○研究タイトル

観光資源の今日的価値基準に関する研究

○研究担当者：
（2010年度）中野文彦、中島泰、清水雄一、高橋葉子
（2009年度）安達寛朗、中島泰、高崎恵子

○担当者からのメッセージ

本研究は、1973年に作成され、以降、当財団によって更新されてきた「観光資源台帳」のリニューアルを検討するためにスタートした。

「観光資源台帳」は、言うまでもなく単なる観光資源のリストアップや人気ランキング的な評価ではない。作成された当時から観光の本質的な価値とは何か、観光資源とは何か、更に観光資源の評価とは何か、価値基準とは何かといった根源的な問いかけがその根幹にある。本研究では、そうした当時の作成経緯や議論の内容を改めて振り返り、また類似する観光、観光資源に対する考え方を参考にしながら、今日という時代に求められる「観光資源台帳」の在り方について考察したものである。

<目次>

1. 目的と方法

2. 研究結果の概要
（1）「観光資源台帳」「美しき日本」の時代背景
（2）観光資源評価に関する分析

3. まとめ

1 目的と方法

当財団は、1972年にわが国初の全国レベルの観光資源の分類、評価に関する調査「観光交通資源調査(建設省道路局)」に参画し、その後、同調査の手法を参考にしながら「全国観光資源台帳」を作成し、更に1994年には観光資源に関する情報を更新しながら「美しき日本 一度は訪れたい日本の観光資源」を作成している。

こうした取り組みの背景には、観光地を適切に開発・運営していくためには、わが国の貴重な自然資源や文化資源を的確に把握・評価した上で、その最適な保護や活用の方向性を設定することが必要との考えがある。

一方、観光資源はその時代の社会環境によって大きく変化する。実際に「観光資源台帳」が作成された1970年代と現在とでは社会環境は大きく異なる。更に、観光に対するニーズも多様化し、それに従って観光資源も多様化していることから、従来の観光資源の分類や評価軸の再構築の必要性が指摘されている。しかし現在の社会環境や観光に対するニーズのみに着目した分類や評価軸を設定することは、現在的な価値観や一過性のムーブメントに偏重した、一時代にしか通用しない評価に陥る可能性もある。これは、観光地を適切に開発・運営していくという本来の趣旨を逸脱することにもつながってしまう。

そこで、本研究ではまず基本的な問題意識に立ち戻って観光資源の分類、評価の再検討を行う。

具体的には、まず「観光資源台帳」「美しき日本 一度は訪れたい日本の観光資源」の作成当時の時代背景を踏まえながら、作成の本質的な意義や目的、観光に対する考え方などを再整理する。次に比較対象として観光に対する明示的な理念や評価軸を有する「ミシュラン・グリーンガイド」や「ロンリープラネット」といった外国人視点によるガイドブックの分析を行う。最後にこうした再整理を踏まえ、観光資源の分類、評価の方向性を考察する。

2 研究結果の概要

1.「観光資源台帳」「美しき日本」の時代背景

「観光資源台帳」は1972年にわが国で最初の観光資源のデータベースとして作成された。この時代の社会環境は日本がGNP世界第２位となり(1969年)、海外旅行者100万人突破(1972年)、大阪万国博覧会(1970年)、全国的な高速交通網建設が始まっている。一方で文化財保護法改正(伝統的建造物群保存地区)やディスカバージャパンキャンペーンなど、国内の伝統的な、より深い日本の魅力が注目され始めた時期でもあった。また環境庁の設置など、大規模開発に伴う自然環境の保全への関心が高まった時期でもある。つまり「観光資源台帳」が作成された背景には「開発と保全」「海外の魅力と日本の魅力」といった、観光の価値観が入り交じる過渡的な時代があったといえる。

「美しき日本(1999年)」作成当時はバブル景気を経て海外旅行が過去最高数(1997年)となるなど、観光の大衆化、大量化が加速した時期であった。また、大規模なリゾート開発などがひと段落し、グリーンツーリズムやエコツーリズム、町並み観光といった地域が本来持っている観光資源に注目が集まるなど、観光が多様化しはじめた時期でもある。「美しき日本」はそうした時代に、改めて「一生の間にぜひ一度は訪れてほしい日本の観光資源」を写真集としてまとめたものであり、大衆化、大量化観光の時代に「観光の本質を問い直す」「日本の素晴らしさを見直す」ことが意図されている。

図 1　観光対象の変遷（戦後から現在まで）

主な参考資料／『観光読本』（現公益財団法人日本交通公社）、『観光白書』（国土交通省）、『数字が語る旅行業』（JATA）、『観光地理学』（山村順次）、『観光の新しい潮流と地域』（原田順子・十代田朗）など

	観光対象の変遷（発展段階）		観光・観光地の動向	出来事
1945 年 （昭和 20 年）	物見遊山としての観光 対象「景勝地」 行為「見る」	≪マスツーリズム≫ ≪ソーシャルツーリズム≫ 招待旅行・慰安旅行 ・団体、貸し切りバス 修学旅行復活 大型温泉旅館増加 新婚旅行が普及 ・九州、南紀、北海道、沖縄など	1946 運輸省鉄道総局に観光課設置 1947 外国人観光客国内旅行許可 1949 国際ホテル整備法、国際観光事業助成に関する法律公布 1949 支笏洞爺国立公園、上信越国立公園指定（戦後初） 1949 国鉄団体貸し切り列車復活 1950 日航国内便就航 1950 新日本観光地 100 選（毎日新聞社） 1950 船橋ヘルスセンター開業 1951「観光事業振興5カ年計画」 ・国立公園整備 ・重点地域・モデルルート指定 ・国際ホテル整備法 1952 日本修学旅行協会設立	1945 終戦 1950 神武景気 1950～1953 朝鮮戦争
1955 年 （昭和 30 年）	多様な楽しみとしての観光 対象「開発された観光地」 行為「遊ぶ」「食べる」「買う」	私鉄資本の観光地開発 ・湘南、箱根、伊豆、日光、軽井沢、万座、苗場 スキー場開発 海水浴場開発	1956 国民宿舎建設スタート 1962 全国総合開発計画（全総） 1963 観光基本法公布 1963 東京ヒルトンホテル開業（米国式ホテル経営導入） 1964 東京オリンピック開催 1964 海外旅行自由化 1964 東海道新幹線開業	1960 国民所得倍増計画 1962 ベトナム戦争本格化
1965 年 （昭和 40 年）	日本再発見としての観光 対象「歴史」「文化」「景観」 行為「知る」「学ぶ」	農漁村の民宿増加 別荘地開発 ・伊豆、箱根、富士山麓、那須、軽井沢、浅間山麓 まちなみ・郷土景観 ・知床、能登、長崎、金沢、倉敷、高山、萩、津和野、白川村等	1965 名神高速全線開通 1965 国際観光地・国際観光ルートの整備方針決定 1966 古都保存法公布 1967 マイカー保有 1000 万台突破（ドライブ旅行へ） 1968 新都市計画法公布 1969 東名高速開通・新全国総合開発計画 1970 大阪万国博覧会開催 1970 国際線にジャンボジェット就航 1970 国鉄ディスカバージャパンキャンペーン開始 1971 立山・黒部アルペンルート開通 1972 海外旅行者 100 万人突破 1974 上高地・乗鞍・尾瀬等でマイカー規制	1967 人口1億人突破 1969 アポロ月着陸 1969 GNP世界第2位 1971 環境庁設置（尾瀬自動車道中止） 1972 沖縄返還 1972「日本列島改造論」 1973 オイルショック
1975 年 （昭和 50 年）		スポーツ・レクリエーション活動 安・近・短 温泉・秘湯ブーム	1975 文化財保護法改正（伝統的建造物群保存地区の制度発足） 1975 沖縄海洋博覧会開催 1977 第3次全国総合開発計画 1978 新東京国際空港開港 1980 都市計画法改正（地区計画） 1981 神戸市まちづくり条例公布 1981 東北・上越新幹線開業 1983 東京ディズニーランド開業 1984 横浜みなとみらい 21　第3セクター会社発足	1980 第2次オイルショック
1985 年 （昭和 60 年）	豊かなライフスタイルとしての観光 対象「自然」「避暑地」 行為「体験する」「交流する」「癒やされる」	リゾート開発 キャンプ場 ≪オルタナティブツーリズム≫ ※サスティナブルツーリズム	1985 筑波国際科学博覧会開催 1987 第4次全国総合開発計画 1987 総合保養地域整備法施行 1987 運輸省「海外旅行倍増計画」発表 1991 海外旅行者 1000 万人突破 1992 世界遺産条約締結 1992 山形新幹線開業 1992 農水省がグリーン・ツーリズムの定義づけ 1994 関西国際空港開港	1991 バブル経済の崩壊 1991 湾岸戦争勃発
1995 年 （平成 7 年）	その土地（風土・世界観）を理解する観光 対象「背景」「文脈」	グリーン・ツーリズム エコツーリズム 産業観光	1996 ウェルカムプラン 21 発表 1997 秋田新幹線開業 1998 長野オリンピック開幕 ・21 世紀の国土のグランドデザイン（新しい全総） 2000 過疎地域自立促進特別措置法（10 年間の時限立法） 2003 観光立国行動計画 2003 観光交流空間づくりモデル事業 2003 美しい国づくり大綱 2003 ビジットジャパンキャンペーン 2004 景観三法公布	1995 阪神淡路大震災 2001 911 テロ 2001 アフガニスタン空爆 2003 イラク戦争 2003 SARS発生
2005 年 （平成 17 年）		※レスポンシブルツーリズム	2006 特定第三種旅行業者の新設 2007 観光立国推進基本法施行 2008 観光庁発足 2008 観光圏整備法施行 2008 エコツーリズム推進法施行	2007 世界金融危機 2008 リーマン・ショック 2011 東日本大震災

2. 観光資源評価に関する分析

長年にわたって刊行されているガイドブックでその記載に一定の評価の視点がある「ミシュラン・グリーンガイド」と「ロンリープラネット」を取り上げ、「観光資源台帳」「美しき日本」との比較を行った。また観光地や観光資源評価とは一線を画すが、参考として世界遺産の選定基準も取り上げた。

表 1 「観光資源台帳」と他の評価手法などとの比較

	目的	観光とは	評価対象	評価基準
観光資源台帳（1972年）	国土の保護・保全・活用の優先順位付け	「見て感じる、浸って感じる行為」「自己啓発につながる発展的なもの」	「見る」対象となる自然資源、人文資源	「美しさ」「珍しさ」「大きさ」「古さ」「静けさ」「地方色」の6指標を誘客範囲（国際的、国内、県内など）でランク付け「古典たり得るか」や「ポテンシャルがあるか」といった視点も重視
美しき日本（1999年）	大衆化、大量化している時代に、日本の素晴らしさを見直し、観光の本質を問い直す	同上	上記のうち、SA（わが国を代表する資源）とA（全国的誘致力）から選定	特に、一生の間にはぜひ一度は「見て」ほしい観光資源を選定
ミシュラン・グリーンガイド	旅行者の豊かな旅行をサポートする	好奇心に満ちた旅行者たちが、訪れる土地をより良く理解し、充実した旅を楽しむもの	訪れる土地をより良く理解するのに資するもの。その土地の地域性、時代性、象徴性、シンボル性、分かりやすさ、建物（ハード）や技術なども含まれる	見やすくまとまっている（充実度）、心を動かす（第一印象、美観）、本物である（本物性）、そこでしか見られない（固有価値）、有名である（知名度、公的評価）、快適さ・整備（利便性、受け入れの質）などを「わざわざ訪れる価値があるか」で格付け
ロンリープラネット	小さな町や村、その地域の歴史や地理、社会背景、文化についてより現地のことを理解した奥行きの深い旅を提示する	人々が巡り合い、互いの認識や尊重を高めるもの	その地域や国への理解につながるもの（ボランティア情報も掲載するなど「見るだけの観光」にとどまらない）	旅行者がその地域を理解することにつながるか、地域社会に良い影響を与える旅行となるか（観光が地域社会への貢献につながるという信念と、環境問題、社会問題など旅行者の視点を広げる事柄も重視）
【参考】世界遺産	人類の共有すべき遺産を、国際協力を通じて保護する	（強いて言えば）次の世代に受け継いでいくための手段	有形の不動産が対象。過去から引き継がれた貴重な宝物（人類の文化財や自然環境、負の遺産など）	真実性（オーセンティシティー）や完全性（インテグリティー）の条件を満たし、一定の条件（人類的価値など）に合致し、かつ適切な保護管理体制にあるもの

① 作成目的

「観光資源台帳」「美しき日本」は当時の時代背景を反映して、国土の保護・保全・活用の優先順位付けや大衆・大量化している時代に日本の素晴らしさを見直し、観光の本質を問い直すことを目的に、全国の観光資源を網羅的にリストアップ、評価している。世界遺産も「人類の遺産の保護・保全」を目的としており、両者に共通している考え方である。評価の対象は「見る」対象としての自然資源（山岳、河川、湖沼など）、人文資源（史跡、社寺など）とし、「美しさ」「珍しさ」「大きさ」「古さ」「静けさ」「地方色」の６指標から選定・評価がなされている。

一方「ミシュラン・グリーンガイド」「ロンリープラネット」は旅行者が豊かな旅を経験するためのガイドブックとして作成されており、あくまでも旅行者の視点での選定である。

② 観光に対する考え方

「観光資源台帳」「美しき日本」では「狭義の観光旅行を『対象を見て感じる、浸って感じる』もの」「自己啓発につながる発展的なもの」さらに「観光者の立場からいえば、『見る』ことによって何かを感じ取り、自己発見へいざなう対象となるもの」としている。

一方、「ミシュラン・グリーンガイド」「ロンリープラネット」は「旅行者が、訪れる土地をよりよく理解する」「人々が巡り合い、互いの認識や尊重を高めるもの。旅行者が訪問する地域社会に敬意を払い、賢明な消費をすれば、訪問した国に積極的な貢献をしたことになる」としている。両者は、表現に違いはあるものの、観光は「旅行者が、その土地を訪れる（見る、浸る、より良く理解する、人々と巡り合うなど）ことによって、学びや新たな発見が生み出され、人生を豊かにする」ものとして共通していると理解できる。

③ 評価対象（観光資源）についての考え方

「観光資源台帳」「美しき日本」は、魅力ある観光資源とは「自然や文明の積み重ねによる歴史や文化そのもの。現代のお金や技術では簡単につくることのできない固有性、独自性を持つもの。特に“代替”が効かないもの」としている。また取り上げている観光資源については、観光の本質的な価値を伝えるためにできるだけ時代性に左右されない『見る』資源に限定して

いる。そのためテーマパークや体験プログラムといった事業性の強いものは対象外としている。『見る』に限定しつつも島嶼（石垣島など）や地名（知床など）での選定も行われているなど、必ずしも『見る』資源に限定せず柔軟に選定していることも伺える。

「ミシュラン・グリーンガイド」「ロンリープラネット」の評価対象は「訪れる土地をよりよく理解するもの」「充実した旅を楽しむもの」「人々が巡り合うもの」「来訪者と地域が互いの認識や尊重を高めるもの」といった要素を重視して選定している。具体的に東京などで取り上げられているものを例にすれば、地域性（オリエンタリズムなど）、時代性（秋葉原、銀座など）、象徴性・シンボル性（皇居、東京タワー、富士山など）、分かりやすさ（美術館・博物館など）、建物（近代建築など）や技術（土木構造物など）も選定の対象となっている。

④ 評価基準

「観光資源台帳」「美しき日本」は「美しさ」「珍しさ」「大きさ」「古さ」「静けさ」「地方色」の６つの観点から誘客範囲（SA／国際的、A／国内、B／県内など）で総合評価している。観光資源の普遍性（ベストセラーではなく古典）やポテンシャル（観光環境の整備などは対象としない）などを評価の基本的な考え方として重視している。ただし文化資源については文化財としての価値に準拠し、“観光資源として”の価値基準は明確にはされていないなどの課題も指摘している。

「ミシュラン・グリーンガイド」「ロンリープラネット」では「その土地らしさや歴史」についての資源が多く取り上げられる傾向にある。また「その土地を理解するため環境（行きやすさ、見やすさ、感じやすさ」といった観光環境の整備も評価項目とされている。評価の基準としては、見やすくまとまっている（充実度）、心を動かす（第一印象、美観）、そこでしか見られない（固有価値、本物性）、知名度、公的評価、快適さ・整備（利便性、受け入れの質）などを総合的に判断して格付けしている。「ロンリープラネット」では「その地域を理解することにつながるか。地域社会に良い影響を与える旅行となるか」などを記載の基準としているが、格付けなどは行っていない。

世界遺産は真実性（オーセンティシティー）や完全性（インテグリティー）の条件を満たし、一定の条件（人類的価値など）に合致し、かつ適切な保護管理体制にあるかどうかを選定評価基準としている。厳格な審査過程があるが、定量的な基準ではなく専門家による定性的かつ総合的な価値の評価がなされている。

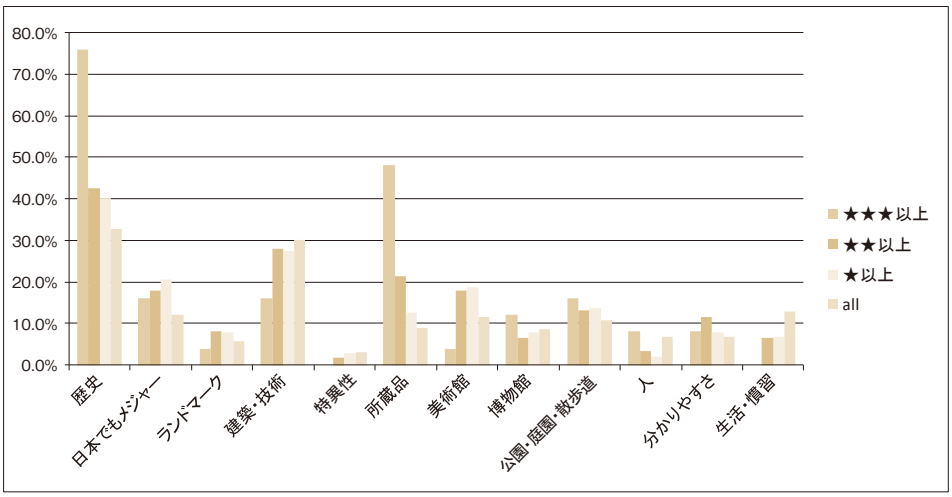
表２「観光資源台帳」の資源分類

自然資源	● 山岳 ● 高原 ● 原野 ● 湖沼 ● 峡谷	● 滝 ● 河川 ● 海岸 ● 岬 ● 島嶼	● 岩石・洞窟 ● 動物・植物 ● 自然現象
人文資源	●史跡 ●寺社 ●城跡・城郭 ●年中行事	●碑・像 ●建造物 ●動物園・植物園 ●博物館・美術館	●水族館 ●田園景観 ●郷土景観 ●都市景観

表３〝ミシュラン・グリーンガイド　JAPAN〞掲載内容の分類（対象地：東京）

歴史	歴史がある資源、歴史が感じられる資源（皇居、寺社仏閣など）
日本でもメジャー	日本人も多く訪れる観光資源　（浅草寺、台場など）
ランドマーク	そのエリアのランドマークとなっている資源　（雷門、都庁など）
建築・技術	建築物、時代の建築様式や技術が感じられる資源　（五重塔、スパイラルビルなど）
特異性	奇抜に感じられる（であろう）資源　（アサヒビール吾妻橋ホールなど）
所蔵品	博物館、美術館等に所蔵されている資源　（阿弥陀三尊など）
美術館	三鷹の森ジブリ美術館など
博物館	下町風俗資料館など
公園・庭園、散歩道	隅田川公園など
人	背景となる人物および人物を表す資源　（丹下健三、西郷隆盛像など）
分かりやすさ	パッと見て背景が浮かびやすい資源　（巨大なガラス屋根など）
生活・慣習	暮らしている人々の生活や慣習、文化が感じられる資源　（ハチ公像、三社祭など）

図 2 〝ミシュラン・グリーンガイド　JAPAN〞掲載数（対象地：東京）



3 まとめ

「観光資源台帳」「美しき日本」が、当時の社会的背景を踏まえ、わが国の観光資源を網羅的にリストアップ、評価することによって当時の開発の大波から貴重な観光資源を守りつつも、それを活用した地域の観光振興の可能性を提示した意義は大きい。また「観光資源台帳」が「ベストセラーではなくロングセラーを対象とした」など、観光の本質的な価値を伝えるためにできるだけ時代性に左右されない「見る資源」を対象とした点についても、今後の「観光資源台帳」の在り方を検討する上で重要な視点であろう。また「ミシュラン・グリーンガイド」「ロンリープラネット」などとの比較からは、観光の本質的な価値として観光は「旅行者が、その土地を訪れる（見る、浸る、より良く理解する、人々と巡り合うなど）ことによって、学びや新たな発見が生み出され、人生を豊かにする」として抽出され、共通した考え方であることが分かった。

一方、評価の対象となる観光資源については違いが見られた。「観光資源台帳」などは「見る対象」に対象を絞っているのに対して、「ミシュラン・グリーンガイド」などでは、「訪れる土地をより良く理解するための対象」として捉え、資源そのものの魅力はもちろんであるが、その土地から読み取るべきメッセージ（例えば、その土地の歴史や文化、風土や世界観など）、それを伝えることに有効かどうかを軸に、人為的な環境整備まで含めて評価の対象としている。

上記を踏まえ観光資源の今日的価値基準（分類、評価）について考察すると、現代は人口減少やグローバル競争の激化など、厳しい社会環境の時代であり、それ故にわが国のアイデンティティーが強く意識される時代であろう。そうした時代にあって、改めて観光資源の分類、評価をする意義を考察すれば、これまでの「見るだけでその土地が有する文化や歴史を体現できる」「時代性に左右されない強い説明力を持った普遍的な観光資源に着目する」といった観光資源に着目するとともに、新たに「後世に伝えたい何げない日常の営みや町並み、独自の風景が織りなす地域の歴史・風土（世界観）」なども、観光の本質的な価値を形成する重要な観光資源として分類、評価することも重要であろう。また、それを伝えるための環境整備や地域の取り組みなども含めた分類、評価がなされれば、わが国の観光文化の深化を示す重要な研究となるのではないだろうか。また、それを伝えるための環境整備や地域の取り組みなども含めた分類、評価がなされれば、わが国の観光文化の深化を示す重要な研究となるのではないだろうか。