

地域活性化のカギを握る観光振興

東京女子大学教授 矢ヶ崎 紀子

可能性の大きい国内旅行市場

コロナ禍により、観光産業は非常に大きな影響を受けている。しかし、ワクチン接種がさらに進み、感染者などに対する知見が高まるに連れて、少しずつ観光が戻っていき、二〇二四年にはコロナ前の移動量には回復するのではないかと話す専門家もいる。

本稿では、ひとまず観光が通常に戻るものとして、離島の観光振興の方向性を考えていきたい。

コロナの感染拡大直前の二〇一九年における日本の旅行消費額（観光・仕事ほかすべての旅行目的を含んだ消費額）は、二七・九兆円であった。このうち日本人の国内宿泊旅行消費額が一

七・二兆円、同日帰り旅行消費額が四・八兆円であり、これを日本人の観光消費額とみると、国内旅行市場規模は二〇〇二兆円程度と想定することができる。ここで二兆円もの幅を持たせたのは、その年の祝日の並びで旅行消費額が大きく変動するからである。

日本人の国内旅行の特徴としては、他国と比較して安定的であり、市場規模自体も大きいことがあげられる。しかし、じつは日本人の観光宿泊旅行の実施率は、それほど高くなく、一年間のうちに観光宿泊旅行をする国民は五割程度であるとのデータもある。仮にこれが数パーセント増えるだけで、国内旅行の市場規模拡大への寄与は大きい。近年、ワーケーションやブリージャー（ビジネスとレジャーを合わせた造語）など

新しいスタイルの宿泊旅行が生まれ、国内旅行者数の増加につながるも期待している。なお、少子高齢化により旅行人口は減るといわれているが、いきなり急減するわけではない。

他方、訪日外国人の旅行消費額は四・八兆円（二〇一九年）となっている。成長市場であったが、コロナ禍はもちろん、海外で起きるさまざまな要因により訪日者数が左右されるなど脆弱性を有している。しかし、純然たる外貨の獲得につながるため、インバウンド観光はサービス産業における輸出として考えることができる。なお、わが国全体の輸出のなかに外国人の旅行消費を位置づけると、自動車輸出などに次ぐ第二グループに入る。これは自動車部品や半導体などと同じレベルの輸出額である。

波及効果の高い観光産業

二〇一八年の産業連関分析（当該地域の産業構造および経済波及効果を計測する政策評価手法）における日本全体の旅行消費額は、二七・四兆円であった。この金額に対応する経済波及効果は五五・四兆円であり、消費額の倍にまで膨らむ。各地域をみると、波及効果はもう少し小さくはなるが、観光分野には食べる・泊まる・遊ぶ・買うなど、第一次から第三次まで

すべての産業が含まれるため、地域経済に与える影響が非常に大きい。

注意すべきは、産業連関分析には時間の概念があまりなく、あくまでこうなる可能性を示しているという点を念頭に置いておくことである。観光関係者は、この目標（可能性）を達成するために、旅行で入ってきたお金を地域で回し尽くす努力（取り組み）をしていかなければならない。

交流・関係人口の増加とシビック・プライドの醸成

すでに知られている通り、宿泊旅行や日帰り旅行などの観光振興は、交流・関係人口の増加に寄与する。そして、交流・関係人口が増えることで、域外からの消費額も拡大する。

観光の場合、例えば富士山のように地域固有（持ち出すことのできない）の資源に対して消費が行なわれることが、他の産業とは異なる点である。離島の観光においても、この地域固有の資源を見つけ、どのように評価していくかが出発点だといえる。また、これにどうやって付加価値をつけていくのが、地域の方々の重要な取り組みである。

地域固有の資源は、住民の日常生活のなかに見つけられることも多い。地元では当たり前だと思っていた風景・風習も、外部の目を通すことで資源としてブラッシュアップされる。

観光振興により地域の方々々と来訪者との交流が活発化することは、地元住民のシビック・プライド（地域への誇りや愛着）の醸成にもつながっていく。筆者は、最終的に最も力強い観光地とは、このシビック・プライドが強い地域ではないかと考えている。

ちなみに観光庁の資料から交流人口増の効果をみると、定住人口一人当たりの年間消費額（二二七万円）を旅行消費で補う場合、外国人旅行者八人分もしくは、日本人宿泊者二三人、同日帰り旅行者七三人分との試算が出ている。

観光による地域活性化とは

では、観光客が来ること＝地域の活性化なのか。そうではなく、観光振興の大前提は、観光消費額をしっかりと地域に落とすこと（地域が受け取ること）である。

観光消費は、できる限り年間を通じて平準化されることが望ましい。そのためには、観光地の品質管理、固有の地域資源から見たターゲットの設定、リピーター確保や長期滞在（延泊）の工夫など、繁閑差の解消に向けたさまざまな対策が必要となる。

この平準化の取り組みに合わせて、消費を地域内循環させる仕組みを構築していくことで地場産業が強化される。これ

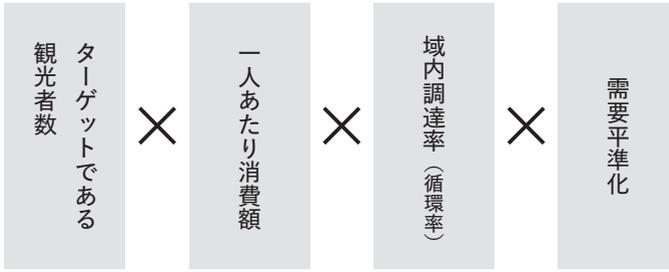
が進んでいくことで地域産業ブランドが強化され、リピーターが増え、口コミなどでさまざまな方面に情報を発信してくれる。

観光を地域経済の活性化につなげていく道筋とは、これらを上手く組み立て、実践していくことではないだろうか。具体的には、「観光者数（母数をなるべく多く）」×「一人あたり消費額（なるべく高く）」×「域内調達率（できるだけ地域内で回す）」×「需要平準化（年間の繁閑差をなるべく小さく）」をベースに、住民の観光に対する理解や、キャパシティへの配慮（オーバーツーリズムは避ける）などを踏まえながら、ターゲットを絞り込んだり、観光商品を開発していくなどの戦略を立てていくことが重要である。

二〇一二年度に観光庁が実施した調査結果によると、当然のことながら日帰り客よりも宿泊客の消費額の方が大きい。そして、外貨（地域外からのお金）を、仕入れ・材料費、外注費などの形で地域内に落としていく力は、宿泊業が最も強い。このことから宿泊者を増やすことの意義を読み取れるのではないだろうか。

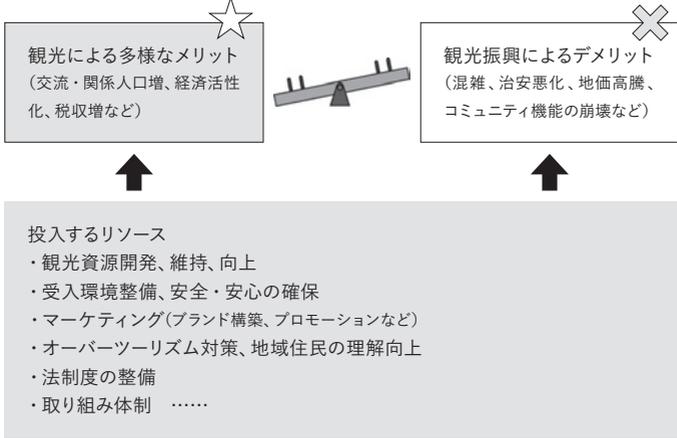
観光振興の収支とは、投入するリソース（環境整備、安全・安心の確保、マーケティング、住民理解など）から得られるメリット（交流・関係人口増、経済活性化、収入増など）とデメリット（地域内混雑、治安の悪化、コミュニティ機能の低下・崩壊など）を天秤

観光消費による地域経済の活性化に必要な要素



- ・「住んでよし、訪れてよし」、住民の観光振興への理解
- ・観光資源のキャリング・キャパシティへの配慮
- ・ターゲット戦略、価格戦略、クリーム・スキミングを排除

観光振興の収支？



例えば、世界遺産の屋久島や奄美大島、同遺産候補への推薦が決定した佐渡島など「訴求力の高い観光資源と良好なアクセスのある島」は、全国や海外の旅行者をターゲットにすることができる。瀬戸内国際芸術祭で世界的に有名な直島などもここに分類されるかもしれない。実施体制としては、島内に観光地域づくり法人(DMO)などがあれば島単独での取り組みも可能かもしれないが、都道府県単位や関連のある市町村の連携に

にかけることで把握できる。近年、〈持続可能な(サステイナブル)観光〉が重要なキーワードとしてあげられているが、離島の自然・文化、暮らしなど多様性に配慮した観光は、まさにサステイナブル観光の最前線といえる。

では、離島における観光振興の将来像とはどうあるべきか。筆者は、離島と一言でいっても一様ではなく、島の特性ごとにある程度類型化して、カテゴ

島の特性に応じた観光戦略の策定

リーごとの戦略を立てることが一つの方向性ではないかと考えている。

観光振興戦略

——キャパシティに制限のある離島だからこそ、
資源の評価とターゲットングをしっかりと。

離島の観光振興戦略の類型(例)	ターゲット	実施体制	事例
訴求力の高い観光資源&良好なアクセス	・全国 ・海外	・島単独 ・周囲の島々、対岸地域との連携	・直島、佐渡島(アート) ・利尻島、屋久島(アドベンチャー・トラベル) ・小笠原諸島(総合的)
観光資源は国内レベル&アクセスは悪くない	・国内近隣 &広域	・島単独(島に拠点を置くDMO等がある場合) ・周囲の島々、対岸地域との連携	・小値賀島(教育旅行) ・五島列島(教育旅行) ・姫島(歴史文化、クルマエビ)
観光資源もアクセスも普通(あるいは不芳)	・国内近隣	・対岸地域との連携	・...
テーマ型で広域の観光エリアをつくり込むタイプ	・全国 ・海外	・周囲の島々、対岸地域との連携	・しまなみ海道サイクリング ・沖縄・奄美群島でのアイランドホッピング

よる広域での活動が重要となってくる。
次に「国内で競争力のある観光資源がありアクセスは悪くない島」であれば、ターゲットは国内旅行者、実施体制はDMOや県単位などが考えられる。例えば、大分県の姫島は、「おおいた姫島ジオパーク」に認定されているとともに、「キツ

ネ踊り」でよく知られている国選択無形民俗文化財「姫島の盆踊」などが大きな観光資源になりうる。また、対岸の由布院の老舗旅館・玉の湯では、定番メニューに姫島のクルマエビを入れており、こういった点も観光振興につなげることができる。(地元)の範囲を島だけでとらえるのではなく、対岸本土やそれらを含む圏域くらいまで解釈の幅を広げること、消費の地域内循環の仕組みの構築にも幅を持たせることができるのではないか。

このほか「観光資源もアクセスも普通の島」のカテゴリーでは、まずは対岸地域や隣接県など近隣の方々を主要ターゲットに据え、そこから少しずつ対象者を拡大させていくような段階的な観光振興戦略が現実的だと考えられる。コロナ禍によりマイクロツーリズムが注目を集めている。この市場はもともと存在していたが、これまで近場の旅行に目が向けられることは少なかったため期待も大きい。

注目されるテーマ型・広域連携型観光

アートや教育など特定のテーマに沿った観光を推進することも、離島の観光振興の一つの方向性だといえる。

例えば、近年、利尻島はバックカントリースキー(スキー場として整備されていない、自然地形を滑るスキー)の聖地として



外国人からの人気が高い利尻島のバックカントリースキー(写真提供：佐々木陽子)。

海外旅行者から人気が高い。これは「アドベンチャー・トラベル(以下、AT)」という旅行スタイルに分類されるが、ATの市場規模は全世界で七〇兆円以上ともいわれている。ATとは、自然の中でのアクティビティや異文化体験により自分(旅行者)の内面を変えていくような旅行を指す。世界的なATの推進団体であるATTA (Adventure Travel Trade Association) は、その定義を「身体的活動、自然、異文化体験の三つの要素のうち、二つ以上を満たす旅行形態」と定義している。一般的にATは、所得や教養レベルの高い人々に受け入れられる傾向があり、旅行者は自然や地域に詳しい水準の高いガイドをつけることが多い。島側は、レベルの高いガイドを育成する必要があるが、それによつてガイドの収入の向上(一日数万円稼ぐ人もいる)とともに、島の自然環境に対する負荷もコントロールできる点で、メリットが大きい。

サイクリングも世界的なブームとなっており、欧米の方々はもちろん、台湾や香港などの旅行者も好む傾向にある。既に知られている「しまなみ海道」のように、広域的な連携で島々を組み合わせていくような取り組みも考えられる。また、奄美群島や沖縄の島々で行なわれているような「アイランドホッピング」も参考となるのではないか。

このほか、アートの世界的なコンテンツだといえる。しかし、アートの場合は、どうしてもアーティストとの関わりが

発生する。彼らにすべてを委ねるのではなく、地域でしっかりとコントロールしていくような実施体制の構築に留意する必要がある。

地域全体での観光機能の提供

近年の面白い事例としては、第六回ジャパン・ツーリズム・アワード(二〇二〇年)で最優秀賞を受賞した奄美群島の「伝泊」^{伝泊}があげられる。これは、空き家などを活用して集落の中に宿泊し、島の日常を観光化した新しい旅のスタイルの提案で、観光客の誘致だけでなく、地域住民の雇用促進や旅行者と地元の方々が集う場を設けるなど社会性の高さも評価されたというが、筆者はイタリア発のアルベルゴ・デイフューゾ(地域に泊まる分散型ホテル)に似ていると感じた。

アルベルゴ・デイフューゾとは、宿泊施設内に観光メニューをすべて収める必要はなく、機能を地域のなかで補完し合っている、地域全体で宿泊者が求める機能を提供するといった考え方であるが、離島との相性は高い。たとえ小さな島であっても、買い物は商店、宿泊は古民家、食事は食堂など地域のかたがで観光を回していくことができれば、地域経済の活性化はもちろん、地域住民と旅行者との交流の促進などにもつながる。

このほか、持続可能な観光やSDGsなどをテーマとした教育旅行においても、離島は先進地となり得る。地域資源を活かし、わざわざ離島へ行く理由づけをしていくことが重要といえる。日本国内の旅行は、交通費が半分を占めるとされる。既存の旅行商品によるマス(集団)へのプロモーションのみではなく、交通費をかけてでも良いものがあれば足を運びたいという層への訴求が離島の観光振興のカギである。

観光は移住定住の第一ステップ

離島において観光振興を進めるにあたっては、観光を島の〈主要産業〉とするのか、既にある主要産業を活性化する〈手段〉とするのかについて、しっかりと検討し、振興計画を策定すべきである。前者はコンスタントな需要獲得が必要、後者は主産業に資するのであればイベントの実施程度でも良く、無理をしないことも大事となってくる。実際に戦略を立て、実践していく際には、先述の通り、島へのアクセス・観光資源の有無など各島の特性に応じた工夫をするとともに、島の方々が十分に理解・納得した運営体制を構築していくことが肝要である。

実施体制については、島単独にこだわるのではなく、必要に応じて対岸地域や島同士、複数自治体による広域的な連携



第6回ジャパン・ツーリスト・アワードで最優秀賞を受賞した奄美群島の「伝泊」(写真提供：一般社団法人しま・ひと・たから)。

など、いろいろな可能性も視野に入れてはどうだろうか。例えば、インバウンドの誘客は、島単独、その島を所管する県だけでは難しい場合も多い。こういった際には複数県による連携や日本政府観光局など国のインバウンド・プロモーションの活用なども重要になってくると思われる。

離島は、豊かな自然やそれに根ざした人々の暮らし、多様な文化など本土にはない魅力を数多く有している。この利点をいかに地元が認識し、観光に結びつけ、地域経済の活性化につなげていけるかが重要である。観光は、移住への最初のステップとしてとらえることもできる。離島振興法の改正にあたっては、観光から定住へつなげていけるような取り組みを後押しする視点が取り入れられることを期待したい。 ■

(令和二年一月一三日開催の第二回離島振興法改正検討委員会の講演内容をもとに本誌編集部にて原稿の形に整理)

矢ヶ崎 紀子 (やがさき のりこ)

北海道羽幌町生まれ。東京女子大学現代教養学部教授。専門は観光政策・行政、観光法制度、インバウンド振興、観光需要平準化。著書に『インバウンド観光入門』ほか。国土審議会離島振興対策分科会特別委員。