

## おわりに

本市の交流人口を拡大させるべく着地型観光の特徴・手法・意義について検討した。最後に、重要なポイントについて再度提示して本稿の締めとしたい。

### <着地型観光の留意点>

- ・着地型観光は交流人口の拡大に有効かという点についてであるが、もちろん新たな集客手段として有効なものであるといえる。しかしこの着地型観光は、未だ黎明期にあって、住民によるまちづくり型観光という特徴を有する新しい観光集客手段ではあるが、たちまちそれ単体で広く交流人口拡大がもたらされるわけではない。つまり、全国的に有名な観光地ではなくまちの知名度も高くない草津において、着地型観光を取り組むことによってのみ大きな交流拡大効果を期待することは難しい。

### <ブランド化の視点>

- ・本市で大きな交流人口の拡大を目指すためには、着地型観光にもう一つの視点を加えなければならない。それは、観光マーケティングの手法であるブランド化の推進である。全国的に有名な観光地でもなく知名度も高くない本市が、交流人口の拡大を図るため、“草津というまち全体についてのブランド化”の確立が望まれる。人々の目を草津に向け足を運ばせるためには、まちの認知度を向上させ、外から見た草津が魅力溢れるまちになっていなければならない、いかにして草津というまちにブランド力を持たせることができるかが重要な鍵を握る。
- ・本市がブランド化を果たすには、多くの時間と実践の積み重ねという地道な努力が必要であるということに留意せねばならない。この“多くの時間と実践の積み重ねという地道な努力”こそが、着地型による観光まちづくり活動だと捉えることができ、草津市のブランド化へ向けた素地を創っていく作業過程として、着地型観光の取り組みは大きな役割を果たすはずである。
- ・ブランド化に向けた資源の展望としては、「草津川跡地」のこれからの活用法に期待がされる。本市のブランド化では、現在ブランド力を備えていないのであれば、今ある物品・商品の利活用のみを考えるのではなく、新たな将来資源をこれから創造していくという視点が重要だと考えられる。この点から見たとき、本市のまちづくりの原石である草津川跡地は、まさにこれから創造し展開していく将来資源といえる。その意味において、ブランド化という視点を持ってその展開策を模索し、実践していくなかで、まちのブランド化に資するシンボリックな存在へ育てていける可能性がある。

### ＜着地型観光の意義＞

- ・着地型観光を実践する意義の一つは、ブランド化への寄与にある。観光客が魅力を感じるまちとなるためには、何よりも地域住民が自らの土地に愛着・誇りを持つことから始める必要がある。つまり、地域住民には着地型観光の中心的役割を担うことが期待され、自分たちのまちをより魅力溢れるものにしていこうという気概と活動が積み重なっていくなかでこそ、ブランド化への土台が形成されていくことになるからである。
- ・着地型観光に取り組むことは、住民が自らの手で地域のまちづくりを行うことに通じる。すなわち、着地型観光の実施を通して、住民が自らの地域の良さや課題を発見ないし再確認できる契機となり、自らの居住する地域の再生や改善といった地域づくりにもつながっていくということである。

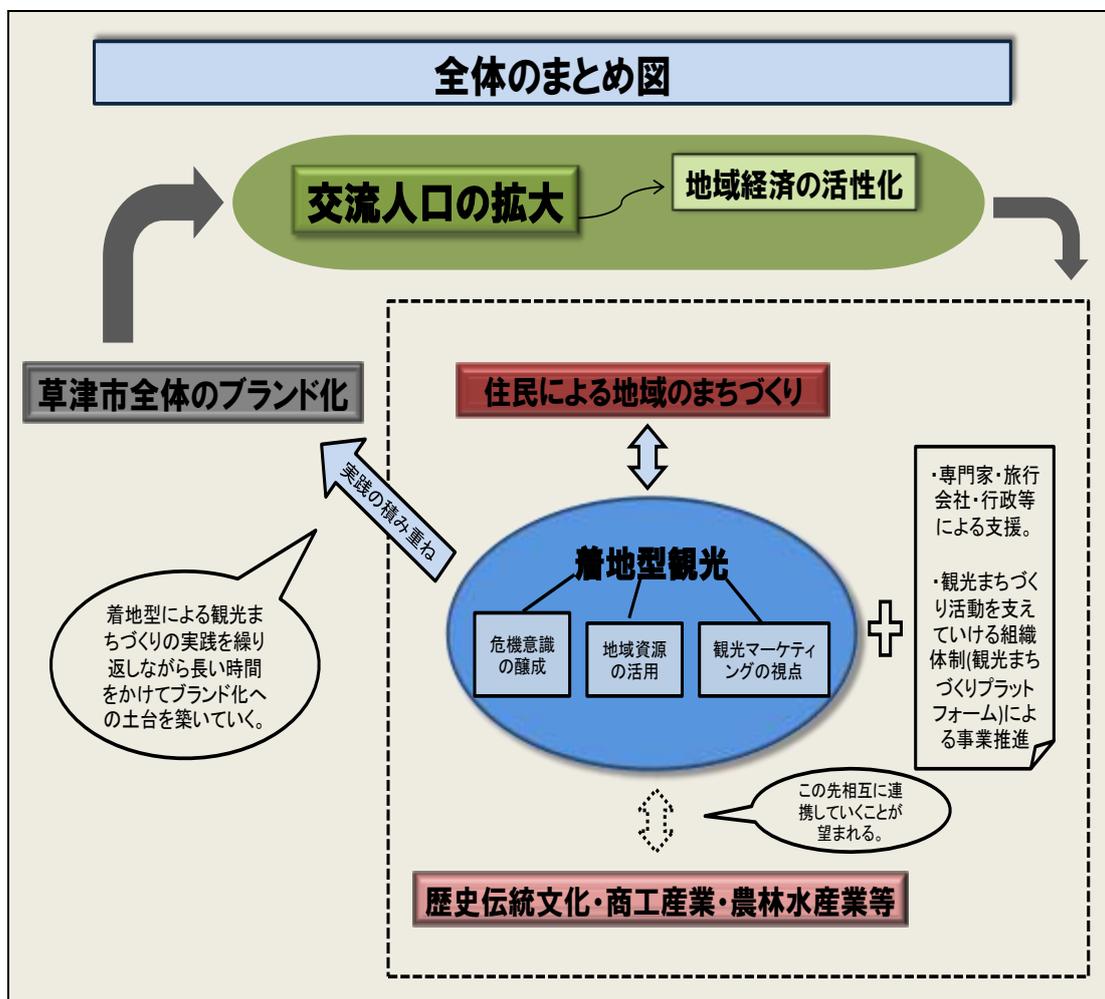
### ＜交流人口拡大に向けた着地型観光の展望＞

- ・“着地型観光は地域住民のまちづくり活動として展開されていく”ことが望ましいとしても、当初からそれに期待し過ぎることは難しい。着地型観光への機運が生まれるためには、住民自身が、地域の抱える問題意識や観光まちづくりを行う意義を見出す必要がある。そしてその先に、着地型観光の土台になっていける担い手が生まれ、本当の意味で住民主導の観光まちづくり活動へと根付いていくことが期待される。
- ・さらなる着地型観光の展望としては、推進体制（観光まちづくりプラットフォーム）が確立して、観光まちづくりの活動と今地域に存在する多様な分野（例えば、歴史伝統文化・商工業・農林水産業）の取組・蓄積が相互に絡み合い、その動きが地域の中で循環していくことで、着地型の観光まちづくりが地域規模に拡がるとともに定着していき、ひいては地域全体がブランド化していくことにつながることを望ましい。
- ・着地型の観光まちづくりの取り組みによってまち全体のブランド化を果たし、さらなる交流人口の拡大につなげることで、地域内消費活動の促進や雇用確保また収益構造の確立などの経済価値へと結びつけることが最終的な目標ではあるが、そこに行き着くまでには、まちづくりに時間がかかるのと同様、若しくはそれ以上に時間のかかる作業となることを認識せねばならない。

よって、交流人口の拡大のために考えうる有効な方策としては、草津市というまち全体のブランド力の向上を意図し、その大きな方向に沿って漸進するため着地型観光を繰り返し実践していくことが望ましい。

以上、交流人口拡大に向けた着地型観光の検討についての結びとする。

※以下は本調査研究書の概要図である。



## [関係者一覧]

### ◎客員研究員（順不同）

大社 充 NPO 法人グローバルキャンパス理事長  
石崎祥之 立命館大学経営学部教授  
金井萬造 立命館大学経済学部教授  
(株)地域計画建築研究所(アルパック)取締役会長

### ◎草津未来研究所

所 長 立命館大学大学評価室長・立命館大学理工学部特命教授 児島孝之  
顧 問 高崎経済大学地域政策学部教授 戸所 隆  
副 所 長 (学) 立命館総長特別補佐・立命館大学経営学部教授 肥塚 浩  
副 所 長 草津市総合政策部理事 林田久充  
総括研究員 立命館大学スポーツ健康科学部教授 長積 仁  
主任研究員 草津市総合政策部草津未来研究所参事 田中祥温  
研 究 員 草津市総合政策部草津未来研究所専門員 宮嶋茂生  
研 究 員 草津市総合政策部草津未来研究所主事 西村周馬 (担当者)

## [参考文献]

- ・内閣府共生社会政策統括官 『高齢社会白書』 2010年
- ・厚生労働省 『人口動態統計月報年計（概数）の概要』 2008年
- ・総務省 『通信利用動向調査の結果』 2009年
- ・内閣府 『国民生活に関する世論調査』 2008年
- ・総務省統計局 『日本統計年鑑』 2010年
- ・国土交通省総合政策局 長崎県長崎市 『長崎市における交流人口拡大策に関する調査報告書』 2006年
- ・内閣府政策統括官室 『地域の経済 2008—景気後退と人口減少への挑戦—』 2008年
- ・国土交通省 『地域観光マーケティング促進マニュアル』 2006年
- ・滋賀県 『滋賀県観光入込客統計調査書』 2008年
- ・滋賀県 『観光動態調査』 2005年
- ・高瀬武則 伊藤理 『地域活性化の共通課題「社会変動と関西活性化」』  
関西大学経済・政治研究所 2007年
- ・橋詰登 『農村自治体の地域活性化診断「農林水産政策レビュー」』 No.8 2003年

- ・二地域居住研究会 『二地域居住の意義とその戦略的支援策の構想』 2005年
- ・清水愼一 『地域研究会資料-地域ぐるみによる観光まちづくり-』 2009年
- ・西川芳昭 伊佐淳 松尾匡 『市民参加のまちづくり 事例編 NPO・市民・自治体の取組から』 創成社 2005年
- ・加藤正明 『成功する地域ブランド戦略-九条ねぎが高くても売れる理由-』 PHP 研究所 2010年
- ・西尾チヅル 『マーケティングの基礎と潮流』 八千代出版 2007年
- ・牧瀬稔・板谷和也 『地域魅力を高める「地域ブランド」戦略-自治体を活性化した16の事例-』 東京法令出版 2008年
- ・日本交通公社 『旅行者動向2009』 2009年
- ・日本観光協会 『観光の実態と志向』 2009年
- ・社会経済生産性本部 『レジャー白書』 2007年
- ・尾家建生 金井萬造 『これでわかる！着地型観光 地域が主役のツーリズム』 学芸出版社 2009年
- ・大社充 『体験交流型ツーリズムの手法 地域資源を活かす着地型観光』 学芸出版社 2008年
- ・田中章雄 『事例で学ぶ！地域ブランドの成功法則33』 光文社 2008年
- ・濱田恵三 『流通科学大学論集 流通・経営編 第22巻 第2号』 2010年
- ・八杉淳 『近江の宿場』 サンライズ出版 2009年
- ・ネットスマイル 『ライフスタイル年代比較についての調査レポート』 2010年
- ・総務省自治行政局 『交流居住のススメ』 <http://kouryu-kyoju.net/>
- ・近江八幡観光物産協会 『八幡掘～八幡掘とその歴史について～』 [http://www.omi8.com/annai/hachimanbori\\_info.htm/](http://www.omi8.com/annai/hachimanbori_info.htm/)