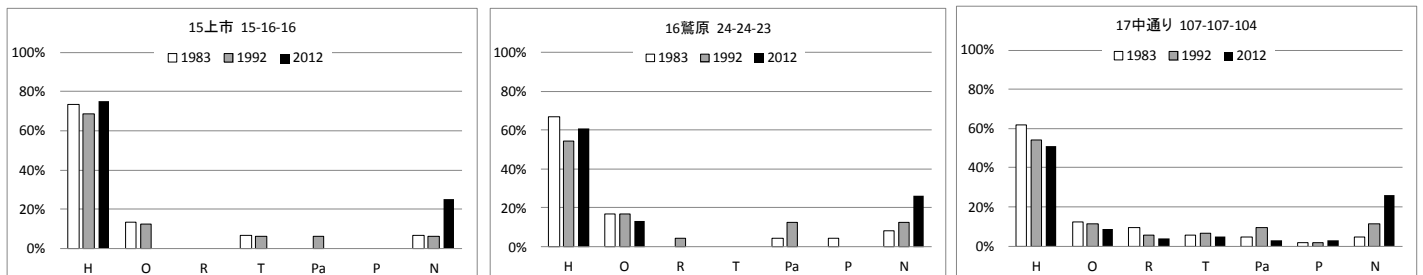
- ・T 観光機能の集積は00 駅周辺に顕著に見られる。現在は鉄道利用の観光客は激減しているが、整備された構造物の改変は容易ではなく、閑散とした様は環境的にもマイナスである
- ・H 居住機能は11 店屋町、12 片河、13 小坂、14 中座、15 上市、16 鷺原で高く、橋南地区の特徴を示している。
- ・H 居住機能とともにO 商業機能が散在するのが05 万町、10 森となっている。橋北と端南で機能を分担しているが、09 森ではその機能の減少が目立つ。一方、05 万町においても住民の日常的な買い物(生鮮食料など)に供する店舗はほとんどなく、橋北地区住民の生活利便性を損ねている。
- ・01 駅通り、そして比率は低いが04 本町にもO 商業機能の集積はあるが、05 万町同様の店舗や事務所が大半である。
- ・各機能がある程度バランスしているのは、02 山根町、03 新町、06 新道である。これらは1975年調査時においても、古い町並みの連なる空間から外れ、通過交通がやや目立つ「新しく特徴のない街区」という位置づけであった。ただ、飲食店がいくつか連なり、観光の合間に急速や飲食を提供する「観光客にとって案外便利な」性格も持つ。
- ・07 殿町は津和野町並み観光のハイライトであり、建造物の区画が広く、件数が少ない。行政センタ

一も兼ねる。観光客用の駐車場は多いが、主として観光の表舞台であり、その裏を支える観光諸施設が多いわけではない。街路の景観整備はこの07殿町と04本町において進められ、比較的計画的なまちづくりが進められてきた街区である。そのせいもあって空地のような未整備の区画はない。

- ・逆に空地やその増加が目立つのは、橋北では00駅周辺、01駅通り、橋南では13小坂、14中座、15上市、16鷺原である。前者は観光流動の変化に伴う店舗閉鎖などが主因である。
- ・主として高齢化による居住の消失は多くの街区で見られるが、橋南の10森、12片河、15上市、16鷺原は減少が見られない。世代交代はあるものの、住民の居住街区として安定的な推移をたどっている。

図 37 街区別機能の変遷





出典：ゼンリン「住宅地図 1983,1992,2012」より作成

約 30 年間という時間の経過の中で津和野の町並み景観や機能面の変化を整理すると以下のようにまとめられる。

- ① 駅前の光景が様変わりしたこと、離合集散のためのゲート機能が殿町に移転してきたこと
- ② 観光の舞台、それを支える飲食店や土産物店などの配置そのものに大きな変化はないこと
- ③ 橋北、橋南の両地区の性格も大きな変化はないが、鷺原などの南端部への観光利用は薄れており、田園の中の居住空間の色彩がより強まっていること
- ④ 機能的な変化は中通りにまで及んでいないこと
- ⑤ 最も大きな変化は観光の動向とは関係なく進んできた過疎化、高齢化による居住機能の低下であり、一般住宅の空き家化が進み、それに伴って商店の閉鎖、空地化が著しいことである。1975 年当時の危惧は杞憂であったともいえる。観光の過度の発展はなく、むしろ想定以上の過疎化の進展が「観光の素材」そのものを蚕食してきた現状が見て取れる。

(6) 津和野町民の意識と行動

町並みの変化は視覚的には上記のような現象として把握できたが、一方、町民の意識はそれをどのように捉えているのか、1975 年当時の調査をトレースしつつ、現在の町並みや地域社会に対する町民意識をアンケート調査により探ることとした。アンケート調査は以下のような方法で実施した。

- ・世帯調査。回答者については過去の生活史を反映した設問を含むため、主として世帯主で 40 代以上の住民を対象に指定。
- ・配布エリアは橋北、橋南（主として森、中座）。新聞宅配業者に依頼してポスティング。（ほぼ全数調査に近い規模）
- ・配布数 500、有効回収数 118
- ・配布、留め置き、郵送にて回収
- ・実施時期は 2013 年 2 月

1) 住民の生活行動

住民が日常生活において、空間とどのような「関わり」を持っているか、ということについて、〈買い物、通勤通学〉、〈散歩〉、〈行楽、レクリエーション〉という種類別に調査した。

■ 日常行動その 1 買い物、通学通勤

図に示すように、行動範囲は橋北地区と橋南地区の北半分、せいぜい、10 森にかけてのエリアである。居住地別に見ても、後田地区と森地区の間で大きな差はない。ただ、今回の調査では 40 歳以上を回答者としているので津和野高校への通学路は省かれている。また、商店、事務所などの縮小も想定され、対象地区内「通勤」トリップもかなり減少しているものと思われる。従って、回答の殆どは日常の買い物トリップと見て良い。興味深いのは、添付した前回調査の結果との違いである。前回調査はインタビュー形式で少数サンプルに対して詳細な聞き取りを行う方式としたので単純な比較はできないが、それでも前回調査では後田（橋北）地区と森（橋南）地区でかなり異なった行動圏の形成が見て取れる。後田地区住民は買い物などで森地区にまで行かなくても便は足りていた、とみることができ、またトリップの分布がこれだけ異なるということは、それぞれ地区ごとに個性的な「生活」が

営まれていたということである。現在は、という生活諸機能が縮小し、両地区住民の生活が似通ったものに収めつつある。おそらく高齢の住民にとっては過酷な状況にあることも同時に想定しなくてはならない。

図 38 買い物、通学通勤で利用する街区
後田地区

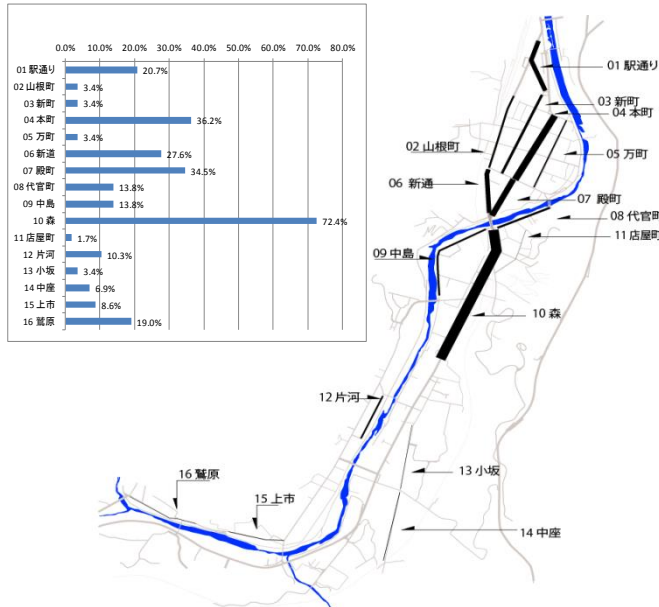
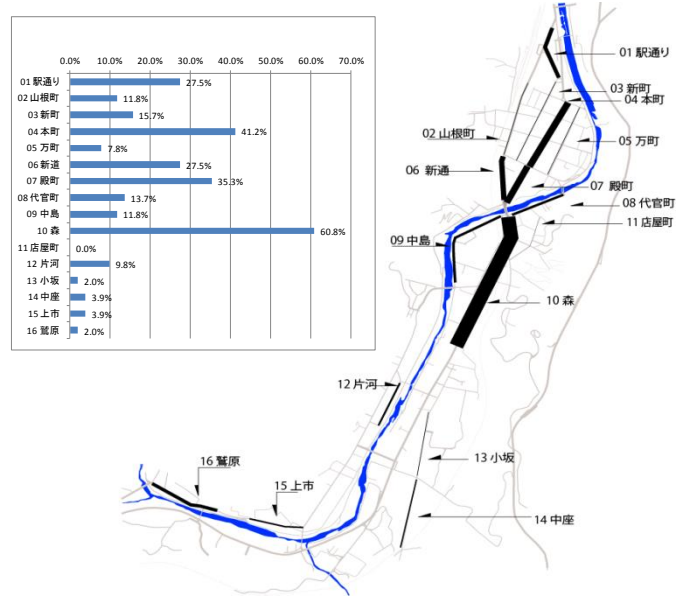


図 39 買い物、通学通勤で利用する街区
森地区



注：%数値＝「買い物、通勤・通学で利用する街区選択数／地区住民の回答者数」

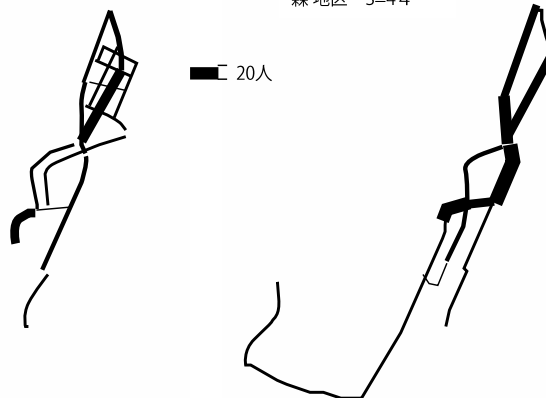
図 40 買い物、通学通勤で利用する街区 後田・森地区住民 1975

出典：JTBF「津和野／保存とまちづくり 1975」

注：図上のラインの幅は利用する街区をあげた回答者の実数を反映

後田地区 S=45

森地区 S=44



■日常行動その2 散歩

日常的な買い物や通勤・通学のトリップと違って、自由意志下での行動であるため、両地区の間で利用する空間に差異が生まれている。それぞれの生活環境の近いところで楽しまれている。森地区の住民は町並みが整っているとはいえ、橋北地区の07 殿町や05 本町を散歩する率は低くなり、一方、後田地区住民は16 鷺原まで足を伸ばすことは少なくなっている。09 中島は津和野川沿いの交通量が少ない静かな街区であるため、両地区住民の共通の憩いの場となっている。前回調査はこうした傾向をさらに強く示していた。そして対象地を囲うような東西の山や山裾（大鳥居や城山）も散歩コースとなっていたが、今回の調査では選択肢から除外しているため結果には出ていない。ただ、かなり急峻な地形であるため住民の高齢化とともに利用しづらく、日常的な散歩の範囲が狭まっていることは容易に想定できる。

図 41 散歩で利用する街区 後田地区住民

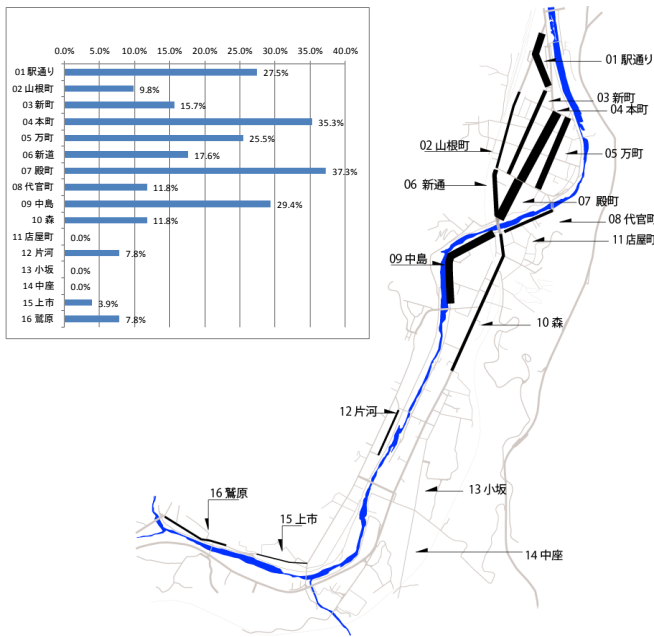
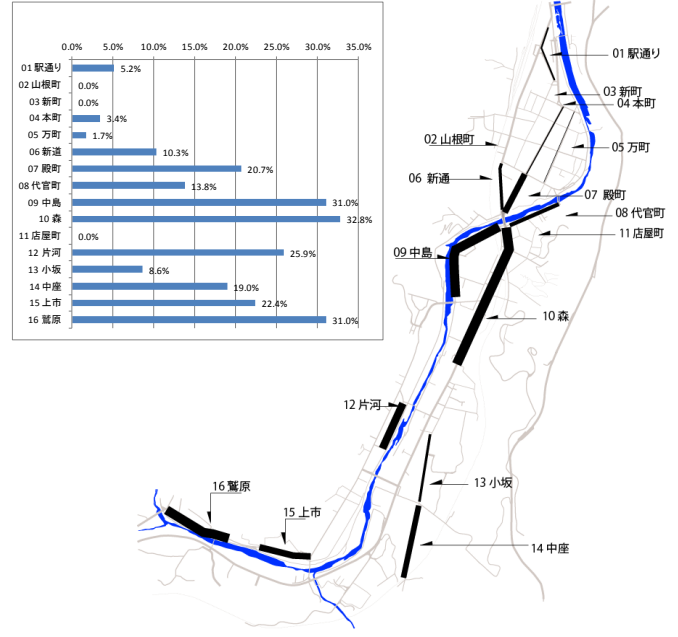


図 42 散歩で利用する街区 森地区住民

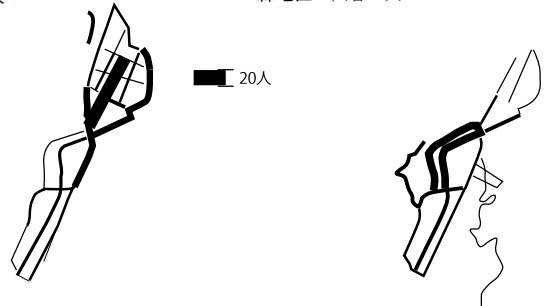


注：%数値＝「散歩で利用する街区 選択数／地区住民の回答者数

図 43 散歩で利用する街区 後田・森 地区住民 1975

後田地区 回答45人

森地区 回答44人



出典：JTBF「津和野／保存とまちづくり 1975」

注：図上のラインの幅は利用する街区をあげた回答者の実数を反映

■日常行動その3 行楽・レクリエーション

散歩利用と比較して、比較的ハレの日に楽しむ空間としてその利用度を見たものである。どちらの地区に居住しようとも最もよく利用されているのが、23 太鼓谷稲成神社である。年始の行事とも重なって住民生活とは切って切れないシンボルのような存在である。両地区からも均等に近い距離にあることも奏功している。しかし、24 城山については後田地区住民にとって関係が薄れて来ているようである。前回調査をみると、居住地区の如何にかかわらず行動半径の広さ、選択肢の広さが伺える。住民の生活に活気があったという解釈もできる。27 青野山などは景観的なあるいは心情的な象徴と化している。

図 44 行楽、レクリエーションで利用する街区
後田地区住民

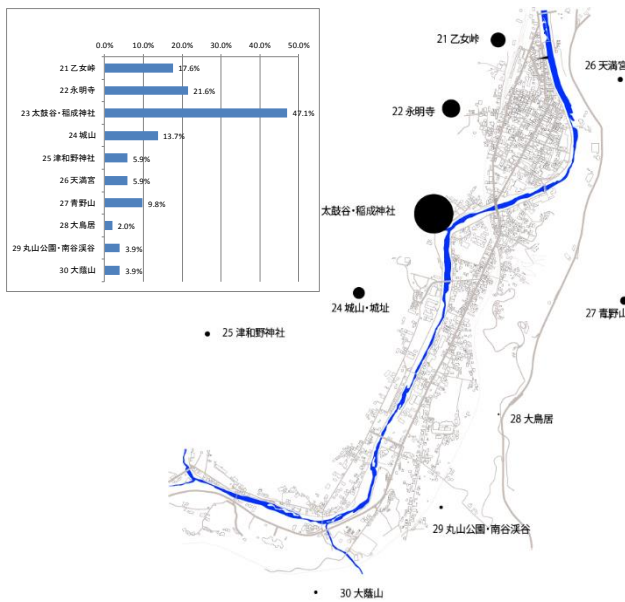
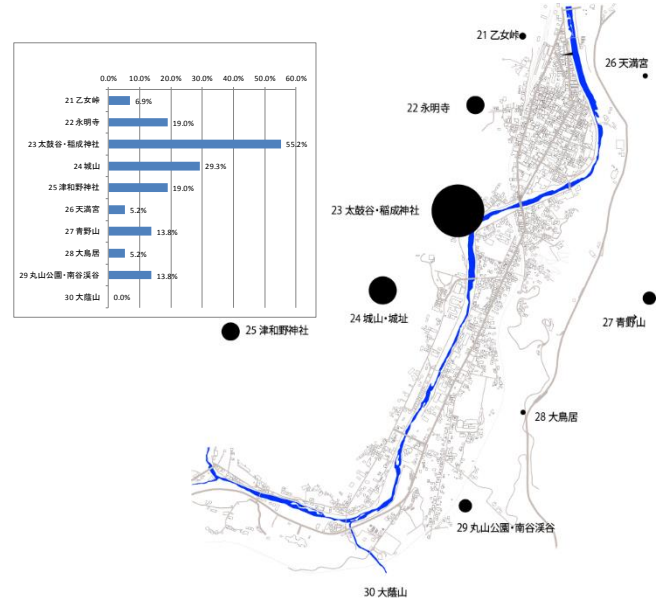
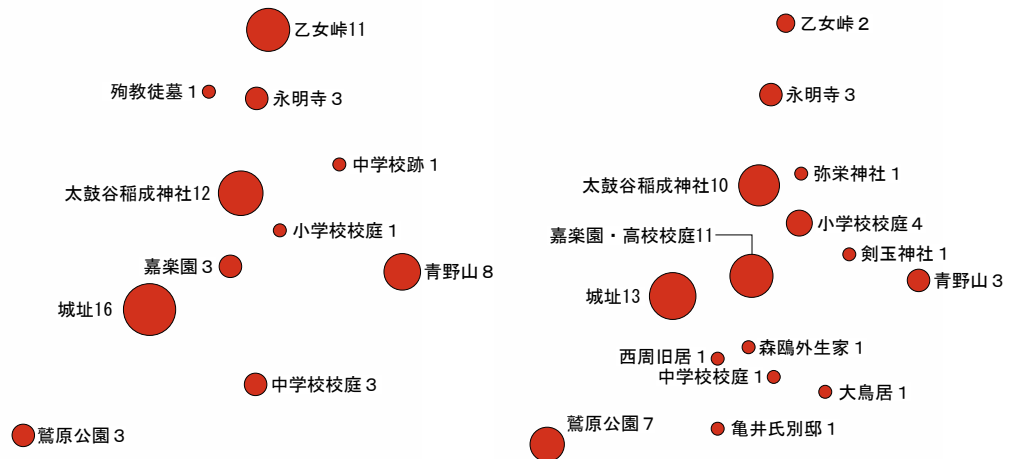


図 45 行楽、レクリエーションで利用する街区
森地区住民



注：%数値＝「楽・レクリエーションで利用する地区選択数／地区住民の回答者数」

図 46 行楽、レクリエーションで利用する地区 後田・森地区住民



出典：JTBF「津和野／保存とまちづくり 1975」

注：図上の円の大きさは利用する街区をあげた回答者の実数を反映

2) 親しみ空間とよそよそしさ空間

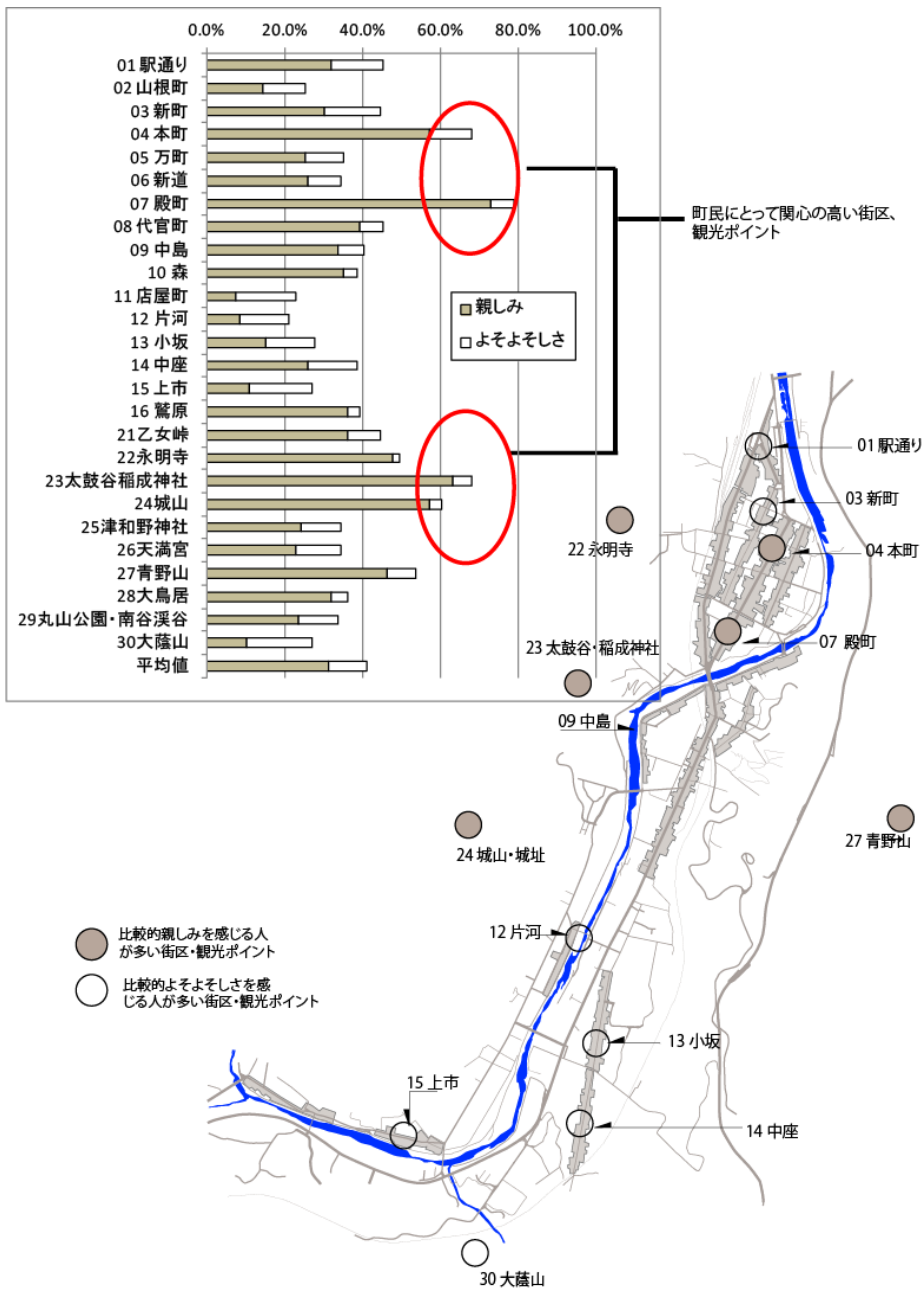
図は街区や観光ポイントとの心理的な距離感を調査した結果である。「比較的親しみを感じている場所」、「比較的よそよそしさを感じている場所」を選択肢として設定し、制限なしの MA で回答を求めた。

有効回答 119 を母数として選択率をみると、「親しみを感じる場所」では

07 殿町(73.1%)、

23 太鼓谷稲成神社(63.0%)、

図 47 親しみ、よそよそしさを感じる街区、観光ポイント



04 本町 (57.1%)、
24 城山 (57.1%)
等の順位となった。

一方、「よそよそしさを感じる空間」は
30 大蔭山 (16.8%)、
15 上市 (16.0%)、
11 店屋町 (15.1%)、
03 新町 (14.3%)、等である。

この「よそよそしさ」という表現にはいろいろな意味が込められているが、ここであげられた街区や観光ポイントには実質的に外来者が訪れて地区の変貌を促す、といった現象が殆ど見られないグループであるので、観光化や過度の開発による陳腐化で心理的な距離感が広がった、というよりも、もともとのなじみのなさや存在感の希薄化によるものであるとみられる。

街区、観光ポイントのうち、04 本町、07 殿町、23 太鼓谷稲成神社、24 城山、は「親しみ」、「よそよそしさ」の合計値が飛び抜けており、町民の日常的な関心の高さを窺わせる。津和野の景観的アイデンティティを体現

する場所である。

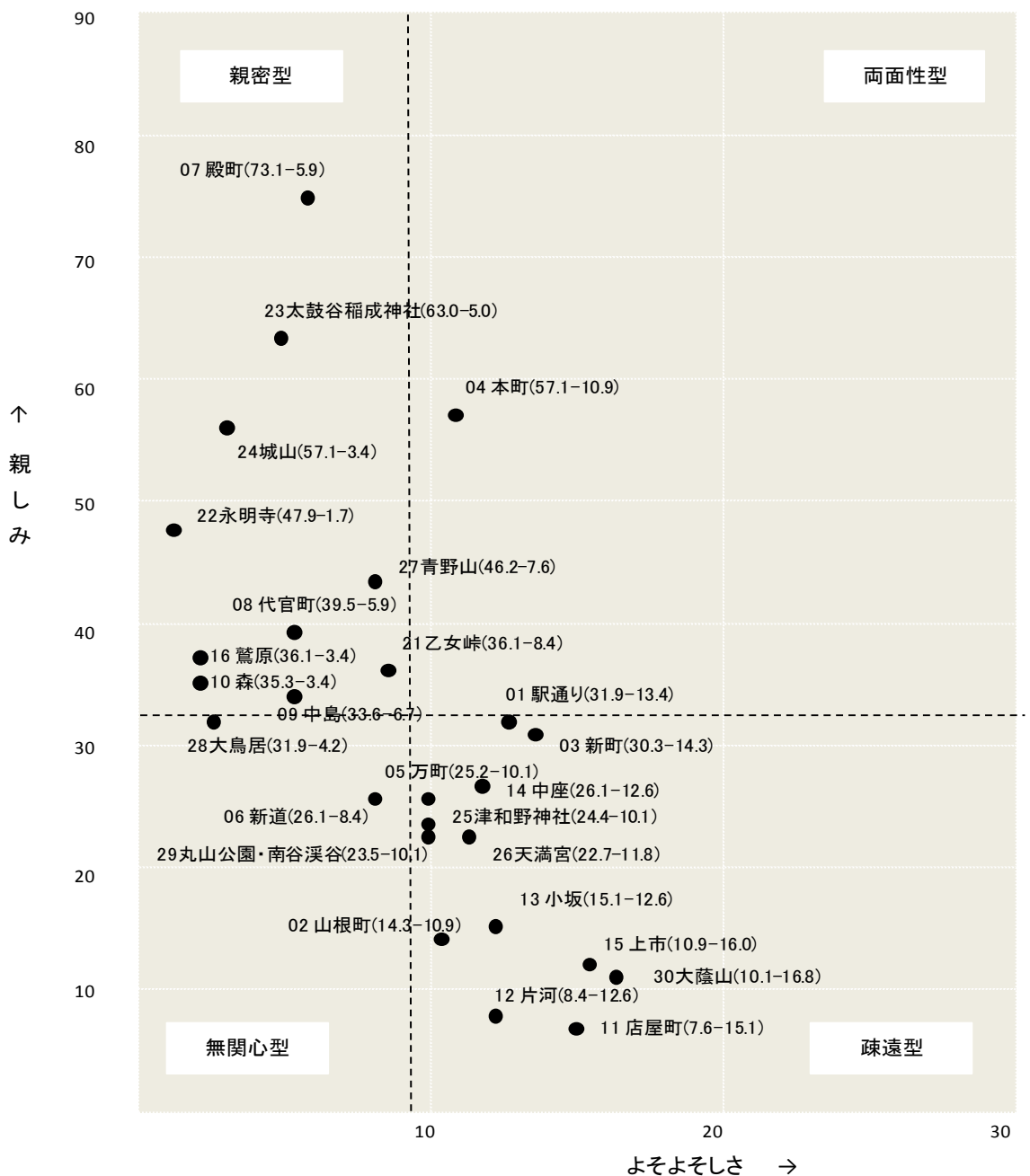
次に、「親しみを感じる」と「よそよそしさを感じる」の2要素の組み合わせでグルーピングを行った。境界は回答者の平均値をとった。4象限のグループは

- ① 親密型＝親しみを感じる人が平均以上で、よそよそしさを感じる人が平均以下、町民の多くのお気に入りの空間である。
- ② 疎遠型＝よそよそしさを感じる人が平均以上で、親しみを感じる人が平均以下、町民の多くが背を向ける空間である。
- ③ 両面性型＝いずれもが平均以上で、親しみを感じる人もいればよそよそしさを感じる人もいる、多面的な顔を持つ空間である。
- ④ 無関心型＝いずれもが平均以下で、多くの町民の関心外。一般的には住民は自分の住環境以外にはあまり関心を寄せないこともあって、居住地区が多い。また都市規模が拡大するとこうした無関心

型が増えると想定できる（1975年調査ではニュートラル型と称した）。

調査の結果、両面性型は「04本町」のみであった。津和野の町並み構成の中心であるとともに、古くから住民にとってなじみのある商業空間である。ここに観光客が訪れ、町の景観形成事業が施されて観光客誘致の主舞台となったために「両面の評価」が強く出ている（それでもよそよそしさは相対的に高い値を示すということであり、実感としては親しみが非常に高い）。同じく観光客が目的とする街区である「07殿町」は客間的な存在で、住民の生活行動における関わりは少なかったために、さらに「親しみ」度が圧倒的である。その他、「親密型」には「23太鼓谷稲成神社」、「24城山」、「22永明寺」、「27青野山」、「21乙女峠」など「居住街区でない地区」が多い。同じ「居住区でない地区」であっても「25津和野神社」、「26天満宮」、「29丸山公園・南谷公園」、「30大蔭山」など疎遠型になっている。「26天満宮」を除けば、もともと町の中心から距離があり、高齢化とともに日常的な接触が少なくなったことが主な理由であろう。

図 48 住民の町への心理的関わり



前回の調査ではサンプル数が90、インタビュー調査であったため、数値の比較に正確性はあまりないが、今回調査も同様に4タイプの傾向を概観してみる。このタイプの変遷を整理したのが、次図である。

図 49 住民の町への関わりの変化



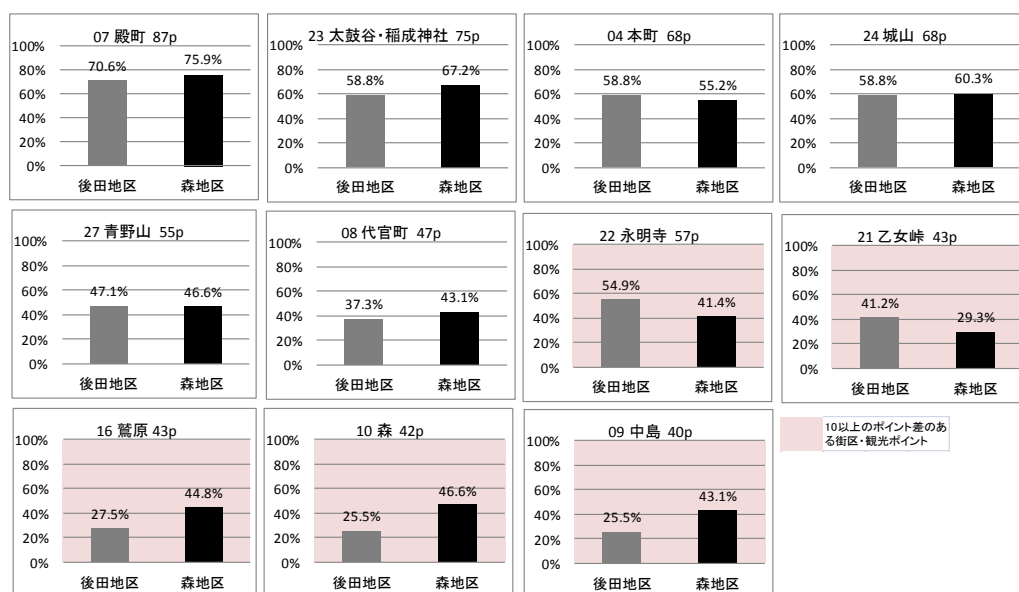
全体を俯瞰すると今回調査ではもともとの「疎遠型」が継続しているものを含め、「疎遠型」に移行した街区、観光ポイントが多い。「親密型」から「疎遠型」となると全くの逆転現象である。「両面性型」から「疎遠型」に移行したものもある。町全体としてはよそよそしさが拡大していると解釈せざるを得ない。よそよそしさの原因は人口減少、高齢化によって町へのプラスの意味での関わりを減らしていく消極的背景と観光客が訪れることにより負の影響が「よそよそしさ」をもたらすという積極的背景が考えられるが、ここに上がっている街区や観光ポイントはそれほど観光客が訪れる地区ではないため、やはり「過疎化」がもたらすものと言えそうである。

「疎遠型」から「無関心型」への移行もあるが、この「疎遠」と「無関心」の違いをどう見るか、よそよそしさはまだしも対象の存在を意識しているが、無関心となると意識下にも残らなくなる過程ということもできる。

一方では津和野の観光にとって重要な「07 殿町」、「23 太鼓谷稲成神社」は両面性からよそよそしさが減少して「親密型」に移行している。もちろん、住民生活上での接触が過疎化によって少なくなっているのは「疎遠型」になったものと同様であるが、それ以上に観光客による負の影響が少ない、という解釈が可能である。そして、現況は「津和野町のかつての「観光エリア」と過疎化で収縮した町のサイズの間に乖離状況」が生じていることに他ならない。

次に、今回調査で回答者を後田地区と森地区の居住地別に分け、「比較的親しみを感じている場所」を集計した結果を掲げる。ここに取り上げたのは比較的回答数の多かった（40ポイント以上）街区・観光ポイントであるが、そのうち「09 中島」、「10 森」、「16 鷺原」、「21 乙女峠」、「22 永明寺」では地区別の差が大きい。後二者は後田地区居住者、前三者は森地区居住者の支持が大きい。いわば地元により愛されている街区、観光ポイントといえる。一方、「07 殿町」、「23 太鼓谷稲成神社」、「04 本町」、「24 城山」、「27 青野山」、「08 代官町」は居住地による差は殆どなく、特に居住地区ではない永明寺、城山、鷺原などは津和野町全住民のアイデンティティを体現しているというにふさわしい。

図 50 居住地区別にみた「親しみ空間」

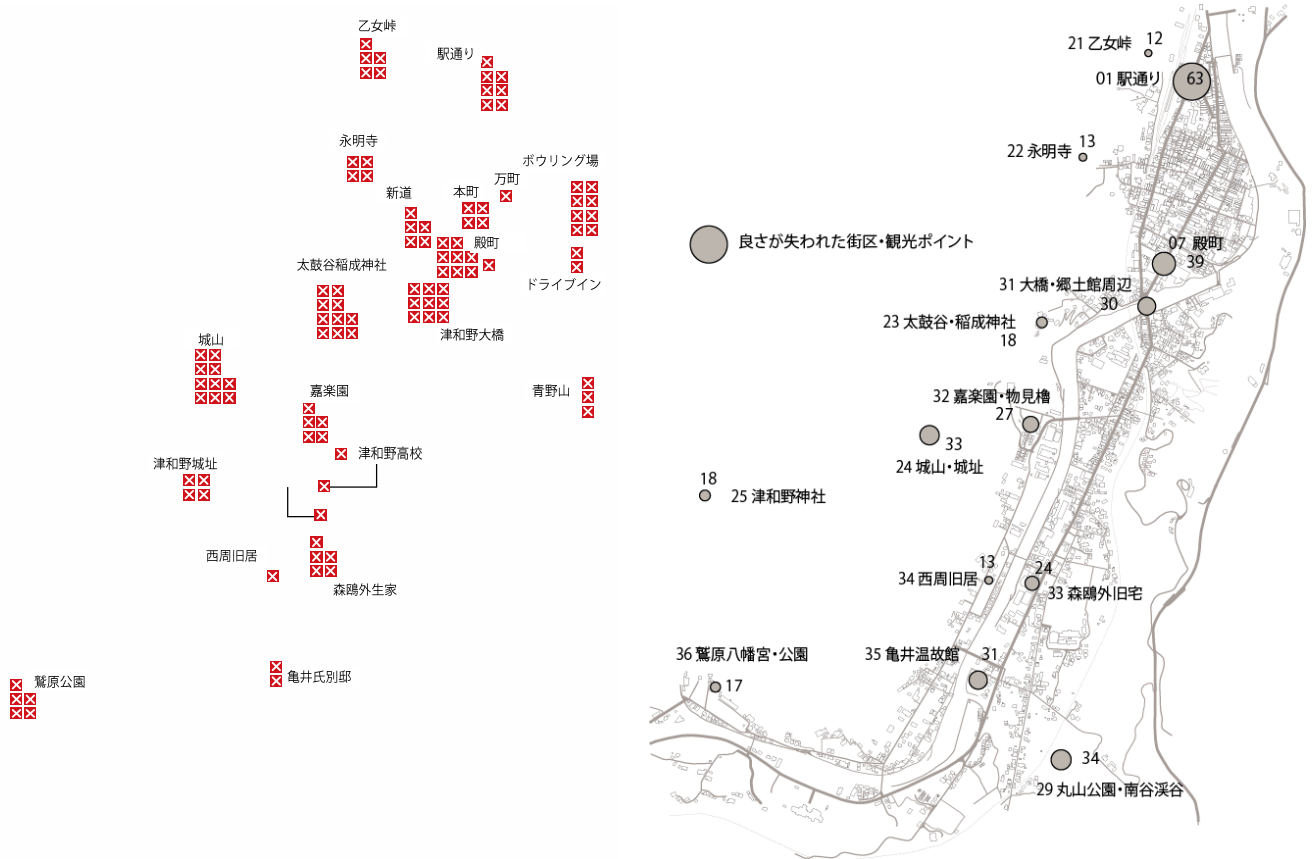


3) 良さの喪失

必ずしも広い狭いエリアとはいえないが、街区毎に住民の意識の違いが見て取れる。1975年調査では<親しみ空間>、<よそよそしさ空間>に加えて<良さが失われた街区・ポイント>の収録を行った。観光化の進展に伴う住民の生活空間の崩壊について、より感覚的に捉えようというものである。ひとつは「殿町」、「駅通り」、「津和野大橋」、「太鼓谷稲成神社」、「城山（津和野城址に至る）」、「嘉楽園」、「森鷗外生家」など観光客の主要来訪ポイントで<良さが失われた>との指摘が見られる。このデータについては<そうは思わない>という項目は設定していないので、あくまで<良さが失われたと感じられている順位>という位置づけが正しいであろうが、やはり観光化のネガティブな側面を暗示している。必ずしも観光化がもたらしたものとはいえないが、青野山山麓にボウリング場のモニュメント（ピン）が新たに建立され、景観的な懸念として多くの住民が指摘することとなった。その後ボウリング自体のブーム低下とともにこれは撤去されることになった。当時は町並み保全と観光の振興の併存について真剣に議論され、公的建築物への注視、宿泊業者の進出やモータリゼーションの進展などが議論的となっていた。現在も津和野高校や津和野警察署の建物もそうした声に対してファサードに配慮してきた。ホテルや旅館の新たな進出はなかったが、これは広域観光の構造上、宿泊観光地化が進まないという宿命の裏返しの状態でもあった。残るモータリゼーションの問題については、住民生活上避けて通れない課題であるが、バイパスの整備と町並み地区の規制など社会実験を実施しつつ、調和への努力を図っている。

今次調査でも、この<良さが失われた街区・ポイント>を住民に問うた。結果は前回調査とはやや異なったものとなっている。「殿町」、「森鷗外生家」、「西周旧居」、「大橋・郷土館周辺」、「太鼓谷稲成神社」など観光客の多い街区やスポットは確かに「良さが失われてきた」とする声がないわけではないが、そのウエイトは低下している。反面、観光客の利便性のために逐次整備されてきたものの、観光流動の激変に見舞われた「駅通り」に多くの指摘が集中することになった。さらに、観光客が殆ど訪れることのない「丸山公園・南谷公園」などにも一定の指摘が見られる。こうしたことから類推できるのは、<観光化による良さの喪失>から<過疎化による良さの喪失>に転換している現状を肯定せざるを得ない。それは次表をみても明らかである。これは<良さが失われた理由>についての問いであるが、観光化が原因であるとするものは、殿町、西周という結果になっているが、観光化は無関係（町の過疎化や疲弊による）とするものは、駅通り、城山・城址、丸山公園・南谷溪谷、亀井温故館などである。町民の精神的なよりどころである城山・城址や公園については町民の高齢化に伴ってアクセスが困難になっていることも理由のひとつとして想定できる。

図 51 良さが失われた街区、観光ポイント



1975 年調査

今回調査

表 3 良さが失われた場所についての原因

	01 駅通り	07 殿町周辺	24城山	29丸山公園・南谷溪谷	31大橋・郷土館周辺	34西周旧宅	35亀井温故館
計	63	39	33	34	30	24	31
観光原因	22.2%	74.4%	3.0%	2.9%	36.7%	58.3%	22.6%
観光無関係	66.7%	17.9%	81.8%	85.3%	53.3%	29.2%	71.0%
NA	11.1%	7.7%	15.2%	11.8%	10.0%	12.5%	6.5%

(7) 津和野観光の変容

次に津和野観光が置かれた状況を分析するため、観光客流動調査を実施した。本調査は来訪客の量的動向ではなく、行動圏の把握を主たる目的とするものである。

- 実態調査概要 日程:平成 25 年 9 月 15 日、16 日の 2 日間
- 調査方法:インタビュー
- 調査地点:津和野町殿町地区
- 調査員:流通科学大学小久保ゼミ所属学生 4 名
- 有効サンプル:89

図 52-59 はこの実態調査に基づくもの

実態調査の結果をまとめると以下の通りである。

①日帰り観光地の性格の固定化

- アンケートの結果をみると、宿泊と解答した人は 12.4%にとどまる。これは過去においても同様で、1975 年の統計によると 8.9%、1980 年では 14.6%、1985 年では 9.1%である。本調査で比較的宿泊率が向上しているとみるのは早計である。町の観光統計によれば、年間観光客総数のかなりの部分は年末年始の稲成神社参詣客(=日帰り)が占める。9月連休時のインタビュー調査ではその部分が少なく、1985 年に比較して宿泊客率が比較的高くみえるに過ぎない。

- 宿泊客率の低さはかつてより2つの要因が指摘されてきた。ひとつは「萩との競合」であり、ふたつは「宿泊機能の脆弱さ」である。大市場から離れた島根県や山口県では旅行者による主催旅行商品(団体観光)への依存度が相対的に高い。旅行者にとっては、観光客の旅行日数が伸びない状況ではせいぜい 2、3 泊の行程を組まざるを得ず、この地域をカバーする旅行商品であれば、萩・津和野・湯田温泉の組み合わせ、あるいは圏域をさらに拡大すれば出雲や玉造、足立美術館などを加える。圏域内部の競合関係でみると観光は萩が中心にならざるを得ず、宿泊も湯田温泉などのライバルがある以上、津和野の吸引力は貧弱である。津和野自身を振り返ると、もともと小京都というコンセプトで脚光を浴びてきた歴史が示すとおり、コンパクトな観光地であり、宿泊の楽しみが豊富な地域とはいいいにくい。いきおい、地元・外部を問わず宿泊業への投資意欲を持つ企業は現れなかった。町ではテコ入れ策として「道の駅 なごみの里」を整備し、日帰り観光客の立ち寄り施設として役割を果たした。しかしながら、この施設は温泉入浴施設として宿泊化の副次効果も想定していたが、町民福祉という観点での評価は別として観光的な効果は生まれていない。そもそも、日帰り客が郊外の入浴施設の誕生と共に宿泊化に向かうという期待は非現実的であったといえる。

②利用交通機関の変貌

- 平成 2 年、1990 年の町の観光統計によると JR 利用による入り込みが 36.1%、自家用車 40.5%、貸し切りバスの利用率は 2.5%にとどまっていた。今次調査の実施時点は豪雨災害による山口線の不通が継続しており、JR利用はゼロであるため、数字の単純比較は困難であるが、自家用車は 67.4%にまで上昇し、貸し切りの団体バスも 6.7%であった。インタビュー調査を実施する際には、同一バスの利用者は避けることを基本方針としたため、延べ数ベースのシェアで見れば団体貸し切りバスのウエイトはさらに高まるものと思われる。

- JR 利用者についていえば、先述の図 3 にあるように、津和野駅の一日平均乗降客数は 1975 年で 1,473 人を数えたが、ほぼ 35 年を経過して、現在では 250 人程度まで下落している。また、貸し切り団体バスにしても自家用車にしても、駐車場は駅前と殿町に集中しているが、駅前駐車場から津和野町観光のハイライトである殿町まで徒歩 15 分程度を要するため、バスや自家用車の大部分が町の中心部に駐車することになる。
- こうしたことが津和野観光の起終点や町並み観光の流動構造に大きな変化をもたらすことになったのである。

④立ち寄り観光施設と人気度

- 観光客の立ち寄り地点の分布は図 55 の通りである。インタビュー地点を殿町周辺に限定したため、全員が殿町の散策を楽しんだ結果となっている(実際に車利用の観光客の離合集散ポイントは殿町に限定されている)。従って、この順位そのものには大きな意味はないが、問題は殿町周辺以外の観光立ち寄りが圧倒的に少ない、という事実である。カトリック教会、太鼓谷稲成神社がそれに続くがこの、三者が津

図 52 観光客の日帰り・立ち寄り率

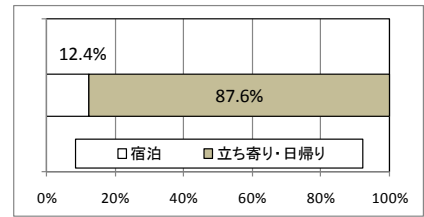


図 53 観光客の滞在時間分布

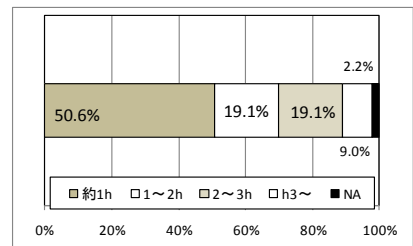
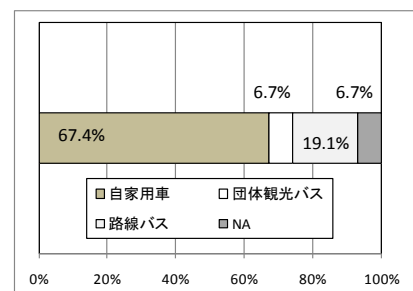


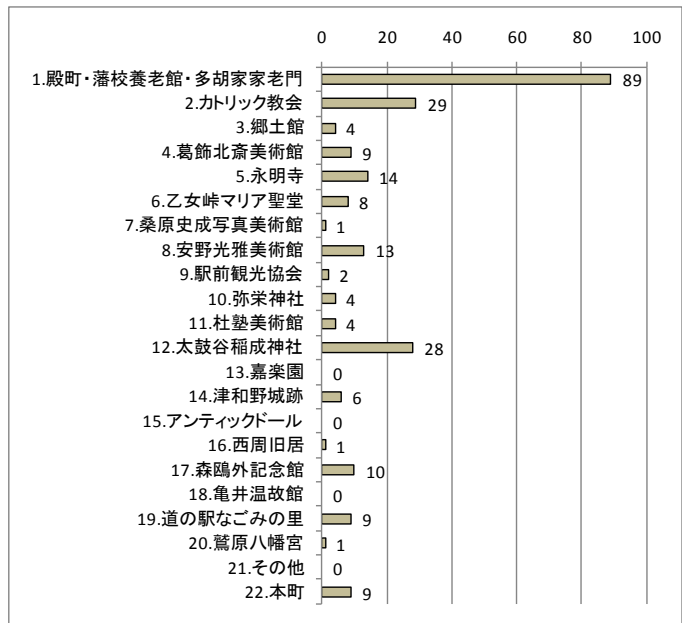
図 54 観光客の利用交通機関



和野観光の「ワンセット」となっているというほどの頻度ではない。

- 駅周辺に足を伸ばす観光客をみても、安野光雅美術館、永明寺がわずかな実績を上げているに過ぎない。とりわけ津和野大橋から南の地区を訪れる人は極端に減少している。かつてはJR津和野駅を起点とした貸し自転車による町内観光行動が中心であった。その分行動半径も広域であった。足回りの便利な自家用車も町内観光行動においては徒歩となり、行動範囲が急速に縮小する結果となっている。
- 観光後の各観光ポイントの評価については来訪頻度ほどの差はない。森鷗外記念館や永明寺などは来訪客中の高い評価をする人の比率は相対的に高くなっている。従って、行動圏の変容が観光地に対する満足度の低下につながる恐れがあるといえる。

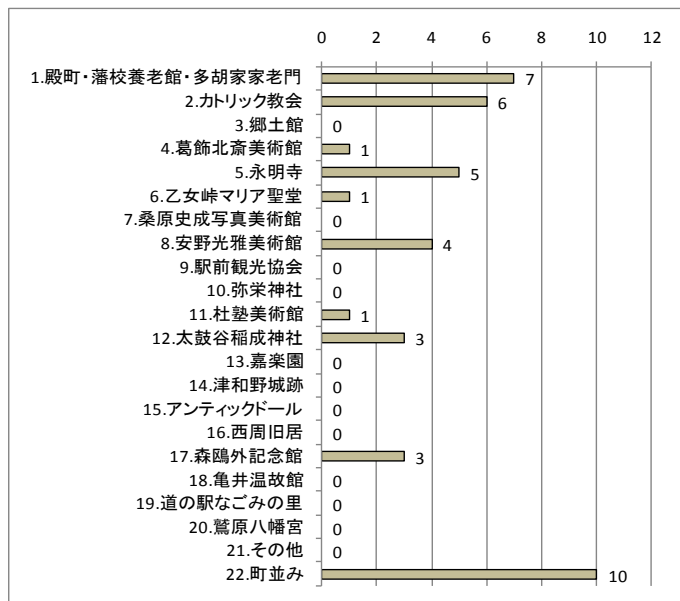
図 55 観光客の立ち寄り地点



⑤買い物行動

- 観光土産品の購入実績は、滞留時間、アイテムの豊富さ、店舗の充実度に左右されるが、アンケートの結果では、約半数の観光客が何らかの土産品を購入している。津和野町の観光土産品として従来より著名なものは「源氏巻き」(菓子)、地酒程度にとどまるが、殿町の駐車場近辺で購入可能な店舗が並ぶため、一定の実績は上げている。
- ただ、買い物圏をみると殆ど橋北、即ち殿町や本町に限られ、津和野大橋以南にはひろがりを見せていない。最南端の道の駅「なごみの里」では地産地消を念頭に様々な商品開発、販売を試みているものの、このような立地条件が障害となっている。自家用車で直接、なごみの里

図 56 最も印象の良かった観光ポイント



から町並み地区に入り込む場合は、ある程度道の駅として機能するが、大多数の観光客(稲成神社参詣客を含めて)への消費行動の受け皿になっているとは言い難い。観光の経済効果という観点で見れば、殿町周辺の大手土産品店に集中して、町内への広がりが見られなくなりつつある。

図 57 土産品購入の有無

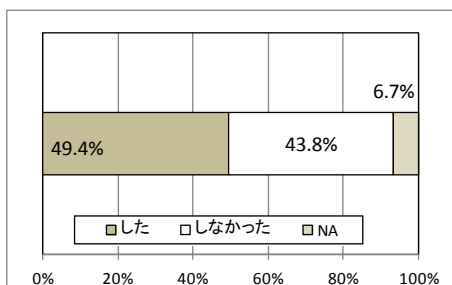
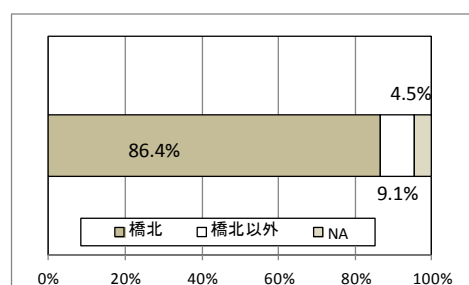


図 58 土産品購入場所



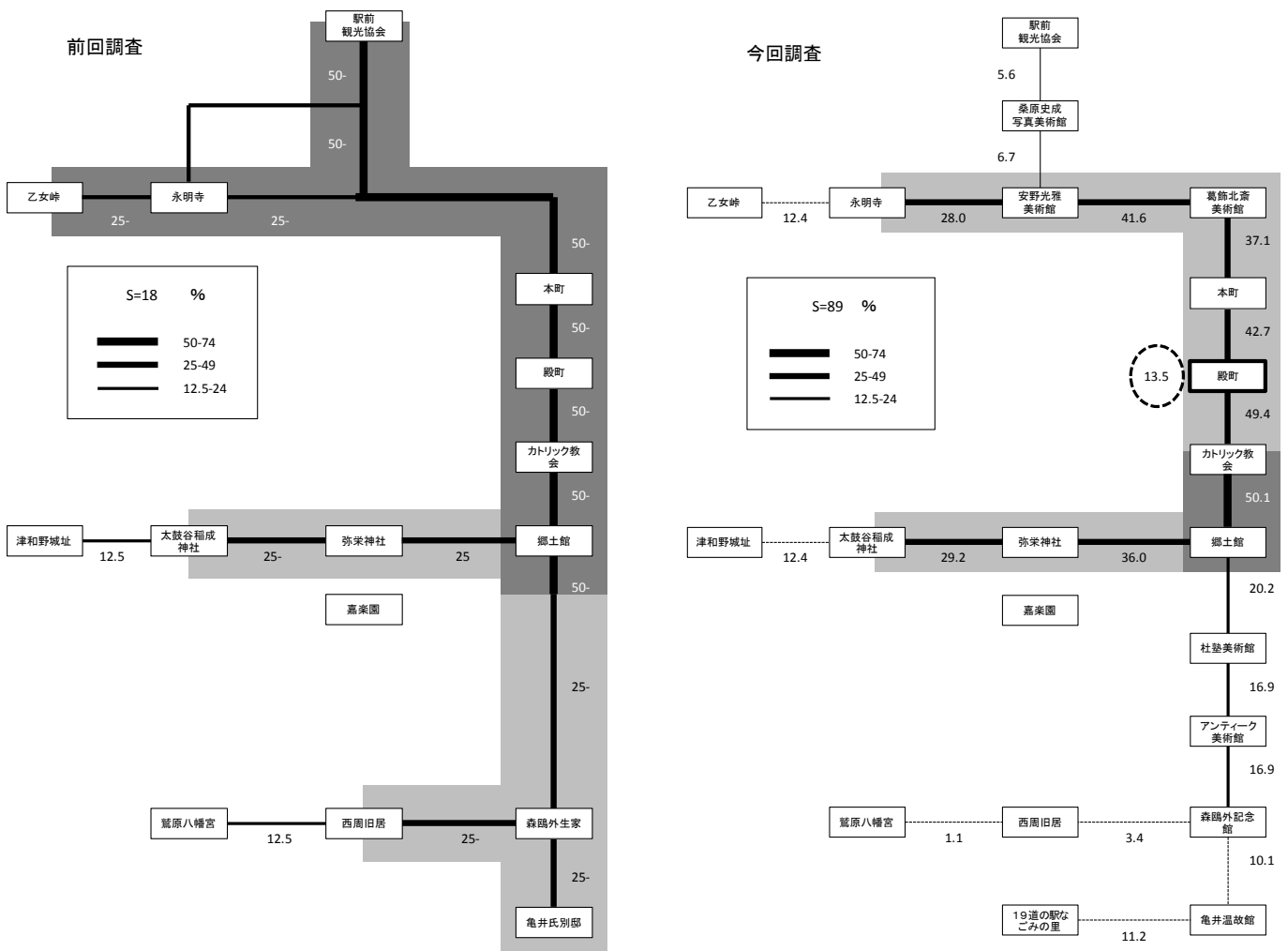
⑥観光行動圏

1 時間程度の立ち寄り観光が飲食や観光土産品販売を阻害し、特定の地区に効果が集中しつつあるのは実態調査の結果の通りであるが、ではどの程度行動圏が収縮しているのかを見たのが次図である。

前回調査と今回調査では手法や環境条件に差があるので単純比較はできない。前回調査では調査地点が「駅前」であったため、町内北部から観光行動がスタートするという構造を前提としている。また、当時、安野光雅美術館はまだ整備されておらず、森鷗外記念館も「生家」があるのみであった。

前回調査からここに凶化したものは今回調査との比較上、「日帰り・貸し自転車利用 S=18」のみの集計とした。調査対象には「宿泊・貸し自転車 S=17」もあったが、その場合には、滞留時間が長くなるため、各地区間の流動比率はもっと高い値を示し、行動圏も広がる。逆に「徒歩 S=13」の場合では行動圏は森鷗外生家までにとどまるが、それでも流動比率は高い。また、「宿泊・貸し自転車」と「徒歩」の観光客の両者の行動で目立つのは津和野城址を訪れる人が非常に多く、半数以上に達することである。しかし、今回の調査によって、今の津和野観光客の行動をみると各地区間の流動比率の低下、行動圏域の縮小は明らかである。かつてはいわば二眼レフの構図であったのが一眼レフに変貌してしまった。なごみの里整備はその対策のひとつとして街区の南端に導入されたものであるが、殿町地区とは自動車利用で結ばざるを得ず、それが「徒歩観光で楽しむべき津和野町歩き」と整合しない結果をもたらした。

図 60 町内の観光行動圏／観光行動圏の大幅な縮小



(8)街区別将来展望

町や住民生活の変貌と訪れる観光客の行動の変化は相互に影響しあい、津和野町の将来像を不確かなものになっている。先きに引用した「住民アンケート調査」(2013)を再び用いて町民が描く将来像を見てみる。

選択肢は4つとした。第一の軸は観光と生活、第2の軸は保全と開発である。その組み合わせにより、下記の4つのシナリオを提示し、主要街区(橋北)ごとの方向性を問うた。

- A. 観光の発展を図るためにさらにまちなみや観光資源の保存を進め、再開発などを抑制する
- B. 観光の発展を図るために市街地や空地の再開発を進め、観光基盤(駐車場など)を整え、観光施設の整備や誘致を進める
- C. 住民生活の質を維持するために市街地や空地の再開発は極力抑え、従来の静かな町の環境を保全する
- D. 住民生活を豊かで便利なものにするため、市街地や空地を積極的に再開発し、都市機能(交通や商業や憩いの場など)の充実を図る

津和野町民の選択は「D=住民生活優先/開発志向」が半数近くに登った。同じ住民生活優先であっても保全派は半分の支持率である。一方では開発と保全のいずれを取るかにかかわらず、観光志向も少なからず支持はある。町民の迷いもみてとれる。ただ、前回調査時の「観光バブル」の雰囲気の中で多くの町民が感じていたAのシナリオは最も少ない支持率になっているのが象徴的である。

図 62 職場の位置と将来方向

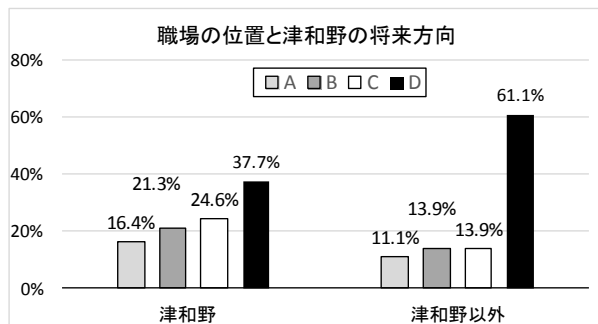


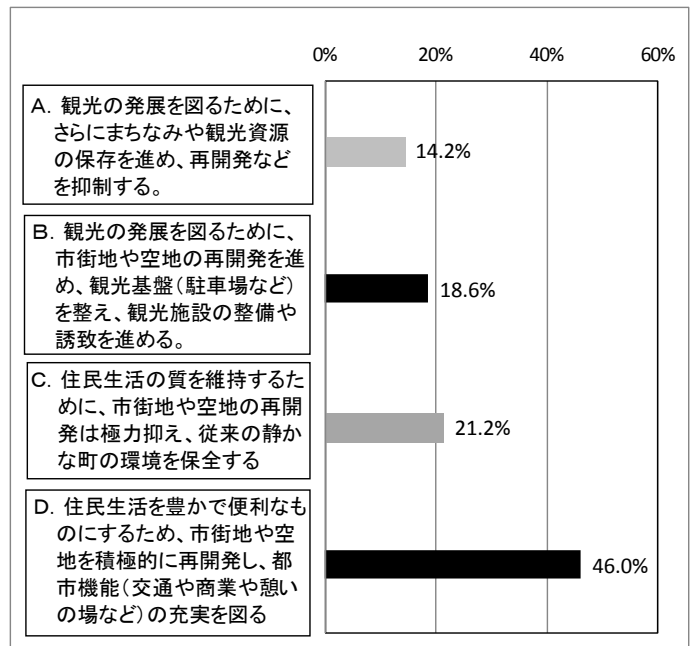
図 62 は町内に居住しつつ、職を町外に求めた人と居住も職場も町内にある人(職住近接)に分けて将来方向への温度差を比較したものである。この区分でみるとかなりの違いが指摘できる。町外の職場に通う人では、D:生活優先/開発志向が他を引き離して多い。それに対して町内に職場のある人はC:生活優先/保全志向が二番目の支持率である。観光志向もこちらの住民に比較的多く期待が見てとれる。今後、津和野町ではさらに職場を求めて、町外に出て行く人が増えるというより、むしろ高齢者比率の増大によってリタイヤし、町にとどまることになって、それはどちらかという職住近接の住民意識に近く、4つのシナリオが拮抗する状態が続く、と予想される。

一方、小さな社会の中で人々はお互いが助け合う濃密な人間関係を築いてきた。津和野町も例外ではない。高齢化、過疎化は町中の空間が疎になるだけでなく、人間関係も希薄化させてきた。

「知り合いに連絡することも少なくなるし、助けってもらったり助けてあげたりする必要もなくなる。ひとりで生きていけると思うし、実際にひとりで生きていかなければならなくなる。孤独になる。さびしくなる。..過疎化は自分たちが担ってきた町での活動を他者に渡してきた歴史である(山崎亮 まちの幸福論 NHK 出版)」。

過疎化がさらに進むと生活行動を他者に委ねることすら難しくなる。行政もその力がなくなりつつある。町村合併が意図した空間的あるいは財政的効率性の追求は「人間関係」や「社会のありよう」にまで踏み込んだものとはいえない。極論すればその成果は役場が支所化しただけでもいえる。

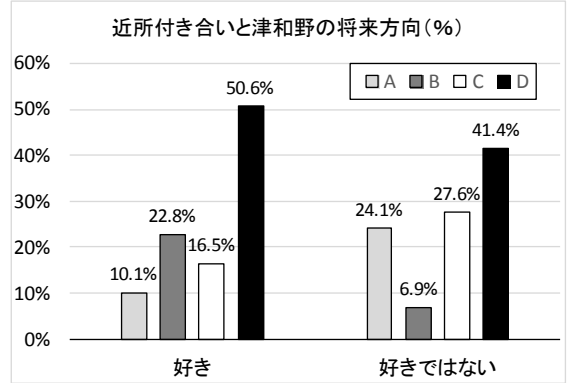
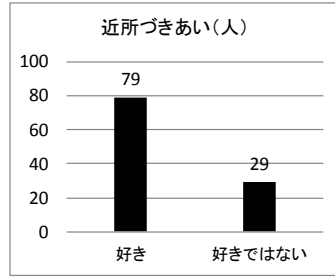
図 61 津和野町の将来方向の選択



現在の津和野町民の人間関係を「近所つきあい」というフレーズに集約して質問したところ、「好き」という答えが過半を占めた(図 63)。

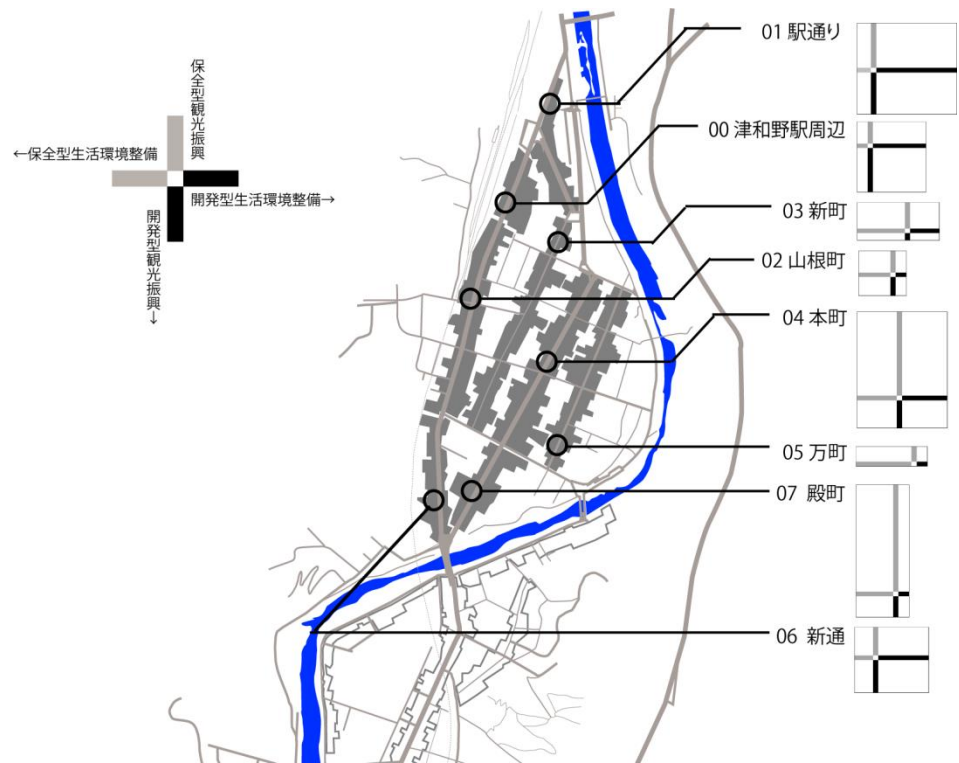
図 63 近所つきあいが好きか否か 図 64 近所つきあいの好き嫌いとの町の将来

小さな町に残された人々の間にはそういう意識は根強く残っており、かれらの描く将来像は、D:生活優先/開発志向に向かって。一方、近所つきあいの嫌いな人々は生活優先でありつつ保全志向が相対的に高い。静かに暮らしたい、しかし、便利な生活環境は維持してほしい、という願いがみとれる(図 64)。



町民の関心が強い橋北地区の諸街区ごとに、「生活/観光」及び「開発/保全」の選択をみてみると、保全志向の強いのは本町、殿町であり、この両者は町並みの整備が進み、観光化の著しい街区である。万町、新町は保全型で生活環境重視の街区、駅周辺の2街区は生活環境であれ観光化であれ、開発の手を入れるべき街区、という認識である。このような小さなエリアにおいて、街区ごとの特徴、将来方向が明瞭に異なるということが町並み観光地の特性であり、小さなエリアで微妙なバランスを保ちつつ、共生を図る難しさを窺わせる。

図 65 街区ごとの将来方向/住民志向



一般に観光地、とりわけ住民との濃密な接触が起こりうる「町並み観光地」においては特徴的な成長曲線を描くという仮説がある。1980年、R・W・バトラーは観光地の発展段階を7段階に分割して提起した(図 66,67)。

観光地は無制限に拡大発展を遂げるわけではなく、必ずどこかの地点で地域社会や住民生活との軋轢を生む。その時点で点検・評価し、対策を考え、それを実行することにより、観光地は再生するというシナリオである。観光と地域社会の諸システムがwin-winの関係構築を図ることこそが「観光分野におけるビジネス・エコシステムの目標」といこともできるが、問題は津和野をはじめとしたいわゆる小京都/町並み観光地の多く

が過疎化に覆われ、「確立」段階以前、「発展」段階の中途から衰微の過程をたどっている、という事実にある。

かつて懸念されていた「住民のいらだち」や「生活と観光のトラブル」が問題化する以前に地域みずからの崩壊の速度の方が早かった、ということになる。過度に観光的な発展がもたらされていれば、観光施設の陳腐化などの対策や供給過剰な宿泊施設への対策が必要になるが、現実には空き家対策、流通の仕組みや不動産市場の消滅などが問題となっているのである。

図 66 観光地成長の軌跡

バトラーの理論をもとに作図

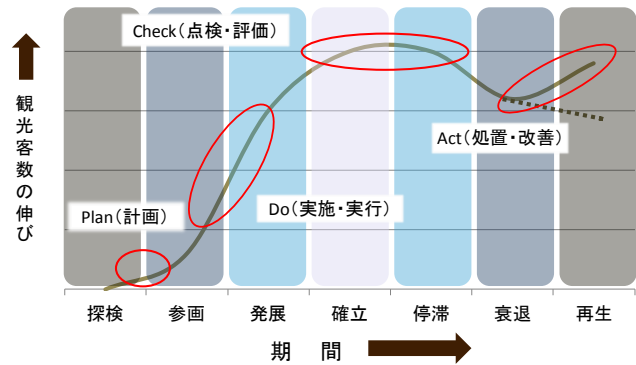


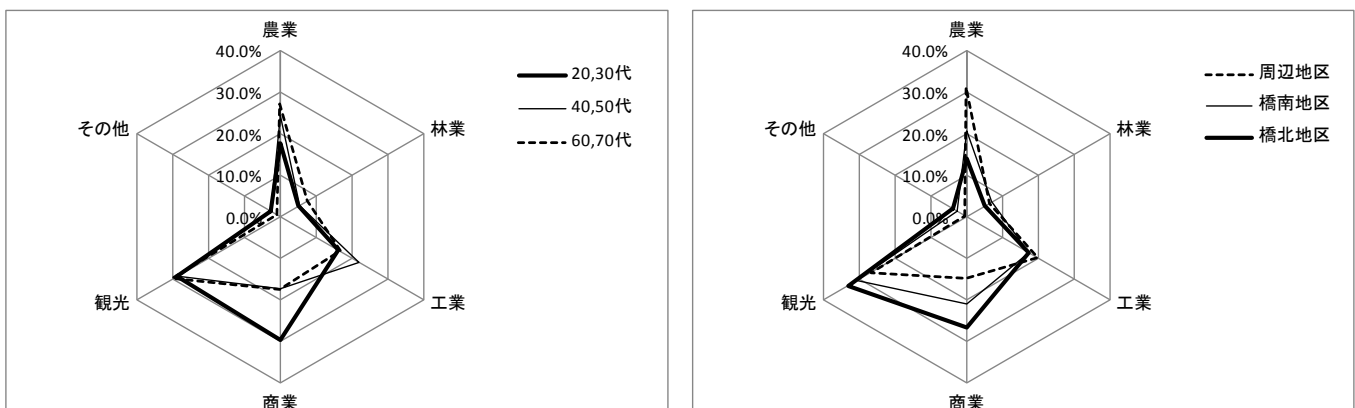
図 67 観光成長の軌跡と津和野の現実

こうした過程は住民のニーズにも影響を与えている。図 65 に示した「街区別の将来方向／住民のニーズ」においても、街区によっては積極的な観光化、開発志向が見られた。そのさらに前、1996 年に町は第4次総合振興計画を立案した際に住民の意識調査を行っている。この頃は「発展」「確立」「停滞」の過程をスキップして「衰退」が顕著になり始めた頃であろうが、明確に「観光」への再度の期待を示す人が目立つ結果となった。設問は「今後どの産業に力点を置くべきか」というものである(サンプル数は 1,334)。年代別ではいずれも最も高い数値を示し、地区別でもあまり観光資源や施設の集積のない周辺の山間農村部においてさえも町の基幹産業化を望んでいることが示された。

探検	・観光地としては萌芽期でマニャックな来訪客が見られる。受け入れ施設はないか、不十分。それでもよしとする特定少数の観光客 ・住民との接触は濃厚となる可能性は大であるが、量的には軽微であり社会的、文化的影響はあまりない
参画	・来訪者の増加に伴い施設整備が進む ・住民や地元資本の観光事業参加、新たな観光地として脚光を浴び始める
発展	・マストツーリズム化と観光地イメージ確立(花形のポジションを占める) ・兼業から専業化する観光ビジネス、大型化、外部資本の流入と土地利用の大幅な変化 ・観光地化による景観の変化、コミュニティの変貌、消費社会化
確立	・観光客の増加率は低下するも経済構造における観光の地位は持続(金のなる木の段階へ) ・古い施設が陳腐化、一般住民の生活との摩擦がさらに増加、富の再配分に異論
停滞	・地域受け入れ容量と相容れないケースが生まれ、問題化 ・地域住民の間にいらだちが生じ始め、生活と観光の間のトラブルが顕在化 ・新規顧客の開拓が困難になり、イベントなど一過性の対処策への依存が高まる
衰退	・観光地としての魅力低下、観光客の満足度も低下 ・不動産価格の低下、観光以外への転用が進み、雇用の喪失が始まる
再生	・伝統や自然環境との共生を図るための諸策による持続可能なしくみの確立 ・それが成功すれば観光地として再生

<津和野を取り巻く現実>
 ・広域観光構造による発展成長の阻害
 ・過疎化による地域社会の縮小
 ・観光関連産業の成長未達、縮小

図 68 町の将来について 津和野町住民意識調査



出典: 津和野町「1996 第4次総合振興計画」

4. 過疎と地域社会

(1) 過疎の状況

津和野町の課題－過疎化－はいまでもなくわが国の地域社会が直面する最大の課題のひとつである。観光地津和野の変貌も当然個別特殊なものではなく、わが国の過疎化の進展の縮図といえる。図66-68に示すように平成24年度の過疎白書によれば、過疎地人口はわが国人口の8%を占めるに過ぎなくなった。一方、市町村数をみると45%に達し、さらに面積では国土の57%に至っている(町村合併がなければさらに拡大している)。戦後の経済発展、先進工業国化により、大都市への人口流入が続いた、その必然的帰結である。

過疎地域の定義はそもそも人口要件と財政要件によって定められている。人口要件の骨格は以下の4つの要件のいずれかに該当するもので、

- A 1960年－1995年までの35年間の人口減少率が30%以上
- B 同 25%以上で、1995年の高齢者比率が24%以上
- C 同 25%以上で、1995年の若年者比率が15%以下
- D 1970年－1995年までの25年間の人口減少率が19%以上

財政力要件 1996年度－1998年度の3か年平均の財政力指数が0.42以下

(注) 高齢者: 65歳以上、若年者: 15歳以上30歳未満 (その後何度か定義の追加措置がなされている)

要は「人口減少の激しい地域が過疎地として認定されている」のであるから、過疎地域の人口減少は当然の結果である。一方、過疎化と対で語られる「若年層の減少」はどうか。総務省の統計によると1975年から2010年にかけて過疎地では8.5ポイントの低下をみているが、全国平均では、それを上回る9.4ポイントも低下している。つまり少子化は過疎地域特有の課題ではないが、時代の断面を切り取れば過疎地域における若年層のシェアは非過疎地域より低いのは事実である。ただ、その進展の速度はむしろ比較的遅い。そして、これも「流出する若年層が尽きた」ということであれば、状況はさらに深刻度を増している。

図 66 人口内訳

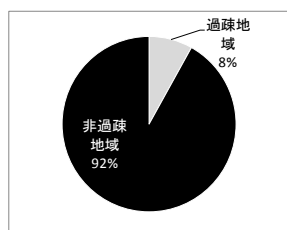


図 67 市町村数内訳

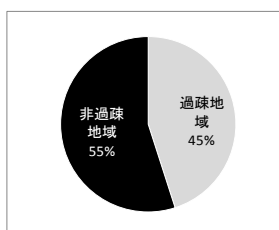
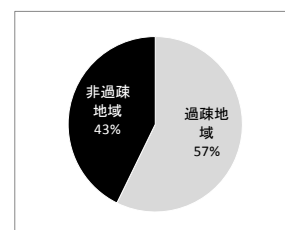
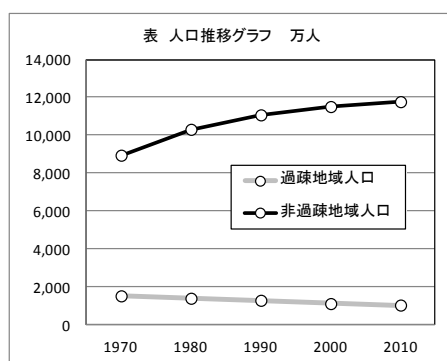


図 68 面積内訳



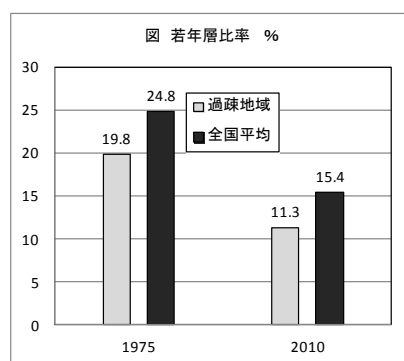
出典: H24 総務省「過疎対策の現況」

図 69 人口増減



出典: H24 総務省「過疎対策の現況」

図 70 若年層の人口推移



出典: H24 総務省「過疎対策の現況」

注: 若年層の定義→15-29歳

豊かな、とはいえないまでも人々が「安心して暮らせた地域社会」、「互助のシステムが存在していた社会」はいつのころまで機能していたのか、いつ頃から崩壊し始めたのかは定かではないが、例えば1970年頃の津和野町を見てみると、この小京都の町並みを見るために「まちなか」には観光客があふれ始めていた。駅では

観光客がひっきりなしに乗降し、サイクリング店には若者がたむろし、多くの人が街路を散策する姿が見られた。観光客の合間に疎水で白菜を洗う婦人も日常の光景のひとつであったし、名産の和菓子、源氏巻きの販売店も賑わっていた。確かに活気ある生活がそこにはあった。津和野町は日原町との合併を経験したため、見かけ上は急激な人口減少が露わになったわけではないが、内実は典型的な過疎化の歴史を有している。

当時の全国の過疎地と非過疎地の人口比をみると図 71 に示すように 14.5 : 85.5 である。あくまで仮定であるが、当時、「安心して暮らせる、そして住民同士の互助の仕組みが存在している社会」がわが国に数多くあったとすれば、その状態に復元するためには、今どれだけの人々を非過疎地域＝都市部から還流させれば良いのか。例えば、1970 年当時の比率を採用するとして、2010 年人口に当てはめれば、1,860 万人があるべき過疎地域人口（それが実現していれば過疎地ではなくなるのであるが）となる。しかし、現実には 1,033 万人にまで落ち込んでおり、その差は 827 万人となる。2007-2009 年度にリタイアという節目を迎えた団塊の世代の総人口が約 700 万人といわれるが、「過疎の解消」、「地域再生」というスローガンの実現のためには、団塊世代人口に匹敵する大規模な人口移動が一つの指標として要請されるのである。そして、一方ではフレームとなる総人口の減少を勘案すると、受け皿となる過疎地域自身の縮減は避けられない。

図 71 過疎地域解消のための人口フレーム

	過疎地域	非過疎地域
2010年総人口	12,806万人	
2010年内訳	1,033万人	11,773万人
1970年人口比	14.5%	85.5%
1970年人口比に基づく人口仮説	1,857万人	10,949万人
	+824	-824
2030年総人口	11,662万人	

もちろん、「安心して暮らせる、そして住民同士の互助の仕組みが存在している社会」は住民の数だけで決まるわけではない。人々の意識や地域の習慣、しきたり、家族構成、しごとなど様々な要素が分離拡散、霧消してしまっただけの現実の中で、それをどう再構築していくか、というシナリオが不可欠である。

しかし、これまでの過疎対策あるいは国土政策では実効ある対策は打ててこなかった。土台、人々それぞれの長い生活の歴史の中で育まれ、形作られてきたものを「政策」でカバーするのは困難といえるのかもしれない。

(2)全国総合開発計画

ここで、過疎対策の歴史を概観してみる。国づくりの政策をハードとソフトに分類すれば前者の頂点に立つのが「全国総合開発計画」である。これはいかなれば個別公共事業計画を総まとめしたものであるが、一方では「計画が公共事業をコントロールしているわけではなく、事実上、公共事業に大義名分を与える機能を有するものであった」と批判的に定義付けされた。そうした見方によれば、図にあるように計画の＜背景＞＜基本目標＞＜開発手法＞はそれぞれの時代に対応して認識、設定されているが、残念ながら、前のフェーズの政策評価が行われないまま、新たな全総計画を策定する、ということの繰り返しであった。この批判的総括においては、新しい開発方式が提案されるものの、その転換の必要性や因果関係は十分に明らかにされたとはいえないのである。政権の節目ごとの公約という以外に意味を持ち得なかったという指摘もある。

経済的な視点で計画の背景をみると、全総、新全総は高度経済成長時代のただ中にあり、GDP 対前年比は 15-20%という高率を示していた。その発展への圧力もあって都市への人口集中が加速したのであるが、三全総以降は反転してマイナス成長に陥った。そして経済でのこ入れのためには、さらに大都市周辺での産業基盤形成への投資を縮減する訳にはいかなかった。もちろん、地域格差の拡大、地方の過疎化の阻止も重要な政策課題であったが、この2つは本来背反の関係であるが、国土計画という性格上、国土の均衡発展という理念は重要であり、常に看板はかけなくてはならない、という宿命でもあった。

看板を掲げつつも、いっこうに過疎解消改善の成果はなく、国土の均衡的発展は成果なく推移してきた。拠点型の発想である大規模プロジェクトが頓挫し、それ故に小規模分散の地域定住構想を打ち出したものの具体策がなく、定住促進が困難となれば、それをなかば放棄する形で交流社会化を目指すこととなった。最終フェーズの「21世紀の国土のグランドデザイン」で標榜された「参加と連携」も「地域定住」<交流>、<都市>の焼き直しに新たに「国際化」という概念を加えたに過ぎない。もちろん、全総が主導する公共事業が「過疎対策を含む国のありよう、社会のデザイン」を描いたり、実現のための役割を担わせること自体にも無理がある。

こうした過程の中で「観光」は国土開発のツールとして少しずつ関心をもたれ始めてきた。構想計画に「観光」の役割が初めて明文化されたのは前述の五全総に相当する「21世紀の国土のグランドデザイン」である。しかし、その具体策となるといずれの時代にも必要不可欠であった「基本政策に立ち戻ったにすぎない」という印象はぬぐえない。そして、新全総と四全総では観光分野においても大規模プロジェクト信仰が繰り返されるなど、一貫性もみられない。加えて、国土全体の開発フレームや指針に基づいて、地域それぞれが土地利用や地域経済や社会の仕組みを構築していく、という手順に大きな問題がある、ということを反省し、全国総合開発計画は国土形成計画に衣替えしていくことになる。

表4 全国総合開発計画の推移と観光政策

計画名称	全国総合開発計画	新全国総合開発計画	第三次全国総合開発計画	第四次全国総合開発計画	21世紀の国土のグランドデザイン												
目標年次	1970	1985	1987	2000	2010～2015												
背景	過大都市問題	人口、産業の都市集中	人口、産業の地方分散の兆し	人口、諸機能の東京一極集中	人口減少、高齢化時代												
基本目標	地域生産性の格差解決	豊かな環境創造	人間居住の総合的環境整備	多極分散化他国土形成	多軸型国土構造形成												
開発方式	<拠点開発構想> 目標達成のため工業の分散を図ることが必要であり、東京等の既成大集積と関連させつつ開発拠点を配置し、交通通信施設によりこれを有機的に連絡させ相互に影響させると同時に、周辺地域の特性を生かしながら連鎖反動的に開発をすすめ、地域間の均衡ある発展を実現する。	<大規模プロジェクト構想> 新幹線、高速道路等のネットワークを整備し、大規模プロジェクトを推進することにより、国土利用の偏在を是正し、過密過疎、地域格差を解消する。	<定住構想> 大都市への人口と産業の集中を抑制する一方、地方を振興し、過密過疎問題に対処しながら、全国土の利用の均衡を図りつつ人間居住の総合的環境の形成を図る。	<交流ネットワーク構想> 多極分散型国土を構築するため、 ①地域の特性を生かしつつ、創意と工夫により地域整備を推進、 ②基幹的交通、情報・通信体系の整備を国自らあるいは国の先導的な指針に基づき全国にわたって推進、 ③多様な交流の機会を国、地方、民間諸団体の連携により形成	<参加と連携> <多様な主体の参加と地域連携による国土づくり>(4つの戦略) ①多自然居住地域(小都市、農山漁村、中山間地域等)の創造 ②大都市のリノベーション(大都市空間の修復、更新、有効活用)③地域連携軸(軸状に連なる地域連携のまどまり)の展開④広域国際交流圏(世界的な交流機能を有する圏域)の形成												
過疎地域人口 万人	<table border="1"> <caption>過疎地域人口 (万人)</caption> <thead> <tr> <th>年次</th> <th>人口 (万人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1970</td> <td>1520</td> </tr> <tr> <td>1985</td> <td>1354</td> </tr> <tr> <td>1987</td> <td>1300</td> </tr> <tr> <td>2000</td> <td>1177</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>1033</td> </tr> </tbody> </table>					年次	人口 (万人)	1970	1520	1985	1354	1987	1300	2000	1177	2010	1033
年次	人口 (万人)																
1970	1520																
1985	1354																
1987	1300																
2000	1177																
2010	1033																
観光政策	<ul style="list-style-type: none"> ◆①域格差の縮小/低開発地域における自然資源立脚型観光開発 ◆交流・親善/都市観光開発による国際交流や都市農村交流 	<ul style="list-style-type: none"> ◆大規模開発プロジェクト ◆広域観光ルートの形成 ◆大規模観光開発基地の建設 ◆自然観光レクリエーション地区 ◆大規模海岸性レクリエーション基地の建設 	<ul style="list-style-type: none"> ◆国土管理政策における観光 ◆自然・文化資源の保護と活用 ◆水系・森林・海域の利用 ◆国民生活基盤の整備政策における観光 	<ul style="list-style-type: none"> ◆リゾート地域の整備・地域都市の国際交流拠点 ◆山岳・海洋地域でのリゾート開発 ◆農山村での長期滞在リゾート整備 	<ul style="list-style-type: none"> ◆国内及び国外からの観光の振興 ◆地方圏への外国人客誘致など国際観光の振興 ◆国内観光の振興グリーンツーリズム、バリアフリーなど 												

出典:国土庁資料より作成

(3)国土形成計画と国土のグランドデザイン

①国土形成計画の概要

平成17年、国土総合開発法は国土形成計画法へ引き継がれた。前者の執行期間中になしえなかった国土の均衡的発展を実現すべく、新たな視点が盛り込まれた。計画期間は策定後約10年とされ、現状を顧みれば、その目標はまたしても未達といわざるを得ない。

国土形成計画の前文によると、全国総合開発計画の策定や執行によって、「東京圏への転入超過数や地域間の所得格差が縮小するなど一定の成果を上げてきた。しかし、一方で画一的な資源配分や地域の個性の喪失を招いた面もある一略」とし、さらには「総人口の減少により国土の利用に余裕を見いだせる今世紀は適切な人と国土のあり方を再構築する好機ともいえる一略」といった評価がされている。政策評価に全否定はあり得ないが、「個性の喪失以前に町や村が喪失しかねない現状」に至っていることに対する評価としては疑問が残る。特に後段の指摘には相変わらずの公共事業万能型国づくりの思想の残存を窺わせる。もちろん、関係省庁には建前はともかく、本音では非常に強い危機感はあるであろう。それは「地方中小都市や中山間地域等では、地域活力の低下、人口減少と高齢社会の加速化の中で社会的諸サービスの維持の問題に直面しており、＜地縁型のコミュニティの弱体化や、長い歴史を有する集落の衰退や消滅＞も懸念される」という指摘に表れている。

そうした認識のもと、同計画では以下のような新たなキーワードを盛り込んで構想を展開した。

ア. 広域地方ブロックという概念の導入

国土形成計画では、上意下達という方法論を転換し、地方の個性や条件を活かした計画の積み上げを目指すこととなった。その概念の基にあるのは広域地方計画区域等を一つの単位とする広域圏であり、①ブロックの成長のエンジンとなり得る都市の強化、②都市を中心とした産業の強化、③都市を取り巻く个性的な農山村集落との相互依存・補完関係の構築、などにより、「ブロック内の各地域が、互いに交流・連携を促進し、固有の文化・伝統・自然条件等に根ざした多様な地域特性を発揮していき」、「これによって、人口減少・高齢化が進展する中でも安定した経済成長を図っていく。また、各地域において多様な主体の協働を促進し、経済力だけでなく文化面や社会面も含めた地域力(地域の総合力)の結集を図るとともに、安心して住み続けられる生活圏域を形成していく」というシナリオを描いている。確かに都市であれ、農山村であれ、すべてを再生するのは困難であるし、大規模都市圏の発展に依拠した交流圏づくりが破綻した現状においては、「地方都市―再生余力のある―」に広域圏域のリーダーとして主導性を発揮させる、という提案は残された数少ないシナリオであろう。

イ. 規制緩和と地方分権

このキーワードは古くて新しい。ニュージーランドでは運輸省が全国の空港を自治体に払い下げた。空港整備の予算確保に時間がかかるため、観光立地の市は空港を払い受け、直接管理に乗り出して成功した例もある。わが国では1987年に成立した総合保養地域整備法において、県が独自に作成した基本構想が「熟度の高い構想計画」であるなら、税の減免、低利の政策融資、個別規制法の適用除外などによって、推進を支援するというスキームが示された。しかし、「熟度」の判定基準はあいまいで、「事業主体が明らかで、かつ用地が用意されているプロジェクトがどれほどあるか」という程度の判断で行うに過ぎなかった。いきおい、工事を請け負う建設会社が名目上の事業主体として名を記す、というケースも垣間見られた。総合保養地域の場合は構想承認という手形は国が握りつつも、構想実現に向けての責任はあくまで地方自治体にある、という論理で進められたのである。規制緩和も分権化も判然としない。国土形成計画では、「地域づくりの重要な担い手である地方公共団体が、自らの選択と責任の下に地域経営に必要な施策を行うための権限や財源を有していくことが求められる」としており、そこでは地域運営の哲学、ノウハウの蓄積が重要なポイントになる。

ウ. 新たな「公」

これは計画を推進していく主体論に関する概念である。かつて地域経営の重要な担い手であった「地縁型のコミュニティの再生を念頭において、自治会、小学校区等を単位とするPTA、地域の商店主で構成する商店会等、従来からの地縁型のコミュニティの復活とともに、都市におけるNPO、大学等の教育機関」、さらに、地域内外の有識者、ボランティア等、「多様な人々や企業、団体を総動員して、新たな役割分担を与えていく」という仕組みである。これまで、「主として行政が担ってきた公的任務に対して、新たなそして多様な主体の協働によって、サービス内容の充実を図る、いわば＜新たな公＞を基軸とする地域経営システムや地域課題の解決システムの構築を目指す」としている。こうした発想は規制緩和を進めていく上で欠かせない本質的な提言であり、福祉、教育、防災、環境保全、環境美化などあらゆる分野で一人三役、四役ほどの活躍が求められているのだといえよう。消費市場では十人一色、十人十色、一人十色、というキャッチフレ

ーズがマーケットの世界で浸透した。地域社会においても同様である。これからは、住民それぞれが消費者、生産者、教育者、公務、など様々な色を持ち、あらゆる役割を担うことによって、やっと小さな社会が成立するのかもしれない。もちろん、負担の大きさは抜くポリウムの縮減や、仕組みの工夫で克服しなければならない。本計画では地域の形成に取り組む新たな「公」のパターンを3種に分けることを提案している。

- 1) 従来の公の領域からの転換→自治会や企業が行う道路清掃等の管理など
- 2) 行政も民間主体も担ってこなかった分野への新たな「公」による取り組み→地域住民が主体となって参画するコミュニティバスの運行など
- 3) 従来の私の領域で民間主体が担う活動分野からの転換→空き店舗を活用した中心市街地の活性化など

これらは様々な規制改革による、前述のような全住民が全住民のために相互に支え合う社会の創出への取り組みであると理解できるが、それが膨張を続ける行政サービスの転嫁にすぎなかったり、単純に「小さな自治」を意図するものであれば議論の対象になろう。

エ. 二地域居住

全総において、掲げられた「交流社会化」という目標を堅持しつつ、国土形成計画では、

- ・都市や農山漁村等で同時に生活拠点を持つ「二地域居住人口」
- ・従来の観光旅行者等の「交流人口」
- ・インターネットを媒体とした「情報交流人口」

といった3種の交流人口を新たに定義づけ、多様な取り組みを行う、としている。

このうち、「二地域居住」については、団塊の世代のリタイヤを期とした移住願望への期待が大である。観光客のような「訪問」と「居住」の間には社会への関わりという点では非常に大きな違いがあり、地域の振興や活性化には大きく貢献するであろうが、これも実は全総ですでに謳われた「多自然居住」との違いは明確ではない。

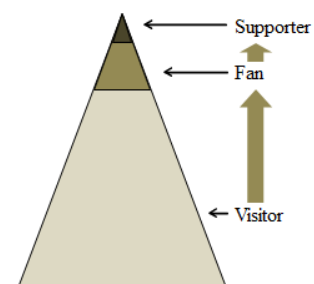
本計画が策定された時点では東日本大震災は発生していなかったが、震災後の復興や原発周辺地域からの離脱に際して、大きく立ちだかかったのが高齢者の人々の「ふるさと立ち去り難し」という思いである。それは当然の心情であるが、もし人々が海と山のいずれかに「第二のふるさと」を持っていれば、いくらかはその後の復興や新生活に希望が持てたであろうに、といえなくもない。わが国に今後も避けられない災害というものがあるとすれば、国土を縦断するような「長大軸」の形成よりも、細長い日本を輪切りにするような多くの小さな交流圏の輪を作り出し、そこで海と山を往来するような「二地域居住」を推進しておくことに意義は見いだせる。

②国土形成計画における「観光」の取扱い

地域づくりや国づくりにおいて観光の重要性が増している、という認識は全総に続き本計画でも明確である。地域文化の育成への関与が少なくなく、郷土愛の醸成による定住促進に資すること、国際交流や理解が進み、美しい国土の維持や育成にも貢献する、などの指摘は従来より繰り返されてきたところである。意義や効果は不変であるとするなら、本計画で新機軸を打ち出せていなくてもやむを得ないが、観光を産業計画、経済振興のツールとしてのみ捉える、とするなら、その適正地域は本来ごく限られる。観光のコンテンツとして近年ご当地グルメやアニメなどのサブカルチャー(クールジャパンの代表例)が取り上げられ、観光客誘致への貢献が期待されているが、その先の地域社会形成のインキュベーターとしての仕組みこそが求められているのである。

一般的に「観光は影響度係数が高く、感応度係数が低い産業分野である」といわれる。産業関連の指標はもちろん地域によって異なるが、「何もなくても観光は起こしやすく、いったん観光化が始まれば波及の裾野が広い」ということであり、それがリーディング産業としての役割を果たす、と理解されている。しかし、それは「何もないから観光で」という発想とは別物である。大小のイベントや全国で3000を超えるキャラブームをどう捉え、どう評価すべきなのか。全国津々浦々の

図72 都市観光客の階層



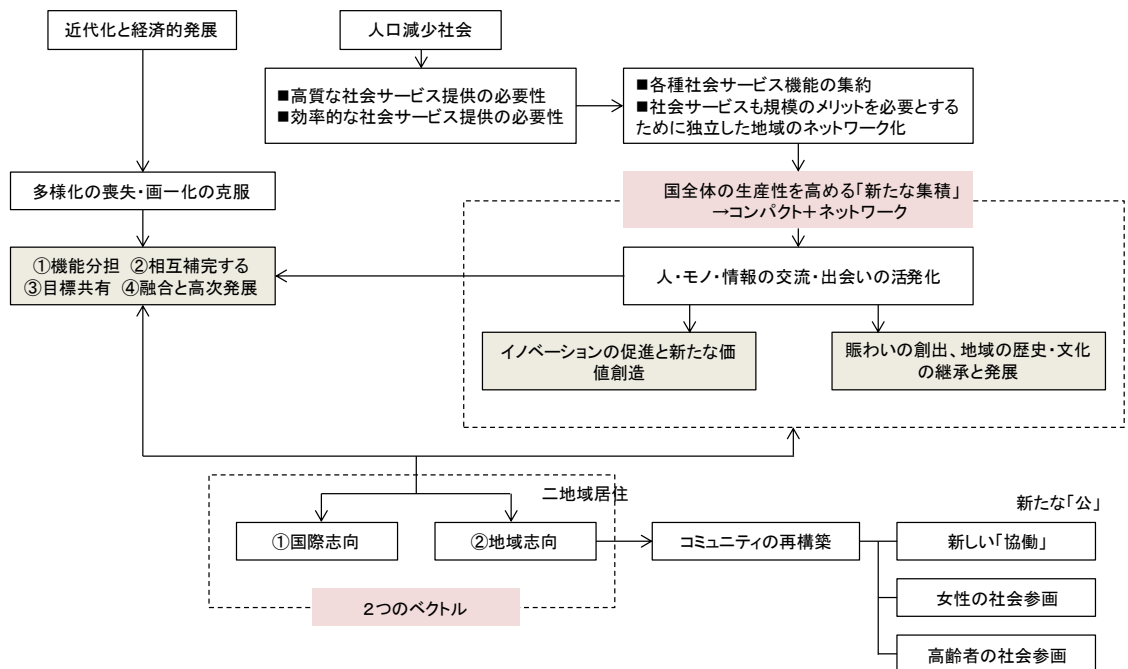
出典:公益財団 日本交通公社「アーバンツーリズム」

自治体が集客至上主義にとらわれているという指摘もある。(公財)日本交通公社の自主研究「アーバン・ツーリズムの提唱とこれを活用した新たなまちづくり構想の推進」(H9)では都市観光の誘客目的は単純な観光客増を目指すことに目を奪われ勝ちな現状に警鐘を發した。都市観光客の大部分は「ビジター」であり、彼らはいわば「観客」である。経済効果をもたらす主役であるが故に重要な役割を果たすが、地域や都市にとっては「俳優」や「主役」の獲得も重要なのである。それはファンであり、サポーターである。これらは、レポートでは「来訪者」、「参加者」、「主宰者」と換言することもできるとしている。重要な点は観光行政がビジター獲得の諸策に力点を置き、いかにサポーターにまで育てていくかの「有効な手立て」が打ち出せていない現状にある。ここでいうサポーターはビジターに比較すれば微々たる数字にとどまるであろうが、住民有志と共にまちづくりの担い手になる人材である。あるいは外部から情報や知見、体験をもたらす人々である。国土形成計画においても「組織の経営ノウハウや情報通信技術の活用能力のように、都市部には多くの人材がいる分野でも、他の地域にとっては貴重な人材である場合も少なくない。このため、地域外部の、専門的能力を持った人材を積極的に活用するという視点による人の誘致・移動を進める」と指摘している。総人口減に見舞われるわが国の地方の生き残り策はこうした人材を地域がどう確保していくかの競争に他ならないが、その第一段階で観光の果たす役割は大きい。UIJ ターンや行政の補助事業、モデル事業などもきっかけとなるが、圧倒的に多いのが観光来訪である。「何もないから観光で」という発想でスタートした地域であっても、ビジターからファンへ、そしてサポーターへと転化させていくための智慧が求められている。

③国土のグランドデザイン

国土形成計画を経て、国土交通省は平成 26 年、民間有識者の提言を「国土のグランドデザイン」として発表した。この構想の背景で大きな意味を持つのは東日本大震災である。この未曾有の災害は国土や地域社会のありかたを根本から見つめ直す契機となった。そのためもあって本構想は具体論よりは「哲学」の検証に多くの労力を費やしたように見え、新たなコンセプトを明示している。過疎に見舞われている地域社会の再生に関係のある部分を簡潔にまとめると図 73 のようになる。

図 73 国土のグランドデザインにおける地域再生の構図



出典:国土交通省「国土のグランドデザイン」をもとに作図

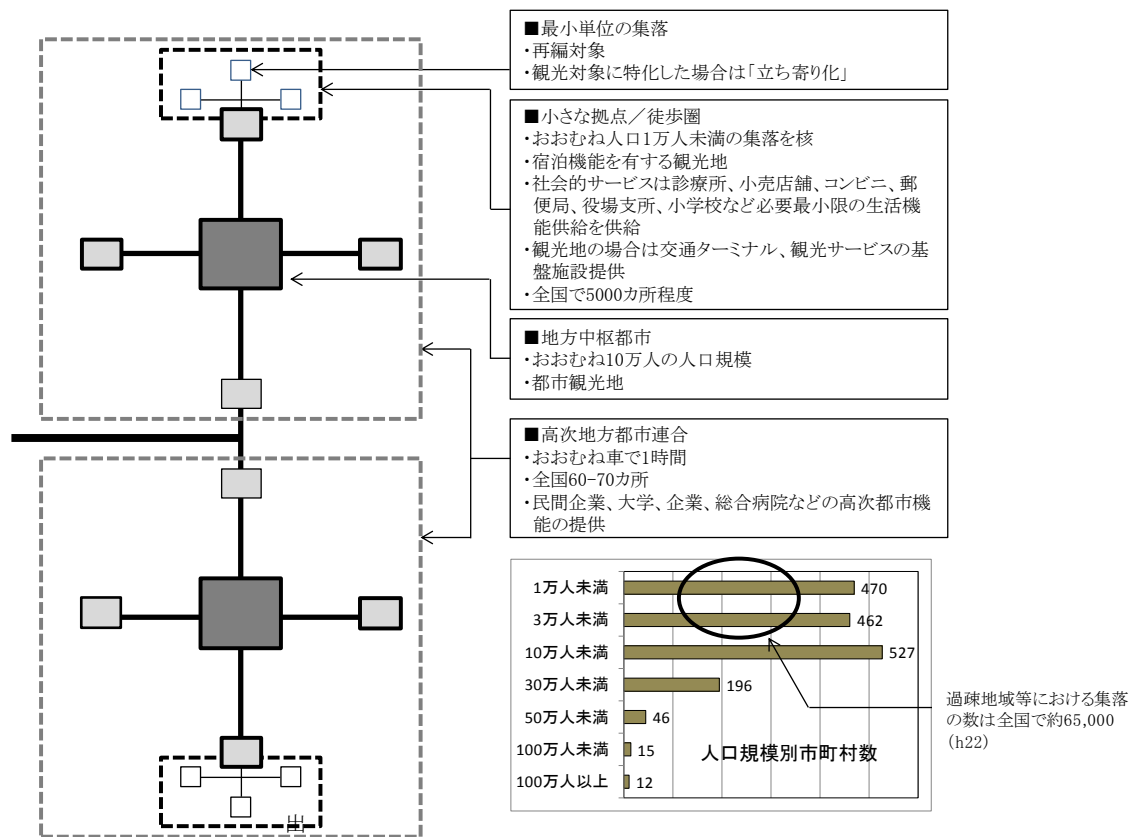
わが国は人口増加のための諸策とともに、当面の課題である人口減少社会にどう対応すべきが問われているが、小規模に分散した地域社会に対して高質なサービスの提供を維持するために「小さな拠点」が必要であり、同時にそれは一定の需要の規模なくては持続できないがために、①コンパクトな地域社会群への

再編と同時に②それらを効率的にネットワークするモバイル戦略が不可欠であるとしている。それが形成されれば、人やモノや情報の交流が活発化し、イノベーションを促進し、賑わいや文化の継承発展につながることから、旧来型の社会によるものとは別の新たな価値が創出できると構想している。一方、量的縮小に合わせて、地域の画一化や個性の消失もわが国の近代化、経済発展に並行して進んできた。それが人、モノ、情報の交流促進を阻害する大きな要因となりつつある。そのためには地域社会群がそれぞれに多様化して分散する必要があり、個性に応じて機能の分担や相互補完を意図することが期待されている。

また、本構想ではコンパクトにネットワークされた新しい生活圏＝地域社会群は2つの方向性を意識して存在することになろう、みている。それはこの間わが国が経験してきたグローバリゼーションへの対応と、一方では伝統回帰といった2つの流れである。後者については震災の経験が「ふるさと志向」を国民レベルで再認識することを加速化させた。この地域志向は国土形成計画で謳われた「二地域居住」を引き継ぐものとして位置づけられている。

コンパクトな地域社会は主体(ソフト)として「新しい協働＝新たな公」、女性、高齢者が、そしてネットワーク化(ハード)には通信や交通体系の整備が不可欠という論理が展開されているが、後者については、現実の公共投資をみると幹線交通、大都市圏交通などの偏重に従来と大きな変化はなく、まだ具体的な展開は見えない。この空間戦略をパターンで示すと図 74 のようになろう。

図 74 コンパクト化とネットワークによる生活圏の構図



出典:国土交通省「国土のグランドデザイン」をもとに作成

「コンパクト」は必ずしも全く新しい発想ではない。これに似たキーワードでコンパクトシティ構想という概念がすでに1970年代に登場している。その動機は住みよいまちづくりやコミュニティの再生を意図したもので、過疎化の進展と同時に大都市や中都市で顕在化し始めていたドーナツ化現象への危機感とそれへの対応であった。さらに1998年のまちづくり三法をもってしてもこれらの課題に対処できず、中心部の商業機能の衰退に歯止めがきかなくなり、その反省もあって2006年に中心市街地活性化法などの改正が行われた。

それと軌を一にして再びコンパクトシティという概念が脚光を浴びてきている。ただ、そこで議論されている都市はどちらかといえば、この「国土のグランドデザイン」でいう地方中核都市に相当する。津和野町のような

人口 1 万人を切る地方の「まち」は抱える課題の深刻さや内実は同一に論じられない。本構想でいう、「コンパクトにネットワークされた新しい生活圏」はそれを多分に意識したものであり、あえて「シティ」という表現を切り離している。

これまでの、たとえば人口 1 万人未満の小さな町村であっても、ひとまとまりの生活圏を整備するという目標があり、社会サービス、生活サービスの内容に総合性が求められ、その結果、高まる行政コストに自治体財政は逼迫の度を高めてきた。今後はそれを小さな拠点＝前線基地に集約し、周辺の小規模集落をネットワーク化しようというものである。国土交通省によると、全国で人口 3 万人に満たない町村は 932、比率にして 54% 存在する。市町村単位ではなく単に「過疎地における集落数」という単位でカウントすると全国で 65,000 に達する。

一方、人口 10 万人以上の都市は数にして 16% である。この構想では市町村単位ではなく、人口 1 万人未満の集落で地域の中心的機能を持つ「まち」を「小さな拠点」と位置づけ、周辺圏域の基本的な社会的サービスを担う役割を与えている。これをコンパクトなネットワークの中心とする。町村合併や中山間地域の存在を勘案すると、広大な圏域もあれば密な圏域もあり、規模を一律に考える訳にはいかないが、ICT の技術革新によってそれはカバーしなければならない、としている。

しかし、行政が行うサービスももちろんであるが、とりわけ民間営利事業であれば小さな拠点の市場性に依拠することは困難であるため、さらに広い圏域(生活圏)の形成が不可欠であることは否定できない。観光地としての性格を持つ地域なら、国道に面した部分を土産品店や郷土料理店として裏側には住民用の食品スーパーを併設するなどの複合的な業態展開も可能であり、全国の道の駅もそのような機能を發揮しているが、そうした複合拠点を過疎地それぞれが創出していかねばならない。

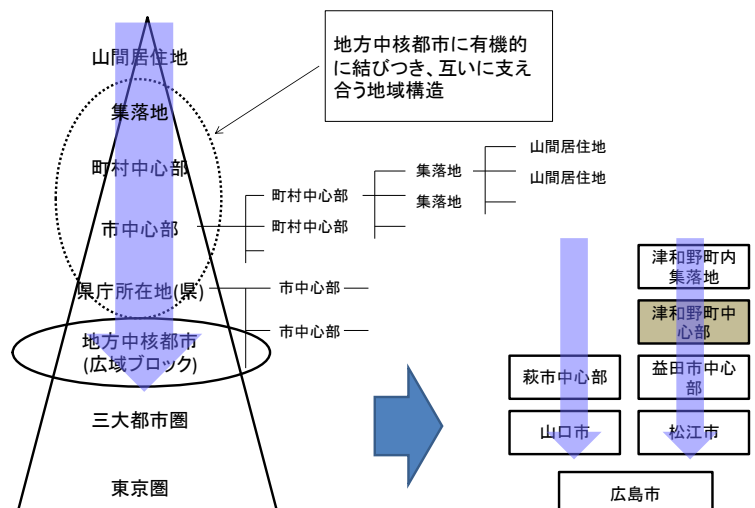
「国土のグランドデザイン」が描く空間パターンを津和野町に適用すると、津和野町の人口は 8,000 人余であり、小さな拠点としての位置づけは可能であるが、いうまでもなく社会サービスを提供する余力やマーケット規模は十分ではない。さらにその周辺山間部に小さな集落がいくつも散在するが、非常に疎であり、自律的な圏域形成は容易ではない。津和野町資料によれば町内の農業集落数は 92 を数える。中には戸数 5 や 10 といった 10 年後に存在が疑われるような集落も当然ある。人口の約 1 割を占める農業就業人口 800 人弱が分散して生活しているのである。津和野町に限らず、多くの過疎地は町村合併をしたものの、広大なエリアに分散居住する形態を再編できず固定化してきた。これを ICT でカバーするというのも非現実的である。住民は仮想社会で生きているのではないし、情報で治療はできないし、空腹も収まらない。やはり、ある程度の再編集約は避けて通れない。

津和野町の北方約 30km には人口 4.9 万人の益田市、西方 20km には人口 5.2 万人の萩市、南西 40km には人口 19 万人の山口市がある。このうち島根県に属するのは益田市であるが、歴史的に津和野町は島根県に属しながら山口市との関係(通勤、通学、買い物など)が深いといわれる。

この「コンパクト化とネットワーク」という構想に近い提言が「日本創生会議」により提唱された(「地方消滅」2014.8 増田寛也、中央公論新社)。同書では過疎化の防衛・反転線の構築ラインと称して、地方中核都市を人口のダムとして流出を防ぐ砦とし、ここに資源や政策を集中的に配して、その上流にある町村や集落を支える、としている。もちろんすべては支えきれない現実を見据えて集落等の選択と集中もありうるとしている。この提言に従えば、津和野中心部(津和野まちなみ観光の対象となる街区)の様々な生活機能、産業機能は一次的には益田市、山口市などの支援ネットワークの中に入り、それを防衛するのが広島市というイメージである。

提言では、県庁所在都市以上の地域に

図 75 過疎化の防衛・反転線



においても、それぞれの個性に鑑みて依存関係や独立性などは当然異なるとしており、そのひとつに観光的なポテンシャルも含まれる。

津和野町は同書の算出したデータによると2040年には若年女性は121人しかいなくなるという数値を示している。それだけ危機的な状況にあるため、益田市や山口市、さらには広島市への依存関係をどう整理するか、一方、逆に津和野町中心部が周囲に広がる集落などをどのように支えるか、という二面の方策が要求される、といえるのである。しかしながら、前項の「津和野町と広島市」ではいかにも距離がある。2時間圏である。益田市や山口市とは1時間圏であるが、それでも日常的な生活機能の補完、分担関係の構築は容易ではない。少なくとも医療、福祉、教育などをICTによる実距離の短縮で賄う、というのは無理があり、必要最小限の生活機能維持は確保しなければならない。

防衛・反転線の構築の論理には説得力があるが、集落や町や都市の空間分布を物理的に変えることはできない。ピラミッドの構造図は模式的に描けても現実の都市や集落の配置は一樣ではない。戦略の順序としては町村の中心部に生活前線基地の構築可能性をまず検討し、それが不可能な圏域は市の中心部や県庁所在地が支援するなり、圏域からの退出を促すなりして、その上で最終的には地方中核都市で生活や産業などのすべての機能を完結させる、といったステージプランが現実的であろう。その生活前線基地の構築のために「観光」の果たす役割があるはずである。観光者の行動は日常生活圏域や流通の圏域とは全く異なる。細い移動手段であっても、時間を要しても価値あるモノやコトを求めて人々は奥地にまで流入する。グランドデザインや防衛・反転線で描かれたピラミッド構想とは異質の動きをもたらすところに活路があるのである。

また、一方ではパッケージツアーなどでの観光客の行動範囲を照合すれば、「コンパクトとネットワーク」で形成された圏域は狭域すぎる。津和野にとって萩は「ライバル」という見方もあるが、行政圏域の相違を乗り越え、相互の依存関係を顧みて観光協働のしくみを構築することが、とりわけ中国地方西部の観光の自律的発展に不可欠である。観光が「観光拠点都市と観光地区(山間集落までを含めて)の構造」をみずから作り出すのである。

前述のように、小さな拠点や集落やさらに周辺都市などの分布形態は一樣ではない。従って、集落群のみでネットワーク化された生活圏で相互補完しあう仕組みも採択しなければならない場合があるし、人口規模は小さくても温泉観光地などは宿泊機能が充実しており、それに伴って社会サービス機能が備わっている場合も多いことから、それを小さな拠点として活用することも可能であろう。

こうしてみると地域創生の解は個別であり、市町村単位の行政施策の一律的な奏功も期待しにくい。国の地方創生への取り組みにおいては従来の上意下達式の補助事業やモデル事業偏重への反省から、地域の独自性、発想力などを重視しており、様々に優れたアイデアも登場している。しかし同時に「あらたな仕組みづくり」や前提としての「適正な人口配分＝バランス論」なしのアイデア出し競争に陥る懸念もある。そのような骨格の形成がなければ、総人口減という予測のもとに「コンパクト・ネーション＝首都圏への一極集中」という概念すら逆に現実化するかもしれない。これまで克服すべき課題としてあげられてきた「大都市集中」と「コンパクト化」は根本の発想において同一なのである。

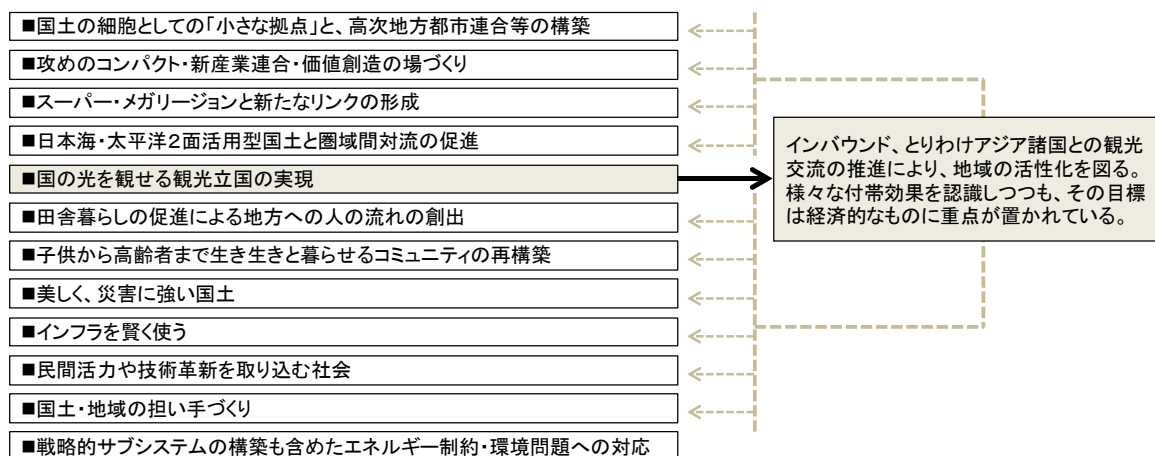
④国土のグランドデザインにおける観光の位置づけ

同構想に戻って、観光はどのように位置づけられているのか、をみると12の「基本戦略」のひとつとして観光振興が取り上げられている。ただ、内容的には産業分野のセクタープランとして並列に並べられているにとどまっている。

観光部門は地域の活性に貢献する産業として取り上げられているが、それにのみとどまるものではない。近年の観光の概念や行動が多種多彩に拡大するにつれ、その他の基本戦略に様々な形で関与する可能性が高まっている。新たな地域社会の創成に観光が関わる仕組みは「観光分野におけるビジネス・エコシステム」のひとつなのである。地域社会では需要も供給も規模の効果は少なく、多種少量の産業構造は構築しにくい。いきおい、夕張の例をみるまでもなく、突出し一色に染まった観光産業はバブルの崩壊に耐える力を持ち得なかった。地域づくりや町づくりのひとつひとつの戦略に様々な形で関与していくことは観光産業にとって安全保障でもあるのである。ここで基本戦略と観光の関わりについての可能性をみってみる。

図 75 国土のグランドデザインにおける基本戦略

基本戦略



出典：国土交通省「H26 国土のグランドデザイン」をもとに作成

●小さな拠点づくりへの貢献→

旧来の観光（著名な観光資源や施設をめぐるもの）だけではなく、町歩きや地域の名産、生鮮食材を買い求める「手軽な」観光が人気である。外来者は商店街や道の駅で買い物をして帰る。地域住民の買い物行動との差はあまりない。一方では、地産地消の加工品を求め、それが地域の小さな製造業・加工業への生産刺激をもたらす。極めて小規模でローカルな産業と商圈が生まれ、小さな拠点を支える柱となる。

●価値創造の場づくり→

知識と情報と労働の注入により、地域資源の活用が図られ、新たな価値の創造が生まれる。地方の大学を中心に研究者や学生が連携して研究開発、商品開発、マーケティングなどに従事する。その派遣・受け入れに観光の仕組みを利用する。あるいはイベントや観光コンテンツに成果を取り込んで価値の商品化をはかることができる。研究支援の国際的公益機関であるアースウォッチ (USA, NY) は世界中の研究者のフィールドワークに対して世界中から助手を募集斡旋している。それが旅行商品という形になっている。ワーキングホリデー、アクティブ・ラーニング、ボランティアツーリズム、テクニカルツーリズム、メッセなどもこの範疇に入る。

●圏域間対流の促進→

林間学校、臨海学校、山村と都市交流、田園リゾートなどの推進により、家族ぐるみで近距離の交流圏を作り出す。第二のふるさとづくりである。イギリスなどでは産業革命以後の大都市への労働力集中以降年月が推移し、「帰省」という概念や行動が消失したといわれる。その代償としてグリーンツーリズムによる田園回帰が活発化した。ふるさとへの DNA は国民すべてに残存していたのである。全総で謳われた「国土軸」とは別にそのような小さな圏域群（日常的な行き来ができるふるさとづくり）を形成しておくことが防災や復興の対策上必要である。これは国民の生活レベルの安全保障であり、さらには経済産業面での太平洋側の集積過剰に鑑み、リスク回避策となる。

●田舎暮らしの促進→

過疎地域にとって IJU ターンは重要な手段であり、これまでも盛んに取り組まれてきたが、必ずしも大きな成果を上げてきたとは言い難い。その理由として就業の機会や教育、医療など家族の生活環境の機能不足も指摘されている。その一方ではリタイヤした都市生活者の田舎暮らしへの潜在需要は大きい。受け入れ環境の不備もあるが、大きな課題として「田舎」と「潜在需要者」の間の情報ギャップが指摘されている。近年脚光を浴びてきたグリーンツーリズムは田舎や田舎生活の魅力を伝える手段となっており、これをさらに移住促進のツールとして改善し、諸機能を補完しあう小さな拠点が移住者の不安を解消していくことが展望できる。

●多世代が暮らすコミュニティ形成→

様々な災害を契機にボランティアツーリズムが定着し、中山間地域の老人世帯の見守りや豪雪地帯の雪下ろしなどに従事する人々が拡大し、また学校教育の補完的試みとしては都市部の学生が過疎地を訪問するなどのアクティブ・ラーニングも活発化している。これらを観光行動とみるかどうかは評価の分かれるところであるが、ロジスティクスの部分で観光は十分な貢献を果たしている。

また、学生のみならず、多くの国民のライフスタイルも多様化するであろう。就業前に自らの可能性を探すモラトリウム型、毎日の就労を半分に抑えて自由時間を日常の中に見出すバランス型、10年きざみで自分を見つめ直すサバティカル型、活動的なライフステージにおいて定期的にリフレッシュするためのまとまり自由時間をとるリカレント型などが想定されているが、こうした人たちが地域のコミュニティに参入して生き甲斐を見出す、その結果として多世代居住の実現が期待できる。こうした予備軍のあっせん機能、コーディネート機能がまだ不十分であり、これは実は旅行業の役割であり、旅行の新たなコンテンツともなりうるのである。本来、観光は「自らを変えるための行為」に他ならないからである。

●美しく災害に強い国土→

また、観光は景観保全を必要とする。一方でそれは治山治水と相容れない場合もある。ただ、東日本大震災の津波は人知によって防げないものはない、ということが誤謬であることを示した。復興による地域の再生プランは様々な形態があろうが、観光地づくりとは実は永続的な地域の修復作業に他ならない。白砂青松は本来は災害防備の産物であるし、浜辺のキャンプサイトは子供達に災害時のサバイバル教育の恰好の手段でもある。水を探し、火をおこし、安全な寝場所の選定、退路の確認など災害に強い人間を養う場でもある。美林の維持、珊瑚礁の保全、野生動植物の保護なども観光行動で学ぶことができる。

●インフラを賢く使う→

道路、上下水、電力、通信などの諸インフラは観光客の来訪によって中山間地などの条件不利地域においても整備の必要性基準に達することがある。また、既存道路も観光地仕様にのっとなって再整備されることもある(沖縄県国道 R58 など)。本構想で示された「小さな拠点＝コンパクト化とネットワーク」では新たなモバイル社会のためのスマートインフラの導入が検討されているが、豊かな社会資本を構築するという意味では技術革新と同様「より美しいインフラづくり」という観点も重要である。電線の地中化を始めわが国では実践すべき宿題は多い。通信部門においても観光客の安全性確保、観光行動のナビゲーション等の容易化、あるいは観光関連企業の経営高度化など観光の発展に伴ってインフラ整備の機会は増大する。

●民間活力、技術革新を取り込む→

佐賀県武雄市では公共図書館を民間に運営委託して利用者の拡大に貢献しているが、観光地においては博物館、駐車場、索道など公設の観光基盤は数多い。中には遊休施設化しているものも少なくない。これらは観光利用の拡大とあいまって民間委託を進め、観光収益に貢献する可能性を秘めている。

●国土・地域の担い手づくり

観光行動の究極の着地点は観光者自身の自己変革であり、その契機となった地域への同化である。ビジターからファンを経てサポーターとなる。地域づくりの要諦は「ヨソモノ」「バカモノ」「スグレモノ」といわれる(森巖夫、明海大学)が、観光者は他地域からの情報、技術を持ち込み、交流を実践する中で地域づくりに関与しはじめ、さらには地域に移り住んで地域のリーダーを支える人材と化する。

(4)経済産業的視点でみた過疎地域問題

国土のグランドデザインで示された概念「コンパクト化とネットワーク」を労働市場の流動化や地域の経済産業構造の再編という視点でみるとどのような解釈や展望が可能なのか。過疎地(拡大解釈すればく地域)への移住を促進する際の大きなハードルのひとつに「就労場の不足」にあることはいままでもない。富山和彦氏「なぜローカル経済から日本はよみがえるのか(PHP新書932)」をもとにそのシナリオを描くと以下ようになる。

①都市から過疎地への移住の実態をみると、その実態はリタイヤ層の移住が主であり、生産年齢世代の人々の移住が困難な状況にあることは否定できない。

- ②そもそも労働市場の流動性は製造業からサービス産業へのシフト、サービス産業間のシフトという流れがあり、それに都市部から地域へ、という流れへのシンクロが期待されている。いうまでもなく、わが国の産業構造変化の歴史はサービス産業への比重拡大の動きであり、この分野は企業数で9割、従業員数や付加価値額ベースでは8割程度に達する。
- ③都市部の大規模で世界的に競争力のある製造業では高度に労働生産性が高まり、その結果、単純労働の雇用吸収力は低下してきた。企業の核心部分を担う優秀な労働力は海外調達も普通になってきた。それ以前にも企業の多くは研究開発部門を残して製造部門は海外生産に切り替わっている。そうした企業では労働力の余剰が発生する。総人口の減少や高齢化により、余剰感の印象は緩和されているものの、余剰労働力の地域サービス産業へのシフトはなかなか増えない。
- ④それはサービス産業間の間でも同様である。それらの原因はサービス産業自体の非生産性、それ故に需給が飽和状態にあるから、という指摘がある。
- ⑤地域に立地するサービス業で目立つのは交通、福祉、医療、教育などの公益的な企業で、これらは独占的で競争原理もあまり働かない。観光産業も大手資本の域外からの参入は難しい。その土地への属地性が強く、親代々からの経営を引き継ぐような場合が多いからである。いきおい、経験と勘、どんぶり勘定の経営であったり、護送船団であったりし、その結果、労働生産性が低くても事業は成立し、その結果、ゴーストタウンと見間違えるような温泉街もある。廃業を余儀なくされる旅館もあるが、それらは過去に過大投資に走っている。必然的に労働者への賃金や待遇は悪く、新たな労働力の流入を促進する要因とはならない。都市部で就労してきた人たちは製造業経験者であれ、サービス産業経験者であれ、地域のサービス産業の<低レベルな>労働市場の飽和性によって移住を阻まれている。
- ⑥わずかに可能性のあるのが一次産業である。耕作放棄された農地が溢れている。農業への参入にハードルがないわけではないが、都市部住民の「自然志向、健康志向」に支えられてIJターンの例が見られ始めた。
- ⑦さらに、労働市場という観点で流入の壁となってきた地域産業構造の特質は変化しつつある。地域のサービス業の労働生産性の低さはワークシェアリングを産み、地域の雇用を形成してきた。しかし、低待遇のパートや非正規の労働に甘んじつつ支えてきた住民も高齢化が進み、いまや就業が困難になってきている。需要拡大もないままの人手不足社会に陥っているのである。
- ⑧この問題に対処するには空間のみならず、産業や就労の<集約化>は避けて通れない。そのためにはサービス産業の生産性向上が欠かせない。近年、地域の観光業界では経営に行き詰まった旅館やホテルを買収し、「低価格、低サービス、低待遇」といったビジネスモデルで事業を再生させる例が見られる。学生などによる低予算の旅行でこれらは活況を呈しているが、本来こうしたモデルー資産を驚くほどの価格で買ったとき、従業員を大胆に解雇し、非効率なサービスは切り捨てる―は都市部からの就労者を受け入れる環境づくりには貢献しない。こうしたビジネスは労働生産性の低さを固定化するものであり、過疎地の再生や地域への就労促進とは真逆の動きである。経済効果の地域還流も期待できず、景観や環境や施設といった地域の資産価値をも減殺してしまう。むしろ、地域独自の最低賃金制を導入するなどの大胆な政策により、価格はともかく「高サービス、高待遇」の企業の生き残りを図るべきであり、それはサービス産業／観光産業の高度化、労働生産性向上なくしてはなしえず、またそのことなくして新規就労者の都市からの移転はかなわない。
- ⑨地域のサービス業、とりわけ観光地において選択と集中が進む場合にひとつの懸念がある。それは空間的な処理の問題である。観光地は長い年月を重ねてヒューマンスケールの空間を築いてきた。そこで退出した観光施設やホテル旅館の跡地や構造物は野ざらしにされ、全体の景観、雰囲気や環境を毀損するケースが多い。津和野の町並みは民家レベルにとどまっているが、有名温泉観光地などでは皮肉にも「廃墟ツアー」が催されるほどである。このような土地の跡地利用には最新の注意を払うこと、優れたデザイン・センスで取り扱うことが必要である。観光地の優劣は経営手法もちろんであるが、様々な意味での「センス」が地域には圧倒的に欠けていることが多い。
- ⑩経済・産業のパラダイムシフトの過程でもマーケットの縮小は避け得ない。同時に生活環境も収縮する。人々は小さな経済圏で生きていくことになる。そこで新たな「コンパクトな生活価値観」のようなものをどうして構築していくか、地域住民と移住住民の協働作業で考えなければならない。

つまりは「生き方の模索や変革」である。これは政策ではなく住民個人の問題であり、生活史の組み替えであり、人間関係の再構築であり、習慣の選別にも及ぶ。

⑩先に、コンパクトな地域社会で生活の充足感を満たすためには単一の消費者、単一の就労ではなく、住民がそれぞれ一人で三役、四役を果たす、そういう仕組みも検討に値すると先に述べた。幸い、生活サービスを中心とした労働の現場では、大資本の製造業で要求されるほどの特殊技能は必要ではない。汎用性のある中レベルのスキルで間に合う。高齢者でも小中学生の補習程度はこなせるし、主婦も介護の現場で活躍できる。逆に高齢者は高校生にサッカーのテクニックを教わることもできる。コンビニから郵便物の配達をしても構わない。小さな社会であるから、通勤に余計な時間を費やすこともない。曜日や時刻ごとに変身すればいいのである。つまり労働生産性の向上がもたらす余剰時間を活用し、特定業種への拘泥から脱皮し、複合的な業種のワークシェアリングによる多業種就労という形取り組む、そういう可能性を追求するのである。そうすることによって、「人間の数」は減少しても「人間関係」の濃密さは取り返せる。そうした仕組みを実現するひとつの試みとして「地域生活複合企業体」といった様々な業種を束ねる持ち株会社のような仕組みを創出する、といったこともありえよう。

(5)過疎振興計画と現状の理解

ここで、直接的な過疎対策行政の系譜を概観してみる。過疎対策は離島振興法、豪雪地帯対策法など多様な内容、関係省庁で複合的に進められているが、その基本は総務省の通称「過疎法」にある。

そもそも過疎問題は 1950 年代半ばあたりからの高度経済成長に伴って顕著な現象となってきた。1970 年には問題が顕在化し、議員立法によって過疎地域対策緊急措置法が制定され、人口減少の防止と地域社会の健全な発展を目指すものとして位置づけられた。しかし、その後も地方から都市部への人口、とりわけ生産年齢人口の流入は避けられず推移してきたことは先述の通りである。法はその後、1980 年の過疎地域振興特別措置法、1990 年の過疎地域活性化特別措置法、2000 年の過疎地域自立促進特別措置法、2010 年、2012 年、2014 年の「過疎地域自立促進特別措置法の一部を改正する法律」の施行という歴史をたどってきた。

過疎法による過疎対策の具体的な内容は簡潔にまとめると「生活環境の整備に際しての国庫補助の強化」、「過疎対策事業債の認可」、「インフラ整備の道府県部分の代行」、「公的融資」、「税の優遇」などである。このほかに農地の活用や文化伝統の維持、教育の充実などへの「配慮」といったことが盛り込まれている。しかし、総じて政策内容に非過疎地域との違いを見つけてるのは困難である。極論すれば、「町づくりの手法は何ら変わりなく」、「資金面での優遇」にとどまっている。過疎問題が全国規模で急伸し、緊急的な措置を要するケースや著しい条件不利地域があるなどの事情により、総花的、定型的な法体制で進めざるを得なかった、ということもあるが、顕著な成果を上げていないことはその結果が示している。

表 5 過疎対策法の推移

法律名	過疎対策緊急措置法	過疎地域振興特別措置法	過疎地域活性化特別措置法	過疎地域自立促進特別措置法	過疎地域自立促進特別措置法(延長法)
期間	1970～1979	1980～1989	1990～1999	2000～2009	2010～
背景	・新規学卒者を中心とした急激な都市への人口吸収。	・住民の就業機会や医療の確保。 ・若年層を中心とした人口流出による高齢化。	・第2次オイルショックを克服した新たな東京一極集中。 ・高齢化、産業面、公共施設整備面での遅れ等の「新たな過疎問題」の発生。	・自然減が重みを増し、高齢化の進行、引き続き若年者の流出。 ・農林水産業の著しい停滞。 ・集落存続危機。	・雇用の場の不足。 ・集落存続危機 ・身近な生活交通の確保。 ・医師不足。 ・伝統文化の喪失。集落の消滅。
考え方	・緊急の対策。 ・生活環境におけるナショナルミナムの確保 ・開発可能な地域に産業基盤等を整備。 ・人口の過度の減少、地域社会の崩壊、市町村財政の破綻防止。	・過去における人口減少に起因した地域社会の機能低下、生活水準、生活機能の改善。 ・総合的かつ計画的な振興施策による住民福祉の向上、雇用の増大及び格差の是正。	・「振興を図る」から「活性化を図る」へ。 ・地域の個性を活かして地域の主体性と創意工夫を基軸とした地域づくりを重視。 ・ハードのみならず、ソフトも含む総合的な地域の発展を重視。	・「活性化」から「自立促進」 ・全国的視野に立った過疎地域の新しい価値、公益的機能。 ・個性を発揮して自立できる地域社会。	・過疎問題の解決を国民全体に係る重要課題ととらえた、切れ目のない対策。

出典：総務省「過疎対策の現況」

過疎対策の根幹はいうまでもなく、①人口の自然増、②人口の社会増に分けられる。①については出産適齢期女性数、合計特殊出生率、高齢化率などを勘案すると現状ではほぼ不可能なシナリオという悲観的な見方もある。子育て環境の充実や企業制度、社会の理解、個人の価値観など多くの課題が山積しており、

都市部でも地方でもハードルの高さの違いはない。②については、人口の地域配分の問題であり、単純な地域間競争ということになる。社会移動は就学、結婚、就職、転職、退職といった節目に起こることが多い。移住促進のために各市町村は学校の誘致、婚活の促進やあっせん、企業誘致や起業支援、などに取り組む。果ては刑務所の誘致が話題になったこともあった。今後外国人移住もテーマとして議論されることになる。人口の社会増を実現するための移住策としては、過疎振興計画によって、地方の「公共基盤整備」、「企業誘致」、「地域産業育成」、「生活条件整備」などが図られてきた。公共基盤整備は都市から地方への富の再配分という意味を込めているが、財政資源にも限りがあるうえ、近年は防災意識への比重が高まり、既存インフラのリトリートメントの負担も増大している。また、地方には公共事業の処理能力が失われ、予算消化もままならない。企業誘致については、いうまでもなくグローバル化の波の中にある。近年になり、回帰現象も散見されるが、それでも開発途上国との間での誘致合戦を勝ち抜いての企業誘致の推進は容易ではない。徳島県神山町のような、バーチャル環境の整備で立地しうるケースはごく限られた例であろう。

- 国を始め様々なレベルで検討されている、過疎対策の諸構想、地方創生への認識や対策をまとめると、
- ①地方の創生、活性化はわが国の最大の政策目標にまでなった。
 - ②資源や資金には限りがあり、また総人口減少は与件として確定せざるを得ず、残されるのは配置、配分のシナリオのみといってよい。
 - ③地方という概念はひとまとめにくくすることはできず、都市ランク別、地方圏の空間的産業的特質に基づいた処方箋が必要であり、全国にいくつかの地方拠点の強化、形成は最重要課題のひとつである。
 - ④同時により小さなサテライト的集落の再編集約、コンパクト化は避けられず、その中で生き残るための方策や活動については地域独自の取り組みを待つしかない、といえる。
 - ⑤とはいえ、地方圏の前線基地たる地方中核都市、地方中枢都市へのテコ入れを優先するシナリオに従えば、大多数の地方市町村や山間集落は持ちこたえられず、消滅の運命を辿る。そうして再編され、選ばれた持続可能な市町村群で形成された「国土」は「日本という国」とは異質の物になってしまう懸念もある。
 - ⑥そこでの再編の論理、基準を、人口減少率や人口密度、高齢化率や一人当たりの生産額、公債比率などに求めることには疑問がある。もっと多様な「生き残りの理由」が取り上げられて然るべきである。それらを「日本」のアイデンティティを構成するもの、と表現してもよい。
 - ⑦あるいは、生き残るべき都市や集落の条件として「生活や文化や人間関係が継続されていなければならない」と換言してもよい。そして行政計画、補助金や規制緩和などのみでそれらに取り組むには限界がある。
 - ⑧ではそのような指標は何によって求めるべきか、と考えると「観光」がひとつの判断基準になる。もちろん、そこで求められる観光は従来の遊興娯楽型のものとはかなり違うはずである。端的に言えば「訪れた人々の価値観を覆すような力のある地域」であり、「ビジターがサポーターに転化する」ような地域でなくてはならない。その場合には中核都市、地方都市、山間集落といった規模による優劣はない。
 - ⑨同時に、地方独特の産業構造についても改革は避けられない。それは生き残りのためのエンジンといえる。宿泊観光地の場合は規模の大小を問わず生活圏が成立している場合が多く、多種少量の産業が立地している。そして観光は産業連関的に表現すれば感応度係数が低く、影響度係数が高い。多くの分野に波及していくリーディング産業としての特質を持ちうるのである。
 - ⑩もちろん、こうした産業界ではイノベーションが必須である。それなくしては都市部からの新たな就労と移住は期待できない。労働生産性の低さを克服して魅力ある職場が提供できたとしても、季節波動や曜日波動あるいは時間波動が宿命の業界であるため、その中で労働生産性が高まれば余剰時間が生じる。そこで前述したようにマルチワークの就労形態が可能となれば、それが「少数住民による濃密な人間関係、住みよい社会環境」構築の一助になる、と期待したい。

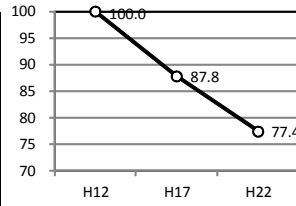
(6) 過疎対策の優良事例

国レベルのマクロな視点で見ると過疎対策は成果を上げているとはいいがたい状況の中で、過疎自治体は危機的状況に直面して、各地で様々な取り組みを行っている。そして、少しずつではあるが、成果を上げつつある。表6は、総務省が優れた取り組みとして顕彰した地域の事例の一部を取り上げたものである。

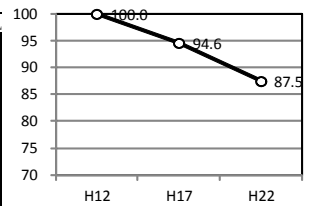
表6 過疎対策の優良事例 総務省

<p>■愛知県豊根村</p> <p>活動主体 豊根村役場 テーマ 県内大学生による地域づくり支援 活動内容 地域づくり提言活動 農業体験イベント催行 地域出身者交流会 豊根PR活動 成果 交流受け入れの精神的基盤づくり 観光の役割 観光農園利用の活性化</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>93.1</td></tr> <tr><td>H22</td><td>82.0</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	93.1	H22	82.0	<p>■島根県邑南町</p> <p>活動主体 邑南町役場、観光協会 テーマ 地域ブランドづくりと子育て支援 活動内容 産直市の開設 田舎の逸品認証制度 インターネット通販 観光協会直営レストラン経営 保育料、生徒の医療費無料化 定住支援コーディネーター設置 産直市では島根県NO.1 成果 産直市では島根県NO.1 観光の役割 グルメをテーマとした観光振興で町の魅力のPR</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>94.0</td></tr> <tr><td>H22</td><td>86.8</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	94.0	H22	86.8
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	93.1																		
H22	82.0																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	94.0																		
H22	86.8																		
<p>■宮城県丸森町</p> <p>活動主体 NPO ひっぽUIターンネット テーマ 移住者受け入れ環境の整備 活動内容 地域住民有志による地域づくり組織設立 田舎暮らし体験ツアー 空き家・農地の情報収集 転入者への情報提供、暮らし相談 営農指導 成果 子育て世代12組の移住 観光の役割 田舎暮らし体験ツアーで定住希望者への情報提供</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>94.0</td></tr> <tr><td>H22</td><td>86.8</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	94.0	H22	86.8	<p>■愛知県設楽町</p> <p>活動主体 設楽町田峯地区 田峯小学校 テーマ 農村歌舞伎による国際交流 活動内容 奉納歌舞伎の伝統継承と公演 地区で宅地造成、定住促進 子供を歌舞伎の担い手として育成 海外公演 成果 子供の郷土意識醸成 観光の役割 公演集客</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>90.6</td></tr> <tr><td>H22</td><td>82.9</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	90.6	H22	82.9
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	94.0																		
H22	86.8																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	90.6																		
H22	82.9																		
<p>■島根県邑南町</p> <p>活動主体 邑南町役場、観光協会 テーマ 地域ブランドづくりと子育て支援 活動内容 産直市の開設 田舎の逸品認証制度 インターネット通販 観光協会直営レストラン経営 保育料、生徒の医療費無料化 定住支援コーディネーター設置 産直市では島根県NO.1 観光の役割 グルメをテーマとした観光振興で町の魅力のPR</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>94.0</td></tr> <tr><td>H22</td><td>86.8</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	94.0	H22	86.8	<p>■石川県珠洲市</p> <p>活動主体 株式会社のろし テーマ 狼煙地区の観光交流の振興 活動内容 まちづくり団体による大浜大豆栽培の復活 大豆製品のブランド化と販売 農業の六次産業化と交流事業拡大 地域産品ブランド化と知名度向上 観光の役割 着地型観光コンテンツとして定着来訪客の増大と黒字経営</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>90.9</td></tr> <tr><td>H22</td><td>82.1</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	90.9	H22	82.1
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	94.0																		
H22	86.8																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	90.9																		
H22	82.1																		
<p>■愛知県設楽町</p> <p>活動主体 設楽町田峯地区 田峯小学校 テーマ 農村歌舞伎による国際交流 活動内容 奉納歌舞伎の伝統継承と公演 地区で宅地造成、定住促進 子供を歌舞伎の担い手として育成 海外公演 成果 子供の郷土意識醸成 観光の役割 公演集客</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>90.6</td></tr> <tr><td>H22</td><td>82.9</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	90.6	H22	82.9	<p>■群馬県神流町</p> <p>活動主体 地域団体、住民 テーマ 山村と都市の交流イベント 活動内容 山村環境を活かしたトレイルランニング大会の開催 住民の15%400人が運営協力 そば打ち体験、山の清掃ボランティアなどの関連企画 成果 年間2000人の若者との交流実績 観光の役割 トレイルランニング関連ツアーの実施などで集客</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>85.9</td></tr> <tr><td>H22</td><td>73.3</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	85.9	H22	73.3
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	90.6																		
H22	82.9																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	85.9																		
H22	73.3																		
<p>■鹿児島県西之表市</p> <p>活動主体 社団法人なかわり生業山農園 テーマ 農産品のブランド化と都市住民との交流 活動内容 地域おこし協力隊による啓蒙 18世帯で生業生産に着手 市街地から農業サポーターが参加 有機栽培の学び 生業のオーナー制度 住民の営農への自信回復 観光の役割</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>96.5</td></tr> <tr><td>H22</td><td>93.1</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	96.5	H22	93.1	<p>■長崎県新上五島町</p> <p>活動主体 若松ふるさと塾 テーマ 地域活性化のためのイベント運営 活動内容 物産展、無人島体験、花火大会 24時間ソフトボール、結婚式プロデュース 成果 サマーフェスティバルinわかまつ 観光の役割 潜在資源の発掘と町民意識の一体化</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>90.8</td></tr> <tr><td>H22</td><td>88.2</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	90.8	H22	88.2
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	96.5																		
H22	93.1																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	90.8																		
H22	88.2																		
<p>■熊本県水俣市</p> <p>活動主体 任意団体「寄る会みなまた」 テーマ 資源循環型まちづくり、子どもたちへの食育、環境学習 活動内容 資源マップ、水の経路図、地域人材マップ、総合学習 菜の花によるまちづくり 市民と行政が連携した「環境にやさしい暮らし円卓会議」 成果 からも栽培と焼酎の製品化 観光の役割 地域の心をつなげたコミュニティ形成</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>93.5</td></tr> <tr><td>H22</td><td>92.6</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	93.5	H22	92.6	<p>■長崎県西海市</p> <p>活動主体 雪浦ウィーク実行委員会 テーマ 「スローライフ」をテーマにした地域回遊型イベントの催行 活動内容 移住した画家と雪浦在住の陶芸家が共同開催した小さな展覧会が4日間で1万人の集客 地元の子どもたち発案のスタンプラリー 成果 地元テレビ局や地元新聞で特集、リピーター増加 人口減 県内外の芸術家や職人の移住希望者が年々増加 観光の役割 交流活動の観光イベント化</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>95.4</td></tr> <tr><td>H22</td><td>92.6</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	95.4	H22	92.6
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	93.5																		
H22	92.6																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	95.4																		
H22	92.6																		
<p>■岐阜県恵那市</p> <p>活動主体 特定非営利活動法人 奥矢作森林塾 テーマ 空き家の斡旋、古民家リフォーム、移住者の生活支援 活動内容 豪雨災害原因調査により山林管理の必要性に気づく 大工道具使用、囲炉裏づくり、山水の引き方などの講座を毎年開催 塾生と地域住民との交流の場 間伐体験など都市住民との交流 成果 23人（10世帯）の田舎暮らし希望者が移住 観光の役割</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>93.0</td></tr> <tr><td>H22</td><td>82.3</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	93.0	H22	82.3	<p>■福島県喜多方市</p> <p>活動主体 会津山都そば協会 テーマ そばを活用したまちづくり 活動内容 1984年山都町商工会が「むらおこし事業」開始。蕎麦を活用した取 1995年に会津山都そば協会発足 住民の活動を行政がバックアップ 補助金なし自立 Iターン者の受け入れサポート 県立農業高校と連携し、技術の伝承や後継者育成 成果 1994年には3.5万人が現在12万人に、かつて無かった蕎麦屋が現在 観光の役割 蕎麦を主たるコンテンツとした集客の実践</p>	<table border="1"> <tr><th>年度</th><th>値</th></tr> <tr><td>H12</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>H17</td><td>96.3</td></tr> <tr><td>H22</td><td>89.4</td></tr> </table>	年度	値	H12	100.0	H17	96.3	H22	89.4
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	93.0																		
H22	82.3																		
年度	値																		
H12	100.0																		
H17	96.3																		
H22	89.4																		

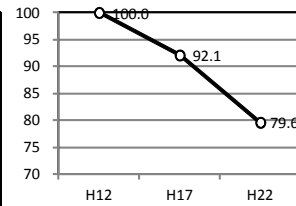
■徳島県神山町	
活動主体	NPO グリーンバレー
テーマ	情報発信によるアーティストや起業家の誘致
活動内容	潜在資源の発掘から国際交流へ町から移住交流支援センター受託ウェブサイト「イン神山」での情報発信を展開 古民家や空き店舗再生のプロジェクトを通してアーティストやクリエイター、建築家が集結 サテライトオフィスは単なる企業誘致で多種多彩な人材誘致 「神山塾」のような地域おこし活動による若手の人材育成の取組
成果	①平成23年度の社会動態人口がプラスに②相次ぐサテライトオ
観光の役割	



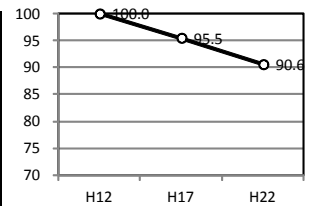
■島根県江津市	
活動主体	江津市&NPO法人でこねっと石見
テーマ	ビジネスコンテストによる起業家誘致
活動内容	行政・商議所・金融機関が連携した「起業のための創業塾」開催 農家レストランの経営、空き家再生のプロデュース 短期集中型のイベント企画 地元食材を使った商品開発 若手起業家らは連携し、SNSや自らの人脈を通じて情報発信
成果	30歳～40歳代の若手起業家の誕生 「仕事そのものを造る人材を誘致する」という試み
観光の役割	



■愛知県東栄町	
活動主体	特定非営利活動法人 てほへ
テーマ	文化芸術活動を軸に山村文化の価値再生
活動内容	和太鼓集団志多らが活動の中心 閉校小学校の活動を踏襲した交流イベント「のき山市」 「地域の暮らしお助け隊」 古民家再生や林業生産への支援 「奥三河のき山放送局」による情報発信
成果	20人の若者がIターン
観光の役割	



■新潟県十日町	
活動主体	(株) あいポート仙田
テーマ	会社組織による山村マネジメント
活動内容	住民有志が地区の課題解決のための組織を立ち上げ 高齢営農者への支援活動 「ミニスーパー」と「食堂」、 「農産物直売所」を開店 有償で屋根雪を手作業で処理 営農の維持、高齢者サポート体制
成果	
観光の役割	



出典:総務省 HP より編集

こうした地域の取り組みの特徴をみると

- ①市町村全体での行政的取り組みというよりは、組合、任意団体、NPO、第三セクターなど小さな組織が山村集落レベルで活動する事例が多い。
- ②意欲的な活動とはいえ、ここに収録した人口データは減少を食い止めるとまでには至っていないが、それはあくまで市町村単位の人口集計であるためであり、「活性化」という意味では地域、地区に希望を与える成果を生み出している。
- ③これらはいうまでもなく、地方中枢都市への資源集中による活性化策(それも今後への期待である)とは異なる次元での取り組みといわなければならない
- ④そして、山村集落レベルでは熾烈な生き残りの選別が末端部分で進行していることを示している
- ⑤「地域創生＝地域の母都市づくり」が過疎対策の中心であるとしても、こうした意欲ある試みをさらに支援する仕組みの存在は不可欠である。
- ⑥なぜなら、山村集落レベルで起きている課題こそ、より先鋭的であり、根本的だからである。課題はすでに顕在化し、理解しやすいし、手段の選択も限定される。時間的猶予もない。そういうところこそ、効果的な処方箋を迷うことなく得やすいのである。地方中枢都市や中核都市というと、すべてが人口の集中する市街地を連想するが、こうした都市自体も多くの山間集落を内包しているのであるから、単純に自治体の総人口で過疎対策を使い分けることには意味はない。

5. 観光分野のビジネス・エコシステムの可能性

(1) 地域の取り組みの検証

ここで、さらに6つの過疎対策事例をとりあげ、方向性の把握と課題の検証を行う。取り上げた事例に関しても、取り組みが自治体の行政管内全域にわたって広がりを見せるのは平戸市、豊後竹田市、海士町であり、他の3例はどちらかといえば一部地域・地区を舞台に実践されている。

① インターフェイス型と地域内発型

6つの詳細調査事例を始め、全国で取り組まれている「町おこし、地域おこし、島おこし」などの仕組みは大きく地域の内部から生まれてきたタイプと地域外からの働きかけ、という二者のタイプに分けることもできる。そして、町おこしや地域おこしの近年の特徴は「川下」のみならず「川上」からの運動の活発化にあるとみてよい。同時にベクトルが向かい合うケースもあるし、活動が軌道に乗れば必然的に両者(過疎地と都市部)は接続しあうものであろう。「川上型」は多くの場合、都市部から人材や情報を過疎地域に提供したり、相

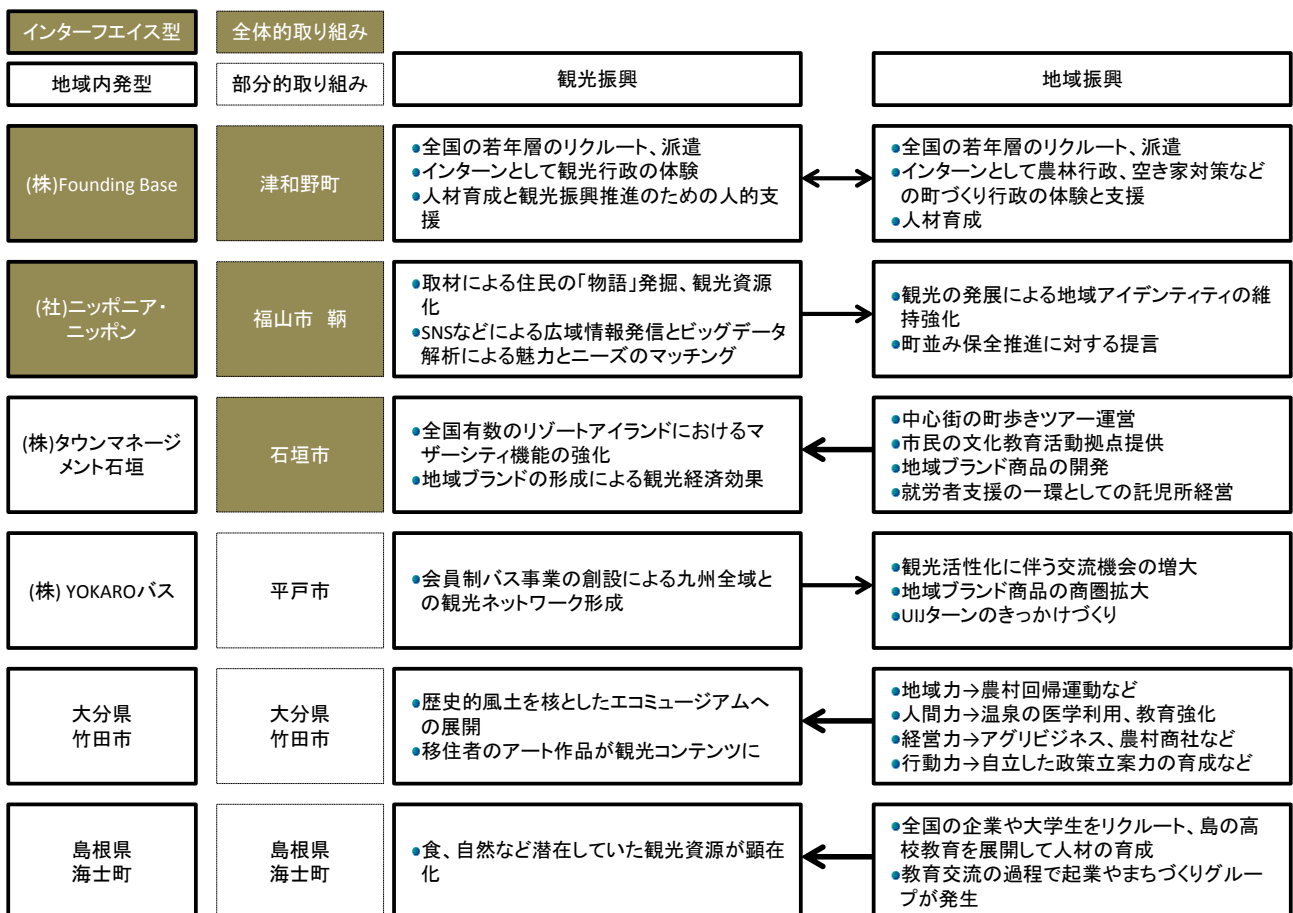
互の関係を構築する活動であり、上下をつなぐ「インターフェイス型」といってもよい。一方、「川下型」は過疎地の危機感から生まれる様々な取り組みで、文字通り「地域内発型」である。この「地域内発型」というケースの多くは優れたカリスマ性を持つ首長の指導力に負うところが多い。

表7 過疎解消への取り組み事例

●事例1	地域: 島根県津和野町中心部
テーマ	試行錯誤とボトムアップの観光作り
日時&場所	2013年8月16日 流通科学大学東京オフィス 第29回観光ビジネスモデル研究会
講師	ファウンディングベース 共同代表 林賢司
●事例2	地域: 広島県福山市鞆地区
テーマ	物語で紡ぐまちづくり
日時&場所	2014年12月9日 東京都港区赤坂ニッポニア・ニッポン事務所
講師	社団法人ニッポニア・ニッポン代表理事 彦田和詳氏
●事例3	地域: 沖縄県石垣市中心部
テーマ	石垣市におけるまちづくり/タウンマネジメントの活動
日時&場所	2013年3月10日 石垣市大川203 まちなか交流館ゆんたく家
講師	株式会社タウンマネージメント石垣 プランナー 西村亮一氏
●事例4	地域: 長崎県平戸市全域
テーマ	YOKAROバスの挑戦
日時&場所	2014年2月27日 流通科学大学東京オフィス 第30回観光ビジネスモデル研究会
講師	株式会社YOKAROバス創業者 早田圭介氏
●事例5	地域: 大分県竹田市全域
テーマ	TOP構想と移住促進行政(仮)
日時&場所	2015年1月30日 大分県竹田市役所
講師	竹田市企画情報課長 池永徹氏
●事例6	地域: 島根県海士町全域
テーマ	地域総体で取り組む人材育成事業(仮)
日時&場所	地域情報収集

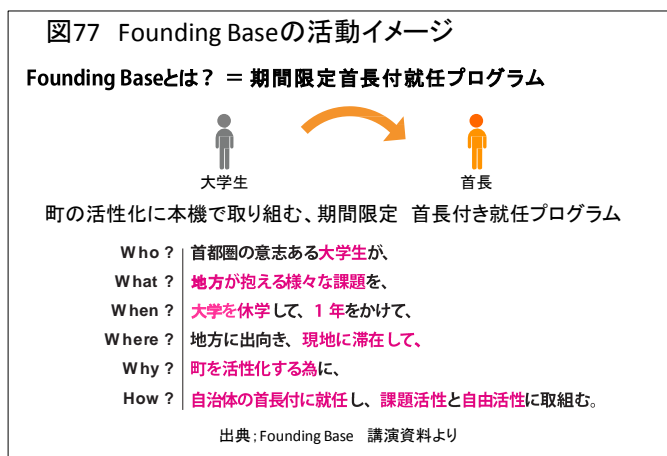
事例1:流通科学研究所Research Note No.26 事例3:流通科学研究所Research Note No.23 事例4:流通科学研究所Research Note No.31

図76 地域の取り組み/詳細事例



[インターフェイス型]

事例 1. 島根県津和野町では合併後の 2005 年選挙で若手町議会議員下森氏が町長に当選した。新町長は旧日原町という比較的小さな地盤を背景にしての立候補であっただけに、当選の結果を意外と見る向きもあった。竹田市もそうであるが、町の振興には大胆な体制変革が必要、とまで住民が思うほどに強い過疎への危機感が広がっていたといえる。そして新町長は古い体制から脱皮して「住民協働」のまちづくりという理念を取り込もうとした。それでも、行政機構の大胆な改変や斬新な政策理念を導入したり、人材を発掘したりするためのコンセンサスを醸成するためには相応の期間が必要であったし、とりわけ人材の登用については急激な過疎化、高齢化がそれを困難にした。同じ危機感を持つ竹田市などと比較しても人口規模が 1/4 程度であることから、それはある程度やむを得なかった。そして町長は様々な形で外部からの支援要請を模索したが、そのときに邂逅したのが東京の若手起業集団である「Founding Base」である。この FB は現在、株式会社化しているが、スタートは 2 人の若者（林氏、佐々木氏）がそれぞれに別社で勤務経験を持ったり、起業を果たしたりしたうえで、さらに何かまちづくり、ひとづくりに携わりたいという希望を持って立ち上げた組織である。活動の骨格は都会の大学生・大学院生（キーマン）を地方自治体の「首長付」というポジションに就任させ、町民と一緒に町づくりを行おうというプログラムである。活動資金は総務省の「地域おこし協力隊」制度による補助金をあてており、この段階では、組織の経営という意味で立ち立ちたものではなかった。FB の活動の前に津和野町で Innovation for Japan という活動を行っていた経緯から、町長の目にとまり、活動を本格化させていった。FB としては人材派遣、人材教育、起業コンサルティングなどと同時にまちづくりを将来的なビジネスとして展開していく、という構想があるが、このように都市側から育成を兼ねて人材を派遣する、という活動のベクトルが多く地域で生まれており、従来の国策として公共インフラに資金をつぎ込む方式のまちづくりとは違う動きが活発化している。

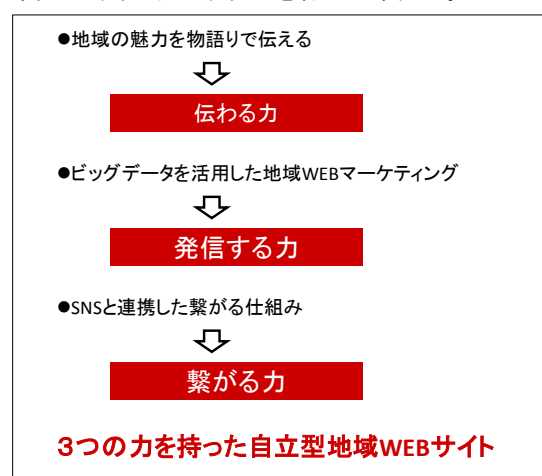


事例 2. 福山市轄で展開を開始したのは社団法人ニッポニア・ニッポンである。この団体の主宰者彦田氏はウェブデザインの専門家で、同時にみずから国際特許事務所を東京で経営している。福山市とは実家がこの地域に縁があったということで、つまり、ふるさとの活性化への想いが活動のベースになっている。

組織の活動の中心はウェブによる地域からの情報発信で、そこから観光振興、交流拡大、まちづくり組織や人材の育成、などを展望している。

轄の浦は古くから風光明媚な景勝地であるが、他地域同様、町の疲弊化や過疎化が進み、伝統的な町並みの維持保存もこのままでは立ち行かなくなると懸念されている。FB のように外部から大学生を募り、インターンシップとして派遣し、その人材自身の育成を図るといったことは主眼としていない。もちろん活動の過程でそういう効果があればよし、ということでもあるが、むしろ東京サイドの専門家の力によって町に潜在している人々の魅力を引き出すことに注力している。それは観光や交流のコンテンツ開発ともいえる。同時にそうした作業を通じて住民自身に町の潜在魅力に気づいてもらう、つまり意識の改革でもある。東京からライターやデザイナー、フォトグラファーを派遣し、丹念な取材をもとにひとりひとりの住民からそれぞれの「物語」を収集し、それを観光資源としてウェブ上で発信していくという作業を

図78 ニッポニア・ニッポン：地域WEBプラットフォームとは



出典：ニッポニア・ニッポン講演資料より

行っている。この事例では行政は前面に出てこない。あくまでニッポニア・ニッポンからの押しかけ的な活動であるし、総務省の補助などの活用も控えている。ビジネスとして成立しているかといえばそうではない。活動を事業としても、経営面でも自立させていくためには、当然地域にどのような付加価値が提供できるか、それでどのような対価が得られるか、がポイントになるが、この福山市鞆以外に会津や小豆島、国分寺においても取り組みを進め、その過程でビジネスモデルの確立を目指していこう、というスタンスである。このケースはFB以上に純粋なインターフェイス型といえる。

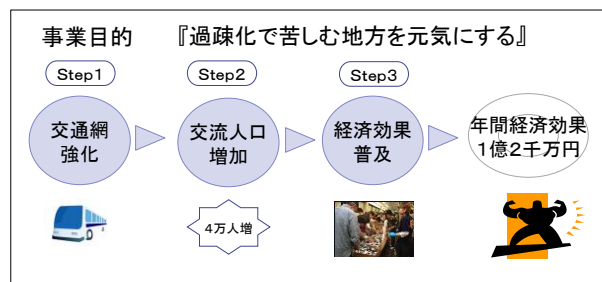
[地域内発型]

事例 3. 石垣市の事例は 2012 年に設立した第三セクターのタウン・マネージメント石垣の活動である。石垣市は全国でも例の少ない人口漸増の実績を誇る地域である。社会増減こそマイナスではあるが、出生数が志望者数を上回る、「若々しいまち」である。観光地としてもわが国有数のリゾートアイランドであり、他の過疎地域とは置かれた条件が異なる。そしてなお、この地域でもまちづくりへの取り組みが活発に行われている。FB やニッポニア・ニッポンのような団体からの人材や情報を受け入れる、というより地域独自の内発的な行動として注目されている。とはいえ、専従で活動をリードしているのは滋賀県からの移住者、西村氏である。その意味ではインターフェイス型の要素もあるが、石垣という地域の魅力が多くの人々や若者を引きつけている。魅力を構成するものは歴史であり、自然であり、文化である。人々の生活や流れる時間でもある。それらは「石垣、沖縄の観光魅力そのもの」といってよい。このように地域内発的にそういう魅力がそなわっているケースもあれば、新たに作り出したり、埋もれた魅力を顕在化させようとしている地域(鞆＝ニッポニア・ニッポンのように)もある。いずれにしてもそこには「観光」が介在する。沖縄県には石垣島のように「個人ベースで引き寄せられた」人材が数多い。組織的な、そして仕組みを通じて派遣されるわけではないが、地域を訪れ、そこに居付いて活動を増幅させていく。

タウン・マネージメントの事業は観光に直接的にかかわるものを中心ではない。市街地の活性化、地域ブランド商品の開発、まちなかの就労者のための環境整備、といった事業である。全国を中心市街地活性化事業は法的な後押しが色々と工夫されているものの、はかばかしくない推移をたどっている。この組織も単年度黒字は計上したものの、設立後間もないこと、財政基盤が脆弱であること、収益事業の一部(駐車場受託経営)を失うなどにより、まだ累積の赤字は解消されていない。組織としてはさらに多角的に事業を進めていくために「まちなかツアー」の取り組みも始めた。

事例 4. 平戸市のケースはニュアンスがやや異なる。活動の主宰者である早田氏はふるさとへの U ターン の若者で、起業家でもある。都市部から地域の活性化のために、という活動のスタートラインは Founding Base やニッポニア・ニッポンと同様であるといえる。平戸市においても過疎化の勢いは急であり、2006 年に市町村合併した時点で 3.8 万人であった人口が 6 年間に 4000 人が減少した。氏はこうしたふるさとの状況にあって、地元でどのような事業を行うにあたって、現在の市場を拡大、少なくとも維持することが不可欠で急務であることを改めて感じたという。そこで取り組んだのが「バス事業」による交流人口の拡大であるが、路線バス事業も貸し切りバス事業も寡占化や過当競争で新規参入へのハードルは高かった。そのために会員制の路線バス事業(不特定多数の顧客を相手に定時、固定停留所設置)という新たなスキームを構築して国土交通省の認可を受けるに至った。そのために、顧客とバス事業者の間に社団法人 YOKARO バスという団体を設立し、そこで会員を募り、会費を徴収し、団体はバス会社と契約してバスを借り上げてオペレーションする、という仕組みである。会員は会費 5000 円を支払うと一年間乗り放題である。バス事業の経営の成功はもちろんであるが、実はその発想のポイントは社団法人による顧客管理にある。ホテル業や小売業など多くの産業界がこの社団法人を介して福岡市等から訪れる顧客の情報を共有し、マーケティングに利活用することこそが定住人口が右肩下がり の地域経済にとって有効だ、とするのである。その後貸し切り型高速バスの事故による法改正が実施され、貸し切りバス事業から路線バス事業への転換が行政から指導されるなど、危機的な状況を乗

図79 YOKAROバス事業とは

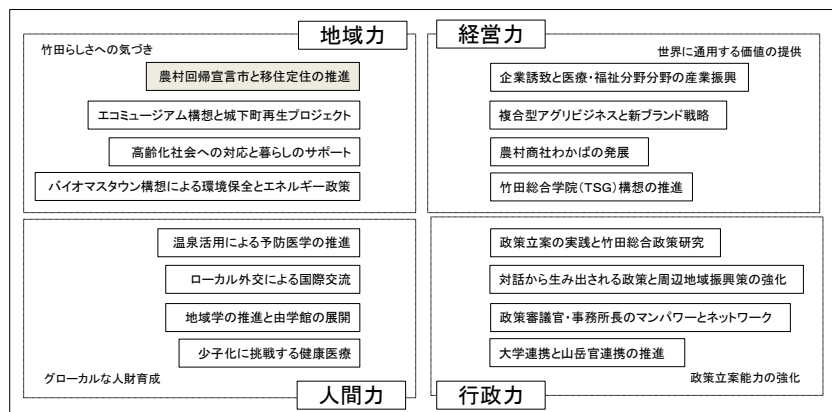


出典:観光ビジネスモデル研究会講演資料(リライト)

り越えて現在も事業継続(経営そのものは投資ファンドへ委譲)している。

事例 5. 竹田市では津和野町のケースと同様、合併後の市長選挙で最も小さな直入町から立った首藤候補が番狂わせで当選した。新市長は従来型の惰性ともいえる市政をすべてご破算にし、市のスタッフのみで総合計画づくりを開始した。総合計画のコンセプトは TOP 運動というキーワード(Try, Original, Power)に集約され、政策は地域力、経営力、人間力、行政力の4つの分野にまとめられている。町長は観光庁による観光カリスマとしての認証を受けたアイデアマンであるが、大分県議を務めた経験により行政手腕についても高い評価を受けていたことが市のスタッフや市民の信頼を得る事につながった。市の計画作りを人材育成の手段として捉えると同時に積極的に市外各分野の識者との交流を深め、当初より東京にリエゾン・オフィスを構えている。移住促進については全国でも有数の成果を上げ、注目されているが、豊後竹田市のまちづくりの総合的な活性化シナリオ自体に多くの過疎自治体が注目すべきであろう。

図80 竹田市新政ビジョンの骨格



出典:竹田市資料をリライト

事例 6. 島根県海士町は平成の合併シナリオの道を取らず、山内町長の音頭により、町民全体あるいは島民全体を巻き込んだ振興計画づくりからスタートした。これは計画の中身よりも計画作りの手段として採用した住民参加のワークショップによる「意識改革＝危機感の醸成と主体意識」に本来の目的を据えたのである。こうした手法は昭和 50 年代前半、東京工業大学の川喜多二郎教授の KJ 法や鈴木忠義教授が提唱した買い物ゲームなどの手法をルーツとする。買い物ゲームは住民グループが財布(計画期間中の投資的経費総額)を持ち、店舗に並べられた商品(政策)を買い物する、というゲームでそれぞれ好きなものを買った結果、財布の中身が大幅に超過するため、話し合いによってトレードオフや取捨選択を繰り返していくというものである。その過程で住民はニーズの違いや議論の必要性、財政について理解を深めていくのである。海士町でも多くの住民が様々なレベルで町の現状や潜在的可能性に気づいていく。町長はさらに島外から多くの識者＝ヨソモノを招いて刺激を与える。著名な企業の若者を含む多くの人々が島の学生や一般住民への出前授業に携わった。旧弊を取り払おうというこうした取り組みは町長の両親がそもそも I ターンの新住民であったからかもしれない、というのは町長の本心である。さらにその先を見据えた人材育成は高校生に向かう。高校卒業に流出がスタートするのであるから、彼らを当面のターゲットとするのは当然の策であろう。こうした教育に携わる人々とのネットワーク、情報のネットワークを首長が持っているか否かが成否を分ける。

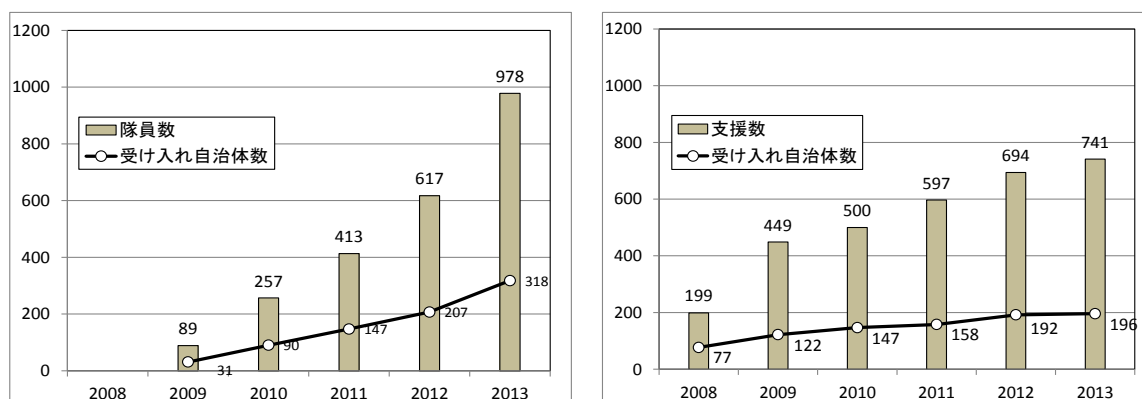
こうした事例の中で、津和野町、豊後竹田市、海士町では総務省の「地域おこし協力隊、集落支援隊」の派遣を受けている。この制度は限界集落を含む農山村集落に対して、人材派遣によって過疎対策を支援しようというもので、それぞれ 2009 年度、2008 年度に制度化された。

- 地域おこし協力隊→地方自治体が都市圏から住民を受入れ、「地域おこし協力隊」として委嘱。隊員は住民票を異動させ、概ね 1 年以上 3 年程度地域で生活し、地域協力活動に従事。活動内容は、様々であるが、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取り組みである。
- 集落支援員→地方自治体が集落対策の推進に関してノウハウや知見を有した人材を「集落支援員」として委嘱するもの。活動内容は集落の状況把握、集落点検の実施、住民と住民、住民と市町村の間での話し合いの促進等

を実施するもので主として集落への目配りを充実させようというもの。

地域おこし協力隊が職能的に配置され、個別集落に限定されないのに対して、集落支援員は総合的な支援を個別集落ごとに配置されて行うもの、という違いがある。

図 81 総務省 地域おこし協力隊、集落支援員制度の実績



出典:総務省 HP

この制度の活用実績は年を追って増加しており、とりわけ地域おこし協力隊は年間 1000 人規模に到達した。多くの受け入れ自治体は町村レベルであり、活動の舞台も集落山村である。この制度で地域に派遣される多くの若者は大学在学学生であり、休学して 1,2 年程度活動するが、地域活性化への貢献そのものに強い意志を有しているため、条件が整えば彼ら自身が「移住、定住」に繋がる人材である。その意味では支援制度であると同時に、移住促進策そのものであるともいえる。移住に至らないまでも、その後はさらに Founding Base のような人材派遣のシステムに参画していき、活動の拡大再生産に貢献する。

2013 年度の実績では津和野町に地域おこし協力隊員 11 名、海士町においては 5 名、集落支援委員では竹田市に 15 名の受け入れ実績がある。

②取り組みの内容

図 76 において示したように、事例に取り上げた地域で展開されている活動は様々であるが、大きく分けると観光振興を先に意識する場合もあるし、観光は関係なく地域振興の立場で取り組む場合もある。それは手段と目的という表現で区分することも可能であるが、結局両者のベクトルは邂逅しあい、一体化する。津和野町の場合は町並み観光の振興や空き家対策などを同時的に進めるため、派遣された隊員は町長付という人事となった。それに対して、福山市鞆ではインタビューア、写真家、ウェブデザイナーが地域魅力のコンテンツの発見と発信に努めるという、どちらかといえば観光振興の作業からスタートし、それをベースに町づくりにつなげていこう、というベクトルである。平戸市も同じ解釈ができる。交通ネットワークの充実からスタートしたが、そこには観光の誘因力が前提としてあった。逆向きのベクトルは石垣市、竹田市、海士町のケースである。商店街の活性化や就労環境の整備などの活動、移住定住の総合的行政への従事、徹底した若者教育、多様な手法による人材育成が主たる活動内容である。そして、商店街の活性化はリゾートでの滞在メニューの多様化に資するし、移住者の芸術作品や温泉を活かした商品創出、地域ブランドの開発も観光コンテンツの創出に繋がり、地域に若者が足繁く通うことが地域の観光的魅力の発信に大きく貢献することもある。便宜的に分割したとしても、また、順序の違いはあるにせよ、観光振興と地域振興は不即不離なのである。以下に津和野と鞆の事例をさらに詳しくみる。

●事例 1.津和野町

Founding Base の事業構造は事務局を中心にして「キーマン」、「ベースマン」、「社会人メンバー」がそれぞれの役割を担って地域に関わる形となっている。地域おこし協力隊事業の補助は「キーマン」である学生や「社会人メンバー」の派遣費用に充てられているが、彼らの活動を専門分野から補強、アドバイスするのが「ベースマン」の役割である。

2012 年度の場合、4 人の学生が FB より津和野町長付きという形で派遣され、暮らし推進課、農林課、商工観光課、観光協会に配属された。観光行政部門では 2 人が専属で従事したが、住民への綿密な取材や

自ら街をくまなく踏破し、文化財の理解を深めた上で、住民と共同で「まち歩きMAP」を作成した。従来より、こうしたパンフやガイド資料は行政が作成していた、という声もないではないが、その背景には多くの住民とのコミュニケーションを通じて、観光振興を幅広い立場で支える人たちの発掘、という目に見えづらい成果が潜んでいる。観光広報予算を投じて広告代理店に委託することもできるが、基本的に行うべきは「人材の発掘や育成」であり、作業の過程こそが重要なのである。この成果に対して、旅行業者から商品素材として使いたい、住民からは空き家を使ってイベントをやりたい、といったニーズが生じたり、FB に対して、新入社員教育として派遣依頼を申し込む企業が現れたり、東京と津和野の両方で様々な副次効果が生まれている。派遣された若者にとっては、新たなビジネスモデルやコミュニケーション・ツール、ブランド化のためのヒントやノウハウ、商品やイメージの流通戦略の知識など、さまざまな体験を得られ、復学したり、継続定住したり、仲間を連れてきたり、という形で得たものをさらに育てていく環境が形成されつつある

こうした取り組みの最終目標を「人づくり」に置か、**「町づくり」**に置くかによって、評価の基準や期間の想定も異なってくるが、FB ではいずれも**「エンジンのスターター」**的な役割に徹し、5年をめぐりに新たな**「自立的なまちづくりの仕組み、観光振興の体制」**に引き継ぎたい、としている。

活動実績

- ①キーマンと町民によるローカル・バラエティ番組制作「ツワモノ vs ワカモノ」
- ②RPGの世界観で、津和野の観光体験を提供する「ROLE PLAYING TSUWANNO」
- ③津和野の未来を育てる、現代の藩校「町営英語塾“HAN-KOH”」
- ④「津和野の生活」PR/観光 PR 映像『津和野の一日』
- ⑤津和野の新鮮野菜をまるごと届ける朝市「まるごと津和野マルシェ」
- ⑥活動報告会「2013年8月17日@津和野体育館」
- ⑦空き家斡旋「集落が教えるオススメ物件」
- ⑧「今」を伝える津和野紹介誌発刊/『津和野時間 T-time』
- ⑨外国人に優しい町を目指して「外国人留学生受け入れ事業」
- ⑩町民がオススメコースを案内するまち歩きマップ『つわのさんぽ路』
- ⑪津和野の農業を気軽に色々体験できる「1泊2日6ヶ月、農泊ツアー」



津和野町 商工観光課 資料

●事例 2.福山市 鞆

鞆の浦で活動を開始したニッポニア・ニッポンはFBと異なり、行政の補助、支援は受けていない。組織の法人格は社団法人であるが、あくまで本業の国際特許事務所の経営や人材によって支えられている。組織はウェブデザイナーという職能集団で占められ、その技術がいかに発揮されているわけであるが、活動の原点は主宰者の「ふるさとへの想い」というシンプルなものである。

先述したように①地域 WEB プラットフォームの構築、②「物語」による地域の魅力の発信、③地域コミュニティの形成と拡大、④地域コミュニティの中からまちづくりの創出、⑤地域と外部の繋がり形成、⑥社会的経済的な安定と活性化の実現、といった工程を描く活動であるが、純粋に地域外からの働きかけであったことから、当初は住民の理解や協力を得ることは容易ではなかった。そこで取材に当たるにしても公平な立ち位置に立つ、ということが重要なポイントであった。従来より、鞆の浦は多島海の風光が人気の観光地であるため、かなりの観光関連業も立地している。一方では狭い路地裏に囲まれた生活空間においては住民の生

活環境と観光空間のせめぎ合いもないではない。また、交通問題の解消のため、架橋やバイパス設置といった市街地再開発プランが浮上し、その賛否を巡って住民を二分する事態となっていた。そのためにもニッポニア・ニッポンとしても「公平」な立場による「地域の魅力発信というシンプルな目的」に徹する必要があった。

この事業の特徴は従来の地域魅力(＝観光資源)の概念を覆し、住民ひとりひとりの物語をコンテンツにしていく、あるいは、町なかの何気ない光景の中に埋もれた「軀の魅力」を切り出す、という作業を延々と行ったところにある。また、見逃せないのは写真やキャプション、デザインのセンスの高さである。こうして軀の浦は従来の観光地とはひと味違う「物語り観光」という概念を打ち出すことになった。

また、物語り情報提供の充実にとどまらず、それに対して受け手、観光客、訪問客がどのように反応するかをウェブ上で測定し、人々の心に訴えるフレーズやそれを表現する光景を導き出す作業を行っている。ポータルサイトには1日平均で800のPage Viewがあり、そのビッグデータの解析により、情報の出し手と受け手の価値のマッチングを図っている。

ニッポニア・ニッポンのこうした活動は、先述したようにまだ商業ベースには乗っていない。FBのように補助金も得ているわけではないので、現状では先行投資の段階にある。観光分野でも価値共創の時代と言われ、経済的価値と社会的価値を同時に生み出すような観光のビジネスモデルが期待されているが、この言葉を少し違う意味で使用すると、「観光の価値は地域と観光客が共に作り出すもの」である。物語が観光資源として訴求力を持つとその「解釈や感動の質」は観光客の数だけの種類を生み出す。従来の観光資源である寺社や多島海の風景では、ひとりひとりの「解釈や感動の質」はそう違うことはない。極論すれば、バスガイドの説明通りであり、国宝や名勝としてランク付けされた通りであり、すべての観光客に同じ印象を与えるであろう。そういう意味では「物語り観光」の展開は交流の基盤拡充としても、「ひろがりの可能性」を大きく広げていくものと期待できる。

(2) わが国の観光の発展とビジネス・エコシステムの原型

戦後の復興とともにわが国の観光は大衆化、大量化の道を歩むことになるが、その道程は必ずしも一様ではなく、質的にも紆余曲折を繰り返してきた。その背景には、社会的経済的な要請や行政の仕組みの矛盾の露呈、国民の価値観やニーズの変化、グローバル化の進展など様々な要素があった。戦後の観光の発展史の中からいくつかのムーブメント(ブーム)を取り出してみると、それぞれに様々な「アクター＝関係者・団体」の関わり＝システムがみてとれる。本稿の冒頭で述べたように、観光は多様なアクターがそれぞれの利害や目的を有した絡み合いつつ、それぞれのムーブメントを形成してきたが、その環構造が崩れたり、一部が欠けると消滅の運命をたどる。純粹なビジネスセクター間で構成された仕組みと違って、観光が発展途上である段階では公的セクターの関与が非常に大きい。時の政策によって観光のビジネスがいつも簡単に衣替えする、とってよいほどである。それだけ未成熟な産業分野であるともいえる。それ故に評価の基準や評価の期間が異なることになり、それぞれのシステムが一様の経過をたどることはないといってよい。以下にいくつかのムーブメントの例を取り出して検証するが、未完成であるだけにここでは「ビジネス・エコシステム」とはいわず、あくまでそれぞれの観光のタイプ別の稼働「システム」という表現にとどめる。

① 総合森林レクリエーション

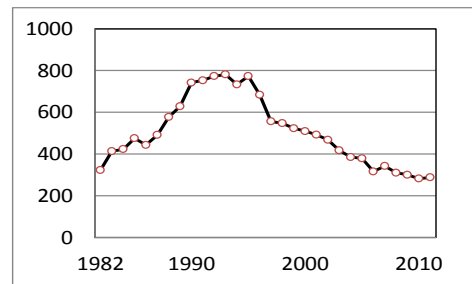
新全総策定後の数年間は全国に大規模開発ブームが到来した。むつ小川原開発や苫東開発に代表される重厚長大産業が目立ったが、観光分野でも大規模な観光レクリエーション開発が模索され始めた。当時の建設省が直接的に取り組んだのが「レクリエーション都市」開発であるが、一方、民間活力に依存した山岳高原型のレクリエーション開発もブームを迎えた。その内容の多くはスキー場開発であったが、それは広大なエリアを必要とするために国有林の利活用を不可欠の条件とした。もちろん、国有林野の事業内容は林産という経済行為とともに治山治水業務が柱であり、スキー場のような大規模レクリエーション利用は念頭に置かれていなかった。しかし、1960年代後半から70年代にかけて外材輸入が本格化し、それに追い打ちをかけるようなオイルショック以降の事業経費の増加、さらには伐採に対する自然環境保全の観点からの制御があり、国有林野特別会計の財務悪

化が顕在化し始めた。1976年以降、財政投融资からの借り入れ、その後の98年には一般会計からの繰り入れも行われることになったが、1980年時点でもすでに繰り越し欠損が1000億円規模にまで達していた。そうした背景もあり、近い将来の危機を見越して林野庁では積極的に林野の多角利用を図る方向に転じたのである。事業のスキームとしては、第3セクターとしての経営参加、用地のリースによるロイヤルティ収受などを想定し、主に中部以北の営林局は先を争ってスキー場適地を探り出す作業にとりかかった。政策の名称は「総合森林レクリエーション整備事業」で、その後のリゾート開発ブーム時代に入ると「ヒューマン・グリーン・プラン」と名称を変更した。こうした政策を主導した林野庁がスキー場開発や運営を推進したアクターのひとつといえる。

一方、都市住民の間では観光レクリエーション需要が急速に高まりつつあった。特にスキーは1972年の札幌冬季オリンピックで国民の間に関心が高まり、1987年、映画や雑誌を媒介に一大ブームと化した。この頃はバブル経済のただ中であり、スキー関連商品への消費意欲も増大した。その後バブル経済の崩壊とともにスキーブームは急速に減退する。

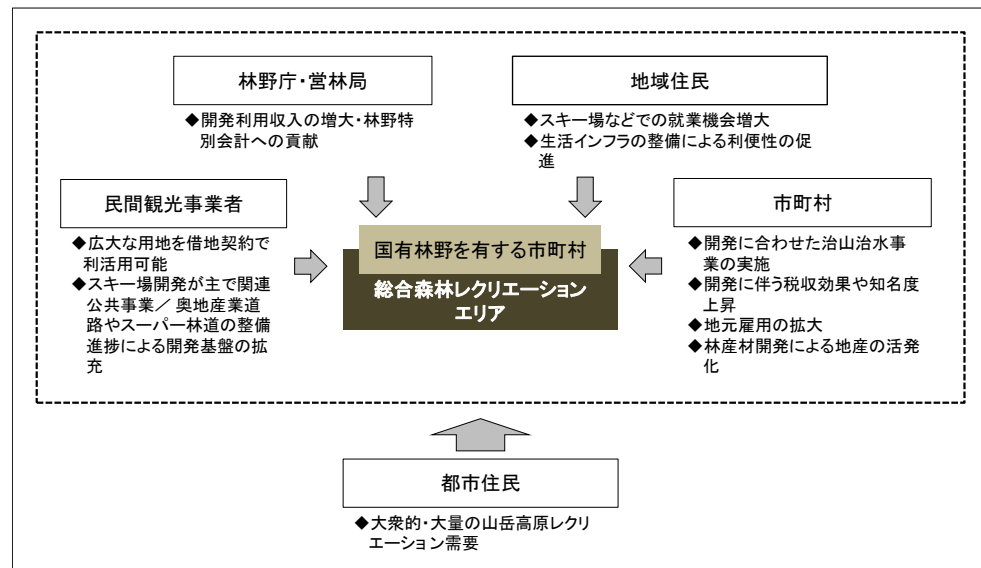
一方、林野庁の動きに合わせて民間の観光事業者、ディベロッパーがアクターとして登場した。国有林の借り受けが可能になればビジネスチャンスが広がるため、多くの企業がスキー場開発に参入した。営林局の開発計画が公になると、自治体もアクターの列に参じて事業に関連したインフラ整備の機運を盛り上げた。国有林野を持つ自治体の多くは条件不利地域であり、そのハンデ克服のためにスーパー林道などの整備にも積極的に協力した。当然、大規模スキー場開発が実現すれば地域の知名度が上昇し、雇用の拡大や地域製品の生産、消費にも拍車がかかる。自治体の期待は大であった。一方、広く国民の視点からみて「過剰開発、林道不要論」も巻き起こった。とはいえ地元の住民もアクターである。生活利便性が開発によって増大するし、関連雇用によって離村する必要がなくなると期待された。当時は観光レクリエーション需要の急増期であり、質的には未分化な時代といってもよい。いわゆるマスメジャーの時代であり、関係するアクターの関係性もそれほど複雑ではなかった。この後にブームとなる「リゾート」はスキー場開発の発展型ではあるが、アクターはより複雑な役割を持つことになる。

図82 スキー場リフト輸送人員の推移
百万人回



出典：国土交通省「鉄道輸送統計年報」

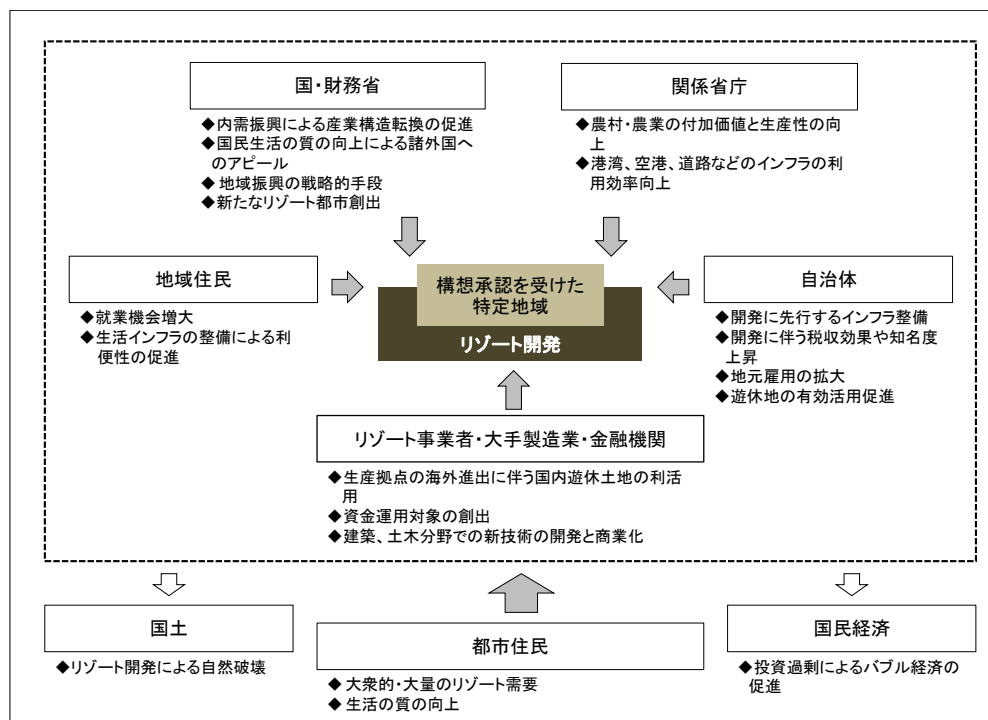
図 83 総合森林レクリエーションのシステム構図



②リゾート

1987年、我が国では総合保養地域整備法が成立し、全国42道府県の44地域でリゾート開発構想の承認がなされた。これは国策としてリゾート整備を支援、誘導しようというもので、全国的にリゾートブームを招来した。系譜としては林野庁が主導する総合レクリエーションエリアを引き継ぐ要素もあったが、山岳高原のみならず、海浜、農村、原野等にまで開発エリアが広がった。法は6省庁共款になるもので、政策推進を図った「国」が主たるアクターといえるが、その背景動機には大きく3つを挙げることができる。①内需振興による経済構造の変革、②地域振興手段の模索、③国民の生活の質の向上、である。これらは経済社会の国際化の中で国にとって避けられない諸策であった。さらに具体的な言及はないものの、旧来にはない新たな都市づくりのスタートに「保養・休養」を据えるという試みも一部ではイメージされていた。リゾート政策の窓口は当時の国土庁が担ったが、個別省庁においては、リゾート政策と省益をマッチングさせるという思惑もあった。例えば農水省においては農村開発であり、旧建設省においてはインフラ整備である。従って、これら省庁もそれぞれの利害に基づいてアクターの列に加わった。では自治体や地域住民はどうか。自治体にとって、リゾート構想承認によって開発が進むことはきわめて重要な行政課題であった。リゾート開発に資するという名目によって公共工事の優先順位が繰り上がり、工場転出などで遊休地化していた土地の有効利用が図られ、雇用効果、税収増も夢ではなくなる。先を争って、構想を策定し、企業誘致に走るようになった。こうした果実は地域住民にとっても魅力的なものとして映った。そしてもう一つの巨大なアクターはディベロッパーである。異業種からの参入も激しく、国有地のリースが期待できるスキー場、都市計画法の網のかからない埋め立て更地を使うマリーナ、借り入れ利子返済の不要な開発資金を預託金という名称で事前に確保できるゴルフ場、の3つが本来リゾートとは無縁の企業による計画や事業として蔓延することになった。ディベロッパーだけではなく、その他の企業もアクターとしての役割を果たした。この構造が形作られる前、製造業大手は国内に生産拠点＝工場用地を確保していたものの、コスト削減のために海外移転に転じ、遊休地化した土地の処理に苦勞していたこと、あるいはプラザ合意を発端とした円高不況を克服するために金融行政が積極的なマネーサプライ政策に転じたものの、為替操作の脅威を経験した輸出型企業は投資意欲を起こさず、融資先を求めるマネーを膨大に抱え込んでいたこと、金融機関も融資先の開拓が何よりも重要な課題となっていたことなどにより、産業界全体がリゾート開発＝土地への投資に走り、

図 84 リゾートのシステム構図



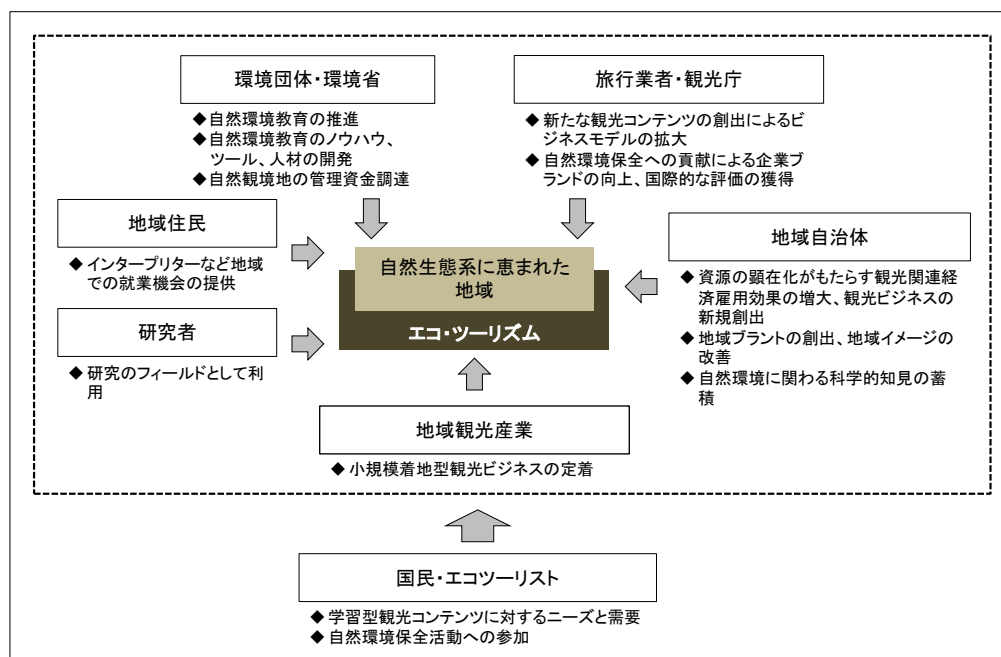
このシステムに組み込まれていったのである。あるいは巨大ドームの最新建築技術、人工島建設や埋め立て工法などの実験舞台としてのリゾートの活用を考える大手ゼネコン等も関わった。

こうしてみると総合森林レクリエーション開発のケースとは違って、関係するアクターの数や思惑は非常に複雑化することになった。また、この構図がもたらしたネガティブな結果は、国土や国民経済の視点で見ると自然破壊やバブル経済の促進、さらにはその崩壊過程において生じた莫大な不良債権問題などによって露わになった。リゾート開発ブーム自体は直接的にはバブル経済の崩壊によって破綻したが、このシステムに公的セクターが重要な役割を果たしたこともあって「経営的な動機以外の要素」が多く含まれていたことも、その原因の一つと考えられる。

③エコ・ツーリズム

わが国にも定着した感のあるエコツーリズムであるが、そもそもの歴史をひもとくと 1992 年の第 4 回世界国立公園会議にまでさかのぼる。そこでは様々な議論がなされたが、ひとつには途上国に生存する貴重な生物種の保護体制が取り上げられた。そして途上国で自己完結的に資金を生み出すようなメカニズムを作ろうと生み出された方法の 1 つが「debt for nature swap 自然と債務の交換」というスタイルである。つまり、海外債務（ドル建て）を自然保護団体が買いとり、その見返りとして、途上国は国内通貨で自国内の自然保護のための資金を積み立てていく、という仕組みである。そうした保護のしくみの成果を先進国を中心とした人々が観察に訪れ始めた、というのが始まりである。時を同じくして「サステナブル・ツーリズム」というような概念ももたらされて、両者は同義化していくことになる。もちろん単なるマス・ツーリズムのアンチテーゼ（オルタナティブ・ツーリズムというような便宜的に過ぎる名称さえも流布している）として捉えられるほど単純な類似性ではなく、厳密な概念規定も様々な立場の議論を統一する形でなされたわけではない。日本では 2003 年にエコツーリズム推進会議を設置し、2004 年には憲章、推進マニュアル、モデル事業などの政策推進に取り組んだ。その集大成として、2008 年にはエコツーリズム推進法（エコツー推進法）が施行されたが、この法律の成立には環境省をはじめ国土交通省、農林水産省、文部科学省が関わった。そこではエコ・ツーリズムの「定義」を、①地域固有の自然・歴史・文化に基づいた（主として自然環境のもとで行われる）活動である、②教育的・解説的な要素を含んだ活動であり、地域経済への波及効果が実現し、③持続可能な方法で管理・運営されるもの、としておおむね合意がなされた。

図 85 エコ・ツーリズムのシステム構図



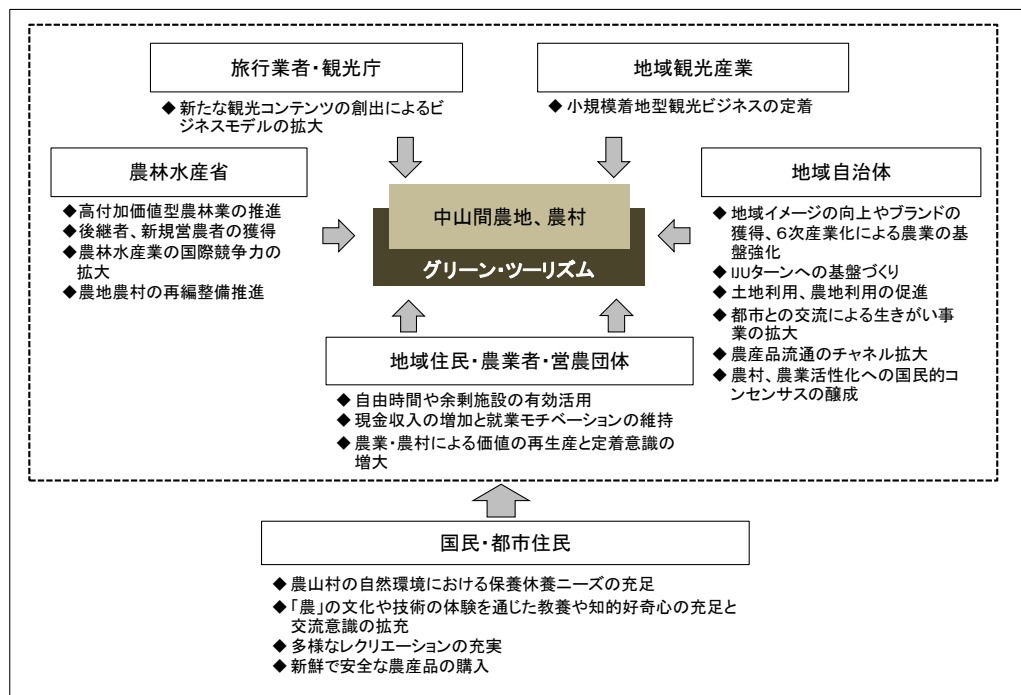
エコ・ツーリズムに関してアクターをあげると以下ようになる。アクターの主役は環境省、環境団体である。1997年にはエコツーリズム推進協議会（現NPO日本エコツーリズム協会）が活動を開始し、エコ・ツーリズムによって自然教育の推進や人材育成、資金調達などを実現しようとしている。旅行業者あるいはそれを後押しする観光庁は「エコ」が観光の新たなビジネスモデルになると判断し、積極的な取り組みを始めた。マス・ツーリズムによる収益性には及ばないものの、市場の拡大や企業ブランドの向上が大きな価値を持つものとして認識されたのである。地域側では住民、あるいは研究者、自治体もアクターとして関与する。限定的ではあるが、研究実績と資格を有する若者がインタープリターとして活躍できる場所が与えられ、自治体においても関連した雇用の場、民間セクターでは小規模ではあるが観光ビジネスの起業、またこれらの地域側のアクター群では、地域のブランドイメージが向上することへの期待が大きい。将来的には自然環境や生態系に関わる研究フィールドとしての地位獲得もターゲットとしている。

④グリーン・ツーリズム

農村部、非観光地における観光のそもそもの始まりは高度経済成長に伴う所得増加が急速に進み、余暇需要が増大し始めた1970年代頃からであった。当時は、積雪地を中心とした①スキー民宿や夏季の学生民宿、あるいは都市近郊を中心として増加した②〇〇狩りと称する果樹観光農園がその主体であった。①については「農」自体がテーマであったわけではなかったし、②においても単に流通が補完的にショートカットされた形態にすぎないといっても過言ではない。

1971年、農林省(当時)が「農山漁村の豊かな自然環境を保全・活用しつつ、農林漁業者の就業機会の拡大と所得の向上を図ること」を目的とした「自然休養村事業」をスタートさせた。これが、日本における官制グリーン・ツーリズムの第一歩といえることができる。しかし、夏季学生民宿等の季節営業型の旧来の農家民宿は、国民の住生活水準の向上やサービス欲求の上昇に追従できなかったものも多く、しだいに専業の宿泊施設であるペンションやリゾートホテルなどに顧客を奪われていった。また、農村地域においても農村工業団地などでの農家女性の安定したパート収入源も増加し、季節営業で収入の安定しない民宿を廃業する農家も多く、結局、1970～1980年代の初期の農家民宿を主体としたグリーン・ツーリズムは衰退し、観光と農業との主たる結びつきは、果樹観光を

図 86 グリーン・ツーリズムのシステム構図



中心とした観光農業が主体となった。

一方、この頃すでにわが国の農業は危機の拡大局面にあった。具体的には

- ・農業の機械化、施設化、化学依存を含めた近代化の過程で、生産性の向上を実現したものの、農工間の所得格差を生み出したこと
- ・都市地域での混住化の進行に伴う農村集落の崩壊
- ・経済の国際化に伴う農産物輸入自由化
- ・青年の農業離れ、高齢化

等であり、農水省は以下のような政策を柱とする“新農政”を導入することになった。

- ①住民参加と農業経営への支援
- ②高付加価値・高収益型農業への転換支援
- ③国土と環境の保全機能の保持
- ④定住条件の整備

このうちの②におけるひとつの方向として農村資源—景観、水、大気、環境、生物資源、伝統・芸能、農業技術、歴史的建造物、—といったものを活用した交流事業（観光やリゾート）を通じて、都市の活力の導入、就業機会の創出、市場の拡大、農村生活基盤施設の拡充、農業への理解促進、等を図ることが提言されたのである。

その間、1992年には農水省内にグリーン・ツーリズム研究会が設置され、「緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動」としてのグリーン・ツーリズムの振興が提唱された。ここで「グリーン・ツーリズム」という言葉が脚光を浴びることになった。

その後、1994年には「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤の促進に関する法律（農村休暇法）」が制定されることにより、農林漁業体験民宿などの推進方針が打ち出された。このような活性化策をみていくと、担い手（アクター）が農民であり、あくまで農業が主軸であるといった大原則に特徴がある。欧米ではこれは「アグリ・ツーリズム＝農業の担い手自らが行う」に相当する概念であり、“農村という舞台で展開されるツーリズム＝グリーン・ツーリズム＝非農業者であっても農村という舞台で営まれるのであれば可とする”ものとは厳密な意味では異なるものである。この過程では殆ど農業政策の範疇で推移してきたといえてよい。

2001年、経済財政諮問会議の「骨太の方針」で取り上げられることによって、農村における交流事業が重要な農業振興政策のひとつとして位置づけられた。政策としては当然過疎対策とリンクし、「農山村体験交流」、「マルチハビテーション・田舎体験」といったキーワードも他省庁の間で交わされるようになった。観光色がさらに強まってきたわけである。ただ、観光産業の側では従来の観光ビジネスモデルとは相容れない部分も多く、旅行業者は専門の子会社を設立してグリーン・ツーリズムを扱う、という形で関与してきた。しかし、エコ・ツーリズム同様、いわゆる「サステナビリティ」というブランド価値を無視できず、積極的な取り組みを始めた。そのきっかけのひとつは北海道美瑛町を舞台にした著名写真家の作品CDであった。農村の景観的価値が着目されたのである。

グリーン・ツーリズムにおけるアクターも農業と観光の大きく2つの分野に分かれる。構造としては比較的単純である。農業サイドでは国策レベルの課題として意識する農水省が筆頭にあり、多くの過疎地域と重複する自治体も地域ブランド形成、移住促進のベースづくり、土地や集落の再編、産業としての農業の競争力強化あるいは、国の財産としての農村の再認識といった多様な目標を抱えて、このグリーン・ツーリズムに関与している。そして農業者を中心とした地域住民もそれぞれに動機や目的を有している。機械化の進展で得られた自由時間を通じて現金収入を得ること、受け継いできた営農へのこだわりを継続すること、などである。また、地域においては小規模な観光事業者もレストランや観光交通などで関わることもある。それらに対して、観光サイドはまだ関わりの程度は低い。エコ・ツーリズムと同様、受け入れ規模の小さいこと、分散していること、が制約条件となっている。また、受け入れ側の組織のアマチュアリズムがビジネスパートナーとしての関係づくりを阻害しているし、それをカバーするために地域自治体がパートナーとなる場合にはやはり困難を伴う。しかしながら、エコ・ツーリズムに比較してそれぞれのアクターが求める価値はよ

り多様であり、個性的である。加えてグリーン・ツーリズムの市場（＝国民・都市住民）側のニーズもまた極めて多種多彩である。それがこのシステムの強靱さに繋がる期待を抱かせる。

⑤MICE

これまでの事例と異なり、MICE の場合は民間セクターの存在感が目立つ。かつて、純粋な観光とはみなされないまでも、観光の周辺で大きなマーケットの存在があることは認識されていた。アジアではシンガポールがその先達であったが、当時、わが国では MICE という呼称は用いられず、もっぱら「コンベンション」、「コンベンション・シティ」といった用語で統一されていた。

その時代の 1960 年に、会議観光の振興を意図して任意団体「日本コンベンション・ビューロー」が誕生した。主導権を持っていたのは全国諸都市の商工会議所の声を集約した日本商工会議所である。6 年後、この団体は当時の運輸省の指導のもと、JNTO に吸収されることになった。諸外国に比してこの分野の遅れは著しく、施設整備、運営組織の立ち上げ、通訳などの人材育成が急務であると、国レベルでも認識されたからである。並行して全国の都市を糾合して任意団体「日本コンベンション推進協議会」も設立し、JNTO との二頭体制で国際コンベンション振興事業が軌道に乗り始めた。

1994 年には「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律」（通称：コンベンション法）が成立して、運輸省は全国 45 都市を「国際会議観光都市」に認定した。

かつては、コンベンションは、①集会・大会・会議、②研究会・シンポジウム、③見本市・展示会、④行・催事、⑤会合・祝宴に分類（神戸都市問題研究所「神戸・コンベンション都市への政策ビジョン」による）されていたが、今日、標榜されているMICEの場合は、Meeting（会議・研修）、Incentive（招待旅行、travel, tour）、Conference（国際会議・学術会議）または Convention、そして Exhibition（展示会）または Event の 4 つの頭文字を合わせた言葉が示す通りで、インセンティブ旅行というジャンルが新たに加わっている。それまで旅行業はインセンティブにも経営的に注力してきたが、殆どアウトバウンドの部門での扱いであったためである

MICEがインバウンド振興の戦略的手段として位置づけられ始めたのはこの数年のことである。2013 年にはグローバル MICE 戦略都市として東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市、MICE強化都市として大阪府・大阪市、名古屋市・愛知県が選ばれた。それらを含めて認定された国際会議観光都市は 52 を数えるが、これまでの経緯の中でとりわけ大きなインパクトを与えたのが神戸市のポートアイランドである。宿泊施設、会議場、展示場の3点セットをコンプレックスとして整備した例は全国で初めてであって、明確にコンベンション・シティとしての戦略を打ち出したのである。

MICEの場合のシステムは複雑である。「集客」という概念と利用される「空間」は共通ではあるが、4つのカテゴリーごとにアクターの関わりや期待する効果が同一ではないからである。

このMICEが顧客とするのは、

M: ミーティングでは主として企業や各種団体の社員、構成員、組合員などである。会議はメモリアルな催しもあれば日常的な研修会議などがあり、全国的な集客となる場合もある。参加者である企業社員や団体構成員などはこうしたミーティングに参加することにより、企業への帰属意識を高めたり、経営技術やマーケティングの実務の研鑽に励む。

I: インセンティブの場合では顧客はゲスト企業やその社員である。通常はメーカーに対するリテラーであることが多く、ロイヤリティの醸成や販路拡大のツールとして活用したりする。

C: コンベンションの主流は学会である。定期的な学会が各地で開かれ、参加者である学会員にとって研究発表や情報交流の場である。

E: エキシビションはやや顧客の質が異なる。参加者は一番手期にはバイヤーであるが、開放タイプの場合には最終消費者である市民が加わることもある。

一方、アクターには①主宰者として関わる企業や各種団体、②旅行者、③施設、④サプライヤー、⑤コンベンション・ビューロー（CB）・観光協会などがある。

①企業や各種団体は主宰者としてこのシステムの中心的位置を占める。

Mでは企業や団体であり、マーケティングに注力する場であったり、経営情報の交換集約であったり、戦略立案の場であったり、社員の帰属意識、アイデンティティを高めるイベントなどを開催する。

Iはメーカーがマーケット・カバレッジやインスタ・シェアを高めるための工作の場であったり、系列へのロイ

ヤリティを高め、モチベーションを高めるイベントとしてこのシステムを利用する。もちろん、経営や販売の技術を高めるための研修機会でもある。

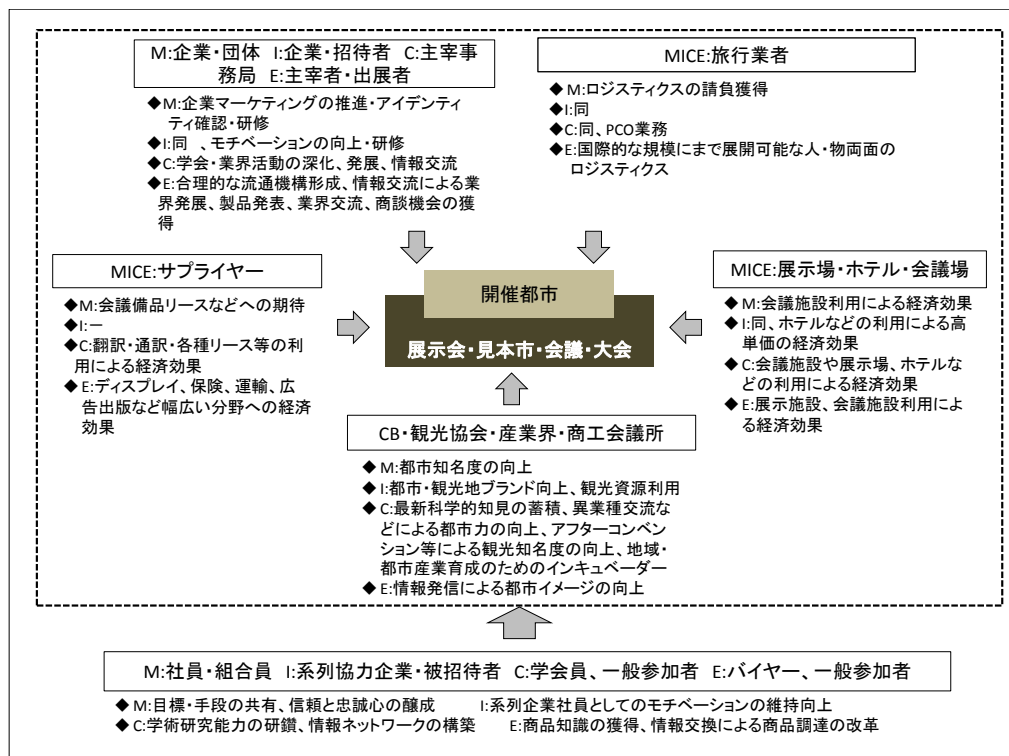
Cでは各種の学会が主たる存在である。大学や研究機関がその都市にあるかどうか影響を受ける。都市環境や会議施設以上に研究者ネットワークが大きな役割を果たす。その目的は知的交流や最新研究成果の報告や議論によって広く科学・技術・文化の発展や深化を図ることにある。

Eは業界団体が主宰者となることが多く、単独の製造業がその役割を果たすことはあまりない。他のケースと違って主宰者に対して出展者が加わるところに特徴がある。出展者は商品の展示販売の機会を得、参加者たるバイヤーとの商取引を行う。メッセは文字通り「市」となる。メッセとはいえ、モーターショーなどは近未来の商品予告、業界全体のプレゼンの場と化し、実体的な取引はないケースもある。また、見本市や展示が様々なミーティングやイベントを付加して複合的なイベントとして開催される場合がある。その意味で施設のコンプレックスが重要な意味を持つのである。

②アクターのひとつである旅行業者はロジスティクスでビジネスを展開する。コンベンションなどでは会議事務局代行(PCO)などを行うこともあるし、会議後の観光企画(アフター・コンベンション)や同伴婦人のためのレディース・プログラムの催行も地域旅行業者にとっては大きなビジネスである。インセンティブは数少ない団体営業であり、販売効率の高さでは修学旅行市場と双壁である。実際のMICE業務を請け負う際には③の施設や④のサプライヤーなどを傘下に置いて一括した運営受託を行う場合もある。

③の施設はホテル、会議場、展示場の3種が一般的である。これらを集約配置したのが神戸市の試みであり、沖縄の宜野湾市などもそれにならった。京都国際会議場は施設としては老舗であるが、ホテルとの距離がハンデとされた。幕張にしても東京ビッグサイトにしても、このような施設コンプレックスを可能にするために再開発ウォーターフロントに着目したのである。このうち展示場はE:エキシビションで活用されるケースが殆どであるが、国際会議やインセンティブも大規模なものになれば、利用されることもある。逆に前述のように見本市・展示会でも商談が行われる場合は会議施設も不可欠になる。ホテルは国際会議でも必須となるが、インセンティブではセレモニー会場としても必要で、MICEのシステムにおいては最も重要なアクターとあって良い。

図 87 M I C E のシステム構図



これらの施設は基本的にMICE催行による施設利用収入を目的とするが、会議場や展示場は公共施設であることが多い。そのためにMICEのためのインフラ、ということもできる。

④のサプライヤーは地元企業の立場でのアクターとなる。これには様々な業種が関係する。会議、大会、セレモニー、見本市などの運営に資するために、通訳、翻訳、出版、機器リース、ディスプレイ、保険、金融、ガイド、運輸交通、警備、などの企業が参入する。これらの業種は後述のCBの加盟員になることが多い。

⑤コンベンション・ビューロー、観光協会は会議都市における数少ない公的セクターとしての関わりである。CBは観光協会の存在する都市であっても商工会議所主導で設立されることが多く、都市からも交付金や人材が派遣される。必ずしも観光振興活動の範疇におさまらないシステムだからである。観光協会との統一を図る試みも各地でなされているが、うまくいかない場合が多い。いうまでもなく、CBの関与は集客のためのプロモーションであり、催行実務の支援である。このように目的とするところは幅広い地域ビジネスによる業務受注の拡大という直接的なものもあるが、長期レンジでは都市知名度の向上や都市に立地する産業の質的成長を促すためのインキュベーター的機能に期待するところが大きい。ヒト・モノ・情報の集散や交流によってそれを実現しようとするシステムなのである。

最後に他のシステム同様、国策の推進を図る観光庁やJNTOもアクターとして加わる。ただ、リゾートやエコ・ツーリズムやグリーン・ツーリズムの場合に比較すると、前面には出ていない。それだけ民間セクターでシステムの環構造が構築されているからともいえる。

このようにいくつかの「観光ムーブメント」ごとに多様なシステムが構築されている。このほかにも古くは温泉観光、近年ではスポーツ・ツーリズム、メディカル・ツーリズム、産業観光、なども例外ではなく様々なアクターが関与している。

(3) 津和野／町並み観光地とビジネス・エコシステム

では「町並み観光」はどうか。時代を少しさかのぼると、市制を引くまでには至らない規模で城下町の色合いが濃いものを「小京都観光」とも称していた。盆地と河川が必須アイテムで仰ぎ見る山があればちょうど良い。これは嵐山と賀茂川に相当する。従って、小樽や倉敷などや大内宿などは都市の規模、都市の原型という意味でややニュアンスが異なる。

いずれにしても、この町並み観光が脚光を浴び始めたのは 1970 年代早々のことで、国鉄によるディスカバージャパン・キャンペーンとアンノン族の登場によってである。国鉄は幹線以外の全国鉄道ネットワークの維持のために、旅行業とは異なる視点でデスティネーション開発を行わなければならなかった。アンノン族はそのブームに乗って登場したが、団体旅行から個人・グループ旅行へ、女性の主導権の拡大、という時代的傾向が拍車をかけた。受け入れる町の側も人口流出の危機感から町の活性化のため、地域個性の保全のために町並み保存運動が各所で起きていた。

他の観光地タイプとは違って、町並み観光には大きな政策的な後押しがあったわけではないが、その例外は 1975 年制定の「伝統的建造物群保存地区制度」である。これがきっかけとなった。それまで建造物単体の指定保護はあったが、群として評価するのは画期的であり、一躍観光対象として着目され始めたのである。城下町だけではなく、宿場町、門前町、港町など様々なジャンルで選定された。妻籠、今井町などの活動は全国的にも注目を浴びた。もちろん、アンノン族の観光幹旋に旅行業者も本腰を入れ始めたが、そのほかの民間側のアクターとしては地域外の建築家グループ、役場の職員など個人プレイのレベルに過ぎなかったのである。

では、津和野町のような小さな規模で住民生活と密接に関わっている「町並み観光」のタイプが目指すシステム(=過疎からの脱却を同時に目指すもの)はどのような構造であるべきなのか、を現状に鑑みて検証する。ビジネス・エコシステムと称するにしても、他の観光のタイプ同様、自治体という公的セクターが大きく関与するという限界は避けられないし、またシステムが稼働していけばその役割が減少して純粋に自律的な民間セクターの仕組みになるという保証もない。しかし、いずれは国レベルの様々な支援措置への全面的な依存からは脱却しなければサステナビリティは獲得できない。そのためのヒントは全国で取り組まれている事例から学び取ることができる。

いうまでもなく、津和野町が目指すゴールは「町並み観光の活性化を軸とした過疎化からの脱却」である。他の産業に依存するというシナリオは町の調査の結果であれ、本研究の実査の結果であれ、非現実的である。

過疎からの脱却は「社会増＝移住」の促進に他ならないが、全国的な総人口予測の枠組み内では量的に大きな成果を期待することはできない。むしろ、住民の暮らし方や社会の仕組みや住民の価値観、町の外

とのつきあい方、といった部分を「変えていく、そういうエンジン役の人材」をいかに確保していくか、が問われている。

図 88 はそれを念頭に置いた津和野におけるシステムの仮説であるが、そこでは以下のようなアクターがそれぞれのタスクに従事することになる。

アクターとしての津和野町の役割は大きく①IN と②OUT の政策課題に分割できる。①IN はさらに①-(1)生活基盤の修復、産業基盤の修復と①-(2)町並み観光基盤の修復に分割できる。

①-(1)は総合計画や過疎振興計画に基づき、町として住民が定着可能な存在条件を満たすことであり、そのうえに移住者の受け入れ環境整備を加える。修復とは、より高機能な再編であり、新たな生活スタイルの創出にリンクしたデザインでなければならない。それに加えて美しく、というのが町並み観光地としての使命である。従来型のインフラ整備の推進も不可欠ではあるが、そのみでゴールに近づくことが困難であることは過去を振り返れば自明である。

①-(2)は過疎振興計画においても取り組みの必要性が明示されているが、まず津和野観光の特性に依拠した潜在観光資源発掘が最優先の取り組みである。素材はすでにリストアップされているが、そこに「物語」を付与していくことによって、魅力は倍加していき、住民の新たな参画意識、アイデンティティが醸成されていく。観光計画の上位に位置する「津和野町歴史・文化基本構想」の推進によってこれらを進めていく。この構想は文化財保護計画であるが、さらに歴史や文化をどのように観光コンテンツ化していく作業に他ならず、町並み地域だけではなく周辺の田園から様々な資源を拾い上げる作業も継続していかなければならない。こうした施策が必然的に①-(1)で念頭に置く「新たな生活スタイルの創出」に繋がっていく。

また町並み観光のロジスティクスも当面大きな目標となる。ミクロな部分では、「滞留性のある」観光コンテンツの重視からスタートすべきである。時間消費を拡大するためにはやはりコンテンツに物語がなくてはならない。典型的な観光スポットのみならず、普通の商店や人々との間で様々なコミュニケーションを連結していく中で町での滞留時間は伸びていく。広域観光圏の構造は容易には変えられない。現実的には広域交通とマス・ツーリズムには抵抗しようがないのであり、新たな需要を求められないのである。その意味では顧客に選別してもらうのではなく、町が顧客を選別していく、という勇気が必要である。それで成り立つサイズをゴールにする。

こうした政策課題の追求は自治体行政でのみ行うのではなく、パートナーが必要であり、それを「新たな公」に託す。

②の OUT は外部への働きかけである。ここでは②-(1)町からの情報供給と②-(2)移住促進である。もちろん、これらは従来より精力的に取り組まれている課題である。

②-(1)は①-(2)と同時的に行えるが、そこに地域情報を創出したり発信するビジネスが生まれる。これは都市と地域を結ぶインターフェイスの役割である。自治体みずからがダイレクトにマーケティングを行うケースは増加しているが、質量ともに限界がある。事例でとりあげた社団法人ニッポニア・ニッポンのような企業による潜在資源発掘と発信のための加工技術、情報の選別のためのビッグデータ分析技術など、新たなアクターとしての参画を求める。

②-(2)は①-(2)の成果をもとに UIJ ターンの拡充を図ることに尽きるが、ここでもアクター養成という視点を堅持する。一般的には都市からのリタイヤ層が主たるターゲットとなるケースが多い。しかし、事例で挙げた竹田市の場合では、2012,13,14 年の 3 カ年で 61 世帯 117 人の UIJ ターン実績があるが、うち 19 の世帯主の新たな職業は特徴的である。即ち竹細工・木工への従事 8 人、紙すき・紙工芸 20 人、イラストレーター 2 人、染色、近代アート、ギター製作、陶芸、絵画が各 1 人、さらに建築士と司法書士が 1 人となっている。農業関係就業はむしろ少数で 7 人である。こうした人々は単なる人的成果のみならずアーティストのネットワークを地域にもたらす。さらに彼らが生み出す作品が観光客を集める、地域に市場を形成する。そして住民にも様々な文化芸術的刺激、すなわち、前述の「新たな生活スタイルの創出」のひとつをもたらし、人的ストックの形成を期待できるのである。

とはいえ、自治体による移住促進には困難性も伴う。財政的な制約によって①-(1)の生活環境の充実が容易ではないことに加えて、都市部へのコネクションがないハンデも大きい。竹田市では東京や大阪にリエゾンオフィスを設立してチャネルの拡充を図ってきたが、すべての地域が取り得る方策でもない。

移住促進のもうひとつのルートは「都市と地域を結ぶ人材供給のインターフェイス」である。主として都市

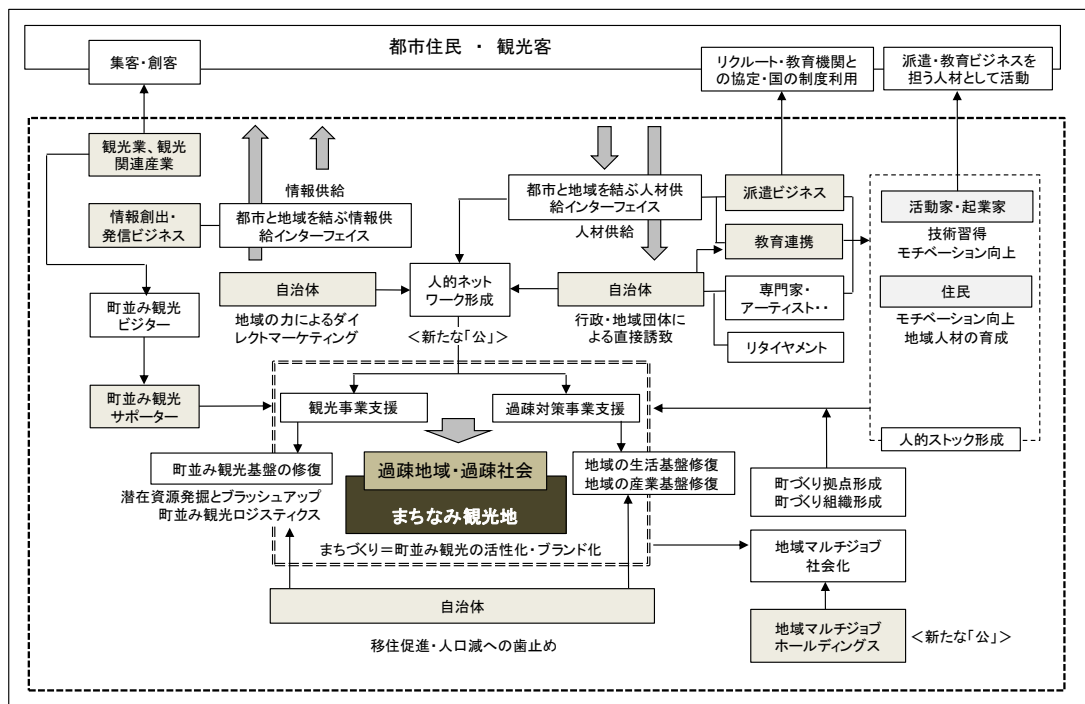
側に立地する組織や企業を通じた人材の受け入れである。こうしたアクターを通じて派遣されてくる人材は期間限定であるが、そのうちの何割かは移住定住に繋がる可能性があり、しかも「まちづくりの活動家」としての資質を備えている。その資質は、たとえ都市に帰還することになっても、人材派遣、移住促進の活動に何らかの関わりをもつ可能性がある。この役割を果たすアクターには2つのタイプが考えられる。ひとつは事例で取り上げた Founding Base のような派遣ビジネスの活動である。当初は地域おこし協力隊という仕組みや公的財源を活用したものであり、ビジネスモデルを確立するための試行錯誤的要素があった。しかし、派遣対象を広げ、企業社員のモチベーション研修のしくみとしても機能させることによって、経営基盤が築かれようとしている。

さらには海士町の構想のように教育機関(大学)との「提携プログラム」を手段として検討することもできる。この場合は地域と都市部の大学との直接的な連携であるが、間にインターフェイスとしての役割を担う機関があればなお良い。大学にとっても革新的な教育手段となりうるし、多くの町並み観光地は歴史的、文化的教材に恵まれ、田園地帯の豊かな自然環境を提供できる。長期的なレンジで見ると必要があるが、地域の理解者に育つ可能性がある。竹田市も県内の大学との連携を図ったり、ニッポニア・ニッポンでも国分寺においては大学生の派遣をコーディネートしている。効果を高めるためには、個人やグループの段階から組織間提携としてプログラミングしていくべきであろう。さらに海士町や竹田市やさらには小豆島などでも、大学生を教員として招いて地域の高校生の教育補助に貢献している例もある。

旅行業や地域の観光関連産業もアクターに名を連ねる。町並み観光の集客においては、今後コンテンツツーリズムとしての特性を打ち出していくことが不可欠である。エコ・ツーリズムなどと同様、「そこで何が学べるか」が商品価値を決定することになる。観光地の運営を継続していく、という視点では、従来型の団体バス旅も必要であるが、一方ではこうした「ビジターからサポーターへ」と脱皮する仕組みが必要であり、これも人材確保のルートのひとつである。地域側では観光パンフも必要であるが、「観光客用教材」の開発を考えたい。自然公園ではパークノートという教材を用意するところが増えているが、町並み観光地においても同様である。津和野町ではフランスから建築を学ぶ学生グループなどが来訪している。そうした顧客に対して学びの材料を創出したり提供していく活動が、「新たな生活スタイルの創出」に繋がる。

様々な手段によって形成された「人材ネットワーク」がまちづくりを担う「新たな公」となり、行政をサポートしたり、あるいは主導的な役割を果たしていく。そして生活基盤や産業基盤、あるいは観光基盤形成に貢献していくという構造である。

図 88 町並み観光のシステム構図



ところで、先述したように地域産業、とりわけ観光産業においては生産の低さという課題がある。大量の観光客増というシナリオは採用しにくいだけに、新たに移住促進の動機に繋がるような職場提供は困難である。アートを含めた町並み観光地に対応した新規起業という手段もあるが、就労者が足りずに、それでいて多種少量の労働が必要な社会は継続する。住民は本業以外にできる何かを持っている。問題はそれが把握できず、適切に配分できない所にある。それは小さな社会で小さな企業が閉鎖的に業務に携わっているからであり、マルチ・ジョブを推進する企業体を創設し、その中から「濃密な地域社会の人間関係」をとりもどすことが重要である。

ものがたり観光という言葉が近年脚光を浴び始めている。本来は、ものがたり消費から派生した概念である。ものがたり消費とはそもそもビックリマンチョコの人気の分析から生まれた概念であり、近年ではカードゲームがそのカテゴリーに入る。製品ではなく、オマケのシールやカードに子供達はひとりひとり違うストーリーや夢を描く。ひとつとして同じ価値のものはない。町並み観光もかつては「文化財」、「歴史的建造物」として一律の価値を観光客に提供してきた。しかし、「学びの要素」が増大し、人々の感受性が豊かに多様性を帯びると、町並みの光景や住民の表情、町を流れる風の匂い、穏やかに響く音、すべての要素を複合化して観光客ひとりひとりに異なる魅力を提供する。それが「ものがたり観光」である。そこには歴史や文化が根付き、まちづくりのひとつひとつの小さな活動、コミュニティにおけるつきあい、復活した慣習行事などが、さらに別々の「ものがたり」として町の各所で巻き起こる。

それらの集大成によって、サイズこそ違え、少しずつ地域がかつての姿によみがえる、ということに期待すべきであろう。

■引用参考文献

- 「津和野 保存と町づくり」 掘井正一 1976.3 (財)日本交通公社自主研究
「アーバン・ツーリズムによる地域活性化方策に関する調査」 (財)日本交通公社 2003.3
「広報つわの」 津和野町 各年次
「津和野まちづくり長期計画策定業務報告書」 津和野町 2000.3
「第1次津和野町総合振興計画」 津和野町 2008.3
「旅行者動向2010」(財)日本交通公社 2010.10
「津和野町観光統計」 津和野町 各年次
「国勢調査 H22」 総務省統計局 2011
「2007年商業統計調査結果報告書」 島根県政策企画局 2009.2
島根県 HP
JR西日本 HP
「津和野町 都市計画マスタープラン」 津和野町 2004
「津和野町 津和野町歴史文化基本構想・保存活用計画」 津和野町 2009
「住宅地図」 ゼンリン 1983,1992,2012
「津和野町第4次総合振興計画」 津和野町 1996
「過疎対策の現況」 総務省 2012
「国土のグランドデザイン」 国土交通省 2014.7
「地方消滅」 日本創生会議増田寛也中央公論新社 2014.8
「石垣市におけるまちづくり/タウンマネジメントの活動」 流通科学研究所 Research Note No.23 小久保恵三 2013.6
「試行錯誤とボトムアップの観光作り/ファウンディングベース」 流通科学研究所 Research Note No.26 小久保恵三 2013.10
「インタビュー記録 島根県隠岐郡海士町町長山内道雄」 流通科学研究所 Research Note No.27 福井誠 2014.1
「YOKARO バスの挑戦」 流通科学研究所 Research Note No.31 小久保恵三 2014.6
「インタビュー記録 物語で紡ぐまちづくり」 社団法人ニッポニア・ニッポン代表理事彦田和詳 小久保恵三 2014.12
「竹田市新生ビジョン」 竹田市資料
「なぜローカル経済から日本はよみがえるのか」 富山和彦 (株)PHP 研究所 2014.6
「まちの幸福論」 山崎亮 NHK 出版 2012.5
「観光まちづくりを取り巻く現状と課題」 野原卓 季刊まちづくり Vol.19 学芸出版社 2008.6

