

機関番号：32686

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23614025

研究課題名(和文) 観光地の盛衰要因に関する実証的研究

研究課題名(英文) A empirical study on the tourism area life cycle.

研究代表者

安島 博幸 (YASUJIMA, Hiroyuki)

立教大学・観光学部・教授

研究者番号：30159199

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,400,000円、(間接経費) 720,000円

研究成果の概要(和文)：これまで観光地の誕生から成長・発展、そして衰退に関する理論は、R.バトラー(1974)による「観光地のライフサイクル理論」により、ライバルとの地域間競争や環境容量による制約によるものと説明されてきた。本研究では、観光地の盛衰の要因は、当該観光地の価値の増減にあるとの前提に立って、発展衰退モデルの理論的な枠組みを提示することを目的とした。まず、観光地の価値についての理論を実証的に検討し、価値はどのような要因によって増減するかについて考察を行なった。次に、価値について得られた知見を総合し、観光地の価値の増減に基づく観光地の成長・発展と衰退過程に関する理論モデルを提示した。

研究成果の概要(英文)：This study discuss about a life cycle model for evolution of tourism destinations. This study uses a "value" as an independent factor which gives an up and down of the cycle, instead of existing factors as struggle of destinations and caring capacity of destination environments (R. Butler 1974) and change of visitors quality (Prog 1972). The study was divided three steps, as 3 years steps. 1st year, research investigated in experimental observations on destinations. 2nd year, it engaged in theoretical review for frame for modeling. 3rd year, it spent on building of new model.

研究分野：時限

科研費の分科・細目：観光学

キーワード：観光地の盛衰モデル 観光地の価値 観光地のライフサイクル 観光的価値の古典化 文化資本

1. 研究開始当初の背景

(1)モノに流行があるように観光対象や観光地にも流行り廃りがある。新たに開設された施設も開業効果は、ごく短く、数年のうちに利用者は大きく減少していく。観光地についても、一時的に人気になっても、長続きしないケースも多く見られる。その原因の大半は、人々が観光対象に興味を感じなくなる、すなわち、飽きてしまうということに起因すると考えられる。観光対象に飽きればその観光地を訪れなくなり、結果として入り込み客数の減少を招く。そして、観光地としては衰退の憂き目にあう。観光が地域の振興に寄与するには持続的に魅力的な場所であり続けることが必要である。

(2)従来は、観光地の盛衰について、R.Butler (1974)は、商品ライフサイクルの理論を観光地に適用した「観光地のライフサイクル理論」により、ライバルとの地域間競争や環境容量による制約によるものと説明した。また、心理学的な面から、Prog(1972)は、観光地成立から時間が経過すると来訪者の質が変化し、数の減少をもたらすことなどと説明している。しかし、そもそも、これらの運命論的な観光地のライフサイクルや環境容量による制約などに基づいた理論によって現在の日本の観光地の盛衰を説明するには無理がある。この問題の解決には、観光地が魅力的であること、すなわち観光地の価値についての本質的な検討が必要であると考えられた。

2. 研究の目的

(1)最初に、人間はなぜ観光地や観光対象に魅力を感じなくなってしまうのかを考察した。観光対象に飽きるのは、主に「差異化」という概念によって説明される。この概念を用いることによって、観光地の盛衰に関する様々な現象が統一的に説明することが可能になった。そして身体的な面と精神的な面に分けて「飽きること」とその影響について検討することによって、ライフサイクルの長い観光地を形成するための手がかりを得ることができる。

(2)続いて、観光地の価値の持つ多面的な性質を実証的に検討し、従来の運命論的な観光地のライフサイクルモデルに代わる新たな観光地の盛衰モデルを提案することを目的とする。これによって観光地の形成・発展過程において、どのような操作可能な変数があり、その意味を明らかにすることによって、観光地計画の手法的にも新たな視角を与えることができると考えている。

3. 研究の方法

(1)まず温泉地や高原リゾートなど様々なタイプの観光地について、観光地としての盛衰現象を現状と歴史を調査し、仮説構築の資料とした。

(2)人間が対象に「飽きること」について、理論的な枠組みとして価値のある意味が発生する過程について、記号学を援用して考察する。それが個人にとって持つ意味については、「差異化」という概念から明らかにすることとした。そして、この理論的な分析枠組みを用いて、観光地の盛衰に関わる様々な現象を説明することを試みる。

(3)精神的な価値であるにもかかわらず、価値が長続きする「古典化」とも呼ぶべき現象や差異化では説明ができない持続性のある観光地の価値についてできる限り理論的な考察を行なう。

(4)観光地の多様な価値の性質に着目し、それらを総合的に考察し、観光地の形成・発展・衰退に関する理論モデルを提案する。そして、その理論モデルの妥当性について、現実に観光地で起きている現象を使って実証的に検証する。

4. 研究成果

(1)温泉地の現地調査から分かったこと

入り込み客が著しく減少し衰退現象が厳しく現れている九州の原鶴、別府温泉や石川県の加賀温泉郷、関東周辺の水戸、熱海温泉などを現地調査した。また、同時に比較的安定して入り込み客があり、温泉地として評価が高い黒川温泉、由布院温泉、草津温泉などについても現地調査を行った。その結果、次のようなことが明らかになった。

- ・衰退温泉地は、昭和30-40年代にかけて団体旅行を大規模に受け入れてきた大温泉地が多く、過去のコンセプトから大きく方向を変更することができなくなったところが多い

- ・廃業した大規模旅館や廃れた歓楽街などが残り、景観的にも問題が残っている。これによる温泉地の評価は、一般的に考えられている以上の低下を招いていると考えられる。

- ・総湯・共同湯などが街中にあり、温泉めぐりや街歩きを楽しむことができないところが多い。一時期流行した旅館から客を出さない経営が街の衰退を招いたとも考えられる

- ・温泉めぐり、アートや街歩きなどを取り入れて楽しみ方の革新を行ったところは、客が増加してきているところもある(黒川温泉、別府温泉)

- ・衰退時期が早かった熱海などでは、相当数の旅館が倒産したが、旅館数の減少は、底を打ち、新たな展開が見られるようになってきた。繁栄した期間も長かった熱海では、地域に根付いている文化資本が新たな展開の素地になっていると考えられた。

(2)観光地の価値の種類とその性質に関する理論的考察

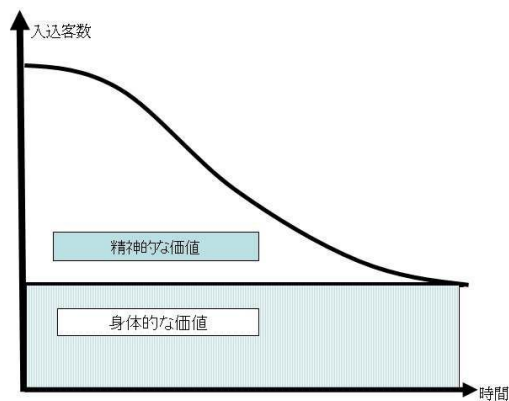
まず、価値を定義することが必要であると考え、本研究では、「そこへ行きたいと思っている人の数と思いの強さの総和」とであると

定義する。そして、価値の種類は、もっとも基本的な人間の世界認識のレベルに立ち返って考えると、<言語的認識 = 言分け>と<身体的認識 = 見分け>に大別することができる。

例えば、「避暑地軽井沢の夏季に涼やかな気候」や「温泉の気持ちよさ」「美味しい食べ物」は、動物とも共有する身体的認識にもとづく部分を含んでいる。動物でも理解が可能ということである。

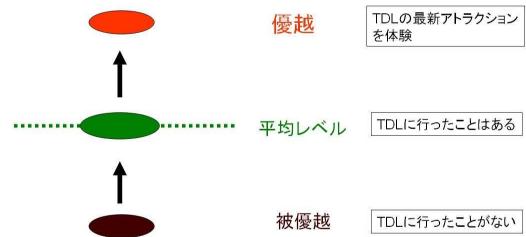
それに対して、今は何も無い「関ヶ原や川中島の古戦場」はもとより、「映画の舞台になった町」や「日本一の高層ビル」「昭和レトロの町」「近代化産業遺産」などは、人間だけが持つ言語能力によって理解することが可能な言語的認識にもとづくものであり、動物には理解不能である。人間についてもそれを理解することができるのは、それについての背景的な知識や物語を知っている人だけである。

この2つの価値の違いは、「身体的な価値」は、一時的に、それに関わる欲望が満たされたとしても、しばらくすると身体の内からわき起こる欲望によって、再び、それを欲するようになりリピートしやすいことである。それに対して、「言語的価値」は消費されやすい。いくら面白い小説や映画でも何度でも見るだろうか。関ヶ原や川中島の古戦場に何度もいくだろうか。つまり、言語的認識による価値は1回限り一度見たり、体験されることによって価値は大きく減少してしまうのである(図-1)。



(図-1) 精神的価値と身体的価値の特徴

言語的価値の発生については、P.ブルデュエーのディスタクシオン、つまり、他者に対して「差異化」できているかが、一つの判断材料になる。観光・旅行においては、他者に対して、いち早く、より遠くへ、行きにくいところへの旅は価値があると考えられる。旅・観光商品を消費することによって、相手に対して優位な立場に立つということが、旅・観光価値の大きな割合を占めると考えられる。(図-2)にディズニーリゾートを例にとって概念を示した。また、差異化とは反対のことが起きていた。それは逆差異化とも呼べる現象であり、一部の衰退温泉地のよう



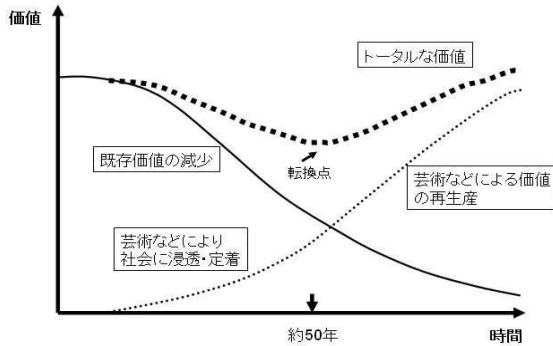
(図-2) 差異化の概念

に旅行することによって、周囲の仲間に優越化されてしまうことである。

また、言語的な価値でありながら、時間的に減少しない価値である「ふるさと」「交流・社交にもとづく価値」「寺社参詣など宗教的な価値」の存在も指摘することができる。さらに精神的価値においてその価値が長続きする「古典化」現象も認められる。観光価値の古典化とは、一般には、時間とともに魅力を失っていき、飽きられて人が集まらなくなるのに対して、数百年経ても色褪せないどころか、いつも新たな解釈のもとに演奏され、聞き続けられているクラシック音楽のような現象が観光地・観光的価値に対して起きることである。例えば、日本三景のような場合である。遅くとも、17世紀後半には成立したと考えられるので、既に300年以上は、増減はあったにせよ一定以上の価値を保ち続けてきたと考えられる。最近の例では、東京タワーが挙げられる。1958年に建設された時には、世界一の高さを誇った。また、その時点では1年間の入場者数は、550万人にのぼった。その後、約半数ほどに客数を減らす。1989年のライトアップ、東京タワーを舞台とした小説・映画・ドラマなどが制作されたこと、2000年前後からの昭和レトロブームのシンボルになったことなどから、再人気化して入場者数は、一時期より増加しつつある。このような時間を経たのに入場者数が増える現象(つまり古典化)が起きる条件は、次のように考察される。

- 日本一、世界一などで一時期でも広く人気を集めたことがあること
- 小説など文学作品、絵画、映画、テレビドラマなど芸術作品に描かれて後世に伝えられること
- 様々な評価軸で価値が発見されること
- 長く同じ場所に存在し続けることにより懐かしさ、レトロな感覚が生ずること

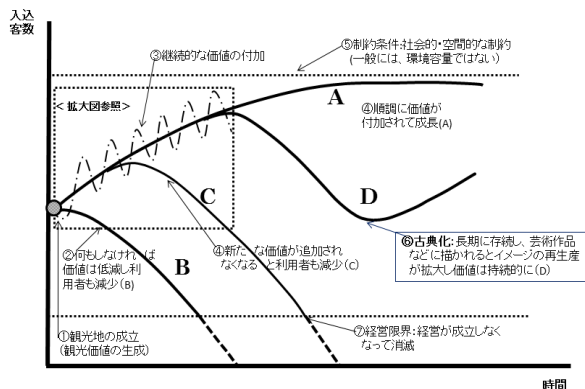
要するに、以上のようなことを通して、その価値が社会に浸透し、時間を経た後も文字や映像に定着されて残された芸術作品などを通して価値が再生産されることである。一時期の流行は、時間とともに飽きられ、社会的に忘れられていくが、失われていく価値よりも、再生産される価値が上回ったとき、古典化が完成すると考えられる(図-3)。



(図-3) 観光価値の古典化の概念

(3) 観光地の形成・発展・衰退に関する理論モデル

先に述べた価値に関する理論を観光地の発展・衰退に理論に当てはめれば、観光地が発展するのは、価値が生産されている時である。すなわち絶えず新しい施設やイベントなどによって、価値が創成される時に観光地は発展すると考えられる。(図-4)によって、新しいモデルの考え方を説明する。



(図-4) 観光地の盛衰パターン

(1) どのような状態になったときに観光地として成立したかを判定すること自体が難しいが、観光客を誘引する観光価値を持った対象が存在し始めた時を観光地の成立とする(図中)。

(2) いったん成立した観光地は、一般には、バトラーの TALC 理論のように始動期、成長期、発展期、成熟期、停滞期などのプロセスをたどるわけではなく、どのようなパターンを描くこともありうる。それは、価値がどのような時に増加し、あるいは減少するかということに主に関わっている。

(3) ここでは、A~Dのようなありうる4つのパターンを使って、価値の増減がどのように観光地の盛衰に関わるかについて述べる。

(A) 順調に観光地への入り込み客が増加し成長するケース(東京ディズニーランドなど)

継続的に新しい施設やイベントが創造されて観光価値が付加され(図中)、観光地として大きな問題もなく発展する優等生的なケース(図中)。ただし、成長は無限に続

くわけではなく、空間的な制約や社会的制約など(図中)により客数は増えない段階に達することはある。しかし、これは衰退とは違う。価値は持続されるからである。

(B) 追加的な価値は付加されず、入り込み客は、減少し衰退するケース(多くのテーマパークなど)

一旦、観光地として成立するものの、新たに価値は付加されなければ(図中)、すぐに飽きられて、観光地として衰退するケース。具体的には、当該観光地内の観光施設や宿泊施設が経営困難になる。

(C) 当初、価値が付加されるが、価値が創成されなくなり、衰退に向かうケース(図-5)

首長など強力なリーダーが交代したり、時代が移り、価値観が変化して新たな価値を生み出せなくなり(図中)、観光地として衰退するケース

(D) 古典化によって再生するケース(日本三景など名勝や東京タワー)

継続的な価値の付加が長く続いた後、新たな価値の創成・付加がなくなるが、長く続いた繁栄によって、対象を見る「まなざし」が複線化したり、芸術作品などに描かれることによって、社会的に失われるよりも再生産されるイメージが増加し、入り込み客数の反転増加する状態(図中)。

(4) 観光地の価値の古典化と質的な変化に関する考察

先に述べた古典化の説明として、価値が芸術作品などの形で時代を超えて伝わるのが考えられたが、さらに個人を超えて、観光地全体の地域レベルでの「卓越化」をもたらす「地域文化資本」という概念を、P.ブルデューの文化資本を拡張して考えると、軽井沢においては、資本(経済+文化)の蓄積状況は、次の例のように考えられる。

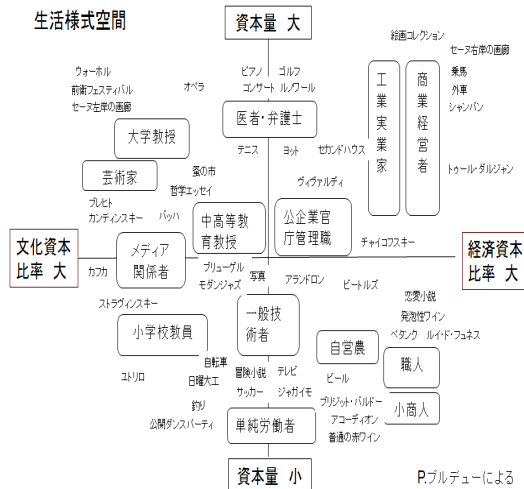
1) 経済資本

旧軽井沢に代表される地価が高い別荘地、ホテルやゴルフ場、ショッピングセンターなど対する巨額の投資とその蓄積

2) 文化資本

身体化されたもの・・・上流階級・高所得者の人々の存在。彼らが生産する文化
 客体化されたもの・・・美術館(セゾン美術館等)、音楽ホール(大賀ホール)等
 制度化されたもの・・・国際観光文化都市の指定、軽井沢会(審査の厳しいクラブ)、ゴルフクラブ

また、ブルデューの調査の結果として明らかになった資本量と生活様式の好みを簡略化して示すと(図-5)のようになる。この図上に、軽井沢において特徴的な美術館、ゴルフ場、テニスコート、セカンドハウスなどにマークすると観光地としての軽井沢の高度に資本量の多い人々の趣味を反映した場所柄を浮き彫りにすることができた。



(図-5) 社会的位空間と生活様式空間

(5)まとめ

以上、観光地の盛衰の要因は、当該観光地の価値の増減にあるとの前提に立って、発展衰退モデルの理論的な枠組みを提示することを目的として研究をすすめた。すなわち、まず、最初に温泉地などの盛衰要因を現地調査を行って検討した。次に、観光地の価値についての理論を実証的に検討し、価値はどのような要因によって増減するかについて考察を行なった。最終的に、それまでの知見を総合し、観光地の価値の増減に基づく観光地の成長・発展と衰退過程に関する理論モデルを提示した。さらに、ブルデューの社会的位空間と生活様式空間の関連図を利用して、その図中に観光地の位置とその変化を示すことができ、量的な変化と質的な変化から観光地の盛衰を理論化できたと考えている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 8 件)

安島博幸、古本泰之 地域の文化資本から見た観光地の価値の古典化について 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.28 査読なし 2013年12月 p.p.221-224

井上晶子、安島博幸 市町村合併がもたらす観光地経営への課題 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.28 査読なし 2013年12月 p.p.105-108

内田彩、安島博幸 戦後の新聞記事にみる温泉地のイメージの変遷 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.28 査読なし 2013年12月 p.p.173-176

安島博幸 観光地の成長・発展と衰退のメカニズムに関する理論モデル 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.27 査読なし 2012年12月 p.p.369-372

井上晶子、安島博幸 観光における内発的発展の力と観光的価値の持続 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.27 査読なし 2012年12月 p.p.373-376

石脇愛弓 村上和夫 観光魅力の創出と地域のクリエイティビティ 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.27 査読なし 2012年12月 pp.281-284

安島博幸 観光価値の増減要因に関する理論的考察 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.26 査読なし 2011年12月 p.p.269-272

石脇愛弓 村上和夫 「中目黒」の変容：目黒区上目黒・青葉台地区が「中目黒」と称するまでの考察 日本観光研究学会全国大会研究発表論文集・No.26 査読なし 2011年12月 pp.245-248

〔学会発表〕(計 5 件)

井上晶子、安島博幸 温泉地の魅力の継続性と「地域の文脈」. 第20回研究発表大会報告要旨集、日本温泉地域学会、pp.3-4. 2012年11月25日(日)~26日(月) 下呂温泉水明館

〔図書〕(計 2 件)

日本政策投資銀行編、安島博幸 日本政策投資銀行 『2013年版地域ハンドブック』観光的価値から考える持続可能な観光地マネジメント』、2013年、p309 (p.p.13-26)

6. 研究組織

(1)研究代表者

安島 博幸 (YASUJIMA, Hiroyuki)
立教大学・観光学部・教授
研究者番号：30159199

(2)研究分担者

村上 和夫 (MURAKAMI, Kazuo)
立教大学・観光学部・教授
研究者番号：10157745

(3)連携研究者

佐野 浩祥 (SAN0, Hiroyoshi)
立教大学・観光学部・助教
研究者番号：50449310