

論 文

観光列車による地域活性化に関する一考察； 内発的発展の分析視角から

藤 田 知 也
榊 原 雄一郎

I. 序章

I-1 研究背景

本研究の目的は、観光列車による地域活性化プロセスを、「観光クラスター」と「内発的発展」の2つの視角から明らかにし、鉄道事業者と沿線地域双方が持続的に利益を享受するには如何なる方策が有用であるか考察を進め、持続的効果をもたらす観光列車の理想的モデルを構築することである。

観光による地域活性化を考える際、当該地域に観光客を送り込む交通機関の存在は極めて重要である。特に鉄道に関しては、高速化により時間距離を短縮し、都市と観光地の近接性を高めることができる。新幹線開業による観光客の増加はその結果もたらされるものである。しかし、鉄道の高速度は費用面のハードルが高く、全ての鉄道事業者にとって現実的な方法とは言えないのが現状であることから、高速化に比べてコストを抑えられる観光列車を導入し、移動時間の経験価値化を図ることは合理的な選択と言えよう。

藤田・榊原（2017）は観光列車戦略が成功するための要因として「地域ソフト型経験価値戦略」の重要性を指摘した。この指摘は、鉄道事業者の観光列車戦略だけではなく、観光列車を活用することで、地域活性化を達成できる可能性も示唆している。そこで本稿では、内発的発展論の視角から分析を試みる。

I-2 先行研究

内発的発展による地域活性化を論じた研究が多く見られる中、安藤（2012）は内発的発展には「公（行政）民（住民）の協働」が重要であること、そして「公民の協働」の実現には対等な関係が必要なことを明らかにした。中嶋（2013）は、地域社会の一般生活環境をそのまま観光資源化する Community-Based-Tourism（CBT）を内発的発展の一手法と位置付け

研究を行い、観光商品としての持続可能性を考える場合には NGO や政府観光局、観光客といった外部者との協働が成否の鍵を握ると述べている。

これらの先行研究で対象とされている諸アクターのうち、組織として内発的発展に携わっているのは行政、NGO、政府観光局であるが、これらの主体は自らの利潤最大化を目的としておらず、いわば「地域側」の外部アクターである。しかし、本研究における地域から見た外部アクターは鉄道事業者で、我が国においてはその多くは民間企業であることから利潤最大化主体である。鉄道事業は（地域）独占という性質を持つ以上、住民を中心とする「民」と対等な関係ではなく、鉄道事業者の方が強い立場にあると考えられる。こうした条件が存在する中、鉄道事業者・沿線地域双方に利益を生むモデルを構築することは、内発的発展論による地域活性化に有益な視座を提供するものと思われる。

I-3 本研究の構成

IIで本研究における分析視角の設定を行う。IIIでは観光列車がどのようなプロセスを経て観光資源となっていくのかに着目し、観光クラスターの形成・発展過程を明らかにしていく。IVで内発的発展の観点から、観光列車と地域活性化について論じ、持続的効果をもたらす観光列車の理想的モデルを構築する。Vで本研究から得られた知見及び今後の課題を述べる。なお、本研究では先述した通り、費用面での障壁が多くの鉄道事業者には存在すると考えられることから、鉄道の高速度化による地域活性化については扱わないこととする。

II. 分析視角の設定

II-1 内発的発展と外来型開発

内発的発展とは、地域住民や地域企業などが主体となって、人的資源等の地域の資源を基に、文化に根ざした経済発展をしながら、地域社会を豊かなものにしていくという概念である。宮本(2007)は内発的発展の原則として、①地域開発が大企業や政府の事業としてでなく、地元の技術・産業・文化を土台にして、地域内の市場を主な対象として地域の住民が学習し計画し経営するものであること、②自然の保全や美しい街並みをつくるというアメニティを中心の目的とし、福祉や文化が向上するような、なによりも地元住民の人権の確立をもとめる総合目的をもっていること、③産業開発を特定業種に限定せず複雑な産業部門にわたるようにして、付加価値があらゆる段階で地元へ帰属するような地域産業連関をはかること、④住民参加の制度をつくり、自治体が住民の意思を体して、その計画にのるよう資本や土地利用を規制する自治権をもつことの4点を指摘している。

一方、内発的発展の対になる概念として「外来型開発」がある。これは、土地や助成金等を用意して工場誘致を図るといったように、外来の資本や技術に依存して地域開発を進めていくという概念である。外来型開発では、経済余剰の多くが地域外に流出し、地域経済への波及効果が弱く、地域経済のイノベーション能力の強化への貢献も弱い（中村、2008）。こうした開発方式による地域経済の成長を安東（1986）は「発展なき成長」と性格付けた。

さて、我が国における地域経済の内発的発展は、高度経済成長期における外来型開発の失敗の影響を受けた地域の中で、オルタナティブな方式として始まったものである（宮本、2007）。しかし、内発的発展＝地域内の資源、外来型開発＝地域外（外来）の資源という二元論的な位置付けでは必ずしもなく、宮本（2007）は「地域の企業・労組・協同組合・NPOなどの組織、個人、自治体を主体とし、その自主的な決定と努力のうえであれば、先進地域の資本、技術や人材を補完的に導入することを拒否するものでない」「大都市圏や中央政府との関連を無視して地域が自立できるものではない」等と述べている¹⁾。

また、鶴見（1996）は費（1994）の示した「内発型と外向型との結合型企业」を3つに分類しており、その中には「内発型が主体となって、外向型を内発的発展の目標である地域住民の生活をゆたかにするために役立つ」という形があるとしている。この形式と先述の宮本（2007）の内発的発展の概念は一致するものと言え、このような内発・外来結合型も、内発的発展のモデルとして捉えることができよう。

さらに、鶴見（1996）は「地域」を「定住者と漂泊者と一時漂泊者とが相互作用することによって、新しい共通の紐帯を創り出す可能性をもった場所」と再定義した上で、伝統²⁾のつくりかえの過程、即ち「伝統の再創造」が内発的発展には重要であると論じている。したがって、内発的発展には地域住民（地域内人材）と地域外部の人材との交流が不可欠だと言える。

II-2 観光と内発的発展

観光分野においては、1987年に施行された総合保養地域整備法（通称リゾート法）の下、日本各地で行われたリゾート開発が失敗に終わったことを踏まえ、地域が主体となり、地域から観光をつくり出す動きが始まった（敷田、2009）。

安本（2015）は、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でき

1) 宮本（2007）、p. 317、p. 319。

2) ここで言う伝統とは「ある地域または集団において、世代から世代へわたって継承されてきた型（構造）」と定義されている。

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から、観光が地方圏における内発的地域振興の手段として有効であり、その振興のためには地域外人材との交流・相互作用を通じて「伝統の再創造」を図ることが必要であると指摘している。

内発的發展論と共鳴性が高いと松宮（2007）によって指摘されている概念に「地域内再投資論」がある。岡田（2008）は、民間企業が経営する工場や金融機関、NPO、地方自治体等の毎年まとまった投資をする経済主体が、毎年投資を繰り返すと再生産がなされることから、こうした経済主体の「地域内再投資力」を量的にも質的にも高めることで、地域経済の持続的發展を実現すると述べている。観光開発においても、観光資源化による地域の資源の疲弊や自然環境の変質が発生することから、地域内への再投資の重要性は指摘されている（敷田、2009）。したがって、消費された観光資源に対して継続的に投資を行い再生産を図ることで、観光の側面から見た地域経済の持続的な発展に繋がるものと考えられる。

Ⅲ. 観光列車と観光クラスター

Ⅲ-1 観光クラスターとは

クラスター概念の提唱者である Porter（1998）によると、クラスターとは、ある特定の分野に属し、相互に関連した、企業と機関からなる地理的に近接した集団である³⁾。そしてこれらの企業群は共通性と補完性によって結ばれている。つまり、あるクラスターの参加企業は全て同一の産業に属しているというわけではない。即ち、観光におけるクラスターは、ある地理的範囲における観光産業に直接的、あるいは間接的に関わる企業や観光資源が構成要素となっている。

クラスターのメリットとして Porter（1998）は、①企業や産業の生産性の向上、②イノベーションを進める能力を強化する、③新規事業の形成を刺激するという3点を挙げている。しかし、原田（2009）が指摘しているように、クラスター自体が競争力を持っているわけではなく、企業の持つ競争力をクラスターが強化し、結果としてクラスターの競争優位が形成されるという構図となっていることに注意しなければならない。

さて、Iordache et al.（2010）は観光クラスターの発展の前提として、①競争力のある企

3) クラスターの大きさに関して、Porter（1998）は一都市のみの小さなものから、国全体、あるいは隣接数カ国のネットワークにまで及ぶ場合があると述べている一方、石倉他（2003）は車や電車を利用してドア・ツー・ドアで1～2時間で行き来できる地域の大きさ、藤田（2011）は交通手段の整備状況を前提として、日帰りの往復が可能で且つ3時間程度の会合を精神的、肉体的に無理なく行える距離とそれぞれ指摘している。

業の存在、②有利な地理的環境、自然の潜在能力、文化的伝統、美食、誠実なホスピタリティ、③重要なパートナーの周辺地域への集中、④パートナーの多様性、⑤クラスター内のパートナー間の公式・非公式リンクの存在を挙げている。

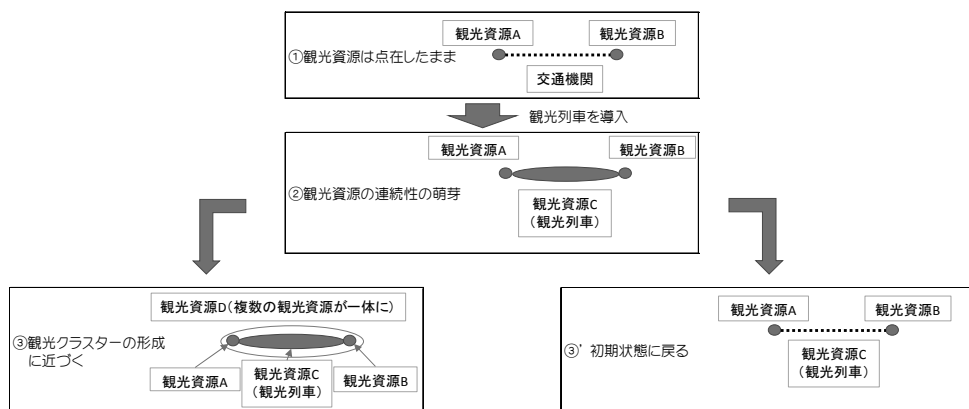
観光は製品が消費者のもとに届くという多くの経済活動とは異なり、消費者が観光サービスを求めて観光資源を有する地域に向向くという特性を有している(Cunha, S. and Cunha, J., 2005)。そのため、以上の条件に加え、観光クラスターでは当該クラスターの参加企業・機関、観光資源に関わる要素だけではなく、消費者、即ち旅行者に対するインフラ整備も考慮する必要がある。したがって、観光クラスターには、産業クラスターの構成要素として必要な共通性と補完性によって結ばれている企業・機関、文化等も含めた観光資源、そして、クラスター内の回遊性を有した交通インフラをはじめとする、「観光インフラ（高橋、2017）」が備わっていなければならない。

立松（2006）は鉄道そのものの観光資源としての役割を指摘していることから、観光列車は交通インフラと観光資源の性質を兼ね備えていると言え、観光クラスターの形成に重要な役割を有していると考えられる。

Ⅲ-2 観光列車による観光クラスターの形成・発展過程

まずは2地点の観光資源間を結ぶ観光列車を例に、導入後の沿線観光資源との連関について見ていこう（図1）。新たな観光資源である観光列車が運行を開始することにより、観光資源の連続性の萌芽が見られるようになる。沿線地域や沿線の観光資源と観光列車の結びつきが強くなると、ある地理的範囲に観光資源や観光関連産業が集積する形となる。即ち、観

図1 観光列車と観光資源の動学的モデル

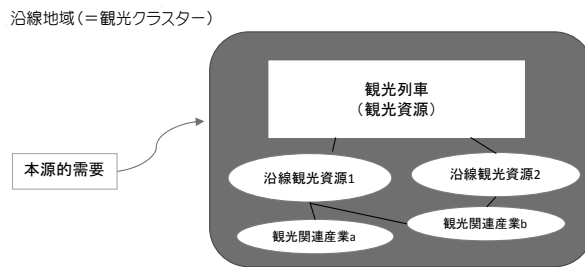


(出所) 著者作成。

光クラスターの形成に近づく（図1の③）。反対に、沿線との結びつきが弱く、観光列車自体への魅力が弱まっていくと（好奇の眼差しが薄らいでくると）、連続性を持つ観光資源の形から後退し、初期状態に戻ると考えられる。

観光クラスターが形成されると、図2のような関係性となる。沿線地域において、観光列車導入初期では「観光客を運んでくれるきれいな列車」程度の認識だったとしても、この過程まで進行すると、沿線地域側も観光列車を地域の観光資源と認識している。つまり地域側が観光列車という地域固有の観光資源を活かしている状態である。

図2 観光列車と観光クラスターの構成要素との関係性



(出所) 著者作成。

ここまで観光資源間を観光列車が結ぶことでの観光クラスターへの形成過程を示したが、既に観光クラスターが形成されており、観光列車が既存の観光クラスターを発展・強化するケースも考えられる（図3）。

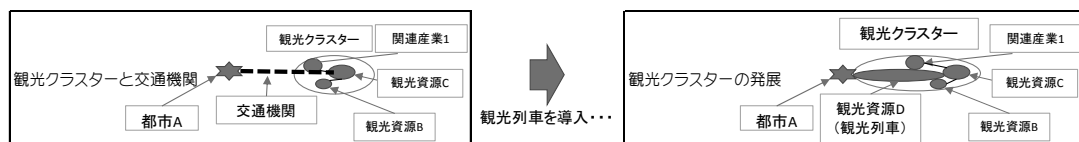
図3 観光クラスターの発展 (1)



(出所) 著者作成。

また、観光列車は都市の中心駅を発着地とするケースがある。即ち、観光資源の役割を有している状態で都市から観光クラスターへ旅行者を送客する役割も観光列車は担っている。つまりこのケースは、藤田・榊原（2017）で示したJR九州の経験価値化戦略のモデルを観光資源論の立場から一般化したケースと言えよう。この関係を示したのが以下の図4である。

図4 観光クラスターの発展（2）



（出所）著者作成。

ところで、厚生労働省の「就労条件総合調査」によると、過去3年間の年次有給休暇取得率は48.8%（2014年）、47.6%（2015年）、48.7%（2016年）となっており、エクスペディア社が実施している「有給休暇国際比較調査」によると、有給休暇の取り方として「短い旅行を複数回」（2016年調査における回答項目は「短い休暇を複数回」と回答した割合は、過去3年間で56%（2014年）、58%（2015年）、57%（2016年）となっている⁴⁾。以上のアンケート・調査結果を裏付けるように、年次有給休暇の国内宿泊観光旅行の1人1回あたりの平均泊数も過去6年間で1.58泊から1.68泊と、短期間の旅行日程であることから、1～2泊の短期間旅行は日本人の国内旅行の特性と言える（図5）。

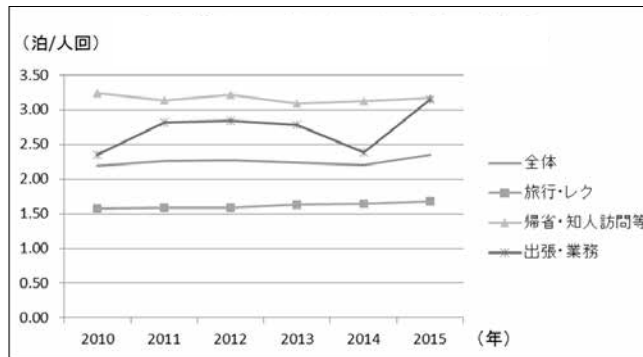
経済学的視点で、人々は効用最大化行動を取ると仮定するならば、旅行者は短期日程でなるべく多くの「観光の効用」を感じ取ることのできる行程を選択する⁵⁾。交通経済学では移動は不効用であるとされていることから⁶⁾、発地と観光クラスター（観光地）の往復時や観光クラスター内の観光資源間の移動時間などに「観光の効用」の潜在性が存在していると考えられる。これを何らかの方法で不効用から効用へと転換することができれば、旅行者はさらなる「観光の効用」を感じ取ることができる。この転換を可能にするのが観光列車である。したがって、移動時間を利用し、観光地に到着する前から（あるいは去った後にも）「非日常空間」や「旅行気分」を楽しむことができる観光列車と、短期日程という特徴を持つ我が国における旅行パターンは親和性が極めて高いと言え、こうした特性が観光クラスターの発展をさらに促す方向に作用しているものと思われる。

4) <https://welove.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2014/>
<https://welove.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2015/>
<https://welove.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2016/>
 （2018年4月24日最終アクセス）

5) 多くの観光地を効率よく巡るバスツアーは、消費者にとって短期間（短時間）で多くの「観光の効用」を感じ取ることのできる手段だと言える。バスツアーが我が国でメジャーであるのはその証左であろう。

6) 例えば、Mohring（1976）参照。

図5 宿泊旅行に係る平均泊数の推移



(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」より著者作成。

Ⅲ-3 観光列車と広域観光クラスター

前項で見た都市は、いわば旅行者の供給源としてのみ機能しているものと言える。しかし実際には「観光都市」という言葉があるように、都市側にも観光クラスターが既に形成されているケースは十分に考えられる。このように、観光クラスター同士を観光列車が結ぶケースもあり得る。したがって、観光クラスターは複数が集まることで、「広域観光クラスター」になると考えられる⁷⁾。例えば箱根には、温泉だけではなく、大涌谷や芦ノ湖等の多くの観光資源や飲食店等の観光関連企業が存在することから優れた観光クラスターだと言える。そして箱根近辺には、熱海温泉や伊豆、富士五湖をそれぞれ核とする観光クラスターが存在する。したがって、日帰りや1泊の旅行者だけではなく、それ以上の期間を旅行する旅行者も対象とすることができることから、複数の観光クラスターの結合、即ち広域観光クラスターは、潜在的旅行者に対する非常に強い誘引力を持つ。

広域観光クラスターの形成には、ある程度観光クラスター間が近接していることが重要になるが、この移動部分を観光資源化することで、近接性の条件を緩和することができる。つまり、観光列車は新たな観光クラスターの形成、既存観光クラスターの発展だけではなく、広域観光クラスターの形成・発展も可能にすると考えられる。

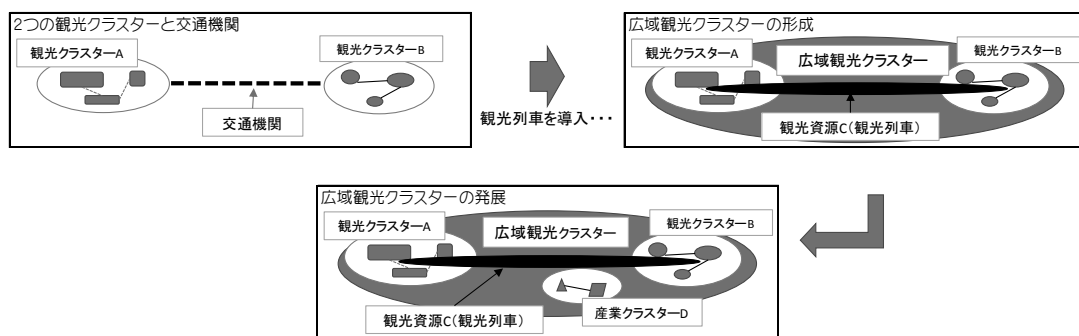
ここで述べている広域観光クラスターは、複数の観光クラスターを統合するというものではなく、内包するものである。したがって、広域観光クラスターが形成された後も、その要素となった観光クラスター単独でも、観光クラスターとしての機能は従来通り維持される(図

7) 広域観光クラスターと類似した考え方として、「観光圏」がある。2008年に「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」(通称:観光圏整備法)が制定されたが、これは観光資源を有する複数の市町村を圏域化し、観光魅力を増幅させ、競争力の有する観光地を形成することで、観光客の長期滞在化を目的としている。

6)。さらに、観光列車の運行経路上に新たな産業クラスターが形成される可能性も考えられ、例えば、運行経路上のある地域の郷土料理を商品化して観光列車の車内で提供すること等が挙げられる。この場合、新たなクラスターは観光クラスターではなく「食産業クラスター」と言えよう。そして、当初は観光を意図しないクラスター形成であったとしても、地域固有の文化の開発を通じて、地域経済の持続的な成長の源泉を観光産業に求めることも考えられる⁸⁾。

このように、観光列車は観光クラスターの構成要素として機能しつつ、他の観光クラスターとのブリッジとしての役割を有しているだけではなく、運行経路上の沿線地域に新たな産業クラスターを誕生させる性質も有していると考えられることから、広域観光クラスターは観光クラスターの集積を示すものと換言できる。

図6 観光列車による広域観光クラスターの形成・発展



(出所) 著者作成。

IV. 観光列車による地域活性化

IV-1 観光列車と地域開発

観光列車導入に伴う観光クラスターの形成・発展から達成される地域開発プロセスを考える際、観光列車自体は「外来型」と指摘できる。したがって、持続的な地域活性化を果たすには地域サイドが外来型資源である観光列車を如何に上手く活用するかにかかっていると言っよい。

藤田・榊原(2017)で示したように、鉄道事業者が観光列車導入による持続的な効果を受受するには「地域ソフト型経験価値」の提供が必要であると考えられる。そしてこの部分に

8) 即ち、地域資源を観光資源として提供することを意味する。

地域発展の可能性が秘められている。つまり、鉄道事業者からすると他の観光列車との差別化を図ることができ（即ち、有用な経営戦略として機能し）、地域側からすると、当該地域の伝統や文化等も含めた観光資源の発見に繋がり、それを活かした自律的な地域開発が達成可能と考えられる。

また、前章では観光列車の運行経路上に新たな産業クラスターが形成される可能性を示した。導入当初は停車駅でもなく、単に運行経路上に位置していただけの地域においても、その地域の資源を活用して地域開発を行うことは可能だと言える。尤も、その場合は鉄道事業者の協力が必要不可欠だが、観光列車の価値を持続させたい鉄道事業者と、地域活性化を果たしたい沿線地域の思惑が一致する以上、新たな沿線地域の観光列車の価値創造プロセスへの関与は両者にとって好ましい結果をもたらすものと思われる。

ところで、鉄道事業者の経営資源が限られている以上、観光列車の導入により観光クラスターが形成され、沿線地域に効果がもたらされたとしても、鉄道事業者に期待された効果がもたらされなければ廃止の途を選ぶと考えられる。

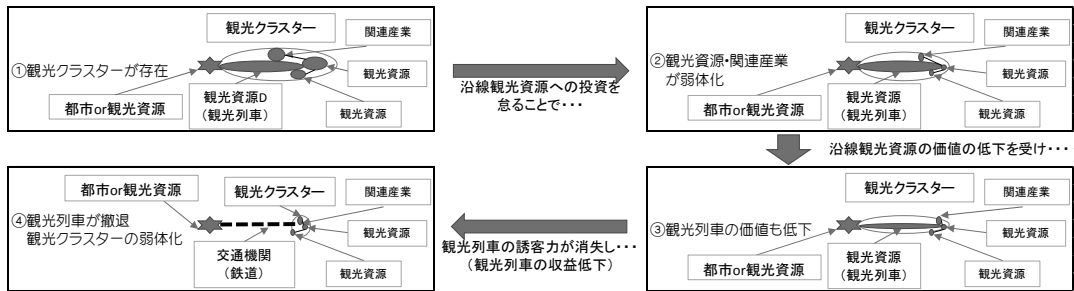
観光列車が廃止された場合、当該観光クラスターは弱体化するものと考えられるが、観光列車に依存せずとも競争力のある観光クラスターが形成できており、自律的観光の構造を有している場合は大きな影響を受けない。一方、観光列車に強く依存した観光クラスターを形成していた場合、地域経済を成立させるために必要な域外からの需要の開拓を鉄道事業者に依存している形となっている。つまり、観光列車だけが消費者（旅行者）と地域資源を繋ぐ媒体として機能している場合、観光開発により当該地域の魅力が引き出されていたとしても、廃止と共に引き起こされる弱体化の度合いは極めて大きいものとなる。

さらに、広域観光クラスター内を運行している等、複数の観光あるいは他の産業クラスターを結ぶ観光列車の場合、その中には競争力の低いクラスターが含まれている可能性がある。このようなクラスターが他の強い競争力を持つクラスターに依存しているケース、あるいは他のクラスターの競争力を自身のクラスターの競争力と取り違えるケースが考えられる。地域側は、観光列車とは異なる消費者（旅行者）と繋ぐチャネルを構築することで、開発した地域資源が競争力を有しているかどうかを把握することが可能になる。以上の観点から、クラスターの弱体化を防ぐためにも、各地域は自律的な経済構造の形成を目指していかなければならない。

また、観光クラスターが形成され、誘客力の強い観光列車が運行していたとしても、一時的に地域にとって望ましい効果が見られたが故に、観光開発や沿線観光資源への再投資が行われなくなった場合は沿線地域の魅力が徐々に低下し、それに伴い観光列車の誘客力も減退していくものと考えられる。結果として乗車率が低迷し鉄道事業者は観光列車の廃止の途を

選ぶことになる。したがって、内発的発展に重要な「伝統の再創造」が途絶えた場合や地域内再投資が見られなかった場合、鉄道事業者・沿線地域双方にとって望ましくない結果をもたらす（図7）。

図7 地域側から発生する観光クラスターの弱体化モデル



（出所） 著者作成。

ところで、地域内再投資を行うには、当然ながら投資資金が必要となる。地域に存在している観光資源であれば、その資源を旅行者に提供することで得られた収入から再投資することが可能である。しかし、観光列車は地域の観光資源とみなされたとしても、対価は鉄道事業者へと流れる。即ち、その観光列車自体に再投資される保証はないのである。

さらに、車窓から見る保全が必要な風景や、沿線地域による歓迎等の経験価値を使用している場合、この場合の再投資の対象は観光列車ではなくその地域に対してである。したがって、鉄道事業者も沿線の観光資源に対して再投資する必要があると考えられる。

沿線地域は観光資源（車窓からの風景等）を鉄道事業者に提供し、それに経験価値が付加されたものが旅客に渡る。また、沿線地域からの経験価値（住民の歓迎等）も鉄道事業者を経由して旅客が消費し、旅客はその対価を鉄道事業者に支払う。つまり、風景などの観光資源や、沿線地域が提供する経験価値に対して、旅客は対価を支払っているにもかかわらず、それが沿線地域へと流れない構図が生まれる。即ち、本来は再投資や観光開発の原資となる地域の収入となるべきはずの部分が、鉄道事業者に吸収されていると考えられる。

実際にJR東日本は、「TRAIN SUITE 四季島」の歓迎用のフラッグや運行ダイヤを公式HPで公開しており、走行路線の沿線地域に対して、継続的な歓迎の取り組みを呼びかけている⁹⁾。つまり、経験価値を旅客に提供するための取り組みを沿線地域に呼びかけているにもかかわらず、その対価が当該地域に流れず、鉄道事業者が獲得する構図は既に発生していると言える。

9) <http://www.jreast.co.jp/shiki-shima/omotenashi.html> 参照（2018年4月24日最終アクセス）。

しかし、地域側からすると観光列車やクルーズトレインがやってくることで、米田（2015）が示した「無償の温かい価値の交換」が乗客と行われる状態となる。つまり、ここで地域側は等価交換が成立していると誤認する状況が生まれていると考えられ、鉄道事業者への対価の要求に繋がりにくい状況が発生していると言える。

鉄道事業者が沿線への再投資を怠ることで観光列車の価値低下に繋がった場合、先と同様、鉄道事業者・沿線地域双方にとって望ましくない状況となる。また、複数の地方路線を有している場合は、観光列車を廃止させた後に他路線へ導入することも考えられるが、再投資が行われない構図が変わらない限り、同様の結果が他地域においてももたらされ、結果的に全ての路線において活性化戦略が失敗に終わることになる。

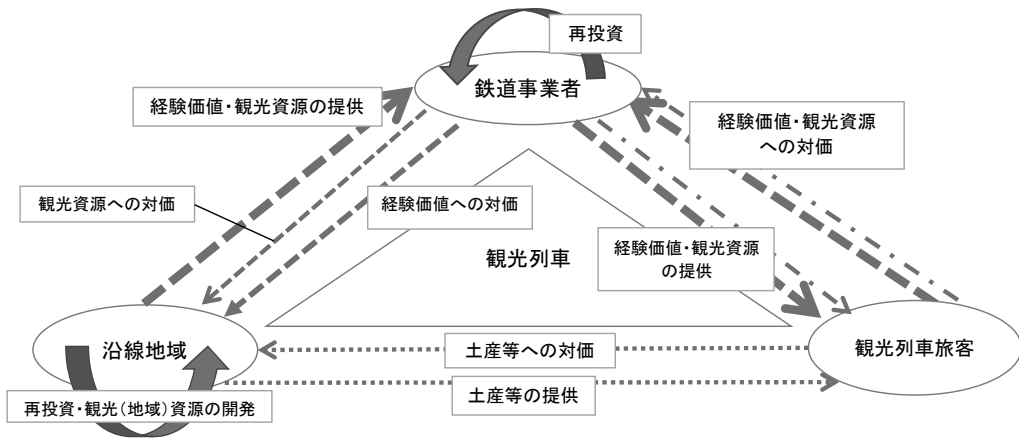
IV-2 持続的な地域活性化に向けて

持続的な地域の発展には、観光資源等の地域資源の不断の開発、そしてそのような資源への再投資が重要と考えられる。地域が自ら獲得した収入及び、鉄道事業者から得た沿線資源への対価を、観光資源をはじめとする地域資源の開発・強化や、イノベーションにも重要な人的資本の育成に投資することで、地域の魅力をさらに高め、持続的な地域発展に繋げることができる。そのためにも地域側は観光列車が消費している経験価値や観光資源への対価を鉄道事業者から得ることが重要となる。

尤も、稲垣（2001）が、観光商品の価値に関して美しい景観を例に取り、「美しい風景そのものに、支払いがなされることはない。支払いは美しい風景を楽しむことを容易ならしめる宿泊施設、交通機関に対してなされ、またその経験を物象化して持ち帰る土産品に対してなされるのが通例である」と指摘しているように、土産物に経験価値を反映させるかもしれない。しかし、鉄道事業者は風景等の観光資源の消費や経験価値によって観光列車の魅力を高めることができていることから、沿線地域に再投資していくべきであり、それによって、沿線の観光資源が再生産されれば、観光列車の価値も持続性を保つ。

再生産だけではなく、新たな観光資源・地域資源の開発に繋がり沿線地域の魅力がより高まれば、観光列車の魅力もそれに追随して高まっていき、観光列車が鉄道事業者にもたらす効果も大きくなると考えられる。このように、適切な対価を沿線地域に支払うことは長期的には鉄道事業者にとっても有益なのであり、この場合は観光列車が老朽化しても、新たな観光列車を同区間に投入するインセンティブとなることから（即ち、観光列車への再投資にも繋がることを意味する）、沿線地域にもたらされる観光列車効果も持続的なものとなる。よって、図8が鉄道事業者・沿線地域双方に持続的な利益をもたらす理念的モデルと言えよう。

図8 「持続的効果をもたらす観光列車の理想的モデル」



(出所) 著者作成。

V. 結びにかえて

本章では、観光列車と地域活性化について、観光クラスターの形成・発展、及び内発的発展の視角から分析を行ってきた。

はじめに、先行研究を基に観光クラスターの特性を論じた後、内発的発展論や地域内再投資論の視座を踏まえ、観光列車の導入による観光クラスター形成・発展過程及び、弱体化過程の考察を行った。観光クラスターの弱体化は観光列車廃止という鉄道事業者の経営行動によるだけでなく、地域側の地域資源の開発の中断及び再投資が行われなかった場合によっても発生し、後者の要因でも観光列車の廃止に繋がる可能性がある。

観光列車の運行に係る各主体間の価値の流れを明らかにしたことで、沿線地域に本来支払われるべき対価が鉄道事業者に流れている可能性を示唆した。鉄道事業者は観光列車の価値を高めている沿線地域の観光資源への再投資を行い且つ、経験価値への対価を支払うことで、沿線地域ではさらなる観光資源・地域資源の開発にも繋がる。その結果、観光列車は持続的な効果を有することから鉄道事業者と沿線地域双方に利益を生むものと考えられる。

したがって、本章の目的であった「持続的効果をもたらす観光列車の理想的モデル」が成立するために重要なポイントとしては、①地域側による不断の観光資源・地域資源の開発と再投資、②鉄道事業者による沿線地域及び観光列車に対する再投資と経験価値への対価の支払いの2点が挙げられる。

以上より、先行研究に対する本研究の貢献は、観光クラスターの研究蓄積が乏しい中、観

光クラスターの形成・発展過程及び弱体化過程を内発的発展と関連付けてモデル化した点、また、内発的発展に携わる外部アクターの採る経営行動が、営利事業者であっても地域の持続的な発展に寄与し、尚且つ事業者自身にとっても効果をもたらす可能性を示唆した点である。

次に政策的インプリケーションについて見ていこう。本章で明らかにしたように、観光列車は観光クラスターの形成・発展に一定の効果を有していると考えられるも、鉄道事業者だけではなく地域側の採る行動によっても観光クラスターの運命が大きく変わる。地域側は、再投資を行い、自らの手で地域資源の開発を不断の努力で推し進め、常に発展し続けなければならない。

その際、優れた観光資源・地域資源が見られたとしても、その資源の価値を十分に引き出せなければ意味がない。地域内のアクター数が限られている以上、地域内のアイデアだけでは限界があると考えられ、観光による地域開発を始めたばかりの地域であればその傾向はより一層強いと考えられる。しかし、観光列車というツールを利用する以上、鉄道事業者との連携は不可欠なものとなるため、鉄道事業者を介した他地域との交流が可能という側面においては、観光列車による地域活性化は「伝統の再創造」の実施による内発的地域発展には好適と言える。

また、金井(2003)がクラスター発展の有効なメカニズムとして、地域全体のプラットフォームとなる「場」の概念を提示したように、クラスターを構成するアクターを包括的に取りまとめる組織の形成も地域活性化には重要である。

一方、鉄道事業者は短期的な利益にとらわれず、長期的な見通しを持たなければならない。特に経営難に苦しむ鉄道事業者であれば早急に利益を獲得したいところではあるが、短期的利益のみを考え沿線観光資源への再投資を行わず、経験価値への対価も支払わず、持続的な効果をもたらされないのであれば本末転倒である。

Porter and Kramer (2011) は新たな経営戦略の枠組みとして、経済的価値と社会的価値の双方を追求し実現する CSV (Creating Shared Value) を提起している。鉄道事業者は事業特性上、社会的価値の実現を達成しやすいとも思えるが、低需要の地方路線は存廃問題と隣り合わせであり、経済的価値と社会的価値の同時実現は地域輸送の観点からは難しい。こうした中、本研究で提示したモデルはこの CSV を達成するものとも言え、今後の鉄道事業者の経営戦略の在り方としても極めて有用な視座となり得るだろう。

最後に課題を述べておきたい。本研究は、研究蓄積の少ない観光クラスターのモデル構築を行った先駆的試みである。いわば、今後の研究における分析視角を提示することに主眼を置いたものである。こうしたモデルは事例研究も同時に積み重ね、現実と適合するように改

良していかなければならない。

地域内再投資の分析において、価値の流れだけに着目した場合は鉄道事業者の「ただ乗り」の可能性を示唆した一方で、沿線地域からするとスピルオーバー効果をもたらされているものとも考えられる。例えば土産物の生産や宿泊施設に、規模の経済や密度の経済が働くならば、旅行者数の増加はコスト低下に繋がり、さらなる収益向上をもたらす¹⁰⁾。また、キャピタリゼーション仮説に従えば、地価に反映される可能性も考えられる。つまり、この部分を観光列車の効果と考えることもできることから¹¹⁾、観光列車が沿線地域にもたらした効果を詳細に把握する必要があるだろう。

さらに、沿線地域を観光しながら目的地に向かう、あるいは出発駅に帰着するクルーズトレインが導入され始めている。とりわけ周遊形式のルートの場合はバスツアーに代表される「発地型観光」と類似した構図を持つものと思われ、近年脚光を浴びている「着地型観光」からの回帰の様相を呈している。つまり、通常の観光列車とは異なる性質を有しているとも考えられることから、今後研究を進めていく必要性があると考えられる。

参考文献

- ・安東誠一（1986）『地方の経済学—「発展なき成長」を超えて』、日本経済新聞社。
- ・安藤隆一（2012）「地域活性化の政策において内発的発展論が果たす役割に関する考察：長野県飯田市及び下伊那郡における事例を中心に」、『同志社政策科学研究 = Doshisha policy and management review』、第13巻、第2号、pp. 127-138。
- ・稲垣勉（2001）「観光消費」、岡本伸之編『観光学入門』、pp. 235-262、有斐閣アルマ。
- ・岡田知弘（2008）「農村リゾートと複合的発展—温泉のまち・由布院を事例に」、中村剛治郎編『基本ケースで学ぶ地域経済学』、pp. 201-218、有斐閣ブックス。
- ・金井一頼（2003）「クラスター理論の検討と再構成—経営学の視点から」、石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗編『日本の産業クラスター政策—地域における競争優位の確立』、pp. 43-73、有斐閣。
- ・敷田麻実（2009）「観光まちづくりの新たな視点」、敷田麻実・内田純一・森重昌之編『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』、pp. 9-44、学芸出版社。
- ・高橋一夫（2017）『DMO 観光地経営のイノベーション』、学芸出版社。
- ・立松信孝（2006）「観光を支える社会システムとしての鉄道産業—観光からみた役割と今後の展望—」、『鈴鹿国際大学紀要 Campana』、第12巻、pp. 45-69。
- ・鶴見和子（1996）『内発的発展論の展開』、筑摩書房。
- ・中嶋真美（2013）「内発的発展論からみたコミュニティ・ツーリズムの「担い手」：タンザニア北部を事例に」、『日本国際観光学会論文集』、第20号、pp. 33-40。
- ・中村剛治郎（2008）「現代地域経済学の基礎と課題」、中村剛治郎編『基本ケースで学ぶ地域経済学』、pp. 1-55、有斐閣ブックス。
- ・原田誠司（2009）「ポーター・クラスター論について—産業集積の競争力と政策の視点—」、『長岡大学研究論叢』第7号、pp. 21-42。

10) しかし大量生産に舵を取ることで「コモディティ化」を招く恐れもある。

11) その一方で、地価の高騰は経営を逼迫する要因にもなり得るため、悪影響を及ぼす可能性も孕んでいる。

- ・ 費孝通（1994）「内発的発展と外向型発展—回顧と展望—」、宇野重昭・鶴見和子編『内発的発展と外向型発展 現代中国における交錯』、pp. 251-276、東京大学出版会。
- ・ 藤田知也・榎原雄一郎（2017）「鉄道事業者における観光列車戦略の研究～JR九州の事例から～」、『関西大学 経済論集』、第 67 巻、第 3 号、pp. 237-254。
- ・ 藤田誠（2011）「産業クラスター研究の動向と課題」、『早稲田商学』、第 429 号、pp. 101-124。
- ・ 前田昇（2003）「欧米先進事例から見たクラスター形成・促進要素」、石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗編『日本の産業クラスター政策—地域における競争優位の確立』、pp. 129-174、有斐閣。
- ・ 松宮朝（2007）「日本における内発的発展論の展開とその課題—費孝通氏の「模式論」からの示唆—」、『愛知県立大学文学部論集（社会福祉学科編）』、第 56 号、pp. 119-138。
- ・ 宮本憲一（2007）『環境経済学 新版』、岩波書店。
- ・ 安本宗春（2015）「観光による内発的地域振興における地域外人材の役割—地域内外人材の相互作用による「伝統の再創造」—」、『日本国際観光学会論文集』、第 22 号、pp. 211-216。
- ・ 米田誠司（2015）「観光列車における観光価値の生成過程に関する一考察 —観光列車「伊予灘ものがたり」にみる関係性の構築から—」、『日本観光研究学会全国大会学術論文集』 No. 30、pp. 81-84。
- ・ Cunha, S. K. D., and Cunha, J. C. D. (2005) “Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development.” *BAR-Brazilian Administration Review*, 2 (2), pp. 47-62.
- ・ Iordache, C., Ciochină, I., and Asandei, M. (2010) “Clusters-Tourism Activity Increase Competitiveness Support.” *Theoretical & Applied Economics*, 17 (5), pp. 99-112.
- ・ Mohring, H. (1976) *Transportation Economics*, Balinger Publishing.
- ・ Porter, M. E. (1998). *On competition*. Harvard Business Press. (竹内弘高訳（1999）『競争戦略論 I・II』、ダイヤモンド社。)
- ・ Porter, M.E. and M.R. Kramer (2011) “Creating shared value,” *Harvard Business Review*, 89 (1/2), pp. 62-77. (編集部訳（2011）「共通価値の戦略」、『Harvard business review : Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』、第 36 号、pp. 8-31。)

参考資料

- ・ JR 東日本「TRAIN SUITE 四季島」
<http://www.jreast.co.jp/shiki-shima/>（2018年4月24日最終アクセス）
- ・ エクスぺディア社「有給休暇国際比較調査 2014・2015・2016」
<https://welope.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2014/>
<https://welope.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2015/>
<https://welope.expedia.co.jp/infographics/holiday-deprivation2016/>
（2018年4月24日最終アクセス）