

〔研究論文〕

## ツーリズム産業のグローバル化戦略 － 観光社会学の今後の可能性 －

小坂 勝昭

〔Article〕

## Globalization of Tourism Industries － Future Developments of Tourism Sociology －

Katsuaki KOSAKA

### Abstract

Since the Lehmann shock, the Tourism industries had decreased rapidly, for the deduction of incom. And this time (3.11), by the big earthquakes and coming of great tsunami, natural landscapes was destructed. Tourism industries including fisherly industries was destroyed, as three miles island, and Chernovui. Sightseers from China and Korean, Taiwan was decreased, Tourism Industries has been endeverd for the increasing sightseers.

This purpose of this article is to investigate the future prospects for Japanese tourism. It is necessary to anticipate the coming of alternative and sustainable tourism in society. In general, a main feature of tourism today is the group tour. However, these package tours are no longer attractive for Japanese. Tourism style is shifting away from mass to individual tourism. Since sustainable tourism is being emphasized, ecological and green tourism will become more popular in the tourist industry. Therefore, travel agents have to present new styles of tourism for the future. We must make clear the present and future possibilities of the tourism industry.

We must include the contributions presented by past works, for example, Social System (1950) by Talcott Parsons, and Social Behavior (1961) by George Homans. We must research how to contribute to the analysis of the tourism industry. And recently, new sociological works have been developed, for example, Sociology of Mass Media, Regional Analysis of Megalopolis, and Sociology of Natural Environments.

We must present new sociological tools for analysing the possibilities of surviving green areas, for the most important problem which confronts us is the protection of nature. As green tourism rapidly spreads and becomes a package tour commodity, the new World Heritage Sites “Ogasawara”, and “Hiraizumi” will also be popular areas for tours.

### 序論 － 観光の世紀への期待

「国際労働機関」(ILO)は「21世紀の人類の基幹産業は、広い意味での観光産業になる」という予測をたてていた。また、「世界観光機関」(UNWTO)も、ツーリズム関連産業の世界的市場規

模を3兆ドルと見積もっていた(1)。この予測どおり、いまや世界中の人びとが観光目的のために気軽に「移動する」時代が到来している。今日の観光産業は、人びとの移動を支える旅行斡旋業、観光エージェント、航空会社ほかの輸送業や、ツーリズム関連産業などの国際的な「ネットワーク」に支えられて急速に発展している。誰もがいつでも自分の端末から「楽天トラベルサービス」、「ジャラン」ほかを通して観光情報をゲットでき、すぐさま現地までの飛行機便やホテルを予約できる「観光化社会」の出現である。ツーリズム産業は無限に拡大し、産業全体のなかで占める観光産業の比重も急激に増大している。今後、予想される国内の旅行消費は25兆円、雇用効果は460万人と見積もられ観光への期待は膨らむ。こうした産業動向をいち早く察知した大学は卒業生の就職先に観光産業を掲げ始めた。

最近の5年間に各大学は、観光市場に活路を見出すべく観光関係の学部や学科、コースを新設し、社会学部、経営学部、マネジメントおよび商学関係の学科でも軒並み観光関連の履修科目の充実をはかる傾向にある。また、観光ビジネス関連領域や、ホテル業界、さらに結婚式場のスタッフの養成などを意図する短期大学、専門学校が新設され、関連領域は次第に膨れ上がっている。

最近の流れを見れば明らかだが、ホテル、あるいはリゾート施設などの宿泊施設を含む観光ビジネスは、「ホスピタリティ産業」という言葉で括られるようになった。こうして観光関連ビジネスは、「ホスピタリティ」精神に裏付けられた「おもてなし」や、「気配り」、「ケア」(お世話)に支えられた巨大なサービス産業セクターを形成し始めている。従来からの伝統的で、コンベンショナルなサービス施設(KKR国家共済宿泊施設や、メルパルク(郵貯)、企業の宿泊施設)の及ばないサービスを提供し、人々に新鮮な驚きを与える憩いの空間を提供するホスピタリティ産業の形成と言っても良い。「細やかで繊細な心遣い」に裏付けられた「おもてなし」と言い換えても良い。リゾート運営の達人を目指して、新しい形の安らぎ空間を提供することを目標とする「星野リゾート」や、良心的な価格設定を提案してきた「四季リゾート」の経営戦略は、日本の観光産業を活性化させるという企図に基づくと言って過言ではない。

こうした動きの中での3.11東日本大地震はわが国の観光産業にとってはあまりに衝撃的であった。国内[インバウンド]、国外[アウトバウンド]を問わず、5月以降の観光者は、予想を越える激減を示した。手元の最新情報として、日本政府観光局が7月18日付で発表した訪日外国人数は、56万1700人と前月比で13万人増えたとはいえ、2010年7月に比べると36.1%の減少であり、前年実績を下回るのは5カ月連続である(韓国が40%減、中国47%減、台湾25%減)。

こうした危機的状況の中でもたらされたのが2011年6月24日、ユネスコ(国連教育文化会議)からの朗報であった。ユネスコの2011年、第35回会議によって、「小笠原諸島」と、「平泉」が新たに世界遺産に登録されることが決定した。登録されれば、世界各地からの観光客が期待でき、その「波及効果」に観光業界の期待が集まるのは当然であろう。具体的には、観光地としての「持続可能性」への期待であろう。そこに住む地域住民にとっての「観光収入」増はその地域の「雇用効果」として跳ね返るという期待であり、地域の経済発展への期待である。

残念ながら、諸外国の外国人旅行者受入れの実態を調べてみると驚くような事実を突き付けられる。平成20年の数字だが、日本は8,351人で世界28位、アジアで6位に過ぎない。フランスの78,449人、アメリカの58,030人、スペインの57,190人、中国5,3049人、と数字を比較するだけで受け入れ数が異常に低いことが判明する。これまでの日本の受け入れ努力が不足していたのではないかと、と言わざるを得ない状況である。とにかく日本側の発信力不足を見直す良いチャンスが来たと言わざるを得ない(平成22年度『観光白書』、39頁)。小泉内閣時代に提案された「ビジット・ジャ

パン・キャンペーン」は、2010年を目標として、訪日外国人数を2倍に引き上げるというものであった。観光庁設立によって更なる展開を予想させたが、震災後一気に目標値の達成が困難な状態に追い込まれている。

しかし、観光を疎外する要因をいかに取り除くかという取り組みは、残念ながらこれまで考慮されることはなかった。観光産業の特徴は世の中の平和が維持されて初めて動き出す「平和インダストリー」だということである。紛争地域へ出かけて危険に遭遇したいと欲する観光客は少ない。原発の崩壊した国から逃げ出す人がいたとしても、わざわざそこへ旅する人も少ないと考えるのが常識である。また、日本がノルウェイのようにテロ事件に遭遇しないという保証はどこにもない。この数年間に限っても、SARS、地震、津波、原発問題、ノルウェイの政治テロ、さらに中国高速鉄道脱線事故など数えきれない事故や出来事が世界で発生している。

観光業界はグローバル化の恩恵によってネットワークを拡大してきたが、上述したマイナス要因を「リスク要因」としてどう受け止めるかが今後、最大の課題となる。3.11東北地方大地震が発生する以前にも、三陸沖大地震は何度も繰り返されて多くの死者をだしてきた。地震大国として被害を最小限に抑える国家レベル、民間レベルの政策的努力が是非とも必要となろう。

また、観光業界の活性化にとって日本の観光資源を世界に知らせるための情報提供活動の展開が今後の大きな課題となる。単なる観光資源の発信に終わらず、観光資源を含む日本文化の紹介が期待されている。アニメ、ポップカルチャーなど、最近ではジャパン・クールとしてアジアの若者だけではなく、ヨーロッパ、アメリカにおいても好感を持って受け入れられている日本文化への関心がツーリズムに結び付かない筈が無い。世界へ発信できる文化は、J・ポップや、ゲーム、秋葉系ファッションだけではない。最近、日本の伝統的料理を文化遺産として世界遺産に登録する動きが出ている。マック文化が銀座から発信され、日本を支配したように、今度は、回転寿司、ラーメン、蕎麦などの食文化が手軽に楽しめるファストフードとして、外国人観光客の人気を呼び、今や世界に発信される日本食の典型として受容され始めている。従って、ジャパン・クールが外国人を惹きつける可能性について再認識することが必要かもしれない。(2)

この前書きを仕上げた翌日、『日本経済新聞』に「外国人観光客を呼び戻せ」という特別記事が出た(3)。いま観光業界にとっては、外国人観光客を再び呼び戻すことが最大の課題であり、観光戦略の今後の展開が期待される。

日本政府観光局の調べでは、4月の外国人観光客は108,800人と前年同月のほぼ5分の1に落ち込んだ。また、ビジネス客も含めた訪日外国人も、6月は36%減の433,100人。減少率は徐々に小さくなっているが依然低水準である。こうした逆境を克服するために全国各地の観光協会・団体を中心に種々のアイデアが模索され始めた。先ず、日本の現状を正確に知ってもらうことから始めたいと、留学生の協力で専門サイトを開設、観光地の安全・安心のアピールに努めるという。また、自治体による旅行会社への補助のほか、新規に観光ルートの開発も進む。

具体的には、神奈川県観光協会では、10月から外国人向けのサイトを開設し、留学生の手による県内観光地の紹介記事を出す。日本に住む外国人が直接口コミで発信する方が安全性は伝わりやすいということで、川崎大師、江の島、箱根の紹介記事の執筆に24人の留学生が協力する。英語、韓国語、中国語(繁体字、簡体字)の4言語で週1回以上更新、世界最大の交流サイト「フェイスブック」と連動させて世界中に神奈川県魅力を伝えていく。

また、伊賀上野観光協会(三重県伊賀市)は、東京に拠点を置き、7月、フジテレビ系の制作会社と組み「東京オフィス忍者コンテンツ開発センター」を開設する。在日外国大使館に「忍者の里」

をアピールし、忍者のアクション番組も制作していく。さらに、日本関連イベントの情報収集を進める。

筆者の恐れていた状況を乗り越えるため、観光業界が一丸となって取り組み始めた「草の根観光戦略」ともいえる新たな動きが始まったのは、地方自治体の観光課などが非常に危機感を抱き始めたことが大きな要因である。観光客の増減は、地方の観光地にとって「死活問題」だからである。こうした危機的事態は、ある意味で今後の観光をめぐる「リスク管理」の重要性を示唆するものである。社会学者のA.ギデンズは、彼の『暴走する社会－グローバルゼーションは何をどう変えるのか』において、21世紀の「最初の10年」を読み解くキーワードとして、グローバルゼーション、リスク、伝統、家族、民主主義をとりあげ分析している。ギデンズの主張は、グローバル時代に生きると言うことは、さまざまな新しいリスクと出会うことを意味するのであり、「リスクは管理されなければならない」(4)と指摘しているのだ。昨年、ウルリッヒ・ベック『リスク社会－新しい近代への道』(東廉・伊藤美登里訳)に社会学者の関心が集まり、シンポジウムが開催されている。9.11、3.11、などの予測を越えた社会を壊滅させかねない事態の発生に人類が直面していることを観光業界は今後どう対処していくのか。

#### 参考文献

- (1) 高田公理「人はなぜ旅に出るのか？」『社会学入門』宝島社、1993。
- (2) 奥野卓司『日本発イット革命－アジアに広がるジャパン・クール』2004、岩波書店。
- (3) 『日本経済新聞』、2011年、8月4日朝刊参照。
- (4) A.ギデンズ(佐和隆光・訳)『暴走する世界－グローバルゼーションは何をどう変えるのか』ダイヤモンド社。

## Chap I. 観光社会学を学ぶ

### I-1. 発展途上の観光社会学

1970年代後半から始まる観光時代を読み解く「観光社会学」の体系的な理論はまだ不十分な状況である。J.アーリーの「観光のまなざし」論、D.マッカネルの「オーセンティシティ(真正性)」論、ほか、新たな観光社会学の試みがヨーロッパから出ており、そうした業績の影響を受けてわが国でも観光社会学と銘打った書物が出始めている。しかし、体系的な観光社会学の理論はまだ発展途上と言わざるを得ない。かつて、「社会学者の数だけ社会学がある」と揶揄されていた時代に社会学を学び始めた筆者は、古典と言われるジンメル、ヴェーバーの社会学に非常に影響を受けた。ジンメルの柔軟な、文化の社会学や、生の哲学に目を奪われた。彼の「よそ者」(strangers)の分析は、観光との直接的な接点はないとしても大都会の人間の匿名性や、人間のつながりの変化がもたらす社会関係のあり方と、観光現象の引き起こす人間関係のあり方との間にある関連性を見出すことはできるだろう。しかし、これらの業績を観光社会学の成果とは言わない。

日本の社会学は戦後、アメリカ社会学の影響下にあった。とくに1960－80年代に支配的であった機能主義社会学の代表者がハーバード大学のT.パーソンズであった。彼の『社会システム論』(1951)は、社会を「システム」と設定し、社会システムの存続・維持発展のためには必要な機能を充足することが必要と考える理論である。

自然科学の領域では、新たなシステム論的発想がベルタランフィーなどによって提案され、こう

した動きが社会学にも導入され始めていた。パーソンズは、ヴェーバーの行為理論をドイツで学び、デュルケムの社会鑄型説を組み合わせた新たな理論を構想していた。わが国の理論社会学は、長い間パーソンズの呪縛から解放されなかった。なぜなら、パーソンズの複雑な「概念の体系」は読み解くために大きな努力を必要とし、社会学に関心を抱く学生に嫌われる理論の一つであった。要するに、社会システムは存続のためには4つの必要な機能を充足しなければならないという命題を根底に置く単純な理論に過ぎなかった。

必要な機能とは、「経済」(A)、「政治」(G)、「統合」(I)、「緊張処理と社会化」(L)であるとする理論であり、AGIL理論とか、4機能パラダイムの理論と呼ばれた。社会を構成する行為者は、その社会に支配的な「規範」や、「価値」を受け入れ、「内面化する」ことが期待される。これを、「制度化」とよび、社会の安定化はこうした制度化がうまく機能する社会のことである。彼は、この理論を「主意主義的」(voluntaristic)な理論として提案したが、実際は、人間の自由や、主体性を奪う体制順応的な理論に過ぎなかった。アメリカ社会が人種問題などの困難な課題を抱えていたにも関わらず、一定の経済成長に支えられて豊かな社会の実現を目指してまっしぐらに歩んでいた時代である。パーソンズの社会システム論はこのような背景のもとで安定した社会を志向する理論に過ぎなかった。

従って、概念の複雑な体系から構成された理論であっても現実に起きている複雑な課題や問題を解明するのに役に立たないという批判が、マルクス主義ほかの側から出てきた。何かを解決するための理論ではなく、「理論のための理論」(メタ理論)に過ぎないという批判であった。

70年代以降、コーザーの闘争理論、現象学の成果を取り入れたエスノメソドロジー、G.ホマンズ、P.ブラウの交換理論などがアンチテーゼとして現れた。しかし、いずれの理論も現代の「観光」現象の隆盛を視野に収めることができず、それをカバーする視点も欠如していた。

他方、日々変化する人間社会の実態調査にもとづき、現実を明らかにしようとしてきた実証的社会学の領域では、家族社会学、農村社会学、都市社会学、犯罪社会学、メディアの社会学、ジェンダーの社会学、環境社会学などが生みだされた。こうした多様な社会学の成果は、観光と環境に関する重要な課題を提起し、また農村社会学の豊富な成果は、最近の「農村観光」の理解に役立つ視点を提供できるはずである。また、都市社会学も、巨大なメガシティの多様な魅力を明らかにする可能性を持っている。ニューヨークや、パリ、ロンドンなどの大都会の博物館、美術館巡りや、ブロードウェイでの観劇を楽しみにしている観光客の数は次第に増えつつあるからだ。

また、機能主義の限界を超える新たな社会学理論がイギリスの社会学者A.ギデンズによって提案されている。彼の論文『モダニティの帰結』(『近代とはいかなる時代か』所収論文)で展開された理論は社会システムからの「脱埋め込み」の理論として注目され、社会関係を相互行為の「ローカルな脈絡」から引き離し、時空間の無限の拡がりのなかで再構築することをめざす試みなのだ。

## I-2. ギデンズの「脱埋め込み理論」の台頭

システム論が構成要素の相互関係を重視するのに対して、むしろ要素が相互関係から離脱する側面に関心をむけた発想であり、行動の繰り返しが構造であるとする考え方から、構造化された社会関係からの離脱を問題にする。こうした発想は、現代のグローバル化の進展とともに、人々が縛られてきた「伝統社会」から脱出して、解放されることを意味している。彼の「脱埋め込み」理論は、移動を含むマクロな視点を有しツアーなどの人々の観光分析の可能性につながる可能性をもつ。

わが国では、観光現象が社会に次第に多くの影響を与え始めたのは90年代であろう。このころ

に観光を積極的に取り上げた先駆的な仕事として、高田公理「人はなぜ旅に出るのか」(『別冊・宝島－社会学・入門(第12講・観光社会学)』1993.)、および文化人類学の視点から書かれた石森秀三編『観光の20世紀』(ドメス出版、1996.)が注目に値する。

他方、観光の分析にまともに向き合ったイギリスの社会学者 J.アーリーの『観光のまなざし』は、観光社会学における数少ない問題提起の一つである。この書物が訴えようとしているのは次のようなことである。

人々は、彼の日常生活を短期間はなれて観光に「出かけていく」。そして、出かけた先で「周囲」を関心と好奇心をもって眺める。日常から離れ、異なる景色、風景、町並みなどに対して「まなざし」(gaze)、もしくは視線を投げかける。わたしたちは、自分が遭遇することに「まなざし」をむけているのだ。そして、この「まなざし」は、社会的に構造化され組織化されている。なぜなら、ツーリストとしてのまなざしを構成し発展させることを後押しする多くの職業専門家がいるからだ。(アーリー・加太訳、I-2頁。)

彼はミシェル・フーコーの「医学的まなざし」を例にあげ、「医学的まなざしはまた新しい方法で組織化されていった。まず、それは個々の観察者などのまなざしではなく、制度によって支えられ正当化された医師のまなざしとなったのである。」という文章を引用し、観光のまなざしもこの「医学的まなざし」のように単なる観察者の「まなざし」を越えた専門家の目を通した「まなざし」となると指摘している。

マス・ツーリズム(大衆観光)が時代を支配するようになったのは、日本では1980年代の後半からである。70年代までは、フルブライト奨学金を支給された優秀な学生のみがアメリカの大学に留学することが出来た。当時、個人がアメリカへ旅することは困難であったが、80年代後半から始まる未曾有の好景気が、JALでのハワイ旅行を可能にした。それまでは職場の慰安旅行で近場の温泉への一泊二日のバス旅行が普通であった。

人びとの「旅」の経験はその人の大切な、貴重な体験として脳裏に深く刻みこまれる。幼いころの家族旅行の思い出や、修学旅行などで宿泊した旅館で騒いだ記憶が昨日のここのように心に刻み込まれている。一生の間に観光に出かけることが出来る回数ほどれくらいだろうか。なぜ人々は観光に出かけるのだろうか。筆者のように社会学を研究テーマに選んだ者にとっては「現代社会における観光の役割」については多いに関心がある。観光とは何か、なぜ人間は観光するのか、を説明出来れば観光に対して何か提案が出来るのではないか。出来れば「観光社会学」について提案をしたいと考えてきた。しかし、観光産業の果たす役割の増加や、人びとの観光への関心の多様化は、観光現象、観光行動の綿密な分析と位置づけを必要としている。こうした課題を考察することは社会学にとって大切な課題である。

民俗学者として旅の経験の豊富な、柳田国男(1875-1962)は、「トラベルは、仏蘭西語の労苦といふ字と、もとの言葉らしい。即ち旅はういもの、つらいものであった。」(柳田国男『講演録』)と語っている。わが国の7世紀頃から始まったという神社仏閣巡りの旅は、楽なものではなかった。当時は、道路も整備されておらず、草鞋をはいて一日に20キロから40キロ歩いた時代である。外国でも同様に旅はつらいものであった。

## 参考文献

- (1) 古川彰・松田素二編『観光と環境の社会学』新曜社、2003.
- (2) 須藤廣・遠藤英樹共著『観光社会学－ツーリズム研究の冒険的試み』明石書店、2005.

- (3) 遠藤英樹『観光社会学の歩き方』春風社、2007.
- (4) 須藤廣『観光化する社会—観光社会学の』理論と応用』ナカニシヤ出版、2008.
- (5) 安村克巳・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸伍編著『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011.
- (6) A. Apadurai, *Modernity at Large-Cultural Dimensions of Globalization*, 1996.  
A. アパデュライ・門田健一訳『さまよえる近代』平凡社、2004.
- (7) Y. Apostolopoulos, S. Leivadi and A. Yiannakis, *The Sociology of Tourism*, Routledge, 1996.
- (8) A. Giddens, *The Consequences of Modernity*, 1990. 松尾精文・小幡正敏訳『近代とはいかなる時代か—モダニティの帰結』而立書房、1993.
- (8) D. MacCannell, *The Tourist-A New Theory of the Leisure Class*, U. of California Press, 1999.
- (9) D. MacCannell, *Empty Meeting Grounds*, Routledge, 1992.
- (10) J. Borocz, *Leisure Migration*, Pergamon, 1996.

### I-3. ブーアスティンの貢献

D. ブーアスティンは、彼の『イメージ；アメリカンドリームに何が起きたか』(1962) (4) のなかで、英語の名詞 *travel* が、本来、骨折り・労働・苦痛等と言う意味をもったフランス語の *travail* と同じ言葉であったこと、また、旅行すること、すなわち *travail* (後に *travel*) することは、骨の折れるやっかいな仕事をするのであったと指摘し、旅行者とは、かつては一生懸命に仕事をしている人のことであったという。(ブーアスティン、邦訳96-97頁)

観光社会学の研究を進めるなかで、旅、旅行、ツアー、ツーリストなどの、多くの観光用語に出会う。これらの観光にかかわる言葉のもつ元々の意味を整理してみたいと思っていたとき出会った文献がD. ブーアスティンの古典的分析であった。彼は16歳になる前にハーバード大学に入学し、イギリス文学で最高の成績で卒業した。その後、ローズ・スカラシップでオックスフォード大学に留学しアメリカ史を学んだ。彼は、アメリカ文化の紹介を世界中の大学で行い、1957年には京都大学で半年間客員教授として過ごしている。彼の『イメージ』は、社会学者ルイズ・コーザーから「アメリカの大衆文化に関する第一級の現象学」であると賞賛された名著である。観光研究者であればこの書物の第3章「旅行者から観光者へ」で展開された分析は無視できない内容を含んでいる。

彼が観光の研究者ではないにもかかわらず、観光の新しい動きを「疑似イベント」という概念を使ってマス・ツーリズムの登場が旅の形を変えることを予測したことで、良くも悪くもブーアスティン以降に展開される観光研究に大きな影響を与えている。ブーアスティンの「疑似イベント」の概念は、印刷技術の進展がアメリカ社会にコピー文化の時代を生みだしたことを教えている。ブーアスティンは、複製技術によるゴッホの名画がどこにでも飾られるうちに複製の名画のほうが本物以上の影響力を持ち始めることに着目する。マスコミの創る世界も、実は複製技術に依存すると考え始めた。従って、合成的な新規なイベントが我々の経験には充満していると考えたブーアスティンは、それを「疑似イベント」(*pseud-events*)と名付けた。この *pseudo* という接頭語は、「偽物の」あるいは「人をあざむくための」と言う意味のギリシャ語からきた言葉である。疑似イベントとは、ブーアスティンに従えば、次のような特徴を持った出来事である。(ブーアスティン、邦訳、17-20頁)

- ① 疑似イベントは自然発生的でなく、誰かがそれを計画し、たくらみ、あるいは扇動したために起こるものである。列車の転覆とか地震ではなく、インタビューの類であるのを特徴とする。

- ② 疑似イベントは、報道あるいは再現メディアの都合のよいように準備される。その事件は本当に起こったのかという質問より、「その事件はニュース価値があるか？」という質問のほうがずっと重要なのである。
- ③ 疑似イベントの現実に対する関係はあいまいである。しかも疑似イベントに対する興味というものは主としてこのあいまいさに由来している。

#### I-4. 「疑似イベント」の理論の影響

ブーアスティンの指摘によれば、かつて世の中には数えきれないほどの「出来事」(イベント)があると信じられており、新聞記者にとって興味ある事件がそれほどなかったとしても新聞記者の責任とならなかった。しかし、100年が経過し、20世紀になってから事情はまったく一変したという。有能な新聞記者とは、地震や内乱が無くともニュースを見つける有能さを身につけており、ニュースが無ければ著名人にインタビューするとか、月並みな事件から驚くべき人間的興味を引き出すような、「ニュースの背後にあるニュース」を書く記者のことであると。彼は、PR研究の先駆者として著名なE.バーネーズの『世論の結晶』(1923)を引き合いに出しながら、ホテルの名声を高めるためにはどうするか、という問題を投げかける。ホテルの30周年記念パーティーを開き、町の有力者を集めて委員会をつくる。そして、盛大に「宴会」(出来事 events)を開く。そして、祝典が開かれ、その場面が写真入りで新聞に大きく報道されホテルの名声は確実に高められる。

しかし、名声を高める他の可能性が無いわけではない。例えば、新しい料理長を雇い入れ、部屋を塗り替え、水晶のシャンデリアを備えてホテルの見栄えを変えるなどのやり方があるだろう。

しかし現実的には、記念パーティーを開くなどの、「出来事」のもつ効果を重視するほうが効果的な時代となり、それを知っているのが有能なPR担当者なのである。マスコミの力が次第に大きな力を持ち、「疑似イベント」が支配する「複製技術革命」の時代が社会を支配し始めた19世紀半ば、アメリカ社会を理解するためには「疑似イベント」の理論に対する理解が不可欠なことを指摘したのがブーアスティンであった。

こうして、疑似イベントの時代に入り、それとともに旅行の性格も変化し始めたブーアスティンは気付く。かつては、長期の準備、莫大な投資、時には生命の危機すら含む冒険を求める昔の旅行から、受け身の、「面白いことが起きるのを待っている観光」への変化である。彼は、新しい観光の姿を、旅行者の没落であり、観光客の台頭であるとみた。(ブーアスティン、邦訳、96頁)

ブーアスティンの「疑似イベント」の考え方は、観光を研究しようと意図する研究者にとっては多分、避けては通れない問題提起なのである。ブーアスティンという研究者は、本当に旅の好きな人物であったのであろう。アメリカにおける複製技術の発展が、観光の内容を変化させてしまうことを憂いていたと考えることもできる。確かに、マス・ツーリズムで現地を訪問した観光客の前で展開される種々のイベント(模様しもの)は、観光客の満足にとって大変に重要なものである。従って、訪問する現地で観光客が会うのはまさにこうした疑似イベントの連続であると見抜いていた。ブーアスティンは、まさに近代観光の将来を予想していたことになる。

19世紀の初めに、世界旅行の新しい性格を言い表す適切な言葉が現れる。それは、「観光客 (tourist)」という言葉であった。最初は、tour-ist というふうハイフンがあった。tourist は、ブーアスティンの時代の辞書には、「楽しみのために旅行する人」と定義されていた。手元にある、1976年の Webster's New Collegiate Dictionary を開くとやはり「楽しみのために旅行する人」と定義されている。また、観光客が「見物にでかける」という時の「見物」(sight-seeing) という言葉も tourist という

言葉と同じころ現れたもので、最初の用例は1847年頃であったという。

ブーアスティンは、「外国旅行は一つの活動—経験・仕事—ではなくなり、その代わりに一つの商品となった。」(邦訳、97頁)と述べ、さまざまな旅行の魅力が詰め合わされて一包みとして売られる「パッケージ・ツアー」が登場したと指摘した。さらにパッケージツアーは「ガイド付き旅行」が普通であり、「気の弱い外出嫌いの人も参加することができた」(邦訳、98頁。)ことも大きな要因であったと考えた。

## Chap II. マス・ツーリズムの台頭

### II-1. T.クックの果たした役割

ガイド付き旅行を企業化した先駆者は、マス・ツーリズムの先駆者として著名なトマス・クック(1808-92)である。1840年代はじめに、禁酒運動の大会に出席する約600人をレスターの町から11マイル離れたラフバラまで、一人につき1シリングという三等往復の割引賃金で運んだ。間もなく、クックはスコットランドや、アイルランドへ旅行者を送りだし、ヴィクトリア時代に行われた万国博[1851年5月1日から10月11日まで]には全入場者の3%に相当する16万5,000人の人を送り出している。(本城『トマス・クックの旅』、55頁)

現在では、マス・ツーリズムの先駆者として評価されるトマス・クックであるが、貧しい一般大衆に遠隔地のデスティネーションでの人びととの出会いや交流の機会を与えることを立派な社会奉仕となると信じていた。しかし、クックによる団体旅行の普及は上流階級に対して反感を抱かせる結果を招いた。ロンドンの南57マイル[91キロ]のブライTONの海水浴場は、18世紀以来、「王室」が愛好してきたリゾートであった。1832年の段階では、馬車で6時間の距離であったが、1841年の「鉄道開通」により、当初は4時間半、数年後には2時間以下に時間が短縮された。しかも、鉄道料金は乗り合い馬車の片道16シリングと比較すると、往復料金は二等で9シリング6ペンス、行楽列車の料金は三等であれば5シリングに過ぎず、1861年には2シリング6ペンスまで値下がりした。(本城、109頁)

「低価格による大量仕入れと薄利多売の原則を旅行の分野に適用することにより、それまでは上流階級に限定されていた旅行—特に海外旅行に代表される遠隔地への旅行—を一般大衆でも楽しむことを可能にしたのである。」(本城、108頁。)クックは、1851年に、ロンドンで開催されたクリスタル・パレス博覧会を見物するための数千人の旅行を斡旋するなどヨーロッパ・ツアー旅行を企画し、1856年「ヨーロッパ一周大旅行」の広告を出した。その後、仕事熱心な息子の助けを借りて、スイス旅行、アメリカ旅行を組織し、1869年にはついに「ガイド付きエルサレム巡礼旅行」を組織したことがブーアスティンの『イメージ』の中でも記されている。(ブーアスティン、邦訳、99頁)クックは、その後世界一周旅行を企画するなど、ツーリズム産業の発展に貢献した人物であった。ブーアスティンが『イメージ』の第3章「旅行者から観光客へ—失われた旅行術」で述べた「疑似イベント」の氾濫はアメリカだけではない。アメリカの地位が高くなっていった時代とともに世界中に拡がり、かつ日本にも充満していることに気付く。マス・ツーリズムが世界に普及し、世界の観光地はどこであろうと、世界から訪問する多くの外国人観光客[ゲスト]に対して種々の観光資源を提供しなければならない。こうして、「真正性問題」は種々の形態に変化し、嘘と欺瞞をばらまく可能性に満ちているのではないか。

## II-2. 疑似観光の登場

私たちが日常の生活圏を抜け出し、旅行することを決定する際、多分、日々の「メディア」を通して流される外国の町並みや、自然を見せられることで「擬似観光」を経験する筈だ。もちろん、友人の勧めや、新聞広告、旅行代理店のパンフレットなどが決め手となる場合もある。しかし、こうしたメディアは旅行を提供しているわけではない。当たり前なことだが、人びとは、マスメディアを通じて外国や、地方の自然環境のすばらしさに憧れる。メディア情報に接するひとつひとつの数はたぶん半端ではない。こうしてメディアから影響を受けた「多くの観光客」が現地に出向いて美しい景観を自分のモノにしようとするのだ。確認といっても良い。かれら観光客はそこでは「主人公」(ゲスト)となり、ひと時の快楽に耽るわけだから楽しいはずだ。

観光地(destination)や、絶景と呼ばれる富士山や、ナイアガラフォールズの圧倒的な自然を「感覚情報」の集積からなるものと考えれば、「観光とは、感覚情報の集積に惹かれて移動する人々の移動(ツアー)であると定義することができる。」だとすれば、観光地を訪れたという感覚は、自分の視角を通してか、あるいは「カメラ・ビデオの映像」を通して見る現地の風景が織り成す「映像」が「感覚情報」として、あるいは過去の体験を疑似的に追跡できる「体験情報」として、記憶され、受け取られた場合であろう。

ところで、メディアを通して見る「世界の街」の光景や、現地の映像は一体何なのだろうか。NHK番組『世界ふれあい一街あるき』は、カメラをとおして世界の街を歩いているかのような錯覚を引き起こす効果を出す稀有な番組である。BGMを聞きながら「語り部」が、歩きながら「おはようございます」、とすれ違う町の人々に話しかけたりする。その現場に観光しているという疑似体験を経験することができる番組である。しかし、これを観光とは呼ばない。しかしながら、疑似観光的効果を引き起こすテレビ番組であることは間違いのないことである。

しかし、観光する時間的余裕も体力もないひとにとっての「観光とは何か」を考えてみよう。番組『街あるき』を見ることで観光気分を味わえるものであろうか。街の雑音や、人々の挨拶の声などを聞きながら[臨場感がある]現地の映像を見ていて「私も行きたい」と思うであろうか。

むしろ、「以前に訪問したZ町の近くだわ、懐かしいわね。」という回顧番組に近いものかもしれない。観光を目当てとしない人びとがいわゆる会社の出張でニューヨークにきたとしよう。このサラリーマン氏は、ブロードウェイ通りを歩きながら、仕事は無事に終えたから観劇くらいは許されるだろうと思うことは、通常は観光目的で来たわけでないとしても、これを疑似観光とは言わないだろう。アフター5の街歩きであり、これは観光であろう。

人々の仕事目的の移動がもたらす「つかの間の観光」も観光産業の促進につながっているといつて過言ではない。ビジネスで出張するサラリーマン、研究や学会出張で海外へ出かけていく「研究者たち」、留学中の「学生たち」、こうした人びとがついでに行う観光も無視できないものがある。一大決心をしなければならなかったかつての観光から、自分の時間と相談しながら気楽に出かける観光がポスト・モダンな観光となりつつある。ブロードウェイでの観劇は、多忙なビジネスマンにとって格好の息抜きとなっている。

## II-3. 「地球の歩き方」の影響

書店の「旅コーナー」で『地球の歩き方』を手にとる若者の姿をよくみかける。私たち日本人にとって『地球の歩き方』の果たしてきた役割はとてつもなく大きい。最初は、バックパッカーの体験談から始まった『地球の歩き方』の今日までのいきさつがこのたび一冊にまとめられた。いつか

誰かによって書かれるだろうという予感が頭の片隅にあったから早速に読んでみた。山口さやか＝山口誠・共著『地球の歩き方の歩き方』(2009.新潮社)がそれである。この書物の終章に次のような一節がある。

「バックパッカーの旅は、たしかに創刊メンバーの原点だった。しかし、貧乏旅行という言葉は最初から好きではなかった、と彼ら(創刊メンバー(筆者注))は繰り返し言う。便宜的に貧乏旅行という言葉を使ったこともあるが、創刊メンバーが追い求め、「自由旅行」に込めた思いは、バックパッカーという新しい旅がもつ精神であり、それを広めるために作ったのが、「地球の歩き方」だった。スーツケースではなく、フレームがついたリュックサックを背負って、自由に海外を旅する。それは貧乏旅行とおなじではない。」(同書、277頁)

『地球の歩き方』シリーズは、既に100冊を超えるが、この書物の与えた影響は、旅行代理店のHISの割引チケット販売とあいまって急速に海外旅行を一般化させてきた。また、1996年4月13日－10月22日まで放映された猿岩石の「ユーラシア大陸横断ヒッチハイク」という旅企画が、日本放送網の深夜番組「進め！電波少年」で全国放送され、旅番組にも新たな流れが加えられた。

「お笑い芸人の若手コンビが無銭旅行のバックパッカーとなり、香港からロンドンへ向かう姿を、密着ドキュメント風の映像で見せる企画だった。当初はそれほど注目されなかったが、猿岩石の二人が過酷な旅を続け、苦しみながらも前進する姿が話題になり、やがて大ブームを起こした。」(同書、277頁。)

若者に人気のある「お笑い番組」のなかでも猿岩石の「お笑い旅番組」の影響力のはかりしれない。この論文は、人間の観光行動に視点を定めて「旅とは」、「観光とは何か」を明らかにしてみたいと意図して書かれた。学問することも旅なのだ、という想いで考察してきた。しかし、目的地への道は遠い。観光研究の旅は続く。

## Chap Ⅲ. 観光産業の新たな動き

### Ⅲ－1. 大震災後の観光ビジネスの復活の可能性

3.11大地震の発生によって、若い世代の観光産業への期待を裏切るような事態が発生したことは残念と言うしかない。日本の産業界全体に視野を拡げてみても、自動車産業をはじめとして、輸出に依存してきた製造業が「円高」を克服できる新技術を開発し、苦しい場面を何度も乗り越えてきた。しかし、今回の円高は、もっと複雑な要因が絡んで起きており、しばらくは円高が続行するという予想も出ている。デフレを克服するどころか、1ドル77円前後という円高のため、輸出産業が経営困難な状況に陥り、「雇用状況」の悪化が続いている。

大震災後の日本経済から円高が導かれることを予想する人は少なかつたはずであるが、欧州の財政不安、米債務問題の先送りなどによって円が「逃避通貨」としての役割を期待された結果、円高が長引く、という観測がでていいる。観光産業を中心に日本経済を予測すれば円高による外国旅行客の減少が予想される。しかし、震災後の日本経済復興という命題と、円高へ振れることによるマイナス要因が日本の産業界に与える逆風は、今後予断を許さないだろう。こうしたマイナスの側面を打

破する要因をどこに求め得るかが関心事となる。

若い世代の就職率を改善するためには、雇用改善につながる産業界全体の活性化が期待されるが、観光産業への期待が膨らんでいた矢先の大震災だけに失望も大きく、今後への巻き返しがますます重要な課題となってきた。観光産業の成長に期待を抱く関係者はこれまでも努力を続けてきた。これまでわが国の観光産業の復活にかけて努力してきた多くの関係者がいることは事実である。「観光庁」の設立もその中で出てきた国家政策である。今後、こうした政策を中心とする積極策が日本の観光産業に期待されている。

2011年6月24日、パリで開かれていた「国連教育科学文化機関」(ユネスコ)の「第35回世界遺産委員会」が、「小笠原諸島」《東京都小笠原村》を世界遺産に登録することが決定され、しかも翌日には「平泉」も文化遺産として世界遺産に登録されることが決まったというニュースは、震災で打ちのめされている日本に喜びをもたらす朗報であった。

世界遺産に選ばれた日本の自然遺産や、文化遺産の素晴らしさを世界の人々に知ってもらふチャンスである。このようなタイミングで世界遺産に選ばれた観光資源を今後の観光産業の復活と再生にどう生かすかが問われるだろう。

厳しい経済状況のなかで観光業界の積極的なチャレンジも進みつつある。具体的な例が、例えば「四季リゾート」や、「星野リゾート」の新たな企業戦略である。これらの新たな企業の提案してきた戦略は、今後の革新的な観光戦略へ繋がっていく可能性を秘めるものであり、こうした新たな観光ビジネスの展開こそ今後の産業界にとっての求心力となる答である。

世界的に進行しつつある観光のグローバル化の中で、人びとの意識を変化させてきた要因を求めようとするればそれは、一体どこに求めることができるのか。グローバリゼーションの進行はよく言われるように、ヒト、モノ、カネ、情報の移動をもたらした。具体的に言えば、①人的交流の増加、②物流の増加、③金融取引の増加、④メディアと通信を介して伝達される知識、アイディア、技術情報などの増加を意味する。観光とは、こうしたグローバル化の結果として引き起こされる人間の広範囲な行動に他ならない。そして、観光行動が世界へ拡大すればその結果としてますます世界のグローバル化が進む。そうした推進力を持つのが観光産業であることを認識すべきであろう。今後、観光から人びとが求めるもの、欲するものを的確に認識し、観光の持つコンテンツの内容を正確に伝えることが期待される。観光産業が、今後に果たすことを義務付けられる「社会的責任」(Corporate Social Responsibility)の明確化と言い換えてもよい。温暖化を含む環境悪化から地球環境を保全することが観光産業の課題となっていくことが予測できる現在、世界遺産に認定された地域の環境保全と持続可能性をいかに維持するかを見極めることが世界にとっての最大の課題となることをこの目で確認したいと願う。

### Ⅲ－2. 企業の経営戦略の事例

観光産業はグローバル化時代を迎えてどのような方向をたどるのか。観光客に「くつろぎと癒し」の空間を提供する観光旅館や、ホテルなどの「観光ビジネス」がチャレンジする新たな経営戦略の効果について考えていこう。

観光産業は、温泉旅館、ホテル、レストラン、土産物屋、旅行代理店、ガイド、輸送業、等々の企業や商店から構成されている。これらの観光企業、商店は観光を目的として観光地を訪れる観光客「お客＝ゲスト」がいなければ経営は成り立たない。したがって、いかに客を呼ぶかが勝負であり、そのために経営戦略が磨かれる。現状を改革するために従業員がだしたアイディアで新たな事

業展開を図った「三菱地所」の経営戦略をケーススタディとして考えていこう。

90年代に入り、バブルの後遺症として、所有する保養所を手放す企業がでてきた。その保養所を買い取り、新たな温泉ホテルへ「再生」した企業が「四季リゾート」である。最近、知名度が増しつつある「四季リゾート」(四季倶楽部)は、三菱地所の管理職が提案した経営モデルであった。経営に行き詰った企業に代わって経営を引き受け、再生する事業も視野に入れ、新たな展開がはじまった。ここ数年の間に「四季リゾート」は、独自の経営を全国展開し傘下におさめる提携ホテルの数も次第に増え、その結果として経営規模も拡大している。一泊朝食付き5250円を基準価格として消費者を呼び込むなど、無駄なコストを削ることを徹底し、布団の上げ下ろしのようなサービスを省いた。こうした新たな「省コスト」経営によって観光ホテルの再生に成功したケースだ。また、情報時代に即応して、予約は必ず「インターネット予約」を義務付けたことが人権費の削減に結びついた。楽天トラベル、じゃらん、他のインターネット予約は今や若者にとっては当たり前の行動である。

従って、低価格で宿泊客を呼ぶホテルが全国へ拡大している。一泊朝食付き4000円の駅前のビジネスホテルが珍しくなくなったのだ。金沢駅前のR&Bホテル、山形の天童駅前のコンフォートホテルなど軒並みである。しかし、『全国安い宿情報09-10年版』(通刊第13号、平成21年7月2日)をみると、ネット予約を前提として低価格を実現していることに気づく。やはり「ネットで安い宿」という条件付きなのである。こうした動きは、世界的常識になりつつある。パリのホテルへネット予約をすると、「セヌ川のナイト・クルージング」のサービス券が付く時代である。成功している経営から見えてくるのは「無駄を省く」サービスの徹底である。

都心の「外資系ホテル」が、宿泊客の個人データをリサーチし、宿泊客の嗜好に合わせた「行き届いた」サービスを提供していることで知られている。個人情報の徹底した管理と運営がこうした「おもてなし」を可能にしたのであろうが、客の個人差をデータとして保有することでホテルも「情報産業」の担い手になったといえなくもない。

通常、こうしたサービスは常連客を対象になされる「おもてなし」の筈だが、個人の好み、嗜好、習慣、感性までも「個人データ」として他の客とともに「ファイル化」される。観光サービス業にとって「ホスピタリティ」とは何かを考え直すきっかけを与えたのではないか。

### Ⅲ-3. 「星野リゾート」の戦略

観光産業への就職を望む多くの学生にとって「星野リゾート」は人気企業の一つである。星野佳路社長の経営戦略が若い人に共感を持って受け入れられているからである。軽井沢に大正3年に開業した星野温泉旅館の4代目である星野佳路は、バブル崩壊で倒産が相次ぐ業界の中で星野旅館の将来に危機意識を抱いていたのであろう。彼は、従業員との徹底した対話を通して将来の戦略を考え、また、自らも一流の経営学者が綿密な研究によって導き出した理論を徹底的に学んだ。彼はこうした古典的な理論をあえて「教科書」と呼ぶ。星野社長が、91年に代表に就任したころに出会った代表的教科書の一つがヤン・カールソンの『真実の瞬間』であった。

星野は、カールソンがスカンジナビア航空の経営改革を実践したことを知り、自らスカンジナビア航空を実際に利用したと述べている。(中沢康彦『星野リゾートの教科書』、日経BP、2010.102-105頁)その結果、カールソンの洞察力に満ちた提案を「教科書」として受け入れたといえよう。星野は、顧客満足度アップと、収益力向上の両立を掲げ、会社を成長させてきたが、彼の目標はリゾートホテルの運営であり、星野リゾートの会社案内のパンフレットには、「日本の観光をヤバクする」

と、若者の言葉で書かれている。日本の観光産業の競争力が、「30位なんてありえない」と、日本のホスピタリティの素晴らしさを訴える内容となっている。その彼の主張に異議を唱える人はいない。星野社長が『真実の瞬間』に出会ったのは、91年に星野リゾートのトップに就任して間もないころであった。読み始めてすぐに「サービス業がどうあるべきかについて強い説得力を持って書かれている」と気付き衝撃を受けた。経営戦略の本質が、単なるトップダウンでは済まないことを認識するきっかけとなったのがスカンジナビア航空のケースであった。即ち、スタッフがお客様と接する「真実の瞬間」の時間は平均15秒に過ぎない、という厳しい現実を突きつけられたのである。星野社長は、老舗旅館としての評価は得ていたが、一方では経営上の課題も多く、「将来が見えづらくなっていた」ため、「状況を打開するために、改革を進めようと考えていた」『星野リゾートの教科書』中沢康彦、106-10頁)。その前に書かれた『星野リゾートの事件簿』、2009日経BP.)では、星野リゾートがチャレンジする中で、従業員との葛藤や、従業員の退社などの事柄が起き、それを事件簿と呼ぶことが適切か否かは別として、従業員の考えを徹底した対話で解決している。従業員は、星野の考えていることに次第に気付いていく。星野は、一年間仕事を離れて、インド滞在を試みるエデュケーショナル・リーグなる制度まで作った。

## Chap IV. 観光戦略としてのエコロジー戦略

### IV-1. 世界遺産の保護からみえるエコロジー保護の重要性

観光産業の動向をみると「二つの方向」が見えてくる。それは、経済の促進と成長にかかわる「エコノミー」の「エコ」と、他の一つは生態系重視を尊重しなければ観光の将来はない、という意味でエコロジーの「エコ」がそれである。この二つの「エコ」は、相互に深く結び付いている。相互に依存してきたとも言える。筆者は、こうした問題意識を常に抱えながら考察を進めてきた。

また、筆者が抱いてきた観光の持続可能性の追求は、観光経済をはるかに超える地球規模のエコロジカルな可能性に関する問題であり、「エコロジカル・システム」を保存しながら新たな「観光のデザイン」を構想する時期を迎えたと主張したい。これまで、筆者の学問的関心は環境問題であり、環境ビジネスの可能性であったが、観光研究を進めるなかで、環境、エコロジーの視点を重視した「観光ビジネス」の可能性を探ることがとても重要であることに気付かざるをえなかった。昨年の東北大地震の発生と、原発問題の影響によって、東北地方の観光は壊滅的な破壊を被ってきた。外国人観光客は日本を避けてヨーロッパへ出かけている。

その結果、これからの観光ツーリズムは、持続可能性を考慮した長期的戦略にもとづくものとなるだろう。人間の観光行動は、エコロジカル・システム(生態系)の存続を前提にのみ持続できるからである。しかし、世界のツアー客が押し寄せる「世界遺産」は環境破壊から遺産を保護するために大変なエネルギーと犠牲を払わざるを得ない状況である。例えば、世界自然遺産の第一号となったガラパゴス諸島は、ダーウインの『種の起源』が誕生するきっかけとなったエクアドル領の孤島群であるが、いまや自然環境は元々のガラパゴス島ではない。東洋のガラパゴスと呼ばれた小笠原諸島が2011年6月に世界自然遺産として登録されることが決定し、地元民が涙した姿が報道されたが、この島が大陸と隔離した自然環境を保持していたからこそその自然遺産登録であった。イグアナほかの希少動植物が多数生息するため世界中から「ものめずらしさ」に惹かれる観光客が押し寄せるようになった。

ガラパゴスは、1990年に4万人に過ぎなかったが、年々増加し、2006年には年間15万人に達し

たことが知られている。観光客の落としていく金銭が目当てのガイドや、タクシードライバーが住み着き、所得が3400 USドルという貧しいエクアドル本国から住民が押し寄せる島へと変貌していくのに時間はかからなかった。島民となった住民たちが捨てる廃棄物、ごみに群がるイグアナたち、持ち込まれたヤギが増え、猫や犬などの外来動物によって島の生態系に異変が起き始めた。さらに、97年ころから海面温度の上昇もたらす「エルニーニョ現象」が原因で動植物のなかに絶滅種が増え始めている。こうした危機的事態が研究者によって報告され始めた。ガラパゴスの自然・生態系は、人類全体にとっても非常に重要な、保護されるべき自然環境であろう。小笠原もこのような環境破壊に見舞われることのないように環境保全を完璧におこなう必要がある。

## Ⅳ-2. 観光産業の未来のデザイン

### ーグローバル化時代の観光戦略ー

わが国にとっても、来日する外国人観光客数を増やすことはいまや観光庁ならずとも「国家的命題」である。日本が高度成長経済を謳歌していた時代、1985年(昭和60年)から10年足らずの間に日本人海外旅行者数(アウトバウンド)は4倍に増えた。

平成20年のリーマン・ショックで始まった世界的な金融不況は、世界へ波及し、私たちは「金融市場」の影の部分を知ることとなった。かつて、日本はバブル崩壊で10年間の停滞の時期を経験してきた。停滞期を脱し、ようやく2、3年の回復期を経験したが、成長への期待はもろくも裏切られてしまった。国民の政府への「はかない期待」は失望に変わり、人びとは民主党政権に期待をつないだと言える。

このような経済の動向は、人びとの観光行動にも大きな影響を与え始めている。たまには家族旅行に行きたいという家族の願望を受け入れても、ひたすら安く上げようと、一泊二日の「安・近・短」旅行が人気で「四季倶楽部」などが人気である。しかし、近場の温泉旅行もいいが海外へどうしても、と望む学生の卒業旅行は二泊三日の台湾旅行や、韓国ツアーにつきる。

今後、「観光立国」としての観光政策を積極的に推し進めるためには、諸外国に日本の「顔」が見えるような「発信力」が求められるのではなかろうか。別の言葉を使えば、「日本文化」の本当の姿を理解させるための工夫と努力の継続であろう。観光産業の担い手は旅行代理店や、エージェントなども含むが、一般の人びとや、観光業に従事している土産物店、レストランなどその野は広い。また、国全体としての観光政策を国民へ周知徹底させる努力もますます必要になってくる。

国土交通省、文部科学省、環境省、など政府の方針に関与し、政府方針の方向づけに努力している官僚の責任も大きい。「観光庁」の発足によって、わが国の「観光産業」の発展をリードするためには各種の「観光政策」を提案することが必要になってくるだろう。世界的同時不況の中で、「観光立国」をめざす方向へ舵取りを始めたことを、発足が遅すぎたという批判もあるが観光産業の将来を考えればようやくスタートについたと考えたい。

観光産業の発展が雇用対策としても非常に重要であることが指摘されているが、観光産業の発展によって吸収できる労働力は無視できない。小泉内閣時代、観光政策が重視され、目標として2010年までに訪日外国人数を二倍にするという数字を掲げ、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)が提唱された。このVJCは、非常に効果があったことが分かってきた。最近報告された具体的数字から、平成16年の614万人から平成17年は9.6%増の673万人、平成20年には835万人となり、過去最高を記録したことが分かっている。

### IV-3. 日本文化の発信－むすび－

日本から世界に「日本文化」や、「日本情報」を発信することがいかに重要かをようやく国として認識しはじめたのであろうか。外国からの観光客は日本文化の魅力に惹かれて訪日している。日本人の気付かない日本固有の文化が世界へ拡がりつつあることを再認識しなければいけない。彼らは、「マンガ文化」、「アキバ系ファッション」などの魅力を肌で感じ取るためにやってくる。ということは、古い日本文化、たとえば日本独自の庭園、京都の仏像、などの観光資源に対しても外国人には分らないと思う日本人が多いことも障壁となる。最近、日本の「盆栽」が外国で関心を持たれ始めたことが伝えられている。従って、今後は理解をえるためにどのような努力をすべきかについても考えるべきであろう。日本人の愛する富士山は外国人観光客にとっても素晴らしい、貴重な自然遺産である。中国人が富士山の郵便局から故郷へはがきを送ることが人気を博しているが、その郵便局で働くおばあさんの話す「中国語」が人気を呼んでいるからである。

文化の先進国と自他ともに認めるフランスは巨額な予算を使ってフランス文化を世界へ発信するための努力を続けてきた。最近の報道では、フランスのテレビで放映される映画に日本語の字幕を入れることが決定したと報じていた。こうした努力を継続的におこなう姿勢にこそ自国文化を海外へ継続して発信する努力につながってきたのだ。日本人自身がマンガ文化や、アキバ系ファッションを否定すれば発信効果は薄い。これを日本人の謙虚さと呼ぶか否かは賛否が分かれるだろう。星野も主張しているが、日本へ来て日本料理、日本の温泉などを経験することは決して無駄にはならない。

はじめて日本へ来る中国人観光客が、観光地やデパートで自由に買い物が出来ないことは納得できないだろう。こうした中国の旅行業者の営業を根絶することが観光業界の正常化にとって最も大切なことである。鳩山元首相の提案しているように、中国で日本の観光業者が営業出来ればこうした問題が起きることを防止できる。このように観光業界においても企業としての「社会的責任」(CSR = Corporate Social Responsibility)が問われている。観光商品として売り出される商品にも偽りがあれば観光客に失望を与えることは間違いのないことである。日本へ来て、メイドインチャイナの土産物を買う中国人の気持ち斟酌することも重要である。

このような経済の動向は、人びとの観光行動にも大きな影響を与え始めている。

「観光立国」宣言は、外国からの観光客に失望感を与えるのでは彼らは二度と日本には来ないだろう。リピーターを増やすことが生き残るための最低条件である。企業のCSRとは、偽りのない商品をつアー商品として販売すること、および観光地で「演じられる」祭や、行事などの各種の「催しもの」、が単に客目当てに繰り返される「演技」に支えられていることに次第に客の失望がおきるからである。観光地の「真正性」(Authenticity)の維持と、偽りのない商品の販売は重要なことである。しかし、外国人観光客は日本の観光地のどこに惹かれるのだろうか。というのは、私たち日本人の知らない間に日本各地の温泉、ゴルフ場に韓国、中国、台湾からの観光客が訪れていることを知っているからである。日本各地の観光地では、観光客の減少のため経営の成り立たないところがでており、お金を落とす日本人の数の減少のみならず、支払う金額を節約して「安・近・短」観光が次第に日本人の観光の常識となっていることだ。したがって、アジア諸国からの観光客誘致は観光地の死活問題となりはじめています。

世界的に観光市場を検討していけば明らかになることであろうが、観光客数は増加していることがわかる。大震災後、経済状態が悪化しているわが国では観光客数はけっして増えてはいない。福島県のゴルフ場へやってくる韓国人が増加し始めた背景には、誘客のために韓国を訪問し、宣伝してきたことによる。また、ゴルフ場の経営悪化によって、外国資本の支配下におかれたゴルフ場は積極的に海外からの客を呼ぶための努力を惜しまない。大分のケースもゴルフ場と温泉を抱き合わせるの売り込みが功を奏したものである。いずれにしても観光地はお客様が来なければ観光地とはならないのだ。観光地の国際化は、急速に進んでいる。グローバル化戦略の必要性とは、外国人観光客の誘致戦略でもある。また、異文化間の相互理解を深めるための戦略もますます重要になってくる。しかし、異文化間の問題にはコンフリクトも伴うことは常識である。しかし、受け入れ側の日本人[ホスト]が躊躇するケースもバラエティに富んでいる。外国語を理解出来ない(言葉の壁)、温泉の入浴方法や、食事の仕方など相互理解が必要なことを認識することが解決課題となってくる。

国策としての観光政策が今後の日本の観光にとって最重要課題であることを否定するものがないとしても、グローバル化は次第にわが国を覆いつつある。グローバル化はこれまで各国の企業が利潤の追求を推し進めてきた結果、文化やヒト、モノ、情報の移動をもたらしてきた。観光産業の担い手は、旅行代理店だけではない。日本経済を支えてきた各官庁は、今では観光とコミットせずに済む官庁は存在しない。

しかし、観光産業にダメージを与え、観光を疎外する要因は、東北大震災のような自然災害だけではない。グローバル化の進展による世界各国の間の政治的摩擦や、希少資源をめぐる経済的衝突がますます増えつつある現在、こうしたコンフリクトがもたらす紛争については予測不能の場合が多い。結果的に、そうした複雑な要因を解き明かすことが出来たとしても観光行動への影響まで阻止できないのが普通であろう。

#### (引用・参考文献)

- (1)『平成22年度観光白書』平成22年7月刊行、国土交通省観光庁、39頁。
- (2)柳田国男「旅行の進歩及び退歩」、駒場学友会講演、昭和2年2月。
- (3)白旗洋三郎『旅行ノススメ』中公新書、1996、3頁から引用。
- (4)D.Boorstin, Image,1962.邦訳は星野郁美・後藤和彦共訳『幻影の時代—マスコミが製造する事実』1964、東京創元社。
- (5)『日本経済新聞』、2011年8月4日(朝刊)。  
城靖久『トーマス・クックの旅—近代ツーリズムの旅』講談社現代新書、1996。