

観光による地域活性化の要素と 活動における課題

——地域資源の発掘と活用の問題を中心に——

廣 川 嘉 裕

目 次

1. はじめに
2. 観光を通じた地域活性化の意義
3. 観光を通じた地域活性化の要素：地域資源とその活用
4. 観光による地域活性化（地域資源の発掘と活用）にあたっての地域住民の活動のポイント
5. 地域資源の発掘と活用における地域住民と地域外の人々との連携・協力の重要性
6. おわりに

1. はじめに

近年、多くの地域において観光による地域活性化に期待が集まっている。米谷・安本（2016：111）は、観光が地域振興の手法として注目される理由に、「① 地域内関係者が推進主体となることが可能であること、② 身近な地域資源を活用することができること、③ 比較的小規模な資金投入から事業を始めることが可能であること、④ 地域外からの集客がもたらす需要創造により地域内の様々な需要を補完すること、⑤ 地域内で資金等が循環する仕組みをつくれること」が挙げられるとしている。

しかし、地域内関係者が主体となり、地域資源を活用した観光を推進する上では、地域住民の主体的な活動はもちろんのこと、地域内外の人々が協力して地域の魅力を発見し、観光に活用するための取り組みが重要であると考えられる。そこで、本稿では、観光による地域活性化を行うにあたっての地域住民の

活動におけるポイント、および地域資源を発掘し活用する際の地域外の人々との協力におけるポイントについて、先行研究を基に検討してみたい。

本稿の概要は、以下の通りである。まず、観光が地域にもたらす様々なプラスの効果について概説する。次に、観光を通じた地域活性化（地域振興）において活用される「地域資源」に関する説明をした上で、地域資源を観光（を通じた地域活性化）に結び付けていくためのプロセスについて述べる。そして、その後に観光による地域活性化（地域資源の発掘と活用）における地域住民の活動、および地域住民と地域外の人々が協力して行う活動におけるポイントを指摘し、最後に残された課題について若干の言及を行う。

2. 観光を通じた地域活性化の意義

ここからは、観光が地域にもたらす多様なプラスの効果について概説する。地域が観光客を受け入れること、あるいは地域が観光に取り組むことによって期待される効果としては、① 地域経済や地域生活の維持に対するプラス効果、② 地域住民・地域文化・地域社会に対するプラス効果、③ まちづくりにおけるプラス効果（まちづくりにおける知識・アイデアの獲得、住民の地域に対する理解の促進）などが挙げられる。

まず、観光や観光振興が地域活性化にとって重要な理由として、地域経済・地域生活の維持に対する効果があることが挙げられる。日本は少子高齢化・人口減少の局面を迎え、社会の活力を維持する上で交流人口の増加が必要とされている。地域に多くの人々が訪問し、消費活動や地域の営みへの参加をすれば、地域経済の維持発展や地域生活の維持・向上は可能となる。地域の観光素材の活用は、そのための重要な1つの手段なのである（小塩編 2014：18；須田 2009：17-18）¹⁾。

1) 観光における消費活動としては、例えば移動の際の運輸業者への運賃の支払い、宿泊の際の宿泊業者への宿泊費の支払い、食事の際の飲食業者への料金の支払い、買い物の際の土産物業者・小売業者への代金の支払いなどがある。そしてこうした観光消費は、地域の農林水産業などにも間接的に影響を及ぼし、所得や雇用・税金をもたらす可能性があるのである（中尾 2008：36-39参照）。 ↗

観光がもたらす効果は、経済的な利潤にとどまらない。地域の魅力を求めて訪れる人々との交流が、地域住民による地域の歴史・文化の発掘作業や地域に対する誇りの獲得・回復につながる可能性もある（十代田 2010b : 188）。

井口（2002b : 15-17参照）は、観光振興が地域住民に対してもたらす精神面での効用（「観光の文化的効果」）を強調している。つまり、地域観光事業の振興の中で、地域の文化が振興され、伝統行事が活用され、地域住民に生涯学習の機会がもたらされる。こうしたことが地域固有の価値への矜持や地域のエートスの高揚をもたらし、地域社会のブラッシュアップを生み出す力になるというのである²⁾。

観光は、まちづくりを進めていく上でも効果が期待できる。それは、観光が地域内の人々と地域外の人々との交流の機会を提供し、その中で多様な知識・アイデアがもたらされる可能性があるためである。こうした交流は、とりわけ人口減少・少子高齢化の進行する地域において大きな意味を持っている（森重 2012b : 329）。

さらに観光は、地域に対する自己理解や地域の改善を促進する効果をもつ。地域が多くの人々を受け入れて様々な評価を受けることによって、住民は自らの地域の良い面や悪い面を理解し、良い面についてはさらに磨きをかけるとともに悪い面については反省し改善しようとするようになるのである（岡本 2001 : 11-12）。

ㄨ 地域の営みへの参加については、1990年代に入ってから、棚田のオーナー制度やワーキングホリデーなどのように、農山村の自然環境・歴史的環境の保全や地域の文化に興味・関心をもつ人々を地域の環境保全や農作業の直接的かつ貴重な担い手として活用する取り組みが始められるようになってきている（岡村・野原・西村 2009 : 26-27）。

ただし、観光の地域に対する経済効果を考える際には、そこで販売する財やサービスを可能な限り地域内で生産することが重要である。観光客が訪れ地域の中で消費を行ったとしても、地域外で生産されたものが多く購入されていればそれだけ地域外に漏出する額も多くなる。そこで、地域内の産業連関を強化し、観光客の支出を地域内で循環させるための取り組みも重要となるのである（小沢 2011 : 31）。

2) 観光や観光振興が地域住民に対して与えるこのようなプラスの効果については、大澤（2010 : 91-93）でも述べられている。

当然のことながら、観光や観光振興が地域に与えるプラスの効果はここで挙げたものにとどまらず多岐にわたるものであるが、概観しただけでも経済的、あるいは社会的に観光は地域に対して大きな貢献をする可能性を持っていることがわかるであろう。

3. 観光を通じた地域活性化の要素：地域資源とその活用

2000年前後から、「地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」を地域づくりの望ましいあり方とする「観光まちづくり」の考え方が注目されるようになってきている（観光まちづくり研究会2000：5）。そこで、ここからは地域における資源（地域資源）について説明した上で、それをどのようにして交流や地域づくりに活用していくかを述べた議論を紹介する。

村山（2011：4）は、地域の価値の向上に影響を与える要素を「地域資源」と呼んでいる。それでは、地域資源とはどのようなものを言うのであろうか。ここからは、地域資源の具体例や、近年増加している新しいタイプの観光者（ニューツーリスト）をひきつける地域資源（特に文化的な要素をもった地域資源）について、先行研究をもとに整理してみたい。

村山（2007：8）は、地域の資源として考えられるものとして、「地域の自然、景観といった自然的資源」と、「地名、地域の歴史、地域の文化・社会（祭り、年中行事、地域の医療・福祉、等）などの、人文的・社会的要素」を挙げている。さらに、地域資源には、「歴史・文化」に関するものとして「伝統文化、行祭事、イベント、生活文化、史跡、社寺」、「産業」に関するものとして「既存産業、企業、技術、生産物、特産品」、「自然・環境」に関するものとして「自然、景観、都市空間、農林空間、水、動植物」などが存在するという議論もある（金井 2008：20図表3）。

以上の例からもわかるように、地域資源は、それぞれの地域の自然環境の中で地域の人々によって営まれた様々な行為・行動の歴史的な積み重ねによって

観光による地域活性化の要素と活動における課題

できるものである（小塩編 2014：40）。時代が成熟する中で、観光においては地域特有の自然や地域の暮らしによって育まれてきた文化を楽しむことが重視されるようになってきている（小塩編 2014：112）³⁾。

とりわけ、文化的な動機に基づき、地方色の豊かさを求めて行われる活動である「文化観光」においては、当初から人々を楽しませることを意図してつくられた施設というよりも、その地域の歴史やそこで作り出されてきた様々な“モノ・コト”の個性が観光の対象となる。そこで、「常在としての文化資源に着目し、あるいはそれを掘り起こすことによって、そして時として体験可能な要素を盛り込むことによって、観光行為の対象としようという動き」がコンセプトとなるのである（井口 2002a：6-7参照）。

従来の観光と新しい観光

	従来の観光	新しい観光
対象	名所旧跡・温泉	地域の個性ある生活や風景
行動	見物・保養・宴会	交流・学習・体験
グループ	団体が多い	個人が多い
行動形態	周遊型	滞在型
重視するモノ	ハード	ソフト

出典：安島（2004：63）。

- 3) 地域の自然や歴史・文化・生活といったものに対する観光上のニーズの高まりを示すものとしては、社会経済生産性本部編（2007）、および金井・小阪（2008：289-290）も参照。

阿比留（2010：1）は、地域の生活体験などが観光上のニーズとして重要なものになってきた状況について、「それは異なる風土の産業や文化、それらを育ててきた生活の価値観などが醸し出す『異日常性』とのふれあいへの関心が高まっていることを物語るものといってよい」と指摘している。

マストツーリズムの全盛期においては、地域の自然環境・伝統産業・文化遺産・食文化といったものに特段の価値が見出されることは少なかった。しかし、経済成長期における環境・産業・社会・文化の変化によって、これらは日本で失われかけている地域資源でもあった。そうした中で、自らの価値観やライフスタイルを基準として、地元の住民にとっては当たり前のものと思われていた各地域の産業・文化などに価値を見出す新しいタイプの観光者（ニューツーリスト）も出てくるようになってきたのである（尾家 2010：33-34参照）。

こうした観光の動向の下では、大規模に観光客を吸引できるような「国宝級の文化財」やリゾート施設を持たない地域であっても、固有の地域資源を観光に活用することによって各地域が多様な魅力を発揮することが可能である（十代田 2010a：13）。人々が観光において魅力を感じる対象が多様化している今日、「どこの都市にも存在している、あるいは提示可能な『光』」であっても、観光者に求められる可能性が出てきているのである（十代田 2011：89参照）。

以上が、今日の観光の動向を踏まえて観光を通じた地域活性化を考える際に重要な要素となってくる「地域資源」の概要であるが、次にこうした地域資源をどのように観光や観光を通じた地域活性化につなげていくかを述べる。観光を通じた地域活性化においては、地域の住民が地域資源を掘り起し、それを活用することがポイントとなる。そこで参考となるのが、真板らの提起する「宝探し」から地域づくりへの5段階の議論である。

「宝探し」、すなわち住民の手による地域資源の把握作業によって発見ないし再発見された地域の宝（地域資源）を地域づくりに活かしていく際には、①「宝を探す」、②「宝を磨く」、③「宝を誇る」、④「宝を伝える」、⑤「宝を興す」という5段階があるとされる。まず①「宝を探す」段階においては、地域固有の自然や歴史・文化・産業・人といった資源を地域住民自身が発掘・再発見することで、自らと地域（の文化）とのつながりを認識し、それを深化させる。そして②「宝を磨く」段階においては、地域の人々の知恵と専門家の学術的・科学的知見、そしてそれらを基にした試行錯誤を通じて、発掘・再発見された地域資源の魅力を生き生きした形で引き出し、多くの人にとって理解しやすいものにする。③「宝を誇る」段階においては、地域資源（地域の価値）を地域住民に紹介してそれらを理解してもらうことによって、地域住民が自らの地域に対して誇りを持ち、地域をさらに誇りうるものにしていくための行動を起こす風土が培われる。④「宝を伝える」段階においては、地域資源を用いた交流活動を通じて地域外の人々の「共感」を獲得し、それを励みに新たな価値の創造に挑戦していくための自信と誇りが培われる。⑤「宝を興す」段階においては、こうして生まれた（発見された）新たな地域資源が、地域に経済的な

成果をもたらす産業に発展するための活動が展開されるのである（真板・比田井・高梨 2010：127-131参照⁴⁾。

「宝を探す」活動としては、地域の宝に関するアンケート調査・ヒアリングや現地調査、地域の宝探しのためのワークショップなどが考えられる。（こうして発見された地域の宝は、資料集などの形でデータベース化される。）「宝を磨く」活動としては、損傷した有形物や歴史文化遺産、および原風景として思い起こされるもの（宝）の補修・修復・保全、地域の宝の周辺の整備などが考えられる。ここでは、地域外の参加者も交えた地域の宝の修復・保全のためのワークショップも行われる。「宝を誇る」活動としては、住民に対して宝（の一部）を常設展示することや、食などの生活文化を含めた地域の文化および芸能を伝えるための出版物や映像資料の作成、地域の宝に関する情報センターの整備、地域の宝に関する（体験）学習会・住民参加ツアー・学校教育などが考えられる。ここでは、祭りやライトアップなどのイベントを活用した宝の楽しみ方に関する工夫がなされることもある。「宝を伝える」活動としては、地域の宝に関するフォーラムやシンポジウムの開催、地域外の人々に向けた自然体験・史跡文化財の探索・伝統産業や郷土料理の体験のためのツアー・山村留学などが考えられる。ここでは、交流のための拠点の整備が行われ、また人材育成や地域の宝に関するマップの作成という形で地域外の人々に対してガイドを行うための基盤整備もなされることになる。「宝を興す」活動としては、伝統産業（伝統産品）の再生、特産品の開発とそのブランド化などが考えられる。なお、ここでは地域の歴史や風土（個性）に根ざした形で新しい宝を創造することが重要となる（真板 2006：154-167；真板 2016a：35-38；海津 2009：

4) 「宝探し」から「宝興し」の5段階の具体的な活動内容については、真板・比田井 (2009)、真板・比田井・高梨 (2010：7章)、真板 (2016b) に詳しい。

なお、この5段階は、必ずしも直線的・不可逆的なプロセスではないと考えられる。真板・比田井・高梨 (2010：127) は、「この段階は理念的なものであることから、実際の事業推進にあたっては、『探す』作業を基礎とし、他の作業は『磨く』と『誇る』作業を繰り返しフィードバックさせて『伝える』『興す』へと展開するなど、宝の特性や宝の位置づけにより、また、『宝探し』の目的により、並行やフィードバック、繰り返しなどの自在な展開を行い得る」としている。

38；海津 2011b：162-166参照)。

4. 観光による地域活性化（地域資源の発掘と活用）にあたっての 地域住民の活動のポイント

ここまで見てきたように、観光を通じた地域活性化を行うためには、それぞれの地域が持つ多様な資源（「宝」）をいかにして見つけ出し、磨き上げ、地域内外の人々に提示して交流や産業に活用していくか、ということが重要となる。そこで、以下、地域住民が地域資源の発掘と活用のための活動を行う上で留意すべきポイントについて整理してみたい。

まず、地域資源を活かした地域振興をする上では、そこに住んでいる人々自身が地元の歴史や文化を見つめなおし、それらを自分たちが動いて継承していくことを通じて、地域資源を自らの血肉として取り戻すことが重要とされる（小塩編 2014：126-127）。その際、重要となるのは、地域住民が自らの地域に対して誇りや関心を持って地域の魅力を発見し、それを育て上げていくという姿勢である。

井口（2002a：9-10、14注6参照）は、誇れるものを自らの地域に見出すことが観光振興・地域振興やまちづくりの契機となることを指摘している。この点に関して、井口の論考から重要な記述をさらに引用しておこう。

「うちのまちは、何もないですから……。」これもまた現場でしばしば聞こえてくる声である。しかし、それは本当なのだろうか。今一度観光の真意を想起してみるとわかるが、人がくらしを積み重ねてきた地域社会に「光」がないはずはないのである。そこにないものがあるとすれば、「光」を見出そうとする意志であり、身近な「光」をかけがえのない固有の「光」と感じるができる豊かな感性や自己の地域への誇りの念なのである（井口 2004b：20）⁵⁾。

……観光都市ではなくても、都市観光を満喫することは可能であるということ

5) 井口（2004a：29）は、「『ない』からといって外部資本にハコモノの集客装置を安易につくらせる地域は、矜持と知恵に基づく思考を放棄したものといってもよいのではないだろうか」とも述べている。

であり、自らのまちに誇りをもって地域住民自らが主体となり自らのためにまちづくりを進めるまちであればあるほどその可能性は豊穡であるということだ(井口 2004b : 22-23)。

須田(2005 : 244-245)もまた、地域住民が常に「観光する心」をもって身の回りにある地域の「すぐれたもの」(特色・「光」)を見つけ出し、それを観光に活かしていくことの重要性を指摘している。人々が訪問・滞在・交流することを望む地域を育てるのは、地域の魅力を発掘して磨き、美しさと楽しさを備えたまちを創るために協力して行われる日常的な住民の活動なのである(小方 2004 : 16)。

ある観光対象を観光資源にまでするためには、地域社会の固い意志と推進力が重要である。観光対象そのものの価値だけで地域に大きな効果をもたらすことができるものに恵まれた地域は、それほど多くないと考えられる。そうした特別な観光対象を持たない地域が観光による地域振興で成果をあげるためには、そのための努力が必要となるのである(金 2008 : 1-2)⁶⁾。

このような形で地域住民が自らの周りの誇れるもの、優れたものを発見し、それを磨くことで観光に活用する際には、住民自身が自らのまちの(固有の)歴史と文化を見つめなおす能力を高めるための仕組みも存在することが望ましい。

人間が創造性や独自の工夫を用いて生み出したものは、その固有の価値を捉

6) ここで、「観光対象」と「観光資源」について付言しておく。「観光対象」と「観光資源」という言葉は、論者によってさまざまな意味で用いられており、統一的な定義がなされているわけではないと思われるが、この文脈での「観光対象」と「観光資源」についてはさしあたり以下の立場を紹介しておけばよいであろう。

まず、「観光対象」を人々が観光上の魅力を感じるモノやコトとして認識し、「観光資源」を観光上の経済的・社会的・文化的な効果を生み出す源泉として認識する(資源論)の立場がある(前田・橋本 2014 : 10-11)。

また、「観光客の主観によって観光の価値が決まるため、あらゆるものが観光対象となりうるが、一般には観光客を惹きつける力が強く、多くの人が観光価値があると認める対象が観光資源の範囲に入るものとされている」(中崎 1996 : 209頁)、という見解もある。

え、活かそうとすることができる人々（固有の価値を享受する能力がある人々）が存在してこそ有効性を発揮する。そこで、地域における人々のそうした能力を高めるための生涯学習や、地域固有の文化（文化財）を磨き上げていくことに対する動機づけ、といった仕掛けが重要となるのである（工藤 2007：62-63参照）。

ここまで、主に地域資源の発見・育成における地域住民の主体的・能動的な活動の重要性について、先行研究を基に説明してきた。

これに加えて、地域資源を活用した観光による地域振興を行う際には、継承してきた地域文化の独自性に対する十分な配慮が重要となる。そこで、以下こうした観点から観光による地域振興、特に文化的な資源を活用した観光における留意点について言及しておきたい。

個性を主張するために、ことさらに変わったことをしようとするのは本末転倒である。それぞれ異なる地域資源と人の組み合わせを持った地域が、育てる価値のあるものを見つけて内発的な参加を通じて育て磨き上げることが、地域の個性をつくることにつながるのである（宮口 2007：183）。

また、文化観光においては、過度に観光客に迎合することは期待されていない。地域の宝とも言える景観や伝統を適切に保全・修復して活用することや、その地域ならではの体験を地元の人々とともにする機会を提供することが、来訪者の喜びにつながるものと考えられる（野村 2016：82-83）⁷⁾。

来訪者を迎えて地域活性化を図ることは、地域づくりの目的の1つである。他方において、来訪者の文化の枠組に迎合する形で自己の地域を改変していくことには大きな問題がある。こうした形で地域振興を行おうとすると、地域の姿が来訪者のありように大きく左右されるものになってしまうからである。地域振興においては、地域住民が地域の歴史・自然・生活文化の磨き方やライフスタイルのあり方を考えることが重要であり、それに基づく取り組みが魅力的

7) 阿比留（2007：15）は、『「地域の人々が愛し、誇りをもって守り育て、日常的に生活の中で享受される地域資源」こそ訪れる人々にとっても『異日常性』の魅力をもつ』と述べている。

なものであった時に、新たな来訪者がやってくるのである（宮崎 2006：216）⁸⁾。

流行を追うよりも継承されてきた地域資源を適切に評価し、その地域に相応しい方法で提供できているところが、特色ある地域として注目されている（日本交通公社編 2013：187）。「観光から即効的な経済効果を求めようとすればするほど、私たちは身近に眠る光の存在を忘れてしまうようであるし、最悪の場合眠っている光が二度と目覚めることができないような状態に封印してしまい、往々にしてその後で大きな後悔をする」（井口 2004b：20-21）という指摘は、観光を通じた地域振興にとって大きな意味を持つといえよう⁹⁾。

5. 地域資源の発掘と活用における地域住民と地域外の人々との連携・協力の重要性

観光を通じた地域活性化（地域振興）にあたっては、地域住民自身が地域資源の発掘と活用のための活動を主体的に起こすことが特に重要であることはこれまで述べてきたとおりである。とはいえ、地域（の魅力）を見る外からの目や、地域外の人々がもつ知識・技術、そしてそれらを取り入れるためのネットワークも、地域資源の発掘と磨き上げにおいては有用である。また、地域内にいる「よそ者」の視点を持った人々も、地域資源の発掘と磨き上げにおいて重要な役割を果たすことがある。そこでここからは、こうしたいわゆる「よそ者」や「よそ者」の視点を持った人々と地域住民が協力して地域資源の発掘と磨き上げを行う際のポイントについて検討してみたい。

佐々木（2016：97）は、地域外の人々や地域内外につながり（ネットワーク）を持つ人が地域資源の可能性に気づくきっかけをもたらすことが多いと指

8) 金武（2017：128）も、「集客の最大化を狙うマス・ツーリズムと異なるニューツーリズムには、ホスト側の普段通りの日常生活の姿勢が期待される」と述べている。

9) 井口（2004b：18注2）は、「打算的、即効的に経済効果を目論む観光振興の手法は時として、本来観光が抱えて立たなければならない地域文化の固有価値を損なうことにもなりかねないということを忘れてはならない」とも述べている。

摘している。そこで、以下、地域外の人々が地域資源の発見と活用においてどのような強みを発揮しうるのか、地域外の人々との関わりがどのような効果をもたらすのか、といったことを論じた先行研究を概観する。

地域内の人々は、地域資源の詳細に精通しているという強みをもっている。これに対して地域外の人々は、従来使用されていなかった地域資源の発見や、地域資源の新たな活用法の開発の面で強みを発揮しうる。また、地域外の人々を通じて、外から見たときの地域の魅力に関する情報などを獲得することも重要である（森重 2012a：122）。

このように、異なる視点をもった人々が地域の価値や地域資源の発見においてともに作業することには、様々な利点がある。石川・佐藤（2016：179）は、「傍目八目という言葉の通り、外部者は内部者から発見できない価値を発見することもあり、内部者と外部者の価値観の相違から新たな価値が浮上する」としている。

村山（2011：6-7参照）は、地域資源の発掘・発見には「他人の目」も必要であり、地域資源の目録作成に地域外の第三者が参加し、そうした人々と地域住民が対話を行うことが「気づかれなかったもの、隠れていたものをオープンな領域に導き出す」有効な手段であるとしている。また、地域活性化においてはUターン住民・Iターン住民といったある程度「他人の目」を内在化した人々や、地域外に住んでいる支援者（応援団）も貴重な戦力になるとする。つまり、地域住民を主役とした活動をしつつ「住民の能力もしくは感受性を高める」ためには、多様な住民の参加を確保することとともに「他人の目」を持った人々や地域を応援する人々にも作業に加わってもらうこと、節目節目で地域外との交流の機会をつくって新たな地域資源の発掘・発見をするとともにそれまでの作業や活動の成果を点検することが重要になるというのである¹⁰⁾。

10) 地域外の人々とともに地域資源の発掘を行うことのメリットは、当該地域の人々のみにもたらされるだけではない。宮崎（2011：16）は、「地域資源の発掘を内外の者の混成チームで実施することは、地元住民の資源を眺める眼の転換につながるばかりか、外部の者にとっても、地元住民からさまざまに教授されることの喜びを得る機会でもある」と述べている。

この他、地域外の人々の持つ様々な効果を指摘した議論としては、敷田麻実のものが知られている。敷田（2009：86-89参照）は、「よそ者効果」として、①「地域の再発見効果」、②「誇りの涵養効果」、③「知識移転効果」などを挙げている。「地域の再発見効果」とは、地域内の人々にとっては「当たり前」のものにすぎないとみなされていた地域資源の価値を、地元の人とは異なる視点で「再発見」する機会を創出することである。「誇りの涵養効果」とは、地域外の人々による評価（褒め）によって、地域住民が自らの地域の可能性に気づき、自らの地域に対する意識を向上させることである。「知識移転効果」とは、地域に不足する最先端の知識や、逆にかつては地域に存在していたが失われつつある「土着の知」を地域外関係者が持ちこんでくれる可能性である¹¹⁾。また、敷田（2005：77）は、「よそ者」が地域住民の持っている知識の表出（言語化）を手助け（支援）する役割を果たしうることも指摘している。

自分たちの固有の文化を重視し、発展のための主要な資源を地域内に求め、発展の過程に住民が参加する「内発的発展」においても、メンバーの自律性に基づきつつ外部の知識や技術などを利用することは否定されるものではないとされている。地域や地域の人々が持っているものに依拠しながらも、地域住民同士の交流や地域外の人々との交流によってそれらを豊かにしていくことは、「他律的な（外部が決定権を持っている、外部にコントロールされている）発展」とは異なる地域の発展のあり方を示すものである（山村 2011：162-163）¹²⁾。

11) 敷田（2009）は、地域づくりにおける「よそ者効果」を論じているため、この他に「よそ者効果」として「地域の変容を促進する効果」、「『地域とのしがらみのない立場からの解決案』の提案」が挙げられている。しかし、ここで主に論じている地域資源の（再）発見とブラッシュアップという活動に関連が強いと思われる「よそ者効果」は、「地域の再発見効果」、「誇りの涵養効果」、「知識移転効果」であるため、本稿ではこの3つの効果のみ紹介した。

12) これに関連して、石森（2001：11）は以下のように述べている。

内発的観光開発は「自律性」を前提にしているが、それはかならずしも外部の諸要素を排除するものではない。「内発的」という言葉は閉鎖的な意味合

地域資源を観光資源に育て上げていく上では、地域社会を「閉じる」のではなく「開く」こと、さらに言えば、地域社会の自律性・主体性を損なわない形で地域外の人々を積極的に受け入れて、地域社会の主導権を確保しつつ地域内の人々と地域外の人々が相互補完的な活動をするのが重要となるのである(森重 2012a : 122)¹³⁾。

以上のように、地域住民と地域外の人々の手で地域資源を発掘し育て上げていく上では、両者の適切な協力関係が重要になる。光多(2008 : 236)は、外部のアドバイザーに地域資源の診断をしてもらう際には、全てを外部のアドバイザーに頼るのではなくアドバイザーと地域の人々が議論をすること、外部のアドバイザーも地域の歴史・風土・気質といった要素を十分に調査した上で活用法を考えることが必要としている。地域住民・地域外の人々がともにその地域について学び、対話を行っていくことが、その地域や地域が持つ資源の可能性を高めていくことにつながるといえるだろう。

6. おわりに

本稿で述べてきたように、① 地域経済や地域生活の維持、② 地域住民や地

-
- ゝ、いを喚起するが、一つの地域社会が潜在的に有している各種の可能性が発現される契機はほとんどの場合に外部の諸要素との出会いにもとづいている。そういう意味では、内発的観光開発は決して外部性をすべて排除して成り立つものではない。むしろ、地域社会の側がみずからの意志や判断で外部の諸要素を取り込んだり、それらとの連携を図ることによってよりよい成果を生み出す試みとみなすべきである。……

また、安本(2014 : 28)は、以下の先行研究を引用して内発的発展における地域外の資源活用の意義を指摘している。

「外部との出会いがきっかけになり、刺激となって、外的要素と自己との緊張関係をとおして、うちにある可能性が創発する」(川勝 1999 : 351)

「外部の異質人材との交流は知的摩擦をひき起こし、新たな知的創造を可能にする」(清成 2010 : 51)

- 13) 地域外の人々に観光資源を生み出すプロセスを「開く」際には、IT 技術を活用して観光客をはじめとする人々に関与してもらう方法などが考えられる(森重 2011 : 196参照)。

域社会の意識の向上、③ まちづくり、といった面でプラス効果が期待される観光に対する関心は高まっており、また近年においては地域の自然・文化・歴史・産業といった要素（地域資源）を活用し、新しいタイプの観光者（ニューツーリスト）をひきつけることによって地域を活性化させることに可能性が見出されるようになってきている。

そこで、地域資源を発掘し、磨き上げ、地域住民や地域外の人々に紹介し、交流や産業に活用していくための活動が重要となってくるのであるが、そこでは地域住民自身が自らの地域に誇りや関心を持ち、地域が育ててきたものの独自性を尊重しつつ提示していくことが求められる。

しかしながら、こうした活動において、地域外の人々との関係性を意識することも同様に重要である。それは、地域外の人々の新たな視点や知識・技術、そして地域の人々と地域外の人々との対話や議論、交流が地域活性化にとって大きな意味を持つためである。

それでは、最後に上記のこととも関連して、「観光まちづくり」に関する課題を挙げて本稿を閉じたい。特に、本稿で十分に強調することができなかった点について、若干の補足をしておくこととする。

敷田らは、『観光の地域ブランディング 交流によるまちづくりのしくみ』で「第1世代の観光まちづくり」、「第2世代の観光まちづくり」、「第3世代の観光まちづくり」というかたちで従来の観光まちづくりの問題・課題を指摘した上で今後の観光まちづくりの目指すべき方向性を提示している。それによれば、第1世代の観光まちづくりにおいては観光の経済波及効果を狙って自治体や地域外の資本による大規模な施設の建設が行われたが、(一時的に)潤ったのは主に一部の関係者であり、失敗した時には地域に大きな負の遺産が残されるという問題があった。その反省を踏まえて展開された第2世代の観光まちづくりでは、地域関係者が主導して地域資源を活用した地域密着型の観光開発が行われたが、観光まちづくりが「内向き」になる傾向があったというのである。

「内向き」な観光まちづくりでは、地域が輝いたとしてもその魅力を地域外に対して効果的に伝えることは難しく、来訪者を呼び込む効果は限定的なもの

となる。さらに、観光客が来て地域に観光収入があったとしても、それを地域資源の保全や観光人材の育成・新たな観光資源の開発といった形で地域に還元（再投資）するという視点が欠けていれば、地域密着型の観光も持続は困難となる。

そこで、第3世代の観光まちづくりにおいては、①「ブランディング」（地域資源の付加価値向上）、②「マーケティング」（地域のコンセプトの積極的な説明および PR・消費者とのコミュニケーション）、③「観光客の受け入れ」（観光客を満足させるノウハウや仕組みの構築、および事故の発生を防ぐためのリスクマネジメント）、④「地域資源への還元・再投資」（地域の自然環境や文化遺産の保全と魅力の維持、およびそうした活動に関わる地域人材の育成）が必要になるとされる（敷田・内田・森重編 2009：第1章、第6章参照¹⁴⁾。

このように、「内向き」な活動の限界を克服するとともに、観光を通じて得たものを活用して地域や地域資源の魅力を高めていくこと、そのための仕組みづくりを行っていくことが今後は各地域に求められることになるといえよう。もちろん、本稿で見てきたように、観光を通じて得られるものは金銭的なもの（収入）だけではない。地域外の人々のもつ知識や技術、地域内外の人々が地域資源の発掘と活用のために行う活動の成果、地域住民のモチベーション、こうしたものも、地域活性化を行う際の重要な資源となるのである。

14) 敷田（2012：46-47）には、桐生市におけるブランディング、マーケティング、観光客の受け入れ、地域資源への還元・再投資の活動が端的に説明・紹介されている。

なお、「第2世代の観光まちづくり」が特に重視した「宝探し」について、海津（2011a：157）は次のように留意すべき点を指摘している。

宝探しが陥る課題として、「探す」段階で満足して先に進まなかったり、商品化を焦って失敗したりすることがあげられる。宝探しの本来の目的である郷土文化の次世代への継承を実現するためには、交流人口を増やすことによって宝が交流の素材として活かされる仕組みや、宝を地域活性化の素材として育てていくための担い手の発掘・育成などが必要とされている。

参考文献

- 阿比留勝利 (2007) 「地域資源の再発見とこれからの観光まちづくりの視点」『城西国際大学紀要』15 (6)、1~18頁。
- 阿比留勝利 (2010) 「まちづくりからの観光振興 参画と協働によるコミュニティの文化開発からの接近」『城西国際大学紀要』18 (6)、1~18頁。
- 井口貢 (2002a) 「観光と文化の位相——“観光”の真意と意義——」井口貢編『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房。
- 井口貢 (2002b) 「まちづくりと観光振興——誰のための観光振興か? ——」井口貢編『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房。
- 井口貢 (2004a) 「観光政策と文化政策——観光と文化の位相——」北川宗忠編『観光文化論』ミネルヴァ書房。
- 井口貢 (2004b) 「都市観光・まちづくり観光と地域文化づくり」『都市問題』95 (9)、17~28頁。
- 石川和男・佐藤敏久 (2016) 「地域ブランド・プランニング」佐々木茂・石川和男・石原慎士編『新版 地域マーケティングの核心——地域ブランドの構築と支持される地域づくり——』同友館。
- 石森秀三 (2001) 「内発的観光開発と自発的観光」石森秀三・西山徳明編『ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』(国立民族学博物館調査報告21)。
- 尾家建生 (2010) 「ニューツーリズムと地域の観光産業」『大阪観光大学紀要』10、25~37頁。
- 大澤健 (2010) 『観光革命 体験型・まちづくり・着地型の視点』角川学芸出版。
- 小方昌勝 (2004) 「観光振興による町づくりの諸問題」『都市問題研究』56 (2)、15~22頁。
- 岡村祐・野原卓・西村幸夫 (2009) 「我が国における『観光まちづくり』の歴史的展開——1960年代以降の『まちづくり』が『観光』へ近接する側面に着目して——」『観光科学研究』2、21~30頁。
- 岡本伸之 (2001) 「観光と観光学」岡本伸之編『観光学入門』有斐閣。
- 小沢健市 (2011) 「観光政策——何のためか、誰のためか」山下晋司編『観光学キーワード』有斐閣。
- 海津ゆりえ (2009) 「エコツーリズムと地域づくりを結ぶキーワード」『季刊まちづくり』22、34~39頁。
- 海津ゆりえ (2011a) 「宝探し——地域の自慢のタネ探しが育てる郷土意識と未来ビジョン」山下晋司編『観光学キーワード』有斐閣。
- 海津ゆりえ (2011b) 「宝探しから宝磨きへ」山口一美編『はじめての観光魅力学』創成社。
- 金井萬造 (2008) 「着地型観光と地域資源の活用」尾家建生・金井萬造編『これでわかる! 着地型観光 地域が主役のツーリズム』学芸出版社。
- 金井萬造・小阪昌裕 (2008) 「地域資源を活用した着地型観光事業づくりと地域再生に

- 関する基礎的研究』『日本観光研究学会全国大会学術論文集』23、293～296頁。
- 金武創（2017）「ニューツーリズム」谷口知司・福井弘幸『これからの観光を考える』晃洋書房。
- 川勝平太（1999）「解説——内発的發展論の可能性」鶴見和子『コレクション鶴見和子 曼荼羅 IX 環の巻——内発的發展論によるパラダイム転換』藤原書店。
- 観光まちづくり研究会（2000）『観光まちづくりガイドブック 「地域づくりの新しい考え方～『観光まちづくり』実践のために』アジア太平洋観光交流センター。
- 金徳謙（2008）「観光認識と地域振興」香川大学経済学部ツーリズム研究会編『新しい観光の可能性』美巧社。
- 清成忠男（2010）『地域創生への挑戦』有斐閣。
- 工藤雅世（2007）「文化と観光——自律的観光の視点から——」『都市問題研究』59（9）、58～71頁。
- 小塩稲之編（2014）『観光と地域資源活用 観光コーディネータ学』（3版）、日本販路コーディネータ協会出版局。
- 佐々木茂（2016）「地域ネットワーク」佐々木茂・石川和男・石原慎士編『新版 地域マーケティングの核心——地域ブランドの構築と支持される地域づくり——』同友館。
- 敷田麻実（2005）「よそ者と協働する地域づくりの可能性に関する研究」『江渟の久爾』50、74～85頁。
- 敷田麻実（2009）「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』9、79～100頁。
- 敷田麻実（2012）「地域資源戦略としての観光 自治体観光政策の要点」『市政』61（2）、46～47頁。
- 敷田麻実・内田純一・森重昌之編（2009）『観光の地域ブランディング 交流によるまちづくりのしくみ』学芸出版社。
- 社会経済生産性本部編（2007）『レジャー白書 2007 余暇需要の変化と「ニューツーリズム」』社会経済生産性本部。
- 須田寛（2005）「新しい観光『産業観光』論——実践編」安村克己・細野昌和・野口洋平編『観光事業論講義』くんにぶる。
- 須田寛（2009）『観光～新しい地域づくり～』学芸出版社。
- 十代田朗（2010a）「観光まちづくりにマーケティングはなぜ必要か」十代田朗編『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社。
- 十代田朗（2010b）「持続可能な観光まちづくりに向けて」十代田朗編『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社。
- 十代田朗（2011）「都市と観光 その2——タウン・ツーリズムの実践と課題——」原田順子・十代田朗編『観光の新しい潮流と地域』放送大学教育振興会。
- 中尾清（2008）『自治体の観光政策と地域活性化』イマジン出版。
- 中崎茂（1996）「観光資源」香川眞編『現代観光研究』嵯峨野書院。
- 日本交通公社編（2013）『観光地経営の視点と実践』丸善出版。

観光による地域活性化の要素と活動における課題

- 野村佳子 (2016) 「基本となるサービスとホスピタリティの考え方」NPO 法人観光力推進ネットワーク・関西・日本観光研究学会関西支部編『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社。
- 真板昭夫 (2006) 「エコツーリズムデザインの実践的展開とその特色」桑田政美編『観光デザイン学の創造』世界思想社。
- 真板昭夫 (2016a) 「宝探しとエコツーリズム」NPO 法人観光力推進ネットワーク・関西・日本観光研究学会関西支部編『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社。
- 真板昭夫 (2016b) 『地域の誇りで飯を食う！ “何もないまち”を変えた奇跡の物語』旬報社。
- 真板昭夫・比田井和子 (2009) 「エコツーリズムにおける宝さがし手法を用いた『持続的な観光地域づくりの発展モデル』の研究——二戸市の事例分析を軸として』『紀要』35、35～46頁。
- 真板昭夫・比田井和子・高梨洋一郎 (2010) 『宝探しから持続可能な地域づくりへ 日本型エコツーリズムとはなにか』学芸出版社。
- 前田勇・橋本俊哉 (2014) 『「観光」の概念』前田勇編『現代観光総論 (改訂新版)』学文社。
- 光多長温 (2008) 「地域資源活用による地域づくり」藤井正・光多長温・小野達也・家中茂編『地域政策 入門——未来に向けた地域づくり——』ミネルヴェ書房。
- 宮口侗迪 (2007) 『新・地域を活かす 一地理学者の地域づくり論』原書房。
- 宮崎清 (2006) 「地域資源の再発見・再評価に基づく地域振興」前田勇・佐々木土師二監修、小口孝司編『観光の社会心理学 ひと、こと、もの——3つの視点から』北大路書房。
- 宮崎清 (2011) 「地域資源活用に基づく地域づくり」『デザイン学研究特集号』19 (1)、14～21頁。
- 村山研一 (2007) 「地域ブランド戦略と地域ブランド政策」『地域ブランド研究』3、1～25頁。
- 村山研一 (2011) 「地域価値の創造を進めてゆくための視点と組織について」『地域ブランド研究』6、1～13頁。
- 森重昌之 (2011) 「観光資源化プロセスのマネジメントの重要性」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』26、193～196頁。
- 森重昌之 (2012a) 「観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性」『阪南論集 人文・自然科学編』47 (2)、113～124頁。
- 森重昌之 (2012b) 「地域外との交流によるまちづくりに対する市民意識——北海道登別市を事例に——」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』27、329～332頁。
- 安島博幸 (2004) 「新しい観光と地域づくり戦略」『都市問題研究』56 (2)、62～72頁。
- 安本宗春 (2014) 「内発的地域振興と移住者起業の可能性——栃木県那須町における観光事業を事例として——」『地方自治研究』29 (1)、26～39頁。
- 山村高淑 (2011) 「内発的發展と自律的發展——課題解決能力の形成に向けて」山下晋

司編『観光学キーワード』有斐閣。

米谷光正・安本宗春（2016）「観光による内発的地域振興——地域外人材との紐帯の構築——」『東北福祉大学研究紀要』40、109～121頁。