

内発的観光振興から見る観光地経営 —京都府南丹市美山町北地区の「かやぶきの里」—

安本 宗春*・小林 史門**

Tourism management seen from endogenous tourism promotion:
“Kayabuki no Sato” in the north district of Miyama-cho, Nantan City, Kyoto Prefecture

Muneharu YASUMOTO, Kobayashi SHIMON

要 約

本論文は、内発的観光振興の観点から京都府南丹市美山町を事例とし観光地経営について検討するが目的である。地域振興に関する議論の中でも、「内発的発展」と「地域づくり」には、共通の要素がある。観光は、地域づくりや内発的発展の方策となりうる。この内発的観光振興の展開には、観光地経営により地域の様々な人や事業者、観光客と地域を仲介する取り組みが必要である。上記のことに着目し、京都府南丹市美山町の一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会とかやぶきの里を取り上げた。以下では、文献を通じて、地域振興観光地経営について考察し、京都府南丹市美山町での実態調査について述べる。

キーワード：地域づくり、内発的発展、観光地経営、かやぶきの里

*追手門学院大学地域創造学部専任講師

**追手門学院大学院現代社会文化研究科

1. はじめに

本論文は、内発的観光振興の観点から京都府南丹市美山町を事例とし観光地経営について検討するが目的である。

地域振興は、地域を取り巻く環境を考慮しながら地域が主体的に取り組む過程が重要なである。こうした観点では、「内発的発展」と「地域づくり」といったキーワードから研究がすすめられ、共通する要素がある。観光は、地域づくりや内発的発展の方策となりうる。内発的観光振興の展開には、地域の様々な人や事業者、観光客と地域を仲介する観光地経営が必要である。

上記のような観点から、京都府南丹市美山町の一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会とかやぶきの里を取り上げた。かやぶきの里では、景観の保全と活用的手段として、地域住民が主体的に観光振興を展開している。ただし、地域住民だけの取り組みだけではできない部分を一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会が補完していたからである。

以下では、文献を通じて、内発的観光振興と観光地経営について考察を試みる。そのうえで、京都府南丹市美山町で実施した実態調査結果⁽¹⁾について述べる。共同執筆者である安本宗春は、本研究の基本的な方針を定め1を執筆した。小林史門は、観光地経営とその実態調査を整理し2、3を執筆した。そして全体を俯瞰し、安本宗春が4をまとめた。

2. 内発的観光振興と観光地経営

2.1. 地域づくりと内発的発展

地域振興に関する研究は、実業家や社会活動家など様々な目的や立場から研究が進められ、多様な主張がある。こうした様々な観点を踏まえて、小川（2013）は、「地域経済の発展や雇用の拡大、定住人口の増加など経済的な効果と、住民生活の向上・維持、コミュニティの形成・拡大、文化の形成・継承など社会的・生活的な効果」⁽²⁾と述べ、経済性と社会性の両面を考慮した地域振興を展開する必要性を指摘している。つまり、地域振興は、1 地域産業の維持・発展といった経済的性、2 地域情報の地域外発信や地域の誇りづくりといった社会性、の両面から展開していくことが肝要となるのである。その際、地域住民の主体性、それを担うための仕組みづくりの過程で域外とのつながりや連携を図るための仕組みが必要である。このような、地域住民の主体性が求められる背景には、地域外への依存度が高い国家政策による地域振興の反省がある。こうした反省のもとに地域内から活動を推進する自らの地域に適した地域振興の方向性を導くことが求められているのである。こうした地域内から活動を展開する地域振興について、「内発的発展論」や「地域づくり」に関する議論から検討する。

「内発的」は、鶴見和子が日本で最初に提唱した「内発的発展」の概念⁽³⁾を踏まえたものであ

る。鶴見（1999）は、「内発的發展を『それぞれの地域に適合し、地域住民の生活の基本的必要と地域の文化の伝統に根ざして、地域の住民の協力によって、發展の方向と道筋をつくりだしていくという創造的な事業』と特徴づけたい」⁽⁴⁾と述べ、各地域に適う活動が重要であることを指摘している。これは、地域情報の地域外発信、人的交流による地域住民の一体感の醸成、人材育成、地域の知名度アップによる地域の誇りづくりなどがあげられる。産業振興の観点から清成（2010）は、「内発的の地域振興型は『草の根』レベルで展開する活動であるから、地域住民の中に地域に関心をもつ者が多くなる」⁽⁵⁾と述べ、参加者の経験から地域振興のノウハウが蓄積されることを指摘している。

このような内発的の發展の展開は、地域づくりの一環としてとらえることができる。小田切（2013）は地域づくりには、①「内発性の強調」、②「経済的な活況以外も含めた総合的活況を目指す」、③「革新性」、の重要性について指摘している⁽⁶⁾。この内発性の強調とはバブル期の外部資本の投入によるリゾート開発の失敗から強調されたものであり、自らの意思で地域住民が立ち上がるというプロセスを持つ取り組みである。総合的活況を目指すとは福祉や環境を含めた総合性や地域の特性に応じた多様性が必要であることを意味している。革新性とは地域における意思決定の仕組みや行政の関係性を含めた新たな仕組みを作り出す必要性を述べたものである。小田切（2013）は「地域づくりとして論じられているものは、内発的の發展論とほぼ重なる」⁽⁷⁾とも述べている。

このように内発的の發展や地域づくりに関する議論では、地域の変化に対して地域住民が主体的に取り組む点が共通しており、同様の考え方といえよう。そして、地域住民による主体的かつ根差した活動であるとともに、その成果として何らかの付加価値を作り出すことが求められよう。その際、地域の内と外とでの関わりを創出することは、住民の意識改革や地域情報の発信などの観点からも重要な視座といえよう。つまり、地域を取り巻く経済、社会、文化、環境などあらゆる側面を包摂しながら、地域を活性化させる展開の過程が重要なのである。

2.2. 地域振興と観光地づくり

観光は、内発的の發展や地域づくりを実践する手段である。2000年以降、観光を手段とした地域づくりや地域振興を展開する際、上記の議論に関する地域住民の主体性や関わりに注目されるようになった。観光政策審議会（2000）では「『観光まちづくり』を、『観光産業中心』に偏ることなく、『地域住民中心』に軸足を置きながら推進する必要がある。」⁽⁸⁾と地域住民の主体性が必要であることをしてきしている。安村（2010）は観光まちづくりの本質を「内発性」、「持続可能性」の2点から整理している⁽⁹⁾。「内発性」は観光まちづくりが外部の資本に依存するのではなく、内部からの自力的な実践であると鶴見の内発的の發展に関する議論を参照し整理している。「持続可能性」とは、観光まちづくりの目標が経済活性化だけでなく、生態系や文化の保全、再構成にまで及び、経済、自然、社会文化のバランスの取れた地域社会の構築を目指す特徴がある

ことを示している。十代田（2014）は、まちづくりの手法において、住民が主体となったワークショップやまち歩きの結果が魅力マップの作成などの事例から「まちづくりの方からも観光への接近が見られる」⁽¹⁰⁾と指摘している。森重（2015）は内発的発展に必要な力に対して「地域社会の内発力の再生には、観光事業者をはじめとする地域外の人々と地域の人びとが協力して推進することが欠かせない。」⁽¹¹⁾と述べている。つまり、住民らの主体的な活動の成果を示す先として観光が利用されているのである。

観光振興に関連する既存研究においても、内発的発展や地域づくりの観点を踏まえ、住民参加の主体性など地域に根差した活動の重要性を指摘している。観光は、①地域住民の意思決定による活動、②地域資源を活用、することが可能な地域振興の方策といえよう。観光振興には、観光客に商品・サービスを提供して、地域に賑わい・経済効果をもたらす取り組みを展開していくことが必要である。ただし観光は、地域の総合産業といわれるように、その捉え方は様々である。それゆえ、地域に根差した取り組みでありつつ、そこに関連する人々との多様な連携が構築されて展開されることが望ましい。

2.3. 観光地づくりと観光地経営

地域振興の方策として観光振興の展開には、観光地経営が必要である。観光客の行動は、訪問地域の事前情報収集、居住地域から訪問地への移動、など多様な要素から構成される。したがって、内発的発展や地域づくりの住民の主体的な取り組みを基軸としつつも、地域内外への連携へと波及する仕組みも重要といえよう。これは、多様な事業者が地域内で連環することは、地域への付加価値や波及効果を高めていくことにもなる。こうした、地域振興の手段として観光を展開するには、地域づくりの観点から観光地経営が必要である。観光地経営に近いものとして、地域経営がある。鈴木（2022）は、「地域でお金が廻る、地域で暮らしていけるお金が落ちる」⁽¹²⁾、「地域における関係性から役割が定まる。地域のにとって必要な人材が確保できる」⁽¹³⁾を指摘している。これは、企業経営と異なり、観光地経営では、異なる価値観、異なる活動、異なる組織体制を有する様々な企業組織が並立している。観光客の行動から観光と地域の関わりをみると、現地に関する情報収集、移動、滞在といった過程がある。溝尾（2011）「農村景観や都市景観などは、点的ではなく線的、面的で対象物にいくつかの資源が含まれている」⁽¹⁴⁾と述べている。したがって、個々の事業者の取り組みが横断的かつ面的な広がりとなることが肝要となる。

小坂（2017）は、観光による地域の波及効果として、経済や生活環境、人的開発、地域アイデンティティなどがあると述べている⁽¹⁵⁾。つまり、観光による効果は観光産業だけにとどまらず、地域全体に広がる可能性がある。しかし、地域全体に効果を広げるためには、地域全体で観光を進めるという視点が必要になる。森重（2017）は地域全体で観光を支える特徴として、①地域住民や地方自治体の存在、②多様な関係者が関わる「水平型ネットワーク」すなわち「地域プラットフォーム」の形成、を挙げている⁽¹⁶⁾。前者は地域資源を観光資源化する際に地域住民の解説

が加わる事や観光を進める際の補助金や施設利用に地方自治体が関与している事を意味している。後者は、観光の性質的に特定の人物の指揮を受けるのではないことを意味している。また森重（2017）は「地域プラットフォーム」の機能として、①同じ方向を向いて努力できる目的の発見と共有、②仲間を増やすこと、③アイデアを創発すること、の三点を挙げている⁽¹⁷⁾。そのうえで、仲間の自主性や主体性を引き出し、アイデアを活動に変えるなどモチベーションを引き出す仕組みを構築する事で「地域プラットフォーム」は持続すると指摘している⁽¹⁸⁾。

大野（2022）は地域連携 DMO の活動とステークホルダーの関係に着目し、下記の2つの活動プロセスを提示している。一つ目は、少数のステークホルダーとつながり活動スタートさせるプロセスである。この場合はコアメンバーのこだわりの追求が可能になったり、特定分野を中心に活動することが出来たりするため、スムーズな合意形成が可能になるとしている。そのため経済的な成果も早く見え始め、徐々にステークホルダーが増えると推測している。一方地域全体の公益性の観点ではやや不足しており、こうしたプロセスはやや特殊であると結論づけている。二つ目は、つながりの数を重視してスタートさせるプロセスである。ここでは、コンサルタントのように振る舞うのではなく、ステークホルダーとフラットな関係を持つことを基本姿勢としている。また、ステークホルダーからの意見が出やすい環境を整え、後方からステークホルダー支援するような形態である。一方でステークホルダーのバランスを考慮しながら進めていくため、手間がかかる、意見がまとまりにくいなどの課題が存在する。しかし、そうした課題に対してゆるやかに連携をしながら活動を展開していくべきとしている。そして大野（2022）は、2つの活動プロセスについて、地域の特性や DMO 設立の背景を考慮した展開とステークホルダーとの信頼関係をいかに築けるかが重要としている。つまり、地域全体に観光による効果を広げるためには、多様な関係者が関わる際のプラットフォームが必要である。

観光振興は、総合産業とされるように、すそ野が広く多様な関係者の取り組みから構成されることから、連環・波及を高める効果が特徴である。これは、先述した各地域の主体的な取り組みの範疇に留まらないものも包含される。地域の状況を俯瞰しつつ、その一つ一つの取り組みの範疇に留まらない要素を補完することも必要である。それゆえ、観光客と地域、地域間を仲介する観光地経営が必要なのである。

3. 美山町における観光地経営と地域づくり

3.1. 美山町の概要

美山町は京都府南丹市に位置し京都府内で最大の面積を有する町である。美山町は1955年に平屋、宮島、大野、知井、鶴ヶ丘の5つの村の合併により誕生した。これらの村の名前は地区の名前として現存しており、各エリアで住民による地域づくりが展開されている。その後2006年に園部町、八木町、日吉町と合併し南丹市美山町となった。

美山町は京都市内から車で約1時間、福井県高浜市まで1時間半とアクセスも比較的良好な位置にある。アクセスの良好さには、西の鯖街道と呼ばれる福井県の若狭地方から京都市内を結ぶ最短の文化・経済ルートが引かれていたこと影響している。かつては若狭湾で水揚げされた海産物を人が背負って、西の鯖街道を通り京都へと運んでいた。その中で美山町は運ばれる荷を下ろした中継地点として栄えていた。

かつての美山町は町内の97%が山林部であったため、主な産業は林業が中心であった。しかし、1960年の木材の輸入自由化による国内産の木材価格の暴落で美山町の林業は低迷していくことになる。これを契機に、美山町では地域づくりに向けた取り組みがより一層積極的に展開するようになる。このように、地域住民の主体的な地域づくりは、地域に対する誇りや愛着、自分たちで美山町を守っていくという意識を持たせることとなった。また、観光客数の増加や美山町のイメージを認知してもらう事に繋がった。こうした要因には豊富な自然環境、地域住民の主体性、外部の視点の3点があると考えられる。美山町の地域づくりでは、一貫して地域住民の主体性が見られる。それは美山町が直面する人口流出や少子高齢化を自分事として捉え、住民全体でどうにかしていこうという危機感や使命感、地域住民が美山町に対して潜在的に愛着が活動への原動力といえよう。

3.2. 美山町における地域づくりの変遷

一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会が発行する「MIYAMA HANDBOOK～美山町のまちづくり～」では、これまでの取り組んできたことの変遷を第1期～第5期に分類し整理している。以下では、この第1期～第4期や関連する文献等を参照し、変遷について述べる。なお第5期については、現地調査の考察も踏まえ後述する。

第1期は、「農林業の振興」である。当時は、高度経済成長による都心部への人口流出や、木材の輸入自由化による木材価格の暴落による林業の衰退が進行していた。そこで「田んぼは四角に心は丸く」のスローガンのもと、集落ごとに地域住民の意向の掘り起こしから活動への主体性を引き出しつつ、「農事組合」、「造林組合」を設立した。そして、国や京都府の補助金を利用して農地の土地基盤整理や農業近代化の施設を建設し、集落営農を実施した。

第2期は、「都市の交流と村おこしの推進」である。1988年に「第3回全国農村アメニティコンクール」で最優秀賞の受賞、1989年の京都国体で自転車ロードレースの誘致し、選手の宿泊先に民家を提供した。また、豊かな自然環境に惹かれIターンの住民が増加するなどし、観光振興を展開する機運が高まった。役場は、1989年を「村おこし元年」と位置付け、役場内に「村おこし課」の設置、旧村単位で村おこし推進委員会を立ち上げた。そして、住民が、特産品開発など主体的かつ創意工夫による活動が展開した。例えば、地域住民による主体的な動きで行われた。餅づくりや美山産のそば粉を使った手打ちそば、無農薬で作られた米粉パンなど、来訪者のニーズを意識しながら開発を実施した。美山町の地域資源である豊富な自を活かした観光振興の

基盤を目指し、美山町立自然文化村を竹下内閣のふるさと創生事業を活用し設立した。また、美山への移住・定住の支援のため第三セクターである「美山ふるさと株式会社」が設立した。

第3期は、「グリーン・ツーリズムと新産業おこし」である。美山の自然・環境が観光客を呼び込むことへの有効性が認識され、第2期の都市部との交流をさらに進化させ、地域への定住を目標とした都市と農村の交流の促進を模索するようになった。このコンセプトは、美山町のもつ美しい農村景観・美山らしさ・住みよい農村空間を形成することである。グリーン・ツーリズムを通じた都市部との交流で、美山町のファンになってもらいリピーターを増やし、UIJ ターンへと繋げて美山町に定住してもらうことを最終目標として活動を展開していく。この頃から、京阪神地域の中高年層を中心に日帰りでの訪問が増加するようになる。しかし、観光客が増加しても一人当たりの観光消費額は伸び悩んでいた。そこで、首都圏の中高生を対象に地元農家との交流や農業体験を取り入れた教育旅行の受け入れを開始した。

第4期は、「振興会の設立と住民主導のまちづくり」である。これまで様々な取り組みが展開されてきたが、少子高齢化の進行がより一層進んだ。そして、町や集落などの組織の機能が低下した。そのため、第2期で発足した村おこし推進委員会が旧村ごとの振興会へと改編される。振興会は、地域住民が自ら地域振興策を提案・実行、行政が支援、という地域住民と行政をつなぐ組織体である。つまり、より一層、地域住民の活動に対する主体性がより求められるようになった。そして、美山町は「日本一の田舎づくり」を自らの手で目指していくことになる。

このように、第1期から4期までの変遷から、人口減少や産業衰退といった地域を取り巻く課題に対し、美山町の地域住民が主体的に様々な取り組みを展開してきたことがわかる。地域内では美山町に対する誇りや愛着が醸成され、地域づくりの先行事例として取り上げられるようになった。この成果として、美山の自然環境を多くの人々が認知し観光客の来訪を促すとともに、地域づくりに関連するコンテストなどで何らかの賞を獲得、といったことがあげられる。

その一方で、観光振興の重要性や課題についても明らかになってきた。観光の経済面から見た課題として①「来町者の一人当たりの消費単価は非常に低く、繁忙期と閑散期の入り込み客数が多い」、②「美山町での滞在時間が短い」、③「他産業との連携が十分に取れているとはいえず、売上高が伸び悩んでいる」、を挙げている。例えば、2014年度から2016年度にかけては28万人の増加が見られ、2016年度の観光入込客数は約89万人である（図表3-1）。観光客数が増加した2016年度の観光消費額は、美山町が941円であるのに対し、京都府（京都市除く）は約1,828円であり、観光客の増加が観光消費額の拡大に寄与していないのである。これは美山町での滞在時間が短く、バスツアーのトイレ休憩のみで美山町を訪れる場合もある。つまり、美山町に来ることが目的ではなく、近隣の地域を訪れたきっかけで夕方に美山町を訪れる観光客が多いからである。1~4期までは、住民の主体的な活動から派生した観光振興の取り組みであり、その限界として考えることができる。

第5期は、「エコツーリズムの推進とDMO設立」を掲げている。ここから観光振興に特化し

た展開の重要性が認識されるようになったといえよう。

以下では、設立された DMO である一般社団法人美山まちづくり観光協会と美山の代表的な観光資源であるかやぶきの里に着目し、現地調査を踏まえた考察について述べる。



図表 3-1 美山町入り込み観光客数・観光消費額推移
出所：MIYAMA HANDBOOK～美山町のまちづくり～を基に筆者作成

3.3. 一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会

観光と地域を仲介する組織として「一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会（以下、美山観光まちづくり協会）」がある。これは、2016年に、美山町観光協会、南丹市エコツーリズム推進協議会と統合し設立したものである。2018年には、「一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会」が日本版 DMO⁽¹⁹⁾の地域 DMO に登録された。スタッフは、美山町周辺に在住し、①美山町内の多様な人々となつながりを持つ、②Uターンで美山町に戻り外の観点を持つ、5名である。

「一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会」は、①販売促進活動（プロモーション）、②エリア内の市場調査（マーケティング）、③エリア内の観光資源の商品化、④エリア内の観光資源のブランド化、⑤地域・組織・住民との連携、⑥事業計画策定・観光戦略の立案、⑦資源管理・商品の品質管理、⑧観光客受入体制の継続的構築、の8つの事業をあげている。事業の具体例として、①宿泊・体験手配及び事前決済、②教育民泊、③会員向け講習、④昼食やガイドの手配、⑤メディア対応及び写真素材の管理、⑥市場調査、⑦観光動態調査、⑧プロモーション、⑨フォトコンテスト開催、⑩観光情報サイト美山ナビと SNS の運用、をあげている。こうした取り組みは、観光客や地域外の観光事業者と美山町、美山町内の関連事業者を仲介する内容といえよう。これは、観光活用において地域の主体性を活かしつつ、可能性を引き出すことにある。これまでに台湾などを中心とした海外観光客の対応、中高校生を対象とした農村教育民泊の受け入れや視察研修の受け入れ、地域の情報発信と誘致活動を展開している。このような観光関連の取り組みを通じて、①滞在型観光の強化、②美山ブランドの向上、③地域内体制づくり、④広域連携による地域観光圏の構築を図り年間3,000万円の売り上げ拡大を目標としている。これらは、地域の暮らしや地産地消など観光がもたらす効果を地域へ還元させる仕組みづくりである。地域へ

の観光の効果を還元させるために、地産地消や情報発信、旅行会社をはじめ関連事業者との調整を行っている。あわせて、地域内外の多様な関係者を仲介するために、関連する市場分析、商品・サービスを活かした企画造成を実施している。このように、地域の主体的な取り組みを補完するように観光地経営を展開しているのである。

また、「一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会」の取り組みは外部からも高く評価されている。2021年12月には、これまでの観光振興に関する取り組みが評価され、UNWTO（国連世界観光機関）の「ベスト・ツーリズム・ビレッジ」に美山町が選定された。また、第3回ジャパンツーリズムアワード地域部門賞受賞や第13回エコツーリズム大賞で優秀賞を受賞している。これは、人口15,000人以下が応募要件であり、地域コミュニティの価値観やライフスタイルを保持する取り組みが評価対象である。ここから、一定の成果を取めていることをうかがわせる。また、UNWTOからの支援と情報発信により、世界的な認知度の向上への機会を創出している。認証有効期限（3年間：更新可）認定ロゴを使用した広報活動や誇りと愛着といった郷土愛を醸成する取り組みを模索である。また今後は観光客の増加を望むのではなく、美山町の自然や伝統文化に対し理解を自然などに配慮をした観光客を積極的に受け入れていくと示されている。このように、地域の主体的な取り組みにより、地域の日常を維持しつつ、観光客受け入れる方策の展開が、観光地経営には重要な視点である。以下では、美山町の代表的な観光資源であるかやぶきの里について検討する。

3.4. かやぶきの里

北集落は、周囲の水田と山林を含む集落全体が選定された歴史的景観の保存に対する評価が高い。かやぶき民家が多く残っており、自然景観とかやぶき民家が調和して日本の原風景を感じることができる。北集落は1988年に「第3回全国農村アメニティーコンクール優秀賞」を受賞し、かやぶきの里として知られるようになる。1993年に北地区がかやぶきの里が国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。1996年の土地取引を契機に集落の景観を守るために1999年に制定した「北村かやぶきの里憲章」と「保全優先の基本理念」である。5つの項目からなる憲章は「祖先から受け継いだ店頭的建造物群と美しい自然環境を誇り、守り活力あるものとして後世に引き継ぐ」ことを目的に定める。実行に向けた基本理念として「集落の土地や建物などを売ったり、無秩序に貸したりしない」、「店が立ち並ぶ観光地にせず、集落景観を現状のままで守る」、「茅葺の散在する集落景観を経済活動や村おこしに活かす」などがある。観光地の紹介から見た場合でも、南丹市の観光パンフレットをはじめ、かやぶき屋根の建物を用いたポスター等を確認することができる。北地区が評価されることは、美山全体の評価に寄与するという広告塔的存在としての意識を持つ住民もいる。

かやぶきの屋根づくりの建築の大半は、地域住民の居住しており、観光客を受け入れつつも、地域の日常も大切にしている。景観の保全し農山村のイメージを活かしつつも、窓へ冊子を入れ

たり、トイレや風呂などの水回りを改良したりして、快適に住めるように整備した。そして、観光客を受け入れるための施設も整備されている。1994年に「食事処きたむら」、1995年に「民宿またべ」が開業した。こうした施設は、運営資金の出資を住民から募ったこと、積極的に地元雇用を創出したこと、地元で採れた産品活用したこと、が特徴としてあげられる。また、美山民俗資料館において地域の暮らしについての展示施設を整備した。これは、窓や水回りなどを改良する前の状態を見学できる建物である。また、民宿（宿泊）、ピザカフェ（飲食）藍美術館（土産）、美山米パン（飲食）が農山村のイメージを活かしつつ出店事例もある。こうした事業者は、保存会と何らかの関係を持つ人々であり、保存会が基本理念に基づき出店を認めたものである。地産地消など地域づくり手段として提供される観光商品・サービス提供をしている。また、公衆トイレの増設、駐車場の拡充（大型バス専用駐車場の整備）と、より多くの観光客を受け入れるための整備をした。このように、地域住民が観光に何らかの形で関わりがある環境を創出しつつ、彼らの意思決定のもとに活動が展開された。

かやぶきの里における地域住民の主体的な地域づくりは、住民の生活維持・向上、景観を守ることが目的であり、その手段が観光である。こうした取り組みは、美山町の認知度向上や来訪者数増加などに寄与するものとなった。近年、この目的達成には、入り込み観光客数拡大が、美山町全体の稼ぐ力や賑わいに波及する、観光に特化した取り組みの重要性も意識されるようになった。また、保存会の資金源として2020年4月から駐車場の有料化（大型バス2000円、普通乗用車500円）を開始した。その過程で、美山観光まちづくり協会は、かやぶきの里の魅力や可能性を広げていこうと仲介的な取り組みも確認できた。以下では、美山観光まちづくり協会における仲介的な役割について検討する。

3.5. 観光地経営の仲介的取り組み

美山観光まちづくり協会は、地域資源を活用し、体験プログラムや着地型旅行商品といったコンテンツを創造することで、地域の「稼ぐ力」を引き出そうとしている。コンテンツを創造には、①市場調査、②地域事業者や住民との話し合い、③商品造成・営業販売、④ツアー実施・アンケート調査、のプロセスを経ている。その際、地域住民と丁寧なコミュニケーションを図りながら、観光と地域との仲介を図りコンテンツの創造を試みている。具体的には、観光客に体験してもらいたいこと、提供できること、一人ひとりの生業や観光客の受け入れに対する不安解消を目指し、受け入れる人々のストレスや負担軽減を図り、継続的に参画できるような体制づくりといえよう。筆者の調査時には、地域住民より「美山観光まちづくり協会の人とは運命共同体のように感じていて、とても信頼している」と話もあり、地域と美山観光まちづくり協会と双方向の関係から活動を展開している様子があがった。そして、ツアー商品造成やイベントの終了後には、実施したことに対するヒアリングを実施している。こうしたコミュニケーションは、知識習得の機会や美山町に対する愛着や誇りのさらなる醸成に寄与するのである。

美山観光まちづくり協会が美山町民向けに発行しているニュースレターも存在する。ここでの内容は、美山観光まちづくり協会が行っている活動の報告がほとんどである。時折、外部機関による美山町への表彰や美山町で行われるイベントの告知が紹介されている。発行の頻度は約2カ月に1度のペースであり、2021年度は6度発行されている。このように、美山観光まちづくり協会の活動の様子を公開することで、地域住民との信頼関係の構築や、地域住民に外部からの声を届ける機会にしているといえよう。美山観光まちづくり協会のスタッフは、地域での顔なじみの住民である。それゆえ、過去の長い人間関係であるからこそ、地域住民の信頼関係を構築していくうえで重要な要素にもなっている。

3.5.1. コンテンツ企画造成

美山観光まちづくり協会が、地域の住民や事業者とコミュニケーションを図りつつ、着地型観光となるコンテンツを企画造成している。企画造成したコンテンツは、美山観光まちづくり協会の企画に地域住民が協力や関わるものである。これは、観光と地域を仲介することでもあり、地域の主体性を引き出すものでもある。以下では、かやぶきの里を対象とした着地型観光となるコンテンツの事例を取り上げる。

「地元ガイドとめぐる！かやぶきおやつさんぽ」は、地域住民のガイドを聞きながら巡るツアーである。現地への訪問の際、気軽に申し込みが可能であるとともに茅葺き民家の歴史や仕組みについて詳細に理解することが出来る。また、「美山ピクニックランチ&レンタサイクル（京都駅・七条京阪発着）」では、美山町内の店舗が作成したランチがセットになっている。京都市内から美山町への直通バスのチケットも含まれている。そのため、利便性が高く手ぶらでの参加も可能なツアーである。このような旅行商品の企画販売は、地域内だけではなく、交通など地域外との事業者とも調整、旅行業の資格が必要である。

美山町は、降雪量が多い冬季に観光客が楽しめる魅力づくりが求められていた。このことから、「美山かやぶきの里『雪灯廊』」を開催した。この企画は、地域住民が他地域の先進事例参考にし、冬場の魅力づくりの一環として実施している。「雪灯廊」を見に来る参加者にも強い印象を与えることになり、外国人観光客や写真家といった多くの人にとって冬の美山町に来訪するきっかけづくりにもなった。こうしたイベントでは、ボランティアスタッフの協力もある。こうしたボランティアスタッフは、美山観光まちづくり協会が、募集している。

地域づくりの取り組みが注目され、行政や教育機関からの視察ツアー依頼も受け入れている。こうした視察も有料コンテンツとすることで「稼ぐ力」を引き出そうとしている。費用は、1団体（10名まで）が税込22,000円であり、11名以上になると一人当たり税込1,100円の追加費用が必要となる。また、美山観光まちづくり協会には、旅行業登録と旅行業務取扱管理者資格を持つスタッフが常駐していることから、宿泊施設の手配代行やマイクロバス手配といった対応もしている。過去の視察団体は、大学や観光関連の団体、行政機関であり、国内、海外を問わず、幅

広く受け入れを実施している。このような視察ツアーは、美山観光まちづくり協会が参加側の意向に基づき企画している。筆者が調査での訪問時には、美山観光まちづくり協会の紹介や地域で実際に活躍する自治会長や地域住民へのヒアリング機会が組み込まれていた。これらは、先述した地域事業者や住民との協議・調整により企画されたものである。

こうしたコンテンツの造成には、観光客の動向や地域の現状について把握する必要がある。美山町観光まちづくり協会では、観光の実態を把握するために観光客を対象に観光動態調査を実施し、観光客の動向など市場分析を実施している。調査では、美山町への訪問動機、満足などである。調査スタッフには、視察に訪れた大学生がアルバイトとして協力している。こうした継続的な観光客動向や市場調査、地域住民との関係を構築して、観光コンテンツの創造を図っている。

3.5.2. 情報発信

インターネットが普及した現代、それぞれの事業者が、自身の事業内容や視点に基づき情報発信し、集客することが可能となった。事業者を取り巻く外部環境に関する情報発信には、一定の限界もある。ただし、観光客の行動は、一つ一つの事業内容にとどまらない、面的な情報が必要であるからである。観光地経営では、こうした一つ一つの事業者の事業内容にとどまらない広域的な情報発信が、地域や観光客を仲介するコンテンツとなるのである。社団法人美山まちづくりでは、美山町観光情報サイト「美山なび」を運営している。「美山なび」には、美山町に点在する観光資源や美山町の特産品やブランド品、美山観光まちづくり協会が作成した着地型のツアーなど発信している。「美山なび」には美山町に訪れる前に知っておくべき気候や、美山町での滞在方法や注意点などが書かれた欄も用意されている。例えば、二次交通については、JR 京都駅から鉄道とバスの乗り継ぎの時間や乗り継ぎ場所の紹介である。乗換用時刻表の作成、乗換駅、バス停について写真を用いてわかりやすく解説している。大阪市や京都市など都市部から美山町へ公共交通機関を利用して訪問するには、鉄道（JR 西日本）とバス（南丹市営バス）を乗り継ぐ必要がある。両者は異なる交通事業者であり、乗り継ぎに関する情報発信は行っていない。それゆえ、土地勘がない観光客が、インターネットの乗り継ぎ検索から乗り換え方法を調べることは難しい。こうした観光に関連する交通事業者の情報を整理して発信することは、各事業者や観光客の仲介することでもある。バスを利用して訪れる観光客が増加傾向であることから、バスの本数も増加した。

4. まとめ

本論文では、内発的観光振興を展開している京都府南丹市美山町を事例とし、観光地経営について検討をした。内発的發展や地域づくりに関する議論には、共通する要素がある。それは、地域を取り巻く環境を考慮しながら地域が主体的に取り組む過程が重要なことである。

観光振興には、観光客と地域、地域間を仲介する観光地経営が必要である。観光客に商品やサービスを提供する過程から地域に賑わいや経済効果をもたらす効果がある。観光客の行動は、訪問地域の事前情報収集、居住地域から訪問地への移動、など多様な要素から構成される。それゆえ、地域の主体的な取り組みを基軸としつつも、観光客と地域、地域間を仲介する観光地経営が必要である。観光地経営により、多様な関係者を交えて観光振興を展開するには、情報発信や企画力を介して両者を仲介しつつ連携することが必要である。

京都府南丹市美山町では、地域の景観や暮らしを守る手段として、観光振興を展開してきた。美山観光まちづくり協会が、地域住民や事業者とコミュニケーションを図りつつ、着地型観光となるコンテンツを企画造成し、「稼ぐ力」を引き出そうとしている。その際、これまでの地域づくりを尊重し、地域住民と丁寧なコミュニケーションを図りながら、地域住民の主体性を引き出そうとしていた。また、創造したコンテンツの情報発信も行われていた。このように、観光と地域との仲介を図る観光地経営により、地域住民の主体性を引き出しながら内発的観光振興を展開していた。

謝辞

本論文の作成には、関係者皆様へのヒアリングにより作成することができました。お忙しいところご協力をいただき、心から感謝いたします。

注

- (1) ヒアリングに対応していただいた方は、以下の通りである。

ヒアリング実施日：2022年8月24日

- ・一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会 高御堂和華氏

ヒアリング実施日：2022年11月23日

- ・美山町自然文化村 高御堂厚氏

- (2) 小山 (2013) pp.50-51
(2) 例えば、池田 (2012) p.1
(3) 鶴見 (1999) p.32
(4) 清成 (2010) p.30
(5) 小田切 (2013) p.385
(6) 小田切 (2013) p.385
(7) 「観光政策審議会 21世紀初頭における観光振興方策～観光振興を国づくりの柱に～答申第45号」
2023年1月10日アクセス
https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/kansin3_.html#1
(8) 安村 (2010) pp.116-117
(9) 十代田 (2010) p.14
(10) 森重 (2015) p.25
(11) 鈴木 (2022) p.162
(12) 鈴木 (2022) p.162

- (13) 溝尾 (2011) p.14
- (14) 小阪 (2017) p.163
- (15) 森重 (2017) p.190
- (16) 森重 (2017) p.190-191
- (17) 森重 (2017) p.194
- (18) 2020年に登録 DMO に変更

参考文献

- ・池田誠 (2012) 「国際開発と環境」北脇秀雄・池田誠・稲生信男・高林陽展『国際開発と環境アジアの内発的発展のために』 pp.1-11 朝倉書店
- ・小川長 (2013) 「地域活性化とは何か——地域活性化の二面性——」 pp.42-53 『地方自治研究』 Vol.28, No.1 日本地方自治研究学会
- ・安村克己 (2006) 『観光まちづくりの力学 - 観光と地域の社会学的研究 -』 学文社
- ・安村克己 (2010) 「観光社会学における実践の可能性 - 持続可能な観光と観光まちづくりの研究を事例として -」 奈良県立大学研究季報 pp.103-125
- ・宮本憲一 (1989) 『環境経済学』 若波書店
- ・十代田朗 (2010) 『観光まちづくりのマーケティング』 学芸出版社
- ・小阪昌裕 (2017) 『地域創造のための観光マネジメント講座』 学芸出版社 pp.162-186
- ・小田切徳美 (2013) 「地域づくりと地域サポート人材 - 農山村における内発的発展論の具体化 -」 農村計画学会誌 pp.384-387 農村計画学会
- ・松宮朝 (2001) 『「内発的発展」の諸問題 - 内発的発展論の展開に向けた諸問題 -』 愛知県立大学文字文化財研究所 pp.45-54
- ・森重昌之 (2015) 「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」 阪南論集. 人文・自然科学編 pp.21-37
- ・森重昌之 (2017) 『地域創造のための観光マネジメント講座』 学芸出版社 pp.187-198
- ・清成忠男 (2010) 『地域創造への挑戦』 有斐閣 9) 桐山秀樹 (2008) 『旅館再生 老舗復活にかける人々の物語』 角川グループパブリッシング
- ・清成忠雄 (1990) 「産業主義から地域主義へ」 pp.278-292 鶴見和子・新崎盛暉編『地域主義からの出発 - 玉野井芳郎著作集』 第3巻 学陽書房
- ・川勝平太 (1999) 「内発的発展論の可能性」 pp.348-362 鶴見和子 (1999) 『鶴見和子曼荼羅 9 (環の巻) 内発的発展論によるパラダイム転換』 藤原書店
- ・大野富彦 (2022) 「地域連携 DMO の活動展開プロセス」 観光マネジメント・レビュー pp.46-59 日本観光経営学会
- ・鶴見和子 (1996) 『内発的発展論の展開』 筑摩書房
- ・渡辺淳一 (2018) 「観光まちづくりと観光地経営における場の役割」 城西国際大学紀要 pp.93-107
- ・鈴木康久 (2022) 「地域経営におけるまちづくり」 pp.162-182 川島典子編『人口減少社会の地域経営戦略』 晃洋書房
- ・溝尾良隆 (2011) 『観光学と景観』 古今書院

2023年1月31日受理