

行政が観光施策を推進するにあたり、その地域に住む人の意識や生活への影響を考慮することの重要性が高まっている。

自治体等が観光地の現状や施策の成果を把握する際の指標として、観光地を訪れた人数を示す「観光客数」や、観光地で支出した「観光消費額」、観光客の評価としての「満足度」が代表的だ。

その中で近年注目されているのが「観光地に居住する住民の『観光』への満足度」だ。この指標は、「地域の観光が自身の生活にどんな影響を与えているか」や「地域の発展に寄与しているか」などを住民が評価するもので、世界有数のリゾート地であるハワイ州が導入していることで知られる。

これまでの指標の多くが観光客の行動や意識から成果を測るものであるのに対し、住民―つまり受入れ側の意識を測ることが特徴だ。国内では京都市が2021年から「京都観光に関する市民意識調査」を実施し、施策にいかしている。

こうした背景には、観光客の増加により交通渋滞や混雑、騒音の発生、ゴミの増大など地域住民の生活への悪影響が深刻化していることがある。また、地元で人気の居酒屋に行ったり、住民と一緒に郷土料理を作ったりするなど、住民生活に近い体験観光のニーズが高まっており、観光客に満足度の高いサービスを提供するためには住民の理解や協力が不可欠になっていることもある。

県でも、今年度策定予定の「次期観光振興基本計画(中間案)」において、10年後のめざす姿に「三方(旅行者、事業者、地域住民)よしの持続可能な観光地」を掲げている。また、目標数値の一つに「観光に対する県民満足度」を設定し、地域住民にも観光の効果を感じられる振興策を図っていく方向だ。

観光は地域の受入れがあってこそ成り立つ。観光施策の推進により地域住民と観光客の双方の満足度を高めていくことが求められる。