

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 27 年 9 月 16 日現在

機関番号：32513

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2012～2014

課題番号：24611007

研究課題名(和文) EUにおけるソーシャル・ツーリズムの現代的展開と政策的支援に関する研究

研究課題名(英文) Study on Social Tourism in EU from Modern Perspectives and Policy Framework

研究代表者

岡 達哉 (OKA, TATSUYA)

秀明大学・人文社会・教育科学系・准教授

研究者番号：40572110

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,200,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、ソーシャル・ツーリズム(SC)、すなわち観光を享受できない社会的弱者が支援措置により参加する観光旅行について、史料調査、事例調査、専門家招聘を通じ分析を進めた。日本の従来の支援措置は公的宿泊施設の整備に偏重し、対象も労働者や国民全般とした点で、所得や障がいなど旅行者の属性とインセンティブを重視した西欧とは性格を異にした。近年、ベルギーでは福祉部門と観光部門が連携し、観光業界が自主的に低廉なソーシャル・レートを設定して低所得者の旅行を促進しており、イギリスでは民間資金の拠出を受けた団体が低所得層の家族旅行を支援するなど、日本における今後のSC振興に活かすべき先行事例の知見が得られた。

研究成果の概要(英文)：This study investigates the development of social tourism in EU countries through the literature review, interviews and discussions with experts in the field of social tourism studies. Policy frameworks to support the social tourism in Japan used to put emphasis on providing public accommodations to the general public and workers, while those of the EU countries have targeted the demand side and incentives of the deprived people in poverty and / or handicapped people. In Belgium the cooperation between social welfare department and tourism promotion department seems to be working, and tourism industries have introduced more affordable 'social rates' for the participants to promote travels by low-income people; in UK privately funded organizations have supported families with low income to promote their holiday participation and travel. These case studies are expected to serve as a key role for tourism policy and planning to promote social tourism in Japan in the near future.

研究分野：観光学

キーワード：ソーシャル・ツーリズム 観光政策 国際研究者交流 国際情報交換 アメリカ イギリス ベルギー  
フランダース

### 1. 研究開始当初の背景

ソーシャル・ツーリズム、すなわち「国や地方自治体が、低所得、身体障害その他の理由によって観光を享受できない人びとを対象に、休暇手当の支給、各種割引措置、廉価な宿泊施設の整備、特別な情報提供などを行うことを指す」(岡本(2001))観光旅行の形態については、様々な国や地域で政策的支援が行われている一方、支援スキームは国や地域により異なる。

日本では1957年、観光事業審議会から内閣総理大臣に対し「社会政策的見地から、健全な国民旅行(ソーシャル・ツーリズム)の普及発達についても所要の施設を整備する必要がある」との建議が行われ、国民宿舎、国民休暇村等の公的整備につながったものの、その後は現在に至るまでソーシャル・ツーリズムの社会的認知も乏しく、政策的支援が明示的に行われているとはいえない。

一方で、ベルギー、イギリス等のEU加盟国では、ソーシャル・ツーリズムの取組状況に関する網羅的調査が実施され、その支援に向けた動きが加速している。ソーシャル・ツーリズムの海外事例については、日本でも成澤、森本ら一部の研究者により知見の蓄積が進められてきたところであるが、対象となる国・地域は主に大型の休暇制度と財政支援を有するフランスとスイスであった。その他の国・地域にも焦点を当てつつ、海外におけるソーシャル・ツーリズムの近年の発展について調査を進め、制度的支援の視点から考察することが、日本では注目されなくなって久しいソーシャル・ツーリズムの意義とその再構築を考えるうえで喫緊の課題となっている。

### 2. 研究の目的

観光の経済効果に対する関心が高まる一方で、観光の権利性(誰のための観光か、金銭的余裕がある者のみ享受すべき娯楽か)、社会的・教育的効果(観光が社会全体に与える効果、観光を通じて人が成長するという効果)についても実証研究ないしケーススタディを通じた知見の集積が求められている。

本研究では、「社会的弱者」のためのソーシャル・ツーリズムに焦点を当て、先行研究が従来対象としてきたフランス・スイス以外に、ソーシャル・ツーリズムに関する議論や支援の動きが近年活発な国・地域における推進状況と支援制度について調査研究を進める。あわせて、ソーシャル・ツーリズムの支援方策について考察を深めることにより、もって日本におけるソーシャル・ツーリズムの再構築、再発展に向けた観光政策上のインプリケーションを引き出すことを目指す。

### 3. 研究の方法

上述の研究目的に沿い、以下のような手法によって考察を進めた。

(1) EU加盟国におけるソーシャル・ツーリズムに関する基礎資料の収集及び分析

本研究ではまずソーシャル・ツーリズムに関する国内の先行研究について網羅的把握と分析を進めたうえで、EU加盟国における推進状況に関して有用と思われる海外文献(英語)を特定し解読を進めた。あわせて、EU特有の政治的・経済的・文化的環境に関する知見についても研究を進めた。海外文献の特定、収集に際しては、海外協力者から専門的知識の提供を受けた。EU加盟国における文献の特定とその分析全般を研究代表者が行い、研究分担者は主に経済学的側面と費用便益分析の観点からの分析を進めた。

(2) 特徴的なソーシャル・ツーリズムが進められている国・地域における、推進方策の具体的把握のための現地調査

海外協力者から提供された知見と史料分析結果を踏まえ、現地調査の対象とすべき国・地域をイギリスとベルギー(フランダース)に定め、現地調査を主にエリート・インタビューの手法により実施した。

イギリス調査(第1回、2012年8月)

イギリスにおけるソーシャル・ツーリズムに対する取組状況と課題について、グリニッジ大学ビジネススクール上級講師・経済発展資源センター長のジェームズ・ケンネル氏に対するインタビュー調査を実施した。

イギリス調査(第2回、2014年9月)

FHA事務局のマクドナルド氏とサリー大学マネジメント学部長(観光学専門)のグラハム教授にインタビュー調査を実施した。

ベルギー調査(第1回、2014年8月)

フランダースのソーシャル・ツーリズム推進団体の代表者に対するインタビュー調査を行うとともに、同センターのスタッフ7名との意見交換会に参加し、ベルギーにおけるソーシャル・ツーリズムの推進状況と課題に関する調査を実施した。あわせて、ブリュッセルに本部を置く国際組織ISTOの広報担当者にインタビュー調査を行い、EU全体におけるソーシャル・ツーリズムの推進状況に関する包括的な知見を得た。

ベルギー調査(第2回、2015年3月)

ベルギー・ブリュッセルにてビジット・ブラッセル(NPO)のボンチンクCEOと、ビジットフランダースの職員のケリー・デヴィスト氏にヒアリング調査を実施した。

(3) ソーシャル・ツーリズムの公的支援に係る費用対効果(費用便益分析)の検証

ソーシャル・ツーリズムの一事例として、スペインで高齢者による旅行を促進するための公的支援策であるIMSERSOに関し、海外の民間コンサルティング会社が実施した費用便益分析について検証を進めた。

(4) 基礎資料及び現地調査に基づく考察

(1)の作業により構築した基礎資料により、日本のソーシャル・ツーリズムをめぐる議論を分析するとともに、EU加盟国における状況との相違点について考察した。また(2)の現地調査により、調査対象国におけるソーシャル・ツーリズムの支援方策に関する制度運

営上の特徴と課題を抽出して考察を深めた。  
(5) ソーシャル・ツーリズムに関する専門家の  
招聘及び意見交換

本研究の海外協力者でありソーシャル・ツーリズム研究の世界的権威であるサリー大学(イギリス)ホスピタリティ・観光マネジメント学部のリン・ミナート上級講師(研究開始当時。その後ニューヨーク大学(アメリカ合衆国)に移籍)を日本に招聘、2日間に及び研究会を開催した(2015年2月19~20日)。

#### 4. 研究成果

研究成果は主に以下の3点に集約される。

(1) 日本の「ソーシャル・ツーリズム」にみられる2つの特徴と限界

日本でもかつてソーシャル・ツーリズムと銘打った旅行形態を政策的に支援する動きはみられたものの、その具体的内容としては1950年代~70年代にかけて行われた、国民宿舎、家族旅行村等の公的宿泊施設等に対する予算措置にもっぱら限られていた点で、観光・旅行の需要面(旅行者)に対するインセンティブ方策を中心に展開したヨーロッパ諸国とは異なっていた。この点に、対比的視点からみた「日本的ソーシャル・ツーリズム」の第一の特徴を指摘することができる。

また、日本では、ソーシャル・ツーリズムを政策的に支援しようとする思想哲学にあったのは主に「観光旅行から阻害されていた労働者階級においても、休暇や旅行の権利を認め、その権利の行使をしやすくすべきだ」という考え(寺前(2009)p.66)であり、既述の観光事業審議会建議(1957年)においても「国民各層、特に青少年、勤労階層等」が対象とされたほか、同建議ではソーシャル・ツーリズムについて「国民旅行(ソーシャル・ツーリズム)」と表現していたことから、ソーシャル・ツーリズムは経済的弱者、社会的弱者の視点にとどまらず一般の労働者階級をはじめ国民全般による観光・旅行を推奨するものとして位置づけられることとなった点を「日本的ソーシャル・ツーリズム」の第二の特徴として挙げるることができる。

本研究では、日本におけるソーシャル・ツーリズムに関して以上2点の特徴を明らかにした。さらに本研究から、これらの特徴(日本におけるソーシャル・ツーリズムの推進方策が公的宿泊施設等の整備に偏重していたこと、及びソーシャル・ツーリズムのターゲット層を国民全般としていたこと)が、国民皆旅行の時代を迎えるとともに1990年代後半以降「官から民へ」の流れが進んだ中で、ソーシャル・ツーリズムの公的支援に関する社会的意義、社会的認知を低下させた可能性についても示唆された。

(2) EU加盟国が推進するソーシャル・ツーリズムの4類型とその事例にみられる特徴

EU加盟国が推進するソーシャル・ツーリズムの特徴と課題については、観光商品及び参加者の属性に注目して以下の4つのカテ

ゴリーに分類することができる(Minnaert, Maitland & Miller (2011))。

#### 参加モデル

「経済的弱者・社会的弱者による観光活動への参加を促進するための観光」と位置づけられる。このモデルは、大多数の個人が楽しめている観光体験について、主に金銭上あるいは健康上の理由により享受できていないグループに対しても提供することに主眼を置く。ターゲットとなる弱者としては障がいのある子どもや健康ニーズを有する高齢者などが想定される。提供される観光商品は、ターゲットのために特別に用意されたものではなく、ソーシャル・ツーリズムと関わりのない一般旅行者に提供されるものと同じ標準的なものであること、それを利用できる主体については特定のターゲットに限定されることに特色がある。

#### インクルージョンモデル

「経済的弱者・社会的弱者も含めたすべての人に観光への参加を促進するための観光」と位置づけられる。このモデルは、経済的に恵まれない層のみならず社会全体に普遍的なメリットをもたらされるものであり、そこで提供される観光商品も同様に、ソーシャル・ツーリズムと関わりのない一般旅行者に提供されるものと同様である。ただし、参加できる主体もまた特定の弱者に限定されていないという点でとは異なる。

#### 適応モデル

「経済的弱者・社会的弱者のために特別に設計された観光」と位置づけられる。このモデルでは、特別な宿泊施設や介助サービス等の観光商品が利用者のため特別に提供される。ターゲットも特定の弱者に限定される。

#### 刺激モデル

「経済的弱者・社会的弱者に旅行・観光を通じて経済的な機会を与えるための観光」と位置づけられる。受入観光地に経済的なメリットをもたらすことに主眼をおく。ターゲットは主に高齢者であり、休閑期の観光地における売上増・雇用増をもたらす潜在的なクライアントとして、オールインクルーシブ等の特別な(ただし特定のターゲットのみによる利用に限らず、広く一般旅行者も利用可能なものとしての)観光商品を用いたイニシアチブが進められる。

これらの4類型に該当する具体的事例として、以下の4カ国のソーシャル・ツーリズム推進団体ないし支援制度が挙げられる。

「参加モデル」の具体例：フランダース(ベルギー)の休日参加センター

低所得者の旅行支援を目的として、宿泊施設、観光施設の利用料金を割り引くための調整を同センターが担う。割り引かれた後の利用料金は「ソーシャル・レート」と呼ばれ、割引率は通常価格から7割引に達することもある。ソーシャル・レートの設定は、ビジネスチャンスの拡大、PR、企業の社会的責任(CSR)などの視点から事業者による自

発的な行為として行われ、同センターの人件費を除き公的負担は生じない。制度を利用できるのは低所得者に限定されており、所得についてはソーシャルワーカーによる確認等が求められる。同センターによれば、2013年には11万人以上がこの制度を利用している。

現地調査の結果、この制度を支える鍵となっているのは政府の福祉部門と観光部門の連携に加え、ソーシャル・ツーリズムの社会的意義、経済的意義両面に対する観光業界の理解の深さにあるものと思われた。

「インクルージョンモデル」の具体例：フランスのホリデイパウチャー制度

観光商品、利用者のいずれも特定の個人・グループに限られない点が特徴である。本制度では、参加企業は従業員が休日の消費（宿泊、飲食、交通、文化観賞など）に充てるための定期的な積立に対して一定の上乗せを行う。企業には税制上の優遇措置があることから負担は最終的に納税者に帰着する。パウチャーの発行手数料として公的部門にも収入がもたらされる。制度の目的は休日を楽しむ人・所得の大小に関わらず・の数の最大化を目指すことにある。本制度の利用者による支出額はパウチャーが要する全体費用の4倍に相当する(Minnaert et al. (2010))。フランスではパウチャーを利用してもらいたいがために地方でも競争が生じ、観光関連のサービスが改善している状況が見受けられるとの知見を、グリニッジ大学ケンネル上級講師に対するインタビュー調査により得た。

「適応モデル」の具体例：イギリスの慈善団体「Break」

本モデルでは、特定の弱者を対象を限定し、そのニーズに特別に合わせた観光商品が提供される。本団体は、各種のケアサービスを提供するスタッフを4か所のセンターに配置し、子どもがいる家庭に様々なサポートを実施している。費用は半分程度が自己負担で残りは団体によるファンドレイジングで賄う。同様の仕組みを有する団体は他にも様々なものがあり、ターゲットも高齢者、長期療養の子ども、母子・父子家庭など様々である。

また、民間でソーシャル・ツーリズム活動を実践している家族旅行協会(FHA、本部、ロンドン)は主にケント州(ロンドンから約電車で1時間程度)に主に子供や家族を連れてゆくサービスを毎年実施している。これまで、2500の家族、のべ1万人をホリデー参加させることに成功している。今後も積極的に買う動を行う予定であるが、この組織は民間のファンドのみで構成されている点特徴的である。旅行会社のTUIがファンドを拠出している。

「刺激モデル」の具体例：スペインのIMSERSO

他の3つの類型と基本的に異なるのは、動機が観光地にとってのメリットを目指す点である。観光地の人気が薄れ、休閑期における余剰施設や余剰人員の問題に直面し、収入

減少、従業員のレイオフなどに迫られた観光地や観光事業者が新たな市場を形成することを目的として、休閑期に特定のターゲットに対し特別な商品・サービスを提供する形態である。スペインのIMSERSOは、休閑期に高齢者がスペインの沿岸部に旅行することを促すプログラムであり、利用者負担が7割、残る3割が公的負担とされている。支援の対象には交通、食事や観光活動が含まれるが利用者は高齢者に限定される。この仕組みには約300のホテルが参加しており、2008~2009年の利用者はおよそ100万人、79,300人の雇用の新規創出ないし維持がもたらされた上、2009~2010年にスペイン政府が1億ユーロ強の予算を配分した結果、1ユーロの公的投資が健康保険支出の減少や税を通じて4倍の公的収入をもたらしたといわれている。

(3) ソーシャル・ツーリズムのターゲット層を特定し、支援を確立することの重要性

欧州委員会企業・産業総局(European Commission for Enterprise and Industry)が立ち上げたカリプソ・プロジェクト(Calypso Project)は、ソーシャル・ツーリズムについてヨーロッパ諸国それぞれが支援策を充実させると同時に国家間連携を図り、人的交流を国際的に推進することを目的としたものである。そこでは高齢者、困窮家庭、障がい者及び若者の4つのグループがターゲットとして設定されている。

さらに同プロジェクトでは、ソーシャル・ツーリズムの振興の目的として、ヨーロッパ全体の経済活性化、観光産業における季節性の改善、観光産業における雇用の量・質の改善、小規模観光地における観光振興といった経済面が明確にうたわれている。ソーシャル・ツーリズム支援のための公的支出に対するリターンのB/Cが高いことから公共の便益がもたらされるという主張もなされている。

なお、本研究の成果は5に示すとおりであるが、ケーススタディを伴う実践的意義を有する本研究の成果は行政関係者や観光関連の事業者にとって有益性が高いと判断し、公開の場における研究成果発表会及び一般財団法人の機関誌における論文掲載等、観光関連の事業者及び行政関係者を主たる聴衆ないし読み手とした成果発表の機会を設けた。

今後、本研究の成果を活かしてさらに発展させるべく、ソーシャル・ツーリズムに関して支援のターゲット層を絞り込み、効果に関する産官学連携の総合的な検証も含めた調査研究を進めることを通じ、日本のソーシャル・ツーリズムの支援策の再構築に向け研究成果の社会的還元を目指すこととしている。

#### 参考文献

岡本伸之編(2001)「観光学入門 ポスト・マス・ツーリズムの観光学」有斐閣  
寺前秀一編著(2009)「観光政策論」原書房  
成澤広幸(1999)「ソーシャル・ツーリズムの成立と展開」宮崎産業経営大学経済学論集

## 第8巻第1号

成澤広幸 (2000) 「現代フランスのソーシャル・ツーリズム」宮崎産業経営大学経済学論集第8巻第2号

成澤広幸 (2001) 「フランスのソーシャル・ツーリズムについて」日本観光学会誌第39号

ハンス・トイシャー、ラルフ・クレプス (青木真美訳) (1989) 「スイス旅行公庫 (REKA) 社会政策的な余暇旅行促進のための機関」『運輸と経済』第49巻第6号

森本慶太 (2011) 「現代スイスにおけるソーシャル・ツーリズムの誕生 スイス旅行公庫協同組合の設立 (1939年) とその背景」旅の文化研究所研究報告第21号

Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). "Tourism and social policy: the value of social tourism." *Annals of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.

Minnaert, L., Quinn, B., Griffen, K., & Stacey, J. (2010) "Social tourism for low income groups: Benefits in a UK and Irish context." In N. Morgan & S. Cole (Eds), *Tourism and inequality*, pp.126-142.

Minnaert, L., Robert, M., & Miller, G. (2011). "What Is Social Tourism?" *Current Issues in Tourism*, Vol.14, Issue 5: 403-415.

Minnaert, L., Diekmann, A. & McCabe, S. (2011). "Defining Social Tourism and its Historical Context." In McCabe, S., Minnaert, L. & Diekmann, A. "Social Tourism in Europe: Theory and Practice." Channel View Publications.

Schapmans, M. (2011). "Holiday Participation Centre (Steunpunt Vakantieparticipatie), Flanders, Belgium." In McCabe, S., Minnaert, L. & Diekmann, A. "Social Tourism in Europe: Theory and Practice." Channel View Publications.

## 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)

(1) 岡達哉、「ソーシャル・ツーリズムの展開をめぐる一考察 ヨーロッパ諸国における現代的発展と日本における変遷との対比的視点から」、秀明大学紀要、査読有、第11号、2014、23 - 44  
ISSN: 1349-6301

(2) 岡達哉、「ソーシャル・ツーリズムに関する研究成果とその実学教育・地域貢献への実践的応用」、季刊秀明、査読有、第275号、2015、36 - 39

(3) 岡達哉、「若者に「光を観せる」文化の醸成を目指して」、21世紀 WAKAYAMA、査読無、Vol.79、2015、11 - 15  
<http://www.wsk.or.jp/book/79/03.pdf>

〔その他〕

招待講演 (計1件)

(1) 岡達哉、「EUにおけるソーシャル・ツーリズムの発展にみる、観光ビジネスの可能性と課題」、和歌山観光セミナー(招待講演) 2014年9月22日、ホテルアバローム紀の国(和歌山県)

研究発表会 (計3件)

(1) 岡達哉、「観光の現代的諸課題に関する一考察 - 境界領域としての観光の諸事例にみる「公共性」について、学際的視点から - 'Publicness' in tourism: from the perspective of interdisciplinarity」、秀明大学研究発表会、2013年6月5日、秀明大学キャンパス

(2) 岡達哉、「日本のソーシャル・ツーリズムの発展にみる社会的文化的課題」、2014年8月5日、Holiday Participation Centre、ベルギー  
<http://www.holidayparticipation.be/newsdetail.php?id=53>

(3) 岡達哉・足立基浩、「海外におけるソーシャル・ツーリズムの実践状況に関する調査報告」、EUにおけるソーシャル・ツーリズムの現代的展開と政策的支援に関する研究会、2015年2月20日、秀明大学キャンパス

報道関連 (計4件)

(いずれも招待講演に関連)

(1) 和歌山放送「和歌山県観光セミナー」2014年9月19日  
<http://wbs.co.jp/news/2014/09/19/48857.html>

(2) 和歌山放送「日本の観光に必要なものは? 和歌山県観光セミナー開催」2014年09月22日  
<http://wbs.co.jp/news/2014/09/22/48982.html>

(3) わかやま新報「海外の先進事例学ぶ 県観光セミナー」2014年9月27日

(4) テレビ和歌山ニュース「和歌山市で観光セミナー」2014年10月10日  
<http://www.tv-wakayama.co.jp/news/detail.php?id=31753>

## 6. 研究組織

(1) 研究代表者

岡達哉 (OKA TATSUYA)

秀明大学・観光ビジネス学部・准教授  
研究者番号: 40572110

(2) 研究分担者

足立基浩 (ADACHI MOTOHIRO)

和歌山大学・経済学部・教授  
研究者番号: 30283948