



「社会経営ジャーナル」論文

論題=Title	地域らしさを活かすとはどのようなことか
著者=Author	前田 有美絵
雑誌名=Citation	社会経営ジャーナル,2015, Vol.3, p.24-34
発行者 = Publisher	放送大学社会経営研究編集委員会
ISSN	2188-1073
巻 = Vol.	3
ページ = pages	24-34
発行年=Issue Year	2015
URL	http://u-air.net/SGJ/pub/20151101J-Maeda.pdf

地域らしさを活かすとは どのようなことか

前田 有美絵

1. 問題背景

現在、「地域振興」や「まちづくり」活動をしている地域がいくつもある。これらの活動は、地域にある課題を解決し、よりよい地域にしていこうという活動という側面があるだろう。その中でも、観光を軸に「人に訪れて貰うこと」を通して地域振興を試みる観光まちづくりをしている地域も存在するが、具体的に何をすべきかという事は地域により異なるため一律で指標が存在していないため、成功事例と言われるものから自分達で出来そうなものを選択し、取り入れようとしてしまう事例がある。その際、地域の人々がその地域の魅力を理解していないことから、「このようなもので人を集めていいのか」「地域の生活が乱されるのではないか」というような反対意見が出ることもある。

これは観光が、研究され始めた時期が遅く、観光の専門家がない

ために観光や地域のあるべき姿を求めることなく経済的側面だけを重視してしまう事があるからではないだろうか。観光まちづくりとは、地域の魅力を再認識するプロセスを経て、それを地域資源・観光資源として来てくれる人々をもてなし、地域の人々も地域の魅力（＝地域らしさ）を認識するまちづくり手法だと捉えると、地域住民が地域らしさを学び合うという考え方は観光でなくても存在する。そちらに関しては特に反対意見は出ないのだが、殊に「観光」というと反対意見が出る事が不思議だと感じていた。

一方、博覧会等イベントを通して人を一期間に大勢集めようとする機運が盛り上がる事がある。イベントはどこかしらで行われており、博覧会等を行う場合、大抵の場合は新しく建物を建設するなど会場周辺が整備される。この建物などは会期後にも残る事もあるため、イベントの会期後も有効活用される場合もあるが、その地域に今後どのようなものであれば必要かを考えなかったのか持て余してしまうものもある。

このような問題が起こる背景には、成功事例ではなぜそのような活動をしたのか等の背景を正確に捉えず表面的に真似する事があるからと考えられる。ただの真似にすぎないとすると、何故そういう場所が少なからずできているのだろうか。それを知るためには、地域らしさを活かすよりも、なぜ同じようなものが取り入れられる事となったのかを知る必要がある。なぜなら、似たような場所が全国に増えてしま

うと期待していた来訪者も訪問先を選択する際により近場にある方に人が流れてしまうことが考えられ、逆に地域を振興させるつもりが衰退させてしまう例もあるからである。

2. 新しいものを求めた時期

昔からあるものを活かすのではなく、新しいものを作ろうとする動きは、近代化の流れから西欧を積極的に取り入れていた明治時代（1868～1912）からあった。

西村は廃仏毀釈と廃藩置県の影響を指摘しており、古来信仰の篤い古社寺の疲弊が進む事で保存が政治問題化したことや、県庁を城郭内から城下へ移転したことから明治政府が近代化を推し進めようとする流れで「封建の遺物であるばかりでなく、時代に取り残された邪魔物である」と考えるようになったという（西村幸夫, 2000）。

近代化の過程で政府に雇われた外国人などによって外国人向けのリゾート（滞在型観光地）が開発されるようになるが、大正時代になっても、都会に働きに出された若者が、盆・暮に帰省できるのが唯一の休暇と旅行であった状況であったため、日本人相手というよりは外国人客誘致を目的として建設されたホテルの存在が指摘できるという（（財）日本交通公社, 2004）。

西村（2000）は1919年に名蹟名勝天然記念物保存法が成立してお

り、名区勝地の保全も愛郷運動の成果であったというが、その愛郷心が日清日露の戦争によるナショナリズムの高揚のなかで国家主義の手段へとすり替えられていった点も指摘している。

戦後になると、日本全体の計画として、国土計画が出されるようになる。石井ら（2007）によると、敗戦により焦土と化した国土を復興させることを目的とするものであった。

観光面では、戦後復興の経済的段として、外貨獲得を目的に外客誘致が政策に導入¹されており（十代田朗, 2011）、「当時の観光開発は、自然景勝地の『保勝』理念よりも、観光化による利益追求に走った²。」と指摘する（井口貢, 2008）。

1954年には、松下電器産業（現・パナソニック）の創業者である故・松下幸之助氏が、「観光立国¹」という言葉の提唱していたという（内藤錦樹, 2009）。

その一方、井口は開発型のレジャー施設の整備と並んで、地域の固有性を見直そうとする動きもみられるようになったといい（井口貢, 2008）、十代田は、「ゴルフ場反対運動や町並み保存運動が起こり、開発に反対し地域の自然や町並み、文化を守っていこうという動きが見られるようになった」と指摘する（十代田朗, 2011）。

石井ら（2007）によると、この頃「まちづくり」という言葉がはじめてつかわれた²とされるが、当時からまちづくりという言葉は一義的でなかった。

そして、わが国観光旅行のターニングポイント³((財) 日本交通公社, 2004) と言える時期を経て、1971年には日本初の海外旅行者数が訪日外国人数を上回り、「外貨獲得」よりは「国際親善」が重要課題となっていたという(十代田朗, 2011)。

これらから、日本の観光の考え方は、日本国内での日本人の行動よりも海外から来る外国人が持っている外貨を相手にしたものを中心に考えていたことが分かる。

3. 国内の魅力への気づき

公害問題、経済成長優先主義への反省、人間的な生活への欲求が拡がるようになると、人々が地方に目を向けるようになり、自らの地域をいかにするかという動きが見られた。玉野井(1990)はこれを地域主義と言い、国鉄は大阪万博が終了することによる旅行需要の落ち込みを防ごうと「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンを行った。

十代田(2011)は、ディスカバー・ジャパンがきっかけとなり、伝統的街並み、日本固有の生活・文化に目を向けた新しい観光地を生み出すことになったと指摘しており、西村(2000)は、1970年代初めから歴史的な町並みを守るための住民運動が盛んになってきた事を背景とし、1975年に文化財保護法が改正²され、伝統的建造物群保存地

区が始まったと指摘する。

石井ら(2007)によると、第三次全国総合開発計画(1977年)でも「定住構想においては、限られた国土資源を前提として地域特性を生かしつつ、歴史的・伝統的文化に根差し、人間と自然との調和のとれた安定感のある健康で文化的な人間居住の総合的環境を整備することを目標としている」といっており、1980年代に入ると産業遺産が注目を浴びだしたと指摘する。

都市と同じものを作ろうとしていたことから、今あるものの魅力に着目するようになったのだ。

それを裏付けるように、地域の資源を新たな目で見直すいわゆる一村一品運動³の動きが始動した。

その一方で、1981年の「神戸ポートアイランド博覧会⁴」(ポートピア'81)をきっかけに地方博ブームも起こり、1983年には東京ディズニーランドがオープンしている。((財) 日本交通公社, 2004) 開発型のは終わったわけではなかった。

バブル期の1985年から1990年には、総合保養地域整備法(1987年/通称リゾート法)が地方都市における地域振興の1つの方策として行われるが、過大投資により失敗する事業が多く地方自治体に膨大な債務負担を残す結果となった。

開発志向の観光地開発により、自然環境に与えた過度な負荷をかけ、貴重な環境資源の破壊が進んだ。それは、まさに諸制度によって

保護されてきた地域を商品化（＝消費するもの）としたともいえる。

リゾート開発について、溝尾は、施行されてもほとんどの自治体はリゾートの必要性・重要性を理解していなかったのではないかと見える状況の中、結果的に県内に1ヶ所のリゾート地域の指定になったために、地域ごとに市場条件と自然条件が異なるにも関わらず、画一的なリゾート開発がすすめられた事が問題であったといい（溝尾良隆，2003）、地域らしさを活かしたものではなかったという。

また、この頃は、運輸省が「海外旅行倍増計画⁵」（テン・ミリオン計画/1987年）を発表した時期でもあり、1945年の敗戦以降、外国人観光客の訪日促進による外貨獲得を目的としていた政策は、貿易黒字の積み上げに対する国際的な批判の高まりとも相まって、国民の海外旅行を奨励するようになっていた（（財）日本交通公社，2004）。

この頃の記憶が、地域の人にとってリゾート開発と観光を同一に捉えるきっかけとなり、その後観光まちづくりをする際に、「観光はうさんくさい」と身を守ろうとする行動に繋がっていると考えられるのではないか。

その一方で、1988年度から89年度にかけて自治省がおこなった「自ら考え自ら行う地域づくり」事業（いわゆる「ふるさと創生一億円」事業）が行われ、森ら（1998）は小さな自治体ほど使い勝手があり事業内容がしばられていない施策でありマスコミを通じてひろく報道され、事業費の使い道について住民1人ひとりが関心を持ち、監

視の目を光らせたが（共著 森巖夫 猪爪範子 岡崎昌之 宮口侗廸 西村幸夫，地域づくり読本，1996）、外山によると、中長期視点で有効に使っていると思われる事例もあれば、何に使ってよいのか分からず一億円分の金塊を買った、という地域もあり（外山操とグループ21，1993）地域振興するための思考水準にばらつきがあると言える。また、考える事をコンサルタントに投げてしまい、地域にあったものを地域が行うチャンスを見逃してしまった地域もあったという。

観光面では、安村によると、1980年代後半には、エコツーリズムや＜新たな＞文化観光などがオルタナティブ・ツーリズムとして実践されており、「観光の収益を地域経済の活性化に還元しようとする。従来、観光地の自然や文化を壊してきた観光で、その自然や文化を守りながら、地域経済を潤す」ものが目指されたという（安村克己，2008）。これは、「マス・ツーリズムでは観光事業者による無計画・無秩序で、大規模な観光開発が振興されたのにたいして、オルタナティブ・ツーリズムでは、住民主体の計画的・管理的で、小規模な観光開発が実践され始めた」ものであったと指摘している（安村克己，観光社会学における実践の可能性，2010）。

藤井ら（2008）によると、バブルが崩壊したタイミングで出された地域政策のキャッチフレーズは、「地域資源を活用した地域振興」「観光の街」等であったという。リゾートが嫌悪され、バブル崩壊でつげが回ってきたタイミングで観光が言われるようになった。これが

観光への嫌悪の正体であったのではないか。

4. 観光を捉える立場・内発的発展

これまで見た通り、観光において、外貨獲得等経済的側面が重視されており、観光を通じた地域振興としては、リゾートなど画一的なものを作る事で行おうとしている事から、地域らしさとなりうる地域の文化の継承等の側面はないがしろにされてきたと言ってよい。

このため、地域らしさを活かした施策を行ってこなかったため、経済的な面から見た成功事例と言われるものから自分達で出来そうなものを選択し、取り入れようとしてしまう。その結果、儲かるかどうかを基準としたその地域らしきもない、どこかでみたような似た地域を量産してしまうのである。

それは取り入れる際に、なぜ成功事例ではこのような活動をしたのか等の背景を正確に捉えず表面的に真似しているからではないだろうか。表面的に真似をしてしまったものはその地域の文脈との整合性がないために、継続する事が困難となり、一時の取り組みで終わってしまったり、さらにまた新たな真似をする事でその地域の魅力自体が見えにくくなったりするのだ。

では、地域らしさを活かすにはどのような方法があるのか。

観光現象を捉える際、観光社会学では遠藤（2007）によると、3

つの立場がある。それは「観光客」「地域住民」「プロデューサー」である。どの立場で捉えているかは、状況により変化する為これらは固定されたものではないが、地域らしさ（＝地域の魅力あるもの）を持続して継承していく為には、特にその資源と関わって生活している「地域住民」の理解が必要であると言える。しかし、地域の人々自身はその価値をはっきりと認識していない場合も存在する。その為、地域の魅力をその地域の人が理解する文化活動をする事が必要である。

何故地域の住民が行う事が必要なのか。それは、これまでみたとおり、上から言われてやるものは地域の実情に合っていない事もあり、地域の課題を解決するというより、新たな問題を作り出してしまう事があるからである。地域の魅力・地域らしさを活かした地域活動の必要性は、藤井ら（2008）によると、地域資源活用型地域づくりが上げられるが、この上位概念として、鶴見の記した「内発的発展論⁶」があるという。

鶴見は、「外側」からと「内側」からの発展を区別したのがタルコット・パーソンズであるといい、近代化論における「伝播論」の基礎として先発国である西欧諸国は自国の伝統と歴史的条件の中から時間をかけて近代化のモデルを創出しており、それを内発的発展といったという。この考え方は、アジア全てが西欧を手本とし、真似をし外発的発展であると決めつける点があり、また、近代化する基礎が欧米にしかないとする考え方であった。そして、近代化論は国を単位とした

分析を行っており、鶴見はそれを地域を分析単位とするものとして捉えなおし同じアジアでも日本は近代化できたという点を指摘し、発展させ記したものである。また、その背景には柳田國男への支持がある。それは、「中央集権型近代化からおこるさまざまな弊害を、地域住民の立場から、修復するために、地域に集積された伝統を、再創造して使うことができると考えた」点で、これに立脚して内発的発展論をつくった。柳田は農村を中心に民俗学⁷を興すが、「民衆自身が賢くなって、自分たちの生活を創造的に拓き開いてゆくための学問」として定義し直したと指摘する(鶴見和子, 1996)。

この点から、本当に地域に必要なものとはなんなのかを地域住民自身が考える事の必要性和類似点があると考え、内発的発展は地域らしさを考える上で有用だと考えた。しかし、鶴見は何をもって内発的とするのかという点については述べておらず、北島(1998)が類型化¹²を試みているが、これに従うと、内発的発展は「外からのお金を使わないこと」という本質を誤った考えをミスリードしてしまう一因となってしまうため、注意が必要である。

また、玉野井(1990)の「地域主義」の考え方も有用だろう。玉野井は従来の地域開発は経済概念を主としてきたことを指摘し、国が画一的なまちを作ろうとしていた事を述べ、「上から、または外からの地域開発ではなく、まさに内発的な地域の構築、地域の内部からの自立的な掘り起こしの作業であることに注目」するべきであり、従来の

住民運動とは違う、「ただ単に反対のための反対ではなくて、反対とともに、もうひとつの道を新たに提示しようとしている」地域主義が必要だと述べている(玉野井芳郎, 1990)。

これらから、地域の課題を解決するための活動をする際に、ただ反対するのではなく、また上からやれと言われてやるのではなく、地域の側から行うことが、地域らしさを活かすことに繋がると言える。

5. 地域らしさを活かすとは

地域における観光の効果には、地域住民からすると外から訪れた人々がその地域にある文化や特性を外からの目で見えて評価してくれる、という効果がある。地域にある伝統、文化や町並みなどのようなものの中には、地域の人々自身が魅力的であると思っておらず形骸化しているものがある。それでも、観光を通じて再評価してもらうことで、地域の人々はよりその良さに気づき、自覚して外に向けてアピールしたいと思うようになる。その結果、文化を守ることになるから、外からの評価によって、地域の誇りをつくり出し、より豊かな地域となることができると言える。そして、地域らしさを継承しようとする事ができるのである。

ここから、地域らしさを活かすために必要なことは、「地域が持っている特性を地域の人々が知る事で、地域の魅力を再確認しそれを次

の世代に受け継ぐために、また地域の固有の文化を活かし存続させる為に実施する文化活動である。この活動は、地域の人々との自発的な意見にもとづくものであり、地域の特性と魅力を活かす文化活動である。」と定義する。

そして、鶴見はそれは特別な人がするのではなく、「小さき民の創造性の探求である」という（鶴見和子、内発的発展論の展開、1996）。鶴見は、「多様な発展の経路をきり拓くのは、キー・パーソン（※原文ママ）」とも言っているが、これはグループ内での上下関係が出ないようにしたためと述べており、近代化論において発展の担い手がエリートであった事との対比であるとしており（鶴見和子、日本を開く、1997）、誰かがリーダーにならなければまちづくりは出来ないという訳ではない。しかし、この点においては観光系の政策ではリーダーを作る研修やリーダーと呼べるべき人々を認定する施策が行われている。地域の実情を深く捉える事なしに、またリーダーの存在にのみ目を向ける発想自体を批判する事なしに議論が作られてしまう事には注意をする必要がある。

何故なら、「まちづくり」活動は一人ではできないにも関わらず、その人だけに責任や光が当たってしまい他の人びとの重要性が見えてこないことがあるためである。

6.結語：地域らしさを活かすこととは

地域らしさを活かした活動がされている場所ではどのような事が行われているのかを知る為に、事例研究（前田 有美絵、2015）を行った。選んだのは、愛知県の足助町（豊田市）、有松（名古屋市緑区）犬山（犬山市）で、それぞれ同じ愛知県内にあり、古い町並みがある地域である。

その結果、住民たちが地域らしさを考え守り、作り上げてきた流れが読み取れたものや、住民の間でも町並み保存への意見が分かれているもの、さらに、地元の柵を外部の人材を登用する事で乗り越えようとするものがあつた。特に、地域住民の間で意見が分かれている事例では、ある伝統工芸を軸にそれに関わっている人とそうでない人で意見が分かれてしまっており、地域住民の中で地域らしさの魅力を地域住民間で共有する事の必要性を改めて感じさせる事例であつた。また地域らしさを考えていると考えられる地域においても、地域らしさを支える担い手の世代も変化していく事が考えられ、今後も注視していくことが必要だと感じた。

また、「地域らしさ」や「残していくべきものとは何か」を考える際、外から見た魅力に気が付いた人の声をきこうとする姿勢はとても重要である。

しかし、そうした声を聴くために、大勢の観光客を呼び込む事が重要なのかというと、それは違うと言える。バーレーン・L・スミス

(1991)は、観光客の入り込み量によって地域住民の間に生じるストレスが多くなる事を指摘しており、観光客を7つに分けその分類によって地域の生活水準への適応性が変わるとしている。

大量に入り込む「団体観光客」は西洋的な快適さを必要とするとされており、住民にとっては不都合でない場合でも観光客向けに整備されていないと不満が出てくるといえる。それに対して、きわめて少数の「体験型観光客」は順応性が高く不便でも十分受け入れるとされている。

地域らしいと思えるところというのは、場合によっては、人の手が入っていない不便なところであることもあるため、地域らしさを活かしていくためには、少数の探検型観光客に来てもらう事が必要なのだ。よって、大勢の人にきてもらい一気に儲けるものではなく、地域の人々の文化活動の成果に共感してくれる人々を少しずつ増やし、地域住民の負担にならない程度で出来る事をしていくということだと言える。

これは、無理をしないで長く続けていくという持続可能性を求める方向性とも合致し、地域の文化をただ消費するのではなく、文化活動をする人たちと訪れる人々が対等である理想的な関わり方ではないか。

これらから、地域らしさを活かした観光を促進するという事はそこでしか体験できないものを体感できるという点で観光客にも嬉しく、

地域の側も無理をせず好きだと言ってくれる人からの評価をもとにもっと地域を好きになるという一挙両得な取り組みだと言える。

人気のある観光地とされているところの真似を表面的にするのではなく、自地域の魅力を知ること、それを活かした方法を取ることが必要なのだ。

注

1 1948年に観光事業審議会が設置され、1949年には通訳案内士法と国際観光ホテル整備法、1950年には国際観光関係の特別都市建設法が議員立法で制定され、1952年には旅行斡旋行法が出来る。

2 利用増進も目的化されたため、公的資金の導入により、1950年代半ばから青年の家、公営国民宿舎、公営ユースホステルなどの低廉な宿泊施設に加え、宿泊施設を中心に各種のレクリエーション施設を配置した国民休暇村が整備された

3 「わが国の四季の変化に富んだ自然の美しさを多くの訪日外国人に見てもらう事で利益を得れば、景観はいくら見ても減らないし、運賃も荷造り箱も要らない。観光施設が充実し、観光客がたくさん来るようになれば、これに関連する新しい産業も次々と生まれ、日本全体の産業活動が活発になって、工業立国の両面からも二重の利益が挙げられる。」という趣旨を述べていたという。(内藤錦樹, 2009)

4 1962年名古屋市では都市化再開発の市民運動において同時期に神戸

の公衆衛生問題でも「住環境改善」の運動が「まちづくり」と言われたとある。(石井一郎、湯沢昭編著, 2007)

5 1963年には観光基本法が制定され、1964年には東京オリンピック、海外旅行の自由化になり、東海道新幹線、名神高速道路も開通し、1970年には大阪万国博覧会が開催された。

6 「周囲の環境と一体をなして歴史的風致を形成している伝統的な建造物群で価値の高いもの」(文化財保護法第2条第1項)が「伝統的建造物群」として文化財のカテゴリーに加えられたという。(西村幸夫, 2000)

7 平松守彦大分県知事が提唱した地域おこし運動(1979)。個々の自治体が独自の特産品づくりをすることと理解されているが、単なるモノづくりではなく、地域の人たちが主体となって、東京などの大市場にも通用するものを自助の精神で創ることにより地域の活性化を目指した点が重要であるという。(財)日本交通公社, 2004)

8 入場者数1610万人、65億円の黒字を残した(財)日本交通公社, 2004)

9 国際収支改善と旅行業の振興を目的として策定した海外旅行促進策。1986年の海外旅行者数552万人を五年間で1000万人に倍増させようという計画。(財)日本交通公社, 2004)

10 「内発的発展とは、目標において人類共通であり、目標達成への経路と創出すべき社会のモデルについては、多様性に富む社会変化の

過程である。共通目標とは、地球上すべての人々および集団が、衣食住の基本的要求を充足し人間としての可能性を十全に発現できる、条件をつくり出すことである。それは、現存の国内および国際間の格差を生み出す構造を変革することを意味する。そこへ至る道筋と、そのような目標を実現するであろう社会のすがたと、人々の生活のスタイルとは、それぞれの社会および地域の人々および集団によって、固有の自然環境に適合し、文化遺産にもとづき、歴史的条件にしたがって、外来の知識・技術・制度などを照合しつつ、自律的に創出される。」ものであるとする。(鶴見和子, 1996)

11 「近代中央集権国家によって抹殺される以前の日本人の信仰と祭祀の形を掘りおこすことによって、逆に中央集権型近代を批判し、地域の自治と地域住民の主体確立の精神的な拠りどころとすること」が民俗学であるとしたという。(鶴見和子, 内発的発展論の展開, 1996)

12 北島の類型は、「第一に、鶴見の指摘する共通目標が充足されたことを前提としたうえで、より高い生活水準を特定地域で確保する為の産業形成(=目標)である。第二に、この産業形成を可能にする為の資本調達、技術・製品開発能力の育成、市場開拓能力、そのための適切な人的資源の育成、地域を超えた情報ネットワークの形成である。第三に、資本調達、人的資源の育成、開発能力の育成、情報ネットワークの形成は、歴史的には地域内市場からの調達から他地域から

のそれへと力点の移動がある。第四に、技術・製品開発能力、市場開拓能力、人的資源の育成、情報ネットワーク形成が自治体の適切な政策策定・遂行と接続していることである。第五に、資本、技術、情報、人的資源、自然資源、政策の結合によって市場競争力の強い製品を開発・生産、販売し、そのことが特定地域の諸階層の広い意味の福祉水準を高める。このことは第一で示したことへと螺旋的に回帰する。従って、これらの要件充足の相互連関の形成が『内発的発展』であると定義することができる。」とする。(北島滋, 1998)

参考文献

- 井口貢. (2008). 観光学への扉. 学芸出版.
- 石井一郎、湯沢昭編著. (2007). 地域・都市計画. 鹿島出版.
- 遠藤英樹. (2007). ガイドブック的！観光社会学の歩き方. 春風社.
- 河合明宜. (2011). 地域の発展と産業. 放送大学教育振興会.
- 北島滋. (1998). 開発と地域変動—開発と内発的発展の相克. 東信堂.
- (財)日本交通公社. (2004). 観光読本 第二版. 東洋経済新報社.
- 十代田朗. (2011). 観光の新しい潮流と地域. 放送大学教育振興会.
- 玉野井芳郎. (1990). 地域主義からの出発. 学陽書房.

鶴見和子 川勝平太. (2008). 「内発的発展」とは何か 新しい学問に向けて. 藤原書店.

鶴見和子. (1996). 内発的発展論の展開. 筑摩書房.

鶴見和子. (1997). 著: 鶴見和子, 日本を開く. 岩波書店.

外山操とグループ21. (1993). おらが村の一億円は何に化けたか. 雄鶏社.

内藤錦樹. (2009). 観光活性化のマネジメント. 同文館出版.

西村幸夫. (2000). 西村幸夫 都市論ノート 景観・まちづくり・都市デザイン. 鹿島出版会.

藤井正、光多長温、小野達也、家永茂. (2008). 地域政策入門. ミネルヴァ書房.

前田 有美絵. (2015). 地域らしさを活かした地域振興策とは—観光まちづくりと内発的発展を中心として—. 放送大学提出 修士論文 (未刊行) .

溝尾良隆. (2003). 観光学—基本と実践. 古今書院.

森巖夫 猪爪範子 岡崎昌之 宮口侗廸 西村幸夫. (1996). 地域づくり読本. ぎょうせい.

安村克己. (2006). 観光まちづくりの力学 観光と地域の社会学的研究. 学文社.

安村克己. (2008). いま、なぜ「観光」か? 「持続可能な観光」の教訓. 株式会社地域未来研究所.

安村克己. (2010). 観光社会学における実践の可能性. 奈良県立大学研究季報第20巻3号.