

■都市自治体におけるツーリズム行政に関する研究会 話題提供

0. 「観光」？「ツーリズム」？

- ・「観光」の語が一般にどう理解されているのか？（批判的視点も含めて）
- ・「ツーリズム」の語を用いる意図？

ー学術的には *tourist* と *traveler, visitor* の意味を使い分ける場合もある

その場合の *tourist* は例えば「(1980年代) 当時ツーリストといわれたのは、一般的にはいわゆるパッケージツアーの人たちが多く、そうした人たちの一律的な団体的言動は一般にひんしゆくをかう場合が多く、こうしたツーリストは、他のトラベラーやビジターとは、言葉のうえでも別扱い」(大橋 (2019)、p.3)、「ツーリズムはマストツーリズムに関連して使われることが多いが、これは別にしても、トラベラーはハイソサエティの人々の旅行について用いられることがある。これに対しツーリストは“プロレタリア”的な人について用いられる場合がある」(同、p.4)

ーアンケートで「観光行政」を尋ねながら、本研究会で「ツーリズム」を用いていることの意図を示す必要がある。

→「住民以外の非居住者が、当該地域を来訪することを広範に「ツーリズム」として捉え」(第3回研究会議事概要)る…整理すること自体は良いが、それをすべてツーリズム政策として「実施」するとすると、あまりに対象が広範かつ多様になる。

形態・活動(観光(どこまで含むか)、レクリエーション、二地域居住、交流、移住)

×

地区特性(都市、郊外、農山漁村、田園、里山、原生的自然)

1. 見通すべき観光現象

- ・観光の構成要素は 「観光者」⇔「観光媒体」⇔「観光地・対象」

ー「(ニール／ガーソィによると) ツーリズム・システムは、何よりもまず、[自宅(類する所を含む)における準備過程] → [ツーリズム目的地への往路過程] → [ツーリズム目的地での滞在過程] → [ツーリズム目的地からの帰路過程] → [自宅での総括・整理過程] から成るものである。その際、これらの部分過程は基本的には独立の過程として存在し、対応するツーリズム業(者)も異なる。従って、顧客が感じる満足・不満もそれぞれの過程で独立している。ツーリズムはそうした部分から成るシステムの過程として存在する」(大橋昭 (2012)、p.155)

→2点指摘できるのでは。1) 観光者の行動は「自宅→目的地→自宅」で一連のものであるが、地域(目的地)側はその地における行為しか照射しない。構成パーツ。2) パーツの変化によって全体を消費者が組み替えることはあり得るが、自宅において始まる・終わる経験全体に対して目的地(核たるものであったとしても)の変化(施策)がどのように影響を与えうるか?(選択されないだけでは)

2. 「観光」の商業的（経済的）側面（→その他の側面？）

- ・そもそも、「観光産業」は存在しない。観光現象を支える多種多様な産業（事業）があるのみ（営利・非営利を問わず）。それらが必ずしも「観光」だけで成立している訳ではない、というところに、観光という現象によって「産業を活性化する」難しさがある。
- ・現在の観光は、「移動」あるいは「運輸・宿泊・旅行・飲食物販」で消費が拡大することに重点を置きすぎている、との指摘がある。観光に関連する事業として明確に認識されているものがこれらであるため。 ←観光振興の「目的」が何であるか、のコンセンサスが形成されていない。
- ・イチ事業者としては自分の事業が成立することが重要。そのため、「売れる」商品の提供、あるいは公共財（共有財）へのフリーライド（？）により生産コストを下げることによって、「売れる」「儲かる」商品を提供している。（cf. ディズニー・リゾート）
- ・「売れる」に関して、“消費社会” + “情報化社会”
 - （定義そのものが曖昧、批判的な見方がされるものの）多様化かつ短周期で変化
 - 「マーケティング論や消費者行動論、それらに基づいた広告宣伝論、これらの議論を実践する広告代理店をはじめとする企業の戦略によって、「消費社会的なもの」が作られてきたのではないか。」（阿部（2012）、p.159）
 - 「資本主義という経済システムの中で駆動している社会では、われわれは、市場という「舞台」の中で、社会を「売れる／売れない」という意味付けによって把握せざるを得ない。」（同前、p.166）
- ・例えば農業の場合、生産品目の選定にあたっては、気候・地形・地質といった環境条件が作用する（技術的な改良はあるとしても）。観光は生産と消費が同時に行われる性格を有するもの。地域の特性（自然・文化・人的サービス等）に応じて観光現象が発生するので、その特性に合わせて／特性を活かして「どのような商品を生産するのか（＝消費させるのか）」のデザインが必要なのは当然である。ところが、その「商品選定」が行われなまま、断片的な消費活動（あるいは特定の商業活動）のみが照射され、“場当たりの”な施策パッケージが組まれることが多い。

3. 観光政策の位置づけと、施策の考え方

- ・観光的な地域特性の把握（近年おろそかになっている）
 - 観光資源（都市⇔自然、住民の生活・就業との関与大⇔低、公共財（共有財））
 - 活用状況（段階）
 - 観光インフラ・施設の整備状況、住民・関係者の意識・関与
- ・潜在的な需要があり、明らかなる阻害要因が認められる場合、あるいは顕在化している減少によって負の影響が生じている場合 →それを解決する（調整する）施策の実施
- ・これから需要を創造する場合 →地域内ではどのような「商品」を生産するのか、それは

観光者の「自宅→目的地→自宅」の一連の活動の中で無理なく選択されるものになるのか。
(マーケティング(の中の市場調査)への過度の依存ではなく、地域の素材を用いて「売れる」商品を作る)

- ・「売れる」ための商品開発のコストが大であれば、商品を選択しなおす、あるいは思い切って観光の施策優先度を下げることとも考えて良いのでは。
- ・一方で、消費+情報化社会では、断片的な情報や活動が急激かつ短期的に集客することもある。この場合は地域の生活・就業とは「切り離す」、あるいは拒否する考え方も必要。(マクロとミクロ(害を受ける人が直接的に便益を受けるわけではない)、CSとES(製造業から発生した「企業が消費者を甘やかす」構造がサービス産業に移入され、感情労働が搾取されるように))
- ・資源管理(棚田、里山)、産業振興(商業、工業)のために観光を活用しようとするのであれば、あくまで観光(交流)は手段である。活用の先にある“あるべき姿”を明確にし、その実現のために観光(交流)をどう作り、どう使っていくのか。単に一次消費(活動)がどこでどのように発生するかだけではなく、その一次消費がどのように地域内に波及していくか。関与する、巻き込まれる人々の納得・共感が必要となる。

*行政の役割は何か?(⇔中間組織の役割)

大きな方向性の提示とコンセンサス形成

行政がなし得る事業の実施(規制・誘導措置/あらゆる施策を活用) ←原資は税金
事業者の自由な活動の中で、お願いベースで「守ること」

4. 自治体の観光計画の策定過程

- ・計画策定に参加する住民・関係者の選定
- ・プランニングの段階のどこで、どのように関与してもらうか
 - 現状把握→方向性の作成(全体・個別地区)→施策の洗い出し
 - 事業者としての視点、関係者それぞれの「地域のあるべき姿」(関心のある事柄)の差異
 - 方向性を提示するプロフェッショナル、意見をまとめていくプロフェッショナルの役割、仕事
- ・プランニングの作業自体が「地域への関心を喚起させ、気づき、行動に結びつける」
(観光政策を観光振興ではなく住民・関係者の意識改革に用いることも)

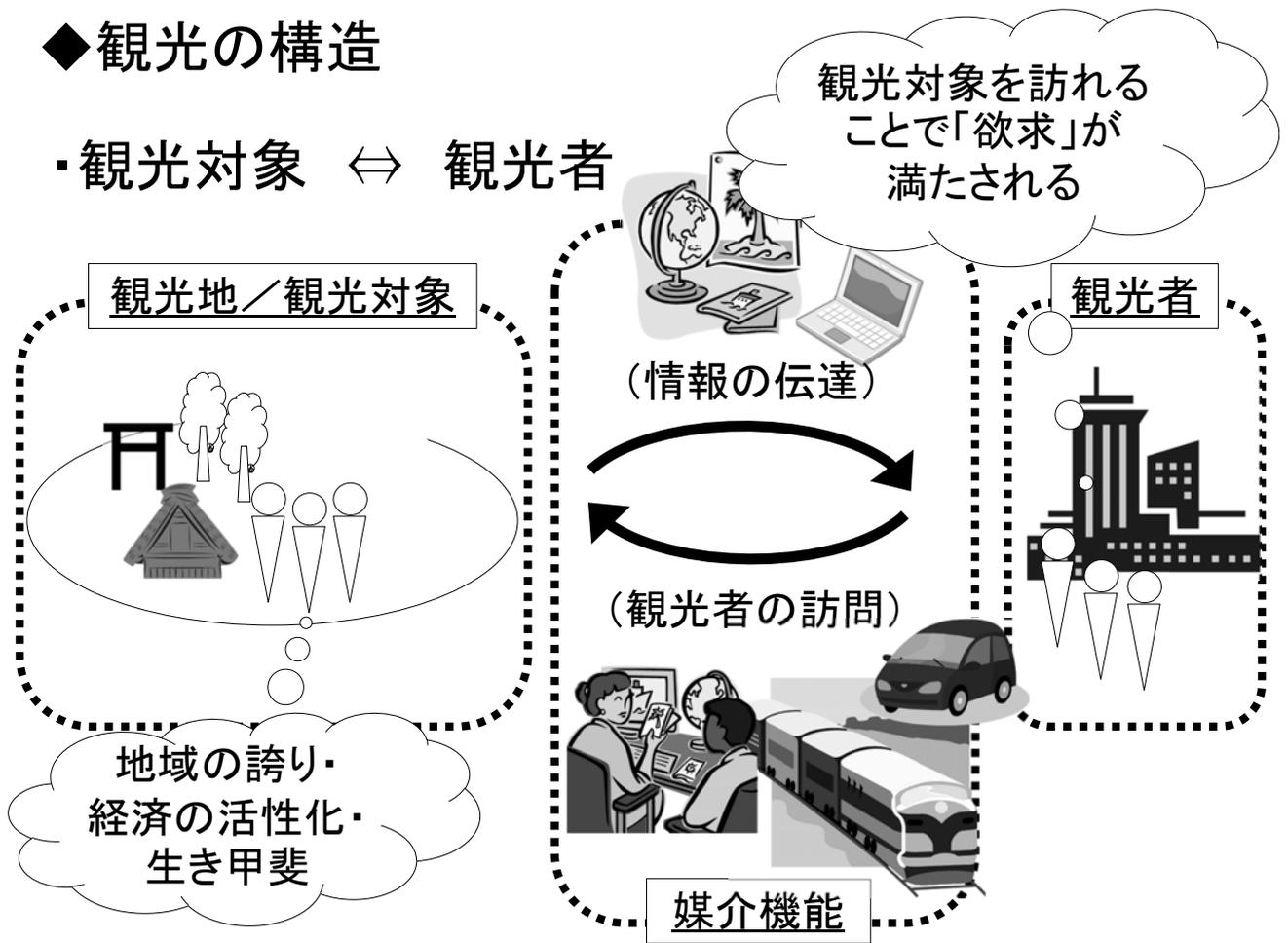
大橋昭一(2012)「現代ツーリズムの6つのとらえ方」『關西大學商學論集』57(3), 147-168

大橋昭一(2019)「現代ツーリストの概念規定をめぐる諸論調:現代ツーリストの特性はどのようなものか」『和歌山大学・観光学』(20), 1-11

阿部勘一(2012)「消費社会の普遍性と「消費社会論」」『成城大學經濟研究』(197),135-173

◆観光の構造

・観光対象 ⇔ 観光者



* 観光産業6部門・6業種

観光産業6部門	観光産業6業種	観光客の各種需要
旅行サービス部門	旅行(代理店)業	旅行サービス
交通・運輸部門	運輸業	遠出
宿泊部門	宿泊業	外泊
飲食サービス部門	レストラン業	飲食
観光物販部門	観光物販業	買い物
娯楽・レジャー部門	娯楽・レジャー産業	娯楽・レジャー

+ 関連産業

〔一般の商店、飲食店、物産店、不動産会社、建設会社、
クリーニング店、クレジット会社、銀行 etc・・・〕

→「広義の観光産業」

河村誠治(2008)、「観光経済学の原理と応用」九州大学出版会

* 日本標準産業分類(平成25年10月改定)

大分類	中分類	小分類	細分類		
A 農業, 林業	2	11	33	第一次産業	
B 漁業	2	6	21		
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	7	32	第二次産業	
D 建設業	3	23	55		
E 製造業	24	177	595		
F 電気・ガス・熱供給・水道業	4	10	17		
G 情報通信業				第三次産業	
H 運輸業, 郵便業	6	66	94		運輸業
I 卸売業, 小売業	10	100	100		観光物販業
J 金融業, 保険業	1	1	1		
K 不動産業, 物品賃貸業	3	15	60		
L 学術研究, 専門・技術サービス業	1	1	1		宿泊業, 飲食業
M 宿泊業, 飲食サービス業	3	17	60		
N 生活関連サービス業, 娯楽業	5	50	100		旅行業 娯楽・レジャー業
O 教育, 学習支援業	1	1	1		
P 医療, 福祉	1	1	1		
Q 複合サービス業	2	6	10		
R サービス業(他に分類されないもの)	9	34	66		
S 公務(他に分類されるものを除く)	2	5	5		
T 分類不能の産業	1	1	1		
(計)20	99	530	1,460		