

〔論 文〕

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

森 重 昌 之

I 緒 言

観光まちづくりとは、文字通り“観光”と“まちづくり”が合体した事象であり(安村 2006 : 4), 後述するように, 「地域が主体となって, 自然, 文化, 歴史, 産業など, 地域のあらゆる資源を生かすことによって, 交流を振興し, 活力あふれるまちを実現するための活動」(観光まちづくり研究会 2000 : 5) などと定義されている。西村 (2002 : 16) は, 2000 年 12 月にまとめられた観光政策審議会の答申「21 世紀初頭における観光振興方策」の中で主要施策の柱の 1 つとして掲げられるまで, 観光まちづくりの言葉を意識的に使った例はないと述べているが, その活動自体は以前から行われていた。安村 (2006 : 5) は, 「観光まちづくりの現実が話題になり, それらを訪れる人たちが急増したのは, 1990 年代頃からである。当該地域の多くは, 1980 年代頃からまちづくりに取り組みはじめたようだ」と主張している。また, 野原 (2008 : 30) は「観光まちづくりのお手本とされるまちの多くはいずれも, 1970 年代以降, あるいはまちの成立ちから

変わらず観光まちづくりを実践し続けている」と述べている。さらに, 猪爪 (1980 : 17) は 1980 年にすでに「まちづくり観光」という考え方を提示している¹⁾。

現在では, 観光まちづくりの考え方が多くの文献で紹介され, 観光まちづくりに取り組む地域も数多く見られるようになった。しかし, 野原 (2008 : 30) は, 「この言葉が意味するところは, 一見まとまっているようでとても多様であり, その輪郭はやや曖昧である」と指摘している。その上で, 与条件と手段, 目標が観光であるか, まちづくりであるかで, 観光まちづくりを 4 つに分類している (表 1)。また, 梅川 (2012 : 7) は, 観光まちづくりには「まちづくりから観光へ」と「観光からまちづくりへ」の大きく 2 つの潮流があると述べている。前者は観光産業がそれほど立地しておらず, これまで観光振興にはあまり縁のなかった都市や地域, いわば非観光地における「まちづくり側から観光へのアプローチ」であり, 後者はすでに一定の観光産業の集積があり, 従来から観光振興に取り組んできた都市や地域, いわば観光地におけ

表 1 観光まちづくりにおける 4 分類

タイプ	現状 (から)	手段 (を用いて)	目的 (へ)	概 要
タイプ 1	観光	まちづくり	観光	従来型の観光地がこれまでの形態では立ち行かなくなり, コンテンツとして, まちづくりを含めた新たな観光スタイルを模索する。
タイプ 2	観光	まちづくり	まちづくり	観光地も持続的な居住地の 1 つであるという地域の側に立って, 生活と観光の調和を図りながら, 持続再生型の観光地をめざす。
タイプ 3	まちづくり	観光	観光	祭りや地域文化を大事にした結果, 外部から多くの人を訪れるようになったため, 交流を含めた地域活性化に役立てようめざす。
タイプ 4	まちづくり	観光	まちづくり	観光客や来訪者の視点をうまく取り入れ, 地域の魅力や方向性を考えながら, 観光と地域のまちづくりを動かすキッカケとする。

出典) 野原 (2008 : 30)

る「観光側からまちづくりへのアプローチ」である。

このように、観光まちづくりは多少の多義性を内包しながらも、「観光開発」や「観光地づくり」とは異なる意味を持つ用語として定着しつつある。とりわけ、観光まちづくりにおける「観光」とは、地域外の観光事業者が主導するマストツーリズムのような従来型観光ではなく、着地型観光に代表される地域社会が主導する観光を指すことが多い。本研究でも基本的に地域主導の観光を指すと考えているが、これまでそのことが暗黙の前提のように扱われ、観光まちづくりに求められる「観光・交流」の内容やあり方について、必ずしも十分に議論されてこなかったのではなかろうか。

そこで本研究では、国内における観光まちづくりの先行研究をレビューし、その定義や考え方がどのように論じられているかについて、要素に分けて分析する。次いで、観光まちづくりが求められている背景となる地域社会の事情を整理する。その上で、観光まちづくり研究の課題を抽出し、「観光・交流」の内容やあり方、評価の必要性について考察することを目的とする。

Ⅱ 観光まちづくりの定義とその特徴

国内の観光まちづくりの先行研究をレビューするため、まず「観光まちづくり」をタイトルやキーワードに含む文献を検索した。その結果、2014年1月末現在、66件の図書と253件の論文が検索された²⁾。これらの文献を発行年別に整理すると、2000年以前にいくつか文献が見られるが(図1)、1997年以前に発行された文献では「観光まちづくり」という用語は使われておらず、「観光地づくり」や「観光地域づくり」などと表現されている。実際、「観光まちづくり」の初出は1999年である。これらの文献の発行年からも、観光まちづくりの用語が2000年前後から用いられるようになったことが示唆される。そして、2000年代後半から多くの文献で取り上げられるようになった。

次に、観光まちづくりの定義や考え方について明確に論じている文献は、56件(17.6%)であった。このうち、他の文献に引用されている定義は以下の3件であった。

A:「地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」(観光まちづく

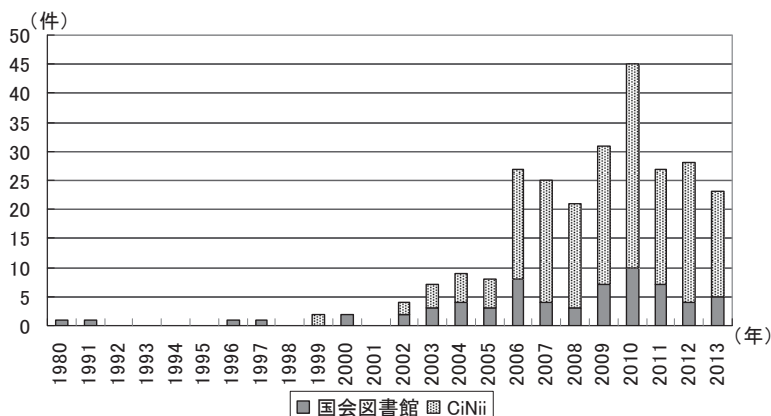


図1 観光まちづくりをキーワードとする文献の発行年別件数の推移

注) CiNiiで検索された論文のうち、同一の特集で扱われている論文は1件としてカウントした。

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

り研究会 2000：5)/被引用件数：3件

B：「地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」(観光まちづくり研究会編 2002：21)/被引用件数：5件

C：「観光客が訪れてみたい「まち」は、地域の住民が住んでみたい「まち」であるとの認識のもと、従来は必ずしも観光地としては捉えられてこなかった地域も含め、当該地域の持つ自然、文化、歴史、産業等あらゆる資源を最大限に活用し、住民や来訪者の満足度の継続、資源の保全等の観点から持続的に発展できる「観光まちづくり」を、「観光産業中心」に偏ることなく、「地域住民中心」に軸足を置きながら推進する必要がある」(観光政策審議会 2000)/被引用件数：3件

これらのうち、AとBの定義については、「人材」(波線部参照)が含まれているかどうかだけの違いであり、実質的には同義である。いずれの定義も観光まちづくりの用語が使われ始めた2000年代初頭に発行された文献であり、その後これらの定義や考え方自体を批判したり、大きく覆したりするような研究は示されていない。

この3つの定義を整理すると、観光まちづくりは①地域社会が主体になる、②地域資源を活用する、③交流を促進する、④まちの魅力や活力を高めるという4つの要素で構成されていることがわかる。そこで、観光まちづくりの定義や考え方を論じている56件の文献について、4つの要素を含んでいるかどうか調査したところ、次の通りであった(前述した3つの定義を引用している文献11件を除く。別表参照)。

- ①地域社会が主体になる……………19件(42.2%)
- ②地域資源を活用する……………21件(48.9%)
- ③交流を促進する……………13件(28.9%)
- ④まちの魅力や活力を高める…37件(82.2%)

「①地域社会が主体になる」、「②地域資源を活用する」という要素は、観光事業者が主導し、地域の人びとがかかわる機会がない活動や、地域外から資源を誘致して進める活動ではないことを意図している。先行研究においても、「外来の資本・ノウハウに頼りきるのではなく、地域が主体性をもって、地域の人びとの知恵や技、力を生かし…」(総合観光学会編 2006：iv)や「…開発の主体は観光業者ではなく地域に求められている。地域が推進する観光まちづくりにおいて、重要視されるのは、箱モノ的な観光資源ではなく、地域が固有にもつ伝統や文化に根ざした観光である。そのような観光資源と地域の生活や文化との一体化が求められる…」(池内・朽木 2007：156)、「なによりも地域が主体となり、訪問者や資金の地域内への誘導をコントロールし、それらを地域資源として独自の環境や文化と接触・融合させる…」(堀田 2011：169)などの表現が見られる。こうした観光事業に直接かかわりのない地域の人びとと協力しながら活動が進められているかどうか、観光まちづくりと「観光開発」や「観光地づくり」の違いの1つといえる。一方で、地域社会が主体になるという要素に関して、「外部の観光業者が主体となつての観光開発は地域に利益をもたらさなかったという考えが背景にあるが、では、その地域の主体とは何かということは議論されてこなかった」(四本 2014：75)という指摘もある。

他方で、「…新時代に向けて新しい生活空間を“観光”で再生する…」(安村 2006：110)や「そのようなまちづくりの活動は内外の交流を活発にし、まちづくりの一環として、あるいは結果として、新しいタイプの観光を生み出し、発展させることとなった」(堀野 2006：148)のように、観光のあり方に言及する定義や考え方は若干見られる。しかし、観光まちづくりにおいて「観光」を活用することは自明であるためか、あるいは観光をまちづくりの手段として捉えているためか、「③交流を促進する」という要素を含む定義や考え方は28.9%と少ない³⁾。

ただし、最近になって「…地域と都市住民とのかかわりがより深くなる形態…」(臼井ほか 2013: 66)や「…域外からの交流人口を拡大する観光諸活動…」(安田 2013: 132)のように、交流の促進を意識した観光まちづくりの定義や考え方が散見されるようになった。観光まちづくりは、交流するための来訪者の存在を前提としている点で、まちづくりと大きく異なっている。また、後述する地域社会の事情においても、「③交流を促進する」という要素は重要といえる。

ちなみに、他の文献に引用されている3つの定義(前述のA～Cの定義)はいずれも、表1にあげられた4分類のタイプ4に該当する。もちろん、地域社会の主体の中には観光事業者も含まれ、まちの魅力や活力を高めるために観光振興をめざすケースも考えられる。本研究では、こうした捉え方も否定しないが、実際の多くの地域では観光に直接かわらない多くの人びとが生活を営んでおり、彼らが求めるまちの魅力や活力の向上を考えると、観光まちづくりはタイプ4と理解することが適当であろう。

Ⅲ まちづくりに求められる観光の役割

国内の先行研究のレビューから、観光まちづくりとは「地域社会が主体となって、地域のあらゆる資源を活用し、交流を促進することで、まちの魅力や活力を高める活動」と定義できる。観光まちづくりが他のまちづくりと異なる点は、「観光」の要素が含まれていること、つまりまちづくりに地域外の視座をもたらせている点にある。

ただし、地域外の視座を無条件に取り入れてよいわけではない。観光による地域外からの影響や弊害については、これまでもたびたび問題にされてきた。地域社会が主体となる観光まちづくりにおいても、例えば観光まちづくりは地域の個性を主体的に見つけ出し、しかも現地で自己の感性や認識によって、まちづくりに同調

できる資質や経験を持つような観光客を理想化しているという批判がある(堀野 2004: 125)。また、その地域のまちづくりの理念と実践に同調するような「趣味のよい人びと」の成熟したまなざしが想定されているという指摘もある(高岡 2007: 38)。一方、四本(2014: 72)は、日本の観光まちづくり研究では観光振興が先にありきで、それに伴う機会損失の問題が考慮されていないほか、観光に対して沈黙する人びとの声が拾い上げられにくくなっているという課題をあげている。

観光まちづくりを推進する以上、地域社会は地域外から何らかの影響を受けることは避けられないが、そもそもなぜ観光を活用してまちづくりを進めなければならないのであろうか。その背景として、人口減少や高齢化、基幹産業の衰退といった地域社会の疲弊がよくあげられるが、その中で津々木ほか(2011: 110)は先行研究を展望し、地域活性化の変遷を次のように俯瞰している。経済雇用要因と外からの刺激を重視した1980年代の産業誘致論は、1990年代前半から2000年代後半にかけて、経済雇用要因とコミュニティの内発力を重視したイベント、リゾート、地域ブランドなどを梃子とした地域活性化策に転じた。2000年代に入って、非経済雇用要因と外からの刺激を重視した情報通信、スポーツ、サービス業型農業重視の地域活性化策へ移行し、さらに2000年代後半には、非経済雇用要因と内発力を重視した縁、つながり、協働、ソーシャル・キャピタルを核とする地域活性化策が注目されるようになった(図2)。これに従うと、現在は再び地域社会の「内発力」が重視されていることになるが、地域社会が疲弊する中でどのように内発力を生み出していくかが課題となっている。

地域社会内部で内発力を生み出す基盤が乏しいとすれば、地域外から何らかの支援を求める方法が考えられるが、そこで脚光を浴びている手段の1つが観光といえよう。森重(2014: 17)も、地域を訪れる人びとの多様性を認めつつ、地域外の人びとが地域社会の問題解決に積極的

Page:5

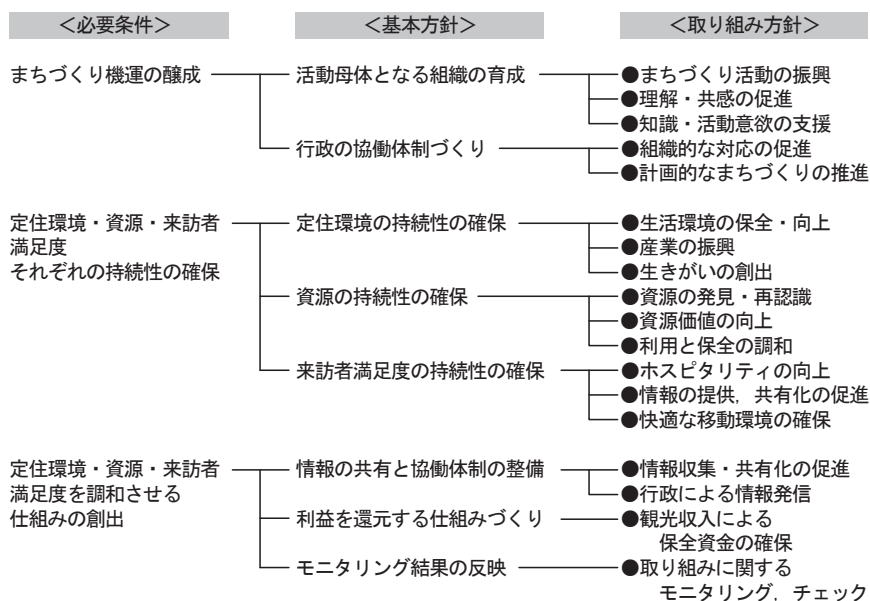


図3 観光まちづくりに向けたチェックリスト

出典) 観光まちづくり研究会 (2000: 10)

来訪者を意識した項目が示されているが、地域社会の内発力の向上につながるような観光・交流活動の評価は見られず、まちづくりに対する評価が中心になっている。また、日本観光協会 (2001: I-16) は観光地づくりの手法体系を提示しているが (図4)、地域社会側が観光地づくりを進める際の心構えを述べているにすぎず、交流を促進する観光のあり方どころか、地域外の人びとにかかわる項目すらあげられていない。一方、梅川 (2012: 10) は、観光まちづくりの結果を観光客数や宿泊客数という量的な数値だけで捉えてはならないとしている。そして、住民の視点からはコミュニティとしての強さや成熟さ、合意形成の手法、国や都道府県など行政との交渉能力など、数字で表されない質的な変化、観光客の視点からはリピーター率の向上、滞在時間の延長、消費単価のアップ、外客対応力の向上などで成果を見るべきであると述べている。しかし、具体的な評価方法については示されていない。つまり、地域外の人びととの交流を促進する観光が求められているにもかかわらず、管見の限りではその評価を試みた研

究が見られない。

また、交流を促進するのであれば、地域内外の多様な人びとが主体になり得るが、観光まちづくりの先行研究では、「①地域社会が主体になる」ことが強調されている。つまり、地域外の人びとの役割が客体にとどまっており、活動そのものに「主体」としてかわる可能性にほとんど触れられていない (森重 2014: 16)。数少ない例外の1つとして、山村 (2011: 56) は観光まちづくりを「人口の交流を通して、住民・旅行者双方が地域の発展過程に参加し、それぞれの自己実現を図る路線」と定義している。そして、「実際に現場を担う人材がいなければ、結局まちづくりはうまくいかない。「交流」を通して、地域を盛り上げる「仲間づくり」をしていくことが必要不可欠なのである」 (山村 2011: 56) と指摘し、地域の人びとと地域外の人びとを対等の関係で捉え、地域社会の内発力を生み出していく観光の役割に言及している。もちろん、観光・交流がもたらす負の側面も考慮する必要がある。しかし、地域社会が疲弊する中で、地域内外の多様な人びとの交流を生み出す観光ま

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

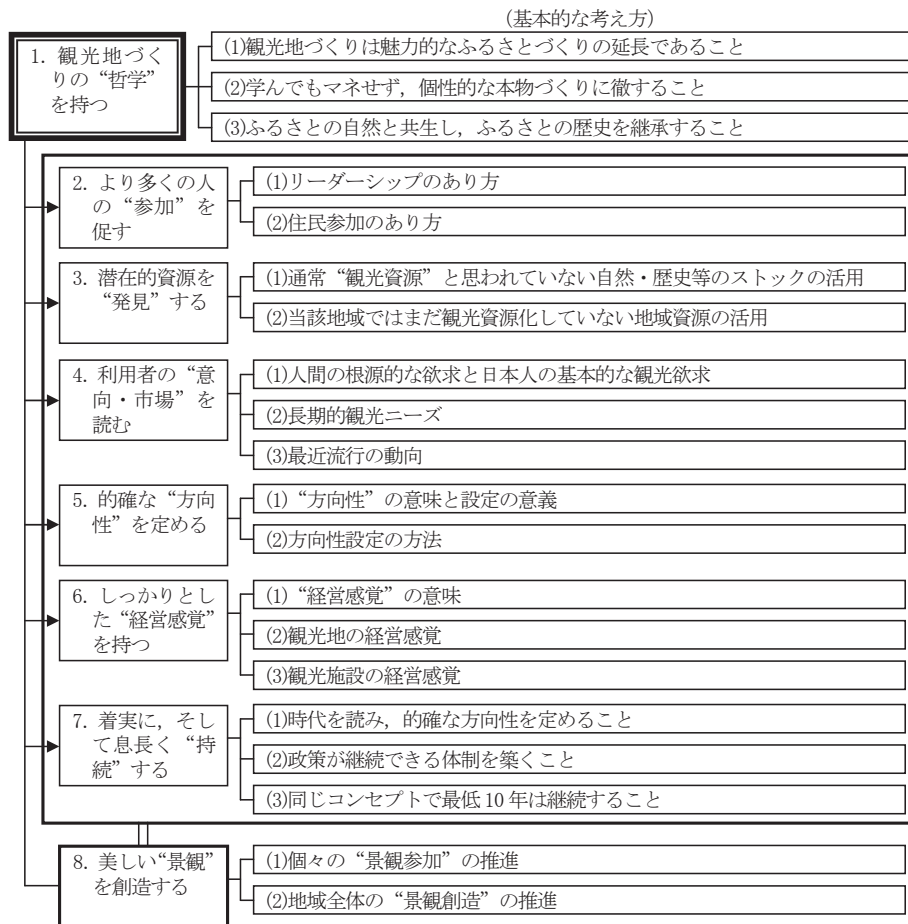


図4 観光地づくりの手法体系

出典) 日本観光協会 (2001: I-16)

ちづくりが期待されているとすれば、今後の観光まちづくり研究においては、地域外の人びともまちづくりにかかわることができるような、交流を促進する観光活動の評価が必要である。

2. 交流を促進する観光活動

これまでの観光まちづくりでは、観光・交流の活動を通じて、どのように地域社会の魅力や活力を高めていくか、すなわち観光まちづくりの要素の「④まちの魅力や活力を高める」に評価の焦点が置かれていた。そのため、観光・交流のあり方そのものにはほとんど言及されてこなかった。前述したように、観光まちづくりは

まちの魅力や活力の向上をめざす取り組みであるが、まちの魅力や活力の向上そのものは、他の形態のまちづくりも同様にめざしている。「まちづくり」ではなく、「観光まちづくり」を評価するのであれば、観光まちづくりが持つ特徴である「③交流を促進する」という要素を適切に評価しなければならない。そもそも交流を促進する観光とは、どのような活動を指すのであろうか。

ここで、交流を促進する観光活動とは、地域内外の多様な人びとの交流を通じて、地域社会の内発力の向上に結びつくような活動と見做することができる。そのような活動として、例えば

ファンクラブや観光ボランティア、体験学習プログラムなどがあげられる。地域外の人びとを対象としたファンクラブを設立している地域は少なくないが、会員に特産物や観光の情報を提供したり、地域住民との交流会を開催したりすることで、地域外の人びとに地域をPRし、交流や支援の機会をつくり出している。また、観光ボランティアや体験学習プログラムは、地域住民が観光客に地域資源の魅力や価値を直接伝え、交流する機会になっている。教育旅行（修学旅行）で体験学習プログラムが取り入れられることも多く、こうした活動も交流を促進する観光活動に含めることができよう。

より積極的な地域内外の人びとの交流機会として、人材交流制度や地域づくりインターン事業などがある。人材交流制度は地方自治体でよく行われている制度であり、派遣先の組織でさまざまな知識を習得する機会になっている。また、地域づくりインターン（若者の地方体験交流）は、大学生を中心とした若者を一定期間派遣し、地域づくり活動への参加や地域産業の体験、地域住民との交流などを行う事業であり、国土交通省が2009年度から実施している。これらはいずれも比較的長期間にわたって交流できることから、地域外からより多くの知識やノウハウを獲得でき、地域社会の内発力の向上に結びつけやすいと考えられる。

これら以外にも、地域内外の人びとが共同して地域の魅力を探る地元学や宝探し活動、地域の魅力や課題を発見するための外部専門家の受け入れや大学などとの共同研究、地域外で実施されるシンポジウムなどへの参加もあげられる。これらは必ずしも一般的な定義上の「観光」とは呼べないが、交流を通じて地域社会の内発力を生み出すきっかけにはなり得よう。

3. 交流を促進する観光活動の評価

それでは、このような交流を促進する観光活動をどのように評価すればよいのであろうか。そもそも評価は、観光まちづくりの現状を把握し、めざす方向に進んでいるかどうか確認し、

必要に応じて改善を図るために行われるものである。観光まちづくりの評価には、目的に到達するための取り組みができているかをチェックする方法と、数値目標がどの程度達成できているかをチェックする方法がある。

単純に考えると、交流を促進する観光活動の参加人数や実施回数、頻度、期間といった評価項目があげられる。例えば、福岡県北九州市の『門司港レトロ観光まちづくりプラン』では、定量的な評価項目として「観光客数」、「1人あたりの観光消費額」、「居住人口」、「商品販売額」、定性的な評価項目として「来訪満足度」、「居住満足度」を設定している（北九州市 2008：16）。また、岐阜県恵那市の『恵那市観光まちづくり指針』では、「交流人口」、「観光施設と誘客PRの満足度」、「祭り・イベントの参加者数」を評価項目とし、それぞれに数値目標を設定している（恵那市 2013：36）。

本来であれば、前述した梅川（2012：10）が指摘するリピーター率の向上や滞在時間の延長、外客対応力の向上などの質的な変化も評価すべきであろう。しかし、地域内でさまざまな活動が行われている場合、その質的な変化を1つずつ取り上げて評価することは難しい。加えて、観光まちづくりの評価といった場合、外客対応力の向上やエンパワーメントの促進といった活動にかかわる「人びと（の能力）」を評価するのか、あるいはこれらに結びつく「しくみや機能」を評価すればよいのかについても判断としない。

そこで、交流を促進すれば地域外から知識やノウハウを取り入れることができ、地域社会の内発力の向上に寄与できるというアウトカム（成果）の達成を前提とした上で、こうした活動が地域内でどれくらい展開され、新たに生み出され、どれくらい継続できているかというアウトプットを評価してもよいのではなかろうか。もちろん、交流の継続性ではなく、交流の時間や濃度によって、その成果は異なるであろう。しかし、少なくとも継続的交流であるということは、関係者が一定の成果を認めていると見做

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

すことができる。

例えば安本(2013:63)は、地域内部から生まれた小さな取り組みを地域外部との交流・刺激によって活性化していく必要があると述べている。そして、熊本県旧宮原町を事例に、インターン生のまちづくり活動や地域外でのまちづくりイベントなどを通じた継続的交流とその効果を分析し、人びとが活躍できる場をセッティングすることや取り組み終了後に課題を探ること、情報発信力を高めて世論の支持を獲得することなどが継続的交流の原動力になっていると指摘している(安本 2013:67)。また、森重(2013:79-80)は、兵庫県淡路島で地域づくり活動を行っている女性団体「淡路おみな会」が継続的交流を行っている要因を分析し、①メンバーの私的な興味や関心事を地域社会のニーズと結びつけて「社会化」していること、②活動の自由と義務のバランスを図っていること、③活動の成果が見える形で蓄積していることの3点をあげている。さらに、北海道登別市で市民主体の自然体験や環境学習、子育て支援、人材育成などの活動を実践するNPO法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶでは、2005年から会員がボランティアスタッフとして自主的に運営するチーム活動を展開している⁴⁾。同組織の事務局長は、「チーム活動は多様であり、目標がないので、目標の達成度を評価できない。活発な活動を行っているチームの場合、短期的にはリーダーを評価するが、活発な活動が継続しているということは、そのしくみがうまく機能しているという証しであろう」と述べ⁵⁾、継続的活動を評価している。

まちづくりと観光まちづくりは、「④まちの魅力や活力を高める」という目標(アウトカム)が共通しているが、地域外の人びとを意識して魅力や活力を高めるという点で、両者は手段が異なっている。もちろん、アウトカムは重要であるが、観光まちづくりを評価するのであれば、交流を促進する観光活動の参加人数や参加者の満足度、実施回数に加え、それらがどれくらい展開されており、どれくらい新たに生み出

され、どれくらい継続的に行われているかを評価することが必要と考えられる。

V 結 言

人口減少や高齢化、地域産業の衰退などに直面する地域社会にとって、観光まちづくりは地域活性化の方策として期待されており、実際に取り組む地域も増えている。しかし、観光まちづくりが注目されるようになった背景を整理した研究は少なくないが⁶⁾、そもそも観光まちづくりは観光振興とまちづくりのどちらをめざしているのか、何を評価すればよいのかについて、これまで十分に検討されてこなかった。

本研究では、まず国内の観光まちづくりの先行研究をレビューした上で、観光まちづくりを「地域社会が主体となって、地域のあらゆる資源を活用し、交流を促進することで、まちの魅力や活力を高める活動」と定義した。また、観光まちづくりは地域内外の多様な人びとの交流を通じて、地域活性化に向けた内発力を生み出す手段として重要であることから、交流を促進する観光活動を評価する必要があることを指摘した。そして、交流を促進する観光活動の評価項目として、活動の参加人数や実施回数といった基本的評価に加え、「活動が地域内でどれくらい展開されているか」、「新たな活動がどれくらい生み出されているか」、「活動がどれくらい継続しているか」という評価の視点を示した。

これらの評価項目は例示的、試論的に示したに過ぎない。評価項目については、今後より精査していく必要があるほか、まちづくりが継続的な営為であることを考えると、地域社会で観光まちづくりの合意形成を図ったり、交流を促進する観光活動を推進したりするための中間支援組織やプラットフォームの形成といった、プロセスの評価についても議論すべきである。しかし、これまでの観光まちづくり研究では、アウトカムであるまちづくりの側面が重視されるあまり、観光・交流のあり方がほとんど評価されてこなかった。もちろん、まちの魅力や活力

を高めることが目標である以上、そのことが評価されなければならないことには変わりはない。しかし、観光まちづくりの場合、観光客の存在や地域外の影響を意識することは自明であり、それを評価するには、「手段」としての観光、すなわち交流を促進する観光というアウトプットの評価も欠かせない。

地域社会では、観光まちづくりと呼んでいないものも含め、多くの観光・交流の活動が行われている。これらの活動をたんに楽しみのために実施・継続するのではなく、地域外から知識やノウハウを取り入れ、地域社会の内発力の向上に結びつけるという意義を意識することが重要である。今後、交流を促進する観光活動が数多く展開され、継続することによって、地域社会の内発力の向上にどのようにつながるか、具体的な地域社会に適用して検討していきたい。

【付 記】

本研究は、2014年7月に京都文教大学で開催された観光学術学会第3回大会で発表した「観光まちづくりにおける観光・交流の評価の必要性」を大幅に加筆修正したものである。

また、観光まちづくりの評価にあたっては、日本観光研究学会研究分科会「エコツーリズムによる地域社会への効果の分析・研究」(代表: 海津ゆりえ)のメンバーから示唆をいただいた。ここに記して感謝の意を表したい。

注

- 1) 猪爪(1980: 17)は、「観光事業はその地域の住民と広く結びつく。なぜなら、住民自らによる地域の主体性の確立や、社会的・文化的な自立性を高めてゆく動きは、その町や村を個性的に変える。それを「まちづくり」と呼んでいるので、住民の生活を豊かにする、こうした動きによって展開する観光開発は「まちづくり観光」である」と指摘し、現在の観光まちづくりに近い考え方を1980年にすでに示している。
- 2) 2014年1月末現在で、図書については国立国会図書館の蔵書検索リストを、論文については国立情報学研究所の学術情報データベース(CiNii)を用い、「観光まちづくり」をキーワードとする文献を検索した。なお、上記以外で筆者が図書館などで得た文献も若干加わっている。
- 3) この他に、観光まちづくりという用語が定着する

以前から、地域外から当たり前のように人びとを集め、活動を行っていたこと、流動化する社会の中で、地域という範囲が曖昧になり、まちづくりと観光まちづくりが接近しつつあることなども考えられる。

- 4) NPO法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶのチーム活動の詳細については、森重(2014: 133-135)を参照のこと。
- 5) 2014年8月9日のNPO法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶ事務局長への聞き取り調査による。
- 6) 観光まちづくりが注目されるようになった背景については、例えば安村(2006: 3-9)や西村(2009: 13-26)などに詳しくまとめられている。

参考文献

- 池内秀樹・朽木弘寿(2007)「観光まちづくりの成果と課題—由布院温泉・黒川温泉を実例として」『地域創成研究年報』第2号, 155-174ページ。
- 猪爪範子(1980)「地域と観光—トータル・システムとしての観光のあり方を問う」『月刊観光』1980年1月号, 16-18ページ。
- 臼井冬彦・株式会社富士通総研(2013)『「観光」を切り口にしたまちおこし—地域ビジネスの進め方』日刊建設工業新聞社, 292ページ。
- 梅川智也(2012)「「観光まちづくり」はどこに向かうのか—観光地マネジメントの視点から」『都市計画』第295号, 7-11ページ。
- 恵那市(2013)『恵那市観光まちづくり指針』, 74ページ。
- 観光政策審議会(2000)『21世紀初頭における観光振興方策—観光振興を国づくりの柱に』最終閲覧日2014年10月13日, http://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/index2_.html
- 観光まちづくり研究会(2000)『観光まちづくりガイドブック—地域づくりの新しい考え方—「観光まちづくり」実践のために』(財)アジア太平洋観光交流センター, 26ページ。
- 北九州市(2008)『門司港レトロ観光まちづくりプラン』, 45ページ。
- 国土交通省総合政策局観光部監修・観光まちづくり研究会編(2002)『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい, 273ページ。
- 総合観光学会編(2006)『競争時代における観光からの地域づくり戦略』同文館出版, 187ページ。
- 高岡文章(2007)「観光は地域を救う—観光まちづくり(論)の検討」『関東都市学会年報』第9号, 33-39ページ。
- 津々木晶子・保井俊之・白坂成功・神武直彦(2011)「システムズ・アプローチによる住民選好の数量化・

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

- 見える化——中心市街地活性化の新しい政策創出の方法論』『関東都市学会年報』第13号, 110-116ページ。
- 西村幸夫 (2002)「まちの個性を活かした観光まちづくり」国土交通省総合政策局観光部監修・観光まちづくり研究会編『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい, 16-32ページ。
- 西村幸夫 (2009)「観光まちづくりとは何か—まち自慢からはじまる地域マネジメント」西村幸夫編『観光まちづくり—まち自慢からはじまる地域マネジメント』学芸出版社, 10-28ページ。
- 日本観光協会 (2001)『21世紀“世界の交流舞台”を築く観光地づくりの手法—「優秀観光地づくり賞」受賞観光地に学ぶ』, 224ページ。
- 野原卓 (2008)「観光まちづくりを取り巻く現状と可能性」『季刊まちづくり』第19号, 30-37ページ。
- 堀田祐三子 (2011)「観光まちづくり論」青木義英・廣岡裕一・神田孝治編『観光入門』新曜社, 166-171ページ。
- 堀野正人 (2004)「地域と観光のまなざし—「まちづくり観光論」に欠ける視点」遠藤英樹・堀野正人編『「観光のまなざし」の転回—越境する観光学』春風社, 113-129ページ。
- 堀野正人 (2006)「まちづくりと観光」安村克己・寺岡伸悟・遠藤秀樹編『観光社会文化論講義』くんぶる, 143-152ページ。
- 森重昌之 (2013)「地域プラットフォームの活動の持続に向けた条件—淡路おみなの会の活動を事例に」阪南大学学会『阪南論集 人文・自然科学編』第48巻第2号, 71-82ページ。
- 森重昌之 (2014)「観光による地域社会の再生—オープン・プラットフォームの形成に向けて」現代図書, 205ページ。
- 安田亘宏 (2013)『フードツーリズム論—食を活かした観光まちづくり』古今書院, 250ページ。
- 安村克己 (2006)『観光まちづくりの力学—観光と地域の社会学的研究』学文社, 166ページ。
- 安本宗春 (2013)「地域内外における持続的交流システムの形成：観光・地域振興へ向けた人づくり—熊本県氷川町宮原のまちづくりを事例として」『日本国際観光学会論文集』第20号, 63-68ページ。
- 山村高淑 (2011)『アニメ・マンガで地域振興—まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法』東京法令出版, 248ページ。
- 四本幸夫 (2014)「観光まちづくり研究に対する権力概念を中心とした社会学的批判」『観光学評論』第2巻第1号, 67-82ページ。

(2014年11月21日掲載決定)

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方（その1）

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
1	観光事業はその地域の住民と広く結びつく。なぜなら、住民自らによる地域の主体性の確立や、社会的・文化的な自立性を高めてゆく動きは、その町や村を個性的に変える。それを「まちづくり」と呼んでいるので、住民の生活を豊かにする、こうした動きによって展開する観光開発は「まちづくり観光」である。	猪爪範子（1980）「地域と観光」『月刊観光』1980年1月号：16-18.	○			○
2	「観光まちづくり」というタイトルは聞き慣れない用語である。…（中略）…生き生きとし、魅力あるまちは、おしなべて「観光地づくり」と「まちづくり」が一体となっているケースである。	山崎一真（1999）「観光まちづくり推進の課題について」『道路』1999年2月号：12-15.				
3	これは、「観光地づくり」と「まちづくり」を一体的に行うことにより、観光資源を劣化させることなく、将来にわたって住民の満足、来訪者の満足を維持し、向上させることを目指すまちづくりの考え方である。	持丸伸吾（1999）「地域づくりの新しい考え方「観光まちづくり」」『知的資産創造』7（7）：5-7.				
4	地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動	観光まちづくり研究会（2000）『観光まちづくりガイドブック』（財）アジア太平洋観光交流センター	○	○	○	○
5		西村幸夫編（2009）『観光まちづくり』学芸出版社				
6		岸田さだ子（2013）「観光まちづくりとホスピタリティ」『甲南女子大学研究紀要 文学・文化編』（49）：47-50.				
7		森重昌之（2014）『観光による地域社会の再生』現代図書				
8	観光客が訪れてみたい「まち」は、地域の住民が住んでみたい「まち」であるとの認識のもと、従来は必ずしも観光地としては捉えられてこなかった地域も含め、当該地域の持つ自然、文化、歴史、産業等あらゆる資源を最大限に活用し、住民や来訪者の満足度の継続、資源の保全等の観点から持続的に発展できる「観光まちづくり」を、「観光産業中心」に偏ることなく、「地域住民中心」に軸足を置きながら推進する必要がある。	観光政策審議会答申（2000）『21世紀初頭における観光振興方策について』	○	○		○
9		吉兼秀夫（2003）「生活と観光」堀川紀年ほか編『国際観光学を学ぶ人のために』世界思想社：168-191.				
10		米原亮三（2006）「観光まちづくりとその担い手の役割について」『日本観光研究学会第21回全国大会論文集』：pp.189-192.				
11		山田明（2007）「「観光まちづくり」と名古屋」『人間文化研究』（8）：51-57.				
12	地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動	国土交通省総合政策局観光部監修・観光まちづくり研究会編（2002）『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい	○	○	○	○
13		高岡文章（2007）「観光は地域を救うか」『関東都市学会年報』（9）：33-39.				
14		羽田耕治（2008）『地域振興と観光ビジネス』JTB能力開発				
15		富本真理子（2009）「地域資源の活用による観光まちづくりに関する考察」『文化政策研究』（3）：65-79.				
16		十代田朗編（2010）『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社				
17		福留強（2011）「観光まちづくりの手法と地域活性化への効果」『生涯学習研究』（9）：19-28.				

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方（その2）

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
18	新世紀の観光地域づくりの方向 ①地域の風土に根ざした上質の観光地域づくり ②自然環境と共生した美しいたずまいづくり ③“暮らすような旅”ができる観光地域づくり	日本観光協会（2003）『新世紀の観光地域づくりの手法』日本観光協会		○		
19	都市観光手法を活かしたまちづくりとは、観光の視点からまちの魅力を見直し、まちづくりを積み重ねていくことにより、短期的には交流人口の増大及び観光産業の振興を、中長期的には「住んでよし、訪れてよし」の魅力的なまちづくりを進めて行くことである。	都市観光を創る会監修・都市観光でまちづくり編集委員会編（2003）『都市観光でまちづくり』学芸出版社				○
20	環境共生社会の創造と成熟化する観光需要への対応から、固有の生活文化に裏打ちされた個性的なまちづくり方式（「まちづくり観光」）を根底に据えるべきである。	阿比留勝利（2003）「求められる地域性と国際性が融合する観光まちづくり」『NETT』（43）：13-18.		○		
21	点在する観光資源を有機的に結びつける新たな取組みであり、地域が主体的に関わり、一体となって、地域特性を活かし、観光に視座に立ったまちづくりを行うものである。また「まち」全体の魅力を高めていくことにより、住み人が誇れ、旅行者が何度も訪れたいとなるような活力ある「まち」を目指すものである。	観光まちづくり推進協議会（2004）『東京都観光まちづくり基本方針』東京都	○	○		○
22	これからの観光地域づくりは、まずもって地域住民の方が誇りうる地域をつくり、そしてその誇りうるふるさとを訪ねて来る人達を気持ち良く迎え入れるという、観光地域づくりの意義、その核となっている観光の意義をしっかりと確認し、その同意を得て賛同・参加の輪を拡げていく必要がある。	日本観光協会（2004）『これからの観光地域づくりのための手法』日本観光協会	○			
23	観光こそは、内部の視点と外部の視点を共に備えた行為であり、従って観光まちづくりとは、そうした内部、外部の視点の並存性を活用して生活の質を高めようというものである。	草津英律（2004）「観光まちづくりと行政の役割」『都市学研究』（41）：22-30.			○	○
24	まちづくり観光とは、“まちづくり”、“くらしづくり”そして“観光振興（あるいは、本当の意味での観光地づくり）”を三位一体のものとして捉え推進する文化政策なのである。	井口貢（2005）『まちづくり・観光と地域文化の創造』学文社				○
25	地域の潜在力である地域固有の個性豊かな自然や歴史、文化等のあらゆる観光資源を最大限に活用することにより、国内外の旅行者を引きつけ、産業・雇用の確保、拡大を図るような個性・魅力ある観光交流空間づくりこそ、地域におけるこれからの観光振興に必要な取り組みとなっています。	観光地域づくり研究会（2005）『観光地域づくりカタログ』大成出版社		○		○
26	“観光まちづくり”の正体とは、新時代に向けて新しい生活空間を“観光”で再生する市民の社会運動である。“観光まちづくり”は、高度近代化で多くの破綻が懸念されるとき、その高度近代化に取り残された地域から発生してきた生活空間の変革と言える。	安村克己（2006）『観光まちづくりの力学』学文社	○			○
27	こうした地域では、地域の住民、自治体、企業、非営利組織などが連携しながら、それらが主体となって、地域の自然、文化、歴史、産業、生活などの資源を活かすことにより、個性と魅力のある地域を創りだし、活力あるまちを実現するための活動を進めてきた。そのようなまちづくりの活動は内外の交流を活発にし、まちづくりの一環として、あるいは結果として、新しいタイプの観光を生み出し、発展させることとなった。	堀野正人（2006）「まちづくりと観光」『観光社会文化論講義』くんぷる：143-152.	○	○	○	○

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方（その3）

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
28	それ（本当の意味で地域づくりにつながる新たな観光のあり方）は、外来の資本・ノウハウに頼りきるのではなく、地域が主体性をもって、地域の人々の知恵や技、力を生かし、地域の自然環境をはじめ、伝統文化、景観、人々の暮らしといった歴史的・文化的ストック、都市機能など、地域の潜在力を発見し、その魅力を引き出しながら、持続的に利用していこうとする、いわば内発的な観光・地域づくりである。	総合観光学会編（2006）『競争時代における観光からの地域づくり戦略』同文館出版	○	○		○
29	かつての観光のための観光政策や受け入れの発想ではなく、地域やまち全体との関わりや魅力の創出、つまり観光はまちづくりそのものとして捉えることがきわめて重要となってきた。	桐木元司（2006）「観光まちづくりとホスピタリティ」『観光文化』30（6）：6-8.				○
30	観光まちづくりにおいては、開発の主体は観光業者ではなく地域に求められている。地域が推進する観光まちづくりにおいて、重要視されるのは、箱モノ的な観光資源ではなく、地域が固有にもつ伝統や文化に根ざした観光である。したがって、そのような観光資源と地域の生活や文化との一体化が求められることになる。他方、「まちづくり」においては、生活環境の充実が目標とされているが、現代において強く求められているのは利便性ではなく、文化性の高い生活環境である。従って、「まちづくり」という視点からも地域の文化や伝統が重視されることになる。このような「観光まちづくり」によってのみ、住む人々が愛着や誇りをもち、来訪者が訪れたいと思う、まちが再生されることになる。したがって、「観光まちづくり」は、「まちづくり」を単なる手段とした、新しい型の観光開発ではなく、観光によってまちの伝統や文化を築こうとする、新しい「まちづくり」という側面も合わせてもっているといえることができる。	池内秀樹・朽木弘寿（2007）「『観光まちづくり』の成果と課題」『地域創成研究年報』（2）：155-174.	○	○		○
31	今後の観光まちづくりは、理念として、ゲスト（観光主体）とホスト（受入主体・地域）の対等な交流を基盤とする。その目指すところはエコツーリズムの理念に示されるように、地域の環境文化を次世代に引き継ぎ（あるいは次世代からの借り物としてそれを返還し）、地域に適正な経済効果をもたらすあり方である。「地域資源に立脚して個性と快適性を育んでいる地域は観光対象足りうる」として、目的性の強い来訪者と住民がともに顔の見える関係で連携・交流を促進し、地域の体力・体質に融和する地域効果の吸収を目指すエコロジー＆エコノミー型の方式ともいえる。	阿比留勝利（2007）「地域資源の再発見とこれからの観光まちづくりの視点」『城西国際大学紀要』15（6）：1-18.		○	○	○
32	観光が地域の経済と文化を活性化させ、地域への誇りと愛着を育み、まちづくりに寄与するものとして期待が高まっていることが、今までの観光視点との大きな違いである。	香川眞編・日本国際観光学会監修（2007）『観光学大事典』木楽舎				○
33	「観光まちづくり」を端的に整理すれば、観光からまちづくりに向かう動き（従来型の観光形態が頭打ちをみせており、新しい観光の方向性を模索する中で、「まち」が新たな観光のコンテンツとして可能性を有している）、および、まちづくりから観光へ向かう動き（まちづくり自体も単独ではなかなか進まない中で、「観光」という力を起爆剤として、あるいは、外部資本を活用する）という2つに帰結するのだが、実態はもう少し複雑である。	野原卓（2008）「観光まちづくりを取り巻く現状と可能性」『季刊まちづくり』（19）：30-37.				

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方（その4）

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
34	<p>「着地型観光」としての地域ツーリズムに共通する特徴点を整理しておきたい。</p> <p>①新たな施設整備が原則として不要で、既存の地域資源を活用しつつ、知恵と工夫のソフト面で集客に当たっていること。</p> <p>②企画・運営を自治体や、住民、NPO、地元観光事業者など受入地域（到着地）側の主導で行っていること。</p> <p>③滞在型、交流型、体験型、学習型のため、人的サービス（インタープリター、インストラクターなど）が商品力の中核となる場合が多く、それほど著名な観光資源がなくとも集客が可能であること。</p> <p>④小ロット・多品種・高付加価値型の旅行商品であること。</p> <p>⑤保護・保全と利・活用の調和がとれ、持続可能な観光をめざす環境共生型であること。</p> <p>⑥観光振興が個性や魅力ある地域づくりと直結し、地元住民の誇りを醸成するとともに、観光競争力強化へとつながっていること。</p>	佐々木一成（2008）『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版社	○	○		○
35	<p>現在、観光まちづくりは地域の主要なテーマとなってきた。住民が観光を意識し行動することによって、地域に住む誇りや生きがいを感じ、暮らしを豊かにしようとしている。来訪者を増やすことにより、町の歴史と暮らしの伝統文化を来訪者へ紹介し、そのような観光交流がそこに住む高齢者への生きがいに通じたり、コミュニティの活性化に結びついたりする。</p>	尾家建生・金井萬造（2008）『これでわかる！着地型観光』学芸出版社			○	○
36	<p>「観光まちづくり」は、観光を活用する地域創造である。…（中略）…観光まちづくりでは、地域の自然や生態系、固有の文化を観光資源とする観光が開発され、その経済効果によって生態系が保護されたり、地域文化が保全・再構成されたりするのだ。</p>	安村克己（2009）「地域創造研究の基礎に関する一考察」『地域創造学研究』創刊号：59-78.		○		○
37	<p>地域が主体となること、地域資源を活用すること、の2点が観光まちづくりを展開する要件であり、住民も来訪者も満足できること、すなわち、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりが最終的な目標となっていることが読みとれる。</p>	庄子真岐（2009）「地域づくり型観光まちづくりの展開可能性に関する一考察」『地域環境研究』（1）：47-55.	○	○		○
38	<p>観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴し、その持続的な発展は、恒久平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活をもたらす。また、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等、国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与し、健康の増進、潤いある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献し、国際相互理解を増進することになる。このような期待に応えようとするのが観光まちづくりである。</p>	三船康道・まちづくりコラボレーション（2009）『まちづくりキーワード事典（第3版）』学芸出版社				○
39	<p>それは、訪れる人々に、より深い感動やくつろぎを届けるための取り組みです。訪れる人々が魅力を感じるまちとは、そもそも住んでいる人々にとっても誇りの持てるまちなのです。このようなまちづくりを「観光まちづくり」と考えます。</p>	安島博幸監修・国土総合研究機構観光まちづくり研究会（2009）『観光まちづくりのエンジニアリング』学芸出版社				○
40	<p>観光まちづくりとは、地域の自然環境や文化を資源化して観光客を呼び、活性化する方法です。</p>	敷田麻実・内田純一・森重昌之編（2009）『観光の地域ブランディング』学芸出版社		○		○

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方(その5)

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
41	これからの観光振興とは、彼ら創造的な人材をいかに惹き付けるかの競争である。…(中略)…観光まちづくりとは、その街に集まる創造力を秘めた新しい事業者の力であり、これが日本の地方を創造都市に発展させる方途である。	宗田好史(2009)『創造都市のための観光振興』学芸出版社				○
42	それ(観光まちづくり)は、地域資源を活かし、域外からの集客を図ると同時に、住民が誇りと愛着をもって暮らすことのできるまちを自らが主体となって創り出していこうとする取り組みであり、いわば「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」を基本理念とした運動である。	総合観光学会編(2010)『観光まちづくりと地域資源活用』同文館出版	○	○		○
43	観光まちづくりとは、地域社会が一体となってまち資産を活かすことによって、地域経済の活性化を促進する活動(運動)と定めることにする。	濱田恵三(2010)「地域ブランドによる観光まちづくりの一考察」『流通科学大学論集 流通・経営編』22(2):75-91.	○	○		○
44	地域社会が主体となって時間をかけながら、地域外の人びととの交流を通じて地域づくりに取り組む、いわゆる「観光まちづくり」が脚光を浴びている。	森重昌之(2010)「観光まちづくりにおける地域外関係者の受け入れのしくみとその特徴」『北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集』(6):105-116.	○		○	○
45	知識情報化社会においては、一時訪問者にとって非日常性を持ちつつそこへ住み続けたいと感じさせることのできる地域づくり・まちづくりが必要になってきている。それは観光的・リゾート的視点を採り入れた地域づくり・まちづくりである。そこで、本書では両者の区分をあえてせず、観光地づくりとリゾート地づくり、一般的なまちづくりを包含する意味で、「観光まちづくり」を用いる。	戸所隆(2010)『日常空間を活かした観光まちづくり』古今書院				○
46	そこ(地域)で蓄積された産業や文化を活用し、観光事業と結びつけながら自己実現を図っていくまちづくりの事例を紹介していくこととする。	古池嘉和(2011)『地域の産業・文化と観光まちづくり』学芸出版社		○		○
47	人口の交流を通して、住民・旅行者双方が地域の発展過程に参加し、それぞれの自己実現を図る路線	山村高淑(2011)『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版			○	○
48	なによりも地域が主体となり、訪問者や資金の地域内への誘導をコントロールし、それらを地域資源として独自の環境や文化と接触・融合させることで、地域全体の価値を高める努力をしているところに共通点があります。	堀田祐三子(2011)「観光まちづくり論」青木義英ほか編『観光入門』新曜社:166-171.	○	○		○
49	今では、「住んでよし、訪れてよし」の言葉があるように、まちづくりとしての観光振興、つまり観光まちづくりとして、個性的な取り組みが続けられている。	嶋津隆文・鷺尾裕子(2011)『カネよりもチエとセンスで人を呼び込め!地域発 観光まちづくり最前線』東京法令出版				○
50	それぞれの地域が経済・文化の蓄積のうえに、自ら知恵と個性を競い合い、「美しく」かつ「住みよい」地域づくりを進めることの重要性が改めて認識されるようになってきた。成熟社会のなかで、生き生きとした生活、豊かな歴史・文化が凝縮された、緑豊かで、風格のある美しい景観を創出していくことは、人々がその地で快適な生活を営むだけでなく、他の地域からも人々が訪れ、さらには伝統のうえに新たな産業・文化・地域づくりにつながる可能性があると考えられている。	垣内恵美子編(2011)『文化財の価値を評価する一景観・観光・まちづくり』水曜社				○

Mar. 2015

定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題

【別表】先行研究における観光まちづくりの定義や考え方（その6）

番号	定義・考え方	図書・論文名	①	②	③	④
51	その答えは必ずしも「観光客数」の増加にあるわけではなく、これまで連携が難しかった地域住民をはじめとする多様な主体が観光地におけるまちづくりに参画すること、そして従来からの観光構造を変えていくこと、そうした優れた運動・活動が「観光まちづくり」であり、今後はさらに「観光地マネジメント」へと進化していくことを期待したい。	梅川智也（2012）「『観光まちづくり』はどこに向かうのか」『都市計画』（295）：7-11.	○		○	○
52	「観光地づくり」と「まちづくり」は一体的に取り組んでいくことが望まれる。そして、この一体的に行っていくという考え方を、ここでは「観光まちづくり」と定義したい。	長尾治明（2012）「観光まちづくりによる地域再生」『流通問題』48（1）：24-32.				
53	観光関連事業者が主導する観光振興から、他産業も含めた複合的な人や組織が参画する観光まちづくりへと変化してきた。	大社充（2013）『地域プラットフォームによる観光まちづくり』学芸出版社			○	
54	「ニューツーリズム」「次世代ツーリズム」などの用語で説明される考え方や思想性も視野におき、地域ならではのライフスタイルの提案を行うことで、地域と都市住民とのかわりがより深くなる形態での地域側での行動や産業活動を「これからの観光」としてとらえています。	臼井冬彦・株式会社富士通総研（2013）『「観光」を切り口にしたまちおこし』日刊建設工業新聞社			○	○
55	地域が主体となって、地域の観光資源を利活用し域外からの交流人口を拡大する観光諸活動を通し、地域を活性化させサステナブルな魅力ある地域を実現させるための活動	安田亘宏（2013）『フードツーリズム論』古今書院	○	○	○	○
56	観光まちづくりとは、地域が主体で、地域の資源を活かして観光を推進し、地域を活性化する活動である。	四本幸夫（2014）「観光まちづくり研究に対する権力概念を中心とした社会学的批判」『観光学評論』2（1）：67-82.	○	○	○	○

- （注 1）定義・考え方について、特に考え方を示している場合は斜字体で表記している。なお、定義・考え方には「まちづくり観光」や「観光地域づくり」と表現しているものも含んでいる。
- （注 2）1つの定義・考え方に複数の図書・論文がある場合、最上段の図書・論文が初出であり、2行目以降は定義・考え方を引用していることを示す。また、図書・論文名の副題は特別な場合を除いて省略している。
- （注 3）凡例の①～④は観光まちづくりの要素（①地域社会が主体になる、②地域資源を活用する、③交流を促進する、④まちの魅力や活力を高める）を示し、定義や考え方に要素が含まれている場合は○と表記している。