

《論 文》

北海道富良野地域における観光空間に関する基礎的研究 — 観光客数の時系列変化と空間行動に関する調査 —

天 野 太 郎

1. はじめに

北海道の地理的中心に位置する富良野地域は、富良野・美瑛広域圏における観光客数が634万人(平成22年度)に上り¹⁾、かつ全国の地域ブランド調査においても都道府県単位で北海道が1位、市区町村単位でも富良野が6位²⁾にはいるなど、北海道内のみならず日本を代表する観光地域の一つである。また観光客数という量的な側面のみならず、質的な面においてもドラマ「北の国から」³⁾や「優しい時間」⁴⁾、「風のガーデン」⁵⁾など数多くのTVドラマの舞台となったことに起因するフィルム・ツーリズムや、ゴルフ場跡地の自然回帰をテーマとした環境教育学習の場「富良野自然塾」⁶⁾を通した持続可能なサステイナブル・ツーリズムなどが展開しており、今日の日本の地域観光を考える上で多様な観光の展開と地域社会との関わりを考察する上で先駆的な地域として富良野地域は特徴的な存在である。

また特にこのフィルム・ツーリズムに関して言えば、「北の国から」第1シリーズの放映から30周年を経過し、富良野市内に「富良野・ドラマ館」が2012年1月に開業するなど、現在も映像コンテンツと地域景観を結びつけるフィルム・ツーリズム、コンテンツ・ツーリズムの新たな展開が持続的に、かつ地域社会と密接に関わりを持つなかで実践的に行われていることが特徴である。こうしたドラマ制作を牽引してきた脚本家・倉本聰氏による「富良野塾」や、その活動を軸として公設民営劇場として日本初のNPO法人の一つである「富良野演劇工房」など、地域社会と演劇が密接に結びついている地域でもある。

さらに近年では、富良野オムカレーをはじめとした富良野地域の豊かな食材を活かした食の観光や、農業の今後の展開の一つである六次産業化についても、観光学や地理学の領域から注目されている⁷⁾。こうした一連の動きは、単に観光という領域にとどまらず、地域を多角的に考察していくフィールドに関連する広領域の学問分野からも注目すべき地域であると考えられる。

しかしながら、こうした富良野地域の観光に関する研究は、農業や地域開発に関する研究蓄積に比すると、観光関連分野からの研究は管見の限りそれほど多く存在しない。例えば亀畑義彦・中根正彦による富良野まちづくりと地域経済に関する一連の研究⁸⁾や、下川和夫による土地利用と観光の分析研究⁹⁾等があるが、地理学や地誌学において言及される土地条件やその特質について言及したものが多く、その観光地としての重要性や知名度に比べて研究事例が多いとは言えず、とりわけ一定期間にわたる調査を踏まえた富良野地域に関する観光や、現在の課題やこれからのまちづくりの可能性について論点を踏まえた研究事例は多くはない。そうした中で現地のまちづくりに地元住民としても主体的に関わる中で中心市街地活性化の事例につい

て指摘した西本伸顕¹⁰⁾や、主としてホスピタリティーの観点から富良野地域と舞鶴の比較を行った河野健男の研究¹¹⁾など一連の研究は注目しうる動向である。

こうした研究動向を踏まえた上で、本研究では富良野市を中心とした富良野地域(富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、美瑛町、占冠村)を対象として、観光と地域環境の人文社会学的な関わりや、地域振興のあり方について観光学や人文地理学的な視点から調査・考察することを最終的な目的とする。また、本学で毎年実施している夏季の富良野インターンシップでの地域学習の成果を踏まえつつ、その地域教育の深化に資するものとなることも、本研究における副次的な目的としたい。今回の本報告では、富良野市における観光入込客数が、この40年間で大きく変化していることからその背景と時期区分について考察する。さらに観光を特徴づけるフィルム・ツーリズム資源とその観光展開のありかたが、富良野を訪問した経験を持ち、また志向する観光客の視点からどのように評価され、またどのようなまなざしを向けられているのかについて調査を行ったものである。

2. 富良野市におけるフィルム・ツーリズム資源の形成と展開

北海道富良野市(富良野・美瑛広域圏)は前述のように日本を代表する観光地域となっているが、まずこの地域における観光資源のありかたについて概観しておきたい。

この地域における観光資源として特徴的なのは、大別すると、①活火山である十勝岳周辺に位置する十勝岳温泉を中心とした温泉観光、②スキー場を中心としたウインタースポーツとしての資源、③起伏のある丘陵地形を活用したゴルフ場、といった一般的なものの他に、④ラベンダーを活用した景観資源、⑤農業を軸とした六次産業の展開事業の資源、⑥ドラマの舞台となったフィルム・ツーリズムの資源が主となっている。これに関連して従来型の温泉、ゴルフ

表1 富良野・美瑛広域圏における平成22年度広域観光客入込数

	美瑛町	上富良野町	中富良野町	富良野市	南富良野町	占冠村	合計
4月	31,800	15,600	9,000	56,600	8,600	39,300	160,900
5月	88,600	58,900	42,000	173,800	38,700	86,700	488,700
6月	157,300	79,900	139,000	174,200	31,600	88,700	670,700
7月	291,700	238,300	325,000	367,600	78,900	176,800	1,478,300
8月	290,800	161,700	191,000	313,800	78,900	251,800	1,288,000
9月	146,500	104,100	76,600	209,600	43,700	158,300	738,800
10月	110,900	45,100	32,300	109,900	36,000	119,800	454,000
11月	39,200	18,900	7,700	51,100	11,500	58,300	186,700
12月	26,800	12,100	1,400	69,100	8,200	74,700	192,300
1月	26,300	10,500	1,100	103,200	11,800	100,000	252,900
2月	33,100	13,400	1,300	86,000	17,300	80,600	231,700
3月	30,900	10,200	1,500	67,400	15,000	72,900	197,900
	1,273,900	768,700	827,900	1,782,300	380,200	1,307,900	6,340,900

出典：平成23年度富良野・美瑛広域観光推進協議会資料より作成

場や地域の食文化を活かした食観光等自然環境の特性を活かした構成になっている。

ここで指摘できるのが、①～③の富良野地域の自然環境を活かしつつ、新たな展開をはかった自然+人文観光資源が、いずれも季節変動を受けやすい性質の自然環境資源に特化している点である。たとえば富良野地域を代表する観光資源であるラベンダーを例にすると、その開花時期は7月～8月と非常に短く、ラベンダー観光の嚆矢となったファーム富田(富良野市の北に隣接する中富良野町)では開花時期の異なる品種を栽培し、また温室を利用し観光客にラベンダーを通年で供する工夫が為されるほど季節性が強い。このことは平成22年度の富良野・美瑛広域圏における月別観光入込客のデータを見ると明瞭である(表1)。

1) 現在の月別観光入込客数の特質

ラベンダー観光で代表的な中富良野町を例にとってみてみると、そのピークである7月は32万5千人の観光客が訪れるのに対して、冬期の1月はわずか1100人と、実に30分の1に激減している。

また中心都市である富良野市では、広域中心都市であることによる都市機能の影響もあることと、またワールドカップ開催地でもあった富良野スキー場が市内の新富良野プリンスホテルに併設されていることから冬期の観光資源も豊富で観光客も見込めることも影響するが、それでも冬期11月は7月のピーク月に比べ7分の1に減少している。このことは、豊かな自然環境を活かした自然観光資源に依拠した北海道の特有の課題でもあり、とりわけ富良野地域ではこの傾向が顕著である¹²⁾。

こうした月別入込観光客数の大幅な変化にも対応が可能な観光資源として、またこの地域では数少ない人文観光資源として存在するのが、ドラマ「北の国から」や「優しい時間」、「風のガーデン」など複数のドラマの舞台となったフィルム・ツーリズム資源である。これらの3つのドラマは、富良野市を中心に富良野・美瑛広域圏でひろくロケ撮影が行われているが、中心となるのは富良野市麓郷地域と富良野市域であり、またそのロケ地を活かした麓郷地域の建物群¹³⁾、JR富良野駅前の「北の国から資料館」¹⁴⁾、そして冒頭で触れた「富良野・ドラマ館」が新富良野ホテル敷地内に立地している。こうした季節性にとられる要素の比較的少ない観光資源の育成と展開に今後の方向性や可能性の一端があるように感じられる。

2) 時系列的に見た観光客数の変化

次に、富良野地域を訪れる観光客数について、季節変動だけではなく、時系列的な変化を概観しつつ、その特質を指摘しておきたい。観光客数の統計数値的な把握については、統一的な基準や観測地点(数)の問題などが挙げられるが、ここでは富良野地域の中心都市である富良野市の資料から、1970年から2010年までの5カ年ごとの月別観光客数の推移を見ておきたい(図1)。

この図1からもわかるように、富良野地域においては観光客数に大きな季節変動が見られるとともに、1970年代からの40年間の間にその月別の観光客数の構造は同一地域の観光地とは考えられないほどに変化している。また、その構造は大きく3つの時期に大別することができる。

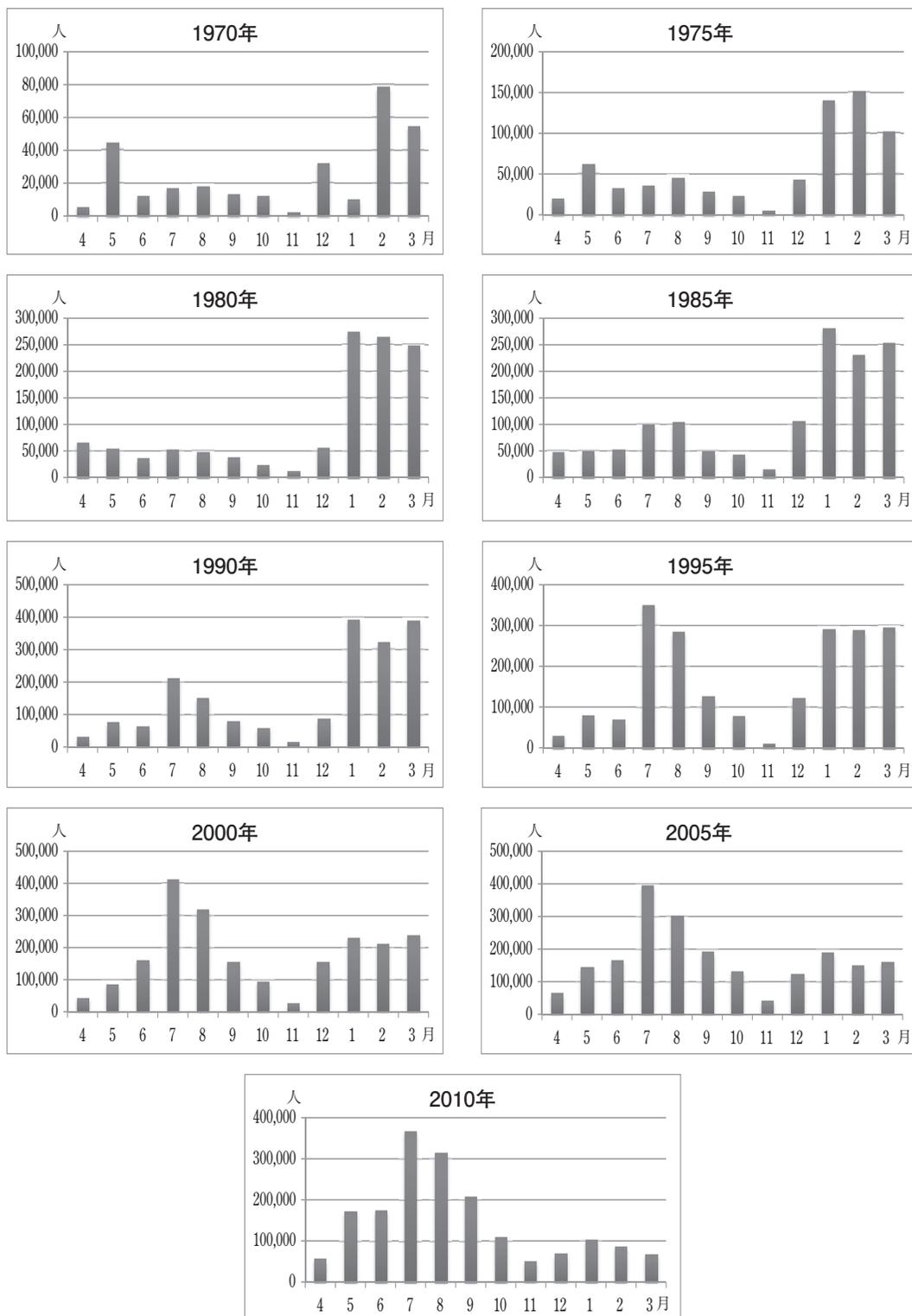


図1 1970年～2010年における富良野市観光入込客数の月別推移

出典：富良野市役所への聞き取り調査により作成。

ここでは、その3つの時期区分の特徴について指摘するとともに、その背景となる富良野地域における観光資源の成立過程や特徴について述べていきたい。

① 冬季への一極集中型(1970～1980年)

この時期の季節変動からも読み取れるように、1970年から80年までの間は、1～3月までの冬季の観光客数が卓越した構造となっている。このことは北海道の冬季の自然環境や良好な雪質を活かした、スキー観光と結びついている。1972年に開催された札幌冬季オリンピックの練習場としての富良野スキー場の整備や、1976年の第1回 FIS ワールドカップスキー大会開催地に富良野スキー場が選ばれたことも大きく連関して富良野には大規模なスキー場が整備されていった。スキー場に近接した場所には、1974年には西武グループによるホテル・リゾート事業の一環として、国土計画(後のコクド、2006年2月解散)により北の峰プリンスホテル(現在の富良野プリンスホテル)が建設され、さらには隣接する場所には1988年に新富良野プリンスホテルが開業するなど、スキーリゾート地としての整備が進展していった時期に相当する。

② 夏季・冬季の二極型への推移(1985～1995年)

1980年までは、年次変動により春スキーが増加したケースなどを除くと、基本的に冬季のみピークが見られた観光客数の推移であったが、1985年からは夏季にもピークの山が確認できるようになった。

この背景として考えられるのは、まず第一に、夏季における観光資源であるラベンダー観光が注目され、拡大していったことによるものと考えられる。それまでは香水の原料としての農作物としての位置付けであったラベンダーは、合成香料によって生産が衰退していたが、中富良野町のファーム富田の富田忠雄氏のラベンダー畑の美しい景観が、1976年に国鉄(現在のJR)のカレンダーで紹介され、その紫色の景観が全国に広がる契機となった。ラベンダーの開花時期は7月中旬前後と短く、次第にその人気が高まっていったことがこの時期の富良野市における夏季観光客数の増加につながっていったものと考えられる。

また、第二に指摘できるのは、富良野市に移住してきた脚本家・倉本聰氏によるテレビドラマ「北の国から」(フジテレビ系列)が1981年から放送開始されたことも大きく関わっている。2002年まで21年間にわたりシリーズ化したこのドラマの主舞台は富良野であり、その景観や前述したラベンダー畑はドラマの重要なシーンとして全国に放送され、この80年代における夏季観光客数に結びついている。

③ 夏季への一極集中型・通年型への方向性(2000年～)

2000年以降の特徴として、冬季観光客数の減少と、夏季観光客数のさらなる集中傾向が見られる。これはスキー観光ブームの低下や、バブル経済の崩壊といった日本の経済状況のなかで、北海道の中央部にある富良野という遠隔地までの移動コスト・滞在コストといった立地条件が不利に作用したのと考えられる。北海道＝冬の観光という従来型の自然観光資源を活かした観光の類型から、ラベンダーやドラマを中心としたコンテンツ・ツーリズムの開発によって、

夏季型への大きな転換をここに見ることができる。

また、さらに注目できる傾向として、5月、6月や9月といった、ラベンダーでもスキーでもない時期における観光客数が微増傾向にあることが挙げられる。このことは、先に挙げた「北の国から」はもとより、同じく倉本聰氏によるテレビドラマ「優しい時間」(2005)・「風のガーデン」(2008)をはじめとした一連の倉本ドラマの影響が挙げられる。これら一連のドラマの脚本・舞台設定の質の高さや秀逸性はもとより、さだまさしや平原綾香といったその時代に適合した話題性のある音楽や、「優しい時間」の主演の二宮和也(ジャニーズ事務所『嵐』メンバー)に代表されるように、アイドル俳優の起用など、幅広い世代にあらたな「富良野」イメージを訴求することになった。また、国内ドラマに止まらず、韓国の人気俳優チャン・グンソクによる「ラブレイン」(2012)の舞台ともなり、海外からの注目も集める結果となってきている。

こうしたテレビドラマなどの舞台が観光地化する動きは、観光学の領域においてフィルム・ツーリズム film induced tourism として近年注目を集める存在となってきている¹⁵⁾。映画や漫画、小説の原作の舞台をめぐる観光のあり方は、広義にはコンテンツ・ツーリズムの一つとされ、和歌集に収められた古歌や、「源氏物語」などの小説に関する舞台を巡る旅のありかたは従前から存在したが、フィルム・ツーリズムは映像コンテンツを媒介とすることに大きな特徴があり、その舞台は「聖地」とも称され「聖地巡礼」とよばれる観光のあり方も、特にアニメをはじめとするサブカルチャー的な要素も含めて国籍を超えて若い世代に広がってきている。さらに前述したように、「北の国から」第1シリーズの放映から30周年を経過し、富良野市内に「富良野・ドラマ館」が2012年に建設され、ドラマを見てきた世代とドラマ後の世代にもその世界観を訴求する場所となるなど、現在もフィルム・ツーリズムが新しい形で試行されているのが現状である。こうした「新しい観光のあり方」も、この富良野という地域における観光資源として加わることで、伝統的な冬季型、ラベンダーとドラマを中心とした夏季型にくわえ、まだ本格的にそれらを代替する存在ではないものの、季節変動に影響されにくい通年型へ向けての方向性を確認することができる。

3. 富良野市におけるフィルム・ツーリズムの認知度と訪問者のイメージ

次に、「北の国から」や「優しい時間」・「風のガーデン」をはじめとして、こうしたフィルム・ツーリズム資源を多く有する富良野地域に対する観光客のイメージにどのような傾向があるのか、また富良野を訪れた観光客がそれをどのように受容し、評価しているのか調査を行った。調査期間は2014年3月～4月にかけて実施し、大阪・京都地域に在住する20代・30代・40代・50代以上の4つの年齢階層に区分し、この傾向について対面式・アンケート用紙回収式で行った。回答数は20代125名、30代80名、40代85名、50代以上98名であり、有効回答率は75.1%である。

1) 富良野を舞台としたフィルム・コンテンツの認知度…「北の国から」

まず、富良野を舞台とした所謂「富良野三部作」である「北の国から」・「優しい時間」・

「風のガーデン」に関する年齢階層別の意識と、観光行動への要因を、SD法による平均値を各年齢階層毎に見ていきたい(表2)。

ここからわかることは、「北の国から」放映開始後30年以上が経過しているにもかかわらず、各年齢階層でもその名称ならびに音楽について認知度が高い点である。特に20代・30代の対象者にとっては、生まれる以前の作品であるにもかかわらず認知されていることに注目できる。このことは度重なるシリーズ化、再放送の実施のほか、そのタイトルやテーマ音楽が、ドラマの枠を超えて高くイメージが評価され、普遍化した存在になっていることが背景にあるものと考えられ、この点はその後の倉本ドラマや、倉本氏による演劇作品にも共通する特徴であろう。

また、認知されている項目をみると、タイトル・音楽の2点において高く認知されている一方で、ストーリーと舞台のイメージは40代を境として若年層が極端に低いことがわかる。特にその舞台がどこなのかという地理的・空間的な認知度については、富良野という観光地へ結びつける旅行動機ともなりうることから大きな要素であるものと考えられ、20代・30代の対象者について「北の国から」というタイトル自体や、テーマ音楽のイメージが高く認識されているのに対して、舞台・ストーリー展開についてはあまり認知されていない状況が指摘できる。しかしながら高い認知度を有するこの一連のドラマシリーズに関する観光資源の整備や、前述したドラマに出てくる「聖地」の整備がなされているとは言いがたく、放映開始から30年を経過しているものの、その資産を有効活用できているとは先の「富良野・ドラマ館」が2012年に開館した現在であっても十分とは言えない。

表2 SD法を用いた富良野を舞台としたドラマの認知度

		20代		30代		40代		50代以上	
		男	女	男	女	男	女	男	女
北の国から (1981)	名称	1.4	1.4	1.6	1.6	1.8	1.9	1.8	1.9
	音楽	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8	1.9
	ストーリー	-1.3	-1.1	-0.3	0.3	0.5	0.9	0.9	1.2
	舞台	-1.1	-0.8	-0.6	0.3	0.2	1.1	1.1	1.5
優しい時間 (2005)	名称	1.1	1.3	1.2	1.4	0.6	1.4	0.1	0.8
	音楽	-0.5	0.1	-0.9	0.2	-1.2	0.2	-1.5	-0.4
	ストーリー	1.1	1.5	-1.2	0.5	-1.4	0.1	-1.7	-0.5
	舞台	-0.5	1.2	-1.5	1.1	-1.1	1.2	-0.5	1
風のガーデン (2008)	名称	1.2	1.6	1.3	1.6	0.8	1.7	0.6	0.8
	音楽	0.1	0.2	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6
	ストーリー	1.1	1.7	1.2	1.2	0.9	1.3	0.9	1.1
	舞台	1.1	1.5	1.2	1.3	1.2	1.1	1.1	0.9

- ・数値は各年代・性別ごとの認知度を、「よく知っている」=+2、「知っている」=+1、「知らない」=-1、「全く知らない」=-2と指標化した平均値である。
- ・回答数は20代125名、30代80名、40代85名、50代以上98名であり、有効回答率は75.1%
- ・2014年3～4月、大阪市内(阪急梅田駅周辺)・京都市内(京阪出町柳駅周辺)において対面式・アンケート用紙回収式で実施した。

2) 富良野を舞台としたフィルム・コンテンツの認知度…「優しい時間」

つぎに「優しい時間」に関しては、全体的にマイナス、すなわち「知らない」「全く知らない」の方向に強く出ており、認知度が低いことがわかる。ただし注目されるのは、20～40代の女性に名称、舞台が強く認知されている点であろう。これは先述のようにドラマの主演となる青年を二宮和也が演じており、ジャニーズファン、嵐ファンの記憶に強く残っていることも一因である。このドラマの主要な舞台となった喫茶店「森の時計」は、新富良野プリンスホテル内に建設された商業施設内に、セットとして使われた建物がそのまま残され喫茶店として営業が続けられている。ドラマの世界観を実体験することが可能な形となっており、フィルム・ツーリズムとしての効果を高めるものとなっている。ただし各年代の男性に認知度が低く、家族層への観光動機へと結びつけることが課題であるように思われる。

3) 富良野を舞台としたフィルム・コンテンツの認知度…「風のガーデン」

最後に「風のガーデン」は最も放映時期が新しく、さらにドラマのテーマが終末期医療という今日的な課題であることや、緒形拳の最後の出演作であることなど関連した話題が注目を集めたこともあって各世代の認知度が高い。またドラマの中で重要な役割を演じるイングリッシュガーデン「風のガーデン」も、前述の「優しい時間」同様に新富良野プリンス内にセットの建物と庭園が残されており、観光客に供されている。

こうした2000年代以降に作成された「優しい時間」「風のガーデン」の2つのドラマは、セットやロケ地が観光資源として良好に整備・活用がなされており、持続的なフィルム・ツーリズムのあり方を考える上で重要な存在である。

このような観光資源の整備と、認知度がうまく連携するような地域の取り組みが必要であるものと考えられる。特にセット以外の市内各所での撮影場所が「聖地化」していくのもフィルム・ツーリズムの特徴であるが、上記の3つのドラマにおいても市内撮影場所が明確に観光開発がなされたり、明示されている場所は麓郷地区における「北の国から」関連のものを除くと事例数が少ない。倉本聰の一連の作品群が、富良野地域というフィールド全体を作品世界の舞台としていたことと対比すると、またこうした一連のドラマの認知度が差こそあるものの一定の認知が現在もなされていることを併せると、より広域に地域と観光とのありかたを考える可能性が今尚あるように思われる。

4. おわりに

以上のように、本稿では北海道の富良野地域を取り上げて、多角的に地域形成を考察していく一段階として、富良野地域を訪れる観光入込客の時系列的・季節的な動態について明らかにするとともに、40年間の観光入込客数の構造を、いくつかの時期区分に類型化されることを指摘するとともに、その類型から観光という枠組みのなかで大きく転換していく潮流の中に読み取ることでできる地域構造の変化の一端を考察した。また観光客のまなざしがどのように向けられているのか、特に富良野地域をテーマにしたドラマの認知度から、そのあり方を捉えてきた。

このように、富良野地域における観光資源のあり方としては、豊かな自然環境を基盤としながらも、スキー場を主体とした冬期観光資源にとどまることなく、1980年代からのラベンダー観光や「北の国から」以降持続的に展開しているフィルム・ツーリズムを中心とした資源といった人為的な人文観光資源とが複合的に展開している点が特徴である。そこには、「富良野」という高い知名度に甘えることなく持続的な取り組みを行ってきた地域住民の地域開発・振興にむけた取り組みが多く存在している。こうした歴史的な側面や、観光地となる以前の富良野地域の開拓のありかた、また今日富良野地域が観光面でも地域社会の面でも直面しているさまざまな課題について考察していくことは、単にブランド化したようにも思える地域社会において、諸課題に向き合い、解決していく方向性とその特質を考察していくプロセスは、他の地域—たとえば東日本大震災の被災地の振興策—を模索していく上でも極めて有用であると考えられる。富良野地域がかつては十勝岳噴火の泥流被害で壊滅的な被害を受けてきた歴史や、農作物の転換による農業の変化、そして過疎化や観光面での課題も含めて考えていくと、その地域研究の重要性は高いものがあるが、今後の展開に向けた一序章としていきたい。

(付記) 本稿の作成に関して、科学研究費補助金 基盤研究(A)研究代表者：平井松午(徳島大学)の一部を使用した。

注

- 1) 富良野・美瑛広域観光推進協議会 平成23年度総会議案, 3頁。
- 2) この調査はインターネットを通して、全国の消費者約3万人から回答を集めて実施したもので、魅力度・認知度・情報接触度・各市町村のイメージ、観光魅力度などを総合的に評価したものであり、観光動向の一側面の把握に有効であると考えられる。「第6回 地域ブランド調査2011」ブランド総合研究所, 2011, 1-4頁。
- 3) 『北の国から』は、フジテレビ系列で1981年から2002年にかけて放送されたテレビドラマで、北海道富良野市を舞台にしており、そのロケ地や風景の多くが現在も観光資源化している。
- 4) 2005年にフジテレビ系列で放送された、富良野を舞台にしたテレビドラマ。
- 5) フジテレビ系列で2008年に放送された緩和医療を題材にしたテレビドラマで、同じく富良野を舞台にしている。脚本は上記三つとも富良野市在住の倉本聰による。
- 6) SMBC(三井住友銀行)環境教育プログラムであるNPO法人富良野自然塾は2006年春から閉鎖された富良野プリンスホテルの併設ゴルフ場跡地(6ホール, 34ha)を舞台にしたプログラムで、ゴルフ場の芝生上に植樹をして森に還していく「自然返還事業」と、そのフィールドを使って地球の誕生から現在までの地球の歩みを実体験する環境教育プログラムを実施する「環境教育事業」を2本の柱に活動を行っている。
- 7) 富良野オムカレーに関する研究としては、その取り組みや農業との関わりについてさまざまなものが存在するが、近年では高原一隆「食のB級グルメと地域活性化に関する実証研究—富良野オムカレーを事例に—」北海学園大学経済論集, 61-2, 2013, 35-86頁や、村上格「オムカレーで考える富良野の農業」地図中心501, 2014, 20-24頁に詳しい。
- 8) 亀畑義彦・中根正彦「地域経済振興発展の戦略(1)—富良野市まちづくりの事例」北海道教育大学紀要第1部B社会科学編, 39-2, 1989, 31-41頁など。
- 9) 下川和夫「富良野盆地の土地利用と観光」札幌大学総合論叢 第13号, 2002, 7-23頁。
- 10) 西本伸顕「地域資源を活かし、オール富良野で「まち育て」」新都市65-10, 2011, 95-99頁。
- 11) 河野健男「地方都市の観光・まちづくり—北海道富良野と京都府舞鶴にみるホスピタリティ—」日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌 HOSPITALITY22, 2014, 9-14頁。

- 12) 観光資源そのものの偏りもさることながら、内陸性の気候条件もあいまって夏の最高平均気温は25度以上、冬期はマイナス15度になり、一時的に20度以下に下がることも普通であり、こうした気候条件もウインタースポーツ以外の観光にとっては課題となる。
- 13) 「北の国から」ドラマ中で、黒板五郎が建てた石の家、拾ってきた家など「家」が展示されている。ドラマの構成の中で重要な要素を占め、かつ脚本家である倉本聰氏の環境問題へのメッセージも込められている点で重要な存在である。
- 14) 2003年から通年オープンとなった資料館で、古い石造りの倉庫を改修し、ドラマゆかりの展示物が中心である。
- 15) こうしたフィルムツーリズムに関する研究は多方面に存在するが、たとえば観光学の分野で代表的なものとしては山村高淑『アニメ・マンガで地域振興～町のファンを生むコンテンツ・ツーリズム開発法』東京法令出版社、2011。岡本健「コンテンツ・インデュースト・ツーリズムーコンテンツから考える情報社会の旅行行動一」、コンテンツ文化史研究第3号、コンテンツ文化史学会、2010、48-68頁。などが存在する。