

World Tourism Update

Bimonthly Newsletter of Tourism Education & Research

WTU No.8 / 2014.11

UNWTO, WTTC —2 機関を中心とした観光教育、研究に関わる世界の情報—

UNWTO & WTM Ministers' Summit: the legacy imperative of mega events

2014年11月4日に、「観光とメガイベント：長期的遺産を生み出すために」をテーマにロンドンで開催された UNWTO&World Travel Market(WTM) Ministers' Summit では、メガイベントと観光の間の「計り知れない相乗効果 (immense synergies)」は、開催地やそこに住まう人びとに対する長期にわたる利益に活用すべきであると強く主張された。国際イベント実施期間中の開催地のメディア等への露出は、インフラ整備とともに、メガイベントが地域にもたらす最大の意義のひとつである。

サミット開会にあたり、UNWTO 事務局長の Teleb Rifai 氏は、「開催地は、雇用機会、投資やインフラ整備などに加え、メガイベントの可能性を長期的、かつ最大限に引き出すための手法、具体的には国の認知度を高める方法やコミュニティの巻き込み方などについても考えなければならない。」と述べた。

具体的な事例として、ブラジル観光副大臣の Vinicius Lemmerts 氏は、「このアプローチにおいてコラボレーションやパートナーシップが最も重要である。」と述べ、2014年にブラジルで開催された FIFA ワールドカップにおける公共と民間の協働への過程について紹介した。また、中国国家観光局の Jiang Du 氏は、2008年北京オリンピックを例に、「私たちは学生や若者、退職した人々を巻き込むことができた。ボランティアはメガイベントの実施に必要不可欠であった。」とボランティアの重要性について述べた。

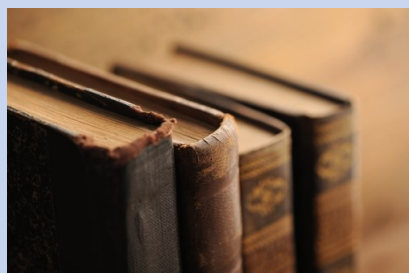
雇用創出やインフラ整備といった有形の利益に比べ、メガイベントの無形の利益は目に見えにくいだが、同等に重要である。南アフリカ観光庁の Derek Henekon 氏は、「1995年に開催したラグビー世界大会は、結果的に、我々の潜在的なキャパシティを証明する機会となった。」と述べ、メガイベントが国のイメージ回復に大いに貢献したことを紹介した。また、サウジアラビア政府の Hamad A. Al-Sheikh 氏は、年に一度の5日間の開催で300万人以上が訪れるメッカ巡礼を「最も大きく、歴史あるイベント」として紹介し、メガイベントのテーマはスポーツに限定されるものではないと述べた。

その一方で、イベント規模に関わらず、開催そのものの可能性についても議論が繰り返された。例えばチュニジアでは経済的持続可能性を目的とした小規模イベントの推進している。特に、文化イベントは国を発展させるきっかけとなり、さらに様々な国の人々を集めることによって、文化理解や平和へ繋がる可能性を秘めているという。

以上のように、サミットでは、イベント開催するにあたって、その影響力や持続可能性についての的確な把握やより早い段階からの準備、そして何より各国の目的に則したイベントを行うことの重要性が強調された。

<http://media.unwto.org/press-release/2014-11-05/unwto-wtm-ministers-summit-legacy-imperative-mega-events>

A new chapter - is literary tourism the future? Literary tourism is very much on the rise



映画やミュージカルと同様に、文学をテーマとした観光が今注目を集めている。その小説がフィクションであっても、作者が辿った道を歩いたり、詩人の記念碑を訪れたり、というこの新しい観光スタイルは特に文化遺産が豊富な地域で人気を集めている。

文学観光は、例えば「トーマス・ハーディの道」のように、文学ファンが小説の一文、あるいは作家のバックグラウンドに価値を見だし、作家の石碑を訪れ、小説に関連する地域を散策する。まさに現代巡礼であるといえる。博物館は文学作家の生家や終の棲家などを保存するのみであるが、観光客は文学マップやツアーガイド等のサービスを利用しながら様々な体験をする。

これら体験の主な目的は、この空間や時間がどのように執筆に影響したか、あるいは、小説は社会や地域にどのような影響を与えているのか、についてより詳しく知ることにある。「作家が作品を生み出した空間に触れることで、彼らの生活や作品の制作過程を垣間見ることができる。それは、作家に対する聖地巡礼や敬意の表れでもあり、またその一方で、古い友人を訪ねているようでもある。それらすべてが観光客にとって貴重な経験となる。」と Mark Twain House & Museum の Cindy Lovell 氏は述べる。ここ何年かは、文学観光の中心地と言えばイギリスのニューイングランドとストラットフォード＝アポン＝エイヴオンであった。前者はラドヤード・キップリングやエディーワートン、後者は、言うまでもなく、シェイクスピア生誕の地である。今年は、シェイクスピア生誕 450 周年ということもあり、多くのイベント開催も相まって何千もの観光客が世界中から訪れている。

<http://www.wtcc.org/global-news/articles/2014/oct/a-new-chapter-is-literary-tourism-the-future/>

Research and Journals —主な論文、特集号、新刊紹介—

場所のマーケティング



観光のマーケティングは、観光産業と観光地という2つの異なる領域を対象としている。前者は、サービスマーケティングとほぼ重なっており、研究上の混乱は少ない。一方の后者は、広くいえば場所のマーケティングなのだが、都市や地域の問題がそれぞれ個別であるため、問題解決に向けた実践や研究も文脈依存性が強くなりがちである。たとえば日本では、商店街が多く研究されている。海外の事例にもとづく研究も増えてきたが、やはり日本的な文脈での研究が多い。そのほか、近年注目の地域ブランドを取り上げてみても、日本の現場では製品のブランディングばかりが意識されるという調査結果がある。コトラーらは、場所のマーケティングにおいて①訪問者、②住民・勤労者、③企業、④製品の購入者という4つの顧客群がいると示している。観光客や住民や企業を誘致するためのブランディングもありうるということだ。逆に海外での地域ブランド研究は、製品への意識が少ないようにも感じられる。おかれた文脈に依存することは、決して悪いことではない。ただしそのことに無自覚であるよりは、相対化のための何らかの分析視角が必要だということであろう。

(執筆 佐々木壮太郎准教授)

《参考文献》

- 阿久津聡、天野美穂子「地域ブランドとそのマネジメント課題」『マーケティングジャーナル』27(1)、4-19、2007年。
石原武政、石井淳蔵『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社、1992年。
畢滔滔『よみがえる商店街：アメリカ・サンフランシスコ市の経験』碩学舎、2014年。
フィリップ・コトラー、ドナルド・H・ハイダー、アービング・レイン『地域のマーケティング』（井関利明監訳、前田正子、千博、井関俊幸訳）、東洋経済新報社、1996年。(Kotler, Philip, Donald H. Haider, and Irving Rein, Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations, Free press, 1993.)

「Toward A Community-driven Development Model of Rural Tourism: the Chinese Experience」

Light, D., *Tourism Geography*, 2013. vol. 16, 1: pp. 141-156



農村ツーリズムは農村観光スポットの下で、休日にレジャー活動を行うことである。中国では、農村の文化遺産や、特に伝統的な職人の技術と経口形文化遺産が多数、農村観光開発のために保護され開発されている。また、農村ツーリズムは農村に残された有形・無形の文化遺産保存にも重要な役割を果たす。この論文では、北京郊外、中国農村ツーリズムの3つのケーススタディ(サプライチェーン、地域密着型の外部投資家の共生、及び意思決定の民主化)に基づいて、農村観光のコミュニティ主導の開発 CDD(community-driven development)モデルを提案する。これまでの中国における農村ツーリズムの取組では、外部の投資家が権威を握る CBTI (Community Benefit Tourism Initiative)アプローチと政府主導の PPT (pro-poor tourism)のアプローチの双方を適用したが、持続可能な開発モデルの実現に失敗で終わっている。これを受け、より友好な農村観光モデルの探求を目指した、CDDモデルが中国で期待を集めている。

中国の農村観光は、20年以上に渡り中国の政治・社会・経済システムに従って、中国の農村ツーリズムの実践に様々な取組が進められてきた。しかし、それにも関わらず、顕著な理論的結果や潜在的なベストプラクティスの実施について国際的な研究コミュニティにおいてほとんど話し合われてこなかった。政府は中国観光における、すべての開発課題において主導的な役割を果たしているため、今後の研究では、CDDモデルを採用した新たな政府の役割を検討する必要がある。

(執筆 M1 陳麗)

Conferences, Seminars —世界各地の主な学会(CFP情報)、セミナー—

● 2015/6/18 - 20 TOURAVEL '15 (International Tourism and Travel Studies Conference), Istanbul, Turkey



概要：TOURAVEL' 15 は、世界中から様々な専門分野の研究者を招き、現代社会の旅行、観光について、異なる視点、また領域横断的な視点から議論することを目的としている。

CFP：発表要旨 2015/3/13

フルペーパー 2015/5/15

<http://www.touravelconference.org/>

● 2015/6/24 - 27 ICOT2015 (International Conference on Tourism), London, United Kingdom



概要：今回で 5 回目となる ICOT では、ロンドンにキャンパスを構えるミドルセックス大学において、「観光に関わる学問が政策決定やエンドユーザーにどのようなインパクトを与えるのか？」など、マーケティング、ブランディング、観光に関わる実践的な議論を行う。

CFP：発表概要 2015/5/23
フルペーパー 2014/7/15

<http://iatour.net/icot2015/>

● 2015/8/3-6 ICTTT2015 (International Conference on Tourism Transport & Technology), London, UK

概要：ICBTS(International Conference on Business Tourism and Applied Sciences)および IJBTS (International Journal on Business Tourism and Applied Sciences) によって企画される本学会は、観光やホスピタリティから広く社会科学全般に関わる学術研究を世に広め、研究者が互いに議論し、意見を交換する中で関係性を構築していくことを目的としている。

CFP：発表要旨 2014/12/30
フルペーパー 2015/3/5

<http://www.ictttconference.com/>

Magazine ー世界で発行されている観光雑誌を紹介ー



「British Columbia Magazine」

British Columbia が年 4 回発行する観光マガジン。1959 年の初刊から 50 年以上に渡り、多くの写真と、主に個人旅行、アウトドア、レクリエーション、地理学、野生生物、保護活動、人類・社会・自然現象、固有文化、遺跡、文化やその歴史について取り上げてきた。各号の有料発行部数は 116,000 で、長年世界中で愛されている観光マガジンである。

<http://bcmag.ca/>

院生、教職員からも受け付け中！

Topics ーコラムツーリズムに関する世界のニュースー

★ 新幹線 50 周年、実績生かして世界に飛躍を (2014.10.8. ViewPoint)

東海道新幹線開業してから、今年で 50 周年を迎えた。毎日 42 万人が利用し、ピーク時には東京駅から 1 時間 15 本も出発する。今まで運んだ乗客は延べ 56 億人程、しかも 50 年間に乗客の死亡事故は一件でも起こったことがない。世界に誇りうる実績である。開業時の東京ー大阪間 4 時間だった所要時間から、現在は 2 時間 25 分に短縮され、更なる高速化を実現した。2015 年 3 月には、長野ー金沢の北陸新幹線も開業する。「地方創生」時代に入り、人とモノの流れで新幹線の実力を発揮することが期待されている。

(観光学研究科 M1 朱 柏松)

<http://vpoint.jp/opinion/editorial/28257.html>

★ Will Smart、地図とコールセンター連動の多言語コンシェルジュサービス (2014.11.17. マイナビニュース)



ゼンリンデータコムの子会社でデジタルサイネージ事業を手掛ける Will Smart は、地図と多言語コールセンター連動型のインバウンド向け多言語コンシェルジュサービス「Smart-Com(スマートコム)」の提供を 11 月 14 日から開始すると発表した。

このサービスは、ゼンリンデータコムの地図ナビゲーションシステムと、ブリックスの運営する高品質な多言語コールセンターを合わせたコンテンツと専用ハードウェア(電話付きタッチパネル式端末)が一体となったもので、同社によると観光業界初だという。

インバウンドをメインサービスとし、観光地や駅に設置することで多言語での観光地や商業施設等への案内が実現でき、観光地の回遊性を向上させられるとしている。

顧客自身で周辺地図上の特定施設を強調表示でき、オリジナルの観光地図の制作が容易になる。

また、24 時間 365 日のサービス提供も可能で、操作履歴ログデータも集積可能で、旅行者の目的地のデータも把握できるという。これらの機能に加えて、コールセンター

のオペレーターが遠隔で設置端末の操作ができる機能を設けており、端末操作が苦手な方も安心して使用できる。対応言語は、日本語・英語・中国語・韓国語を予定している。

<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20141117-00000025-mycomj:sci>

★ 富岡製糸場、世界遺産正式登録 (2014.6.21. 朝日新聞)

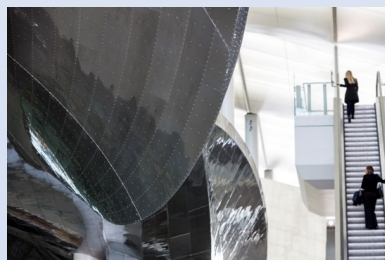
群馬県にある富岡製糸場を始め、「富岡製糸場と絹産業遺産群」が2014年6月に世界遺産に正式に登録された。19世紀から20世紀にかけて高品質な生糸の大量生産を実現する技術交流と技術革新を展示する集合体として、大勢の観光客が殺到してきた。平成24年富岡市では、「史跡・重要文化財(建造物)旧富岡製糸場整備活用計画」を作成した。この計画の中、極めて歴史的価値を持つ観光スポットの保存と活用が検討されていたが、世界登録以来、観光客の期待に応じるため、段階的整備も進めている。

(観光学研究科 M1 朱 柏松)

<http://www.asahi.com/articles/ASG6M5Q0TG6MUCLV00F.html>

<http://www.tomioka-silk.jp/hp/index.html>

★ 英ヒースロー空港が香りの演出、日本をイメージする香りは? (2014.11.07. CNN Travel)



英ロンドンのヒースロー空港が、日本など海外へ出発する乗客の旅の気分を盛り上げようと、目的地の国をイメージした香りを届ける「セント・グローブ」のサービスを始めた。香りの演出は同空港に新設された第2ターミナルから直行便が出ているブラジル、中国、日本、南アフリカ、タイの5カ国が対象。さまざまな香りの浸出液を調合して、それぞれの国のイメージを作り出した。「第2ターミナルから出発するお客様に一足早く、目的地の気分を味わってもらうために作り出した香り」と同空港は説明する。ブラジルの香りはコーヒー、タバコ、ジャスミンを使って豊かな熱帯雨林のイメージを演出している。日本は「海草と貝殻の抽出物、緑茶、龍涎香(リュウゼンコウ)を使ったクールな海のトーンを通じてよみがえらせ、あの偉大な太平洋の島国の象徴である海沿いの小さな村のエッセンスをとらえた」。中国は「神秘的な寺院の香と、わずかなキンモクセイの粉末」で演出している。

<http://www.cnn.co.jp/travel/35056247.html>

★ 観光圏の地域づくりに成果、一過性、行政依存を脱却 (2014.11.15. 観光経済新聞)

シンポジウムで取り組みを発表した観光圏

富良野・美瑛観光圏 (PF=ふらの観光協会)
北海道：富良野市、美瑛町、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村
雪国観光圏 (PF=雪国観光圏)
新潟県：魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、群馬県：みなかみ町、長野県：栄村
八ヶ岳観光圏 (PF=八ヶ岳ツーリズムマネジメント)
山梨県：北杜市、長野県：富士見町、原村
にし阿波~剣山・吉野川観光圏 (PF=そらの郷)
徳島県：美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町
「海風の国」佐世保・小値賀観光圏 (PF=佐世保観光コンベンション協会)
長崎県：佐世保市、小値賀町

※PF=観光地域づくりプラットフォーム(観光圏の地域づくりの企画・調整を担う窓口組織)

観光立国の実現に向けて、国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成を推進するために2008年に制定された「観光圏整備法」に基づき、現在、国内44の地域(2014.7現在)が観光圏に認定されている。このうち10ヶ所の観光圏が自主的に組織した観光圏推進協議会は、10月30日、東京都内で「地方創生のカギは『住んでよし、訪れてよし』」と題したシンポジウムを開いた。パネルディスカッションでは、観光圏をけん引するリーダーたちが、地域づくりの成果や課題、展望について語った。国内外の旅行者を魅了し続ける観光地域のブランド力は、長年積み重ねてきた地域づくりの賜物であり、イベント頼みの一過性の誘客、行政に依存した他地域と変わり映えしない地域づくりでは将来は覚束ない。地域の特性に根差した持続的な発展を目指す地域づくりに観光圏が挑み始めている。

http://www.kankokeizai.com/backnumber/14/11_15/chiiki_kanko.html

★ ラップランド、ARオーロラアプリ無料配信、「Laplification」(2014.11.13. Travel vision)



ラップランド(北部フィンランド地域)はこのほど、AR(拡張現実)でオーロラを体験できるiOS向けアプリ「Laplification Lite」の無償提供を開始した。これは、アプリを起動して上にかざすとオーロラが映って見えるもので、撮影済みの写真をラップランド風に加工する「LAPLIFY」機能も備わっている。

アプリケーションの開発と提供は、2011年から欧州地域開発基金やフィンランド政府観光局などからの助成を得て展開している「No Ordinary キャンペーン」の一環で、今後もラップランドのデスティネーションとしてのプロモーションを展開していく予定。

<http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=64413>

和歌山大学 観光学部 観光教育研究センター

Location: 観光学部研究棟 208

Contact us: tourism-er@center.wakayama-u.ac.jp

<http://www.wakayama-u.ac.jp/tourism/tourism-er.html>