

「最も美しい村」運動に対する意識と 観光魅力に関する日欧比較分析

栗原 剛¹・新庄 瑛やか²

¹正会員 東洋大学准教授 国際観光学部国際観光学科 (〒112-8606 東京都文京区白山5-28-20)

E-mail: kurihara039@toyo.jp

²非会員 大阪市 経済戦略局観光部観光課 (〒553-0005 大阪府福島区野田1-1-86)

E-mail: s-shinjou@city.osaka.lg.jp

イタリアやフランスの小規模な村落では、多くの観光客を惹きつけ、その魅力を世界に向けて発信している地域が数多く、「最も美しい村」連合会に加盟し活動するところが多い。本研究は、なぜ欧州の小さな美しい村は多くの観光客を惹きつけるかに着目し、1) 日欧の美しい村の取り組みを比較し、2) 事業主体の観光効果に対する意識を把握し、3) 美しい村の観光魅力に関する日欧比較をすることを目的とする。

ヒアリングでは日欧の美しい村では観光客を満足させる観光サービスの量が異なると指摘されたものの、客観データによる比較では相違ないことが明らかになった。他方、フランスは歴史的建造物や博物館など観光客にとって観るべき対象が明確化されているが、日本は山や景観などのように観光客にとっての楽しみ方が明確でないという違いが確認された。

Key Words : *The most beautiful villages, tourism impact, tourism attractiveness*

1. はじめに

人口減少と少子高齢化に直面するわが国は、地方創生の文脈で如何に地域の活力を持続させるかが課題となっている。観光客誘致によって交流人口の増加を図り、定住人口の減少を埋め合わせようとする施策は、この課題解決に向けた一つの方策と位置付けられる。

イタリアやフランスの小規模な村落では、多くの観光客を惹きつけ、その魅力を世界に向けて発信している地域が数多い。例えば、BS 日テレでは「小さな村の物語 イタリア」を毎週放送しており、村人の暮らし、守られてきた文化や風景の観光的な魅力が発信されている。これら欧州における小規模な地域には、「最も美しい村」連合会（以下、美しい村）に加盟し、活動しているところが多い。日本での認知度は高いとはいえないが、わが国にも「日本の最も美しい村」連合があり、現在 63 地域が加盟して活動を展開している。ただし、欧州の美しい村と比べると、日本の美しい村では多くの観光客を集めているとはいえない。

美しい村が組織された経緯や活動の概要、取り組みについては、CLAIR Paris¹⁾等によって整理されているが、なぜ欧州の美しい村は多くの観光客を惹きつけるのか、多くの観光客を受け入れている地域では、観光の地域に

対する効果をどのように捉え、その効果を最大化しようとしているのか等、事業主体の意識は明らかにされていない。

本研究は、なぜ欧州の小さな美しい村は多くの観光客を惹きつけるかに着目し、1) 日欧の美しい村の取り組みを比較し、2) 事業主体の観光効果に対する意識を把握し、3) 美しい村の観光魅力に関する日欧比較をすることを目的とする。日本の美しい村は 63 の地域を数えるにすぎないが、本研究において、全国の小規模な地域が将来的な活力および持続性を維持するための方策を検討するための一定の知見を提示できると考えられる。

次章では先行研究レビューを踏まえて本研究の位置づけを明らかにする。3 章では日欧の美しい村の取り組みについて概説する。4 章において、イタリアとフランスの美しい村に対して意識調査を行い、欧州の美しい村における観光の効果に対する意識を把握する。また、複数の地域に対するヒアリング調査により、観光の効果を最大化する要因を考察する。5 章では、客観的なデータにより日欧の美しい村を観光サービス充実度等で比較し、今後の日本の美しい村が観光魅力を高めるための方策を提案する。

2. 既存研究のレビューと本研究の位置付け

「美しい村」をキーワードとした先行研究は、地理学の方法で特定地域を対象とした地域の発展プロセスを研究するもの（例えば河本²⁾）や、景観工学の方法で美しい村の構造を明らかにするもの（例えば大澤・谷藤³⁾）が多い。それに対して、「美しい村」と観光魅力、あるいは観光が地域にもたらす効果に関する研究はみられない。

景観と観光の関係については本研究では主眼としていないものの、例えば高田ら⁴⁾や大森・西山⁵⁾、石ら⁶⁾による研究成果がある。高田ら⁴⁾は、創られた歴史的な町並みに対する住民評価を行い、土地らしさと歴史的資源は町並みが有するテーマに影響を与えやすいことを明らかにした。大森・西山⁵⁾は、歴史的町並みを観光資源としている地域の町並み整備発展の経緯と課題を明らかにし、歴史的町並みを用いたまちづくりには、文化財、生活環境、観光資源としての3つの価値を守ることが条件になると結論付けた。石ら⁶⁾は、中国における1910年代以降の観光事業が西湖の文化的景観に与えた影響を明らかにした。

観光魅力についての論文や著書は多くある。岡本⁷⁾は、自然景観や歴史的建造物といった観光資源を観光の対象として機能させるための、宿泊施設や飲食施設のような観光施設の役割を整理し、観光施設は観光者の利便性や快適性を高め、観光資源に観光の対象としての役割を發揮させる必要不可欠なものであると述べている。室谷⁸⁾は、観光地の魅力を山や湖、お寺など観光地にもともと存在する自然系・人文系の資源を示す賦存資源、温泉やスポーツ、イベントなど観光地が提供できる旅先での楽しみ方を示す活動メニュー、滞在の拠点となる宿泊施設、景観や町並みなどその土地らしさや雰囲気を示す空間快適性の大きく4つに分け、国内観光地58か所の魅力度評価を実施し、観光地づくりは観光資源の発掘・保護や観光施設の整備、町並み整備や景観対策が重要になることが明らかにした。大井⁹⁾は、観光地ブランドや魅力度に関する6つの調査や研究を取り上げ、論点整理を行った。その結果、観光地のブランド評価には、自然資源やイベントを含む観光資源の豊富さ、宿泊施設、歴史・文化資源、固有性・独自性、雰囲気などの6つの要素が必要であると結論付けた。伊豆田ら¹⁰⁾は、20歳前後の女性を対象に旅行先に求めるものや決め手に影響する要素を明らかにした。観光客が旅行先の選択や移動中、旅行先でも情報を求めていることは、観光庁も明らかにしている。

これらの先行研究より、観光地を選択する際に、宿泊施設は前提条件であり、観光地の情報が旅行先の選択に影響していることがわかる。また、これらの条件に加え、観光客は観光資源の豊富さや景観や雰囲気といった空間

的な固有性に魅力を感じていることがわかる。そのため、本研究においても観光要素として宿泊施設や飲食施設といった観光施設、町並みや景観を含む観光資源が、誘引要素として観光地の情報が必須要素と設定する。

既存研究では、多くの観光客を受け入れている欧州の美しい村に着目して、観光が地域にもたらす効果の捉え方を検証されていない。また、美しい村の運動主体の意識を踏まえて欧州と日本の美しい村の観光魅力が比較検討されていない。本研究では上記の点に検討を加えるものと位置付けられる。地域活力の持続がこれからの日本の重要な課題であることより、美しい村を題材とした観光魅力の日欧比較分析には意義があると考えられる。

3. 日欧の美しい村の取り組み

最も美しい村連合は、フランス、イタリア、ワロン（ベルギー）、ケベック（カナダ）、スペイン、日本の6か国・都市に展開している。本章では、活動のはじまりとなったフランスの最も美しい村および日本の美しい村の取り組みを概説する。

(1) 「フランスの最も美しい村」協会の概要

フランスでは1960年に国立自然公園法、農業基本法が制定され、地方の景観や環境を守り農業と観光を連携させることを考え美しい村づくりが始まった。しかし、フランス政府が財政破綻の危機に陥ると、政府は3万8千あった村（コミューン）の合併を推進した。せっかく美しい村づくりを行っていたのにもかかわらず、合併により村の景観や遺産が損なわれる可能性を懸念したコロンジュ・ラ・ルージュ村の村長シャルル・セイラック氏は自分たちで自分たちの村と暮らしを守ることを提唱した。1981年、セイラック氏はフランスの村々を撮影した1冊の写真集と出会い、村々の優れた遺産を保護し村へ観光客が訪問する可能性を強く感じた。セイラック氏に賛同した66の村長によって、伝統文化・史跡を数多く抱えたフランスの地方に点在する小さな村の歴史的価値の向上と保護、さらに観光地としての魅力を高め経済の活性化をはかることを目的に、1982年3月6日に「フランスの最も美しい村（Les plus beaux villages de France）」協会（以下、協会）が発足した。

上記の目的を達成するため、協会は加盟町村に訪れる人とその地の歴史や景観、文化、住民との出会いのきっかけをつくるというコンセプトを掲げた。初代会長はセイラック氏が務め、活動拠点もコロンジュ・ラ・ルージュ村となった。1982年に協会が発足して以降、多数の村が協会の目的に賛同し、2019年12月現在、14地域70県にまたがる159の村が加盟している。

表-1 審査基準 30項目

項目	内容
都市空間の質	村周辺の空間/建造物群の広がり/ 建造物群の統一性/空間形成の多様性
建築の質	建造物のボリュームの調和と均質性/ ファサードと屋根の材質の調和と均質性/ ドアの調和と均質性/ファサードと屋根の 色の調和と均質性/象徴的な装飾要素の有無
価値付け	都市計画文書の有無/自動車のコントロール/ 駐車場計画/電線の地中化/色見本の有無/ イルミネーション/植栽/広告/看板の取り 扱い/公共空間の整備/ファサードの リノベーション
開発	観光客への意識/住居と休暇提供の有無/ 芸術家や職人の有無/商業の有無
促進	情報所の有無/観光ガイドの有無/ 資料の発行/標識の設置
賑わい	祭事場(屋内・外)/個性的なイベント/ 行事関連の組織

協会は発足以降、訪問客の数を管理する一方で、訪問客の評価を高め、村々の知名度を上げるため、地域にある歴史的遺産の価値の向上や保護に努めている。また、経済活動の発展が結果として観光につながることを助長するため、質・名声・発展の3つの活動を戦略として規定している。特に、質に対応する審査活動は、最も美しい村の「美しさ」を審査するため、3つの活動戦略の中では重要である。審査は2段階あり、第1段階の書類審査の後、協会から数人の職員を派遣して現地調査を行う。質を審査する資格委員会は1991年に設置された。現地調査では申請村の歴史的経緯の確認や住民の景観に対する意識、周辺環境と建造物群の全体的なバランスなどを総合的に評価する。住民の意識は、ペランダの彩り方や植栽、街路や建造物の手入れ状態などを見て判断している。審査基準はこれらを細かく30項目に分類し(表-1)、資格委員会が発足した1991年以降から評価基準を用いて審査を行っており、この評価基準をもとに加盟村に対する再審査も行っている。調査が終了すると、資格委員会は条件なし指定、条件あり指定、一時的指定不可、指定不可の決定を行う。

次に、活動戦略の名声に対する協会の活動として、広報活動がある。審査に通った加盟村には協会のロゴの使用が認められるほか、提携しているリーダーズダイジェストから村々のDVDや写真集を発売している。また、ミシュランが出版している『フランスの最も美しい村道路と観光地図(Michelin: Les Plus Beaux Villages de France carte routiere et touristique)』は、各加盟村の場所とアクセスが示されているほか、協会独自に加盟村すべての概要と宿泊施設や飲食施設、村の主要部である歴史的建造物などが示されている。そのほか、ツアーオペレーターサイトのCome to Paris/Come to Franceと提携し、加盟村の情報を公開するPR活動を展開している。

(2) 「日本で最も美しい村」連合の概要

北海道美瑛町の浜田哲町長(現「日本で最も美しい

村」連合会長)からまちづくりについて相談を受けていた、当時のカルビー(株)社長である松尾雅彦氏(現「日本で最も美しい村」連合副会長)は、1998年、サッカーワールドカップの視察にフランスを訪れた際、「フランスの最も美しい村」協会のことが話題に上がり、美瑛の美しい丘を守るにはこのような運動が必要であると感じ、フランスの最も美しい村運動をモデルに、2005年「日本で最も美しい村」連合(以下、連合)を立ち上げた。連合を立ち上げる前、浜田町長は現地を視察し、フランスと歴史や文化が異なる中で、この運動をどのように日本で進めていくかを「フランスの最も美しい村」協会会長と考え、日本独自のルール作りと共感する仲間を募ることのアドバイスを受け行動に移した。

当時は平成の大合併の真っただ中にあり、市町村合併が進み、小さくても素晴らしい地域資源や美しい景観を持つ村の存続が難しい時期にあったことから、失ったら二度と取り戻せない日本の農村漁村の景観・文化を守りつつ、最も美しい村としての自立を目指し、北海道美瑛町、赤井川村、山形県大蔵村、長野県大鹿村、岐阜県白川村、徳島県上勝町、熊本県南小国町の7つの町村から始まった。

このような経緯で始まった連合は、素晴らしい地域資源を持つ美しい町や村、地区が、「日本で最も美しい村」と宣言することで自らの地域に誇りを持ち、将来にわたり美しい地域づくりを行い、地域の活性化と自立を住民自らの手で推進することを支援している。なかでも、生活の営みにより形成されてきた景観・環境や地域の伝統文化を守り、活用することで観光的付加価値を高め、地域の資源の保護と地域経済の発展に寄与することを目的としている。

2005年7町村とともに誕生した連合は2019年12月現在64もの町村地域が加盟している。連合も「フランスの最も美しい村」協会の基準を参考に、日本独自の美しさを定義した審査基準を設けている。

審査基準を大きく3つに分けると、1つ目は人口がおおむね1万人以下であること。2つ目は、生活の営みにより作られた景観(伝統的なまちなみや里山・里海など)や昔ながらの祭りや芸能、郷土文化などや豊かな資源や自然を生かした町や村の環境といった地域資源が2つ以上あること。3つ目は、連合が評価する地域資源を生かす活動があること。ここでいう活動とは、美しい景観に配慮したまちづくりを行っていることや住民による工夫した地域活動を行っていること、地域特有の工芸品や生活様式を頑なに守っていることなどが挙げられる。

連合は、「日本で最も美しい村」の名称・ロゴマークの使用・普及、定期総会やフェスティバル等の開催で加盟町村相互の経験や研究の共有、失ったら二度と取り戻せない日本の農山漁村の景観や環境・文化を守り、地域

資源を生かしながら美しい村としての自立を目指すという連合の将来像の実現のため、加盟後も 5 年に 1 度再審査を行うなど連合の価値の維持や「世界で最も美しい村連合会」の参加など経済的価値の向上・社会的発展を促している。そのほかの活動としては、公式ガイドブックの発行やフォトコンテストの開催など、地域の魅力発信による交流人口の増加や地域ならではの景観や自然文化を後世に引き継ぐ必要性について、世論を高めるための広報活動を行っている。共通の地域課題を持った町村同士が相互に経験や知恵を共有できるよう、定期的な学習会や視察を行うことも連合の重要な活動のひとつである。

4. 欧州の美しい村を対象とした観光の効果に関する意識調査

(1) 意識調査

小規模な地域であっても観光需要の大きいイタリアとフランスの美しい村を対象として、観光が地域にもたらす効果に関する意識を把握することを目的にアンケート調査をおこなった。

調査項目は、1) 観光により期待される効果は何か、2) 効果検証をおこなっているか、3) どのように効果を検証・評価しているか、4) 効果を高める工夫等の四つの点を主に自由記述方式で回答してもらった。

美しい村に加盟するすべての地域の観光需要が大きいとは限らないものの、それぞれの地域の観光入り込み客数等にかかる客観的なデータが収集できないため、加盟する地域すべてを対象としてメールにて調査協力を依頼した。

調査は 2013 年 10 月から 2014 年 1 月にかけて実施し、イタリアは 176 の地域に対して、フランスは 106 の地域を対象におこなった。回収率を高めるために英語の他イタリア語、フランス語にて調査依頼をする工夫をしたものの、回収数はイタリアが 6 (回収率 3.4%)、フランスが 12 (同 11.3%) にとどまった。

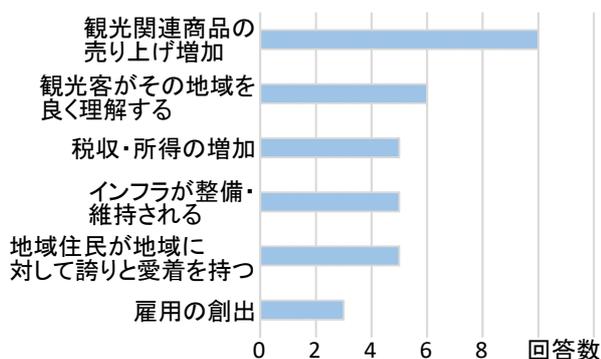


図-1 観光により期待される効果

図-1 に美しい村の観光に期待する効果の集計結果を示す。売上の増加や所得の増加等の経済的な効果に加えて、観光客が地域を理解してくれる点や住民の地域に対する誇りや愛着を持つ等の非経済的な効果にも期待していることがわかった。

効果検証実施の有無については、55%の地域が実施有と回答した。具体的な効果の検証・評価指標については、イタリアの Scaperia では、観光案内所のスタッフを通じて外国人旅行者のニーズを把握しており、案内を通じて外国人旅行者の地域内の行動パターンについても把握していると回答された。また、観光事業に携わる多くの住民が外国人来訪者のもたらす効果を理解しており、飲食店やホテル、スパなどが外国人旅行者向けに新たなサービス提案をし続けているとのコメントが加えられた。フランスの Tourtour では、指標として観光案内所への来訪者数、店舗（ギャラリー）数、宿泊施設数、別荘販売数、宿泊税、国・地域統計を挙げ、日本版 DMO の必須 KPI とも整合する基礎的な指標を評価していることがわかった。

(2) 現地視察およびヒアリング調査

前節に続いて美しい村の観光の効果に関する意識を把握するとともに、観光需要を創出するための具体的な取り組みを理解することを目的として、現地視察およびヒアリング調査を実施した。調査対象は「フランスの最も美しい村」協会及び加盟町村であるヴォクリューズ県ゴールド村、ルシヨン村と、「日本で最も美しい村」連合及び加盟町村の長野県木曾町、南木曾町、中川村を対象に、2019 年 9 月 18 日にフランスの美しい村、2018 年 9 月 11 日に南木曾町、2018 年 9 月 12 日に木曾町、中川村の調査を行った。なお、フランスのルシヨン村についてはヒアリング調査を行っておらず、現地視察のみ行った。

① ゴルド村 (Gordes)

ゴルド村はフランスの南西に位置するプロヴァンス＝アルプ＝コート・ダジュール (Provence-Alpes-Côte d'Azur) 地域圏の中のヴォクリューズ (Vaucluse) 県にある。人口は 2016 年時点で 2,100 人であり、ヴォクリューズ県の県庁所在地であるアヴィニョン (Avignon) から約 40 km 西に位置する。セナンク修道院 (Abbaye de Sénanque) やボリーの集落 (Le village des bories)、サン・フィルマン宮殿の地下室 (Les caves du Palais St Firmin) などの歴史的建造物が村の主要な観光資源である。ゴルド村に入ると、最も美しい村のロゴが見える(図-2)。

村には駐車場があり、駐車場には村の案内図があるほか、村の中心部にある観光案内所 (Office de Tourism) にも案内図があり、フランスの最も美しい村公式ガイドブックやミシュランが出版している最も美しい村のガイド



図-2 ゴルド村入り口



図-4 ルシヨン村入り口



図-3 ゴルド村の建造物



図-5 ルシヨン村の建造物

ブックが販売されている。村には飲食店のほか土産物店が立ち並び、宿泊施設も見られた。

公式ガイドブックによると、ゴルド村にある宿泊施設の数にゲストハウスやアパートメントホテルを含め 10 施設あり、飲食施設の数はレストランや軽食喫茶を含め 23 施設ある。表-1 と照らし合わせると、建物の色合いは肌色や灰色で、屋根や外壁の材質や色など建物の調和がとれているとみられる点は建築の質にあたる(図-3)。

そのほか、価値付けにあたる駐車場や電線の地中化、看板の取り扱いが目に見えて整備されているとわかるほか、開発にあたる宿泊施設といった休暇提供や土産物店などの商業、それらに付随して観光客への意識が見て取れる。促進にあたる情報所や観光ガイド、標識の設置も見て取れ、村全体の建物の統一感があることがわかる。これらのことから、都市空間の整備も行われ質が高いと考えられる。

ヒアリングの結果、ゴルド村を含むフランスの美しい村では、観光客に対する高い品質の確保が重要であり、観光客が満足できる観光サービスを量・質ともに提供していることがわかった。それに対して、日本の美しい村は観光サービスの量が圧倒的に不足しているとの指摘も受けた。

② ルシヨン村 (Roussillon)

ルシヨン村もゴルド村と同じく、プロヴァンス＝アルプ＝コート・ダジュール地域圏の中のヴォクリューズ県にある。人口は 2016 年時点で 1,348 人であり、ゴルド村から 9.5Km 西に位置する。ルシヨン村の地層は酸化鉄により黄色から紫に変化する鉱物のオークルであり、このオークル保存館 (Conservatoire des ocres et de la couleur) やオークルの散歩道 (Le sentier des ocres) が村の目玉となっている。

ルシヨン村の入り口には、ゴルド村と同様に最も美しい村のロゴが見える(図-4)。

村に入ると多くの土産物店や飲食店が立ち並び、宿泊施設や観光案内所もある。村は歩いて中心部を周れる大きさで、公式ガイドブックによると宿泊施設はゲストハウスを含め 15 施設、飲食施設は 12 施設ある。表-1 と照らし合わせると、屋根と外壁の材質やオークル色での統一といった調和がみられる点は建築の質にあたり(図-5)、植栽、駐車場や電線・看板が整備されている点が価値付けにあたる。

そのほか、休暇提供や商業があることから観光客を意識しており、このことは開発に当たり、村の情報所や観光ガイド、標識の設置が促進にあたり、これらを総括し

て村全体の統一感もあることが感じられ、都市空間の質が高いと言える。

③ 木曾町

長野県木曾郡木曾町は長野県南西部に位置し、長野県内町村最大の 476.03 km²の面積を有する。総面積の 90%を山林が占めており、人口は 2019 年 12 月現在で 10,933 人である。2006 年に木曾町全体の地域資源や魅力をアピールし町全体での加盟を目指していたものの、農村景観を保ち、木曾馬やそばなどの地域資源を有する開田高原の地域指定での加盟となった。地域指定となった背景に、2005 年に木曾福島町、日義村、開田村、三岳村の 4 町村が合併したことにより、町全体の統一感に乏しいと判断されたためであると資料から読み取れる。2011 年に合併して約 6 年が経過したことで町も一体化したこと、開田高原が 5 年目の再審査を受ける段階で木曾町として全町加盟を申請し認定に至った。その際登録された地域資源は開田高原の木曾馬、木曾街道の伝統文化、御嶽山麓の農村景観の 3 つである。

木曾町が行っている最も美しい村運動として、道の駅や木曾福島エントランスエリア、木曾町の主要観光地にロゴマークの設置、住民主導のまちづくり活動に対する補助金やスローフード運動、木曾町地域資源研究所による地域資源の磨き上げなど、地域資源の保護と経済の発展に寄与する取り組みを行っている。最も美しい村運動担当者へのヒアリングの結果、住民の中には木曾町が「日本で最も美しい村」のひとつであることを知らない人も多く住民への啓発運動が課題であると述べたほか、木曾町の景観や地域資源の情報を内外へ発信し、美しい景観を維持していくことを目指していることがわかった。また、連合に加盟することで、日本各地の町村の人や、連合に協賛している企業との会話から新たな情報を得ることを期待していることが明らかになった。現在、木曾町は人口減少が問題となっており、将来的に人口減少を止めたいと考えていることがわかった。担当者へ観るべき地域資源や施設を尋ねると、木曾福島の宿場町や木曾馬、御嶽山麓の登録資源のほか、開田高原にあるアイスクリーム工房やそば、パン屋さんとの回答が得られた。

木曾おんたけ観光局のホームページによると、宿泊施設数は旅館やペンションを含め 57 施設、飲食施設は軽食喫茶を含め 49 施設ある。これらの観光施設のほか、観光資源である御嶽山を楽しむためのロープウェイや木曾馬の見学や乗馬体験ができる木曾馬の里といった観光施設も充実している。しかし、これらの観光情報は最も美しい村のホームページやガイドブックには示されておらず、木曾おんたけ観光局ホームページから得られる情報のため、観光施設や観光資源は充実しているものの、観光情報が訪問客にとって把握しづらいと考える。また、観光施設が町の各所に点在しており木曾町を体現するような

核になる地域がわからない。

④ 南木曾町

長野県木曾郡南木曾町は木曾町から約 35 km 南に進んだ位置にあり、面積は 215.93 km²である。そのうち 94%を森林が占めており、人口は 2019 年 12 月現在で 4,095 人である。連合に加盟する以前より、妻籠宿は住民自らが主体となった保存団体を設立するなど、町並み保存に取り組み、妻籠宿を主とした観光業が主幹産業になりつつあった。2008 年に連合に加盟し、登録資源は妻籠宿、田立の花馬祭りと里山景観、歴史の道「与川道」の 3 つである。

ヒアリングの結果、南木曾町は木曾町や中川村に比べて観光業に力を入れており、歴史・文化、自然景観といった地域資源に対する住民の保護意識は高く、地域資源を活かした地域資源の活用の取り組みの情報を内外へ発信し、地域の活性化や地域経済の発展を目指していることがわかった。ここで言う地域の活性化とは単に旅行者が増えることだけでなく、過疎化による人口減少やそれに伴う耕作放棄地や山林の荒廃といった課題を解決すべく、美しい町であることを知ってもらうことで人口を増えることを指している。担当者へ観るべき地域資源を尋ねたところ、登録資源と桃介橋、柿其溪谷や田立の滝といった自然景観との回答が得られた一方で、それらの地域資源に赴くのに 2 次交通が無く、駐車場が整備されているものの大型車が通ることのできない道路があることがわかった。

南木曾町観光協会ホームページより、南木曾町の宿泊施設数は 24、飲食施設数は妻籠周辺で 15 あり、妻籠宿周辺には宿場町という観光資源のほか宿泊・飲食施設、土産物店などの観光施設が充実しており、観光案内所や妻籠観光協会ホームページからの観光情報も充実していることから、最も美しい村としての観光客誘致ができていえる。一方で与川道や田立の里山景観周辺には宿泊・飲食施設が 1 軒あるくらいで、観光情報が充実していない。観光情報も南木曾町観光協会のホームページから探さなければならず充実しているとは言い難い。

⑤ 中川村

長野県上伊那郡中川村は、木曾町と南木曾町から見て木曾山脈を隔てた東側に位置し、人口は 2019 年 12 月現在で 4,889 人、面積は 77.05 km²である。面積の 75.3%が山林、11.6%が田畑で農業が村の基幹産業になっている。2003 年から近隣の駒ヶ根市、飯島町、宮田村との市町村合併についての協議会を経て、2005 年に自立の道を歩むこととなり、豊かな将来を目指すための契機として 2008 年に加盟した。登録資源は、陣馬形山、段丘と里山のある景観、四徳地区と四徳川の景観の 3 つである。

加盟してからは他町村や日本フォトツーリズム協会と

表-2 美しい村における認定条件の比較

	フランス	日本
人口	2千人以下	1万人以下
地域資源	2か所以上 ・歴史的建造物 ・自然遺産を含む保護地区など	2つ以上 景観－生活の営みにより作られた景観（伝統的なまちなみや里山・里海） 文化－昔ながらの祭りや芸能、郷土文化など 環境－豊かな資源や自然を生かした町や村の環境
活動	積極的に行う具体的事案がある遺産の活用、開発、宣伝、イベント企画など	地域資源を生かす活動がある ・美しい景観に配慮したまちづくり ・住民による工夫した地域活動 ・地域特有の工芸品や生活様式を頑なに守っている

連携するなど村の PR 活動に努め、2018 年には中川村の景観や環境、文化保全と活用を推進するための「日本で最も美しい村」づくり推進計画を作成するといった活動に取り組んできた。一方で住民に「日本で最も美しい村」のひとつであるという意識の変化は見られないことがヒアリングの結果明らかになった。また、最も美しい村運動を進める行政は担当者が変化するため企業等との信頼関係が発展しないことがいちばんの課題であることがわかった。中川村は定住者を増やすため、子育て世代の住宅補助やシェアオフィスの活用を推進している。担当者へ観るべき地域資源を尋ねたところ、登録資源のほかどう園との回答が得られた。中川村観光総合パンフレットより宿泊施設数は 8、飲食施設数は 16 ある。これらの観光情報は中川村観光総合パンフレットから得られるものの、実際に役場へ訪問した際に見かけなかったことから訪問客にとって充実しているとは言い難い。

5. 美しい村を対象とした観光魅力の日欧比較

表-2 は認定条件の比較である。地域資源をみると、フランスは歴史的建造物や自然遺産のように誰が見てもわかりやすい一方で、日本は景観や文化、環境のような誰が見てもわかりやすい基準ではない。最も美しい村の活動を比較するとフランスは観光の活用に向けた条件であるのに対して、日本は景観の保護や維持に重点を置いており町村の持続可能性を高める条件であることがわかる。

次に町村ごとの整備や取り組みを比較すると、フランスでは観光用に駐車場を設置し、駐車場に案内板が設置されている。案内板には、宿泊施設や飲食施設の情報が書かれているほか、村のハイライトも示されている。一方で日本には観光客用の駐車場がなく、観光案内板も設

表-3 美しい村における観光施設数と情報源の比較

	宿泊施設	飲食施設	情報源
ゴールド村	10	23	公式ガイドブック、案内板
ルシヨン村	15	12	公式ガイドブック、案内板
木曽町	57	49	木曽おんたけ観光局Web
南木曽町	24	15*	南木曽町観光協会Web
中川村	8	16	中川村観光総合パンフレット

*ただし、妻籠周辺に限定

表-4 美しい村の登録資源の比較

	登録資源
ゴールド村	セナック修道院 ボリーの集落 サン・フィルマン宮殿の地下室
ルシヨン村	オークルの散歩道 オークルと染料の保存館
木曽町	開田高原の木曽馬 木曽街道の伝統文化 御嶽山麓の農村景観
南木曽町	中山道「妻籠宿」 歴史の道「与川道」 田立の花馬祭り と 里山景観
中川村	陣馬形山 段丘と里山のある景観 四徳地区と四徳川の景観

置されていない。これは、フランスの最も美しい村は歩いて村全体を散策できる規模であるのに対し、日本の最も美しい村は、広いため散策するのに自家用車を使う必要があることが原因であると考えられる。

表-3 は宿泊施設と飲食施設の数とそれらの観光施設の情報が掲載されている情報媒体を表したものである。宿泊施設や飲食施設の数を見ると日本は町村によってばらつきがあるが、フランスと比較した際に施設数の相違はない。ただし、それらの情報を得られる媒体がフランスの方が訪問客の目につきやすい方法であると考えられる。また、日本は各町村のホームページから別の観光情報が掲載されているホームページへ移動しなければならない点が、フランスと異なり訪問客へのわかりやすさに欠いていると考えられる。

表-4 は各国の最も美しい村公式ホームページに記載されている地域資源を示したものである。表-2 で明らかにしたようにフランスは歴史的建造物や自然遺産、自然遺産に関する展示館など観るべき対象が明らかであるのに対して、日本は伝統文化や景観など観るべき対象が曖昧に示されている。例えば「木曽街道の伝統文化」は福島関所や福島宿などを指し、「田立の花馬祭り」と里山景観」の里山景観はお茶畑の景観を指すが、登録資源をみるだけではわからない。一方でフランスのルシヨン村は古くからのオークル色の地層が見どころで、そのため

のトレッキングコースや保存館があるが、日本は地域資源をどのように楽しむかが不明確である。

3章で述べたように、美しい村における観光要素として宿泊施設や飲食施設といった観光施設、町並みや景観を含む観光資源、誘引要素として観光地の情報が必須要素であるとしているが、以上の比較から、宿泊施設や飲食施設などの観光施設についてみるとフランスと日本で大きな違いはないが、日本がフランスに観光的視点で劣っている点は情報のわかりやすさであることが明らかになった。

フランスと日本の地域資源はどちらもあるものの、日本は登録資源そのものの楽しみ方がイメージしづらく、補足説明が必要であるのに対し、フランスは観光客がわかりやすい登録資源になっている。観光施設については、数はあるものの、それらの情報が掲載されている媒体が少なく、そのほとんどが各町村のホームページの観光情報から観光局ホームページへ移り宿泊、飲食別に探さなければならないことから、情報媒体が観光客にとってわかりづらいついえる。また、「最も美しい村」という観点から、フランスは最も美しい村の公式ホームページや公式ガイドブックにある各町村の紹介ページに、近隣にある最も美しい村の情報を掲載しているが、日本は近隣情報が掲載されていない。そのため、日本はフランスと比較して最も美しい村としての楽しみ方が観光客にとってわかりづらいついえる。これは、前述したように最も美しい村運動の取り組みの違いからきている。

フランスは観光的活用に向けた取り組みを行っているのに対し、日本は景観維持に向けた取り組みを行っていることから、最も美しい村ホームページやガイドブックに観光客にとってわかりやすい情報が掲載されていない。ここから、観光施設と観光資源、観光情報は観光の必須要素であるが、観光資源と観光施設が充実していることを観光客に伝える情報が充実していることが重要であるといえる。

7. おわりに

本研究は、観光を用いた地域の活性化策のひとつとして世界に広がる最も美しい村運動を取り上げ、現地調査に行き、その際フランスの最も美しい村では観光客が多数訪れており、観光誘客に成功していると実際に見ることができたが、日本の最も美しい村は妻籠宿では観光客の姿があったものの、他はほとんど姿が見られなかった。同じ「最も美しい村」を掲げているにもかかわらず、差が生じる理由は観光要素の充実にあると考え、地方への観光誘客の必須要素を明らかにすることを目的とした。先行研究から、観光要素として観光施設と観光資

源、誘引要素として観光情報が必要であるとわかったため、その3点についてフランスのゴールド村とルシオン村、日本の木曾町と南木曾町、中川村の事例を比較した。その結果、観光施設に差は感じられないものの、観光資源とそれにかかわる観光情報に違いがあることがわかった。観光施設についてはフランスと日本で大差はなく、どちらも充実しているといえる。一方で観光資源についてみると、フランスは歴史的建造物や自然遺産に関する博物館など観光客にとって観るべき対象が明確化されているが、日本は山や景観などのように観光客にとってイメージしづらく、楽しみ方が明確化されておらず、「最も美しい村」としての地域資源の選ばれ方が違うことがわかる。このことから、フランスは「最も美しい村」を、観光誘客を目的に活用しているのに対して、日本は地域資源の保護を目的に活用している違いがあることがわかる。最後に観光情報についてみると、フランスは施設や資源のほか村の概要など情報がまとまっているのに対し、日本は情報があちこちにあり、観光客にとってわかりづらいついえることが明らかになった。その結果、観光誘客には観光施設のほか、その地域を象徴する地域資源と、それらの観光客にとって必要な情報をわかりやすく発信することが重要であることがわかった。これらを踏まえて「最も美しい村」の取り組みをみると、フランスは観光客に来てもらうことで村を活性化させる観光意識があるのに対し、日本は村おこしとして活用する意識ではなく、地域資源の保護と地域の持続可能性を高めることに意識があり、発想の違いが明らかになった。

謝辞：本研究は科研費（研究番号：18K18284）の助成を受けている。フランスの最も美しい村協会会長 **Maurice Chabert** 氏をはじめ、本研究の遂行にあたりヒアリング調査でお世話になった方々に記して謝意を表したい。

参考文献

- 1) CLAIR Paris：フランスの最も美しい村」の認定制度について、視察、調査等報告 2007、<https://clairparis.org/images/pdf/research/report-inspection/2007/07.pdf>（2019年1月30日閲覧）。
- 2) 河本大地：地域の価値づけという実践：兵庫県美方郡香美町小代区の「日本で最も美しい村」連合加盟をめぐる地域と大学との連携・協働のプロセスから、次世代教員養成センター研究紀要, Vol.5, pp.185-195, 2019.
- 3) 大澤啓志, 谷藤圭悟：栃木県那珂川町小砂地区の農村集落景観の特徴と審美的原理, ランドスケープ研究, Vol.82, No.5, pp.605-610, 2019.
- 4) 高田誠マルセール, 城所哲夫, 大西隆：テーマ型まちづくりにおける創出景観の歴史的連続性と空間特性に対する住民評価に関する研究—彦根市における異なる2テーマによる景観創出事例を対象として—, 都市計画論文集, Vol.45.3, pp.349-354, 2010.

- 5) 大森洋子, 西山徳明: 歴史的町並みを観光資源とする地域におけるまちづくりに関する研究—筑後吉井の町並み保存事業を事例として—, 都市計画論文集, Vol.35, pp.811-816, 2000.
- 6) 石鼎, 石川幹子, 片桐由希子: 1910 年代以降の観光事業が中国杭州西湖風景名勝区の文化的景観に与えた影響に関する研究, 都市計画論文集, 46 巻, 3 号, pp.619-624, 2011.
- 7) 岡本伸之: 観光学入門 ポスト・マス・ツーリズムの観光学, 有斐閣アルマ, 2001.
- 8) 室谷正裕: 新時代の国内観光—魅力度評価の試み, 財団法人運輸政策研究機構, 1998.
- 9) 大井達雄: 観光地ブランドの評価に関する一考察, 日本統計研究所報, 42 号, pp.9-27, 2013.
- 10) 伊豆田義人, 中川恵, 松館里菜: 旅・旅行の選択における誘引の基礎的な研究, 山形県立米沢女子短期大学紀要, Vol.53, pp.89-102, 2017.
- 11) Gordes, Les Plus Beaux Villages de France Official Site, <https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/nos-villages/gordes/> (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 12) 観光客の行動・場面に適した観光情報提供手法, 国土交通省観光庁, http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kankojoho/02_2.pdf, (2019 年 10 月 18 日閲覧)
- 13) 木曾おんたけ観光局, <https://visitkiso.com/>, (2019 年 10 月 11 日閲覧)
- 14) 木曾町, 日本で最も美しい村連合ホームページ, <https://utsukushii-mura.jp/map/kiso/>, (2019 年 10 月 12 日閲覧)
- 15) Les Plus Beaux Villages de France association, 『The Official Guide to the Most Beautiful Villages of France』, Flammarion, 2016.
- 16) Les Plus Beaux Villages de France Official Site, <https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/> (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 17) 松尾雅彦, 『スマート・テロワール 農村消滅論からの大転換』, 学芸出版社, 2014.
- 18) 南木曾町観光協会公式ホームページ, <http://www.town.nagiso.nagano.jp/kankou/index.html>, (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 19) 南木曾町, 日本で最も美しい村連合ホームページ, <https://utsukushii-mura.jp/map/nagiso/>, (2019 年 10 月 12 日閲覧)
- 20) 中川村, 日本で最も美しい村連合ホームページ, <https://utsukushii-mura.jp/map/nakagawa/>, (2019 年 10 月 12 日閲覧)
- 21) 中川村観光協会ホームページ, <https://www.vill.nakagawa.nagano.jp/kankou/>, (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 22) 中川村観光総合パンフレット, 中川村観光協会ホームページ, https://www.vill.nakagawa.nagano.jp/trol.php?f=pub&fl=tropo_nak-11765_1-10001, (2019 年 11 月 12 日閲覧)
- 23) ニューツーリズムの概念, 観光庁, <http://www.mlit.go.jp/common/000116863.pdf>, (2019 年 10 月 8 日閲覧)
- 24) 「日本で最も美しい村」連合, 『「日本で最も美しい村」連合オフィシャルガイドブック 日本で最も美しい村 2』, 株式会社講談社, 2015.
- 25) 日本一美しい村、中川村ブランディングサイト, <https://nakagawa-village.life/>, (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 26) 『NPO 法人「日本で最も美しい村」連合ご案内 2018 年』, 日本で最も美しい村連合ホームページ, <http://utsukushii-mura.jp/cms-contents/cdn/uploads/2018/05/acbf8553ad048af5c5d503b2d7726436.pdf>, (2018 年 12 月 20 日閲覧)
- 28) 尾家建生: ニューツーリズムと地域の観光産業, 大阪観光大学紀要, 10 号, pp.25-37, 2010.
- 29) Office de tourisme de Roussillon en Provence, <https://otroussillon.pagesperso-orange.fr/index.html> (2019 年 11 月 13 日閲覧)
- 30) Roussillon, Les Plus Beaux Villages de France Official Site, <https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/nos-villages/roussillon/> (2019 年 11 月 8 日閲覧)
- 31) 寺田直子, 『フランスの美しい村を歩く』, 東海大学研究所, 2016.
- 32) テーマ別観光による地方誘客事業, 観光庁, http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/theme_betsu.html, (2019 年 10 月 8 日閲覧)
- 33) 『特定非営利活動法人「日本で最も美しい村」連合活動報告書』, 日本で最も美しい村連合ホームページ, [http://utsukushii-mura.jp/cms-contents/cdn/uploads/2016/06/最新版\)美しい村連合progressreport_0201_修正版_ver1.2.compressed-2.pdf](http://utsukushii-mura.jp/cms-contents/cdn/uploads/2016/06/最新版)美しい村連合progressreport_0201_修正版_ver1.2.compressed-2.pdf), (2018 年 12 月 20 日閲覧)
- 34) 富本真理子: 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 号, pp.59-67, 2016,
- 35) 妻籠観光協会ホームページ, <http://tumago.jp/index.html>, (2019 年 11 月 12 日閲覧)
- 36) Ville de Gordes HomePage, <https://www.gordes-village.com/>, (2019 年 11 月 8 日閲覧)

(?????. ????.??受付)

COMPARATIVE STUDY OF THE MOST BEAUTIFUL VILLAGES' TOURISM ATTRACTIVENESS IN JAPAN AND EUROPE

Takeshi KURIHARA and Sayaka SHINJO