

観光政策の担い手と新しい連携

愛媛大学法文学部 准教授 米田 誠司



はじめに

人はなぜ旅をするのか。まずここで、このシンプルな問いに立ち返ってみたい。それは本格的な人口減少社会に突入したことを踏まえて、また人々の価値観がさまざまに多様化する時代であることも念頭に置いた上での問いである。人々はなぜ忙しい日常の時間を割いて、わざわざほかの地域に出かけていくのだろうか。

さて、そうした旅人を迎えるため、それぞれの地域には観光政策というものが存在する、あるいは存在しているはずである。与条件が日々変化する中で、また先ほどの問いにも立ち返って見た時、地域それぞれの観光政策は時代に合わせ、時代を先取りしたものになっているだろうか。あるいは地域の外に出て学び続け、政策をよりよいものにリファインできているだろうか。

そうした思いを抱きつつ、以下の3点について本稿では考えていきたい。それは観光まちづくりとは何かということであり、観光政策は誰が担うのかということであり、そして観光における新しい連携とはどのようなものかということである。それでは順にみていくこととしよう。

1. 観光まちづくりとは何か

(1) 観光の今日までの流れ

まず、観光の今日までの流れを概観してみたい。と言いつつ誌面には限りがあり、平安時代の熊野詣や江戸時代のお伊勢参りまで遡ることはできないものの、ただ太平洋戦争後の旅行形態から出発することだけは避けてみたい。

豊かな旅の時代のDNA

「五足の靴」という紀行文をご存じだろうか。これは1907年（明治40年）に与謝野鉄幹、木下杢太郎、北原

白秋、平野萬里、吉井勇の5人で主に九州を巡った時の紀行文であり、東京を出て柳川や長崎、天草などを約3週間かけて旅したものである。明治の半ばごろから全国で鉄道網が整備され、航路も次々と開設されていった。ちなみにこのころ愛媛の港も、全国の多くの港と航路で結ばれていたのである。さて与謝野らそれぞれがその後の作品に影響を与えるような豊かな旅をしたように、当時の人々は大いにしかもゆったりと旅をしていた。言い換えれば、こういう豊かな旅をしてきたDNAが日本人の底流には流れているのだ。

個人・小グループ型観光への転換

ところが、戦後の高度経済成長期から始まる団体型旅行が、そもそもの我が国の旅行形態の源流のように捉えられることが多い。しかし、これは観光の流れの本質を大きく見誤るものである。もちろん団体型旅行はいまだに根強い需要があり、今後も消え去るわけではない。けれどもここ数十年前からの、団体型から個人・小グループ型へという観光旅行の形態の変化はまず共通の認識としておきたい。そのうえで、十人十色から一人十色といわれるほどに顧客の需要が細分化し多様化してきたことに対して、供給側の取り組みが硬直化してきたという面は、まず最初に指摘しておかなければならないだろう。

2つの視点からの観光

このことをもう少し詳しくみてみよう。観光という現象は、需要側と供給側の2つの視点から捉えることができるものである。需要側つまり観光する主体からみれば、観光は、「人々が日常生活する場を離れて、余暇活動や生きがいとして、日常と異なることを見聞きし体験しそして楽しみ、日常に戻ってから生活を向上させるもの」である。また供給側つまり受け入れる地域からみれば、観光は、「地域の文化や経済を振興し、人々が地域

で誇りを持って生きてゆくための基盤となるもの」となる。

視点がきちんと重なるとき

このように、観光には双方の異なる2つの視点が存在するのであるが、それが地域できちんと重なるとき、はじめて双方にとって意味のある観光という現象が成立することとなる。逆にいえば、いまだに団体型観光時代のしきたりを拭い去ることができずに、夕食時間やメニューが固定されていたり、あるいは観光客が地域に対して配慮のない行動をとるようなことは、2つの視点のミスマッチの典型である。ただあくまでも冒頭述べたように、観光客が旅に出るところからすべての観光は始まるのである。

(2) 観光は諸刃の剣である

ただ観光というものには、諸刃の剣の要素を多分に含んでいる。地域に大きな福をもたらすと同時に、さまざまな禍も引き起こすことも多い。

由布院温泉の発展プロセス

たとえば、大分県由布市の由布院温泉は、1970年代以降地域づくりを積み重ねることで観光地として成長してきた。日本一の湧出量を誇る別府温泉から車でわずか40分の距離にあり、当時主流だった団体型観光地として生きることができない中で、個人・小グループ型の観光に特化してきた。詳しく述べれば、団体型に合わせて旅館の規模を大きくするのではなく、小さいままの受け入れ体制を構築していったのである。それは個人客それぞれの要望にできるだけ応えていく体制づくりであり、また旅館だけでなく町中に散策できる拠点を設け、散策型、滞在型の観光地を目指してきたことでもある。

本多静六博士の教え

実はこうした散策型、滞在型の観光地を目指す契機になったのは、90年以上遡る1924年（大正13年）に由布院で開催された、東京帝国大学の本多静六博士による講演である。林学、公園学の第一人者であった本多博士の講演「由布院温泉発展策」は、散策や滞在のための町並みの整備や周囲の森林の保全がまず語られており、そして由布院温泉が先進地として学ぶべきところとして、ドイツの保養温泉地が示されていた。そして、実際にその温泉地を訪ねることができたのは37年後の1971年（昭和



図1 本多静六博士の「由布院温泉発展策」
（出典：一般社団法人由布院温泉観光協会）

46年）のことであった。

その講演録は、2006年に図1のように小学生向けの副読本としてまとめられ、次代を担うこどもたちにも伝承されている。

多くの積み重ねを経て、人口わずか1万人程度のまちに、いまでは年間400万人ほどの人が来られるようになり、大きな産業がなかったこの地域にとって、経済的な福は大いにもたらされた。

いまま続く外部資本の進出

一方で、由布院では旅館の進出がまだ続いており、旅館件数は増え続けている。これは由布院で旅館業を始めることが成功の方程式のように外部資本からまだ捉えられているからにほかならない。実は1990年に、旧湯布院町でバブル時代のリゾートマンションや大規模宿泊施設などの大規模開発を阻止するため「潤いのある町づくり条例」が制定された。しかしこれは一定規模以上のものが規制対象であり、小規模なものには機能しにくい。

さらに土産品店、飲食店に至っては、半分以上が外部資本になってしまった。旨みのある観光地という認識の下、大小の開発圧力はまだ続いているのである。こうした外部資本店舗のビジネスモデルは、全国の観光地の中で一定の集客ができているところに進出して一定期間稼ぎ、そしてその観光地のブームが下火になるとそっと消えて、次の観光地を探して移るような形態である。でもこういう「フリーライダー」に対する正面からの規制はなかなか存在しない。草創期には由布院で小さいままの豊かさを求めようというスローガンも掲げられたが、こ

れだけの異分子の自己増殖の勢いを止めることは実に難しい。また由布院ではアジアを中心にインバウンド観光客が急増しており、想定内外の事態もいろいろと発生している。ただこれは、国を挙げてインバウンド政策を展開する中で、今後どの地域でも発生し得る事態であり、由布院では先んじて経験したことの中から、少しずつ対応策を積み上げようとしている。

住みよいまちが優れた観光地にという旗印

こうした現状を踏まえた上で、由布院はこれからの成長を阻害させない中で、観光にイノベーションを生起させ、観光業以外の産業の育成を図ることなど、難しい課題を解決していかなければならない。ただ由布院から我々が学ぶべきことは、2016年4月に熊本地震が起きたように、どの時代において課題が次々と発生しようとも、その対応に追われ続けてきたとしても、住みよいまちをつくるのが優れた観光地になることであるという理想の旗印を、世代を継いでいまま掲げ続けていることである。

(3) 地域づくりが出発点に

このように観光面の課題を解決しながら住みやすいまちをつくるために「観光まちづくり」という概念が1990年代から提唱されてきた。

まちづくりとは何か

まちづくりにはさまざまな見方や実践事例が多く存在するものの、ここでは「自覚と責任を持つ地域住民が、住みやすく持続可能なまちにするため、ハード、ソフトの両面からまちのことを自ら考え、外部にも働きかけながら実践を重ねていく運動」がまちづくりであると定義しておきたい。

観光まちづくりとは何か

その上で、観光まちづくりについては、「地域社会において、地域の住民や企業などのさまざまな主体が、地域資源を生かした経済活動である観光を手段としながら、持続可能で経済的に維持できる地域社会を、来訪者と連携しながら作り上げる運動である」と捉えてみることにしたい。このようにしてみると、観光地でも観光地といわれない地域でも、まちづくりや地域づくりこそが観光の前提として求められるものであることがわかる。さらにいえば、地域に普通にある資源をもとにしながら、

少しずつ地域づくりと並行して産業としての観光業を育てていくためには、大きな目標設定と細かな行動計画が同時に必要となってくる。これが観光政策そのものである。

2. 観光政策は誰が担うのか

(1) 何のために観光政策を形成するのか

ではこの観光政策というものは、どのような目的でそれぞれの地域で必要とされているのだろうか。

観光政策の必要性

観光は地域からみればまず外貨獲得の手段であり、顧客は外部からやってくるものの、地域資源を外部に輸出していることと同等にみることもできる。ということは地域に資源と市場がある中で、無限大に顧客を増やし続けることができるようにも思えるが、やはり地域の資源や容量は限られている。どこかに均衡点や目標値を設定しない限り、オーバーユースになるか、振るわずに立ち枯れていくかのいずれかに陥りやすい。均衡点探しは実に難しく、そこでまず観光政策が必要となるのである。

観光産業のコントロール

冒頭で人はなぜ旅をするのかということに立ち返るべきだと述べたように、これは観光客が旅をしてみたいという欲求を持つところがすべての出発点であり、そう思ってもらうために、またあまたある観光地から選んでもらうためにも、研ぎ澄ました戦略が必要となる。言い方を変えれば、「○○温泉に行ってみよう」というイメージを、ターゲットにしたい顧客層がどのように抱くかということが肝要となる。また先に触れたように、地域を前提にした時、観光産業は地域の玄関に相当する産業であり裾野が広く、物品の仕入れや従業員の雇用などを通じて、地域経済に大きく波及、貢献するものである。ただ前述したように、観光は地域に禍福の両方をもたらすものである以上、観光産業を野放図に増大させたり、自然に任せればよいという訳ではなく、一定の方向性を指し示しながらコントロールすることが必要となってくる。

(2) 誰が政策形成するのか

従来こうした地域を前提にした政策となれば、それはまさに行政の出番であった。また民間団体と協議をしな

がらも、行政施策の一環として観光政策が形成され、実行されることも多かった。

民間主導の政策形成

一方、前述の由布院温泉の場合には、主だった観光の政策は観光協会や旅館組合という民間組織が主導して立案し、行政とも連携しながら政策形成してきたのである。ところが、現在の観光をめぐる政策課題はさらに多岐に渡り、また地域のさまざまなステークホルダーに関連するものになっている。ということは、これからの時代の観光政策は、地域のステークホルダー全員が議論に参加でき、政策形成に参画できるものでなければならぬ。こうして書くはずいぶん理想的なことをと思う向きもあるかもしれないが、こうした壁を乗り越えない限り、これからの時代に地域の観光は発展を望むことができず、また新たなステージを切り開くこともできないのである。

本来のDMO機能とは

2015年秋以降観光庁が推し進めている日本版DMO (Destination Marketing/Management Organization) に関する動きについて、様々な意見や立場が存在していることは十分に承知している。しかしステークホルダーで議論し、連携しながら政策形成し政策を実行する本来のDMO機能は、やはりこれからの時代の観光に必要なことである。我が国で有数の先進的なDMOであると言われている「雪国観光圏」の動きについては次章でくわしくみていくが、これからの時代は、地域、業種、世代などの枠を超えた観光政策の形成と実行の場が重要であり、そしてその場の中心は行政の中から地域の中に移っていくこととなる。これは世界的な趨勢である。

(3) どのように政策形成するのか

では、観光政策はどのように政策形成してゆけばよいのだろうか。よく行政メンバーがさまざまな場を設けても、地域の住民や企業の参加が芳しくないとか、笛吹けど踊らずで困っているなど、嘆息しているのをよく耳にする。場を設定しても参加が少ないというのは、当事者にとって甲斐がないことは十分に理解できる。

参加の場のデザイン

ただ、一定のDMO機能を前提にして考えれば、これまでのような行政主導だけでなく、あらゆる主体が参加

しやすい場をどうデザインするかにかかっているのだ。そしてその場で自地域の中心的な価値が何であるのかについて、これまでの経緯や先入観、さまざまな関係性に左右されることなく、徹底的に掘り下げた議論ができるかどうか、ここがまず最初の勝負どころであろう。この中心価値さえ見出すことができれば、こうした価値にまつわる地域資源をリストアップし、狙うべきターゲット層を設定して、順に商品化していけばよいのである。

観光政策の実際

ただ観光政策の実際としては、そうした商品化の前段として、データを収集し分析して、深い議論を経て明快なコンセプトを設定し、関係者で合意形成を図っていくことが大切である。何度も繰り返すが、多くの政策は行政機関が苦心して形成しそして実行しているところであるが、観光政策におけるその形成と実行の場は、行政の中から地域の中に中心を移していくこととなる。ということは、そうした場への住民参加であり、企業参加であり、そして行政参加であるというスタンスをそれぞれが自覚し、そして連携できるかということが重要になるのだ。ただこうした状況を実現するには、難しいことも多いかもしれない。とすれば、長年の積み重ねを背景として行政が場を設定しリードしながら、機が熟すのを待ちつつ、少しずつ住民や企業を励まししながら前進していくという方法も考えられる。

3. 観光における新しい連携とは

(1) 連携をどこから始めるのか

観光における新しい連携をといわれても、では我々はどこから始めればよいのだろうか。

隣人との連携

これは多くの人が気づいているものの、同時に実践しにくいことでもあるのだが、実はとなりの店やとなりの町のことを我々は一番よく知らない。そして隣人とはなんとなく付き合いにくいものだ最初から思い込んでことが多い。でも連携はまずは隣人から、あらためてお互いを知り、手を携えるところことから始めてゆけなだろうか。また、関係性を深めながら、隣人との輪をどんどん広げてゆくことはできないだろうか。

別の面からいえば、隣人との関係がギスギスしているような地域にもし旅人が来たとしても、きっと居心地が

よい地域とは感じにくいはずである。すべての人が仲良くするということはありえないとしても、隣人が身近な存在になることからまず多くの可能性が生まれてくるのである。特に、四国4県がお互いのことを尊重し、真に連携することができ、新しい四国としてのアイデンティティが確立できれば、Shikoku Islandは世界に向けて異彩を放つこととなる。

異業種による連携

次に観光以外の異業種で連携するということを考えてみたい。これはお互いが違うということ为前提にその違いをどう糧にしていこうかということであり、観光だけではない地域における日常の中から多様性を一緒に表現していくということになる。逆にいえば、これまでの観光は代表的な観光資源に依存し、そのことを声高に叫ぶことが観光PRだと信じられてきた。でも実際は日常が観光を支えるのであり、地域の多様性が観光に深みと価値を与える。そしてこうした日常と観光の連携が実践できている地域は実に居心地のよい場所になり得るのである。そうした居心地のよさや多様性、地域らしさが積み重なったときに、地域としてのライフスタイルというものが確立することとなる。そしてこのライフスタイルというものが、これからの時代の観光資源の根幹をなすものとなっていくのであるが、このことについての議論はまた別の場に譲りたい。

(2) 新しい広域連携

隣人や異業種との連携をみてきたが、実は観光客から見れば地域の境界や組織の違いはさほど重要なことではない。とすれば顧客からみて地域はシームレスでなければならない。さらにワンストップなサービスが得られなければならない。そこで我が国で有数のDMO先進事例と言われている「雪国観光圏」についてみていこう。

雪国観光圏にみるコンセプトメイキング

これは「観光圏の整備による観光客の来訪及び滞在の促進に関する法律」に基づいて、新潟県、長野県、群馬県の三県にまたがる、魚沼市、南魚沼市、十日町市、湯沢町、津南町、栄村、みなかみ町の7市町村を圏域とする観光圏である。

自地域の中心価値は何かということについて議論に長い時間をかけ、8,000年前からこの地域の人たちは、雪



図2 雪国観光圏のエリア
(出典：一般社団法人雪国観光圏)

とともに暮し、知恵を育みながら生活してきたことこそが世界に唯一誇れる価値として、「真白き世界に隠された知恵に出会う」という地域固有の価値を見出し、「100年後も雪国であり続けるために」というビジョンを設定した。辛い雪と向き合ってきた雪国が100年後も雪国であり続けるために、地域資源を発掘し、滞在型観光などで世界に通用する価値を生み出すことを目指しているのである。

広域連携組織の立ち上げ

2013年には一般社団法人雪国観光圏が設立され、地域連携DMO候補法人として観光庁に登録されている。行政とも連携しながら、食文化、二次交通など6つのワーキンググループも立ち上げ、人材研修や品質管理なども広域で連携しつつ斬新な旅行商品を企画し販売してきた。従来は県境や市町村境で閉じてきた観光政策であるが、大きなコンセプトのもとそれぞれの地域の違いと強みを連携させて事業を展開している。また、観光圏内の観光地域づくりマネージャーは、日頃遠く離れたとこ

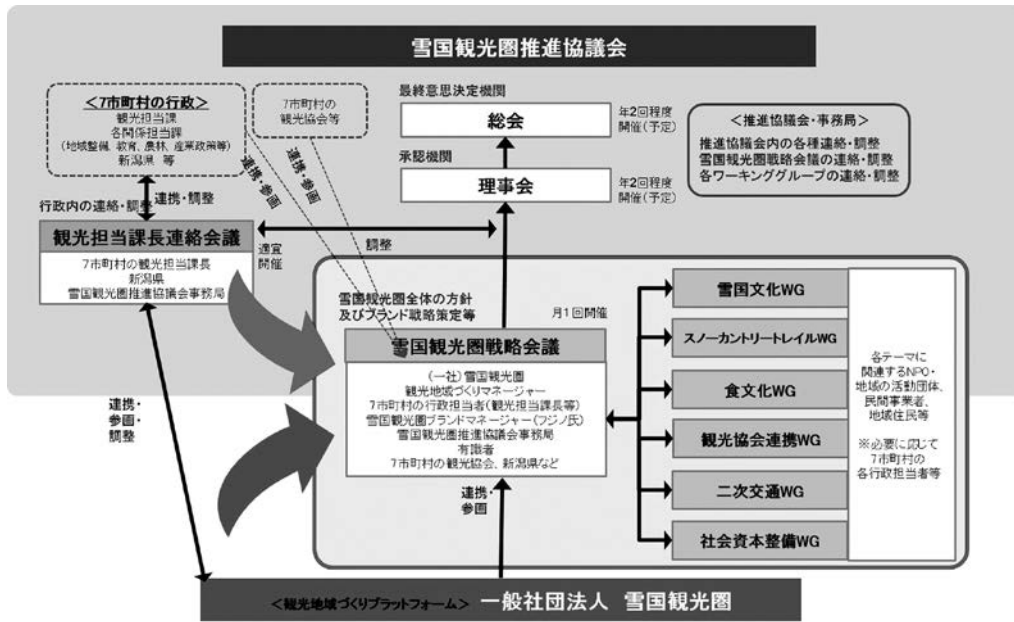


図3 雪国観光圏の組織体制（出典：一般社団法人雪国観光圏）

ろでそれぞれの業務に携わりながらも、会えば旧知の仲のようにざっくばらんに会話しつつ、信頼関係をベースにさまざまな連携を図っている。

広域合併と広域連携の違い

ここで大分県の事例もみながらさらに考えてみたい。大分県では平成の大合併によって、58市町村が18市町村へと市町村合併が大きく進んだ。自治体の規模は拡大し広域化し、観光パンフレット類もさらに多くつくられているが、合併を促進したので観光政策が大いに進展したという事例はあまり聞くことがなかった。市町村合併による自治体の広域化に合わせて、観光協会などの組織も新しい枠組みに合わせて再編される事例も多かった。その際新しい自治体としての一体性を喧伝するあまり、旧自治体やさらに小さな地域の価値を表現しにくい状況も生まれていた。また場合によっては、単独を選択した自治体が憂き目にあわされる事例も見聞した。

原色のような輝きを持つ地域の個性

でも本来、地域それぞれの個性や資源というものは、原色のようなキラキラとした輝きを持つものではないだろうか。それを広域合併したとしても、それを大同団結して混色してしまえばそれは濁った色にしかならない。広域連携ということは、地域を一つの色に染め上げるのではなく、地域の違いを際立たせ、原色のままのモザイク

クを形成し、新しい時代における価値を創出していくことであろう。

熊本地震を契機にした新しい広域連携

2016年4月の熊本地震が発生したことは前に述べたが、2017年2月に由布院温泉や熊本県の黒川温泉、小国町などが連携して「やまなみハイウェイ観光連絡協議会」が設立された。1964年に開通したやまなみハイウェイ沿線は、くじゅう連山や阿蘇など観光資源に恵まれた地域であるが、今回の熊本地震では甚大な実被害と風評被害を被った。

今回民間主導で民間組織も自治体も緩やかに連携する組織が誕生したが、実は地震発生のおよそ2か月後か



写真4 やまなみハイウェイ観光連絡協議会メンバー（出典：一般社団法人由布市まちづくり観光局）



資料5 黒川×由布院夢つなぐ200日のPR
(出典：一般社団法人由布院温泉観光協会)

ら、資料5のような黒川温泉と由布院温泉がまず200日に限定する連携や共同まちづくり会議を実施してきた。このような実践を受けて今回の協議会の発足につながっている。ちなみに由布市では、2016年4月に一般社団法人由布市まちづくり観光局が発足し、官民あげての観光まちづくり組織が機能しはじめた。また、これらの動き背景には、小国町で開催されてきた九州ツーリズム大学というグリーンツーリズムを軸にした20年にわたる地域連携や、全国の7温泉地で連携をとり道後温泉も参画している温泉まちづくり研究会の活動などが下地となっている。非常時の連携は平時の連携に大きく支えられるが、この協議会の今後の動きに着目したい。

(3) 滞在者、移住者との連携

本稿の後にふるさと回帰支援センターの嵩和雄氏が詳しく述べているように、全国の多くの自治体で移住政策が展開されており、中でも近年、中高年層よりも20代、30代という若年層の方が確かな移住志向を持っている。また多くの地域が移住促進の窓口を開き、自地域の特徴を捉えてPR動画なども制作して動画サイトにアップするなど、積極的にアピールしている。

移住のきっかけとは何か

ただ19年前に移住した自身の経験も振り返りながら移住者の立場に立てば、自分や家族の人生をかけて移住するのであり、やはり仕事や暮らしぶりに何らかのきっかけや確証がないと移住の決断はしにくいものである。とすればぜひ移住してほしいと熱心にPRすることも大切ではあるが、同時にきちんとした受け入れ態勢をつくることや、移住につながるさまざまなきっかけづくりも大切であろう。

移住政策と隣接する分野である地域おこし協力隊の状況を概観してみても、隊員が導入されている地域とそうでない地域はまだら模様であり、3年間の任期の後の地元定着も五分五分ではあるものの、それでも地域に新しい担い手が定着しつつあることの意義は大きいものがあるといえる。

滞在型観光から移住・定住に至る視程

そこで観光から移住・定住に至るまで、地域に滞在する日数で整理してみると、従来型の日帰り観光や1、2泊の観光と、移住、定住というものは、滞在型観光や短期居住、二地域居住などの仕組みを介して、図6のように一つの枠組みで整理することができるのではないだろうか。

ということは、地域に長期間滞在する滞在型観光客や短期居住、二地域居住するメンバーは、先にみえてきた観光政策の形成や実行の担い手として地域に招き入れ、新しい仲間として活躍の場を提供することができるかもしれない。大切なことは、人口減少社会に入った今こそ、地域の人間だけで地域づくりをする時代が続いていると考えずに、滞在客や移住者も含めて、さまざまな連携を模索すべき時を迎えようとしているということができる。

地域での滞在日数による分類	
1日～3日	「観光」 ⇒おもてなし、おごちそう、非日常の演出
1週～3週	「滞在」 ⇒活動提案、日常食(自炊)、FIT向けシステム
1月～3月	「短期居住」、「二地域居住」、「アメニティ・マイグレーション」、「ライフスタイル・マイグレーション」 ⇒仕事をしながら、地域にも足がかり
1年～	「移住」、「定住」 ⇒地域の主体、まちづくりの実践

図6 地域での滞在日数による分類

新たな関係性の構築

このように考えていくと、いわゆる観光という仕組みの周辺や延長にいろいろな可能性がありそうである。従来型の観光のようなお客様を下に置かない仕組みから、フラットな関係とまではいかないものの、徐々に対等に近い関係に近づきつつあるケースも散見される。たとえば、グリーンツーリズムのような交流の仕組みでは、お金のやりとりだけではなく、出会いと心の交流にこそいまの時代の価値がある。またリピーターが地域を再訪するとき、観光施設を訪ねるといよりも、なじみになって会うべき人や店があるケースもよく見聞きする。

とすれば、今後は友人をホームパーティーに招待するように、ホストとゲストの関係が対等に近づいていく、あるいはそれが逆転し得るようなことの中から、新たな関係性やさまざまな価値が創出されていくことにもなるのかもしれない。そしてそうした新たな関係性というものを、今の時代に人は求めて新しい旅に出ているのではないだろうか。

空き家再生の今日的な価値

さて、地域にたくさん存在している空き家については、都市や地方、また伝建地区や中山間地などで様相は異なり、一概に述べることは難しい。朽ち果てようとしている空き家への対策も求められている。一方で、状態のよい物件を借りたいという人は近年増えているものの、家族・親族への手前や、家財が多く残っていることなどから、なかなか貸しにくいケースも多い。でもそうした壁を乗り越えて、地域で空き家の補修や利用のスキーム、さらには空き家バンクを開設して借り手と貸し手のマッチングを工夫している地域も数多く存在している。

耐震補強などの課題もあるものの、優良な空き家の多くは古くからの建築様式を保持しており、また往年の街並みの様子を彷彿とさせるものもある。観光において、地域性や地域らしさというものは重要な要素であり、そうした地域らしさを感じさせる意味でも、今の時代ならではのリノベーションを経てよみがえる空き家は、カフェやレストラン、ゲストハウスなど、さまざまな連携や観光まちづくりの拠点になりうるものである。

そしてこのように、古いものを大切にしながら、新たな出会いと連携の仕組みを紡ぎだしている地域にはクリ

エイティブな人々が集まりやすく、そして滞在や居住がしやすい。近年地域によっては、松山市の三津地区のように、こうしたクリエイティビティが連鎖して地域が少しずつ変貌し、新たな価値が創出されることも起きているのである。

おわりに

さて、観光業や行政の観光組織だけが観光を担う時代は終わりを告げようとしている。またなぜ人は旅をするのかというシンプルな問いに立ち返り、旅人の動機が観光の出発点であるという原点に照らしてみれば、従来からの観光の枠組みを維持することだけに汲々とするのではなく、また観光入込み客数など精緻でないデータに一喜一憂する必要もない。

これからの時代に地域で起こりうる多くのことを豊かに想像し、住民や地域の企業、観光客ときちんとコミュニケーションができていれば、観光政策としてこれから先積み上げていくべき地平は、鮮やかにみえてくるのではないだろうか。そしてそうした中で求められる行政の役割がこれまでとは異なったものになるとしても、期待されるその役割は、やはり大きなものであり続けるのではないだろうか。

Profile 米田 誠司 (よねだ せいじ)

愛媛大学法文学部人文社会科学科准教授

1963年福岡県生まれ。1989年早稲田大学大学院理工学研究科修士課程修了、2011年熊本大学大学院社会文化科学研究科博士課程修了、博士（公共政策学）。1989年東京都庁入庁。1998年全国公募を経て由布院観光総合事務所事務局長着任、2010年退任。2012年より現職。観光庁観光地域づくり体制強化促進事業検討会委員、四国旅客鉄道株式会社観光列車アドバイザー、おおいだつ観光大学チューターなどを歴任。共著に、『観光まちづくり』学芸出版社（2009）、『交通まちづくり』鹿島出版会（2015）、『地域と連携する大学教育の挑戦』ペリかん社（2016）など。