

地域振興とニューツーリズム

鹿児島県立短期大学商経学科 田中 史朗

キーワード：グリーンツーリズム，エコツーリズム，民泊，異業種連携

1. はじめに

観光業は今日、第一次産業、環境産業（低炭素社会移行へのグリーン・イノベーション）、医療・介護・健康関連産業（医薬品、医療機器、再生医療などのライフ・イノベーション）と並ぶ成長戦略部門として位置づけられ、2020年までの需要創造が11兆円、雇用創造が56万人と見込まれている¹⁾。観光業推進のための国の施策としては、「観光立国基本法」の制定（2006年12月）、「観光立国推進基本計画（マスタープラン）」の策定（2007年6月閣議決定）、さらに滞在交流型観光の振興をはかるべく、複数の観光地域が相互に連携して魅力ある観光地づくりをし、国内外からの観光客が2泊3日以上滞在型観光ができるようにするための「観光圏整備法」の制定（2008年5月）、そして観光行政の窓口機関としての「観光庁」の設置（2008年10月）などが行われた。なお、「観光立国推進基本計画」では、2016年までの国内旅行消費額と旅行者数などの数値目標を掲げている。例えば、国内旅行消費額については2009年を基準年として4.5兆円増の30兆円に、新規雇用効果としては539万人を見込んでいる。旅行者数については2010年実績861万人の訪日外国人旅行者数を1,800万人に増やす計画である。

観光業は農林水産業の六次産業化の一翼を担うと同時に、それ自体、宿泊、地元食材を利用した食事の提供、特産品（農林水産物）の販売などを通して、地域経済への波及効果の高い重要な総合産業である。鹿児島県でも、2009年3月に「観光立県かごしま県民条例」を制定し、観光業の推進を地域経済立て直しのための主要施策として位置づけ、翌2010年3月には「観光立県」の実現に向けて、それぞれの役割や施策の基本となる「鹿児島県観光振興基本方針」を定めている。

本研究では、地域活性化²⁾の観点から、離島における観光業振興への取り組みと成果、および課題を明らかにしたい。とりわけ、観光業が地方経済の牽引役として機能するための必要かつ十分条件を、①観光業を中心とした産業連関の形成、②民泊の推進、③広域的な観光圏の形成、の三つの視点から抽出したい。事例として取りあげるのは鹿児島県の離島でも、性質の異なる地域資源を有し、かつ観光業推進への取り組みに差異のみられる熊毛地方の屋久島と種子島である。

2. 日本における観光業の政策的位置づけと旅行形態の変遷

日本における中央と地方との格差は正のため、民間資本の導入による大規模観光開発は1986年に提出された前川レポート³⁾を嚆矢とする。1980年代前半の日米貿易摩擦を機に、内需拡大策の一環として、また、所得の地域間格差を是正し、国土の均衡ある発展をめざすための方策として、第四次全国総合開発計画の下で、1987年総合保養地域整備法（通称「リゾート法」）が制定され、規制緩和に基づく民間活力を導入した大規模なリゾート開発が進められたのである。結果は、無秩序な開発による景観破壊と騒音の外部からの持ち込

みや風紀の乱れなどによる地元住民との軋轢，ゴミ処理やインフラ整備の面での地元自治体への過度の財政負担など，様々な問題を生じさせた。その後のバブル経済の破綻による大規模リゾート計画の中断やリゾート施設の閉鎖は，野放図な金融機関の貸し出しによる不良債権処理問題だけにとどまらず，夕張市にみられるがごとく，過剰な観光投資などによる多額の債務から地方自治体が赤字再建団体に転落し，地域住民へのサービス低下を招くなど住民の暮らしに深い爪痕を残すこととなった。さらにバブル経済崩壊後，景気浮揚策としてとられた公共事業中心の財政出動は，国債残高の異常な膨張を引き起こし，財政再建が今日大きな政治課題となっている。

この間，旅行形態は団体旅行から個人・グループ旅行へ，パック旅行から手づくり旅行へと大きく様変わりをする。それとともに，これまでのマスツーリズムに対する反省，すなわち外部資本がもつばら経済的に潤い，地元民および地元自治体がゴミ処理などの後始末におわれるなどの外部不経済の顕在化と，ドイツ・フランス・スイス・イギリスなど中部ヨーロッパ諸国での民泊を伴う農山漁村地域での滞在・体験型余暇活動であるグリーンツーリズム（ルーラルツーリズムともいう）が地域へ少なからず経済効果をもたらしているとの報告もあって，バブル期の民間主導に代わる官主導の地域住民を巻き込んだオルタナティブツーリズムとして，グリーンツーリズムやエコツーリズムなどのニューツーリズムが登場する。ニューツーリズムは従来型のマスツーリズムにみられた旅行業者が旅行計画を立てる「発地型旅行」形態ではなく，持続可能な観光業を実現するために，観光客を受け入れる地域が主体的に旅行プランを作成し提案する内発的發展論に基づく「着地型旅行」形態であった⁴⁾。

ニューツーリズムの内，グリーンツーリズムは，自然豊かな地域で農家民宿などを利用して自然と親しみ住民の暮らしに接する余暇活動である⁵⁾。（財）21世紀村づくり塾によれば，「緑豊かな農山村において，自然，文化，人々との交流を楽しむ余暇活動」であると定義している⁶⁾。他方，エコツーリズムについては，1992年に西表島におけるエコツーリズム資源調査の結果から，環境省は「世界的にもまれなほどに多様な自然を有する我が国の各地域固有の自然と，その中で生活する地域住民と自然との関わりから生まれた文化資源について，それらとの接し方を含めてガイドを提供し，旅行者が地域の自然・文化への深い理解を得るとともに，自然保護意識の高揚や人間形成をはかることができるような旅行。さらに，その活動による環境に対する影響を最小限にとどめ，かつその収益が地域の環境保護のために貢献する仕組みを持つ旅行」であるとしている⁷⁾。また，1998年に設立されたエコツーリズム推進協議会は，1999年にエコツーリズムを「①自然・歴史・文化など地域固有の資源を生かした観光を成立させること。②観光によってそれらの資源が損なわれることのないよう，適切な管理に基づく保護・保全をはかること。③地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現することをねらいとするものの三条件を満たす旅行形態であり，地域資源の保護，観光業の成立，そして地域振興の三要素の融合を目指す観光の考え方である」と定義している⁸⁾。ちなみに，2007年成立のエコツーリズム推進法では，立法の理念として「自然環境の保全」，「観光振興」，「地域振興」，「環境教育への寄与」の四つの要素を掲げている⁹⁾。真板・高梨は，国や地域によって自然環境は異なり，その多様な自然環境資源を活用して観光業を興し，そのことによって地域の活性化をはかり，環境保全につなげていくというサイクルは，少子高齢化で地域の活力低下に悩む

我が国にとって、地域を再び元気にする経済エンジンであると同時に、地域の誇りを取り戻し、交流人口の増加促進によって元気な社会づくりにつなげるエンジンでもあるとしてその役割を積極的に評価している¹⁰⁾。

ともあれ、ニューツーリズムはバブル期の外部資本による開発一辺倒の観光業のあり方の反省に鑑みて、バブル経済崩壊後の新たな観光理念として、環境保全と住民の暮らしに最大限配慮した着地型観光業として登場してきたのである。その目指すべき方向性は、観光業振興による経済効果が地域のあらゆる産業・担い手に行き渡るような域内連携型・循環型観光業、すなわち多種多様な産業・職種が地域に生み出され、地域全体に経済的な潤いがもたらされるような観光業であり、開発と環境保全の両立を目的とするツーリズムである。

3. 鹿児島県の観光業とその特色

鹿児島県の観光統計によれば、2012年の観光消費額は1,269億円で、前年と比べて110億円、率にして9.5%の増加となっている。延べ宿泊者数は687万人を数え、前年と比べて約7万5千人、率にして1.1%の増加となっている。これは国内的には東日本大震災の影響で一時的に落ち込んでいた東日本（北海道・東北・関東）からの宿泊者数が63,738人、割合で12.2%増えたこと、また、鉄道利用客数が増加していることからわかるように、九州新幹線全線開業効果が引き続きみられ、関西・九州など西日本からの宿泊者数も増加していること（図1・図2）、対外的には2012年3月の鹿児島・台北航空路線の開設による台湾からの観光客が大幅に増えたことなどがその要因としてあげられる（対前年比209%増、図3）。

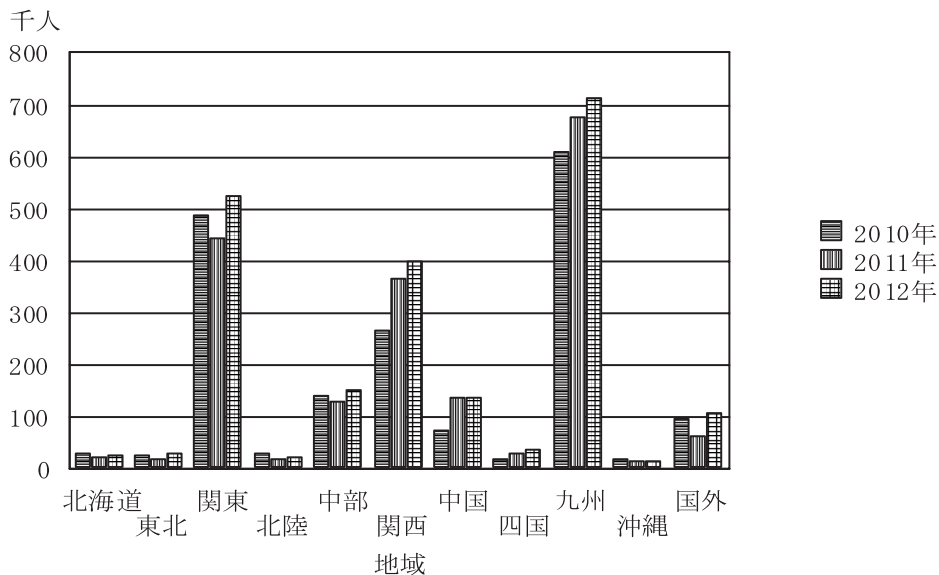


図1 鹿児島県の発地別県外延べ宿泊者数の推移

資料：鹿児島県観光交流局観光課資料より作成

このように過去3年間の数字をみる限り、2011年1月の新燃岳の噴火、2011年3月に発生した東日本大震災と東京電力福島第1原子力発電所の放射能漏れ事故による風評被害はあったものの、鹿児島県への国内外からの入り込み客数は着実に増加してきていることがわかる。宿泊先は、交通の利便性が高く、史跡も多く、かつ九州新幹線の終着点でもある鹿児島市と、温泉宿泊施設の整備された知名度の高い霧島市（鹿児島空港所在地）および指宿市に集中している。逆に、大隅半島や離島は移動に時間がかかるだけでなく、移動手段であるバス、船、航空機などの公共交通機関の便数に限りがあるため、入り込み客数は伸び悩んでいる。とりわけ鹿児島本土と離島との間には大きな開きがみられる（図4）。

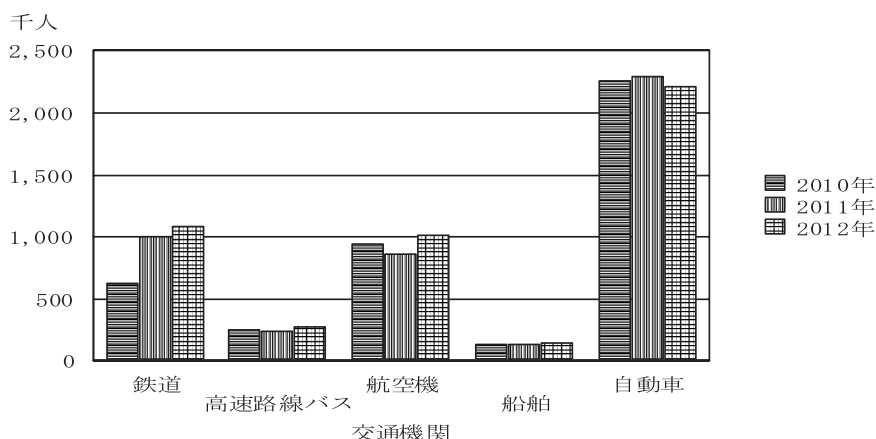


図2 交通機関別県外延べ宿泊者数の推移

資料：鹿児島県観光交流局観光課資料より作成

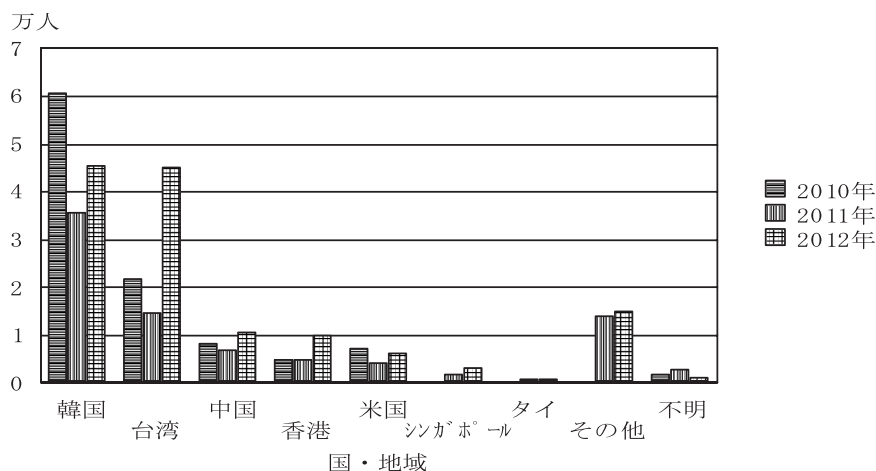


図3 国籍別外国人延べ宿泊者数の推移

資料：鹿児島県観光交流局観光課資料より作成

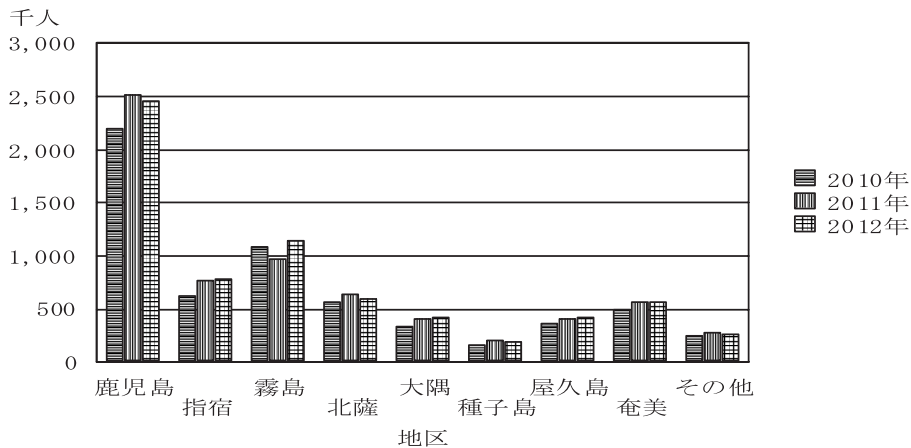


図4 鹿児島県の地区別延べ宿泊者数の推移

資料：鹿児島県観光交流局観光課資料より作成

今後、離島など条件不利地域での交流人口増加による地域振興を考えた場合、魅力ある地域資源の発掘と情報発信の必要性は当然のことながら、教育旅行の受け入れ先では屋久島が、スポーツ合宿では大隅地区と大島地区が健闘していることから¹¹⁾、観光目的以外の国民の多様なニーズを取り込む仕組みづくりが肝要である。

4. 離島における観光業推進への取り組み

1) 熊毛地区の地域経済

熊毛地区における観光業推進への取り組みと効果、そして課題に言及する前に、熊毛地区の地域経済の概要を説明してみたい。

表1および表2は熊毛地区1市3町の産業別生産金額と就業者数およびその割合を示したものである。これをみると、屋久島では観光業と深く関係する第三次産業の内のサービス業の占める割合が生産金額と就業人口のいずれにおいても30%余りと極めて高い値を示していることから、観光業が屋久島の基幹産業であることがわかる。他方、離島の産業基盤である第一次産業、とりわけ農業の地位の低さが目につく。その原因にあげられるのが地形的制約である。屋久島は中央に九州最高峰の宮之浦岳などの高山地帯があり、山が海に迫る平地に乏しい地形であるため、農地が狭隘で¹²⁾、生産額も少ない¹³⁾。鹿児島県の島嶼部で広くみられるサトウキビ・甘藷の作付けは極めて少なく、米・野菜・食肉などの基本的な食材が自給できていない。主たる作物は日当たりと水はけの良い島の南側斜面を利用したタンカン・ポンカンを中心とした柑橘類の栽培であり、屋久島の農業生産額の約半分を占めている。このことから屋久島の農業の特色は、柑橘類に特化したモノカルチャー型農業であるといえよう(図5)。漁業も北部の一湊を中心とした瀬付きサバー本釣漁業と南東部に位置する安房を中心としたトビウオロープ曳き漁業・モジャコ採捕業に特徴づけられ、そのため、水産物も北部のサバ、南東部のトビウオとその加工品(すり身、一夜干し燻製)といった特定魚種およびその加工品に専門化している¹⁴⁾。

表 1 2009年度熊毛地区の市町村内生産金額

単位：百万円

区 分	西之表市	割合 (%)	中種子町	割合 (%)	南種子町	割合 (%)	種子島計	割合 (%)	屋久島町	割合 (%)
第一次産業	4,193	9.4	3,713	14.8	1,586	7.5	9,492	10.4	1,119	2.7
農業	3,872	8.6	3,540	14.1	1,506	7.1	8,918	9.8	840	2.0
林業	152	0.3	46	0.2	33	0.2	231	0.3	132	0.3
水産業	169	0.4	127	0.5	46	0.2	342	0.4	147	0.4
第二次産業	4,479	10.0	2,425	9.7	2,881	13.7	9,785	10.8	7,746	18.5
鉱業	3	0.0	37	0.1	30	0.1	70	0.1	44	0.1
製造業	2,282	5.1	1,411	5.6	761	3.6	4,454	4.9	4,197	10.0
建設業	2,194	4.9	977	3.9	2,090	9.9	5,261	5.8	3,505	8.4
第三次産業	38,113	85.1	20,007	79.9	17,543	83.2	75,663	83.2	34,809	83.2
卸小売業	3,102	6.9	1,579	6.3	1,113	5.3	5,794	6.4	2,620	6.3
サービス業	10,759	24.0	4,763	19.0	6,532	31.0	22,054	24.3	13,222	31.6
その他	-1,992	-4.4	-1,114	-4.5	-937	-4.4	-4,043	-4.4	-1,858	-4.4
合 計	44,793	100.0	25,031	100.0	21,073	100	90,897	100.0	41,816	100.0

資料：平成24年度熊毛地区の概要より作成

注：その他には、輸入品に課せられる税・関税と、控除対象の総資本形成にかかわる消費税および帰属利子が含まれる。

表 2 2009年度熊毛地区の産業別就業人口と割合

単位：人

区 分	西之表市	割合 (%)	中種子町	割合 (%)	南種子町	割合 (%)	種子島計	割合 (%)	屋久島町	割合 (%)
第一次産業	2,410	26.5	1,714	35.5	1,020	26.4	5,144	28.9	904	13.6
農業	2,184	24.0	1,612	33.4	982	25.4	4,778	26.8	697	10.5
林業	11	0.1	3	0.1	7	0.2	21	0.1	53	0.8
水産業	215	2.4	99	2.1	31	0.8	345	1.9	154	2.3
第二次産業	1,267	13.9	734	15.2	514	13.3	2,515	14.1	1,130	17.0
鉱業	4	0.0	15	0.3	1	0.0	20	0.1	11	0.2
製造業	333	3.7	177	3.7	126	3.3	636	3.6	336	5.1
建設業	930	10.2	542	11.2	387	10.0	1,859	10.4	783	11.8
第三次産業	5,427	59.6	2,381	49.3	2,331	60.3	10,139	57.0	4,617	69.4
卸小売業	1,288	14.1	17	0.4	372	9.6	1,677	9.4	1,124	16.9
サービス業	2,481	27.3	529	11.0	1,217	31.5	4,227	23.7	2,177	32.7
その他	1,658	18.2	69	1.4	742	19.2	2,469	13.9	1,316	19.8
合 計	9,104	100.0	4,829	100.0	3,865	100.0	17,798	100.0	6,651	100.0

資料：平成24年度熊毛地区の概要より作成

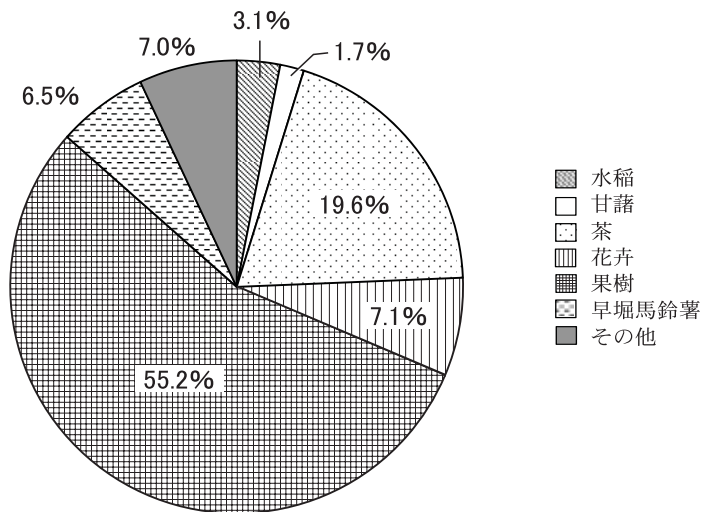


図5 2011年度屋久島町の農業部門別生産金額の割合

資料：平成24年度版統計やくしまより作成

一方、種子島は屋久島とは異なり起伏の緩やかな丘陵地帯が広がっているため、表1・表2にみられるがごとく、農業が基幹産業であり、耕種部門と畜産部門いずれも兼ね備えた食料自給率の高い地域である。農業生産額は約90億円で、種子島の総生産金額の約10%を占め、産業別就業人口割合でも約27%の高い値を示している。種子島の農業の特色は、耕種部門と畜産部門が揃っており、農業経営もサトウキビ・甘藷などの畑作物と肉牛など家畜の飼育を組み合わせた複合的経営にある。農家の一部には漁業との兼業もみられる。こうした複合的経営は農産物の価格変動に対する経営リスクを分散する意味でも、労働力投入の分散化をはかるためにも、理にかなった経営手法である。漁業は種子島漁業協同組合（以下「種子島漁協」と称する）所属の北西太平洋で操業する19トン型近海マグロ漁船2隻を除くと、季節ごとに各種漁業を組み合わせた複合的な沿岸漁業が営まれている。主な組み合わせはカツオ曳縄釣とアオリイカー本釣であり、この他に、イセエビを主な漁獲対象とする磯建網（イセエビは9月1日から翌年4月30日までが漁期）とトコブシを主な漁獲対象とする素潜り漁（トコブシは5月1日から8月15日までが漁期）との組み合わせ、キビナゴ流し刺網（8月中旬から翌年2月中旬までが漁期）とモジャコ採捕業（4月から5月が漁期）との組み合わせなど多種多様な漁業の組み合わせがみられる。ただ近年、島内にある種子島漁協と南種子町漁業協同組合（以下「南種子町漁協」と称する）のいずれにあって組合員数、とりわけ正組合員数と漁獲高が減少傾向にある（表3、表4）。漁業者は水産資源の回復をはかるために、離島漁業再生支援事業などを活用してウニの駆除による藻場再生とトコブシの放流を継続して行っているものの、魚価低迷、燃油高騰（地元自治体から助成はなし）、磯焼け（藻場の喪失）による磯根資源の減少といった三重苦にあえいでいる。海岸線の侵食も進み、砂浜の幅が狭まっている。

表 3 種子島の組合員数の推移

単位：人

	種 子 島 漁 協			南 種 子 町 漁 協		
	正組合員	准組合員	合 計	正組合員	准組合員	合 計
2004	329	302	631	—	—	—
2005	324	283	607	—	—	—
2006	326	262	588	60	149	209
2007	328	239	567	60	150	210
2008	181	354	535	58	149	207
2009	198	324	522	53	150	203
2010	183	317	500	46	151	197
2011	192	304	496	45	144	189

資料：種子島漁協・南種子町漁協業務報告書より作成

表 4 種子島の漁獲高の推移

年度	種子島漁協		南種子町漁協		合 計	
	漁獲量(kg)	漁獲金額(千円)	漁獲量(kg)	漁獲金額(千円)	漁獲量(kg)	漁獲金額(千円)
2005	1,388,035	814,484	—	154,390	—	968,874
2006	1,145,307	790,765	—	182,781	—	973,546
2007	955,329	803,309	180,356	210,586	1,135,685	1,013,895
2008	957,565	737,238	142,380	179,575	1,099,945	916,813
2009	1,173,438	731,427	128,219	129,457	1,301,657	860,884
2010	1,032,740	716,989	118,768	128,766	1,151,508	845,755
2011	968,771	662,467	137,973	150,200	1,106,744	812,667

資料：種子島漁協・南種子町漁協業務報告書より作成

付加価値向上をはかるための水産加工業は、種子島漁協管内では漁協と民間２業者で行われている。漁協の主な加工品は冷凍キビナゴ、冷凍アオリイカ、トビウオすり身、塩干トビウオ、刺身パックなどであり、漁協に隣接する直販店などで販売している。2011年度の売上金額は5,782万円である。主要魚種であるキビナゴは主に鮮魚として鹿児島市中央卸売市場に出荷されているが、市場での値崩れを防ぐために持ち込み量に制限があり、それを超えた場合は冷凍加工に回されている。また、翌日が雨の予報の時は、天日干し用のキビナゴを購入する地元仲買人が買い控えをするため価格が下がる。それを防ぐために、漁協が買い付けを行い、マイナス40℃の冷凍庫で保管し、解凍ののち干物に加工している。このように、漁協の営む加工業は魚価を下支えする役割を果たしている。南種子町漁協管内の水産加工業は夫婦でトビウオとサバの開き加工を行っている１業者のみである。ともあれ、種子島の第一次産業の特色は、複合的経営、すなわち農業と漁業との兼業、農業および漁業それぞれにおいて多種多様な業種を組み合わせることで生計を維持している点にある。

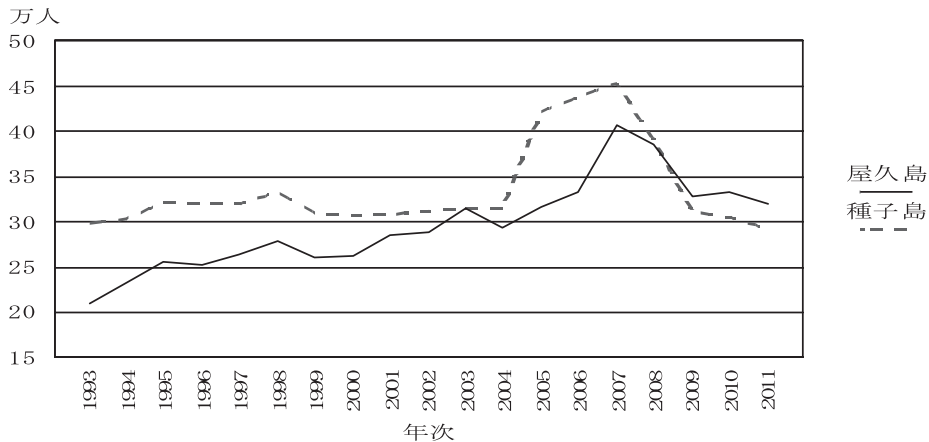


図6 屋久島・種子島入り込み客数の推移

資料：種子屋久観光連絡協議会資料より作成

2) 熊毛地区の観光業

図6は近年の屋久島・種子島への入り込み客数の推移を示したものであるが、2007年をピークに減少傾向にあることがみてとれる。屋久島では入り込み客数の減少に歯止めをかけるために、地域資源の発掘によって屋久島の魅力を再発見し、山岳部に集中していた観光客を里地に誘導してリピーター客の獲得につなげるための多様な観光、すなわち①里地でのエコツアーの実施、②モニターツアーや里の住民との交流イベント、ツーデーマッチ(ウオーキング)の実施、③民泊による体験学習や修学旅行生の受け入れなどが企画されている。①のエコツアーの実施は、悪天候時の裏番組として、また、観光客を里地に誘い、これまで観光業に従事していなかった里の住民にもその恩恵を遍く行き渡らせるための取り組みである。エコツアーに熱心に取り組んでいるのが、2002年に放映されたNHKの朝の連続テレビ小説「まんてん」のロケ地となった吉田集落と島の南東に位置する安房の分村である春牧集落である。吉田集落は平家の落ち武者伝説があり、先祖を祭る神社や伝統行事の鬼火焚き、トンボレという焼け石で湯を沸かして入る岩風呂などがあり、歴史と文化、そしてテレビドラマのロケ地を体感するツアーを企画している。屋久杉工芸品や屋久島焼きの工房がある春牧集落は、それらの加工体験ができる産業体験型のエコツアーをセールスポイントにするなど、それぞれの地域が特色を出してツアー客の誘致をはかっている。ちなみに吉田集落の取り組みは、2008年に屋久島町の呼びかけに応じて農林水産省の支援事業「農山漁村地域力発掘支援モデル事業」を受け入れたことに始まる。2012年度の「屋久島町里めぐり推進協議会」主催の里のエコツアー参加人数は吉田・春牧・宮之浦・平内・中間の5集落で123名を数える。これ例外にも、各集落主催の独自のエコツアーがある。エコツアーが地域にもたらした効果としては、一つには、里の住民が地域への愛着と誇りを取り戻し、生きがいにつながっていること、二つにはエコツアーコースに地元の水産加工場などが組み込まれ、特産品の宣伝と販売に貢献していることなどがあげられる。②のツーデーマッチは「歩いてこそ発見できる屋久島の自然文化」をテーマに、1993年の世界自然遺産登録を記念して始まったものであり、屋久島の地域資源の再発見と再認識に

つなげる試みである。ただ、参加人数の減少から2013年に実施時期を5月から11月に移している。③の農家・漁家に宿泊する民泊は、従来、旅行業者を介して外部資本が受け入れていた修学旅行生を地元民でもてなし、里の活性化につなげて、屋久島全体の経済的浮揚をはかるための取り組みである。しかし、民泊事業は地元のエコツーリズム推進協議会や行政の積極姿勢とは裏腹に受け入れ農家・漁家数が少なく、尻すぼみの状況にある。

屋久島での観光業を中心とした地域活性化の課題をあげると、一つには、地元食材の消費量（地産地消）の少なさが指摘できる。その理由については前節で説明したが、食材の種類と量の不足からその多くを島外からの移入に頼っており、観光業と地元農林水産業との連携強化をはかるうにもはかれない内部事情がある。郷土料理¹⁵⁾とて取り立てたものがなく、高級食材である地元産のイセエビ（漁の解禁は9月1日から翌年の4月30日）やトコブシ（漁の解禁は5月1日から9月30日）などの貝類、そしてブランド化されているサバの漁獲量は近年激減している¹⁶⁾。高級食材の活用による食の差別化をはかり集客力を高める戦略を立てようにも立てられないもどかしさがある。二つには、屋久島は自然そのものが最大の地域資源であるため、自然環境を損なうことなくその保全に努め、観光客の満足度を高める持続可能な観光業をいかに構築するか、そのための費用を誰が負担し、どこが責任を持って管理するのが今日、喫緊の課題となっている。例えば、縄文杉登山コースでの尿尿処理問題では、山岳部の避難小屋5カ所の尿尿はこれまで地下に埋めて処理していたが、利用者が増えたため悪臭が漂い、河川水・地下水などの水源汚染が懸念されるようになり、2008年より山岳部から里に人力で降ろすようになった。そのための費用として、屋久島町と観光協会などで構成される「屋久島山岳部利用対策協議会」がトイレの使用1回につき500円の協力金を徴収しているものの足りず、財源確保のために、特別交付金や特区制度を活用した「入島税」の徴収を政府に請願するも却下されている。島民の間には世界自然遺産登録による観光客増加に対処するための環境保全費用は国が負担すべきであるとの強い思いがある。三つには、入山者の増加による混雑から、彼らによる登山道の脇へのはみ出しによる植生への踏圧被害がある。環境保全のために入山規制を目指すも観光業者の反対にあって実現していない。さらに、観光スポットの一つである屋久杉ランドの遊歩道の整備（入山料300円）は林野庁が受け持ち、その途中の道路整備は環境省と県が担当し、かつ環境省は環境省独自の財源で山小屋にトイレを設置するなど、役所ごとに管轄区域が異なるためインフラ整備や環境保全のための対応がまちまちである。今後、質の高い持続可能な観光業を育てていくためには、関係機関の連携した総合的な取り組みが必要である。四つには、観光業の質の問題がある。とりわけ顧客満足度を高めるためにガイドの質をどのように担保したらよいのかの問題である。1993年の世界自然遺産登録を機に、ガイド業が誕生し、当初、島民だけで担っていたが、観光客が増えるにしたがい旅行業者の求めに応じてガイド養成に努めたため急激に数が増え、その数も150名から200名と定かでない。日銭が稼げることから、島外からのIターンガイドがその内の7割近くを占めている。彼らの中には自分たちだけのグループをつくりインターネットを介して情報発信し、集客活動をしている。ガイド料金に定めがないため、高額な料金を請求されたり、ガイドの現地での説明が物足りなかったりして、観光客や旅行業者から苦情が寄せられている。とりわけ山への信仰心を持ち、畏敬の念を持ちつづけている島民にしてみれば、観光業による経済的恩恵が少ないことへの不満も手伝って、Iターンガイドは土足で山に入る、山

を金儲けの手段に使っているといった感情を持ち、彼らを快く思っていないことも事実である。そこでガイドの質を高めるとともに、ガイド一人あたりの案内人数やガイド料金の標準化をはかるために2006年、環境省、林野庁、県、町、観光協会、公民館などが参加して設立された「エコツーリズム推進協議会」によってガイド登録制度がつくられた。登録されたガイドは「屋久島ガイド」と呼ばれ、屋久島に住民票があり2年以上居住し、活動実績も2年以上あり、保険を完備し、救急法や自然公園法、屋久島の基本的知識に関する講習を受け、ツアー内容やガイド活動に関する情報を公開し、なおかつ15項目にわたる屋久島ガイド共通ルールを遵守することを条件としているが、その数も82名にとどまっている。今後ガイドのグレードアップをはかるために、登録制度から試験の実施による認定制度に切り替えようとする動きがある。

次に種子島の観光業について触れてみたい。種子島を想起させるものとしては、JAXA（宇宙航空研究開発機構）の種子島宇宙センターの存在と鉄砲伝来の史実がある。いずれもその所在地は島の南部の南種子町にある。ロケットの打ち上げ日となると島外から大勢の見物客が押し寄せ、賑わいをみせるが、普段は閑散とした場所であり、毎月でもロケットを打ち上げてほしいとの住民の願いも故なしとしない。島外の観光客にしてみれば、種子島は屋久島観光のついでに立ち寄る訪問先であり、日帰り客は訪れても、宿泊先は屋久島である（図4）。そこで種子島では少しでも宿泊者数を増やすために様々な取り組みをしている。その一つに、種子島観光協会による修学旅行客誘致のための旅行会社や山陽・九州新幹線沿線の府県教育委員会への働きかけが、二つには、民泊による体験学習を取り入れたグリーンツーリズムの実施が、三つには、島外のサポーターづくりがある。修学旅行生受け入れとグリーンツーリズムの窓口となっているのが、まちづくりと交流事業推進のために2000年に設立されたNPO法人「ジュントス」（ポルトガル語で「友達」の意）である。修学旅行の誘致に関しては、取り組みが功を奏して、2007年の11校、宿泊延べ人数545が2010年には27校（この内、県外が20校）、宿泊延べ人数1,784へと約3倍に増加している。また、グリーンツーリズムについては、西之表市が中心となって2005年から旅行会社が企画した体験型メニューのモニターツアーを実施し、導入の準備を進めてきた。そして2010年2月に西之表市、中種子町、南種子町の1市2町からなる「種子島グリーンツーリズム推進協議会」が発足し、翌年には民泊部会ができ、17軒の農家・漁家・一般家庭が民泊登録をし、本格的な受け入れを開始した。2013年にはその数は30軒に増加している。民泊部会が発足した2011年の9月には、西之表市教育委員会の「ふるさとまなび一隊」とタイアップしてモノづくり農業体験に地元の4家族12名を受け入れ、民泊の模擬体験を実施している。翌2012年7月には地元ライオンズクラブの招きで東日本大震災の被災地である岩手県大槌町から児童11名を、同年12月には新潟県の修学旅行生を受け入れて「黒糖づくり」の体験学習を実施した。2013年8月には岩手県の被災地からの児童6名が、12月には新潟県の修学旅行生が来島し、2014年4月には東京都の修学旅行生が来る予定であり、着実に受け入れ実績を積み上げている。島のサポーターづくりについては、種子島観光協会が中心になって、近畿中種子会など島外の県人会の会合に出席するなどして、特産品の売り込みと観光客誘致の働きかけをしている。

以上みてきたように種子島では、通過型観光地から滞在型観光地への脱皮を目指しており、その手法として、グリーンツーリズムの導入、すなわち体験学習を取り入れた民泊を

推進しようとしている。その活動は緒に就いたばかりである。種子島のグリーンツーリズムの強みは、陸でも海でも四季を問わず楽しめるところにある。だが同時に、種子島でできる体験学習は他の離島、とりわけ奄美大島や沖縄などの南西諸島でもできることであり、いかに種子島の独自色を打ち出して他地域との差別化をはかっていくのが今後の大きな課題となっている。

5. まとめ

今日、条件不利地域での活性化の一手法として、国・県・市町村によって強力に推し進められているのが、交流人口の増加による地域振興策である。屋久島では世界自然遺産への登録を機に一挙に知名度が上がり、年を追うごとに入り込み客数は増加したが、2007年をピークにここ数年、減少傾向を辿り、陰りがみえはじめている。観光業が島の基幹産業であるだけに島の経済に与える影響は大きく、危機感を抱いた地元自治体は入り込み客数の回復をはかるべく、エコツーリズムの導入によって活路を見いだそうとしている。すなわち、自然・歴史・文化などを体感させるツアーを企画し、リピーター客の獲得につなげようとの戦略である。エコツーリズムの導入はまた、山岳部に集中していた観光客の分散をはかり、観光業に従事していなかった里の住民にもその恩恵が行き渡るようにしようとの意図も働いている。他方、観光開発と自然保護・環境保全の両立にも腐心している。入山規制、入島税の導入の話が持ち上がるのも、屋久島にとって自然そのものが他に誇りうる最大の地域資源であるがゆえのことである。今後、環境を損なうことなく永続可能な観光業を実現するためには、入り込み客数の増加にこだわることもより観光の質を追求し、顧客満足度を高めてリピーター客の獲得につなげるための取り組みが肝要である。

他方、種子島は通過型観光地から滞在型観光地への脱却を目指してグリーンツーリズムの導入をはかっている。その取り組みは始まったばかりであるが、一步一步着実に成果をあげつつある。体験学習を取り入れた民泊を推進することの意義としては、①ホテル・旅館など一部の観光業者や外部資本だけが潤うのではなく、地域全体で豊かさを追求することができる。②民泊を通して、人々との交流が生まれ、リピーター客の獲得につながるだけでなく、利用客の口コミによって特産物も含めた地域の宣伝を担ってもらえる。つまり地域のサポーターとしての役割を演じてもらえる。③交流を通して、地元民が生きがい、やりがいを感じることができる。④地元の良さ、地域資源の再発見・再認識につながり、地元を誇りに思うなど、住民の意識改革がおこる。⑤体験学習を通して、都市住民が農業・漁業を身近な存在として認識し、彼らの農業・漁業への新規参入を促すきっかけとなる。⑥日帰り観光客を足留めし、より多くの金を使ってもらえるなど、多くの利点がある。一方で課題もみえてくる。その一つは、団体旅行客は割安なパッケージ旅行プランで大型宿泊施設を利用しているが、民泊はパッケージ旅行プランでない場合が多く、そのため旅費が割高となり、新規顧客開拓のネックになっている点が指摘できる。二つには、グリーンツーリズムが全国的ブームであるだけに、何をセールスポイントにして他の地域との差別化をはかって新規顧客の開拓とリピーター客の獲得につなげていけばよいのか、地域の独自色をどの部分で際立たせるのか、体験メニューなのか、はたまた食事の内容なの、それともその両方なのかが今、まさに問われている。その前提条件として、宿泊施設や体験学習施設の整備、体験学習プログラムの充実が不可欠であることはいうまでもない。三つに

は、集客力を高めるための方法として、体験学習以外の分野にも目を向ける必要がある。例えばスポーツ合宿を取り入れた交流事業を進めることなども検討に値しよう。

次に屋久島・種子島両島に共通する課題をあげると、食材の提供を通した観光業と島内の第一次産業との結びつきの弱さが目につく。多人数の客を相手とするホテル・旅館では、地元の食材だけに頼っていたのでは定時、定量、定質（定規格）、定価の4定条件を満たせないため、食材調達では自ずと島外に依存せざるをえない事情がある。しかし、観光業による利益循環を島内に遍く行き渡らせるためには、地元食材の調達率を高めるための手立てを講じる必要がある。さしづめ、農協・漁協を中心に、冷蔵・冷凍設備の拡充強化と加工場の建設によって、食材の鮮度劣化を防ぎ、付加価値を高め、食材の周年利用化に道筋をつけるとともに、新たな食材開発で地域をアピールすることも観光業と第一次産業との結びつきを強化していくために必要不可欠な要件である。

最後に、今回の調査研究から導き出された知見をいくつか披露し、まとめとしたい。まず、観光業を地域振興に結びつけるための必要かつ十分条件の内、必要条件としては、①地域間競争に打ち勝ち、生き残りををはかるためには、地域の特徴を出し、他の地域との差別化をはかることが肝要である。そのためにも、その地域でしか見ることのできない、体験できない、味わえない魅力を発掘する作業が必要である。例えば、自然、街並み、歴史的建造物（神社仏閣を含む）、物語（歴史、秘話）、食材、郷土料理などの地域資源を再発見し、その良さを再認識し、その地域ならではの独自色を出すことが重要である。屋久島でエコツアーを実施している吉田集落では歴史と文化を、春牧集落では産業体験をセールスポイントにして集客力を高めている。②観光業による地域振興の方向性を定め、関係者・関係機関の調整をはかるためには、牽引役となる組織およびリーダーの存在が不可欠である。屋久島では「屋久島環境文化財団」や「エコツーリズム推進協議会」が、種子島ではNPO法人「ジュントス」などがその役を担っている。③観光業振興のための取り組みでは、官と民および住民相互の連携と役割分担がそれぞれの機能を最大限発揮するために重要である。屋久島でも種子島でも官民の連携強化がはかられつつあるが、その際、活動の主体はあくまでも地域住民であり、行政は先導役・サポート役に徹すべきである。そうでないと、住民にしてみればやらされているという意識を拭い得ず、住民のモチベーションの低下を招くことになる。体験学習を伴う民泊事業や、観光ガイドボランティア活動、また施設・設備の修復・保全のためのNPO活動にしても、地域住民の生きがい・やりがいにつながる主体的な活動であるべきだ。④活動の持続性を担保するためには、活動そのものが参加者の遊び心を満たし、参加者自身が活動を楽しむものでなければならない。西之表市からの誘いで民泊を始めた種子島の農業と漁業を生業とする人々の中には、人との出会い、会話を楽しみに都市住民を受け入れ、生きがいとしている。次に十分条件としては、広域的な観光圏の構築が不可欠である。近隣の観光地をライバル視するのではなく、相互の連携強化によって双方の魅力を引き出し、その相乗効果によって多くの観光客を取り込み、宿泊滞在日数を増やすべきである。そのためには、足回りをよくするための周遊コースの整備や周遊券・観光施設への共通入場券を発行するなどの工夫が必要である。例えば、砂蒸し温泉で全国的に知名度の高い指宿市を基点にした場合、高速船を使った指宿経由の屋久島・種子島観光コースであるとか、重要伝統的建造物群保存地区の指定を受けた武家屋敷群と特攻平和会館のある知覧や、カツオ・カンパチの魚食文化が根付いている

枕崎・根占を組み入れるなど、幾通りかの周遊コースが考えられる。さらには、指宿市のみならず、鹿児島市、霧島市、鹿屋市などいくつかの拠点となる観光地を相互に結びつけていけば、より広範囲の観光コースの設定も可能となる。近い将来、奄美大島が世界自然遺産に登録されることによる負の影響（入り込み客数の減少）を屋久島は懸念しているが、広域観光圏構想を念頭に置けば、屋久島は山と里の魅力で、奄美大島は海の魅力（マリーツーリズム）で情報発信し、互いに連携して「海の街道」周遊コースを設定すれば、宿泊客の滞在日数の延長によって双方とも恩恵の得られるwin-winの関係を築くこともできよう。

注

- 1) 藤田礼子 2012.「観光立国推進基本計画の概要について」、観光庁, p. 5
- 2) 地域活性化の定義については学術用語として定まっていない。筆者は、新たな事業・サービスの創造による生産および販売金額の増加と雇用の創出、住民の所得水準の上昇などの経済的側面や、定住人口の増加、住民の意識改革、人材育成に伴う地域マネジメント力の向上、生活環境整備などの社会的側面で効果が現れているならば、地域活性化がみられると判断する。
- 3) 元日銀総裁前川春雄が座長を務める中曽根内閣の私的諮問機関「国際協調のための経済構造調整研究」が1986年にまとめた報告書のことである。
- 4) 石森はマストツーリズムが旅行会社主導による発地型観光であるのに対して、ニューツーリズムは地域主導による着地型観光を目指しており、その種類として、農林水産省主導のグリーンツーリズム、環境省主導のエコツーリズム、厚生労働省のかかわるヘルスツーリズムや経済産業省のかかわる産業観光など、様々な新しい観光のあり方が「ニューツーリズム」と位置づけられ、これらのニューツーリズムは「官」の支援を受けながら地域主導で推進がはかられているとした。石森秀三 2011.「ライフスタイル・イノベーションと次世代ツーリズム」真板昭夫他編『エコツーリズムを学ぶ人のために』世界思想社, pp. 319-320
- 5) 依光良三・栗栖祐子 1996.『グリーン・ツーリズムの可能性』日本経済評論社, p. 194
- 6) 依光良三・栗栖祐子 1996.『前掲書』日本経済評論社, p. 196
- 7) 海津ゆりえ 2011.「エコツーリズムとはなにか」真板昭夫他編『前掲書』世界思想社, P. 25
- 8) 海津ゆりえ 2011.「前掲論文」真板昭夫他編『前掲書』世界思想社, P. 26
- 9) 真板昭夫・高梨洋一郎 2011.「エコツーリズム推進法と新たな展開」真板昭夫他編『前掲書』世界思想社, p. 314
- 10) 真板昭夫・高梨洋一郎 2011.「前掲論文」真板昭夫他編『前掲書』世界思想社, p. 315
- 11) 平成24年鹿児島県観光統計によれば、教育旅行の受け入れ総数94,348人中、屋久島は9,985人で全体の10.6%を占め、鹿児島、指宿に次ぐ県内第3位の受け入れ地区になっている。また、スポーツ合宿では大隅地区が県内7地区（鹿児島、南薩、北薩、姶良・伊佐、大隅、熊毛、大島）で第1位であり、受け入れ人数36,567人は県内総受け入れ人数121,905の30%を占めている。大島地区も地元自治体がスポーツ合宿の誘致に熱心であるため、鹿児島市などの本土地区と遜色のない16,594人を受け入れ、県全体に占め

る受け入れ割合も13.6%と高い。

- 12) 2011年の農家1戸あたりの平均農地面積は1.28haで、種子島の平均2.27ha、鹿児島県平均1.57haよりも狭い。
- 13) 2011年度の農業生産額は種子島が92億6千万円であるのに対して、屋久島のそれは約12億円で、種子島の約13%にすぎない。
- 14) 2005年から2012年までの8年間の屋久島漁業協同組合（以下、「屋久島漁協」と称する）総漁獲量に占めるトビウオの割合は71～80%の高い値で推移している。
- 15) めぼしい郷土料理はなく、強いてあげればゴボウ、人参、干椎茸などの野菜を油で炒めた後、出汁で煮込んだゆでそうめんを入れた精進料理の一種の「けんちゃん料理」か、干し大根の煮染め、佃煮などがある。行政主導で料理講習会を開いてはいるものの広がりがみられない。
- 16) 屋久島漁協の資料によると、イセエビは2006年の913kgが2012年には552kgへ、貝類は154kgが22kgへ、サバは77,877kgが18,870kgへと大幅に漁獲量が減少している。