

「につぼん百名山」というテレビ番組(NHK)がある。地元  
のガイドが「泊」一日程度の行程で山の見どころを案内してくれ  
る。時々、趣味の延長線上で山小屋の管理を引き受けている  
山好きも登場する。彼らは日本の山の美しさを自分のことと  
して喜んでいる。本格的な山歩きが難しくなった私も、番組  
を見て自然が豊かな日本を誇りに思うことができる。「につぼ  
ん百名山」という番組自体は、どの程度の観光客が見込めるか  
といったビジネスには無関心である。

観光学で、「観光資源」とは開発され観光業の商品となるこ  
とが期待されるものとの解釈がある。同定義に従えば、観光  
客に評価されなければ観光資源として価値はないことになる。  
この捉え方は、入込客数の減ってきた観光地で観光業に携わ  
る方の思いに近いかもしれない。余裕のある観光地なら、持  
続可能な観光を唱え将来の観光客にも評価してもらえよう  
に、観光資源の保全に配慮するかもしれない。しかし、この  
場合も観光ビジネスモデルの変化は想定されておらず、観光  
地は将来にわたって同じやり方で観光業を営めることに関心  
がある。

人は地球に少なくともあと数千年は存在し続けるはずだが、  
将来の世代も観光のような行動はとるであろうし、現在の観  
光業のような観光支援サービスも存在するはずである。た  
だ、余暇の過ごし方、利用可能な交通・情報通信手段などが  
違うので、観光ビジネスモデルは今とは違うはずである。直

## 後世に残したい美しき日本

根本 敏則

一橋大学大学院商学研究科教授

近でもインターネット普及の前と後では観光ビジネスモデルは  
変わってきた。さらに、百年で上場企業のほとんどが入れ替  
わると言われている。ということは、観光ビジネスモデルも変  
化していく中で、現在の観光業の都合で観光資源の価値を決  
めてしまうことには問題がありそうである。

観光資源を捉え直す上で、環境経済学で提唱されている「間  
接利用価値」「遺贈価値」が参考になる。間接利用価値とは他  
者の直接利用をテレビ番組、写真集などで間接的に追体験す  
る楽しさを指し、遺贈価値とは将来の世代が直接利用して得  
られるであろう満足感を指す。環境経済学は現代世代の直接  
利用価値だけで環境を評価することが過小評価になると警告  
する。

遺贈価値の高い観光資源としては、現在は交通が不便で近  
づけない資源、将来解明されたら興味深いであろう自然のメ  
カニズムや文化の由来を持つ資源が含まれるであろう。例え  
ば、交通が不便な南米ギアナ高地には新種の生物が多数生息  
しているという。また、オホーツク海沿岸の流水の下で繰り広  
げられる生物食物連鎖の不思議、弘前城で見栄えを犠牲にし  
て桜の古木を残そうとする樹木医の美意識を知ることにより、  
それら観光資源はさらなる価値が付加されてより輝きを増す。  
『美しき日本』にも遺贈価値の高い観光資源がたくさん存  
在している。

(ねもと としのり)