

平成27年度 地域づくり海外調査研究事業調査報告書

環境にも配慮した観光地域づくりとは

~~住民の“誇り”により地域の質を高める~~

調査地：スイス ヴァレー州 ツェルマット

調査日：平成27年5月30日、31日

平成27年10月

一般財団法人 地域活性化センター

総務企画部 企画・コンサルタント業務課

小口 静香

目次

<u>1 はじめに</u>	P. 1
<u>2 長野県の現状と課題</u>	
（1）長野県の概要	P. 1
（2）長野県の観光振興への取組み	P. 1
（3）課題	P. 3
<u>3 ツェルマットの取組み</u>	
（1）ツェルマットの概要	P. 4
（2）ツェルマットの観光利用・環境対策の状況	P. 5
①観光利用について	P. 5
②村の景観・美化について	P. 5
③ツェルマットの自動車政策について	P. 6
④高標高箇所の利用と環境保護の取組みについて	P. 9
（3）ブルガーゲマインデの状況	P. 10
（4）ツェルマット視察のまとめ	P. 12
<u>4 長野県における持続可能な観光に向けて</u>	
（1）宿泊客・リピーターの増加	P. 14
（2）二次交通の発達	P. 14
（3）観光地にエコシステムを積極導入	P. 15
（4）地域資源の見直し機会の増加	P. 15
<u>5 おわりに</u>	P. 15

1 はじめに

昨今、人口減少社会、消滅自治体と喧伝されるように、地方において人口減少や過疎化が進みつつある。この危機を乗り越えるためには、地域が自主的に個性豊かな地域社会を作り出すことが求められている。そのためにまずはその地域独自の資源を生かすことが大事だが、一つの手法として、地域資源の魅力を再発掘したうえで受入体制を整備し、交流を推進する「観光」という産業がある。利用者は、その地域の自然資源や住民の食などのライフスタイルに魅せられ、非日常感や癒しを得る。観光産業は経済活性化の起爆剤としても期待が寄せられており、観光庁も「訪れてよし、住んでよしの国づくり」に取組み、観光立国の実現を目指している。

そこで、この報告書では、派遣元 長野県の観光産業の現状を踏まえたうえで、スイスのツェルマットにおける観光政策の取組みを分析し、長野県の今後の観光の在り方を考察していきたい。

2 長野県の現状と課題

(1) 長野県の概要

長野県は本州内陸部に位置する内陸県である。周囲 8 県に隣接する東西約 128km、南北約 220km、面積 13,562.23km²、東西に短く南北に長い地形である。北海道を除く 46 都府県のうち、岩手県、福島県に次ぐ面積を持つ。「日本の屋根」と呼ばれ、県境に標高 2,000m - 3,000m 級の高山が連なり、内部にも山岳が重なりあう急峻で複雑な地形である。人口は 2,098,374 人（2015 年 5 月 1 日）、人口密度は 155 人/km²である。大規模な山岳地があるため可住地面積率は低い。

自然が豊富であり、地域医療への関心も高いことから平均寿命も長く、世界一の長寿国日本の都道府県で一番の長寿を誇る。特に自然の豊かさに関しては、3,000m 峰の数、日本百名山の数ともに全国第 1 位、林野面積、自然公園面積ともに全国第 3 位と、日本有数の自然環境を誇っている。

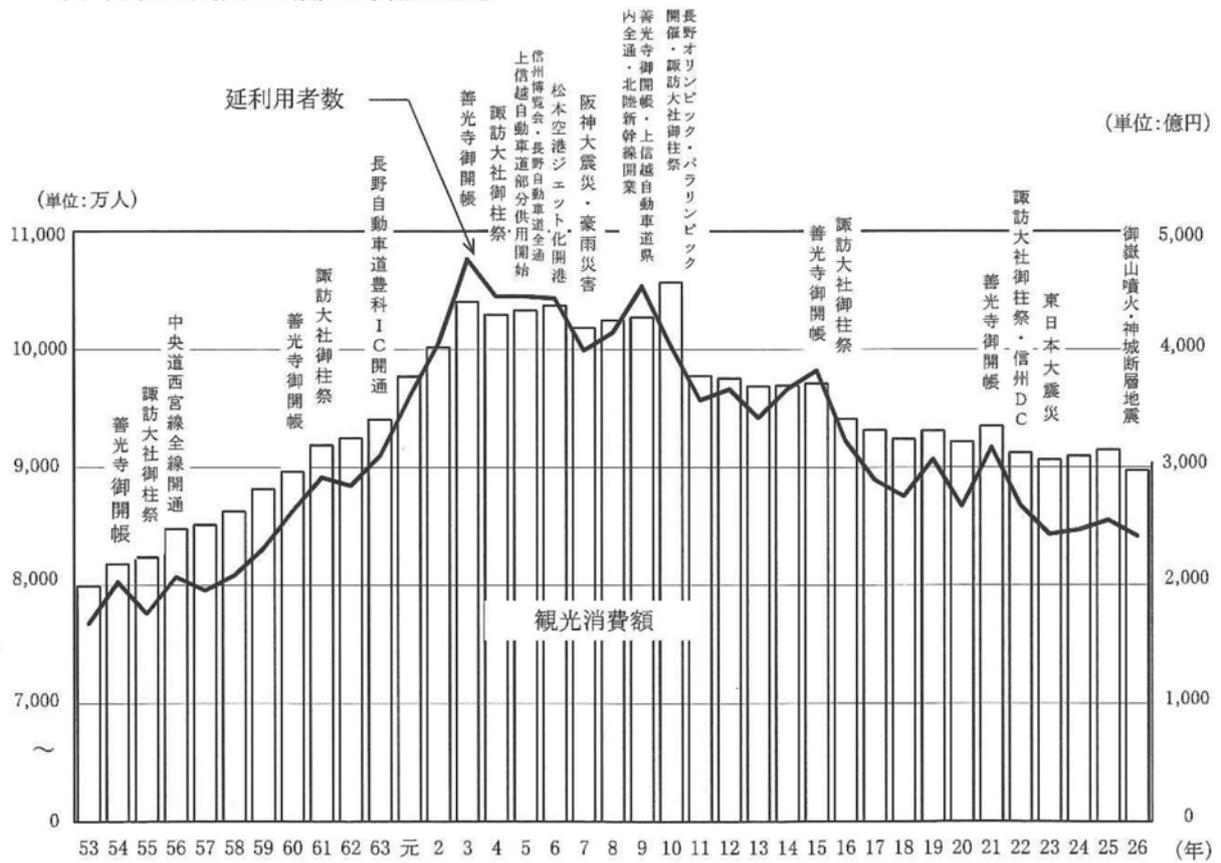
(2) 長野県の観光振興への取組み

長野県には豊かな自然環境、美しい農村景観、歴史や伝統文化、健康長寿の暮らしなど世界に誇れる資源が豊富にあり、これらの資源に魅せられて年間延べ 9 千万人の観光客が長野県を訪れている。だが観光産業は長野県の基幹産業の一つであるにも拘わらず、長野県を訪れる観光客は減少を続けている（表 1）。この要因には、人口減少、グローバル化による観光客争奪競争の激化、マストツーリズムの衰退（観光ニーズの多様化）等が考えられ、この傾向は今後も進むと考えられている。

また、「県内・県外別」・「日帰り・宿泊別」の状況は表 2 のとおりであるが、県外からの利用者が県内の利用者の 2 倍近くいるものの、日帰り客が宿泊客の約 2 倍になっている。つまり、県外からの利用が多いにも拘わらず、宿泊せずに帰ってしまう客が多いことが分

かる。

なお、観光客が長野県に自然を求めて訪れていることは、高原の利用者が圧倒的に多いことから分かる（表3）。構成比によると利用者の半分以上が高原や山岳などの自然系観光地を訪れている。



区分	昭和53年	平成3年	10	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
延利用者数	7,682	10,764	10,028	9,821	9,229	8,894	8,756	9,073	8,675	9,174	8,680	8,435	8,473	8,555	8,418
対前年伸び率	-	7.1	△ 4.8	1.6	△ 6.0	△ 3.6	△ 1.6	3.6	△ 4.4	5.8	△ 5.4	△ 2.8	0.5	1.0	△ 1.6
観光消費額	1,997	4,403	4,565	3,710	3,410	3,318	3,241	3,311	3,217	3,349	3,127	3,067	3,097	3,148	2,974
対前年伸び率	-	9.6	6.9	0.5	△ 8.1	△ 2.7	△ 2.3	2.1	△ 2.8	4.1	△ 6.6	△ 1.9	1.0	1.6	△ 5.5

表1 延べ利用者数及び観光消費額の推移

区分	平成24年		平成25年		平成26年		対前年増減	対前年増減比
	延利用者数	構成比	延利用者数	構成比	延利用者数	構成比		
合計	84,725	100.0	85,553	100.0	84,183	100.0	△ 1,370	△ 1.6
県内	29,825	35.2	30,252	35.4	29,580	35.1	△ 672	△ 2.2
県外	54,900	64.8	55,301	64.6	54,603	64.9	△ 698	△ 1.3
日帰り	57,041	67.3	57,114	66.8	55,836	66.3	△ 1,278	△ 2.2
宿泊	27,684	32.7	28,439	33.2	28,347	33.7	△ 92	△ 0.3

表2 「県内・県外別」「日帰り・宿泊別」の状況

(単位：千人、%)

区分	平成 24 年		平成 25 年		平成 26 年		対前年 増減	対前年 増減比
	延利用者数	構成比	延利用者数	構成比	延利用者数	構成比		
山 岳	4,050	4.8	4,199	4.9	3,847	4.6	△ 352	△ 8.4
高原・湖沼	41,461	48.9	42,310	49.5	41,292	49.1	△ 1,018	△ 2.4
温 泉	16,102	19.0	16,030	18.7	15,999	19.0	△ 31	△ 0.2
名所・旧跡	23,111	27.3	23,014	26.9	23,045	27.4	31	0.1
合 計	84,725	100.0	85,553	100.0	84,183	100.0	△ 1,370	△ 1.6

表3 延べ利用者数及び観光消費額の推移

こうした中、長野県は世界に誇れる「山岳高原に育まれた資源」を活かして滞在型観光の促進によってその価値を最大限に高めることが求められているとされ、誰がいつ何をすべきかを明らかにし、今後の観光地づくりを進めるための基礎資料を整備することを目的として「山岳高原を活かした世界水準の滞在型観光地づくり研究会」（以下「研究会」という。）を平成 25 年度に設置した。研究会は有識者や市町村観光振興担当者によって構成され、6回にわたって議論が行われた。その議論の結果である観光地形成のための必要な考え方や方針、プロセス等を、「山岳観光を活かした世界水準の滞在型観光地づくり構想」（以下、「構想」という。）に取りまとめた。構想は、県内の観光関連事業者、市町村、県民、県に対して、長野県が目指す観光地を形成するために必要なことを提案するものである。

構想では、長野県の「山岳高原に育まれた資源」は世界に誇れるものであるが、その強みを認識し、活かそうとする意識が十分でないとし、その資源の強みを認識し、磨き上げ、「世界から選ばれる観光地」を目指す強い意識を持つことが必要だとしている。

(3) 課題

このような観光戦略を策定したものの、単に目先の観光客数を増やすための開発や売り込みだけでは、長期的に見て、持続可能性のある観光地の形成は難しい。魅力的な自然あってこそその観光であるはずなので、自然環境に配慮しつつ観光政策を進めることが不可欠である。その視点は構想の中でも課題として挙げられている。次のような記載がある。

— 本構想の目指す、世界水準の山岳高原観光地をつくるには、自然環境との調和も課題となります。観光開発によって自然環境やその景観が損なわれないように規制することと、有効な観光開発を促すために既存の規制を緩和することという、ふたつの視点が求められています。—

このように、自然を守るための規制、有効な観光開発のための規制緩和の両方が必要だとしているが、大事なのはその2つのバランスであると考えている。規制を強めすぎても住民や観光客に負担をかけ、不便を強いることになってしまう一方で、効率的な観光開発のためとして緩和すると、過剰開発になり自然に負荷をかける恐れがある。

長野県では、環境に配慮した規制として、シーズンには上高地及び乗鞍にてマイカー規制を行っている。現状行われているのはこのような地域ごとの取組みや、各種法令及び条

例による規制に止まっているので、環境保護と魅力ある観光地を両立できる根本的な取り組みが何かできないのだろうかと疑問に思った。

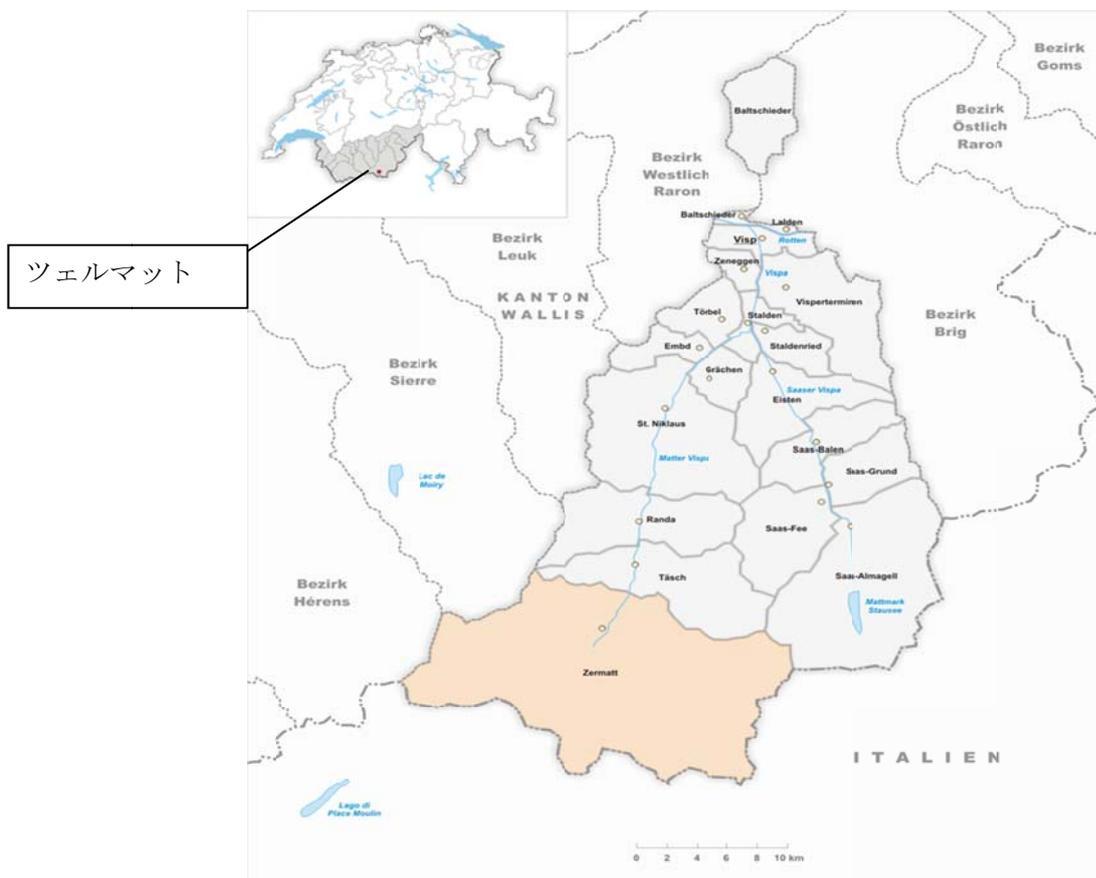
そこで、海外に目を向けたとき、山岳を活かした観光地として有名なスイスのツェルマットは、環境に配慮したリゾートしても名高いことを知った。ここではどのような取り組みで環境に配慮しているのか、住民の理解はどのように進めているのか、具体的な対策を学び、今後の長野県の観光・環境政策に活かしていきたいと考えた。

3 ツェルマットの取組み

(1) ツェルマットの概要

視察地のスイス国 ヴァレー州 ツェルマット村はスイス最南端、マッターホルンの麓の国際山岳リゾートである。村には、南北3kmの地域に5,800人の住民が住んでいる。常住人口の3分の1は村の出身だが、スイス国外からツェルマットへ移住する者も多い。

周辺の空港から4時間程度かかる交通が不便な地だが、世界中から観光客が訪れている。地域経済のほとんどは観光業に依存しており、村の職業の約半数は、ホテルまたはレストランで、アパートのほぼ半数は、休暇アパートである。19世紀中頃までは農村であったが、多くの観光施設の建設に結びつくことになった村を取り囲む山々の登山ブームは、1865年の、悲劇を生んだ最初のマッターホルン登山からである。



【ツェルマットの位置】



【ツェルマットの町並み】



(2) ツェルマットの観光利用・環境対策の状況

①観光利用について

5,800人の人口の村に、年間200万泊という宿泊客が訪れる。単純に考えても常に人口とほぼ同数の観光客が泊まっている計算となる。しかも顧客満足度は極めて高く、宿泊客の7割以上がリピーターというホテルも珍しくない。

リピーターが多いのは、リゾート地として魅力があるだけでなく、通年観光政策を上手くPRしているからだと感じた。夏に訪れた人には「冬にはスキーなどのアクティビティが人気である」ということ、冬に訪れた人には「夏には美しい高山植物が咲き誇る」など、観光客が再訪したくなるようなインフォメーションを効果的に発信している。

なお、ツェルマットの観光局は公の機関でニュートラルな組織である。観光客からは2.5スイスフランの宿泊税や各宿泊施設からの観光促進税を集め、日本円にして合計で10億円ほどの収入だそうだ。サービス豊富で魅力的な観光地であるにも拘わらず、局の職員は30人程の規模である。

②村の景観・美化について

村の建物は同じような外観で整った雰囲気町の町並みだが、その町並みを維持するための細かい規則がある。建築物の高さは19mまで、外観の3分の1は木材を利用しなければならない、家の屋根は35～45度以内の切妻型と決まっている。他にも一般的に窓枠の色以外は木造部分と白い壁を基本とする、新しい建物の建設は隣近所と同じ様式(シャレータイプ)しか建てられない、などという厳しい内容となっている。このような厳しい規制が設けられているにも拘わらず住民からの不満は出ていないという。

また、シーズン中は村が街灯に花を飾りつけている。各家のベランダにも住民が花を飾るが、これは規則ではなく、住民自らがスイスのイメージを崩さ



【シーズンには花が飾られる街灯】

ないように自主的に飾っているものである。

他にも、村の中心部の道路は石畳となっており、趣がある。石畳は環境にやさしいそうで、数年に一度吹き替えをして維持している。

他にもツェルマットには「犬税」というものがあり、街中に犬用のゴミ袋やゴミ箱が備え付けられているなど、細かいところまで景観美化の配慮がなされている。

以上のように、建物に関する規制や行政・住民の取組みにより、洗練された街が作り上げられている。

③ツェルマットの自動車政策について

ツェルマットで見かける交通手段といえば、電気自動車である。後述するが、電気自動車は一般の住民は運転できないため、住民や観光客の村内の移動といえば、徒歩、自転車、電気バス、タクシー、登山鉄道、ロープウェーやそりである。このため、「カーフリーリゾート」とも言われている。宿泊施設や各種ロープウェーの駅は街中に集約されており、自動車がなくても観光客にとって不便は感じられない。駅から宿泊施設まで距離があっても、大体の宿泊施設は駅まで送迎をしてくれる。

ツェルマットに乗り入れが可能なのは、原則として電気自動車のみで、ゴミ収集車など一部の車を除いてガソリン自動車の乗り入れはできない。これはガソリン自動車を締め出したのではなく、ツェルマットで自動車を使用される以前、つまり道路が建設される前に鉄道が発達し、電気自動車のみを使用を限定したからである。その経緯はこれから述べるとおりである。

まず、フィスプからツェルマットに至る鉄道は、1891年6月6日に開通した。ちなみに、それまでの主な輸送手段はラマや馬車であった。鉄道が開通してから8年後には、ツェルマットではゴルナーグラート展望台に至る登山電車が開通した。

ここで、道路を建設すべきという議論が起きた。いざというときに災害が発生し、土砂崩れで線路が埋まることを想定すると、代替手段を確保するために道路を建設した方が良いのではという声が上がった。自動車の乗り入れについては賛否両論あったため、その後も住民投票は4回行われ、自動車乗り入れについて議論された。議論の中で、貨物運搬車のような特別な自動車のみには通行の許可を下ろしたり、自動車で訪れた人のためにテージュ・ツェルマット間に折り返し電車を運行したりすることなどが決定されていた。

つまり、最初から村として自動車を乗り入れさせる意志はなかった。道路の開通が遅れたことで、住民の中で自動車がなくても当たり前という意識が形成された。住民は、世界で自動車が発達した近年になって初めて、町に騒音や汚い空気がないことに気付いたのである。

ところで、なぜ馬車から電気自動車に移行したのだろうか。馬車の問題点として、荷物の運搬・夜間の運行に苦勞するうえ、生き物だからエサ代もかかる。そこで当時は趣味の範囲で作られ始めていた電気自動車に目をつけられた。当時はすでに村に電気は通っており、電気は潤沢にあった。電気は静か、クリーンなため活用できるという利点もある。

電気自動車の規格は決まっており、長さ4 m、幅1.4 m、高さ2 m、最大積載量3トン以内である。さらに車体の外観が普通のガソリン自動車のように見えてはならない、とも規定されており、あえて区別されている。これは、都会の喧騒から来た観光客が、ツェルマットは特別なところだと見せるためであるようだ。確かに、ツェルマットのおしゃれな街に個性的な外観の電気自動車を含めた景観は、いかにもテーマパークにあるこじんまりした町のような非日常感があった。



【ツェルマットにおける電気バスと電気自動車】

そして、この電気自動車の所有には許可が必要となる。そもそも、電気自動車は個人所有すら認められておらず、ツェルマットにおける電気自動車走行数は500台程である。価格も1台あたり1千万円するうえ、1回の充電で3 kmしか走行できない。これでは電気切れで物理的に村外に出られないだけでなく、法規上も、村外では道路交通法により違反の乗り物となる。州法の法律で認められた規格の車ではないからである。

さらに、州法で定められた車でないことにより、電気自動車専用の免許証も必要となる。街中には道路標識や信号もないため、「この道は8時から12時までは一方通行」など細かく道ごとに覚えなくてはいけない。観光客向けに標識を作る必要はないのでドライバーがしっかり交通ルールを理解しなければならない。

以上のように、電気自動車に関して、ツェルマットは他の町とは独立した仕組みができています。道路標識が少ないために景観も崩さない、騒音も少ない、排気ガスを出さないクリーンなエネルギーでとことん環境に優しいという利点がある。他にも、運行自動車が限られるため交通量が少ない、個性的な外観や機能を含めリゾートとして宣伝効果が高い、雰囲気がいい、日帰り客を少なくする（速い移動は日帰り客を増やす）が挙げられる。

逆に電気自動車の短所として、規格が限られているため駅の到着出発時7人しか乗れない、スーツケースは専用の荷台を牽引して運搬するが、荷物、建築資材を一回に多く運べない、電気トラックもあるが3トンに輸送量が限られることにより建築コストがかかる、購入代金が高いことにより生活費に負担がかかる、電気自動車が静かなことによる危険性（町は人優先なのでクラクションはならさないが、よそ見して歩きがちな観光客にとって危

険である)があることが挙げられる。

電気自動車はツェルマットのように環境にこだわるリゾート地にとっては最適の乗り物である。利便性が犠牲になることはあるが、環境に配慮したリゾート地を形成するためには、やむを得ないのかもしれないと考える。

視察ではツェルマット手前の駅のテーシュ駅も視察した。ガソリン自動車でツェルマットに来た客は、この駅の駐車場に自動車を止め、専用の折り返し電車でツェルマットに向かう。この駐車場には、レンタカー会社の車を含めて約 3,000 台の車を停めることができる。料金は2時間4スイスフラン。人気リゾート地のツェルマットだが、満車になることはほとんどない。自動車で訪れるのは荷物の多い家族くらいで、ほとんどの観光客は電車で訪れる。ツェルマットを訪れる観光客でカーフリーリゾートということを知らない観光客はほとんどいないようだ。ちなみに、ガソリン自動車でツェルマット街中まで入ってしまうと数万円の罰金を徴収されてしまう。

さらに、テーシュ駅では団体観光客の荷物輸送サービスも見かけた。観光バスでツェルマットに向かう乗客もここでバスを降り電車に乗り換えるが、観光客の荷物は赤い四角の車に乗せて電車で運搬される。ツェルマット駅からはそのままホテルの車に接続され、ホテルまで運ばれる。これは鉄道会社が行っているサービスである。

わざわざ乗り換えさせ、面倒だと感じる観光客もいるかもしれないが、ツェルマットはその分特別なところだと観光客に認識させることもできると現地の人は捉えている。



【テーシュ駅における自動車駐車場】



【団体観光客の荷物輸送サービス】

なお、ツェルマットにおける電気バスは町が運営している。主な収入は広告費で、広告をバスの外へ掲示している。

④高標高箇所の利用と環境保護の取組みについて

展望台まで運行している登山鉄道にも、観光客への配慮のために物資運搬の際の細かい条例規定がある。山頂のレストランへの物資の運搬は朝7時30分から10時までと17時半から21時の間のみと決まっている。建築資材の運搬は春に4週間、秋に8週間のみ、祝祭日と日曜は不可であり、それ以外の日は許可を受けて運搬が可能となる。ゴルナーグラートの登山鉄道はアプト式ラックレール方式で最大斜度は200パーミル。



【ゴルナーグラートへ至る登山鉄道】

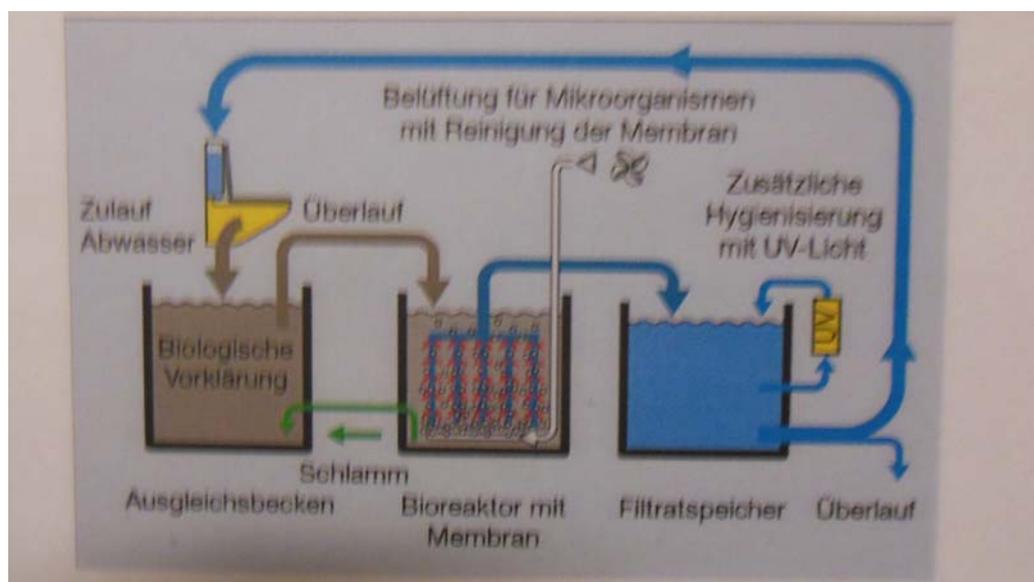
ゴルナーグラート利用者は年間70万人にも上る。内訳は、夏は40万人、冬は30万人で、ピーク時は1日5,000人が利用する日もある。

さらに、ゴルナーグラート山頂ホテルは1907年創業したのだが、客室は22部屋、スタッフ部屋3部屋で、年間8,200泊の利用がある。毎週火・金に登山鉄道の貨車により備品等は運搬されている。

水道関係の仕組みについては、ホテルの下には6万リットルのタンクがあり、離れたところにも8万リットルのタンクがある。上水道はチューブで接続され、下水道パイプと電気は地下1.8mに埋設してある。なお、電線埋設の際は、同じ土で埋め戻すようにしたり、出たゴミは同様に鉄道を使って下ろしたりするなど環境にも配慮している。

他にも、3,000m級の高標高にも拘わらずエコなシステムが整っており、例えば、グレッシャーパラダイス展望台は使用水をろ過してリサイクルしている。廃棄する水は、ろ過して固形化したものをヘリコプターで運んでいる。エコハウスのシステムでソーラーパネルも使用している。このソーラーパネルで消費する電気の80%をまかなっている(残りの20%

は送電線による)。



【グレッシャーパラダイス展望台における水のリサイクルシステム】

次に山の利用についてだが、日本で山小屋といえば、簡単な造りのまさにイメージどおりの「小屋」といった感じで必要最低限の用のみ済ませられるようになっているものである。これに対しスイスの山小屋はシャワー場や食事処も設置されており、街中にあるホテルのような施設であるという。山小屋の食事処もおしゃれでおいしい食事を提供するので、わざわざその山小屋に行くために登る客もいるという。

ここで、安全対策にも関わるガイドについてだが、ツェルマット一帯で救命できる体制が整えられているうえ、パトロールは索道会社等により定期的に行われており、ハイキング道の整備なども行われている。ガイドは利用者に安全利用のアナウンスを行うだけではなく、その地域の自然の魅力をアピールするのが上手である。ガイドから話を聞くことで、その地域の奥深さ、自然の大切さなどを理解できる。地元の食べ物や商品の魅力も語ることができ、ガイドに勧められるとつい購入してしまう。さらに、ガイド自らがゴミ袋を出してアメのゴミを集めることで、客もここはきれいにすべき場所だと理解してくれるそうだ。

一方、日本では、ガイドの地位が低い。ボランティアのようなガイドはレベルが低いことが多いうえ、わざわざガイドを同行しようと思う人はまだまだ少ない。ツェルマットでガイドの話を聞いて感じたが、ガイドによる情報がないとその地域を120%楽しむことができない。ガイドブックの情報のみでは、その地域の本当の魅力をつかむことはできないし、環境保護への意識も醸成されない。

(3) ブルガーゲマインデの状況

ツェルマットにおいて、これまで述べてきたような観光・環境政策を企画しているのは、「ブルガーゲマインデ」という組織である。

ブルガーゲマインデとは、ノンプロフィット団体でスイスのほぼすべての市町村におかれている。行政とは違う独自の住民組織で、住民自らが町としての「公益」を追求する自治経営組織である。「官」でも「民」でもなく「公（パブリック）」である。地域のための様々な事業、たとえば登山鉄道など日本でいう第三セクターが運営するような、半分は営利・半分は公共のための事業を自治体と協議しながら行っている。

ツェルマットにおけるブルガーゲマインデの始まりは、ヴァレー州の州都シオンにある教会の司教が持っていた土地の権利を住民たちが買い取るのにお金を出し合ったのがきっかけだった。ブルガーゲマインデは、400年以上の歴史があり、村の運営方針を決めるにあたって今でも大きな決定権を持っている。観光リゾート地としてのツェルマットを動かしているのもこのブルガーゲマインデである。この地域共同体が同地域の観光資産（ホテルやレストランを含む）所有および経営権を握っており、公共性を持つ一方で、地域の雇用と収益性を追求する地域経営の中核として機能している。潤沢な資金があればそれだけ活動の範囲が広がるため、ブルガーゲマインデには出資や投資の部門があり、資金を蓄えている。ツェルマットではロープウェーと地下ケーブルは同じ会社だが、株半分はブルガーゲマインデが所有している。

ツェルマットのブルガーゲマインデのメンバーは約 2,000 人である。村の人口は 5,800 人だが3分の2はブルガーゲマインデに加入できない外国人なので、ツェルマットに住むスイス人のほとんどはブルガーゲマインデメンバーということになる。ブルガーゲマインデでは住民から意見を言う場も設けられているが、日本みたいに行政なのだからという押し付けの考えをせず、自分たちで何とかしようと考えている。

とりわけツェルマットではブルガーゲマインデの存在感は大きく、かつちりとした協議会はないがブルガーゲマインデ・観光局・鉄道会社の3者が連携し、町の運営を担っている。

なお、ツェルマットにおける本来の行政である役場には、税務系の業務や住民票取得など事務的な部署はあるが、企画系部署は存在しない。首長はホテル長兼務でもあり絶対権限があるわけでない。役場では事務的な淡々とした仕事が多く、地域を発展させる企画系業務はブルガーゲマインデで行っている。

また、スイスに文部科学省はないので、教育方針は州やブルガーゲマインデ単位で決めている。教師は州の職員だが、ほとんどの学校で様々な職種の住民が地域学を教えており、自分の村の現状をまず勉強している。さらに教養の授業もしっかり行う。将来に向けた合意形成には住民の教養が不可欠である。スイスでブルガーゲマインデが上手く機能しているのはこの教育の背景もあると藻谷浩介氏の著書（2014）で山田桂一郎氏は考察する。



【ブルガーゲマインデ事務所】

スイスでは、行政や社会の在り方が日本とは逆である。日本は国が頂点となるピラミッド形式でトップダウン方式が主だが、スイスは逆ピラミッド形式、ボトムアップ方式である。スイスではまずは住民ありきで、その下に税の徴収のためにブルガーゲマインデが設けられているように、行政目的に必要な組織が設けられていると考えられている。これは日本の感覚では理解が難しい。日本では地方分権といいながらも、結局国民は後回しになっていると感じている。

以上のように、ツェルマットの観光政策の背景には、ブルガーゲマインデを中心とした地域住民が、魅力的なリゾート地としていくための方策を工夫する「地域経営感覚」を共有し実現していくという考えがある。

（４）ツェルマット視察のまとめ

ガソリン車の乗り入れ規制など、生活環境を守るための自主ルールを設定したのは住民自らであった。これまで述べたような自然や景観の保全や教育分野にとどまらず、社会福祉や発電所のあり方等にも自主ルールをつくり、行政と連携し、まちづくりに取り組んでいる。藻谷浩介氏の著書（2014）で山田桂一郎氏は「テーマパークのような一時的な『非日常』性ではなく、地域に根付いたライフスタイルの『異日常』性が、最大の売りポイント」だと考察する。環境に配慮しつつ観光客へのおもてなしも充実しているツェルマットだが、観光業者だけでなく住民の心の奥底にあるものも大きいのである。

これらの観光・環境政策の根本として、住民は「リゾート地としての質」を重視している。キャパシティを超えるとサービスの質が落ちると分かっているため、観光客を必要以上に呼び込みたくないと考えている。そのため、シーズン中はホテルがフル稼働でキャパシティいっぱいだが、これ以上ホテルを増やす予定はないという。需給がタイトなため客単価は上がり、観光収入は上がり続けている。ツェルマットをはじめとしたスイス国内の上質で高級なリゾート地には、高価格であっても観光客が訪れている。ちなみに、日本では基本的に「入込数」を重要視しているが、ヨーロッパの観光統計はすべて延べ宿泊数が基本である。泊まらない人はお金を落とさないで、「何人来た」より「何泊した」のほう

が重要という考えに拠るものである。

つまり、観光に関する各種政策は単純に稼ぐために行っているのではなく、自分たちの生活を良くするためであり、QOLにつながるものである。自分たちの地域を住み良くし、次世代に引き継ごうとしている。住民は、自然が壊れるとこのリゾート地、つまり自分たちの暮らしが崩れると理解している。自然は将来から借りているもの、利子をつけて返すべきだという認識をしている。

景観規則など様々な規定について、このままでよいのか、時代の流れに合わせて見直すべきかという議論がなされることがあるが、結局はこのままでよいという結論になる。むしろ、昔に戻すという特例がなされることがあるが、これは緩和したらツェルマットのイメージが崩れてしまうという考えによるもので、慎重な議論がなされている。

ツェルマットの村運営の根本には、自分達の行いが孫子の代まで誇れるかどうかという長期的な考えがある。この考えが表れているのが、ツェルマットの町の一角に残っている、19世紀のアパートを改築した週貸しのアパート住宅街である。自分達でリノベーションし、居住できるように改修しており、空き家問題にはならない。もちろん、外見は古くても内側は快適に暮らせるよう水回りも整備してある。改修にあたっては、当然、歴史ある屋根を改修する屋根ふき職人など、伝統的な技が必要となる。日本では職人には後継ぎがいなかったり、収入が少なく続けられなかったりという問題がしばしばあるが、ツェルマットではそのような問題はなく、職人には弟子がつき、後継ぎの心配をすることはほとんどない。家族で代々引き継いでいるところも多い。職人の収入も維持できており、施工まで1年待ちの人気のある職人もいる。ツェルマットの住民は、伝統を守るという意識が高く、このような伝統産業に対する敬意の払い方が日本とは違っている。先に述べたとおり、ツェルマットの学校の授業では地域学を取り入れ、地域の伝統等を学び、誇りの意識を根付かせている。これにより先代の人々から受け継がれてきた伝統を守っていききたいという意識が根付くのであろう。

ツェルマットは、マッターホルンが有名になってからわずか150年だが、その期間にここまで発展した。土地も痩せている、麦も育たない、電車しかない、雪深い、そんな条件不利地域であるにも拘わらず智恵を絞って、本当に大切なものは何かを考えた結果である。

住民誰もが自分たちの住む場所を愛し、「暮らしの質」を重視している。お金やモノだけでない、心のゆとりとも言えるような本質的な豊かさがツェルマットにはある。観光で成り立っている地域でありながら観光客に媚びたり「観光客からお金を搾り取ってやろう」という空気も感じられなかった。

日本の観光庁では「訪日外国人旅行者 1,000 万人」という目標数字を掲げている。これに対し、藻谷浩介氏の著書（2014）で、山田桂一郎氏は「中国から安いツアー客を大量に呼び込もう、そのために値段を下げよう、というような話になりかねない。しかし、そうやってディスカウントを繰り返せば、当然サービスの質は低下し、満足度も下がります。その結果、稼働率を上げれば上げるほど利益が薄くなり、リピーターも減っていくという負

のスパイラルに陥ってしまう」と危惧している。そして「観光地として一番重要なのは、実は顧客満足度とリピート率。満足度を上げ、リピート率も上がれば、お客様一人当たりの消費額も自然と上がりますから。」と指摘する。

まずは、幅広い層の住民が主体的に参加しながら、地元が抱える問題点を明らかにし、長期的な視野に立った地域全体のマネジメントを話し合う場が必要である。おもてなしの心、町の景観、自然環境などに気をつかうようになり、それが自分たちの暮らしの質を高めるきっかけになる。観光業が栄えるほど暮らしの質は高まり、地元への愛着が深まり、さらにいい町になるという好循環が生まれることが理想である。

4 長野県における持続可能な観光に向けて

長野県もツェルマットと環境が似た山岳観光地であり、学ぶところが多い。都会の喧騒から離れて豊かな自然の中でゆっくりしたいという観光客が長野県を多く訪れている。だが、日本はすでに車社会なのでツェルマットのようなカーフリーリゾートを全面的に実施するのは難しく、他方、新幹線等公共交通機関で訪れた観光客向けのサービスなどは学べるところがある。

(1) 宿泊客・リピーターの増加

単に来訪客を増やすだけでなく、宿泊までしてもらえるように、さらにリピーターとなるような高質のリゾート地づくりを目指す。その対策としては観光地の事業関係者のおもてなしの心の醸成や、宿泊しなければできないような観光プログラムの充実などである。具体的には信州の自然豊かな環境を活かした星空観察会や温泉宿泊地の充実などが考えられる。また、観光地にはレベルの高い観光ガイドを充実させる。気軽に利用できるガイドとしてPRすることによってガイド利用率も高まり、地域の情報をより効果的に発信・提供することができ、顧客満足度も高まる。

交通については、長野県は都心から日帰り旅行が可能であるが、ツェルマットの事例を踏まえると、長野県内の主要交通が通っていない交通が不便な場所であっても、不便だからこそ、その地に宿泊してもらえるとというメリットがあると考ええる。交通が不便だからといって観光客が来にくいと考えるのではなく、不便だからこそ宿泊施設を充実させゆっくり滞在してもらうという戦略が必要かもしれない。

(2) 二次交通の発達

長野県は新幹線や2027年に開通予定のリニア新幹線による首都圏からの観光客の誘客を目指しているが、駅からの公共交通、いわゆる二次交通が不十分だと指摘されている。駅周辺から利用できるレンタカーなど手段はあるが、自動車を運転せずに観光地を回れるような公共交通の更なる整備が必要だと感じている。自動車を利した観光の方が効率は良いが、環境保護のためにも、新幹線等で訪れた観光客のためにも自動車を利せずに観光地を

回る選択肢を設けることも必要だと考える。スイスでは、観光客が手軽に観光地を回れるようにするためのラゲージシステムがあり、駅で荷物を預けると、宿泊先まで届けてくれる。長野県でもすでに「信州手ぶら便」という観光協会と旅行会社と宅配会社が連携した同様のサービスを実施しているが、一部の観光地のみであり、さらなる範囲の拡大が必要である。

さらに、自動車で長野県を訪れた観光客が、現地で公共交通機関も利用できるように鉄道事業者と連携したパークアンドライドの普及も方策として考えられる。例えば山岳部の麓に駐車場を設け、そこから観光地まではバス等でも移動できるような仕組みや、宿泊先から公共交通機関で移動できるような仕組みもあると、自動車を使用しなくても観光地を巡ることができる。

(3) 観光地にエコシステムを積極導入

ツェルマットでは、高標高地にも拘わらずエコな水循環システム、太陽光発電システムが発達していた。高標高地こそ自然は脆弱なのだから、まずは高原や山岳等の観光地から優先的にエコなシステム（太陽光発電システム、環境に優しいトイレ）の導入を進める。さらにエコシステム導入をPRすることにより観光客の環境保護意識の醸成も期待できる。

(4) 地域資源の見直し機会の増加

県民に、その地域の地域資源は素晴らしいということを認識させる。自然あつての観光なのであり、自然を守ることは観光にも環境にもつながるということ、行政職員含め認識する必要がある。住民誰もが自分たちの生活の質を高めたい、魅力的なまちにしたいという考えを持っているはずである。この心がけが、観光客にとっても魅力的なまちとなり環境に配慮したまちにつながる。そして誰でも参加でき自立・継続できるような協議会を地域ごとに設け、その地域の将来をどうするか、どのような町にしたいか議論できる機会を充実させるのが望ましい。

観光関係者だけでなくすべての県民の意識として必要なことは、その地域資源に誇りをもち、それをずっと大事にしていきたいという考えを持つことである。子どもたちには学校の授業等を通して、長野県の誇れる資源について見直す機会を設けていきたい。日本では環境部署と観光部署は分かれているが、ツェルマットでは環境政策は観光政策と区別されず、表裏一体のものである。「自分たちのまちを良くしたい」という政策が環境にも観光にもつながっている。環境部署と観光部署の更なる連携強化が求められる。

5 おわりに

持続可能な観光地を目指すためには、住民一人ひとりが良いまちを作りたいという意識を持つとともに、観光客を受け入れ、おもてなししつつも、環境を守るための仕組みに協

力してもらうことが必要なのである。目先の利益だけを追ってひたすら観光客の数を増やすことだけを考えていてはいけない。

ツェルマットの住民が自分たちの町に誇りを持ち、地域資源を孫子の代まで受け継いでいきたいという意志を持っていることに感銘を受けた。日本ではこの考えが失われつつあるが、再認識されるべきである。

最後に、このような海外視察の機会をいただいた（一財）地域活性化センターと、ツェルマットをご案内いただいた JTIC.SWISS の JUNKO 氏に心より感謝申し上げ、本報告書の結びとしたい。



【JTIC. SWISS JUNKO 氏】

【参考文献】

森寿博、森章子（2005）『環境にやさしいスイスの村』本の泉社

藻谷浩介（2014）『藻谷浩介対話集 しなやかな日本列島のつくりかた』新潮社
観光立国推進基本計画/観光庁

山岳高原を活かした世界水準の滞在型観光地づくり構想/長野県
平成 26 年観光地利用者統計調査結果/長野県