公益社団法人日本都市計画学会 都市計画報告集 No.17, 2019 年 2 月
Reports of the City Planning Institute of Japan, No.17, February, 2019

商店街の持続可能な発展のためのサスティナブルツーリズムに関する研究

—愛媛県内子町を事例として—

Research on sustainable tourism for sustainable development of shopping districts - Case study of Uchiko town in Ehime prefecture-

西口　光*・中口毅博**
Hikaru Nishiguchi*, Takahiro Nakaguchi**

The purpose of this research is to evaluate the tour in a declining local shopping district from the viewpoint of sustainability and to verify its effect. The target area was Ehime Prefecture Uchikocho, and as comparative examples Nanao City, Ishikawa Prefecture, Toba City Mie Prefecture, Freiburg City Germany. As a result of evaluation based on its own evaluation criteria based on the GSTC standards, issues on the economic side and society were clarified. We planned and implemented a shopping district tour aimed at overcoming that problem, and analyzed the customer attraction effect of shopping district tour for nationwide monitors by web questionnaire. As a result, it became clear that we can expect the effect of overcoming the weakness in Uchiko town which was clarified from the analysis, and it is possible to expect a certain attracting customer effect.
keywords : sustainability, sustainable tourism, sightseeing, regional creation, shopping district
キーワード：持続可能性、サスティナブルツーリズム、観光、地方創生、商店街

1. 研究の背景と目的

日本の地方都市の商店街は様々な問題を抱えている。人口減少や大型店の影響などの社会的な要因のほか、商店主の高齢化などの内部的な問題により賑わいが喪失しており、商業の活性化が課題となっている。そんな中、観光振興を活性化の起爆剤として取り組む自治体が増加している一方で、環境保全や地域コミュニティ維持など持続可能性を考慮しない一過性の取り組みも多いのが現状である。観光の分野においても「持続可能な観光」という考え方が一般化しつつあり、社会、経済、環境の3要素の均衡が保たれた観光が今後一層重要になってくる。

先行研究[1)2)]の内容を確認すると、持続可能な観光に関しては、その指標の開発は進んでいるもののそれを実際に適用して評価を行った事例はまだまだ少ない。そこで本研究では指標を用いて持続可能性の観点から商店街ツアーの評価を行い、社会、経済、環境の面からより地域の持続的な発展に寄与できるツアーを提案し、その効果を検証することを目的とする。

2. 研究の流れと評価の方法

2.1 研究の流れ

図1に研究の流れを示す。先行研究からサスティナブルツーリズムに関するこれまでの研究状況を把握し、本研究の関連事項を整理する。その結果を踏まえたうえで研究の対象及び持続可能性の評価基準を設定する。内子町の現状を持続可能性の視点から評価する同時に、国内及び海外の事例も同じ基準で評価を行い、比較することで内子町の弱みを明らかにする。そして明らかになった内子町の弱みを克服できるような商店街ツアーを企画・実施する。その結果を踏まえて web 調査により全国のモニターを対象に商店街ツアーへの参加意思に関する調査を行う。以上の結果をもとに、地域の持続可能性に寄与できるツアーの提案し検証する。

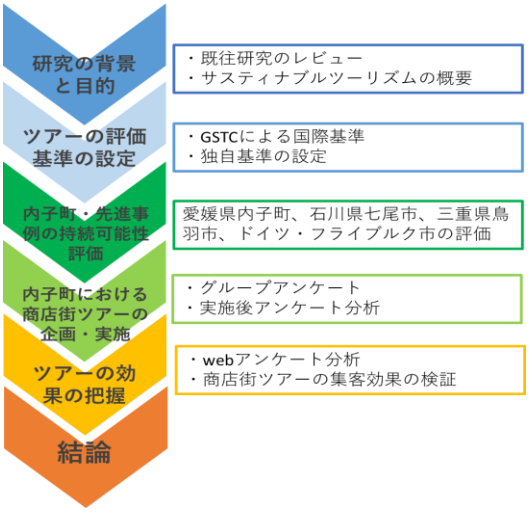


図1　研究の流れ

2.2 評価の方法

本研究では持続可能性の評価基準GSTC（グローバル・サスティナブル・ツーリズム協議会）の国際基準[3)]をベースに設定した。この国際基準は自然や文化資源を保護し、維持するために観光事業や観光地が目指すべき最低限の条件を示したもので、「A.経営管理」「B.地域社会」「C.文化遺産」「D.環境保全」の4分類からなっている。

評価項目の一覧を表1に示す。本研究の目的を考慮した結果、GSTC 基準から 10 項目が選定された。さらに GSTC 基準では不十分な独自項目を加えた合計 16 項目とし、チェック項目方式で評価を行う。ツアーの評価に際しては、表2に示したツアー内容と表1で示した評価項目を照らし合わせ、個々のツアーメニューが満たすことのできる項目を紐付けさせ、満たすことのできる項目数で評価を行う。

*非会員　芝浦工業大学大学院　Graduate school of Shibaura Institute of Technology
**正会員　芝浦工業大学　Shibaura Institute of Technology

表１　持続可能性評価チェックリスト

大分類	中分類	項目	内容	記号
環境	持続可能な消費・廃棄	d1.1環境に配慮した購入	購買方針は、環境面で持続可能なサプライヤーおよび、資材、食品、飲料、建材、消耗品などの製品を優先する	A1
		d1.2効果的な購入	事業体は、ごみを最小限にするために、食品を含めた使い捨て商品や消耗品の購入と使用を慎重に管理する	
		d2.4. 固形廃棄物	食品廃棄物を含む廃棄物の量を測定し、削減する仕組みを設ける。	
	伝統・文化の保護	a7.1法の順守	保護地域や遺産地域、影響を受けやすい地域の法律や規制を順守する	A2
		a7.2影響及び保全	周囲の自然や歴史文化遺産について、許容量と保全に配慮する	
		a9. 情報及び解説	顧客に対し、周囲の自然環境、地域文化、文化遺産についての情報提供および解説する	
		c2. 文化遺産の保護	事業体は、歴史的、考古学的、文化的、精神的に重要な地域の財産、移籍、伝統の保護およびさらなる活用に尽力する	
		c3. 地域文化や遺産の提示	地域コミュニティーの知的所有権を尊重しつつ、デザイン、装飾、食、店舗などに取り入れる	
経済	地域内消費の拡大※	来訪意思	当該地域を訪れたいと思う意思	B1
		消費意欲	金銭の消費を伴う行動の意欲	
	地域内生産の維持・拡大	b3. 地元での購入	事業体がサービスの利用や物資の購入をする際は、地域内やフェアトレードのサプライヤーを優先する	B2
		b4. 地元事業者	事業体は、地元の中小規模の事業者がその土地の自然、歴史や文化に根ざした持続可能な商品やサービスを開発し、提供できるように支援する	
社会	来訪者の地域愛着※	来訪者の当該地域への愛着の醸成	内部と外部の交流により、来訪者の当該地域への愛着や再訪・移住意思が高まる	C1
		来訪者の社会活動実施意欲の向上	内部と外部の交流により、来訪者の社会活動実施意欲が高まる	
	地域コミュニティの維持※	地域内の信頼感・つながりの醸成	地元住民間の信頼感やつながりが維持され、地元住民の生きがいが醸成され、地域への愛着・定住意思が高まる	C2
		地域主体の社会活動の維持・拡大	地域コミュニティが主体となった行事や共同作業などの社会活動・まちづくり活動が継続される	

※独自基準

表２　ツアー内容一覧

ツアー内容
ご当地の食品の試食
地元食材を使った料理・試食
余り食材を活用した料理・試食
的屋・屋台
各店舗での商品に関するうんちく
各店舗での歴史や裏話
地元産材を使った木工工芸品づくり（行灯、和紙づくりなど）
伝統工芸品づくり（陶器、織物など）
フリーマーケット
歴史資料館や博物館の見学
古い町並や建物の見学
町の歴史に関するうんちく
ご当地ゆるキャラのショー

3　分析対象の概要

①愛媛県内子町[4]

内子町は愛媛県のほぼ中央部に位置し、総面積は299.5k ㎡、人口がおよそ 17,000 人の町である。町内では内子や五十崎のわずかな平地がある一方、四国カルストに含まれる 1,000m 級の山々を有している。肱川水系の小田川、中山川、麓川などが町内を流れ、棚田 をはじめとする美しい農村景観が形成されている。2005 年に喜多郡内子町、喜多郡五十崎町、上浮穴郡小田町の 3 町が合併して現在の内子町となっている。現在では、八日市護国の 町並み保存活動や、農村景観保全や農産物の直売、農村民泊、グリーンツーリズムといった 農業振興などの取り組みで全国的に知られている。また、産業では農林業、観光業が盛んである。しかし、人口は減少傾向にあり、後継者不足の問題に悩まされている面も存在している。

②石川県七尾市[5]

川県七尾市は能登半島の中央部に位置し、総面積が 318.3 ㎢、人口およそ 53,000 人の市である。富山湾、七尾湾に面し、市域には能登島を含む。2004 年 10 月 1 日、七尾市・田鶴浜町・中島町・能登島町の 1 市 3 町が合併し新七尾市が誕生した。

一本杉通りは、七尾駅前を流れる御祓（みそぎ）川にかかる紅い欄干の仙対橋から、御祓公民館までの 450m ほどのまっすぐな通りで、600 年以上の歴史がある。この一本杉通りには、50 店舗あまりの店が建ち並び、建物は主に寄棟造りの町家で、いくつかは国登録有形文化財に指定されており、当時の面影を残している。また「語り部処」が点在し、歴史・商品・町の事などのお話を聞くことができ、主人、女将、従業員、おばあちゃん目線での語りを聞き、お店の人とふれあいながらこの土地を知ることができる。

③三重県鳥羽市[6]

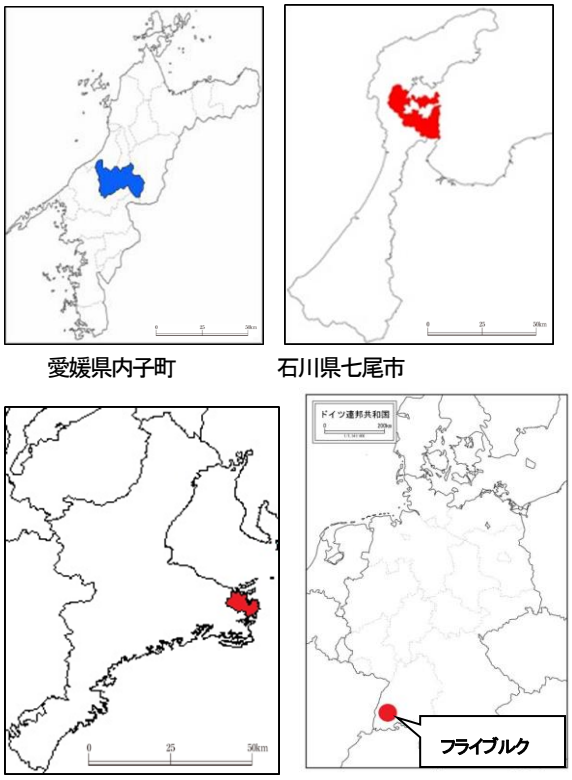
伊勢湾口に位置する、総面積は 107.3k ㎡、人口がおよそ 19,000 人の市である。神島、答志島、菅島、坂手島の 4 つの有人離島を中心にその周辺に幾つもの無人島を有する。離島の周辺に豊かな漁場を有しているため、水産業が重要な産業になっている。なかでも海女漁は漁業上だけでなく地域文化の観点から大きな魅力となっている。

また、豊かな海の資源を活用したエコツーリズムの取り組みも盛んにおこなわれている。鳥羽市においてエコツアー海島遊民クラブという組織の活動がもとになり、鳥羽市全体でエコツーリズムに取り組み、持続可能な地域の魅力を創出する「鳥羽市エコツーリズム推進協議会」の設立につながった。2010 年に鳥羽市エコツーリズム推進協議会が設置され、エコツーリズム推進協議会では全体構想を作成し、取り組みの進め方やルールなどを設定している。

④ドイツ・フライブルク市[7]

フライブルク市はフランス・スイス国境に近いドイツの南西端に位置し、バーデン＝ヴュルテンベルク州に属している。面積が約 153 ㎢、人口約 22 万人で、中世文化の遺産を継承しようとする市民の熱意によって築かれた中世初期の雰囲気が漂う街である。市内には博物館をはじめ、13 世紀初頭から 3 世紀を

要して建てられたミュンスターなどの歴史的文化遺産も多く、特に近年は環境重視のまちづくりを進め、環境先進都市として世界から注目を集めている。



愛媛県内子町　石川県七尾市

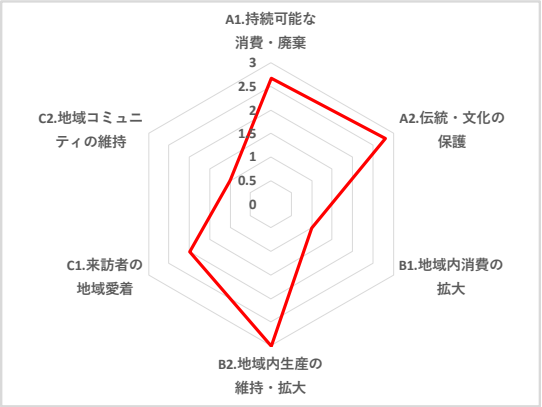
三重県鳥羽市　ドイツ･フライブルク市

図３ 分析対象の位置

3. 4地域の持続可能性評価

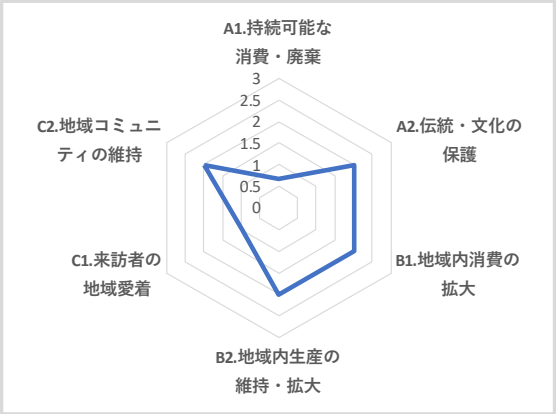
持続可能性の評価を行った 4 地域の評価結果を図 4 に示す。4 地域を比較すると「A1.持続可能な消費・廃棄」は内子町が突出して優れ、ほかの 3 地域はポイントが低い。「A2.伝統・文化の保護」も内子町が最も優れ、次点で鳥羽市、フライブルク市も評価が高い。「B1.地域内消費の拡大」の項目は七尾市、鳥羽市、フライブルク市はともに評価が高くなる一方、内子町は評価が低くなった。「B2.地域内生産の維持・拡大」は内子町が最も高く、次いで七尾市、フライブルク市の評価が高い結果となった。「C1.来訪者の地域愛着」は七尾市と内子町が並んで最も高く、逆に鳥羽市とフライブルク市の評価は低くなった。「C2.地域コミュニティの維持」はいずれもあまり高い評価にはならなかったが、そのなかでも鳥羽市が最も高い結果となった。

これらの結果から内子町の特徴を分析する。まず内子町がほかの 3 地域と比べて「A1.持続可能な消費・廃棄」の評価が非常に高くなったのは内子町がもともと町全体で生ごみの堆肥化を行っており、環境に対する意識が高いことが要因として考えられる。逆に「B1.地域内消費の拡大」はほかの 3 地域と比較しても内子町の弱みとなっている。このことから現状内子町では観光客の消費を促す仕組みが不十分であることが明らかになった。それに加えて「C2.地域コミュニティの維持」の項目も評価が低くなっていることから、観光客と地元住民とのコミュニケーションを密にする必要性が明らかになった。

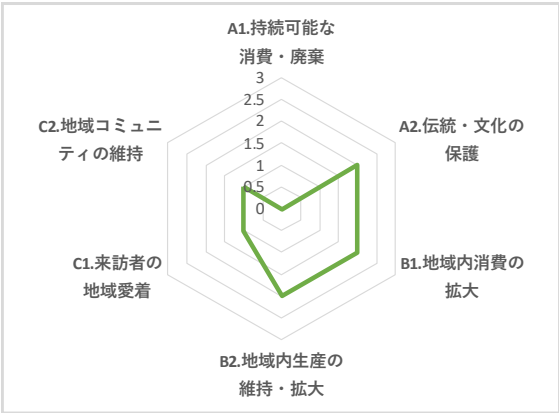


愛媛県内子町

石川県七尾市



三重県鳥羽市



ドイツ･フライブルク市

図４　4地域の持続可能性評価

4. 愛媛県内子町における商店街ツアーの企画・実施

内子町における取り組みの持続可能性評価の結果から明らかになった内子町の弱みを克服するためのツアーを企画・実施した。そして当日の様子を観察するとともに、参加者や協力していただいた商店主の意見を聞くことで、実際にどのような効果がもたらされたのかを分析する。企画の概要を表３に示す。

表３　商店街ツアー企画概要

企画名	内子の「まち」「みせ」 魅力発見クイズラリー
日時	11月4日（日）13:00～14:30
場所	内子町本町商店街
参加人数	20人（親子7組）
募集対象	特定非営利活動法人 内子未来づくりネットワーク会員
協力店舗	まちの駅Nanze、米田酒店、宮栄、坂見輝月堂、かつ盛、沖野月美堂、内子町ビジターセンター
内容	6～7人の小グループに分かれあらかじめ決められた商店街のお店を訪問し、各商店で商品やお店に関する話を聞く。町歩きが終了後訪問したクイズに関するクイズが出題され、全問正解するとそのお店だけで使える商品券がもらえる。

写真1　ツアーの様子①

写真2　ツアーの様子②

①参加者へのグループインタビュー

ツアー実施後、参加者のうち７人の大人の方を対象に、グループインタビューというかたちで聞き取り調査を行った。質問内容は以下である。

(1) このツアーでどのようなことを知ることができましたか。
(2) 普段どれくらいの頻度で商店街を利用しますか。
(3) 今後、商店街を利用したいと思いますか。
(4) このツアーの良かったところはどんなところですか。
(5) このツアーの悪かったところはどんなところですか。
(6) 今回のツアーの満足度を教えてください。

この結果から肯定的な意見として「内子町の知らないことを知ることができてよかった。」「お店の方と話ができて楽しかった。」という声が多く聞かれた。地元の住民であっても商店街のお店やその商品については知らないことも多く、このツアーをきっかけに今後商店を利用したいと答える人もいたことから、参加者の購買意欲を向上させ、内子町の弱みであった「地域内消費の拡大」という点を強化する効果が期待できるといえる。一方否定的な意見として「商店主が企画の内容を十分に理解していない」という意見が多かった。これは商店主側との事前打ち合わせが不足していたこと、商店主が参加者とのコミュニケーションに慣れていなかったことが原因として考えられる。商店街を舞台にしたこのようなツアーは今回が初めての試みであり、商店主の理解と企画への意欲を高めていく必要がある。

②商店主へのアンケート調査

協力していただいた商店主の方にアンケート調査を行い、ツアーの感想や今後の参加意思などを聞いた。質問項目は以下である。

(1) ツアー参加者の方と、どれくらいの時間話をしましたか。
(2) ツアー参加者とどのような話をしましたか。
(3) この企画の良かったところはどんなところですか。
(4) この企画の悪かったところはどんなところですか。
(5) 今後このようなツアー企画があったら（商店側として）また参加してみたいと思いますか。
(6) 今回の企画には満足していただけましたか。

アンケートの結果から、このツアーを通して主に自分の店の成り立ちに関することや扱っている商品について話をすることができたことが分かった。参加者へのグループインタビューからも、内子町のお店について新たに知ることができたという声が聞かれているため、商店主と参加者の間で十分にコミュニケーションがとれていたことが分かる。しかし、本企画の満足度は７店舗中２店舗が「やや不満」と答えており、さらに今後の参加意思についてもぜひ参加したいと回答したのは７店舗中１店舗のみであり残りの６店舗は条件付きの参加意思である。この結果から本企画は商店側が積極的に参加したいと思えるような企画ではなかったと思われる。その原因として次の２点が考えられる。１点目は参加店舗、参加者数が共に少なく、個々の商店にとってもメリットが感じづらかったこと。２点目は参加者との会話が商店主のパフォーマンスに依存することになってしまうため、人によっては対応が難しかったことである。そのため今回協力していただいた商店以外にも協力を仰ぎ参加店舗を増やしたうえで、参加者と商店主が会話を膨らませられるアイテムを併用するなどの工夫が必要となる。

5. Web アンケートによる集客効果の検証

今回実施した商店街ツアーは参加者がすべて地元住民であり、集客効果は未知数である。そこでより正確な観光客の集客効果およびニーズを把握するために Web アンケートによる調査を行った。調査の概要を表４に示す。

また今回集まったサンプルの旅行経験について、過去１年間に旅行を行った回数と直近の旅行での１人分の消費金額を宿泊旅行と日帰り旅行のそれぞれについて質問し、その結果を観光庁の「旅行・観光消費動向調査」[8]の調査結果と比較した結果を表５に示す。解答者の旅行経験は観光庁による調査結果とほぼ同じ傾向になり、本調査のモニターの旅行経験は妥当なものだといえることができる。

表４　Web アンケート概要

実施日	2018年12月25日～12月28日
調査対象	全国の20代以上の男女
サンプル数	500
調査内容	(1)性別 (2)年齢 (3)お住まいの地域 (4)職業 (5)旅行頻度 (6)商店街ツアーへの参加意思 (7)参加したいと思うツアー内容 (8)参加したいと思うツアー特典 (9)参加費の支払い意思金額

表５　サンプルの旅行頻度と消費金額

	観光庁		web調査	
	宿泊旅行	日帰り旅行	宿泊旅行	日帰り旅行
旅行経験率(%)	55.1	43.2	55.6	47.6
旅行平均回数(回/人)	1.39	1.64	1.45	1.60
旅行単価(円/人回)	54,545	15,569	63,979	14,001

①商店街ツアーへの参加意思

内子町で実施した商店街ツアーへの参加意思を分析したえ結果を図 5 に示す。「ぜひ参加したい」、「参加したい」という積極的な参加意思を示したのが全体の約 20%、「条件次第で参加したい」が約 40%、「参加したくない・できない」が約 40%となった。このことから、企画内容だけを見て積極的に参加したいと思う割合は少ないが、条件次第では６割程度の集客が見込めるツアーであることが分かる。

②参加したいと思うツアー内容の分析

観光客が参加したいと思うツアー内容について分析した結果を図 6 に示す。「ご当地食材の試食」という項目がいずれも 40%を超える選好割合になっており、商店街ツアーで試食を組み込むことの有効性が明らかになった。一方、内子町で実施したツアーの肝であった「各店舗での商品に関するうんちく」や「各店舗での歴史や裏話」は選好割合が 10～20%にとどまり、観光客にとっては重きが置かれていないことが分かる。また、「古い町並や建物の見学」が 48%と高い支持を得ており、内子町の本町商店街からほど近い距離にある重要伝統的建造物群保存地区を組み合わせることでさらなる集客効果を期待できる。

③支払い意思金額の推計

「⑦参加したいと思うツアー内容（図６）」と「⑨参加費の支払い意思金額（図 7）」の分析結果から、内子で実践した商店街ツアーに含まれるツアー内容を選んだ人がどれくらいの参加費を支払う意思があるのかを分析する。その結果が図 7 である。最も支払い意思金額が大きくなったのは「各店舗での歴史や裏話」であり、逆に最も小さくなったのは「ご当地の海の幸の試食」である。この結果から参加したいツアー内容の質問項目では支持率の高かった「ご当地食材の試飲・試食」に対しては支払い意思金額が小さく、比較的支持率の低かった「町の歴史に関するうんちく」「各店舗での歴史や裏話」「各店舗での商品に関するうんちく」に対する支払い意思金額が大きいことが分かる。これらの平均値をとると 2,146 円となり、今回実施した商店街ツアーにより一人当たり 2,146 円の消費が発生することが期待できる。

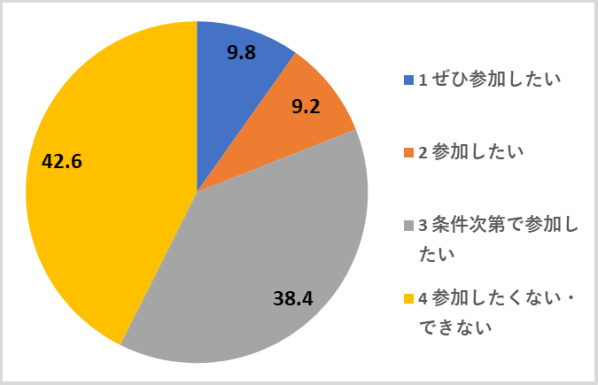


図５　商店街ツアーへの参加意思(%)

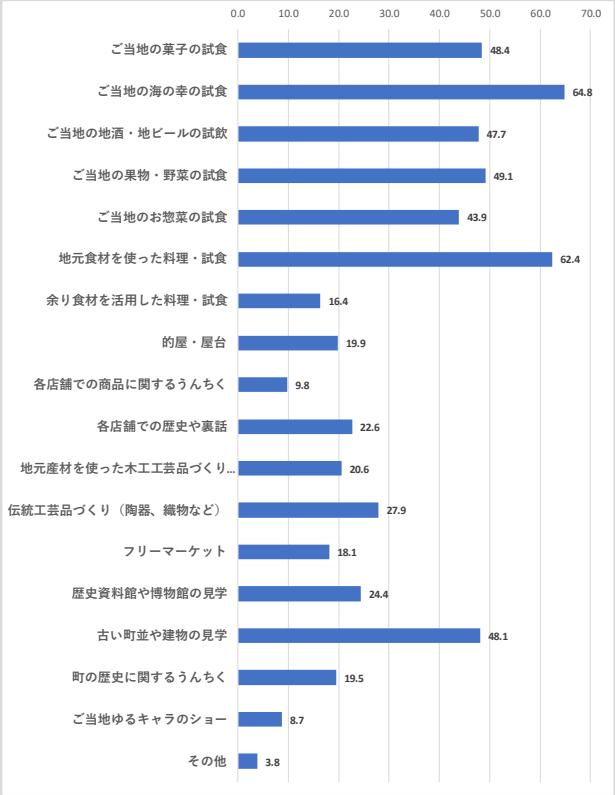


図６　参加したいと思うツアー内容(%)

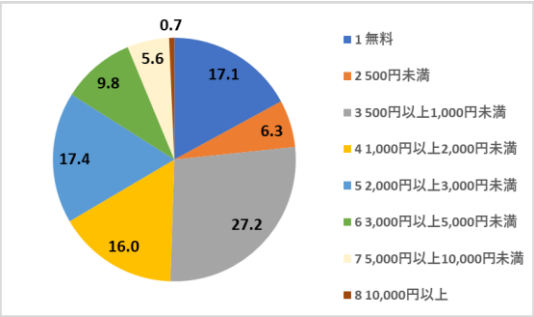


図７　商店街ツアーへの支払額(%)

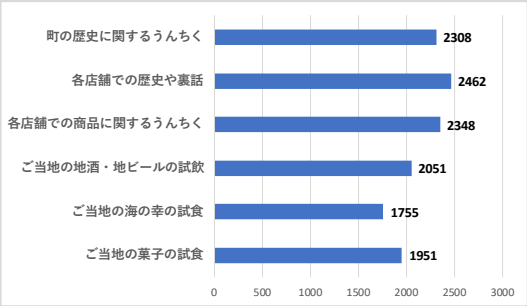


図８　支払い意思金額の推計(円)

6.　まとめ

本研究では典型的な地方農山村の課題を抱えながらも商店街活性化の取り組みを積極的に行っている愛媛県内子町を事例とし、地域の持続可能性に寄与できるツアーの企画・実施をするとともに、web アンケートから全国の観光客の誘客効果を分析することで、ツアーを持続可能性の観点から評価を行いその有用性を示すことを試みた。

分析対象として事例として愛媛県内子町のグリーンツーリズム、三重県鳥羽市のエコツーリズム、石川県七尾市の一本杉通り商店街、海外事例としてドイツ・フライブルク市のツアーを評価した。　その結果、内子町は先進事例の 3 地域と比べて環境面の「A1.持続可能な消費・廃棄」評価が特に高く、逆に経済面の「B1.地域内消費の拡大」「C2.地域コミュニティの維持」の評価が低いことが明らかになった。

さらに持続可能性評価の結果から明らかになった内子の弱みを克服することを目指したツアーを企画し、実施した結果を分析するとともに、web アンケートにより全国の観光客の観光意識を分析した。ツアー参加者へのグループインタビューの結果から、参加者の購買意欲を向上させる効果が期待できることが明らかになった一方で、協力していただいた商店主からはツアーの開催規模や内容について改善を求める声も聞かれた。また全国 500 人の 20 代以上の男女を対象とした web アンケートからは、（1）当該ツアーへの積極的な参加意思を示したのは全体の 2 割ほどであり、ツアー内容のさらなる改善が求められること、（2）ツアー内容としてはご当地食品の試食・試飲が特に好まれるということ、（3）当該ツアーを 1,000 人に対して募集を行った場合、574 人の参加者が見込まれ、1 人当たり 2,146 円の消費が発生することが明らかになった。

今回企画・実施したツアーは商店主と参加者との間でのコミュニケーションを活発にし、また商店街へ新たな層の誘客効果も持つことが実証され、web アンケートの結果から一定以上の観光客の参加が見込めることから、内子町の弱みを克服する効果が十分に期待できることがわかる。この結果から、ツアーを持続可能性の観点から評価することでその地域のもつ強みと弱みを明らかにすることができ、課題を解決するためのツアーを新たに考案する助けになることが明らかになった。

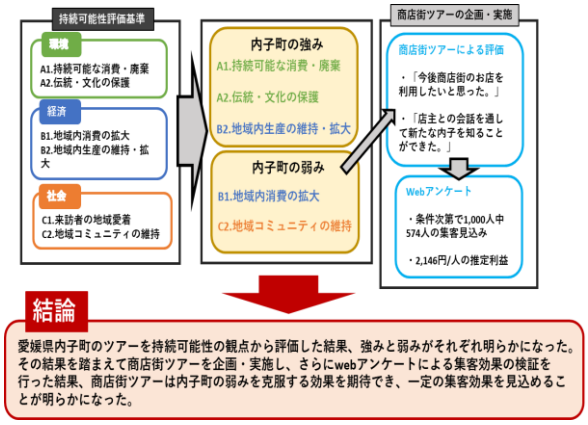


図９　結論

謝　辞

内子町でヒアリングおよびツアー実施に協力していただいた内子未来づくりネットワークの小野里枝美様、内子まちづくり商店街協同組合の大西啓介様、ビジターセンター所長の中岡紀子様、観光協会会長の池田央様、内子町町並みガイドの会の越智益子様、内子町役場町並・地域振興課の稲月道隆様、グリーンツーリズム協会会長の山本忠志様、内子町本町商店街の皆様に厚く御礼申し上げます

参 考 文 献

1) 二神真美(2008)：観光における持続可能性指標の開発にける一考察. p151-166,名古屋商科大学 53(1)

2) 中島泰・清水雄一（2013）：世界観光機関（UNWTO）による持続可能な観光のための指標を活用した観光地の管理・運営の体系. p14-20, 観光文化

3) 日本エコツーリズムセンター(2018), 開発のための持続可能な観光の国際年 100 年先を見すえた観光地域づくりのために p50-p63『Industry Criteria (for Hotels & Tour Operators), GSTC Destination Criteria』

4) 内子町グリーンツーリズム協会、「グリーンツーリズム協会とは」http://uchiko-gt.sakura.ne.jp/（2018 年 10 月閲覧）

5) 一本杉通り振興会、「能登・七尾 一本杉通り公式サイト」http://ipponsugi.org/ (2018 年 10 月閲覧)

6)海島遊民くらぶ、「海島遊民くらぶ 自然体験エコツアー」http://oz-group.jp/（2018 年 12 月閲覧）

7)松山市ホームページ、「ドイツ・フライブルク市の紹介」https://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisei/kokusaikoryu/freiburg.html（2019 年 1 月閲覧）

8)観光庁「旅行・観光消費動向調査」http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html#cp3 (2018 年 12 月閲覧)