

エリア規模の違いからみた観光による地域振興に関する研究

田代, 雅彦

<https://hdl.handle.net/2324/1806800>

出版情報：九州大学, 2016, 博士（経済学）, 課程博士
バージョン：
権利関係：やむを得ない事由により本文ファイル非公開 (2, 3)

氏 名 : 田代 雅彦

論 文 名 : エリア規模の違いからみた観光による地域振興に関する研究

区 分 : 甲

論 文 内 容 の 要 旨

日本政府は 2003 年ごろから経済成長を推進する重要な産業として、また「地方」を活性化する切り札として、観光を重視している。その「地方」では、観光地でなかった市町村が観光による地域振興に取り組んだり、県などの境域を超えるより広域での振興に地方自治体や企業、経済団体が協働したりするなどの変化が生じている。

観光は観光者、観光対象、媒介機能の 3 要素で構成される。それゆえ、観光で地域を振興するには、(A) 観光地としての魅力をどのようにして高めるか、(B) 交通手段をどのように整備するか、(C) どこに住む人々に PR して認知度を高めるか、が根幹となる。観光対象は他所にはない独自性を持つことが要求され、どの観光対象を重視してどのエリア内で観光するかは観光者によって異なる。ゆえに観光による地域振興に関する研究も観光地のエリア規模を考慮する必要がある。しかし、既往の研究を見る限り、エリア規模の違いに焦点を当て、有利条件、不利条件も含めた地域の個性に着目して、異なるエリア規模での観光による地域振興を比較した研究は見当たらない。

そこで本論文では、地域の基盤産業としての観光による地域振興について、エリア規模の違いによって、どのような差異や共通点があるのかを明らかにすることを目的とする。エリア規模の違いに着目する研究方法は、経済地理学の主要な方法論である地域構造論の中の地域経済論として位置づけることができる。具体的に採用した研究手法は、インターネット情報を含む文献調査、関連する統計の分析、現地調査と関係機関やキーパーソンへの聞き取り、参与観察である。事例として、観光による地域振興の手法や力点の違い、差異や共通点を明確に浮かび上がらせるために、個性も条件もエリアの広さも極端に異なる 3 つの地域を取り上げた。すなわち、第 1 に観光地でなかった離島で極小規模の長崎県小値賀町、第 2 に観光による地域振興に積極的ではなかったにも拘わらず観光客が増加し、観光を重視するに至っている福岡市、第 3 に県単位での観光への取り組みの限界を克服すべく地方ブロックスケールでの振興を進める九州の 3 つである。

小スケールの小値賀町の事例からは、一般に地域振興に必要とされている①課題や理念の共有、②キーパーソンの存在、③振興のために必要な資源の発見と魅力ある資源づくり、④事業を推進する中核的組織と行政の側面支援、⑤収入の獲得という 5 つの要素の全てをあわせ持ち、それらを相乗的に発展させて雇用拡大にまで結びつけたことを明らかにした。上記の①～④は前述の (A) 観光地としての魅力づくりに関わる要素である。小値賀町では特に、観光事業を主導したある I ターン者の存在と、「おぢかアイランドツーリズム協会」という中核的組織が大きな役割を果たした。観光事業の効果を感じる町民の協力の拡大が新たな観光事業を育む基礎となり、国際的な修学旅行者の誘致などがマスメディアによって報道され、多大なコストをかけずに認知度と集客を拡大する好循環が生まれている。

中スケールの福岡市の事例からは、日本有数の観光都市に成長してきた 3 つの要因を明らかにし

た。第1に広域交通の結節点となったことである。第2に他の地方ブロックと比べて人口規模の大きい九州という後背地の存在と、アジア市場の取り込みが相乗効果をもたらしていることである。第3に時宜を得た政策とそれを実現したリーダーの存在である。広域交通結節点の形成については福岡市が主導したものではない。第二次世界大戦中に建設された都心に近い福岡空港は、戦後の米軍管理下で拡張され偶然にもジェット機就航可能な規模となった。また国鉄による山陽新幹線の博多開業と、その後の九州旅客鉄道(株)による博多駅のターミナル機能の強化や、西日本鉄道(株)が主導した高速バス運営など、市よりも国や民間企業が重要な役割を果たした。博多港が国際定期旅客船や外航クルーズ船の拠点となったのは、国内では韓国や中国に近い地理的条件によるところが大きい。そして桑原市長によるアジア重視の各種政策も、必ずしも観光を意識した政策ではなかったが、都市観光の発展に寄与した。

大スケールの九州ブロックの事例では、官民共同での九州観光戦略委員会による「九州観光戦略」の策定経緯や「九州観光推進機構」の設立経緯を分析した。その結果、参加当事者である各県や委員らの異なるニーズに即応して満足度を高めたこと、及び強いリーダーと意思決定ができる権威ある上位の組織があることとによって合意が形成されたことを明らかにした。上位組織とは、九州の各県知事と主要経済団体の代表者による官民共同での活動体制として発足していた「九州地域戦略会議」である。また観光事業に精通したスタッフがいたことによって事業推進のための新しい中核的組織の運営が円滑に進んだことも明らかにした。但し、新しい中核的組織の規模が見えない中で委員会が新たな戦略をつくることは極めて困難な作業であり、多大なエネルギーを必要とし、限界があったことも示した。

観光による地域振興のための結論的インプリケーションとして、まずスケール別にみた方向性では以下の諸点が得られた。観光資源も人材も不足しがちな小規模地域では、外部の力の利用や地域振興を牽引できる組織の形成が必要である。次に民間企業や人材が数多く存在する中規模地域では、個々の観光事業や施設整備が地域振興に繋がるような方向性の設定と誘導が必要である。そして多種多様な地域や企業が存在する大規模地域では、異なる主体が納得して参加できる理念や組織の形成と全体を統合するイメージの構築が必要である。

また、観光による地域振興の根幹となる、(A) 観光地としての魅力づくり、(B) 交通手段の整備、(C) 認知度向上のための PR という3つの取組では、まず小規模エリアほど (A) 観光地としての魅力づくりがより重要となる。次に (A) 魅力づくりが一定程度なされている中規模エリアでは (B) 交通手段の整備がより重要となる。そして (A) 観光地としての魅力が数多く存在し (B) も複数の交通手段がある大規模エリアほど (C) 認知度向上のための PR が重要となることを明らかにした。加えて、小規模エリアでは (A) の魅力づくりを、経済的利益を確実に生み出せる仕組みづくりにまで展開することが重要である。次に中規模エリアでは都市機能と交通結節点を生かして後背地とともに発展する仕組みの強化が求められる。そして大規模エリアになればなるほど PR の重要性が高まる。このように、観光による地域振興の主体が、エリア規模に応じて力を入れるべき分野を絞り込む重要性を示した。

なお、いずれのエリア規模にも共通することとして、観光による地域振興には参加する多様な主体間での認識の共有が不可欠である。そして新しいことへの取り組みを成功に導くためには傑出したリーダーが必要で、規模が大きくなればなるほど強いリーダーシップが必要なことも明らかにした。