

Title	地域還元を創出する着地型観光の可能性：長崎県佐世保市黒島の着地型ツアーの事例分析
Author(s)	敷田，麻実；西村，千尋
Citation	日本観光研究学会全国大会学術論文集，28：277-280
Issue Date	2013-12
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/16777">http://hdl.handle.net/10119/16777</a>
Rights	本著作物は日本観光研究学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Institute of Tourism Research. Copyright (C) 2013 日本観光研究学会. 敷田麻実，西村千尋，第28回日本観光研究学会全国大会学術論文集，2013，pp.277-280.
Description	

## 地域還元を創出する着地型観光の可能性

### —長崎県佐世保市黒島の着地型ツアーの事例分析—

Creating Reinvestments to Community through Community Based Tourism:  
Case Study of Community Based Tour at Kuroshima Island, Sasebo City

敷田 麻実<sup>\*1</sup> 西村千尋<sup>\*2</sup>

SHIKIDA Asami and NISHIMURA Chihiro

地域が着地型観光を主体的に推進することは、観光の経済的利益の一部を地域に還元することを促進し、観光による地域振興の可能性を高めると言われてきた。しかし、実際のツアーでどれだけ地域に経済的利益を還元できるのか詳細に分析している例は少ない。そこで本研究では、長崎県佐世保市の黒島における着地型ツアーの収支データを利用し、地域で実施したツアーが、利益を地域に還元する際の条件を明らかにした。また還元率を高めるための条件を議論した。本研究の結果は、観光による地域振興、特に経済的な振興策を計画する際の具体的な示唆となる可能性が高い。

キーワード：離島 (Island Area)、着地型観光 (Community Based Tourism)、地域振興 (Community Development)、観光まちづくり (Tourism Induced Development)

#### 1. はじめに

国際的にグローバリゼーションが進行する一方、2000年代以降の国による地方分権の推進によって、地域、特に地方の地域は、国の補助金や制度に依存した地域運営から、経済的にも財政的にも自律した地域への転換を求められてきた。その自助努力の例として、地域<sup>(1)</sup>が主体的に地域振興を進める活動である「まちづくり(地域づくり)」が各地で推進されている。この場合のまちづくりとは、地方自治体が行う都市計画やインフラの整備ではなく、身近な環境やアメニティの改善を目的とした地域活動を指している。

その中で、観光を活用したまちづくりである「観光まちづくり」が注目され、各地で実践されてきた。観光まちづくりとは、「観光をまちづくりの「手段」として使い、地域の自然環境や文化を資源化して集客することで地域を活性化するまちづくりの一種」である<sup>(1)</sup>。特に、2003年の観光立国宣言以降は、観光まちづくりが各地で積極的に推進されてきた。

その際に、観光地側でツアーを創出する「着地型観光」が強調されるようになった。その背景には、地域で観光を創出すれば、地域側が利益を確

保できる可能性が高いと主張されてきたことにある<sup>(2)</sup>。また地域で旅行商品を創出すれば、地域資源をうまく活かすことができ、旅行商品の魅力が大きく、発地型観光に比べて有利である<sup>(2)</sup>との主張もある<sup>(3)</sup>。

しかし、着地型観光と発地型観光の違いは、着地である地域側で主体的に旅行商品を創出するという点であり、それだけで地域側に利益が生ずると考えることには無理がある。むしろ、着地型かどうかに関わらず、地域側に利益が発生するための仕組みや手順があるために、利益が生じやすいと考えるほうが自然である。

そこで本研究では、着地型観光における旅行商品が地域に経済的な利益を生む仕組みや条件を明らかにするために、長崎県佐世保市の離島である黒島の着地型観光の事例を取り上げて分析した。離島の事例を取り上げるのは、本土と地理的・経済的に切り離されているために、観光地域と地域外を区分しやすい、また条件や経済的利益の配分を明確にしやすいからである。

そして本研究で分析対象とした着地型観光は、第二種旅行業者である「させばパール・シー株式会社(以下「パールシー」)」が実施しているツア

\*1北海道大学 \*2 長崎県立大学

一である。なお、パールシーは佐世保市が資本金の50%を出資する第三セクター企業である。

## 2. 調査対象地の概要と調査方法

### (1) 長崎県佐世保市黒島の概要

黒島は、佐世保市の西約12kmに位置する、面積4.62km<sup>2</sup>、周囲約13kmの九十九島地域で最大の離島である(図-1)。明治時代は黒島村であったが、1954年に佐世保市に編入されて佐世保市黒島町となった。島の人口は1950年代には約2,400人だったが、島外への移住などにより、2010年国勢調査によれば、同島の人口は274世帯、538人に減少している。高齢者比率は50.9%であり、島民の半数以上が65歳以上である。

なお本土から黒島へのアクセスは、佐世保市の相浦港から毎日3往復(繁忙期は4往復、所要時間50分)のフェリーが唯一の方法である。

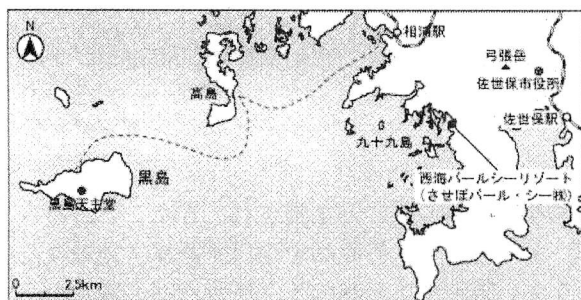


図-1 長崎県佐世保市黒島の位置

黒島は、海上から見ると密生した樹木が島を覆い黒く見えることから、黒島と名付けられたと言われている<sup>(3)</sup>。江戸時代は平戸藩領地で、江戸時代後期に幕府の禁教政策による弾圧から逃れたキリスト教徒が来島し、島に居住するようになった。その後はカトリック教徒が島の人口の多くを占めるようになり、現在も島民の約85~90%がカトリック信者であることが特徴的である。

こうした経緯から、国指定重要文化財となっている黒島天主堂が1902年に建てられ、現在も島のシンボルとなっている。黒島天主堂は1998年に国の重要文化財に指定された。その他にもカトリック共同墓地や信仰復活の地の碑など、カトリック教徒が多い島特有の地域資源が存在する。

また、黒島特有の植生も形成されており、樹齢250年の根谷の大サザンカや防風林であるアコウやマサキがつくる独特の文化的景観の価値も評価され、国の重要文化的景観に選定されている。

なお、黒島を含む長崎のキリスト教会は、「長

崎の教会群とキリスト教関連遺産」として、ユネスコの世界文化遺産の暫定リストに2007年に登録されているが、正式登録への推薦は2013年には見送られている。

黒島の産業の中心は周辺の海域で操業する漁業であり、漁業就業者割合が90%である。漁業生産量はマグロ養殖も含めて約800トンである。また、黒島の土質は赤土であるため、イモやタマネギなどの根菜類が栽培できるが、農業協同組合による出荷がなく、自家消費用の栽培が中心である。

### (2) 調査の方法

本研究は、黒島における着地型観光を対象として2012年2月と7月および2013年6月に行った現地調査とパールシーや佐世保市での聞き取り・資料調査を総合して考察した。その際に、着地型旅行商品の創出に関わる関係者から個別に聞き取り調査を実施した。

## 3. 結果および考察

### (1) 黒島における観光の経過

黒島では、1998年に黒島天主堂が国の重要文化財に指定されてから、観光客の訪問が増え始めた。そこで、観光客をガイドすることを目的に、2000年11月に島民7名(現在は3名)が「黒島史跡保存会」を設立した。その後は、現在まで観光客数がおおむね増加傾向にあり(図-2)、2000年度の約600人に比較して、2012年度には2倍の1,219人となっている。

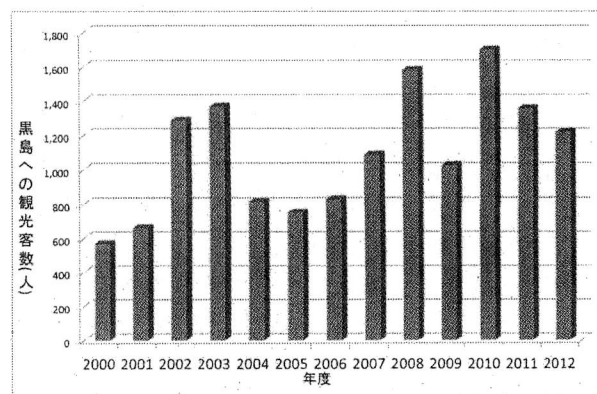


図-2 黒島への観光客数の推移

(黒島史跡保存会調べ)

その他にも「佐世保市都市計画マスタープラン」などで、「交流を活かしたまちづくり」が明記されるなど、島の豊かな文化資源を活かす観光などの交流政策が考慮されることはあった。しかし島側が受け入れをはじめたのは、上記のガイド団体の結成以降である。



黒島に來訪する観光客は、自ら計画して來訪する個人やグループがいる一方で、離島であり地域情報が少ないことなどから、黒島史跡保存会や島民ガイドを依頼する場合が一般的である。自ら計画するグループも含め、島内で利用できる宿泊施設は3軒あり、そこで宿泊と食事ができる。

## (2) 着地型観光の推進の実態

本研究で対象としたパールシーの着地型観光は、同社の西川輝宏取締役が、旅行会社勤務時代に訪問したヨーロッパで、キリスト教の教会建築や文化に感銘を受け、また黒島の魅力に惹かれたことが動機となって企画した<sup>(4)</sup>。そして着地型旅行商品である「黒島めぐる」を2008年度から同社が販売した。

旅行商品である黒島めぐるは、パールシーが黒島史跡保存会の協力を得てキリスト教関係の施設をガイドすることが特徴である。また、島の食生活改善グループの女性たちによる島独特の料理である「ふくれまんじゅうづくり」などの体験観光も内容に含まれている。

ツアーは佐世保市内をタクシーで出発し、フェリーを利用して島に渡り、黒島史跡保存会のガイドが島内を案内し、食事や体験観光をして本土に帰るという構成である。商品販売のターゲットは50歳代の女性とその仲間や家族に絞られており、募集型の企画旅行として、1日または半日のツアーで商品化された。

初年度の2008年度の集客実績は688人、2013年度は270人であった。参加者は女性が70%と多く、全体の約50%が長崎県外から参加している。パールシーが2011年度に実施した参加者アンケート調査では、回答者の80%以上が満足だと回答し、満足度は高いと考えられる。

なお、黒島史跡保存会のメンバーが経営する島内の民宿も、類似したガイド案内を実施している。また、公益財団法人佐世保観光コンベンション協会も、キリスト教建築の魅力を解説する着地型旅行商品「時旅」を実施しているが、年間実施回数は1~2回と少なく、地元からの参加者が80%を占めている。

## (3) 着地型観光の収支状況

黒島における着地型観光の2011および2012年度の収支状況を表-1に示す。以降は解りやすくするために、1万円未満を四捨五入して記述した。

まず、2011年度の収入は、旅行代金収入が179万円(70%)、また佐世保市からの補助金が76万円(30%)であった。一方、支出では、旅行者輸送経

費が138万円(43%)である。また受け入れに関係する直接経費が77万円(24%)、営業経費などの間接費が108万円(33%)である。

次に、2012年度を見ると、収入では旅行代金収入が184万円(75%)、また佐世保市からの補助金が60万円(25%)であった。一方、支出の分布は、旅行者輸送費が128万円(40%)である。また受け入れに関係する直接経費が81万円(26%)、営業経費などの間接費が110万円(34%)である。

表-1 「黒島めぐる」ツアーの収支内容  
(資料提供させばパール・シー株式会社)

		2011年度		2012年度	
		金額(円)	割合(%)	金額(円)	割合(%)
収入合計	旅行代金収入	1,787,388	70.0	1,835,994	75.0
	補助金収入	757,600	30.0	598,250	25.0
		2,544,988		2,434,244	
		金額(円)	割合(%)	金額(円)	割合(%)
支出合計	妙シー・バスチャー料	757,600	23.0	598,250	19.0
	乗船料・車輛航送料	621,570	19.0	680,540	21.0
	(A)旅行者輸送費合計	1,379,170	43.0	1,278,790	40.0
	ガソリン	108,000	3.0	120,500	4.0
	食事代	330,000	10.0	288,000	9.0
	体験(観光)費用	195,162	6.0	220,250	7.0
	その他負担金謝金	139,321	4.0	182,771	6.0
	(B)直接経費合計	772,483	24.0	811,521	26.0
	催行のための人件費	600,000	19.0	600,000	19.0
	営業活動費	150,000	5.0	150,000	5.0
	通信費	99,996	3.0	99,996	3.0
	エージェント手数料	51,960	2.0	91,800	3.0
	その他	176,460	5.0	153,780	5.0
	(C)間接(営業)経費合計	1,078,416	33.0	1,095,576	34.0
	(A)+(B)+(C)	3,230,069	100.0	3,185,887	100.0
収支		▲685,081		▲751,643	

次に支出内容を見ると、パールシーは間接経費をツアー実施に必要な経費として、それぞれ33%(2011年度)と34%(2012年度)を得ている。ただし、2011・2012年度とも、黒島めぐるの販売事業自体は大幅な赤字であり、着地型旅行商品の有利性を考えても、経営上は収益性を上げる必要がある。

一方、ツアーの催行者であるパールシーから島側の関係者には、直接経費と乗船料・車輛航送料が支払われ<sup>(5)</sup>、その合計は43%(2011年度)と47%(2012年度)であった(表-1)。つまり、着地型旅行商品である黒島めぐるでは、地域側である黒島に旅行代金収入の約4~5割の地域還元があったと考えられる。そこから必要経費を引いたものが実際の利益となるが、聞き取り調査結果からも、材料調達に経費がかかる食事代以外の利益率は高いと考えられる。

さらに、パールシーは完全に地域外の企業ではなく、実際には佐世保市が出資している第三セクター企業であり、「地域側の」主体だと考えることもできる。その場合には、間接経費のうちの催行のための人件費は、地域に還元されていると考えられる。また旅行者輸送費用のタクシ



ーバスチャーター料も、佐世保市内のタクシー会社への支払いである。このように考えれば、着地型旅行商品の黒島めぐりでは約 85%の高い地域還元率である。

ただし、経費分布を見ると、地域側で旅行商品を提供しても、地域内移動のためのタクシーバスチャーター料とマーケティングやプロモーション費用として、約 40%の経費が島外に支払われている。パールシーは佐世保市の第三セクター企業であり、黒島側に配慮して事業を運営しているが、完全な第三者が島外のパートナーになった場合は、より多くの経費が島外に支払われることになると考えられる。逆に、地域側である黒島でマーケティング活動を行うことも考えられるが、地域外とのネットワークを持たない島の関係者がすぐにマーケティング活動ができるとは考えられない。むしろ、パールシーのような島外の旅行事業者との関係を形成することが望ましいだろう<sup>6)</sup>。

また、現在の黒島めぐりでは、島内移動手段を島側で提供できないために、佐世保市内のタクシー会社を利用している。その費用が支出の約 20%を占めている。島側で移動手段を提供するか島内を徒歩などで移動できればそれを軽減でき、黒島への還元率をより高めることができる。

さらに、黒島の関係者は、土産物に対する観光客のニーズがあることを理解しており、その提供を考えている。それが実現できれば、観光客による島内での支出が増加し、地域還元率も上昇すると考えられる。それに関連して、島内での飲食場所創出や入場料などの徴収、内容に応じたガイド料の値上げが考えられる。

ところで、黒島にはインターネット上の HP で集客している民宿がある。同様にパールシーが負担している間接費(営業経費)を、こうしたインターネットマーケティングで、ある程度代替することは可能である。ただし、島独自で受け入れる場合には、旅行商品として提供するのか、輸送と切り離して現地ガイドや体験として島側で受け入れるのかを明確にしなければならない。その場合、こうした収支データを用いて判断することが必要であり、着地型旅行商品においても収支についてのデータの蓄積が重要である。

以上のように、本研究では長崎県佐世保市の黒島を事例として、着地型観光の地域還元について分析した。地域側に利益がもたらされることが期待されている着地型観光だが、着地型旅行商品の収支構造の分析は少なく、特徴や利点が主に強調

されてきた。そのこと自体を批判するのではないが、実際のデータの分析で、観光から得られる利益をどのような仕組みで地域に還元できるか考察すれば、地域がより戦略的に着地型観光を推進できる。また、着地型観光を推進する地域と地域外の関係者との関係が収益構造に影響することや、経済面以外の地域還元をどう評価するかという分析が必要である。

#### 【謝辞】

本研究の実施にあたり、長崎県佐世保市および黒島の関係者、させばパール・シー株式会社の西川取締役に取り組み調査・資料提供に関してご協力をいただいたのでここに記して感謝の意を表したい。

#### 【付記】

本研究は、日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究C)「観光の効果を地域社会へ還元する中間システムの研究」(研究代表者:敷田麻実)の研究成果の一部である。

#### 【注】

- (1)この場合の「地域」とは、地域社会や一般に「地域コミュニティ」と呼ばれる地域住民のグループや主体を指している。
- (2)例えば、着地型観光は地元情報が豊富に活用できるので商品としての魅力が大きいなどと利点が強調されている。
- (3)カトリック教徒が多く居住するために「クルス島」と呼ばれ、それが「クロ島」になったという説もある。
- (4)させばパール・シー株式会社西川取締役からの聞き取りによる。
- (5)乗船料・車輛航送料はフェリー運航会社に支払われている。この会社は本社こそ本土側だが、従業員は黒島在住者であるなど、実質的に黒島側の会社だと位置づけることができる。
- (6)黒島におけるパールシーの位置づけと着地型旅行の詳細については、森重昌之・敷田麻実・海津ゆりえ・西村千尋(2013):中間システムの連携による本土と離島の観光の相互発展—三重県鳥羽市・答志島と長崎県佐世保市・黒島の事例調査から—,第28回日本観光研究学会全国大会学術論文集を参照のこと。

#### 【参考文献】

- 1)敷田麻実編(2008):地域からのエコツーリズム—観光・交流による持続可能な地域づくり,学芸出版社。
- 2)敷田麻実・内田純一・森重昌之編(2009):観光の地域ブランディング—交流によるまちづくりのしくみ—,学芸出版社。
- 3)大社充(2008):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。