

3. 10 屋久島

3.10-1 屋久島の地理と概要

屋久島町の概要を表-3.10, 周辺地図を図-3.30 に示した.

表-3.10 : 屋久島町の概要

管轄する自治体	鹿児島県屋久島町		
面積	541.00 km ²	人口	13761 人
交通	屋久島空港、宮之浦港、安房港		
観光資源	西部林道、永田灯台、宮之浦岳、滝(トローキの滝、千尋の滝、大川の滝)、杉(紀元杉、縄文杉、ウィルソン株)、海水浴場(一湊、春田浜、栗生、永田いなか浜)、温泉(湯泊、平内、尾之間)、白谷雲水峡、ヤクスギランド、屋久島野生植物園、屋久島総合自然公園、屋久島環境文化村センター		
イベント	宮之浦春祭り・屋久島海祭り(4月)、志戸子ガジュマル祭り・楠川城祭り・超自然 屋久島 ツーデーマーチ(5月)、一湊浜祭り・平内海中温泉祭り・海水浴場開き・やくしま夏祭り(7月)・屋久島ご神山祭り(8月)・やくしま森祭り(10月)・吉田まんてん祭り・楠川山芋まつり(11月)・屋久島愛子まつり・益救神太鼓年越祭(12月)		
特産品	ぼんかん、たんかん、山芋、パッションフルーツ、マンゴー、首折れサバ、飛び魚		
日本一	アカウミガメ上陸・産卵数、日本初の世界自然遺産(白神山地と同時に登録)		

※出典：東洋経済、『都市データパック 2010年版』, 2010 の内容を抜粋・再編集して作成



図-3.30 : 屋久島の周辺地図

屋久島は、羽田空港から鹿児島空港まで航空機で約 2 時間、鹿児島空港から鹿児島南埠頭までバスで約 1 時間、鹿児島南埠頭から屋久島宮之浦港まで高速船で約 1 時間 45 分(種子島を經由しない場合)かかり、交通機関を用いた移動時間だけでも 5 時間近くかかる。さらに、屋久島の象徴となっている縄文杉には荒川登山口から徒歩で片道 5 時間かかる。

屋久島観光協会提供の資料によれば、屋久島は 1400 万年ほど前に花崗岩が隆起して誕生したとされ、周囲 130km、面積 500 km²、最高点 1936m (宮之浦岳：九州最高峰) であり、日本最南端の積雪地となっている。こうした地形から洋上のアルプスと呼ばれる。また、年間雨量が多く(平地：4500mm、山地 7500mm)、「一ヶ月に 35 日雨が降る」と表現される。豊富な自然が残り、面積の 90%が森林、40%が国立公園、20%が世界自然遺産(1993 年登録)となっている。世界遺産の選定基準を満たしている要件としては、

① 日本の固有植物で、自然景観の重要な要素であるスギのすぐれた育成値である

② 東アジアに南から北の植物へ、連続的に変化する植生が見られる(垂直分布)が挙げられ、植生帯の中で原生状態の照葉樹林が世界最大規模との評価を受けている。なお、屋久島を象徴する巨木は利用に不適として切り残された異形の屋久杉である。屋久杉は栄養の乏しい花崗岩の地質と、豊富な雨水によって時間をかけて成長する。このため、緻密で樹脂の多い樹体となり、腐りにくく長生きをするものと考えられている。

屋久島では、杉以外にも、世界有数のアカウミガメとアオウミガメの産卵地域として知られる永田いなか浜(2005 年ラムサール条約登録)、映画「もののけ姫」のモデルとして知られる白谷雲水峡、千尋の滝や大川の滝など多様な資源を保有しており、それらを活用したエコツアーも盛んである。また、環境学習のための施設も多い。



写真-3.42 登山道(トロッコ軌道)



写真-3.43 縄文杉



写真-3.44 大川の滝



写真-3.45 ウィルソン株

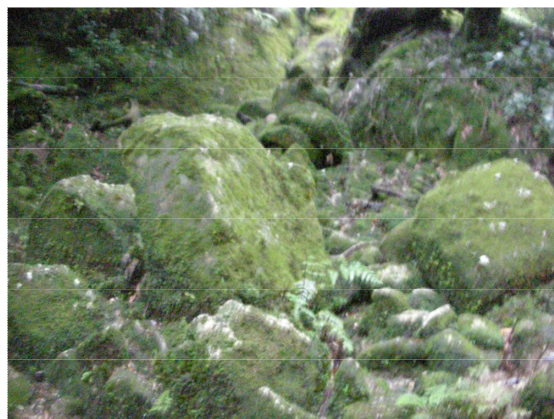


写真-3.46 白谷雲水峽



写真-3.47 永田いなか浜



写真-3.48 高速船トッピー (宮之浦港)

3.10-2 調査方法

調査は文献調査，ヒアリング調査，聞き取り調査を実施した。文献調査では，屋久島町商工観光課，屋久島観光協会，屋久島環境文化財団，YNAC(屋久島のエコツアー会社)から資料提供の協力を得た。また，屋久島における環境・観光施策の把握のため，坂井宏光「日本の世界遺産における環境保全型観光産業の発展と課題」を参考にした。また歴史の把握のため山本秀雄編『屋久島歴史小年表』を参考にした。

ヒアリング調査，聞き取り調査は2010年12月2日(木)から12月5日(日)の現地調査の際に行った。屋久島観光文化村センター，観光協会事務局，YNAC事務所等でヒアリングを行った。また，屋久島世界遺産センターでも，聞き取り調査を実施した。

3.10-3 屋久島ブランドの変遷

屋久島ブランドを取巻く出来事と観光客数の推移を図-3.31に示した。

屋久島は，1950年頃から小説に登場するようになり，天然記念物指定や名数選の選出を受けるようになった。しかし，1964年の霧島屋久国立公園指定後も，その立地から観光客が急増することはなかった。

その後，1989年に高速船トッピーが就航したことを契機に観光客が急増を始め，1993年の世界自然遺産登録を契機に，数々の名数選への選出，NHKドラマ「まんてん」の撮影，映画「もののけ姫」のモデル(白谷雲水峡)や「十五才 学校IV」，「余命一ヶ月の花嫁」のロケ，ラムサール条約登録など，様々な形で注目を集めるようになり，入込客数も増加を続けた。高速船の値下げ競争も重なり，2007年の入込客数は40万人を超えた。

2008年には入込客数が減少に転じた。これは高速船の値上げによる影響が大きい。2009年には入込客数が前年比で5.8万人減少した。原因は，台風14号の影響で航路上に大量の流木が漂流したことにある。9月10日から20日までの10日間，高速船が欠航し，屋久島への観光が困難となった。また，前年のNHK大河ドラマ「篤姫」の影響で，鹿児島県内における観光客の目的地が指宿方面にシフトしたことも一因であるとされている。屋久島としては，2009年の観光客減少に関してそれほど危機感を持っていなかった。反対に，2009年にミシュラングリーンガイドで三ツ星を獲得して以降，外国人旅行客も増加しており，海外メディアへの露出も増えたことへの期待感が大きい状況にある。

世界遺産登録以降，屋久島世界遺産センター，屋久島環境文化村センター，屋久島環境文化センター，屋久島うみがめ館など，環境学習を目的とする施設の竣工が目立つ。また，屋久島では，鹿児島県の環境文化村構想によりエコツーリズムの推進が掲げられており，1989年の屋久島ガイド協会設立や1993年のYNAC設立を契機に，それまで個人単位で行って来たガイドを，企業として実施する団体が登場した。個人単位でガイドをする場合も含め，料金設定やツアー客とのトラブル対策を進めるため，ルールづくりが必要とされた。このことから，2004年にはエコツーリズム推進協議会が発足し，ガイドの質の向上に努めている。

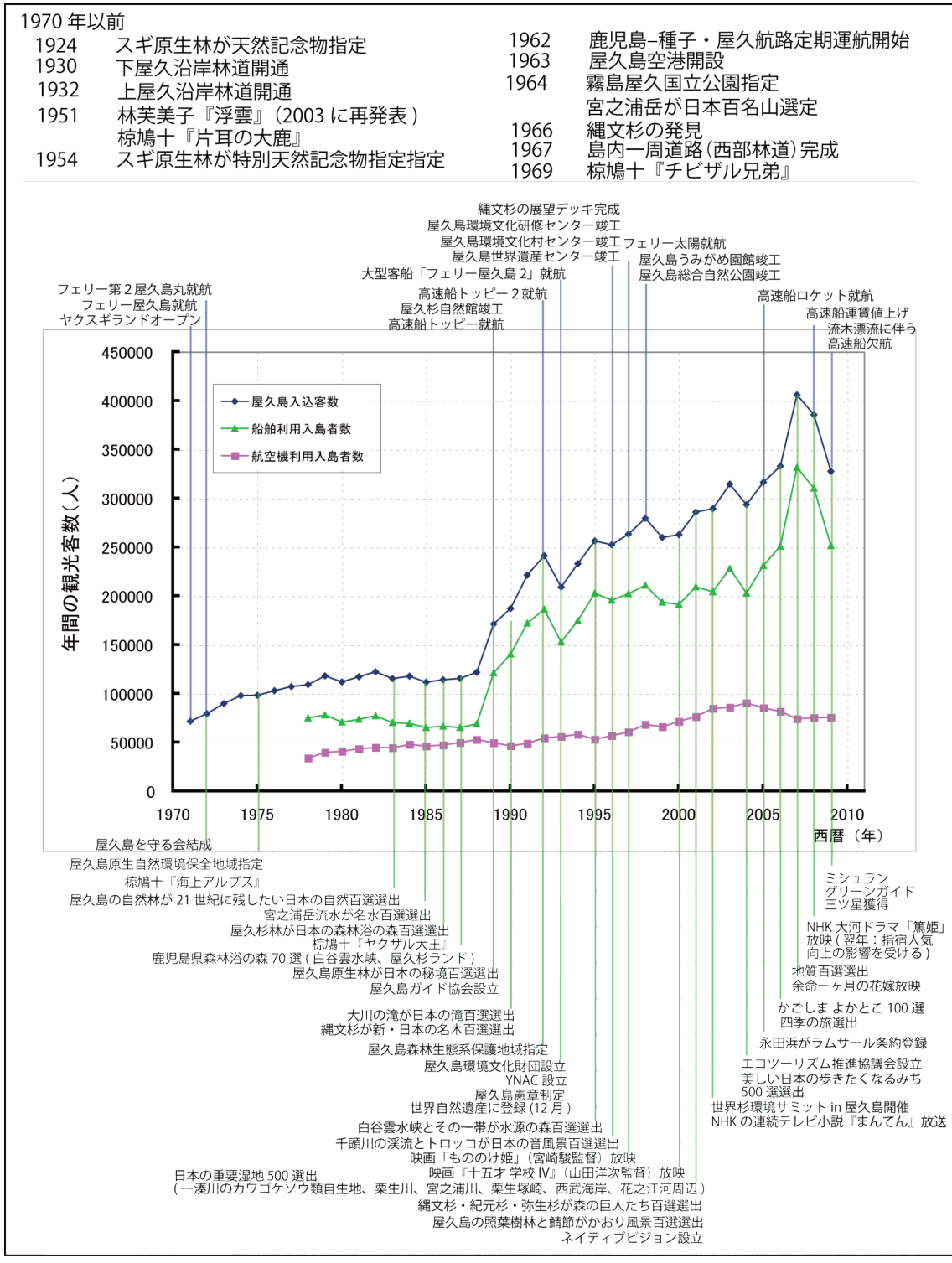


図-3.31 屋久島ブランドを取巻く出来事と観光客数の推移

3.10-4 屋久島のイメージ認知／保全プロセス

屋久島のイメージを認知・強化させた社会・潜在的要素とその構造を図-3.32に示した。

屋久島は林業により繁栄した過去を持つ。屋久聖人と呼ばれる泊如竹が初めて屋久杉を切り出し、島の経済を潤して以来、耕地の少ない屋久島では、屋久杉を年貢として納め、生業としていた。

1950年代中頃からは、伐採機器の進歩・普及により、山林伐採が加速していった。島内における資源枯渇への危機感は薄く、柴鐵生氏ⁱⁱⁱ⁻⁵が運動を起こすまでは、無秩序な伐採が続いた。柴鐵生氏の屋久杉を守る運動が始まった後も、林業従事者（生活を守る会）との意見の衝突が生じた。しかし、その間にも無秩序な伐採による杉の減少は続き、林業従事者の作業量や人員も減り、林業自体が衰退していく状況にあった。

こうした背景から、徐々に資源（屋久杉）を保護する方向に意見がまとまっていく。最終的には伐採禁止の決定を下した。そして、保存をしながら林地を活用するとともに、林業に替わる新たな産業創出の必要性が生じた。屋久島の地面は花崗岩であり、農業には不適であったことから、林地の観光利用を模索した。屋久島町商工観光課提供の資料によれば、“屋久島の貴重な自然資源を基本資産としてこの資産を高めながら利活用することにより、住民生活水準の引き上げを行う”という目標・方針は、合併前の旧上屋久町と旧屋久町の両者ともに共通であり、1990年旧上屋久町は「林地活用計画」（イメージコンセプト：スーパーネイチャー屋久島）、旧屋久町は「屋久杉の里構想」を策定した。

これを受けて、同年、鹿児島県は、環境文化村構想を発表した。この構想を準備する主体であった環境文化懇談会には、研究者や専門家が在籍し、ここで初めて“屋久島の世界遺産登録”という概念が生まれた。また、環境文化村構想では、エコツアーの推進や屋久島を環境学習や研究の場として活用することが掲げられており、現在の屋久島観光に影響を与えた。

1993年、屋久島は世界自然遺産に登録された。結果、屋久島は世界自然遺産の島として認知されるようになった。1989年の高速船トッピーの就航により屋久島へのアクセスが容易になったこともあり、以降、観光客数は右肩上がりに増加することになる。民宿や土産屋は増加し、島経済への波及効果は大きかった。また、

しかし、世界遺産の登録に伴う観光客の急増は、問題も発生させた。具体的には、

- ① 登山道の崩壊・屋久杉の根の踏み荒らし
- ② 交通問題
- ③ し尿問題（古い山小屋トイレのし尿処理能力を超える登山者数）
- ④ ゴミ問題
- ⑤ ガイドとのトラブル

などが挙げられる。

登山道の崩壊や屋久杉の根の踏み荒らしは、登山道や展望デッキを整備することで対応した。これにより、観光客は歩きやすく、かつ経路を限定することで、杉や植生への影響を抑えた。また縄文杉に関しては、土壌改良工を実施し、登山者が急増する前の状態への回復を試みている。

交通問題やし尿問題対策としては、利用調整を行っている。3月から11月は荒川登山口までのマイカー規制が実施される他、入山規制（縄文杉登山の予約制）も検討されている。

ⁱⁱⁱ⁻⁵ 柴鐵生氏は上屋久町の議会議員も務めた屋久杉の原生林保護の中心人物。屋久島出身で屋久杉の原生林保護を目指して1970年に帰郷するまでは東京で生活をしていた。

最盛期には縄文杉登山に訪れる観光客は 1000 人/日を超える。長時間の登山という性質上、観光客が出發・到着する時間帯も重複するため、片道 5 時間をかけても縄文杉の前にいられるのは一瞬であり、立ち止まることも困難となる。このため、入山規制は観光客にとってもメリットとなる。しかしながら、入山規制の具体的人数を環境省が 400 人/日程度までと提示する一方で、観光協会は 600+200 人/日までを希望している。観光協会はホテルや旅館への配慮をしていると言う一方、実質的に制限がない数字として認識している。環境省も観光協会も、入山規制が必要という認識は一致しており、今後は段階的に導入していく方針であるという。

また、ゴミ問題はガイドによる教育・監視、マナービデオ・冊子により、効果が出ている。ゴミやし尿の持ち帰りも定着した。

ガイドとのトラブルに関しては、2004 年にエコツーリズム推進協議会が設立され、ガイドのルールづくりや定期講習、登録、公表、認定制度の検討が行われてきた。また、2008 年 4 月にエコツーリズム推進法が制定されたことに伴い、「屋久島エコツーリズム推進全体構想」の策定に向けて地元の共通ルール作りに向けた協議が行われている。

し尿の処理や登山道の整備などには、コストがかかる。雇用創出の観点から、し尿の処理は人力で行われており、年間 800 万円かかるという。こうした費用は、山岳部保全募金によって補填されている。また島内各所では、協力金も募っている。しかし、観光客にとっては、実質的に“入場料”となっているのが現状で、割高感もある。そこで、これらを一括した「入島税」として徴収できないか模索している。しかしながら、入島税とする場合には、法律上鹿児島等に出かける屋久島住民からも徴収する必要があり、問題がある。そこで、特区制度の活用を視野に、現在住民以外を対象とする入島税の検討が現在でも続いている。

また、1966 年には縄文杉が発見されているが、当時屋久島を訪れる観光客は年間 5 万人程度であった。さらなる観光振興を実現するため、島側としては、鹿や猿を観光資源化する動きもあった。元々、森林の伐採により、人里近くまで活動域を移動させていた鹿や猿を、餌場を少しずつずらすことで林道近くまで誘導した。鹿に関しては保護獣に指定した。しかしながら、観光客の増加で鹿と猿は人に慣れ、住宅地や田畑での獣害引き起こした。電気策、看板、ネットの設置などの対策を講じているが、動物の学習等もあり、獣害は無くなっていない。また、鹿を保護獣に指定したことで、狩猟のための手続きが煩雑になってしまったことから、現在でも増加を続けている。世界遺産のエリアでは、固有種を含む植生への食害も発生し、生態系や地形の変化が懸念されている。

こうした問題を抱える一方、観光振興という意味では、世界遺産登録以降、これといった働きかけをしていないにも関わらず、多くの名選数への選出、ミシュラングリーンガイドの三ツ星獲得、映画のモデルやロケ地、テレビの特集ロケやパワースポットブームなどが相次ぎ、現在では海外も含めて、屋久島の認知度は向上している。

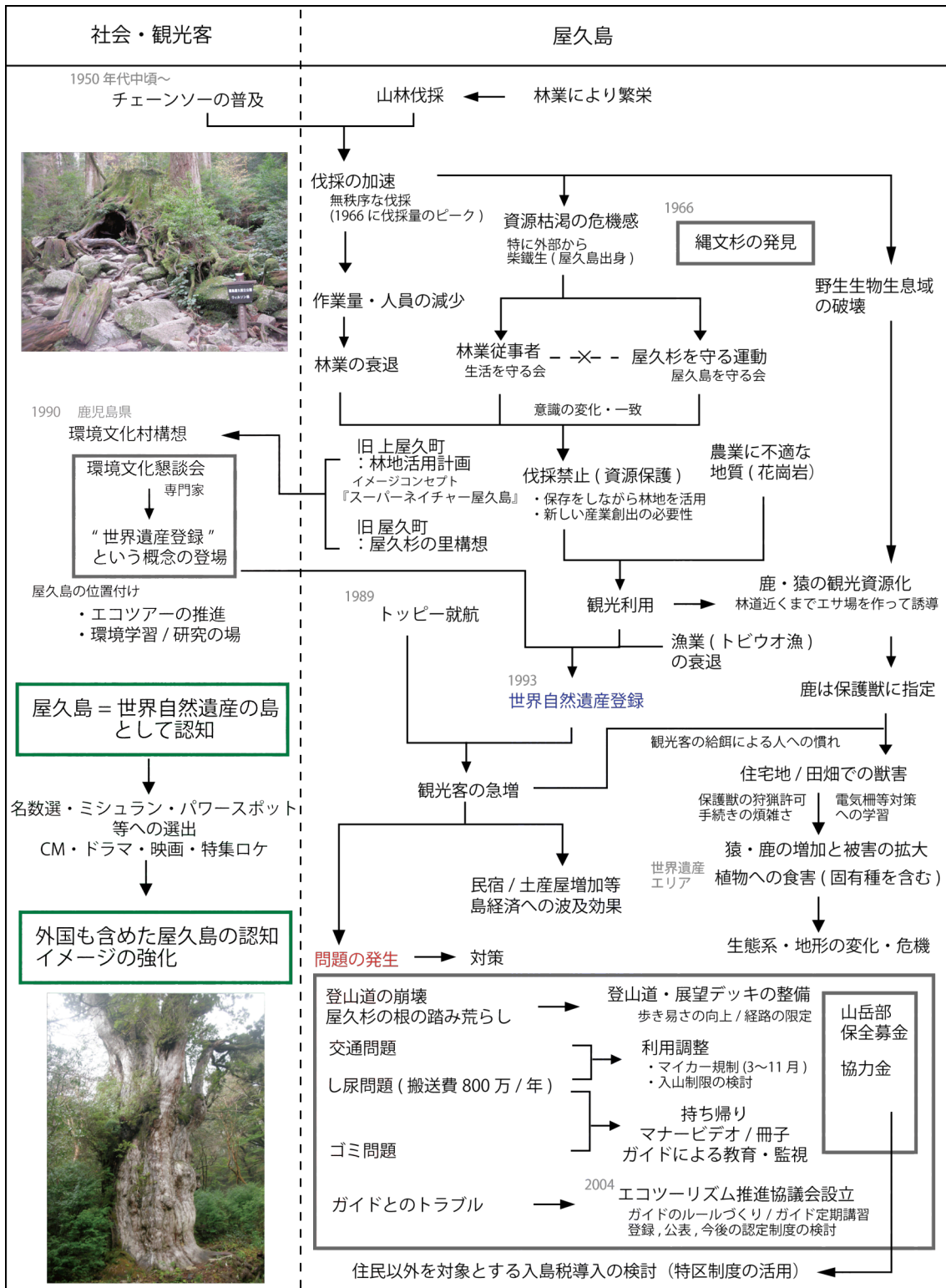


図-3.32 屋久島のイメージを認知・強化させた社会・潜在的要素とその構造

3.10-5 屋久島における環境と観光の位置付け

屋久島と他の観光都市との相違点として、環境と観光の優先順位にある。現在、世界遺産登録という観光振興の意味合いが強くなりつつあり、屋久島としても、その効果を期待しつつ、世界自然遺産登録と同年の93年7月に住民総意のもとに屋久島憲章（環境先進地域になることを目標とした憲章）を定めるなど、観光客が急増する以前から環境・資源を保全していこうとする姿勢を示していた。そして、環境文化村構想では、エコツーリズムの推進を掲げるなど、観光客の急増に伴う諸問題の発生を、見かけ上、予測していたかたちになっている。これは、屋久島が観光振興に動き出すきっかけとして、無秩序な山林伐採から自然保護運動が発生した経緯が関係する。屋久島の場合、自然資源を守るという共通認識・大前提のもと、島民の経済・産業を振興するためにはどうすべきかという課題を突きつけられた。すなわち、環境保全を果たすために林業から観光への移行がなされた。これは観光振興を続けるために環境保全に取り組む他の観光都市とは順序が逆であり、屋久島の住民、行政、企業の環境意識は非常に高い。このことは、屋久島において先進的な環境施策が、観光振興とは無関係な形で数多く実施されていることから伺える。屋久島における環境施策を以下に示す。

表-3.11 屋久島における環境施策の一例

施策の種類	屋久島での施策例		
環境・資源の保護施策	世界自然遺産登録	国立公園指定	森林生態系保護地域指定
	ラムサール条約登録	天然記念物指定	原生自然環境保全地域指定
環境負荷の低減施策	ゼロ・エミッション構想 廃棄物のリサイクルシステム構築 電気自動車の導入 水素ステーションプロジェクト		
	マイカー規制	バイオマストイレの設置	木道・展望デッキの設置
環境改善対策	猿害・鹿害対策	環境美化運動	募金・協力金
	電気柵 ネット 狩猟 看板		
環境計画・行動規範	屋久島憲章	屋久島環境文化村構想	環境基本計画
	環境基本条例		
教育・啓蒙活動	学校教育活動	環境教育施設の設置	研究活動
	マナービデオ・冊子	屋久島高校環境コースの設置	エコツアー

※出典：坂井宏光、「日本の世界遺産における環境保全型観光産業の発展と課題－屋久島の世界自然遺産を中心として－」，2008，p.74を参考に加筆して作成

屋久島の場合、世界遺産登録に伴う観光客の増加を契機に民宿を始める島民は増えた。しかし、かつては11月から2月、現在でも1月から3月がシーズンオフであることから、リゾートホテル等の宿泊施設が急増し、乱開発状態になることはなかった。このため、景観条例など街並を保全するような施策は制定されていない。しかし、島嶼の特性上、物資や資源の収支が分析しやすいというメリットがあり、ゼロ・エミッション構想等、先進的な環境保全の取組みが実施されている。

また、屋久島観光協会の組織図を図-3.33に示す。

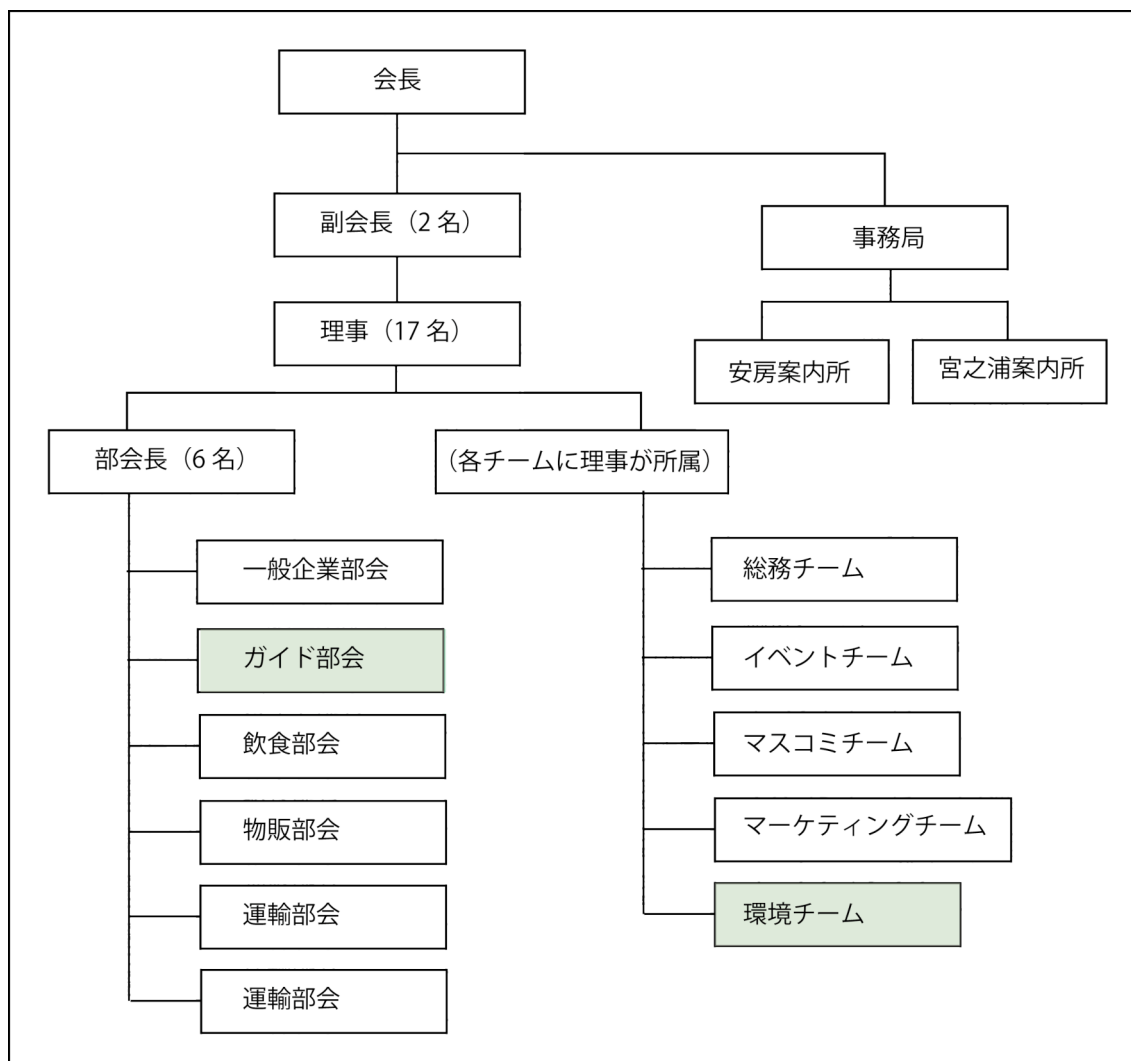


図-3.33 屋久島観光協会の組織図

屋久島のエコツアーの現場の声を反映させるため、ガイド部会が設置されている。また、観光協会内に環境チームが存在することからも、屋久島の環境意識の高さが伺える。

3.10-6 屋久島の民間企業による新資源（エコツアー）の発見と展開

屋久島には約 200 人のガイドがおり、個人によるもの以外に、ネイティブビジョン、屋久島ガイド協会、屋久島野外活動総合センター（YNAC）の 3 社が企業としてエコツアーを主催している。

ヒアリング対象とした YNAC は、中心メンバーの 3 名はいずれも島外出身者である。社長の松本氏は元々ダイビングショップをしていて 87 年から、市川氏は元々環境省のレンジャーで 88 年から、小原氏は元々山岳ガイドをしていて 87 年から YNAC の一員として活動している。すなわち、世界遺産登録よりも早くからエコツアーを行っている。

80 年代後半には、日本にエコツアーの概念はなく、YNAC は屋久島に初めてカヌーを持ち込むなど民間企業としては日本の先駆的立場といえる。屋久島環境文化村財団のマスタートープランにエコツアーの推進が掲げられていたこともあり、既に屋久島で活動をしていた YNAC はモデルケースの作成を依頼された。結果、自然と共生する新しい観光として新聞（共同通信社）に掲載されるなど、注目を集めた。ただし、当時は、屋久島ですら“何も無い”と言われており、水質の優れた川も活用されていなかった。カヌーをしていると、住民は「島民の水源で何をやっているのか」という批判的な反応だったという。それに対し、YNAC は、地元のカヌー体験会を開催した。そこに島民の子供達が参加することで、少しずつ“市民権”を獲得してきた。屋久島におけるカヌー遊びを発想したことから地域に産業が生まれ、地元の人もカヌー営業を始めた。松本氏曰く、一番の資源（縄文杉）を活用する必要はなく、工夫して繋げることで資源じゃないものが資源になったという。

主催者側の実感として、当初のエコツアーは堅苦しいイメージだったものの、そのイメージも少しずつ緩和されてきているという。基本的には自然の中で楽しく過ごしてもらえるようにして、危険に対しては理由を含めて話すようにすることで、自然への理解も進めてもらう方針をとっている。先頭を歩くガイドがゴミを拾えば、観光客はゴミを捨てないし、コケの知識があれば踏まない。また、エコツアーには少人数を対象にガイドするため、監視効果もある。

今後の YNAC を含むエコツアー会社の課題として、松本氏は以下の事柄を指摘した。

① ガイドの質の向上

: 悪い評判がインターネットに流れるとガイドは使ってもらえない。ガイド同士の交流で、向上心を持つことが重要。

② エコツアー自体が目的となっていけるか

: 屋久島ではまだ“おまけ”的な立場。海外では、エコツアーを実施する地域を廻る、エコツーリストが存在する。日本ならば知床や小笠原諸島と連携してみるのも良い。

③ 満足度も高さを価値にできるか

: 薄利多売だと、最終的に屋久島が飽きられてしまう。

④ 白タク問題

: ガイドは車に乗せて現場まで送迎する行為は本来禁止されている。しかし、これが厳密に禁止されると、エコツアーの実施が厳しくなる。規制緩和などの対応を求めていく必要がある。

⑤ 地元ガイドの育成

: 現役ガイドの次のステップとして、屋久島高校において地元ガイド育成に協力する必要がある。

ガイドの質の向上に対しては、先述したように、エコツーリズム推進協議会が設立され、ルールづくりや定期講習、登録、公表、認定制度の検討が行われている状況にある。

3. 1 1 小結

3章では、10ヶ所の観光地についてケーススタディを行い、ブランドの変遷と、イメージ認知/保全プロセスについてまとめた。それぞれの観光地について、イメージの認知や強化のきっかけ、資源の危機・問題、主な対策・対応、その他観光地としての状況を一覧にして表-3.12に示す。

表-3.12 事例のまとめ

観光地名	イメージ認知・強化のきっかけ	資源の危機・問題	主な対策・対応 (問題発生前からの取組みも含む)	観光客推移の形 / 最盛年 現在の状況 / その他
白骨温泉	・ 秘湯ブーム (朝日新聞) ・ 温泉偽装問題	・ 白濁温泉の枯渇 ・ 温泉偽装問題	・ 内湯巡り ・ 温泉表示認定制度	・ 山型 / 2000年 ・ 転換・過渡期
柳川	・ 映画「からたちの花」 ・ 北原白秋「大柳川都市計画論」 ・ 映画「柳川堀割物語」	・ 堀割の水質悪化 ・ 堀割埋立て計画	・ 水路美化 / 清掃活動 ・ 市職員による啓蒙活動	・ 増加継続型 / 2004年 ・ 繁栄期
二セコ山系	・ 豪州でのネット口コミ ・ 外国人観光客の急増 ・ 地価上昇率日本一	・ 乱開発 ・ 円高 (観光客減少の懸念)	・ 準都市計画区域の設定 ・ 大規模リゾート開発 ・ 母国語によるケア	・ 増加継続型 (内訳変化) / 1990年 ・ 成長期
伊香保温泉	・ 温泉都市計画 (石段街の形成) ・ 石段の延伸 ・ 「黄金の湯」・「子宝の湯」	・ 温泉使用の利権問題 ・ 低価値 / 循環湯の「天然温泉」表示	・ 白銀の湯の発見と利用 ※ 黄金の湯に比べて低価値 ・ 証明書の発行	・ 山型 / 1991年 ・ 転換・過渡期
摩周湖	・ 透明度世界一 (1931年での記録) ・ 布施明「霧の摩周湖」	・ 透明度の低下	・ マイカー規制 ※ 無根拠とする批判。 ・ ていかがえこまち協議会	・ 山型 / 1991年 ・ 衰退期 / 中国における道東ブーム
尾瀬	・ NHK ラジオ「夏の思い出」 ・ 木道敷設 ・ 自然保護運動の発祥 / CSR	・ 水力発電ダム計画 ・ 道路建設問題 ・ ブームに伴う裸地化	・ 複線木道の敷設 ・ マイカー・バス通行規制 ・ 自然保護運動 / 募金 / 登録	・ 複数山型 / 1996年 ・ 成長期 ※ 2009年は減少
足尾銅山	・ 足尾銅山鉱毒事件	・ 鉱毒のイメージ ・ リピーター獲得の失敗と観光客の継続的減少	・ 環境教育施設の設置 ・ 世界遺産登録の模索 ・ 史跡指定 / 名数選等	・ 衰退持続型 / 1984年 ・ 衰退期 / 足尾銅山観光は1980年にオープン
鳥取砂丘	・ 砂丘保存運動 ・ 天然記念物 / 国立公園指定	・ 農業利用 / 砂防目的の植林 ・ 雑草繁茂と煩雑な除草手続き ・ 上記に伴う砂停滞・景観変化	・ 天然記念物 / 国立公園指定 ・ 保安林解除 / 伐採 ・ 除草作業	・ 複数山型 / 1972年 ・ 転換・過渡期
琴引浜	・ 三輪茂雄氏の訪問 ・ 町や国の文化財指定 / 名数選 ・ 事故や保護活動のメディア報道	・ 重油流出事故 ・ リゾート開発計画 ・ 草 / 廃棄物 / 灰による汚染	・ 鳴き砂を守る会の活動 ・ 禁煙ビーチ化 ・ 名勝 / 天然記念物指定	・ 複数山型 / 1990年 ・ 衰退期 ※ 近年は衰退傾向が鈍く
屋久島	・ 縄文杉の発見 ・ 屋久島環境文化村構想 ・ 世界自然遺産登録	・ し尿 / ゴミ問題 ・ 屋久杉の根の踏み荒らし ・ 猿 / 鹿害	・ エコツーリズム / 環境学習 ・ 利用調整 / デッキ等の整備 ・ 各種登録 / 指定 / 募金	・ 増加継続型 / 2007年 ・ 転換・過渡期 ※ 現在の減少は一時的という見方

また、観光客数の増減が生じる要因を抽出すると、以下のように分類できる。

- ① 気候的要因 : 気温, 天候, 天候の交通機関への影響等
- ② 基盤的要因 : 新しい交通手段の整備, 施設整備, 料金改定等
- ③ 社会経済的要因 : 景気, ブーム, 風評等
- ④ 資源・環境的要因 : 資源・環境の質変化, 新資源の発掘, 環境対策 (利用規制) 等
- ⑤ ブランド的要因

a) 「冠」ブランドの獲得

: 名数選選出, 世界遺産登録, ラムサール条約登録, 国立公園指定, 文化財登録等

b) 「注目」ブランドの獲得

: ドラマ, 映画, ニュース, 地域活動, イベント, 楽曲, 文学, 歴史・産業, 記録, CSR, インターネット等

これらは、相互に影響を及ぼし、それぞれが時系列に沿って変化する。これらの要因による観光客数の変化の大小や期間は、個別の事例により異なる。

観光振興と資源保全の両立は、自然環境に依存した資源を有する観光都市において、共通の課題となっている。資源の保全に向けた対応・対策は様々であり、規制や計画を立案する例が多く観察された。環境保全に向けた施策の中には、世界遺産登録に代表されるように、地域のブランド向上や観光客誘致に併せて寄与するものも多い (詳細は5章)。

第4章

観光都市における イメージ認知・保全プロセスの 比較とモデル化

- 4. 1 観光都市のイメージ認知・保全プロセスモデル
- 4. 2 観光都市の分類に基づく傾向分析
- 4. 3 小結

4. 1 観光都市のイメージ認知・保全プロセスモデル

4.1-1 モデル化に向けた観光都市の時期区分とトピックの一覧化

観光都市が観光都市として成立した時期や速度はそれぞれ異なる。従って、観光都市のイメージ構築及び保全のプロセスをモデル化するためのステップとして、各観光都市の状況と出来事・施策・活動の対応を検証する必要がある。観光入込客数の推移は、3章のケーススタディにおいてそれぞれ示した。しかし、観光客の増減を年単位で見た場合、アクシデントや統計手法の変化といった観光都市のブランド力以外の理由によって増減する年がある。そこで本項では、2章で定義した観光都市の時期区分（創成期、成長期、繁栄期、衰退期、転換・過渡期）をもとに、観光都市の置かれた状況を時期として捉え、そこでのようなトピック（出来事・施策・活動）が生じたのかを観察する。

観光都市の時期区分とそこでのトピックを図-4.1に示した。図-4.1における凡例を以下に示す。

（1）時期区分

- ・ 創成期 : 水色
- ・ 成長期 : 青色
- ・ 繁栄期 : 紫色
- ・ 衰退期 : 赤色
- ・ 転換・過渡期 : 黄緑色
- ・ 最盛年 : 青丸

なお、統計データを取り始めた年次は観光都市によって大きく異なる。観光都市によっては、統計を取っている範囲では創成期を確認できない場合もある。この場合、統計データのない年の時期区分はせず、データなし(ND)と入力した。一方、データがある範囲で創成期が観察できる観光都市については、データを取り始める以前も創成期であったと推測されるため、水色で示し、合わせてデータなし(ND)の期間を入力した。

（2）トピックの種類

- ・ 出来事・イベント : 黒色
- ・ 危機・問題 : 赤色
- ・ 開発・交通基盤 : 黄色
- ・ ブランディング : 水色
- ・ 民間・市民活動 : 緑色
- ・ 公的施策 : 青色

図表内に記入するトピックの種類については、全て地域の観光及び環境に影響すると推測されるもののみを抽出し、それぞれ、上記の色の文字で入力した。

（3）トピックの連続性

ブームや連続的な開発等、入込客数の推移に大きな影響のあるものについては点線で示した。ただし、国立公園の指定など、一度指定されれば半永久的にその価値を持つトピックである場合は点線とはせず、▲マークで示した。また、団体の設立、社会基盤の整備についても、その初年度に▲マークで示した。単年のトピックについては、●マークで示した。なお、図表では1954年以前は観察範囲としていないが、それ以前のトピックで重要な

もののうち，国立公園指定等，継続的に地域観光に影響を及ぼすものは▷マーク，記録など単年のトピックについては○マークでそれぞれ示した。

4.1-2 傾向分析

統計開始以来、入込客数がほぼ右肩上がりの柳川と屋久島、右肩下がりの足尾銅山以外の観光都市は、全ての時期区分を経験しているといえる。

以下、地域の観光資源に関わる、危機・問題、開発・基盤整備、ブランディング、民間市民活動、公的施策について、年代及び観光都市の時期区分と対応して見た場合の特徴を述べていくとともに、図-4.2に示した。

なお、一部トピックは、ブランディング、市民活動、公的施策のうち2つ以上の性質を持ち合わせたものがある。この場合、例えば国立公園指定などは、ブランディングと公的施策の両方において考慮し、分析を行うこととする。

(1) 危機・問題について

実施される対策を基準に、観光都市の抱える危機・問題を分類すると、以下の3パターンに大別できる。

- ① **【断続的問題】** 観光都市として成立する以前から今日に至るまで断続的に存在していた問題
a) 柳川堀割の水質汚濁, b) 摩周湖：透明度の低下, c) 鳥取砂丘：雑草の繁茂
：時期区分に関係なく常に生じている問題。
- ② **【突発的問題】** 偶発的な事故、あるいは突然浮上した開発計画によって生じる問題
a) 柳川：堀割埋立ての動き, b) 尾瀬：ダム問題、道路建設問題,
c) 琴引浜：重油流出事故・リゾート開発計画・廃棄物漂着
：発生時期の法則性が観察されない問題。
- ③ **【オーバーユース的問題】** 観光資源のオーバーユース、または観光客の需要を満たそうとする中で生じる問題
a) 白骨温泉：白濁の薄化・入浴剤使用, b) ニセコ：乱開発,
c) 伊香保温泉：温泉の表示問題（温泉の利権）, d) 尾瀬：踏み荒らし・裸地化
e) 屋久島：踏み荒らし、し尿・ごみ問題、ガイド問題
：観光都市としてのキャパシティが低い段階である創成期や成長期、及び資源不足が露呈する衰退期に生じる問題。

(2) 開発・基盤整備について

外部からのアクセスを可能にする交通基盤は創成期の中に整備を終える。また、成長期から最盛期までの間は、大都市圏からの基幹交通が整備されるとともに、観光都市内部の施設（スキー場、テーマパーク、公共浴場、宿泊施設、等）が次々に整備され、観光都市としてのキャパシティが上昇していく。遊歩道等、観光都市内部の基盤整備もこの時期に進む。衰退期以降は、社会基盤の整備はほとんど見られず、環境・文化をテーマにした情報施設の竣工が目立つ。

(3) ブランディングについて

全体として、1960年代から1980年代には法的に資源の価値を認めるような「指定」や、観光客が行き先を決める基準となるような名数選等の「選出」は少ない。また、ブランディングの内容も変化しており、国立公園指定や天然記念物指定が年代的に早い段階で指定

されている一方、百選関係は90年代以降に集中している。

時期区分ごとに見てみると、国立公園や天然記念物は観光都市の創成期に指定されている。百選関係は観光都市の最盛年を過ぎた後に選出されている。映画、テレビドラマ、楽曲、イベント等（以後、注目ブランドと呼ぶ）は、観光都市によりタイミングはまちまちであるが、観光都市のイメージを印象付けるようなものは創成期に多く、最盛年以降は少ない。

また、ニセコの事例では、現地を訪れたオーストラリア人がインターネット等を活用し、口コミによって評判を広げた。同時多発テロによる北米旅行への不安もあり、代替地としてニセコが選ばれるようになった。これにより、一度衰退期に入りながらも、外国人観光客の獲得することで、入込客数を維持し、経済的に潤っている。結果、ニセコはスキー観光に関してパウダースノーというブランドが強化され、オーストラリアやアジアを中心とする外国人観光客の急増及び地価の上昇といった現象が起きている。同様に、摩周湖についても、道東が中国映画「狙った男の落とし方。」の舞台となったことで、中国人観光客が急増している。摩周湖の場合、まだ時期区分としては衰退期のままであるが、上記のような海外向けのアピールと外国人観光客の獲得が、衰退を抑え、成長期に移行させる新しいブランディングの形となっている。

（４）民間・市民活動について

地域資源を取り巻く市民活動は、古くから地域資源として認知されている柳川、尾瀬の場合には創成期から活動を開始し、団体・主体人物としての形態を変化させながら今日に至る。その他の観光都市においては、何かしらの資源的危機に対応するかたちで会が発足し、活動を展開している（摩周湖、鳥取砂丘、琴引浜）。また、ケーススタディも踏まえて捉えると、成長期以降は観光産業の隆盛や資源的危機をきっかけとして、市民が地域資源を発見・認知する。このため、市民系の環境保全活動の多くは成長期以降に出現する。

柳川の場合は、1962年以降掘割の清掃は市の環境と観光産業の両者を守る活動となっており、現在でも続いている。また、柳川は特徴を活かした街づくりを後押しするような国の事業メニューを上手く獲得している。自治体全体で同じ資源（掘割）を持っていることで、その資源の保護・強化に対して市民と行政が共に注力できる構造となっている。また、市民系の環境保全活動は、核となる団体が登場することで、地域の環境・観光に大きな影響を与える活動が出現するようになる。例えば、尾瀬の「尾瀬の自然を守る会」、琴引浜の「琴引浜の鳴り砂を守る会」はその好例で、両者の設立後は市民系の環境保全活動が増えている。また、柳川の掘割清掃、鳥取砂丘の除草活動は、元々行政主導の仕事であったが、少しずつ市民活動化しつつある。一方で、白骨温泉や伊香保温泉は、観光・旅館系の市民団体が存在するものの、環境保全に関して核となるような存在ではなく、結果、慣例的に決められた源泉使用量等の取り決めを除き、環境保全策は少ない。足尾銅山では、テーマパーク的要素の強い観光都市ということもあり、観光と環境の両方を考えた市民活動は確認できなかった。ニセコ山系や摩周湖も同様であるが、近年はシーニックバイウェイ北海道等の地域連携施策が身を結び市民団体の連携や活動が活発化している。摩周湖では「てしかがえこまち協議会」が中心となって、エコツアーのガイド養成等、摩周湖の環境を守り、観光を向上させるための多様な活動を行っている。尾瀬や琴引浜の事例を踏まえると、今後市民主導による環境保全活動が活発化する可能性はある。

(5) 公的施策について

自然公園制度や文化財保護法に基づく指定は、観光都市の創成期までにはほぼ完了している。その後は、自然公園、天然記念物、街の個性を保全する目的を持った事業、協議会、条例、規制等が行われる。近年では世界遺産登録やラムサール条約など世界規模で資源の価値を認め、環境保全を進める動きが活発となっている。

公的施策の場合、特に国以上の主体が指定するもの（国立公園、文化財、世界遺産、ラムサール条約等：以後、冠ブランドと呼ぶ）は、その資源の価値を法的に認め内外に示す効果がある。このため、厳重な環境保全対策が実施される一方、集客効果・ブランディング効果も非常に高いという側面がある。

危険・問題のバターン		各項目の出現時期と内容の変化		備考・代表事例	
民間・市民活動	I 断続的に存在	※1	地域資源としての認知/行政からの引き継ぎ	※1: see e.g. ① 柳川(自然の大河万葉) ② 伊香保温泉(温泉の神楽舞) ③ 高城砂丘(城跡の発見) ④ 高城砂丘(城跡の発見)	
	II 事故 突発的開発計画	※3	地域資源としての認知	※3: see e.g. ① 柳川(自然の大河万葉) ② 伊香保温泉(温泉の神楽舞) ③ 高城砂丘(城跡の発見)	
	III オーバーユース 観光的要求	※4	新たな危機の発生 : 団体の活動内容の拡大・変化	※4: see e.g. ① 柳川(自然の大河万葉) ② 伊香保温泉(温泉の神楽舞) ③ 高城砂丘(城跡の発見)	
資源の認知・イメージの付与	※5	問題の表面化	※7	※5: see e.g. ① 白骨温泉(白濁の浄化・入浴促進策) ② ニセコ(自然の神楽舞) ③ 伊香保温泉(温泉の神楽舞) ④ 尾瀬(神楽舞らし・神楽舞)	
	※6	ブーム キャパシティ以上の客数	問題の表面化	※6: see e.g. 尾瀬, 白骨温泉	
	※8	経路の限定(木道敷設)/回復事業	CSR	※8: see e.g. 白骨温泉, 伊香保温泉	
ブランディング	※9	映画/テレビ/ラジオ/楽曲/文化財指定 をきっかけとする資源の認知・イメージの確立	世界遺産/映画/環境学習/CSR 事故や活動への注目 による新たなイメージの付与		
	※9	映画/テレビ/ラジオ/楽曲/文学 記録/天然記念物/国立公園/国民保養温泉地	観光地の抱える問題を原因とする マイナスイメージの付与		
公的施策	※9	自然公園指定/文化財指定	自然公園/文化財を保護し、地域の個性を強化する 計画/事業/イベント/条例/設立		
	※9	外部からのアクセスを可能にする 道路/鉄道/飛行場	大都市圏からのアクセスを容易にする 鉄道(新幹線・エクスプレス)/航空定期便等	※7~9: see e.g. 全事例	
開発・基盤整備	※10	環境保全のための緑線木道整備/展望デッキ整備	環境/文化/情報発信施設	※10: see e.g. 尾瀬 柳川・ニセコ 伊香保温泉 尾瀬 尾瀬	
	※11	観光の基盤となる スキー場/展望台/木道	環境/文化/情報発信施設	※11: see e.g. 尾瀬 尾瀬 尾瀬	
	創成期	成長期	繁栄期	衰退期	近年過渡・転換期 第2成長期
	※12	※13	※13	※13	※13: see e.g. ニセコ, 尾瀬, 尾瀬 尾瀬, 尾瀬, 尾瀬 尾瀬, 尾瀬, 尾瀬

図-4.2: 観光都市におけるイメージ資源の認知・保全プロセス

4. 2 観光都市の分類に基づく傾向分析

4.2-1 観光都市の分類とその意義

本論文では、観光資源のイメージ認知と保全に関連する軸として、以下の8つの軸を設定した。それぞれの軸項目（軸内の区分）とともに、列挙する。

- ① 観光資源の種類（A軸）：人工資源-自然開発資源-自然資源
- ② 観光資源の保全状況（B軸）：経験的危機-現代的危機-潜在的危機
- ③ 入込客数推移の型（C軸）：山未完成型-単独山型-山複数型
- ④ 保護のレベル（D軸）：地区計画-市町村指定-都道府県指定-国指定-国際条約
- ⑤ 観光資源保全対策の手法（a軸）：予防的対策-連続的対策-対症的対策
- ⑥ 現在の観光都市の状況（時期区分：b軸）：成長期-転換・過渡期-衰退期
- ⑦ 圏域（c軸）：自治体複数-自治体(市町村)-地区-集落-建築物
- ⑧ 資源認知・イメージ強化のきっかけ（d軸）：外発的-歴史偶発的-内発的

この軸設定をもとに、研究対象の観光都市を図-4.3のように分類した。この図では、二軸上に観光都市を配置することで、その観光都市の性質を把握することができる。例えば、図-4.3のFig.A-aにおいて、自然資源を持ち、予想される問題に対して予防的対策を講じている観光都市は自然資源保護型の観光都市に分類した。また、それぞれの観光都市の細かい分類も可能となる。例えば、鳥取砂丘は、4章（定義は2章）における図-4.1では定義上、転換・過渡期に分類している。しかし、3章の図-3.25を見てみると、近年の観光客数は回復傾向にあり、転換・過渡期の中でも成長期よりであることが伺える。これを踏まえ、図-4.3のb軸においては、鳥取砂丘を転換・過渡期の中でも、成長期側に配置している。このように、定義に従いつつ、定義内での立ち位置を表現することで、より柔軟な傾向分析が可能となる。

4.2-2 分析手法とその意味

一方、ケーススタディや定義に基づくとはいえ、軸の設定や分類上微妙な部分は筆者が主観的に決定しただけである。また、網羅的な傾向分析も難しい。そこで、社会ネットワーク分析を行い、傾向分析に客観性を持たせる。

表-4.1は設定軸をもとに作成した行列B、表-4.4は図-4.3の分類をもとに作成した行列Cである。観光都市が該当する項目（もしくは近い項目）・分類に1、該当しない項目・分類に0を入力した。なお、項目や分類の中間に位置し、判断が難しい場合は両方に該当するものとして1を入力した。

行列Bと tB （行列Bの転置行列）を用い、 $B \times {}^tB$ （表-4.2）と ${}^tB \times B$ （表-4.3）を算出した。前者は、観光都市間の設定軸内での類似性を意味する。例えば、軸項目で比較した時に、白骨温泉は10項目^{iv-1}に該当し、伊香保温泉や摩周湖と類似した傾向があったことを示している^{iv-2}。

後者は軸の項目間の重複性を意味しており、傾向分析の資料となる。結果は、次節（1）に示した。

同様に、行列Cと tC （行列Cの転置行列）を用い、 $C \times {}^tC$ （表-4.5）と ${}^tC \times C$ （表-4.6）を算出した。前者は、観光都市の分類上の類似性を意味する。観光都市を図-4.3のように

iv-1 表-4.2の青網掛け部分（白骨）より

iv-2 表-4.2の白骨温泉行の黄網掛けより

分類した時、尾瀬は 16 分類に所属^{iv-3}し、そのうち 12 分類が摩周湖と重複している^{iv-4}ことを示している。

後者は分類に属する観光都市の重複性を意味しており、傾向分析の資料となる。結果は次節（2）に示した。

なお、行列の性質上、出力した行列には同様の意味を持つ要素が、行と列を入れ替えたかたちで、2ヶ所登場する。青網掛けで示した基準となる数字が変化するので、数字的には非対称になる。分析の際には考察しやすい方の要素に着目し、論を進めた。

また、社会ネットワーク分析は、全体としての傾向を網羅的に観察するためのツールであり、統計的な有意性を導くものではない。

iv-3 表-4.5 の青網掛け部分（尾瀬）より

iv-4 表-4.5 の尾瀬行の黄網掛けより

4.2-3 傾向分析

(1) 軸項目による傾向分析

まずは、表-4.3 に基づき、軸項目による傾向分析を行う。ここでは、特に示唆を有するものを抜粋して述べていく。なお、ここでいう傾向とは、ケーススタディの対象とした観光都市の中での傾向を指す。

観光資源の種類別に見てみると、温泉やスキーリゾートなど、自然を開発して集客を狙う自然資源開発型の観光都市（白骨温泉、伊香保温泉、ニセコ）は入込客数の状況から、転換・過渡期を迎えている^{iv-5}。また、自然資源をそのまま活かす観光都市（摩周湖、尾瀬、鳥取砂丘、琴引浜、屋久島）は転換・過渡期を迎えるとともに、現状で危機を有している傾向がある。また、入込客数は複数の山型となる傾向があり、年代により成長（ブーム）と衰退を繰り返している。研究対象のうち、自然資源に依存する観光都市は屋久島を除く全てが転換・過渡期を迎えているといえる。一方で、人工的な資源を有する観光都市（柳川、足尾銅山）は成長と衰退に明確な差が出た。

入込客数の推移型別に見てみると、単独山型の観光都市（白骨温泉、伊香保温泉、摩周湖）は、観光資源に対して資源の枯渇・質変化、社会的問題など、現状の危機を有している傾向がある。単独山型であることから、当該観光都市においては、初めての観光的危機に直面している状況にあると言え、資源の危機の克服はそのための重要な要素となる。

保護のレベル別に見てみると、国際条約で保護されている観光都市（尾瀬、屋久島）は、どちらも自然資源を有しているが、観光客の増加に伴うオーバーユース等現状の危機を抱えていることと、市町村以上の圏域で保護されている点が共通している。

現在の観光都市の状況別に見てみると、衰退期傾向の観光都市（白骨温泉、伊香保温泉、摩周湖、足尾銅山、琴引浜）の共通点として、資源の認知もしくはイメージの強化が、歴史あるいは音楽の題材や事故等の偶発的なきっかけで達成された傾向が示された。すなわち、これらの観光都市はイメージの認知・強化に対して戦略的な売り込みを経験していないという点が共通しており、それが現在の衰退に繋がっている可能性がある。一方で、資源の危機を経験し、それを克服もしくは克服中であることから、衰退傾向に歯止がかかり、転換・過渡期に突入しつつある傾向が見られた。

圏域別に見てみると、地区レベルの観光都市（伊香保温泉、鳥取砂丘、摩周湖）の場合、資源は地元側としても昔から認知しており、観光都市としてのピークも経験しているが、現在も問題を抱えている。集落・建築物レベルの観光都市（白骨温泉、足尾銅山、琴引浜）は、全て衰退傾向にある。圏域別に比較してみると、観光都市としての圏域が小さいほど衰退している現状が示されている。

資源認知・イメージ強化のきっかけ別で見ると、内発的な資源の発見がなされた観光都市（柳川、伊香保温泉、摩周湖、尾瀬、鳥取砂丘）は、資源保全のために連続的な対策を講じている傾向がある。

iv-5 ニセコは2章の定義上は成長期だが、入込客数はほぼ横ばいで、外国人観光客数の伸びの鈍化や、不動産投資の限界が指摘されている。以下、同様に2章の定義に加え、ケーススタディを踏まえた区分をしている。

(2) 分類による傾向分析

次に、図-4.3の分類及び表-4.6の社会ネットワーク分析に基づく傾向分析を行う。以下、表-4.6において顕著な傾向が見られたものを抽出^{iv-6}し、その意味・傾向を図-を基に読み取っていく。なお、ここでいう傾向とは、ケーススタディの対象とした観光都市の中での傾向を指す。

表-4.6のFig.A-aについて見てみると、自然保護型の観光都市の多くが、広域危機経験型に属していることがわかる。すなわち、自然資源を持ち予防的対策を実施している観光都市は、地区単位以上の圏域を持ち資源的危機に陥った経験を持つ傾向があることを示している。

表-4.6のFig.A-bについて見てみると、自然資源成長型の観光都市が広域保全型に属していることがわかる。すなわち、自然資源を持ちかつ観光客数が伸びている観光都市では、国指定もしくは国際条約に基づいた面的な保護指定を受けていることがわかる。これは、国指定以上の環境保護施策が観光都市のブランド化に繋がっていることに起因すると考えられる。詳細は5章において述べる。

表-4.6のFig.A-cについて見てみると、スポット自然型の観光都市が経験非学習型及び環境維持型に属していることがわかる。すなわち、自然資源を持ち地区単位以下の圏域である場合、国指定以上の環境保護施策の対象となっているものの、個別の資源保全の手法は対症的であり、また観光客数は変動している傾向がある。

表-4.6のFig.A-dについて見てみると、外発的伝統発見型の観光都市が将来不透明型に属していることがわかる。すなわち、内発的発見かつ人工的な観光資源を有している観光都市の場合、入込客数は右肩上がりか右肩下がりのいずれかとなり、資源保全に対する手法も対症的になる傾向がある。また、内発的自然発見型の観光都市が広域客数変動型に属していることがわかる。すなわち、自然資源を有しそれを内発的な発見により観光利用を始めた観光都市は比較的広い圏域を持ち、観光客数の成長と衰退を繰り返す傾向がある。

表-4.6のFig.B-bについて見てみると、資源好調型の観光都市が広域自然型及び広域保全型に属していることがわかる。すなわち、観光面が成長していて、かつ現在のところ資源的危機・問題が観光面の障害になっていない観光都市は比較的広い圏域を持ち、自然資源の保護に向けた国指定以上の施策を講じていることがわかる。Fig.A-bでの傾向も踏まえ、①広い圏域でのイメージ共有や観光振興、②自然資源、③国指定以上の環境保護施策の対象、の3要素は現状で成功している観光都市共通の傾向であるといえる。

表-4.6のFig.B-cについて見てみると、広域危機経験型の観光都市の多くが、自然保護型及び経験学習型に属している。自然保護型に属することは、Fig.A-aについて述べた事柄の逆説が成り立つことを意味するが、結果的には、Fig.A-aについて述べた事柄とほぼ同じ傾向の解釈ができる。また、広域危機経験型の観光都市の多くが経験学習型に属するということは、比較的広い圏域を持ち、過去に観光資源の危機に陥った経験を持つ観光都市は、現在予防的な対策を実施していて、観光客数も回復、成長、あるいは資源的危機とは関係のない要因で衰退するなど、当該観光都市の資源的要因による衰退危機を一旦は乗り切った状況にあることを意味する。

iv-6 表-4.6において赤網掛けで示した。

表-4.6のFig.B-dについて見てみると、内発的危機経験型の観光都市の多くが、経験学習型の属していることがわかる。すなわち、内発的に観光資源を発見し結果的にその資源の危機に直面した観光都市は、予防的な対策を実施し、その後観光客数も回復するなど観光面でも成果を得たことを意味する。

表-4.6のFig.C-aにおいて顕著な傾向が見られた分類が持つ意味は、Fig.A-c、Fig.B-c、Fig.B-dについて述べた事柄と同様となる。

表-4.6のFig.C-cについて見てみると、広域客数変動型の観光都市の多くが内発的自然発見型に属することの意味は、Fig.A-dについて述べた事柄と同様となる。また、スポット客数変動型の観光都市が環境維持型に属していることがわかる。すなわち、成長と衰退を経験しつつも比較的狭い圏域を持つ観光都市は、国指定以上の環境保護施策の対象となりながらも、資源保全に向けた対策が対症療法的になりがちであるといえる。

表-4.6のFig.C-dについて見てみると、外発的発見後変動傾向型の観光都市が広域自然型に属していることがわかる。すなわち、外発的な観光資源の発見から、観光面の成長と衰退を複数経験している観光都市は、比較的広い圏域と自然資源を有している。これは、広域的な自然資源は、地元側にとっては見慣れた風景であり、外部からの視点によって発見され、その後、観光都市として成立してきた傾向があることを意味する。

表-4.6のFig.D-bについて見てみると、環境観光両立施策型の観光都市が、広域自然型に属していることがわかる。すなわち、環境面では国指定以上の保全施策の対象となる一方で、観光面についても成長している観光都市は、全て広域的な自然資源を有していることを意味する。これは、Fig.A-b及びFig.B-bの傾向を補強するものといえる。

表-4.6のFig.D-cについて見てみると、広域保全型の観光都市が自然資源成長型に属することの意味は、Fig.A-bについて述べたことと同様となる。また、スポット保全型の観光都市が、経験非学習型に属することの意味もFig.C-aについて述べた事柄と同様となる。

表-4.6のFig.D-dについて見てみると、内外共有型の観光都市が広域自然型及び広域客数変動型に属していることがわかる。すなわち、観光資源の地域内での発見・認知がなされると同時に、その価値が国以上の機関においても認められている観光都市の場合、その資源は比較的広域の自然資源であるとともに、観光都市としての衰退・成長も複数回経験するなどの観光都市としての歴史を有していることを意味する。これも、Fig.A-b、Fig.B-b及びFig.D-bの傾向を補強するものといえる。

4. 3 小結

本章の前半部分では、ケーススタディを基に、年代及び観光都市の時期区分に応じた観光資源の危機・問題、民間・市民活動、開発・基盤整備、公的施策、ブランディング及び観光都市のイメージ認知・強化の流れを整理した。その概要を図-4.3に示す。

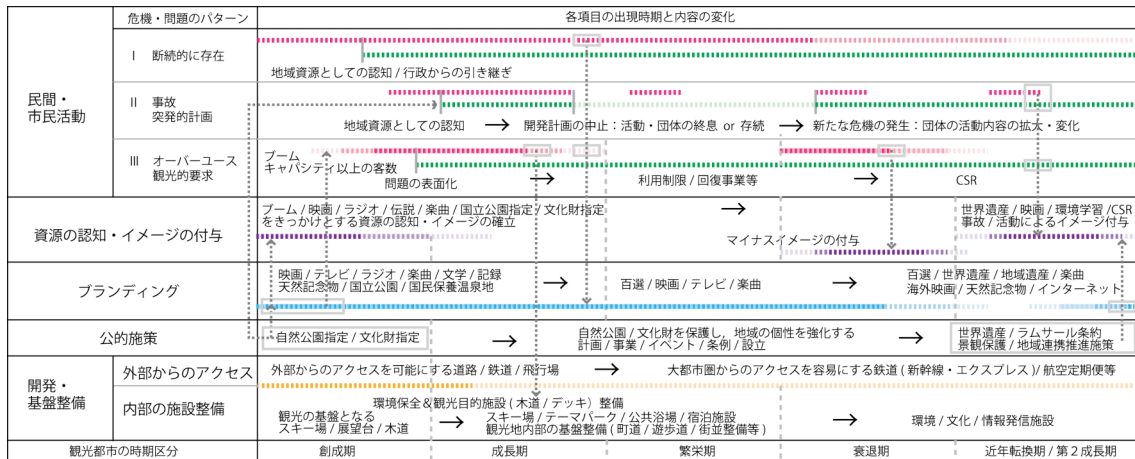


図-4.3: 観光都市のイメージ認知・保全プロセスモデル (概略版)

観光都市のイメージを認知・強化するような冠ブランド（国立公園指定，文化財指定等）の獲得は観光都市の創成期である場合が多いが，近年も世界遺産登録や名数選等の冠ブランドが出現し，観光都市は獲得に躍起になっている^{iv-6}。

一方，注目ブランド（映画，テレビ，楽曲への登場，ブーム等）の獲得は観光都市の時期区分に関係なく出現する。中には，テレビの普及以前にラジオや文学作品によって観光都市のイメージが構築・認知され，現在でも受け継がれているものもある^{iv-7}。また，近年では，インターネットのロコミヤ，企業のCSR，新資源の発掘によって観光都市の資源の認知・更新が進むケースもある^{vi-8}。

また，観光都市の抱える危機・問題は，その対策を基準にすると，①断続的問題，②突発的問題，③オーバーユースの問題の3種類に大別されることがわかった。

本章の後半部分では，観光都市の分類と，分類に基づく傾向分析を行った。そこから抽出された観光都市に関する主な傾向を以下にまとめる。

- ① 自然資源を持ち，かつ観光客数が伸びている観光都市では，国指定もしくは国際条約に基づいた保護指定を受けていて，地区以上の単位で資源の保全・活用を図っている。
- ② 自然資源を有する観光都市は，観光客数の成長と衰退を繰り返す傾向がある。予防的な資源保全対策を実施しているのは地区単位以上の圏域を持ち資源的危機に陥った経験を持つ傾向がある観光都市に限られる。こうした自然資源は外発的に発見されてきた例が多い。一方，地区単位以下の圏域である場合，国指定以上の環境保護

iv-6 5章に詳細を示した。

vi-8 see.e.g. ニセコ山系，尾瀬，屋久島

iv-7 see.e.g. 摩周湖，尾瀬

施策の対象となっても個別の資源保存の手法は対症的である。

- ③ 人工的な観光資源を有している観光都市の場合、入込客数は右肩上がりか右肩下がりのいずれかとなり、資源保全に対する手法も対症的になる傾向がある。
- ④ 比較的広い圏域を持ち、過去に観光資源の危機に陥った観光都市は、現在予防的な対策を実施していて、観光客数も回復、成長、または資源的危機とは関係のない要因で衰退するなど、観光資源の衰退危機を乗り切った経験を持つ。
- ⑤ 内発的に観光資源を発見し結果的にその資源の危機に直面した観光都市は、予防的・連続的な対策を実施し、その後観光客数も回復するなど観光面でも成果を得た。

この分析により、研究対象のうち、①比較的広い圏域（地区単位以上）、②自然資源、③国指定以上の環境保全施策を有している観光都市が、観光振興に成功、あるいは問題を抱えながらも観光資源の保全が実現されている状況にあることが確認された。次章では、自然環境資源の保護施策が観光都市のブランド向上に寄与し、観光振興に繋がる構造と、観光都市における環境施策の全容（種類、事例、問題点等）について論じていく。

一方、衰退期傾向の観光都市の共通点として、資源の認知もしくはイメージの強化が、歴史あるいは音楽の題材や事故等の偶発的なきっかけで達成された傾向が示された。これらの観光都市はイメージの認知・強化に対して戦略的な売り込みを経験していないという点が共通しており、それが現在の衰退に繋がっている可能性を示唆している。一方で、資源の危機を経験し、それを克服もしくは克服中であることから、衰退傾向に歯止めがかかり、転換・過渡期に突入しつつある傾向が見られた。

第5章

観光都市を取巻く事象及び施策の全容

- 5. 1 観光都市を取巻く事象の相互関係
- 5. 2 観光都市におけるブランド保護・強化施策の全容
- 5. 3 小結

5. 1 観光都市を取巻く事象の相互関係

5.1-1 観光都市を取巻く要素と相互関係

対象事例を踏まえ、観光都市におけるブランディング、観光振興、環境破壊、取組みの相互関係を図-5.1 にまとめた。観光都市のブランディングは、観光客を呼び込み地域経済を活性化することを目的としている。しかし、観光振興を続けていくと、環境破壊や資源の枯渇を生じる場合がある。これを放置すると観光都市として衰退することになるが、多くの場合は、環境保全施策、都市計画、ニューツーリズム等の対応をする。対象事例で観察された、観光都市における環境保全活動を、表-5.1 に分類して示した。これらの施策は、

- ① 環境保全効果だけを持つもの
- ② 観光振興効果を併せ持つもの
- ③ 地域や資源のブランディング効果を併せ持つもの

に大別できる。また、観光都市の持つ資源によっても適用できる施策は異なる。ただし、観光都市の持続的発展を目指し、図-5.1 の点線矢印の方向に導いていくためには、必然的にこれらの施策を講じていくことになる。

また、観光都市のイメージが大衆化される段階、及びそれに伴って観光振興が実現する段階では、メディアによる媒介が存在する。例えば、世界遺産に登録されれば、多様なメディアに取り上げられ、地域のブランドは大きく向上する。国立公園指定や文化財登録、名数選への選出が実現すれば、冠ブランドの獲得によりメディアへの露出は増え、観光客の目的地として選ばれる機会も多くなる。映画やテレビのロケがあれば、短期的ではあるが観光客数は増加し、イメージの付与や強化に繋がることもある。他にも、地域の危機から資源を守る市民活動やCSRがメディアにより紹介され、環境保全のための活動が観光客へのアピールに繋がることもある。

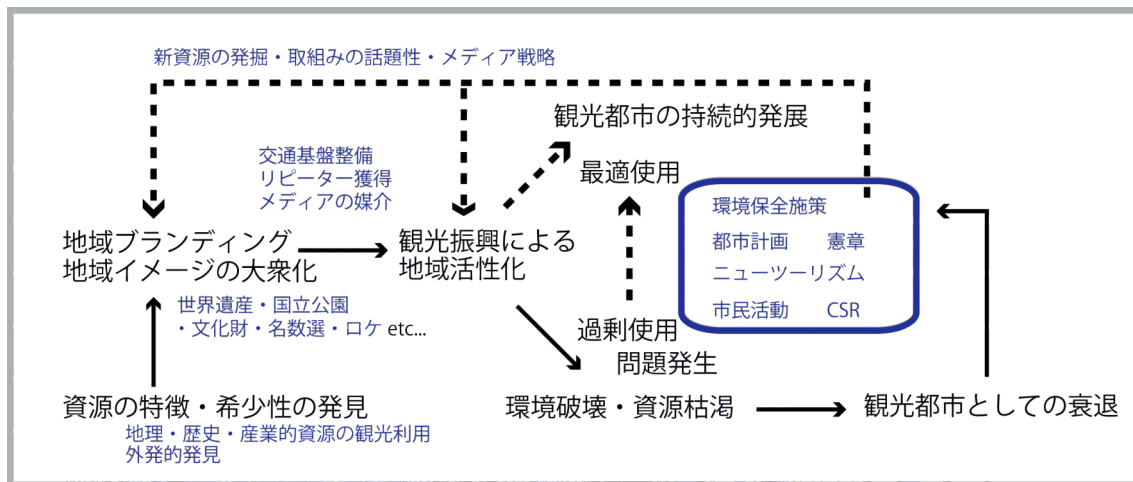


図-5.1：観光都市におけるブランディング/観光振興/環境破壊/取組みの相互関係

表-5.1：観光都市における環境保全施策一覧（観光振興やブランディングが主目的のものを含む）

施策	概要	効果			強制力	資源と適用実績			特異性の要 求レベル ※1	国内実績	観光地に適用する場合に観察される 課題・問題点
		環境 保全	観光 振興	ブラン ド		温泉	自然 地形	文化 街並			
世界遺産登録	世界遺産条約に基づき、人類が共有すべき顕著な普遍的価値を持つ遺跡・景観・自然等をユネスコ（国連の専門機関）が指定するもの。	○	○	○	有	○	○	○	高	文化：11 自然：3 暫定：12	観光客の増加に伴うオーバーユース、資源の劣化、また、それを懸念する自然保護派からの反対運動や、土地利用制限を嫌う市民の反対運動などが発生。
ラムサール条約	湿地（湿原・沼沢・海浜等）の保存に関する国際条約。水鳥を食物連鎖の頂点とする湿地の生態系を守る目的で、環境省が管轄する。	○	○	○	有	○	○	○	高	33	
世界ジオパークネットワーク登録	地質学的に貴重な地層、化石、岩石、火山、断層、温泉などお地質遺産を含む一種の自然公園。ユネスコが支援。	△	○	○	無	○	○	○	高	1	
国立公園指定	日本を代表する自然の風景地の保護と利用促進を図る目的で、自然公園法に基づき環境大臣が指定・環境省が管理する自然公園。	○	○	○	有	○	○	○	高	29	特別保護地区内でも入浴が許可されるなど、米国に比べ、日本の国立公園制度では観光利用の比重が大きい。国立公園に指定されていても、国有林では地権区分及び林野庁（地主）の意向次第で森林伐採が可能。
文化財指定	重要文化財/天然記念物/史跡/名勝/重要文化財的建造物群保存地区等の指定。文科大臣、文化庁長官、知事、市町村長が指定。	○	○	○	有	○	○	○	高	特別天然 記念物：75 特別史跡：61 特別名勝：36	高齢化等に伴う文化的価値の低下（重要伝統的建造物群）。
保護林指定 （森林生態系保護 地域指定）	原生的天然林で、コアエリアとバッファゾーンを設定。必要に応じて森林整備や森林レクの場として活用。国有林独自の制度。	○	○	○	有	○	○	○	高	29 森林生態系 保護地域	国有林野事業の財政難に伴う国有林売却の懸念。
（原生）自然環境保全地域指定	国・公有地において、優れた自然を保護する目的で環境大臣又は知事が指定する地域。国立公園とは利用を目的としない点が異なる。	○	○	○	有	○	○	○	高	原：5 国：10 野：7 都：11 道：537 府：23	国指定の場合、①指定条件の厳しいこと、②土地利用に制限を受ける、③指定実績や認知度の低さから観光客誘致が期待できないことから、市町村が指定に対し熱心ではない。
国立公園指定	国立公園に準じる景勝地として、自然公園法に基づき環境大臣が指定。都道府県が管理する自然公園。	△	△	△	弱	○	○	○	低	56	観光利用が重視され、国立公園にしてはいても、知事の認可があれば道路建設が可能。また、施工中の事業は全て例外となり、保護対策は用意されていない。
都道府県立自然公園指定	都道府県を代表する優れた風景地について、自然公園法に基づき知事が指定する自然公園。	△	△	△	弱	○	○	○	低	312	実質的に開発可能。
憲章・構想	環境保護に向けた憲章、ゼロエミッション構想等。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	
都市計画	自治体による線引き、用途地域、準都市計画区域、地区計画、景観計画区域等。	△	△	△	有	○	○	○	低	—	
立入・車・経路・資源使用規制	入山・入島規制、マイカー規制、木道やロープによる経路の限定、温泉の採掘使用量の制限等。	○	×	○	有	○	○	○	低	—	観光振興のために、市民や所有者の経済・管理・生活的負担が大きくなる。
景観条例・建築協定・デザイン規制	形態、色彩、材料、規模、看板等の規制、イメージの保護、雰囲気づくりに向けた取決め等。	○	△	○	弱	○	○	○	低	—	
エコ施設整備	バイオマスタイル、環境学習施設、自然エネルギー活用等。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	
募金・協力金	環境保全や整備に向けた募金、協力金、入場料等。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	観光客の負担増加。割高感。
植栽・清掃・環境改善活動	花壇整備、ゴミ拾い活動、草刈り活動、水路清掃等の活動、獣害対策。	○	△	○	無	○	○	○	低	—	
植林・記念植樹	国、自治体、企業、市民団体、NPO、個人等が主体となって行う植林・植樹活動。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	
環境教育・研究・啓蒙・ガイド	環境学習施設の整備、啓蒙ビデオの放映、レンジャー等による案内（監視）等。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	ガイドとのトラブルの発生。ガイドの質の確保。
エコツーリズム（エコツアー）	自然・歴史・文化等の保護と、地域観光の成立・振興との融合を目指す旅行農村滞在、農業体験、自然探訪ツアー等。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	
市民団体・NPO・財団の結成や連携	市民活動団体、NPO、財団の結成、圏域施策（例：SDW北海道）への参加による環境保全活動への意識・資金力・人材力向上。	△	○	○	無	○	○	○	低	—	
メディア・百選	書籍、映画、テレビ、広告、各種百選に登場することによる、市民の環境意識の向上。	△	○	○	無	○	○	○	低	—	
CSR	企業の社会的責任の実践のための環境保全活動。	○	△	△	無	○	○	○	低	—	利益幅の小さな企業におけるCSR活動が進んでいない。
特区・特例	地域の提案と限定的なエリアによる規制緩和により、地域の特性を迅速かつニーズに合ったかたちで引き出す制度。	○	○	○	無	○	○	○	低	—	環境保全に寄与するかは、制度の使い次第。近年は地方自治体の特区制度を導入しようとする意欲が低下気味。

※1：指定主体が複数ある場合には、国指定になるために資源に要求されるのに必要な特異性レベル。 ※参考文献：日本自然保護協会 HP、環境省 HP、林野庁 HP、まちづくりキーワード事典
 ※2：重複指定を含む。
 ※3：原：原生自然環境保全地域、国：自然環境保全地域、野：自然環境保全地域（野生動物保護地区）、海：自然環境保全地域（海中特別地区）、都道府県：都道府県自然環境保全地域

5.1-2 各主体の環境保全施策及びブランディングへの変容

全体として、世界自然遺産、国立公園、ラムサール条約登録湿地、世界ジオパークネットワークなど、環境省が管轄する施策には、「冠」としてのブランド向上効果がある。このうち、世界遺産条約、ラムサール条約、世界ジオパークネットワークはユネスコ（UNESCO：国際連合教育科学文化機関）が管理・登録または支援をしており、世界的な認定・裏付けを得ることで、資源と観光都市の価値向上に繋がる構造となっている。

自然公園法（国立公園：環境省）や文化財保護法（天然記念物、名勝、史跡、重要伝統的建造物群保存地区等：文化庁）に関しても、同様に法的な裏付けを得ることでブランド向上に寄与する。こうした“冠”を得るために、観光都市は働きかけを続け、資源の保護と地域振興に繋げる。

一方、自然環境保全法（原生自然環境保全地域、自然環境保全地域：林野庁）は利用を目的とせず、自然保護を優先した法律である。森林におけるレクリエーションを前提とし

ないという意味で、国有林野独自の制度である森林生態系保護地域とも異なる。しかしながら、①法律自体の知名度の低さ（集客効果の小ささ）、②土地利用制限の発生、③指定条件の厳しさ（1000ha以上の国・公有地が対象で保安林は指定できない）などから、自治体は誘致を敬遠し、環境保全施策としての活用は進んでいないとされる。

市町村単位での環境保全対策の場合、それ自体が観光振興やブランド向上に繋がるものは少なく、環境の保全・改善のみを目的とするものが多い。マイカー規制や入山調整など、一部では観光振興と逆行するような施策も実施されている。ただし、これは観光的には十分に潤い、オーバーユースが指摘されるような観光都市で実施されるものである。そして、そこでも導入にあたっては、観光客離れを懸念する声があがる。市町村の環境保全施策自体には強制力のあるものは少なく、利用が優先されがちになる。

企業活動やCSRによる環境保全活動の場合、環境教育・ガイド、エコツーリズム、メディアへの露出など、結果的に観光客を呼び込み、経済活動を有利にするようなものが多い。ニセコのラフティングや、尾瀬の木道敷設など、場合によっては地域全体の新しい資源として定着することもある。

つまり、行政関係の実施する観光都市での環境保全施策が、地域ブランド向上に併せて寄与するか否かは、国際的な条約もしくは国内の知名度の高い法律（実質的に自然保護法か文化財保護法）により保護されているかが重要となる。世界や国から貴重な資源であると認められることは、保護と同時に観光客の関心も集めることに繋がる。一方、直接観光客に接する観光事業者や市民レベルで行われる環境施策の中には、地域の観光振興に貢献できるものもある。上記の事柄をまとめると、以下のようになる。

- (1) 国際的条約に基づく環境保全施策は、環境保全と観光都市ブランディングに繋がる。
- (2) 国による環境保全施策の一部も、環境保全と観光都市ブランディングに繋がる。
- (3) 国による環境保全施策のうち(2)以外のもの、都道府県や市区町村の環境施策、市民レベルでの環境施策の多くは、環境保護のみに寄与し、ブランド向上や観光振興を併せて実現するものは少ない。
- (4) 観光事業者や市民レベルでの環境施策の一部は、メディアを介して注目を集める事で地域全体としての観光振興に発展することがある。

なお、上記項目は、観光都市において観察された事柄であり、観光都市以外の場に適用され得るものではない。