

# 観光の基本的諸範疇について

杉野 園 明

## 目次

第一節 「観光」の概念と経済的諸関係

第二節 「観光需要」について

第三節 「観光対象」の概念規定と分類

第四節 その他の理論的諸問題

本稿は、観光を社会科学としての経済学の立場から研究するにあたって、その基本となる諸範疇について理論的に検討したものである。

したがって、本稿では、第一節で「観光」という概念を社会経済的諸関係との関連で検討し、それに基づきながら、第二節以降では、「観光需要」、第三節では「観光対象」、第四節では「観光供給」について検討する。

本稿でとくに問題としたのは、「観光」がもつ「感動」の意義、観光欲求と観光需要との相違、「観光資源」概念の曖昧さと「観光財」という範疇の提唱などである。

観光に関する諸範疇を科学的に規定することによって、観光経済学の理論的研究をはじめ、国際観光や国内観光の実態分析、さらには地域観光の社会経済的な諸問題の解決にむけた政策もまた科学的に策定することが可能となるのである。なお、本稿では、地域観光の分析方法や地域観光政策についての検討はしていないことを、あらかじめ断っておきたい。

## 第一節 「観光」の概念と経済的諸関係

最近では「観光」という用語が、余暇利用との関連で多様な意味で用いられており、一体何が「観光」なのかということが曖昧になってきている。この曖昧さは、日常用語としての「観光」だけでなく、学術的研究書の中にも表れてきている。そこで、まず「観光」という概念について検討することにしたい。

### (1) 「観光」の概念

語義としての「観光」は、「国の光を観る」（あるいは、観せる）という概念である。この場合の「国の光」は国王が所有する美的建造物（庭園や塔等を含む）や財宝（貴金属や宝石類、時として人物、その他）であり、「観せる」主体は、国王であり、観せる相手は、国賓あるいは外来の人々に対してである。したがって、「観光」それ自体としては、旅行とは直接的な関係のない、

いわば静的な範疇である。

しかし、現代の資本制社会にあっては、生産力の巨大な発達と生活様式の変化に伴って、新しい「国の光」が出現し、他方では、「国の光」だけでなく、外国や他地方の「光」を「観たい」という国民の意識的变化と欲求が現れてきている。この現代的な新しい観光欲求に対して、資本は多面的な形態で対応し、「観光」を通じて利潤追求を、したがって資本蓄積運動を展開していく。

まず第一に、資本は、これまでの自然的ないし歴史的な観光対象以外に、そうした観光欲求に対応する新しい「光」を創出していく運動として現れる。

第二に、資本は、遠方の「光」を観せることを可能とするため、動的な概念である「交通」（用役）を供給して、「観光」を「旅行」と結び付けていく。

第三に、資本は、「観光」（旅行）する人のために、宿泊施設を供給する。

第四に、資本は、観光する人に対して、土産品を供給する。

第五に、資本は、「観たい」という欲求を拡大し、増進していくために、旧来の「光」や近辺の「光」に加えて、新しい「光」や遠方の「光」を種々の媒体を通じて宣伝、紹介していく。

かくして、「観光」は、その語源としての静的な「観光」から離れて、動的な「観光」へと変化していき、新しい「観光」概念が形成されていくことになる。

その新しい「観光」の概念は、「旅行」を伴う「観光」、すなわち「観光旅行」となり、「観光」は、旅行の一形態となる。その意味では、「観光」は「観光旅行」という用語を省略したものと同じ見做してもよい。なお、「観光」という概念の歴史的変化に関する検討、あるいは各論者がどのような「観光」概念を提唱してきたかという批判的検討は別の機会に紹介することにしたい。

ここでは差し当たり、「観光」と「旅行」が結びついて、現代的な意味での「観光（観光旅行）」という概念が、資本の蓄積運動によって生みだされたということ、また観光対象となる「観光財」は基本的には資本が所有していること、したがって観光欲求も資本の運動によって社会的強制として形成される側面があるということを理解しておけば差し当たり十分である。

しかしながら、「観光」を社会的諸関係が展開する場としてみるならば、それは「国の光」（観光財）をめぐる観光供給者と観光需要者（観光客）との関係として捉えることができる。

ところで、観光需要者（観光客）側からみれば、観光旅行には、観光に出掛ける前には「未知への期待」、そして観光後には「感動の体験」が伴う。つまり観光需要は、「未知への期待」と「感動の体験」という、二つの異なった欲求から成り立っており、それが充たされれば、慰楽を味わうことができるのである。

繰り返すことになるが、もう一度、「観光」の概念を、ゆるやかに規定しておきたい。「旅行」という範疇と切り離された「観光」という概念は、「未知への期待と感動的体験」である。ところが、この「未知なるもの」と「感動体験」という概念は、観光需要者側からの一面的な規定であり、それだけに極めて主観的なものであり、個人差がある。そのため、「観光」という概念も多様に規定されることになる。その点については、のちに詳しく検討することにする。

また、「観光」は、余暇利用の一形態である。だが、「余暇」の全てが「観光」ではない。つまり、娯楽、スポーツ、読書、観劇などの「余暇」と、「観光」とは明確に区別しなければならない。それと同じく、旅行一般と観光旅行とは異なる。すなわち、「観光旅行」が、「未知への期待

と感動を体験する旅行」である以上、学術調査、商用、保養などの旅行とは区別された概念として確立する必要がある。

また「未知への期待」ということは、極めて人間の感情に強く規定された表現であるが、それは事物に対する「学習」や「見学」、いわば社会的に強制された感情とは違ったものとして、区別しておく必要がある。それは、まさに「未知なるもの」を「期待する」という自発的な意志を前提としており、それは一種の情熱すら含んだ感情であると言っても過言ではない。

だが、情熱をもって「未知なるもの」を求める旅行とは言っても、観光旅行は冒険を求めるものではない。確かに観光旅行は、「未知なるもの」を求める旅行（日帰りの「お出かけ」を含む）ではあるが、それには命を危険に晒すような探検や冒険旅行ではない。また、そうであってはならない。観光旅行は、「未知なるものへの期待と感動を味わうことによって楽しむ旅行」である。言うなれば、安全でかつロマンに溢れた目的を「楽しく体験する」旅行なのである。

以上、極めて概略的ではあるが、「観光」という概念について、あらかじめ検討しておいた。だが、「観光」と言う概念は、前述したように必ずしも確立されているわけではない。以下では、「観光」という概念がどのように理解されてきたのか、簡単ではあるが、岡庭博氏の所説をふまえながら、歴史的に振り返って検討しておきたい。

## (2) 観光の語源と概念規定

戦後の高度経済成長がようやく行き詰まり、過剰資本の処理をめぐる問題が生じてきたのが昭和44年である。この年に策定された新全国総合開発計画は、遠隔地大規模工業基地の建設、情報通信ネットワークの形成、中枢管理機能の集積といった生産力の視点に立脚した重化学工業化政策であった。そのことによって生ずる矛盾を解決するために登場してきたのが、地域的サービス産業の振興、つまり地域における観光産業の振興であり、「観光」の地域産業化政策であった。

また、この年に、都市生活に起因する観光需要の社会的増大を意識しながら、「観光」について理論的な問題を提起したのが岡庭博氏であった。岡庭氏は、観光需要および観光消費の時代的背景について次のように述べている。

「経済成長と都市化はその反面、観光の必要と需要をいちじるしく増大させるのである。都市生活、ことに集団住宅の生活は観光欲求を増大させる。一方、所得の増大によって観光消費は年々顕著な増加を示している。<sup>1)</sup>」

この文章には、理論的に検討すべき問題点が数多く含まれているが、その点はさておき、「観光」という範疇について検討していくことにしよう。

岡庭博氏によれば、「観光」という用語の語源は、中国の易経にある「観国之光」に拠るものとされている。<sup>2)</sup>しかし、語源がそうだとすると、後世に語義は変化するし、それをもって現代の「観光」に対する科学的な概念規定とすることはできない。

問題は、この「国之光」が現代社会において如何なるものであるかを明らかにすることである。語源としての「国之光」は、国（地域）の素晴らしい光景や財宝の事物のことであった。それが外国の自然的景観や社会経済的状况などと広義に理解され、さらに「光を観せる」が「観たい」をも含むことによって、いわば「外国視察」と同じ意味に用いられたのが「観国之光」という言葉であろう。

この点について、岡庭氏は、「当初は視察の意味が強く、娯楽の意味はなかったようである<sup>3)</sup>」と述べている。

岡庭氏は、明治26年に設立された喜賓会が「遠来の子女を歓待し行旅の快樂、観光の便利を享受せしめ<sup>4)</sup>」たという田誠氏の文章を紹介し、さらに明治45年にジャパン・ツーリストビューローが設立された時期に「観光」という用語が用いられたことを根拠として、「この当時から観光という言葉が国際観光にもちいられはじめていたらしい<sup>5)</sup>」と述べ、さらに「戦後になって平和事業としての国際観光が復活するとともに、国内観光も盛んになってきた。……国内観光の発達とともに『観光』という言葉も一般化し、現在では内外を区別せぬ一般用語となり、遊覧という言葉は次第に廃れつつある<sup>6)</sup>。」と「観光」の語義がどのように変化し、形成されてきたかについて紹介している。

こうした「観光」の語源と語義がたどってきた歴史的变化をふまえつつ、岡庭氏は「観光とは、人間が旅行によって慰楽を得ることである。すなわち、観光の概念には旅行と慰楽という二つの条件が必要である<sup>7)</sup>。」と規定している。

この規定については、二つのことが問題となる。まず第一に、岡庭氏が「旅行」を観光の一つの条件としているが、この「旅行」の中に、日帰りの場合も含まれているかどうか不明である。日帰りも含んでいるならば、なんら問題とするところはない。

第二に、岡庭氏は、観光に「慰楽」を必要条件としているが、この見解には納得できない。確かに、多くの場合、観光に慰楽が伴うが、逆に慰楽が伴わない観光もある。また、「慰楽」だけについて言えば、観光対象が存在しない旅行であっても、「慰楽」を伴うことは可能である。宴会を中心とした慰安旅行や行楽などは、必ずしも「未知（未経験）なるものへの期待」や「感動体験」を含まないからである。

ところで、岡庭氏が「現在での観光に関する標準的な定義であろう<sup>8)</sup>」として紹介しているのが塩田正志氏の定義である。塩田氏は「慰楽のために人が移動すること<sup>9)</sup>」という概念規定をしているが、この規定も不十分である。塩田氏は、観光には「日帰り観光」もあることから、必ずしも、「宿泊旅行」とは限らないという意味をもった表現にしたものと推測される。しかしながら、散歩なども含む場所的「移動」と「旅行」とは異なる概念である。さらに、岡庭氏の場合と同様に、「慰楽」をもって「観光」の重要な構成要素とすることはできない。もし、そのような規定をすれば、毎年行われる「花見」や特定の個人に対する「歓送会」や「歓迎会」で旅行するのも、「観光」になってしまうからである。

こうなると、問題は「慰楽」というものの内容が問題となる。その「慰楽」という用語について、岡庭氏は、次のように説明している。

「通常観光の慰楽として含まれるものは風景鑑賞、保養、運動、信仰、芸術鑑賞などであるが、さらに工場視察などもテクニカルツーリズムとして新しく含まれる<sup>10)</sup>。」

上記の文章で明らかなように、岡庭氏のいう「慰楽」という概念には、本来の「慰安行楽」では包摂しえない諸範疇も含まれている。保養、運動、信仰、芸術鑑賞などは「慰楽」とは異なる概念をもった範疇である。つまり、これらの「慰楽」ではない範疇は、特殊的には旅行の目的となることもあるが、一般的には、こうした慰楽と、「未知なるものへの期待」や「感動体験」を伴う観光旅行とは明確に異なる。もとより、こうした諸目的との関連で、未知なるものを期待し、

感動を体験することはありうる。だが、その場合の観光はあくまでも結果としてであり、付随的なものである。「観光」という概念を明確にするためには、こうした諸目的をもった旅行と、現代的な観光旅行とを混同してはならない。

なお、工場視察についても、それ自体は観光ではない。専門的な研究や行政関連の調査、あるいは学習などの目的をもった「視察」は観光ではない。だが、「未知なるものへの期待」をもって工場「見学」をする場合、そして結果としては、「感動を伴う」ような旅行は観光である。そういう意味で、テクニカルツーリズムを「新しい観光」と規定する点では何ら異論はない。

ところで、岡庭氏は最近の国際的な観光動向や国際的な観光研究などをふまえながら、「観光」の概念が拡大してきていることに基づいて、「観光の慰楽は、地域移転の効果と結びついたものが本来の形態であった。それが次第に変化して、現在では観光の範囲に風景や都市などの鑑賞のほかに娯楽なども含まれるようになってきた。……現在では観光というものが、旅行に特有な慰楽<sup>11)</sup>だけでなく、単に旅行と享楽が結びつくことによって成立するようになった。」と述べるに至っている。

確かに、現代における旅行は多様な目的をもち、かつ複合的な目的をもって行われるようになってきている。寺社参拝が観光的性格をもったり、行政視察が観光を対象とする場合もある。したがって、岡庭氏が指摘するように、旅行と享楽が結びつくこともあり、またその種の観光が多くなってきているのも事実である。だが、現実が多様化し、複雑化してきたからといって、「観光」という概念が変化したとするのは間違いである。変化するのは、「観光」と言われる諸現象に過ぎないからである。

複雑な社会的な諸範疇およびその相互関係をめぐって考察する場合には、それぞれの範疇の基本的概念を明確に規定し、それに立脚しながら、副次的な諸要因について考察していくという方法が社会科学の場合には大切なのである。

あえて概念を変更する場合でも、その範疇の基本的な概念は何か、付随的ないし副次的な要素は何かという論理的考察を経ることが必要である。もし、範疇相互間に質的な差異が生じてきた場合には、新しい概念内容をもった別個の範疇が定立されなければならない。そうした方法が、諸範疇の概念規定を変更する場合の基本的原則である。つまり新しい事象が生じてきたとしても、科学的に規定された概念を安易に変えてはならない。

だから、最近になって、「旅行と享楽が結びつく」ようなものが「観光旅行」と呼ばれるようになっても、それは科学的な範疇としては「享楽旅行」であって、「観光旅行」ではない。観点を換えれば、「享楽旅行」や「慰安旅行」が、「観光旅行」と誤って使われているに過ぎない。科学的範疇としては、「享楽旅行」や「慰安旅行」を「観光」（旅行）とは呼ばない。あくまでも「観光」（観光旅行）という科学的な概念は、「未知への期待をもち、結果として感動を体験させる旅行」と規定しなくてはならない。

この観光旅行に、保養やスポーツなどの要素が加わったとしても、そのいずれが基本なのかという点さえ明確であれば、その基本的性格にしたがって、旅行の性格規定を行えばよいのである。例えば、複数の観光対象をもった旅行については、これを複合観光旅行と規定して、これを単一観光旅行と区別したり、日帰り観光と宿泊観光、個人観光と団体観光など、そうした区別をすることによって、多様な観光旅行の実態をよりの確に把握することが可能となるからである。

繰り返し述べるが、享樂をはじめ、保養やスポーツだけを目的とした旅行は「観光」ではない。それは別の旅行形態なのである。

### (3) 観光をめぐる経済的諸関係

ここでは「観光」をめぐる経済的諸関係について検討しておきたい。一般的に言えば、観光需要者と観光財供給者との関係が、観光をめぐる基本的な経済関係である。この基本的経済関係については、後段で詳しく論ずるので、ここでは、その前提として、この経済的関係を構成する二つの経済的範疇、すなわち観光需要者および観光財供給者の経済的状况を概観しておこう。

昭和44年段階において、「観光」が盛んになってきた原因について、岡庭氏が理解していたことをもう一度引用しておこう。

「都市生活、ことに集団住宅の生活は観光欲求を増大させる。一方、所得の増大によって観光消費は年々顕著な増加を示している。<sup>1)</sup>」

この文章は、都市生活という生活様式が観光欲求を増大させるという論理と、所得の増大による観光消費の増加という二つの内容をもっている。

岡庭氏は、都市的生活様式、とりわけ「集団住宅」が観光欲求を増大させるという理由を説明していない。あえて、その理由を解説すれば、氏は都市的貧困に規定された生活様式の典型として「集団住宅」を挙げたのであろう。つまり、氏は都市的貧困によって生ずる、心理的なものとしての観光欲求の増大と、その欲求が実現してきた要因として、「所得の増大」を採り上げたものと推測される。

だが、果して、貧困に規定された都市的生活様式だけが、観光欲求を生じさせる要因あろうか。これだけでは余りにも特殊かつ消極的な理由に留まっているのではあるまいか。

第一に、観光欲求は、人々のより豊かな精神的活動を求める自発的な行為として一般的に把握されねばならない。なぜなら、農村的生活様式であっても、観光欲求は強いものがあるからである。

第二に、旧来の観光客の代名詞であった「有閑階級」を除外している点も問題である。おそらく、岡庭氏は「観光の大衆化」あるいは「大衆的観光」を念頭においたのであろうが、当然のことながら、富裕層も含めなければならない。

第三に、岡庭氏の一文では、観光に対する需要面だけが把握されているに過ぎない。これでは、資本蓄積運動の一環としての観光業、とりわけ独占段階における過剰資本の処理形態としての観光の資本化および波及という「観光財（対象）の供給」という側面、また観光交通、観光施設、観光土産、観光宣伝、さらには観光公害といった、すなわち観光を構成するもう一つの側面を見落としてしまうことになる。

確かに、資本が所有していない、あるいは所有できない既存の自然的、あるいは歴史的観光財だけを観光財（対象）を「供給」（展示・供給）し、これに対する観光需要があれば、観光は成立しうる。しかし、観光関連の諸産業による「資本蓄積」という視点を欠落させたのでは、現代における観光業の動向、つまり「観光財の供給」をはじめとする観光業の総体、すなわち「資本の蓄積運動としての観光化」という側面を客観的に把握できなくなってしまう。

以上は、岡庭氏の一文を素材として、観光を巡る経済関係を構成する観光需要および観光供給

という範疇について、その内容を概略的に検討してきた。だが、この基本的関係以外に、観光需要と観光供給を結び付ける、つまり観光を物理的に可能とする交通諸手段や宿泊施設との関係、さらには単一の観光財（対象）だけでなく、複数の観光財をもった観光地における観光供給者間の経済関係、さらには地方自治体や国家による観光政策をめぐる政治経済的な諸関係もある。

もとより岡庭氏も、「観光」に関連する要素として、「観光対象」（観光資源）、「観光消費」、「観光事業」、「観光政策」などの要素を挙げている。だが、重要なのは、これらの諸要素を社会科学的に検討する場合には、また実証的に分析する場合でも、経済的な関係としてどのように把握していくかということである。次節では、岡庭氏が「観光消費」としている要素を「観光需要」と置き換えて、社会科学的な視点から検討していくことにする。

- 1) 岡庭博『観光論概要』，法律文化社，1969年，序文。
- 2) 同上書，1ページ。
- 3) 同上。
- 4) 同上。但し，田誠氏の原文は『国際観光事業論』（86ページ）である。
- 5) 同上書，2ページ。
- 6) 同上。
- 7) 同上。
- 8) 同上書，3ページ。
- 9) 同上。但し，塩田氏の原文は『観光経済学』（1ページ）である。
- 10) 同上書，13ページ。
- 11) 同上。

## 第二節 「観光需要」について

本節では、まず「観光需要」という概念を明らかにし、社会科学から観光経済を把握する場合、何が問題となるかを指摘しておきたい。

「観光需要」について検討する場合に重要なことは、心理的現象として表れる「観光欲求」と明確に区別しておくことである。「観光欲求」は、「観光対象」（観光地）を想定して、「そこへ行き、未知なるものを体験し、感動したい」という心理的状況のレベルに留まっているのに対し、「観光需要」は、その観光欲求を現実的に可能とする種々の条件が整っているか、あるいは現実的に観光旅行しているか、過去の事実を示す範疇だからである。

なお、観光欲求は、一般的には国民の知的水準が高揚した一つの心理状況と把握できるが、観光資本、あるいは観光関連資本によって社会的に創りだされた側面があることも見落としてはならない。

### (1) 観光需要の前提条件

さて、観光需要者（観光旅行者）からみた場合、観光欲求が観光需要として現実化するためには、その前提条件として、次の二つを挙げておかねばならない。

その第一は、観光欲求として想定している観光対象（地）が現実に存在していなければならない。観光対象（地）を想定していても、爆撃や自然災害などによって物理的に存在しなくなったり、あるいは不況の影響で倒産や閉鎖されている場合があるからである。それが前提条件の第一である。

前提条件の第二は、いわば社会的な前提条件であり、それは安心して観光旅行ができるという国際平和および社会的秩序の安寧という条件である。戦火の中や治安が悪い地域にあっては、観光旅行も一般的にはありえないからである。

観光が可能となる前提条件としては、「平和」で安心して旅行ができなければならない。いかに資本制社会が発達し、時間的余裕と金銭的余裕ができたとしても、また交通機関や宿泊施設が整備されたとしても、戦時体制下においては、観光は社会的に不可能である。第2次世界大戦の間、日本国民にとっては観光などと云えば、「非国民」として非難される状況にあったし、また内乱などが生じている国々において自由に観光することは極めて困難な状況になる。つまり、「平和」的状况というのは、単に戦争だけでなく、国家の治安状況をも含んでものとして広義に把握されなければならない。武装強盗などが出没する国々では、安心して観光できないからである。

これらのことは至極当然のことであり、改めて前提条件としなくてもよいという考え方があるかもしれない。だが、資本制社会の体制的な矛盾が局地的戦争というかたちで勃発し、また地球温暖化に伴う自然災害の多発によって、さらには、観光公害そのものによって、多くの観光対象が破壊されてきている。したがって、現代の観光について論ずる場合には、こうした前提条件を明確にしておく必要がある。

さて、上記の前提条件の上に立脚して、観光需要が現実に形成されるためには、その基本条件、促進条件、補助条件が整っておかねばならない。

観光需要の基本条件とは、観光旅行者が観光旅行を行うのに不可欠な条件であり、具体的には「時間的余裕」と「金銭的余裕」という二つの条件である。

また観光促進条件としては、観光地までの交通機関や観光地に宿泊施設などの整備などに関する条件である。さらに観光の補助条件というのは、観光客の観光行為を補助する諸条件である。

以下では、そうした諸条件に関する理論的な問題について、これを社会科学の視点から一つ一つ検討していきたい。

## (2) 観光需要の基本条件

### (i) 自由な時間的余裕

観光を現実に可能とする基本条件としては、まず第一に、観光をするのに必要な「自由な時間的余裕」がある。この余裕がなければ、長期的な観光旅行はもとより、日帰り観光もすることができない。

この「自由な時間的余裕」について考察する場合には、これを抽象的ではなく、階級のおよび階層的に検討していかねばならない。さらに現代の日本の状況を念頭におきながら、特殊的に検討しておく必要がある。もっとも、こうした検討には膨大な紙数が必要なので、ここでは、その概況のみ論述しておく。



まず階級的にみると、資本家階級、地主階級、利子生活者などの資産階級はみずからの生活時間を拘束されることが少ないので、相対的には「自由な時間的余裕」をもっていると言えよう。これに対して、国民の大半を占める労働者階級は生活資料を獲得するために身体的に拘束される時間が多く、「自由な時間的余裕」をもつことが一般的には困難な状況にある。

なお、ここで労働者階級というのは、一般の勤労市民と広く理解してもよい。すなわち雇用労働者のみならず、中小の商工業者、中農以下の農民なども含んだ概念である。

ところで、階級的な考察で重要なのは、次のことである。封建的な身分関係、したがって一定の土地に縛られた農奴的生活形態のもとでは、こうした「時間的余裕」をもつことは極めて困難であった。また身分的には場所的移動の自由をもった資本制社会における労働者階級にしても、一定の時間を資本に拘束されるので、自由な時間をそれほど容易にはもてない状況にある。

特に、初期の資本制社会においては長時間労働を強制されたため、身分的には自由であっても、のんびりと観光へ出掛けるだけの「時間的余裕」はなかった。

また、現代においても、サービス残業を強制され、育児休暇もとれないような労働条件のもとでは、いつでも有給休暇をとって長期の観光旅行に出掛けるという状況にあるとは、決して言えない。

それにも係わらず、生産力の発達と労働者の権利闘争の結果として獲得された週休二日制や有給休暇の一般化・長期化などによって、労働者階級の「時間的余裕」は次第に増加しつつあることも現実である。

なお、婦人の家庭労働の軽減化・解放化や、長期不況下における操業短縮による一時帰休や不規則就労による、いわば社会的強制としての「時間的余裕」があることも、見落としてはならない。

## (ii) 金銭的余裕

観光の現実に可能とする第二の基本条件は、「金銭的余裕」（支払能力）が有ることである。いくら時間的余裕があったとしても、交通費や宿泊費などを支払うことができなければ、「観光」（旅行）に出掛けることは不可能である。

資本制社会の初期の段階においては、奴隷的低賃金であったため、資産家はともかくとして、労働者階級は観光へ出掛ける「金銭的余裕」がなかった。生産力の発達との対比では絶対的な窮乏化、また資本蓄積との対比では相対的な窮乏化が進む中では、観光旅行などを行う金銭的余裕は生じてこない。

しかしながら、その後における労働者階級の組織的運動の結果として、賃金水準の一定の上昇、および労働者階級の権利意識の変化による「生活水準」の上昇が、生活様式の変化をもたらし、いわゆる「文化的生活」には、「観光旅行」が含まれることとなった。いわば、現代の社会的賃金は、理念的に言えば、少なくとも年に一回の観光旅行ができる程度の水準でなくてはならない。そのことが、国民の平均的な文化水準を形成し、観光が一般化していくための基本的な条件となっているのである。

なお、この金銭的余裕と先に述べた自由時間の余裕という二つの条件は相互に切り離されたものではない。長時間労働が続けば金銭的には余裕ができるものの、時間的な余裕はそれだけ減少

する。「働かない自由」はあるものの、金銭的には自由にならないのが、労働者階級の歴史的な一般的状況である。

だが、この命運は変えることが出来るし、また変化する。すなわち、この宿命は労働者階級の組織的な運動の中で解決し、さらには止揚していく運動が高揚していけば、そうした豊かさと時間的余裕を同時に確保することが可能となり、観光旅行への需要も増加していくことになる。これは歴史の発展法則でもある。

なお、家族労働の分割をはじめ、婦人労働の社会化、育児労働の軽減化、中高年の社会教育化などが観光需要に及ぼす影響などについては、「賃金と観光」という視点から、改めて検討することが必要である。

### (3) 観光需要の促進条件

観光欲求が実際の観光需要へ転化し、観光（旅行）が実現するためには、既に述べたように、観光の前提条件と観光欲求者が自由な時間と支払能力をもった観光需要者へと転化する基本条件が必要である。これに次いで必要なのが、次に述べる観光補助条件である。この補助条件は、大きく分けると物理的促進条件と社会的促進条件の二つになる。

#### (i) 観光需要の物理的促進条件

観光需要の物理的促進条件としては、交通手段と宿泊施設の二つが大きな役割を果たすことになる。

まず、観光需要者が観光対象のある場所（観光地）へ行くことが可能となる物理的条件をここでは検討し、整理しておきたい。

具体的に言えば、観光需要者が観光対象地へ行く場合、交通機関や宿泊施設が整備されていない状況のもとでは、多大な経費と日数、そして労力を要することになり、観光需要がややもすれば実現不可能となることがある。

例えば、ギアナ高地にある「エンジェルの滝」（ソルト・アンヘル）は世界一の落差をもつ滝であるが、それを観るためには陸路を経由することは極めて困難である。これはカマイナの空港が整備されてはじめて一般観光客が訪れ、観覧することが可能となったのである。つまり、空港と航空路の開設が「エンジェルの滝」を単なる観光資源を観光対象とし、それによって観光欲求は現実の観光需要となりうるのである。こうした事例は、交通機関のみでなく、宿泊施設についても妥当する。

「エンジェルの滝」との関連で言えば、カマイナ空港周辺に宿泊施設ができることによって、観光需要者はカヌーおよび徒歩によって、滝の直下まで行くことが可能となったのである。またアマゾンのジャングル・ツアーでも、ジャングルの中に野営施設（丸木小屋など）が設置されることによって、これが可能となっている。こうした事例は、国内外を問わず、枚挙に暇がない。

さらに観光欲求を高揚させるものとして、各種の観光宣伝がある。これは、観光対象地のみならず、国単位での誘致宣伝もある。季節的な行事や名物料理など、それ自体が観光対象になるもの、あるいは付帯的なものも含めて、多様なマスコミ手段を利用して行われる。これは物理的な観光需要の促進条件であるが、きわめて社会的なそれに近いものである。

## (ii) 観光需要の社会的促進条件

交通手段や宿泊施設といった観光促進条件が整備されたとしても、それはあくまでも物理的な条件が整備されたというだけであり、それが、より一層現実化するためには、適正な運賃や宿泊料が設定されるという条件が必要である。つまり、観光需要の促進的条件については、単に物理的に整備されるだけでなく、経済的にも一般観光客が利用可能となるような運賃や宿泊料が適正に設定されることが社会的に必要なのである。

さらに加えて、この社会的な促進条件として、観光地域の治安状況とも関連するのが、入国ビザである。現代のように政治、経済、文化などの国際化が進展しており、観光もまた例外ではない。観光の国際化にとって、一つの障害となるのが、入国許可証（ビザ）である。また入国が許可されたとしても、地方や地域によっては、外国人の立入りが制限されたり、禁止されている場合がある。こうした状況のもとでは、観光旅行の基本的条件があったとしても、観光需要を現実化していくことはできない。

## (4) 観光需要の補助条件

観光需要の補助条件というのは、それなくしても観光は可能な条件である。これは、観光需要者が盗難事故や疾病になった場合、あるいは道に迷ったり、行き先が判らない場合に、観光需要者を補助し、援助する施設や制度のことである。

### (i) 観光案内施設

観光需要の補助条件の中で日常的に必要なのは、観光案内施設である。観光案内施設は、空港や鉄道駅などの交通の中心地、観光地の中心部、地域商業の中心地などに設置されている。ここでは、観光地図や観光名所の案内パンフレットを日常的に設置しておくこと、観光地までの交通や宿泊施設を案内すること、観光ガイドを世話することができることが大切である。

### (ii) 緊急対応施設

これは、自然的災害に対応する制度及び施設と、人災とりわけ盗難、傷害などに対応する制度と施設とに分けることができる。

(イ) 自然的災害への対応制度と施設：地震、津波、豪雪などに対応する制度と施設であって、緊急避難場所や救急医療施設などが必要となる。

(ロ) 人災対応制度と施設：これには通常、ツーリスト・ポリス（観光警察）が対応することになっている。ミラノ、リマ、台南などでは見られるが日本では京都の平安騎馬隊ぐらいであろう。特に台南では、観光警察自体が観光対象となっている。

## (5) 観光客数の把握方法

ここでは、観光需要を如何に数量的に把握するかという問題について考えてみたい。「どこどこへ観光に行きたい」というのが観光欲求であり、その心理的状况を全国にわたって、また全世界的な規模で、これを正確に把握することは不可能である。つまり、そうした観光欲求は誰でもある程度はもっているのだから、一般的な観光欲求を把握すること自体が無意味である。したがって、

観光欲求の把握については、観光目的地や観光対象を限定し、かつ悉皆調査ではなく、サンプル調査法によるアンケート調査によって把握することは可能である。もとより、サンプル調査であるという限界性を逃れることはできない。

ところで、観光欲求ではなく、実際の観光需要、具体的には「観光客数」だが、それを正確に把握することは極めて困難である。もとより、特定の観光対象に限定すれば、ある程度までは可能である。しかしながら、国別で把握する場合はもとより、地域的に把握する場合でも困難が伴う。ましてや、国際的な観光客数を把握することは、世界観光機関（WTO）が努力して、その統計数字を発表しているにも係わらず、その内容は極めて概略的に留まっている。これは「現状では止むを得ない」と言わねばならない。

観光需要、換言すれば観光客数を「科学的に」推測する方法としては、次の三つの方法がある。

第一の方法は、ある地域（行政地域）における観光対象を全てとりあげ、それぞれについての観光客数を把握し、地域として合計する方法である。これには、同一の観光客が複数の観光対象を訪れた場合、数字が重複して計上されるという問題が付きまとう。したがって、集計数に一定の比率を乗じて推計することになる。また、観光対象であっても、山岳等の遠景を楽しんだり、街の雰囲気を楽しむといった観光客数は把握できないという欠陥がある。また、社寺の場合には、参拝者と観光客の区別をどのようにするかという難問もある。

第二の方法は、観光地域における主要な交通機関の停車場（駅やバス・ストップなど）などにおいて、降客数（定期外）を集計し、それに一定の比率を乗ずるという推計方法である。この方法も、自家用車の利用などがあるので第一の方法と同じように、どれだけの比率を乗ずるかという厄介な問題を克服しなければならない。

第三の方法は、ホテルや旅館での宿泊者数から、観光客数を推計する方法である。つまり、観光地域における宿泊客数に一定の比率を上乗せして、全体としての観光客数を想定する方法である。もとより、これには日帰客は含まれないという欠陥があり、しかも民宿やユースホステルなどは別としても、親戚や友人などの知り合いの家に宿を求めた場合には集計上欠落してしまう。

いずれの方法にせよ、地域単位で推計的に集計したものを、より大きな地域単位で集計し、さらに国単位で集計するということになる。もとより、上記の三つの方法は、国によって、また国際的にもどちらかに統一しなければ、観光地間における観光客数を相互に比較するということが無意味になってしまう。

現在の日本では、各行政地域によって、観光客入り込み数の推計方法が異なっており、市町村間で、また都道府県間で相互比較できない状況になっている。ただし、同じ推計方法をとっている場合、また異なった推計方法の場合でも、観光客数の年次的傾向については相互に比較することが可能である。

#### (6) 観光消費について

「観光需要」は、いわば実現された「観光欲求」である。つまり、一定の観光対象を前提として、そこへ何人の観光客が訪れたかによって、現実化した「観光欲求」、換言すれば「観光需要」として把握している。しかしながら、社会学や文化論を展開する場合には、この観光客数＝観光需要という概念把握で大きな問題はないが、観光経済学の場合には、観光客が観光地で消費する

金額、つまり「観光消費」額が問題となる。しかも、その「観光消費」その実数を把握することは極めて困難である。

この困難性は、統計集約上の困難もあるが、その場合も含めて、何をもって「観光消費」とするのかという問題がある。つまり交通費、宿泊費、土産代などは概してそれに相当するが、観光財（郷土料理など）ではない飲食費をどうするのかという問題をはじめ、観光客の個人的な支出の内容に関する判断の問題が残されることになる。

観光経済学にとっては、「観光消費」の実態をサンプル調査し、その結果を推計的に処理し、統計的に把握することも必要である。この統計把握は、観光地における観光関連産業の動向とも結びついており、また地方自治体による「観光政策」の策定のためにも必要な事柄である。

この推計の方法としては、ホテル・旅館での宿泊者数、関連する交通機関の利用者数、観光対象地への訪問者数などを総合的に把握し、一定の経験によって、観光客数を推計していく以外に方法はない。

#### (7) 観光客の実態把握の基準項目

観光客の実態、したがって観光需要がいかなる構成内容をもっているかを把握することが、観光産業にとって、あるいは観光政策を策定する場合に必要なものである。そのために、観光客の構成をいろんな基準で分類し、その実態を多面的に把握しなければならない。観光客を分類する基準項目を列挙すれば、以下のようになる。

- (イ) 出発地（国際化が進展している現段階においては、国籍をも含めて分類すること。また、観光対象地所在の市町村域、都道府県などといった分類が必要）
- (ロ) 性（観光対象によっては男女差が著しい場合がある）
- (ハ) 年齢層（観光対象によっては、年齢層が著しく異なる場合がある）
- (ニ) 観光地に至るまでに利用した交通機関
- (ホ) 観光地に来た回数（リピーターの実態把握のために必要）
- (ヘ) 滞在日数（この場合には、日帰り客も一日として把握する）
- (ト) 滞在形態（宿泊した施設および宿泊費別）
- (チ) 観光土産の購入状況（品目および支出金額の把握が必要）
- (リ) 訪れた観光対象（観光財・観光地域）

上記の項目は、観光客の実態を把握するのに必要な基準項目であるが、さらに重要なのは、観光客の主要な所得形態や所得額である。これら、二つの項目は、階級分析や階層分析に必要な項目であり、経済学的研究には不可欠のものである。

しかしながら、これらの項目は、個人の極秘事項に属するものであり、それだけに実態把握が困難である。もとより、特別の場合、例えば個別の観光対象に限定した場合には可能かもしれないが、一般的には悉皆調査はもとより、アンケート調査でも、この項目については回答を拒否される場合が多い。

いずれにせよ、観光客の実態分析と問題点の把握を通じて、個別観光対象および観光地域の振興政策を策定することが可能となるのである。

### 第三節 「観光対象」の概念規定と分類

本節では、まず「観光対象」という範疇の概念を明確に規定しておきたい。まず、観光対象とは、観光の対象となる事物・現象であり、観光需要者（観光客）を前提とした範疇である。したがって、観光対象は、観光客の趣向に規定されて多様な形態で存在するものであり、また現象しているものである。さらに、生産諸力（特に交通機関）の発達や社会的な観光欲求に対応しながら、歴史的に変化していく範疇である。

この観光対象を、それ自体として抽象的に問題にすることは一般的には可能であるが、観光経済学の場合には、「所有」という視点から細かく区分して研究対象とすることも可能であり、また必要である。

観光対象を具体的に区分してみると、自然現象として、いわば所有の対象とならないものと、いわゆる「観光財」として所有の対象となるものに区分される。

所有の対象とならない観光対象としては、山岳（キリマンジェロ、富士山、火焰山など）、河川（ナイル、ドナウ、ラインなど）、気象（オーロラや蜃気楼など）、潮の干満（アマゾン、済州島など）といった自然現象が含まれる。その場合でも、近くへ行く交通手段や、展望台などは所有が関連してくる。

また、所有の対象となる「観光財」については、その所有形態（国公有・私有）による区分とその物理的存在形態によって区分することが可能である。

このように観光対象は、所有権が存在しない自然的観光対象と所有権が関連する「観光財」とに区分しうる。

さらに、この観光対象（主として観光財）は、孤立的に存在する場合と複合的に存在する場合がある。観光対象物が複合的に存在し、それが一定の地域に纏まって展開している場合には、観光地を形成することになる。例えば、パキスタンの「ガンダーラ」はタキシラやペシヤワールまでも含んだ広範な地域に存在する仏教遺跡の複合体を観光対象としており、したがって「観光地」を形成していることになる。また京都市の場合も、多くの観光対象をもった地域であり、ガンダーラと同様に「観光地」を形成している。

以下では、観光需要者（観光客）からみた観光対象（観光財）を区分していきたい。なお、観光経済学としては、所有関係が関連しない自然的観光対象は捨象することになるが、ここでは、現象論的な視点から区分するので、先に述べた自然的観光対象も、歴史的観光対象や社会的観光対象といった人為的観光対象と併せて採り上げておく。

#### (1) 自然的観光対象

自然的観光対象には、いわゆる山岳、島、海洋、湖沼、瀑布、河川、砂漠などをはじめ、温泉、氷河、流水といった諸事象、また気象（特異なものとしてオーロラや蜃気楼など）や特異な動植物など、自然的存在の一切が含まれる。ただし、それには「未知なるもの」、「未経験なるもの」、「再認識するもの」といった人間感情に深く響くような特別の性質をもった自然でなくては

ならない。その特殊性という点では人間の感情と深く結びついた自然が観光の対象となるのである。

また人間の営為によって、特殊的な自然が「自然的観光対象」となることもある。ヨーロッパ・アルプスが登山電車やロープウェイによって身近な観光対象になったのをはじめ、カラコルム・ハイウエーの完成によって、フンザ地域（パキスタン北部）の山々や氷河が観光対象となったり、カマイナ空港の整備によってエンジェルの滝が観光対象となってきたのは、その典型的な事例である。

換言すれば、人間感情と関係のない自然は、潜在的に観光対象となる要素をもっている、つまり観光資源ではあっても、直ちにそれが観光対象とはなりえないのである。そういう意味では、自然的観光対象が全く自然の賜物であるとすることはできない。

ここで問題となるのは、こうした自然的観光対象を誰が所有しているかということである。既に述べたように、所有権を設定できない自然現象や展望場所がある。また広域的な観光対象地、すなわち観光地域においては、自然的観光対象の多くは国立公園や国定公園となっている場合が多い。

しかしながら、こうした自然的観光対象を私的に所有している場合もある。この場合には、その所有者が観光対象を供給しているのであるから、その需要者より観光料を徴収することができる。

問題となるのは、国が所有している場合や誰の所有が判らない場合である。例えば、富士山のように、その多くが国有地であるにも係わらず、その自然的な観光景観は、だれでも自由に鑑賞できる。けれども、その代価として、誰も観光料を徴収することはできない。そうした遠景を眺望する場合は、所有関係があっても観光料を徴収出来ない場合がほとんどである。

観光料を徴収できるのは、展望台などのように一定の施設を設置した場合に、はじめて可能となる。もっとも、この場合には私的に、あるいは公的に「所有」されているものは、観光対象そのものではなく、この観光対象を需要するに必要な施設やサービスとして、観光供給が補助的になされるのであり、この場合は観光料ではなく、観光施設使用料あるいは観光サービス料として徴収されるのである。

ここでは、観光対象に支払う料金は、観光サービスの評価との関連で、いわば虚偽の社会的価値を付加する要因に転化する点をふまえておかねばならない。

## (2) 歴史的観光対象

歴史的観光対象とは、過去における人間活動およびその結果が人類史において大きな意義を持つものとして評価され、それが人々に深い感動を与え、観光の対象となるものである。さらに、これを(イ)歴史的建造物、(ロ)史蹟、(ハ)遺蹟とに区分することができる。

(イ)歴史的建造物については、歴史的に意義をもった建造物として、少なくとも何らかの形で現存するものを指す。

具体的にはエジプトのピラミッドやカルナック神殿、ローマのコロッセウムやカタコンベ、パルテノン神殿（アテネ）、中国の万里長城、テオティワカン（メキシコ）、マチュピチュ（ペルー）、金閣寺など無数のものが含まれる。さらに、これらを細分すれば、複合建造物としての古

代都市的なものと個別の建造物とに分けることが可能である。いわば、歴史的観光対象もまた個別観光対象と複合的な観光対象を含んだ観光地とに区分することができる。

重要なことは、これらの歴史的建造物の多くは、後世に再建され、有料の観光対象になっていることである。

(ロ)史蹟については、目に見える対象物ではないが、過去における人類活動があった場所として認知されているものである。具体的には、イッスス（トルコ）や関ヶ原などの古戦場、太平洋を発見した場所としてのバルボア公園（パナマ）やエリンケ航海王が船出した場所として記念碑（ポルトガル）がこれに含まれる。こうした史蹟については、多くの場合、それを歴史的に特定化する方法がなく、従って記念構造物や記念碑などを建立することによって、その場所を特定している場合が多い。

さらに、神武天皇が東征に向けて船出したと伝えられる高山町（鹿児島県）の記念碑をはじめ、浦島伝説や羽衣伝説などのような「伝説的史蹟」であっても、観光対象となる場合がある。

(イ)遺跡は、史蹟と同様、過去における人類の活動があったと認知できるものの、文献等によって特定の人物や史実との関連が明確ではないものである。

具体的には、ストーンヘイジ（イギリス）、アルタミラ洞窟（スペイン）、タッシリ・ナジェール（アルジェリア）、チャンチャン（ペルー）、マチュピチュ（ペルー）、周口店洞窟（北京近郊）などがこれである。これらの遺跡は再建され、世界的文化遺産として登録されている場合が多い。しかも、その場合には、見学料（観光料）を取る場合が多い。

### (3) 社会的観光対象

社会的観光対象は、(イ)最初から観光客を相手として建造された観光対象と、(ロ)本来は別途の目的で建造されたものが観光対象となっている場合の二つに区分することができる。前者を「営利的観光対象」とし、後者を「新しい社会的観光対象」と名付けることにする。

#### (イ) 営利的観光対象

営利的観光対象とは、当初より営利を目的として観光対象（正確には観光財）を建造したものであり、テーマパークの多くはこれに属する。その経済的背景は次の通りである。

資本制経済のもとにおける過剰資本の存在は、物質的生産以外の分野において平均利潤以上の利潤を獲得しようとする。そうした資本の活動形態として、また活動分野として観光産業（観光供給業）がある。既に観光対象物が存在する場合には、改めて観光対象物を構築する必要はない。例えば、有名な史跡、温泉、観光寺院などが存在する場合には、新しい観光対象を構築する必要はない。もっとも、既存の観光対象や観光地で、もはや多くの観光需要を見いだせない場合には、新しい観光対象を構築していくことが必要である。

このように、利潤を獲得する目的で社会的に観光対象を新規に構築し、観光需要を吸引しようとする場合、それを「観光供給」と呼ぶことにする。つまり、「観光供給」というのは、新しい観光需要をどう惹起させ、既存の観光需要にどう対応するかという視点から、いっそう具体的には、いかに利潤を獲得するかという視点から観光対象の供給を行うことである。その限りにおいて、この種の「観光対象」は私的所有あるいは公的所有との関連において私的に提供されるとい



うことになる。このような観光目的で供給される観光対象，したがって私的ないし公的に所有関係をふまえた観光対象としては，以下のようなものがある。

①観光空間を形成する場合。海浜リゾートの形成をはじめ，ハウステンボス（長崎県），スペイン村（バルセロナや三重県），ディズニー・ランド（ロサンゼルス・浦安），チボリ公園（コペンハーゲン・倉敷）などのように，大人も楽しめる遊園地の造成などが，その代表的なものである。

②また観光を目的とした個別的な建造物を構築する場合。例えば池田町（北海道）のワイン城や高層タワー（京都・パリなど）といった建造物がそうである。

③さらに，それ自体が観光の目的となるような交通手段を建造する場合。例えば地中海やカリブ海の豪華クルーズ客船，琵琶湖や芦ノ湖の遊覧船などをはじめ，オリエント急行，スイスの登山鉄道，トワイライト・エクスプレス，嵯峨野観光鉄道なども，この種の観光対象に含まれる。また，特殊な交通機関としては，観光馬車（マラガ，グアダラハラ，ルクソールなど）やラクダ（敦煌，ゴビ，ギザ），象（ジャイプール，シュリムアップ）などの動物を利用した交通手段も観光対象となっている。

④文化・芸術などの人間活動を観光対象と催している場合。アルゼンチン・タンゴ（ブエノスアイレス），ヌビア・ダンス（アスワン），アプサラ（カンボジア），フラメンコ（グラナダ），京劇（中国），水上人形劇（ベトナム），淡路の人形浄瑠璃，京舞など。

#### （ロ）新しい社会的観光対象

「観光」の概念を「未知への期待と感動体験の旅」と規定しておいたが，こうした「観光」概念がもっとも妥当する観光対象となるのは，本来別の目的で建設されたもの，あるいは別の目的で展開されている人間活動が転化して，観光対象となったものである。次の五つの場合がある。

①社会資本を観光対象とする場合。これは橋梁（明石海峡大橋，金門橋など）をはじめトンネル（津軽海底トンネルなど），高層ビル（エンパイヤー・ステートビル，シアーズ・タワー，東京都庁など），ダム（アスワン・ハイ・ダム，イタイプーダム，黒四ダム，椎葉ダムなど），鉄道駅（京都駅，ロンドンのビクトリア駅，モスクワの地下鉄駅など）。

②交通機関を観光対象とする場合。観光旅行には，交通手段を利用するが多い。その場合，新しい交通機関などを観光対象とすることがある。フランスのTGV，日本の新幹線（特に最近では500系や700系）や青蔵鉄道などがそれである。またロンドンの二階建バスもかつては観光対象であった。これらは本来は観光目的に造られたのではないが，珍しいこともあって，観光対象とされることがある。

③さらに最近では産業観光がある。これは，製造業をはじめ商業なども含む広範な産業の施設や技術が観光対象となることがある。チェリー酒（ヘラス・デ・ラ・フロンテラ）をはじめ，ヨーロッパ各地のワイン醸造所，日本でも酒やビールの醸造業が観光対象となっている。また世界各地の自動車製造工場をはじめ，原子力発電所や先端科学技術をもった諸産業も観光対象となっている。

特に観光農業，観光漁業などのように，サービス産業の一つとして確立されてきている場合もある。

商業活動もまた観光対象となっている。例えば、グランド・バザール（イスタンブール）は輝く金銀宝石の市場として、またフナ広場（モロッコのマラケッシュ）では大道芸人も出る露天市場として、さらにカシュガル（中国）の日曜バザールは空前の人出がある市として観光対象となっている。マドリッドの泥棒市や京都の「弘法さん」や「天神さん」も観光対象となっている。グアダラハラメルカドは、その商業施設が観光対象となっている。

④人間の多様な生活形態もまた観光対象となってきている。例えば、オランダ（ブラジル）や麗江（中国）などはその歴史的ないし風土的な住居や町並みが観光対象となっている。また、食事の面では、中国の満漢両全や上海蟹の料理をはじめ、クスクス（アルジェリア）や京料理なども、有名な観光対象である。

衣服については、インドのサリー、ベトナムのアオザイ、中国服などの民族服が観光目的に着用されることがある。日本では、京都の舞妓姿（だらりの帯）なども観光目的で着用されている。さらに「どこどこで買物する」という行為が観光目的となっている場合もある。ショッピング・ツアーがそれである。パリのシャンデリーゼでの買物ツアーや日本海への鮮魚の買出ツアー、オーバン（スコットランド）の1ポンド・ツアーはその事例の一つである。

⑤人間の多様な文化・芸術活動およびその結果もまた観光対象となる。これは本来は観光を目的としたものではなかったものが、観光目的の多様化によって、観光対象とされるようになったものである。例えば、ルーブル美術館をはじめプラド美術館、エルミタージュ、大英博物館、カイロ考古学博物館、ラホール博物館、人類史博物館（メキシコ）などがそうである。またパリ祭、カーニバル（リオデジャネイロ、オルロなど）、東北の四大祭、神田祭、大阪の天神祭、京都の祇園祭、博多どんたくなどの祭りが、これに含まれる。なお、これらの祭りは、観光目的のため、「観る祭り」から「参加する祭り」へと変化してきていることに留意しておく必要がある。

以上、観光対象を類型化して、紹介してきた。敢えて指摘しなかったが、その特徴は「多様性」である。この多様性は、まさに「未知への期待と感動体験」が多様であることの反映である。それと同時に、資本活動の一環として提供される「観光対象」の多様性を反映したものである。

社会科学としての経済学から問題になるのは、こうした観光対象の多様性そのものではなく、まさに、こうした観光対象に関連する社会経済的諸関係である。

とりわけ、こうした観光を通じて行われる資本蓄積活動の構造を解明することにある。その場合には、さらに検討すべき種々の問題が生じてくる。それは「観光資源」、「観光供給」、「観光業」、「観光関連産業」という諸範疇の概念規定に関する問題である。次節では、それらの諸範疇について、経済学の立場から検討していくことにしよう。

#### 第四節 その他の理論的諸問題

これまでは、「観光」、「観光対象」などの概念規定について検討し、また観光対象について分類してきた。だが、社会科学、とりわけ経済学から観光を問題にする場合には、なお多くの理論的問題が残されている。例えば、前節において観光対象について区分してきたが、これらの区分は極めて現象的な区分でしかない。むしろ、社会科学から観光対象を問題にする場合には、この

観光対象を誰が所有しているかという基本的な視点から区分しておく必要がある。こうした問題を提起する理由は、社会科学の場合には、「観光」をめぐる社会的諸関係、そして経済学の場合には「観光」をめぐる経済的諸関係の解明こそが社会的に課せられた使命であり、またそれを研究目的としなければならない。

このように「観光」をめぐる経済的諸関係を解明する場合には、所有関係の構造的把握を前提として、以下のようなことを理論的に検討していきたい。

まず第一に、「観光対象」と「観光資源」との概念上の差異について明らかにすることである。第二に、観光需要を「観光欲求」と区別したのと同様に、「観光供給」についても、その実質的内容を考察してみる必要がある。第三に、観光料金の問題、そして第四に観光関連産業の範囲に関する問題。本来であれば、これらの諸問題は一つの節をもって検討すべきであるが、本稿では紙数の関係で一つの節にまとめて、これら四つの問題について簡単に言及しておきたい。

#### (イ) 観光対象と観光資源の差異について

岡庭氏は「観光の対象」について、「観光の対象となりうる観光資源は自然資源と人工資源に分かれる。」と述べている。<sup>1)</sup>つまり、この文章では、観光資源を開発して「観光の対象」となるということを前提として、観光対象を区分する場合でも、観光資源を区分することと同じように取り扱っている。

『観光資源論』を著した足羽洋保氏は、「観光資源とは、『観光対象』（人の観光意欲を満たすすべてのもの）から観光事業体の供給する財貨とサービスを取り除いたもの<sup>2)</sup>と規定したうえで、「一般産業において資源と呼ばれるものは、需要に直接応ずる生産品ではなく、それらの原材料の涌くを指すのが普通である。……このような一般の用例の振合いからいうと、個々の観光対象を観光資源と呼ぶことは適当ではないように思われる<sup>3)</sup>とし、観光資源という用語が、「比喩的な用法であることを免れない<sup>4)</sup>と述べている。

しかしながら、国際的な観光事業の重要性やその経済効果が注目されてきたときに、この「観光資源」という言葉が採用されたとし、観光基本法でも用いられ、一般化してきており、「理解しやすい便利な用語であり、しかもその地位がすでに確立しているのであるから、この語を活用して、観光資源の保護、育成、開発について一般の留意を促すことが適切であろう<sup>5)</sup>としている。

だが、このような便宜的かつ比喩的な表現としての用語は、社会科学としての観光経済学を展開していく場合には、不適切である。また、科学方法論からみて正しくなく、極めて理解しがたい用語である。

河村誠治氏は、「観光資源は、観光客に観光動機を生じさせ、観光目的地を選択させる上での決定的要素であり、観光魅力と言えるものである。全ての観光資源はもともと潜在的な観光資源であり、それを人々が認識し利用するまでの諸々の開発行為（宣伝活動も含む）によってはじめて現実の（顕在的な）観光資源となる<sup>6)</sup>と述べている。

河村氏の場合には、「観光資源」の「資源」という意味が理解できていない。その結果、潜在的と顕在的との差異という形式論理に陥ってしまう。とくに、「顕在的な観光資源」の概念が観光対象とどのように異なるのか、全く曖昧である。

しかも観光対象の評価度である「観光魅力」と混同している。さらに「観光資源を観光資源と

して評価するのはあくまでも観光客である<sup>7)</sup>」と言うに至っては、観光対象と（顕在的）観光資源とを完全に同一視している。

それでは、「観光資源」を科学的にどのように規定するのか。その点では、「現時点では観光対象とはなっていないが、交通手段や宿泊手段などの開発によって、いずれ観光対象へ転化する可能性があるもの」と規定しておきたい。この規定では、観光需要者と観光供給者の両者からでも用いることが可能である。

ここで、「観光資源」という用語で問題となる点を指摘しておきたい。まず、最初に指摘おくことは、観光客が期待し、感動をうるものは、あくまでも「観光対象」であって、観光資源ではない。観光資源はあくまでも、観光対象となりうる可能性があるという存在でしかない。したがって、特別の場合を除いて、観光客は関心をもたない。

観光資源を開発して観光対象へ転化させることに関心をもつのは、観光業者や地域開発業者、あるいは地方自治体などであり、それを意識した場合に、「観光資源」という用語が用いられるのである。逆に、これらの経済主体は、関連している観光対象については、観光対象を鑑賞するという行為はとらないのである。むしろ観光資源を開発して観光対象とした場合、それをいかに経済的に運営し、利潤を確保するかという方向でしか関心は無いのである。判り易く言えば、「観光対象」は、いわば観光客の立場から「観光」を問題する場合の範疇であり、「観光資源」は、これを観光対象へ転化させる観光関連業者の立場から問題する範疇であると言っても、過言ではない。

確かに、観光客が関心をもち、また観光関連業者が開発の結果として意識する「観光対象」は、それ自体としては同じものであろうが、「観光対象」と「観光資源」とは明らかに異なった概念である。したがって、「観光資源」は「観光対象」になることもあれば、社会経済的に、また技術的になりえないこともある。

ついでながら、岡庭氏は「観光資源」を「自然資源と人工資源」とに区分しているが、このような区分は、人工資源をもっと細分化して分類することが必要かと思われる。具体的には既に前節で分類方法を示しているので、それを参考にすれば良いであろう。

問題となるのは、「観光資源」を区分するもう一つの視点、つまり、観光資源を開発することが社会的・技術的に可能かどうかということである。開発が技術的に可能だとしても、資源の所有者が拒否すれば、開発は出来ないし、さらに経済的に採算がとれるかどうか、つまり資本制経済のもとにおける資本蓄積運動との関連で問題を把握することが大切なのである。もっと言えば、観光資本が観光資源を観光対象へ転化させたとしても、それによって平均利潤以上の利潤を確保しうるかが問題なのである。過剰資本の処理形態として、観光資本の運動を把握する場合には、とくに実現利潤率の問題を念頭に置きながら、問題へ接近することが必要なのである。

- 1) 岡庭博『観光論概要』, 前出, 44ページ。
- 2) 足羽洋保『観光資源論』, 中央経済社, 平成9年, 5ページ。
- 3) 同上書, 5～6ページ。
- 4) 同上書, 6ページ。
- 5) 同上。
- 6) 河村誠治『観光経済学の原理と応用』, 九州大学出版会, 2004年, 49ページ。

7) 同上。

(ロ) 「観光供給」について

「観光供給」という概念は、「観光財」を「供給する」主体を前提とする。ところが、観光客からみれば、必ずしも、特定の主体から「供給」して貰わなくてもよい場合がある。つまり、観光対象が、広範囲にわたって自然現象として存在するか、また現れる場合には、一般的には、その観光財を誰も所有することは出来ず、したがって、観光供給するという行為自体が存在しえない。例えば、グランドキャニオンやヒマラヤの山々、あるいはオーロラや蟹気楼のように、遠景の眺望や天体気象などがこれに該当する。

また、観光財を個人が所有している場合でも、これを無償で、つまり無料で開示している場合がある。この場合には、開示時間の制約についてはともかく、社会的関係で特殊な場合でない限り、観光供給であっても、それを経済学としてどう取り扱うのかという問題がある。

観光供給で問題となるのは、観光財（観光対象）の所有者（その賃借者も含む）が、これを有料で開示、供給している場合である。

もとより、観光財を有料で供給しても、その料金が観光財の維持費あるいはそれさえも下回る場合もある。また、それでも「よし」とする観光財の供給者も存在している。国および地方公共団体、各種の宗教団体、学校法人などの各種法人、さらに株式会社であっても、メセナとの関連では低料金で観光財を提供、供給している場合などが、それである。つまり、ここで言いたいのは、観光財の所有者が、観光財を供給しても、経済的に採算が採れない、つまり平均利潤を挙げえない場合もあるということである。

もっとも、現代の資本制社会においては、いわゆる観光資本が、平均利潤以上の利潤獲得を目指して、いわゆる営利的に観光財を供給している場合が多い。とくにマスコミ等の媒体を通じて宣伝しているのは、この種の観光供給が圧倒的に多い。

このように、観光財をめぐる需給関係は、一般的な商品取引関係とは異なり、観光供給者の性格や社会経済的な役割によって、多様な形態で存在しているのが現実である。

ところで、「観光供給」という概念について、河村誠保氏は、次のように述べている。

「観光供給は、観光地での観光商品の供給主体が一定期間に一定価格で観光市場に提供する観光商品の総量である。<sup>1)</sup>」

この文章には、検討すべき用語が幾つかある。具体的には「観光商品」およびその「総量」、「一定期間」と「一定価格」、「観光市場」といった用語の内容である。

まず観光商品というのは、観光財のことであろう。確かに観光財は、その全てが観光対象になる。だが、観光商品にならないものもある。このことは既に見てきた通りである。

河村氏の場合には、資本制社会における観光産業を前提としており、この観光産業が観光商品を供給することによって、その対価を受け取るとしている。つまり、観光財の中で、対価を受け取る観光商品の供給だけに、「観光供給」を限定してしてしまうのである。こうした限定が、研究方法の一つであることは否定しない。

しかしながら、観光の特殊性の一つは、観光財の多様性であった。この多様性に規定される場合もあるが、観光財の供給は、観光財の所有という問題と密接に関連しており、有料のこともあ

れば、「遠景」のように、「供給」ということがもともと存在しえない場合もあるのである。

したがって、観光財の多様性、また観光供給の多様性という前提を無視した観光経済学では、極めて限定された範囲での観光財しか取り扱えなくなる。例えば、河村氏の場合には、この供給者を「観光産業」に限定しているが、観光の場合には、観光産業だけが「観光財の供給」者ではないのである。これも、既に見てきた通りである。

さらに、観光財の多くは「唯一性」あるいは「稀少性」を伴った財という特殊性をもっている。また、無形の観光財もある。そうした観光財の特殊性を無視して、「観光商品の総量」という集積概念を用いていることは、不都合である。ここは、「観光財の総体」とすべきであったと思われる。

なお、河村氏は「観光供給」を二つに区分する。それは、「基本的な観光供給と補助的な観光供給とに二分できる<sup>2)</sup>」という文章がそれである。

河村氏の言う「基本的な観光供給」が、部分的であるにしても、それが観光対象となる観光財の供給であることは間違いない。しかし、「補助的な観光供給」は、観光財の供給ではなく、観光財の供給を受けるための、判りやすく言えば、観光需要を満たすために必要な用役であって、それ自体は、交通用役や宿泊用役でしかない。観光供給という概念は、あくまでも、「観光財の供給」そのものでなくてはならない。

さて、資本制社会における特徴的な観光供給について、触れておこう。

観光資源を開発し、それを観光対象（観光財）として供給しても、資本制社会の場合には、それを供給する観光資本が、少なくとも平均利潤を確保できなければ、その観光供給は経済的には中止せざるをえない。つまり、優れた観光財であっても、それを供給することができないという社会的な矛盾をもっている。これは同時に資本制的観光供給の一般的な特徴でもある。

さらに、資本制的観光供給には、ある一定の限界がある場合がある。いっそう正確に言えば、いくら観光需要が多くても、それに対応して観光供給を増加できる場合とできない場合があるということである。自然的観光対象や歴史的観光対象は、そのものが物理的に限定されており、それを人為的に拡大したり、拡張できない。また、社会的観光対象であっても、用地拡張の余地がない場合もある。ここで問題となるのは、観光対象が限定されている場合、観光需要を増加させる施設などを建設しても、観光供給の「質」が低下するということである。例えば、「閑静さ」といった観光環境をも観光対象としている場合には、観光需要の増加自体が観光供給の質を低下させてしまうという問題である。とくに京都や平泉などのように、寺社仏閣を観光するような場合には、この問題を真剣に考慮しておく必要がある。

さらに、本来他の目的で建設されたものを、資本制的観光財とした場合、観光客の増加や観光業者との関連で、本来の機能目的を果たせなくなることがある。例えば本来は、工場や宗教的な目的で建立されたり、スポーツ施設として建設されたものが、その本来の目的を達成するうえで、困難となってくる場合がある。この場合には、観光供給を止めたり、限定された範囲内で見学や鑑賞させるだけに止めてしまうこともある。このことは、いかに優れた観光対象であっても、観光客にひろく解放して観光供給することが、逆に観光供給を困難にするという矛盾をもつに至る場合があるということを示している。

要するに、観光供給は、一般商品の供給とは異なった特殊な性格をもっており、その特殊性を

無視した経済学は、一面的な研究に留まるということである。

- 1) 河村誠治, 前掲書, 67ページ。
- 2) 同上。

#### (ハ) 観光料金について

観光料金は、価格一般が需要と供給の関係によって決まるように、観光需要者と観光供給者との力関係によって決まる。この場合の観光料金とは、観光地へ赴く旅行の代金や観光地あるいはその周辺地での宿泊料などではなく、観光対象に対する見学料、入場料、鑑賞料、体験料などのことを指す。つまり、旅費や宿泊費は含まないものとして、観光料金を検討していきたい。

さて、観光料金が、観光需要と観光供給との関係によって決定されるとしても、観光需要側からの支払料金の想定価格と観光供給側との価格設定の論理は異なる。

まず第一に、観光料は、既に述べたように、観光財の多様性に規定された観光供給の多様性として現れる。しかも、多様な社会経済的諸条件のもとでは、観光財の用役を提供する観光供給も多様であり、有料の場合もあれば無料の場合もある。また有料であっても、それが採算を度外視した料金の場合もある。

第二に、観光用役を享受する者、つまり観光客にとっては、とりわけ遠隔地で観光する場合の多くは、「リピート性」をもたないため、いわゆる競争によって法則的に決定される料金（価格）とは異なる。つまり、一般商品の価格決定機構とは異なる。

つまり観光需要者の論理は、観光欲求を満足させてくれるであろうという期待感を価格で評価したものが、観光需要価格となる。ここでは、観光需要者間での競争が生じないということが、観光供給価格に対して硬直的な対応となる。

第三は、観光財を私的に所有し、かつそれを価値増殖のために活用するという観光供給者の論理としては、一定数の観光需要者数を確保することができた場合、その需要者数を前提として、費用価格プラス平均利潤という供給価格を設定することになる。つまり、観光財の一般的な供給とは区別された、観光資本による資本蓄積運動の一環として観光料金が設定されることになる。

しかも、観光供給者の論理としては、一定の価格設定をする場合、観光対象の唯一性という事情から、供給独占価格を設定することが多い。この場合には、唯一性のある観光対象（観光財）を私的に所有しているということが前提となる。

ところが、観光対象を私的に所有していない場合、あるいは所有できない場合でも、観光料金を徴収できる場合がある。それは、一定の場所や施設を確保することによって、観光需要の満足度を高めたり、それを可能とすることができる場合である。このような場合には、観光施設の設営費用（生産価格）と地代を含んだ料金を観光客から徴収することになる。なお、言うまでもないことだが、地代のうち、労働の対象物ではない部分については、虚偽の社会的価値であるが、ここで言う「地代」も、まさに「位置の地代」として実現される虚偽の社会的価値である。つまり、そうした観光対象をあたかも私的に所有していないが、観光欲求を満足させる場所を占有することによって、その場所代を地代として徴収するのである。この場合には、観光供給者と土地所有者、観光開発業者などとの力関係によって、観光供給価格の形成をめぐる競争が行われるの

である。

また、観光資源を国や地方公共団体が所有し、個別業者では観光開発が不可能な場合がある。この場合には観光資源（国有財産や公共財産）を払い下げる運動が展開されるであろう。その結果は国および地方公共団体などと個別観光開発業者との力関係で決定されよう。その結果としての観光供給価格は、こうした観光資源（広義の土地）を取得するのに必要な諸経費や費用調達に必要な利子部分までが、観光供給価格に含まれることになる。

観光料金については、さらに付記しておくべきことがある。それは観光財の提供が私的であれ、公的であれ、いわば国家ないし地方公共団体のある政策目的として料金設定する場合がある。

その一つは社会福祉政策の一環としての料金設定であり、高齢者や若年者、あるいは心身障害者などに対する割引料金の設定ないし無料化である。

第二には、地域居住者に対する割引料金の設定。とくに、観光財ないし観光施設の存在、あるいは観光客による騒音やゴミ集積に対する地域住民慰撫政策としての料金設定である。

第三は、外国人に対する高い観光料の設定。これは、外貨獲得政策とも関連するが、為替相場との関連で、自国民に対する料金よりも異常に高い料金を設定している場合がある。

要するに、観光価格（観光料金）は、一般商品の価格決定法則とは異なった特殊な料金設定が行われているのが、むしろ通常である。そうは言っても、こうした観光料金の設定の背後には、資本制経済における価格決定の法則があることを忘れてはならない。

したがって、観光料金については、その多様な実態を踏まえて、観光料金の設定形態を類型化し、それぞれれについて、市場生産価格を基礎としながら、擬制価値、独占価格、国家価格などの価値諸範疇を導入しつつ、総合的に理論化していかねばならない。

## （二）観光業および観光関連産業について

観光業と観光関連産業を区別する場合には、まず「観光」とは何かということをはっきりしておかねばならない。「観光」を「未知への期待と、感動体験を伴う旅行」と規定した以上、「観光業」は旅行と関連しているという産業であることが前提となる。この前提に立脚して、「観光業」は、「未知への期待と感動的体験」という用役を直接的に供給（提供）する業種ということになる。

ところが、観光用役を供給する側からみれば、観光客にとって、それが「未知なるもので、感動を与えるもの」であるかどうか判断しえない。もとより、これまでに存在しない新規の観光財を提供する場合でも、「感動を与える」かどうかは、判断しえない。むしろ、観光供給側からみれば、観光産業とは「未知なるものを提供し、感動体験を供給することによって、利潤を追求する産業」とした方が適切である。

観光産業に関して、こうした二つの規定が生ずるのは、観光に係わる社会経済関係、すなわち観光需要者と観光供給者との関係を反映した産業だからである。

「観光業」あるいは「観光産業」というものの抽象的な規定は、これでよい。しかしながら、具体的に「観光業」あるいは「観光産業」が独立した産業部門として存在するかという点になると、問題が生じる。なぜなら、旅行と関連する場合で、かつ「未知なるものを供給し、顧客に感動を与える業種」として独立した産業は存在しない。少なくとも、日本の産業分類には存在しない。



い。

その理由は、いわゆる観光対象となるものが、多様であり、それだけに、「観光業」も多様な産業に分かれた形で存在しているからである。ここに「観光業」あるいは「観光産業」の特殊性があると言えよう。

判りやすく言えば、観光需要者（観光客）の未知なるものへの期待に応え、感動体験させるような「観光財を供給」した場合には、それに対する代価を要求することができる。そして、ここに観光業が成立する抽象的可能性があるのである。これは、観光業が成立する必要条件である。

だが、それだけでは十分ではない。資本制社会のもとにおける「観光業」は、観光財の供給によって、平均利潤をあげなくてはならない。したがって、観光財の供給をすることによって、平均利潤以上の利潤をあげている産業部門や企業の総体が、いわば資本制的な観光業、あるいは観光産業ということになる。

現代における観光業の主たる担い手は、資本であり、その資本を観光資本と規定する。このような規定をしてしまえば、平均利潤をあげえない観光財の供給は、資本制的観光業とは言えない。観光産業については、その存立の必要条件と十分条件について、以上のような内容をしっかりと把握しておかなければならない。

さらに、厄介な問題がある。その第一は、「観光業」と言っても、実際には明確な業種設定ができないということである。既に、明らかにしておいたことだが、観光財およびその供給形態は多様であり、特殊な産業分類をする必要がある。

岡庭氏は、観光産業について、次のように規定している。

「一般に観光産業として考えられるものは、宿泊業、観光に関係のある交通業、旅行あっせん業、観光客を主たる対象とする飲食店、観光用の慰楽施設、展望台などの観光施設、通訳案内業などである。しかし、観光に必要な施設や産業はこれらだけではない。道路や駐車場などの施設、案内標識や博物館、記念館、公園なども観光上必要な施設である。」<sup>1)</sup>

さらに脚注では「田中喜一教授は観光営業を基礎的観光営業と補助的観光営業とに分け、前者を鉄道、自動車、海運、水運、航空などの交通業、宿泊業、旅行あっせん業（通訳案内人を含める）、後者に料理飲食業、娯楽場、温泉場、土産品業をふくませている。秦・入沢（『観光事業』）では交通業と宿泊業、旅行あっせん業、慰楽施設、土産品業、料理飲食業をあげている。」<sup>2)</sup>という補足をおこなっている。

岡庭氏の規定は、いわば「観光産業として考えられる」という具合に、やや曖昧に規定している。つまり、これらの産業のすべてが観光産業であるのではなく、常識的にみて、「観光産業が含まれる産業」を列挙しているに過ぎない。このことは秦・入沢氏の規定にもあてはまる。

こうした問題の所在を明確に意識していたのが、前述の田中氏の「基礎的」と「補助的」という観光産業の区分である。

ところで、田中喜一氏は、「基礎的観光営業と補助的観光営業」に区分しているが、この区分も曖昧である。なぜなら、基礎的観光営業の全てが観光産業ではないし、補助的観光営業の場合でも、観光対象となっている郷土料理、遊園地、温泉、土産品があるからである。つまり、田中氏が言う「補助的観光営業」の中には、明らかに観光需要となっている観光対象があり、これらの観光対象を供給する業種は観光産業なのである。

これまでの考察でも明らかなように、具体的な産業として既存の産業分類による業種指定は極めて困難である。つまり、「観光産業」というのは、各産業の中で「観光に関連した部分」の総体なのである。

ところで、「観光関連産業」という概念は、一般的に考えれば、「観光産業に関連した諸産業の総体」という具合に規定されよう。しかしながら、「観光産業」それ自体が、各観光に関連した、もっと適切に表現すれば、観光供給をおこなっている各業種の総体である以上、「観光関連産業」という概念を上記のように理解することはできない。言うなれば、「観光産業」自体が各産業の中において観光に関連した業種部分の総体だからである。端的に規定すれば、「観光産業」は、「観光に関連した産業の総体」なのである。

だが、観光産業をこのように把握しても、「観光財の供給にどれだけ関連しているか」という関連度の問題が残される。そこで、「観光産業」とは、観光財の供給を直接行う産業（業種の総体）とし、それとは別に、そうした観光財の供給はしないが、それを可能とする、あるいは観光財の享受を補助する（可能にする）産業（業種）として、「観光補助産業（業種）」を設定することが、現実的である。

しかしながら、一般的には観光補助産業であるが、特殊ないし個別的には、それが観光産業となる場合がある。例えば、鉄道の場合だと、オリエント急行やトワイライト・エクスプレス、あるいは嵯峨野観光鉄道などは、この列車に乗ること自体が観光目的なので、これを運行することは観光財の供給を行っていることになる。つまり、観光資本として機能している。しかしながら、この観光列車に乗せるために、観光客を運ぶ列車は、場所的移転が目的なのであって、それを観光産業とは言わない。それは、あくまでも観光補助産業としての資本活動なのである。

それ自体が観光財を供給するのではない産業や業種、すなわち一般的な交通手段をはじめ、宿泊施設などは、観光補助産業に属するといえよう。

観光産業が「観光財を供給する産業」であるのに対して、このような観光補助産業は観光財そのものは供給しないが、それを可能にするための補助的な産業や業種である。したがって、「観光関連産業」という用語は、この観光産業と観光補助産業の両者を含むものであり、これを観光産業と対比させた概念とするのは、多くの誤解を招くようになる。観光財を直接的に供給しているかどうか、そのことを基準として、観光産業と観光補助産業とを明確に区別しておかねばならない。

- 1) 岡庭博『観光論概要』, 前出, 226ページ。
- 2) 同上。

[2007年2月9日]