

# 訪日外国人の観光目的地としての都市

堀野 正人

はじめに

- I 「観光都市」と「都市観光」の概念
  - II 「都市観光」の多目的性と観光者誘引力
  - III 大都市の評価に関する若干の考察
- むすびにかえて

はじめに

近年、わが国において、インバウンド（inbound）の観光の促進が、重要な課題として語られるようになってきている。<sup>(1)</sup> それは、単に国際旅行収支の不均衡の是正という問題ではなく、長期的に進むであろう産業構造の転換やサービス貿易の比重増加、国民相互の理解の促進や社会的交流の拡大等、さまざまな観点からみて改善が要請される課題であろう。

国際観光において具体的な目的地を問題にするとき、都市の存在と役割を抜きにしては語れない。実際のところ、外国人観光者の来訪地の多くは都市となっている。また、かりに外国人観光者が都市そのものを目的とせず、周辺地域の観光資源を求めて来訪する場合でも、わが国の中での旅行の起点または中継点として、都市は不可欠の存在といえる。

では、観光目的地として都市をとらえた場合、それはどのような魅力を発揮して外国人を引き付けているのであろうか。明確に特定の観光資源を目的として来る観光者もいれば、日本の生活、文化、習慣など、固有の場所に限定されない一種の社会的環境を体験することを目当てにして訪れる人もいるであろう。いずれにせよ、根本的には、都市に観光行動の対象となる観光資源が存在し、観光者に対して魅力を発揮していることが必要である。それによって、外国人観光者の都市に対す

るデスティネーション（destination）としての評価が形成され、ひいては、それがリピーター獲得の程度や日本全体の評価にも影響を与えることになるであろう。都市の観光上の魅力とは何かを探ってみることは、今後のインバウンドの観光促進を考える上でも十分に意味のあることに違いあるまい。

ところで、この問題を考えるにあたっては、近年注目されるようになった「都市観光」の概念を考慮せざるをえない。これまで観光のデスティネーションとしての都市については十分な注意が払われてきたとは言えず、近年、ようやくその観光的機能の大きさが着目されるようになり、本格的な研究も行われるようになってきた。<sup>(2)</sup>

また、「都市観光」への認識の高まりは、経済・社会・文化あるいは国際関係等の幅広い部面から生じているものと理解されるが、とくに日本の都市経済が抱える課題への対応と深くかかわっているように思われる。都市の姿は、工業の生産機能あるいは金融・情報・行政等の中枢管理機能などを中心とする姿から、小売、文化、娯楽、社交等の広義のサービス業を中心とするそれへと移っていくものと考えられる。なかでも、都市に立地して対人サービスをともなう産業の成立は、顧客の来訪を絶対的な条件とするので、国の内外を問わず、より多くの外部人口の流入を必要とすることは自明のことである。そうした中で、都市の果た

す観光的機能の重要性が前面に押し出されてきたのであろう。

このような変化を受けて、最近では多くの都市自治体が観光振興策に力を入れてきており、ことに従来の観光のイメージとはあまり馴染まないような東京、大阪などの大都市も、積極的に観光者誘致を政策として打ち出し始めている。たとえば東京都は、「都市観光」の振興を、「世界を視野に入れた東京の将来の発展を意図した都市戦略」であり、とくに「国際交流の一層の発展のために取り組むべき課題」であるとしている。<sup>(3)</sup>

さて、本論は、国際的な観光の目的地としてみた場合の都市について、一つの実態分析を試みようとするものである。まず、「都市観光」の概念について「観光都市」との比較を通じて簡単に整理してみたい。その後、訪日外国人の主要な来訪地である都市において、「都市観光」の大きな特徴である観光活動の多目的性ないし観光資源の複合性が、どのように観光者を誘引する力に作用しているのかについて、国際観光振興会(JNTO)の行った「訪日外客訪問地調査」に基づいて分析を試みようと思う。

## I 「観光都市」と「都市観光」の概念

これまで都市が観光との関わりで論じられるとき、「観光都市」という概念がよく用いられてきた。それは、商業都市、工業都市、学術研究都市、宗教都市などと並んで、都市を性格づける表現として一般的に通用している。日本では京都、鎌倉、日光、熱海、別府などが典型的な例としてあげられよう。それらは、著名な神社仏閣や歴史的遺跡を保有する都市、温泉あるいは背後の自然景勝地などのリゾート環境の存在する都市において、観光という現象が特徴的に成立することを認めてきたものといえる。その意味では「観光都市」となりうる都市はかなり限定されている。これまで「観光都市」については、「観光資源・観光施設が地域外から多くの観光客を集め、観光産業が地域産業構成の中で特化した地位にある都市」<sup>(4)</sup>といった定義づけがなされている。しかし、実際の都市は複合的な機能をもつ場合が多く、統計的なデータ、たとえば所得・就業人口等に占める観光関連産業の割合などによって、一義的に規定することは困難である。<sup>(5)</sup> 言い換えれば、現代都市が

全体として多機能を担う総合都市化の傾向にあり、その点からすれば、他の性格づけと同様に、単一の「～都市」という表現によって都市を呼ぶことが難しくなっていると見える。したがって現在、「観光都市」といわれる都市の多くも、都市機能の一つに観光の要素を備えている都市として把握する方が妥当であろう。

さて近年、都市における消費的活動、あるいは社会的・文化的活動——ショッピング、飲食、スポーツ観戦、展示会、イベント等々——が、来訪者にとっては観光の対象となりうるということが明らかになってきた。つまり、「観光都市」とは考えられてこなかった都市においても、実は観光は行われているのであり、今やその経済的・社会的な役割が脚光を浴びている。いわゆる「都市観光」(アーバン・ツーリズム、urban tourism)の登場である。「都市観光」は遺跡観光、農村観光、産業観光あるいはエコツーリズム(ecotourism)等と並んで、観光の一形態を示す言葉といえる。「都市観光」の定義について、たとえば北條勇作は「都市観光とは(魅力ある)近代的・現代的都市機能などを享受するために行う日常生活圏を離れた余暇活動である」としている。具体的には「ホテル・旅館などの宿泊、大型高級店・土産店などでの買物、飲食店などでの食事、都市建築・構造物の視察、芸術の鑑賞、演劇などの鑑賞、博物館などへの入館、会議・見本市・展示会・祝賀会などへの参加、スポーツの見物」などが含まれ、さまざまな目的によって成立する。<sup>(6)</sup> このような多様な活動を充足できる諸機能の集積は、一般的に大都市に顕著であり、東京、大阪や札幌、仙台、横浜、神戸、広島、福岡などが「都市観光」の対象として代表例であるとされている。<sup>(7)</sup>

観光と都市に関わる2つの概念を簡単にみてきた。両者はそれぞれ「観光」と「都市」についての性格づけを行おうとするものであるから、対概念ではないし、直接に同次元で扱うこともできない。しかしながら、両者には連続する意味内容が含まれている。つまり、一方で、「都市観光」のうち特定資源に比重を置く活動が明確に表れている場合、その都市を「観光都市」と呼んでいると考えても差し支えないのである。歴史的遺産や温泉を基盤として成立した「観光都市」は、それら

の資源に依拠しながら、飲食、販売、娯楽等の機能をもつことによって観光地として存続してきているし、さらにその他の近代的・現代的な諸機能をも保有することは明らかである。反対に、著名な観光資源を持たない都市が、現代的な都市の諸機能そのものが資源化されることによって、一種の「観光都市」とみなされうることも否定はできないのである。<sup>(8)</sup> したがって、「都市観光」的都市と「観光都市」とは連続的な範疇にあり、両者の間に実体的な線引きをすることは困難なのではなかろうか。<sup>(9)</sup>

本論では、まず「都市観光」の対象として外国人の来訪先であるわが国の諸都市を把握し、その中に、いわゆる「観光都市」をも位置づけるという手順を踏もうと思う。

そこで、「都市観光」の特徴についてもう少しふれておきたい。先にもみたように「都市観光」の場合、観光者の目的は、単一の観光欲求の充足とは限らず、むしろ複数の欲求が含まれることが多い。しかも、見物、見学、娯楽、ショッピング、スポーツ観戦、芸術観賞等の異なる目的のいくつかを、一度にまたは短期日に達することが可能である。

このような行動を容易にしているのは、都市における観光資源の複合的集積であり、その密度の高さである。とくに多くの首都やそれに比肩するような大都市においては、きわめて多様な資源要素が存在し、これらが相互に関連・依存し合って一種のシナジー (synergy) 効果を発揮している。また、観光資源には建物や景観だけでなく、人々の暮らしや慣習、行事なども含まれる。つまり、「都市観光」の魅力は「さまざまな人々が生活している都市のもつ複合的な機能そのもの」<sup>(10)</sup> なのであり、これが決定的要素ともいえる。

また、人々が国の内外の都市へ旅行する場合、観光だけでなくビジネスや会議・催事などへの参加、知人・親戚の訪問なども大きな理由となっている。しかし、かれらも副次的な目的として都市内または近辺の観光を行うことが多い。さらに、都市は相当広範囲の観光地の拠点となる場合も多く、観光者は都市と周辺の観光地との複合的需要を生み出しており、その中で、宿泊・休憩的施設を中心に都市の観光サービスを消費する。また、周遊観光の一時的な中継地点としての都市の観光

需要も存在している。

## II 「都市観光」の多目的性と観光者誘引力

### 1. 観光活動累積度による多目的性の指標化

以下では、「都市観光」の大きな特徴と考えられる観光行動の多目的性、ないしは観光資源の複合性が、国際観光の目的地としての日本の都市において、その誘引力とどのような関わりをもつのかを考えてみたい。

そこで、具体的な方法として、国際観光振興会 (JNTO) の行った「訪日外客訪問地調査 (1995～1996年)」<sup>(11)</sup> に依拠して、「都市観光」の側面から外国人のデスティネーションとしての都市の態様を分析してみたい。同調査では、外国人客の国内訪問地の対象として204の場所をあげているが、このうち103が都市である (本論では行政区画上の市をもって都市とする)。また、訪問地の上位50をみると、そのうち35が都市となっており、より詳しい調査結果が得られるので、ここでは、これらの都市を分析の対象とする。

35の都市について実際の訪問率をみると、一部の都市への著しい偏りがあることがわかる。1位の東京が64.9%と群を抜いており、2位の大阪が22.4%、3位の京都が13.6%で、実に訪日外国人の3人に2人が東京を訪れている。23位の新潟以下は1%未満であり、実質的にはほとんど差がないといってもよいであろう。このように、東京をはじめとする大都市が外国人来訪者を引き付ける圧倒的な力をもっている。

ところで、この調査の対象となった外国人の訪日目的をみると、観光36.3%、ビジネス38.6%、ビジネス兼観光3.4%、会議・見本市等8.1%、親族・友人訪問18.6%、訓練・視察4.9%などとなっている。ここでの分析対象は、このうちの観光目的の訪問者に限らず、これらすべての訪日外国人を含んでいる。というのも、上述したように、都市の観光を考える上では、純粋に観光を目的とする人々だけでなく、さまざまな理由で都市を訪れ、二次的活動として観光を行う人々が重要な役割を果たすからである。むしろ、それらを排除してしまったのでは、「都市観光」自体が成立しないといっても過言ではない。

さて、「訪日外客訪問地調査 (1995～1996年)」では、「買物」「市内見学」「史跡/旧跡/歴史的

名所」等の訪問地における「活動種類の内容」が16種類にわたって示されている。<sup>(12)</sup> そこで、これを用いて、各種類の活動を行った人の割合を積算し、その都市における観光活動の累積度を表すことにする。たとえば、ある都市での観光活動に対して、外国人訪問者が行ったとする回答（複数回答）が、買物60%、市内見学40%、博物館30%、スポーツイベント20%、温泉40%という数値であれば、この都市の観光活動累積度を190として表すということである。これは、この都市において外国人来訪者が1人当たり平均で、1.90種類の観光活動を行ったとみることもできよう。この指標が高いほど、その都市を訪れた外国人のうち、より多くの人がより多くの種類の観光目的を達成したものと考えられる。<sup>(13)</sup> なお、同調査では、先にふれたような観光、ビジネス、親族・友人訪問など、外国人の来訪目的別に訪問地で行った活動の種類を聞いており、その結果から、観光以外を目的とする人々も相当に活発な観光活動を行っている、つまり兼観光を行っていることが読み取れる（種類によっては観光目的以上の数値を示す場合もある）。<sup>(14)</sup>

一方、同調査からは「訪問地の評価」<sup>(15)</sup> と「訪問者数」を知ることができる。前者は観光対象としての都市に対する質的評価を、後者は量的評価を表現するものと考えてよいであろう。これらを、都市の観光者に対する誘引力が結果的に外に表れたものとして捉え、先の活動累積度との関係を見ていくことにする。

## 2. 都市における観光活動累積度と観光者誘引力

図1は、観光活動の度合いと外客が訪問地を「非常に良い」とする評価から、各都市を位置づけたものである。観光活動累積度が最大となったのは527.0ポイントの日光で、最小は248.7ポイントの成田であった。一方、「非常に良い」とする評価では、最大が67.9%の金沢、最小が13.6%の川崎である。訪問先である都市での活動累積度と、その都市に対する評価との間には正の相関関係がみとれよう。ここから、都市における観光活動の多目的性が、観光者にとって質的な面からみた誘引力を形成する要素となっていることが推測できる。大ざっぱに言えば、歴史的遺跡、温泉等の有力な観光資源をもつ、いわゆる「観光都市」で

は、都市の規模の大小にかかわらず、それ以外の観光体験の頻度も高く、当地での活動累積度が全般に大きくなっている。反面、大都市の活動累積度の値は概して平均以下であり、評価は相対的に

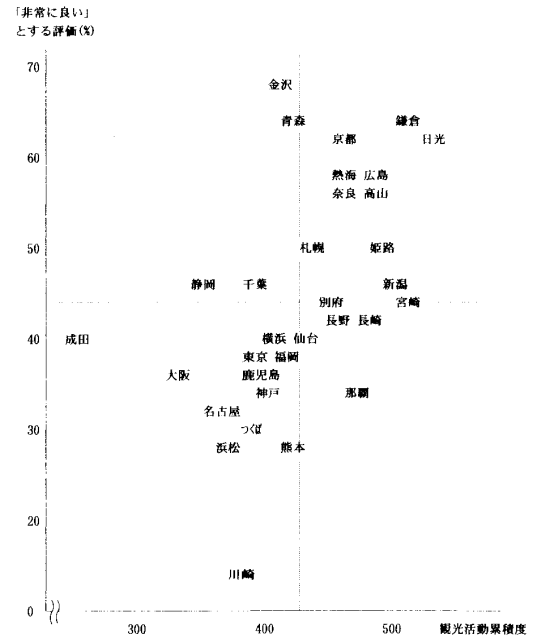


図1 都市における観光活動累積度と評価

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。  
高松・岐阜・佐賀は訪問地の評価が不明のため省いている。  
グラフ中の点線は平均値である。

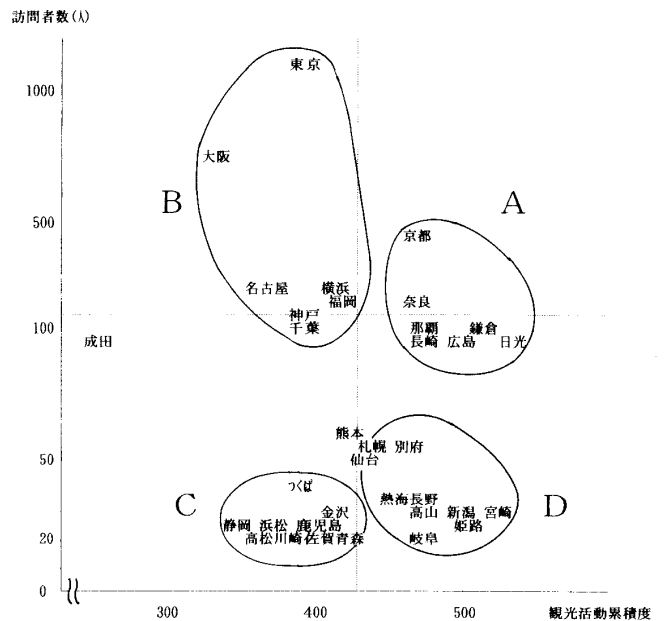


図2 都市における観光活動累積度と訪問者数

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。  
都市間で訪問者数の格差が大きいため目盛りは調整してある。点線は平均値である。

低いものとなっている。

次に、訪問地での活動の割合と訪問者数とによって各都市の様子をみてみよう。図2にみるように、都市の分布は分散的である。ここから、都市において行った観光活動の種類の多さや体験度の高さは、量的な側面での外国人観光者の誘引力としては、必ずしも作用しないことが読み取れるのではなかろうか。

3. 観光活動累積度と訪問者数による都市の分類  
ところで図2から、35の都市は訪問者数でみると、ほぼ50人以下のグループと、100～200人ないしはそれ以上のグループとに大きく分かれていることがわかる。観光活動の累積度については、両グループともに連続的に並んでいる。しかし、訪問者数のように明瞭ではないが、おおよそ平均値(427.3)を境に高低2つのグループに分けて捉えることができる。そこで、都市群を縦・横に2分し、A・B・C・Dの4つの集団に大きく分けて、各類型の特徴について考察してみたい。

観光活動の累積度は、16種類の活動の体験割合を合計したものであった。16種の活動体験のうち、平均してもっとも高い割合になったのは「買物」であり、以下、「日本料理」「史跡／旧跡／歴史的名所」「市内見学」「日本人とその生活」(以下では各タイトルを簡略化して示す)と続いている。しかし、「買物」と「日本料理」については、都市間で大きな差異がなく、全体に高い数値を示している。都市間で観光活動累積度の値に差が生じているのは、「史跡・名所」、「市内見学」、「日本人と生活」の他、「遊園地とテーマパーク」、「温泉」の各項目によるところが大きい。そこで、4類型の都市群をこれらの5項目について調べてみると、一定の傾向があることがわかる(図3-1, 2, 3, 4参照)。

まず、Aのうち京都と鎌倉についてみると、当然とも思われるが「史跡・名所」で非常に高いポイントを示し、「温泉」を除けば他の項目も中位以上の活動割合となっている。奈良もほぼ同様の傾向にある。日光も非常によく類似しており、「温泉」の体験度が高い分だけ他よりも活動累積度の値が高い。長崎、那覇は、「市内見学」および「遊園地・テーマパーク」で、広島は「日本人と生活」で高い値となっている。また、「非常に

良い」と評価した外国人来訪者の割合でみると、鎌倉が63.9%で32都市中2位、以下、日光63.4%(4位)、京都61.4%(5位)、広島58.1%(6位)、奈良55.2%(8位)と上位を占めているが、那覇と長崎は低い値となっている(以下では%を略す)。これらの都市は、すでに「観光都市」としての地位を確立している都市であり、最大の魅力は史跡や歴史的名所にあると考えられる。しかし、そうした伝統的な観光地の資源構成に加えて、他の「都市観光」的要素も少なからず誘引力の形成に寄与しているといえよう。

次に、Bはほとんどが100万人以上の大都市であり、外国人の訪問数は多いが、1人当たりの観光活動の割合は小さく、評価も概して低い。これらのうち、東京をみると、「日本人と生活」、「遊園地・テーマパーク」が中程度であるが、他の活動項目は低い水準にある。名古屋、大阪、神戸、千葉も似通っている。横浜は東京より5項目すべてで高い数値を示したが、パターンとしてはほぼ同様である。また福岡は、「遊園地・テーマパーク」と「温泉」でやや高い数値を得ているのが特徴である。ともあれ、このグループは各観光活動を行ったとする割合が全般的に低い。また、来訪地の評価でみると、東京が38.7(22位)、大阪が35.3(25位)、名古屋が32.7(28位)などになっており、千葉が46.3(14位)で中位にある他はすべて20位以下である。しかし、それにもかかわらず、来訪者数ではきわめて大きな値となっている。

Cは、県庁所在地およびそれに準ずる地方の中核都市が多いが、相対的に観光活動の累積度、訪問者の吸引力がともに小さいグループである。静岡は、「史跡・名所」、「市内見学」、「遊園地・テーマパーク」の体験割合が低く、「日本人と生活」はやや高い。佐賀、つくば、浜松は静岡のパターンに近似している。金沢は「史跡・名所」の体験割合が上位にあり、「遊園地・テーマパーク」も平均以上だが、その他3項目はかなり低い。この集団の特徴は、一部を別にして、高い頻度の活動が少なく、全般に低位にあって、あまり個性がみられないことである。一方、この都市群について「非常に良い」とする評価をみると、金沢と青森が例外的に高く、Aの都市グループを押さえてそれぞれ67.9(1位)、63.6(3位)となっている。

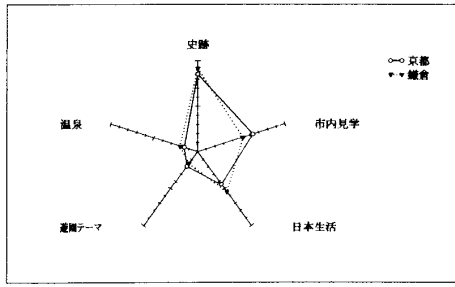


図3-1 京都・鎌倉

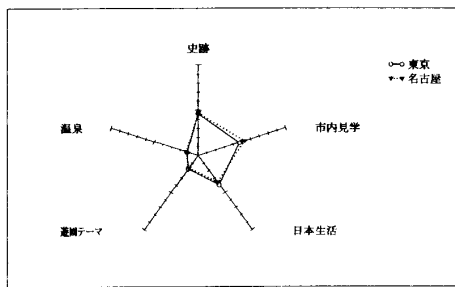


図3-2 東京・名古屋

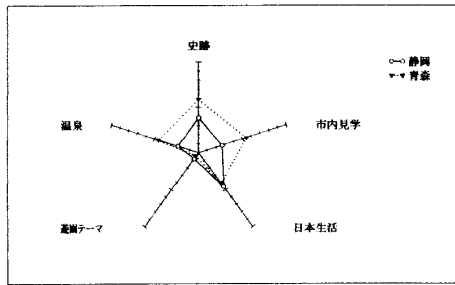


図3-3 静岡・青森

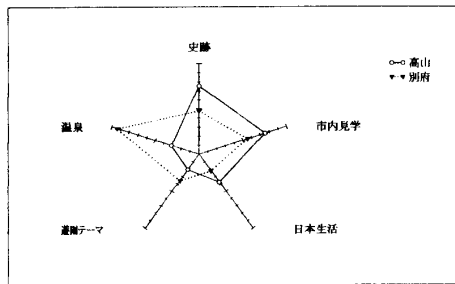


図3-4 高山・別府

図3 都市間で観光活動累積度に差を生じさせている5項目の活動

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。  
 史跡は史跡・旧跡・歴史的名所、日本生活は日本人とその生活、  
 遊園テーマは遊園地・テーマパークの略。図5も同じ。

金沢の場合、5種の活動の構成が「史跡・名所」優位でA型に近く、評価の高さもそれに依存するのではないかとと思われる。青森は「遊園地・テーマパーク」を除いて他の4指標の数値が比較的に高い。しかし、この2つの都市の他は、静岡の46.4(13位)を除くと、鹿児島36.0(24位)、つくば、浜松、熊本が30~28の間、そして最下位の川崎はわずかに13.6という低さである。

最後にDは、全体として観光活動が活発にみられるが、来訪者数は少ない都市群である。新潟、長野、宮崎のような中規模都市もあるが、別府、高山のような小都市も含まれている。このグループの特徴は、とくに「市内見学」の割合が高いことで、この項目だけをみると、高山が75.9(1位)、これに続いて宮崎75.9(2位)、岐阜70.0(4位)となっている。また、「史跡・名所」「日本人と生活」も比較的に高い値を示している。さらに、宮崎、姫路は「遊園地・テーマパーク」で上位をしめている。一方、別府と熱海は当然ともいえるが「温泉」の体験の割合が群を抜いて高く、同項目では94.4(1位)、75.8(2位)を示している。ちなみに「温泉」に関する35都市の活動割合の平均は26.0である。しかし、反面この2都市は「日本人と生活」では低水準で、それぞれ22.2(35位)と27.3(29位)であった。このように、Dの諸都市は、観光活動累積度は大きいですが、史跡以外のいずれかの観光体験に秀でていることが特徴となっており、比較的に個性の強い destination といえる。「非常に良い」とする評価では、57.6(7位)の熱海から42.4(17位)の長野まで、数珠つなぎのように並んでおり、概ね中位の評価を得ている。

### III 大都市の評価に関する若干の考察

以上、訪日外国人の観光目的地としての都市について、観光活動の多目的性という視点から1つの分析を試みた。ここで用いた調査は1年度分に限られたものであるし、調査項目から生じる制約もあることを念頭に置きつつも、得られた結果について、主に大都市に示された特徴を中心に考察してみることにする。

代表的な「観光都市」とされるAのグループは、観光活動の累積度が大きく、観光対象としての都市として質量ともに優れた評価を得ていた。ここ

から、「観光都市」が実は多様な観光活動の場として機能しており、その中枢に著名な観光資源があるという図式が浮かびあがるのではなかろうか。換言すれば優れた「観光都市」は大都市以上に「都市観光」的なデスティネーションとしての性格をもっていることになる。

一方、「都市観光」の対象として代表例とされる、東京・大阪・横浜・神戸等のBの大都市群は、観光活動累積度の値が総じて低くなっている。Iで述べたような「都市観光」の多目的性がこれらの大都市に典型的に表れるのだとすれば、このことは矛盾した結果を示している。そこには、調査項目でいえば「買い物」「市内見学」「劇場／コンサート／博物館／美術館」「遊園地／テーマパーク」「ナイトライフ／ディスコ」などの観光資源が多く存在しているにもかかわらず、これらの利用・体験が、他の都市と比較してとくに優越しているとはいえないからである。しかしながら、他方で大都市は、圧倒的な数の外国人を招き寄せている。

このような結果を、どのように理解すればよいのであろうか。考えられるいくつかの点を指摘してみたい。まず、大都市の観光活動累積度の低さについては、都市によって外国人の来訪目的にかなりの違いがあることがあげられる。Aの都市群では、来訪目的は観光が中心であり、たとえば京都への来訪者の50.1%、日光への来訪者の44.6%が観光を目的にしている（図4参照）。他方、Bの大都市では、ビジネスを目的とする人が多く、たとえば東京を訪れた外国人の43.9%、横浜では37.7%が、ビジネスを目的としている。この構成の差から、大都市での1人当たりの観光的な活動の頻度は小さく、全体として累積度の数値も低くなっているものと考えられる。来訪目的別に観光活動の結果を比べてみると、このことは明らかである（図5参照。ただし対象は都市訪問者だけではなく訪日外国人全体）。

次に「非常に良いとする評価」の少なさについては、上で指摘した来訪者の目的と並んで、かれらの滞在期間の短さが影響しているものと考えられる。大都市を来訪した外国人の滞在期間は他の都市に比較して短く、とくに東京・大阪は大半が9泊以下の宿泊である（図6参照）。逆に、日光、鎌倉では10泊以上と答えた人が過半を占めている

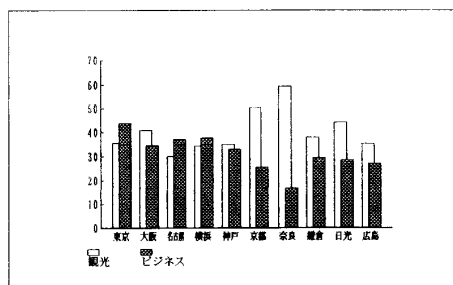


図4 都市別にみた主要訪日目的の割合

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。

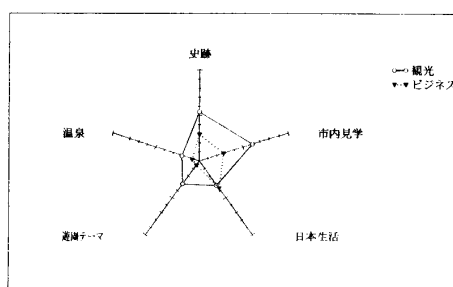


図5 訪日目的別にみた観光活動(5項目)の割合

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。

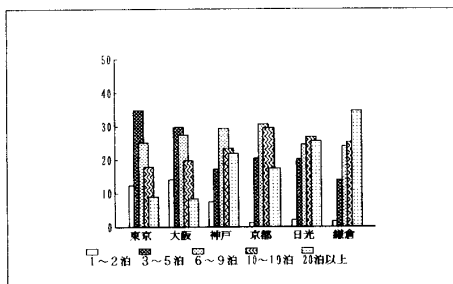


図6 都市別にみた宿泊日数

注) 国際観光振興会「訪日外客訪問地調査(1995~1996年)」より作成。

ように、A群では滞在期間が長い。これは、東京・大阪などを、日本における旅行の起点または中継点として利用している割合が高いことによるのであろう。一般に、大都市、とくに一国の首都は、国際的なゲートウェイ (gateway) としての機能をもつ場合が多く、入国後本来の目的地へ向かう中継点として、あるいは、国内の各地を周遊するための出発点ないし終点としての役割を担っている。ここから、大都市を第一次的な目的地としない訪問者の比重が高いことが、都市に対する評価

において消極的な態度となって現れているのではなからうか。

また、観光者の特性とは別に、観光対象としての大都市の魅力そのものに原因があることも考えられる。端的に言えば、日本の大都市が魅力に乏しいという推論である。「都市観光」が魅力ある近代的・現代的都市機能そのものを主対象とする観光の形態であるとするれば、標準化、規格化された効率重視の大都市の姿が、はたして外国人を魅了するかという問題が提起されよう。あるいは、広告の氾濫、林立する電柱、満足な歩道のない道路等々の都市インフラや景観整備の実態が、訪日外国人にどう映るのかも検証してみる必要があるだろう。また、一般的には交通機関の混雑や物価の高さがマイナス要因として働いていることも予想できる。

三番目に、量的な側面での誘引力の大きさについてである。海外からのアクセスの点からみた都市の立地条件が、一つの要因となっていそうである。この点では上に述べたように、主要な国際航空路線と結んで現実的なゲートウェイとして働く空港の存在が、優劣を決する最大の要件となる。東京は成田からの距離を考慮すると条件的にやや悪いが、大阪、名古屋、福岡などは明らかに優位にある。<sup>(18)</sup> また、宿泊施設数や旅行者が要するサービス業の量的な水準、いかえれば都市がもっている来訪者の受け入れ容量の大きさにも影響されるであろう。さらに、テレビ・映画・雑誌等々のマスメディアを通じた情報量や、そこから生じる知名度の違いがデスティネーション選択に影響していることは十分に考えられる。

### むすびにかえて

国際観光における目的地としての都市の状況を、国際観光振興会の調査結果にもとづきながら、異種類の観光活動がどの程度行われているか、また、それと都市の観光者誘引力との関連について考察を試みた。

「都市観光」は、東京、大阪のような大都市に典型的にみられる観光形態であるとされている。しかし、都市における観光活動の頻度からみると、むしろ、従来「観光都市」と呼ばれてきた都市の方が優っており、特定の観光資源の魅力に「都市観光」の機能が加わることによって、より満足度

の高い都市デスティネーションを成立させていることが予測される。

大都市の分析結果について単純化して言えば、それらはビジネス等との兼観光を目的とする比較的短期に滞在する外国人を引き寄せることによって、数量的には秀でた目的地となっているが、しかし、そのことが観光活動の多目的性や複合性という性格を低減させ、質的評価にはマイナスに作用していることがうかがえる。

ところで、本論では「都市観光」の特徴としてその活動の多目的性、複合性に注目して、試みとして観光活動の累積度というものを設定してみたのであった。たしかに都市には多くの種類の観光資源が存在し、それらが複合することによって多くの人を吸収すると考えられる。しかし、この性格が観光者を引きつけるという場合に、実は次のような2つの意味をもっており、両者の機能を一旦切り分けて考える必要があるのではなからうか。

①多種類の資源があることによって、異なる種類の欲求をもつ別々の観光者を誘引できる。つまり、観光者Aはaという観光資源に対する欲求をもち、観光者Bは資源bを求め、またCはcを…といった状況に対して、都市がa～zの資源を保有していれば、各人の観光欲求を同時に満たすことができる。

②一方、多種類の資源があることによって、異なる種類の観光欲求をもつ同一の観光者を引きつける。つまり、観光者Xがa、b、cの3つの観光資源を欲しているときに、都市は一時にこれらを満たすことができる。

観光活動の累積度が高いということは、このうち②の働きがより強いということである。しかし、反対に累積度が低いにもかかわらず、多くの人々を引きつけるということは、相対的に①の働きが強く現れているということであろう。ただしその際には、a～zの種目は同じであっても、各活動の対象となる観光資源の規模や質的水準が高いものである必要がある。大都市において立地する家電大型店群、巨大テーマパーク、大規模飲食街等の存在はこうした傾向を予期させるものがありはしないだろうか。「都市観光」の多目的性、複合性のうち、異なる観光欲求をもつ集団に対しての誘引力というものを、再度問う必要があるようだが、これは今後の課題としたい。



## 注

- (1) 1996年に、運輸省は2005年を目処にして訪日観光客の数を700万人に増やすことをめざした訪日観光交流倍増計画（ウェルカムプラン21）を策定している。
- (2) ロー（Christopher Law）は、これまで都市に関する学問的研究が、観光の役割についてほとんど注目してこなかったとし、この要因として、都市経済におけるサービス部門の軽視、観光が産業分類に表出しないという不可視的性格、地元住民と観光者の識別が困難であることによる観光地としての認識の希薄さなどを指摘している。Christopher Law, *Urban Tourism*, London, 1993, p 3. また、都市観光の研究に関する外国の文献には、この他に次のようなものがあげられる。Stephen Page, *Urban Tourism*, New York, 1995, L. Berg, J. Borg, J. Meer, *Urban Tourism*, Aldershot, 1995.
- (3) 東京都観光事業審議会『東京の都市観光の方向と都の役割について』東京都生活文化局、1997年、2頁、4頁。
- (4) 長谷政弘編著『観光学辞典』同文館、1997年、9頁。
- (5) 山村順次『新観光地理学』大明堂、1995年、123頁。
- (6) 長谷政弘、前掲、9頁。
- (7) 同上。
- (8) 換言すれば、観光関連産業を宿泊、飲食、交通、みやげ品販売等の旧来のものに限定するのではなく、文化、情報、ファッション、イベント、娯楽等にまで拡張して把握することによって、観光に一定程度特化した都市の範囲は広がるということであろう。
- (9) 梅川智也は、「観光都市」と「都市観光」の区別を指摘しつつも、現実の都市の魅力がより歴史的な自然発生的な部分と、近代以降の計画的な部分および現代的性格（かawaii、ファッション、ターミナル）の両者から構成されるとしている。（財）日本交通公社調査部編『観光読本』東洋経済新報社、1994年、54～55頁。
- (10) （財）日本交通公社調査部編『観光読本』東洋経済新報社、1994年、52頁。
- (11) 国際観光振興会監修『訪日外客訪問地調査・訪日外客実態調査（1995～1996年）』（財）国際

観光サービスセンター、1997年、1～44頁。

- (12) 各訪問地を訪れた人を母集団として、そこで活動内容の割合（複数回答）を示したものである。16の活動種類は以下の通りである。①買物、②市内見学、③日本料理、④日本人とその生活、⑤史跡／旧跡／歴史的名所、⑥劇場／コンサート／博物館／美術館、⑦温泉、⑧鍾乳洞／自然景勝、⑨遊園地／テーマパーク、⑩ナイトライフ／ディスコ、⑪スポーツイベント参加、⑫雪（景色）／スキー、⑬山（山歩き／ハイキング／キャンプ）、⑭海・水上スポーツ、⑮ドライブ、⑯その他。これらのうち、⑦⑧⑫⑬⑭などは自然的観光資源を対象とする活動に類するものであり、「都市観光」の特徴としては馴染まない。しかし、それらを排除して都市の観光資源としての魅力を捉えようとするのはむしろ誤りであろう。現実的には外国人観光者が享受していったのは、他の文化的資源と合わせた総体としての都市そのものであると考えられるからである。ただし、これらのアウトドア活動をした割合は、温泉を除いて1割未満であり、全体に占める比重は小さい。
- (13) もちろん、ここで用いた活動の種類が「都市観光」の内容を十分に表現しているわけではない。都市の魅力は非常に多様性に富んでおり、たとえば、賑わい、ファッション、新奇さといった要素や、歴史的な町並みの美観、計画化された街区・道路・公園などが生み出すアメニティ、あるいは、全体としての雰囲気のように、境界が確定しやすい個々の資源とは別次元で捉えなければならない性格も重要である。さらには、そこで展開されるドラマ性こそが観光客が都市に期待するものであるとの指摘もある。サントリー不易流行研究所『都市のたくらみ・都市の愉しみ』日本放送協会、1996年、18～19頁参照。
- (14) 国際観光振興会、前掲、18～19頁参照。
- (15) 訪問地についての評価を「非常に良い」「良い」「まあまあ」「悪い」の4段階に分けて聞いている。ほとんどの都市が「非常に良い」と「良い」を合わせると8割以上のポイントをあげている。このため、本論では各都市間の差異の明瞭な「非常に良い」の数値を用いている。また、高松・岐阜・佐賀は不明のため、全部で32の都市について比較している。なお、来訪者

の数値が都市によって大きく異なっており、下位の都市では、より多くのデータを取った場合に比べて偏った結果が生じている可能性を指摘しておかなければならない。

- (16) 成田が観光活動累積度で最下位にあるにもかかわらず、大都市並みの訪問者数を得ているのは、国際ターミナルの機能に負うところがきわめて大きいであろう（本文図1参照）。