

持続可能な関係人口創出
～観光の多様化が地域にもたらすものとは～

2025年12月12日

1F220567 富田栞那

はしがき

私が谷本ゼミを選んだ理由は、これまでの成績に関係なくこれから勉強を頑張りたいと思っている人を歓迎してくれたからです。正直、1、2年生の頃はなんとなく話を聞いているだけの授業や、テスト前に詰め込んで勉強してギリギリ単位を取る授業もありました。せっかく大学に入ったのに、遊びやバイトばかりで、自分は何を学んでいるのだろうかというもやもやした日々を過ごしていました。そして、大学生生活の折り返しでもある大学3年生からはゼミに力を入れようと決めました。2年の冬から始まったゼミ活動は、論文を読んだり自分で調べながら長いレジュメをまとめたり、これまでとの違いに大変だと感じる事が多くありました。ゼミ面接、zoomでの顔合わせ、プレゼミで同期と会う度に、同期はしっかりしている人ばかりの印象でした。真面目に勉強したいという意欲はあったものの学力も知識もない私は不安になったのをとても覚えています。3年生になってからは、春学期の毎週の課題、台湾研修、早稲田祭、ステイクホルダーミーティングなどあつという間に時間が進みました。台湾研修でも、先輩との知識量や議論をまとめていく力の差、英語でのディスカッションの難しさなどを痛感し、この先やっていけるか不安になりました。個人としては、早稲田祭発表の主担当として活動したことが印象に残っています。先輩から与えられた課題をこなしていたこれまでと違い、何をタスクにするかを決め、集めたデータをまとめ次に向けてのタスクを分担し、スケジュール管理をすることは想像以上に大変でした。みんなの前に立って進めることが得意ではなく、たくさん迷惑をかけてしまいましたが、同期の協力のおかげでやり遂げられたと思います。今振り返るとゼミに関しては不安なことばかりでしたが、やり遂げることができ、今では卒業論文を書き終えられ少しは自信が付きました。社会人になってからも、できるかなと不安になること、壁にぶつかることはたくさんあると思いますが、谷本ゼミで身に着いたやり遂げることを大切に頑張ります。

卒業論文のテーマである地方創生は、1年生の頃から「おてつたび」というサイトを使って様々な地域を旅したことがきっかけです。本論文中でも触れますが、「おてつたび」とは、お手伝いと旅を掛け合わせたサービスで、地域に一定期間滞在し、仕事をしながら旅を楽しむというものです。これだけ自由な時間があるのは大学生の特権だと思い旅を始めました。その中で、こんなにも温かい人達がいて、美しい自然に恵まれ、美味しい食べ物があって素敵な地域があるんだと感じることが多くありました。素敵なお縁に恵まれ、今でも連絡を取り合っていたり、実際に再訪したりする地域もあります。最初は名前すら知らなかった地域、観光マップには載っていないような地域でも、一度訪れて魅力を知れば、リピーターとなり、移住や定住に繋がったり、住まなくとも関係人口としてその地域を応援したりと地方創生に貢献できるのではないかと身をもって感じました。魅力がある一方で、こうしたサービスを利用して他の地域から募集を行っている企業や自治体は労働力不足、人口減少、過疎化という問題に悩まされているのが現状です。魅力ある地方を維持していくために、そして地方創生に貢献するために、「おてつたび」のような仕組みが今後求められると感じ、本論文を通して考察することにしました。

卒業論文の執筆は思った以上に大変でした。特に4年の夏・秋以降は、各クールの積み重ねがあるから大丈夫、と思っていたものの、途中で書きたい情報が増えたり、実際に地域を

訪問してみると想像していたことと違う回答が得られたりと試行錯誤でした。ただ、実際に地域を訪れて調査できたことは卒業論文のためだけでなく、多様な人と関わり、考え、成長する有意義な機会になったと思っています。真面目に勉強したいというゼミ選びの時の決意の通り、苦勞しながらも自分のテーマに真剣に向き合うことができる機会になりました。

最後に、台湾訪問や企業訪問、他大学との交流など貴重な機会をたくさん用意してくださった谷本先生、ありがとうございました。最後のゼミ生として谷本ゼミで学べて本当に良かったです。そして、夜遅くまでの会議や協力して課題に取り組んだ同期のみんなにも感謝しています。1人1人の考えに刺激をもらうことばかりでした。

また、この卒業論文執筆にあたって貴重なお話の機会を提供してくださった津南町役場と各企業の皆様、今治市のふるさとワーキングホリデーに関わってくださった皆様に感謝します。ありがとうございました。

2025年12月12日

富田栞那

目次

第1章 地方創生が求められている背景	p.1
第1節 地方創生の現状と観光が果たす役割	p.1
第2節 本論文の構成	p.3
第2章 地方創生と観光の関わり	p.4
第1節 地方創生に関する近年の動向	p.4
第2節 観光分野における動向	p.7
第3章 多様化するツーリズムの展開	p.10
第1節 ツーリズムの在り方の変遷	p.10
第2節 サステナブルツーリズムへの国民の関心と課題	p.12
第3節 観光客から関係人口への変化	p.14
第4章 関係人口を軸とした地方創生	p.16
第1節 新潟県津南町の事例の検討	p.16
第2節 愛媛県今治市の事例の検討	p.19
第3節 ステイクホルダーの連携による持続可能な地方創生	p.23
第5章 持続可能な関係人口創出に向けた課題と取り組み	p.26
第1節 過疎地域当事者の課題意識	p.26
第2節 学生団体の課題意識	p.28
第3節 関係人口創出の施策を持続可能にするための制度・体制構築	p.29
第6章 地方自治体に求められる地方創生の在り方	p.32
第1節 地方創生の在り方の多様化と関係人口による地方創生の意義	p.32
第2節 本論文の課題	p.34
資料	p.35
文献一覧	p.37

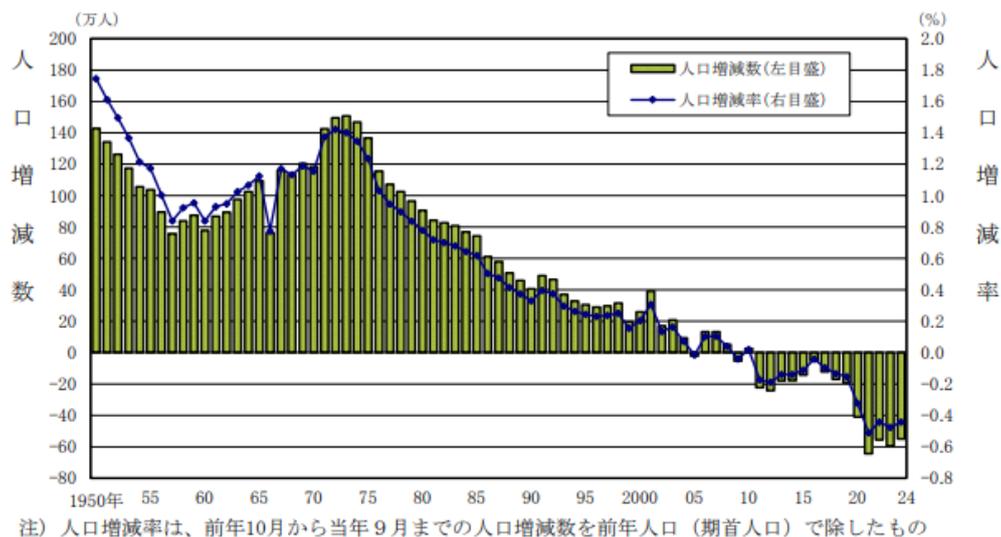
第1章 地方創生が求められている背景

第1節 地方創生の現状と観光が果たす役割

本論文のテーマは「持続可能な関係人口創出～観光の多様化が地域にもたらすものとは～」である。このテーマに着目した理由は、大学生活を通して自身が参加した「おてつたび」での出来事である。「おてつたび」とはお手伝いと旅を掛け合わせたサービスで、働きながら地域の魅力を発見するというもので、いずれは関係人口創出や地方創生に繋がることが期待されている。「おてつたび」で10か所ほどの地域を訪れた中で、人口減少が進んでおりあまり観光地として知られていない地域でも、各地域に魅力があることを実感した。また、一度訪れた地域にリピーターとして再び働きに来る人や連絡を継続的に取り合う人など、まさに関係人口創出が実現できていると考えた。その後も、ニュースなどで人口減少や地方創生政策が取り上げられる度に興味を持って見てきた。そこで、従来の地方創生政策の反省を踏まえた新たな地方創生政策として、観光の多様化が地域にもたらすものが何か、今後観光による地方創生がどのように実現できるのかを検討したいと考えた。

日本の人口は総人口の人口増減数及び人口増減率の推移(1950年～2024年)を見て分かるように、2005年に戦後初めて前年を下回った後、2011年以降14年連続で減少している。

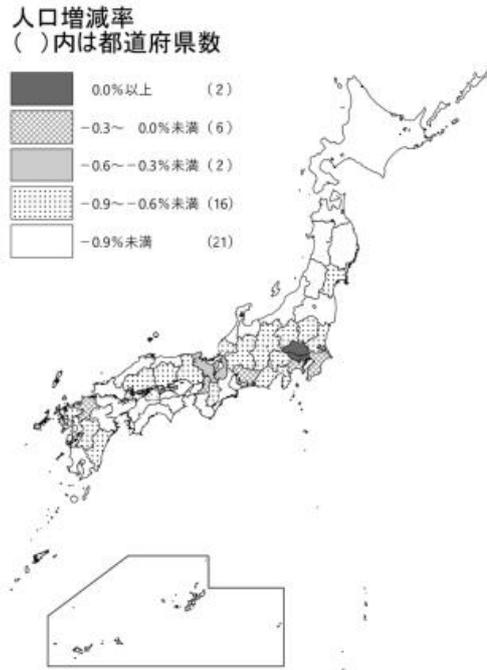
図表 1-1 総人口の人口増減数及び人口増減率の推移(1950～2024年)



出所：総務省統計局(2024)、p.1 より。

また、都道府県別人口の全国に占める割合をみると、東京都が最も高く、全国人口の11.5%を占めている。さらに、全国に占める割合が4%以上となっている9都道府県の人口で全国人口の55.5%を占めるなど地域による人口の偏りも顕著である。人口増減率のデータからも増加は東京都と埼玉県の2都県のみ(2024年)で減少した45道府県のうち34道府県は前年に比べ減少幅が増加するなど、地方の人口減少は近年より深刻な問題になっている。

図表 1-2 都道府県別人口増減率



出所：総務省統計局(2024)、p.8 より。

人口減少によって生じる課題も指摘されている。総務省は「このような少子高齢化の進展、生産年齢人口の減少により、国内需要の減少による経済規模の縮小、労働力不足、我が国の投資先としての魅力低下による国際競争力の低下、医療・介護費の増大など社会保障制度の給付と負担のバランスの崩壊、財政の危機、基礎的自治体の担い手の減少など様々な社会的・経済的な課題が深刻化することとなる。」と指摘する。これはまだ人口増減率で減少に転じていない東京や埼玉も例外ではなく、日本全体で考えていく必要がある問題だ。地域マネジメントが求められている背景は、地方の人口減少が、地域経済の縮小を呼び、それが人口減少を加速させる負のスパイラルに陥ること、すなわち、地方の弱体化がいずれ大都市の衰退を招く危険性が指摘されているからで、地方の人口減少を食い止める必要がある。

こうした現状を踏まえこれまで多くの地方創生政策が行われてきたが、近年観光による地方創生が新たに注目されている。観光に取り組む意義については先行研究がされている。日本商工会議所は2004年に「地域におけるニューツーリズム展開に関する提言」で「観光は「街づくり」を推進するための有力な推進力の1つであり、観光振興と「街づくり」は一体化されるべきである。」と述べている。また、十代田(2024)は4つの視点から観光の必要性を述べている。第1に、人口減少時代における都市の活力の低下や定住人口による経済の活性化が望めないため、交流人口の消費活動に期待をかけること、第2に幅広い経済波及効果のある観光産業を育てることで各種産業の活性化、産業構造の転換を図ること、第3に都市間競争力の強化、第4に科学・技術・芸術・文化産業などの分野で新たな産業を育てるため、活躍する国内外の創造的人材を引き付けられるよう知的産業基盤としての快適環境を提供すること、としている。

具体的な数値としても経済効果は明らかになっている。観光庁の旅行・観光消費動向調査(2025)によると、2024年の日本人国内旅行の1人1回当たり旅行支出(旅行単価)は46579円/人、日帰り旅行の19491円/人に対して、宿泊旅行は69336円/人と約3.5倍の経済効果をもたらす。また、定住人口1人当たりの年間消費額は135万円(観光庁(2023))であり、旅行者の消費に換算すると、宿泊では19人分、日帰りでは69人分にあたる。また、日本政策投資銀行地域企画部(2017)が指摘する「国際観光市場の成長」という点に関しても、2024年の訪日外国人旅行消費額は8.1兆円で、インバウンド消費額の製品別輸出額では自動車に次ぐ規模の大きさである。

従来の地方創生政策の課題と、観光が地方創生に果たす役割への期待から新しい地方創生の在り方として研究する。

第2節 本論文の構成

本論文では、関係人口創出による地方創生政策の効果と課題及び、ステイクホルダーの連携と持続可能な関係人口創出の在り方を検討する。

はじめに、第2章では地方創生、観光それぞれに関してのこれまでの動向を整理する。地方創生政策では政府の政策の概要と課題と各府省庁独自の取組を列挙する。観光では2003年の観光立国宣言以降の動向を整理する。観光の在り方は観光ガイドに掲載されているような観光地を訪れる従来のマストツーリズムのスタイルからサステナブルツーリズム、レスポンシブルツーリズムなどと呼ばれる新しい観光のスタイルへと変化した。その変化と、サステナブルツーリズムへの関心と課題について第3章でまとめる。第4章では、実際に現地で地方創生に関するプロジェクトに参加した新潟県津南町と愛媛県今治市についてまとめる。津南町では6社の企業訪問、今治市では2週間のふるさとワーキングホリデーに参加した。役場、企業、地元住民などの声を踏まえ、ステイクホルダーの連携について検討する。5章では、引き続き津南町と今治市の事例を通して考察する。町役場、地域おこし協力隊、地元住民、学生団体という異なる立場からの課題を整理する。また、関係人口創出の仕組みを持続可能なものにするための組織や団体を検討する。6章では、これらの議論を踏まえ、関係人口創出のために必要な要素や本論文を通しての課題をまとめる。

第2章 地方創生と観光の関わり

第1節 地方創生に関する近年の動向

(1)地方創生の定義

まず、本論文のテーマである「地方創生」についての定義を確認する。

地域活性、地域創生、地域振興などは研究者や地域によって使い方が混同されている。岡田(2020)は「地方」という言葉は、「中央」という言葉の対語で、首都東京にある「中央政府」＝国の視点から、日本列島に存在しているそれ以外の空間や自治体を見下した表現であるとし、「地方」ではなくあえて「地域」という言葉を使っている。一方、山内ら(2022)は『広辞苑』第7版の定義に基づき「区切られた土地。土地の区域」を意味すると捉えている。吉田(2022)はこうした議論を踏まえ、「地域」の範囲は事業の目的と使命を明確にすることによって決まると述べており、地域や地方という言葉の明確な使い分けや対象とする範囲を設定することは難しい。また、「創生」「活性」「振興」という言葉も混同して使われる。磯崎(2021)は振興という言葉を用い、「地域振興政策とは、地域の人々の暮らしや経済・文化等の活動を活性化し、地域社会の維持発展を図る政策である。特に人口、経済等の活力が低下している地域に対して、これを回復・再生させることによって、他の地域との格差を是正し、均衡を確保する点にその要点がある。」と定義づけている。

また、吉田は(2022)「現在は、いわゆる「地域振興」「地域活性化」にとどまらず、「地域マネジメント」を実施しなければならなくなったと考える。「地域振興」「地域活性化」という言葉は、いつまでに何を達成するという目的がはっきりしない言葉である。「地域マネジメント」は、目的と、そこに至るまでの中間過程、時間軸を意識している言葉である。」と述べている。

地域マネジメントという言葉は2000年に日本政策投資銀行地域政策研究センターが提案した「地域マネジメントシステム(RMS: Regional Management System)が始まりである。これによると、「地域の自立的発展のために、NPOや住民の参加などを想定し、地域の環境や資源を次世代に引き継ぐとともに、それらを利活用して、「持続可能な開発」を実現することが求められている。そのために、各種主体が地域に立脚し知恵を出し合うだけでなく、行政界や都市部・農村部、陸部・海部などのBoundaryを超えた「地域」において、複数のプロジェクト等の影響評価を行い、複数の意思決定者や各種主体が共に依拠でき、コンセンサスを形成しながら利害を調整して運営していくための広域・複合評価の客観的な仕組み」である。これは、幅広い地域資源を統合化して、行政、住民、事業者などが参加して地球温暖化などの長期的変化も反映された、事業の計画(plan)、実施(do)、測定および評価(see)を行う壮大な物であり、現在の地域マネジメントにはあまりつながっていないと思われるとも指摘されている(西野2022)。

そこで本研究では、これを受けて西野(2022)が定義した地域マネジメントの定義である「地域ビジョンに基づき、地域の方向性を定め、不断の環境適応を行いつつ、地域の持つ地域資源を最大限に活用し、中長期的に地域の利害関係者すべての満足と成功・繁栄を企図する一連の活動プロセス」を参考にする。

(2)国によるこれまでの地方創生政策の概要と課題

主な取組は、1962年全国総合開発計画、1987年総合保養地地域整備法、1989年ふるさと創生事業、2000年地方分権一括法、2002年都市再生特別措置法、2004年まちづくり交付金、

2014年まち・ひと・しごと創生法、2016年新型交付金、地方創生推進交付金、2017年デジタル田園都市国家構想などである。以下に要点を整理する。

1)2014年 増田レポート

日本創成会議(増田寛也座長)が発表し、人口シミュレーションを元に2040年には自治体の半数が消滅するとみられるので、それに備えた国家戦略が必要だとした。基本方針は①人口減少の深刻な状況について国民の基本認識の共有を図る。②長期的かつ総合的な視点から、有効な政策を迅速に実施する。③第一の基本目標を「国民の『希望出生率』の実現」に置き、国民の希望阻害要因の除去に取り組む。④上記の実現のため、若者が結婚し、子供を産み育てやすい環境づくりのため、全ての政策を集中する。企業の協力は重要な要素⑤女性だけでなく、男性の問題として取り組む。(結婚・出産・子育てに関して)⑥新たな費用は、「高齢者世代から次世代への支援」の方針の下、高齢者政策の見直し等によって対応する。⑦第2の基本目標を「地方から大都市へ若者が流出する『人の流れ』を変えること」に置き、『東京一極集中』に歯止めをかける。⑧「選択と集中」の考えの下で、地域の多様な取組を支援する。⑨生産年齢人口は減少するので、女性や高齢者、海外人材が活躍できる社会づくりに強力に取り組む。⑩海外からの受け入れは、「高度人材」を中心に進める、である。①では、多くの国民は人口減少の深刻さを十分に認識していないことを指摘し、楽観論は危険であり、この事態を正確かつ冷静に認識することからすべては始まると危機感を示している。また、人口の「再生産力」を表す簡明な指標として「若年女性(20～39歳の女性の人口)」の状況を分析しており、若年女性が高い割合で流出し急激に減少するような地域では、いくら出生率が上がっても将来的には消滅するおそれが高い、と指摘する。この「消滅可能都市」というネーミングの効果から地域の危機感が急速に高まったと言われている。

2)2014年 まち・ひと・しごと創生法

地方創生への取り組みが本格的に始まったのはこの頃である。地方創生を、ひとの創生、まちの創生、しごとの創生の3つを含む複合課題として捉え、問題解決に向け取り組んでいくことを宣言した。基本的視点は①「東京一極集中」を是正する②若い世代の就労・結婚・子育ての希望を実現する③地域の特性に即して地域課題を解決することである。また、従来の国の地域経済・雇用対策や少子化対策を検証し、地方からの人口流出や少子化を止めるに至っていない問題点として、各府省庁・制度ごとの縦割り構造、地域特性を考慮しない全国一律の手法、効果検証を行わないバラマキ、地域に浸透しない表面的な施策、短期的な成果を求める施策を指摘した。それを踏まえ、まち・ひと・しごと創生法では自立性、将来性、地域性、直接性、結果重視の5原則を設定した。

3)2017年 デジタル田園都市国家構想

「デジタル実装を通じて地方が抱える課題を解決し、誰一人取り残されずすべての人がデジタル化のメリットを享受できる心豊かな暮らしを実現する」という構想で、新しい資本主義の重要な柱の1つである。各自治体はデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)等を活用し、地域の実状に応じ、関係省庁による支援とともに、地域資源等を活かした特色ある取り組みや拠点の整備が進められてきた。また、RESAS(地域経済分析システム)、RAIDA(デジタル田園都市国家構想データ分析評価プラットフォーム)等による地域データの分析支援や、地方創生に必要な学びを提供する地方創生カレッジ等を活用し、各自治体において自らの現状を分析・把握し、必要な施策を考え、主体的に行動する動きが広がった。

図表 2-1 地方創生に関する意識意向調査

表 2 地方創生 10 年の振り返りのための各地方公共団体における地方創生に関する意識意向調査(抜粋)

質問項目	肯定的 ^{※1}	否定的 ^{※1}	不明 ^{※1}
地域企業、住民との意見交換やアンケートの実施など、地域の課題を把握する取り組みが増えた	79.9%	6.8%	13.3%
地域の課題解決に向けた企業、NPO、大学、住民などの参画につながった	77.7%	9.1%	13.2%
子育てや医療といった生活施策の充実など、住民の暮らしやすさや生活の質の向上につながった	75.6%	6.8%	17.6%
域外からの移住者の増加につながった	59.7%	14.8%	25.5%
域外からの交流人口(仕事や観光で訪れる方)の増加につながった	61.9%	12.2%	25.9%
人口減少や少子高齢化に歯止めがかかっていない	83.9%	12.5%	8.2%
転出超過に歯止めがかかっていない	62.5%	31.1%	6.3%
地域住民のコミュニティが脆弱化している	63.9% ^{※2}	18.0%	18.1%

※1 肯定的:「そうだ」「どちらかと言えばそうだ」、否定的:「どちらかと言えばそうではない」「そうではない」、不明:「どちらとも言えない、分からない」

出所: 釣井(2024)、p.71 より。

内閣の行った実態調査に基づくと、「地域企業、住民との意見交換やアンケートの実施など、地域の課題を把握する取り組みが増えた」が約 8 割とある程度効果が認められる。しかし、「域外からの移住者の増加につながった」が 6 割、「人口減少や少子高齢化に歯止めがかかっていない」が約 9 割であるように、成果として不十分なところがあると考えられる。また、天野(2025)は「データを作ることとデータを利用することは、似ているようで実は全く違う。(中略)人と人、人と機械、機械と機械などあらゆるシーンでデータの意味が相互理解されるのが理想であるが、現状はそうではない。データが持つ意味の共通理解に必要となる辞書や語彙の相互理解も進んでいない。(中略)近年、ますます複雑化する都市問題に対処するためには、物事や事象を幅広い視野で捉え、デジタルの視点も取り入れつつ、施策やサービスを検討することができる卓越した専門人材が必要であることは、明らかである。」と述べ、デジタル化が進む一方で行政や市民の対応が追いついていない現状を指摘する。一方、鳥取県米子市の外国人消費におけるデータを踏まえたインバウンド向けプロモーション、栃木県高根沢町の交流人口の増加に向けた道の駅プロモーション事業などは先進事例として公開され評価されている。デジタル基盤の整備を進めると共に、基本方針にあるように、誰ひとり取り残さないための取組が実現して初めて効果が現れるのではと考える。

(3)各府省庁の地方創生政策

地方創生の全体の方向性は内閣官房・内閣府総合サイトにまとめられ、(1)地方創生 2.0(2)デジタル田園都市国家構想総合戦略等(3)まち・ひと・しごと創生総合戦略等の 3 つの戦略を主としている。また、「稼ぐ地域をつくとともに、安心して働けるようにする」「地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる」「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」「ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる」という 4 つの基本目標、「多様な人材の活躍を推進する」「新しい時代の流れを力にする」という 2 つの横断的な目標も設定されている。これを軸とした各府省庁の取組をいくつか紹介する。

総務省ではローカル 10000 プロジェクトとして、地域振興に資する民間投資を支援するため、自治体が金融機関の融資と協調して公費により助成する取り組みをしている。地域密着型かなどの 5 つの基準をクリアすることで最大 5000 万円の交付を受け取れ、各地方自治体から総務省に申請を行うことで交付を受けられる。農林水産省は地方での新規就農の促進のために、日本中の就農に関する情報が集まるポータルサイトの運営や、ハンドブックを公開している。「ミライの農業をつくる研修プログラム」として、高校生や大学生向けのオ

オンライン講習会を無料で開催しスマート農業や働きやすい環境づくりなどをテーマに、若者に地域の仕事を知らせてもらうきっかけとしている。このほか、内閣府では住民の高齢化や空き家・空き地の増加により、生活利便性の低下や地域コミュニティの活力の低下が課題であると、地域住宅団地再生事業に取り組んでいる。総務省では連携中枢都市圏の取り組みの推進として圏域全体の生活関連機能サービスの向上、地方自治法の改正に取り組んでいるほか、文部科学省による公立学校施設整備、農林水産省による都市農業機能発揮対策、経済産業省による商店街活性化・観光消費創出事業などがある。国土交通省でも、地域公共交通利便増進事業、住宅市街地包装整備事業などを行っている。

こうした各府省庁の取組が相互に関連しあって、地方創生という課題に対応しているのだが、実際はそもそも制度が認知されていなかったり、活用されていても件数が少なく十分な効果が出ていなかったりする。本論文では上述したような個々の政策の効果の検討はできていないが、こうした制度をいかに認知してもらい、活用してもらい、好事例を他地域に広げていけるかが今後の課題だと考えられる。

第2節 観光分野における動向

(1)観光の定義

第1節で地方創生の定義が用途によって異なったように、「観光」「旅行」の用語の定義も研究者や状況により異なる。盛山(2011)は、「観光を定義づけるなら、「観光とは、『観光客』が何かを見たい、したいという『観光動機』によって素晴らしい自然、歴史、文化を楽しみ、スポーツ等を体験する非日常的活動である。『観光行動』を行うこと。(日常生活と違う行動をする。別の土地を訪れる。宿に泊まること。)」ということである。」と述べており、この観光動機や観光行動は多様化し、能動的になってきている。吉田(2023)は研究者ごとに異なる観光の定義が抱える難点・限界・問題を前景化し観光を定義することは難しいと指摘する。様々な議論があるが、本論文では最も基本的な概念であり、かつ多様化した観光にも対応している世界観光機関(UNWTO)の「ツーリズムは、継続して1年を超えない期間で、レジャー、ビジネス、その他の目的で日常生活圏外の場所を訪れ、そこで滞在する人々の諸活動であって、旅行・滞在先で報酬を得ることを目的とする活動を除くものからなる」を定義とする。

(2)国および各府省庁によるこれまでの政策

1956年の観光事業基本方針、1963年の観光基本法解説を受け、1967年に国際観光年(国連総会)が制定された。1988年には90年代観光振興行動計画(Tourism Action Program 90's)、1999年に世界観光倫理憲章(国連世界観光機関(UNWTO))が制定され、日本では2003年に小泉総理による観光立国宣言、ビジット・ジャパン・キャンペーンが行われた。その後2006年の観光立国推進基本法制定、2008年観光庁設立、2012年の観光圏地域づくりプラットフォーム、2014年の観光立国アクション・プログラム、2017年に持続可能な観光国際年などと時代の変化と共に様々な施策が行われてきた。以下主な施策を整理する。

1)2003年 観光立国宣言

訪日旅行の飛躍的拡大のための国を挙げた戦略的な取組である。2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人にするという目標に、重点12市場を対象に、我が国の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等を支援するビジット・ジャパン・キ

キャンペーン(2010年より「ビジット・ジャパン事業」)を官民一体で推進した。総理が先頭に立って観光政策を推進する初めてのケースで、これ以降観光政策が政府全体の主要施策の1つとなった。小泉総理は、2001年にも公共事業改革として都市再生を掲げ、総理就任直後に都市再生本部を設置し自ら本部長に就任し、都市再生特別措置法を制定するなど先頭に立って進めた。ビジット・ジャパン・キャンペーン開始後の2003年から2010年までに訪日客は340万人増加した。訪日外国人による旅行消費額、雇用効果は大きく、一層の予算の充実が望まれた。

2)2006年 観光立国推進基本法

観光基本法が制定されてから40年以上が経過しており、その間に世の中と観光を巡る状況が大きく変化したこと、2003年の観光立国宣言を受けたことなどを踏まえ、時代に合わせた法改正が必要となった。基本方針に、「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」「観光産業の国際競争力の強化」「国際観光の振興」「国内外からの観光旅行の促進のための環境整備」の4つを掲げ、翌2008年に国土交通省内に観光庁が設置された。また、十代田(2024)は旧観光基本法から観光立国推進基本法に引き継がれている「観光」の効用は次のようなものだとまとめている。

- ①異文化理解と国際平和の推進：国際収支改善や国際親善に寄与する
- ②国民生活の安定向上：国民の厚生・保健に貢献する
- ③国民経済の発展・地域の活性化：地域経済を潤す

観光立国推進基本法の特別法第1号では、エコツーリズム推進法が議員立法で成立した。エコツーリズムはグリーン・ツーリズムを含む広い概念であり、受動型から能動型、体験型へと観光の幅を広げていくものである。持続可能な観光を目指すため、この法律には立ち入り規制等これまではない機能を盛り込んでいる。2008年には観光立国の実現に向けて「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律(観光圏整備法)」が制定され、「観光圏」の形成支援等を通じて、魅力ある観光地域づくりを推進してきた。その後も、地域における歴史的風致の維持および向上に関する法律(歴史まちづくり法)、美しく豊かな自然を保護するための海岸における旅行な景観および環境の保全に関わる海岸漂着物等の処理等に関する法律など制定された。また、観光立国推進基本法の制定により、観光立国という言葉が国民の間に定着し、全国各地で観光立国推進リレーシンポジウムが開催された。

3)2017年 持続可能な観光国際年

1999年に国連世界観光機関(UNWTO)が「世界観光倫理憲章」を策定すると、推奨される活動のリストアップなど、レスポンスブル・ツーリズムを具体化する試みが盛んになった。これに加えて、「持続可能な開発目標(SDGs)」の採択を受けたことで、2017年「持続可能な観光国際年」となった。UNWTOは倫理憲章を要約した冊子である「責任ある旅行者になるためのヒント」を取りまとめた。

これらに加え、現在観光庁は他省庁と連携して観光行政を推進している。復興庁は、東北の産業・生業の柱である観光産業の復興を加速化するため、有識者からなる東北観光アドバイザー会議を設置している。東北は、風評被害等の影響により、全国的なインバウンド急増の流れから遅れをとっており、外国における東北の観光地としての知名度も低いままであった。その結果、東北におけるインバウンド対応の商品造成が進んでいないといった課題があり、加えて、根強い風評被害を払拭するには、正確な情報発信だけでなく、個々の外国人

に東北を体験してもらい、東北の情報を拡散してもらうことが必要という課題認識から平成28年度から令和2年度にかけて「『新しい東北』交流拡大モデル事業」を実施した。文部科学省では我が国の成長に資する優秀な外国人留学生を獲得するため、日本留学の魅力を高めるとともに、住環境を含む国内外の学生が交流する機会等の創出や、海外拠点や就職支援に係るプラットフォームの構築により、受入れ環境を充実するための支援を推進している。農林水産省では農山漁村に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」である「農泊」に取り組んでいる。地域資源を観光コンテンツとして活用し、インバウンドを含む国内外の観光客を農山漁村に呼び込み、地域の所得向上と関係人口創出を目的としている

第3章 多様化するツーリズムの展開

第1節 ツーリズムの在り方の変遷

(1)観光が多様化された要因

十代田(2024)が、「ここで注目すべきは「観光」が単なる sightseeing(物見遊山的)を意味しているのではなく、もっと広い概念へと拡がりを見せているということである。例えば、「集客・交流」はもちろん、「歴史・文化」「保全・環境」といった方向性までを代表する言葉が現在の「観光」になっている。」と指摘するように、観光の多様化が進んでいる。これは近年だけでなく盛山(2011)の 2010 年代の研究でも観光動機や観光行動は多様化し能動的になってきているとされている。観光が多様化された要因として従来のマスツーリズムへの批判が挙げられる。1960 年代以降の大量生産・大量消費時代を背景に「観光」が商品化され一般大衆化したマスツーリズムは、観光事業者らが企画した団体旅行、パッケージツアーなど、多くの観光商品が消費された。これに伴い道路建設や巨大宿泊施設を建てる開発が行われ、自然・文化財・景観の破壊も問題視されはじめた。マスツーリズムには①観光開発がもたらす環境破壊②開発側の先進国およびホスト(先進国からの観光客)と、開発地の開発途上国およびホスト(地元住民)との不平等な関係③ホスト国側の文化や伝統の変容という批判があったために、経済成長と環境保護を同時に達成する新しい観光のあり方が考えられるようになった。

才原(2021)は「1990 年頃から英国を中心に『サステイナブルツーリズム』という名称で研究が進められてきた。そして、サステイナブルツーリズムは、現在日本で取り組まれている「地域活性のための観光」のベースとなっている」と述べており、地域活性と観光の結びつきは海外でも議論されている。高坂(2020)も、「観光客の責任ある行動の重要性については、1970 年代以降、環境と開発の関係を規定した「持続可能な開発」の文脈から論じられてきた。その後、1999 年に国連世界観光機関(UNWTO)が「世界観光倫理憲章」を策定すると、推奨される活動のリストアップなど、レスポンシブル・ツーリズムを具体化する試みが盛んになったとしている。

日本では 1992 年に農林水産省が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の余暇活動として「グリーンツーリズム」という言葉を使い、1994 年には農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律(グリーン・ツーリズム法)の制定、2001 年には「全国グリーンツーリズム協議会」が発足している。2004 年には「ニューツーリズム」という用語が普及し始めた。日本商工会議所が「地域におけるニューツーリズム展開に関する提言」の中で観光街づくりのキーワードとして使い始めた頃からであると考えられている。この提言では①観光は「街づくり」を推進するための有力な推進力の 1 つであり、観光振興と「街づくり」は一体化されるべきである。②地域のもてる自然や人的・物的資源を活かした「オンリーワン」観光資源の発掘に取り組む必要がある。③観光客のニーズの多様化に応じてさまざまな「ニューツーリズム」が生まれており、地域としてそうした風潮に適合するオリジナリティやストーリーにあふれた商品・サービスの開発が必要であるという考え方が示されている。2007 年には「農山漁村活性化法」が施行された。これは高齢化や人口減少が都市部以上に急激に進行すること等により、集落機能の維持が困難な地域の増加に直面している農山漁村地域において、定住等及び地域間交流を促進することにより、関係人口の創出、集落機能の維持につなげ、国民全体が農山漁村の魅力を享受し、農山漁村に新たな活力を生み出すための定住及び地域間交流を促進する措置を講じることを

趣旨とする法律である。2008年には総務省・文部科学省・農林水産省が連携して「子どもの農山漁村交流プロジェクト」を開始し、小学校5年生程度の児童を対象に、学校として農山漁村でのふるさと生活体験を実施することを推進し始めた。2009年には農林水産省と観光庁が「ようこそ！農村へプロジェクト」を開始した。このように、従来のいわゆる観光地を巡る観光から、農山漁村の生活体験といった新たな観光スタイルが広がった。さらに、国連による「持続可能な開発目標(SDGs)」の採択を受け、2017年が「持続可能な観光国際年」とされると、UNWTOは前述の倫理憲章を要約した冊子「責任ある旅行者になるためのヒント」を取りまとめた。

(2) サステナブルツーリズムの定義と類似するツーリズムの類型

上述したサステナブルツーリズムやグリーンツーリズムだけでなく、エコツーリズム、レスポンシブルツーリズムなど言葉のニュアンスを変えながら新しい観光のスタイルとして広がりを見せていった。本論文はサステナブルツーリズムという用語を使って研究を進めるが、類似する用語の違いを以下で明確にする。

・グリーンツーリズム・・・緑豊かな農村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動。エコツーリズムとの違いは、泊まることを前提としている点で、このことで、各種体験や宿泊施設の利用により消費を増やし、地域全体に利益をもたらすことができる。グリーンツーリズムはもともと長期休暇を楽しむ週間のあるヨーロッパ諸国で普及したもので、我が国においても、都市住民が農山漁村を訪れ、農林漁業の体験や、その地域の自然や文化に触れることを通じて、地元の人々との交流を楽しむ旅行スタイルとして定着しつつあるが、ヨーロッパ諸国とは異なる形での普及・定着もしている。

・エコツーリズム・・・自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のありかた。自然環境などの資源を損なうことなく、自然を対象とする観光をおこして地域の振興を図ろうという考え方である。自然の成り立ちや歴史・文化が持つ深い意味を分かりやすく解説し、来訪者は大きな感動を得る。もともと途上国の自然保護のための資金調達手法として取り入れられたエコツーリズムの考え方は持続可能な観光のひとつの領域として先進国でも展開されており、2002年を国連がエコツーリズム年とするなど、国際的にも定着した用語である。

環境保全、観光振興(新たな観光需要)、地域振興(雇用の確保、経済波及効果、住民が地域に誇りをもてる)の効果が期待されている。

・レスポンシブルツーリズム・・・観光客一人ひとりが、訪れる地域の自然や生態系に配慮し、その土地の慣習、マナー、地域住民の生活等を尊重した行動をとることで、持続可能な観光を推進するという考え方。1970年代以降、環境と開発の関係を規定した「持続可能な開発」の文脈から論じられた。その後、1999年に国連世界観光機関(UNWTO)が「世界観光倫理憲章」を策定すると、推奨される活動のリストアップなど、レスポンシブル・ツーリズムを具体化する試みが盛んになった。持続可能な観光の発展には、①関係するステークホルダーの参画、②強い政治的リーダーシップ、③観光の影響をモニタリングする継続的な取り組みが必要としている。そして、観光地単位で指標に基づく観光地づくりの活動を行うネットワークとして、「持続可能な観光地づくり推進国際ネットワーク」が組織されている。

・ニューツーリズム・・・厳格な定義はないが、従来の物件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タイプの旅行。エコツーリズム、

グリーンツーリズムよりも大きな枠の捉え方。

・着地型観光・・・国土交通省が 2005 年に設置した「創意工夫豊かな地域の企画旅行商品の流通促進に関する検討委員会」での議論から生まれた。地域(=着地)の側が、送客側の気付かないような地域の魅力を提供する着地型観光が必要になってきており、こうした観光資源の発掘は地域活性化にも資するものであると考えられている。

こうしたいくつかの用語があるが、本研究ではサステナブルツーリズムの定義として国連世界観光機関の「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」を用いる。

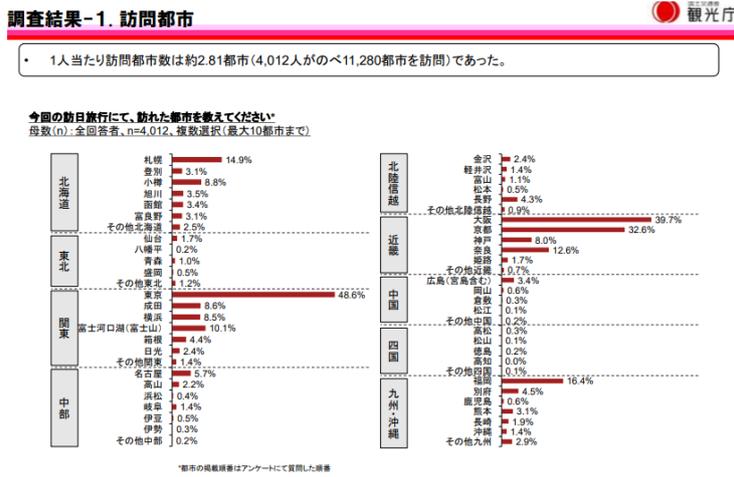
第 2 節 サステナブルツーリズムへの国民の関心と課題

国土交通省は、サステナブルツーリズムは旅行者がサステナブルな観光コンテンツに参加することにより、好循環の仕組みが機能し、地域のサステナビリティ向上に対する効果が生まれると期待を示している。好循環の仕組みとは、地域資源の保全・維持管理の実施（方針共有、意識醸成、ルールづくり、運営自走化等）、観光収益の地域資源の保全・維持管理への再投資、地域環境を直接守る活動の組み込み（保全活動参加）、観光による地球環境への負荷軽減、地域経済への貢献、交流の創出・拡大といったもので、旅行者がサステナブルな観光コンテンツに参加すればするほど、地域における環境、社会、経済のサステナビリティ向上につながる。

しかし、日本ではまだ意識が低く、能動的にならないと情報を集めるのも難しい。公共財団法人東京観光財団が都内全域の自治体・観光協会を対象に行ったアンケートでは、サステナブルツーリズムへの取組の必要性を非常に感じる、感じると答えた割合は 78%であるのに対し、サステナブルツーリズムの取組状況は現時点で取り組む予定はないと答えた割合が約 6 割に上っている。現時点で取り組む予定がない団体の理由は、ガイドの教育や人数の不足(44.1%)、地域ならではの体験コンテンツ、特産品開発ができていない(38.2%)、サステナブルツーリズムの実現に向けて何をすればよいかわからない(29.4%)などである。一方で、同団体が調査したサステナブルツーリズムや SDGs 関連のスタディーツアーへの関心は、中学生の約 8 割が関心を持ち、公立中学高校教員の 9 割が実施に意欲的であった。この結果を踏まえ、各地の先進事例を参考にしつつ効果的に実施すればサステナブルツーリズムの推進につながると指摘している。学生時代に、地方創生の課題を意識できるような経験があるのは有意義だと考える。

サステナブルツーリズムは、訪日外国人の経済効果の大きさも期待されるのだが、実際にはオーバーツーリズムの課題が指摘されている。下図は訪日旅行にて訪れた都市を複数選択で回答(最大 10 都市まで)した結果だが、東京が 48.6%なのに対し、その他の地域は 1 桁に留まっている。特に東北、中部、中国、四国は 1%以下の地域も多く、その差は大きい。

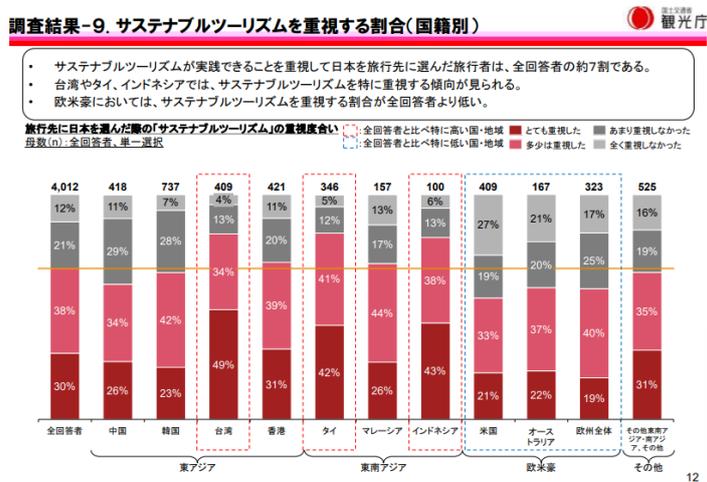
図表 3-1 外国人旅行者の訪日都市



出所：国土交通省観光庁(2024)、p.4 より。

一方で国土交通省観光庁が同時期に実施した訪日外国人向けのサステナブルツーリズムへの意識調査の結果は下図のようになっている。これに基づくと、サステナブルツーリズムが実践できることを重視して日本を旅行先に選択した旅行者が7割を占めており、特に台湾や対、インドネシアでは高い割合で重視していることが分かる。有名な観光スポットとなるような場所が東京や大阪などに集中している一方で、サステナブルツーリズムへの意識は高いことから、各地方におけるサステナブルツーリズムを推進し情報発信していくことで、訪日外国人の経済効果も期待できると考える。

図表 3-2 サステナブルツーリズムを重視する割合



出所：国土交通省観光庁(2024)、p.12 より。

各地域の取組や好事例は、持続可能な観光の実現に向けた先進事例集、観光地域づくり事

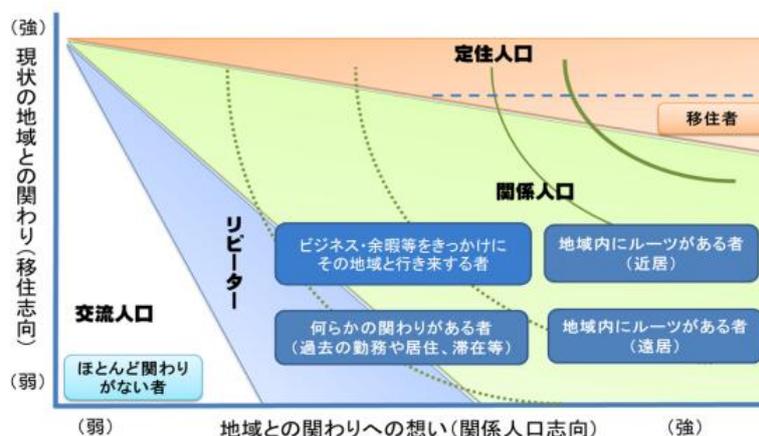
例集、地方創生インターンシップ推進に向けた自治体・大学等の連携事例集など積極的に情報発信が行われている。今後はこうした事例集を基に、他の地域でもサステナブルな観光コンテンツが求められる。

第3節 観光客から関係人口への変化

第3章を通して見てきたように、観光名所を巡る観光から、体験や学びを目的とした観光へと観光のスタイルが広がっている。また、一度訪れた場所を再び訪れる動きもある。そのため、本論文ではそうした新しい観光を楽しむ人を単に観光客として論じるのではなく、関係人口として論じたい。

関係人口とは国が第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で掲げた新しい概念である。これは移住した「定住人口」でも、観光客である「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる「第3の人口」を指す。関係人口は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待される。また、関係人口の創出・拡大は、受入側のみならず、地域に関わる人々にとっても、日々の生活における更なる成長や自己実現の機会をもたらすのであり、双方にとって重要な意義がある。

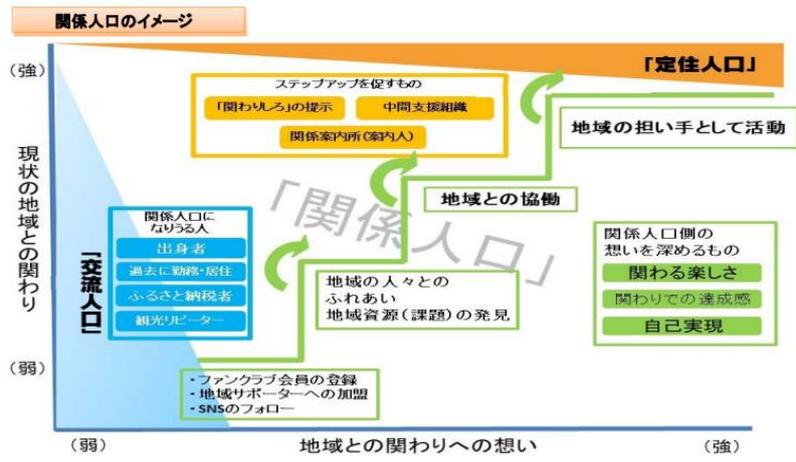
図表 3-3 関係人口のイメージ



出所：総務省地域力創造グループ地域自立応援課(2022)、p.19 より。

さらに、関係人口には地域との関りや想いの強さに応じて様々な段階が存在し、地域づくりの担い手になってもらうためにはステップアップを促していくことが必要だという。本論文では、この定義に基づき、関係人口が定住人口とつながることで地方創生に寄与できると考え研究する。

図表 3-4 関係人口のステップアップ



出所:総務省地域力創造グループ地域自立応援課(2022)、p.20 より。

第4章 関係人口を軸とした地方創生

第1節で津南町、第2節で今治市の事例を示し、RQ1「関係人口創出のために各ステイクホルダーはどのように連携していくべきか」を検討する。どちらの事例も「おてつたび」という企業や総務省という政府などの管轄する立場、町や市、地域で生活する人、地元企業、地域外から参加する人という各ステイクホルダーによって成り立っている。具体的な選定理由は各節で示すが、こうしたステイクホルダーの連携の重要性と課題を明らかにすることが目的である。

第1節 新潟県津南町の事例の検討

(1)概要と事例選定理由

町役場観光地域づくり課は、他地域の大学生と地元企業の交流を通して、津南町の魅力と課題を発見し、地方の人材不足解消に向けた提案を求めるインターンシップを開催した。

概要

日時：2025年6月30日(月)～7月4日(金)

場所：新潟県中魚沼郡津南町大字下船渡戊585番地津南町役場、下記の各企業

概要：6月30日(月)町役場の方によるオリエンテーション

7月1日(火)ゆきぐに信用組合、株式会社高橋工務所訪問

7月2日(水)株式会社ネオックス、株式会社大阪屋商店訪問

7月3日(木)株式会社池田鉄工所、ニュー・グリーンピア津南訪問

7月4日(金)各企業に向けた発表

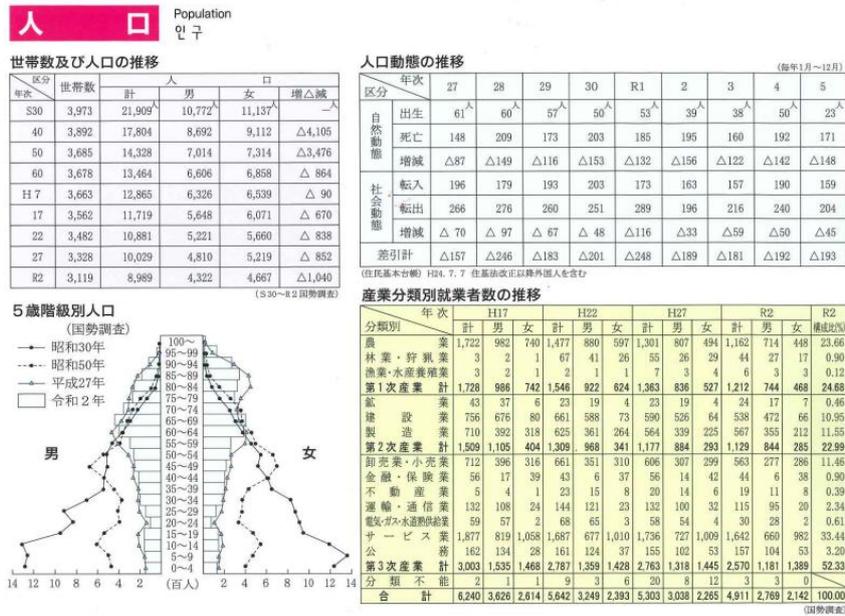
参加者：愛知県大学院生、愛知県大学1年、神奈川県大学1年、千葉県大学4年

選定理由は3点ある。1点目はおてつたびが地方創生に果たす意義や汎用性の高さを検討するためである。津南町はおてつたびを利用して募集を行った。おてつたびの詳細は5章3節で後述するが、2025年新語・流行語大賞にノミネートされるなど近年ユーザー数を増やしており、地方創生の在り方のヒントが得られると考えた。2点目は業界問わず話を聞ける貴重な機会だからである。また、以前調べていた地域おこし協力隊の方に話を聞くことができる点も選定理由である。3点目は、今回のインターンシップ実施が津南町初めての試みだからである。先行研究で地方創生の好事例はいくつも掲載されているが、地方創生の初期段階での課題や思いを知りたいと感じていた。こうした理由から事例に選定した。

(2)津南町の概要と訪問先企業

新潟県南端、長野県県に位置する。「農を以て立町の基と為す」を町是に掲げ、農業を基幹産業に成長している。特に日本最大規模の津南町の河岸段丘から名づけられた米作り生産者の会「段丘会」は、地元魚沼産コシヒカリの高品質化・差別化を目指している。豪雪地帯の雪の恩恵により水が豊富な地域で龍ヶ窪の池は全国名水百選に選出されている。高品質な水は、津南の天然水として全国のファミリーマートで販売され、JALのファーストクラスにも提供されている。津南町の人口は令和7年2月時点で8413人で、少子高齢化も急速に進んでいる。

図表 4-1 津南町の人口



出所：新潟県津南町町勢要覧(2024)より。

観光面での特色は、冬の一大イベントつなん雪まつりである。東日本大震災と長野県北部地震の復興を願い始めた取組で、願いを込めたランタンを打ち上げ幻想的空間を楽しむ。夏は、4haの畑に約50万本のひまわりが咲く津南ひまわり広場に多くの観光客が訪れ、平成17年にはひまわりが町の花として認定された。また、独特の文化と風習が受け継がれる秋山郷も有名である。山肌に迫る溪谷美は、紅葉の名所として知られ、平家落人の伝承やマタギ文化など、昔ながらの生活様式が色濃く残る秘境地域である。映画のロケ地として名高い見倉橋や日本の農村百選の石垣田もある。苗場山麓ジオパークは、日本有数の河岸段丘に代表される地勢環境が広がっており、大地に恵まれた生態のもと雪国文化が形成されている。特に大量の地下水によって形成されている龍ヶ窪は有名で1974年新潟県の自然環境保全地域に指定、環境省の名水百選に認定されている。また、3年に1度大地の芸術祭が開催される。世界最大級の国際芸術祭で、日本中で開催されている地域芸術祭のパイオニア的存在である。芸術祭の開催経緯や経済効果、観光への影響などの詳細は論文の最後に資料として示している。町役場は、2014年のまち・ひと・しごと創生法を受け、「津南町人口ビジョン」と「津南まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。町の人口の現状と将来の姿を示し、人口減少問題について町民との共通認識を図るとともに、2040年に目指すべき方向性を示したものである。これによると、人口は一貫して減少傾向で、年少人口及び生産年齢人口が減少する中で老年人口は増加傾向であること、20～24歳の転出超過が特に大きいことが現況として整理された。これらの問題が進行することで、医療・行政サービスの廃止や身近な商店の撤退、公共交通網の廃止等、町民の日常生活に関わる機能の低下、さらに景観や住民サービスの悪化が懸念される。目標として2040

年に 7,300 人の人口規模を維持するとともに、人口構造の若返り化を目指す。創生総合戦略では、平成 27 年度を初年度とする今後 5 年間で取り組む具体的な施策や数値目標をまとめた。この戦略では、国のまち・ひと・しごと創生総合戦略の 4 つの基本目標に対応させ①雇用の創出：本町にしごとをつくり、安心して働けるようにする②新しい人の流れの創出：定住、観光に魅力ある町づくりをすすめ、本町への新しい人の流れをつくる③結婚・出産・子育ての支援：若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる④安心なくらしと地域の連携：時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携するの 4 つを定めた。

滞在期間中に訪問した 6 社の概要は以下である。

- ・ゆきぐに信用組合・・・2023 年に塩沢信用組合から名称を変更し誕生した地域密着型金融機関である。本店の南魚沼市など 7 市町村を営業対象に、地元の中小零細企業者や勤労者を対象とした取組をする。

- ・株式会社高橋工務所・・・土木、建築に関わる建設業全般を業務とする。工事の大半が公共事業で、地域への貢献と安定した経営環境である。不動産仲介・売買、コンビニエンスストア運営も行う。

- ・株式会社ネオオックス・・・建設機械や産業機械用油圧シリンダの設計・製造・販売を行う。前田製作所 100%出資子会社で、品質至上を基本理念に、人に優しく豊かな未来を創造する、社会・地域の安全・安心とサステナビリティを提供するとしている。

- ・株式会社大阪屋商店・・・創業 100 年を越える地域密着型企业で、ガソリンスタンド、灯油や LP ガスなど各種燃料の配達、生活関連機器の販売・設置、住宅設備工事、肥料や農薬等の農業資材の販売、米穀の集荷・検査・販売、保険代理店業務などを行う。

- ・株式会社池田鉄工所・・・鉄骨鋼構造物による建築物の製作・建方を主として行う他、設備配管の新設、メンテナンス、補修等を行う。

- ・ニュー・グリンピア津南(以下グリンピア)・・・苗場山麓の大自然に位置し、アウトドア、インドアのスポーツレジャー施設、キャンプ場、スキー場などが、四季を通じて楽しめる全天候型リゾート施設である。ホテル棟とキャンプ場を合わせて 600 名を収容する。

(3)津南町の事例の考察

人材確保や維持のための工夫として、ゆきぐに信用組合は金融機関の役割を超え、地域貢献活動の一環として「地域同期会」を実施している。地元企業の若手社員を対象に、企業の枠を超えたネットワークづくりを目的とする。地方の中小企業等に就職した若者は、同じ職場内に同期や年齢の近い先輩がいるとは限らず、若手の孤立感による早期離職という課題が指摘されている。ゲームや食事を通して企業の垣根を超えて交流を深める。効果の検証まではできていないが、参加者からは満足している様子がうかがえた。ゆきぐに信用組合は、かつて町内の各企業向けに 1 年に 1 社 1 人ずつ増やしていくことによる地域活性化を支援していた。当初は達成しやすい目標だと考えていたが、実際には目標を達成できない企業があったり、新規採用と同時に退職・辞職する人がいたりしたため、期待したような人口の増加・地域活性化には繋がられなかった。そこで、人を増やすことよりも定着させる仕組みに注目し、「地域同期会」が行われ始めた。

観光客・関係人口を増やすきっかけはグリーンピアである。2024年の日帰り・宿泊客数は約10万人で、そのうち7割強が首都圏からの客であった。しかし近年は、コロナの流行以降バスツアーの減少や費用の値上がりなど団体客が減少傾向にある。また社員の滝沢さんは「観光で稼いでいくのはシーズンごとに難しい課題がある。」と述べた。広大なグリーンデが目の前に広がり、冬の期間は首都圏からの観光客や地域の学生が学校のスキースクールで訪れ賑わいをみせる。現在働く社員さんの中には自分が子供の頃お世話になった場所なので恩返しができればという想いで就職を決めたと話す人もいた。ただ冬期以外の宿泊客の確保や、地域一体での観光推進は課題である。話によるとグリーンピアを訪れる約9割の人はホテルの滞在で目的が完結してしまい、町の他の場所に観光に出かけることは少ない。ひまわり広場、龍ヶ窪などの場所は他の地域を訪れる際の通過点になってしまい、滞在につながっていない。町内の移動に車が必須なことも関係しているという。

地域おこし協力隊のサポートなどを行う移住コーディネーター照井麻美さんにも話を伺った。照井さんは「限界集落に近い状況になると、少し通るだけでも、お客さんとしてでもその地域に来て欲しいとなるが、津南町はまだその状況ではない。住民の危機感も薄いのが大きな問題だと思う。しかし、手が付けられなくなる前に田舎の都市機能を維持したい。」と述べた。観光を全面に押し出し地方創生に取り組む地域がある中で、津南町は観光で押し出すよりも関係人口を創出し定住につなげたい想いである。津南町は生活に必要なものが揃っており生活しやすい環境が整っている。一口に地方・過疎地域といっても地域ごとの状況は異なり、地方創生策が機能している地域を単に真似するだけでは解決策にならない。例えば、津南町は日本有数の豪雪地帯で冬の雪の管理が家の維持に欠かせない。そのため、他の地域では行われている二地域居住には向かず、定住をつなげたいとのことだった。

第2節 愛媛県今治市の事例の検討

(1) 概要と事例選定理由

ふるさとワーキングホリデー(以下ワーホリ)とは総務省が「自分とふるさとの、未来をつなごう。」というテーマのもと管轄し、各地方自治体が運営主体となり実施されている。地域の人たちとの交流や学びを通じリアルな暮らしを体験する、地域活性化や移住のきっかけを作る制度である。地域おこしやイベント企画、農林水産業や宿泊業など、5日～2ヶ月程度までの期間滞在する。

概要

日時：2025年9月2日(火)～9月15日(月)

場所：愛媛県今治市の各就労先

概要：就労6～7日、地域交流日2日、自由行動3日、オリエンテーションなど3～4日

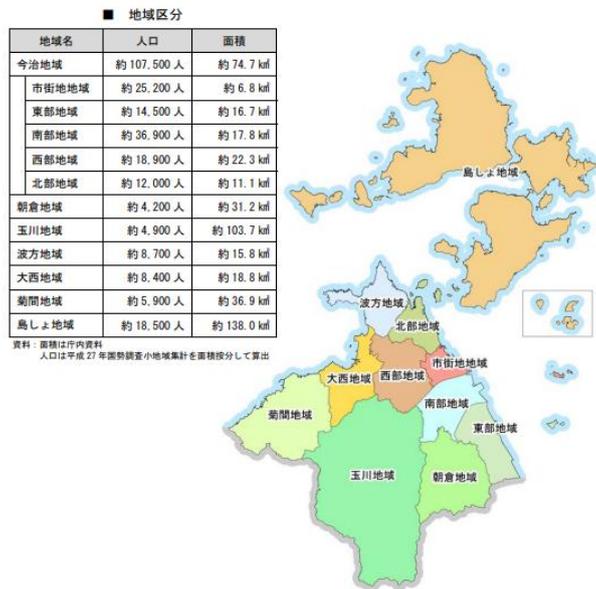
就労先：カドヤ別荘、鈍川せせらぎ交流館、玉川湖畔の里、森のともだち農園、旅館さわかき、Co-Living&Café SANDO(参加者によって異なる)

参加者：大学生6名、社会人2名(主に関東・関西圏在住)

今回の募集は、鈍川温泉エリア(下図の玉川地域)と大三島エリア(下図の島しょ地域)の2カ

所でそれぞれ4名ずつの募集があった。

図表 4-2 今治市の地域区分と人口



出所：今治市(2021)、p.82 より。

事例として選んだ理由は2点ある。1点目はワーホリの制度を知るためである。地方創生策の1つとして知り、総務省が管轄でありながら、全国共通の策ではなく自治体の自由度が高いことがこの制度の魅力だと感じた。地域が主体となることで、地域のビジョンやターゲットが明確である。この制度を利用する自治体及び参加者がどのような思いで参加しているのか関心を持った。2点目は観光面である。しまなみ海道がサイクリストの聖地として有名であり、これを地方創生にどう生かすか知るためである。津南町の事例では企業の人材確保や地域おこし協力隊を軸とした地方創生が主だった。そのため、より観光の要素が強い今治市を選定した。

(2)今治市の概要と就労・交流受け入れ先

愛媛県の北東部に位置し、愛媛県内で人口規模が第2位を誇り、瀬戸内しまなみ海道の玄関口として、県内外からの交通の要所である。タオルの生産量は全国トップクラスで、今治タオルが全国に知られているほか、造船や海運業でも古くから栄えている。造船業の建造集積数では全国の約2割を占め、国内外航船の約4割を今治の船主が所有しており、海運都市としての役割も担っている。「今治市の統計令和6年度版(令和7年3月改訂)」によると、住民基本台帳人口(令和6年)で今治市の人口は148,925人で、資料に記載のあった平成31年から毎年1600人から2200人ほどずつ減少している。

観光面では、日本三大水城の1つの今治城をはじめ、海辺や山沿いの景観が日々の暮らしに溶け込んでいる。サイクリストの聖地として有名で、多くのサイクリストがこの地を訪れる。瀬戸内しまなみ海道は平成11(1999)年に開通し、令和元年11月に国のナショナル

サイクルルートに指定されたことで国内外から多くの自転車愛好家が訪れる。しまなみ海道沿線ではレンタサイクルで手軽にしまなみ海道サイクリングを楽しむことができる。瀬戸内海の穏やかな海と点在する島々、四国山地の雄大な風景など、美しい景色が身近にある。また、鈍川温泉も今治市の魅力である。松山市の道後温泉に加え、今治市奥道後玉川県立自然公園に位置する鈍川温泉は歴史が古く、本谷温泉(愛媛県西条市)とともに伊予の三湯とうたわれる高い美人の湯である。二十一世紀残したい四国の自然 100 選で第 2 位にも入選した名勝地である。観光客数の推移は以下の通りである。

図表 4-3 今治市の観光客数

第14-28表 観光客数

	入 込 観 光 客			(再 掲)	
	総 数	日帰り客	宿泊客	県外客	県内客
令和3年度	1,212,212	909,456	302,759	886,055	326,157
4	2,073,211	1,637,005	436,206	1,683,210	390,001
5	2,649,092	2,185,736	463,356	2,294,476	354,616

資料：観光課
注) 観光客数は推計値である。

出所：今治市(2025)より。

市の第 2 期今治市まち・ひと・しごと創生総合戦略(令和 6 年 12 月改訂)によると、基本理念はⅠ「市民が真ん中」の視点で市民の役に立つ市役所、Ⅱ市民の命を守り「商いができる」今治の実現、Ⅲ「ひとりひとり」が輝く今治をみんなで創出である。それに基づく基本的方向として「地域で所得を循環させ、安定した雇用を創出する(しごとの創生)」「若い世代の出会い・結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる(ひとの誕生)」「いまばりへ新しいひとの流れを創る(交流の創出)」「好循環を支える、ふるさとを活性化する(まちの創生)」の 4 つを掲げる。特に、交流の創出は本論文の主要なテーマで、具体的施策としてサイクルシティ構想の進化/深化/真価、「選ばれるまち」今治への移住・定住の促進と関係人口の拡大などを掲げる。しまなみ地域は多くの移住者を呼び込んでいるポテンシャルの高い地域で、それを最大限生かすために、しまなみ振興局を設置し、移住者に寄り添いながら地域住民や地元企業、コミュニティや関係人口を巻き込み、暮らしやすさや地域の魅力そのものをさらに向上させる取組を推進するとしている。また、今治市の成長、発展に寄与する関係人口の発掘・育成も重要であるとしている。ふるさと納税件数は 2019 年の 18,000 件から 2025 年には 23,500 件と拡大している。返礼品の地域特産品のブラッシュアップや埋もれたままの農林水産物を掘り起こすなどして市の魅力発信を推進する。

参加者 8 名の就労先 6 か所と地域交流日に訪れた場所は以下の通りである。

(就労先)

- ・カドヤ別荘・・・弘法大師によって名付けられた伊予の仙郷・鈍川温泉で最大 70 名を収容する老舗旅館。
- ・鈍川せせらぎ交流館・・・ふれあい、交流、健康増進を目的として設置された温泉、サウナ、食事処、休憩所を備えた施設。鈍川温泉エリアに位置する。

- ・玉川湖畔の里・・・玉川ダム湖畔の直売所。地域で愛情込めて育てられた野菜や果物のほか、手作りパンやジャム等四季を通して様々な特産品を販売する。
- ・森のともだち農園・・・ブルーベリー農園を営むほか、「ものづくり、人づくり、町づくり」を基本理念とし、より豊かな、地域づくりのために様々な事業を行う。
- ・旅館さわき・・・大三島に位置し、全 15 室最大 60 名を収容する老舗旅館。
- ・Co-Living&Café SANDO・・・大三島で 2022 年にオープン。コワーキングスペースとシェアハウスが一体となった施設でカフェバーも併設する。

(交流日)

- ・村おこし NPO 法人 ECOFF(代表宮坂大智さん)・・・関係人口の増加を目的として、離島や農山漁村での住み込み型ボランティアを日本で初めて全国展開した NPO 法人。
- ・みんなのアトリエ(正岡ともえさん)・・・「好きなことを、好きな時に、好きなだけ！」をコンセプトとしたフリースクール・アフタースクール・シェアスペース。
- ・CAFE エポック・・・オリジナルにこだわった創作スパイスカレーの提供、レトルトでの販売を行う。
- ・木工屋(渡辺慶司さん)・・・天然無垢材を使用しハンドメイド家具・雑貨を販売する。また、2012 年から年 2 回のペースで玉川ダムサイドフリーマーケットを主催している。
- ・株式会社丹後・・・廃業を決められていたタオル会社を 2015 年に引き継いだ。「地域社会に貢献できるように、常に感謝の気持ちを忘れず、プロとしての誇りを持って行動します。」という経営理念のもと事業を行う。
- ・彩菜食堂・さいさいきて屋・・・今治産の安心・安全な農畜産物を提供する。食堂では「今治をまるごと食べる」というテーマで地元農畜産物を活かした料理が味わえる。

(3)今治市の事例の考察

上記の就労先及び地域交流日訪問先からも特定の業界や規模に限らず今治市という地域と、そこで働き一市民として生活する人々の幅広い側面を参加者に示していたように感じた。特に印象的だったのは、どの話も移住・定住を直接的に促すものでなく、自身の考え方や仕事の幅広さ、魅力を示すものであった点である。ワーホリは移住・定住を目的にしているものも多く、他の地域では移住を真剣に考えている人に限定する募集もある。しかし、今治市は今回の参加者中 6 名が大学生で既に都心部での就職内定を受けているなど、移住を考えていない世代も極的に受け入れていた。就労に関しても、人手不足を解消したい、というよりも、地域の仕事を知ってもらいたい、という想いが伝わった。就労先の方の「こんな仕事があるんだ、と思ってもらえたら嬉しい。」という言葉通り、幅広い仕事を学んだ。今治市は早急な過疎化対応が目的ではなく、広く周知し、徐々に関係人口を創出する意思が考えられる。現状、サイクリストの聖地として知られ観光客数も一定程度確保できているため、大学生など幅広くワーホリの受け入れを実施していると思われる。すぐに効果が出なくとも、吉田(2010)が、「観光客がやがて交流者(=リピーター)、応援者になり新規定住につながる。」としているように、学生時代のワーホリで一度訪れたことがある人達は、何らかの機会に今治市が自身にとって特別な地域として最初に浮かぶことはあるだろう。長期的視点を持ち、移住・定住に繋がるプロセスを重視し、幅広い人にアプローチしていることがうかがえる。

また、サイクルツーリズムにも期待を寄せている。レンタサイクル外国人利用者数は 2018

年に 5420 人で、2025 年の目標としては約 2 倍の 10,887 人を設定している。レンタサイクルの利用だけでなく、サイクリングターミナルサンライズ糸山の宿泊者数も 2017 年に 9,447 人など他の産業にも影響を及ぼす。市では、観光に関してだれもが訪れたいと感じる魅力あふれるふるさとを創る、という基本目標のもと、観光入込客数の数値目標として 2019 年の 275.6 万人から 2025 年には 11.6%増の 307.5 万人としている。基本的方向に「今治市観光振興計画に基づき、県、関連団体及び民間事業者等と連携して観光振興施策を展開するとともに、将来の観光需要を見据え、これからの時代に適応した安心・安全な観光地域づくりを推進することで、新たな観光の創出、観光産業の集積、サイクルツーリズムの先進地、定住人口の増加、持続可能な地域の実現を目指す。」と定めており、観光地域づくりをきっかけに持続可能な地域の実現に向かっている。ワーホリもそのきっかけの 1 つだと考える。なお、観光による産業効果は第 1 章第 1 節で述べている。

第 3 節 ステイクホルダーの連携による持続可能な地方創生

国や各府省庁の取組以外にも、自治体や地域おこし協力隊、企業、お店、住民、観光や就労に訪れる人など多くのステイクホルダーが地域には存在する。今回の事例も、ワーホリ全体を統括する立場、就労・地域交流日の受け入れ企業やお店、快く受け入れてくださる住民の協力・連携がなくては実現できないことである。また、こうした取り組みが 1 度限りではなく、継続していくことで、関係人口創出や持続可能な地域づくりが実現される。そのため、第 3 節では、ステイクホルダーの連携を検討する。

(1) 連携することの重要性と課題

ステイクホルダーの連携の重要性を中野・高梨(2024)は、地域づくりとあいまった観光戦略の取組について、「戦略計画は、事業実施のための計画であるとともに、『コミュニティの合意 (community agreement)』として構想されている。これは、包括的な計画 (inclusive plan) となっており、これからの観光開発は事業者と 地元住民の両方が関与するプロセスとして考慮する必要があるとの認識に立ったものである。即ち、観光開発は『公的な責任 (public responsibility)』ではなく、『共通の利益 (common goods)』ととらえられるべき」としている。課題解決に取り組むプロセスを共通の利益として捉えることで、地域住民や各企業、自治体から理解が得られやすく双方向に協力していく関係ができると考える。しかし、実際には大野(2022)が「ステイクホルダーの観光への関わり度合いは異なるということである。ステイクホルダーには、それぞれ地域に対する思いやスタンスがあると考えられる。観光を常に意識して行動するかといえば、必ずしもそうではない可能性がある。ステイクホルダーには事業者のほか、地域住民や行政も存在するため、考えが多様であることは容易に想像がつく。エリアが広がるほどステイクホルダーの数も多くなり、この可能性は高まっていくと考えられる。」と指摘するように、多くのステイクホルダーを巻き込むことは難しい問題である。

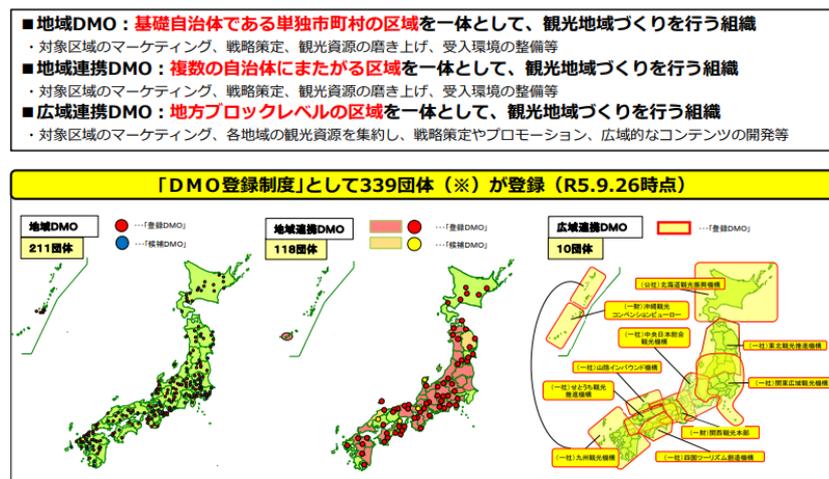
(2) ステイクホルダーの連携を支える新たな組織の在り方

猪狩ら(2025)が「(中略)地域住民の主體的な関わりに加え、居住の有無を問わず地域に主体的に関わり、生き生きとしたライフスタイルを実現できるような広域的なモデル構築、それを支えるための個人・企業・団体などのステイクホルダーが関わる広いネットワークを形成することが必要だと考えている。」と述べているように、新たな団体や組織の必要

性も検討されている。NTT 東日本地域循環型ミライ研究所は、地域循環型社会の実現に向けて、地域社会をより良くしていくために日々活動している企業・団体・個人が利害関係を超えて想いや悩みを共有し、知恵を出し合えるゼミのような場として「Palette(パレット)」を立ち上げた。関係人口創出のアイデアを誰が実現し、どう連携するのか、維持していく工夫など、地方創生には共通する悩みがあるとしている。地域の取組は先進事例集などにも公開されているが、より具体的な悩みを共に考えることのできる場としてこれまでとは違うアプローチだと考える。この取り組みは2025年2月に初回が行われ、その後は2ヶ月に1回程度オンラインにて定期開催している。組織ができて1年未満なこともあり、具体的な効果までは分からないが今後の展開が期待される。

また、2015年には観光地域づくり法人(DMO: Destination Management/Marketing Organization)登録制度が創設された。国土交通省によると、「地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、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」である。(1)地域の取組目標となる水準の提示による観光地域づくり法人の形成・確立の促進(2)関係省庁が観光地域づくり法人の形成・確立を目指す地域の情報を共有することによる支援の重点化(3)観光地域づくり法人の間の適切な連携を促すことで各法人間の役割分担がされた効率的な観光地域づくりが目的である。登録には観光地域づくりについての多様な関係者の合意、データの活用、安定的な運営資金の確保など5要件がある。既に該当するものは登録DMO、今後該当予定の候補DMOとして登録される。また、規模の大きさによっても分類され、下図に示すように全国各地に存在する。

図表 4-5 DMO の分類と分布



出所：国土交通省観光庁観光地域振興部観光地域振興課(2024)、p.12より。

安定した財源の確保の必要性、DMOに登録することが目的となり実態が伴っているか不明確という課題も指摘されている(塩見 2021)。一方で、観光づくりの司令塔となる法人により、ステイクホルダーの連携がとりやすくなる効果もでている。観光庁がDMOに行った調査では、約9割が業界団体(観光協会、商工会議所等)と合意形成を行っていたり、6割が地

域住民との関係構築を図るための取り組みや観光による受益をできる限り多くの事業者・業種へ波及させる取り組みを行ったりもしている。

以上を踏まえ、4章で検討したRQ1「関係人口創出のために各ステイクホルダーはどのように連携していくべきか」について考察する。幅広く話を聞くなかで、1つの組織だけが一生懸命になっても地域活性は実現できないことを改めて実感した。例えば津南町のゆきぐに信用組合が実施している地域同期会の取組は、各企業の同期で集まり交流を深め、今いる人が地域に定着することを目的としている。これの実現には、この企画を運営するゆきぐに信用組合の存在は欠かせないものの、参加する地元企業、企画があることを周知する役場などの協力があってこそのものである。個々の企業で新しい人材採用に向けて戦略を取ることも大事だが、それをサポートし推進する町役場や地域おこし協力隊の存在も欠かせない。また、地域住民も企業や行政任せになるのではなく、そこで生活する一個人として地域の魅力を再認識することや照井さんの話にあったように田舎の都市機能を維持するための危機意識を持つ必要がある。そのうえで、連携を支援するための司令塔的存在 DMO の台頭や、他地域の事例を学び活かすためのパレットなど新しい動きも広がっている。また、津南町ではおてつたび、今治市ではふるさとワーキングホリデーのように新しい取り組みをするにあたって、これまであまり関心を持っていなかった企業や個人を巻き込むこととなった。そのため、今後も模索しながらではあるが、これらを積極的に活用していくことで、企業だけ、役場だけといった1つの組織だけの地方創生政策ではなく、連携が生まれると考える。

第5章 持続可能な関係人口創出に向けた課題と取り組み

ステイクホルダーが連携していくことは地域の意識変容を引き起こし、地方創生について考えるきっかけになる重要なものだと考えた。また、こうした取り組みが一時的なものではなく持続的に行われることも重要である。RQ2は「関係人口創出の取り組みを持続可能にするにはどうしていけば良いか」とし、RQ1の事例を整理しつつ、持続可能な関係人口創出を検討する。

第1節 過疎地域当事者の課題意識

地方創生のための良い取り組みであってもいかに持続させていくかは課題の1つである。そこで、本節では持続可能な地方創生のために、地域で暮らす当事者の声から課題を整理する。

(1) 町役場

津南町インターンシップでは役場の職員の試行錯誤についても話を伺った。津南町では過去に町の美しい自然環境や空き家を、ロケ地を探している団体に積極的に紹介し活用してもらっていたことがある。しかし、この取り組みは熱心な担当者によって実現していたことで、担当者が変わるタイミングで継続が難しくなってしまったという。また、地域住民の中には田舎の利益を自分たちのために、と田舎を利用するだけで終わってしまう外部の人に懸念を示す人もいた。このようにロケ誘致による観光客や関係人口創出といった新しい取り組みほど、人事異動などで持続的に行うことが難しくなる。

さらに、ロケツーリズムに関しての丸上・出口(2018)の研究では「ロケツーリズムについては、当該地域の観光振興への貢献度の定量化が難しく、明確になっていない。結果、各自治体はロケの誘致に際して、場当たりの対応に終始し、観光客の誘致に向けた効果の最大化や持続に関する戦略の立案とノウハウの蓄積が後回しになっている状況にある。」ことを指摘している。そしていくつかのロケツーリズムの事例研究を通して、「即ち、新作の公開は当該年の観光客数を増加させるが、続編等によりそれを繰り返すことと、観光客のターゲットになり得るロケセット等を戦略的に残すことで、当該自治体のイメージや観光資源が広く認知され、別作品の制作・公開により生み出された新しい観光資源への回遊と併せて、ロケツーリズムを契機とする一連のプロモーションとマネジメントが結実し、本論が定義する『ロケツーリズムを契機とする観光振興』が実現するものと言える。」としている。津南町の場合は、観光を押し出している地方創生を現時点ではあまり積極的に考えていないが、さらに深刻な過疎化が進み今後、もし、観光を押し出して地方創生をする際には、役場のマネジメントなど一丸となって継続的な仕組みをつくる必要がある。

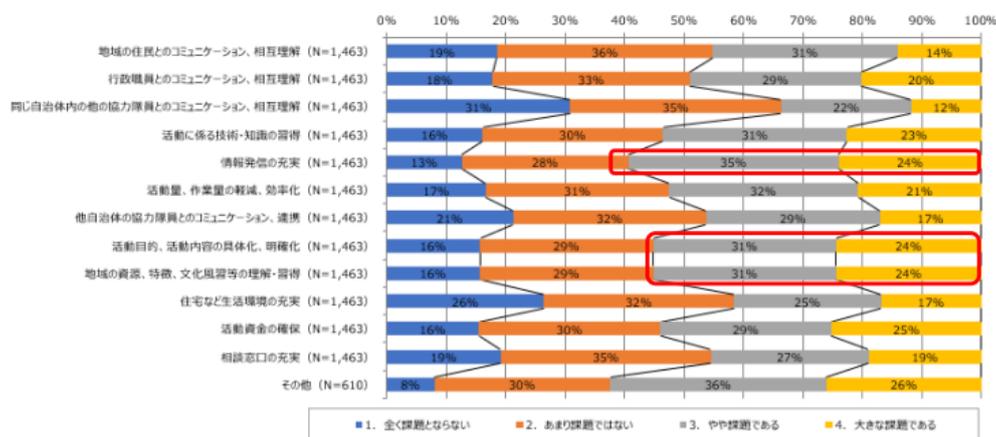
(2) 地域おこし協力隊と地域住民

津南町で地域おこし協力隊として活動し、今後は地域おこし協力隊サポーターとして活動する長井惇子さんにも話を聞いた。

地域おこし協力隊とは、都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、生活の拠点を移した者を、地方公共団体が「地域おこし協力隊」として委嘱する。隊員は、一定期間(概ね1年以上3年以下)地域に居住し、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活

動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組である。長井さんは協力隊の期間を振り返っての課題として、「役場、地域、地域おこし協力隊員の三者の連携が必要だけど難しい。実際に何かをやろうとしたときに誰に聞いても分からないなど曖昧な部分があると思った。」と述べた。地域おこし協力隊の受け入れが以前から行われていたり、役場・地域といった受け入れる側が積極的であったりする地域がある一方で、とりあえず導入してみようという手探りの地域も多い。一般社団法人移住・交流推進機構の令和5年度の調査でも地域おこし協力隊の今後の活動に向けての課題として「情報発信の充実」「活動目的、活動内容の具体化、明確化」「地域の資源、特徴、文化風習等の理解・習得」が上位にあがっていた。

図表 5-1 地域おこし協力隊の今後の活動に向けての課題



出所：一般社団法人移住・交流推進機構(2024)、p.22 より。

この「地域の資源、特徴、文化風習等の理解・習得」に関しては、地域おこし協力隊員だけでなく、その地域に暮らす人も積極的になっていくべきである。今回の訪問で地域住民の率直な意見を聞く中で地域の魅力に気付いていないと感じる場面が多くあった。津南町には持続可能な町の実現への挑戦として「ゆきみずだいちつなんまち」というスローガンがある。豊富な水資源のおかげで大地の恵みの農産物があるように、自然力に生まれ、自然とともに生きている町の「つなんブランド」の価値向上につなげるためとされている。しかしこのブランディングチームが上手く機能していないのも現状の課題として挙げられていた。その町で暮らす人にとって当たり前になっていることも、他の地域から見れば魅力的に映ることも多くある。そのため、今回のインターンシップのように他の地域から訪れた人との交流を通して、町の魅力を認識することも重要であると考えます。

これは江野・白肌(2025)の論文でも指摘されているシビックプライドという考えに類似する。江野・白肌(2025)は「住民主体の地域づくりにおいては、自治体のリーダーシップによってではなく、住民がこの町をより良い場所にしたいという当事者意識をもって活動している。そういった住民の地域への感情や意図は、シビックプライドとして地域に醸成され、住民間で影響しあうことで、サービス交換や資源統合を促進すると考える。」と指摘する。

つまり、これまで本論文で述べてきたような国や各府省庁、地方自治体、企業だけでなく、地域で暮らす当事者の意識や行動も持続可能な地方創生に欠かせない要因である。

第2節 学生団体の課題意識

関係人口創出に取り組む学生団体についても検討するため、「田舎留学プロジェクト」を取り上げる。これは2023年度早稲田大学の授業で実施した「地域連携ワークショップ春編南伊豆町」にて、学生が最終報告会で提案した「田舎留学プロジェクト」が南伊豆町との共同プロジェクトとして採用され、事業化することが決定したものである。南伊豆町に住まずとも町の一員になれる関係人口の増加を目指している。事例のワーホリは今治市初めての試みであり、その導入にあたり、この団体の町内での取り組みを視察したり、ヒアリングをしたりするなど関係人口創出の先進事例としていた。そこで、田舎留学プロジェクト代表の三井大輝さんに書面にてインタビューを依頼した。

RQ1で課題となったステイクホルダーの連携について、南伊豆町の現状として三井さんは「極めて属人的であるが、一部の志ある役場職員やスポンサー、特に応援して下さる個人を中心として短期間でできる限界まで十分に連携できていると思う。町の規模がほどよく、頑張れば主たるステイクホルダーには全員リーチできる小ささと、さまざまなイベントが実施できる公共施設や観光立町故の十分な宿泊施設数などが両立していて、活動しやすい。また、双方からさまざまなリクエストを言う機会も多い。しっかり制度構築して属人的な状況からの脱却をある程度目指していく（リクエストを収集するフォームを公開する、受け入れるリクエストに基準を設ける等）が、属人的であるからこそ面白いという重大な側面もあるので、そのバランスを探っていきたい。」としている。一方で、持続可能性の課題としては「役場の人事異動やメンバーの卒業等によってノウハウ等の引き継ぎがうまくいくのかという不安」「長期間の信頼関係の上に成り立つものも多いゆえ、難しい」ことを挙げている。学生の多くは就職など、約4年間でこうした学生団体を引退することになるため、定期的にメンバーが卒業していく中での引継ぎが必要である。津南町のロケ誘致のように、熱心な学年、メンバーではうまく機能をしていても、その世代が卒業していくことで持続可能性が危ぶまれる。また「民間企業や個人が多く支援してくれているとはいえ、これを有限的であると認識した上で、CSRに留まらないコラボレーションなどを検討し、お互いにWIN-WINな関係性の構築に努めたい。」とし、他団体の持続可能性や連携も重要であるとのことだった。

また、別の視点として従来からの地方創生のあり方である交付金も事業を継続していくうえで重要である。小田(2021)は総務省により2012年度から始まった「ローカル10000プロジェクト」の交付金について「その実施要綱には、「都道府県又は市町村が、地域の金融機関等と連携しながら民間事業者等による事業化段階で必要となる経費についての助成を行う場合において、その実施に要する経費を交付することにより、地域資源を活かした先進的で持続可能な事業化の取組を促進し、地域での経済循環を創造することを目的とする」とある。」としており、「地域の人材・資源・資金を活用した新たな事業を立ち上げようとする民間事業者の初期投資費用を支援することによって、地域経済循環を作り出し地域の内発的発展に繋げていく取り組みとも言うことができる。」とその有用性を指摘している。三井さんも学生には交通費や宿泊費といった費用の負担が大きいことも述べており、資金面での支援は各ステイクホルダーの連携を円滑にしたり、良い取り組みを継続的に行っていけるようにしたりする基盤となる重要なものではないかと考えた。

第3節 関係人口創出の施策を持続可能にするための制度・体制構築

猪狩ら(2025)の研究では、関係人口創出を持続させるためには①住民や地域外の関係者の「個人の意識変容」②地域側の受入体制を前提とした「定期的に地域を訪れる動機や機会の創出」③地域への関心が途切れないようにするための「訪問しない期間における地域との接点構築」が重要であるという仮説をたて秋田県鹿角市で実証を行った。この研究ではリモートワークや副業を導入する企業の従業員を対象にワデュケーション(work(仕事)、education(地域のことを学ぶ教育)、vacation(休暇)を組み合わせた事業のことを指し、一般用語のワーケーションの一形態として位置づけられる)を通じて地域交流プログラムを提供することで、関係人口の創出や継続への効果を検討した。

それによると、参加した従業員らは今後もその地域に何かしらの形で関わりを持ちたいと考えたり、移住の希望や興味関心が2倍上昇したりした。また③の訪問しない期間における地域との接点構築に関しても、東京でのイベント実施などを通して地域愛がさらに深まったという。しかしながら、②の受入体制に関しては地域側との間で丁寧なすり合わせや調整の実施が重要で「地域の寛容性」も関わってくるのが課題だと指摘している。実際、RQ1の事例(1)のように、観光地化による地域活性を目指していない地域や、田舎を活用してその利益を自分たちのためにしようとする外部の人を良く思っていないケースもある。

津南町の大地の芸術祭の事後アンケートでも町のにぎわいに反して地域住民からは様々な声が上がっている。市野ら(2021)が町民を対象に行った調査では、津南町に観光客をよんだり、観光地化したりしたいわけではなく、目指しているのは芸術祭をしなくていい町であるとのことだった。実際にアートプロジェクトを通して廃業した店舗を使いながら活動を続けたことで地域の良さを知ってもらったり、新しいお店が増えたりはしたが、しかしそのお店が必要としているのは市内、せいぜい県内からの客であるとした。吉田(2019)が「各会場・地域の視点からみれば、芸術祭が短中期的に個別の地域コミュニティ形成に寄与し、地域課題解決に資することが、芸術祭の目的、効果として、注目していくべきだ。」と述べているように、観光によって人がたくさん来るといった表面的な地域おこしにならずに、しっかりと地域を受け止め地域課題解決に資することへの理解を得る必要がある。地域住民の思いはその地域の特徴や背景によって異なる。そのため他の地域でうまくいっていることをそのまま真似するのではなく、その地域で生活する人あつての地域であることを忘れずに地域活性政策を進めていく必要がある。

最後に、本論文の途中でも出てきたが、関係人口創出に取り組んでいる企業や団体をいくつか紹介する。

津南町の事例で紹介した「おてつたび」は、日本各地の素敵な地域へ行く人が増えて欲しいという想いから生まれたサービスであり、地域の困りごとをお手伝いする事により報酬を得ながら旅行をすることが可能な仕組みである。これはいわゆるリゾートバイトとは異なり、ただ働くだけではなく、地域の人との交流会が企画されていたり、就労時間を短く設定して観光を楽しんだりできるようにされている。地域の方との関係性ができ、再び同じ地域へ訪れる参加者も増えるなど、地域のファン＝関係人口が創出されている。2021年には5000人だったおてつたびの登録ユーザー数は2025年5月現在7.8万人に増加し、そのうち70%が10-20代と若者に多く利用されている。おてつたびをきっかけに実際に就

職や2 地域居住、地方への移住・定住につながった事例も生まれている。こうした仕組みは2019年に日経ソーシャルビジネスコンテストで優秀賞、2020年にジャパン・ツーリズム・アワードで学生が選ぶジャパン・ツーリズム・アワード、スタートアップ賞のダブル受賞、2025年新語・流行語大賞にノミネートされるなど近年注目を集めている。

また、大学の地域連携ワークショップも関係人口創出やサステナブルツーリズムを促進するきっかけになると考える。自治体が実際に直面している課題について、学生チームが連携先の自治体首長はじめ関係者に向けて解決策を直接提案する課題解決型のPBL型ワークショップで、現地を訪問するフィールドワーク、地域住民へのヒアリングを通じて生の声に触れ、地域社会への理解を深めることができる。学生団体の事例で紹介した「田舎留学プロジェクト」も大学のワークショップの5名のグループを発端とし、現在は多くの関係者を巻き込みながら継続して事業を行っている。

地域おこし協力隊も関係人口創出に果たす役割が期待されている。地方交付税措置として、地域おこし協力隊の募集等に要する経費300万円、活動経費520万(1人あたり)、日々のサポート1自治体あたり200万、隊員の起業に要する経費100万円が支給される。活用は平成21年度の89人31団体から増加し続けており、2023年には7200人1164団体と人数では約8倍に増えている。隊員の7割が20、30歳代の若い世代で、任期終了した隊員のうち65%が同じ地域に定住するなど一定程度の効果が出ている。

また類似するものとして、地方圏の地方自治体や三大都市圏に所在する企業等が社員を地方自治体に派遣し、社員の専門的なノウハウや知見の活用した地域独自の魅力・価値を高める活動に従事してもらうことを通じて、地域の活性化を図る取組である地域活性化起業人もある。派遣期間中の社員の給与等に関わる経費については国が年590万円/人を支援する。これは企業、社員、自治体それぞれにメリットがある。企業は、企業の新しい形の社会貢献、多彩な経験を積ませることによる人材育成、シニア人材の新たなライフステージ発見などに寄与する。社員個人としても社会貢献や自己研鑽になる。また、受け入れる自治体は民間企業の専門知識、業務経験、人脈などを活用することができ、外部視点での経営感覚、スピード感で取組を展開できる。2023年は330社の企業と449の自治体がこの制度を活用している。いずれは地域おこし協力隊員のように定住者を増加し各地域自身で成り立つようにしていくことが期待されている。猿渡(2023)が指摘するように、「従来は人口減少は過疎や地方の衰退の問題として、大都市圏への人口集中問題と表裏一体をなすものであった。このため、都市部や産業集積地から得られた所得を再配分することによって地域間の公平性を確保し、国土の均衡ある発展を目指すという方向性が基本であった。」が、2022年には東京圏でも日本人住民人口が減少し始めたようにこれまでどおりの、都市部で得られた所得を再配分するというモデルは持続しにくくなっている。

RQ2では「「関係人口創出の取り組みを持続可能にするにはどうしていけば良いか」について、各ステイクホルダーの課題意識を整理するとともに、近年の新たな取り組みについてもまとめた。地方自治体も学生団体も、メンバーが変更する中での引継ぎが課題としてあがっていた。古くからある制度や、多くの地域で行われている施策であれば引継ぎもしやすいが、より先進的な取組や独自の取組になると難しい。

また、どのような施策をする場合でも、一番重要なのは猪狩らが指摘する「地域の寛容性」や地域住民の理解だと考える。その地域で生活する人がいることを忘れずに、地方創生政策に取り組む必要がある。観光による経済効果が大きかったり、良い観光資源があっ

たりしても、地域住民の理解が得られなければ継続することはできない。そのため、おてつたびやふるさとワーキングホリデー、地域おこし協力隊といった枠組みを活用し、少しずつ地域住民の意識変容を促すことで、関係人口創出にもつなげることができると考える。

第6章 地方自治体に求められる地方創生の在り方

第1節 地方創生の在り方の多様化と関係人口による地方創生の意義

本論文を通して、地方創生の必要性と関係人口に期待される役割や可能性について述べてきた。冒頭で述べたように、地方の人口減少は、地域経済の縮小を呼び、それが人口減少を加速させる負のスパイラルに陥ること、すなわち、地方の弱体化がいずれ大都市の衰退を招く危険性が指摘されていることから、地方の人口減少を食い止める必要があるとされている。地方創生の取組は以前から国や各府省庁が中心となり進められてきたが、特に2014年に発表された増田レポートは大きな転機となった。増田レポートでは、2040年には自治体の半数が消滅するという予測や、消滅可能都市というショッキングな言葉が使われたこともあり、地方都市の人口減少や衰退が加速している現実の危機感が急速に高まった。同年にはまち・ひと・しごと創生法が制定され、地方創生への取り組みが本格的に始動することとなる。これまでの政策の課題として地域に浸透しない表面的な施策、短期的な成果を求める施策を指摘した。それを踏まえ、まち・ひと・しごと創生法では自立性、将来性、地域性、直接性、結果重視の5原則を設定した。近年ではデジタル田園都市国家構想の基、各自治体において自らの現状を分析、把握し、主体的に行動する動きが広がっている。

観光面においては、2003年の観光立国宣言を契機に、訪日外国人が増加し、その旅行消費額、雇用効果は大きく魅力ある観光地域づくりが推進された。同時に、1960年代以降の大量生産・大量消費時代を背景に「観光」が商品化され一般大衆化したマストツーリズムへの批判もあり、新しい観光の形が広がった。その中でも「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」であるサステナブルツーリズムは好循環の仕組みが機能すると期待が高まっている。好循環の仕組みとは、地域資源の保全・維持管理の実施（方針共有、意識醸成、ルールづくり、運営自走化等）、観光収益の地域資源の保全・維持管理への再投資、地域環境を直接守る活動の組み込み（保全活動参加）、観光による地球環境への負荷軽減、地域経済への貢献、交流の創出・拡大といったもので、旅行者がサステナブルな観光コンテンツに参加すればするほど、地域における環境、社会、経済のサステナビリティ向上につながる。現状、日本でのサステナブルツーリズムへの意識や取り組みは少なく、どのように実施していくか運営主体にも課題がある。しかしながら、サステナブルツーリズムへの関心の高さ、観光の経済効果の大きさ、観光客として訪れた人がリピーター、関係人口となり移住に繋がるなどの地方創生に果たす役割から地方創生政策の1つとして注目されている。関係人口とは国が第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で掲げた新しい概念である。移住した「定住人口」でも、観光客である「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる「第3の人口」を指す。関係人口は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待される。

そこで、RQ1「関係人口創出のために各ステイクホルダーはどのように連携していくべきか」、RQ2「関係人口創出の取り組みを持続可能にするにはどうしていけば良いか」を設定し、研究を行った。事例として、新潟県津南町のインターンシップと愛媛県今治市のふるさとワーキングホリデーに参加し、持続可能な関係人口創出を実現させる要点について検討した。

地方で持続的に関係人口を創出していくための条件として、地域特性の理解、地域住民の納得、新たな組織・団体の必要性の3点が重要だと結論づける。地域特性の理解では、地域ごとに異なる実情を理解し地域にあった施策を行うことが重要である。先行研究では観光地化することで地方創生に成功した事例が取り上げられていたほか、観光や宿泊に伴う経済効果の大きさから観光による地方創生に取り組む自治体が見受けられた。しかし、観光地化ですべてが解決するわけではない。後述する地域住民の理解とも重複する部分もあるが、その地域の人、土地、気候、産業構造の構成は地域ごとに異なり、正しく理解することから地方創生政策は始まる。本文中でも述べたように、津南町は住宅の維持のために冬の雪の管理が重要で二地域居住には向かないなど、その地域に合わせた施策が必要である。また、地域住民も自治体や企業任せではなく、自分の暮らす地域について理解することが求められる。地域住民の過疎化への危機意識が足りないという指摘や、住民がこの町をより良い場所にしたいという当事者意識＝シビックプライドの醸成が重要という指摘のように、一人一人の意識や行動も地方創生には欠かせない。

2点目の地域住民の納得では、新たに人を呼ぶ施策をすることも重要であるが、今その地域で生活する人の理解を忘れてはならない。津南町の大地の芸術祭のアンケート結果のように地域住民はそもそも過疎化への危機感があまりなかったり、地方創生をしたいと思っても観光地化したいわけではなかったりする。先進事例集の成功例やその地域で生活していない外部からの助言ではなく、地域に暮らす当事者の声を大切にし、納得感を持ってもらうことで協力・連携が生まれる。

3点目の新たな組織・団体の必要性ではいくつかの団体や組織の取組を整理した。事例研究で参考にしたふるさとワーキングホリデーやおてつたび、Palette や DMO、学生団体など多様な仕組みや組織が近年急速に広がっている。地方創生に取り組む規模が大きくなると、その分ステイクホルダーの数も多くなり、さらにはステイクホルダーごとに観光への関わり度合いや考え方が異なるため、多様なステイクホルダーを巻き込み、まとめていくことは難しいことである。これは学生団体代表三井さんが「町の規模がほどよく、頑張れば主たるステイクホルダーには全員リーチできる小ささ」が活動しやすい」と述べていたことにも関連する。そうした中で、ステイクホルダーが関わるネットワークの形成や、悩みを共有できるプラットフォーム、おてつたびなどの関係人口創出に取り組む企業・組織の活用は、地域住民が気付いていない地域の魅力発見や地方創生への理解・連携の促進に役立つことができると考える。

また、連携していくことと同時に、それぞれの組織が抱える個々の課題を解決していくことも必要である。町役場では、職員の人事異動、学生団体も定期的にメンバーが卒業していく中での引継ぎや関係者との信頼関係構築に課題があった。この点の解決策は本論文で触れることができなかったが、ステイクホルダーに目を向けるばかりではなく、その根底にあるそれぞれの組織の課題解決も重要な視点である。例えば、学生団体は活動に伴う交通費や宿泊費といった負担が大きいことを課題として挙げられており、これには資金面での支援が必要になる。これまで行われてきた地方創生政策も課題ばかりではなく、これからの地方創生政策の基盤になるものが多い。今後は従来の事業の成功と反省を踏まえながら、新たな施策が求められる。

本文中図表 3-4 で示したように、定住人口のきっかけとなるのは、交流人口である。観光

やふるさとワーキングホリデーなどで地域を一度訪れた人は交流人口から関係人口への変化していく。関係人口を創出させることにより、いずれは定住人口に繋がったり、地方経済が活発化したりする。これまで見てきたように従来の国による地方創生政策では、地域ごとに事情が異なることや、資金面での援助に留まっていたこと、短期的な成果を求める施策など、上手く機能しないことが多くあった。そのため、今後は地域を一番理解している地域住民や地方自治体を中心となりながら、国の制度や関係人口創出に取り組み企業や団体の仕組みを利用し、地域にあった地方創生政策で関係人口を増やしていくことが期待される。

第2節 本論文の課題

本論文では地方創生のこれまでの政策や観光にまつわる動向を整理し、サステナブルツーリズムや関係人口創出の仕組みによる地方創生政策の可能性について検討してきた。本論文の課題としては主に2点あげられる。1点目に観光を軸とした地方創生に関する事例の検討ができなかったことである。本文で取り上げた2つの事例のうち、今治市ではサイクルツーリズムの内容が少しあったものの、観光地化よりも過疎化が深刻化しないように現状を維持したい、長期的視点で関係人口を創出したいという趣旨が強かった。観光以外の地方創生も重要ではあるが、ツーリズムの多様化やツーリズムの経済効果も大きいだけに、観光を中心に地方創生に取り組む自治体を調査できれば、より様々な地方創生の可能性を探れたと考える。2点目に解決策の具体性の欠如である。ステイクホルダーの連携が重要なことや、その仕組みを持続させるために、地域住民の理解の必要性や関係人口創出に取り組む企業や団体の例を整理した。しかしながら、より具体的にどうすれば地域住民の理解が得られるのかの手段や住民の理解が得られている地方自治体の紹介などができていない。テーマを絞り、地域住民の理解を促すための施策などを検討する章があれば、関係人口創出の一案として役立てたと考察する。

資料：津南町大地の芸術祭開催までの経緯と効果およびアートによる地方創生事例

津南町の大地の芸術祭の発端は1994年、当時の平山征夫県知事が提唱した「ニューにいがた里創プラン」である。広域市町村が協働して取り組む個性的な事業に対して県が支援し、広域連携と地域活性化を目指した事業で、2000年の第1回の開催から、10年間で事業費の40%(最大6億円)を県が支援した。当初から現代アートを事業のテーマに捉えていたわけではない。食や雪、伝統文化を課題に検討していく過程で、これらの資源の付加価値化を図る戦略としてアートが有効なのではないか、という発想に到達した。そして「越後妻有アートネックレス整備構想」が生まれ、新潟県出身のアートディレクター北川フラム氏が総合ディレクターを務める。1997年度から大地の芸術祭の準備が始まったものの、当初は「理解できない」「そんなものは必要ない」「地域を破壊する」などの疑問や反対が噴出した。1999年に初回開催を予定していたが、1年延期となり住民説明会は4年半で2000回を超えた。大地の芸術祭の事業費の歳入は2000年の第1回が4億7千万、第2回が4億7千万、第3回が6億7千万、第4回が5億8千万、第5期が4億9千万であった。2009年の第4回以降は県の財政的支援は終了し、地元の基礎自治体や民間の寄付・協賛金、そして事業収入を財源にして運営されている。石原(2022)は、「2000年に第一回が開催された『大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ』は、事業規模として現物協賛を含めて約6億5千万円とされている。そしてその経済波及効果について、民間の研究所の推計調査では来訪者の消費支出は約17億円と算出されている。この『大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ』の成功は、その後日本各地の地方自治体の参考となったことは想像に難くない。」としている。実際に、第1回大地の芸術祭総括報告書では計画段階において見込んだ開催効果に対する実施成果、開幕後の効果・波及調査、6市町村で取り組まれた反省会や住民アンケート調査をもとに、以下の12点の総括をしている。①交流人口の増加、②住民参加と人的交流の活発化、③商業・観光業の活性化、④越後妻有の知名度アップ、⑤インフラの整備・公共事業の導入、⑥既存施設の有効活用、⑦文化人・著名人との交流の広がり、国際化、⑧全国企業とのつながり、⑨環日本海圏の中心イベントとしての位置づけ、評価、⑩環境問題とアートに関するソフトの蓄積、⑪子供たちへの教育効果、⑫地域への誇りの構成。里山の風情や越後妻有の豊かな風土に対する共感、および交流をとおして経験した地域住民の温かい人情、それらに対する称賛が多数寄せられている。以後、アートを道しるべに里山をめぐる新しい旅は、アートによる地域づくりの先進事例として国内外から注目を集めている。代表的なものとして、横浜トリエンナーレ、あいちトリエンナーレなどがあげられる。大地の芸術祭の開催地域は津南町だけで行われているものではなく、越後妻有の十日町、川西、中里、松代、松之山の計6エリアで構成されている。十日町市、津南町とNPO法人越後妻有里山協働機構が中心になり、IT企業のトップや実業家、インフルエンサーなどで構成されるオフィシャルサポーター、多数の企業や団体が協働することで2000年から継続して行われている。2022年の芸術祭は4月29日から11月13日まで全145日間で行われ、作品数333点、参加アーティスト38の国と地域263組、来場者数約57万人と経済効果や雇用・交流人口の拡大をもたらしている。こうした取組は、地域づくり総務大臣表彰(2007)、ニューツーリズム開発部門賞及び審査員特別賞(日本旅行業協会)(2009)、エコツーリズム対象特別賞(環境省、日本エコツーリズム協会)(2015)など数々の賞を受賞している。アートによる地域活性化には先進研究が多くある。王・坂本ら(2023)は3年に1度開催されている瀬戸内国際芸術祭の来訪者らを対象に調査を行い、「多くの住民が、日常生活の中でそうした作品の鑑賞を楽し

んでおり、自分の居住地域にアート作品が置かれている事を好意的に感じている。芸術祭の開催は、住民にとってアートを身近に感じられるようになっただけではなく、自分の居住地域の価値を再認識する機会にもなっている。さらに、訪れた観光者との交流を楽しんでいる住民もおり、特に若い人や外国人など普段店に訪れない人々との交流が生まれている。こうした点は、芸術祭が地域社会にもたらした良い影響と捉えられる。(中略)芸術祭の開催は個人や店舗に経済的な利益をもたらすことは少ないものの、地域を活気づけ、島外からの観光者と交流する機会を生み出したことは住民にとって良い影響を与えているといえる。」と地域住民と来訪者の双方に良い影響があったとしている。さらに、吉田(2019)は「大地の芸術祭は、こうした観光資源の開発という側面も見せる一方で、国際文化交流にも力を入れている。文化交流拠点として、2009年に「オーストラリア・ハウス」がつくられたが、2016年に奴奈川キャンパスそばの空き家を改修して「中国ハウス」が、2018年に上郷グローブ座と同敷地内に「香港ハウス」がつくられた。海外からの来訪者は、大地の芸術祭2015では全体の1.8%だったが、大地の芸術祭2018では8.7%と急増した。と指摘する。海外からの来訪者は、日本政策投資銀行地域企画部(2017)が指摘する「国際観光市場の成長」という点に関して、2024年の訪日外国人旅行消費額は8.1兆円で、インバウンド消費額の製品別輸出額では自動車に次ぐ規模の大きさであり経済効果が期待される。市野ら(2021)も外部からの来訪者について、「作品を観るために地域内外から訪れた人々は芸術祭の会場・作品一覧のマップに記載された宿や名物料理の店、地元名産品を売る店などを巡り、泊まり、食事し、土産物を買って求めた。」と述べた上で、短期的ではなく「当初は大規模な野外美術展イベントであったが、回を重ねるごとにアーティストやボランティアが地域コミュニティへと介入し、過疎と空き家問題がテーマ化することで、空き家や廃校での作品展示やそれらを新たな施設として活用することへとつながっていった。」とより長期的に、地域の深いところまで根ざすようになったとしている。しかしながら、市野ら(2021)が町民を対象に行った調査では、津南町に観光客をよんだり、観光地化したりしたいわけではなく、目指しているのは芸術祭をしなくていい町であるとのことだった。実際にアートプロジェクトを通して廃業した店舗を使いながら活動を続けたことで地域の良さを知ってもらったり、新しいお店が増えたりはしたが、しかしそのお店が必要としているのは市内、せいぜい県内からの客であった。吉田(2019)が「各会場・地域の視点からみれば、芸術祭が短中期的に個別の地域コミュニティ形成に寄与し、地域課題解決に資することが、芸術祭の目的、効果として、注目していくべきだ。」と述べているように、観光地化することよりも、その地域に根ざし、その地域の活性化に貢献することが重要だという見方もできる。例えば、大地の芸術祭の拠点となっている越後妻有「上郷グローブ座」は2012年に閉校した新潟県立津南町立上郷中学校をリノベーションしたもので現在は、作品の展示だけでなく音楽・ダンス・演劇の発表の場、レストラン、宿泊施設として地域に愛され広く活用されている。

文献一覧

- 1.天野徹(2025)「デジタル田園都市国家構想の到達点と残された課題についてー大胆な規制改革の社会実装に求められる文系領域の知ー」明星大学社会学研究紀要
- 2.石原康臣(2022)「地域芸術祭と学生教育についての研究ノート」大正大学地域構想研究所
- 3.磯崎初仁(2021)「地方創生施策の展開と地方分権ー『目標管理型統制システム』の有用性ー」自治総研通巻 511 号 2021 年 5 月号
- 4.市野澤潤平・碓陽子・東賢太郎(2021)『観光人類学のフィールドワークーツーリズム現場の質的調査入門ー』ミネルヴァ書房
- 5.一般社団法人移住・交流推進機構(2024)「地域おこし協力隊の現状と課題ー令和 5 年度 JOIN 地域おこし協力隊アンケート集計結果の概要ー」
- 6.田舎留学プロジェクト【南伊豆町公式】HP(最終閲覧日 2025/10/20)
- 7.猪狩典子・藤田建次・谷口翔太郎(2025)「地域循環型社会の実現に向けた諸課題と展望ー関係人口の創出、文化・自然等の地域資源の活用に関する実証研究を通じた考察ー」計画行政第 48 巻 2 号
- 8.今治市(2021)「今治市都市計画マスタープラン」
- 9.今治市 HP「今治市の統計 令和 6 年度版(令和 7 年 3 月改訂)」(最終閲覧日 2025/10/07)
- 10.江野泰子・白肌邦生(2025)「持続可能な地域づくりの価値共創：新潟県湯沢町の活性化事例の分析」サービソロジー論文誌 9 巻 1 号
- 11.えひめ暮らしネットワーク HP(最終閲覧日 2025/10/20)
- 12.愛媛県今治市(2024)「市民が真ん中未来づくり戦略(第 2 期)今治市まち・ひと・しごと創生総合戦略」
- 13.王倚竹・坂本優紀・付凱林・川添航・薄井晴・鈴木修斗・中山玲・劉逸飛・綾田泰之・杉谷大樹・松井圭介(2023)「アートイベントを通じた地域活性化が住民に与える影響ー瀬戸内国際芸術祭 2022 を事例にー」人文地理学研究
- 14.大阪屋商店「津南とともに大阪屋商店」(最終閲覧日 2025/06/15)
- 15.大野富彦(2022)「地域連携 DMO の活動展開プロセスーDMO とステークホルダーの関係からの考察ー」観光マネジメント・レビューVol.2
- 16.岡田知弘(2020)『地域づくりの経済学入門ー地域内再投資力論ー(増補改訂版)』自治体研究社
- 17.小田宏信(2021)「地域再生・地方再生・地方創生政策の経過と現在ー持続可能な地域づくりのためにー」サステナビリティ教育研究第 3 号
- 18.おてつたび HP「おてつたびとは？」(最終閲覧日 2025/6/15)
- 19.株式会社池田鉄工所 HP「鉄骨工事、管工事 株式会社池田鉄工所」(最終閲覧日 2025/06/15)
- 20.株式会社高橋工務所 HP「株式会社高橋工務所ー地域と共に歩む未来を創造する建設業ー」(最終閲覧日 2025/06/15)
- 21.株式会社前田製作所「MAEDA SEISAKUSHO CSR 2021」
- 22.公共財団法人東京観光財団(2023)「地域のサステナブル・ツーリズム推進事業調査結果報告書」
- 23.国土交通省「各府省庁の最近の取組等」
- 24.国土交通省(2024)「令和 6 年版国土交通白書 2024ー持続可能な暮らしと社会の実現に向けた国土交通省の挑戦ー」

- 25.国土交通省(2024)「インタビュー『ゆきみずだいちつなんまち』持続可能な町の実現への挑戦」(最終閲覧日 2025/10/10)
- 26.国土交通省観光庁「観光地域づくり法人(DMO)とは」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 27.国土交通省観光庁「サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりに向けた事例集ー観光庁「令和5年度サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業」の内容に基づいてー」
- 28.国土交通省観光庁「令和5年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」調査結果」
- 29.国土交通省観光庁(2023)「持続可能な観光の実現に向けた先進事例集」
- 30.国土交通省観光庁観光地域振興部観光地域振興課(2024)「観光地域づくり法人の現状及び課題ー観光を巡る動向を踏まえてー」
- 31.国立社会保障・人口問題研究所(2023)「日本の将来推計人口ー令和3(2021)～52(2070)年ー附：参考推計令和53(2071)～102(2120)年」人口問題研究資料第347号
- 32.才原清一郎(2021)『観光による地域活性化ーサステナブルの観点からー』創成社
- 33.猿渡知之(2023)『超高齢時代を乗り切る「地域政策」ー地域政策構想技術リスクリテラシー』大正大学出版会
- 34.塩見正成(2021)「観光地域づくり法人(DMO)の分類と課題の検討」『都市経営研究 e』16巻1号
- 35.全国小さくても輝く自治体フォーラム「会員自治体の紹介」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 36.総務省「ふるさとワーキングホリデー」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 37.総務省「地域力の創造・地方の再生」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 38.総務省地域力創造グループ地域自立応援課(2022)「関係人口の創出・拡大に向けた取組について」
- 39.大地の芸術祭「津南ー巡る」(最終閲覧日 2025/06/16)
- 40.高坂晶子(2020)『オーバーツーリズムー観光に消費されないまちの作り方ー』学芸出版社
- 41.津南町観光協会公式サイト「大阪屋商店」(最終閲覧日 2025/06/15)
- 42.釣井伸一郎(2024)「政府データと事例調査からみる地方創生の現状と課題」教育経済学研究 Vol.6
- 43.十日町市観光協会「道の駅『まつだいふるさと会館』(国道253号)」(最終閲覧日 2025/06/15)
- 44.十代田朗(2024)『新しい観光学ー観光とリゾート、そしてオルタナティブツーリズムー』小柳学
- 45.内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局「デジタル田園都市国家構想」(最終閲覧日：2025/05/01)
- 46.内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局内閣府地方創生推進事務局(2024)「地方創生10年の取組と今後の推進方向」
- 47.内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 48.内閣府「女性活躍推進法『見える化』サイト」(最終閲覧日 2025/5/14)
- 49.中根雅夫(2010)『地域を活性化するマネジメントー「地域力」を強くする3つの視点』同友館
- 50.中野宏幸・高梨博子(2024)「イタリアヴェネト州の観光政策の戦略的展開ーステークホル

- ダーとの連携の取組に着目してー」第39回日本観光研究学会全国大会学術論文集
- 51.新潟県津南町(2016)「まち・ひと・しごと創生総合戦略津南町人口ビジョン」
 - 52.新潟県津南町(2016)「津南まち・ひと・しごと創生総合戦略」
 - 53.新潟日報デジタルプラス「津南町『ニュー・グリーンピア津南』土地・建物売却へ2社が応札」(最終閲覧日 2025/06/15)
 - 54.西野勝明(2022)『構造的変革期の地域マネジメントと地域創生』時事通信社
 - 55.西山敏樹・常盤拓司・鈴木亮子(2015)『アカデミック・スキルズ 実地調査入門ー社会調査の第一歩』慶応義塾大学出版会株式会社
 - 56.日本政策投資銀行地域企画部(2017)『観光 DMO の設計・運営のポイントーDMO で追求する真の観光振興とその先にある地域活性化ー』ダイヤモンド社
 - 57.日本創成会議・人口減少問題検討分科会(2014)「成長を続ける 21 世紀のために「ストップ少子化・地方元気戦略」
 - 58.ニュー・グリーンピア津南「会社概要」(最終閲覧日 2025/06/15)
 - 59.農林水産省「新規就農の促進」(最終閲覧日 2025/5/14)
 - 60.農林水産省「「農泊」の推進について」(最終閲覧日 2025/4/9)
 - 61.狭間恵三子(2023)『瀬戸内国際芸術祭と地域創生ー現代アートが交流がひらく未来』学芸出版社
 - 62.濱田恵三・伊藤浩平・神戸一生編著(2018)『地域創生の戦略と実践』晃洋書房
 - 63.復興庁 HP「東北の観光復興の取組について」(最終閲覧日 2025/4/8)
 - 64.丸上雄哉・出口敦(2018)「ロケツーリズムを契機とする観光振興に向けたプロセスと課題に関する研究ー千葉県館山市と南房総市を事例としてー」公益社団法人日本都市計画学会都市計画論文集 Vol.53 No.3
 - 65.盛山正仁(2011)『観光政策と観光立国推進基本法第2版』ぎょうせい
 - 66.文部科学省 HP「国際教育」(最終閲覧日 2025/4/8)
 - 67.山内弘隆・山本史門・山崎茂雄・川口明子(2022)『観光経済学ー理論とデータで学ぶ』有斐閣
 - 68.山住修平・柴田久・石橋知也(2007)「まちづくり交付金の現状と課題に関する基礎的考察」日本都市計画学会都市計画論文集 No.42-3
 - 69.ゆきぐに信用組合「特色ある取り組み」(最終閲覧日 2025/10/10)
 - 70.ゆきぐに信用組合 HP「ゆきぐに信用組合」(最終閲覧日 2025/06/15)
 - 71.吉田隆之(2019)『芸術祭と地域づくり”祭り”の受容から自発・協働による固有資源化へ』水曜社
 - 72.吉田竹也(2023)「観光の定義の困難さについてー概念の脱構築から観光の周縁の記述へー」『人類学研究所研究論集』第12号
 - 73.吉田春生(2010)『新しい観光の時代ー観光政策・温泉・ニューツーリズム幻想』原書房
 - 74.吉田雅彦(2022)『地域マネジメントー地方創生の理論と実際ー(改訂版)』鉾脈社