



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光立国時代における観光創造
Author(s)	石森, 秀三
Citation	大交流時代における観光創造, 70, 1-20
Issue Date	2008-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/34586
Type	departmental bulletin paper
File Information	001-020.pdf



観光立国時代における観光創造

石 森 秀 三

1. 大交流時代の到来

(1) アジアにおける観光ビッグバン

21 世紀に入って、経済や情報のグローバル化がより顕著に進展している。IT 革命が地球的規模で進展することによって、世界各地で大きな変化が生じている。経済や情報のグローバル化だけでなく、人間の移動のグローバル化も顕著に進展している。とくに、20 世紀後半における外国旅行者の地球的規模での爆発的増大は「20 世紀現象」とみなしうるものであった。

1950 年における全世界の外国旅行者数は 2,528 万人、1960 年には 6,932 万人、1970 年には 1 億 6,578 万人、1980 年には 2 億 8,599 万人、1990 年には 4 億 5,822 万人、2000 年には 6 億 8,800 万人、2006 年には 8 億 4,200 万人に達しており、2010 年には 10 億人、2020 年には 15 億 6,000 万人になると WTO（世界観光機関）は予測している。

1994 年に国立民族学博物館で「観光の 20 世紀」をテーマにした国際シンポジウムが開催されたさいに、私は「観光革命」という新しい概念を提起した。それは、観光をめぐる地球的規模での構造的変化を意味しており、人類はこれまでに 3 度にわたる「観光革命」を経験していることを明らかにした（石森秀三編 1996）。私が「第 1 次観光革命」と名づけた構造的変化は 1860 年代にヨーロッパの富裕階級を担い手として発生し、ついで「第 2 次観光革命」は 1910 年代に米国の中産階級を担い手として発生し、さらに「第 3 次観光革命」は 1960 年代に日本を含めた北の先進諸国で発生した（石森秀三 1996）。

観光をめぐる構造的変化は半世紀ごとに生じるというグローバル・トレン

ドを考慮すると、「第4次観光革命」は2010年代後半にアジア諸国で生じる可能性が高いと予測できる。アジア諸国は金融不安や政治的混乱や地域紛争などの諸問題を抱えているが、その市場規模の大きさの故に、21世紀には確実に世界経済をリードすることが期待されている。2010年代に経済成長が実現されるならば、アジアにおいて観光革命が確実に生じることになる。まさに、観光ビッグバン（大爆発）の発生である（石森秀三 1997）。観光は地球的規模で「グローバル・フォース（世界を変える力）」としての役割を果たす可能性が大である。

アジアの諸都市では、すでにシンガポールや香港の空港が国際ハブ空港として世界的に高い評価を受けているが、それらに加えてソウル、上海、クアラルンプール、バンコクなどで新空港がオープンしている。これらの新空港は、2010年頃のフル稼働時には4000m級滑走路を4～5本もつ巨大空港になる予定である。

アジアで観光ビッグバンが発生すると、大規模空港がフル稼働しても十分に対応できないことが予想される。そのために欧州のエアバス社は総二階構造の超大型機をすでにお披露目している。それは「A 380」と名づけられた世界初の総二階建ての巨大旅客ジェット機で、私はこの超大型機を「スーパーエアバス」と勝手に名づけている。この巨大ジェット機は最大で853席まで可能であり、すでにアジア諸国の航空会社を中心に発注が相次いでいる。アジアにおける観光ビッグバンは、日本人の常識を超える形で進展する可能性が大である。

20世紀における国際観光を主導してきたのは、まずヨーロッパの富裕階級、ついで米国の中産階級、さらに北の先進諸国であった。ところが、2010年代にアジアで観光ビッグバンが生じるならば、21世紀の国際観光はアジアの人々がリードすることになる。その特徴は「ウルトラ・マスツーリズム（超大衆観光）」ということができる。大規模なオーダーで動き回るアジアの観光客の出現によって、世界はさまざまなインパクトを受けることになる。

(2) 国家デザインの大転換

①国土形成計画

21 世紀に入って、カネ・モノ・ヒト・情報をめぐるグローバル化の動きが顕著になるなかで、日本の国家デザインのあり方に大きな変化が生まれつつある。観光立国は、そのような国家デザインの大転換に連動して組み立てられるべきである。

政府はすでに戦後の開発行政の指針となってきた全国総合開発計画を廃止している。1950 年に制定された国土総合開発法にもとづいて、政府は長期の国土開発や社会資本の整備を推進し、「国土の均衡ある発展」や「地域間格差の是正」を促進させた。その一方で、1969 年に策定された第 2 次全国総合開発計画（新全総）は、田中内閣による日本列島改造計画のレールを敷いて、高度経済成長の波に乗って大規模事業を推進し、「土建国家」という新しい国家デザインを定着させたが、破綻して批判を浴びた。1987 年に策定された第 4 次全国総合開発計画（四全総）は、東京一極集中を背景にして、都市部における地価高騰を招き、バブル経済の引き金になって批判を浴びた。

政府は国土総合開発法の一部を改正し、新たに「国土形成計画法」を国会に提案して、可決された。新しい法にもとづいて、政府は新たな発想に立った国土づくり計画の策定を行っており、「全国計画」と「広域地方計画」の二本立てで、5 年ごとの計画策定が予定されている。また、今後の計画では、既存施設（社会資本）の有効活用が重視されるとともに、各地方が計画づくりに参加する仕組みが導入されている。

新しい国土形成計画では、いくつかの主要課題の解決が重要になっている。それらの主要課題は、東アジアやロシアを念頭においた国土形成、人口減少・高齢化に対応した基盤整備、総合的な防災リスク管理、地域社会の活性化、市街地再生や都市整備、地球環境問題への対応、海洋立国などである。それらの諸課題を視野に入れて、旧来の「土建国家」ではない、新しい国家デザインのあり方が求められている。

②日本 21 世紀ビジョン

政府の経済財政諮問会議は、2030 年までの日本経済の将来像「日本 21 世紀

ビジョン」の検討を行い、中長期的な政策運営の指針を2005年に決定した。このビジョンでは「文化創造国家」の実現が提唱されている。日本の文化創造力を高めて、世界の知的開発拠点や情報発信拠点になることによって、世界に貢献するとともに、世界の人々を引きつける国になり、日本で働く外国人を大幅に増やし、経済統合を中心にしてアジア共同体の形成に貢献するとされている。日本を訪れる外国人来訪者は現在、年に約7百数十万人であるが、2030年には4千万人に増えると予測されている。それが実現されるためには、文化創造国家としての磁力が高められなければならない。

ついで、健康で自立して生活できる年齢が現在の75歳から80歳に延び、人生の可処分時間は現在の21年弱から23年強に長期化することによって、働く・学ぶ・遊ぶの選択肢が広がり、いわゆる「時持ち」が増えて充実のくらしが実現されると予測されている。さらに、公共サービスの担い手が企業やNPOなどに広がり、官の役割の縮小することによって公的財政がスリム化され、次世代に財政負担を先送りしなくなるために「豊かな公・小さな官」が実現できると予測している。

いずれにしても、日本21世紀ビジョンでは文化創造国家の実現や自由時間の増加による暮らしの充実が重視されており、観光集客都市がさらに重要性を増すことが予測されている。このビジョンは、今後の政府による長期計画策定のさいに重要な指針とみなされるべきものの位置付けされている。

2. 日本文明の磁力をいかに高めるか

(1) 文明の磁力とはなにか

国家デザインの大転換期において観光立国を考えるさいに、重要な視点を与えてくれるのは「文明の磁力」という考え方である。私は観光現象を総合的に研究する新しい学問として「観光文明学」を提唱しており、「文明の磁力」という概念も私が独自に案出したものである（石森秀三 1998）。

国立民族学博物館の創設館長であり、文化勲章受賞者でもある梅棹忠夫氏は、文明システムの比較研究を目的にした新しい学問として「文明学」を提唱している。梅棹氏は、人間が自然に働きかけて生みだしてきた各種の有形

無形の装置群と制度群を含む生活システムを「文明」と定義している。システム論の視点で表現するならば、人間が居住する環境のなかで、人間－自然系としての「生態系」から発展した人間－装置・制度系が「文明系」なのである。この全体的な生活システムを構成する装置群・制度群が「文明」であり、それらが人間精神に投影され形成された価値体系が「文化」である。いずれにしても、一定の地域に住む人間集団が歴史的に生み出し、蓄積してきた装置系のサブシステムと制度系のサブシステムからなる1つの生活システムを「文明」とみなすわけである。

「観光」という現象が生起するためには、文明システムの各種の装置と制度が活用されなければならない。例えば、観光を可能ならしめるためには、鉄道、高速道路、空港、名所、ホテル、博物館、劇場、カジノなどの装置群が必要であるとともに、旅行斡旋業や鉄道会社や観光協会やガイドシステムや劇団などの制度群も必要である。このような観光現象をめぐる文明システムを総合的に研究する新しい学問分野として、私は「観光文明学」を提唱しているわけである。

WTO（世界観光機関）の資料で、外国人観光客が訪れた地域を比率でみると、1980年にはヨーロッパ地域が70%、アメリカ地域が20%、アジア太平洋地域が8%、アフリカ地域が2%であった。つまり、全世界の外国旅行者の7割がヨーロッパ地域を訪れたわけである。2000年の資料をみると、ヨーロッパ地域が58%、アメリカ地域が20%、アジア太平洋地域が19%、アフリカ地域が3%となっている。80年のデータと比較してみると、アジア太平洋地域の増加が顕著であるが、それでもなおかつヨーロッパ地域が約6割の外国人観光客を魅き寄せていることが明らかである。

(2) ヨーロッパの文明の磁力

15世紀に始まる大航海時代は、ヨーロッパ諸国による「地理上の発見」と「非ヨーロッパ世界の植民地化」を可能にした。その結果、ヨーロッパの列強を「中心」とする世界システムが構築され、世界中の膨大な富の収奪システムが確立された。ヨーロッパに集積された膨大な富は、文明システムの高度化に役立てられ、世界で最初の近代文明システムの構築を可能にした。

「文明の磁力」という視点でみると、ヨーロッパでは18世紀以降に、人間の移動や集客を可能ならしめる文明資本(装置系資本と制度系資本から成る)の整備が効率的に推進された。たとえば、蒸気機関車の発明とその後における鉄道網の整備によって、19世紀の中頃にはより多くの人々がより容易にヨーロッパ中を旅行できるようになった。交通インフラの整備とともに、宿泊施設の整備も重要である。19世紀中頃以降には、鉄道の主要な駅にターミナル・ビルが建てられ、その一部にステーションホテルが設けられた。その一方で、パレス(宮殿)型の豪華なホテルがつつぎつつぎに建てられた。1850年にはパリにグランド・ホテル、55年にはナポレオン三世の発案によるホテル・ドゥ・ルーブル、74年にはベルリンにカイゼル・ホテルなどの宮殿型の豪華ホテルが相次いで建てられている。さらに、80年にはスイス人のセザール・リッツがパリにリッツ・ホテルを建て、その後にヨーロッパ各地に18ものリッツ系ホテルを出現させている。

ヨーロッパ諸国は、世界システムの中心に君臨することによって、世界中の富を収奪し、文明システムの高度化に成功した。それは、交通インフラや宿泊インフラなどの装置系資本の充実化だけにとどまらず、むしろ制度系資本の充実化を促した点が重要である。例えば、「博覧会」という制度系資本を世界に先駆けて最初に創出したのは、ヨーロッパ文明であった。近代的な博覧会の始まりは、1761年にロンドン王立美術工業商業振興会の主催で開かれた工業品の展示会といわれている。19世紀の中頃になると、ヨーロッパ諸国で産業社会が成熟し、各国の科学技術の粋を一堂に集めて展示する万国博覧会が開催されるようになった。

第1回目の万博は、1851年にロンドンのハイドパークで開催されたものである。ガラスと鉄材で建築されたクリスタル・パレス(水晶宮)を主会場にして、大英帝国の威勢光輝が世界に誇示された。ロンドン万博には600万人を超す人々が入場し、集客力の面でも威力を発揮した。万博は自由競争をとおしての「進歩の実現」という、19世紀の支配的理念を象徴するイベントとなった。そのために、各国は最先端の科学技術の成果を万博において誇示するようになり、科学技術の進歩に拍車をかけた。そのような意味において、万博は制度系資本としての役割を見事に果たしたといえる。オリンピックも

また、ヨーロッパがうみだした制度系資本であった。オリンピックは当初、万博の一部をなすイベントであったが、その後に 20 世紀を代表するグローバル・イベントに発展した。

また、ヨーロッパ諸国は、早くから観光集客の重要性に気づいていた。第 1 次世界大戦を契機にして、スイス、イタリア、フランス、スペインなどが政府観光局を設置し、平和創出効果のある国際観光の振興を図っている。さらに、パリ、ウィーン、ジュネーブ、ブリュッセルなどの諸都市は、国際機関の誘致によって、国際会議の中心舞台となり、世界中の人々を招き寄せることに成功している。2005 年における世界の諸都市における国際会議開催件数をみると、つぎのようになる。第 1 位はパリ 294、第 2 位はウィーン 245、以下、ブリュッセル 189、シンガポール 177、バルセロナ 162、ジュネーブ 161、ニューヨーク 129、ロンドン 128、ソウル 103、コペンハーゲン 98、アムステルダム 98、ブダペスト 96、ベルリン 94、ローマ 88、ストックホルム 87、マーストリヒト 85、イスタンブール 83、北京 82、ワシントン 81、プラハ 78 などとなっている。上位 20 位までの都市のうち、ヨーロッパの諸都市が 14 を占めている。これもヨーロッパ文明の磁力を如実に示すデータといえることができる。

(3) 日本における文明資本の形成

ヨーロッパ諸国と較べると、なぜ日本の文明システムは、強い磁力を発揮できないのであろうか。それには、さまざまな原因が考えられるが、明治時代以降における「文明資本」形成のあり方が原因の 1 つとみなせる。

文明資本とは、文明システムを維持・発展させる諸要素のストックを意味している。文明資本は「装置系資本」と「制度系資本」に大別できる。前者は施設などの有形のストックであるのに対して、後者は無形のストックを意味している。文明資本の形成は、民間投資によるものと公共投資によるものに分けられる。利潤追求などの私的動機による民間投資のみに委ねると、市場において収益性が確保できない基礎的・基盤的な文明資本については、資本形成の不足が生じたり、地域的に偏在が生じたりする。そのために、政府や地方自治体の公共投資による整備が必要になる。

明治政府は、富国強兵と殖産興業という国是のもとで、「欧米に追いつき、追い越せ」をスローガンにして、近代国家の形成に邁進した。治山治水を中心とする国土保全を行うとともに、鉄道、港湾、道路、鉱工業施設、通信施設などの基幹的な生産基盤の整備に重点をおいて、文明資本の形成を行った。公共投資の活用によって、短期間のうちに文明資本の蓄積が可能になり、産業大国と軍事大国の実現に成功した。ところが、太平洋戦争の敗戦によって、近代日本が築き上げてきた文明資本が一挙に消尽された。敗戦後に戦災復興を目的にした公共投資による文明資本整備が推進された。そのさいに、産業基盤整備が優先され、経済大国の実現が図られ、見事にその目的が達成された。

これまでに実施された全国総合開発計画をみても、第1次から第4次にいたるまで、一貫して装置系資本の整備が中核をなしている。つまり、近代国家成立の揺籃期から戦後の復興期と高度経済成長期を経て、現在の低成長期にいたるまで、「文明資本」整備は一貫して「経済効率性の重視」に終始しており、「経済優先の論理」にもとづいて展開されてきたといえる。その結果、日本の文明システムは、過剰な「装置系資本」整備の偏重による「文明資本」形成の不均衡を顕著に有している。残念ながら、そのような不均衡は、これまでのところ、有効な形では是正されておらず、むしろ「文明の磁力」強化につながらない装置系資本整備の更なる拡充が継続されている。

(4) 社会資本と文化資本

装置系資本のうち、空港、港湾、鉄道、道路、住宅、病院、社会福祉施設、文教施設、公園、上下水道、治山治水施設などは、生産活動や生活環境の基盤をなす社会的設備や施設などである。これらの「装置系資本」の整備は、民間投資に委ねると国民生活に著しい不都合が生じやすいために、公共投資による整備が不可欠になる。これらの装置系資本は、国民生活や経済活動に必要な不可欠な「有形の資本」とされ、「社会資本」とよばれてきた。

一方、制度系資本のうち、交響楽団、劇団、財団法人、大学の研究室、博物館や美術館のコレクションや学芸員制度、病院の医局、図書館、アーティスト・イン・レジデンス制度、美術展、映画祭、芸術フェスティバル、博覧

会、留学生制度、奨学金制度、研究助成制度などは、国民生活の質的向上に必要な文明資本である。これらの制度系資本もまた、市場において収益性を確保できない基礎的・基盤的な文明資本であるために、公共投資の対象とみなす必要がある。

ところが、これまでの公共投資は「有形の資本」である各種の施設群（社会資本と呼ばれるもの）に限定されており、上記の制度系資本のような「無形の資本」は対象外にされてきた。「有形の文明資本（装置系資本）」である「社会資本」とは区別して、上記のような「無形の文明資本（制度系資本）」を「文化資本」と名づけることにしたい。社会資本が「生産活動や生活環境の基盤をなす社会的設備や施設」であるのと同様に、文化資本は「国民生活の質的向上に必要不可欠な諸制度」である。

例えば、カンヌ国際映画祭、ベネチア・ビエンナーレ、パイロイト音楽祭、ザルツブルク音楽祭、アビニョン演劇祭など、ヨーロッパの諸都市で開催される芸術関連のイベントは新しい芸術をうみだす制度であるとともに、全世界から多数の人々を引き寄せる制度でもある。そういう意味でまさに「文化資本」としての役割を果たしているわけだ。ヨーロッパでは1世紀以上前から、この種の「文化資本」の形成に力が入れられてきたが、日本ではようやく各地で本格的に着手され始めたところである。いずれにしても、近代の日本ではきわめて不均衡な文明資本の整備がなされてきたことによって、「文明の磁力」を発揮できないままに21世紀を迎えようとしている。ヨーロッパ諸国の場合には、文明資本の形成が歴史的にバランスのとれた形で行われてきた。一方、日本の場合には、装置系資本（社会資本）の拡充を重視した「文明資本」形成が主流であった。21世紀における成熟社会の到来に対応して、日本でも今後は公共投資による制度系資本（文化資本）の整備に重点が移されねばならない。

(5) 文化開発促進法（仮称）の必要性

公共投資による「文化資本」の整備を行うにあたって、準拠すべき法的根拠が必要になる。例えば、太平洋戦争後に国土開発が再開されるにあたって、1950（昭和25）年に国土開発法が制定され、その後の全国総合開発計画はす

べてこの法律にもとづいて実施されている。その後も、各種の「社会資本」整備の推進にあたって、まず特定分野の準拠法が制定され、それにもとづいて各種の公共事業が展開されてきた。「文化資本」整備の準拠法として、「文化開発促進法（仮称）」のような新しい法律の制定がぜひとも必要である。日本ではこれまで、「文化資本」という概念すら提唱されておらず、また当然のことながら、その創出を支援する法律も皆無であった。そのために、公共投資による「文化資本」の整備がまったく実施されてこなかった。

成熟社会の到来に伴う生活の質の向上を図るためには、「文化資本」整備が不可欠であることは明白だ。その実現を図るためには、「文化開発促進法（仮称）」の制定を急がねばならない。

現在の日本が抱える最大の弱点は、変化対応力の脆弱さと自己革新力の欠如である。それは、従来型の公共投資の見直しが叫ばれ続けているにもかかわらず、小手先の変化しか生みだせないことに象徴されている。今こそ、「文化開発促進法（仮称）」の制定を図ることによって、「文化資本」の整備を推進し、文明資本のバランスのとれた形成を図らねばならない。この法律は、新しい公共事業の推進に不可欠であるだけでなく、21世紀の日本における「文明の磁力」の強化に大きく貢献するものになり得る。

21世紀には、「情報力」と「文化力」に優れる文明システムが磁力を持ち得ることは確実である。日本は今後、「文化創造国家」として発展すべきであり、それを実現するためには文化資本の充実化による「文明の磁力」の強化が不可欠である。それは、日本における観光立国の成否を決める鍵を握っている。

3. 観光立国の時代

(1) 観光立国の理念

20世紀には軍事力や生産力などのハード・パワーが他国に威力を与える源泉であったが、21世紀には知力や文化力や情報力などのソフト・パワーが他国に影響を与える源泉になる。大交流時代において、日本が観光立国を推進し、そのソフト・パワーの強化を図りつつ、文化交流に力を入れていくなれば、世界のなかで独自のプレゼンスを示すことが可能になる。

20 世紀後半に世界はめざましい経済発展を遂げたが、日本は現在、経済停滞に悩んでいる。日本の多くの人々は今日、経済上の量的拡大よりも、精神活動を含めて生活の質の充実を重視するようになってきている。かつて仕事に生きがいを見いだしてきた日本人は、最近では自由時間の有効活用を重視し、自らの趣味や文化への関心、あるいは社会への貢献を大切にするようになってきている。社会の成熟化に伴って、「経済重視の時代」から「人間重視の時代」へと移りつつあるといえる。観光立国は「量から質へ」という新しい成長パターンに応えるとともに、日本の文化的魅力の向上に人々の関心を高めるうえで、大きな役割を果たすものである。

日本に住むすべての人々が、自らの地域社会を愛し、誇りをもち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしもがその地を訪れたいくなるものである。観光立国を契機にして、美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進することによって、「くらしといのちの輝き」を発揮することが可能になる。そういう意味で、観光立国の基本理念は「住んでよし、訪れてよしの国づくり」ということになる。

観光立国の意義は、政治、経済、生活、文化など、日本の魅力の総合的な発揮とかかわっているので、21 世紀にふさわしい観光立国の実現のためには、国家デザインの再構築が不可欠である。21 世紀において、日本が目指すべき社会は、ダイナミックな経済力を持ち、自律性を高めた個人が、国籍を問わず人間性を尊重し合い、文化の革新力と多様性を充実させ、自然環境を大切にし、国際社会と密接に交流し合うものと集約できる。そのためには、産業立国、情報立国、文化立国、環境立国を総合的、有機的に展開し、多様な魅力を観光立国に高める国家デザインが必要になる。

また、日本では今後、少子化による人口減少と高齢化の進展が予測されており、交流人口の増加による地域活性化が必要になっている。そのさいに、観光振興を基軸にした地域づくりが重要になることはいうまでもない。

さらに、大交流時代の到来や文化交流の高まりに対応するためには、文化創造力の充実が決め手になる。そのためには、交響楽団、劇団、大学、博物館、美術館などの文化資本の充実化が不可欠である。それによって、旅行者だけでなく、文化人、芸術家、研究者が日本に集う条件の整備を推進すべき

である。異なる文化をもつ人々が交流を深めることによって、新しい文化が生みだされ、新しい産業が創出され、平和が維持される。「世界に開かれた国」として、だれでもが「訪れたい」「学びたい」「働きたい」、そして「住みたい」国になることが、21世紀の日本が追求すべき国家的価値である。

(2) 観光立国の戦略

国の魅力は多様であり、複合的なものである。人々は観光拠点に魅かれるとともに、その国や地域のもつダイナミズムに関心をもつ。日本の魅力は、自然との共生を図り、美を追求することにあるとともに、伝統的なものと現代的なものが共存していることにある。また、産業的な活力と文化的な香りが共存するとともに、日本的なものと西洋的なものが並存していることも魅力的である。さらに、自然景観に恵まれるとともに、社会の治安と規律が保たれていることも重要である。

日本は本来「魅力の宝島」であるにもかかわらず、日本人自身が日本の魅力を十分に認識せず、また新しい魅力を創る努力を怠ってきた。今後、日本の魅力を維持し、創造し、発信していかなければならない。「日本ブランド」の発信力を高めるためには、発信戦略の構築と発信行動の再編成が必要である。

観光の拡大のためには、マーケティング機能の強化が不可欠であり、民と官との役割分担・連携によるシステムの確立が必要である。また、日本のブランド力を高めるためには、民と官の連携だけでなく、国と地方の効果的連携も不可欠である。日本ブランドの発信にあたって、情報通信手段の多様な活用を図るとともに、アピールの印象度の向上を図らねばならない。観光立国の実現のためには、日本の魅力をいかに発揮できるように、ハードとソフト両面のインフラを総合的に整備する必要がある。治安や不法就労の問題について適切な対策を実施し、ビザ発給制度の改善に努めるとともに、入国審査に係わる時間の短縮を図るべきである。また、外国人ビジターが独り歩きできる環境の整備も不可欠である。

観光産業は、21世紀のリーディング産業の一つと位置づけられるべきものであり、その国際競争力の強化を図る必要がある。そのために、規制緩和を行ない、市場機能を高めなければならない。また、日本の各地域が魅力を高

めていくためには、生活文化を軸にした観光資源の整備、創造に加えて、周辺地域のネットワーク化の推進が必要である。さらに、観光立国を実現し、観光産業の国際競争力を強化するためには、それにふさわしい能力を備えた人材が決め手である。いずれにしても、民産官学のコラボレーションによって、観光立国を効果的に推進していく有機的なシステムの整備が必要である。

(3) 観光立国と地域再生

観光立国の目標は、短期的には観光を基軸にした「地域再生の実現」であり、中長期的には「美しい日本の再生」や「文化創造国家」の実現である。2005年12月に経済産業省は「2030年における地域経済規模予測」を公表した。その予測によると、2030年頃に大都市圏と一部の特別な地域を除いて、日本のほとんどの地域で経済規模の縮小が生じるとみなされている。少子高齢化が現実化するなかで、日本の各地域で経済的な衰退が生じるわけである。特に、北海道にとっては、きわめて深刻な影響を及ぼすものと予想されている。北海道の各地域は地域経済規模の縮小が最も顕著に生じると予測されており、2030年頃には今以上に厳しい経済的不振に陥る可能性が高いといえる。

現在の日本ではすでに「地域再生」が国家的課題になっており、政府は2003年10月に「地域再生本部」を設置するとともに、2005年4月には「地域再生法」を制定している。政府はすでに地域主導による各種の地域再生事業を展開しているが、その多くは広い意味での「観光」にかかわる事業である。その理由は、今後、日本のほとんどの地域で少子化の影響によって定住人口の減少が生じるので、地域再生を実現するためには「交流人口の拡大による地域活性化」が不可欠であり、観光を基軸にした「地域再生」事業が重要にならざるを得ないからである。

定住人口の減少化と高齢化が顕著になるので、今後は交流人口の拡大を図ることによって、地域の活力を維持していくことが「地域経営の基本」になる。そういう意味で、各自治体が「観光立都」をスローガンにすることは間違っているのではない。ところが、医療や福祉や環境問題をはじめとして、自治体の重要な行政課題が山積しているために、観光立都に全力を投入できないのが

厳しい現実だ。いわば「口先き観光立都」に陥る危険性が大である（石森秀三・吉田順一 2007）。

今後の日本における「観光立国」や「観光立都」の成否を決するのは、観光分野における民産官学のコラボレーション（協働）の成否であろう。要するに、一人でも数多くの国民や市民が「観光によって日本の各地域の未来を拓く」という覚悟をもてるかどうか、観光立国や観光立都の成否の鍵を握っている、と言って過言ではない。短期的には「官主導による観光立国」は成果をうみだすが、中長期的には「民産官学の協働による観光立国」が不可欠であり、そのための施策の展開が求められている。

(4) 観光立国と内需拡大

2007年7月の参議院議員選挙において自民党が大敗を喫した。与党大敗の原因がさまざまなかたちで追求されたが、これまで自民党の牙城であった一人区で6勝23敗と大きく負け越したことが最大原因とみなされている。いわば「地方の反乱」が自民党の大敗を引き起こしたといえる。

小泉前首相は「自民党をぶっ壊す」と宣言して構造改革を推進した。その結果、地域格差が拡大し、地方の疲弊が顕著に生じたことによって、地方で反乱が生じ、与党が大敗を喫した。日本の政治に今こそ求められているのは、地方の疲弊に歯止めをかけて、地方の活性化を確実に引き出す有効な政策や施策を講じることである。されど、従来実施されてきたバラマキ的な公共事業は不可であり、地方の活性化に幅広く貢献する観光集客を基軸にした諸事業に力点を置くべきである。

日本は1960年代以降に高度経済成長を実現していく過程で、「工業立国」と「貿易立国」の両輪で世界に冠たる経済大国路線をひた走った。それはまさに「外需拡大」による国づくりであった。しかし、経済や金融のグローバル化が進展する中で、もはや外需拡大政策だけで日本の未来がバラ色になることはほとんど想定できなくなっている。いま現在の日本が必要としているのは「内需拡大」による国内経済の活性化である。

観光立国は内需拡大のために有効な国家デザインのあり方である。小泉構造改革によって地方の疲弊に拍車がかかっているために、政府は今後、貿易

振興による外需拡大政策だけではなく、観光立国政策に力を入れて、内需拡大を図り、地域再生を実現させる必要がある。

安倍改造内閣では増田寛也前岩手県知事が総務相に抜擢され、福田現政権でも総務相を継続しており、懸案である地域格差の是正に取り組んでいる。従来の自民党方式では社会資本整備の名目で公共事業のバラマキを行なったはずである。その結果、国土の均衡ある発展に貢献した。それは高成長経済の時代には有効であったが、低成長経済の時代である現代日本では財政改革が不可欠であり、もはや旧来方式の「バラマキ公共事業」が認められなくなっている。

すでに日本は「成長の時代」から「成熟の時代」へと移行しており、そのような時代に相応しい公共事業のあり方として、文化資本の整備に重点をおくべきである。といっても、もちろん、現在の日本では「社会資本」とは異なっており、「文化資本」という概念そのものが公的に認められたものとはなっていないために、公共投資による文化資本の整備が行われていない。

日本では従来、空港、港湾、鉄道、道路、ダム、上下水道、医療施設、社会福祉施設、文化施設、教育施設など、産業基盤や生活基盤を構成する装置や施設のことを「社会資本」と呼んできた。これらの社会資本の整備は民間投資にのみ委ねると、市場において収益性が確保できず、資本形成の不足や地域偏在が生じるために主として公共投資によって実施されてきた。

日本ではすでに「モノの豊かさ」よりも、「ココロの豊かさ」が求められる成熟の時代を迎えており、国民生活の質的向上に資する公共投資を希求することが重要になっている(佐藤誠 2002)。社会資本のうちでも文化施設や教育施設は国民生活の質的向上や文化活動の質的向上に資するものであり、これらを「文化資本」と位置づけて、ただ単に施設や装置などのハード面の整備だけでなく、文化サービスや教育サービスなどの提供機能や運営制度などのソフト面の整備も併せて公共事業の範疇で行うことが必要な時代になっている。

4. 新しい観光の創造

(1) 外発的観光開発と内発的観光開発

観光による地域再生が国家的課題になるなかで、早急に取り組まなければならないのは「新しい観光の創造」という重要課題である。日本ではこれまで「観光」は「国（地域）の光を観る」ということが転じて、「観光客が名所を観て回る」という現象とみなされてきた。現に、20世紀における日本の観光は「団体による周遊型の名所見物」を中心にして展開されてきた。その際に中心的役割を果たしたのはパッケージ旅行商品づくりを行った旅行会社や観光客にサービスを提供する観光関連企業であった。20世紀の日本の観光は基本的に旅行会社や観光関連企業が中心になって動かされてきたものであり、地域社会の人々が観光振興で中核的な役割を果たすことが少なかった。

中国古典『易経』によると、「観光」の本義は「国の光を観る」ことよりも、むしろ「国の光を示す（観せる）」ことにあると説かれている。要するに、国民が自らの住んでいる地域に誇りを持つことができ、幸せを感じることができるよう国づくり・地域づくりを行うことが「観光」の本義とみなされていた。

日本が観光立国を推進するに当たって、最も重要な課題は、観光客や旅行会社や観光関連企業や名所見物などが主役の「従来型の観光」の振興を図るのではなく、地域住民が主役になり、地域住民が誇りを持つことのできる地域資源を持続可能な形で訪問者（観光者）に提供することによって、地域住民と訪問者がともに感動や幸せを共有できるような「新しい観光の創造」を行うことである。

「新しい観光の創造」を考える上で、これまでの日本で行われてきた観光開発のあり方を振り返っておきたい。持続可能な観光(sustainable tourism)の創出が世界的課題になっており、すでに各国の観光研究者がさまざまな提言を行っている。私は、持続可能な観光の創出につながる観光開発のあり方として「内発的観光開発（endogenous tourism development）」という新しい概念を提起している。

これまでに世界および日本の各地で展開されてきた観光開発は基本的にマストურიズム対応を主要な前提にしており、しかも観光開発の対象となる地域社会の外部の企業が開発主体になるケースが圧倒的に多かった。そのような外部企業による観光開発のあり方は、「外発的観光開発 (exogenous tourism development)」と名づけることができる。

外発的観光開発では、しばしば地域社会の意向が軽視されたり無視されることによって、各地の貴重な地域資源（自然環境や文化遺産など）の破壊や悪用や誤用などが行われ、さまざまな負のインパクトがうみだされがちであった。外部の開発主体が利潤追求を目的にして、地域社会の意志とはかわりなしに地域資源の商品化を進めることによって、マストურიズムに適した観光開発が成就されてきたわけである。しかし、その一方で、外発的観光開発は各種の負のインパクトを生み出し続けてきたことによって、持続可能な観光の創出が必要になったのである。

持続可能な観光の創出を図るためには、いくつかの条件が満たされる必要がある。そのうちで最も重要な条件は、地域社会の主導による「内発的観光開発」を推進することである。内発的観光開発とは、地域社会の人々や集団が固有の自然環境や文化遺産を持続的に活用することによって、地域主導による自律的な観光のあり方を創出する営みを意味している。従来の外発的観光開発は、外部の企業や資本が利潤追求を目的にして、ある地域の自然環境や文化遺産を他律的に活用する営みであった。そのために、しばしば地域社会の意向が軽んじられ、自然環境の破壊や文化遺産の悪用などの負のインパクトが生じた。

それに対して、内発的観光開発は、地域社会の住民が生活の質の向上を目的にして、自律的意志にもとづいて自然環境や文化遺産の持続可能な活用を図る営みである。現時点では、従来型の外発的観光開発が一般的であり、主流をなしている。しかし、今後、日本だけでなく、世界の各地で地域社会の人々や集団の主導による内発的観光開発の試みが積み重ねられていけば、おのずと持続可能な観光が21世紀の観光の主流になっていくはずである（山村高淑・張天新・藤木庸介編 2007）。

内発的観光開発は、ある特定地域社会の住民や集団が地域固有の自然環境

や文化遺産を持続的に活用する試みであるが、その最も重要な前提条件は「自律性」である。辞典的定義による「自律」とは、「自分で自分の行いを規制すること」、「外部からの力にしばられないで、自分の立てた規範に従って行動すること」、「ある社会制度が他からの制約を受けずに独立した運営を行っていくこと」などが意味されている。それに対して、辞典的定義による「自立」とは、「他への従属から離れてひとりだちすること」、「他の力を借りることなく、また他に従属することなしに存続すること」などが意味されている。

内発的観光開発は「自律性」を前提にしているが、それはかならずしも外部の諸要素を排除するものではない。「内発的」という言葉は閉鎖的な意味合いを喚起するが、一つの地域社会が潜在的に有している各種の可能性が発現される契機はほとんどの場合に外部の諸要素との出会いにもとづいている。そういう意味では、内発的観光開発は決して外部性をすべて排除して成り立つものではない。むしろ、地域社会の側がみずからの意志や判断で外部の諸要素を取り込んだり、それらとの連携を図ることによってよりよい成果を生み出す試みとみなすべきである。

内発的観光開発では、外部の情報や人材や資金の導入を図ることもありうるが、あくまでも地域社会の側の自律的意志にもとづいて自然環境や文化遺産の持続可能な活用を図るために「自律性」が最も重要な要件になるのである。それに対して、外発的観光開発は外部の企業や資本が利潤追求を目的にして、地域社会の意向を無視あるいは軽視しながら、地域の自然環境や文化遺産を他律的に活用する営みであり、地域社会の側からみると、「他律性」にもとづく開発のあり方といえるものである。

地域社会の「自律性」を基盤にした内発的観光開発は、地域社会にとって、外部の企業やトラベル・エージェントによる規制や条件づけが少ないという意味で、「自律的観光 (autonomous tourism)」の創出につながる試みとみなすことができる。それに対して、外発的観光開発は、地域社会にとって、外部企業やトラベル・エージェントの力によって観光のあり方が規制されたり、条件づけられるという意味で、「他律的観光 (heteronomous tourism)」をうみ出す原因となっている。

(2) 他律的観光と自律的観光

自律的観光と他律的観光という概念は、地域社会にとっての観光のあり方を説明するうえで有効であるだけでなく、観光者にとっての観光のあり方を説明するさいにも有効性をもっている。従来のマスツーリズムでは、旅行会社によって予めパッケージ化された旅行商品が一般的に利用される。その場合には、観光者の個別的な希望や意向は基本的に無視されており、観光者は旅行会社によって予め設定された観光ルートや観光サービスを受け入れることが前提にされている。そういう意味で、マスツーリズムは観光者にとって、まさに「他律的観光」を強いる構造を有している。

それに対して、近年、パッケージ化された旅行商品を利用せずに、観光者みずからが自分の意思で旅行ルートを設定し、観光を行うケースが増えている。そのような観光のあり方は、観光者みずからが自分の意思で旅行を可能ならしめているという意味で、「自律的観光」とみなすことができる。

私は10数年前に「21世紀は自律的観光の時代になる」と予測した。20世紀における日本の観光は多分にトラベル・エージェントや観光開発会社が牛耳ってきた。そういう意味で「20世紀は他律的観光の時代であった」ということができる。マスツーリズムでは、旅行会社によって予めパッケージ化された旅行商品が一般的に利用される。それに対して、近年、自律的に旅を企画し、実施している人たちが増えつつある。同様のことが、地域社会の側にも当てはまる。日本の各地で近年、地域資源（自然資源、文化資源、人材資源）を見直し、自分たちの意思で自律的に観光振興を図るところが増えつつある。

21世紀を迎えた今日、従来の他律的観光の優位性に陰りが生じており、地域社会と観光者の両サイドから自律的観光に対する期待が高まりつつある。そういう意味で、21世紀は「自律的観光の時代」になる可能性が高いわけである。自律的観光は従来の他律的観光とは異なって、団体・名所見物・周遊型の観光よりも、個人・夫婦・家族・小グループの旅行を好み、名所見物よりも学びや芸術や癒しに力点を多く参加体験型観光を志向し、一か所滞在を重視する動きを見せている。そのために、日本の観光立国政策は自律的観光の時代に対応できるようなものでなければならない。

旅行会社や観光関連会社が中心的役割を果たす「他律的観光＝従来型観光」の場合には、活用される地域資源も限られており、関与するアクターも限られているために、観光振興は比較的簡単であった。それに対して、「新しい観光の創造」の場合には、地域の多様な資源（自然資源、文化資源、人的資源など）を持続可能な形で活用することが必要であり、また観光創造に関与するアクターも、地域住民、観光者、自治体、各種企業、各種団体、各種施設など多岐にわたっている。

すでに、日本の各地域で地域住民を中心にして、各種の地域資源（文化資源、自然資源、人的資源など）を持続可能な形で活用しながら、自律的に観光振興を図る試みが行われている。しかし残念ながら、それらの新しい観光を生み出そうとする試み（観光創造）は、地域の「知」の拠点である大学における研究成果に基づいていないために、場当たりの試みに終わるケースが多い。今後の日本における観光創造は、民産官学の連携・協働が不可欠であり、そのような連携・協働の要となってコーディネーターとしての役割を果たせる人材の育成が急務になっている。2007年4月に新設された北海道大学大学院観光創造専攻はまさに地域における観光振興でコーディネーターとしての役割を果たせる人材の育成に主眼を置いている。

文献

石森秀三（1996）「観光革命と20世紀」石森秀三編『観光の20世紀』ドメス出版。

石森秀三編（1996）『観光の20世紀』ドメス出版。

石森秀三（1997）「アジアにおける観光ビッグバン」『月刊観光』367：6-7 社団法人日本観光協会。

石森秀三（1998）「観光革命が世界を変える：観光文明学のすすめ」『Academia 学術新報』174：69-78 財団法人全国日本学士会。

石森秀三・吉田順一（2007）「観光立都の戦略：文化デザインという長期的視点」『都市問題研究』59(9)：30-43 都市問題研究会。

佐藤 誠（2002）『グリーンホリデーの時代』岩波書店。

山村高淑・張天新・藤木庸介編（2007）『世界遺産と地域振興：中国雲南省・麗江にくらす』世界思想社。