

# 観光研究の現状と今後の方向性への提言

公益財団法人日本交通公社  
観光文化研究部次長・主席研究員

山田 雄一

今の日本において、観光旅行をしたことがないという人は、まず、いないだろう。また、「今後、やってみたいこと」といった嗜好調査において観光旅行は、上位を占めることも多い。

さらに、多くの地域で観光を手段とした地域振興に注目するようになってきている。「観光」という活動が、多くの人にとって身近な存在であり、

関心の高い活動であるということをご否定する人は少ないだろう。

しかしながら、「観光とは何か」という問いに端的に回答することは難しい。多くの人々が経験し、欲している活動であるにもかかわらず、それが何なのかという質問に答えることが難しいのが「観光」である。こうした「矛盾」は、「観光」が多面性を持った概念であるためと考えるのと分かりやすいのではないだろうか。

## 三つの軸による観光の捉え方

物事を捉える際の軸は三つ挙げられる(図1)。それは、

- 視座 (どの立場から見るのか)
  - 視野 (どの範囲を見るのか/検討対象とするのか)
  - 視点 (視野のなかで、どこに注目するのか)
- の三つである。

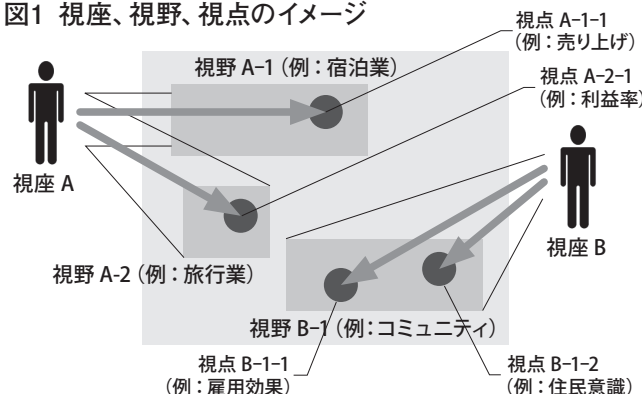
### 視座

観光に対する視座は、観光客、宿泊事業者、旅行会社、または住民や行政など、多岐にわたる。こうし

た視座の違いは、一つの観光事象の解釈を大きく変化させ得る。

例えば、「観光客数が増大している」という場合、肯定的に解釈する視座が一般的であるだろう。ただ、住民の視座に立てば「平穏な生活が脅かされる」と否定的に解釈することもあるだろうし、また、観光客の一部の視座に立てば「私だけが知っている地域だったのに、騒がしくなってしまった」という解釈も出てくるであろう。

図1 視座、視野、視点のイメージ



### 視野

視野についても同様である。観光客数増を肯定的に捉える視座であっても、観光客数だけに注目するのか、消費単価や満足度、リピーター率などまで広げてみるのかによって、または、ゴミ問題や交通渋滞といった観光による悪影響まで広げるのかによって、観光客数の捉え方は変わってくる。

### 視点

多様な側面から設定された視座、視野のなかで何に注目するのが視点である。例えば、観光客数増を肯定的に捉える視座であっても、視野を広げ、その視点を消費単価に当てた場合、消費単価が低下していれば、観光客数増を否定的に捉える立場へと転化し得る。

### 見方によって変容する観光

このように観光は、多様な関連主体がもたらすさまざまな視座、際限がないのではないかとも思える視野、それらもたらす多様な視点をもった概念を持っている。

言い方を換えれば、「事実 (Fact)」

は一つだが、視座の異なる人々や組織の（視座となる人々や組織の）主観によって、それぞれがそれぞれの「真実（Truth）」を持っているのが、観光である。

## 学術研究としての観光研究とは

こうしたなかで、学術的な研究対象として「観光」をとらえるということは、どういう意味を持っている、どのような位置づけとなるのだろうか。まず、学術的な研究とは何かというものを整理したい。

学術的な研究の本質は、自然、人間、社会といった現象の真理や基本原理の発見を目指すことにある。つまり、事実を見つける活動が学術研究である。われわれが、義務教育や高等教育において習得してきた知識や技術は、こうした学術研究の成果として整理、体系化されたものである。学校の教育課程は主観（真実）ではなく事実が整理されているために、どこの学校、どの教師でも、同

じことを習得できるのである。

観光を学術的な研究対象とするということは視座、視野、視点による多様だが主観的な解釈、認識から、そのなかにある観光の真理を明らかにしていくということである。

### 巻頭言から

こうした研究の流れを、巻頭言で示したジザム氏は、四段階に分けて示している。

すなわち、経験に基づいた語り部から、事象分析のプロファイラー、他の学問領域で得られた知見の適用と展開を行うコピーキャット、そして、他の学問領域にも通用する普遍的な知見としていくイノベーターという流れである。

これは、学術研究が、主観的なものから客観的なものへと転化していく流れを示しているが、中でも観光の研究の特徴を示しているのが、三段階目のコピーキャットではないだろうか。

### 特集から

前述したように、観光は多様な視座、視野、視点に基づいた多様な

様相を持ち、観光とは異なる学問領域のほうが主体となる部分も少ない。

例えば、外山研究員の稿が示すように、観光客の維持増大を目的とした観光地に対する顧客満足度（CS）やロイヤルティという視点は、汎用（はんよう）の消費者心理研究の知見に視座、視野の多くを依存している。言い方を換えれば、観光地に対するCSやロイヤルティの研究は消費者行動研究の一分野でもある。

愛甲氏の自然環境、清水氏の交通土木、直井氏の都市工学も同様の構造を持つ。観光以外の研究領域から観光を考えることで、新しい視座と視野が設定され、それが研究を進展させる原動力の一つとなっているということが観光の研究の特徴である。

### 関連学問領域の地域性

こうした観光を対象とした研究の特徴自体は、以前から指摘されている。

例えば、岡本（2001）や溝尾（2003）などの整理によれば、観光研究は社会、経済、歴史、文化、経営、統計、地理、人類、心理、都市計画、建築、

土木、造園など既存の研究領域の多くが重ね合わさった学際的、総合的な研究領域とされる。

こうした総合的な学問領域であるという整理は、海外（ツーリズム研究）でも同様であるが、社会、経済、経営、マーケティングといった学問領域の比重が高い傾向にある（Goelher and Ritchie 2009）。また、同じ海外でも、米国と欧州では違いがあり、米国は経営、マーケティングの比重が高いのに対し、英仏豪では社会、経済の比重が高く日本に近い（経済産業省 2007）。

### 知見の時空間を超えた伝播と研究

こうした総合的な学問領域は、総合的であるが故に、愛甲氏が指摘するように、個々の研究の成果が散らばりやすく、一つにまとめていくことが難しいという課題も抱えている。

分散しがちな知見をまとめていく取り組みの一つが、研究会のような形で、研究者同士のコミュニケーションを高めていく試みである。学会はその顕著な例であろう。そして、こうしたフェイスツーフェイスの取

り組みに並行して、大きな意味を持つようになってきたのが、ネットの進展である。

ネットの進展によって、学術的な知見は国境を越え、時空間を超えて全人類が共有し得るものへと転化してきているということである。

原氏が指摘するように、今や、多くの研究領域が世界的な規模で展開されるようになってきている。「三人寄れば文殊の知恵」という諺があるが、三人どころか、世界中の研究者が「課題」とされるテーマの研究に取り組むことで、さまざまな理論や知見が短期間のうちに体系化されていくようになっていく。

かつて、アメリカの未来学者アルビン・トフラーは、その著書『第三の波』において、情報革命の到来を告げたが、学術研究領域においても、そのダイナミズムが到来しているのである。観光の研究も例外ではなく、ネットを通じて、世界中の研究者が、他の関連分野を含めた研究成果を共有し、それを基にした研究が進められるようになってきているのである。こうしたダイナミズムについては、原氏が指摘するとおりである。

## 独自性の限界と観光振興への実務的影響

では、こうした状況は、実務としての観光振興にどのような影響を及ぼすのであろうか。

「車輪の再発明（英：re-inventing the wheel）」という言葉がある。同様の意味を持つ慣用句として「自前主義（Not Invented Here / N I H 症候群）」も挙げられる。

これらの慣用句が示すのは、既に他所において確立されている技術や解決法があるにもかかわらず、それを知らないか、または、意図的に無視して、同様のものを再び一から作ることを意味している。その非効率性は改めて指摘するまでもないだろう。

### 事例1：ステークホルダー間の関係性の概念

例えば、筆者は二〇〇六年、受託調査業務において観光系の人材育成について整理を行っていた際、「観光地域づくりのステークホルダーはどのような類型に整理区分できるの

か」という疑問を持った。ステークホルダーを端的に整理することができれば、観光系の人材が持つべき能力分野をロジカルに整理できるのではないかと考えたためである。

しかしながら、ステークホルダーとは何かという一般論や、観光産業の類型整理などはあるものの、観光地域づくりのそれを端的に整理した資料を当時の私は発見することができなかった。

そこで、独自に顧客、事業者、地域という三つによって形成されるステークホルダー関係図を作成した（図2）。この関係図を利用したフレームワークは、多様な整理に活用可能であり、個人的には「我ながら、よい整理をしたものだ」などと自負していた。

筆者は、その後、米国の大学に客員研究員として赴くことになるのだが、その場で「デステイネーション・マネジメント」という概念に触れることになる。日本で言う「観光地域づくり」に近い概念であるこの「デステイネーション・マネジメント」の基本概念整理において用いられていたモデル図（図3）を見て衝撃を受

図2 観光地域づくりに関わる主体の整理（筆者による整理）

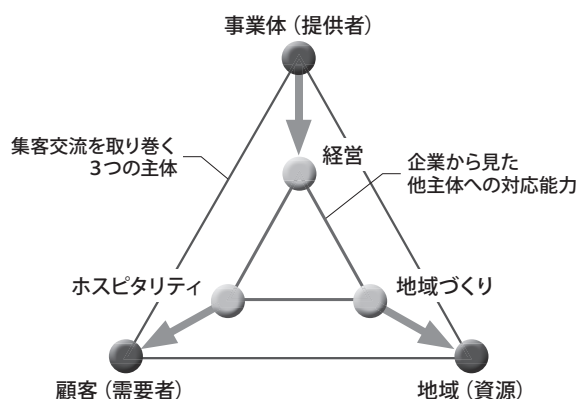


図3 関連主体を整理 ～VICE model



けた。なんと、このモデル図は、私が整理したステークホルダー関係図とほぼ同様であったのである。両者の相違点は、事業者を産業 (Industry) としている点、事業者と地域の左右が違うだけであった (UNWTO, 2007)。まわしく、筆者は「車輪を再発明」していたわけである。

### 事例2：風評被害への対応策

もう一つ、事例を挙げてみたい。わが国は、二〇一一年三月、大震災に見舞われた。震災後、観光を用いた復興が志向され、多くの地域で取り組まれるようになっていく。そうした取り組みのなかで指摘されるのは「風評被害」の影響である。これに対応するために「正しい情報の提供が重要だ」という言説も多く出された。

しかしながら、風評が、個々人の主観的な判断の結果であることを考えれば、「正しい」という客観的な情報がどこまで意味を持つのかとい

う疑問は払拭できない。

実は、海外の観光研究に広げれば、この疑問に対する一つの答えを、震災に前後するタイミングに、香港工科大学のLo氏 (Lo et al. 2011) が提示していた。この研究は、香港の海外旅行者を対象に、旅行におけるリスクをどのようにとらえ、その軽減をどのように図っているのかをテーマとしている。

これによれば、グループ・タイプは三つになるが、最大グループは、旅行保険を購入したり、余分な現金を持参する、現地の最新情報を得る、現地の言葉で簡単な会話をできるようにしておくといった、起り得るリスクを自ら調べ対策も自ら主体的に行う人々で四五・七%。次のグループでは、旅行会社や家族、友人などから助言をもらったり、個人旅行は行わず団体旅行にしたりといった他者依存型の人々が三〇・四%。

もう一つのグループでは、リスクに対応する特別な対策は特に行わず、かつ、予防接種すら打たない（前二グループで予防接種の有無に差はない）という主体的にも他者依存的

にもリスク回避を行わないという猛者（リスク無視型）が二三・九%であった。

さらに、当該研究では、「主体型」と他者依存型では、他者依存型のほうが年代が高い」「他者依存型は女性が多い」「世帯年収が最も低いのがリスク無視型、次が他者依存型、最も高いのが主体型」「旅行先が、中国本土の比率が最も高いのがリスク無視型、次が他者依存型、その他海外が最も高いのが主体型」「旅行経験が最も低いのが他者依存型。主体型とリスク無視型は同じように高い」「前回の旅行先を訪れたのが初回であった率は、リスク無視型が最も高く、主体型、他者依存型で低くなる」といった特徴も整理されている。

香港の人々を対象としているため、比率や特徴を単純に援用することはできないが、得られる知見は多い。仮に、こうした知見が当時、共有されていれば、異なる別な形の「風評被害対策」を日本でも講じることが可能であったのではないだろうか。

### 汎用性のある知見の

#### ダイナミックな活用

サンプル数二つ (N=2) の事例ではあるが、個人の経験や見識にとどまらず、ダイナミクスを持って世界規模で進展する観光の研究によって得られた知見を基に、実務的な意思決定ができるかどうか、観光振興の効率性にもつながり得ることを示している。

特に、わが国において国内市場は縮小傾向にあり、インバウンドについては、国際的な競争環境に置かれている現在、学術的に確認された知見、整理された知見を有しているかどうかは、競争の優劣を決する要素ともなり得るだろう。

もちろん、歴史的に国内市場によって形成されてきたわが国の観光地は、海外の観光リゾート地と異なる性格を持った部分があるだろう。よって、海外での観光研究で得られた知見が、そのまま、わが国の観光振興に資するものとなる訳ではない。他の学問領域の知見を観光に適用する場合も同様である。

海外や他分野で確認・整理された知見から相似点を見いだし、その上

で、わが国特有の観光との相違点を整理していくことが必要である。

これは、清水氏の指摘する「二ツチに切り込む研究と、普遍的原则を発見する研究のバランス」ということにもつながる。国際的な広がりをもった多様な研究領域があり、研究素材にあふれている研究分野が、観光である。

## 産学官で共有する 実践的な観光研究

以上、指摘してきたように観光は、さまざまな発展可能性を有した研究領域であるが、現状では愛甲、清水の両氏が共通して指摘するように、研究と実務とのつながりが不足していることは否めない。これには、二つの論点が挙げられる。

一つは、わが国における観光研究が、コピーキャットを含めて多様な様相に関する学術的な知見が十分にレビュー、蓄積されておらず、基礎的な蓄積が不足しているという点とである。この点については、原氏が整理したように、観光分野において、わが国からの研究論文投稿数が

低位にとどまっていることが一つの証左であろう。

もう一つの論点は、学術と実務の接点に乏しいことである。わが国の観光研究や観光振興の現場を俯瞰すれば、実務者が学術的知見をどのように利用していくのか、また、学術研究者はどういった実務のための研究なのかという双方の視座で、意識醸成が図られていないのが実情である。

清水氏の指摘するように、こうした課題は、海外の研究でも散見されることではあるが、わが国の場合、ピザム氏が指摘するように、社会、産業、人材育成機関としての大学、そして研究者（多くは大学に籍を置く）が一体的なものとなっていない傾向にあると言えるだろう。

### 観光分野における米国の 産学の関係

例えば、米国ではいわゆる「観光学部」は、減少の一途にある。一方で、急拡大しているのは「ホスピタリティ・マネジメント（観光産業経営）学部」である。

なぜ、観光学部が減少傾向なのか

といえ「観光を教えても就職先がない」という単純明快な理由である。一方、ホスピタリティ・マネジメントは、経営学の中でも先端性の高いものであり、観光産業の興隆に伴い、就職先は多く、さらに優秀な学生が就職することで産業を活性化させていき、社会への貢献度も高まることになる。米国における、観光分野における大学と産業との関わりは、このように明確になっている。

その好例は、ピザム氏、原氏が所属する「セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部」であろう。同学部は、地元で複数のホテルを展開している事業者が「ホスピタリティ・マネジメントに通じた人材輩出をお願いしたい」という趣旨で寄付したことがきっかけで設立されているからだ。

ただ、ピザム氏も、原氏も、研究者としての主たるドメインはホスピタリティ・マネジメントではなく、ツーリズム（観光）にある。自身の研究領域は領域として持ちながら、大学を介して産業、社会とのダイナミックで連続的なつながりを具現化しているのである。

## 観光研究の深化に 向けて

以上見てきたように、観光は、多様な研究領域にまたがり、それが国際的なうねりをもって動いている研究分野である。ただ、それが多様であるが故に遠心力が生じて拡散しやすい研究領域でもある。

そして、社会、産業界と学術研究界で目標を共有し、その目標達成のために、国内外および他分野の研究知見を移入し、再構成していく流れが、観光の研究に総合力や普遍性、そして活力をもたらす原動力となるのではないだろうか。筆者も微力ながら、そうした研究の深化に向けた取り組みに貢献していきたいと考えている。（やまだ ゆういち）

### 【参考文献】

- UNWTO (2007) A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid: UNWTO.
- Goeldner, C.R., and Ritchie, J. R. B. (2009) Tourism: Principles, practices, philosophies: Wiley.
- Lo, Ada S., Law, Rob, and Cheung, Catherine (2011) Segmenting Leisure Travelers by Risk Reduction Strategies. Journal of Travel & Tourism Marketing 28:828-839.
- 岡本伸之編『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』（有斐閣、2001）
- 経済産業省『集客交流経営人材の在り方に関する調査研究事業（報告書）』平成18年度サービス産業人材育成事業（経済産業省商務情報政策局、2007）
- 溝尾良隆『観光学—基本と実践』（古今書院、2003）