

ニューツーリズムによる観光地域づくり

愛媛大学 社会共創学部 井口 梓



1. はじめに ニューツーリズムの概念

観光庁は2007年に滞在型を含む新たな旅行形態を「ニューツーリズム」と称して、その普及・促進を開始した。ここでの「ニューツーリズム」とは、「グリーンツーリズム」「エコツーリズム」「産業観光」「ヘルス（健康）ツーリズム」「ロングステイ」「文化観光」などを指しており、観光客の多様なニーズに対応する旅行スタイルとされる（第1表）。2017年現在、ニューツーリズムの展開は観光地域づくりにおける重要な手法の一つとして位置づけられるようになった。ニューツーリズムの

旅行形態も定着しつつあり、地域に根差した多様なツーリズムが複数展開され、その形態も細分化しつつある。

ニューツーリズムの特性の一つとして、各地の地域資源や地域特性を旅行商品として活かやすく、地域振興につながる点が挙げられる。地域の自然環境、風土、歴史、文化、民俗慣習、有形無形の資源は新たな観光需要を掘り起こす素材であり、いわゆる着地型観光の造成過程では、地域内での素材の洗い出し、磨き上げる作業が最初のサイクルとなる。

マス・ツーリズムとニューツーリズムを比較すると、

第1表 ニューツーリズムの多様な形態

観光形態	概要
エコツーリズム	観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深める活動である。
グリーンツーリズム	農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動（農作業体験や農産物加工体験、農林漁家民泊、さらには食育など）である。
文化観光	様々な地域の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光である。
（世界）遺産観光	ユネスコの世界遺産リストに記載されている世界文化遺産や世界自然遺産を対象とした観光であり、資源の保全にも配慮しつつ観光活用を考える観光である。
産業観光	歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴う観光である。
ヘルスツーリズム	自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持するための活動をとらう観光。
スポーツツーリズム	スポーツを「観る」「する」ための旅行に加え、スポーツを「支える」人々との交流や、旅行者が旅先で多様なスポーツを体験できる観光であり、これらに必要な環境の整備の活動も対象として含む。
コンテンツツーリズム	映画のロケ地巡り、大河ドラマ観光、マンガ、アニメの聖地巡礼などコンテンツを通じて醸成された地域固有のイメージとしての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用する観光である。

マス・ツーリズムはマーケティングと観光客の受け入れ活動が主となり、外部組織との結びつきが強いことに対して、ニューツーリズムの特徴は、ブランディングと地域づくりの活動が多く、観光以外の地域資源との結びつきが強い。ニューツーリズムは小単位の旅行形態であるため社会的、環境的な負荷が小さく、地域側が受け入れやすい点も特徴である。それゆえ、ニューツーリズムは、観光振興のみならず、地域資源の利活用をめざすまちづくり、地域コミュニティの活性化、地場産業の復活、農林水産業の維持、住民主体のまちづくり、文化振興による地域アイデンティティの醸成、地域再生などと連動している。

このように、ニューツーリズムは、団体型のコンテンツやアトラクションの消費に重きを置き、対象地域との関係性が希薄なマス・ツーリズムの代替えとして生じた。観光客自らが地域社会やコミュニティの中に入り、「体験」や「参加」を通して地域住民と類似の行動を行うことで、関係

環境庁<http://www.env.go.jp/>、文化庁www.bunka.go.jp/、農林水産省www.maff.go.jp/、観光庁<http://www.mlit.go.jp/>

第2表 観光庁が指摘するニューツーリズムの課題例

観光形態	課題例
産業観光	・産業観光に取り組む地域全体としてのブランド化 ・安定した収益を確保できるようなビジネスモデルの構築 ・付加価値を付与するようなガイド等の養成 ・事業全体をマネジメントする人材の育成 ・安全対策等のインフラ整備
グリーン・ツーリズム	・都市住民等のニーズに即した受入れ体制の整備 ・農山漁村への訪問に対する消費者の潜在的願望の掘り起こし ・農山漁村地域単独では消費者視点に欠け、商品の企画力・販売力が脆弱 ・都市と農山漁村とを結ぶ情報発信機能の強化
エコツーリズム	・自然環境への負荷増大や生態系の破壊 ・利用マナーの低下 ・世界遺産地域など特定地域以外での普及拡大 ・解説技術の未熟なガイドの存在
ヘルスツーリズム	・長期滞在ができる環境(経済的負担の軽減)の整備 ・同業種、異業種の連携を図る地域コーディネーターやプロデューサーの配置 ・利用者に効能効果についての一定の説明ができる実証データの有無
文化観光	・文化発信が質・量ともに不足 ・地域の文化財を面的に捉え、観光や地域活性化に生かす視点が欠如 ・新たな文化コンテンツを活用した事例創出(ファッション、食、映画、アニメ、ゲーム等)

観光庁<http://www.mlit.go.jp/common/000132570.pdf>

性を築くことができる。一方で、ニューツーリズムの形態は多様で複雑であるため、成功事例の収集が困難であり、試行錯誤を続ける活動団体も多い。第2表は、各観光形態にみる課題例である(観光庁)。ガイドやコーディネートスキルの課題、情報発信不足、商品力や企画力の不足など、様々な課題が挙げられる。このような課題の一助として、以下では具体的な対象事例を踏まえながら、ニューツーリズムの可能性について検討する。

2. 文化観光と文化のアーカイブ

ー松山市三津浜「三津浜検定」の事例ー

ニューツーリズムの一つである文化観光とは、「日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光」(観光庁 2010)とされている。観光は異なる世界、地域に出向き当該地に由来する非日常的体験を求めるものであるため、すべての観光は「文化的側面」を有しているともいわれている。文化観光では、「文化発信が質・量ともに不足」していること、また「文化財を面的に捉える視点が欠如」などの課題が挙げられている。このような文化観光の課題に対して重要な視点は、観光の素材となる文化のアーカイブ化(活用するための保存・記録・収集)と地域住民を巻

き込む「仕組みづくり」である。

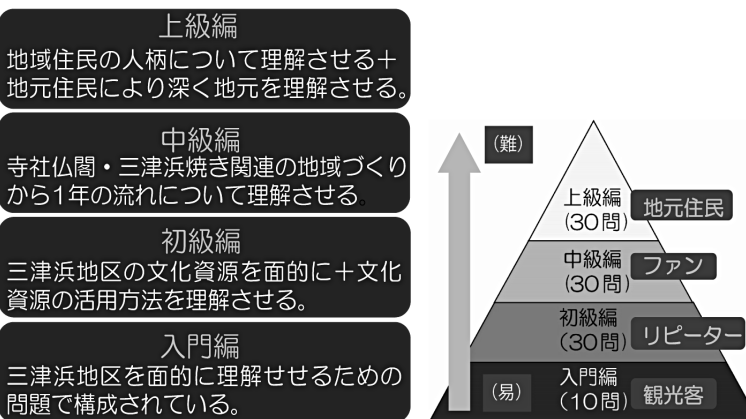
松山市三津浜地区で取り組んでいる「三津浜検定」の仕組みをもとに考える。「三津浜検定」は、三津浜地区まちづくり協議会及び平成船手組、船井総合研究所、愛媛大学が連携して実施するまちづくり型文化観光振興の事業である。三津浜地区の港湾周辺に点在する地域の歴史文化を収集・記録し、ご当地検定問題を制作することで、地域内外の対象者に解答を通して魅力を伝えるものである。観光資源に限らず、すべての文化を収集記録しガイドブックにまとめることで、ガイドブックが質的・量的なアーカイブの役割を果たし、今後展開される多様な文化観光のシーズ(種)となる。

「ご当地検定」とは、特定地域の様々な知識を問い、基準点合格により認証を与えるものであり、2000年頃から多数の地域で取り組まれるようになった地域振興策である。今回三津浜地区で取り組んだ「三津浜検定」の特徴は、単なる知識を問う検定試験ではなく、「まち歩き」のためのガイドとして検定問題を位置付けている点である。「まち歩き」は隠れた地域資源にストーリー性(物語)をもたせて新たな価値を付加し、ときには地域の現状にも触れ、観光資源を通じた観光客と地域住民との交流等も観光対象とする文化観光の一つである。今回の検定は、俳句、文化、町並み、産業の4つのテーマが混在した計4段階の問題によって構成され、第1図のように、観光客から地域住民まで段階によってターゲットや目的が異なる。4つのテーマは、面的なまち歩きの問題、かつ観光のストーリー(物語)であり、検定問題の点(文化財など文化資源)は面を理解するための拠点施設、サテライトとして配置した。ガイドブックに登場するすべての資源を地図に書き込むと、地域の中心部がまち歩きでカバーできるようになっている。この三津浜検定と検定ガイドブックは、小学校の郷土教育の教材として、また地域住民の検定問題やまち歩きなどにも活用されつつある。このようにニューツーリズムとは、単なる観光アトラク

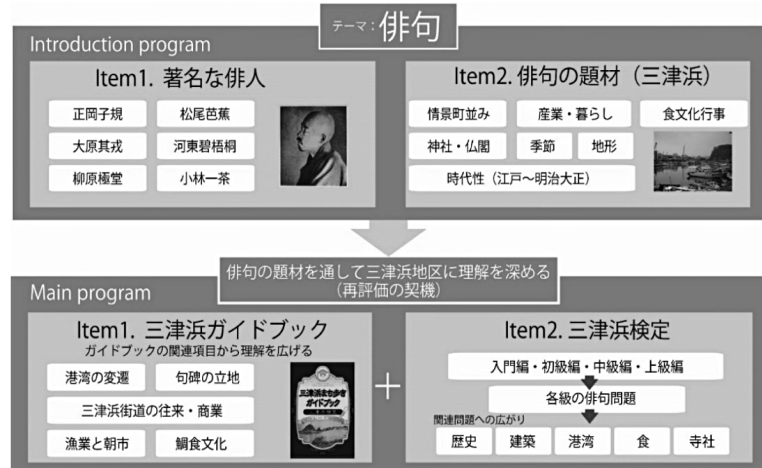
a. 三津浜検定およびまち歩きガイドブック例



b. 三津浜検定の構成



c. 三津浜検定及びガイドブックを組み合わせた活用例(俳句)



第1図 三津浜検定と三津浜検定ガイドブックの活用

ションではなく、地域のまちづくりや教育などと連携し、多様な役割・機能をもつことができる。

3. エコツーリズムとビジターセンター

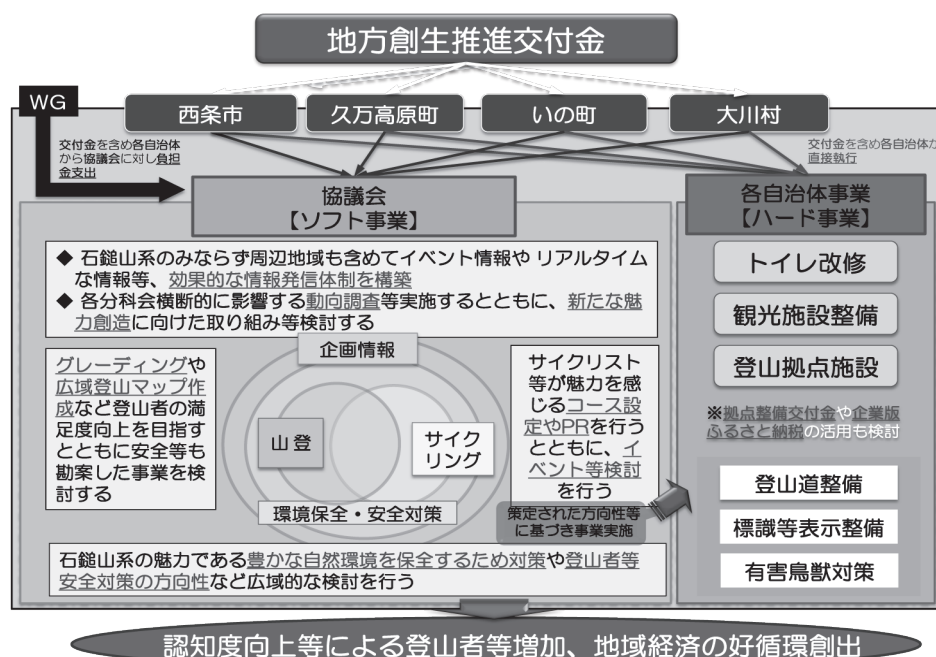
ー石鎚山系の回廊づくりによる圏域連携の事例ー

ニューツーリズムの一つにエコツーリズムが挙げられる。エコツーリズムの4項目として、第1に環境への最小限のインパクト、第2にホスト文化への最小のインパクトと最大の尊敬（地域への配慮）、第3に受入の地域社会、コミュニティへの最大の経済効果、第4に、観光客の「レクリエーション」的満足が重要であるとされる。

エコツーリズムは、自然資源に限られず、自然・人文いずれの観光資源を活用しても良いが、多くの旅行形態は環境教育に重きを置き、自然資源を拠点（ベース）に置いている。その際、瀬戸内海、石鎚山、しまなみ海道のように海域、流域、山系など連続する自然環境を1つの圏域として回廊（コリドール）を形成することが重要であり、多様な地域を結びつける圏域が観光客にとって観光の物語ともなる。ここで、石鎚山で取り組まれている広域連携事業について紹介する。

石鎚山系は、標高1,982mの石鎚山を主峰とし、笹ヶ峰（1,859.6m）、瓶ヶ森（1,896.5m）、伊予富士（1,756.2m）、寒風山（1,763m）、堂ヶ森（1,689m）の東西約50kmから連なる山々を指す。この石鎚山系では、地域再生計画（石鎚山系の魅力発信及び持続可能な資源とする事業）として愛媛県西条市、久万高原町、高知県の町、大川村が連携し、「石鎚山系」を対象とする観光振興を展開している。本事業では、石鎚山系の山岳から平野部までを含むフィールドで展開されるアクティビティをブラッシュアップし、一般観光客、登山客、自転車観光客（サイクリスト）の3者の満足度を高めること、また利用促進のみならず、登山観光の安全対策の検討や持続的な自然資源活用について検討すること、さらに持続的な観光を展開するための組織づくり（DMOなど）や拠点となるビジターセンターの検討などを実施している（第2図）。

石鎚山は複数の登山ルートがあり、多くの登山客は北側に位置するロープウェイから成就ルートを登る。一方で、「石鎚山系」という圏域で各自治体、地域が一つになることで、すべての登山ルート、及び山岳資源が全体



第2図 石鎚山系の魅力発信及び持続可能な資源とする事業による連携
(上記協議会資料により作成)

を構成する一部（サテライト）として位置づけることができる。地形、植生、動物、気候、歴史文化（山岳信仰）等からみると、各ルートはそれぞれ特色ある石鎚山の一部を構成しており、自然環境や文化圏の境界線は自治体の枠組みとは異なる。国立公園など広域の場合は、ツーリストに分かりやすく圏域の広さを伝え、各地域の資源の構成を伝えるために、「ビジターセンター」を設置し、センターをコアミュージアムとして、啓蒙・教育活動を推進する。石鎚山系の場合も同様にコアミュージアムで得た山系全域の情報から、植生、地形、動物、歴史文化など、関心のあるテーマの山道をサテライト拠点として選択する。エコツーリズムで課題となる環境負荷やツーリストマナー（ツーリストコード）、安全に関する情報発信、ボランティアによる清掃活動の発信、ガイド支援などもサテライト施設の役割として組み込むことができる。ビジターセンターのようにエコツーリズムを支援する拠点整備は、ハード整備のみならず、既存の施設に新しい情報発信の役割を与え、文化圏の中で再配置することによっても進めることができる。

4. ニューツーリズムの重要な視点

ーインタープリテーションと情報発信ー

(1) インタープリテーションの重要性

ニューツーリズムは、個性的なテーマを深く掘り下げ

たり、専門的な分野を体験させたりすることが、旅行商品の付加価値となる。観光看板（オンサイトマーク）を読みながら物見遊山で巡る観光とは異なり、エコツーリズムや産業観光の分野では、観光情報がほとんどない現地で、ガイドの導きによって体験するものが多く、これらガイドがもつスキルが重要な役割を果たす。NHKのTV番組「ブラタモリ」が人気を博しているが、訪れた先の何気ない景観を見て歩きながら、専門家による生態学的、地形学的、気候学的な解説を聞くと、その土地

の歴史、人の暮らし、文化、宗教、民俗慣習まで深く読み解くことができ、非日常的な感動が得られる。これら専門家が、理解しやすい重要な場所を選択し、景観を指さして解説したり、段差を目で確認させたり、古地図や古文書を活用したりする様子が映し出されており、これらの行為を「インタープリテーション」(interpretation)という。

「インタープリテーション」とは、自然・文化・歴史（遺産）について、地域の多様な資源を用いて、人に分かりやすく伝えるための技能、行為である。直接的な体験や教材を活用して、事物や事象の背後にある意味や相互の関係性を解き明かすことを目的とする。単に情報を伝えるというよりも、地域の資源の意味を考えるために、参加者と対象とのコミュニケーションのプロセスに重きを置くことが重要とされる。そのため、参加者の知識のみならず、対象物の裏側にあるメッセージを伝えたり、興味や関心、感情を引き出すことができる。

インタープリテーションでは、対象そのものの解説を行うだけではなく、地域から伝えたい魅力を深く「伝える」ための工夫や切口、着想が必要である。第3図は、内子町小田での巨樹巨木を活かした着地型観光のための「木々を歩く（小田の巨樹巨木マップ）」である。ガイド用のインタープリテーション補助教材として制作した。地域づくりの一環として、「小田の郷巨樹巨木を想う会」



第3図 小田の木々を歩く（巨樹巨木マップ）

と愛媛大学との協働で制作したこのマップは、小田の主要産業である林業の歴史・暮らしを今に受け継ぐ「巨木」に注目して、エリア全域を紹介したマップである。地域の名所・旧跡、景勝地、寺社仏閣など、地域内で観光対象となり得る資源すべてが、巨木や古木の視点・テーマから解説されている点が特徴である。例えば、いずれの寺社にも神木があり、いずれの神社でもハレの日には境内に集い、年中行事が行われていた。また「世善桜」と称される桜の古木は、かつてここに集落があった歴史を伝えており、桜の種は各集落へと広がっていった。このような木にまつわる逸話は、様々な地域住民の語りとして地図に記される。このマップを持ち、現地を訪れるツーリストは、木々を眺めたり、触れたり、落ち葉や木の実を拾ったりするなど従来とは異なる過ごし方で、寺社や旧跡、地域の歴史と関わりをもつことができる。

インタープリテーションは、注目度の低い観光対象(ア

トラクション)を活性化させ、異なる視点から付加価値を与える役割を担っている。ガイドのスキルは、単に知識情報を収集・伝達することではない。小田の巨木マップは、地域住民の聞き書きや語りそのものを解説として活かしており、その土地ならではの文脈から「伝える」工夫を行うことが重要である。インタープリテーションは、ニューツーリズムの有効なマーケティングの手段として、参加者の属性や経験と関連付けながら、「特別な場所」における「ビジターの経験」を創造する重要な要素となっている。

(2) 地域の発信力を高める

観光客に対して観光情報を提供することは、地域にとって重要な活動の一つである。観光客が地域に関する情報を得ることで、観光動機を高め、移動手段が検討でき、ニーズにあった多様な観光活動を行うための環境を整えることができる。現在、行政や観光協会、NPO 法人、

民間企業のポータルサイト、観光客本人による情報発信など、多種多様な観光情報が提供されている。観光情報の提供を行う際、その一般的なプロセスモデルとしては、3段階の検討が必要となる。第1段階として、まず現在の観光情報の現状を把握し、課題について検討し、観光情報の目的・ミッションを決め、そのための連携体制の検討を行う。第2段階として、基本的な設計、つまりは「誰が・いつ・どこで」アクセスする情報なのかを想定したうえで、①観光客に対してどのような情報・コンテンツを提供するか、②観光客にどのような手段・媒体・デバイスで提供するかを検討し、③観光客の利便性に配慮しつつ総合的なデザインを検討する。最後に第3段階として、PDCAサイクルを繰り返すために、情報内容を更新しつつ効果の検討・検証を行いつつ、運営（システム）の検討をおこなう。

ニューツーリズムでは、この第2段階の検討が重要となる。グリーンツーリズム、文化観光、ヘルス観光、スポーツ観光、産業観光、コンテンツ観光など、ニューツーリズムでは観光客に提供する観光形体が多様であり、提供する情報が多岐にわたること、また観光のテーマ性、物語性が強く、従前の網羅的な情報では地域側が提供したい観光のスタイルをイメージすることが困難なためである。一方で、提供地域のスケールにあった情報コンテンツやデバイスを工夫することができ、テーマ性を意識したデザインを採用することで、従前の観光情報よりも、より地域に内在する資源にふれることができる重要なコミュニケーションツールとなる。そのため、ニューツーリズムでは、ローカルな着地の情報発信力、地域の情報発信力を育てていくこともまた重要である。

例えば、2014年に始まった宮崎県小林市の「てなんど小林市プロジェクト」では、地域の文化や歴史、食、景観など魅力を掘り起こしてブランド化し、特有の方言を活用してPRしている。「てなんど」とは西諸弁で「一緒に」という意味を指す方言であり、地域の魅力を発信するHPやfacebookでは、方言を用いた印象的なポスターが注目を引く。ポスターには、地域の美しい景観や物産、ユニークな人物像と方言を用いたキャッチコピーが大きく記載されており、地域の自然や文化、暮らし、住民の人柄が垣間見えるものとなっている。観光ポスターらしい季節の良い時期の絶景、体験メニューの説

明ではないにもかかわらず、グリーンツーリズムで体験できるコンテンツ、まちで得られるホスピタリティ、地域像が伝わる観光情報の提供方法である。これらの写真や方言は、地域住民に募集しており、地域の人々が被写体となったり、住民自身が地域に向ける「まなざし」が対象となっている点が特徴的であり、地域づくりの視点から見ると地域が地域を再評価するツールを併せ持っている点が評価できる。

また、いわゆる観光大使を注目度の高い著名人ではなく、地域住民自身にゆだねる手法もある。群馬県高崎市の「市民みんなが観光大使プロジェクト」は、地域住民や高崎市と関係のある人々を観光大使として任命し、「ぐるたび」（観光情報発信サイト）を活用し、情報発信するものである。募集人員を上回る830人が観光大使となり、実名入りの信頼できる発信元として、自身が発信したい写真・情報を発信する。注目すべき効果として、1点目に取材をさせることで地域住民による域内観光を促進しており、いわゆるレクリエーションリスト（近隣に居住する余暇活動者）の発掘につながっていることである。2点目に地域住民自身が地域を知る、学ぶ機会となっており、地域づくりのきっかけとなる地域の再認識、再評価につながっていることである。3点目に、記事の内容を読むと地域住民にしか気が付かない観光資源が多数挙げられており、これらはニューツーリズムのシーズ（種）として、彼らの発信の中から新たな観光スタイル・モデルが検討できる可能性がある。

5. まとめにかえて ニューツーリズムは「ツーリスト」を育てる観光

近年のニューツーリズムでは、文化観光、グリーンツーリズム、エコツーリズムの実践手法として、ボランティアや農作業支援、祭りの担い手など、観光客が地域課題に直接触れ、ともに問題解決を考えるための「スタディツアー」が増えつつある。ニューツーリズムの取り組み活動は、ディステーションな観光や地域づくりを後押しするなど「地域」を育てるのみならず、「旅人」を育てる観光形態であるとされる。プーン（1997）は、ニューツーリズムを促進する要因として、「新しいツーリスト」（ニューツーリスト）の存在を指摘している。人とは違う体験を願望し、環境意識が強く、見かけより

実質を楽しみ、何を持つかよりも生き方を優先し、用心することよりも冒険を求め、ホテルのレストランよりも地元の食事を好み、自分自身も皆と同質であるよりもハイブリッド（合成）でありたがる。ニューツーリズムの豊かな旅行経験は、新しい価値観とライフスタイルをもつツーリストを育て、これらツーリストは受け入れ地域と新しい関係を築くことを好み、今後重要な支援者となる可能性がある。

【参考文献】

- 尾家健生（2010）ニューツーリズムと地域の観光産業．大阪観光大学紀要10、25-37.
- 津村敏充・増田直広・古瀬浩史・小林毅編『インタープリター・トレーニングー自然・文化・人をつなぐインタープリテーションへのアプローチ』ナカニシヤ出版、2014.
- 富本真理子（2015）ニューツーリズムとしての文化観光ー対立から共生の視点を通じてー．岐阜女子大学紀要45、59-67.
- 原田保（2014）「ニューツーリズム」と「地域ツーリズム」のコンテキスト転換：「ツアー概念」から「トラベル概念」への「原点回帰」（地域経済と観光ビジネス）．地域デザイン学会誌3、23-55.
- 堀 桂子・佐藤由利子・村山武彦・錦澤滋雄（2015）別府市の観光まちづくりにおける協働の課題 マスツーリズムとニューツーリズムの分析より．観光研究27-1、115-125.
- 安福恵美子（2006）：ツーリズムと文化体験＜場＞の価値とそのマネジメントをめぐってー．流通経済大出版会.
- A. Poon（1997）“Tourism, Technology and Competitive Strategies” CAB International Patrice Braun “E-Commerce and Small Tourism Firms ” University of Ballarat, Australia.

Profile 井口 梓（いぐち あずさ）

愛媛大学社会共創学部 地域資源マネジメント学科 准教授

2008年：筑波大学大学院生命環境科学研究科博士課程修了。博士（理学）。

2009年：愛媛大学法文学部人文学科観光まちづくりコース（観光文化系）

2016年：現職。専門は観光地理学、農村地理学。伝統文化の継承や地場産業に従事する担い手の動向について調査研究。