

入選論文集

第9回 観光に関する学術研究論文

観光振興や観光交流に対する提言



目次

ご挨拶

第9回観光に関する学術研究論文の審査を終えて

第9回観光に関する学術研究論文入賞者

一席入選論文（全文）

近代期における和歌山市の観光都市化の過程とその背景 1
---------------------------	---------

二席入選論文（全文）

観光振興のための財源の確保方策について 15
---------------------	----------

「ヘルスツーリズム（Health Tourism）」の理論と実際 韓国と日本の事例分析 32
--	----------

奨励賞入選論文（要約）

いわゆる「コンベンション・ツーリズム」再考 観光目的地再活性化のツールとしての会議観光 50
--	----------

観光地におけるリスクマネジメントに関する研究 関西SARS騒動を題材に 52
--	----------

観光振興からみた観光協会の課題 京都府域内での調査研究から 54
----------------------------------	----------

「観光白書」で見る海外宣伝施策の変遷 56
--------------------	----------

ご 挨拶

財団法人 アジア太平洋観光交流センター
理事長 柚木 治憲

当財団は、世界観光機関（WTO）アジア太平洋事務所の活動支援及び我が国とアジア太平洋地域の観光交流促進、観光振興に関わる各種の事業を展開してきています。

この「観光に関する学術研究論文」募集事業は、観光に関わる学術振興事業として、当財団事業の重要な柱のひとつに位置付けており、今回で9回目を迎えました。

今年の応募論文は36点と過去最高となり、内容的にもレベルの高い力作が寄せられました。そして、アジアの方々を含め20代から60代まで、また大学生、大学院生から教育者、社会人まで幅広い年代層・分野の方々から応募を得ることができました。

更に、テーマも国家戦略として観光立国を目指した様々な施策が展開されている状況等を反映して、インバウンドツーリズムや観光振興のための体制・財源の確保、観光まちづくり、ヘルスツーリズム、コンベンションツーリズム、リスクマネジメント、途上国の観光開発の研究など幅広いものとなりました。

最近のテロ事件の多発やイラク戦争、更にSARSの発生により国際観光は、深刻な影響を受けましたが、その後、観光需要も徐々に回復してきています。こういったテロ事件の防止やその温床となる貧困問題の解決のためにも国際間の相互理解の増進に向けて国際観光の果たす役割への期待はますます大きくなっています。また、国内的にも自然や文化遺産の保全と調和のとれた持続可能な観光開発の推進、住民参加型観光交流など、観光は経済活性化、地域振興の面からますます重要視されています。

観光学は学問としては未だ発展途上であり、その分野は多岐に亘っていますが、当財団の「観光に関する学術研究論文」募集事業が、観光学の構築と今後の発展の一助となり、また、平和産業である観光産業の振興に貢献できることを強く願っています。

今回入賞されたの方々には心からお祝い申し上げます。また残念ながら入賞を逃されたの方々には、ご多忙の中、力作をお寄せいただきましたことに深く感謝申し上げますとともに、次の機会に再びご応募いただきますことを期待しています。

最後になりましたが、本事業をご支援頂いている日本財団及び当財団賛助会員の皆様方に厚くお礼申し上げます。

第9回観光に関する学術研究論文の審査を終えて

審査委員長

白幡 洋三郎

今回の観光に関する学術研究論文募集には、36編の論文が寄せられた。昨年を10編上回る過去最高の応募数になり、たいへん喜ばしいと感じると同時に、審査する側として多数の論文を読む必要から嬉しい悲鳴を上げることとなった。応募総数の増加が質の低下を招くことはありがちであるが、逆に論文全体の質は高くなったというのが審査委員一同の正直な感想であった。論文のテーマ、対象地域、分析の手法のいずれをとっても、例年になく大きな広がりが見られ、観光学は着実に前進を続けているとの思いを抱いた。

一昨年、昨年と同じく、群を抜く独創的な論文は見当たらなかったが、力作が並び、入賞のハードルは格段に高くなった。二席以上と評価を受けた論文3編のうちから一席を選ぶ議論はかなり長時間にわたり、最終的には欠点が少なく最もまとまりのあるものという基準をもとに、一席が決まった。

一席に選ばれた神田論文は、近代における和歌山市の観光都市化をめぐる歴史過程を分析したものである。大都市に近く、工業化の進んだ地方都市は、都市とリゾートといった単純な「中心一周縁」の対比で観光的自己イメージをつくりあげにくい。では大阪からの観光客にとって容易には魅力ある場所になりにくい和歌山市において、いかなる観光都市化が試みられたのかという問題意識をもとに、明治末期から昭和戦前期までを描いている。臨海部における自然景勝地（和歌浦）の顕示と遊興地（新和歌浦遊園）開発、都市部の歴史的風土評価と都市美運動の動向など多様な観光地化の試みを考察することで今日的課題にも示唆を与えるものであり、論文完成度において優れていると評価された。

二席に選ばれた富永論文は、観光振興のために政府が果たすべき役割を「財源の確保」と明確に位置づけ、米国をモデルとして日本においてとるべき施策の提言を行っている。観光振興策にとって特定財源が必要であり、そのため観光関連税の目的税化の手法が有効であるとの提言をはじめ、具体的かつ簡潔な四つの指摘により論文の主張が鮮明で、強い印象を与えた。目的・提言は明確だが、分析にいま一步の踏み込みをとの注文があった。

同じく二席に選ばれた姜論文は、「健康回復・増進を主たる目的とする観光」を「ヘルスツーリズム」と定義し、その意義とともに振興の方策を考察しようとしたものである。結論と提言に具体性が欠けるとの指摘があったが、韓国と日本における観光行動の中から、冷泉、温泉旅行や漢

方治療、人間ドック検診などと結びつけた観光旅行の事例を取り出し、その動機分析から今後の発展の可能性を読みとろうとした意欲が評価された。

奨励賞には、我が国の誇る温泉地を会議観光＝コンベンション・ツーリズムと結びつける試案を示した中澤論文、本年初夏に起こった関西におけるSARS騒動を調査し、観光においてまた観光地が求められる危機管理・リスクマネジメントへの具体的な提言を試みた阿藤（代表者）グループ論文、全国各地に見られる観光協会が抱える課題と存在意義を京都府を例に探った福本論文、観光白書を分析して、外客誘致のための海外宣伝策の変遷をたどり、その問題点を解明しようとした岡本論文、以上四編が選ばれた。

残念ながら受賞には至らなかったが、食文化を基調にした沖縄観光の可能性を論じたもの、修学旅行がその後の旅行行動にどのような影響を持つかという、意識されてはいるがこれまで手がつけられていなかったテーマに挑戦したもの、歴史やコミュニティに特色ある地域を、東京の下町を例に「ゾーン観光」として提案したもの、観光サービスにおける人材育成をテーマパークを例にして考察したものなど、意欲的な作品が目白押しの印象が残った。最後に観光業に携わる実務家、主婦など、論文作成環境には恵まれていない応募者による水準の高い論文が見られたことを今年の最大の収穫として強調しておきたい。

審 査 委 員 名 簿

	氏 名	役 職
審査委員長	白 幡 洋三郎	国際日本文化研究センター教授
審査委員	橋 爪 紳 也	大阪市立大学大学院助教授（文学研究科）
同	橋 本 俊 哉	立教大学教授（観光学部）
同	新 納 克 廣	奈良県立大学助教授（地域創造学部）
同	舟 橋 哲	杏林大学助教授（社会科学部・総合政策学部）
同	甲 斐 正 彰	国土交通省総合政策局観光部国際観光推進課長
同	新 井 佼 一	国際観光振興機構理事
同	柚 木 治 憲	（財）アジア太平洋観光交流センター理事長

（順不同・敬称略）

第9回観光に関する学術研究論文入賞者

- 一 席 **近代期における和歌山市の観光都市化の過程とその背景**
かん だ こう じ
神 田 孝 治 大阪市立大学大学院文学研究科後期博士課程3年
- 二 席 **観光振興のための財源の確保方策について**
とみ なが こう きち
富 永 浩 吉 大阪市財政局 契約監理部運営課
- 二 席 **「ヘルスツーリズム（Health Tourism）」の理論と実際
韓国と日本の事例分析**
かん す ぎょん
姜 淑 瑛 立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程3年次
- 奨励賞 **いわゆる「コンベンション・ツーリズム」再考
観光目的地再活性化のツールとしての会議観光**
なか ざわ たかし
中 澤 高 Msc in Tourism Planning and Development, School of Management, University of Surrey, England
- 奨励賞 **観光地におけるリスクマネジメントに関する研究
関西SARS騒動を題材に**
あ どう ゆ か こ
阿 藤 夕可子他 京都嵯峨芸術大学 芸術学部観光デザイン学科3回生
- 奨励賞 **観光振興からみた観光協会の課題
京都府域内での調査研究から**
ふく もと けん た
福 本 賢 太 ジェイティービー団体旅行京都支店
- 奨励賞 **「観光白書」で見る海外宣伝施策の変遷**
おか もと たけ ひろ
岡 本 岳 大 慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科修士1年

一 席

近代期における和歌山市の観光都市化の過程とその背景



神田 孝治

はじめに

「城下町である和歌山市は伝説の町、寺院の町、と共に風光の美しさを加えて観光の都市でもある。」¹⁾。和歌山市在住の文化人であった喜多村進は、1936（昭和11）年発行の雑誌『大大阪』に「都市の横顔 和歌山」と題した記事を寄稿し、そこで観光都市としての和歌山の姿を指摘していた。また彼は、1939（昭和14）年に和歌山市役所が発行した観光案内『わかやま』の文章部分を担当し、そこで「私達は先ず大阪よりの旅客を導かねばならぬ」と、大阪からの観光客を誘致することも提唱していた²⁾。この『わかやま』巻末の交通案内をみると、1903（明治36）年に難波駅から和歌山市駅まで開通した南海鉄道の特急を使えば55分、1930（昭和5）年に天王寺駅から東和歌山駅まで開通した阪和鉄道の超特急を使えば45分で、大阪から和歌山市に到着することが記されている。このような

近代期の交通網整備による大阪との時間距離の短縮が、喜多村が指摘するような大阪からの観光客を想定した和歌山市の観光都市としての可能性を生じさせていたと考えられる。

ただし、地方都市の和歌山市は、そもそも観光地として空間形成されたわけではない。筆者は拙稿で、大阪からの観光客を想定して戦前期に開発された和歌山県南部に位置する白浜温泉が、東洋のマンチェスターと呼ばれていた煙の都の大阪とは対照的な白さのイメージや、西洋や南国といった異国のイメージといった大阪とは異なる他所のイメージを投影することによって、魅力的な観光空間として開発されたことを論じた³⁾。ところが、和歌山市の場合、日露戦争以後メンネル・紡績業が発達し、まさに工業都市としての相貌を呈しており、1934（昭和9）年発行の観光案内『旅は紀州路』⁴⁾において「現在では南海における煙の都」になっていると表現されたよ

1) 喜多村進「都市の横顔 和歌山」, 大大阪 12(9), 1936, 52 - 57頁。

2) 堀井正一編『わかやま』和歌山市役所, 1939。

3) (1) 神田孝治「境の空間を創造すること 戦前期における南紀白浜温泉の形成過程を事例として」(アジア太平洋観光交流センター編『第6回 観光に関する学術研究論文 入選論文集』(財)アジア太平洋観光交流センター, 2000) 37 - 52頁。(2) 神田孝治「南紀白浜温泉の形成過程と他所イメージの関係性 近代期における観光空間の生産についての省察」, 人文地理 53, 2001, 24 - 45頁。

4) 和歌山県統計協会編『旅は紀州路』和歌山県統計協会, 1934。

うに、大阪と相違なき心象や景観を特徴としていた。喜多村も、「今日の和歌山市は、既に綿糸、綿ネル、メリヤス、染色、指物等の工業都市として知られる外、亦重工業の都市として飛躍の一途上にあることは確かである」⁵⁾と、その状況を表現している。

このように、工業化の進んでいた地方都市の和歌山市においては、都市とリゾートの対比にみられるような単純な中心 周縁の関係は生じにくく、容易には大阪からの観光客にとっての魅力ある場所とはなりえなかったと考えられる。また近代リゾートの特徴として、観光客の欲望が投影された非日常性ばかりでなく、観光客の欲求を充足させる都市的な日常性も備えた両義的空間であることが挙げられるが⁶⁾、工業都市としての和歌山市の近代的空間は、リゾートにみられる快適な近代的空間とは必ずしも同じではない。そこで本稿では、近代期における地方都市の観光地化の特徴を探求すべく、一事例として近代期における和歌山市の観光都市化に注目し、その過程と背景について考察することにしたい。

また喜多村は、「観光の中心は何といても城が中心となり、和歌浦が焦点となることと思ふ。」⁷⁾と、和歌山市における2つの観光の焦点を指摘している。観光案内『わかやま』

に掲載された観光コースも、その第一は和歌山城 和歌山公園 岡公園 紀三井寺 和歌浦 新和歌浦 京橋・元寺町付近を順にめぐる「和歌浦・紀三井寺遊覧」で、その焦点は図1中央左の和歌山市中枢部（和歌山城・和歌山公園・岡公園・京橋・元寺町）と図1下の臨海部（和歌の浦・新和歌の浦・紀三井寺）の2ヶ所となっている。観光コースの第二番目に挙げられた「和歌浦・双子島遊覧」も、紀三井寺が「双子島めぐり」に変更になるのみで、この特徴は変わることがない。そこで本稿では、和歌浦を中心とする臨海部と、和歌山城を中心とする市中枢部に特に焦点をあて、近代和歌山市の観光都市化の過程とその背景を検討することにする⁸⁾。

和歌山市臨海部の観光開発の過程

1 和歌浦と交通機関の発達及び市域の拡張

和歌山市の観光都市化の端緒には、1909（明治42）年1月に和歌山水力電気会社が西汀町の県庁前から和歌浦まで市電を開通させたことがあった（図1参照）。この市電の開通によって、古くからの名所である和歌浦と大阪が鉄道によって接続されることになり、和歌浦はまさに大阪からの観光客にとっての観光空間に包含されることになったのである。こ

5) 前掲2) 8頁。

6) 神田孝治「観光空間文化 観光研究の空間/文化的転回へ向けて」(橋爪紳也・田中貴子編『ツーリズムの文化研究』京都精華大学創造研究所ライブラリー 2001) 27 - 70頁。

7) 前掲1)。

8) 本稿で取り上げる事実については、既に拙稿(神田孝治「近代大阪のトポグラフィ」¹³⁾ 観光都市としての和歌山」大阪春秋112 2003, 132 - 139頁。)で特に臨海部の動向についてその多くを紹介している。そこで本稿においては、先述の拙稿で紹介した内容を観光都市化の過程と背景に着目してより詳細に検討すると同時に、和歌山市中枢部の動向については郷土概念に関わる問題などの新しい事実を提示することで、近代期における和歌山市の観光都市化の背景をより多角的に捉えることに重点を置くことにした。

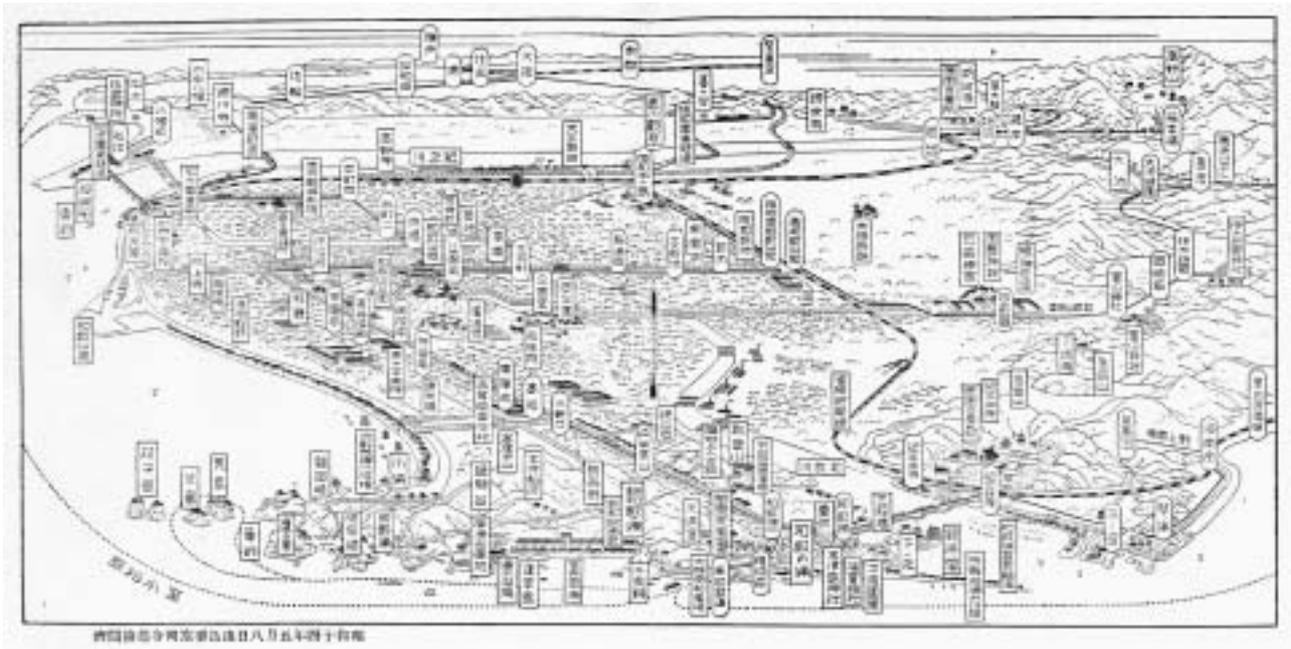


図1 「観光の和歌山案内図」

(所収：堀井正一編『わかやま』，和歌山市役所，1939。)

れは、和歌山市近郊に発展の可能性を有した観光地が出現する事を意味し、この頃から「和歌山市を工業地などといふ奴は頭の古い人間...将来の和歌山は観光のお客を惹いて遊ばせるのが一番利口な策」(『紀伊毎日新聞』明治42年2月20日)などと、工業による都市発展の限界が意識されるなかで、観光に注目した和歌山市発展の方向性が語られるようになっていた。

この和歌山市の観光都市化への注目には、1924(大正13)年の和歌山市域への都市計画法の適用も重要な契機となった。当時、和歌山市においては予想される市街の膨張に備え、隣接町村を市域に編入して「グレート和歌山市」を建設しようとする動きがあり、1918(大正7)年に市区改正調査委員会を設置して市内道路や隣接町村の調査に着手し、1924

(大正13)年の都市計画法には和歌山市のみならず近隣町村も計画区域に組み込んでいた⁹⁾。そのため和歌浦は当時の行政区間としては和歌山市域外の和歌浦町であったが、この都市計画法によって和歌山市の都市政策と密接に関係を持つようになっていた。こうしてこの頃には、「和歌山市は将来は変態的の都市たるを免れぬ即ち一面和歌浦を中心とする遊覧都市であり且工業に基礎を有する都市でなくてはならぬ」(『和歌山新報』大正14年5月7日)などと、工業都市と同時に遊覧都市たる必要性が提起されるようになっていた。さらに、1933(昭和8)年に和歌浦が和歌山市に編入される頃には、「観光と産業都市和歌山市」たるための都市計画区画の必要性が叫ばれるようになっていた(『大阪毎日新聞和歌山版』昭和9年12月9日)。すなわち、観光地の和歌浦

9) 和歌山市史編纂委員会編『和歌山市史 第3巻 近現代』，和歌山市，1990。

が和歌山市域へと包含されるに従い、和歌山市のあり方の重要な方向性として観光都市化がはっきりと意識されるようになったのである。

実際、先の市電の開通は、和歌浦への観光客数を増大させ、また観光客の目的・階層の変化をもたらしていたことが確認される。1893（明治26）年に和歌浦の名所旧跡を尋ねる参詣人は年間約4万5千人で、療養地としての片男波の海水浴場も注目されはじめていたとされる¹⁰⁾（以下、和歌浦の名所の位置については図1参照）。しかしながら、市電が開通すると、参詣客や療養客といった客層に避暑避暑客が加わり、また海水浴の目的も療養からレジャーへと変化するなかで、日露戦争時には1日に数百人程度であった海水浴客が1日に2万人に達する日もあるほど観光客数は増加していた¹¹⁾。そして、「和歌の浦は電車開通後御申越の如く大阪地方より行くもの著しく増加仕候」（『和歌山新報』明治42年6月19日）といわれたように、この増加の主因となっていたのは大阪からの観光客であったとされる。

さらに、これら増大する観光客を想定した近代的な観光開発の動きが和歌浦で生じたことも確認することができる。和歌浦の観光開発に関心を示していた南海鉄道の大塚惟明専務は、大阪からの観光客の和歌浦への不平として「和歌浦の没趣味なること」、「諸機関等

整備せざること」、「芦辺屋その他当地旅館不行届なること」を伝え、これらの改善を求めている（『和歌山新報』明治42年6月19日）。そして、このような大阪からの観光客の要求に応えるために、まず1909（明治42）年に広田善八をはじめとする和歌山市内や和歌浦の有力者が発起人となり、「和歌浦東照宮前御手洗池を利用して同所に水族館及び海水浴場、釣魚、ウォーターシュート噴水器其他の遊技場を建設し和歌浦観光客の足を駐め和歌浦開発の一端に供せん」（『紀伊毎日新聞』明治42年3月24日）とする南海遊園株式会社の設立が企図された。さらに1910（明治43）年には、^{てんく}奠供山の麓の望海樓旅館が「東洋一と呼ばれた屋外エレベーターを建設」して「一般遊覧客が自由に登観し得るよう設備し待遇上般行届き観光客をして驚かしめた」¹²⁾とされる（図2）。これらはまさに大阪の和歌浦に対する不満の一つである「諸機関等整備せざること」を解消しうる計画や事業であったといえる。

しかしながら、南海遊園の事業は和歌浦の風致を害するという理由で県に認可されず¹³⁾、望海樓の屋外エレベーターは1916（大正5）年に取り壊されている。このエレベーターについては、これに対する賞讃の声の一方で、奠供山は「聖武、称徳、桓武三帝の御臨幸」ある「我国希有の霊場」であるためそれは「我歴代の天皇の御遺志に背反する大不敬罪に

10) 高嶋雅明「和歌浦開発と和歌浦土地株式会社 若干の資料紹介と覚え書」紀州経済史文化史研究所紀要10,1990, 25 - 40頁。

11) 重松正史「郊外開発論争と市政 1910年前後の和歌山市」,日本史研究359,1992,1 - 30頁。

12) 浜口彌編『新和歌浦と和歌浦』枇榔助彌生堂,1919。

13) 高嶋雅明「近代の開発と和歌浦」和歌山地方史研究17,1989。



図2 真供山と望海樓の屋外エレベーター

して、極悪事たるなり」などと批判が絶えなかったことが確認される¹⁴⁾。このように天皇にまつわる言説を持ち出さずとも、例えば夏目漱石の『行人』の主人公がこのエレベーターについて、「所にも似ず無風流な装置には違いないが、浅草にもまだない新しさが、昨日から自分の注意を惹いてみた」と表現したように¹⁵⁾、その新奇さへの関心と歴史ある和歌浦との不釣り合いといった、相反する感情を観光客に与えてしまいがちであった。すなわち、万葉からの名所としての歴史、さらには皇室の歴史も喚起する和歌浦においては、エ

レベーターや遊園地といった近代的な観光施設は、その存在が困難な状況があったのである。

2 新和歌浦と近代的観光開発

近代的な観光開発は、和歌浦において頓挫する一方で、その西側の新和歌浦では着実に進展していた。1910（明治43）年に、伊都郡出身の森田庄兵衛が新和歌浦の開発に着手し、1911（明治44）年には第一トンネルを掘削して新和歌浦遊園を完成させている。1913（大正2）年には市内電車も和歌浦口から新和歌浦まで開通し、1912（明治45）年に南海鉄道と共に和歌浦遊園を計画した事のある和歌山水力電気は、1917（大正6）年9月には新和歌浦を遊園地化する計画を発表している。同年10月には、森田庄兵衛が中心となり資本金50万円で新和歌浦土地株式会社が設立されており、この頃には観光開発の焦点が新和歌浦へと完全に移行していたことがうかがわれる。

1924（大正13）年に森田が死去した後は、1926（大正15）年12月に和歌山市を郷里とする谷井恭吉が社長を務める南海遊園が資本金100万円で設立され、新和歌浦の開発を引き継いでいる。同社の計画は、「京阪神地方民をひきつけるため宝塚、香櫨園の如き一大遊園地」を創設する事を目的としたもので、「民衆娯楽施設として小劇場・水族館・大浴場」の建設を第一に掲げ、さらに「土地建物売買賃借其

14) 前掲11)。重松は、当時の和歌山市会の党派間の政治的対立とそれを支える支持基盤の関係性が、和歌浦の近代的開発に対する相反する言説を生み出す要因であったことを指摘している。

15) 夏目漱石『行人』講談社、1977。



図3 海岸沿いの新和歌浦の旅館群

利用、旅館料理業、水陸運輸業の経営等」を行うとしていた（『紀伊毎日新聞』大正14年10月28日）。その後「旅館、料亭、^(しお)鹽湯、食堂、海水浴場、土産物屋店等新時代的総ての施設が完備して居る」¹⁶⁾とする遊覧施設の「南海遊園」が建造された親和歌浦は（図1左下）、「諸機関等整備せざること」という大阪からの観光客の不満に応えうる観光地となっていたと考えられる。

また、図1の南海遊園の東側、新和歌浦の海岸沿いには多くの大規模な旅館が建築されていたことが確認される（図3）。これらの旅館の中心には「望海樓」があり、それは1910（明治43）年に和歌浦の奠供山に屋外エレベーターを建設したあの望海樓旅館が移転したものであった。森田庄兵衛の新和歌浦開発が始まってすぐの1911（明治44）年冬に支店として建設されたこの旅館は、「瀟洒なる日本建と

四層の西洋式建築」で「宴会用大広間及多数の貴賓室等建並べ遊技用玉突場海に遊覧船陸に自動車及び運動場等の設備」があり、「新和歌浦の一名物として貴賓紳士の投宿するもの少なくない」と紹介されていた¹⁷⁾。また1919（大正8）年の望海樓の案内文を見ると、既に和歌浦の望海樓は廃業し、新和歌浦の望海樓が本店になっていることも確認される¹⁸⁾。和歌浦で賛美両論を浴びたエレベーターを1916（大正5）年に取り壊した望海樓は、かつて和歌浦で認可されなかった南海遊園と同名の遊覧施設が新和歌浦で実現されたように、和歌浦ではなく新和歌浦で近代的な旅館建設を果たしたのである。また1925（大正14）年には、和歌浦の老舗旅館である芦辺屋も廃業してしまっている。「芦辺屋その他当地旅館不行届なること」に対する大阪人の不満を伝えた先の南海鉄道の大塚は、「今後の和歌浦は三十三札

16) 吉田初三郎『新和歌浦 名所交通鳥瞰図』観光社、1927。

17) 前掲12)。

18) また、この段階では既に新和歌浦に支店も創出している。

所的道者は日に減退しやり方一つでは続々上流人士を招く事」ができる」と指摘し、「和歌浦旅館に道者的によらず寧ろ京都鴨川木屋町の旅館たるを要す」と述べていた（『和歌山新報』明治42年6月19日）。大阪人が求める旅館は新和歌浦において実現され、芦辺屋廃業に象徴されるように、対応が遅れた和歌浦は次第に廃れていったのである。

それでは、大阪人からの批判の残りの一つ、「和歌浦の没趣味なること」についてはどうであろうか。ここでの「没趣味なること」という意味について大塚は、「同処は一言にていえば裸体と評すべきか、不老橋を渡りて海岸一帯には殆ど樹木無之斯くして極めて無趣味にして遊人の失望するも無理からぬ事と存候」と、その自然の風景美の貧困さを指摘していた（『和歌山新報』明治42年6月19日）。この点について和歌山市の観光案内を著した先の喜多村は「和歌浦打診」と題したエッセイに

において「風景にvarietyなくとも人の心に変化がある。まして自然の姿にも変化があつた。鶴の鳴き渡る眺めも無ければ、逝く春に追ひついたと感傷的にもなれなくなつた」¹⁹⁾と、大塚と類似の指摘をしている。その一方で、新和歌浦については「海に面した旅館の一室が得られたら、そこに寝ころがって、海の風景を眺めるのは之また無上によい。」と記し、新和歌浦の旅館から眺める海景美のすばらしさを論じている（図4）。また「景觀を荒らす者は誰ぞ」と題したエッセイでは、「新和歌浦の眺望が、海岸寄りに櫛比された旅館、料理屋によつて独占され、その旅亭の間などに席を占めなければ、ほしいままなる眺望のできないことは、我等無産者にとつて、癩に障ることである。」と批判してもいる²⁰⁾。まさに新和歌浦の海岸に林立する近代旅館群は、自然の美を鑑賞しようとする大阪からの旅行客の欲望の反映だったといえるだろう。



図4 新和歌浦の旅館からの海景

19) 喜多村進『紀州萬華鏡』津田源兵衛書店、1936。

20) 前掲19) 126 - 132頁。

このように、遊覧施設、快適な近代旅館、美しい自然風景といった大阪からの観光客が求める要素を備えた新和歌浦は、1932（昭和7年）には「年々百万以上の遊覧客を吸引している新和歌浦」（『大阪朝日新聞和歌山版』昭和7年2月27日）といわれるまでになっていた。新和歌浦は、大阪からの観光客のための観光地として創造され、実際に多数の観光客を集めていたのであり、それ故に観光都市としての和歌山市の焦点となっていたと考えられる。

和歌山市中枢部と都市美運動の動向

1 和歌山城と都市美運動の推進

もう一つの観光の焦点とされた和歌山城は（図5）、紀州藩時代の和歌山の伝統を象徴する建造物として、近代期に発行された和歌山市の観光案内の多くで第一に紹介されていたことが確認される。ただ管見の限りにおいては、工業都市たる和歌山市の中心部に位置していた和歌山城は、和歌浦や新和歌浦のよう

に和歌山市の観光都市化を牽引する観光地であった痕跡を確認することはできない。むしろ和歌山城は、和歌浦及び新和歌浦の観光地としての発達に伴う和歌山市の観光都市化のなかで、その価値が再発見されたのだと考えられる。このことは、『わかやま』において第一に紹介された和歌山城界隈を含む観光コース（和歌山城 和歌山公園 岡公園 紀三井寺 和歌浦 新和歌浦 京橋・元寺町付近）が、「和歌浦・紀三井寺遊覧」と題されていたこと、実際の移動を考えると和歌山城界隈は市電を使って和歌浦方面に行くためのちょうど起点となる場所に位置していたこと、からも推察される（図6）。多くの観光案内に紹介されていた和歌山市の花街について考えても、この観光案内のコースでは、江戸時代から存在し和歌山市で最も規模が大きかった東廊へは行くことが出来ず、明治時代に入ってから形成された和歌山城近くの番廓と呼ばれる花街に行くことになるのであり（最後の京橋・元寺町付近）、ここからも和歌浦方面への道程



図5 和歌山城

（所収：浜口彌編『新和歌浦と和歌浦』，枇榔助彌生堂，1919。）

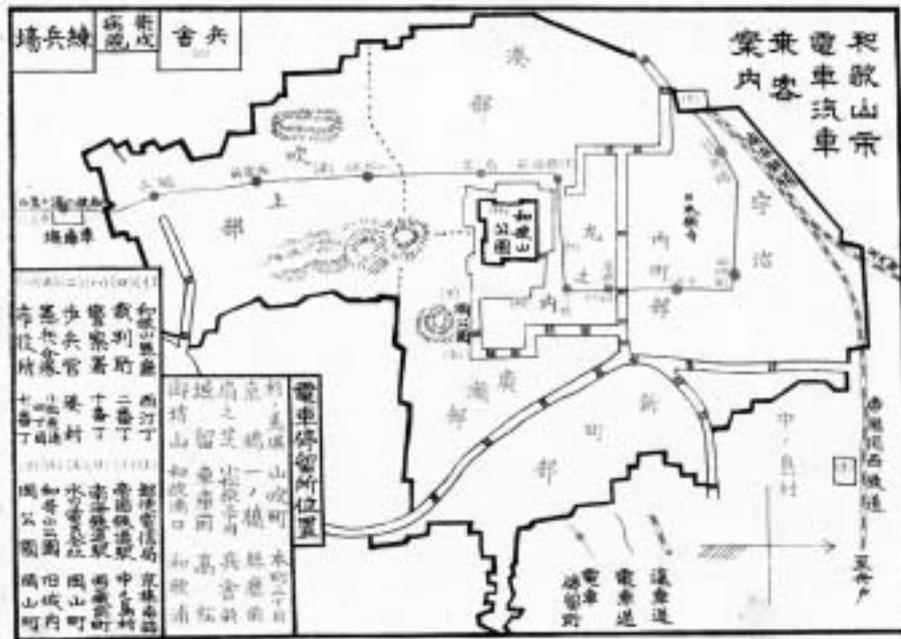


図6 和歌山市内電車経路

(所収：塩崎毛兵衛編『和歌浦名所図』，塩崎保太郎，1909。)

との関係が重要であったことがわかる。

他方、市街地に位置する和歌山城が観光地の焦点一つとして注目を集めることは、観光都市化の議論に新しい展開をもたらすきっかけになっていたことも確認される。喜多村進は、「和歌山市景観の吟味」と題したエッセイで、以下のように論じている。

晴れた明るい空、三方を取囲む山々、それから紀の川の流れと、和歌浦、雑賀崎あたりの海岸美を有する我和歌山市は、その環境に於ては断然恵まれてあると言つてよい。それ故にワカヤマといふことのみで、旅人には一つの魅力を感じしめる。勿論この自然の素晴らしい美観と共に、古代歌枕になつた吹上の濱以来、徳川時代に於ける五十五萬石の城下たる伝統が、旅情に強い印象を與へてゐるのは言ふまでもないことである。

そこで、旅人が、まづ大阪を経て南海電車に身を托し、和泉の海岸を馳つて、和歌山市駅に下車したとする。その旅人を捉へて、第一印象

を語らしめるがよい。

恐らく彼等の凡ては、駅前から仰がれる竹垣城を指して、その秀麗さを讃へるであらう。だが第二句目には何といふ？ 駐車場の陰鬱さを訴へる。穢さを非難する。都市の迎接門として実際その景観を害する程の貧弱さである。…この第一印象は恐らく和歌山に好感を抱いてゐる者にとつて、興味半減すること請合である。

…

[和歌山城の] 濠に沿うた市営売店も、あれは決して所を得たものと言ひ得ない。濠と石垣のクラシカルな景観が、之により全く打ち毀されてしまふ。たとへそれを許すとしても売店の体裁それ自身が、既に時代遅れの甚しいものである。かかる勝景の地区、眼目たる地域の建築物に就ては十分の研究と注意を拂はなくては、全く台なしになつてしまふ。今や観光都市として宣伝しきりなるの時、よろしくこの売店も颯爽たる姿を以て観光客を惹き付ける用意をせねばならぬ。

…

観光都市として宣伝するならば、又必ずとも

さういふ看板を掲げずとも、我々は我々の住む都市をして少しでも快適にしたいのが心願である。…我等の都市として、よりよき人工景観を持つ和歌山市に建て直したいのが私の望みである。

…

幼にして出郷、今三十余年振りに郷土に帰り来り、愛郷の念燃ゆるがままにこの文を草したわけであるが、望むらくは和歌山市民諸君一同が、尚一層の進取的気象を養ひ、以て愛市の一念より和歌山市をして、その恵まれた環境に応じ、美はしき景観を現出せしめたいことを冀(こいねが)ふ次第である。²¹⁾

喜多村は、観光客にとっての「ワカヤマ」の魅力論じ、特に大阪からの観光客のまなざしを介して、和歌山城の美しさを指摘すると同時に、和歌山市の都市景観を批判していく。なかでも和歌山城においては、観光都市化が叫ばれる状況において、この地域の建築物は観光客を惹きつけうる美しい外観たるようにと提起している。このような観光客のまなざしを介する中でなされた喜多村の主張とは、自身の住む都市を快適にし、よりすばらしい人工景観にしたいということであった。

1889（明治22）年に和歌山城下で生まれた喜多村進は、14歳の時に東京に転居してからは田山花袋の指導下で文筆家として活躍し、1933（昭和8）年に和歌山市に帰郷し和歌山県立図書館司書に着任してからは、1934（昭

和9）年に結成された文化団体の「十日会」の中心メンバーとして活動していた。この十日会は、「和歌山を愛する一念の共通点」を有した和歌山の文化人によって結成され、「自らの生活内容を深めると共に、外部に向つては和歌山をより住み良き所たらしむる」ことを目標に掲げており、彼等はまず景観整理を提唱し警察と協力しつつ和歌山市の都市美運動に尽力していった²²⁾。そして喜多村は観光都市を目指す当時の和歌山市政に注目し、観光都市化を掲げることで「美はしき景観の現出」を目指す運動の正当性を強化していったのだと考えられる。

すなわち和歌山市の観光都市化は、住み良き街への理想、美しき景観の追求と重なり合い、大阪からの集客のためだけでなく、和歌山に住まう人々のための都市創造へと展開していったのである。そしてこの都市美運動と関わる観光都市化の提唱は、当然のことながら、都市中心部のみでなく臨海部の観光地化に関する議論へとも展開していったのであり、喜多村も新和歌浦から雑賀崎にかけての景観美化の提唱も行っていた²³⁾。

2 郷土概念の変奏と観光都市化の変容

ここで、観光都市化を叫ぶ都市美運動の動機となった喜多村の「愛郷の念」について確認しておきたい。彼にとっての郷土を考えると、その思いは強く、かつ複雑なものであっ

21) 前掲19) 126 - 132頁。

22) 前掲19) 109 - 116頁。

23) 前掲19) 126 - 132頁。

たことがわかる。喜多村は、昭和8（1933）年の帰郷より前に、紀伊半島の海岸線を巡る旅行をしており、久しく足を踏み入れていなかった郷土の和歌山に到着している²⁴⁾。そこで彼は「我郷土に土地一坪すら持たぬ私は、常に旅の子である」が、郷土は「懐かしさの深い土地」であり、そこでの「追憶は常に美しい夢を織りかへす」と述べている。大都市東京に居を定めていた時の喜多村にとっての郷土とは、まさに今此処にない他所として構想され、「追憶」によって審美化されたものであったことがわかる。

このような他所としての郷土は、和歌山市に設立された南紀芸術社が、1931（昭和6）年9月の創刊号から1935（昭和10）年1月の第10号まで刊行した『南紀芸術』においても提唱されたものであった²⁵⁾。東京生まれの編集者兼発行者の猪場毅は、『南紀芸術』を「わが南紀文化の水準を高めるために、芸術を慕ひ郷土を愛するの諸先輩総動員の下に、芸術の全野にわたる総合的指導機関」²⁶⁾として創刊し、佐藤春夫や谷崎潤一郎をはじめとする東京での活躍の経験を有する南紀と何らかの関係を持った著名な作家の作品を多く雑誌に掲載しており²⁷⁾、喜多村進も東京在住時から幾度か著作を寄稿していた。ロマン・ロランの

民衆芸術論²⁸⁾の影響を受けていた猪場は、郷土を新しい創造可能性の地として想像し、郷土から「やがて生まれ出づるもの」²⁹⁾を期待して郷土芸術運動を展開していた。喜多村は、このような運動の影響も受けながら、理想的な他所としての郷土たる和歌山市を構想していったものと考えられる。先の十日会も、『南紀芸術』の廃刊を受けて、喜多村をはじめとする4人の『南紀芸術』参加者が中心となり発足したものであった。

また彼が「常に旅の子」と自己形象するのは、幼少時の幾度かの強制的な旅と別離の経験によるものであったが、その結果彼にとっての郷土には、「きはめて仄かな、おぼろげな事しか語れない」とする7歳まで生活していた和歌山城下と、「霞多き郷土」と呼ぶ14歳までの約6年間生活した城下から東方へ約10kmの場所に位置する西山東村という、2つの場所が存在することになった。なかでも、先の旅行において「都市居住者のかなしき習慣で、明るき場所に、人の立ち込む処に、田園山間の自然につつまれるよりも、我が心の住家を探りやすい」として和歌山市内の盛り場の散策を好んだように、彼にとっての和歌山市は、懐かしき追憶の過去としての郷土と、東京という都市生活者の住処としての「心の住家」

24) 前掲19) 57 - 71頁。

25) 南紀芸術については、以下の論考に詳しい。(1) 半田美永「和歌山県近代文学史稿 文化的土壌の確認とその意義」, 皇學館大学紀要35, 1996, 31 - 50頁。(2) 恩田雅和「昭和六年の『南紀芸術』」, 南紀芸術 [復刊] 1, 1983, 1 - 11頁。

26) 猪場毅「刊行の辞」, 南紀芸術 2, 1931, 43頁。

27) その内容は評論・随筆・研究・翻訳・短歌・詩・絵画など多彩なものとなっており、参加した作家は100人以上、タイトル数は170以上にのぼっている。また東京との関係の深さは、この雑誌が猪場の個人的人脈によって生み出された事に関係しており、南紀芸術社の支社も創刊当時から東京市に存在していた。

28) ロオラン R. (大杉栄訳)『民衆芸術論』, 日本図書センター, 1992 (初版1921)。[原著の初版は1903年発行であるが、邦訳に用いられている原著は1913年発行の再版である。また本書の邦訳初版として1917年発行のものが存在する。]

29) 猪場毅「あとがき」, 南紀芸術 2, 1931, 42頁。

という二つの側面が緩やかに重なり合う場所となっていた。

さらに喜多村は、北海道、紀伊半島、上海、南洋など多くの場所を旅行しており、「旅の子」という自己形象は彼自身の好む実践でもあった。そのため、喜多村にとっての和歌山市という郷土は、観光客のまなざしを介して発見されるものでもあったのであり、そこは都市的な日常性と追憶の他所としての非日常性を有した理想的な両義性を有する観光空間と捉えられたのだとも推察される。これらの郷土概念から喜多村は、帰郷し居を定めるにあたって、他所としての南紀や山村の西山東村ではなく、両義的な空間である和歌山市を郷土と指定し、十日会を主導するなかで、住み良き和歌山を目指して、都市美運動と観光都市化を推進していったのだと考えられる。

ところが先の「和歌山市景観の吟味」にあるように、観光客のまなざしを有する喜多村は、理想の空間として思い描いていた「ワカヤマ」と、「乱雑さと汚穢さ」、「嫌悪の情を起す」、「狭隘」などの表現で語られる現実の「和歌山」、という二つの郷土の姿を見ることになる。特に景観整理という都市美運動との関わりから、喜多村は後者の意味での郷土「和歌山」の姿を強く認識するようになり、景観の美に対する無関心、利己的な考え、封建の伝統にある陰険や策謀などを指摘するなかで、和歌山市民に対しても厳しいまなざしを

注ぐようになっていく³⁰⁾。

そして喜多村にとっての理想的な郷土の「ワカヤマ」が次第に打ち消されるなかで、十日会の注目は現実の和歌山市ではなく、和歌山市の過去の姿へと向けられるようになる。十日会は、1935（昭和10）年7月に明治時代の和歌山の文化に注目した「和歌山文明開化展」を開催し、喜多村はこの展覧会の説明に際して、郷土愛を「独逸魂」や「郷土教育」と結びつけ「愛国心」について語っている³¹⁾。特に十日会の活動が終息した後、『南紀芸術』や十日会の主要メンバー、南方熊楠、雑賀貞次郎といった和歌山県南部の著名な文化人・郷土史家、そして多くの教育関係者を会員とし、1936（昭和11）年10月に喜多村が勤務する和歌山県立図書館内に設立された紀州文化研究所は、紀州文化の研究が、日本文化の研究に、そして自民族の偉大なる能力の再確認に資すると提言し、郷土教育という郷土についての啓蒙活動を経由することで、個人（児童）の心性のに関与して、郷土愛と愛国心を喚起することを目的としていた³²⁾。機関誌『紀州文化研究』の編集者兼発行者になっていた喜多村も、「紀州文化研究第三年を迎へて」と題した記事の中で、「凡そ明日の日は今日に続く故に、私共は歴史を尊重するのである。国民精神の発露は歴史の温床なくして生まれ出る筈がないと共に、あらゆる文化を織り出すには又歴史の蔵をくぐらざるを得ない。私

30) 前掲19) 126 - 132頁。

31) 前掲19) 160 - 162頁。

32) 花田大五郎「紀州文化研究所設立の意義」紀州文化研究1(1),1937,1 - 5頁。

共は日本文化の一角を占むるために我ら郷土紀州の文化を闡明にする任務を痛感せざるを得ないのである。」³³⁾と、戦時体制下という時代背景の中で「国民精神の発露」のために「郷土紀州の文化の歴史」に注目するようになっていく。

このような郷土概念の変奏の後で書かれた観光案内書の『わかやま』は、1939（昭和14）年版にあっては十日会時代の喜多村の随筆を観光案内向けに修正した文章が中心であったが、1941（昭和16）年版になると戦時体制の影響下で「尊くいつき祀られたる神社を伏し拝み、ゆかりある寺院を訪づれて禮拜すること、之も観光の一内容である。更に体位向上の点から、国民保健の問題から、観光の必要なることが大に叫ばれてよいと思ふ。」などといった文章が加筆され、過去の歴史の注目をより強力にナショナリズムの高揚へと結びつけた観光都市としての和歌山市が指摘されるようになる。すなわち、ここに至って、「敬思想滋養の上から誠に恵まれた都市」としての和歌山市が論じられ、「二千六百年の記念の年にふわはしき、神武天皇の皇兄彦五瀬命をいつき祀れる官幣大社竈山神社を初め、官幣大社日前国懸両神社」が位置する図1右側中央の地域が新たな観光の焦点となり、天皇とイデオロギーで密接に結びついた歴史的な寺社仏閣の重要性が再発見されたのである。

おわりに

本稿では近代期の和歌山市の観光都市化の過程とその背景を、臨海部の観光開発の動向と、都市中枢部で展開された都市美運動とその変容に注目して検討した。

まず主に臨海部の動向から、和歌浦という自然景勝地が交通機関の発達を背景に大阪からの観光客の観光空間へ包含され、市域の拡張も相まって観光都市としての和歌山市の議論を勃興させたこと、その歴史性故に近代的開発が進まなかった和歌浦の隣で、新和歌浦という大阪からの観光客のための近代的観光空間の創造がなされたことが確認され、

この観光都市化の過程のなかで、和歌山城をはじめとするその他の観光の目的地の再発見もなされたことが推察された。これらのことから、地方都市の和歌山市の観光都市化には、観光客を送り出す大都市（大阪）と対照的なイメージを有した自然風景地の包含やその開発が重要であったことが見出された。

また都市中枢部の動向に注目するなかで、東京から帰郷した喜多村進などの移動によって観光客のまなざしを獲得した人物が観光地としての和歌山市という郷土の発見をなしたこと、住み良き街を目指した都市美運動の過程で主に和歌山城界隈をとりあげるなかで和歌山市の観光都市化が提唱されたがこと、都市美運動終息後に郷土の歴史に注目が集まり、さらに戦時体制下においてナショナリズムと親和的な寺社仏閣が新しい観光の目的

33) 喜多村進「紀州文化研究第三年を迎えて」紀州文化研究3(1),1939,35 - 36頁。

地として再発見されることで、和歌山市東部に新たな観光都市の焦点が生じはじめたこと、が確認された。これらから、工業都市でもあった和歌山市には、観光都市にふさわしい美しい都市景観が都市美運動などを通じて求められたことが見出された。またその活動を支えた主体や動機となった地理的概念には、地方都市という和歌山市の地理的特性が密接に関係していたことも確認された。ただし、戦時体制下に入るに従い、大都市に対比される地方都市ではなく、国家の一部としての地方都市という性質が強まり、観光都市化の方向性や観光の対象が次第に変容していたことも見出された。

本稿で見えてきたように、近代期における和歌山市の観光地化に際しては、多様な文脈（交通機関の発達・市域の拡張・離郷や帰郷といった移動・郷土運動・都市美運動・ナショナリズムなど）や多重の空間スケール（大阪と和歌山市、和歌山市と臨海部、和歌浦と新和歌浦、東京と和歌山市、紀州と日本など）が関係していた。近代期における観光地の形成過程とその背景を明らかにする際には、なかでも様々な文脈で両義性や矛盾を孕まざるをえない地方都市という観光空間に注目する場合には、このような観光地化に関係する多様・多重な事象の関係性を考察することが重要となってくる。本稿ではこの点に注意を払って検討してきたが、まだ十分な考察がなされたとはいいい切れない。そのため、本事例のより一層の綿密な検討と同時に、その他の多様な観光空間形成の事例を調査し、その相互

関係を考察することを今後の課題とし、稿を閉じることにしたい。

二 席

観光振興のための財源の確保方策について



富永 浩吉

1 はじめに

1.1 研究の背景と目的

平成14年2月の第154回国会の施政方針演説において、小泉首相は海外から日本への旅行者の増大と、これを通じた地域の活性化を図るとの方針を示し、日本の首相として初めて観光振興を国の主要な政策として打ち出した。これを受け、平成15年1月には首相主宰の「観光立国懇談会」が発足し、観光立国の基本的なあり方の検討が着手された。国土交通省でも、平成15年度より、官民挙げての戦略的訪日促進キャンペーンである「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(キャンペーン中核事業20億円)を本格的に展開し、低迷する国内観光産業の成長と日本経済全体の活性化につなげようとしている。

観光振興のためには、地域、観光業界、政府(国・地方)などが互いに連携しつつも、それぞれが自立的に施策に取り組んでいく必要がある。政府の果たすべき役割の中で、最も重要で、また最も期待されているものが財源の確保であるが、これは近年の厳しい財政状況下にあつてますます困難な状況になりつつあるため、財源の確保は非常に重要な課題

となつてきている。本研究はその財源確保策について考察することを目的としている。

1.2 研究内容の概要

アメリカ合衆国(以下「米国」という。)は、現在5,000万人弱の外国人客を受け入れている大観光国家であり、観光産業にはおよそ1,500万人が従事し、観光収支の黒字は約130億ドル(2001年)に達している。2003年の連邦予算においては約5,000万ドルの観光振興策が盛り込まれ、これまで各州政府がそれぞれ行ってきた観光キャンペーンなどの観光振興事業に連邦政府が乗り出すなど、イラク戦争、SARSなどの影響により翳りを見せる観光に重点的な施策を講じている。本研究は、このような観光先進国である米国において、その観光振興財源がどのように確保され、どのように観光振興施策が実施されているかについて調査することにより、今後我が国が観光振興施策を推進していく際の裏づけとなる財源確保策を考察しようとするものである。そのため、まず米国における観光関連税について概観し、その内、米国内でも有数の観光州であるフロリダ州における観光振興財源確保のための観

光関連税等の具体的な状況、観光振興施策の実施方策及びその効果を検証した。

次に我が国の観光関連税の現状と税制上の問題点を整理し、観光立国を目指す我が国が活用していくべき財源確保の方策等について考察した。

結論の要点は以下のとおりであるが、研究内容の詳細は後述の2から5に記載する。

- ・観光振興施策を効果的かつ継続的に実施するためには特定財源が必要であり、特定財源については観光関連税の目的税化の手法が有効であること。
- ・観光関連税はそれぞれの地方の観光特性を生かした法定外目的税の創設か、あるいは新たな法定任意税（ローカルオプションタックス）の創設によるべきであること。
- ・観光関連税収は施策の基礎的財源となる規模にとどめ、不足分は一般財源により補填することにより、財政の統一的運営を確保すべきであること。
- ・観光振興施策の実施には民間のノウハウを活用した積極的事業展開が必要であるが、財源の有効活用のため、事業等の業績を客観的にチェックするシステムを構築する必要があること。

2 米国における観光関連税について

2.1 米国における観光関連税の概要

米国の各州では、ビジターの直接支出によ

る歳入増に加えて、ビジターによる多様な観光関連活動に対して州税・地方税を課税することにより、ビジターからの歳入を増大させてきた。多くの州における近年の状況を見ると、州政府・地方団体の多様な行政サービスに要する財源を確保するために、ビジターに課税する傾向が強くなっていることが分る。全米州議会協議会National Conference of State Legislaturesの調査結果として1999年7月に発行された“*Travel and Tourism : A Legislator's Guide*”によると、19州が州域全体を対象に宿泊税を課税しており、44州が地方団体に宿泊税の課税権限を与えている¹。

観光関連税収の用途を特定している州・地方団体の大多数は、その税収の少なくとも一部は観光プロモーション及び観光関連活動（プロスポーツスタジアム建設を含む。）に使っている。また、娯楽/入場に関する売上及び飲食物販売に対する観光関連税の用途は、資本改良債、教育なども含み、一般的に広範囲に及んでいる。

アメリカ合衆国の各州では、一般的に、観光関連活動に対して、宿泊税、飲食税、レンタカー税、遊興/入場税及びカジノ税という5種類の特別な税を課税しており、それらの税収を観光開発のための財源として使っている。これら5税の概要は次のとおりである。

2.1.1 宿泊税Lodging Taxes

宿泊税は、ホテル等の宿泊施設に宿泊した場合、宿泊料金にあわせて納付が求められる

1 この1998年の「州税及び地方税情報調査」以後も、ネバダ州が地方宿泊税（地方団体が課税権者）に加えて、州域全体を対象とする宿泊税（1%の州税）の課税を始めている。

税であり、地方・地域によって税率に違いがあるものの、米国内の全州において課税されている。19州とプエルトリコ、コロンビア特別区（ワシントンDC）では、通常30日以内の短期間の宿泊に対して全州的に課税されてい

る。税率は、オクラホマ州の0.1パーセントから、コネティカット州の12パーセントまで様々である。44州が、州内の地方団体に宿泊税の課税権限を与えているが、他の6州では、州当局が宿泊税を課税している（表2 - 1）。

表2 - 1 . 地方選択宿泊税local option lodging taxes (1997年度)

州	州 宿泊税 STATE LODGING TAXを課税	カウんティCOUNTY、市CITY、その他の地方自治体が宿泊税を課税	カウんティCOUNTY及び市CITYが宿泊税を課税	カウんティCOUNTYだけが宿泊税を課税	市CITYだけが宿泊税を課税
50	6*	7	24	7	6

*コネティカット、デラウェア、ハワイ、メイン、ニューハンプシャー、ロードアイランドの6州
出典：Mandy Rafool, "State Tourism Taxes." Denver : NCSL,1997から筆者作成

州と地方団体の宿泊税を合計した税率は、平均すると10パーセントを超えており、その税率は、ボウズマンBozeman市（モンタナ州）の4パーセントから、ヒューストンHouston市（テキサス州）の17パーセントを超えるものまで幅広い。

多くの州では、州で課税している宿泊税の税収のすべて又は一部を、観光プロモーションやその他の観光関連活動に充当している。また、コネティカット州、デラウェア州、ハワイ州、マサチューセッツ州、ロードアイランド州の5州では、地方団体は州の宿泊税収から財源の配分を受けている。デラウェア州では、地方団体はその配分財源を観光プロモーションに使うことが義務づけられており、コネティカット州では、いくつかの自治体（及び地方観光地域regional tourism district）の指定機関が、州の宿泊税収の一定割合の配分を受けている。

地方団体に宿泊税の課税を認めている州のおよそ半数が、地方団体に対してその税収を

観光プロモーション又はコンベンションセンターのために使うよう義務づけている。その他の州は、その用途について地方団体の裁量に委ねているものの、ほとんどの地方団体では、その税収の少なくとも一定割合を観光関連活動のために使っているのが実態である。

2 . 1 . 2 飲食税Food and Drink Taxes

州等のレベルでは、メイン州、マサチューセッツ州、ニューハンプシャー州、バーモント州及びコロンビア特別区（ワシントンDC）が、施設の内外において消費するために加工食品及び飲料を販売する事業に対して税を課している。課税対象はレストランでの食事及びテイクアウトの食事である（学校などの施設における食事提供は原則として含まれない）。29州の地方団体がレストラン税を課税しているが、税率は、ルイジアナ州、ワシントン州、ウィスコンシン州の0.5パーセントから、ニュージャージー州の9パーセントまで様々である。メリーランド州、モンタナ州及びア

アイダホ州では、レストラン税の課税を行楽地に限定している。

飲食税から得られる税収は、州レベルでは、通常、一般財源とされているが、地方団体レベルでは観光のための目的財源とされていることが多い²。

2.1.3 レンタカー税 Rental Car Taxes

30州及びコロンビア特別区(ワシントンDC)は、レンタカーに州税を課している。また、少なくとも17州が、地方団体にレンタカー税の課税権限を与えている。

いくつかの州では、レンタカー税収が、ドライバーの利便性の向上のために使われている。例えば、フロリダ州、ニューメキシコ州、ノースカロライナ州及びユタ州では、主要道路及び幹線道路の改良のための財源に充当されている。コネティカット州、フロリダ州、ルイジアナ州、オクラホマ州及びサウスダコタ州では、税収の一部又は全部が観光プロモーションのために使われている。シカゴ及びコロンビア特別区(ワシントンDC)では、レンタカー税収はコンベンション施設の財源となっており、アリゾナ州、ジョージア州、テキサス州及びワシントン州では、スポーツ施設の財源となっている。しかしながら、レンタカー税の収入の全てが特定の目的に充てられているわけではなく、追加的に負担される税等の収入の大部分は、州及び地方自治体の

一般会計に繰り入れられている。

2.1.4 遊興/入場税 Amusement/ Admission Taxes

遊興/入場税は、旅行の重要な構成部分であるレクリエーションとエンターテインメント、すなわちスポーツイベント、映画、美術館・博物館、劇場、ショー、コンサート等のチケットに対して課税されるものである。

入場料に対しては、ほとんどの州が一般売上税 general sales tax を課している。アーカンソー州、オクラホマ州及びサウスダコタ州では、入場料に対して、州売上税に加えて全州的な入場税が課税されている。コネティカット州、ノースカロライナ州及びプエルトリコでは、入場料に対する一般売上税は免除されているが、かわりに入場税が課税されている。税率は、0.1パーセントから10パーセントまで様々である。20州で、州内の地方自治体が、地方売上税のかわりに、あるいはこれに加えて特定入場税 specific admissions tax を課税することが認められている。

アーカンソー州、オクラホマ州、サウスダコタ州及びプエルトリコでは、遊興/入場税の収入も、レンタカー税などと同様、観光関連活動に充当されている。地方自治体レベルでは、遊興/入場税が、観光関連活動に加えてスポーツ施設の財源にも配分されている場合が多い。ミネソタ州、ミズーリ州及びサウスダ

2 アーカンソー州、フロリダ州、アイダホ州、ミシガン州、ミネソタ州、ミシシッピ州、ニュージャージー州、ノースカロライナ州、サウスダコタ州、ユタ州、ワシントン州及びウィスコンシン州の地方団体では、レストラン税収をコンベンションセンター、観光プロモーション及びスポーツ施設のために使っている。

コタ州においては、その税収は観光関連活動に使われている。ニュージャージー州のケイプ=メイカウンティCape May Countyでは、遊興税収入を観光開発に充当している。コロラド州、ミネソタ州及びメリーランド州では、地方入場税はスタジアムやアリーナの財源の一部となっている。

2.1.5 カジノ税Casino Taxes

ネバダ州及びアトランティックシティ（ニュージャージー州）において長年にわたり運営されてきたカジノ賭博は、娯楽・エンターテインメントの分野で、最も成長の速い事業の一つとなりつつある。また、カジノ賭博への課税（カジノ税）により収入を得ている州もある。

コロラド州、アイオワ州及びミシシッピ州では、調整ずみの総収入に対し2パーセントから20パーセントまで税率を変動させるスライド制で、カジノ税を課税している。イリノイ州、インディアナ州及びミズーリ州では、リバーポートカジノに20パーセントの税を課しており、サウスダコタ州及びニューヨーク州では、ギャンブル収入に一律8パーセントの税を課している。

2.2 観光関連税の用途指定

米国において、観光振興のための財源を確

保するために、観光関連税収の用途指定が広く行われていることは、前記観光関連5税の概要のとおりである。

一般的に予算担当者は、税の用途指定は、健全で総合的な財政政策につながるものとは考えていない。用途指定によって税収は一般会計に計上されなくなり、その結果として、支出に関する意思決定がなされなくなってしまふからである。予算執行は、政策立案者が、毎年度収入を精査し、収入に応じて財源を的確に配分することによって達成されるものであり、もし事業が価値あるもので、有権者の支持を得ているものであれば、議会は必ずそれに資金提供を行うものだ、という考え方がその基礎にある。

一方、事業を遂行する側としては、事業実施のための最低限の財源を確保することが最も重要であるので、用途指定は必要と考える傾向がある。観光のための財源が急に減額されたり、年毎に大きく変動するようであれば、州の観光機関としては、新たな事業を展開したり、効果的な事業を継続していくことが困難になる。たとえ小さな税源であっても、用途指定によって財源が確保できることになれば、観光振興について歴史のない州においても価値ある事業を展開していくことが可能となる（表2-2）。

表2-2. 観光事務所への州（コロンビア特別区を含む）の資金拠出

一般財源のみ	宿泊税	その他の観光税 *1	一般売上税	宝くじ・カジノ等	その他 *2
21州	13州	6州	1州	4州	9州

* 1 レンタカー税、レストラン税、入場税、娯楽税など

* 2 通常、一定の一般財源収入は含まれている。

出典：National Conference of State Legislatures,1999及びTravel Industry Association of America,1999から筆者作成

また、税収がそれほど大きくない場合は、用途指定があったとしても、一般財源による支援が必要であり、こうした支援が削減されるようなことがあれば、財源としては非常に不安定なものになってしまう可能性もある。したがって、米国の多くの州では、特定財源（税収の用途指定）と一般財源をうまく組み合わせることにより、観光振興施策が効果的に実施していけるよう工夫している。

なお、税収について用途指定する場合、納税者と受益者とは何らかの関係があることが望ましいと考えられているため、宿泊税等の観光関連税が観光目的財源とされることが多い。

2.3 観光関連税が他に及ぼす影響

観光関連税が米国において広く普及している理由の一つは、それが税収をあげるために比較的容易な方法であったことによる。新税の創設、税率や各種料金の改定等に際しては、有権者（住民）の承認（又は議会の議決）が必要であり、その必要性等について住民の十分な理解が必要となるが、一般的に、主としてビジターが納付すると考えられる税については有権者（住民）の承認が得られやすいため、観光関連税は創設しやすい税といえる。

しかしながら、観光関連税には論争も多い。観光客への課税は、課税される側（観光客）に投票権がなく、発言権が与えられていないために不公正であるとの主張がある一方で、観光関連税は観光開発のための財源を得る非常によい方法であるとの見方がある。観光産業も、観光関連税収が、観光プロモーション、

コンベンション及びビジターのための施設、その他、商用旅行者又は観光旅行者など税を負担するビジターの利便性に直接的に資することとなる観光関連サービスもしくは施設のための財源となることを条件に、これまで観光関連税の一定の増大には賛成をしてきている。しかしながら、財源がどこに使われるかに関係なく、一部の業界専門家は、増加の一途をたどる税の動向が、やがて観光関連業界に望ましくない影響（ビジターに再訪問を躊躇させること）を及ぼす可能性が高いと懸念しており、ビジターに対する税負担があまりに大きくならないよう警告している。

観光業界は、観光客は税が高すぎる地方へは再訪問しないことにより「反対」の意思表示をする、と主張している。この点を証明するためにしばしば言及されるのが、1990年代初めのニューヨーク市の事例である。当時、ニューヨーク市内のホテル客室は、その3分の1が空室という状況にあり、平均客室稼働率についても横ばい又は下がりつつあったが、その主たる原因は、米国内で最も高い21.25パーセントという宿泊税率にあるとされていた。コンベンション主催者はニューヨーク市においてコンベンションを開催しないと発表するなど、ニューヨーク市観光は危機的な状況に陥っていた。これらの状況に応じて、ニューヨーク州は、1994年の終わりに5%の宿泊税を廃止し、ニューヨーク市も宿泊税率を削減したため、州税・市税を合計した宿泊税がそれまでの4分の1以上減少することとなり、同時に客室稼働率は急上昇を始めた。

高い宿泊税がホテル客室の稼働率低下をもたらすという考え方は、宿泊税を減税することについて説得力のあるものではある。しかしながら、当時のニューヨークにおけるビジター数の減少は、湾岸戦争や1990年代初めの景気後退などの税以外の要因も大きかったと考えられている。1992年の景気後退の終了とともに経済と観光は回復し、さらに、ニューヨーク市は州とともに一連の経済開発と犯罪防止活動を通じてイメージ・アップ戦略を実施し、その結果、市は以前にも増して魅力的な観光目的地となることができたのである。

1997年には、ニューヨーク市のホテル客室稼働率は85パーセント前後という高い水準で推移した。1993年当時に、観光にとって深刻なマイナス要因とされた客室料金が、1997年には当時の実に39パーセント増となったにもかかわらず、それでも宿泊できる客室を見つけることが困難だという状況であった³。

したがって、宿泊税などの観光関連税は旅行費用総額に含まれるものであるため、これが高額になりすぎると観光にとってマイナスになるとも考えられるが、それらが妥当な範囲の負担であれば、むしろこれらを財源とし

て観光振興施策を講じ、観光魅力等を増大させるほうが、ビジター、住民双方にとって望ましい結果を生むと考えられる。

米国の1,200人の成人旅行者を対象としてTIA（アメリカ旅行産業協会）が1998年10月に実施した調査によると、旅行者の90パーセントが、旅行地での諸税（レストラン税、ガソリン税、ホテル税、幹線道路通行料金など）について十分認識しており、旅行者のおよそ半数が、観光税収を地域の一般財源として使うこと、及びビジターに観光情報を提供するフリーダイアルの設置など、旅行者の利便性の向上のために使うことに賛成しており、およそ3分の1が、観光プロモーション、ビジターのためのウェルカムセンターの建設、及び地方観光事務所の給料支払いのために使うことを非常に良いと答えている（表2 - 3）。

3 フロリダ州における観光関連税及び観光振興について

3.1 フロリダ州における観光関連税の概要

観光はフロリダ州の最大の産業であり、同州は6,960万人（2001 - 02会計年度）のビジターを受け入れている。旅行客の支出は502億ド

表2 - 3 . 観光税についての観光客の意見

事業	非常に良い	まあまあ良い	不適當
一般財源	50%	32%	15%
観光情報のためのフリーダイアル	47	35	15
観光プロモーション	36	44	18
ウェルカムセンター	35	46	15
地方観光事務所の給料	32	41	22
新しい芸術又は文化のプロジェクト	28	43	25
コンベンションセンター	21	44	31
スポーツスタジアム	12	31	52

出典：アメリカ旅行産業協会 Travel Industry Association of America、1998年10月

3 Kirk Johnson, "What Saved the Hotels? Not Just Tax Cuts," *New York Times*, July 30, 1997

ルに達するものと見積もられ、これはおよそ30億ドルの税収を同州にもたらすものである。さらに、観光関連産業は相当数の雇用を生み出しており、854,800人の市民が直接観光関連の仕事についていた(2002年度)。

フロリダ州では、1967年に同州で最初の観光関連税である地方リゾート税municipal resort taxが創設され、それ以降、さらに4種の観光関連税(地方選択観光開発税local option tourist development tax、コンベンション開発税convention development tax、観光促進税tourist impact tax及び地方選択料飲税local option food and beverage tax)が創設された。これらは「一時的な賃貸借」⁴及び「飲食物の販売」(地方リゾート税及び地方選択料飲税の課税対象)に対して地方自治体が売上関係税を課税するものである。

地方リゾート税は、フロリダ州における最初の観光関連税として1967年に創設された⁵。同税は、州内の特定の市・町が、その人口に応じて、「一時的な賃貸借」に対し4%を上限として課税するものである。州法はまた、これらの市・町において、州ホテル・レストラン庁state hotel and restaurant agency又は州飲料庁state beverage agencyによって免許を与えられた施設内で消費される食物、飲料又はアルコール飲料の売上に対し、また免許を

得た施設による施設外の消費を目的に販売された食物又は飲料(配膳業者によって提供された食物の一部を除く)に対し、2%を上限として課税することを認可している。税収は、観光プロモーション、コンベンション・文化施設の建設及び維持のため、及びこれらの目的のために使われる財産税の軽減措置の財源に充当することができる。

地方選択観光開発税は1977年に創設され、州内のカウンティによって「一時的な賃貸借」に対して課税されるものである⁶。課税当初に住民投票による承認を経て決定される基本税率は1%又は2%であるが、州法に規定されている条件を満たせば、税率はカウンティの管理委員会county governing boardによって6%まで上げることができる⁷。税収は、一定の施設建設、観光プロモーション、海浜及び海岸線の維持、海浜公園施設、及び運動競技施設、美術館、動物園及びネイチャーセンター施設の財源に充当することができる。

観光促進税は、州の行政委員会Administration Commissionによって指定された「州にとって重要な意味をもつ地域」内にある土地、建物等の保存目的での購入、及びこのような購入により当該不動産所在のカウンティが失うこととなる財産税の埋め合わせをするための財源をカウンティに提供するために、1986

4 「一時的な賃貸借」は、「ホテル、アパート式ホテル、モーテル、リゾートモーテル、アパート、アパート式モーテル、下宿屋、ツーリスト又はトレーラーキャンプ、モービルハウス駐車場、RV車駐車場又はコンドミニウムを、居住又は宿泊のための施設として6ヶ月以下の期間、借用又は使用するために支払いを行うこと」と定義されている(Section 212.0305, and 125.0104, *Florida Statutes*)。

5 Chapter 67 - 930, *Laws of Florida*

6 Section 125.0104, *Florida Statutes*

7 コンベンション開発税を課税しているカウンティには、税率に制限が設けられている。

年に創設された⁸。この税は「一時的な賃貸借」に対して1%の税率で課税されるものである。コンベンション開発税には、合同カウンティコンベンション開発税consolidated county convention development tax、特権カウンティコンベンション開発税charter county convention development tax、特別区コンベンション開発税special district convention development tax及びサブカウンティコンベンション開発税sub-county convention development taxがある⁹が、すべて「一時的な賃貸借」に対する課税である。最高税率は3%である。地方リゾート税が課税されている地域においては、コンベンション開発税を課税することはできないこととされている。これらの税のうち合同カウンティコンベンション開発税及び特権カウンティコンベンション開発税の税収は、主としてコンベンションセンターの建設及び維持のための財源、特別区コンベンション開発税及びサブカウンティコンベンション開発税の税収は、コンベンション・ツーリストビューロー及びその観光プロモーション活動のための財源となっている。

地方選択料飲税は、州法に定められている課税要件に合致するマイアミ=デードカウンティにおいてのみ課税されている。この税は、

1989年に、次の2つの課税選択肢を用意して創設されたものである¹⁰。ひとつは2%の料飲税であり、ホテル及びモーテルに対する課税権限をカウンティに与え、税収の用途が観光プロモーションに限定されるものであり、もうひとつは、一定の施設内における飲食物の販売に対して1%を課税する料飲税であり、税収の一定割合は、観光プロモーション、荒廃地区の復興などの他、ホームレス支援やドメスティックバイオレンス被害者のための施設建設などにも使うことができる。

州法で公認されたこれら観光関連税の用途について、当該カウンティは法的な権限を有する諮問機関¹¹の助言と指示により、具体化し適正化を図る責任を負っている。

なお、以上の観光関連税の他に、観光関連に特に焦点をあてたものとして、30日以内のレンタカー利用に対する1日2ドルの追加料金があるが、現在のところこのレンタカー追加料金だけが全州的な賦課金である。

2000年9月の時点で、フロリダ州67カウンティのうち47のカウンティにおいて、観光関連5税目のうち1税目以上の課税が行われていた。地方選択観光開発税、観光促進税及びコンベンション開発税をあわせた1999/00会計年度の税収は、合計358,254,500ドルに達している¹²。

8 Section 125.0108, *Florida Statutes*

9 Section 212.0305, *Florida Statutes*

10 Section 125.0104, and 212.0306, *Florida Statutes*

11 諮問機関は、地方リゾート税については観光開発委員会tourist development authority、観光促進税については土地開発委員会land development authority、コンベンション開発税については、認可された委員会authorities、また、地方選択観光開発税については、税創設の60日前に設立される観光開発協議会tourist development councilsである。

12 これらの税収の数値は、歳入省の1999/00会計年度の様式3bによっている。これには、マイアミ=デードカウンティにおいて課税されている料飲税や、マイアミビーチ、バルハーバー及びサーフサイドにおいて課税されている地方リゾート税は含まれていない。

3.2 フロリダ州の観光関連税をめぐる主要な論点

観光関連税は、その税収を、課税されている特定の地域の観光プロモーション、及びそれらの地域の潜在的な観光を高めるための施設の建設のため、あるいは州観光にとって重要な意味をもつ地域の保存目的の土地購入（又はそのような土地購入による財産税の減少の埋め合わせ）に使用することを趣旨として創設されてきたものである。しかしながら、その後の観光関連税に係る法改正の大半が、実体的には、課税権限の拡大及び税収の用途の変更に関するものであったため、観光関連税は多くの論争を呼んでいる。

フロリダ州の観光をとりまく環境は常に変化しており、何が観光開発及び観光プロモーションの概念にあてはまるのかについての考え方もますます多様化している。カウンティの委員会、観光開発会議等が、カウンティの全般的な観光環境を良くしていくことが、観光開発及び観光プロモーションの一環となるという考え方をとっている一方で、主としてその取引に観光関連税が課税されるホテル経営者等は、そもそも課税に同意したのは、その税収が、その地域の観光宣伝、観光マーケティング及びホテル業に好影響を与えるであろうコンベンションセンターや公立アリーナの建設に使われることになってきたからであると主張し、税収用途の変更に反対している。また、ホテル経営者側は、観光関連税は現在、フロリダ州が近隣の州との関係に

において競争力を失ってしまう程度まで増加している上に、さらに、税収がホテル事業を増加するかたちで使われていないと主張している。

3.3 フロリダ州における観光振興について（ビジットフロリダの事例を中心に）

フロリダ州の観光振興施策は、フロリダ州観光委員会Florida Commission on Tourism、環境保護省Department of Environmental Protectionの公園レクリエーション部Division of Parks and Recreation、農務省Department of Agricultureの森林部Division of Forestry、国務省Department of Stateの歴史的資源・文化事業部Division of Historical Resources and Cultural Affairs、各州の全州的産業団体、個々の観光関連産業、47のカウンティに設立されている観光開発協議会、コンベンション・ビジタービューローなどによって、多方面にわたり実施されている。

このうち、フロリダ州観光委員会は、州の観光振興施策全般を監督するために1991年に創設されたもので、観光関連活動を実施するため州知事の下に設置されている観光・貿易・経済開発室Governor's Office of Tourism, Trade, and Economic Development（以下「OTTED」という。）と契約を結んでおり、その契約に明記されている業績基準の達成を条件としてOTTEDから資金提供を受けている。

委員会は、さらに、ビジットフロリダVISIT FLORIDAの名称で事業を実施するフロリダ州観光産業マーケティング公社¹³と契約

13 フロリダ州観光産業マーケティング公社Florida Tourism Industry Marketing Corporationは、州の商務省Department of Commerceの観光部Division of Tourismにかわる組織として、1996年に州議会によって創設された非営利法人である。

し、観光プロモーション、観光振興計画及びその具体的活動を実行に移している。ビジットフロリダは、観光目的地として州全体をマーケティングするために企画された、国内的・国際的な宣伝キャンペーンを管理すること、国内的・国際的なマーケティング活動を実施すること、州のウェルカムセンターを維持すること、観光及び旅行の動向に関する調査を実施すること、などがその主たる業務であるが、その財源は州からの資金提供及び民間からの拠出によってまかなわれている。ビジットフロリダは、2002 - 03会計年度

において、州議会から州法の規定に基づく観光プロモーション信託基金 Tourism Promotion Trust Fund¹⁴からの2,160万ドルの配分に加え、共同宣伝、見本市及びイベント、パートナー及び戦略的提携に参加している民間事業者からの追加的な資金提供¹⁵を受けて、その財源を確保している。

2001 - 02会計年度中に、ビジットフロリダはその主要な活動と観光回復プログラムのために135,315,482ドルを支出し、常勤相当122.5人分の職務を実施した(表3 - 1)。

米国の2001年度は、経済の悪化及び9月11

表3 - 1 . ビジットフロリダの活動別の

観光プロモーション支出 (2001 - 02会計年度)

活 動	支 出	常勤相当職務
マーケティング	75,449,712ドル	18
観光回復	48,746,434ドル*	なし
セールス	4,871,974ドル	22
管理運営	2,626,923ドル	22
ビジターサービス	2,011,010ドル	45.5
パートナー開発	867,005ドル	10
新商品開発	742,424ドル	5
合 計	135,315,482ドル	122.5

*この額には、景気後退とテロリスト攻撃が州へのビジターの減少をもたらすであろうとの認識から、2001年秋の特別州議会において認められた特別な立法上の配分である2,000万ドル(一般収入基金General Revenue Fundの1,900万ドル、観光プロモーション信託基金の100万ドル)が含まれている。

出典：ビジットフロリダ財務報告書

表3 - 2 . 観光回復キャンペーン

のための支出額 (州別)

州	支出額*
ニューヨーク	4,000万ドル
フロリダ	2,200万ドル
ハワイ	1,000万ドル
カリフォルニア	500万ドル
アリゾナ	340万ドル
ヴァージニア	150万ドル
ルイジアナ	100万ドル
ペンシルバニア	100万ドル
テキサス	100万ドル

*支出額は州財源からのものであり、民間セクターの拠出は含まれない。

出典：OPPAGAによる聞き取り調査及び州観光局文書・ウェブサイトの調査

日のテロリストの攻撃によって、観光は全国的に悪影響をこうむったが、フロリダ州議会が観光振興のために緊急資金提供を用意したこと(表3 - 2)及びビジットフロリダがマーケティング努力を強化したこと¹⁶などにより、フロリダ州の観光産業は他州よりも速い

ペースで回復したとされている¹⁷。

ビジットフロリダはこのように州全体のマーケティングを行っているが、この方式は他州との競争において有効であり、ビジターの増加、州税収の増加、観光関連雇用の増加など多くのメリットがあると考えられている。

14 この信託基金には、1日当たり2ドルのレンタカー利用追加料金収入の15.75%が充当されている。

15 2001 - 02会計年度における民間セクターからの資金は、現金3,234,296ドル、各種サービスに対する支払い分4,782,972ドル、共同宣伝43,641,359ドル、その他の拠出金42,024,545ドルを含め、総額93,683,172ドルであった。

16 ビジットフロリダは、経済リスク基金からの200万ドル及び企業パートナーからの資金2,650万ドルを活用し、2001年9月から2002年6月まで観光回復キャンペーンを実施した。

17 Florida Gross State Product, Wachovia Securities, July 31,2002,and October 31,2002.

州レベルの観光プログラムの中止がもたらすマイナスについては、コロラド州の事例が興味深い。コロラド州では、1,200万ドルから1,500万ドルの税収を得られる観光税を1993年に撤廃し、州観光委員会への資金供給を廃止したが、これにより国内旅行市場シェアは30%低下し、1年間で、収入において20億ドル、税収において1億3,400万ドルの損失となった¹⁸。そのため同州では、1999年に、観光への資金拠出（600万ドル）を復活させ、さらに2000年にはコロラド州観光事務所を創設した。これらにより、2000 - 2001年には、観光旅行における全般的な改善と、宿泊ビジターによる支出総額に増加が見られた¹⁹。

なお、ビジットフロリダは、フロリダ州規則288.1224(4)(e)項の規定によって、政策分析・行政説明責任事務所Office of Program Policy Analysis and Government Accountability（以下「OPPAGA」という。）の監査を受けることが義務づけられており、その業績等について客観的にチェックできるシステムが用意されている。OPPAGAは2003年1月に提出した監査報告書²⁰において、ビジットフロリダの業績を高く評価しており、業績指標をさらに改善していくべきことなどを提言している。

4 我が国の観光振興財源の状況

4.1 我が国の観光関連税（法定税）

これまでの我が国の観光関連税を整理すると表4-1のとおりであり、日本においても米国と同様に、多様な観光関連税の活用の歴史がある。しかしながら、現在課税されているのは、ゴルフ場利用税及び入湯税の2税目のみとなっている。

入湯税の他は、すでに廃止されている税も含めて、全て普通税である。普通税は、用途を特定せず一般経費に充てる目的で課される租税であるが、租税は普通税であるのが原則であるとされており、特定の経費に充てる目的で課される租税（目的税）は、現在例外的にのみ認められている。

我が国の税体系が普通税中心主義となっているのは、我が国の地方自治体が徹底した「総合行政」主体であることに起因する。すなわち、地方自治体の提供する行政サービスが幅広く、また多岐にわたっているため、それぞれの経費と税目を対応させること（目的税化）にはもともとなじまず、また、各地方自治体の財政力を調整する仕組みである地方交付税制度もこれまで概ね有効に機能していたため、あえて目的税を活用する必要もなかったためと考えられる。

観光振興のための法定目的税は入湯税²¹だけであるが、この税は鉱泉浴場の所在する市町

18 Colorado Tourism Strategic Marketing Plan : 1999/2000, Longwoods International, January 1999.

19 2001 Colorado Visitors Study, Longwoods International, May 2002.

20 OPPAGA Program Review Report No.03 - 07, January 2003

21 入湯税も他の観光関連税と同様にかつては普通税であったが、昭和32年の目的税化の時点で「観光施設の整備に要する費用」に充てるという用途指定が行われ、さらに平成2年の税制改正で「観光の振興に要する費用」に充てるという用途が追加された。

表4 - 1 . 観光関連税（法定税）

観光関連税	創設等の経緯	説明
入場税	S13 創設（国税） S23 道府県税へ S29 国税へ移管 一部は娯楽施設利用税（道府県税）として存置 H元 消費税の創設に伴い廃止	映画、演劇、音楽、スポーツ、見せ物、競馬、競輪、モーターボート競走及び小型自動車競走の興行場への入場に対して課される税（普通税）
娯楽施設利用税	S29 創設（道府県税） H元 課税対象施設をゴルフ場に限定し、ゴルフ場利用税に改称。娯楽施設利用税は廃止	ぱちんこ場、ゴルフ場等特定の娯楽施設の利用に対して課される税（普通税）
ゴルフ場利用税	H元 創設（道府県税）	ゴルフ場の利用に対して課される税（普通税）
遊興飲食税	S14 創設（国税） S36 料理飲食等消費税に改称して引継ぎ	料理店、飲食店、旅館等の利用行為に対して課される税（普通税）
遊興税	S22 創設（道府県税） S36 料理飲食等消費税に改称して引継ぎ	料理店、飲食店、旅館等の利用行為に対して課される税（普通税）
料理飲食等消費税	S36 遊興飲食税、遊興税を引き継ぎ、創設（道府県税） H元 特別地方消費税へ	料理店、飲食店、旅館等における遊興、飲食、宿泊等に対して課される税（普通税）
特別地方消費税	H元 消費税の創設に伴い料理飲食等消費税を改称する形で創設（道府県税） H12 廃止	料理店、貸席、カフェー、バー、飲食店、喫茶店、旅館その他これらに類する場所における遊興、飲食及び宿泊並びにこれらの場所における休憩等の利用行為に対して課される税（普通税）
入湯税	明治初期から温泉等に対する雑種税として課税 S32 目的税化	鉱泉浴場における入湯客の入湯行為に対して課される一種の消費税（目的税）

出典：「税務百科大辞典」（ぎょうせい）、「改正地方税制詳解」（地方財務協会）その他の資料より筆者作成

表4 - 2 . 入湯税の使途（充当）状況（単位：百万円）

課税団体	平成11年度(A)	平成10年度(B)	(A)-(B)	
課税市町村数	1,217団体	1,195団体	22団体	
入湯税収入済額	23,134（構成比）	22,612（構成比）	522	
充 当 状 況	環境衛生施設	6,465（27.9%）	7,049（31.2%）	584
	鉱泉源の保護管理施設	995（4.3%）	957（4.2%）	38
	消防施設等	3,398（14.7%）	3,252（14.4%）	146
	観光の振興*1	7,507（32.5%）	6,558（29.0%）	949
	観光施設整備*2	4,463（19.3%）	4,525（20.0%）	62
	その他	306（1.3%）	271（1.2%）	35

*1 観光宣伝事業、観光調査事業

*2 国民宿舎、キャンプ場等の宿泊施設、入湯・飲泉施設、運動施設等

出典：杉田一宏「入湯税の概要とその使途状況について」『地方税』2001年6月号

村のみが課税団体であり、本格的な観光関連税とはいいがたい。データは少し古いですが、平成11年度において、入湯税は全国1,217団体で課税されていたものの、観光の振興及び観光施設整備に充当された額は、全国トータルでも11,970百万円にすぎない（表4 - 2）。

4.2 我が国の観光関連税（法定外税）

平成12年4月1日に施行された地方分権一括法により地方税法が改正され、法定外税については、国の許可制から国の同意を要する協議制への移行、許可要件とされていた「税収入を確保できる税源の存在」と「税収入を必要とする財政需要の存在」の同意要件が

らの除外、 法定外目的税の創設、が行われ、
地方団体の課税自主権が拡大された。
この改正に伴い、多くの地方団体において

法定外税の導入が検討されているが、その中
で現在すでに施行されている観光関連税をま
とめたものが表4 - 3である。

表4 - 3 . 観光関連税（法定外税）

課税団体	税 目	施行日	説 明
太宰府市	歴史と文化の環境税	平成15年 5月23日	一時有料駐車場の利用に対して課する普通税。税収は歴史的文化遺産の保全及び観光資源の保全と整備を図り、環境に優しいまちづくりを推進する費用に充てられる。
東京都	宿泊税	平成14年 10月1日	国際都市東京の魅力を高めるとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てるため、ホテル・旅館の宿泊者に対して課する目的税
河口湖町、 勝山村、 足和田村	遊漁税	平成13年 7月1日	河口湖及びその周辺地域の環境の保全、美化等のための財源とするため、その主たる原因者である釣り客の遊漁行為に対して課する目的税

出典：総務省資料、各地方団体資料より筆者作成

「歴史と文化の環境税」は普通税であるものの、税収は当地の観光資源である歴史的文化遺産等の保全と整備を図る費用に充てられることになっており、「特定財源」となっている。これは、目的税と異なり、税制上は用途が特定されていないが、財政上の措置として、その税収の全部又は一部を特定事業の財源に充てることとされているものである。

「宿泊税」は、観光振興施策に要する費用に充てるための目的税であり、米国の宿泊税と同様の趣旨で創設されたものである。同様の宿泊税については大阪市でも検討されており²²、また、札幌市²³、仙台市²⁴においても検討された経過がある。

「遊漁税」は、近年の釣りブームによる釣り客の増加に伴い悪化しつつある河口湖及びその周辺地域の環境を保全・美化等する目的で創設されたものであるが、間接的には観光

資源を保全し、観光振興に資するものであり、一種の観光振興のための目的税ということもできる。

4.3 目的税及び特定財源の活用の意義

現在の目的税ないし特定財源は、受益者負担金ないし原因者負担金に類似する性質を持った租税である。それが、負担金としてではなく、租税として徴収されざるを得ないのは、関係者が極めて広範にわたること、及び受益・原因等の程度を個々人ごとに特定できないこと、による。

目的税及び特定財源は、特定事業の財源を確保する、あるいは受益又は原因関係のある者の負担意識を明確にするという意味はあるが、多用すると、財政の統一的運営を困難にし、また「財政硬直化」の一因となることも指摘されている。

22 大阪市税財政研究会「『課税自主権（法定外税）の活用』について 報告」平成14年1月

23 札幌市「財源に関する研究会報告書」平成13年3月

24 仙台市「課税自主権研究会検討報告書」平成13年3月28日

「財政硬直化」は、道路特定財源の弊害の議論で明らかのように、財政需要に応じて確実に財源を確保するという制度的趣旨に反して、その財源を用いた事業の執行部門が、財源規模に応じて事業を拡大する危険性があり、そのことが国民の租税負担の総量が限られている中で、真に必要な財政需要に応ずるための税収の確保を困難にしてしまうことをいう。

今後、公共サービスの内容がさらに複雑化していくことが予想されるが、これに伴い、特定の範囲の者によって受益されるサービスや、特定の範囲の者によって惹起される行政需要が増加するものと考えられる。そのような費用について一般財源から支出するのは合理的でなく、それらの特定範囲の者に費用を負担させるべきである、という考え方が強くなってくると考えられることから、受益者負担金のないし原因者負担金的な租税はますます重要性を増していくものと考えられている²⁵。

また、長引く景気の低迷により国税収入・地方税収入ともに大きく減少するなど、国・地方とも財政状況が非常に厳しくなっている中、従前のような一般財源の配分方式はすでに限界にきているとも言える。

観光振興のような施策は、地方経済にとって大変重要であるものの、福祉、教育等のような住民生活に密接に関わる施策との比較においては、一般財源の配分に際して優先順位の劣るものであり、とりわけ近年のように厳しい財政状況のもとでは、これに重点配分す

ることは困難であると考えられる。したがって、このような施策は特定財源を有効活用することにより重点的に推進していくシステムを構築しておく必要があると考えられる。

5 結 論

以上2～4において見てきたように、米国では観光関連活動に対して多様な税を課し、その税収を観光振興のための特定財源として有効に活用している。その具体例として、フロリダ州における観光関連税の現状と観光振興施策の実施状況等について、ビジットフロリダの活動を中心に概観した。我が国の本格的な観光振興はまだスタートしたばかりであり、施策を進めていくための財源の確保についても未だ確立された手法はないが、米国において採用されている手法は、我が国が観光振興に取り組む上でも大いに応用の可能性のあるものと考えられる。

以上を踏まえ、我が国の観光振興のための財源について、次の4点を指摘し、結論とする。

5.1 観光振興施策を効果的かつ継続的に実施するためには特定財源が必要であり、特定財源については、米国において活用されているような観光関連税の目的税化の手法が有効である。

25 金子宏『租税法(第8版)』(弘文堂、平成13年)17～18頁

5.2 観光振興には、技術面、財政面を含む国の多角的な支援が当然検討されるべきであるが、各地方の観光の特徴は多様であり、それら特徴を生かした観光振興施策の実施主体は地方団体であるべきであるため、現行税制の下では、観光関連税はそれぞれの地方の観光特性を生かした法定外目的税の創設によるべきである。

しかしながら、個々の地方団体による法定外目的税の創設は、日本のような狭い国土の中では観光関連税目が複雑化する可能性もあるため、国の施策として観光振興を図っていく観点からは、地方税に法定任意税（ローカルオプションタックス：課税するかどうかは地方団体（住民）が選択する）を創設することも検討すべきである。

5.3 観光関連税の目的税化が財政硬直化の原因となることを避けるため、その税収は、施策の基礎的財源となる規模にとどめ、不足分は一般財源により補填することとし、財政の統一的運営を確保すべきである。

5.4 観光振興施策を実施するにあたっては、官民一体となった観光事業実施主体を設立するなど、民間のノウハウを活用した積極的な事業展開が必要であるが、財源が有効に活用されるよう、事業等の業績を客観的にチェックするシステムの構築が必要である。

【主な参考文献】

- Mandy Rafool, Laura Loyacono “ *Travel and Tourism : A Legislator 's Guide, Second Edition,* ” National Conference of State Legislatures, July 1999.
- 2001 Report on Florida 's Tourist-Related Taxes, Florida House of Representatives, The Committee on Commerce, 2001.
- Local Government Financial Information Handbook, 2002 Edition, Florida Committee on Intergovernmental Relations, September 2002.
- NCSL, Foundation for State Legislatures, “ *Critical Issues in State - Local Fiscal Policy : A Guide to Local Option Taxes,* ” 1997.
- OPPAGA Program Review Report No.03 - 07, January 2003
- OPPAGA Program Review Report No.99 - 19, December 1999
- 金子宏 『租税法（第8版）』（弘文堂、平成13年）
- 田村政志・桑原隆広 編 『分権時代の地方税務行政』（ぎょうせい、平成15年）
- 碓井光明 『要説 地方税のしくみと法』（学陽書房、2001年）

二 席

「ヘルスツーリズム (Health Tourism)」の理論と実際

韓国と日本の事例分析



姜 淑瑛

はじめに

現代社会は高齢化・長寿化が進むとともに、望ましくない生活環境やストレスによる生活習慣病の問題は、健康への関心をさらに高めている。衣食住を含む我々のあらゆる日常生活の場面に健康志向が反映されており、このような傾向は非日常生活の空間である観光にも影響を与えている。近年の温泉旅行にみられる癒しブーム、宿泊施設における健康重視傾向などは、その例である。

一方、科学技術の発達や経済成長は、世界の多くの国に大衆観光社会の成立をもたらしつつある。それと同時に先進国では、旅行することそのもの、特定の国・地域を訪問し見物することなどに価値を与えた従来のマストツーリズムから、文化や自然環境との接触、家族・友人とのコミュニケーション、健康回復・増進等、特定の目的を優先する観光 (Special Interest Tourism) へ関心が寄せられている。このように、観光は健康回復や増進などのSpecial Interestを果たすのに有効な手段として認識されはじめていると考えられる。

健康回復・増進とかかわる旅行そのものは

今日になって始まった現象ではなく、古く古代までさかのぼることができる。しかし、「健康回復・増進を主たる目的とする観光 (以下、ヘルスツーリズム/Health Tourism)」という認識は最近のことであり、まだ観光学の共通用語になってないのが現状である。例えば、英語の文献では、健康回復・増進とかかわる観光行為を「spa tourism (Becheri,1989)」「thermalism (Becheri,1989)」「health tourism (IUOTO, 1973 ; Becheri, 1989 ; Niv, 1989)」「health care tourism (Goodrich,1989)」等の用語で表現している。また、日本の文献ではhealth tourismという用語を「保健観光」と「健康観光」に分けて訳しており (長谷政弘編,1997) それ以外には「クアハウス」「ヘルスセンター」などの関連用語が使用されている (日本交通公社編,1984)。これは、ヘルスツーリズムという現象を表す共通用語がないだけではなく、ヘルスツーリズムがどのような現象であるかという意見にも一致点がないことを示しており、観光学の中でヘルスツーリズムという用語と概念が曖昧なまま使われていることを意味している。

本論文は、健康志向がますます観光の場面

に反映されており、関連した観光形態が現れているにもかかわらず、どのような現象としてとらえるかという統一見解が未だ見られないヘルスツーリズムについて、その概念を理論的にまとめるとともに、韓国と日本で行われているヘルスツーリズムの具体的な事例を分析することを通じて、両国におけるヘルスツーリズムを発展させるための課題を明らかにすることを目的とするものである。

1. 健康にかかわる旅の歴史

1) ヨーロッパ・アメリカにおける経緯

洋の東西を問わず、健康回復・増進という動機は古くから旅行の主な目的の一つであった。それと同時に、一般に旅行が禁じられていた時代では、健康回復・増進は「旅行したい」という本音を満たすための建前としての役割を果たしてきた。

医学が発達しなかった近世まで、健康回復・増進を目的とした旅行は信仰および水と密接なかかわりをもつ形だった。古代ギリシャでは、流れる水や泉は「生命の源泉」とみなされ、その周辺には神殿が作られ、僧侶による治療行為が行われた。17世紀後半以来、医学が発達することになると、温泉や海という自然資源がもつ医学的な効果が科学的に証明されるようになる。すると、それまで衰退していた温泉に加え海浜には治療や保養を目的とする上流階級の人が訪れるようになり、温泉や海浜は、やがては貴族たちの社交場としてリゾートにまで発達するようになる。バース、ブライトン（イギリス）、バーデンバ-

デン（ドイツ）などがその代表的な例であり、その中の一部は現在も、社会保険制度の支援をうける湯治客のための保養地（health resort）として活用されている。保養地には医療施設、スポーツ施設、文化・レクリエーション施設、宿泊施設など、あらゆる施設が総合的に備えられている。20世紀に入ってから、望ましくない生活環境から生じる健康問題に関心が集まっている。ヘルスファーム（health farm）は、このような健康予防・増進に関するニーズ（ストレスマネジメント、痩身や美容、禁煙など）に対応した中長期滞在型の健康リゾートであり、比較的経済・時間的に余裕のある人が訪れる所である。

独立戦争以前のアメリカでは、ヨーロッパの貴族の生活様式を模倣した温泉リゾートや海浜リゾートへの旅行が盛んに行われており、イエロースプリング（Yellow Springs）などには多くの富裕層や著名人が訪れたという記録がある。現在、アメリカで目立つヘルスツーリズムの流れは、ヘルスファーム（health farm）である。カリフォルニア州にあるゴールデンドア（Golden door）は、世間から離れた環境に立地しており、休養、ダイエット、禁煙等の健康増進のニーズに対応できる多様な施設（サービス）、専門スタッフを備えている。

2) 韓国と日本における経緯

韓国における旅行の歴史は、外交・教育・宗教・貿易などを目的としたものが殆どである。健康とかかわる旅行はごく限られていた

が、その一つとして自然と接触する行動がある。古くから名山を訪れ、その風景を鑑賞しながら、詩や歌を謳うことで感性や知的な成長を図るとともに、体も鍛えたのである。その代表的な例は、新羅時代の貴族の息子達から成る「花朗」という集団である。また、治療や健康回復のための転地旅行が行われており、その対象地は、温泉・薬水（自然から湧き出る水）のあるところ等であった。しかし、こうした旅行は王や士大夫（貴族）など一部限られた階級によるものであって、一般的に庶民には旅行が認められず、彼らの健康関連行動は日常生活と密着したものであった。漢方薬の愛用、薬水を求めた近隣の山登りは、現在にもコロセ薬水旅行、観光地における漢方の活用として現れている。

日本における健康回復と増進を目的とした旅の主な流れは、温泉とのかかわりからみることができる。古くから効能の認められた温泉では、治療を目的とする湯治が頻繁に行われてきており、江戸中期になると湯治はさらに大衆化し、盛んになる。一般庶民は農閑期を利用して、温泉地に3廻り（一回りが七日間）あるいは、4廻りの長期滞在をしながら、農作業の疲れをとるなどの休養を行った。

2. ヘルスツーリズムを構成する概念の吟味

1) 健康 (Health) 概念の変化

健康は、各々時代や社会ごとに異なる概念としてとらえられてきた。20世紀の初期までは、「健康」とは病気のない状況であり、主に身体的・生物学的な概念としての認識が支配

的であった。しかし、1946年WHO（世界保健機関）が行った「健康」の定義により、その概念に変化が起こり始める。WHOは「健康とは、身体的、精神的および社会的に完全に良好な状態であって、単に疾病がないとか虚弱ではないというだけではない」と定義した。また、1986年に採択したオタワ憲章では、「健康増進 (health promotion) とは、人々が自らの健康をコントロールし、改善する能力を向上させるプロセスである。...(中略)...。健康増進は、保健分野だけではなく、健康的なライフスタイルからよく生きること (well-being) にまでかかわりあるものである」とした。

このように、現代における健康の概念は、健康増進まで含めた広義のものである。健康に生きるということは、病気の無い状態を維持するのみではなく、自分の人生の質の向上を目指して常に積極的にまた、主体的に努力し、望ましくない生活環境を改善していく姿勢を持つことを意味している。健康はもはや主体的な生き方を意味する「ウェルネス (Wellness)」という概念としてとらえることができる。

2) 健康と観光とのかかわり

観光と健康とのかかわりは以下の3つの点から説明することができる。

第1に、歴史的な流れである。上記の歴史的な経緯の部分でも吟味したように、健康はどの時代においても、人間移動の主な目的の一つであり、旅行を成立させるための名目上

の理由でもあった。

第2に、健康とかかわる用語の語源の吟味である。レクリエーション (recreation) は Re - Creationから作られた「身体的な再生、休息、回復」を表す言葉であり、現在は健康増進に貢献する自由時間内の活動を意味している。ホリデー (Holiday) は聖なる時間 (holy day) に由来する言葉で、聖なる行事を通して精神を清めることを意味している。バケーション (vacation) は「空にする」「やめる」という意味のラテン語からきた言葉で、休むことによって身心とも空にし、再生することを意味する。すなわち、観光とかかわる三つの用語とも心身および精神の健康とのかわりに由来する用語であることが分かる。

第3に、観光が健康に及ぼす効果である。保養地のように健康そのものを目的として作られた場所に滞在することが健康に正の効果を与えることはいうまでもないが、広い意味で旅行そのものも健康状態によい影響を与える。しかしながら、旅行には負の影響もある。観光地で起こる事故、風土病等の感染は旅行者本人を始め、その家族や周りの人にも影響を与える。また、旅行者によって観光地に伝播される病気は、観光地の地域住民の健康にも負の影響を与える結果をもたらす。

3. 「ヘルスツーリズム」の概念と諸形態

1) 観光学の専門用語としての「ヘルスツーリズム」

観光学の中で「ヘルスツーリズム」という用語が使われたのは、1973年、IUOTOが発表

した「health tourism」という報告書が最初である。この報告書が大きな契機となって、以後Goodrich (1987)、Niv (1989)、Hansruedi & Eveline, L.K. (2001)等の研究者によって、「ヘルスツーリズム (Health Tourism)」「ヘルスケアツーリズム (health - care tourism)」「ウェルネスツーリズム (wellness tourism)」という用語を用いた健康回復・増進を目的とする旅行に関する論文が本格的に発表され、1980年代の後半から「ヘルスツーリズム」は観光研究の対象とされるようになってきている。

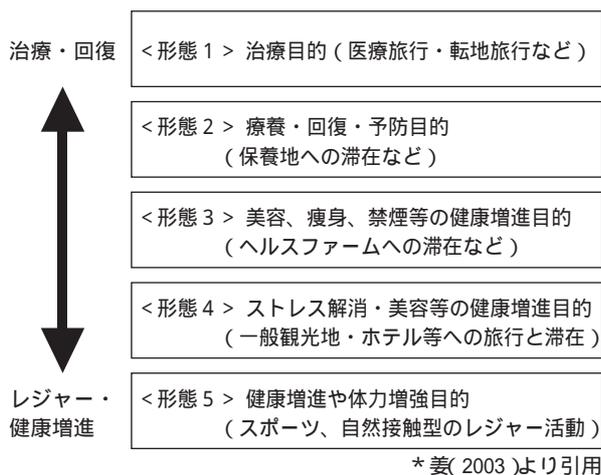
2) さまざまな研究者 (機関) による説明

ヘルスツーリズムと関連した説明は、研究者 (機関) ごとそれぞれに異なるものである。IUOTO (1973) は「ヘルスツーリズムは自然資源、とくに温泉、気候などを活用した健康施設の提供」、Goodrich (1987) は「一般的な観光施設にヘルスケア - サービスと施設を加えて、それを利用して意図的に観光者を誘致しようとする観光地 / 観光施設部門 (ホテルやリゾート) の試み」と説明している。さらに、Hansruediら (2001) は「ウェルネスツーリズム (wellness tourism) とは... (中略) ...、健康増進および予防を主な目的とした人たちによる、日常生活圏を離れた旅行および旅行先での滞在を指す」と説明している。これらを最大公約的にまとめると、ヘルスツーリズムは健康回復・増進を目的とし他地へ赴くものであり、「治療・回復や健康増進という目的」、「その目的を満たすのに有効な自然資源

の利用、「健康に関連した施設およびサービスの活用」という構成要素・条件が含まれていることが認められる。ヘルスツーリズムは、これらの構成要素・条件をどのレベルでとるかによってその形態や特徴の異なる幅広い現象である。

3)「ヘルスツーリズム」の諸形態

既存文献を手掛かりにすると、「ヘルスツーリズム」にはさまざまな形態があると考えられる。筆者は、これを、医療とレジャーという軸を基準として5つに分類することを試みた<図1>。



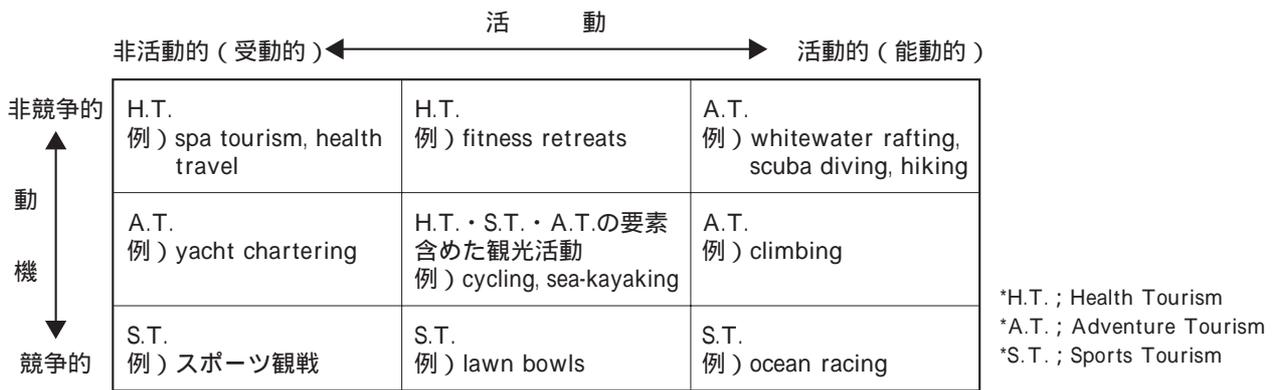
<図1>「ヘルスツーリズム」の諸形態

ここでは、〔形態1〕に近いほど治療あるいは医学とのかかわりが強く、〔形態5〕に近いほどレジャーや健康増進とのかかわりが大きいことを示している。〔形態1〕と〔形態2〕は医療サービスとのかかわりが最も強く、その対象は不健康者あるいは年配者が多い。〔形態3〕は美容、痩身、禁煙のような健康増進とかかわるニーズに対応した専門的な健康リゾートの利用である。〔形態4〕は温泉地、一

般観光地等がフィットネス・スポーツ施設、エステのような健康増進施設（サービス）を提供する形態である。利用者は楽しさを求めることが主な旅行動機であって、健康志向行動は付随的な行動である。〔形態5〕は、自然触れ合い型、スポーツやトレッキングのように健康増進や体力増強を目的とした動的で、活発的なレジャー活動である。

ヘルスツーリズムは、治療から健康増進という幅広い健康的な面と、楽しみというレジャーの面を同時に含んでいる。それゆえ、ヘルスツーリズムは医療とレジャーという連続体（continuum）の上で、上記の<図1>のように、広義の多様な形態を含むのである。

また、ヘルスツーリズムは自然およびスポーツ領域と多いかかわりをもっている。ホール（Hall,1992）は、ヘルスツーリズムとスポーツツーリズム（Sport Tourism）およびアドベンチャーツーリズム（Adventure Tourism）との関係を、参加動機と活動内容を基準に説明している。スポーツツーリズムは全般的に競争的な領域である反面、ヘルスツーリズムは非競争的な領域であり、スポーツツーリズムとアドベンチャーツーリズムが活発で動的な活動である反面、ヘルスツーリズムは静的な活動であると説明している。しかしながら、若者の体力増強を目的としたスポーツ活動、ハイキングやトレッキングのようなレクリエーション活動もヘルスツーリズムの形態の一つであることを考えると、ヘルスツーリズムは非競争的ではあるが、動的でもあるといえるのである。



* HalK (1992) p.142より引用

<図2> H.T.・A.T.・S.T.の概念的枠組み

4. 韓国における「ヘルスツーリズム」の事例分析

1) 薬水（冷泉）を活用した健康回復・増進旅行

韓国には数多くの薬水場がある。毎朝、薬水場には近隣の中高年者が水タンクを持って訪れ、軽い運動と休息を楽しんだ後、容器に薬水を汲んで帰る風景をよくみかける。韓国人にとって薬水場は、日本人における温泉のような、親しみのある場所であると同時に、健康維持や増進のための重要な場所となっている。

「薬水」とは、本来山奥の地面あるいは岩から湧き出る効能のある水の中で冷水を指すものである。古くから、薬水は皮膚病や目の疾患等の病気を治す目的で、飲用したり、沐浴に使われたりしてきたが、現在は健康に害のない綺麗な水という意味として用いられる傾向があり、飲用に限っている。また、その対象においても地面から湧き出る水以外にも、雪・雨水、樹液等を幅広く含むようになった（朴キョンミン,1999）。

このように薬水は韓国人にとって日頃の健

康管理のためのものであるが、これが旅行商品化されたものが『コロセ薬水』である。コロセ薬水とは、啓蟄（太陽暦の3月初旬）の前後の約一ヶ月の間、コロセ樹（板屋楓樹の一種）から取れた樹液のことであり、骨利樹とも呼ばれ、神経痛や関節炎など骨にかかわる病気にとくに効き目があると知られている（鄭京淑、1989）。

主に、韓国南部の智異山周辺地方でとれるこの薬水が採取される時期になると、この地域にはコロセ薬水を求めて多くの人を訪れる。コロセ薬水は、最初、その効能を知る一部の人が個人的に生産農家を訪れ、農家に泊まりがけで郷土料理とともにコロセ薬水を飲用する、いわゆる個人旅行の形態であったのが、現在はその効能が全国的に知られ、また、コロセ薬水を地域振興のための郷土資源として活用しようとする地方自治体の試みによって、コロセイイベントの開催やパッケージ旅行商品化するようになった。

1997年に設立され、島めぐり、汽車旅行、エコツーリズムなどのテーマ旅行を企画・販売している会員制の旅行会社である(株)スノウ

旅行は、創設以来毎年、コロセ薬水をテーマとした旅行を企画し、「コロセ薬水紀行」および「南島味紀行」というタイトルで販売してきている。「コロセ薬水紀行」は日帰りあるい

<表1>「コロセ薬水紀行」の旅程

日 程	日 程
1日目夜	ソウル出発
2日目	智異山到着（バスの中で睡眠）コロセ薬水飲用 およびトレッキング、コロセ薬水採取現場の見学、 お寺見物、温泉浴 ソウル着

* (株)スノウ旅行の内部資料(2003)をもとに作成

は、夜行日帰りの旅行商品であり、会員の場合、旅行参加費は50,000ウォン（5,000円に相当）である。「南島味紀行」は2泊3日の南部地方の郷土料理を味わう旅行であるが、その旅程の中にコロセ薬水飲用が含まれており、325,000ウォン（32,500円に相当）である。二つの旅行商品の例から、コロセ薬水旅行は短期滞在型であり、その内容はコロセ薬水の飲用をメインとしながら、周辺地域の観光、トレッキング、グルメなどと組み合わせていることがわかる。また、コロセ薬水の飲用は1回に限っており、郷土料理とともに提供されるという点から、体験観光に近いともいえる。

参加者は40歳代をはじめ、50～60歳代の中高年層が多いが、そのほとんどがコロセ薬水に詳しいというより、コロセ薬水に対する好奇心から参加する人である。そして、コロセ薬水の効能に関心を持ち始め、健康増進に利用しようとする参加者は、個人的に生産農家を訪問するか、通信販売を通してコロセ薬水を購入するという。「医食同源」という韓国独特の食薬文化がヘルスツーリズムにも影響を与えていることがわかる。

2) 漢方資源を活用した外国人観光者誘致への試み

ここ十数年、韓国を訪れる外国人観光者には、美容整形や視力矯正のような医療行為を目的とする人が増えている。また、医療行為を伴わない場合でも、アカスリなどの伝統美容法、医食同源の食文化など、韓国人の日常生活に溶け込んでいる健康管理法に興味を持つ人が増えつつあり、パッケージ旅行商品にもこのような関心が反映されている。

このように韓国人が日常的に利用している保健分野の資源から、観光資源として活用できるものを再検討および商品化し、インバウンド観光客を誘致しようとする韓国政府の試みが、保健観光事業（Health tour to Korea）である。この事業は、保健福祉府の傘下組織である韓国保健産業振興院と韓国観光公社が協力し合い、主に、漢方医学（治療・美容）および伝統健康食、美容、西洋医学（整形、視力・歯の矯正等）を対象とし、観光商品化を図っている。

1999年12月に保健産業振興院によって推進企画(案)が作成され、翌年2月には大統領に報告するとともに、保健観光事業を推進するための実務協議会が開かれた。以来、ホームページや公文書を通じた保健観光事業の告知、保健観光事業者を選定するための基準作りおよび訪問調査を行い、2000年12月には第1次保健観光事業者（漢方病院4ヶ所、旅行会社1ヶ所）を指定した。そして、2003年現在、漢方医学と健康食の分野に限定された15ヶ所（漢方病院13ヶ所、旅行会社1ヶ所、食品料理

教室1ヶ所)の保健観光事業者がある。政府がこのように保健観光事業者を指定する理由は、外国人観光者に信頼できる保健サービスを提供するためである。その評価基準をみても、施設規模、診療科目、医者の数、医療機材等の医療サービスだけではなく、外国語の対応力や案内資料の装備・プロモーションまで評価しており、外国人観光者が安心して診療を受ける体制が整っているかを評価していることがわかる。

保健観光事業者の中で比較的に外国人観光客の誘致に積極的な所に、ソウル・慶熙大学附属漢方病院(以下、慶熙漢方)とコッマウル慶州漢方病院(以下、慶州漢方)とがある。両病院とも、第1次保健観光業者の選定の際選ばれた病院であり、漢方医学においては韓国を代表する病院であるといえる。

慶熙漢方は、四象体質医学を主とする漢方体験商品を販売してきている。四象体質医学とは、個人の体質的特性をもとに、太陽人・太陰人・少陽人・少陰人の四つに分け、その体質に合わせた心身摂生・食生活・社会生活等、生活全般にかけた健康管理方法をアドバイスする予防医学の一種である。この漢方体験商品には四象体質の診断をはじめ、健康アドバイス、漢方薬調合過程の見学が含まれて

いる。検診方法の説明から、検査の実施と結果がわかるまで約2時間がかかり、費用は50,000ウォン(5,000円に相当)である。2003年8月現在までは、病院が製作した案内冊子やチラシ、新聞記事、口コミなどの病院単独のプロモーションにより、外国人観光者を誘致してきたが、2003年9月からは、保健観光事業指定旅行会社である(株)Focus Toursと提携した「漢方体験」の旅行商品を、日本人観光者向けに、週2回販売する予定である。2002年2月までこの病院を訪れた外国人の数は254名である。

また、慶州漢方は、自然と文化遺産の豊かな慶州地域に立地しており、韓国伝統文化を感じさせる伝統家屋様式で作られている。この病院は、保健観光事業の実施される以前から、外国人訪問者の受け入れ体制を整うなど、外国人の誘致に励んできた。現在、慶州漢方が設けている保健観光プログラムには、『ゴルフ・レジャーコース』と『文化遺産巡りコース』の二つがあり、その内容は1日目には体質判別(四象体質)を始め、健康診断を行い、2日目からは訪問者ごとに異なる漢方療法の適用と、レジャー活動や文化遺産めぐり等を組み合わせたものである<表2>。また、2時間程度の『コッマウル医療ツアープログラ

<表2>コッマウル慶州漢方病院の保健観光ツアープログラム内容

	ゴルフ・レジャーコース	文化遺産巡りコース
1日目	普門団地内のホテル 病院(検診と結果報告、漢方治療、漢方食) ホテルに宿泊	普門団地内のホテル 病院(検診と結果報告、漢方治療、漢方食) ホテルに宿泊
2日目	ゴルフ・文化遺産巡り、漢方治療	文化遺産巡り、漢方治療
3日目	水泳・トレッキング、朝鮮人参畑の見学	産業施設見学、朝鮮人参の畑見学、漢方治療
4日目	ゴルフ、漢方治療	文化遺産の巡り、漢方治療
5日目	温泉浴、漢方治療 帰り	温泉浴、漢方治療 帰り

*慶州漢方の保健観光案内冊子より作成

ム』という漢方体験プログラムも提供している。2000年に慶州漢方を訪れた外国人訪問者数は118名であり、2001年は274名である。日本人が最も多く7割弱であり、続いてアメリカ人が2割弱で、これら両国の人々が、全体訪問者の8割を占めている。

両病院の事例からわかるように、保健観光事業は国をあげた観光事業として近年立ち上げたばかりであり、病院独自のプロモーションによって訪れた個人訪問客を受け入れる傾向が強く、保健産業と旅行業が連携した旅行商品づくりはこれからの課題である。

5. 日本における「ヘルスツーリズム」の事例分析

1) 温泉資源を活用した健康回復・増進への先駆的試み

日本には数多くの温泉があり、それを利用した療養や保養は古くから行われてきており、日本におけるヘルスツーリズムの原型は湯治であるとも考えられる。そして、温泉と医療施設を活用し、温泉療養・保養地としての位置を確立した“地域対応型ヘルスツーリズム”の先駆的事例として、長野県鹿教湯温泉の取り組みがあげられる。

鹿教湯温泉は、古い時代から脳卒中や中風などの病気に効能がある温泉として知られていたが、1956年に長野県厚生農業協同組合連合会（以下、「JA長野厚生連」と記す）が温泉療養所（現、リハビリテーションセンター鹿教湯病院、以下「病院」と記す）を開設したことをきっかけに、温泉療養・保養地とし

て展開する基礎がつけられた。病院は、鹿教湯温泉の湯治場としての伝統をJA長野厚生連会員に有効に生かすことを意図して“集団保養事業”を立案し、滞在者向けに保養棟を建設した。そして1959年1月に小県郡和農協組合員48人が食料持参の半自炊による1週間の保養を目的に訪れた。1960年には、来訪者が増加したため、地元旅館を保養所に指定して分宿体制をとることになり、地域としての協力体制を整えた。この間、11月から翌年3月までの“農閑期”を利用した7泊8日型集団保養参加者は年々増加し、1978年には年間11,209人に達したものの、この年を境に減少傾向がみえ始める。

1987年に、参加者減少の打開策として4泊5日型のコースを新設するとともに、集団保養の名称を現在の「ヘルスウィークかけゆ」と改称した。しかし、参加者は93年までは漸減にとどまっていたものの、それ以後は年々減少し続け、2002年には2,338名にまで落ち込んでいる。また、参加者の平均年齢は78.8歳、内80歳以上が46%を占める高齢化が問題となっている。1980年以降、集団保養事業が急速に衰退してきた理由には、この事業の成立と発展を支えてきた母体であるJA長野厚生連そのものの低迷がある。経済の不況は農村経済にも影響を与え、農協の合併・組織改革策が持ち込まれることによって、当初127あったJA長野厚生連の支部数は、現在16にまで縮小された。同時に、農業従業者の減少と高齢化、兼業農家が増加したことによって農閑期に保養するといった考え方が薄れた。また、各自

治体の医療制度の充実によって健康診断が日常的に受けられるようになったこと、「ふるさと創生基金」によって各地に温泉施設が造られ、より手軽に温泉利用が出来るようになったことの影響もあるものと考えられる。

2003年の「ヘルスウィークかけゆ」のプログラムは以前のものと基本的には同じであるが、1983年に開設された「クアハウス」の利用を始め、短期コースではトレーナーによる体操指導や森林浴など、地域との結びつきを積極的に図ろうとしている。

2003年現在、鹿教湯温泉は7泊8日・4泊5日・3泊4日の保養コースを実施しており、その価格は、7泊8日コースが44,000円、4泊5日コースが26,000円と低廉価格である。また、

1991年開設された通年型である3泊4日のコースは24,000円であり、健康診断受診希望者は他に10,000円が必要となる。各コース参加者の割合をみると、1993年までは全体の70%が7泊8日コースであったが、2002年より4泊5日コース参加者が7泊8日参加者を上回っている。

上記記述したように「ヘルスウィークかけゆ」は衰退する傾向にあることは否定できないが、「クアハウス」を利用する地元民が増加しつつあることなど、温泉地としての特徴を生かそうとする動きは数多くみられ、その背景には、温泉療養・保養地としての鹿教湯温泉の歴史と伝統が生き続けていると考えられる。

<表3> 「ヘルスウィークかけゆ」のプログラム

「ゆったりコース(7泊8日)」および「休養コース(4泊5日)」の内容		「健康増進リフレッシュコース(3泊4日)」	
1日目(火)	鹿教湯到着	1日目(火)	鹿教湯到着
2日目(水)	血圧測定・保健師の健康相談	2日目(水)	健康診断/健康相談、ストレッチ体操(クアハウス)、森林浴(21番所巡)
3日目(木)	健康相談・人間ドック(別料金) 健康大学講座	3日目(木)	健康大学講座,健康診断結果説明,クアハウス利用(プール他),交流会
4日目(金)	映画会、体力測定(希望者) 健康診断結果説明 休養コース参加者交流会(表彰/福引)	4日目(金)	参加者帰省
5日目(土)	ケートボール大会 休養コース参加者帰省	*JA長野厚生連・リハビリテーションセンター鹿教湯病院の参加者募集案内チラシ(2003)より作成	
6日目(日)	囲碁・将棋大会、手芸教室		
7日目(月)	血圧再測定 ゆったりコース参加者交流会(表彰/福引)		
8日目(火)	参加者帰省		

2)「人間ドック検診」と地域交流とを組み合わせた試み

鹿教湯温泉のように温泉療養を中心とするのとは異なり、地元診療機関での「人間ドック」受診を軸とし、それに地域交流活動を組

み合わせて農村滞在型健康増進プログラムを展開している事例として、新潟県大和町の「健康やまとぴあ」がある。同町は人口約15,000人、上越新幹線および上越線の浦佐駅が最寄駅である。

「健康やまとびあ」は、国保大和病院と大和町農村検診センターを併せた形で1976年に開設された大和医療福祉センターによって発案されたものである。この事業は、1987年頃

から試験的に実施されたが、1989年健康診療施設である「健友館」が完成するとともに、正式に事業がスタートし、年間に6・7回開催している。

<表4> 「健康やまとびあ」のプログラム(2003)

	1 日 目	2 日 目	3 日 目
5月23～25日 (金～日)	オリエンテーション 手作りハム・ソーセージ<春の山菜編>	人間ドック受診・ 健康アドバイス交流会	山菜採りと蕎麦打ち
6月13～15日 (金～日)	オリエンテーション 春の山野草スケッチ会	人間ドック受診・ 健康アドバイス交流会(蛸鑑賞会)	TVドラマ「こころ」の舞台散策
9月19～21日 (金～日)	オリエンテーション 鍼灸治療法	人間ドック受診・ 健康アドバイス交流会	妻有郷訪問(棚田、ブナ林等) ゴルフ(要別料金)
10月3～5日 (金～日)	オリエンテーション 手作りハム・ソーセージ<秋のハーブ編>	人間ドック受診・ 健康アドバイス交流会	越後丘陵公園・雪国植物園訪問

*新潟県大和町地域振興課商工観光係「健康やまとびあ」事務局の案内資料より作成

その基本プログラムは、1日目に健康体操あるいは創作などの実習、2日目に人間ドックを中心とした生活・栄養などの相談、そして3日目にオプションツアーとして“ふるさと体験”を行うものである<表4>。滞在期間中は浦佐温泉旅館の家庭的な雰囲気の中で農村生活を味わいながら、参加者ならびに地元の人々と交流し、心身ともにリフレッシュすることを目指しており、“ヘルシーリゾート”“滞在型人間ドック”と自称している。

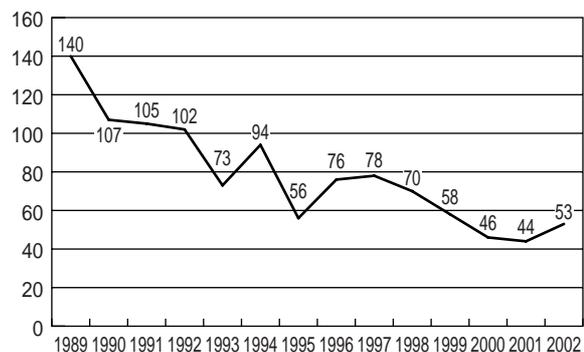
この事業は、始まってから1995年までは病院側(健友館)が事務局を務めていたが、96年からは大和町役場(地域振興課商工観光係)が所管するようになり、現在にいたっている。

参加者の推移をみると、スタートした当時には年間150名近く数えたものの、95年頃からは伸び悩んでいる。近年では年間60名を割り、1回当たり平均7・8名という状態となっている。

最近5年間の参加者構成を分析してみると、夫婦参加者が比較的安定しており、新規参加

者比率はほぼ20%以下であって、継続参加者あるいは参加経験者が多いことが認められる。参加経験者の中で「2年連続参加者」は2001年に66%、2002年には76%に達しており、いわゆる常連客が多数を占めていることがわかる。このことは「健康やまとびあ」が、参加経験者から高く評価され、支持されていることを示しているといえる。

参加者を対象として作成・配布されている「健康やまとびあ通信」に投稿されている参加者の声からみると、この点がさらに明らかになる。「人間ドックというと、ちょっとした決



<図3> 「健康やまとびあ」年度別参加者数の推移

<表5> 「健康やまとぴあ」参加者構成

年度	参加人数	実施回数	一回平均	新規参加者 (比率)	夫婦での参加者(比率)	健保保健 a (比率)	国保組合 b (比率)
1998	70	7	10.0	22 (22.6%)	14組・28名 (40.0%)	14 (20.0%)	19 (27.1%)
1999	58	6	9.7	10 (17.2%)	12組・22名 (37.9%)	15 (25.9%)	13 (22.4%)
2000	46	7	6.6	9 (19.6%)	10組・20名 (43.5%)	12 (26.1%)	0 (-)
2001	44	6	7.3	8 (18.2%)	8組・16名 (36.4%)	19 (43.2%)	0 (-)
2002	53	6	8.8	10 (18.9%)	10組・20名 (37.7%)	25 (47.2%)	0 (-)

* 新潟県大和町地域振興課商工観光係の資料より作成 (a : T社の社員、 b : 東京都 S 区住民)

心が必要なのだが、ここへは半分遊び気分で参加できる。楽しく健康チェックができるのが何よりの魅力(1997)」と記した男性は、友だちに紹介されて以来5年間連続参加している。また、ある女性は、「検査といえば、考えただけで胃の痛む思いがしますが、今回の検査は今思い返しても、その前後の楽しかったことが優先し、肝機能のいつもより少々悪い数値さえ、美味しかったお酒のせいと片付けられます。S区の区報で知り、早速に参加した(1997)」と体験を語っている。

しかし、このように参加経験者に高い満足度を与え、再訪問者の割合が高いプログラムは、一方では新規参加者を増やすための広報活動を継続的に行うことが必要となり、そうでないと先細りしてしまう危険性があることも事実である。現在、「健康やまとぴあ」事務局には広報予算措置はなく、参加者からの“口コミ”に頼らざるをえず、この点は大きな問題である。また、参加者の中に健保組合および国民健保の適用を受けている場合がかなり含まれている。人間ドック受診への健保や国保の助成は有利な条件となるが、不況の影響による企業の業績悪化や地方自治体の財政難などによって助成廃止や減額がみられてい

る。<表5>のように国保適用者の参加が2000年以降ゼロになったのはそのためである。

当初は年8回以上開催されていた「健康やまとぴあ」は、2003年現在、年4回にまで減らしているが、そのプログラムの内容はスタート当時とほとんど同様である。

2003年現在、「健康やまとぴあ」の料金は宿泊費・実習費などが26,250円、人間ドック料金が37,800円(いずれも消費税含む)の合計64,050円である。全費用の中で約60%が人間ドック料金であることを考えるとリーズナブルな価格設定であるといえる。

地域の医療機関と旅館、行政が協力し、健康診断をさまざまなレクリエーション活動で包みこむプログラムを早いうちから展開してきた「健康やまとぴあ」は、日本におけるヘルスツーリズムの興味深い実践例であろう。

3) 高度な健康診断受診を主たる目的とした「旅行商品」

温泉資源の活用や医療施設との協力によって、健康回復・増進にかかわる観光に地域ぐるみで取り組んでいる事例とは異なり、高度な健康診断受診を主たる目的とした旅行を企画し、広く一般募集を行う「旅行商品」の代

表的事例としてJR東日本によるものがあげられる。

中高年層を会員として、割引運賃を適用する仕組みの「ジパングクラブ」は、旧国鉄時代である1985年に既に始まっていた。JRの分割民営化後、この仕組みはJR各社に引き継がれ、現在、会員総数は147万人（内、JR東日本78万人、JR西日本40万人）であり、会員平均年齢は71歳（男性約40%、女性約60%）となっている。

JR東日本は2001年7月から、JR東日本ジパングクラブの会員誌として『大人の休日』を創刊するようになり、各号約50万部を発刊し、会員に配布するとともに、グリーン車内に持ち帰り用として配置している。『大人の休日』は創刊以来、中高年者向けの旅行情報を適時掲載してきたが、読者層の健康に対する関心の高まりを受け、関係機関との協議を経て2003年5月から健康診断の受診を中心とする「旅行商品」を紹介するようになり、最初に「脳ドック健康プラン」が、続いて「PET検診ツアー」が登場している。

「脳ドック健康プラン」は3泊4日の旅程であるが、2日目の半日間、静岡県中伊豆地区の医療機関で脳全体の検査（MRI）と脳血管検査（MRA）をはじめ、精密健康診断を受ける。その他は健康増進のための体操や散歩、手作り体験等にあてられている。

「PET検診ツアー」は、PET（陽電子放射断層撮影）という最新技術によるガン検診を主としたツアーである。この検診装置は極めて高価であるため、受診できる施設はごく限

られている。ある専門医の話では、施設をいち早く導入した韓国の病院で受診するツアーが実施された例もあるとのことである。旅程は1泊2日タイプと2泊3日タイプがあり、航空機を利用して鹿児島・霧島温泉を訪れ、約半日間で現地近くの専門医療機関でPET検査を受ける。検査以外の時間には見学や自然体験型ツアーが用意されている。

「脳ドック健康プラン」は2003年5月から8月までの間、毎週（水～土曜日）に設定されており、旅行費用は三島駅までの交通費を含まず、約100,000円である。現在まで毎回ともほぼ満員（1回当たり10人程度）であり、参加者年齢層は殆どが65歳～70歳、男性40%、女性60%の割合となっている。

「PET検診ツアー」は2003年8月から10月の間、毎週（火～木曜日）に設定されている。販売価格はPET検査を行うベーシックコースが約18万円、PET検査に加えて頭部MRI検査、腹部超音波検査などを加えたスタンダードコース約22万円とかなり高価である。このツアーの反響をみると、募集を開始した5月から7月中旬まで、すでに50名を超える申し込みがあり、その圧倒的多数が料金の高いスタンダードプランを希望している。参加希望者の年齢層はほとんど「脳ドック検診ツアー」と同様となっている。

ここで紹介した事例は、いずれもかなり高額であるにもかかわらず、健康維持にかかわるものであるだけに、期待をもって購入する人々が少なくはないことが分かる。このような高度な健康診断を目的とした旅行商品の企

画・販売は、まだ始まったばかりではあるが、ヘルスツーリズムの一つの形態となっていく

可能性をみせているものと考えられる。

<表6> 健康診断を主たる目的とした募集旅行商品の内容

(1)「脳ドック検査ツアーのプログラム」

1日目	J R三島駅集合、「健康増進センター」へ生活調査表提出後、気功・太極拳、腰痛・肩こり防止体操、ホテルに移動、夕食後栄養士より食事指導
2日目	朝食無、「健康増進センター」で「脳ドック検査」、昼食後、針灸またはマッサージ治療、ホテルで夕食
3日目	朝食後、ホテルでのステンドグラス作り体験、昼食後に周辺散策、ホテルで夕食
4日目	朝食後、「健康増進センター」で検査結果を個別通知および相談、J R三島駅で解散

(2)「PET検診ツアー」のプログラム

1日目	午前中に羽田空港 鹿児島空港、霧島温泉ホテル着、定期観光バスを利用し周辺見物
2日目	「先進医療センター」に移動し、「PET検診」、ホテルで夕食
3日目	朝食後、自由行動（近くの自然温泉利用、ガイドつきネイチャーウォークなど）午後、鹿児島温泉 羽田空港

*JR 東日本編『大人の休日』に掲載された参加者募集案内より作成、(1)2003 5月号、(2)2003 7月号

むすび

1)韓国と日本における「ヘルスツーリズム」の展開形態

ヘルスツーリズムは、健康動機、自然資源、健康関連施設などの要素の組み合わせで構成されるものである。これらの構成要素を基準に、韓国と日本におけるヘルスツーリズムの展開形態を整理したものが<図4>である。

プログラム提供主体をX軸、健康動機のレベルおよび内容をY軸とすると、旅行計画および滞在期間中の過ごし方を含むプログラムづくりそのものを観光者自身が自主的に行う場合、観光者は一般募集する旅行商品を利用することなく、自分でつくった幅広い健康動機や内容を含む旅行形態に参加する。

一方、観光地および旅行会社がプログラムづくりの主体である場合、動機レベルや内容の面からみると、病院という医療機関を利用する場合でも、治療のような医療行為を除く、

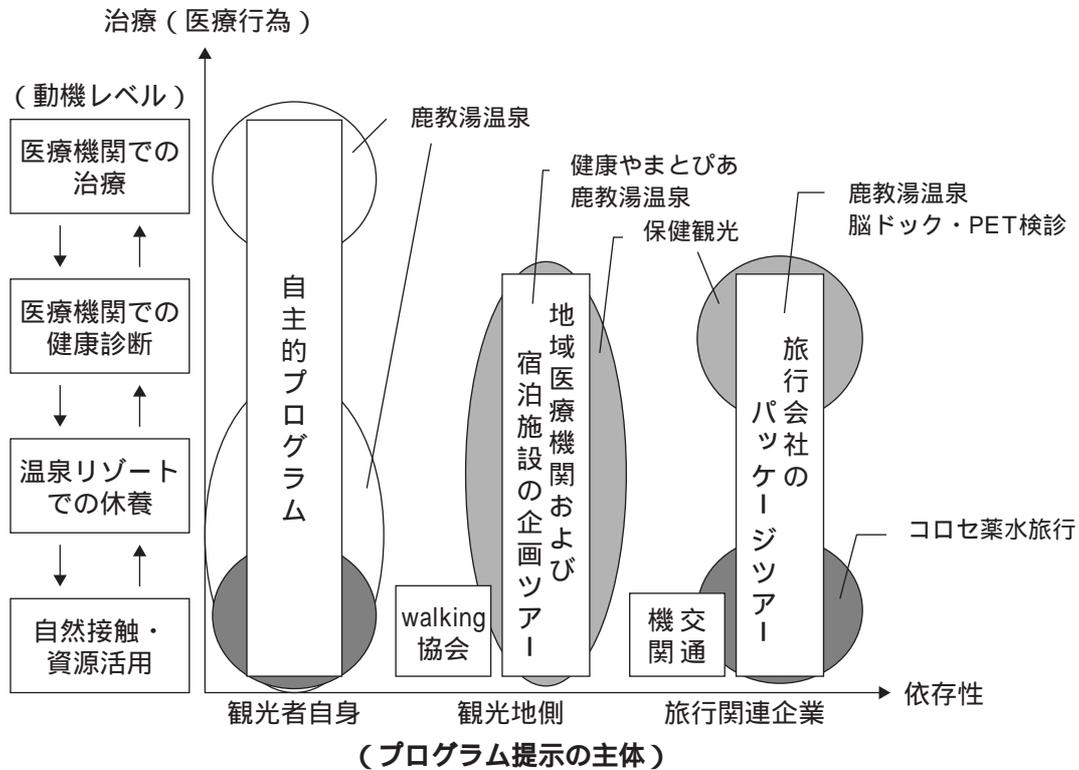
予防や健康増進とかかわる部分を中心とした旅行形態に止まっている。

本論文であげた事例をこの展開形態と結びつけて考えてみると、韓国のコロセ薬水旅行はX座標下段の左右を占める形態であり、保健観光事業は座標中・上段の右（旅行会社のパッケージツアー）と地域医療機関主導の部分全体を占める形態である。日本の鹿教湯温泉は座標左の上・下段部分と地域医療機関および旅行会社のパッケージツアー部分の全体を、健康やまとぴあは地域医療機関による企画旅行全体を、最後に「脳ドック・PET検診」は座標右側の旅行会社のパッケージツアー部分全体に該当する。

ここで紹介したものは一部の事例ではあるが、これらは現在両国で行われているヘルスツーリズムの代表的な例であることから、両国で展開されているヘルスツーリズムの形態の大枠を理解することができると思われる。

日本の場合、健康動機レベルや内容、およびプログラムづくりの主体という両面ともに、比較的に広い範囲にわたる形態の展開がみら

れている反面、韓国はその展開範囲が狭く、偏りがあると判断される。



< 図4 > 韓国と日本におけるヘルスツーリズムの展開形態

2) 「ヘルスツーリズム」を拡大するための課題

韓国と日本におけるヘルスツーリズムの拡大を妨げている問題はいろいろある。旅行業界全体に広がっている健康志向は、ヘルスツーリズムを構成する要素の一部を活用した一般旅行とヘルスツーリズムを混乱させており、ヘルスツーリズムは曖昧なままに理解されている。また、両国のヘルスツーリズムの展開形態からも分かるように、展開範囲には両国に若干相違が見られるものの、いずれも、近年始まった試みであるか、一部市場に限られた規模の小さな旅行形態である。このような問題をふまえ、両国におけるヘルスツーリズムを拡大するための課題をあげると以下の通りである。

まず、時間と経済的問題がある。観光を通して健康回復・増進を図るためには、一定の期間と、決まった場所に滞在することが望まれるのであり、そのためには、時間的な余裕と滞在期間中に発生する費用を払える経済的能力が必要である。時間の面からみると、韓国と日本は、2週間以上のまとまった休暇をとる労働者の権利に関する条約であるILOの第132条をまだ批准していない国である。とくに韓国は、週2日休暇制度に関する検討が近年盛んに行われている現状であり、一般的に3日以上以上の休暇をとることが容易な状況ではない。また、ヘルスツーリズムは医療とかかわりのある旅行形態として、医療保険などの社

会保険制度による支援がその拡大に大きな影響を与えてきたというヨーロッパ諸国の事例がある。健康やまよびあに近年訪問者が減少した理由の一つに、それまで自治体から受けた国民保険制度による支援が打ち切れ、旅行費用の大きな部分を占める人間ドックの費用を自腹で支払わないといけなくなった点があげられた。これらはヘルスツーリズムにおける社会保険制度の問題がヨーロッパだけではなく、日本にもあてはまることを表している。このように、休暇と社会保険制度は、ヘルスツーリズムにおける時間と経済問題と大きくかかわっており、これらの社会制度の整備が求められる。

一方、ヘルスツーリズムは多様な構成要素の組み合わせからなるものなので、そのまとめ役としての『プログラム』の存在は重要である。ここでいうプログラムとは、旅行日程を含む枠組みであると同時に、構成要素を活用した過ごし方を意味するものであり、ヘルスツーリズムであるかどうかを判断できる大きな手がかりである。プログラムが、健康回復や増進を目的とする旅行への参加を容易にしてくれるとともに、彼らの旅行参加を促す仕掛けになれることを考慮すると、充実したプログラムの整備が必要であると考えられる。

また、<図4>で示したように、プログラムはそれを作る主体により、観光者自身による自主的なものと、旅行会社や観光地側などの他人による依存的なものがある。近年、韓国と日本では個人旅行という自主性のある旅行が増えつつあるものの、団体旅行が多いの

も現状である。すなわち、一般的な旅行傾向からみた際、観光者には他人によって作られた楽しみを待つという依存性が高く、自主性にかけているという面をもちあわせている。ヘルスツーリズムがより拡大するためには、依存性のあるプログラムとともに、自主性のあるプログラムも共存することが求められる。この観光者の自主性を高めるためには、観光者自身の旅行経験および、知識・情報の蓄積が必要であり、これらを容易にさせるための環境づくりとしての家庭・学校・地域などによる社会的なサポートは重要であろう。また、旅行会社や地域医療機関などによって提供されるパッケージツアーがこれらの蓄積を手助けする最も身近な手段であることも見逃すことはできない。

【参考文献・資料】

<主な参考文献>

- Becheri,E. (1989) : From Thermalism to Health Tourism , Revue de Tourisme , No.4 , pp.15 ~ 19
- Goodrich,G.E. (1989) : Health - care tourism ; an exploratory study , Tourism Management , pp.217 ~ 222
- Hall,C.M. (1992) : The special interest tourism , London : Belhaven Press
- Hansruedi,M.,& Eveline, L.K. (2001) : Wellness tourism ; market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, J. of vacation marketing, pp.5 ~ 17
- 飯島裕一 (1998) : 『温泉の医学』、講談社現代新書1423
- 鄭京淑 (1989) : 『韓国の温泉と薬水』、はな医薬社
- 姜淑瑛 (2001) : 韓国と日本におけるヘルスツーリズムに関する研究、立教大学大学院修士論文
- 姜淑瑛 (2003) : 「ヘルスツーリズムの現状と課題」、『21世紀の観光学 (前田勇編著、学文社)』、pp.41 ~ 58
- Loverseed,H. (1998) : Health and Spa Tourism in North America , Travel & Tourism Analyst , No.1 , pp.46 ~ 61
- 前田勇 (1999) : 『観光とサービスの心理学 観光行動学序説』、学文社
- 長谷政弘編 (1997) : 『観光学辞典』、同文館
- Niv,A (1989) : Health tourism in Israel;A developing industry , Revue de Tourisme , No.4 , pp.30 ~ 32
- 岡本伸之編 (2001) : 『観光学入門』、有斐閣アルマ
- 朴キョンミン (1999) : 『都市地域の薬水利用における社会・文化的意味に関する研究』、ソウル大学大学院修士論文
- (社)日本交通公社編 (1984) : 『現代観光用語辞典』
- 鷺崎誠 (2003) : 『健康診断・人間ドック「気になる」疑問』、角川oneテーマ21
- 山村順次 (2003) : 長野県鹿教湯保養療養温泉地の変遷、『地理学研究報告』第13号

<主な参考資料>

IUOTO (1973) : Health tourism

JA長野厚生連2002年度総会資料中のヘルスウィークかけゆ2003年度実施要綱

JR東日本企画編『大人の休日』(2003年5・7月)

(株)スノウ旅行内部資料・旅行商品パンフレット

韓国保健産業振興院(2000) : 保健観光事業の推進結果報告書

韓国保健産業振興院(2002) : 漢方ヘルスツアーの方策に関する研究

コッマウル漢方病院編『コッマウル便り』2003年7・8月号

コッマウル慶州漢方病院編『病院のパラダイムが変わっていきます』

慶熙附属漢方病院編『四象体質とは』

丸子温泉センター・クアハウスかけゆ編『健康づくりのしおり』

リハビリテーションセンター鹿教湯病院(1987) : 『あゆみ』

(社)民間活力開発機構編(2002) : 『みんかつ』(160号<鹿教湯温泉特集>、5月)

大和町医療福祉センター内部資料

奨励賞

いわゆる「コンベンション・ツーリズム」再考 観光目的地再活性化のツールとしての会議観光



中澤 高

要 約

本稿は、通常わが国において「コンベンション・ツーリズム」として議論されている、いわゆる「会議観光」を研究対象とするものである。会議観光は、わが国の現状においてとりわけインバウンド旅行者の誘致政策のひとつとして、国際会議振興政策に重きを置いて取り扱われていると思われる。そこには、開催地に爆発的な経済効果を導くとされる、会議観光の「メガ・イベント」としての側面が執拗に強調されている傾向がある。そこで、その爆発的な経済効果を主張する議論から少し離れ、そのより包括的な議論を、幅広い先行研究に依拠しながら考察するのが本稿のテーマである。

わが国の会議観光研究の現状においてまだ十分に議論されていない諸点は、小規模会議の看過し得ないインパクト、会議のオーガナイザーなどによる開催地選定の意思決定要因、そしてとりわけ不十分なのが、既存の観光地の再活性化手段として会議観光が持つ意義である。また、わが国に限らず、世界的な研究動向をみても、会議観光がいわゆる「都市観光 (Urban Tourism)」の域を越え、非都市地

域、例えばリゾート地の観光動態の中で議論された先行研究は非常に乏しい。しかしながら、上記のような小規模会議の重要性、開催地選定要因の細かな分析などを考慮すると、停滞期、あるいは衰退期を迎えたリゾート地にとって、会議観光の誘致政策が重要な戦略となり得ることを、本稿では明らかにした。

既存の観光地の再活性化戦略のひとつとして会議観光を据えた際に、わが国のコンテクストに即せば、2000を超えるとされる数の温泉観光地の現状と、それらのいくつかにとって会議観光が果たし得る役割を考察することの価値が認められよう。わが国の国内観光の支柱としてあり続ける温泉観光とそのDestinyネーションは、マスツーリズムの負のインパクトを受け、また厳しい不況の煽りも受け、現況は非常に厳しいと言える。とりわけ、マスツーリズム期に大きく発展展開した「メガ温泉地」にとっては、その大規模な経済構造を如何にして今後も維持していくかが至上命題となっている。このような温泉地にとって、会議観光目的地としての付加価値が導く効果は、非常に大きいであろうことを本稿において言及した。

「メガ温泉地」にとって、会議観光誘致政策の妥当性が明確化されても、その需要が見込めぬ限り、理論はなかなか現実的な政策へとつながらない。従って、会議観光を行い得る様々な種類の市場を、今後多層的に研究される必要がある。温泉観光地における会議観光に現状で需要が見込めるのか、その需要を決定する要因は何か、あるいはどのような種類の市場が高い需要を保持しているのかなどを相対的な事例研究で追っていかなくてはならない。本稿ではその序論的位置付けの下、筆者が2003年に行った、都内の大学に在籍する研究者によって行われる研究会議、学術会議を対象としたリサーチの結果を紹介した。ここにおいては、現況では温泉地における会議開催への総合的な需要は認められなかったが、メガ温泉地に対する会議観光の潜在需要の仮説的モデルを示唆した。

本稿の研究意義は、会議観光を再考することによって、都市観光の域から離れた、既存の観光地再活性化のツールとして会議観光の価値を定義した点である。

奨励賞

観光地におけるリスクマネジメントに関する研究

関西SARS騒動を題材に



阿藤 夕可子他

要 約

2003年アジアの観光は原因不明の感染症「重症急性呼吸器症候群」(通称SARS、以下「SARS」という)によって大きな番狂わせを被った。筆者らが所属する大学は嵐山にあるが、SARS報道がなされた翌日も嵐山にはいつものように観光客が訪れていたのに対し、医師が宿泊した宮津市にはキャンセルが相次いだことを知っている。今回の関西SARS騒動では地域はどのような情報戦略や伝達方法をとるべきだったのだろうか。筆者らグループは、京都府内3地域でのSARSに関する情報伝達のあり方と効果の分析を行うこととし、以下の4点を目的に本研究を行った。

1. 関西SARS騒動に関する報道経緯を明らかにする
2. 京都市、亀岡市、宮津市での対応と情報公開の実態を明らかにする
3. 同3市での被害の程度を明らかにする
4. 現在嵯峨野と京都を訪れている観光客のSARS騒動の受け止め方を把握する

調査方法は以下の通りである。

1. メディア報道分析にみる3市における対応状況の把握

2. 3市におけるSARS対策担当部局の対応(ヒアリング調査)

3. 観光拠点における関西SARS騒動に対する認識および対応(アンケート調査)

4. 観光客の認識および意識(アンケート調査)

以上の調査をもとに分析および考察を行った。国際観光都市京都が孕む課題が明らかとなった。

- (1) 非常事態が発生したときの自治体は、一斉に「市民を守る」機関としての役割に集中していた。だが観光客への情報提供も、明日の観光都市づくりにつながる重要な役割である。観光客に向けての迅速かつ適切な情報発信により、観光客の不安を未然に解消することにより、「キャンセルを発生させない」戦略が必要である。

- (2) 相談窓口の整備や緊急時の連絡体制作りに努めたものの観光地としての積極的な情報公開を行ってこなかった。今回のような事態が発生した場合、正確な情報の把握と提供を自ら進んで行うことによって信頼される観光地作りが可能となるはずである。

- (3) 市民に向けたピラを作り配付を行ってきた

が、必ずしもわかりやすい内容や構成とな
っているとは言えない。市民の声を反映し
たわかりやすい媒体作りが必要である。

- (4) 情報伝達の流れの分析から、初期報道から
1日を経て観光の現場に情報が伝わってい
ることが明らかとなった。またそのルート
はマスコミからの情報入手が先であった。
自治体は、国からの情報が府を通して自分
に伝わったこと、またそれがスムーズであ
ったことは評価しているが、自治体から先
への発信は必ずしもスムーズではない。観
光都市を預かる行政として、現場との情報
の流通を良くし、現場からも情報が自治体
に伝わりやすくすることが必要である。
- (5) 1人の台湾人医師の行動が「台湾」という
地域のイメージを低下させることとなった。
インバウンドに注力する日本の観光都市と
して、台湾からの観光ツアー客は大切にす
べき存在である。一連の対応の中にはその
ような配慮は全く見られなかったが、傷つ
いた台湾のイメージを払拭することも、国
際観光都市京都の役割であろう。

(共同研究者)

上浦佐和子	戎谷 貴彦	河野 準也
水元 正子	高木 由佳	竹田 佳奈
中西 涼子	脇元 瑞穂	小野真悠子
近藤佐知子	古田 裕樹	田井中倫子
斉藤 祐子	福田 慶子	葉田 紗弓

以 上

奨励賞

観光振興からみた観光協会の課題

京都府域内での調査研究から



福本 賢太

要約

本稿は、観光振興の観点から観光協会の問題を示し、問題解決に向けた課題について明らかにしていくことを目的としている。しかしながら、十分な先行文献・資料等があるとはいえず、独自の視点からの調査研究を行わざるを得なかった。したがって、長谷政弘編著『観光振興論』を基礎文献とした、筆者独自のアンケート調査を試みることにした。この調査で得た知見を基礎データとして本稿を作成している。

京都府域の地域経済において、観光は基幹産業の一角を占めてきた。しかし、経済不況の長期化、観光のグローバル化、交通機関の発達、需要の変化等から京都への観光者の減少や観光関連産業の売上額の低下が顕著となってきた。では、どうすれば停滞から再生への転換を可能とするのであろうか。ここに京都観光における問題の所在がある。そこで本稿では、観光振興の着眼点をソフト面へ転換したアプローチ手法が京都観光再生へ向けての一番の近道ではないかとの考えから、京都府域に現存する観光協会関係団体の現状を調査することにした。その調査結果で得られた

知見の分析から、京都観光を再生へ転換する新たな視点を供することを本調査の大きな狙いとしている。

京都府域内の観光協会の現状については、下記の調査資料の内容を用いて明らかにしている。まず、京都府域内の自治体、観光協会関係団体、観光消費額との相関関係について「京都府域の観光協会関係団体一覧」資料を作成した。次に、アンケート調査の結果から、

・観光協会の活動業務の現状について(1) 観光パンフレット、(2) 観光地の開発、(3) 観光イベントの開催、(4) 土産品(特産品)の開発、(5) 観光客誘致活動、(6) 観光文化情報の発信、(7) 観光調査、(8) 活動業務の現状でわかったこと。・業務執行体制の現状について(1) 年間活動費、(2) 職員数、(3) 重要事項の決定、(4) 業務執行体制上の問題。・外部機関との関係について(1) 行政機関との関係、(2) 企業との関係、(3) 他団体との関係、(4) 外部機関との関係における問題。・その他として、政策目標との連動についての調査結果の分析をおこなった。

その分析結果を踏まえて、課題の提示、視点の転換についての考えを示している。まず、

課題の提示では、1．格差問題、2．業務執行体制上における財源問題、3．政策目標との連動における問題についての諸課題を提示した。次に、視点の転換では、ハード面からソフト面への着眼点の転換を強調している。本来、観光振興とは能動的な観点で捉えるべきであり、責任ある観光振興の主体者が主体的に諸活動を執り行うべきであることを指摘している。

最後に、観光振興の観点から観光協会の今後の在り方について筆者の私見を述べている。

観光振興主体者における諸問題の解決策として、1．責任の所在を明らかにすること、2．責任ある観光振興の主体者を核（中心）とした、主体的な、能動的な、且つ有機的な観光振興推進体制を構築すること、を提言している。この役割責任を果たすことが出来る組織体は、公と民の中間領域に位置する観光の専門機関である観光協会関係団体しかないことを示唆し、その未知なる可能性への大きな期待と希望を示し締め括っている。

奨励賞

「観光白書」で見る海外宣伝施策の変遷



岡本 岳大

要約

本稿は、「観光白書」における国際観光振興の施策、特に外国人旅行者誘致のための海外宣伝活動に焦点を当てる。過去30年の白書の構成、及び記述内容の変化に着目し、施策の転換点と問題点を明らかにするものである。白書は、毎年の情報量がほぼ一定であるため、これまでの変遷を偏りなく網羅できる点において、分析対象として適当だと考えた。

近年のビジット・ジャパン・キャンペーンや訪日外国人旅行者倍増というスローガンは、ようやく日本の国際観光政策がスタートする、という印象を与えるのに十分なインパクトをもっている。政策を担当する国土交通省自身が「元年」という言葉を用いて2003年を「訪日ツーリズム元年」と位置づけたことは、その熱気を端的に示している。

しかし、一方でこれまでの国際観光政策を評価し、今後の施策につなげることも重要であると考えられる。なぜならば、第1に、予算の増加が効果的な施策の実施を担保するわけではなく、これまでの経験や教訓は活用できるからである。第2に、現在の様々な提言は、

担当省庁はじめ、国際観光振興機構、外務省の在外公館などの既存の機関やネットワークが、今後も強化、改善されて機能することを前提としているからである。

以上のような問題関心から、本稿では昭和45年から平成15年にいたる「観光白書」の構成と記述内容からこれまでの施策の変遷と問題点を検討した。第1に、国際観光政策に関する章について、白書の構成の変遷を追った。白書は、前年度と全く同じ構成のものが大半であり、構成が大きく変化したことは34年間で9回のみである。しかし、平成に入り、章立てが変わることも多く、平成7年、平成11年、平成13年は転換点といえる。

第2に、海外宣伝活動の記述内容について白書の変遷を追った。海外宣伝活動に関する施策についての項目を整理し、前年度との記述の違いを検討した。施策項目が大きく変化するのは、平成7年と平成11年である。特に平成11年の白書は、ウェルカムプラン21、外客誘致法の影響から、施策内容が大幅に拡充されたことが白書の記述から伺える。特に、広域を含めた地方自治体の宣伝活動の項では、

毎年異なる記述が見られる。また、省庁再編後の平成13年からも毎年、新たな施策を強調する記述内容となっている。

上記2つの分析から以下の3点が指摘できる。第1に、海外宣伝活動の施策上の大きな転換点は平成11年白書であり、それが平成13年白書から確実に見えるという点である。よって小泉政権の施策はたしかにインパクトはあるが、それ以前から見られた変化の時流に巧みに乗ったものといえる。

第2に、日本の海外宣伝活動が停滞してきた原因の一つは前年度の踏襲主義にあるという点である。過去30年の白書において、施策が変化した年は、構成も大きく変化する。だが、新しい宣伝施策が打ち出されることは非常に少なく、10年近くも全く同じ記述が続く場合もあった。イメージや無形の魅力をアピールする宣伝活動では、新しい施策を次々と打ち出すアイデアとバイタリティが必要である。小泉政権下で予算が大幅に増加したとしても、新しい施策を生み出す努力に怠慢になってはならない。

第3に、これまでの日本の海外宣伝活動を下支えしてきたのは、国策ではなく、地方自治体の地道な施策の積み重ねであったという点である。よって、今後も国家主導の体制整備の上で、広域を含めた地方自治体の多様な宣伝活動を基軸とすべきと考える。

**第9回観光に関する学術研究論文
入選論文集**

平成15年12月発行

発行：

財団法人 アジア太平洋観光交流センター（APTEC）

〒598 - 0048 大阪府泉佐野市りんくう往来北1番
りんくうゲートタワービル24階

TEL：0724 - 60 - 1200 FAX：0724 - 60 - 1204

<http://www.aptec.or.jp>

表紙の写真

場 所：韓国・城山日出峰

提供者：韓国観光公社

（無断転載厳禁）



財団法人アジア太平洋観光交流センター

〒598-0048 大阪府泉佐野市りんくう往来北1番
りんくうゲートタワービル24階

TEL:0724-60-1200 FAX:0724-60-1204

<http://www.aptec.or.jp>

(無断転載を禁じます。)