

# 北海道のすべての市町村は観光振興を進めるべきか ～ 観光で見せるべきものは何か ～

## Should All the Municipalities in Hokkaido Promote Tourism?

目黒聖直\*1

MEGURO, Masanao

### (要約)

観光客を受け入れる側から見ると、観光とは、自分たちがつくりあげた自分たちの社会・地域・まちの様子をよその人々に見てもらおうということである。しかし、有名観光地は別として、北海道の各市町村は、これを見せたいと自信を持って言えるものをどれだけ持っているだろうか。見せたいものがないのに観光振興を声高に叫ぶだけでは、益は少ない。

キーワード： 地域の活性化、観光の意味、自分たちがつくりあげたもの

### 1 問題提起

北海道は、長らく経済的に低迷状態にあり、そのことを指して、かつてはジャンボジェットの後輪（景気回復、すなわち離陸のときは最後に地面を離れるが、経済が下向くときは着地が一番早い。）と表現されることもあった。そして、その低迷を打破する切り札は、観光と農業だとも長く言われてきたことである。

それゆえ、誰もが観光振興を進めようとしてきたが、しかし、そこでは観光とは何かということがよく理解されていなかったという気がしてならない。そのような状態で、「自然は一流だがサービスが三流という状況をどう変えるか」（不思議と最近はこの種の議論は聞かなくなった気がするが。）とか、「眠っている観光資源をどう発掘するか」といった各論ばかり考えても、やらないよりはましだが、得るものは多くはないのではないか。

本稿では、主に観光客を受け入れる各地域（着地）にあって、「観光振興」（本稿では単に、訪問観光客を増やす、という意味で使う。）を図る立場に立って、まず、「観光」の意味をどう捉えるべきか、換言すれば観光とは何を見てもらうものなのか、ということについて、整理してみる。そして、その上で、北海道のすべての市町村が観光振興を進めるべきなのかということについて、考えてみたい。

### 2 観光振興の目的と主体

議論の前提として、そもそも、観光振興とは、何が目的で、誰が進めるものなのであろうか。

上述のように「観光と農業」と言うとき、考えられているのは、観光と農業によって地域を活性化させるということであり、もっとはっきり言えば、観光によって地域の経済を活性化させようということだ。しかし、そこでは、観光による経済効果ばかりが考えられている。

---

\*1 国土交通省九州地方整備局勤務（前北海道開発局）

もちろん、個々の観光関連業者が、経済的利益を求めて自己の商売をどう進めようとも、それは業者の勝手である。しかし、行政なども関与して、地域の活性化のために観光振興を図ると言ったときに経済効果のみを求めるとはいかなるものか。その町の何かを見るためにカネを使わない観光客がたくさん来るのではダメなのか。

たとえば、地元が観光地として有名になることで住民がその町に住んでいることに誇りを持つようになるとか、観光客と接することで地域の外の世界に関心を持つとか、観光にはそういった効果もあると思う。観光地として有名になって、憧れを抱いた遠隔の地の人が多く移住してくるということもあろう。それらを通じて地域は活性化されるのであり、そうした様々な効果の結果としての地域の人々の利便や幸福感の向上こそが、その地で観光振興を図る目的ではないか。

そして、このように考える以上、本稿において、観光を振興する主体として念頭に置いているのは、行政や、観光関連産業の企業群や組織、そして地域の人々など、地域が一体となって取組を進める場合の、その全体、ということになる。

### 3 観光で見てもらうものは何なのか

#### (1) 観光振興の前提

世界の観光地をふたつのタイプに分類せよ、という問いを用意し、その回答として、フィヨルド観光のノルウェーやアルプスのスイスを代表例とするタイプ1とインド洋やカリブ海のリゾート地を代表例とするタイプ2に分けてみよう。この二つの違いは何か。

タイプ1の例として挙げた両国は、恐ろしく物価が高い国である。その意味するところは、国民が世界でも最高クラスの豊かな生活を享受しているということだ。対して、タイプ2の場合、観光客は世界的に有名なリゾートホテルで贅沢な滞在を楽しむが、地元の人たちの生活はまだまだ発展途上である（カリブ海には、観光だけでなく金融業等により着実に発展を遂げる国や島も多数あるようではあるが。）。換言すれば、ノルウェーやスイスの観光ホテルには自国民もたくさん泊まるが、タイプ2の国々にあるリゾートホテルというのは、一握りの成功者は別として自国民には関係のない場であると言えそうだ。

さて、北海道はどちらか。

内戦後間もないアフリカのどこかの国が、観光を主要産業に国興しを図ろうというのは理解できるが、北海道で同じことをやろうとしたら、これまでの百数十年の開発の歴史は一体なんだったのかということになる。状況は全く違う。

つまり、観光を考える場合の大前提として、その地域の住人がそこで得る利便や幸福感が、訪れる観光客のそれより劣っているということはあるはずではない。

北海道のあちこちの町には、町営（実際の運営は指定管理者の業者だろうが。）の温泉付き宿泊施設がある。旅先でその温泉に入っていると、仕事を終えた地元の人たちが大挙してやってきて、とても騒がしくなる。食事後に再び入浴すると、地元の人たちは皆帰宅してしまっていて、やっと落ち着いた気分になれる。しかし、それでいい。地元の人たちを追い出して、よそからの宿泊客が地元の大切なものを独占してはならないのである。

さて、医療ツーリズムというのがある。

誤って2本の手指を切断するも、片方を縫合するだけの費用しか払えなかった患者が、もう

片方の指を失うしかなかった、というのは、なにかとその貧困・劣悪さが指摘されるアメリカの医療実態を描いたドキュメンタリー映画「シッコ」の中の最も有名なエピソードの一つだと聞く。TPP の議論の行く末や混合診療の解禁によって、我が国がそんなアメリカ型医療体制に近づいていくのかどうなのかは専門家でないのでよくわからない。しかし、外国からやってきた金持ちが病院で最新機器を使った治療を受けているときに、地元の普通の人々が満足に医者に診てもらえないことになったとしたら、医療ツーリズムなどとはなんと虚しいことか。

少なくとも北海道の場合、過疎地域での医師不足が深刻なのだから、そういった地域での医療貧困と、都市部での外国富裕層向けの高度医療が混在するような状況ができるのであれば、それは容認できない事態だろう。地元民に対する医療よりも（医療）観光の方が優先するということはありえない。

## (2) 観光振興する側からの観光の意味

観光を振興しようとする人々が考えておくべき最も大切なことは、「観光とは、観光客に何を見せようものなのか」ということである。そして、その答えは、前項の検討から自ずと明らかになる。すなわち、自分たちが作りあげて、自分たちがその成果を享受しているところの自分たちの社会・地域・まちの様子をよその人々に見て（体験して）もらおうということである。これこそが、観光振興する側から見た「観光」の意味だ。

もっとも、観光資源となるものが自然景観であるならば、それは人間が自分たちで作りあげたものではないとの反論があるかもしれない。だが、自然景観も地元の人々の努力があつてこそ保たれているのであり、自然景観の観光は、地元のその営みを見せようということでもある。

たしかに、何万年の風水が彫刻した巨大な岩山の奇観とか、急峻な山々の連なる圧倒的な迫力の風景とかいったものは、人間の力では絶対に作り出すことができない偉大な自然の力の恵みである。しかし、人間とは、その自然の大パノラマさえ破壊することのできる恐ろしい力を身につけてしまった存在とも言える。そのことは、かつて世界第4位の巨大湖であったアラル海が、灌漑事業のために僅か半世紀で5分の1の面積になってしまった例を考えれば十分であろう。逆に、スイスのいくつかの町では、アルプスの環境を守るために街中から自動車を追放してしまっただけで、自分たちの生活のために美しい自然を守るのか壊すのか、観光客が見ているのはその結果である（逆説的かもしれないが、アラル海の惨状を見るために多くの人が集まってくるならば、アラル海も観光資源となっているとは言えるかもしれない）。

少なくとも、自然景観の観光をするためには、そこに到達するための道路や公共交通機関が整備されていなくてはならず、そういうものをまずは自分たちのために、自分たちで作りあげることなくしては、見に来てくださいということとはできない。

## (3) 見せようものの実例

自分たちが作りあげたものを見せよう、というこの考え方は、自然景観以外のものであれば、なおさらよく理解してもらえらるであろう。たとえば、スウェーデン。

世界最高の生活水準を誇る北欧諸国の中でもビッグ・ブラザーと言われる国だ。ただ、観光面では、ローマ時代から文明が続く南欧に比べると歴史的遺産は少なく、さりとて平地が多くて

起伏の乏しい国土には壮大な自然景観があるわけでもない。しかし、ある分野でのスウェーデンへの観光客は非常に多い。それは、視察観光である。福祉、環境、男女平等、情報公開と行政の透明性（オンブズマンの語はスウェーデン語であり、また、情報公開法制定も世界初）、そして軍事（200年もの長きに渡って一度も戦争をしていない非同盟中立国にして、人口が一千万にも満たないにもかかわらず戦闘機を始めとして自衛のための多くの武器を国産）といった分野で世界的に注目を集めていて、多くの関係者が視察に訪れるのである。

UNWTO（世界観光機関）の「1年を超えない期間で余暇やビジネス等を目的として、居住地以外の場所を訪れ滞在すること」（山下編「観光学キーワード」（有斐閣）より）という観光の定義に照らせば、視察で訪れるのも立派な観光ということになる。そして、このようなニーズに応えるため、在東京スカンジナビア政府観光局には、業務視察部という視察旅行を推進する部門があった（現在は、スウェーデンの観光業務は同局の所掌を離れてしまっている。）。

まさに、自分たちがつくりあげた社会を見せる、ということである。

#### (4) 見てもらうものを間違えた例

振り返ってみると、かつて我が国では、多くの都市において時には行政が旗振りをしてまで、観光客獲得を目指した都市型テーマパークを立ち上げた。しかし、その殆どが大失敗に終わっている。道内では芦別のカナディアンワールド公園、道外では倉敷チボリ公園や宮崎のシーガイアなどがすぐに思い出せる。いろいろな事情はあったのだろうが、なぜ、芦別がカナダで、倉敷がデンマークなのか。市民の生活となんの関係もないものを、そういう地元に着してないものを、客寄せの道具にしようとしても観光客はすぐにそれを見抜いてしまうということであろう。一度破綻した夕張の石炭の歴史村では、ロボット館等の夕張とはあまり関係のない施設が閉鎖される一方で、炭鉱産業で栄えた夕張の歴史そのものを象徴しているとも言うべき石炭博物館だけは再開されたが、この例も、地元がつくりあげてきたものこそが、よそ様にも見てもらうべきものであるということを示している。

もちろん、外部の一企業が、なにかの理由で地元とはなんの関係もないテーマを掲げたテーマパークをつくったからといって、それが必ずしもいけないということではない。成功して、多くの人を訪れるならば、むしろ結構なことである。ディズニーランドもそんな一例かもしれない。しかし、地域が地域をあげて観光振興に取り組もうというときに、地域とはまるで関係のないなにかを、その地域最大の売り物にしようとするのなら、それは話が違おうであろう。

観光振興を考えるならば、その前に、自分たちが、自分たちの地域で、自分たち自身のために、何をつくりあげてきたのかを自問するところから始めるべきだし、それが何もないということであれば、何かをつくることから始めなくてはならないのである。観光振興は、地元の人々が何も持っていないところからは始まらない。仮にも地域に失業者が溢れていて、その受け皿が観光関連産業以外に考えられないから観光振興を図るといふのなら、そうではなくて、なぜ他の産業が振るわないのか、足許を見つめ直す必要がある。

このへんのところの理解が十分になされないまま、地域の活性化のために観光振興をと声高に叫ぶことがあまりに多いのではないかと感じるわけである。

#### 4 すべての市町村が観光振興を進めるべきか

こうなると、自慢のものを見に来てくださいと言える段階に達していて、観光振興を図っていくべきである市町村が、道内にどれだけあるかということになる。それは、極めて重要な問いかけだと思うのだが、これまでどれほど意識されてきたかという思いは残る。

北海道の有名観光地として知られているのは、札幌、函館、小樽、旭川（旭山動物園）の各都市と、ニセコ、美瑛・富良野、知床、釧路湿原、そして夏季限定での利尻・礼文くらいだが、これら観光地に関しては、これからも当然に観光振興を進めていくことになるのだろう。だが、それ以外の市町村で、我が町のこれを見てくださいと自信を持って言える市町村が道内にどれだけあるだろうか。

全くないわけではない。たとえば、栗山町。ここには、歴史ある酒蔵やユニークな看板で町外にも知られる飲食店があったりするのだが、それだけならそれらが個々に宣伝すればよい話である。しかし、この栗山の駅前通りは、美しく整備されていて、しかも、北海道の中ではかなり珍しく地元の買い物客がそれなりに集まっているという事実がある。なぜそうなのかはわからない。北海道では小市町村といえども、駐車場を確保するためかスーパーが街外れに立地していることが多いが、栗山ではそれが街中に位置していることが一因なのかもしれない。だとしても、この規模の街でそれなりの人通りがあるというのは、地元の人々の努力があるのだろう。そういうところならば、住民あげて栗山の街を見に来てくださいと言う資格が十分にあると思う。栗山の町が観光都市になる気があるのかは知らないし、また、観光客を呼ぶと言ってもさすがに海外から呼ぶには迫力不足ではあるにしても。

それに対して、再開発事業で整然とした街並みになったにもかかわらず、地元の人が「綺麗だけれども誰も歩いていない街」と自嘲する場合もある。そういう場合には、観光云々の前に、なぜ地元の人すら街に集まらないのか、よく考えてみる必要がある。

あるいは、道内には、自然エネルギーの生産や農業の先進的な取組等が全国的に知れ渡っているいくつかの町がある。前者だと下川、鹿追、後者では浜中あたりはすぐに思いつく。

そのうち、浜中町は、研修牧場を作って、本州などから来た酪農経営を希望する人たちの就農支援を行うなど、酪農振興のための様々なアイデアを実践していることで知られる。そういった他にはない実績を持つのであれば、たとえば仮に就農5年以内の若い酪農家を訪問するツアーというのをつくって売り出したとしても、誰もなんら違和感を覚えないだろう。そんなツアーが売れるかどうかは別にして。

しかし、このように、他に先んじた取組などによって世の中に広く知れ渡っている、そんな自慢のできるものがあるところが、道内にはどれだけあるのか。筆者が知らないだけということもあろうが、それほど多くはないのではないか。

すなわち、上記の例以外の大多数の道内市町村においては、観光振興を云々するよりも、自分たちの町をどう建て直し、どうつくっていくのかをまず考えるべきではないかと思う。観光が活発になって交流人口が増加すれば雇用が増えるかもしれない、などといったやや無責任な夢を語る前に、観光振興ではなく地元自体のための取組を優先すべきなのである。

## 5 結論

「北海道観光の振興を考える」と言ったときに、いわゆる有名観光地におけるそれと、それ以外のいわば観光未開発市町村におけるそれは峻別するべきである。そして、北海道の大多数が該当する後者の場合にあつては、ムードに踊らされることなく、観光振興のことはいったん忘れて、地道に地元のために何が一番必要なのかを考えるべきである。もちろん、実務上は、地元のための取組と並行して観光振興にも取り組むということはあるが、発想を切り替えるためには、敢えて、観光振興のことはいったん忘れろと言いたい。

欧州の各都市で見られる荘厳な大聖堂やその前の広場は、大変に美しいものではあるが、もともと観光客を呼び寄せるためにつくられたものではない。人々が、自らの信仰のため、自らの地域のためにつくりあげたものだ。地元で自分たちのために自分たちでつくったものに、他に見せられるもの、自慢できるものがなければ、観光振興に取り組もうなどと考えるのは時期尚早なのではないか。

もちろん、現在でも各市町村では観光協会等が地元の観光振興に取り組んでいようし、その努力には敬意を表するものである。だが、観光振興の掛け声に比べて、どこも地元自身のための取組がどうしても弱い印象が否めない。それでは地元の将来が危ういし、地元の観光振興にすらプラスにならないという思いが強い。最近話題の消滅可能都市が北海道にはたくさん存在すると指摘されていることを考えると、なおさらそう思う。それゆえ、この小論をまとめた次第である。

( 2014年10月21日受理 )