

平成 22 年 3 月 8 日現在

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2007～2008

課題番号：19530376

研究課題名(和文)ホスピタリティの観点からの遺跡保存・活用に関する研究

研究課題名(英文) A STUDY ON PRESERVING AND UTILIZING THE ANCIENT RUINS FROM THE VIEWPOINT OF HOSPITALITY

研究代表者

石川 修一 (ISHIKAWA SHUICHI)

神戸学院大学・経営学部・教授

研究者番号：70193274

研究成果の概要:本研究は、不時発見された遺跡を保存・活用するために石川・赤壁・辻村(2004) (1. 研究開始当初の背景の(1)に文献提示あり)で試みたファイナンス・モデル化の意図が実際に妥当性を有するかを検証するために、遺跡および同関連施設に対して視察と聞き取り調査を行った。その結果、資金調達の必要性の観点で同モデルの意図は妥当であるということが明らかとなった。また、調査の結果、それらの施設がその展示内容や目的に応じた立地が重要であることも明らかとなった。

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2007年度	600,000	180,000	780,000
2008年度	300,000	90,000	390,000
年度			
年度			
年度			
総計	900,000	270,000	1,170,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学

キーワード：経営財務

1. 研究開始当初の背景

(1) 観光立国関係閣僚会議による『観光立国行動計画』、開発やインフラ整備などの結果、地域固有の美しさや魅力が損なわれてきたが、21世紀には「住んでよし訪れてよしの国づくり」のために、魅力的な観光資源の維持・創造の大切さを指摘している。

(2) 私達の生活をよりよいものにするための開発やインフラ整備などの結果それらに手を加え損ねたり、取り除いたりしなければならないような場合も多い。

(3) 開発工事などの際に不時発見された遺跡も、調査のために工事は数ヶ月とまるがほ

ぼすべての遺跡は取り除かれるなどする。しかし、観光資源として活用することのできた「吉野ヶ里遺跡」などは例外的に残った。

(4) 遺跡の不時発見の際に遺跡を残すかどうかの判断基準のモデル化が用地の買い戻しオプション行使を想定したファイナンス手法によって行われた。(石川修一・赤壁弘康・辻村元男(2004)「地域社会に価値ある観光資源を創造する手法に関する研究—埋蔵遺跡へのファイナンス手法の応用—」『日本観光学会誌』第45号、21-30)

(5) 遺跡ツアーを主力商品としている(株)国際交流サービス社 社長 辻田順一氏に

同ツアービジネスについて 2006 年にインタビューを行った。その結果『遺跡を残すことに成功したとしても、遺跡に来訪する人々がいなければ、その遺跡は最終的には維持することができなくなる。リピータの確保がポイントである。』との指摘を受けた。

2. 研究の目的

(1) 石川・赤壁・辻村 (2004) によって提示された判断基準としての手法の意図するところが、遺跡・同関連施設の現場関係者にとって妥当性を有するかを知ることである。

(2) マーケティングの考え方にに基づき観光客及び旅行社などのホスピタリティー産業の意見や行動を踏まえ、地域のホスピタリティーの観点を判断基準に取り入れるには何が必要かを明らかにする。

(3) その結果にもとづきファイナンス・モデルを改良し実際に用いることがどの程度有効であるかを検討する。

3. 研究の方法

(1) 遺跡などのヘリテージの活用に関する文献を読む。特に進んでいる海外の事例を参考にして日本のケースの問題点を整理し、ヘリテージ関連施設などでのインタビューや視察のための準備をする。

(2) 日本における遺跡の活用状況について遺跡及び埋蔵文化財センター、遺跡に関する跡資料館、博物館などの視察とインタビュー調査を行い、その現状を把握する。

(3) 視察及びインタビュー結果にもとづき石川・赤壁・辻村 (2004) のファイナンス・モデルの妥当性と改良の余地などを検討する。

(4) その成果を現場の人に発表しフィードバックを求め、その結果にもとづきこの段階研究成果とする。

4. 研究成果

(1) 2007 年度に行った調査箇所は、吉野ヶ里遺跡公園、兵庫県考古博物館、神戸市埋蔵文化財センター、三内丸山遺跡・縄文時遊館、亀ヶ岡遺跡・つがる市縄文館・つがる市縄文展示館、根城跡・八戸市博物館・是川遺跡・八戸市縄文学習館である。調査結果は、次のようになった。

調査結果は、遺跡やそれに伴う博物館などの施設の運営形態は、指定管理者制度や委託などの形で運営されているものもある。しかし、純粋な意味での民間企業による運営からは現状ではかけ離れていると言ってよい。いずれにしても何らかの意味で公的に運営されているのであり、このようなサービスを市場機構に委ね提供することは現在のところ少なくとも難しいのが実情と考えられる。一方で、これらの施設などでは、地域固有の歴史的な環境を反映した価値あるサービスを

提供していると判断する人も多いことが分かった。調査結果の分析は、次のようになった。

遺跡とは地域の重要なヘリテージの一つである。また、私たちの調査した地域においてはこのことは特に当てはまるといえるであろう。ヘリテージをヘリテージ・マーケティングでは、つぎのように捉えている。ヘリテージとはある種のグループのアイデンティティーを表すものであるとされている。そして、このような観点から、人種、宗教民族、社会的マイノリティー、性別、趣味嗜好などの歴史・文化・伝統を踏まえたマーケティングの重要性を指摘している。したがって、上述の施設を維持しサービスを提供することは、地域的なものである点から、地域のアイデンティティーを醸成し地域に自信とまとまりをもたらす可能性があるものと考えられる。これは、「地域自らが地域に誇りを持ち、地域の魅力を再生・発見・高める」と言う日本の観光立国政策の主旨の一つに合致して、観光による地域の活性化のための必要条件でもある。このように、遺跡などに関する施設はその有効性を認められる。また、一方で、既に述べたように効率化も求められている。そこで、効率性と言う観点から直ちに民間企業による、市場機構に乗ったサービス提供とはならないとしても、社会的観点も有する、そのようなサービスの効果を、換言すればベネフィットを評価する方法が必要であろう。また、ベネフィットを明らかにすることができればコストは相対的に明確であるので、その効率性を測定するのは比較的容易であると考えられる。このことは、同時にこの種のサービス提供を市場機構に乗せる可能性を高めると推測できる。なぜならば、民間企業によって運営可能部分と公的に運営の部分とを区別することが評価方法に含まれているからである。分析結果から、効率性を評価する方法に関連して次のことが、分かった。

遺跡および遺跡に関連する施設は集客施設の一つである。そのためには、次の 2 点がまず必要である。

- ① 施設などへより多くの集客をすること。
- ② 施設などからより多くの収益を上げるように価格付けをすること。

遺跡であるという性格上、次の 2 点が特に重要である。

- ③ 持続可能な集客数と価格付けをすること。
- ④ より長期的な観点からベネフィットを評価すること。(例えば、教育・啓発の観点も含まれるであろう。)

以上の 4 つの点を踏まえた遺跡に関連する施設の立地モデルが課題となる。

このモデルは、次の 2 点が立地問題として考えられる。

①遺跡の発掘場所に隣接した関連施設を設けるのが良いのか。

②人口集積地に設けるのが良いのか。

(2) 2009年度に行った調査箇所は、国立歴史民族博物館、東京国立博物館、堀之内貝塚・市川考古博物館、千葉房総のむら、大塚・歳土遺跡・横浜市歴史博物館、蜷塚遺跡・伊場遺跡・浜松市博物館、登呂遺跡・登呂博物館である。

その結果、多く訪問者があるような魅力的なホスピタリティーのある観光資源になるためには、施設単体ではそれを実現するのは不十分で、マーケティングの観点から、地域の歴史・アイデンティティーとなる遺跡や遺構及び付属施設と他の地域に由来するソース・商品と関連付けることで地域全体魅力度を高めることが重要であることが明らかとなった。それによって地域全体としての収益性が向上し、延いては遺跡及び同付属関連施設の資金調達の可能性が高まる。

(3) 上述の(1)と(2)の調査の結果に関する結論に基づき、次のような議論が出来る。

すなわち、この議論は、「遺跡に関連する施設」に関するものであるが、より広い範囲の施設概念として「ヘリテージ関連施設」あるいは「ヘリテージ・ツーリズム関連施設」として差し支えないであろう。なぜならば、本研究は、遺跡を活用した観光に関する研究であるので観光の脈絡のなかで「遺跡に関連する施設」を扱っていると同時に、遺跡もヘリテージの一部であり、地域の歴史・文化にかかわるアイデンティティーとして魅力度を高めることが重要であるからである。このような考え方に基づき、ヘリテージ関連施設の立地とアイデンティティーとを、提供される商品やサービスと関連性の観点から、分析をする。

このような考え方に基づき、ヘリテージ関連施設の立地とアイデンティティーとを、提供される商品やサービスと関連性の観点から、次の文献での議論の内容併せて依拠して続く分析を行った。議論の詳細は、石川修一(2010)を参照されたい。

Anholt, Simon (2007), *Competitive Identity*, Palgrave Macmillan.

Boniface, Priscilla (2003), *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*, Ashgate.

English Heritage (2009), *Annual Report and Accounts 2008/2009*.

Kotoler, Philip et al. (1993), *Marketing Places*, The Free Press.

Misiura, Shashi (2006), *Heritage Marketing*, Elsevier Limited.

The National Trust (2009), *Annual Report 2008/2009*.

Tuffs, Steven, and Milne, Simon (1999), *Museums: a Supply-Side Perspective*, *Annals of Tourism Research*, 26, pp. 613-21.

まず、ヘリテージ・ツーリズム関連施設の立地とアイデンティティーを、宿泊施設や飲食店で提供される飲食について最初に考えよう。旅に食は、無くてはならないものである。その場所で食する料理は、その料理をサービスする施設が立地する場所で採れる食材を多く利用できればできるほど、特殊性を持つことになる。また、料理の食材は新鮮でなければならないとし、しかも、冷凍などの特別な保存輸送手段を用いないとするならば、新鮮なとりたての食材はおよそ地域の範囲を確定するので地域のアイデンティティーを象徴するものになる。今日、実際には保存輸送手段の発達によってその地域からの遠隔地でもそれらの食材が供されるようになってきている。特に、人口集積地では、遙に離れた地域から空輸されたりなどしてもたらされたそのような食材を用いた料理を提供するレストランなどが多く立地している。これは、集積の利益を求めた立地である。すなわち、そこには飲食店側にとって多くの多様な消費者が存在することで、より多くの利益が得られと考えているのである。これが成り立つために特になくなくてはならないのは、サービスや商品が集積地において提供される場合と集積地でない場所において提供される場合とでほぼ同質的と捉える消費者がかなりの割合を占めていることである。そして飲食店がそのような捉える消費者をターゲットとするならば、集積地ではそのような商品やサービスに対するアクセスビリティが非集積地よりよいので、消費者も施設側も同時に集積の利益をうることができるのである。このような飲食店は、次の理由で地域のアイデンティティーを備えたヘリテージに関連する商品やサービスを提供する施設と真の意味で言うことは困難である。なぜならば、その施設がどこに立地していようとも商品やサービスが同質であると消費者が見なしかつ施設側もそのような消費者をターゲットとしているのでそれらが地域の特殊性を備えているとは言い難いからである。

一方で、上述のように多様な消費者に施設が直面しているわけであるから、その比率はとにかくとして、すべてがそのような消費者ばかりではなく、また、そのような消費者のみをターゲットとしている施設のみではないであろう。このような集積地における施設は、非集積地のアイデンティティーがともなう商品やサービスを提供していると言えるが、非集積地でのアイデンティティーがともなう商品やサービスを提供する施設があるからこそそのように言えるのである。例えば、

京野菜を用いた京料理を供することを謳った料理店などは東京にある。このような店は京都に京野菜を用いた京料理の店が京都にあるからこそ京都のアイデンティティを反映している東京にある京料理の店といえるのである。もしも仮に、京都に京野菜を用いた京料理の店がないならば、東京にも京料理の店はないのである。

次に、ヘリテージ・ツーリズム関連施設の立地とアイデンティティを、文化に関連する展示や解説サービスを提供する博物館などについて取り上げる。カナダのモントリオール市にある61のうちから26の博物館（美術館などを含む、ここでは博物館として一まとめに呼ぶ。）に関するサービス提供や経営について1993/94年に行われた聞き取り調査の結果とその分析をまとめた論文（前出 Tuffs *et al.* (1999)）の中で次のことが述べられている。

「モントリオールには3つの博物館集積エリアがある。これらのエリアは、カナダの歴史において最も重要な都市の一つであるモントリオールにおける伝統的都市や中心地区あるいは同地区に隣接した地区である。調査対象となった博物館は、これらのエリアに立地する比較的大きな博物館が14、それ以外の地区に立地するローカルな展示をする比較的小さい博物館が12選ばれている。この調査において特徴的なのは、3つの博物館地区以外に立地する博物館のうち半分以上が可能ならば博物館地区に移転したいと答えている。」すなわち、これは、国際的に知られたカナダを代表する観光都市の一つでもあるモントリオールの中心地に博物館は立地することにより多くの観光客が博物館を訪れるようになり、集積の利益を享受することを望んでいる。

上述の報告から、博物館地区は歴史都市モントリオールの中心地であり、そこに立地する博物館は比較的大きくカナダの歴史にとって重要であり、国のアイデンティティやその都市のアイデンティティを指し示している一方で、同地区に立地しない博物館は比較的小さくまた相対的に狭い地区、コミュニティなどと言ったアイデンティティを指し示している。ここで、このようなローカルな博物館が中心地区に立地を望む場合の展示内容とコストについて考えてみよう。

展示内容を中心地区にある他の博物館と同様に国や都市のアイデンティティに対応したものに変える場合である。この場合は、移転する博物館は以前の博物館とは全く別物となると同時に展示規模を大きくするしないにかかわらず相当な資金調達を必要とすることは論をまたない。したがって、この考え方はすくなくともその博物館がその地区のローカリティを反映した展示をする

ことを放棄することになる。

もう一つは展示内容をそのままにして中心地区に移転する場合である。この場合に、移転元に博物館などの展示施設がなくなるならば、移転先の博物館が移転元のローカリティを反映していると言ったところで、アイデンティティを表す場所で本物に接しながらの説明を受けるための施設はすでにないのである。したがって、このような意味でヘリテージ関連施設とは言えないアトラクション施設のために資金調達をすることになりかねない。

つづいて、ローカルな博物館を存続させつつ、中心地区に同博物館の関連施設を設ける場合である。これは、ローカルな博物館が中心地区に移転したいとの主旨とローカルな博物館を存続させることは異なるがヘリテージに関連するアイデンティティの観点で極めて意味がある。すなわち、ローカルな博物館が立地するコミュニティのアイデンティティを表す展示している一方で、博物館の関連施設を中心地区に立地させ、中心地区の来訪者がアクセスビリティのよい同関連施設に立ち寄る可能性を高めることでコミュニティにあるヘリテージに関する価値を認識し魅力を感じる人々をより多くしようとするのである。このような観点で集積の利益を活用することであるが、これを具体化するには博物館の関連施設を中心地区に設けるための資金調達が可能であることが前提であると同時に、その結果からもたらされるコミュニティにあるローカルな博物館を訪問する人々の増加などのベネフィットを比較衡量しなければならない。

(4) ヘリテージ関連施設は、集積地に立地するよりむしろそのヘリテージがアイデンティティとなる場所に立地することが特殊性を有するようになり、魅力的なヘリテージに関連するサービスや商品を提供するための必要条件となることが明らかとなった。一方で、アクセスのよい人口集積に施設を立地させることで多くの来訪者を迎えたいとの要望もあるのが事実である。

(5) したがって、ファイナンス・モデルも重要であるが、多くのリピータを確保するためには施設の立地に関する問題を取り扱うコスト・ベネフィット分析の手法を開発し、立地に関する厳密な評価・分析を行うことで、ヘリテージの展示施設をその由来する場所に設けることと中心地に設けることを判断するための基準を明確にするのがポイントであるとの結論となる。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計3件）

石川修一, 角村正博 (2010), 「コンペティティブ・アイデンティティの観点からのヘリテージ・ツーリズム関連施設の立地に関する研究に向けて」『総合社会科学研究』第3集2号(21号)、総合社会学会、査読有 近刊予定

赤壁弘康 (2009), 「遊園地・テーマパークの生き残り策としてみた減損処理と収益性に対するリアル・オプション効果」『日本観学会誌』第50号 pp. 38-53. 査読有

石川修一 (2007), 研究ノート「観光研究方法に関する考察－経済的側面について－」『日本観学会誌』第48号 pp. 81-87. 査読有

〔学会発表〕(計3件)

石川修一, 赤壁弘康, 南川和充 (2009) 「遺跡を観光資源として活用するためにⅢ－ヘリテージ・ツーリズム研究の観点から－」日本観光学会第99回全国大会 神戸夙川学院大学 2009.10.10 研究発表要旨集

石川修一, 赤壁弘康, 南川和充 (2008) 「遺跡を観光資源として活用するためにⅡ」日本観光学会第97回全国大会 北海商科大学 2008.6.7 研究発表要旨集

大北健一, 南川和充 (2008) 「観光地ホテルの環境改善投資インセンティブ」日本観光学会第97回全国大会 北海商科大学 2008.6.7 研究発表要旨集

〔その他〕(計2件)

大北健一, 南川和充 (2008) 「観光地における環境関連企業の環境改善投資インセンティブ」9pp、京都学園大学経営学ワーキングペーパー、No. 08-01.

南川和充 (2008) 『吉野ヶ里遺跡公園報告書』

<http://www.nanzan-u.ac.jp/~minamik/yo shinogari.doc>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

石川 修一 (ISHIKAWA SHUICHI)

神戸学院大学・経営学部・教授

研究者番号：70193274

(2) 研究分担者

赤壁 弘康 (AKAKABE HIROYASU)

南山大学・経営学部・教授

研究者番号：40192877

(3) 研究分担者

南川 和充 (MINAMIKAWA KAZUMITSU)

南山大学・経営学部・准教授

研究者番号：10295834