

地域観光プランニングの視点とコロナ禍をふまえた持続可能な観光のり・デザイン

川原 晋

KAWAHARA Susumu

東京都立大学 都市環境学部 観光科学科 教授、博士（工学）(ssm.kawahara@me.com)

Tokyo Metropolitan University, Professor

本稿では、はじめに、持続可能な観光地形成小委員会やその前身の小委員会の研究成果として、コロナ禍前から持続可能な観光や観光まちづくりの具体的方法の体系化を目指して先進事例から学び整理してきた「地域観光プランニング」の概要を紹介する。次に、コロナ禍で顕在化している日常圏での余暇と非日常圏におけるレクリエーションとして定義されてきた観光とがボーダレス化している状況を俯瞰する。これらを踏まえ、ポストコロナに向けた持続可能な観光の具体的な像を議論する論点を提示する。

地域観光プランニング、持続可能な観光、フロートビジョン、マイクロツーリズム、ワーケーション

1. はじめに

日本において、コロナ禍が起こるまでのインバウンド（訪日外国人旅行）バブルにおいてオーバーツーリズムが言われるようになった状況や、コロナ禍で全世界的に移動を制限されることによる観光産業の大打撃から、持続可能な観光が改めて着目されている。しかし、持続可能な観光という考え方は、これらへの対処にとどまらない考え方である。建築学会に設置された観光系小委員会（後述）でも、観光まちづくりの視点から持続可能性を議論してきた。本稿では、そこに立ちもどりつつ、コロナ禍を通して萌芽している新たな観光や観光まちづくりの状況を整理したのち、持続可能な観光についての論点を提示したい。

持続可能な観光という考え方は、1992年国連リオ・サミットで採択されたアジェンダ21で提言された「持続可能な開発」に観光分野も準拠する流れと、マス・ツーリズムに対する問題意識をその範疇に取り込み、広まった考え方とされる（宮本2009）¹⁾。国連世界観光機関UNWTOは持続可能な観光を「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義し、また、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会国際基準(GSTC-D)およびこれに準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D、2020.06策定)」では、持続可能な観光を、A 持続可能なマネジメント/B 社会経済の持続可能性/C 文化的持続可能性/D 環境の持続可能性、という4つカテゴリでその指針を示している。紙面の都合上、これらに詳しくは触れないが、これらを踏まえつつ小委員会の活動を紹介する。

2. 小委員会による持続可能な観光へのアプローチ

2.1 コロナ禍前に検討してきた「地域観光プランニング」

日本建築学会 都市計画委員会の下にある現在の「持続可能な観光地形成小委員会」の前身にあたる「観光と地域プランニング小委員会(2013-2016年度)」、「地域観光プランニング小委員会(2017-2020年度)」では、持続可能な観光について、観光ビジネスとしての持続性と、地域まちづくりとしての持続性を意識して進めてきた。それは、計画の目的設定から実現手段としての規制・誘導や事業といった手法や手続きが、政策や制度と強く関係づけられて進められてきた都市計画やまちづくり分野の計画手法と、観光ビジネスとして培われてきた誘客やイベント、ホスピタリティ、ブランディングの手法との融合をめざすものでもある。本小委員会では、こうした「観光まちづくり」を進めるための政策から現場の手法までを結びつける計画技術を「地域観光プランニング」と呼び、国際基準(GSTC-D)のように達成すべき目標を示すだけでなく、実現させていくためのプロセスデザインや具体的手法を調査・蓄積してきた。

2.2 観光を手段とする地域振興の視点からの持続性

とくに、小委員会では、観光を手段として地域振興やまちづくりを進める観点から観光や地域の持続可能性を考えると、観光対象となる地域の環境やコミュニティへの配慮をすることだけではないこと、それを行うためにも、地域資源ホルダーとのコミュニケーションを大事にし、誘客できる環境を整備し、観光ビジネスとしても継続できる形とマネジメントできる体制や仕組みづくり等の重要性を意識してきた。日本版持続可能なガイドラインで言えば、特にA 持続可能なマネジメント/B 社会経済の持続可能性、に該当する部分である。

図1は、「地域観光プランニング」のプロセスモデルである。民間事業者の営利事業としての発想やスピード感と、公共が観光に取り組む公共性、公益性の担保を両立させながら、観光まちづくりを進めていくことを考えた

時の進め方である。また、計画を作っても具体的なアクションが生まれないとか、担い手がないということにならないようにするために、単に地域の資源や課題の把握を列記したり、ビジョンやコンセプトを提示したりするだけでなく、具体的な事業形成や行動につなげることを意識したら、何が要点となるのかを、先進事例を分析しつつ整理したものである。本稿では大枠を紹介する。個々の手法・アクションについては別の形で公表したい。

2.3. 持続可能な観光への4つの重要なアプローチ

小委員会が重視する上記の視点に基づく持続可能な観光へのアプローチとして、大きく4つの視点を持っている(図中A、B、C、D)。まず、取り組みの初動期では、ぶれてはいけない「プロジェクト推進の基盤となるビジョンとチームをつくること(A)」、その後は、その「ビジョンを着実かつ迅速に実行する事業と、継続的な運営の仕組みをつくること(B)」が、重要と考えている。その一連のプロセス(フェーズ①から⑤)のなかで、肝要となるのが、フェーズ③の官・民・地域が共有できる「フロートビジョン」の立案である。このフロートビジョン³⁾の策定から具体的事業の実現、運営まで、観光まちづくりに一貫して関わる、あるいは今後関わってほしい核となる人や主体と共有する一気通貫型のチームビルディング

や多主体連携のプラットフォームをつくる等のC.チームビルディングのメソッドも合わせて重要である。また、観光地域づくりに公共・公益性を担保し継続性を持たせるためのD.公民連携を支える行政主導の取り組みも欠かせない。

2.4 公・民・地域で共有するフロートビジョン

従来の行政の策定するビジョン(基本構想や基本計画など)の作り方が、観光まちづくり/観光地域づくりという分野を推進するにあたり、うまく行かない一般的な状況は、次のようなことがある。

- ・ 観光に必要な、人を惹きつける魅力の議論や目標像より、地域課題の議論が先行してしまう。
- ・ 観光に必要な魅力的な場やコンテンツづくりより、マネジメントや組織の話が先行してしまう。
- ・ 観光は、ビジョンを実現する事業や運営管理の主体が行政のみでは完結しない分野であるが、観光ビジネス側の主体が見えないままビジョンが策定されてしまうことが多い。
- ・ 公民連携の一般的課題として、行政と民間で投資意思決定の論理や時間感覚の乖離があり、連携へのリスクを感じ、相互に一步踏み出す覚悟の不足が課題となる。

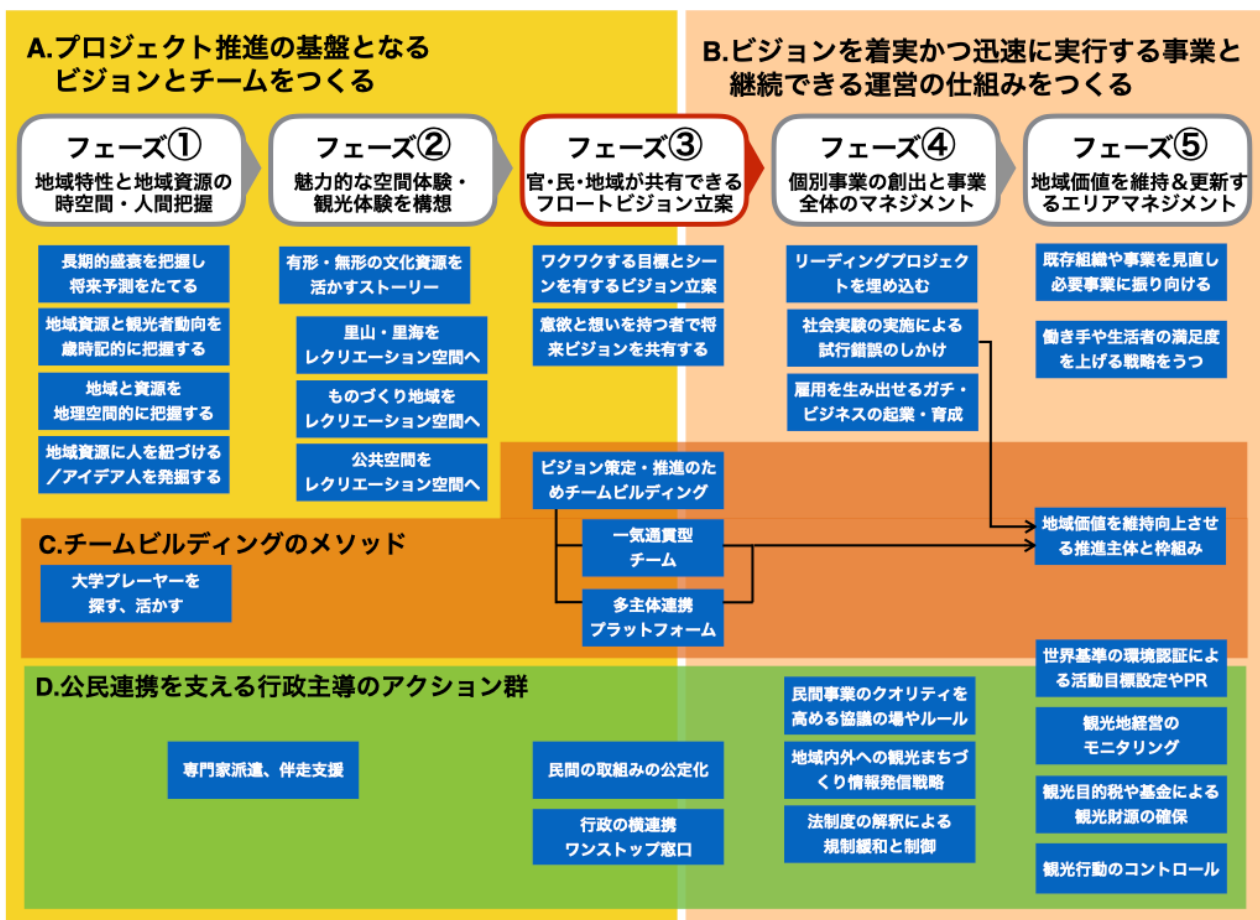


図1 地域観光プランニングのアプローチ(5フェーズ、30アクション) ※ 小委員会の議論をもとに筆者が作成

フロート・ビジョン（フェーズ3）は、こうした課題を踏まえて、公民連携で同じ目標や進め方を共有していくためのビジョンの形である。右肩上がりの時代のように、行政がビジョンを策定しても自動的に予算と民間投資がついてくるのがまれな現在においては、良い民間事業者の参画が事業の成否を分ける。そこで、地域・エリアのポテンシャルをフロートビジョンとして可視化し、投資に対する興味を持ってもらうことが不可欠である。一般的に行政と民間では異なる事業推進の論理を理解し合った上で、まずは、必ずしも行政計画に位置づけないことにして、尖った提案を許容し、空間イメージや活動イメージを豊かに表現してみる。これを、施策の将来ビジョンとして公民で一緒につくる。行政計画に位置づけることを棚上げにしたまま、ふわっと浮かせるので、名付けて「フロートビジョン」である。

これは、計画がないとリスクを負って民間事業が始められない、担い手がないと計画が描けないといった卵と鶏の関係乗り越えるための、公民による将来目標の共有の方法である。また、行政の複数の分野、部署による言葉だけが並ぶ抽象的な表現の既存計画が複数あるなかで、コンフリクトを起こすことなく、エリアの価値を可視化することにも有効だと考える⁴⁾。

2.5. プロジェクト推進の基盤となるビジョンとチーム

このフロートビジョンの策定に向かって、プロジェクト推進の基盤となるビジョンとチームをつくるための調査や担い手探しをするのがフェーズ①「地域特性と地域資源の時空間・人間把握」である。観光分野の計画の基本として観光活用をする地域資源をリストアップする作業を行うが、その地域資源の保全や活用に興味のある人を同時に探し出すことを重視している。また観光行動を意識したエリア設定や、観光の季節性を考慮して1ヶ月単位で地域資源や地域コミュニティ、観光者の動向を掴む整理の仕方が観光分野の計画には必要な整理である。

フェーズ②は、「魅力的な空間体験・観光体験を構想する」作業である。有形・無形の地域資源を活かすかたちを、まずは、魅力的な空間・景観における魅力的な活動のあるシーンとして想像したい。一方で、地域資源を地質、地形から都市形成史、産業・文化の蓄積（レイヤー）とつなげながら伝えるストーリーを編むことを通して、地域・エリアの価値を導きたい。里山や産業集積の場、公共空間といった場を観光・リクリエーションの場にすわるわくわくするビジョンを描きたい。

地域課題については、こうしたビジョンの実現にあたって乗り越えるべきものを着目すれば良い。すべての地域課題を解くことを当初から観光まちづくりに背負わせようとすると、つまらないものとなり、観光を手段とするまちづくりがそもそもできなくなる。

2.6. ビジョンを実行する事業と継続的地域運営の仕組み

持続可能な観光のために本小委員会が着目してきたのが、ビジョンを着実に実行する事業と、観光を活かした地域運営を継続できる仕組み（フェーズ4、5）である。これらは、フロートビジョンで定める「WHAT(何をやるのか)」「WHY(なぜやるのか)」に対して、「WHO(誰がやるのか)」「WHEN(いつやるのか)」「HOW(どのようにやるのか)」を具体化させるフェーズであるが、観光というとイベント造成やプロモーション、集客拠点開発に目が行きがちである。しかし、持続可能な観光地域の価値をつくっていくには、空間ストックのプランニングと、地域に雇用を生み出せる観光関連ビジネスのプランニングが肝要であることを先進事例は示している。前者は、絵になる景観や夜間景観、アクティビティを生み出す公共空間再編、その実現に向けた社会実験の導入など、都市計画等の地域計画分野の技術や経験に観光視点を加えることで実現していくものである。とくに公共空間整備や活用に向けた許認可、民地の誘導についてはいうまでもなく行政の果たす役割は大きく、観光課だけでない部署横断的連携が必要となる。自治体の観光行政のあり方も、短期的効果を狙ったイベントやプロモーションといったフローの取り組みだけでなく、消費されない観光価値を生むストック型の取り組みをめざしたい⁵⁾。後者は、新しい店やサービスを地域に継続的に生み出すには、個人が趣味的に満足すればよい「お友達ビジネス」的な店だけでなく、雇用を生み出し、地域の状況に合わせて次の展開を目指せる経営人材を育成することが必要となる。地域経済活性化支援機構 REVIC の観光産業支援ファンドは人材派遣支援を組み合わせ、経営人材育成の施策を持っているが、まだまだ成功事例は限られ、この分野における知見の蓄積はこれからである。

また、観光エリアにおける生活者／従業員の関わり方のプランニングもオーバー・ツーリズムを経験した今日一層着目される。生活者や従業員が観光の対象となる地域にどのように関わり、恩恵を受けるかを計画することが、観光で生きていくことのできる地域づくりにつながる。観光シーズンのみの季節非正規雇用から、安定した正規雇用とできるかという観光産業に昔から内在する課題も、一事業者だけで解決するのは難しくても、コロナ禍において他の繁忙期産業に従業員を向出させる事例など、地域全体で雇用をサポートする取り組みも見られた。また、硬いファン・常連をつくるためのコミュニケーションのプランニングも重要な計画対象である。災害後の観光地に、最初に戻ってくる客層は常連さんであると言われる。佐藤(2011)の調査によれば、物的資源よりも、主に「人との交流」「清潔さ」「おもてなし」「雰囲気良さ」といった資源をリピート層が高く支持していると、「(再訪には)経験としての人間的なつながりが重視されている」と分析もある。リピーターの獲得にとどまらず、観光を契機とした関係人口や移住への期待もある中で、ボランティアツーリズムなどによる長時間作業を伴う関

わり方のプランニングが、より重要になる可能性もある。また、地域ブランディングということが観光分野はよく言われるが、ブランドコンセプトを地域内に浸透させ、これに基づくビジネスを行うための地域内のコミュニケーション（インターナルブランディング）の方法は各地で試行錯誤の段階である。マーケティング分野の方法だけでなく、地域内の合意や総意形成を支援してきた地域計画分野の方法が、このコミュニケーションのプランニングにおいて活かせると考えている。

3. コロナ禍で生じた日常余暇圏と観光のボーダレス化

さて、ここからはコロナ禍で生じている、あるいは、萌芽している新たな観光の状況を、今後の観光像、観光地像を発展的に変えていく契機として捉え、考察したい。

大きく捉えると、コロナ禍により人々の移動が制限される中でも様々な主体が観光が提供していた体験や価値を追求した結果、居住や生業の場である日常圏における余暇と、非日常圏での観光とが、観光者の意識・行動としても、観光系事業者の経済活動としてもボーダレス化する状況が顕在化したと考えられる。

まず、日常圏における余暇と観光のボーダレス化の状況を説明してみたい。観光の定義は様々あるが、関連の深い余暇やレクリエーションという言葉との関係を整理する上では、1969年に政府の観光政策審議会の答申で示された定義である「観光とは、自己の自由時間（余暇）の中で、観賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為（＝レクリエーション）のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の行動」が役に立つ。図2は、この1969年答申の定義や余暇、レクリエーションに関わる文献⁸⁾をもとに、余暇、レクリエーション、観光の概念区分を図化したものである。先の定義によれば、余暇とは、生活全体の中での自己の自由な時間のことであり、時間概念による区分であると理解できる。レクリエーションは、その余暇と呼ばれる時間の中で喜びや楽しみ生活の豊かさといった生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為であり、行為目的による区分である。観光は、そうしたレクリエーションのなかでも、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の行動とされており、ここには非日常圏への移動を伴う空間概念による区分がある。

コロナ禍で生じた状況は、こうした時間面、行為目的面、空間面の諸相において、従来の非日常圏からの移動である「観光」とそれ以外の余暇（これを日常圏余暇と呼ぶことにする）がボーダレス化したと捉えられそうである。

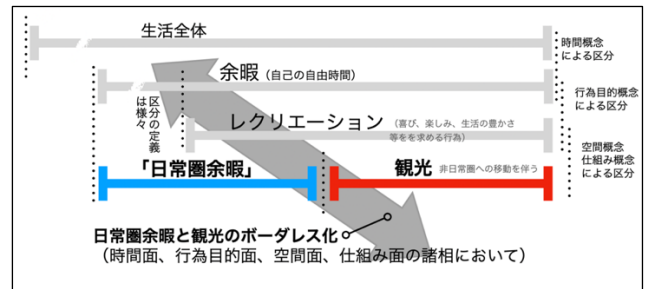


図2 余暇、レクリエーション、観光の概念区分とボーダレス化 (筆者作成)

図3は、このうち時間面、空間面のボーダレス化状況を2軸として表現した。横軸には、旅の時間軸として「旅前、旅中、旅後」とし、縦軸は旅の空間軸として日常圏と非日常圏（従来の観光の定義による訪問地）を設定すると、コロナ禍で顕在化しているマイクロツーリズムやオンラインツアー、ワーケーションなどがプロットできるよう。小委員会では、このボーダレス化の状況を、観光者、観光事業者、地域（住民や行政）といった主体が相互にその意識や行動を従来の観光から拡張している状況と考え、大きく次の4つの視点で整理してみた。（なお、ここでは、従来の観光目的地の外に居住する人を、観光地の居住者と区別するために「都市居住者」と表記している。）

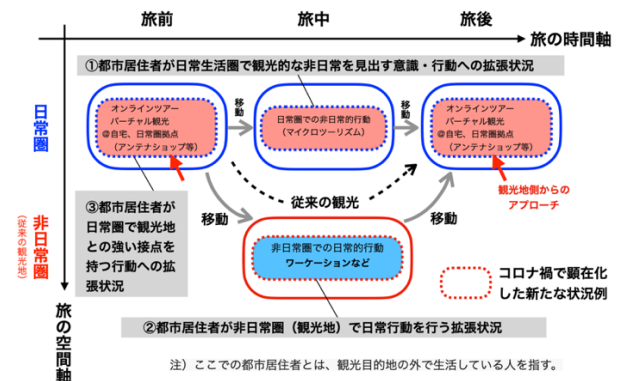


図3 日常圏余暇と観光のボーダレス化にみる観光概念の拡張 (本小委員会の議論を下に筆者作成)

まず、第一に、① 都市居住者が日常生活圏で観光的な非日常を見出す意識・行動への拡張である。マイクロツーリズムの基本的な捉え方はここであろう。第二に、② 都市居住者が非日常圏（観光地）で日常行動を行う拡張である。ワーケーションや観光地居住といったスタイルが着目されはじめている。第三に、③ 都市居住者が日常生活圏で非日常圏（観光地）との強い接点を持つ行動への拡張である。自宅等でのオンラインツアー/バーチャルリアリティツアー、特産品のオンライン通販といったように観光に行けない状況下で、仮想の旅や、旅先で得られる楽しみ方を疑似体験する行動である。

4. post コロナ期にむけた観光のリ・デザイン

こうした従来の観光からの拡張と捉えられる観光行動は、観光という現象を再定義し、観光まちづくり、観光ビジネスの視点からも、観光の価値を捉えなおす多くのヒントがある。前章までの地域観光プランニングとして整理した持続可能な観光の要点と合わせて、post コロナ期の観光や観光を生かした地域づくりについての論点を提示してみたい。

4.1. マイクロツーリズムの先にあるもの

①都市居住者が日常生活圏で観光的な非日常を見出す意識・行動への拡張としてマイクロツーリズムが各地で試行されたことにより、地域の人にとっては身近にありながら、その価値に気づいていなかったものを見つめ直す機会になった。また、観光経験の豊富な富裕層のニーズとして、これまで地域固有のものといながら演出されてきた体験、空間、料理等ではなく、本来の姿を知りたいというものがあるのを、コロナ禍での観光を造成する観光庁への提案事業⁹⁾やGo Toキャンペーンの事例から、垣間見えてきた。

これは、地元の人を誘客対象とするという意味でのマイクロツーリズム(地元観光)は、ビジネスとしてはマーケットが小さく、観光商品価格も安価になりがちであるが、地元の新たな発見を楽しむ「地元観光」と富裕層(観光経験の豊富層)が地域本来の姿を楽しむ「本物観光」が重なるというコンテンツ面としてのマイクロツーリズムは、観光ビジネスにとって今後の可能性が感じられるということである。本小委員会でも、持続可能な観光のイメージとして、地域の人が日常を楽しむ姿が観光資源となる、ということを示してきた。

マイクロツーリズムは、例えば「生活文化観光」といように、今後、コンテンツの側面により着目した名称を冠して、観光ビジネスや地域まちづくりにとって意義のあるものとして展開できるのかを議論してみたい。

4.2. ワークーションの先にあるもの

②都市居住者が非日常圏(観光地)で日常行動を行う拡張としてのワークーションは、前述した2020年度、2021年度の観光庁への提案事業でも数多く提案されていて、また補助金なども用意され、現在、ワークーション浮かれという状況にあるかもしれない。新施設だけでなく、貸別荘や空家、稼働率の低い客室などの低利用・遊休資産を活用した形がある。「働く+観光」という形で見ると、ワークーションのなかでも、観光が中心ではなく、働くことが中心の短中期滞在が、地域まちづくりとしては親和性があると考えられる。WWOOFのような作業と宿泊・食事を交換するマッチングサイトを利用した旅の形も世界的に広まりつつあり、これを生かした地域貢献を実践するWWOOFホストもいる¹⁰⁾。地域に貢献する作業を前提としたボランティアツーリズムという形もあ

る。アドレスホッパーと言われる人も増えてきている。観光をきっかけとして外部人材を得たり移住へつなげたいといった地域側の期待を実現させるには、観光者と地域の人とより深い関係を生み出す、地域で働くことをより重視した観光、地域の一時的労働力になる観光者という形をより積極的に考えられるのではないかと。ワーケーション事業にそうした戦略を加えることができるのか、議論してみたい。

4.3. オンラインツアーなど仮想観光の先にあるもの

③都市居住者が日常生活圏で非日常圏(観光地)との強い接点を持つ行動への拡張としてのオンラインツアーやバーチャルツアーなどの仮想観光は、コロナ禍の現在、日々工夫されている観光の形であろう。筆者らの調査では、この仮想観光には、実際に現地で体験するツアーに近づけるための要素と、仮想観光ならではの特徴をもたせた要素の2つがあると整理している¹¹⁾。前者は、①ガイドとの会話などの現地とのリアルタイムの交流、②視聴者操作による視聴体験の選択自由度の確保(単に動画を視聴するだけではない工夫)、③現地の物産購入の機会提供、④VR、ARなど仮想現実技術の導入、を挙げることができる。また、仮想観光ならではの要素としては、⑤現地ツアーでも入れない場所の紹介、⑥現地ツアーでも体験できない視点の提供、⑦ゲーム性の導入、⑧時間制約がないことによる詳細な解説の提供、⑨気軽に参加可能なことでの新規顧客の拡大を意図したもの、⑩現地訪問への誘導の工夫、が挙げられる。その中でも、③や⑧、⑨、⑩のように、旅の時間軸でいえば、旅の前後の捉え方を今まで以上に拡張して考え、旅前、旅中、旅後の全体を観光のシステムとして捉え、その一連の観光行動や観光ビジネスを計画する考え方は、今後の持続可能な観光においても論点となるだろう(図4)。



図4 旅の時間軸における仮想観光の位置づけ

(筆者ら作成¹¹⁾)

4.4 観光施策から都市総合施策の一部としての観光へ

もとより筆者は観光まちづくりを研究・実践する視点として、日常圏での余暇と、非日常圏でのレクリエーションとしての観光とを、ことさら分けては捉えていないが、コロナ禍によって社会認識としても、実態としてもここがボーダレス化する時、観光は地域まちづくり、都市戦略に当たり前に含まれるものとして、農林水産業振興策や文化財保全・活用策、コミュニティ施策、福祉施

策などの一部を担う手段として、今後、より積極的に議論すべきであり、またその機運が生まれるのではと考えている。

例えば、観光資源となる地域固有の生活文化資源や産業資源は、時代的に存続しづらい状況になっているものも多い。産業構造の変化、跡継ぎ不足、老朽化などなど。こうした資源をどう継承していくかを考える資産継承の論点は、観光的施策と結びつくことで可能性を見出す研究も進めている¹²⁾。

こうした既存の分野を横断、融合する施策は、発想の転換やチームビルディングのあり方など、多くの工夫を必要とするところである。持続可能な観光地形成小委員会でも、これを「地域観光プランニング」の方法論としてまとめているところである。

また、行政側もこれについて議論をしてもらいたく、日本都市センターによる「都市自治体におけるツーリズム行政に関する研究会」に参画し、「都市自治体におけるツーリズム行政-持続可能な地域に向けて-」という報告書を出した。地域に根ざす行政が、観光を公共性・公益性、中長期的な取組みの視点で捉え、その取組みを一步進めることを「ツーリズム行政」という言葉に託し、そのあるべき姿を探っている。

パネルディスカッションでは、各登壇者や寄稿いただいた論考を踏まえつつ、研究や現場での試行錯誤やアイデアと交わりながら、こうした仮説的論点により具体的な形を与えられる議論を試みたい。

脚注

- 1) 宮本佳範「"持続可能な観光"の要件に関する考察--その概念形成における二つの流れを踏まえて」,愛知東邦大学経営学部 東邦学誌 2009年12月 pp.11-22
- 2) UNWTO 駐日事務所 HP より。 <https://unwto-ap.org/why/tourism-definition/>
- 3) フロートビジョンは、小委員会委員の泉英明氏（ハートビートプラン主宰）の提案であり、その発言記録や提出資料を引用・参照している。
- 4) 八王子市中心市街地では、公的計画として、中心市街地活性化方針や都市計画方針、産業交流センター整備計画などがあり、また、複数の民間有志グループによる活性化の取り組みがある。この中で、まちなみ景観課が主管してフロートビジョンの考え方にに基づき、それらを含むしつつ価値を可視化するビジョンの策定を進めている。
- 5) 『都市自治体におけるツーリズム行政』（日本都市センター,2021.04）2章:消費されない観光価値を生むストック型の観光行政へ」を参照。
<https://www.toshi.or.jp/publication/16790/>
- 6) 安島博幸「観光的価値の生成過程に関する理論的考察」,日本観光研究学会全国大会学術論文集』29、285～288頁、科学技術研究費 基盤(C)「観光地の盛衰要因に関する実証的研究」(研究代表者:安島博幸、2011-2013

- 7) 佐藤友理子・岡本直久「国内旅行におけるリピーターの行動特性及び醸成要因に関する研究」,土木学会論文集 D3 Vol.67 No.5, 2011
- 8) 青野桃子「余暇研究におけるレクリエーションとレジャーの関係 ～『余暇善用論』の視点から」,一橋大学スポーツ研究 33, p.34-44, 2014
- 9) 観光庁 2020年度「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業」、および2021年度「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」
- 10) 岡田愛・川原晋「作業を対価とする滞在システムを利用する訪日外国人とホスト及び地域の関わり方に関する研究-日本における WWOOF の事例を中心にして-」,観光科学研究, No.11, 2018.03
- 11) 狭間辰之・海老沢結・川原晋・山田大樹・田中滋夫・佐藤 滋「嘉隆帝陵エコスタディーツアーとオンラインツアーの組合せに見るエコツーリズムとの親和性」,建築学会大会選抜梗概 2021.09 発表確定稿
- 12) 永島奨之・川原晋・野田満「I ターン者による漁業資産の引き継ぎと観光業への転用に関する基礎的研究～引き継ぎに際する障壁への対応に着目して～」,都市計画論文集,53巻3号,2018