

# メディア誘発型観光現象後の地域振興に向けた 地元住民たちの取り組み—飢肥を事例として Looking for a New Way of Community Revitalization after the Impacts of Media-Induced Tourism

鈴木晃志郎\*  
Koshiro SUZUKI

## 摘要

宮崎県日南市飢肥地区は、古くから飢肥杉の産地として知られる林業の町であり、1587年に、秀吉の九州征伐で案内役を務めた功で飢肥の地を与えられた伊東祐兵が、同地に飢肥藩を置いて以降は、幕末まで伊東氏の城下町として栄えた。しかし、高度成長期の1955(昭和30)年をピークに人口は長期的な減少に転じ、町内の空洞化が進んでいる。一方でその歴史ある町並みの美しさから、近年は日南市の観光地区としての役割を担っている。

1992年には映画『男はつらいよ』の、2004年にはNHKの朝の連続テレビ小説『わかば』の舞台となり、メディア誘発型観光現象が発生した。しかし、その効果は4年以内に終息し、地域への経済効果も限られたものにとどまった。現地ではむしろ、地域住民たちによってそれ以前から続けられてきた、地道なまちおこしや地域活性化の活動のほうが効果を挙げつつある。そこで本稿は、現地調査を通じて、ポスト・メディア誘発型観光の状況下におかれたこの町が、今いかなる試みを進めつつあるのかを検討し、内発的なまちづくりを通じて地域の諸問題を克服するうえでの示唆を得ることを目的とする。

## I. はじめに

宮崎県日南市飢肥地区は、近世からの由緒ある城下町としての風情を今にとどめ、1975(昭和50)年に、重要伝統的建造物群保存地区が文化財保護法144条によって規定された際には、最も早い時期に重伝建選定を受けた町並み保存の先進地区である。その美しい町並みから、1992(平成4)年暮れには近隣の油津とともに映画『男はつらいよ』のロケ地のひとつとなり、また2004(平成16)年下半期にはNHK朝の連続テレビ小説『わかば』のロケ撮影で話題を呼んだ。しかしロケ撮影では一定の観光増こそ得られたもののその効果は限定的で、近年は逆に入り込み客数の減少傾向が認められる。

このため、近年はロケ撮影の受け入れに留まらず、地域住民の間で域内連携をはかり、地域資源の評価や保存、アピールを進める動きが出てきつつある。そこ

で本稿は、まず第一に、ロケ誘致による誘客効果について、飢肥城内にある施設の入り込み客数データを用いて検証する。次に、地域住民たちの手で進められつつある近年の新たなまちづくりの動きを報告し、内発的な地域振興の可能性についての示唆を得ることをめざす。

## II. 飢肥の沿革

本研究の対象地である飢肥地区は、宮崎県日南市北西部の山裾に位置する人口6,000人ほどの小さな町である(図1)。飢肥の歴史は古いが、現在まで残る街割りを整備した伊東氏が飢肥と関わりをもつようになるのは、室町時代から桃山時代にかけてのことである。

室町時代初頭の1335(建武2)年、伊東祐持は戦功あって足利尊氏より日向國(現在の宮崎県西都市都於郡)地頭職に任ぜられ、300町を与えられて下向し都於郡城を築いた(高藤ほか1995)。伊東氏はその後、室町時代を通じて徐々に西都市周辺に定着し、やがて隣接する島津氏や近隣の土持氏、在地領主たちと領土争いを

\*首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域  
〒192-0397 東京都八王子市南大沢 1-1  
e-mail: mapping@tmu.ac.jp

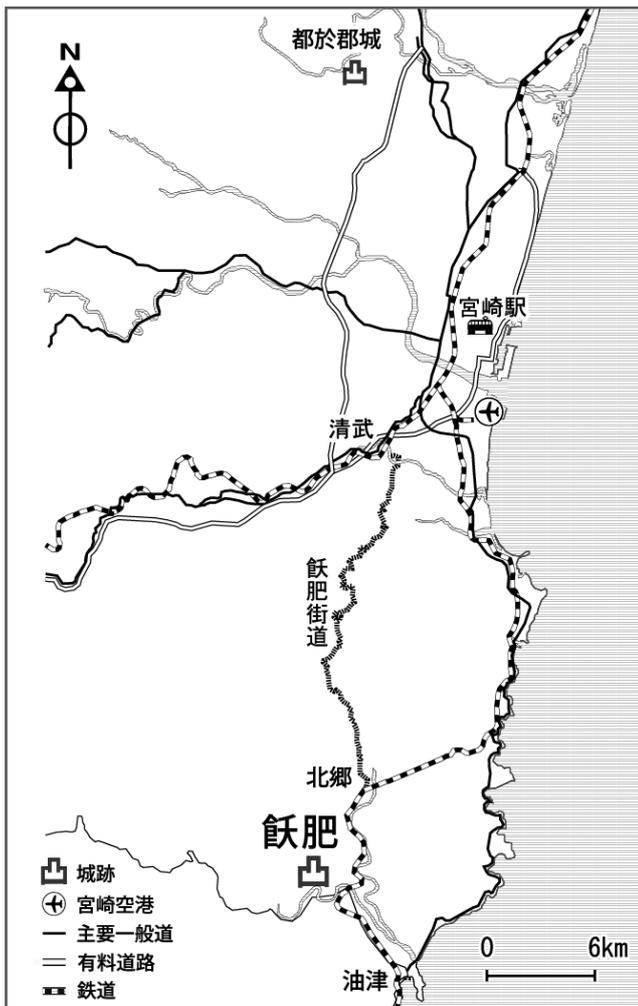


図1 飫肥と油津・宮崎市の位置関係略図

筆者作成。伊東氏は都於郡城から宮崎を挟んで南進した。

しながら、県南へと勢力範囲を拡大していった(宮崎県 1998)。

当初、飫肥は島津氏の領土であり、16世紀(1500年代)中頃までは島津氏の統治下にあった。近接する油津・串間は、領内で産出される硫黄や明礬の輸出港として機能し、飫肥も森林資源が豊富であったため、周辺は薩摩の要地であった(高藤ほか 1995)。島津氏と伊東氏は、しばしば飫肥をめぐる熾烈な争奪戦を繰り返したらしく、1545(天文14)年には伊東軍が飫肥城の二重城戸まで迫ったり、永禄年間に2度ほど飫肥城が陥落し、伊東軍の手に落ちた記録が残されている(土田ほか 1995)。

伊東氏が最終的に現在の飫肥に本拠を置くことになったのは、1587(天正15)年に秀吉の九州攻めで案内役を務めた功で、当時の当主伊東祐兵が飫肥の地(日南市、北郷町、南郷町、清武町、宮崎市の一部及び旧田野町)2万8千石を与えられたことによる。祐兵は十数年でそれを5万7千石まで引き上げたが、無理な禄高のかさ上げを行ったため藩財政を窮乏させた。現在

でも有名な飫肥杉はこの時、米に変わる生産物として伐採が始められ、その後1623(元和9)年には杉の植林が始まって、飫肥林業が確立することになった(日本地誌研究所・青野・尾留川 1975)と伝えられている。領民の造林業への意欲を高めるべく、飫肥藩では希望者に無償で杉の植林をさせ、利益を折半する二部一山(5官5民)制度を確立。その比率はのちに変化していったが、飫肥林業を特徴づける「部分林制度」として残された(鹽谷 1955)。

維新後は、藩政時代から試みられてきた養蚕に、明治始め平沼庄七が成功、1876(明治9)年には水車製糸が導入され、1879(明治12)年には蒸気機械が導入されるなど事業化が進んだ。やがて士族を中心とする『飫肥製糸会社』の設立に伴い、飫肥製糸場の運用が始まった(宮崎県 2000, pp.142-143)。以降、林業と養蚕業が戦前までの飫肥の基幹産業の役割を担ってきた。

飫肥城の城郭が完成形に到達した時期は比較的はつきりとしているが、城下町に関しては、成立年代が釈然としない。高藤ほか(1995)は、古地図を用いた実測調査結果を根拠に、飫肥城下は伊東氏の統治下で近世初頭に整備されたのではないかと推定している。1977(昭和52)年には、この城下町の一部が文化庁から重要伝統的建造物群保存地区(以下、重伝建)に選定され、国レベルで町並み保全の対象地区となった。これは京都の祇園や岐阜の白川、山口の萩に次ぐ早さであり、全国的にみても飫肥の町並みが高い価値を有していることを端的に物語っていた(文化庁 2009)。またこれに先立つ1974(昭和49)年から始まった飫肥城復元事業では、1977(昭和52)年7月から翌年6月にかけて、1872(明治4)年に取り壊された大手門の復元工事がなされ、松尾の丸(本丸上に築かれた領主館)も再現された。本稿で入り込み客数の推定に用いる歴史資料館も、郷土



図2 飫肥の街並みのようす

筆者撮影。右手の石垣は往時のものが残っている。

資料の流出防止と文化財保護思想の普及を意図して、この時期新しく城郭内に建築された(内田 2005)。

### Ⅲ. メディア誘発型観光と飢肥

城下町起源の美しい町並みから、飢肥は映画やテレビのロケ地としての側面をもつ(図 2)。宮崎フィルム・コミッションによれば、飢肥では邦画『男はつらいよ』や、NHK の朝の連続テレビ小説『わかば』のほか、『裸の大將』(2008 年：平均視聴率 11.2%)、韓国 KBS 系のドラマ『ウェディング』(2005 年)などの TV ロケ撮影が行われ、2009 年も 10 月に榎木孝明の監督する映画『半次郎』のロケも行われている。そこで、本稿ではまず、既存のデータをもとに、ロケ誘致による観光客の場所として、飢肥がどの程度の効果をあげているのかを検討する。

#### 3.1 入り込み客数の推移とその特徴

飢肥の入り込み客数の推定は難しく、1990 年代以前から同一条件で継続的に記録されたデータは非常に限られている。そこで本研究では、飢肥城の城郭内に作られた歴史資料館の、設立後から 2006 (平成 18)年までの年間入場者数の推移データを用いることにした。飢肥城は飢肥の中核的な観光資源であり、史資料を多く収蔵した歴史資料館はその中核施設のひとつではあるが、映画やテレビをきっかけに飢肥を訪問する観光客やバックツアー型の観光客の場合、興味・関心の相違や時間的制約から、歴史資料館に入場する観光客とは客層が異なることが想定される。ゆえに、以下の考察には一定の留保がつくことを付記する必要がある<sup>1)</sup>。

図 3 によると、同館の入館者数がピークを迎えた年は、映画『男はつらいよ』のシリーズ第 45 作目にあたる「寅次郎の青春」が公開(1992 年 12 月 26 日)されてから約 4 年後である。「寅次郎の青春」は、宮崎のとある町で理髪店を営むヒロイン(風吹ジュン)との恋模様を描き、ロケ撮影は日南市の油津と飢肥を舞台に行われた。同作品は翌 1993 (平成 5)年の邦画配給収入ランキングにおいて、第 5 位にあたる観客動員 207 万人、興行収入 14.5 億円を記録している(社団法人日本映画製作者連盟 2009)。

また、飢肥の観光客がピークを迎えた 1990 年代半ばには宮崎市に国際海浜コンベンションリゾート「シーガイア」がオープン(林 1995)したほか、1995 (平成 7)年 11 月 10 日から 13 日にかけては、天皇・皇后が長崎県及び宮崎県行幸啓の途上、地方視察を兼ねて第 15 回全国豊かな海づくり大会に臨席したのち、油津漁港

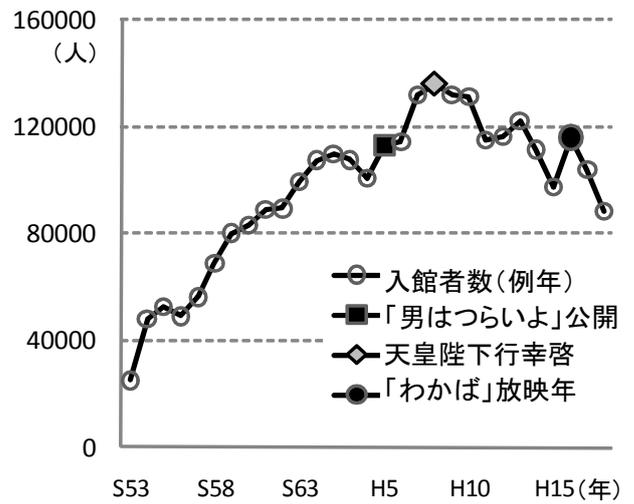


図3. 飢肥城歴史資料館の入館者数推移

での放流行事に参加している(宮内庁「天皇皇后両陛下のご日程 平成 7 年 10 月～12 月」2009)。彼らは飢肥へは立ち寄ってはいないが、入り込み客数に多少なりとも影響を与えたことは想像に難くない。

こうした外的要因の相乗効果から、1997 (平成 9)年には、飢肥城の入館者数は 131,867 人となり、開館以来の最高値を記録している。しかし、これをピークに、徐々に観光客は減少傾向に転じた。平成 16 年度には、NHK の連続テレビ小説『わかば』が飢肥を作品の舞台のひとつに選び、その効果によるメディア誘発型観光現象が起きたことで、一時的に入場者は前年比でと約 2 割 (119%) の増加をみている。しかし、翌年には愛知万博開催の影響から再び入場者数は減少に転じ、低下傾向には歯止めが掛かっていない(図 3)。

#### 3.2 飢肥におけるメディア誘発型観光の課題

映画のロケ撮影を積極的に受け入れ、外発的な地域活性化を模索する動きは、1990 年代以降の地方自治体の地域政策を特徴づける動きのひとつといえる。

低成長時代に入り、大量生産で発展する従来型のシステムでは経済発展が困難になった。このため、多くの自治体は、1990 年代以降急速に成長した情報・コンテンツ産業の知的生産物 (映画や TV ドラマなど) が地域にもたらす、様々な経済効果に注目するようになった。多くの自治体がフィルム・コミッションの設置を進めた結果、2009 年現在その数は 100 を超えるまでになっている(鈴木 2009a)。2006 年に県の観光推進課内に「宮崎フィルム・コミッション」を設立した宮崎県も例外ではない。

これら知的生産物やその制作者たちがロケや題材の対象として選んだ地域に、どのような経済効果がもたらされるのかについては、これまで「メディア誘発型



図4 飢肥の地形図と、飢肥城下町「食べあるき・町あるき MAP」の見本

筆者作成。左図は国土地理院の電子地図に加筆。右の図は飢肥城下町保存会で発行している食べ歩きMAP。大手門通り周辺の黒く塗り分けられた道が、重伝建指定地区である。右図内に矢印で示した部分が、後述する「旧飯田医院」。

観光(Media-induced tourism) (Riley and Van Doren 1992) の研究者たちが研究対象としてきた。

Riley *et al.*(1998)によれば、メディア誘発型観光が起きると、過去の傾向から予測される自然増分よりも有意に多い観光客が流入し、経済効果も4年は続くとされる。日本でも、いくつかの先行研究において、ロケ地型観光が誘客効果をもつことが示された(e.g. 深見2009)。飢肥の場合も、波及効果の大きい映画『男はつらいよ』では、約4年の入館者数の増加に結びついている。また平成10年以降は減少傾向にあった入館者数が、『わかば』の放映年のみ2割増を記録したという意味では、Riley *et al.*(1998)の仮説通りの結果になっているとあって良い。しかし、『わかば』の場合、入り込み客数は翌年には再度減少傾向に転じ、2年後には88,411人と、過去最低を記録している。“寅さん”にしても、経済効果があったといえるのは放映開始から4年間だけで、5年目にはほぼ公開前の水準に戻っている。メディア誘発型観光効果の持続性は、きっかけとなる映像の知名度やストーリーの性格にかなり左右されるうえ、効果の持続性には限りがある(Connell 2005a)。環境収容力を超えた観光客がマイナスの効果をもたらすことも指摘されている(Connell 2005b; Connell and Meyer 2009; Tooke and Baker 1996)。映画やテレビを通じた観光誘客は、一時的な知名度の上昇には貢献しても、その後の継続的な観光誘客には結びつきにくいことが飢肥の例からも窺えよう。

#### IV. 内発型のまちづくりと住民たち

##### 4.1 団体の組織化

ちょうど、メディア誘発型観光による観光客増が頭打ちになった1990年代半ばごろ、飢肥にはもうひとつ

の動きが起こってきた。地域住民たちによるまちおこしや地域振興のための団体の組織化である。その源流を辿ると、1970年代後半の重伝建地区指定をめぐり、商店主たちによって始められたまちづくりの動きまで遡ることができる。

1974(昭和49)年、第7代日南市長に当選した河野礼三郎は飢肥の出身者であり、積極的に景観保全に取り組んだ先駆者でもあった。彼は飢肥の「文化財保存都市宣言」(1974年)を発表し、「飢肥城復元促進協力会」を発足させ、「飢肥文化財愛護少年団」を結団し、「飢肥城復元募金委員会」を立ち上げた。1975(昭和50)年の重要伝統的建造物群保存地区の制度施行の直後から始まった様々な町内の街並み保全事業は、1970年代後半の河野市長在任中に集中している<sup>2)</sup>。ちなみに前述した大手門も、この飢肥城復元事業第二期工事として1978(昭和53)年に完成したものである。

重伝建の制度発足直後(1975年)から、日南市には『伝統的建造物群保存対策協議会』が結成され、保存のための調査が熊本大学工学部の堀内教授によって行われた。同年には飢肥城復元のための募金運動も始められている。また翌年、日南市都市計画審議会において、伝統的建造物群保存地区に決定し、市議会において保存条例が議決された。そして1977年、飢肥は城下の横馬場、後町、前鶴通りを中心とする約19.8haが、九州初の重伝建地区に選ばれることになったのである(図4右の「食べあるき・町あるきMAP」に、道路を黒く塗り分けることで簡易表示されている区域である)。飢肥の観光政策のインフラにあたるハード面での街並み保全の動きは、この時期、河野市長を核として、行政側のイニシアチブで進められたといえる<sup>3)</sup>。

重伝建地区に含まれると、建造物、土地等の変更には市町村の許可が必要になる。その一方、それらの保存修

景に補助が受けられるようになり、1996年までに総事業費約3億2千万円(市費29%、自己負担20%)の事業が行われた(千歳2002)。

さて、重伝建地区が決められたとき、目抜き通りにあたる本町通りは、ほとんどが地区指定から外れていた。このため、修景・改築補助は十分に受けられない状況であった。いっぽうで当時、交通量の増加に伴い地元住民から町内の目抜き通りである本町通りの拡幅工事の要望が出ていた。

当初、交通量の増加に対処するために立てられた計画はバイパス道路の建設計画であったが、商店街から客足が遠のくと考えた商店主たちは『国道拡張期成同盟会』(1970年)を結成。この計画を本町通りの拡幅工事に変更させた。また拡幅工事を前の前にした沿道の商店主は「本町通り街並み研究会」(1977年)を発足させ、(1)日本風の外装に統一すること、(2)溝から1m下げて家を建て直すこと、(3)軒を溝まで出すこと、(4)軒の高さを揃えること、(5)けげげばしい色遣いを避けること、の5つの申し合わせ事項を作成した(日南市企画政策課2007, p.5)。貴重なオリジナルの歴史的建築物を取り壊し(または移改築し)、道路拡幅を優先させた街並み保全の手法は、現代では批判の対象ともなりかねないが(鈴木ほか2008)、今から30年以上も前に、専門家がほぼ不在の状態での手探りのまちづくりの試みだったことを考えれば、充分画期的な試みだったといえる。事実、1984(昭和59)年に彼らは『潤いのあるまちづくり賞』を、1987(昭和62)年には『手づくり郷土賞』を受賞した。

#### 4.2 城趾から商店街へのハブ役の出現

飫肥の観光名所として整備された施設のほとんどは、飫肥城址またはそのごく周囲に偏在している。飫肥は日露戦争の時の外務大臣でもあった小村寿太郎の生地であり、城趾に加えてゆかりの深い建物が点在している。それらを含む施設(豫章館、松尾の丸、歴史資料館、小村記念館、旧山本猪平家、商家資料館の6館)は、日南市教育委員会の委託を受ける形で、1976年に発足した財団法人飫肥城下町保存会が運営・管理を行っていた。ポスト・メディア誘発型観光のきっかけを創出する一人目のキーパーソンとなったのは、2年ほど前に市役所課長を定年退職後、同保存会の事務局長となった郡司均氏であった。

日南市を訪れた観光客はそれまで、飫肥城を見たのち、町中を散策することはあっても、ほとんどが商店街を素通りし、ざっと街並みを見て去るケースが多かった。このため、飫肥の街をゆっくりと歩いてもらい、

住民と交流を深めて欲しいと考えた郡司氏が、地元商店街との協賛で2009年4月29日から始めたのが、『飫肥城下町食べあるき・町あるき』の企画であった。もともとは日南商工会議所が招聘した観光プランナーの前田豪氏によって企画されたもので、この企画自体は地元から出たアイデアというわけではなかったらしい。その実用化に際してイニシアチブをとったのが郡司氏である。

『食べあるき・町あるき』は、飫肥城周辺の散策マップに5枚の商品引換券を付け、6施設の入館料とセットの場合は1,000円、食べ歩きのみの場合は600円で販売するという内容である(図4)。郡司氏が館長や事務局長を務め、飫肥観光の中核となってきた城跡周辺の6施設を、城内観光マップの販売窓口として活用することにより、城趾から城下町までの観光客の流れを作り、地元での滞在時間を長くする狙いがあった。

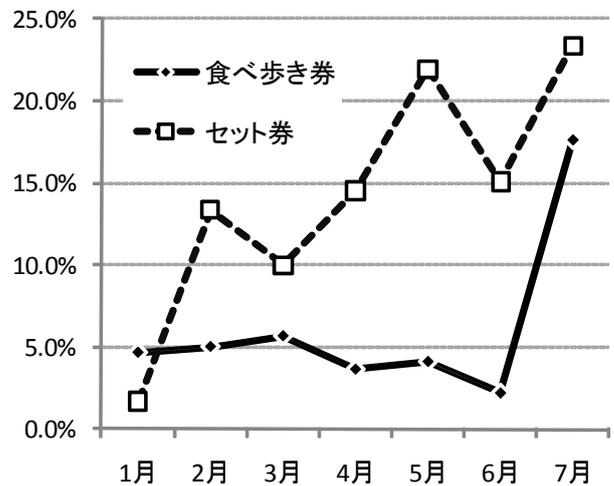


図5. 食べ歩き, 町歩き券(2009)の購入率変化

この企画はまず、参加店舗も16のみの状況で、半ば実験的に始められた。そのため、当初は6施設訪問者の5%程度しか券の購入者はいなかった。しかし、ほどなく順調に購入者の割合が増え、現在までの半年のうちに、施設利用者の25%までがこのチケットを買うようになった(図5)。また、購入者が増加することにより、城趾だけでなく町中まで降りて散策する人が増え、滞在時間を長くする効果が得られたという。その結果、参加店も半年の間に39店舗まで増え、食べ歩きのバラエティは格段に豊かになった。2009年10月の販売数は約3,300枚で、過去最高を記録している(宮崎日日新聞2009年11月9日)。彼の登場により、行政主導で始まったハード面の整備(城趾の修景・新築)と街並み保全の補助は、ソフト面の充実に向けてステップアップしたと考えられる。観光客の流れを城下町にまで拡げて地域活性化に結びつける地元住民ならではの発

想が、地域内にあらたな社会的紐帯とモラルを生み出しつつある点で、単なる売り上げ以上の意味がある。

行政と地域住民との連携が比較的スムーズかつ効果的になされる背景には、観光を通じた地域振興という共通目標のもとで、比較的早くから住民と行政との連携の実績が蓄積されていたことが挙げられよう。その代表的な例が、2000(平成12)年に県下で最初に発足した『日南市観光ボランティアの会』である。

一般市民から、飫肥城を案内するガイドクラブを創設してはどうかとの働きかけが行政に初めてなされたのは、1998(平成10)年のことであった。行政側はこれを受け、1999(平成11)年に日南市観光協会を事務局として、観光ガイド養成講座を設置し、2000(平成12)年3月1日には、日南市観光ガイドボランティアの会の発足へと結びつく(会員数は42名、平均年齢67歳)。初年度の案内実績は4,000人であったが、5年後の2005(平成17)年には11,000人のガイド実績を持つまでに成長している(総務省自治行政局自治政策課企画第一係2006)。このように飫肥は、メディア誘発型観光がピークを過ぎつつあるなか、早くから「見るだけ観光」からの脱却をめざし、域内のステークホルダーが連携を進めていた。「町あるき・食べあるき」が比較的スムーズに受け入れられる土壌も、こうした実績の下でできあがっていたといえる。

### 4.3 活動的なオピニオン・リーダーの出現

ポスト・メディア誘発型観光の飫肥は、住民と行政の連携によるガイド養成事業を嚆矢として進んできた。『食べあるき・町あるき』で中心的な役割を担っている郡司氏は、いわば行政の整備した歴史的観光施設の維持・管理を司る人間として、一種裏方的なスタンスで飫肥のまちづくりにコミットしている存在といえよう。これに対し、より当事者側のスタンスでまちづくりにコミットしている代表的な人物のひとりが、町内でパン店を営む中島康俊氏である。

氏の活動として特筆されるのは、1992(平成4)年から自身が牽引者となって発足させた人力車の無料乗車活動である。毎月第3日曜と正月、5月の連休時などの休日・祝日に加え、催しもののある時期などには連携して無料乗車をおこなってきた(日南市企画政策課2007, p. 25)。参加者や観光客を人力車に乗せ、案内を交えながら市内を観光させることにより、観光客がより長く飫肥で時間を過ごすよう働きかけているという点においては、彼もまた郡司氏と同じ方法論をとっているといえよう。彼はこの活動をきっかけにして、1997



図6 旧飯田医院の外観

筆者撮影。前面が天然スレート張り。図4右側図中の一で示した部分に建っている。

(平成9)年には「飫肥楽市楽座」と称する市民団体を立ち上げた。楽市楽座は野外コンサートの開催や花火の打ち上げなど、活動の幅をさらに広げている。

2004年にはさらに、商店街の関係者からも、折々の祭事をイベント化して観光誘客に生かそうとする動きが生まれ、商店主の谷口和彦氏を代表とする「九州の小京都「飫肥」有志の会」が結成された。恐らく1984(昭和59)年に始まった「天領日田おひなまつり」に着想したと思われる「飫肥城下町おひなさまめぐり」(財団法人日本交通公社2006)を始めとする幾つかの祭事が彼らによってイベント化され、主体的な地域振興の動きへと結びついていきつつある。

こうした動きが、まちづくりにまで広がってきたことを象徴的に示すのが、2009年にもちあがった、「旧飯田医院」(飫肥2丁目)の取り壊しをめぐる住民主導の保全運動である。先に図4で示したとおり、飫肥の重伝建地区は城下町全体の半分以下に限られ、範囲外の地区にもいくつか歴史的建築物が残されている。2009年、このうちのひとつ「旧飯田医院」について、所有者が解体の意向を示したのである。同医院は20年以上も空き家の状態が続き、老朽化と損傷が激しくなった。解体は「台風で崩れたら危険。近隣に迷惑をかける」と考えたがゆえの決断であった(宮崎日日新聞2009年6月11日)。同医院は、図4右側の絵地図中に矢印で示した場所に建っており、重伝建の指定対象からいわば漏れ落ちた格好になっている。このため、保全や修復に行政からの補助が得られないという事情があった。また、宮崎県は「全国近代化遺産総合調査」の報告書を大阪以西で唯一発行していず、対応が遅れている背景もあるという。

しかし同館は、1922(大正11)年<sup>4)</sup>に医師の飯田輝夫氏が病院として建設した木造2階建て・ハーフティン

バー様式の洋館で、正面に鱗状の天然スレートが張られた、当時としては最新の設計であった(図6)。取り壊しのニュースを聞き、九州では他に例のない建造物で、国登録文化財指定も十分可能だと知って保全に向けて取り組みを始めたのが、地元住民約20名を中心に結成された「飯田医院を残そう会」であった。会が短期間に1,000名以上の署名を集めたことで、市と所有者が保存に向けての話し合いを開始するきっかけが生まれ、即解体の事態を回避する結果に結びついたのである(企業組合建築ジャーナル 2009)。実はここでも、会のリーダーを務めていたのは、飫肥楽市楽座を通じてそれまでも精力的に地域振興と関わってきた中島氏であった。

このように、必ずしも外部有識者や観光業者によるイニシアチブがない地域でも、地域振興のきっかけづくりをする郡司氏や中島氏のような意欲的リーダーが得られれば、彼らをハブにして自ずとネットワークが広がり、まちが内側から活性化されていくこともあるのだということを、飫肥の事例は物語っている。

## V. おわりに

地域の持続的な発展を考えると、そこには外発的な地域振興と内発的な地域振興が想定される。前者はいわば「マレビト論」の発想であり、近年ではクリエイティブ・クラスの考え方がこれに近い(鈴木 2009b)。共同体の外からやってくる、見知らぬ「もの」の力を活用した地域振興であり、「地域がよそ者を「うまく使う」モデル」(敷田 2009, p. 97)であるといえる。

敷田(2009)は外発的な地域づくりのリスクとして「異質性を過度に取り入れ、自らのアイデンティティを失うこと」(p. 97)を挙げている。しかし、本稿がとりあげたメディア誘発型観光の例がそうであるように、外発型の地域振興の本来的に持つリスクには、マレビト自身を含む外的なエネルギーの喪失を、共同体の側がコントロールできないリスクも含まれている。外的なエネルギーを活用するまちづくりのあり方は、悪くいえば他力本願な地域振興であるため、その“他力”そのものを喪失すれば、活性化のエネルギーが根本から失われかねない。実は、極めて不安定な地域振興策とも考えられる。

これに対し、内発型の地域振興は、最近ではソーシャル・キャピタル論のそれが近い。共同体の社会的結びつきを高め、市民的徳性(civic virtue)を増すことによって、地域内の協調行動や相互信頼へと結びつけていく発想である(Gittell and Vidal 1998)。本稿で明らかにし

たような、住民による自律的な地域振興の萌芽は、まちづくりの局面における、人づくりの重要性を示唆している。

尤も、この二者はクルマの両輪であって、二者択一的なものではない。飫肥の場合も、外からの視線で町の価値を可視化し、地域振興のきっかけを与えた映画『男はつらいよ』の影響は無視できなからうし、『食べあるき・町あるき』も、最初の立案者は外部有識者であった。また、飫肥の観光客数がピークに達した時期は、バブル時代の爛熟期に向けて、「民間事業者の能力の活用による特定施設の整備の促進に関する臨時措置法」(1986年)、「総合保養地域整備法」(1987年)、「ふるさと創生資金」政策(1989年)など、カネ余りを背景にした国家的な観光政策が行われ、地域の観光計画に大きな影響をもたらした時代でもあった(尾家 2008)。これら外部要因によってもたらされる刺激が、結果的に地域住民に観光資源としての「おらが町」の価値を客観視するきっかけになった面は多分にあるだろう。現在の飫肥のキーパーソンが、いずれも1990年代以降に表舞台へと出てきたのは、決して単なる偶然のなせるわざではない。

本研究では、飫肥を事例とし、メディア誘発型観光が頭打ちになって以降の街並み保全型観光地で、住民の間に生まれつつある創意工夫の胎動をレポートした。結果、1990年代以降のキーパーソンたちに共通するまちづくり活動の発想として、ハード面の整備よりもソフト面の整備(社会関係や組織づくりなど)を志向し、一過性のイベントよりも日常の観光客の滞留時間を増加させる試みを進めていることなどの共通項を見いだすことができた。

本研究でとりあげた飫肥は、域内のステークホルダーが「観光振興」という共通目的の下で、比較的協調的な関係をもちやすい地域といえる。しかし、全国には観光による地域振興が住民の総意を必ずしも代表せず、結果として「生活権」を掲げる地域住民や行政と、「景観権」を掲げる地元自営(観光)業者や外部有識者との間で、地域のあり方をめぐって埋めようのない溝が生まれてしまう地域も少なくない(鈴木ほか 2008)。今後、観光学の立場からは、同様の事例研究の蓄積を進めて知見の一般化をはかるとともに、“資本”としての人や組織、あるいはそれらの関係性がどのように相互作用するとき、相互信頼に基づく自律的な協調関係が生まれていくのかについて、理論的な体系化を進めていく努力が求められる。

## 補 注

- 1) 「食べあるき 町あるき」や人力車の無料乗車などのアトラクションは、いずれも体験型観光に属する。体験型観光を選ぶ観光客は、目的地選択の動機や重視するポイントなども“見るだけ観光”のそれとは異なり、二者は別属性として扱われるべきである(McKercher *et al.* 2006)。見るだけ観光がリピーターを呼びにくい一方、体験型観光を好む旅行者は、魅力を感じるアトラクションにより特化しながらリピーター化する傾向がある(Lehto *et al.* 2004)。ゆえに、体験型観光のアトラクションの増加により、餿肥のリピーター率や入込み客数が増加傾向にある場合も、見るだけ観光の施設である資料館への入館者数は見かけ上減少する可能性がある。
- 2) 少し分かりにくいのが、図4の左側は国土地理院から配信されている電子版の地形図に加筆したもの、右は餿肥で販売されている観光マップである。餿肥は、丁度 U の字型に町の回りを蛇行する酒谷川に向かって、南に張り出した砂帯の上に形成されている。右図の「食べあるき・町あるき MAP」で、ひとときわ道路が濃く塗られた部分は、重伝建指定区域を示している。城趾から大手門を出て町を南北に貫く目抜き通りが「大手門通り」である。この通りに沿って町外れを蛇行する川を渡った対岸の山上に鎮座しているのが愛宕神社。そのすぐ北にあるトンネルは、当初切り通しになるはずだったが、景観への配慮から計画が変更された経緯がある。
- 3) このほか、彼の在任中の1978(昭和53)年10月10日には、「ふるさとのゆかしさを未来へ」をテーマにした第一回『餿肥城下まつり』が開催され、大名行列、泰平踊、ミスお姫様などの市中パレードや郷土芸能、四半的大会などが城下町餿肥で行われた。この祭りは現在も行われており、市長のリーダーシップの下で始められたとはいえ、住民による地域振興のきっかけのひとつにはなったものと思われる。
- 4) 旧飯田医院の建築年については諸説あり、新聞報道では1916(大正5)年、建築ジャーナルでは1924(大正13)年とされている。しかし本論文では、1922年説を採用した。1923年に刊行された『日南有志銘鑑』中の「飯田輝夫君」の項目に、「爲に醫院狹隘を告ぐるに至り大正十一年巨額の公費を投じ薬局病室研究室に至る迄最新式の設計を以て改築され美善至れり盡せりの建築は餿肥町役場と相並んで偉観を呈せり」(p.4)との記述があり、1922年説には明確な典拠があるからである。

## 謝 辞

本調査の実施にあたり、餿肥城歴史資料館・小村記念館の郡司 均館長および木村友子主任には、快く資料のご提供を

頂き、数々の有益な情報をいただいた。また、餿肥楽市楽座会長の中島康俊氏には、わざわざ時間を割いていただき、町の詳しいご解説を頂戴した。このほか、原稿の推敲に際しては、日南市教育委員会文化生涯学習課課長補佐兼文化財係長の岡本武憲氏から多くのご教示をいただき、著者未見の資料を閲覧させていただいた。以上の皆様に厚く御礼を申し上げます。

図の作成にあたっては、当大学院院生の佐藤信彌君のお力をお借りし、林 琢也氏には草稿作成中有益な示唆を頂戴した。記して両氏に感謝いたします。

本調査は東京都産業労働局の委託研究「東京におけるロケ撮影及びフィルム・コミッション設立の効果等に関する調査」の研究成果の一部である。

## 参考文献

- 岩井 正(2007): 伝建地区(伝統的建造物群保存地区)の現状と課題—伝建地区全国アンケートからみたまちづくりのサスティナビリティ—. 創造都市研究 2(1): 1-17.
- 上野勝久(2008): 日本における伝統的建造物群保存地区の見直しについて—鳥取県倉吉市打吹玉川保存地区を事例として—. 2008 International Conference towards a Secure Revitalization of Historic Districts.
- 内田恵吾(2005): 餿肥城の変遷. 地域調査演習報告 6: 4-12.
- 尾家建生(2008): 町並み保全型まちづくりから見たツーリズム発展論. 政策科学 15(3): 27-37.
- 企業組合建築ジャーナル(2009): 宮崎旧飯田医院保存なるか. 建築ジャーナル 1153: 52-53.
- 宮内庁(2009年12月7日): <http://www.kunaicho.go.jp/activity/gonittei/01/h07/gonitei-h07-04.html>
- 財団法人日本交通公社(2006): 「自主研究レポート 2006 - 観光文化振興基金による自主研究論文集」. 財団法人日本交通公社・観光文化振興基金事務局.
- 鹽谷 勉(1955): 部分林制度の史的研究(1). 九州大学農学部演習林報告 24: 1-21.
- 敷田麻実(2009): よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究. 国際広報メディア・観光学ジャーナル 9: 79-100.
- 社団法人日本映画製作者連盟(2009年12月7日): <http://www.eiren.org/toukei/1993.html>
- 鈴木晃志郎・鈴木玉緒・鈴木広(2008): 景観保全か地域開発か. 観光科学研究 1: 50-68.
- 鈴木晃志郎(2009a): メディア誘発型観光の研究動向と課題. 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集 24: 85-88.
- 鈴木晃志郎(2009b): 書評: クリエイティブ資本論. 観光科学研究 2: 103-106.
- 総務省自治行政局自治政策課企画第一係(2006): 地域活性化

優良事例集.

- 高藤 誠・揚村 固・小山田善治郎・土田充義(1995): 飫肥城  
下の構成と設計手法. 日本建築学会研究報告 九州支部 3.  
計画系 35: 609-612.
- 千歳壽一(2002): 飫肥における重要伝統的建造物群保存地区  
の現状と課題. 地域政策研究 4: 47-63.
- 土田充義・揚村 固・晴永知之・高藤誠(1995): 飫肥城を描い  
た古地図について. 日本建築学会大会学術講演梗概集 F-2:  
229-230.
- 日南市企画政策課(2006): 「日南市統計書」日南市.
- 日南市企画政策課(2007): 日南その赤き情熱—日南市市勢要  
覧. 日南市.
- 日本地誌研究所・青野壽郎・尾留川正平編(1975): 「日本地誌  
21 大分県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県」二宮書店.
- ビデオリサーチ(2009年12月6日): [http://www.videor.co.jp/  
data/ratedata/program/02asa.htm](http://www.videor.co.jp/data/ratedata/program/02asa.htm)
- 林 修司(1995): フェニックスリゾート『シーガイア』概要と  
展望(各地企業とのふれあい: 九州地区). 日本機械学会誌  
98: 144-145.
- 深見 聡(2009): 大河ドラマ『篤姫』効果と観光形態に関する  
一考察. 地域環境研究 1: 57-64.
- 文化庁(2009): 重要伝統的建造物群保存地区の選定について.  
(報道資料)
- 松本南城編・松本惣一著(1923): 「日南有志銘鑑」. 松本惣市.  
宮崎県(1998): 「宮崎県史 通史編 中世」宮崎県.  
宮崎県(2000): 「宮崎県史 通史編 近・現代 1」宮崎県.  
宮崎県(2000): 「宮崎県史 通史編 近・現代 2」宮崎県.
- Connell, J. (2005a): Toddlers, tourism and Tobermory. *Tourism  
Management* 26: 763-776.
- Connell, J. (2005b): 'What's the story in Balamory?'. *Journal of  
Sustainable Tourism* 13(3): 228-255.
- Connell, J. and Meyer, D. (2009): Balamory revisited. *Tourism  
Management* 30: 194-207.
- Gittell, R.J. and Vidal, A. (1998): *Community organizing: building  
social capital as a development strategy*. Sage Publications.
- Lehto, X.Y., O'Leary, J.T., and Morrison, A.M. (2004): The effect  
of prior experience on vacation behavior. *Annals of Tourism  
Research* 31(4): 801-818.
- McKercher, B., Wong, C., and Lau, G. (2006): How tourists  
consume a destination. *Journal of Business Research* 59(5):  
647-652.
- Riley, R. and Van Doren, C.S. (1992): Movies as tourism  
promotion. *Tourism Management* 13(3): 267-274.
- Riley, R., Baker, D. and Van Doren, C.S. (1998): Movie induced  
tourism. *Annals of Tourism Research* 25(4): 919-935.
- Tooke, N. and Baker, M. (1996): Seeing is believing. *Tourism*

(投稿 : 2009年12月11日)

(受理 : 2010年1月24日)