

〈論 文〉

# ウィズコロナ・ポストコロナの持続可能な 北海道観光の構築について

— 北海道の移民文化を観光資源として  
利活用した新たな試み —

## Sustainable Tourism in Hokkaido in the Corona and Post-Corona Eras

— Migrant Culture as a Tourism Resource —

吉 地 望 齋 藤 貴 之<sup>‡</sup>  
Nozomi KICHIJI Takayuki SAITO

### 1. はじめに

今後の北海道を支える基幹産業として大きな期待を背負う「観光業（観光関連産業）」は、2020年以降の新型コロナウイルス感染症の感染拡大により大きな痛手を受けた。「さっぽろ雪まつり」、「YOSAKOI ソーラン祭り」をはじめ北海道を代表する多くのイベントが中止に追い込まれ、順調に拡大軌道にのっていたインバウンド（訪日外国人旅行）は、観光客に対する入国拒否等の影響により2020年には0万人（北海道観光入

---

<sup>‡</sup> 共同第一著者

込客数調査報告書, 2020) となった。

インバウンドに支えられてきた宿泊・運輸・土産などの観光関連産業が受けた打撃の大きさから、政府は支援パッケージの1つとして国土交通省(観光庁)所管の「Go To トラベル」(観光キャンペーン)を実施したものの、地方自治体の首長からの反対意見やキャンペーンに反対するアンケート結果など逆風の強いスタートとなった。キャンペーンは冬場の感染拡大に備えて、2020年12月には全国一斉に一時停止されるなど、観光業界にとっては受難ともいえるべき時期を迎えている。

このような中、2020年中盤には、近場のホテルやリゾート地などの休暇先でテレワーク(リモートワーク)をするワーケーション<sup>1)</sup>やマイクロツーリズム<sup>2)</sup>への回帰が大手旅行会社<sup>3)</sup>から提起されるなど、インバウンドの拡大に隠れる形で年々その旅行者に占める割合を低下させてきた当該都道府県内(北海道の場合、道内客)および近隣都道府県からの旅行者(訪日外国人を除く)に再び光が当てられることとなった。そもそも高速道路、新幹線、航空機による移動が充実する以前は、近距離にある温泉地や観光地への旅行が主流であった<sup>4)</sup>。その意味では、新型コロナウイルス感染症によって旅行業界は、先祖返りしたとも言える。

この先祖返りを、コロナ禍における一時的現象として位置付けるべきであろうか。21世紀に入り、製造業に代わる新たな基幹産業のひとつとして観光産業が注目されるようになり、諸外国に比べ発展の余地があったインバウンド(訪日外国人観光)を視野に、2003年、小泉内閣の下で「観光立国」を宣言してから、ビジット・ジャパン・キャンペーンが始まった。2007年に「観光立国推進基本法」が施行され、翌2008年には観光庁が発足、2017年には「観光立国基本計画」が閣議決定された。キャンペーン開始後、2008年のリーマンショックや2011年の東日本大震災の影響による一時的な落ち込みはあったものの、それ以降は順調にその数を増やしてきた。2013年には当初の目標であった1,000万人に達し、2016

表1 ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
総数(人)	5,211,725	6,137,905	6,727,926	7,334,077	8,346,969	8,350,835
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
総数(人)	6,789,658	8,611,175	6,218,752	8,358,105	10,363,904	13,413,467
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
総数(人)	19,737,409	24,039,700	28,691,073	31,191,856	31,882,049	4,115,828

出典：日本政府観光局「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移（2003年～2020年）」をもとに筆者作成

年には2,000万人を突破し、同年3月に決定された「明日の日本を支える観光ビジョン<sup>5)</sup>」では2020年にはインバウンド数4,000万人、2030年には6,000万人の新たな目標を設定した。2019年には3,000万人を超える外国人旅行客が日本を訪れるなど着実に観光立国への道のりを歩んでいた（表1）。

その一方で、2000年代に入ると世界中の名だたる観光都市（アムステルダム、バルセロナ、フィレンツェなど）において、観光客の往来によって、交通、治安、ゴミなどの面で地域住民の生活を脅かす「観光公害」が顕在化するだけでなく、旅行者も観光体験の質が悪化する「オーバーツーリズム<sup>6)</sup>（カー・清野，2019:6）」が徐々にその姿を現し始めた。

そうした中で、「新しい観光」が模索され、オルタナティブ・ツーリズム<sup>7)</sup>、サステイナブル・ツーリズム<sup>8)</sup>、そしてニューツーリズムといった概念や用語が作り出された。日本ではそれを示す表現としてニューツーリズムが多用されている。観光庁（2010）は、ニューツーリズムのカテゴリー（テーマ）例として、産業観光<sup>9)</sup>、エコツーリズム<sup>10)</sup>、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム<sup>11)</sup>、ロングステイ（長期滞在型観光）<sup>12)</sup>、文化観光<sup>13)</sup>をあげている。また、太田（2019）が指摘するように、経済的危機に瀕した地域を中心に、自らの地域に残る自然環境や歴史的環境などの地域資源を掘り起こし、再評価して、それらを観光資源として利活用

することで、地域内外から人を呼び込み、滞在や消費によって地域経済の活性化を図る「観光まちづくり」が全国各地で取り組まれるようになった。

他方、エコツーリズムは、2007年に「エコツーリズム推進法」が制定されるなど、地域資源の利活用と保全の両方に力点をおいた「持続可能な観光」のあり方のひとつとして多くの地域で受け入れられている。その中でも、コミュニティ・ベースド・ツーリズムは、「コミュニティを基盤とし、コミュニティが主体性を持ち、自律的に観光振興を進めていくあり方」(山村ほか, 2010:ii)である。つまり、これは、地域資源を保全、継承、発展させてきた地域コミュニティが、それらを観光資源として利活用することによって、利益を得るものであることから、地域資源と地域コミュニティ双方の持続可能性に配慮した観光形態と言える。

近年の観光の歴史および観光概念の変遷について概観してきたが、さらに観光問題を俯瞰してみたい。観光客が大挙して観光地に押し寄せることは、近年のグローバル化がもたらした影響の一つに過ぎない。国境を越えてヒト、モノ、カネ(情報)が移動する世界では、資源配分の効率性の観点から利点ばかりが強調されてきたが、しばしば過度の移動が生じ、流出先と流入先の双方において様々な問題を引き起こしてきたからである。例えば、カネの移動つまり資本移動が引き起こした1992年のポンド危機や1997年のアジア通貨危機は、市場の力で過剰に移動する短期資本を国家(通貨当局)が制御不能であることを改めて私たちに認識させた。その後も通貨危機や金融危機が頻発している<sup>14)</sup>。また、モノの側面では海外直接投資によるグローバルサプライチェーンの構築によって製造の最適化が進展する一方で、2011年7月に始まったタイの洪水が、日本での一眼レフカメラ販売を一時的な休止に追い込んだようにシステミックリスクの大きさも顕在化してきた。ヒトの移動は短期的な滞在である旅行と定住国の変更である国際移民<sup>15)</sup>の両面で増大してき

た。海外旅行は、「オーバーツーリズム」の問題を提起し、国際移民は、人口増加率を上回る速度で成長する一方で、欧州、米国などの主たる受入国においても不法移民問題、福祉負担増大、治安悪化、宗教対立などが生じ、移民を制限する揺り戻しが生じている。ヒトも受け入れ先のキャパシティを超えて、過剰に移動することが資本同様に問題なのである。少なくとも短期的には市場メカニズムが機能不全に陥ることを歴史が示している。

グローバリズムに対する疑念が広がる中、新型コロナウイルス感染症のパンデミックによって、カネを除くモノ、ヒトの移動は大きな制限を受けるようになった。モノの移動である物流は、新型コロナウイルス感染症の影響によって、2021年に入り、世界的なコンテナ不足と海上輸送費の高騰によって混乱し、収束の目処が立たず、モノ不足が米国における39年ぶりの高水準インフレの一因となっている。ヒトの移動は新型コロナウイルス感染症に対する水際対策措置として各国で厳しい入国規制によって制限されている。カネ以外はさながら江戸時代の鎖国や第2次世界大戦前の国際連盟脱退後の封鎖経済に戻ったかのようである。

「新型コロナウイルス感染症によって多くのものが寸断されてしまった今、社会全体がここで一度立ち止まり、本当に価値のあるものが何かを冷静に見つめ直す契機が訪れた」（シュワブ、マルレ、2020:55）と捉えれば、コロナ禍における観光業の先祖返りを一時的なものとしてではなく、持続可能なものに再構築する絶好の機会として捉えることができるのではないだろうか。

新型コロナウイルス感染症がある程度収束するまでの数年間は、観光関連産業においても営業規模の縮小は避けられない。そればかりではなく企業にとって出張費等のコスト削減となるリモートワークの定着により出張客が大幅に減り、長期的にも観光関連産業にとって大きなダメージとなる可能性が高い。BCG ヘンダーソン研究所のレポート「Sensing

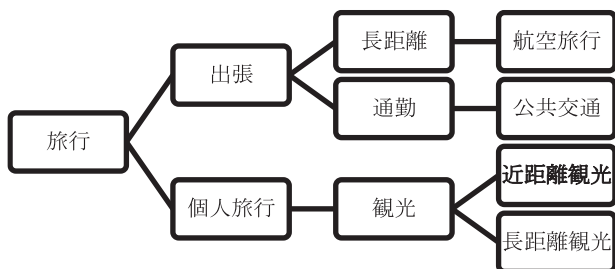


図1 自宅で過ごす時間が増えるとは何が起こる

出典：マーティン・リーブス他「Sensing and Shaping the Post-COVID Era」、BCG ヘンダーソン研究所、2020年4月3日  
<https://www.bcg.com/publications/2020/8-ways-companies-can-shape-reality-post-COVID-19.aspx> をもとに筆者作成

and Shaping the Post-COVID Era (ポストコロナ時代を理解し、形作る)」において、自宅で過ごす時間が長くなると何が起こるのかについて、①増える可能性がある行動、②減る可能性がある行動に分類したフローチャートは、旅行部門における変化を予想している (図1)。

太字で書かれた「近距離観光」は、唯一増える可能性がある行動として分類され、それ以外のすべての項目は減る可能性がある行動として分類されている。つまり旅行部門全般が停滞する中で、近距離観光だけが増えていく可能性が示されている。日本においてもコロナ禍でのマイクロツーリズムが提唱されるほぼ同時期にこのレポートが発表されたのは偶然の一致ではなく、観光の本質を過不足なく満たしているからであろう。よその土地に移動し、その地域資源に触れ、その土地に暮らす人々と話をする事で日常を抜け出し、非日常を体験するためには移動距離は問題ではないからである

今後、近距離観光に力をいれることには3つの利点がある。①旅行業界や接客などのサービス業は、製造業とは異なり営業を停止した際の売上は永久に失われるため、規模が縮小しても実施可能な観光形態を継続することが重要となる、②コロナ禍での不安定な経済環境下では消費行

動よりも貯蓄行動が優勢となり、旅行に対しての平均支出予定額も減少し、手頃な価格帯での近距離旅行が好まれる、③個人の観光客がバラバラに来るようなこの種の「小型観光」は、滞在時間が長く、客単価も上がり、地元のコミュニティに与える悪影響を抑えることができる。加えて、地元の魅力を再発見することや地元の人々とのつながりを感じることができ「経済効果」と「コミュニティ回復機能」が働く可能性も高い。

以上のことから、ウィズコロナ・ポストコロナの持続可能な北海道の観光産業を構築する上で、近距離観光や小型観光は重要な要素となることが分かる。マスツーリズムのような観光客数を競う「量」から観光体験の「質」を高めることに力点を变えて行くには、観光資源の充実が不可欠である。地域の持つ観光資源は、自然、景勝地、温泉、食文化、歴史など様々である。その中でも北海道には北海道への移住の過程で母村（出身地）よりもたらされ、継承されてきた民俗文化がある。いわゆる移民文化である。この移民文化が観光資源として北海道観光にどのような可能性を与えるかについて考察し、経済効果とコミュニティ回復機能をもたらす着地型観光を提案することが本稿の目的である。本稿の構成は以下の通りである。1. では研究の背景と目的、2. では観光資源としての民俗文化の可能性、3. では北海道開拓と移民文化の形成、4. では新たな北海道観光の可能性としてグリーンツーリズムとまち歩き・まち体験を組み合わせた着地型観光を提案し、5. では結論と今後の課題を述べる。

## 2. 観光資源としての民俗文化

本節は、北海道の移民文化、特に、北海道への移住の過程で母村よりもたらされ、継承されてきた民俗文化に着目し、それらを再評価することで、その観光資源としての可能性について見ていく。

明治以降、全国各地から北海道に渡ってきた移民の数は東北や北陸、

四国などを中心に210万人(1892~1925年)を超える。彼らの多くは母村から衣食住をはじめとする様々な文化要素を持ち込み、それらが相互に混合、融合、変容した結果として現在の北海道文化がある。このため、北海道の多くの地域と家々には、開拓の歴史と母村にまつわる移民文化が継承されており、それらは北海道特有の魅力的な観光資源として多くの人を惹きつける可能性を秘めている。この点について、井出(2012)は、「北海道には日本の他の地域には存在しておらず、そしてまだあまり知られていない観光資源が存在している。それが私の提唱するディアスポラとしての北海道である。~中略~北海道が巨大な移民社会であることは紛れもない事実であり~中略~これこそ北海道にしかない観光資源と考えることも可能である」(井出, 2012:186-187)と指摘している。

観光とは何か、旅行とは何か、ということを変更して問い直してみると、山村(2015)も述べているように、名所・旧跡を訪れたり、買い物をしたり、食事をしたりといった何かを消費することはあくまでも手段に過ぎず、それらを通して、その地域が持つコンテンツを味わい、いつもと違う世界に浸ることこそが主たる目的であろう。つまり、観光というものを考える上で重要なことは、いかにして地域に魅力的なコンテンツを付加することができるかということであり、「いわゆる従来型の観光資源や立派なハコモノを持たない地域でも、コンテンツが充実し、それを発信できさえすれば、人々を惹きつける」(山村, 2015:2)ことが可能であり、地域の内外から観光客を呼び込むことのできる観光地になりうる。したがって、観光が多様化する中で、観光地として人びとを呼び込み、地域経済の活性化を模索するのであれば、有名な観光地や名所・旧跡などの魅力を高めるだけでなく、サブカルチャーなども含め、これまであまり注目されてこなかった、眠ったままになっている地域資源を掘り起こし、それらを地域の内外に発信することが求められているのである。

また、宮本常一が、「観光資源というものはいたるところに眠っておる



ものです。それを観光対象にするしかたに問題があるのだ」(宮本, 1975: 28) と語るように、どの地域もそれぞれが違った形で多様な暮らしをつむぎ、長い年月のなかでそれを守り、民俗文化を形成してきたのである。そして、北海道の場合、そのひとつとして移民文化がある。これを地域の人々の手によって掘り起こし、北海道に特有の魅力的な観光資源として利活用するとともに、地域の内外に上手く発信することができれば、新たな北海道観光として発展、定着しうると考える。

### 3. 北海道開拓と移民文化

次に、北海道に特有の魅力的な観光資源のひとつとなりうる、北海道の民俗文化としての移民文化について、北海道開拓と移民という観点から見ていくことにする。

#### 3-1. 北海道の開拓

1869年に開拓使が設置され、開拓次官の黒田清隆主導のもと、開拓予算として1,000万円(10年)が投じられ、北海道の開拓が進むことになる。そして、その一環として、黒田清隆に依頼され開拓顧問に就き、農業や鉱業などさまざまな分野で活躍した元アメリカ農務局長のホールズ・ケプロンをはじめとして、欧米から多くの技術者や専門家が招聘され、最新の政策や技術が導入された。

例えば、農業であれば、北海道は、気象条件や植生が本州と大きく異なるばかりでなく、土壌も、「その大半は火山灰性の軽鬆な土壌か、重粘土壌によって占められており、大河川の流域の低湿地には広大な泥炭地帯が分布していて、本州在来の農耕方法では容易に利用しかねる土地が多かった」(七戸, 1984:209-210) ことから、開拓使は、「欧米農業に準ずる大規模・新農法の農業地域を建設する」という壮大な構想のもと、「1871(明治4)年に早くもアメリカから、プラウ、ハローを初めとする

数十種類の畜力農具を輸入して洋式農法の実習に着手し、翌 1872（明治 5）年には札幌本庁に工場を設置して農機具の制作を開始し、1876（明治 9）年—1878（明治 11）年にはこの洋式農具を農家に貸与・払い下げる施策を始める」（七戸，1984:210）というように、洋式農機具を用いた畜力による農業の機械化を積極的に押し進めた。この結果、一般に「プラウ農法」や「北海道農法」と呼ばれる、欧米農法と在来農法が融合したプラウ馬耕を中心とする馬耕手刈の技術体系が普及するに至った。

1874 年、土族を北海道の開拓と北方の防衛を任せることを目的に屯田兵制度が設けられ、翌年の第 1 回募集では、道内、青森、秋田、宮城などから選ばれた約 1,000 人が移住を開始することになる。屯田兵は、兵士としての厳しい軍事訓練はもちろん、土地の開墾や農作業、道路や水路などの開発工事も担う必要があったため、その暮らしは極めて厳しいものであった。その後、1890 年に、屯田兵への応募資格が平民にも拡大したことで、その開拓を担う移住者の数も増大し、北海道の開拓は大きく進展していくことになる。明治政府も、移住者の拡大を図るために、1886 年に北海道庁を設置して以降、全国各地で広報活動に尽力した。『北海道移住手引草』や『北海道移住問答』などの案内や手引きを作成し、大勢の移住者を呼び込もうとしたほか、北海道開拓の恩典として「国有未開地の貸し下げを受けて開墾に成功すれば誰でも千坪（約 3,300 m<sup>2</sup>）1 円（現在の約 4,000～5,000 円相当）で払い下げを受けられる」、「払い下げを受けた土地は、払い下げの翌年から 20 年後でなければ地租や地方税は課せられない」、「徴兵令は函館、福山、江差以外は施行されない」など課税の軽減や徴兵の免除といった優遇策を講じた。これにより、全国各地の農村において経済的貧困にあえいでいた一般農業移民を主力として、移住者は大幅に増加することになる。

加えて、やむにやまれぬ事情による集団移住もあり、例えば、1889 年に奈良県南部の山間にある十津川村を大きな水害が襲い、家や田畑を

失った600戸、2,489人が北海道への移住を決断し、新たな集落を築いた新十津川の事例や、足尾銅山鉍毒事件の対策として明治政府は渡良瀬川流域の谷中村を遊水池とするために、谷中村の住民の一部を強制移住させた佐呂間町栃木地区の事例などがある。

屯田兵制度が廃止される1904年までの30年間に屯田兵とその家族の移住者はおよそ4万人、その開墾面積は700平方キロメートルに達し、それが廃止されて以降も、移住者の数は増加の一途を辿り、1887年に20万人にも満たなかった北海道の人口は、1907年には約4倍の80万人、1917年には約140万人、そして1927年には200万人を超えるほどにまで急増することになった。

表2は、府県別の北海道の移住者数を示したものであるが、北海道への移住が奨励されていた徳島、香川の両県を含む四国を除けば、移住者の出身地は東日本の各県、特に東北や北陸が中心であったものの、46府県すべてからの移住があったことが見てとれる。

そして、宮良が、「北海道の生活文化は、いうまでもなく全国的にさまざまな伝統文化を担う社会からの移住者によって形成され、日本人が日本人として連綿と培ってきたそれぞれの伝統社会の生活文化が集約的に存在し、明治・大正・昭和と歴史的変遷をたどる過程にそれらの生活文化が混合・融合・変容し、きわめて特色ある地域社会の複合文化を形成している」（宮良，1982:6）と述べているように、彼らの多くは、出身地や母村から衣食住をはじめとするさまざまな文化要素を持ち込み、それらが互いに混合、融合、変容しながら、地域や各家々で継承されてきた。したがって、北海道の民俗文化には、全国各地46都府県の文化要素のすべてが含まれているとも言える。

### 3-2. 移民と移民文化

北海道の民俗文化については、少し前までは、「北海道は歴史が浅いか

表2 府県別北海道移住者数

	府県名	移住者数		府県名	移住者数		府県名	移住者数
01	青森県	203,308	17	愛知県	28,789	33	大阪府	11,487
02	新潟県	184,399	18	兵庫県	25,169	34	山口県	10,963
03	秋田県	180,933	19	鳥取県	24,085	35	千葉県	10,614
04	富山県	170,917	20	滋賀県	18,014	36	群馬県	9,875
05	宮城県	164,151	21	高知県	17,137	37	京都府	9,305
06	石川県	155,043	22	茨城県	16,872	38	埼玉県	9,287
07	岩手県	114,343	23	長野県	14,836	39	熊本県	9,054
08	山形県	112,379	24	三重県	14,820	40	島根県	8,498
09	福島県	96,445	25	山梨県	14,443	41	佐賀県	6,763
10	福井県	94,603	26	岡山県	14,225	42	大分県	6,404
11	徳島県	59,599	27	栃木県	13,678	43	鹿児島県	5,902
12	岐阜県	50,874	28	奈良県	12,800	44	長崎県	3,118
13	東京府	49,055	29	静岡県	12,753	45	宮崎県	1,349
14	香川県	47,753	30	和歌山県	12,258	46	沖縄県	135
15	愛媛県	30,459	31	福岡県	12,118			
16	広島県	30,422	32	神奈川県	11,863			

出典：平井（2002:26）をもとに筆者作成

ら対象となる民俗文化はない」などと言われ、調査や研究の対象から外されたり、後回しにされたりすることも珍しくなかった。特に、民俗学の視点からみれば、道外からの移住者によってもたらされた北海道の移民文化は本州の民俗文化の枝葉文化であり亜流文化に過ぎないとされてきたのである（宮良，1993:2）。

しかしながら、北海道には旧石器時代から続く長い歴史があり、何世代にも渡って受け継がれてきた民俗文化がある。また、道南では本州との交流の中から、道北では大陸との交流の中から、それぞれ近隣地域の影響を受けた独自の文化が生まれ、育まれてきた。ただ、それらの多くは日本の民俗文化としてではなく、アイヌの人たちの民俗文化として捉えられ、調査研究が進められてきたという現実がある。しかし、北海道

の民俗文化はそれだけではない。明治以降に全国各地からやってきた移住者によってそれぞれの地域の文化が持ち込まれ、道内各地で根づいたものがある。明治以降に北海道で生まれ、この地で暮らす人々によって育まれてきた独自の民俗文化も数多くある。ところが、日本が高度成長期を迎え、社会状況が大きく変化し、日本全国でそれまで受け継がれてきた文化が次々に姿を消し、民俗文化が注目を浴びた1970年代であっても、それらは民俗文化と呼ばれるほどの歴史を持っていなかったのである。しかし、昭和も終わり、平成、令和と時代を経て、昭和の初期に活躍した品々も博物館等で展示されるようになった現在にあっては、いつの間にか道内各地には民俗文化と呼ばれるに値するものが数多くあるという状況が生じている。それどころか、北海道という土地で、全国各地の文化、さらには海外から移入された文化が複雑に融合し、独自の展開を見せている。他方で、道外ではとうの昔に衰退してしまったものが、ほとんど形を変えることなく脈々と息づいてもいる。

全国各地からの移住者によって移入された移民文化の代表的なものとして、各家々で受け継がれてきた雑煮がある。雑煮といえば、お正月の風物詩のひとつであり、歳神様にお供えしたお餅や供物をひとつの鍋で煮て食べたもので、豊かな暮らしと自然の恵みへの祈りが込められた大切な行事食ではあるが、その内容、つまり、どのような具材を入れるのか、どのような味付けにするのか、餅の形はどうするのか、というと、地域によって、あるいは家々によってもかなり異なっている。このため、雑煮なんてどこの家でも同じだろうと高をくくっていると、想像以上に多種多様であることに驚かされる。関西は白味噌仕立て、そのほかの地域はすまし汁ではあるが、鳥根や鳥取、長崎ではぜんざいのような小豆の煮汁に餅を入れた雑煮もある。具材にしても、具だくさんのところもあれば、餅とかまぼこと三つ葉くらいというところもあり、例えば、香川の雑煮にはあんこ入りの丸餅が入り、千葉の雑煮にはハバナリ、宮城

の雑煮には焼きハゼ、新潟の雑煮には鮭とイクラが入り、クルミのタレを付けて食べる岩手のクルミ雑煮や、きなこを付けて食べる奈良のきなこ雑煮などもある。

そして、小田嶋が、「移住後、三世代、四世代を経過している今日、食文化は画一化の方向を辿りながら、なお、母村を異にしていれば、その食習は異なっている」（小田嶋，1992:48）と述べているように、本来であれば、全国各地を廻らなければ食べることのできない個性豊かな多種多様な雑煮をひとつのところで食することができるのが北海道であり、例えば、妹背牛に限っても、東北から四国まで、以下のような雑煮を味わうことができる。

- ◇ 角餅・醤油・素焼きの魚（富山県東部）
- ◇ 角餅・醤油・長ネギ（富山県西部）
- ◇ あん餅・味噌（香川県）
- ◇ 角餅・醤油・するめ出汁・鮭（新潟県）
- ◇ 丸餅・醤油・昆布だし（石川県）
- ◇ 丸餅・醤油・具だくさん・芋がら（山形県）
- ◇ 角餅・醤油・後載せのかつお節（岐阜県）
- ◇ 丸餅・醤油・ぶり（岡山県）

出典：小田嶋（1992）をもとに筆者作成

さらには、地神信仰。特に、北海道の中央部、空知地方などの各集落の神社の境内や集会所の敷地などの片隅に、馬頭観音などとともに並んで建てられているのが地神を祀る地神塔であり、自然石のものもあれば、五角柱のものもある。森が、「四国地方、特に香川県出身の移住者によってもたらされた地神信仰（地神碑とその祭祀）、典型的な農民信仰として全道的に分布している」（森，1992:23）と述べているように、これらは、もともとは、瀬戸内を中心とした地域に広く見られるものであり、徳島や香川などからの移住者によって持ち込まれ、その後、他府県の出身者によっても祀られるようになった。いわゆる、田の神や野の神と呼ばれるものが、北海道では地神という名称で呼ばれているわけであるが、こ

の地神やそれに関わる祭祀などが、地域社会を結びつける役割や、情報交換の場としての機能を果たしてきた。今では、集落の片隅にひっそりと佇むよくわからない石に過ぎないが、それを再評価することで、その地域の開拓の歴史や母村とのつながりを物語る特色ある地域資源にもなりうる。

そのほかにも、富山の獅子舞（森, 2018）や山形の龍王講（龍神信仰）（坂本, 2019）、馬頭観音信仰（森, 2015）など、全国各地から北海道に移り住んだ人々によってもたらされ、道内各地で受け継がれている多種多様な移民文化がある。

#### 4. 新たな北海道観光の可能性

こうした北海道が有する他府県とのつながりや多種多様な移民文化を観光資源として利活用するための手法として、「グリーンツーリズム」と「まち歩き・まち体験」を参考にしたい。

##### 4-1. グリーンツーリズム

新しい観光のひとつとしてエコツーリズムとともに注目されているグリーンツーリズムは、ドイツ、イギリス、イタリアなどのヨーロッパ各国で広く普及しているアグリツーリズムやルーラルツーリズムと呼ばれる農村における滞在型余暇活動をモデルとしたものであり、1992年に農水省が公表した「新しい食料・農業・農村政策」において提唱された。農水省は、グリーンツーリズムを、「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余暇活動」として定義している。当初は、ヨーロッパにおける農村滞在型の余暇の過ごし方を日本に浸透させることを目的としていたが、ヨーロッパ型ものは定着せず、日本の実情に即した形のグリーンツーリズムが発展、定着しているのが現状である。農水省は、農山漁村余暇法の成立やその改正、その他の規制緩和により

農家民宿の登録数の増加をうながし、その発展、定着を図った。しかしながら、グリーンツーリズムを全国に普及する大きな転機となったのは、大分県宇佐市安心院町での取り組みであった(新海, 2016:209)。この時、大分県は、簡易宿所の営業許可を緩和し、農家へ宿泊するという農家民泊を可能にし、これがその成功につながったことから、安心院町の事例をモデルとしたグリーンツーリズムが全国へと広がっていくことになる。また、新海(2016)によれば、「子ども農山漁村交流プロジェクト」も日本におけるグリーンツーリズムの展開に大きな影響を与えたという。これは、農水省、文科省、総務省の3省連携で進められたものであり、2008年度から5年間、全国すべての小学生が農山漁村で約1週間の宿泊体験を行うことによって教育活動の推進を目指すプロジェクトである。このプロジェクトの実施に加え、観光旅行の多様化が進むのと並行して、学校における教育旅行の多様化が進んだことで、従来の観光型から、体験学習・班別自主行動型へと移行しつつあったこともあり、教育旅行で農林漁家に宿泊し、農林水産業を体験するという需要が拡大し、それを受け入れる組織、団体が増加した。このことが、日本におけるグリーンツーリズムの発展、定着につながっている。

グリーンツーリズムを利用した教育旅行とは、従来のように全員が同じところに宿泊し、同じものを食べ、同じことをするスタイルとは大きく異なり、いくつかの小グループに分かれて、農林水産業を営む民家にホームステイし、その地域の自然や文化に触れ、地域の人びととの交流を楽しみ、農林水産業や民家での暮らしを体験するというものである(図2)。これについて、渡部(2015)は、学校・生徒にとっては、「農山漁村」という異文化への接触、農林水産業・地域食材を通じた食育、民泊でのコミュニケーション能力の向上、五感で愉しむ「ホンモノ体験」といったメリットがあり、他方、受入家庭・地域にとっては、農林漁家の新たな収入源、生徒とのふれあいによる「にぎわい」「生きがい」の創出





図2 体験学習・班別自主行動型

といったメリットがあることを指摘する。

特に、北海道では、観光体験とセットにしたタイプの農業体験、農家民泊が浸透しており、滝川市や深川市を含む空知支庁管内のネットワーク組織「そらち DE いーね」や長沼町グリーンツーリズム運営協議会などが教育旅行の受入団体として成功している（新海，2016:212）。ただ、新海によれば、長沼町では、教育旅行としての受け入れがほとんどで、順調に推移しているものの、一般利用者は減少の一途を辿っており、目指すところは安心院ではあるが、安心院では教育旅行以外の需要が拡大しているのに対し、長沼町は教育旅行への依存度が高いという（新海，2016:211-212）。教育旅行における食農教育の場としての需要は依然として高いものの、長期的視野に立つならば、一般利用者の需要拡大を図る必要がある。また、北海道も、「ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えて地域の個性を生かした取組を進めることが重要」（北海道経済部観光局観光振興課，2021:3）としていることから、本稿の提案が新たな道を示す可能性は高い。

## 4-2. まち歩き・まち体験

他方、観光旅行の多様化にともなって、日本では、「着地型観光(コミュニティ・ベースド・ツーリズム)」「観光まちづくり」といった地域住民が主体となった「新しい観光」も全国各地で模索されてきた。特に、それぞれの地域資源を発見し、それを観光資源として利活用し、地域の活性化につなげるという「観光まちづくり」に関しては、現在、まち歩き(地元ガイドといっしょにまち歩きを楽しむ)やまち体験(参加型で専門家による講座や体験を楽しむが、地元ガイドによるまち歩きと組み合わせる場合もある)という形で、全国各地で行われるようになっており、従来は観光地と呼ばれていなかった都市・地域にも広がっている(太田, 2019:199)。まち歩きやまち体験は、地域住民が自らの地域を歩くことで地域資源を掘り起こし、今ある景観やまち並み、慣習、生活文化などを観光資源として利活用できるばかりでなく、自分たちが暮らす地域を知り、心を動かされ、愛着心を抱く、という仕組みも有している。このため、それらは、持続可能で、かつ地域の維持、活性化につながる取り組みとして、2006年に長崎市で開催された「長崎さるく博'06」の成功を機に全国に広く普及している。

長年同じまちに暮らしていると自らが暮らす土地の良さや魅力にはなかなか気づくことができないが、改めて時間をかけてのんびりと地元を歩くことで景観や文化などにじっくりと触れることができ、自らが暮らすまちの魅力や良さの再発見につながる。また、久保田(2020)によれば、まち歩きのガイドは従来の観光ボランティアガイドとは異なり、覚えた知識を伝えるのではなく、自分の言葉と自分のエピソードを交えて住民としてのまちを語り、一緒にまちを遊ぶ感覚で参加者と交流し、まち歩き全体をひとつの物語として体験させる役割を担うという。

こうしたことから、北海道における民俗文化としての移民文化を地域の人々の手によって掘り起こし、北海道に特有の魅力的な観光資源のひ

とつとして利活用する上で、まち歩きやまち体験は有用な手段であると言える。

### 4-3. 移民文化を利活用した新たな北海道観光

これらのことから、グリーンツーリズムにおける教育旅行への依存度を軽減し、一般利用者の需要拡大を図るため、まち歩き・まち体験の手法を用いて、地域を歩き、地域資源を掘り起こし、北海道の民俗文化、移民文化を利活用することができれば、新たな北海道観光を生み出すことができると思う。

生徒だけではなく一般利用者にとっても農林水産業を営む民家に宿泊することはそれ自体が得がたい体験となるほか、各家庭で受け継がれる歴史や文化に触れ、日本の多様性を知り、また、その地域に暮らす人々との交流も深まり、いつの日かの再会につながる。受け入れ家庭ごとにそれぞれの生業に応じた体験メニューを提供することで、その大変さを学び、その生産物のありがたみや食べる喜びを感じることができ、受け入れる側にとってはそれが誇りにつながる。また、まち歩きやまち体験のような形で地域の歴史や文化に触れる機会を設けることで、北海道の開拓の歴史や移民文化に触れ、地域と地域とのつながりを知ることができるとともに、この地域がどのような風土なのか、それゆえ、どのような発展をしてきたのか、といった地域や家々に刻まれる多様な物語に触れることができる。そして、観光バスで通り過ぎるだけでは得られない、そこに滞在するからこそ出会える植物や動物、景色などと出会い、北海道ならではの様々な体験を通して次につながるような素敵な思い出をつくることできる。

北海道の民俗文化、移民文化を利活用した具体的なまち歩き・まち体験としては、例えば、宿泊先のご主人らの案内で開拓の痕跡や母村の名残、郷土の歴史を物語るようなスポットを巡る「開拓の礎と郷土の歴史

を巡る農山漁村散策」、あるいは、自らが収穫した地元の食材を用いた北海道の食と各家庭に受け継がれる母村の食を愉しみながら地域の歴史や各家々の歴史に耳を傾ける「北海道の食と昔語りの夕べ」などが考えられる。また、沖縄の小規模宿泊施設の中に組みこまれている“ゆんたく”と呼ばれるおしゃべりを基盤として交流プログラムを、北海道の観光地と呼ばれていない地域で「移民文化」というストーリーで作ることはできないであろうか。

北海道において、農家などで教育旅行を受け入れ、多彩な体験メニューを提供している長沼町の実践例などをもとに、一般利用者の需要を拡大させる形で実践モデルを考えたのが図3である。自治体の枠組みを超えた超自治体型の受け入れコミュニティを形成し、利用者のニーズに応じて受け入れ拠点が歴史的背景の異なる農林水産系の民家へと振り分け、それぞれの民家が宿泊、食事、移動、体験を担う。たとえ、同じ組み合わせであってもそのメニューは受け入れる民家によって異なり、同じ民家であっても季節によって異なる体験ができる。他方、親戚の家に来るように同じ民家に再訪することも可能であり、何度訪れても、新しい出会いが待っている、そのような新しい観光を提供できると考える。

#### 4-4. 新観光プランの持続可能性

道内各地の多様な移民文化を見直し、再評価し、各地の民俗文化や郷土食などを観光資源として利活用するとともに、グリーンツーリズムをベースに自治体の枠組みを超えたコミュニティで観光客を誘致し、受け入れ民家が宿泊、食事、移動、体験のすべてを担う新観光プランの持続可能性について考察する。

超自治体型コミュニティ（図3）を訪れた観光客からの収入が民家にとって十分でなければ持続可能な観光として成り立たない。そこで、ウィズコロナ・ポストコロナの近距離観光を想定した道民の北海道旅行

【対象の拡大：中学生⇒一般】×【観光資源・コンテンツ：北海道の民俗文化】

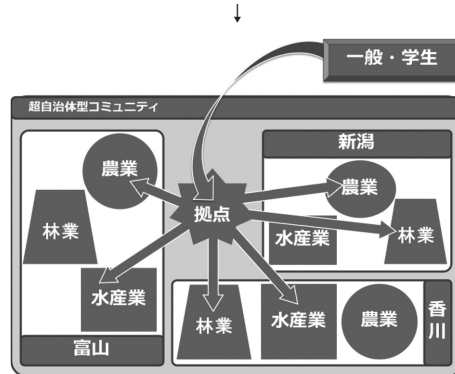


図3 移民文化を活用した新たな北海道観光

がもたらす収入から持続可能性をみていく。

第6回北海道観光産業経済効果調査（北海道，2017:6-7）は、2014年10月から2015年9月にかけての調査で、道民の観光消費額単価を試算している。道民の日帰り旅行は観光消費額単価の平均が8,434円、道民の宿泊旅行は28,626円となっている。次に道民の費目別消費額構成比をみると交通費（29%）、宿泊費（19.6%）、飲食費（13.7%）、土産・買物代（28.7%）、入場料・施設利用料（6.8%）、その他の支出（2.2%）となっている。一番比率の高い交通費は、北海道は特に面積が広いため当該コミュニティでは一部しか支出されないと予想される。当該コミュニティ内で支出される主なものは、土産・買物代、宿泊費、飲食費の順である。観光消費額単価でみると、土産・買物代が3,691円、宿泊費が2,518円、飲食費が1,768円となる。ただし、（平均）宿泊費は、日帰り旅行者が分母に含まれているため実態より小さくなっている。そこで宿泊旅行の平均単価28,626円に宿泊費比率の19.6%をかけると5,610円となる。さらに、道民の道内旅行の平均泊数が1.6泊であることを考慮すると1泊あたり3,506円と推計できる。拠点から紹介された農林水産

系の民家に一泊すればおよそ3,500円、連泊すればおよそ7,000円の宿泊費を収入とすることができる。

しかしながら、宿泊の受け入れ先となる農林水産系の民家が、民泊（農家等民泊）として観光客を受け入れた場合、宿泊費を得られないだけでなく、反復継続して有償で宿泊施設を提供することができない。持続可能な観光モデルをつくるには民泊のように食事代や体験指導の対価を受け取るだけでは不十分に思われる。

そこで、大規模・小規模の「農家民宿」として宿泊費を得ることで、多くの旅行者の受け入れを前提とせずとも、持続可能な仕組みが構築できる。この仕組みの下では、少人数に対してより丁寧な接客対応が可能となり、収益性もよくなる。再び、観光統計を用いて、滞在型観光の収益性を見ていこう。

単純化して、宿泊旅行の平均単価28,626円に費目別消費額構成比をかけて観光客が民家で支出する宿泊費、飲食費、体験料（＝入場料・施設利用料）を計算すると、宿泊費（5,610円）、飲食費（3,922円）、体験料（1,947円）となり、合算すると一人当たり約11,500円の収入が見込める。1つの民家で仮に1年間に300泊（2人で宿泊する場合には150日間の稼働水準）してもらえれば345万円の収入になる。カー・清野（2019）によれば、個人旅行者を誘致する小型観光のモデルとして紹介する徳島県の一棟貸しの宿泊施設群「桃源郷祖谷の山里」と「簾庵（ちいおり）」における観光客1人あたりの宿泊や食事代の金額は、1日で1万5,000円弱と推計している。同程度の金額を見込めば、1つの民家で450万の収入が見込める。この金額は、大型バスでのスポット観光で40分ほどの滞在で、自販機の飲み物代と土産物代それに駐車場代を加えて1人700円と推計した場合、約6,400人の観光客を誘致したのと同規模になる。滞在型観光の収益性の高さが分かる。観光客数を増やすという視点ではなく、民家の客室稼働率が高くなる程度の少ない部屋数を設定

すれば、清掃費も削減できる。客室稼働率が高くなり過ぎた場合に、観光サービスの質を落とさないゆとりがあれば、今後、人口減少で増えるであろう空き家（古民家など）などを廉価でリノベートし、客室を増やすことも可能となる。

費目別消費額構成で高い比率を占めた土産・買物については、当該コミュニティ内で消費してもらうことが望ましい。そのためには、観光地域づくり法人（DMO）などが中心となり、地域全体で消費が活性化するための調整が必要となる。例えば、朝と夜は民家（民宿）で食事をし、昼はまち歩き・まち体験の中でコミュニティの特色あるお店で土産を買い、外食をすれば、コミュニティ内での経済波及効果が大きくなる。

このように近隣の道内客中心に地元の魅力を再発見することや地元の人々とのつながりを感じることをテーマに、観光プランを立て、経済的にも持続可能な仕組みを構築し、ゆくゆくはウィズコロナ・ポストコロナに向け少しずつ母村に住む道外観光客を巻き込む形での発展を見込める<sup>16)</sup>。観光体験の質を向上させる「小型旅行」であり、滞在型観光とすることで客単価も上昇し、さほど多くの観光客を受け入れる必要性もなくなり、オーバーツーリズムのような観光の負の側面を最小限にとどめられる利点を持つことから、新観光プランの持続可能性は高いと言える。

## 5. おわりに

マスツーリズムに代わる新たな観光のあり方が模索されようになってから数10年が経過し、観光の多様化が進む中で、観光産業は新型コロナウイルス感染症の感染拡大という大打撃を被った。それでも、その歩みは止まることなく、コロナ禍においても様々な取り組みが模索され、ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えてその多様化はさらに加速し、新たな観光の形が次々に生み出されている。そして、感染予防の観点から3密を避ける旅行への注目が高まりと、観光による経済的自立と持続可

能な活性化に対する期待も薄れない中で、次の時代の新たな観光の鍵は、それぞれの地域が、そこでしか得られないという希少性があり、独自性と付加価値の高い体験をいかにして生み出すことができるかということにあると考える。こうした中で、それぞれの地域には、素晴らしい観光資源が豊富にあり、それらは、各々の地域で保存継承されてきた大事な宝であることから、それらを利活用した体験プログラムを企画、運営することがそのための最良の策となることは間違いない。しかしながら、体験メニューだけを提供するのでは、経済効果も小さく、それを続けていくのは困難である。体験だけではなく、宿泊と移動を含めて一手に引き受けることが肝心であり、宿泊も地域が担い、複数の魅力的な体験をつなげ、地域に長くとどまってもらうことができはじめて本業以外でのある程度まとまった収入が得られる見通しが立つ。そして、そればかりでなく、自らの仕事に対する誇りを感じる機会にもなり、利用者と寝食を共にするという交流が忘れ得ぬ感動や喜びを生み、継続に向けた大きな力となる。他方で、利用者にとってもそれは得がたい体験となり、感動を分かち合う深いつながり生まれ、その後の再訪につながる。

これが、グリーンツーリズム×まち歩き・まち体験というコミュニティをベースとした新たな観光の形であり、北海道の各地域や各家々に保存、継承されてきた開拓の歴史や移民文化といった貴重な地域の宝を観光資源として利活用することができる。かつ、同時に、地域に住む多様な人々が宿泊の受け入れ先として関わるができることから、多様性が生まれ、多種多様なニーズに応えることができるようになるほか、渡部(2015)も述べているように、「今いるみんなで同じ仕事を楽しむ」ことができ、「経済効果」と「コミュニティ機能回復」の双方を地域にもたらすことができる。と考える。

拠点の中心となる組織<sup>17)</sup>が開拓の歴史や移民文化を観光資源とした観光プランで安定した集客を得るために、日本国内でどのような地域観



光マーケティングを行っていくかについて本稿で論じることができなかった。今後の課題としたい。

## 主な参考文献等

アレックス・カー，清野由美

2019 『観光亡国論』（中公新書ラクレ），中央公論新社.

井口梓

2017 「ニューツーリズムによる観光地域づくり」『ECPR：Ehime Center for Policy Research』，2017(1):17-23.

井出明

2012 「北海道観光のこれから」穴沢真・江頭進編『グローバリズムと地域経済』，日本評論社.

太田均

2019 「日本におけるまち歩き事業の系譜・類型と比較」『日本国際観光学会論文集』，26:199-207.

大羽昭仁

2018 『地域が稼ぐ観光』，宣伝会議.

クラウス・シュワブ，ティエリ・マルレ

2020 『グレート・リセット　ダボス会議で語られるアフターコロナの世界』藤田正美訳，日経ナショナルジオグラフィック社.

小田嶋政子

1992 「北海道の食文化の継承過程と変容——雑煮の事例を中心として——」『日本民俗学』，189:48-73.

観光庁

2010 『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）』，観光庁.

久保田美穂子

2020 「住民まち歩きガイドの特徴と養成に関する考察——従来の観光ボランティアガイドと比較して——」『ホスピタリティ・マネジメント

ト』, 10(1):113-123.

坂本恵衣

2019 「厚田龍澤寺の龍神様について」『いしかり砂丘の風資料館紀要』, 9:  
21-24.

七戸長生

1984 「北海道「大正用水」灌漑地域の稲作展開の特色と現状」玉城哲・旗  
手勲・今村奈良臣編『水利の社会構造』, 209-252, 国際連合大学.

じゃらんりサーチセンター

2018 『2030年 観光の未来需要予測研究』, じゃらんりサーチセンター.

新海宏美

2016 「日本型グリーン・ツーリズムの現状と課題」『経済集志』, 85(4):  
207-215.

富本真理子

2016 「ニューツーリズムとしての文化観光——対立から共生の視点を通  
じて——」『岐阜女子大学紀要』, 45:59-67.

平井松午

2002 「近代日本における移民の創出過程と多出地域の形成——北海道移  
民と海外移民との比較から——」『歴史地理学』, 207:20-36.

北海道観光振興機構

2016 『他都府県との比較分析調査事業報告書』, 北海道観光振興機構.

北海道経済部観光局

2016 『観光客動態・満足度調査報告書 H28年度』, 北海道.

2017 『第6回北海道観光産業経済効果調査』, 北海道.

2020 『北海道観光入込客数調査報告書 令和2年度』, 北海道.

北海道経済部観光局観光振興課

2021 『第4期 北海道グリーン・ツーリズム展開方針』, 北海道.

宮本常一

1975 『宮本常一著作集 18 旅と観光』, 未来社.

宮良高弘

1984 「『北海道を探る』の創刊にあたって」『北海道を探る』, 1:5-6.

1993 『北の民俗学』, 雄山閣出版.

藻谷浩介・山田桂一郎

2016 『観光立国の正体』(新潮新書), 新潮社.

森雅人

1992 「北海道の地神信仰と祭祀 — 開拓村落の事例を中心として —」  
『日本民俗学』, 189:23-47.

2015 「地域社会における馬頭観音信仰の持続性に関する社会学的アプローチ：北海道を事例として」『日本の石仏』, 155:4-12.

2018 「母村と移住村の比較研究について — 獅子舞を事例に —」『北海道地域文化研究』, 10:3-12.

山村高淑

2011 『アニメ・マンガで地域振興』, 東京法令出版.

山村高淑・小林英俊・緒川弘孝・石森秀三

2010 『コミュニティ・ベースド・ツーリズム事例研究 ～観光とコミュニティの幸せな関係性の構築に向けて～』, CATS叢書3, 北海道大学観光学高等研究センター, 財団法人日本交通公社.

渡部恭久

2015 「民泊を核とした修学旅行誘致 — 南島原市農林漁業体験型民泊事業の事例から —」『調査研究情報誌 ECPR』, 36:56-62.

## 参考ホームページ

日本政府観光局「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移（2003年～2020年）」:

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata\\_tourists\\_after\\_vj.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_tourists_after_vj.pdf) (閲覧日:2022.01.12)

ポスト COVID 時代の感知と形成:

<https://www.bcg.com/publications/2020/8-ways-companies-can-shape->

reality-post-covid-19（閲覧日：2022.01.16）

星野リゾート「星野リゾートの「マイクロツーリズム」 ご近所旅行のススメ」:

<https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>

（閲覧日：2022.01.12）

## 注

- 1) ワークेशनとは、「ワーク」（働く）と「バケーション」（余暇）を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地でテレワークを活用して、働きながら、休日はその地方の暮らしを楽しむという過ごし方のことである（北海道経済部観光局観光振興課，2021:6）。
- 2) マイクロツーリズムとは、星野リゾートのホームページによれば、遠方や海外への旅行に対し、3密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のスタイルであり、自宅から1～2時間程の距離で、安心、安全に過ごしながら地域の魅力を深く知るきっかけになり、地域経済にも貢献する、保養目的で旅館やホテルに行き、温泉や自然散策、料理を楽しみ、活力を取り戻す滞在旅行であるという。
- 3) 星野リゾートの「マイクロツーリズム」ご近所旅行のススメ <https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>（2022年1月1日閲覧）
- 4) 経済成長とともに、1960年代に観光の大衆化が起これり、大規模な温泉観光ホテルへの団体旅行やパッケージツアー（募集型企画旅行）などにより大量の旅行者が生まれた。こうした大量生産・大量消費型のマストツーリズムは、観光地に経済的な恩恵を与えたものの、環境汚染・自然破壊等の課題ももたらすようになり（太田，2019:199）、その勢いにも陰りが見え始める。
- 5) 「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（議長：内閣総理大臣）」2016年3月30日実施
- 6) 国連世界観光機関（UNWTO）が、「ホストやゲスト、住民や旅行者が、その土地への訪問者を多すぎると感じ、地域生活や観光体験の質が、

看過できないほど悪化している状態」と、定義を決めている（カー・清野，2019:6-7）。

- 7) オルタナティブ・ツーリズムとは、ホストとゲストの個人的文化的交流と相互理解，連帯と平等を目指すことを目的とした個人や地域による交流の発展過程としての旅行のことである（冨本，2016:60）。
- 8) サステイナブル・ツーリズムとは，持続可能な発展という概念を実践する産業として，ブラジルのリオ・デ・ジャネイロでの第2回地球サミット（1992年）で認定された観光産業のことである（冨本，2016:60）。
- 9) 産業観光とは，歴史的・文化的価値のある工場やその遺構，機械器具，最先端の技術を備えた工場などを対象とした観光で，学びや体験をとまなう観光のことである（井口，2017:17）。
- 10) エコツーリズムとは，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のガイドを受け，自然観光資源の保護に配慮しつつ，それらと触れ合い，その知識および理解を深める活動をともなう観光のことである（井口，2017:17）。
- 11) ヘルスツーリズムとは，自然豊かな地域を訪れ，そこにある自然や温泉，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もなう観光のことである（井口，2017:17）。
- 12) ロングステイ（長期滞在型観光）とは，一ヶ所に長期滞在し，現地の人や文化，慣習に触れることを楽しむ観光のことである（北海道経済部観光局観光振興課，2021:6）。
- 13) 文化観光とは，さまざまな地域の歴史，伝統，慣習，民俗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した観光のことである（井口，2017:17）。
- 14) 1990年代末にはカネ（資本）の側面では通貨危機や金融危機が頻発し，2007年以降もサブプライム危機，2008年の国際金融危機（リーマンショック），欧州危機（ユーロ危機）が続発するなど，グローバル資本主義の限界を示している。
- 15) 移住の理由や法的地位に関係なく，定住国を変更した人々のこと。3ヶ

月から12ヶ月間の移動を短期的または一時的移住、1年以上にわたる居住国の変更を長期的または恒久移住と呼んで区別する。

- 16) 道外客の誘客に関してはじゃらんリサーチセンターの「2030年 観光の未来需要予測研究」が参考になる。まず10年後には団塊ジュニア(1971~1974年生まれ)が経済マーケットの中心になると予想しており、縮小する日本人観光客市場においては新たなニーズの発掘を必要としている。従来通りの緊張解消、関係強化、娯楽追求といった強固なニーズは変わらず、宿・食・温泉に関しては一定の需要があるとしている。それに対して、観光を通しての自己成長(自分探し、日本一周)や知識増進(趣味探究、歴史街歩き)はニッチなニーズとして挙げられているが工夫次第では、成長も見込めるとしている。新観光プランは、将来的にも宿・食の一定の需要を押さえ、更にはニッチな知識増進を取り組んだものと言える。
- 17) 藻谷浩介・山田桂一郎(2016)が紹介するスイスにある「ブルガーゲマインデ」という地域経営組織は、コミュニティ・ベースド・ツーリズム(着地型観光)の参考になる。