

# 沖縄観光の国際化－新しい観光資源の戦略と比較研究－ A Study on the Internationalization of Okinawa's Tourism Industry

兪炳強<sup>#1</sup> 田口順等<sup>#1</sup> 仲地健<sup>#1</sup> 髭白晃宜<sup>#1</sup> 原田優也<sup>#1</sup>  
比嘉正茂<sup>#1</sup> 平敷卓<sup>#1</sup> 慶田花英太<sup>#1</sup>

## 1. イタリアのアグリツーリズム －バウジャーノの事例－

### 1) はじめに

イタリアは、第二次世界大戦後、工業化を進めた結果、農村部から人口流出が起こり、1970年代には農村部の衰退が深刻化した。1980年代に入ってから、EUの前身であるEC（ヨーロッパ経済共同体）の共通農業政策に基づき、農家への所得補償に代わり、農法の転換支援に補助金を支出することが決定された。それを受け、イタリアは農家への観光産業参入を促すため、1985年に「農家が行う観光事業」であるアグリツーリズムに関する法制定が行われた。それ以降、アグリツーリズムが農村施策の中心となり、積極的に農村および農業の観光化を促進してきた。1990年代には多くの地域で伝統的な農家建築物の修復や、ハム、チーズ、ワイン、生鮮食品などの直売システムを設けるための援助に関する制度も定められ、アグリツーリズムの人气がさらに高まった。その人気の理由は、エコロジーに対するモラルの高さ、自然に求めるリラックスした環境、今までの観光名所巡りだけの旅とは違う体験型のスタイルなど

が挙げられる。

通常「アグリツーリズム」は、長期滞在者向けで最低でも一週間の滞在が基本であるが、しかし、近年は幅広いニーズに応え、短期でも受け入れ可能な施設が増えている。また宿泊せずに併設レストランで、自家製の食品素材をふんだんに使った郷土料理を楽しむことができる。このような自然の中で郷土料理や新鮮な特産物、伝統や文化を楽しむアグリツーリズムは、急速に観光客に浸透してきた。現在、アグリツーリズムは既に農家の副業の域を超えて、新しいタイプの農村観光として成長してきた。地域伝統的な「食」資源を契機に、ワインツーリズム、フードツーリズム、体験学習など多様な展開をみせている。

以下は、2016年8月に訪問したイタリア・フィレンツェ近郊にあるアグリツーリズム・バウジャーノ（Baugiano）を事例に調査した結果である。

### 2) アグリツーリズム・バウジャーノの実態 調査結果

<sup>#1</sup> 沖縄国際大学産業総合研究所 所員

バウジャーノは、トスカナ州モンタルバーノ山の自然公園に隣接し、フィレンツェまで車で30分ほどと都市に近い丘陵地帯に位置し、EUの認定を受けたアグリツーリズムである。経営主（ステファニア：Stefania CORROCHER、40代）は女性であり、父親と共にアグリツーリズムを経営し、2008年に農業の革新的なアイデアに対して表彰するオスカーグリーン賞を獲得した。また所有している農地の一部を、近くに住んでいる生活に困窮している人たちに貸し付けし、その人たちの生活を助けながら経営が行われている。その取り組みが政府に認められ、補償を受けているようである。

1999年に経営主は非農業の職を辞め、農家出身で左官業に従事していた父親と共に都市から移住し、土地を買い取り、古い住居を修復しながら農業を開始した。2006年から自然体験やチーズなど地域の伝統的な食品づくり体験学習を主な内容として、「教育農場」としてアグリツーリズムの活動を開始した。

現在の経営面積は畑13haであり、ほかに山林を所有している。従業員は経営主とその父親を含めて12人である。そのうち、台所従事員が3人、ハンディキャップをもつ子供に対応する従業員が5人、飼養する動物の世話をする従業員が2人である。

バウジャーノは、一般の農園やアグリツーリズムとは違って、この地域で生活に欠かせないチーズ作りや、地域で取れるものを手にしながら昼食や夕食を作り、自然体験学習ができる「教育農場」である。現在、自然離れの子供が多いことで、自然を大切にしながら、自然からの恵みを受け、自然に感謝する体験学習が主な狙いである。また経営方針として

は、毎日取れる牛乳からチーズ作りをするなど、約50年前にイタリアの一般的な農家を再現することである。そのため、50年前のチーズ作りなど家庭の食品作りの体験学習、親子で宿泊しながら週末の体験学習など自然に親しむ様々な教育プログラムを実施している。

バウジャーノでは、毎日チーズ作りに必要な牛乳のための搾乳牛4頭、ハムを作るための豚、ほかに動物との触れ合うための羊、山羊、馬、ロバ、ウサギなどいろいろな動物を飼育している。動物の糞尿は自家の肥料に活用されている。また搾乳は、機械を使って朝6時半と午後3時からの2回が行われ、労働負担の大きい作業となっている。

山林には約620本のオリーブが無農業で栽培されている。オリーブの収穫作業は5人で行われる。収穫されたオリーブは、町場にある無農業栽培のみを加工する工場でおリーブオイルに加工される。当地域はオリーブの産地であり、町場には3つのオリーブ加工工場がある。バウジャーノの無農業栽培のオリーブオイルは、スーパーなどには出荷されず、自家農場の売店のみで販売される。農場で生産された食品はすべて無農業であるため、販売されるオリーブオイルやチーズは人気が高く、毎週週末には100人以上が買いに来る。

バウジャーノの体験学習や自然学習プログラムは人気が高く、多くの子供連れのファミリーが訪れている。特に、学校単位の小学生を年間5000人の訪問を受け入れている。受入費用は、一般人は1日1人昼食込みで15€である。昼食はすべて農場で取れた手作りのものである。学校単位の小学生の体験学

習の受入費用は、政府から補助金として支給される。

バウジャーノでは、30代や40代のハンディキャップをもつ人を農場の従業員として積極的に雇用している。農場で数年間農作業に従事しながらハービリーして社会に復帰させる。ハンディキャップをもつ人を雇用する際には、1ヶ月200€の給料を支払うが、政府から一定の補助金が支給される。

現在、バウジャーノの運営コストは月6000€が掛かる。収入としては、一般訪問者の宿泊・体験学習料、政府から支給される小学生の体験学習料、オリーブオイルやチーズなどの加工食品の販売収入などがある。

このように、今回訪問したアグリツーリズム・バウジャーノは、都市近郊に位置していることから、小学生など子供の体験学習がアグリツーリズムの主な活動内容となっている。バウジャーノが大切にしていることは、持続可能なこと、本物であること、こだわり・信念をもつこと、クオリティの高さ、もてなしの心、郷土性・伝統と革新の融合、周囲との協力関係、道徳や社会貢献であるという。

### 3) おわりに

日本では、農村地域におけるファームイン、観光農園などの展開がみられ、食育としての農業農村の役割が注目されている。イタリアのアグリツーリズムは、日本ではグリーンツーリズムやアグリツーリズムと呼ばれている。グリーンツーリズムの発展に欠かせないものは、宿泊・飲食施設の防火・衛生基準などの法制度を緩和すること、景観保護・食文化・地域文化・環境など多くの側面における組織の理解と連携、都会人のバカンスを楽

しむセンスを取り入れることなどが指摘される。

近年、日本では外国人観光客が急速に増加しており、その恩恵が地域に波及することが期待されている。そのため、日本における農村地域の伝統的な「食」資源を契機に多様なグリーンツーリズムの展開が望まれる。地域の食が持続可能な観光資源となる条件として、美味で安全な食、地域固有な食、地域住民が共感する食、物語のある食、持続性のある食といったことがあげられる（安田亘宏『フードツーリズム論－食を活かした観光まちづくり－』古今書院、2016年、pp.218-222）。今後、このような条件を踏まえたグリーンツーリズムあるいはアグリツーリズムの展開が必要である。

また地域の食文化の継承や食育といった公益性を踏まえ、上述したイタリアの事例から、政府ないし公的機関による体験学習型アグリツーリズムの認定や公的支援などに関わる制度作りが必要であると思われる。



パウジャーノの位置



OSCAR GREEN の表彰状



野菜の栽培



乳牛の飼養



伝統的なチーズ作り体験



自家製ハム、チーズ、ワイン

(愈炳強)



## 2. クルーズ港の受け入れ態勢について —イタリア・スペインの事例—

### 1) はじめに

平成28年8月2日に閣議決定された「未来への投資を実現する経済対策」において、21世紀型のインフラ整備や外国人観光客4000万人時代に向けたインフラ整備の一つとして、大型クルーズ船受入れのための港湾整備が盛り込まれている。

しかし、クルーズ客船を誘致・振興するためには港湾整備だけではなく、港湾周辺の観光客の受け入れ態勢の整備や住民への説明など様々な問題が存在することが視察から明らかになった。

本章ではクルーズ客船誘致における港湾の整備の在り方について、海外の事例（イタリア・サボナ港、スペイン・バルセロナ港）をもとに外部不経済などクルーズ客船を受け入れる上での問題点について指摘する。

### 2) 視察と事例分析

#### ① —イタリア・サボナ港の事例—

2016年8月にイタリア・サボナ港湾局を訪問しマーケティング担当のレオナルド氏に、ヒアリングとインタビューを行った。

写真1：サボナ港湾局での視察とヒアリングの様子



サボナ港がクルーズ客船を誘致する背景としてサボナは金属業が盛んな工業都市であったが、90年代にイタリアの経済が低迷し観光で打開しようとしたことがあげられる。市や港湾局の市街地再開発事業の一環で観光事業の誘致が計画された。

高田（2014）によるとコスタ・クルーズ社はジェノバでは土地が確保できずに不可能であった占有施設を作りたいとの思惑があ

り、サボナ港と両者の利害が一致したと指摘している。拠点港を占有できることで、クルーズ客船のスケジュールの調整や容易になり、自社の都合に合わせたターミナルの建設が可能となるからである。これを主導したのは港湾局で、市の知識不足をサポートした。2つのバースをコスタ社が借りあげて、ターミナルなどの投資を行い、専用拠点港を作り上げた。当初は33年契約だが、投資することで

賃貸期間の延長や借地料を安くする条件が付与され、クルーズ客船の振興と投資の促進させる誘因が図られている。

再開発の結果、かつては子供が近寄れない雰囲気であった港湾周辺が客船ターミナル、

マリーナ、コンドミニウムやクルーズ客の前後泊を目的としたホテルやレストランが整備された。

写真 2：サボナ港周辺の様子



② スペイン・バルセロナ港湾局の視察  
2017年8月にスペイン・バルセロナ港湾

局を訪問し、マーレ女史にヒアリングとインタビューを行った。

写真 3：バルセロナ港湾局でのヒアリングの様子



バルセロナは、1992年のオリンピック開催時にホテル不足の解消策としてクルーズ客船をホテル代わりにしたことがきっかけでクルーズ客船の発着が増え、その後ヨーロッパ最大のクルーズ港になった。また観光非営利組織 DMO による観光客誘致の成功事例とし

ても紹介されるバルセロナは、観光客がバカンスシーズンに大挙押し寄せるようになった。そのため市内交通の渋滞や観光地の混雑、家賃・物価高騰・渋滞・郊外化に伴う通勤時間増といった観光公害・オーバーツーリズムが発生し、これ以上の観光客の受け入れが困

難となっている。そのため港湾局の方針としてクルーズ客船の増加ではなく、現状維持となっている。

またクルーズ客船が港湾局自身にとって経済的な利益をもたらさないことも誘致を推進しない要因となっている。根本（2016）によるとクルーズの収入は港湾局の全体収入の7～8%に過ぎずそれほど魅力的ではない、使用する用地に比して収入が少ないことが指摘されている。

### ③ 誘致をする際の問題点

クルーズ客船を受け入れる際に様々な問題点が発生するが、その一つとして誘致への住民の反発があげられる。この対策として二つの港湾局では関連産業への好影響や経済波及効果などの説明や資料準備を行っている。

サボナ港の場合、公共施設である岸壁を1社に占有させることには反発があったが、関連産業に恩恵があることを説明しクルーズ船社を誘致させるメリットを強調している。

一方バルセロナ港の場合、クルーズ客船がもたらす経済波及効果を推計しているが、その説明や使用方法が通常とは異なっていた。経済波及効果は通常好循環を説明するために用いられるものであるが、オーバーツーリズムによる住民への反発を避けるため、数値を示して港湾局は恩恵を受けていないと強調するために使用しているとの回答であった。

バルセロナ港のように港湾局自身、つまりクルーズ船の受け入れを誘致すべき主体が経

済的恩恵を受けづらいというのも、クルーズ船誘致の特性として指摘される。これは経済学の「外部不経済」として説明できるものであり、次節で詳説する。

### 3) クルーズ客船誘致と外部不経済

#### ① 外部不経済とは

経済理論によれば、市場経済は完全競争の下で、資源の最適配分（パレート効率性）を達成することができる。しかし、この命題が成立するのは、市場で取引可能な私的財を対象とした場合であり、現実には市場メカニズムがうまく働かない「市場の失敗」がもたらされる分野がある。そこでは政府が市場に介入し、対処していかなければならないとされている。そのケースとして競争の失敗、公共財、外部性、完備していない市場、情報の失敗、失業、インフレーションおよび不均衡そして市場の失敗間の関係が挙げられる<sup>1</sup>。

このように、すべての経済活動が市場メカニズムを通じて処理できるわけではなく、市場経済の外部で処理されるケースがある。これをピグー（A. C. Pigou）は外部性（externality）と呼んだ。外部性には他の経済主体にプラスの効果を及ぼす外部経済とマイナスの効果を及ぼす外部不経済とがある<sup>2</sup>。まず、外部経済を養蜂業と果樹園の例で説明しよう。

果樹農家と養蜂業者とが隣接している場合、ミツバチの採蜜行動が果樹の受粉を促してくれるので、果樹農家は便益を得る。同時に、ミツバチは花の蜜をえさにしているので、

<sup>1</sup> Joseph E. Stiglitz, *Economics of the Public Sector*, Second Edition, W.W. Norton&Company, 1988, ch2. (蔵下史郎訳『公共経済学』東洋経済新報社、平成8年、pp.44-50.)

<sup>2</sup> A. C. Pigou, *The economics of welfare*, 4th Ed, Macmillan, 1932. (気賀健三監訳『厚生経済学』東洋経済新報社、1953-1955年.)

養蜂業者も便益を得る。このように、果樹農家も養蜂業者もフリーライダー（ただ乗り）として、市場での取引を介せずにお互いにプラスの効果（外部経済）を与え合っている。

外部不経済の典型的な例が公害である。企業が公害防止対策を採らなければ、その分、費用として計上されないが、社会全体としては費用（社会的費用）が生じる。この場合、企業は適正な費用を負担せずに低価格で販売することが可能である。つまり、私的費用と社会的費用との間に乖離が発生する。そのために、最適な資源配分は実現されず、外部不経済を伴った生産は過剰となる。

外部不経済の市場メカニズムの中に取り込む「内部化」の方法として、課税がある。社会的費用に見合うように課税し、私的費用を引き上げるというもので、発案者のピグーにちなんで、「ピグー税」とよばれている。いわゆる環境税は、外部不経済を発生させる生産要素に課税するという、外部性の内部化を目的とした税である<sup>3</sup>。

社会全体としての費用（社会的費用）の存在は、カップ（K. W. Kapp）が詳しく解明している。カップの研究は環境問題を経済学的に取り扱った先駆的な研究である。カップは『私的企業の社会的費用』の冒頭で、「本書の主要目的は無統制の競争状態のもとにおいて私的企業がしばしば社会的費用を生ぜしめる事情についての詳細な研究を提示すること」であり、社会的費用とは「企業の支出の中には算入させられず、第三者または社会全

体に転嫁され且つそれらによって負担される」費用であると定義している<sup>4</sup>。

クルーズ船が寄港することで、当該地域では渋滞の発生など外部不経済が発生している。では、こうした外部不経済を内部化する「ピグー税」は実行可能であろうか。

クルーズ船社が負担する公租公課は、とん税、特別とん税、入港料、船舶給水料、岸壁使用料、旅客ターミナル使用料、旅客乗降施設使用料などである。この中で租税に分類されるのは、とん税と特別とん税の二つある。

とん税（Tonnage Tax）とは、外国貿易船の開港<sup>5</sup>への入港に対して課される国税である。特別とん税は、とん税と同じく外国貿易船が開港に入港する際に課される租税であり、これも国税であるが、開港施設が所在する市町村に一般財源として譲与される。特別とん税は、国がとん税を徴収する際にあわせて徴収しており、国が徴収したとん税および特別とん税の収入額の36分の16に相当する部分をとん税収入とみなし、残りの36分の20に相当する部分を特別とん税の収入額とみなしている。

とん税および特別とん税は、港湾施設などの行政サービスを受けることに対する対価（応益税）と考えられているため、純トン数に応じて課税されている。税率は、①入港ごとに納付する場合、とん税が純トン数1トンまでごとに16円、特別とん税が純トン数1トンまでごとに20円、②1年分を一時納付する場合、とん税が純トン数1トンまで

<sup>3</sup> ピグーは補助金による内部化も論じている。

<sup>4</sup> K. W. Kapp, *The social costs of private enterprise*, Harvard University Press, 1950.（篠原泰三訳『私的企業と社会的費用』岩波書店、昭和45年、p.i）

<sup>5</sup> 「開港」とは、貨物の輸出及び輸入並びに外国貿易船の入港及び出港その他の事情を勘案して政令で定める港をいい、現在の日本には全国で120の開港がある。



ごとに48円、特別とん税が純トン数1トンまでごとに60円となっている。

クルーズ船社が負担する公租公課のうち租税である、とん税および特別とん税は全国一律に課される国税であり、地方税ではないため、開港施設が所在する地域が税率を操作し、外部不経済を内部化することは困難であろう。たとえ税率の操作が可能であったとしてもとん税および特別とん税は、行政サービスへの対価という応益税であり、したがって船の重量に応じて課される従量税の形を取っていると考えられる。したがって、とん税および特別とん税に上乘せする形で、外部不経済の内部化を図るのは合理的ではないだろう。

渋滞の発生などといった外部不経済は、クルーズ客船の下船者によって引き起こされる。したがって、この場合の外部不経済の内部化には、クルーズ船の大きさではなく、使用料あるいは手数料といった形態で、下船者に一律に同額を課す方が望ましいだろう。

## ② クルーズ客船誘致における外部不経済の適用

先行研究として酒井・湧口(2016)は博多港を事例にクルーズ客船誘致における外部性を指摘している。クルーズ客船を誘致しても下船客は中国資本の家電量販店やショッピングセンターだけに案内され、オプションツアーで必要な観光バス需要が地域外の業者が受注するなど地域内で観光消費が発生することで地域内住民や業者の利益とならず、渋滞や弊害が地域内に残されることを指摘している。

クルーズ客船の下船者による観光消費が地域外に漏出し、問題のみが地域に残る外部

不経済が発生しているのは沖縄でも同様である。例えば中城湾でクルーズ客船を受け入れても首里城や美ら海水族館へのオプションツアーばかりだと、中部地域で観光消費が発生せず、道路や港湾施設の利用のみといった公共施設のフリーライダーが発生してしまう。またオーバーツーリズムの場合、恩恵を受けない地域住民へ渋滞や混雑といった不利益を押し付ける外部不経済の典型的な事例となる。

こうした外部不経済の解決策として先述の内部化があげられる。例えば那覇港港湾組合が1人280円の施設使用料を徴収することが検討されているが、これによって誘致と負担する側と利益を受ける側を一致させることが可能となり外部不経済は解消される。

また前述の中部地域の経済的恩恵が発生しないもの県全体では観光消費が発生するため誘致や受け入れ態勢を県全体で行うなどの広域化を行うことで内部化を達成させることも可能である。

## 4) おわりに

クルーズ客船を受け入れることで、大勢の下船者が発生し観光消費を行うことで大きな経済波及効果が発生するが、大勢の人の移動は様々な弊害も発生する。また外部不経済が発生することで経済的利益を受ける者とその際に発生する費用を負担する者が一致しないことで利害関係や反発が発生し、全体では地域経済に好影響を与える観光客誘致であっても誘致や振興が推進されない懸念がある。

クルーズ客船の受け入れる上での問題点を把握しそれらを最小化することで沖縄の観光産業が発展することを期待したい。

## 参考文献

沖縄県「平成 28 年度沖縄クルーズ戦略策定  
事業報告書」2017 年 3 月

酒井 裕規・湧口 清隆「外航クルーズ客船誘  
致活動における現状と課題」日本海運学会第  
50 回大会 2016 年 11 月 22 日

高田和幸「近接する拠点港ジェノバ・サヴォー  
ナの比較分析」日本クルーズ&フェリー学会  
論文集第 4 号 pp9-14、2014 年 3 月

根本康王「西地中海の港湾の昔と今（バルセ  
ロナ、バレンシア、ラングドック・ルシヨン）」  
第 2 6 回港と文化を語る集い 2016 年 11 月  
21 日

## 謝辞

インタビュー・ヒアリングにご協力た  
だきました、サボナ港湾局マーケティング担当  
のレオナルド様、バルセロナ港湾局のクルー  
ズ部部長のマーレ女史に厚くお礼申し上げま  
す。

(田口順等・仲地健)

### 3. バルセロナにおけるオーバーツーリズムの現状

#### 1) はじめに

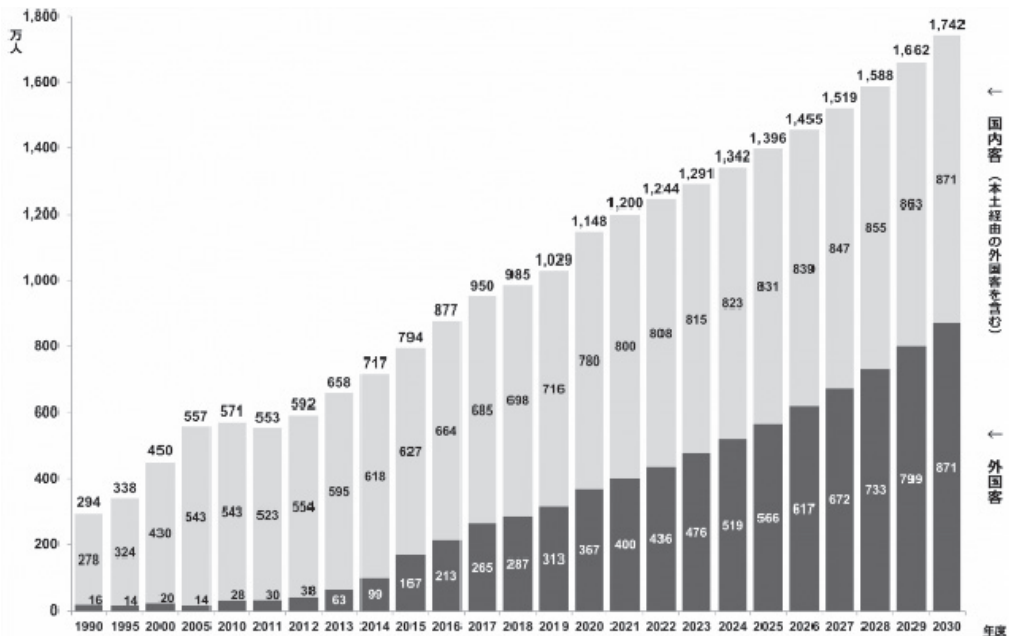
2017年8月21日より8月27日まで、スペイン・バルセロナおよびマドリドという世界屈指の観光都市が抱えるオーバーツーリズムの現状とその対応、都市の観光客受け入れ態勢について、沖縄国際大学産業総合研究所「沖縄観光の国際化—新しい観光資源の戦略と比較研究—」チームはインタビュー調査ならびに視察調査を行った。本章は、それら調査のなかでもとくにバルセロナにおけるオーバーツーリズム問題を中心に取り上げる。

#### 2) オーバーツーリズムとは

オーバーツーリズム (Overtourism) とは、その観光地が受け入れられる許容限度を超え

て観光客が訪問している過剰混雑状態のことを意味している。今回調査を行ったバルセロナ (スペイン) はもちろんのこと、ヴェネチア (イタリア) や京都 (日本) などの有名な観光都市でもこのオーバーツーリズムが問題として顕在化している。都市を訪れる観光客の絶対数がこれまでよりも大幅に増加しているにも関わらず、交通インフラへの過剰な負担や宿泊施設の不足をはじめとして、交通渋滞の悪化、ゴミの増加や訪問者による景観破壊など、地域住民と観光客のあいだで軋轢が生じてしまい、結果として経済的な不利益を被ってしまっている場所が存在している。これは、沖縄県にも共通する問題のひとつである。沖縄県では今後1,000万人を超える入域観光客数が見込まれているが (図表1)、

図表1：2030年度までの沖縄入域観光客数の推移予測



出所：沖縄観光コンベンションビューロー [2017] 「OCVB 2030年度までの沖縄入域客数見通し」  
 << <https://www.ocvb.or.jp/topics/1709> >>

同様の過剰混雑状態による観光公害がとりわけ交通インフラを中心に起きている現状から<sup>7</sup>、オーバーツーリズム問題に対してより長期的な視野で戦略を練る必要が生じてきている。

観光業に大きく依存する沖縄県で喫緊の課題としてオーバーツーリズムが存在するなか、スペイン・バルセロナの事例から対策を学ぶ意義は大きい。以下では、バルセロナにおけるオーバーツーリズム問題とクルーズ客船誘致の問題点について詳しく見ていきたい。

### 3) 観光都市バルセロナの現状

バルセロナ市は、1992年バルセロナオリンピック・パラリンピックを契機に観光都市として発展するために必要なインフラ整備を行い、世界でも屈指の観光都市となった。一例としては、スペインを代表する建築家アントニオ・ガウディの傑作「サグラダ・ファミリア」だけで、年間320万人の観光客が訪問している。また、バルセロナはコンベンション・ツーリズムにも注力しており、ICCA（国際会議協会）によれば世界で3番目、UIA（国際団体連合）によると世界第8位の国際会議都市となっている。

観光都市としてのバルセロナの特徴は、まずヨーロッパ各都市からのアクセスが容易である点が挙げられる<sup>8</sup>。EU内では7番目の規模を誇る空港を持ち、およそ4700万人がバルセロナ空港を利用している。また、利用者数の伸びもアムステルダム空港に次いで約

7%となっている。

スペイン国鉄（RENFE）が運行する高速鉄道システムAVEは、マドリードを拠点にバルセロナまでおよそ2時間30分ではないでいる。AVEはその他スペインの主要都市（コルドバやサラゴサなど）を結んでおり、都市間高速交通も整備されている。

また、バルセロナ港についても貨物・旅客の輸送量が伸びており、とりわけクルーズ船の寄港に関しては、年間で約780回、クルーズ船の乗客数はおよそ270万人である。

航空、港湾、鉄道のいずれをとってみても、EU屈指の旅客・貨物の取扱量であり、スペイン国内の他都市とのアクセスの容易さや、航空に見られる他国への乗り継ぎの良さなどが、観光都市バルセロナを支える基礎となっていることに疑いはないだろう。

### 4) バルセロナ港におけるクルーズ客船誘致への抵抗感

本調査では、バルセロナ港湾局クルーズ部において、インタビュー、ヒアリングならびに視察調査を行った（図表2）。

バルセロナ港湾局における調査で印象的だったのは、港湾局担当者が必ずしもクルーズ船誘致による観光客の増加が望ましい結果を生んでいないこと（オーバーツーリズム問題やバルセロナ市としての経済的損失など）をはっきりと認識している点である。

バルセロナ港は地中海クルーズのリーディング港のひとつで、バルセロナ港は合計で9つのターミナルを有しているが、その

<sup>7</sup> 沖縄県レンタカー協会によると、沖縄県内14事業者による外国人向けレンタカーの貸出台数は2016年度に20万7970台に達している。沖縄タイムス+プラス「外国人のレンタカー利用、20万台超 過去最高を記録 韓国8万台で1位」2017年5月18日付、< <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/97969> >

<sup>8</sup> Barcelona Activa, Barcelona City Council [2018], *Barcelona Data Sheet*, pp.6-7.



図表2：バルセロナ港湾局におけるインタビュー・視察調査の様子



出所：筆者撮影



うち7つはクルーズ船専用のターミナルとなっている（図表3）。ここから見えるのは、港湾施設をクルーズ船がほとんど占有してしまっている現状である。大型のクルーズ船（22万トン級）を迎える大型港湾施設の整備はもちろん、乗船している外国人観光客（大型クルーズ船1隻につきおよそ6,000人）の入国審査や関税などの施設にかかる経費が莫大になるであろうことは容易に想像ができる。また、港湾からバルセロナ中心部へ

の観光客の輸送も大きな問題である。中心部までバスでおよそ15分、車で10分の距離とはいえ、1回のクルーズ客船寄港に際して、およそ6,000人の人間が港湾から都市部へ一斉に大移動を開始することを考えると、港湾局だけでスムーズな観光客の都市部への流入や、都市部・港湾入口での渋滞発生に対して万全の対処を行うのは非常に困難であろう。

図表3：バルセロナ港クルーズ船ターミナル



出所：筆者撮影



バルセロナ港は、貨物の取扱量についても、2016年（47.6百万トン）から2017

年（60.1百万トン）の1年間だけで約12.5百万トン増加している。クルーズ客船への対

応に加えて、欧州に集まってくる大量の貨物への対応も行わねばならない。

バルセロナ港は地域経済に大きく貢献しており、3,000社以上の企業があり、3,000億ユーロの売上を上げている。港湾内での直接雇用も13,000名以上にのぼる。これはカタルーニャ州の求人のおよそ0.9%を占めている。

これだけ大きな経済効果を持つバルセロナ港であっても、クルーズ客船寄港による経済的な負担や設備上の負担、そして人的負担が相当に大きいことをうかがわせるインタビュー・ヒアリング内容であったことは、オーバーツーリズム問題の深刻さを物語っていた。

#### 5) 都市の観光客受け入れの現状

クルーズ客船の観光客270万人のほかにも、バルセロナに飛行機で来訪する観光客も数多い。実際、バルセロナの年間観光客数はおよそ3,200万人となっており、すでに人口(160万人)の20倍近い数の観光客を同市は受け入れていることになる。

観光客の急激な増加は、バルセロナ市民の生活に悪影響を及ぼしている。例えば、宿泊用の施設が建設ラッシュの一方で、一般市民向けの賃貸住宅の賃料は大幅に引き上げられている。その結果、バルセロナでは歴史地区での新たな商業施設の開設の禁止期間を設けたり、新規ホテルや民泊に使われるマンションの建設制限や当該施設の固定資産税の引き上げなどを行うに至った。バルセロナ市民にとって現在のバルセロナ市内への観光客の過剰な受け入れは許しがたい事態となっている。

しかし、バルセロナの基幹産業である観光業は、スペインのGDPの約12%を占めている。世界屈指の観光都市であるバルセロナが、今後も継続して観光業に対してネガティブな政策を採るとすれば、スペイン経済全体への影響も避けられないであろう。

#### 6) おわりに

本章では、バルセロナにおけるオーバーツーリズムの現状について、主にバルセロナ港におけるクルーズ客船の受け入れ態勢や、バルセロナ市内における観光客急増に対する市民の反発の状況を概観してきた。

オーバーツーリズムや観光公害といった問題は、経済的な負の側面のみならず、地域住民の生活環境を破壊しかねない点からも、その対応が急務となっている。日本でも官公庁が2018年6月に「持続可能な観光推進本部」を設置し、訪日外国人観光客のニーズと地域住民の生活環境保全を両立させるための対応策を検討しはじめている。

LCC(格安航空会社)の路線拡大や、世界規模での経済的な余裕を持つ中間層の増加など、ここ数年で観光を取り巻く環境は大きく変化している。都市はオーバーツーリズムを未然に防ぐ手立てを講じることを求められている。宿泊税や出国税といった新たな財源が観光客誘致のみに使用されるのではなく、地域の負担軽減にも活かされるかたちで観光客受け入れを戦略的に考える必要があるだろう。

沖縄県におけるオーバーツーリズム問題はもはや待ったなしの状況であり、財源、インフラ、言語対応、様々な観点からの対応策を練る必要に迫られている。

[参考資料]

Barcelona Activa, Barcelona City Council

[2018], *Barcelona Data Sheet*

池田良穂 [2018] 『基礎から学ぶクルーズビ

ジネス』海文堂出版

(髭白晃宜)

## 4. MICE ツーリズムと持続可能な開発目標 (SDGs)

### 1) はじめに

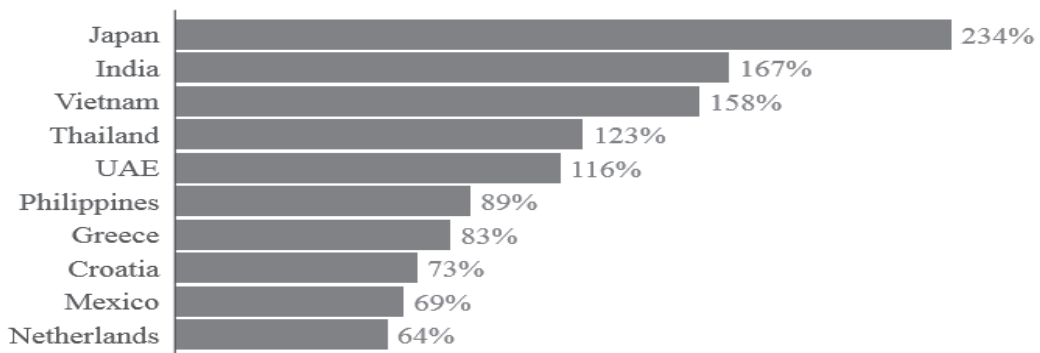
国内経済を活性化し、国の歳入増加を目的として、観光振興策を経済政策の一つに掲げる国は多い。発展途上国や先進国では、あらゆる国からの海外観光客にとって魅力的なデスティネーションとなるように、観光プロモーション活動を行っている。デスティネーション・ツーリズムと呼ばれる、独自のブランドイメージを創出する方策などが展開されている。

日本は、中国や発展途上国に比べて経済競争力が低下してきており、海外観光客の増加により外貨を獲得していくために、地域固有の豊富な天然資源を海外観光客に対してプロモーションを行い、訪日観光客の増加に取り組む先進国の一つである。UNWTOによると、1995年の年間訪日観光客数は330万人と、世界で34位であった。10年後の2005年の年間訪日観光客数は670万人、2010年は860万人へと順調に増加している(図1)<sup>9</sup>。

日本政府観光局(JNTO)によると、2016年は2,400万人、2017年は2,900万人へと大幅に増加した。2020年は3,000万人を超えると予想されている。世界のビジネス・ツーリズム市場では、MICE分野の競争が激化している。世界のMICEデスティネーションの中でMICEツーリストが多い国は圧倒的にヨーロッパ諸国が多く、日本は10位となっている。

筆者は産業総合研究所が実施した現地視察に参加し、MICEツーリズムにおけるヨーロッパ・スタイルについて検討することが必要だと認識した。そこで、本章では、バルセロナのMICEツーリズムについて主な特徴を整理する。また、国際観光市場におけるMICEツーリズムのポジショニングについて検討する。最後に、SDGsを達成するために、国際観光におけるMICE推進の意義について検討する。

図1 Fastest-growing Major Travel Destination Since 2010



出典：Oliver Smith (2018), Digital Travel Editor, The Telegraph, Travel/Destinations

<sup>9</sup> 詳しい内容は Oliver Smith (2018), Digital Travel Editor, The Telegraph, Travel/Destinations, 参照



2) MICE ツーリズムと持続可能な開発目標 (SDGs)

① MICE ツーリズム :

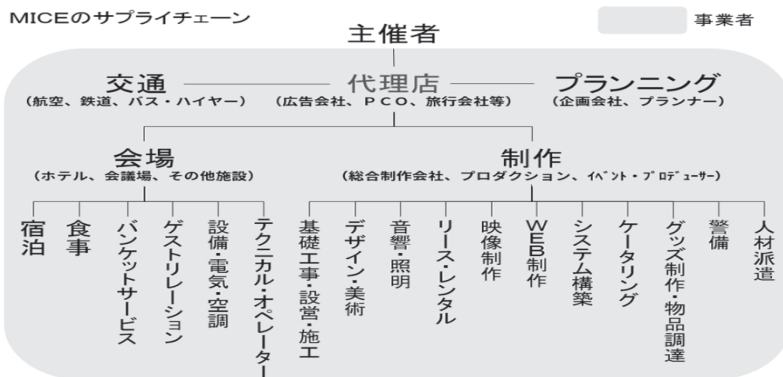
JTB 総合研究所によれば、MICE とは、Meeting (会議・研修・セミナー)、Incentive tour (報奨・招待旅行)、Convention または Conference (大会・学会・国際会議)、Exhibition (展示会) の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルと観光の一つの形態である。一般の観光旅行と比較すると、MICE ツーリズムによる平均消費額が大きいことから、MICE の誘致に力を入れる国や地域が多い。MICE ツーリストは企業関係者、専門職、組織構成員などのビジネスマンが多く、相談会、展示会、研修会、大学・学会・国際会議などに参加しながら、開催国・地域の観光名所訪問や地域特有の観光メニュー体験など旺盛な観光行動を行うといわれている。

MICE の主なプレイヤーは主催者、参加者と MICE 事業者で構成される (小泉、2017)。MICE 開催の際は、MICE 参加者 (例、学者、研究者、企業の社員、団体構成員、会員、代理店、販売店、消費者、一般市民)、主催者側の関係者 (例、政府機関、地方自治体、

一般企業、組織団体、学術団体など)、事業者の関係者 (例、広告代理店、旅行代理店、宿泊団体代理店、交通関係団体、地域観光協会など) と幅広いプレイヤーの経済活動が行われるため、MICE は主催地への経済波及効果をもたらすことが知られている。

MICE の経済効果は図 2 に示すとおり、MICE のサプライチェーン全体にかかわるものであり、様々な業者 (交通、プランニング、会場、制作) がある。International Congress and Convention Association (ICCA) によれば、2017 年の MICE 開催上位国は第 1 位アメリカ、第 2 位スペイン、第 3 位ドイツ、第 4 位フランス、第 5 位イギリスとなっている (図 3 参照)。アメリカの会議開催件数は 941 回、参加者数は 424,010 名となり、スペインは会議開催件数が 564 回、参加者数が 327,996 名である。これらの参加者数は MICE 出席者のみとなっており、MICE 出席者の同行者 (例、妻、知り合い、家族、など) を含むと MICE ツーリズムの参加者数はさらに多くなる。開催都市別にみると、バルセロナが最も開催件数が多く、会議開催件数が 195 回、参加者数が

図 2 MICE のサプライチェーンの経済効果



出典：小泉 (2017)

図3 Top 10 Country and City Rankings by 2017 ICCA Statistics

Top 10 city ranking by estimated total number of participants in 2017, including total number of meetings organised in 2017

Rank	City	# Participants	# Meetings	Rank by nr. of meetings
1	Barcelona	148,624	195	1
2	Vienna	113,891	190	2
3	Paris	111,725	190	2
4	Madrid	110,438	153	7
5	Berlin	97,549	185	4
6	Singapore	83,762	160	6
7	London	78,811	177	5
8	Lisbon	76,549	149	9
9	Amsterdam	75,578	112	16
10	Prague	66,790	151	8

Top 10 country ranking by estimated total number of participants in 2017, including total number of meetings organised in 2017

Rank	Country	# Participants	# Meetings	Rank by nr. of meetings
1	U.S.A.	424,010	941	1
2	Spain	327,996	564	4
3	Germany	246,045	682	2
4	France	211,129	506	6
5	United Kingdom	192,544	592	3
6	Italy	172,274	515	5
7	Canada	168,223	360	9
8	Austria	139,187	281	12
9	Netherlands	134,510	307	10
10	Japan	133,025	414	7

出典：2017 ICCA - International Congress and Convention Association

148,624名であった。第2位はウィーン（会議開催件数190回、参加者数113,891名）、第3位はパリ（会議開催件数190回、参加者数111,725名）である。アジアの都市では、シンガポールが第5位（会議開催件数160回、参加者数83,762名）となっている。

② 持続可能な開発目標（SDGs）：

国連は、2015年に、2030年に向けて経済・社会・環境を考え、誰も置き去りにしないように、貧困をなくそう、すべての人に健康と福祉を、質の高い教育を皆に、働きがいも経

済成長も、産業と技術革新の基盤をつくろう、などの17目標（図4）を定めたSDGsを採択した（詳細は、Think the Earth (2018)『未来を変える目標 SDGs アイデアブック』を参照）。SDGsは今よりもっと良い世界にしたいと想った世界中のたくさんの人たちが（例、企業、NPO、専門家、国連、国際機関、教育機関など）が力を合わせて作り上げた「未来を変える目標」である。

観光産業は、世界経済の中で3番目を占める産業セクターであり、国の主要な収入源である。筆者はMICEツーリズム産業のプ

ロモーションを世界各国が行うことにより、SDGs達成に寄与することができる。例えば、MICE 関連産業は宿泊、貸館サービス、公共交通・レンタカー、飲食、土産物など裾野が広いことから、MICE ツーリズムの推進により、地域の経済活性化などの効果をもたらすことが期待される。さらに、国際会議や最先端の技術が結集した展示会を開催するこ

とにより、地域住民への教育的効果や意識向上などの社会的効果をもたらすといわれている。MICE ビジネスの展開により、地域の雇用創出、質の高い教育、環境保全への具体策、働きがいのある人間らしい仕事、経済成長、持続可能なまちづくりなどについて一定の効果をもたらすことが期待できる。

図4 Tourism for Sustainable Development Goals



出典： TOURISM FOR SDGs

### 3) バルセロナの観光状況

筆者はバルセロナへ訪問し、MICE 施設や周辺の観光施設を視察した。バルセロナの主な特徴を下記に示す。

バルセロナの観光： 2017年8月にバルセロナを訪問し、バルセロナ港運用公社ヘインタビューを行い、MICE 施設および周辺の観光施設を視察した。1992年にバルセロナ・オリンピックに合わせて、バルセロナ市は観光利便性を高めるための受入環境整備計画を策定し、観光インフラ整備や観光関係の規制緩和などを行った。現在、バルセロナ市

は「世界有数の観光地」として知られている。中でも、建築家アントニオ・ガウディの「サグラダファミリア」が有名であり、国際観光客として一つの観光目的地である。港湾施設整備、土地利用計画の見直し、クルーズ船観光客の受入、建造物の再整備などを実施した。年間約3000万人以上の観光客がバルセロナ市を訪問し、地元人口と比較すると、約20倍の観光客数を記録している。MICE ツーリズムとしては、バルセロナ市がMICE 開催場所として最適な場所であり、国際空港、クルーズ港の交通、観

光施設、インフラ整備、ホテル、展示会、会議室などを整備するので、展示会・商談会、国際会議などに参加したあと、気軽に観光できる場所がたくさんあった（例、Picasso Museum、Las Ramblas street など）。さらに、バルセロナ市近郊にクルーズ船が入港する港があり、年間を通して数多くのクルーズ船が入港している。海外観光客向けにカジノエンターテイメントを提供しており、バルセロナ市の観光収入は増加傾向にある。筆者は、バルセロナの気候、食事、観光施設へのアクセス、MICE 会場へのアクセスともに快適だと感じた。

しかしながら、観光客の急増により、「観光問題」が発生している（例、騒音問題、衛生問題、賃貸料が上昇など）。一部のバルセロナ市民は観光客に対して、否定的なイメージを持っている（白石、2017）。2017年現バルセロナ市長が観光客数を制限する計画を発表した。例えば、観光客向けのマンションに対する固定資産税の引き上げ、観光客向けの新規ホテル・マンション建築許可の廃止などの観光拡大の抑制施策の展開に踏み切った。バルセロナ行政機関のビルの前には、「移民歓迎」の看板が掲げられているが、地元ガイドによると、バルセロナ住民は観光客より移民の方を歓迎する機運があるという。

マーケティング観点から見れば、バルセロナ市長が観光拡大抑制、すなわちデ・マーケティング戦略<sup>10</sup>を行っていると考えることができるが、デ・マーケティングを実施するほどバルセロナのブランドが高まり、訪問人気が高まると考えられる。筆者は、MICE ツーリズムについても開催地候補の存在感が

増すのではないかと考える。バルセロナのブランドイメージを高めるためには、デ・マーケティング戦略の方へ観光政策の舵を切ったことは賢明な選択であるといえる。

#### 4) おわりに

ヨーロッパは、MICE の主なデスティネーションとしての地位を築いている。ヨーロッパの観光地はアジア諸国に比べて、一般的にポジティブなブランドイメージが持たれており、MICE 開催において優位性を有するといえるだろう。例えば、観光インフラの面では、公共交通や道路が発達し、国内移動の利便性が、MICE 開催地の選択において重要な要素の一つであるといわれている。都市的機能の充実度はMICE ツーリズムのデスティネーション満足に大きく関係するためである。

しかし、観光客の増加は、環境破壊、騒音問題、賃貸料上昇などの地元住民の生活に影響を及ぼし、観光問題を発生させている。SDGs を達成するためにはMICE ツーリズムのプロモーションとMICE ツーリズムの増加が重要であるが、地元住民の生活環境改善にも同時に配慮することが大事である。MICE ツーリズム市場におけるポジショニングを的確に選択し、ターゲットとするMICE ツーリストの来訪を促すためにはどのような観光施設整備が求められているのかを分析することが必要である。日本の状況に置き換えてみると、観光収入の増加のみならずSDGs の達成を実現させるためには、日本が取り組むMICE ツーリズムへの取組がより一層求められているといえるだろう。マス・マーケット（団体観光客などの一般観光）を対象とす

<sup>10</sup> デ・マーケティング戦略とは商品・サービスを一時的または永久に購入を行わないような企業活動である。



るのではなく、“質の高いツーリズム”への転換を目指す戦略を、バルセロナのデ・マーケティング戦略などの先行的取組に学ぶことが求められている。

最後に、今回行った視察調査で得た知見をもとに、今後はアジア・スタイルとヨーロッパ・スタイルの MICE ツーリズムについて多面的な比較検討を試みたいと考える。

JTB 総合研究所 【<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/mice/>】

(原田優也)

### 【引用文献】

Oliver Smith, Digital Travel Editor, The Telegraph, Travel/Destinations, 【<https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/asia/japan/articles/japan-fastest-growing-travel-destination/>】

2017 ICCA - International Congress and Convention Association 【<https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=7436>】

小泉靖 (2017 年) 『期待高まる MICE の持つ可能性について』 2017 年 07 月 11 日 【<https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2017/07/mice-possibility/>】

白石和幸 (2017) 『バルセロナが「観光客削減」踏み切る事情』 【<https://toyokeizai.net/articles/-/164660>】

Think the Earth (2018) 『未来を変える目標 SDGs アイデアブック』 紀伊國屋書店

TOURISM FOR SDGs 【<http://tourism4sdgs.org/>】

## 【バルセロナの観光施設】

(写真は筆者撮影)

写真1：バルセロナ港管理会社



写真2：バルセロナ五輪



写真3：バルセロナの港（クルーズ船）



写真4：バルセロナ農園ワインの倉庫



(原田 優也)

## 5. シンガポールにおける統合型リゾート（IR）について

### 1) はじめに

2018年7月に特定複合観光施設区域整備法（以下、IR整備法）が成立したことにより、今後、わが国ではカジノ産業の導入、誘致に向けた動きが本格化することが予想される。シンガポールやラスベガス、マカオに代表されるように、カジノを含めた統合型リゾート（以下、IR）の導入によって地域経済が発展したケースは多い。とりわけ、シンガポールでは、2010年に2つのIR（Resort World Sentosa、Marina Bay Sands）が開業したことにより、外国人観光客の増加とそれに伴う観光収入の増大、カジノ関連税収の増収等がみられる。

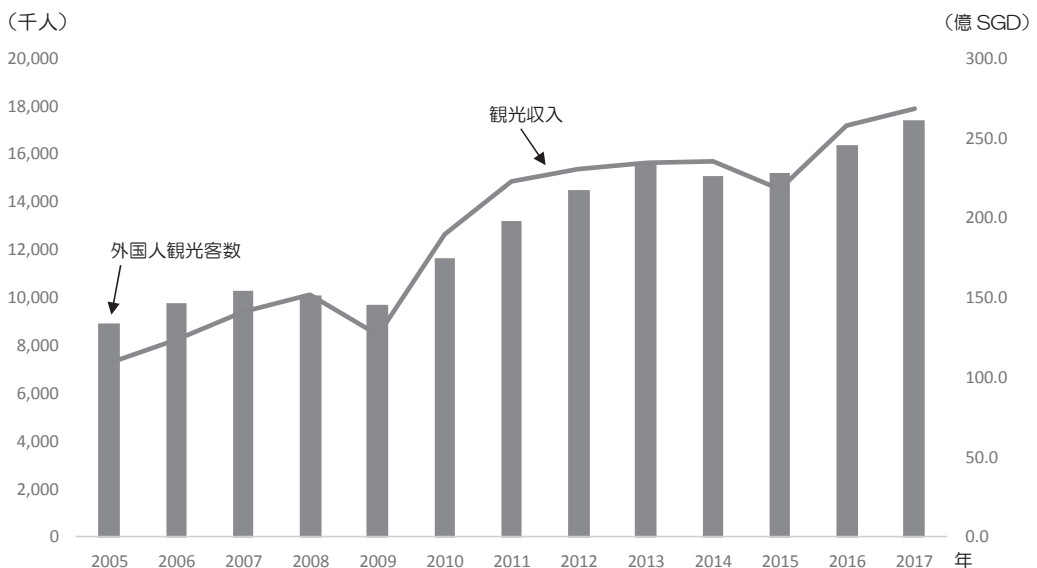
本調査報告書では、2015年8月に実施したシンガポール現地調査をもとに、シンガポールのIRと観光振興について検討する。

また、カジノ産業の弊害として指摘される治安の悪化について、シンガポールの状況を概観しつつ、日常活動理論を用いてIRの社会的影響について検討を行いたい。

### 2) 外国人観光客と観光収入の推移

図1は、シンガポールにおける外国人観光客と観光収入の推移を示したものである。2005年～2009年の期間において、シンガポールの外国人観光客は、概ね1,000万人前後で推移していたが、2010年のIR開業後は年々増加し、2015年には1,500万人を超え、2017年は約1,742万人となっている。これを対前年度増加率でみると、IRが開業した2010年の対前年度増加率は20.2%、2011年は13.1%、2012年は10.1%となっており、IRの導入によって外国人観光客が

図1 外国人観光客数と観光収入の推移



出所：Yearbook of Statistics Singapore 2013、2015、2018 及び Annual Report on TOURISM STATISTICS 2018 より作成。

大幅に増加した状況が窺える。

また、観光収入についてみると、IR 導入前は約 120 億～150 億シンガポールドル(以下、SGD) で推移していたが、IR 導入後は 200 億 SGD を超えており、直近の観光収入(2017 年) は 268 億 SGD となっている<sup>11</sup>。観光収入の対前年度増加率でも、IR 導入前(2005～09 年) が平均 4% の増加率であったのに対して、導入後(2010～17 年) は平均 10% の増加率となっている。

次に、図 2 にはシンガポールにおけるギャンブル関連税収の推移を示した。IR 導入以前の 2005 年～2009 年にけるギャンブル関連税収は、15 億～17 億 SGD であった。これに対して、IR 導入後の 2010 年 3 月以降は、新たにカジノ税が加わったことでギャン

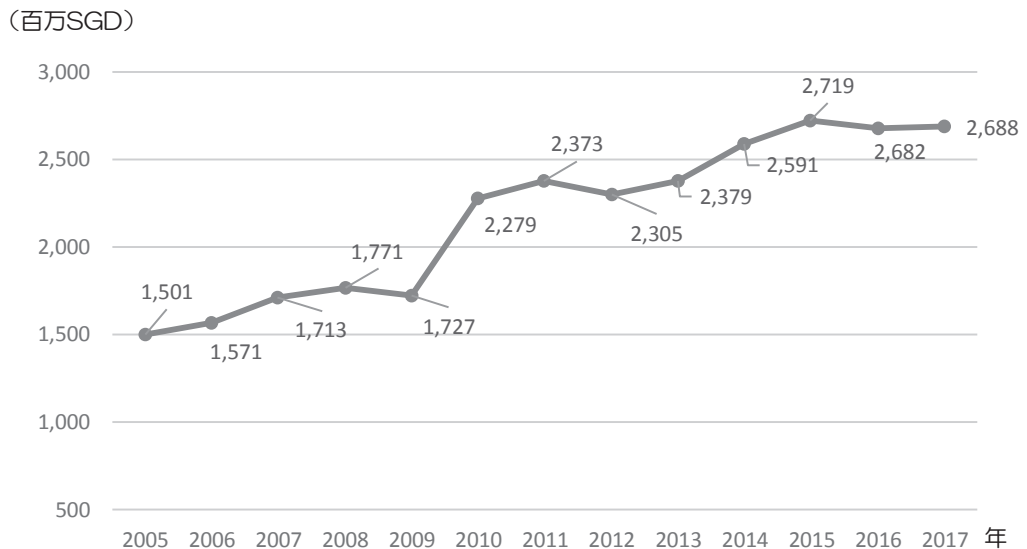
ブル関連税収も増収となり、2010 年には約 22 億 SGD、2015 年には約 25 億 SGD、直近の 2017 年は約 26 億 8,800 万 SGD となっている。ギャンブル関連税収の対前年度増加率でみると、IR 開業以前(2005～09 年) が平均 3% 程度であったのに対して、IR 開業後(2010～17 年) は平均 6% 程度の増加率となっている。

このように、シンガポールにおいては、IR の導入後に外国人観光客や観光収入、ギャンブル関連税収等の大幅な増加がみられる。したがって、カジノを含めた IR の導入が同国の観光振興や経済発展、さらには税収の増大に寄与している状況が窺える。

### 3) カジノ導入に伴う社会的コスト

前述したように、シンガポールにおいては

図 2 シンガポールにおけるギャンブル関連税収の推移



出所：Inland Revenue Authority of Singapore HP および OECD.Stat より作成。

注) ギャンブル関連税収には、賭博税、宝くじ等に関わる税、およびカジノ税(2010年3月以降)が含まれている。

<sup>11</sup> 2017年の観光収入を日本円に換算すると、約2兆1,400億円となる(1SGD = 80円換算)。

IRの導入が外国人観光客の増加をもたらし、そのことが観光収入やギャンブル関連税収の増収に繋がっている。しかしながら、IRについてはこうした経済的なインパクトだけでなく、ギャンブル依存症の増加や治安の悪化等の社会的弊害も懸念されているところである<sup>12</sup>。

日常活動理論 (Routine Activity Theory)によれば、潜在的犯罪者と潜在的被害者が時間的・空間的に集中し、監視者が不在であれば犯罪発生の機会が増加する<sup>13</sup>。IR導入に伴って当該地域に多くの観光客が訪れ、その

結果として地域内人口が増加するならば、それは当該地域において潜在的犯罪者と潜在的被害者が増えることを意味するため、当該地域での犯罪発生率が上昇する可能性がある。

表1には、2008年～2017年におけるシンガポールの犯罪発生件数の推移を示した。IR導入前(2008～09年)の総犯罪件数は年間約33,000件であり、IR導入後(2010～17年)も概ね年間31,000～33,000件で推移している。したがって、IR導入前後でシンガポールの犯罪発生率に大きな変化はみられない。

表1 シンガポールにおける犯罪件数

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
総犯罪件数	33,113	33,186	33,152	31,508	31,015	29,984	32,315	33,839	33,099	32,668
侵入盗	898	1,025	896	706	598	543	360	340	300	332
窃盗	19,918	20,445	19,560	18,314	18,476	17,075	16,722	15,615	14,122	13,431
<b>発生件数/人口10万人当たり</b>										
侵入盗	19	21	18	14	11	10	7	6	5	6
窃盗	412	410	385	353	348	316	306	282	252	239

出所：Yearbook of Statistics Singapore 2013、2015、2018より作成。

Jarrell and Howsen (1990) は、旅行者などの「見知らぬ人 (Strangers)」のある地域への入域は、当該地域の侵入盗、窃盗、強盗の増加に影響を与えるが、暴行、殺人、強姦にはほとんど影響を与えないと指摘している<sup>14</sup>。Jarrellらの指摘を踏まえて、シンガポールにおける侵入盗、窃盗の推移についてみると、IR導入前(2008～09年)の侵入盗および窃盗の件数は、侵入盗が900

～1000件、窃盗が約2万件であった。これに対して、IRが導入された2010年以降は、これらの犯罪件数が減少し、2017年は侵入盗が332件、窃盗が13,431件となっている。人口10万人当たりの犯罪件数でみても、2008年に侵入盗が19件、窃盗が412件であったものが、2017年には侵入盗6件、窃盗239件にまで減少している。

このように、シンガポールにおいては域

<sup>12</sup> カジノ産業の社会的弊害については、Barron, Staten and Wilshusen (2002) や New Hampshire Gaming Study Commission (2010)、ダグラス・M・ウォーカー (2015) を参照。

<sup>13</sup> Cohen, L and M., Felson (1979) Social change and crime rate trends : A routine activity approach. American sociological review vol.44, pp588-608.

<sup>14</sup> Jarrell, S., and R., Howsen (1990) Transient crowding and crime. American Journal of Economics and Sociology 49, pp.483-494.



内人口の増加が犯罪発生率の上昇を招いている状況にはなく、また Jarrell and Howsen (1990) が指摘するような「侵入盗」や「窃盗」の増加も観察されていない。こうしたことから、IR 導入前後でシンガポールの犯罪発生率（治安の悪化）に大きな変化はみられていない。

#### 4) おわりに

IR の導入はシンガポールにおけるインパクトや観光収入、税金等にプラスのインパクトを与えており、今後も外国人観光客の増加に伴う観光収入、税金等の増収が期待できる。また、日常活動理論によれば、IR の導入による地域内人口の増加は、犯罪発生率の上昇をもたらす可能性があるが、本稿でみたように、IR 導入前後でシンガポールの犯罪発生率に大きな変化はみられない。

IR 整備法の成立に伴い、今後わが国では IR の誘致に向けた動きが本格化することが予想される。IR の誘致の際には、IR の経済的なメリットを最大限生かしつつ、ギャンブル依存症や治安の悪化といった「社会的コスト」の最小化を図っていくことが求められる。その意味でもシンガポールの事例は、わが国におけるカジノ産業のあり方や IR の戦略について示唆を与えるものである。

#### 【参考文献】

ダグラス・M・ウォーカー (2015) (佐々木一彰、仁木一彦監訳『カジノ産業の本質－社会経済的コストと可能性の分析－』日経 BP 社)。

Barron, M., M, Staten, and S, Wilshusen (2002) The Impact of casino gambling

on personal bankruptcy filing rates, Contemporary Economic Policy pp.440-455.

Cohen., L and M., Felson (1979) Social change and crime rate trends : A routine activity approach. American sociological review vol.44, pp588-608.

Jarrell, S., and R, Howsen (1990) Transient crowding and crime. American Journal of Economics and Sociology 49, pp.483-494.

New Hampshire Gaming Study Commission (2010) Final Report of Findings, p.86.

#### 【参考資料】

Department of Statistics Singapore ;, Yearbook of Statistics Singapore 2013, 2015, 2018

singapore tourism board : Annual Report on TOURISM STATISTICS 2018

Inland Revenue Authority of Singapore (HP : <https://www.iras.gov.sg/irashome/default.aspx>)

(比嘉正茂)

## 6. 韓国・濟州島観光の国際化と地域資源を活用した観光地づくり —濟州島観光のインバウンド政策と濟州オルレの取組—

### 1) はじめに

本章の目的は、沖縄観光の国際化の進展とそれに伴い生じる課題を韓国、濟州島の取組を参照しつつ、インバウンド拡大に伴う各種観光施策の在り方について示唆を得ることにある。具体的にはインバウンドの増加に伴うインフラ整備の在り方とともに、地域における観光資源の保全と活用を通じたバランスある観光地づくりについて、以下の現地視察調査の結果をまとめる中で知見を得たい。

2018年3月9日から3月13日にかけて、濟州島観光の現状と観光地域づくりの取組に関して、濟州観光公社及び社団法人濟州オルレにおいてヒアリング調査を実施した<sup>15</sup>。

濟州観光公社では、2006年に濟州特別自治道に移行後、国際観光化を進める中において、どのような課題に直面し、海外マーケティングを行ってきたのか、濟州観光の現状と課題について聞き取りを行った。また、社団法人濟州オルレでは、同団体の下で管理運営されている「濟州オルレ」について、取組経緯と現状、今後の展開について伺い、地域の観光資源の保全と活用を通じた観光地づくりの在り方について知見を得ることが出来た<sup>16</sup>。

以下、濟州島観光の現状について概観し、インバウンド対応の中で国際観光戦略、観光地づくりについて報告する。

### 2) 濟州島観光の国際化

#### ア 濟州島の入域観光客数

濟州島は韓国最南端に位置する面積約1,900km<sup>2</sup>の島で、山や海等の自然豊かな環境とともに韓国国内では比較的温暖な気候に恵まれ、国内外から多くの観光客を誘客する韓国有数の観光地となっている。2006年には韓国政府より高度な自治権を付与され、様々な権限が委譲された特別な広域自治体、濟州特別自治道として歩み始めた。濟州特別自治道では「国際自由都市」を目指すことを目的とし、3大中核産業<sup>17</sup>の一つとして「観光」を位置付け、観光関連3法、「観光振興法」、「国際会議産業育成法」、「観光振興開発基金法」の規制緩和とともに独自の観光事業誘致を積極的に図る体制を整えている<sup>18</sup>。こうした観光施策を展開しはじめた事に加え、2007年には火山活動によって形成された濟州島の自然が韓国で初めて世界自然遺産「濟州火山島と岩石洞窟」として登録され、世界的に注目される観光地となった。更に、観光振興をより戦略的展開していくため濟州観光公社を2008年に設立している。

このように、島内の豊かな自然環境を活かし、政府により高度な自治権が付与され、積極的な国際観光化を進める様々な施策を展開してきたことから、2006年以降、着実に入

<sup>15</sup> ヒアリングでは濟州観光公社海外マーケティング部、ヤン・ピルス次長、社団法人濟州オルレ事務局代表イ・ヨンソル氏に協力頂いた。この場を借りて謝辞を表したい。

<sup>16</sup> 韓国国内では健康ブームを背景とした徒歩旅行が注目される中、島内におけるウォーキング・トレッキングコース（濟州オルレ）の整備により韓国本土から多くの観光客を受け入れが進んでいる。

<sup>17</sup> 2005年「濟州特別自治道基本構想案」において観光をはじめ教育、医療を合わせ、3大中核産業とし、あわせて情報技術、バイオ技術などの先端企業を育成する計画を盛り込んでいる。

<sup>18</sup> 財団法人自治体国際化協会ソウル事務所（2009）、p35-p36

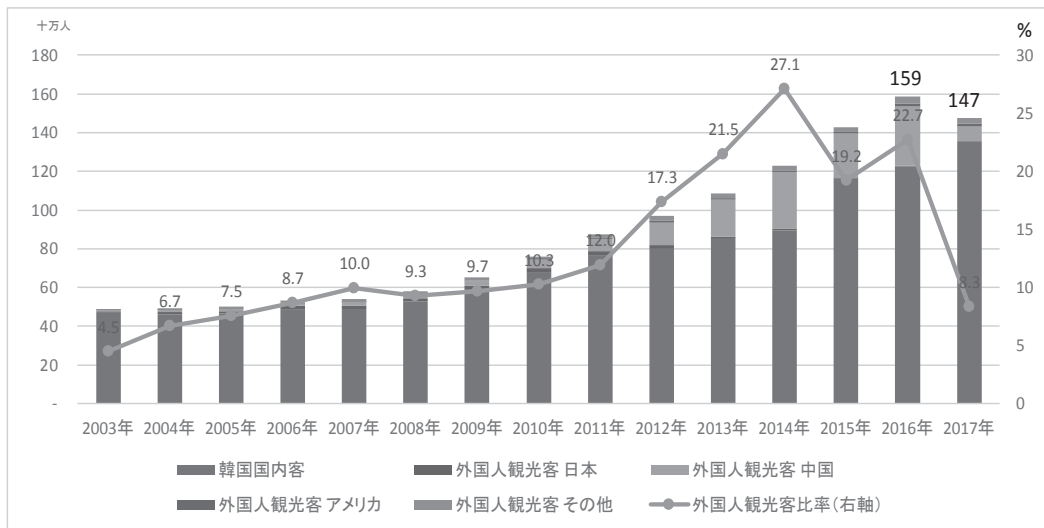
域観光客数を伸ばし成果を挙げてきている。

図1に示すように、済州島における入域観光客数は2009年以前において、600万人台で推移していたが、2009年以降、着実に伸ばし、2013年には1,000万人を突破し、2016年には1,500万人に達した。2011年から2014年において、入域観光客数に占める外国人観光客の比率は12%から27.1%に達し、当該期、済州島への中国本土からの観光客の増加に支えられ、大きく観光客数を伸ばした事が確認できる。また、2014年以降、韓国本土からの観光客数も増加基調に転じ、

2017年のTHAADミサイル配備問題を背景とした中国人観光客の200万人を超える大幅な減少に対して、2016年から2017年にかけて130万人近くの国内観光客の伸びに支えられ済州観光を大きく下支えしている様子が伺える。

済州島の観光は済州特別自治道へ移行後、2009年以降から国際化を進め、中国人観光客を中心とするインバウンドの拡大とともに、近年では韓国国内からの誘客も伸ばし、着実な成長を遂げている。

図1 済州島への入域観光客数の推移（単位：10万人、%）



出所：済州観光公社ホームページ「済州観光市場の動向分析調査レポート」各年版及び「済州特別自治道の外国人観光客統計」より作成

### イ 済州島のインバウンド政策

済州島の観光施策において重要な役割を果たしたのが、積極的な中国インバウンド誘致であった。前出したように、済州島では、2006年以降の済州特別自治道に移行後、観光を中核的な産業と位置付け、インバウン

ドの拡大を図るために以下の施策を展開した。一つが無査証入国許可の対象国の拡大である。韓国において無査証入国対象国は169カ国から180カ国に拡大し、2007年から無査証入国の対象国となった中国からの観光客の伸びに大きく寄与することになった<sup>19</sup>。ま

<sup>19</sup> 新井 (2013) p 43

た、二つ目に2005年に設立された韓国企業と済州特別自治道との共同出資によるLCCである済州航空の就航が挙げられる。2008年には済州国際空港を拠点として、アジア各都市と結ぶ国際線の運航を開始し、済州島を来訪する国内外の観光客の重要な足となっている。また今後予測される観光客増に対応し、新空港建設着工も予定している。三つ目に国際クルーズ船誘致事業が挙げられる。クルーズ船の受入環境整備の面では8隻同時に停泊可能な大型クルーズ船専用バース、岸壁等の整備を実施し、2016年には国際クルーズ船の寄港回数は506回にまで達している。2017年には中国本国を発地とするクルーズ船の減少により98回にまで減少し、120万人近くの人観光客の減少につながったものの、2019年には再開される見通しとなっている。

この他、済州観光公社が中心となり、国際会議等(MICE)の誘致にも取り組んでおり、2017年度にはアジア・オセアニア地域における都市別国際会議の開催件数で139件、6位に位置し<sup>20</sup>、MICE誘致においても大きな成果を挙げている。

今後のインバウンド政策に関しては、島内の観光施設の整備・拡充とともに、各国・地域別に効果的なマーケティング戦略を展開していくこととしている。観光施設の拡充に関しては、現在、島内8か所で展開されてきたカジノ付きホテルに加え、島内、最大級のカジノリゾート建設に乗り出しており、2019年の開業を目指している。また、各国別のマーケティングの展開に関しては、中国

人観光客に偏っていた誘致政策を見直し、これからのマーケットとして成長が期待されるアジア、特に東南アジアの各国を対象とした計画的なマーケティングを図っていくこととしている。具体的には、アジアの中で重要な市場の一つである日本人観光客に対しては、団体旅行から個人旅行への変化が見られる中において、若者と女性をメインターゲットとした情報発信を積極的に行い、香港からの観光客はアクティブな個人旅行者が多い事から登山、ウォーキング等をメインとした観光コンテンツを展開していくとしている。

このように、済州島の国際観光に向けた取り組みは、2006年以降の国からの移譲された権限を有効に活用し、ソフト面では誘客に向けた無査証入国制度の緩和とともに、クルーズ船誘致、MICE誘致の積極的な展開を行い、インフラ面においても、大型クルーズ船が停泊可能な専用バースの整備とアジア各都市と結ぶLCCの就航と第二空港建設など、今後の観光客増を見越した施策展開を行っている。

一方で、国内観光客誘致においては、先に見たように、2010年以降、韓国本土からの観光客数も堅調に推移している。その背景には韓国国内旅行者のマインドの変化から「済州オルレ」への注目度が高まっている事がある。「済州オルレ」は済州島の自然景観や農村景観等を鑑賞しながら楽しむ、ウォーキング、トレッキングコースの事であるが、新たな観光地づくりの取組として注目されている。次に済州島内で展開されている「済州オルレ」の取組について取り上げていく。

<sup>20</sup> 日本政府観光局(JINTO)「2017年国際会議統計」より

### 3) 「済州オルレ」の展開

#### 一 社団法人済州オルレのヒアリングから ア 済州オルレとは

韓国本土からの済州島への観光客数は2010年以降、着実に増加しており、その背景に韓国人旅行者の旅行目的の変化があったとされている<sup>21</sup>。韓国国内の健康ブームを背景に、レンタカー等の車移動を中心とした旅行形態から、健康のための徒歩旅行へと嗜好が変化中、「済州オルレ」の取組が注目された。

「済州オルレ」は一人の韓国人ジャーナリスト（ソ・ミョンソク氏）の提唱により2007年よりコース造りが始まり、同年、「社団法人済州オルレ」を設立させ、同団体を中心に、自治体や企業、個人等の支援を受けながら済州島を環状に周回する全長425km、26のコースを完成させた。

コースの特徴は、自然景観や集落景観等が楽しめるコースを意識し、幅1m以内の古道や小道を活用・修繕しながら整備を進め、1コース、5~6時間程度で歩くことが出来るものとなっている。コースの案内はスタート

地点とゴール地点にコース案内の標識に加え、コース途中の景観ポイント等には自然に逆らわないデザインの「カンセ」という済州島の野生馬をモチーフとしたマスコットを配置している。また、約50m毎に青やオレンジのリボンを道標として配置し、コースを歩く人たちはこれらのサインを頼りに歩く事が出来るようになっている（図2）。

「済州オルレ」は「持続性」をテーマとしており、団体から個人への観光パターンが変化の中で、個人が自由に、バス等の公共交通機関等を活用しながら、老若男女が誰でも歩き楽しめる観光を推進することを掲げている。

同様の「持続性」の観点から、コース内の掃除・標識等の管理等に関わる部分においても地域主体で無理のない範囲で行われるよう費用をかけないよう工夫を行っている。コース内の掃除は「クリーンオルレ」というボランティアを主体として寄付金を活用して行われており、標識等の整備や簡単なガイド等も含めコース内を守る「オルレチギ」を配置するなどの対応を行っている。

図2 「済州オルレ」の案内板と道標



<sup>21</sup> 済州観光公社海外マーケティング部、ヤン・ピルス次長のヒアリングより。



## イ 「済州オルレ」の多様な展開と地域資源の活用と再生

「済州オルレ」は海岸線沿いの海水浴場や草原地帯を通る自然景観を楽しむ事ができるコースや、集落内の小道、人々が賑わう市場の中を通るコース等、地元住民との交流も図る事が出来る多種多様なコースを設けており、観光客の多様なニーズを満たすことができるものとなっている。季節変化に応じて景観も変化を楽しむ事も出来るため、季節やコースを変えてリピートする観光客も増えている。「済州オルレ」の参加者は年間を通じて100万人に及ぶとされており、済州島全域に及ぶ観光コンテンツとして成長を遂げている<sup>22</sup>。

このように、観光客が島内の各地域に足を運び、地域の自然資源、文化資源に触れる中で、地域住民の意識にも地域の環境や文化、歴史等の地域資源の見直しにつながる動きにつながっている。2015年には済州オルレ事務局を中心として地域別に特産品の開発を進めるワークショップを開催し、地域の特性を活かして販売活動していくことを支援し、寂れた市場の再生を図るための企画を展開している<sup>23</sup>。

各地域に存在する自然資源や文化的資源を守り、観光資源の掘り起こしと再価値化を図り、観光客の誘客を機運として地域内の関係各所のネットワークを広げていく取組として、大きな期待が寄せられている。

## 4) おわりに

「済州オルレ」の取組は各地において、地域資源の見直し機運の高まりとともに環境へ配慮した観光地づくりの動きへと広がっている<sup>24</sup>。沖縄においてインバウンドが増加し、各地において外国人観光客を受け入れるための環境整備が進められている中、済州島の経験はどのようなインプリケーションを与えるのだろうか。

済州特別自治道では、観光を中核的産業として位置づけ、積極的な規制緩和を行い、国際観光化を推進してきた。その中で、将来を見据えたインフラ整備とともに、成長が期待される東南アジア市場をターゲットとした戦略的なマーケティングの展開を行っている。一方で、民間レベルの取組が始まった足元にある地域の観光資源を保全、活用し、観光客と住民との交流を促す「済州オルレ」の取組は、済州観光を支える両輪として機能しているように捉えられる。今後もインバウンドの増加が見込まれる沖縄においても地域の観光資源の保全・管理の観点から、持続可能な観光地づくりの在り方について示唆を与えるものとなっている。

## 参考文献・資料

財団法人自治体国際化協会ソウル事務所 (2009)「新しい地方自治体「済州特別自治道」の出帆」『Clear Report』No.337。

<sup>22</sup> 済州オルレ案内センターの案内所を通して把握している参加者数であり、実態はそれ以上見込まれている。

<sup>23</sup> 韓国国内のみではなく、「オルレ」の取組をパッケージ化して「姉妹の道」として日本をはじめオランダ等の世界各国で展開されている。韓国国内のみではなく、「オルレ」の取組をパッケージ化して「姉妹の道」として日本をはじめオランダ等の世界各国で展開されている。

<sup>24</sup> 韓国国内のみではなく、「オルレ」の取組をパッケージ化して「姉妹の道」として日本をはじめオランダ等の世界各国で展開されている。

新井直樹（2013）「韓国・済州特別自治道の国際観光戦略」『都市政策研究』第14号、首都大学東京都市政策研究会

日本政府観光局（JINTO）「2017年国際会議統計」

済州観光公社（kr）ホームページ < <http://ijto.or.kr/korean/> >

（平敷卓）

## 7. スポーツツーリズムとしての九州オルレ

### 1) はじめに

日本では、「観光立国推進基本計画」において新たな観光旅行の分野の新規開拓としてスポーツツーリズムの推進が示されて以降、スポーツを「する」「観る」「支える」といった行動を伴った観光が注目されている。さらに、それらのスポーツツーリズムを活用した地域づくり、経済効果が期待され、様々な地域でスポーツツーリズムに関連するプロダクト開発や施設整備、イベントの実施等が行われている。

そこで本章では、2018年3月に実施した九州オルレの現地調査をもとに、国内のスポーツツーリズムの事例として注目されている九州オルレの事例を紹介する。

### 2) スポーツツーリズムとは

「観光立国推進基本計画」(観光庁、2012)によると、「スポーツツーリズムとは、スポーツを『観る』『する』ための旅行に加え、スポーツを『支える』人々の交流や、旅行者が旅先で多様なスポーツを体験できる環境の整備を含むものであり、国内旅行需要の喚起やゴルフ、スキー等のスポーツへの指向性の高い外国人旅行者の訪日促進に寄与するものである」とある。また、「スポーツツーリズム推進基本方針」(スポーツツーリズム推進連絡会議、2011)では、上記に加え、「スポーツツーリズムは、～ 省略 ～ 生涯スポーツの観点からビジネスなどの多目的での旅行者に対し、旅行先の地域でも主体的にスポーツに親しむことのできる環境の整備、そしてMICE推進の要となる国際競技大会の招致・

開催、合宿の招致も包含した、複合的でこれまでにない『豊かな旅行スタイルの創造』を目指すものである」とある。日本においては、スポーツツーリズムを推進することで新たな旅の魅力を作り出し、観光客・交流人口の増加を目指し、多種多様な観光資源を掘り起こし顕在化させることで、各地域の観光力を向上させる取り組みとして注目されている。

### 3) オルレとは

「オルレ」とは韓国語(済州島の方言)で「通りから家に通じる細い道」という意味で、韓国・済州島にある済州オルレは2007年にトレッキングコースとして作られた。現在、済州オルレのコースは島を一周取り囲んでおり、全26コースで計425km(2017年10月時点)に達する長さである。

オルレの魅力は、海岸線や山などの自然、民家の路地などを身近に感じ、自分なりにゆっくり楽しみながら歩くところにある。実際、済州オルレもできるだけ山、森などにある古道を使い、アスファルトの道は通らないことや、自然だけでなく地域の文化や人とも触れ合えるような変化に富んだコースにするといった工夫がなされている。

オルレは、コースを歩くための料金はかからず、誰もがいつでもコースを歩くことができる。そのため、実際に歩いた参加者数のデータは無いものの、済州オルレツーリストセンターの案内所を訪れ済州オルレのコースを歩く参加者は毎年約100万人を超えており、年間1,000万人を超える観光客が訪れる済州島のツーリズムを支えている要因となって

いる。



出所：Imagine your Korea : [https://japanese.visitkorea.or.kr/jpn/TMC/TE\\_JPN\\_5\\_2.jsp](https://japanese.visitkorea.or.kr/jpn/TMC/TE_JPN_5_2.jsp)

#### 4) 九州オルレの取り組み

九州オルレとは、九州観光推進機構と(社) 済州オルレが業務提携を締結したことにより立ち上げたトレッキングコースで、(社) 済州オルレが推進しているグローバルプロジェクト「姉妹の道」である。「姉妹の道」プロジェクトは、済州オルレコースを作りながら積み重ねたノウハウを国内外に伝え、新しい「オルレ」を開発する事業であり、九州オルレも(社) 済州オルレが直接コンサルタントを行い、「オルレ」ブランドの使用許可及びコースの造成方法等を提供している。2012年の4コースから始まり、現在は福岡5コース、佐賀県3コース、長崎県2コース、大分県4コース、熊本県3コース、宮崎県1コース、鹿児島県3コースの計21コースにまで増加

している。(2018年10月には、姉妹の道として国内2例目となる宮城オルレ2コースが宮城県にオープンしている)

九州オルレは、九州に訪れる韓国人観光客の需要喚起策として、韓国で非常に高い認知度を誇るオルレを輸入した取り組みであり、九州各地の自然豊かで魅力的なトレッキングコースと九州にしかない宿泊施設や温泉をはじめとする観光地を組み合わせる等の付加価値をつけたコースを設定している。2012年から2016年までの九州オルレ訪問者数は22万人を超え、そのうち14万人以上が韓国からの参加者である。

九州オルレは2015年にスポーツツーリズムやスポーツによるまちづくりに貢献した団体・グループ・企業に贈られる「第3回スポー

ツ振興賞」の「スポーツ振興大賞」を受賞、2016年にはツーリズム EXPO ジャパン「第2回ジャパン・ツーリズム・アワード」の地域の観光関連団体が一体となって魅力ある観光地域づくりや地域の観光資源を活かした総合的な地域活性化に向けての取組に対して贈られる「地域マネジメント部門 部門賞」にも選ばれており、国内でのスポーツツーリズムの成功事例として注目されている。

九州オルレは、済州オルレと同様にコース内の要所に「カンセ」と呼ばれる済州島の馬をモチーフにしたオブジェと赤と青のリボン、木製の矢印が設置されており、これらの目印に沿って歩くことでコースに迷わず歩くことができる。済州オルレでは、これらのコースの管理等を社団法人済州オルレのコース運営チームと約400名を超える地域のボランティア（オルレチギ：オルレ守りの意味）が行なっているため、コース設営もなるべくお金をかけずに手作りで行なっている。また、アカジャボン（済州オルレアカデミーボランティア）といった同伴して歩くボランティアの存在や CLEAN OLLE といった済州オル

レを歩きながらゴミを拾うといったクリーン活動を行うことでコースの景観を維持している。このようなトレッキングコースの管理は景観の維持と安全性の確保という意味において非常に重要な要素であると同時に、地域住民を巻き込んだコース管理運営体制を構築することで、地域住民の観光に対する理解を促進することに繋がっていく。スポーツツーリズムとして持続可能なコンテンツとして維持していくためには、地域住民の理解と協力が不可欠である。

また、今回の調査で訪れた「久留米・高良山コース」では、駅や街中にのぼり旗や看板などで九州オルレのPRを行なっている様子を見ることができ、そのほとんどに韓国語の標記がされていることも確認することができた。九州オルレの参加者の過半数が韓国からの観光客だという現状からすると十分な配慮がなされていた。しかし、2017年には「モンゴルオルレ」もオープンし、徐々に海外ブランドとして展開されていることを考えると、今後その他の国からの参加者を増やす取り組みが期待される。



青の矢印は正方向、赤の矢印は逆方向を示している



カンセ（済州島の馬をモチーフにしたオブジェ）の頭が進行方向を示している





オルレに関する様々なグッズが販売



韓国語表示のあるのぼり旗

## 5) おわりに

年間観光客が1,000万人を超える済州島において済州オルレを歩くために韓国国内から多くの観光客が訪れている。九州オルレにおいても、非常に高い認知度を誇るオルレを歩くために韓国人観光客が九州を訪れるようになった一方で、他の国外観光客や日本国内における認知度は高いとは言い難いのが現状である。今後は、国外および日本国内における認知度を高め、新たな観光客層を確保していくかが重要であると同時に、地域住民や行政の理解、継続的なコース維持・管理のための人材・財源確保等が課題として挙げられる。

## 【参考資料】

- ・「観光立国推進基本計画」観光庁、2012
- ・「スポーツツーリズム推進基本方針」スポーツツーリズム推進連絡会議、2011
- ・「ガイドブック済州オルレ」社団法人済州オルレ
- ・九州旅ネット九州オルレ <https://www.welcomekyushu.jp/kyushuolle/>
- ・宮城オルレ <https://www.miyagiolle.jp/>

(慶田花英太)