

特集

観光研究の今日的課題とこれからのを考える

—公益財団法人日本交通公社 調査研究専門機関化50周年記念

巻頭言

観光立国政策推進における
産学官の連携と人材育成の重要性 本保 芳明……1

特集

- 1 わが国観光学研究の離陸と今日的課題 溝尾 良隆……2
- 2 観光研究への期待 —まちづくりの視点から 西村 幸夫……8
- 3 地域主体の観光まちづくりと産学官の連携・役割
—沖縄「観光地ブランディング」の視点からの考察 下地 芳郎……11
- 4 「なぜ」から「今」を考える楽しいシンポジウムを目指して 小林 英俊……15
- 5 **座談会** 北海道における観光研究の理論と実践
—当財団に期待すること 大西 雅之/原 重一/志賀 典人/梅川 智也……20

特集テーマからの視座 旅行・観光分野における
実践的学術研究機関の構築に向けて 志賀 典人……32

自主研究報告

- 1 わが国の観光計画に関する研究
—戦後以降に策定された都道府県の観光計画を対象として 後藤 健太郎……38
- 2 国内観光旅行の実施が主観的幸福感に与える影響 外山 昌樹……42

財団活動のいま……45

連載

I あの町この町 第56回

開拓者精神 —北海道・森町 池内 紀……48

II ホスピタリティーの手触り 77

東京五輪の「おもてなし」 山口 由美……54

旅の図書館 掲示板

出版物のご案内・当財団からのおしらせ





和ろうそく・飛驒古川

白壁土蔵と黒腰壁が見事な調和を見せる街並みを歩いて
いると、その脇を流れる瀬戸川にはニシキゴイが泳ぎ、心
なごむ光景を醸し出す。

飛驒古川（飛驒市）は約四百年前、高山城主の金森長近ながちか
の養子、金森可重ありしげが築いた城下町と伝えられる。高山と同様に
商工業を中心に発展した。飛驒の匠の技を生かした高山
と似た街並みだけに、目にまぶしく映る。写真は、和ろう
そくを作り続けて四十年、三嶋和蠟燭店の七代目を継ぐ三
嶋順二さん（六十七歳）を取材させてもらった。天明年間
より約二三十年間、黙々と和ろうそくを作り続けて今日
に至る。午前四時から午後六時までの長丁場である。匠を
支える心構えを問うと「手作り和ろうそくの制作で一番重
要なのは、長時間の作業だから精神力と体力を保つ集中
力を養い、それを持続させ、平常心を心掛けることです」
と、淡々と語る。匠の技はまさに職人芸であり、名人芸に
ふさわしい手さばきを披露してくれた。八代目の大介さん
（二十四歳）は今、休業中である。

（写真・文 樋口健二）

今や観光立国がわが国の重要戦略であることを疑う人はいないであろう。しかし、日本観光の現実は明るいとは言えない。国際観光を見れば、わが国は、その観光魅力を高く評価されながら、国際観光客到着数順位では三十三位（平成二十四年）にとどまる。国内に目を転ずれば、疲弊した観光地が軒を連ねる惨状である。また、激化する一方の国際競争のなかで、日本の観光企業存在感は薄い。

その最大の理由は、長い間の観光軽視と国内偏重の結果としての、人材、特にマネジメント人材とノウハウ蓄積の不足にあると断じて憚らない。国の観光政策の取り組みは、先端的・戦略的な取り組みをする諸国に比べて明らかに劣後している。世界レベルで活躍する観光分野の日本人研究者は皆無に近い。国際化を迫られている日本の観光企業は、国際人材の不足に呻吟している。

観光庁長官時代に、観光人材育成政策に注力し、「科学的な観光」を主張して産官の政策立案の基盤となる観光統計整備を推進したのは、このような認識によるものである。幸い、大学等の観光教育、企業の人材育成、官庁の人材養成等いずれの分野でも取り組みが強化されつつある。また、政策レベル、実務レベルでも、注目に値する斬新な取り組みが散見されるようになった。しかし、まだその底は

観光立国政策推進における 産学官の連携と人材育成の重要性

本保 芳明
首都大学東京都市環境学部教授

浅く、連携が不十分なため総合的な取り組みとなっていない。さらなるレベルアップのためには、各種の取り組みが科学的知見として集積され、体系化・理論化されて、これが経営や行政の実務の変革を促し、その結果が分析・フィードバックされ、観光マネジメントの高度化が図られるサイクルが形成される必要がある。しかし、日本は、まだその状態からは遠い。米国等と異なり、研究者の多くは象牙の塔に引きこもり、産業界は大学の教育研究に信を置くふうがなく、その成果を十分に活用するすべを知らない。正のサイクル形成に必要な産学官の輪がつかっていないと言える。この状況から脱するためには、産学官それぞれの自覚と努力とともに、要の位置にある観光庁が産学官連携した人材育成メカニズム構築に指導力を発揮する必要がある。本誌『観光文化』は、長年にわたって、観光事象の変化を的確に把握し、多面的な分析を加えて発信し、日本の観光界の知的蓄積の中核的存在となっている。産学官連携による観光人材育成が節目を迎える今、本誌には、産学官での科学的知見の共有の促進、海外への発信、海外の知見の紹介等の機能も付加し、わが国の知的インフラとしての貴財団の役割を強化してもらいたい。

(ほんぼ よしあき)

特集

観光研究の今日的課題と これからのを考える

—公益財団法人日本交通公社 調査研究専門機関化50周年記念—

わが国観光学研究の離陸と 今日的課題

帝京大学経済学部教授

溝尾 良隆

1

財団法人日本交通公社は一九六三年（昭和三十八年）十二月に改組され、旅行業と出版事業の業務は株式会社日本交通公社（以下JT B）となり、財団法人日本交通公社（以下、財団）はそのまま観光関連の調査と教育を中心とした調査研究専門機関となった。

財団が専門機関として自立をするために、旅館経営、観光地計画、旅行動向に新進気鋭の三名を外部から招き、調査部はその三本柱で動いていた。ほかに教育研修部と総務部があった。当時、交通博物館と中央研修所も、管轄していた。

私は改組後約四年の一九六八年（昭和四十三年）二月にJT B 外人旅行部から、希望して財団に移籍した。その後、一九八九年（平成元年）に研究の場を大学に移した。

ここでは日本の観光学研究と財団が共に離陸する時期までを概観し、最後に観光学研究の今日的課題を考察したい。

観光学研究の 時代的な推移

第一期（一九四五～一九六三年）

一九三〇年に鉄道省に国際観光局

が設置された時に、国際観光の推進、国際間の旅行者の移動による外貨獲得、観光の経済効果、これらに関するヨーロッパにおける研究が日本で次々と翻訳され紹介された。A・リオッティ（翻訳年一九三四、以下同じ）、F・W・オギルヴィエ（一九三四）、A・ポールマン（一九四〇）、R・グリユックスマン（一九四〇）、A・J・ローヴァル（一九四二）などの著書である。これらの書物が戦後に広く読まれ、観光学研究の参考にされた。日本人の著書では、一九五〇年の田中喜一の『観光事業論』と井上萬壽蔵の『観光読本―観光事業の理論と問題』（一九四〇）、『観

当財団が1912年（明治45年・大正元年）に創立され1世紀、
1963年（昭和38年）の改組によって観光および旅行に関する調査研究の専門機関として半世紀。
この間、わが国の「観光」のあり方は大きく変遷してきました。
そのなかにあつて、「観光研究」や「観光学」は、どのような役割を果たし、何がなせなかったのか、
当財団のこれまでの事業、研究活動とも照らし合わせつつ、建設的に検証したうえで、
今後、当財団が果たすべき役割を、調査研究専門機関化50周年記念号として考察します。

図1 『第一回観光講座全集・観光の理論と実際』東京都総務局観光課編を基に公益財団法人日本交通公社にて表紙イメージを作成



光教室』（一九五七）などがよく読まれ、観光学研究に影響を与えた。
注目すべきは、戦後まもない一九四八年三月一日から六日間、東京都総務局観光課により「観光講座」が開催されたことである（図1）。「序」で述べている講座の目的を要約すると、わが国が平和国家の建設を目指すにも経済の自立が前提で、そのためには、国民の食料の一部や、多くの原料資材を国外に依存せざるを得ないわが国は、国際観光に全力を挙げて、外貨獲得に努めるのが重要である。東京都においては、一般市民に対する観光理念の普及徹底と本事業の助長振興並びに本事業関係者の資質向上に寄与貢献する見地から、

観光講座を開催したと述べる。
十八回の講座は、戦後日本の観光を担った高田寛、新井堯爾、間島大治郎、高久甚之助らと、都市計画の石川栄輝、国立公園の父田村剛らが名を連ねている（特集テーマからの視座）37ページ参照）。
さらに、同じ一九四八年に運輸省観光部が、七月に内閣総理大臣監督の下で観光事業審議会を設置して、審議会は六三年まで十六年間第八期まで開催された。戦後の経済復興の一助となる観光事業の振興を検討課題にした。観光施設整備五カ年計画を政府の経済復興五カ年計画に組み入れることや、道路整備緊急措置法（一九五八）制定につながる急務の道路整備には揮発油税を充当することなど数多く提案した。
政府は、一九四八年から一九五一年までに、外貨獲得と国際的な観光および温泉等の文化・親善を促進することを目的に、一九四八年に温泉法、旅館業法、一九四九年に通訳案内業法、国際観光ホテル整備法を制定している。
一九五〇～一九五一年には日本

国憲法第九十五条に基づく個別の特別法により国際観光温泉文化都市建設法が制定され、別府、伊東、熱海と松山の四都市が指定され、国際文化観光都市建設法の制定により奈良、京都、松江、芦屋と軽井沢の五都市が全国で指定されている。
第二期（一九六四～一九七四年）
日本観光学会が早くも第一期の一九六〇年に発足したが、第二期になると、岩田孝三編著『観光地理研究』（一九六八）、津田昇著『国際観光論—観光輸出の理論と政策』（一九六九）、岡庭博著『観光論概要』（一九六九）が刊行された。
一九六三年に制定された観光基本法を受けて、前述の観光事業審議会は一九六三年から観光政策審議会へと引き継がれた。当審議会はいくつかの答申を政府に提出したが、観光学研究で注目すべきは、一九六八年からの動きである。一九六九年四月「国民生活における観光の本質とその将来像」と一九七〇年七月「望ましい観光の発展のために」の二つの答申を行った。

審議会の下に設置された専門委員

会は一九六八年五月から一九七〇年三月まで二十三回の会合を持ち、事務局からの検討資料は一切なく、全くのフリーハンドで、よい観光とは、問題の観光開発とは、旅行者の質についてなど、さまざまな角度から、専門が異なる委員（注）により議論された。「観光」の定義をしたのも当審議会が初めてである。今日でも必読の答申である。事務局の総理府に財団と日本観光協会、座長川喜田二郎と座長代理の鈴木忠義（現財団評議員）が所属する東京工業大学が協力した。KJ法（川喜田二郎〔KJ〕考案の、カードや紙片を利用した問題解決のための整理手法）で議論の整理をしたのが、大学院生であった若き渡邊貴介（後に東京工業大学教授、財団専門委員）であった。

一九六七年に日本初の観光学科が立教大学社会学部に設置された。鈴木忠義編『現代観光論』（一九七四）、浅香幸雄・山村順次編著『観光地理学』（一九七四）、続いて三期になるが塩田正志著『観光学研究Ⅰ』（一九七五）、前田勇編著『観光概論』

（一九七八）が刊行された。

このころ、日本観光協会や財団が国や自治体から委託された各種プロジェクトに、立教大学や東京工業大学、ラック計画研究所（観光地計画を主とするプランナーが集まる、当時唯一の民間会社であった）の人たちが参画し、議論していた。後年、これらの人たちが中心になって結成したのが、一九八六年の日本観光研究学会である。会員は観光の研究者であるのが前提で、実務者や中央省庁、観光関連団体という組織の代表者の入会は認めないという方針だった。

国は、高度成長経済の勢いから、新全国総合計画、列島改造論を発表して、さらに観光開発に拍車をかけた。東京オリンピックと日本万国博覧会というビッグイベントを成し遂げて自信を持った国は、ほとんどの省庁が観光事業に着手したのである。

第二期における財団法人

日本交通公社の調査と研究

一九六六年の『小豆島における観光産業の経済効果』と一九六九年の『観光の心理分析』は学問的にも水

準が高く、この分野の研究の嚆矢（こうし）となった。一九七〇年には『地中海クラブ』に注目し翻訳をしている。地道な調査報告書として一九六七～一九七一年にかけて家族・高齢者・職場女性、ドライブ旅行、新婚旅行、国内招待旅行について実態調査を行い、報告書を刊行するたびに新聞にも取り上げられた。経営分析面では、貸切バス、ドライブイン、箱根町の旅館について研究をしている。

外国の動向にも目配りし、ワゴン・リ社やアメリカン・エキスプレスの年報、ドイツ旅行者者、英国とアメリカの旅行実態もまとめている。

一九七四年には『余暇社会の旅』を刊行した。二本のシンポジウムを題材にして読みやすく観光の本質を説明し、最後は七十五ページにわたって観光の基本的な考え方を論述している。

「観光資源調査」の

財団調査研究活動にとつての意味

一九七〇年代後半から一九八〇年代にかけて注目されたのは、「観光資源調査」である。一九七〇年に鈴木忠義からの提案で、財団の自主研

究で、観光地を客観的に評価する手法の研究が始まった。委員会は鈴木忠義を委員長に、都立大学（現・首都大学東京）、心理学科、東京工業大学社会学科とラック計画研究所の協力を仰ぎながら、「観光地の評価手法」としてまとめた。

財団は、一九七一年十一月に建設省道路局（当時）から受託した「観光交通資源調査」を一九七二年三月に、一九七二年度に「観光行動調査」、一九七三年度に集大成となる「観光レクリエーション交通調査」の研究を発表した。なぜ建設省ではこのようなテーマを課題にしたのか。初期の名神と東名の高速道路の幅員を決定するには、都市間の産業や人口の規模を考慮すればよかった。しかし、中央高速道が東京から河口湖まで開通すると、土曜・日曜の週末交通が平日より多く、そのうえに季節変動も大きく、旅行シーズンには道路が大渋滞を来した。そのため観光交通の需要予測を確立しなければいけなくなり、都市規模・産業規模に代わる、観光資源の魅力が交通の流れを引き起こす要因であろうとい



写真1「美しい日本」表紙

う仮説が設定された。

もう一点は、そのような魅力の高い観光資源には、道路を直接近接させないで、迂回させ、資源保護にも努める。これが研究の趣旨だった。特A、A、B、Cにランク分けした全国観光資源は八千件を超えた。このうち、再審査した特A級とA級の写真を、一九九九年に『美しい日本』として発刊したのである(写真1)。

たいへん水準の高い仕事で、財団にとっては大きな挑戦であった。ラック計画研究所はじめ全国の資源調査に関わった地理学界の方々の全面的な協力があり、完成したものである。財団もこの仕事で次の段階へと飛躍したのである。

このころの財団の仕事を集大成したのが、改組十五周年記念で職員が中心となって執筆し刊行した『観光の現状と課題』(一九七九)で、本文八百七十九ページ、英文概要七十九ページ、全九百五十八ページ

図2 観光立国懇談会報告書目次

観光立国懇談会報告書—住んでよし、訪れてよしの国づくり—	
2003年4月24日 観光立国懇談会	
目次	
はじめに	
I 観光立国の意義—今、なぜ観光立国か—	
1. 世界が変わる	(1) グローバリズムが促す大交流—小さくなる地球、近づき合う人々— (2) 大交流に遅れる日本—開かれた国を目指そう— (3) 高まる文化交流の役割—文化安全保障とソフト・パワーの充実— (4) 量から質へ。変わる成長パターン—人間重視の時代— (5) 日本における観光の変遷 (6) 進化する観光—観光のもつ高い改革効果—
2. 観光の革新—文化の魅力を高めて—	(1) 「国の光を観る」—観光の原点— (2) 観光は住んでよし、訪れてよしの国づくり (3) 総合的な魅力の高揚する国家デザインの再構築を (4) 文化の魅力を充実 (5) 観光の革新と21世紀日本の進路
II 観光立国実現への課題と戦略—日本ブランドの輝きを高めよう	
1. 観光立国への総合的な戦略展開—住んでよし、訪れてよしの国づくり—	
2. 日本の魅力の確立	(1) 国の魅力とは何か (2) 日本の魅力はどこにあるか (3) 日本は魅力を発揮しているか
3. 日本ブランドの発信	(1) ブランド発信に総合戦略を (2) マーケティング機能を強化しよう (3) 国と民間と地方の連携を高めよう (4) アピールに迫力を (5) 情報通信手段の多様な活用を
4. 魅力を生かす環境整備	(1) ハード・ソフトのインフラ整備を (2) 日本への入国手続きの改善を (3) 外国人が一人歩きできるように (4) 観光産業の国際競争力を強めよう (5) 地域に根差した魅力を高めよう (6) 人材を育てよう
終わりに	

首相官邸ホームページ 観光立国懇談会「観光立国懇談会報告書」を基に公益財団法人日本交通公社にて作成

の大著である。財団が質の高い研究機関となった証しでもあった。

第三期(一九七五〜一九八七年)から第四期(一九八八年〜現在)へ—百花繚乱の時代—

このころの動きは同時代に活躍してきた読者の皆さんもご存じなので割愛させてもらうが、第三期はオイルショック後に日本の観光政策も、開発一辺倒から自然環境に配慮した方向に転換した。しかし一九八七年に制定された総合保養地域整備法(通称リゾート法)で、再

び開発主導となり、各地で自然破壊が目立ち、リゾート法は糾弾を浴びることになった。それでもリゾート法と二〇〇三年の小泉総理の「観光立国宣言」により、日本政府が本格的に観光を重視する姿勢を示したこともあり、各地の大学に観光関連学科が設置されるようになった。一九八七年にはわずか二校にすぎなかったが、今では四十五校を超えたであろうといわれる(図2 II-4-(6))。その結果、観光研究者は増加し、地理学、文化人類学、社会学、環境学、都市計画学、社会工学などさ

さまざまな研究分野から観光研究が発表され、百花繚乱の感がある。国際的な学術雑誌で最も権威のある『Annals of Tourism Research』を創刊したJ・ジャファリは、観光現象を説明するには二十の学問分野からの観光学へのアプローチがあると紹介した。翻訳した岡本伸之はさらに医学も加えている(二〇〇九)。

観光学研究の 今後の取り組み課題と 財団に期待すること

これまでの観光研究を取り巻く動きを概観するなかで、観光学の研究を進めるうえで今後取り組むべき問題点も見えてきた。限られた紙幅のなかで、ここでは課題から三つを取り上げて述べることにしたい。

一つ目として、対外的に観光学研究の有用性を示し、観光学の存在を訴えるには、日本観光学会、日本観光研究学会、総合観光学会が大同団結し一本化することである。その傘下に、観光教育、国際観光、エコ

ツーリズムといった分野別や、北海道や九州など地域別の学会があるのが望ましい姿だろう。

● 諸学問からの研究方法に基づいて、多くの観光研究が発表されている。これらを新観光学会で統合する。現在、日本観光研究学会は観光学全集十巻の刊行を、遅々とした感はあるが、進めている。初めての試みなのでまだ内容に不十分な点があるのは否めないが、まずは十巻を完成させて、この全集をベースに、さまざまな学問分野からの接近により、さらに次の全集への取り組みを開始することを望みたい。

● 二つ目として、既存の観光データの分析と正確な観光データの整備である。

まず研究者の役割として、一九六四年から隔年(現在は毎年)で三十回を超える公益社団法人日本観光振興協会の「観光の実態と志向」調査において、日本人の旅行特性と変化について、何が明らかになったのかを分析し、その結果を研究者間で共有する。ただし、本調査は、調査

対象を十八歳以上から十五歳以上に、現在は〇歳以上にと変更したり、調査月を変更しているので、時系列で見るとこの点を考慮に入れること。また、現在はインターネット調査に変更されていることにも留意すべきである。標本数からどこまでクロス集計できるか、過去一年を想起している調査対象者の記憶は正確なのか、これらを考慮に入れることが大切である。

● 次は、行政の問題である。近年、観光庁が宿泊施設に宿泊者数を提出する義務付けをし、都道府県別のデータが明らかになったのは大きな進歩である。しかし、開始の二〇〇四年時と小規模の宿泊施設を大幅に加えた二〇一〇年以降では、時系列では問題があるので、二〇一〇年以降で見ることが望ましい。そのうえで、都道府県別の数値は、未回答分を推計しているかどうか、推計していればそれはどのような方法かを明示する必要があろう。

● 次に、自治体では入込データを原則やめることである。各市町村の入込観光客数の把握方法に統一性がな

いうえに、ほとんど信頼できない。

● にもかかわらず自治体が観光計画を策定すると、どこでも五年後、十年後に観光客数がどのくらい伸びるか数値を出している。全都道府県の観光客数を合算したら、日本の観光客数は将来著しく増加する。日本の総人口は減少傾向にあるし、旅行への参加率、回数、宿泊日数ともずっと伸び悩みの状況である時に、そのような増加は見込めない。入込データは、有料施設で調べる「ホテル法」に限定する。ゲートがある「国境法」で入り込みが把握できるのは島嶼(とうしょ)だけ、都道府県では沖縄と、やや数字は甘くなるが北海道だけである。

● 今後自治体は、入込数よりも、時間消費を表す単位の泊数に切り替えて、宿泊数の増加を目指すのが望ましい。

● さらに自治体においては、全国の動向ばかりに目を向けず、自治体住民の観光実態と自治体内旅行者の実態を把握するのが重要である。

● 三つ目として、国はインバウンド観光を政策の中心に据え、外国人旅

行者数の増加を念頭に各種の取り組み施策を打ち出している。外国人を増やすなら、同時に美しい日本の国土の再生に取り組んでほしい。

海岸線は世界で三番目に長い。入り組んで美しい風景を見せていたが、東京湾、伊勢湾、大阪湾、瀬戸内海の海岸は工業優先政策により埋め立てられ、無残な姿を晒している。国際化で工場が移転した沿岸部を市民の楽しめる場、生物多様性のある地

に戻す。特に瀬戸内海は大阪・神戸からの別府航路が衰退してから、その素晴らしさを経験していない日本人も増えている(写真2)。

国土の七割近くが森林という国は先進国では珍しい。森林の再生を含めて、中山間地域にいかしたら人が住み生活できるか。人が生活することで、森林や田畑にも人の手が加わり、安全な国土と美しい国土の創造につながるのである。イタリア、

フランス、ドイツ、オーストリアの政策を学び、実行することだ。水害もあるが、清冽な流れの河川も外国人の目を引くに違いない。

● 前述の観光学の諸課題は、当然、財団も取り組むべき課題である。一つ目と二つ目については、観光データの問題であるからここ一年くらいで提案できるだろう。三つ目の課題である中山間地域振



写真2 上)しまなみの橋がない時の島々と瀬戸内の海を上空から望む
下)瀬戸内海の景観を考慮したといわれる瀬戸大橋(いずれも筆者撮影)

興は、かなり難題であるが、一カ所ずつ成功例を作ってほしい。最後に、財団は長年観光資源の評価に取り組んできた。一九九九年には『美しき日本』を刊行した。このたび、調査研究専門機関化50周年を記念して、視点を新たに世界に誇れる特A級の観光資源と、日本人なら一度は訪れてほし

いA級の資源を網羅した写真集を刊行する予定である。出版して終わりではなく、結果を全国の都道府県にフィードバックして、意見交換しながら観光資源台帳を完成させ、なぜ特AかAであるかという観光資源の見方を中心にした研究書を作り上げてほしい。(みぞお よしたか)

〔参考文献〕
・井上萬壽蔵『観光教室』(朝日新聞社、一九五七)
・溝尾良隆編著『日本観光研究会監修『観光学全集 第一巻 観光学の基礎』所収 岡本伸之「観光研究の諸側面とその構造」(二〇〇九、原書房)

・東京都総務局観光課編『観光の理論と実際』(一九四九、東京都総務局観光課)
・溝尾良隆 淡野明彦(奈良教育大)・・会誌『人文地理』第六十三巻一号「地理学と観光研究」(二〇一、人文地理学会)

溝尾良隆(みぞお よしたか)
帝京大学経済学部地域経済学科教授、学科長。理学博士。公益財団法人日本交通公社理事。群馬県出身、東京教育大学理学部地理学専攻卒業。一九六四年株式会社日本交通公社外旅行部に入社、一九六八年財団法人日本交通公社へ移籍。一九八九年立教大学社会学部観光学教授。観光学部教授、観光学部長、日本観光研究学会会長を歴任。

観光研究への期待

——まちづくりの視点から

2

東京大学教授

西村 幸夫

したがって、ここに結びつく観光研究とは、より深い地域理解やそれに基づく地域自慢の設定の仕方、交流による地元の元氣おこしなど、実践的にまちを活性化する方法論を提示することであると言えます。

調査する側の資質と覚悟

まちは一つ一つ個性を持っているので、具体的なアプローチは場所ごとに異なるのが当然で、一つの方法論で全ての地域をなで切りにするようなことは慎まなければなりません。方法は対象に依存し、対象が固有の分析方法を要請するのです。

しかし、そのことは場当たりの手法で個々の研究を行うということではありません。地域分析や経済分析を行うための留意すべき手順には、明らかにルールがあります。具体的には、地域の歴史、文化、自然をじっくり調査するという当たり前のことに行き着くのですが、そこで洗い出された地域の個性は千差万別で、その後の対処方針は地域ごとに全く異なったものになってまいります。

「観光まちづくり」からのアプローチ

公益財団法人日本交通公社調査研究専門機関化五〇周年おめでとうございます。

このおめでたい機会に観光研究の今後を展望する記事を寄稿できることを光栄に思います。私に与えられたテーマは「まちづくりの視点から」ということです。私自身、まちそのものの今後を考える立場からずっと観光を見続けてきましたので、これはある意味、まちづくりサイドの人間が観光に寄せる思いであると

理解してください。

その意味で、観光研究に関しては、まちづくりの全体のなかのある部分であるということ、それも経済に重点が置かれた部分であるということが言えると思います。

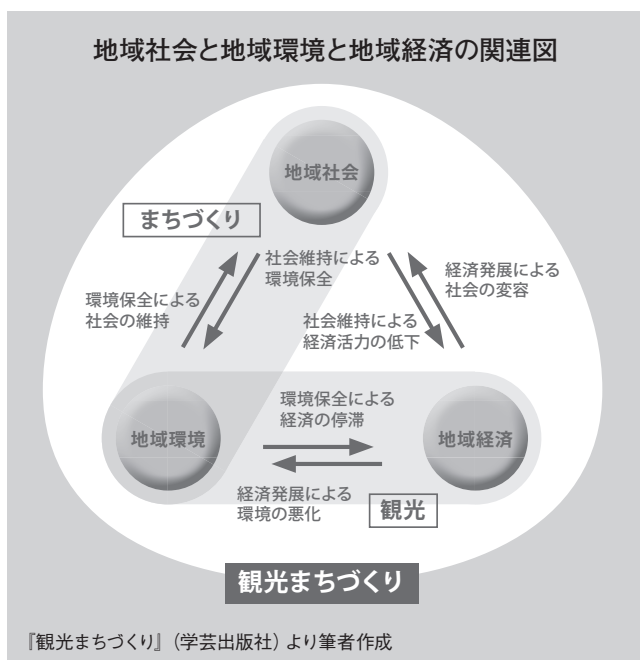
観光研究というと、ほとんど常に「観光」が主語となつてさまざまな施策が語られることになると思いますが、まちづくりの側から言わせていただくと、主語は「まち」あるいはそのまちに住む「ひとびと」なのであって、観光は生きるための数ある手段のなかの一つにすぎない（時には重要なまたとない手段であ

るでしょうが）、ということなのです。

ただし、まちづくりのほかの多くの手段とは異なり、観光はビジネスと直結しており、そのために短期間（例えば三年間）での成果が求められ、成果はほとんどの場合、入込客数や観光収入の増減など、具体的な数字で表されるといえます。

このため、観光とまちづくりには親和性が乏しいように感じている人も多いのですが、実際は、地域資源の掘り起こしや人々のネットワーク、地域のマネジメントやプロモーションなど、多くの共通点を持っているのです。

地域社会と地域環境と地域経済の関連図



つまり地域分析手法というメタレベルでの共通性はあるものの、その後の具体的な展開は地域によって異なる、というものです。

明らかにになった地域資源を深めることに関しては、調査する側の力量に多くを依存することになってしまいます。これに地域の人的ネットワークが絡むわけですから、調査者の人間力そのものが問われることになります。

つまり、観光まちづくりとは、調

査者の全人格を賭けたアンガージュマン(参加、関わり)そのものなのです。そしてそれにしても、奥深い地域の全体像のわずかな部分しか知り得ないのです。地域に対して謙虚でなければなりません。

都市経営的な側面

もちろん、まちづくりとは言っても全てボランティアで事が済むわけではありません。地域の経済が成り

立たないと、まちも成立しないことは言うまでもありません。それを観光の側面から考えると、まちづくりとは、まちの個性を発信することにとどまらず、自分たちのまちが観光のデスティネーションとして選ばれなければ事が始まらないことになります。これはまちの「ひとびと」を主人公としているまち

づくりにとってはつらい話です。しかし、それは現実です。都市を経営する視点からの発想が必要となってくるのです。

ただし、これがそのまま、いわゆる観光関係者が言うところの「着地型商品」となるのは少しニュアンスが異なっています。少なくともまちづくり関係者にとっては少なからず違和感があります。

それは「着地型」と「商品」の両方の表現について当てはまります。つまり、いずれの表現も観光をする側、いわゆるゲスト側の視点に立った表現だからです。ホストにとつては自分たちの生きざまが「商品」と分類されてはたまりません。「着地型」という発想も同様です。着地するのはゲストであって、ホストはずっとそこに居続けるので、来訪者がやってくるのは「着地」でもなんでもありません。

まちづくりの側から観光を捉えるということとは、こうした表現にセンシティブになる、ということを意味しています。

しかし、そのことは観光を考えな

い、ということではありません。選ばれ続けていく観光地として努力するということは常に重要なことです。また、そのためには他者の視線が必要だということも当然のことです。

観光とまちづくりの主体は

問題は、他者の視線を「着地型」や「商品」といった表現とは別の視点から見るとスタンスそのものが観光研究に求められる、少なくともまちづくりからするとそのように思える、ということなのです。

では、どのような表現が適切なのでしょうか。

おそらくは、「地域をマネジメントする」といった視点が必要なのだと思います。

私はかつて、公益財団法人日本交通公社のメンバーと協働で『観光まちづくり』(学芸出版社、二〇〇九年)という本を刊行させていただきましたが(写真)、この本の副題は「まち自慢からはじまる地域マネジメント」というものでした。

ここにはホストとゲストという関係は、少なくとも表面上は表されて



写真 『観光まちづくり』(学芸出版社)表紙

はいません。「まち自慢」というのは、明らかに地域に生きる人々が主体の表現です。そうした心意気を、単に自己満足に終わらせるのではなく、ここから地域マネジメントを考えるというところに観光への接近点があるのではないかと思います。

まち自慢を心情的な主観の問題として捉えるのではなく、地域の経済を正面に見据えたマネジメントの問題として考える、というところにまちづくりから見た観光の意味があるのだと思います。

実践と普遍化の スパイラル的深化

いずれの研究も一定の普遍性を有していない限り、研究を行う意味がありません。個別の解を見いだすだけであれば、それはコンサルタントのレポートにすぎない、ということになります。

しかし、そのことは必ずしも抽象的なモデルや数式を振りかざすことを意味してはなりません。

抽象的な論理にだけ客観性があり、個別の事例は応用問題だと考えるのは適切ではないと思います。

地域という応用問題を深く掘り下げていくと、ついには普遍的な解法に到達するというのがまちづくりから見た研究に対するスタンスです。

まちづくりとは、究極のところ、個別の歴史や文化、自然に対する人間の応答の在り方を論じているのですから、応答の結果はさまざまですが、人間と歴史・文化・自然とが正面から向き合うという姿勢の在り方そのものは脈が通じているのです。

だからこそ、その地域に縁もゆかりもない人間であつても、そのような姿勢に感動したり、共感したりするのです。そこから輪が広がり、仲間が増えていく、それがまちづくりなのです。その一端に全くの他者も含まれるでしょう。それが「交流」であり、それは形を変えた観光でもあるということができるのです。

ここにはゲストとホストといった関係とは別の、人間関係が垣間見られます。同郷人と異邦人とも言えるでしょうか。

観光研究の深化への期待

観光研究とは、こうしたまちづくりの実践が理論的にも普遍性を持ち得るような、そんな努力を深めるということではないでしょうか。——個別性を深めることによって、一般的な真理に達成することができると考えること、こうした姿勢がまちづくりからの観光研究には必要だと思います。

さらにまた、まちづくりの実践を深めることによって、自らの論理を鍛え、深化させることができるのです。まちづくりを自らのフィールドとしてきた私のような人間にとって、こうした観光研究が蓄積されることは歓迎すべきことです。

これから次の五十年に向けて、地域に寄り添った観光研究のさらなる深化を期待したいと思います。

(にしむら ゆきお)

西村幸夫(にしむら ゆきお)

一九五二年福岡県生まれ。東京大学都市工学科卒業、同大学院修了。一九九六年より東京大学教授、二〇一一年二〇一三年東京大学副学長。現在、同先端科学技術研究センター所長。工学博士。この間アジア工科大学助教授(バンコク)、MIT客員研究員、コロンビア大学客員研究員、フランス国立社会科学高等研究院客員教授などを歴任。専門は都市計画、都市保全計画、都市景観計画など。

地域主体の観光まちづくりと 産学官の連携・役割

—— 沖縄「観光地ブランディング」の視点からの考察

琉球大学観光産業科学部観光科学科 教授 学長補佐

下地 芳郎

3

覧会とその後の航空会社主導による沖縄キャンペーン以降に作られてきたものであり、歴史的に見ると沖縄観光の魅力の中心はその文化的特性にあった。

琉球王国時代から戦前まで
一五世紀から始まった日本や中国、韓国、東南アジアとの交易を通じて、琉球王国では芸能、工芸、建築、食など独特な文化が育まれ、その魅力

二〇二〇年——この言葉が日本では大きなキーワードになっている。

言うまでもなく「二〇二〇年東京オリンピック開催」が日本の観光を大きく発展させる起爆剤になるとの期待であり、今後、開催地東京だけでなく全国各地でオリンピック開催に向け世界中からの観光客を呼び込むための動きが激しくなるであろう。

沖縄県においても二〇二〇年は重要なキーワードである。那覇空港第二滑走路供用開始が二〇二〇年三月三十一日に予定されており、急成長を遂げているアジア市場からの直行便就航への期待が高まっている。今

後の沖縄観光は成熟市場である国内観光客と成長市場であるアジアや欧米観光客の異なる市場への対応が必要となっており、市場ニーズに合った魅力づくりが必要だ。

美ら島から ビーチリゾートへ

「沖縄観光といえば海」——観光客が沖縄観光に抱くイメージは、サンゴ礁に囲まれた青(碧)い海と白い砂浜、そして真夏の青い空が圧倒的に強い。こうしたイメージは一九七五年(昭和五十年)の沖縄国際海洋博

図1 琉球王国時代の交流



出典：沖縄県立総合教育センター「琉球アーカイブ」

を伝えた伝記は一九世紀のヨーロッパでベストセラーになっていた(図1)。明治大正時代には柳田國男を中心とする民俗学者が沖縄に注目しており、研究目的の訪問が行われていた。

一九三七年(昭和十二年)に大阪商船が実施した七泊八日(沖縄滞在は三泊四日)のツアーが日本における沖縄観光ツアーの始まりであるが、沖縄の風景や建築、工芸、泡盛や食事などが人気を集めていた。

民俗学者柳宗悦(やなぎむねよし)は著書『琉球の富』(昭和十四年)で、琉球王国時代の文化を高く評価するとともに、首里城近辺について「日本で一番美しい城下町」と絶賛し、芸能に関しても遠い距離にあるのではなく「近い時間の上」にあると表現した。

戦後の沖縄観光

国際的にも高く評価されていた沖縄の文化資源は、戦争によってその大半が破壊され、その後の沖縄のイメージは米軍基地の島へと変化した。米軍占領下の沖縄観光を支えたのは、戦争で焼け残った文化財を訪問する米兵や、戦後建立された慰霊碑

を訪問する全国からの慰霊訪問団であった。慰霊を行ったあとの活動は、戦前の沖縄観光の中心であった文化を楽しむ内容ではなく、関税のかからない高級舶来品の買い物であった。

戦後の沖縄は、それまでの琉球王国時代から受け継がれてきた文化に加えて、米軍占領下でもたらされたアメリカ文化(音楽、建築、食など)も取り入れ、さらに独特な文化を築いてきた。現在、各地で取り組まれている「地域が主体となったまちづくり」のほとんどは、こうした歴史

に基づく地域文化の再評価から行われており、工芸や芸能体験などのプログラムが増加している。なかでも、「空手」を活用した観光振興に大きな関心が集まっている。沖縄空手のファンは世界中に約五千万人いるといわれており、こうした空手ファンの「聖地づくり」が進められている。

選ばれるための観光まちづくり

観光地ブランドの重要性

人口減少時代に入り、地域活性

化を図るためには「交流人口」が重要であるという認識が全国で高まっており、さまざまな手法で地域の魅力をアピールし観光客獲得に必死である。

一方、地域側が発信する魅力は競合地との明確な差別化がされておらず、ターゲットもあいまいな全方位マーケティングが多く見られる。インターネットが普及した現在、日々膨大な情報が発信されており、消費者には旅行(国内、海外)、ショッピング、食事、ゲーム、スポーツなどさまざまな「選択肢」が示されている。こうしたなかで旅行、特に宿泊を伴う旅行を消費者から選択してもらうためには、明確で心に残る強力な「メッセージ」が必要である。

ブランドینگの本質は、「差別化」にあるが、観光地の取り組みはまねされることが多く持続的な差別化は困難であり、頻繁に見直しが必要である。

観光地も、

「認知(知られている)」

「連想(真っ先に思いつく)」

「知覚品質(消費者にとって必要

な質)」

「ロイヤリティー(リピート率)」
といった要素の強弱によってブランド力に差が出る。

観光地の持続的な発展のためには、ターゲットを明確にし、顧客に対する新たな価値提供となる取り組みが不可欠である。

一方、観光地ブランド力を維持強化するためのマネジメントも必要である。利害関係者が多岐にわたる観光地において、一貫した取り組みを進めることは困難だが、観光客や業界、地域住民の満足度、経済効果、観光保全、インフラ整備、観光資源状態などの要素を盛り込んだ観光地評価指標を設定し、定期的にブランド力を評価していく必要がある。

まちまいい(まち歩き)による

地域活性化

公共交通機関が少ない沖縄県においては、観光客の移動はレンタカーが圧倒的である。沖縄県内には二万台を超えるレンタカーが登録されており、観光客のレンタカー利用率は半数以上に達している。一方、

高齢化や運転免許を持たない若者層の増加、外国人観光客の増加など、沖繩観光を取り巻く環境は変化しており、バスや電車など公共交通機関の整備強化を求める声が強くなっている。

こうしたなか、那覇市観光協会が始めた「那覇まちまいい（まち歩き）」が徐々に効果を上げている。二〇〇八年（平成二十年）度からモデル事業を実施し、二〇一〇年度（平成二十二年）に開始したこの事業は、那覇市内の主要観光地をガイドと一緒に歩くツアーで、料金が千円ということもあって徐々に参加者が増えてきた。現在約四十のコースを六十人のガイドが担当している。

二〇一一年末には県内各地の観光協会との連携やノウハウの共有を旨指して「まちまいい協議会」も設置された。ガイドが地域を丁寧に紹介することで、リピーターの満足度向上にもつながっている。

那覇市を中心に始まった「まちまいい」は各地に広がりを見せているが、ニーズに基づく商品開発、ガイド養成、予約や問い合わせ対応、プ

ロモーションなど「着地型商品」が抱える課題は依然として残っている。また、近年増加している外国人観光客の受け入れはこれからといったところだ。地域観光協会は財政基盤が弱く、事務局運営経費の確保といった構造的問題もある（写真）。

産学官連携による 観光振興

沖繩県観光振興基本計画（二〇二二年（平成二十四年）策定）では、観光振興に関する推進態勢の再構築に関し、産学官一体となった沖繩観光の推進を実現すると規定しているが、現状は産学官連携が十分機能しているとはいえない。「産」と「官」の関係においては、一般財団法人沖繩観光コンベンションビューローを窓口として協議の場が設置されている他、観光以外に経済団体においても観光振興委員会を設置し、規制緩和策や各種観光振興事業の実施に対する観光行政への要請活動を行っている。

一方、大学と「産」および「官」

那覇の市場マチグワシ「迷宮めぐり」
出典：那覇市観光協会



との連携は十分ではない。産学連携としてヘルスツーリズムやエコツーリズムなどは見られるが、教員の一部にとどまっておろ、組織的な連携には至っていない。また、学官連携については、行政が行う観光振興に関する委員会への教員の参加はあるが、政策立案に関する具体的な連携は不十分である。

沖繩県では観光に関する将来構想として、「世界水準の観光リゾート

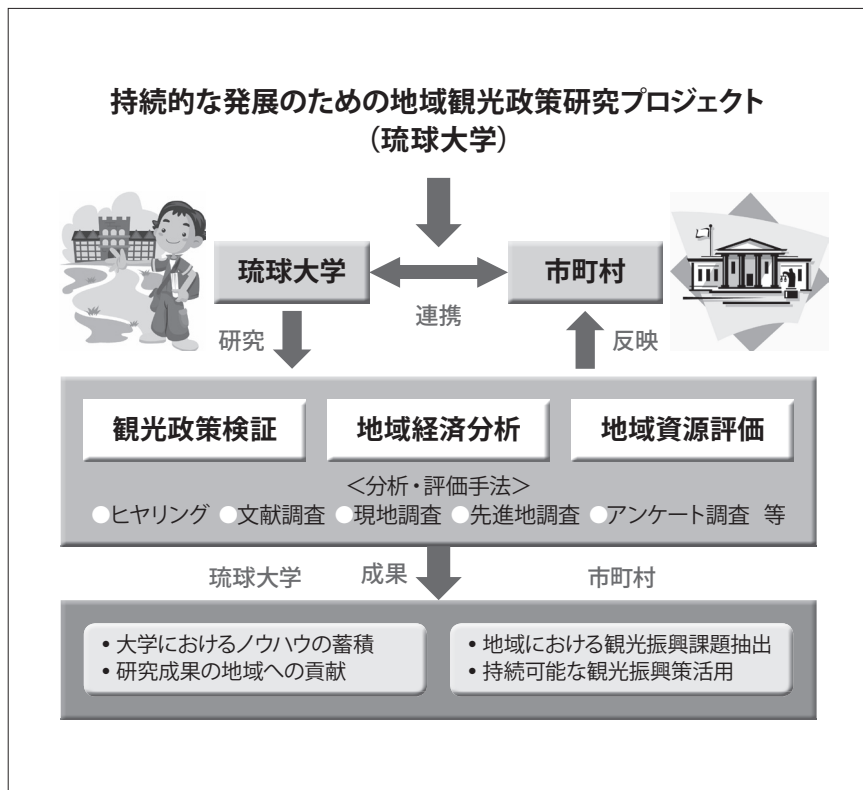
ト地」の実現を目標に掲げているが、目標の達成に向けて従来の取り組みを強化するとともに、新たに以下の二点が必要である。

観光振興産学官連携協議会の 設立

観光産業は総合産業（いわゆる六次産業）であり、観光の基本である「魅力づくり」「誘致活動」「受け入れ態勢」の各分野における取り組みを共同で行うことが重要である。観光客が地域経済発展や地域活性化に大きく貢献していることを再認識し、資源開発や受け入れなどに関して幅広い関係者が連携することが必要である。

特に、現時点で関与度の低い大学との連携強化を図る必要がある。琉球大学でも今後地域との連携強化を図るため、サテライトキャンパスの設置や自治体職員の観光政策能力支援プロジェクトに取り組むことになっているが、大学間の連携も含めて積極的に地域振興策に参画していくことが必要だ。現在、大学の研究教育が社会の課題解決に十分応

図2 琉球大学地域貢献プロジェクト



筆者作成

えていないという批判があり、大学改革は急務となっている。地域再生の核となる大学を目指さなければならぬ(図2)。

人材交流

グローバル社会に対応するために

は人材の流動化が必要だと指摘されているが、現状では観光に関する産学官間の人材交流は十分とは言えない。大学や研究機関のマーケティングや統計分野の専門家を行政へ派遣することにより、観光政策面での強化を図ることや、行政から大学

や企業へ人材を派遣することにより、専門知識習得を図るなど観光人材育成強化策が必要である。

公益財団法人

日本交通公社への期待

海外先進事例の調査研究

世界中で観光客獲得競争が激しくなっており、今後は競合地や先進地の取り組みを研究し優れた分野については積極的に取り入れる必要がある。地域単独ではこうした取り組みは困難であり、UNWTO(世界観光機関)やOECD(経済協力開発機構)などの連携も含めて海外先進事例の紹介に積極的に取り組んでいただきたい。

失敗事例の研究

全国で観光振興策が実施されているが、結果的に十分な成果が上がっていないケースが多い。観光立国実現に向けてさらに地域が主体的に取り組むためには、成功事例だけでなく失敗事例から学ぶことが大事である。地域の責任追及型ではなく、

「原因」をタイプ別に分類し、背景や課題、改善点を示すことが重要である。

人材交流

効果的な観光政策の立案・実施に当たっては、統計・分析・企画・実行力が必要である。特に統計・分析力は専門的知識が求められるが、現状では観光行政にこうした人材を配置することは困難である。自治体および観光協会担当者を対象とした定期的な研修や職員の派遣などの支援策が必要である。

また、大学における寄付講座開設や全国各地の実践者を財団の「研究員」として任命するサポーター制度創設などを通して、より地域との連携を強化していただきたい。

(しもじ よしろう)

下地芳郎(しもじ よしろう)

一九五七年生まれ。明治大学法学部卒、立教大学大学院ビジネスデザイン研究科博士課程前期課程修了。一九八一年沖縄県入庁。建設省(現国土交通省)および日本貿易振興機構(ジェトロ)研修、沖縄県香港事務所所長、沖縄県観光政策統括監などを経て二〇一三年沖縄県退職。同年四月から現職。著書『沖縄観光進化論』。

「なぜ」から「今」を考える 楽しいシンポジウムを目指して

4

公益財団法人日本交通公社
前常務理事 上席客員研究員

小林 英俊

脳から考える 旅行の楽しい

「ドーパミンは脳が喜んだり感動した時に出る物質で、定番的な喜びでも出るし、サプライズでも出ます。だから、脳科学から旅行を考える」と、と、ここで一瞬の間。

経団連会館の大ホールを埋めた満員の聴衆が固唾をのんで次の言葉を待つ。壇上でみんなの視線を一身に集めているのは、脳科学者の茂木健一郎さん。

「定番的な喜びとサプライズをいかに組み合わせるのか、つまり偶有

性ってことにもなるのですが、これがとても大事です。ドーパミンがよく出るには、どちらかだけではダメなんです」と話が続く。「なるほど」と頷く人、急いでメモを取る人、

茂木さんの繰り出す知的刺激に満ちた言葉に会場の熱気が増していく(写真1)。

「不確実性のなかでも一番大事なのはセレンディビティです。偶然出会う幸運ということですね。旅先で思いがけない素晴らしいものに出会うことが、旅の最大の喜びです。ですから、セレンディビティの取り入れ方がうまいこそ、旅の達人なの

です」。脳が喜ぶことから考えると、旅行の楽しみの本質は、偶然の幸運を楽しむことだという。



写真1 茂木先生の魔法の言葉に感動

観光地をもっと魅力的にする方法を伺うと、「さまざま要素が組み合わさって有機的な響き合いをする時に生まれるのがクオリア(感覚質・主観的な体験が伴う質感)ですが、このクオリアを大事にして、点だけでなく「線」や「面」のクオリアを丁寧作り込むこと。滞在する時間をすべて質感として楽しむというふうに視点を変えると日本の観光地はもっと魅力的になるはず」と、持論のクオリア論による解決策の提示だ。

さらにクオリアについての話が続く。「クオリアとは、出会うことによつて自分が変わるきっかけにもなるものであり、創造性の源にもなる」そう、旅行や観光においてクオリアを意識することは、観光体験を一段と深いものにしたリ、創造性を刺激して人間的な成長を促すことにもなるという。

難しい言葉も茂木さんにかかれば魔法の言葉となつて、旅行や観光の持つ奥深い効能への気づきを生み、真剣に観光と向き合う勇気を与えてくれる。

「茂木さんの提案にあったセレンディピティ・コンテスト、うちの観光局でもやってみよう」と、休憩時間、さっそく政府観光局のマーケティング部長から笑顔の報告だ。

これは、二〇〇九年（平成二十一年）の七月に行われた「第14回海外旅行動向シンポジウム テーマ…『脳』から考える『楽しい』の本質」の一コマである。

シンポジウムは研究 果も伝える大事な場

頭脳明晰な茂木さんの的を射た回答に助けられ、楽しく充実した四十五分はあっという間に過ぎ、安堵と感謝の気持ちで茂木さんを送り出した。が、実はここに至るまではヒヤヒヤの連続であった。ここで、当財団が観光文化振興事業の一環として毎年主催しているシンポジウムを知っていたいたくために、その舞台裏をもう少し紹介してみる。「茂木の講演は二年先までいっばいです」と秘書役らしい女性からの返事に一時は落胆し諦めかけたのだ

が、シンポジウムを担当する久保田があらゆる手づるを使って粘り強く交渉した結果、茂木さんサイドからなんとか三〇分の約束をいただくことができた。シンポジウムの三カ月前である。

たったの三〇分と思ったが、奇跡的に得たチャンスである。「有名な顔見せシンポにはしたくない」「テレビの『世界一受けたい授業』と同じ内容ではつまらない」、われわれの目的は「観光の本質を考えることであり、そのためのヒントを脳科学者からいただくこと」とはいえ、こんな大きなテーマをただか三〇分でもどこまで掘り下げられるのか。不安と期待を胸にさっそく戦略会議といつても私を含め二名、を始める。

最初の大事な作業は、シンポジウムを通じて伝えたいメッセージ（仮説）を考えること。われわれのミッションは、日本の観光をより良くすること、観光を通じて人々の暮らしや地域をよくすることであって、シンポジウムを開催することが目的ではない。シンポジウムは、観光に関

わる新しい考え方や今後の方向性について、われわれの研究成果も踏まえて伝える大事な場なのである。

まずは、脳の働きや機能、最新の脳科学から得られた知見を調べるため、茂木さんをはじめとする脳科学者の著書を次々と読んで、それが旅行や観光にどのように関係してくるのか、を考え抜く。

通常この段階で専門家にお会いして、自分たちの仮説をぶつけて練り上げていくのであるが、超多忙な茂木さんとは事前の打ち合わせが全く不可能。今回は、この不安を打ち消すようにいつも以上に関係書籍を読み漁り、茂木さんの著書だけでも十五冊を超えるまでになった。

伝えたい メッセージ創りがカギ

そして議論を重ねる。

「脳のなかの報酬系と呼ばれる神経系は、海外旅行がクセになることと関係ありそう」「人間は『快』を感じる」と報酬系からドーパミンが

出て、シナプス間のつなぎを変えて『快』に向かう行動がクセになるという話だね。だから逆に『快』を感じないような旅行商品を企画してもリピートにつながらないわけだ」

「茂木さんは、創造する喜びが脳を活性化させると、脳と創造性について熱く語っているね」とはいえ、創造性は予定調和のなかからは生まれないともいつているので、予定重視の旅行商品のなかにもどのように組み込めばいいのか」「肩の力を抜いた時間やなげない会話が創造性を生む、というのがヒントになるのでは」

「脳的には、『わくわく感』と『不安』は正反対の性質らしい」、「だから、まず旅行会社は心理的な安全基地をつくって、旅行者に『わくわく』を探索するよう積極的に促すことだね」

このようなプロセスを経て、われわれの伝えたいメッセージを創りあげる。当日は三〇分という限られた時間でもあり、話題が拡散しないように、こちらとの一問一答形式で進めることにする。とはいえ、お話が

どんな展開になってもいいように当日の進行シナリオを綿密に作成。

ドキドキで迎えた当日、講演開始一〇分前に茂木さんは現れた。挨拶もそこそこに、まずは、事前に調べた次の講演会を確認し、講演時間を十五分延ばしても間に合うはずと、強引に時間延長の交渉をする。一瞬の驚きの後、すぐに快諾してもらえたが、すでに打ち合わせ時間はほとんど無く、一言、「私たちの質問に答えてください」とだけお願いする。にもかかわらず、冒頭に描写したように、どの質問にも含蓄のあるお話で応えていただき、参加者全員が大満足の四十五分となったのである。

テーマとシナリオを捻り出す楽しみと苦しみ

シンポジウムを担当するのはとても楽しい。しかし、同時に、苦しいの連続でもある。最初の苦行は、題材とそこに潜むテーマを見つけること。ヒントは、旅行や観光分野で起こっている事象のなかで「あれっ？」

図1 京都市の観光入込客総数の推移 (1961年～2008年)

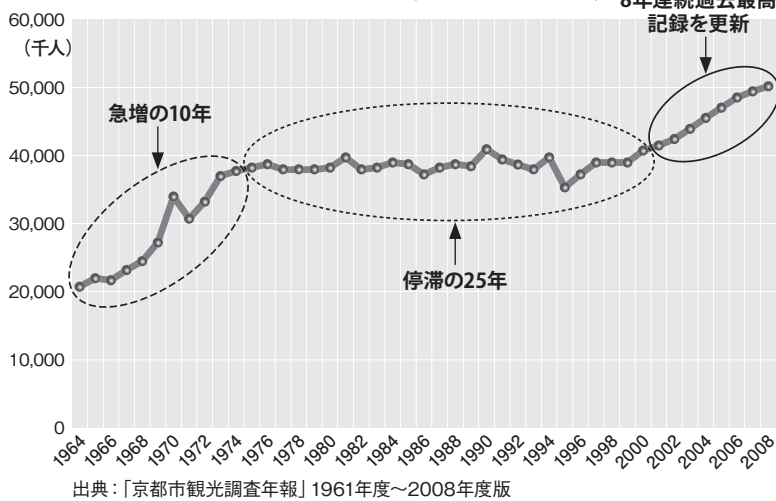
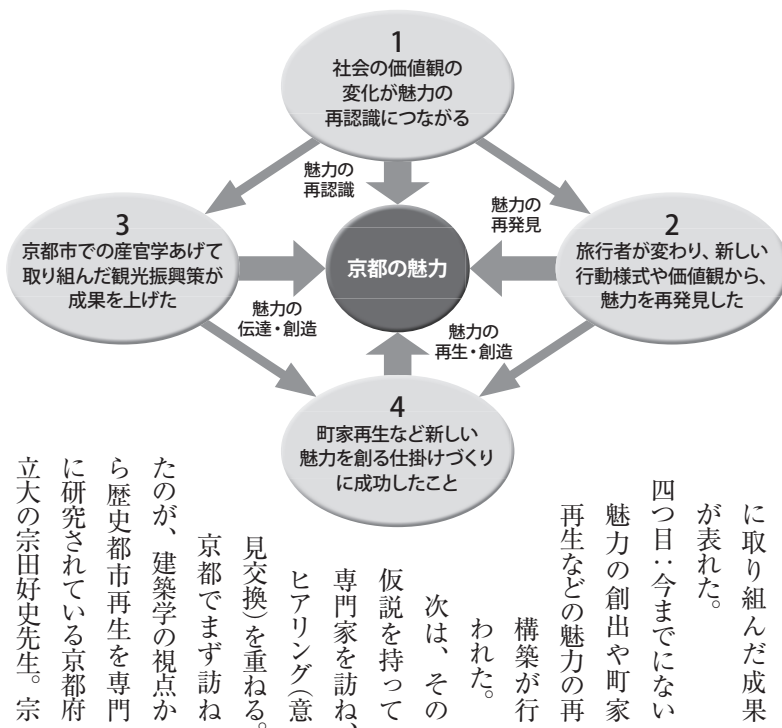


図2 京都が伸びている理由 (仮説)



「なぜ?」「どうなっているの?」と直感的に感じる素朴な疑問のなかにある。二〇〇九年(平成二十一年)の第19回旅行動向シンポジウムは、一枚のグラフがきっかけであった(図1)。京都の入込客数を示すそのグラフは、二〇〇一年から毎年観光客が増え続け、二〇〇八年(平成二十年)まで

の八年間で二〇〇万人も増えたことを示していた。「全国的に旅行市場は伸び悩んでいるのに、なぜ、京都だけが毎年観光客を増やしている?」しかも、その前の二十五年はほとんど横ばいだというのに」と、疑問が湧く。「なぜ」を解く仮説を考えるのが、

我々は、観光客が増えた、つまり京都の魅力が増えた理由として以下の四つの仮説を立てた(図2)。

一つ目：社会の価値観の変化が、京都の魅力の再認識につながった。

二つ目：旅行者のものの方が変わり、京都の魅力に改めて気づいた。

三つ目：産官学をはじめ市民も一

田さんは、町家の再生に詳しく、自らも町家の保存に奔走しているだけあって、「町家再生を、表層的に町家レストランブーム（写真2）」ととらえるのではなく、新しい市民の暮らしの知恵であり、今の京都に起きている新しい文化創造の動きだととらえてみたら……」と、その背景にある深い意味を教えてください。

次に訪ねた国際日本文化研究センターの白幡洋三郎先生からは、「観光は一人ひとりが編集するもの。京都には自由編集の物語がつくりやすいという厚みがある。京都好きが増



写真2 和室の趣を活かした
イタリアンレストランに变身

えたのは、日本人が短い物語をつくれるようになったからではないか」と二つ目の仮説につながるヒントをいただく。

謎解きのプロセスを 一緒に楽しむ

パネリストは毎回、できるだけ実務に関わっている人をお呼びしている。直接、現場の生の声（証言）が欲しいからである。

この回では、京都市の観光政策監を約六年間務め、京都の観光を引っ張ってきた清水宏二さん（写真3）と京都生まれで京都の職人さんたちに魅力づくりをアドバイスしているマーケティング・コンサルタントの谷口正和さんをお願いした（写真4）。清水さんは、成功の理由として、「二〇年後に一〇〇〇万人増やす」と



写真3 「観光はユフレだ」と唱える清水氏



写真4 ステージ上でパネリストとコーディネーターが語り合うように進行

いう分かりやすい目標を掲げ、京都府ともタッグを組み、さらに商工会議所や他産業も加えた連携態勢が作れたことを挙げた。大事なのは閑散期対策で、東山の「花灯路」を始めたことで二〇〇万人を新たに増やし、次に冬の嵐山でも同趣の展開をしている。なんと、京都検定も閑散期の対策として考えていたというから驚きだ。

谷口さんは、「時を興す」「編集力」そして「歩く」が時代のキーワードであり、京都好きが自分のこだわりの視点からさまざまな歩き方を

ブログやホームページで発信するので、これに触発された新たな観光客が呼び寄せられるという好循環が起きていると解説してくれた。

このように最初の謎をパネリストと一緒に解いていくのが、我々の考えるシンポジウムである。そして、この回で伝えたかったメッセージは、「人が発揮する『創造性』が魅力となつて人を呼ぶ時代になっていること。古い町家も取り壊すのではなく、若い人や女性の独創的な発想を活かすことで、まさに元気が再び生まれること」であった。



会場を教室に見立てた谷和樹先生の
インタラクティブ授業
「第14回海外旅行動向シンポジウム」

大事な役割は 観光を幅広い人に 理解してもらうこと

シンポジウムを通して、旅行や観光の価値や社会における意味を、旅行・観光産業に携わる人だけでなく、幅広く他産業の方や一般の方々にも理解してもらおうことも当財団の大きな役割だと考えている。そのため、題材やテーマも旅行や観光の分野に関わるが社会的な関心につながるような普遍性を持つものになっている。謎解きも旅行・観光業界向けのハウツーで終わらせないように工夫する。

例えば、京都で言えば、京都人が持っている「無理、無駄、無茶をなくす」という生活の哲学が、今の社会の価値観に合っているから、共感を得ていること。また、編集力のある個人がネットメディアで簡単に発信できるようになったことが強い推進力となっていることなど、現象の裏に見える「今（時代のとらえ方）」にまで言及している。

「若者の旅行離れ」も業界関係者

だけが集まって「行かない理由」を並べ立てて議論しても解決策は見つからない。



臨場感あふれるシンポジウム報告書

実際に若い人たちを旅行へと誘い出している携帯エンターテインメント「コロニーな生活☆PLUS」を題材にシンポジウムをやってみると、既に若者たちがバーチャルと融合した

新しい移動（旅行）を楽しんでいることが分かり、「自己表現したい」「社会とつながりたい」という若者の「お出かけ」モチベーションに解決のヒントがあると気づく（第20回 旅行動向シンポジウムテーマ「バーチャルとの融合が創る新しい観光」）。

これらの努力の甲斐あってか、当初は、マスコミ関係の取材も業界紙（誌）だけであったのが、朝日や日経といったメジャーな一般紙の記者の皆さんまでが足を運んでくれるようになり、マーケティング会社など他産業からの参加者が四割近くを占めるようになった。

このようにシンポジウムを自分たちの研究と融合させて面白くできるのも、実践的で自由闊達な研究機関だからこそのである。

毎回のシンポジウムは、できる限り忠実に採録し、我々の研究論文や研究ノート、あるいは取材記録とともに報告書として情報公開している。一度ご覧になって、会場の楽しさを味わっていただければ、望外の喜びである。

（いばやし ひびと）

座談会

北海道における

観光研究の理論と実践

5

—— 当財団に期待すること

NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構理事長
株式会社阿寒グランドホテル代表取締役社長

大西 雅之

原重一観光研究所主宰
元財団法人日本交通公社常務理事

原 重一

公益財団法人日本交通公社社長

志賀 典人

公益財団法人日本交通公社理事・観光政策研究部長

梅川 智也
(進行役)

当財団が北海道の観光研究に着手して四十年が経過しました。この間、道内各地でさまざまなテーマの調査研究に携わってきました。近年は、道東釧路市阿寒湖温泉を実践のフィールドとして、将来ビジョンの策定から具体的な観光まちづくりまで地域に寄り添う支援を進めてきました。この座談会では、実践的な学術研究機関として当財団の目指すべき姿について、阿寒湖での取り組みを中心として、現地で語り合っていました。

【第1部】

北海道の観光と観光研究

北海道と当財団の取り組み
～これまでの調査実績を振り返る～

梅川 私どもの組織（以下財団）は、一九七二年（昭和四十七年）の二七〇の観光開発調査に始まり、これまでに百七十八本の北海道に関する調査や計画立案等を実施してきました。私なりに整理すると、

- (1) スキー場を中心としたレクリエーション開発関連業務
 - (2) 「都市観光」につながる市の観光基本計画の策定
 - (3) 観光に配慮したインフラ整備のあり方
 - (4) 温泉観光地の活性化と阿寒湖温泉での実践的取り組み
 - (5) 大学との連携による観光研究
 - (6) 国立公園・集団施設地区における協働型管理のあり方
- という六つのポイントにまとめられ、財団はそれぞれで新しい提案を社会に対して行ってきました(図1)。

図1 当財団の北海道での調査研究活動と社会への働きかけ

	調査・研究のテーマ	事例や特徴	社会に対する新しい提言
1	スキー場を中心としたレクリエーション開発関連業務	バス会社、旅行会社、札幌リゾート開発公社、林野庁…ニセコ、朝里岳、トマム、キロロ…など「北海道のリゾート」のあり方（金融機関）	滞在型観光地（国際リゾート）の必要性
2	「都市観光」につながる市の観光基本計画の策定	網走市（10年ごとに4回策定支援） 釧路市（2回策定支援、フィッシャーマンズワープ） 登別市 など	〇〇市の観光計画から「都市観光」（まちなかの魅力）という新しい観光魅力の提言
3	観光に配慮したインフラ整備のあり方	道内の観光流動調査 シーニックバイウェイ（道路景観） 石狩川流域活性化 沙流川ダム、みなと観光 など	21世紀にふさわしいインフラのあり方（機能だけでなく、美しさや快適性など）
4	温泉観光地の活性化と阿寒湖温泉での実践的取り組み	洞爺湖温泉、登別温泉、ウトロ温泉 道内温泉地動向調査 阿寒湖温泉での観光まちづくり など	温泉地での「まちづくり」の導入
5	大学との連携による観光研究	観光の地域経済波及効果、食、地産地消、付加価値づくり、地域への経済波及効果をいかに高めるか — 釧路公立大学との連携	地域循環型経済への転換
6	国立公園・集団施設地区における協働型管理のあり方	自然公園法の課題、人口減少社会における国土管理、北海道の温泉地は集団施設地区内に多い（住民がいる） 阿寒、川湯、知床	環境省「新たな自然公園の管理運営のあり方」提言の具体化
	<その他>・農村景観の観光活用 ・観光地における環境負荷低減 など		



窓越しに紅葉する阿寒湖畔を望む座談会会場

これらの取り組みを振り返るともに、北海道観光について考えていきたいと思えます。以前、財団におられて多くの調査に関係されてきた原さん、改めて振り返ってみていかがでしょうか。

原 札幌国際スキー場と阿寒の仕事は、僕自身の計画論から実践論へとという意味で大事なプロジェクトでした。

札幌国際では基本計画の段階でフイジビリティスタディというか、需要予測をかなり綿密に行いました。計画が実現する段階の予測人数の精度が高いと、現場の人たちがそれを営業目標として精いっぱい働いてくれる。そうすると計画目標を達成できて「財団の需要予測は当たる」と言われ、いい意味での好循環が働きました。

梅川 この重循環(注1)による需要予測の手法は、その後、日本のスキー場需要予測のスタンダードになっていきましたね。大西さんはこれまでの財団の取り組みについてどうご覧になっていますか。

大西 北海道は今なおインフラの問題で苦しんでいますし、国立公園の利用のあり方も転換期にきています。

先ほど挙げられた六つのポイントは、今も重要なテーマばかりなので、全て改めてもう一度取り組んでいただきたい問題だと思えます。

梅川 時代が大きく変化するなか、再考すべきであるというのはおっしゃるとおりだと思います。北海道観光の特性についてはどうお考えですか。

北海道観光の特性

↳果たして戦略はあったのか

大西 今の沖縄などと比べ、北海道の観光は完全に戦略不足だと思っています。

理由の一つは、かつて財政出動を必要としない成長産業と言われ、裏返せば戦略を必要としないくらい恵まれていたからです。それに北海道は広大で各地域の特性が違い、特に千歳・札幌を中心とした道央圏と道東の環境の違いはあまりに大きい。にもかかわらず、各地域に応じた戦略を立てないままここまで来てしまったと思っています。

梅川 志賀会長は旅行業の実務に長

年身を置いた立場から、北海道観光についてどう見えていますか。

志賀 確かに、北海道はずっと行きたい場所ナンバーワンでしたが、マーケットが勝手に動いていた面があると思います。旅行会社も戦略的だったとは考えにくく、素材の魅力に負うところが大きかったのではないかと。そのため、旅館の施設やサービスが多少悪くても文句は言われなかったのですが、そのつけが今まわってきているのではないかと思います。

原 北海道の観光もいくつかターニングポイントがありました。航空の規制緩和と政策を間違えたのではないかと僕は思います。

「特区」は空港も道路も鉄道も別々ではなく、全部まとめて交通運輸として考えるとどこまで踏み込まないかと。観光客は行政区域に関わらず旅行するわけですから、観光にとって特区はどういう意味を持つのか、それには地域の交通体系全体がどうあるべきかといった発想が必要です。今後の財団研究員へのアドバイスとすることでは、まず現状をきちんと分析して課題を再認識すること、

これが出発点であり、非常に大事です。大西 とはいえ、二〇〇〇年（平成十二年）の航空法改正（注2）までは何とか食べてこられたんですね。バブル経済が終わった後も、阿寒湖温泉は微増ではありましたがお客様は増え続けていたんです。

それが二一世紀に入ってから変わってしまった。本来は二〇世紀最後の十年間で業態転換しなきゃいけなかったのに、道内の旅館が行ったのは客室規模の拡大です。そういう状況で個人客に転換をと言われても、さあどうしよう。道央はともかく、周辺地域ほど業態転換が遅れており、今、旅館の耐震問題を一番恐れているのは大規模旅館の多い北



大西雅之氏

海道だと思っています。

梅川 北海道は二年半後、函館までの新幹線開通も控えていますね。

大西 僕は北海道観光を道北・道央・道東・道南と四つに分けて見えています。道南圏は新幹線開通で北東北との連携が強くなるだろうと思います。

先日、新幹線を釧路圏にどう生かすかというシンポジウムで、東北から北関東の方を対象にどこに行きたいかというアンケート結果が発表されたのですが、「道東」という回答が二二%もあったんです。でも、この二二%が実際に函館から道東に行きたいと思っても、飛行機も列車もバスも費用が高い。新幹線開通で毎日二万人が函館に来ると想定されていますが、そのうちの約二十千人が毎日道東に来てくれると思ったら大間違いだと思います。

そこで提案したいのは道東に来られる方法を作ることです。函館地域に泊まれるのは一日三千人で、六千〜七千人は毎日溢れるんです。一、二便が満席で飛べる可能性はあるから、函館空港から道東へのLCCを飛ばせないか。もう一つは少し豪華

でゆとりを持って旅ができるような函館と道東を結ぶ北海道横断鉄道やバスを走らせたらかと。

弊社は阿寒を中心にオホーツク、そして道央にも旅館を展開していますが、道央圏とそれ以外の収益力は三倍違います。新幹線の開通でその差がさらに大きくなる可能性がある以上、道内観光をある程度均等に発展させるためには政策的な仕掛けが必要ではないかと思っています。

志賀 旅行会社も反省すべきなのはバブル崩壊後、今年が北海道、次は九州と集中的に団体旅行の低価格競争をやることで観光地を非常に短期的な目で経営させる形になったことです。集中送客が終わった後にかく



志賀典人会長

つときて、その繰り返しの中なかで観光地が疲弊していきました。そのマイナス面についてそろそろ旅行業界も私も研究機関も考えなければいけないと感じます。それが北海道には極端に表れているのかなと思います。

これからの北海道観光に

求められる視点

〜改めて「コンセプトを見直す時期に

大西 僕らが今まで目を背けてきたマーケティングが四つあります。

一つはペット連れ、二つ目が一人旅、三つ目が外国人のFIT、四つ目が三泊を超える滞在客です。でも今はいずれもすごく大事になってきています。

弊社ではルームチャージ制の料金体系も打ち出し、よりリゾートホテルに近い形態を目指していますし、一人旅の予約も施設によっては前年比三〇〇%と大きく伸びています。ペットと泊まれるホテルも一軒造ったところ、需要があることが分かったのでさらに増やしていきたいと思っています。

海外のお客様のシェアは今、弊社では八%ですが、伸び率が高く二割くらいまでは割と早く伸びていくでしょう。将来的には三割近くを目指す必要があるだろうということで、外国のお客様をしっかりと受け入れるシステムを作っていくと考えています。

梅川 地域との連携も大事だと思いますが。

大西 地産地消に、積極的に取り組んでいます。お米は完全に道産米に替えました。面白いのはワインで、道内産がすごくおいしくなっています。鶴雅ワイングスの二つのワインセラーのうち、一つはほとんどが道内産です。阿寒湖では旅行形態が変わって地元漁協の経営が非常に悪化していたことに気づきました。団体が多かったところはコイもニジマスも毎年それぞれ二十トンを地元で使っていたんです。最近はそのそれぞれ三トんに減ってしまっていたんですね。ヒメマスは去年の在庫が余っている状況で、逆にニーズのあるワカサギが取れなくなっている。また外来種で駆除が必要なウチダザリガニが食材として

新しい収益源になっていたりします。

漁協と旅館組合で話し合って、購入量を約束していること。まずうちが先頭を切るということ。ヒメマスは在庫を全量買い取りました。ビュッフェのメニューに阿寒湖産の魚のメニューをすごく増やしています。地場のいい食材をちゃんと生かして初めてこれからの阿寒湖をつくっていくということ。志賀 旅行会社的な観点からいうと、今のお客様は国内旅行も海外旅行も同じ目線で評価します。北海道もカナダもヨーロッパも同じテーブルに載せて選択しています。

競合相手は国内ではなく、海外の観光地の可能性もあるわけで、そういうなかでは北海道らしさをどうつくるかは大きな課題になってくると思います。いい素材を持っているだけに、それをこれからどう育てるかです。

それにはやはり長く滞在してもらう方法を考えていかないといけないですね。インバウンドについても、とにかく来ればいいと安売りして疲弊する構図が繰り返される可能性

があるので、富裕層をどう惹きつけるか、そのためには旅行会社と受け入れ側で議論して、呼び寄せる準備や仕組みづくりが必要ではないかと。

北海道は豊富な資源があり長期滞在に耐えうると思うので、安心団体だけに頼らない構造、少しでも長く滞在してもらおう手法を考えていく必要があると思います。そういう意味では、「北海道とは何なのか」というコンセプトをもう一度きちんと考え直す時期に来ているのではないのでしょうか。

【第2部】

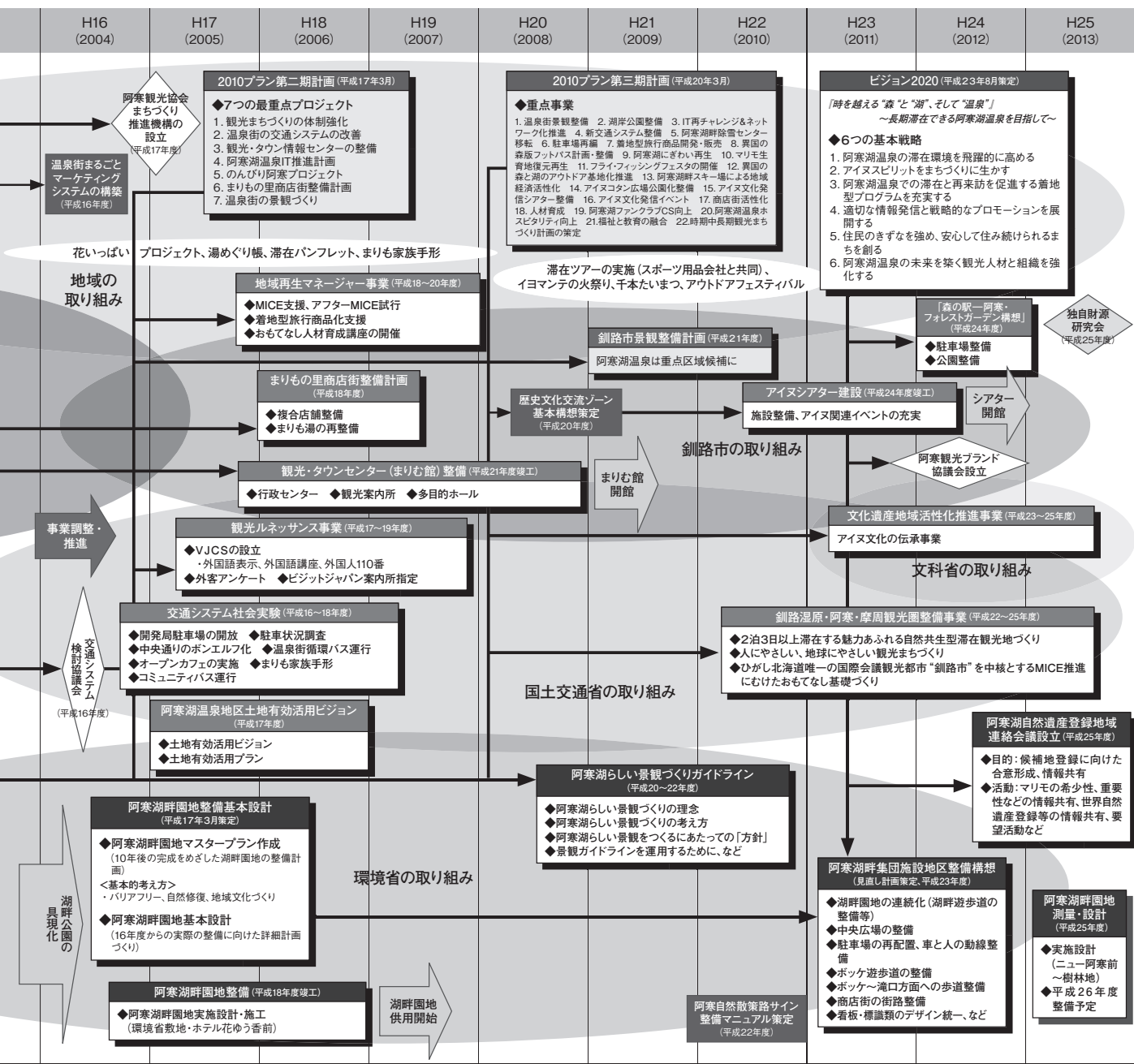
阿寒湖温泉での理論と実践

阿寒湖温泉での取り組み
〜十三年間の歩み

梅川 阿寒湖温泉の話に移りたいと思います。この図2(24〜25ページ)はわれわれが阿寒湖で取り組んできたまちづくりの足跡です。

阿寒湖とのおつきあいのなかで私たちが常に考えてきたのは、単に計画を

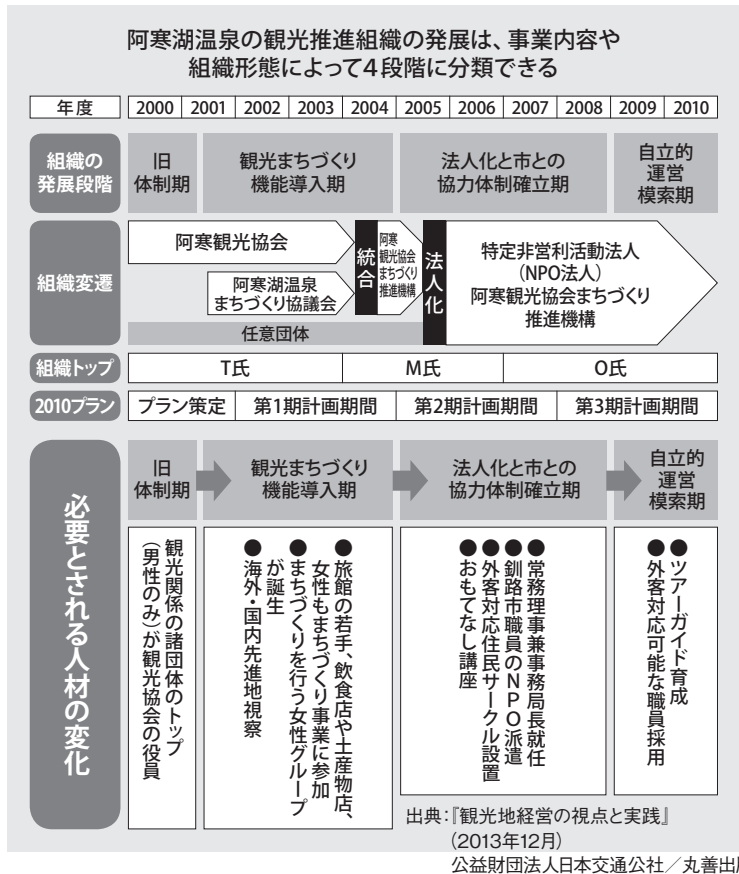
(2000年度～)



出典：環境省「平成23年度阿寒湖群集団施設地区再整備構想」より 一部（公財）日本交通公社にて加筆修正

作るだけではなく、その計画をどう実現するのかということ、これからのプランナーは計画づくりだけでなく、計画を実現させるノウハウを持つ必要があると痛感しています。阿寒湖での取り組みのポイントは三つあると思っています。一つは外部からまちづくりの資金を持つてくる必要があったため、積極的に国の補助事業を活用しました。税金を使うので成果を出すために真剣になるし、お金の使い方もクリアにする必要があるため、地元の方たちの意識改革に非常に役立ったのではないかと思います。二つ目は、一度作った計画は数年すると使えなくなることが結構あるので、PDCAサイクル(注3)を取り入れて三年ごとに見直しを行い、地元のキーパーソンへのヒアリングや計画の認知度、評価について住民にアンケートを行うなど、常に生きている計画として見直しをしていったことです。私としても非常にチャレンジングな取り組みだったと思います。三つ目として、そうした取り組みが一番重要だったのは組織づくりだ

図3 阿寒湖温泉の観光推進組織の発展段階



「阿寒湖温泉再生プラン2010」(写真1)の十年間が終わり、「阿寒湖温泉・創生計画2020」(写真2)が始まって三年たった今年(二〇一三年)はまた住民の皆さんの声を聞いてみようと思っています。十年間地ならしをやってきてそれがやっと花開きつつあり、今が一番重要な時期なのかなと。こうした取り組みに対して、外から見ていた原さんはいろいろ思うところもあったと思いますが、

原僕にとって最大の課題は日本の

「阿寒湖温泉再生プラン2010」(写真1)の十年間が終わり、「阿寒湖温泉・創生計画2020」(写真2)が始まって三年たった今年(二〇一三年)はまた住民の皆さんの声を聞いてみようと思っています。十年間地ならしをやってきてそれがやっと花開きつつあり、今が一番重要な時期なのかなと。こうした取り組みに対して、外から見ていた原さんはいろいろ思うところもあったと思いますが、

原僕にとって最大の課題は日本の



写真2 『阿寒湖温泉・創生計画2020』

図2 阿寒湖温泉における観光まちづくりの取り組み

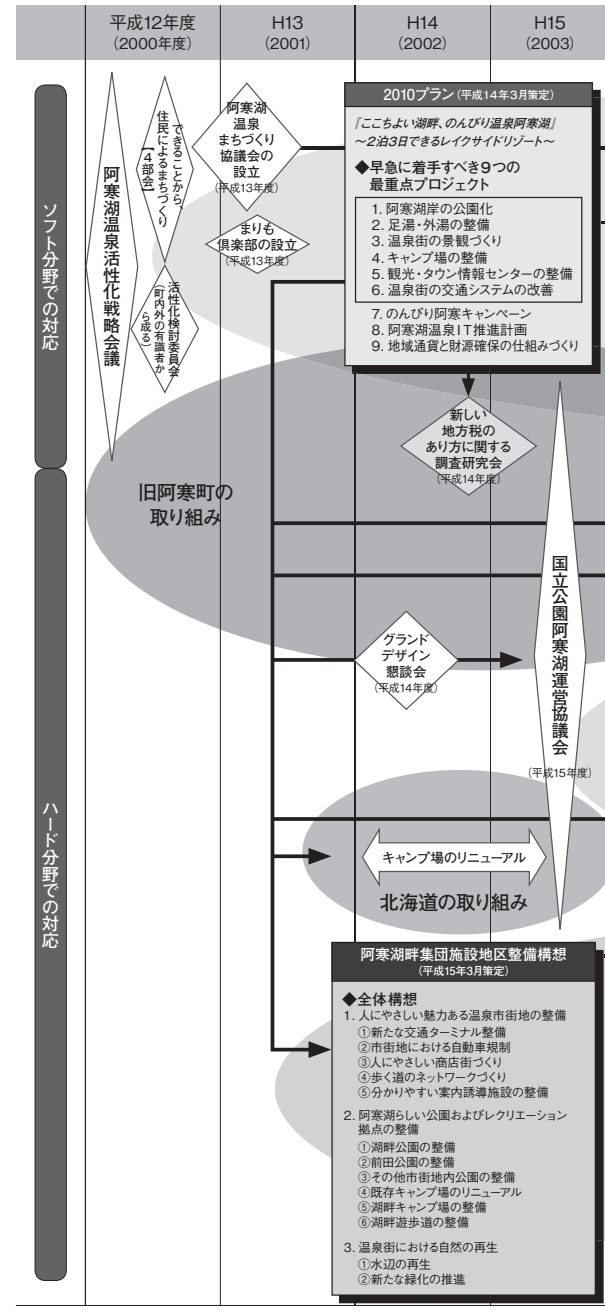


写真1 『阿寒湖温泉再生プラン2010』



原重一氏

温泉観光地を美しく魅力的なところにするに尽きます。少しでも多くの人が居心地のいいところだな、また来たいと思えるところになりたい。極端なことを言うとそれ以外にあまり関心がなく、それさえできれば後は放っておいてもうまくいくのでは……と。阿寒湖については、国立公園の自然風景地にふさわしく空間的に魅力ある温泉観光地にすることが一番の問題意識でした。

計画づくりとその実現

〜いかにして合意形成を図るか

梅川 それが進まないことに対するいら立ちはありましたか。

原 もちろんですよ。地域の事情がいろいろあるのは当たり前で。できることしかやらないと、必要なことがいつまでたつてもできない。当然、「イラダチ」ます。

旅館の経営者は自分の施設を造る時にはハードとソフトをうまく生かしていい空間が作れるのに、ひとたび町や集落の話になると、車の対応やパブリックスペースの整備など基本的なことにどうして力を入れてくれないのかと常々思っていました。とはいえ、阿寒湖温泉は日本のなかでは活性化している温泉地だとは思っています。

志賀 ただ、温泉街にパブリックスペースがあつても、それを楽しむ人がいないと意味がないわけです。阿寒湖もそうだと思いますが、一泊二日の滞在なら旅館の中だけで十分で、夕方来て翌朝早くに出ていってしまふ。せつかく遊歩道を造つても昼間歩く人がいない。

今、日本の観光地の多くがそういう状態で、滞在型の旅行スタイルが浸透しないと今の「一泊二日文化」のなかではなかなか難しいのではな

いかと思います。

原 それにはやはりハード・空間の整備が先決で、良質な環境を整備し、消費者を育てていく発想が大事だと思いますね。滞在型の観光客が増えるのを自然に待つ方法もあるだろうけど、それでは難しい。

かつて旭川市長だった五十嵐広三氏は買物公園（注4）を先駆的に整備し、それがきっかけで「モール」に関する法律ができて銀座の歩行者天国が生まれ、始まったわけです。きっかけを一つ二つつくれば、都市の中心市街地のショッピングモールが全国に波及していく。

滞在型の観光旅行の問題は計画ではなく運動論なんです。つまり、長期休暇を制度化し、国民のなかに定着させる必要があります。そういうなか、財団がどういう役割を果たせるのかを改めて考えてほしいと思つています。

大西 原先生は計画を作る人と実行する人は違ふとよくおっしゃるのですが、それがワンセットでない……。旭川市の話が出ましたが、人材も財源もある都会と、阿寒湖のよ

うなところは違ふと思つてますよ。財源の問題や資本をどう引つ張つてくるかという問題もあり、国や行政が絡むと年月がかかるでしょう。これらをトータルで支援していただくには、プランの作成やあるべき姿の提示だけでは動けないんですよ。

僕は実行の部分に積極的に関わっていたことについて、今後財団に期待をしているのですが。

梅川 私もずっと計画づくりに携わつてきて思うのは「私計画つくる人あなたやる人」だと物事は進まないなど。やはり合意形成を図りながら計画を策定していく手法を採らないと、計画は単なる「絵に描いた餅」になるといつも思っていました。

大西 巨大プロジェクトで推進するトップがいればできるんですが、われわれの町などはお金がないですよ。国から補助金を導入したり市の支援を得たり、地元から寄付を集めたりして、なおかつ利害関係がぶつかったり、理想論ではなかなか進んでいかない。そのなかで意見をまとめていくのは、時間と手間がかかるんですよ。

梅川 企業経営は縦のラインですが、まちづくりは横のラインで展開されるものだと思います。合意形成には時間がかかるので大変ですが、それによってコミュニティが強くなるといった効果もあります。観光地経営というのとはそういうことではないかと。

歩いて楽しめる温泉街の実現 魅力ある空間の整備と 使い方の提案

大西 志賀会長は先ほど「北海道って何なのか」、もう一度コンセプトを考え直す時期に来ているのではないかとおっしゃいましたが、一九九八年（平成十年）に大手旅行会社の当時の役員さんに全く同じことを言われたんです。これは結構大きなショックで。

翌年に原先生に阿寒湖でご講演いただいた時に言われたのが「あなたたちは一体何人のお客様に来てもらったら満足するのか」。

当時は年間百万人でしたが、「数を求めるほど大切なものを失っていく、八十万人でやっていける町にな

りなさい」と。もう一つおっしゃったのは、阿寒で最もチャージングでなければならぬ場所はアイヌコタンだと（写真3）。これはその後のわれわれのまちづくりの中心になった言葉で、アイヌコタンを魅力的にして人が集えるような町にしようとして取り組んできました（写真4）。



写真3 浅草寺や善光寺と同様、アイヌチセを正面に「門前、市をなす」アイヌコタンの空間形式。問題は駐車場の位置

それはある時期から車によって日本中がガタガタになってしまいました。昭和五十年代後半から建設省が税金を注ぎ込んだこともあり、五十万都市や百万都市で歩行者天国、歩いて楽しめるところが全国で増えました。本来は農村や温泉観光地がヒューマンスケールで楽しめる、歩行者天国にならなさいいけないのに、都市・都会に先んじられてしまった。そういう危機感を強く持っていますね。



写真4 アイヌコタンの様子 写真提供：NPO法人阿寒観光協会まちづくり振興機構

梅川 思いはわれわれも同じで、それをどうやって実現するのかですよね。志賀 旅行会社の発想で言うとならず、どうやって空間を楽しませるか、一時間でも長くいてもらうためにはどうするか、どの温泉地も意外と考えていないように思います。



梅川智也部長

空間の楽しみ方の提示については、財団のプランを見ても正直弱いなど、きれいなまちづくりだけでなく、その空間で何が楽しめるのかを提示することが重要ではないでしょうか。

例えば阿寒湖は湖に映る日の光の移ろいとか、素晴らしい第一級の自然だと思いませんか。夕方着いて朝出発すると見られませんが、ここが一番いいのは朝早くから昼くらいまで、半日じっと移ろいを見ている



写真5 多くの外国人が集う湖畔の快適空間

だけでもきれいだと思うんです。旅行会社も地元も、そうした旅の楽しさをまだまだ提示できていないのではと思います(写真5)。

原 写真やビデオの技術が上がって、美しい「モノ」が身近にあっても、現場に立った時の楽しさ、臨場感というのは別にあるわけで、温泉観光地や農山村でいいところだな、居心地がいいなど感じられるところがたくさん生まれれば、観光客も旅館から外に出るようになると思いますよ。

志賀 この前、金沢に行った時、前市長さんが「観光客を誘致する前に

まず人と文化だ」と語っていらしたことを知りました。

文化が人をつくるというところから始めて二十年かけてやってきたと観光を目的にしたら普通の土産物が並んでしまうけど、若い作家たちが作った洗練された伝統工芸品が店に並んでいて、町の品もよくて。そういうところで差が出てきますよね。

【第3部】

これからの

観光研究の方向

—当財団への期待

観光地における当財団の役割
実践的な学術研究機関として

梅川 では、観光地において当財団がどのような役割を果たしていくのか、まずは会長からお願いします。

志賀 二〇一二年(平成二十四年)四月に公益財団法人に移行したのを受け、今後の財団はいかにあるべきかという議論を全役員と行った。「22ビジョン」(注5)を作り上げました。

最大のポイントは公益性をいかに

担保するかで、それには専門性を組織的に機能させることが重要だと考えています。営利組織ではなく大学のようなアカデミズムでもないわれわれが何をすべきかと考えた時、双方ができないことをやろう。そこで生まれた目標が、観光分野における「実践的学術研究機関を目指す」です。実践をバックグラウンドに理論を構築し、それを再び実践に移して高みに昇っていく循環が可能な組織形態にしていこうと思っています。

そうして上げた成果や蓄積した情報を広く皆さんに利用していただくために情報公開し、その過程のなかで観光地の成功事例を一つでも多く作っていききたい。その積み重ねによって実践・理論のサイクルが回りやすくなり、いろんなところからご相談いただけるようになるのではないかと、それがまさに社会貢献につながってくるのではないかと思います。

そういうバックグラウンドができると、北海道はどうあるべきかなど日本の観光について大きな意味での議論も可能になると。理論的なバックボーンを持った実践者として、政策

的な提言ができる組織を今後十年かけて目指していこうと思っています。

これからの当財団への期待

現場を踏まえた新しい提言を

大西 観光政策の提言に結びつけるというお話がありました。現場をよく知っている財団の皆様ぜひ積極的に具体的な提言をしていってほしいと思います。

冒頭でも言いましたが、今までやってこられた仕事は今の時代に向けてもう一度やり直す価値があるものばかりなので、そういう仕事をぜひ進めていただいて、観光地の現場や産業界が直面している問題に新しい解決法で指導していただきたいと思っています。

原 財団の存在意義は、国民は国の観光・旅行問題に関して、専門家目線で「これはやめたほうがいい」とか「こつちよりあつちのほうがいい」と正論をきちんと言えることだと思います。そこで妥協する必要はない。そういうポジションをうまく生かしてほしいです。

梅川 そういう意味では日本でも数少ない、正論が言える、言うべき組織かもしれないですね。大西さんは今後の財団にどのような期待をお持ちですか。

大西 僕はこの十三年間、自分が四十五歳から今五十八歳までの仕事が充実する時期に財団の力を借りられたのはとても幸せだなと思っています。二〇一〇年（平成二十二年）にどういう町にするかという「阿寒湖温泉再生プラン2010」、そして十年たつて「プラン2010」を総括して「創生計画2020」に入



世界遺産を目指す特別天然記念物「マリモ」の観察地チュウレイ島にて

っていく時、僕が感じたのは、やっこの十年間でスタートラインに立てた気がする、逆に言うとそのままで十年かかったのかなど。

湖畔公園の実施設設計（環境省）も動き出したし、除雪センターの移転（北海道開発局）も検討されつつあります。マリモに関しても再生事業（北海道経産局）が元になって「世界遺産の価値があるのでは」という話になっていきます。こうした夢がどうして描けるようになったかという、この十三年間の歩みのなかで、一つ一つ見つめ直して、取り上げていく時間があったと。

梅川 最近の私どもの活動についてはいかがでしょう？

大西 先日、独自財源についての研究会（注⑥）をやりました。小磯修二先生にアドバイザーとして参画していただき、市役所の方にもアドバイザーとして入っていただき、梅川さんにも事務局として来ていただきました。

小磯先生の指摘は、財源を集めるのはいいけれど、それを何に使うのかと。普通なら答えるのはと

ても難しいことなのに、梅川さんが作ってくれたペーパーは、「プラン2010」と「創生計画2020」から財源の使い道を構築しているのです。2020のなかにはわれわれがやらなければいけないプロジェクトが全部入っています。市の財源ではなかなかできない新しいタイプの事業をきちんと整理してペーパーができています。十数年間かけて行政と連携をとって創り上げてきたわが町の再生プランのなかで、独自財源ではこれらの事業をやりますと。

今思いついて、これがつくりたい、あれがつくりたいというのではないのですごく説得力があるんです。こういうことがすぐできる町になっていたというのがこの十三年間の成果だと思えます。今、結構厳しいけれど、いくつか見える光の方向に向かって進んでいきます。

その背景には、前田一歩園財団の前田三郎理事長（注⑦）の存在が大きいと思います。「決して市や行政に頼るな、自分たちの町は自分たちでつくれ」と。そういう長老がいることは強い力になりますし、地域にと

つてとてもありがたいことだと思います。

志賀 当財団は、阿寒湖はもちろん全国の地域の行政や協議会にネットワークをつくっていききたいと思っています。現場に人を派遣できる制度的裏付けもつくりましたので、どうやるかこれから考えていきたい。人材交流というのはわれわれが最も求めている部分です。

大西 ネットワークという点では、財団が事務局をやられている「温泉まちづくり研究会」（注⑧）は、全国の主要な温泉地が参画し、同じ悩みを抱えている者としてとても役立っています。会合に参加できない地元の人とも成果を共有し、各地域に広めていけるような活動に期待したいです。志賀 それには情報公開だと思えます。集めた情報をどれだけ伝達できるかを考えていかなければいけないと思っています。

大西 僕らは来年（二〇一四年）の春、ドイツのバーデンバーデンやスイスの観光地に視察に行く予定で、若手は観光協会の財源で連れていきます。観光協会が高齢化してきた半

面、次世代は一気に若くなりすぎるので、地域の人材をどう育てるかはとても大きな課題です。

原 観光地や地域の再生に関するプロジェクトの場合、「百聞は一見に如かず」で関係者が連れ立って目標とする現地・現場を視察に行くのは非常に意味のあることです。

僕のアドバイスは、事前に必要な情報を集めて各々がテーマを持ってしっかり勉強しておくことです。現地ではヒアリングなどにあまり時間を取らず、できるだけ自分の五感を研ぎ澄ませて、美しい町を見たり歩いたり、現場でないとできないことを体験してくる。そのことで成果が全然違ってきます。しかも複数で行くのは一人で行くより感覚を共有できるから、非常に意義がありますよ。

これからの当財団への期待

「プラグマティズムに徹すること

梅川 原さんは今後の財団にどのような期待を持っていらっしゃいますか。
原 財団が新たに公益財団法人になったということは、社会的な責任が

明確になったというところで、個々の職員、スタッフにとってもすごく大きな意味を持つと思います。専門的視点に加えて公益的な立場から客観的に見ていくことが今後の調査研究の大きな柱になっていくことが大事です。それはまた財団の責務であると思います。

今までの旅行業はそれぞれ自分が携わっている範囲内しか見ておらず、自分の知っていることが全てだと思いがちで、概論できちんとものが言えたり、他の産業や企業と比較して何が違うか分かっている人が意外に少ないと思います。

そういうことも含めて、公益財団法人日本交通公社は、産業論としても企業論としても、旅行業や観光産業はこういう産業だということを考える組織になることだと思いますね。

ご本人を前にしてなんですが、僕は大西さんを改めて見直したのは、ご自分の事業について「私は一つ二つ作品をつくっている」と言われたことです。産業論や企業論で割り切れない魅力を一つ一つの事業体で創り出して、それを具体的に実践

しているということ。それはものすごく大事なことで、もっと注目されていいと思っています。

僕自身も、観光事業というのは芸術論と通じるところがあ

るのではないかと、必ずしもお金で測れないところに価値があるのではと主張しています。その価値が人間とどういう関わりがあるかといったことをテーマとして追究できる組織はあまりなかったと思うんですよ。

こういう時代だからこそ、原点を見直すのはものすごく大事だと思う。それを僕は今後の財団にすごく期待しているわけ。旅行業や観光産業をもう一度見直すことが何よりも大事じゃないかと。

梅川 では、どうしていけばいいとお考えですか。

原 「旅行商品とは……」の問題は古くて新しい問題です。財団の機関誌『観光文化』の創刊号(写真6)で、東大の林周二先生が指摘されて以来、



写真6 「観光文化」創刊号・巻頭論説「旅行者の本質とそのマーケティング課題」(林周二)

いまだに明快な回答ができていないですよ。でも、他の商品といわれるものと比較しながら深く詰めていくと幅も広がるし、比較産業論とかの問題にもつながる。財団がそういうことを研究し、アウトプットする社会的責任が出てくると思います。

この流れでいえば、観光というと、観光産業だけでなく日本ではまだに産業振興的な、お金もつけの話になるわけです。おもてなしとかホスピタリティの話になる。観光地に住む方々には「地域でお客様をお迎えします」ばかりではなく、「まず、あなたも観光者、旅行者になってどんどん旅行してごらん下さい」と言いたいですね。そうすればおもてなしとかサービスとか、わざわざ言わ

なくてもお客さんと自然に交流することができるとはいいでしょう。つまり、産業論だけではなく、もつと消費者目線、生活者目線で観光を見直すこと、研究することが大事ではと思っています。

そして財団が学術研究をするべしはやはり観光の現場での実践で、最終的にわれわれが求める観光学は現場を常に考えながら専門性を磨くその結果だということだと思えます。観光の専門性というのはなかなか難しいですが。

志賀 実践がないと、意味がないですよね。実用学ですから。観光は帰納的アプローチだけでなく、演繹的アプローチも必要で、両面とも重要だと思えます。

原 現場主義に加えて、プラグマティズム、個別解に徹し、そのなかで普遍性をどこまで追究できるかが基本です。人材育成論で言えば「出る杭を伸ばせ」ということですね。そういう組織になると、世の中の役に立つ良質な専門家が育ってくるし、多様な可能性が出てきますよ。

政策提言も情報を蓄積してから

ではなく、同時スタートで試みていくことでもいいと思います。

例えば、地方分権論の問題にしても、あなたは何を前提・ベースにしてこの地域の問題に取り組んでいるのかと質問された時に、きちんと答える研究者になること、そのための幅広い勉強も必要だと……。そういうことも含め、総論も各論も考えられる人材を育ててほしいし、育ててほしいと思います。

志賀 以前に比べて旅行商品の流通論が弱いですね。当財団は客観的に旅行産業論を構築していかなければならないと考えています。あとは公共政策論ですね。これから地域と関わる時に公共政策がどう動いているのか、専門家を作らないと政策提言もできませんから。そういう面に強い人材を育てようという議論もしています。

梅川 本日は貴重なご意見をたくさんいただき、ありがとうございます。今後の財団運営に生かしていきたいと存じます。

(二〇二三年十月一日・阿寒湖畔にて) 取材協力 (株)REGION 井上 理江

(注1) 多変量解析の一つ。

$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots + a_nX_n$

Yを非説明変数(年間索道輸送人員)とし、Xを説明変数として(例えばX1:リフト本数、X2:札幌からの時間距離: Xn:周辺30km人口など)独立した変数を選択して係数(偏回帰係数)を算出し、予測式を策定する方法が国で初めて開発した。

(注2) 二〇〇〇年(平成十二年)二月の改正航空法により、航空運賃は認可制から事前届出制へと移行した。

(注3) Plan(計画)・Do(実施・実行)・Check(点検・評価)・Action(処置・改善)の四つの段階を繰り返しながら、将来ビジョンの目標を達成するためのプロセス、手法。

(注4) 旭川平和通買物公園は、一九七二年昭和四十七年)に銀座より早く誕生した約1kmにわたる日本初の歩行者専用道路歩行者天国第一号。地域の熱意が国(警察や国道管理者等)を動かした。このまちを「歩行者」のまちを「誇る」の二つの意味からHood(ほこる)の愛称がある。

(注5) 二〇二二年十一月に十年後の二〇三二年を目標として策定された当財団の将来ビジョン。略称「22ビジョン」。詳細は『観光文化』217号(二〇二三年四月)参照。

(注6) NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構と当財団の共同研究として二〇二三年六月に設置した「独自財源研究会」。入湯税の超過課税分を観光まちづくり財源として活用することを主要課題として研究北海道大学公共政策大学院小磯修二特任教授をアドバイザー、釧路市役所職員をアドバイザーとし、当財団が事務局を担当した。二〇二三年十一月二十六日、釧路市長に要望書を提出。

(注7) 阿寒湖周辺約3900haの土地(森林、温泉源等)を所有、管理する一般財団法人前田一歩園財団の理事長。明治期に経済閣

僚も務めた前田正名以降百年にわたり阿寒湖の「自然」と「住人」を見守ってきた。今年二〇二三年で財団法人化三十周年を迎えた。詳細は『観光文化』215号(二〇二二年十月)参照。

(注8) 温泉地を抱える共通の課題について解決の方向性を探り、各地の温泉地の活性化に資することを目指して二〇〇八年に設立された研究会。会員温泉地(阿寒湖・草津・鳥羽・有馬・道後・由布院・黒川)の関係者や行政担当者、有識者などが集まり自由闊達に議論し、研究会で得られた情報や知見を「提言」等にまとめて全国へ広く発信。事務局を当財団が務める。

大西 雅之(おおにし まさゆき)

一九五五年北海道釧路市生まれ。東京大学経済学部卒業。一九七九年三井信託銀行入行、一九八一年株式会社阿寒ランドホテル入社、一九八九年より同代表取締役社長。二〇〇七年より特定非営利活動法人阿寒観光協会まちづくり推進機構理事長に就任、阿寒湖温泉の観光まちづくりに精力的に取り組んでいる。現在、観光庁観光カリスマ、公益社団法人北海道観光振興機構副会長、釧路商工会議所副会頭等の要職にある。さらに一般社団法人日本ソムリエ協会認定名誉ソムリエとしても活躍中。

原 重一(はら じゅういち)

一九三八年東京都生まれ。北海道大学農学部卒業。東京大学都市工学科勤務を経て一九六三年財団法人(現・公益財団法人)日本交通公社入社。札幌国際スキー場の計画から立ち上げまで関与し、多数の観光開発プロジェクトを手掛け、同常務理事を経て二〇〇三年退任。立教大学大学院特任教授、日本観光研究会会長などを歴任した。現在は原重一観光研究所主宰。今でも「阿寒湖温泉ランドデザイン懇談会」の主要メンバーとしてエールを送り続けている。

旅行・観光分野における 実践的学術研究機関の構築に向けて

公益財団法人日本交通公社会長 志賀 典人

当財団は、日本における近代的な観光および旅行業の黎明期から、その発展過程を共に歩んできた。一九二二年（大正元年）に外客誘致を目的に創設され、一九六三年（昭和三十三年）十二月に営業部門を株式会社日本交通公社として分離設立し、当財団自身は、観光・旅行に関する調査研究専門機関として内部体制を強化し、事業を活発化させた。

そして、創立から百年目の二〇二二年（平成二十四年）四月に、これまでの公益的な活動実績が認められ公益財団法人に移行し、二〇二三年（平成二十五年）十二月には調査研究専門機関化五〇周年を迎えることができた。

五〇周年記念事業への 取り組み

この期にあたり、当財団の知見、あるいは研究成果を社会に還元する目的で、記念事業に取り組んでいる。●「観光資源の評価手法に関する研究と資源台帳の作成」と、これに基づく写真集の発刊

（二〇二四年五月発刊予定）

●観光地経営に関する研究とテキストの作成（『観光地経営の視点と実践』二〇二三年十二月発刊）

●『創業1912年から二世紀 創発的進化へ向けて』調査研究専門機関 五〇年の歴史（二〇二三年十二月発刊）

●立教大学、琉球大学における寄付講座の設置
等がある。

さらに、本誌『観光文化』においては、当財団が共に歩んできた日本の観光研究および観光政策の変遷と現状を検証しつつ、日本の観光文化の発展あるいはそれを支える観光研究のために、期待された役割を当財団がどこまで果たせたのか、また、これからのどのような役割、使命を果たすべきなのか、を問い直すべき絶好の機会と捉え、特別号として、この特集を組むこととした。

時代の潮流と 観光の位置づけ

一九〇〇年代初頭、日本の近代的

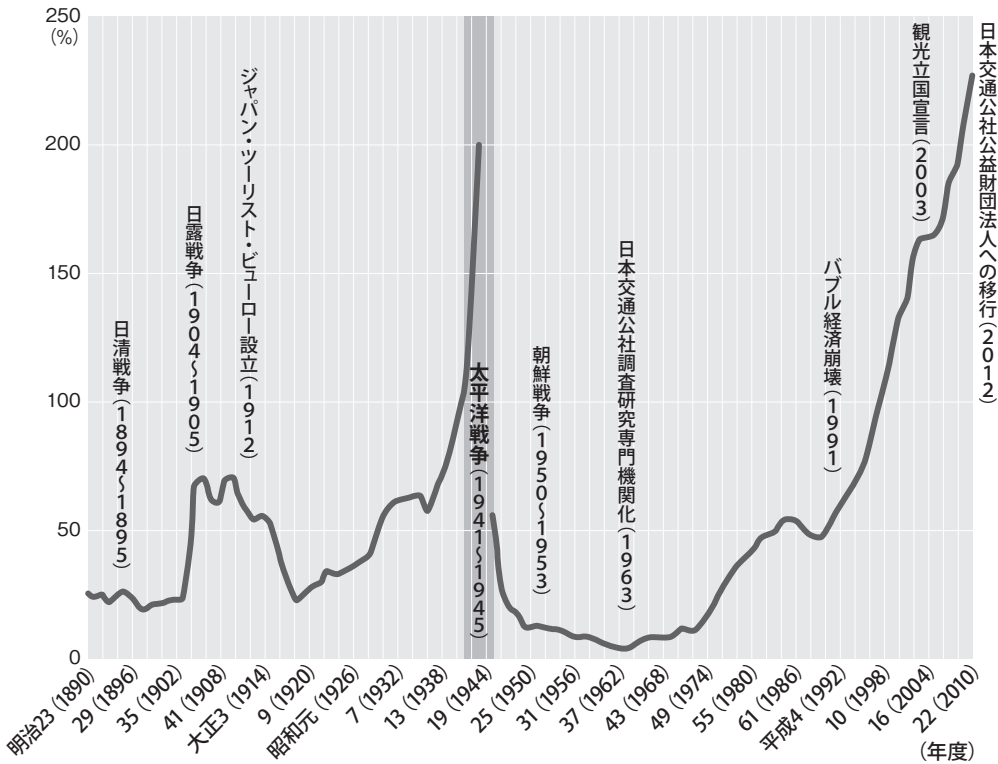
な観光および旅行業が産声を上げて以来、国家が直面する重要課題への対応策として、観光立国、あるいは観光政策に焦点を当てられたのは、大きく捉えて三度あった。

最初は日清、日露の戦役の後、政府の財政が疲弊したことから外客誘致論が起り、その対応策の一環としてジャパン・ツーリスト・ビューローが設立された。それが、当財団の出自である。

二度目は、第二次世界大戦後、日本が国家として体をなさなくなった時期の復興策としての観光立国論である。そのなかから旅行業が事業としての自立性を獲得し、株式会社日本交通公社などの旅行会社が陸続として誕生した。当財団は、こうした時代の潮流に寄り添う形で観光・旅行に関する専門の調査研究機関としての役割を設定した。

三度目は、二二世紀に入り、地域経済の疲弊、グローバル化のなか、改めて「観光立国」が宣言され、観光の重要性は社会全体の共通認識ともなり、当財団としては、公益財団法人として、公益的見地から国、地域の

わが国の政府債務残高の名目GDP等に対する推移



出典：財務省「社会保障と税の一体改革の概要 財政の健全化」説明会資料（平成24年4月26日最新版）を基に
公益財団法人日本交通公社にて作成

観光のあり方、旅行業の可能性を追究していくことが使命となった。
この三度の時期はいずれも、日本の経済において共通した大きな課題を抱えていた。それは政府債務の膨

大化であった。
一度目と二度目は、それぞれ第一次世界大戦、朝鮮戦争を契機として、国力が回復した。その結果、経済の好循環とともに政府債務は解

消し、観光についてもインバウンドから自然体で内需中心に移っていき、国家戦略、すなわち外貨獲得としての観光の位置づけが相対的に下がることになった。特に、朝鮮戦争以降の高度経済成長時代のなかでは、観光は、国家政策としても、国民生活においても、その位置づけが大きく変化した。国民所得倍増計画や全国総合開発計画等、国家主導の経済政策、国土政策によって、中間層の増大、高速交通網等のインフラ整備が格段に進んだ。こうした社会環境の下、旅行の大衆化が進展し、宿泊施設の大型化等、観光地・観光施設のあり様、旅行スタイルも大きく変わることとなった。
しかし、三度目の今回は、人口減少と高齢化という国家規模の縮小の状況下で、政府債務が極大化し、収束への契機をつかむことが困難であるというかつて経験したことのない条件が付与されている。このため、これまでの二回とは異なり、超長期的な視点に立ち、わが国の社会・経済の革新を強く意識した国家戦略として観光に取り組み続けなければ

ならないだろう。

日本の観光研究・ 観光学の概観

一方、こうした日本の観光に、日本の観光研究、観光学は何をなし得て、何をなし得なかったのか、概観してみる必要がある。

いま、「観光講座」に学ぶ

日本における観光研究は、第二次世界大戦以前においては、地理学、風景論・景観論、建築土木学、林学、造園学等それぞれの学問の部分として存在していたものの、体系的な観光研究、観光学として総合的には取り組まれなかったと考えられる。

戦後間もなく刊行された二冊の本がある。東京都総務局観光課により、昭和二十四年（一九四九年）三月に発刊された『観光の理論と実際』（37ページ参照）と同年十月に発刊された『観光読本』である。

これらの本は昭和二十三年三月と昭和二十四年三月の二度にわたって東京都が開催した「観光講座」の

視座

特集テーマからの

内容をまとめたものであるが、当時の日本交通公社理事長高田寛をはじめ、斯界のトップたちが「観光立国論」を述べている。

その内容はもちろん、戦後間もない状況を色濃く反映したものはあるものの、今日的課題がほとんど網羅され、提起されているといっても過言ではない。その点からみても、第二次世界大戦直後のこの「観光講座」が、欧米の研究水準を意識しつつ体系的に観光を考える場としての嚆矢であったともいえよう（『観光の理論と実践』目次参照）。

この講座については、『観光文化』215号で観光研究の泰斗である鈴木忠義氏が観光研究を手がける出発点であったと回想されているとともに、本号においても溝尾良隆氏がその位置づけの重要性を指摘している。

先見性が問われる観光研究・観光学

その後、日本の観光研究は、高度

成長経済のなか、都市開発、リゾート開発等ハード面からのアプローチはある程度進んだが、マーケティング、旅行者心理、観光経済効果、持続可能な観光などソフト面については、一定程度の成果はあるもの、ともすると、観光振興のあり方については時代の流れを後追いし、追認しているのではなからうか。

いま、観光研究に問われているのは先見性であり、総合的かつ体系的に俯瞰して、課題解決への糸口を提示することだろう。

冒頭に述べた当財団の組織としての変遷は、いずれも、国の観光政策や社会・経済にとつての観光のあり方の転換期にあたり、時代の要請に応じ、役割、使命の変化を受け止めてきた結果だ。しかし、一方では、当財団も深く関わってきた日本の観光研究や観光学の課題をそのまま抱えているともいえよう。

当財団が自問すべきこと

「時代の潮流と観光の位置づけ」

でも述べたように、これまでの転換期とは異なり、今、観光が国家政策の重要な役割を割り振られ、地域経済振興・活性化の主役的かつ持続的ミッションを担っているなかで、観光研究に何が求められているのかは、当財団として自問すべき大きな課題である。

本特集において、各分野の皆様にも多面的な視点からこの課題解決に向けた糸口を提示していただいた。

特集1から

当財団に在職され、その後、立教大学、帝京大学で教鞭を執られている溝尾良隆氏の特集1「わが国観光学研究の離陸と今日的課題」において、観光研究・観光学の動向と当財団の活動について詳しくご紹介いただいた。

そのなかで観光研究・観光学の今後の取り組み課題として、観光研究の集中力が試されていること、観光データの解析と正確性の確保、観光資源の保全のあり方等を挙げられている。この指摘からだけでも、数多く発表されている研究成果のレビュー、

観光データの客観的分析、活用、それに基づく地域の発展と観光資源の保全に役立つ指標作り等、当財団として果たすべき具体的な機能、役割を見据えることができる。

特集2から

また、まちづくり、景観学の第一人者である西村幸夫氏からの特集2「観光研究への期待—まちづくりの視点から」における、観光研究がいかに学際的で実践的かつ総合的な力量が必要とされているか、という問い掛けを真摯に受け止めざるを得ない。

「観光研究とは、より深い地域理解やそれに基づく地域自慢の設定の仕方、交流による地元の元氣おこしなど、実践的にまちを活性化する方法論を提示すること」と同氏は定義し、さらにそれぞれの地域にはそれぞれの個性があるが故に「方法は対象に依存し、対象が固有の分析を要請」するとしている。

かといって、普遍性は必要としないかという点、「地域」という応用問題を深く掘り下げていくと、ついには普遍的な解法に到達するとい

のが、まちづくりでも観光研究でも、「研究」の基本姿勢であるべきだと提起されている。

観光する立場からの視点だけで、あるいは、地域の心情的な主観的立場からの視点だけで、一面の真理をつかんで主張したとしても、本来の目的である、地域活性化に対し実効性を欠くこととなる。

現在の日本の観光研究・観光学は、こうした地域課題を学際的に俯瞰できる力量を持っているかというところも含め、心もとなないことも事実だ。観光研究の集中力が試されているという溝尾氏の指摘にもつながる。

日本の観光研究が地域のなかで役割、使命を果たしていくためには、西村氏が特集2の最後に「実践を深めることによって、自らの論理を鍛え、深化」させることだと結論づけているが、この重要性を改めて認識しない限り、いかなる研究活動も単なる机上のものに終わり、社会への還元もおぼつかない。

特集3から

さらに、観光研究の地域での役割、

使命については、特集3「地域主体の観光まちづくりと産学官の連携・役割」において、琉球大学の下地芳郎氏が、かつて行政の立場で時代によって変容する観光地の現実的な課題に向き合い、沖縄ブランドの確立に尽力された経験から、実践を通じての連携の重要性を指摘している。



下地芳郎著『沖縄観光進化論』（琉球書房）表紙

「観光地ブランド」の重要性と確立までの道筋と課題を挙げ、そのなかで「観光客が地域経済発展や地域活性化に大きく貢献していることを再認識し、資源開発や受け入れなどに関して幅広い関係者が連携」する必要性を提起している。

この提起を通じて、とりわけ、当財団への期待として、「海外先進事例の調査研究」「失敗事例の研究」「人材育成のための「人材交流」を挙

げている。すなわち、産学官連携の観光地における実践的な知的受け皿としての役割を果たすべきだという指摘だろうと思う。

ただ、当財団は、いくら実践的とはいえ、地域の観光振興の主役にはなれないし、その役割でもないことはいままでもない。

当財団が果たすべき役割は、ハードルは高いが、地域の観光振興に伴う諸矛盾の解決策についての選択肢を提示し、地域特性に見合った「解」を導き出す助産師になることだろう。

座談会から

この助産師的役割を当財団が果たしたと評価を頂いている事例として、「阿寒湖温泉再生プラン2010」と「阿寒湖温泉・創生計画2020」を、特集5の座談会「北海道における観光研究の理論と実践」のなかで取り上げた。

阿寒湖の観光振興の進展は鶴雅グループ代表の大西雅之氏の強いリーダーシップによるところが大きいのだが、同氏を中心に行行政、地元住民の結集力が何とんでも力になって

いる。

その具体的なビジョンや振興計画を構築する際に、十三年ほど前から、当財団がプランナー、アドバイザー、コンサルタント等として常に多面的に参画してきた。

「プランの作成やあるべき姿の提示だけでは動けない」、「実行の部分に積極的に」関わることが、当財団に求められていると同氏は指摘している。

すなわち、地域での実践は、主役ではなくとも「私計画する人、あなたやる人」では、実効性が伴わないということだ。

このプロジェクトのきっかけを同氏とともに作った、当財団の元常務理事原重一氏が「現場主義に加えて、プラグマティズム、個別解に徹し、そのなかで普遍性をどこまで追究できるかが基本」だとするのも、そこに観光研究に携わる者としてのアイデンティティがあり、西村氏の「研究に対するスタンス」に通底している。当財団が地域に関わる時の基本的な姿勢として、当然のことながら、このことが求められている。



シンポジウム会場風景

特集4から

さらに、当財団の果たすべき役割として、さまざまな実践事例や研究成果の収集およびその科学的分析と公開は、地域や行政、政策に携わっている人々との関係性において極めて重要であることを溝尾氏、下地氏ともに提起している。その意義を当財団の前常務理事小林英俊氏から、

特集4「なぜ」から「今」を考え、楽しいシンポジウムを目指して」にて、シンポジウムの開催という切り口から寄稿いただいた。

最も重要なことは、単に蓄積された知見を披瀝するだけにとどまらず、研究者、パネリスト、参加者と共に考え、共に本質をつかんでいくプロセスを伝えることだと指摘している。

シンポジウムの意義は、「旅行や観光の価値や社会における意味を、旅行・観光産業に携わる人だけでなく、幅広く他産業の方や一般の方々にも理解してもらうことも当財団の大きな役割だ」と、明確な方向性を示している。

巻頭言から

課題認識、問題提起そして提言を総括する形で、本保芳明氏は巻頭言において、産学官連携の重要性に触れ、「各種の取り組みが科学的知見として集積され、体系化・理論化されて、これが経営や行政の実務の変革を促し、その結果が分析・フィードバックされ、観光マネジメントの高度化が図られるサイクルが形成」されるべきであると述べている。ここでの観光研究・観光学に割り振られた役割は明確だ。

先見性ある

実践的学術研究機関を目指して

特集5の座談会「北海道にお

る観光研究の理論と実践」のなかで、当財団が十年後のあるべき姿として「実践的学術研究機関」を目指している旨を表明したが（注）、本保氏が提起した「サイクルの形成」の軸受けとして当財団が機能すること、そのことが要諦となる。

当財団が、日本の観光研究の進展、そして地域経済の発展と魅力的な観光地の形成、観光文化の振興に真に貢献していくためには、個性豊かな研究者集団として、観光に関する「知的インフラとしての役割」を果たせるだけの組織的力力をつけなければならないことを肝に銘じた。

最後に、この特集を組むにあたり、長年、当財団の事業運営、研究活動にご指導、ご助言をいただいていた学識経験者、有識者、実践者の皆様に、ご寄稿、座談会でのご発言などのご協力を賜り、心より感謝する次第である。

（しが のりひと）

（注）『観光文化』217号（二〇一三年四月）「財団活動のいま……」の「公益財団法人日本交通公社「22ビジョン」について」参照。

観光の理論と実際

(第一回観光講座全集) 東京都総務局観光課編

目次

一、総論

1 観光立国論……参議院議員 日本交通公社理事長 高田 寛

経済復興と観光事業—文化政策と観光事業—日本再建と観光事業—失業救済と観光事業—文化国家と観光事業—観光国としての日本—観光事業振興の主要点—観光行政の統一—観光国土計画の樹立—観光施設の整備—観光宣伝—観光事業機関の整備—観光理念の普及徹底—観光事業法規の整備—外国の観光事業

2 観光産業論……参議院議員 木村 禎八郎

観光事業の重要性—経済復興と貿易—国際収支と観光事業—貿易五ヶ年計画の想定—日本自立計画の推進—日本経済再建の鍵—観光事業振興の急務

二、観光事業の理論

1 観光事業概論……全日本観光連盟副会長 新井 堯爾

観光事業の目的—観光事業の要諦—戦前の活動状況—戦後の観光事業

2 観光資源論……林学博士 田村 剛

二つの資源—人文的資源—自然的資源

3 観光と都市計画……東京都建設局長 石川 榮耀

観光の本質—都市美の問題—郷土性—日本の都市—日本の名都—都市観光娯楽の諸形式—観光と国土計画—結語

4 観光東京の今昔譚……東京都史編纂委員 安藤 直方

船遊山の今昔—観光と社寺詣—江戸時代の郊外名所—植樹と桜の名所—名庭園の数々—江戸時代の観光出版物—明治以後の公園

三、観光事業の経営

1 観光事業経営論……早稲田大学教授 商学博士 小林 新

序言—観光事業の目的並に性格—観光事業経営法則の把握—法則探求の方法—余論

2 サービス編……徳川 義親

サービスの目標—景色だけでは駄目—観光事業の根本—支配人の感覚—経営者の心構え—旅行者の集まるホテル—接客態度の問題—ガイドとクーリエ—コンパニオン—主観な考え方可

3 観光宣伝論……株式会社花王常務取締役 新保 民八

観光客の対照—観光客のねらい—ホテルと観光宣伝の実例—協同広告の効果—パブリシティの必要

4 見返品と観光物産……観光物産連合会理事 宮田 勝善

対外信用を傷つける乱造品—高級観光品の研究—良品安価主義—貿易品と観光品の改良—外人の性格に適した品物—設備サービスの改善—結論

5 新たに発展を予想される観光事業の話……全日本観光連盟事務局長 武部 英治

島国日本—火山と温泉の国—変化に富む気候と地形—観光日本を左右する三要素—観光港別府—日本列島巡航—ヨットハーバー—欧米の温泉場—温泉とカジノ—日本式温泉の宣伝—スポーツと観光—大規模なスキー場施設—ゴルフ場の復活—ホテルとスポーツ施設—外客誘致の世界的競争

6 観光施設論……運輸省観光課長 間島 大治郎

観光施設整備の急務—観光施設の概要—道路の改良、新設、整備—交通機関の問題—特殊な観光施設—観光事業と自動車—海の観光と港湾及船舶—その他の諸施設

7 接客の実際……日本ホテル協会理事長 高久 基之助

接客業者の心構え—お客の心理の研究—絶対公平と薄利多売—接客商売の極意—サービスを生命とする職域—従業員の人格と教養—旅館業者の公共的使命—すべてを経営本位に—安心して泊れる旅館—チップ廃止論—日本人生活改善の先達に

四、国際観光一般

1 戦後の海外観光事情……雄鶏通信編集人 春山 行夫

海外旅行—旅行者の心理—経済、貿易、政治関係—各国の観光状態—アメリカの国内観光—自動車—鉄道—バス—飛行機—航空会社と汽船会社の協定—汽船—世界一周—国際的な行事—日本への観光客—結語

2 アメリカの印象……毎日新聞欧米部長 高田 市太郎

強烈なアメリカの印象—玄関口の印象—接客業者の態度—身軽に旅行する—自由競争の国—能率的なサービス競争—揃っている文献—淡白したアメリカ人—観光に力を注ぐ

3 欧州旅日記……朝日新聞編集局総務室 渡邊 紳一郎

観光客誘致の一策—バリの土産品—米人の欧州旅行コース—自動車道路—スイスの対英宣伝—婦人の世界—遊興事業と観光設備—欧州観光事業の目標—国立温泉—日本観光事業への注意—雪のあるクリスマス—日本の不愉快な名物

4 観光と自然……共同通信編集局長 松方 義三郎

観光とその基本条件—二つの天国—観光と愛郷心—自然擁護の戦い—マッターホルン—鉄道問題—ユングフラウの場合—開発の限界—よき社会の建設—スイスの山小屋—日本の場合

5 ガイド商売往来……リーダーズダイジェスト日本支社 殖栗 文夫

日本欧米往來の歴史—ガイドの草分—観光局の開設—各国ガイドの印象—米案内業者の一例—客の趣味を知ること—案内者としての心得—案内者に対する要望—ユーモアの必要—ストーリーを忘れるな—不断の研究努力

6 日本風土記……文学博士 中村 孝也

はじめの言葉—日本周辺地域の風土—日本の風土—日本風土の地域的類型—平面的類型風土—立体的類型風土—日本風土の共通性—風土と人間生活—風景内容の分析—観光事業の将来

出典:「東京都総務局観光課編『観光の理論と実際』第一回観光講座全集(昭和二十四年四月発行)を基に現代仮名遣い・常用漢字に置き換えて公益財団法人日本交通公社にて作成

わが国の観光計画に関する研究

——戦後以降に策定された都道府県の観光計画を対象として

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 研究員

後藤 健太郎

少子高齢化と人口減少の進展によ

り、わが国の社会・経済の停滞が著しいなか、戦後以降において、これまでにないほど地域政策における観光の位置づけは高まっている。全国各地で観光を通じた地域活性化への取り組みが実施され、これまで観光客の来訪があまり見られなかった地域や秀逸な資源を擁しない地域においても、観光計画を策定し、計画的かつ戦略的に取り組むようになっていく。

一方、法的担保を有しない、地域が自主的に策定する観光計画は、自由度は高いものの、その実効性は以前から疑問視されてきた。近年、都道府県においては、観光条例を制定(二〇一三年十一月末現在、都道府県の約半数の二十三道県が制定)し、計画の策定を義務づけ、計画的な観光振興を

推進するなどの動きが見られる。

観光計画研究の現況

しかし、こうした地域の積極的な観光の動きに比べて、観光計画そのものを対象とする研究は、近年においては、あまりなされていない。一九七〇年代から一九九〇年代前半においては、観光計画の策定技術や研究の成果がその都度体系的に整理・提示されてきたが、九〇年代後半以降は、研究はほとんど進んでいない(表1)。

また、これまでの観光計画研究が主に計画技術等を扱ってきたのに対し、実際に策定した観光計画を対象とし、計画自体の内容、観光計画の成果・効果を検証する研究は非常に少ない。そもそも、これまでわが国で策定され

た観光計画に関する情報すら全く整理されていない状況にある。これでは、地域がどのような観光地を目指したのか、観光地の現状と目指した観光地像がどのように異なるのか、なぜこうした乖離が生まれたのか等を検証す

表1 代表的な観光計画研究

発刊年	書籍名	著者
1970	『観光開発計画の手法』	日本観光協会
1975	『観光・レクリエーション計画論』(技報堂)	ラック計画研究所
1976	『観光計画の手法』	日本観光協会
1984	『土木工学大系 30・ケーススタディ 観光・レクリエーション計画』(彰国社)	鈴木忠義・毛塚宏・永井護・渡邊貴介
1992	『観光・リゾート計画論 日本型観光・リゾートを目指して』(総合ユニコム)	前田豪

ることができない。また、実務の中で培われた知見等を蓄積し、より良い将来につなげていくこともできない。これまでの観光計画は、極言すれば作りつ放しの状態にあったとも言える。しかし、実際には、個々の観光計画策定の現場や計画推進の現場において、今日的課題を解決するために新たな計画技術が模索・導入され、計画の実現性を高めるための工夫がなされてきた。それらを踏まえて改めて体系化していく作業も必要となるだろう。

近年においては、全国各地(国から地方ブロック、広域、市町村等まで)で観光計画が策定されるようになってきた。観光計画を策定することの意義は何か

- ・観光計画は本当に必要なのか
- ・どのような観光計画が地域に必要なのか
- ・有効に機能する観光計画とはどのような計画か

一度これまでの観光計画を振り返り、その成果と課題を総括することも必要ではないだろうか。過去の観光計画を観光地の実態と照らし合わせて検証するとともに、時代に応じた新しい観光計画の策定手法や空間スケールに応じた計画内容等が明確化されることが望ましいだろう。

ここでは、戦後以降、わが国において一定程度継続的に策定が行われてきた都道府県の観光計画を対象として、その観光計画の策定状況やその特性などについてその一端を明らかにしていきたい。

まず都道府県の観光計画を対象とする研究の現況について整理しておく。都道府県の観光計画策定の意義や計画の内容等、観光計画そのものを対象とする研究は現時点では一つにとどまっている（都道府県による観光計画策定の意義と動向）『旅行年報一九九八』、財団法人日本交通公社）。一部に、ある時点での都道府県の観光計画策定状況や特定の都道府県の観光計画について整理するものもあるが、断片的であり、都道府県における観光計画について、その全体像は明らかにされていない状況にある。

都道府県の 観光計画の策定状況

さて、都道府県の観光計画と云って、も実はさまざまで一言ではくれない。計画の内容、計画対象地、策定主体等もさまざまであり、各地域の状況や各策定主体の業務範囲等によって大きく異なる。まずは、これまでの策定

された計画図書を整理し、どのような観光計画があるかを把握することが必要と考え、整理したものが表2（40～41ページ）である。研究の対象とする計画図書については、今後さらなる精査が必要だが、現時点の整理をもとに、その策定状況と計画名称から見える観光計画の特徴について述べる。

観光計画の策定状況については、一九六〇年代までに、都道府県の約五割が観光計画を策定している。一九九〇年代に入ると、ほとんどの都道府県で観光計画を策定するようになる。現在に至るまで、比較的早くから継続的に観光計画を策定している都道府県は複数ある。例えば、岩手県は、戦後、第七次観光計画まで継続的に策定している。二〇〇〇年以降は、観光条例を独自に制定し計画策定を義務づける県が増加していることから、今後も継続的に観光計画が策定されることになるだろう。

計画名称から見える 観光計画の特徴の変遷

観光計画の名称は、都道府県によりさまざまである。ここには、策定主体の意図が多少なりとも反映されているとの考えのもと、その特徴的な用語

の使用状況について整理すると、以下のように指摘できる。

●基本構想、基本計画、行動計画

一九五〇年代から一九八〇年代までは、基本構想、基本計画の名称を付した計画が多い。一九九〇年代以降は、熊本県の「一九〇年代観光振興行動計画」を初出に、行動計画を計画名称として使用する計画が増加する。

●観光開発、観光振興、観光戦略

一九六〇年代までは、施設整備や道路等のインフラ整備などのハード面が中心であったため、観光開発という用語が多用されるが、一九七〇年代半ば以降は計画名称としての使用は確認されない。一方、一九七〇年代後半以降、産業振興、事業振興などのソフト面を想起させる観光振興という用語が徐々に観光計画の名称として使用され始め、現在に至るまで幾つかの県で使用されている。また、二〇〇〇年代以降では、観光戦略という用語を使用する計画が大幅に増加する。

●観光レクリエーション

一九七〇年代に入り、新全国総合開発計画に準じて、観光レクリエーションという用語を使用する計画が出現するが、一九八〇年代後半以降は使用されていない。

●カタカナ、平仮名の使用

「プラン、ビジョン、アクションプラン、○○○○（県名）」
一九八〇年後半以降、カタカナや平仮名を用いた計画名称が増加する。例えば、「かながわ観光プラン」のように、都道府県名を平仮名で表記するもの、カタカナで名称を付ける計画が増加する。

●観光立県

観光立県という言葉は、一九九〇年代から使用が確認され、二〇〇〇年以降、その使用件数も増加する。

おおむね以上のような傾向が見られているか、計画技術が導入されているか等の検証は今後必要となるが、こうした計画名称から、各時期の観光政策に対する各主体の意識が垣間見える。

今後の研究に向けて

途中経過報告を基礎資料として整備しながら、今後は、観光計画の構成、観光計画策定における基礎調査手法、計画課題や社会背景、計画の位置づけ、計画期間の設定、コンセプトや目標の設定方法、施策の内容、策定プロセス、策定体制などについて研究を行うっていく予定である。

（ことう けんたろう）

1990～	2000～	2010～
北海道観光振興基本計画 (98.3)	【北海道観光のくにつくり条例 (01.10)】/北海道観光のくにつくり行動計画 (02.3)/北海道観光戦略 (06.3)/北海道観光のくにつくり行動計画 (08.3)	北海道観光のくにつくり行動計画 (平成25年度～平成29年度) (13.5)
第2次青森県観光基本計画 (92.3) / 青森県文化観光基本計画 (99.3)		未来へのあおり観光戦略 (10.11) / ※ (仮称) 未来へのあおり観光戦略 セカンドステージ策定中
岩手県観光振興計画 (第7次) ゆつとり岩手観光プラン (92.2)	【みちのく岩手観光立県基本条例 (09.7)】	みちのく岩手観光立県基本計画 (10.3) / ※みちのく岩手観光立県第2期基本計画策定中
宮城県観光立県行動計画 (98.3)	宮城県観光立県行動計画 (03) / みやぎ観光戦略プラン (06.12)	第2期みやぎ観光戦略プラン (11.3) / 【みやぎ観光創造県民条例 (11.4)】 / ※第3期みやぎ観光戦略プラン策定中
秋田花まるっ観光振興プラン (99.7)	改訂版秋田花まるっ観光振興プラン (05.10)	秋田県観光振興プラン (10.3)
山形県観光基本計画 追補版 (92.3) / 山形県新観光振興計画 (96.4)	やまがた観光振興プラン (06.3)	やまがた観光交流推進プラン (11.3)
うつくしまふくしま観光基本構想 (93.11)	福島県観光振興基本計画 (02.2)	福島県観光復興アクションプラン (13.3)
茨城県観光振興基本計画 (90.12) / 茨城県観光振興基本計画 (95.4)	茨城県観光振興基本計画 (01.4) / 茨城県観光振興基本計画 (06.4)	茨城県観光振興基本計画 (11.7)
観光とちぎ振興計画マロニエプラン21 (91.3) / 観光とちぎ振興計画マロニエプラン21 II期計画 (96.3)	新世紀とちぎ観光振興計画 (02.3)	新とちぎ観光プラン (11.3)
群馬県新観光振興計画 (98.3)	くんまにぎわいプラン (03.5) / はばたけ群馬観光プラン (08.3)	はばたけ群馬観光プラン 2013-2015 (13.3)
彩の国観光振興ビジョン (95.7) / 彩の国観光振興行動計画 (98.3)		埼玉「超」観光立県宣言 (10.1) / 埼玉県観光づくり推進条例 (12.4) / おもてなし日本一の埼玉県観光づくり基本計画 (13.3)
千葉県新観光基本計画 (95.8)	観光立県ちば推進ビジョン (04.10) / 【千葉県観光立県の推進に関する条例 (08.3)】 / 観光立県ちば推進基本計画 (08.10)	※第2次観光立県ちば推進基本計画策定中
	東京都観光産業振興プラン (01.8) / 東京都観光まちづくり (04) / 東京都観光産業振興プラン (07.3)	東京都観光産業振興プラン—世界の観光ブランド都市・東京をめざして— (13.5)
	かながわツーリズム推進指針 (04.3) / 観光かながわブランドデザイン (09.3)	【神奈川県観光振興条例 (10.4)】 / 神奈川県観光振興計画 (10.3) / 神奈川県観光振興計画 (13.4)
新潟県観光振興基本計画 (90.9) / 新潟県観光振興基本計画 (97.1)	【新潟県観光立県推進条例 (09.1)】 / 新潟県観光立県推進行動計画 (09.4)	新潟県観光立県推進行動計画 ～うまさぎつしり・魅せる新潟アクションプラン～ (13.11)
富山県観光振興ビジョン (90.3)	【元気とやま観光振興条例 (08.12)】	富山県観光振興戦略プラン (10.4)
ほっと石川観光プラン (95.3)	新ほっと石川観光プラン (05.3)	新ほっと石川観光プラン (11.3)
観光ふくい21世紀プラン (97.3)	ビジットふくい推進計画 (04.12) / 新ビジットふくい推進計画 (09.2)	
山梨県観光基本計画 (91.3)	観光立県富士の国やまなし観光振興ビジョン (00.3) / 観光立県富士の国やまなし観光振興戦略 (04.2) / 山梨県観光振興基本計画 (08.2)	【おもてなしのやまなし観光振興条例 (11.12)】 / やまなし観光推進計画 (12.3)
長野県観光振興基本計画 (91.3) / 長野県観光振興基本計画さわやか信州プラン21 (96.4)	長野県観光振興基本計画長野県観光ビジョン (02.3) / 信州わくわくゆつたり観光アクションプラン (05.8) / 「観光立県長野」再興計画 (08.2)	長野県観光振興基本計画 [2013～2017] (13.3)
岐阜県観光基本戦略 (94.12) / 岐阜県観光振興行動計画 (96.3)	【みんなでつくる観光王国飛騨・美濃条例 (07.10)】 / 飛騨・美濃じまん運動実施計画 (08.3)	岐阜県観光振興プラン (13.3)
静岡県観光基本計画しずおか観光ビジョン21 (92.3) / 観光しずおか躍進計画 (99.8)	観光しずおか躍進計画後期行動計画 (06.2)	ふじのくに観光アクションプラン (11.3)
愛知県観光基本計画 (97.3)	【愛知県観光振興基本条例 (08.10)】	愛知県観光振興基本計画 (10.3)
新三重県観光基本計画 (93.3)	三重県観光振興プラン (04.11) / 三重県観光振興プラン第2期戦略 (08.9)	【みえの観光振興に関する条例 (11.10)】 / 三重県観光振興基本計画 (12.3)
滋賀県観光振興基本構想 (91.4)	滋賀県観光振興指針 湖国観光交流ビジョン (01.11) / 新・滋賀県観光振興指針 近江の誇りづくり観光ビジョン (09.3)	
京都府観光産業振興ビジョン (98.10)	競争力のある観光地づくりプラン (05) / 「生活共感・感動創造」京都観光戦略プラン (07.11)	
大阪府観光振興ビジョン[91] / 大阪府観光振興ビジョン (98.6)	大阪府観光振興ビジョン (02.5) / 大阪府観光戦略プログラム (05.4)	観光戦略 (11.3) / 観光戦略 (12.12, 大阪府市共通)
兵庫県観光振興基本計画 (91)	ひょうごツーリズムビジョン (02.4) / ひょうごツーリズムビジョン後期行動プログラム (06.3)	ひょうごツーリズム戦略 (11.3)
奈良県観光振興行動計画 (99.3)	21世紀の観光戦略 (05.10)	ポスト1300年観光戦略アクションプラン (10～13, 毎年2月)
和歌山県観光振興計画 (95)	和歌山県観光振興指針 (05)	【和歌山県観光立県推進条例 (10.4)】 / 和歌山県観光振興実施行動計画 [10, 11, 12, 13]
鳥取県観光振興ビジョン (93.3)	【ようこそようこそ鳥取県観光振興条例 (09.7)】	ようこそようこそ鳥取県運動取組指針 (10.5)
観光しまね21世紀プラン (91.3)	快適観光地しまね21世紀プラン (00.3) / 【しまね観光立県条例 (08.3)】 / しまね観光アクションプラン (09.7)	
岡山県観光ビジョン (96.10)	岡山県観光立県戦略 (08.10)	
広島県観光振興プラン (99.3)	【ひろしま観光立県推進基本条例 (07.1)】 / ひろしま観光立県推進基本計画 (08.4)	ひろしま観光立県推進基本計画 (13.10)
山口県観光基本構想 (99.8)	山口県年間観光客3千万人構想実現アクション・プラン (09.10)	やまぐち観光推進計画 (13.10)
徳島県長期観光振興プラン (97.3)	【もてなしの阿波とくしま観光基本条例 (09.6)】	徳島県観光振興基本計画 (10.3)
香川県観光振興指針 (96.3)		
愛媛県新観光振興計画 (98.3)		【えひめお接待の心観光振興条例 (10.4)】 / 愛媛県観光振興基本計画 (11.3)
高知県観光アクションプラン (94.3)	【あつたか高知観光条例 (04.8)】 / 高知県観光ビジョン (05.3)	
福岡県新観光ビジョン (97.3)	福岡県新観光ビジョン中期事業実施指針 (02) / 福岡プラスワン戦略 (06)	
佐賀県新観光創造のための指針 (96.3)		
	【長崎県観光振興条例 (06.10)】 / 長崎県観光振興基本計画 (07.10)	長崎県観光振興基本計画 (11.3)
90年代熊本県観光振興行動計画 (90.3)	観光パートナーシップアクションプラン (05.3) / 【ようこそくまもと観光立県条例 (08.12)】 / ようこそくまもと観光立県推進計画 (09)	ようこそくまもと観光立県推進計画 (12.7)
		大分県ツーリズム戦略 (12.8)
第四次宮崎県観光振興計画 (91.3) / 第四次宮崎県観光振興計画 (改訂計画) (96.3)	第五次宮崎県観光・リゾート振興計画 (02.3) / 第六次宮崎県観光・リゾート振興計画 (05.3)	
鹿児島県観光基本計画 (92.3)	かごしま新観光戦略21 (02.3) / 【観光立県かごしま県民条例 (09.4)】	鹿児島県観光振興基本方針 (10.3)
沖縄県観光振興基本計画 (92.12) / 沖縄県観光振興基本計画 中期行動計画 (95.1)	沖縄県観光振興基本計画 中期行動計画 (95.1) / 沖縄県観光振興基本計画 (第4次) (02.5) / 沖縄県観光まちづくり指針 (08.3) / ビジットおきなわ計画 (07.2, 08.2, 09.3)	ビジットおきなわ計画 (10.3) [11, 12, 13] / 沖縄県観光振興基本計画 (第5次) (12.5)

表2 戦後以降に策定された都道府県の観光計画(整理途中) *2013年11月末現在

都道府県名	1945~	1960~	1970~	1980~
北海道		北海道観光産業開発計画第一次議案(61)/北海道長期観光計画書(62)	北海道広域観光開発基本計画委託調査書(74)	北海道観光圏別整備基本計画(81.3)/北海道観光振興基本計画(89.3)
青森県				青森県観光基本計画(81.3)/改訂青森県観光基本計画(88.4)
岩手県		岩手県観光開発の構想(62.2)/岩手県観光開発計画(62.11)/岩手県観光開発計画(67.3)	岩手県観光開発計画(72.4)/第4次岩手県観光レクリエーション基本計画(77.1)	岩手県観光レクリエーション基本計画(81.3)/岩手県観光基本計画第6次(85.2)
宮城県				宮城県観光基本計画(86.3)
秋田県			秋田県観光振興計画(78.12)	
山形県		山形県観光の現状と長期観光計画(63)	山形県総合観光基本計画(74.3)/山形県観光基本計画(79.3)	山形県観光基本計画(86.12)
福島県				福島県観光レクリエーション基本構想(85.5)
茨城県		茨城県観光開発基本構想(試案)(69.12)	茨城県観光開発基本構想(70.5)/第1次観光開発5カ年計画書(71.4)/第2次観光開発5カ年計画(76.10)	茨城県観光レクリエーション基本計画(80.8)/茨城県観光レクリエーション基本計画(86.3)
栃木県	観光総合計画(49)			栃木県観光基本指針(83.1)
群馬県			群馬県観光開発計画策定基本調査報告書(70.3)	群馬県観光振興基本計画(88.3)
埼玉県				埼玉県観光レクリエーションビジョン(85.3)
千葉県			千葉県観光開発基本計画書(70.2)	千葉県観光基本計画(85.2)
東京都	東京都観光事業総合計画書(51.3)			
神奈川県			観光レクリエーション環境整備基本構想に関する報告書(73.3)	かながわ観光プラン(88.12)
新潟県			新潟県観光レクリエーション基本構想(74.7)	
富山県				
石川県		石川県観光開発基本計画[案](60)/石川県観光事業振興基本計画案(61)/石川県観光事業振興計画に伴う整備計画案(61)		石川県の観光振興のための提案(81)
福井県				
山梨県	観光開発5カ年計画(48)/観光振興計画(62)	山梨県観光開発計画(67)	山梨県観光開発計画改定(75)	山梨県観光基本計画(81.3)
長野県		長野県観光開発5カ年計画(60.10)/長野県観光開発基本計画観光プラン/70(66.1)/長野県観光地域土地利用計画策定(69.7)	長野県観光開発における今後講ずべき方策(第3次5カ年計画)策定(72.2)/長野県観光利用計画(76.11)	長野県観光振興基本計画(81.12)/長野県観光振興基本計画(86.2)
岐阜県		岐阜県観光開発基本計画(68.3)	岐阜県観光開発基本構想(71.3)/岐阜県広域観光推進指針(79.12)	
静岡県				
愛知県			愛知県観光レクリエーション開発基本構想(75.3)	愛知県観光振興ビジョン(89.3)
三重県	三重県観光開発基本計画試案(59.7)		三重県観光基本計画(78.2)	三重県観光振興計画(89.3)
滋賀県		滋賀県観光開発基本構想案(61.3)/滋賀県観光開発実施(7ヶ年)計画(64.2)		
京都府				京都府観光基本構想(81.1)
大阪府				
兵庫県				兵庫県観光振興ビジョン(83.1)
奈良県		奈良県観光開発基本計画策定調査報告書(68.3)		
和歌山県			和歌山県観光基本構想(75)	和歌山県観光基本構想(85.5)
鳥取県		観光開発計画[案](63.3)	鳥取県観光振興基本計画(79.1)	
島根県		島根県観光開発の基本構想(68.4)	島根県観光基本計画(79.12)	新島根県観光基本計画(87.3)
岡山県		岡山県観光事業5カ年計画(61.6)	岡山県観光開発基本計画(72.2)/岡山県観光基本計画(79.3)	
広島県		広島県観光事業促進基本計画[案](63.2)	広島県観光レクリエーション基本構想(77.11)	観光振興の基本的方向(84.3)/広島県観光振興懇話会提言(89.11)
山口県			山口県観光開発基本構想(71.5)	山口県観光基本構想(82.4)/山口県観光基本構想(88.12)
徳島県		徳島県総合開発基本計画(68.2)	第1次観光開発計画(72)/第2次観光振興基本計画(78.9)	観光総合振興計画(83)/徳島県長期観光振興計画(88.1)
香川県		香川県観光総合開発マスタープラン(62.7)	香川県地域整備計画(観光地再編成調査)報告書(79.2)	
愛媛県				愛媛県総合観光計画(87.3)
高知県		高知県観光行政の基本構想(64.11)	高知県観光レクリエーション基地整備構想(72.3)	高知県観光行政推進のための基本方針(87.1)
福岡県				福岡県観光振興基本方針[85]/福岡県観光ビジョン(88.7)
佐賀県			佐賀県観光振興基本計画(78.3)	佐賀県観光振興実施計画(86.2)
長崎県			長崎県観光レクリエーション開発基本計画書(75.3)/長崎県の観光振興に関する提言(81.3)	
熊本県		観光基本計画(64)		観光振興の基本方向(80.8)
大分県			大分県観光基本計画(71.3)	
宮崎県				宮崎県観光振興計画(83.3)
鹿児島県		鹿児島県長期観光開発の方向について[試案](67)/鹿児島県長期観光開発基本構想(68)	これからの鹿児島県の観光開発の方向性について(75.9)	
沖縄県		沖縄観光事業振興5カ年計画(69.10)	沖縄県観光開発基本計画(76.9)	【沖縄県観光振興条例(80.3)】/沖縄県観光振興基本計画(86.9)

*本研究では、地域が自主的に策定する観光計画を対象としていることから、法定計画(総合保養地域整備法に基づく計画等)は対象から除いている。また、上記では、観光計画を幅広く収集・整理しており、計画案や報告書も含んでいる。
 *計画名名称に付している()は策定時期を〔〕は策定年度を示す。紙面の関係上、策定主体については、ここでは省いている。
 *【】は条例で、()は施行年月を示す。

国内観光旅行の実施が 主観的幸福感に与える影響

公益財団法人日本交通公社 観光研究情報室 研究員

外山 昌樹

近年、「幸福度を測る」という試みが注目を集めている。

これまで、国家や社会の成功を測定する指標としては、主にGDP(国内総生産)が用いられてきたものの、先進国においてはGDPの上昇が心の豊かさに結びつかない「幸福のパラドックス」が示されてきた。こうした状況を踏まえ、幸福度を直接目に見える形で測定しようとする動きが盛んになっている。日本では、二〇二二年(平成二十三年)より内閣府が「幸福度に関する研究会」を開催し、幸福度指標の開発等を行っている。また、フランスやイギリスにおいても同様の取り組みが行われている。開発途上国の動きとし

ては、ブータン王国による「GNH (Gross National Happiness)」の導入が知られているところである。これらの事例は、心の豊かさをより重視する価値観が、世界的にも広まってきていることを反映しているのかもしれない。

政策立案の世界と並行して、学術研究の世界においても、経済学や心理学を中心に膨大な数の「幸福度」に関する研究が進められている。

本研究は、国内観光旅行の実施が、旅行者の主観的な幸福感に与える影響について検証することを目的に実施した。

仮に、国内観光旅行の実施が幸福度の向上につながる事が明らか

になれば、観光振興を行う意義をいっそう鮮明にさせることができるだろう。

「幸福度」の測り方

幸福度に関する検討を進めるには、この概念をどのように捉えるかが非常に重要となる。幸福度の研究や政策立案にあたっては、「客観的」なものとして捉えるものと、「主観的」なものとして捉えるものの二つのアプローチが存在する。

幸福度を「客観的」なものとして考えるアプローチでは、幸福度に関連すると想定される、その人の生活に関するさまざまな要素(雇用の状

態、健康状態、地域コミュニティのつながりの程度、居住環境の安全性、インフラの整備度など)の充足度を調べる。

一方で、幸福度を「主観的」なものとして考えるアプローチでは、客観的アプローチで取り上げられるさまざまな要素に関わらず、その人が現在幸福であると感じているかどうかについて調べる。

本研究では、上記のうち、幸福度を「主観的」なものとして捉えるアプローチを採用する。幸せを感じる基準となる要素は、個人によって異なると考えられるからである。

主観的幸福度の具体的な測定内容としては、「幸せに感じているかどうか」という直接的な質問のほか、「人生に満足しているかどうか」「喜びなどのポジティブな感情がどれくらいあるか」「悲しみなどのネガティブな感情がどれくらいあるか」といった質問について、五段階や七段階評定によるアンケート調査を行い、その合計点数や平均点数をもって主観的幸福感と見なすのが主流である。

海外における 先行研究の紹介

主観的幸福感とは、人間の日常生活を取り巻くあらゆる要因から影響を受ける。であるならば、旅行・観光も、頻度が少ない活動であるとはいえず、一定の影響を受けるであろう。主観的な幸福感に与えるさまざまな要因について整理を行った研究からは、「余暇活動の質」は、主観的幸福感

に中程度の相関があることが分かっている (Peterson, 2006)。

余暇活動には、旅行・観光も含まれる。実際に、旅行・観光が主観的幸福感に与える影響について調べた研究は、海外を中心に、数が少ないながらも存在する。

イギリス在住者を対象とした研究では、海外旅行を実施した人は、実施しなかった人よりも主観的幸福感が高いことが明らかになってい (Gilbert & Abdullah, 2004)。

また、オランダ人を対象とした研究からは、過去二年以内に休暇旅行を実施した人は、実施しなかった人よりも主観的幸福感が高いことが分かっている (Nawijn, 2011)。さらに、この研究では、同一人物を対象に時間において複数回の調査を実施するパネル調査の手法が用いられており、主観的幸福感の評価値が高いからといって、将来の旅行行動が増えるわけではないことが判明している。

具体的には、一回目の調査時点における主観的幸福感の評価値と、一年後に実施した二回目の調査時の旅行回数とは相関関係が見られなかつ

たのである。すなわち、「幸せ」であるからといって、旅行を実施するわけではないことが示唆された。裏を返すと、「旅行」に行くことによって「幸せ」になる可能性があるということだ。

旅行・観光と、他の消費活動との比較から主観的幸福感への影響を検討した研究もある。それによると、コンサートや旅行といった経験的な要素が強い消費の方が、衣服やテレビの購入といった物質的な要素が強い消費よりも幸福感への影響度が高いことが示されている (Van Boven & Gilovich, 2003)。

国内観光旅行を 対象とした実証調査

このように、海外での研究事例からは、旅行の実施が主観的幸福感の評価に影響することを支持するデータが出ています。しかし、実施頻度や期間といった旅行行動が異なる日本において同様の結果が得られるかどうかについては、検証を加える必要がある。

そこで今回の研究では、「日本人の国内観光旅行」を対象に、アンケートを用いた実証調査を行った(表1)。以下に、結果のポイントをまとめていきます。

(1) 国内観光旅行の実施者は、

非実施者に比べて幸福感が強い

一年間で一回以上、国内観光旅行を実施した人は、幸福感の平均得点が七点満点で四・四五点となった。一方で、一年間で二度も国内観光旅行を実施していない人は、四・〇二点である。統計的な分析を行った結果、国内観光旅行の実施者は、非実施者よりも幸福感が有意に高いことが分かった(図1)。

表1 調査概要

調査方法	「公益財団法人日本交通公社旅行者動向調査」内で実施(インターネット調査)
調査時期	2012年7月
回答者	16歳以上の男女 計3,596人
質問項目	<ul style="list-style-type: none"> 主観的幸福感(「日本版主観的幸福感尺度」[島井ほか, 2004]によって測定(最小1点~最大7点)) 国内観光旅行の実施回数(調査時点から過去1年以内) 世帯収入 性別 年齢 など

図1 国内観光旅行の実施有無による幸福感の違い

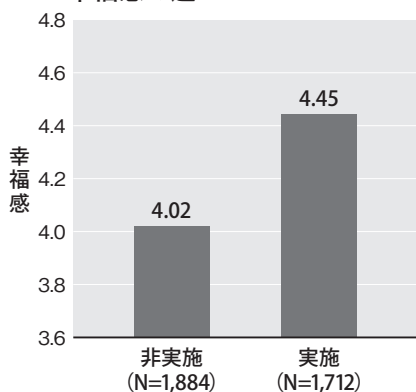
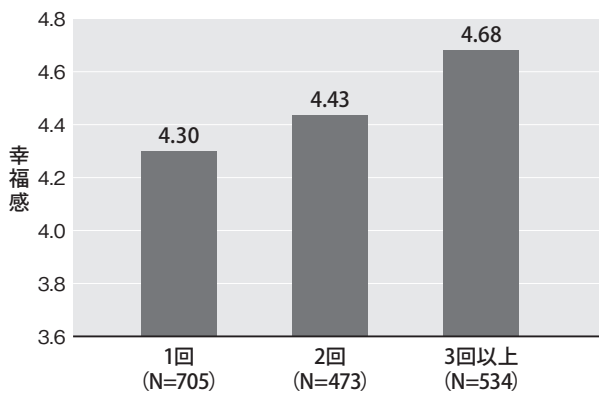


図2 国内観光旅行の実施回数による幸福感の違い



(2) 国内観光旅行の実施回数が
多い人は、少ない人に比べて
幸福感が強い

先に紹介したオランダの研究では、旅行の実施回数と幸福感には関係がないことが報告されている。しかし今回の調査結果からは、年間の旅行実施回数が多い人は、少ない人に比べて幸福感が有意に強いことが明らかになった(図2)。筆者の推測だが、一回当たりの平均旅行日数が日本より長めのヨーロッパの国々は、一度の

旅行で幸福感に一定の影響を及ぼすのに対し、一泊二泊の旅行が多い日本においては、回数を重ねないと幸福感に影響しないのかもしれない。

(3) 世帯収入の多寡に関係なく、国内観光旅行の実施と幸福感には相関がある

言うまでもなく、旅行の実施にはお金がかかる。したがって、旅行の実施回数と幸福感が関係するといっても、本当に影響しているのは旅行の実施なのではなく、主たる要因がその人の世帯収入の多さであると考えられることもできてしまう。加えて、性別や年齢といった要因が陰で影響している可能性も否定できない。そこで、「世帯収入」「性別」「年齢」の三つの要素が入り込まないようにした上で、旅行の実施回数と幸福感の関係について統計的な分析を行った。その結果、両者は有意に相関があることが確認された(表2)。すなわち、世帯収入の多寡や性別、年齢に関係なく、国内観光旅行の実施と幸福感は相関していることが明らかになった。

表2 偏相関行列

	性別	年齢	世帯収入	旅行回数	幸福感
性別	-				
年齢	0.02	-			
世帯収入	-0.07*	-0.03	-		
旅行回数	0.00	0.08*	0.18*	-	
幸福感	0.11*	0.14*	0.16*	0.18*	-

* 幸福感と旅行回数の間に、有意な相関関係があることを示している *p<0.05

旅行実施と主観的 幸福感の因果関係探求へ

アンケート調査の結果から、国内観光旅行の実施が、主観的幸福感の高揚に関係していることが示された。しかし、ここで明らかになったのは「相互に関係する」ということにとどまっている。「鶏が先か、卵が先か」ではないが、「旅行をしたから幸せなのか」、あるいは「幸せだから旅行に行くのか」という因果関係までを識別できていない。因果関係を把握するためには、海外の先行研究でも実施されていた「パネル調査」を

採用する等、より緻密な調査を行っていくことが求められる。

また、仮に「旅行をしたから幸せ」なのだとすれば、どのような経験と幸福感が関連するのかわかっても考える必要があるだろう。同行者や旅行先の人々と親密な関係を築くことなのか？ ストレスを解消することなのか？ 歴史・文化に触れることで見識を深めることなのか？ 幸福感につながる旅行のプラス要素については、さまざまな仮説が構築可能である。

なお、今回は筆者の実務上の関心から国内観光旅行を対象としたが、日本人の海外旅行や訪日外国人旅行など、さまざまな旅行タイプについても検証していくことが有用であると考えられる。(とやま まさひさ)

[参考文献]

Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holidaytaking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121.

Nawijn, J. (2011). Happiness Through Vacationing: Just a Temporary Boost or Long-Term Benefits? *Journal of Happiness Studies*, 12, 651-655.

Peterson, C. (2006). *A Primer in Positive Psychology*. Oxford University Press.

島井哲志・大竹恵子・宇津木成介・池見陽・Lybomirsky, S. (2004). 日本版主観的幸福感尺度 (Subjective Happiness Scale: SHS) の信頼性と妥当性の検討 日本公衆衛生雑誌, 51(10), 845-853.

Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1193-1202

財団活動のいま…

今後、調査研究部門が目指す方向

十年後の「22ビジョン」の基で十月からスタートした調査研究部門の新体制発足について、『観光文化』219号の当欄で紹介しました。今号では各部署の責任者が、今後の業務や役割、そして今後目指すことを語ります。

観光政策研究部

役割と今後の方針

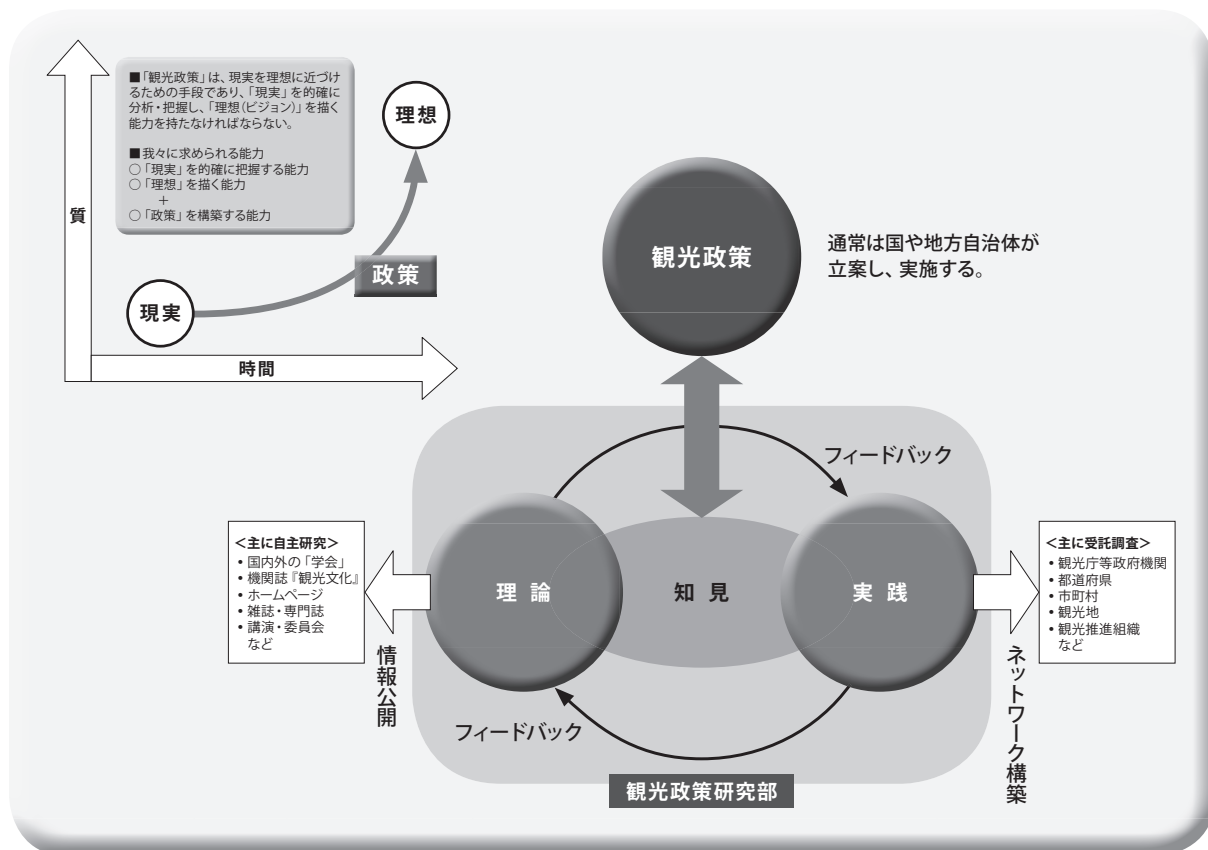
① 観光政策と当部のミッション

われわれのミッションは「観光政策を研究すること」ではありません。そもそも「政策」とは、「現実」を「理想」に近づけるための「手段（ツール）」であり、「観光政策」は「望ましい観光の姿や魅力ある観光地を実現させるための「手段」であると考えています。確かに観光政策はまだ未成熟な研究領域であり、われわれの研究対象であることは間違いないのですが、われわれの真の役割は、「国や地域の観光統計や観光地の実態

分析などを通じて、観光と観光地の「現実」を的確に把握し、そこから「理想」（ビジョン）を描き出して実現に導く一助となること」にあります。

② 政策構築能力の向上に取り組む

これまで、われわれは往々にして「現実の把握」と「理想の提示」にとどまっていたのではないかと認識から、これからは「現実」を的確に把握する能力と「理想」を描く能力に加えて、実現に導くための「政策」を構築する能力の向上に取り



組むことが必要だと考えています。

観光分野の場合、現実を理想に近づける手段としては、政策的なアプローチのほかに、観光関連業界への働きかけや住民参加などのコミュニケーションへの働きかけなど多種多様であり、ケース・バイ・ケースで使い分けていく必要があります。

③「理論」と「実践」の双方から「知見」を抽出し、観光政策に生かす

初めから「理論」があるわけではなく、実践から帰納的に導き出される「理論」が大切です。一方、「実践」といっても現場に入り込むだけでなく、どまるのではなく、そこで得たデータや経験を帰納的に普遍化・体系化し、「知見」として形式知にすることが求められます。われわれは、可能な限り「理論」を「情報公開」し、「実践」のフィールドを国内外に確保しながら、現場とのネットワーク構築を進めていきたいと考えています。

②自ら成功事例を創り出せる能力を持つた専門家集団を目指す

「知恵は現場にあり」……。地域

の優れた取り組みや観光地の現場で起こっている諸課題を常に敏感に察知・分析し、自ら成功事例を創り出せる能力を持つた専門家集団を目指す能力を思います。それに向けた準備として、今年度は部内に「観光政策勉強会」を立ち上げ、自らが置かれている立場（ポジショニング）を

観光文化研究部

今後の取り組み

名称から想起する直感的な組織像は、「ひとびとが観光活動を通して創造した心と振る舞い、社会のありさまの研究に取り組む集団」とでもなるでしょうか。観光文化の研究とは、果てしなく大きなテーマです。友人の学者から、「あなたの部署名は文化の研究だから、何をやってもいいじゃないですか」と声を掛けられました。範疇はんちゆうにこだわらずさまざまなことを勉強べんけんしなさい、理ことわりだけではなく本質を探りなさい、という叱咤しつただと受け止めています。

歴史を振り返り観光文化を回想

理解しつつ、目指すべき方向とミッションの共有化を図っていきます。そして、当部だけの部分最適ではなく、当財団調査研究部門の全体最適を図るため、観光文化研究部、観光研究情報室との連携を強力に進めてまいります。

（理事・観光政策研究部長 梅川智也）

する作業は先送りし、当面は、いま起きていることを注意深く見つめることに集中したいと思います。

まずは観光行為に直接関与する主体ごとに、観光との関わり合い、それによる状態変化を丁寧に調べていきたいと思います。

四つの主体を想定しています。

一つ目は観光客。彼らの意識と行動、そして観光の効用を徹底的に調査します。

二つ目は観光対象となる資源のこ。自然、歴史、郷土景観や生活文化、などを整理し、その価値にも踏

み込みます。

三つ目は観光産業。経営的な側面、マーケティング、地域社会での行動などにも注目します。

四つ目は観光地域の住民について。観光客を迎えることによる意識や暮らしぶりの変化などを探ります。

そして、このような調査を継続していきます。状態を言葉で記述することが重要です。端的な指標を設定して数量的に表現することも検討します。

これらの主体間の関わりが創造する何らかの価値に気づき、その移り変わりをみていくことが、観光文化を追いかけることにつながらないものかと、考えています。

基礎的な研究を続ける一方で、その過程や結果を広くフィードバックすることによって、持続可能な観光環境づくりに関与していきます。

たとえば、観光はときには主体に対してネガティブなインパクトをもたらします。そのことを予見し、回避する手段が必要です。その手段となりうる政策や制度、コミュニケーションなどの研究も行います。具体

策とともに、背後にある基本的な考
え方こそ重要です。やはり、さまざま
まなことを勉強しなければなりま
せん。

当部は、観光文化の探究と実践
を目指す動きのある集団でありたい
と思います。
(理事・観光文化研究部長 寺崎竜雄)

観光研究情報室

「観光研究情報」を鍵に創発的な活動へ

二〇一三年十月、当財団の活動内
容や調査研究成果の積極的な公開
と発信を行うため、「観光研究情報
室」を発足させました。

公益性を一層意識した活動や研究
へと深化させるため、それらの成果
をより広く公開・発信し、観光に関
わる多くの研究者、政策立案者、実
践者の皆さまとコミュニケーション
したいと考えています。

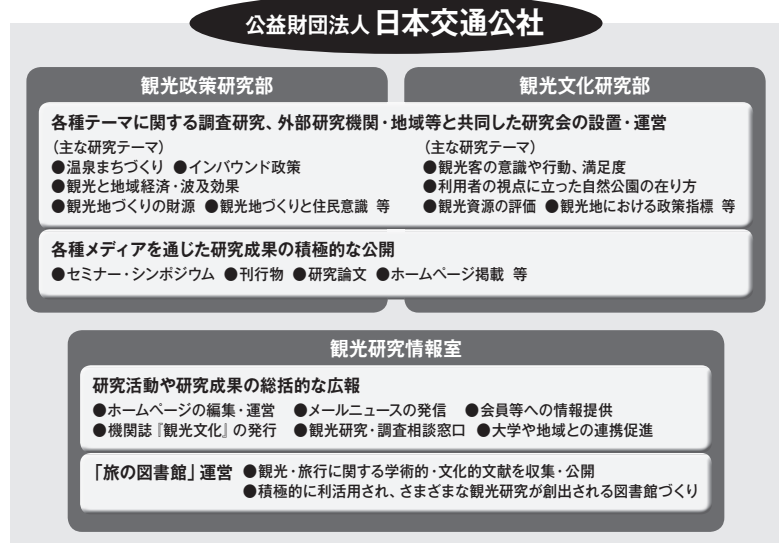
「情報とは、調査結果やデータそ
のものだけではなく、分析、評価
編集された、意味・価値を有するも
の」「人の心を動かし、新たな行動
の動機づけとなる力のある情報が実
践につながる」。

当室発足に向けての内部会議で
はこのような議論をしてきました。

「一方的に公開するだけでなく、
双方向のコミュニケーションが新た
な知見を生む。ご批判いただく覚
悟も時に必要だ」。「情報」も「公開」
も耳慣れた平易な言葉だけに、扱う
姿勢や捉え方が重要だと認識してい
ます。
具体的には大きく次の四点につい
て取り組みたいと考えています。
まず、当財団のホームページや機
関誌・刊行物を情報公開のメディア
として総括的に活用し、研究員の活
動や各種研究会の成果を積極的に
発信していきます。
次に、観光に関する調査研究の相
談窓口を運営し、これまでの活動の
中で得た知見や経験の提供による支
援に努めるとともに、情報受信基地

として社会の諸
課題に関するア
ンテナを高め、
研究員の問題解
決力の向上を図
ります。
さらに、「旅の
図書館」を当室
が一体的に運営
し、これまでの
機能に加えて、
観光に関する学
術的資料の収
集・公開を強化
していきます。
最後に、海外
の研究動向や学
会活動の紹介、
収集した観光研究情報を分析した
レビュー等にも新しく取り組み、国
内外で進む研究の潮流を俯瞰し見
通す、観光研究情報センター機能の
構築を目指していきます。
当室は、観光研究情報をキーワー
ドとして多くの方々とのコミュニ
ケーションを通じた創発的な活動を
展開し、当財団の経営理念である「観

公益財団法人日本交通公社の新たな調査研究体制 (2013年〔平成25年〕10月1日以降)



光を通じた豊かな社会の実現」に向
けて貢献したいと考えています。
日本の観光研究の発展および観
光の現場における実践に役立つこと
が、観光研究情報室の使命であると
認識しています。今後の活動にご期
待ください。

(観光研究情報室長・旅の図書館長

久保田美穂子)



連載 I
あの町この町
第56回

開拓者精神——北海道・森町

ドイツ文学者・エッセイスト

池内 紀
(イラスト―著者)

北海道の森町^{もりまち}を知る人は少ないだろう。「森」のつく町というのと、たいていの人は「森の石松」ゆかりの駿州・秋葉街道の宿場町をいうのではあるまいか。同じ森町でも、こちらは火山の裾野にある港町で、清水の次郎長一家が活躍していたころは、ほんの小さな漁業集落だった。

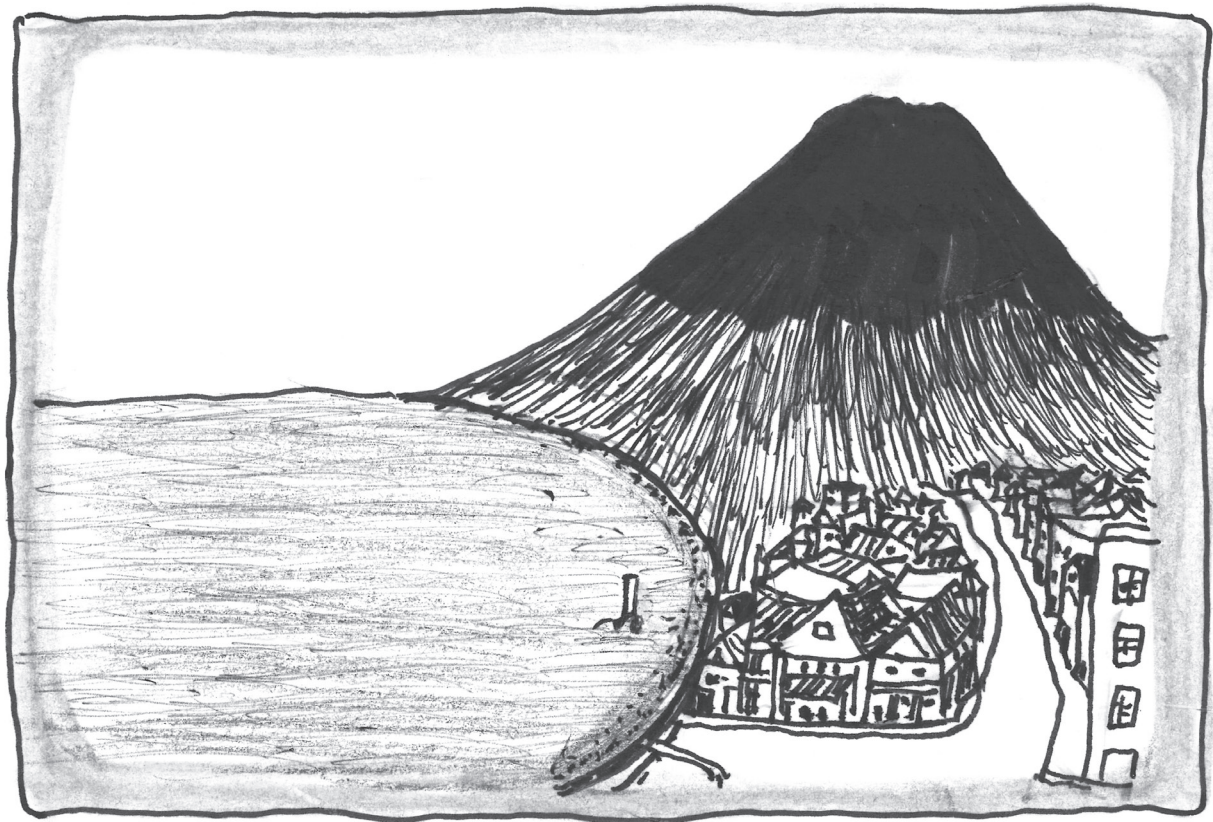
知られることは少ないが、北海道の森町はとてもステキな町である。歩いてたのしい。町のホテルに泊ってもいいし、郊外の濁川^{かわ}温泉に宿をとるのもいい。その湯けむりは温泉客をあたためるだけでなく、冬でもまっ赤なトマトを実らせ、もつともクリーンな電気を生み出している。

JR森駅の駅前広場から海に沿うかたちで、新旧のメインストリートがのびている。海近くが旧の方で、一丁分へだたったのが新である。旧道の駅舎裏手すぐのところに「史跡 森棧橋跡」の標識が見える。正確にいうと棧橋入口であって、あいだに函館本

線の線路が横切り、辺りは駅構内にあたるので、棧橋跡へ行くことはできない。

説明板によると、明治五年（一八七二）、函館―森―室蘭―札幌を結ぶ「札幌本道」の開削が始まり、翌年、森棧橋が完成。脚材を海に打ちこみ、板を渡しただけの簡便なスタイルで、全長二五メートル。栗の木を使用し、そのころ近くの鷲ノ木村で石油が湧出していたので、それを橋脚の防腐剤に用いたという。つづいて函館―森間に船の運航が始まり、漁業集落が急速に港町として発展しはじめた。

札幌本道の完成を待って明治十四年（一八八二）九月、明治天皇が北海道巡幸に訪れ、その際、森棧橋に上陸。当時の森村の全村民が、かしまって天皇を迎えたことだろう。やがて定期船が大型化するとともに函館―室蘭便が開設され、森便は廃止のうきめをみた。明治四十一年（一九〇八）、民間会社が運航を再



森町と駒ヶ岳

開。だが、昭和三年（一九二八）、国鉄函館本線の開通にともない、船便は再び廃止、栈橋は用済みになった。

「現在跡地には、朽ち果てた橋脚材が数十本と明治天皇上陸記念碑が残っています」

森町の歴史のおさらいをしたぐあいであって、栈橋の命運が、そのまま町の盛衰とかかわっていた。

「森は、噴火湾の南端に近い大きな村だが、今にも倒れそうな家ばかりである」（高梨健吉訳）

イギリスの旅行家イザベラ・バードは明治初期の日本を訪れ、克明な記録を残したことで知られている。その『日本奥地紀行』の明治十一年（一八七八）八月のくだり、馬で函館を発ち、札幌本道を通って森村に着いた。途中の記述からわかるのだが、本道とはいえ駒ヶ岳の西の森林を抜けるあいだ、みすばらしい茶屋があるだけで、道路に「五匹の大きな蛇がとぐろを巻いていた」らしいのだ。

おりしも森は定期船の運航が始まって六年目、「今にも倒れそうな家ばかり」が、にわか景気であわただしくつくられた町並みをつたえている。つづいて「たくさんの女郎屋があり、いかがわしい人間が多い」。

明治天皇が訪れたのは三年後のことで、栈橋からまっすぐの道の正面の宿に入った。現在のうっそうとした古木からも推測がつくが、当地きつての旅館であって、バード女史もそこに泊ったのだろう。「私はこの宿屋が気に入っている」。そのころは見晴らしがよかったようで、眼下の海、かなたの駒ヶ岳、栈橋がよく見えた。新興港町には一山狙いがワンサと出入りしており、朝の二時

まで芸者をあげて歌ったり、踊ったりの大騒ぎ。それでも名のとおり「鳥」のように自由なイギリス女性は、北海道の初秋の美しいことを正確に見てとっている。空気が澄んでいて涼しく、すでに紅葉が始まっていた。

翌朝、「汽船だよう」の声にとび起き、棧橋へ急いだ。ちっぽけな蒸気船で、ゼイゼイあえぐように港を出ていく。おりしも駒ヶ岳は火山活動のさなかで、二十年あまり前の安政三年（二八五六）に噴火したばかりだった。昭和四年（一九二九）の大噴火では海沿いの砂原集落が荒廃した。イザベラ・バードが室蘭へ去った朝にも、しきりに噴煙を上げていたのだろう、舞い落ちる「赤い灰」がキラキラ輝いていたという。一帯が火山灰の土地であり、港としてはつねに函館や室蘭に利をさらわれていたことがうかがえる。

そんなことを思いながら森町の新しいメインストリートに入ると、目を丸くする。おシャレなブティック、明るい薬局、モダンな写真館、いかにも老舗の種苗店……。かなりの長さの通りの両側をズラリと味のある店が占めているのだ。おおかたの地方都市ではカンコ鳥が鳴き、商店街がシャッター街と化したなかで、この晴れやかな賑わいは、いったいどうしたことだろう？

両側の歩道が広くとってあって、店のまん前で駐車できる。店ごとにファサード（正面）の工夫がこらしてあって、デザインと飾り文字がたのしい。どれといわずケバケバしいのはなく淡い色合いに統一してあって、通り全体が落ち着いた雰囲気をつくっている。そのうち気がついたが、正面の壁のどこかに1926・1938・1956という四ケタの数字が見える。どうやらそれが店の始まりの

年であることがわかってきた。メインストリートに移ったのは新しくて、開業そのものは古い店がある。さすがにバード女史のころからのケースはなさそうだが、明治の世にはじまるのもまじっている。同じアラビア数字で標示して、「創業明治〇〇年」などと、これ見よがしにうたわなないところがおくゆかしい。

通りが二手に分かれて商店街が尽きた。一方は海に沿って、他方は山手に入り、ともに駒ヶ岳を迂回していく。山手へ向かう坂の途中に町役場があつて、筋向かいにレストランが見えた。白いカーテン、工夫のあるメニュー、白いクロステーブル、小さな飾り絵、どれといわずエレガントで、自分がいまどこにいるのか、頬をつねりたくなった。花の銀座、パリの横丁、いや、北海道森町だった。

品のいい女主人に、それとなく町の通りのことをたずねると、新しい町づくりにはイタリアのナポリが手本になったそうだ。湾の向こうに火山ヴェスヴィアスを望むナポリは、港をはさんで駒ヶ岳を望む森町とよく似ている。通りの店は、色、デザインすべて町づくり協議会の検討を受けている。やっとここまでできたという。

「いい感じの通りになりましたね」

「ええ、まあ」と、女主人は言葉少なにはほえんだ。

町が火山灰の土地であることはバード女史の記述からもわかるが、早くから土地改良にとりくみ、痩せ地に強い豆類を手はじめにして、ジャガイモ、アスパラガス、果実の生産地につくり変えたし、火山灰を軽石ブロックに活用する方法もあみ出した。マイナスをプラスに変えたわけだ。

漁はスケトウダラ、サバ、コンブが主体だったが、温暖化の影



北海道電力森地熱発電所の蒸気生産設備

響で魚影が急に变化する。そのつど新しい漁場や養殖法を開拓してきた。駅前広場に面して商工会館があって、正面の看板に絵入りで産物が明示してある。駅舎と隣合って商工会館を据える発想がおもしろい。

広場をさみ駅の向かいに、おもわず「オッ」といいたくなくようなホテルがある。外観、入口、フロントのつくりなど、パリ郊外のプチ・ホテルとそっくり。前に佇んでいて、ふと思った。鍵を受けとり、まだ明るい部屋に入り、シャワーをあびて、ベッドに寝ころがる——またまた自分の居場所を忘れそうになるだろう。

森町濁川は海沿いを北西に進み、左に折れこんで山に入っていると忽然とあらわれる。気がつくとき、かなりの広さの盆地に走りこんでいる。まるでキツネにつままれたようなのだ。ぐるりは衝立のような山並みで、中にお盆のような平地がある。

濁川神社の開拓百年記念碑によってわかるのだが、明治三十年（一八九七）、長野出身の大場又二郎率いる開拓団が入植した。「熊吠え、鬱蒼たる熊笹、昼なお暗い原始林」とあるが、開拓期の北海道そのままの姿だったのだろう。リーダー又二郎は土地の特色をきちんと調べていたにちがいない。四方の山並みが風を遮り、陽差しと水に恵まれている。開拓地として、これ以上の条件があるだろうか。さらに判明したところだが、地下に豊かな湯脈があり、お湯がコンコンと湧いて出る。湧水が濁っているところから「濁川」と命名されたが、その濁りが地中の資源の先触れだった。開拓初期の北海道の米づくりは、どこも冷害に苦しめられたが、湯脈の土地は土があたたかいのだ。濁川はやがて「稲穂揺れ地熱と

いで湯の里」の名をいただいた。

稲穂といで湯はいいとして「地熱」とは何だろうか？ 温泉街を抜けると広い田をはさみ、山裾に何本か白い煙突が出ていて、勢いよく白い蒸気を吹き上げている。目を転じると、山の中腹にポツリと四角い建物がのぞき、同じく蒸気を吹き上げている。北海道電力森地熱発電所であって、出力五万kW（キロワット）。全国でも有数の発電力を誇っている（現在は二万五千kW）。

ちなみに日本の地熱発電の歴史を見ていくと、フシギなことに気がつく。昭和四十一年（一九六六）に岩手県の松川で最初の発電所がつくられてより、電力量は順調にのびていく。一九七三年の第一次石油危機、七八年の第二次石油危機に際しては通産省（当時）が音頭をとって新エネルギー開発「サンシャイン計画」を発足させた。つぎつぎと開発計画が整備され、地熱発電電力は飛躍的に増大した。

ところが一九九六年以後、認可出力は約五二〇MW（メガワット）に定められたきり増加をみず、翌年、地熱発電は国の新エネルギー枠から除外され、以後、発電量はゆるやかに減少をつづける。理由はいうまでもないだろう。国のエネルギー政策が原子力発電に一本化され、地熱発電は見捨てられた。

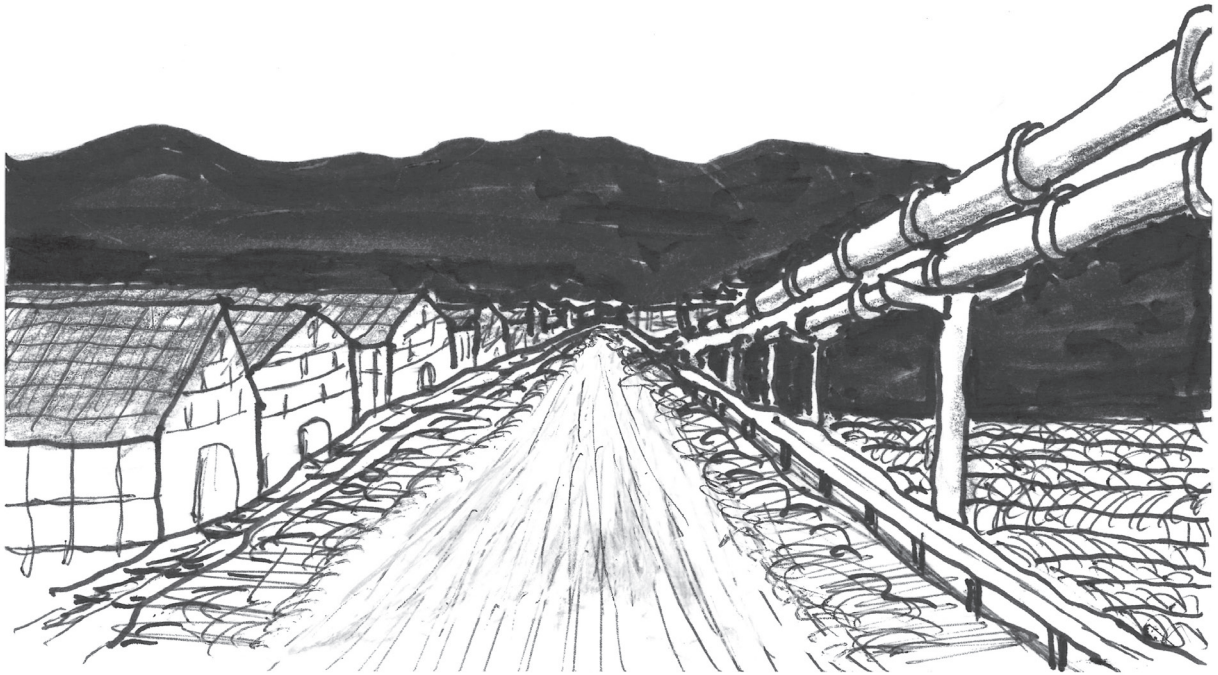
現在、日本で稼働している地熱発電所は十七ユニット、総数二十。これだけでも年間発電電力量は二十八億kWに及んでいる（『温泉の百科事典』丸善出版）。日本は世界有数の温泉大国であって、ゆたかな地熱資源に恵まれている。しかもこれは二酸化炭素を出さず、きわめてクリーンな発電なのだ。ドイツは段ちがいに温泉は少ないが、脱原発を決定したあと、大々的に地熱発電に

とりこんでいる。

これだけの温泉大国でありながら、現在まで地熱発電所のあるのが全国にわずか十七ということからもわかるように、日本ではこの分野が進まなかった。発電の適地は温泉地であって、土地の利害とぶつかる。計画がもち上がると、きつと温泉関係者が反対の声をあげる。温泉地のイメージがこわれる上に、熱水を発電にとられると温泉が枯渇（こわ）しかねないというのだ。地熱資源と温泉資源を分けて考えており、つねに温泉資源が優先してきた。

しかし、もともと両者は同じものであって、分ける必要は少しもない。現に世界的には区分して考えていないのだ。地下の熱水の採取量の問題であって、地下の貯留層から熱水の採取が供給ベースを上まわらなければ何の影響もない。半世紀に及ぶ日本の地熱発電のデータからも、発電が温泉に影響した事例は一件もなく（同『温泉の百科事典』）、枯渇したのは、もともと湯脈が尽きていたのか、旅館の大型化による熱水のとりすぎにかざられている。

だが、温泉町における温泉関係者の発言は強いのだ。旅館主が町議員のケースも少なくない。地熱発電計画は審議にかかる先に門前払いをされてきた。その点、森町の決断は原野を切りひらいた開拓団とよく似ている。第一世代は原野を田畑に変えた。第二世代は地下資源を財源に変えた。濁川の盆地の半分は米をつくり、もう半分は栽培トマトの畑になっている。山裾で熱水と蒸気を分離し、熱水は温泉に、蒸気は山腹の発電所と広大なトマト畑へ送られている。ほんの一時間ばかりの散歩中、荷台にもぎ立てのトマトを載せた軽トラを何台見たことだろう。コマねずみのように走って、神社前のホクレンの倉庫へ運びこむ。



濁川の蒸気パイプとトマトハウス

フクシマの重大事故のあと、地熱発電が再び脚光をあびている。温泉地が毛嫌いする時代ではないのではなからうか。この間にも発電技術が大きく進み、新しい方式だと旧来のような大がかりな工事が不要になった。温泉地の旅館によっては、所有の源泉で発電して、宿の電気すべてをまかなっているところもあるのだ。あまりあまる湯を流しっぱなしは、あまりにもったいない。熱水による栽培野菜は雇用を生み出し、それがまた町の金庫をうるおすはずだろう。現に森町のトマトは、東京郊外のわが町のスーパーにも、まっ赤な顔をのぞかせている。

発電所が温泉町のイメージを損うだろうか。濁川の温泉客の見たいもののナンバーが発電所なのだ。私もまた宿の主人に教えられて、整備された山道をトコトコと歩いていった。建屋と大きな塔など、外観は写真で見た原発と似ている。エネルギー源がちがうだけで発電の仕組みは同じである。ただ地熱蒸気は原子力とちがいで、処理不能の核燃料も、放射能汚水も残さない。発電用のタービンを回すと、温泉の湯けむりと同じく、ワヤワヤと空に消えていく。

町にもどり、列車の時間待ちのあいだ海沿いに出た。浜から少しはなれた海中に石柱が立っている。茶ばんだ台石の上に白いのがスックとのびている。栈橋跡の説明板のいう明治天皇の上陸記念碑にちがいない。前方の浜に人かげ一つなく、空が途方もなく広い。振り返ると雄大な火の山。遅まきながら、ここには開拓者魂を育てるのに欠かせない一つ、とびきり美しい自然がそなわっていることに気がついた。

(いけうち おやち)



連載Ⅱ
ホスピタリティーの
手触り 77

東京五輪の「おもてなし」

旅行作家 山口 由美

振り返るべきは、ホスピタリティーの心意気

二〇二〇年の東京オリンピック・パラリンピック開催が決定した。

前回の立候補の時、全く国民の支持が得られず、今さらオリンピックなんて、と冷めた反応だったのがうそのように、地球の裏側からもたらされたニュースは、多くの日本人に歓喜をもって受け止められた。

一九六四年に続き、二回目の五輪となる東京。三回開催したロンドン、二回開催したアテネ、パリ、ロサンゼルスに続き、数少ない複数回の五輪を経験する都市となる。

世界から絶賛された高円宮久子妃のスピーチから始まった最終プレゼンテーションにおいて注目を集めたキーワードが、滝川クリステルが印象的なゼスチャーとともに発した「お・も・て・な・し」だった。

東京五輪の開催決定は、アベノミクスを追い風とする日本経済の明るい話題として受け止められた。特に流行語となった感さえある「おもてなし」のキーワードは、ホスピタリティー産業に携わる人たちを浮き立たせたのではないだろうか。

一九六四年の東京五輪では、多くのホテルが開業した。六二年開業のホテルオークラ、六三年開業の東京ヒルトンホテル（キャピトル東急ホ

テルの前身）、六四年のホテルニューオータニと東京プリンスホテルなど。いわゆる「第一次ホテルブーム」である。

ホスピタリティー産業が浮き立っている背景には、あの時代の再来を期待する気持ちがあるのだろう。実際、「第一次ホテルブーム」を彩ったホテルオークラや東京プリンスホテルでは、今回の決定を受けて、建て替え計画が検討されていると聞く。

六四年の東京五輪は、まさに戦後復興からの象徴であった。今回も震災復興ということで、それと並列的に位置づける人たちもいる。しかし、東北で五輪が開催されるのならいざ知らず、東京は震災で直接的な被害を受けて一面の荒野になってしまったわけではない。経済が活況になるのは喜ばしいことであり、五輪を機に老朽化した施設を新しくすることは必要だろうが、先進国の成熟した首都となった東京でホスピタリティー産業に求められているのは、そうしたゼネコンの開発だけではないはずだ。

私にとつての六四年の東京五輪の記憶は、父からよく聞かされた「オリンピック選手村給食業務準備委員会」の話だった。

『帝国ホテル百年史』をひもとくと「オリンピック東京大会組織委員会からの要請を受けた日本ホテル協会は、昭和三十八年（一九六三年）

三月二十五日の春季総会で、『採算を度外視し、日本の食事とサービスに汚点を残さぬよう全力をあげて』選手村の給食事業に取り組みことを確認した」との記述がある。

だが、子供の私は、日本の一大イベントであった東京五輪に父が関わっていたとは、にわかには信じ難く思っていた。それが本当のことだと知って驚いたのは、ある日、わが家の本棚で見つけたオリンピック選手村用のレシピ集だった。そこには世界各国の珍しい料理が写真と共に並んでいた。

今回の東京五輪決定を受けて、奇しくもテレビのワイドショーでそのレシピ集が取り上げられていた。ある地方の料理学校に保存されていたものだという。その昔、私が本棚で見つけた、まさにそれだった。

あらためて『帝国ホテル百年史』をめくると、確かに山口祐司と父の



選手村スタッフ用に用意された『ポケット通訳』



開会式でのスナップと制服姿の父

名前がある。年配の役員職が並ぶ委員の中で、富士屋ホテル広報課という肩書の、二十九歳の父は最年少だった。祖父は、ホテルの後継者として期待して、娘婿の父を委員に送り込んだのだろう。

私は、あのレシピ集をもう一度探した。だが、見つからず、その代わりに出てきたのが、委員の制服だろうか、日の丸が付いたユニフォームに身を包み、緊張の面持ちで立つ父のスナップと選手村のスタッフ用に編集された『ポケット通訳』という小冊子である。

表紙をめくると、英語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語の五カ国語会話が記されている。何とも印象的だったのは、「待つように頼む」「感謝」「お詫び」「人をほめる」などの、ホスピタリティー的な表現が充実していることだった。

例えば「待つように頼む」には「少々お待ちください」「ちょっと失礼いたします」「すぐ参りますから」「長くかかりませんから」「すぐに戻りますから」「お待たせしてすみません」と続き、「感謝」には、「ありがとうございます」「ご親切にありがとうございます」「お助けいただきありがとうございます」「どういたしまして」「いいですとも」「どうぞ気になさらないでください」「お助けできてうれしかったです」とある。

ほんの小さな小冊子に、不要不急のこんな表現があふれている。当時は、今のように「おもてなし」なんてキーワードが声高に言われることもなかったに違いない。それでも当然のこととして、彼らは誠心誠意の「おもてなし」を実行していたのである。

今、再びの東京五輪で振り返るべきは、開業ラッシュに沸いたホテルブームのことばかりでなく、こうしたホスピタリティーの心意気なのではないだろうか。

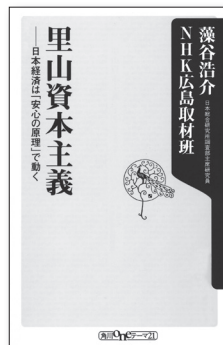
(やまぐち ゆみ)



A5判 140ページ
定価 940円
早稲田大学出版部

「気仙沼へ行こうよ」から「気仙沼で会おうよ」へと、新しいツアーリズム構築の必要性にたどり着いた学生たちの思いも記されている。大震災から立ち直ろうとする人々の営みや支援活動、それらを支える研究の中に新たな知の誕生を探索し、リアルタイムで社会に提供するシリーズの今後に期待したい。(挑全)

本書『ともに創る！ まちの新しい未来』（早田幸・加藤基樹・沼田真一・阿部俊彦編著、早稲田大学出版部）は、早稲田大学が二〇二二年度に「J A 共済寄付講座」として設置した特別講義「震災復興のまちづくり」の講義録だ。早大では東日本大震災後、復興研究拠点の設立やボランティアの派遣をはじめ、多くの研究や支援プロジェクトが活発に展開されてきている。知識の創造・普及・保存という大学の使命の一端を担おうと発刊が開始された『早稲田大学ブックレット』〈震災後に考える〉シリーズの一冊では、復興塾と呼ばれた特別講義の観光班における取り組みで、「気仙沼へ行こうよ」から「気仙沼で会おうよ」へと、新しいツアーリズム構築の必



新書判 308ページ
定価 781円
角川書店

「縮小」に見えても、地域レベルでは「里山経済の活性化」という現象が、地域振興におけるマネー資本主義との決別と里山資本主義へのシフトという、コベルニクスの転回の重要性を教えてくれる。

高度成長期以降の地域振興における「三種の神器」は、高速交通インフラ整備・工場団地造成・観光振興だった。しかし、この三種の神器をもってしても、「まったく発展しなかった」地域は少なくない。最近になって、先祖が里山に営々と築いてきた暮らしに新しい価値を付加することで、「前近代からの資産」を、21世紀の資産として復活させるケースも出てきた。過疎・高齢化が進む周防大島では、身近な果樹を原料とするジャム専門店が海の見える場所に開業。併設したカフェには、山口市や広島市からジャム目当ての客が大勢やってくる。本書『里山資本主義』（藻谷浩介・NHK広島取材班著、角川書店）は、全国レベルでは「マネー経済の縮小」に見えても、地域レベルでは「里山経済の活性化」という現象が、地域振興におけるマネー資本主義との決別と里山資本主義へのシフトという、コベルニクスの転回の重要性を教えてくれる。

新着図書紹介

利用状況

ベストリーダー（2013年8月～2013年10月）

当図書館への来館者によく閲覧されている本を紹介。

【旅行ガイドブック部門】

海外旅行では、

- ・『地球の歩き方オーストラリア2013-2014』（ダイヤモンド・ビッグ社）
- ・『るるぶバリ2013』（JTBパブリッシング）
- ・『地球の歩き方パリ&近郊の町2013-2014』（ダイヤモンド・ビッグ社）

国内旅行では、

- ・『るるぶ青森 弘前 奥入瀬 白神山地2013』（JTBパブリッシング）

【一般読み物部門】

- ・『JTBLレポート 2013 日本人海外旅行のすべて』（JTB総合研究所）
- ・『観光ビジネス未来白書 2013年版』（加藤弘治著、同友館）
- ・『旅行者動向2012-国内旅行マーケットの実態と旅行者の志向』（公益財団法人日本交通公社）

館長のつぶやき

「グルメ旅行で、行ってみたい場所はどこですか」。当財団が毎年実施している旅行者動向調査。行き先を答えてほしいのに「カニ」という回答が多いのに驚く。「カニ」はいつから旅行の「目的地」になったのか？そこで「旅の図書館」でデジタル公開している「旅」のバックナンバーから「カニ」特集を検索する。1960年2月号が最も古い。ただし手書き挿絵のエビ・カニ図鑑のような読み物「冬の海幸 エビとカニのすべて」。これが80～90年代、みるみる冬の旅特集の定番と化していく様がよく分かった。

10月より旅の図書館長と観光研究情報室長を兼務することになりました。(久保田)

特別展示のご案内

なぜ人は旅をするのか？

2014年1月6日(月)～2014年2月28日(金)

本展では、「なぜ人は旅をするのか？」という問いかけをキーワードに、観光心理学に関する専門書や旅の歴史に関する国内外の図書等を展示いたします。

近年、旅行者の心理や行動を科学的に解明しようとする試みが注目されています。

日常生活から解放されたい、楽しい時間を過ごしたい、家族や友人と一緒に時間を楽しみたい、新しいことを知りたいなど、人間の欲求から旅の動機を考える研究や、旅行経験と動機の関係などについての探究が進んでいます。旅人の“ころ”を知ることは、人の生きがいや幸福感につながる“観光”を考える出発点となるでしょう。

旅の歴史から「どのような旅をしてきたのか」を振り返ることも、現代の私たちの旅への動機や行動を理解し、その上で観光の未来を考えるための多くの示唆を与えてくれるはずです。

ぜひ多くの方に当館を訪れていただきたいと思います。

*詳細は、ホームページ<http://www.jtb.or.jp/>へ、「旅の図書館特別展示」で検索

Market Insight 2013

日本人海外旅行市場の動向 最新刊
日本人海外旅行マーケットの構造的な変化とその要因を詳細に解説したレポート。二〇一二年の最新市場動向をカバール。当財団の独自調査を基に、変化の下に働く中・長期的ダイナミズムを明確に解説。日本語版、英語版あり。二〇一三年七月発行。



旅行年報 2013 最新刊

直近一年間の旅行・観光市場にまつわるあらゆる出来事について、数多くのデータ・資料を基に分析。日本人の国内・海外旅行、外国人の訪日旅行、観光産業、国内観光地、観光政策など、さまざまな角度から旅行・観光市場の現状を一望できる一冊。二〇一三年十月発行。



旅行者動向 2013 最新刊

最新の旅行の実態や旅行者の意識に関する全国アンケート調査結果を、当財団独自のさまざまな切り口で分析。グラフや図表を多用して分かりやすく解説。政策立案や事業展開などに幅広く活用できるマーケティングデータ集。二〇一三年十月発行。



観光地経営の視点と実践 最新刊

観光地の持続的発展にとつて、今や「観光地を経営する」という地域マネジメントの考え方が重要。本テキストは、既存観光地の現場で日々努力し、活躍されている方々が主な対象。「観光地経営」を「一定の方針（ビジョン）」に基づいて、観光地を構成するさまざまな経営資源、推進主体をマネジメントするための一連の組織的活動」と定義し、八つの視点と十の実践例について、その考え方や展開手法を解説。当財団調査研究専門機関化五〇周年記念事業の一環として発刊。二〇一三年十二月発行（丸善出版）。



※当財団出版物のご注文はホームページからお願ひします。
担当：公益財団法人日本交通公社 観光研究情報室
電話 03-5225-6073 <http://www.jtb.or.jp>

次号予告

●観光は、多様な学問領域とつながりを持った研究分野です。近年は国際化の流れのなかで、世界中の研究者が知見を交換し、積み上げ、新しい複合的な学術分野を創造していくようになってきました。次号では、当財団が実施してきた自主研究の成果等を交えながら、国際的な視野から経済、地域計画、交通運輸、マーケティング、造園学や地理学といった学問領域と観光との関わりについて紹介いたします。さらに海外における観光研究の知見の移入や適用、日本からの発信手法や今後の観光研究の方向性についての提言を試みます。

当財団からのお知らせ

「2013年度シンポジウム・セミナーのスケジュール」

●平成二十五年 観光実践講座

「オンパクに学ぶ、観光まちづくりの理論と実践」

↳ 持続可能な観光地づくりのために(仮)

二〇一四年二月二十日(木)～二十一日(金)

会場：当財団大会議室(朝日生命大手町ビル17階)

今年度は、二〇一二年に別府市で誕生し、その後、全国約四十カ所で開催されるなど、広がりを見せている「オンパク」に改めて着目します。オンパクの仕掛け人である、般社団法人ジャパンオンパク 鶴田浩一郎氏、野上泰生氏の講義、当財団独自調査の結果を通して、オンパクの総括を試みます。また、鶴田氏、野上氏に加えて、地域でのオンパク実践者、受講者間の意見交換を通して、持続可能な観光地づくりのヒントを学びます。

最新情報詳細については、準備ができ次第、ホームページのインフォメーションでご案内させていただきます。当財団ホームページ URL: <http://www.jtb.or.jp>

「研究員コラムの紹介」(二〇一三年九月～二〇一三年十一月)

行く先々で見て触れて、そして地元の人たちと語り、感じたこと。世相のなかに見た観光の未来像など、各研究員が独自の経験と視点を基にして、ホットな雑感を綴ります。当財団ホームページ「研究員コラム」に掲載した三カ月分をご紹介します。

- 198 一人でも独りじゃない入旅 (久保田美穂子)
- 199 自然ガイドと歩く尾瀬 (中野文彦)
- 200 観光分野の国際協力を考える (石黒佑介)
- 201 安心・安全・快適な宿泊のための情報提供とは? (柿島あかね)
- 202 FITマーケットの可能性 (塩谷英生)

当財団ホームページURL <http://www.jtb.or.jp> 研究員コラム一覧で検索

編集後記

◆当財団は九六三年(昭和三十八年)に旅行・観光分野における調査研究専門機関となり、それから十三年後の一九七六年(昭和五十年)に機関誌「観光文化」を創刊しました。三十八年の時を経て、この220号が五〇周年記念号となります。

◆目まぐるしく変化する世界で日本が置かれた経済的・社会的な環境のなか旅行・観光分野という切り口で特集テーマを取り上げ、各界の皆様からのご寄稿や財団研究員の原稿等を掲載して発行してきました。二〇一二年十月発行の215号以降は、当財団が調査研究活動として取り組んでいる研究テーマから、研究員が特集を企画して誌面を作り上げてきています。

◆二〇一二年四月に公益財団法人に移行して、理論と実践とのバランスを保ちながら調査研究活動を通じて社会に貢献することを目指しています。今号へのご寄稿者の皆様の熱いメッセージから、当財団活動への期待が高いことを改めて知ることができました。同時に、当財団からの発信機能としての役割の重要性をも認識する機会となりました。

◆当財団の研究員が多様なカウンターパートの方々や協働し、あるいは自主的に研究して得られる経験や知見に基づいて考察を進めていきます。それらを誌面上で展開し広く発信していくこと、そして世に問うていくことがこれからも小誌の使命です。今後とも「観光文化」のコンテンツにご期待いただき、「愛読のほっとろしくお願ひいたします。」 (片桐)

観光文化編集室メールアドレス: kankouunka@jtb.or.jp



Cover Story

雨はやがてみぞれに変わり、翌早朝、目覚めると白銀の世界を演出していた。木曾路の妻籠宿は江戸時代の風情を色濃く残しているだけに雪景色が一番、美しくすがすがしい。

(Photo and Words by 樋口健二)

機関誌

観光文化 第220号

第38巻1号通巻第220号

発行日：2014年1月10日



発行所：公益財団法人 日本交通公社
東京都千代田区大手町2-6-1
朝日生命大手町ビル17F
〒100-0004 ☎03-5255-6071
<http://www.jtb.or.jp>

編集室：東京都千代田区大手町2-6-1
朝日生命大手町ビル17F 観光研究情報室内
〒100-0004 ☎03-5255-6090
<http://www.jtb.or.jp/publishing/>
kankoubunka@jtb.or.jp

編集人：片桐美德

発行人：志賀典人



制作・印刷：株式会社 REGION

禁無断転載

ISSN 0385-5554