

地理学視点の福岡：都市圏成長の背景：福岡地理学会設立75周年記念出版

阿部，康久
九州大学大学院比較社会文化研究院：准教授

磯，望
西南学院大学：名誉教授

芳賀，博文
九州産業大学経済学部：教授

<https://hdl.handle.net/2324/7388878>

出版情報：pp. -235, 2024-11-20. 有限会社 花書院
バージョン：
権利関係：



第 12 章

大都市近郊地域における観光まちづくりと地域外人材

岡 祐 輔

1. はじめに

(1) 日本における観光まちづくり

日本は、2003 年のビジットジャパンキャンペーンを皮切りに、観光立国を打ち立て、2014 年には、まち・ひと・しごと創生本部による首都圏への人口一極集中を回避するための地方創生を推進してきたことにより、観光まちづくりの議論が盛んになり、観光消費による地域経済振興を政策の柱にする自治体が増えている。

観光まちづくりは、国内外からの需要を吸収できる産業育成、地方における雇用や起業の創出といった経済的効果が見込まれるだけでなく、地域住民の誇りの醸成や自信の創出、地域内外の交流を促進し、地域におけるコミュニティの維持や担い手の確保といった、社会的効果も期待されている。

(2) 観光まちづくりに欠かせない地域外人材

さらに観光まちづくりによって、これらの効果を得るためには、地域が主体的に取り組みつつも、地域外人材による情報発信や空き家の利活用、創造的活動などが不可欠となっており、彼（女）らをどのように地域に活かすかという視点は重要である。

地域外人材が移住後、起業したり、これまで地域になかった新たな活動を起こしたりするなどの性格を特徴づける指標として、フロリダ（2014）では、ビッグファイブパーソナリティ¹⁾が用いられている。フロリダは、このうち開放性が、起業家や技術者、芸術家などのクリエイティブ人材と相関が高い

1) 5つの性格因子の概要については、「外向性」は人との交流が好きで活発である傾向、「協調性」は共感的で親切的な傾向、「勤勉性」はきちんとしていて徹底している傾向、「神経症傾向」は緊張し不安な傾向、「開放性」は好奇心があり想像力のある傾向を示す（吉野・小塩、2020）。

ことを示し、開放性に対する地域の受け入れ態度に寛容性を用いた。開放性を移住・起業家²⁾の動機に当てはめれば、知識や経験、技術といった自己の能力を発揮し、自分のやりたいことやアイデアを実現したい、多様な人材とネットワークを持ちたいといった性格が該当し、フロリダはこのような動機を「経験の開放性」と呼んでいる。

地域外人材、とりわけ、移住・起業家のように経験の開放性が高い人々にとっては、地域の人たちと交流しやすく、新しいチャレンジに抵抗が少ない地域ほど、定住し、活動しやすいことは想定される。また、彼（女）らは、チャレンジ意欲が高い一方で、容易に離脱するため、地域活動が継続する上で、地域への愛着を醸成していくことが重要である（岡，2023）。

観光まちづくりの社会的効果としては、地域での役割意識や当事者意識、地域への誇りや愛着を醸成し、地域内外の交流を促進することが示されており³⁾、観光まちづくりを進めることによって、地域外人材の定住や地域活動を継続させることができる。

なお、本章では、以下のように用語を定義する。

①観光まちづくり

地域外人材と共に、地域が主体となって外から人を呼び込み、経済、文化、社会的便益をもたらすまちづくり活動。

②地域外人材

地域外在住ながら事業所や活動拠点を当該地域に有する人や他地域から移住した人。

③寛容性

開放性に対する地域側の態度として、地域における仕事や住まい、コミュニティに関する相談、紹介などの支援行動。

④イノベーション人材

移住先の地域で起業、定住して事業を継続し、仕事や地域活動において、これまで当該地域にはなかった新しい事業を創造する、または新しいアイデアを地域に持ち込むといったクリエイティブ人材。

2) 本章で用いる「移住・起業」という用語は、他市町村からの移住と同時期か、又は移住後に移住先で起業又は開業などの行動を示す。

3) 牧瀬（2021）など、シビックプライドとしての議論も多い。

2. 大都市近郊における観光地の発展

(1) 福岡都市圏の観光

観光まちづくりにおける地域外人材の役割や定住要因などを検討するにあたり、大都市を中心として一種の圏構造による地域差がみられる日本では、大都市への近接性が重要な意味を持つため⁴⁾ (岡, 2023), 日本全体の課題に関わる大都市近郊の観光地の事例として、福岡都市圏⁵⁾を取り上げたい。

表 12-1 は、福岡都市圏における自治体ごとの 2000 年と 2017 年の観光入

表 12-1 福岡都市圏の 2000 年と 2017 年の観光客入込数および増減率

(単位：千人)			
	2000 年	2017 年	増減率 (%)
福岡市	15,597	21,336	36.8
筑紫野市	1,345	1,857	38.1
春日市	886	30	-96.6
大野城市	296	229	-22.6
宗像市	4,573	6,506	42.3
太宰府市	6,189	10,540	70.3
古賀市	207	638	208.2
福津市	5,274	5,613	6.4
糸島市	2,596	6,483	149.7
那珂川市	428	310	-27.6
宇美町	766	1,115	45.6
篠栗町	1,306	1,985	52.0
志免町	9	5	-44.4
須恵町	64	47	-26.6
新宮町	96	375	290.6
久山町	506	506	0.0
粕屋町	367	35	-90.5
合計	40,505	57,610	42.2

注) 観光入込客数は、合併前の市町村を現市町に合算して集計。2017 年をもって福岡県の市町村別統計は廃止されている。

出典：岡 (2023)。

4) 山村 (2010) によれば、大都市圏の観光地モデルは、クローソンによる大都市の利用者指向型観光地モデルとキャンベルによる大都市周辺の観光地を訪問する散在型大都市レクリエーション圏とするモデルを発端とし、日本でも古くから研究されてきた。

5) 福岡都市圏は、図 12-2 に示す 17 市町で構成され、地方公共団体 (一部事務組合) である福岡都市圏広域行政推進協議会を組織している。

込客数⁶⁾である。2017年における福岡市を除いた福岡都市圏の市町（以下「16市町」）では、太宰府市が1,054万人と最も観光入込客数が多く、次いで宗像市650.6万人、糸島市648.3万人となっている。2010年を基準とした2017年の観光入込客数の増減率をみると、新宮町290.6%、古賀市208.2%、糸島市149.7%であり、福岡市に隣接した市町が目立つ。一方で、糸島市を除き、福岡市に隣接する他の自治体は観光入込客数が多いとはいえず、観光資源と結びつかなければ、大都市と隣接する条件だけで観光客が増えるわけではない。

(2) 観光資源と観光需要

大都市近郊の地域において、どのような観光資源が観光客に選ばれ、観光地化が進展しているのかを比較するため、16市町の目的別観光入込客数割合を示した（表12-2）。

全体的にどの地域も、1つ、または2つのカテゴリーに依存している傾向があるが、糸島市、宗像市および福津市（以下「3市」）はカテゴリーの分布が広がっており、他地域に比べ観光資源の多様性が高い。図12-2および表12-1で示したように、この3市は沿岸部に位置し、観光入込客数が多い。また新宮町と古賀市の伸びは大きいものの、これまでの観光地の進展要因を検討するため、この中で、同程度の観光地化が図られ（観光入込客数500万人以上）、また、人口5万人以上の同規模自治体である3市を比較する。ただし、太宰府市もこの条件に合致するが、「太宰府天満宮」、「九州国立博物館」などの全国的に著名な施設で、歴史・文化の単一資源に依拠しており、県外やインバウンド観光が多い特殊な事例として状況が異なるため除外する。

宗像市は「歴史・文化32.8%」の「宗像大社」、「スポーツ・レクリエーション24.7%」の「宗像ユリックス」、「グローバルアリーナ」、「都市型観光27.2%」の「道の駅むなかた」の物産館に見られる有名観光地や大型施設を有し、観光客の主要目的となっている。福津市も同様に「歴史・文化73.4%」の「宮地嶽神社」や「都市型観光10.6%」の「イオンモール福津」といった単一的な資源に依存している傾向があるが、近年の都市型観光として海岸沿いのカフェ・レストランが増えている。糸島市は、宗像市や福津市より比較的割合の高い「自然6.2%」には「白糸の滝⁷⁾」や登山が含まれ、「歴

6) 観光入込客推計調査は、観光庁が定めた「観光入込客統計調査に関する共通基準及び調査要領」に基づき、観光入込客数や観光消費額について、他都道府県と比較可能な共通基準での数値である。

表 12-2 福岡都市圏自治体の観光目的別の観光入込客数割合 (2017 年)

(単位: %)

目的 自治体	自然	歴史・ 文化	温泉・ 健康	スポーツ・レ クリエーション	都市型 観光	その他 観光地点	行祭事・ イベント	合計
筑紫野市	12.1	3.2	73.6	9.5			1.6	100
春日市		43.3			56.7			100
大野城市				29.3			70.7	100
宗像市	0.5	32.8	4.3	24.7	27.2	8.4	2.1	100
太宰府市		100						100
古賀市			21.3	6.7	58.8		13.2	100
福津市	0.7	73.4	2.2	6.9	10.6	3.9	2.2	100
糸島市	6.2	7.3	11.2	15.6	54.3	3.7	1.7	100
那珂川市				83.9			16.1	100
宇美町	0.1	82.6		1.1			16.2	100
篠栗町	7.6	74.0	14.2	0.2	2.6		1.5	100
志免町		60.0					40.0	100
須恵町	14.9	14.9		61.7			8.5	100
新宮町	38.2	0.5				50.0	11.3	100
久山町	13.6	37.7	35.6	8.5			4.5	100
粕屋町					37.1		62.9	100

注1) 空欄は0%。

注2) 「自然: 山岳, 高原, 湖沼, 河川, 海岸など」, 「歴史・文化: 史跡, 神社・仏閣, まち並み, 博物館, 美術館, 動植物園, 水族館など」, 「温泉・健康: 温泉地, その他温浴・健康施設など」, 「スポーツ・レクリエーション: ゴルフ場, サイクリング, ハイキング, キャンプ場, 釣り場, 海水浴場, テーマパークなど」, 「都市型観光: 商業施設, 商店街, 食・グルメ, 農水産品直売所など」, 「その他道の駅, パーキングエリア」, 「行祭事・イベント: 行祭事, 郷土芸能, スポーツ観戦, 映画祭など」

出典: 岡 (2023)。

史・文化7.3%」の「二見ヶ浦 (夫婦岩・大鳥居)」, 「温泉・健康11.2%」の温泉や健康温浴施設, 「スポーツ・レクリエーション15.6%」の6つのゴルフ場, 「フォレストアドベンチャー (自然体験型アスレチック)」などの観光資源の多様性が高い。糸島市には太宰府市を含め, 宗像市や福津市のように大型集客施設が少なく, これといった有名な観光地がない。「都市型観光54.3%」と最も多いものの, このカテゴリー内において, 直売所⁸⁾, カキ小

7) 福岡県指定名勝。標高900mの羽金山の中腹に位置し, 落差は約24m。周辺に約10万本の紫陽花が植樹され, ヤマメ釣りや素麺流しも楽しめる。

8) 農業者・漁業者が直接生産物を持ち込み, 販売を行う直売所。糸島市には産直施設日本一の売上額を誇るJA糸島「伊都菜彩」やJF糸島「志摩の四季」がある。

屋⁹⁾、カフェ・レストラン、クラフト工房の小規模観光施設の集積によっている。

(3) 地域外人材と観光地の発展

さらに、自然環境や農林水産物などの観光資源を活かした、地域外人材による観光地の進展要因を検討するため、大規模施設によらず、小規模事業者らの集積により、近年、観光入込客数の増加率が高い糸島市を検討する。

糸島市では観光客全体のうち、日帰り客が98.2%を占め¹⁰⁾、糸島市外からの観光客のうち、福岡市からの観光客は最も多く、48.5%を占める（岡、2023）。糸島市は隣接する大都市の福岡市における日帰り観光需要によって、都市近郊型観光地として発展してきた。

糸島市における1973年の観光入込客数は、旧市町合計で280.5万人となっており、2000年の259.6万人まで30年間ほぼ変わっていない。図12-1のように、2000年以降に観光入込客が増加し、2000年に野北海岸のカフェ、翌年に二見ヶ浦のレストランが立地したことを皮切りに、海岸沿いの飲食店が増え、直売所は、2002年に「福ふくの里」、2006年に「志摩の四季」、2007年に「伊都菜彩」が開設した。カキ小屋も2000年以降に漸次立地し、年間40万人以上が訪れることになった。2008年には「糸フェス」が始まり、陶芸や工芸などの作家たちの活動が活発化した。当時は数軒だった家具、食器、アクセサリなどの工芸、服飾・雑貨の工房は、2015年時点で130軒を超える（岡、2023）。

図12-2は福岡市からの観光客の訪問割合と観光地ごとの分布を示している。訪問地は、「二見ヶ浦」、「白糸の滝」、「伊都菜彩」において高い割合を示す。このほかに、日本三大玄武洞の一つであり、国指定天然記念物の「芥屋の大門」、夏場に海の家が多数並び、福岡県内で最も透明度が高い「芥屋海水浴場」がある芥屋地区も割合が高い。また、「カキ小屋」も冬場しかオープンしていない点を考慮すれば、比較的割合が高い。「白糸の滝」のほかに、県指定天然記念物である樹齢400年の大もみじや、国指定重要文化財を多数所有する「雷山千如寺」と、山岳地域への観光客も一定数みられる。また、

9) 各漁港内に立地する焼きカキを体験できる漁師直営の小屋。2020年現在で27軒が営業している。

10) 糸島市定例記者会見〈<https://www.city.itoshima.lg.jp/s007/010/040/030/060/100/202001anken.pdf>〉（2020年11月13日最終閲覧）。

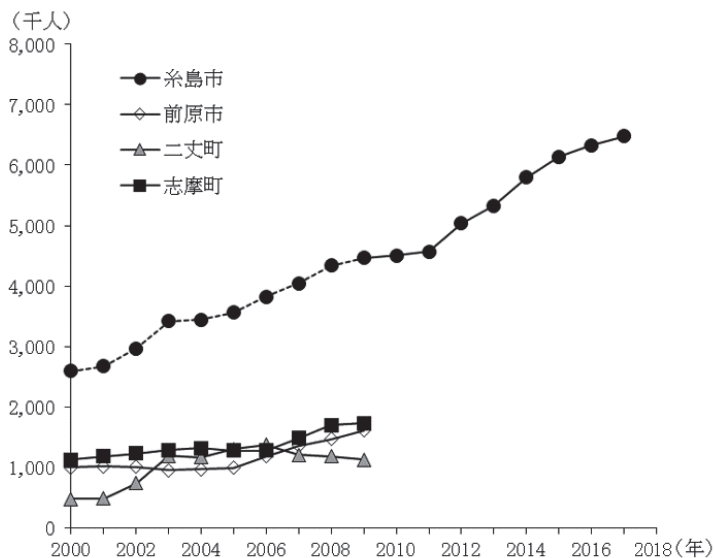


図 12-1 糸島市および旧前原市・糸島郡二丈町・志摩町の観光客入込客数の推移

注) 合併前の 2009 年までは、参考に合算値を破線で示した。

出典：岡（2023）から作成。

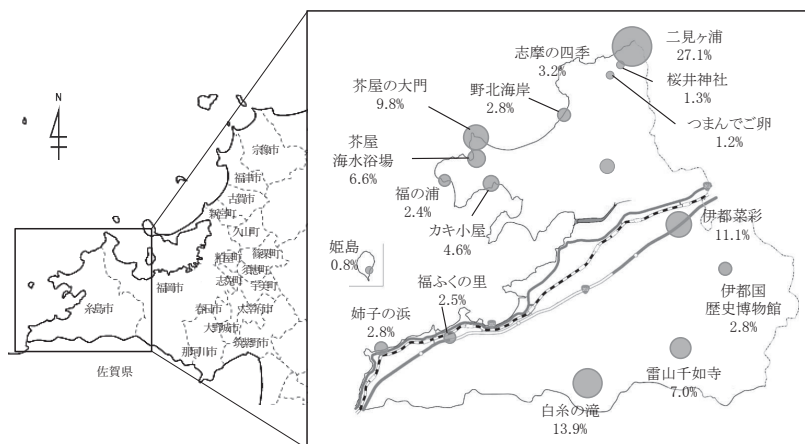


図 12-2 福岡都市圏の位置図と糸島市内観光地ごとの福岡市観光客の訪問割合の分布

出典：岡（2023）から作成。

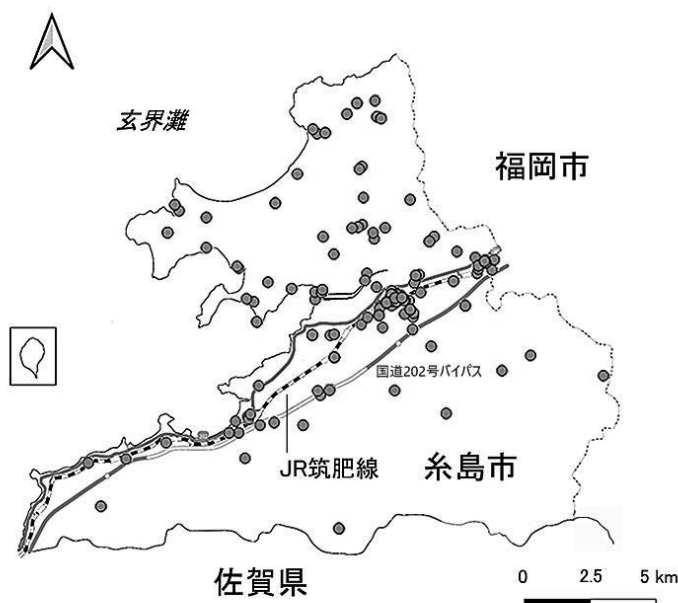


図 12-3 糸島市における飲食店の分布（2019 年時点）

出典：岡（2023）から作成。

直売所には、「伊都菜彩」以外にも「JF 志摩の四季」や、福岡市からみて遠方にある「福ふくの里」にも一定の訪問率がある。糸島市は、単一の観光地に依存せず、多様な観光資源によって、観光客を惹きつけている。

以上のような 2000 年代の変化に伴い、2019 年での同市では、市の中央部を東西に走る鉄道沿線に中心市街地があり、人口も鉄道沿線地域に集中しているのに対して、観光業に属する代表的な業種である飲食店の分布をみると、中心市街地のみならず北部の沿岸・湾内側や南部の田園地域や山間地域にも広く分布していることが分かる（図 12-3）。

4. 観光まちづくりにおける地域外人材の活動要因

(1) 移住・起業者の満足度

地域外人材が糸島市で開業したことの満足度に影響を与える要因について、移住・起業者（U・I ターン者）以外にも含めて包括的に検討するため、

糸島市でアンケート¹¹⁾を実施した。事業者たちの満足度を高める要因の一つとして、同業あるいは類似の業種にて出店したいという相談を受けることがあるかを質問した。「出店相談を受ける」という行為は、相談を受ける側にとっても、成功者として認められていると認識できることで、自身も満足度を高めることができる活動である。加えて、自分の能力や経験を他人に提供することで、他の事業者の成功や事業者間の交流の深化や拡大といった成果をもたらし、地域活性化に貢献できる活動の一つになりえると考えた。そのため、調査対象者らの「糸島市では能力を発揮できる」、「他人や地域に貢献したい」といった経験の開放性が、実際の行動に現れたものであると解釈した。

この質問に回答したのは161人であったが、そのうち年1~2回相談を受ける人が63人、3~4回の方が7人、5回以上の方が9人と、合計79人(49.1%)の人が、同業者などの出店の相談を受けると回答したことは驚きであった。

事業者の移住等の属性別にみた内訳をみると、出身在住者で34人(出身在住者全体の47.9%)、市外在住者で12人(52.2%)、Uターン者で12人(52.2%)、Iターン者では18人(45.0%)が出店相談を受けている。市外在住者とUターン者は、出身在住者と比べて4.3%高い。Uターン者は移住・起業の成功者、他方で地域とのパイプ役として、相談役に適任であろう。特に工芸店の経営では、作業場や販路の確保、イベントへの出展などの際に同業者とのネットワークが重要になるため、同業者からの出店や起業への相談を受けることが多くなるという¹²⁾。

このように同業・類似業者から相談を受けるか否かで、糸島市での開業満足度に違いが出るかどうかを検討した。まず、全体的にみると、相談を受けることがある事業者では、相談を受けない事業者に比べて、糸島市にて開業したことへの満足度が高い傾向がみられた。ただし、相談を受ける事業者は、そうでない事業者に比べると、経営自体がうまくいっている場合が多く、そのことが、相談を受ける事業者の開業満足度を高めている可能性もある。そ

11) アンケートは2021年6月から7月にかけて、NTTタウンページ、糸島市商工会ホームページ、糸島市観光協会観光マップから主要な観光関連事業者と考えられる糸島市内の飲食業、陶磁器、家具及び雑貨・アクセサリーの事業所を抽出し、調査票を郵送した。詳しくは、岡(2023)を参照のこと。

12) 筆者らが2021年3月に陶器作家T氏に行ったインタビューによると「作家には、糸島クラフトフェスに出たいとの相談に乗ったことがきっかけで引っ越してきた人がおり、それ以降、同業の作家からの移住相談をよく受けるようになった」とされている。

表 12-3 相談の有無と経営状態からみた開業満足度

(有効回答 159 人)

相談の有無	満足度 収支	開業満足度			計
		不満	普通	満足	
無	減収赤字	8 (30.8%)	11 (42.3%)	7 (26.9%)	26
無	収支均衡	3 (9.7%)	13 (41.9%)	15 (48.4%)	31
無	増収黒字	1 (4.0%)	8 (32.0%)	16 (64.0%)	25
有	減収赤字	1 (5.3%)	10 (52.6%)	8 (42.1%)	19
有	収支均衡	1 (3.4%)	7 (23.3%)	22 (73.3%)	30
有	増収黒字	1 (3.6%)	6 (21.4%)	21 (75.0%)	28
計		15 (9.4%)	55 (34.6%)	89 (56.0%)	159

 $(\chi^2(10) = 29.76, P < .01)$

注) 収支の状況は減収・黒字と増収・赤字の事業者を収支均衡としてまとめて集計した。

出典：岡（2023）から作成。

のため、表 12-3 では、事業者の収益状況に応じて、相談の有無と開業満足度の関係を検討した。

結果は、相談を受ける事業者のうち、増収かつ黒字の 75.0%、増収または黒字（収支均衡）の 73.3% が、さらに減収かつ赤字の事業者でも 42.1% が糸島市での開業に満足しているのに対して、相談を受けない事業者では、満足と回答した比率がそれぞれ 64.0%、48.4%、26.9% に留まっている。反対に開業したことに不満と回答した事業者の比率は、全体では 9.4% に留まるものの、減収赤字でかつ相談を受けない事業者では 30.8% と顕著に高い。同業・類似業者からの相談を受ける人は、経営する店舗の業績にかかわらず、相談を受けない人に比べて開業満足度が高い傾向がある点が確認できた。

人脈や交流を重視する移住・起業者らにとって、地域での経営や原材料・人材の紹介など事業者間の相談できる体制が存在することは彼（女）らの満足度を高め、定住・事業継続の重要な要因になるのである。反対に、自分がやりたいことをできないことは、人生の重要問題として撤退・離脱の理由となりえる¹³⁾。

(2) イノベーション人材が重視する地域性

糸島市の移住・起業者全体では、約半数が同業・類似業種の人から出店の

13) 岡（2023）では、糸島市での移住・起業者が離脱した参与観察の事例が報告されている。

移住年	移住		起業		定住と事業継続・拡大	
	内的動機	外的環境	内的動機	外的環境	内的動機	外的環境
2000年 以前	仕事の確保 子育て スローライフ	自然 福岡市近接性 人脈 観光需要	仕事の確保	福岡市近接性 観光需要 家族	帰属意識	
2000年 以降	仕事の確保 子育て スローライフ	自然 福岡市近接性 人脈 観光需要 食 地域ブランド 九州大学移転	仕事の確保 挑戦・独立志向 働き方見直し	人脈 観光需要 九州大学移転	地域貢献 能力の発揮 スローライフ	多様性 人脈 暮らしの質 寛容性 地方の優位性
2010年 以降						

図 12-4 観光業におけるイノベーション人材の移住・起業進展過程

出典：岡（2023）。

相談を受けることで、満足度を高めることがわかったが、移住・起業者のうち、とりわけ、イノベーション人材が同市に移住・起業し、定住しながら、新たな事業などを持ち込む理由を検討するため、筆者は、イノベーション人材にインタビュー¹⁴⁾を行った。

移住から起業、さらに定住と事業継続・拡大へと至る各過程においては、移住・起業者が持つ内的動機に対して、地域側における外的環境の存在が重要となる。観光客が増加し始めた 2000 年の前後と、糸島市の誕生で観光客の増加が加速した 2010 年以降に分け、外部環境の変化に沿って、移住から定住と事業拡大のプロセスにおける内的動機と外的環境を対照すると、図 12-4 のようにまとめることができる。

2000 年以前の移住時には、仕事の確保や子育て、スローライフへの内的動機に対して福岡市へのアクセスや自然環境である外的環境が重視され、当初から寛容性や多様性を求め、移住したいと考える人は少なかった。起業時も、仕事の確保という内的動機に対し、福岡市との近接性や観光需要の高さを重視し、定住と事業継続・拡大の段階へ、長く居住するにしたがって、地域貢献や帰属意識の内的動機が芽生え、外的環境では人脈や多様性を重視するように変化した。

14) 糸島市役所の観光・移住・産業の振興に関わる各所管課の職員に、イノベーション人材の定義に該当すると思われる人を列挙してもらい、計 33 人を選定し、2020 年 12 月から 2021 年 3 月にかけて（2 人のみ 2019 年 7、8 月）に実施した。詳しくは、岡（2023）を参照のこと。

2000年以降、イノベーション人材は、移住時には2000年以前と同様の傾向を示しているが、外的環境としては新たに人脈を活用する傾向がみられた。起業時には、仕事の確保ではなく、挑戦・独立志向の内的動機が増加し、外的環境では人脈を活用し、起業につなげる傾向がみられた。定住と事業継続・拡大時には能力の発揮、地域貢献およびスローライフといった内的動機に対して、外的環境をより活用する傾向があり、寛容性や多様性、人脈のほか、趣味や文化、食、職住近接などの暮らしの質の高さを重視していた。

2010年以降、イノベーション人材の移住時における内的動機は、自然や福岡市との近接性が重視され、外的環境では、九州大学の移転、食、地域ブランドといった新たな資源が活用された。起業段階では、独立・挑戦志向、働き方の見直しという内的動機に対し、外的環境では観光需要や、九州大学の関係を含めた人脈による起業がみられた。定住と事業継続・拡大の段階において、能力の発揮、地域への貢献といった内的動機に対し、外的環境では、移住・起業者が行動を起こす際に相談できる人脈や多様性を受け入れる寛容性の高さや、競合が少なく、自分が活躍しやすい地方の優位性が認識されていた。さらには自然環境や食材、余暇の充実などの暮らしの質の高さを求める傾向が確認できた。

ただし人脈は、すべての年代、また移住、起業、定住と事業継続・拡大の全段階で重視されていた。自分が先達に世話になった恩返しや、自らコミュニティを立ち上げるなどのイノベーション人材の発言や行動に現れており、彼（女）らが増えるにつれて、地域側に存在するネットワークは強化されていた。

5. おわりに

観光まちづくりによって観光地化が進展することで、人脈を広げ、交流を深め、地域への愛着や誇りを高めるなどの社会的効果が発揮される。そして、先住した移住・起業家、とりわけ、イノベーション人材が定住し、地域の事業者間における移住・起業、経営などの相談、人材や物件の紹介といったサポート役を果たすようになる。このような支援行動は、地域外人材らの満足度を高め、地域に彼（女）らを定住させ、新たな事業や地域活動を促進している。ある程度の観光まちづくりの成果が上がるまでは、先住のイノベーション人材の継続的な活動に依存せざるを得ない側面があり、その役割が重要で

ある¹⁵⁾。そのため、観光まちづくりでは、先住のイノベーション人材らを地域で支援し、地域側の相談や紹介などの行動である寛容性を拡大させることが有効である。政策的な提言をするとすれば、糸島市で確認されたように「地域事業者のみんなが相談にのっている」といった地域側の受け入れ態度を促進する事業は有効である。実際に糸島市では、「みんなのそうぎょう」、「みんなのサロン」といった起業者間の助言や相談などの事業が始まった。今後、地域外人材の移住・起業やイノベーション人材の定住といった目的を果たすために、地域の寛容性を拡大し、行動を促す仕組みづくりは地方創生において、より重要性を増すだろう。

参考文献

- 岡 祐輔 (2023)：地域の寛容性に着目した観光地におけるイノベーション人材の定住要因一、「九州大学大学院地球社会統合科学府」『博士論文』。
- フロリダ, R. 著, 井口典夫訳 (2014)：『新 クリエイティブ資本論—才能が経済と都市の主役となる』ダイヤモンド社。
- 牧瀬 稔 (2021)：市民のシビックプライドを高めるための観光のあり方、『観光とまちづくり』, 20-21。
- 山村順次 (2010)：『観光地理学 (第2版)』同文館出版。
- 吉野伸哉・小塩真司 (2020)：日本における外国人居住者に対する寛容性と Big Five の関連—社会生態による調整効果—, 『心理学研究』 91 (5), 323-331。

15) 観光地化が進んでいない地域では、観光による経済や移住・起業者数の規模が小さく、少数のイノベーション人材による効果は限定的で、特に初期には、事業者間や住民の相談などの支援行動が発揮されにくい (岡, 2023)。