

2025.2.7-2.8

観光を多角的に捉え 川越の観光を考える

立教大学観光学部
准教授 西川 亮



Copyright 2025 西川亮

来訪者、事業者、住民、それぞれで出来ることって何だろう
「これからの川越観光を考えよう！」
ミニシンポジウム

2

自己紹介

川越市総合計画審議会委員
川越市歴史的風致維持向上協議会委員

専門領域：都市計画（史）・観光まちづくり・観光政策（史）

観光地の都市計画史・地域観光政策史

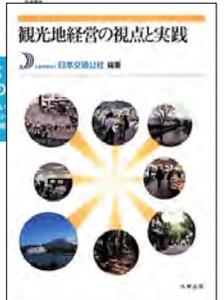
- ・ 1960年代の観光地変容と都市計画の関係性（熱海市など）
- ・ 観光政策史（主に1960年代の「観光」の定義をめぐる議論）

観光の持続可能性と政策

- ・ 過度な観光地化がもたらす地域変容と対応策研究
- ・ 観光需要低迷による地域空間変容研究
- ・ 持続可能な地域づくりのための地域観光プランニング手法

産学/地域連携プロジェクト

- ・ 小川町における細川紙の観光活用のあり方の検討
- ・ 小金井市における公共空間活用
- ・ 鞆のこれからの観光まちづくり
- ・ 日本農業遺産・世界農業遺産を活かした観光まちづくり



3

本日の話題提供



1. 観光や旅の意義
2. 観光をめぐる世界の今
3. 日本の観光状況
4. 川越観光の特徴と課題
5. これからの川越観光に向けた展望

4



1. 観光や旅の意義

皆さん、旅行に行くのは好きですか？
なぜ旅行が好きなんですか？

自由に旅行に行ける環境
実は当たり前でもないかもしれない

<https://www.cnn.co.jp/travel/35228062.html>

世界最強パスポートはシンガポール、日本は2位 25年版ランキング

朝日新聞

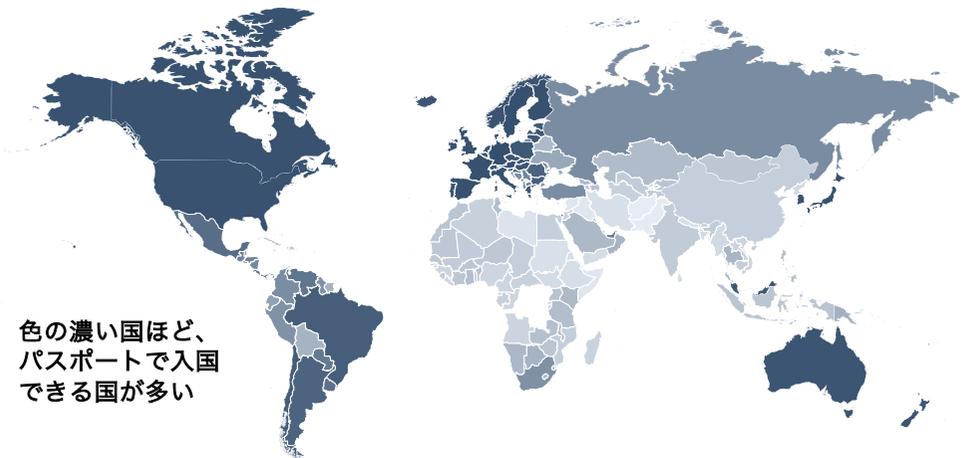
日本のパスポート「最強」に再び咲き 6カ国が首位は「前例ない」

英コンサルティング会社「ヘンリー・パートナーズ」は10日、世界各国のパスポートを比較する「パスポート指数」の最新版を発表した。日本はどぜんで訪問できる国・地域が194で1位だった。昨年7月の発表では首位から3位に転落したが、「最強」の輝に再び咲いた。

近年は日本とシンガポールが首位の座を争

The Henley Passport Index

<https://www.asahi.com/articles/ASS1D62LMS1DHBI020.html>



色の濃い国ほど、
パスポートで入国
できる国が多い

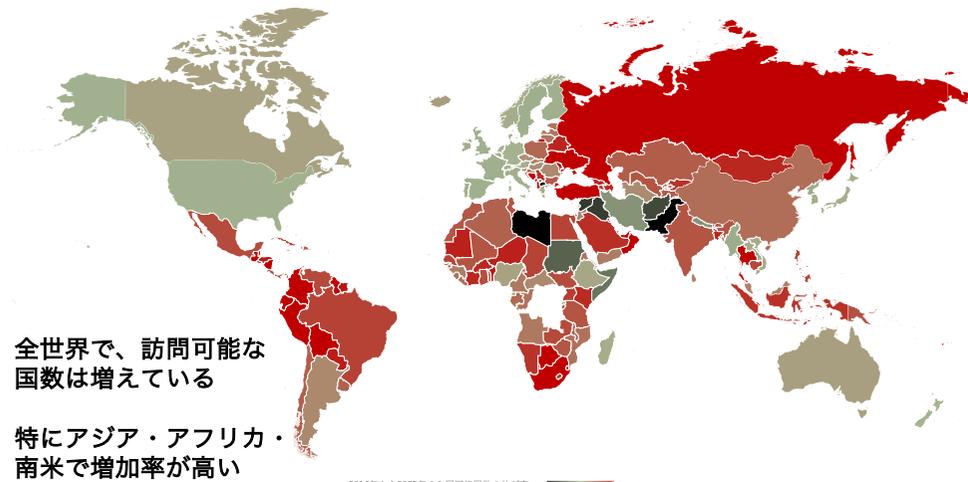
2025年入国可能数 26 195
© Australian Bureau of Statistics, GeoNames, Geospatial Data Edit, Microsoft, NavInfo, Open Places, OpenStreetMap, Overture Maps Foundation, TomTom, Zenrin



旅行に行ける国・行ける国民

南北問題

旅行を受け入れる国・旅行に行けない国民



南北問題は過去のものになりつつある
誰もが旅行に行くことができる時代へ



ヨーロッパピクニック

そこには人々が自由に行き来できる時代を待ち望む気持ちが込められていた。重く錆びついていた歴史が音を立てて動き始めていた。



2022年のヨーロッパ
コロナで抑圧された観光が解放され始めた時期

旅の持つ力

文化の力

色々な国や地域の歴史、自然、伝統、芸能、景観、生活などについて学び楽しみつつ、それらの発掘・育成・保存・振興に寄与する

交流の力

国際あるいは地域間における相互理解、友好の促進を通じ、安全で平和な社会の実現に貢献する

健康の力

日常からの離脱による新たな刺激や感動、遊・快・楽・癒しなどを通じ、からだやこころの活力を得、再創造へのエネルギーを充たす

教育の力

旅による自然や人とのふれあいを通じ、異文化への理解、やさしさや思いやり、家族の絆を深めるなど、人間形成の機会を広げる

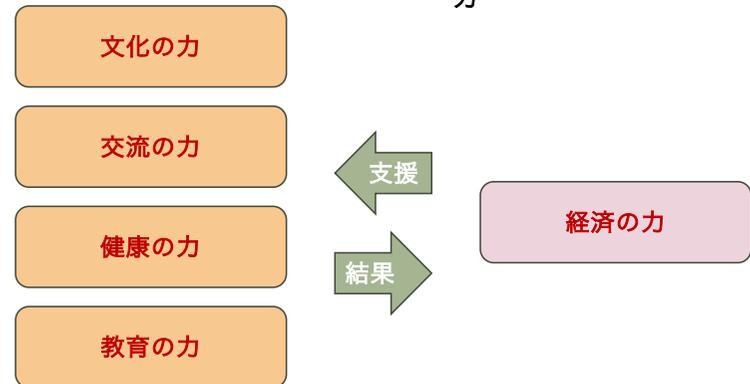
経済の力

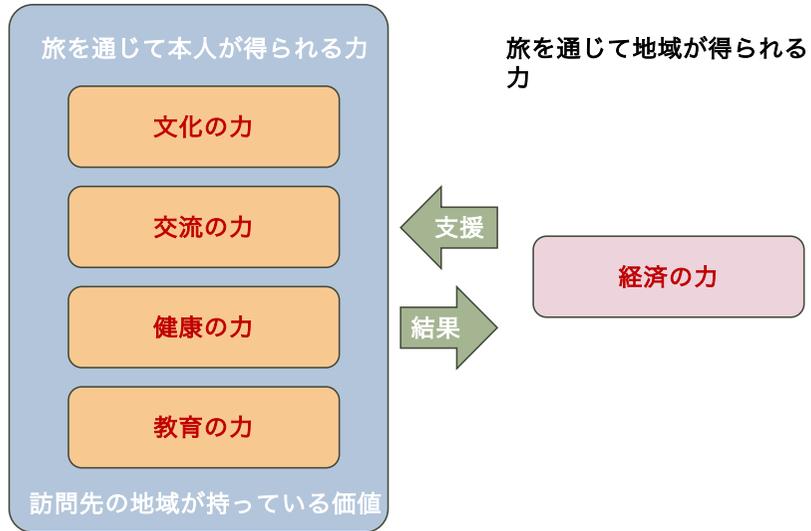
旅行・観光産業の発展による雇用の拡大、地域や国の振興、貧困の削減、環境の整備・保全など、幅広い貢献ができる

引用：日本旅行業協会

旅を通じて本人が得られる力

旅を通じて地域が得られる力





観光のプッシュ・プル要因

プッシュ要因

- 新しさの探究や文化的教養の向上
- リラックス希求など日常生活からの脱却
- 娯楽や他人との接触など社交性の享受

プル要因

- 食事・宿泊の高品質など高いサービス
- おもてなしの良さなど高いホスピタリティ
- 価格の適正性や交通利便性などの機能性の良さ
- 娯楽性
- 静けさなど環境の良さ

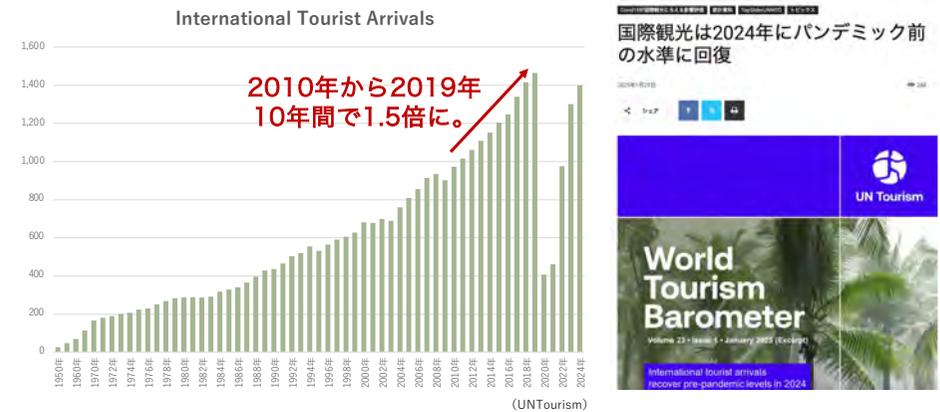
ユイクセル/ユイクセル (2008)、大橋 (2009)

端的に言うならば、観光客は「その地域の経済に貢献したい」と考えているわけではない

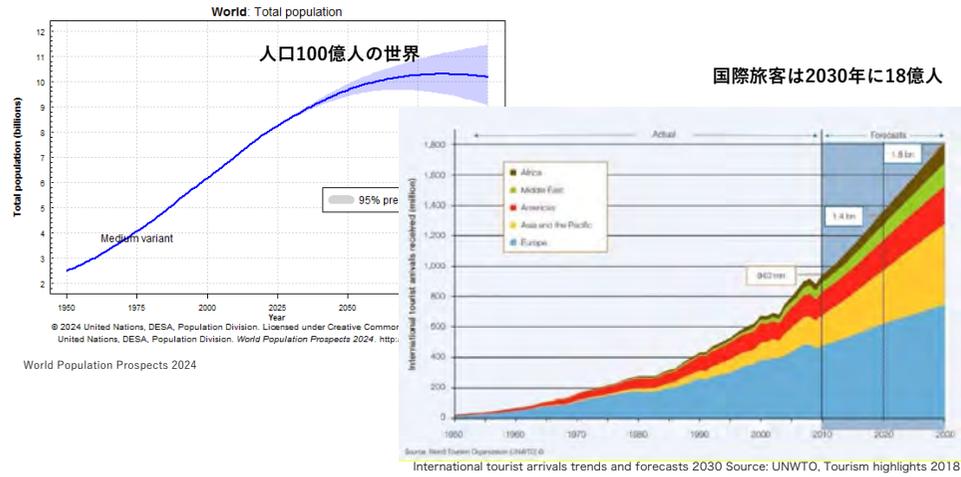


2. 観光をめぐる世界の今

観光の実態把握：世界の旅客数



世界の旅客数の将来予測



チンクエッテル



チンクエッテル



クルーズ船観光(ジェノバ)



クルーズ船観光反対



観光客向けチェーン店化する店舗

オーバーツーリズムが地域に与えるもの

阿部（2020）をもとに作成

物理的・空間的影響

- 混雑（公共空間・交通）
- 一様な観光客向け店舗進出
- 地域住民向け店舗の減少と景観変容
- 観光客向け用途への転換（住宅から民泊化）

社会・文化的影響

- 人口減少によるコミュニティ変容・崩壊
- 文化遺産の商業化
- 観光客による生活への侵略行為（プライバシー）
- 地元住民と大きく異なる振る舞い・マナー問題

経済的影響

- 物価や家賃の上昇
- チェーン店の進出
- 観光事業者と地域住民の対立
- 観光産業への依存度の高まり、リスクの上昇

心理的影響

- コミュニティの分断（観光利益者とそれ以外）
- コミュニティへの愛着、帰属感喪失
- 地域からの疎外感
- 観光客に対する憎悪

オーバーツーリズムが地域に与えるもの

物理的・空間的影響

- 混雑（公共空間・交通）
- 一様な観光客向け店舗進出
- 地域住民向け店舗の減少
- 観光客向け用途への転換

社会・文化的影響

- 人口減少によるコミュニティ変容・崩壊
- 観光客による生活への侵略行為（プライバシー）
- 地元住民と大きく異なる振る舞い・マナー問題

観光影響

- 観光客の満足度低下
- 「地域らしさ」を喪失した観光体験
- 地域イメージの低下

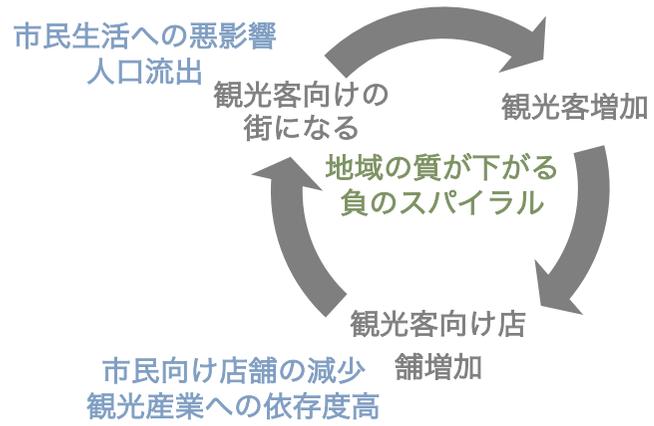
経済的影響

- 物価や家賃の上昇
- チェーン店の進出
- 観光事業者と地域住民の対立
- 観光産業への依存度の高まり、リスクの上昇

心理的影響

- コミュニティの分断（観光利益者とそれ以外）
- コミュニティへの愛着、帰属感喪失
- 地域からの疎外感
- 観光客に対する憎悪

負のスパイラルによる地域の質の低下



世界の様々な地域で検討・実践が進むオーバーツーリズム対策



自分たちの街を守ろうと声を上げる市民
工夫によって観光をマネジメントしようとする事業者や行政

世界の様々な地域で検討・実践が進むオーバーツーリズム対策



自分たちの街を守ろうと声を上げる市民
工夫によって観光をマネジメントしようとする事業者や行政

世界の様々な地域で検討・実践が進むオーバーツーリズム対策

自分たちの街を守ろうと声を上げる市民



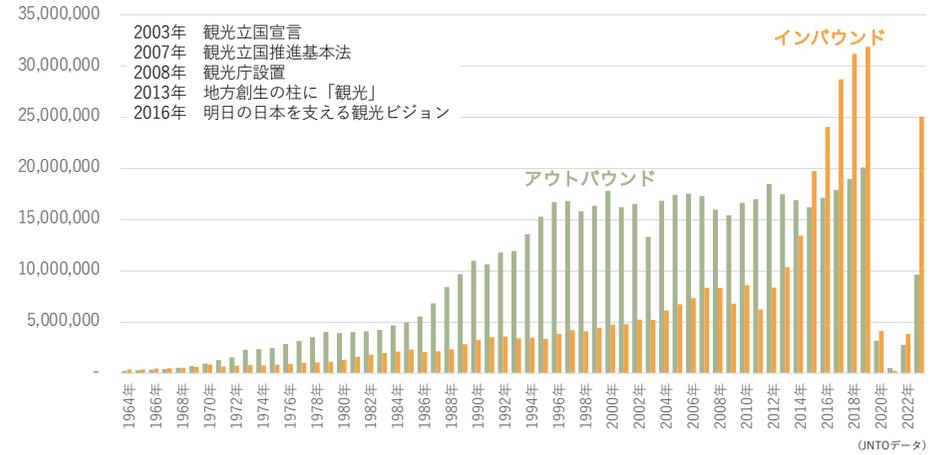
<https://japanese.visitkorea.or.kr/svc/main/index.do>



3. 日本の観光状況

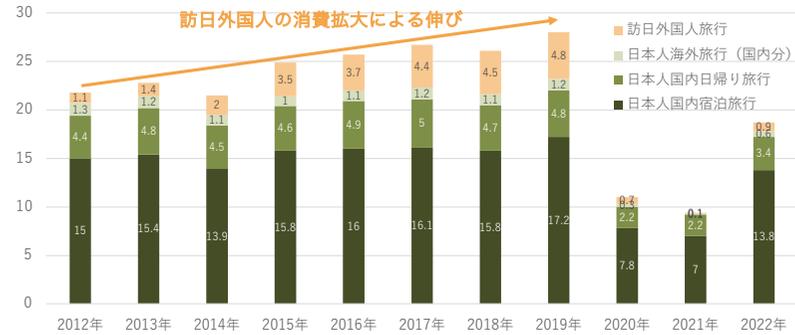
日本における観光の実態把握

(人)



観光の実態把握：日本国内における観光消費の推移

(兆円)



観光白書より作成



オーパーツーリズムは訪日外国人の急増だけの問題ではない



オーバーツーリズムは訪日外国人の急増だけの問題ではない



異文化を写真に収めたいという欲求は必ずしも否定できないが…



オーバーツーリズムは訪日外国人の急増だけの問題ではない



外国人における「風景の発見」をどう活かせるか？



外国人における「風景の発見」をどう活かせるか？

旅の持つ力が発揮されるのは、
観光がしっかりと様々な主体によって
マネジメントされていたら、という条件付き。

観光の対象となる「地域」が持続しないと、観光も存在しない

今のオーバーツーリズムという現象をこう捉えたい

観光客としての視点

全世界の人々が自由に国を行き来できる世の中は決して悪いことではない

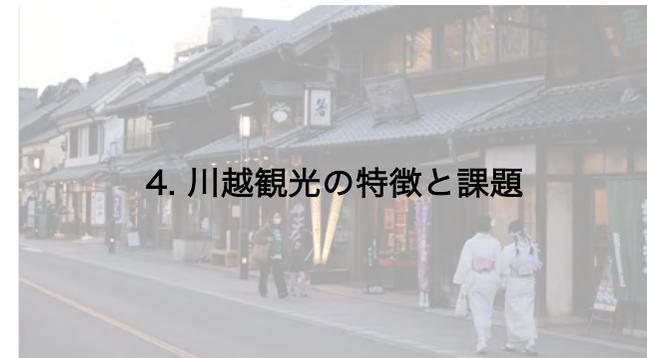
観光客の目的地の対象となる地域や国には、観光客の価値観に刺激を与える「地域の個性」がある

受け入れる地域側としての視点

しかし、行き来する目的地となる地域側に負担をかけるような観光行動は望ましいとは言えない

しかし、資本や産業の論理によって、「地域の個性」を失ってしまうことは本末転倒である

誰もが旅行に行くことができる時代を作るには、
地域が将来にわたって「地域の個性」を持ち続けられることが大前提



4. 川越観光の特徴と課題

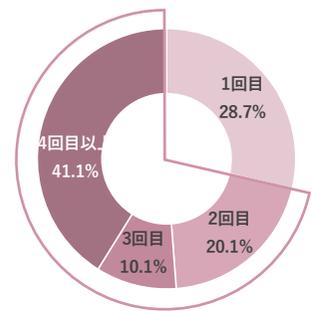
事業者意識調査に見る川越観光に対する意識

まだまだ国内マーケットに支えられている川越

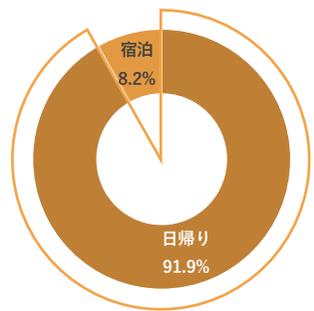


川越市観光客アンケート調査に見る川越観光の特徴

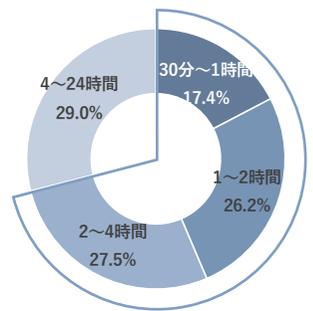
リピーター7割



日帰り9割



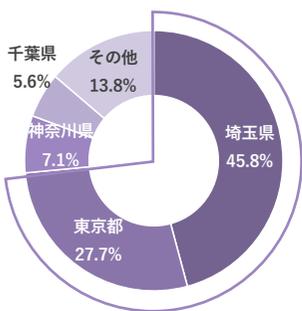
滞在4時間以内7割



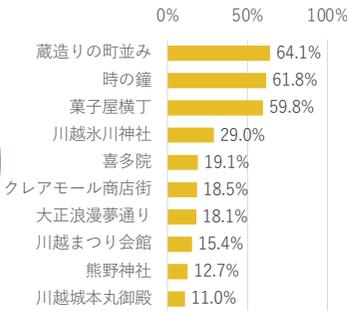
川越市観光客アンケート (2023)

川越市観光客アンケート調査に見る川越観光の特徴

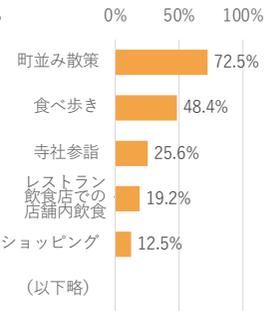
埼玉県・東京都7割



平均立ち寄り地点3.6



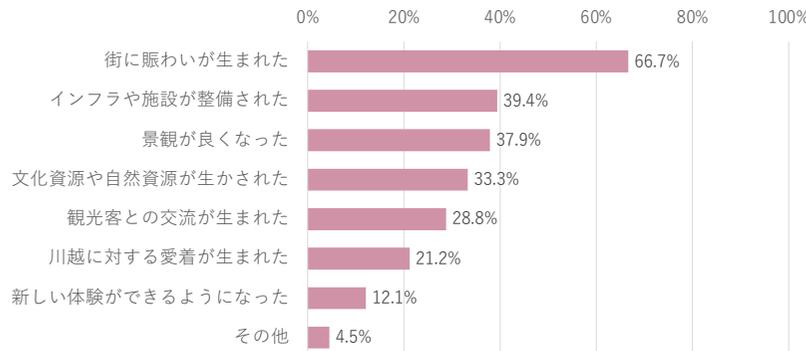
町並み散策7割



川越市観光客アンケート (2023)

事業者意識調査に見る川越観光に対する意識

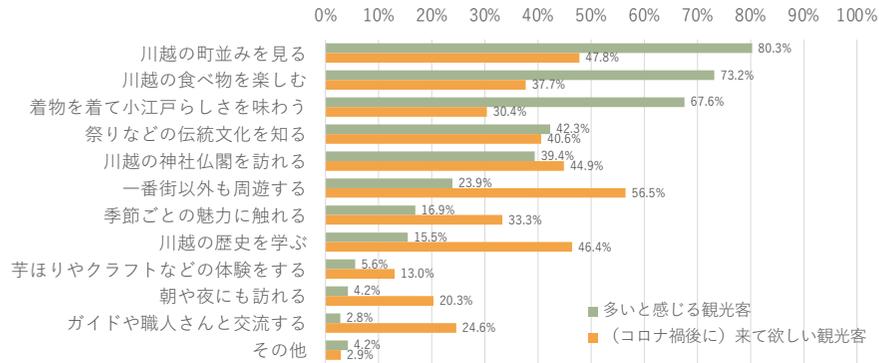
川越が観光地化したことで良かったと思うこと (複数回答可)



※2020年に研究室にて実施した調査より。対象は、一番街を中心としたエリアの事業者

事業者意識調査に見る川越観光に対する意識

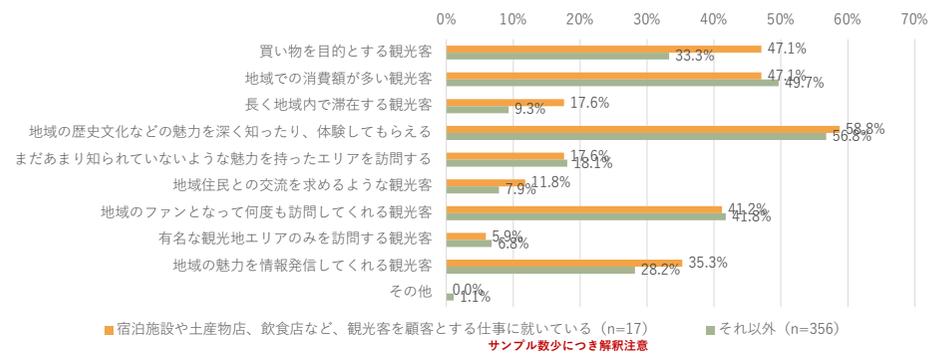
観光客に対する認識と期待



※2020年に研究室にて実施した調査より。対象は、一番街を中心としたエリアの事業者

(参考) 事業者の期待する観光客像

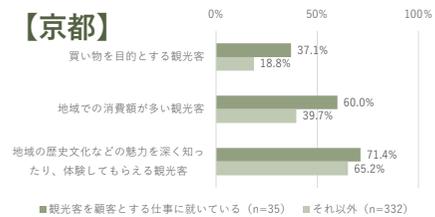
コロナ禍に実施した、川越の観光関連事業者がコロナ禍後に求める観光客像



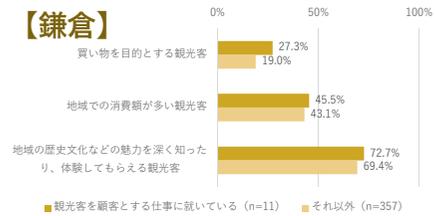
※2020年7月に西川が実施したインターネット調査より。

(参考) 事業者の期待する観光客像 ※2020年7月に西川が実施したインターネット調査より。

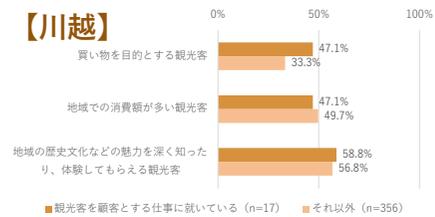
【京都】



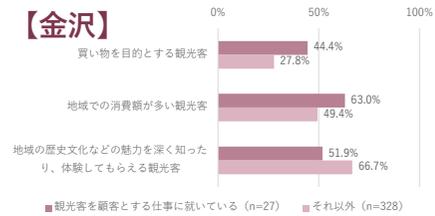
【鎌倉】



【川越】



【金沢】



5. これからの川越観光に向けた展望

(再掲) 今のオーバーツーリズムという現象をこう捉えたい

観光客としての視点

全世界の人々が自由に国を行き来できる世の中は決して悪いことではない

観光客の目的地の対象となる地域や国には、観光客の価値観に刺激を与える「地域の個性」がある

受け入れる地域側としての視点

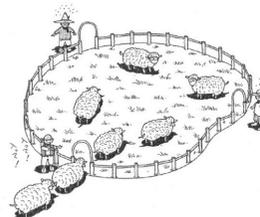
しかし、行き来する目的地となる地域側に負担をかけるような観光行動は望ましいとは言えない

しかし、資本や産業の論理によって、「地域の個性」を失ってしまうことは本末転倒である

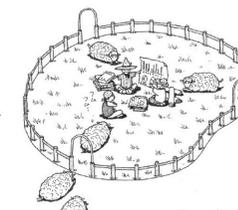
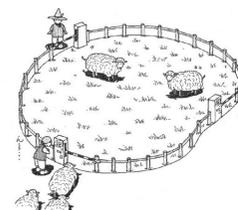
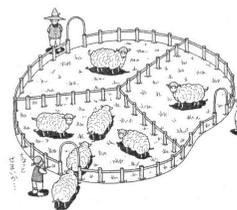
誰もが旅行に行くことができる時代を作るには、地域が将来にわたって「地域の個性」を持ち続けられることが大前提

自分たちの地域は、自分たちで守るしかない

まちづくりの思想



「コモンズの悲劇」と「まちづくり」的な発想による解決



西村 (2008)

まちづくりの思想

近代的土地所有の概念

自分の土地・家・庭

所有・管理対象

・他人の土地・家・庭
・行政所有の公共空間（道路・公園）

所有・管理対象外

コモンズ

近代的土地所有の概念

自分の土地・家・庭

所有・管理対象

・他人の土地・家・庭
・行政所有の公共空間（道路・公園）

所有・管理対象外

コモンズという考え方により、「自分以外」までも住民の管理対象へ

川越は長年、「まちづくり」をやってきた一街並み保全の歴史

年代	主な出来事
1971年	大沢家住宅が重要文化財指定
1975年	伝建地区保存対策調査
1980年	川越の町並みとデザインコード調査実施
1983年	川越蔵の会発足 「商売がうまくいくこそが町並みの持続的な保存につながる」
1987年	コミュニティマート構想モデル事業 町並み委員会発足
1988年	町づくり規範策定
1999年	重要伝統的建造物群保存地区選定
2003年	町並み委員会が第1回日本都市計画家協会賞受賞
2005年	川越まつりが重要無形文化財指定
2011年	歴史的風致維持向上計画認定
2016年	川越まつり、ユネスコ無形文化遺産登録
2022年	町づくり規範改訂



地域が意思を持ち、それを伝える

(例) ひがし茶屋街 (重伝建地区) におけるまちづくり協定

まちづくりの目標

本地区は、「ひがし茶屋街」として今も茶屋が軒を連ね、文政3年の茶屋町創立に由来する極めて貴重な伝統的町並みを今に伝えている。

これらの伝統的建造物とその町並みの文化的価値を保存すると共に、そこに息づく伝統文化に彩られたなりわいと歴史的環境を守り育てることによって、地区の文化的向上を図ることを目標とする。



その他住み良いまちづくりを推進するために必要な事項

1. 土地又は建築物等の所有し、利用し、又は活用する者は、**茶屋町としての文化、品格及び風情**を損なわないよう努めなければならない。
2. 物品販売店舗(日用品の販売を目的とする店舗等を除く。)では、主に**伝統的工芸品等専ら金沢にゆかりのある物品**を販売するものとする。



地域が意思を持ち、それを伝える

(例) 妻籠におけるコーヒー論争

日本人にとって今やコーヒーは生活に欠かせない嗜好品だが、妻籠にあっては禁止されるべきものとのこと。それによると…、コーヒー→居酒屋→俗化という図式が必ず成立する。その結果は泥酔した観光客が徘徊し、文化財として風致保存に努める宿場の環境を乱すばかりではない。コーヒーを許せばスパゲッティ、はてはハンバーグにいたるまで異質(異国)の文化が開国(自由化)を求めて殺到する。コーヒー一杯とてあだや疎かにはできない。妻籠にあっては、この褐色の液体は共同体を乱す諸悪の根元であるばかりでなく、退廃へ誘う悪魔の香りなのかもしれない…。

(私のすまいるん)



1993年、ようやくコーヒーを出しても懸念するような事態にならないと見極めをつけた時点で、メニューの一つに追加してもよいとの条件で解禁した。つまり20年近くも「コーヒー論争」をしてきたから、コーヒーのもたらす危険性は十分に皆に浸透したと判断された上での決定だったのである。

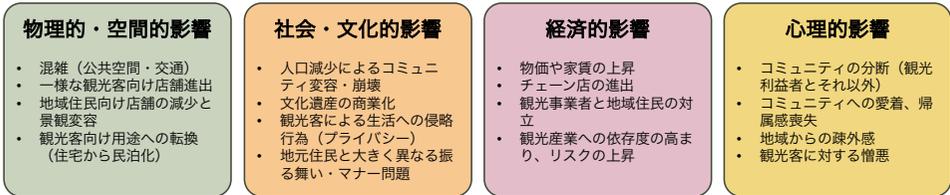
まとめ



「観光」が来訪者や地域にもたらしてくれる力

↑ ↓ どうやってバランスを取っていくか?

今後、川越で起こるかもしれない様々な問題



まとめ

どんな川越を目指したいのか? (何を後世に残したいか)

「観光」はその将来像の実現にどう貢献できるか? (どんな観光なら貢献できるのか?)

