

「観光地ではない観光地」の事例から考えるデスティネーション・マネジメント

安福 恵美子

A Study of Destination Management Considering from the Case of 'Tourist Destination but not Tourist Site'

Emiko Yasufuku

要約：本稿では、自身の居住地域が「観光地」としてデスティネーションとなる地域の住民意識を観光空間のマネジメントという視点から考える。そのため、まず、観光振興が推進されている自治体から公開されている住民の観光振興に対する意識アンケート調査結果、および筆者による札幌市、京都市、鎌倉市の住民を対象としたアンケート調査結果をもとに、観光振興に対する住民の多様な意識から地域ツーリズムの課題を示す。さらに、住民自身が「ここは観光地ではありません」と外部に発信するとともに、コントロールされた地域資源の見学ツアーを実施している滋賀県高島市針江区における「針江生水の郷」の観光実践を「観光地ではない観光地」におけるデスティネーション・マネジメントとして捉える。そして、この事例をもとに、近年、いわゆる「オーバーツーリズム」という現象がみられる「観光地」と呼ばれる地域における住民の観光振興に対する住民意識を秩序という視点から考察することにより、地域ツーリズムによって創出されるプロダクトの社会的価値を考える上で、住民というステークホルダーの重要性について指摘する。

キーワード：デスティネーション・マネジメント、「針江生水の郷」、観光振興に対する住民意識、観光空間の秩序

1. 研究の背景・目的

観光庁 HP 上の「観光地域づくり」の項目では、これまでさまざまなツーリズムの呼称が登場するとともに、地域資源の観光活用が謳われ、地域主導型ツーリズムが提唱されてきた¹⁾。そのなかでも、地域資源を活用した「体験型」や「交流型」旅行商品の開発が提唱される「着地型観光」²⁾については、さまざまな地域における実践が先進事例として紹介されているが、その成功事例とされる多くは、行政・観光推進機関・団体や関連事業者による戦略的な取り組みである。そのため、「コミュニティ・ベースド・ツーリズム」(Community Based Tourism)とも呼ばれる「着地型観光」においても、観光活動に直接関わりを持たない地域住民、さらには地域社会(コミュニティ)全体に対するツーリズムの影響につい

ては取り上げられることが少ない傾向がみられる。

その後、2010年代後半になると、地域が主体となって進める地域ツーリズムの担い手として DMO (Destination Management/Marketing Organization) が登場した。観光庁により、観光地域づくりにおけるマネジメントとマーケティングを主導的に行う機関と位置付けられ、「舵取り役」として「地域の稼ぐ力を引き出す」ことが求められている DMO は、デスティネーションとなる地域・地域社会(コミュニティ)に対するマネジメントの役割が期待されているが、地域のマネジメントとマーケティングに対する比重の置き方に対する議論もみられる³⁾。

広辞苑によれば、「観光地」とは、「名勝や史跡、温泉などに恵まれ、多くの観光客が集まる土地」⁴⁾とあることから、いわゆる「観光地」と呼ばれる観

光拠点地域では、一般的に地域資源の観光活用が盛んな地域として住民の多くが観光関連の仕事に携わっており、来訪者側と多くの住民によってその地域・エリアが「観光地」とあるという認識が共有されている場合が多い。しかしながら、経済的活動に重きが置かれる観光振興が推進される地域の増加により、多くの地域が人々によって「観光地」として認識されるようになってきたなか、近年、いわゆる「オーバーツーリズム」⁵⁾と呼ばれる現象がメディアによって頻繁に取り上げられるようになったことにもみられるように、生活空間と観光空間が重なることによって発生するツーリズムの負の影響にも関心が向けられるようになってきた。そのため、生活空間における秩序という点から観光を推進するためにはデスティネーションとなる地域におけるマネジメントが重要となるが⁶⁾、「観光地」と呼ばれる地域のツーリズムに対する住民の関わりかたや意識は個人によって異なるうえ、地域ツーリズムの展開プロセスは多様である。

本稿では、まず、観光振興が推進されている自治体から公開されている住民の観光振興に対する意識アンケート調査結果、および筆者による札幌市、京都市、鎌倉市の住民を対象としたアンケート調査結果をもとに、自身の居住地域が「観光地」と呼ばれている住民の観光振興に対する異なる意識を示す。そして、生活の場が地域外の人々にデスティネーションとして注目されていても、住民自身は「観光地」として認識しておらず、「ここは観光地ではありません」と外部に発信している滋賀県高島市針江区「針江生水の郷」における観光実践をデスティネーション・マネジメントの事例として示すことにより、地域ツーリズムによって創出されるプロダクトの社会的価値について考える。

2. 観光振興に対する住民の異なる意識

地域ツーリズムに対しては、地域内において利益を得る者とそうでない者という区分、そして、その前者の多くが観光関連業者、後者が地域住民という構図のなかで語られることが多いが、地域住民のツーリズムに対する関わり方や捉え方は多様であ

る。ツーリズムと何らかの関わりをもつ住民側については、観光推進機関・団体、あるいは個人から発信される情報により、その活動の多くが紹介・アピールされているのに対し、ツーリズムと関わりをもたない住民の声を知る機会は限られている。そこで、本章では、いわゆる「観光地」として多くの人々によって認識されている地域における住民の観光振興に対する意識について、まず、自治体により実施されたアンケート調査の結果、さらに、筆者による住民を対象としたアンケートおよびインタビュー調査（いずれもオンライン）の結果から、おもにビジネスとしてツーリズムに関わりをもたない住民のツーリズムによる生活への影響を中心にみてみたい。

2-1. 自治体によるアンケート調査結果（沖縄県・北海道ニセコエリア）

自治体により実施された住民アンケート調査結果として、最初に取り上げるのは沖縄県である。観光庁による「持続可能な観光の実現に向けた先進事例集」に事例として示されている沖縄県民を対象としたアンケート結果報告には、つぎのような結果がまとめられている（かぎかっこ内は引用）⁷⁾。

・「観光客の来訪に対する考え」に対しては、「沖縄県としては増えてほしいが、居住する地域には今のままでよい、といったギャップがみられる」。

・「沖縄の発展における観光の重要性と生活の豊かさとのつながり」に対しては、「(略) 86.4%の人が観光の重要性を評価して」いる一方、観光が発展すると自分の生活も豊かになると思う回答者は29.1%に留まっていることから、「観光の果たす役割が多くの人に理解されている反面、生活の豊かさにはつながっていないと考える人が多い」。

・「観光客に関して困っていること」に対しては、「マナー違反 (48.3%)」、「レンタカーによる事故」(39.4%)、「ポイ捨てゴミの増加」(32.6%)の順となっている。

この結果に対しては、県により、「観光の果たす役割が多くの人に理解されている反面、生活の豊かさにはつながっていないと考える人が多い」というコメントが併せて記されている。

なお、沖縄県によるアンケート調査とは別に、国土交通政策研究所による「持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究Ⅱ」(2019)には、沖縄県内の南城市による「観光客の実態と市民意識に関する調査」結果として、観光への期待は高い反面、その経済効果を実感している市民が少ないことが記されている (p.82)⁸⁾。

つぎに、近年、観光開発が進み、観光活動が活発化している地域として注目されている北海道ニセコエリアのなかのニセコ町と倶知安町によるアンケート調査結果を取り上げたい⁹⁾。この二つの自治体による住民を対象としたアンケート調査では、記述回答が公開されているため、ここでは、記述回答内容に注目したい。

まず、二つの自治体による調査結果に共通してみられる特徴は、観光振興に対する期待と不安が顕著に示されている点であり、期待については、国際観光都市・リゾート地としての発展や町のにぎわい(活性化)であり、不安については、海外資本の参入に対する危惧や生活環境への影響である。そして、記述回答の表現は多少異なるものの、観光振興賛成派であろうと推測される回答に共通して挙げられているのが、観光による地域活性化のさらなる推進であるのに対し、反対派については、その内容が具体的に表現されている。たとえば、倶知安町については、未来の町に対する考えとして、観光資源への依存に対する懸念が、また、ニセコ町については、ニセコらしい風景や住みやすさが失われていくことに対する不安が「ニセコ町らしさ」という表現によって示されている他、観光客によるマナー違反に対する指摘や、行政の関心が観光振興・観光客に向けられていることに対する不満もみられる。

以上、自治体によるアンケート調査結果にみられた住民の観光振興に対する意識について、北海道ニセコエリアの二つの自治体(倶知安町とニセコ町)による調査結果のなかから、記述回答を中心にみてきた。次項では、コロナ前、いわゆる「オーバーツーリズム」という現象がみられた札幌市、京都市および鎌倉市を対象として、筆者が実施したインターネットアンケート調査(札幌市については、オンラインインタビューも含む)結果から、コロナ前

と調査時の状況における住民の観光振興に対する意識の比較にみられた特徴を示す。

2-2. コロナの影響からみる住民意識(札幌市・京都市・鎌倉市)

札幌市(2019~2022年)、京都市(2023年)、鎌倉市(2023年)の住民を対象とした筆者による観光振興に対する意識アンケート調査(札幌中央区民に対してはインタビュー調査も含む)結果からは、つぎのような特徴がみられた。

まず、札幌市中央区民を対象とした筆者によるアンケート調査結果からは、自身の居住エリアの観光振興に対する多様な考えが示されている(安福2023a・b)。そのなかには、自身の居住エリアを「観光地」であると認識しているであろうと思われる回答(たとえば、「札幌市は観光都市である」がある一方、「観光地ではない」(原文のまま)という異なる認識もみられ、後者においては、コロナ前の観光客の急増による混雑やマナー問題等による生活へのネガティブな影響がリスクとして挙げられていた。このような結果からは、観光都市であることからさらなる観光客の来札を期待する住民と、コロナ前の急激な観光客の増加によって「暮らやすさ」が失われてしまったことへの不満を示す住民間において、自身の居住地域に対する捉え方に相違がみられた。とくにそれは、観光による自身に対するメリットは感じられなくても、観光振興は行政が力を入れてやっているからという理由で賛成する住民と、「まち」はすでに発展しているからこれ以上観光による発展は不要であるとして、観光振興を進める行政に対する不満を示す住民の間にみられた。

また、アンケート回答者のなかから抽出した一部の回答者を対象としたインタビュー結果にみられる調査対象者の観光振興に対する意識については、つぎのような二点が特徴として挙げられた(安福2023a・b)。^①改めて観光振興の必要性を認識し、観光による地域活性化のため、さらなる観光客増加を期待。^②札幌市、さらには北海道全体における産業として観光が占める割合の高さへの不安や観光依存に対する危惧から、観光以外の産業育成の必要性を痛感。このなかで、^②に分類される対象者のなか

には、コロナ前の日常生活において、観光客の急増による混雑やマナー問題などにより自身が受けた日常生活への影響から生じた観光客に対する不満を行政に対する不満（コロナ前における急激な観光客の増加に行政の対応が追いついていない）として示す人もいた。また、①の分類に入る対象者からも、コロナにより観光客が激減した状況下において、観光依存に対する懸念が示されていた。そして、観光客のマナー問題については、寛容な受け止め方がみられる一方で、コロナによって全国的な行動制限が行われていた頃は、いかに暮らしやすい札幌市に戻ったかを強調する声もあった。

観光による自身に対するメリットは感じられなくても、観光は地域経済のために重要だとして観光振興に賛成する住民と、生活環境の悪化を理由に反対する住民の異なる意識が示された上記の調査結果にみられた特徴については、京都市民および鎌倉市民を対象とした筆者によるアンケート調査結果にも同様にみられた¹⁰⁾。京都市と鎌倉市は、ともに近年、「オーバーツーリズム」の発生地域としてメディアにより頻繁に取り上げられているが、アンケート調査では京都市民による記述回答につきのような表現がみられた（原文のまま）。「地元個人には何の利益もない」、「バスに乗れない」、「観光客のマナーが悪い」、「観光化は自治体の管理下で行われるべきであると思う」。

そして、「観光地・鎌倉」と観光基本計画にも謳われている鎌倉市については、今以上に観光客に来てほしいと思っている回答者は10%以下であったが、45%が地域発展のために観光は必要だと思っているという結果であった。そのため、渋滞や混雑などで生活に支障が出ていると感じている一方で、観光の重要性を認識している回答者が多いという傾向がみられた。鎌倉市については、観光による住民への影響が地域によって異なることが、市による住民を対象としたアンケート調査（鎌倉市（2014）「観光に関する市民意識調査」）において示されていたことから、筆者によるアンケート調査においても五つの地域別に回答を求めた。その結果、鎌倉地域では市による調査結果同様、観光による生活への負の影響があるという回答が他の地域より多いうえ、地域発

展のために観光は必要だという回答も他地域と比較すると多いことから、市内においても地域差があることがわかる。なお、京都市と鎌倉市については、コロナ前、「オーバーツーリズム」の影響がみられた四つの地域（京都市、鎌倉市、川越市、金沢市）の観光振興（観光客の受け入れ）に対する住民の意識調査（インターネットアンケート調査：西川 2021）においても、住民の観光振興に対する意識は多様であることが示されている。

前項で取り上げた自治体による調査（前述の鎌倉市による調査も含む）では、回答者が観光関連の仕事に従事しているか否かが不明であることから、札幌市、京都市、鎌倉市の住民を対象とした筆者によるアンケート調査では、観光関連の仕事に従事しているか否かについても尋ねているが、いずれの対象地域においても、全体のごく僅かの回答者しか該当しないうえ（平均0.04%）、該当者から得られた観光振興に対する意識についての回答は、そのすべてが「経済の活性化のため推進すべき」に分類されるものである（なかには無効回答もあり）。そのため、全体の回答傾向として、観光による具体的なメリットに関する記述が得られていない。

以上、多くの人々に「観光地」と呼ばれている地域における観光振興に対する住民の意識アンケート調査結果の一部を、記述回答内容を中心にみてきた。筆者による京都市民を対象としたアンケート調査では、同じ設問を同時につきの8地域（北海道ニセコ町、北海道弟子屈町、岩手県釜石市、長野県小布施町、京都府宮津市、徳島県三好市、熊本県小国町、鹿児島県与論町）に配信している¹¹⁾。この八つの地域は、2021年に設立された「日本「持続可能な観光」地域協議会」のメンバーとして「持続可能な観光」に連携して取り組んでいる自治体である（以下、「特定地域」と略す）。これらの地域をも調査対象としたのは、「オーバーツーリズム」という現象が発生しているといわれる京都市と比較して自治体の規模が大きく異なる「特定地域」における観光振興に対する住民意識の違いを知るためであった。その結果、「特定地域」においては、観光の必要性や観光客の来訪を望む回答が京都市と比較して多い傾向がみられたが（北海道ニセコ町を除き）、観光に

関与しない回答者の記述には、観光（客）による影響を少なからず受けていることが示されていた。

デスティネーションとなる地域で暮らす住民にとって、ツーリズムによる生活環境の悪化はリスクとなる。本章で取り上げた沖縄県によるアンケート調査結果にみられたように、沖縄県としては来訪者（観光客）が増えてほしいが居住する地域には今のままでよい、という回答からは、観光の重要性に対する認識イコール観光客に対する意識ではないことが示されている。いわゆる「オーバーツーリズム」という現象が発生しているとしてメディアによって報じられることが多い地域である京都市と鎌倉市については、さまざまな対策が「先進事例」として紹介されているが、その効果はまだ十分出ていない状況であることが先述の調査結果にもみられる。

次章では、観光振興が推進されている京都市や鎌倉市のような都市とは規模が全く異なるうえ、観光振興が推進されているわけではないにも関わらず、デスティネーションとして注目されている地域における観光実践の事例から、ツーリズムによる負の影響を抑えるためのマネジメントについて考えてみたい。

3. 事例：「針江生水の郷」にみる デスティネーション・マネジメント

3-1. 「針江生水の郷」委員会設立の背景

本稿で取り上げる「針江生水の郷」は、琵琶湖の西岸に位置する滋賀県高島市針江区（人口約650人・約160世帯）という地域である（図1）。同区では、滋賀県を流れる安曇川の伏流水と比良山系から流れ着く地下水を起源とする湧水が各所から自噴しており、これを飲料水・生活水として利用するために、「川端（かばた）」と呼ばれる洗い場・水場が残され、現在も使用されている¹²⁾。

同区については、「観光まちづくりのもたらす地域葛藤 -「観光地ではない」と主張する滋賀県高島市針江集落の実践から-」（野田 2013）という研究報告にその観光実践が示されているが、その副題からもわかるように、集落内には「ここは観光地ではありません」という看板が掲げられていたとい

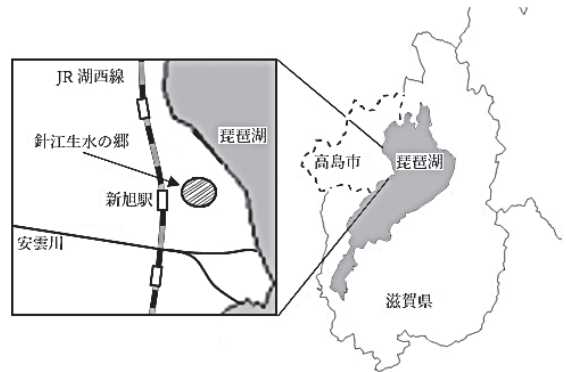


図1. 「針江生水の郷」の所在地

う。同報告には、住民が利用してきた「川端」がメディアを通して広められることにより¹³⁾、人々の注目を集めるようになった集落を訪れる来訪者への対応における住民の葛藤の様相が示されている。ここで注目されるのが、集落が突然「観光地」とされ、来訪者に対応せざるを得なくなった状況に対して住民が取った策である。野田によれば、住民によって設立された委員会によってはじめられた「空間と時間が管理された見学ツアー」は、観光化のためでなく、見学者を集約することにより集落の人々の生活を守るために取られた手段であったという。

地域ツーリズムの展開プロセスという点において、この観光実践が紹介されている野田論文のなかで筆者が注目したいのは、つぎの2点である。まず、「(略)生水の郷はゲストである外部の見学者のほうを向いて観光をしているのではなく、ホストである地域社会内の異なる意見を持つ人びとのほうを向いて観光を行ってきたのである。言い換えれば、集落の「内」を向いて観光してきたのである。このことが、結果として、針江集落が観光地の画一化に陥ることを防いでいたのである。」(p.21)という箇所からは、住民が主体である地域ツーリズムにおける地域資源の呈示方法、そして、もう1点は、それによって生じた地域内の葛藤への対処として示されている「川端」に対する住民の判断基準（「人びとの生活実感からはずれない」）である。

住民が意図せずして対応せざるを得ない状況のなかではじめられた針江区における地域ツーリズムは、地域外の人々からの地域資源に対するアクセス

への対応という点において、地域の自律性を示す重要な実践事例であると考えられる。2004年に設立されたという同委員会によるさまざまな「非経済的活動」¹⁴⁾のなかでも、来訪者への対応という点において注目される「針江生水の郷」委員会によるデスクティネーション・マネジメントの様相を、以下、筆者による見学ツアー参加および委員会メンバーへの聞き取りから示す¹⁵⁾。

3-2. 「針江生水の郷」委員会による「空間と時間が管理された見学ツアー」

「針江生水の郷」における見学ツアーに参加するためには、まず、委員会への電話予約後（ツアーは毎日、午前と午後の2回、三つのツアーコースと定期ツアー：個人でも参加可）、当日、針江公民館横の「針江生水の郷」委員会事務所前に集合する（車利用の場合は、電話でその旨伝え、公民館横の委員会事務所の窓口（写真1）¹⁶⁾で駐車指定場所を指示される：公民館正面の壁には「駐車禁止」という張り紙）。写真2は事務所の窓口に掲げられている張り紙であり、つぎのように書かれている。「ここは観光地ではありません。生水（湧水）の恵みを受け、自然とともに暮らしている生活の場です。私達の暮らしを知っていただくために、散策は必ず地元ガイドと一緒に見学カードを身に着けた状態をお願いします。針江地区内に見知らぬ方がおられることに、子どもやその親が敏感になっています」。そして、ガイドを伴っていない人に対しては、場合によっては退去を求めることもある旨記されていることから、ガイドを伴わない来訪者に対する注意を促していることがわかる。なお、委員会メンバーによれば、野田論文で紹介されていた「ここは観光地ではありません」という看板はすでに朽ちてしまっていて、現在、この表現がみられるのは、この受付窓口の張り紙上だけという。

筆者が参加した1時間コースのツアー料金は1人1,000円であり、受付時に紙コップを渡される。そして、委員会事務所でガイドの委員会メンバーと合流後、区内の水路や民家の敷地内にある「川端」の説明を受けながら見学する（写真3）。ツアー途中、「川端」の中まで見学し（見学できるのは4～5カ



写真1. 「針江生水の郷」事務所



写真2. 事務所窓口に掲げられている注意書き

所）、ツアー参加者はその一か所の「川端」で、ガイドが汲んだ水を紙コップで飲むことができる（写真4）¹⁷⁾。

以上が1時間コースのツアー行程であるが、ツアー途中、ガイドは委員会のさまざまな活動が国際的な場において評価されてきたことや、ガイド自身もこれまでそのなかのいくつかの場において、委員会の活動に関するプレゼンテーションを行ってきたという経験談が語られた。現在、委員会メンバーは50人ほどいるということであるが、メディアを通じて「針江生水の郷」のことを知ったという外国人の来訪者への対応については、委員会メンバーだけでなく外部人材のサポートも受けているという（受付窓口の張り紙には英文もあり）。なお、コロナ前は電話予約しなくても受付をしており、委員会建物内には常時メンバーがいる（いないといけない）状況であったが、コロナ以降は予約によりツアー参加の



写真3. ガイドの案内による見学ツアーの様子



写真4. 「川端」におけるガイドによる説明の様子

申し込みを受付けている（現在も同様）。ガイドによれば、この予約制度により、「針江生水の郷」に対して理解がある来訪者が以前に比べて増加したという。

針江区では、区内における上水道の完備により、一部の家の「川端」は使用されなくなったことであるが、見学ツアー料金は「川端」の保全・維持に役立てられている。なお、「針江生水の郷」委員会は、「かばた文化を守る・伝える～針江」として、環境省（日本エコツーリズム協会との共催）による「第9回エコツーリズム大賞」（2014年）を受賞している¹⁸⁾。

では、2004年の委員会設立時にネーミングされた

という「針江生水の郷」（委員会により実施されている見学ツアー参加者は、年間およそ8,000人）を、自治体・観光推進団体はどのように捉えているのであろうか。以下、「観光地ではありません」と外部に発信する「針江生水の郷」を取り巻く社会的環境についてみていきたい。

3-3. デスティネーションとしての「針江生水の郷」を取り巻く社会的環境

「針江生水の郷」のウェブサイト上には、これまで同地を紹介しているさまざまなメディアのリストが掲載されていることから、同地が注目されてきたことがわかる。では、ツーリズムという視点からみた場合、行政および観光推進機関は「針江生水の郷」委員会の観光実践をどのように捉えているのであろうか。

まず、「針江生水の郷」という名称をネットで検索すると、グーグルマップとヤフー地図上ともに、「針江生水の郷」（「観光名所」グーグル、「レジャー／趣味」ヤフー）と表記されている。そのため、「観光地ではない」と主張する「針江生水の郷」委員会の活動を知らない多くの人々は、「針江生水の郷」が観光スポットだと思うであろう。実際に、筆者が参加した見学ツアー時にも、見学ツアーに参加しないで「川端」を見学している来訪者の姿が見かけられたうえ、区内には宿泊施設や来訪者を意識したと思われる小店舗を敷地内に構える家もあることから、ガイドを伴わない来訪者が全くいない状況ではない。しかしながら、ネット上に名称が載っている他の観光スポットと「針江生水の郷」が異なるのは、そのスポットが存在する自治体、さらにその観光推進機関による捉え方である。

「針江生水の郷」がある滋賀県高島市は、琵琶湖周辺の自治体のなかで、湖西地域（琵琶湖の東・西・南・北の四つ）に分類される唯一の自治体である。観光振興課により観光振興が推進されている同市であるが、「針江生水の郷」に対しては、市内の他のレジャー・観光スポットのように「観光」を全面に打ち出すことはしておらず、あくまでも住民による活動として捉えているようである¹⁹⁾。一方、「滋賀県観光入込客統計調査」には、高島市内の観

光施設の一つとして「針江生水の郷」が入れられていることから、観光施設として分類されていることがわかる²⁰⁾。さらに、「針江生水の郷」は「高島市針江・霜降りの水辺景観」として文化庁による「文化的景観」に選定されており（2010年）、「日本遺産 滋賀・びわ湖 高島市 琵琶湖とその水辺景観 祈りと暮らしの水遺産」のパンフレットには、重要文化的景観として、「針江生水の郷」にある「川端」の写真が掲載されている。その紹介文の下には「見学には予約が必要です」として、委員会の連絡先が記載されていることから、「針江生水の郷」の見学には、住民がメンバーである委員会により実施される見学ツアーへの参加が必要であることが示されている一方で、このパンフレットの問い合わせ先は滋賀県商工観光労働部観光交流局内の日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会事務局であることから、ツーリズム推進が意識されていることが伺える²¹⁾。

また、高島市の観光推進機関である公益社団法人びわ湖高島観光協会による「針江生水の郷」に対する捉え方は、協会への聞き取り時に聞かれた「観光地ではない観光地」という表現に尽きるであろう²²⁾。「針江生水の郷」委員会は、同協会の会員でもあることから、委員会は観光協会とも連携をしている²³⁾。同協会には、委員会から提供された「針江生水の郷」への道案内図が用意されているが、「川端」見学を希望する来訪者に対しては、委員会による見学ツアー参加が必要であり、そのためには事前予約が必要であることが伝えられていることから、高島市観光振興課同様、委員会の活動に対する配慮が伺われる。

2024年で設立20周年を迎えるという委員会の活動は多岐に渡るようであり、高齢化が進む針江区のなかにおいて、委員会は今後の活動継続のための後継者育成という課題も抱えているが、「針江生水の郷」はあくまでも生活の場であり、観光地ではないというメッセージを外部へ伝える姿勢がみられる。それは、たとえば、「針江生水の郷」を取り上げるメディアへの対応においてもみられ、番組・作品の最後に「観光地ではありません」というメッセージを入れてもらいたい旨、製作者側に申し入れをしているが、そのなかのごく一部しか受け入れてもらえてい



写真5. 神社横に整備された「川端」

ないという。また、メディアで取り上げられることにより「観光地」として認識されてしまうことにより、なかにはツアーに参加せず区内を回り、勝手に民家の戸を開けて中を見ようとする来訪者（観光客）もいるという。「川端」がある家を手前にも見えている来訪者への対応に委員会メンバーが苦慮している様子は、筆者の聞き取り調査中にも見受けられた。

このような委員会による「非経済的活動」はメンバー以外の住民すべてに受け入れられているわけではないことが野田論文には示されているうえ²⁴⁾、委員会メンバーによっても、区内の「川端」に対する捉え方が多少異なるようである²⁵⁾。たとえば、針江区内の神社横にある「川端」（写真5）は、「針江・霜降水辺景観まちづくり協議会」により最近整備されたということであるが²⁶⁾、生活に根付いた歴史的なものが「川端」であるとする委員会メンバーもいることから、親水施設として整備された「川端」のオーセンティシティに対しては、委員会メンバーのなかにおいても異なる捉え方がみられる。

しかしながら、メディアによって取り上げられることにより、デスティネーションとして注目を集めるようになった「針江生水の郷」は、「たくさん来られても受け入れができる所ではない」という委員会メンバーの声からもわかるように、もし見学ツ

アーというシステムが構築されていなかったとしたら、住民の生活の場における秩序を保つことは難しかったといえよう。そのため、環境学習の場として注目を集める「針江生水の郷」は、生活の場であるだけでなく、見学ツアーというシステムが機能する観光実践の場として観光空間の秩序が守られているばかりでなく、交流の場としての環境が生成されている²⁷⁾。

「地域資源の観光活用による地域活性化」という表現がすべての地域において有効であるかのように語られることが多いなかで、当初は意図せずして来訪者・観光客に対応せざるを得ない状況に対して取られた策として構築された見学ツアーというシステム、つまり、地域外の人々の地域資源に対するアクセスへの対応は、「針江生水の郷」のデスティネーション・マネジメントとして地域の自律性を示す事例である。そして、その特徴は、その目線がコミュニティ内に向けられることにより、外部（来訪者）の望むようなイメージ通りに展開されていないという点において、まさに地域主導型ツーリズムといえよう。

4. 「観光地」の住民意識から考える デスティネーション・マネジメント

ツーリズムは、その活動が行われる空間の設定、さらには、その空間内における社会的コントロールの強弱によって分類することができる。たとえば、世界遺産登録エリアや国立公園などは、歓楽街などに比べ、社会的コントロールが強い空間である。世界遺産登録エリアは、世界遺産制度によって価値を認められた文化や自然が観光資源・対象となる空間であることから、対象の保護が重要なエリアであるばかりでなく、世界遺産というブランド性によって誘発される来訪者による観光という行為をコントロールするためのマネジメントにより秩序を保つことが求められる空間でもある。

来訪者の期待をかなえると同時に、来訪者に対しても適切な行為を促すために、マネジメントという面からみるツーリズム空間は物理的ばかりでなく、心理的にもその境界が定められる必要がある。たと

えば、観光用につくられ、サービス空間自体が観光資源・対象となるレジャー施設（テーマパークやリゾート施設）の場合、物理的に閉じられることにより、サービスを受ける側はインタラクション（相互作用）を行う相手が定められるうえ、その空間にふさわしいインタラクションの生成が期待される。このような物理的・心理的境界が設定される空間におけるレジャー経験は、そのコンテキストにおいてのみ創出される特別なものとして、たとえば、「テーマパークの体験価値」と呼ばれるような経済的価値として示される。そして、このような舞台化によるインタラクション生成のためのプロセスには、サービス提供者側と来訪者側による価値の共有も含まれることから、このプロセスの重要な点は、その活動に付随する社会的、制度的そして経済的關係によって生じるインタラクションにおける秩序の維持である。

本稿で取り上げた「針江生水の郷」における「川端」という地域資源の見学ツアーは、外部の人に注目される地域の秩序を保つために委員会によって構築されたシステムであり、その観光実践は、環境学習の場として注目される「針江生水の郷」に対する価値付与装置である。なかでも、コロナ禍に始められた見学ツアーの完全予約制は、ガイドの感想にみられるように、「川端」さらには「針江生水の郷」に対して理解ある見学ツアー参加者を生むことにもつながっていることから、ツーリズム・プロダクトの「品質」に関わる実践であるといえよう。それは、ツーリズムによって創出されるプロダクトの価値が、経済活動としてのツーリズムというコンテキストにおいてのみ評価されるのではなく、広く社会からの評価となっていることを意味する。

生活空間がデスティネーションとなるような空間に対する価値評価は、来訪者によってのみ行われるのではなく、その構成メンバーである住民によっても行われる。そのため、いわゆる「オーバーツーリズム」と呼ばれるような現象が生じるような空間をみた場合、そこは、「計測しやすい価値」（観光客数・観光消費額）と「計測しにくい価値」（生活環境・住民満足度）の相克の「場」でもある。来訪者（観光客）とサービス提供者側（観光関連組織・団体・

事業者等) によってのみ生産されるツーリズム・プロダクトのように、特定のステークホルダーの意向がプロモーションやマーケティング分野における専門的知識として示されるデスティネーションとは異なり、住民がステークホルダーとなる地域ツーリズムでは、来訪者（観光客）やサービス提供者側とは異なる位相の「経験」が多様な価値や意向として示される。しかしながら、多くの地域において、観光による地域活性化の重要性が謳われるなか、地域ツーリズムの展開に対して求められるアドバイスの多くは経済的価値に基づいたものである。

コロナ前のようにレジャー活動が活発化し、国内外の「オーバーツーリズム」²⁸⁾ という現象がメディアによって頻繁に取り上げられている近年、たとえば、スペインのバルセロナでは、「ここはテーマパークではない」・「住民に敬意を払え」という垂れ幕が住民によって掲げられている様子が映し出され、さまざまな対策により市が観光客の数を制限しようと動き出していることが報じられている²⁹⁾。

地域観光振興が提唱され、デスティネーションとして注目されるすべての地域が一様に「観光地」とされる傾向がみられるなか、非経済的活動としての「針江生水の郷」委員会によるデスティネーション・マネジメントは、地域資源へのアクセスによって生じる社会課題を、生活環境の保全を目的とした見学ツアーというシステムの構築により解決する取り組みである。そして、その活動は、国により「地域の稼ぐ力を引き出す」ことが求められているうえに、マネジメントの役割をも期待されている DMO ではないが、とくにコロナというリスクによってデスティネーションとなる地域の意向に関心が向けられるようになったなかにおいて、ステークホルダーである住民の意向によって創出されるプロダクトの価値が経済的な視点からばかりでなく、広く社会的な視点からも捉えられる必要性を示している。

謝辞

本稿執筆にあたり、ご協力いただいた「針江生水の郷」委員会のみなさまに厚くお礼を申し上げます。

注

- 1) 「ニューツーリズム」(2010年頃)として、エコツーリズム、ヘルスツーリズム、産業観光などが挙げられている。
- 2) 観光庁 HP には、「旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態を「着地型観光」と言います」とある（観光庁 HP 「着地型観光」とは）（<https://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/kankochi/chakuchigata.html> (2015/1/31)）。
- 3) DMO（「観光地域づくり法人（DMO）」(2015年に「日本版 DMO」から名称変更）は、海外発の概念であり、日本では、地方創生や成長戦略の観点から2010年代に観光政策上の用語となったといわれる。なお、DMO の役割における比重の置き方に対する議論については、真子（2022）を参照した。
- 4) 『広辞苑』（2018）第7版 p.655。
- 5) 「平成30年度版 観光白書」（観光庁 2018）では、つぎのように説明されている。「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況は、最近では「オーバーツーリズム」（overtourism）と呼ばれるようになっている」（p.111）。
- 6) 「デスティネーション・マネジメント」は、「従来、来訪者（観光客）と事業者の関係を主体に構成されていた観光が、観光需要の変化によって、地域（コミュニティ）や環境文化にまで及ぶようになり、包括的な対応をしていく必要性」に対する方法論として、整理体系化されてきた概念であり、多様な手法の集合であるという（山田 2017）。
- 7) 観光庁（2018）「持続可能な観光の実現に向けた先進事例集」（1 観光地マネジメント①：指標導入・調査実施 1-5 住民への観光に関する意識調査の実施（沖縄県） p.12より）。なお、沖縄県 HP で公開されている「令和4年度沖縄観光に関する県民意識の調査結果」では、「沖縄の発展に観光が重要な役割を果たしていると思うか」という設問に対する回答が「観光客と接する機会別」に示されている（「日常業務の一環」の回答者は「機会なし」の回答者と比較して、「とて

- も思う」という回答が10%ほど高い)。そして、この報告書(「コラム」欄)では、つぎのようにまとめられている。「観光の発展が自身の生活の豊かさにつながると感じる人は、観光発展への期待が大きく、つながりが感じられない人は期待が小さい」(https://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/report/quest/okinawatourism_resident_survey.html (2024/1/6))。
- 8) 南城市「第2次南城市観光振興計画(改定版)」(2023年)で示されている「市民アンケート」結果には、「観光振興による経済効果」について、「感じる」(12.3%)、「やや感じる」(23.8%)という回答合計が36.1%であるのに対して、「あまり感じない」(31.9%)、「感じない」(17.5%)という回答合計が49.4%となっている(https://www.city.nanjo.okinawa.jp/userfiles/files/kaitei2_109674_sanitized_1.pdf (2024/1/6))。
 - 9) 北海道(ニセコ町・倶知安町)の住民を対象とした調査結果については、安福(2023b)において示した内容をまとめた。
 - 10) 京都市および鎌倉市居住者を対象としたアンケート調査については、いずれも(株)ネオマーケティングにより2023年配信(京都市2月13日~15日、鎌倉市11月9日~13日、対象者は、京都市300人・鎌倉市100人、いずれも男・女15~79歳)。
 - 11) (株)ネオマーケティングにより2023年2月13日~15日配信。京都市の回答者300人に対し、「特定地域」における各地域の回答者数は僅か1~35人であることから、同じ設問・時期の配信ではあるが比較することができないため、おもに記述回答内容を参考とした(ニセコ町の回答者は僅か7人であったが、回答者全員が日常的に観光客がいる環境であると回答している)。なお、「日本「持続可能な観光」地域協議会」については、同会HP(<https://sustainabledestinations.jp/about> (2022/6/19))を参照した。
 - 12) 高島市HP「重要文化的景観「高島市針江・霜降の水辺景観」を参照した(<https://www.city.takashima.lg.jp/soshiki/kyoikusomubu/bunkazaika/1/1/1326.html> (2023/11/14))。
 - 13) 最初にメディアによって取り上げられたのは、NHK BSハイビジョンスペシャル「里山・命めぐる水辺」(2004年1月9日放映)であったという(「針江生水の郷」HPより)。
 - 14) 詳しくは野田(2014)を参照。
 - 15) 2023年11月3日実施。
 - 16) 写真はいずれも2023年11月3日撮影。
 - 17) 筆者が参加したツアーでは、ツアー途中、委員会メンバー経営の佃煮製造販売所に立ち寄った。
 - 18) 日本エコツーリズム協会HP「第9回エコツーリズム大賞」(<https://ecotourism.gr.jp/wp-content/uploads/09award.pdf> (2023/11/15))。
 - 19) 高島市観光振興課への電話による聞き取り調査は2回実施(10月、11月)。
 - 20) 滋賀県がまとめて公開している県内の自治体別観光入込客数データ(滋賀県商工観光労働部観光振興局「令和2年滋賀県観光入込客統計調査書」)のなかの施設名には「針江生水の郷」は入れられていないが(上位100まで公開のため)、高島市における年間観光入込客数(約300万人)の訪問先(「観光地名」)リストには「針江生水の郷」は入れられているという(2023年11月、滋賀県商工観光労働部観光振興局への電話による問い合わせによる)。また、高島市が住民を対象として2023年に実施した「高島市民の観光に関するアンケート調査」(第4回「観光」に関するアンケート(<https://www.city.takashima.lg.jp/gyoseijoho/shiminsanka/5/5606.html> (2023/11/15)))において、行ったことがあるかを尋ねる設問において挙げられている市内の「観光スポット・施設」名のなかに、「針江生水の郷」も入れられている。
 - 21) さらに、「針江生水の郷」については、つぎの二つの観光推進機関のウェブサイト上では、「針江生水の郷」委員会公式サイトへのリンクがつけられている(「びわこビジターズビューロー」による「滋賀・びわ湖観光情報」(<https://www.biwako-visitors.jp/spot/detail/27955/?active=eat> (2023/11/22)), びわ湖高島観光協会「びわ湖高島観光ガイド」(<https://takashimakanoko.jp/area/shinasahi.html> (2023/10/15))。
 - 22) びわ湖高島観光協会における聞き取り調査(11月3日実施)より。
 - 23) 協会発行による観光パンフレット地図上には、「針江生水の郷」の表記があるのと無いのがある(「びわ湖周遊ガイドブック」あり、「びわ湖高島観光マップ」無し)。

- 24) 野田論文 (2013・2014) には、委員会メンバー以外の住民との葛藤が示されていることから、来訪者への対応に苦慮しているばかりでないことがわかるが、筆者は委員会メンバー以外の住民の声を聞くことは出来ない。
- 25) 区内における「川端」の使用状況については、ツアーガイドによっても多少認識の違いがみられるようである。なお、高島市によれば、現在における「川端」の使用状況は不明であるが、施設を持つ世帯は100ほどであるという。
- 26) 「針江・霜降水辺景観まちづくり協議会」広報誌 (Harisshimo Vol.14 2022年) では、「令和のカバタ」と紹介されている。
- 27) 筆者が参加した見学ツアー時のガイドや他の委員会メンバーの一人 (退職後、委員会に入会) からは、ツアー参加者 (なかでも環境学習のために「針江生水の郷」を訪れる生徒達) を案内するのが楽しいという感想が聞かれた。
- 28) 国内におけるツーリズムによる負の影響については、四つの局面 (戦前、高度成長期、リゾート開発期、インバウンド拡大期) があったという (後藤 2019)。
- 29) NHK ニュース「おはよう日本」2023年9月6日放映。字幕では「ここは遊園地ではない」と訳されていたが、垂れ幕の英語表記は「THEME PARK」となっていたことから、本稿では「テーマパーク」とした。

参考文献

- 岩崎比奈子 (2017) 「コミュニティとデスティネーション・マネジメント」『観光文化』234号, pp.24-29
- 後藤健太郎 (2019) 「観光による地域への負の影響にどう向き合うべきか」『観光文化』240号, pp.4-7
- 真子 和也 (2020) 「オーバーツーリズム：欧州諸国の事例と日本への示唆」『調査と情報』第1086号, pp.1-11
- 真子 和也 (2022) 「観光地域づくり (DMO)：これまでの政策動向と論点」『調査と情報』第1194号, pp.1-14
- 西川亮 (2021) 「オーバーツーリズム観光地における新型コロナウイルス流行後の住民の観光に対する意識に関する研究 -観光との接点を有する住民を対象として-」『観光研究』Vol.32, No.2, pp.53-66
- 野田岳仁 (2013) 「観光まちづくりのもたらす地域葛藤 -「観光地ではない」と主張する滋賀県高島市針江集落

- の実践から-」『村落社会研究ジャーナル』20巻, 1号, pp.11-22
- 野田岳仁 (2014) 「コミュニティビジネスにおける非経済的活動の意味 -滋賀県高島市針江集落における水資源を利用した観光実践から-」『環境社会学研究』20巻, pp.117-132
- 安福恵美子 (2020) 「観光振興と地域マネジメント」安福恵美子・天野景太『都市・地域観光の新たな展開』古今書院 pp.136-155
- 安福恵美子 (2022) 「新型コロナウイルス感染拡大による札幌市民の観光振興に対する意識変化に関する研究」『地域政策学ジャーナル』第11巻, pp.21-35
- 安福恵美子 (2023a) 「コロナ禍における札幌市中央区民の観光振興に対する意識調査 -都市観光の持続性という視点から-」『地域政策学ジャーナル』第12巻, pp.23-35
- 安福恵美子 (2023b) 『ツーリズム・プロダクトの社会的価値「魅力」という表象』流通経済大学出版社
- 山田雄一 (2017) 「デスティネーション・マネジメントの理念と実践での現実」『観光文化』234号, pp.38-42

参考資料

- 国土交通政策研究所 (2019) 「持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究Ⅱ」『国土交通政策研究』第150号
- 全国文化的景観地区連絡協議会 HP <https://www.bunkeikyo.jp/landscape/landscape-310> (2023/11/30)
- 針江生水の郷公式ウェブサイト <https://harie-syozu.jp> (2023/10/5)
- 針江・霜降水辺景観まちづくり協議会 HP <https://harisshimo.jp> (2023/11/27)