

観光地としての北海道の最大の課題 ～ 観光振興に先んじての小町村市街地の再生 ～

The Most Important Question to Promote Tourism in Hokkaido

目黒聖直*1

MEGURO, Masanao

北海道全体の観光振興のためには、観光以前に街の再生が必須であって、それに成功したときに、よその人たちにも魅力的な街になって、多くの観光客が訪れることになるであろう。

キーワード：市街地の再生、ハードの整備、まちづくりの後に来る観光

1 本稿の主張

国内では有数の観光地としてのステイタスを確立している北海道だが、まだまだ観光に関する課題は多い。観光地へのアクセスの問題とか、サービスの質とかいった指摘を聞くこともある。確かに重要な問題であるに違いない。しかし、北海道全体で見た場合の最大の問題は、観光客が目指す場所がいくつかの都市（札幌、函館、小樽、最近では旭川も）といくつかの地域（美瑛・富良野、ニセコ、釧路湿原、知床、冬のオホーツク等）に限られ、その他の多くの地域には殆ど観光客が訪れないということであろう。そして、その状況を変えるには、観光振興を考えるよりも前に、今は寂れていて、街として必要な機能を果たしていない道内各地の市街地の再生を図ることが先決であり、それができれば、結果として、そこがまち歩きを楽しめるような魅力あるものになるだろう、というのが、本稿で主張したいことである。市街地とは、本来、行政機関が集中し、交通の要衝となり、そして、なによりも商業が集積しているという地区であるが、今日では過疎化の進行とも並行してその衰退が著しい。

以下では、特に人口数千かそれをやや上回る程度の小町村を念頭に、市街地の活性化とその観光への効果について、考えてみたい。

2 北海道観光の問題点

筆者自身の外国旅行の経験というと欧州諸国とニュージーランドの限られたところへの訪問しかないから、以下の例示の大部分も伝聞によるものではあるが、海外の例を考えたとき、素晴らしい自然の景観で知られる観光地の起点になる街、たとえば、英国湖水地方の観光拠点ウィンダミアにしても、ノルウェーのフィヨルド観光の拠点となるベルゲンにしても、街自体が大変に美しい。つまり、真に観光地というからには、自然と同様に街並みも素晴らしいものでなくてはならない。そのことは、アルプスの眺めを求めて人が来るにせよ、麓の街だってこの上なく美しいスイスのことを考えれば自明だろう。

そもそも、欧州の地方中小都市など、街の美観そのものが人々の心を惹きつける。小さな村も

*1 北海道開発局勤務（執筆時）

美しい。たとえば、コッツウォルズの蜂蜜色の村やアンダルシアの白い村。多くの観光客が訪れ、当然、観光客のための宿泊施設も繁盛する。

翻って、北海道の場合、自然の風景は観光客を魅了するに十分に美しい。だが、町村の街並みはどうだろうか。残念ながら、淋しくみすぼらしい光景が広がっていることが多いと言わざるを得ない。大抵の街は、寂れてしまって、日曜日の昼下がりですら人っ子一人見られないゴーストタウンの様相を呈しているから、訪れても楽しくない。店が開いていないから、街を歩いていて立ち寄りところもない。全国的に問題になっているシャッター通りの言葉が思い出される。

そして、帯広や釧路のような主要都市でさえ、駅前にはビジネスホテルが並ぶのみという中、小さな町であれば、なおさら、欧州のような4つ星、5つ星級の寛ぎの滞在を楽しむホテルなど殆ど考えられない。だが、観光客はそれで困らない。空港や駅に着いたら、観光バスかレンタカーで郊外に向かい、自然の景色を堪能した後で温泉旅館に泊まるのだから。つまり、先に挙げた美瑛・富良野、ニセコ、釧路湿原、知床等の場合、都市型観光ホテルが比較的集中している富良野は別として、大抵は近くに有名な温泉街がある。ニセコ・洞爺、阿寒、ウトロなどの各温泉だ。それゆえ、観光客の大部分は自然景観を堪能したあとは温泉地に宿泊するから、有名温泉地を抱えない町村にあっては、金は殆ど落ちないということになるはずである。

もちろん、日本独特の温泉旅館のよさを否定するものではない。しかし、自然の風景と温泉旅館（もしくは主要都市のビジネスホテル）がセットになっているというパターンが続く限り、観光客は町村の市街地に滞留せず、また宿泊せず、ということになり、いわゆる人気観光地のみが観光客で賑わうという状況はいつまでも変わらないであろう。

要するに、現状、北海道が観光地であるというのは、いくつかの都市と地域がそうだけというだけであって、全道179市町村の多くは、観光とは無縁の状況にあると言わざるを得ない。それに対して、歴史的な遺産や後背地の魅力的な自然景観等の有無に左右されず、どこでも等しく観光客を惹き付けることができるというための最も有効な方策は、街並みの魅力によって街自体が観光の目的となること、すなわち街を訪ねたいと思わせることである。

これこそが、観光地としての北海道の最大の課題であると考ええる。

写真は、北海道と欧州の町の街並みを対比したものである。右の写真は、我が国では殆ど知られていないルクセンブルグの田舎町であるが、左右どちらの街により行ってみたいと思うだろうか。ちなみに、左の写真は岩内町で撮影したものであるが、同町の名誉のためにも、これは決し



写真 北海道と欧州の町の街並みの対比（いずれも筆者撮影）

て最悪の例ではなく、道内では極々一般的な光景であるということは強調しておきたい。

3 街の観光の例

江差、せたな、奥尻の関係自治体・民間団体からなる奥尻航路活性化協議会では、「日本海フットパス」なる3町のまち歩きマップを作成している。自然の中を歩くフットパスの行程に市街地が組み込まれている場合はあろうが、街だけのマップ作成というのは大変珍しい取り組みだと思う。

3町のうち、せたなを訪れたことがある。いわゆる平成の大合併で三町が合併してできた同町の役場は北桧山区（旧北桧山町）にありながら、観光協会は瀬棚区（旧瀬棚町）にあることからわかるように、三本杉岩など観光資源は瀬棚区に多く、北桧山区の方は特筆すべき自然景観には恵まれていない。しかし、だからこそ、訪れる人をまち歩きに誘い出そうという試みは高く評価されるべきであろう。このマップでは北桧山区と瀬棚区の市街地図及び歩いてまわるときの推奨ルートが記載されている。正直なところ、両者とも、格別に美しい街並みとも思えないが、それでもマップを頼りに歩いてみれば、それなりに楽しい。観光資源には恵まれていない北桧山だが、地元の歩行者が比較的多く見られたのも興味深かった。

外国並みとまではいかななくても、老朽化してややみすぼらしい建物がもう少し綺麗なものになれば、まち歩きももっと楽しいものになるであろう。

4 まち歩きの魅力と街並み

せたな等三町のまち歩きマップの試みは貴重なものだが、道内の多くの町村では、街を歩いてもらおうという発想自体が殆どないように思われる。

たとえば、観光センターにて入手した道内の主に人口一万人以下の29町村の観光パンフレットを開いてみると、驚くことに、その町村の市街地の街並み（パンフレットならずともお馴染みの札幌のテレビ塔展望台から見た大通公園の両側にビルが続く景色や、小樽の道路を挟んで右側に運河、左側にクラシックな建物という風景を想起されたい。）の写真が掲載されたパンフレットは僅かに三町のみであり、その写真も小さくて目を凝らさなければ見逃すほどだった。それどころか、29町村の観光パンフレットには、多くの場合、域内の全域図と市街地の拡大地図が掲載されているのだが、四町村のパンフレットには市街地図すらなかった。

厳しく言ってしまえば、見てもらうべき美しい街並みがないのである。それゆえに、市街地図がない、すなわち、来訪者があることすら想定していない場合もあるということであろう。

とは言え、だから街中に観光客向けに張りぼてでもいいから綺麗な建物を並べろということではない。それならば、ディズニーランドのようなテーマパークや外国の街を模したアウトレットモールになってしまう。さりとて、すっかり寂れた街中に、地元の人は滅多に利用しない超高級レストランか何かの壮麗な建物をつくったとしても、それでは街から浮いてしまうだけだ。

NHKが放映している「世界ふれあい街歩き」という番組が、グルメもアトラクションも殆ど登場せずに街の景観を映し続けているだけで番組が成立しているという事実が示すように、本来、まち歩きというのは、旅の中でも最も基本的、かつ味わい深いものである。そして、欧州でのまち歩きにせよ、昔の姿が綺麗に保存されている大内宿や妻籠・馬籠のそぞろ歩きにせよ、人々をそういうことに駆り立てるのは、観光客にとって、地元の人々のそこでの生活が肌で体感できるの

が楽しいからである。そこが、地元の人々の普段の生活の場であることが大切なのだ。温泉街など我が国で観光地と呼ばれるところは、みやげ物店が軒を並べ、地元の人々は殆ど近寄らないが、まち歩きにふさわしい街は、観光客が地元の人に混じりこんでいくところなのである。

女性ならば、地元の市場やスーパーで、地元でしか売られていないものを見つければ、珍しがつて暫くその場を離れないであろう。例を挙げれば、北海道では、赤飯に甘納豆を入れるとか、蛸の頭を刺身で食べるとか、本州以南では見られない食習慣がある。地元の人間には当たり前と思っていることが、よそ者にはとても面白い。だから、惣菜コーナーや海産物売り場でそういうものが販売されているのを見ることが大きな楽しみになる。甘納豆入り赤飯のような北海道の全域に広がるものではなく、ある町だけで見られる食べ物なり品物なりだったならば、もっと面白いかもかもしれない。なにも、地域が世界に誇るブランドの製品や名産品がなければならぬということはないのだ。

そして、まち歩きには、目を見張るような壮麗な歴史的建造物も、世界的に有名な美術館も、必要なわけではない。たとえば、『フランスの「美しい村」を訪ねて』（辻啓一・角川テーマ21）に出てくる村々は、大聖堂がある場合こそあるものの、基本的には、目立つような商店も産業もないひっそりとしたところのようである。そういうところに、年間何万人、何十万人という観光客が押し寄せるといふ。あるいは、筆者自身、十数年前に、スペインはセビリアに近いカルモナという村に泊ったことがある。当時の『地球の歩き方』（97～98年版）にはこの村のことは一行も記載されていなかったから、どこかに名所があるのかはわからなかったが、普通の路地を歩くだけでもなんと風情があつていいのだ。ちなみに、最新の『地球の歩き方』（13～14年版）にはこの村が2ページに渡って特集されている。欧州の場合、ガイドブックで観光都市と扱われる街とそうでない街の魅力は、紙一重だといふところだろう。

もちろん、欧州の町や村は、何百年も昔からの趣のある建物が綺麗に保存されており、それと同じものを北海道の町村に求めることはできるはずもない。ただ、北海道の町村が全世界から観光客を呼ぼうとするのならともかく、当面はせいぜい国内の観光客が少しでも立ち寄ってくれればいいといふところから始めるのであれば、伝統的街並みがなくても全く困ることはない。全国から観光客が集まる小布施（長野県）中心部の街並みは、昔の町の雰囲気を意識しつつ、ここ三、四十年の間に整備したものである。当別町のスウェーデン・ヒルズの例も興味深い。ここは観光地ではなく住宅地であつて、決して観光客を呼ぶ取組をしているところではないと思われるのだが、道内の観光雑誌にここの遠景写真が掲載されて、紹介されたことがあるのだ（『じゃらん北海道』2013年版）。

綺麗な場所であれば、黙っていても人は集まるといふことだろう。少子高齢化の時代を迎え、高齢者ほど、アトラクションを楽しむより静かに時を過ごしたい人といふが多くなるはずだから、そういう意味でもゆっくりと寛ぐことができる街が望まれている。

5 発想の転換～観光振興の前に

現在の北海道は、自然景観は一流だが、町村の市街地が寂れ過ぎていて、観光の拠点とも、観光の目的地そのものともなることができていない。

ではどうしたら、観光客が訪れる美しい街ができるのか。

そのためには、まずは発想の転換が必要である。

北海道は観光地だから自分の街も観光を振興しなくてはならないと考える前に、もっと本質的なことに取り組もうということだ。すなわち、自分たちの街を自分たちのために甦らせることだ。地元の住民が地元の街を、生活者として住みよいまちに変えていくことこそが必要なのである。

『商店街再生の罨』（久繁哲之介・ちくま新書）では、レトロな雰囲気の商店街として全国的に有名になったものの地元客の足が遠のいた九州のある商店街を批判して、「地元市民のために、生活インフラ機能を強化してリピート客を増やす」べき商店街の活性化施策が必要なのに、まちおこし（＝観光振興）、すなわち、「知名度の低い町が、観光資源や特産品など地域資源を開発・発掘することで、一見の観光客を集客できて、地域全体の知名度や経済力を高める」ことに走っている旨の指摘をしている。観光よりも地元住民の生活のためのまちづくりが先決であるという本稿の趣旨と軌を一にするものであると思う（ただし、同書は、全般的に公共事業やハコモノには批判的であるが、筆者自身は、過疎化等による衰退が進んだ北海道の小町村の市街地では、ハードの再整備は絶対的に重要であると考え）。

最近では、観光まちづくりなどという言葉もあるが、それよりも地元の人たちのためのまちづくりとしての市街地再生こそ先決である。観光振興は、その後についてくるものなのである。

6 市街地再生の考え方

観光振興には遠回りではあるが一番確実な方法なはずである自分たちの街を甦らせるということ。それにはどうしたらいいのか。

考えるべきは、なによりもハード（建物とその周辺施設）の整備が基本だということである。すなわち、街並みを構成する建物や施設が美しく、かつ機能的に整備されている必要があるのだ。

世の中では、B級グルメなどと言って名物料理を開発したり、新しいイベントを立ち上げたりして観光客を呼ぼう、まちおこししよう、という動きが活発である。その努力は大いに買うことができるが、一方で、ともすれば、そういうことに力を注ぐあまりにハードの整備という最も大切なことに目をつむる結果になっていないかと懸念されるところもある。一時の東京発の偏ったマスコミ報道により、「無駄なハコモノ」という言葉が定着してしまっているが、どんなに上質の料理を出し、どんなに従業員のサービスがよくとも、建物が老朽化した高級リゾートホテルというのはこの世に存在しないように、そこで人々（生活者としても、観光客としても）が時間を過ごすためには、まず街のハードが整備されていることが必須だということだ。

勿論、ただ形だけのハードの整備をすればいいというものではない。かつての「無駄なハコモノ」は、その点に問題があったのだと思われる。そこが人々の生活の基盤となる、人が集まりやすい空間をつくりあげていくためには、ハードに思想を吹き込んでいく必要があるのだ。綺麗に再整備したのに人の行き来のない町の大通りをたまに見るが、人通りがないのは、自動車中心で歩行者が行き来しにくい構造になっているなど、人々の生活の基盤にするという観点が希薄であったためだというわけだ。

人々の生活の基盤とするためには、郊外型ショッピング・センターに客を奪われて壊滅した商店街を立て直すための検討が必要だろう。また、少子高齢化社会の中で増加する高齢者、特に独居高齢者に暮らしやすい街にする必要もあろうし、そのためにも、地元のコミュニティーのあり方

も検討したい。その結果をインフラ整備に反映していかなければならないわけである。

このようにしてこそ、市街地の再生が果たされるのである。

7 ハード整備の考え方

地元の人が暮らしやすい街のためのハード整備の方向性としては、以下の二点が重要である。

① 郊外の一軒家で一人暮らしをしている高齢者を吸収する意味合いも含めて、町の中心部たる市街地に人が住むように誘導すること。そのために必要な集合住宅（マンション等）を整備すること（街中居住の推進）

② 自動車がなくても生活できるような建物や施設整備を行う（歩いて暮らせるまちづくり）一方で、広い郊外地域から自動車で市街地を訪れる場合の駐車スペースを確保すること

現状、家屋が郊外に必要以上に分散している中であって、①のように市街地に住民が戻ってくれば、そこに様々な財やサービスへの需要が発生して、商業の活性化にもつながる。

最近では、除雪の負担を限界に感じている高齢者の増加等も背景にあつてか、比較的小規模な町村の中心市街地にも、サービス付き高齢者向け住宅が建設される状況が見られる。しかし、建物内でのサービスに満足して外出もしなければ、近所の商店街は潤わない。健康そのものという活動的な高齢者や、独身者を中心に若者も住まうような一般向け集合住宅（町営でも民営でも）の建設が進むことが期待される。

②についてであるが、現在の北海道の各町村の市街地は、過疎化で使われなくなった建物が撤去された等の結果、現存の建物と建物の間隔が遠く、結果として、店舗間の距離が離れて行き来が大変になっているから、町民も商店と商店の間を自動車で移動することになり、自動車がないと行動できない街になってしまっている。このままでは増加する運転のできない高齢者が買物難民になるといった問題が懸念される。したがって、街中に住む人が歩いていけるようなところに、日常に必要な最低限の財やサービスを供給できるいくつかの店舗を集約化することが必要である。これだけ郊外型ショッピングセンターが主流になっている今日にあつても、地方の街中に残っている店舗もあるが、店舗の建物は老朽化している場合も多いし、古くからそこに立地している場合、今となつては必ずしも店舗同士が機能的に並んでいるわけでもない。街の中心に、地元に必要な店舗の集積を図り、場合によっては、ひとつの建物の中に街の店舗をすべて収容してもいいかもしれない。そうすれば、ちょっとした街中ショッピング・センターの誕生である。その際に、欧州の街で広場を中心に歩行者天国が展開しているごとく、中心街の一定の区域では自動車をシャットアウトして歩行者用の道路を再整備することも考えてよい。

一方で、その町村の郊外地域から自動車で市街地を訪れる町民のための駐車スペースも必要である。北海道ではどうしてもある程度は民家も点在せざるをえない（農家など）から、いくらコンパクトシティなどと言っても、すべての住民が街中で徒歩だけで生活することは不可能であり、移動手段として自動車は不可欠である。もとより、人口流失等により街中には多くの空き地が見られるようになっており、これをうまく整理して駐車場とし、自動車で来訪する人たちの利便に供すべきである。明日のまちづくりには、街中の駐車スペースと歩行者専用道との上手な組合せを考えていく必要があるのだ。

いずれにしても、市街地の中心に、集合住宅と商業・サービスの集積した建物あるいは建物群

を再整備することによって、市街地の再生が図られ、見た目も美しい場所になるはずである。

8 具体的な整備の進め方

もちろん、このような街の再整備にはカネがかかる。集合住宅をつくろうという場合、公営住宅なら自治体に財政的な余裕があるかということになるし、民間でつくるにしても、小さな町に果たして十分な需要があるかということで地元企業も二の足を踏むかもしれない。しかし、このままではどの町の市街地も衰退の一途を辿るだけだし、それではいけないという思いは、地域の方に話を聴いても感じられるところである。

であれば、勇気を奮って、市街地の再生を始めるしかない。その場合、役所主導の再開発事業というよりも、地元商店街等の住民が参加して街全体で取り組むことが望ましいが、それには小さい町村の方が小回りも利いて容易であるに違いない。本稿では、いきなり街並み全体の再整備を進めることが必要という主張であるかのような印象を与えたかもしれないが、そんなことは現実的には資金その他の面から不可能である。まずは一棟、二棟と、出来る範囲から始めて、少しずつ面的な整備に進めていきたい。

ところで、世の中の議論は、まちづくりはかくあるべきという理想論が先行して、その実現に向けての具体論が欠けているような気がするが、されば実例を見てもよいとしても、一万人程度の町にとって参考とすべき事例は多くはない。よく知られているものは、小布施町の街並み整備くらいではないだろうか。この例で特に注目したいのは、街の全域が再整備されているわけではなく、「栗の小道」や北斎館の周辺一帯のいわゆる修景地区の建物や施設に限って整備されているということだ。数年前に訪れたときは、駅前などはむしろどこにでも見られる寂れた町の駅前であった。すなわち、最初は、点（一棟、一箇所）の整備でも、徐々にそれを線や面に広げていくという息の長い努力が必要だということである。

ちなみに、北海道にあっても、人通りのあまり多くない街中であって、賑わいを示している場所のある場合がある。街の中にある道の駅（夕張、真狩、奈井江、寿都等）がそれである。あるいは、フラノマルシェも、観光客の多い土地柄であるという意味でやや特殊な例ではあるが、街中であって賑わっている。ただ、これらの施設の場合も、よそ者（観光客）を相手にして地元の人々の利用が少ないということも一因となつてか、その場所だけの賑わいとどまり、人出が周りに波及しないようである。その意味でも、ある程度の広がりをもった面的な街の再整備をして、そこでは人が行き来するという状況を作り出す必要があるのである。

9 市街地再生に向けてのイメージ

市街地再生に向けて、まずは一定の広さの部分だけでも整備を進めたい。そのイメージを示す。

今は列車本数も減って乗客の乗り降りも少ない鉄道駅の寂れた駅前。ここに、2～3棟の集合住宅、たとえば3階建ての低層マンションが現れる。建物前には、花壇が設置されていて、住民の手による色とりどりの花が咲いている。

集合住宅前の自動車の進入を禁じた歩行者用道路を挟んで、対面には、多くの地元商店が入居したショッピング・センター。この建物内には店内で購入した商品を食べることができる無料休憩スペースがあつて、列車を待つ高校生たちが宿題をしたり話し込んだりしている。夏には、建物

前の歩行者用道路にテーブルやイスが置かれて、屋外のカフェとして軽食を楽しむこともできる。歩行者用道路の路面はアスファルトではなく、敷き詰められているのは、タイルか、石か、レンガか、はたまた、木材か。そして、ショッピング・センター横の空き地となっていた場所を駐車場に転用しているから、郊外の住民も買物に訪れることができる。

もっとも、冬には一帯も雪で覆われるから、これら建物群や駅舎の入口の間を結ぶ動線上には屋根が設けられている。それがちょっと独特の外観を作り出しているのだが、この屋根のおかげで、人々は傘や帽子がなくても建物間を気軽に行き来できる。

このような建物群は住民の利便を考えて建設されたものだ。しかし、こんなところなら、よそ者のあなた（＝観光客）でも、ドライブの途中にでもちょっと立ち寄ってみたいと思うのだが、いかがだろうか。

10 まちづくりの後に来る観光

観光に関するレポートを書こうとして、一見観光とは関係のないまちづくりに関して、ずいぶん紙幅を費やしてしまった。かなりの回り道をしてしまったように見える。しかし、まさに、この回り道の過程こそが、北海道の観光振興に不可欠のものに思える。

観光客を集めることは、ただ単に「来てください」と叫ぶだけでは実現しない。見せるものがある初めて、「それを見に来てください」と言えるのである。だから、見せるべき街並みを築きあげることが必要なのである。ただ、それは観光客相手の特別なものではなく、地元の人々が生活するに快適な地元の人間のためのもの、そういうものが整備されることによって、生活の匂いのする街並みを興味をもって見物する人がやってくるということになる。

すなわち、「観光」は、まちづくりの後に来るということだ。

それはまた、生活者のためのまちづくりが、結局のところ、観光客が訪れやすい街になるということでもある。先に挙げたイメージで言うならば、自動車（レンタカー）で訪れる人のための駐車スペースが整備されていて、そこにクルマを止めれば、そこからは歩いて街の風景を楽しむということだ。そこに店があれば、観光客も、その地域でしか売っていない地元の店がつくる食品を土産に買ったり、来訪前の予想より寒かったときに羽織るための衣服を買ったりできる。逆に言うと、今は、どの街にあっても店が点在していてどこにあるのかわからないか、入店しづらいという状況なので、そんな形で観光客がカネを落としていってくれることも滅多にない状態なのだということである。

また、壁の色がくすんだ建物が並ぶ今日の街並みの中で、カラフルな入口や窓を持つ西洋料理の店が出現しても場違いな印象を与えるおそれがあるが、先に挙げたイメージの街並みの中でなら景観の中に溶け込みそうである。すると、若いときにこの小さな町を飛び出して、札幌か東京か、あるいはパリか北イタリアで修行したシェフが帰ってきて、レストランを立ち上げるといったことがあってもいい。そうして、数室の宿泊部屋を併設すれば、オーベルジュやガストホフではないが、お洒落な街中宿泊施設の誕生である。

もちろん、その主役は地元の食材を使った少し高級な料理であり、地元の人が記念日に利用したり、姉妹都市から来た議員等の歓迎レセプションの会場として利用したりする。一方で、噂を聞きつけて、札幌などから訪れる客も増えてくるが、そのときにワインでも飲もうものならば、

クルマを運転しては帰れない。そこで、宿泊できることが意味を持つてくる。もちろん、現状でも泊りがけでリゾートホテルなどに行けば、ワインも楽しめる。しかし、選択肢が広がることが重要である。夏ならば、夕食前に屋外にてパラソルの下のイスに座ってアイスコーヒーを飲み、食事後は、バルコニーで夜空を見上げながら、街の中にながらにしての静けさを楽しむか、風の音を聴くか。そういう余暇の過ごし方があってもいいだろう。

もちろん、街並みが整備されたからといって、どの街にも一気に大勢の観光客が訪れるわけではないかもしれないが、道外、海外から来る人たちでなくとも、このような形で道民が互いに他の街を訪問しあえば、それぞれ観光客になるわけで、そこから大きな経済効果が生まれよう。

11 まとめ

北海道内の観光地化していない地域に人を呼ぶには、各町村に、まち歩きができるような景観的にも良好な、人々が集まる市街地を整備することが極めて重要である。しかし、観光客を呼ぶためだけに、大金をかけて街並み整備を行うなどということは極めて非現実的である。そうではなくて、町の衰退に歯止めをかけ、そこに住む人たち自らのために、地元市街地を暮らしやすい街に変えていくことが大切なのである。それに成功したときには、よその人たちにも魅力的な街になって、多くの観光客が訪れることになるであろう。

【参考文献】 文中記載のもの。

(2013年10月7日受理)