

〈2002年度法政大学地理学会学術大会・記念講演〉21世紀のツーリズムを考える

溝尾, 良隆 / MIZOO, Yoshitaka

(出版者 / Publisher)

法政大学地理学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

法政地理 / JOURNAL of THE GEOGRAPHICAL SOCIETY OF HOSEI UNIVERSITY

(巻 / Volume)

35

(開始ページ / Start Page)

1

(終了ページ / End Page)

6

(発行年 / Year)

2003-03-24

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00025909>

2002 年度法政大学地理学会学術大会・記念講演

21 世紀のツーリズムを考える

溝 尾 良 隆

景気低迷の中、いまだに成長を続ける海外旅行であるが、国内観光に目を向けると、ここ最近変化がみられる。法人需要の冷え込みが深刻となっている中、個人需要は減らず、ますます多様な観光を求める個人に対して観光地はその対応を迫られている。

レジャーの楽しみ方を知っている世代になった高齢者の旅行、学生から「ダサイ」とまでいわれるようになったスキー旅行、格安運賃が登場することによって変化した観光地間競争などが生じ、これまでの観光地のあり方では生き残れず、時代の要求に対して変化を求められている。好景気の時代に建設されたテーマパークが次々と閉園していく中、依然大人気のテーマパークも存在する。これらの違いから、これまで多くの人たちが抱いていた観光に対する安易な考え方を改める必要性に気づかされる。

21 世紀における観光は、長期休暇制度が広まった社会に対応できるように、多様化した個人の指向に合わせた新しい視点で考えなければならない。自然環境や社会的弱者を重視する視点も重要である。このような新しい視点から取り組んでいくには、観光に対する住民の意識向上と、これからの観光を担っていくエキスパートの育成が大切である。

キーワード：生態観光，農村観光，産業遺産観光，持続ある観光

Key words：eco tourism, green tourism, heritage tourism, sustainable tourism

I 観光を展望する

1. 国内観光の規模

明治維新までの観光旅行は、たとえば『土佐日記』の紀貫之、『奥の細道』の松尾芭蕉などのように、ごく限られた人々だけが行うものであったが、江戸中期以後にはしだいに庶民にも観光旅行を行えるだけのお金や時間のゆとりがもてるようになってきた。そして戦後は、まさに大衆化・大量化・多様化が進んでいった。

しかし、国内の観光の構造は 1970 年代からほとんど変化していない。これは、国内の旅行が成熟期に入ったためである。だが、海外旅行は成長を続けている。海外旅行の自由化された 1964 年当時、出国数は 12 万 8,000 人であったが、平成 2 年には年間海外旅行者数が 1,000 万人を超えるようになり、その後も今日まで成長を続け 1,700 万人に達した。

2. 変化する旅行者層

1) 企業関係者の激減—特に団体旅行

最近団体旅行が減ったといわれているが、減ったのは企業・地域の団体旅行であり、一般の団体旅行は減っていない。企業の職場旅行や報償旅行にさく余裕なくなっているのではないだろうか。法人需要の冷え込みが深刻になっている一方、さほど景気の影響を受けていない個人需要が注目されている。

2) 活発な高齢者旅行

高齢者の旅行は、増加傾向にある。これは、余暇時間の楽しみ方を知っている世代が定年を迎え、年金を受給していることが大きな要因ではないかと思われる。高齢者旅行の特徴は、60 歳以上をまとめてくるのではなく、60 歳代と 70 歳以上に分けて捉えるとより顕著に現れる。旅行統計においても 60 歳代と 70 歳以上に区切る必要がある。

高齢者のレジャーに対する意識は、1931 年生まれを境に変わるといわれている。それ以前生まれの人たちは、戦時中を大人として過ごし、戦後の高度経済成長期には働きづめだったために、レジャーを楽しむことを知らない世代である。一方

でそれ以後生まれの人たちはレジャーの楽しみ方を知っている。高齢者のレジャーといえば、かつては温泉地だとしてもゲートボール場が付き物だった。しかし、レジャーの楽しみ方を知っている世代が60歳以上となった現在、そのような観光地は生き残れなくなってきている。

旅行者者としては、高齢者の旅行は若者の旅行に比べて扱いが難しい。なぜなら若者は流行に左右されやすく、指向性や価値観がほぼ同一であるため、企画旅行の場合でも個人個人の要求を満たすことができるが、一方で高齢者の場合は多様な価値観を持っており、それぞれの指向性が異なるために、企画旅行では全員の要求を満たすことが大変難しいからである。

3) 根強い人気の温泉

一時期温泉人気は下火だったが、近年の若者の間で人気が出てきて、一種の「温泉ブーム」が巻き起こっている。これは、以前には見られなかった現象である。しかし、以前は療養、もしくは温泉を中心とした温泉地域の雰囲気を楽しむことが目的の温泉地観光などが主流であったが、現在の温泉人気は、温泉に入りに行くことだけを目的としたものが多くなっている。そのため、観光地に行かなくても、ふるさと創生基金で掘ったような温泉でも十分に満足してしまう。また、温泉センターが各地に造られていることも、その傾向を如実に表しているものと思われる。

4) 学生・若者にスキーが不人気

90年代初めまでは、スキーサークルはテニスサークルと並んで大学内のサークルの花形であり、そこに所属していることがステータスであった。当時はスキーサークルが100以上も存在する大学もあり、スキー自体が一種のファッション的な意味を持っていた。しかし、7,8年前頃からその状況は急変し、「スキーは上達するのに時間と手間、お金がかかる」、「山岳部と同じ」といった理由でスキー離れが急速に進んだ。3,4年前頃からは、「携帯電話にはお金がかかる」ため、若者のスキー離れに拍車がかかり、1,2年前に

はついに「スキーはダサイ」という意見まで出るようになった。

スキーサークルにかかるお金や時間は、海外旅行に行くのと同じくらいである。「それだったら海外旅行に行った方がよい」と考える若者が現在ではほとんどである。

5) 国内から海外へシフト・国内観光地空洞化論

かつては海外渡航の制限や高額な費用などが理由で、庶民にとって海外旅行は夢のまた夢であった。しかし、80年代半ば以降の急速な円高により、海外旅行は国内旅行とあまり変わらない費用で行けるようになり、庶民にとって身近なものとなった。さらに激安の航空券やツアーの登場により、海外旅行へのシフトが進み、国内観光地の空洞化が問題となってきた。しかし、2001年9月の米国・同時多発テロの影響で、国内旅行の一時的な回復が見られる。

3. 観光地の変化

1) 遠隔地への低廉パッケージと全国競争

観光における距離、時間の制約が大きく、大都市周辺の観光地と遠隔観光地とでは、価格が大きく異なった。そのため、遠隔観光地と首都圏周辺の観光地間の競争は緩やかなものであった。

しかし、ここ数年、飛行機の格安運賃が登場したことにより、距離、時間の制約が小さくなった。さらに函館1泊2日19,800円、沖縄2泊3日29,800円などといった格安のパッケージツアーも登場するようになった。その結果、大都市周辺の観光地と遠隔観光地との価格差がほとんどなくなり、各観光地間の競争が激化し、日本全国が競争相手となった。こうなると、羽田空港近くにある企業にとっては、電車を使うよりも、飛行機を使って社員旅行をした方が得である。こうして首都圏周辺の観光地、例えば熱海、伊豆などでは、以前は同じ首都圏周辺の観光地のみが競争相手であったが、現在では同額で行ける遠隔観光地とも競争しなければならなくなった。

だが、遠隔地ツアーにおいて、旅行会社間の競争が激化して価格破壊が起こり、各旅行会社は赤

字状態でツアーをしているのが現状である。さらに、各観光地にもお金が入らなくなり、ホテル、旅館なども損をするようになってきている。このままでは、将来、観光産業の経営基盤の脆弱化につながるおそれがある。

2) 都市観光地、農山漁村地域（グリーンツーリズム）への指向

以前は観光地として注目されなかった都市、農山漁村地域が、現在では観光地として注目されるようになってきている。

都市観光地の代表として、札幌、横浜、福岡、長崎、大阪、東京などが挙げられる。札幌がもっとも早く都市観光地としての取組みをみせた。札幌では、以前は札幌近郊にある定山溪温泉が最大の観光地であった。しかし、1972年の札幌オリンピックを境にし札幌都市部が観光地化し、現在では一大観光地となった。その結果、定山溪温泉には道外客は少なくなり、今では札幌の付属のような形になっている。これは温泉地同士で競争が起こったのではなく、温泉地と都市の間で競争が起こり、温泉地が変貌してしまった好例である。

これと似たケースとして、九州・佐賀の嬉野温泉が挙げられる。嬉野温泉では近くにある武雄温泉に鉄道が通っており、さらに新たに開通した長崎自動車道のインターチェンジが武雄温泉近くにできたために武雄温泉に観光客が奪われるのではないかと心配された。しかし、本当の競争相手は、武雄温泉ではなく、福岡、長崎といった都市観光地であった。福岡はアジアへの玄関口として、グローバルな文化・観光振興の取組みを行っている。その他の都市、例えば東京においても、かつて東京都は小笠原、伊豆七島、奥多摩など過疎地域の観光に力をいれていたが、現在は都市部の観光に目を向けている。

また、環境問題への関心が深まるといった背景から、グリーンツーリズムへの注目が高まり、農村、漁村の観光地化も進みつつある。そこでは農業体験、漁業体験や森林ボランティアをすることができて、人気を集めている。

3) 観光産業の課題・明暗分けるテーマパーク産業—立地、予測

今まで造られてきたテーマパークは人気のあるものとなないものがはっきり分かれて、常に新しい話題を提供できるかどうかで産業の明暗が分かれている。

テーマパークで現在元気なのは、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）と東京ディズニーリゾート（TDL・TDS）である。この2つのテーマパークは、常に新鮮なものを供給しているのでリピーターが多い。USJの場合、背後にハリウッド映画があり、そこから常に新しいものが生まれてくるし、TDLにしても同様に、ディズニーキャラクターを前面に押し出し、新しいアトラクションを作りつづけることによって、いつ来ても新鮮なイメージを持たせるようにしている。

一方、人気のないテーマパークは次々に潰れている。炭坑町北海道・芦別にできたカナディアンワールドは失敗に終わった。全天候型で季節・天気に関係なく冬でも客が来るだろうという関係者の予想は甘い。こうなることは事前に予想できたはずだ。宮崎のシーガイアが失敗した理由もほぼ同じで、いくら年中一定の常夏気候を作り出したからといって、「水」がテーマでは冬期にも夏期と同様に客がくるはずがない。千葉・船橋の屋内スキー場ザウスにも同じことがいえるだろう。

このように、テーマパークに出かける側の季節感はとても大事である。また、テーマパークのある土地に対しての出かける側のイメージも重要である。例えば、新潟・長岡に全天候型テーマパークを造る計画があったが、雪が多いだろうというイメージが強いため、首都圏からの客は冬には見込めないであろう。また北海道東部は、実際には冬期は天気の良い日が比較的長く続き、あまり雪が降らないが、東京の人は寒くて大雪というイメージを持っている。そのイメージがある限り客は少ないだろう。

また、テーマパークブームに乗るなどした、安易な理由で計画されたテーマパークが多い。三重県の志摩スペイン村は、工事を請負う一社員が

「スペインをテーマにしたテーマパークはまだない」と単純に考えたことから建設された。TDLがウォルト・ディズニーの夢から生まれ、USJがハリウッド映画というコンセプトから生み出されていることから考えると、非常に「夢」が小さい。

今までの日本のテーマパークは、立地条件を全く無視したものが多かった。それは地域振興が第一にきているからであり、近代工業の跡地がテーマパークになっているものが多いからである。北九州のスペースワールドは、八幡製鉄所の跡地に造られたものであり、たまたまその時に全国的にテーマパークがブームだったことから造られた。当初は宇宙空間をイメージし、月のような感じにする予定だったが、それではうまくいかず、いまでは単なる遊園地と化してしまったが、経営は軌道に乗った。なお、2001年にスペースワールドの隣りで開かれた北九州博覧会は赤字で閉幕した。

Ⅱ 21世紀、予想される変化

1. 長期休暇制度の導入

21世紀に旅行業界がさらなる発展をしていく上で、長期休暇制度の導入は欠かせないものであろう。

長期休暇を利用して旅行に出掛けるというスタイルが定着している欧米に比べ、日本は休日そのものが少ないというイメージがある。しかし、実際にはすでに年間約120日の休暇があり、1年の3分の1が休日である。だが、それらは分散した休暇がほとんどで、連続した長期休暇が少なすぎるのである。すでに長期休暇制度が導入されている諸外国、特に欧米では、長期休暇制度によって海外旅行が盛んになり、経済効果があった（特にスペイン、ギリシャ、トルコなど）。

そもそも日本には長期休暇制度という考えが定着していない。休暇とは連続していてこそ意味があるものだ。本来連続して休むholiday（with pay）を日本では有給休暇と訳してしまったために、連続した休みではなく、分散した休みになっ

てしまった。また、諸外国がすでに批准しているILO 132号条約（最低3週の休暇、うち2週は継続することなどを規定）を、日本は未だ批准していない。

しかし、ILO 132号条約の批准に向け、政府も動き出している。小泉首相は経済効果を期待する意味で長期休暇制度導入を提案した。2010年頃までには、日本でも長期休暇制度が導入されるのではないだろうか。

2. 環境の重視—企業も観光地も

1980年代前半まで、観光の形態はマス・ツーリズム（大衆観光）という、大量・団体型の観光が中心であった。しかし、その従来型の観光スタイルは、大型バスで観光地に乗り込むなどして大量の観光客を受け入れたり、その対応として、大規模な開発が起こり自然環境を破壊し、また、その土地の固有の文化に悪影響を与えるなど問題が大きかった。

環境問題が世界的にクローズアップされるようになった1980年代後半以降、従来のマス・ツーリズムに代わり、オルタナティブ・ツーリズム（もう一つの観光）、つまりサステイナブル・ツーリズムと呼ばれる、環境の保全と経済効果の両方を重視する持続可能な観光の形態が注目されている。具体的に言えば、エコ・ツーリズム、ヘリテージ・ツーリズム、エコ・ミュージアムなどのことであり、自然環境や文化遺産を壊すことなく、むしろ観光することによって自然や文化を学び、その保護に貢献していくという観光スタイルである。

たとえばエコ・ツーリズムの場合、日本では白神山地、屋久島、西表島などで盛んに行われている。白神山地と屋久島はユネスコの世界自然遺産に認定され、多くの観光客が訪れている。中にはマナーを守れない観光客も一部にいるが、全体としてはうまくいっている。この他にも、東京都の石原都知事が小笠原諸島をエコ・ツーリズムの島にしようと計画している。

3. ユニバーサル・デザインの確立

近年、社会的に障害者の立場が重視されるようになり、バリアフリーという言葉に代表されるような、障害者に優しい生活環境づくりが行われるようになっていく。観光業界も例外ではなく、障害を持っている人でも気軽に旅行できるような観光システムの確立が求められている。観光地にも同じことが言える。障害者に優しい観光地は、地域の地域住民にとっても住みやすい土地になるだろう。

4. 中国からの観光客の増大—東アジア観光圏の確立

現在人口 13 億人を抱え、経済成長を続ける中国からの観光客が、今後一気に増大するだろう。もし仮に中国の人口の 1 割が海外旅行に行くならば、それだけで日本の人口に匹敵する数になる。非常に大きな市場である。日本にとって、中国から観光客が来ることは歓迎すべきことである。今までは、団体ビザの発行は不法入国者が増えるといった理由で許されていなかった。しかし、規制緩和によって、上海、広東、北京からの団体旅行者には団体ビザを発行できるようにした。

近年、中国では 1 週間の長期休暇を年 3 回とする長期休暇制度を導入した。国内の消費を活性化するため導入されたのだが、結果その政策は成功し、観光も活性化された。

これからの時代は、中国を中心として、中国・韓国・日本の 3 国で東アジア観光圏を形成していくべきである。サッカーの FIFA ワールドカップの日韓共催により、日本と韓国の交流が高まっている。それを機に東アジア各国間の移動をしやすくし、東アジア観光圏を活性化する必要がある。21 世紀、世界の観光の中心は、ヨーロッパ観光圏、アメリカ観光圏、そして東アジア観光圏の三極化へと向かうと予測されている。

Ⅲ 日本の観光地の対応

1. 長期休暇に対応できる観光地—美しい、感動できる観光地

すでに長期休暇制度が普及しているヨーロッ

パ、たとえばドイツなどでは、長期休暇制度導入の際、イタリアやギリシャなど南欧のリゾート地に観光客が流出するという現象が起きた。日本が長期休暇制度を導入した場合にも同様の現象が起こる可能性がある。そのため、日本でも長期休暇に対応した観光地、そして観光客に対してより深い感動を与えられる観光地を作っていく必要がある。さもなければ、外国へ観光客が流出してしまうだろう。

2. 観光の経済・社会的効果を理解する—地域振興、市民のアイデンティティ

1) 川越市、群馬県新治村の例

埼玉県川越市は「小江戸」と呼ばれ、蔵造りの町並みの見物に多くの観光客が訪れている。川越では、川越駅や本川越駅付近の南部に商業集積が生じた結果、北部の蔵造り地区の商業機能は低下した。蔵造りの町並みを訪れる観光客が増えるにつれて、商業機能が回復するとともに町並み保存運動につながっていった。町並みを統一するために、看板を取り除いたり、コンクリート造りの建物を和風の建物に改築したり、また、街路から電柱をなくしたりした。

ただ問題点もある。川越では現在、駅周辺の新しい市街地と、駅から離れた古い町並みの地区は活気に満ちているが、2つの地区の中間地区にあまり活気が見られず、二極化が進んでいるからである。

群馬県の新治村は、県北部に位置する国道 17 号線沿いの村で、17 号線沿いのいくつかの温泉地のある観光地として栄えてきた。その後、高台にある農業地域が、観光りんご園、野仏巡り、たくみの里などを展開して、観光地化されてきた。このような取組みが評価されて、そのうちの 1 つ、旧三国街道沿いの集落では、旧街道が国土交通省の歴史国道の認定を受け、町並み景観を破壊していた電柱を建物の後ろへ移した。また、リゾート法が制定された時にリゾートマンションの建設が計画されたが、村の景観条例などにより建設を阻止することができた。

このように、ある町が観光地化に成功すること

によって、全国に「観光地化に成功した町」として知れ渡ることになり、その町の人が他の地域に行った時に、自分の町の話が出て、誉められることが増えるようになる。そしてそこから、市民のアイデンティティが生まれ、自分の町に対して、愛着、誇りを持つようになるのである。

2) 東京都、長崎県、青森県の知事、政界、財界の動き

東京都では先述の通り、これまでは伊豆七島や奥多摩地域の観光を重視してきたが、最近になって都市部の観光にも力を入れ始めている。今まで、先進国の中で首都にコンベンションセンターがない唯一の都市が東京であったが、(社)東京コンベンション・ビジターズビューローを創設した。長崎県では、地域振興部を核に組織を改革して、観光課をこの部に組み入れるとともに、観光連盟も強化した。青森県は、文化観光立県を宣言して、積極的に観光振興に取り組んでいる。

政財界に関しては、小泉内閣が経済活性化対策で、観光を重点政策の一つに取り上げた。日経連は長期休暇制度の推進を掲げた。

3. 観光に対する意識の向上

より良い観光地を目指すには、行政の動きだけでなく、行政と住民が一体となったまちづくりをしていかなければならない。

現時点において、観光のエキスパートが明らかに不足している。行政においても観光のエキスパートがいないので、意思疎通がしにくくなっている。この現状を改めていくには、大学に専門家を養成できる4年制の観光学科を増やしていく必要がある。現在、全国の17大学に4年制の観光学科があり、そのなかでも最も古いのが立教大学の観光学部である。また、地理学的視点から観光を見ていくことも必要だろう。今までにも観光を扱おうとしてきた地理学者はいたのだが、観光について少しかじっただけですぐにやめてしまう人ばかりで残念である。地理学界での観光への積極的な取組みを期待したい。

IV おわりに

20世紀、大量・団体型の観光スタイルが長い間定着してきた。80年代には各地で大規模リゾート開発がおこなわれたり、安易なアイデアをもとに多くのテーマパークが建設されたりした。しかし、結果的にそれらは自然環境の破壊をとめない、テーマパークは次々と閉鎖されていった。

しかし、90年代に入り環境問題が世界的な課題となり、観光スタイルも従来型に代わり持続可能な観光スタイルに変化してきた。また、旅行者の指向にも変化が生じ、多様化が進み、観光業界もその動きに対応していった。その流れは21世紀の観光につながっていくだろう。それと同時に21世紀は、長期休暇制度に対応した観光システムや、誰もが楽しめる魅力的な観光地づくりが必要となるだろう。

観光産業へ向かう積極的な流れは、産業が乏しい地域に多い。しかし、何もないから観光を、と安易に考えることが多く、大規模テーマパークの相次ぐ閉園などで多額の赤字を残すことになった。これからは、地理学的視点から地域の個性を見だし、観光へとつなげていくには、観光学の視点を学んだ人たちの活躍が望まれる。

21世紀のツーリズムにおいて、人間の心を豊かにするものとして観光が果たせる役割が大きくなっていくことが期待される。

この講演の記録は、2002年度法政大学地理学会学術大会の記念講演を大貫礼史・西海 豊・大久保友美子・内藤 岳・八尋浩平（法政大学地理学科4年生）が記録した原稿に、演者（溝尾良隆）が加筆したものである。