松代町における観光産業のあり方

明治大学　経営学部　公共経営学科

4 年 10 組 19 番 17401802297

鈴木　隆正

目次

Ⅰはじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・１

Ⅱ松代町における観光の有用性の是非・・・・２

Ⅲ先行研究の整理・・・・・・・・・・・・・・・５

Ⅳ松代町の観光産業の実態・・・・・・・・・・７

Ⅴ松代町の観光政策・・・・・・・・・・・・・・１６

Ⅵ小布施町との比較・・・・・・・・・・・・・・２９

Ⅶ松代町の観光産業に対する提言・・・・・・３５

Ⅷおわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・４０

参考文献一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・４１

Ⅰはじめに

長野県松代町は、長野インターチェンジからほど近いという立地の良さや松代城や象山地下壕などの歴史的価値の高い遺産があるにもかかわらず、観光客が少なく、町全体に活気がない。長野県は観光産業が非常に盛んであり長野市中心部（善光寺）や山岳地帯（戸隠）などは他県ナンバーの遠方からの客で土日だけでなく平日であっても非常に大きな賑わいを見せている。それに比べて松代町は観光産業が発達する様々な条件が整っているにもかかわらず、観光の町という印象は多と比べて薄い。長野インターチェンジを降りた車は長野市方面か松代町方面かのどちらかに車線が分かれるのだが松代町に向かう車が圧倒的に少ないのである。このような松代町の観光産業の現状を知り、街には何が足りなくて何が求められているのか追求したい。

聞き取り調査やインターネットを用いて研究を行う。第 1 章では松代町において観光という方策は有用なのかその是非について考え、第 2 章では先行研究について論じたいと考える。そして第 3 章では松代の観光産業の実態、第 4 章では松代の観光政策について記し松代町の観光産業は現状、どのような状態なのかを明らかにしていきたい。そして第 5 章では松代町と対照的に、観光を中心とした街づくりが成功しているという認識が地元の人々の間に共通認識として存在する小布施町と松代町を比較し、松代町の課題、小布施町の事例で松代町でも取り入れられるものなどを明らかにしていきたい。そして最終章である第 6 章ではこれまでの研究を元に松代町の観光政策を筆者なりに考察し提言していきたい。

Ⅱ松代町における観光の有用性の是非

まず、観光による地域活性化の一般的な意義について述べていきたい。観光は以下のような点から地域活性化において重要な意義を有している。

人々にとって	・人々の生きがいや安らぎを生み出す ・日常生活圏を離れて多元的な交流・触れ合いの機会をもたらし人と人の絆を強める ・各個人レベルにおいて、多様な価値に視野が拡がる
地域にとって	・アイデンティティ（個性の基盤）を確保し、地域の連帯を強める ・地域の連帯感を強める ・観光産業は地域住民が誇りと生きがいをもって生活していくための基盤となる ・観光によるまちづくりが地域活性化に大きく寄与する
国民経済にとって	・経済効果は乗数的に極めて大きいものとなる ↪観光産業は、旅行業、交通産業、宿泊業、飲食産業、アミューズメント産業、土産品産業、旅行関連産業等幅広い分野を包含した産業であり、日本経済に与えている影響についてみると、直接消費は約２０兆円にのぼりさらに波及効果を含めると、我が国経済全体に対する効果は約５０兆円と算定されている
国際社会にとって	・国民各個人レベルの国際観光交流は、国際相互理解の増進、国際親善、さらには国際平和に貢献するものである ・実際の人間像と生活をよりよく理解できる機会をもたらす

（表１　観光による地域活性化の一般的な意義　国土交通省　観光をめぐる諸事情[1]を元に筆者作成。）

このことから観光産業が人々、地域、経済、社会など様々な分野にもたらす影響の大きさが分かる。表１に「観光産業は地域住民が誇りと生きがいをもって生活していくための基盤となる」となるがこのその土地に住んでいる住民が誇りを持つということは観光産業を発展させるにあたり、非常に重要になると考える。観光が盛んになることで自分の住んでいる地域に愛着がわき、地方自治体から能動的に支援を受けるのではなく住民が主体的に地元の活性化のために行動を起こし、観光産業に対して協力的になるなどの意識の変化をもたらすことができるのではないだろうか。

続いて観光がどのように地方を再生させていくのかについて述べていく。観光による地域活性化を図る工程としては、表２の STEP1 から STEP3 までをたどることが考えられる。

---

[1] 『国土交通省　観光をめぐる諸事情』https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/

ステップ 1 地域の宝の再発掘および再評価	・観光で活用できる地域資源（宝）が発掘されていない ・観光商品が個人旅行のニーズを満たしていないなど市場ニーズに適合していない ・滞在時間を延ばすなど観光客１人当たり消費額（交通費、宿泊費、観光施設使用料、飲食費、土産購入費、プログラム体験料、商店街での消費等）を最大化するビジネスモデルになっていない場合が多く、観光による地域への経済波及効果が限定的になってしまっている

↓

ステップ 2 受け入れ体制の整備	・既存の観光事業者・行政・市民等のステークホルダーの連携が乏しく、受け入れ体制が整っていない

↓

ステップ 3 情報発信をはじめとする異なる地域間との連携	・情報発信が地域ごとに個別・断片的に行われており、当該商品が認知されていない ・認知されていても訪問意欲を駆り立てる「クール」な見せ方ができていない場合が多い ・既存顧客による体験談発信等のプロモーションの仕組みが整っていない

（表 2 観光による地域活性化のステップ　出典『日本総研　地方創生のための観光まちづくり』[2]を元に筆者作成）

このようなステップを 1 つ 1 つ解決していくことで観光による地域活性化を行うことができる。しかし、多くの地域において、いずれかの STEP で行き詰ってしまっていることが多い。

上記において観光が地域に与える良い影響について述べてきたが、観光が与える影響はよいものだけではなく、オーバーツーリズム、観光公害といった問題も存在する。自然破壊、交通渋滞、騒音、ごみ問題、住民のプライバシーの侵害、地域景観の破壊などがこれに当てはまる。[3]このような観光が与えるマイナスな影響とプラスの影響をどのようにバランスをとっていくかということが観光による発展には求められる。

それではどのような地域で、どのような場合に、観光による地域活性化が有用だと言えるのであろうか。表 2 で示したような①身近な地域資源を観光に活用できる地域、②観光客の受け入れ体制の基礎がある程度存在する地域、③情報発信をはじめとする異なる地域間と

[2] 日本総研　地方創生のための観光まちづくり
https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=26319
[3] 人気の観光地が抱える悩み…オーバーツーリズムとは
https://www.jaccs.co.jp/lesson/moneyplan/0216/

の連携が期待できる地域、そして④表１で示したような観光による影響を受けることで地域の活性化が期待できる場合、⑤観光における負の影響を克服できる場合において観光による地域活性化が有用であるとこと言うができると考える。

では、観光による地域活性化という方策は、松代町において有用であるということができるのであろうか。上記の①～⑤に松代町は当てはまるのか見ていく。①松代町はもともと観光資源が豊富に存在する②、⑤松代町は古くから観光産業が重要基盤となっていたことから、観光客の受け入れ体制の基礎がある程度存在し、観光における負の影響に対しても、耐性があると考えられる。③松代町が属する長野市は善光寺をはじめとする全国的に知名度の高い観光資源があり、多くの観光客が訪れる。このような長野市の他の観光地と松代町が連携することで長野市の別の観光地に来た客が松代に立ちよってもらうことも期待できる。④かつてより松代の基盤産業であった観光業が発展することで街のさらなる発展が見込める。以上のような点から観光による地域活性化という方策は、松代町において有用であるといえる。「産業構造の変化、グローバリゼーションの進展に伴う競争条件の激化等に伴い、国内各地域においては、人々が生活し、集う基盤であるいわゆる「まち」の多くが活力を失い、停滞してきている状況にある。」[4]この言葉通り松代町も例に漏れずまさに活力を失い、以前あった商店は姿を消し、コロナウイルスの影響も相まって衰退の一途をたどっている。松代町はまさに観光により地域の特色を出せる地域であり、松代町の衰退を食い止める有効な手段として観光事業の活性化があげられるのではないかと考える。

[4] 国土交通省　観光を巡る諸事情
https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/kansin1_.html

Ⅲ先行研究の整理

松代町の事例紹介に移る前に、先行研究に関して記し、地方都市の観光産業の課題、そして歴史的街並のある地域における観光開発について今までどのような研究がなされてきたのか紹介したい。

四本、韓、畠田（2017）では、これまで観光地としてあまり知られていない、または観光客数の減少がみられる自治体として福岡県田川郡赤村、京都府福知山市、佐賀県唐津市、三重県多気郡多気町、滋賀県甲賀市、千葉県四街道市の６都市を紹介している。またこの論文では観光資源が乏しいこれらの都市において、観光資源がない中で、計画、組織化、地域資源の発掘、 現存施設の利用、イベント、マーケティングの６つの作業を行うことで観光によるまちづくりが可能になるとまとめている。また、自治体が直面する観光まちづくりの課題を７つ挙げており、それらは、(1) 住民主体の欠如、(2) 人材不足、(3) 組織、(4) 人間関係、(5) ブランド、(6) 観光資源、(7) 外部要因としている。この７つの要因は観光によるまちづくりを考える際に松代町を含めどの地方自治体でも直面する課題であり凡庸性が高いと考える。四本、韓、畠田（2017）の意義は実際の地方公共団体が観光によりどのようにまちづくりに取り組んでいくか、そしてその際の課題は何かを 6 都市の綿密な現地調査を通して明らかにし同じような特徴を持つ自治体が参考にできるようにしたことであるが、一方で限界点は通常の観光振興とは違い、観光を通した「まちづくり」という点に焦点を当てており、大手旅行会社に頼ることなく自分達のツアーを売っていく、交通インフラが整っていなくても、それを気にしない観光客にターゲットを絞ることなどを目標として掲げており、来客してもらうなど訪問してくる観光客層を狭めすぎてしまっているのではないかと感じた。また、ここで挙げられた課題に対しての具体的な解決方法が示されていないという限界点もあるのではないかと考える。

続いて松代町のように歴史的町並みを有した観光地がどのように町の発展に貢献していくのかを記した論文を紹介したい。大森（2005）では重要伝統的建造物群保存地区に選定され、歴史的な町並みを観光資源としてまちづくりを行っている、福岡県の吉井町と福島県の八女市を取り上げ、良好な町並み景観を維持・形成しながらまちづくりを行う手法を提案し①町並み保存を支援する観光活動設計について②町並み保存を支援する町並み整備について③町並み保存を支援する運営システムについての３つを結論として提言した。「住民が主体となることで、住民にまちづくりの責任感が生まれ、町並み保存の制度や建造物の修理・修景に関する知識が蓄積される。信頼関係が築かれていなければ、修理・修景に補助が出されるとはいえ規制を伴う町並み保存は実現しない。」と記し住民が主体となり計画を練り実行しなければ歴史的町並みを生かしたまちづくりは成功しないとした。大森（2005）の意義もやはり同様のまちづくりを目指している地域にとって、有効な知見を得られる点にあると考える。歴史的な町並みはその地域が有しているものでありそこにはもちろん住民の生活がある。そのような場所で地域の人々にどのようにすれば町並みを保全しそれを生かしたまちづくりをすることが認められるかということを深く論じている。

先行研究について調査している中で松代町の観光をテーマとした論文は見つからなかった。また、先行研究では成功例を取り上げたものが多く、成功していない事例は取り上げられることが極めて少なかった。日本の地方観光地において、大きく成功している地域より、成功していない地域が圧倒的に多く、松代町は大きな成功を収めていない数ある観光地の一つで、いわば地方観光の典型例であるといえる。また、松代町は高速道路や新幹線など便利な交通手段をもち、そして豊富な観光資源を持ちながら観光都市として大きな発展をできずにいるという現状を抱えている。このような典型例の１つである松代町を事例として取り上げることで地方都市の観光産業の実態が明らかとなりその解決策を示すことでこの論文の意義が見いだせるのではないかと考える。

Ⅳ松代町の観光産業の実態

松代町の概要

図１からも分かるように松代町は長野県の北部に位置し、1966 年に長野市に合併され長野市松代町となった。長野市の一部(長野市松代町)となったため、正しくは市町村制度における「町」ではないが、現在でも松代「町」という名称がついている。三方を山に囲まれ、北側には千曲川が流れる水と緑の豊かな町である。千曲市、篠ノ井市、更級郡川中島町、更北村、上高井郡若穂町、小県郡真田町の 6 つの市町村に囲まれており、面積は 61.01 ㎢でこれは世田谷区と同じくらいの大きさとなっており、長野市の中でも比較的小さな町である。総人口は 16816 人で 1985 年の人口が 21556 人であったことと比較すると人口の減少が進行していると言える。長野盆地に位置しており、盆地という地理的特性上寒暖差が激しいためその気候にあった様々な農作物が栽培されている。[5]

図 1　松代町の地図
出典信州松代観光協会　信州松代の魅

松代町の歴史

松代町は、真田幸村の兄の真田信之が初代藩主である松代藩の城下町として栄え、江戸時代には長野盆地の中心都市であった。江戸時代においては松代藩の城下町であり、恩田木工や佐久間象山などの偉人を輩出し、明治期には製糸業が盛り上がりを見せた。さらに、太平洋戦争末期には国家中枢機能の移転を目的として松代大本営の地下坑道が造られた。硫黄島の戦いにおける総司令、栗林忠道中将も松代町出身である。以前の松代町は JR 長野駅や善光寺のある千曲川西岸よりも栄えていたが、現在の松代町は、昼間は観光地、夜は長野市南端の閑静なベッドタウンという顔を持つ。また、現在も農業が盛んであり、特産品の長芋を始め、もも・あんず・ぶどう・りんごなどが作られている。[6] このように松代町はかつての長野市の中心地であり、古くからの歴史を持ち、多くの史跡の残る町である一方で松代町の良さや魅力を前面にアピールできていないのが悔やまれる部分である。

---

[5] 信州松代観光協会　信州松代の魅力 - 信州松代観光協会ホームページ
https://www.matsushiro-kankou.com/

[6] （財）ながの観光コンベンションビューロー刊行パンフレット「長野　松代」

交通アクセス

主要都市圏から松代町へのアクセス時間と料金は以下の表 3 のとおりである

東京	新幹線	約 2 時間	8200 円～
	高速バス	約 3 時間 30 分	1500 円～
名古屋	特急電車	約 3 時間	7330 円～
	高速バス	約 4 時間	3800 円～
大阪	新幹線	約 4 時間	19700 円～
	高速バス	7 時間 30 分	6500 円～

（表 3　主要都市圏から松代町へのアクセス　乗り換えサイトを元に筆者作成）

長野駅から松代町までは約 10 キロほど離れておりバスで 30 分、タクシーで 20 分強である。長野駅から松代までのバスは約 20 分から 30 分おきに出発しており、善行寺、松代 1DAY パスという善行寺線と松代線のバスが 1500 円で 1 日乗り放題になるチケットも発売されている。また、高速バスの場合は高速バスの停留所が松代町内にあるため長野駅を経由せず直接松代町を訪れることができる。東京から夜行バスでは 1500 円と非常に安い費用で訪れることができたようなアクセス方法が存在する。[7]

このように松代町への交通アクセスは時間や費用によりアクセス方法を選択できる多様性を持ち、非常に利便性に富んでいるといえるのではないだろうか。

観光資源

松代町は史跡、旧跡、温泉などの観光資源が豊富にある。1983 年から一部の地域が伝統環境保存区域として指定され、保存事業が進められており、城下町であった松代として様々な史跡が保存されている。松代町の主な観光資源は以下の表４の通りである。

松代城	松代城は、松代藩主・真田家の居城であり、松代町の中心地区に位置しシンボル的存在となっている。 入場料　無料	

[7] 長野市発行パンフレット　「信州松代　遊學城下町」

真田宝物館	旧松代藩主真田家から寄贈された家宝の武具、調度品、文書、美術品などを所蔵している。 入場料　600 円	
象山地下壕	第二次世界大戦の末期、大本営、政府各省等をこの地に移すという計画のもとに、建設された地下壕 入場料　無料	
文武学校	文武学校は松代藩の藩校であり、国指定史跡となっている 入場→400 円	
・山寺常山邸	藩政にも尽力し、寺社奉行、郡奉行を務めた山寺常山の邸宅であり、松代町でよくみられる泉水路を有した池と庭園も整備されている 入場料　無料	

（表 4　松代町の主な観光資源　出典『信州松代観光協会　信州松代の魅力』を元に作成）

また、図 2 のようにこれらの観光地は比較的距離が近いため信州松代観光協会、ロイヤルホテル長野、松代町歩き観光センターの 3 か所において自転車をレンタルしており、観光客は自転車又は徒歩で効率的に観光地を巡ることができる。町内には無料の観光駐車所も存在するため車を停めて街歩きをすることも可能になっている。[8]

図 2主要観光地の位置関係
出典信州松代観光協会　観光情報

上記において松代町の主要な観光名所を紹介したが松代町にはこのほかにも国の重要文化財である旧横田家住宅、長野県内最古の木像を有する清水寺、長野県宝を有する大英寺、旧前島家長野市の指定文化財である旧松代藩鐘楼、旧樋口家住宅、国の有形文化財である象山神社、長国寺、恵明寺、典厩寺など多くの貴重な文化財があり観光地化されている。さらに松代町には多くの温泉が湧き出ており町内に約 5 か所の入浴施設が存在する[9]

このように松代町には長野市の中心部と比較しても引けをとらないほど多くの観光地があり、また、観光地が近隣に密集しているため周遊しやすい。さらに、多くの観光地が国や県の重要文化財などに登録されておりブランド力も兼ね備えていると言える。入場料が無料、または比較的安いところが多く観光客にとっては訪れるハードルが低いのではないかと考える。一方で松代町と言ったら「これだ！」といった圧倒的中心となる観光資源がないことが短所として挙げられる。しかしこのようなまだ目玉となる観光地はプロモーション方法や見せ方次第で作れるのではないかと考える。また、宿泊施設も備えた温泉施設もあるため松代のみで一泊二日できるほどの観光資源の豊富さがある。

特産品

食の特産品としては「長いも」や「杏」があげられる。中国からもたらされた長いもは松代が国内発祥の地で、粘りとぬめりが強いのが松代産の特徴となっている。1965 年頃には松代産長いもが全国の 6 割を占めていたが、現在は北海道や青森、海外からの輸入品にのり全国におけるシェア率は低下している。また、松代郊外には、北信地方を代表する窯場が数多く存在し、「松代焼」と呼ばれる独自の焼き物がつくられている。独特の光沢のある松代焼は人気が高く、町内には東条地区を中心にいくつもの窯元がある。このような特産品は町

[8] （財）ながの観光コンベンションビューロー刊行パンフレット「長野　松代」
[9] 長野市発行パンフレット　「信州松代　遊學城下町」

内の商店やスーパーなどで購入することができる。[10]以前は大規模な土産物店として、観光客向けのツアーを行っていた「宮坂酒造店」、道の駅である「おぎのや」の 2 つが存在していたが宮坂酒造は 2020 年 1 月 31 日おぎのやは 2021 年 8 月に閉店してしまった。宮坂酒造が閉店した理由としては、観光客不足による赤字化である。おぎのやの閉店理由はコロナウイルスによる観光客減少などがあげられる。(2021 年 11 月 12 日　松代観光協会の方からの聞き取り)

レストラン、食事処

松代観光協会のホームページではレストランや食事処が 10 店ほど紹介されている。松代町の中心に位置するのはそのうち 7 店で、そのほかの３店は距離が遠い郊外に位置しているがこの７店舗は密集しており観光客は店を選択することができる。しかし、提供している料理が中華料理やフランス料理、和食など松代町でなくても味わうことができる料理を提供している店が多く観光客向けに経営しているのではなく地元の人々向けであると感じた。松代町の特産品である長芋や杏などを全面に押し出した店が存在しないのである。

一方で信州松代観光協会、まち歩きセンターでは「六文銭食べ歩きチケット」を販売している。これはパンフレット片手に松代を散策しながら、おやきやお煎餅などの松代名物が、町内 12～15 店舗で六文銭食べ歩きチケットと交換できるというものである。チケット 600 円で、3 品～6 品の商品と引換することができる。[11]

上記において松代町の概要、歴史、交通アクセス、観光資源、特産品、食事処という松代の観光産業の基盤となるところを述べてきた。それぞれの分野において長所、短所様々あるということが分かった。松代町の観光における長所としては観光資源が豊富にある点、交通の利便性が整っている点やはりこの２点が大きな長所として挙げることができるのではないかと思う。観光地と交通インフラの整備は観光で街を盛り上げようとしている自治体にとって最も大きな負担となるところであるが松代町にはすでに２つとも整っている。観光に恵まれた町であると言えるのではないだろうか。短所として筆者が気になったのは、松代町と言ったら「これだ！」といった圧倒的中心となる観光資源がないことである。松代町には確かに多くの観光地があるがどれも印象が薄く、多くの人に認知されているものが少ない。長野市と言ったら善光寺、小布施町と言ったら栗、このように地域と目玉の観光資源が結びつくことにより観光客は松代町を訪問する動機が良まれやすくなるのではないかと考える。しかし、１つの場所を大々的に宣伝する、１つ１つの観光地の印象は薄いがそれらを

---

[10]信州松代の魅力 - 信州松代観光協会ホームページ http://matsushiro-kankou.com/modules/aboutmatsushiro/

[11] 六文銭食べ歩きチケット https://www.matsushiro-kankou.com/modules/rokumonsenticket/

まとめて宣伝する等プロモーション方法を工夫することで現在ある松代の観光地で松代を象徴する観光地をつくることは可能になると考える。

松代町における観光客数の現状

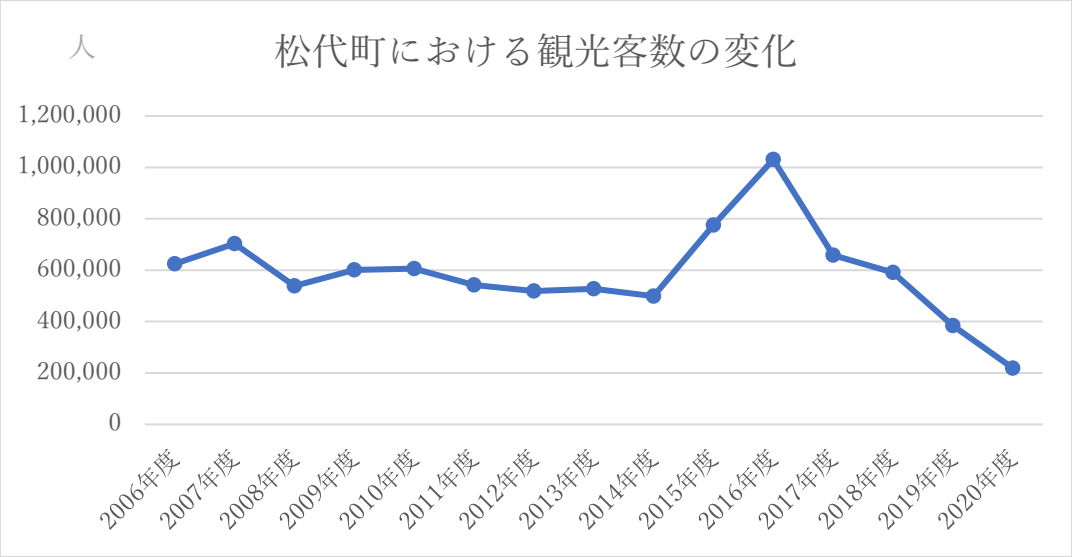
ここでは表や図を用いて松代の観光客数や松代観光協会からの聞き取りで得られた情報を整理し松代の観光産業の実態を理解したいと考える。

2020 年度

観光客数	
219, 000 人	
県内から	県外から
53, 800 人	165, 200 人
日帰り客	宿泊客
148, 400 人	70, 600 人
観光消費額	
1, 082, 14 円	

（表 5　松代町の 2020 年度における観光客数と観光消費額

（出典　長野市観光概要[12]を元に筆者作成）

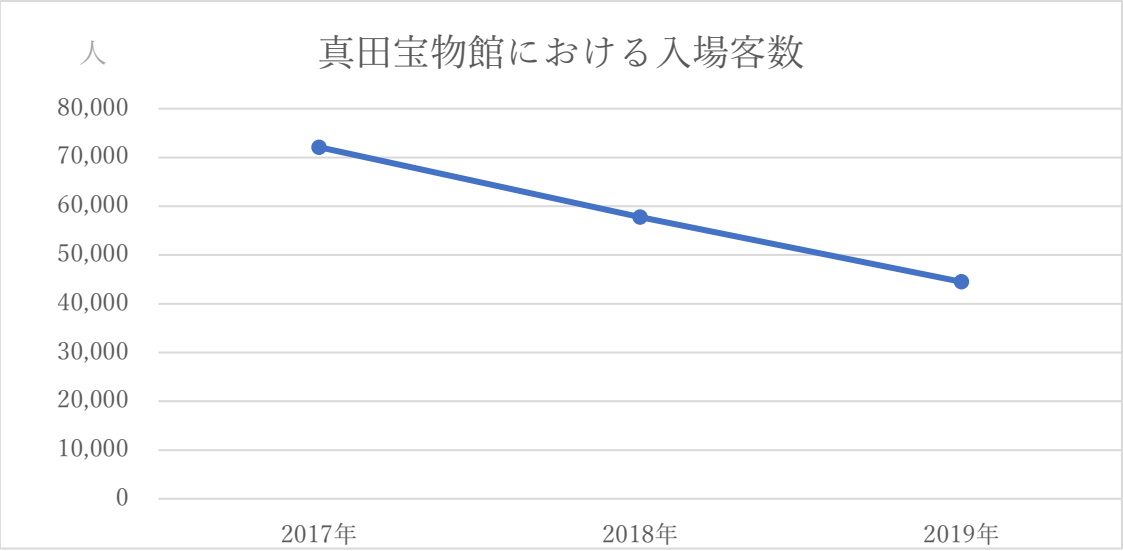


（図　3 松代町における観光客数の変化　長野市観光概要を元に筆者作成）

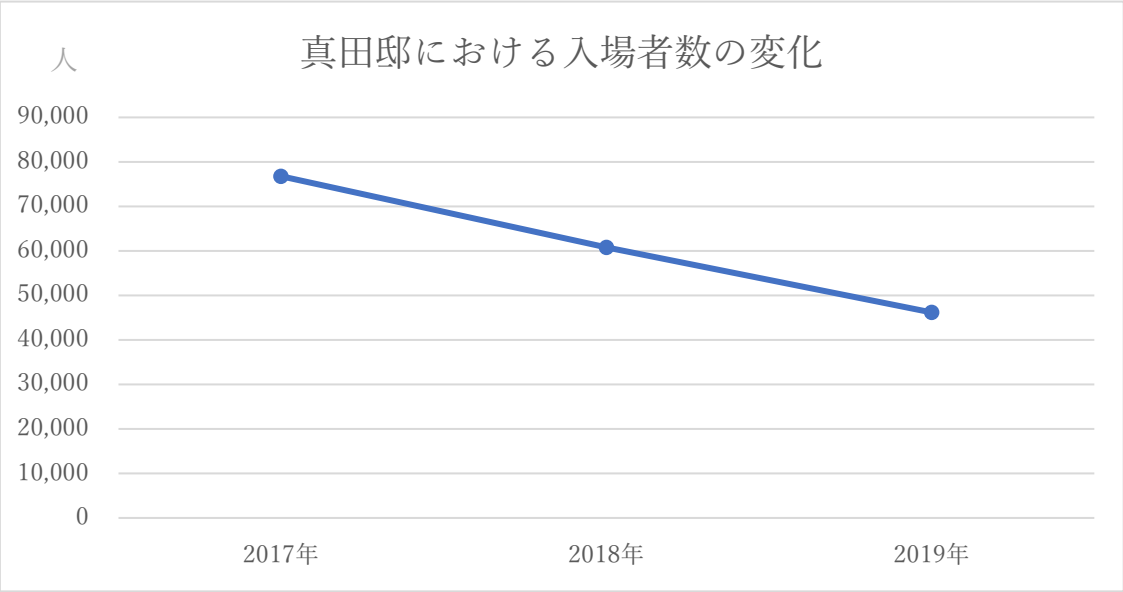
表 5 は 2020 年度における松代町の観光客数、観光客がどこから来たか（県内、県外）、宿泊か日帰りか、消費額を記したものである。観光客は県内の約三倍の人数が県外からの来訪者であり、多くの人が遠方から来ているということが分かる。また、日帰りで帰る人が多くいることは、宿泊施設不足や飲食店不足による影響が大きいと思われる。図 3 は松代町にお

[12] 長野市観光概要 https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/368225.pdf

ける観光客数全体の変化を表したグラフである。2015 年と 2016 年が突出して数が多いがこれは、2015 年は善光寺の御開帳の影響、2016 年は松代藩と深いゆかりのある真田家を題材とした大河ドラマ「真田丸」の影響によるものである。また、2007 年の観光客数が多い原因も松代町に多くの関連施設がある大河ドラマ「風林火山」も影響によるものであると考える。このように御開帳や大河ドラマなどの影響を除くと松代町の観光客数は年々緩やかであるが減少傾向であり、外部からの影響を受けなくても観光客が増加していくような取り組みが必要である。また、昨今のコロナウイルスの影響により 2019 年、2020 年の観光客数はピークの半数以下まで落ち込んでしまった。やはりコロナウイルスが松代町の観光産業に与えた影響も非常に大きいのではないかと感じている。このままではコロナウイルスが収束し観光客が現在よりも増えた際に観光客を受け入れる飲食店やお土産購入場所がなくなり、訪れた観光客を対応できなくなってしまうのではないかと考えている。



（図　4　真田宝物館における入場客数　松代観光協会から頂いたデータを元に筆者作成）



（図　５真田邸における観光客数の変化　松代観光協会から頂いたデータを元に筆者作成）

図 4、図 5 はそれぞれ真田宝物館と真田邸における入場者数の変化を表したものである。入場者数調査の都合上過去 3 年間のデータしか得ることができなかったが、この 3 年間においても入場者数が大きく低迷していることが分かる。2017 年から 2019 年の松代町全体の観光客数も落ち込んでいるがやはりそれに比例して松代町の主要な観光施設である真田宝物館、真田邸の入場者数も減少している。

以下では松代観光協会が考える松代町の現状を聞き取り調査を基にして記していきたい。松代観光協会に 2021 年 11 月 12 日、電話による聞き取り調査を行った。その際に挙げられた松代町の課題は以下の通りである。

観光協会が考える松代町の課題

・かつては長野電鉄屋代線の松代駅があり電車で観光に訪れる人も多くいたが２０１２年に廃線となり交通の利便性が下がった

・観光資源が豊富にあるにもかかわらず知られていない

・観光客から、にぎわっている通りがない、松代城に天守閣がなくてがっかりした、などの意見が寄せられる

・若い世代の観光客のニーズに合っていない

・飲食店や宿泊施設が充実していないため観光客の滞在時間が短くほとんどの人は半日で帰ってしまう、飲食店や宿泊施設を求め長野市の中心部に行ってしまう

・城下町のため昔から住み着いている人が多く昔からの生活にまんぞくしているそのため観光に住民が協力的ではない

下記の表では松代町の観光資源に対する長所と短所をまとめた。

	長所	短所
交通アクセス	・都市圏から多種多様なアクセス方法が存在する ・高速バスの停留場が松代町にある ・無料の観光駐車場もあるため車でも来やすい	・長野駅から１０キロほどはなれている ・松代駅が廃駅された
観光資源	・長野市の中心部（多くの観光客が訪れる地域）と比較しても引けをとらないほど多くの観光地がある ・観光地が近隣に密集しているため周遊しやすい	・松代町と言ったら「これだ！」といった圧倒的中心となる観光資源がない ・１つ１つの観光地の印象が薄い ・宣伝効果が薄く、豊富な観

	・多くの観光地が国や県の重要文化財などに登録されておりブランド力も兼ね備えている ・入場料が無料、または比較的安いところが多い	光資源があるにもかかわらず多くの人に知られていない
特産品	・松代町独自の特産品が存在する。	・長芋や杏などの特産品はマイナーな食べ物であり、ブランド力がない ・特産品をまとめて販売するような大規模な店がない（閉店してしまった）
レストラン、食事処	・レストラン、食事処が密集している	・松代町でなくても味わうことができる料理を提供している店が多い ・観光客向けに経営しているのではなく地元の人々向けである ・特産品を利用した料理がない

松代町の課題	・効果的な宣伝ができていない ・観光客のニーズに合わせた観光ができていない ・地域住民が観光に対して否定的であり、今ある現状の生活で満足している

（表６松代町の観光産業における長所と短所、そして課題　観光協会からの聞き取り調査をもとに筆者作成）

この章では松代町の観光産業の現状について記してきた。次の章ではここで挙げられた松代町が抱える課題に対して行政や観光振興団体がどのような政策を行っているのか、松代の観光にたいしてどのような政策が取られているのかなどについてまとめていきたい。

Ⅴ松代町の観光政策

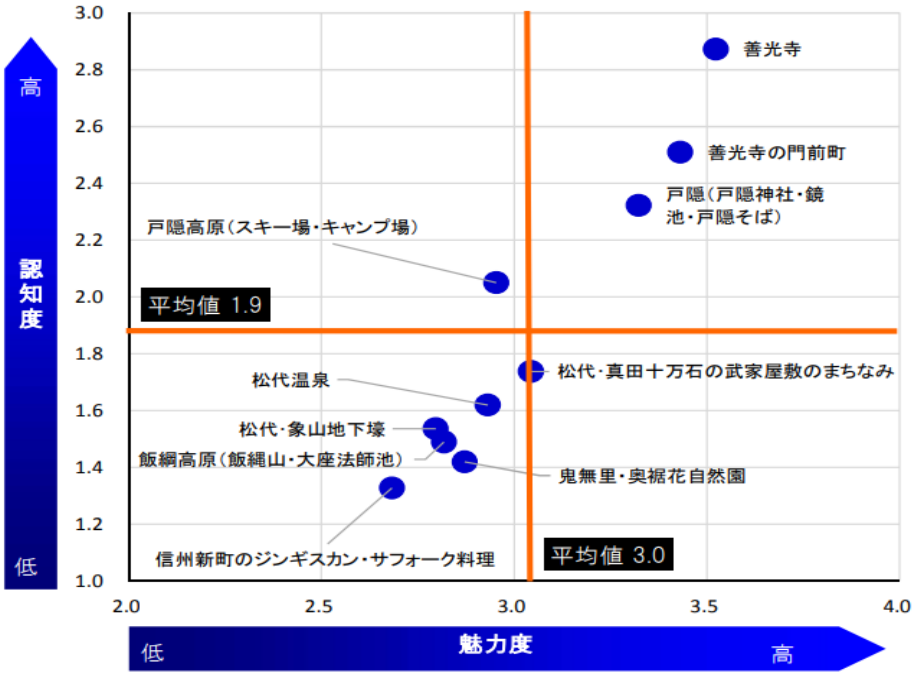
松代町の観光政策を実施している機関は、松代町が属する長野市であり長野市では各地域の観光振興団体とながの観光コンベンションビューローが連携して、観光客誘致事業を実施しており、松代町の観光振興団体は信州松代観光協会と街歩きセンターである。長野市の信州松代観光協会、街歩きセンターと NPO 法人夢空間、松代商工会議所などが協力して松代の観光政策を実施している。信州松代観光協会は松代の観光情報（観光施設・温泉・宿泊地・イベント・観光ルート）などを訪れた観光客に提供する施設で御朱印のお城バージョンである松代城の御城印（図６）も販売している。観光協会の主な事業には、外国人観光客に対応するためのウェブサイトの作成、地元の特徴を生かした体験活動と宿泊施設を組み合わせた旅行商品の提案などを構想、土産品の開発などがあげられ、収益を確保して自立した団体運営を目指している。観光協会は、真田宝物館のとなりに位置しており松代町の中心地にある。（図７）

（図 ６松代城の御城印　筆者撮影）

（図 ７信州松代観光協会の外観　筆者撮影）

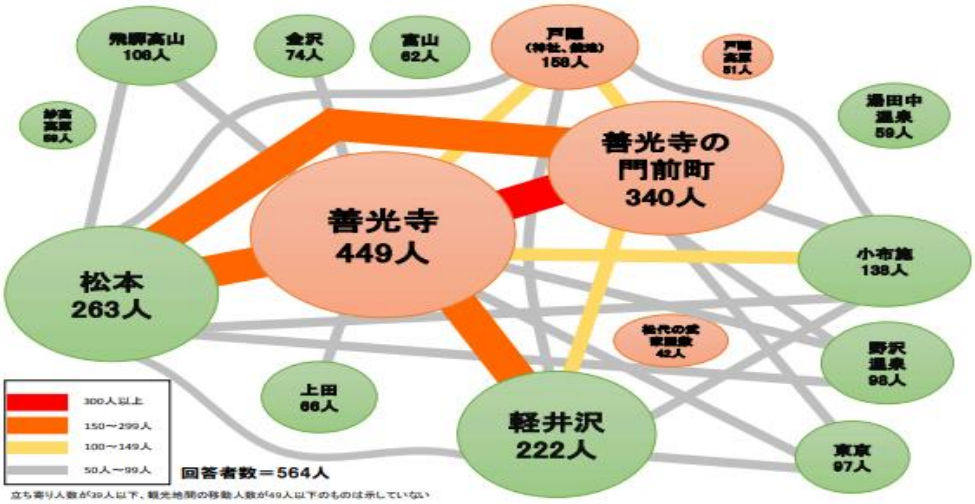
長野市では観光振興費として、1,635,691,000 万円の予算が組まれており、そのうち約 2%にあたる松代観光戦略補助金としては 17,927,000 万円が割り当てられている[13]。松代町の観光政策の内容に入る前に長野市の観光振興計画の策定にあたり長野市が行ったギャップ調査、来訪者調査により松代町はどのような評価を受けたのか示す。

[13]長野市観光概要 https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/368225.pdf



（図 8　長野市内の観光資源の認知度と魅力度　出典　長野市観光振興計画）

図８は市内観光資源の認知度と魅力度を平均点化したものである。すでにブランド力がある観光資源は、右上に位置する「善光寺」「善光寺の門前町」「戸隠（戸隠神社、鏡池、 戸隠そば）」が該当する。魅力度は低いが、認知度が高い観光資源は「戸隠高原（スキー場、キャンプ場）」となっており、松代町を含むそれ以外の観光地は、認知度、魅力度ともに平均以下となっており、非常に厳しい評価を受けていることが分かる。



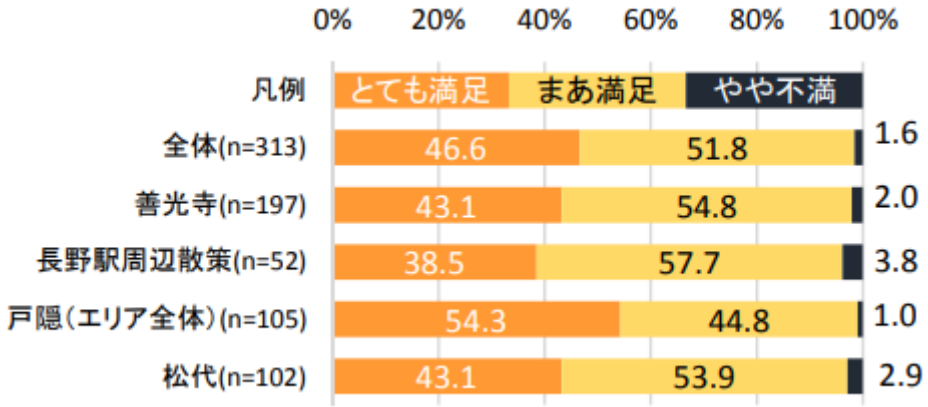
（図９長野市における日本人旅行者の周遊状況　出典　長野市観光振興計画）

図９はギャップ調査において日本人旅行者の周遊状況を示したものである。オレンジで示された観光地が長野市にあるものであり、緑色の観光地は長野市外を示す。日本人旅行者の市内外の周遊状況では、「善光寺～善光寺の門前町～松本市～軽井沢町」というルートが

最も多くなっている。次いで「善光寺～戸隠～小布施 町」への移動も比較的多く見られる。松代町の観光地は位置的に主な観光地の中心に位置しているにもかかわらずどの観光地ともつながることができていないという現状が見て取れる。

（図 10 観光地別の来訪回数　出典　長野市観光振興計画）

図 10 はギャップ調査において観光地別の来訪回数を示したものである。善光寺は、「年に１回以上」「２年～５年に１回程度」訪れている者が５割弱おり、定期的に来訪している者が非常に多いといえる。また、戸隠（戸隠神社、鏡池、戸隠そば）にも「年に１回以上」「２年～５年に１回程度」訪れている者は約２割となっている。しかし松代町を含むそれ以外の観光地は定期的に訪れている者が少ない状況となっている。



（図 11 来訪者の満足度　出典　長野市観光振興計画）

図 11 は来訪者調査において来訪者の満足度を調査したものである。戸隠エリアでは「とても満足」と回答する割合が半数を超え、「まあ満足」を上回っているが全体及び善光寺、長野駅周辺散策、松代町に関しては、「まあ満足」とする割合が最も多くなっており、来訪

者が十分に満足した状態ではないが不満もあまりないということが伺える。図 8 と見比べてみると松代町は、認知度が低い割には、来訪者の満足度として他の代表的な観光地とあまり差がない満足度で、善戦しているように見える。しかしその一方で松代町のやや不満の割合は全体の 2 番目に高い。このことから松代町は他の代表的な観光地と同程度の満足度を得ることができているが一定の観光客の期待を超えることができなかったことが分かる。満足度の結果からやはり認知度を上げていくことで善光寺と同程度の満足度を持つ松代は大きな発展が見込めるのではないかと考える。

ギャップ調査、来訪者調査の結果から、長野市内を来訪している観光客は特に、松本市、軽井沢町、小布施町などとのつながりが強いことがわかる。長野市の観光地としては、善光寺、戸隠という強いブランド力を持った有力な観光地があり、周遊の核となっているが、それ以外の観光地が立ち寄り地点としては弱い状況となっている。長野市観光振興計画において「今後は、核となる観光地を踏まえつつ、松代をはじめとする市内各観光資源を育てていく必要があります。」[14]と記されているように松代を観光地のハブ化とすることにより長野市全体の観光が活性化し来訪者が長野市の観光地を効率的に周遊しやすくなるのではないかと考える。

長野市観光振興計画

長野市では「善光寺一点通過型観光」と呼ばれるように、善光寺での短時間の参拝後にそのまま別の温泉地等に移動してしまうといった旅行形態が多く、宿泊を伴った滞在が伸びず、経済効果にも結びつきにくいという弱点を抱えている。これら課題を解決するため、2017 年度にスタートした「長野市観光振興計画」では、「ながのファン」を増やすことで長野市経済と地域コミュニティの活性化を目指し、地域資源の磨き上げと市内周遊を促す取組みを一体的に継続して実施する。また、より具体的な成果を生み出すため、重点的に磨き上げを行う地域を設定し、各地域の観光関連事業者の連携を促すとともに、共通の目的や明確な目標、役割分担などの設定による積極的な観光誘客事業を推進することで、長野市の観光産業の発展を目指している。[15]計画期間は 2017 年度から 2021 年度までの５年間として定められており 2021 年度が最終年度となっている。長野市では人口減少や余暇活動の多様化により、全国的に日本人観光客数はやや減少傾向にある中、何度も訪れてくれるリピーターを獲得することは、大変重要なことであるととらえており、計画ではリピーター、すなわち「ながのファン」を増やすことを通じて、①長野市経済の活性化の実現 ②地域コミュニティの活性化の 2 点の達成を目標としている。松代町は計画において観光開発重点地域として指定されており、市内他地域の多様な観光資源を磨き上げ、それらと重点地域を組み合わ

[14] 長野市観光振興計画
https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/119390.pdf
[15] 長野市観光概要 https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/368225.pd

せた周遊型観光コンテンツの開発を支援することで、市内周遊を促し、滞在時間の延長により経済波及効果の増加につなげるとしている。

計画の構成は、「基本戦略」としての政策体系と「重点戦略」としてのアクションプランの二本柱で構成されている。政策体系は、5年間で実施する観光振興に係る基本的な事業を目的別に取りまとめたものであり、市やながの観光コンベンションビューローが中心となり、関係団体等と連携して事業を実施する。 アクションプランは、集客力の大きい「長野市ならでは」の観光コンテンツを開発するために、複数の関係者が協力し、一体となって取り組むプロジェクトである。観光関連事業者や地域が主体となって、詳細を設計し、事業を実施していくものになっている。各政策及びアクションプランの具体例は以下の図12に示した通りである。

	政策体系
1	観光地域づくりの実践
2	広域連携とハブ機能の強化
3	地域資源に根ざしたインバウンドの推進
4	特色あるコンベンションの誘致促進
5	計画の効果的な実行

	アクションプラン
1	善光寺・中心市街地まち歩き観光推進プロジェクト
2	上質な魅力を活かした、戸隠宿泊型観光促進プロジェクト
3	歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる松代観光地域づくりプロジェクト
4	日本の原風景を満喫する、中山間地域の魅力発掘・コンテンツ開発プロジェクト

（図12 長野市観光振興計画における政策体系とアクションプラン　出典　長野市観光振興計画）

図12からわかるように政策体系では5つの項目、アクションプランでは4つの項目が設定されており、これらを組み合わせることにより観光振興政策を実行していく。松代町と関係のある施策として政策体系の①、④、アクションプランの③があげられる。以下ではこれらについて述べていく。

事業 1-2-2　市内滞在時間延長のための善光寺界隈、戸隠、松代を起点とした周遊コンテンツ開発

事業概要	
観光客の市内滞在時間延長のため、善光寺界隈、戸隠、松代を起点とし、周辺エリアへの周遊を促すためのコンテンツ開発等を行う。	
主な取組内容	**主な実施主体**
・善光寺界隈、戸隠、松代と他の観光資源をつなぐ観光コンテンツの開発 ・開発したコンテンツのプロモーション ・善光寺～城山公園～信濃美術館の周遊促進	観光振興課、商工労働課、文化財課、環境政策課、公園緑地課、ながの観光コンベンションビューロー、各観光協会

（図 13　政策体系①における松代町の具体例　出典　長野市観光振興計画）

図 13 に示したように、政策体系①の観光地域づくりの実践において松代町に焦点が当てられていたので紹介する。これは、長野市内の滞在時間延長のため松代町、善光寺界隈、戸隠を起点（出発点）にした周遊コンテンツの開発を行うものである。松代、善行寺、戸隠と他の観光資源を単体で開発していくのではなく長野市の全ての観光資源をつながりがあるものとして開発することで観光客の滞在時間延長が見込めることにとどまらず、相対的に長野市全体の観光がにぎわうことが期待できる。また、松代を起点とした観光を成功させることで松代町の利便性を活かし政策体系②のハブ機能の強化も達成できるのではないかと考える。

事業 4-2-1　ドラマや映画の舞台となるような作品の誘致

事業概要	
映画やドラマ等の撮影地としてのＰＲや、アクセスを活かした撮影誘致を強化する。	
主な取組内容	**主な実施主体**
・本市が舞台となる作品情報の収集、映像化ＰＲ ・撮影地マップの作成、ＰＲ ・ドラマ、映画等の撮影誘致	ながの観光コンベンションビューロー 観光振興課

事業 4-2-2　これまで撮影されたドラマや映画情報のＰＲ

事業概要	
ドラマや映画の舞台となった市内地域を訪れる観光客を増やすため、これまで撮影された作品の情報を収集し、ＰＲを行う。	
主な取組内容	**主な実施主体**
・本市が舞台となった作品情報の収集及びロケ地マップの作成等ＰＲ用ツールの作成	ながの観光コンベンションビューロー 観光振興課

（図 14 政策体系④における松代町の具体例　出典　長野市観光振興計画）

政策体系④の特色あるコンベンションの誘致促進と松代町のかかわりについて図 14 を参照し述べる。図 3 の松代町における観光客数の変化をみて分かるように 2007 年と 2016 年の松代町の観光客数は突出して高い。この原因は松代町が深くかかわっている大河ドラマの放送でありこのようなドラマや映画の舞台とすることで観光客数を増加させるという計画である。しかし、このような作品を誘致し賑わいを見せても松代町の観光客数は数年たつと元の数字に戻り落ち着いてしまっている。そこで事業 4－2－2（図 14 下部）のようにこれまで撮影された作品を PR し続け根強いファンの方々に何度も足を運んでもらうことが重要になるのではないかと考える。

●アクションプラン3

歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる松代観光地域づくりプロジェクト

プロジェクトの背景と目的

●目指すもの

松代固有の歴史・文化を楽しみながら体験し、まちなかや周辺地域を周遊するコンテンツを開発し、松代の観光消費の増加につなげること。

●プロジェクト概要

豊富な資源や既存のコンテンツを観光や消費に結びつけるために、観光客にとって魅力と感じられるように整理、見直しを行う。また、まち歩き促進のための体験型コンテンツやルート開発、情報発信、観光客の受入体制整備を行う。

●誰が取り組むべき課題か

松代観光推進機構、松代地域のまちづくり団体、商店・飲食店などの事業者
観光振興課、松代支所、ながの観光コンベンションビューロー

現状と成果

●現状

・「真田丸」効果で観光入込客数は増加傾向にあるが、観光地としての十分な受入体制が整っていない
・松代には様々な地域資源、まち歩きコースがあるが、観光消費に結び付いていない
・食事を楽しめる店舗や魅力的な飲食メニューが十分でない

成果

- 松代固有の歴史や伝統文化を活かした体験型コンテンツが観光客にわかりやすく提供されている
- 松代のまち歩きが楽しめる環境が整っている
- まち歩きルート沿いで買い物（体験・食・グッズ）が楽しめる

▼

- 体験型コンテンツの参加人数の増加
- 松代での観光消費額の増加

●成果指標

松代での
満足度
現在：
43.1%

目標：
53.0%

●プロジェクト開始時期

●作業部会立ち上げ：平成29年度
●プロジェクト実施：平成30～33年度

●検討方針・備考

●既存の地域資源を活かし、松代でのまち歩きを実現すること
●情報発信、コンテンツ販売体制を整備すること

（図 15 アクションプラン③の松代町における具体例　出典　長野市観光振興計画）

図 15 はアクションプラン③の歴史・文化を堪能できる「着地体験型」コンテンツによる松代観光地域づくりプロジェクトについてである。ここで述べられている着地体験型観光

とは「旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を元にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態」[16]のことを示し着地体験型観光は独自性が高くニューツーリズムをはじめとしてその地域ならではの様々な体験ができることから現在大きな注目を集めている観光形態となっている。松代固有の歴史や伝統文化を活かした体験型コンテンツを観光客にわかりやすく提供し、松代の様々な地域資源、観光資源をまち歩きコースとして整備することで着地体験型観光を行うという計画である。しかしこのような着地体験型観光を実現するためには、観光環境を整備するだけでなく迎え入れる側の地域住民と観光客がどのようにかかわっていくかも非常に重要であり、住んでいる人々にどのように配慮していくかがこの計画を遂行していくうえで大切であると考える。

長野市観光振興計画の結果

これまで長野市観光振興計画について記してきたが、この振興計画が松代町にどのような結果をもたらしたか考察していく。長野市観光振興計画では観光入込客数、市内観光資源の認知度に関して事前に目標値を設定しており、過去と現在のデータを用いてその目標にどの程度到達することができたのかにより観光計画の効果を測定していく。

- **観光入込客数：５％増（平成 33 年度）**
  ／政策「１　観光地域づくりの実践」、政策「２　広域連携とハブ機能の強化」　（千人）

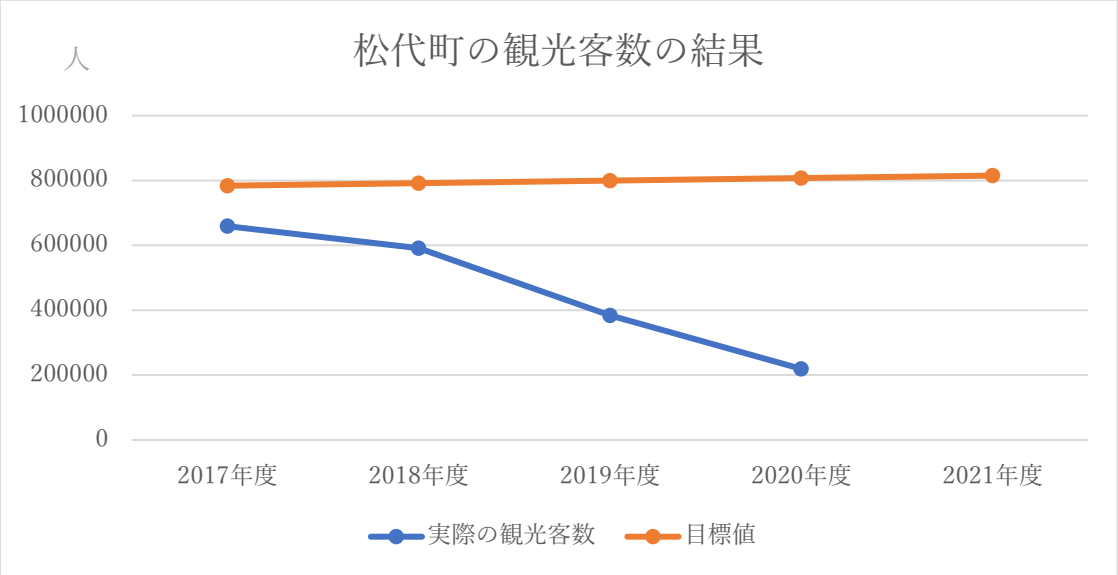
種別	基準値	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度	H33 年度
全市	17, 008 （H27 御開帳） 10, 018 （平常年）	10, 100	10, 200	10, 300	10, 400	17, 900
善光寺	12, 288 （H27 御開帳） 6, 235 （平常年）	6, 300	6, 360	6, 423	6, 485	12, 903
戸隠	1, 613	1, 629	1, 645	1, 661	1, 678	1, 694
松代	776	784	792	800	808	815

➢ 算出方法：平常年はH22 年度～H26 年度の平均値を使用。H29 年度～H32 年度は平常年基準値をもとに毎年１％増、H33 年度はH27 年度から５％増にて算出。

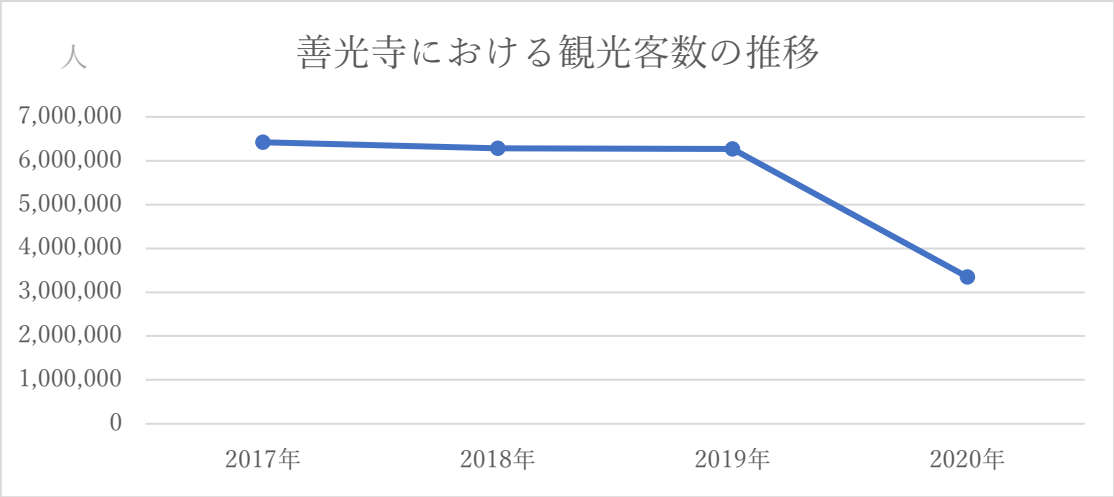
出典：長野市

（図 16 観光入込客数の目標値　出典　長野市観光振興計画）

[16] 着地型観光研究の現状と課題
kwansei.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_



（図 17 松代町の観光客数の結果　出典　図 3、図 16 を元に筆者作成）



（図 18 善光寺における観光客数の推移　出典　観光地利用者統計調査）

図 16 は長野市観光振興計画において観光入込客数の目標値を示したものである。松代町においては観光客数を５％増加させることを目標としており、最終年度である 2021 年度の目標値は 81 万 5 千人となっている。図 17 は松代町の観光客数の目標値と実際の人数を示したものでこのグラフから観光客数が目標値に大きく届くことができなかったことが分かる。2020 年からの大幅な減少はコロナウイルスの影響によるものであり観光計画の対象外となるが、2017 年度から 2019 年度までにおいても減少がみられることから何か原因があると考えられる。観光客数が減少した原因や背景を考察したい。図 18 は近隣の観光地である善光寺の観光客数を松代町と同時期で示したものである。人数の単位が違うため減少率で示すと、善光寺は２０１７年から２０１９年にかけて約 2.3%の減少がみられたが松代町においては同期間で約 41.6%もの減少がみられている。このことからわかるように松代町の観光客数の減少は松代町単体で起きている。具体的な原因としては 2016 年、2017 年に大河ドラマで観光客数を急増させたことによる減少、この期間に文武学校の改修が複数回あっ

たこと、大規模お土産店であった宮坂酒造が廃業したことなど様々な要因が考えらえるがやはり観光政策にも大きな要因があるのではないかと考える。

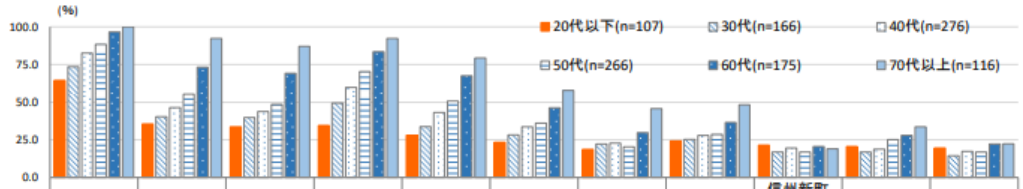
- **市内観光資源の認知度：戸隠：10%増、松代 30%増（平成 33 年度）**
  ／政策「1　観光地域づくりの実践」

(%)

資源名	基準値（H27 年度）	H31 年度	H33 年度
善光寺	94.5	←	←
戸隠	79.3	85.0	90.0
松代	50.6	70.0	80.0

➢ 善光寺に関してはすでに 100%に近い認知度を得ていることから、この認知度を維持していくことを目標とする。

（図 19 観光認知度の目標値　出典　長野市観光振興計画）



	善光寺	善光寺の門前町	善光寺の御開帳	戸隠(戸隠神社、鏡池、戸隠そば)	戸隠高原(スキー場、キャンプ場)	松代、真田十万石の武家屋敷の街並み	松代、象山地下壕	松代温泉	信州新町のジンギスカン、サフォーク料理	飯綱高原(飯綱山、大座法師池)	鬼無里、奥裾花自然園
20代以下(n=107)	64.5	35.5	33.6	34.6	28.0	23.4	18.7	24.3	21.5	20.6	19.6
30代(n=166)	73.5	40.4	39.8	49.4	33.7	28.3	22.3	25.3	16.9	16.9	14.5
40代(n=276)	82.6	46.4	43.8	59.8	43.1	33.7	22.8	27.9	19.6	18.8	17.4
50代(n=266)	88.3	55.3	48.5	70.3	50.8	36.1	20.3	28.6	16.9	25.2	16.9
60代(n=175)	96.6	73.1	69.1	83.4	67.4	46.3	29.7	36.6	20.6	28.0	22.3
70代以上(n=116)	100.0	92.2	87.1	92.2	79.3	57.8	45.7	48.3	19.0	33.6	22.4

出典：長野市観光に関する Web アンケート調査（令和 3 年度）

（図 20 長野市の観光資源の認知度　出典　長野市観光振興計画素案）

続いて長野市内観光資源の認知度についてである。図 19 は長野市観光振興計画において観光認知度の目標値を示したものである。松代町においては認知度を 30%増加させることを目標としており、最終年度（2021）の目標値は 80%となっている。図 20 は 2021 年度の年代別にみる長野市の観光資源の認知度である。図 20 における真田十万石の武家屋敷の街並み、象山 地下壕、松代温泉が松代町の観光資源であり、全世代の平均認知度は３7%となっており目標値の８０%には遠く及んでいない。

以上、観光客数と認知度についての観光計画の達成度についてみてきたがどちらも目標には到達しておらず長野市の松代町への観光政策は少なくともこの 2 点に関しては効果をもたらすことができなかったといえる。

長野市観光振興計画（案）

長野市観光振興計画（案）は現行の観光政策の対象期間終了に伴い 2022 年度から始まるものであり、計画期間は 2022 年度から 2026 年度までの５年間を想定している。この計画

において松代町は特別重点地区に指定されており、松代地区の観光方針が示されている。現在の長野市の松代に対する見解は「大河ドラマ「真田丸」以降、観光入込客数がやや減少傾向である。宿泊客数を増やしつつ、まちなか周遊を促していくことが必要」というもので宿泊客数を増加させ、多くの観光客がまちなかを周遊する状態を創出することで、観光事業者を増やしていくことが重要であるという考えを示している。本計画において松代町が目指すことは①宿泊者が宿を出て、まちを周遊し、飲食や買い物を楽しんでいる②飲食店等の観光関連事業者が増えているの 2 点である。実践プロジェクトとして宿泊客のまちなか周遊促進プロジェクトを計画しており松代温泉などに宿泊する観光客がまちを周遊し、滞在時間を延ばすことで、買い物や食事をすることで、地域における観光消費につなげることを目標にしている[17]。具体的な事業例については以下、図 21 のとおりである。

■実践プロジェクトにおいて実施する事業（例）

政策 1-1 **地域資源を活用した魅力的で多様なコンテンツの創出**	・松代荘などの宿泊施設発着の観光コンテンツの開発 ・宿泊施設同士の連携促進（食事や温泉の共有等）/朝市の定期開催 ・川中島古戦場など地域固有の資源を活かしたコンテンツ開発 ・文化・自然・歴史等のプロガイドの育成
政策 1-2 **地域を守り、未来へつなぐ観光振興**	・地産地消を促進するための宿泊施設との連動 ・地域資源を活用したクラフトビールの開発 ・松代ならではの食材を活かしたお土産やメニューの開発 ・E バイクの整備とサイクリングコースの開発
政策 1-3 **コミュニケーションを通じたファンづくり**	・マーケティングに活用する顧客管理システムの構築 ・SNS を通じた松代の宿泊やまち歩きの魅力発信

（図 21 長野市観光振興計画素案における実践プロジェクトの事業例　出典　長野市観光振興計画素案）

宿泊客を増加させ、多くの観光客がまちなかを周遊するという政策は前計画と大きく異なっている点である。また、松代町は若い世代の認知度が低く若者にむけた観光政策が必要であるがそのような政策も織り込んでおり E バイクや SNS を利用した広報活動などにより若い世代の集客が期待できるのではないかと考える。

観光政策に対する筆者の評価

長野市観光振興計画による松代町の観光政策の効果は観光客数の推移や認知度調査からも明らかなように非常に低いと考える。コロナウイルスの影響でる以前の 2019 年度の観光客数は目標人数 80 万人の半分の約 40 万人まで減少しており松代町の観光政策は松代の観光の衰退を食い止めることができていない。その原因としては、もちろん松代町の街歩きコ

[17] 長野市観光振興計画素案
https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/372820.pd

ンテンツや体験コンテンツなど形になっているものもあるが政策プランやアクション体系で計画されていたコンテンツ開発や企画、誘致などが実現できていない点があげられるのではないかと考える。松代を起点とした周遊コンテンツの開発やドラマや映画の誘致、飲食店の開発など計画されていたものが目に見える形で実現することができたいないのである。また、実現できているものも観光客にうまく PR できておらず集客につながっていない現状がある。また 2022 年度から 2026 年度が計画期間の新しい観光振興計画においてはこれまでと違い宿泊客数の増加に焦点が当てあれており、この計画が実現し宿泊客数が増加することができれば滞在時間の増加による観光消費など多くのことが期待できる。しかし、宿泊客数を増やすためには宿泊施設の整備をはじめ、飲食店の開発、観光地の整備など様々な改善が必要となるため前回の計画よりもさらに達成が難しいと考える。

又、観光政策において若年層などそれぞれの年代にターゲットを絞った観光政策ができていない点も大きな問題であると考える。図 20 を見て分かるように松代町の認知度は年代が下がるにつれ低下している。このことから若い世代に響く政策を講じることで松代町の観光客数や認知度を大幅に改善することができる。またこの要因としては、観光政策を運営する運営者に若者がいないことがあげられるのではないかと思う。実際に松代の土地で指揮を執る松代観光協会や街歩きセンターなどで２０代や３０代前半のような若い世代が活躍するような環境を整備していくことも観光政策の１つとして求められることではないだろうか。次の章では観光政策が成功した例として小布施町を挙げ、松代町には何が足りないのか、松代町でも参考にできるものはあるかなどを考察していく。

Ⅵ小布施町との比較

松代町と似ている町として長野県小布施町を挙げ、比較検討していきたいと考える。小布施町は、長野県の北東に位置する町であり、長野県内で最も面積の小さい自治体となっている。人口は、10,492 人で面積は 19.12km2 である。また、葛飾北斎をはじめとする歴史的遺産、歴史的町並みを活かした町づくりを行っており、北信濃地域有数の観光地として認知度も高い。以上のような点から小布施町は松代町と多くの共通点があることが分かる。しかし、小布施町には人口のおよそ 100 倍にあたる１２０万人もの観光客が訪れており松代町の観光客数が約 50 万人前後で推移していることと比較するとその差は約 2 倍にあたる。[18]多くの研究や論員において観光事業によって地域活性化に成功したとされる街と評価される小布施町と松代町を比較することで新たな知見を得たい。

小布施町の主要産業は観光業、農業（栗・リンゴ・ぶどうなど)、名産の栗を利用した製菓業となっている。小布施町の観光資源は以下の通りである。

・岩松院

岩松院の本堂天井には、浮世絵師、葛飾北斎の現存する最大の作品でありまた晩年の作品である「八方睨み鳳凰図」が描かれている。さらに、戦国武将福島正則の菩提寺であり、遺品や霊廟し、俳人小林一茶が『やせ蛙　負けるな一茶　これにあり』と詠んだ句碑も存在する。小布施町における主要な観光地の 1 つであり多くの観光客が訪れる。

（図 22 八方睨み鳳凰図　出典　曹洞宗　岩松院）

[18] 小布施日和｜小布施文化観光協会の公式サイト
www.obusekanko.jp

・北斎館

浮世絵師である葛飾北斎専門の美術館となっており、 小布施で描かれた肉筆画、画稿、書簡などを主として展示を行っている。北斎館も。小布施町における主要な観光地の 1 つであり多くの観光客が訪れる。

（図 23 北斎館外観　出典北斎館ホームページ）

・栗の小径

高井鴻山記念館の北斎館を繋ぐ細道で名産の栗の木を敷き詰めた道となっている。道には名産品である栗のお店が並び、街の雰囲気と見事に調和している。観光客はこの栗の小径を通りオープンガーデンなどに歩いて向かうことができる。修景事業によって修復された小布施の町並みを堪能することができる。

（図 24 栗の小径　出典小布施観光パンフレット）

・小布施ハイウェイオアシス

上信越道上り、下りそして一般道のどちらからも入ることの出来る「小布施ハイウェイオアシス･道の駅オアシスおぶせ」は小布施総合公園の一角にあり、食事処、土産処の各コーナーのほか、ドッグラン、農産物直売所、ボルダリング施設や散歩の出来る公園など複数の施設からなっている。小布施随一の広さを誇る売店は、栗菓子、野沢菜、信州そば、フルーツジャム等、小布施、北信濃のお土産品

（図 25 小布施ハイウェイオアシス外観　出典　小布施ハイウェイオアシス道の駅オアシスおぶせ）

約 2,000 点を取り揃えており、小布施町の玄関口として大きな役割を果たしている。2005 年 4 月 24 日から 2006 年 3 月 31 日まで、小布施パーキングエリアにおいてスマートインターチェンジ（ETC 専用インターチェンジ）の社会実験を実施し 2006 年 10 月から小布施スマートインターチェンジとして正式に稼動している。これにより高速道路からハイウエイオアシスまでスムーズに訪れることが可能になった。まさに小布施町の玄関口となっている。

・オープンガーデン

オープンガーデンとは、小布施町の住人が整備した個人宅の庭園を無料で見学できるもので「どうぞお入りください」の案内板がある庭には訪問者は自由に立ち入ることができる。（図 27）おぶせオープンガーデンは、2000 年に 38 軒でスタートし、2121 年には 120 軒を超える。町全体にオープンガーデンが広がっていることから観光客は庭園を巡りながら小布施町を散策することが可能となっている。（図 26）このプロジェクトは、1980 年から取り組んできた「花のまちづくり」から始まり、また、小布施町に伝わる「縁側文化」「お庭ごめん」の文化の相乗効果として、訪れた方々を花でもてなし、会話を通して交流を図るもので、官民が一体となって取り組んだオープンガーデンとしては全国初となっている。「外はみんなのもの，内は自分たちのもの」をモットーに個の連鎖によって、街を共有していくことで一体感をなしていこうという試みは、やがて花を主体とした街づくりだけでなく外から来た客人をもてなす気持ちにつながっていった。小布施町が発行する有料のオープンガーデンガイドブック（100 円）を利用すればオーナーと直接連絡をとることが可能であり、オープンガーデンを通して観光客と住民が交流することができる。[19]

（図 26 オープンガーデンの位置関係
出典おぶせオープンガーデン）

（図 27 オープンガーデン案内板
出典おぶせオープンガーデン）

山口（2015）では、長野県小布施町に焦点を当て観光地における再来訪を促す要因の検討を行った。「オープンガーデンでは、景観から迎える心を感じ、草木を見ることで癒しを感じ、それらのことが再来訪につながっていることが示唆されている。」と結論づけていることから再来訪を促す効果があることが分かる。オープンガーデンには、来訪者と小布施町の

[19] おぶせオープンガーデン https://obuse-opengarden.com/

住民との交流やつながりが生まれる効果があり、これによりまた訪問したいという気持ちが生まれ観光客の満足感が満たされているのである。

小布施町成功の要因

修景事業

小布施町の観光による活性化において大きな転機となったのは修景事業と呼ばれるプロジェクトである。小布施町の修景事業とは、そこで暮らす人の視点に立ち、小布施堂界隈の町並みを美しく再構築した、1980～87 年の事業のことを指す。1980 年代には、高井鴻山記念館や小布施堂周辺の敷地を中心に、行政を含む 6 地権者による「町並修景事業」が始まり、「栗の小径」など、現在の小布施町を象徴する空間の一つが形成された。この町並修景事業などを通じて官民協働が当たり前になる中で、住民や民間企業発のまちづくりの動きも活発化した。1993 年、当時の商工会地域振興部が中心となり、まちづくり会社「ア・ラ・小布施」が設立され、当時は珍しかったホテル事業やカフェ事業など、地域にないものは自分たちでつくるという精神のもと、住民主体のまちづくり活動が進んでいった。この修景事業により、行政、個人、法人という立場を違える地権者が、対等な立場で話し合いを重ね、土地の交換あるいは賃貸により、双方に利のある配置換えをすることにより現在の小布施の町並みを作ったのである。国からの補助金などに頼ることなく、住む人主体で新旧建築物の調和する美しい町並みをつくる新しいやり方は「小布施方式」と呼ばれ、現在に至るまで全国から注目されている。[20]小布施町のホームページに「人口の１００倍の人々がこの小さな町に訪れるのは、一つには、『小布施町町並み修景事業』以来の考え方、精神がベースにあって、小布施の町並みが、土蔵や土壁、茅葺き民家など、住民の生活感があるのに、昔ながらの風情を残す豊かな空間だからではないかと思います[21]。」と記されているように小布施町はこの地域住民を巻き込んだ修景事業により現在の観光体系を確立させることができたのである。

独立した行政

平成の大合併により近隣の市町村の多くが合併されていく中、合併を免れ独立した自治を保つことができたのも観光が成功した大きな要因になっているのではないかと考える。小布施町では 2004 年のこれからの自治をともに考えるシンポジウムで「小布施町・自立に向けた将来ビジョン」が発表され、その翌年町長に就任した市村良三町長により、周辺自治体との合併を選択しない「自立宣言」が出された。市村町政では、行政の自立経営に向けた財政健全化と行政改革に着手するとともに、これまでのまちづくりの経験を生かし、「協働

---

[20] 小布施のまちづくり https://corezoprize.com/obuse-1

[21] 現代のまちづくり - 小布施町 www.town.obuse.nagano.jp > town-development > docs > about

と交流のまちづくり」を旗印とした「4つ（町民、地場企業、大学や研究機関、町外の志ある企業）の協働」と「交流産業」の創造が進められた。[22]この結果、行政と民間が強く連携、協働しともにまちをつくっていくという体制が確立され、スケールは小さくコミュニティの再生や住みやすいまちづくりに適した意思決定の早いコンパクトシティを保つことができたのである。また、町長である唐沢彦三氏（1989年から2005年まで 4期 ）と市村良三氏（2005年から2021年まで 4期 ）は観光カリスマとして観光庁から選定されている。観光カリスマとは観光庁によると「各地で観光振興の核となる人材を育てていくため、「『観光カリスマ百選』選定委員会」を設立し、その先達となる人々を『観光カリスマ百選』として選定する」[23]とあり、成功者のノウハウを普及させることによる人材の育成を目的として定められている。このような観光に博識のある人物が組織のトップに立つことで観光によるまちづくりが容易になる。また観光カリスマに町長が任命されることは小布施志町の観光政策が成功の象徴として国から認められていることを表しているのではないだろうか。このように、独立した行政の素早い意思決定や組織のトップが観光に深い知見を有することなども小布施町の瀬尾好要因の1つであると考える。

松永・水野（2012）によると小布施の観光による地域活性化の成功要因は、①地域ブランド化の成功、②新しい産業集積、③特産品グルメなどの名物開発、④継続した情報発信の4点があげられるという。これらの取り組みがお互いに影響を与え、良い循環を生み出している。小布施町は栗などの特産品、葛飾北斎などの歴史的観光資源を活用するのみではなく、町並みの修景計事業により小布施町全体のブランド評価を高めることができた。さらに小布施町には栗御三家（桜井甘精堂、竹風堂、小布施堂）と呼ばれる老舗の民間企業が存在するが、この3社は互いに切磋琢磨し共存共栄している。3社の関係は「顧客も競合も敵ではなく協力し合うべき存在である」という価値観に基づいており、これは新しい産業集積の形となっている。そして栗だけにとどまらず新たな特産、名産を作ろうと小布施町では地元の酒蔵などが協力し、特産品グルメなどの名物開発が活発に行われている。また、小布施町では外国人や知識人の活用を進め、 交流をすることで継続的な情報発信を可能にし、広く共感者を集めるマーケティング手法を確立することができている。継続した情報発信により小布施町の政策やビジョンに共感する人々を集め、活性化の成果を持続的にあげているのである。

小布施町のホームページは「ようこそ、小布施町へ。長野県北東部に位置する人口約11,000人の小さな町ですが、その100倍にあたる観光客が訪れます。その理由は町のシン

---

[22] 現代のまちづくり - 小布施町
www.town.obuse.nagano.jp › town-development › docs › about
[23]観光カリスマ ｜ 人材の育成・活用 ｜ 政策について ｜ 観光庁
https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/charisma

ボルである「栗と北斎と花」だけではなく、そこに暮らす人々の理想を積み重ねてきたから。[24]」という言葉で始まっている。この言葉に表されているように小布施町には小布施町のことが大好きな人たちが多く暮らしており、そのような住民が主体的に行政や観光政策にかかわることができている。そのような風土があるからこそ観光による発展を実現できたのではないかと考える。

松代町との比較

もちろん栗をはじめとする特産品が非常に多い、葛飾北斎という国際的にも有名なブランドがある、ハイウェイオアシスという玄関口がある、高速からアクセスがしやすいなど町の資源や資産による違いもあるがここでは松代町でも取り入れることができる政策や住民性などの違いについて述べたい。

まず、松永・水野（2012）が示した小布施の観光による地域活性化の成功要因、①地域ブランド化の成功、②新しい産業集積、③特産品グルメなどの名物開発、④継続した情報発信、この 4 点が松代町にはない。松代町にも小布施町と同じく豊富な観光資源があるにもかかわらず「松代」というブランド価値を高められずにいる。また新しい産業集積による特産品グルメなどの名物開発や宿泊施設の開発などの企業活動が行われていない。さらに松代町では効率的な情報発信が行えていない。筆者が上京して間もない頃新宿駅東口のスクリーンに小布施町の広告が流れているのを目にし、東京の大きな繁華街でも宣伝をしているのかと非常に驚いた経験がある。このような広範囲にわたる情報発信を松代町は行えていないのである。PR 不足により観光客のみならず松代町に共感してくれる人々を逃してしまっているというのが現状である。

最も大きな違いは住民の観光に対する考えの違いにあると考える。小布施町では修景事業や自立宣言などの過程や効果的な情報発信により得ることができた自分の住んでいる町が大好きで、小布施町の方針に共感している共感者が非常に多い。修景事業、オープンガーデンともに住民の主体的な協力なしでは成り立たない非常に難しい事業であるが、小布施町はこの共感者の協力により、協働を行い多くの人から評価される街づくりを達成することができた。松代町にはこの共感者が少ないのである。

この章で小布施町と松代町の比較を行うことで松代に足りていないものを明白にすることができた。次の章では、これまで調査してきたことを踏まえて松代町の観光産業に対する課題の解決方法を提言したい。

---

[24]観光ホーム - 小布施町 – Obuse
https://www.town.obuse.nagano.jp/sightseeing-obuse

Ⅶ松代町の観光産業に対する提言

筆者は、松代の観光による「共感者」を住民をはじめ町外からも集めることが解決策として挙げられると考える。小布施町のような共感者を増やすことで松代町が抱える様々な問題は解決に向かうことができ、松代の住民が主体的に松代について考え、行政と協働し共に松代の繁栄を目指すことができるのではないだろうか。「①松代の住民が松代のファンになる→②情報発信→③共感者が集まる→④共感者と行政が協働し観光政策に取り組み松代町の課題解決→⑤ブランド化の成功」といった循環が生まれることが目標である。松代の観光に共感し、協力してくれる人を増やすことで持続可能な発展が見込めるのではないかと考える。また、長野市の観光政策も住民の考えやニーズを調査し取り入れ提案することで政策がスムーズに実行に移すことができ効果をあげられるのではないだろうか。

松代の住民が松代のファンになることがこの循環の第一歩である。町外に松代町をアピールする前に改めて、その土地に住んでいる住民が松代町の観光資源を振り返ってもらい再評価してもらうことで松代のファンになってもらうことが必要である。地域住民に自分の住んでいる土地に誇りを持ってもらうことがこの循環の土台となる。次に情報の発信により共感者を集める。これはターゲット別に効率の良い宣伝を行うことが非常に重要になると考える。特に松代町は 20 代や 30 代の若い世代の認知度が低いため、若い世代に向けた SNS を通した細かな宣伝というのも非常に効果的であると考える。そして、この情報の発信であるが最終的には松代町が自ら行わなくても松代町の観光が観光客の満足度を上げることにより観光客同士の口コミにより広まることができれば最も大きな宣伝効果を得られるのではないかと考える。この情報発信であるが松代で活動する観光協会がすることが効果的である。続いて共感者と行政が協働し観光政策に取り組み、松代町の観光課題を解決ということであるがこれは行政がいかに共感者や住民のニーズを読み取り、実現可能な具体的な提案を行うことが大切であると考える。長野市観光振興計画のような観光政策をせっかく企画しても地域住民に受け入れられ、主体的に協力をしてもらえるような政策でないとよい効果は期待できない。小布施町が修景事業やオープンガーデンで歩んできた道のりが長かったように短期間では住民と行政の信頼関係を構築することは難しいが、一つ一つの課題に住民と行政が真摯に向き合い、互いに尊重しあい、ともに考え解決していくことで信頼関係が生まれ協働が可能になるのではないかと考える。このような段階を踏まえて初めて松代をブランド化することができるのではないだろうか。

もちろん、この循環を達成するためには一定の資本や政治的な決定も求められるため自治体（長野市）や観光協会の役割も非常に重要である。そこで長野市や観光協会が果たすべき役割についても考えていきたい。まず観光政策を打ち出す長野市には「聞く力」が求められるのではないかと思う。小布施町では「のってけ！おぶせ」「小布施まちづくり委員会」「小布施バーチャル町民会議」「物語ボックス」「小布施まちづくり委員会」といった様々な会議やシンポジウムが開かれここで観光事業者と町の職員が協議しここでの内容

を元に町民に意見が反映された観光に対する政治的決定がなされている[25]。このように長野市には松代の住民の意見を聞くための場を設け、先ほどの松代が目指すべき循環④の「共感者と行政が協働し観光政策に取り組み松代町の課題を解決していく」ための政治的決定を下していくことが求められると考える。続いて観光協会の役割であるが観光協会には住民と長野市をつなぐ役割が求められると考える。松代町に事務所を構える観光協会は住民個人の意見を聞きやすく住民も意見を伝えやすいのではないだろうか。観光協会は長野市からの政策を実施する機関だが、観光協会が現状の松代町と政策において乖離している部分や松代の観光事業者のみならず住民の一人一人の意見を長野市に伝えることでより良い観光を行うことができる。また、現在は長野市が観光政策をまとめて観光協会が松代でそれを実現するため動いているが、これよりも松代で活動し、誰よりも松代について知っている観光協会が主導となり共感者を集めるような観光政策を打ち出し長野市に提案するほうがより住民の意見を反映させた政策を実施することができるのではないかと考える。また、松代が目指すべき循環②の情報発信も松代で活動する観光協会がすることが効果的である。

この論文のまとめとして①松代の住民が松代のファンになる→②情報発信→③共感者が集まる→④共感者と行政が協働し観光政策に取り組み松代町の課題解決→⑤ブランド化の成功という循環が出来上がった際の松代町の観光の在り方として泉水路を用いた観光を提案したい。

共感者を巻き込んだ泉水路の観光

松代町についての先行研究を調査していく中で松代町の水路に関する研究を見つけた。この水路というものを共感者を巻き込むことで観光化できるのではないかと考えた。長野市松代町における伝統環境保存区域の水路網の現状とその保全（米林・佐々木　2003）によると、長野市松代町は、水路網においてほかの地域では見られない特異な形態を保全しているという。それは「泉水路」と呼ばれる独自の水路網である。松代町には多くの武家屋敷がありその庭園の池には、隣家の池から「泉水路」と呼ばれる水路を通って水が流れ込み、そこからまた水路を通って隣家の池に水が流れていく。つまり松代町の武家屋敷の池は泉水路によってすべてがつながっているのである。この水路網は、江戸時代には他の城下町でも見られたが、現存しているのは全国で 3 か所と言われ、町全体の規模で残されていたのは松代町だけであり、伝承では江戸時代からほぼ姿を変えずに維持されてきた庭園となっている。この水路網と庭園の重要性に注目した松代町の最初の調査は 1982 年東京大学工学部大谷研究室によるものであり、1985 年には信州大学工学部松本研究室が水路と池庭の詳細を調査している。そして私が今回参照した佐々木研究室では、1999 年に調査を開始し、「NPO

[25] 小布施町　町民との協働
https://www.town.obuse.nagano.jp/business/kyodo/chomin/

法人夢空間松代のまちと心を育てる会」とも連携をしながら、2006 年そして 2012～2013 年と松代町全域に範囲を広めて調査を重ねてきた。このような継続的な調査から見えてきたのは、泉水路と庭池の減少である。庭池は、1985 年～ 2013 年まで調査した地域では 45%も減少していた。原因は 3 点ほど考えられる。第一の原因は、宅地化の進行である。広い武家屋敷の敷地は宅地として分譲されたり、更地にして区画割りされたりしている。第二に取水元の河川の流量減少による水量不足があげられる。河川の底上げ工事の影響と思われる取水元の湧水枯れもおきている。第三に水質悪化である。現在は改善されてきたが、下水の流れ込みや農薬の混入などもあったという。所有者による庭園の維持管理の負担も大きな問題で、高齢化により水路の泥上げ作業などがままならなくなっている。(米林・佐々木　2003)泉水路と庭池の減少の原因として 3 点あげられていたが筆者は最後の紹介されていた後継者不足が非常に大きな原因になっているのではないかと考える。泉水路を持った庭園は非常に広大であり池に住むコイなどの生き物の世話や庭全体の掃除、木々の剪定など庭園を維持していくためには大きな労力が必要となる。庭園を所有する方々も高齢になり跡を継ぐ人がいないことから庭園を宅地として分譲したり、更地にする方が増えているのではないかと考える。

私はこのような水路を新たな観光資源として打ち出すことで今までなかった住民と観光客の交流が盛んになり地域の活性化につながり、さらに泉水路と庭池の減少を食い止め保全していけるのではないかと考える。

(図 28 泉水路の位置関係　出典 Google Map を元に筆者作成)

図 28 は松代の 1 部の地域を抜粋したものである。水色で楕円形に示されたものは池でありこれらの池は泉水路で隣り合う家とつながっている。赤く囲んだところ（山寺常山邸として整備され一般に公開されている）以外は個人の所有地となっていて現在立ち入ることができない。このような現在立ち入ることができない場所を一般公開できるように整備し、小布施町のオープンガーデンのように観光客が泉水路を見学するという今までの松代になかった新しい観光を提案したい。泉水路というこれまでなかった新しいテーマを持ち松代の町を巡りながら散策するということは松代の観光において新たな選択肢を観光客に与えることができる。さらに泉水路という住民と密接にかかわる部分を見学してもらうことで小布施町のオープンガーデンのように地域住民と観光客の交流につながるのではないかと考える。さらに池の所有者である一般の人（高齢者の方々）に観光客を案内してもらうなど非常に簡単なもてなしてもらうことで新たな雇用が生むことができる。泉水路を持つ庭園には鯉が泳いでいることが多い。長野市の善光寺付近にも鯉が多くいる大きな池があるがそこでは鯉のえさが販売されており多くの人々でにぎわいを見せている。これにならい松代町の泉水路でも小さな子供や若者向けに鯉のえさを販売し住んでいる鯉に餌やりをできるようにするのも集客につながるのではないかと思う。泉水路と庭池の減少の大きな原因となっている宅地化や後継者不足といった問題も観光地化することで阻止できるのではないかと考える。水路という一般の家庭を通る生活の一部を観光に取り入れることにより観光に来た人々に松代に住む住民の生活を見学していただき、さらに地元の人にもてなしてもらうことで地域の人々と観光客の交流が生まれ地域に活性化につながるのではないだろうか。しかし泉水路を観光地化することは多数の問題点や課題を含んでいる。まず 1 つ目は、泉水路の大部分は個人が所有するものでありこれを観光地化するためには所有者の了承を得る必要があるという点である。個人の家の庭に多くの人が来ることはプライベートな場所を公開することであり了承してもらうにはかなり高い壁があるように思われる。2 つ目に環境汚染の懸念である。泉水路は観光化されていない現在において水質悪化や水量不足などの問題を抱えている。これが観光地化されることでこのような環境の問題にさらなる拍車をかけてしまうのではないと考える。このような様々な問題や課題があげられるが泉水路と池の一部を長野市が買い取り観光客から家の中が見えないように壁を設置する、上流の河川の水質改善を徹底する、観光客に行動制限を設ける、など対策を徹底することで観光地化は可能になるのではないかと考える。

又、この観光は住民個人でできるものではなく自治体の働きも非常に重要である。長野市には「聞く力」を持ち、住民と協議する場を設け、観光によるメリットだけではなくデメリットとどのようにバランスをとっていくかを議論し住民の意見を取り入れた政策を決定することが求められると考える。また、小布施町のオープンガーデンの運営も観光協会が担っていることからも地域に根差している松代町の観光協会が泉水路の運営、宣伝を担っていくことが効率的ではないかと考える。様々な異なる立場の人々が協働することにより泉水路の観光は実現できるのではないだろうか。

この泉水路をもちいた観光には共感者の存在が必須であり松代の住民が松代のファンになる→情報発信→共感者が集まる→共感者と行政が協働し観光政策に取り組み松代町の課題解決→ブランド化の成功という循環が出来上がった際に初めて実現の可能性がでてくると考える。このような地域の人々を巻き込んだ今までにない新しい観光を行うことができた時に松代町は観光都市として大きくレベルアップできるのではないだろうか。

Ⅷおわりに

論文を通して松代町の観光の、課題、観光政策を明らかにすることで松代町の実態を知ることができた。また、小布施町と松代町を比較することで松代町に足りないもの、そして松代町でも参考にできることなどを理解できた。そして最後の提言では、「松代の住民が松代のファンになる→情報発信→共感者が集まる→共感者と行政が協働し観光政策に取り組み松代町の課題解決→ブランド化の成功」という松代町が目指すべき循環を筆者なりに考察し提言した。筆者がこの論文で主張したいことは住民の共感と自発的協力の重要性である。たとえどんなに立派な観光資源や交通インフラがあってもその観光に共感し協力してくれる住民が存在し負ければ人々は集まらず地域を活性化させることはできない。いかにこの共感者を増やし、地域住民や観光客の利害のバランスをとっていくかということが松代町だけでなく他の観光で地域を盛り上げようとしている日本の地方都市に共通して求められていることなのではないだろうか。観光を通して住んでいる住民はもとより、町外の人々からも愛される街づくりを行い、町内外から多くの共感者を集うことで松代町は持続的な発展を得られると考える。

参考文献一覧

四本幸夫、韓準裕、畠田典行（2017）
「地方自治体の観光まちづくりの取り組みと課題」
https://tama.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_
（2021/12/28 最終アクセス）

大森洋子（2005）
「歴史的町並みを観光資源としたまちづくりの支援理論に関する研究」
https://doi.org/10.15017/45897
（2021/12/28 最終アクセス）

松永剛・水野博之（2012）
「長野県小布施町の地域活性化手法の分析による地域活性化成功モデルの導出」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jasmin/2012f/0/2012f_151/_pdf/-char/ja
（2021/12/30 最終アクセス）

米林由美子・佐々木邦博（2003）
「長野市松代町における伝統環境保存区域の水路網の現状とその保全」
https://agriknowledge.affrc.go.jp/api-agrknldg/media/pdf
（2021/01/24 最終アクセス）

（財）ながの観光コンベンションビューロー刊行パンフレット「長野　松代」

長野市発行パンフレット　「信州松代　遊學城下町」

国土交通省観光をめぐる諸事情
https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/
（2022/01/29 最終アクセス）

日本総研　地方創生のための観光まちづくり https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=26319
（2022/01/29 最終アクセス）

人気の観光地が抱える悩み…オーバーツーリズムとは
https://www.jaccs.co.jp/lesson/moneyplan/0216/
（2022/01/20 最終アクセス）

信州松代観光協会　信州松代の魅力 - 信州松代観光協会ホームページ
https://www.matsushiro-kankou.com/
（2022/01/29 最終アクセス）

六文銭食べ歩きチケット
https://www.matsushiro-kankou.com/modules/rokumonsenticket/
（2021/12/15 最終アクセス）

長野市観光概要 https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/368225.pdf
（2021/12/28 最終アクセス）

長野市観光振興計画
https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/119390.pdf
（2021/12/28 最終アクセス）

着地型観光研究の現状と課題
kwansei.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_
（2021/12/28 最終アクセス）

長野市観光振興計画素案
https://www.city.nagano.nagano.jp/uploaded/attachment/372820.pd
（2021/12/28 最終アクセス）

曹洞宗　岩松院　https://www.gansho-in.or.jp/
（2021/12/20 最終アクセス）

北斎館ホームページ　https://hokusai-kan.com/
（2021/12/20 最終アクセス）

小布施市観光パンフレット http://www.obusekanko.jp/pdf/guide-j-2021.pd
（2021/12/20 最終アクセス）

小布施ハイウェイオアシス 道の駅オアシスおぶせ https://www.oasisobuse.co.jp/
（2021/12/20 最終アクセス）

おぶせオープンガーデン https://obuse-opengarden.com/

（2021/12/20 最終アクセス）

小布施のまちづくり https://corezoprize.com/obuse-1
（2021/12/20 最終アクセス）

現代のまちづくり － 小布施町 www.town.obuse.nagano.jp > town-development > docs > about
（2021/12/20 最終アクセス）

小布施町　町民との協働
https://www.town.obuse.nagano.jp/business/kyodo/chomin/
（2021/12/30 最終アクセス）