

ニューツーリズムと地域の観光産業

尾 家 建 生

1. はじめに

ニューツーリズムとは、一般にマストツーリズム（1960～70年代）の最盛期後に現われ始めたツーリズム（観光旅行、観光事業）の新たな現象を指していうことができる。消費者の旅行需要の変化、それにとまなう観光アトラクションやデスティネーションの変化、又、社会経済とテクノロジーの環境変化などによりもたらされたツーリズム全体の変化が、新たな観光現象を展開している。さらに、それに加えて観光そのものの社会的機能の変化もあげることができる。

ニューツーリズム出現の社会的背景として、1987年のストックホルムにおける国連のWCED（環境と開発に関する国際委員会）報告書の基本概念「持続可能な開発」にまでさかのぼることが可能であろうし、あるいは、同時期に始まったオルタナティブ・ツーリズム運動をあげることもできよう。一方で、観光産業自体のイノベーションへの必要性もその背景にある。観光学者 A. Poon のニューツーリズム研究は、1989年に出版された論文「'ニューツーリズム'のための競争戦略¹⁾」に骨子のほぼ全体が現われているが、そこでは1960年代、70年代の観光産業の最良の実践 best practice としての「マストツーリズム」を「オールドツーリズム」と呼び、1980年代以降に現れ始めた「ニューツーリズム」を新たな「最良の経営実践」をめざすものとして、ニューツーリズムの戦略論が展開されている。少なくとも、ニューツーリズムの用語としての学術上の初出は Poon が最初ではないかと思われる。

わが国の観光研究の分野では、北川宗忠がニューツーリズムの概念を「もの（地域のもつ特性）」と「ひと（観光客）」との交流、さらには「ひと（観光客）」と「ひと（地域住民など）」との交流の時代を豊かに創造していく時代の構築であり、これがニュー・ツーリズムの展開であるといえる（北川宗忠、2001）²⁾、と論じている。Poon のニューツーリズムが新しい時代に対応した観光産業のイノベーションを構築しようとするものであるのに比べ、北川のそれは新しい観光形態を概念化しようとしたものといえる。

WTTC（世界旅行観光協議会）は2003年に「ニューツーリズムに向けた青写真（Blueprint for New Tourism）」を発表し、新しい観光産業のあり方を提示しようとした。わが国においては2004

年に日本商工会議所が「地域における『ニュー・ツーリズム』展開に関する提言」を行った。これは北川の論考と同じ新しい観光形態を地域、とりわけ中心市街地商店街の活性化策として導入しようとしたものである。又、国土交通省はエコツーリズム、グリーンツーリズム、二地域居住、ロングステイなどをニューツーリズムとして、2007年度から「ニューツーリズム創出・流通促進事業」のモニターツアーを全国各地で展開している。

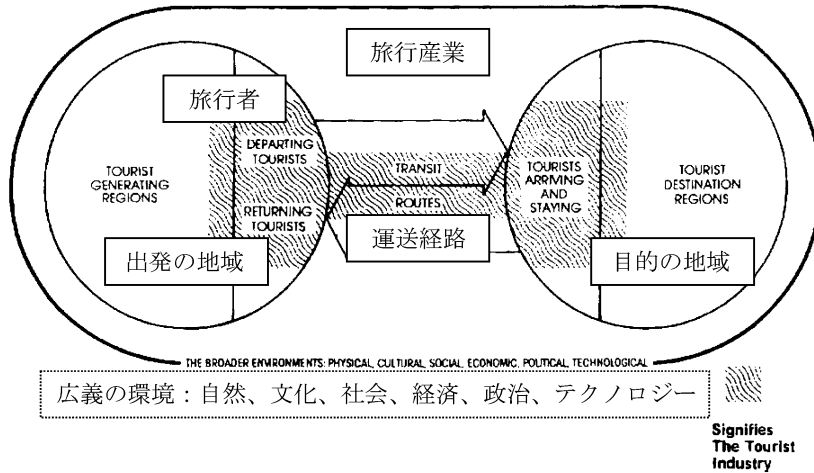
このように、わが国において2005年頃から自治体や観光協会などにより地域の観光振興や観光開発に関連した観光戦略策定においてニューツーリズムという用語がキーワードとして使われ始めた。1990年代からのエコツーリズムやグリーン・ツーリズム、又、ヘリテージ・ツーリズム、ヘルス・ツーリズムなどは観光開発と観光形態の点から、確かに従来のツーリズムとは異なるものであり、「持続可能な観光」という理念により近いものであるといえる。しかしながら、必ずしもニューツーリズムがマスツーリズムの次世代を担うツーリズムだと断定することはできない。なぜなら、観光産業は1990年代以降ダイナミックな変容の渦中にあり、観光産業構造は流動的で、不安定である。いわゆるニューツーリズムのビジネスモデルは、いまだ確立されているとは言えない状況が指摘されよう。本論文は、ニューツーリズムを観光システム論から捉えてその構造を分析し、ニューツーリズムと呼ばれている新しい観光プロセスの特性を検証して、ニューツーリズムに対応した地域における新しい観光産業の創出を模索するものである。

2. 観光の基本的フレームワーク

ニューツーリズムという観光現象を論ずるにあたり、観光学原論をどう認識するかは重要な課題であると思われる。つまり、マスツーリズムとニューツーリズムの両方の文脈に共通する観光システムを定める必要がある。ここでは、N. Leiperの観光システム論を基本的な概念とする。

図表1のLeiperの観光システムの概念図は、ツーリズムのシステムを5つの要素、つまり旅行者、旅行者の出発する地域、運送経路、デスティネーション（目的地）及び旅行産業として描いている。それらのうち旅行者の出発の地域、運送経路、デスティネーションを含んだ斜線の部分が観光産業を形成している。そして観光産業はさらに6つの機能セクターに分割される。観光マーケティング（プロモーションと販売）、旅行輸送、旅行宿泊、ツーリスト・アトラクション、各種旅行関連サービス、観光法令である。Leiperのこの観光フレームワークは観光現象へのシステム・アプローチとして応用性が高い。観光は現代社会の欠くべからざる社会現象であるが、同時にそこにはあだ花に終わる危険も常に付きまとう。いわゆる、「持続可能

THE FRAMEWORK OF TOURISM



図表 1 Leiper の観光システム³⁾ (筆者訳注)

な観光」に対するリスクもまた観光のフレームワークの内部に存在し、ツーリズムと社会環境との相互関係が強まればリスクもまたそれとともに拡大する。

3. オールドツーリズムからニューツーリズムへ

観光は英国において 19 世紀の前半に産業革命のもたらした鉄道と蒸気船により、トーマス・クックが活躍するパッケージツアーの時代を迎えた。そのおよそ 100 年後に、ジェット旅客機 (1951 年) による旅行革命が到来して、マスツーリズムと呼ばれる時代に入ると、前世紀とは比較にならない大量の旅行者が生まれ、観光産業が世界の一大産業にまで成長した。Poon は第 2 次世界大戦後の欧米において観光の大衆化が発展した要因として、経済の成長、有給休暇、ジェット旅客機、安いオイル、チャーター便、太陽願望、パッケージツアー、大量生産、大量消費、コンピューター技術をあげている⁴⁾。これらの要因を Leiper の観光システムに当てはめると、旅行者要素として太陽願望と大量消費、輸送経路要素にはジェット旅客機、チャーター便、又、旅行産業要素としてパッケージツアー、大量生産をあげることができる。さらに環境との相互作用として、経済の成長、有給休暇、安いオイル、コンピューター技術をあげることができる。このように見ると 1960 年～70 年代のツーリズム発展の原動力は運送手段の発達であり、同時に経済環境、テクノロジー環境との相互作用に大きな要因があったと言える。事実、航空運送の技術革新は 1950 年代のジェット機の運航に続き、1970 年のジャンボジェット機 (B 747) 就航、1972 年のエアバス (A 300) の初飛行、そして 1976 年の SST コン

コルド機就航によって確立されたといえる。一方、デスティネーションにおいては大規模なリゾート開発が進んだ。メガ・リゾートホテル、テーマパーク、コンベンション・コンプレックス、カジノ&ゴルフが1960~70年代に欧米に続々と誕生した。欧米で発達したマスツーリズムはチャーター便による、太陽願望デスティネーションへのパッケージツアーに最も典型的に現われている。アメリカでは1969年までに、チャーター便輸送は航空輸送の25%に達し、ヨーロッパでは1971年に32.2%に達している⁵⁾。

わが国においても欧米の先進諸国に遅れること数年、経済成長とともに1960年代に観光の大衆化がまず国内旅行において始まった。幹線高速道路の完成と新幹線の営業開始の運送手段要因に加え、戦後復興期から先進諸国への経済的なキャッチアップを国民的な共通目標にしてあらゆる帰属社会が団体行動へと向かい、空前の団体観光社会が作り上げられた。これは当時の企業と業界や農協などの生産者団体、及び政治組織（政治後援会）を中心とする日本社会と観光との相互作用が如実に働いた結果であった。日本人の場合、欧米の太陽願望に匹敵したのが「温泉願望」であり、温泉志向と団体旅行がこの時代の観光産業を形成してきたと言える。例えば、温泉旅館は内湯をひいて軒並み収容人数が数百人を越える大規模な温泉観光ホテルへと変貌した。この時期の団体旅行は、日本の経済復興の大きな社会的活力源であったと言える。

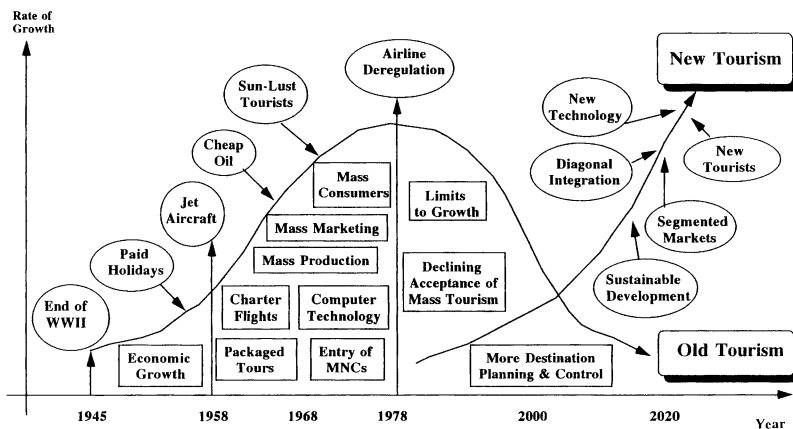
このように、大量生産・大量消費をベースにしたマスツーリズムは、企業の「ベスト・プラクティス（最良の実践）」の結果であった⁶⁾。マスツーリズムは経済効率の最も優れた企業経営によって成長し、その結果、大規模化した観光開発が過度な自然開発をもたらすと同時に、団体観光客が観光地に与える社会的、生態的、文化的インパクトが生じた。これらのいわゆる観光の負のインパクトは、「持続可能な開発」の国連決議とその後の「持続可能な観光」の考え方により人類的視点で問題視されていくのであるが、オールドツーリズムに対するニューツーリズムの発生は観光のあるべき理念と平行して、消費者の意識の変化とともに生じたというべきであろう。

1970年のジャンボジェット機就航による国際観光客の飛躍的な増大に対して、従来の航空体制では航空産業の成長に限界が生じてきた。アメリカのカーター政権下で1978年に発布された「航空運送事業規制撤廃法」は、翌年、1979年に発足したイギリスのサッチャー政権による一連の航空自由化政策と共に、航空産業と国際観光産業に大きな影響をもたらした。アメリカの大手航空会社は「ハブ&スポーク」と呼ばれる大量輸送モデルを導入し、買収、マイルレッジサービス、コードシェア（共同運航）などの斬新な経営手法で旅客数を伸ばした。さらにコンピューター予約システム（CRS）の開発によって航空自由化に対応し、市場を拡大した。運送手段の技術革新と航空産業の自由競争がオールドツーリズムに大きな変化をもたらした。

たことは、注目される。

「1978 年は観光産業にとって主要な転換点の年であった。非常に現実的な意味で、航空機の規制緩和は航空会社による CRS の広範囲にわたる開発に対する促進をもたらした。規制緩和が行われる前には、航空会社、運賃、ルート構造は一般に固定され、規制され、あらかじめ決められ、ほとんど予想がついた。規制緩和はいくつかの新しいルート、新しいサービス、新しいスケジュール、新しいデスティネーション、新しい運賃、そして新しい航空会社をさえ結果として引き起こす競争をうながした。その上、旅行産業の環境は買収、倒産、乗っ取りでより流動的に、予想不可能になり、航空会社の新規路線・路線廃止、頻繁な料金の変化、頻繁な飛行プログラム、実際の格安座席が全く流行した (Poon, 1997)。⁷⁾」 「1978 年以來、観光における技術の普及は急速であった。アメリカのほとんど全ての旅行代理店は今や、航空会社の CRS (コンピューター予約システム) へ結ばれている。航空産業によってもたらされた CRS は、とりわけ規制緩和以來、劇的に業務改善を進めた。旅行代理店はいまや、電話をすることなく CRS 端末で状況を見て、予約し、販売できた。彼らはより多くのサプライヤーの目録をチェックでき、より多くのホテル、レンタカー会社、そして目的にぴったりの休日と同様のモダンな旅行者によって要求されるその他のサービスを予約することができた (Poon, 1997)。⁸⁾」

1945 年から 2020 年までのオールドツーリズムからニューツーリズムの推移を Poon は、図表 2 「ツーリズムのライフサイクル」に描いた。X 軸に暦年、Y 軸には産業成長率を示している。このグラフは多分に象徴的に描かれているが、観光産業の驚異的な成長と、米国の航空自由化後のオールドツーリズムの衰退、そしてニューツーリズムと交差する現在の停滞が、この図に現われている。日本の状況も航空の規制緩和に大きな遅れがあるにせよ、この図に当てはまる。ここで、Poon の意図するニューツーリズムとは、観光産業のイノベーションに他なら



図表 2 ツーリズムのライフサイクル (Poon, 1997)⁹⁾

ない。Poon はオールドツーリズムが近いうちに終わり、ニューツーリズムが全面的に台頭すると言っているわけではない。むしろ、オールドツーリズムが完全に消えることはなく、問題なのはニューツーリズムの成長率がオールドツーリズムのそれを上回るであろう、ということである。本来、ツーリズムの持つ2つの意味は「観光客」と「観光事業」であり、従ってニューツーリズムとは「ニューツーリスト」と「新しい観光事業」を指すということができる。マーケットはニューツーリストとオールドツーリストが混在した、より多様化、細分化したものになることが予想される。ニューツーリストは、人とは違う体験を願望し、環境意識が高く、自分の見かけよりも実質を楽しみ、何を持つかよりも自分の存在を優先し、用心することよりも冒険を求め、ホテルの食堂より外の地元の食事を好み、同質であるよりもハイブリッド（雑種）でありたがる。そこには豊かな旅行経験、自立と融通を取り、新しい価値観とライフスタイルの消費者が浮かび上がる。

しかしながら、1990年前後の時点で、1995年以降のインターネットの技術発展と普及、及び Web 2.0 による通信の大容量化と観光産業の相互作用への正確な予測は困難であった。Poon はアメリカにおける CRS と旅行代理店の関係をやや楽天的に捉えていたようだ。実際にその後起った航空会社の旅行代理店に対する手数料の廃止、e-チケット化とシームレス・チェックイン、専用サイトでの航空券とホテルの販売は伝統的な旅行代理店の将来を不安定なものにした。このように、観光産業の変動はマーケットの変動に連動して展開し、ニューツーリズムは観光産業にイノベーションと新しい観光形態を求めた。

4. エコツーリズムに見るニューツーリズムの形成

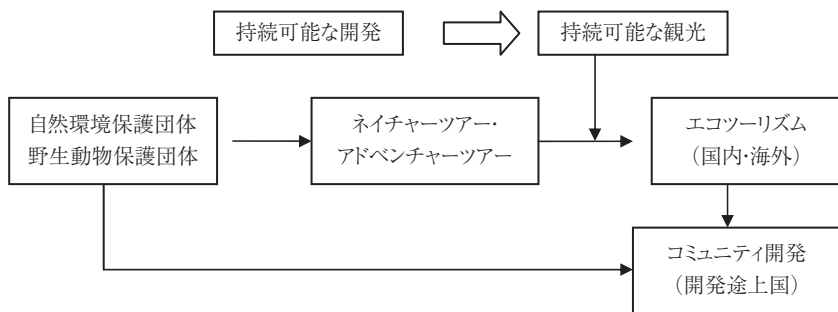
ニューツーリズムの代表的なカテゴリーにエコツーリズムをあげることができる。エコツーリズムはアメリカ、カナダにおいて1980年代に始まり世界に普及したとされるが、その用語を最初に使ったのはメキシコ人の生態学者 Hetzer (1965) といわれている¹⁰⁾。彼はエコツーリズムの説明として4項目の条件をあげている。1) 環境への最小限のインパクト、2) ホスト文化への最小のインパクトと最大の尊敬、3) ホスト国の草の根（コミュニティ）への最大の経済貢献、4) 参加旅行者の最大の「レクリエーション」的満足、である。このようにエコツーリズムの概念そのものは1965年に先見的に確立されたと言える。同時に、1970年までには既にネイチャー・ツアーやアドベンチャー・ツアーの専門旅行会社が存在し、伝統的な「太陽の下で楽しむ」パッケージをやめて、ヒマラヤでのトレッキング、中南米の熱帯雨林でのバードウォッチングやアメリカ南西部での考古学的発掘ツアーなどの旅行商品が生まれている。ただ、これらのツアーの主催者も、参加者も、また地元民もエコロジーへの意識はなく、この時

点でエコツーリズムが存在したとはいえない。

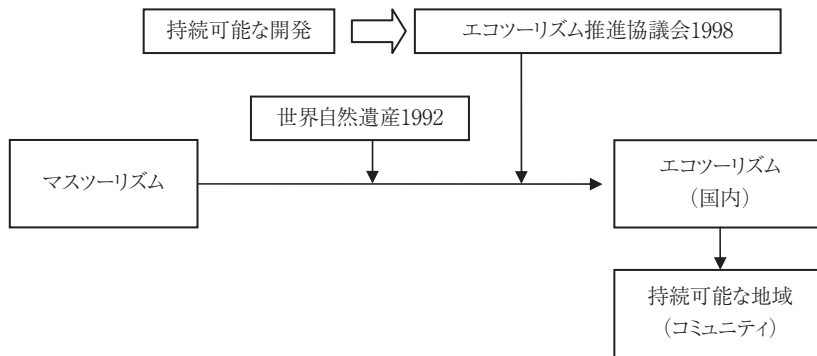
1970 年にはアメリカで最初の「アースデー」が開催され、地球環境に対する市民の意識が芽生え始めた。また、レイチェル・カーソンの「春の沈黙」(1962) は世界の多くの人々に環境問題を認識させた。1970 年代半ばにはカナダ政府によりカナディアン・ハイウエー周辺にエコゾーンが設けられている。一方で、前世紀の 1892 年にはアメリカにおいて、既にミューラーにより野生保護を目的として「シエラ・クラブ Sierra Club」が設立され、1905 年には鳥類保護を目的とした「オーデュボン協会 The National Association of Audubon Societies」が設立、又、自然の科学調査と保護を目的とし NGO の「アースウォッチ Earthwatch」が創設されている。あるいは、1915 年設立のアメリカ生態学協会を母体として 1951 年には、「自然保護委員会 The Nature Conservancy」が設立されている。これらの会員制団体、あるいは非営利団体の存在は既に自然環境へ対する高い意識がある階層の市民に根付いていたことを示している。アメリカでの 1980~90 年代のエコツアーの発生と成長にはこのような社会的環境があったといえる。

1989 年にフロリダ州で、保護と持続可能な開発の手法としてのエコツーリズムを趣旨とした世界最初の会議が開催され、翌年の 1990 年には非営利組織の「国際エコツーリズム協会 (TIES)」が設立された。1990 年代前半にはエコツーリズムの月刊情報雑誌「Eco Traveler」が創刊されている。その当時のエコツアーの具体的な内容は次のようなものである。ネイチャー全般、バードウォッチング、植物とワイルドフラワー、動物サファリ、ホエールウォッチング、写真撮影ツアー、南極大陸クルーズ、ラフティングとカヌー、トレッキングツアーであり、デスティネーションはアメリカ・カナダ国内の国立公園、中南米のコスタリカやガラパゴス、アマゾン河流域、アフリカ、東南アジアの熱帯雨林など世界中に広がった。

エコツーリズムの生成過程に見られるように、そこには次のような大きな流れが考えられる。アメリカでは伝統のある環境保全団体の社会基盤がある中で、ネイチャーツアーやアドベ



図表 3 米国におけるエコツーリズムの形成



図表 4 わが国におけるエコツーリズムの形成

ンチャーツアーへのニッチマーケットがエコツーリズムの素地として早くから発展していた。さらに、エコツーリズムの理念が導入されたことにより、それらは旅行マーケットに定着をした。同時に、開発途上国の観光開発がエコツーリズムの手法によって進められた。

一方、わが国の場合、海外旅行の自由化（1964年）後の旅行者数が飛躍的に増加する1970年代、80年代を経て、団体旅行から個人旅行へシフトする流れのなかでニッチマーケットの秘境ツアーなどを取り扱う専門旅行社が設立された。しかしながら、1992年に日本はようやく世界遺産条約に加入し、白神山地と屋久島が、又、その後知床半島が世界自然遺産に登録されて環境と観光の調和への国民の意識が高まり、観光地の生態系の持続可能性について論議されることが増えた。新聞紙上にエコツーリズムという用語が出始めたのはこの頃と見てよい。

このように、自然保全への関心と義務、及び地域の再生手段としてのツーリズムの活用によって、新しい旅行形態であるエコツーリズムが形成された。2007年に施行された「エコツーリズム推進法」は、地域住民の主体的な合意形成により、観光を手段として、特定地区の環境保全を実践しようとするものである。ここで事業体となるのは、多くの場合非営利活動団体（NPO）であるが、具体的には住民団体（環境保護団体等）、学識経験者（生態学者が中心）、観光事業者、行政、地方政府機関などにより構成されるコンソーシアムが推進する。自然環境的に優れた地域資源を開発し、保全し、環境学習や観光に利用しようとする地区経営の手法は、これまでまちづくりに適用されてきた歴史的街並み景観保存の「伝統的建造物群保存法」（1975～）、商業地活性化の通称「中心市街地活性化法」（1998～2007）、景観保全の「景観法」（2006～）と共通している。エコツーリズム推進法はそれらと似通った地区経営の手法がとられ、自治体が特定した地区を、国の認定により整備し、住民主体と事業者、行政が一体となって地区経営を行っていくというものである。このようにわが国のエコツーリズムはアメリカと比較すると、その社会的な背景において大きな違いがある。

5. ニューツーリズムの観光アトラクション

1980年代以降の観光を取り巻くダイナミックな環境変化の結果、ツーリズムの概念そのものが拡大、多面化し、社会環境の中に広く浸透をしてきた。ニューツーリズムは環境条件との相互作用に大きく依存し、生態環境の保全、農漁業の維持、文化財建造物の活用、食文化の継承、歴史的景観の保全、それらの教育的利用、まちづくり、地域社会活性化などを目的とした活動の延長にニューツーリズムがあるといえる。「現在、人間の文化のほとんどすべての要因には、ツーリズムの形式となる潜在力がある¹¹⁾。」(Paul Sutton & Joanna House, 2004)と観光の新時代を語る Sutton と House の言葉はニューツーリズムの時代を端的に表現しているといえる。

ニューツーリズムにはそれぞれその分野の特定のテーマがあり、その点だけを捉えれば、マストツーリズムにおいて盛んに実施されてきた団体旅行の一分野である SIT (スペシャル・インタレスト・ツアー：特定の目的を持った旅行) と相似な旅行形態である。しかし、SIT はマストツーリズムの中で旅行会社が商業的に特定テーマに基づいて特定マーケットを組織したものであり、一方、ニューツーリズムはデスクティネーション・サイドで旅行商品化を行うというプロセスの違いがある。このような観光プロセスの違いは、インターネットを利用したマーケット・サイドでの自発的な組織化を促し、より開かれた市場に提供できるという可能性はある。

図表 5 は主要なニューツーリズムの観光資源と観光アトラクションを一覧にしたものである。各ツーリズムのテーマはその地域の個性のある自然環境、伝統産業、文化遺産、食文化などの保全や保存、活用、活性化を目的としている。地域資源の観光アトラクション化と旅行事

図表 5 ニューツーリズムの観光資源と観光アトラクション

| | カテゴリー (テーマ) | 観光資源 | 観光アトラクション |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------|
| 1 | エコ・ツーリズム (環境教育) | 良好な生態系、自然景観、伝統的 生活文化、住民、専門家 | 環境教育プログラム、動植物生態観 察、伝統文化体験 |
| 2 | グリーン・ツーリズム (農村漁村滞在) | 農村漁村、田園景観、良好な田圃 や里山、住民 | 農家滞在、農村景観、農業体験、伝 統的生活体験 |
| 3 | ヘリテージ・ツーリズム (文化遺産、産業遺産) | 文化財、歴史的建造物、町並み景 観、産業遺産 | 文化遺産教育、町並みのレストラ ン、喫茶店、カフェ、みやげ物屋 |
| 4 | ヘルス・ツーリズム (健康・保養・治癒) | 森林、海洋、温泉、ヒーリングス ポット、医療機関 | 健康チェック・増進プログラム、効 果測定 |
| 5 | フード・ツーリズム (食文化・美味体験) | 地方料理、美食、特産物、料理人 | レストラン、料亭、ワイナリー、ご 当地グルメ、農家レストラン、農産 物直売所 |

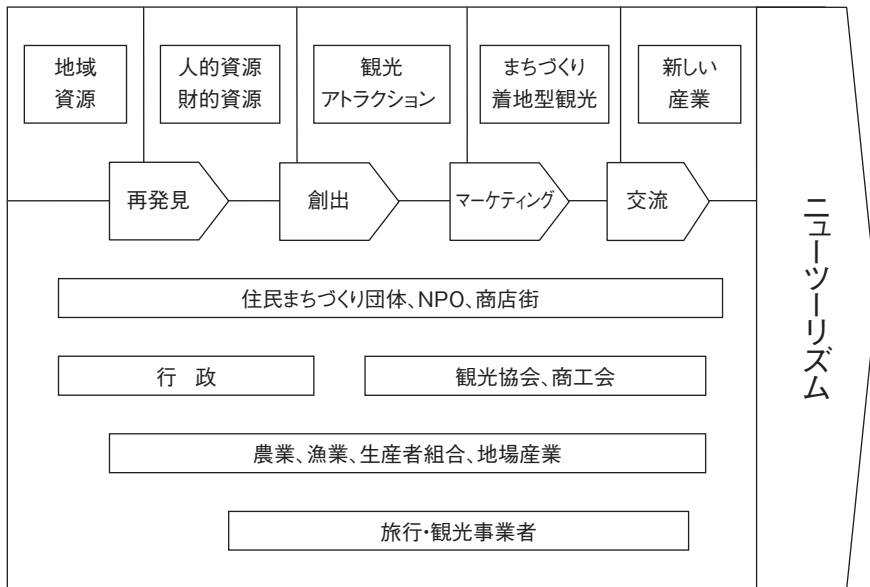
業の展開によって集客を図り、人的・経済的交流を行おうとするものである。ここに挙げられた観光資源の多くは、マストツーリズムの時代には特別な地域資源ではなく、むしろありふれたものであったが、経済成長時代の自然環境の急速な劣化、農業漁業の衰退、地場産業の消滅、伝統的暮らしの変革、車社会による都市構造の変化、食の工業化による味覚の画一化、手づくり文化や伝統文化の消失などにより、日本において希少になりつつあるものである。平凡な資源が環境条件の変化との相互作用により地域資源としての価値を持ち、ニューツーリストの価値観とライフスタイルに合致する新しい観光アトラクションの構成要素となる。

6. ニューツーリズムと地域産業

エコツーリズムをはじめとして、グリーン・ツーリズム、ヘリテージ・ツーリズム、ヘルス・ツーリズム、フード・ツーリズムなどの一連のニューツーリズムには共通する次のような特性が見出される。

- ① 地域の問題解決としてのツーリズムである
- ② 従来の観光地ではない地域が観光に取り組む
- ③ 住民参加のまちづくり活動である
- ④ 専門特化されたテーマ（目的）の着地型ツーリズムである
- ⑤ NPO や地元中小企業、コミュニティ・ビジネスが事業主体である
- ⑥ コミュニティに利益をもたらす事業でなければならない
- ⑦ 持続可能な地域開発である

早期のニューツーリズムの代表的な事例として「まちあるき観光」が挙げられる。長浜市、小布施町や内子町などの成功した事例は、いずれも 1980 年代に歴史的町並み景観を核とした住民のまちづくり活動を経て、1990 年代に観光客が増加したニューツーリズムといえる。これらの町は歴史的町並み景観、歴史文化遺産、特産物、伝統行事などの観光資源をベースに、市民・町民が独自の観光アトラクションの創出と観光戦略により交流人口の拡大に成功し、観光を町の主要な産業として現在も持続させている。長浜市はまちづくり会社によるガラス工芸の工房を中心とした黒壁スクウェアの事業展開、小布施町は北斎美術館と醸造所を核とした修景事業、又、内子町は伝統的建造物群保存地区と復元された内子座を中心にした町並みを観光アトラクションとすることに成功した。このような住民主体のまちづくりにより観光地となった手法はその後、観光まちづくりと呼ばれた。そのような観光地形成のルーツを辿るなら



図表 6 ニューツーリズムのプロセス・モデル

ば、住民参加のまちづくり運動にある¹²⁾。それらの事例からは観光アトラクションの創造を経て、まちづくりや着地型観光により交流人口を拡大し、新しい産業振興へと結びつく図表 6 のようなプロセス・モデルが導かれる。上段に観光プロセス要素、中段に活動フロー、下段に担い手が図式される。

地域の観光資源を住民が発掘し、まちづくりの担い手たち（人的資源）がその観光資源から、観光アトラクションを創出する。創出された観光アトラクションは商品化され、流通と販売の観光戦略により市場に出される。このプロセスにおいては雇用の創出がなされねばならない。しかしながら、その現状は例えば、エコ・ツーリズムのインタープリター業や旅行業、グリーン・ツーリズムの民宿業、体験インストラクター、農産物加工業、販売業、飲食業、ヘリテージ・ツーリズムの教育産業、インタープリター、ヘルス・ツーリズムの医療産業、健康産業、フード・ツーリズムの飲食業、食品加工産業などであり、いずれも小規模事業である。これらの小規模事業の価値連鎖が伝統産業を巻き込み、新しい地域産業を形成することが期待される。価値連鎖と対角的な連携により規模の拡大、あるいは地域的にまとまりのある産業として成立できる可能性が追求されるであろう。

7. む す び

本論文では、ニューツーリズムをオールドツーリズムとの対比、観光産業の経営革新、そし

で地域における観光によるまちづくりという3つの視点から概観した。ニューツーリズムが地域の観光産業となるには、住民の自立的なまちづくりの推進と観光による地場産業の再生、及び観光産業におけるイノベーションが欠かせないであろうことが分かる。一方で、ニューツーリズム産業には観光機能の社会的拡大により逆に「非産業化」の要素が含まれている。例えば、かつて旅行産業は情報産業である、といわれてきたが、情報通信革命により「情報の流通」はインターネットという社会インフラに組み込まれた。その結果、個人による大量の情報入手と発信がグローバルな規模で容易になり、旅行産業の主要な部分が非産業化しつつある。又、デスティネーションへの移動手段においてもマイカーでの移動は、サービスエリアやガソリン消費への経済波及効果があるとはいえ、高速道路の無料化が実現すれば観光産業全体から見れば非産業化の一端を担うことになる。あるいは、まち歩き観光やエコツアーでのNPOやボランティア団体による観光案内サービスやインタープリターの供与も又、観光の部分的な非産業化と呼ぶことができる。観光におけるこのような非産業化要素の拡大は、観光システムそのものの拡大に呼応しているともいえる。Leiperの描いた観光のフレームワークを形成する環境条件のダイナミックな変動は、マスツーリズムをつくり出した経済成長期の社会からの変革を必然的に導くであろう。グローバリゼーションへの反動としてのローカリティ（地域色）への尊重が重んじられ、我々の生活の質への向上が求められている。モノの豊かさよりも心の豊かさを希求してきたはずの1970～90年代は結局、内面的な豊かさの創出には乏しく、消費生活に満たされているという飽和感を手に入れたにすぎないのではなかったろうか。消費生活を越えたところでの、より社会的なライフスタイルや価値観の変化が今、観光においても求められている。

Poonのニューツーリズムは一貫して価値連鎖と対角統合をキーワードとしているが、観光における旅行者とデスティネーション双方にとっての価値を今一度問い直し、そこから生まれる価値連鎖と地場産業の創出が新しい地域の観光産業へと結びつくであろう。

(了)

注

- 1) C. Cooper (ed.) *Progres in tourism, Recreation and Hospitality Management* 1, pp.91～102, London Belhaven
- 2) 北川宗忠編著「観光事業論」(ミネルヴァ書房、2001) p3～p4
- 3) N. Leiper: *The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry* – Original: *Annals of Tourism Research* 6(4) (1979): 390–407

観光システムとは、観光現象を全体論的に捉えうる基本的フレームワークとその中に含まれる要素の全体を指すものである、といえる。Leiperは観光事象を地理的要素、旅行者要素、産業的要素の3つの要素と環境フレームワークから構成されるものとし、観光システム論をなした。

この観光システムにより、観光現象を静態的、動態的に把握することが可能となる。

- 4) A. Poon 「Tourism, Technology and Competitive Strategies」 p 4, 1997, CAB International
- 5) 同上 : p 59
- 6) 同上 : p 60
- 7) 同上 : p 47
- 8) 同上 : p 47
- 9) 同上 : p 22
- 10) James Higham : Critical issues in Ecotourism (2007)
- 11) The New Age of Tourism : Postmodern Tourism for Postmodern People? 2004, [http : //www.arasite.org/pspage 2.htm](http://www.arasite.org/pspage2.htm)
- 12) 尾家建生・金井萬造編著「これでわかる！着地型観光」p 11、(2008、学芸出版社)