

【論文】

地域創生と異文化理解

—山梨県の外国人観光客受け入れ対策についての考察—

小村 明子

1. はじめに

本論文は地域創生の現場において、日本の地域社会が如何に訪日外国人観光客とその文化に対処し、地域経済の活性化を図っているのかを考察したものである。その具体例として世界遺産に登録され、世界有数の観光地としてその名を轟かせている富士山と富士五湖を抱える山梨県を取り上げて、外国人観光客受け入れ対策の現場を調査して地域創生と異文化理解について論じる。

地域創生については近年の少子高齢化に伴い、人口増加を主体とする政策を掲げているところがある。人口が増加するためには、一家族の生活を支えるだけの給与を取得できる雇用の創出と出産育児対策などが必要である。そこでいかに住民に魅力のある雇いを創出して暮らしやすい地域にするのか対策が取られている。同時に若者世代とりわけ、人口増加を支える20代から30代前半の女性人口の増加率が重視される傾向にある(増田2014)。しかしながら、晩婚化や非婚者の増加など個人の生き方に多様性が生じていることや、家族や夫婦の在り方などそれぞれの人生設計もまた考慮に入れなければならない要因となっている(山下2014: 36-46)。しかも、地方都市においては地域性も関わってくることになる。久繁哲之介(2010)は、具体的に失敗例と成功例をいくつか提示しながら、地域に元来ある資源を利用してその利用者を分析することによって需要に合わせ、さらに利益よりも地域の公益を配慮し、かつ「心の豊かな市民との交流」活動を行うことで地域活

性化につながっていくことを述べている。

山梨県においても人口の減少、とりわけ若年世代の東京圏への転出による人口減少が見られることから、若年世代の移住を増加させることで地域の活力活性化につなげようとしている。山梨県が2015年度から5年間の基本目標や施策の基本的方向、具体的な施策などを示す戦略として策定した「山梨県まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成30年3月改訂版)」によれば、地域創生の5つの基本目標¹⁾を軸にして、ワインやブドウ、桃などの農業生産加工品および宝飾品を中心とした地場産業等の特色ある「やまなしブランド」を構築する方針について知ることができる。またこのブランドを生かした経済活動も視野に入れていることがわかる。加えて桃やブドウを主産業とする農業関連の事業についても盛んに行われていることを知ることができる。それに加えて、山梨県では「やまなしリネージュプロジェクト」を推進している。このプロジェクトは、別荘などの二地域居住者、県出身者の帰郷、県外からの旅行宿泊者などを多く同県に呼びこんで地域の活性化につなげていこうとするものである。

事実地方都市における地域創生政策の中で、県外からの人を多く呼び込み、地域にて彼らの消費行動を生む対策は地域経済の活性化につながっていく。とりわけ地域資源を生かした観光地化、あるいは観光地を整備することは地域経済の活性化だけでなく、観光地化に伴う起業および雇用創出に伴う移住促進化など様々な波及効果が見込まれるからである。例えば、日本政府観光局の訪日外

国人旅行者の消費動向とニーズについての調査結果報告書²⁾でも述べられているように、インバウンドへの取り組みは宿泊施設の稼働率向上による雇用の創出など、人口減少に起因する課題に対して効果がある。また外国人観光客の来訪により日本人旅行者の季節変動が解消され、国内旅行者数の伸び悩みへの対策となることにつながる（日本政府観光局 2016: 4）。

だが一方で同報告書でも述べられているように、訪日観光客への取り組みは課題も山積している。同報告書では「訪日外国人を受け入れるマインドが不足していること」「訪日外国人に抵抗感を持っていること」を課題として認識していると述べている（日本政府観光局 2016: 5）。しかしながら問題はこれだけではない。訪日観光客は自分の文化や生活習慣をそのまま日本に持ち込んでくる。したがって、彼らを受け入れることは彼らの持つ文化や生活習慣を知らなければならないことになる。一方、訪日外国人を受け入れる側は観光客でその場限りの人びとだから彼らへの配慮や異文化理解は必要ないとみなす関係者もいる。だがそれで良いのだろうか。国や地域がほぼ固定しているならば、言語対応はさることながら彼らの消費行動や嗜好など理解する必要がある。いいかえれば、彼らが何を求めて地域にやってくるのか、どういう行動をするのかを知らなければ観光客を受け入れることはできない。また彼らが訪れた地域で消費活動をしなければ地域経済の活性化にもつながらない。加えて地域創生における観光整備は地域が連帯してやらねばならないことである。というのも、地域創生という言葉から地方自治体に任せっきりのところがあるが、地域のことは地域住民が一番よく知っている。また地域経済を活性化するには、訪日外国人と同じ国や地域出身者にその消費行動や嗜好を聞くのが効果的である。さらには地域住民、とりわけ滞日外国人も観光客用に整備された施設を利用する場合がある。したがって、その地域に住む滞日外国人あるいは有識者と連携することもまた重要となってくる。

一方で、訪日観光客も日本の生活習慣に即して行動してもらうことが重要である。そのための注意喚起が送り出す側にも必要となってくる。そうでないと観光地において文化衝突がおきるからである。いいかえれば、相互理解が必要となるのである。相互理解がないから訪日外国人の受け入れに未だ抵抗感をもつ者がいるのである。実際に、トイレの使用方法や列の並び方、公共交通機関でのマナーなどこれまで様々な対策が講じられてきたが、それでも文化や生活習慣の違いによるマナー違反および文化衝突に関する課題は山積している。そのような揉め事を回避するために訪日外国人受け入れにあえて消極的な姿勢をとる地域も存在する。

本論文の目的は、日本の地域社会が如何に訪日外国人観光客とその文化に対処して活性化を図っているのか、その動向と受け入れ対策についてを調査して現状と問題点を考察することにある。その具体例として、外国人観光客の多い富士山と富士五湖を抱える山梨県を取り上げて、外国人観光客受け入れ対策の現場を調査し、その結果を分析および考察して地域創生と異文化理解について論じる。

そこで本論ではまず山梨県内における観光地全般および各地域の状況を述べ、次に外国人観光客の受け入れ状況と対策、そして最も顕著に異文化をもたらすこととなる訪日ムスリム（イスラーム教徒）観光客への「おもてなし」についてフィールドワークの結果を論じて考察する。なお考察において、ムスリム観光客は他の訪日観光客とは異なり、マナーやモラルの問題よりも彼らの信条である宗教教義が顕著となる。問題の性質が異なるため、考察では訪日観光客全般と訪日ムスリム観光客とに分けて論じる。

2. 文献調査およびフィールド調査について

本論文では、日本政府観光局の訪日外客データおよび山梨県が年に4回四季ごとに県内10か所

において実態調査した『山梨県観光入込客統計調査報告書』を利用してデータ分析³⁾を行う。また山梨県内の地域創生関連データについては山梨県庁観光部へ聞き取り調査を行った。富士山周辺の観光関連の地域創生については、富士吉田市産業観光部富士山課⁴⁾および富士河口湖町観光課を訪れて行政としての対応やデータなどについて聞き取り調査を行った。同時に、訪日観光客関連のインターネット記事についても文献として調査した。というのは実際に、日本国内の一部の観光地が海外発信によってその良さを見出されていき、外国人観光客が増加することによって観光整備せざるをえなくなったケースを見ることが出来るからである。以下事例の中でも触れるが日本を訪れる外国人観光客は、インターネット検索あるいはフェイスブックやインスタグラムなどのSNS投稿を見ることによって訪れる傾向にある。これまで日本人にとって観光地でなかったところが、外国人にとっては魅力的で訪れたい地域としてインターネットで紹介されると、外国人観光客を中心に多数の観光客が訪れるようになるのである。

山梨県内の観光地については2017年の春休みおよび2018年お盆休み時期において富士山・河口湖（富士・東部地域）、清里（峡北地域）および昇仙峡（峡中地域）に赴いてフィールド調査を実施したので、データ分析とともに実態と照らし合わせて考察する。また、山梨県内でのフィールドワークの結果を分析するために、他地域の訪日観光客への取り組みと比較する。

3. 山梨県における訪日観光客の現状と受け入れ対策

はじめに山梨県における外国人観光客の現状と受け入れ対策についてデータ分析を交えながら説明する。まずは、山梨県全般について述べる。その後、山梨県を富士山・富士五湖地域、その他の地域に分けて現状を述べていく。さらに受け入れ側の積極的な異文化理解の姿勢が求められる事例として、訪日ムスリム観光客への「おもてなし」対応について論述する。

3.1 全般

平成29年における山梨県内での観光入込客数は48,140,975人（延べ人数）であった。また県内での宿泊者数は、8,196,522人（延べ人数）であった⁵⁾。この宿泊者数のうち訪日観光客は1,472,734人（延べ人数）であった。海外からの県内宿泊者は約20%近くを占めており、年々増加傾向にある。

また山梨県では県内を5つの地域に分けて観光についての分析を行っている。図2のグラフはその数値に基づいたものである。山梨県内における観光客数の中で群を抜いて突出しているのは富士山や富士五湖など風光明媚な観光名所を抱える富士・東部地域である。年間総実人数のほぼ半数に近い数値がこの地域を訪れている。ついで、峡東、峡中、峡北、峡南とつづいている。各5地域とも前年、前々年の構成比はほぼ横ばいとなっている。

このうち富士・東部地域は、山々に囲まれた自

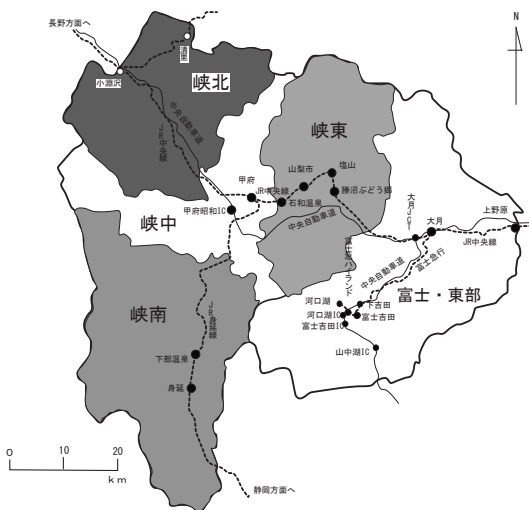


図1：山梨県内地図（山梨県内を5つの圏域に分け、主な鉄道、高速道路を記載した）

（出典：小村明子作成）

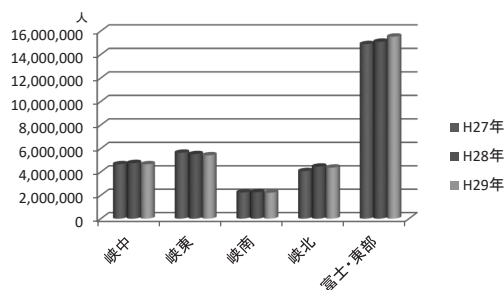


図2 山梨県内5圏域における観光入込客数(実数)

(出典：平成28年および平成29年「山梨県観光入込客統計調査報告書」を基に、小村明子作成)

然豊かな地域で世界遺産登録された富士山と富士五湖など風光明媚な有名観光地を抱えていること、東京あるいは大阪などの大都市から高速バスなどでアクセスしやすい交通網を有していることもあるため、観光客数は他地域と比べると群を抜いている(図2参照)。では、他の地域はなぜ伸びていないのでしょうか。これといった観光地がないというわけではない。峡南地域では身延山や下部温泉がある。身延山は日蓮宗の総本山であり、檀家の参拝を中心とした観光客で賑わっている。峡中地域は、県庁所在地である甲府市があり同市には武田神社、風光明媚でインターネットではパワースポットとも紹介されている昇仙峡や、湯村温泉など複数の温泉街がある。なお同市南に隣接する中巨摩郡昭和町は工業団地を抱えるとともに、中央高速道路の甲府昭和インターチェンジが近くにあるので物流の要所となっている。また巨大な

ショッピングモールもあるので生活の利便性が良く、ここ20年ほど人口が増加している町である。そのためあえて観光整備を行うまでもなく地域経済が活性化している地域である。また同町南に隣接する中央市には2027年開業予定のリニア駅の建設地があり、周辺地域の開発が行われようとしている。峡東は特急の停車駅でもある石和温泉がある。また桃・ぶどう農家も多いことから果物狩りも盛んに行われている。ワイン醸造所も多く、果樹を中心とした観光対策が行われている地域でもある。最近では、空き家対策として東京からの移住者や週末の田舎暮らしを支援する対策も行われている。峡北地域は八ヶ岳山麓に広がる一帯、いわゆる清里、小淵沢といった避暑地を含めた県北西部地域である。近年では北杜市の人口対策として高齢者層のセカンドライフや農業移住を中心とした移住対策を行っていることから、都会からの移住者を積極的に受け入れている地域であるといえる。

それぞれの地域には特色があり、地域性を生かした地域創生が行われている。したがって、あえて観光資源として整備するよりも、むしろ今そこにあるものを活用することが理想ではある。だが、いうまでもなく農業などの一次産業は、外国人を雇わなければ成り立たないほどに後継者不足が続いている。行政が首都圏の若い世代に対して助成金を支給して県内に移住させて一次産業の担い手として育成したとしても、その世代が自立するには時間がかかることである。それ故に、まずは自然資源を観光地化、あるいは既に観光地化されている施設を利用して集客力をあげ、地域経済を活性化させる地域創生対策が行われているのである。

ただし、そこには地域へのアクセスもまた必須条件となる。山梨県は東京都の隣県であり特急を使用すれば、甲府―新宿間は1時間40分と移動時間はそれほど掛からない。だが問題は交通網にある。山梨県の『H29年山梨県観光入込客統計調査報告書』によれば、「自家用車、社用・公用車」による観光移動の割合が全体の70%を超え

ている。また観光客の居住地別に見ると、「県外は県内と比べて「自家用車、社用・公用車」の割合が低く、「JR在来線」、「貸切バス・観光バス」などの割合が高い」と分析している（山梨県2018: 53-57）。なお富士河口湖町観光課によれば、近年レンタカーを借りて観光地にやってくる訪日観光客も増えているという。その理由としては、レンタカー会社のホームページが外国語で表記されるようになり、手軽に手続き出来るようになったからである。

実際に東京方面から直接山梨に来る観光客のうち、訪日観光客の場合は公共交通機関が利用される。主に鉄道の在来線か、新宿駅や渋谷駅など東京都内のターミナル駅と、富士山駅や河口湖駅と直結し頻繁に運行されている高速バスになる。したがって公共交通機関を利用した場合、山間部にある大月駅あるいは、中央高速大月ジャンクションから南に下って富士山方面に向かうことになる。だが富士山方面に一度向かってしまうと大月市以西すなわち甲府方面にまで足を延ばそうとする観光客が少ないためか、富士・東部地域以外の4地域の集客力が上がらないのが実情である。単純に交通網が整備されていないというわけではない。富士河口湖地域から甲府方面に抜ける路線バスの運行はある。また富士東部以外の地域が観光地化されていない、あるいは地域創生における観光地整備化の取り組みがなされていないというわけでもない。甲府方面に抜けるルートが知られていないか、わざわざ次の目的地を甲府方面にするほどの魅力がないのか、そのまま東京方面に帰ってしまうのである。なおチャーターバスでの観光客の場合、石和温泉など甲府方面への観光が組み込まれているものもある⁶⁾。

3.2 富士山および富士五湖地域

次に富士山および富士五湖地域の現状はどのようなものであるのだろうか。富士東部地域は山間の自然に囲まれた地域であることから、自然を観光資源にする動きが昔から活発であった。内藤嘉

昭(2002)によれば、河口湖という風光明媚な観光地を抱える富士河口湖町は農業人口が少なく基本的には主力産業に欠けており、昔から観光への依存度が高かったことを指摘している。ただ同書では、富士河口湖町は自然資源に依存するだけの受け身のツーリスト誘致ではなく様々な施策を打ち出しており、とくに行政側が積極的に主導権をとっているのが一つの特徴だと指摘している（内藤2002: 159）。つまり同町では歴史的に、観光に依存しているが決してそれに甘んじることなく積極的に施策していたといえよう⁷⁾。この伝統は今も続いていると思われる。というのは、実際2010年9月に尖閣諸島付近で起きた中国漁船の衝突事件により中国と日本との関係が悪化する以前には、多くの中国人観光客がチャーターバスでこぞって河口湖に観光に訪れていた。ところが衝突事件後には中国人たちは潮が引いたかのように訪れなくなった。その後、2011年3月におきた東日本大震災で一時期海外からの観光客は激減したが、翌年には回復に転じた。中国からの観光客は2012年には2010年を上回って最高記録を更新した。日本政府観光局によれば、個人観光ビザの発給要件緩和によって個人旅行の増加傾向がみられたことが述べられている⁸⁾。それに加えて2014年には円安になったため買い物を中心とした訪日に拍車がかかったこともいわれている。

現在でも中国からの観光客は増加している。ただし、再び中国との間で外交問題が発生した時に過去と同様のことが繰り返される懸念がある。そこで中国からの観光客をあてにすることなく、他地域からの訪日観光客をねらった動きが出てきた。特に、東南アジアからの観光客が注目された。当時インドネシアやマレーシアなど東南アジアの国々では著しい経済成長がみられ、裕福な人びとが日本を訪れるようになったためである（図3参照）。また日本政府も観光立国をうたい、海外に積極的な観光セールスを行ったこともあり、次第に訪日観光客が増加するようになった。その後2013年に富士山と周辺地域が世界文化遺産に登



忠霊塔から見る富士山

(出典：小村明子撮影)



河口湖畔の駐車場

(出典：小村明子撮影)

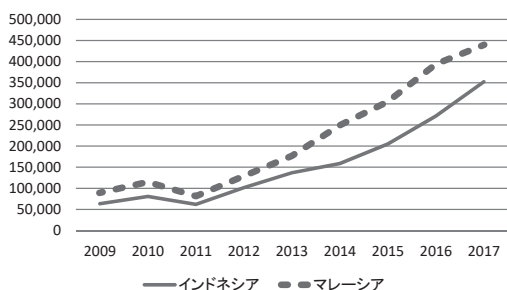


図3 インドネシアおよびマレーシアからの訪日観光客数推移表

(出典：日本政府観光局の統計を基に、小村明子作成)

録されたことによって世界中から観光客が訪れるようになったのである。

この富士山周辺地域において、これまで観光地でなかったにもかかわらず、訪日観光客のインターネットの口コミによって突如として有名になり、観光地になった特異な例がある。富士吉田市にある新倉山浅間公園である。タイ人の旅行者が偶然にこの公園を訪れて、富士山と五重塔（忠霊塔）そして4月になると桜が同時に見られることから日本の風景を醸し出しているとしてSNSに投稿した結果、拡散されて外国人観光客の人気の観光スポットになった。最寄り駅から歩いて20分程度の道のりではあるが、わざわざこの日本の絶景写真を撮りに観光客が訪れてくる。なお富士

吉田市産業観光部富士山課によれば、近くに中央高速バスの停留所があり、このバス停で下車してこの公園からの風景だけを見て、また同停留所で高速バスに乗り込んで帰る旅行者もいるという。

現在の富士山・河口湖周辺を実際に訪れるとまず光景にうつるのが、主要な看板は数か国語で記されていることである。とくに富士急行河口湖駅や富士山五合目には外国人の姿がほとんどで、行きかう言葉もまた日本語よりも中国語などの複数の外国語である。まるで海外にいるかのような雰囲気である。曜日や時間帯によるが、河口湖駅前では言語ごとにガイドをする日本人たちが待機しており、観光案内の対応をしている。土産物などの店舗では外国人に対して流暢な英語で接客対応している光景を見ることができる。河口湖畔の食事処ではメニューには英語表記の他に、鳥、牛、豚それぞれ絵柄を使用して何の肉が使われているのか明記されている。こうした訪日観光客への配慮は近年訪日観光客数が増え続けていった結果である。

3.3 その他の地域

現在の山梨県内の観光事情をみていくと、富士山・富士五湖地域だけが観光地として突出している。その他の地域の状況はどのようなだろうか。

富士・東部地域以西の山梨県内の観光地に関し

て、具体例をいくつか挙げて現状をみていく。まず峡北地域にある清里は、1980年代バブル経済が活況を呈した時には東京方面からわざわざ駆けつけてくるほどの人気のある観光地であった。かつて清里駅周辺は芸能人のショップや、メルヘンチックな建物が軒を連ね、その様相は若者の街として知られる東京の原宿そのものであった。ところが現在の様子はといえば、ほとんどの店が閉まり売りに出されている店舗もある。またメイン広場にあった教会を模した建造物は錆びている状況である。なお私が訪れたときは、お盆休みが始まった直後で40～50代のカップルが懐かしさからか廃墟となった建物にカメラを向けていた。駅前の荒廃状況は、バブル経済崩壊の象徴でもあるといえるだろう。

ただこの荒んだ状況は駅前のみである。清里は現在も避暑地であり、自然資源を生かした観光スポットが点在するため夏の観光シーズンになると日本人観光客の姿を見ることが出来る。近くにはオルゴール館やレストランのある観光複合施設や、清里開拓の父と呼ばれるポール・ラッシュの開拓地に開設された宿泊研修施設である清泉寮もある。これら観光施設は夏場の観光シーズンにでもなれば日本人観光客で賑わう。だが一方で、外国人観光客の姿が全く見られなかった。そこで清里駅前にある観光総合案内所の受付で海外からの観光客の有無を尋ねてみたところ、近くにスキー場があるので冬にはチャーターバスで中国や台湾といったアジア系の人たちが観光に来るくらいですとの回答を頂いた。

県内の温泉地についても同様である。石和温泉は特急も停車する駅が最寄り駅であり、徒歩圏内に温泉宿泊施設があるため東京方面からアクセスしやすい立地条件にある。また知名度もある温泉地である。だがその一方で同じく特急の停車駅である甲府駅周辺においては様相が異なる。甲府市の北部にある積翠寺温泉郷は2017年に最後の一軒の温泉旅館宿が営業を停止すると同時に温泉郷としての役割を失った。温泉郷に関していえば、

同じ甲府市内にある湯村温泉もかつては活気があったが、現在は一部の旅館が残るのみで、宿泊施設を老人ホームやケアハウスとして修繕して運営しているところがある。峡南地域にある下部温泉も同様に昔は湯治のために多くの観光客で賑わったが、現在は客の呼び込みに必死である。現在は一時のような温泉ブームではないこともあって、温泉地だけの観光では呼び込めない実情もある。

山梨県としては県全体を盛り上げていきたいこともあって、自然資源を生かして山歩きコースなどの観光アピールも行っている。例えば、甲府市北部の森林地帯をトレイルランニングコースとして整備し、ランニングレースを開催している。またアニメコンテンツを利用した観光促進も行っている。アニメ「ゆるキャン△」は山梨県を舞台にして女子高校生たちがキャンプをしたり、日常生活を送ったりする様子を描いた作品である。作品では主に峡東および峡南地域を背景として扱っている。

しかしながら、ランニングレースは一部の愛好家のみが注目するイベントであり、子どもからお年寄りまで万人が参加できるものではない。またアニメコンテンツを観光資源として利用する場合も限定的なものとなる。アニメ聖地巡礼に訪れる人びとはもともとアニメファンである上に、作品を一部始終しっかりと見てから訪れる傾向にある⁹⁾。したがって、一部の熱狂的なファンが訪れるという非常に限定的な観光コンテンツとして機能しているにすぎない。また甲府市北部には昇仙峡という渓谷がある。この風光明媚な観光地には修学旅行生や大きいナップザックを背負った少数集団の外国人も含めて多くの観光客が来ている。観光客に合わせた路線バスの運行があるが、その知名度のせいか実際に夏休みの観光シーズンに現地を訪れても常に観光客でごった返しているほどではない。

3.4 訪日ムスリム（イスラーム教徒）観光客への「おもてなし」について

先述したように、過去において中国人観光客を中心とした観光客層をあてにした結果、外交問題が起きた際に観光客が激減し、観光収入において打撃を受けた経験がある。そこで次に有力視されたのが、経済成長著しい東南アジアの国々からの観光客である。図5で示したように、タイ、インドネシア、ベトナム、シンガポール、マレーシア

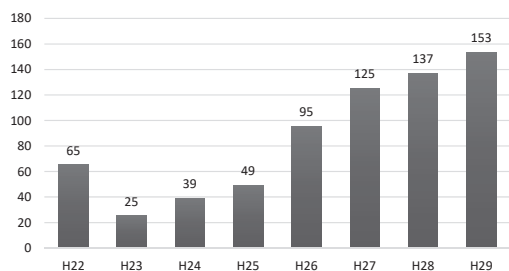


図4 山梨県の外国人延べ宿泊数の推移

(出典：山梨県『平成29年山梨県観光入込客統計調査』を基に小村明子作成)

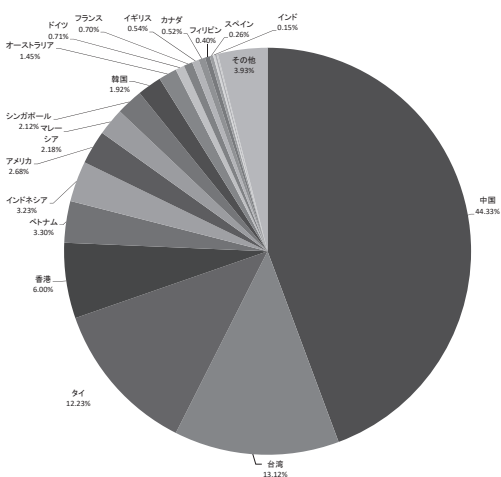


図5 平成29年山梨県の外国人延べ宿泊数の割合

(出典：観光庁『H29年観光庁宿泊旅行統計調査』を基に小村明子作成)

といった東南アジアの国々から観光客が訪れている。

当然のことながら、中国、台湾、タイ、香港からの訪日観光客は、日本と似通った文化である。それ故に日本での観光をそのまま楽しんでもらえるので、あえて彼らの文化に気を遣う様相は見られない。近年訪日数が増加傾向にあるインドネシア人やマレーシア人の場合、華人は似た文化圏であるのでさほど問題にはならないが、ムスリムの場合はそうはいかなくなる。イスラームは文化であり宗教である。彼らの信条であり、彼らの言動の根底を掌るので世界中のどこへ行くがいつでもムスリムとしての義務（礼拝、ムスリムとしての言動など）を守らねばならない。特にムスリムの食事においては彼らの厳格性を問わず、宗教教義であることからムスリム観光客を受け入れる側が気を遣わねばならない。実際に2012年頃から訪日ムスリム観光客への「おもてなし」と称して、イスラーム的な環境整備が全国的に展開されている。例えばムサッラーと呼ばれる簡易礼拝室の設置、豚由来の食品やアルコールの摂取がイスラームの教義上許されていないために、ムスリムが安心安全に飲食できる食事を提供する動きが出てきている。いわゆるハラール（マスメディアや日本での一般的な表記では「ハラール¹⁰⁾」対応の食事を提供するレストランの開店、あるいは土産物を開発して売る動きである。

富士山・河口湖周辺において訪日ムスリム観光客は中国人と比べるとそれほど的人数が来ていないにもかかわらず、ムスリム観光客へのおもてなしを積極的にアピールしたサービスが展開されている特異な例を見ることができる。例えば、シャリアホテル¹¹⁾と命名された、ムスリム観光客へのおもてなしに特化した宿泊施設が開設されていることである。ただし、このホテルはムスリム専用の宿泊施設というのではなく誰でも宿泊できるようになっている。このホテルのことを紹介した2016年7月21日付けの山梨日日新聞によれば、県がインドネシアやマレーシアなどからの観光客

招致に力を入れており、ムスリムの来県が増えていることから、地元の業者が空き家を改装して専用の礼拝室を設置し、ハラール食を提供するホテルにしてムスリムの受け入れに特化したという¹²⁾。

ハラールレストランに関していえば、フィールドワーク時に確認できた限りでは河口湖周辺の2か所のみである。この時は、ハラール食を提供できることを記したハラールマークを掲げたカレー店2店舗を確認することができた。だがこれが意味することは、ハラールの日本食を求めるとなるとムスリムが妥協することを迫られることになるということである。

このハラール食に関していえば、2018年9月5日付けの山梨日日新聞に、富士吉田市の高校生たちがこの地域の名物である「吉田のうどん」をハラール対応した味噌や醤油を用いてムスリムに味わってもらうことができるように考案した記事が掲載されていた。また同記事には、ムスリム観光客がレトルト食品で食事を済ますことを知って企画されたことで、富士吉田市内の食品店でハラール対応の吉田のうどんを販売してムスリム観光客招致をねらうとも述べられている。こうしたムスリム観光客に安心安全に食べてもらうための取り組みは、まずは異文化を知って理解することから始まるために観光地域として異文化に取り組む姿を垣間見ることができる。

4. 考察

4.1 訪日観光客全般についての考察

以上の訪日観光客受け入れの現状に基づいてまずは訪日観光客全般について考察をする。山梨県における外国人観光客は香港や台湾を含めなくとも中国からの観光客が最も多い。ただし、かつて中国人観光客に期待を寄せた結果、外交問題が起きた時に観光地としての打撃を受けた。その教訓を生かして、他地域からの訪日観光客についても積極的に招致アピールを行っている。実際に山梨

では2017年に、台湾、インドネシア、ベトナムの3か国に知事のトップセールスをかけている¹³⁾。

訪日観光客を招致するのに最大の問題点は、言語と文化の違いである。世界共通言語である英語だけでは対応しきれない。訪日観光客すべてが英語を理解するとは限らないので、観光客数の上位を占める国の言語で対応することになる。英語、中国語での表記はいうまでもなく、地域によっては例えばタイ語など他言語で観光案内表記がされているところもある。

言語表記についてはさほど問題はない。ところが、問題は文化や生活習慣の違いからくるものである。例えばトイレの使用方法が明記されているのは、これまでに洋式トイレを使用したことがない観光客がいたからである。ただ使用方法を知らないだけならその方法を提示すればよい。事実、日本各地のターミナル駅や観光地の公衆トイレ内では使用方法を示すマークが貼られるようになった。しかしながら問題は山積している。路上にごみを捨てる行為や公共交通機関内での迷惑行為など注意喚起をしても、マナーやモラルに関する問題はそう容易に解決できるものではない。例えば富士山では一時期ゴミ問題で世界遺産に認定されなかったことがあった。だが、行政や市民らによる地道な努力で少しずつゴミの投げ捨てがなくなっているという¹⁴⁾。

富士河口湖町および富士吉田市にて国籍や文化の違いによって観光における対策をとっているのか尋ねてみたところ、国籍や文化の違いによる対策はないと述べる。ネガティブなコメントを彼らからもらうにしても、Wi-Fiが繋がらない、英語表記がまだ十分でない、という主にインフラや言語に対することである。ただしマナーの問題は別である。日本人外国人問わず、そこですべき所作を知らなかった、それだけでマナーが悪いとされることがある。

このマナーの問題に関することで、集団で来る外国人観光客の場合、受け入れ側が様々な配慮を

せざるを得ないときがある。というのは集団の場合どうしても目立ってしまうこともあり、訪日外国人に対して快く思わない日本人観光客や地域住民もいるため、マナーやモラルの相違が摩擦を生んでしまうからである。例えば温泉宿では、外国人観光客が他人に肌を露出することを拒む傾向があるのを考慮してか、個室露天風呂を設置する宿が増えてきている。ただし個人露天風呂を含む温泉施設は訪日観光客だけでなく、日本人観光客も地域に住む住民も利用する施設である。したがってマナーやモラルがしっかり守られていない場合、施設の利用者同士が衝突する場合がある。施設運営者にとってはどちらも「お客様」である。したがってどちらに優越をつけることもできない。そこで事前に、外国人団体客が宿泊する部屋を日本人観光客の部屋と完全に離すなど宿泊施設側も様々に対応しているのである。

こうしたマナーやモラルに関する問題は、日本人同士でも起きていることであるので異文化理解とはおおよそ関係ないとみなされやすい。だが訪日観光客が相手であると、外国人だからマナーが悪いという感情が先走ってしまう傾向にあることがいえる。したがって受け入れ側が冷静に判断して対策を講じるためにも、予め相手の国や地域の所作を学ばなければならなくなるのである。

ただこうした衝突を未然に防ぐためにも送り出し側でも日本社会や日本文化に対する理解が必要となってくる。外国人観光客の場合、施設の元来の目的を無視して自分勝手な言い分でネガティブなコメントをインターネットのサイトに書いてしまい揉め事に発展する場合もある。例えば和歌山県にある高野山のある宿坊における、外国人観光客がインターネットに投稿したネガティブなコメントに対して侮辱した返信コメントを出した仏教僧についての記事が掲載されていた¹⁵⁾。高野山は真言密教僧の修業の場であり聖地である。2004年に世界遺産に登録されたこと、密教の修業を体験できることもあり、近年では欧米系を中心に外国人観光客が多数訪れるようになった¹⁶⁾。そこ

で、彼らを宿坊での宿泊体験に積極的に受け入れるようになった。しかしながら、宿坊は元来修行僧や参拝者のためにある。そのことを予め外国人観光客が理解していないために問題が起きる。宗教聖地に赴くときは、その宗教文化への知識と理解が必要である。

なお同様のことは山梨県内にある日蓮宗総本山の身延山でもおこりえるのではないだろうか。身延山の場合、一部の関係者は訪日観光客の受け入れを歓迎しているが、仏教の聖地でもあるので檀家だけで十分やっていくことが出来ると考える関係者もいる。したがって現状では訪日観光客はそれほど積極的に受け入れられていないという¹⁷⁾。だが積極的な受け入れは、単に日本的なものを見て楽しく快適な休日を過ごすことを目的としている観光客との間ではかえって揉め事になることもある¹⁸⁾。

富士山も例外ではない。富士山は山岳信仰や修験道などの聖地でもある。修験道の行者であった長谷川角行(1541~1646)によって富士講¹⁹⁾とよばれる富士への信仰登山が生まれた。江戸時代には富士講の人氣が高まって集団で麓から山頂まで登山(登拝)するようになった。富士講は今でも存在する。富士山の麓に点在する浅間神社は講による登山者たちが登山の安全を祈願した後神社裏手の登山道から富士山に入って行く登山の起点にあたる。富士吉田市内にある北口本宮富士浅間神社もその一つである。同神社のホームページには「富士が抱える問題」として富士山は神霊の鎮る神体山である一方で、一般登山者にも開放されている稀有な山であり富士山を世界に誇ることのできる山にするためにも、敬意を持つこと、ゴミを持ち帰ること、自然を大切にすることが注記されている²⁰⁾。富士吉田市産業観光部富士山課への聞き取りの時も担当官は、なぜ日本人が古くから富士山を信仰の山として崇めながら登っていくのかそれを理解してから登ってほしいが、訪日外国人観光客に伝えづらいのが現状であると述べていた。

日本文化や伝統行事などの歴史的背景を知るとは、訪日観光客にとっても日本での観光を興味深いものにするだろう。だが現状ではそこまでの知識も理解も得られていない。だからこそ、聖地におけるマナーに関する揉め事がおきるのだろう。これは、いいかえれば、受け入れ側だけの問題でなく送り出し側の理解不足にも問題があることになる。したがって、文化および生活習慣に対する相互理解が必要となってくるのである。

4.2 訪日ムスリム観光客についての考察

山梨県内の訪日外国人観光客数の中で一番多いのは中国、次いで台湾、タイ、香港とつづいている。これまで見てきたように、自治体ではマナーに関する問題で様々な対策を講じていても、国籍や文化の違いで何かをするというわけではない。だがなぜあえてムスリム観光客に限定しておもてなし対応をする施設があるのだろうか。

先述したように、訪日ムスリム観光客については、イスラームの宗教教義そのものが関わってくるため、受け入れ側が宗教文化理解を求められることになる。一時期、観光業などムスリムを相手にしたビジネスに携わる業者や関係者には、ムスリムに対して配慮に欠く言動の遠因となる考えを持ち、発言する者もいた（小村 2015: 109）。だが現在ではムスリム観光客を受け入れるためにハラール認証を受けた食材を使用して食事を提供するレストランや宿泊施設の開設が日本各地の観光地でみられるようになった。その理由はムスリム観光客の増加と、彼らへのおもてなしが地域経済の活性化につながると見込んでのことであった。事実、東京都台東区では乱立するハラール認証団体あるいはコンサル会社の中で、区が認めたハラールマークを使用しているレストランや宿泊施設を台東区発行のムスリム観光客向け情報マップに掲載している。

ムスリムの場合はイスラームの教義だけでなく、彼らの生活習慣から制約を受けることが多い。例えば温泉施設の場合、ムスリムは自分と同性に対

しても肌を露出することを避ける傾向にある。故に個室温泉風呂を完備している宿泊施設はムスリム観光客にも安心して奨めることができる。ただし問題は食事である。富士山・河口湖周辺の観光地や宿泊施設に限らず、石和温泉などの一部の観光地にある宿泊施設やレストランでも事前に連絡すれば少人数に限ってではあるが、ハラール対応の食事を提供できるところもある。しかしながら完全にハラール食ではない。というのも食事を提供するに当たってハラールであることをうたうには、アルコール類や豚肉・豚脂などの豚由来の食材を全く扱っていない清浄な状態の調理場においてムスリムによって屠ちくされた肉を使用し、ムスリムによって調理され、料理を盛り付ける食器もアルコールや豚由来のものに触れていないものを使用することになる。ムスリム観光客を受け入れる側にとってハラールであることをうたうには、非常に手間暇のかかることである。故に、完全なハラールを求めるムスリム観光客が施設やレストランを利用した場合、顧客であるムスリム側に妥協を求めてもらうことになる。結果として、宿泊施設やレストランはハラール食の提供が困難とみなしてしまう上に、ムスリムが来た場合その対応に苦慮して受け入れを断わることになる。現にムスリムを山梨県内に招待する際に県内の様々な宿泊施設に問い合わせたことがあるのだが、中には「みなさんと同じ物を食べて欲しい」とやんわりと断られてしまったときもある。富士山・河口湖調査に同行して頂いた日本人ムスリムによれば、旅先の宿泊施設でムスリムであるのでハラール食の提供ができるかと聞くと理解が得られず、結果として病気を理由にして肉を抜いてもらう程度のことしかできないという。

またムスリム観光客へのおもてなしの一つとして、日本各地の空港やターミナル駅、あるいは観光施設において、ムサッラーと呼ばれている簡易礼拝室が設置されるようになってきた。簡易礼拝室の設置は非ムスリムの異文化理解の程度を如実に表している。というのも、部屋の設置において

ハラール食ほど気を配るものでもなく一度設置さえすれば維持も楽だからである。設備として、マッカ（メッカ）の方角を示したキブラの掲示、礼拝用の絨毯、礼拝の前に手足顔を水で清めること（ウドゥ）を行うための洗面設備、男女分かれて礼拝するための仕切りが必要である。空間さえあればこれだけの設備でムスリム観光客へのおもてなしが出来るために、簡易礼拝室は日本各地の空港や駅、観光施設で設置されるようになったのである。だが、こうした簡易礼拝室もムスリム側の視点から見れば課題を抱えている。

実はこうした施設はいわゆる「一見さん」と呼ばれる訪日ムスリム観光客だけが利用するわけではない。日本全国に住む滞日外国人やその家族、そして日本人ムスリムも利用する。例えば、日本人ムスリムが駅や公共施設に設置されている簡易礼拝室を利用する場合、パスポートの提示を求める施設があるという。最終的には免許証など他の身分証明書を提示することで礼拝室の使用が認められるのだが、場所によっては日本人が使用することは想定外であり、かつ前例がないとのことを言われることがある。そこで施設管理責任者への確認作業に手間取られることとなり、利用者が呆れるほどの利用許可のやりとりが度々起こるといふ²¹⁾。また開室時間も問題となる。都内のターミナル駅に設置された簡易礼拝室は、店舗の中にあるために曜日によっては朝8時30分から17時までと開室時間を設けているところがある。この開室時間は利用者側にとっては不便となる。イスラームの礼拝時間は太陽の位置で決まってくる。故に17時以降も開室していないと夏場には太陽が沈んだ後の礼拝が出来ず、地域の人はおろか観光客でさえも利用できないことになるからである²²⁾。

利用者にとって便宜を図ったはずのおもてなし対策は、訪日観光客対応をしているようで実は異文化に対して何も理解していない状況がわかる。非ムスリムで構成されているコンサル会社からいわれるがまま設置したか、あるいは設置側の都合

だけを考えたうわべだけのおもてなし対応であるといえよう。こうした試みは対象者が訪日観光客という一時的な滞在者であることもあって、観光業関係者が日本人や滞日外国人とその家族を利用想定外にしていることが問題の発端となるのである。

ただし、同様の問題はハラール食にもいえることである。食品や調理場などのハラール性を維持するためには定期的に認証機関によるチェックを受けなければならない。それ故にハラール食に対応できても維持に費用がかかること、コンサル会社を利用すれば多額のコンサル料を請求されることもある。結果として儲からない、あるいは採算の合わないビジネスとして倦厭されることになる。

最後に地域創生における訪日観光客に対する取り組みの中で、幾つかの成功例を挙げようと思う。北海道の新千歳空港に隣接するショッピングモールレラ内には地元の日本人ムスリムの協力を得て設置された簡易礼拝室がある。観光客だけでなく地元在住のムスリムも使うからこそ、使いやすいものになっていることがいえる。また先述したように、台東区ではハラールレストランマップを作って情報を公開している。マップの情報掲載においては、台東区で認めているハラールマークを使用しているレストランに限るようにしている。情報を取捨選択することによって良質なおもてなしを提供できるよう努めているといえよう。

そもそも訪日観光客を対象にした地域創生は、地域にどれだけお金を落としてもらうことができるのか前提条件となる。そのためにはどこの国からどの観光地に観光客が集まるのか、徹底した分析を重ねることが必要である。山梨県の場合、香港と台湾を含めると中国人観光客は5割以上となる。しかしながら過去の教訓を考えて、ベトナムやインドネシアなど他国からの観光客誘致も行っている。これに関していえば、平成29年のインドネシアおよびマレーシアからの観光客を合算してもその数値は、訪日観光客数全体の5%未満である。ではなぜあえてムスリム観光客へのお

もてなしに対応しようと試みるのか。将来インドネシアやマレーシアから大勢の観光客がくるという目算での対応であるのか。先述した「吉田のうどん」は、高校生たちの異文化理解という視点では非常に有効である。富士河口湖町観光課でのインタビューの中でも、海外での宿泊施設の事例を指摘した上でムスリム対応を顕著にすると、かえって客足が遠のくことになるという。何故ならムスリム専用とみなされて非ムスリムが利用しづらくなるからである。

ムスリム観光客への対応策は、地域社会あるいは地域住民による地域創生における異文化理解の状況を垣間見ることになるが同時に、地域社会経済の活性化に役立つのか疑問が残る。

5. おわりに

日本全国的に地域創生対策の一つとして観光における地域活性化対策が行われている。だが訪日観光客への取り組みにおいては課題が山積している。訪日観光客は自分の文化や生活習慣をそのまま日本に持ち込んでくるからである。したがって、彼らを積極的に受け入れて歓待することは彼らの持つ文化や生活習慣を知らなければならないことになる。ただ実際には外国人観光客側も異文化にいることを理解していない実情がある。マナーやモラルの点で問題が起きているからである。また日本の文化や習慣を知らないが故に自ずとトラブルを発生させてしまっているからである。それ故に訪日観光客に対してもいかに日本の生活習慣に理解を示して行動してもらうことができるのかが課題となっている。つまり、送り出す側にもそのための注意喚起が課題となっているのである。それには受け入れ側も送り出し側もそれぞれの文化や習慣に対する相互理解が必要となってくるのである。

またムスリム観光客も同様に異文化をそのまま日本にもたす。ただしその本質が異なる。イスラームは文化であるが同時に宗教である。ムスリ

ムは、いつでもどこでもムスリムとしての立ち居振る舞いが求められている。ただし山梨県内において相変わらず中国人観光客が多いことを考えると、近年ムスリム観光客へのおもてなしにおける取り組みはムスリム観光客に特化することで、インバウンド分野における新規ビジネスへと発展させる試みでもあると考えることができるだろう。

実際に山梨県内における観光スポットを巡ってわかったことは、様々なインバウンド対策が行われていることである。そのうちの一つが言語である。複数言語を案内看板に表記することによって、観光案内をわかりやすくしている。また過去において中国人観光客に依存した結果、外交問題に発展した際に観光客が激減して地域の観光経済が大打撃をこうむった経験を持っていることから、県としても様々なアジアの国や地域にトップセールスをかけて、観光客招致に取り組んでいる。またマナーやモラルに関する問題については日本人も外国人もないのは当然のことであるが、宿泊施設では事前対策として外国人と日本人それぞれの観光客を鉢合わせしないようにする取り組みが行われている。

ただしこうした様々な訪日観光客対策が行われている一方で、わからないことがある。山梨県としては県内全域の観光地活性化を目指している。しかしながら、これまで述べたように県内で地域差が出ている。富士・東部地域が突出しているのは、富士山と富士五湖という世界的に有名な観光地を抱えているからであるのは否めない。ただ他の圏域にも風光明媚な観光スポットはいくらでもある。また豊かな自然があるので、アイデアを出せば有効活用ができるはずである。さらには、かつての清里がわざわざ都心から多くの観光客がきて賑わいを見せていた時を考えると、単に交通の利便性だけの問題でもない。それにも関わらず、なぜ差が出てしまっているのか。それは今後の研究課題である。

地域振興におけるこうした受け入れ側の積極的な試みにおいては、受け入れ側だけの姿勢のみが

問われることではない。送り出し側の理解もまた求められる必要がある。そうでないと訪日観光客受け入れに消極的である姿勢をとる者が出るか、あるいは積極的に彼らを受け入れたとしても何かあった時に揉め事に発展する可能性がある。送り出し側への理解をどのようにして求めるのか、今後の動きを見ていきたい。

注

- 1) 5つの基本目標とは、地域に根差した新たな雇用創生、人材育成、旅行者や移住者などの人の流れに伴う地域経済の活性化、出産育児に優しい環境づくり、自然災害対策や生涯健康で暮らせる生活環境対策など将来にわたる活力ある地域創生、のことである。
- 2) 日本政府観光局によるこの調査は、2016年4月から8月にかけて行われた。調査対象地は、兵庫県豊岡市、徳島県三好市、北海道函館市、山梨県富士吉田市、山梨県富士河口湖町の5市町である。同調査報告書では、インバウンドに関する取り組み状況、インバウンドに取り組んでいる民間事業者への調査、海外消費者へのアンケート調査およびフォーカスグループインタビュー、海外の旅行会社へのインタビュー結果をまとめている。
- 3) 「観光入込客」とは、観光庁の定義によれば、日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在で報酬を得ることを目的としない者のことである。また同報告書は、山梨県観光部によれば観光庁「宿泊旅行統計調査」のデータを基にしている。
- 4) 富士吉田市産業観光部では、「富士山課」と命名して観光対策を行っている。
- 5) (山梨県 2018: 16, 26-28)。なお同報告書によれば、県内宿泊者数値は観光庁「宿泊旅行統計調査」の集計値を基に、回答宿泊施設における従業員数規模ごとの平均値を算出し、小圏域ごとに調査対象施設数に乗じるなどによる推計値である。また観光庁の統計では、観光入込客総数に対する訪日観光客数の正確な数値は出ていない。
- 6) 2018年11月19日富士河口湖町観光課への聞き取り調査による。
- 7) 富士河口湖町は小佐野町長時代（在職期間：1988年～2000年の計4期）に観光立町として町づくりを行った。富士河口湖町観光課によれば、それまで民宿を中心にした家族向けサービスを転換して、女性を集客するために様々な観光施設を作ったという。
- 8) 日本政府観光局（JNTO）による報道発表資料（2018年11月29日取得、https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/130125_monthly.pdf）。
- 9) これに関して、埼玉県久喜市にある鷲宮神社がアニメ聖地巡礼の原点として有名である。アニメ「らき☆すた」のオープニング画像に鷲宮神社の入り口が背景に使用されている。なお、神社はアニメとタイアップしているわけではない。神社近隣の商店街が町おこしのために利用したのである。また毎年9月の秋祭りには「らき☆すた神輿」が出て街中を練り歩く。
- 10) ハラル対応の食材を扱って調理していることを示したマークのことをハラルマークと呼び、通常アラビア文字「حلال」をマークの印として表記する。非アラビア語圏のレストランやファストフード店、外国人対応の店舗などでは「HALAL」という表記のみどころもある。インドネシアやマレーシアでも「HALAL」と表記され、そのままアルファベット読みで「ハラル」と発音されている。しかしながら、アラビア語ではحلالと表記され「ハラル」と発音される。日本の観光業関係者が日本語表記にする際に東南アジアで使用されている、アルファベット読みをそのまま使用した結果である。
- 11) シャリア（シャリーア）とは、イスラーム法のことである。またシャリアホテルとは、イスラーム法に基づいてサービスを行い、ムスリムが安心して宿泊できるホテルということになる。経営者は日本人であり、従業員も非ムスリムの日本人たちである。
- 12) 実際に日本人ムスリムを伴ってこの施設に宿泊した。専用の簡易礼拝室のみならずハラル対応の朝食が提供された時には、同行した日本人ムスリムは感激していた。
- 13) なお、知事のトップセールスには観光招致だけでなく、県内の生産品に対する輸出促進もアピールしている。例えば、山梨県はマレーシアのクアラルンプールに、山梨県が生産物を販売するアンテナショップを2016年にオープンしている。またこうした動きは県だけではない。2017年11月22日

付け山梨日日新聞には、県内の菓子製造販売会社がインドネシアに初出店する記事が掲載されている。企業も積極的に生産加工物を海外に売り出している。

- 14) 富士吉田市産業観光部富士山課によれば、一時期一人あたりゴミ 2,3 袋が満杯になるほどゴミが大量に出ていたのが、近年では満杯になることがなくなったという。海外ではゴミを道端に捨てるのが当然の地域がある。そこでなぜ道端にごみを捨ててはいけないのか、なぜゴミを持ち帰るのかを周知させることを地道に行ってきた結果である。
- 15) 2018年7月27日付けの英紙「ガーディアン」(The Guardian 'Even monks get impatient': Buddhist priest sorry for anger at tourist reviews) による。(2018年11月16日取得、<https://www.theguardian.com/world/2018/jul/27/even-monks-get-impatient-buddhist-priest-sorry-for-anger-at-tourist-reviews>)。
- 16) 2017年5月12日付けの日本経済新聞によれば、高野山での海外からの宿泊者は2013年からの3年で3倍に達しているという。
- 17) 2018年11月9日山梨県観光部の担当官への聞き取りによる。
- 18) これに関して、平田真幸(2006)は日本への外国人誘致活動では、日本観光の魅力を発信するだけでなく、日本について何を知っているのか、何がしたいのか、など外国マーケットの調査とその結果分析もまた必要であることと述べている(平田2006:196)。
- 19) 富士講の「講」について、北口本宮富士浅間神社のホームページによれば、多く2種類に分けられる。一つは同一の信仰を持った講員の集団で構成員が一定しているものであり、もう一つは先導的指導者を中心に構成員を募り、定められた期間内に全員が目的を達成するというものである。(2018年11月23日取得、<http://www.sengenjinja.jp/fuji/index.html>)。
- 20) 同ホームページには、登山道だけでなく周辺地域においても様々なものが不法投棄され、多くの団体による清掃活動が行われていることを述べている。(2018年11月23日取得、<http://www.sengenjinja.jp/fuji/index.html>)。
- 21) 2017年9月7日30代の日本人ムスリムへの聞き取

りによる。

- 22) これ以外にも、ウドウの時に使用する水が冷水のみで、冬場には冷たすぎて手を洗うこともできないところが多くある。また30代の日本人ムスリムから聞いた話であるが、礼拝室は常に清潔でなければならぬが、施設の関係上水洗場と礼拝場が密接すぎるために礼拝室が湿気で不快感を誘うところもあるという。

引用および参考文献

- 浦達雄, 1978, 「甲府市湯村における温泉観光地の形成過程」『地域研究』19(2)。
- 観光庁, 2018, 『観光庁宿泊旅行統計調査 平成29年1月～12月分(年の確定値)』, (2018年11月27日取得, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>)。
- 小村明子, 2015, 『日本とイスラームが会おうとき——その歴史と可能性』現代書館。
- 内藤嘉昭, 2002, 『富士北麓観光開発史研究』学文社。
- 日本政府観光局(JNTO)インバウンド戦略部 調査・コンサルティンググループ(編), 2016, 『訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて——調査結果のまとめと考察』, (2018年10月26日取得, <https://action.jnto.go.jp/wp-content/uploads/2017/12/訪日外国人旅行者の消費動向とニーズについて.pdf>)。
- 久繁哲之助, 2010, 『地域再生の罫』筑摩書房。
- 平田真幸, 2006, 『国際観光マーケティングの理論と実践——日本の異文化理解とアイデンティティ追及への挑戦』財団法人国際観光サービスセンター。
- 本宮北口富士浅間神社, 2018, 本宮北口富士浅間神社ホームページ, (2018年11月23日取得, <http://www.sengenjinja.jp/fujikou/index.html>)。
- 増田寛也編, 2014, 『地方消滅』中央公論社。
- 山下祐介, 2014, 『地方消滅の罫』筑摩書房。
- 山梨県, 2015, 「山梨県まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成30年3月改訂版)」(2018年11月2日取得, <http://www.pref.yamanashi.jp/c-jinko/documents/sougousenryakusakutei.pdf>)。
- , 2018, 「H29年山梨県観光入込客統計調査報告書」, (2018年10月28日取得, <http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/documents/h29houkoku.pdf>)。