

集約型自治体クラウドファンディング・システムによる
伝統的景観の形成と観光立国の推進戦略に関する研究
—美しい町”なみ”がもたらすにぎわいの”なみ”—

目次

はじめに	2
1.景観と観光の結びつき	3
1-1.先行研究のレビュー	3
1-2.観光ニーズの変化と景観	3
1-3.日本における景観と観光の関係	4
2.景観保全の実情	4
2-1.景観保全を行う主体	4
2-2.景観保全の代表的手法と費用	5
3.自治体クラウドファンディングによる資金調達	6
3-1.クラウドファンディングとは	6
3-2.鎌倉市の取り組み	7
4.新たな自治体クラウドファンディング・システムの構築	8
おわりに	9
参考・引用文献一覧	10
参考・引用ホームページ	11

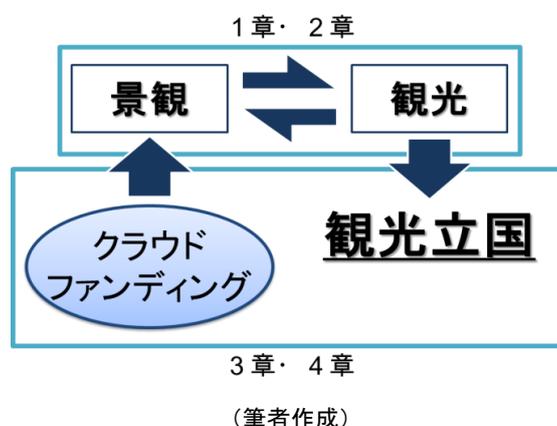
はじめに

人々は昔から、良好な景観に触れることを目的とした観光を好んできた。雄大な自然景観や歴史的建造物への訪問がそれにあたるだろう。しかし、人々はどのような景観を「良好な景観」とし、観光に訪れているのだろうか。そこで、本研究では、良好な景観と観光の関係性に着目し、全国の観光地の良好な景観を保全、形成することによる日本の観光立国政策を提案する。この研究課題設定には以下のような理由がある。それは、近年、観光の観点から景観の重要性が唱えられるようになってきているからである。井上・長瀬(2013)によると、今日では、これまでの画一的な観光資源を巡るだけの観光ニーズから、その土地の生活文化に対する観光ニーズへ変化しており、歴史的な資源を有効活用し、個性や物語性を持った「伝統的景観」を残している地域には多くの人々が訪れているという。すなわち、人々が観光に求める「良好な景観」とは、「伝統的景観」を指すのである。

以上のような観光ニーズの変化を踏まえると、今日では伝統的景観が観光地化の重要な要素となっていることがわかる。その伝統的景観を観光資源とするには、まず、現在残されている景観を保全する必要があるが、そこには費用という障壁が存在する。そこで、本研究では、全国に残されている伝統的景観を長期的に保全することによってにぎわいを創出し、日本の観光立国を実現する策の一つとして、自治体によるクラウドファンディング活用を提案する。その際、今年11月から観光整備事業の一環としてクラウドファンディングの活用を始めた鎌倉市での取り組み状況をレビューし、それを基に集約型の自治体クラウドファンディング・システムとして提案する。

上記の論点を明らかにするため、本研究は次のような構成をとる。1章では、先行研究をレビューした上で、景観と観光の結びつきについて述べる。2章では、景観保全を行う主体とその手法及び費用について述べる。そして、3章では、鎌倉市のクラウドファンディング活用の状況から問題点を抽出し、4章で、その問題点を解消した上で伝統的景観の形成による観光立国を実現する策の一つとして、集約型自治体クラウドファンディング・システムを提案する。

図表 1 本研究の構成



1.景観と観光の結びつき

1-1.先行研究のレビュー

本研究に関連する先行研究には、景観に対して国策の視点からアプローチを試みているものと、観光戦略の視点からアプローチを試みているものの二種類がある。前者には、日本の景観が醜いと言われる現状を問題視し、景観を保全していくためには政府による統一的な方針を基にして、自治体が具体的な規制手法を定める必要性を主張する上田(2004)がある。そして、後者には、近年の観光ニーズが景観における文化的価値や伝統を重視するものへ移行しているという社会的認識の変化に応じて観光戦略を再考するならば、景観に関する施策と観光に関する施策を連動して進めていかなければならないと主張する西成(2009)がある。しかし、両者とも景観を活用した具体的な観光地化戦略や日本の観光立国実現策、その上で発生する費用などの問題点について十分な検討は行っていない。そこで、本研究は、上田(2004)及び西成(2009)で扱われている景観と観光を取り巻く諸問題をレビューした上で、景観保全を行う際に発生する費用という障壁をクリアし、景観保全による観光立国を促す政策の一つとして、自治体によるクラウドファンディングの活用を提案する。

1-2.観光ニーズの変化と景観

前章でも述べたように、今日、観光で人々が求めることが急激に変化している。従来は、突出した自然資源や歴史・文化資源が多く観光客を集めてきたが、今日ではその土地の歴史や文化を内包した伝統的景観が多く観光客を呼び込む上で重要な要素となっている(井上・長瀬 2013)。例えば、自然との調和や歩いていて楽しい町並みを合わせたような景観を持った地域や、歴史的な資源を有効活用した個性や物語性を持った景観を残している地域には多くの人々が訪れている。つまり、観光ニーズを満たすには、闊雲な景観整備ではなく、その地域の伝統的景観の形成を考慮することが重要な役割を果たすのである。

以上のように、景観と観光は強く結びつけて考える必要がある。このことを示す例として、世界観光機関が発表した2012年の国際観光客到着数のデータが挙げられる。この年の国際観光客到着数の上位10ヶ国中、上位5ヶ国がフランス、スペイン、イタリア、ドイツ、イギリスのヨーロッパ諸国であり、これらの国々は景観と観光の結びつきが強いと考えられている。特に、ヨーロッパ諸国には伝統的な景観を維持している都市が多く、その要因は二つある。第一に、日本の都市が高度経済成長中に都市化が進んだのに対し、ヨーロッパ諸国の都市は第二次産業革命期に都市化が進んだことである。経済活動が高まると都市部の機能は利便性の高さを求めるという点は共通であるが、ヨーロッパ諸国の経済発展速度は日本のものと比較して速くなかった。このため、産業革命以前の古い都市骨格でも経済発展に耐えることができ、伝統的景観を残したまま発展を遂げることができたのである。第二に、以上のような背景の下で形成されてきた伝統的景観に関する規制が古くから存在していたことである。特に、イタリアの景観規制は1910年代から存在しており、すでにその当時から景観を形成する歴史的・芸術的価値を有する公園・庭園、眺望の美などが法律によって保護されていた(上田 2004)。ヨーロッパ諸国ではこのような規制の存在が伝統的景観の形成を促し、それを観光客の呼び込みに結びつけることで景観と観光の両立を図ってきており、これが国際観光客到着数の上位を占める要因ではないだろうか。

1-3.日本における景観と観光の関係

一方、これまで日本においては景観と観光の両立が、ヨーロッパ諸国と比較すると十分に考慮されていなかった。このことから、観光地化が進むと景観が破壊されるという問題が多く噴出したと考えられる。以上の景観と観光に関する誤解から起こった問題は、主に以下二つのケースが頻繁に観察される。

第一に、戦後の経済的合理性を追求した観光開発が近年になって問題視されるケースである。この重要な例の一つが、戦後の温泉観光地で当時急増した団体旅行客を引き受けるために行われた、旅館、ホテルによる無計画な客室の増改築である。このような開発行為は、観光客を受け入れるという経済的利益を優先させるばかりで景観を考慮しなかった。その結果、観光客の需要が大きく変化した近年では、景観破壊という点から問題視されている。このような問題は大分県の別府温泉や新潟県の湯沢温泉など全国の温泉観光地で見受けられ、それが観光産業の衰退に結びついている（西成 2009）。

第二に、景観整備がかえって地域の景観を阻害してしまうケースである。これは、景観整備をする際に、本来の伝統的景観を無視した過度な「地域らしさ」の演出や、一般的に俗化と呼ばれる商業開発といった景観整備が進められた地区に起こりやすい。このような地区では観光客の増加が一過性のものに終わり、観光客が遠のいた後で、当初は景観整備目的で建設されたはずの建造物がその地区の景観を阻害するのである。これと同様の問題は、日本を代表する観光地、浅草においても観察することができる。浅草では、かつて東京最大の歓楽街だった「浅草六区」のにぎわいを取り戻そうという目的で、大型店舗や高層ビル建設などの再開発が進められている（日本経済新聞 2013年6月28日）。このような再開発は「景観整備をする上で過度に『地域らしさ』を演出した開発」に相当するため、将来的にその土地の景観を阻害する可能性を含んでいるといえる。

以上のように、日本では無計画な観光地化が景観破壊を招いてきた。その一方で、景観を「見た目の問題」として捉え、それを表面的に整えることで観光地化を図るという観光戦略が多くとられたが、それがかえって観光地化を阻害してきた。人々が観光に伝統的景観を求める今日では、伝統的景観の形成に注力する必要がある。2003年には、国土交通省が、景観整備は観光立国の推進の面でも重要であるとして「観光立国行動計画」を策定するなど、日本政府も景観を利用した観光立国に積極的な姿勢を見せている。この観光立国行動計画を実行に移すためにも、日本は今日の観光ニーズを汲み取り、伝統的景観を形成することに重点を置いた観光戦略を展開する必要がある。このような状況の中で、観光資源としての伝統的景観の形成を促す手段を提案する本研究は、日本の観光立国の方針に新たな示唆を加えるという点において非常に有意義である。

2.景観保全の実情

2-1.景観保全を行う主体

これまで述べてきたように、人々が観光において伝統的景観を求めるようになった今日では、伝統的景観の形成がにぎわいの創出に結びついていることは明らかである。しかし、これまでの日本では経済的合理性を重視した開発行為が続けられてきた。また、景観と観光の両立が考慮されておらず、無計画な観光開発によって景観が破壊されるという事態を

引き起こしてきた。その結果、日本は町並みが「醜い」と評されるようになった。このことから、日本は伝統的景観の形成による観光地化の可能性について再考する必要がある。

しかし、現状として、伝統的景観を形成する以前に、今ある景観を保全することさえ困難な状況がある。その主要因として考えられているのが、開発行為の頻発と費用捻出である。前者に関しては、景観条例の制定によってある程度抑止することはできる。景観条例の効力を示す例としては、蔵造りの町並みで有名な埼玉県川越市が挙げられる。川越市では、1970年代半ばに蔵造りの町並みが残る「一番街」でマンション建設が計画され、近隣住民を中心にマンション建設反対運動が行われた。しかし、当時は景観条例も存在しなかった上、町並み保全が一部の住民にしか共有されておらず、建設阻止には至らなかった。しかし、1988年に川越市景観条例を制定すると、1997年に再び高層マンションの建設計画が浮上した際には、条例の効力と住民の反対運動によって建設を阻止するに至った。この事例から、景観条例は景観保全に効力を発揮することがわかる。

ところが、景観条例によって開発行為を抑止しても、開発から守られた景観を持続的に保全することには繋がらない。そこで問題になってくるのが費用である。自治体側の試みとしては、今年1月に東京都が歴史的建造物の修繕に要する費用を捻出できないという現状の打開策を検討するため、東京都民を対象にアンケート調査を行っている。このような試みの背景には、日本の自治体の多くは経常収支比率が高く、新たな事業に投資するだけの財源が確保できないという現状があり、1521もの自治体が、経常収支比率妥当値とされている80%を超えている（総務省 2013）。つまり、景観条例の制定によって開発行為から一時的に景観を保全しても、それを持続的に保全していくための資金がなければ、景観を観光資源化することはできないのである。景観と観光の結びつきが強いと考えられているヨーロッパ諸国でも、市民から歴史的な建造物の保全及び修繕を求める声が出ている一方で、その財源が確保できないがために保全に至っていないというケースも多く、NPOや市民団体が保全、修繕のための資金を募るなど、市民レベルでの対策のみに留まっている。

そこで、本研究では、景観条例の制定よりも実効性が高い費用の問題に焦点を当て、その解決策として自治体によるクラウドファンディングの活用を提案する。自治体がクラウドファンディングを活用する意義としては、景観を保全するための条例制定と資金調達を連動して行うことで、より景観保全の実効性を高めることにある。条例は民間組織による景観保全活動をサポートする役割を果たしながら、区画を超えた一体的な景観保全が実現できるため、景観保全は自治体を中心と行う必要がある。

2-2. 景観保全の代表的手法と費用

では、実際景観保全にはどの程度の費用がかかるのか。代表的な景観保全手法は二つある。一つ目は、「電線地中化」である。日本の電線は、その90%近くが架空式で、上空を見上げれば必ず電線が視界に入ってくるという状況が多く見られる。しかし、世界中から観光客が多く訪れるパリ、ロンドンの市街地では、伝統的景観を阻害しないよう、全ての電線が地中化されている。日本では、東京の電線地中化率が7%、京都が4%と、日本の電線地中化が世界と比べて大きく遅れていることがわかる。しかし、一部の伝統的景観を観光資源としている日本の自治体では電線地中化を行っている。例えば、前節で取り上げた埼玉県川越市では、伝統的景観の形成を目的に、1992年、蔵造りの町並みが残る「一番街」

の電線地中化を行った。その結果、それまで年間約 150 万人だった観光客数が約 400 万人に増加した。また、三重県伊勢市の「おほらい町」でも、電線地中化前の年間観光客数が約 35 万人であったのに対し、電線地中化後には 400 万人に増加するなど、観光客の著しい増加が見られた（電線のない街づくり支援ネットワーク 2010）。

そして二つ目は、「修景」である。修景とは、「景観に欠けたところがあればそれを補い、不要のものは取り除き、乱れたところは整えて、一つのまとまりのある景観、一つの世界をつくり上げること」（川向 2010,p.5）で、歴史的建造物の復元とは一線を画すものである。修景が盛んに行われている自治体としては、長野県小布施町が挙げられる。修景の特徴は、現存する建造物を修復、移動しながら景観を整えることにあり、その手法としては、建造時期と同時期に作られた材料による建造物の修繕や曳き家などが用いられる。実際にそれらの手法を用いて修景を行っている小布施町では、修景が行われた 1980 年代以降観光客数が増加し続け、現在では年間約 120 万人もの観光客が訪れる日本有数の観光地となっている（2013 年 10 月 28 日 小布施町役場でのヒアリングによる）。また、2006 年には、地域ブランドの「市町村が選ぶお手本ランキング」において全国 7 位にランクインするなど、修景によって形成された「小布施の町並み」は全国的に有名な観光ブランドとなった（日経流通新聞 2006 年 1 月 4 日）。つまり、上述した電線地中化と同様に、修景も景観保全と伝統的景観の形成、そして観光客の誘致に大きく貢献するのである。しかし、曳き家には 1 棟あたり約 1,200 万円の費用がかかる。建造物の修繕は、その規模にもよるが、現代ではあまり手に入らない材料を用いるため、一般的な修繕よりも費用は高くなる。つまり、電線地中化と同様に、修景にも莫大な費用がかかってしまうという難点が存在するのである。

3.自治体クラウドファンディングによる資金調達

3-1.クラウドファンディングとは

前章で述べた通り、伝統的景観の形成による観光立国の最大の障壁は、景観保全費用の捻出である。そこで、本研究では、この問題を解決する策の一つとして、景観保全費用の一部を調達することを目的とした、自治体によるクラウドファンディングの活用を提案する。提案に際して本章では、今年 11 月から全国の自治体に先駆けてクラウドファンディングによる資金調達を開始した鎌倉市の現状を分析し、そこから明らかになった問題点を踏まえて改良型クラウドファンディング・システムを構築し、それを本研究の提案とする。

クラウドファンディング（以下、CF）とは、インターネットを介して不特定多数の個人から資金を集めるサービスのことで、新たな資金調達的手段として注目されており、世界中で 500 以上の CF サイトが存在する。また、CF の市場規模は 2012 年時点で全世界 2,237 億円である。これは、前年の 1,175 億円の約二倍の規模で、近年急速に市場が拡大しているということがわかる。CF の特徴は、純粋な寄付を行う寄付型の他に、投資型、購入型という資金提供のスタイルがあり、寄付に対するインセンティブとして、場合によって寄付先からリターンを受け取ることができる点である。

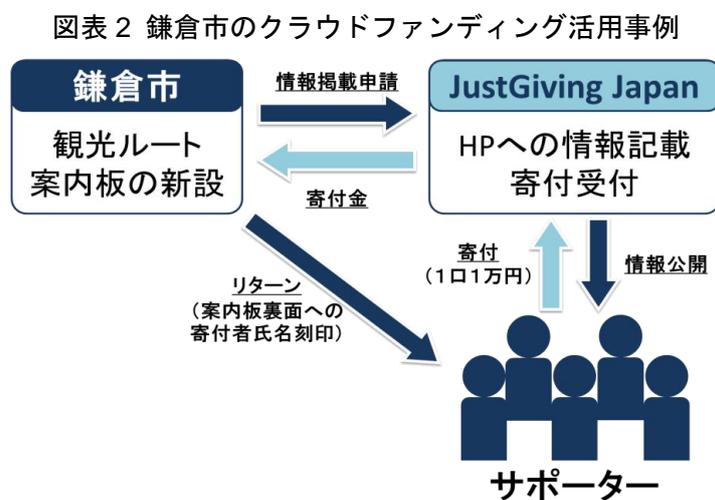
この CF を自治体が活用することのメリットは二点あり、一点目は、税収以外の歳入が確保できるという点である。前章でも述べたように、日本の自治体の多くは経常収支比率が高く、新たに景観保全費用を捻出しづらいという現状がある。このような状況の中で、資

金を外部から得られることは大きなメリットとなる。二点目は、自治体の魅力発信の大きなきっかけとなる点である。CFは、その仕組み上、不特定多数の人々に事業の魅力を発信しなければ資金が集まらない。そのため、自治体は広報活動に力を入れなければならない、仮に必要な分の資金が集まらなくとも、魅力発信の大きなきっかけとなり得る。

本研究では、日本で初めてCFを活用して観光整備資金の調達に乗り出した鎌倉市の事例を基に、自治体がCFを活用して観光整備の資金を調達することについて、一番のステークホルダーである観光客はどのように評価しているのかを調査する。その上で、鎌倉市の取り組みの問題点を分析し、自治体のCF活用による観光地化のモデルを構築する。

3-2. 鎌倉市の取り組み

では、実際自治体によるCFの活用による観光整備の資金調達はどれ程の効果が期待できるのだろうか。以上の論点を明らかにするため、本研究では、「JustGiving Japan」のサービスを活用して日本初のCFによる観光整備資金の調達に乗り出した鎌倉市を対象に分析を行った。鎌倉市がCFを活用して資金を集めている事業は、市民や観光客からの設置要望が多いスポット10ヶ所に観光ルート案内板を新設するというもので、一口1万円から寄付を募っている(図表2参照)。この事業は、本研究の主題である伝統的景観の形成には直接結びつかないが、自治体が観光政策の一環でCFを活用するのは全国初の試みであり、自治体による観光整備と寄付がどのように結びつくのかを分析する対象としては有用である。

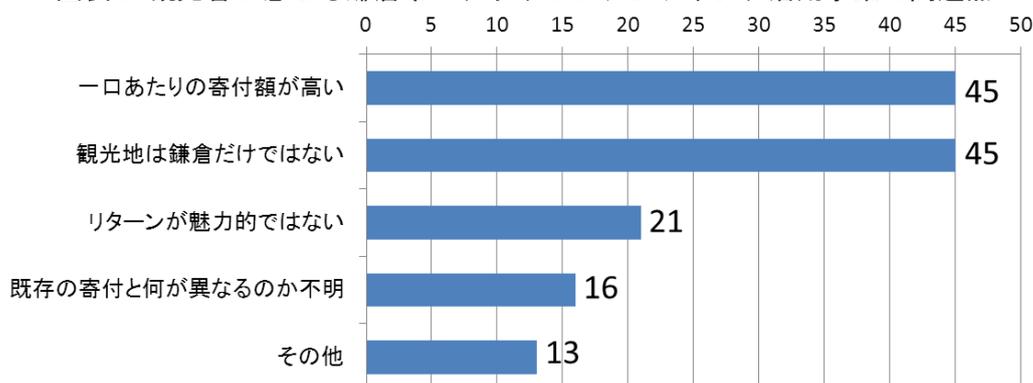


(筆者作成)

調査方法には街頭での聞き取り調査を採用し、鎌倉市が観光政策の一環でCFを活用していることに対して、一番のステークホルダーである観光客はどのように評価するのかを明らかにすることを試みた。調査対象は鎌倉市へ観光に訪れた老若男女100人で、調査内容は以下の二通りである。まず、「鎌倉市のクラウドファンディング活用事業にどの程度期待がもてるか(5段階評価)」を調査したところ、現状の鎌倉市の取り組みに対する観光客の期待度の平均値は3.06と、特筆して期待度が高いとは言えない、標準的な数値が得られた。それを受けて、次に「期待がもてない場合、どのような点が問題だと考えるか(複数回答可)」を調査したところ、140件の意見が得られた。その詳細は図表3の通りである。これ

を踏まえると、鎌倉市が取り組んでいる CF 活用事業に対する観光客の期待度はそれほど高くないといえる。特に「一口あたりの金額が高い」という費用面や、「鎌倉以外の観光地にも寄付したい」という制度の限定性に問題意識をもつ観光客が 90 人と、調査対象者の半数以上を占めたことから、上記二点の問題点を解決できれば期待度はさらに高まるといえる。

図表 3 観光客が感じる鎌倉市のクラウドファンディング活用事業の問題点



(2013 年 11 月 9 日に鎌倉駅前で行ったアンケート調査の結果に基づいて筆者作成)

4.新たな自治体クラウドファンディング・システムの構築

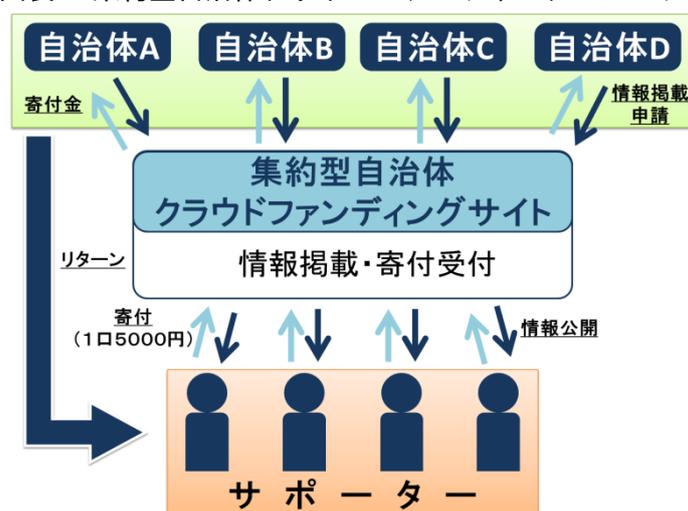
前章で明らかになった問題点を見ると、「一口あたりの金額が高い」、「鎌倉以外の観光地にも寄付したい」という理由から、鎌倉市の CF 活用に対する期待度を下げている観光客が半数以上を占めていることがわかる。そこで、本章では、以上二点の問題の解決策を探ることで、より観光整備、とりわけ今日観光分野において注目されている景観の保全資金調達に効果的な CF の仕組みを構築する。

まず、「一口あたりの金額が高い」という点であるが、単純に金額を下げてでも目標寄付額に到達しないという懸念もあり、ある程度は高額である必要があるため、本研究では「一口 5000 円」と設定する。このように改めることで、寄付行為の金銭的ハードルを下げることができ、より多くの人からの寄付が見込めるのではないかと。また、鎌倉市は 11 月 1 日～12 月 31 日の間に総額 100 万円の寄付金を集めることを目標に掲げているが、期限まで 1 ヶ月以上を残した 11 月 27 日時点で、すでに目標額である 100 万円の寄付金が集まっている。このような現状を見ても、一口 5000 円という金額設定は妥当であると判断できる。

そして、「鎌倉以外の観光地にも寄付したい」という点であるが、この問題を解消するため、本研究では、既存の民間 CF サイトではなく、景観保全資金を募りたい自治体の情報を集約した新たな CF システムの構築を提案する。このように改めることで、寄付を募るといふ本来の機能以外に、全国の伝統的景観を観光資源とした観光地に関する情報が一堂に記載され、ある種の「観光情報サイト」と同様の機能を持たせることができる。また、前章でも述べたように、寄付を募る自治体がサイト上でその魅力を発信しなければ寄付金が集まらないため、自治体自らが CF サイトを通じて「営業」に動かなくてはならない。このように、自治体によるビジネス手法の活用は事業をより持続可能なものにし、地域社会、ひいては日本全体に活力をもたらす可能性を秘めている (稲継・山田 2011)。

以上二点を踏まえ、本研究が提案するのが、「集約型自治体クラウドファンディング・システム」である（図表 4 参照）。CF サイトを介してサポーターから寄付を募るという形は従来と変わらないが、自治体が景観保全のための資金調達を行う場として新たに CF サイトを立ち上げることが、本提案の特徴である。既存の民間 CF 事業者を介さないため掲載手数料（一般的に寄付金の 20%）を抑えることができ、集められた寄付金のほとんどを自治体に渡すことができることもメリットの一つである。このシステムを確立し、全国の自治体が CF による景観保全に乗り出せば、より質の高い観光地が全国各地に誕生することになる。そして、各地の自治体が伝統的景観の形成によって観光地としての魅力を高めることでにぎわいを創出し、日本の観光立国を促すことが「集約型自治体クラウドファンディング・システム」構築の目的である。

図表 4 集約型自治体クラウドファンディング・システム



(筆者作成)

実際の CF の市場規模は、鎌倉市が活用している CF 事業者「JustGiving Japan」で集められた寄付金の過去最高額が 1 つの事業に対して 6 億 5 千万円近くと、非常に大きい。例えば、2009 年度の全国の自治体の「観光費」予算総額は 635 億円で、1 市町村あたりにすると約 3,500 万円になる（(公益社団法人日本交通公社 2012) より算出）。また、例えば電線地中化による伝統的景観の形成に成功した川越市の 2012 年度の年間観光整備費は約 6,300 万円（2013 年 11 月 27 日 川越市役所電話ヒアリング）であり、両者と比較しても、CF 市場がもっている潜在的なインパクトの大きさは明らかである。以上を踏まえると、市場規模、集金力という観点から見ても、集約型自治体クラウドファンディング・システムの有効性は非常に高いといえるだろう。

おわりに

1 章でも述べた通り、伝統的景観はにぎわいを創出する手段として非常に有効であり、日本政府も、観光立国実現には景観整備が重要であるとの見解を示している。その伝統的景

観を形成するには景観を保全していくことが必要不可欠であるが、それには莫大な費用がかかってしまう。そこに「集約型自治体クラウドファンディング・システム」を活用し、全国各地の景観を保全することで伝統的景観の形成を促し、日本の観光立国を後押しするというのが本研究の提案である（図表 5 参照）。

図表 5 本研究の提案



(筆者作成)

本研究では、「伝統的景観の形成による観光立国」を実行に移す際に発生する諸問題の中から景観保全費用に焦点を当て、その解決策として、現行の自治体による CF の活用策を基に新たな活用策、「集約型自治体クラウドファンディング」を構築した。今後の研究課題としては、鎌倉市での聞き取り調査で明らかになった「リターンが魅力的でない」、「既存の寄付と何が異なるのか不明」などの問題の解決策を練ることである。今回は「一口あたりの金額が高い」、「鎌倉以外の観光地にも寄付したい」の二つの問題の解決に特化した。いずれは今回捨象した問題の解決も念頭に置き、より緻密に立案をする必要があるだろう。

日本古来の伝統的景観を守り、それを世界に発信することは、日本の観光立国への第一歩となるだろう。町の印象は景観の美しさに大きく左右されるため、町ににぎわいをもたらすには美しい景観が必要不可欠である。つまり、「美しい町」なみが、「にぎわいの」なみをもたらすのである。

参考・引用文献一覧

- 麻田歩(2011)『「電線地中化」の促進』高知工科大学。
- 伊藤修一郎(2006)『自治体発の政策革新—景観条例から景観法へ』木鐸社。
- 井上正良、長瀬光市(2013)『人を呼び込むまちづくり—魅力的景観を生み出す 5 つの技法』ぎょうせい。
- 稲継裕昭・山田賢一(2011)『行政ビジネス』東洋経済新報社。
- 上田貴雪(2004)「ヨーロッパの景観規制制度—『景観緑三法』提出に関連して—」『調査と情報』439号、国立国会図書館調査及び立法考査局。

- 川向正人(2010)『小布施まちづくりの奇跡』新潮社。
- 総務省(2013)『平成 25 年版地方財政白書』総務省。
- 田村明(2005)『まちづくりと景観』岩波書店。
- 電線のない街づくり支援ネットワーク(2010)『電柱のないまちづくり—電線類地中化の実現方法』学芸出版社。
- 西成典久(2009)「観光と景観の施策的連携に対する一考察：社会的認識の変容に着目して」『立教大学観光学部紀要』第 11 号, p.130-139, 立教大学観光学部。
- 日経流通新聞 2006 年 1 月 4 日「目指せブランド化 市町村が選ぶお手本ランキング」
- 日本経済新聞 2013 年 6 月 28 日朝刊「興行の街復活へ 変わる浅草六区」
- 松原隆一郎(2003)『『都市再生』という名の破壊』『論座』2003 年 2 月号, 朝日新聞社。
- 松原隆一郎(2004)「経済発展と荒廃する景観」『〈景観〉を再考する』p.13-80, 青弓社。
- 横山秀司(2006)『観光のための環境景観学—真のグリーン・ツーリズム』古今書院。
- 米浪信男(2008)『現代観光のダイナミズム』同文館出版。

参考・引用ホームページ

- 川越市ホームページ「川越市都市景観条例」
http://www.city.kawagoe.saitama.jp/reiki_int/reiki_honbun/e302RG00000621.html
 (2013 年 9 月 22 日最終アクセス)
- 川越市ホームページ「統計かわごえ平成 24 年度版」
<http://www.city.kawagoe.saitama.jp/www/genre/00000000000000/1371533336846/index.html>
 (2013 年 9 月 28 日最終アクセス)
- JustGiving Japan「古都・鎌倉をもっと素敵に！「かまくら想い」プロジェクト始動！！(限定 100 名！あなたの名前が鎌倉のワンシーンになる)」<http://justgiving.jp/c/9231>
 (2013 年 11 月 4 日最終アクセス)
- 東京都「報道発表資料 2-6 東京都選定歴史的建造物の修繕費用」
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2013/01/60n1u120.htm>
 (2013 年 11 月 4 日最終アクセス)
- hon.jp Day Watch「2011 年の全世界のクラウドファンディング資金調達市場は 1,175 億円、今年はその倍の 2,237 億円に」
<http://hon.jp/news/modules/rsnavi/showarticle.php?id=3318>
 (2013 年 11 月 16 日最終アクセス)
- 公益社団法人日本交通公社「研究員コラム vol.163 財政統計からみた地域の観光財源の課題」http://www.jtb.or.jp/investigation/index.php?content_id=401
 (2013 年 11 月 26 日最終アクセス)

(文字数：11,290 字)