# 自主研究レポート 2007/2008

観光文化振興基金による自主研究論文集

2008年1月 財団法人日本交通公社

# はじめに

財団法人日本交通公社は、営業部門を1963年株式会社日本交通公社(現株式会社ジェイティービー)に分離、移譲して以来、旅行・観光の健全な発達を目指し、観光文化振興のための調査研究活動をはじめとしたさまざまな活動を行ってきました。1978年には「旅の図書館(観光文化資料館)」を設立し、広く国民の皆様に旅の楽しさ、観光の意義と奥深さ、旅先での歴史や文化に関する図書や資料を公開しております。また、旅行・観光分野の専門研究機関としてこれまで数々の調査、研究を積み重ね、自主研究や受託調査を通じて社会の要請に応えてまいりました。

2001 年度より旅行・観光に関する世の中の動きを先取りした「自主研究」に重点的に取り組み、その研究結果を公開し、旅行・観光の発展に寄与する情報提供を行ってまいりました。本レポートはその一環として当財団研究員を中心として進めた 2005 ~ 06 年度の調査研究結果の概要を取りまとめたものです。

豊かな国民生活を実現し、わが国経済や地域の活性化にも貢献できる旅行・観光活動に対する期待がますます高まりつつある現在、これら研究結果が多少なりともその発展に貢献できれば幸いです。

今後とも、当財団事業につきまして一層のご理解とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2008年 1月 財団法人日本交通公社 会長 新倉 武一

# 自主研究レポート 2007/2008 目 次

第1編 旅行・観光に関する先端的で的確な分析調査研究	7
コミュニティ・ベースド・ツーリズムに関する調査研究 <中国貴州省編> ・・	• • 9
リピーターの形成過程に関する研究 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 15
第2編 観光地の再生に関わる調査研究	21
観光地経営に関わる基礎的研究・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 23
観光地の資源管理に関する研究・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 37
食と観光との有機的連携方策検討のための研究調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 43
温泉観光地の再生に関する実証的研究 < VI > ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 49
第3編 訪日外国人旅行者の増加に関わる調査研究	55
中国人の訪日旅行の動向と嗜好に関する研究 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 57
第4編 観光産業における人材育成に関わる調査研究	63
海外における観光教育機関に関する基礎的研究 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• 65

主催研修・出版事業		71
■主催研修	自主研究発表会 2005 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	8
***	第4回『観光文化セミナー』 歩きたくなる観光地づくり ・・・・・・・・・・・ ―その五原則と提言八策	8
第 12 回海外旅行動向シンポジウム 今、富裕層マーケティングから見えてくるもの	第5回『観光文化セミナー』 「長崎さるく博」が切り開いた都市観光の可能性・・第6回『観光文化セミナー』 歴史的景観の意義と保全活用に向けての諸課題・・ 一真の先進国となるために 第1回『旅の図書館講座』 旅して食べて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	8
出版事業 旅行者動向 2007 · · · · · · 90	Market Insight 2007 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	• •
TBF 観光経済レポート・・・・・・・・91	平成 18 年度観光実践講座 講義録・・・・・・・「 「地域主体の観光を考える~こうして地域はその気になった	
旅行の見通し <b>2007・・・・・・・・・・</b> 92	産業観光への取り組み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	•••
旅行年報 <b>2007</b> · · · · · · · · · · · · · · · 93	観光文化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	••
 「旅の図書館」紹介		98

財団法人日本交通公社の概要

100

# これまでの自主研究レポート

#### 『自主研究レポート 2004』(2004年1月発行)

- ■『旅行者動向 2003』にみる旅行者の意識と行動
- ストック消費者の旅行動機に関する研究〈Ⅱ〉- 30 代における本質的な旅行動機と商品に関する研究-
- ■「平成リッチライフ」共同調査・研究
- 観光の経済波及効果を高めるための施策の体系化とその適用に関する研究〈I〉 - 釧路・根室地域の自立的発展へ向けた連携施策の方向性-
- 温泉観光地の再生に関する実証的研究〈Ⅲ〉 -『阿寒湖温泉再生プラン 2010』の計画監理業務-
- リゾートの再生に向けて〈Ⅱ〉-これからのスキーリゾートを考える-
- バリアフリーのまちづくりに関する総合的研究 ー観光地における高齢者・障害者対応の現状と課題―
- 観光と NPO に関する研究 NPO との協働による国内観光の再生の可能性を探る-
- ワールドカップ開催を契機としたスポーツによる地域交流文化の創造過程と定着の研究 -スポーツツーリズムの形成発展に向けて-
- 近代日本におけるインバウンド政策の展開 ―開国から「グローバル観光戦略」まで―
- ワールドカップ来訪者の概要 -来日した外国人観戦者数と実態-
- 中国の観光動向に関する研究 -都市住民の生活・余暇動向-
- 欧米における観光研究・教育機関に関する研究 -ヨーロッパ編-



#### 『自主研究レポート 2005』(2005年1月発行)

- ■『旅行者動向 2004』にみる旅行者の意識と行動
- 日本人のアウトバウンド旅行動向(IPK調査)
- 曲がり角にあるドイツのクア保養地バードフィーシング事例研究
- ツーリズムにおける質(クオリティ)に関する研究 ークオリティツーリズム試論-
- 観光の経済波及効果を高めるための施策の体系化とその適用に関する研究〈Ⅱ〉 -釧路・根室地域における食事・買い物の実態と地域ブランドへの評価-
- 温泉観光地の再生に関する実証的研究〈IV〉 -『阿寒湖温泉再生プラン 2010』の計画監理業務〈2 年目〉-
- 観光ベンチャー -地域発観光産業に関する研究-
- 環境と観光地経営のあり方に関する研究
- オーストラリアのインバウンド観光政策に対する民間サイドの関与 — IOTA 25 年史にみる官民協力関係の変遷—
- 世界各国における観光大臣の任命状況一観光産業の発展段階と観光大臣任命との関連性に関する考察―
- ツーリスト・マイレージの試算- 距離的要素を考慮したインバウンド観光の評価ー
- ヘリテージ・ツーリズムの可能性に関する研究

# 自主研究レポート 2005 観光文化振興基金による自主研究験文集 8008年1月 新国本日本交通記載

#### 『自主研究レポート 2006』(2006年1月発行)

- ■『旅行者動向 2005』にみる旅行者の意識と行動
- 日本人のアウトバウンド旅行動向 2004 (IPK 調査)
- 日本人の旅行行動と主観的健康感
- 旅行欲求構造解析及び旅行決定プロセスに関する研究
- これからの日本社会における欲求のゆくえについての文明論的研究 一階層化の進展と旅行市場―
- 観光税の導入に関する研究
  - 自治体における法定外税の導入を中心として-
- 美しい観光地づくりのための計画論に関する研究〈I〉
- 温泉観光地の再生に関する実証的研究〈V〉 -『阿寒湖温泉再生プラン 2010』の計画監理業務〈3年目〉-
- 観光振興に対する地域住民理解のためのツール開発に関する研究 - 沖縄観光副読本-



# 旅行・観光に関する先端的で 的確な分析調査研究

発地サイドの定期的なマーケット調査や着地サイドの定点観測を 通じて、的確な旅行・観光者の動き、動向について当財団として独 自に把握していきます。また、情報化、国際化、高齢化等の影響に より刻々と変化する国民の旅行・観光に対するニーズについて、そ の中でも大きな社会的なトレンドとなりそうな潮流に着目し、その 構造、特性など先端的・本質的な分析研究を行い、適宜情報発信し ていきます。

# コミュニティ・ベースド・ツーリズム に関する調査研究 <中国貴州省編>

中国貴州省では 1986 年から少数民族の村が観光開放され、衣装、歌、舞踊、建築などの特徴ある少数民族文化が観光提供されるようになった。こうした伝統文化の観光化には、文化の「真正性」が失われるという批判もあるが、貴州省では、むしろ観光開放が伝統文化の持続・発展につながる状況が現れている。本研究は、論文、記事、文献などの調査、現地視察調査、研究者・関係者ヒアリング等を行い、文化保護と観光開発を両立させたコミュニティ・ベースの観光の成功要因と課題についての研究に取り組んだものであり、5つの成功要因と6つの課題を抽出した。また、それらのベースにコミュニティの自律性があることを提示するものである。

■ 緒川弘隆、黒須宏志、小林英俊

# 研究報告書の概要

コミュニティ・ベースド・ツーリズムに 関する調査研究<中国貴州省編>報告書

#### 【目次】

- 1章. 研究の目的と方法
  - (1) 研究の目的
  - (2) 研究の方法
  - (3) 研究対象地の概要
- 2章. 研究結果の概要
  - (1) 貴州省の民族観光の概要
  - (2) 考察・検討・議論のまとめ
- 3章. 現地視察結果の観光地ライフサイクル論への応用
- 4章. 研究実施の記録
  - (1) 論文・記事・文献の検索
  - (2) 第1回研究会議事メモ
  - (3) 曽士才教授ヒアリングメモ
  - (4) 現地調査の記録
  - (5) 第2回研究会議事メモ
  - (6) 第3回研究会議事メモ

### 1. はじめに

文化面や地域コミュニティの面でのサステイナビリティに関しては、文化的資源の対象範囲が定めづらい上に、観光資源がそのまま地域の生活者の居住環境であるケースも多く、さまざまな利害がより複雑に絡むため、状況の把握や施策の実施には困難が付きまとう。

そこで、本研究では、観光と文化のサステイナビリティのあり方を考察する一つの方法として、少数民族が居住する地域に着目した。少数民族は、周辺地域と比較して特異な文化を持つことが多く、その文化は観光資源にもなりやすいが、同時に地域文化の変容のメルクマールとなる事象が多い。また、少数民族が居住する地域は、コミュニティの範囲を比較的定めやすく、さらに商工業があまり盛んでないことが多いため、地域文化への影響がもっぱら観光業からというケースも多いと思われる。

以上の理由から、本研究では、文化とコミュニ ティのサステイナビリティおよびそれらに対する 観光のあり方を考察することを目的とする。

#### 2. 研究の方法・範囲

本研究では、前述の目的を果たすべく、以下の方法により行った。

- ①論文・書籍等を参考に、コミュニティと観光と の関係が特徴的な地域として中華人民共和国・ 貴州省を選定
- ②同地域に関する論文、記事、書籍等の収集
- ③同地域の観光に関する研究者
- ④現地視察、現地関係者ヒアリング
- ⑤同地域の観光に関する議論、検討、考察、まとめ

#### ( 3.貴州省の民族観光の概要

### 1 貴州省の民族観光の状況

中国には中央政府に認定されているだけで55の少数民族が存在するが、貴州省にはそのうち17の少数民族が生活しているとされる。貴州省では86年から"民族観光"が振興されているが、その形態はさまざまであり、さまざまな少数民族

図1 中国・貴州省の位置



写真1 青曼村での歓迎儀式



の衣装、歌、舞踊、建築などを紹介し、イベント、アトラクションなども開催するテーマパーク (紅楓湖民族旅游村)、村全体を博物館とするエコミュージアムである生態博物館、村民挙げて旅行者を歓迎する体制を築いている民族観光村などが、それぞれの方法で観光客を集めている。

歌、舞踊、民族衣装、宗教儀礼などの民族文化は、 伝統的な形式をそのまま伝えるだけではなく、同 民族でも省内他地域のものも利用したり、宗教色 を薄めたり、伝統的なタブーを破ったり、あるい はより漢民族から遠い要素を選択するなどして、 観光向けにアレンジされたものとなっている。

# 2 民族文化の保護と観光開発の意義

こうした民族文化の観光化によって、文化の「真正性」が失われるという批判もあり得るが、貴州省をはじめとする中国全土の農村部では、近代化や漢文化との同化の流れが加速しつつあり、観光化とは関係なく、放っておいても各地の民族文化

が失われつつある状況にあった。

貴州省では、むしろ観光開放が、民族文化とその伝統が持続し、生き永らえるきっかけとなっており、さらに一部では民族文化の発展とも言える 状況が現れつつある。

### 3 民族観光の成功例

少数民族観光で大きな成功を果たしたのが貴州 省東南部の山間に位置するミャオ族の村・郎徳上 寨であり、人口 700 人あまりの小さな村に年間 数万人の観光客を集めるに至っている。村には、 村民の収入が倍増するなど経済的な効果があった だけでなく、文化大革命や共産党政府の民族融合 政策により途絶えようとしていた伝統行事や銅鼓 舞や蘆笙舞といった民俗芸能が、年配者から若者 に伝えられるきっかけとなり、民族文化の持続性 を維持することになった。

郎徳上寨村の成功により、追随して観光開放を 進める他の村や地域が増えるとともに、貴州省全 体としても民族観光の気運が高まってきたが、そ れにより、民族文化を学ぶ若者が増えるととも に、村や地域の間で競って技を切磋琢磨するよう になった。そして、特徴的なものについては他地 域のものでも積極的に学んで、アレンジして自分 たちの村に導入するなど、新たな民族文化の創造・ 発展も見られるようになった。

その一例が「反排木鼓舞」と呼ばれるミャオ族の舞踊である。反排村出身の男性が伝統的な村の舞踊をアレンジして躍動感あふれる踊りを創造したもので、国内外に高く評価されるようになり、貴州省の民族文化をアピールするものの一つとなっている。

写真 2 郎徳上寨村



#### 4. 現地視察で見られた民族観光地の様子

前述のように貴州省内の民族観光地には、テーマパーク、生態博物館、民族観光村とさまざまなタイプがあるが、我々の視察の中心であった多くの民族観光村(ミャオ族、トン族、プイ族、老漢族)の間にも景観保護や基本的インフラの整備レベル、ホスピタリティ、さらには観光の事業としての形態などが、さまざまな違いをもたらしていた。

このような民族観光地の間での差異は、村に残る伝統文化などの資源、地理的位置、出資者と村とのつながりなども関係してくると思われるが、観光客を迎え入れてから経過した時間にも関係していると思われる。

景観面や設備面では、開発開始から間もないケースでは、十分でない場合もあるが、逆に成功地である郎徳上寨村に近い南花村に見られるように過剰な整備が行われている場所もある。

一方で、必ずしも開発からの時間の経過がマイナスに働くだけでなく、肇興村に見られるように開発から時間がたち、外部のセンスある投資家が入ってくることによって、歌や舞踊などの民族文化がより洗練された形で提供できるようになるというケースもある。

#### 5. 貴州省の民族観光の成功要因の考察

世界各地の観光地、特に文化を主な資源とする 観光地では、観光開発から年月をへるにしたがっ て、初期のホスピタリティが薄れ、明らかな商 売目当ての業者や住民が増え、宿泊、物販、飲食 施設等の乱立や看板の氾濫などにより景観が荒廃 し、当の文化資源についても、民俗芸能から宗教 色や伝統色が薄れ観光向けに俗化が著しいものに なってしまうという、いわゆる"観光ズレ"と称 されるものが現れてくる。

貴州省でも、その傾向が現れ始めていることは 否定できないが、その一方で、郎徳上寨など一部 の民族観光村では、開発から約20年がたつにも かかわらず、その"観光ズレ"現象を抑え、魅力 の減退を防いでいると感じられた。

このような貴州省の民族観光の成功要因を分析 し、大きく以下の5つを仮説として考えた。

#### (1) 観光収入の公平な再配分制度

まず郎徳上寨村で注目されたのは、観光収入の

分配が、不満を生まないように公平・公正に配分 される仕組みができていることであった。

村に観光客が訪れると、男は蘆笙を吹き、女は歌をうたい、水牛の角の杯で酒を勧める村入りの儀式を行う。そして、儀式後に広場で多彩な歌と踊りを披露する。村は歓迎儀式上演料として一括して観光客から1グループ当たり500元を徴収する。そして、この一連の観光の仕事に参加した村民には、民族衣装着用、盛装着用、踊り参加、蘆笙演奏、歌唱などといった役割ごとに、三角、四角、丸などの形の点数が書かれた板が渡される。そして、1カ月ごとに、観光総収入から蘆笙の修繕費や管理費などを村の経費として10~20% 差し引いた後、各人の累積点数に応じて現金を分配する仕組みである。

これは、以前の人民公社時代の仕組み「工分(コンフン)制度」を生かしたものである。郎徳上寨村の観光開発を始めた当時、現場で指揮をした村の元共産党書記・陳正涛氏も、村民全員参加の原則と工分制度により、村民の間での収入の分け方が公平であったことが、大きな成功要因だったと振り返っている。

観光地が発展すると、観光収入にあずかれる者とそうでない者、あるいは観光収入の不平等な分配などが、コミュニティに亀裂をもたらし、ひいては観光地の魅力を減退させる大きな要因となる場合があるが、郎徳上寨では工分制度により、それをうまく回避している。

一方で、公平なだけでは参加者の努力や創意工 夫の意欲が衰えていく可能性があるが、郎徳上寨 村では、土産物などの販売収入は各自の収入にな るという仕組みも同時に採用することで、工分制 度との二重構造になっており、個人が伸びる余地 と全体での公平性の両方を確保している。

この工分制度は、中国の共産主義に由来するものではあるが、本来、農業や工業に適用されていたものを、観光業にアレンジして適用したという点で地域独自のものであると考えられる。このように観光収入の公平な配分を図る仕組みを地域の実情に合わせて工夫して作り上げた点は大変興味深い。

#### (2) 専業でなく兼業の観光地

郎徳上寨村や肇興村など成功している観光地では、観光を専業とするのではなく、ほかに農業や 手工業などの産業と兼業で行って両立させている ことが、成功要因の一つではないかと推測された。 つまりは「観光で稼ぎたかった"観光立村"と言 うな」という逆説である。

観光を専業とすれば、どうしても村の景観やビジネスの仕組みが観光客の興味や利便性に向けて作られたものになる。それが、旅慣れてきた旅行者に逆に"観光ズレ"だと感じさせ、魅力を大きく減退させるものになってしまう。今回の視察対象地でも、人工的に造られた村に観光専属のスタッフのみで迎える紅楓湖民族旅游村が極端な例として該当する。

それに対して、ほとんどの村では、観光収入を 大きく増やしたとはいえ、いまだ農業が産業の中 心であり、最も成功した郎徳上寨村でも収入の半 分は農業収入となっている。そのため、生活時間 のすべてを観光に割いているわけではなく、観光 客への接待と民俗芸能の披露は1日2回各1時間 半に限定し、早朝などその他の時間は農業に従事 している。これにより何が何でも観光客から金を 得ようという態度は避けることができ、周囲のの どかな田園風景も維持されていくことになる。

また村全体としてだけでなく、個人ごとに見ても観光専業者はいないことになる。これは観光事業者と非観光事業者の間の溝をつくらずにすむことにもなる。これは、(1)で挙げた観光収入の公平な再分配制度が整っていることと併せて、コミュニティ内部での対立を避け、村全体、村民全員で観光客を歓迎する雰囲気づくりにも資することになる。

# (3) 地域資源保護に対する、現実的だが、 ぶれない哲学の存在

貴州省の民族観光振興に指導的な役割を果たしたのが、貴州省文化庁文物処処長・呉正光氏と貴州省黔東南自治州副州長・呉徳海氏という2人の地方政府幹部である。呉正光氏は、文化財保護の立場の役職にいて、早い時期から民族文化の消滅の危機を強く感じていたが、その危機を回避させる方法として、積極的に観光開放して民族間の相互理解を促し、民族文化の地位向上を図ることが重要と考えた。呉徳海氏は、州政府の観光事業を担当し、少数民族の文化普及と経済発展のために観光開放が重要であるとの主張で積極的に村人たちを説得した。

呉正光氏は、このような考え方を「開放型保護」

と呼び、「死んだ保護はいらない」と言って、生きた人間が伴う文化の持続を第一に考えている。 そのために呉正光氏は、生きた人間が行う限り、 絶対に守るべきものと、時代の流れとともに変化 しても仕方がないものとを区別して考えている。 前者には、服装、環境、建築を挙げている。建築 内部の生活空間をはじめ、その他のものは後者に 入る。これは一見、乱暴なようだが、放っておけば近代化や漢民族化の流れにのまれて、民族文化 すべてを失ってしまう状況の中で、持続的に守り やすい現実的な防衛ラインであり、民族文化を最 大限残す最適解である可能性もある。

また、一見緩そうに見える考え方ではあるが、その絶対的な防衛ラインは明確であり、地域資源保護が形骸化することも防いでいる。実際、郎徳上寨村で現代的なデザインによる宿泊施設とそこに至る風雨橋の建設を州政府が始めた際には、呉正光氏ら省政府がそれに反対し、工事中止と宿泊施設計画を白紙撤回させた。

一方、伝統文化の変化に対する柔軟な姿勢により文化発展が見られる例としては、前述の「反排木鼓舞」のほか、我々の視察でも、ミャオ族の村・青曼村で、新しく創造されたツバメの踊り、肇興村では、周辺地域の埋もれていた伝統歌謡を掘り起こし訓練して歌い上げるといった事例を見ることができた。

#### (4) コミュニティの優れたリーダーの存在

(3) に挙げた文化保護に対する優れた哲学が 地方政府側にあっても、コミュニティの側でそれ を受け止め、理解し、コミュニティを率いる優れ た役割を持ったリーダーと、それを実践していけ る組織がなければ、実現できない。貴州省各地の 成功観光地は、そうしたリーダーと組織体制に優れていると感じられた。

郎徳上寨村では、村の政治的トップである共産 党書記・陳正涛氏と、シャーマンである鬼師・陳 玉輝氏の2人の協力と役割分担によるリーダー シップが、村の成功の大きな要因として挙げられ ている。共産党書記である陳正涛氏は、省政府の 呉正光氏の働きかけとその背後にある考え方や経 済的メリットをよく理解して村の観光開放を決断 し、シャーマンであり村の精神的なリーダーであ る陳玉輝氏が、当時ほとんど反対していた村人を 説得するという役割を果たしている。 共産党支配という"タテマエ"の権力構造だけでは、人々は動いたとしても形式的なものに終わってしまう可能性があるが、シャーマンという村の精神的リーダーが働きかけることで、"ホンネ"部分から人々を動かすことができたと考えられる。郎徳上寨村では、そうした権力の二重構造のホンネとタテマエがうまく重なるようにそれぞれのリーダーが協調し、村をうまく動かせたことも大きな成功要因と考えられる。

#### (5) パイプ役の存在(政府と住民、内と外)

観光開発をリードする政府側に優れた哲学があり、地域側にも優れたコミュニティ組織があったとしても、両者をつなぐパイプが存在しなければ、両者は結びつかなかったと考えられる。

前述の呉正光氏と呉徳海氏の2人は、地方政府の要職に就くエリートである一方、少数民族ミャオ族出身として、少数民族住民の代弁者という立場にもあり、中央政府〜地方政府〜地域住民の間をつなぐ役割を果たしたと言える。

特に呉正光氏は、北京で貴州省のトン族の建築 文化を紹介する展示イベントを開催したのを皮切 りに、貴州省の少数民族文化を積極的に中央政府 にアピールする役割を果たす一方、それまで閉鎖 的な環境にあった省内の村々を観光振興に向けて 口説いて回るという上下両方向への働きかけに積 極的な役割を果たしている。

また、近年、老漢族の村・天龍屯堡古鎮やトン族の村・肇興村では、地域の文化を理解する村出身の成功者や省内の大学教授が投資家となって、観光開発で主導的な役割を果たしている。この場合も、投資家は村の文化や事情を理解しつつ、外の事情や経営面にも明るく、内と外とをつなぐ役割を果たしている。

#### 6. 今後の研究課題

貴州省の民族観光における今後の研究課題として、次のような点に注目していく必要がある。

#### (1) コミュニティの観光の適切なスケール

今回の視察で成功していると考えられる観光地の人口規模を見ると、概ね 100 戸 500 人前後というところが多かった。これに対して、千戸以上の伝統家屋からなる西江鎮は、見るだけの観光地となっている印象であり、コミュニティが観光に

うまく関わっているようには見受けられなかった。このコミュニティの規模と観光事業の関係は、 今後、検証が待たれる研究課題の一つと言える。

#### (2) 旅行者規模の増大への対応

少数民族観光では雲南省が先にメッカとして発展し、貴州省は取り残された形となっていたが、この数年は飛躍的に観光客が増えている。こうした需要の急速な拡大に対し、保護と利用のバランスを崩さないよう対応していけるかどうかが、近い将来の課題となろう。

#### (3) 外部資本の流入の影響

天龍屯堡古鎮や肇興村では外部資本による開発が行われていた。外部資本による開発といってもさまざまなパターンがあり、またその帰結も一通りではないと考えられる。民族文化の保護と観光開発を両立させるべく、どのように制限・規制・誘導してコントロールするのかが、地域と研究の両方の課題である。

#### (4) 文化の変化の許容範囲

今回の研究でキーマンとなる人々が文化的資源の保護について共有していた一つの考え方は、伝統文化の保護というものは、古い形を寸分も変えずに守っていけばよいという単純なものではない、ということである。文化は人の創造的活動の帰結であり、創造的活動は変容を許す環境でなくては存続し得ない。しかし観光は、伝統文化の保存に効果を発揮する一方で、俗化の危険を常にはらんでいる。この問題は第一義的には伝統文化の継承者自身によって自律的にコントロールされていくことが望ましいわけだが、今回の研究でも明らかとなったように、ローカルコミュニティの自律性がオールマイティというわけでもない。成功の公式を見いだすことは困難であり、常に議論が繰り返されていくべきテーマではないかと思われる。

(5) 旅行社・ガイド側、旅行者側の教養・マナー啓発 民族文化に関する啓蒙は旅行社やガイドに期待される重要な役割だが、いまだ十分なレベルとは言い難い。問題の根底にあるのは対象に対するリスペクトの欠如であり、これは一企業、一産業の問題にとどまらない。

#### (6) 地域側の観光受け入れのための啓発・教育

民族村の観光では、ビジターの来訪が恒常化するとホスピタリティやサービスの質が低下するケースが見られる。ビジネスとして伝統文化を見

せる以上、この問題にはコントロールが必要である。そのためには、地域住民に対する啓発・教育活動が必要であり、一般住民や子供も含めて、すべての住民が観光の意義を理解していくことが必要と考えられる。

### 7. まとめ

先に貴州省の民族観光の成功要因として、以下 の5つを挙げた。

- ●観光収入の公平な再配分制度
- ●専業でなく兼業の観光地
- ●地域資源保護に対する、現実的だが、ぶれない哲学の存在
- ●コミュニティの優れたリーダーの存在
- ●パイプ役の存在(政府と住民、内と外)

こうした成功要因の基盤にあるのは、"コミュニティの自律性"であると考えられる。

優れたリーダーが存在し、観光収入の公平な再配分が行われているコミュニティでは、和が保たれ、ガバナンスが安定して行き届くようになる。地域資源保護に対する、現実的だが、ぶれない哲学の存在により、コミュニティの住民の中にも理解・共感者を得て、上意下達ではなく、自律的にものを考え、現実に対応して応用問題もこなしていけるようになる。専業でなく兼業の観光地であることやパイプ役の存在は、中央政府などの上位機関や外部の市場圧力といったものの影響をただ甘受するだけの存在ではなく、コミュニティが自律性を保ちながら存続していく支えとなる。

郎徳上寨村をはじめ成功している観光地は、最初のきっかけこそ地方政府など外部からの働きかけだったかもしれないが、その後は、政府の力は借りるものの、上から押しつけられたプロジェクトや計画をただ実施したというわけではない。ほとんどの村民が参加する形で、村自体が方向性を決めて一つにまとまり、創意工夫を図り、さまざまな困難を乗り越え、自発的に努力を続けるといったことで、今日の成功を導いてきた。

コミュニティのスケールを適切に保ち、旅行者 の増大や外部資本の流入にも適切に対応しながら、 自分たちの伝統文化と生活のバランスをどう保つ かを自ら考え、観光地としての地域教育を行うこと が、今後、コミュニティの自律性を確保し持続さ せていくために重要なポイントになると思われる。

# リピーターの形成過程に関する研究

05年に日本人人口は前年を割り込み、わが国でも人口の減少が始まった。この人口の減少により、観光地にとっては潜在客が減少していくことが予想されている。このような状況の中、旅先のことを気に入り、その後何度も来訪してくれるリピーターは、観光地にとって非常に大切な顧客層である。

そこで本研究では、全国アンケート調査やパーソナルインタビュー調査、リピーターの増加している沖縄県をケーススタディとした分析を行い、同一地域にリピートしている観光客(観光地リピーター)の比率や特徴、リピート回数と観光地リピーターの行動の変化、リピーターとなるに至った要因などを明らかにした。

また、リピーターに着目した将来予測モデルを沖縄県について作成し、今後 10 年間の沖縄県観光客の変化の方向性についても示すことができた。

■ 安達寬朗、塩谷英生

# 研究報告書の概要

#### リピーターの形成過程に関する研究

#### 【目次】

- 1. 研究の目的と方法
  - 1-1.リピーターの重要性
  - 1-2. 研究の目的
  - 1-3.研究の方法
  - 1-4.研究のフロー
- 2. 観光地リピーターの特徴
  - 2-1.観光地リピーター比率
  - 2-2.観光地リピート旅行の目的
  - 2-3.観光地リピート旅行の誘客圏
- 3.沖縄リピーターの分類
  - 3-1.沖縄におけるリピーターの重要性
  - 3-2.沖縄旅行回数別の観光客の特徴
  - 3-3.旅行内容と再訪意向
  - 3-4.沖縄リピーターの分類
  - 3-5.分類されたリピーターの特徴

- 4. 沖縄リピーターの形成過程とその要因
  - 4-1.パーソナルインタビューの概要
  - 4-2.パーソナルインタビューの結果
- 5.沖縄観光客の将来予測
  - 5-1.将来予測モデル(JTBF沖縄モデル)の作成
  - 5-2.沖縄観光客の将来予測
- 6.まとめ
  - 6-1.観光地経営におけるリピーターの重要性
  - 6-2.リピーター形成の要因

#### 1. 本研究の背景と目的

JTBF 旅行者動向調査によると、都道府県別に見た観光客数とリピーター比率には深い関係があることから、リピーターの確保は観光客数の増加に大きな影響を与えることが分かる。

また、リピーターの多さはサービス水準の質の 高さを表す指標と考えることもでき、リピーター の創出は観光地マネジメントの目標の一つである とも言える。

一方で、リピーターの特徴やその形成過程についての把握はあまり進んではいない。そこで本研究では、表1のような構成で、リピーターの形成過程に関する研究を行った。

#### 表1 リピーターの形成過程に関する研究の構成

#### ●目的

- ・観光地リピーター(同一地域にリピートしている観光客)の比率やその旅行内容の特徴を明らかにする。
- ・リピーターの増えている沖縄県をケーススタディとして、リピーターの特徴とリピート要因を明らかに する
- ・観光客の将来予測モデルを作成し、将来の沖縄県の 観光客の様子を予測する。

#### ●方法

・全国アンケート調査(訪問留置調査)

調査時期:2006年6月、10月、11月、12月 回収数(4回分合計):4,606(回収率48.0%)

調査項目: 国内の同一観光地への 3 回以上の宿泊

旅行経験、沖縄県への旅行回数、個人 属性、等(調査回によって異なる)

・沖縄県観光統計実態調査データの再分析

分析対象:平成 17 年度沖縄県観光統計実態調査、 平成 18 年度沖縄県観光統計実態調査

・パーソナルインタビュー調査

調査時期: 2007年3月

調査項目:初めての沖縄旅行の様子、 沖縄旅行のリピートの過程、等

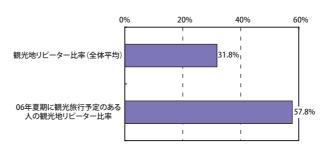
#### 2. 観光地リピーターの特徴

# 1 観光地リピーター比率

全国アンケート調査の結果、観光地リピーター 比率(同一の観光地に3回以上宿泊旅行をし たことのある人を観光地リピーターとする)は 31.8%となった。ただ、06年の夏期に観光旅行の予定(帰省・団体旅行を除く)がある人に限ると、観光地リピーター比率は6割近くになった。これにより、旅行によく出かける人の多くは、同一観光地へのリピート経験があることが分かる。

また、女性の方が男性よりも観光地リピーター 比率が高いこと、年代が高くなるにつれて観光地 リピーター比率も上昇する傾向が見られることな どが明らかとなった。

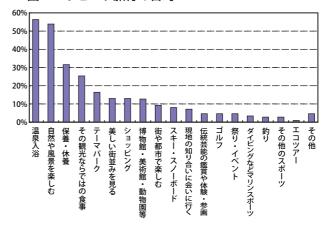
#### 図1 観光地リピーター比率



### 2 リピート旅行の目的

リピート旅行の目的を見ると、「温泉入浴」が最も多く56.3%となり、「自然や風景を楽しむ」が53.9%と続いている。この2項目は過半数を超えており、他の旅行目的と比べても非常に大きな比率となっている。次に、「保養・休養」が31.6%、「その観光地ならではの食事」が25.4%、「テーマパーク」が16.4%となっている。

#### 図2 リピート旅行の目的

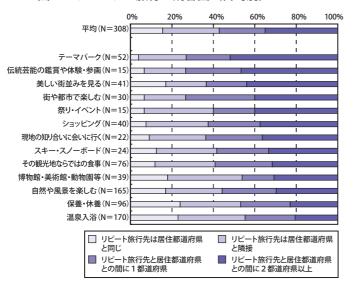


# 3 リピート旅行の誘客圏

リピート旅行先と居住地との距離を 4 段階に 区分し、リピート旅行の誘客圏を目的別に整理した。その結果、リピート旅行先と居住地が離れて いる傾向にあるものとして「テーマパーク」が挙 げられる。これは、本調査が宿泊旅行を対象にし ていることも影響していると考えられる。その他、 「美しい街並みを見る」や「街や都市で楽しむ」、 サンプル数は少ないものの「伝統芸能の鑑賞や体 験・参画」なども、誘客圏が大きい傾向にある。

一方、「保養・休養」や「温泉入浴」は、比較的 近場へのリピート旅行が多くなっている。

#### 図3 リピーター旅行の誘客圏(目的別)



#### 3. 沖縄リピーターの特徴と形成要因

# 1 リピーターの再訪意向の変化

沖縄県観光統計実態調査データの分析から、来 沖回数別に再訪意向回数を見てみると、来沖回数 が増えるにつれて再訪意向が高まっていくことが 分かる。また、「初めて」と「2回目」の再訪意 向回数はほとんど変わっていない。

図4 今後5年間の再訪意向回数(来沖回数別)

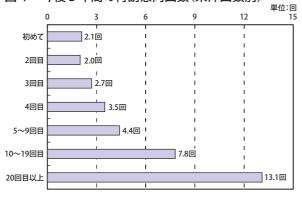
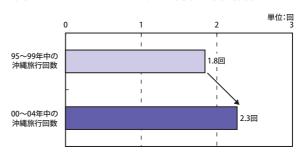


図5 リピーターの過去10年間の沖縄旅行回数



次に、現在の沖縄リピーターの、 $95 \sim 99$  年 の沖縄旅行回数と、 $00 \sim 04$  年の沖縄旅行回数 を比較すると、 $00 \sim 04$  年の方が回数が多くなった。このことから、旅行経験が増えるにしたがって旅行頻度も高まることが明らかとなった。

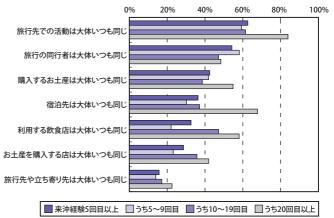
# 2 リピート旅行のパターン化

リピート旅行のパターン化に着目し、沖縄リピーターをいくつかのカテゴリーに分類した。なお、ここでは沖縄県観光統計実態調査のデータを用い、来沖経験が5回以上の人を分析対象としている。

過去5年間の沖縄旅行のパターンを見ると、「旅行先での活動は大体いつも同じ」の回答割合は6割を超えていることが分かる。また、「旅行の同行者は大体いつも同じ」は5割超、「購入するお土産は大体いつも同じ」は4割超、「宿泊先は大体いつも同じ」は3割超となっている。

来沖回数による変化を見てみると、来沖回数が 多くなるにつれてパターン化が進んでいることが 分かる。特に、活動内容と宿泊先については来沖

図6 リピーターの行動のパターン化



回数が 20回目以上でパターン化が進み、利用する飲食店については 10回目以上でパターン化が進んでいる。

一方、「旅行の同行者は大体いつも同じ」については「5~9回目」が最も高い比率となっている。これは、「5~9回目」では家族旅行の比率が高いことや、来沖回数が多くなると不特定の友人・知人を連れて沖縄を案内するというスタイルが増えてくること等が要因として考えられる。

次に、「旅行先での活動は大体いつも同じ」と 回答したリピーターの活動内容について整理する と、「海水浴・マリンレジャー」や「ダイビング」、「保 養・休養」が多くなっていた。「旅行の同行者は大 体いつも同じ」と回答したリピーターの同行者で は、「子供連れ家族で」が最も多く過半数を占め ていた。「宿泊先は大体いつも同じ」と回答した リピーターの利用宿泊施設では、「リゾートホテ ル」が最も多く過半数に達していた。

これらの特徴から、沖縄リピーターを 10 タイプに分類することができた。

# 3 リピーター形成の要因

沖縄県観光統計実態調査データの分析や、パーソナルインタビューの結果から、リピーター形成の要因を以下のように整理した。

#### (1) 人的なつながり

沖縄リピーターへのインタビューから、人的なつながりについては2種類のものがリピーター化の要因として指摘できた。1つは、観光産業に従事するスタッフとのつながりである。いつも利用する宿泊施設のスタッフと顔なじみになったり、ダイビングのインストラクターと友人関係になることにより、親近感やステータス感を感じ、沖縄に対するロイヤルティが高まる様子が確認された。この要素は、特に特定リゾートホテルリピーターとダイビングリピーターにおいて大きな影響があると考えられる。

もう1つは、沖縄県に住む一般の人との触れ合いである。ダイビングリピーターの中には、体調がすぐれなかったことからダイビングの満足度が低くても、居酒屋で出会った人と仲良くなったこ

表 2 沖縄リピーターの 10 タイプとその属性の特徴

		①ダイビング リピーター	②マリンレジャー リピーター	③マリンレジャー 子供連れ家族 リピーター	④その他活動 リピーター	⑤特定 リゾートホテル リピーター	⑥特定 シティホテル リピーター	<ul><li>⑦不特定</li><li>リゾートホテル</li><li>リピーター</li></ul>	®子供連れ家族 リピーター	⑨夫婦 リピーター	⑩その他 リピーター
サンプル巻	女	76	77	44	30	51	23	79	77	34	42
リピーター	- に占める構成比 *1	27%	27%	16%	11%	18%	8%	28%	27%	12%	15%
性別	男性	49%	45%	50%	63%	35%	61%	56%	48%	50%	38%
	女性	51%	55%	50%	37%	65%	39%	44%	52%	50%	62%
年 齢	20 代以下	14%	9%	5%	10%	8%	4%	6%	3%	3%	14%
	30代	29%	29%	23%	33%	33%	22%	23%	29%	24%	36%
	40代	34%	44%	61%	27%	39%	43%	49%	60%	32%	21%
	50代	16%	16%	9%	23%	16%	17%	16%	8%	35%	17%
	60 代以上	7%	3%	2%	7%	4%	13%	5%	1%	6%	12%
来訪経験	5~9回目	51%	74%	86%	47%	76%	39%	70%	82%	50%	71%
	10~19回目	28%	21%	9%	30%	16%	35%	25%	14%	26%	24%
	20 回以上	21%	5%	5%	23%	8%	26%	5%	4%	24%	5%
旅行形態	団体旅行	4%	1%	2%	10%	6%	9%	0%	1%	0%	14%
	観光パック	3%	3%	0%	0%	2%	0%	4%	0%	3%	7%
	フリープラン	59%	78%	84%	57%	76%	74%	77%	81%	76%	40%
	個人旅行	35%	18%	14%	33%	16%	17%	19%	18%	21%	38%
活動	観光地めぐり	18%	43%	39%	53%	45%	48%	56%	47%	41%	57%
	保養・休養	16%	57%	61%	53%	61%	48%	54%	57%	35%	29%
	海水浴・マリンレジャー	16%	100%	100%	0%	63%	26%	67%	88%	24%	29%
	ダイビング	100%	16%	7%	0%	22%	35%	16%	10%	41%	33%
	ショッピング	18%	29%	25%	30%	27%	35%	32%	27%	35%	19%
	沖縄料理を楽しむ	26%	38%	36%	47%	37%	48%	42%	36%	53%	36%
利用	リゾートホテル	32%	73%	86%	59%	100%	26%	100%	80%	53%	14%
宿泊施設	シティホテル	26%	20%	12%	41%	12%	100%	16%	22%	35%	35%
	ビジネスホテル	26%	11%	5%	14%	4%	4%	3%	7%	9%	27%
	民宿・ペンション	31%	16%	9%	3%	2%	17%	1%	12%	18%	30%

\*1 ここでの構成比は、旅行経験が5回以上(過去5年間で1回以上)のリピーターに占める構成比。8月と11月の調査結果であり、通年の構成比ではない

#### ●リピーターの定義

- ②マリンレジャーリピーター:過去3年間の旅行行動が大体同じであり、今回の旅行でマリンレジャーをしている人。
- ③マリンレジャー子供連れ家族リピーター:過去3年間の旅行行動と同行者が大体同じであり、今回の旅行でマリンレジャーをしている子供連れ家族。
- ④その他活動リピーター:過去3年間の旅行行動が大体同じであり、ダイビングリピーター・マリンレジャーリピーターでない人。
- ⑤特定リゾートホテルリピーター:過去3年間の宿泊施設が大体同じであり、今回の旅行でリゾートホテルに宿泊している人。
- ⑥特定シティホテルリピーター:過去3年間の宿泊施設が大体同じであり、今回の旅行でシティホテルに宿泊している人。
- ②不特定リゾートホテルリピーター:過去3年間の宿泊施設が大体同じではないが、過去3年間と今回の旅行でリゾートホテルに宿泊している人。
- ⑧子供連れ家族リピーター:過去3年間の旅行の同行者が大体同じであり、今回の同行者が子供連れ家族である人。
- ⑨夫婦リピーター:過去3年間の旅行の同行者が大体同じであり、今回の同行者が夫婦である人。
- ⑩その他リピーター:旅行経験が5回以上(過去5年間で1回以上)の者で、以上のリピータータイプに当てはまらない人。

とから沖縄の印象が良くなり、その後リピーターとなるに至ったという人もおり、リピーターの形成において非常に重要な要因であると言える。

#### (2)空間的なつながり

沖縄県観光統計実態調査データから、「お気に入りの場所がある」という人の方が、そうでない人よりも再訪意向が高く、その差も大きかった。お気に入りの場所というのは、ある程度の時間をその場所で過ごさなければ、そのような感情は生まれにくいと考えられる。そのため、あまり旅程を詰め込むような旅行スタイルの場合は、リピーターになりにくいと考えられることから、ある程度余裕を持った旅行スタイルを推奨することも重要であろう。

#### (3) 食事の重要性

沖縄県観光統計実態調査データから、「沖縄料理が好きだ」という人の方が、そうでない人よりも再訪意向が高くなった。食事はその場所の特徴に直に触れる機会であり、また必ず食事をする必要があるため避けることはできないことから、リピーター形成において大きな影響を与えると考えられる。

#### (4) いくつかの満足よりも、1つの感動

沖縄リピーターへのインタビューから、何か1 つの項目について深く感動した場合にリピーター となることが多い様子が確認された。この感動は、 仮にその旅行に不満な項目があったとしても、そ れをはねのけるほどの威力を持っているようであ る。例えば、来沖前までは関東の海しか知らなかっ たあるリピーターは、離島の美しい海に感動し、 その海に面しているホテルに不満を抱きつつもい つも利用している。また前述の、ダイビングに不 満を覚えつつも人との触れ合いからリピーターに なった事例もこれに該当するだろう。このことか ら、いくつかの項目について平均的な満足感を与 えることよりも、何か1つの項目について大きな 感動を与えることの方が、リピーター形成にとっ ては重要であることが示唆される。また、リピー ターは自分が重視するポイントとそうではないポ イントを明確に区別しており、重視しないポイン トについては多少の不満を感じても許容する傾向 にあることも指摘できよう。

#### (5) 最初の印象の重要性

沖縄リピーターへのインタビューからは、最初 の印象が非常に重要であることが明らかとなっ た。最初の印象があまり良くないと、その後も何となく足が延びず、結局行かなくなるようである。 観光客が不満を感じている場合には、その場で解 決することが重要である。

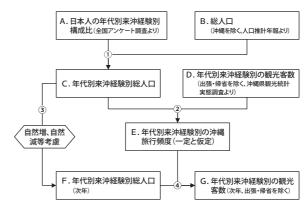
#### 4. 将来の沖縄観光の予測

### 1 将来予測モデル(JTBF 沖縄モデル)の作成

- ①まず、「全国アンケート調査」から、「A. 日本人の年代別来沖経験別構成比」を算出する。これに、「B. 総人口(沖縄県を除く)」のデータを掛け合わせ、「C. 年代別来沖経験別総人口」を算出した。また、「沖縄県観光統計実態調査」から、「D. 年代別来沖経験別の観光客数(出張・帰省を除く)」を算出した。
- ②次に、「C. 年代別来沖経験別総人口」と「D. 年代別来沖経験別の観光客数(出張・帰省を除く)」から、「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」を推計した。
- ③将来の観光客数を予測するにあたり、人口の自然増減等も考慮して次年の「F. 年代別来沖経験別総人口」を算出した。
- ④これに「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」を掛け合わせ、次年の観光客数を予測した。この作業を繰り返すことで、将来の年代別来沖経験別の観光客数の予測を行った。

なお、推計に際しては20代から70代の観光客(出張・帰省を除く)に限って分析を行い、「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」は一定と仮定している。

#### 図7 将来予測モデル作成のフロー



# 🗿 10 年後の来沖経験別観光客数の予測

作成した将来予測モデル(JTBF 沖縄モデル)を 用いて、10 年後の来沖経験別の観光客数を推計し た。なお、この推計は出張や帰省、修学旅行を除 いた観光客を対象としており、06 年の旅行の傾向 がそのまま継続するとの仮定の上で行っている。

この推計の結果、今後 10 年間で来沖経験が「5回目以上」の観光客が大きく増加すると予想された。一方で、「初めて」の観光客は次第に減少することが予想される。なお、この期間中の観光客数の増加率は 2 ~ 3%となり、リピーターの増加によって観光客数が増加していることが分かる。

マーケットに目を転じると、「未来訪者」が大きく減少していく一方で、「1回目」と「2回目」はほとんど変わらず、「3回目」と「4回目以上」が大きく増加すると予想される。「未来訪者」が大きく減少する要因としては、出生数の減少が挙げられる。

ただし構成比では、10年後も依然として「未来訪者」が過半数を占めると予想される。

#### 図8 来沖経験別観光客数の推移の予測 (出張・帰省、修学旅行は除く。)

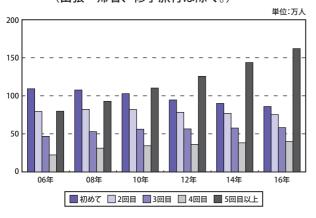
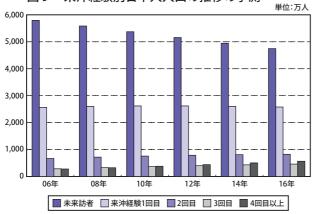


図9 来沖経験別日本人人口の推移の予測

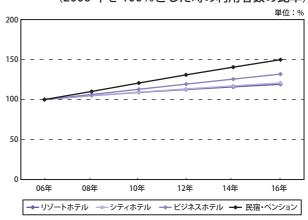


## 3 利用宿泊施設の変化

今後 10 年間の宿泊施設利用者数の推移の予測を行った。その結果、人数ベースでは、観光客数が増加することから、どの施設タイプの利用者数も増加しているが、特に「リゾートホテル」の利用者数が大きく増加すると予想される。年齢別に見ると、「リゾートホテル」と「シティホテル」において、40 代と 60 代~70 代の利用者数の増加率が大きくなった。

ただ、利用率で見ると、「リゾートホテル」と「シティホテル」の利用率はやや減少し、「ビジネスホテル」と「民宿・ペンション」の利用率は若干増加すると予想された。単価の高い「リゾートホテル」の利用率が減少し、単価の低い「ビジネスホテル」と「民宿・ペンション」が増加することから、宿泊費の総額は増加するものの、平均宿泊単価は減少することが予想される。

図10 宿泊施設利用者数の推移の予測 (2006 年を 100%とした時の利用者数の比率)



#### 5. 終わりに

本研究では、観光地リピーター比率やリピート 旅行の特徴、沖縄県をケーススタディとしてリ ピーターの形成要因を明らかにした。また、リピー ターに着目して観光客の将来予測も行った。

ただ、これは沖縄県の観光統計が整備されていたからこそ可能となった側面も大きい。リピーターの増加を狙った施策を展開する上では、まず自分の地域にどのようなリピーターがどれだけの規模で来ているのかを把握した上で、取り組む必要があると考えられる。

# 観光地の再生に関わる調査研究

大きく変貌を遂げた旅行者の志向・動向に対して、供給サイドの 動きはいまひとつ遅れていると言わざるを得ません。旧態依然とし た既存観光地の今後の方向性や新たな観光地づくりなど、観光地再 生に向けた多方面からの総合的な研究を行います。

# 観光地経営に関わる基礎的研究

旅行市場の停滞と観光地間競争に加え、財政の緊縮化が進むなかで観光地が持続的な発展を果たすためには、観光地内の個々の事業が相乗的に機能することが必要であり、観光地を包括的経営体として捉えて諸事業の管理運営を行う「観光地経営」の視点が大切になるものと考えられる。

このうち観光地の「経営戦略」については、観光地経営という言葉を強く意識しないまでも 各種観光施設の整備計画や観光商品のマーケティングを行う際にしばしば考えられてきた。一 方で、「経営管理」については経営体という枠組みのあいまいさや統計データの不足によって活 発な議論が行われてきたとは言えないだろう。本研究では、観光地の経営管理を考察するため の基礎的な試みとして

- ・経営管理部門に相当する市町村行政と観光協会の事業予算等の現況把握
- ・観光地の経営・運営の質的良否を測る指標の検討
- ・経営戦略と組織の関連性に関わるケーススタディ(沖縄県をもとにして)
- の3つの調査研究に取り組んだ。
- 寺崎竜雄 岩城智子 塩谷英生 岩佐吉郎

# 研究報告書の概要

市町村の観光予算規模と観光協会の 事業規模等に関わる現況把握調査 (寺崎、岩城)

- 1. 市町村における観光関連予算の状況
- (1) 1年間の観光関連予算の規模
- (2) 総予算に占める観光関連予算の割合
- (3)入り込み客一人当たりの観光予算
- 2. 観光関連団体の状況
- (1) 観光地を管理運営する組織や団体の種類
- (2) 観光協会の形態
- (3) 観光協会の事業規模と地元行政との関わり
- 3. 行政から見た観光協会に対する期待と課題
- (1) 課題
- (2) 期待と対策
- 4. まとめ

観光地経営の評価指標に関する研究

(塩谷)

- 1. 研究の目的と構成
- (1) 研究の目的
- (2)研究の内容
- 2. 観光地経営指標の目的
- (1) 観光地経営指標へのニーズ
- (2) 観光地経営主体と経営診断の目的

- 3. 企業の経営評価指標と観光地経営指標
- (1) 民間企業における経営診断等指標の分類
- (2) 観光地経営指標の分類と行政評価の現状
- 4. 観光地経営指標の枠組みと指標化への課題
- (1) 観光地経営指標の枠組み
- (2) 指標作成への課題

観光地経営に関する理論的な枠組みの構築に向けた実証的な研究 ~持続的な発展を遂げる観光地であり続けるために 沖縄ケーススタディ~ (岩佐)

- 1. はじめに
- (1) 本研究の目的
- (2) 適正な開発整備水準の考え方
- 2. 沖縄観光の振興施策と組織の変遷
- (1) 沖縄観光の発展と観光行政施策の変遷
- (2) 観光行政組織の変遷
- 3. 沖縄観光魅力の変遷
- 4. 観光地経営の課題
- (1) 戦略的課題と組織的課題
- (2) 持続的な観光地経営・管理と沖縄の観光施策
- (3) 持続的な観光地経営・管理に向けて

# 市町村の観光予算規模と観光協会の事業規模等に関わる現況把握調査

観光地の管理運営にかかわる財政的状況を地方 行政単位で把握するために、市町村の観光主管箇 所を対象としたアンケート調査を実施した。併せ て、観光地運営の補助的主体である観光協会の事 業状況についても聞いた。以下に、その集計結果 を取りまとめ、若干の考察を試みた。

# 1 市町村における観光関連予算の状況

#### (1) 1年間の観光関連予算の規模

各市町村における一年間の観光関連予算額は、アンケートに回答のあった全国 612 の市町村の 平均値で 107 百万円であった。

各市町村の主要指標との対比を見ると、年間 予算規模に占める観光関連予算の構成比は平均 で1.1%、住民人口1人当たりの観光関連予算は 53円であった。

各市町村への入り込み客数との対比では、日帰り客を含めた入り込み客 1 人当たりの誘客にかけた観光関連予算は平均で 257 円であった。また、観光関連予算額を宿泊客数で除した値の各市町村当たりの平均値は 5,097 円となった。

#### 表1 各市町村における観光関連予算の全国平均値

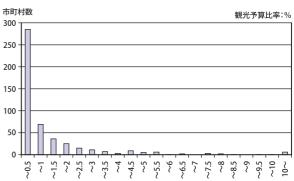
観光	<b>光</b> 関連予算	107,456 千円
	予算総額のうち観光関連予算が占 める割合	1.1%
	住民 1 人当たりの観光関連予算額	53円
	入り込み観光客 (日帰り客を含む) 1 人当たりの観光関連予算額	257円
	宿泊観光客 1 人当たりの 観光関連予算額	5,097円

※データは1年間(04年度)の値

#### (2) 総予算に占める観光関連予算の割合

各市町村の年間の予算総額に占める観光関連予算の割合(以下、観光予算比率)を見ると、「0.5%未満」が全体の約6割近くを占めた。市町村によって観光振興への注力度合いが異なるため、観光予算比率は大幅にばらつくものと予測していたが、調査結果はほぼ横並び状況を示した。

図1 観光予算比率の分布



観光地タイプ別に見た観光予算比率では、温泉観光地が 2.2%と最も高く、農漁村観光地 1.5%、自然観光地 1.4%と続く。旧来より観光地としての地域運営に取り組んできた自然観光地や歴史観光地より、近年になって誘客による地域振興に取り組み始めた農漁村観光地における観光予算比率が高いことが興味深い。また、自地域の観光地としての性格を都市観光地と位置づけている市町村の観光予算比率 0.4%は、観光地ではないと認識する市町村の観光比率 0.3%とほぼ同程度である。都市観光地では観光関連という名目による財政的支援が脆弱である。

表2 各観光地タイプ別観光予算比率

温泉観光地	2.2%
自然観光地	1.4%
歴史観光地	1.0%
都市観光地	0.4%
農漁村観光地	1.5%
観光地ではない	0.3%
その他	0.3%

観光地としての規模を示す指標となる年間宿 泊客数別に見た観光予算比率では、年間 100万 人以上の宿泊客のある市町村の観光予算比率は 2.1%と、全体平均の2倍近い値である。100万 以上の宿泊客が訪れている市町村では、地域経済 に占める観光経済の重要性が高いことが数値結果 に表れている。一方で、宿泊客数 100 人未満で は宿泊客数が多いほど観光予算比率が高いという 傾向もなく、市町村ごとに他産業や他事業とのバ ランスによって観光関連予算が配分されている。

#### 表 3 宿泊客数別観光予算比率

1万人未満	1.0%
1万~5万人未満	1.3%
5 万~ 10 万人未満	1.7%
10 万~ 50 万人未満	1.1%
50 万~ 100 万人未満	1.1%
100 万人以上	2.1%

#### (3)入り込み客1人当たりの観光予算

日帰り客を含めた入り込み客1人当たりの誘客にかけた観光関連予算(1人当たり観光予算)の分布は、100円未満が全体の半数強を占め、予算額が高まるにつれて度数は逓減する。

また観光予算比率と1人当たり観光予算の関係を見ると、観光予算比率の高い市町村ほど1人当たり観光予算が高まる傾向が見られる。観光予算比率の高い市町村は、財政出動によって入り込み客数を確保している状況にあると言える。

図2 1人当たり観光予算の分布

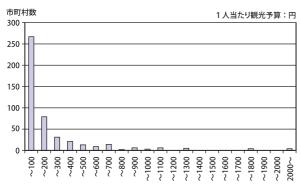


表4 観光予算比率別1人当たり観光予算

0.5%未満	92円
0.5 ~ 1%未満	317円
1~2%未満	313円
2~5%未満	707円
5%以上	938円

1人当たり観光予算を地方別に比較してみると、最大値となった甲信越の351円と、最小値であった近畿の113円では3倍以上の開きとなった。

表 5 地方別 1 人当たり観光予算

北海道	252円
東北	239円
関東	237円
甲信越	351円
東海	147円
北陸	198円
近畿	113円
中国	352円
四国	242 円
九州	258円

※沖縄はデータ数僅少のため掲載を省略

観光地タイプ別に見た1人当たり観光予算は、 自然観光地と歴史観光地、農漁村観光地が他より 比較的高い数値である。都市観光地は、他の観光 地タイプとの比較では極めて低額であった。

表6 観光地タイプ別1人当たり観光予算

温泉観光地	249 円
自然観光地	310円
歴史観光地	304円
都市観光地	58円
農漁村観光地	273 円
観光地ではない	193 円
その他	85 円

年間宿泊客数別に見た1人当たり予算は、「1万~5万人未満」365円と「1万人未満」328円で高い。10万人以上では概ね100円程度であった。

表7 宿泊客数別1人当たり観光予算

1万人未満	328円
1万~5万人未満	365 円
5 万~ 10 万人未満	215 円
10 万~ 50 万人未満	105円
50 万~ 100 万人未満	97 円
100 万人以上	113円

# 2 観光関連団体の状況

#### (1) 観光地を管理運営する組織や団体の種類

公益的な性格を持ち地元行政から何らかの直接 的な支援を受けている観光地の管理運営にかかわ る組織や団体の存在を聞いた。全体の8割の市町 村に、観光協会またはそれに類する組織があった。 その他の組織や団体については、商工会のある 市町村は48.2%、観光施設の運営を行う組織は 19.8%、旅館組合は8.8%であり、複数の観光関 連組織が存在する市町村も数多く見られた。観光 関連組織のない市町村は5.6%にとどまった。

#### 表8 各種観光関連団体が組織されている市町村の比率

観光協会	80.4%
旅館組合	8.8%
商工会	48.2%
土産物・特産物の販売を行う組織	13.7%
観光施設の運営を行う組織	19.8%
その他	8.3%
観光関連組織はない	5.6%

#### (2) 観光協会の形態

観光関連団体のうち観光協会の団体形態(法人格)を見ると、全体の8割弱が任意団体であった。 法人格別には社団法人が全体の11.2%、財団法人は3.2%を占めた。昨今話題となっているNPO 法人は1.1%、株式会社は0.4%(有効回答のうち2件に相当)にとどまっている。

表9 観光協会の形態

任意団体	77.1%
財団法人	3.2%
社団法人	11.2%
中間法人	0.4%
NPO	1.1%
株式会社	0.4%
その他	6.7%

#### (3) 観光協会の事業規模と地元行政とのかかわり

観光協会の年間事業規模(収入計)は、1団体当たりの全国平均が25,605千円であった。収入の内訳では自治体からの補助金が8,613千円と収入計の33.6%を占め、自治体からの業務委託費が6,056千円で構成比は23.7%であった。観光協会の事業運営費の5割強を地元自治体が負担していることになる。

一方で、観光協会の自主事業(物販、入場料など)による収入は収入計の18.9%、会員からの会費収入が10.4%と、いわゆる自主財源は3割程度にとどまっている。また、全体の23.4%の観光協会では自治体から行政職員が派遣されており、観光協会運営の地元行政依存が改めて確認された。

また、会費収入と会員数をもとに推計した会員 1人当たりが負担する会費収入は、全体平均で 25.937円であった。

表 10 観光協会の事業規模と収集源

年間	事業規模(収入計)	25,605 千円		
	自治体からの補助金	8,613 千円	33.6%	
	自治体からの業務委託費	6,056 千円	23.7%	
	その他からの補助や業務 委託など	752 千円	2.9%	
	自主事業による収入	4,839 千円	18.9%	
	会費収入	2,661 千円	10.4%	
	その他	2,683 千円	10.5%	

観光協会の会員数規模別に内容を見てみると、 事業規模は会員数が大きい観光協会ほど大きく なったが、自主財源の比率や行政職員の派遣比率 など地元行政とのかかわりの強さを示す指標と会 員数との関係には規則性は見られなかった。

表 11 観光協会の会員規模ごとに見た事業規模など

X · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·				
会員数	事業規模	自主財源の 比率	行政職員の 派遣比率	
50 名未満	5,527 千円	27.8%	25.6%	
50 ~ 100 名未満	7,610 千円	25.9%	11.9%	
100~150名未満	18,233 千円	25.2%	26.2%	
150 ~ 200 名未満	20,646 千円	25.4%	35.4%	
200 名以上	58,195 千円	30.7%	27.6%	

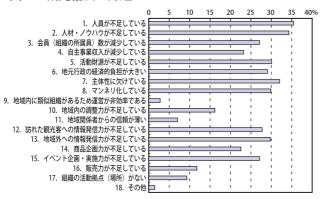
# ③ 行政から見た観光協会に対する期待と課題

#### (1) 課題

市町村における行政の立場から見た観光協会や 旅館組合など地域内の観光事業者を構成員とする 組織や団体にかかわる課題を聞いたところ、「人 員不足」や「人材・ノウハウ不足」といった人材 面を課題に挙げた回答がそれぞれ35%程度あっ た。また、「主体性に欠ける」「マンネリ化している」 といった活動意欲面の指摘も30%程度と高率で あった。続いて、「活動財源が不足している」「地 元行政の経済的負担が大きい」という活動財源不 足が30%弱、「地域外への情報発信力が不足して いる」「訪れた観光客への情報発信力が不足して いる」の情報発信力不足も30%弱、「商品企画力 が不足している」「イベント企画・実施力が不足 している」といった商品開発力が25%程度挙げ られている。

観光協会などの事業運営では、人材(要員数と モチベーション)、財源(自主事業による財源確保)、商品開発力など、複数の事項がほぼ同率で 課題として捉えられている。

#### 図3 観光協会の課題

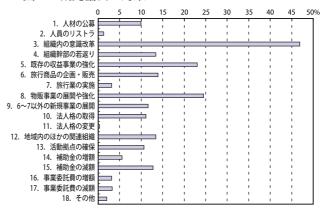


#### (2) 期待と対策

観光協会および類似の団体に対して市町村の行政として期待することや課題対応のための対策を聞いたところ、50%程度の市町村から「組織内の意識改革」が挙げられた。続く「物販事業の展開や強化」「既存の収益事業の強化」は、それぞれ 25%程度であった。

事業内容のテコ入れや組織形態の変更などより、まずは組織内の活性化に対する期待が強い。

#### 図4 観光協会の対策



## **4** まとめ

本調査は観光地を一つの経営体として捉えて、その経営管理部門の全体像を探ろうという動機のもとでの最初の試みとして、市町村ごとの観光関連事業の予算規模や観光協会事業の状況に関する基礎データの収集に取り組んだものである。

もとより地域行政に占める観光の役割は各市町村によって異なるため、ここで記した各指標の平均値だけを見て、それをどのように読み解き、活用するのかには限りがある。観光行政に当たる方々との議論を通して、現場で使えるデータに加工していくことが課題であろう。

#### <調査概要>

調 査 対 象:全国の地方公共団体の観光主管課等

の観光統計担当箇所

調査実施日:2006年2月9日~3月6日

調 査 方 法:郵送またはメールによる調査票の配

布および FAX による回収

配 布 数:3,080件(このうち郵送による配布

は 2,629 件、メールによる配布は

451件)

回 収 数:627件(市町村合併などにより分

析対象とした市町村数は612個所)

回 答 率:20.4%

#### 観光地経営の評価指標に関する研究

### 1. 観光地経営指標の目的

# 1 観光地経営指標へのニーズ

#### (1) 自治体調査概要

観光地の経営指標へのニーズを把握するため、 自治体の観光主管個所へアンケート実施した。

·調査時期: 2006年2月

・調査方法:調査票郵送、FAX またはメールで

返信。

・調査対象:3,137 自治体の観光主管課(ただし、

一部に行政支所や自治体単位でない

観光協会等を含む)

·回 収 数:574 自治体(回収率 18.3%)

調査項目:観光地指標の必要度とその整備状況

#### (2) 必要と考えられている観光地指標

回答者全体で見ると、①「観光客数」74%、②「観光客の満足度」70%、③「観光客のリピーター率」63%、④「観光地のブランド力」58%、⑤「観光地の安全対策度」54%、⑥「観光消費額」53%、⑦「観光の経済波及効果」52%、⑧「観光地の総合的な指標」50%、が半数以上が回答した指標である。

観光客数、満足度、リピーター率など、誘客に関わる指標に対して必要性を感じている自治体が多い。

観光地の人口規模別に回答状況を見ると、100万人以上の都市で、ほとんどの指標で全体平均よりも高い比率になっている。また、観光消費額や経済波及効果の順位も1つ上がっており、観光振

興を産業政策のフレームの中で位置づけている ケースが多い。

#### (3)整備されている観光地指標

「一部整備されている」と、水準を除いた整備 状況をみると、①「観光客数」が38%と最も高く、 ②「観光消費額」8%、③「観光地の安全対策度」 8%と2位以下は大きく落ちる。「一部整備され ている」を含めると、①「観光客数」80%、② 「観光消費額」42%、③「観光地の安全対策度」 42%、④「観光施設の評価」30%と、整備状況 は良化するものの、それでも観光客数を除くと未 整備な指標が目立つ。

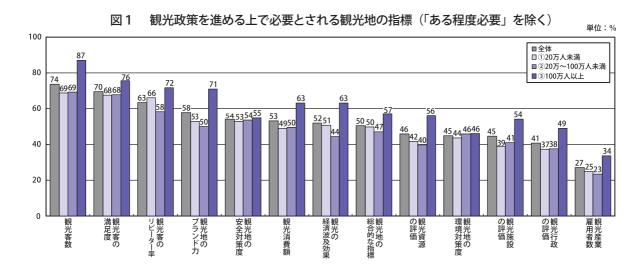
整備している場合でも「ある程度」との条件が 付くのは、こうした指標についてスタンダードが 存在していないことも一因となっている。

# 2 観光地経営主体と経営診断の目的

#### (1) 本研究における観光地経営体の捉え方について

「観光地」は非常に多くの主体から成り立っているが、本研究においては、観光地経営の中枢を担う組織を、「行政(首長、観光主管部署、その他観光関連部署)」と位置づける。これが、観光事業者や住民の参加による「観光関連団体(観光協会、旅館組合、NPO、住民ボランティア組織等)」と連携して観光地を運営していくものと捉えていく。

観光行政は総合行政であり、その「総合化」の 意味を筆者なりに整理すると、①行政部署間の施 策の総合化、②国、広域圏など異なる行政主体間 の水平的・垂直的な施策の総合化、③産業界、住 民団体など行政以外の主体との施策の総合化、の



3つの形が主なものである。

①の意味の総合化が必要な最大の理由は、観光 産業が異業種で構成される複合産業であることで ある。旅行者は移動経路上で、宿泊、飲食、交通 などさまざまな財・サービスに対して支出を行う。 自然、観光産業は幅広く多様な産業から構成され、 その波及効果も地域内の広範な産業にわたること になり、対応する行政部門も多岐にわたらざるを 得ない。加えて、生活インフラや医療、防災といっ た定住者同様のサービスが旅行者に必要とされる こと、自然環境や文化財の保全・活用といった視 点からの施策が必要であること、地産地消など域 内波及効果を高める施策も重要であること等も広 範な連携を必要とする理由になる。

②の総合化の理由としては、旅行者が観光地を 自治体単位で捉えてはおらず、広域な観光圏域とし て観光宣伝や観光ルート化等の施策に取り組むこ とが効果的なケースが多いことが第1である。また、 地方財政の厳しい現状から見て、自律的な観光地 経営を進めるために国の主導する補助事業等を取 り込むことが必要なケースがあり、こうした事業で は国と地域の役割分担が行われるケースが多い。

③については、狭義の行政の範囲を出るものだが、観光地の経営はそもそも観光団体、観光事業者、住民などの施策と独立して存在することは難しい。また、実態として観光行政は補助金や委員会等の政策チャネルを通じて観光関連団体(観光協会、商工会、NPO等)の施策に影響を与えており、観光行政を異なる主体間連携による観光地経営と

#### 表1 観光地経営の主体・ステークホルダー・目的

我 一	777 730V HP3
■ 観光地経営体	
・首長(経営体のトップ) ・観光行政(観光主管部署、その他連携部 ・行政の外郭団体、公共施設、行政主導 ・観光関連団体(観光協会、商工会、NPG ・民間の業界団体(旅館組合等)	プロジェクト等
■ 観光地経営体の主なステークホルダー	(主体別の目標例)
・観光事業者 ・域内の事業者・団体(他産業) ・住民(納税者) ・観光産業従業者 ・観光客 ・周辺観光地 ・域外事業者(運輸機関・旅行会社等) ・助成機関(国・県、関連機関等) ・金融機関(ファンド、投資家(債権者) ・資産保有者(納税者)	利益最大化等 利益最大化等 雇用機会、生活環境、地域イメージ向上等 所得増加、安定雇用、職場環境改善等 満足度最大化等 広域魅力づくり・機能の補完等 利益最大化等 相助目的の達成等 債権の回収、収益の安定等 地価など資産価格の上昇等
■ 観光地経営の目的	(施策例示)
・観光消費額の増加 ・競争力の維持・リスクの回避 ・経済波及効果の増加 ・顧客満足度の向上 ・雇用者満足度の向上 ・社会的効果の向上	観光客誘致、ブランド力の向上他 観光資源保全、客層の多様性 地産地消、域内雇用促進 人材育成、情報提供 人材育成、子育で支援 地域ブランド化、環境保全、地域間交流ほか

して捉えていくことが適切である。先進事例の長野県白馬村では「白馬村観光推進本部」を経て、民間と一体となった有限責任中間法人「白馬村観光局」を立ち上げている。類似した動きは海外にもあり、Destination Management Organizationというマーケティング機能とマネジメント機能を併せ持つ観光地経営体が UNWTO (世界観光機関)を中心に提唱されているところである。

#### (2) 観光地経営の目的とステークホルダー

観光地の経営を一般企業と同様に割り切って捉えることは難しいが、ここでは、ある程度一体化した組織と見なして観光行政の目的について捉えていくこととする。表1は、筆者が考える観光地経営体・ステークホルダー・経営目的を整理したものである。

観光地経営体にとってのステークホルダーとしては、域内の観光事業者、観光周辺事業者・団体、観光客、住民(納税者)、観光産業従業者、周辺観光地・観光事業者、助成機関(国、県、関連機関等)、金融機関・ファンド・投資家(債権者)、資産保有者(納税者)などが考えられる。そして、それぞれが、利益の最大化、満足度の最大化など異なる目標を持っており、こうしたステークホルダーに配慮したバランスの取れた観光地経営が要求されることになる。

個々のステークホルダーの要求をカバーするためには、観光地経営の目的はある程度多様化したものとなる。観光事業者や投資家にとって重要な指標となるのはまず観光消費額(観光客数×単価)であり、さらに長期的な投資計画を進める上では、観光地づくりのビジョン、観光資源保全等による持続可能性の確保、投資リスクの回避(客層やアクティビティの多様化、融資面での配慮等)が重要となる。一方、観光客の視点では、旅行の満足度が重要となり、観光産業従業者の視点では、雇用者満足度(賃金、労働時間、やりがい等)が焦点になる。

また、行政は観光産業だけでなく、住民や他産業の域内事業者にも配慮する必要があり、経済波及効果の増加(域内調達率の向上、域内雇用および雇用者所得の増加)も重要な指標になる。また、以上に挙げた主に経済面から見た価値だけでなく、非経済的な効果、社会的な効果<sup>(2)</sup>についても、公共の立場として重視していくことになる。

#### 2. 企業の経営評価指標と観光地経営指標

#### (1) 民間企業における経営診断等指標の分類

観光地経営の評価のあり方を考える上で、民間企業の経営状況を評価する指標例を表2に示す。ここでは主に外部機関による企業活動全体への評価指標を中心とし、事業の実績を示す基礎的な財務指標や個別業務の評価(PDSAサイクルや品質管理等)については除いている。経営評価の対象はさまざまだが、債権の格付けやIPO(株式公開)の審査では、主に経営破綻のリスクが評価される。格付けの場合は、最初に発行体企業の格付けを行い、その上で個別案件である債権についての格付けを加えることになる。

リスクの評価軸は、事業リスク(事業の継続性 や経営の健全性など)と財務リスクに大別され、株式上場の引受審査ではこれに加えて、企業内容の適正性や投資家保護の観点からの評価が行われる。評価の方法は、基礎資料(財務関係や事業計画等の書類等)による評価に加え、経営トップを含むヒアリング調査が行われている。例えば、野村證券の引受審査の場合、商法上の計算書類(含付属明細書)、税務申請書、関係会社一覧、取引一覧、事業計画書等が収集される。なお、計算書類は、IPOで5年分、その他では2年分が必要となる。

企業の CSR、環境への配慮といった特定の視点で企業を総合的に評価する制度も近年増えてい

る。評価されることで、ファンドへの組み入れが 優先的になされたり、融資条件が良化するといっ た金融面でのインセンティブを与える枠組みや、 環境報告書や IR 情報のディスクロージャー体制 等を表彰することで、株主などのステークホルダー から信頼を獲得する効果を持つ制度等がある。

企業の持つ無形資産を数値で評価する仕組みも見られる。「Global Brands」は、世界の代表的な企業(商品を含む)のブランド価値を評価するもので、これらは M&A 等の基礎資料に用いられるほか、『Business Week』誌と共同で発表することで消費者など幅広い方面に発信されている。評価は、財務に関する年次報告書やアナリストのレポートを基に、主に、①ブランド商品・サービスによる収入、②ブランドによる付加価値、③将来におけるブランド力、の3つの点から計算される。

#### (2) 観光地経営指標の分類と行政評価の現状

観光地の評価例としては、観光資源評価や観光 地人気ランキングなど、さまざまな試みがすでに 民間レベルで行われている。また、観光地の実績 を示す指標としては、いわゆる観光統計が代表的 なものとして存在する。しかし、観光地の経営状 況を評価した事例は少ない。

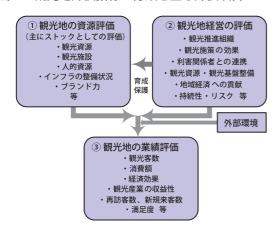
これらの評価指標間の関係を筆者なりに整理すると、図2のような形態となる。ごく簡単に図式化するならば、①観光資源性×②観光地経営力= ③観光地実績、である。

比較的②観光地経営の評価に重心を置いた指

表 2 主な経営評価指標(評価対象・基礎資料等	₹2	主な経営評	価指標	(評価対象	•	基礎資料等
-------------------------	----	-------	-----	-------	---	-------

評価指標の名称等	参考とした評価主体	評価対象	評価タイプ	評価されること のメリット	主な評価軸
社債格付け・発行体格付け	JCR 日本格付け研究所	社債	格付け	発行条件の良化	①事業基盤 (業界動向、業界における地位と競争力、対象企業の特性)、 ②財務基盤 (主要科目、資本構成、財務諸指標)
	R & I 格付け投資情報センター	社債	格付け	発行条件の良化	経営破綻に陥る可能性(デフォルトリスク)を事業リスク、財務リスクに分けて 把握した上で将来キャッシュフリーの十分性・安全性を予測
引受審査	野村證券 (ヒアリング調査より)	IPO、社債、増資	審査	資本市場からの 資金調達	①企業の継続性および収益性、②企業経営の健全性、③企業内容等の開示の 適正性、④その他公益または投資者保護の観点(以上、東証基準に準じる)
SRI ファンド (社会的責任投資ファンド)		企業の CSR (Corporate Social Responsibility)	選定 (ファンド組込銘柄)	ファンドを通じた 投資家の獲得	①ガパナンス/アカウンタビリティ、②マーケット、 ③雇用、④社会貢献、⑤環境
環境報告書賞	東洋経済新報社	環境報告書	選定・表彰	投資家の獲得、 消費者訴求	①環境に対する組織のコミットメント、明確な企業姿勢が読み取れる、②環境への取り組み関するステークホルダーとのコミュニケーションツールとして優れている。③環境パフォーマンス情報の開示について以下の点で充実している(網羅的に開示、比較可能な形で開示、ライフサイクルの観点と環境への重要度を反映)、④環境パフォーマンスに対する企業自身の評価や説明が加えられている。⑤情報の信頼性を確保する努力を行っている
サステイナビリティ報告書賞	東洋経済新報社	サステイナビリティ 報告書	選定・表彰	投資家の獲得、 消費者訴求	①サステイナビリティに対するトップのコミットメント、明確な企業姿勢が 読み取れる。②環境については、環境報告書賞の基準を増用、③社会につい では a 雇用・労働、b.人権、こ地域社会と社会貢献、d.製品責任、その他に ついて適切に開示している、④経済については、指標および開示方法につい て創意工夫を試みている、⑤コミュニケーションソールとして優れており、 情報の信頼性を確保する努力を行っている
環境配慮型経営促進事業	日本政策投資銀行	企業の環境経営	格付け(取り組みが特に先進的、先 進的、十分の3段階)	良化(3段階の政	①経営全般、②事業、③パフォーマンス
ディスクロージャー 表彰制度	東京証券取引所	情報開示	選定・表彰	投資家の獲得	情報開示の早期性、情報内容の充実性等
Global Brands	www.interbrand.com	企業のブランド価値	収益の現在価値	投資家の獲得、 消費者訴求	①ブランド商品・サービスによる収入、②ブランドによる付加価値、 ③ブランドカ(将来)

#### 図2 観光地評価指標の分類と主な評価項目



標としては、国単位の評価事例として「世界経済フォーラム」の「旅行・観光の競争力指数」(TTCI=The Travel & Tourism Competitiveness Index)が公表されている。これは、世界 124 カ国を対象に旅行・観光産業の魅力を高める要因と観光政策について既存統計や有識者評価により指標化したもので、以下の 13 の評価軸について各国の競争力を計測している。

07年3月公表資料では、1位はスイス、2位はオーストリアで、日本は25位、東アジアでは韓国が41位、中国は71位となっている。このランキングについては「美人コンテストではない」という説明がなされているが、つまり資源魅力の評価は13の評価軸のうち11.~13.の3つにとどまっており、うち「11.人的資源」「12.国

#### ■旅行・観光の競争力指数 TTCI の評価軸

- <旅行・観光分野の規制の枠組み>
  - 1. 観光政策と規制
  - 2. 環境規制
  - 3. 安全性と危機管理
  - 4. 保健と衛生
  - 5. 観光政策の優先度
- <旅行・観光産業の経営環境と社会基盤>
  - 6. 航空輸送の社会基盤
  - 7. 地上輸送の社会基盤
  - 8. 観光産業の社会基盤
  - 9. 情報通信の社会基盤
- 10. 観光産業の価格競争力
- <人的資源、自然資源、文化資源>
- 11.人的資源
- 12. 国民の観光への理解
- 13. 自然資源と文化資源

民の観光への理解」は人材育成やホスピタリティの啓蒙などによってもある程度変動し得る指標である。なお、日本の場合、「5. 観光政策の優先度」「10. 観光産業の価格競争力」「12. 国民の観光への理解」について厳しい評価となっている。この点、冒頭に述べた「観光立国推進法」の効果に今後期待するところが大きい。また、わが国の観光政策や観光統計などの海外への発信が不十分であることも、こうした厳しい評価の土壌である点に留意すべきであろう。

次に、PDSA サイクル等を用いた「行政評価」というマネジメント管理は、すでに多くの自治体で導入されており、観光行政の評価についても各自治体の「内部」では評価が行われている。表3に、最も行政評価制度の進んだ自治体として三重県の観光施策の評価例を抜粋した。三重県の行政評価

表3 三重県における観光施策の目標指標

施策	基本事業	事務事業	目標指標			
233	観光・	交流産業の振興	・観光レクリエーション入り込み客数(万人)			
	23301	観光商品づくりとサービス向上の推進	・観光商品の提供数(件)			
		(重)観光商品づくり推進事業	・観光商品の提供件数 [累計](件)			
		(重)観光客誘客推進事業	・観光ルートの提供件数(件)			
		(重)三重の観光人材育成事業	・観光地マネージャーの育成人数(累計)(人)			
		(重)産業観光資源創造事業	・産業観光の事業化数(件)			
		(重)「旅ごころ誘う三重奏」誘客戦略推進事業	・観光商品を企画する旅行会社数(社)			
		2005年集客交流戦略推進事業	・伊勢志摩再生プロジェクト事業数(件)・バリアフリーツアーセンター問い合わせ件数(件)			
	23302	観光交流空間快適化の推進	・観光街並み空間づくり地区数(件)			
		(重)魅力ある観光地づくり支援事業	・魅力ある観光地づくり実施件数(件)			
	23303	観光情報の発信と誘客活動の推進	・観光ホームページへのアクセス件数(件)			
		(重)外客誘致推進事業	<ul> <li>・外客誘致プロモーション件数(件)</li> <li>・ 現光展への出展 PR(回)</li> <li>・ 海外での情報提供回数(回)</li> <li>・ 外国語版 HP アクセス数(件)</li> </ul>			
		(重)三重の食パワーアップ 100 事業	・研修後改善された土産物数(個)			
		北勢広域観光連携強化事業	・外国人向け観光パンフレット配布個所数(個所) ・誘客促進キャラバン隊派遣個所数(個所)			
		歴史と文化の水郷ふるさと再発見事業	・"七里の渡し"再現実験ツアー参加者(人数)			
		(財)三重ビジターズ推進機構利子補給補助金	・保有不動産の売却、譲渡件数(件)			
		伊勢志摩であい交流スクエア整備事業	<ul><li>・県市担当者会議の開催回数(回)</li><li>・具体的検討案件数(件)</li><li>・検討委員会開催回数(回)</li></ul>			
		「みえとあそんで」観光振興事業	・関西圏における一般モニターの認知度(%) ・観光 HP へのアクセス件数 (件) ・メディア交流会参加者数(人) ・情報番組、旅番組等のロケ誘致			
		リゾート地域活性化助成事業費補助金	・紀南地域への観光入り込み客数(千人)・イベントの延べ開催日数(日)			
・広域市町村地場産品 PR イベントの開 県営サンアリーナ管理運営費 ・対経費売上率(%) 県営サンアリーナ環境整備費 ・設備不良事故等による休館日数(日)			・広域市町村地場産品 PR イベントの開催件数(件数)および開催日数(延べ日数)・ピネ来場者数(人)			
		県営サンアリーナ管理運営費	・対経費売上率(%)			
		県営サンアリーナ環境整備費	・設備不良事故等による休館日数(日) ・バスの延べ利用者数(人)			
		(財)三重ビジターズ推進機構開発土地整備事業費補助	・年間利用者数(人)			
		(財)三重ビジターズ推進機構集客施設維持管理事業	・ 管理経費(千円)・パールロード通行車両数(台)			

(重)は重点プログラム

「2005(平成17) 年度 基本事業目的評価表」より抜粋。グリーンツーリズムの施策等は除く。

は、三重県総合計画「県民しあわせプラン戦略計画」における政策・事業体系に沿って、事務事業 - 基本事業 - 施策の3段階で評価指標とその目標値を設定している。目標達成度と評価結果、結果を踏まえた今後の取り組みや改善点がweb上で公開されており、県民局を中心に計画作りへの住民参加が推進されている。

「施策」段階の「観光・交流産業の振興」では 目標指標として「観光レクリエーション入り込み 客数」が用いられ、05年の目標数値 4,550万人 に対し、実績数値は 4,470万人となった。その 下の「基本事業」段階では「観光商品の提供数」 「観光街並み空間づくり地区数」「観光ホームペー ジへのアクセス件数」が用いられ、最も基礎的な 活動単位である「事務事業」段階では、個別事業 ごとに利用者数やイベント、委員会等の開催件数 など各様の指標が設定されている。

各段階の目標指標の多くは、業務の遂行度合いの目安としての数値目標にとどまっており、事業への顧客満足度や、環境への影響評価、経済波及効果、関連組織との連携効果といった事業の質的な評価、戦略的・総合的な観点からの評価指標まで踏み込んで設定していないのが現状である。

#### 3. 観光地経営指標の枠組みと基礎データの検討

#### (1) 観光地経営指標の枠組み

観光地経営指標の試案は観光地の経営の質を評価するもので、7つの評価軸について利用可能データ・資料等に配慮しつつチェック項目を作成し、評価軸ごとの得点と各軸を統合した総合得点を算出するというものである。

#### (2) 指標作成への課題

観光地経営の評価について、民間企業の経営評価制度のようなメリットはどの程度あって、また そうしたことは可能だろうか。

民間企業との相違はステークホルダーとして株主に代わって住民が重きを占めているということで、評価軸において社会的責任や地域への波及効果などがより強く意識される点はある。観光行政が住民や事業者の税金で(一定程度)維持され、観光行政の総責任者たる首長が住民によって選出されるという点で、彼ら住民にとって、観光行政が適切に行われているかを評価することは重大な

関心事である。さらに、自治体へ助成を行っている上位行政機関や、地方債や土地の保有者、当該地域の民間事業者に投資を行っている金融機関・再生ファンドなど、域外のステークホルダーにとっても観光政策の評価情報は一層重要な指標となるであろう。

しかしながら現状としては、企業のIPOの審査基準や、CSRファンドへの採用基準に比較して、例えば観光地への補助事業の選定基準において、信頼度の高い観光統計や観光地のガバナンス度の評価がどの程度組み込まれているか、という点が問題視されるべきであろう。

そうした条件下の障害としては、観光行政の適切さを客観的に測るための主要な基礎資料となるべき観光統計・観光経済統計が不備かつ手法が不統一であることや、各地で普及が進んでいる行政評価もその手法がまちまちで、かつ内部の主観的評価であることなどから地域間の比較ができないといった点がある。今後の観光地経営の指標化への手順としては、指標作成に利用可能なデータの検証を行った上で、評価軸および指標群を再構成し、不足するデータを有識者や旅行者モニター調査等によって補う可能性を検討する、といった一連の作業が考えられる。

#### 表 4 観光地経営の評価指標の枠組み(試案)

### 評価対象 評価方法 棚光地経営の質に関するいくつかの評価軸と各軸についての評価項目を設定し、 統計データや文書等の既存資料に、有識者や旅行者モニターによる評価、 観光担当者等へのヒアリング等を加味して、得点化を行う。 さらに、複数の評価軸を総合化した指標を作成する。 評価指標によるメリット(例) ・観光政策に関わる行政評価 ・国等の補助・モデル事業の誘致 ・観光地のプランド化、消費者への安心感確保、観光税等の円滑な導入 ・関形設備投資の促進、融資条件の良化、優秀な人材の確保 ・周辺観光地との連携や地域間交流の促進など 主な評価軸と評価項目(例) 観光推進のための組織、人材とそのガバナンス 予算規模・財源の多様性、財政力指数・地方債残高、 人材育成制度・人材能力、観光統計整備・活用状況、政争リスク 等 利害関係者との連携 住民理解・ホスピタリティ意識、周辺協力体制・官学民ネットワーク度、 社会貢献、従業員満足、観光産業との連携、CSR・広報・情報公開等 観光施策の効果 観光宣伝の効果、情報施設の効果、観光施設の効果、イベントの効果、 PPP・PFI 等 推進度 等 観光資源・観光基盤の保全・整備 観光資源評価、景観条例、環境保全条例、観光社会基盤整備、観光産業の人材、 観光地業績の向上 消費額の伸び、旅行商品化度、来訪客満足度向上、再訪者数増加、 滞在時間・宿泊客率の増加、等 地域経済への貢献 観光消費額規模、観光 GDP・観光雇用シェア、域内調達率・付加価値率、 消費単価、従業員当たり売上、地価等 持続性・リスクの評価 過去 10 年の入り込み数、市場シェアの推移、資源・客層の多様性、 再訪率・再訪者特性、来訪客満足度、災害など危機管理等

### 観光地経営に関する理論的な枠組みの 構築に向けた実証的な研究

#### 1. 観光地経営の考え方

## 1 観光地経営の基本的な考え方

観光地の安定的な発展を支えるためには、個々の事業に対する安定集客・安定経営のために観光資源を活用するといったこれまでの考え方ではなく、地域全体を総合的に捉えて、地域が持つ観光資源の活用・管理と、地域内の事業の安定的発展を共存させるための「観光地経営」といった視点がこれからは必要である。そのためには、適正な資源評価と活用、競合条件も踏まえたマーケティングに基づく商品化や誘客プロモーション戦略、これらを含めた観光振興政策の一貫性と持続性が問われる。

本研究では、「観光振興政策の一貫性と持続性の保持」を観光地経営・管理の重要な視点と捉え、沖縄県の観光振興策をケースに、これまでの行政における観光振興施策、組織体制をレビューして、観光地経営・管理という視点から各施策、組織体制がどのように機能してきたかを整理、検証する。そして、これからの観光地経営・管理に望ましい観光施策、組織の体系化について考察する。

# ② 観光地の魅力・誘致力と適正な開発整備水準

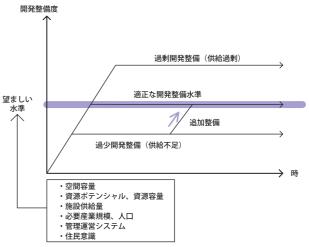
安定的な観光地経営の発想には、観光地の適正 な開発整備水準の考え方が重要である。

観光地の開発整備の適正な水準は、絶対的なものではなく、主観的であったり、相対的なものであったりして、具体的な指標を設定する方法論は確立されているわけではない。

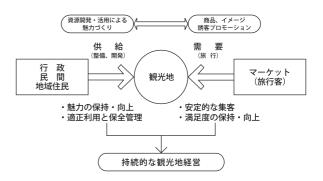
開発整備の望ましい水準は、**図1・2**に示すように、空間容量、資源ポテンシャル、資源容量、施設供給量、必要産業規模、人口、管理運営システム、住民意識といった条件で決定される。

適正な開発整備水準に対して、開発整備が過小であったり過剰であったりと、両方のケースが想定される。一般的には、観光地(もしくは観光事業)がスタートして間もない時期は、知名度が低かっ

#### 図1 観光地の適正な開発整備水準



#### 図2 持続的な観光地経営とは



たり誘客手法が確立されていなかったりして、需要を十分顕在化できない心配から、開発整備水準 を低めに設定するケースが多々見られる。

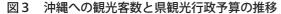
需要の伸びを待って、段階的に開発整備を行っていく考え方である。

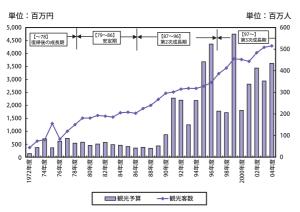
しかし、ここで問題になるのは、開発整備水準に、観光客を受け入れる「施設キャパシティの水準」と、そこの観光地の誘客力を高める「観光魅力水準」の2つがあることである。前者の拡大は、地域の事業規模・産業規模を高め、地域経済効果につながる観光振興の最大の目的と直結する。一方で、後者は観光客をどれだけ引きつけることができるかという「誘客力」で、観光地にとっては不可欠な重要な水準である。

#### 2. 沖縄観光の振興施策と組織の変遷

# 1 沖縄観光の発展と観光行政施策の変遷

72年の本土復帰以降、順調に発展してきた沖縄観光では、沖縄県の観光予算も図3に示すよう





な推移を示している。

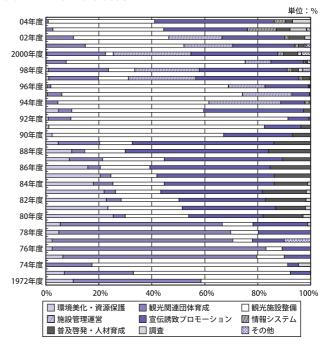
県が策定する第2次観光振興基本計画(10カ年計画)の終了年度である91年度に観光客数の目標値300万人を達成した。それを契機にして大幅な予算拡大を遂げている。

観光予算を、その事業内容の性格によって分類して内訳のシェアを見ると、図4に示すように、復帰して沖縄観光がスタートした当初は「観光施設整備が、その後「観光関連団体育成」が順次観光予算の過半数を占めている。

75年代半ばになって、復帰以降の不備な受け入れ体制も、ある程度一通りの施設整備が整い、観光客数も150万人に達した。その段階で、観光予算も「宣伝誘致プロモーション」に投入されるようになった。「宣伝誘致プロモーション」予算は、80年度の28%から徐々にシェアが増加して、89年度には53%と過半数を占めるまでに増加した。

観光予算全体が急激に増加し始めた 90 年度以降から 96 年度までは、「観光施設整備」予算が全体の7割前後を占める。その後、98 年度に観

図4 観光政策予算内訳シェアの変遷

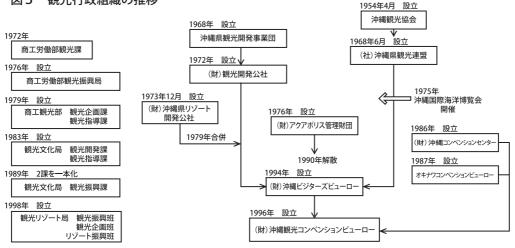


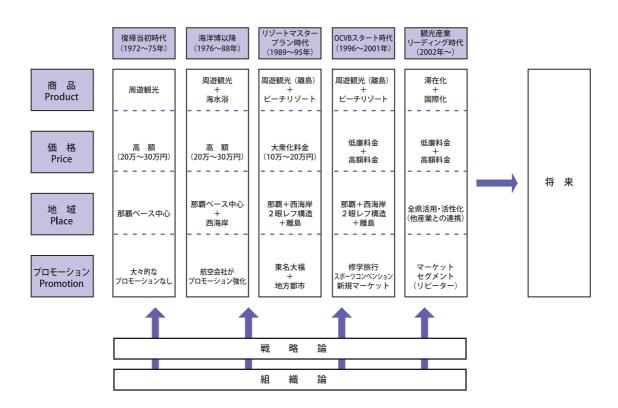
光客数 400 万人を達成して以降は、「観光施設整備」だけでなく、「観光関連団体育成」「施設管理運営」「宣伝誘致プロモーション」と予算も多様に使われるようになる。

# 2 観光行政組織の変遷

観光関連組織も、90年にコンベンションビューローが、94年には(財)沖縄ビジターズビューローが設立された。さらに、96年には、(財)沖縄観光コンベンションビューロー(OCVB)が設立され、沖縄県の観光施策の実行機関と観光業界の中心的機関として一本化された。第3次基本計画

図5 観光行政組織の推移





#### 図6 沖縄観光の4 Pの時代変化

(92~01年度)の期間には、**図5**のような体制 強化と、県の観光予算の大幅な増額により、積極 的な観光施策が展開された。

#### 3. 沖縄観光魅力の変遷

沖縄観光魅力を、商品 Product、価格 Price、地域 Place、プロモーション Promotion の観点から整理すると図6のようになる。こうした結果は、各時代で実施されてきた戦略の積み重ねから生じた結果であり、その背景には実践してきた組織がある。

#### 4. 観光地経営の課題

# 1 戦略的課題と組織的課題

今後の沖縄観光振興を考えていく上では、以下 のような点が中心テーマとなってくる。

- ●沖縄観光(観光地)のテーマ、目標設定をどう 考えるか
- ●今後の観光振興の全県的展開をどう考えるか?

●観光振興の「基本条件」と「魅力づくり」をど う考えるか?

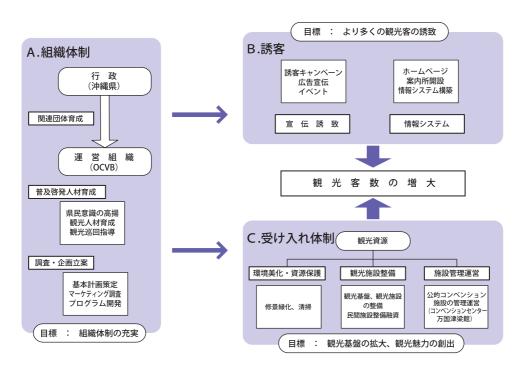
こうしたテーマを実際に検討していくなかで、 現実的には戦略的な課題と組織的な課題の2つに 分けた整理が必要となる。

# 2 持続的な観光地経営・管理と沖縄の観光施策

これまで沖縄県が展開してきた観光振興施策を整理すると、A.組織体制、B.誘客、C.受け入れ体制の3つに分けられる。「より多くの観光客の誘致」をするために「観光基盤の充実、観光魅力の創出」を図り、それを実現するための「組織体制の充実」が進められてきた。これら一連の施策は、観光地の発展のための「観光客数の増大」が大目標とされて、最終的にこれまでの各施策の取り組みはそこに集約される。

持続的な観光地の発展を考えると、「安定的誘客と発展バランスの管理」がこれからの観光地に必要な考え方となる。沖縄における観光施策のこれまでの取り組みにおいても、需要が供給に追随して安定的な発展が続いている沖縄観光では、観

#### 図7 沖縄県の観光振興施策



光地経営的な発想がほとんどとられてこなかった のが現状である。

# ③ 持続的な観光地経営・管理に向けて

観光地の持続的な発展を進めていく上で、これからは以下のような点を具体化していく必要がある。

#### (1) 観光地経営・管理の発想の普及

観光客の増大一辺倒の観光振興施策から、持 続的な観光地経営・管理の発想を広めて、計画 的な経営管理の重要性を共通認識にしていく必 要がある。

#### (2) 観光資源の管理、活用手法の開発・普及

これまでのような観光資源を一方的に活用して観光振興を進める手法から、観光資源の保全・

育成と適正な活用が共存できる手法の研究とその普及を進めていく必要がある。具体的には、 観光資源魅力の発見と適切な評価、観光資源の キャリングキャパシティ(適正な収容力)の設 定などが研究テーマとなる。

#### (3) 観光客の満足度向上の追求

持続的な観光地の発展の原点として、訪れる 観光客に満足して帰ってもらう発想が重要で、 「1回限りの観光地から、また訪れたくなる観 光地づくり」を進めていく。

#### (4) 観光地経営・管理システムの構築

観光地経営・管理は、行政を中心にした観光 地全体のコントロールを図るシステムであり、 行政施策と組織体制を中心にしたシステム構築 が必要である。

# 観光地の資源管理に関する研究

# ―観光が環境を守るとは、環境を守る観光とは―

観光地の無秩序な開発あるいは利用過多による弊害がわが国の多くの観光地の魅力を低下させてきた。国内観光地では観光資源の適正利用、とりわけ資源保全のための環境収容力の問題を置き去りにしてきた感があり、今後の大きな研究課題の一つであった。

米国などでは 60 年代からこの問題に関する研究や議論が活発化し、実践への適用に応じてその理論的枠組みは深化してきた。わが国では、環境省が本格的にエコツーリズムの普及と定着に取り組み始めた今日になって、観光資源の利用と保全の具体策に対する関心が急速に高まってきた。

本研究は、米国における適正収容力をめぐる基本的概念の変遷を理論的なよりどころとして、 わが国における実践例の調査を通して、資源管理に取り組む上での課題の整理と今後の展開に 向けた提案を試みたものである。なお、資源管理という新たな研究領域に臨むにあたり、研究、 行政、観光地の各分野において先駆的にこのテーマに取り組んでいる方々との共同形式で研究 を進めた。

■ 寺崎竜雄 岩城智子

# 研究報告書の概要

#### 観光地の資源管理に関する研究

―観光が環境を守るとは、環境を守る観光とは―

#### 【目 次】

- 1. 観光地における資源管理の状況(わが国における実例)
  - 1-1. 知床の利用に関する合意形成の枠組み
  - 1-2. 大雪山における登山道利用の状況
  - 1-3. 支笏湖における動力船利用規制
  - 1-4. 利尻山における携帯トイレの普及啓発
  - 1-5. 森吉山阿仁スキー場ゴンドラの夏期利用をめぐる資源管理の状況
  - 1-6. 白神山地藤里町におけるエコツーリズムの現状と課題
  - 1-7. 裏磐梯エリアのガイド制度と資源管理の関わり
  - 1-8. 尾瀬エリアにおける環境収容量の測定と尾瀬に関わる関係諸機関の動向
  - 1-9. 小笠原における自主ルールの効用
  - 1-10. 青木ヶ原樹海における自然環境保全のためのルールづくりと遵守状況
  - 1-11. 高山市丹生川における入域制限の状況
  - 1-12. 西表島仲間川保全利用協定の実際

- 2. 観光地の資源管理の現況(研究会における研究報告内容)
  - 2-1. 環境収容量の測定に関わる既存研究
  - 2-2. 資源管理と観光地域の関わりに関する実例
  - 2-3. 資源管理を検討するための基礎要件
- 3. わが国における資源管理を取り巻く課題 (研究報告及び実例報告を受けて)
  - 3-1. 環境収容量測定や研究に関わる課題
  - 3-2. 資源管理に関わる制度等の課題
  - 3-3. 資源管理に関わる実行面での課題
  - 3-4. 資源管理全般に関わる課題
- 4. 観光地の資源管理の実現に向けた推進方策の提案
  - 4-1. 資源管理の実践に向けた提案
  - 4-2. 資源管理の普及に向けた提案
  - 4-3. 資源管理の推進主体設立に向けた提案

#### 1. 環境収容量の測定に関わる既存の調査研究

# 自然公園における環境収容量の考え方~アメリカの事例から

環境収容量の考え方は、牧畜管理から始まったとされる。60年代、環境収容量は自然公園における適正利用人数算出のため「人為的干渉を許容しながらも持続的にその地域の生態的・社会的特性が保たれる適正利用人数」と拡大定義され、それに関する研究・議論が活発化した。環境収容量を出すにあたって、まずは利用人数と自然への影響や自然の変化の度合いが比例するという前提で各種研究が行われたが、データは利用人数と変化の度合いの間に単純な比例関係があるものではないということを示していた。

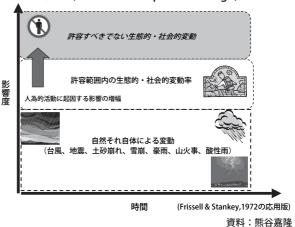
さらに、環境収容量を設定して利用規制を実施する場合、実施上の合意形成が必要であること、利用者のアクセスを何らかの方法でコントロールしなくてはいけないこと、対応する予算や人員が十分に準備されていなくてはならないなどの社会的な制約も考慮しなければならない。様々な研究結果に基づき、環境収容量については次のような結論が出されている。

- ①環境収容量(マジックナンバー)の算出は困難である
- ②環境収容量は地域の特徴や利用目的に準ずる
- ③多様な利用者が存在する
- ④利用規制はあくまで管理運営の一つの手段であり、最後の手段として検討されるべきである

70年代から80年代にかけては、「何人ならば多すぎるのか(How many is too many?)」という数を指標とした利用規制中心の発想から、地域は現段階におけるその生態的・社会的特性にかんがみてどういう状態であるべきかといった質の問題であるという考えが生まれた。80年代前半に研究者が出した結論は、環境収容量の算出そのものの妥当性が再検討されるべきであるというものであった。そして、85年には、LAC(Limits of Acceptable Change:許容範囲内の変化の策定)の考えについての議論が始まった。

LACの考えでは、影響度と時間の相関性において、 影響度を、①人間の干渉がなくても自然そのものに よる変動(台風、地震、酸性雨など)、②人的活動 による生態的・社会的変動率、③許容すべきでは ない生態的・社会的変動、に分類し、③に到達す ると利用制限や利用変更(最後に利用規制)を行う。 これは、環境収容量の再構築であり、地域別にどういった生態的・社会的状況であるべきかといった運用目的を策定し、指標を設定し、利用規制を行うための許容内影響度を策定し、経過観測を持続的に実施することで許容範囲内の影響であるかどうかを診断し、許容範囲を超えた場合にな何らかのアクションを起こすというものである。 (熊谷嘉隆)

#### 図1 利用数の算出から許容範囲内の変化の策定へ (LAC (Limits of Acceptable Change))



### 自然公園の社会的収容力 〜大雪山の研究例をもとにして

日本における収容力の研究については、まず、64年に国立公園協会と環境庁が実施した観光施設の規模を算出するための「利用施設の計量計画」が挙げられる。73年に「国立公園計画の再検討に関する通知」において『適正な利用』と明示され、利用計画に収容力の概念が必要であることが示された。その後74年に策定された「自動車利用適正化要綱」においては、車のコントロールにとどまっている。また、同年の「自然公園における収容力に関する研究」(環境庁)以降は、89年の「大雪山における登山によるインパクトと収容力に関する一連の研究」まで収容力に関して総合的に取り組んだ研究は少なかった。

収容力に基づく公園計画・管理のためには利用量とインパクトに関する客観的なデータの収集、利用状況と利用者の不快感の関連や許容限界の明示、適正な利用像と許容限界について合意を形成するための手段の開発が必要である。

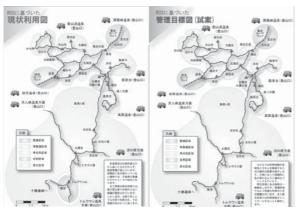
日本人は自然観光地においてもあまり混雑を気にしていなかったように思うが、近年は混雑を気

にする論調にあると見ている。

大雪山は年間利用者数 600 万人、登山者数はおよそ 12 万~ 13 万人とされる。登山利用によるインパクトが見られるものの、このインパクトは利用者数に比例するわけではない。さらにROS(Recreation Opportunity Spectrum)の考えに基づく大雪山の管理目標イメージも作成された。ROSの管理目標は、利用者の多様なレクリエーション体験に影響を与えると考えられる3つの要素(環境・施設・管理)と、レクリエーションの場である5つの区域(原生・自然・準自然・準整備・整備)から構成される。この ROS の概念は、登山道の管理水準の策定において応用された。

(愛甲哲也)

#### 図2 ROS に基づいた大雪山の現状利用と管理目標図



資料:山岳レクリエーション管理研究会

### 尾瀬の社会的収容力調査報告/ 調査報告後の尾瀬での取り組みを含めて

尾瀬の入込者数は、96、97年は入山者数が60万人を超えるピークの年であり、98年に大きく減少し、その後は微減している。03年で38万4,000人、05年で32万人程度である。

収容力調査は、期間は 00 年度~ 04 年度の 5 年間、事業主体は環境省で尾瀬保護財団が業務委託を受けた。事業名「環境省国立公園利用適正化推進事業」とし、調査費は 5 年間で約 2,200 万円であった。尾瀬での収容力を整理すると、①施設的収容力②社会的収容力、③生態的収容力、④経済評価、が必要であると考えている。00 年度~ 04 年度の 5 年間で調査できたものは、施設的収容力と社会的収容力のみであった。05 年度から生態的収容力の調査が始まっている。

尾瀬の社会的収容力調査の目的は、利用時の体

験に関する科学的な調査を通して尾瀬の収容力の 目安を明らかにすることであり、登山者アンケート調査を中心に始めた。アンケート調査で得られた数値から、①尾瀬の審美性を堪能できる利用密度、②尾瀬の精神的価値を堪能できる利用密度、③上記体験が損なわれる利用密度、を明らかにしようとした。収容力調査のフレームは、1つの方法で数値を求めたのではなく、5つの調査・評価をもとにそれらを掛け合わせて収容力を算出した。限界収容力(混雑感や不満足感に至らない限界の利用密度のレベル)と適正収容力(すいていて、心地よく、満足のいく快適利用密度のレベル)を任意に設けた。

この結果は尾瀬全体(尾瀬ヶ原・尾瀬沼を含む) の限界収容力は 5,000 ~ 6,500 人、適正収容力 は 5,000 人以下となった。

利用適正化メニューは、誘導、規制、施設整備の大きく3つに分かれている。施設整備の対策は、社会的収容力で算出された数値そのものが変わってしまうため、まずは、誘導と規制による方法を取る。優先順位が高い方法は、①利用状況(混雑状況)や開花状況等の情報提供(→誘導)、②1グループの人数規模の制限(→規制)、③団体グループの自然ガイド利用の推奨(→規制)であるため、この3つの社会実験方法を考えている。

(安類智仁)

#### 表 1 尾瀬の社会的収容力の総括表

	1日の入山者数に	1日の入山者数に
	おける限界収容力	おける適正収容力
尾瀬ヶ原	2600 - 2500 4	2,600 人以下
	2,600~3,500人	(中心値 1,400 ~ 1,700 人)
尾瀬沼	2,400~3,000人	2,400 人以下
尾瀬全体	5,000~6,500人	5,000 人以下

■尾瀬ヶ原の1日の景観体験評価による限界収容力と適正収容力のための参考値 ①利用者の約半数が「思ったよりも人が多い」と判断する人数 : 3,500人以上 ②利用者の約半数が「人の多さが気になる」と判断する人数 : 4,800人以上 ③利用者の約半数が「もっと(もう少し)すいていた方がよい」と判断する人数 : 3,500人以上 ④利用者の約半数が「本日の利用状況がちょうどよい」と判断する人数 : 2,600人以下

■尾瀬沼の1日の景観体験評価による限界収容力と適正収容力のための参考値
①利用者の約半数が「思ったよりも人が多い」と判断する人数 : 3,500人以上
②利用者の約半数が「人の多さが気になる」と判断する人数 : 5,000人以上
③利用者の約半数が「ちっと(もう少し)すいていた方がよい」と判断する人数 : 2,400人以上
④利用者の約半数が「本日の利用状況がちょうどよい」と判断する人数 : 2,400人以下

資料:安類智仁

#### 2. 資源管理と観光地域のかかわりに関する実例

# 🚺 沖縄県の観光とエコツーリズム

沖縄県ではエコツアープログラム認定制度導入 に取り組んでおり、その背景は、①体験型プログ ラムの内容と品質のばらつきが顕在化、②観光資

源の減耗、③プログラムや観光資源の質の低下に よる観光客満足度への悪影響である。認定対象は プログラムおよび運営事業者、認定基準は環境保 全、地域基準、運営基準で自己採点方式である。 評価した結果、高い評価が出た場合、公式ホーム ページで公開するなどしていきたい。07年度は、 いくつかの業者を対象に認定協会を立ち上げ、自 己採点方式を導入する予定である。現在は、業 種(種目:ダイビング、トレッキング、カヌー 等) ごとに業者に試行してもらっている段階であ る。導入のあり方については、まだ業者との調整 が必要である。「誰(どこ)が認定するのか」が 課題であり、県ではなく、全県的協会(例えば沖 縄県エコツーリズム協会など)による認定を想定 している。プログラム認定制度の目的は、①認定 結果を公表して観光客の選択に資する、②業者の 自己研鑽(スキルアップ、レベルアップ等)の努 力目標とする、などが挙げられる。ただし、「認定」 を何らかの条件づけにはしない。しかし、好成績 のものは県が PR の面等で積極的にバックアップ を行い、差別化、付加価値化を図りたい。プログ ラムや事業者間の質(レベル)を外部から(特に 観光客から)見定めるものにし、また、多くの事 業者に参加を呼びかけることで全体の底上げを図 りたい。実施時期は06年度とした。

環境を保全し適切な利用を図る取り組みとしてのエコツーリズムを推進することは、沖縄観光の持続的発展を目指す上で重要である。地域振興、環境保全意識向上を促進するツールとしての重要な位置づけになる。増加する観光客の多様化する観光ニーズに対応する新しい商品メニューを提供していきたい。 (嘉手苅孝夫)

#### 2 持続可能な観光地経営から見た知床の課題

知床財団の活動は、自然解説プログラムの実施、「しれとこ 100 平方メートル運動」運動地の森づくり、野生動物についての調査研究、遺産地域内の利用についての調査、ヒグマ対策活動、などが挙げられる。知床では「自然環境保全」への取り組みとして、知床世界自然遺産地域連絡会議、知床世界自然遺産科学委員会、知床国立公園利用適正化検討会議、知床エコツーリズム推進協議会などがあり、世界遺産推薦を契機としてさまざまな

枠組みが動き出している。それらの会議を契機と して、地元住民との対話も始まりつつある。

知床国立公園内における「利用者の満足感」へ の取り組みとしては、①利用者数のデータの蓄 積、②来訪者の属性と利用目的・満足感に関連す る研究、③ガイドツアーの参加者の満足度調査、 ④利用適正化検討会議での利用実態を踏まえなが らの利用方法の検討、などがあり、利用者の満足 感に関するデータ収集と、それに対応した利用方 法の検討が行われている。国立公園外では、①宿 泊施設が宿泊客に対して行う満足度調査、②ガイ ドなどが独自にツアー客に対して行う満足度調査 など、各サービス主体が提供するサービスについ て調査を行い、結果をフィードバックする例はあ る。知床では、「自然環境の保全」は進みつつある。 しかし、「利用者の満足度」については、自然体 験については明らかになりつつあるが自然体験以 外の要因(宿泊施設、交通手段など)が旅行全体 の満足度にどう影響を与えているのかについては 不明である。よって、「知床旅行」に対する満足 感について、自然体験内容だけではなく、他の要 因がどのように影響しているのか調査する必要が ある。 (藤原千尋)

#### 3. 資源管理を検討するための基礎要件

# 1 環境省が行ってきたオーバーユース対策

日本の自然公園制度の基本(地域制公園)は、 土地所有権にかかわらず、法律による公用制限(公 益のために各種行為を規制)に基づく管理である。 アジア、ヨーロッパも地域制が主流である。一方、 アメリカ、オーストラリアなどは土地所有権に基 づく営造物制公園として管理されている。

地域制公園の公園管理において、資源(景観・自然環境)管理をするために、①資源を壊す行為を列挙し原則禁止とした上で風致景観上支障のない行為については許可する、②保護計画による段階的規制をかける、③財産権や他の公益との調整規定がある。営造物公園は土地所有権に基づくため裁量の範囲が広い。公園管理と関係のない行為については、原則としてすべて禁止にすることが可能である。

適正利用の推進では、①利用計画による利用施

設の配置のコントロール(すべての利用施設ではない)、②利用行動を直接規制せず施設により間接的にコントロールしている。

これまでの対策として、抜本的対策では、①施設収容力の凍結・コントロール、②利用者数のコントロール、③曜日・季節による平準化、がある。対症療法的対策では、①木道整備、浄化槽整備など施設整備、②植生復元など自然環境修復、がある。

既存の対策では対応しにくい課題は、施設整備そのものが過剰利用とされる場合や施設起源というより利用起源であるような場合である。わが国の公園制度の弱点は、国立公園の自然保護と適正利用の推進のためには、人為的行為(公園利用行動)のコントロールが不可欠であるが、コントロールのための手段が弱い(もしくは、ない)。一定地域への利用者の入り込みの数を資源保護のために制限したいと思ってもその手段を持たなかったが、04年の自然公園法の改正により利用調整地区と立ち入り規制地域の新しい制度が整備された。

まとめとして、①地区の収容力制限、マイカー規制、施設整備等によりかなりの問題は解決、②利用に直接制限をかけなければ解決しない問題も新制度により制度上は対応が可能、③環境収容力の算定は利用調整地区の制限内容の決定に有力な根拠を与えるとともに、事業決定における地区の施設収容力の決定にも効果が見られた。

(中島慶二)

# 2 環境収容力と生態学的視点

金華山島での調査によると、シカの数(および 質)は自然環境の影響を受けている。また、草木、 昆虫、鳥類、哺乳類、地形、土壌など環境を構成 するものは、シカの影響を受けている。環境収容 力は生物に影響を与えるが、生物が環境収容力に 影響を与える場合もある。複雑な生物間相互作用 として、植物の構成によって花と昆虫との関係が 変化するという例がある。花と昆虫との関係が 変化するという例がある。花と昆虫との関係は、 春と夏にはマルハナバチ類・コハナバチ類の送粉 者としての重要性が高く、秋にはハナアブ類の重 要性が高いなど、季節によって変化する。自然界 は微妙なバランスで成立している。観光地など人 為的な影響がなくても、自然界の中で変化が起き ている。 自然現象でも「資源の破壊」は起こるため、人 為的なものと自然現象によるものの区別は難しい。複雑な生物間相互作用を前提に、①変化を捉 えるモニタリング、②「何を守るのか」を明確に する(景観なのか、生物相全体なのか、キーにな る生物なのか、希少種なのか、産業資源なのか等)、 ③管理目標に従った適応的管理、などが必要であ ると考えられる。

何を指標とするのかを決める際に、検出の広さ (その指標にどの程度の生物種や環境が関係する のか)および検出力の敏感さ、使いやすさを考慮 しなければならない。また、地元 NPO、インター プリター自身、事業者など誰がモニタリング・評 価・意志決定するのかということも重要な課題で ある。

エコツアー事業者にとって、自然環境は経営資源であり、環境保全と環境収容力に十分な配慮が必要である。また、資源は共有財産であるため、資源を守るルール作りおよび地域の総合的ビジョンと適正利用に関する合意形成が必要である。

(南正人)

# 3 観光分野から見た資源管理の捉え方

旅行者は、観光資源を外から「見る」ことを中心にした観光から、観光資源に触れる観光にシフトしている。その理由として、①旅行者の目的や満足度の多様化、②観光資源は「見る」対象(床の間に飾っておくもの)から、「利用」の対象(床の間に上がり込む)になっていることが挙げられるが、この傾向により、観光資源に対するインパクトの増大が起きている。

観光分野における資源管理は、1)観光資源の本源的な価値を破壊しないこと(①人を近づけない(利用の制約)、②手を加えない(開発の制約)、③資源の再生(あるがまま、もしくは景観的価値を維持))、および、2)観光対象としての評価をコントロールすること(①見せ方の工夫、②高イメージの醸成、③情報的な価値の付加など)、と整理できる。

観光地として総合的にマネジメントするためには、床の間に飾られている掛け軸や壺(貴重な観光資源)だけではなく、掛け軸を見る座敷や居間や玄関(道案内、駐車場など)も含めて考えるこ

とが重要である。自分の家(観光地)の管理は自分でする。観光地に住む人、そこで観光事業を展開する人、その他の人も含めて、観光地全体が自分の家であるという意識が必要である。そして、玄関で脱いだ靴を放りっぱなしにしておくような人に対しては、黙ってその靴を並べてあげるだけでなく、少しぐらいは注意しなければならない。そうしないと、家が傷むし、自分の家に住んでいる子供がまねをするようになる。最近では、居間に相当する住民の生活空間(生活文化などの様子)も観光対象となっている。このことにも、留意しなければならない。自然資源の中には回復力のあるものもあるが、一度傷ついた人の心がもとに戻るのは難しい。

観光客に対して、人の家を訪れたときはどのような行動をとるべきか、玄関で脱いだ靴は逆向きにして並べなさいというようなことを伝えるのは、まさにしつけの問題で、大人の行動を質すのは容易ではない。これは社会全体の問題かもしれない。 (寺崎竜雄)

#### 4. わが国における資源管理を取り巻く課題

既存研究や資源管理の実情をもとにしたわが国 における資源管理をめぐる課題は次のように整理 できる。

#### ①環境収容力測定や研究に関わる課題

- ・理論的枠組み構築の遅れへの対応
- ・生態的側面から見た収容力を考えるための変 数の洗い出し
- ・社会的収容力の測定におけるコーピング行動 などへの対応
- ・実践面で活用可能な手法の構築
- ・合意形成過程と形成手法に関わる研究の強化
- 関連の研究分野との連携強化
- ・研究分野と地域現場や産業との連携強化

#### ②資源管理に関わる制度等の課題

- ・資源管理の実効力を高めるための法制度の整備
- 関連法制度の理解促進
- ・入域料徴収方法の整理と新手法の検討

#### ③資源管理に関わる実行面での課題

- ・観光現場におけるノウハウの不足
- ・資源管理の考え方や重要性の理解促進

- ・コーディネーターやプロデューサーの育成
- ・地域外の観光事業者の理解促進
- ・情報の伝達

#### ④資源管理全般に関わる課題

- ・自然利用がもたらす人への効用のアピール
- ・住民の生活区域への資源管理の考え方の適用
- ・地球を守る意識の醸成

#### 5. 観光地の資源管理の実現に向けた推進方策の提案

わが国の観光地における資源管理の実践と定着に向けて、先行研究の紹介や実践例の紹介などの関連情報の普及、その手法として実施マニュアルの作成や普及のためのホームページの開設が考えられる。

さらに、より実践面での知見を得るために、利用調整によって管理できる自然公園エリア、法的な枠組みで担保できないエリアなど、いくつかのモデルケースを設置して、資源管理に関する合意形成を図るまでの過程をモニタリングするとよい。

#### 6. 研究会

先述の通り、本研究は次のメンバーから構成する研究会での議論をベースとして進めた。

#### ①研究会実施日

2005年10月25日、 2006年1月16日、3月20日

#### ②研究会メンバー

愛甲哲也(北海道大学大学院)

安類智仁((財)尾瀬保護財団)

嘉手苅孝夫 (沖縄県観光商工部)

熊谷嘉隆 (国際教養大学)

中島慶二(環境省自然ふれあい推進室)

南正人((株)ピッキオ)

藤原千尋((財)知床財団)

山本清龍(東京大学大学院)

寺崎竜雄((財)日本交通公社)

岩城智子((財)日本交通公社)

(所属は研究会スタート時)

# 食と観光との有機的連携方策検討 のための研究調査

「食」は移動手段や滞在・宿泊場所と同様、観光行動と切り離せない基本的なサービス要素である。その一方で、多くの観光客が旅行先の「食」に高い期待を抱いており、「食」は観光の付加価値を高める重要な要素でもある。しかし観光地側が基本的なサービスとしての水準をクリアし、さらに観光客の期待に応える「食」のサービスを提供するためには、さまざまな課題が存在すると考えられる。

当研究では、観光客側の「食」に対する意識も踏まえた上で、観光地側が魅力的な「食」を提供する上で抱える課題を整理し、「食」の付加価値向上を通した魅力的な観光地の実現に寄与することを目的とした。

■ 梅川智也・堀木美告・石山千代・中島泰

# 研究報告書の概要

#### 食と観光との有機的連携方策検討のための研究調査

- 序 章 調査の目的と手法
- 第1章 「食」を活かした地域振興への期待
- 第2章 旅行先での「食事の楽しみ」に関する分析
- 第3章 「食に関する地域イメージ」に関する分析
- 第4章 「食」を活かした地域振興の取り組み
- 第5章 「食」と観光の連携に向けた課題と可能性

#### 1. 背景と目的

食に対する市民の意識が高まっている。「平成15年度食料品消費モニター第1回定期調査」<sup>1)</sup>によると、「輸入農産物、輸入原材料等の安全性」に「不安がある」とした回答は91.4%に上った。同様に「農畜水産物の生産過程での安全性」に関しては77.6%、「製造・加工工程での安全性」に関しては74.3%の回答者が「不安がある」としている。また、同調査の第2回定期調査<sup>2)</sup>で日常生活において何らかの形で生産者との関係づくりを行っているかを訪ねた結果、「行っている」とする回答が39.3%、「行っていないが興味はある」とする回答が52.0%に上った。

一方、観光地側ではこれら安全性を中心とする 市民の意識の高まりとは別に、「おいしいものを 食べたい」という、より根源的な食への欲求に 応えることを念頭にさまざまな工夫がなされてお り、相応の成果を上げている事例も見受けられる。 しかしながらそれらの取り組みは個別解の導出に とどまっていることが多く、全国各地の観光地づ くりにつながる計画論的なストックとはされてこ なかった。

食が観光行動を支えるごく基本的なサービスの一つであると同時に、それぞれの観光地の地域特性を色濃く反映し、観光客を引きつける要素を併せ持っていることを勘案すると、魅力的な食の提供に向けた基本的な課題を改めて整理することに意義があると考えられる。

本論では特に消費者(=観光客)の食に対する 意識を中心に、生産者、提供者それぞれの視点も 踏まえ、観光地で魅力的な食を提供するための課 題を整理し、食の魅力の水準を高めることによっ て、国内観光地再生の一助となることを狙いとす るものである。

なお、本研究においては、食の魅力は以下の 4 つの要素によって構成されるという前提のもとに 論考を進めるものとする。

#### ①食材の魅力

地場で生産された鮮度の高い食材やその土地 独自の食材を味わう魅力

#### ②食文化の魅力

その土地ならではの調理方法や食習慣など、 食文化に触れる魅力

#### ③食の提供環境の魅力

その土地を感じさせる風景に恵まれた環境に 身を置いて食事を楽しむ魅力

#### ④食のサービスの魅力

ホスピタリティ(接客態度等)やコストパフォーマンス(価格と満足度のバランス)面の 魅力

#### 2. 調査の手法

本研究では以下の流れに沿って、観光地での魅力的な食の提供に向けた課題を整理することとする。

#### ●消費者から見た問題点の抽出

全国の旅行者を対象にアンケート調査を実施 し、食に関する観光地イメージおよび旅行先で の食の楽しみに関して分析を試みた。

#### ●生産者から見た問題点の抽出

(財)日本交通公社が観光計画策定等で関与した地域において、食材の生産関係者に対するヒアリングを実施した。

#### ●提供者から見た問題点の抽出

同様に食の提供に携わる宿泊施設や飲食施設 等の関係者に対するヒアリングを実施した。

#### ●魅力的な食の提供に向けた課題の整理

以上の各調査・分析より得られた結果をもとに、食の消費者(旅行者)、生産者、提供者の それぞれが抱えている問題点を突き合わせ、食 と観光の連携を通した地域の観光魅力向上のた めの課題について取りまとめた。

#### 3. 消費者から見た問題点の抽出

# 1 食に関する観光地イメージ

「平成 17 年度 JTBF 旅行者動向調査」<sup>3)</sup> の結果より、国内観光地の「食に関するイメージ」について分析した。全国 26 の観光地名称と食に関連する 3 群のキーワードを提示(表 1)し、それぞれの観光地に当てはまるものを各群より 1 点ずつ選択する設問形式とした。調査結果の概略を以下に示す。

#### (1) 各地域の料理などに関するイメージ

伝統的な料理文化のイメージが強いのは、①観 光地全体として伝統的文化のイメージが強い京都

#### 表1 観光地の食に関するイメージ 選択肢

《料理などに関するイメージ》	《食材などに関するイメージ》	《施設やサービスに関するイメージ》
・伝統的な料理(食文化)がある ・新しい料理(食文化)がある ・新鮮な食材が手に入る ・季節感のある料理や食材がある ・地域を代表する名物料理がある ・お土産にしたい食料品がある ・料理に関して特にイメージがない	<ul><li>・野菜がおいしい</li><li>・果物がおいしい</li><li>・海産物がおいしい</li><li>・キノコや山菜などがおいしい</li><li>・肉類がおいしい</li><li>・乳製品がおいしい</li><li>・おいしいお酒がある</li><li>・食材に関して特にイメージがない</li></ul>	<ul> <li>・飲食施設でのサービス・もてなしが良い</li> <li>・雰囲気の良い飲食施設がある</li> <li>・街なかにすてきなレストランがある</li> <li>・食事を目当てに泊まりたい宿泊施設がある</li> <li>・屋台や市場などユニークな食事場所がある</li> <li>・施設・サービスに関し特にイメージがない</li> </ul>

(選択率 62.6%) や金沢(同 33.6%) と、②環境や歴史的な経緯が独自色の強い文化を生んだ沖縄地方(同 59.9%) や長崎(同 31.2%) とに二分された。

新鮮な食材のイメージが強いのは、①北海道地方(選択率63.6%)、函館(同58.6%)、釧路(同57.3%)など北海道方面と、②伊豆(同47.1%)、伊勢志摩(同43.0%)といった海岸部の観光地である。このことから、「新鮮な食材=海の幸」という嗜好性を読み取ることができる。一方で季節感のある食材のイメージは、信州(同22.7%)、那須(同19.9%)など、どちらかといえば、野菜や山の幸の豊富な地域と結びついている。地域を代表する名物料理のイメージは、広島(同39.0%)、名古屋(同37.9%)、大阪(同37.7%)など、いわゆるB級グルメが豊富な都市部で高い傾向にあった。

表 2 料理等に関する地域イメージ

「伝統的な食文化がある」地域	京都 62.6% 金沢 33.6% 沖縄地方 59.9% 長崎 31.2%
「新鮮な食材が手に入る」地域	北海道 63.6% 函館 58.6% 釧路 57.3% 伊豆 47.1% 伊勢志摩 43.0%
「季節感のある食材がある」地域	信州 22.7% 那須 19.9%
「地域を代表する名物料理がある」 地域	広島 39.0% 名古屋 37.9% 大阪 37.7%

#### (2) 各地域の食材などに関するイメージ 野菜がおいしいイメージは京都 (選択率 48.0%)

で圧倒的に高い。実際の生産規模からすれば決して大きなものではないが、「京野菜」のブランドが地域イメージに大きく影響したと見られる。

一方、海産物に関しては、提示した観光地の半数以上に及ぶ14の観光地で40%以上の選択率となった。ここでも日本人が海の幸をとりわけ好む傾向が鮮明になっている。

表3 食材等に関する地域イメージ

「海産物がおいしい」地域	函館 79.7% 北海道地方 73.5% 釧路 68.2%
「野菜がおいしい」地域	京都 48.0%

#### (3) 各地域の施設やサービス等に関するイメージ

料理や食材に関するイメージと比較して、飲食施設やサービスに関するイメージは総じて希薄である。これらは個別の飲食施設や宿泊施設に起因するイメージであり、地域全体としてのイメージには結びついていない状況だとも言える。そうした状況下にあって、「ユニークな食事場所がある」博多(選択率 49.9%)、大阪(同 32.8%)、「すてきなレストランがある」横浜(同 39.4%)、「雰囲気の良い飲食施設がある」京都(同 31.0%)はそれぞれ 30%以上の選択率となった。

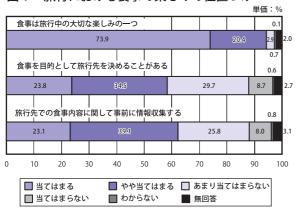
# 2 旅行先での食の楽しみ

「平成 16 年度 JTBF 旅行者動向調査」<sup>4)</sup> の結果 から、旅行先での「食事の楽しみ」について尋ねた。以下に調査結果の概略を示す。

#### (1) 旅行における食事の楽しみの位置づけ

食事が旅行中の大切な楽しみの一つであるかどうか尋ねた結果、「当てはまる」とした回答が73.9%、「やや当てはまる」とした回答が20.4%であり、双方を合計すると94.3%に上った。7割以上の旅行者が食事を旅行の重要な楽しみであると明確に認識していることが分かる。

#### 図1 旅行における食事の楽しみの位置づけ



また、食事を目的として旅行先を決めることがあるかどうか尋ねた結果では、「当てはまる」とする回答は23.8%、「やや当てはまる」とする回答は34.5%で、双方を合計すると58.3%であった。その一方で「あまり当てはまらない」とする回答が29.7%に上り、「食事は旅行の大切な楽しみの一つだが、旅行先を決定する要因とまではならない」という図式が見て取れる。

食事に関して旅行前に情報収集を行うかどう か尋ねた結果では、23.1%が「当てはまる」、 39.1%が「やや当てはまる」と回答している。 両者を合計すると 62.2%である。

#### (2) 旅行先で食事場所やメニューを選ぶ際に重視 する点 (MA)

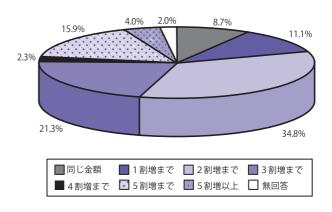
食事場所の選択時に重視する点として最も多いのは「地元の新鮮な食材」の73.2%で、「価格が手頃」64.0%とともに5割以上の選択率である。以下、「その土地らしい風景」48.3%、「店の雰囲気」41.3%、「ガイドブックで紹介」40.0%、「地域色豊かなメニュー」38.9%となった。

食事メニューの選択時に重視する点では、「その土地の名物料理」、「地元の新鮮な食材」、「価格が手頃」がそれぞれ68.1%、67.9%、66.2%であった。「その店の名物料理」が54.1%で続いている。

#### (3) 地元食材を利用した料理に支払う割増料金

「2割増まで」とする回答が最も多く、34.8%を占めている。続いて「3割増まで」21.3%、「5割増まで」15.9%となっている。「同じ金額」、「1割増まで」、「2割増まで」を合計すると54.6%で5割以上を、さらに「3割増まで」を加えると7割以上がカバーされる。

#### 図2 地元食材を利用した料理に支払う割増料金

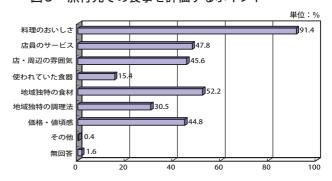


その理由としては「旅先の食材を味わいたい」が最も多く63.7%、続いて「新鮮でおいしい」が53.2%、「旅の良い思い出」が44.3%であった。近年話題に上ることも多い「食の安全性」だが、ここでの「産地が分かり安心」の選択率については14.3%にとどまった。

#### (4) 旅行先での食事を評価するポイント(MA)

「料理のおいしさ」は91.4%の選択率である。 これを除くと「地域独特の食材」が最も多く、選 択率は52.2%であった。続いて「店員のサービ ス」47.8%、「店・周辺の雰囲気」45.6%、「価格・ 値頃感」44.8%と続いている。

#### 図3 旅行先での食事を評価するポイント



以上の結果に関係者へのヒアリング等を加味 し、観光地での魅力的な食の提供に向けて留意す べき消費者側の意識を以下の通り整理した。

- ●多くの旅行者は食事を非常に大切な楽しみの一つと捉え、こだわりを持って食事をしている。
- ●事前に何を食べるか決定はしないものの、旅行 先での食に関しては情報収集もしている。
- ●訪れた先では、地元の新鮮な食材や、その土地らしさを感じられる名物料理などを味わいたい。
- ●その土地の味に触れることができ、旅の思い出 にもなるため、地元食材を利用した料理には割 増料金を支払ってもよいと考えている。
- ●一方で、「新鮮な食材=海産物」といった価値 観も根強く、派手さに欠ける地場食材や郷土の 食文化に目が向きにくい面もある。
- ●旅行先での食に関しては、味だけでなく、飲食の 環境やサービスも含めて総合的に判断している。

#### 4. 生産者から見た問題点の抽出

(財)日本交通公社が地域振興等の取り組みを通じて関与した地域において、関係者に対して実施

したヒアリング等の結果から、観光地での魅力的 な食の提供に向けて意識すべき生産者ならびに流 通関係者側の意識は以下のように整理できる。

- ●農畜産物は卸売市場への出荷が中心となるため、地元市場への直接供給は限定的である。
- ●生産者側としては、価格や流通量は仲卸業者が コントロールするものという認識であり、観光 客も含めた地場での食材提供はあまり意識され ていない。
- ●品目や品質に特別なこだわりを持つ生産者の一部には、自身の生産物を地域個性を表現する要素と捉え、観光との連携を進めているケースもある。
- ●全般的に見て、観光振興や地域活性化という視点で地場食材を活用することは生産者や流通関係者の間では十分に意識されてこなかったが、地産地消や地域ブランド創出の動きと絡め、見直される気運もある。

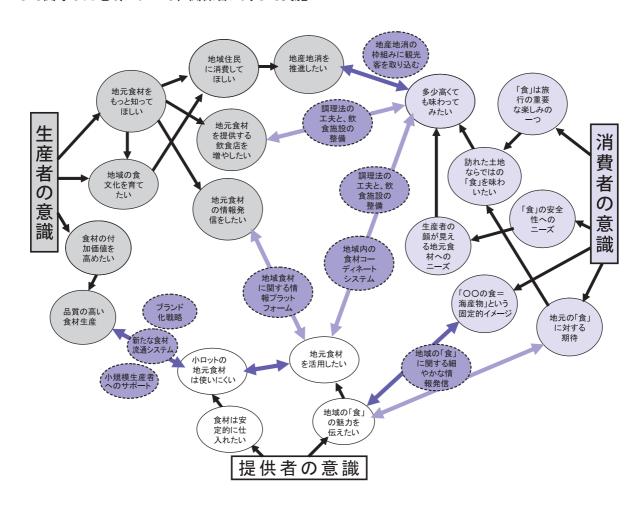


図4 「食」を取り巻く消費者、生産者、提供者の意識の相関

#### 5. 提供者から見た問題点の抽出

同様にヒアリング等を実施し、観光地での魅力 的な食の提供に向けて意識すべき提供者(宿泊施 設や飲食施設等)側の意識を以下に示す通り整理 した。

- ●食材としての特性や季節別の出荷状況などが十分に理解されておらず、生産状況に応じた地場食材の使い方に関する研究が不足している。
- ●観光事業者側にも非規格品を活用したいという ニーズはあるが、配送システムが整備されてい ない。
- ●大型旅館では大量の同一規格食材を必要とし、 旅行商品として販売する際には事前にメニュー 設定も求められるため、供給量・時期とも限定 的な食材は利用しづらい。
- ●地域個性の表現として郷土料理を提供する動き もあるが、日常食として発達してきた料理であ るため、観光商品としてのインパクトに欠ける 面もある。
- ●食にこだわる小規模な飲食施設等では、オーナーやシェフが個人的ネットワークを活用して 地場食材を直接仕入れるケースがほとんどで、 地域全体でこのネットワークを共有することが 困難である。

以上の結果から、「食」を取り巻く消費者、生産者、提供者の意識の相関は、**図4**の通り整理することができる。

#### 6. 魅力的な食の提供に向けた課題の整理

以上を踏まえ、観光地において魅力的な食を提供していくための基本的な課題を整理する。

# 🚺 観光関連事業者の食に関する意識改革

食が観光地に対する印象を大きく左右するものであること、味だけでなく味わう環境、サービスも含めて評価されることを意識することが重要である。

## 2 地域の関係者間での認識共有化

食材や食文化の特性を観光面でアピールするためには、まず直接の関係者が意識を高く持つことと、観光関連事業者と認識を共有することが必要である。

#### 3 消費者への情報提供と 消費者からの評価の反映

地域の重要な個性である食の魅力を観光客に対して明確に発信する必要がある。また消費者による食への評価を、地域側で受け止める仕組みが必要である。

# 4 食にまつわる体験の総合的な魅力度向上

食材レベルでの品質向上、提供方法の質的向上、 味わう以外の"食の体験"創出も含め、地域全体 で食の体験に関する水準向上を図ることが大切で ある。

# 5 食材の生産・流通体制の充実

最終的に食の提供に携わる事業者だけでなく、 生産者や流通事業者も交えた食の提供体制を構築 することが重要である。

#### 【参考文献】

- 1)農林水産省(2003): 平成 15 年度食料品消費モニター第1回定期調査
- 2)農林水産省(2003):平成15年度食料品消費モニター第2回定期調査
- 3)(財)日本交通公社(2005): JTBF 旅行者動向調査(平成17年10月実施、調査対象は全国18歳以上の男女、郵送による調査票の配布と回収、回答者本人による筆記調査、調査数は2,440票)

# 温泉観光地の再生に関する 実証的研究<VI>

―『阿寒湖温泉再生プラン 2010』の計画監理業務(4年目) と温泉観光地再生のポイント―

(財)日本交通公社は、00 年度より地元組織との連携のもと、北海道・阿寒湖温泉の活性化に取り組んできた。6年目に当たる05年度は、『阿寒湖温泉再生プラン2010』の第二期計画(05~07年度)の初年度であり、プロジェクトの実現に向け、国の新規事業導入等を支援した。また、05年度は当財団の中期経営計画の最終年度でもあり、阿寒湖温泉をモデルとした「温泉観光地の再生」というテーマでの自主研究の総括を行った。

■ 梅川智也、朝倉はるみ、通山千賀子

# 研究報告書の概要

#### 2005 年度阿寒湖温泉活性化支援事業

- 1. 2005 年度の事業概要
  - 1. 年間スケジュール
  - 2. 基本戦略別プロジェクトの実施内容
  - 3. 2005 年度事業費
- II. 阿寒湖温泉の観光まちづくり6年間の歩み (2000~2005年度)
  - 1. 期間別の動き
  - (1) 再生プラン策定期間 (2000 ~ 2001 年度)
  - (2) 第一期計画期間 (2002~2004年度)
  - (3) 第二期計画期間 (2005~2007年度)
  - 2. 主要プロジェクトの進捗状況
  - (1) 阿寒湖岸の公園化
  - (2) 温泉街の交通システムの改善
  - (3)組織の強化
  - (4) まりも倶楽部
  - (5) 足湯・外湯
  - (6) 商店街の活性化

- 3.6年間の事業費
- 4. 阿寒湖温泉の観光まちづくり座談会
- (1) 趣旨と目的
- (2) 5年間を振り返って"うまくいったこと"と"いかなかったこと"
- Ⅲ. 阿寒湖温泉の 2010 年に向けて
  - 1. 第二期計画の進め方
  - 2. 第三期計画の基本方針(案)
- IV. 温泉地活性化のポイント
  - 1. 住民参加
  - 2. 情報公開
  - 3. 組織強化
  - 4. 財源確保
  - 5. 観光地内外のネットワーク構築

#### 1. 阿寒湖温泉を取り巻く現況と課題

### 1 阿寒湖温泉の地域特性

阿寒湖温泉は北海道阿寒湖畔に位置する、阿寒 国立公園集団施設地区内の温泉観光地である。

豊かな自然資源とアイヌ文化等の人文資源など、観光資源に恵まれている。特に周辺一帯は、(財)前田一歩園財団が土地を所有・管理し、国立公園の厳しい規制を受けていることから、優れた自然環境が維持されている。また、木彫商品等を扱う土産物店が並ぶ商店街が3カ所あり、観光客の賑わいの場となっている。

### 2 マーケット対応の課題

阿寒湖温泉は、道東エリアの宿泊拠点として栄えてきたものの、近年は"団体客"から"個人客"へと確実に旅行者が変化しつつある。しかしながら、宿泊施設、商店街ともにこうした変化への対応に遅れが目立ち、入り込み客数、売り上げともに減少傾向にある。

### 3 居住地としての課題

住民にとっては、日常生活の不便さや特殊な土 地条件による制約から、永住希望はわずか2割で ある(01年度住民アンケート調査より)。

# 4 空間課題

湖岸に大規模旅館が立ち並び、温泉街(商店街のあるメインストリート)から湖が見えないこと、温泉街に温泉情緒が感じられず、賑わいの核となるエリア・施設も分散していることが空間的な課題である。

また、団体バスや観光客の車が道幅の狭い温泉街に乗り入れたり、住民(従業員)による路上駐車が多いこと、道路の舗装が凹凸で歩道が狭いこと、案内表示が整っていないことなど、歩行者優先の街とは言えないのが現状である。

#### 2. 阿寒湖温泉の活性化(観光まちづくり)の経緯

### 1 2000 ~ 2001 年度(計画策定期間)

上記のような課題に対する地元の危機感を背景に、00年度から阿寒湖温泉と(財)日本交通公社が共同で「阿寒湖温泉活性化戦略会議」を設置し、観光地としてのみならず居住地としてもより良いまちにするため、阿寒湖温泉活性化基本計画『阿寒湖温泉再生プラン 2010』(以下、再生プラン)の策定に取り組んだ。

戦略会議は、町内外の委員からなる「阿寒湖温泉活性化検討委員会」で具体的な計画を議論しつつ、一般住民も参画する部会を4つ設置して"できることから進めていく"という方針のもと、観光まちづくりがスタートした。

再生プランの策定にあたって、既存組織ですでに推進しているプロジェクトと再生プランに位置づけるプロジェクトとの調整、重点プロジェクトの選定と実施・管理を行うための連絡調整機関が必要となり、住民主体のまちづくり推進組織「阿寒湖温泉まちづくり協議会」を01年6月に設立した。

再生プラン策定作業と並行して、住民の意識改革のためのワークショップの開催(街なか歩きやおもてなし講座)、まちづくりの活動経過を住民に伝え、かつ住民の積極的なまちづくりへの参加を促すための「ニュースレター」の発行、国立公園の中にある観光地のあり方を学ぶためのカナダ視察、観光関連施設・組織実態調査、宿泊客実態調査、住民意識調査等を実施した。また、旧阿寒町(阿寒町は05年10月に釧路市と合併)の女性が自主的なまちづくり活動を行うための組織「まりも倶楽部」を設立し、"できることから"のシンボル事業として、花いっぱい運動やマップづくりを実施した。

こうした活動も踏まえ、02年3月に『阿寒湖温泉再生プラン2010』が完成した。「2泊3日できるレイクサイドリゾート」を目標に、阿寒湖温泉の「構造改革」「意識改革」を行いながら、10年までに推進すべき8つの基本戦略と56のプロジェクトを取りまとめた。

写真 1 まりも倶楽部の活動例 — 地場食材で新メニューづくり



### 2 2002 ~ 2004 年度 (第一期計画期間)

02 年度からは、当財団は再生プランで提案されたプロジェクトを実現するための戦略や実施体制を構築・支援する「計画監理業務」を行うこととした。

再生プランの実質的な初年度となる02年度は、阿寒湖温泉まちづくり協議会、阿寒観光協会、阿寒町商工会等既存組織の役割分担を行い、すでに着手されていた8プロジェクトと9つの最重点プロジェクトを中心に推進した。特に重視したのは、9つの最重点プロジェクトの中の「のんびり阿寒キャンペーン/2泊3日商品化プロジェクト」、「阿寒湖岸の公園化」、「商店街活性化」(『まりも家族手形』と『商店街現況調査』)の3プロジェクトであった。

「のんびり阿寒キャンペーン」は、航空会社系 旅行会社の協力を得て2泊3日商品を販売したも のの、諸般の事情により催行不能という残念な結

果に終わった。しかしながら、「2泊3日できる レイクサイドリゾート」は再生プランの目標であ り、「1泊のんびり阿寒キャンペーン」を提案し、 事業継続を地元に働きかけた。

「阿寒湖岸の公園化」は、地元と行政の連携強化を目的とし、環境省、北海道、旧阿寒町をオブザーバーとした「グランドデザイン懇談会」を設置し、環境省による「阿寒国立公園阿寒湖畔集団施設地区再整備基本構想」策定までプロジェクトが進展した。

「商店街活性化」のための『まりも家族手形』は、国土交通省北海道運輸局の「観光まちづくり支援プログラム策定推進事業」で実施した。これは、宿泊客に商店街に出てもらい、散策やショッピングを楽しんでもらう仕掛けである。旅館・ホテルと商店街の協働事業はこれが初めてのことであり、相互理解が進んだだけでなく、利用者の高い満足度を得られたことが大きな成果であったと言える。

また、商店街や旅館が、独自に「足湯」や「手湯」を整備し始めたのもこの年であり、観光客が街なかで手軽に温泉に触れられるようになった。

03年度は、前年に引き続き9つの最重点プロジェクトの中の「阿寒湖岸の公園化」と「商店街活性化」に重点を置いたが、阿寒観光協会・阿寒湖温泉まちづくり協議会の統合・法人格取得に向けた取り組みにも着手した。

「阿寒湖岸の公園化」は、02年度に設置した「グランドデザイン懇談会」の継続開催とともに、「国立公園阿寒湖運営協議会」(事務局は旧阿寒町)設置を支援し、より広い関係各所を交えて議論を進めた。

写真2 阿寒湖畔の様子

(整備前)

(整備後(2007年))





「商店街活性化」に向けては、『まりも家族手形』の継続と、『一店逸品運動』を実施した。『まりも家族手形』は、手形を有料で販売し観光まちづくりの財源としての可能性も探ることとしたが、販売枚数は予想を下回り、事業全体について見直しが必要という結果となった。『一店逸品運動』は、商店街各店の「優れたもの・こと」を経営者・従業員自らが考え見つけ出すという勉強会で、専門講師の協力を得て3回実施した。

また、JTB協定旅館ホテル連盟の「特別事業宣 伝費(観光地の魅力づくり)補助事業」を導入し、 個人宿泊客向けの情報冊子「滞在プログラムパン フレット」を作成し、04年度から配布した。

観光協会・まちづくり協議会の統合・法人格取得は、05年10月の市町村合併を視野に入れ、阿寒湖温泉の観光まちづくり事業を継続していくための組織力強化(人材や予算の効率的な活用)を目的としたものである。2組織による合併プロジェクトを立ち上げて住民説明会を開催し、05年1月に2組織は統合され「阿寒観光協会まちづくり推進機構」となった。その後、同年7月に「NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構」として北海道より認証された(以下「NPO」)。

04年度に大きな進捗のあったプロジェクトの一つは「湖畔公園の整備」で、環境省が「阿寒湖畔園地基本設計」を策定した。また、国土交通省釧路開発建設部の支援を受け、「交通システムの改善」に向けた「交通マナー改善キャンペーン」を実施し、無料臨時駐車場の設置や、路上駐車自粛の呼びかけと路上駐車調査等を行ったほか、内閣府の支援により「温泉街まるごとマーケティングシステム」を構築し、携帯電話を活用したインターネットアンケート調査で来訪者満足度を把握した。

さらに、再生プランの進捗状況のチェックと評価を行い、住民アンケートの結果等も踏まえ、『阿寒湖温泉再生プラン 2010』第二期計画(推進期間は 05 ~ 07 年度/以下、第二期再生プラン)を策定した。

第二期再生プランでは、阿寒湖温泉でも急増しつつあった外国人観光客のさらなる増加を目指して国際化対応を重視し、5つの基本戦略のもとで45プロジェクト(うち7つは最重点プロジェクト)を推進していくこととした。

写真3 国土交通省釧路開発建設部支援の 社会実験「無料循環バス」



## 2005年度(第二期計画期間初年度)

05年度は、プロジェクトの推進に向け、引き続き国の事業の導入等を行った。1つは、前年度に引き続き国土交通省釧路開発建設部の支援を受けての社会実験「阿寒湖温泉賑わいのまちづくり」である。「無料循環バスの運行」「オープンカフェ(3カ所)」「『まりも家族手形』の発行」「住民向け臨時駐車場の設置等」であった。この社会実験は2年目ということもあり、NPOが中心となって実施した。

もう1つは、国土交通省が05年度に新設した「観光ルネサンス事業」の導入である。この事業は観光地の活性化に取り組む「民間組織」の活動を支援する制度で、外国人観光客の来訪促進事業が対象となる。当財団では、申請作業の支援ならびに一部事業(来阿外国人観光客統計の充実(満足度評価システムの整備)事業)をNPOより委託を受けて実施した。

#### 3. 温泉観光地の再生のポイント

 $00 \sim 05$  年度の 6 年間にわたる阿寒湖温泉での事業を踏まえて温泉観光地再生のポイントを整理すると、以下のようになる。

# 1 住民参加

旧阿寒町では、90年代前半に観光関連の計画 を4つ策定していたが、策定段階ならびに計画実 施段階での住民参加はあまり考慮されていなかっ た。しかし、計画の対象地には必ず住民がおり、 彼らを抜きに策定された計画では、住民が「自分 たちの計画」という認識を持つのは難しく、積極 的に計画に協力するとは想定できない。

そこで、当財団では、計画策定段階から住民に参加してもらうことで、計画に対する理解者・協力者を確保し、将来の計画推進者としての協力も視野に入れていた。具体的には、旧阿寒町と阿寒湖温泉の「有力者」は「阿寒湖温泉活性化検討委員会」メンバーとして、宿泊施設・商店街・主婦など、観光に携わっているかどうかは関係なく「阿寒湖温泉住民」を「部会」メンバーとして、広く意見を伺った。さらに、部会では多様な立場から議論してもらうべく、同業者に偏らないようなメンバーの割り振りを行った。

当財団が関わる前の阿寒湖温泉では、大手旅館が中心となって観光関連事業が進められており、中小宿泊施設や土産物店、飲食店、ましてや女性が大手旅館と一緒に議論する機会すらなかったようである。また、大手旅館(特に経営者)は、業界団体主催による国内・海外の視察旅行の機会も多いが、商店街関係者にはそうした機会は非常に少ない。そのため、01年度のカナダ視察旅行には、旅館だけでなく土産物店、飲食店、観光協会、行政、主婦等、阿寒湖温泉の観光まちづくりに関わるさまざまな立場の住民に参加していただき、阿寒湖温泉の将来像を考えるにあたっての共通認識を得ることができた。また、この視察旅行参加者がその後の観光まちづくりのリーダーとして活躍

写真4 カナダ・バンフ視察を参考に展開している 商店街での「花いっぱい運動」 (ベンチ周辺への植栽)



していることから、視察旅行が「人材育成」の場として、大きな成果を地元に残す結果となった。

## 2 情報公開

上記「1. 住民参加」とも関係するが、住民の理解者・協力者を維持・拡大していくためにも、観光まちづくり関連情報を住民に絶えず公開することが必要である。行政や NPO が何をやっているのか分からないのでは、住民も協力のしようがないからである。

阿寒湖温泉では、再生プラン策定開始直後の00年8月から住民向けニュースレター(A3判両面2つ折り)を、町内報に折り込む方法で阿寒湖温泉全戸(約800世帯)に配布している(07年度現在も継続中)。内容は、観光まちづくり事業の年間計画、会議報告、今後の会議や新事業の実施予告等である。阿寒湖温泉の住民に等しく情報を提供するためには、各戸配布のニュースレターは適切な手段と言えよう。

なお、今後はニュースレターと並行して、メールでの情報発信も検討中である。メールは、情報発信の頻度を高める手段として活用し、ニュースレターによる詳しい情報提供がメールのバックアップをするという形を目指す。

# 3 組織強化

阿寒湖温泉の観光関係の中心組織は、49年に設立された「阿寒観光協会」(以下、観光協会)で、阿寒湖温泉への観光客誘致を目的としていた。しかし、再生プランは「観光地としての阿寒湖温泉」と「生活の場としての阿寒湖温泉」の2つの視点から構造改革を進めるべく策定されており、観光協会の業務範囲を超えるプロジェクトが必要となった。

そのため、阿寒湖温泉では、まず01年6月に「阿寒湖温泉のまちづくり」を行う組織「阿寒湖温泉まちづくり協議会」(以下、協議会)を立ち上げた。しかし、観光協会と協議会の2つの組織はいずれも任意団体で、役員の多くは両組織を兼務しているおり、事業内容も連携・協力を必要とするものが多かった。また、両組織とも旧阿寒町からの補助金が事業収入の大半を占めており、財政基盤が

弱かった。

そこで、当財団では、再生プラン実現に向けて 2組織の統合(05年1月)と、法人格取得を支 援した(05年7月、NPO法人化)。

阿寒湖温泉に限らず、各地の観光協会は任意団体の場合が多いが、阿寒湖温泉のように法人格を取得することにより、行政から事業委託や補助金を受けやすくなる(=安定財源の確保、事業内容の充実)といったメリットがある。

阿寒湖温泉の NPO も、05 年度には国土交通省の補助事業「観光ルネサンス事業」を導入したうえ、06 年度も釧路市から複数の事業を受託した。また、専任の常務理事(07 年現在は専務理事)を確保することができ、人材面での強化も進んでいる。

# 4 財源確保

観光協会の事業収入は、会費と行政からの補助金・委託金が中心となる。会費収入は、会員の増加、あるいは会費の値上げで増収は可能であるものの、それらのいずれかを見込むことは難しいのが現状である。また、行政も市町村合併や緊縮財政により、観光協会への補助金を増加させるのは、今後ますます困難になることが想定される。

阿寒湖温泉では、再生プラン実現のための財源確保に向け、02年度には「新しい地方税のあり方に関する調査研究会」を立ち上げ、旧阿寒町の若手職員をメンバーとして議論を行った。この研究会は、財源不足解消の税源探しとともに、厳しい財政環境の下で阿寒湖温泉再生という目標を達成するために、新たな財源確保の方策として、地方自治体が課税自主権にどのように関わっていけばいいのかも検討した。

また、阿寒湖温泉では、国への働きかけや国の 補助事業を積極的に導入することで、再生プラン のプロジェクトを実現させた。環境省による阿寒 湖畔園地の整備や国土交通省による交通システム の改善、商店街の活性化、国際的観光地としての 整備等である。

「観光立国」という国の政策が掲げられている

現在、さまざまな省庁が観光関連の補助事業を設定している。国の補助事業の導入には、申請から精算までノウハウが必要であるが、観光地の組織の財源の一つとして、国や都道府県の補助事業を積極的に活用するという手法がある。

## **5** ネットワークの構築

当財団が阿寒湖温泉と関わり始めた00年当時、阿寒湖温泉には、旧阿寒町(阿寒湖支所観光課)、観光協会、商工会、旅館組合、(財)前田一歩園財団、阿寒アイヌ工芸協同組合、漁業協同組合等、多くの観光・住民関係の団体があった。団体ごとに事業目的が異っているものの、再生プラン実現のためには各団体に果たすべき役割があり、また団体の枠を超えて「阿寒湖温泉の将来」を考える必要があった。

そこで、00年度に「阿寒湖温泉活性化戦略会議」を立ち上げた際、当財団では多様な団体・個人に参加を要請したほか、協議会の設置やその後のNPOの設置などを通して、阿寒湖温泉内の組織・人材間のネットワークの構築を進めた。

また、阿寒湖温泉への視察を国土交通省等に積極的に勧め、現地の観光まちづくり関係者と国との人脈づくりを支援したほか、阿寒湖温泉の人々へも他の観光地の視察を勧め、観光まちづくりのための人脈づくりと情報収集を支援した。

より良い温泉地・観光地、あるいは居住地を目指すのであれば、関係する組織同士の連携は不可欠であり、定例会議の開催やニュースレターの発行等により、相互理解と協力体制を構築していく。また、国や都道府県、他の観光地とのネットワークは、各種プロジェクトをスムーズに進展させる一助となる。

#### 【補足】2006~2007年度の動き

06年度、釧路市が(財)地域総合整備財団の「地域再生マネージャー事業」に申請、認可されたため、06~08年度(予定)の3年間、(財)日本交通公社は阿寒湖温泉(および釧路市中心部)の地域再生事業を継続支援している。

# 3

# 訪日外国人旅行者の増加に 関わる調査研究

わが国政府がビジット・ジャパン・キャンペーンなどインバウンド誘致に積極的な取り組みを行っているなかで、訪日外国人旅行者に関する基礎的資料の収集・整理・分析、ならびに諸外国のインバウンド政策に関する研究などを行います。

# 中国人の訪日旅行の動向と 嗜好に関する研究

ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)などさまざまな事業が展開されているインバウンドツーリズムにおいて、今後中国の重要性はますます高まる可能性が大きい。

その中国では、経済の拡大と所得の増加により、日本への旅行が可能な層の人口も増加していると考えられる。しかし、内陸部と沿海部では経済状況が大きく異なり、また沿海部間でも大きな格差があることから、地域別の経済状況や旅行市場の動向を把握した上で、誘客の戦略を立てる必要がある。

そこで本研究では、文献や web 上の情報整理、中国の旅行会社へのヒアリングを通して、中国の都市別の経済状況や訪日旅行の動向について整理を行ったものである。

■ 安達寛朗、塩谷英生

# 研究報告書の概要

#### 中国人の訪日旅行の動向と嗜好に関する研究

- 1. 調査の概要
  - 1-1. 背景と目的
  - 1-2. 方法
- 2. 中国の社会経済の概況
  - 2-1. 中国の基礎的な経済指標
  - 2-2. 地域別にみた経済力
  - 2-3. 所得の格差
  - 2-4. 訪日団体旅行マーケット規模
- 3. 中国における国外旅行の現状
  - 3-1. 中国における国外旅行の歴史
  - 3-2. 東南アジアへの旅行
  - 3-3. ヨーロッパへの旅行
  - 3-4. オーストラリア・ニュージーランドへの旅行
  - 3-5. 韓国への旅行
  - 3-6. 日本への旅行
- 4. 中国における訪日旅行情報
  - 4-1. ガイドブックにみる日本旅行
  - 4-2. 中国のホームページにみる日本旅行

#### 1. 本研究の背景と目的

2010年までに訪日外国人旅行者数を 1,000万人へと増加させるためには、中国からの旅行者数が 200万人程度になる必要があると言われている。しかしこの目標を達成するためには、中国からの旅行者数の伸び率は年平均で 25%増となる必要があり、今後マーケットとしての中国に対する注目が高まることが予想される。(なお、ここ数年の伸び率は、02年が 15.6%増、SARS の発生した 03年が 0.8%減、04年が 37.3%増、05年が 6.0%増である。)

また、中国の GDP 成長率はここ数年 10%前後を維持しており、経済の拡大が続いている。これに伴って所得も増加しており、日本への旅行が可能な人口も増加していると考えられる。しかし、内陸部と沿海部では経済状況が全く異なっており、また同じ沿海部でも地域間の格差は非常に大きい。そのため、地域別の経済状況を把握した上で、誘客の戦略を立てる必要がある。

そこで本研究では、文献やweb上の情報収集、中国の旅行会社へのヒアリングを通して、中国の都市別の経済状況をデータで把握するとともに、中国からの国外旅行や日本旅行について整理を行った。

#### 2. 中国経済の概況

# 1 人口とGDP

中国の人口は、04年末で13.0億人である。人口の増加率は逓減しており、91~95年は1.2%増(年率)、96~00年は0.9%増(同)、01~04年は0.6%増(同)となっている。中国では79年に一人っ子政策が実施され、当時7以上だった合計特殊出生率が今では2以下となった。現在では両親とも一人っ子の場合は子供を2人生むことが可能ではあるが、都市部ではライフスタイルの変化から子供を2人生む家庭は多くはない。

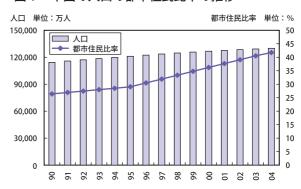
一方で、都市住民人口(都市域に居住する人口) は急激に増加しており、 $91\sim95$ 年は 3.1%増(年率)、 $96\sim00$ 年は 5.5%増(同)、 $01\sim04$ 年は 3.4%増(同)となった。この結果、都市住民 比率は 04年末には 4割を超えている。今後も、

人口は大きく増加しないものの、都市住民比率の 上昇が進むことで、都市住民人口は引き続き増加 すると考えられる。

地域別に見ると、河南省の人口が最も多く、山 東省、四川省と続いている。ただし都市人口に限っ てみると、広東省が最も多く、山東省、江蘇省と 続いている。

また、年齢分布では上海市や江蘇省、浙江省などの長江デルタ地域や、北京市、天津市などの京津冀地域において、65歳以上の比率が高くなっている。特に上海市と北京市では14歳以下の人口比率が小さい、北京市や長江デルタ地域では世帯人数が少ない傾向にあった。

#### 図1 中国の人口の都市住民比率の推移

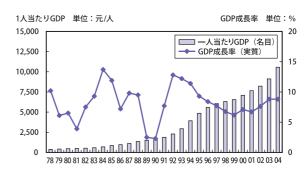


資料:中国統計年鑑 2005

実質 GDP 成長率は、ここ数年間は  $5 \sim 10\%$ の間に収まっており、経済発展が順調に続いていることが分かる。特に、近年では広東省で自動車産業が発達するなど、産業の高度化も見られる。 1 人当たり GDP も大幅な増加が続いており、04 年には 1 万元を超えている。

1人当たり域内総生産を見ると、上海市が際立って高く4万元を超えている。続いて北京市と

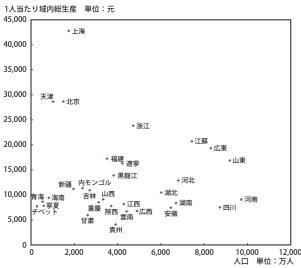
#### 図2 中国の GDP の推移



資料:中国統計年鑑 2005

天津市が3万元弱となっており、浙江省と江蘇省が2万元を超えている。広東省は1人当たり域内総生産は2万元弱にとどまっているものの、広州市や深圳市に限れば上位の都市と同レベルにあると言える。

#### 図3 人口と1人当たり域内総生産



資料:中国統計年鑑 2005

# 2 所得の格差

中国では、都市住民と農村住民では所得水準が大きく異なる。また、その格差は拡大傾向にあり、00年には2.8倍だった都市と農村の収入の格差が04年には3.2倍に広がっている。こうしたなか、中国の第10期全国人民代表大会では農民の負担軽減、農村の制度改革等、農村部振興の方針を明確に打ち出している。

また、都市間においても格差は大きく、さらに 高所得層の方が所得の増加率が大きくなっている。 このため、所得格差はさらに大きくなる傾向にある。

表 1 都市部における所得格差の拡大(年間世帯可処分所得) 単位: 元

	構成比	2000	2002	2004	増加率 (対2000年)	増加率 (対2002年)
最低	10%	9,445	8,189	9,618	1.8%	17.4%
(うち貧困)	5%	8,370	6,773	7,909	-5.5%	16.8%
低	10%	12,354	11,969	14,350	16.2%	19.9%
中の下	20%	15,165	15,437	18,675	23.1%	21.0%
中	20%	18,519	20,170	24,418	31.9%	21.1%
中の上	20%	22,237	25,455	31,385	41.1%	23.3%
高	10%	27,076	32,493	41,020	51.5%	26.2%
最高	10%	35,407	50,909	67,250	89.9%	32.1%

資料:中国統計年鑑 2005

### 3. 訪日団体旅行市場

## 1 訪日団体旅行市場の規模

日本への団体旅行に参加できる所得層の目安は、個人の月収が4,000元程度である(広東省旅行会社へのヒアリング結果より)。ただ、北海道旅行など高額の旅行商品になると、月収は10,000元以上の自営業者等がメインターゲットとなる。他のデスティネーションでは、東南アジアであれば一般的な都市住民なら誰でも可能であり、ヨーロッパでは個人月収が5,000元程度、韓国では2,000元程度の消費者がターゲットとなっているようである。

日本への旅行が可能となる個人月収 4,000 元程度という生活レベルは、中国では夫婦共働きが一般的であるため、年間の世帯収入に換算するとおおよそ 10 万元になる。そこで、中国の代表的な都市において、年間世帯収入が 10 万元以上となる人口を推計したところ、杭州市が最も多く 59万人、北京市が 43万人、上海市と深圳市が 23万人となった。また、広東省の年間世帯収入が10万元以上の人口は 41万人(深圳市、広州市を含む)となった。これは、北京市とほぼ同じ規模であり、上海市の約 1.8 倍の人数となっている。

表 2 中国からの国外旅行の概要と旅行可能な消費者の個人月収

	最多購入商品概要	最多商品価格帯	旅行可能な消費者の個人月収
東南アジア	①タイ4泊	2,500 元程度	一般的な都市住民であれば可能
ヨーロッパ	① 5 ~ 7 力国 8 泊前後	12,000 元程度	5,000 元程度
韓国	①ソウル + チェジュ 4泊	4,000 元程度	2,000 元程度
日本	①関西~東京5泊	7,000 元程度	4,000 元程度

資料:中国旅行会社のホームページ

表3 世帯年収の分布と世帯年収10万元以上の人口

	3万元未満	3万元以上 5万元未満	5 万元以上 10 万元未満	10 万元以上	市戸籍人口	10 万元以上 人口
北京市	53.4%	28.3%	14.6%	3.7%	1163 万人	43 万人
天津市	86.3%	10.7%	2.4%	0.6%	933 万人	6万人
上海市	51.7%	30.4%	16.2%	1.7%	1352 万人	23 万人
重慶市	85.1%	11.9%	2.4%	0.6%	3144万人	19 万人
瀋陽市(遼寧省)	89.5%	8.7%	1.7%	0.1%	694 万人	1万人
大連市(遼寧省)	81.5%	15.5%	2.4%	0.4%	562 万人	2 万人
南京市(江蘇省)	60.8%	26.9%	10.4%	1.9%	584 万人	11 万人
杭州市(浙江省)	42.9%	32.6%	15.6%	9.0%	652 万人	59 万人
福州市(福建省)	62.0%	27.0%	8.7%	2.3%	609 万人	14 万人
広州市(広東省)	58.9%	29.5%	10.6%	1.0%	738 万人	7万人
深圳市(広東省)	22.6%	28.3%	35.4%	13.7%	165 万人	23 万人
西安市(陝西省)	80.2%	15.5%	3.4%	0.9%	725 万人	7万人
武漢市(湖北省)	77.7%	16.0%	4.9%	1.4%	786 万人	11 万人
成都市(四川省)	85.1%	10.9%	3.4%	0.6%	1060 万人	6万人
昆明市(雲南省)	63.8%	25.3%	9.4%	1.4%	503 万人	7万人

資料:中国統計年鑑 2005、(株)野村総合研究所

# 2 訪日団体旅行市場の特徴

日本は00年から中国からの団体観光旅行を受 け入れており、訪日客数も増加しているが、その 増加率は中国から韓国への旅行者数の増加率と同 程度で、オーストラリアやニュージーランドへの 旅行者数の増加率に比べると穏やかなものとなっ ている。その要因として、日本は中国と文化的に あまり違わないと捉えられているにもかかわら ず、旅行費用が高額であり、また他の国とセット にしたツアーを造成することも難しく、一度の旅 行で日本しか訪れることができないことが挙げら れる。日本と韓国をセットにしたツアーも、あま り人気は出ていないようである。また、日本はビ ザ取得の基準が厳しいことも影響を与えている。 ビザの申請をする際に、旅行会社には旅行予定客 全員に対する面接が義務づけられており、その後 実際に面接を行ったかどうかを日本領事館が旅行 予定客のオフィスに電話をして確認する。まだ旅 行は一般的には高額な商品であり、旅行客の中に は同僚には秘密で旅行したいと考えている者も多 く、領事館からの電話は旅行を予定している人か ら嫌がられている。また、電話確認の際に出張等 で不在の場合、ビザそのものが発給されないこと もある。旅行会社の仕事は旅行商品を売ることで あり、ビザ申請のチェックなどの仕事は本来やる べき業務ではないという声も聞かれる。

その中でも、広東省では比較的日本への旅行が 人気となっている。その要因として、広東省の人 は日本の経済力と技術力を高く評価していること、 広東省は地理的にも香港や台湾と近いため、これ らの地域からの影響を受けやすいことから、香港 や台湾での日本の人気が波及したことなどが挙げ られる。広東省居住者には、日本の経済力・技術 力の象徴であるトヨタの工場見学などは人気が高 い。また温泉も人気で、北海道と九州の温泉は特 に有名である。桜や紅葉の鑑賞も人気がある。

最近でも、一番人気のあるコースは大阪〜富士山〜東京というゴールデンルートだが、東京と北海道を組み合わせたものや、九州へのツアーも人気が高まっている。特に広東省では北海道旅行の人気が高く、香港の空港を経由したツアーなども造成されている。同じ北海道旅行でも、これまでは札幌や登別方面が中心だったが、知床が世界遺

産になることもあり、道東方面のツアーを計画し ている旅行会社も見られる。一方、九州は知名度 がやや劣り、気候も広東省と似ているため、北海 道ほどの人気はないが、実際に旅行した者の満足 度は高いため、インセンティブツアーなどを中心 に送客している旅行会社が多い。九州は日本の中 で一番中国人旅行者を歓迎してくれていると感じ る旅行会社も多い。また、東京だけのコース(3) 泊で5,000元程度)なども人気となっている。 その他、旅行会社から格安の航空券が提供された ときに、沖縄3泊3,900元や関西4泊3,000元 などの格安ツアーを造成しているところもある。 ただ、このような格安ツアーの場合、低廉な宿泊 施設を利用し入場料の必要な施設は避けるなど、 旅行者の満足度は高いとは言えないツアーとなる こともあるようだ。

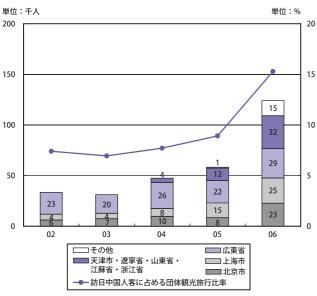
日本の温泉については、露天風呂などの「温泉 場の魅力」や、「温泉地の雰囲気や街の景観」が 重視されている。特に、中国人にとっては日本の 温泉は露天風呂をイメージすることが多く、温泉 に宿泊する際に露天風呂がない場合にあらかじめ 旅行者に断っておかないと、クレームとなること もある。雪が降る中での露天風呂や、富士山を見 ながらの露天風呂は非常に好まれる。ただ、温泉 地へ旅行する場合でも、3泊のツアーであれば1 泊で十分であると考えられている。また、温泉地 の雰囲気は賑やかな方が好まれ、浴衣を着て街を ぶらぶらしながらお土産を買いたいというニーズ も強い。一方で、温泉の効能については、1泊程 度では効果が少ないと考えられており、あまり魅 力とは捉えられていない。外湯なども、30人の 団体では小さすぎるため魅力的には感じないよう だ。露天風呂も、大きいものが好まれる。宿泊施 設は、知名度よりも規模が重要で、大きいものが 好まれる傾向にあるとのことである。

# 3 団体観光訪日客の急増

近年では、団体観光ビザを利用して訪日する観光客の比率が高まっており、中国人訪日旅行者に占める団体観光旅行者数比率は06年に15%を超えている。この背景には、ビザ発給地域の拡大のほか、10%前後の成長率を示す好調な経済と、表1で示されているようにその恩恵を高所得層

ほど受けやすいことが挙げられる。

#### 図4 中国人団体観光客数の推移



資料:国土交通省、国際観光振興機構

#### 4. 中国における訪日旅行情報

# 1 旅行ガイドブック

#### (1)紹介されている地域の構成比

中国のガイドブック3冊を対象に、日本のどの 地域が多く紹介されているかを分析した(ただし、 中国のガイドブックでは、神戸は近畿地方に、姫 路は中国地方に含まれていることが多いため、こ こでは神戸に関するページは「その他近畿」に、 姫路に関するページは「中国・四国」に分類した)。

その結果、最も多くのページが割かれているのは「東京」で、全体の17%を占めている。その内容は、皇居周辺や、銀座・新宿・六本木・原宿などの繁華街、明治神宮や浅草寺、美術館・博物館などとなっている。

表4 中国のガイドブックにおける地方別ページ比率

X 1 1 1 1 2 7 7 1 2 1 3 7 3 1 2 7 3	7) · >
北海道	7%
東北	3%
東京	17%
その他関東	9%
中部	8%
大阪	8%
京都	16%
奈良	5%
その他近畿	3%
中国・四国	11%
九州・沖縄	14%

資料:中国の日本ガイドブック

次に多かったのは「京都」で全体の16%を占めており、特に寺社仏閣に関する記述が目立っていた。「九州・沖縄」も多く、全体の14%を占めている。その内容は、都市的な魅力から寺社仏閣、火山や海洋などまで幅広く紹介されている。

#### (2) 写真の分類

次に、ガイドブックに掲載されている写真を、 ①歴史/文化、②自然/風景、③現代生活、④現 代技術、⑤温泉、⑥その他、に分類し、それぞれ の分類に含まれる写真の数を集計した。

その結果、最も多かったのは①歴史/文化で、写真の39%がこれに分類された。その中でも特に多かったのがA.建築物で、全体の24%を占めていることが分かる。一方、B.相撲・舞妓・伝統芸能やC.伝統工芸(甲冑・刀・小物)は比較的少なかった。寺社や庭園などは、中国の方が本家であり優れていると考えている人が多いため、彼らに大きくアピールするには限界がある。今後は、日本人の精神性や繊細さが込められている伝統芸能や伝統工芸といった側面を前面に出していくことも検討に値する。

次に多かったのは、③現代生活で写真の31%がこれに分類された。その中でも特に多かったのがA.日常生活で、B.街並み・街の様子が続いている。これらの分類には、特定の観光資源が主題

表 5 中国のガイドブックにおける項目別写真枚数比率

①歴史/文化	S	39%
	A. 建築物(寺社・城・庭園・街並み)	24%
	B. 相撲・舞妓・伝統芸能	6%
	C. 伝統工芸(甲冑・刀・小物)	4%
	D. 仏像・美術	3%
	E. その他	2%
②自然/風景	₹	11%
	A.山・森・川・滝	3%
	B. 湖・海	3%
	C. 自然現象(火山)	2%
	D. その他	3%
③現代生活		31%
	A. 日常生活・飲み屋・食べ物・労働	12%
	B. 街並み・街の様子	7%
	C. 宗教・その他祭事(七五三)	4%
	D. 農村・漁村の生活	4%
	E. 祭り・花見	3%
	F. その他	1%
④現代技術		9%
	A. ビル・橋・構造物	7%
	B. 新幹線	1%
	C. その他	0%
⑤温泉		2%
⑥その他		7%

資料:中国の日本ガイドブック

とされているわけではなく、日本人のありふれた 生活に関する写真が多く含まれている。このこと から、中国人にとっては歴史・文化や自然といっ た観光資源と並んで、日本人のライフスタイルそ のものに対して強烈な興味を抱いていることが分 かる。ただし、これらの写真の中には 10 年近く 前の日本の姿を写しているものも見られることか ら、正しい日本人のライフスタイルに関する情報 を提供していく必要もあると考えられる。

次に多かったのは②自然/風景で、全体の11%を占めている。しかし、これは①歴史/文化や③現代生活に比べると相対的に低い割合となっている。また、⑤温泉は2%と少なかった。日本の魅力としてよく温泉が挙げられるが、現状ではガイドブックにおける取り扱いが小さいことが分かる。

## 2 ホームページ

中国では 05 年の中国のインターネット人口が 1 億人を超えており、今後も拡大していくことが 予想される。こうしたなか、訪日旅行に関しても インターネットは重要なチャネルになると考えられる。そこで、インターネット上の日本旅行に関する情報を整理した。

中国で一般的な検索エンジンである「YAHOO! 雅虎」を利用して、「日本」と「旅游」というキーワードでホームページを検索したところ、検索結果の最初のページに表示されたもののうち最も多かったのは、旅行情報が集積されているホームページで6件あった。次に多かったのは、中国の旅行会社のホームページで4件あった。また、国際観光振興機構の中国語版のホームページも上位から3番目に表示されていた。その他は1件であり、旅行業界とは無関係の企業のホームページであった。

#### (1) 旅行情報が集積されているホームページ

旅行情報が集積されているホームページは、主に日本の概略の紹介、日本各地の紹介、日本の文化・習俗の紹介、お勧めコースの紹介(旅行会社のツアーコースの紹介)からなっている。このほか、ビザの取得方法などが掲載されているページもあった。なお、多くの場合は日本のみを紹介しているわけではなく、中国国内旅行やヨーロッパ、東南アジアの旅行情報へのリンクが上部と下部に

ある場合が多い。また、これらのホームページのトップページを見ると、日本への旅行情報はあまり目立っておらず、ツアーコースへのリンクが2~3個あるだけ、というものが一般的であった。

日本の概略の紹介では、日本の位置や国土面積 などの地理的情報のほか、火山が多く地震が頻発 していること、河川の流れが急で滝も多いこと、 温泉が至る所にあること、多くの華僑も住んでい ること、などが紹介されている。

日本各地の紹介では、なかには「歴史・遺跡」、「テーマパーク」などのカテゴリー別に紹介しているものもあったが、多くは「富士山」、「沖縄」、「北海道」、「京都」といった有名な観光地をいくつか紹介するというスタイルになっている。

日本の文化・習俗の紹介では、お祭りなどの伝統行事や茶道、和食などが紹介されている。ただ、ページによって情報量に大きな差があった。

お勧めコースの紹介(旅行会社のツアーコースの紹介)では、5~10個程度のツアーへのリンクがあり、リンク先では旅行会社が実際に造成しているコースのツアーの概略(日数や訪問都市、観光内容、価格など)が紹介されている。これらと併せて、造成した旅行会社の連絡先や質問フォーム機能がある場合が多い。また、なかにはそのホームページからインターネット経由での予約機能を持っているページもあった。

#### (2) 旅行会社のホームページ

旅行会社のホームページについては、ほとんどがツアーコースの概略(日数や訪問都市、観光内容、価格など)のページへのリンクとなっている。ただ、これらのページには1つのコースしか掲載されておらず、説明も文章によるものがほとんどで、写真等は一切ない場合が多い。他の日本旅行のコースへのリンクもなく、日本旅行の情報は非常に少ないと言える。

また、これら旅行会社ホームページのトップページでは、日本ツアーへのリンクが2~3個あるだけで、日本への一般的な旅行情報は特に整理されていない場合が多かった。ただ、これは日本に限らず他の方面についてもほぼ同様であった。旅行会社のホームページの中には旅行情報サイトへのリンクを設けているものもあったが、一般的なデスティネーションに関する情報を伝達する機能は充実しているわけではないと言える。

# 観光産業における人材育成に 関わる調査研究

観光産業における人材育成の重要性を再認識し、わが国の観光関連組織等における人材育成や、先進的な取り組みを行っている観光教育機関に関する調査研究を行います。



# 海外における観光教育機関に関する 基礎的研究 —アジア・豪州編—

観光産業の発展には「人材」が不可欠であり、業界を支えリードする人材の育成がわが国でも急務となっている。日本では、2006年4月現在、観光関連の学部・学科を有する4年制大学は35校あり、そのうち28校(80%)が過去10年間(1997~2006年度)に観光関連学部・学科を設置していることからも、近年の観光教育に対する社会的な関心の高まりが認識できる。

本研究は、アメリカ、ヨーロッパに続き、香港ならびにオーストラリアを対象に大学における 観光関係教育の実態についてヒアリング調査および文献調査を中心に取りまとめたものである。

香港では、大学外の視点を入れてカリキュラムの改編に取り組んでいるほか、世界各国から教授をスカウトして大学のパブリシティにも大きな効果を上げている。オーストラリアでは、80年代後半の外国人旅行者、特に日本人旅行者の急増が観光教育充実のきっかけとなった。ホスピタリティ教育の8割はビジネススクールで提供され、ビジネス科目とホスピタリティ科目のバランスを取りながらカリキュラムを提供している。

最後に、本研究と過去の研究結果(ヨーロッパ、アメリカ)を踏まえ、日本の大学における 観光教育のあり方について提案を行った。

(注)データは研究を行った 2005 年度時点のもの

■ 朝倉はるみ、梅川智也、渡邉智彦

# 研究報告書の概要

海外における観光人材教育に関する研究<Ⅲ> 一アジア・オセアニア編─

- 1. アジア・オセアニアの大学教育システムと観光教育 の事例研究
- (1) 香港
  - ①香港の大学教育システム
  - ②事例研究1:香港理工大学
  - ③香港理工大学から日本の大学における観光教育が参 考にできること
- (2) オーストラリア
  - ①オーストラリアの大学教育システム
  - ②事例研究1:ジェイムズ・クック大学
- ③事例研究2:クイーンズランド大学
- ④ジェイムズ・クック大学、クイーンズランド大学から日本の大学における観光教育が参考にできること
- 2. 日本と海外の観光教育機関の比較
- 3. 我が国の大学における観光教育のあり方について

#### 1. 香港/香港理工大学 **Hong Kong Polytechnic University**

#### **School of Hotel and Tourism** Management の概要

79年に設立された学部で、学部のミッション は「ホスピタリティとツーリズムにおいて、高品 質の教育・調査・学問を提供し、アジアのリーダー として世界的に認められること」である。99年 には世界各国に 16 ある WTO (World Tourism Organization、現 UNWTO) の教育訓練ネットワー クセンター (Education and Training Centers) の一施設に指定された(アジア唯一)。00年には、 WTO より TedQual Certification が授与された。

# **2** 教授陣

学部の教授 45 人の出身国は 17 カ国に及び、 70%が博士号保有者である(05年9月現在)。00 年に就任した学部長の人脈等を通して世界中から 有名教授をスカウトし、大学のパブリシティにも 大きな効果を上げている。ホームページ(05年5 月)で専門分野の確認ができた教授・講師35人 の専門分野は、約120(1人平均3.4分野)に及ぶ。

教授陣と業界との関係も深く、教授陣が受託す るコンサルタント業務・調査は年々増加している。 内容は、市場調査、戦略的サービス管理、雇用主 と雇用者、ツーリズムのマスタープラン、トレー ニング等で、クライアントは官民問わず、さまざ まなセクターである。

# **3** カリキュラム

大学では、ホスピタリティ・マネジメントとツー リズム・マネジメントの Bachelor of Science (3) 年間)と Higher Diploma (BSの下の学位。2年間) を取得でき、大学院ではホスピタリティ・ツーリ ズム・マネジメントの Master of Science が取得 できる。

カリキュラムにおいて重要な点は、実践的かつ 専門的なビジネス教育を提供することにある。ビ ジネス関連科目・専門科目・インターンシップが それぞれ3分の1程度の割合である。

またカリキュラムの特徴は、大きく3つある。

1つ目はインターンシップで、異なる文化を持つ 人との作業を通じて、多文化の視野を育成する。 29 の国際的企業・組織と共同教育パートナーシッ プ契約を提携し(写真)、年間約40人の学生を 海外のホテルへ派遣しているほか、香港のツーリ ズム業界において 200 以上のインターンシップ・ プログラムを学生に提供している。2つ目は、学 生が言語習得と仕事の経験を積むことができるよ うに、世界中のホテルやツーリズムを教える大 学との交換留学制度を設置している。3つ目は 「Professor for a Day」で、業界のロールモデル を1日教授として招聘し、学生がそうした人物と 直に接することで、人生経験をも学ぶことができ る。実践と講義のバランスは、Higher Diploma の場合1年生でインターンシップ、2年生で講義 となっている。Bachelor の場合は3年間の修学 期間中に2回インターンシップを行う。また、学 部内には、多くの海外留学生が学んでいるため、 国際色豊かなキャンパスである。

#### 写真 パートナーシップ契約企業のプレート



スピードの速い時代のニーズを認知しカリキュ ラムに反映させ、その質を向上させることが必要 である。学生が、就職後プロとして組織の中で知 識および技術を最大限発揮できるよう、カリキュ ラムの改編は常に意識しており、そのために以下 のシステムがある。

#### ●諮問委員会(Advisory Committee)

メンバー 25 人は、旅行、ホテル、レストラ ン等の業界のリーダーから学部長が候補者を選 んで学長に推薦する。年4回会議を行い、カリ キュラム等についてアドバイスを行う。

#### ●アカデミック・アドバイザー

海外の有名大学の教授1人を任命し、年1回 1週間香港に招聘し、学生や業界との議論を踏 まえてのレポートを、大学の学長と学部長に提 出してもらう。

#### ●スクール・アセスメント

カリキュラムは、業界ニーズを反映させるべく、業界と相談するだけでなく、卒業生や学生の意見も聞いた上で教授が検討する。大学内外の専門家が5年ごとに大学全体のカリキュラムの見直しを行い、学部ごとに格付けを行う。

## 4 施設の拡充

学部内に研修用レストラン (70 席) があるが、同大学は今後 5 億香港ドルを投資して大学内に研修ホテルや会議施設、研究センター等の複合施設を建設する。大学内に「現場体験」できる設備を有することで、これまで以上に有意義なカリキュラムの提供を目指している。

#### 2. オーストラリア/ジェイムズ・クック大学 James Cook University

# 1 大学の概要

70年創設の、クイーンズランド州で2番目に歴史ある大学である。すべての学位プログラムは、論理的思考、課題解決、効果的なコミュニケーション、情報技術に関する技能習得を重視し、全学部で1年目にビジネス・コミュニケーション(グループワークを通し、話し合い、振る舞い、気遣い等)を学ぶ。93年以降、WTO(現UNWTO)から優良観光教育機関として支援を受けている。

# ② ホスピタリティ・マネジメント、 ツーリズム・マネジメントのプログラムの概要

法律・ビジネス・芸術学部(Faculty of Law, Business and the Creative Art)の中のビジネススクール(School of Business /大学内で2番目に大きい学部)の中のプログラムの一つである。観光はオーストラリアの新しい産業であり、同大学が豪州国内で初めて観光関連のプログラムを設置し、現在ではタウンズビル校とケアンズ校で提

供されている。

カリキュラムは、大学がまず卒業生のゴール(例:海外で働ける学生を育成する)を決め、それを踏まえて各学部が科目を決める。4~5年ごとに大学外メンバー(他大学のツーリズム関係者、業界等)による議論を行って、カリキュラムを改編する。また、Tourism Advisory Group(民間企業、政府のツーリズム関係者、人材育成企業等)による会議を毎年1回行い、カリキュラムについて議論する。Best Tourism Education Award というコンペティションに参加することもある。オーストラリア政府が行う雇用者調査結果を参考にするなどして、毎年新しい科目を追加している(例:07年からはデスティネーション・マネジメントを追加)。

一般的なビジネス科目とツーリズムまたはホ スピタリティ科目のバランスは4:6で、1年目 はビジネス科目が多く、2年目、3年目になる と、徐々に専門科目が増えていく(Bachelor of Hospitality Management の場合、1年目に7つ のビジネス関連科目の取得が義務づけられている ①ビジネス・コミュニケーション、②会計、 ③ビジネス・マネジメント、④経済学、⑤商業関 連の法律、⑥ビジネス戦略、⑦マーケティング・ マネジメント)。2年目は、人事、マーケティン グのほかに、4科目(戦略マネジメント、小規模 ビジネス・マネジメント、文化ビジネス、アント レプレナー(起業家))から3科目を選択する。オー ストラリアでは 1 AU\$ で会社をスタートできる ので、アントレプレナー科目の人気が高い。また、 ほかに人気の高い科目は、会議&イベント、国際 観光等である。

学生が卒業までに身につけるべき技術が、各科目ごとに「JCU Graduate Qualities」という  $1 \sim 3$  の数値で示されている(**表 1**)。

卒業生の就業先イメージは、①政府のプロモーション組織(マーケティング、プランニング、総務等)、②大規模観光企業(ホテル、航空会社、旅行代理店等)、③小規模ビジネス、に大別される。オーストラリアでは90%が小企業だが、小企業であっても学位保有者の採用ニーズが高まっている。

また、学位保有者は非保有者に比べ、マネジメント・レベルに早めに昇進できる、あるいは就職時のポジションが少し高めに就くことができるというメリットがある。

#### 表 1 JCU Graduate Qualities (Tourism Transport and Technology)

★スコア (卒業までに身につけるべき技術のレベル) 0=不要、1=低、2=中、3=高

1.	<b>倫理的思考と課題解決</b>	スコア
1.1	論理的に考えること、主張・証拠・議論を分析・評価すること、明晰かつ論理的に証拠を論じ、展開することができる能力	3
1.2	新しい状況に知識を適応させる能力	2
1.3	少なくとも1つの専門分野において、問題を明確に し、解決する能力	2
2. 5	付人理解	
2.1	周りの人々と効果的にコミュニケートする能力	1
2.2	チームのために効果的にリードし、管理し、貢献す る能力	1
3.	売み書きと計算力	
3.1	論理的に、分かりやすく、想像力に富んだ話をする 能力、書く能力	3
3.2	専門分野に摘した数値情報を、計算し、創造し、解 釈し、理解する能力	0
4. 1	青報技術	
4.1	適切な IT ツールを選択・利用する能力	3
4.2	効果的にオンライン技術にアクセスし、使いこなす 能力	2
4.3	異なるメディアを使い、解釈する能力	2
5. ÷	学習達成度	
5.1	少なくとも1つの専門分野において、技術、知識、 価値、専門的倫理観を一貫して持つこと	2
5.2	情報を検索・分析・評価・整理・提供するための、 さまざまな媒体と手法を使う能力	2
5.3	学習の過程と成果を反映し、評価する能力	1
5.4	自立的に、かつ自己管理のもとに学習する能力	3
5.5	生涯学習と知的進歩を意識すること	2
6. 1	固人資質	
6.1	言語、文化、社会的な多様性を持つ環境の中で行動 する能力	2
6.2	なじみのない文化に適応する能力	0
6.3	オーストラリア土着の文化への理解	0
6.4	地域の課題への理解	2
6.5	専門的・地域的・環境的な責任感	0
6.6	地域・国家・国際的なコミュニティーの知的・文化的・ 社会的な生活に積極的に貢献する能力	0
	平均	1.7

#### 3. オーストラリア/クイーンズランド大学 University of Queensland

# 1 大学の概要

オーストラリアの最高学府・研究機関の一つであり、09年の州議会法によって設置されたクイーンズランド州最大・最古の大学である。98~99年にはオーストラリアの「University of

the Year」に選ばれ、"Annual Good Universities Guide" でクイーンズランド州の大学で最高位であった。

# **2** 観光関連学部(School of Tourism and Leisure Management /以下、TALM)の概要

ビジネス・経済・法律学部(Faculty of Business, Economics and Law)の中にあり、90年に合併したクイーンズランド農業大学(Queensland Agricultural College)が、ホスピタリティとツーリズムの大学レベルの教育を提供したのが始まりである(スクール創設は71年)。

#### 【参考】訪豪外国人旅行と観光教育の変遷について

70年ころまでの訪豪外国人旅行はヨーロッパやニュージーランドからの親戚や友人を訪ねる旅行が主流であり、高級ホテルに対するニーズはなかった。

しかし、70年代に入ると大手ホテルが優秀な人材を求めて大学に人材育成を要求したため、大学でも「ホテル経営」が重視されていた(アメリカ、イギリスも同じような状況にあった)。なお、70年代にホテル・マネジメントと料飲マネジメントを教えていたのは、クイーンズランド大学とメルボルン大学の2校だけであった。

80年代後半になると、日本人をはじめ訪豪外国人観光客が急増し、大学においてもホテル・マネジメントやツーリズム・マネジメントのプログラムが増加した。これは、日本人観光客がホテルやサービスに質の高いレベルを求めたことも背景にあったようである。政府も、ツーリズムの重要性ならびに関連プログラム設置の必要性を理解し、海外から教育者を雇用するようになった。

# ③ TALM のプログラムの概要

カリキュラムは、「観光の専門知識」と「ビジネス・マネジメント」の2つで構成される。講義内容は講師に一任されているが、頻繁にコース内容を変えることはできない(基本コースは過去10年ほど変更がない)。

スクールが育成を目指す人物は、観光産業のための技術と知識を有し、また研究もできる人材であり、業界の希望としては次の4分野のスペシャリストであり、学生はこのうち1分野を専攻する

(下記は学生の人気順)。なお、単位のバランスは、 専攻 25%、ビジネス 50%、選択科目 25%となっ ている。

- ① Event Management (展示会、会議、イベント、祭り等)
- ② Hotel & Hospitality Management (ホテル、レストラン、ケータリング、ゲーム、リゾート等)
- ③ Travel & Tourism Management (運輸、デスティネーション・マーケティング、 デスティネーション・プランニング等)
- 4 Leisure & Sports Management

### 4 TALM の教授陣

講義のみ行っている教授は存在せず、ほとんどが講義と研究を行う。バランスは、講義 40%、研究 40%、総務 20%が基準であり、教授は学部長と交渉を行い、業務内容によって比率を変えることもできる。

採用の際に教授の専門分野(研究テーマ)を明示するが、経験を積めば新しい分野を研究することもできる(自分で開拓する場合と、学部長から指定する場合 — 本の共同執筆や共同研究への参画等 — がある)。TALMでは2~3年ごとにキーとなる研究分野を決める。また、本が出せるなど収入が予測できるようならば、新しいテーマを取り入れることも検討される。

# **4.** オーストラリアのCRC (Cooperative Research Centers)

CRC は、1990年にオーストラリアの持続的な産官の協力による研究センターとして機能することによって、研究成果の高レベルな利用や商業化を達成し、それによってオーストラリアの産業、商業及び経済の成長を高める目的で設立された。オーストラリア連邦政府及び州政府機関、研究機関、教育機関、民間企業等との密接な研究協力体制構築の促進を図るもので、大きな成果を納めている。各 CRC プロジェクトは一般的に年間予算700万 AU\$ で、通常7年間にわたり実施され、現在までに158の CRC プロジェクトが設立された。

CRC 設立の背景には、大学における研究成果

があまり実社会で応用・商業化されていないこと、さらに大学生が卒業後すぐに企業で実践力として使えないこと、また大学で多くの研究が行われているにもかかわらず大学と産業の結びつきが薄いという事情があった。そのため、研究開発およびその成果を最大限に活用するための実用化、商業化、および技術移転のための協力調整や、産業界が求める技術を有した学生の教育も重視している。2003~2004年の主な活動成果には、以下のようなものがある

- \*連邦政府から 187 の研究助成金を獲得、研究費総額 5,830 万 AU\$ (約49億円) で、2,275 の研究プロジェクトが進行中
- \*488 の研究契約で 4,700 万 AU\$ (約 40 億円)の収益、1,632 のライセンス契約で 880 万 AU\$ (約7 億5 千万円)の収益
- \*1,326 の企業の協力、681 の研究・教育、72 の商 業関連を含む 753 の国際的コラボレーション
- \*フルタイム研究者は、専門研究者 2,872 名、大学 院生 1,851 名
- \*特許取得は、豪国内 354、海外 610、特許申請は 豪国内 76、海外 15
- \*CRCの研究関連研究論文のうち、学術専門誌への 掲載認定 1,178 本、学術専門誌に掲載 1,864 本、 学会発表論文の出版 2,066 本

#### 5. わが国の大学における観光教育のあり方について

最後に、本研究と過去の研究成果(アメリカと ヨーロッパ(イギリス、スイス、フランス))や 既存調査を踏まえ、わが国の観光教育機関、特に 大学において今後さらなる改善に取り組んでいた だきたい点を提案する。

観光産業は21世紀のリーディング産業といわれ、地域振興にとって不可欠な産業と官・民ともに認識している。観光産業のレベルアップのためにも、大学において理論(ビジネスの基本等)と実践(インターンシップ等)のバランスよい観光教育を提供し、質の高い卒業生 — 即戦力としての活躍とともに、将来の管理者・経営者としての技術・知識も有した卒業生が、観光業界で一人でも多く活躍することが望まれる。

### ●実社会(観光業界、地域)ニーズをプログラム に反映

業界・地域の課題や将来動向を想定したプロ

グラムを提供する。そのためにも、業界・地域 が必要とする人材ニーズを把握し、プログラム に取り込む。新プログラムの開発にあたっては、 関連業界への教授の派遣や、関連業界の経営者・ 社員を教授・講師として招聘し、業界の最新情 報や実情を踏まえた内容にする。プログラムの 独自性が高ければ、学生確保の面で優位になる ばかりでなく、他大学にプログラムを販売する こともできる。

#### ●関連業界との協力関係強化

経営等をゲストスピーカーや客員教授として招聘し、常に業界最前線の情報を学生に提供する。ほかには、プログラムの改編や新規プログラム開発の際のアドバイスを受ける、卒業生の就職先や学生のインターンシップ先を確保する、大学に対する寄付金・奨学金や寄付講座の提供を依頼する等、関連業界との良好な関係は、大学にとってのメリットも大きい。

#### ●ビジネスの基本を教える

卒業後、どのような業界・業種に就職しても通用するビジネスマンとしての「基礎教育」 — ビジネス文書の書き方、プレゼンテーション、会計、財務、不動産、投資、マーケティング、IT、マネジメント等 — を提供する。

#### ●実務教育を充実させる

インターンシップをはじめとするキャンパス内外での現場体験プログラム (on-the-job トレーニング) を取り入れ、観光業界が非常に高い必要性を感じている「即戦力」となる人材を

育成する。現場体験を通して、座学では学ぶことが難しいと考えられる判断力、柔軟な思考、行動力、対人コミュニケーションスキルの向上等が見込まれる。インターンシップは受け入れ組織が必要となるため、教育機関と関連業界とが常に良好なパートナーシップを維持していくとともに、学生、受け入れ組織、大学の3者それぞれにメリットのあるインターンシップのあり方を検討する。

#### ●社会人を対象としたプログラムを提供する

少子化の影響や大学の立地(特に地方)によっては、今後学生確保が困難になる可能性がある。また、関連業界で働く従業員の中に観光教育を受けた経験がない人も多いため、社会人対象のプログラムを提供する。特に観光地の近くに立地する大学では、地元の観光業界の管理職や経営者を対象としたプログラムを提供し(e-ラーニング、短期集中講座等)、観光産業のレベルアップを図る。

#### ●教員の質を高める

教授・講師は、国内・海外の研修機関、企業、 行政、他大学等で研修を受けるなどして、専門 分野の最新情報や教育手法を習得するほか、研 究成果を広く公開することで業界の発展に寄与 することを心がける。また、国内・海外を問わ ず、大学・研究機関だけでなく業界にも目を向 け、優秀な人材を教員として積極的に採用する。

\*オーストラリアを対象とする本研究の実施にあたり、琉球大学法文学部助教授・屋宜智恵美氏の協力を得ました。

#### 表2 日本と海外の観光関連教育の特徴

#### 日 本 海 外

- ●観光関連の各分野を網羅する科目を提供している。
- ●資格取得のための科目を提供している。
- ●インターンシップが積極的に実施されている。
- ●近年の国際化に対応して、観光関連の外国語に力を入れる大 学が多い。
- ●観光業界への就職率が上昇傾向にある。
- ●社会人向けの講座・セミナーを開催している。

- ●地元観光産業のニーズを反映したプログラムが提供されており、学生が観光産業で即戦力となる技術・知識を習得できる。
- ●実践的なトレーニング(インターンシップ等)を重視している (観光 地に近いという大学の立地、キャンパス内の実習ホテル等含め)。
- ●入試にインタビューを取り入れ、学力だけでなくコミュニケーション能力やパーソナリティも考慮して学生を入学させる。
- ●観光産業のすそ野の幅広さを反映して、ビジネススクール等、 多様な学部で観光関連プログラムが提供されている。
- ●教授を世界中から採用している。
- ●観光やツーリズムの関連業界団体との連携が強い。
- ●ビジネスの基本も教えるので、学生の卒業後の就職業界が広い。
- ●社会人対象のプログラムを提供している。

# 主催研修・出版事業

広く観光文化の振興に寄与するための活動として、 セミナー・シンポジウムや出版事業なども実施しています。

# なぜ減少する20代海外旅行!? ~ジェネレーションYからの信号を解読せよ

#### 開催概要

海外旅行の最新動向と課題解決に向けての情報提供の場として、毎年夏に開催。06年度は、全体テーマを「なぜ減少する 20 代海外旅行!?~ジェネレーション Y からの信号を解読せよ」と題し、第 1 部において 2005~06 年の海外旅行市場動向の分析結果を報告、第 2 部では 20 代の旅行市場の減少はなぜ起こったのか、また 20 代を相手に成功している「ビジネス」とはいったいどのようなものなのか、データや事例の紹介を交えたパネルディスカッションを実施。

■担当者 小林英俊・黒須宏志・中野彩香

■ 主 催 (財)日本交通公社

■日 時 06年7月26日13:30~17:20

■後 援 ジェイアイ傷害火災保険株式会社

■ 場 所 経団連会館 11F 国際会議場 (東京・大手町)

■協力 (株)ツーリズム・マーケティング研究所

#### プログラム

#### ◆第1部

「海外旅行マーケット動向 2005 ~ 2006」

(財)日本交通公社 主任研究員 黒須宏志

当財団の独自市場調査に基づく最新の動向分析結果を報告。例年通り市場全体のトレンドおよびマーケットセグメント別の動向解説のほか、主要方面別に一層実践的な解説を行い、リピーター比率、満足度、再訪意向などの独自調査指標に基づく各方面の質的評価を試みた。なお『Market Insight 2006』をシンポジウムに合わせ発刊。

#### ◆第2部

「なぜ減少する 20 代海外旅行!? ~ジェネレーション Y からの信号を解読せよ」

パネリスト:カルチャースタディーズ研究所 主宰 三浦展氏

フリーライター 山田静氏

コーディネーター:(財)日本交通公社 理事 小林英俊

パネリストに、『下流社会』の著者で、『アクロス』の編集長時代以来、若年層の消費行動・意識について卓越した知見を世に問うてこられた消費社会研究家の三浦展氏と、「ハッピーバリ」「ハッピーバンコク」など女性のひとり旅をバックアップするガイドブックシリーズの発行を手がけ、ユニークな視点で旅行市場を斬るフリーライター山田静氏を招き、経済社会的なバックグラウンドの解説をもとに、20代の価値観、ライフスタイルと旅行についてディスカッション。

# 今、富裕層マーケティングから見えてくるもの ~本当の豊かさを知る人々は何を求める?~

#### 開催概要

海外旅行の最新動向と課題解決に向けての情報提供の場として、毎年夏に開催。07年度は、全体テーマを「今、富裕層マーケティングから見えてくるもの~本当の豊かさを知る人々は何を求める?~」と題し、第1部において2006~07年の海外旅行市場動向の分析結果を報告、第2部は注目の富裕層をターゲットとする商品開発に携わってこられたパネリストを招き、本当の豊かさを知る人々が消費や遊びの現場で求めているものは何なのか、富裕層へのアプローチのヒントを探るパネルディスカッションを実施。

■ 担当者 小林英俊 黒須宏志 丸山のどか

■ 主 催 (財)日本交通公社

■日 時 07年7月18日13:30~17:20

■後 援 ジェイアイ傷害火災保険株式会社

■ 場 所 経団連会館 11F 国際会議場 (東京・大手町)

■協力 (株)ツーリズム・マーケティング研究所

### プログラム

#### ◆第1部

「海外旅行マーケット動向 2006 ~ 2007」

(財)日本交通公社 主任研究員 黒須宏志

当財団の独自市場調査に基づく最新の動向分析結果を報告。市場全体のトレンドおよびマーケットセグメント別、主要方面別に解説。なお、昨年に続き『Market Insight 2007』をシンポジウムに合わせて発行。

#### ◆第2部

「今、富裕層マーケティングから見えてくるもの ~本当の豊かさを知る人々は何を求める?~」

パネリスト:ルート・アンド・パートナーズ 代表取締役 増渕達也氏

ウェルネス・アリーナ 代表取締役社長 梶川貴子氏

コーディネーター:(財)日本交通公社 常務理事 小林英俊

パネリストに、雑誌『セブンシーズ』の元発行人であり、現在、富裕層マーケティングの専門会社を経営し、雑誌『ラグジュアリー・スパ・ファインダー日本語版』を発行している増渕達也氏と、対富裕層ビジネスで有望視され、ホリスティックな観点からのプロダクト開発が急速に進んでいるスパビジネスの分野で、日本型スパカルチャーの創出を目指している梶川貴子氏を招き、本当の豊かさを知る人々が、消費や遊びの現場で求めているものについてディスカッション。

#### ■ 第 16 回旅行動向シンポジウム

# あらたな市場を切り拓く女性の感性

~あなたが知らない「上質ごこち」「ときめき消費」教えます~ 2007 年の旅行動向見通し

#### 開催概要

旅行・観光業界向けに、旅行市場の動向分析と新しい志向・潮流の紹介を軸として、当財団が毎年 12 月に開催。 06 年度は、当財団観光文化事業部観光経済分析チームの調査をもとに「2007 年の旅行動向見通し」を発表、また、活発になってきた  $30 \sim 40$  代女性の消費に着目し、「あらたな市場を切り拓く女性の感性  $\sim$  あなたが知らない「上質ごこち」「ときめき消費」教えます~」をテーマとしたパネルディスカッションを開催。

■担当者 小林英俊・黒須宏志・中野彩香

場 所 経団連会館 11F 国際会議場(東京・大手町)

■日 時 06年12月22日13:30~17:30

■ 主 催 (財)日本交通公社

#### プログラム

#### ◆第1部

「2007年の旅行動向見通し」

(財)日本交通公社 観光文化事業部観光経済分析チーム (黒須宏志、塩谷英生、久保田美穂子、安達寛朗)

06 年の旅行・観光マーケット全般の状況、そして 2007 年の見通しについて、当財団がこれまで 19 年間 にわたって継続してきた「観光業界を代表する方に聞く旅行の見通しアンケート」や、四半期ごとに発表して いる『JTBF 観光経済レポート』などに基づいて解説。また、期待される団塊世代の需要動向について、リタイア目前の 59 歳男性への旅行意向アンケート調査に基づく分析を発表。

#### ◆第2部

「あらたな市場を切り拓く女性の感性~あなたが知らない「上質ごこち」「ときめき消費」教えます~」

パネリスト:伊藤忠ファッションシステム 事業開発室マーケティングマネジャー 川島蓉子氏

マーケティングライター / インフィニティ代表取締役 牛窪恵氏

コーディネーター:(財)日本交通公社 理事 小林英俊

マーケットの成熟化とともに、消費の経験値が上昇し、自分のモノサシを持った消費者の行動は、単一の軸で切り分けられるようなものではなくなっている。高級や高品質といった客観的な尺度ではなく、消費者の主観的な感性に訴えかけるものが消費の現場で力を持ち始めているのではないかという仮説に基づき、 $30 \sim 40$ 代を中心とする成熟した消費者が支持するクオリティについて「上質ごこち」というキーワードを提案している川島蓉子氏と、市場をリードする同年代シングル層の消費行動の読み解きを行ってきた牛窪恵氏から、女性たちのこのような感性が創り出しつつある市場について探った。

#### ● 第 17 回旅行動向シンポジウム

# 今、日本の宿が変わる!

# ~世界におもねない"ワタシ"に時代がついてくる~ 2008 年の旅行動向見通し

#### 開催概要

旅行・観光業界向けに、旅行市場の動向分析と新しい志向・潮流の紹介を軸として、当財団が毎年12月に開催。07年度は、当財団観光文化事業部観光経済分析チームの調査をもとに「2008年の旅行動向見通し」を発表。また、国内の人気リゾートのオーナー経営者を招き、新しく見られ始めた宿泊者の動き、また理念に基づく経営コンセプトから、日本の宿泊業界の現在をチャンスに変えていくヒントを探るパネルディスカッションを開催。テーマは「今、日本の宿が変わる! ~世界におもねない"ワタシ"に時代がついてくる~」。

■担当者 小林英俊・黒須宏志・丸山のどか

場 所 経団連会館 11F 国際会議場(東京・大手町)

■日 時 07年12月19日13:20~17:20

■ 主 催 (財)日本交通公社

#### プログラム

#### ◆第1部

「2008年の旅行動向見通し」

(財)日本交通公社 観光文化事業部観光経済分析チーム (黒須宏志、塩谷英生、川口明子)

2007年の旅行・観光マーケット全般の状況、そして2008年の見通しについて、最新の独自調査にもとづき解説。また、期待される団塊世代の需要動向について、リタイア前後の年代の男性に対する調査に基づく分析を発表。

#### ◆第2部

「今、日本の宿が変わる!~世界におもねない"ワタシ"に時代がついてくる~」

パネリスト:(株)星野リゾート 代表取締役社長 星野佳路 氏

(株)二期リゾート 代表取締役 北山ひとみ 氏

天空の森/忘れの里 雅叙苑 主人 田島健夫氏

コーディネーター:(財)日本交通公社 常務理事 小林英俊

(財)日本交通公社 主任研究員 久保田美穂子

人気のホテル・旅館から見えてくる、オピニオンリーダーに支持され始めた新しい宿ニーズには、到着した瞬間から「別世界が演出され」「好みの空間で自分なりの時間が過ごせる」こと、単なる癒やしという言葉では表せない人間性の回復を促すような環境と出会い、そして、もっと深いところにある共通キーワードとして、世界におもねない、確固たる"ワタシ"という姿がある。経営者、スタッフ、そして旅行者自身が、自分の判断で自分流のやり方を見つけ、ぶつけ合って楽しむ時代になってきたという仮説に基づき、今こそ新しい日本の宿業の形を創っていくことを提案。

# マーケットをとらえて上げる、 観光地の底力

#### 開催概要

自治体の新任観光担当者を想定対象者とし、観光担当者として必要な知識とノウハウを総合的に習得しても らう講座として毎年6月に実施。

- ■担当者 久保田美穂子・中野彩香
- ■日 時 06年6月29日~30日
- ■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室
- 主 催 (財)日本交通公社

#### プログラム

_		20	
6	я	29	н

10:10~11:40 成熟化時代の観光マーケティング ~今、そしてこれから

講師:(財)日本交通公社 理事 小林英俊

12:45~13:45 旅行マーケットを数字でとらえる

講師:(財)日本交通公社 研究員 川口明子

14:00~15:15 滞在観光地づくりの手順と留意点 - 温泉地を事例として-

講師:(財)日本交通公社 研究主幹 大野正人

15:30~16:50 意見交換会

6月30日

10:00~11:15 観光の経済効果と観光統計の活用・整備

講師:(財)日本交通公社 主任研究員 塩谷英生

11:30~12:45 魅力ある地域ガイドツアーづくりに取り組むために

講師:(財)日本交通公社 主任研究員 大隅一志

13:45~15:00 地域観光マーケティングの基礎と実践的応用 ~ 「地域を売る」

講師:横浜商科大学 教授 羽田耕治 氏

15:15~16:30 観光推進組織のありかた

講師:(財)日本交通公社 研究調査部長 梅川智也

# 地域の総合力で取り組む観光

#### 開催概要

自治体の新任観光担当者を想定対象者とし、観光担当者として必要な知識とノウハウを総合的に習得しても らう講座として毎年6月に実施。

- ■担当者 久保田美穂子・丸山のどか
- ■日 時 07年6月21日~22日
- ■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室
- 主 催 (財)日本交通公社

#### プログラム

#### 6月21日

10:10~11:40 成熟化時代の観光マーケティング

講師:(財)日本交通公社 常務理事 小林英俊

12:45~13:45 旅行者マーケットの最新動向

講師:(財)日本交通公社 研究員 川口明子

14:00~15:40 観光は総合政策!~松本市観光戦略本部の組織づくり・人づくり~

講師:松本市安曇支所 支所長 赤廣三郎氏

16:00~18:30 意見交換会

6月22日

10:00~11:10 観光の経済効果と観光統計の活用・整備

講師:(財)日本交通公社 主任研究員 塩谷英生

11:20~12:50 観光と地域資源の新しい関係づくり

~観光と地域の「食」、「産業・技術」~

講師:(財)日本交通公社 主任研究員 堀木美告 (財)日本交通公社 主任研究員 牧野博明

13:50~15:00 滞在型観光地づくりとは何か

講師:(財)日本交通公社 研究主幹 大野正人

15:15~16:15 インバウンド振興と地域の可能性

講師:(財)日本交通公社 調査役 有馬義治

# 地域主体の観光を考える ~こうして地域はその気になった~

### 開催概要

自治体の観光担当者として必要な知識・ノウハウを総合的に習得してもらう講座「観光基礎講座」に対して、 さらに深く実践的な知識を身につけ、明確な地域の将来ビジョンを持ち、地域振興や観光振興を進める人材を 育成する講座として平成 15 年度から実施。

特に、各地域で活躍する講師から現場の事例をもとに具体的な観光振興事業の進め方を学ぶことに主眼を置いている。

- ■担当者 久保田美穂子・中野彩香
- ■日 時 06年11月16日~17日
- ■場 所 東京大手町朝日生命ビル 27F 大手町サンスカイルーム D 会議室
- ■主 催 (財)日本交通公社

### プログラム

_	_	_	_	_	_
1	1	н.	1	6	
		_		u	ш.

 $9:45 \sim 10:45$ 地域主体の観光の時代 ~変わるゲストとホストと地域の関係~ 講師:(財)日本交通公社 理事 小林英俊 結束力ある温泉地の挑戦 ~地域の商品化に取り組む~  $11:00 \sim 12:30$ 講師:岳温泉観光協会 会長 鈴木安一氏  $13:30 \sim 15:45$ 私の考える「着地型」 ~えひめ町並博 2004 からの展開~ 講師:おおず街なか再生館 代表取締役専務 河野達郎 氏 データで確認 旅行者の気持ち  $16:00 \sim 16:40$ (財)日本交通公社 主任研究員 久保田美穂子 意見交換会  $16:50 \sim 18:00$ 11月17日  $9:30 \sim 11:00$ 都市と農村の「ほんもの」の交流事業 ~地域自立戦略の実践~ 講師:飯田市産業経済部 担当企画幹 井上弘司 氏 生産者をマーケッター&経営者に育てた仕組みづくり  $11:15 \sim 12:45$ 

講師:内子フレッシュパークからり 特産開発部部長 山本真二氏

13:45~15:15 地域が主役の観光政策 ~観光で地域は自立できるか~

講師:釧路公立大学教授 地域経済センター長 小磯修二氏

15:30~16:00 総括:ふりかえり

(財)日本交通公社 理事 小林英俊

# 地域の環境、景観を活かした 地域主体の観光を考える

### 開催概要

自治体の観光担当者として必要な知識・ノウハウを総合的に習得してもらう講座「観光基礎講座」に対して、さらに深く実践的な知識を身につけ、明確な地域の将来ビジョンを持ち、地域振興や観光振興を進める人材を育成する講座として平成 15 年度から実施。

特に、各地域で活躍する講師から現場の事例をもとに具体的な観光振興事業の進め方を学ぶことに主眼を置いている。

- ■担当者 久保田美穂子・丸山のどか
- ■日 時 07年11月15日~16日
- ■場 所 東京大手町朝日生命ビル 27F 大手町サンスカイルーム D 会議室
- 主 催 (財)日本交通公社

### プログラム

1	1	日	1	5	

10:00~11:30 地域主体の観光の時代

講師:(財)日本交通公社 常務理事 小林英俊

12:30~14:30 「五感に訴える」観光立町に取り組む富士河口湖町の実践的観光戦略

講師:富士河口湖町 観光課長 渡邊武博氏

14:45~16:45 地域の遺伝子を受け継ぐ人々へ~足りないのは資金じゃない~

講師:大分県県会議員/

大丸旅館 代表取締役社長 首藤勝次氏

17:00~19:00 意見交換会

11月16日

9:45~11:30 観光政策と地域再生の現場をつなぐ~阿寒湖温泉7年の取り組み~

講師:(財)日本交通公社 研究調査部長 梅川智也

12:30~14:15 まちを商品化したらダメ、まちを想う人を増やすことが大切

講師:近江八幡市 市長公室長 吉田正樹 氏

14:30~16:00 コウノトリがつなぐ地域の生業と環境、そして観光

講師:豊岡市コウノトリ共生部 コウノトリ共生課 課長 佐竹節夫氏

16:00~16:10 総括:ふりかえり

(財)日本交通公社 常務理事 小林英俊

### 自主研究発表会 2005

### 開催概要

(財)日本交通公社では自主事業(観光文化振興事業)の一環として、旅行・観光分野における基礎的な調査研究や時代を先取りする調査研究など「自主研究」の充実に取り組んでいるが、当財団研究員が実施した研究の成果をより多くの方々に公開するために、『自主研究レポート』発行のほか、03年度から「自主研究発表会」を開催している。

■ 担当者 梅川智也・久保田美穂子・岩崎比奈子

■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室

■日 時 06年2月15日13:00~17:40

■ 主 催 (財)日本交通公社

### プログラム

 $13:10\sim13:40$  「『旅行者動向 2005』からみた旅行者の意識と行動」

研究員 川口明子

13:40~14:10 「日本人のアウトバウンド旅行動向に関する研究」

主任研究員 黒須宏志

14:10~14:40 「日本人の旅行行動と主観的健康感」

(財)日本健康開発財団 主任研究員 後藤康彰 氏

(04年から05年まで当財団調査役)

14:55~15:25 「旅行欲求構造解析及び旅行決定プロセスに関する研究」

主任研究員 黒須宏志

 $15:25\sim15:55$  「これからの日本社会における欲求のゆくえについての文明論的研究」

主任研究員 黒須宏志

15:55~16:25 「観光税の導入に関する研究」

主任研究員 塩谷英生

16:40~17:10 「観光振興に対する地域住民理解のためのツール開発に関する研究」

名桜大学大学院 教授 岩佐吉郎氏

(当財団 研究主幹)

17:10~17:40 「温泉観光地の再生に関する実証的研究 <V>」

研究調查部長 梅川智也

# 歩きたくなる観光地づくり 一その五原則と提言八策

### 開催概要

(財)日本交通公社の「旅の図書館」(観光文化資料館) 開館 25 周年記念して 03 年 10 月に開始された「観光文化セミナー」の第 4 回セミナーを 06 年 10 月 26 日に開催した。講師として、機関誌『観光文化』177 号に「歩きたくなるみち・まちづくり」をご寄稿いただいた村山友宏氏((社)日本ウオーキング協会副会長)をお招きした。「歩き」をテーマに街づかい、街づくりについて自説を展開。街路は"街なか生活舞台"であり、そこに人間の息吹を取り戻し、生活の楽しさを取り戻すために、生活舞台をどう育て、どう使うかを考えようと村山氏は訴えられた。話が広範囲に進められ、予定された時間内では語り尽くされなかったが、参加者には「歩きたくなる観光地・街」とは何ぞやについて問題意識を持っていただけた。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室

■日 時 06年10月26日

■主催(財)日本交通公社

### プログラム

16:30~18:00 歩きたくなる観光地づくり ―その五原則と提言八策

講師:日本ウオーキング協会 副会長 村山友宏氏

18:00~19:30 懇親会



# 「長崎さるく博」が切り開いた 都市観光の可能性

### 開催概要

(財)日本交通公社の「旅の図書館」(観光文化資料館) 開館 25 周年を記念して 03 年 10 月に開始された「観光文化セミナー」だが、参加者の要望に応え春季にも開催することとなった。今回は春季開催の初回となる。講師として機関誌『観光文化』177 号に「長崎さるく博への誘い」をご寄稿いただき、本イベントのコーディネートプロデューサーも務められた茶谷幸治氏をお迎えした。「さるく」とは長崎弁で「ぶらぶら歩く」という意味。長崎の魅力は「まち歩き」にある、を基本コンセプトに「長崎さるく博」の解説を展開した。今までのイベントは成功したとはいえ、その時限りで終了してしまうのが通例だが、「長崎さるく」は、市民が主体の手作り(地元主義)に徹したことで、"わがまちの魅力は自ら築く"の機運が生まれ、持続されている。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室

■日 時 07年4月26日

■主催(財)日本交通公社

### プログラム

16:30~18:00 「長崎さるく博」が切り開いた都市観光の可能性

講師:イベントプロデューサー 茶谷幸治 氏

18:00~19:30 懇親会



### ● 第6回『観光文化セミナー』

# 歴史的景観の意義と保全活用に向けての 諸課題 ―真の先進国となるために

### 開催概要

恒例となった「観光文化セミナー」も6回目を迎えた。今回は当財団の機関誌『観光文化』182号にご寄稿いただいた新潟大学工学部准教授の岡崎篤行氏をお招きし、さらに詳しく内容をお話しいただく機会となった。日本では2004年に「景観法」が制定され景観に対する意識が高まってきたものの、英米と比較してみるとはるかに遅れていることを事例やデータを交えて説明。美しい景観は観光の柱であり、歴史的景観・建築物を保全活用していくことの重要性を強調された。岡崎氏は地元新潟県内各地の景観計画策定にも参画され、各地の事例を映像を交えてご紹介されたが、新潟への認識を深める良い機会ともなった。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■日 時 07年10月24日

■場 所 第一鉄鋼ビル B1F 会議室

■ 主 催 (財)日本交通公社

### プログラム

16:30~18:00 歴史的景観の意義と保全活用に向けての諸課題―真の先進国となるために

講師:新潟大学工学部建設学科 准教授 岡崎篤行氏

18:00~19:30 懇親会



# 旅して食べて…

### 開催概要

「旅の図書館」(観光文化資料館)は教養志向型(テーマのある)旅の普及を開設理念としており、開館 28 周年を迎えるにあたり、その一助として「旅の図書館講座」を開催することとなった。第1回はフードジャーナリスト・エッセイストとしてご活躍中の向笠千恵子氏を講師としてお招きし、「旅して食べて…」と題して、食をテーマに旅を語っていただいた。ノンフィクション作家としての心構え、江戸時代の旅行ガイドブック『旅行用心集』(八隅蘆菴 著)に遡っての「旅の教訓」から始まり、寄り道を含めて今回の本論である"島の旅"へと話を展開。島旅は陸地続きの海辺とは違う「独立王国の趣」を感じると向笠氏は訴える。長崎県・壱岐島を取り上げ、その歴史、文化、食、人懐こい人情など島旅の魅力について、自給率の高い島の生活こそまさにスローフードのお手本であると熱弁を振るわれた。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■場 所 旅の図書館内

■日 時 06年7月8日

■主催 (財)日本交通公社

### プログラム

15:00~16:30 旅して食べて…

講師:フードジャーナリスト・エッセイスト 向笠千恵子氏



### 富士の四季を撮る

### 開催概要

第2回「旅の図書館講座」は、当財団機関誌『観光文化』に「風致探訪」をご寄稿いただいている樋口健二氏をお招きし、「富士の四季を撮る」をテーマにお話しいただいた。樋口氏はフォトジャーナリストとして日本の高度経済成長の影の部分である公害や原発問題を直視してきただけに、美しい自然・景観や歴史的街並みの素晴らしさや尊さを人一倍希求され、その思いを熱く訴えられた。写真技術よりむしろ風景と向き合う心情を吐露され、旅の感動を映像に残す写真の大切さを強調。文化遺産として富士山を世界遺産に登録する動きが活気づいているが、日本人にとって霊峰富士は信仰の山であり、心のふるさとであると語る。樋口氏が撮影された数多くの気高い富士の姿をご覧いただいた。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■日 時 07年2月3日

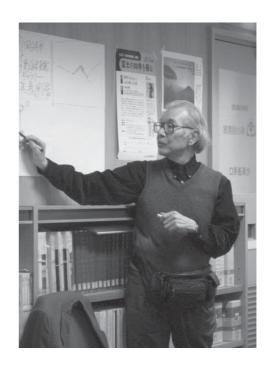
■場 所 旅の図書館内

■主催(財)日本交通公社

### プログラム

14:00~15:30 富士の四季を撮る

講師:フォトジャーナリスト 樋口健二氏



## 植物を通しての日欧文化交流

### 開催概要

第3回「旅の図書館講座」は獨協大学教授の加藤僖重氏をお招きし、「植物を通しての日欧文化交流」と題して講演いただいた。加藤氏は歴史を学ぶため大学に進学され、その後、縁あって牧野富太郎博士の薫陶を受け植物学の世界に入られた。講演の内容も、欧州におけるカール・リンネを頂点とする植物学発展の歴史と、幕末期に来日して植物を収集し欧州に紹介したシーボルトやロバート・フォーチュンの活躍ぶりを弟子や知識人との交流譚を交えてのお話となった。日本各地で花々を取り入れた街づくり、景観形成、フラワーツーリズムが脚光を浴びているが、もっと日本の植物を活用すべきではないかとの意見交換も講演終了後の参加者と行われた。多数の画像もご紹介いただき参加者にご満足いただいた。

■担当者 外川宇八・渡邉サト江

■日 時 07年7月7日

■場 所 旅の図書館内

■主催(財)日本交通公社

### プログラム

14:00~15:30 植物を通しての日欧文化交流

講師:獨協大学国際教養学部言語文化学科 教授 加藤僖重 氏



# 第1回 東北アジア地域における観光協力方案 模索のための 日・中・韓 観光フォーラム

### 開催概要

- ■日 時 06年12月4日~6日
- ■場 所 韓国 済州島(済州新羅ホテル)
- 主 催 韓国文化観光部

■ 主 管 韓国 韓国文化観光政策研究院

中国 社会科学院観光研究センター

日本 (財)日本交通公社

■ 後 援 済州特別自治道、韓国観光公社、済州観光学会

06年12月4日(月)~6日(水)の日程で、日本・中国・韓国の3カ国の観光分野における国の担当セクションや研究機関が一堂に会しての「第1回東北アジア地域における観光協力方案模索のための日・中・韓観光フォーラム」(主催:韓国文化観光部 主管:韓国文化観光政策研究院(韓国)、社会科学院観光研究センター(中国)、(財)日本交通公社(日本)が韓国・済州島で開催された。

このフォーラムは 06 年 7 月に北海道釧路市阿寒湖温泉で行われた「日・中・韓三国間の観光交流と協力の強化に関する北海道宣言」を受け開催されたもので、観光分野における 3 カ国の研究協力を目的として以下のテーマについて当財団研究員も発表および討論に参加した。

第1セッション「観光交流を拡大するための事業別現状および協力方案」

第2セッション「観光交流活性化のための分野別協力方案」

総合セッション「今後の共同協力方案およびビジョン」

日本からは、国土交通省より1人(総合政策局 国際観光課 観光渉外官 岩月理浩氏)、研究機関関係者として(財)日本交通公社より14人、(株)JTB グローバルマーケティング&トラベルより1人の計16人が参加した。

最終日の12月6日には、「済州宣言文」として3カ国の研究機関の代表が、以下の4点について合意し、宣言文にサインを行った。

- (1)3国における観光研究の実績と成果を相互に交換して、それぞれの国における観光の 現状と課題について、相互の理解を深める。
- (2)3国研究機関を中心として産官学の関係機関との連携をそれぞれが図り、より成果のある研究に取り組める体制基盤を構築する。
- (3) それぞれの研究機関で取り組む研究について、相互技術的な支援・協力を行うことにより観光発展を図る。
- (4)3国研究機関の支援・協力および共同研究で得られた成果は、幅広く発表して、地域 および日・韓・中、東北アジアの観光発展に貢献する。

なお、フォーラム会期内に2国間(韓国-中国、韓国-日本)のワーキンググループ会議が設けられ、(財)日本交通公社は、韓国文化観光政策研究院との間で05年12月に締結した観光研究合意書(MOU = Memorandum of Understanding)に基づき、「今後の日韓観光研究協力の進め方について」の合意を行った。これに伴い、07年度より両機関は「情報協力」「協力研究」および「共同研究」に取り組むこととなった。







①、②:会場の様子
 ③:済州宣言の調印の様子





- ④:済州宣言調印後の3カ国の研究機関代表。(左から、中国社会科学院観光研究センター長の張氏、韓国文化観光政策研究院長の宋氏、(財)日本交通公社の新倉)
- ⑤:ワーキンググループ会議では日本と韓国の研究協力の取り決めを 行った。((財)日本交通公社会長・新倉(左)、韓国文化観光政策 研究院長・宋氏(右))

参加者数 200 人

## 南大東島観光地域づくりシンポジウム

### 開催概要

国立民族学博物館の「遺産の所有と利用に関する観光文明学的研究」プロジェクトと共同で、南大東島におい てシンポジウムを開催。当財団は、同研究会のプロジェクトメンバーに参画してきたが、本シンポジウムが当財 団の目指す地域振興への貢献と人材育成の機会づくりの方向性と合致することから開催支援を行ったものである。 シンポジウムでは、同研究プロジェクトの知見を生かし、講師および地域住民とともに近代化遺産、産業遺 産を生かしたツーリズム開発の可能性について考え、その成果は研究報告書にまとめた。

- ■担当者 久保田美穂子・安達寛朗
- ■日 時 05年3月9日~11日
- ■場 所 沖縄県南大東村役場

■ 主 催 国立民族学博物館「遺産の所有と利用

に関する観光文明学的研究会」(代表 幹事:九州大学大学院芸術工学研究院 教授 西山徳明氏)、(財)日本交通公社

### プログラム

9:00

10:45 13:00

島内視察

3月9日(金)	
13:00	島内視察
19:00	大東太古見学交流、ダイトウオオコウモリ観察
3月10日(土)	
9:00	研究代表挨拶および参加者紹介 九州大学大学院芸術工学研究員教授 西山徳明 氏
9:30	趣旨説明および南大東島の地域づくりへの取り組み 「島まるごとミュージアム構想実現に向けて」 京都嵯峨芸術大学観光デザイン学科教授 真板昭夫 氏 (株)未来政策研究所主任研究員 比田井和子 氏
10:15	事例報告「南大東村のサトウキビ開拓に絡む遺産と意義」 発表者:大東村教育委員会 宮城克行氏 コメンテーター:青森大学助教授 工藤雅世氏
13:00	研究発表 1 「南大東島における島嶼住宅の調査研究/IBA エムシャーパーク」 発表者: 滋賀県立大学教授 松岡拓公雄氏 コメンテーター: 大東市立生涯学習センター館長 笠井敏光氏
15:00	研究発表 2 「登録有形文化財制度の概要と社会的意義」 発表者:文化庁文化財部主任文化財調査官 江面嗣人氏 コメンテーター:京都嵯峨芸術大学助教授 山村高淑 氏
17:00	研究発表3「産業遺産〜横浜市の歴史を生かしたまちづくりと都市デザイン、 横浜港臨海部の魅力形成〜」 発表者:横浜市都市整備局(都市デザイン室)上席調査役・ エグゼクティブアーバンデザイナー 国吉直行 氏 コメンテーター:国立民族学博物館教授 關雄二氏
3月11日(日)	

研究発表 4 「竹富島の NPO における文化遺産マネジメント」 発表者:(財)日本ナショナルトラスト事業課 池ノ上真一氏 コメンテーター:大阪芸術大学教授 下休場千秋 氏 全体討議「南大東島における観光地域づくりに対する提言」





展望台から製糖工場を望む



島内の方々を交えてディスカッション

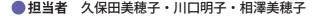


報告書表紙

参加者数 30 人

# 旅行者動向 2007

当財団で毎年発行している旅行者データ集。日本人の観光レクリエーション旅行の実態と希望、旅行に対する意識について、「JTBF 旅行者動向調査」の結果をもとにさまざまな切り口から分析を行っている。なかでも、観光レクリエーション旅行の実態については家族旅行や友人旅行などのセグメント別に旅行内容を詳細分析。また、今後希望する旅行については32の旅行タイプごとに地域別ランキングを集計している。2007年最新版では、旅行しなくなったといわれながらも一部に活発な動きが見え始めた"いまどきの若者"、そして現在の旅行市場を大きく支えている"旅行大好き"な人々を特集しました。



●頒布料 5,000 円(本体 4,762 円)



A4判 120ページ

### 目 次

### 第1章 旅行市場の全体像

- 1.1 旅行市場の構造
- 1.2 観光レクリエーション旅行の実態
- 1.3 特定の旅行スタイルの経験と参加意向

### 第2章 旅行先別にみる旅行市場の実態

- 2.1 都道府県別にみる観光レクリエーション旅行 の実態
- 2.2 観光地別にみる旅行の経験と意向

### 第3章 行ってみたい旅行

- 3.1 行ってみたい旅行タイプ
- 3.2 行ってみたい旅行先

### 第4章 旅行に対する意識

- 4.1 旅行の動機
- 4.2 情報収集源

### 特集

- 特集1 いまどき若者の旅行マーケット
- 特集2 『旅行大好き』を探る

# JTBF 観光経済レポート

当財団が四半期ごとに実施している複数のアンケート調査結果から旅行者や観光地、観光産業の動向を把握し、その結果を分析して取りまとめた季刊の調査レポート。03年12月に創刊号を発行し、07年9月には Vol.16を発行している。

なお、毎年 12 月に発行されるレポートでは、翌年の旅 行市場の見通しも併せて掲載。

- ●担当者 塩谷英生・久保田美穂子・安達寛朗 相澤美穂子・丸山のどか
- ●発行・編集 (財)日本交通公社
- 定 価 1,050 円 (本体 1,000 円)(財)日本交通公社ホームページ(http://www.jtb.or.jp)にて PDF ファイルを無料でダウンロードできます。



A4判 39ページ

### 目 次(Vol.16 2007年9月発行)

### 観光経済レポート Vol.16 イントロダクション

今回のトピックスレポート 2007 年 4-6 月期の総括と今後の見通し

### トピックスレポート1

オピニオンリーダーに聞く「JTBF 旅行者モニター調査」 プレ調査 / 塩谷英生

### トピックスレポート2

宿泊施設における連泊者比率の現状/安達寛朗

### トピックスレポート3

40 年間 ぶれずに進化してきたスパリゾートハワイアンズに学ぶ / 久保田美穂子

2007 年 4-6 月期 観光地動向 / 相澤美穂子

2007 年 4-6 月期 宿泊動向 / 安達寛朗

付属統計表

# 旅行の見通し 2007

旅行者動向の趨勢を把握し、その調査結果を広く公開することを通して旅行産業界の発展に資することを目的として毎年発刊している調査レポートである。

内容は、これまで 10 数年にわたって継続的に実施してきた、観光業界を代表する方々を対象にしたアンケート調査結果を中心としており、調査結果の経年変化をもとにした旅行市場の局面の解説や、アンケート回答者個々の旅行市場の見方を具体的な数値や提言をもとにして取りまとめている。

- 旅行の見通し Tourism Forecast 2007 2007
  - A4版 30ページ

- ●担当者 黒須宏志
- 定 価 3,150 円 (本体 3,000 円)

### 目 次

### 1. 有識者に聞く「2007年旅行マーケットの動向見通しアンケート」

- (1) 2006年の旅行マーケットの状況
- (2) 2007年の旅行マーケットの見通し
- (3) 注目するトレンド、および社会・業界動向
- (4) 団塊世代のリタイアが 2007 年旅行マーケット に及ぼす影響の見通し
- (5) 2007 年の旅行マーケットにおいて成長が期 待されるセグメント

### 2. アンケート回答一覧

### 3. 調査の概要

調 査 名:「有識者に聞く『2007年旅行マーケッ

トの動向見通し』アンケート」

調査対象:ツーリズム産業を代表する方や有識者

など306名

調査方法:郵送による筆記調査

調査期間: 2006年11月13日~12月4日

配布数:306件回答数:115件

# 旅行年報 2007

06年~07年上期の旅行・観光市場の動きと業界を取り 巻くあらゆるデータ、出来事を当財団スタッフが専門分野 ごとに執筆を分担し取りまとめた。「旅行年報1981」以来、 データとトピックの収集を継続、発行27周年を迎えた。



A4判 80ページ

### 目 次

### 第 | 編 旅行者の動き

I-1 2006年と2007年の旅行市場

担当者(編集) 塩谷英生・丸山のどか定 価 6,300円(本体6,000円)

- 1.2006年の旅行市場の局面
- 2. 2007 年の旅行市場の見通し
- 3.2006 年旅行市場の関連指標
- I-2 国内観光地の動向
- I-3 日本人の海外旅行
- I-4 訪日外国人旅行

### 第 II 編 観光産業の動き

- Ⅱ-1 旅行業
- Ⅱ-2 宿泊業
- Ⅱ-3 運輸業
  - 1. 鉄道
  - 2. 道路交通
  - 3. 航空

### 第Ⅲ編 観光地の動きと観光政策

- Ⅲ-1 観光地
  - 1. 温泉観光地
  - 2. 山岳・高原リゾート
  - 3. 海浜レクリエーション
  - 4. ゴルフ場
  - 5. アウトドア活動
  - 6. 都市観光・コンベンション
  - 7. 観光施設・テーマパーク
  - 8. 農山漁村観光
  - 9. 自然公園 世界遺産
  - 10. 着地型旅行の商品化と販売
- Ⅲ-2 観光政策

### 資料編

- 資料-1 地域別整備動向
- 資料-2 旅行年表
- 資料-3 付属統計表

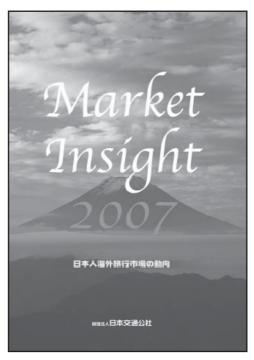
# Market Insight 2007

日本人海外旅行市場の動向

2006年の最新市場動向と、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。当財団の独自調査をもとに、変化の下に働く中長期的ダイナミズムを明らかにしている。

2005年に続き低成長に終わった2006年の海外旅行者数。 その背景にあるのは市場の成熟化である。海外旅行市場では、90年代後半以降、旅行経験が豊かで毎年海外に行く旅行者が増加する一方、若年層など、市場の将来的な成長力となる低経験者の比率が下がり続けてきた。2006年、市場全体としての成熟化傾向は一服した形となったが、休暇・観光目的の旅行者に限ってみると依然として成熟化傾向に歯止めがかからない状態となっている。本レポートでは市場の成熟化の状況を数量的に捉え解説している。

- 担当者 黒須宏志 相澤美穂子
- 定 価 10,500 円 (本体 10,000 円)



A4 判 75 ページ ※英語版も制作

### 目 次

はじめに

#### 要約

### 第1章 2006年の日本人海外旅行マーケット動向 2006年の海外旅行マーケット/休暇・観光目的の マーケット/性・年代別旅行者数/旅行とライフ イベント、ほか

### 第2章 エリア別のマーケット動向

ヨーロッパ/北東アジア/東南アジア/北米/ オセアニア/ハワイ、グアム、およびその他のデ スティネーション

### 第3章 マーケット規模の将来予測

07/08年のマーケット規模/中長期的見通し

### 第4章 マーケット動向指標

市場規模/出国率/方面別マーケット/旅費/ 旅行泊数/予約方法/情報源/宿泊施設/ 旅行タイプ/月別出国者シェア/同行者/ 満足度、再訪希望率/希望する旅行

### 附属資料

# 平成18年度観光実践講座 講義録

「地域主体の観光を考える ~こうして地域はその気になった」

当財団主催の観光実践講座から、初めての講義録出版。 旅行者にとって「観光」の意味は変化し、地域の暮らしや 生活、景観に興味を持つ人が増えている。一方、地域の自 治体や住民にとっても、住みよい快適な地域づくりと観光 の関係の深さや可能性が重要になってきた。「観光」はすで に観光事業者だけが取り組む課題ではなくなっている。

そこで平成 18 年度の観光実践講座では、2 日間の共通 テーマを「地域主体の観光を考える~こうして地域はその 気になった」とし、各地の講師から実践的に学んだ。

参加者からのご好評に応え講義内容を再現、地域振興に 関わる多くの方々にその具体的な内容を伝えるべく発刊に 至った。

●担当者 久保田美穂子・中野彩香・丸山のどか

● 頒布料 3,150 円 (本体 3,000 円)

平成18年度 観光実践講座 講義録 地域主体の観光を考える ~こうして地域はその気になった~

A4判 89ページ

### 目 次

講義1:地域主体の観光の時代

~変わるゲストとホストと地域の関係

(財)日本交通公社 理事 小林英俊

講義2:結束力ある温泉地の挑戦

~地域の商品化に取り組む

岳温泉観光協会 会長 鈴木安一氏

講義3:私の考える「着地型」

~えひめ町並博 2004 からの展開

(株)おおず街なか再生館 代表取締役専務 河野達郎氏

講義4:データで確認 旅行者の気持ち

(財)日本交通公社 主任研究員 久保田美穂子 講義5:都市と農村の「ほんもの」の交流事業

〜地域自立戦略の実践

飯田市産業経済部担当企画幹 井上弘司氏

講義6:生産者をマーケッター&経営者に育てた

しくみづくり

(株)内子フレッシュパークからり 特産開発部部長 山本真二氏

講義7:地域が主役の観光政策

~観光で地域は自立できるか

釧路公立大学教授 地域経済センター長 小磯修二氏

※講師の所属・役職は講座開催時点(06年11月)のものです。

# 産業観光への取り組み

### ~基本的考え方と国内外主要事例の紹介~

本書は(財)日本交通公社が2003年度に国土交通省観光地域振興課からの委託を受けて取りまとめた「産業を活用した観光振興事例調査報告書」を基に、その後の各地域の動きなどを踏まえて大幅に加筆修正したものである。

産業観光の振興に向けた基本的なあり方を初めて体系的に示すとともに、「産業観光先進地域」の事例を紹介し、産業観光に取り組もうとしている各地域に役立ててもらうことを目的として制作をした。また、これも最近全国的に注目され、地域における産業観光の振興と密接に関連する「着地型旅行商品」について詳しく解説している。

- 担当者 吉澤清良 牧野博明 小池利佳
- ●監修者等

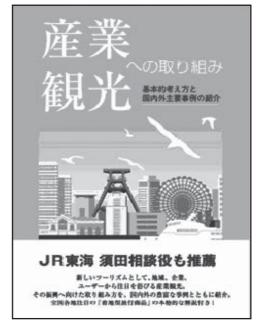
監修:羽田耕治/横浜商科大学教授

(国土交通省 産業観光推進懇談会 座長)

丁野 朗 /(財) 社会経済生産性本部 余暇創研 研究主幹

推薦:須田寬/JR東海相談役(前会長)

- ●発 行 (財)日本交通公社
- 頒布料 2,100 円 (本体 2,000 円)



B5 判 134 ページ

### 目 次

### 1. 産業観光の考え方と取り組み方

- 1. 産業観光の意味と変遷
- 2. 新しいタイプの観光としての産業観光
- 3. 産業観光の意義と課題
- 4. 産業観光の振興へ向けた取り組み方
- 5. 着地型旅行商品としての産業観光

### Ⅱ.産業観光取り組み先進地の紹介 - 国内編

- 1. 近代化産業遺産を活かした観光拠点の創造
- 2. 伝統的地場産業を活かした観光まちづくり
- 3. 職人の技を活かした工房観光のまち
- 4. 古のものづくりから観光文化圏への形成へ
- 5. 産業発展の記憶に依拠した、個性あるまちづくり
- 6. 多様な産業集積を活かした産業観光ネットワーク形成
- 7. 臨海工業地帯の産業集積を活かした、新たな産業振興

- 8.「商いの美」にこだわった観光まちづくり
- 9. 「農」のある風景と観光への展開
- 10. 産業観光資源から広域的産業観光へ

### Ⅲ. 産業観光取り組み先進地の紹介 - 海外編

1. ドイツ ルール地域の産業観光

2. オランダ ロッテルダム市の産業観光

3. イギリス アイアンブリッジ - 産業革命発祥の地

### 追補 着地型旅行商品に関する解説

- 1. 着地型旅行商品の意味と背景
- 2. 旅行会社の機能と現状
- 3. 着地型旅行商品の開発と可能性
- 4. 着地型旅行商品の販売促進に関わる課題

# 観光文化

旅や観光の文化に関する当財団の機関誌。年6回、奇数 月の20日に発行。

時代の動き、社会のニーズの把握に努め、情報提供・提 言ならびに意見・研究発表などメッセージの発信を目指す ことを編集方針としている。毎号特集を組み、第一線で活 躍されている研究者・実践者の方にご登場いただいている。 ほかに連載も組み、幅広く「観光文化」に光を当てている。

- ●発行人 新倉武一
- ●編集人 外川宇八
- 頒布料 1.470 円(税込)



B5 判 32 ページ

#### 目 次

### 第 175 号(2006 年 1 月 20 日発行) 特集:「食」の復権 一地産地消で生かす風土の味わい ○「市」は交易と交流の原点/結城登美雄

第 176 号(2006 年 3 月 20 日発行) 特集: アイルランドの誘惑 ―精神風土とその文化的磁力 ○「文明の宝島」アイルランド/鶴岡真弓 ○ 松江、山陰とアイルランド/小泉凡 ○ アイルランドと世界の文化の架け橋 CCÉ /山本拓司 ○ 微笑むアイルランド/浅野公宏 ○ 明治の親日家 ブリンクリーのダブリン/沢木泰昭

#### 第 177 号 (2006 年 5 月 20 日発行)

第17/号 (2000年5月20日発行) 特集:歩た - 五感で楽しむ観光と出会い ○歩きたくなるみち・まちづくり/村山友宏 ○「長崎さるく博」への誘い/茶谷幸治 ○原風景を訪ねる旅が育んだこと/川上嘉彦

- 原風景を訪ねる旅が育んだこと/川上嘉彦 ○「ぶらり街さんぽ」の魅力/井上理江 食・温泉とウォークで健康づくり/鈴木安一

### 第 178 号 (2006 年 7 月 20 日発行)

- 第178号(2000年7月20日紀刊) 特集:観光人材育成 一観光の未来のために (観光政策学科開設にかけた思い/大宮登 日本の観光革命を目指して/原田邦雄 「エコツーリズム推進の要はエコツアーガイド、プロデューサーの育成/広瀬敏通 (熊野本宮の語り部は文化の継承者/坂本勲生 我が国の観光分野における人材育成/朝倉はるみ

### 第179号(2006年9月20日発行)

- 第 179 号 (2006 年 9 月 20 日発行) 特集:滞在を楽しむ 自己充足の新たなライフスタイル 今なぜ、滞在型家族旅行なのか/丁野朗 長期滞在型観光プロジェクト「ふぉーゆー白馬」/長谷川恒信 滞在型宿のアートスタイル経営/室井俊二 ロングステイマーケットの創造と挑戦/坂下栄一 旅館が滞在需要の受け皿となるために/大野正人

#### 第 180 号 (2006 年 11 月 20 日発行)

- 第 180 号 (2006 年 11 月 20 日発行) 特集: 観光とホスピタリティ 観光ホスピタリティ/服部勝人 観光まちづくりとホスピタリティ/桐木元司 皆様から愛される施設づくりを/塙吉七 JR 九州のホスピタリティ戦略/橋内秀人

観光文化別冊 (2006年7月14日発行) 特集 記録 ユダヤ難民に"自由への道"をひらいた人々

- 第 181 号(2007 年 1 月 20 日発行) 特集:地元力 一地域を支えるその実力と可能性 特集:地元力 一地域を支えるその実力 地元力と観光振興/下平尾勲 村上町屋再生の軌跡/吉川真嗣 図野アートプロジェクト(TAP)/3 文化財と博物館と観光と/三輪嘉六
- / 渡辺好明

### 第182号(2007年3月20日発行)

- 特集:次世代継承 歴史的景観・町並みの継承/岡崎篤行
- ○「おわら」の保存振興と次世代継承/三橋重昭 ○長浜の次世代継承はイベントで実現/北川賀寿男 ○次世代へつなぐこころ/栗田香穂

- 第183号(2007年5月20日発行) 特集:昭和は遠くなりにけり 広島平和記念資料館と今/前田耕一郎 あの頃の東京タワー/佐藤紀雄 昭和レトロ商品の魅力やいかに/串間努 つわが昭和の街並みに復活を期する/渡辺博 「昭和の町」による観光・商業の一体的振興/山口泰久

- 第 184 号 (2007 年 7 月 20 日発行) 特集: 仏教ルネッサンス 一お寺と社会の縁起復興 お寺と慈悲ある社会の再生を考える/上田紀行 お寺の原点回帰/秋田光彦・山口洋典 現代に生かす常照寺の伝統と精神/奥田正叡

- 語り部歌手と仏教/高岡良樹

### 第 185 号 (2007 年 9 月 20 日発行)

- 第100 号 (2007 キュア 20 日本137) 特集: 宮沢賢治とイーハトーブ (イーハトーブの揺りかで/大野眞男) 賢治を育てたイーハトーブの自然/瀬川強 (宮沢賢治とイーハトーブの人々/奥田博) 岩手の環境ルネッサンス・地域づくりに挑戦/谷村和郎

#### 第 186 号 (2007 年 11 月 20 日発行)

- 第 186 号 (2007 年 11 月 20 日 東行) 特集:源氏物語千年紀を祝う 一千年の命を生きる『源氏物語』の魅力と現代的な意義/伊井春樹 『源氏物語』継承の歩みとその今日的状況/渋谷栄一 。源氏物語千年紀事業について/木咲圭二 一年の差は九百九十歳 一源氏物語千年紀に向けて/岸本育男

- 97

# 「旅の図書館」紹介

旅の図書館(観光文化資料館)は(財)日本交通公社が公益事業の一環として観光文化の振興を願い、78年に開設した専門図書館。07年10月に29周年を迎えた。02年4月からは専門図書館協議会に加盟し活動の幅を広げている。

### 利用者

利用者の推移は図の通り。開館当初は年間 6,000 人弱であったが、その後毎年増加し、95 年度には約 3,7000 人までになった。当時は第一鉄鋼ビル 1 階にあり、通りがかりの入館者も多く、夏休み時期には書架の間に座り込んで読んでいる利用者も多かった。手狭になったこと、書架がゆがんできたことから 96 年 9 月第二鉄鋼ビル地下 1 階に移転、さらに 00 年 6 月にスペースを広げリニューアルオープンし、今に至っている。地下に移転してからは、通りすがりの利用者の減少やインターネットの普及等もあり、年間平均 21,000人(1日平均 85 人)の利用となっている。

利用者の半数が会社員で、学生、自営業(フリー含む)と続いている。男性 65%、女性 35%の比率は開館当初からほとんど変わっていないが、60・70 代の利用が男女とも増えてきている。

### 蔵書

開館時は約4,000 冊の図書で開館した。主に豪華写真集を中心とし新聞も置き、2つの大机に12の椅子を配置。1台は喫煙席で、ゆったりとくつろぎながら旅の雰囲気を味わってもらう……というコンセプトだった。蔵書の増加に伴い「旅行気分」よりもっと具体的に「旅行の下調べ」に必要な図書に対する要望が高まり、日本各地・世界各国の旅行・観光に関する資料・情報を収集。ガイドブック、地図、時刻表、紀行文、写真集、旅行雑誌のほか、市町村や政府観光局発行のパンフレットなどが県別・国別に配架され、目的の資料を自由に手に取って見ることができる現在の形になった。

現在図書は 30,000 冊(和書 27,000 冊、洋書 3,000 冊)、その中で「利用図書ベスト 100」の 7 割は海外に関する日本語版ガイドブックとなっている。さらに最近は洋書のガイドブックに対しての要望も増えており、バックパッカーに人気のガイドブック『ロンリー・プラネット』のガイドはシリーズ約 300 冊をそろえている。日本語版も刊行され、併せて利用されている。またレストランの格付け(3つ星等)で有名な『ミシュラン・レッド・ガイド』も、シリーズは常に最新刊をそろえるようにしている。

### 雑 誌

旅行関連雑誌は約 150 種類。その中で当館だけと自負しているのは、日本に乗り入れている国際線航空会社約 40 社の「機内誌」。各航空会社の特色がよく出ており、出発便によってどんな機内販売があるか、どんな映画が上映されているかなどチェックしている賢い利用者も多い。

最近ブームとなっている世界遺産については、今まで「世界」のコーナーの一部に置いていたが、出版点数、利用頻度が増えたため「世界遺産」コーナーを新たに設けた。

利用頻度の高い時刻表は、戦前・戦中版は『復刻版時刻表』しかないが、07 年 5 月に当館の利用者から『JTB 時刻表』バックナンバーの寄贈を受け、74 年からはほぼ毎号そろっている。時刻表は単なる時刻の変遷だけでなく、航空、定期観光バス、宿泊施設等も掲載されており、作家が作品の裏付け資料として使用したり、学生が論文の資料として調べている。また、07 年 10 月の財団ホームページのリニューアルに伴い、雑誌特集記事検索もできるようになった。

住 所:東京都千代田区丸の内 1-8-2

第二鉄鋼ビル地下1階

電 話:03-3214-6051

開 館:月~金曜日 10時~ 17時 30分

休館:土・日曜・祝日・年末年始

交 通:JR 東京駅八重洲北口から徒歩2分

### 資 料

国・県別のインデックス代わりの名前入りのボックスの中には、パンフレット、地図、新聞のクリッピングを入れている。特に新聞のクリッピングは過去7年保存しているが、情報の少ない地域もカバーしているので評判も良く、よく利用されている。

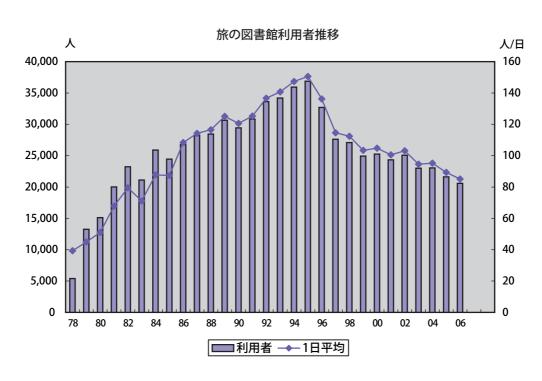
観光関連資料としては、(財)日本交通公社が発行している機関誌、調査統計、調査報告書(一部)のほか、ツーリズム産業関連の資料も収集している。大学の紀要、学会の論文集、業界の機関誌バックナンバー、観光関係会社社史なども閲覧でき、研究者のほか、学生が卒業論文・就職活動の情報収集にと活用している。

### デジタル 画 像

当館は基本的には新刊図書が中心であるが、JTB 発行の月刊誌『旅』は 24 年創刊で昭和の旅行形態を知る貴重な資料である。当館では 33 年から所蔵しているが、傷みが激しく原本閲覧できない状態となっていたため、『旅』(24 年~74 年)ならびに『ツーリスト』(13 年創刊~43 年最終号)をデジタル化。関係各所のご協力を仰ぎ、創刊号から欠本・欠頁がないようそろえた。著作権を有する資料であるため、画像は館内閲覧のみであるが、07 年 10 月から目次をホームページ上に公開、検索可能にしている。そのため、論文作成の学生のみならず、日本文化を研究している外国の研究者などの利用が増えてきている。

●当館のホームページでは、利用時間、利用方法、所在地の交通案内、新着図書案内のほか、 蔵書検索・雑誌検索ができますのでご利用ください。

ホームページ:http://www.jtb.or.jp/library/



### 財団法人日本交通公社の概要

### 概要

財団法人日本交通公社 Japan Travel Bureau Foundation 名 称

1912年 (1963年改組) 設 立

常勤理事 新倉 武一 会長

> 常務理事 林 清 常務理事 小林 英俊 萩本 健二 常務理事

### 沿革

ジャパン・ツーリストビューロー設立 1912年

1945年 財団法人日本交通公社と改称

営業部門を分離して、株式会社日本交通公社(現・株式会社ジェイティービー)設立 1963年

『観光事典』発行 1973年

1974年 観光文化振興基金設置

機関誌『旅行の動向』創刊/『余暇社会の旅』発行

賛助会員制度開始 1976年

機関誌『観光文化』創刊

1978年 観光文化資料館開設

1979年 『観光の現状と課題』発行

1984年 『現代観光用語事典』発行

『観光読本』発行 1994年

観光文化資料館、「旅の図書館」に改称 1999年

基礎的研究を中心とした「自主研究」の充実 2001年

### 21世紀の旅行・観光をトータルにプロデュース

旅行・観光の健全かつ持続的な発展に寄与するとともに、旅行・観光に関わる事業全般の向上を図ることにより、社会に貢献します。

### <sub>財団法人</sub>日本交通公社

〒100-0005

東京都千代田区丸の内 1-8-2

第一鉄鋼ビル9階

TEL: 03-5208-4701 FAX: 03-5208-4706

ホームページ:http://www.jtb.or.jp



### 「旅の図書館」

財団法人 日本交通公社

#### 観光文化振興事業 (自主事業)

白主研究 総合研究課題

- 個別研究課題
- 自主研究発表会

• 旅行動向シンポジウム(毎年 12 月) **シンポジウム** ● 海外旅行動向シンポジウム(毎年7月)

人材育成 ● 観光基礎講座(毎年6月)

• 観光実践講座(毎年11月)

機関誌・出版 ● 定期刊行物/観光文化、旅行年報、

旅行者動向 • 書籍/観光読本 産業観光への取り組み など

受託研修 ● シンポジウム・セミナー等の受託

受託調査 ● 旅行市場・マーケットに関する調査

• ホスピタリティ研修への講師派遣

• 海外の観光関連調査

受託事業

• 観光政策ならびに地域のビジョン・計画の策定

• 観光施設、宿泊施設の整備・事業計画の策定

### 自主研究レポート 2007/2008

### 観光文化振興基金による自主研究論文集

2008年1月発行

頒布料 3,000円 (本体2,858円)

発 行 財団法人日本交通公社 観光文化事業部

〒100-0005

東京都千代田区丸の内1-8-2 第一鉄鋼ビル9階

TEL 03-5208-4704

E-mail jtbfbook@jtb.or.jp

ホームページ http://www.jtb.or.jp/

 発行人
 新倉武一

 編集人
 小林英俊

企画・編集 久保田美穂子

デザイン・印刷 株式会社エントリー

松本久代

本レポート内容についてのご意見・お問い合わせについては、上記「観光文化事業部」までご連絡願います。 また本書を許可なく複製することは固く禁じます。これらの許諾についても「観光文化事業部」までご照 会ください。

落丁・乱丁本はお取り替えいたしますので、直接お送りください(送料当財団負担)。