



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	多様な人びとがかかわる機会をつくり出す地域主導の観光 : 「かかわり合う地域社会 (Engaging Community)」の形成に向けて
Author(s)	森重, 昌之
Citation	Sauvage : 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集, 7, 61-70
Issue Date	2011-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/46936
Type	departmental bulletin paper
File Information	Sau7_005.pdf



多様な人びとがかかわる機会をつくり出す地域主導の観光 －「かかわり合う地域社会（Engaging Community）」の形成に向けて－

森重 昌之¹

株式会社計画情報研究所

morisige@keikaku.or.jp

1. 緒 言

2003年1月の観光立国宣言を機に、観光立国推進基本法の施行（2007年1月）や観光庁の設置（2008年10月）など、わが国では観光をめぐる動きが活発になっている。その背景には、1990年代頃から観光を通じたまちづくりによって来訪者が急増した地域が現れたことや（安村 2006：4）、国や地方自治体の財政悪化によって公的支出による地域振興が困難になったこと、世界の観光客数（国際観光客到着数）がほぼ一貫して増加傾向にあり、2020年には15.6億人と予測されている（2009年速報値：8.8億人）ことなどがあげられる。実際、2010年6月に閣議決定された「新成長戦略－「元気な日本」復活のシナリオ」では、成長分野の1つに「観光立国・地域活性化戦略」が位置づけられ、地域経済の活性化や雇用機会の増大の切り札として、高い期待が寄せられている。

しかし、観光がもたらす効果は地域経済の活性化や雇用機会の増大だけではない。自然環境や地域文化の保全、地域社会²に対する誇りの醸成や自信の創出など、観光には多面的な効果が期待されている。実際、観光まちづくりの実践例として長野県小布施町や滋賀県長浜市、大分県由布市などが紹介されることが多いが、これらの地域はいずれも、多くの観光客が訪れているということだけでなく、こうした多面的な効果が発揮された例として評価されている。

このように、観光に対する期待は高まっているが、観光客や旅行業者といったさまざまな地域外関係者がかかわる観光は、常に観光目的地である地域社会の意図とは異なる形態で推進されたり、地域社会に悪影響を及ぼしたりする可能性がある。そのため、着地型観光などと称して、地域社会が地域外の旅行業者を介さずに観光を推進する試みも散見されるが、こうした観光ではマーケティング力の欠如の問題が指摘されている（敷田 2009：17-18）。

そこで本研究では、観光が「多様な関係者がかかわる機会の創出」という優れた特性を持っていることを示す。そして、観光客をはじめとした地域外関係者が地域社会にかかわるゆえに、地域外からさまざまな悪影響が地域社会にもたらされるリスクを抱えていることを明らかにし、その中でも地域社会と観光が「乖離」する問題を指摘する。その上で、地域社会と観光の乖離を防ぐ、すなわち観光を地域社会につなぎ止める方法について言及した先行研究を分析するとともに、地域社会の主体的な働きかけによって観光と地域社会をつなぎ止める方法を提案する。さらに、地域社会が主導的に観光を推進することによってめざすべき地域社会像として、多様な関係者のかかわりを認めながら支え合う地域社会（Engaging Community）の実現可能性を試論的に示すことを目的とする。

2. 観光の特性—多様な関係者がかかわる機会の創出—

前述したように、近年は観光を通じた地域振興に対する期待が高まっている。その背景には、旅行業者が主導的に進めてきた観光形態に対する批判があげられる。例えば石森（2001：7）は、地域社会の外部の企業が利潤追求を目的に、地域社会の意志とはかかわりなしに地域資源の商品化を進め、地域資源の破壊や悪用、誤用などが行われたため、さまざまな負のインパクトが生み出されたとして、外発的観光開発を批判している。マスツーリズムによる悪影響については、1970年代からすでに指摘されていたが（森重・清水 2008：85）、その流れがオルタナティブツーリズムを経て、さまざまな観光形態の誕生につながっていった。同時に、観光客が画一的で規格化された旅行商品では満足できないようになり、より魅力的な旅行商品を求めるようになったことも、観光形態の多様化に拍車をかけた。

また、情報技術の発達によって旅行業界のビジネススタイルが大きく変化している点もあげられる。大社（2008：18）は、インターネットの普及によって情報が豊富に流通し、旅行に慣れた多くの人びとは食事や交通手段、宿泊といったパーツごとに自ら選ぶようになったと指摘している。実際、旅行業者も多くのスケルトンツアー³を提供・販売している。このことは、地域社会が必ずしもパッケージ化された旅行商品を用意する必要がないことを意味しており、魅力的なパーツさえ提供できれば、観光客に選択してもらえる可能性が出てきている。

さらに、観光客が求める旅行商品の「魅力」が多様化する中で、「その地域にしかないもの」や「地域住民でなければ体験できないこと」など、地域住民にとって日常的なものごとが新たな観光資源となりつつある。井口（2005：3）は、地域に所与のものとして存在する資源の価値を再認識し、ブラッシュアップさせることで生きた観光対象とする捉え方を「常在観光」と呼んでいる。こうした地域に本来備わっている資源（＝地域資源）は、新たな観光資源を創出したり、観光施設を整備したりすることに比べると、安価に活用できる。もちろん、安価という理由だけで地域資源を単純に観光に活用することは問題であるが、国や地方自治体による公的支出を求めることが難しい中で、地域資源を活用した観光による地域振興は、地域社会にとって取り組みやすいテーマといえる。

このように、旅行業者主導の観光に対する批判や観光客のニーズの多様化、地域社会による地域資源の活用や旅行商品の提供機会の創出などを背景に、多くの地域社会が観光振興を図っており、地域経済の活性化や雇用機会の増大をめざしている。しかし、観光振興においてより重要なことは、多様な関係者が地域社会にかかわる機会をつくり出すことができるか、つまり多様な関係者が地域資源や地域問題に関心を持ち、地域資源の保全や地域社会の問題解決にかかわるかどうかということではないか。「3人寄れば文殊の知恵」ではないが、多様な関係者がかかわることで、新たな社会的価値や創造的なアイディアを生み出す可能性を高めることができる。観光は、地域外関係者も含めた多様な関係者がかかわる機会を創出できるという点で、優れた特性を持っている。

地域内外の多様な関係者がかかわって地域振興を図っていくという議論は、観光以外にもさまざまな分野で行われている。例えば都市では、「21世紀に人類が直面するグローバルな環境問題やローカルな地域課題に対して、創造的問題解決を行えるような「創造の場」に富んだ都市」（佐々木 2001：40-41）をつくり出そうとする創造都市（creative city）論が展開されている。また、市場を通じた多様な人びとの参

加によって新しい社会的価値を創出し、問題解決を図る手法として、ソーシャル・イノベーション（social innovation）も提唱されている。

これらの議論はいずれも、多様な関係者がかかわる場を創出することによって、新たな社会的価値や創造的なアイデアを生み出すことをめざしている。組織的な学習について論じた工藤（2003：95）も、それぞれが相互に関係性を持って学習を行い、その成果が集合的なプロセスを通じて付加的・創発的な価値をもたらすことができると述べ、多様な関係者がかかわる学習の効果を強調している。しかし、創造都市論は人口や資本が集中・集積し、交流機会を創出しやすい都市を中心に議論されているほか⁴、市場機能を活用して多様な関係者がかかわるソーシャル・イノベーションも市場の成立を前提としている。しかし、人口減少や高齢化の進行、地域産業の衰退が著しい農山漁村は交流機会そのものが少ない上に、新たな市場を成立させることも容易ではない。それに対して、観光の推進による交流機会の創出は、農山漁村においても取り組みやすいテーマといえよう。

3. 地域社会から「乖離」するリスクを持つ観光

観光には「多様な関係者がかかわる機会の創出」という特性が備わっているが、多様な関係者がかかわるゆえに、地域社会が自律性や主体性を喪失したり、「自律」と「依存」のバランスを失ったりするリスクを内包している。例えば、地域社会が自律や自己決定にこだわり過ぎると、地域外関係者がかかわるメリットを感じられないようになり、新たな社会的価値や創造的なアイデアを生み出しにくくなる。また、地域外の旅行業者の持つマーケティングノウハウなどを生かすことができず、地域社会が主導的に観光まちづくりを進めているにもかかわらず、観光客が集まらないという事態も考えられる。逆に、地域外関係者の持つ知識や技能を次々と取り入れ、彼らへの依存を強めすぎると、地域社会の意向が観光に反映できなくなり、観光が地域社会から「乖離」してしまう。

ここで「乖離」とは、観光振興によってもたらされる効果が地域社会に還元されない状態や、地域社会の意思が反映されず、観光をマネジメントできない状態、あるいは地域という空間や地域資源を一方的に地域外関係者に利用されている状態を指している。山村（2007：9-10）も、地域社会側に資源の管理や観光客の受け入れに対する合意が形成されないまま、地域外の旅行業者によって観光が推進されると、地域社会に悪影響がもたらされてしまうと述べている。1970年代にマスツーリズムが批判された理由も、地域外の旅行業者が観光を主導的にコントロールするようになり、観光が地域社会から離れたことにあった。

村上（2001：295-296）は、近代化によって旅行が消費形態で規定されるようになると、地域社会＝観光地は、旅行商品の要素を地域外の旅行業者に提供し、旅行業者が観光客に商品として提供する「機能空間としての観光地」に変化していったと指摘している。つまり、地域という空間で旅行が行われているにもかかわらず、地域住民はほとんど観光にかかわることがない。こうして観光と地域社会が乖離すると、観光は市場メカニズムに基づいて機能するようになり、収益の拡大をめざして自己増殖し始める。その結果、観光が地域社会の意向を無視し、悪影響をもたらすという事態に陥ってしまう。

このような事態に対し、「観光は潜在的に地域社会から乖離するリスクを抱えているので、ある程度の影響は受容すべきである」と考えることもできる。また、地域

社会と一言で言っても、地域住民の利害はさまざまであり、そもそも何を地域社会の意思と捉えるのか判然としないこともある。もちろん、地域社会の意思をすべて反映した観光が必ずしも望ましいとはいえないが、観光が地域社会に及ぼす悪影響が大きくなると、それは決して看過できない。

そこで、観光が地域社会に及ぼす悪影響を回避するために、例えば地域住民の生活空間と観光客が利用する空間を区分する方法が考えられる。エコツアーでは、環境保全のために観光客の立ち入りを制限するゾーニングが用いられることがあるほか、テーマパークのように観光客を特定の空間に集約させることも、同様の取り組みといえよう。しかし、近年は観光客が地域社会に深く入り込む観光地の外延的拡大が進んでいるため（敷田・森重 2008：77）、空間を区分することが難しい。それに、地域住民と観光客の利用空間を区分してしまうと、多様な関係者がかかわる機会を創出するという観光の特性が生かせなくなってしまう。それでは、地域社会は常に乖離するリスクを持つ観光とどのように付き合っていけばよいのであろうか。

4. 観光を地域社会につなぎ止める方法

これまで、観光が地域社会から乖離するリスクについて論じてきたが、それに対して観光を地域社会につなぎ止める、いわば観光に「アンカー（錨）」をつける方法を論じた研究がいくつか見られる。

1 つは、強力なリーダーシップを発揮する地域住民が観光を主導的に推進する方法である。安村（2006：95）は、観光まちづくりリーダーによる“まち”の新たな社会関係の構築こそ、観光まちづくりであると主張している。安村（2006：94）のいう観光まちづくりリーダーとは、高度近代化に取り残され、それゆえに固有の文化や環境がしっかりと残る“まち”に生まれ育ち、高度に近代化した大都市の生活を経験した後、出身地域に戻って観光まちづくりに専心する、新時代の動向を受容しやすいリーダーである。

また筑和（2008：39-41）は、観光とまちそだて⁵の共同性を指摘した上で、当事者のリーダーシップの重要性を強調している。筑和（2008：36）のいう当事者とは、たんにその「まち」に居住しているだけの人間を指すのではなく、「まち」に密着して生産・流通行為を行う者を指している。そして、「密着」とは、自分が居住する「まち」を唯一の活動基盤とし、際限なき経済的利益追求のための事業の広域展開を意図的に避けることとしている（筑和 2008：36）。

これらの主張は、観光まちづくりの先行研究の多くが重要性を指摘する「人づくり」と共通しており、実際の観光まちづくりの現場でも、リーダーの具体的な名前があげられ、その存在や活躍が評価されることが多い。また、2002年に始まった「観光カリスマ」百選の動きも、彼らの取り組みを評価するものであり、リーダーの役割や求められる能力を分析する試みも見られる。本研究の視点から整理すると、これらの主張は、観光を推進するリーダーが地域社会と観光をつなぎ止めるアンカーの役割を担うことと理解できる。

もちろん、彼らが発揮したリーダーシップや現状を打破する行動力は評価されるべきである。しかし、リーダーの存在だけを高く評価すると、優れたリーダーが現れることを待ち続ける「リーダー待望論」に陥ってしまう。また、観光まちづくりの成功要因をリーダーの個人的資質に帰着させてしまうことによって、多様な関係者によって進められてきた観光まちづくりの全体的な動きや、個々の関係者が果た

した役割を見落とすことにもなりかねない。その結果、観光まちづくりの活動を継続するための知識やノウハウを継承できなくなってしまう。そもそも、特定のリーダーに地域社会の命運を預けてしまうということ自体、観光が地域社会から乖離するリスク以上に大きなリスクを孕んでいる。

このような特定のリーダーに依存する方法に対して、石森・山村（2009：15）は、地域住民と観光客が共有する良質なコンテンツの重要性を指摘している。石森・山村（2009：10-11, 14-15）は、情報インフラの整備が進むにつれて、観光客が情報の発信者となる「プロシューマー（prosumer）」が台頭し、彼らが観光資源を発見し、価値を創出するだけでなく、インターネットを通じて広めたり、観光資源を新たに開発したりする次世代ツーリズムについて論じている。そして、埼玉県鷲宮町（現久喜市）の「らき☆すた」の事例を紹介しながら、良質なコンテンツを共通言語としてさまざまな人びとがインターネット上で接点を持ち、協力関係を構築し得た点、ファンと地域住民がコンテンツに対する「敬愛」を持っていたことで、より人間的な相互交流が可能になった点を評価している（石森・山村 2009：15）。

このプロセスは、インターネット上のオープンなプラットフォームで多様な関係者がかかわる機会を創出し、新たにつくり出された価値やアイデアを地域社会に取り入れている点で興味深い。たとえ地域外関係者の主導によってつくられた価値やアイデアであっても、それらを取り入れる際に、地域社会側でマネジメントができれば、地域社会に悪影響を及ぼすリスクをある程度回避できる。

この主張では、良質なコンテンツが鍵を握っているが、それは基本的に地域外で他律的に生成されることとなる。埼玉県鷲宮町の場合、良質なコンテンツのもたらす利益を地域社会に結びつけることができたが、地域外で他律的に良質なコンテンツが生成されるとすると、地域社会がそのプロセスに積極的に働きかけることが難しい。石森・山村（2009：16）も、コンテンツを現実の土地・場所とリンクさせることで、プロシューマーとしての観光客と地域社会をどのように結びつけるかが課題であると指摘している。地域社会が良質なコンテンツの生成プロセスにかかわることができなければ、結局「リーダー待望論」ならぬ、「良質なコンテンツ待望論」に陥りかねない。

そこで、地域社会がコンテンツの生成プロセスにより積極的にかかわる方法として、「地域主導の観光（community-led tourism／community-based tourism）」を提案したい。これは、自律的観光や着地型観光と同様、地域社会が観光を主導的に推進しようというものである。この地域主導の観光において重要なことは、地域社会が旅行商品の企画・造成を主導するということではない。それは、観光の持つ優れた特性である地域内外の多様な関係者がかかわる場の形成やマネジメントを地域社会が主導的に推進するということにある。

地域主導の観光を推進するにあたって、地域社会はまず地域資源の保全・活用や地域社会の問題解決といった「地域事象」に立脚したビジョンを策定する。そして、地域事象をコンテンツと捉え、旅行というツールを活用してビジョンを広めることで、ビジョンに関心を持ち、共有したいと考える地域外関係者が地域社会にかかわる場をつくり出す。そして、この場で新たな社会的価値や創造的アイデアを生み出し、ビジョンの実現をめざしていく。その意味で、良質なコンテンツを核に相互交流をめざす次世代ツーリズムと考え方が共通しているが、交流の場が地域外で自己生成するのではなく、地域社会によってつくられ、ある程度マネジメントさ

れることを前提としている。これをLinux⁶の事例に例えるなら、地域社会が開発者であるL. B. Torvaldsの役割を担うことと考えてよい。地域内に多様な関係者がかかわる場を設定するということは、地域社会が主導的にマネジメントできるだけでなく、その場の中心にある地域事象が現実空間としての地域と結びついているという意味においても重要である。なぜなら、地域資源や地域問題の多くは地域と結びついて初めて価値を持つからである。玉野（2009：32）も、地域の建物や景観を大事にすることの社会学的意義について、具体的な形を持った空間が、記号として人びとの暗黙のコミュニケーションを支え、その社会的つながりを維持すると指摘し、具体的な形を持った空間の意義を認めている。

地域主導の観光を推進するメリットとして、第1に、すでに述べたように、地域社会側が多様な関係者がかかわる場を主導的にマネジメントできる点をあげられる。ここでのマネジメントとは、地域社会が場をコントロールすることではなく、地域社会の意向を取り入れたり、多様な関係者の意見を調整したりすることである。第2に、ビジョンを形式知化することで、地域外関係者がかかわりやすくなる。ビジョンをわかりやすく提示することによって、地域外関係者は地域社会が何をめざそうとしているのか、自分にどのような役割が期待されているのかなどを理解できるようになる。また、地域住民にとっても、地域資源の価値や将来像を地域外に発信しやすくなる。第3のメリットとして、地域住民の実態と結びつき、共有を図りやすい点があげられる。地域事象に立脚したビジョンであることに加え、旅行はほとんどの人びとが体験している手段であるので、地域住民が観光の推進を通じてどのような問題を解決しようとしているのかを理解しやすい。

しかし、地域住民と地域外関係者では地域事象にかかわる度合いが異なる上に、それぞれが求める利害が違う場合が多いので、そもそも多様な関係者間で地域資源やビジョンを「共有」できるのかという問題がある。確かに、観光客にとって地域資源は基本的に見たり、食べたりする「利用」としてのかかわりでしかない。特に地域への接触時間が短い観光客であれば、地域資源やビジョンの共有は困難であろう。しかし、敷田・森重（2006：249-251）は、観光客と主催者（地域社会）が一緒に旅行をデザインする観光客の主体的参加の可能性に言及している。また、前述した石森・山村（2009：11）は、A. Tofflerの主張したプロシューマーが観光分野においても台頭していることを指摘しており、まったく共有を図ることができないというわけでもない。

この共有概念に関して、意識面と実態面に分けて整理することができる⁷。それは、地域資源を「大切にしたい」、「残したい」、「守りたい」といった意識面での共有と、こうした意識を実践するために「お金を出す」、「活動に参加する」、「権利を所有する」といった実態的な共有である。地域資源の保全や地域社会の問題解決を実践するには実態的な共有が必要になるが、一過性の観光客に実態的な共有を求めることは難しい。そこで、おもてなしや名産品の提供、地域住民との交流、優れたガイドによる学習などを通じて、まず意識面での共有を図っていく。その中から、資金の提供や活動への参加といった、地域事象を実態的に共有する観光客が現れてくる可能性が芽生えてくる。そして、実態的な共有を求める観光客が持つ知識や技能を活用することによって、地域資源の保全や地域社会の問題解決を進められるようになる。逆に、地域住民は日頃から直接触れている資源や問題であるので、実態面では共有していても、「大切にしたい」、「残したい」という意識が薄れる場合がある。そ

こで、観光を通じて共有意識の再認識を図ることもできる。このように、意識面の共有から実態的な共有への展開プロセスを想定することによって、多様な関係者間で地域資源やビジョンの共有を図ることができると考えられる。

5. 地域主導の観光を通じたこれからの地域社会像

これまで述べてきたように、地域主導の観光は地域内外の多様な関係者がかかわる場やしぐみをどのように形成するかという点から捉えることが重要である。それでは、地域主導の観光を推進することによって、どのような地域社会像を描くことができるのであろうか。

それは、「かかわり合う社会（Engaging Community）」の形成である。Williams and Windebank（2001：147-148）は、「基本的な物質的ニーズと創造的可能性の双方を満足する手段を市民が獲得できるよう、仕事（雇用と自助の両方）と所得が十分に確保されている社会」として、「完全従事社会（full engagement society）」を提唱している。完全従事社会では、仕事が雇用の上位概念として位置づけられ、有給雇用ばかりでなく、家事・育児などの家庭内で行われている無償労働やボランティア活動、コミュニティで行われている有償、無償の交換行為など、多様な形態の活動が含まれている（福士 2006：52）。完全従事社会が提唱された背景として、福士（2006：52）は、①自己調節的市場の成立によって、社会が経済を取り込んでいた関係から経済が社会を包摂する関係へ逆転した、②その結果、近代は貧困や失業などの社会的諸問題を経済成長によってでしか、解決できなくなった、③労働集約的で素材転換型の産業構造から労働節約的で資本集約的な産業構造への転換により、経済が成長しても雇用の拡大が実現されない事態を惹起した、④その意味で、失業問題は景気循環に伴う一時的現象ではなく、近代が抱えた構造的な問題であると捉えている。経済が社会を包摂するという課題認識については、「社会による経済コントロール」の概念を持つ連帯経済（solidarity economy）や社会的経済（social economy）にも共通しており、欧州を中心に社会的包摂（social inclusion）や企業の社会的責任（CSR）などと関連して実現に向けたさまざまな取り組みが試みられている。

そこで、完全雇用社会から完全従事社会へ転換するには、有給雇用と所得を分離し、コミュニティなどで行われているさまざまな非貨幣的交換行為も含めた、多様な仕事と所得を再結合させる手続きが必要になると述べている（福士 2006：53）。これは、近代以前の社会をイメージさせるが、だからといって完全従事社会が物々交換を前提とした時代に逆戻りすることを意図しているわけではなく、経済面以外の多様な形態の活動を再評価しようとするものである。

「かかわり合う地域社会」は、この完全従事社会の考え方に着想を得ながら、かわりの範囲を仕事に限定することなく、多様な人びとがさまざまなかわりをつくり出す場やしぐみを形成することによって、親密な人間関係の構築をめざす地域社会と考えている。ここで、なぜ親密な人間関係を構築できる「個人」ではなく、「地域社会」をエンパワーする必要があるのかという疑問が出てくるかもしれない。個人をエンパワーするのであれば、地域という範囲を意識する必要はなく、アソシエーションを形成し、良質な資源を共有しながらかわり合うこともできる。インターネットを介した交流機会などはその典型例といえよう。

しかし、現実的に地域社会をまったく意識することなく、個人が生活を営むことは難しい。確かに、都市的生活様式や情報化社会が浸透しているが、例えば隣人や

近所との付き合い、町内会活動などを通じて個人の生活が支えられる面があるほか、行政サービスを受ける場合も原則として個人が生活する市町村の行政領域が基準となっている。森岡（2008：34）も、市町村などの基礎自治体の行政領域は、合併直後のものを例外として、その多くは地域住民にとって相当程度慣れた、あるいはなじみのある領域になっていると述べている。地域社会をエンパワーすることで個人の生活が支えられるとすれば、個人にとっても悪い話ではない。

また、グローバリゼーションが進行する中で、「社会の個人化」に対する弊害や社会的排除（social exclusion）がさまざまな場面で指摘されており、その解決策として地域社会に対する期待が高まっている。例えば鈴木（2007：30）は、A. Giddens の構想を紹介しながら、「国家」対「個人」という枠組みの中で、自己責任で市場化された世界に生きることを強いる新自由主義的な発想に対し、人びとが連帯し、生きる基盤となる「コミュニティ」や「市民社会」をエンパワーすべきであると述べている。また山脇（2004：187）は、E. Durkheim の主張を援用しつつ、「アノミー」と呼ばれる社会の無規制状態を打開するためには、アトム化された人びとの「連帯心」や「モラル」の回復が必要であり、その回復は国家と個人の間に存在するさまざまな「第二次集団＝中間団体」を媒介にして行われるべきであると主張している。これらはいずれも、グローバル競争という自己責任で市場化された世界の中で、「個人」が直接対峙するのではなく、人びとが生きる基盤となる「地域社会」を単位として対応しようとする考え方といえる。

さらに内山（2010：32）は、自然と人間が結び、人間が共有世界を持って生きていた精神が共同体の古層に存在し、この基層を土台にして時代に応じた、地域に応じた共同体の形がつけられると述べている。そして、外来語の「共同体」は人間の共同体を指していて、自然と人間の共同体を意味する日本の地域社会観とは違う概念であると指摘している（内山 2010：41）。これは、農山漁村を中心とした議論といえるが⁸、自然環境と一体となって人間が存在しているとする、個人と地域は容易に切り離すことができないであろう。

このように、多様な人びとがかかわる場を創出することによって、新たな社会的価値や創造的なアイデアを生み出す地域社会を実現することが求められている。しかし、人口減少や高齢化、地域産業の衰退が顕著になる中で、必ずしも地域住民だけで地域社会をエンパワーできないという事情がある。そこで、地域資源を活用した地域主導の観光を推進することによって、観光客や旅行業者といった地域外関係者がより積極的にかかわる場をつくり出す必要がある。そして、地域社会には、かかわる場を主導的にマネジメントすることによって地域社会のエンパワーを図る役割が求められる。もちろん、地域主導の観光だけがその実現手段であるわけではないが、有効な手段の1つであることは間違いないであろう。

6. 結 言

本研究では、観光入込客数や雇用機会の増加だけでなく、地域内外の多様な関係者がかかわる機会の創出という面から、観光を評価する必要があることを指摘した。また、観光は多様な関係者がかかわるゆえに自律と依存のバランスが崩れ、地域社会から乖離するリスクを抱えていることを示した。そこで、この課題を克服するには、地域資源や地域問題に立脚したビジョンを策定し、その実現をめざして地域社会が主導的に観光を推進し、地域内外の多様な関係者がかかわる場をマネジメント

することが有用であることを明らかにした。さらに、地域主導の観光を推進することによって、多様な関係者のかかわりを認めながら支え合う地域社会をエンパワーしていく必要があることを主張した。

しかし、もともと地域社会は多様な人びとのかかわり合いによって成り立っている。「かかわり合う地域社会」という表現はいささかトートロジーのように感じられるかもしれない。しかし、「社会の個人化」や社会的排除が問題視され、地域という空間でともに生活しているにもかかわらず、人びとのかかわりが希薄化する中で、あえて地域社会のかかわり合いの重要性を強調したい。そして、このかかわり合いは、かつての地域住民を中心とした暗黙的で濃密な（heavy）関係性ではなく、地域外関係者も含めた開放的で親密な（close）関係性である。そして、地域外関係者も含めた多様な人びとによる親密なかかわりを生み出す上で、地域主導の観光は有効な手段となり得る。その意味においても、観光は「人びとのかかわりがどれだけ生み出されたか」で評価されることが望ましい。

もちろん、地域主導の観光だけが「かかわり合う地域社会」の実現手段ではないし、それに過度な期待を寄せるべきではない。加えて、実際の地域主導の観光では自律と依存の難しいバランスが要求されるなど、推進に向けた課題も少なくない。しかし、人口減少や高齢化、地域産業の衰退、グローバリゼーションなど、地域社会を取り巻く環境が大きく変化する中で、地域再生に向けた早急な対応が求められている。それらに対応するために、多様な人びとがかかわり、新たな社会的価値や創造的アイデアを生み出し、地域社会の構造変革を図る必要がある。こうした環境変化に対応できる「かかわり合う地域社会」の実現をめざす上で、地域資源を活用した地域主導の観光は大きな可能性を持っているといえよう。

【謝辞】

本研究の作成にあたり、レビューを務めていただいた観光創造専攻博士後期課程の石川美澄氏には、研究分野が異なるにもかかわらず、的確な指摘とアドバイスをいただいた。また、観光学高等研究センター学術研究員の松本秀人氏からは、「共有概念」に関する貴重な示唆を賜った。ここに記して感謝の意を表したい。

【注】

- ¹ 筆者は2010年12月に観光創造専攻博士後期課程を修了したが、Sauvage院生論集制作委員会のご好意で研究ノートを執筆することができた。制作委員の皆様には厚く御礼申し上げる。
- ² 本研究でいう「地域社会（local community）」とは、ある一定の範囲で生活する住民や企業などの社会的関係性を含めた社会を指し、意思を備えた主体として扱っている。
- ³ スケルトンツアーとは、基本的に交通手段と宿泊のみがセットになっており（数時間の観光案内が付いているツアーもある）、後は自由行動という形態のパッケージツアーを指す。
- ⁴ 農山漁村で創造都市論を展開している例もないわけではない。佐々木（2001：204-214）は、創造都市の考え方は都市だけでなく、地方圏や農村にも広がっていると述べ、群馬県桐生市や秋田県田沢湖町の取り組み事例を紹介している。
- ⁵ まちそだてとは、「持続的地域社会活性化の営為」であり、「当事者の自己認識を前提とする、内面化された共通の価値に立脚した〈まち〉の活性化の営み」と規定されている（筑和正格（2009）「十勝地域の「まちそだて」の方向性を探る―「まちそだて」事例集 十勝篇」北海道大学国際広報メディア・観光学院『国際広報メディア・観光学ジャーナル』第8号、pp.89-170.）。

- ⁶ Linuxとはコンピュータ用基本ソフトの1つであり、仕様が公開され、誰もが自由に開発・改良に参加できるが、改良した仕様を公開しなければならないなどのルールもあり、開発者であるL. B. Torvaldsがその調整役を務めている。
- ⁷ この共有概念の整理にあたっては、松本秀人氏の私信（2010.09.24）を参照した。
- ⁸ 内山（2010：128）は、都市には「無尽」や「頼母子講」といった形で、貨幣を用いた共同体の助け合いが存在していたと述べ、農山漁村とは異なる形であるが、都市にも類似したしくみが形成されていたことを指摘している。

【参考文献】

- 富士正博（2006）「完全従事社会と参加所得一緑の社会政策に向けて」『思想』2006年3月号，pp.48-64.
- 井口貢（2005）『まちづくり・観光と地域文化の創造』学文社，141p.
- 石森秀三（2001）「21世紀における自律的観光の可能性」石森秀三・真板昭夫編『エコツーリズムの総合的研究（国立民族学博物館調査報告第23号）』国立民族学博物館，pp.5-14.
- 石森秀三・山村高淑（2009）「情報社会における観光革命—文明史的に見た観光のグローバルトレンド」日本建設情報総合センター『JACIC 情報』第24巻第2号，pp.5-17.
- 工藤剛治（2003）『社会的組織学習—市民社会と企業社会の共創的知識創造に向けて』白桃書房，265p.
- 森岡清志（2008）「地域社会とは何だろう」森岡清志編『地域の社会学』有斐閣，pp.21-43.
- 森重昌之・清水洋介（2008）「観光と観光創造に関する一考察」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院『Sauvage 院生論集』第4号，pp.84-91.
- 村上和夫（2001）「観光と地域社会」岡本伸之編『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光光学』有斐閣，pp.287-309.
- 大社充（2008）『体験交流型ツーリズムの手法—地域資源を活かす着地型観光』学芸出版社，191p.
- 佐々木雅幸（2001）『創造都市への挑戦—産業と文化の息づく街へ』岩波書店，232p.
- 敷田麻実（2009）「ブランディングを欠いた観光まちづくりの問題点」敷田麻実・内田純一・森重昌之編『観光の地域ブランディング—交流によるまちづくりのしくみ』学芸出版社，pp.10-21.
- 敷田麻実・森重昌之（2006）「オープンソースによる自律的観光—デザインプロセスへの観光客の参加とその促進メカニズム」西山徳明編『文化遺産マネジメントとツーリズムの持続的関係構築に関する研究（国立民族学博物館調査報告第61号）』国立民族学博物館，pp.243-261.
- 敷田麻実・森重昌之（2008）「地域主体のマネジメント」敷田麻実編『地域からのエコツーリズム—観光・交流による持続可能な地域づくり』学芸出版社，205p.
- 鈴木謙介（2007）『<反転>するグローバリゼーション』NTT出版，256p.
- 玉野和志（2009）「ふつうの町の景観はなぜかけがえないものなのか—その社会学的な説明と背景」日本都市計画学会『都市計画』第58巻第1号，pp.31-34.
- 筑和正格（2008）「「国際・地域・文化」と「まちそでて」—「国際地域文化論」への1アプローチ」北海道大学国際広報メディア・観光学院『国際広報メディア・観光学ジャーナル』第7号，pp.23-43.
- 内山節（2010）『共同体の基礎理論—自然と人間の基層から』農山漁村文化協会，264p.
- Williams, C. C. and Windebank, J. (2001) *Revitalising Deprived Urban Neighborhoods: An Assisted Self-help Approach*, Ashgate, 212p.
- 山村高淑（2007）「はじめに」山村高淑・張天新・藤木庸介編『世界遺産と地域振興—中国雲南省・麗江にくらす』世界思想社，pp.1-15.
- 山脇直司（2004）『公共哲学とは何か』筑摩書房，238p.
- 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，166p.

（2011年1月18日脱稿）