

コミュニティと デステイネーション・マネジメント

観光政策研究部

主任研究員

岩崎 比奈子

4

今日の観光は、宿泊施設や観光施設、旅行会社、交通事業者、物産販売施設といった狭義の観光産業だけでなく、その地域の日常の暮らしが垣間見える路地や地元住民が利用する商店・商店街なども観光の対象となっている。また、地域の生活文化や芸能の振興、環境保全、教育の充実、農作業や雪下ろし

の手助け、災害からの復興支援など、社会的な課題を解決するための手段の一つとして期待されるなど、観光が多様な形態で行われ、従来以上に観光産業の裾野が広がってきている。

このような観光産業の形態の変化に伴い、従来、観光地と目されてこなかった地域のコミュニティが、身近に「観光産業」が誕生したことで、住民たちがにわかにその担い手になるこ

とを求められる局面も出てきている。

本稿では、観光がコミュニティに与える影響について整理した上で、今後観光による地域振興を進めるにあたって、地域住民が観光に関わることの重要性と、デステイネーション・マネジメントとしてのコミュニティへの対応について述べていく。

1 観光がコミュニティに与える影響

観光が地域にもたらす効果としては、観光客が消費を通じて地元にお金を落とす経済効果の他に、観光客から自らの地域資源や提供した商品・サービスを評価される、挨拶や道案内など温かい交流が生まれ、それらが地元地域への愛着にもつながるといった社会

的效果がある。

その一方で、コミュニティにとって望ましくない観光の影響としては、住民にとつては本来、休日である休日に中心に、程度の差こそあれ、生活道路の渋滞や夜遅くまで続く騒音、ごみの投げ捨て、不特定多数の人々が訪れることによる治安悪化への懸念などが指摘されている。

こうした観光がコミュニティに与える効果と悪影響に対して、温泉観光地やスキーリゾート、海浜リゾートといった、従来観光地として成立してきた地域の住民は、自身や知人などが観光産業に従事している場合が多いため、悪影響よりも観光による効果をより強く認識し、就労の場であると同時に生活の場として自らのコミュニティを捉え、観光に対する理解と寛容さを

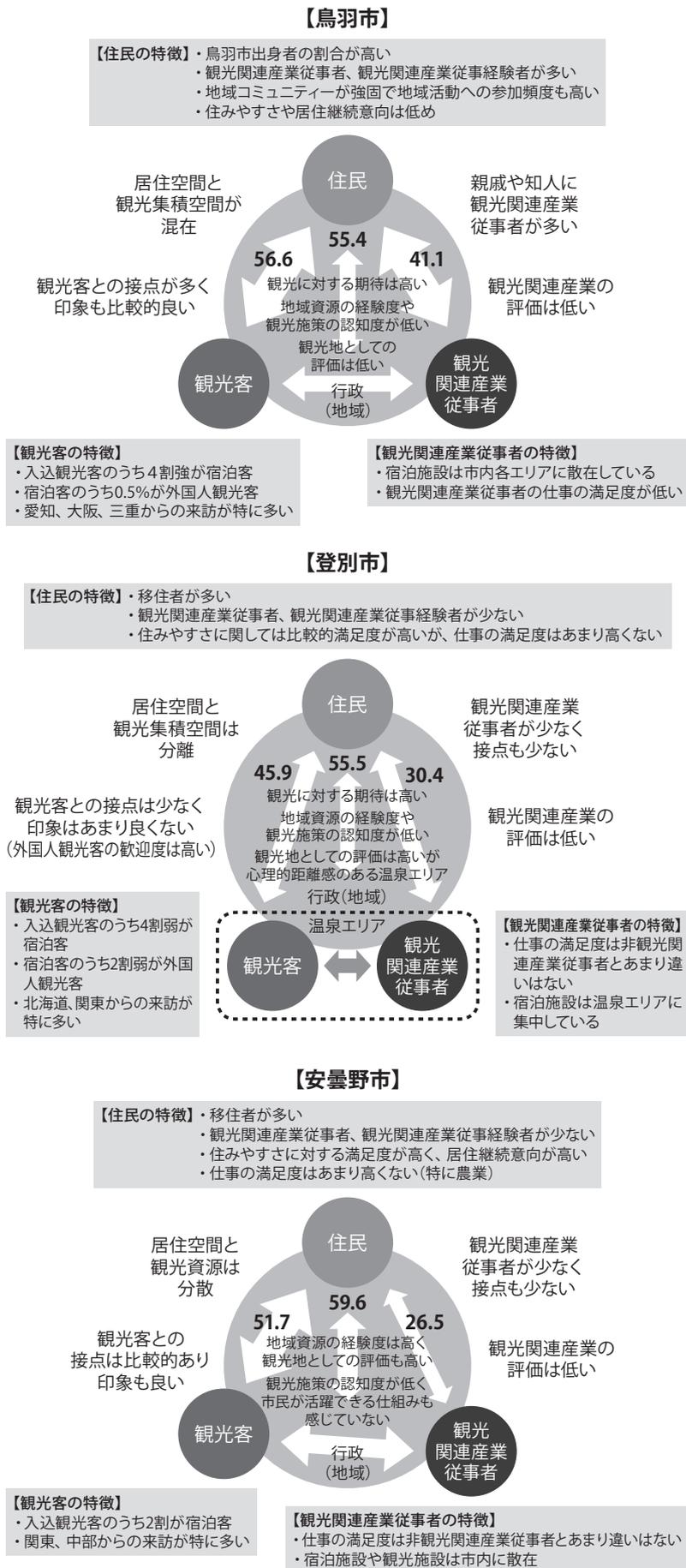


離れた駐車場から徒歩で訪れた観光客をねぎらう（富山県五箇山相倉）

有している。

当財団が実施した「観光に対する住民意識に関する研究」（2010～2012年度）によると、宿泊施設・観光施設などが集積するエリアと一般住民の居住エリアの位置関係（距離や混在度合い）や、住民やコミュニ

図1 住民と観光客、観光関連産業従事者、地域との関係性



出典：(公財)日本交通公社『住んでよし、訪れてよしの観光地づくり まずは住民意識の把握から!「観光に対する住民意識に関する研究」より』(2013年)

ティの特徴(移住者や観光関連産業従事者が占める割合など)、観光産業の構造(宿泊客の割合など)次第で、住民と、観光産業(観光客、観光関連産業従事者)および行政(地域)との関係性は多様になることが分かっている(図1)。

昨今、これまで観光とは無縁であった多くのコミュニティにおいて、まち歩

きや路地裏散歩への人気が高まるにつれて、または、身近な地域資源が世界遺産などに登録されるといった外的な要因による急激な環境変化によって、コミュニティでの普段の暮らしぶりや生活道路、日常的に買い物に出掛ける商店などの生活空間までが観光の対象となり、観光客とのやりとりを通じて住民の暮らしや地元に対する意識が変

化し、商店の商いのあり方も変化を余儀なくされるケースが出てきている。

我が国の人口減少や訪日外国人旅行者の増加などによる旅行マーケットの変化や、さまざまな価値観の台頭による観光の形態の多様化は、今後一層、我が国の多くの地域とそのコミュニティに「観光地」になることを求める可能

性がある。その「観光地」とは、従来のような狭義の観光関連事業者だけが事業を展開するのではなく、コミュニティの住民が大切にしてきた価値観や生活文化を守りながら観光に関わることで、国内外からの観光客を魅了し、地域経済に寄与すると同時に、コミュニティの維持・活性化につながることを望ましい。

このように持続可能な観光振興のためには、コミュニティの協力を得ることが重要であり、観光について正しく理解してもらったためのコミュニケーションのあり方が重要となってくる。

2 観光への理解を促し、住民の協力を引き出すツールづくり〜海外の事例から

ハワイ州観光局（HTA: Hawaii Tourism Authority）は、中長期的な観点で戦略的なマーケティングを行い、「ハワイ州観光戦略計画（2005〜2015年）」を策定、この中で、これまでキーコンテンツとしてビーチの魅力を出してきたが、今後はハワイの先住民と伝統文化を尊重し、観光産業との共存・発展を目指す旨、方針を転換した。この計画は、観光関連事業者や行政に加えて、観光客を受け入れる市民の意見も取り入れて策定されている。

HTAは、ハワイへの観光客の増加のみならず、ハワイの自然資源や文化資源を保全し後世に残すこともミッションとしており、最終的に達成すべき目標は、市民の生活水準の向上に貢

献することとしている。そのため、宿泊客から徴収するホテル税（TAT）は、住民の生活・インフラ整備のためにも使われている。

このように市民も深く関与して策定された計画の達成状況を把握する4つの成果指標として、「旅行者消費額」「旅行者満足度」「税金収」、そして「住民意識」が掲げられている。住民意識については、2年に1回、観光による生活環境への効果・影響や観光客の増減が生活環境などに与える影響、観光政策への意見などについて調査を実施し、その結果をその後の各種取り組みに反映している。

なお、ハワイ州観光戦略計画の策定とほぼ同時期にホノルル市は「Walkable Livable Community Project」を立ち上げ、ハワイの文化や自然を活かした景観デザインのあり方（デザインコー

図2 観光に関する14の中核指標

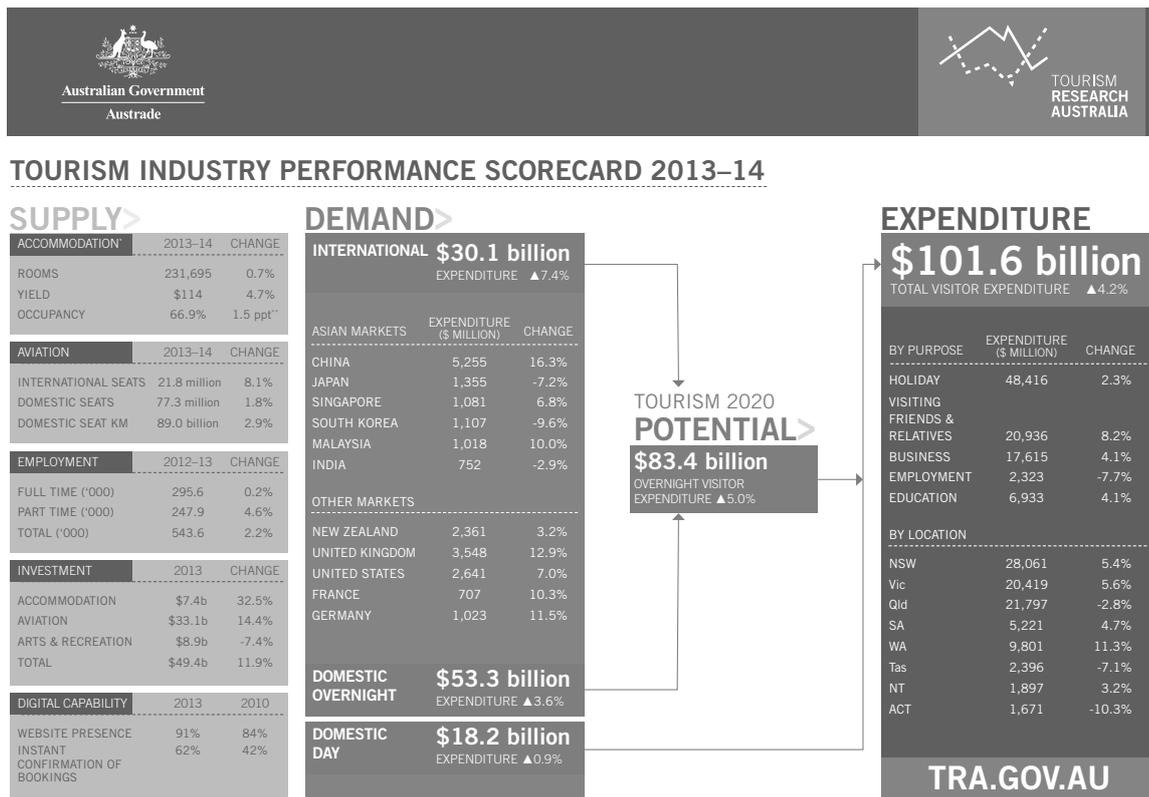
Potential Positive Impacts	
Core indicator	Full statement for core indicator
1. More interesting things to do	Because of tourism, there are more interesting things to do in the region (e.g. attractions to visit, events to attend).
2. Improved facility maintenance	Tourism promotes the development and better maintenance of public facilities such as roads, parks, sporting facilities, and / or public transport.
3. Increased profile of region	Tourism showcases our region in a positive light. This helps to promote a better opinion of our region and encourages future tourism and/or business investment.
4. New Infrastructure	There are better shopping, dining, and /or recreational opportunities in the region because of tourism.
5. Improved economic benefits	Tourism is good for the economy because the money that visitors spend when they come to the region helps stimulate the economy, stimulates employment opportunities and is good for local business.
6. Increased local pride	Tourism makes local residents feel more proud of their town and makes them feel good about themselves and their community.
7. Improved justice	The distribution of the costs and benefits of tourism are distributed more evenly across the community.
Potential Negative Impacts	
Core indicator	Full statement for core indicator
8. Negative impact on local character	The character of the region has changed because of tourism.
9. Increased opportunity costs	Too much public money is spent on developing facilities for tourists that would be better spent on other public activities.
10. Rise in delinquent behaviour	Tourism is associated with some people behaving inappropriately, perhaps in a rowdy and delinquent way, or engaging in excessive drinking or drug use or other criminal behaviour.
11. Increased prices	Tourism leads to increases in the prices of some things such as some goods and services and/or property values and/or rental costs.
12. Lack of access for locals	Tourists deny local residents access to public facilities, that is, roads, parks, sporting facilities, public transport and/ or other facilities are less available to local residents because of overcrowding.
13. More disruption	Tourism disrupts the lives of local residents and creates inconvenience. Problems like traffic congestion, parking difficulties and excessive noise are worse when there are lots of tourists around.
14. Negative impact on environment	Tourism has a negative impact on the environment through excessive litter and/or pollution and/or damage to natural areas.

出典：Tourism Queensland 『Tourism Social Indicators』

ド）を、市民も対象にワークショップや公開会議などを実施して策定した。そして、それを受けて道路やビーチなどの公共空間の再整備を進めると同時に、民間事業者にもこのデザインコードを提示し、固定資産税の減免措置を

講じることで、ワイキキエリアにおいて新たなハワイの価値を提供すべく速やかな建物のリノベーションや新築を促した。観光に対する住民意識については、

図3 ツーリズム産業の年間の需給構造を表す図



*Accommodation supply and demand estimates for 2013-14 have been derived by Tourism Research Australia (TRA) using data from Australian Bureau of Statistics' Survey of Tourist Accommodation, June quarter 2013 (ABS Cat. No. 8635.0), STR Global 2014 and JLL 2014. **ppt = percentage point. Note: a) All percentage changes are as compared to the same period 12 months prior. b) From the March quarter 2014, the National Visitor Survey results are based on a new dual frame interviewing methodology, causing a break in series. Consequently, readers should use the domestic tourism comparisons with caution. For more information go to tra.gov.au. c) Expenditure by travel purposes will not sum to total as 'Other and Not Stated' purposes have not been included. d) Expenditure by location will not add to the national total as a result of the assumptions applied in TRA's regional expenditure model. For more information go to tra.gov.au. Sources: Tourism Research Australia, International Visitor Survey & National Visitor Survey, June Quarter 2014 & Tourism Investment Monitor 2014, Australian Bureau of Statistics, Tourism Satellite Account 2012-13, (ABS Cat No. 5249.0), Bureau of Infrastructure, Transport and Regional Economics, International Airline Activity - time series (2014) & Australian Domestic Airline Activity - time series (2014), Australian Government, Tourism Operators' Digital Uptake Benchmark Survey 2013.

出典：Australian Government 『STATE OF THE INDUSTRY 2014』

オーストラリアのクイーンズランド州政府観光局でも「Tourism Social Indicators」を設定して、定期的にその把握に努めている。この指標は、コミュニティ全体と住民個人の生活の質にとつての、観光のポジティブな影響とネガティブな影響について、それぞれ7つ、合計14を中核指標として定めている。クイーンズランド州の各地域は、これらの指標に基づいて調査を行い、その結果を州の平均と自地域の数値とを併記するなどの形で公表している(図2)。

また、指標を設定してコミュニティに対する観光の影響を定期的に調査すると同時に、その結果を、観光の専門家ではない一般住民にも分かりやすく伝えることにも力を注いでいる。これは大前提として、持続可能な観光とは、コミュニティからの求めに応じて推進されるのが最も大きな効果を生むとされ、観光についての住民の理解度を高めることが重要であると認識されているからである。そのために具体的に「この地域における観光の最終的な目標は何であるか、そのためにどのような施策に取り組んでいて、その結果がどうであったか」を、調査データを

分かりやすい図表などで盛り込みながら、広く一般に公開している。クイーンズランド州政府観光局の年次報告書では、データや情報を視覚的に表現するインフォグラフィックという手法を多用して、マーケットの動きや各指標の推移が直感的に分かりやすく表現されている(図3)。

以上の事例から、海外においては、住民に自地域の観光産業の状況や方向性について正しく容易に理解してもらうための取り組みが、さまざまな手法で行われていることが分かった。こうした手法は、我が国においても今後、積極的に取り入れることが望まれる。なぜならば、観光について正しく理解した上で、住民が観光客と関わることで、観光客は、住民を通じてより深くその地域を知ることができ、住民は、自らの地域に対する観光客の評価に触れることで、改めて地元地域の良さを認識したり、観光を振興することの意義を実感を持って理解できるようになる。

また、このように自地域に対する愛着や帰属意識が高まることで、コミュニティの維持とその結果としての地域産業の維持、農村風景といった地域景

観の保全にもつながり、それがまた観光地としての魅力を高めることにもつながるからである。

次節では、観光による地域振興を進める中で、住民を巻き込もうとする国内の取り組みを紹介する。

3 観光への住民の参画を促す 取り組み〜国内の事例から

長野県小布施町では、1980年（昭和55年）から始まった「花のまちづくり」の活動に、古くから町に伝わる「縁側文化」「お庭こめん」の気質が相まって、美しい庭づくりとそこを舞台にした交流のあり方が、今では「おぶせオーブンガーデン」として多くの観光客を引き付けている。

このようにコミュニティの生活空間で行われるまち歩きや、リノベーションした古民家での食事や宿泊体験など、一般住民が有する資産が旅行者の心を捉え、観光の対象になるにつれて、住民自身が観光を強く意識するようになる。

これに伴って、行政と観光関連事業者は、住民に対して観光を推進する意義や手法、住民に期待される役割などを

について、きちんとした説明を行う必要性が高まってきた。その説明が不足していると、観光による悪影響のみが強く意識されてしまい、観光による地域振興への取り組みに、コミュニティが持つ力を借りることが難しくなる。

これまでの観光への住民の関わり方としては、子どもたちを含めて住民から観光客への挨拶運動や、郷土史研究家や民俗芸能保存会などが着地型旅行商品のコンテンツの一つとして、まち歩きガイドを務めたり芸能を披露するといった形が見られた。

また、住民参加のまちづくりを標榜する自治体においては、観光振興計画を策定する際に住民を対象とした意識調査の実施や、住民から委員を公募して検討部会を立ち上げ、ワークショップなどを通してその意向を吸い上げるなど計画策定のプロセスに参加することで、観光の意義や策定した計画自体への理解を深めてもらう取り組みを実施してきた。

最近では、2014年（平成26年）に制定された「まち・ひと・しごと創生法」を受けて、各都道府県・市町村において独自の「地方版総合戦略」の

策定が求められた際に、多くの自治体で住民が検討部会のメンバーとして戦略策定の議論に参加した。

より直接的に、観光産業側から住民に対して観光の意義を伝えようとした取り組みとしては、群馬県伊香保温泉の事例がユニークである（2003〜2004年）。伊香保温泉は、365段の石段の両側に旅館や土産物店が集積する温泉街が急斜面に展開しており、そこから斜面を下った田園エリアで暮らす、多くは観光産業に従事していない住民や農家などとは、観光に対する意識にやや差異があった。具体的には、容易に行き来しにくい急斜面の上と下という地形的なハンデがあるため、観光客が伊香保温泉で温泉

や紅葉、買い物などを楽しむ姿を住民が目にする機会が少なく、観光産業によつて地域経済が活性化することに実感が持てない一方で、観光客によるごみの投げ捨てや、旅館の送迎バスが子どもたちの通学路を猛スピードで走り



普段着で行き来する場が観光の対象に（鳥取県倉吉市）



『伊香保豆手帖』

抜けていくことなど、観光産業に対してややネガティブな感情を持つ住民もいた。

こうした状況に対して、伊香保温泉観光協会（当時）と伊香保温泉旅館協同組合は、旅館や商店の経営者を中心に勉強会を開催する中で、伊香保町（当時）における観光産業の重要性を住民に理解してもらい、協力を得ることの重要性を強く認識し、『伊香保豆手帖』という冊子を制作した。

これは、旅館の仲居さんが着物の帯に挟んで持ち運びできるハンディな冊

子で、伊香保の歴史や文化、特産品といった観光資源の説明に加えて、固定資産税や入湯税の大きさを伊香保町

財政における観光産業の位置づけを示し、産業としての観光の重要性を解説するページも設けている。さらには、伊香保中学校で「伊香保町再発見」をテーマに行われた総合学習の成果も紹介されている。この冊子は、当時の伊香保町内の全戸に配布され、これによって特に子どもを含めた住民自身が、伊香保の良さや観光産業の意義を認識するきっかけとなった。

案に活かすという有機的なシステムとはなっていないのが現状である。

4 今後の取り組みの方向性

観光対象となり得るものが一層多様になり、地域振興の一つの手段として観光が注目されるに伴って、今後も地域の状況次第では「観光地」になることを求められるであろう。そうした地域において、住民の力も借りながら持続可能な観光振興を推進するにあたり、まずは住民に自地域の観光の現状や取り組み方針について、例えばインフォグラフィック（情報やデータを視覚的に表現したものなど）の手法も積極的に取り入れながら、理解を深めてもらうことが重要である。人は、自分がよく理解できていないことには容易に同意できないものであり、納得することで行動に移すことができる。そのため、観光関連事業者同士のやりとりとはまた違った、観光地の住民を巻き込む、独特の密接なコミュニケーションも重要となってくる。

も踏まえて、海外の取り組みを参考にしつつも、各地域の現状に即した形で住民を巻き込んでいく、そのための手法の検討が、今後進むことが期待される。最終的に、この取り組みをコミュニケーション全体の動きとしていくためには、これまででは対外的なコミュニケーションを重視してきた行政と観光協会などの業界団体が、デスティネーション・マネジメントとして、住民とのコミュニケーションを深めることが一層重要となるだろう。

（いわざき ひなこ）

以上のような事例がある一方で、観光への住民参加の効果が認識されながら、我が国では観光業界（業界団体や行政の観光関連部署など）から住民に対して、地域の観光ビジョンやそれを実現するための具体的な施策の詳細を伝え、参画を促そうとする姿勢は、依然として弱い。行政が、観光振興計画を策定するタイミングで、住民を対象にアンケート調査を実施し、観光振興に対する意識や意向を把握することはあるが、海外の事例のように、計画策定後、実施された施策に対する住民の評価を定期的に把握して、次の施策立

我が国では多くの観光地において、科学的なマーケティングに基づくデータを根拠にした議論がまだ難しいこと

参考資料

- ・(公財)日本交通公社『住んでよし、訪れてよしの観光地づくり まずは住民意識の把握から!「観光に対する住民意識に関する研究」より』(2013年)
- ・ハワイ州観光局「ハワイ州観光戦略計画2005~2015年」
- ・堀 健一『先進事例にみる戦略・戦術、マネジメント~ハワイ州における観光振興PDCAの取組み~』(「自治体チャンネル+」、平成20年9・10月合併号)
- ・経済産業省「地域ストーリー作り研究会 参考資料」(平成27年)
- ・Tourism Queensland「Tourism Social Indicators」
- ・Australian Government『STATE OF THE INDUSTRY 2014』
- ・小布施町ホームページ「オープンガーデン」
- ・(公財)日本交通公社「伊香保温泉品質向上大作戦~サービス品質向上アクションプラン策定調査~」(2003~2004年)