

地域観光の可能性と課題

米 田 公 則*

The Role of Community Tourism and Their Themes

Kiminori KOMEDA

はじめに

2003年当時の小泉内閣において「観光立国」が提唱されて以来、特に近年「地域創生」、地域活性化の有効な手段として積極的な観光振興政策が進められている。過疎や地域産業の衰退に悩む地方にとって観光は魅力のあるものである。そのためこれまで観光地であった地域のみならず、さまざまな地域がそこに存在する観光資源を開発・活用し、新たな観光地として展開を試みようとしている。地域が自ら積極的に観光を営もうとするいわば「地域観光」の時代を迎えつつある。確かに観光は既存の地域資源である観光資源を活用できるために、他の産業に比べその投資額は少額で済む側面をもつ。しかし他方で観光は地域環境の破壊をもたらす可能性も否定できない。この論文は我が国の観光政策における地域観光の位置づけと取り組みを検討し、地域観光における課題を明らかにしたい。そのために、タイ国の地域観光の一つの生活であるコミュニティ・ベース・ツーリズムの事例を引き合いに出しながら、検討したい。

1. 日本とタイの観光の位置

世界旅行ツーリズム協議会による「日本における旅行・観光産業の経済的影響・分析報告書」Travel and tourism ECONOMIC IMPACT 2016 JAPANによると我が国のGDP（国際総生産）に対する旅行・観光産業の直接的寄与額は2015年で12兆8958億円、GDPで2.6%、2016年はさらに増加し13兆3677億円と予測されている。

わが国に対しタイ国では観光は以前から重要な基幹産業であった。タイ国政府観光庁の発表によると、2018年外国人観光客数は過去最高の3750万人を超え、19年には4000万人に達すると予想されている。観光収入は3兆4000億バーツ、約11兆4000億円で、国内外の観光客がもたらす観光業の国際総生産は18%以上に上る見込みである。タイ国にとって観光はまさに基幹産業ということができよう。このように、タイに比べれば日本におけ

* 文化情報学部 メディア情報学科

るツーリズム産業の占める位置は決して高いというわけではない。

しかしながら GDP の規模は自動車産業とほぼ匹敵する規模となり、既に日本にとって重要な産業となっている。さらに言えば、ツーリズム産業が我が国にとって数少ない成長産業である。先の報告書によると2026年には16兆3910億円、GDP では3.0%を占めると予測されている。さらに GDP 総寄与額では2016年40兆8105億円、2026年には48.5兆円規模と予測されており、今後も成長が期待されている。

成長産業としてのツーリズムへの期待は、政策にも反映される。2018年自民党総裁選に立候補した石破元幹事長・地方創生担当大臣は政策の柱として地方創生政策を掲げ、その中で訪日外国人客数を8000万人に増やすとしている。

それでは我が国への外国人旅行者数は近年どのように増加しているのか。外国人旅行者は正確には観光旅行者のみではないが、一つの指標としてみることができよう。我が国の本格的な観光政策がすすめられた2003年で521万人であった外国人旅行者数が、2007年に初めて800万人を超え、その後東日本大震災の影響もあり一時的に減少したが、2013年には1036万人と初めて1000万人を超え、その3年後2016年には前年比500万人近い増加でついに2000万人を超え、2404万人に上った。

このような外国人旅行者数増加の背景にはいくつかの要因がある。その一つはアジア諸国の経済的成長に伴う海外旅行を楽しむ富裕層、中間層が増加したことである。我が国への外国人旅行者数が2000万人を超えた2016年の統計でも第一位・中国637万人26.5%、第二位・韓国509万人21.1%、第三位・台湾417万人17.3%、第四位・香港184万人7.7%、第六位・タイ90万人3.7%とその上位を占めている。

またこのような旅行を可能にした理由の一つには、移動手段の低廉化、格安航空会社の増加・成長もある。我が国においても航空運賃に宿泊代を加えると国内旅行より海外旅行の方が格安、ということもまれではない。

また政府の政策的転換もある。外国人の日本渡航を困難にしている要因の一つはビザ制度であるが今日なお、短期滞在者に対するビザ免除国・地域は、現在68の国・地域にとどまっている。しかし、ビザ免除国ではない中国に対しても団体観光並びに個人観光旅行を目的とする人に対しては観光ビザを発行する制度を設け、日本を容易に訪問できる環境を整えている。このような様々な要因により、移動社会は確実に進行している。

しかしながら、観光開発には負の側面を持つことも忘れてはならない。古川彰・松田素二が2003年に出した『観光と環境の社会学』からすでに15年以上になるが、観光が地域社会に環境的にも精神的にも変化をもたらすものであることを忘れてはならない¹⁾。たとえ観光であっても開発と名がつくものであれば、そこには環境問題が発生することを忘れてはならない。そのように考えると観光と地域の関係、あるいは地域に与える観光のインパクト、地域から観光を見る視点が重要なことは言うまでもない。

2. 我が国の観光政策の変遷

近年の外国人旅行者の増加は日本政府の「観光立国」への取り組みがあったことは言うまでもない。2003年小泉純一郎総理による「観光立国懇談会」主催、同年ビジット・ジャパン事業の開始に始まり、2005年に「観光立国推進基本法」、2006年「観光立国推進基本

法」，2007年観光庁設置と立て続けに観光重視の政策がすすめられた。その後も「日本再興戦略」の中で観光立国が位置付けられ、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が決定され，2016年には「明日の日本を支える観光ビジョン」が政策決定された。

しかしながらこれらはタイ国と比べるならかなり遅れたものであったと言わざるをえない。タイでは1959年にタイ政府観光局が設立され，50年以上にわたって観光開発の重要な役割を果たしてきた。それ以外にも観光スポーツ省や地方行政省など複数の政府機関が観光開発に関わっている。それに加え，DASTA（The Designed Areas for Sustainable Tourism Administration）「持続可能な観光管理のための指針」を設定することを目的とする機関や「タイ観光評議会」という民間部門の組織などさまざまな組織，機関が長年にわたって観光開発を進めてきた。そのような経験をもとに持続可能な観光という視点の重要性が一定程度浸透しているということもできる²⁾。

3. 我が国の観光政策における「地域」の位置

それでは我が国の観光政策において地域はどのように位置づけられているのであろうか。ここでは最新の2016年に出された観光政策といえる「明日の日本を支える観光ビジョン」（以下「ビジョン」）を見ていきたい。

「ビジョン」では，冒頭に「観光先進国」に向けてとの表題がつけられ，安倍内閣3年間の実績，ビザ緩和，免税制度の拡充，出入国管理体制の充実，航空ネットワークの拡大など大胆な「改革」により訪日外国人旅行者数が2倍以上に増加し，その消費額も3倍以上となり，自動車部品産業の輸出総額に匹敵する3.5兆円に達したと自賛している。さらに，「観光はまさに「地方創生」への切り札，GDP600兆円達成の成長戦略の柱」と述べ，観光を我が国の基幹産業へ成長させ，「観光先進国」へ新たな挑戦をするとしている³⁾。そして3つの視点の柱を次のように位置づけている。

視点1・観光資源の魅力を極め，地方創生の礎に

視点2・観光産業を革新し，国際競争力を高め，我が国の基幹産業に

視点3・すべての旅行者が，ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

まさに観光を「地方創生」の礎と位置づけ，基幹産業となるべく政策を進める方向性が明確に示されている。さらに詳細にみれば，視点1を実現するために次のような項目が立てられている。

- ・魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
- ・文化財の観光資源としての開花
- ・国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
- ・景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上
- ・滞在型農山漁村の確立・形成
- ・地方商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大
- ・広域観光周遊ルートの世界水準への改善
- ・東北の観光振興

このような法整備、計画や政策決定などが観光客の増加につながっていることは言うまでもない。このように見ていくと観光が成長産業として、地方創生の軸となっていることがわかる。地方にとって観光が重要な成長となっていることは明白であるが、果たして地方の観光開発が地方全体あるいは地域に豊かさをもたらすものであろうか。これまでに見てきた政府観光政策には「地方創生」「地方」という表現はあるが、「地域」という表現はほとんど見ることができない。

また、観光開発のもたらす負の側面、それに対する対処の方法などが論じられることはほとんどない。タイ国においてマス・ツーリズムの弊害が顕著となり、持続可能なツーリズム、オルタナティブ・ツーリズムが登場、実践されている状況に比べれば政策的に大きな違いがあるといわざるを得ない。

4. ニューツーリズムの問題点

我が国においてもオルタナティブ・ツーリズムが全くないわけではない。平成19年から「ニューツーリズム創出・流通促進事業」が開始され、その後も平成21年度にニューツーリズムの推進に関する調査事業、平成25年度には「ニューツーリズム普及促進モデル事業」が実施されている。そこではニューツーリズムはどのようなものと捉えられているのであろうか。ニューツーリズムの概念として、厳密な定義づけはできないとしながら次のように述べている。ニューツーリズムとは「従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を指す。」とし、「テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズム、ロングスティ等が挙げられ、旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすいことから、地域活性化につながるものと期待されている」としている⁴⁾。

要は従来型のツーリズムとは異なるという意味でニューであるがそれ以上の意味を踏まえていない。そしてこの「ニューツーリズムの振興」事業は、今日「テーマ別観光による地方誘客事業」に代わられている。これは海外で言われているニューツーリズム、サステナブル・ツーリズムとは一見似ているがかなり異なる理解といえよう。以前に「新しい観光」について触れたが、そこでは次のように論述した。「新しい観光＝サステナブル・ツーリズム」は、「地域にある、自然、文化、歴史遺産、農地・漁港、ヘルス・ケア施設等を活用し、環境の保全、地域コミュニティの維持が自覚的に行われるツーリズム」と定義した⁵⁾。この「環境の保全、地域コミュニティの維持」の視点がなぜ必要かといえ、これまでの観光開発が、「観光資源を有する地域コミュニティの意向を無視し、本来公共財であるはずの地域資源＝観光資源が、一部資本（その多くは外部資本）の利益のためだけに活用（≒独占）され、さまざまな問題を発生させてきた」からである⁶⁾。環境の保全、地域コミュニティの維持、その意向の尊重、さらには地域資源がもたらす利益の平等化といった視点が、我が国におけるニューツーリズム政策には、全く欠如していると言わなければならない。

5. タイと日本の相違点

いわば「観光先進国・タイ」,「観光発展途上国・日本」という状況の中で急速に「観光先進国」を目指す日本の観光政策であるが、そこでの地域との関係を考えると、その前に検討しておかなければならない問題がある。それは、日本とタイとの地方の置かれている現状の違いである。これを検討して初めて観光と地域を理解することができよう。

近年タイ国の経済成長は著しい。アジア通貨危機そして大洪水を経験しながらもその後は経済成長を続け、2015年以降3%台の経済成長率を見せている。(ちなみに日本は1%前後である。)日本企業がバンコク周辺を中心に数多く進出し、工場を建設し、地元住民を雇用するなど我が国との関係も深い。大都市バンコクの中心部ショッピング街を行くと、その近代的建築物、ファッション、商品いずれにおいても先進国の中心都市に引けを取らない。しかし、中心部を外れ、一步細い路地に入るとそこにはいまだに貧困な地区が存在する。バンコクを鳥瞰すると、そこには近代的なビルが数多く立ち並ぶが、その一方でスラム地区や貧困地区がまだらに点在している。この状況はタイ全体の縮図と見ることもできる。発展するバンコクとその周辺部がある一方で、未だ貧困な農村、周辺の地域、地方が存在をしている。近年チェンマイなど都市周辺に工業団地が建設されるなど地方においても一定の変化が見られるが、バンコクへの一極集中という状況に大きな変化はない。

我が国が高度経済成長の中で地方経済も一定の豊かさを享受したのと比べればかなりの差が存在をする。むしろ我が国の地方は今貧困化が進行しつつあると言えよう。周辺地域を見るならば、貧困状況のタイ、貧困化状況に向かいつつある日本ということになる。

第二の相違点は、民族をめぐる問題である。タイには多数の少数民族が存在する。主に山岳地域や周辺部、南部、北部に点在している。タイ族がタイ国全体の85%を占め、少数民族は15%程度といわれるが、長年タイ政府から放置されていた。タイ政府は1974年山岳民族に国籍を与えることを決議したが、現在でも山岳民族の4分の1は無国籍といわれる。

このような中で積極的に進められたのがロイヤル・プロジェクトである。ロイヤル・プロジェクトはタイの前国王プミポン国王が1969年に始めた事業である。プミポン国王は北部の山岳部族がアヘン栽培で現金収入を得ている実態を知り、それに代わる代替農業を進め、そのための財団を創設した。財団はタイ北部の5州に38の開発センターを設け、現在288の村落、4万家族、16万人を超える人々を支援している。そのほか、2014年にはTSDF (Thailand Sustainable Development Fundation) が設立され、持続可能な農村建設の取り組みを行っている。脱貧困、貧困から脱するという課題はタイにおいては今でも重要な政策的、国家的課題となっている。

このようなことから日本とタイとでは農村部の実態がかなり異なることを忘れてはならない。

6. 観光資源の所有、利用、管理——「公共財」としての観光資源

日本とタイ、地方の置かれている状況は以上のような違いは存在するが、「観光」を軸

として地方創生，地方の活性化を図るという方策を進めている点では同様の方向性を持っている。そこで考えられなければならないのは，そもそも観光は地域に利益をもたらすのか，そしてその前提となる観光資源はだれのものかという点である。ここでは初めに，観光資源の性格について考えたい。

観光資源の多くが「共有財」あるいは「共有資源」という性格を持っていることは別に論じた⁷⁾。そこでのポイントは，観光資源の所有対象が私的所有に馴染まない性格のものであるという点にあった。一つには文化的観光資源，祭り，伝統文化などは，そもそも物質性がとぼしく，所有の対象外である。二つには所有の対象となりうる物質性を持った観光資源，例えば棚田や街並みなどは，個々に所有者は存在するが，資源的価値を有するようになるのは個別の対象となる田や建築物ではなく，全体として「棚田」「街並み」が成立するのであり，そこに価値が発生すると考えるならば，個人所有に還元できない価値が存在するという点である。このようなことから，観光資源の多くが「共有財」「共有資源」であると述べた。しかしながら観光資源全体を見るならば，この所有論的に基づいた理解を超えた部分が存在する。つまり，所有としては私的所有，あるいは国家の所有物と位置づけられる観光資源が多数存在する。それらを「共有」という表現を使うことは必ずしも妥当ではない。そのような所有形態の観光資源を含めた捉え方として，「公共財」「公共資源」としての観光資源という考え方がより全体を捉える理解ということができよう。ここでの公共性は「地域の公共性」に基づくものであり，その資源に所有，利用，管理に関わる関係者，ステークホルダーに対しては何らかの発言権があるものと考えられる。

2018年夏の風物詩の一つであった「阿波踊り」はその運営をめぐるメディアを賑わした。「阿波踊り」を運営していた観光協会が多額の負債を抱え，破綻処理がすすめられた。それにより「阿波踊り」の運営は徳島市が中心となり直接管理，運営することとなったが，それに伴い，従来の運営方針を変え，「阿波踊り」の花であった「総踊り」の中止を決定した。それに対して直接「阿波踊り」を担う踊り連の多くはそれに反発し，中止命令を無視し総踊りを強行した。そもそも「阿波踊り」を踊る衆にとって，資源という意識はあるのだろうか。「文化」としての「踊り」がいつしか「文化資源」「観光資源」と位置づけられ，管理・運営されるようになってきた。そもそも踊りに所有者は存在しない。そのような中で利用者としての踊り手たちと管理者としての市が対立をしたことから生じた出来事ということができよう。これは利害関係者，ステークホルダー間の意見調整が失敗した事例ということもできる。

7. ステークホルダーとしての地域住民

ここで考えておかなければならないことは，地域住民のステークホルダーとしての位置である。ステークホルダーとは一般に利害関係者と訳されるが，当然関係する内容，形態によって関係者の位置，立場は異なる。「公共財」としての観光資源を考えるときには，その所有，管理，運営，利用（活用）をめぐるその関係が生じ，それによってステークホルダーの位置，立場，発言権などが異なるものとなる。観光客もある意味でステークホルダーであるが，彼らは観光資源の利用者・消費者であり，そのためにそれに見合う対価を支払う。対価に見合う観光内容でない，つまり観光の対象として魅力のないものであれ

ば、それは徐々に利用されなくなるであろう。消費的利用者はいわば「お客様」であり、その所有や管理、運営に発言をすることはない。消費的利用者が何らかの発言をするのは、その管理、運営において自らの利用が制限されたりするような場合である。そのような場合、消費的利用者は、資源を利用するものとして公共財としての観光資源の在り方に発言する、ステークホルダーとして関係してくる。

これに対して、地域住民は「観光資源」の所有、管理・運営、活用に関わる。しかしその関与の度合いは、「観光資源」の私有、管理・運営、活用によって異なってくる。「観光資源」は物的資源である場合と、文化的資源である場合がある。物的資源が自然物である場合、例えば温泉や景観、森林などそれらの所有権は名目上明確である。公的所有例えば国有林野、公的林野、共同所有の形態をとったものや個人所有など、通常はそれらの管理・運営はその所有者にゆだねられる。しかしながら、公的所有や共同所有の対象であっても、その利用・活用の仕方は伝統的に地元住民の組織にゆだねられているものも少なくない。河川の入漁権などはその例である。自然物である物的資源の所有、管理・運営とは別に利用権が確立している場合がある。

さらに考えなければならないのは、個人所有物であっても「観光資源」として新たな価値を生み出す場合、例えば棚田や街並みなどの景観は、個々に所有者は存在してもその価値は観光資源の所有に還元されるものではなく、集合財としての公共性を持つことになる。個々の所有者は公共財の関係者なのである。

文化的資源には、物質性の高いものとそうでないものがある。建築物などは物質性が高いものであるが、祭りや踊りは物質性の低い、集合的行為によってその資源的価値を有するものである。文化的資源は地域文化、地域生活、伝統などが深く関わる。集合的行為によって観光の対象となる資源的価値を有するものは、所有を問うことは困難である。

自然物や伝統に基づく行為などが「観光資源」と位置づけられ、そのための管理・運営が行われるとき、そこでの住民が関係者としての位置を有しなければならない。なぜなら、「観光」という行為は、地域住民外の人による地域資源の活用である限り、全く環境に影響を与えないことは不可能である。世界遺産に登録された多くの地域で観光客数の制限を行う規制は、環境への悪影響を最小限にとどめるための方策である。

また、地域住民が直接的に観光資源の管理・運営に携わることも可能である。地域文化、地域生活の中で営まれてきた集合行為は「観光資源」とみなされる以前から、地域住民によって管理・運営されてきたであろうし、自らの地域文化、生活を観光の対象にしようというときには、本来地域住民が深く関わるステークホルダーであるべきであろう。

8. ツーリズムは地域に利益をもたらすのか？

「公共財」としての観光資源を活用した「観光振興」をわが国でも積極的に進めている。それではそもそも観光は地域に利益をもたらすのだろうか。地域観光において地域住民がステークホルダーであれば当然そこで利益を享受する資格を有していると言えよう。このような問題提起はほとんどされることがない。なぜなら観光振興＝地域の利益という単純な図式が成立し、それ以上検討されることがないからである。しかしもう少し利益の分配に注目する必要があるだろう。1987年に成立した「総合保養地域整備法」いわゆる「リゾー

ト法」が中央、外部資本による地方の大規模環境破壊に終わったことは周知のことである。大規模ではなくても観光そのものの利益は、「公共財」としての観光資源の利害関係者全体に利益をもたらすものではなく、実際には一部の資本、観光業者等に利益が集中することは容易に想像できる。

ここで重要な問題は第一に「公共財」としての観光資源を活用しようという利害関係者がどのような運営を進めようとしているのか、そして第二にその利益の分配がどのように進められているのかという点である。

9. 「公共財」としての観光資源の運営と DMO

観光資源の運営を政府はどのように考えているのか。その一つの方向性を示すものが、日本版 DMO である。DMO とは、Destination Management/Marketing Organization の訳であるが、これは観光客を誘致するための戦略策定をめぐる、マーケティングやプロモーション、商品開発などを行う事業組織を指す。観光庁では欧米での事例などを踏まえ、日本版 DMO の支援、促進に動いている。観光庁は日本版 DMO を次のように定義している。それは、地域の稼ぐ力を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立ったマネジメント・マーケティングを行い、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人としている。そしてそのために次の 3 点を必ず有する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）を「日本版 DMO」としている。

- ①日本版 DMO を中心とした観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ②各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI の設定・PDCA サイクルの確立
- ③関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション

ここから見てくることは、これまで我が国の地域観光の主体組織が観光協会など公益的組織中心で、マネジメントやマーケティングという利益を上げる民間的志向を取り入れることを重視、そのためのデータ収集・分析なども行うこと。観光地域づくりのために多様な関係者の合意形成を進めようとする点である。さらにあえて付け加えれば日本的であるのは、このような法人組織を政府が登録・認定することによって資金や情報面で支援を受けやすいものとするという点であろう。

このような組織づくりはこれまでの地域観光が持っていた弱点を克服することが期待される。では、多様な関係者の中の地域住民はどのように位置づけられているのか。資料では、地域住民は、観光地域づくりへの理解、市民ガイドの実施との表記がある⁸⁾。ここでは行政、直接的に観光業に関わる事業者に加え、間接的に関わる事業者も含まれており、地域住民はどちらかといえばわき役の位置にある。

では具体的な組織の中に地域住民はどのように関わっているのか。観光庁は日本版

DMO を 3 つのレベルに分けている。それは「広域連携 DMO」「地域連携 DMO」「地域 DMO」である。「広域連携 DMO」と「地域連携 DMO」はこれまでの市町村単位での営まれてきた観光行政を広域化したものである。そのために、その運営主体には観光協会や行政であり、地域住民は関与していない。では「地域 DMO」はどうであろうか。平成30年の段階で「地域 DMO」として登録されている法人は11組織である。これら11の「地域 DMO」のうち、8つはもともと観光事業が行われており、その既存観光事業の活性化を図ることを目的に組織改編されたものであり、その他の3つは平成23年震災復興計画の重点事業として観光産業振興が進められた「気仙沼地域戦略」と農業従事者減少や高齢化、観光資源の乏しい状況で観光を通じた地域の歴史、文化や産業の活性化のために立ち上げられた「太田ツーリズム」、大台町観光協会のアウトドアプログラム造成部門から発展した「株式会社 Verde 大台ツーリズム」である。これらはいずれも地域産業との関連や地域との協働が必要な内容が含まれており、そのため市民参加や観光に直接関わらない地元組織が組織に存在している。それ以外は、地元住民組織が直接的に DMO に関与していると見て取ることはできない。

「公共財」としての観光資源を活用するための組織づくりは行政組織、そして直接に深い利害関係のある業者が中心で、地元住民の関与は極めて希薄であるといわねばならない。

10. ツーリズムにおける所得分配の問題

第二の問題は、利益の分配がどうかという問題である。利益の配分は、もっともそれに寄与したものが配分されるのは当然ということになろう。しかし、観光資源が「公共財」という性格を持っていることを考えると地域観光が一部の観光業者に利益が集中することは問題であると言えよう。これは地域振興策としての観光振興に常に伴う問題である。リゾート開発など大規模観光開発では、地域住民に一定の雇用創出はあるが、利益の多くは外部の観光資本が収奪をしていくことはよく知られたことである。我が国の観光政策はただ観光産業の活性化が進められ、「公共財」としての観光資源を活用することによる利益の地元配分という視点を欠如させているといわざるをえない。

11. タイのコミュニティ・ベース・ツーリズム村落における所得分配の問題

それでは、観光は果たして地域に利益をもたらすのであろうか。ここでは、タイ国のコミュニティ・ベース・ツーリズム（以下 CBT）を見てみたい。なぜ CBT に注目するかというと、最大の理由は地域住民が主体的に取り組む観光、地域観光であるからである。タイで CBT が推奨されている理由は、持続可能なオルタナティブ・ツーリズムであり、脱貧困の方策の一つとして有力であるからである。先に検討した日本の DMO の観光資源開発に比べればその規模は極めて小規模である。その代わり、これまで観光資源として開発されていなかったものに注目し、地域住民が直接管理運営の中心となり組織を運営している。このような地域観光の在り方において、利益配分がどのようになっているかの事例を検討することは興味深い。

Komsan Suriya は、タイ国における地域主導の観光といえるコミュニティ・ベース・ツーリズムが脱貧困の方策としてどの程度効果的かについて論じている⁹⁾。Suriya の最初の研究では Mae Kam Pong 村を対象としたもので、そこでは観光の中核とした部門での収入よりも観光に誘発された部門での収益が村落の貧困層に恩恵をもたらすことを解明した。ここでの発見は、観光誘発セクターといえる土産物の生産や観光客向けの大量の料理などが貧困層に観光収入の配分をもたらすというものであった。さらなる研究対象を、同じくタイ北部のチェンマイ県の Sobwin 村、ラムパーン県の Samkhar 村に対象を広げている。これらの3村落はいずれもコミュニティ・ベース・ツーリズムの村落として一定の成功を見ている。しかし、この中で最も成功し、全国は言うまでもなく海外からも観光客が訪れているのが、Mae Kam Pong 村である。この村は全国的な観光アワードの賞を受賞するなど、もっとも成功したコミュニティ・ベース・ツーリズムの村といえることができる。しかし逆に言うとそれだけ特異な成功例ということもできる。

Sobwin 村は同じくチェンマイ近郊にあり、2 番目に成功している村落であり、もともと観光で有名な場所ではなかったが、Mae Kam Pong 村と同様川があり、それを観光資源として活用することを考えた地元民がホームステイ経営、河川ラフティング事業、象乗りなどを観光資源として開発した村落である。ここでは木製のミニチュアの造り、土産物として観光客に販売をしている。

ラムパーン県の Samkhar 村は北部中心都市チェンマイから南東約 100km に位置し、自動車を使っても 1 時間半程度かかる場所である。コミュニティ・ベース・ツーリズムの村落であるが決して観光が活発に行われているというところではない。

では、それぞれの村の観光収入の上位を見てみたい。Suriya の調査によると、Mae Kam Pong 村では上位を占めるのが 1 位・ホームステイ 33.3%、2 位・土産物 26.55%、3 位・コーヒーショップ 14.65%、となっている。Sobwin 村では、1 位・竹でのラフティング 37.53%、2 位・ホームステイ 22.41%、3 位・食品販売 13.22%となっている。Samkhar 村では 1 位・ホームステイ 48.12%、2 位・食品販売 43.13%、3 位・トレッキング・ガイド 8.75%となっている。これはそれぞれのコミュニティ・ベース・ツーリズムの特性に沿ったものということもできよう。

では観光収益の分布はどのようになっているのであろうか。Suriya らの研究では、核となる観光収益、直接的な観光事業収益と観光に誘発され、もたらされた収益を分けている。直接的観光事業収益では、Sobwin 村では上位 5 分の 1 層が 52.69%、二番目の層が 35.95%を占め、合計すると 87%以上を上位層が占めている。これは、ラフティングやホームステイなどが一定の投資を必要とするためと考えられる。次に上位層が占めている村落が Mae Kam Pong 村で最上位層 52.19%、第二上位層 21.72%、合計 73.9%を占めている。Samkhar 村では最上位層 38.92%、第二上位層 34.22%となっている。これに対し下位層を見ると、Mae Kam Pong 村では最下位層 5.99%、第二下位層 5.14%と 10%以上は下位層にも一定の利益の分配があるが、Samkhar 村では最下位層 1.25%、第二下位層 1.69%、合計 2.94%、Sobwin 村では最下位層 0%、第二下位層 2.84%とほとんど利益の分配がないことがわかる。これは下位層が観光事業に参入する資金と機会を欠いていることを示している。

これに対して観光に誘発された収益は下位層にも一定の恩恵をもたらす。Mae Kam

Pong 村では、最下位層2.44 % に対して第二下位層22.06 %，Sobwin 村では最下位層13.1 %，第二下位層11.7 %，合計24.8 %，Samkhar 村では最下位層15.99 %，第二下位層22.47 %，合計38.46 %が下位層の利益として分配されることとなっている。

ここでの一つの結論は、観光開発によって利益を得ることができるのは直接的に観光事業を展開し、投資できる層が中心で、そのような事業展開など難しい下位の人々はそれに付随した収益を一定得ることができるという極めて推測可能なものである。

Akarapong Untong らの研究からも、収益が観光事業を展開する観光委員会や村の有力者に集中し、収入の不平等が増加する傾向が見られるとの成果報告がされている¹⁰⁾。

このように見ていくと、地域住民の関与が大きい CBT においても、その利益は観光事業者や、観光事業に関与することのできる地元有力者にその多くが配分されることがわかる。

12. タイ国・Mae Kam Pong 村の CBT の取り組みの可能性と変化

前項で述べたように、Mae Kam Pong 村においても利益の多くは収入・上位層が獲得する仕組みとなっている。それはある意味で必然的なことかもしれない。なぜなら、観光開発に伴って観光事業を展開できる層は当然投資可能な層に限られるからである。タイ国の CBT において最も収益を上げる手段の一つは先にも見たように、ホームステイ事業である。日本的に言うならば民泊ということになる。しかし、タイでのホームステイは一定の条件を満たすことによってホームステイとして認定される仕組みをとっている。つまり、だれでもできるのではなくトイレ施設など住環境が一定の水準を満たさなければホームステイ受け入れ先として CBT から認定されない。それだけ日本と違いタイの農村、山村部の住環境が貧困ということもできようが、その条件を満たしている住環境であったり、そのための改修工事ができる層は必然的にそのコミュニティの中の一部富裕な層ということになる。

しかし Mae Kam Pong 村はほかにない仕組みを持っている。それはホームステイなどの観光事業の収益の一部を村に還元する仕組みである。ホームステイの受け入れを一元管理することにより、利用状況を把握し、利用者からえられるホームステイ収益の一部を村に納付するという仕組み（具体的には、1 人の宿泊者に対して、500 バーツを村に収める）により、直接観光に関わらない住民にも一定の恩恵が及ぶ仕組みが構築されているのである。この資金は村の公共施設の改修費や福祉予算などに充てられ全体に利益につながっている。

Mae Kam Pong 村の地域観光として画期的な点は、コミュニティがツーリズムをコントロールするという意味で、コミュニティ・ベース・ツーリズムとなっている点にある。

しかしながら、Mae Kam Pong 村の成功は、逆に危機を生む原因となっている。これまでコミュニティの最大の収入はコミュニティがコントロールするホームステイ事業であったが、2017 年から、コミュニティにコントロールされない、自立してホームステイ事業を営むことが、村の話し合いで可能になった。このため、従来コミュニティ内の組合に加入していたホームステイ事業者は28軒であったのが、2018年にはコミュニティ内の組合加入ホームステイ事業者が23軒に減少し、独自経営のホームステイ事業者が40軒と急増

している。Mae Kam Pong 村は現在でもホームステイ建築ラッシュであり、今後もホームステイが増加することが見込まれる。

コミュニティとしてはこれらの事業者を自由に経営させるのではなく、組合加入者と同様に一人の宿泊者に対して 500 パーツを村に収めることには変わらない。しかし Mae Kam Pong 村のツーリズムの成功、観光客に急増は、村に様々な変化をもたらしつつある。村民の主要産業であった伝統的な Miang 栽培（嚙むお茶）を放棄し飲食店など観光業を営む村民が増加している。さらに、ホームステイや飲食店の増加により、村の景観は以前のものとは異なる様相を見せ始めている。CBT の村、観光の村としてブランド化に成功している Mae Kam Pong 村が日本の清里のように観光地としての魅力を急激に減少することはないかもしれない。しかし、観光地として魅力は徐々に変質しているといわねばならない。

13. 求められる地域観光政策の方向性

タイ国の Mae Kam Pong 村の事例などを見ていくと地域観光を進めるうえでその利益が一部に住民や外部資本にもたらされるのではなく、地域住民にも利益が配分され、同時に地域にとって持続可能な地域観光を進めるには次の 3 つの視点が必要ではなかろうか。

- 1) 観光資源の管理、運営への地域住民の意見を反映させる仕組みづくり
- 2) 利益の配分をめぐる仕組みづくり
- 3) 地元産業や地元住民に利益が及ぶ観光開発政策

第一の観光資源の管理、運営への地域住民の意見を反映させる仕組みづくりは、地域環境を維持し、環境資源のみならず地域環境が破壊されないためにも大事な視点である。つまり、地域住民、コミュニティが観光事業に関与し、観光資源や観光事業に関与・コントロールする志満が最も重要な視点の一つである。

我が国の「日本版 DMO」には地域の行政機関や民間組織が関係者と位置づけられ、外部資本による観光開発で生じるような環境破壊は起こりにくいことが想像できる。しかし観光優先、観光客優先の事業展開をするならば地域住民に負担が及ぶことは当然予想される。例えば、利益優先の観光事業は、ゴミ問題や自然資源の破壊といった変化を地域にもたらす。地域観光の成功が地域環境の破壊につながる可能性は否定できない。そのためにも、事前に観光資源の管理、運営に地域住民の意見を反映させる仕組みづくりがぜひとも求められる。

第二の視点は、利益の配分をめぐる仕組みづくりである。我が国の観光振興は残念ながら地域コミュニティの側が主導するものはほとんどなく、すでに観光業に深く関わる関係者が中心となっている。この現状で利益の配分が地域住民に回るのは、行政の税収増という間接的な利益の還元に限られる可能性が高い。先に述べたように観光資源を地域の「公共財」と考えるなら、公共財に関係する地域コミュニティにも一定の利益配分があってしかるべきと考える。観光事業を営む事業者などが、地域への利益還元を考えず、ただ乗ることができるような仕組みづくりが求められる。

第三の視点は、観光開発ができるだけ広範な地元住民に利益をもたらすようなものであるべきということである。そのためには、地元産業との関わるような観光開発、観光政策が求められるであろう。

注

- 1) 古川彰・松田素二編『観光と環境の社会学』新曜社、2003年
- 2) Niti Wirudchanwong Policy on Coommunity Tourism Development in Thailand
- 3) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン」平成28年3月30日
- 4) 国土交通省・観光庁・観光産業課「ニューツーリズム旅行商品 創出・流通促進ポイント集（平成21年度版）」平成22年3月より、2-5頁
- 5) 拙稿「タイ国の観光政策とコミュニティ・ベース・ツーリズム(1)」梶山女学園大学『文化情報学部紀要』第13巻、82頁、2013年
- 6) 同上
- 7) 拙稿「グローバル時代における地域とツーリズム(2)」『梶山女学園大学研究論集』第46号社会科学編、128頁、2015年
- 8) 観光庁観光地域振興部 DMO 支援室「DMO 取り組み事例集」平成30年6月
- 9) Komsan Suriya (2017) Sustainable Pro-poor Community-based Tourism in Thailand, chapter 6, *Asian Economic Reconstruction and Development under New Challeges*, pp. 94-103.
Komsan Suriya and Carola Gruen (2012) Souvenir Production in Community-based Tourism and Poverty Revuction in Thailand, *The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters*1, pp. 1-8.
- 10) Akarapong Untong, Sasipen Phuangsaichai, Natthida Taweelertkunthon, Jkkree Tejawaree (2007) Income Distribution and Community-based Tourism: Three Case Studies in Thailand, *Journal of GMS Development Studies*, vol. 3, pp. 69-81.