

【論説】

動物による観光振興

—日本犬の事例から—

田代雅彦・樋口千尋

要約

目的は、「動物による観光振興」の事例を収集分析してその特色を明らかにするとともに、特に「犬」の観光地が成り立ちにくい要因を明らかにすること。そして、「日本犬」を活かした観光に取り組む2つの事例の比較研究を通じて、動物による観光振興のあり方を考察することである。日本における動物に関連した観光地101件をみると、「猫」が44件と圧倒的に多く、有名観光地は不特定多数の動物が放し飼いされている特徴があること、そして「犬」は18件と少なく、種の性質や狂犬病の危険性からの有名観光地は成り立ちにくいことが明らかとなった。こうしたなか秋田県大館市は「秋田犬及び忠犬ハチ公」を主軸にした観光振興に成果を挙げ、日本初の本格的な「犬の有名観光地」となりつつある。一方、島根県益田市は柴犬の祖「石号」を活かした取り組みを二川地区で展開し、地元住民や企業が身の丈に合った活動を行い、わずかとはいえ成果を挙げている。

Keyword : 観光, 動物, 猫, 犬, 大館市, 秋田犬, 忠犬ハチ公, 益田市, 柴犬, 石号

1. はじめに

1.1. 研究動機と既往の研究

動物による観光といえば、一部の動物園や水族館、あるいは田舎の駅で駅長をしている猫、最近では全国各地にある猫の島が有名である。しかし、猫に比べて「犬の観光地」は少ないようだ。そうしたなか、名越（2015, 2016, 2018, 2019, 2020）は秋田犬に関する一連の研究のなかで、「秋田犬の里プロジェクト」を中心に、秋田犬の人気や経済効果、秋田県と大館市の取り組みを分析し、秋田犬によって観光客が増加したことを明らかにしている。また、川村（2020）は、台湾からの誘客のために秋田犬を活用した戦略を論じている。しかし、秋田犬以外の「犬と観光」を主なテーマとして取り上げた研究は、管見では見当たらなかった。

「犬の観光地」を知るためには、まず動物の観光地にはどのような特色があるのかを知る必要があると考えた。そのうえで、なぜ犬の観光地が成り立ちにくいのか、秋田犬の観光地は他の動物の観光地と比較してどのような特色があるのか、秋田犬以外に犬による観光振興の可能性はないのかを探ろうと考えた。

1.2. 本稿における動物による観光振興の定義

そもそも「動物による観光振興」とはいかなるものか。それに関係があると思われる「ワイルドライフツーリズム」と「観光のための動物」という2種類の用語からみていく。

第1の「ワイルドライフツーリズム」とは、那須（2021）によると、「野生動物観察の体験

や交流が動機となる観光であり、動物園などのテーマパークは含まれず、野生動物の観察などの『非消費的な』活動に限定されるもの』をいう。例えば、サファリでの動物鑑賞やバードウォッチングなどがこれに該当すると考えられる。第2の「観光のための動物」とは、平(2017)によると、「展示動物、観光資源となっている野生動物、観光体験に利用される動物」をいう。平は利用別に見た動物を「産業のための動物」、「愛玩するための動物」、「観光のための動物」、「人間と接点を持たない動物」の4種類に分類している。そして「観光のための動物」とは、人間から見て動物への支配の度合いは低く、かつ親密さを感じられる余地がある存在であると特徴づけている。例えば、旭山動物園の動物や、奈良公園の鹿、猫カフェの猫、闘牛などが、これに該当すると考えられる。

以上を踏まえ、本稿で述べる「動物による観光振興」を、「動物が観光の動機となっており、その土地ならではの動物の観察や触れ合う機会を旅先で提供することによって、地域を盛り上げようとする行動」と定義する。但し、本稿では展示動物（動物園や水族館などにいる動物）や、アニマルカフェの動物は除く。それらは別の場所から意図的に連れてこられた動物であり、必ずしも地域を盛り上げることが目的の動物ではないからである。また、鯨や魚類などの水生動物は取り扱わないこととする。例えば特定の海域に定住していない場合や、季節によって見ることができない場合などがあり、調べるのが困難だからである。

1.3. 目的と方法

本研究の目的は、まず日本における「動物による観光振興」の事例を先述の定義に基づいて収集、整理し、その特徴を明らかにすることである。そして、特に犬の観光地が成り立ちにくい要因を分析する。その上で、「日本犬」の観光地として、秋田犬を活かした観光振興に取り組む秋田県大館市と、柴犬を活かした観光振興に取り組む島根県益田市の2つの事例の比較研究を通じて動物による観光振興のあり方を考察する。

研究の方法は文献調査と現地調査である。動物による観光振興の事例把握には、主にインターネットや新聞記事を、日本犬については主に書籍を使用した。現地調査は、大館市には2023年3月10日に、秋田犬の里、(一社)秋田犬ツーリズム、大館市観光課を訪問してヒアリングを行った。益田市には2022年10月29日に二川地区を訪れて現地調査を行い、11月23、24日には二川地区のほか益田市観光交流課に電話やメールでの補足調査を行った。

2. 日本における動物に関連した観光地

2.1. 動物に関連した観光地の特色

「動物に関連した観光地」を先の定義に基づいて、主にインターネットの情報から調査したところ、日本全国で101件の事例が収集できた(表1)。動物種類別では、「猫」が44件と圧倒

的に多い。以下、「犬」18件、「牛」10件、「ウサギ」8件、「ヤギ」4件、「猿」4件、「馬」4件、「鹿」2件、「カメ」2件、「鳥類」5件である。地域別にみると、北海道4件、東北17件、関東5件、中部8件、近畿7件、中国10件、四国12件、九州27件、沖縄11件である。地方圏に多く、とりわけ九州・沖縄や東北地方に多く分布している。都道府県別では、沖縄県11件、福岡県と鹿児島県が7件、秋田県と愛媛県が6件の順に多かった。

表1 種類別にみた動物による観光地

No.	種類	動物	県	場所	No.	種類	動物	県	場所	
1	猫	猫(島)	宮城県	田代島	52	犬	秋田犬	青森県	焼きイカ店「七里長浜さくや商店」・鯨ヶ沢駅	
2			神奈川県	江ノ島	53			秋田県	秋田犬の里	
3			滋賀県	城ヶ島	54				ふるさわおんせん光葉館	
4			岡山県	沖島	55				ロイヤルホテル大館	
5			山口県	真鍋島	56			秋田犬会館		
6			香川県	祝島	57			森吉山阿仁スキー場		
7			香川県	佐柳島	58			和歌山城公園動物園		
8				男木島	59			丹生都比売神社		
9			愛媛県	青島	60			柴犬	島根県	石号の里
10				睦月島	61			土佐闘犬	高知県	とさいぬパーク(旧土佐闘犬センター)
11			福岡県	藍島	62	琉球犬	沖縄県	おきなわワールド		
12				馬島	63	牛	沖縄県	黒島		
13				地島	64	水牛	沖縄県	竹富島		
14				相島	65	牛	闘牛	岩手県	平庭闘牛場	
15				玄海島	66			新潟県	山古志闘牛場	
16				小呂島	67			島根県	小千谷闘牛場	
17				佐賀県	加唐島			68	島根県	隠岐モーモードーム
18				長崎県	高島			69	愛媛県	宇和島市営闘牛場
19				熊本県	湯島			70	鹿児島県	徳之島の闘牛場
20				沖縄県	竹富島			71	沖縄県	うるま市石川多目的ドーム
21			久高島		72			ウサギ	広島県	大久野島
22			奥武島		73			ウサギ(駅)	山形県	宮内駅
23			猫(駅)	北海道	追分駅			74	ウサギ(駅)	埼玉県
24				山形県	羽前小松駅	75	愛媛県	卯之町駅		
25				福島県	芦ノ牧温泉駅	76	アミノクロウサギ	奄美大島		
26				茨城県	那珂湊駅	77		鹿児島県	奄美野生生物保護センター	
27				千葉県	飯山満駅	78		徳之島		
28				和歌山県	貴志駅	79		アミノクロウサギ観察小屋		
29					伊太祈曽駅	80	ヤギ	沖縄県	多良間島	
30				岡山県	吉ヶ原駅(廃)	81	ヤギ	岩手県	宮古駅	
31				広島県	志和口駅	82		ヤギ(駅)	長野県	牟礼駅
32				愛媛県	伊予上灘駅	83		福岡県	海ノ中道駅	
33				長崎県	道ノ尾駅	84	長野県		地獄谷野猿公苑	
34				大分県	豊後竹田駅	85	猿	大分県	高崎山自然動物園	
35				鹿児島県	嘉例川駅	86		宮崎県	幸島	
36	猫(ロープウェイ)	大分県	別府高原駅	87	猿(駅)	兵庫県	北条町駅			
37	猫(船)	富山県	新湊観光船	88	木曾馬	島根県	西ノ島			
38	猫(神社)	高知県	一條神社	89	馬	御崎馬	宮崎県	都井岬		
39	猫(道の駅)	宮城県	いなか道の駅やしまや	90			都井岬ビジターセンター			
40	広島県	道の駅よがんす白竜	91	都井岬観光交流館						
41	ツシマヤマ	長崎県	対馬	92	鹿	奈良県	奈良公園			
42	ネコ		対馬野生生物保護センター	93			広島県	厳島		
43	イリオモテ	沖縄県	西表島	94	カメ	カメ(駅)	山形県	宮内駅		
44	ヤマネコ		西表野生生物保護センター	95			鹿	鹿	鹿	指宿駅
45	犬	犬(駅)	北海道	新十津川駅(廃)	96	ウトウ	北海道	天売島		
46			ニセコ駅	97	海猫	青森県	蕪島			
47			秋田県	大館駅	98	トキ	新潟県	トキのテラス		
48			岩手県	奥中山高原駅	99	闘鶏	高知県	安田闘鶏場		
49			岐阜県	美濃太田駅	100	オナガドリ	高知県	長尾鶏センター		
50			愛知県	東部丘陵線「リコモ」全9駅	101					
51			愛媛県	伊予上灘駅						

資料) インターネットより引用し作成

2.2. 動物に関連する「島」の観光地

最近話題の猫の島に象徴されるように、動物に関連する「島」の観光地は全国に数多くあり、101件中34件と約3分の1を占めていた。種類別では、猫が22/44件で猫の島が圧倒的に多い。以下、牛3/10件、ウサギ3/8件、ヤギ1/4件、猿1/4件、馬1/4件、鹿1/2件、鳥類2/5件である(図1)。このように、猫をはじめ多様な動物で「島」が観光地となっているなか、「犬」は動物種類別の件数では2番目に多い18件にも関わらず「犬の島」の観光地が1つもないことが明らかとなった。

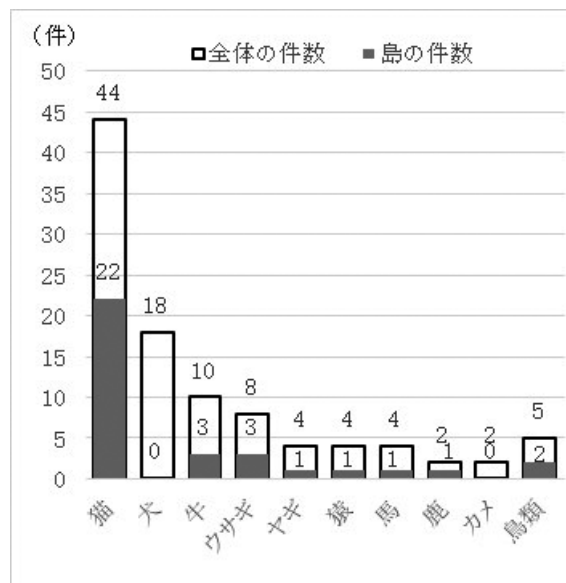


図1 動物に関連する「島」の観光地

資料) 表1をもとに作成

2.3. 「犬」に関連した観光地の特色

では、全国で18件の「犬」に関連した観光地には、どのような特色があるのか。「鉄道駅」と「その他」に分けて説明する。

「犬」と「鉄道駅」の観光地は、全国で7件が確認された(表2)。犬と鉄道駅と言えば「忠犬ハチ公」の物語があまりにも有名であるが、ハチ公の故郷である秋田県大館市のJR大館駅には、3代にわたる観光駅長が存在する。秋田犬ふれあい隊が保有する秋田犬で、「おもち」と「勝大」は飼い主である協力隊員の離任に伴い駅長を卒業した。現在は「誉」が3代目の駅長として活動している¹。

「犬」と「その他」の観光地は、全国で11件が確認された(表3)。天然記念物に指定されている「日本犬」に関する観光地が多く、うち6件は秋田県と青森県の秋田犬に関連する観光地である。なかでも大館市の「秋田犬の里」は、犬の観光地としては最も多い約40匹が登録さ

¹ 秋田犬ふれあい隊は、大館市の地域おこし協力隊のうち秋田犬に関わりのあるPRを担うグループの通称。

れている。大館市には秋田犬がスタッフのホテルもあり、JR大館駅も含めて5件の秋田犬の観光地がある²。

表2 「犬」と「鉄道駅」の観光地

県	場所	数	名前	肩書き	備考
北海道	札沼線 新十津川駅（廃）	0匹	ララ	駅長	柴犬。到着列車の出迎えを行った。
	函館本線 ニセコ駅	1匹	ハーディ	看板犬・駅長犬	秋田犬。駅舎内の喫茶店で飼育。毎年秋に運転される特急「ニセコ号」の見送りなどを行う。
秋田県	奥羽本線 大館駅	1匹	あこ	観光駅長 (初代)	秋田犬。駅に停車する特急の乗降客・観光客の出迎えを行う。
			飛鳥	観光駅長 (2代目)	
			おもち		
			勝大	観光駅長 (3代目)	
岩手県	いわて銀河鉄道 奥中山高原駅	1匹	マロン	名誉駅長	ヨークシャー・テリア。改札口で利用客の見送りや出迎え（2000年9月）→マスコットの存在に（2008年）
			マック	駅長見習い	ヨークシャー・テリア。交通事故で亡くなる。
			マオ	看板犬	ヨークシャー・テリア。交通事故の加害者が申し訳なく思い連れてきた犬。
岐阜県	高山本線 美濃太田駅	0匹	雪之丞	駅長	ゴールデンレトリバー。前足を上げる姿（観光列車の出発の合図）で人気となった。
愛知県	リニモ東部丘陵線 全9駅	1匹	オーシャン	駅長・日本介助犬 協会PR犬	ゴールデンレトリバー。介助犬駅長は2013年から日本介助犬協会との連携協定に基づき、愛知高速交通が実施している取り組み。
			コア		ゴールデンレトリバー×ラブラドルレトリバー。
愛媛県	予算本線 伊予上灘駅	1匹	リセ	駅長	チワワ。伊予灘ものがたりのお出迎えを続ける（数年間）→運行5周年を機に、2匹の猫と共に駅長として正式に就任
			マロン		チワワ。

資料) インターネットより引用し作成

表3 「犬」と「その他」の観光地

動物	県	場所	数	名前	肩書き・名称	備考
秋田犬	青森県	焼きイカ店「七里長浜さくや商店」・五能線 鱈ヶ沢駅	1匹	わさお	観光駅長	鱈ヶ沢町の菊谷節子氏（焼きイカ店主）に子犬のときに拾われ育てられる→旅行記ブロガーメレ山メレ子のブログで「わさお」と名付けられる→紹介され話題に（2008年春）→列車のお見送りなどで観光客をもてなす（観光シーズンのみ）
				つばき	観光副駅長	2014年にわさおの妻として加わる。
				ちょめ	見習い観光駅長 (2018) →営業係 (2019) →営業主任 (2020) →観光主任 (2022)	2016年にわさお達の娘として加わる。
	秋田県	秋田犬の里	約40匹			大館市が秋田犬保存会会員の犬を交代手展示。「秋田犬ふれあい隊」を募って、秋田犬を育てている。
				温	おもてなしスタッフ	大館市。華の母親。
		ふるさわおんせん光薬館	2匹	華	2代目おもてなしスタッフ	温の6頭の子犬のうちの1頭。
				ロイヤルホテル大館	2匹	中村栄斗
中村比菜	スタッフ					

² 秋田犬ツーリズム HP

動物	県	場所	数	名前	肩書き・名称	備考
秋田犬	秋田県	秋田犬会館	不明			大館市。秋田犬保存会会員の秋田犬が見られる場合もある。
		森吉山阿仁スキー場	1匹	北斗		山麓駅舎入り口付近の飼育スペースに常駐。支配人と一緒に出勤する。
紀州犬	和歌山県	和歌山城公園動物園	2匹 (2019年)	絢芽 皐月		天然記念物紀州犬保存会の紀州犬を後世に受け継ぐための活動により譲渡。
		丹生都比売神社	1匹 (2019年)	すずひめ号		かつらぎ町。豊岡由行（紀州犬愛好家・日本犬保存会会員）氏の飼い犬。毎月16日の祭礼日などに訪れる。
柴犬	島根県	石号の里	0匹			益田市。柴犬発祥の地。記念館や看板、2カ所に石号の石像がある。
土佐闘犬	高知県	とさいぬパーク（旧土佐闘犬センター）	0匹			高知市。負債が数十億円→地元銀行が融資を止める→破産手続き決定→高知地裁から明渡しを求められる→営業終了
琉球犬	沖縄県	おきなわワールド	1匹	海	看板琉球犬	南城市。16歳の誕生日に引退。
				空	2代目看板琉球犬	赤トウラー（赤系虎色）の琉球犬。

資料) インターネットより引用し作成

青森県鯉ヶ沢町の「わさお」は、焼きイカ店「七里長浜きくや商店」の店主に拾われた長毛の秋田犬である。2008年に“ブサかわ犬”として紹介されて全国的な人気を博し、鯉ヶ沢駅の観光駅長や町の観光特別大使を歴任。2020年に死んだ後、「海の駅わんど」に銅像が建てられた（図2）。現在はわさおの養女「ちょめ」が鯉ヶ沢駅の観光主任として引き継がれている³。

土佐闘犬は、1964年に開業した「とさいぬパーク（旧土佐闘犬センター）」で見ることができたが、負債により2017年に営業を終了した。そのため、現在は土佐闘犬を見られる観光地はない⁴。



図2 わさおの銅像
(鯉ヶ沢町海の駅わんど)

資料) 筆者撮影

3. 犬の観光地が少ない理由

3.1. 放し飼いができない犬の観光地

犬と猫は人間に最も近い2種類の動物であり、他の動物を含めたペットの数でも人気を二分している。しかし、観光地になると、「猫」44件に対して「犬」18件と2倍以上の差があった。この差は先述のように、主に放し飼いの観光地の有無にある。

動物（野生を含む）が放し飼いされている観光地は、「猫の島」22件をはじめ、「ウサギ」、「猿」、「馬」、「鹿」、「鳥類」など多くの動物で存在するが、「犬」は皆無だった。また、放し飼いの観光地には、田代島をはじめいくつかの「猫の島」や、「ウサギ」の大久野島、さらに「猿」の高崎山や地獄谷野猿公苑、「馬」の都井岬、「鹿」の奈良公園や宮島など、全国的に有

³ 読売新聞 2021年11月9日朝刊, 読売新聞 2022年5月3日朝刊

⁴ 桂浜 HP

名な観光地が多い。歴史ある伝統的な観光地や、海外にまで知られた観光地さえある⁵。こうした放し飼い動物の有名観光地に「犬」がないことが、犬の観光地が少ないと感じる要因だと考えられる。

3.2. 犬の危険性

「犬」が放し飼いされている観光地が存在しない要因は、犬という動物の危険性にあると考えられる。犬は身近な動物でありながら、例えば猫よりも危険性が高いため、厳しく規制されてきた。

1つめは、「犬という種が本来持っている性質」の危険性である。犬は狼が飼いならされたものと言われている。子犬の頃から人間に馴れられた場合は従順で人懐っこく、人間の良きパートナーとなるが、人間から離れて野犬になると、凶暴で噛みついたり、狼的な本能が蘇り集団で人を襲ったりすることもある。また、犬の体格も危険性に繋がる。猫やウサギ、猿などと比較して、犬は小型から大型まで幅が大きい。大型犬になると子供よりもはるかに大きくなり、じゃれついても恐怖を感じる場合がある。そのため、犬は「動物愛護法」という法律により、例えば猫と比較して厳しく規制されてきた。

2つめは「狂犬病」の危険性である。犬は「狂犬病予防法」という法律により、例えば猫と比較して厳しく規制されてきた。狂犬病とは、日本大百科全書（デジタル版）によると、いったん発病すると中枢神経が侵されて数日間で死亡する疾患である。病原体は狂犬病ウイルスで、人への感染は病獣の咬傷によって起こる。発病率は5～50%で、治療法は罹患動物に咬まれてから発病する前にワクチン接種等を行うことである。発病後の有効な治療法はなく、昏睡期までいくとほぼ100%が死亡する。

厚生労働省のホームページ「狂犬病」によると、かつて日本国内では、多くの犬と人間が狂犬病に感染し、死亡していた。そのため、「狂犬病予防法」が施行され、犬の登録、予防注射、野犬などの抑留が徹底されるようになった。その結果、7年という短期間のうちに狂犬病を撲滅することができ、現在日本で狂犬病は発生していない。しかし、外国では依然として狂犬病が発生しているため、万一の侵入に備えた対策として、現在も重要視されている法律となっている。

⁵ 大久野島のウサギについて論じた齋藤・魚留（2020）は、「人間が野生動物にエサをあげたり、生活に関わったりすることは野生動物の生き方として不自然な状態である」という。また、地獄谷野猿公苑を分析した佐藤（2018）は、温泉に入る野猿は1960年代より人工的に作り出されたもので、「サルたちの『野性的』で『自由な』行動は、舞台化され、人為が見えないように演出されており、だからこそ、『スノーモンキー』は現代の観光客にとって魅力的な観光資源になっている」と述べている。このように放し飼い動物の有名観光地は、完全に野生ではなく、人為的な要素が加わることで観光地として成立している。

4. 日本犬の保存と種類

以上のように、犬に関わる観光地は、その性質や危険性から放し飼いの有名観光地は皆無であった。そして駅のマスコット以外では、秋田犬や紀州犬など「日本犬」に関する観光地が多かった。それらを踏まえ、日本犬の種類と団体について概観した後、「秋田犬及び忠犬ハチ公」で観光振興に取り組む秋田県大館市と、柴犬「石号」で観光振興に取り組む島根県益田市二川地区の2地域の比較を通じて、日本犬による観光の実態を明らかにし、動物による観光振興のあり方を考察する。

4.1. 日本犬の存続の危機と保存活動

日本犬には明治維新後、大きく2つの受難の時代があった。第1の受難は、明治から大正時代にかけて西洋から多くの外来の犬が移入され、日本在来の犬との雑種化が進み、日本犬の純粋性が失われかけたことである。この状況に危機感を覚えた愛犬家や学者が対応策として、1928（昭和3）年に日本犬保存会を結成した（谷口2000）（表4）。

表4 日本犬に関する保存会と天然記念物指定

設立年	畜犬団体・天然記念物指定
1928 (S3) 年	(社) 日本犬保存会
1929 (S4) 年	(社) 秋田犬保存会
1931 (S6) 年	秋田犬が国の天然記念物に指定
	天然記念物甲斐犬愛護会
1934 (S9) 年	紀州犬が国の天然記念物に指定
	甲斐犬が国の天然記念物に指定
1936 (S11) 年	柴犬が国の天然記念物に指定
1937 (S12) 年	四国犬が国の天然記念物に指定
	北海道犬が国の天然記念物に指定
1948 (S23) 年	(社) 秋田犬協会
1951 (S26) 年	(社) 天然記念物北海道犬保存会
1959 (S34) 年	天然記念物柴犬保存会
1966 (S41) 年	天然記念物北海道犬協会
	(社) 天然記念物紀州犬保存会

注) 絶滅した「越の犬」は除く
資料) 谷口(2000)より作成

保存会は日本犬を守るために3つの方策を行った（志村2017）。1つめは洋犬の血が混じっていない犬を集めることである。当時純粋な日本犬は、もはや山間の猟犬しか残されていなかったため、愛犬家や学者が全国の山間部を訪ね歩いた。2つめは飼育頭数を増やすことである。保存会は広告を出し、飼育・繁殖をしてくれる会員の増加を狙った。3つめは純血の犬を守り残していくことである。国の天然記念物の指定を受けることにより保存していこうと考えた。

その結果、1931（昭和6）年から1937（昭和12）年に大型の「秋田犬」、中型の「紀州犬」、
「四国犬」、
「北海道犬」、
中型から小型の中間の「甲斐犬」、
小型の「柴犬」の6種類が国の天

然記念物に指定された⁶。それを機に、それぞれの犬種の保存会も設立された。

第2の受難は、第二次世界大戦中、毛皮や食料不足から「犬猫の献納運動」が始まったことである。毛皮は軍人の防寒着用、肉は一般人の食用として、軍用犬や警察犬、登録されている猟犬、天然記念物指定の日本犬を除いた畜犬は、献納・供出された。また、空襲により飼い犬が逃げ出して野良犬化することを未然に防ぐため、あるいは獣医不足から狂犬病の予防が難しいという理由のため、国民は強制的にペットを献納させられた。献納に反対すれば非国民扱いされる時代であり、犬猫の献納は加速した。天然記念物の犬籍指定は不十分であり多くの日本犬が受難の時代を迎えた。

戦後は再び畜犬ブームが訪れ、改めていくつかの日本犬種の畜犬団体が設立された（表4）。こんにち「日本犬」とは、一般的には国の天然記念物に指定された上記6種類を言うようである。ここからは、日本犬では最も大型の「秋田犬（あきたいぬ）」と、最も小型の「柴犬（しばいぬ）」という2つの代表的な日本犬種と、それを活かした観光振興について秋田県大館市と島根県益田市を例に見ていく。

5. 秋田犬による観光振興

5.1. 秋田県大館市と秋田犬

5.1.1. 秋田犬の概略史

大館市は秋田県の北端の内陸部に位置している（図3）。人口は2020年に69,237人で、新型コロナ前の2019年の入込観光客数（延べ人数）は199万6,936人である。大館市は忠犬ハチ公の故郷であり、「秋田犬及び忠犬ハチ公」を活用した観光振興に取り組んでいる。

吉田（2003）によると、秋田犬の祖先は、東北地方の地犬で大館地方の山間部で暮らす阿仁マタギの狩猟犬として用いられた中型犬だと言われている。ここからは、秋田犬の概略史を宮沢（2017）より見ていく。明治時代に闘犬大会の流行により、体格のいい犬同士を交配させたため洋犬種との交雑が進み、大正時代には交配がより盛んになった。理由は、土佐闘犬の一行が遠征してきた際に秋田犬が惨敗し、愛好家達が闘犬として強くしようと考えたからである。その結果、秋田犬は大型化し、日本犬ならではの立ち耳・巻き尾の容姿は失われた。

本来の姿が失われかけている状況で、1920年代に秋田犬が天然記念物に相応しいかどうかを調査するために、東京帝国大学理学部の渡瀬庄三郎教授が大館地方を訪れた。しかし、土佐闘犬もどきの秋田犬ばかりだと判明し、天然記念物の指定は一旦見送られることになる。渡瀬教授が大館地方の愛犬家に秋田犬の再興を呼びかけた結果、大館町長の泉茂家氏、旧制大館中

⁶ 北陸地方の「越の犬」も国の天然記念物に指定されていたが、1971（昭和46）年に絶滅した。



図3 大館市と「秋田犬の里」の位置

資料) コトバンク HP「大館(市)」, 秋田犬の里HP

の博物学教師の小野進氏、闘犬の愛好家団体代表の田山弥一郎氏らが奮起して1929（昭和4）年に秋田犬保存会を設立。秋田犬の復元運動が起こり、1931（昭和6）年7月、日本犬の中で最初の天然記念物の指定を受けることができた。

しかし、戦争による畜犬の供出運動で秋田犬も絶滅の危機に瀕する。国の天然記念物である秋田犬は供出の対象外だったが、犬籍登録が進んでいなかったことや、大型犬ゆえのえさ不足もあって、戦後まで生きながらえた秋田犬はわずか20頭ほどだったという。

戦後は石原勝助氏が秋田犬協会を設立して、絶滅寸前だった秋田犬の保存、復活に取り組んだ。また、全日本秋田マタギ協会は、秋田犬をマタギ犬として復活させようと活動した。そうした活動が奏功し、秋田犬の頭数は徐々に増えていった。

5.1.2. 秋田犬の海外での人気

秋田犬は日本犬を代表する犬種であり、海外での知名度も高い。外国人に人気な理由は、2009年公開、リチャード・ギア主演のハリウッド映画「HACHI 約束の犬」の影響が大きい。この映画は1987年公開、仲代達也主演の松竹映画「ハチ公物語」のリメイクで、名越（2015）によると、この映画は日本よりも欧州のドイツ、イタリア、ロシアで反響が大きかった。日本では愛犬に可愛さや癒しを求めるが、欧州では忠誠心や従順さなど哲学を求める傾向があるからだという。

秋田犬の知名度は、2015年以降は国内よりもむしろ海外で高まっている。2017年度に海外での日本の都道府県名のインターネット検索回数で「TOKYO」に次いで「AKITA」が第2位となったのは、海外での秋田犬ブームを反映した結果と考えられている。秋田犬を飼っている・飼っていた有名人はアメリカ、カナダ、ロシア、モンゴルなど大陸の広い国の人が多い

(表5)。日本では、高齢化や住環境、経済環境の変化で、室内で飼う小型犬の人気の高まり、大型の秋田犬は敬遠されている。一方で、アメリカやヨーロッパ、ロシア、そして最近では、経済力の高まった中国でも秋田犬の人気の急上昇している。

表5 秋田犬を飼っている・飼っていた有名人

国籍	人物	職業・肩書	犬の名前
アメリカ	ヘレン・ケラー	社会福祉活動家,作家	神風号,剣山号
	サラ・ミシェル・グラール	女優	タイソン, くみ, さとう
	エリック・クリスチャン・オルセン	俳優	ダコタ, デライラ
カナダ	ダン・エイクロイド	コメディアン, 俳優	(不明)
ロシア	ウラジーミル・プーチン	ロシア大統領	ゆめ
	アリーナ・ザキトワ	フィギュアスケート選手	マサル
モンゴル	朝青龍	元横綱	マサオ

資料) インターネットより筆者作成

5.2. 秋田犬の観光に関する既往の研究

秋田犬の観光に関する既往の研究としては、名越による一連の研究がある。名越（2015）は秋田犬の国際的な知名度の向上を明らかにしたうえで、後述の「秋田犬の里」につながる施設の設置を提言した。名越（2016）では大館市が秋田犬の利用を積極的に検討し始めたことを明らかにし、名越（2018）では「秋田犬の里」に向けた動きを紹介している。そして、名越（2019）では、秋田犬が世界的に人気を集めて空前の秋田ブームが到来していることを改めて紹介し、後述の「秋田犬ツーリズム」の活動や、「秋田犬の里」のオープン直前の状況などを紹介している。名越（2020）では、「秋田犬の里」の経済効果や大館市で撮影された日ロ合作映画など市や県の取り組みを紹介している。そして川村（2020）は秋田犬をインバウンド観光に結び付けるための取り組みを概観した後、台湾人旅行者に焦点を絞った戦略を提言している。

本稿では、これらの研究を踏まえて、とくに秋田犬の展示方法をいう観点から「犬の観光地」誕生の苦労や、動物による観光をいかに地域経済の活性化に結び付けようとしているかを中心にみていく⁷。

5.3. 大館市の観光交流施設「秋田犬の里」

5.3.1. 観光コンテンツは「秋田犬及びハチ公」

大館市は秋田県北部の拠点都市として、長らく商工業や企業誘致に力を入れており、観光が盛んな都市ではなかった。6期24年間務めた前市長から2016年4月に現在の福原淳嗣市長への交代を契機に、観光が市の重要政策となった。そして観光コンテンツの柱としたのが「秋田犬及びハチ公」である。

⁷ 2023年3月10日に、大館市観光課、秋田犬の里、(一社)秋田犬ツーリズムに訪問してヒアリングを行った。

大館市は2016～2020年度の内閣府地方創生推進交付金を活用した「秋田犬から始まる物語ビルドアップ事業」を秋田県と共同で申請した。県も、なまはげに次ぐコンテンツとして秋田犬に注目しており、大館市は県のバックアップも得ながら、秋田犬をシンボルとしたまちづくりに取り組んだ。今では大館能代空港及び市内へのリムジンバス、さらに市内の随所で、秋田犬のポスターやイラスト、置物などを見ることができる。

しかしながら「犬の観光地」は全国にも前例がない。大館市ではモフモフの秋田犬に触りたいという観光客のニーズに応えようと考えた。地域おこし協力隊員を「秋田犬ふれあい隊」に任命し、秋田犬を飼育させた。そして、飼育した秋田犬と触れ合える場として2017年8月、JR大館駅近くに「秋田犬ふれあい処」を設置した。

秋田犬を直接触ることができるこの施設は好評だったが、様々な問題も生じた。地域おこし協力隊員は都会から単身赴任である。大型の秋田犬の飼育は1人では困難だろうとの配慮から2人1組にしたが、秋田犬は主人を1人と決めるものらしく、2人の飼主では混乱が生じた。また、犬にとって不特定多数の観光客に触られるのは、かなりのストレスになるようで、最初に飼育した2頭のうち1頭は“出勤拒否”になってしまった。このように、大館市としても生きた秋田犬を観光に活用するのは初めてのことであり、手探りでのスタートとなった。

5.3.2. 秋田犬の展示室がある「秋田犬の里」

2019年5月、JR大館駅前の旧小坂鉄道の大館駅の跡地に観光交流施設「秋田犬の里」が開館した(図4)。大館市が建設、運営しているこの施設は、忠犬ハチ公が上野英三郎博士を待ち続けた大正時代の渋谷駅の外観をモデルとして建てられた⁸。

館内には秋田犬ミュージアムやイベントコーナー、観光案内所、お土産コーナー、そして秋田犬の展示室がある。犬に特化した日本初の本格的な「犬の観光施設」である。この展示室で大館の秋田犬保存会



図4 旧渋谷駅舎を模した「秋田犬の里」
資料) 筆者撮影

会員が保有する約40頭を交代で展示することとした。「秋田犬ふれあい処」での教訓を生かし、観光客は展示室に10分交代で入室し、犬との直接的な接触はなく、柵越しに間近で見る形式にした。それでも展示する秋田犬にはトレーニングが必要だった。1週間に4回、施設に来ることから慣れさせ、客に慣れる、展示室に長く滞在するという段階を踏んで訓練する。もちろん個体差があり、1～2カ月で慣れる犬もいれば、3カ月たっても慣れない犬もいた。

⁸ 施設の前には、忠犬ハチ公像が設置され、施設周辺にはかつてハチ公像とともに渋谷駅前広場に設置されていた東急電鉄の車両、通称「青ガエル」が移設されている。

そして、この展示方法にも問題があった。当初展示室には換気扇がなく、数多くの観光客が立ち入ることによって嗅覚の鋭い犬にはストレスとなり、約3分の2の犬が何らかの抵抗を示した。また、展示室には簡単に切り替えられる空調設備がなく、寒さに強い秋田犬と人間との適温が異なるという問題も生じた。その後、換気扇や空調設備は改善されたが、新型コロナウイルスの流行を機に展示室への観光客の立ち入りを禁止にして、隣室からガラス越しで展示室内を見るスタイルに変更した。

展示中は飼主や施設職員が秋田犬を遊ばせたり、おやつが出る玩具を与えたりして飽きさせないよう工夫している。秋田犬を直接触りたいという観光客の願望は強いが、秋田犬の里では観光客に対して「吠えない」、「噛まない」が大前提であり、「人間でも苦手な人、嫌いな人から触られると嫌ですよ。犬も同じです」と理由を丁寧に説明している。

2019年5月にグランドオープンした秋田犬の里は、入館無料、大晦日と元日以外は年中無休、秋田犬展示室だけは月曜が休室日となっている。大型犬である秋田犬を放し飼いにして観光客と自由に触れ合わせることは困難である。しかし、ここに来れば、ガラス越しとはいえ、動物園にもペットショップにもいない秋田犬を間近で確実に見ることができる⁹。秋田犬の展示方法は、まだ定まったわけではなく今後も模索は続くと思われるが、秋田犬の里は、まさに日本初の本格的な「犬の観光施設」と言えるだろう¹⁰。

5.3.3. 全国から集客する「秋田犬の里」

秋田犬の里が開館した2019年度の来館者数は、市の人口の4倍以上の31万5,137人、お土産コーナーの売上高は7,490万円に達した。2020年度は新型コロナウイルスの影響で4月、5月に休館、外国人はほぼゼロとなり、来館者数は7万1,522人、売上高は3,538万円に減少した（図5）。しかし、コロナ禍の2020年8月から翌3月まで来館者への聞き取りで居住地分布を調べたところ、地元秋田県の69.0%をはじめ東北地方が85.4%と多いものの、日本全国47都道府県の全てから来館があった。

秋田犬の里は、ドライブついでにたまたま立ち寄ったり、無料施設ゆえに安価な旅行ツアーに組み込まれたり、駅前にあるため発車時間までの暇つぶしに立ち寄る地元民もいる。しかし、秋田犬の里をピンポイントの目的地として遠方からくる観光客が確実にいる。新型コロナウイルスでそうした秋田犬が主目的の客の比率が高まったため、お土産の売上高を来館者数で除した客単価は、2019年度の237.5円から2022年度（2月まで）の511.1円へと大幅に上昇している。

ちなみに大館能代空港では、毎月8日、18日、28日のハチのつく日は東京発の第1便の到着

⁹ 秋田犬に触ることも全く不可能ではない。例えばお散歩タイムで犬自身が近寄って行き、飼主が許した場合には触ることも可能である。

¹⁰ このほか大館市には、秋田犬保存会の事務所が入居する秋田犬会館があり、秋田犬の歴史や生態系などの資料が展示されている。

時に秋田犬がお出迎えするイベントを行っているが、それに合わせて来る秋田犬ファンもいる。

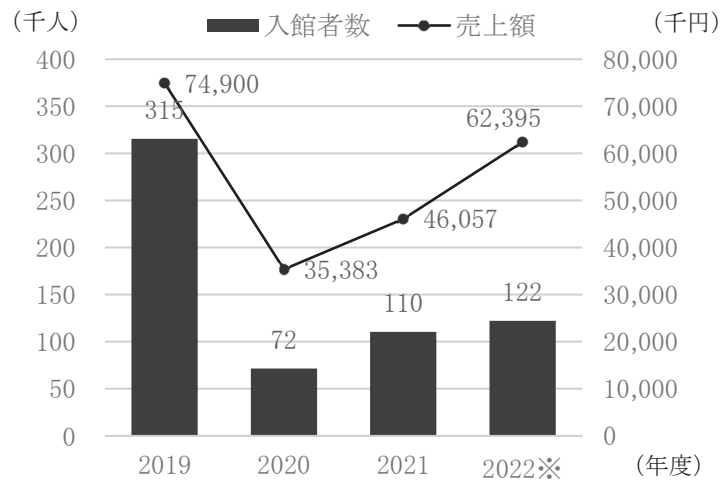


図5 秋田犬の里の来館者数と売上額

注) 2022年度は2月まで
資料)「秋田犬の里」提供資料より作成

5.3.4. 観光による秋田犬存続の可能性

秋田犬の里で展示される秋田犬は、午前と午後の二部制で中2日以上の間隔を空けたシフト表をつくり、飼主が連れて来るシステムとなっている。飼主には1回4時間で約1万2千円の報酬を出している。徐々に値上げされてこの金額となったもので、大館市では将来、秋田犬の飼育だけで生計を立てられるようになることを狙っている。

成犬で30～40 kgになる大型の秋田犬の飼育には、体力と経済力が必要である。大館では秋田犬保存会会員の高齢化が進んでおり、飼主の減少が懸念されている。動物愛護法は次第に厳しくなっており、飼育施設もより高水準なものが求められるようになっている。また、2022年6月より適用された改正では、繁殖用のメス犬の出産は6歳まで、6回までが限度となった。それ以上のメスは、稼げれば永らえる命でも繁殖を生業とするブリーダーたちに捨てられる可能性が出てきた。飼主への報酬には、そうしたメス犬の命を救うために受入先を確保する狙いもある。

大館市では2022年度に秋田犬の飼育に係る餌代支援などの「犬都にふさわしい秋田犬の育成業務」を展開しているが、秋田犬による観光収入の増加も、今後の秋田犬の助命と繁殖の一助となる可能性がある。

5.4. 地域連携DMO「秋田犬ツーリズム」

5.4.1. 「秋田犬」をアイコンとしたDMO

一般社団法人秋田犬ツーリズムは、「秋田犬」を活用して秋田の魅力を世界に発信し、地域活性化を目指している2016年4月に発足したDMOである。大館市、北秋田市、小坂町、上小阿仁村の4市町村の地域連携DMOで、2017年11月には観光庁に日本版DMOとして登録された。

4市町村の負担金で運営され、様々な会議体を通じて数多くの地域事業者と連携している。

全国には既存の観光協会が発展したDMOも多いが、秋田犬ツーリズムは各地域の観光協会を維持しながら、別途新設されたインバウンドに特化したユニークなDMOである。会長は前大館商工会議所会頭、専務理事は大館市からの出向者で、2015年度の地方創生加速化交付金を申請、獲得して全国から人材を集めた。発足当初のスタッフ7人の内訳は日本人4人（地元以外が2人）、外国人が3人（アメリカ、シンガポール、香港）と外部の人材が多く、平均年齢は30～40歳であった。

インバウンドに特化する上で、世界が認知する「AKITA＝秋田犬」に着目した。映画「HACHI 約束の犬」が公開された2009年から2015年にかけて、海外での検索ワード「akita inu」が「mt Fuji」や「Mount Fuji」の約2倍となった。そこでNPOの名称も単なる地名ではなく「秋田犬ツーリズム（Akita Inu Tourism）」とした。

ただ秋田犬の人気は間違いないが、犬だけでは滞在促進は困難で、観光資源を単品で発信しても効果は薄い。地域性をアピールできる食や交流の場の提供が必要と考えられた。そこで、海外での知名度の高い「秋田犬」をアイコン、フックとして「マタギ文化」や「きりたんぼ」など地元の食や暮らしをPRしていく方針を立てた。

5.4.2. ターゲットの明確化と情報発信

海外へのPRでは、まず国別の「秋田犬ペルソナ像」をつくり、秋田犬に興味を持つ象徴的なユーザー像を定めてからデータを収集・分析・情報発信するという戦略的な海外マーケティングを行った。例えばシンガポール人の秋田犬ペルソナ像は「金融業で高所得の中華系45歳女性。既婚で子どもあり。旅行好きで、あまり知られていない地域と地元では絶対にできないアクティビティや食事に興味がある」といった具体像である。そして、主要ターゲットを日本へのリピート率が高く、地方にも来る可能性が高い台湾、香港、シンガポールに定め、とくにデジタルマーケティングに力を入れて、それぞれに対応した取り組みを行った。例えば、秋田犬ツーリズムHPの検索結果順位がトップになるようにGoogle広告キャンペーンを始めたり、ターゲット層に応じた地域の観光資源を紹介する動画を作成したりした。

特に反響が大きかったのが、秋田犬ツーリズムが作成した新曲PV『Waiting4U～モフモフさせてあげる～』である。擬人化した秋田犬アイドルグループ「MOFU MOFU ☆ DOGS」を結成し、犬の声をつなげて作った楽曲を使い、地元民が地元で撮影した魅力を紹介するミュージックビデオである。2016年11月1日、ワンワンワンの「犬の日」11時1分にYouTubeで公開されると、わずか10日で再生回数が100万回を突破。特に主要ターゲットとした台湾で人気を博した。この動画の広告効果は7億円と算定され、世界的な広告業界のアワードを受賞した。

このような取組もあってNPOエリアへの外国人延べ宿泊者数は、2015年の6,602人泊から

2019年の10,825人泊へと4年間で64.0%増、とくに外国人観光客の少なかった大館市では586人から2,274人へと約4倍に増加した。しかしながらコロナ禍により、2020年は1,910人、2021年は405人と激減してしまった。

5.4.3. 地域経済の活性化

秋田犬ツーリズムでは、インバウンドにつながる海外へのPRだけでなく、受入環境の整備や観光資源の磨き上げに関する多様な事業を行っている（表6）。

表6 秋田犬ツーリズムの活動実績

<p>【情報発信・プロモーション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●秋田犬を活用した動画の制作 ●外交官向けのセミナーを開催 ●観光庁と大館市で観光フォーラムを開催 ●秋田犬を活用した感染予防動画の公開
<p>【受入環境の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●自社WEBサイトで英語、繁体語などに対応 ●農家民宿や体験の動画を紹介 ●WEBサイトにAIエンジンを導入 ●アクティビティジャパンと連携した体験予約・決済サイトを運営 ●県補助金で予約サイト「DISCOVER奥秋田」を制作 ●おもてなしの気持ちで客を受け入れるセミナー開催 ●指さし会話帳を作成 ●有資格者職員による「やさしい日本語」の普及 ●アプリ「ワン!なび」のサービスを開始
<p>【観光資源の磨き上げ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●地域独自の観光コンテンツ（農家民宿の宿泊、きりたんぼづくり、温泉体験、マタギ体験など）の磨き上げ ●アクティビティジャパンと連携した自社WEBサイトでの体験予約・決済サイトの運営 ●車以外の客向けに定期タクシーの予約サイトを掲載 ●予約できるアクティビティを増やすため事業者と連携 ●枝豆の商品開発とブランド化 ●「秋田犬ワイン」の発売

資料) 観光庁HP「観光地域づくり法人形成・確立計画」より作成

大館と言えば、曲げわっぱやきりたんぼ、比内鶏が有名であるが、枝豆が特産であることはあまり知られていなかった。そこで秋田犬ツーリズムでは、枝豆の商品開発とブランド化に取り組んだ。大館盆地の枝豆が、大都市圏の市場で大都市近郊の産地と競合しても鮮度的に勝ち目はない。そこで収穫したその日に加工・冷凍保存する「朝採れ枝豆」をブランド化すべく取り組んでいる。朝採れ枝豆からフリーズドライパウダー、ペースト、むき枝豆（冷凍）といった原料を開発し、ソフトクリームやビール、ワッフルなどの枝豆関連商品を開発した。そして、秋田犬ツーリズムが（株）ギンビスと共同で、朝採れ枝豆100%使用のスナック菓子「秋田の枝豆」を開発し、2018年11月1日「犬の日」に発売開始した。発売を記念して大館能代空港と渋谷区で無料配布すると同時に、秋田犬を紹介するキャンペーンを実施した。

秋田犬ツーリズムが日本版DMOとして登録された2017年から2019年にかけて、4市町村への経済波及効果は約320億円、雇用効果は約200人増加と試算されている¹¹。NPOの活動が軌

¹¹ 秋田犬ツーリズム提供資料（2023.3.10 入手）より。

道に乗ってきた2020年に新型コロナが発生し、インバウンドはほぼゼロとなってしまった。しかしながら、コロナ禍においても地道にPRしてきたため、2023年3月現在、インバウンドは徐々に戻りつつある。そして秋田犬をきっかけにしつつ、十和田湖（小坂町）やマタギ文化（北秋田市や上小阿仁村）のインバウンド向けの高付加価値化、滞在型観光地づくりを意識的に進めている。

5.4.4. 忠犬ハチ公生誕100年

2023年11月、ハチ公が生誕100年を迎える。ハチ公が縁で大館と渋谷には強いきずなががある。大館市と渋谷区、秋田犬ツーリズムと渋谷区観光協会などが主体となって実行委員会を組織し、生誕100年のお祝いと、これからの100年を見据えてハチ公の物語を後世に受け継いでいく「ハチ公生誕100年事業（通称HACHI100）」を実施する。8月に渋谷と大館のそれぞれでイベントを実施し、11月には大館市で「ハチ公生誕100年フェスティバル（HACHIフェス）」が開催される。

6. 島根県益田市の取り組み

6.1. 益田市と柴犬「石号」

6.1.1. 柴犬「石号」の生誕地

益田市は島根県の西端に位置している。2020年の人口は4万5,003人、コロナ前の2019年の入込観光客数（延べ人数）は230万1,987人となっている。

益田市中心部から東へ17km、車で30分の山間部、益田市美都町二川地区には、全国の柴犬のルーツと言われる「石号」の生誕地がある（図6）。それを明らかにしたのは石州犬研究室の河部真弓代表（島根県江津市在住）である。河部氏は2016年に石州犬の血を引く山陰柴犬を飼い始めたことをきっかけに、多数の文献や聞き取り調査で石州犬について調べて「石号」の存在を知り、2017年にホームページで紹介した。

6.1.2. 柴犬の概略史

柴犬は小型の日本犬であり、1936（昭和11）年12月に国の天然記念物に指定されている。アニマルプラネットHPによると、柴犬には長野県発祥の「信州柴」、岐阜県発祥の「美濃柴」、山陰地方発祥の「山陰柴」の3種類のタイプが存在する。発祥の地が様々あるため、国の天然記念物に指定された日本犬の中で唯一、柴犬だけ地方名が付いていないのである。

そして、現在の多くの柴犬につながる「信州柴」は、昭和初期の保存運動の中で、島根産の雄犬「石号」と四国産の雌犬「コロ」を交配して作られた「アカ号」の子孫が長野県へ移入・繁殖されたものを源流としているという。柴犬の保存活動の中心人物は、天然記念物柴犬保存会を設立した中城龍雄氏である。故郷の長野県駒ヶ根市で30歳から本格的に日本犬の研究を



図6 益田市と二川地区の位置

資料) コトバンク HP「益田(市)」, google map より作成

始め、第二次世界大戦で非国民扱いされる状況でも柴犬を絶滅させないために飼い続けた。敗戦後に残された柴犬は、わずか数十頭であったという。

戦後に保存会の活動が再開され、極近親交配と新血導入の組み合わせを行った結果、優秀犬が出現するまでに柴犬は復活し、全国へと広がったのである。現在では、日本犬では最も人気のある犬種である。

6.2. 「ぬくもりの里二川」の取り組み

「ぬくもりの里二川」は、益田市美都町二川地区の民間の地域自治組織である。市のホームページによると、二川地区の人口は2022年1月末で174人、高齢化率は60.3%である。2016年に美都町が柴犬の祖である石号のルーツだと判明してから様々な取り組みを行っている(表7)。

6.2.1. 案内看板, 石号記念館, 石号の石像

「ぬくもりの里二川」が柴犬発祥の地を地域振興に生かそうと2018年に最初に取り組んだのが石号の生家(記念館)への案内看板の設置である。同様の看板は、美都温泉の石号の石像の横や、道の駅サンエイト美都にも設置された。

翌2019年には、空き家になっている石号の生家に部屋を増築して石号記念館を建てた。費用は住民の寄付などから賅ったようだ。館内には柴犬の系統図や血統書の写し、石号を発見した中村鶴吉氏の記録、石号の石像が完成するまでの過程が分かる写真などが展示してある。室

表7 「ぬくもりの里二川」の取り組み

年	出来事
2016年	河部真弓氏が「石号」の存在を知り、柴犬のルーツであることを明らかにする
2017年	河部氏が「石州犬研究室」のHP設立。
2018年	① 石号が住んでいた生家に看板設置
2019年	② 生家を改修して石号記念館を建設 ③ 美都温泉「湯元館」・石号記念館に石号の石像を建立 ④ 石号グッズの販売を開始
2020年	⑤ 石号キャラクター制定 ⑥ 石号そっくりさんコンテストの実施
2021年	⑦ 石号ものがたり(絵本)作成・販売開始 ⑧ 「柴犬の祖石号の里を歩くお散歩マップ」作成 ⑨ ウォーキング大会の実施

資料) 観光庁HP「観光地域づくり法人形成・確立計画」より作成

内に入ると自動で解説が流れるスピーカーも設置されている。年中無休で入館料は無料である。

また、美都温泉「湯元館」と「石号記念館」の2カ所に、高さ57cm、長さ68cmの実物大の石号の石像を立てた(図7)。当時、二川公民館の館長だった小原美智子氏の「名前が石なので石像を！」というひと言が石像製作のきっかけとなり、横浜市の石工に依頼して製作された。



図7 石号記念館と石号の石像

資料) 筆者撮影

6.2.2. 石号キャラクター制定とグッズ製作販売

「ぬくもりの里二川」では、石号のキャラクターを募集、制定した。募集条件は「強運をイメージさせるもの」、「毛色は茶色と白」、「精悍さがある」の3つである。2020年11月に審査会が行われ、最優秀賞1作品、優秀賞2作品、入賞10作品が選ばれた。最優秀賞には10万円と美都町の特産品、優秀賞には3万円が贈呈された。

そして、石号のキャラクターを使用した缶バッジや、羊毛フェルトで作られた石号のキーホルダーなどオリジナルグッズを作成して、道の駅サンエイト美都と美都温泉「湯元館」で販売している。また、1枚の画像からオリジナルアイテムを作成、1個から販売できるサービスを提供するSUZURIというサイトでは、店に並んでいないグッズも販売されている。

6.2.3. 絵本「石号ものがたり」、お散歩マップ

絵本「石号ものがたり～世界中の柴犬60万頭のルーツになった強運な犬のほんとうにあった話」は、石州犬研究室の河部真弓氏が文章を担当し、石号の活動にも関わる森岡礼氏が絵を担当している。森岡氏が河部氏に絵本の制作を提案し、約2年の作成期間を経て2021年の9月に刊行した。値段は1320円。ネットや書店の注文で購入することができる。

「ぬくもりの里二川」では石号にちなんだ地域活性化策として、ペットを連れて地区内を歩いてもらうことを目的にマップを作成した。道の駅サンエイト美都、美都温泉「湯元館」、吾妻屋旅館、民宿「山彦」の4カ所に置いている。

6.2.4. ウォーキング大会、犬の散歩に優しい施設

2021年12月、二川公民館をスタートし、美都温泉、道の駅サンエイト美都を経て石号記念館まで約6kmを歩くウォーキング大会が開催された。地元住民には事前にスタンプラリーハガキが配られた。色がついていない石号キャラクターのハガキに、それぞれの場所でスタンプを押していくと、ゴールで彩色された石号が完成する仕組みである。現在、スタンプラリーハガキは、道の駅サンエイト美都、美都温泉「湯元館」、石号記念館、双川峡の4カ所に置かれている。

石号記念館の駐車場にはトイレと犬の足洗い場を整備した。また、「犬の散歩中のベンチで手を休められたらいい」という意見から、美都温泉前と石号記念館の石像付近、公民館には、犬をつないだリードを引っかけるフックがついたベンチを設置した。

6.3. 「石号の里」でのインタビュー調査結果

このような多様な取り組みが二川地区にどのような影響を与えたのか。2022年10月29日に、二川地区を訪れて実地調査を行うとともに、11月23、24日に、道の駅サンエイト美都、お食事処「ゆずのき」、吾妻屋旅館、民宿「山彦」の計4カ所に電話インタビュー調査を行った（表8）。

表8 「石号の里」と呼ばれるようになってからの変化（インタビュー）

施設名	①観光客は増加したと思うか	②美都町の認知度は高くなったと思うか
道の駅サンエイト美都	観光客は少し増加したと思うが、石号目的で訪れるお客さんは少ない。ここに置いてあるグッズを見て「石号」のことについて知る人が多い。	美都町を知る人は以前よりも多くなったと思う。色々メディアに出たりしたから、認知度は上がってきたと感じる。
お食事処「ゆずのき」	石号のことを知っていて訪れるお客さんは多い。石号の他に道の駅を目当てに来るお客さんも多い。その他は地元の人。石号を目的に来られる方（ペット連れの方など）を見かけるようになった。増えてはいるが、爆発的ということにはなっていない。	美都町の認知度は上がってきていると思う。若干の良い影響を頂けていると思っている。
吾妻屋旅館	観光客は多少増加したと思う。微増。	認知度は少し上がったと思う。
民宿「山彦」	観光客が増加したと思わない。	美都町を知る人は多少多くなったかもしれない。

資料) 電話インタビューにより作成

まず「石号の里」と呼ばれるようになって「①観光客が増加したと思うか」は、4カ所のうち3カ所が増加と回答した。もちろん、劇的に増加しているわけではなく微増程度であるが、ペット同伴の観光客も見られるようになった。2018年に取り組みを開始して、新型コロナウイルスという逆風の中、山間の二川地区に観光客を呼び込む良い影響を与えていると考えられる。次に「②美都町の認知度は高くなったと思うか」は、4カ所すべてが多少なりとも認知度が上がったと回答した。

6.4. 「石号の里」での民間企業の取り組み

インタビューを行った施設が「石号の里」と呼ばれるようになってから新しく取り組んだことを見ていく。

6.4.1. 道の駅サンエイト美都

道の駅サンエイト美都は、1991年に設立された（株）美都森林が運営している。「石号の里」を機に、石号にちなんだオリジナル商品「強運 米焼酎『いし』」を開発、販売した。これは地元の魅力を発信しようと社長が考案した地域限定の商品であり、ぬくもりの里二川で作られた石号グッズとともに売られている。しかしながら「石号目的で訪れるお客さんは少ない」とのことである。道の駅に来てから石号のことを知る客も多い。そのため石号ではなく、柴犬に関連するグッズをネットで仕入れて販売している。

6.4.2. お食事処「ゆずのき」

お食事処「ゆずのき」は、（株）エイトが運営する美都温泉「湯元館」の敷地内にあるお食事処であり1991年に開業した。店の目の前に「石号」の石像ができた2019年から「石号」にちなんだ強運メニューとして「石号コロッケ」、「猪の角煮」を増やした。石州犬研究室の河部真弓氏にメニューのアイデア・指導・熱意を頂いたという。「石号の里」と呼ばれるようになって「若干の良い影響を頂けている」という。なお、美都温泉「湯元館」の売店では石号の関連グッズを積極的にPRしながら販売している。

6.4.3. 吾妻屋旅館

吾妻屋旅館は、美都温泉を源泉とした創業約90年の温泉旅館である。和室6室あり、最大23名が宿泊できる。吾妻屋旅館には「ナナ」という柴犬の看板犬がいる。二川地区には観光客が生きた柴犬と確実に触れ合える場所がなく、吾妻屋旅館は貴重な場となっている。石号に関連した取り組みとして、2020年の6月から1階の2室を愛犬（小型犬・中型犬）と泊まれるように整備した。軒先には犬の足を洗う足湯があり、室内には専用の簡易ケージがある。一般の客とは、階と出入り口が別などの工夫がなされている。週に1回ほどペット同伴の客が来るようだ。ただインタビューでは、「宿泊客が多くなったと感じることは、ないとは言えない」という微妙の言い回しであった。

なお、民宿「山彦」は、ビジネスや里帰りなど観光以外の目的の客が多いためか、新しく始めた取り組みはないようだった。

6.5. 石見空港、益田市役所の取り組み

萩・石見空港では毎月第1、第3土曜日の午前、羽田からの到着便に合わせて、柴犬によるお出迎えを行っている。石見空港ターミナルビル（株）の西松基・経営企画部長が、柴犬のルーツ「石号」がいたことを知り、地元の柴犬飼育者に依頼したところ、空港周辺自治体の飼

主により「益田柴犬育成会（柳尾敦男会長）」が立ち上がり、協力が実現した。育成会では「益田柴犬」と名付けて活動を展開している¹²。

益田市役所では、現時点では「石号」や柴犬を観光や市のPRにはほとんど活用していない。市のホームページでも観光スポットのコーナーに「石号の里」が紹介されているくらいである。益田市でも柴犬の祖「石号」を、市の誇れる観光コンテンツにしたい意向はあるものの、「ぬくもりの里二川」や地元企業など民間が主体的に活動しているので、行政主導ではなく民間と連携して情報発信、交付金などで支援している状況にある。

7. おわりに

「動物による観光振興」を「動物が観光の動機となっており、その土地ならではの動物の観察や触れ合う機会を旅先で提供することによって、地域を盛り上げようとする行動」と定義して調査したところ、全国で101件を収集できた。動物種別では、「猫」44件が圧倒的に多く、次いで「犬」18件の順に多かった。動物が「駅」などのマスコットとなり観光地化しているところが多い。しかし、そのうち有名観光地はごく一部であり、それらの多くが一過性だと考えられる。

また動物の「島」の観光地は、猫の島が22/44件で圧倒的に多く、牛、ウサギ、ヤギ、猿、馬、鹿、鳥類など多くの動物の島があるが、「犬の島」は皆無であった。そして、動物による有名観光地は、不特定多数の動物が放し飼いされているという特徴があることが明らかとなった。こうした有名観光地に「犬」がないことが、犬の観光地が少ないと感じる要因だと考えられる。そして「犬という種が本来持っている性質」と「狂犬病」の危険性が、犬に放し飼いの観光地がない理由である。

こうしたなか、数少ない「日本犬」を活かした観光に取り組む自治体として秋田県大館市と島根県益田市とを比較した。大館市は、国内外で抜群の知名度を誇る「秋田犬及び忠犬ハチ公」を主軸にした観光振興に市を挙げて取り組んでいる。放し飼いのできない犬、しかも大型の秋田犬を、観光客といかに安全に触れ合わせるかを試行錯誤しつつ、観光を秋田犬存続の一助にすべく取り組んでいる。そして活動の視野を日本全国及び海外にも向け、ターゲットを明確にして戦略的な活動を展開し成果を挙げつつある。さらに「犬」を契機に大館市のみならず周辺地域を含めた経済の発展に結び付けようとしている。このように大館市は、日本初の本格的な「犬の有名観光地」となりつつある。

一方、島根県益田市は、柴犬の祖「石号」を活かした取り組みを二川地区で展開している。

¹² 朝日新聞 2022年9月3日朝刊

しかしながら、「秋田犬」に対して「柴犬」は地名を冠しない。「ハチ公」と比較して「石号」の知名度は低く物語性も弱い。大館市の活動エリアが駅前など中心市街地から都市圏全体へと広がっているのに対し、益田市は山間部の美郷町二川地区での取り組みにとどまっている。

但し、こうした益田市二川地区の取り組みを否定するものではない。地元を知る地域住民や民間企業が、地元に対応しい身の丈に合った地域づくりを行い、わずかとはいえ着実に成果を挙げているからである。日本犬のファンは全国に確実におり、口コミを通じて魅力あるところには遠くからでも足を運ぶ。当面は、柴犬のルーツ「石号」の故郷を地道にPRしていくことが有効だろう。但し、高齢化が進む人口200人足らずの二川地区の取り組みには限界がある。益田市との連携を、あるいは同じ日本犬での観光地として、秋田県大館市との連携を、より強固なものにしていくことも必要だろう。

謝辞

本稿の作成にあたり、秋田県大館市の秋田犬の里、(一社)秋田犬ツーリズム、大館市観光課、そして島根県益田市の道の駅サンエイト美都、お食事処「ゆずのき」、吾妻屋旅館、益田市観光交流課の皆様には、調査へのご協力や資料提供の点で大変お世話になりました。厚く感謝申し上げます。本研究は、2023年1月に九州産業大学地域共創学部にて提出した観光学科の樋口千尋(19DT101)の卒業論文をもとに、加筆修正したものである。

参考文献・資料

秋田犬ツーリズムHP:「秋田犬発祥の地で、可愛い秋田犬に会いに行こう!」、<https://visitakita.com/meet/> (2023年3月20日閲覧)

秋田犬ツーリズム 提供資料 (2023年3月10日入手)

秋田犬の里HP:「大館市観光交流施設 秋田犬の里」、<https://akitainunosato.jp/> (2023年3月20日閲覧)

秋田犬の里 提供資料 (2023年3月10日入手)

朝日新聞2022年9月3日朝刊

アニマルプラネットHP:犬種大百科「柴」、<https://web.archive.org/web/20160417111750/http://www.animal-planet.jp:80/dogguide/directory/dir13100.html> (2022年10月7日閲覧)

観光庁HP:「観光地域づくり法人形成・確立計画」、<https://www.mlit.go.jp/common/001211824.pdf> (2022年9月19日閲覧)

桂浜HP:「とさいぬパーク(旧土佐犬センター)施設はありません」、<https://katsurahama.com/contact/faq/tosainu-token-senter/> (2023年3月20日閲覧)

川村巴(2020):「秋田犬の聖地・大館」のインバウンド観光の戦略と戦術. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要,11, 25-42.

厚生労働省HP:「狂犬病」、<https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/kekaku-kansenshou10/> (2022年12月11日閲覧)

コトバンクHP:「大館(市)」,<https://kotobank.jp/word/%E5%A4%A7%E9%A4%A8%28%E5%B8%82%29-1512523> (2023年3月20日閲覧)

コトバンクHP:「益田(市)」,<https://kotobank.jp/word/%E7%9B%8A%E7%94%B0%28%E5>

- %B8%82%29-1595199 (2023年3月20日閲覧)
- 宮沢輝夫 (2017) : 『秋田犬』, 文春新書
- 名越健郎 (2015) : 秋田犬の国際化戦略. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要, 1, 37-49.
- 名越健郎 (2016) : 秋田犬ブランドの活用策. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要, 3, 13-21.
- 名越健郎 (2018) : 秋田犬の国際的人気をどう活用するか. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要, 6, 27-36.
- 名越健郎 (2019) : 秋田犬が県活性化の起爆剤に. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要, 8, 11-20.
- 名越健郎 (2020) : 「秋田犬の里」をどう発展させるか: 急激なブームと大館市の挑戦. 国際教養大学 アジア地域研究連携機構研究紀要, 10, 13-23.
- 那須将 (2021) : Wildlife Tourismと野生動物[コラムvol.444]. 観光公益財団法人日本交通公社 HP, <https://www.jtb.or.jp/researchers/column/wildlife-tourism-nasu/> (2022年6月28日閲覧)
- 日本大百科全書 (デジタル版) : 「狂犬病」の解説 (2022年12月11日閲覧)
- 斎藤朱未・魚留悠花 (2020) : 大久野島における自然環境の維持と観光の在り方—動物と人間の共生と一—, 同志社女子大学総合文化研究所紀要37, 146-153.
- 佐藤郁 (2018) : 「スノーモンキー」の誕生: 訪日外国人観光客の「動物へのまなざし」に関する考察, 明治大学国際日本学研究11, 170-147.
- 志村真幸 (2017) : 『日本犬の誕生 純血と選別の日本近代史』, 勉誠出版
- 平侑子 (2017) : 観光資源としての動物. 北海道大学観光学高等研究センター, 111, 345-350.
- 谷口研語 (2000) : 『犬の日本史』, PHP新書
- 読売新聞2021年11月9日朝刊
- 読売新聞2022年5月3日朝刊
- 吉田悦子 (2003) : 『日本犬 血統を守るたたかい』, 小学館文庫