中山道を歩くインバウンド・ツーリズム —欧米系ツーリストの来訪動機に着目して—

市 川 康 夫*

Inbound Walking Tourism in the Nakasendo: What Motivates Visiting Western Tourists

Yasuo ICHIKAWA*

[Received 5 February, 2018; Accepted 14 March, 2019]

Abstract

Inbound walking tourism at the Nakasendo-route post towns of Tsumago-juku and Magome-juku is investigated to clarify the format and the context of the walking tourism experience from the motivation of visiting Western tourists. A questionnaire survey was carried out in a case study on the Nakasendo-route (*Kisoji*) between Tsumago-juku and Magome-juku. The results of the survey reveal the following. Western tourists visit the Nakasendo route hoping for a “different tourist experience,” not “something found in inbound tourist guidebooks.” They seek “quiet,” “calm,” and an “escape from metropolises (non-urban areas)” as well. Japan’s urbanized sightseeing exhausts them, and they seek out the Nakasendo route hoping for a peaceful and quiet communion with nature. They hold in high regard the natural landscape of “mountain ranges,” “forests,” and “rivers and waterfalls,” as well as “rice paddies,” “agricultural scenes,” and a “rural lifestyle,” that may be considered “ordinary” by Japanese people living in agricultural regions. Overall, Western tourists do appreciate an “authentic rural experience,” and the elements of ancient Japanese history and culture that can be seen even in the present day. Moreover, Western tourists who visit the Nakasendo are typically employed in knowledge-based professions, working as lawyers, doctors, researchers, and professors, or in creative professions, working as designers, architects, or IT professionals. As a result, it can be concluded that walking tourism in the Nakasendo appeals to Western tourists who seek an alternative tourist experience of peace amidst nature, which is not available in a city, both because the Nakasendo is not frequented by Western tourists and because it offers something different from a “typical” sightseeing experience.

Key words : Nakasendo, walking tourism, inbound tourism, motivation for visiting, cultural tourism

キーワード : 中山道, 歩くツーリズム, インバウンド・ツーリズム, 来訪動機, 文化観光

* 埼玉大学人文社会科学部研究科

* Graduate School of Humanities and Social Sciences, Saitama University, Saitama, 338-8570, Japan

I. はじめに

1) 研究の背景

日本におけるインバウンド・ツーリズムは、低調な国内観光需要に対して大きく増加傾向にあり、地域観光への寄与が期待されている。とくに、現在のインバウンド・ツーリストの宿泊地や消費行動が、特定の大都市とその周辺に偏在している（新井, 2017）一方で、定番観光地でない場所、すなわち日本の地方や農村への需要も生じはじめている。

インバウンド・ツーリストの訪問先やその流動に関する研究は、総論的なものを中心であり（柴山・フंक, 2014）、具体的な事例を扱った研究は、アジア系ツーリストの事例に偏っている（例えば、金, 2009, 2015; 清水, 2007; 黄, 2017 など）。これらのアジア系ツーリストに関する研究は、東京と大阪を結ぶ範囲に展開するいわゆる「ゴールデンルート」を題材としたものである。しかし、ピアス（2001）が指摘するように、国際的な観光流動においては、先進諸国間での移動が活発化しており、欧米系ツーリストの流動数が増加している。その背景を鑑みると、日本における彼らの実態分析も求められるといえる。

一方、インバウンド・ツーリストの流動状況は、統計整備が進んでいないうえ、データがゲートウェイに偏重しており不明瞭な点が多い。そこで、杜（2017）は、スマートフォンアプリのデータから香港や台湾、ヨーロッパ出身のツーリストが地方へと分散する傾向を明らかにした。また、柴山・フंक（2014）は、地方観光でも欧米系ツーリストが卓越する瀬戸内中央地域に注目し、欧米系ツーリストがアジア系に比して広域的に移動していることを解明した。これらの研究からすると、個人旅行の多い欧米系ツーリストは、地方への滞在や訪問を好むことが特徴であるといえる。したがって、今後は日本農村や地方での具体的な観光行動や滞在形態の解明が求められる。

アジア系ツーリストと欧米系ツーリストの観光行動については、概略的な調査ではあるが、政府系組織によって対比が行われている。例えば日本

政府観光局（2016）では、欧米系ツーリストが購買行動よりも経験を重要視し、日本の文化や歴史への理解、地域住民との交流を求める傾向にあることが明らかにされ、日本交通公社（2017）は、日本へ再訪する欧米系ツーリストが増加した結果、彼らは日本に対するより深い知識をもち、田園風景や農村地域に対するイメージも良好であることを明らかにしている。しかし、こうした調査では、外国人の国籍や年齢単位での概略的な考察に終始するため、現地でツーリスト個人が何を感じ、何を評価し、どういった感想を抱いているかが捨象されてしまう。よって、国籍や出生地に依拠せずに、インバウンド・ツーリストの旅の目的やその背景にある意識の点からその行動を理解することも必要であろう。

欧米系ツーリストの特徴は、スポーツや自然に関わるアクティビティへの関心の高さをあげることができる。たとえば、欧米人を中心とした国際スキーリゾートの形成（王, 2016; 名倉ほか, 2017; Kureha, 2014）、あるいは参詣ツーリズムにおける西ヨーロッパ系外国人の宗教聖地への集中（竹田・工藤, 2016）などが典型である。そのなかでも、近年注目されているのが「歩くツーリズム」である。ハイキングやトレッキングなどの歩くツーリズムが文化的に広く受容されてきた欧米では、サンティアゴ巡礼を筆頭に、アルプスでのトレッキングやフランスのランドネなど、農村や山村地域を歩く観光が1990年代以降盛んとなってきた（市川, 2014）。そして、日本においても熊野古道や四国遍路、奈良の山辺の道では、ヨーロッパや北米からの欧米系ツーリストが集中しており、「歩くツーリズム」を専門とするインバウンド専門の旅行会社も出現している¹⁾。Berthelot *et al.*（2012）は、歩くツーリズムを文化的な体験を重視する「コンフォート型」と、登山やアルピニズムに基づく「アドベンチャー型」の2類型に分類し、前者を若年層を中心とする短期・安価な滞在と評し、後者を金銭に余裕のある知的階層の徒歩による発見の旅と定義している。日本における歩くツーリズムは、古道や街道を利用するコンフォート型であり、大きな投資

をせずに観光化が可能なツーリズムとして注目されている。しかし、コンフォート型の歩くツーリズムについての事例は蓄積されておらず、公共交通機関や他の手段によって簡単に移動できる区間をなぜわざわざ歩くのか、その背景にある「歩くこと」に対する意識、すなわち歩くツーリズムの意識を考察した研究はない。

そこで、本研究は中山道の宿場地域である妻籠宿と馬籠宿の間を歩くツーリズムに注目し、欧米系ツーリストの歩くツーリズムへの意識を考察することを目的とする。なお、その過程においては、当該地域における歩くツーリズムの形成に至る経緯とその背景を検討することで、歩くツーリズムの歴史的位置づけも検証する。

2) 来訪動機と類型化

本研究では、多様化する欧米系ツーリストを分析するにあたり、ツーリストの観光動機 (Motivation for Visiting) に注目し、その類型ごとに欧米系ツーリストの意識を分析する。ツーリストの観光動機は、ツーリストとしての普段の振る舞いや活動、心理的な需要や欲求を統合的に解釈する指標 (Yoon and Uysal, 2005) であり、既存の観光研究でも観光行動に与える影響力を有するものとされてきた (Bieger and Laesser, 2002)。観光動機に関する代表的な研究は、Gray (1970) と Plog (1974) の分類であり、Gray (1970) は、観光動機からツーリストを日常生活から離れて太陽のもとでリフレッシュを求める「サンラスト (Sunlust) 型」、自らと異なる文化への知識や経験を求める「ワンダーラスト (Wanderlust) 型」に分類し、Plog (1974) は、新規性を求め、他人がいけない地域へ冒険を求める「アロセントリック (allocentric) 型」、反対に旅行に過度な刺激を求めず決められた安全な場所を旅行する「サイコセントリック (psychocentric) 型」にツーリストを分類した。この2つの研究を鎬矢とし、観光動機の研究は Pearce (1988) のトラベルキャリア段階²⁾、Dann (1977) のプッシュ・プル要因、Iso-Ahloa (1982) の「日常からの逃避」の研究など、それぞれの論者が自らの調査に基づく観光動機の分類指標を提示してきた。上記

の初期における観光動機の研究は、理論だけの提示を行うものやわずかなサンプル数による検証にとどまっていたが、近年では Pearce and Lee (2005)³⁾ や Tran and Ralston (2006) にみられるように、大規模な調査データを用いた研究が行われるようになった (Truong and Foster, 2006)。こうした研究は、70年代に確立された初期の観光動機モデルが現在でも有効であることを保証している (Cohen *et al.*, 2014)。

しかし、ここで1つの疑念が生じる。多様化する旅全体をひとまとまりの観光動機として理解することは困難でないだろうか。さらにいえば、それぞれの来訪地点ごとに左右された観光動機があるのではないだろうか。そこで、とある1つの地点において保持するツーリストの観光動機を「来訪動機」と定義し、研究に用いることとする。ここでいう来訪動機とは、訪日前における目的地選択の動機を指し、既存研究でいわれる観光動機に含まれるものである。

来訪動機の分析は、動機それのみではなく、観光行動や目的地の選択過程などを統合して考察する必要がある (Yoo, 2018)。加えて、McCabe (2000) の分析のように、ツーリストの行動と意識の両側面をみることのほか、来訪動機がツーリストの目的地選択にいかに作用するのか (Yoon and Uysal, 2005)、あるいは訪問前のツーリストの期待や意識にいかに影響するのかについての分析が求められる (Hsu *et al.*, 2010)。そのほか、対象とするツーリズムが、ツーリストの旅行日程と経路にどのように組み込まれているのか、また対象とするツーリズムがいかなる観光特性と地域性を有しているのかを検討することも必要であろう。

以上を踏まえ、本研究ではII章にて対象地域における観光化の過程を整理し、インバウンド・ツーリズムの発展過程とツーリストの訪日行動から歩くツーリズムの形成をみる。そして、III章で欧米系ツーリスト⁴⁾を来訪動機より分類し、類型ごとの特徴を考察し、IV章にてツーリストの歩くツーリズムへの意識を分析する。なお、本研究で使用するツーリストのデータは、協力を依頼

図 1 研究対象地域図.

Fig. 1 Study area.

した馬籠宿の宿泊施設を来訪する欧米系ツーリストに対するアンケート調査で得られたものである。

3) 研究対象の概要

本研究が対象とするのは、中山道でも木曾路と呼ばれる長野県と岐阜県にまたがる街道地域である（図 1）。ここを訪れるインバウンド・ツーリストの主目的は、中山道の歴史街道を歩き、宿場の街並みや歴史建築、日本の自然や農村景観を体感することとされている。インバウンド・ツーリストの大半は欧米系ツーリストであり、彼らは荷物の運搬サービスなどを利用し、JR 中津川駅から落合宿、馬籠宿を経て、妻籠宿へと至り、JR 南木曽駅に抜ける約 17 km（徒歩で約 4～5 時間）を歩いて移動する。各宿場間には、バス交通が整備されており、これを利用することも可能であるが、ツーリストの多くはあえて徒歩にて移動する。観光地としての見所は、各宿場にある本陣跡のほか、馬籠峠の集落や一石板立場茶屋、山間部の道中にある男滝・女滝などである。

II. 中山道妻籠～馬籠宿における観光の動態

1) 妻籠宿・馬籠宿の観光化の過程

中山道の宿場、妻籠宿および馬籠宿における観

光化の過程は、高度経済成長期以降から 1990 年代にかけての観光化の黎明・発展の時代、そして 1990 年代以降の国内観光客の減少とインバウンド・ツーリストの増加が進展した時代の 2 期に区分される。

妻籠宿および馬籠宿の観光化に至るまでの過程とおもな出来事を表 1 に示した。かつて木曾路の要衝であった妻籠宿と馬籠宿は、明治新政府の発足と宿場制度の廃止に伴う街道、および宿場の利用低下、交通網の変革によってその地位を低下させてきた。とくに、明治 15 年（1882 年）の木曾川沿いの国道建設、明治 45 年（1912 年）の国鉄中央線の全線開通は、両宿場の機能を大きく後退させた。しかし、主たる交通網からの隔絶と地域経済の低迷が家屋や建築の建替えや更新を遅らせ、文化財としての建築保全に繋がったと捉えることができる。

両宿場でも観光化に先んじたのは馬籠宿であり、その契機となったのは、作家島崎藤村の生家跡に建てられた藤村記念堂の竣工（1947 年）であった。作家島崎藤村宅跡として県の史跡指定（1955 年）を受けた藤村記念堂（後の藤村記念館）は、文学観光のブーム到来とともに来館者数

表 1 妻籠・馬籠宿における観光化の過程 (1882～1998 年).

Table 1 Process of Tourism Development at Magome and Tsumago (1882-1998).

年	場所	出来事
1882	馬・妻	中山道に変わって木曾川沿いに国道建設
1895	馬	馬籠の大火. 本陣 (旧藤村宅) 及び 78 件焼失
1912	馬・妻	国鉄中央線全線開通
1915	馬	馬籠の大火. 72 件焼失
1947	馬	藤村記念堂竣工
1955	馬	藤村宅が県の史跡に指定
1967	馬	馬籠観光協会の発足
1968	妻	「妻籠を愛する会」設立, 観光課新設 (妻籠宿保存担当)
1969	妻	電柱移動・撤去開始
1970	妻	「信濃路自然歩道」(馬籠峠～妻籠～三留野) 完工
1971	妻	「妻籠宿を守る住民憲章」制定
1971	妻	長野県より郷土景観保護区に指定
1972	馬	土地買収対策で馬籠住民憲章の制定
1974	妻	街並み保存連盟 (妻籠・有松・今井) 発足
1975	馬	藤村記念館の来訪者が 40 万人を超える
1976	妻	妻籠宿・重要伝統的建造物群保存地区に選定
1978	馬	馬籠の景観整備事業 (修景・美化, 電柱撤去)
1979	馬・妻	歴史の道 (信濃路自然道) 開通式
1983	馬	町並み保村委員会の発足
1987	馬・妻	一石柵立場茶屋の保存工事
1988	馬	宿場の全面整備 (～1981 年)
1998	馬・妻	「妻籠馬籠を美しくする会」総会

馬: 馬籠宿, 妻: 妻籠宿, 馬・妻: 馬籠・妻籠の両宿場.
(財)妻籠を愛する会提供資料及び馬籠観光協会資料により作成.

Source: Data of Tsumago wo Aisurukai and Matome tourism association.

が急増し, 1955 年に約 8,000 人であったものが 1970 年には約 14 万人に, 1975 年には 40 万人を超えた⁵⁾。馬籠宿における急激な観光化は, 土産店や飲食店, 宿泊施設の乱立を招き, 県外の外部資本の進出や投機目的の土地売買が問題化した。急速な観光化で俗化する馬籠宿の一方, 観光化に遅れた妻籠宿は馬籠宿の反省を活かし, 古い宿場建築の保護に努めた。妻籠を愛する会 (1968 年

図 2 妻籠宿・馬籠宿における訪問客数の推移 (1966～2018 年). 長野県商工部観光課統計より作成.

Fig. 2 Trends of inbound and domestic tourists in Magome and Tsumago (1966-2018). Source: Statistics of Nagano prefecture.

設立)を中心に, 1969 年に電柱の移動と撤去を開始し, 「売らない, 貸さない, 壊さない」で知られる「妻籠宿を守る住民憲章」(1971 年)を制定し, 1976 年には全国初の重要伝統的建造物群保存地区に指定された。妻籠宿の保存運動にならない, 馬籠宿でも宿場の伝統性を強調する街並み保全を進めることとなった。

こうした観光化の傾向は, 両宿場の観光客数の推移にもみとれる (図 2)。観光客数は, 1960 年代まで馬籠宿が妻籠宿を上回っていたが, 1970 年代初頭には妻籠宿が 20 万人を超え, 馬籠宿を超えるようになる。その後, 両宿場の観光客数は, 1980 年代中頃まで年間約 60～70 万人を推移していたが, 1980 年第後半を境に馬籠宿では観光客数が減少傾向となり, 反対に妻籠宿は 1990 年代初頭にかけて年間約 100 万人にまで観光客が増加した。しかし, 1990 年第以降は妻籠宿も同様に観光客数が減少し, 2016 年には年間約 40 万人程度となった。

2) 歩くツーリズムとインバウンドの台頭

1990 年代以降, 大きく減少する観光客数に対して, 2000 年代以降顕著となったのがインバウンド・ツーリストの増加である。なかでも特筆す

べきはヨーロッパを中心とした欧米系ツーリスト数の多さであり、2013年の調査によると、妻籠宿から馬籠宿の峠を歩くツーリストのうち、92%が欧米豪出身者であり、そのうちヨーロッパが60%を占めている⁶⁾。一方アジア系の観光客は5%に過ぎず、その多くは大型バスで宿場へ立ち寄り土産物を購入するだけの日帰り観光である。

欧米系ツーリストが目的とする峠の道は、1970年に「信濃路自然歩道」として馬籠峠～妻籠宿～三留野へと至る道が整備されたものである。1979年には「歴史の道」として県を超えて開通し、これが観光化の契機となった。馬籠宿と妻籠宿の峠道を歩くツーリズムは、欧米系ツーリストには以前から知られた存在であったが、2010年頃よりガイドブック「ロンリープラネットジャパン」のランキング上位25位内に入ったことで急速に知名度が上昇した⁷⁾。表2をみると、2009年には馬籠宿～妻籠宿の峠を歩く総ツーリスト数35,390人のうち外国人率は20.9%（5,848人）であったが、2016年には総ツーリスト数45,373人のうち外国人率は46.9%（23,160人）にまで増加した。2009年では欧米のパカンスシーズンである7～8月や1～3月にツーリストが集中していたが、2016年では周年的にインバウンド・ツーリストが来訪し、6～10月および12～3月はツーリストの半数以上が外国人となった。2013年の調査では、インバウンド・ツーリストのうち70%が木曽周辺に宿泊しており、うち60%が妻籠宿に、33%が馬籠宿で滞在をしているという⁸⁾。

3) 地域のインバウンド・ツーリズムへの対応

中山道における歩くインバウンド・ツーリズムは、地域が積極的に誘致したものではなく、海外旅行ガイドブックへの掲載やインバウンド・ツーリスト間の口コミ等を通じて発展したものである。そのため、妻籠宿・馬籠宿は、急激なインバウンド・ツーリストの増加に対応が十分に追いついていないといえる。

妻籠～馬籠宿のそれぞれの観光協会がサイトで紹介する宿場の宿泊施設数は、馬籠宿で8軒、妻籠宿で11軒である。いずれも伝統的な宿場建築

表2 妻籠～馬籠宿を歩くツーリストの推移。

Table 2 Trends of walking tourists at Magome and Tsumago.

	2009		2016	
	総数	外国人率	総数	外国人率
4月	5,348	12.4	7,608	42.4
5月	8,787	6.5	6,731	37.6
6月	2,868	12.7	3,038	51.7
7月	1,576	31.7	3,870	60.0
8月	2,237	64.1	3,948	69.0
9月	2,954	16.8	3,476	59.1
10月	4,540	16.2	6,315	53.1
11月	4,295	12.0	5,748	40.9
12月	940	11.8	1,013	60.3
1月	216	24.5	533	60.4
2月	269	15.6	500	58.8
3月	1,360	26.7	2,593	69.4
	35,390	20.9	45,373	51.0

一石橋立場茶屋の統計により作成。

Source: Statistics of Ichikokutochi-chaya.

の民宿や旅館であることから、さらなるインバウンド需要を見込めるが、インバウンド・ツーリストを積極的に受け入れているのは馬籠宿で1軒、妻籠宿で1軒のみである。このおもな理由は、英語対応の問題である。すなわち、予約から宿泊に至るやりとりや、実際に宿泊した際のインバウンド・ツーリストとのコミュニケーションへの不安が受け入れの障壁となっている。インバウンド・ツーリストを受け入れている宿泊施設は、英語対応が可能であり、booking.comのサイトなどを通じて予約に応じている。一方、観光協会や市町村の観光課は、増加するインバウンド・ツーリストに対して、地図やパンフレット、公式ホームページの英語化を整備し、海外向け観光エキスポへの出展や海外旅行者からのイベントやツアーの受け入れなど、徐々に体制を整えつつあるのが現在の段階である。

4) 欧米系ツーリストの観光行動

欧米系ツーリストによる中山道の歩くツーリズムは、彼らの訪日旅行全体の旅程においてどのような位置づけにあるのかを検討するために、彼ら

表 3 インバウンド旅行者の宿泊地と滞在日数 (2016 年).

Table 3 Number of days and places of stay of inbound tourists (2016).

訪問地	宿泊組数 及び割合	宿泊総数 (泊)	平均滞在日数 (日)
馬籠・妻籠	38 (79%)	64	1.7
東京	37 (77%)	153	4.1
京都	30 (63%)	96	3.2
高山	13 (27%)	28	2.2
松本	13 (27%)	14	1.1
名古屋	12 (25%)	20	1.7
広島	12 (25%)	18	1.5
大阪	10 (21%)	21	2.1
富士山	8 (17%)	12	1.5
奈良	7 (15%)	13	1.9
高野山	7 (15%)	12	1.7
長野	6 (13%)	8	1.3
金沢	6 (13%)	10	1.7
日光	4 (8%)	7	1.8
箱根	4 (8%)	6	1.5
神戸	4 (8%)	6	1.5
別府温泉	4 (8%)	5	1.3
河口湖	3 (6%)	5	1.7

聞き取り調査およびアンケート調査により作成.
Source: Interviews and questionnaires.

の中山道前後の訪問地を整理する。

筆者の実施したアンケート調査によれば、全 48 組のうち妻籠・馬籠が 38 組ともっとも多く、東京 (37 組) と京都 (30 組) が続いた。つまり、東京と京都の 2 都市が訪日旅行の起点となることがわかる (表 3)。続いて、高山、松本、名古屋、広島が多く、それぞれ宿泊組数は 10 ～ 13 組であった。平均滞在日数でもっとも長いのは東京 (4.1 日) であり、続いて京都 (3.2 日)、高山 (2.2 日)、大阪 (2.1 日) であった。一方、妻籠・馬籠は平均 1.7 日と滞在日数は短く、中山道は日本の都市間における立寄り地となっていることがわかる。

ツーリストの観光地間の移動を表すトリップ数⁹⁾をみると、2 以上は、いずれも妻籠・馬籠を介する移動であることがわかる。とくに、松本、高山、京都、名古屋、東京からの流入が多い

(図 3)。このことから欧米系ツーリストは、東京と京都、名古屋を起点に都市で長期滞在し、中部地方の高山、松本を経由して妻籠・馬籠を訪れていたと考えられる。妻籠・馬籠を経由しない移動では、東京を起点とする移動が多く、なかでも日光や箱根、河口湖や富士山といった自然を体感できる観光地からの流入が目立つ。

トリップ数 1 を含めた全体として、妻籠・馬籠を訪れるツーリストは、東は栃木県から西は広島県の間で移動が完結しており、東京と大阪を結ぶゴールデンルートの移動間に中山道が経由されているといえる。また、温泉地や富士山、河口湖、高野山などの自然や歩くツーリズムを体感できる観光地への訪問や、経由地としての広島の存在が特徴である (図 4)。

III. 歩く欧米系ツーリストの観光形態と意識

1) ツーリストの類型化

中山道を訪問した欧米系ツーリストは、全体でみると旅行業者を介さない個人旅行が約 88% (42 組) であり、個人旅行には女性による一人旅も多い (8 人)。職業では教員・研究者・医師・官公庁など知識階層や、デザイナーや建築家、IT 技術者などクリエイティブクラスが多く、安定した収入と長期休みを確保できるツーリストである。彼らの来訪動機は大きく 4 つの特徴、すなわち「歴史・文化」「自然」「都会逃避」「外発的動機」に分けられた。そのため、この来訪動機の特徴から欧米系ツーリストの類型化を行った。なお、来訪動機が複数類型に含まれる場合は、来訪前イメージおよび中山道で感じた魅力を含めて考慮し、類型化を行った。各類型の特徴は以下の通りである。

中山道に残る古道や文化景観を見ることを来訪動機とする「歴史・文化型ツーリスト (以下、歴史・文化型)」(14 組)、ハイキングや森林、環境など自然的要素を楽しむことを目的とする「自然中心型ツーリスト (以下、自然中心型)」(18 組)、都市を逃れて農村へ訪れたいとする「都会逃避型ツーリスト (以下、都会逃避型)」(6 組)、そしてツアーでの来訪、口コミや伝聞、ガイド

図 3 中山道を歩く観光客の観光行動（トリップ 2-）（2016 年）．聞き取り調査およびアンケート調査により作成．

Fig. 3 Behavior of walking tourists in Nakasendo (Trip 2-) (2016). Source: Interviews and questionnaires.

ブックなどをきっかけに来訪した「外発的動機型 ツーリスト（以下、外発的動機型）」（10 組）である¹⁰⁾。なお、各類型内は、1 人で来訪した「個人」、2 人で来訪した「ペア」、2 人以上で来訪した「団体」に分類した¹¹⁾。

以下では、各類型ごとに国籍や職業、中山道のイメージ等に注目してその観光特性を検討する¹²⁾。

2) 各類型の観光特性

2-1) 歴史・文化型ツーリスト

2-1.1) 来訪動機と観光属性・イメージ

「歴史・文化型」（No 1 ～ 13：表 4）は、歴史的な景観や建築、伝統や文化などを見ることを来訪動機としている。彼らの来訪動機として目立つのは、「古い日本」（No 1, 2, 6, 7）、日本の「伝統的」なもの（No 3, 4）への関心である。彼らは中山道が「古い日本が残る場所」（No 7）であり、「伝統的な村」（No 3）や「歴史的あるいは保存された街並み」（No 10, 11, 12）を体験するのにふさわしいと考えている。また、妻籠宿・馬籠宿の周辺は、「農村」や「田舎」（No 5, 7,

13）であり「都会から離れた日本農村」（No 8：男性）であるため、「過度に観光化していない穴場」（No 8：女性）としても捉えられているといえる。

「歴史・文化型」は、他類型に比べて年齢層が高く、平均年齢 40 歳代以上が全体の半数以上（7 組）を占め、うち 50 歳代以上が 4 組である¹³⁾。また、日本への滞在日数は長く、2 週間以上が 77%（10 組）であり、また旅の平均予算は約 44 万円（1 人あたり）と高額である¹⁴⁾。全体のうちはじめて来日したツーリストが 77% と大半を占める。そのため、旅行前に参照した情報はガイドブックによるものが多く（69%，9 組）、とくにLonely Planet が読まれている。一方、インターネットや友人の口コミを参照した旅行者は少なく、他類型よりもガイドブックへの依存率が高いことが特徴である。また、普段から歩く経験を有するツーリストの割合が低く、半数以上（7 組）において歩く経験は非日常なものと認識されている。国籍は、76%（10 組）が西ヨーロッパである。職業をみると、大学教員や会社経営、医

図 4 中山道を歩く観光客の観光行動（トリップ1）（2016年）。聞き取り調査およびアンケート調査により作成。

Fig. 4 Behavior of walking tourists in Nakasendo (Trip 1) (2016). Source: Interviews and questionnaires.

師や行政官など比較的所得の高い旅行者が多く、職業的に時間に融通の効く旅行者である。彼らは初夏に集中的に来訪しており、その約半数が6月に来訪している（5組）。歴史・文化型のもつ中山道イメージは、「昔ながらの村々・古い村」（No 1, 11）であり、「山の中にある」（No 7）あるいは「奥地にある」（No 12）というイメージが中心である。こうした奥地山村に位置するというイメージが「伝統や文化が保存されている場所」と合致し、彼らの来訪動機につながっているといえる。このように、「歴史・文化型」は、異なる文化への知識や歴史の探求を求めている点において、「ワンダーラスト（Wanderlust）型」に近い類型といえ、とくに日本の伝統や古い日本への憧憬を満たす場所として中山道を来訪している。

2-1.2) 歩くツーリズムとへの意識

「歴史・文化型」の歩くツーリズムへの意識（No 1～13：表5）は、彼らの主たる来訪動機は歴史・文化であるが、歩くことの意義として「自然を感じるため」（No 6）、「自然をゆっくり観察することができる」（No 3）、「自然との相互作用

を得ることができる」（No 10）など、「自然」を含む回答を10組（77%）があげており、歩くことで自然を体感したいと考えている。そして、「都会を忙しく旅行し疲れた精神をリラックス」（No 5）や、「日常から離れて静けさを得るため」（No 9）など、自然を通じて得られる精神的なものが意識されている。彼らにとって歩くことは、「自然をゆっくり観察し感じる」（No 3, 6）ことや「自然の中で静けさを再発見」（No 12）することを可能にする手段なのである。つまり、彼らは中山道の街道や宿場に対する歴史・文化的魅力を来訪動機としながらも、実際に峠を歩くことで自然の効用を得ることに期待を抱いている。

一方、彼らが中山道で感じた魅力を見ると、「農村」「農業」が69%（9組）であげられており、都会に対する「農村」として、中山道が高く評価されていることがわかる。農村の内容は「農村の体験」（No 4, 6, 8）、「農村家屋」（No 5）のほか、「棚田」（No 3, 7）などのより具体的な内容となっている。彼らは、「本物の農村」「農村観光地域の真正性」（No 5, 12）、農村の「家屋」「古

表 4 中山道の妻籠・馬籠宿を歩く歴史・文化型ツーリストの観光形態 (2016 年).
Table 4 Characteristics of walking tourism of historical and cultural tourists (2016).

No	国籍 (居住地域)	年齢	性別	職業	訪日回数	旅の予算 (円)	旅の参考	旅行仲介	歩く経験	来訪動機	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
1	フィリピン (マニラ)	36	男	会社員	無	17 万	友	無	非日常	近代日本の古い場所を歩き感じる体験、リラックス	昔ながらの村々、観光地のイメージ	6 日	
2	オーストラリア (メルボルン)	44	女	販売員	有 (居住有)	96 万	ネット	無	非日常	古い日本の世界	江戸時代が保存されているイメージ	14 日	7 月
3	イタリア	51	女	会社員	無	45 万	ガ (LP)	無	日常的	伝統的な日本の村々を見るため	特になかった	20 日	
4	オーストラリア (西オーストラリア州)	19	女	学生	無	6 万 (中山道ののみ)	友、ネット (TA, BC), SNS (FB)	無	非日常	伝統的な日本の生活と環境、美しい山の環境と自然景観	ネットで見た画像のイメージ	(6 日)	7 月
5	イタリア (ロンドン)	36・35	男・女	大学教員・ 建築家	無	44 万 (2 人)	ガ (LP) ネット (TA)	無	日常的	より「本物」に近い日本の伝統を、農村で触れるため	もう少し歴史の説明や展示があるイメージ	14 日	6 月
6	スウェーデン	36・47	男・女	IT 技術者・ 放牧職技師	無	70 万 (2 人)	仲	有	非日常	ツアーに組み込まれていたため、古い日本を見たかった	特になかった	14 日	6 月
7	ドイツ (ベルリン)	40・36	男・女	共にインテ リアデザイ ナー	無	64 万 (2 人)	ガ	無	非日常	田舎へ行くため、古い日本が残る場所を体験するため	山の中にある美しい村と自然	15 日	6 月
8	フランス (西オーストラリア州)	54	女	看護士	無	52 万	ガ (LP)	無	日常的	過度に観光化していない、穴場だから	非常に期待できる体験ができるイメージ	20 日	6 月
9	イギリス (西オーストラリア州)	55	男	マーケティング業	無	52 万	ガ (LP)	無	日常的	都会から離れた日本農村の体験、英国農村との比較	緑の植生、波打つ丘陵地帯、小さな農村集落		
10	オランダ (ハーグ)	36・37	男・女	共に行政官	無	120 万 (2 人)	ガ (LP)	有	日常的	ハイキングと日本の文化を求めて	伝統的なイメージ	26 日	8 月
11	イギリス	32・32	男・女	建築家・ 医師	無		ガ (LP)	無	日常的	日本の景勝地や歴史地区を歩く、ルートが易しい	山々、穏やか、緑、景勝地、ハイキングトレイル	35 日	6 月
12	アメリカ (インディアナ州)	52・49	男・女	大学教授・ 主婦	有 (11 回)		テレビ (NHK)	無	非日常	美しい景観、歴史的な街並み	テレビで見た古い村というイメージ	60 日	7 月
13	フランス (マルセイユ)	55・60・ 16	女・男・ 男	航空管制官・ 年金者	無	80 万 (3 人)	ガ (LP), ネット	無	非日常	保存された町並み、江戸の道を歩くため	中山道の中でも奥地にあるイメージ	12 日	
14	ドイツ (ベルリン)	40・42・ 子 (2 人)	女・男	教員・ 事業管理者	有 (2 回)	220 万 (4 人)	ガ (ラフガ イド)	無		ハイキング、農村建築、田舎が好きであるから		80 日	

ガ：ガイドブック、仲：仲介業者、LP：ロニー・ブライネット、TA：トリップアドバイザー、FB：フェイスブック、空欄はデータなし、滞在日数の（ ）は中山道のみ、聞き取り調査およびアンケート調査により作成。
Source: Interviews and questionnaires.

表 5 歴史・文化型ツーリストの歩くツーリズムへの意識 (2016 年)。

Table 5 Attitudes of historical and cultural tourists (2016).

No	なぜ歩くのか・歩くことの意義	中山道で感じた魅力
個人	1 友達から非常に良い場所だと聞き、歩く体験をしたかった	歩く道、山並み、古い家々、道中に住む地域の人々
	2 徒歩でしか感じられない景観や光景を歩道や集落から見たい	道、家屋、森林景観、河川、タイムスリップした雰囲気
	3 自然をゆっくり観察することができるから	棚田、竹林
	4 自然を感じたい	農村体験、棚田、人々の生活の様子、日本食、静けさ
ペア	5 都会を忙しく旅行し疲れた精神をリラックスさせ、ゆっくりさせてくれるから	「本物」の農村における静けさや経験、農村家屋や道
	6 自然を感じるため	農村の体験
	7 スローツーリズムができる、伝統的な日本の姿と自然をより体感できる	棚田、古い村々、自然、静けさ、景色
	8 ヨーロッパのアルプスでの体験と日本のアルプスの比較、人々とより近いところで触れ合える	農村体験、伝統的な日本、生活様式、静寂、美しい景観
	9 普段からイギリス農村の海岸を歩いており、歩く体験を通して日本アルプスの魅力を感じるため	農村体験、農業の伝統性、美しい景観、人々、静けさ
	10 日常から逃れて静けさを得るため、運動、自然	自動車道から遠く、家々もなく自然しかないところ
	11 歩くことは挑戦と経験をもたらす。2つの宿場の間の美しい風景を見て、また自然との相互作用を得ることができる	伝統家屋、静けさ、山並みの風景、荷物運搬サービス
団体	12 景色を楽しむ運動をするため	歴史的関心、美しい山々、農業景観
	13 自然の中で静けさを再発見できる。色々なものに気づくことができる	農村観光地域における真正性
		景観、歩く道中の景色、森林、水

聞き取り調査およびアンケート調査により作成。

Source: Interviews and questionnaires.

い家々」(No 1, 2)「農業の伝統性」(No 8) など、都市部の観光地域にはない要素を、農村の歴史・文化的価値として見いだしている。他では、(道中に住む)「地域の人々」(No 1, 7)あるいは生活様式 (No 7) など人間に対する興味もみられるが、人との関係性ではなく、みることに重点が置かれている。また、彼らは「静けさ (静寂)」(No 4, 7, 8, 10, 12) を魅力として感じていることも特徴である。一方、自然に関わる魅力では、「森林」「河川」「竹林」「山並み」「滝」「水」などを 6 組 (No 2, 3, 9, 10, 12, 13: 43%) があげている。したがって彼らは、人文的要素と自然的要素の両方を中山道の魅力として認識しているといえる。

2-2) 自然中心型ツーリスト

2-2.1) 来訪動機と観光属性・イメージ

「自然中心型」(No 1 ~ 18: 表 6) は、中山道の文化や歴史よりも森林や川、景観といった自然の要素を重視するツーリストである。「自然中心型」は、比較的年齢層が低く、30 ~ 40 歳代が 78% (14 組) を占める。滞在日数をみると、1 か月を越える長期滞在は少なく、旅の平均予算も約 29 万円と低い。彼らは、来日経験者が 39% (7 組) と多く、うち 4 組は複数回の来日経験をもつ。旅行前に参照したものは、ガイドブックのほか、友人からの勧めや口コミ (5 組)、インターネット (6 組)、書籍 (5 組) など、他類型よりも多様な手段から情報を収集している。「自然中心型」は、日常的に歩く経験を有する人数の割合が高く、79% (15 人: ペア内での個人差含む)

表 6 中山道の妻籠・馬籠宿を歩く自然中心型ツアーリストの観光形態 (2016 年).

Table 6 Characteristics of walking tourism of nature-based tourists (2016).

No	国籍 (居住地域・都市)	年齢	性別	職業	訪日回数 (円換算)	旅の予算 (円換算)	旅の参考	旅行仲介	歩く経験	来訪動機	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
1	スペイン (エスト レマデューラ州)	32	男	軍人	無	無	ガ (LP)	無	日常的	自然、日本の昔ながらの景観	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
2	イタリア (東京)	30	女	ライター	有 (居住経験)	有	本、ネット	無	日常的	自然をみるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
個人	スペイン (クエンカ)	39	男	観光業	無	24 万円	本	無	日常的	トレッキングが趣味であるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
4	アメリカ (ミシガン)	55	女	自営業	有 (1 回)	28 万円	友	無	日常的	風景や景色、自然を求めて	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
5	オランダ (リンブルグ州)	40	女	研究職	無	無	ネット	無	日常的	古い街並み、自然を歩くことを求めて	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
6	アメリカ	47・47	男・女	医師・秘書	無	130 万円 (2 人)	友、ネット	無	日常的	友人の勧め、山でのハイキング、 違った日本の側面を見るため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
7	スウェーデン (ストックホルム)	37・41	女・男	教員・ マスコミ	有	40 万円 (2 人)	友、ネット	有	日常的	ハイキング、自然、家族との時 間	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
8	オーストラリア (西オーストラリア州)	38	女	経理事務	無	6 万 (中山道のみのみ)	友、ネット (TA)	無	日常的	自然を楽しむ、友人を訪ねるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
9	スペイン (バルセロナ)	44・43	女・男	行政職・ 薬剤師	無	25 万円 (2 人)	友、ブログ	無	日常的	自然歩くことが好きで、農村地 域でそれを楽しめるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
10	イタリア	47・49	女・女	ジャーナリス ト・会社員	無	70 万円 (2 人)	友、ガ (LP)	無	日常的・ 非日常	自然の中を歩き発見を得ること が好きであるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
11	フランス(スイス・ フリブール)	32・31	男・女	エンジニア・ エンジニア	有 (1 回)	30 万円 (2 人)	ガ (LP)	無	日常的	美しい日本の村々を歩いてみる ため、ハイキングと歴史	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
12	ドイツ (ニーダー ザクセン州)	29・29	男・女	IT エンジニア・ 建築家	無	15 万 (交通費除)	本、ガ (MP, LP)	無	非日常	馬籠～妻籠をハイイクし自然をみ るため、旅行中の息抜き	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
13	ベルギー	46・42	女・男	研究職・教員	有・無 (4 回)	60 万円 (2 人)	ガ (LP)、本、 ネット	無	非日常・ 日常的	歩くツーリズム、美しい自然、 文化、冒険	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
14	ドイツ (ニーダー ザクセン州)・ スイス (バイエルン州)	48・51	男・女	個人投資家・ プログラマー	有 (3 回・ 2 回)	90 万円 (2 人)	ガ (LP)、 ネット	無	日常的	東京～名古屋間で立ち寄って、 静かで自然が溢れる場所であるため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
15	オランダ	50・51・ 子 (3 人)	女・男・ 子	教員・会社員・ 学生	有 (親・5 回)	ガ (LP)	ガ (LP)	無	日常的	山々、雰囲気、ハイキングを求 めて	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
16	ポーランド	36	女	医師	無	24 万	本、ガ	無	日常的	美しい景観と山々を求めて	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
17	スイス	43・43・ 子 (2 人)	男・女	共に会社経営	無	57 万円 (家族)	ガ	無	日常的	歩くこととこの地域を発見する ため	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
18	イタリア (トスカナ州)	34・32・ 子	男・女・ 子	医師・ ワイン業	無	ガ (LP)	ガ (LP)	無	非日常	伝統的な村を見学し、自然の中 で宿泊すること	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月

ガ：ガイドブック、仲：仲介業者、LP：ロンリープラネット、TA：トリップアドバイザー、FB：フェイスブック、空欄はデータなし、滞在日数の () は中山道のみ、

聞き取り調査およびアンケート調査により作成。

Source: Interviews and questionnaires.

が歩くことを日常的とする。国籍はヨーロッパが大半である（83%）。職業は、医師や研究職、会社経営などの比較的に収入の高い職業に加え、IT技術者や建築家、ジャーナリスト、マスコミなど専門的かつクリエイティブな職種が多い。

来訪動機をみると、「自然」という単語を含む回答が12組（67%）、そのほか「山」（3組）、「ハイキング・トレッキング」（6組）など、自然を見て楽しむことが重視される（No 2, 5, 8～10, 12）。普段から歩くツーリズムに親しんでいる彼らは、自然のなかの「景観や風景」（No 1, 4, 16）を求め、また地域や自然のなかに「発見」（No 10, 17）を得ようとする。彼らの中山道に対する来訪前の印象には「美しい」（No 7, 11, 12, 13, 16）という意識が多くあり、その対象は「景観」「農村」「場所」である。一方で、「中山道の存在を知らなかった」とする旅行者（No 10, 11）や、イメージはインターネットの画像検索の印象（No 6, 8）、あるいはとくに印象やイメージのない旅行者（5組）が他類型よりも多く、自然のなかを歩くことそのものに価値を見いだしている。

全体として、自然中心型は旅行に慣れているツーリストや訪日観光のリピーターが多く、日本での歴史・文化観光をすでに経験している傾向にある。彼らは、体を動かすことや自然そのものを重視することから、日本でないとできない経験を必ずしも重視しない特徴をもつ。

2-2.2) 歩くツーリズムへの意識

「自然中心型」（No 1～19：表7）の歩くことに対する意識からは、「リラックス」（No 6, 7, 10, 14）、「心身の平和」「静かな瞑想」（No 4）など、自然からの安らぎを求めていることがわかる。彼らにとって自然に身を置くことは、「精神に良い」（No 9）、「長い旅の中でスローダウン」（No 9）させてくれるものである。また、歩くことは「自分のペースで移動ができ、行きたい場所に自由にいける」（No 11）手段であり、「歩くことで発見が増える」（No 17）ことを可能にする。彼らは「自然や景観を体感」（No 12, 14）するだけではなく、「日本の生活や日本の道を間近で

見る」（No 3, 6）、「農村地域の土地や人々の暮らしを近くで感じるため」（No 8）というように、農村の生活や文化への興味がある。

「自然中心型」が回答した中山道の魅力は、他類型よりも自然的な要素を多面的に評価していた。全体のうち「自然」や「景観（風景）」をあげた旅行者は79%（13組）である。「自然」では、森林、川、滝、緑など、日本人にとってはありふれた「普通の」自然的要素を評価する。また、「景観」では「棚田」（No 4～5, 9, 10, 17, 18）を多くあげている。そのほか、「本物の農村」（No 4, 17）、農村の生活（No 8）、「古い家々」（No 12）があげられたが、他類型よりは人文的な要素が少ない。また、「ツーリストが少ない」（No 16）、「本物らしさ」（No 6）、「典型的な観光ではないところ」（No 16）など、日本観光の定番とは異なるものを求めている。

2-3) 都会逃避型ツーリスト

2-3.1) 来訪動機と観光属性・イメージ

「都会逃避型」（No 1～6：表8）は、都会から逃避したいという点を来訪動機としている。自然中心型との差異は、自然やその環境を「都会」あるいは「都市」と対比として捉えている点である。

「都会逃避型」は、いずれも2人組による来訪であり、年齢は20～30歳代が4組、60歳代が2組である。平均予算は約32万円で、すべて2週間を超える長期滞在である。彼らの来訪動機は、「都会や人ごみを離れる・逃れる」（No 1, 5）、「喧騒の東京後のリラックス、ストレスから解放」（No 3）というように、日本の都市観光に体力的あるいは精神的な負担を感じる旅行者と、「都会ではない日本の農村」（No 2）、「都会は行き尽くした」（No 6）というように、都市観光とは異なる体験を求める旅行者に分かれる。とりわけ、後者は「典型的な日本観光でないこと」（No 4）を求めており、日本のインバウンド・ツーリズムが都市部に集中していることから「何か人と違う体験」（No 5）を求めて農村部を来訪しているといえる。彼らの中山道イメージは、「美しい田舎・農村・場所」（No 1, 2, 3, 6）と良好であり、訪問前の期待が大きかったことがわかる。

表 7 自然中心型ツールの歩くツーリズムへの意識 (2016 年)。

Table 7 Attitudes of nature-based tourists (2016).

No	なぜ歩くのか・歩くことの意義	中山道で感じた魅力
個人	1 自然を楽しむため	馬籠、妻籠
	2 歴史や自然がどうなっているかみるため	静けさ、自然の緑、村々の美しさ
	3 日本の道や中山道の小道を近くで知りたいから	
	4 歩くことは、心身の平和、考えること、静かな瞑想になるから	棚田、本物の農村
	5 自然や事物と近い場所に居られるため	本物の農村の体験、棚田、歩くこと
ペア	6 日本の生活を間近で見るため、リラックスしながら景観美と体験を得るため	本物らしさ、棚田、山並み
	7 自然の体験、リラックス、冒険	穏やかで平和、農村景観
	8 農村地域の土地や人々の暮らしを、より近いところに身を置き感じるため	坂道からの景観、水田、農村の生活様式の体験、友人との再会
	9 歩くことは体と精神に良く、長い旅の中で少しスロウダウンさせてくれる	峠途中の茶屋、自国に無い棚田の風景、農村としての馬籠宿
	10 歩いて村々を訪れたい、リラックス	歴史、雰囲気、棚田、自然、
	11 自分のペースで移動ができ行きたい場所に自由に行ける。歩くことで多くの人々と時間を共有したい	生活様式、自然、静寂
	12 都会の煩わしさから逃れられるから、森や川、景観を体感できるから	杉と竹の林、歩く道、古い家々
	13 できるだけ自然の近くにいたいため、運動	森林、川、妻籠・馬籠宿
	14 静かな場所で自然を体感しリラックスできるから	馬籠宿・妻籠宿、歩く道
	15 田舎を楽しむため	素朴な風景、きれいな空気、運動、自然
団体	16	静寂、観光者が少ない、典型的な観光ではないところ
	17 歩くことで発見が増えるため	本物の農村体験、棚田
	18 トレッキングをするため	滝、田んぼ

聞き取り調査およびアンケート調査により作成。

Source: Interviews and questionnaires.

類型全体として、都会逃避型は日本の都市観光に疲弊しており、それに代わる新たな場所として農村を求め来訪したといえる。

2-3.2) 歩くツーリズムへの意識

「都会逃避型」(No 1～6: 表 9) の意識は、「都会の生活から距離を置く」(No 1)、「都会と違う側面の日本を見る」(No 2) というように、歩くことの意義としても都会からの逃避欲求が認められる。また、歩くことは「ほかの輸送手段から我々を解放」(No 3)、「ストレスから解放」(No 3) する手段であり、「人々の普段の様子を見ることができる」(No 4)、そして「本物の観光」(No 5) であるという意識をもっている。中

山道の魅力では、「本物の農村」(No 2, 4, 5) を半数があげており、農村観光のオーセンティシティに対する意識が強いといえる。そのほかは、棚田や景観、森林といった自然的要素と建築や農村の人々といった人文的要素の双方を魅力として評価することが特徴である。

2-4) 外発的動機型ツーリスト

2-4.1) 来訪動機と観光属性・イメージ

「外発的動機型」(No 1～10: 表 10) 型は、周囲からの勧めやガイドブック、ツアーなど、自発的要因よりも外部からの要因を来訪動機にあげた類型である。来訪動機の内訳は、「友人からの勧め・評判」(No 1～4, 7) が 5 組 (50%) と

表 8 中山道の妻籠・馬籠宿を歩く都会逃避型ツアーリストの観光形態 (2016 年).

Table 8 Characteristics of walking tourism of urban-escape tourists (2016).

No	国籍 (居住地)	年齢	性別	職業	訪日回数	旅の予算 (円)	旅の参考	旅行仲介	歩く経験	来訪動機	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
1	イギリス (ロンドン)	64・65	男・女	裁判官・ 主婦	有 (2回)		ガ (LP), ネット	無	非日常	都会や人ごみから離れて田舎を訪れた かった, 日本の違う側面を求めて	美しい田舎, 山並みと素 敵な街並み	15 日	5 月
2	イギリス (ヤマセツト)・ イギリス (コーンウォール)	23・24	女・男	女優・ ツアー ガイド	無	40 万 (2人)	本, ガ (LP)	無	日常的	都会ではない日本の農村を見たかつ た, 評判の良かった江戸の道を歩く	美しい場所であり, 実際 に見たらもっと美しいと いうイメージ	20 日	7 月
3	ポーランド	27・27	男・女	共に IT デ ザイナー	無	60 万 (2人)	ネット	無	日常的	伝統的な日本農村の風景, 喧騒の東京 観光後のリラククス, 自然を楽しむス トレスから解放	美しい農村の平和な風景 と道があり, よく保存さ れた村	21 日	5 月
4	アメリカ (ブルックリン)	68・68	男・女	年金者・ 年金者	有 (3回)	78 万 (2人)	ガ (LP)	無	日常的	典型的な日本観光ではないことをした かった	想像よりもずっと建物が 少なく森林が多かった	16 日	6 月
5	カナダ (ケベック州)	32・27	男・女	教員・ 社会福祉士	無	44 万円 (2人)	旅先, ガ (LP)	無	日常的	何か人と違う体験, 都会から逃れるた め, 日本アルプスとハイク	全く知らなかった	31 日	7 月
6	スウェーデン (ストックホルム)・ イギリス (ロンドン)	23・24	女・男	学生・学生	無	96 万円 (2人)	ガ (LP), ネット (TA)	無	非日常	都会の地域は行き尽くしたので, 静か で美しい農村に行きたかった	妻籠の写真にあるユニー クで美しいイメージ	30 日	6 月

ガ: ガイドブック, 仲: 仲介業者, LP: ロンリープラネット, TA: トリップアドバイザー, FB: フェイスブック, 空欄はデータなし, 滞在日数の () は中山道のみ.

聞き取り調査およびアンケート調査により作成.

Source: Interviews and questionnaires.

表 9 都会逃避型ツーリストの歩くツーリズムへの意識 (2016 年).

Table 9 Attitudes of urban-escape tourists (2016).

No	なぜ歩くのか・歩くことの意義	中山道で感じた魅力
1	忙しい都会の生活から距離を置くことができる, 美しい道があるから	
2	静けさ, 平安, 都会と違う側面の日本を見るため	棚田, 本物の農村, 農村に住む人々, 静寂
3	歩くことはほかの輸送手段から我々を解放し, ゆっくりとしたペースで自然を楽しめる, ストレスから解放し精神と肉体を活性化させる	山の景色, 夜の自然の音, 棚田, 古い木造建築
4	行きたい場所に自由に駆け, 土地の人々の普段の様子をみることができる	本物の農村, 農村の生活様式
5	運動になる, 本物の観光, 色々な自然を見て感じるため	自然, 侍の時代の道, 棚田, 本物の農村, 農村に住む人々, 静寂
6	自由に立ち止まりより良い景色を見て写真を撮ることができる	生活様式, 滝, 森林

聞き取り調査およびアンケート調査により作成.

Source: Interviews and questionnaires.

もっとも多く, 旅行前の参照情報も「友人」をあげたものが5組いる。一方, 「パッケージツアーに含まれていた」とするのが2組あり, 全体では3組がツアー参加である。

日本への滞在日数はいずれも20日以下であり, 長期滞在はない。「外発的動機型」の年齢層は, 20歳代から60歳代までと幅広く, 国籍も東ヨーロッパや北米, 北欧など多様である。旅の予算は約31万円と平均的であり, また訪日経験がすでにあるものが半数の5組と多いことが特徴である。彼らの中山道への来訪前イメージは, 「知らなかった」(No 3, 7, 8)とするものが無回答を含め4組あり, 反対に具体的なイメージがあるものは「古いイメージ, 伝統」(No 2, 9, 10)と「自然, 景観」(No 2, 4, 9)の両側面が入り混じった印象を有している。これは, ガイドブック内の記載情報がツーリストのイメージに反映している傾向を示している。外発的動機型は, 他類型よりも事前の情報収集や積極的な動機付けが弱く, 周遊観光の立ち寄り地として位置付けているツーリストが多い。

2-4.2) 歩くツーリズムへの意識

「外発的動機型」(No 1～10: 表 11)にוותて, 歩くことは「自然や文化・歴史」(No 2, 6, 7), 「景観」(No 9)を体感し, 「風景をゆっくり楽しめる」(No 1), 「楽しみ」(No 8)である。

彼らは, 他類型よりも表面的な表現回答が多く, 歩くことへの積極的な意識が弱い傾向にある。その一方で, 中山道の「伝統的な木工」(No 1), 「歴史的な側面」(No 3), 「街並み・建築」(No 7, 8), 「農村の生活様式」(No 6)など, 人文的要素を多く評価している(9組: 90%)。一方, 自然的要素をあげたのは4組のみであり, 歩くツーリズムよりも宿場町の歴史への関心が強いことを示している。類型全体の特徴は, 歩くことに関してやや消極的であり, 具体的な記述が少ない傾向にある。

IV. おわりに

インバウンド・ツーリストの増加と訪日観光の多様化は, 地方や農村の自然や文化への注目を促してきた。なかでも中山道で欧米系ツーリストが急増していることは, 「歩く」という行為を通じて景観美や自然, あるいは精神的な体験を得ることが欧米人に注目された結果である。本稿では, 日本のインバウンド・ツーリズムにおける歩くツーリズムの先駆的事例である中山道を事例に, 欧米系ツーリストの来訪動機に注目し, その背景にある観光需要や彼らの意識を考察してきた。その結果からは, 以下のことが強調される。

本研究は, 来訪動機に着目して欧米系ツーリストを類型化したところ, 4つのツーリスト類型,

表 10 中山道の妻籠・馬籠宿を歩く外発的動機型ツーリストの観光形態 (2016 年).
Table 10 Characteristics of walking tourism of extrinsic motivation tourists (2016).

No	国籍 (居住地)	年齢	性別	職業	訪日回数	旅の予算 (円)	旅の参考	旅行仲介	歩く経験	来訪動機	中山道のイメージ	滞在日数	旅行月
1	フィンランド (エスボー)	55	女	教員	無	10 万 (交通費除)	友、ネット	無	非日常	友人の勧め	友人の昔の旅行写真で見た イメージ	7 日	6 月
2	デンマーク (コペンハーゲン)	25	女	大学院生	有 (1 回)	30 万	ガ (LP)	無	非日常	ロンリープラネットの勧めを読 んで	美しい自然、静寂、伝統的 な文化	16 日	8 月
3	オーストラリア	58	男	消防士	有 (2 回)	25 万	ガ、ネット	無	日常的	歩くツーリズムについての本、 評判を聞いて	存在を知らなかったのだな い	20 日	6 月
4	イタリア	36	男	教員	有 (1 回)	39 万円	本、友、ガ	有	日常的	複数の友人から美しい場所と勧 められた	木々が多い場所というイ メージ		
5	ポーランド (伊：トーディ)	30	男	建築家	無	11 万 (交通費除)	ガ (LP)、 ネット	無	日常的	歩くツーリズムの場所を探して いた		14 日	6 月
6	スウェーデン	45・44	男・女	報道官・ プログラマー	無	70 万 (2 人)	仲	有	非日常・ 日常的	ツアーに組み込まれていたため	景観が良く自然が美しい	14 日	6 月
7	ポーランド (シュチェン)	35	女	歯科医	無	24 万	本、友、 ガ (LP)	無	日常的	友人の勧め	中山道については知らな かった	13 日	6 月
8	ポーランド (クラクフ)	35	女	医師	無	24 万	本、友、 ガ (LP)	無	日常的	ロンリープラネットを見て、日 本の山間部を歩くこと、馬籠の 景観に魅力を感じた	中山道については知らな かった	13 日	6 月
9	デンマーク (コペンハーゲン)	45・40・ 子供	女・男	科学者・ 経済学者	有 (1 回)	100 万 (3 人)	旅行会社	有	日常的	パッケージツアーに含まれてい たため	緑の多い丘陵地、古いイ メージ	15 日	7 月
10	アメリカ	45・45・ 44・41・ 子 (4 人)	男・女・ 女・男	全員教員	有	9 万 (中山道 のみ)	友	無	日常的	日本にいながらまだ訪れたこと がなかったから	古い日本映画で見たイメー ジ		7 月

ガ：ガイドブック、仲：仲介業者、LP：ロンリープラネット、TA：トリップアドバイザー、FB：フェイスブック、空欄はデータなし、滞在日数の () は中山道のみ、
聞き取り調査およびアンケート調査により作成。

Source: Interviews and questionnaires.

表 11 外発的動機型の歩くツーリズムへの意識 (2016 年).

Table 11 Attitudes of extrinsic motivation tourists (2016).

No	なぜ歩くのか・歩くことの意義	中山道で感じた魅力
個人	1 風景をゆっくり楽しめるから	森林、木、伝統的な木工
	2 歩くことで、日本の伝統文化や自然を体験できるから	山々、本物の農村の体験
	3 日本の農村をハイキングしながら見る	歩くこと、歴史的な側面
	4 生きていることを感じさせてくれる、自分自身を自由させてくれる	棚田の風景
	5	馬籠～妻籠の歩く道
ペア	6 歩くことは自然や文化に触れるのに最適であるから	農村の生活様式
団体	7 歩くことで自然や歴史を近くに感じる貴重な体験を得られる	滝、田んぼ、小道、オリジナルな建築、木々
	8 歩くことの楽しみ。歩くルートには冒険があり自然を感じる機会を与えてくれる	静寂、よく保存された馬籠の街並み・建築
	9 景観をより違った方法で楽しむため	本物の農村を体験できる
	10 自然の美しさを楽しむことができるから	

聞き取り調査およびアンケート調査により作成.

Source: Interviews and questionnaires.

すなわち「歴史・文化型」「自然中心型」「都会逃避型」「外発的動機型」を見いだした。各類型の特徴を簡潔にまとめると以下ようになる。「歴史・文化型」は、地域の歴史や文化のみならず農村や田舎としての中山道を「農村景観」「農村の生活」として強く意識し、さらに中山道の「静けさ」と「静寂」のある環境に魅力を感じていた。「自然中心型」は文化的なものよりも「歩くことそのもの」、そして「自然を体感する」ことで得られる「リラックス」や「平穏」に魅力を見いだしていた。彼らが中山道を歩き評価したものは、「山並み」「木々（森林）」「川・滝」といった日本人にはありふれた「普通の」景観要素であった。一方、「都会逃避型」は日本の都市観光での喧騒に疲弊し、静かな環境や自然に身を置きたいという欲求を中山道へと向けていた。また、新奇性への欲求、そして農村観光のオーセンティシティを強く意識するツーリストでもあった。「外発的動機型」は積極的な動機付けがやや弱く、周遊観光の立ち寄り地として中山道を来訪していた。以上をまとめると、中山道の歩くツーリズムは、知識階層やクリエイティブクラスを中心とする欧米系ツーリストが、典型的な訪日観光とは異なる場所、都会に無い静けさや農村観光の真正性を求めたこ

とで形成されたオルタナティブな観光であると結論づけられる。

本稿でとりあげた歩くツーリズムは、都市から農村、山地まで国内外にさまざまな事例が存在している。したがって、今後はそれらを比較することが求められると考える。また、来訪動機によるツーリストの類型化は、歩くツーリズムのみならず広く観光研究に適用することが可能である。そのほかのツーリズムでの来訪動機による類型化とその可能性については今後の課題としたい。

謝 辞

現地調査に際し、馬籠茶屋をはじめ、妻籠を愛する会、中津川市役所商工観光部観光課、そしてインバウンド・ツーリストの方々には多大なるご協力を賜りました。末筆ながら上記して感謝を申し上げます。

本稿の骨子は、2017 年日本地理学会秋季学術大会（三重大学）に置いて発表した。本研究には平成 28・29 年度科学研究費補助金基盤研究（B）「日本におけるインバウンド・ツーリズムの発展に関する地理学的研究」（研究代表者：呉羽正昭、課題番号 15H03274）を使用した。

注

- 1) 歩くツーリズムに特化したインバウンド向けの旅

行会社として、1992年に設立されたウォークジャパン(Walk Japan)社があり、中山道のほかに伊豆ジオトレイル、東北の芭蕉ツアー、四国遍路や熊野古道など長距離をガイド付きで歩く観光プログラムを提供している。

- 2) Pearceのトラベルキャリア段階(Travel Career Ladder)では、5段階のトラベルキャリア、すなわちリラックス欲求、安全・刺激欲求、関係性欲求、自己実現の欲求のいずれかにツーリストは属するという主張がされている。
- 3) Pearce and Lee (2005)は、これまでの観光動機に関する研究を総合し、新奇性探索、逃避・リラックス、人間関係・家族、自己実現・向上の4要素を抽出している。
- 4) 本研究の対象地域における歩くツーリストは大半が欧米系である。調査対象は意図的に欧米系を抽出しておらず、調査期間に協力を得られたものをデータとして用いている。調査は配布後に回収するのではなく、調査に協力をしてくれるツーリストにのみ配布する形式をとった。結果的に、表4のNo1以外はすべて欧米系であり、本稿では総合して彼らを欧米系ツーリストと呼ぶこととする。アンケートのうち、対面で回答をすることが可能なものは筆者が直接データを収集した。データは、2016年6～8月に馬籠宿のインバウンド・ツーリストが集まる宿泊施設Aにおいて収集したもので、協力を得られた回答者は48組(81名)である。
- 5) 馬籠観光協会の統計による。
- 6) 長野県木曽地方事務所商工観光建築課によるアンケートであり、有効回答数は583で実施場所は馬籠峠の一石板立場茶屋である。
- 7) ロンリープラネットジャパン2017年版では、日本のみるべきベスト25の観光地の8位にまでランキングが上昇している。
- 8) 長野県木曽地方事務所商工観光建築課によるアンケートによる。宿泊をした有効回答数は553であり、うち木曽周辺は391である。
- 9) 本研究でのトリップとは、ツーリストの観光地から次の観光地への移動を指す。トリップ数が複数ある場合は、同じ移動が複数のツーリストでみられることを示す。
- 10) 「外発的動機型」は、「歴史・文化型」「自然中心型」が自発的で明確な来訪動機を有しているのに対し、他人からの勧めや旅の動機にガイドブックの勧めを回答したツーリストである。
- 11) ペアでもそれぞれで来訪動機が大きく異なる場合は別個のデータとし、1人で団体旅行に参加している場合は団体とした。ペア型でもそれぞれが調査回答を別個で希望した場合は、個別にデータを収集した。また、団体旅行の業者としては、スウェーデンのジャパンスペシャルリステン社やヴァルデンリゾート社、イタリアのオリンピア社、近畿日本ツーリスト社などが利用されていた。
- 12) 平均や割合を出す場合、母数には「データなし」は含めないこととする。また、空欄はデータなしを示す。
- 13) 平均年齢は、子供を除いた旅行者の平均で算出した。
- 14) 予算は、飛行機代を含まないもの、子供を含む総

予算しかわからない場合は除いた。

文 献

- 新井直樹(2017):インバウンド・ツーリズムと地域振興。地域政策研究, 19(3), 19-37. [Arai, N. (2017): Inbound tourism and regional development. *Study of Regional Policy*, 19(3), 19-37. (in Japanese)*]
- Berthelot, J., Hantz, C. and Bel, G. (2012): Au-delà des chiffres, les enseignements de l'Observatoire des pratiques itinérantes du Vercors. *Au sommaire du dossier du Cahier Espaces*, 112, 45-56.
- Bieger, T. and Laesser, C. (2002): Market segmentation by motivation: The case of Switzerland. *Journal of Travel Research*, 41, 68-76.
- Cohen, S.A., Prayag, G. and Moital, M. (2014): Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17, 872-909.
- Dann, G. (1977): Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184-194.
- 社 国慶(2017): APPデータに見るインバウンド訪問者の空間構造. 立教大学観光学部紀要, 19, 14-22. [Du, G. (2017): Spatial structure of inbound visitors by APP data. *Rikkyo University Bulletin of Studies in Tourism*, 19, 14-22. (in Japanese with English abstract)]
- Gray, H.P. (1970): *International Travel: International Trade*. Health Lexington.
- Hsu, C.H.C., Cai, L.A. and Li, M. (2010): Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49, 282-296.
- 黄 愛珍(2017): 訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向. アジア研究, 12, 25-40. [Huang, A. (2017): Characteristics of Chinese tourists and inbound consumption. *Asian Studies*, 12, 25-40. (in Japanese)*]
- 市川康夫(2014): フランス中央高地におけるランドネとツーリズム—R. L. スティーブンソン『旅はロバを連れて』—. 地理空間, 7, 185-202. [Ichikawa, Y. (2014): Randonneering and tourism in the massif central in France: Robert Louis Stevenson's *Travels with a Donkey in the Cévennes*. *Geographical Space*, 7, 185-202. (in Japanese with English abstract)]
- Iso-Ahola, S.E. (1982): Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9, 256-262.
- 金 玉実(2009): 日本における中国人観光客行動の空間的特徴. 地理学評論, 82, 332-345. [Jin, Y. (2009): Spatial characteristics of Chinese tourist activities in Japan. *Geographical Review of Japan Series A*, 82, 332-345. (in Japanese with English abstract)]
- 金 玉実(2015): 映画『狙った恋の落とし方』による中国人の北海道道東観光の展開. 地理学評論, 88, 514-530. [Jin, Y. (2015): Film-induced tourism focusing on Chinese visits to East Hokkaido, Japan: Case study of the Chinese movie if you are the one.

- Geographical Review of Japan Series A*, **88**, 514-530. (in Japanese with English abstract)]
- Kureha, M. (2014): Changes in Japanese ski resorts with the development of inbound tourism: A case study of Niseko-Hirafu district, Hokkaido. *Asia Pacific World*, **5**(2), 32-43.
- McCabe, S. (2000): Tourism motivation process. *Annals of Tourism Research*, **27**, 1049-1052.
- 名倉一希・甲斐宗一郎・小泉茜彩子・王 汝慈・呉羽正昭 (2017): 野沢温泉村におけるスキー観光の変容—インバウンド・ツーリズムの展開に着目して—, 地域研究年報, **39**, 65-89. [Nagura, K., Kai, S., Koizumi, A., Wang, R. and Kureha, M. (2017): Changing ski tourism at Nozawa Onsen through the growth of inbound tourism. *Annals of Human and Regional Geography*, **39**, 65-89. (in Japanese)]
- 日本交通公社 (2017): アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査. [JTBF (2017): *Survey of Inbound Tourist from America, Europe and Australia (Ajia Obeigo Honichi Gaikokujin Ryokosha No Ishiki Chosa)*. (in Japanese)*]
- 日本政府観光局 (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—. [JNTO (2016): *Study of Inbound Tourist's Consumer Trends and Needs: Summary and Consideration of Survey (Honichi Gaikokujin Ryokosha No Shohi Doko To Nizu Ni Tsuite Chosa Kekka No Matome To Kosatsu)*. (in Japanese)*]
- ピアス, D.G. 著, 内藤嘉昭訳 (2001): 現代観光地理学. 明石書店. Pearce, D.G. (1995): *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Longman Scientific and Technical. [Pearce, D. (2001): *Tourism Today: A Geographical Analysis (Gendai Kanko Chirigaku)* translated by Naito, Y., Akashi Shoten. (in Japanese)*. Pearce, D. (1995): *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Longman Scientific and Technical.]
- Pearce, P.L. (1988): *The Ulysses Factor: Evaluation Visitors in Tourist Settings*. Springer.
- Pearce, P.L. and Lee, U.I. (2005): Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, **43**, 226-237.
- Plog, S. (1974): Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel & Restaurant Quarterly*, **14**(4), 55-58.
- 柴山 仁・フンク カロリン (2014): 瀬戸内中央地域を訪問するインバウンド・ツーリストの流動. 広島大学大学院総合科学研究科紀要 II, **9**, 1-18. [Shibayama, S. and Carolin, F. (2014): Flow of inbound tourists to the central Setouchi area. *Studies in Environmental Sciences II*, **9**, 1-18. (in Japanese with English abstract)]
- 清水伊織 (2007): 中国人の訪日旅行の形態とその変化—観光からツーリズムへ—. 地理学論集, **82**, 37-52. [Shimizu, I. (2007): Changes in the patterns of Chinese tourism to Japan. *Geographical Studies*, **82**, 37-52. (in Japanese)]
- 竹田茉耶・工藤泰子 (2016): 高野山におけるインバウンド・ツーリズムと観光まちづくり—外国人観光客への満足度調査から. 島根県立大学短期大学部松江キャンパス研究紀要, **55**, 1-10. [Takeda, M. and Kudo, Y. (2016): Community development through inbound tourism in Koyasan: Study of the satisfaction surveys to the foreign tourists. *Bulletin of University of Shimane Junior College*, **55**, 1-10. (in Japanese)*]
- Tran, X. and Ralston, L. (2016): Tourist preferences: Influence of unconscious needs. *Annals of Tourism Research*, **33**, 424-441.
- Truong, T.H. and Foster, D. (2006): Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management*, **27**, 842-855.
- 王 天瀛 (2016): スキー観光地におけるインバウンド推進の発展と課題—長野県野沢温泉村を事例に—. 立教大学観光学部紀要, **18**, 59-60. [Wang, T. (2016): The growth and problems of inbound tourism in ski resorts in Japan: A case study of Nozawa-onsen Village in Nagano Prefecture. *Rikkyo University Bulletin of Studies in Tourism*, **18**, 59-60. (in English)]
- Yoo, C.K. (2018): Tourist motivation: An integral approach to destination choices. *Tourism Review*, **73**, 169-185.
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005): An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, **26**, 45-56.

* Title etc. translated by Y.I.