

# 「着地型観光」における 地域主体性に関する一考察について

もちつき  
望月 徹

とある  
大阪市立大学大学院経営学研究科 後期博士課程

This study examined local initiatives in “community-based tourism” carried out by 3 communities that each involved unique aspects of the community: Wazuka, Kyoto, which is famous for its tea industry; Toba, Mie, whose economy relies on fishing; and Onomichi, Hiroshima, which links tourism to the revitalization of areas with abandoned homes.

The results showed that local initiatives in community-based tourism will succeed when communities have the power to make decisions about services and negotiate prices in their favor. Furthermore, community-based tourism becomes sustainable when it functions to preserve and nurture community commons. These points should be taken into account by communities considering future community-based tourism initiatives.

This study is a merely the first step toward a broader examination of local initiatives in community-based tourism. Further in-depth studies will be required in the future.

キーワード：着地型観光、コミュニティ・ベースド・ツーリズム、地域主体性、コモンズ、持続可能性

Keyword : community-based tourism, local initiatives, commons, sustainability

## 1. はじめに

### 1-1 問題意識

高度経済成長期においては、所得向上に伴い生活にゆとりが生まれ、余暇を楽しむ機運が高まった。これに呼応しパッケージ化された旅行商品を造成し市場へ供給した旅行業者は急成長を遂げた。パッケージ商品は、旅行者を煩わしい旅行の手配や手続きから解放すると同時に、旅行者が非日常的な体験を安価に手に入れることを容易にした。こうして、労働所得の増加と相まって、大型観光バスで名所旧跡を巡る団体旅行、いわゆるマスツーリズムは急速に普及した。大衆化によるツーリズムの伸張である。しかし、その後、旅行者の観光ニーズの成熟化、インターネットによるダイレクトで安価な情報発信、交通手段の多様化や個人化などから（尾家・金井2008, p.8）、旅行者は、画一化された団体向けの旅行よりも、多様な選択肢から嗜好にあわせ自由に選択できるオルタナティブなツーリズムを指向するようになる。エコツーリズ

ム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズムなど個人を主体にした多様な旅行への移行である。

そもそも旅行業は、旅行業者が所在する「発地」において、交通機関を含んだ旅行商品を企画、募集し、観光目的地である「着地」を訪れて再び「発地」へ戻る行程を管理・運営してきた（尾家・金井2008, p.8）。しかし、上記のようなトレンドの変化に加え、地域振興策としての期待や増加する外国人観光客への対応から（尾家・金井2008, p.9）、観光目的地である「着地」に多様な旅行の選択肢を求めるようになる。このような流れから、これまでの「発地」中心の旅行企画・運営に対し、観光目的地である「着地」側がコースの企画やプログラム運営を行う着地型観光が注目を集める。このトレンドは、「地域住民が主体的に進める観光が脚光を浴びるようになった。それは自律的観光や着地型観光などと呼ばれる」（森重2009a, p.103）と理解され、地域づくりのツールとして期待されている。

こうした観光はまた、地域のコミュニティとも深くかかわりを持つことから、コミュニティ・ベースド・ツーリズム（Community-based tourism、以下、CBT）ともいわれ、より細かい単位のコミュニティとの密接な関係に焦点が当てられ、日本だけでなく海外の事例も対象に研究が進められている。例えば、北海道における小規模宿泊施設と地域のコミュニティとの関係性（山村・石川2012）、あるいは、バリの環境とNGOとの関わり（岩井2016）やパレスチナの平和と地域との関わり（高松2019）などの分析である。CBTの議論には、第1に、マス・ツーリズムの拡大に伴う弊害の緩和を目指すアクター（行為者）が促す流れと、第2に、社会開発をめぐる動きとツーリズムの接合の流れがある（岩井2016, p.241）。2つ目の流れは、国際協力事業団（JICA）などの国際協力機関を通じて観光協力の援助メニューとして行われてきたもので、東欧地域や東南アジア諸国などで応用されている（梅津2011, p.165）。

このように、マス（大量）観光が行き詰まり見せる中で観光は生活・活動・生業・環境などの新たな旅へと関心が移り、観光地の日常に接し体験・交流する着地型観光やCBTの取組みが各地域に浸透しつつある（金井・峰俊2017）。また、着地型観光とCBTの概念は、ほぼ同義ととらえられているので、尾家・金井(2008)における「地域住民が主体となって観光資源を発掘、プログラム化し旅行商品としてマーケットへ発信・集客を行う観光事業の一連の取り組みである」(p.7)という着地型観光の定義はCBTにも当てはめて考えることができる。着地型観光やCBTの特徴は「地域資源を活用することやツアーの企画・催行を行うこと」(森重2009a, p.103)であり、上記の定義とも一致する。したがって、①地域資源の活用、②旅行の企画・造成、③催行の3つを地域主導で行うこと（森重2009b, p.52）が着地型観光やCBTの特徴を集約してあらわしている。

一方、着地型観光なりCBTには、「着地型観光として旅行会社（旅行業者）が自前でツアーを企画する」例（梅津2011, p.165）や「着地型観光や地域ツーリズムと称されながら、実際には地域外の旅行業者が地域への影響を考慮しながら、主導的にツアーを企画・造成・催行している」例（森重2009b, p.53）があげられている。そこには着地型観光なりCBTには、「地域側が推進する観光」がある一方「旅行業者が推進する観光」もあるという認識があるようにもみえる（森重2008, p.150）。また、『「着地型観光」は『コミュニティ・ベースド・ツーリズム（Community-based tourism）』と呼ばれることもあるが、仮に、これが『着地型観光』の英訳であるとするならば、『着地型観光』は地域コミュニティが主体でなければならぬ。しかし、近年、地域活性化の成功例として示されている『着地型観光』の主たる担い手は『観光業関係者』が多いことから、地域コミュニティや地域住民の関わりが見えにくいように思われる」（安富2016, p.4）との指摘も

ある。

このように、着地型観光とCBTは同義ととらえられる一方で、何をもって地域主体というかについては、曖昧な部分があり多義性を持つ用語となっているように思える。ここにおいては、着地型観光やCBTの議論で強調される地域が主体に推進するあるいは地域が主導権を持つということがどういう状態を指しているのか、については必ずしも明確ではない。そこで、本稿では、3つの異なるタイプの事例の研究を通じ、「着地型観光」における地域主体性の議論を深めていく上で一定の示唆を得ることを目的とする。

## 1-2 論文の構成

第2章で、着地型観光において地域主体性がどのように議論されているかを概観し、CBTの議論から得られた示唆から地域主体性を考察するための分類の枠組を設ける。第3章では、この分類に基づいて地域主体性が認められるケースについて、いくつかの異なるバリエーションから事例研究を行う。「着地型観光」の中で茶業と関係を結ぶ京都府和束町、漁業と共生する三重県鳥羽市、空き家再生を観光につなげる広島県尾道市の3つの事例である。いずれも名の知れた観光地でありながら、異なるタイプの特色を有する事例である。続く第4章では、「着地型観光」における地域主体性を考える上でインプリケーションとなる要素を明らかにする。第5章では、今後の課題を示す。

## 2. 「着地型観光」をめぐる議論における地域主体性について

### 2-1 着地型観光における地域主体性について

着地型観光とCBTについては、これまで、様々な観点から数多くの研究が蓄積されてきた。まず、着地型観光をみてみよう。尾家・金井（2008）は、着地型観光に関する先駆的な研究であり、資源の活用から商品企画、流通・販売、マーケティングの基本フレームをまとめ、事

業主体と住民の役割まで着地型観光の手法を整理している。先にみたように、地域資源の活用、旅行の企画・造成、催行から成る着地型観光の定義はここにおいて確立された。また、着地型観光を地域が主役のツーリズムと位置づけ、17の事例を体験交流開発型、ニューツーリズム開発型、観光地再生型の3つのタイプに分類・整理している。米田（2015）は、Leiperのシステム論的アプローチに立脚しツーリズムを観光者、地理的要素、産業的要素から成る一連のシステムととらえ着地型観光を考察し、既往研究からプロモーションやマーケティングなど着地型観光の今後の課題を導いている。平井（2011）は、北海道・道東のタイプの異なる2つの町の体験交流型の着地型観光（漁業）を分析し、地域における危機感の有無がプロジェクトの成否の鍵となることを示唆した。一方、下島（2010）は着地型観光におけるボランティアガイドの現状と課題を整理し、才原（2015）はアンケート調査により観光客視点から着地型観光を評価し、満足が得られていない実態を明らかにしている。また、森重（2009a）は、北海道の黒松内町、標津町、浜中町の3つの地域の事例分析から、地域づくりに生かされた着地型観光の特性を、地域に不足する資源の獲得、他者の視点から地域を見直す機会の創出、地域内のネットワークの再構築の3点に整理しその有効性を明らかにしている。森重（2009c）はまた、地域型主導型観光の観点から夕張市の観光政策について評価を試みている。さらに、菅沼（2015）では、熊本県水俣市の教育旅行による着地型観光を対象とし、その取り組みにコミュニティの構築機能があることを明らかにしている。着地型観光に関し、下島（2010）は採算面の脆弱性を、菅沼（2015）は効果の遅速性をそれぞれ指摘し、才原（2015）は組織・体制、持続可能性に関する問題を提起するが、着地型観光の持つ地域資源活用、旅行の企画・造成、催行の構成要素には関心はなく、地域の主体性においても、何をもって地域主体とい

うのかその意味は明らかにされていない。

このように、これらの既往研究においては、主体の所在は議論の俎上にあげられることはない。そこでは、着地型観光の主体性は地域にあることが暗黙裡に自明なものとして導かれている。しかしながら、例えば修学旅行生向けの民泊を伴う体験型商品の場合、その募集・催行については旅行者に負うところも大きい。観光サービスのバリューチェーンにおいても地域の関わりには限りがあるケースもある。また、着地型観光とみなされる事例においても実際に地域がやっているのは地域の資源メニューを使った体験型の商品の単なる紹介の窓口にとどまっているものもある。着地型観光とはいっても、地域の側が観光商品開発のすべての主導権を握っているわけではない。このように、着地型観光における地域の主体性というのは何なのかということについては曖昧な部分を含んでいることに気づかされる。

## 2-2 CBTの議論からの示唆について

CBTの場合はどうだろうか。CBTについては、先にみた山村・石川（2012）は既往研究からCBT及びコミュニティ・ツーリズム（以下、CT）の定義を行い、北海道におけるCBT振興において小規模宿泊施設が果たす役割を明らかにしている。中島（2010）は、梅津と同様に南信州観光公社の例に、これをコミュニティ・ビジネスの展開例ととらえ、公社の中間支援組織としての機能や社会資本形成ツールとしての役割を指摘する。CBTの概念について、海津は、コミュニティを「地域を基盤とする共同社会」とした上で、「コミュニティが主導する観光」を地域主導型観光、CBTと定義している（海津2011, p.165）。また、香川編（2007, p.42）では、「観光地の地域住民が主体的に観光開発に関与し、当該コミュニティ（地域社会）の福利と観光の経済効果を最適化しようとする手法」であり、「住民が主体となるコミュニティ・ベースの観光開発（Community-Based

tourism development）としての実践」とする。このように、CBTの場合は、コミュニティを単位に地域により密着した形でその関わりに焦点が当てられるので、着地型観光よりもCBTの方が、地域主体性について、より有益な示唆を与えるように思われる。

実際、先の岩井（2016）では、バリ島において、村落エコ・ツーリズムが、地域の人々に地域の観光資源の発見を促し、さらには、このツアーを村落で共同で行うことで村落のコミュニティ機能が高まっていると指摘する。これがCBTの意義であり、岩井（2016）では、中間支援組織のウィスヌ財団がこのCBTの持つ意義を村落の人たちへ翻訳し伝える役割を果たしていることを明らかにしている。また、高松（2019）は、CBTとパレスチナの平和や地域との関わりを考察したが、パレスチナにおいては、CBTは、コミュニティの外部に対し、パレスチナ人だけでは実施が困難な①デマンドの促進強化、②活動の補助、③外部とのつながりなどの役割を担い、また、コミュニティの内部に対しては、①コミュニティ開発や福祉ケア、②雇用や失業対策、③副収入の創出の機能を発揮している。こうして、高松はCBTが平和構築や地域の安定化に果たす役割を明らかにした。また、山村・石川（2012）でも、北海道におけるCBT振興において小規模宿泊施設が果たす役割を、①地域の自然・社会・文化と旅行者の接点を創造する結節点②地域情報を発信する情報発信拠点③出会いと交流の場、の3点にまとめ、小規模宿泊施設が地域の振興に果たす役割や機能が示されている。

このように、CBT研究においては、環境や平和あるいは地域振興と観光との関係性などの大きな枠組みで分析が行われ、また、地域コミュニティの内部と外部に対してCBTが果たす役割や機能が考察されている。CBTにおいても、必ずしも明確に地域主体性が示されているわけではないが、CBTの場合は地域のコミュニティの振興機能に焦点が当てられ、

どのようにすれば地域の側に利益がもたらせるのかが強調されている。ここに、ほぼ同義とされる着地型観光との違いをみいだせる。また、ここにおいては、地域が正当な利益を得るための条件を引き出せる交渉力を持てるか、提供するサービスの決定について地域が自立性を発揮できるかどうかのポイントになる。これを観光の商品化というレベルに落とし込んで考えれば、ひとつには地域がその商品に対して優位な価格交渉力を有しているのか、もうひとつはサービスの中身を決めるにあたり、その決定に対して地域が主導的な力を持っているのか、という2軸に分類することが可能になる。

## 2-3 地域主体性を考察するための分類について

CBTが示唆するこの2つの軸を手がかりに、本節では、「着地型観光」の分類を試みる。地域がその商品に対して優位な価格交渉力を有しているのか、という点を「価格の決定」とし、サービスの中身を決めるにあたりその決定に対して地域が主導的な力を持つことを、「質の決定」とし、図1のように概念図を整理した（なお、表中「旅行者」は「旅行業」と表記した）。これにより、価格の決定と質の決定をともに地域主体で行う「A」、価格の決定は地域主体で行うが質の決定は旅行者主体で行う「B」、価格の決定と質の決定をともに旅行者主体で行う「C」、価格の決定は旅行者主体で行うが質の決定は地域主体で行う「D」の4

図-1 価格の決定と質の決定の概念図

		質の決定	
		地域	旅行業
価格の決定	地域	A	B
	旅行業	D	C

（出所）筆者作成

つの象限が得られる。このうち、「C」は現実には存在しないかもしれないが、一口に着地型観光といっても、その商品に対して優位な価格交渉力を有しているのが地域なのか旅行者なのか、あるいは、サービスの中身を決めるにあたりその決定に対して主導的な力を持っているのが地域なのか旅行者なのかの違いによって「A」、「B」、「D」のバリエーションが存在することになる。また、先の「着地型観光」の定義にそえば、「価格の決定」は、①地域資源の活用、②旅行の企画・造成、③催行のプロセスで構成されることになるが、例えば、南信州観光公社や堺市の観光コンベンション協会など、地域内の商品開発と、域外へのマーケティング及びプロモーションを行う中間的な組織を設けているような場合は（梅津2011, p.165）、販売と流通のみを地域が担うことになる。このように、実際には①～③のいずれか一部が地域主体であるケースが存在するが、本稿では純粋なモデルを設定するため、①～③のすべてを含むものとする。また、地域における旅行業法上の第三種旅行者や地域限定旅行者についても、実際にはケースごとに判断していく必要があるが本稿では便宜上旅行者に区分する。その上で、地域がその商品に対して優位な価格交渉力を有し、サービスの中身を決めるにあたりその決定に対して地域が主導的な力を持つ最も地域主体性が強い「A」を本稿での考察対象とする。

### 3. 事例研究

前章の分類をもとに、地域がその商品に対して優位な価格交渉力を有し、かつサービスの中身を定めるにあたっても地域が主導的な力を持つ地域主体のケースの事例研究を行い、「着地型観光」における地域の主体性を考える手がかりを探る。

まず、はじめに、森の京都、海の京都とならんでもう一つの京都の取組みであるお茶の京都の和東町に焦点をあてる<sup>(1)</sup>。理由は、近年、若い移住者による

茶畑観光、援農支援などの取組みが着地型観光やインバウンドの新たな芽として地域の中で広がり、宇治茶最大の産地である和東町の卸中心の茶業が変化し始めているからだ。京都府の看板施策であるもう一つの京都の「お茶の京都」を牽引する和東町の新たな潮流における「着地型観光」の性格についてインタビュー調査を中心に明らかにする<sup>(2)</sup>。次に、鳥羽市における海鳥遊民くらぶの取組みを取り上げる。これは、尾家・金井（2008）の17事例にもある「着地型観光」の先駆的研究の一つでこの分野での典型的な事例である。これを文献調査やインタビュー調査で考察する。3番目に、尾道市中心市街地の斜面地における空き家再生のゲストハウス事業に着目する。これにより、観光とは直接関わりがないと考えられる分野（空き家再生）における観光との関係性の考察が可能になる。文献調査を主に一部インタビュー調査で補い分析する。

#### 3-1 お茶の京都を牽引する和東

和東町は、京都府南部に位置する山間の町で、鎌倉時代から続く茶業が基幹産業であり、宇治茶の最大生産地となっている。また、和東町を含む山城地域一帯は、2015年、お茶の歴史と文化、美しい茶畑の景観を通じたストーリーが「日本茶800年の歴史散歩」として日本遺産の第1号に認定されている。和東町の基本指標は表-1のとおりである<sup>(3)</sup>。

現在、和東町には600haの茶畑があり、約300の事業者が、全体で約34億円を売り上げている。なかには1億円を超える事業者もいる。かつては、1事業者1haという規模感だったが、今は、高齢化で廃業する農家もあり中核的農家への集約から、専業で1事業者3～4haという規模感となっている。宇治茶の約50%は和東町産だが、ほとんどが問屋等への卸なので和東町の名が表にできることはない。しかし近年、この800年変わらぬ茶源郷の景観に魅せられた20代～30代の若い移住者を中心に、ゆうあんビレッジの茶畑観光・

表-1 和東町の基本指標

[人口] 3,883人 (2019年11月1日) [面積] 64.93km <sup>2</sup> [産業別就業人口比率] ①24.5②23.2③52.3 [高齢化比率] 32.6 (H22国調) [一般会計予算] 30億8,200万円 (2018年度)
--

(出所) 和東町の統計資料から筆者作成

援農支援、おぶぶ茶苑の外国人向け茶業研修、和茶園の新規営農者の支援など特色ある新たな動きが芽吹きつつある。

ゆうあんビレッジは、2012年に和東町雇用促進協議会の実践支援員として帰郷した山下丈太が、2015年に独立し設立した会社である。事業は、①和東茶カフェの運営・お茶などの直売、②茶畑観光の企画・運営、③ワズカナジカン援農プロジェクト（以下、ワズカナジカン）である。2006年からは始まったカフェ・直売事業は、和東町の茶業者の15%程度が参加するなど規模が拡大している。シーズンは5～7月の3か月に限定されるが、茶畑観光は、2015年の開始から3年で1,000人規模に拡大している<sup>(4)</sup>。ワズカナジカンは、応募した若者から参加費を徴収しシェアハウスを賄いつきで提供し希望する農家へ橋渡しする仕組みである。繁忙期に人材を供給して農家の人手不足を解消し、都会の生活やペースに疑問を抱く若者たちへは癒しの場の提供となっている<sup>(5)</sup>。

合同会社おぶぶ茶苑は、移住者で代表の喜多章浩が2004年に始めた農業ソーシャルベンチャーで、①日本茶を世界へ、②農業を楽しく、③茶畑からの社会貢献、の3つの使命を掲げ、①インターネット販売（通信販売）、②茶畑オーナー制度、③茶畑観光（茶摘み、ガイドツアー）、④海外からのインターン研修生受入、⑤“利き茶師”養成講座の5つの事業を実施している。“利き茶師”養成講座は茶を学習する教育の仕組みで2017年度から新たに加わった。外国からの研修生は6年目の2017年7月時点で、19か国から累計72人を受け入れている。代表、副代表を含む7人で運営され、売上全体の6割を占める通販を軸としながらお茶の文化の情報発信や拡充に努めている。2013年に354人

で始めた茶畑観光は、7年目の2019年には、10月末現在で約1,400人と拡大を続けている。

和茶園代表の植田修は、大阪府枚方市出身の認定農業者である。2004年のニュージーランドの酪農研修で酪農の奥深い魅力を知り、その体験がきっかけとなり更に奥の深い伝統のある日本の茶業に強い関心を持つようになった。このため、帰国後ボランティアで和東町に入り茶業の修行をし、2011年に独立した。4 haの農地で経営するが、うち1 haは新規就農希望者の修行用に使用している。2017年には、フランス人と韓国人の2人をインターンで受け入れ、タイ人の家族を雇用し茶業を営む。売上は、問屋や植物工場への卸とJAとの共販が6割で、残りの4割がネット通販となっている。カフェやレストラン、小売など業務用も含めたネット販売は大きな収入源となっており、このなかには、茶畑観光の受入やお試し農業体験などの観光事業が含まれている。茶畑観光は茶業の普及啓発で実施している春のイベントで、毎回50人程度が集まり利き茶や農業体験を楽しむ。

このように、3者はいずれもUJターンの移住者で、和東町の商工会を新たな茶業振興のハブに連携し茶業・茶の販売を軸に茶文化の普及啓発のツールとして茶畑観光を活用している。地域資源は生業の茶でありツアーも自前で企画・造成、催行している。山下の場合は、募集の部分の一部をJTB、日本旅行、近畿日本ツーリストなどへ委託しているが、これは販売チャネルの一つにすぎない。

### 3-2 漁業と共生する鳥羽

鳥羽市は、三重県の伊勢志摩国立公園の入り江に位置する人口約2万人のまちで(表-2参照)、真珠の養殖や海士の光景で知られる海産物を宝庫とする地域である。高度成長期以降多くの観光客を集めたが、1991年の699万人をピークにその後減少傾向となり、直近の2018年では431万人と、ピーク時と比べ268万人の減となっている<sup>(6)</sup>。

表-2 鳥羽市の基本指標

[人口] 18,572人 (2019年9月30日) [面積] 107.34km <sup>2</sup> [産業別就業人口比率] ①12.2 ②16.7③65.3 (H22国調) [高齢化比率] 37.4 [一般会計予算] 113億8700万円 (2019年度)
---

(出所) 鳥羽市の統計資料から筆者作成

鳥羽の海島遊民くらは、鳥羽の老舗旅館海月の女将でもある江崎貴久が2000年に設立した参加型・体験ツアーの企画・運営会社である(江崎2015)。この設立に先立つ1997年、江崎は家業の立て直しのために帰郷するが、初年度から修学旅行生対象に釣り体験を始める(江崎2012)。この経験が海島遊民くらの設立につながっている<sup>(7)</sup>。

開始当初、年間100人程度だったツアー参加者は、2013年には4,300人を超え(江崎2016)、提供するツアーも、「鳥羽の台所つまみ食いウォーキング」、「船で行く漁師町のランチ」など通年ものに加え、「無人島シーカヤックツアー」「お魚ごまい、漁師さんと釣りツアー」など春夏秋冬、四季折々の鳥羽が楽しめる30種類以上の多彩なメニューが提供されている。また、2007年からは人口約700人の伊勢湾内の菅島の小学校と連携し子供たちに鳥を案内してもらう「鳥っ子ガイド」も始めている(江崎2015)。江崎はこれを観光のためでなく教育のためにやると最初から決めていた(江崎2016)。このような観点から、児童・生徒との受け入れにも力を注いでおり、ここ3年(2016~2018年)で5,834人を受け入れ(年平均で約2,000人)、そのうち6割(4,680人)は小学生となっている。近年、2016年の182人、2017年の353人、2018年の246人と外国人の利用も増えている。これらのツアーは自前で企画・造成、催行されており、様々な販売チャネルを通じて募集されている。このような海島遊民くらの取組の背後にある江崎の思い・考え方をインタビュー記事から確認していこう。

「子供の頃から、海に行って釣りをして、釣った魚を焼いたり、磯で獲った牡蠣を食べる、そんな日常がすぐそばにあ

った」(江崎2012)「漁師さんたちと接する機会が増え地域が抱えている課題も見えてきた。観光事業者はもっと漁業のことを知らないといけない。自然にも人にも負荷がかからないようにコーディネーターすることが重要である」(江崎2016)「訪れる人もまた地域の人も共に幸せを感じて育む「感幸」のエコツーリズムを推進」し、「地域循環のビジネスモデル」を作って行きたい」(江崎2012)

鳥羽市エコツーリズム推進協議会の会長(2010年就任)でもあり、鳥羽の自然を生かしたツーリズムの普及で地域づくり総務大臣賞(2010年)をはじめ数々の賞を受賞している江崎であるが、その取組みは漁協、森林組合、旅館組合などとの連携によるものである。そして、江崎の思い・考え方の根底には、鳥羽におけるかつての漁業と観光業の共生と衰退した漁業を守ることへの思い(=漁業との共生コア)が背後にある。

江崎の考え方の本質は、第1に、鳥羽という地域の生業が海の恵みによる豊富な海産物に支えられていたということであり、幼少時からみた鳥羽の植生は海との共生によって初めて成り立つことへの確信である。第2に、人をもてなし非日常を提供する旅館業がこの海の恵みを愛でる漁業、浜に息づく生命との調和によって成り立つという深い洞察がある。江崎がツーリストに厳しいレギュレーション(「同じ磯場に3日より多く続けて入らない、磯場の生物を持ち帰らない」「鳥の人たちの生活の邪魔をしたり迷惑をかけたりしない」江崎2016)を課すのもこの生業への高い尊崇の念(=漁業との共生コア)からである<sup>(8)</sup>。

### 3-3 空き家再生の尾道斜面地

尾道は中世からの瀬戸内海の物流拠点で、江戸期は北前船の寄港地として賑わい、明治・大正・昭和期は瀬戸内海の造船業の中心地としても栄えた。また、林芙美子や志賀直哉が滞在し文学のまちとして親しまれ、小津安二郎や大林宣彦などの映画のまちとしての良く知られたま

表-3 尾道市の基本指標

[人口] 136,265人 (2019年10月31日) [面積] 285.11km <sup>2</sup> [産業別就業人口比率] ①5.6②31.6③60.9 [高齢化比率] 34.2 (H27国調) [一般会計予算]649億5000万円(2019年度)
--

(出所) 尾道市の統計資料から筆者作成

ちである(表-3参照)。高度経済成長後の造船不況で一時期まちは勢いを失い駅前商店街も空店舗が目立つようになるが、近年、空き家再生などで尾道の斜面地へ若者が集積する中で再びまちの中心地へ活気が戻っている。特に、尾道斜面地へ多くの若い移住者を集めた空き家再生事業はその象徴的な存在となっている(望月2018)。この集積を牽引しているのが、2008年1月設立のNPO法人尾道空き家再生プロジェクトの代表理事、豊田雅子である。プロジェクトの開始後、216件の空き家が登録され104世帯が居住し(2018年12月現在)、さらに、2012年暮れには、あなごのねどこを商店街に2016年に登録文化財みはらし亭を斜面地に開業するなど大型物件のリノベーション・ゲストハウス化にも成功している。

空き家再生の推進には豊田が定めた5つの理念がある。建築、アート、環境、コミュニティ、観光の5つである。建築、アート、環境は、「空き家再生」の一連の流れととらえることができる。廃屋さながらの斜面地の空き家群は、一旦壊せば空き地にせざるを得ないことから、それを逆手にとってアート作品を創作するように空き家を再生していく営みである。再生を通じその仲間たちが相互に助け合いながら修復する活動である。このため、修復の過程で移住者を中心とした共同体が形成され、その共同体は、商都850年の歴史・伝統・文化に対する尊崇の念(=商都の歴史・伝統コア)を共有し、豊田が進める「ヒューマンスケールまちづくり」<sup>(9)</sup>の担い手として機能している(望月2018)。この理念の共有のもとで彼らはコミュニティを形成した。また、この営みは、あなごのねどこやみはらし亭など大型物件のゲストハウス化によりツーリ

ズムへ発展した。尾道空き家再生プロジェクトは空き家再生→コミュニティの形成→ツーリズムへその活動を進化させ、ゲストハウスはその進化の象徴的な存在となっている。

豊田がゲストハウス=簡易宿泊所という形態にこだわったのは、第1に、これまで尾道にあまり宿泊していなかった外国人や学生など新たな層をターゲットにし、その掘り起こしを行うことで老舗の旅館群と競合しないこと、第2に、若い頃に利用した海外のゲストハウスへ恩返しすること、第3に、旅行者がスタッフや地域の者と交流できる場を設け、そのまちの日常を垣間みることができる住民になったような楽しみ方を提供すること、の3つである(真野・片岡2017, pp.53-54)。ゲストハウス=簡易宿泊所による宿泊サービスに限定されるが、旅行者がネットでダイレクト予約して宿泊する旅行商品である。1泊2,800円の安価な宿泊・交流体験の提供である。これは空き家という資源を活用した自前の企画・造成、催行商品と考えることができる。

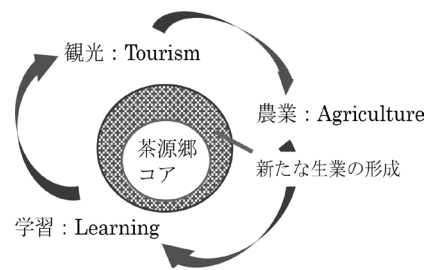
斜面地の空き家再生は斜面地の特殊性から家財や資材の搬出入などで平面地に比べ3倍近いコストがかかることから、この負担の軽減のため、豊田らは再生に必要な建物の基礎知識の他、建築、土木、左官の技術を習得する学習・交流と相互扶助による再生の仕組みを構築した。この学習・交流や相互扶助の一環で、尾道建築塾や空き家再生ピクニックなどのイベントが実施されている。尾道建築塾は、2時間のまち歩きツアーであり、ゲストハウスに先立ち、NPOの設立後、独自の旅行商品として企画・運営、催行されていた空き家再生の学習(教育)目的のツアーである<sup>(10)</sup>。

#### 4. 考察

##### 4-1 考察地域の特徴とその意義

和東、鳥羽、尾道の3つの地域に共通する特徴をまず、和東を代表例に考察していこう。和東の先導者に共通にみられる特徴は、「根底にある茶源郷・和東の茶

図-2 正の循環のイメージ



(出所) 筆者作成

業800年の歴史の重みと、長い年月を重ね形成された見事な景観に対する高い尊崇の念とその承継への参画に対する高い誇り」(以下、茶源郷コア)である。

図-2に示すように、茶源郷コアを共通の理念とし、山下、喜多、植田の3者は、まず基盤となる農業(茶業)に焦点を当てる。山下の援農→喜多の研修→植田の就農というように、外部の者がおのおの状況にあわせ段階的に関わられるようになっている。この農業: Agriculture、茶業800年の歴史と伝統の素晴らしさを知ってもらうこと(学習: Learning)が彼らの活動の出発点にあった。そして座学や茶摘み体験などの学習: Learningが発展する形で、茶畑ツアーなどの観光: Tourismが始まった。このツアーを通じ訪れる者が農業: Agricultureの魅力に感動し関心を高め、それがさらに新たな学習動機を促した。ここにおいては、農業→学習→観光がループになり正の循環が形成されている。彼らは、おのおのが独立した事業者でありながら茶源郷コアを暗黙裡に共有し相互に結びつき、この正の循環を促進する役割を担っていた。

このように、共通の特徴の第1は、地域の中に誇れる特性(・資源)があり、この地域の質的な特徴、文化、自然というものを評価・尊重する流れがあり、しかも、それを外部へ発信して、さらにはそれを外部の人たちと共有する良い循環ができてきていることである。この源にあるのは、和東町では宇治茶最大の産地としての800年の茶業の歴史・伝統・文化であり、尾道斜面地は商都850年の歴史に裏打ちされた人と人が往来する文化・伝統で

ある。また、鳥羽は豊富な海産物が織りなす漁業と地域との共生文化である。和東では茶業の生業で形成された美しい茶畑景観が、尾道はタオルミーナやアマルフィなど欧州にも勝るとも劣らない斜面地景観が、鳥羽では漁師町の生業景観がその媒介になっている。そして、茶源郷コア、漁業との共生コア、商都の歴史・伝統コアは、そこには訪れる者を往来させ、さらには住みつかせるような力を持つ。それは、単なる一つの地域の資源というレベルを超えた歴史と特性に裏打ちされた地域の根源的な魅力となっている。

第2に、この地域の根源的な魅力はまた、地域にとっての共通の財産にもなっていることである。この地域にとっての共通財産は、コモンズに置き換えて考えてみるとわかりやすい。ハーディンのコモンズの悲劇にみられるように (Hardin 1968)、現代の資本主義は地域の共通の財産であるコモンを私的に囲い込み収奪してきたが、3つの地域における取組みは、この収奪されたコモンを共有資源として回復する活動と見ることもできる (Ostrom 1990)。あるいは収奪されないように維持し未来に継承していると言い換えても良いかもしれない。エコツーリズムなどの取組みは自然資源としてのコモンに貢献するものであるが、この3地域で考察される共通財産=コモンズは、自然資源だけでなく地域の文化や歴史的な継承物を含むより射程の広い概念であるといえよう。

第3に、地域の魅力を伝え共有することが、学びや学習の形で地域の中に根づいていることである。和東町の場合は、茶畑体験から援農さらには就農まで、関わる人の興味・関心に合わせて段階的にコミットできる学習の場が構成され、尾道斜面地では、商都尾道を象徴する斜面地の空き家の修復を通して歴史を学び、さらには暮らし方や地域との関わり方を学ぶ仕掛けがある。海島遊民くらは、無人島や磯観察・地形探索を通じた自然との触れ合いや漁師町探検などから漁業

に携わる人々の営みに触れること、すなわち、自然と漁業の営みの学びや学習がキーコンテンツになっている。

第4に、その学びや学習は体験を伴うツーリズムの重要な要素になっている。この学びや学習は、外部の者と関わるインターフェイスとして機能する。ここにおいて、ツーリズムは、「同じ磯場に3日より多く続けて入らない、磯場の生物を持ち帰らない」や「島の人たちの生活の邪魔をしたり迷惑をかけたりしない」などの共通の約束事を前提として、地域の魅力を追体験する行為となる。また、その関わり方は地域に触れてみる、定期的に訪れる、その地に住み着くという3段階に構成され、旅という窓・インターフェイスによって地域を知ることによって地域のファンを増やす機能も担っている。これらの要素が相まって和東のワズカナジカンの移住率は14%と高率で、鳥羽の鳥っ子ガイドは10年以上の実績を重ね鳥羽のファンを増やし、尾道は斜面地へ多くの若い移住者を集めている<sup>(11)</sup>。

#### 4-2 「着地型観光」における地域主体性の所在について

和東の茶畑観光、鳥羽の漁業との共生体験、尾道のゲストハウスやまち歩きツアーについては、「着地型観光」の持つ、地域資源活用、旅行の企画・造成、催行のすべての要素が地域でまとめて行われている。そこでは地域の資源(茶畑景観、漁師まち、斜面地の空き家)を活用した体験が提供されるが、その際の資源の選択やその見せ方、体験の組み立てやシナリオづくり、体験を伴うプログラム全体の値付けなどすべてが地域の方で行われる。このプロセスに旅行業者は介在しない。旅行業者との提携も、あくまでも、ネット、雑誌などの集客のための媒体・販売チャネルのなかの選択肢の一つとなっている。試みに山下の茶畑観光における旅行業者との関係をみてみよう。山下は茶畑観光の商品の価格を地域主導で定める。値下げの要求は拒否しその価格が受け入れられなかったら受け入れ自体を

断る。その理由は、交流人口を増やしたいばかりに旅行業者の過度な要望に寄り添ってしまうと無理な受け入れが始まってしまうからだ。そこには、茶業とのバランスから、観光客の受け入れは適正規模にとどめておきたいという思いがある。また、海島遊民くらの児童・生徒の受け入れにおいても、旅行業者は、和東と同様に販売チャネルの一つである。鳥羽においても漁業との共生コアとの関係性が重視されるなかで、地域の主体性が担保されている。また、提供商品の製造・販売は旅行業者に依存しない。これには、近年のICT環境の急速な発展も寄与している<sup>(12)</sup>。

先にみたように、ここにおいては、地域の質的な特徴、文化、自然というものを評価する考えが基底にあり、この地域の共有資産を尊重することが最優先される。そのバランスを崩さない範囲で観光客の受け入れを考えるという基本スタンスがある。この当然の帰結として、サービスの中身自体を決めるのが地域の側にあるだけでなく、価格を決める交渉力も地域の側が持つものとなっている。例えば、先にみたように、鳥羽では、「鳥羽の台所つまみ食いウォーキング」、「無人島シーカヤックツアー」「お魚ごんまい、漁師さんと釣りツアー」など30種類以上の多彩なメニューが提供されているが、「このいずれも漁業者との信頼関係で成り立つもので、料金の設定を含め一般の旅行業者には絶対つくりえない商品だ」と江崎はいう。

また、前節でみたように、地域の魅力を伝え共有することが、学びや学習の形で地域の中に根づいており、その学びや学習は、体験を伴うツーリズムの重要な要素となっている。この学びや学習はまた、外部の者と関わるインターフェイスとして機能する。和東、鳥羽、尾道では、おののお茶源郷コア、漁業との共生コア、商都の歴史・伝統コアなどが地域の魅力として、また、地域の共通財産というような形で地域内に共有されている。だからこそ茶畑景観を乱すような大量集客を

拒否し、磯場の生物を持ちかえられないというような約束事が課される。あるいは尾道の事例であれば、ジェントリフィケーションの進行に伴う移住者などの追い出しを抑制する力が働くのである（望月2018, p.75）。このような仕組みの中にあつて、旅行（観光、ツーリズム）は、この地域の根底にある価値を学び・学習する役割を果たす。そこにおいて、大量集客の拒否や海辺の規制は、訪れる者だけでなくそこに暮らす人にとっても、尊重し守るべきものとなる。その提供されるサービスの企画についても、それが地域の発展にどう結びつくのかという観点から行われている。再び、江崎の言葉を敷衍するなら、例えば、「鳥っこガイドは採算を度外視して作ってあるツアーであり、子供たちとの交流を通じ、訪れる者に漁業と共生する鳥羽の魅力と島々に暮らしの素晴らしさを知ってもらい、その感動を訪問者の様々なチャネルを通じ、未来へ伝えてもらえるように企画している」と指摘する。

このように、これらの地域には茶業や漁業や街並みなど地域の歴史・文化に裏打ちされた地域固有の魅力があり、それを学び・学習することが観光の重要な要素になっている。そして、この地域固有の魅力を守り育てることが、観光のサービスの中身や価格を地域が優位かつ主導的に決める動機づけになっている。さらには、その基となる地域固有の魅力は地域にとっての共通の財産＝コモンスとなっており、これらの要素が合わさつて、「着地型観光」における地域主体性を支えている。ここから得られるインプリケーションは、第1に、「着地型観光」であるなら地域主体のものだと自明視することなく、当該観光において、地域主体性の源泉となるサービスの中身や価格を優位かつ主導的に決める力が地域の側に担保されているかどうか個別に吟味していくべきであるということである。また、第2に、当該「着地型観光」が、地域における共通財産＝コモンスを持続可能なものとして守り育てる役割と機能を果たし

ているかどうか確認することも、「着地型観光」の地域主体性を確保する上で重要な要素になることを示唆するものである。

#### 5. おわりに

近年のICTやIoTの進展は、「着地型観光」の展開において十分な知見やノウハウを有していない地域の担い手に参入しやすい環境を提供しその展開を後押ししている。実際、和東や尾道などの事例は、この10年の間に実施されてきた茶業や空き家再生など観光には馴染みの薄い分野からの取組みでもあった。今後、ICTやIoTがさらに発展し参入しやすい環境が一層充実していくなかで、地域における「着地型観光」への取組みはさらに増え、かつ、様々な地域で実施されてくるようになると思われる。

このような状況にあつて、今回の考察結果は今後の「着地型観光」の展開に一つの手がかりを与えるものである。なぜなら、そこには、地域の側がサービスの中身や価格を優位・主導に決める力を持つことで「着地型観光」における地域主体性が確保され、当該「着地型観光」が地域の共通財産＝コモンスを守り育てる機能を果たすことでその活動が持続可能なものになることが示唆されているからだ。今後の「着地型観光」の展開地域がこのような点に目配りしていくことは、地域の持続的な発展を考える上で有益である。

しかしながら、今回の考察は、第2章第3節の分類の価格の決定も質の決定もいずれも地域主体で行われる「A」に焦点をあてたもので、「着地型観光」の地域主体性を捉え直す上での第一歩を踏み出したにすぎない。事例には、価格の決定のプロセスの一部のみが地域主体の場合もあれば、地域の第三種旅行者や地域限定旅行者が実施する場合もある。また、価格の決定や質の決定について、旅行者に主体が置かれる「B」や「D」の事例もある。本稿ではこれらの考察には至らず、また、近年のICTやIoTの進展

の影響も考察には及んでいない。これら残された課題の検討については後日に期したい。

#### 注

<sup>(1)</sup>和東町の考察は、望月（2017）の一部に加筆修正し記述した。なお、本稿における「茶源郷」とは、和東町長 堀忠雄の造語である（望月2017, p.261）。

<sup>(2)</sup>2017年7月26日、和東町商工会で、事務局長 竹谷保廣、ゆうあんビレッジ代表 山下丈太、おぶぶ茶苑副代表 松本靖治、和茶園代表 植田修に各1時間インタビュー調査した。

なお、おぶぶ茶苑と和茶園の茶畑観光の実績については、おぶぶ茶苑は、副代表 松本靖治の弟の松本裕和から2019年10月30日にメールで、和茶園については、2019年11月1日に植田から電話で聴取して確認した。また、植田からの聴取の際、和東町に地域おこし協力隊として移住した者が、2018年から新たに300人規模の茶畑観光を始めたと知らされた。なお、その形態は植田と同様な内容となっている。

<sup>(3)</sup>表中「産業別就業人口比率」の①は第1次産業を、②は第2次産業を、③は第3次産業をさす。以下、「表-2 鳥羽市の基本指標」、「表-3 尾道市の基本指標」も同様とする。

<sup>(4)</sup>この茶畑観光については2018年から若手に事業承継し、山下自身はワズカナジカンの全国展開を目指し、新会社設立の準備を進めている。2019年10月20日に山下に架電し、このことを確認した。

<sup>(5)</sup>山下はワズカナジカンを「現代社会からの疎開」と表現する。参加者は、3年で63人（外国人1人を含む）。2015～2016年の50人のうち7人が移住し移住率は14%となっている。

<sup>(6)</sup>観光客数は、「鳥羽市平成30年観光統計資料」による入込観光客数であり、日帰り観光客を含む（<https://www.city.toba.mie.jp/kikaku/toukei/13kankou/>



documents/toukei.pdf 2020年1月22日最終閲覧)。

- (7)筆者も2019年10月26日に海島遊民くらぶ主催の「神島っこガイド」ツアーに参加した。また、ツアー終了後、海島遊民くらぶの事務所で江崎に2時間インタビュー調査した。
- (8)これを記事からもう一度確認しておこう。「23歳の時、鳥羽に帰ってきた年と10年後のデータを見ると、10分の1までアワビの漁獲量が減っている。アラメは山から川まで流れてくるミネラルや栄養素で育つが、山が荒れてしまっているのがアワビが減っている原因の一つではないかと言われている」「一次産業衰退する中で…海を守るために海面に面した山々で放置されたウバメガシ等の雑木林や人工林の間伐専門にやる林業を立ち上げてくれた人がいて…山側からも海側からもいい循環を作らなければならないと思っている」「地域の主要な一次産業は昔から漁業で、漁業が盛んだからこそ、それを元に観光が成立してきた。漁業に支えられてきた観光が今度は観光が支えるべきなのに支えられていない」(江崎2012)
- (9)豊田は、「道幅も狭く、見知らぬ人でもすれ違うときに挨拶するほど人同士が近い」まち、「隣の献立や喧嘩の音が分かるほど家も隣接」するまちを「ヒューマンスケールなまち」と尾道の斜面地の特徴を整理している。(街元気:まちづくりと中心市街地活性化の情報サイト:NPO法人空き家再生プロジェクト <https://www.machigenki.go.jp/44/k-1550>を参照し要約した。最終閲覧2020年1月23日)
- (10)2019年5月31日に筆者もこのツアーに参加し、専務理事の新田悟朗の案内で、修復間近の尾道ガウディハウスや松翠園などを見学した。また、新田にインタビュー調査した。
- (11)注5、7、9を参照のこと
- (12)一般に商品の製造・販売のプロセスは、製品 (product)、価格 (price)、販売 (promotion)、流通 (place) の4Pであ

らわされる。しかし、旅行業を生業とする者を除き地域はこの4つの過程において十分な知見やノウハウを有していない。このため、梅津(2011)においても、地域には「掘り起こした資源を着地型観光プログラムへと商品化するための技術的な課題」と「商品化されたプログラムを消費者に届けるマーケティングの壁」があるとされてきた(p.165)。一方、近年のICTやIoTの進展は、4Pの過程において十分な知見やノウハウを有していない地域の担い手に参入しやすい環境を提供しその展開を後押ししている。今回の考察においても、例えば、卸が主であった和東町において、茶源郷の景観に魅せられた20代~30代の若い移住者を中心に、茶畑観光・援農支援、外国人向け茶業研修、新規営農者の支援の取り組みをツアーの形で展開しているのも、これらの者たちがSNSなどを使い、簡単に価格の決定を含めツアーの製造・販売、流通(つまり催行)を自らの手で行うことができているからだ。尾道のゲストハウスにおいても予約サイトが使われているし、海島遊民くらぶもネットを含む多様な販売チャネルを駆使している。この環境の変化は、地域が観光のサービスの中身や価格を容易に決められるよう、地域の主体性の確保に一役買っているのは間違いないであろう。

#### 参考文献

- ・岩井紘伊「NGOが『翻訳』するコミュニティ・ベースド・ツーリズム — インドネシア・バリ島における環境NGOを事例として —」『アジア太平洋研究』No.27、2016年、241~258頁。
- ・江崎貴久「海女さんになりたい?観光から感幸へ 地球が循環するエコツーリズム賞」『コレゾ財団』、2012年、<http://www.corezo.org/home/coreorecipient/2012/ezakikiku2017> 年12月1日アクセス。

- ・江崎貴久「老舗旅館女将が『手作り』エコツアーで鳥羽を変える!」『プレジデントオンライン』2015年10月21日、2015年、<http://president.jp/articles/-/16465> 2017年12月1日アクセス。
- ・江崎貴久「地域を幸せにするエコツアー 離島ブームを超え、人を呼び込む」『月刊事業構想』2016年12月号、2016年、<http://www.prjectdesign.jp/201612/natural-treasure/003278.php> 2017年12月1日アクセス。
- ・尾家建生・金井萬造『これでわかる! 着地型観光 — 地域が主役のツーリズム —』学芸出版社、2008年。
- ・海津ゆりえ「地域主導型観光 — ホストが主役 —」、山下晋司編『観光学キーワード』、有斐閣、2011年、164~165頁。
- ・香川眞編『観光学大事典』木楽舎、2007年。
- ・金井萬造・峯俊智穂「着地型観光手法から地域連携交流事業としての展開へむけた考察 — 地域活性化と観光事業の地域レベルでのDMOの形成 —」『第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集』、2017年、253~256頁。
- ・才原清一郎「観光客視点からの着地型観光の課題の考察」『日本国際観光学会論文集』第22号、2015年、21~27頁。
- ・下島康史「着地型観光の現状と課題」『余暇学研究』Vol.13、2010年、72~81頁。
- ・菅沼明正「着地型観光への取り組みが持つコミュニティ構築機能の社会的考察 — 熊本県水俣市の民間教育旅行機関による体験プログラム開発活動を事例として —」『観光研究』Vol.30(1)、2015年、29~36頁。
- ・高松郷子「観光と平和: コミュニティ・ベースド・ツーリズム (CBT) における主体「コミュニティ」についての考察 — パレスチナの事例から —」『日本国際観光学会論文集』第26号、2019年、117~125頁。
- ・中島智「持続可能な共生社会を目指す観光ビジネス — 地域の人びとが創り、

- 育むツーリズムの諸相—」, 谷口知司編著『観光ビジネス論』ミネルヴァ書房、2010年、167～184頁。
- ・平井純子「着地型観光の現状とその課題—北海道・道東を事例に—」『駿河台大学論叢』第42号、2011年、135～148頁。
  - ・山村高淑・石川美澄「北海道のコミュニティ・ベースド・ツーリズム振興に果たす小規模宿泊施設の役割に関する実証的研究—農山漁村地域の民宿と都市部のゲストハウスとの比較分析—」『助成研究論文集』、2012年、229～248頁。
  - ・真野洋介・片岡八重子『まちのゲストハウス考』学芸出版社、2017年。
  - ・望月徹「和束町を茶源郷へ導く新たな潮流について—若い移住者による和束町変容のメカニズム—」『第32回日本観光研究学会学術論文集（2017年12月）』2017年、261～264頁。
  - ・望月徹「尾道中心市街地への若い移住者集積のメカニズム—商都850年の歴史・伝統・文化を継承するヒューマンスケールのまちづくり」『日本国際観光学会論文集』第25号、2018年、69～84頁。
  - ・森重昌之「地域づくりの基盤となる自律的観光とその公共性」『日本計画行政学会第31回全国大会研究報告論文集』、2008年、149～152頁。
  - ・森重昌之「着地型観光による地域づくりに必要な地域の条件」『北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集』第5号、2009年a、103～111頁。
  - ・森重昌之「地域主導の観光を通じた『より開かれた共同体』の形成」『国際広報メディア観光ジャーナル』、2009年b、pp.49～65頁。
  - ・森重昌之「観光を通じた地域コミュニティの活性化の可能性」『観光創造研究』第5号、2009年c、pp.1～20頁。
  - ・安富恵美子『「観光まちづくり」再考—内発的観光の展開に向けて—』古今書院、2016年。
  - ・米田晶「着地型研究の現状と課題」『経営戦略研究』Vol.9、2015年、21～32頁。
  - ・Hardin, G., "The tragedy of the commons" Science.Vol.1, 1968, pp.1243-1248.
  - ・Ostrom, E. Governing the commons : The evolution of institutions for collective action. Cambridge University Press, 1990.

【本稿は所定の査読制度による審査を経たものである。】