

観光まちづくりにおける 新しい概念・観光要素／リーダーモデルについて

小長谷 一之・竹田 義則

はじめに

内閣府の中心市街地活性化担当室が2006年に全国の市町村全国の市区町村が提出した基本計画を基に「中心市街地活性化の切り札」を集計した結果によれば、実に約8割の自治体が中心市街地活性化の切り札として「観光関連」の目標を掲げている（渡邊2009a）ことから、観光は、現在、多くの地域で、地域活性化の切り札として期待されている。

旅行・観光産業の日本経済に対する効果は大きく、国土交通省（2007）の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」によれば、2006年で旅行消費額は23兆5000億円で、直接効果が11兆9000億円、生産波及効果が52兆9000億円、付加価値効果が28兆3000億円である。2003年の総理施政方針演説で「デジタル・ジャパン・キャンペーン」がスタートし、2007年1月には「観光立国推進基本法」が制定された。その後観光庁も設置され、観光は日本の主要政策となった。

I. 観光の新しい潮流

しかしながら現在、この観光概念に革命がおきつつある。消費者の好みが多様化する時代を迎え、団体よりも個人の好みが必要となり、環境負荷をかけないサステナブルな観光振興が主流となりつつある。現在、こうした新しい潮流について、各方面でさまざまな概念が提示されている状態であり、本稿では、主要な概念として「ニューツーリズム（広義：A1、狭義：A2）」「着地型観光（B）」「サステナブル観光（C）」の3つの用語を中心にみていきたい。

1. 1980年代からさかんになったオルタナティブ・ツーリズム

かつて観光といえば、団体観光が主流であり、観光資源のある奥地まで交通を整備し、巨大なホテルを建てるような環境破壊の要素の強い観光「開発」によっておこなわれることが多かった。こうした旧来型の観光がマスツーリズムと総称されていた。マスツーリズム自体は、交通手段の発達と大衆の所得向上により可能となった「大衆団体旅行」のことで欧米ではトーマス・クックによる1841年の禁酒同盟大会参加団体割引、日本ではお伊勢まいりの御師などにまで遡るとされる。ところが現在の観光はかつての旧来型のものではなく、よりサステナブルなものに変化しつつある。

こうしたマスツーリズムをこえる新しい観光の潮流について、各方面でさまざまな概念が提示されている。

いわゆる次世代型観光論として、マスツーリズムの次にくるものとして最初に登場した用語が「オルタナティブ・ツーリズム」であった。前田勇編（1998）の「ツーリズム論の系譜（7

p.~)」によれば「1960年代末になると、マスツーリズムに伴うさまざまな問題が顕著となり、これを批判する「警告の土台」のツーリズム論が1970年代に登場してくる。ターナーとアッシュは、団体観光者の行動を蒙古軍の襲来にたとえてマスツーリズムを厳しく批判した。……1980年代後半になると「適正の土台」のツーリズム論が展開されるようになってくる。この時期に、オルタナティブ・ツーリズム、責任ある観光、ソフト・ツーリズム、グリーン・ツーリズム、エコツーリズム等の概念が提起され、新たな観光開発の戦略が提起されるようになった」これらは「ツーリズム論の厳密な分析概念ではなく、むしろ新たな観光の理想像を表す理念」であったとしている。

しかし、1998年の国際観光学アカデミーの第1回会議ではオルタナティブ・ツーリズムが主題として議論されたことを指摘し、そこで「(オルタナティブ・ツーリズムという)概念の曖昧さが批判され……オルタナティブ・ツーリズムは、マスツーリズムに代わる新たな観光のあり方を包括して表す用語として広く用いられてきたが、最近では、これに代わり、サステイナブル・ツーリズムの用語が多く用いられ(前田勇編1998)」、サステイナブル・ツーリズムの定着は、環境問題を検討し、持続可能な発展をめざすブランドランド委員会の影響が大きいとしている。

十和田(2010)および、JTBF(2004)でも、観光スタイルの特性比較として、「マスツーリズム(狭義の観光)」に対峙するものとして、「オルタナティブ・ツーリズム」と「リゾート」をあげており、この意味では、マスツーリズムに対比されるニューツーリズムとほぼ同格に「オルタナティブ」という表現が強調されていることがわかる。しかし、この場合でも、企画プロセスの地元化=着地(B)という側面はあまり強調されていない。

マスツーリズムに対する第一義的な対抗概念として「オルターナティブツーリズム(原文のママ、エコツーリズム、グリーンツーリズムなど)をあげているのが井口編(2008)である。ただし井口編(2008)は、メディア論の一部として第7章(宮内担当カ所)で「着地型観光」の概念を取り上げていることは特筆できる。

2. 「ニューツーリズム」(広義:A1)

「ニューツーリズム」という言葉自体は、観光学者のオリアナ・プーンによる用語といわれ、行政用語ともなっている。20年前に観光学者のプーン(1989)が、論文「『ニューツーリズム』の競争的戦略(現在はPoon(2003)に収録)」で使い始め(尾家他2008による)、1997年の“Tourism, Technology and Competitive Strategies”で一般に普及した。

ニューツーリズムを広義にとらえたものとして、北川編(2008)などが「21世紀型の新しい観光旅行時代を提起する言葉」とあり、この広義の意味に従えば、マスツーリズムのつぎにくるものをすべて含む。

3. 「ニューツーリズム」(狭義:A2)

プーンは、1989年論文で「①旅行者は新しい旅行形態を求めている。だから、②観光はサステイナビリティを維持するために変わらなければならないという2つの仮説を立て、それをニューツーリズムと名付けた」とされる(尾家2008)。ここでは、消費者の意識の変化が生じ、観光が変わらなければならないということが、すでに提起されている。

国土交通省(2003)の『観光白書』(国土交通省)の「観光地の魅力向上のなか」や、国土

交通省（2007・8年度版）「ニューツーリズム創出・流通促進事業」の実証事業ホームページ他資料においては、ニューツーリズムの代表として、グリーンツーリズム、産業観光、エコツーリズム、フィルムツーリズムなどの推進が謳われた。

さらに（社）日本観光協会が毎年発行している『観光の実態と志向』の2003年の第22回「国民の観光に関する動向調査の観光レクリエーションについて」の調査項目においては、「その他旅行について」という新しい設問が加わって「あなたがぜひ行きたいと思う旅行」として、1. グリーンツーリズム（農村漁村体験旅行）、2. エコツーリズム（自然環境学習旅行）、3. フィルムツーリズム（映画・テレビ等ロケ地めぐり）、4. 産業観光（工場や歴史的産業遺産めぐり）、5. フラワーツーリズム（花を楽しむ旅行）が登場してくる。さらに、翌2004年には、6. 都市観光、7. 温泉観光、8. 社寺観光、9. スポーツ観光、10. 観光イベントが加わって、2007年には10. の設問が祭りや観光イベントに祭りが加わり、さらに、11. ヘルスツーリズム（医学的根拠にもとづく健康回復・維持・増進につながる旅行）、12. ドライブ旅行、13. トレッキング、ウォーキング観光、14. リゾートライフを楽しむ観光、と選択する旅行の種類が大きく広がっている（渡邊2008b）。このことからこの頃を機に消費者行動の変化があり、それにあわせて国をはじめ、観光関連団体や業界が対応を急ぎ始めていることが見て取れる。

このように、ニューツーリズムは、広義にとれば、すべての次世代観光をふくみ、マスツーリズムの次にくるものを指す言葉であるが、視点は新しいカテゴリーの旅行形態の出現にウェイトがあり、行政概念としても、そのような「①新しい旅行テーマ」と「②新しい旅行形態」が中心概念となっている。このことから渡邊（2009a）は、①テーマ性（知的関心）が強く、②団体から個人・グループへの旅行形態の変化がある点が「ニューツーリズム」の要素であるとする。

こうした新しいテーマと旅行形態の出現は、いわば需要側要因に重点をおいた見方であるといえる。すなわち狭義のニューツーリズム（A2）は、「消費者行動論」であり、「観光客の嗜好面・ライフスタイル面での変化」に注目している概念という面がうかがわれる。

同じくこのような見方がうかがわれるものに尾家他（2008）がある。尾家他（2008）の第II部（104p.）では、着地型観光のマネジメントの3つのカテゴリーとして、「体験交流開発型」「ニューツーリズム開発型」「観光地再生型」の3つをあげており、ここでは、着地型観光がマネジメント（企画、主体）中心概念であることが明確に示されている。またここでのニューツーリズムは明らかに狭義のニューツーリズム（A2）であり、マネジメントに焦点をあてる着地型の議論では、ニューツーリズムは新しいテーマを意味する狭義のニューツーリズムと考えた方が分かりやすいことを示す。

4. 着地型観光（B）

これからの新しい観光を象徴するもう一つ概念として「着地型観光」という用語が登場している。

これまでは発地の旅行会社が一方的に計画していたが、着地の地域の重要性が増し、地元主体のまちづくりの要素が強まり、エージェントもそれと連携するようになる。この側面から見たものを「着地型観光」という。

着地型観光概念を定着・確立させたのは、尾家建生・金井万造編（2008、以下尾家他とす

る)である。尾家他(2008)は着地型観光を「地域住民が主体となって観光資源を発掘、プログラム化し、旅行商品としてマーケットへ発信・集客をおこなう観光事業への一連の取り組み」としており、事業の企画プロセス面からみた新しい観光のスタイルとすることができる。企画主体論としては、地元が中心であるから、一般の観光の性格が「着地型」にウェイトが移るということは、発地のエージェントが中心であった観光にくらべて、観光全体が、観光まちづくり、観光地域づくりの概念に近づいていくことを意味する。

また、国土交通省の定義や北川編(2008)によれば「旅行・観光の目的地である各地域(=着地)側が有する個別の観光資源(自然、歴史、産業、町並み、文化など)に関する情報やその土地ならではの文化や産業の体験、交流など着地の人々の視点を重視して企画・立案・実施されるもの……」である。ここでは、発地ではなく着地の視点をもって運営される「着地型旅行会社」が重要であるとして、飯田市の「南信州観光公社」や唐津市の「唐津よかばい旅倶楽部」などをあげている。地域主体の旅行会社として数居の低い第三種旅行業の広い事業認可が2007年施行の「旅行業法」改正により設立されやすくなったことも大きい。

このように、着地型観光は、新しい観光の流れを、供給側の変化、企画プロセス面での変化に重点をおいて表現した概念であるといえる、とくに、観光企画プロセスにおいて、観光一般が、まちづくり、地域づくりと深くオーバーラップするようになってきている点を指摘した尾家他(2008)の功績は大きい。

5. サステイナブル観光(C)

上記の1.のように、もともと、いわゆる旧来型観光=マストゥリズムに対する次世代型観光の総称として、1980年代に「オルタナティブ・トゥリズム」という概念が提起された。

しかし、上記のように1990年代にこの概念があらわす内容の多くは「サステイナブル・トゥリズム」という用語に置き換わった。

このように、1980~1990年代に起きてきた次世代型観光の議論では、観光資源保全という視点が大きくクローズアップされていたことが特長である。

たとえば、長谷政弘編(1997)は、「4. 新しい観光の考え方(12 p.~)」において、「持続可能な観光」「ポスト・トゥリズム」「オルタナティブ・トゥリズム」「ソフト・トゥリズム」「適正観光」「責任ある観光」「ロー・インパクト・トゥリズム」「グリーン・トゥリズム」「ルーラル・トゥリズム」「スタディ・ツアー」「交差文化観光」などをあげている(名称は原文のまま)。この時点では、次世代型観光としてサステイナブルな視点(C)が強く、狭義のニュートゥリズム(A1)の代表としての産業観光などや、地元の企画要素を強調する着地型観光(B)の視点はより最近でできたものであることがわかる。

サステイナブル観光は、そもそも前身であるオルタナティブトゥリズムの段階で「マストゥリズムに伴う負の効果が……地域社会にとって……克服すべき……課題となり……1980年代に登場してきた概念であり……マストゥリズムと対峙する視点をもちながら、その矛盾を解消し持続可能な地域社会に寄与する……理想」(北川編2008)とされ、具体的な形態として「グリーントゥリズム」や「エコトゥリズム」があげられるように、観光資源としての環境を保全するという意味合いが強い。

また小林(2008)も「持続可能性とはなにか-観光地に対する旅行業の責務」などとして、サステイナブルトゥリズム、エコトゥリズムを次世代の観光の中心に設定している(ただし小

林（2008）は、その文脈のなかで、ツーリズムがサステイナブルであるために「着地型」的概念（B）も関連してくることを紹介している）。

エコツーリズムは、日本エコツーリズム協会、北川編（2008）によれば「第1に自然・歴史・文化など地域固有の資源をいかした観光を成立させること。第2に観光によってそれらの資源が損なわれることがないように、適切な管理に基づく保護・保全を図ること、第3に地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現することをねらいとする。資源の保護＋観光業の成立＋地域振興の融合を目指す観光」とされる。

グリーンツーリズムとは、「農山漁村における自然や環境、景観、暮らし、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動」（北川編 2008）とされる。

現在は観光の諸概念の形成期であり、次世代の観光について、論者によってウエイトの置き方が若干異なる。

このように狭義のニューツーリズム（A2）が需要側変化に注目した概念であり、着地型観光（B）が供給側に注目した概念であるのに対し、サステイナブル・ツーリズムは観光資源の持続可能な保全を重視する視点、すなわち資源論的なスタンスが強いということがわかる。

6. 概念・用語の整理の重要性

本研究では、狭義のニューツーリズム（A2）、着地型観光（B）、サステイナブル観光（C）などの諸概念の論者によるウエイトの置き方の違いを明確にした。それは、次世代観光として多様な形態・可能性があり、それらの視点のおきかたの区別を明確にすることが、よりよい観光のために重要であると考えからである。

たとえば、産業観光やフィルム、スポーツなど新しい消費者選好に立脚した狭義のニューツーリズム（A2）であっても、販売戦略などを大企業が発地型で担当し、着地型（B）でない形態はありうるし、その場合、必ずしも環境保護（C）を強調しないこともある。

地元主体で企画する着地型（B）であっても、テーマが新しい狭義のニューツーリズム（A2）ではなく、旧来からの地元の観光資源を使う古いテーマの場合も存在する。極論すると、地元主体で企画する着地型（B）であっても、必ずしも環境保護（C）を強調しない可能性すらある。

環境負荷を低くするサステイナブルな視点（C）は、狭義のニューツーリズム（A2）でない古い観光資源に立脚した観光の場合でも重要なことであり、また、着地型（B）でない通常の企画型観光形態でも重要な場合がある。

もともと、旧来型観光であるマスツーリズムに対する対抗概念として、オルタナティブ・ツーリズムという用語が登場した。しかし、1998年にはサステイナブル・ツーリズムという言葉が主流となり、それは環境負荷の少ない、持続可能性を示す資源論にウエイトをおいた概念（C）に近づいた。これにはグリーン・ツーリズムやアグリ・ツーリズム、エコ・ツーリズムなどが含まれる。

一方、ブーンは、1997年にニューツーリズムという概念を提唱した。これは、新世代の観光すべてを含む広い意味（広義のニューツーリズム A1）の場合があるが、行政や政策の中で、産業やエコなど新しいテーマの観光市場に注目するトレンドで使われるようになり、それは、新しいテーマへの消費者の選好の変化や旅行形態の個人化などが強調される狭義の概念（A2）といえる。

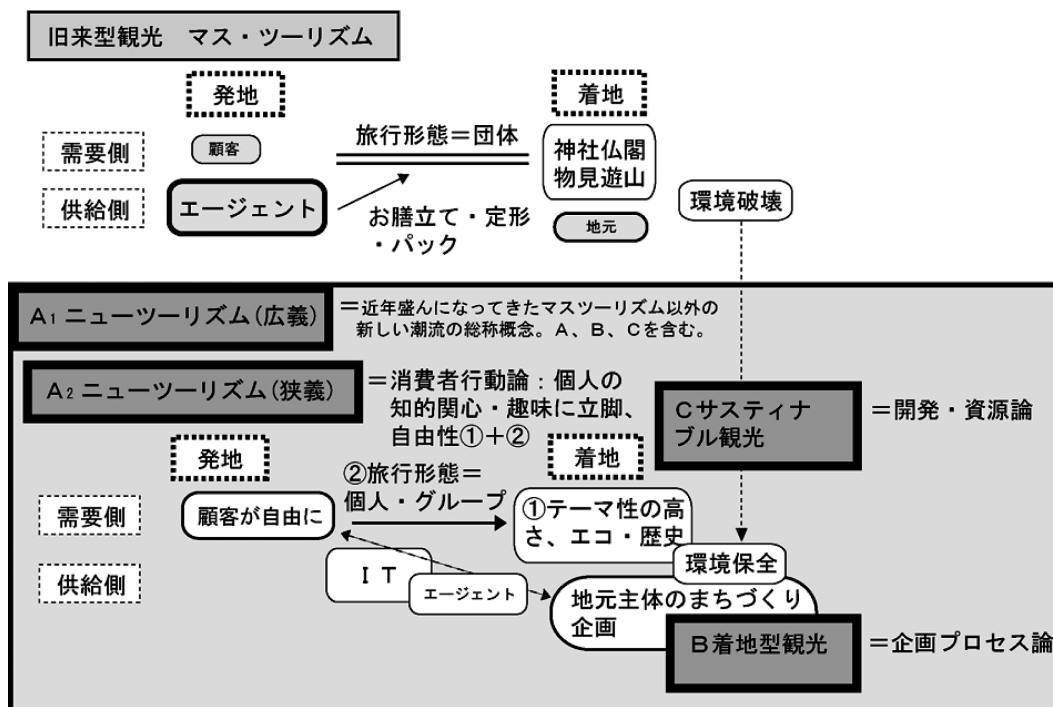


図1 観光の新しい潮流（小長谷）

こうした中で、尾家他（2008）が、新しい観光の動きが、発地のエージェント中心から、着地である地元主体へ変化しつつあるという点に注目し「着地型観光」（B）という概念を確立した。これは、もちろん次世代型観光を示唆する概念であるとともに、企画、マネジメント主体などの側面に着目した重要な概念であるといえる。

II. 観光まちづくりで重要な「観光要素論」「観光リーダー論」

1. 従来型観光と比べて次世代観光が異なる点

これからの次世代観光では、1) 観光資源は、従来型のハード中心からソフト中心に移行する、2) また観光振興手法も、ソフトなものが中心となると同時に、顧客の好みをよく研究し顧客をひきつける効果的なマーケティング手法の展開が必要であり、そのための環境整備が必要、3) 上記1) 2) のような点からみても、ソフトな観光資源や観光振興手法を熟知した、新しい市民型のリーダーが求められることになる。また、観光そのものが観光まちづくりと密接な関係をもつようになる。これらを要約すると、(条件1) 環境破壊しない、(条件2) 地域文化を活かす、(条件3) 地元主体、などの点が重要になってくるといえる。

2. 次世代型観光を振興するための研究で重要な視点

こうした次世代型観光の特色をふまえて、それを振興するための研究では、どのような視点が重要になってくるといえるのだろうか？

たとえば、ハード面では地域の資源（自然や建築物や産業遺産）が、次世代型観光の最大の要素である。しかしながら、そうした地域のものを活かしたハード面にくわえて、ソフトな資源を開発することが重要となってくる。ここに、次世代観光では「観光要素論」が重要となっ

てくる所以がある。

また、これまでは、大手エージェンツ+行政が中心であった観光開発において、次世代型の観光・着地型観光では、地元・市民も主体となる。それらの人たちがどのような条件においてクリエイティビティを発揮して成功するのか？ここに、次世代型観光では「観光リーダー論」が重要となってくる所以がある。

このようなことから、これまでの観光にくわえて、次世代型観光が成功するためには、十分な「観光要素論」「観光リーダー論」の構築が重要になると考える。

そこで本論では、そのような視点から、総体的にみると、観光資源が十分にありながら観光振興体制の構築はこれからといわれている奈良県の中・南和地域の成功例のデータをふまえて、次章で、次世代型観光のモデルを想定してみたい^(注1)。

Ⅲ. 新しい観光まちづくりにおける観光要素・リーダーのモデル

1. 観光要素モデル

(1) 常設の観光要素として本質的な3要素

北川(2001)は、その観光要素論において「見る」「食べる」「買う」「イベント」「休息」の5要素をあげている。ところで、この中で、前3者と後2者には若干性質が異なるように思われる。前3者「見る」「食べる」「買う」は観光スポットの常設の要素であるが、「イベント」は時間的な設定であり、「休息」などは回遊空間の計画であり空間的な設定である。この2者は、観光空間の時間空間的な設定に関係するといってもよい。休息は回遊計画に依存し、またイベントは常にあるわけでない。それに対し前3者は常に存在する観光資源のモノであり本質的なものである。

そう考えると、モノの3要素、①「見る」=視覚・聴覚、②「食べる」=味覚・嗅覚、③「買う」=触覚・所有欲は人間の普遍的欲求に立脚し本来のモノの観光資源にほかならないので本質的要素といえる。そうした観光要素がつながっている時間・空間は、舞台の整備であり「回遊性」につながる。すなわち、観光要素モデルとしては、素材としては「①見る」「②食べる」「③買う」の3大要素が重要であり、これに「④回遊性(時間+空間)」の整備が付加するものととらえることができる。

(2) 次世代型観光におけるテーマ構築モデル

また井口(2008)の引用する旧運輸省(1999)のテーマ型観光モデル(運輸省(1999)「地域における新しいテーマ型観光への取組に関する調査」)はテーマ性を強調し、その展開のプロセスは、

「テーマ」+「ソフト」×「地域の素材」→テーマ型観光の成立モデル

のようになっている。

このモデルでは、このようにテーマが先にあるが、一般の観光では、1)それほど「テーマ」性が強くなくてもよいと考えられる。2)またこれからは、着地型であるので、テーマは地元の資源をもとに自然に出てくるのが望ましい。

一般には、このテーマ型観光の図式を逆転させて、「地域の素材(①見る・②食べる・③買

う)×「ソフト」+④回遊性で統合し「消費者の志向」に合わせることがサステイナブル観光の成立モデルといえるだろう。

「地域の素材 (①見る・②食べる・③買う)×「ソフト」+④回遊性で統合→「消費者の志向」に合わせる =次世代型観光におけるテーマ構築モデル

(3) 政策論

1) 観光要素モデル

観光要素論の中の不完全なところを埋めることにより、観光政策につながると考える。筆者らの1人、竹田の示した(観光研究学会発表)事例では、

表1 観光要素論からみた事例分析

| 観光地域 | 観光要素 | | | |
|-----------|----------|----------|----------|---------|
| | ①見 | ②食 | ③買 | (④イベント) |
| (1) 五條市新町 | 歴史的街並み | 柿の葉鮎、ワイン | 柿の葉鮎、ワイン | かげろう座 |
| (2) 藤岡家住宅 | 歴史的建築 | 柿の葉鮎 | (近隣作家作品) | 毎月の催し |
| (3) 高取町 | 歴史的街並み | × | × | 雛祭り |
| (4) 明日香村 | 文化財・歴史遺産 | 農(地産) | 農作物 | 村祭り |

すなわち、「①見る」「②食べる」「③買う」の3大要素のうちどれか欠けているものが、次に開発する有力な候補となる。

2) 観光リーダーモデル

発表した奈良県の事例のリーダーの共通点として、1) 経済感覚をもち、観光戦略=経済活動によるまちおこし、事業採算性が考えられること、2) 優秀な観光マーケティング力・マネジメント力、3) 住民主導型であり、行政は応援型タイプ、ネットワーク力有り、4) イベントによる広報活動をもちいたまのにぎわい、地域活性化を目指す。などの特徴をそなえていることがわかった(竹田による)。以下のようにまとめられる。

表2 観光リーダー論からみた事例分析

| 観光地域 | 推進組織 | リーダー | 出自 |
|-----------|------------|---------------|----|
| (1) 五條市新町 | (新町塾) | Y氏(酒造会社) | 民間 |
| (2) 藤岡家住宅 | (NPO うちの館) | T氏(柿の葉鮎本舗相談役) | 民間 |
| (3) 高取町 | (天の川計画他) | N氏(元証券会社勤務) | 民間 |
| (4) 明日香村 | あすか夢耕社 | 公社と住民との協働 | 公社 |

3) 観光要素・リーダーモデルの提案

以上を、次世代型観光のための観光要素・リーダーの統合モデルとしてまとめると、観光要素論としては、〈1〉観光要素の常設の資源(モノ)として開発すべき3要素は「見」「食」「買」である、〈2〉これに時間的設定「イベント」、空間的設定「回遊空間・交通計画」が加

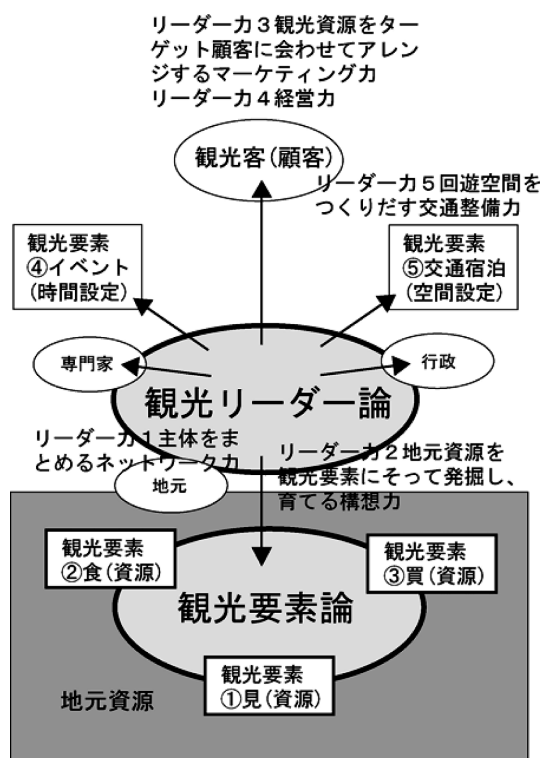


図2 観光要素・リーダーモデル

わる。

観光リーダーは、この観光要素をふまえて、1)「地元、行政のみならず外部の専門家・市民までつなぐネットワーク力」をもって組織を固め、2)「観光要素論の観点から、地元の資源を発見しそだてる構想力」を発揮して上記の3要素「見」「食」「買」の欠けているところを開発し、3)「その観光資源をターゲットの観光客に向けてアレンジするマーケティング力」をもって顧客向けに製品化し、4)「事業採算性を考える経営力」、5)「観光地点をつなぎ回遊空間をつくり出す交通整備力」でイベント、回遊空間を整備していくことが重要といえる。

【補注】

(注1) 以下の章では、日本観光研究学会発表(2010年12月)「サステイナブル観光と観光要素論・リーダー論——奈良県の事例を中心に」に従う。ここで、奈良県の中・南和地域の事例(明日香村、五條新町・藤岡家住宅、高取町)に注目する理由は以下の点にある(以下、竹田による)。

奈良県観光の最大の課題は、宿泊客が少ないことである。データをみても、奈良県は、日本古代からの歴史的地域であるので観光資源は豊富であるが、宿泊機能に弱点があると指摘されてきた。たとえ、奈良県の観光資源を見に来る観光客があっても、宿泊機能の集積する大阪や京都が近隣にあるため、宿泊はそちらを拠点とし、奈良県観光は日帰りに終わってしまう。よく知られているように、日帰り客と宿泊客では、観光消費効果で5~6倍以上の差(奈良の調査データでは10倍近い数値がある)があるため、どの観光地でも宿泊化を目指す。

それでは、たとえば奈良市などに、いま言われているようにホテルを多数建て、施設を整備すればそれで問題は解決するのだろうか? すべて消費者は自由な選択をしており、それにより需要が生まれているので、ただ供給だけを増やしても、奈良県の観光問題は必ずしも解決しないと考えられる。

そこで注目すべきなのは中和・南和の自治体における観光振興の発展の可能性である。奈良県

は古代より歴史の舞台となってきたので、観光資源の豊富さは北和に限定されない。古代、中世、近世、近代における歴史的遺産は、奈良県全域に眠っており、十分な潜在力がある。そこで中和・南和の観光を活性化する可能性は十分にある。中和・南和の観光が盛んになると、奈良県にくる観光客は、北和以外に中和・南和にまで足を運び、観光計画をつくるようになる。そうすると、自然、日帰りというわけにはいなくなり、宿泊し、奈良県全域を観光する可能性がでてくる。これによって奈良県の弱点であった宿泊型観光の可能性が自然に出てくる可能性がある。すなわち、奈良県の観光振興上の課題は、奈良県の観光に「深み」をもたらすことによって（観光行動を面的、回遊的に拡大する）、一宿泊圏となり、解決する可能性がある。ここに中和・南和の持続可能な観光開発をすすめる重要な意味があると考え（竹田）。

【参考文献】

- 明日香村（2009）『平成 21 年度（財）明日香村地域振興公社事業計画』。
- 油川洋・三橋勇・青木忠幸・長瀬一勇（2009）『新しい視点の観光戦略－地域総合力としての観光－』学文社。
- 井口貢（2008）『観光学への扉』学芸出版社。
- 運輸省（1999）「地域における新しいテーマ観光への取組に関する調査」。
- 尾家建生・金井万造編（2008）『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。
- 北川宗忠編（2001）『観光事業論』ミネルヴァ書房。
- 北川宗忠（2004）『観光文化論』ミネルヴァ書房。
- 北川宗忠（2001）『観光交流新時代』サンライズ出版。
- 北川宗忠（2008）『観光・旅行用語辞典』ミネルヴァ書房。
- 桑田政美（2006）『観光デザイン学の創造』世界思想社。
- 国土交通省（2003）『観光白書』（国土交通省）。
- 国土交通省（2007、8 年度版）「ニューツーリズム創出・流通促進事業」の実証事業ホームページ他資料。
- 国土交通省（2007）「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」。
- 五條市・新町（2006）『五條市新町街並み調査報告書』。
- 小長谷一之（2005）『都市経済再生のまちづくり』古今書院。
- 小長谷一之・木沢誠名・渡邊公章（2008）「特集：まち並み観光を極める－まちづくりと都市観光マーケティング」『観光&ツーリズム』大阪観光大学観光学研究所編、第 11 号。
- 小林天心（2008）『ツーリズムの新しい諸相－地域振興×観光デザイン』虹有社。
- 小松原尚（2009）『地域からみる観光学』大学教育出版。
- JTBF 編（2004）『観光読本』東洋経済新報社。
- 塩沢由典・小長谷一之編（2007）『創造都市への戦略』晃洋書房。
- 塩沢由典・小長谷一之編（2008）『まちづくりと創造都市－基礎と応用』晃洋書房。
- 塩沢由典・小長谷一之編（2009）『まちづくりと創造都市 2－地域再生編』晃洋書房。
- 敷田麻美・内田純一・森重昌之編（2009）『観光の地域ブランディング』学芸出版社。
- 総合観光学会編（2006）『競争時代における観光からの地域づくり戦略』同文館出版。
- 高橋一夫編（2011）『観光のマーケティング・マネジメント～ケースで学ぶ観光マーケティングの理論～』ジェイティービー能力開発。
- 高橋一夫・大津正和・吉田順一編（2010）『1 からの観光』碩学舎。
- 竹田義則（2009 a）「歴史的まちづくり（2）」『まちづくりと創造都市 2－地域再生編』晃洋書房。
- 竹田義則（2009 b）「五條・新町」『21 世紀型まちづくり研究 08』（大阪市立大学大学院創造都市研究科・21 世紀型まちづくり研究会報告書）。
- 竹田義則（2005）「地域と鉄道との関わりについて」『第 4 回：地域創造に関する全国ネットワーク研究交流会』報告。
- 竹田義則・小長谷一之（2010）「観光まちづくりにおける経済的に持続可能なマネジメントと

- は－奈良県高取町／五條新町の事例から－』『観光研究論集』第9巻。
- 十和田朗編（2010）『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社。
- 奈良県（2007）『平成19年奈良県観光客動態調査報告書』。
- （社）日本観光協会（各年版）『観光の実態と志向』。
- 日本建築学会（2004）『町並み保全型まちづくり』丸善。
- 日本建築学会（2005）『景観まちづくり』丸善。
- 長谷政弘（2003）『新しい観光振興』同文館出版。
- 長谷政弘編（1997）『観光学事典』同文館出版。
- 前田勇編（1996）『現代観光学の展開－観光行動・文化観光・国際観光交流－』学文社。
- 前田勇編（1998）『現代観光学キーワード事典』学文社。
- 前田勇・佐々木土師二・小口孝司編（2006）『観光の社会心理学－ひと・こと・もの3つの視点から－』北大路書房。
- 森下晶美（2008）『観光マーケティング入門』同文館。
- 渡邊公章（2009 a）「ニューツーリズムが地域を活性化する」『まちづくりと創造都市2－地域再生編』晃洋書房。
- 渡邊公章（2009 b）「ニューツーリズムが地域を活性化する－地方の取り組み事例からその可能性を探る－」（創造都市研究科修士論文）。
- 和田萃・山上豊（2003）『奈良県の歴史』山川出版社。
- A. Poon（2003）Competitive Strategies for a “New Tourism”, “Classic Reviews in Tourism” ed. by P. Cooper. Channel View Publications.
- A. Poon（1997）“Tourism, Technology and Competitive Strategies”, CAB International.
- （参考ホームページ）国土交通省、奈良県、五條市、明日香村、高取町、関係団体のホームページ。