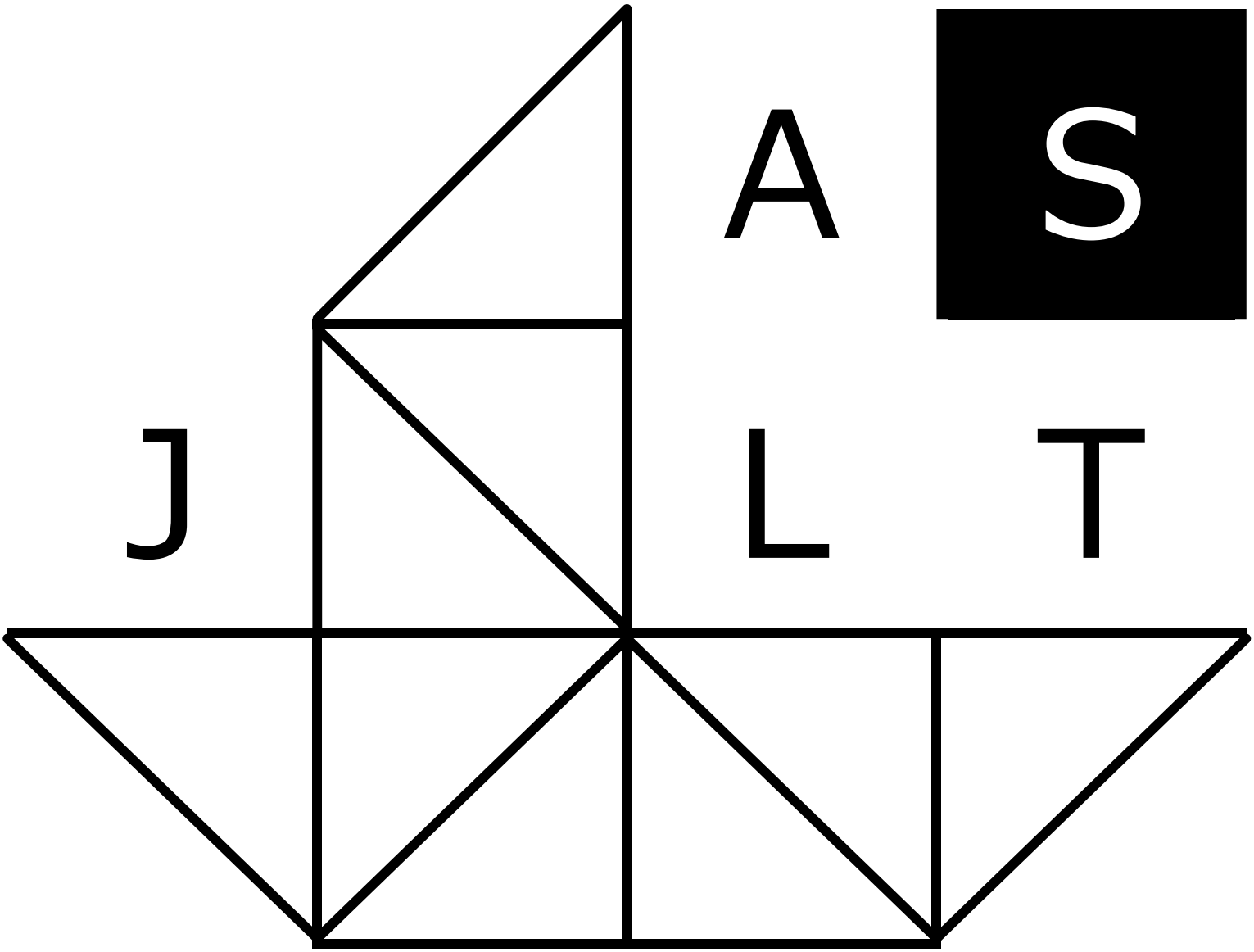


長期滞在型・ロングステイ観光論集

Vol. 1 ・創刊号　2017 年 3 月

長期滞在型・ロングステイ観光論集　Vol.1・創刊号　目次

巻頭言…… 3
岡本伸之

学会設立総会基調講演抄録……13
「なぜ今、観光イノベーションが必要なのか」
本保芳明

学会設立総会シンポジウム抄録……21
「わが国のライフスタイルの転換－滞在型旅行の必要性を問う－」
モデレーター：舩山龍二

第１回年次大会プログラム……33

分科会活動報告

長期滞在インフラ構築分科会……36
代表：旭岡叡峻

古民家ロングステイ普及促進分科会……40
代表：井上幸一

ロングステイと旅行医学分科会……44
代表：溝尾朗

海外ロングステイの経験者からインバウンドロングステイに対する提言分科会……48
代表：山田美鈴

自由主題発表

学術研究発表

ロングステイヤーと非ロングステイヤーのアイデンティティ……56
—効用概念を用いた経済分析とその政策含意
小沢健市

観光客の滞在促進へ向けた地域拠点における VR 観光と……60
効果的発信手法に関する研究—キュレーションの視点から
千葉里美

国内ロングステイ観光者の過ごし方比較……65
—内成「ホリデーハウス」VS 北海道「ちょっと暮らし」
畠田展行

東南アジアの OTC (Over The Counter) 医薬品とセルフメディケーション……71
—東南アジアロングステイの生活を支援する
溝尾朗　野田一成　白井拓史　木村英夫

提案発表

長期滞在型観光学体系の新たな試論……76
旭岡叡峻

長期滞在型・ロングステイ観光学会　会則……80

学会研究発表論文集巻頭言

長期滞在型観光・ロングステイ観光学会
会長　　岡本　伸之
（立教大学名誉教授）

１．観光研究の黎明

観光現象を対象とする学術的な研究が始まったのは、20 世紀に入ってからのヨーロッパであった。前世紀からの移動手段の発達による交通革命を経て、観光往来を含む人の移動が旅行者の受け入れ国に外貨をもたらすことが経済学者の関心を集め、まず経済学的な研究が始まった。研究成果は日本の政府も関心を寄せ、1930 年には鉄道省の外局として国際観光局が開設された。国際観光局は、1930 年代に刊行されたイタリアのマリオティ、ドイツのボールマンやグリュックスマン、イギリスのオギルヴィェ等による観光研究の専門書を邦訳して刊行し、日本の研究者も関心を寄せる契機となった。そうした中で、観光局の井上万寿蔵による『観光読本』（1940）、国際観光局による上記 5 点の翻訳書の内容を集大成した大分大学の田中喜一教授（交通論専攻）による『観光事業論』（1950）などが刊行され、観光研究の黎明期を迎えた。

２．観光教育の黎明とインバウンドの観光の隆盛

観光は 20 世紀に入ってから益々盛んになった。国際連合は観光振興のための国際協力の必要性を訴え、「観光は平和へのパスポート（Tourism; Passport to Peace）」のスローガンを掲げて 1967 年を国際観光年とする決議を 1966 年に行った。その 1967 年に立教大学は社会学部に 4 年制大学としてはわが国初の観光学科を設置し、その後 1998 年には観光学部として独立させ、同時に大学院を設置して観光学の博士号を授与できる体制を整えた。文科省によればわが国では観光関連の学科・大学院を持つ大学が 2009 年 4 月 1 日現在 39 大学 39 学部 43 学科、大学院も 6 大学 6 研究科 6 専攻の規模に達したという。

日本の観光は、高度経済成長の波に乗ってまず国内旅行が盛んになり、1964 年に観光目的の海外渡航が自由化されてからは海外旅行も盛んになった。2003 年、当時の小泉純一郎内閣総理大臣が所信表明演説の中で初めて「観光立国」に言及し、以後、観光は 2007 年の議員立法による観光立国推進基本法の制定、翌年の観光庁の設置、インバウンドの観光の振興を目的とする「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の展開等、政府の重要施策の一翼を占めるに至った。現在も安倍晋三内閣により「観光立国アクションプログラム 2015」が展開され、2020 年のオリンピック・パラリンピックの開催に向けて訪日外国人旅行者数 4000 万人の高みを目指すことになっている。

このように見てくると、わが国の観光振興は政府や自治体による振興策、観光産業を支える人材育成の両面で順風万帆の趣にあるといえよう。しかしながら、観光の実態は、必ずしも予断を許さない面がある。問題の所在を国際観光と国内観光に分けて考えると、国際観光は訪日外国人旅行については上述したが、日本人の海外旅行が 2000 年代に入ってから、2001 年の同時多発テロ、2003 年のＳＡＲＳ、同イラク戦争の影響等により減少し、2011 年は東日本大震災の影響が懸念されたものの翌年は過去最高を記録し、しかしその後は減少傾向が続いている。

日本人による国内観光については今後学術的な研究が求められる問題が山積しているものの、大きな問題は目的地における滞在日数が短いことである。観光庁によれば、外国人旅行者を含む国内観光旅行者数は 2014 年の速報値で約 4 億 7000 万人とされ

るが、泊数は約3億9000万人泊に過ぎない。2014年版観光白書で日本人を対象とする調査結果（2013年の暫定値）を見ても、国内宿泊観光旅行の回数は1.43回、宿泊数は2.35泊と推計されている。1回当たりの泊数は1.64泊と計算される。国内観光の実態は宿泊を伴う場合でも1泊2日が過半を占める実態にあるといえよう。

このように見てくると、わが国の観光が直面する研究課題として、なぜ1泊2日では問題なのかを含めてロングステイに象徴される「長期滞在型観光」の可能性を模索する必要性があるのではないか。わが国ではすでに 10 団体を超える観光関連の学会が存在する中で、新たに「長期滞在型・ロングステイ観光学会」を立ち上げようとするに至った理由はそこにある。すでに既存の観光関連学会に加入しておられる研究者に加えて、これから長期滞在型という新たな視角から観光研究を志す同士の参加を期待する次第である。

３．長期滞在型・ロングステイ観光学会の創設に至る経緯

ここで、長期滞在型・ロングステイ観光学会の創設に至る経緯について触れておきたい。この学会を誕生させようという動きは、これまで長きにわたって日本人の海外ロングステイの普及に取り組んできた一般社団法人ロングステイ財団の内部で育まれた。2015年11月18日、霞が関ナレッジスクエア会議室で開催された「長期滞在型・ロングステイ観光学会」設立記者発表会の席上同財団の弓野克彦理事長が使用した資料を参照しながら説明すると、同財団は1986年に当時の通産省がシルバーコロンビア計画、すなわち、定年後の第二の人生を豊かに海外で暮らすという新しいライフスタイルを提案したことが端緒となった。1992年に公益財団法人ロングステイ財団が設立され、海外を中心として長期滞在型余暇の推進と調査研究が始まった。2012年には海外・国内・インバウンド・ロングステイの推進が課題とされ、そうした背景の中で、長期滞在型・ロングステイ観光に対する多角的な調査研究の必要性がロングステイ財団内部で認識されるようになり、2015年には内部に長期滞在型・ロンステイ観光学会の設立準備会を発足させ、2016年3月18日に帝京大学霞ケ関キャンパスにおいて長期滞在型・ロングステイ観光学会の設立総会・基調講演・シンポジウム・設立記念交流会を開催する運びとなった。

長期滞在型・ロングステイ観光学会は上記のような経緯を経て設立されたが、設立総会で承認された会則では、第3条に「本会は、国内及び国外における長期滞在型観光（ロングステイ）の普及促進をはかるため、学術研究並びに普及に必要な諸条件の整備に産官学で取り組み、長期滞在型（ロングステイ観光）の進展と産業育成を目的とする」と規定されている。ここでいう諸条件とは、医療、・介護・教育・安全・滞在施設・保険・資金・語学・地域コミュニティとの共生・雇用機会・休暇制度・各種アクティビティ等のことをいう。

４．ロングステイを取り巻く環境の変化

ＥＵは2012年を「アクティブエイジングと世代間の連帯のための欧州年」と定め、高齢化社会への対応を抜本的に見直そうとしているという。アクティブエイジング（Active Ageing）とは、生活の質を低下させることなく、社会参加を続けながら、年を重ねていくことを指す[1]。

一方、わが国では、日本創生会議が2014年に問題提起した、未婚化、晩婚化といった結婚行動の変化と出生力の低下によって、全国の市町村の約半数が「消滅可能性都市」であるとの衝撃的な警鐘を鳴らし、地方の消滅を防ぐためには、東京一極集中を是正する必要があるとして、高齢者の地方への移住などを提言し、政府も「日本版ＣＣＲＣ構想」の推進などを構想している。

こうした背景を念頭に置けば、1986年の当時の通商産業省による「定年後の第２の人生を、海外で豊かに暮らそう」という趣旨の「シルバーコロンビア計画“９２”」以来の歴史を持ち、それが今やロングステイ財団の推計（『ロングステイ調査統計2016』、ｐ36）によれば2015年には157万632人に達したという海外ロングステイ人口とこれまでに蓄積された豊富な経験知が今後日本版アクティブエイジングを推進する上で重要なヒントになり得ると期待される。

５．ロングステイの経済効果

観光庁によれば、2015年の訪日外国人旅行者数はＩ,９７４万人（出典：日本政府観光局）であり、前年の１,３４１万人に対して４７．１％増を記録した。

訪日外国人旅行者の１人当たり旅行支出は 17 万６，１６８円（対前年比１６．５％増）、2015 年の訪日外国人全体の旅行消費額（速報）は 3 兆 4,771 億円と推計され、年間値で初めて 3 兆円を突破した。

中国人旅行者などによる“爆買”が話題になるなど日本の観光産業は近年日本人による海外旅行すなわちアウトバウンドの需要が 2015 年の場合 1,621 万人（対前年比 4.1%減）と減少する中で、外国人の訪日すなわちインバウンドの需要の伸びが顕著となっている。観光消費が増えれば、観光ＧＤＰが増加し、ひいては雇用創出効果が生まれる。これは日本経済にとっては大きなメリットといえる。そのため政府は、訪日外国人旅行者数 2,000 万人の目標達成が視野に入ったことを踏まえ、次の時代の新たな目標の設定とそのために必要な対応の検討を行ない、今後に向けてのビジョンをとりまとめるため、安倍晋三首相を議長とする「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を設置し、2015 年 11 月 9 日首相官邸で初会合を開いた。

首相は「安倍政権においては、経済を最優先とし、ＧＤＰ600 兆円をめざす取り組みをスタートさせたところであるが、観光は成長の重要なエンジンであり、2,000 万人は通過点に過ぎない。フランスでは 8,000 万人、同じ島国である英国にも 3,000 万人の旅行者が訪れている。豊かな観光資源に恵まれ、成長著しいアジア諸国の近隣に位置するわが国は観光立国の大きなポテンシャルを有している。課題も多いが、前例にとらわれない、思い切った知恵を出していただき、しっかりしたビジョン、次なるステージのロードマップを示してほしい」と述べ、新構想の策定に強い意欲を示した。

2016 年３月 30 日、上記の会議の第２回目の会合が前回同様総理大臣官邸で開催された。第２回目の会議では、「明日の日本を支える観光ビジョン」(案)を取りまとめ、訪日外国人旅行者数の政府の新しい目標値を 20 年に 4,000 万人（旧 2,000 万人）、30 年に 6,000 万人（同 3,000 万人）といずれも倍増するとし、消費額の目標についても、20 年に８兆円、30 年に 15 兆円と設定された。３大都市圏以外での外国人についても、延べ宿泊者数で 20 年に 7,000 万人泊、30 年に１億 3,000 万人泊を実現するとの目標を掲げた。観光を「地方創生」の切り札としてＧＤＰ600 兆円達成への成長戦略の柱と位置付け、国を挙げて観光を日本の基幹産業へと成長させ、「観光先進国」に挑戦していく決意が示された。

経済産業研究所の森川正之理事・副所長は、著書『サービス立国論』（日本経済新聞出版社、2016 年刊、p214）の中で、観光関連サービスは、貿易可能サービスという性格が強く、輸出／移出産業として地域経済に貢献する潜在性が高いと指摘し、その根拠について、宿泊業、飲食サービス業といったサービス自体は「生産と消費の同時性」という制約を免れないが、顧客自体が域外から来訪し、需要を生み出すからであるとしている。

『ロングステイ調査統計２０１６』は、2015 年の日本人による海外ロングステイの実態を明らかにした報告書であるが、日本人の海外ロングステイ人口は 2015 年には 157 万 632 人に達したと推計している。ロングステイ滞在希望国・地域についてのアンケート調査によれば、ロングステイ希望国は 9 年連続でマレーシアが１位とのことである。こうした国では、ロングステイは長期滞在の性格を持つから、日本からのロングステイヤーが国や地域に及ぼす経済効果は極めて大きなものと考えられる。

観光とは、人々が楽しみを目的として日常生活圏を一時的に離れ、再び帰ってくることをいうが、観光客を対象とする観光産業は、森川氏が指摘するように、サービス業として「生産と消費の同時性」という制約を免れないが、ロングステイヤーのように特定の場所に長期に留まってくれるのであれば、日本人を顧客とする国内の宿泊業のような、週末や連休でなければサービスを提供しようにも十分な顧客を確保できないといった制約から解放される。このように、観光産業にとってのロングステイの経済的効果の特異性はサービスを提供しようとする対象としてのロングステイヤーが、サービスの生産の現場に長期間滞在してくれるところにある。

過日、日本観光振興協会主催による会議の席上、多摩大学大学院の望月輝彦客員教授による“インバウンドの潮目が変わった”との発言が関心を集めた。インバウンドといえば、訪日外国人旅行者の中でも中国などからの富裕層による百貨店、家電量販店、ドラッグストアなどでの商品の大量買いが「爆買い」と呼ばれて耳目を集めたのであるが、望月教授によれば美しい自然景観や歴史的遺産に加えて、日本人の暮らし方、ライフスタイルに関心を寄せる訪日外

国人旅行者が増えているという。国内の観光客には地域の自然や歴史に根ざす固有の暮らしを体験する「体験型観光」が注目を集めているように、訪日外国人旅行者にとってもモノを買うことだけが観光の楽しみではないといえよう。

『ロングステイ調査統計２０１６』によれば、日本人の国内ロングステイの希望都道府県は 1 位の「沖縄県」と 2 位の「北海道」に圧倒的な人気があるとのことである。避暑避寒が適うロングステイの目的地が選択されることを示すと思われるが、国際観光の場合でも同じ理由で観光客は地球上を南北移動する傾向がある。東西移動には時差の障害もある。

国内ロングステイの目的地として北海道のニセコに注目してみると、観光資源の観点から国際リゾートを標榜するだけの条件が揃っている。外国人住民基本台帳によれば、ここ 10 年で外国人居住者数が 10 倍（06 年度の 26 名から 1015 年度で 178 名）に達しており、冬場には国外からの観光客の増加に対応して外国人居住者が増えるという。産業別就業人口構成比率の推移をみると、1985 年調査から農業の第一次産業とサービス業の第三次産業の割合が逆転し、2010 年の調査では第三次産業が 69.0%、第一次産業が 21.3%、第二次産業が 9.8%の構成比となっている。

観光振興による交流人口の増大は、ニセコがそうであるように、人口減に悩む地方経済を活性化し、定住人口の減少を補う効果さえ認められる。観光立国の基本理念は、2003 年 4 月に当時の小泉内閣総理大臣に提出された観光立国懇談会（座長：木村尚三郎東京大学名誉教授）の報告書の副題にあるように、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」にある。観光の語源は『易経』にある「觀國之光。利用賓于王。」に由来するとされるが、ロングステイは特定の目的地に長期にわたって暮らすのであって、暮らしてみなければわからないその地域に固有の豊かな暮らしを体験する、究極の観光行為であるといえよう。

６．なぜ今「長期滞在型・ロングステイ観光学会」なのか

観光を研究対象とする学会が数多あるなかで、なぜ今新しく「長期滞在型・ロングステイ観光学会」なのかといえば、以下のような理由を挙げることができると考える。

第１に、日本の国内観光の実態が、あまりにも短期滞在型だからである。日本の国民一人当たりの国内観光旅行の回数は、年間で１．５回以下であるが、１回あたりの泊数は２泊に満たない。欧米、とりわけヨーロッパでは、人々は観光といえばバカンスに関心を寄せる。例えば、フランスでは１９３６年以来、国民はＩＬＯの有給休暇条約にある年間３週間、そのうち２週間は連続の休暇を享受している。

日本はＩＬＯの有給休暇条約を未だに批准していない、世界でも極めて珍しい国である。日本人はバカンスの楽しみを味わったことがない不幸な国民といえる。バカンスといえば、空にすること、人生を折に触れてリセットするための貴重な時間である。日本人は、ゆっくり立ち止まって、明日をどう生きるか、考える時間を持たない。ゆっくり家族旅行をして家族の絆を確かめる時間もない。休暇を意味するホリデイは全体性を意味するホールから来ているのではないか。ロングステイは人間が立ち止まって全体性を回復する機会である。日本で長期休暇といえば、今や１５７万人の日本人が享受している海外ロングステイである。私はロングステイこそヨーロッパでいう「アクティブエイジング」の実践ではないかと思う。

ロングステイを海外だけでなく、国内でも普及させたい。「アクティブエイジング」は高齢化社会を老若男女共に支え合う社会へのパラダイム転換とされるが、消滅可能性都市の存在に危機感が高まる中、政府が構想する日本版ＣＣＲＣ（Continuing Care Retirement Community）構想やインバウンドブームの延長線上に日本人と外国人が共に日本国内でロングステイを享受できるような社会を構築できないかと思う。

それではどうすれば、ロングステイ、とりわけ国内における日本人のみならず訪日外国人のロングステイが可能となるのであろうか。問題の所在が那辺にあるのか、観光産業の実践の営みの中に、ロングステイを阻害する要因がありはしないか、ロングステイを促進する要因は何か、達成すべき課題はといった事柄がまさにこの新しい学会に与えられた研究テーマである。問題の所在を思いつくまま挙げるだけでも、宿泊施設の問題１つ取り上げても、長期滞在を可能とさせる施設の機能構成や料金制度になっていないことなど、枚挙に暇がない。諸問題が生起

する原因と結果の因果の連鎖を明らかにする研究を基盤としながら、この新しい学会が長期滞在型観光に関わるステークホルダーに対する政策提言を行うことができれば、今や観光立国を国是の一翼と位置づけるわが国の在り方に大きく貢献できるのではないかと期待される。長期滞在型余暇に関心を寄せる実践者ならびに研究者の参加を期待する次第である。

本学会の目的は、生活の主たる源泉を日本に置きながら海外の一か所に比較的長く滞在し（２週間以上）その国の文化や生活に触れ、現地社会での貢献を通じて国際親善に寄与する海外滞在型余暇を意味する海外ロングステイ、その国内版（１週間以上)、さらに関連する社会現象を研究対象としながら、社会・人文・自然の各領域に亘るあらゆる科学の知見を駆使しながら、ロングステイが直面する解決すべき諸問題､達成すべき諸課題の因果の連鎖を解明し、ロングステイの未来永劫に亘る健全な発展の姿を明らかにすることを目的とするものである。

７．学会に期待される研究領域について

長期滞在型・ロングステイ観光学会としては、観光分野を研究対象とする学会が数多ある中で、その居場所を差異化する核心はもっぱら長期滞在型を研究対象とする点にある。

観光とは、端的に言えば、日常生活圏を一時的に離れて、何らかの余暇活動を楽しむことであるが、その離れる時間が短期と長期では余暇活動の内実は大きく異なる。例えば、欧州におけるバカンスとわが国の国内旅行で一般的な１泊２日の観光では、その本質は決定的に異なる。長期滞在型・ロングステイ観光学会に期待される研究領域としては、その違いがもたらす、観光主体のみならず、地域社会にもたらす影響を明らかにすることが挙げられると考える。

長期滞在型・ロングステイ観光学会における研究の方法論は、国際的な学会を含めて観光を研究対象とする学会のすべてがそうであるように、社会・人文・自然の各領域に亘るあらゆる科学の方法論を駆使する学際的なものである。

学会に期待される研究領域について思いつくまま記せば、最初に脳裏を過るのは「湯治」の研究である。わが国には古くから湯治、すなわち温泉宿に 2 週間以上といった長期滞在して特定の病気の治療や療養を行う風習があった。日本の歴史をさかのぼると、権力者から庶民に至るまで、湯治を楽しんだという。「湯治ひと回り 1 カ月」といわれるというから、立派なロングステイであって、わが国独自の伝統的なロングステイ観光として当学会独自の研究テーマになり得るのではないかと思われる。

８．安倍内閣の観光産業振興策

学会に期待される研究領域は、産学官の連携を視野に入れて検討する必要がある。そこで、本稿の最後に、参考までに安倍内閣の観光産業振興策について触れておこう。

(1) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

2015 年 11 月 9 日､安倍総理は総理大臣官邸で｢明日の日本を支える観光ビジョン構想会議｣を開催し、観光振興に強い意欲を示した。16 年３月 30 日、その第２回目の会議が前回同様、総理大臣官邸で開催された。第２回目の会議では､｢明日の日本を支える観光ビジョン｣（案）をまとめ、訪日外国人旅行者数の政府の新しい目標値を 20 年に４０００万人（旧２０００万人)、30 年に６０００万人（同３０００万人）といずれも倍増するとし、消費額の目標についても、20 年に８兆円、30 年に 15 兆円と設定。３大都市圏以外での外国人については、延べ宿泊者数で 20 年に７０００万人泊、30 年に１億３０００万人泊を実現するとの目標を掲げた。さらに、観光を「地方創生」の切り札としてＧＤＰ６００兆円達成への成長戦略の柱と位置付け、国を挙げて観光を日本の基幹産業へと成長させ､｢観光先進国｣に挑戦していく決意が示された。

第２回目の会議で注目されるのは、「観光先進国」として必要な施策として、「３つの視点」と「10 の改革」を掲げ、右記の目標を実現するための施策を具体的に示したことである。「３つの視点」とは、①「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」、②「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」、③「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」する観点のことで、それぞれに改革の施策の具体的内容が示されている。

この会議は､30 人の関係分野の専門的知見を有する専門家が、会議事務局のヒアリング対象者として選ばれ、適切な提言を寄せる仕組みとなっている。こうした総理大臣が観光振興に強力なリーダーシッ

プを発揮するのは小泉内閣で始まり、安倍内閣で弾みが付いた印象を受ける。今後の展開に期待したい。

（2）3つの視点と諸課題

上段で取り上げた第２回「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」では、３つの視点から①～⑩の改革案を掲げた。以下、視点ごとに改革内容の一部を紹介しておこう。

第１の観光資源の魅力を極める改革案では、2016年４月に始まった赤坂迎賓館の公開のような①「魅力ある公的施設」の解放、②「文化財の観光資源としての開花」、③国立公園の体験・活用型への改善、④無電柱化など景観の優れた観光資源の保全･活用、⑤農山漁村の農泊（「農山漁村滞在型旅行」日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を楽しむ滞在）の推進、⑥伝統工芸品の消費拡大、⑦広域観光周遊ルートの改善、⑧東北の観光復興が挙げられている。

第２の観光産業の革新の改革案では、①規制・制度の見直し、②宿泊法制度の見直しによる民泊への対応、③観光経営人材の育成、④宿泊施設不足の解消、⑤DMOの形成・育成、⑥「観光地再生・活性化ファンド」の展開、⑦観光立国実現のための財源の検討、⑧訪日プロモーションの高度化、⑨インバウンド促進のための対外発信強化、⑩ＭＩＣＥ誘致の促進、⑪ビザの戦略的緩和、⑫訪日教育旅行の活性化、⑬観光教育の充実、⑭若者のアウトバウンド活性化が課題とされている。

第３の快適に観光できる環境整備では、①革新的な出入国管理、②まちづくりとの一体化、③キャッシュレス環境の改善、④通信環境の整備、⑤多言語対応、⑥外国人患者の受入体制整備、⑦良好な治安を体感できる環境整備、⑧地方創生回廊の完備、⑨クルーズ船の受入拡充、⑩公共交通の革新、⑪ユニバーサルデザインの推進が挙げられている。

観光立国に対する視点とそれぞれに基づく施策を概観すると、わが国が経済や文化といった分野に加えて「観光先進国」となるためのこれからの道筋が見えてくるといえよう。本学会としても、こうした道筋を踏まえながら、サービス産業としての生産性の向上、国際化対応、外国人材の活用といった喫緊の課題に対して研究と教育の立場から積極的に取り組む必要がある。

（3）サービス産業の活性化・生産性向上

「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」では、観光産業の革新が課題とされるが、観光産業を含むサービス産業がＧＤＰの７割を占めるとされる現在のわが国でサービス産業における最大の課題はその活性化と生産性の向上にある。

経済産業省が2015年４月15日に発表した「サービス産業の活性化・生産性向上に向けた取組」によれば、取組は１）業種横断施策、２）地域レベルでの支援体制強化、３）卸・小売業の活性化・生産性向上の３分野から構成される。

１）業種横断施策では①ベストプラクティスの徹底普及、②中小サービス業のＩＴ利活用の促進、③サービス経営人材の育成が課題とされる。①では「日本サービス大賞」などの優れたサービスの「表彰」、優れたサービスを「横展開」するための解決策の見える化、サービス品質の見える化のための「おもてなし規格認証」の創設、起業を促すための創業・ネットワーク化の促進、グローバル化に対応してＪＥＴＲＯによるサービス専門の海外展開ハンズオン支援制度を創設する。②ではＩＴの導入を支援するための自己診断ツールの策定、コンサル人材のリスト化、支援能力の見える化を行う。③では大学等によるサービス経営の専門・実践教育プログラムの開発を支援し、文科省などの関係省庁が連携して支援・協力体制を構築する。

２）地域レベルでの支援体制強化では、商工会議所や都道府県に2014年度から設置され、サービスＯＢ人材，プロセス改善人材、ＩＴコンサル人材などを派遣して経営課題に応じた支援策を講ずる「よろず支援拠点」等を活用し、経営改善を促す素材・評価手法の提供、専門的知見のネットワーク化を図る。

３）卸・小売業の活性化・生産性向上では、流通サプライチェーンの最適化を課題とし、①ＩＴ活用による需要創出・業務効率化、②店舗・倉庫内の自動化、③賞味期限表示の見直し（年月表示化による効率化など）を行う。①について補足しておくと、需要予測の精緻化・共有化、多言語対応による外国人需要の取込、中小小売業のネットワーク化・ＩＴ活用支援が課題とされる。

（4）労働生産性向上の課題

上述のように、観光産業を含むサービス産業の活性化による生産性向上が課題とされるわけであるが、

観光産業を含むサービス産業では生産性の中核を占める労働生産性、とりわけ人時生産性について十分理解しておく必要がある。

1）労働生産性

労働生産性とは、労働者１人当たりで生み出す成果を指標化したもので、付加価値額を従業員数で除した数値で表される。付加価値額は人件費、支払い利息等、動産・不動産賃借料、租税公課、営業利益の合計額である。

公益財団法人日本生産性本部による『日本の生産性の動向　2015 年版』によれば、14 年度（年度ベース）の日本の名目労働生産性は 770 万円で、実質労働生産性上昇率は－1.6%と 09 年度以来 5 年ぶりのマイナスを記録した。14 年（暦年ベース）の日本の労働生産性（1 人当たり）は 72,994 ドル（768 万円／購買力平価（ＰＰＰ）換算）で、ＯＥＣＤ加盟 34 カ国中 21 位、主要先進 7 か国で最も低い水準となっている。また、就業１時間当たりでみた日本の労働生産性は 41.3 ドル（4,349 円）で、ニュージーランド（39.4 ドル）をやや上回る水準にあり、ＯＥＣＤ加盟 34 カ国の中でこれも 21 位である。

ホテル・旅館業の労働生産性は、（財）日本生産性本部生産性総合研究センターの観光・レジャー産業生産性向上推進部会報告によってその現状を見ると、①わが国宿泊業の年間販売額は約 8 兆 3 千億円（2008 年）、2000 年以降 8 兆円前後で推移しており、市場規模は頭打ちの傾向にある。②宿泊業を営む事業所は約 63,000 事業所で、日本の事業所の約１％、小規模旅館を中心に廃業が進む一方、従業員数が 20 人を超える中規模以上は減っていない。③就業者は 57 万人（2009 年）で、就業人口の１％弱、近年は 60 万人前後で推移している。④右記センターによる『産業別に見た生産性の動向＜飲食・宿泊業編＞』によれば、就業者の給与が規定される宿泊業の名目労働生産性（就業者１人当たりの付加価値額）は 2008 年度で 402 万円（全産業平均の 62%）で、2004 年度の 483 万円（全産業平均の 69%）をピークに減少傾向が続いている。

2）人時生産性

人時生産性とは、投入量と産出量の比率のことをいい、投入量に対して産出量の割合が大きいほど生産性が高いことを意味する。投入量としては、労働、資本、土地、原料、燃料機械設備などの生産諸要素が挙げられる。産出量としては、生産量、生産額、売上高、付加価値、ＧＤＰなどがある。

通常、労働生産性といえば、就業者数を投入量として測った付加価値のことをいうが、就業者数ではなく、総労働時間で割った数値を用いることがあり、それが人時生産性と呼ばれる。人時生産性は、就業者が１時間当たり稼いだ付加価値のことである。人件費を付加価値で割った指標が労働分配率で、人時生産性に労働分配率を掛けると、就業者の平均時給単価が計算できることになる。

内藤耕氏による『「最強のサービス」の教科書』（講談社現代新書、2010 年刊）を読むと、箱根で 1960 年創業の「一の湯」では、小売業で一般的に行われている人時生産性の計算を 87 年頃から開始し、より少ない従業員数で、より大きな効果が得られるよう、サービスの生産性向上に取り組み始め、この人時生産性を正確に計算するために、それまで多くの旅館ではやっていなかった従業員の実際の労働時間の計測と、残業代の１分単位での支給を行うようにしたとのことである。

内藤氏による「一の湯」に関する記述を読むと、「宿泊客が求めることだけに専念」、「作業のメリハリ化」で生産性向上、「一人の従業員が最低でも三役をこなす多能工化」などの経営改善策によって、当初は一般の小売業の目標の４分の１でしかなかった人時生産性を 20 年かけて４倍にまで高めることに成功し、箱根地区で８軒の旅館のチェーン経営に成功するまでの軌跡を知ることができる。

人時生産性の概念は、人時売上高と並んで飲食業の分野でも活用されており、飲食業では目指すべき人時生産性の水準は 5000 円／時間との見解を聞くことが多い。

3）リアルタイム・サービス法

わが国の持続的な経済成長にはＧＤＰの約７割を占めるサービス産業の活性化・生産性の向上が不可欠であり、そのため安倍内閣ではサービス業の生産性向上をアベノミクスの基本課題としており、この課題に対する関係機関の取り組みが本格化している。

リアルタイム・サービス法とは、独立行政法人産業技術総合研究所サービス工学研究センター次長で、『サービス工学入門』（編著、東京大学出版会、2009 年刊）、『実例でよくわかる！　サービス産業生産性入門』（日刊工業新聞社、2010 年刊）などの著書が

ある内藤耕氏による造語で、サービス産業の実証的なフィールドワークに基づいて、ホテルや旅館に代表されるサービス産業の作業プロセスを改革するための新たな生産管理手法として提案されたものである(内藤耕著『サービス産業　労働生産性の革新　理論と実務』旅行新聞新社、2015 年刊、p47)。

内藤氏は多様なサービスの共通点が、バート・ヴァン・ローイ等の見解を引用しながら①プロセスとしての「無形性」、②生産と消費が同時進行する「同時性」、③在庫できない「消滅性」、④人によって違いが生じ得る「異質性」にあるとし、リアルタイム・サービス法の基礎に「すべての作業プロセスにおいて、『時間』『位置』『情報』が、お客様がいる最終工程により近づくこと」との原則を置く。この原則に基づけば、必要なサービスを提供するための作業プロセスを、いかに顧客接点の現場に近づけるかが重視される。そうすることによってサービスの提供とお客の消費のタイミングが近づき、最終的に生産と消費がリアルタイム化される。お客様が求めた時に、お客様が求めるサービスをより正確に提供することを目指すことが、サービス産業の生産管理の基本原則であるとし、サービスの現場における多くの改善提案を行っている。

上段では観光産業などのサービス産業の労働生産性、とりわけ人事生産性を向上させるための基本原則として内藤耕氏による「リアルタイム・サービス法」について紹介した。同氏の提案する視点や枠組みはサービス業としての観光産業の中核を構成する宿泊業や飲食業の生産性に関わる諸課題の解決を検討する際に極めて有益な視点を提供している。そこで、続いて以下に「サービス・キネティクス原則」、「集客器理論」、「おもてなしピラミッド」といった概念についても引用しておこう。

4）サービス・キネティクス原則

上段では、独立行政法人産業技術総合研究所サービス工学研究センター次長で、『サービス工学入門』（編著、東京大学出版会、2009 年刊)、『実例でよくわかる！サービス産業生産性入門』(日刊工業新聞社、2010 年刊)などの著書がある内藤耕氏による造語である「リアルタイム・サービス法」を取り上げた。ここでは同氏による『サービス産業 労働生産性の革新 理論と実務』(旅行新聞新社、2015 年刊）を参照しながら 3 つの用語を取り上げる。まず「サービス・キネティクス原則」(pp.17-42）の提案である。キネティクス（kinetics）とは、動力学、運動力学のことで、運動を起こす力の作用を研究する科学のことである。内藤氏によれば、サービス産業においても他産業同様、食料品やリネンなどを外部から仕入れて売り上げをもたらすサービスという商品としてお客に提供するわけであるが、“新たな価値を付け加えていく”ことが付加価値で、その付加価値はお客の「ニーズや期待」といった要求事項に対応できていなければならない。そうでなければ結果として売り上げを期待することはできない。これは現場のサービス・プロセスにはお客の要求事項が含まれ、要求事項に応えている付加価値だけがお客から見る場合の真のサービスであることを意味する。

そこで、内藤氏は上掲の文献の 19 ページの図のように、サービスを付加価値と要求事項の積集合という集合モデルとして定義し、これをサービス・キネティクス原則と呼んだ。同図によれば、サービスは付加価値と要求事項が重なる部分(正味付加価値)であり、重ならない部分はムダと機会損失であることを示している。内藤氏は、このようにサービス・キネティクス原則を図解することによって、品質、正味付加価値率、顧客満足といったサービスの生産性を分析するために有効な視点を提供している。

5）集客器理論

続いて、内藤康氏がサービス業の労働生産性を上げる考え方を理論的に明らかにした「集客器理論」について紹介しよう。内藤氏は、お客がいるときだけ商品であるサービスを提供できるサービス産業にとっては、集客が最も重要な業務であるとし、集客を戦略的にコントロールできれば、お客を増やすだけでなく、同時に企業にとって重要な経営課題である生産性を上げられると指摘する。このように考えると、お客を集めることはサービス産業そのものであって、サービス産業の現場は集客の“場”と定義できるという。内藤氏は、集客とは「潜在的顧客を認識し、提供するサービスの認知を広げ、顧客として引き寄せ、気持ちを引き留める一連の作業プロセス」と定義し、この集客の場は①顧客の動機、②サービス、③お客や企業が持つ制約という時間の流れの中で時々刻々と変化する 3 つの変数によってモデル化が可能と考え、これを「集客器理論（Social Attractor Theory)」と呼んでいる。

内藤氏は、旅館のサービスを利用するお客の動機は、観光や出張の場合の宿泊、宴会では交流など多様であり、それに対して旅館は規模が小さければ団体客に対応できないなど、自分ではコントロールできない多くの制約条件に直面しており、旅館ではそうした制約の中で集客可能な顧客像が事前に決まってしまう。そこで、旅館側としては、制約を十分に認識した上で、提供可能なサービスと理想とする顧客が満たしたいと思う利用動機との間でバランスとる必要があると指摘する。

以上のような認識の下で、内藤氏は全国の旅館の集客の取り組みを加賀屋や一ノ湯など著名な事例以外にも多数の事例を紹介し、旅館が立地や規模の制約、需要の繁閑の差といった制約を克服しながらいかにして顧客満足を確かなものとし、需要の平準化を実現し、この分野で最も重要とされる好意的なロコミを獲得するに至ったかを例解しており、大変興味深い。旅館経営に関心を寄せる読者は貴重なヒントを得られるに違いない。

6）おもてしピラミッド

おもてなしピラミッドとは、旅館業や飲食業などサービス産業の数々の現場を調査研究の対象として生産性革新の科学的･工学的手法の開発に取り組み、その成果を上段で紹介したような多数の著書を通して社会に還元している内藤耕氏が『サービス産業労働生産性の革新　理論と実務』の第 4 章「お客様との多様な情報交換―「おもてなしピラミッド」を提案」（pp.103-128）の中で展開している考え方である。

内藤氏は、サービスの現場でスタッフと顧客の間で取り交わされているさまざまなやりとりが、サービスの生産活動の最も基本的な部分であり、そのため「日々の顧客接点の現場で実際に何がどのように行われているのか」に関心があるという。内藤氏は、現在のおもてなしをめぐる議論の内容が多くの場合、スタッフの接客や接遇に伴う所作や動作といった人のマナーの問題に議論の中心があることに違和感を持つという。研修で講師がお辞儀や名刺交換、あいさつの方法をめぐって「正しい」と「正しくない」を峻別して“型にはめよう”とすると、本来お客様に注意を向けなければならないところが、自分自身の有り様に注意が向くことになると問題を指摘する。

内藤氏は、全国のサービスの現場を調査した経験を踏まえて、おもてなしの現場は、お客様の行動の観察に続き､笑顔の交換とあいさつと会話によって、信頼感と親近感を醸成し、最終的にお客が求めるサービスを理解してそれを無駄なく提供する、最下段の「観察」に始まり､「笑顔」､「あいさつ」､「会話」、目標としての「売上」に至る五層構造を持つ「おもてなしピラミッド」としてモデル化することができるという。誰しもピラミッドの最上段の売り上げを求めがちであるが、構造を理解すれば、底辺をしっかりと作り込むことによって頂点の売上が大きくなることを理解できよう。

【補注】

(1)　http://eumag.jp/feature/b0412/

【参考文献】

内藤耕（2009）：サービス工学入門、東京大学出版会

内藤耕（2010）：実例でよくわかる！　サービス産業生産性入門、日刊工業新聞社

内藤耕（2015）：サービス産業　労働生産性の革新理論と実務、旅行新聞新社

■

設立総会　基調講演録

なぜ今、観光イノベーションが必要なのか

本保　芳明
観光庁初代長官（東京工業大学特任教授 首都大学東京特任教授）

長期滞在型・ロングステイ観光学会　設立総会　基調講演録

なぜ今、観光イノベーションが必要なのか

東京工業大学特任教授・首都大学東京特任教授
本保　芳明
（観光庁初代長官）

■講演者プロフィール■
1949 年北海道生まれ。1974 年東京工業大学大学院修了、運輸省入省。2007 年国土交通省大臣官房審議官、2008 年 10 月国土交通省観光庁設立とともに初代観光庁長官に就任。2010 年首都大学東京特任教授。

はじめに

みなさん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました本保でございます。私は、かつて観光庁におりましたが、今現役でなくてよかったなと思うくらいの忙しさです。なぜ観光庁が忙しいかというと、それは何よりも観光がたいへん脚光を浴びているからであり、そして全国的な関心事項になっているからではないかと思います。その一番の要因は、インバウンドに代表される新しい世界、マーケットが大きく広がりつつあることにあると思います。そして、もうひとつ新しいマーケットがあるとすれば、それが長期滞在型の観光であると思うところであります。その思いを今日はお話しさせていただきますが、まずそうした新しい世界に踏み込むための知的な基盤を整える新しい学会が発足しましたことを心からお祝い申し上げたいと思います。

研究者としての経歴はあまり長くありませんので、アカデミックなお話はできません。ですので、これまでの経験や思いの中で感じたことを申し述べ、併せて実務経験者として学会に期待したいことを最後にお話しさせていただきたいと思います。

まず、この学会の設立については、二つの意味でたいへん時宜を得たものではないかと思います。一つはたいへん活況を呈しているインバウンドに比較して深く停滞している国内観光の起爆剤になるという期待を抱いています。後で詳しくお話しいたしますけれども、長期滞在型観光は滞在日数が増えることによって観光需要が創出されることが最大の効果として期待されるところであります。そして、長く滞在するということは、地域の観光消費の増大にも確実につながっていきます。また、1 泊 2 日型ではない長期滞在型の旅行は、ウィークデーを使えば旅行のピークが緩和されて、結果として旅行の平均コストが下がり、消費者メリットが増大することが期待されますし、観光産業の生産性の向上も期待できると思います。

そうは言っても、これまでさまざまな試みをしながら、なかなかうまく行かなかった問題を解決していくためには、きっかけが必要です。私は、インバウンドの動きを見ていますと、これを契機として長期滞在型の観光活動が始動しはじめているのではないかと、やや期待を込めて思っています。このような中で学会が作られて、政策、あるいは経営をしていく上での基本となる知的な基盤が強化され形成されていくことは時代にとって大事なことだと思います。

旅行消費額の減少

では、これまで長期滞在型観光の方向づくりということで何が行われてきたかについてお話ししたいと思います。先ほど、インバウンドに比して国内観光が大変だということを申し上げましたが、実際に

数字を見れば見るほどちょっと震えが来るくらいの状況だということをみなさまと改めて共有しておきたいと思います。旅行消費額の統計は 2013 年までしか発表されていませんので、それまでの数字しかありませんが、2006 年に 30 兆円位だったものが急激に減りまして、割合にすると 4 分の 1 の観光消費額が 5 年間で失われたことになります。幸い 2012 年、2013 年はインバウンドの力によってやや回復傾向を見せていますけれども、それでもピーク時に比べますと大変な減少になっています。

世の中では意外に知られていないですけれども、この数字や状況をお話しすると、みなさんびっくりされます。30 兆円から 22 兆円と 8 兆円減少した訳ですが、国内で 8 兆円の産業というと、農業とほぼ同じです。国内から農業がすっぽりなくなるくらいの減少があったことになります。その要因は、言うまでもなく日本人の観光旅行が縮減したということに尽きます。2013 年の時点で観光消費額も外国人が使っていた割合が 5%程度ですから、日本人の観光消費額が大きく減ってきたということであります。

理由についてはさまざまなところで指摘されております。まず、一番に言われていることは可処分所得が減っていることです。過去のピークは 1997 年でして、10 年後の 2007 年に一度上がったものが元に戻ってそこからほとんど増えていない状況であります。つまり日本国民はここ 20 数年間まったく豊かになっていない、というのが一番大きな原因であります。その中で教育費の負担が大きく増えているとか、あるいは老老介護に代表されるように、みなさん高齢者になっても旅行にいく時間がない、あるいは携帯とかゲームといった競合するサービスが強力なものになってきている。あるいは最近よく言われるのは若者の行動様式が変わってきている、車を買わない、酒を飲まない、デートをしない、消費をしない、まあこれは本当かどうか分かりませんが、そんなわけで旅行をしなくなっている。消費をするにも原資が増えていないわけでございます。

休暇制度をめぐる問題

そのような中で国内観光の振興、あるいは旅行消費の拡大を図るためのいろいろな手立てが考えられるわけですが、大きく分ければ供給面での改善と需要の創出があるだろうと言えます。供給面は、分かりやすく言えば、お客さんが来てもらいやすい状況を創っていくとか、サービスや商品の内容を改善していくということです。最近よく言われることですが、観光地域づくりをやらなければなりません。これらはいずれも必要な手立てでありますが、マクロで考えますと需給バランスが悪い、なかんずく需要が足りないというのが基本的な構造になっていますから、供給側でやることには限界があるだろうと思っています。

経済研究センターが平成 22 年に行った調査で、「なぜ旅行に行かなかったのか」を聞いた結果があります。ここでは、行かなかった理由として国内旅行の第 1 位が「時間がなかった」で 51%、第 2 位が「費用がかかりすぎる」で 17%です。海外旅行では、第 1 位が「時間がなかった」46%、第 2 位「費用がかかりすぎる」21%となっていて、圧倒的に時間がないという回答が見られます。もう少し費用の問題があるかと思ったのですが、「時間」だということです。これはなかなか複雑で、自分自身の時間がなかった、つまり休みがとれないから動けなかったということもありますし、一緒に行く人、たとえば子どもの学校の都合で行けなかったとか、お友達とタイミングが合わなかったとか、そういう要素を含めての「時間がなかった」というふうに解釈しています。

「時間がない」と言っている日本人の生活の姿はどうなのかと改めて見てましょう。観光庁では、年間の休暇の国際比較をしています。年間休日日数では、フランス、イギリス、アメリカと比べて日本はあまり差がありません。ちなみに国民の祝日は日本が一番多いです。違うのは年休の取得日数です。日本は圧倒的に少なく 8.21 日、ドイツは 30 日であります。実際に年次有給休暇の取得率を見ると、日本は 47.4%、5 割を切っています。今少し上がったようですが、他の国はほぼ 100%になっています。

次に旅行状況と有給休暇の関係では、日本とフランスと韓国を比較しています。回数はそれほど変わりがないけれども、日数が大きく違います。フランスは長く、日韓は同じくらいです。有給休暇の取得日数は、まったく同じパターンです。これを見ると、いかに有給休暇がとれるかどうかが、もうひとつ言うと連続して有給休暇がとれるかどうかが、かなり重要なのではないかと思います。有給休暇の問題に手をつけない限り、需要サイドの問題は解決できな

いということが仮説として浮かび上がってきたところです。

旅行に対する意識の違い

このような状況を受けて長期滞在に向けた取り組みがされたわけですが、その前に違いがあるにしても旅行に対する価値観とか、ものの考え方が違えば、休みをもらっても旅行しない可能性は大いにあるわけですよね。たとえば日本人は旅行はどうでもいいと思っている、フランス人は人生において大事なことだと思っている、もしそうならば相当な差が出てくるわけです。そこで「生活における旅行の位置づけ」を調査してみました。

その結果を見ますと、なかなか面白いところがあります。「特別な価値を認めない」、「事情があってしたくてもできない憧れ」、「リタイヤ後にするもの」、「帰省あるいは帰省時におこなうもの」、「余裕がある時のもの」、「人生の記念になる時のもの」、「なくてはならないもの」といった項目について韓国、フランス、日本が比較されています。

基本的には「余裕のある時のもの」、これは各国で同じです。「なくてはならないもの」では韓国が一番で、フランスと日本があまり変わらない。「帰省あるいは帰省時におこなうもの」もあまり差がありません。「事情があってしたくてもできない憧れ」ではフランスが一番多いんですね。「余裕がある時のもの」でもフランスは高い。フランス人はもともと休暇で旅行することを大事にしている国民で、そうできなかったときのある種の口惜しさが出ているのではないかと思います。いずれにしても一番のポイントは多少の差があっても、旅行に対する意義づけ、位置づけはあまり変わらないということです。

ということは、旅行に出られるか出られないかは、環境条件を含むさまざまな条件にかかっていると結論づけられるのではないかと思います。

長期滞在に向けた環境整備

長期滞在ができる、あるいは長期間の旅行ができるような環境づくりをするには、需要サイドの休日づくり、休暇づくりが大事だということで、政府ではいくつかの取組をおこないました。大きく整理すれば、ひとつは休暇の取り方の変革に向けた取り組み、もうひとつは受け皿になる長期滞在型の観光地づくりであります。これによって、長い休みをとって長く旅行に出かけられる環境づくりをしようという取組がおこなわれたわけであります。休暇の取り方については、有給休暇の取得日数の増加と連続取得の促進、これが大事になります。実は長い間ライフ・ワーク・バランス運動という活動が行われてきたわけですけれども、まったく成果が上がってきませんでした。

観光庁でこの取組を始めた時に、少しずつでも答えの出るものをやろうということで、「ポジティブ・オフ」という運動を始めました。これは企業に対して、有給休暇、とくに連続休暇の付与が社員のモティベーションの向上や、場合によっては精神形成の維持につながるということをよく理解してもらうために先進事例を紹介しようという取り組みを始めました。そんなことはまどろっこしいと思われるかもしれませんが、休みの問題は社会生活、人生に深くかかわる問題ですから、他人が勝手にいじってどうこうなるのではない。やはり大きな社会的理解と認知があって可能になるものです。遠回りでもいいから、少しずつでも世の中を変えていくアプローチになればと動いていたわけです。

その中でいくつかの提案も行われました。たとえば、ゴールデンウィークの取得時期を地域によって変えてしまったらどうかと。祝日法という法律があって、祝日を決めているのですが、祝日に休むということを決めてはいないので、休日は別の日にするということを実施する。地域別に変えていけば、ゴールデンウィークがずれる。そうすると、ゴールデンウィークのピークが低くなって、定年を迎えて旅行もできるし、という提案でした。正直言って、部内にも、難しいという意見も多く、国民にもご理解いただいていないのに、急に休みを変えるというのが政府の都合で可能になるのかという批判もありました。案の定、世論調査しても大反対で、消えてしまいました。産業界も相当強く反対して、ジャストインタイムシステムでやっている生産ラインが維持できなくなってしまう、金融機関では休みの日にATM も休むとシステムの変更にものすごくお金がかかるし、混乱もする。そんな反対が出て、残念ながら消えてしまいました。私自身は、これに反対しているわけではありません。ある程度時間をかけてみなさんの共通理解ができたら、法律を作ってやっ

ていけると思います。

もうひとつ取り組んだのが、学校休業日の柔軟化であります。お父さん、お母さんの休みと子どもの休みが合わない。合わせれば、子どもも一緒に連れて旅行に行けるんだけれども、できていない。そこでどこにどんな問題があるか社会実験をやってみようということで文科省に話をして取り組んでみましたが、十分な広がりが得られないで終わりました。

ただし、その中で大きな変化が出てきております。ご存じの方もいらっしゃると思いますが、有給休暇の取得については、経団連にお話ししないといけないんですが、つい最近、有給休暇を3日増やすという方向に動きだしたというアナウンスがあったと承知しております。学校休業日についても文科省が柔軟化に向けて意欲的に、地域の実情に合わせて調整していくという発表がありました。観光立国を真剣に推進することがこの国にとって大事なことだという認識が、政府全体で共有されるようになってきた成果だと思います。

観光地の整備

次に、受け皿となる長期滞在型の観光づくりについても、2点ふれたいと思います。ひとつは観光圏整備法という法律です。点の観光地から線または面の観光地にすることによって長期滞在につなげ消費額が増えていくような試みで、今一番脚光を浴びているのは広域観光周遊ルート整備であります。全国で7つの広域観光周遊ルートを、北海道、東北、関東、北陸というふうにブロック単位で作って、日本人も含めて長い時間旅行してほしいと考えています。

もうひとつはイノベーションの推進であります。長期滞在型と言っても、受け皿になる宿泊施設サイドが対応できなければ何も変わらないわけであります。そこで旅館やホテルなど、これまでの1泊2食型は維持しつつも、長期滞在型に変わっても困らないようなものにしていきたい。ただ現実には難しい課題があって、先端的な取組をして成功している旅館でも、1週間同じお客さんにいられると本当に苦しいという状態がまだ続いているというのが事実だと思います。いずれにしてもいくら休みが増えても、それにふさわしいサービスなり、楽しみなりが出てこないと、旅行にはつながらないわけです。

もうひとつサービスの良さと同時に考えなければならない本質的な課題が長期滞在にあると思っています。それはコストの問題です。さきほど、フランスの旅行日数が長いと申し上げましたが、日本人のおよそ3倍あるわけでございます。無制限にお金を使うことはできないわけですから、ではどのくらいのお金を使っているか、どのくらいの負担になっているかを考えることも大事なことです。そのような観点から「家計に占める観光消費額の割合」を見てみましょう。日本は海外・国内合わせて7.2%（平成21年度）です。これに対して、フランスは9.7%です。つまり家計に占める旅行消費の割合は、日数3倍に対し金額が1.33倍なんです。ではなぜ、これほど長く旅行しても家計負担が増えないかということですが、お金のかかるところを使わないということであります。

宿泊先別に国内旅行を見てみますと、ホテル・旅館でおよそ7割です。それに対して、フランスはホテルが10%、韓国で3%となっています。フランスでは、ペンション、キャンプ場までが有料で結構お金がかかる。フランス、韓国の場合は、ほとんどが実家や知人宅で、別荘・リゾートマンションとなっています。交通機関も、自家用車で鉄道などは少ない。どのような交通機関を使うかは別として、コスト面で相当イノベーティブなソリューションがでてこない限り、いくら休みが増えても日本人はそんなに長い旅行はできないというふうに考えられます。そういうイノベーティブなソリューションが現れなければ、価格競争に追われてしまって、結果的には長期滞在につながらないということになろうかと思います。

ニセコの事例

では、そのようなイノベーションとはどのようなものがあるでしょうか。ここではニセコの事例を紹

介したいと思います。ニセコでは、平成19年当時、2週間以上滞在された方が10組だったものが、平成27年には50倍の496組にまでなってきて、大きく進化してきています。また、1週間程度の長期滞在は、夏の間急増しているそうです。

おそらくそのような大きな動きの見える数少ない事例だと思われますが、なぜこういうことが起きているかということであります。それは、さまざまな楽しみ、あるいは過ごしやすい環境条件の整備が進んでいることがあるかと思われます。いくつか例を挙げますと、マウンテンバイクで山に作られたコースを回ったり、カヤックやラフティングをしたり、様々なアクティビティが提供されています。あるいは、気球に乗ったり乗馬をしたりすることもできます。食も充実していまして、実際にニセコ近辺にはいろんな優れたレストランがあって、時にはミシュランの星のついたレストランのシェフを呼んでおいしい料理を提供することも行われています。

このような仕掛けがあれば、長期滞在が前に進むと思うところであります。さらにニセコの場合、楽しみが豊かにあるだけではありません。もっと構造的な要素があって、ニセコでの長期滞在が進んでいると言うことができます。まず、ニセコという地域だけでは退屈したり、閉塞感を感じたりするわけでして、もう少し幅広いアクティビティをとらえますと、2時間圏内に大都市、観光地がたくさんあって、そのベースとなるのが先ほど申し上げたアウトドアスポーツとか、温泉等があります。加えて、基本的な都市機能も最低限のものがなければ当然長期滞在できないわけですけれども、ネット環境から始まり、スーパー、病院も整っています。当然ですけれども、バックグランドとして自然、涼しい夏、食材、とくに滞在施設としてコンドミニアムがあって、比較的高い旅館やホテルでないところで滞在できる。

そして今日、お話ししたいポイントはこの後にあります。ニセコの施設は確かに素晴らしいように思われますが、なぜ、このようなことができたのかということが重要です。それはグリーンシーズンの長期滞在のためにこのような機能条件が整ったのではないということであります。ニセコでは、冬期の外国人スキー客の急増があって、これに応えていくためにコンドミニアムやさまざまな施設ができていきました。そしてこれらの施設を夏の間、いかに活用するかという工夫の中から生まれてきたのが、各種のアトラクションです。実はニセコに大勢のスキー客がやってくるまで、アウトドアスポーツはほとんどありませんでした。温泉もありませんでした。レストランも不十分でした。コンドミニアムは、まったくありませんでした。

ニセコの長期滞在者の伸びは、外国人観光客が急増する中で生まれてきたものであります。ちなみに一昨年、44万泊の外国人の宿泊がありましたけれども、去年東北の観光客がやっと震災前の水準に戻り、50万です。東北と同じくらいのお客さんを小さなニセコで稼いでいるのが現実です。外国人のお客さんの二大特色は、富裕層が多い、長期滞在が多い。この二つの要素を満足させる地域づくり、サービスづくりができなければ今日のようなニセコはなかったことになります。ちなみにニセコには4つのスキー場があって、うち2つは外資が持っていますけれども、そのうちの一つが長期滞在者向けの豪華なコンドミニアムを造っています。ピーク時は、1泊40万円です。それでもほとんど満室だそうです。

そして最近はショッピングストリートが造られました。富裕層向けのスキー場で最後になければならないものはショッピングです。ノンスキーヤーの家族が楽しく過ごせなければならないからです。しかし、海外のスキー場に比べると、ニセコのショッピングモールは極めて貧弱だということです。

こういう現象はニセコだけではありません。白馬も同じようになっています。白馬でも外国人客が40万泊で、日本人を含めまして、滞在日数が大変長いということが言えます。あるデータによれば、ニセコの平均滞在日数5.76日、白馬7.03日となっています。外国人の観光客は、もちろん移動して旅行する方も多いんですけれど、もともと長期滞在が多いということなんですね。これまでこのような旅行層が日本にいなかったわけでありますが、いまや日本のマーケットに登場してこれに対応しなければいけないという状況になってきました。これは非常に大事なことだと思います。

スキーリゾートの可能性

最近各地で、これからはスキーリゾートが日本で必要であり、大きなポテンシャルを持っているということが言われています。ニセコや白馬で成功して

いるのはサービスや施設が、従来の旅館型ではないといいうことです。ただ、今ニセコと白馬で求められているのは食事です。食事をする場所がないんです。泊まっているところで食事するということがありませんから、みんな街中をうろうろしている。それが大きな課題になっています。

ニセコや白馬が成功している背景には、まず、日本ではそうではありませんが、国際的にはスキーマーケットが成長しており、なかんずくアジアのスキー場が大きく成長しています。それから、日本の雪質の素晴らしさは世界最高水準で、パウダースノーで有名なんですが、これを「ジャパン」と言うそうです。スキーヤーの間で一般名詞になるほど、評判が高いです。世界の主要なスキー場に比べて、日本のスキー場は規模において世界屈指のものであります。もともとベースがあったということです。それから、最近適切なプロモーションをしてきちっと呼び込みができるようになった、こんなことが重なってできるようになったと思います。

スキー人口の推移を見てみましょう。世界全体ではそんなに変動がありません。ただし日本は 1997 年に 1800 万人だったスキー人口が 2013 年には 770 万人とおよそ 6 割減となり、そんなに減った国はどこにもありません。世界の国際級スノー・リゾートと日本のスキー場の比較を見てみましょう。この資料ではフランスのラ・プラーニュが一番大きいところですが、苗場も十分大きいです。入込客数では白馬が 100 万人と、相当な規模です。ちなみにスキー場の数で言うと、日本のスキー場は世界屈指です。

そんなわけで、外国人に価値を発見してもらって今日に至っているわけですが、ニセコ、白馬だけでなく、この状況が理解してスキーにチャレンジして成功している会社があります。「マックアース」という会社がありまして、09 年にビジネスをスタートして売上が 8 億円でした。5 年後の 2014 年には 20 倍の 160 億円となっています。この社長がインタビューで「なぜあなたは成功したのですか？」という質問に対して、「やるべき普通のことをやっただけです」と答えています。「日本のスキー場はバブル期に何もしなくてもお客さんが来てくれた。そのまま何もしないで、バブル期を過ぎて今日に至っている。ちゃんとお客さんに対して手を打てば、イノベーションをすれば、お客さんは来てくれる。それをしなかったのが多くのスキー場ではないか。自分は普通のことをやったに過ぎません」と。つまり、環境の変化に合わせたサービス・イノベーション、ビジネス・イノベーションをやれば、企業としても大いに成功するのではないかと思います。

新たなサービスの必要性

インバウンドのお客さんというのは、これまでの供給者にとっては、考えてもみなかったマーケットです。日本の観光企業は、基本的に日本人しか考えになくて、外国人は頭の片隅にあるかどうかといった程度。そういう中で新しい外国人のお客さんを迎えた時に、本当に驚くくらい新しいサービスが生まれてきております。あり過ぎて紹介できないくらいですが、二つだけ紹介します。

一つは飛騨でやっているサービスです。外国人向けに里山の魅力をうたってサイクリングツアーを提供したり、酒蔵に行って自分でお酒を造らせる体験をさせたり、これが当たっています。こういう類のサービスがたくさん生まれてきています。つい最近、新宿高島屋さんとドコモバイクが手を組んで、外国人向けに新宿で自転車をお貸しして、新宿を楽しみながら買い物をしてもらうサービスを始めました。ただし、なぜ日本人向けにこういうサービスが生まれないのでしょうか。外国人だけが求めているのではなくて、日本人だってこういう新しいサービスを求めていると思われます。

もう一つ、つい最近のフランスの例を紹介したいと思います。フランスではこれから観光で生きていくためには新規ビジネスを開発しなければいけないということで、これはパリ市の例ですが、民間企業と一緒になりまして、ベンチャー育成のしくみを観光専門で作りました。お金を出すだけではなくて、育成から始まって具体的なソリューションまで、実

験の場を与えて、成功するかしないか、見極めていく。やるからにはグローバルな規模に育てなければ意味がない。というわけで、いいところまで来れば国際企業ともマッチングして協力支援して国際的に活躍する企業に育て上げ、雇用を作り、パリの魅力を上げ、フランスをより活気のある観光大国にしていくというものであります。小さなプロジェクトですが、聞いていて大変面白いです。そのなかで、うまく行っている一例をご紹介します。

フランス語で「4 roues et 1 parapluie（キャトル・ルー・エ・アン・パラプリュイ）」、「4 輪と傘一本」と訳されますが、フランスで人気のあった古い車「2ＣＶ」とガイド兼運転手の組み合わせで、新婚さんを乗せてパリ中を巡るというもので、大変成功しているそうです。こういうものが生まれてくるような基盤を作っていくことが政府にも求められていますし、この学会にも求めるだろうと思います。

学会への期待

さいごに、学会に期待したいことを申し上げたいと思います。学会はその本分として、長期滞在、ロングステイについての知的な蓄積を作っていくことが基本になるわけですが、三つお願いしたいことがございます。

一つは、実学的な研究をぜひ促進していただきたいということです。大学では、実学的なものは軽視される、嫌われることもあります。どうしても学問的な面で評価を得ようとすると、新しい切り口、新しいアイデア、これが重視されます。したがって実験的な取組をしていることが高く評価されるし、そういう研究が行われがちです。一方で、具体的な現実をつかまえて、それを正確に把握して、こんなことが起きているんだということを説得力をもって提示する。そのような取り組みは、あまり評価されません。しかし、長期滞在型・ロングステイ観光の推進はお遊びではないし、具体的な成果につながるものをぜひやっていただきたいと思います。

二つ目は海外発信をしていただきたいということです。日本には大変優れた研究成果がたくさんあります。外国の方がそれを見ると素晴らしい評価をされると思うのですが、残念ながらほとんど伝わっていません。理由は単純です。英語になっていないからです。英語にして海外に発信して、できれば学会で発表していただきたい。これなくしてはいけないと思います。実は政府もそのへんのことに気が付きまして、最近は観光の国際機関である UNWTO との関係を強化して、さまざまな場に学者、あるいは専門家を送る努力をしています。そういうチャネルもできていますので、ぜひ岡本会長のご指導によってこの学会から素晴らしい英語の論文が出て発表されることを期待しています。

三つめは、ぜひ「良質な御用学者」をつくってほしいということです。政府と、あるいは自治体と一緒になって一つの課題を検討することは極めて大事なことです。そこで初めて情報交換なり、知見の交換が行われることもあります。現実から孤立した知的な活動というのはあり得ないと思います。交流しあうことで、刺激しあうことで、現実を動かすことで、深みがあっていいものができるわけでありますが、そういう知識・知見を持った方が政府との関係の中でも活躍していかないと政策として上がってきません。岡本先生のような大変有能な先生方に影響力を発揮していただくことで、日本の観光政策の実現、進歩があったわけであります。きっちり発言できる先生をつくるということは大変大事なことであります。それを期待して、私の話は終わりにしたいと思います。ご清聴ありがとうございました。

■

設立記念シンポジウム抄録

わが国のライフスタイルの転換
－滞在型旅行の必要性を問う－

設立記念シンポジウム抄録

わが国のライフスタイルの転換　－滞在型旅行の必要性を問う－

モデレーター：
舩山　龍二　氏（(株）ジェイティービー　相談役・(一財）ロングステイ財団　会長）
1962 年東京教育大学理学部卒業後、(財）日本交通公社に入社。1996 年に代表取締役社長、2002 年に（株）ジェイティービー代表取締役会長に就任。現在は同社相談役に就き、2008 年より（一財）ロングステイ財団会長を務める。

パネリスト：
大野　悦子　氏（NPO 法人南国暮らしの会　理事長）
マレーシアでの豊富なロングステイ経験を持ち、2000 年に入会した NPO 法人「南国暮らしの会」では、2012 年 6 月より理事長として活躍する傍ら、毎年海外ロングステイの暮らしを満喫。

神野　直彦　氏（東京大学　名誉教授・スローライフ学会　学長）
東京大学大学院経済学研究学科博士課程を修了後、大阪市立大学助教授、東京大学教授、関西学院大学教授を経て現在東京大学名誉教授。総務省「地方財政審議会」委員、「スローライフ学会」学長。著書として「人間回復の経済学」「地方再生の経済学」など多数。

徳永　誠　氏（マレーシア政府観光局　マーケティングマネージャー）
駐日マレーシア大使館､マレーシア観光開発公社を経て 2005 年よりマレーシア政府観光局マーケッテイングマネージャー。マレーシアでの観光振興並びにロングステイの普及・啓蒙に活躍中。

政所　利子氏（(株）玄　代表取締役・地域活性化伝道師）
ＰＲ誌『メイト』編集長、電通、カネボウ株式会社を経て（株）玄を設立し、代表取締役に就任。地域おこしセミナー講師、観光地づくりアドバイザーとしても活躍。2008 年からは VISIT JAPAN 大使に就任し、訪日観光の推進にも注力している。

舩山　皆様こんにちは。舩山でございます。ご紹介がありましたように、私はロングステイ財団の会長をしておりまして、日ごろはいろいろご協力いただきまして、改めて御礼申し上げます。また学会を立ち上げたところ、多くのご賛同をいただきまして、重ねて御礼申し上げます。小さな学会ですけれど、大きなミッションを持って、これから向かっていきたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

先ほど、本保長官から、これからの長期滞在型観光、ロングステイについて非常に示唆に富んだ、将来を見通すような素晴らしいお話がございました。それを踏まえて、今日は、それぞれのエキスパートにお話をしていただこうと思います。時間も限られておりますので、パートを三つに分けまして、パート 1 は、まず長期滞在、ロングステイにはどういう魅力があるのかを探ってまいります。パート 2 は、日本人のロングステイは果たして可能かどうか、日本人のライフスタイルはもともとどうなっているのか、というところを含めまして話を進めてまいります。3 番目は日本国内で長期滞在は可能か、どこに問題があるのかを話し合ってまいります。そして最後にお一人ずつコメントをいただきたいと思います。ではパート 1、ロングステイの魅力です。なんといっても長年実践されている大野様からお話をしていただきたいと思います。

大野　皆様こんにちは。「南国暮らしの会」理事長をやっております大野悦子と申します。本日は皆様にここ 7～8 年いろいろと書いたりお話ししたりしている海外暮らしと、私が理事長を務めております「南国暮らしの会」の生い立ちについて簡単にお話しさせていただきます。

「南国暮らしの会」は、もともとは平成 9 年ごろからさまざまなご縁で、9 名の発起人のもとスタートしました。平成 9 年に第 1 号の会報を発刊し、その後平成 10 年の 4 月 25 日に「南国暮らし夢の会」という名前にいたしました。その当時は「夢」という字を入れていたのですが、47 名の会員と来賓を含めて 58 名で記念の総会が開催されました。平成 10 年には 59 名だった会員が翌年には 3 倍の 150 名まで増えました。当時はロングステイのことが、財団さんもそうですし、各新聞社も興味を持ちまして、記事が出たり、本が出たりしました。本会にも注目が集まり、会員もうなぎ上りに増えまして、平成 18 年には 665 人にまで増加しました。うちの会は夫婦で入っても 1 組でありまして、そういう意味では 1200 人くらいの会員となりました。その後は、日本に帰る方も増えまして、最初に入られた方もだんだん歳を取られて、今は 550 人前後となっております。

東京都の NPO 法人になっておりますが、全国に会員を持っておりまして、北海道、東北、関東甲信越、東海、関西、九州と国内 6 支部に分かれております。海外にも、セブのほか、ダバオとマニラにも支部がございます。治安がいいということで、現在ダバオが人気でございます。チェンマイが飽和状態ということで、ダバオに移られる方もございます。「南国暮らしの会」では、チェンマイが一番でその次がペナンになっておりまして、山派と海派がいるとすれば、山派はチェンマイが、海派はペナンが多いです。「南国暮らしの会」の活動は、ざっとこのようでございます。

舩山　ありがとうございます。フィリピンは物価も安いし、一時ちょっと治安の問題がありましたが、今は大丈夫のようですね。そして現在は、なんといってもマレーシアが人気です。その理由も含めて、徳永さん、お願いいたします。

徳永　ありがとうございます。お陰様で、マレーシアはロングステイ希望滞在国 9 年連続 1 位となっております。マレーシアは多民族国家で、多彩な文化、豊かな自然、温厚でフレンドリーな人々、自然災害などありませんし、そして物価も日本の半分ほどです。基本的なインフラ整備も進んでいますし、ショッピング施設も整っていて、日本食材も手に入れられる。また、長期滞在のためのマレーシア・マイ・セカンドホーム（MM2H）ビザも整っています。

私が長い間マレーシアに関わってきて、マレーシ

アの一番の良さというのは、多様な民族、宗教、文化等々の違った背景を持った方々を受け入れる懐の広さ、ここにあると思うんですね。やはり日本が今後海外からの人々を受け入れる際にそういった寛容さ、相手の文化的な背景を理解したうえでのおもてなし、これができるようになるために、非常に示唆に富んだ国だということができると思います。

マレーシアの観光施策について少しお話しさせていただきたいと思いますが、今原油価格下落で世界的に経済がプルダウンしています。かつて、1984年の後半にも同じような状況になりまして、資源国マレーシアは非常に厳しい状況のなかで、観光産業に力を入れました。その後、1987年に観光省、1990年に第一回目の「ビジットマレーシア」観光プロモーションを展開いたしました。この時、実はマレーシアの人々はイスラム教徒が多かったので、海外から多くの観光客がやってくることに対して一種の懸念を表明したのです。当時バンコック、マニラなど、観光の弊害がある中で、マレーシア国民も非常に躊躇しました。それを政府として徹底的な啓蒙運動を行いました。

教育においては、海外からの観光客を受け入れるということを小中高の教育現場で教え込みました。これによって国民の意識が変わったんですね。今、日本は観光立国ということで、ソフト、ハードのインフラが整備されていますが、時間はかかりますが、国民的な理解やコンセンサス、意識の点でグローバルなマインドを持つことも必要だと思います。とくに日本に来る観光客の 8 割はアジアからですから、アジアの人々を心からおもてなしする、そういった国民的議論を学会をはじめとして行っていただきたいなと思います。

マレーシアの場合、ロングステイ、MM2H は富裕層に来てもらって、外貨を落としてもらうというのが大きな目的です。一方マレーシアでは、メディカルツーリズム、医療観光にも注目しています。人々が豊かになると、求めるものは良い医療と良い教育です。医療観光と教育ということで、世界の大学のブランチキャンパスを誘致して、世界中から来た留学生がマレーシアで高等教育を学んでおります。また、イスラムの人口が世界の人口の 4 分の 1 です。イスラムの金融をはじめとしたイノベーティブな産業も開発しています。国を開いていわゆるメディカルツーリズムという形で医療目的の来訪者を取り込む、高等教育を産業として育て、留学生を引き寄せ、イスラム金融やハラル産業を育て、世界中から金融機関や関連企業を受け入れると。非常にイノベーティブで戦略的な産業育成があり、その一環としての MM2H であるとご理解をしていただきたいと思います。

皆様ご存じのように、アジア通貨危機が 1997 年にありましたが、マレーシアとマレーシア観光局は、まさにどん底の状態から這い上がってきたわけであります。私も個人的にびっくりしたんですけれども、実は 1998 年にマレーシアを訪れた観光客は 500 万人でした。前年より大幅に減少しています。しかしその後、新規の国を開拓した結果、新たな観光客がマレーシアにやって来ます。たとえばアラブ諸国は、イスラム教ですけれども、マレーシアのイスラム教徒とは違った背景を持っています。インドや中国も、マレーシアにいるインド系住民や中国系住民とは違った背景を持っています。

ただしここでは、観光客の横柄な態度などによって、いろいろな文化的な摩擦も発生します。日本で起こっていることにも共通すると思いますが、これを乗り切って 10 年後に 4 倍の 2200 万人の観光客を誘致し、現在では国民の間で理解も深まっています。今の日本の観光産業にとって大切なのは、いかにして国民的なコンセンサスを得て、いろいろな障害や摩擦を乗り切っていくか、という点だと思います。この点において、ロングステイ、交流型のツーリズムによって、相互理解を深めるということができないかと考えております。

私は、マレーシア政府で 30 年間働いてまいりました。正直日本にいると、マレーシアはイメージのわかない国なんですね。学校とかに行ってマレーシアってどんな国ですかと聞いても、みんなポカーンとして、暑い国とか、マーライオンとか、これは実はシンガポールですけれども。東南アジア全体もそうですよね。私がマレーシアに初めて行ったのは 40 年前ですが、その時から比べると、マレーシアはまったく違っていて、ダイナミックな成長を遂げ、豊かで中間所得層が広がっている国になっています。にもかかわらず、日本人のイメージは 30 年前 40 年前のものと少しも変わっていない。言ってみれば双眼鏡のこちらとあちらで、マレーシアや東南アジア

から見る日本は、本当に大きな国、大好きな国、行ってみたい国、日本食もブームですし、日本製品も好まれています。日本から見ると、双眼鏡の反対側から見る感じで、遠い国でよく分からない、という方がたくさんいます。こういうギャップを解消して市民レベルの交流を行っていく、そういう意味で長期滞在を進めていただきたいなと思います。

船山　ありがとうございました。経済危機を乗り越えるために国家戦略として観光にかなりテコ入れをして、結果的に国民的理解も得たということですね。こういうことが基本にあって、日本人向けのMM2Hという制度を作ったわけですけれども、国を挙げてやっているということでしょう。では、日本政府は観光に対してどう思っているのでしょうか。私は実は 50 年以上この仕事をやっておりまして、昔はインバウンドをやっておりました。しかしこれまで政府は、あまり本気ではなかったように思えます。本気だなと思ったのは 2001 年ごろです。ちょうど IT バブルが崩壊して、小泉総理が自分の言葉で「観光立国」という言葉を使って、2003 年から「ビジットジャパン」キャンペーンを始めました。そして 2007 年に観光立国推進基本法という法律を作ったんですね。そして、2008 年に観光庁ができた。その初代長官が、先ほどの本保先生です。このような流れの中で、実績が積み重ねられやっと国民的コンセンサス広めていこうという段階になった、今そういう時代ではないでしょうか。ある意味では、マレーシアのほうが先に行っているのかもしれません。

さて、海外に長期滞在する人は、現在年間 150 万人ほど行っているんですが、国内観光のデータを見ると、日本人の平均滞在が 1.5 泊くらい、1 年間で 2 泊くらいしかしていません。なぜ日本人の旅行は非常に短く、長期滞在が日本人に定着しないのかという懸念があるわけです。そこでこのような世界では非常に権威であります、日本人のライフスタイルにスローライフという視点を導入した神野先生に語っていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

神野　ご紹介にあずかりました神野でございます。私は財政学者であり観光は専門ではないのですが、今日は二つの書物をお持ちしました。一つは、筑紫哲也さんが書いた『スローライフ』、もう一つはジャン・フーラスティエというフランスの経済学者、未来学者が書いた『四万時間』であります。

ライフスタイルとしてのスローライフのお話をさせていただきます。生前筑紫哲也さんが私のところに来られて、スローライフ学会を立ち上げたいけれども、自分は学問的なことには弱いからとおっしゃるので、私が学会長を引き受けることになりました。私もそんなことをやれるような人間ではございませんが、彼の熱意にほだされて引き受けたわけでございます。

スローライフというのはイタリアのファストフードに対する反対運動、スローフード運動から来ております。映画『ローマの休日』で、オードリー・ヘップバーンが開放感にあふれて石段から駆け下りてくる場所、ローマのスペイン広場があります。このスペイン広場に、ファストフードのマクドナルドが開設されるということになりました。文化に誇りを持っているイタリアですから、イタリアの食文化を壊すのか、と大反対運動が起きまして、開店を認めないと大反対運動が起こるのですが、結局は開店してしまうんです。

そこで絶望した人たちが、単に反対するのではなく、対抗するモデルを作ろうじゃないかということで、ファストフードに対しスローフードという運動が生まれました。それを言い始めた人たちが北イタリアの小さな町、ブラに本部を置くことになりました。ブラのメッセージは「私たちはゆっくり生き、ゆっくり食事をする。広場の教会の時計台の針は止まっているかもしれない。正確に時間を刻んでいないかもしれない。それでもよかったら、どうぞ私たちの町にいらして下さい」。だれでも行きたくなるメッセージでしょう。筑紫哲也はそれをフードだけではなく、ライフ、つまり人間生活のすべてに広げようというふうに考え、スローライフという和製語を

作りました。

筑紫哲也は、私が学生時代に『朝日ジャーナル』の編集長をやっていました。当時、私が大学に入った頃は、『朝日ジャーナル』を持っていなければ大学生じゃない、と言われるような時代でした。その『朝日ジャーナル』で、ジャン・フーラスティエが書いた『四万時間』が一部紹介されていて、それをまとめたのがこの『四万時間』という本です。どのようなことが書いてあるかというと、このまま人類の歴史が発展していくと、やがて 21 世紀には人生が 80 年になると。すると、人生の時間は 70 万時間となります。生涯時間ですね。そのうち人間が生きているために、自然と戦って労働していくわけですけれども、労働時間はどのくらいになるかと言いますと、おそらくその頃になると、週 5 日労働で、1 日の労働時間が 6 時間、週 30 時間です。週 30 時間制ができあがると、30 年間働いて 4 万時間になる。しかし、人間は生理的な拘束時間、睡眠とか食事とかがあるので、1 日 10 時間使わざるを得ない。すると、人生で 29 万時間、そういう生理的な拘束時間があるとされます。そうすると、全部で 70 万時間ですから、あと 37 万時間という自由な人間的な時間をいったいどうやって過ごすんだろうかという問題提起です。

この本では、2030 年あたりに、4 万時間体制にもっとも早く到達するのは日本だろうと予測しています。当時は、経済成長率ダントツでしたから。ところが、先ほどの基調講演でもありましたが、惨々たる有様です。なぜこうなっちゃったのか、というのはよく分かりませんが、この本の第二部では 1985 年という時代までは人間は生活水準を向上させるために一所懸命になるんだけれども、1985 年を過ぎると、生活様式をいかに充実させるかに向かっていく。人間の質的な喜びを増やすような方向に変えていく。1985 年は、みなさん、ご存じですね。日本は世界で最も豊かになった年です。その時に舵を切らなかったということです。完全に間違いだったのではないでしょうか。

私たちは人生をよく旅に例えますけれども、もちろん、さっき言った 37 万時間で、ジャン・フーラスティエによれば、かつて王侯貴族しか楽しめなかった音楽を楽しむとか、実際にピアノを弾いたり、バイオリンを弾いたりして会話を楽しむ、もちろん、旅行も王侯貴族しかできなかったようなゆとりある旅行ができるようになる。スローライフは、人生は駆け抜けるものではないんだ、行き交う人々と会話をしながら道端に咲く自然を愛でるという考え方なのです。

スウェーデンでは、次のように教えています。人間には所有欲求、持つ欲求ですね。これと存在欲求、ビーイングですね、この二つの欲求があります。所有欲求が満たされると、人間は豊かさを実感する。ビーイングの欲求とは、人間と人間が触れ合いたい、人間と自然とが触れ合いたい、そうすることによって満たされる欲求。愛し合いたいと、そういうふうに考えてもよろしいかと思います。そのことによって、人間は豊かさから幸福へ、どこの国でも先進国ではそうなんですが、そういうふうに人間が触れ合い、人間と自然が触れ合いながらゆっくり歩いていく。旅に通じることだろうと思いますが、ロングかショートは別としてスローなんだと。37 万時間の中ではそういうことが享受されると思います。

舩山　ありがとうございました。スローライフを 10 分くらいで話すのはむずかしいですね。ところで、先ほどの本保先生の問題提起の中で、旅行に行かなかった理由に「時間がなかった」とありますが、これについて先生はどうお考えになりますか？

神野　筑紫哲也がこの本の中で書いているんですが、自分が大学時代にやったことで一番重要なことは、早大旅の会を作ったことであると。学生は時間が有り余るほどある。しかし金がない。そこで金をいかに使わないでロングな旅をするかを研究する。実は時間はいくらでもあると言っています。私も子供のころはおばあさんに連れられて、湯治に 1 カ月くらい滞在しましたよ。

舩山　ありがとうございました。それでは同じく日本のライフスタイルについて地方創生あるいは地域活性化にご尽力されている政所様に、地方での新しいライフスタイルがどうなっているのか、ご紹介いただきたいと思います。

政所　今日、お話ししたいことをざっとお話しいたします。日本の地方に関しましては、マスコミに出てくるのは絶滅とか、高齢化、少子化などネガティブなことばかりです。しかし、地方でも人々の心の中で、スローライフじゃないですけれど、何かが起こり始めているのではないでしょうか。その行先のほうにロングステイがあるのではないかなというこ

とをお話ししたいと思います。また、ロングステイと言っても、「仮住・移住・定住」とあります。ちょっとした出会いがあって仮住して、その後お試し移住があって、定住のきっかけを作る。さらに定住と言っても、元の移住に戻ったり、仮住に戻ったり…ロングステイと言ってもいろいろあるということを今日はお話ししたいと思います。

バブルの頃に、地方の再生で抜けていたのが「地域内経済循環」ということです。観光客を集めて稼ぐというストーリーはいっぱいありましたけど、地域の中で、さっきのマレーシアの話ではないですけど、国民が一番幸せになることの選択の中に観光の戦略があるのでしょうか。観光の議論の中でよく言われるのが、「発地型」から「着地型」というのですが、もうこれは遅いですね。今は、「発地型」でも「着地型」でもなく、来た人が、顧客が顧客を呼ぶ、経験者が新たなマーケットを創る状況になっています。

人気のあるところには必ず理由があります。一つはですね、地方には財源がない、資源がないと言われますが、そこが鍵になっています。未利用空間というのはたくさんあります。これは都市の資源に対して、地方の資源をもし経済学的に言うと、未曽有の資源があるといえるのではないでしょうか。具体的に言いますと、空き家の再生が一例です。町家を一軒きちんと再生すると、数千万、あるいは億くらいかかるのですが、そういうところが今ブームになっていて、大工さん、工務店、若いクリエーターが活躍しています。人口減少ということで、スローライフのお話をしていただいたのですが、まさに人口減少、少子高齢化の中で生きてきているのは新経済学ではないかなと思います。

これは岡山県の英田上山棚田の例ですが、棚田の未来に向けて、都市の人間が入ってきて、地域と一緒に美しい未来を創り上げていこうとしています。見事に棚田が再生しているところにいろいろな人が関わっている。そういう意味でトップを走っているのがこの事例でして、ここは人口１人しかいない場所です。そこを 1500 人のサポーターが支えています。これは今世界から注目されています。限界集落ということで人口のことばかりをとらえている間に、現実的に起きていることはそこが限りなく素晴らしい世界だということ、地球の宝だということから、人が集まってきている。ここはまさに限界集落なんですけど、人口が問題ではなくて、魅力を、現代的価値にもう一度光を当てることによって、そこに未来を切り開く鍵があるということではないでしょうか。

秋田県のある地域では、年貢を集めようという新たなアイデアを考えました。ここでは、年間 3000 円の年貢を払えばだれでも村民にしてくれます。ただそれだけなんですね。それによって何が得られるか。やはり、仲間、プライド、未来を一緒に築いていこうと多くの支援者が集まってきて、大変素晴らしいイベントを年に一度開催して盛り上っています。

ロングステイを仕掛けていく時に大事なものは、きっかけです。きっかけをどうするか、先ほどのマレーシアのお話にありましたように、出会って、やはり話をしたい、仲間になりたい。そういう仲間づくりの場がきっかけになって、それがさらに深まるとその地域をどうするのかという意識につながっていきます。それから、三番目に重要かと思うのは、継続させていくためには、そこに何らかの仕事が発生してこないといけないということです。地域に役立つ生きがいの仕事があったり、受け入れる側もロングステイすることによって活性化し、地域経済につながるでしょう。

舩山　ありがとうございました。冒頭に出ました「仮住・移住・定住」はいろいろありますが、もうすでにやっているということですね。そうは言いながら、日本人のライフスタイルも少しずつ変わりつつあるというお話でした。現実に海外のロングステイを受けいれているマレーシアで、日本人のライフスタイルはどうなっているのか、あるいは外国人のそれとどう違うのか、そのあたりのお話しをもう一度徳永様にお話ししていただきたいと思います。

徳永　正直言いまして、マレーシアで長期滞在される外国人といってもいろいろな外国人がいます。それぞれ違うわけですけれども、従来の欧米人としては、マレーシアには、イギリス、ドイツ、イタリア等から来ています。滞在するのは 2～3 週間、先ほどの神野さんのお話しでもありましたように、スローライフですね。そしてまた欧米人というのは現地の文化等に関心がありますから、博物館も半日くらいかけて観たりします。日本人だけじゃなく、アジア人は欧米人的なスローライフは苦手で、いろいろ忙しく周遊するのが好きという国民性かもしれませ

ん。

その中で、日本人のロングステイの駆け出しというのは 1980 年の後半です。ある旅行会社がペナンでスケルトンタイプのロングステイ商品を販売していて、一定の集客をしていました。その時には、日本人は 1 週間 2 週間何もしないでぼーっとするのが苦手ですから、オプショナルツアー的なアクティビティを提供していました。その後、日本の海外旅行市場が成熟するにつれて、FIT（Foreign Independent Tour）ができて、キャメロンハイランドからいろんなところに出かけて行って、南国暮らしの会をはじめとした社会ができていきました。

先ほど、本保さんがニセコの例を出されました。そのとき私は、キャメロンハイランドのことを頭に浮かべたんですけれど、日本人が向こうに行って 1 カ月間過ごしていますが、正直何もないところです。その中で現地の方々と交流する姿を見て、なぜ日本でできないのかという点をもう一度考えてみないといけないと思います。キャメロンのような何にもないところに 1 カ月 2 カ月いるのに、海外では異文化体験する、そこに刺激があったりするわけですから海外ならではのものがある。それに替わるものを日本でどう提供していくのか、非常に難しい問題があるように思います。ここで、本保さんがおっしゃったイノベーティブな料金が必要です。長期滞在ビザは日本にはないのですが、マレーシアなら一泊 300 リンギットのところが、1 カ月で 4000～5000 リンギットで大バーゲンで提供してくれます。いいか悪いかは別として、そういうフレキシブルな対応をしていかないと、やはり長期滞在というのは日本では進んでいかないと思います。

最後に特筆すべきことは、地域住民との交流、とくにキャメロンハイランドでも現地の日本人もほかの外国人もそうですが、現地の人々との交流を大切にしているんですね。それもどちらかというと現地主導、たとえばペナンやクアラルンプールでは世界最大の盆踊りに何万人と参加するんですね。留学生でも、各国のナショナルデーには大イベントを行って、ほかの学生たちも加わります。そのような滞在している方々との一体化したようなイベントをどうやって日本でも展開していくのかが課題ではないでしょうか。

船山　ありがとうございました。さてパート 3 に入りまして、国内に長期滞在の可能性はあるのかというお話しです。政所さんにはすでに先ほど可能性があるというお話しでしたね。それを含めて補足していただけますか。

政所　今現地の人と一緒に何かこう取り組んでいくというお話しでしたが、ロングステイを仕掛ける上で、求められているのは繋ぐ人なんですね。コーディネーターです。若い方で注目されている方がいます。彼は全国に耕作放棄地があって、農業もどんどん高齢化する中で、見渡してみたら、自分がやることがあるかもしれないと考え、全国の耕作放棄地を繋いでいく活動を始めました。細かいことは、今日はお話ししきれませんけれども、都市と地方を繋いでいく、こういう人材が求められています。

若い人に限らず、これからはロングステイをのんびり過ごすのもいいですけど、のんびり過ごしながら一所懸命働くという日本人型のロングステイもあってもいいんじゃないかと思います。働くというのは労働時間で単純換算するだけではなく、頭を使う。地方の問題を解決する鍵になる、ロングワークみたいなもの、のんびりだけれどしっかり働くというのが日本の中にあってもいいかなと。たとえば地方に行って、今日の食材がおいしいと思ったら、ただ食べるだけじゃなくて、一歩進んで「ワンデーシェフ」ということをやる。つまり、地方の食材を生かす取組にかかわるということです。

最後に極端な例ですが、私は今五箇山の世界遺産のお手伝いをしています。その周辺に 4、5 年前に赤ちゃんが 20 年ぶりに誕生した村があります。朝、起きると、赤ちゃんの泣く声が村中に響いているのを聞いて、みんなで涙したんですね。さらに今ここには、15 人の「赤ちゃん」がいるんです。どんな仕掛けかというと、世界遺産に登録されまして、ここ

に住んでみませんかと呼びかけたら、何十人もの人がやってきたんです。ところがもともとの住民とうまくやっていけるのかという問題があります。そこで、1 年間お見合いの時間を作りました。そして最終的に 5 世帯が住みたいと申し出ましたが、でも家は 1 軒しかないので 1 組だけが住むことになったんです。後の 4 組は諦めきれずに近くのエリアに住むことになった。今は 15 人の家族が住んでいます。

ここ 5 年間にまったく新しいストーリーが、ほうっておいたら絶滅するようなところから大変革が起きています。最後にお話ししたいのは、確かに今地方で一次産業、二次産業、三次産業、環境問題、少子高齢化、いっぱい問題があります。ところが、ここにロングステイのような新たな形で外から人が入ってくると、観光産業も裾野の広いものに生まれ変わる。人が移動して、そこに住むことによって、持続的な地域経営というのが生まれてくる。そんなふうに思います。

船山　ということは、国内長期滞在はやり方次第ではいくらでもあるということですね。

政所　のんびり、ゆったり、何もしないで消費する観光型ではなく、もう少し日本人スタイルのロングステイというのがあるのではないでしょうか。

船山　日本人独自のロングステイということですね。ありがとうございました。大野様は、海外で夢のロングステイを体験されてきたわけですが、どうして国内ではなさらないのですか？あるいはそういうこともお考えになっているのでしょうか？

大野　先ほどは会の説明に終始してしまいましたが、最近は毎年、各都市 1 カ月という感じで長期でゆっくり滞在しています。足腰の元気なうちに、長いフライトも体力あるうちにということで、日本からは遠い国々も見て回ろうと、5 年前に北欧から始めました。最近は、1 週間ずつ選んで各国に行っています。

イギリスでは、やや高級なところに泊まっちゃったんですが、貴族の館でゆっくり滞在することができました。現地の旅行会社で教えてもらったのが、コッツウォルズ近くの宿です。ここは、そこに滞在するほかにやりようのない、何もないところで、その代わり、ゴルフであればここに泊まっていればタダのようにできます。あとトレッキングができる広大な敷地がございまして、飽きずに滞在できました。

町の広場に行くと、土日、必ずこういう、市場のようなものも開かれていて、現地でどんな暮らしをしているか、見て回ったりします。ところでカーブーツって、ご存じでしょうか？湖水地方のウィンダミアの町で歩いていましたら、カーブーツセールやるよということで、日曜日の何時からやりますとポスターが貼ってあって、なんだろうねと主人と不思議に思っていました。たまたま泊まっていた日本人に質問しましたら、カーブーツというのは赤い車の荷台の部分をカーブーツというそうです。そこにみなさんお家で使わなくなったものを持ち寄ってきて広い駐車場のところで売るんです。いわゆるフリーマーケットですね。値切ったりしながら現地の方と交流する、そういう旅を楽しんでいます。

日本でなぜそういうのをしないんだというご質問ですが、宿泊代が高かったり、1 カ所にいるだけでいろんなことができる、先ほどの本保先生のお話にもありましたように、1 回 1～2 週間くらいから始まってゆっくり滞在して飽きないような施設が整っていないと無理だと思います。

船山　いろんなメニューが整っていていれば、国内でもできますよということですね。今のところ、そういうのがないと、そういうご認識ですか。

大野　そうですね。とはいえ、うちの会員は夏に北海道に行ってお試し移住のところで、1 カ月ほど過ごしています。

船山　やはり海外ロングステイヤーの皆さんは先駆者ですから、ぜひ国内で試していただいて、それを普及させてほしいと思います。それでは、締めくくりには神野先生に再びご登場いただきまして、これまでの議論を踏まえてコメントをいただきたいと思います。また、ご専門の財政学の立場から何かあればお願いします。

神野　旅というのは日常から脱却するものです。なぜそういうことをするかというと、自分の日常生活を別の視点から見直してみようということなんですね。観光の観という字は、悟りを開くという意味で、光は明るい希望を意味します。明るい希望の光を見て悟りを開く、これが観光ですね。

私たちが旅をするのは、生きるということを相対化するためにするわけですが、その旅には二つの種類があって、手段としての旅、ビジネス旅行、たぶんお伊勢参りもそうだと思いますが、それからもう

一つは目的としての旅、旅そのものを目的としている旅があります。奥の細道がそれでして、希望を求めるような、青い鳥はどこにいるか、旅行しながら、最後は自分の家にあったと。そういう旅行のタイプと、二つあるかなと思っています。

なぜ、日本人はこういうゆとりのある生活をできなくなったのでしょうか。明治維新になって日本にやってくるヨーロッパの人々は日本の印象記を残しています。その印象記に共通していることが三つあります。まず、優しさ。次に謙譲。そしてもう一つはゆとりです。どうして日本人はこんなにもゆとりを持っているんだろう。加えて、同じ現象として指摘しているのはなぜこうも笑っているんだろうということです。どうして日本の町々には子どもたちの笑顔があふれているんだろうと感動しているんです。

ところがこれ、やめろと言われてきたことなんです。ゆとりなんか持っていると負けるよとか、しごけとか、失えと教え込まれてきたことなんです。でも、日本はもう経済的に十分ゆとりを持てる、自由時間を使える時代になっているわけですから、その時代に合ったライフスタイルを考えていかなければなりません。しかし、そのためのインフラができていないのが問題です。

一つ重要なのは働きすぎです。基調講演にもありましたが、日本の休暇制度、ちょっとひどすぎる、平均で 18 日、与えられているのは 18 日ですが、ヨーロッパは 90 日超えているのですが、日本は 60 日程度でしかもひと頃より減っているんですね。そこで日本中で 2 地域居住みたいなものを日常の中に取り込めないかと。スウェーデンでは、ドイツもそうだと思うんですが、5 日間働いて土日は郊外で過ごします。金曜日など、長蛇の列ができます。向こうの人たちは崩壊寸前のような家に住むのが贅沢なんです。つまり文明を拒否すれば文化が生まれるということです。土日になると、家庭菜園ですね。テレビなんかあったら失格です。自分たちは都会の暮らしに疲れちゃった、だから自然の中に踏み込んでいってもう一度生まれ変わるんだという発想でやっています。

日本では、そういうインフラ、休暇制度が確保されていません。日本の休暇制度は 4 週間で 4 日与えればよいと、こういう制度なんです。向こうは逆規定で、休暇が先に決められている。たとえば、1 日のうち連続で 11 時間休暇を与えなければいけないというように、逆規定していますから。日本のようにずっと働き続けるということはないんですね。制度上もそうですし、インフラにおいても、スローライフ学会の側から言うと、ロングステイを目的とするのではなく、スローライフを目的とするインフラを整備してもらえば、必ずロングステイになるだろうと、そういうふうに思います。

舩山　スローライフ学会とロングステイ観光学会もいずれコーディネーションしないといけませんね。先生よろしくお願いします。今のお話しの中で、私がぐさりと来たのは、文明を拒否すると文化が生まれるという部分です。今の日本はどうですか？　文化を拒否して文明ばかり。私の個人的な意見ですが、昔は小田実の『なんでもみてやろう』的に若者がどんどん海外に出ていった、今はどうですか、パスポートを持たない人がでてきてしまいました。私がいつも言っているのは、インバウンドだけではだめなんだ、来てくれだけでなく、出ていかなければだめだ。地方自治体などは、成人式におめでとうってパスポートあげたらいいと思います。20 歳の日本人のパスポート取得率は 14%らしいです。韓国とか台湾は 40%近くになっているにもかかわらずです。ということで、最後のところで、話し足りないことがありましたらお願いします。

徳永　東京オリンピックまでいよいよ 4 年半を切りました。先ほども申し上げたように、ソフトとハードを含めてインフラ整備が急ピッチで行われています。繰り返しますけれど、それだけではなく観光に対する国民的な合意と幅広い理解が必要です。観光産業、人材育成、この二点が間に合わないといけないのは当然だと思いますが、これは 10 年 20 年かけてやらないといけない。一方で世界的にテロと難民問題が起きている中で、外国人観光客を受け入れる上での懸念があるわけですね。こういったものを払しょくしながら、外国人観光客を受け入れることが日本の経済、日本にとって重要なんだと、政府、行政、そして民間を含めてみんながムーブメントを作っていかないといけない。外国人といっても、欧米だけじゃなくて、アジアの人々を含めて、それぞれ文化、生活習慣違います。そういった中でそれぞれおもてなしの仕方が必要なのです。

先ほど神野さんがおっしゃったように、日本人で

はなかなか見えない、海外に出て初めて見える、観光と言うのはそういうところがあると思います。また、舩山会長がおっしゃったようにアウトバウンド、海外に行って日本を見つめ直して日本自身のおもてなし、また外国人をどうやって受け入れるか、おもてなしをするか、ということをしっかりと学んで日本に戻ってきてそれを実践していく必要があるでしょう。そういうインとアウトの流れを作っていかないといけないと思います。今、マレーシアでロングステイを体験した人が日本に戻ってきているわけですね。貴重な体験を発信していっていただきたい。海外に行けない若者たちの背中を押して海外ってすごく楽しんだよと、いろいろな可能性が開けるんだよということを伝えていただきたいと思います。日本のロングステイについていろんな考え方があると思いますけど、世代間交流、地域と地域の交流、外国との交流、こういった多様な交流を進めていくべきだろうと強く思います。

明治維新以来、2018 年で 150 周年になりますけれども、残念ながら、時代の状況があるとはいえ、脱亜入欧ということで欧米に倣って近代国家を作ってきました。しかし、新たな時代がきているわけですから、豊かになったアジアの人々とアジアの繁栄を共に築いていく、それには一にも二にも市民交流、市民交流によって外交を動かしていく、そういうムーブメントにつながるような学会になっていただきたいなと強く思います。

政所　近年特に、人に会いに行くという時代に入っているなということを感じます。海外に行かれる人も、リピーターとして同じ場所に何回も行って、その街にまるで住んでいるように時間を過ごしています。ほとんどが馴染みのバールだったり、料理を一緒に食べたり、人に会うということですね。若者の世代に、人と肌を合わせる会話とか、それが一番幸せだという文化を広げていくために、実際にいろいろお試し移住があったり、仮住があったり、いろいろな仕掛けを長期滞在型・ロングステイ観光学会が具体的に示していく必要があるのではないでしょうか。それには先ほど言った繋ぐ人が必要です。そこで楽しく過ごすための仕掛けを無理やり作るのではなく、当たり前の日常の中にそれがあるという状況がなくてはなりません。そのあたりをぜひ研究テーマにしていただきたいと思います。

私自身もロングステイを実践しておりまして、2 地域居住で富山県の八尾に家があり、実質 2 カ月くらい行っていると思います。今何が楽しいかというと、雪が降っているから早く雪かきに行かなきゃとか、家の前の雪かきに早く来いと連絡をもらうのがうれしいんです。それから風の盆を含め祭りが年に 2 回あります。この祭りというのは本番より準備のほうが百倍楽しいものでして、この喜びというのはやはり実際に住んでみないと分からない。そういうところをきめ細やかに、沈殿していた文化を掘り起こすように、長期滞在型・ロングステイ観光学会の中でも世界に向けて伝えていってもらいたいと思います。

大野　私どもの会のスタート時からの会員には、80 歳、90 歳の方もいらっしゃいます。だんだん海外に行くのがつらくなってきて、マレーシアとか、ペナンとか、チェンマイとか、10 年以上ロングステイしたので、日本に戻ってこられた方も結構いらっしゃいます。そういう方ももう海外に行かないのでといって辞めていかれないように、日本で長期滞在できるようなところをいっぱい探しています。先ほどもお話ししましたが夏の暑い時期に北海道のお試し移住を利用しまして 1 カ月単位滞在します。それで冬の寒い時は沖縄にも行っています。うちの会の方は前向きの方が多いので、みなさん率先して、次にどのように楽しく過ごそうかと、お互い情報交換して前向きに過ごされています。ですので、日本でも楽しく長期で滞在できるような施設を造っていただいて、また海外の方がいらっしゃった時におもてなしができるようにしたいと思います。

舩山　ありがとうございます。では、最後に神野先生、お願いします。

神野　生きるということは、人間同士が温かい手と

手を繋ぎあって生きているということです。私たちがいろいろな地域を旅行するということは、こういう手の繋ぎ合いもあるんだということを認識することだと思います。それが交流なんですが、東アジアの共通言語で「チャンポン」と言います。長崎チャンポンをイメージしていただければいいのですが、オランダ風のものと日本風のものと中国風のものがそれぞれ良さを失わないで共に存在しています。韓国に行ってチャンポンと言いますと、中国風のラーメンの上に真っ赤なトウガラシなど辛いものをかけたものが出てきます。沖縄に行くと、ちょっと訛ります。「チャンプルー」になります。マレーシアでもそうですし、インドネシアにもあります。

それぞれ交流して交わりながら良さを失わない、ますます自分の良さを高めていくために交流するということです。それは、「conviviality」（コンビビアリティ）と言うんですが、宴会という意味ですが、みんなで楽しく輪を作って踊りあって、また別れていく。先ほど祭りのお話がありましたが、私の家は代々神々に仕える家系でしたが、祭りとは神々と交流するということであります。したがって、神々と交流するために、人間と人間が手を繋ぎ合って、あらゆる職業、あらゆる出生をこえて準備すること。これが祭りなんですね。

それがコンビビアリティということで、みんな輪を作ってやっていくわけですけど、それにはやはりロングステイでないとダメなんですね。小説『星の王子さま』の中で「大切なものは目に見えないんだよ」というのがあります。同時に王子さまがキツネに「友だちにならないかい？」と尋ねます。「友だちになるってどういうことだい？」「重要なことだけど、みんな忘れていること。それは習慣を作るということなんだ。君がぼくと友だちになりたいのなら、前の日と同じ時間に来て少しずつ近づいていかないといけないだ」と言います。これ時間がかかるんですね。人間との交流には。それで、星の王子さまとキツネは友だちになるんですが、別れる段になると「ぼく泣いちゃうよ」とキツネが言うんです。「じゃあ、何もならなかったんじゃないか」と聞くと「そんなことはないよ。なぜなら、あのきれいな麦畑は今までぼくにとって何の意味もなかった。でも、麦畑を見ると、君の、つまり王子さまのきれいな金髪を思い出して懐かしく思うようになる」という意味のことを言っています。ロングステイとは何か。コンビビアリティを通じて人間と人間が結びついているということ。そういうふうに思います。

舩山　ありがとうございました。最後の提言の中で共通しているのは交流ですね。人と人の触れ合い、交流が重要です。その意味で、チャンポンというのは、本質を突いていると思いますね。

本日は、本保先生の講演で、現在の景気低迷の中で長期滞在型の観光は一つの新たな取組みであるということから始まって、そのためには休暇制度の問題、受け入れ態勢、サービスシステムの問題などが指摘されました。そこで、いままで日本人だけで考えていたビジネスモデルを、外国人を対象に当てはめてみることで新たな発想が生まれてくるというお話もありました。現在インバウンドが非常に注目されていますが、「爆買い」の次の期待は地方へ行ってもらうということです。地域も地方創生について試行錯誤しています。そういう意味では、学会にとっては機が熟しているといえるでしょう。来年３月には全国大会が予定されておりますので、ぜひ大勢の方が参加していただきたいと思います。どうもありがとうございました。

■

長期滞在型・ロングステイ観光学会　第 1 回年次大会　プログラム

期日：2017 年 3 月 11 日（土）
会場：帝京大学 八王子キャンパス ソラティオスクエア 5 階

12：30～13：20　（ソラティオスクエア 5 階　517 教室）
開会挨拶
基調講演 「ロングステイから始まる地方創生」
公益社団法人日本観光振興協会　理事長 久保成人 氏

13：30～15：30　（ソラティオスクエア 5 階　517 教室）
分科会報告セッション（各 30 分）
長期滞在インフラ構築分科会
古民家ロングステイ普及促進分科会
ロングステイと旅行医学分科会
海外ロングステイの経験者からインバウンドロングステイに対する提言分科会

15:40～17:00　（ソラティオスクエア 5 階　517）
自由主題セッション（各 20 分）
学術研究発表
ロングステイヤーと非ロングステイヤーのアイデンティティ
―効用概念を用いた経済分析とその政策含意
小沢健市

観光客の滞在促進へ向けた地域拠点における VR 観光と効果的発信手法に関する研究
―キュレーションの視点から
千葉里美

国内ロングステイ観光者の過ごし方比較
―内成「ホリデーハウス」VS 北海道「ちょっと暮らし」
畠田展行

東南アジアの OTC 医薬品について
溝尾朗　野田一成　白井拓史　木村英夫

提案発表
長期滞在型観光学体系の新たな試論
旭岡叡峻

17：30～19：00　（ソラティオスクエア 21F 展望ラウンジ）
懇親会

長期滞在型・ロングステイ観光学会　年次大会

自由テーマ研究発表　募集要項

【発表内容と要件】
本学会の目的に合致した長期滞在型・ロングステイ観光に関する学術研究、事例報告、政策・事業提案にかかわるテーマであれば、自由にテーマを設定いただけます。ただし、本学会の目的に合致しているか申し込み時に理事会による審査があります。

【発表カテゴリー】
１、 学術研究発表
長期滞在型・ロングステイ観光に関する理論的、方法論的に新規性のある内容であり、かつ他の刊行物において未発表のオリジナ ルなものに限る。論文はまとまった研究成果を公表するものであり、その研究目的と結論が明示されていなければならない。また、先行研究のレビューがなされていること。

２、 事例報告発表
長期滞在型・ロングステイ観光の現状・事例に関する考察及び問 題提起など。考察の結果や問題提起の内容に実用的価値を有すること。なお、他の刊行物において未発表のオリジナルなものに限る。

３、 提案発表
今後の長期滞在型・ロングステイ観光の研究及び実践に関する提案的内容であり、かつ他の刊行物において未発表のオリジナルなものに限る。

４、 学生発表
学生による研究発表の報告。なお、他の刊行物において未発表のオリジナルなものに限る。

【応募資格】
2016 年度会費を完納した会員（連名発表者は非会員でもかまいませんが、筆頭発表者は会員である必要があります)。入会手続きをする場合は、2017 年 1 月 31 日までに手続きを完了して下さい。

【発表原稿】
発表が決定した応募者は、発表原稿を大会実行委員会事務局に提出する。発表原稿の書式については、別添執筆要項ならびに原稿見本を参照のこと。発表論文の提出がない場合、発表を辞退されたものとして取り扱います。

分科会活動報告

長期滞在インフラ構築分科会

Subcommittee of Infrastructure Construction for Long-stay

旭岡叡峻*
ASAHIOKA Eishun

我が国は、外国人訪問客約２０００万人／年間になり、観光産業も成長戦略の重要施策になった。これに伴い、観光政策、観光支援策、観光の発信手段の多様化、ネットワークによる新たな連携、新技術を応用した顧客接客強化、観光マネジメント人材育成、リピーターの開発、地域創生との連携等の新たな動きも顕著になってきている。
そこで重要なのは、長期滞在インフラの構築である。このインフラは、観光施設、観光地域の整備、観光移動手段の整備等のハード面の強化とともに、また、観光地での滞在での生活、イベント、交流や参加型の仕組み、受け入れ体制等ソフト面の整備都強化が重要である。
本研究会はこの面から今後の在り方、具体的な応用事例、成功要素の分析等を試みることになる。

キーワード：長期滞在インフラ、観光地域整備、観光技術の活用

１． 観光の多様化と分類別特色

我が国の観光を分類してみると

１．多様化への対応型：

観光の対象となる、顧客の嗜好、国籍やその習慣の相違、顧客への提供すべきメニュー（それぞれの健康状態（例えば、生活習慣病）、ベジタリアン等）、顧客ニーズのコストの２極分化（豪華、安価等）等さまざまな多様化の傾向に対応する必要がある。この多様化は、顧客の満足度に影響し、リピート客としての定着にも影響する。当然この多様な対応を可能にするためには、住居空間、食事のメニュー、
提供サービスの違いに関係する。どこまで多様化を実現できるかは、コスト面との総合的な調整を必要とする。

２．統合型：

観光ではこれまで単発的なサービスの内容が対応することが出来たが、名所旧跡や温泉等のみではなく、周辺の娯楽との連携や施設の見学、伝統工房での体験、種々のゲーム、郷土料理の味の楽しみ、祭りや日本文化に関するイベント等の複合的統合型の観光が拡大傾向にある。これは、統合的な施設やイベントの配置によって、長期滞在の可能性が拡大し、感動や関心の高まりによる観光地の魅力を増すことにもなる。

３．日本文化や生活様式の体験型：

従来の観光に加えて、今後日本文化や生活様式の魅力ある体験や交流が求められ、また点の観光ルートから面の観光ルートの開発によって、異なる地域の体験ができるような工夫も、重要になっている。単発的な観光ルートではなく、交通手段の展開によって、もっと面的な行動が可能なれば、観光を立体的に楽しむことが可能になり、長期滞在の条件も整備しやすくなる。魅力あるトライアングルコース等現実に面的な展開で、観光客を拡大する事例も増えている。

４．国際的な競争型：

今後海外の観光客を拡大するためには、国際的な競争力の有る観光産業としての強化をする必要がある。リピート富裕層の受け皿としての施設やサーボス等含めて、滞在での豪華さ、高度接待等も必要になってくる。そのためには、富裕層が満足できるインフラ、例えば、新たな娯楽施設や非日常的な体験を楽しむこともでき、特別なサービスを提供できるレベルの高い総合的なもてなしが期待される。

５．サポート支援充実型：

ツアーでの観光とともに、個別で観光を楽しむ層も拡大しつつある。受け入れ側での観光客のニーズを満足させるための質の高いコンサルティング機能やコンシェルジェ等の支援強化等を必要としている。顧客の多様な、またレベルの高いサービスへの満足度を高めるために、豊かな体験野方法、新たなキャリアを身に着ける方法、コミュニケーションの能力向上、絵画や文化芸術の鑑賞方法、食材と料理を楽しむ方法等多岐に亘る専門知識を駆使して、顧客の支援が重要になっている。このように、新たな観光の傾向を分類して、それぞれの強化施策が重要になっている。

＊（株）社会インフラ研究センター、長期滞在型ロングステイ観光学会理事

２． 観光客拡大のための動向

こうした、急激な観光に関する課題をみると、

１．民泊や宿泊施設のコスト低減等：

都市部や地方においても、これまでの宿泊施設から民泊等の規制緩和や宿泊施設仲介サイト Airbnb 等の動きも活発で、新たな施設の開発も宿泊コストの低減方法（ロボット応用による人件費削減や食材の流通改革等）、ＷｉＨｉ等の情報機器利用環境の整備、省エネ機器の導入等多くのコスト管理が強化される。

建築費や人件費の高騰で、コスト管理は、単に安価なコスト管理運用ではなく、観光業にとって、必要な投資や経費を使いながら、自動化、現地直送、リサイクル、廃棄物処理でのエネルギー確保、最適エネルギーの使用方法、投資回収の迅速な方法等従来のコスト管理ではなく、効果的なコスト配分や適切な資源配置が必要になる。

２．顧客ニーズの把握：

また、観光客のニーズに対応してスマホ等のアプリケーションの開発（観光地周辺の案内、予約、決裁等の機能）、周辺の観光施設との情報ネットワーク連携等的確なニーズ把握にＡＩ等の高度ソフトが導入される。ＡＩ等によって、個のニーズ把握やリアルタイムでのニーズ把握が可能になり、また先行してニーズに合った情報（周辺案内、駐車場、レストラン、ガソリンスタンド、名所旧跡等）をタイミングよく送り込め、誘導することができる。

３．サービスメニュー開発：

我が国は、観光地の魅力あるメニューがまだまだ不足している。地域には、地元では気が付かない美しい場所や景観が多く残されている。自然資源、昔ながらの町並みや佇まい、心和む庭園等丹念に拾い上げれば多くのメニューが潜在的に存在しているものの、これを発掘し、メニューとして纏め上げるかつ充実させる力が不足している。

特に、生活関連メニュー、音楽や舞踊や芸能等エンタテインメントメニュー、景観を楽しむ方法等が強化されなければならない。

このためには、外からの視点や魅力を比較できる視点や生活の一端としてのシナリオ化等魅力あるメニュー開発が重要である。

４．快適さ：

観光地では、極めて混雑が予想され、そのためには、自動車移動や目的地への交通アクセスに苦労する場合も多い。そこで今後は、ますますシームレスな移動や解りやすい移動手段が必要になる。タイムリーな移動には、自動誘導やリアルタイムでの移動の選択しやすい環境づくりも必要になる。また新たなシェアリングエコノミーでの自動車の利用や相乗り等も重要な課題になると思われる。

５．リスク管理：

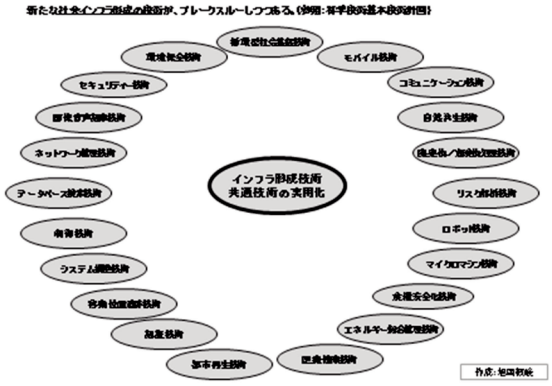
国際的なテロを含めてのセキュリティー対策や、自然災害や地震等のリスク拡大に対応するインフラの整備も重要になっている。新たな危機回避の認識技術、セキュリティー、防災／減災、都市構造の改善等が重要になる。

こうして、新たな課題に対応することも喫緊となっている。

３．長期滞在インフラの構築

こうした動向を踏まえて、長期滞在のインフラを構築する重要性はますます拡大している。新たな情報技術、ＡＩ等の高度ソフトの導入、運営人材の育成、リアルタイムでのニーズの把握と改善方法、観光客の多面的なフォロー等、産官学一体の連携による開発体制を強化することが要請される。

参考：インフラ形成技術



（1）ハード面の展開

わが国の観光政策は、成長戦略の大きな柱になっており、国際的な競争に打ち勝つ必要がある。

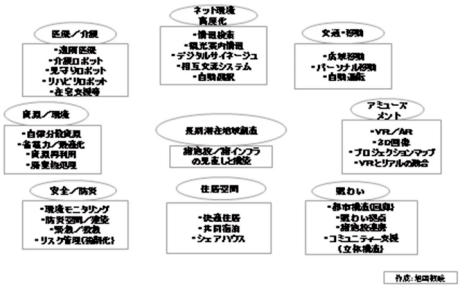
１．長期滞在に必要なインフラの開発構築

広域移動交通システム／パーソナル交通システム／自動運転システム等の交通移動に関するインフラ、ＶＲ（仮想空間）、ＡＲ（現実拡張）、３Ｄ空間、プロジェクションマップ等アミューズメントシステム、安全で安心な快適住居システム、共同宿泊システム、シェアハウス等住居空間インフラ、賑わい拠点システム、都市の回廊システム等諸施設と連携する賑わいインフラ、低エネルギー社会システム、廃棄物循環システム等低エネルギー循環インフラ、環境保護管理システム、環境モニタリングシステム等の環境関連インフラ、植物工場、人工栽培、海洋牧場システム、食糧管理システム等食糧の確保インフラ、防災防犯システム、リスク管理システム等の安全安心インフラ、情報管理システム、情報端末／ウエアラブル機器、

観光案内システム、デジタルサイネージュシステム、博物館／美術館／コンサートホール案内、多目的ホール等の情報インフラ、レストラン／ホテル／ショッピングモール等の商業インフラ、コミュニティー交流、相互交流インフラ、文化遺産保護システム、展示システム等の文化遺産インフラ、介護システム、健康管理システム、遠隔医療との健康医療インフラ、人工知能やロボット活用による無人化、

自働化インフラ等、最新の技術の活用によって、広範囲の長期滞在システムの開発が予想される。勿論そのためには、長期滞在インフラの構築のコンソーシアムや共同開発の体制等も必要になる。今後は非常に広範囲に亘るインフラの構築になる。

参考：技術開発を踏まえた長期滞在インフラ
（その１－ハードインフラ）

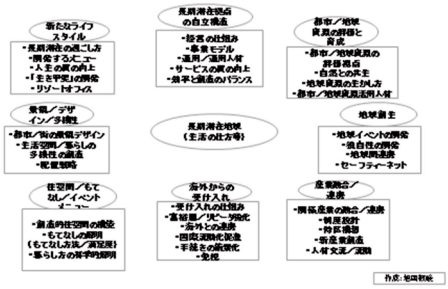


（2）ソフト面の展開

ソフト面では、観光案内映像システム、自動翻訳システム、映像編集システム、自動案内システム等の画像案内コンテンツシステムインフラ、観測／観察システム（天文／植物／生物等観察コンテンツ）の学習インフラ、健康医療データの管理による健康医療インフラ、地域自然資源開発、観光ルート開発の資源コンテンツインフラ、地方名産開発、地方特産品の開発インフラ、多くのイベント開発によるインフラ、さらに、予約システム、一括決済システム、アミューズメント開発、エンタテインメント開発、伝統工芸等工房、温泉療法　食（健康食／個別食）／住（多様な暮らし支援）、日本文化伝承、滞在者ニーズのビッグデータサービスと可視化、イベントメニュー開発支援サービス、成功事例の分析支援サービス等、長期滞在に魅力あるソフト面の構築では、長期滞在に必要な観光資源（自然資源）との共生、日本の文化を含めての暮らし方、いろいろなイベントの開発、景観やデザインの見直し、もてなし方の工夫、住空間の多様化、人材等の交流、受け入れに関連する諸手続きの制度や仕組みの見直し等が重要になっている。

さらに、長期滞在の自立構造（経営の仕組み、事業モデル、運用、サービスの質的向上、効率と創造等）、都市／地域資源の評価と育成（地域資源の評価、自然との共生、都市と地域資源の連携等）、地域創生（地域医別途開発、独自性の開発、地域連携等）、産業融合連携（産業間連携、制度設計、特区構想、新産業創造等）、新たなライフスタイル（ライフスタイル開発、人生の質の向上、生き甲斐の開発、職住接近等）、景観デザインや多様性（景観デザイン、暮らしの多様性等）、住空間／もてなし（創造的住空間、もてなしの開発、暮らし方の研究等）、海外かｒの受け入れ（手続きの簡素化、新たなコミュニテイー創造、得家入れの仕組み等）これまでの観光産業は異なる課題を解決することが必要である。

参考：ソフト開発を踏まえた長期滞在インフラ
（その２－ソフトインフラ）



４．今後の進め方

日本の観光産業は大きな転換点にある。

昨年、外国人観光客が２０００万人を超え、成長戦略の一環として、国内観光産業の育成強化が急務になっている。

21 世紀最大の産業は自動車産業でなければ、宇宙産業でもなく、「観光産業」になると言われており、UNWTO(世界観光機関)によれば、1993 年でその規模は自動車産業を抜き、今後、ブラジル、ロシア、中国、そしてインドなどから中間層が生まれ、海　外旅行に行くと予想されることから、現在、世界 8 億人の観光人口が、2020 年には 2 倍の 16 億人に増加すると言われています。　（出展：Tourism Industry in the world）

日本の国際観光客到着数は、世界の１６位である。（資料：国際観光機関の２０１５年世界観光ランキング）

因みに第１位はフランスの８４４５万人であった。

我が国は、観光資源、文化資源に恵まれている。これまでも環境産業強化の取り組みは、なされてきた。

しかし、観光産業の明確な位置づけや総合政策、人材育成等本格的で、持続的な取り組みに脆弱性が見られた。

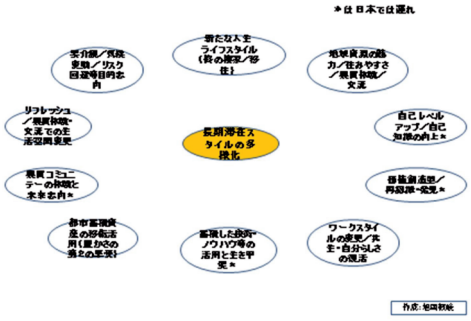
本研究会は、こうした動向や現状を踏まえて、どのようなインフラを構築すべきかをできる限り絞りながら、また政府政策（参考：２０１６－９－１１日経　２面）「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」での

１．公的施設の開放、２．文化財を観光資源に活用、３．国立公園をナショナルパークに再生、４．景観計画、５．規制緩和による観光産業、６．市場開拓（長期滞在と消費拡大）、

７．観光地経営、８．滞在環境整備、９．地方創生回廊　１０．休暇の改革（働き方と休み方の改革）等を支援するために、国際的な成功事例から取り入れるべき条件を明確化して、成功拠点を拡大する。これに伴い、観光産業の未来像を描きながら、国際的な競争力のある観光産業を育成するための方法をさらに纏める。観光産業は、国際的な産業競争の時代であり、そのためには、魅力ある観光ルート開発、インフラの充実、情報発信、安全の確保、新たな技術応用の実装化等本格的な強化施策を会員及び関係者と纏め上げ、今後の強化事項の工程表概要を作成して、産官学での取り組みの仕組みが重要である。

国際的な長期滞在スタイルは、多様化している。

参考：長期滞在スタイルの多様化
（国内／海外から国内／（国内から海外））

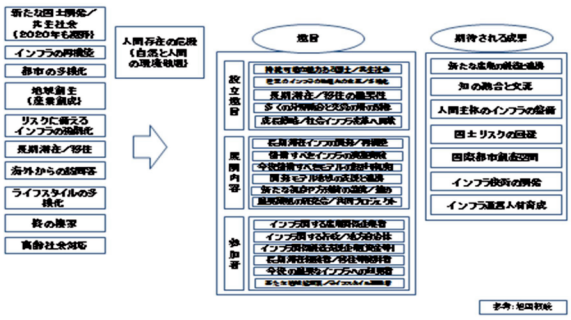


本研究会は、①「長期滞在インフラ産業協議会」（仮）の設置による産業界の連携、②「長期滞在施設選定」（ロングステイ財団によるロングステイアコモデーションパートナーズ（以下 LSA パートナーズ）制度-国内長期滞在推奨施設会員制度-とも連携する必要がある。

特に新たな観光産業は従来の産業の枠を超える必要もある。このことは、観光産業は個別の企業や団体では形成が困難である、したがって、従来からの観光産業に加えて、新たな技術の成果を順次取り込み、ハードインフラ（システム構築等）関連企業とソフトインフラ（知的エンターテインメント、イベント創造、創造的なライフスタイル先導、決裁等仕組み等高度ソフト制作）関連企業を含めて、「長期滞在インフラ産業協議会」を結成し、国際的な競争力のある産業育成を目指す新たな産業の形成を推進し、多様な課題解決に対応して、都市インフラの再構築、地域創生や国土再開発、国民の豊かな余暇の過ごし方等を支援する仕組みが重要となっている。

この協議会は、長期滞在インフラの期待される効果を発揮することができる

参考：長期滞在インフラ産業協議会



協議会の期待される効果とは、①新たな産業の創造と連携、②知の融合と交流、③人間主体のインフラの整備（産業基盤から人間基盤へ）、④国土リスクの回避や軽減、⑤国際都市創造空間（国際的な交流拠点）、⑥インフラ技術の開発と実装化、⑦インフラ運営人材育成等２０２０年も視野に入れた新たな国土開発／共生社会の実現を図るものである。

今後ますます国際的な観光産業競争の時代になる。そのためには、多様化する観光訪問者に対応しながら、長期滞在のできる仕組みや総合政策が重要になっている。

さらに観光産業の動向は、日々変化しつつある。

2017年以降で見ても、「ビットコインー訪日客向けの導入」、中国民泊大手の日本進出（途家「トゥージャ」）など（さまざまな動きは活発である。今後もこうした動きが急ピッチで展開することが予想されると思われる。

（参考）

１．日経新聞、日経産業新聞

ロングステイ観光普及促進に”古民家”活用をどうつなげていくか

How to use KOMINKA more effectively for Expanding Long Stay Market

井上幸一*、弓野克彦**、常岡武**
INOUE, Koichi, YUMINO, Katsuhiko, TSUNEOKA, Takeshi

国内長期滞在（ロングステイ）推進にあたって、現状の大きな課題として長期滞在施設の絶対数の不足、施設情報の不足があり、その解決が不可欠である。宿泊業において、主要リゾートには長期滞在に適した施設はあるが、地方都市には一般的なホテルや旅館しかない。部屋の広さや利便性、また泊食分離の問題もあり長期滞在に適した施設を日本全国に求めることは現状ではハードルが高いと言える。一方、不動産賃貸業における民間の週単位・月単位で賃貸可能なマンションやアパートなどの活用方法があるが、ビジネス需要が見込めない地方には物件が少なく、いわゆるレジャー目的のロングステイに適した施設を探すことは困難である。また、全国で８００万戸を超える空き家も１つの社会問題となっている。その中には相当数の”古民家”もあり、“古民家”は日本の伝統文化の１つの象徴である。その”古民家”の活用により、長期滞在施設に適した施設として再利用ができれば、施設の絶対数不足を補うことができるばかりか、環境保全、文化継承、そしてインバウンド領域における日本伝統文化の発信効果も期待できる。そこで、”古民家”を滞在施設の受け皿として考え、法規制に抵触することなく、宿泊業あるいは不動産業として合法的に運営していく手法の開発と推進が必要である。

キーワード　日本伝統技術、里山文化に暮らす、環境保全、資源の再利用、文化継承、クールジャパン

１、“古民家”の長期滞在施設としての魅力とは何か

“古民家”とは昭和２５年「建築基準法制定以前に建てられた伝統工法の建物」で、すなわち長持ちしている住宅といえる。現在の住宅寿命は３０年と言われる中、築７０年以上も長持ちしている、いわゆる良い住宅である。では何故「”古民家”は長持ちしているのか？」。

“古民家”とは、高度成長期の大量供給・大量消費の考え方の「消費財」としての「中古住宅」でなく、100 年後の「次の世代に残す」、ために建てられ、「資産」として考えるべき住宅なのです。

“古民家”の優れているところは多く、代表的な利点は以下の通りである。

1)　夏涼しく快適（クーラー要らず）。

2)　冬は「火を使う」（昔は囲炉裏で現代はストーブが主流）ことで落ち着く。

3)　木材がふんだんに使われ、畳の文化は高級感があり（例：高級旅館）、長期滞在（ロングステイ）には「高級感あり安らぐこと」ができる最高の空間となり得る。

２、ロングステイとの親和性と有益性

ロングステイは生活がベースにある。遊び、学び、暮らしを継続的に楽しむ新しいライフスタイルであり、”古民家”ロングステイでは、日本の伝統文化を体系的に楽しみながら学ぶことが可能となる。”古民家”の建築様式、”古民家”の点在する里山文化は、日本が古来より大切に育んできた持続可能な循環的社会の結晶であり、多くことを遊びながら学べる。

その“古民家”を再活用することは、環境保全そのものであり、子孫への日本文化の継承に繋がる。また、

＊一社全国古民家再生協会　＊＊一財ロングステイ財団

インバウンド時代を迎え、日本古来の高度な文化を海外へ発信することに繋がり、さらに古民家ロングステイは里山文化の暮らしという【事（こと）消費】の体現版モデルとなり得る。このような要素から”古民家”とロングステイは極めて親和性が高く、古民家ロングステイは古民家の再生と再利用、そして同時に文化の発信と経済効果を生む高度なビジネススキームといえる。観光庁も歴史的資源を生かした観光まちづくりタスクフォースにおいて、公式に”古民家”等の活用・再生事例の収集・比較検討を開始した。

３、 **“古民家”活用事例**

１）滞在施設としての成功事例

【一社ノオト（兵庫県篠山市）】は、城下町で国家戦略特区を活用して、４つの”古民家”を１つの宿泊施設として面的に利用し”古民家”を再生、結果２０名以上の移住者、５０名近くの雇用を生んだ。

２）その他の目的の成功事例

【おぢかアイランドツーリズム（長崎県小値賀島）】は、地元住民による料理体験、自然体験を旅行商品化、廃墟化した”古民家”を再生して”古民家”ステイ、”古民家”レストランを展開。暮らすように旅をする高付加価値商品化で、この１０年で３００人を超える若者 UI ターン、出生率２倍に増加した。

３）古民家再生で官民ファンド（政府、18 年に 500 億円規模）に関する報道。

政府は地方の古民家など伝統的な建物を複数まとめてリノベーション（大規模改修）し、宿泊施設や飲食店としての活用を支援する新たな官民ファンドを 2018 年にも創設する。早ければ年内に古民家を生かした町づくりを助言する新組織も立ち上げるほか、必要な規制緩和策も検討する。外国人が地方に宿泊し、町全体での観光消費につなげる仕組みづくりを後押しする。国土交通省が 18 年の通常国会に新法を提出し、同年秋にも新たな官民ファンドを創設する。まず 500 億円規模をめざす。現在、地方の観光支援は政府系ファンドの地域経済活性化支援機構が手がける。同機構は 23 年までの時限組織のため、新たなファンドで古民家再生に本格的に取り組む。古民家の再生や活用について助言する人材の不足も目立つため、観光庁は年内にも専門家によるアドバイザリーボードを新設。町づくりの知見を持つ企業経営者や建築家、シェフ、地域金融機関などのメンバーで構成する予定で、関心のある自治体が相談できるようにする。規制緩和では旅館業法の見直しなどが検討課題になる。 政府が古民家を生かした地方活性化のモデルとみるのが兵庫県篠山市。企業や自治体が連携し、複数の歴史的な古民家をまとめて宿泊施設やレストランなどに改修。町全体の魅力を高めて観光客を増やしている。こうした動きをファンドが全面的に支援する。

2016/11/11 2:00 日本経済新聞　電子版

４、 **現状の課題（コンプライアンス）**

1)民泊問題

民泊問題がクローズアップされ始めたのは、外国人行旅客が増えたのに対して、日本には十分な宿泊施設がないことが原因の一つである。2014 年に「国家戦略特別区域法」が施行、2015 年には観光立国推進閣僚会議で「アクションプログラム 2015」が作成され外国人が泊まれる施設をさらに増やすことを省庁で検討することを明記した。それ以降、民泊事業への関心は高まり新しい動きを見せ始めている。

民泊で問題されている点を整理すると大きく分けて 5 つの問題がある。一つ目の問題は旅館業法違反の可能性があること。旅館業法では、「ホテル営業」「旅館営業」、「下宿営業」「簡易宿泊営業」の 4 種類に分かれているが、民泊は「簡易宿泊営業」に該当する。簡易宿所の条件として旅館業法は「フロントの設置」は明記されていないが、条例などの条件を満たすためにはフ

ロントが必要になってくる。また、窓や消火器具、避難路などの確保がされているかなども問題になってくる。つまり、必要な条件を備えていない施設で民泊を営業することは、旅館業法に違反していることは勿論のこと宿泊者の安全も確保されていないということになるわけで問題なのである。二つ目は、建築基準法違反の可能性があること。これは、建築基準法には市街化地域内の建物ごとに「用途」が決められている。簡易宿所として営業する場合、一般住宅から簡易宿泊場所に用途変更をしなければならないわけだが、地域ごとに建築基準が異なることから、建築が認められていない場所での営業をすることも考えられ、これが違法行為となる。三つ目は、消防法違反の可能性があること。住居を民泊として貸し出す場合、建物のどれくらいの割合または広さで民泊として提供するかによって、消火設備の設置が義務付けられているので条件を満たさない民泊は問題なのである。四つ目が近隣住民とのトラブルが問題となっていること。マンション内を民泊として貸し出す場合はルールの遵守が基本であるが守られないことが多く、住民とのトラブルが原因で継続的に営業ができなくなっているケースが接見される。五つ目は、無断転貸のトラブルである。これは貸主不動産所有者の許可を得ないで、勝手に他人に宿を提供する（転貸）問題も頻繁に発生しており民法上の問題として注意が必要である。

このように民泊事業は、課題や問題が多い。しかし、一方では新しいビジネスモデルとしても注目されており、合法的なビジネスとして発展できるように、諸課題が解決されることが今後の”古民家”活用にとって重要である。

2)現行の法規による制約と”古民家”活用の障害

宿泊業：旅館登録、簡易宿所登録を持たない”古民家”に宿泊営業は違法である。その登録を得るためには２４時間稼働の受付(フロント)の設置、収容人数に合わせたロビー、男女別トイレ、浴室・シャワーの設置が必要となり、一般民家の設備では難しく、大きな補修・改造が必要で多額の投資が求められる。事業者としてはリターンが想定しにくいため、リスクを恐れ、投資できない。そのため、手をあげる事業者がいない。

不動産業：定期賃貸契約により短期間のリースが可能であるので、法的に合法な一定期間以上のロングステイを受入れることは可能である。しかし、１）宿泊業と同様、貸し出すためには一定水準以上の改修が必要であり、果たして投資が回収可能かどうかという不安、２）宿泊業と違い、煩雑な賃貸契約をその都度締結する必要がある煩わしさ、３）物件管理、の理由から事業者が増えていない。

3)民泊新法

諮問委員会が最終答申をすでに終えており、２０１７年度国会により立法の可能性が高い。その結果を待つ。

５、 提言（古民家ロングステイを推進・活性させる新組織・新事業創造、法制度・規制緩和、新たな国策レベルの取り組みなど）

提言　１

そもそも”古民家”は便利な場所は解体・廃棄されているケースが多く、現存している”古民家”は不便な場所が多い。それはある意味「日本の風景が多く残る地域」でもある。”古民家”は「中古住宅」とは違い「日本にとって大切で価値あるもの」と認識せずに、その活用推進はできない。その上で規制において「古民家は特別」にすべきである。そうすると「活用の幅」も大きく広がる。同時に、古民家再生・再利用が活性するべく、”古民家”再生国家戦略区の大幅な拡大が必要である。全国に散らばる再生潜

在力の高い古民家集積地を歴史遺産・文化遺産・自然遺産の視野より特定、登録を行い、戦略区として選定し、古民家事業促進法に組み入れる。

提言　2

古民家再生議員連盟との連携。

”古民家”事業促進法の制定による事業的見地および建築基準的見地の双方における総合的な規制緩和と事業立ち上げ促進を目的とした税制優遇制度と支援制度（人材・制度・資金支援）のの確立と推進。

提言　3

古民家再生・再利用戦略特区の拡大。

提言　4

”古民家”を維持管理していくには「人」が重要。地域おこし協力隊、シルバー人材センターなどの協力を仰ぎ、組織だった維持管理をしなくてはならない。

（個々の地域に任せると正しい維持管理ができない可能性が高い)。そのために、”古民家”再生・再利用事業を持続的に推進できる全国レベルの協議会組織を官民共同で設立し、古民家集積地域の発掘・選定・改修・創造・維持運営を自律的に行う組織を立ち上げる。

提言　5

”古民家”の日本の文化として「世界に発信する」ことが必要。これは「それぞれの地域」だけ実施するには財力・ノウハウにおいて無理がある。。日本の「KOMINKA」の魅力を国策として戦略的に全世界に発信する必要性を強く感じる。

その実践は結果的に「インバウンド拡大と増加」、「地域経済の振興および地域住民の活性」に繋がる。その多言語発信を戦略的に行う専門部隊を日本政府観光局（JNTO）内に設置してはどうか。

提言　6

”古民家集積地”の世界文化遺産登録申請・認定に向けた全国展開の準備員会の立ち上げ。

提言　7

総務省が進める「定住自立圏構想」に”古民家”再生・再活用を位置づけ補助金制度活用による地域振興を目指す。

6、 謝辞

この度の分科会では厚生労働省生活衛生課、大田区保健所生活衛生課、観光庁国際観光課の方々に勉強会の講演、情報・資料提供などで大変お世話になりました。この場をお借りして心より御礼申し上げます。

7、 今後の検討タスク案

1）全国を担当領域とする協議会本部の立ち上げ。
2）同支部の立ち上げ（初動期は地域限定とする）
3）有識者会議の立ち上げ
4）古民家再生議員連盟との連携
5）国家戦略特区の地域特定
6）実務実行部隊の核となる組織（㈱COOL JAPAN”古民家”ロングステイ）の設立

8、 その他

上記課題のステイクホルダーの組織化

（一社）全国古民家再生協会、古民家再生議員連盟、（一財）ロングステイ財団、

観光庁、JNTO、経産省、内閣府、農林省、スポーツ庁、文科省、環境省

および（一社）全国古民家再生協会各支部、関係地方市町村議会、関係地方自治体、各市町村観光局、各地方出資事業者・企業有志。

東南アジアロングステイとセルフケア

―東南アジアの医療制度・資源の紹介とセルフケアの勧め―

Self-care during long-stay in Southeast Asia

溝尾朗*、野田一成**、白井拓史***、木村英生****
Mizoo Akira, Noda Kazushige, Shirai Takushi, Kimura Hideo

ロングステイ調査統計によれば、海外ロングステイ希望国の 1 位はマレーシア、2 位がタイと東南アジア諸国の高い人気が続いている。また同調査の中で、海外ロングステイヤーが不安に思ったことは、1 位治安、2 位医療である。INSTITUTE for ECONOMICS & PEACE による治安調査や WHO による医療制度調査では、日本はアジア諸国の中で唯一世界 10 位以内と高く評価されており、東南アジアで生活するとなると、治安や医療に不安を感じるのもやむをえない。今後ロングステイをさらに普及させるためには、東南アジアと日本の医療制度の違いの理解度を高め、現地の医療資源の有効活用とセルフケアを啓発し、医療への不安を軽減させることが求められる。本研究では東南アジアの医療制度とともに、OTC (Over-The-Counter) 医薬品を中心とする活用可能な東南アジアの医療資源とそれによるセルフケアの事例を紹介する。最後に、東南アジアロングステイヤーの高齢化問題についても取り上げたい。

キーワード：セルフケア、OTC 医薬品、医療資源、東南アジア、医療制度

1． 日本と東南アジアの医療制度と医療資源

ほとんどの東南アジア諸国において、全国民を対象にする皆医療保険制度は存在しない。そのかわりに、低所得者のための別の医療制度をつくり補償している。タイでは、30 バーツ（約 100 円）制度という、全国民が安価で利用できる保険制度が 2002 年に導入され、医療へのアクセスは大いに改善された。しかし、廉価で給付水準が低いため、多くの民間病院はその保険制度と契約せず、非常に混雑している公立病院（図 1）に利用がほぼ限られている。また、もともと少ない医療資源の供給が追いつかず、医療の質とサービスの低下が問題となっている。

マレーシアでは、公立病院での診療費は、政府からの補助金により、患者の自己負担が低く抑えられ、医療へのアクセスは良い。一般医の診察料は 1RM（約 25 円、外国人は 15RM）、入院費 1 日 3RM である。しかし、タイと同様、医療資源の供給が間に合わず、非常に混み合い、サービスが悪い。

一方、東南アジア最大の国インドネシアでは、2014 年 JKN（国民医療保険）という全国民（6 ヶ月以上インドネシアで働く外国人を含む）を対象にした公的医療保険制度を始めた。月給の数%の保険料ですべての医療が、家族を含めて受けられるという素晴らしい制度であり、現在適用範囲を順次拡大している段階である。しかし、他の東南アジア諸国と同様、財源不足と診療報酬が低いことが原因で、いまだ一部の公立病院しか受け入れていない。また、貧困層以外からの保険料徴収の不確実性という課題が残っている。このようにほとんどの東南アジアの公立病院では、安い費用で医療を受けられるが、患者数の多さ、医療ファシリティー・人材資源の乏しさ（図 2）、財源の持続性に問題があり、医療サービスの質は低い。

そのため中間層、富裕層、外国人の多くは、高額ではあるがサービスの良い民間病院を利用している。

例をあげると、インドネシアのバリ島で急性心筋梗塞にて入院した場合、2 週間の入院で約 500 万円（日本では平均 200 万円）を請求される。もし海外旅行保険に加入していなければ、全額自己負担となる（日本では高額療養費制度を使えば、自己負担は 10～15 万円）。また身近な医療であるインフルエンザの診療でも、診察・検査・薬代合わせて、タイでは約 25000 円（日本では約 4000 円）と高い。つまり東南アジアに住んでいる外国人は、安価であるが、低いサービスと長い待ち時間を覚悟して公立病院（図 3）へ行くか、あるいはサービスが良く待ち時間は少ないが、高価な民間病院（図 4）に行くかのどちらかを選択しなければならない。一方、日本では皆

＊JCHO 東京新宿メディカルセンター，＊＊Raffles Medical Hanoi＊＊＊Vietnam Lotus Clinic
＊＊＊＊（株）リハビリ推進センター

保険制度と高額療養費制度のおかげで、全国民が水準の高い医療を、比較的安い費用で、どこの場所でも受けられるのである。WHO と OECD による Health at a Glance: Asia/Pacific 2014 調査でも、日本はアジアの中で唯一 10 位以内にランクされている。

さらに、東南アジアの民間病院の多くは、一定の制限があるが、診療費を自由に設定でき、また株式会社が経営しているため、一部の医療をビジネスとしても行っている。そのため、過剰な診療が行われやすいと言われている。

２． セルフケアとは

前述のような医療事情の中で、東南アジアのロングステイヤーにとって、セルフケアは重要である。セルフケアとは「自分で自分の健康を管理し、ありふれた疾患や症状を自分で治療する」ことである。セルフケア（広義）は、①セルフチェック、②セルフケア（狭義）、③セルフメディケーションの 3 つから成り立っている。

(1) セルフチェック

生活習慣病の管理として、高血圧なら血圧計、糖尿病なら血糖測定器、気管支喘息ならピークフローメーターによる測定は、日本で多くの主治医から勧められる。これは海外でも同様に必要であり、セルフチェックは現在の自分の状況を把握し、生活習慣や行動のコントロール、または治療内容を変更することにつなげられるので、とても重要なことである。

また、東南アジアでも普及し始めた健康診断は、疾患の早期発見につながるので、有効活用するべきである。

(2) セルフケア

海外ではさらに一歩進んで、自分の行動や考え方を記録し、検証することを推奨する。高血圧・糖尿病などの生活習慣病では、食事内容を記録し、どの程度の塩分やカロリーを摂取しているか、身体活動の記録からは消費カロリーを把握し、体重の記録と合わせることで、自分の不適切な生活習慣を自覚し、修正することが可能となる。

また、東南アジアのロングステイヤーが病院を受診する最も多い原因は、整形外科疾患であり、転倒や転落などの住宅内の事故が多い。その予防には、住居の環境改善、運動、抗精神薬の中止が効果を認められている。なお薬に関することは、自分で勝手に行わず、主治医に相談するべきである。

最近、要介護のリスクとして、フレイル（虚弱）やサルコペニア（筋肉量の減少）との関連が注目されている。レジスタンス運動（筋力トレーニング）と栄養補給（たんぱく質・アミノ酸の補充）の併用は、これらの予防に有用であることが発表されているので、食事の内容も見直してみたい。

海外では日本とは異なるストレスにさらされるため、メンタルヘルス不調に陥ることがある。自らのストレス状態を客観的に見ることを習慣化し、ストレス反応への気づきを良くし、リラクゼーション、快適な睡眠、適度な運動、心を許せる人たちとの交流と笑い、趣味への没頭などで、ストレス反応を解消していただきたい。

(3) セルフメディケーション

セルフメデイケーションの代表は、OTC 医薬品とワクチンである。日本では抗ヒスタミン薬（花粉症などのアレルギー治療薬）、口腔ヘルペス・膣カンジダの治療薬などが、処方箋の必要な医療用医薬品から転用されたスイッチ OTC 医薬品として使用できるようになり、医療費の適正化のため、2017 年から OTC 医薬品の代金も医療費控除として認められた（セルフメデイケーション税制）。一方、東南アジアの多くの国では、高血圧、高脂血症、糖尿病の治療薬から始まり、抗生物質や勃起不全（ED）治療薬まで、処方箋がなくても薬局で購入できる（図 5）。

これは、東南アジアの乏しい医療資源を補う役割を担っているが、ロングステイヤーもこの資源をうまく活用したい。本研究では、タイ、インドネシア、ベトナムにおける OTC 医薬品の種類と値段を調査した。その結果、日本の薬価と比べ 1/5～10 であり、日本で健康保険を使った場合の自己負担（10-30%）に比べても、同等か安い。

日本では 2016 年の診療報酬改定により、症状が安定していても、患者の飲み忘れの服薬管理が可能、かつ病状が悪化した際の対応方法・連絡先の通知という条件を満たさなければ、30 日以上の長期処方ができなくなった。高血圧、高脂血症、高尿酸血症などの慢性疾患であっても、海外滞在中の服薬管理は難しいので、今後長期処方は困難となるであろう。

したがって、海外転出者でなくとも、毎月日本に一時帰国できなければ、ロングステイ期間中に薬の備蓄が切れることもありうる。また、海外旅行保険は慢性疾患には、基本的に適用されない。その対応策の 1 つとして、あらかじめ日本の主治医と相談した上で、東南アジアの信用できる薬局で、不足分を購入することも検討されるであろう。

その他、かぜ、急性腸炎、軽症のアレルギー性疾患、逆流性食道炎なども、多くはセルフメディケーションにより対応可能である。以下、その対応法の概略について述べる。詳細は、自由主題セッションの「東南アジアの OTC 医薬品とその利用」を参考にしていただきたい。

かぜの 80-90%はウイルス感染が原因と言われており、本来自然治癒する疾患であるので、基本的には対症療法（解熱鎮痛薬、鎮咳剤、漢方薬など）で経過をみる。一部のかぜは 2 次的に細菌感染に移行するので、症状が長引く・症状が悪

化・いったん良くなったがぶり返したなどの徴候が出現したときは、医療機関を受診する。

発展途上国で発症した下痢（旅行者下痢症）の 80－90%は、細菌感染症と報告されており、軽症であれば整腸剤のみで経過をみてよいが、1 日 5 回以上の下痢、38℃ 以上の発熱をともなう場合は、抗生物質を使用する。血便や高熱をともなう場合は、当初から医療機関を受診するべきである。

花粉症や蕁麻疹など軽症のアレルギー疾患であれば、抗ヒスタミン薬の内服薬が有効である。

逆流性食道炎では、胃液の分泌を抑える PPI（プロトンポンプ阻害薬）や H_2 ブロッカーが有効である。

ワクチンは OTC 医薬品より予防効果と費用対効果が高いとされている。65 歳以上のロングステイヤーは、少なくとも肺炎球菌ワクチン、インフルエンザワクチン、破傷風ワクチンを接種するべきである。

３． ロングステイヤーの高齢化問題

近年第 1 世代のロングステイヤーが高齢化し、さまざまな問題がおきている。日本と同様に、社会的孤立をおもな原因とするフレイル（虚弱）から要介護状態となり、最悪は孤独死に至るケースが増加しているのである。特にタイ北部では顕著で、その対策・予防のため、2013 年チェンマイ介護研究会が発足し活動している。このような中で、安価で新たな見守りシステム（図 6）が開発され導入されたので紹介する。今後は、さらなる ICT の活用や、コミュニティーの構築と活性化により、ロングステイヤーの QOL 維持・向上を目指していくことになるであろう。

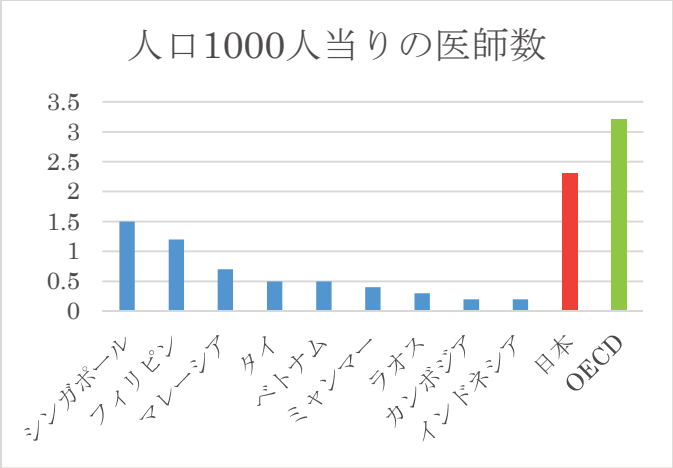
謝辞：本研究は長期滞在型・ロングステイ観光学会研究分科会の助成を受けて行われた。また調査においては、ロングステイ財団と共同通信社の増井杏菜記者に多大なるご協力をいただいたことを深謝する。

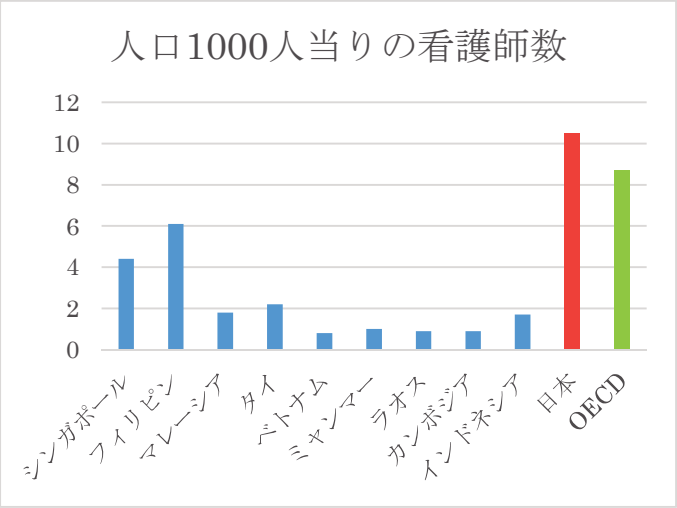
【参考文献】

1. 『ロングステイ調査統計 2016』ロングステイ財団
2. 『医療国際展開カントリーレポート』2016 年経済産業省
3. 『Health at a Glance: Asia/Pacific 2014』 OECD, WHO
4. 『MEASURING OVERALL HEALTH SYSTEM PERFORMANCE FOR 191 COUNTRIES』 WHO, 2000
5. 『The role of the Pharmacist in Self-Care and Self-Medication』 WHO, 1998
6. 『Guidelines for the Regulatory Assessment of Medicinal Products for Use in Self-Medication,』 WHO, 2000
7. 『CDC Health Information for international Travel 2016』 CDC
8. 『インターネットを介した偽造 ED 医薬品 4 社合同調査. 佐々木春明ら. 日本性機能学会誌 25(1); 19-28: 2010』
9. 『海外サロンだより タイバンコクサロン② 予期せぬことも考えて 佐藤裕』 LONGSTAY 2016 Autumn; 21(3): 13 ロングステイ財団

図 1　チェンマイの国立病院の外来

図 2　東南アジア、日本、OECD の医療資源





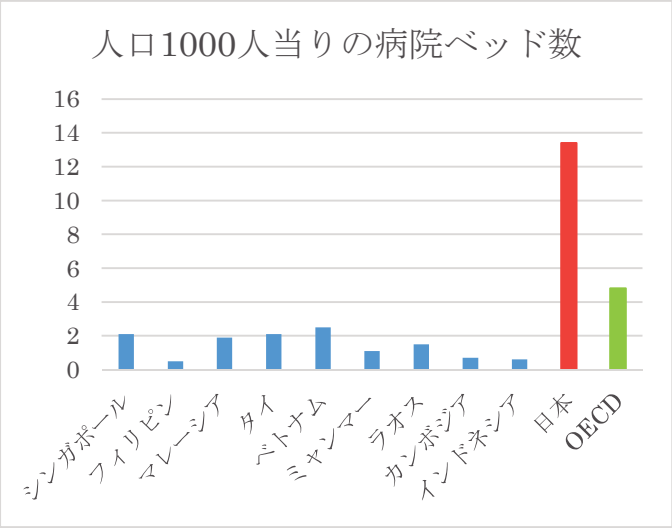


図3　ホーチミンの国立病院の救急外来

図4　バンコク Bumrungrad 病院の外国人専用受付

図5　インドネシアの薬局

図6　安価な見守りシステム

インバウンドロングステイに対する提言

―訪日外国人の FIT 化と長期滞在者増加に向けての課題―

Recommendations for inbound long stay

分科会メンバー　著者　山田　美鈴*
調査・集計・分析協力、古川作二
YAMADA Misuzu,FURUKAWASakuji

我が国の訪日旅行市場が急速に拡大をする中、２０１６年の訪日外国人数が 24,039,000 人と日本政府観光局より推計値として発表された。対前年比 21.8%増、２０１５年より約 430 万人上回った。「短期滞在資格」で入国した外国人のうち、いわゆる「インバウンドロングステイ」の数字はどこにも存在しないが、今回の研究課題のために一定の定義を仮定し、その人口は 154 万人と推計している。またその特性は（一財）ロングステイ財団の定義する日本人の海外ロングステイの特徴とは異なり、長期周遊旅行と異文化体験型バカンスが主流となりつつある。外国人の訪日目的は「物の豊かさ」から「心の豊かさを求める体験型」へと急速に変化していることを再確認した。インバウンド市場は FIT や長期滞在型へと向かうと同時に、訪問先も有名観光地に留まらず地方へと分散化している。これにより日本各地の文化、風習、習慣の違いから思わぬ誤解や摩擦が発生する可能性が高くなる事が懸念される。受入れ側の日本人の社会的ストレスも少なくなく、これらの解消を図る方策についても提言したい。多くの訪日客を呼び込むだけではなく、この潮流に沿ったサポート体制の整備が急務と考えている。インバウンドロングステイにシェアリングビジネスを重ね合わせた新しいアイデアを提案したい。悩みが強みとなり新ビジネスに繋げられるのではないかと期待している。この分科会では今後の増加が予測される訪日観光客の FIT 化および長期滞在化における問題点を探るため日本人の海外ロングステイ体験者とロングステイ財団の「調査統計」でロングステイ希望国 10 年連続 1 位となっているマレーシア人に対し海外ロングステイと訪日観光に関するアンケート調査を実施し、他の機関の同種の調査を加えて分析することにより、トラブルの原因を予測しその対策を具体的に提言するものである。

キーワード：心の豊かさを求める体験型への対応、現場で対応する人材の育成策、経験者からの提言

１．日本人ロングステイの現状

（一財）ロングステイ財団発行の「ロングステイ調査統計２０１６」によると、最近の人気のロングステイスタイルが７つ紹介されている。それによると、①異文化の中で生活することで、国際感覚の研鑽や人間力のアップ、②従来の観光地巡りをより深めた歴史・文化探求型③避暑・避寒・避粉などの健康リスク回避、④孫・子は留学、親、祖父母はロングステイの複合型、⑤自己研鑽、スキルを生かしたボランティア滞在、⑥要介護・介助の人材豊富で費用対効果が有利な国での滞在、⑦言語習得に加え伝統文化、芸術、技術等の習得。が挙げられている。又今回独自にロングステイ経験者 107 人に対してロングステイを希望した理由について質問をした結果１位、「気象条件」　２位、「異文化社会への憧れ」　３位、「フリースケジュールだから」と続くが、その他に「年金の範囲で日本より豊かにのんびり暮らす」という退職者ならではの意見もある。日本人のロングステイスタイルは「一箇所定住型」、「避暑・避寒のための渡り鳥型」そして「観光主流の滞在と移動のバカンス型」の３種類に大別される。ロングステイ初心者向けに各旅行会社は従来の観光主体のパックツアーではなく、「日常生活の情報」を主体とした「ロングステイ体験ツアー」を商品化している。又ロングステイ希望国ベスト１０に多く登場する東南アジアの政府観光局や、政府公認査証代行代理店は、日本各地でロングステイセミナーや、ビザセミナーを開催し、治安、医療、査証、物価、銀行情報、住居情報から中には資産運用情報までを含めたセミナーを実施している。文化風習の違いについての注意も促していることが多い。その結果、希望者は事前にある程度の情報を入手することができるので、着々と準備をすすめている。また多くの滞在国にはロングステイ財団公認海外サロン（民間の会社で提携・推薦のみ）がある。海外サロンは日本人ロングステイヤーに対して住居の紹介から日常生活をスタートするための初歩的な注意を教えている。外国人として現地社会の守るべきルールを指導し滞在中の日常サポート等も有料で実施している。

このような支援体制が出来上がった国の中には、海外サロンがなくてもロングステイヤー同士の愛好会が結成され、新規加入者のサポートや生活の諸注意を教えている地域もある。(マレーシアのキャメロン会、タイのチェンマイ・ロングステイ・ライフの会等)。これらの愛好会や仲間がいることで、ストレスフリーでロングステイを楽しめるという人が多い。日本人が海外で「群れる」ことについては賛否両論があるが、これらの愛好会は安全情報の共有化、現地生活を楽しむためのクラブ活動を実施し、地域社会との交流や貢献を目的とすることを会則に盛り込み国際親善に大いに寄与している。

２．アンケート調査の結果からの提案

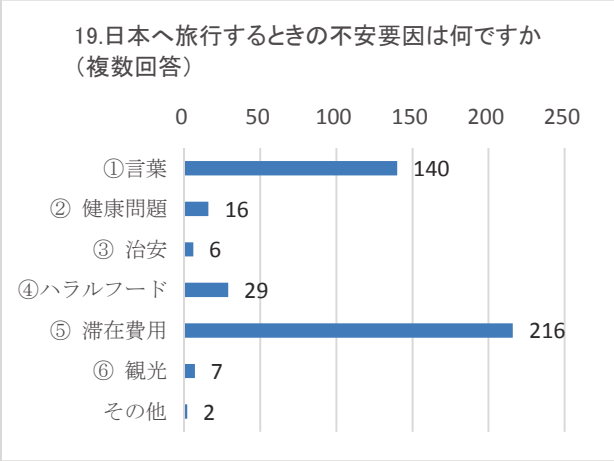
日本人の海外ロングステイ経験者に対して実施したアンケート調査（有効回答数 107 人）では、以下の事について尋ねた。

＊ロングステイ研究所

「滞在国を決めた理由」、「利用した情報源」、「希望した理由」、「計画する段階で欲しかった情報」、「現地で困った時役に立った情報源」、「ロングステイをした結果の心境」、「経験者としてインバウンドロングステイに必要な情報は何か」等について尋ねた。「ロングステイをした結果の心境」(巻末表１)の回答として「多様な価値観を得ることができた、継続したい、日本が良い国であると改めて認識した。現地の方と接することで互いの理解が深まった、生活の価値観が変化した、ロングステイ広めたい」という回答が上位を占めた。海外ロングステイはこのような効果が得られるライフスタイルである。そのためインバウンドロングステイビジネスに関わる方にこの海外ロングステイ体験を１週間でもよいので経験していただくことを提案する。

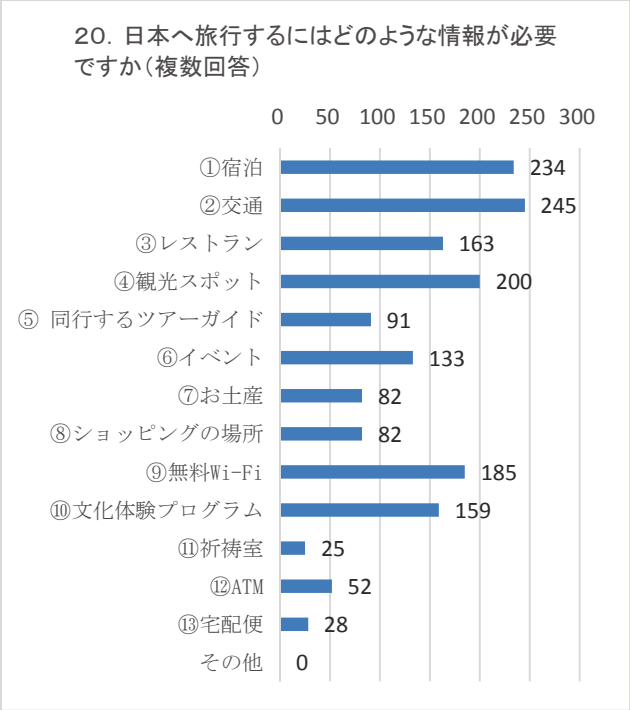
「経験者としてインバウンドロングステイに必要な情報は何か」（巻末表２）という質問に対しての回答は１位「一般的な暮らしの常識と習慣と規則」、２位「緊急時（病気、事故）の連絡体制の提供」３位「宿泊施設の週単位、月単位の料金」と続くこれに「部屋単位の料金」も５位である。ロングステイに必要な情報として宿泊施設は一人当たりの料金ではなく１部屋単位の料金で、週、月単位の料金である。このような料金体系があり、その日から生活できる家具・電化製品・備品が整備されている施設が多い海外での経験から日本ではまだまだ一般的になっていない現状に対してのアドバイスでもあり、ロングステイのアンケートを取るたびに上位となる回答である。旅館業の客室の一部を不動産賃貸業的な料金体系という柔軟な対応をすでに開始している温泉地もある。ただし各部屋は従来の客室であり、共同のキッチンを利用する方式になっているところもある。このような料金体系の日本式「アパートメント旅館」の誕生を提案する。シェアリングビジネスは「もの」を介するだけではない､地方にある和風旅館から人手不足の問題を聞いたが、朝晩のふとんの出し入れとか、ベッドメーキングのパートさんがなかか集まらないとのこと。インバウンドロングステイだけでなく、日本人の国内ロングステイも対象となる DIY 滞在である。少なくとも数日間は滞在する人を対象としたサービスレスを値段でサービスをする仕組みである。宿泊施設の忙しい時間は朝、夕に集中している。自分の客室の掃除等は勿論、さらに余裕があればその他のお手伝いをする、その内容により宿泊料金が下がるシステムにするのだ。庭掃除、窓ふき、細かな仕事を手伝うという「自分の時間」をシェアビジネスのように利用しながら滞在するのである。宿泊だけでなく、農村体験、漁村体験を希望するというアンケート結果もあるので、それらを体験するために有料なところもあるが、作業のお手伝いをすることで、無料とし、収穫物と労働を物々交換するのである。これに関し外国人は不法就労とみなされないか入管に確認したところ、その程度であれば対価を得ることが主目的ではないので、短期滞在資格者でも問題ないとのことであった。遊休時間をワーク体験シェアタイムとして提供する体験型滞在、体験型農場等として人手不足をカバーしつつ、ロングステイヤーも楽しみながら日本風お手伝い体験ができるスタイルを提案したい。マレーシア人へのアンケート調査（有効回答数 339 人）の中で不安要因を尋ねた結果、１位「滞在費用」、２位「言葉」の回答が突出していたが、この制度ができれば滞在費用を節約しつつ、文化体験ができる（図表１）またどのような宿泊施設に宿泊したいかという質問の回答の１位「温泉付き旅館」、２位「ホームステイ」、３位「ホテル」であるが、滞在費用が少しでも節約出来ることで希望が叶えやすくなる。

図表 1



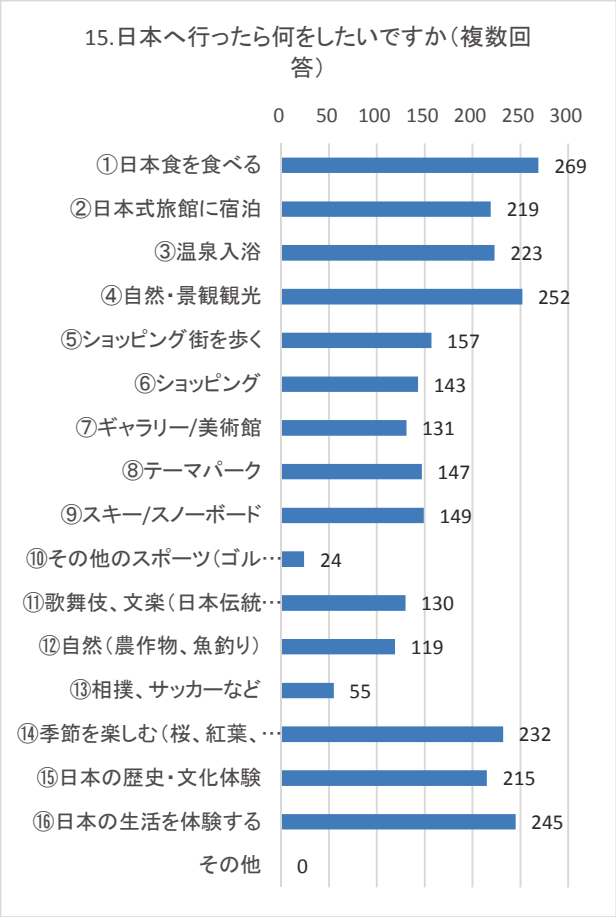
必要な情報としては１位「交通機関」、２位「宿泊」、３位「観光」と続くが無料 wifi、文化体験プログラムも上位に入っている。前述の仕組みは日本の家庭文化を旅館で味わえる相互ハッピーな提案であるといえよう。

図表 2



日本のどの分野に興味があるかの質問には１位「日本食」、２位「温泉」、３位「アニメ、漫画」であった。その他として神社・仏閣、世界遺産、和風旅館、自然という回答も多い。また日本に行ったら何がしたいかを尋ねたところ１位「日本食を食べる」、２位「自然、景観観光」、３位「日本の生活を体験」であり、その他「季節を楽しむ（桜、紅葉、雪等）」日本式旅館に泊まり和食を食べたいと続く。（図表３）

図表 3



図表 4

調査項目	訪日前に期待していたこと		次回したいこと		
	回答数	選択率	回答数	選択率	差
日本食を食べること	3,984	73.2	3,030	56.8	16.5
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎	1,412	24.2	1,392	23.4	0.8
旅館に宿泊	1,067	24.9	1,540	30.5	−5.6
温泉入浴	1,722	33.9	2,643	45.1	−11.2
自然・景勝地観光	2,675	55.6	2,414	47.1	8.5
繁華街の街歩き	2,133	44.3	1,633	31.5	12.8
ショッピング	2,923	57.5	2,418	45.6	11.9
美術館・博物館	683	14.4	888	18.1	−3.7
テーマパーク	874	16.1	1,210	20.9	−4.8
スキー・スノーボード	106	2.7	744	16.6	−13.9
その他スポーツ（ゴルフ等）	98	1.4	363	6.3	−4.9
舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）	225	4.1	733	13.7	−9.5
スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	105	1.8	541	10.4	−8.6
自然体験ツアー・農漁村体験	275	6.6	762	16.7	−10.2
四季の体感（花見・紅葉・雪等）	620	14.9	1,566	34.0	−19.1
映画・アニメ縁の地を訪問	202	3.7	584	10.5	−6.8
日本の歴史・伝統文化体験	848	17.4	1,246	24.1	−6.7
日本の日常生活体験	704	14.7	1,091	20.6	−5.9
日本のポップカルチャーを楽しむ	496	10.4	740	13.9	−3.6
治療・健診	34	0.8	171	3.5	−2.7
上記には当てはまるものがない	177	2.9	57	0.8	2.1

類似の調査で訪日外国人の消費動向調査２０１６年１０月～１２月期（出典:日本政府観光局。観光・レジャー目的）が発表された。「訪日前に期待していたこと」と、「次回したいこと」の選択率の差を調べた結果、以下の５項目に注目した。１.「温泉入浴」33.9%から 45.1%、２.「スキー・スノーボード」2.7%から 16.6%、３.「自然体験ツアー・農漁村体験」6.6%から 16.7%、４．四季の体感（花見、紅葉、雪等）14.9%から 34.0%、５.「日本の日常生活体験」14.7%から 20.6%へと選択率がアップしている点である。この中では「スキー・スノーボード」の期待度と次回の希望の違いが大きいが、長野県の白馬村、北海道のニセコといずれも外国人客が多い。日本人の趣味も多様化し、スキー、スノーボード人口の減少が叫ばれていたので各スキー場は活気を取り戻したところも多く、ハード、ソフト両面の整備が進み訪日観光客の集客に成功しているところが多い。今までゴールデンルートに沿った団体観光が主流をしめていたが、四季を体感したい人が増えている。LCC の直行便路線のある東南アジアでは雨季と乾季だけのところが多く、日本の四季を愛でる希望が増加しているようだ。花見の予想をインターネットで確認してから飛行機の予約をとるという FIT も増えているとのことである。

２．インバウンドロングステイ推計人口 154 万人

訪日外国人の総数に関する資料はあるが、残念ながら長期滞在者に関しての公的機関のアンケート調査は皆無に近い。(図表５）は訪日外国人の総数の推移と観光目的の在留資格「短期滞在」の推移である。２０１１年は 72.6%であったが２０１５年は 88.4%へと短期滞在者の比率が増加している。２０１６年は総数のみ発表されたが、年度総括のデータはまだ発表されていないので２０１５年までの５年間の数字である。あくまでも「短期滞在資格」は「１５日以内」と「９０日以内」のどちらかで入国時の上陸許可をしているので、その日数を許可した人数に過ぎなく滞在日数別の人数ではない。

図表 5

国籍・地域別　入国外国人の在留資格

年	総数	短期滞在			それ以外の資格	短期滞在の割合
		計	１５日以内	９０日以内		
2011	7,135,407	5,181,007	703,300	4,477,707	1,954,400	72.6%
2012	9,172,146	7,246,095	1,116,106	6,129,989	1,926,051	79.0%
2013	11,255,221	9,247,675	1,325,109	7,922,566	2,007,546	82.2%
2014	14,150,185	12,052,224	2,571,914	9,480,310	2,097,961	85.2%
2015	19,688,247	17,405,723	4,515,088	12,890,635	2,282,524	88.4%

出典：出入国管理統計

インバウンドロングステイの定義がないので今回の研究を進めるために３つの特徴を定義と仮定し研究をすすめることにした。

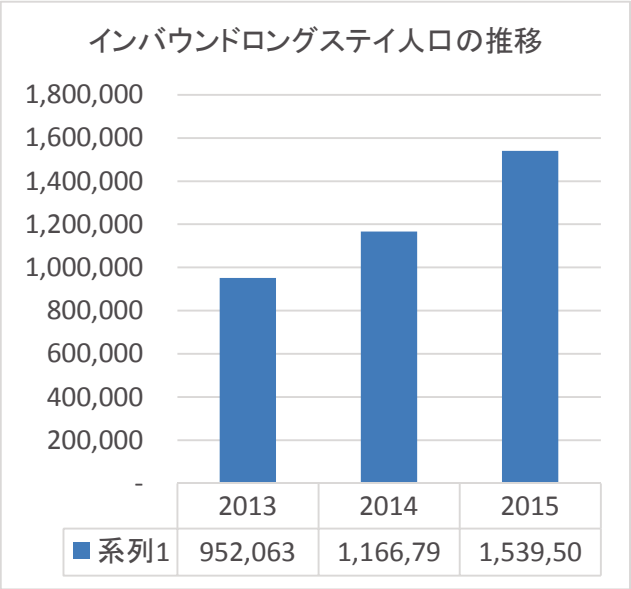
① ３６の在留資格のうち「短期滞在」で観光目的の外国人

② 出入国管理統計上の短期滞在者の出国外国人の滞在期間一覧表のうち「１５日以内」から「１年以内」の人数をインバウンドロングステイ該当者とする。（日本へのロングステイビザは６か月、最大１年のため）＊「１５日以内」とは「１０日以内」以上のため１１日以上１年以内を意味する。
ちなみにロングステイ財団の定義では海外ロングステイは２週間以上、国内は１週間以上と期間を明記している。

③ 生活資金の源泉は母国にある（就労査証ではないため明らかである）

この仮定義をもとにインバウンドロングステイの人口を算出した。（図表６）

図表 6



巻末の（表３）は２０１５年に出国した人数が１万人以上の国・地域に限定したデータである。２０１３年から２０１５年の３か年の推移と伸び率を比較してみた。２０１３年 952,063 人、２０１４年 1,166,794 人２０１５年 1,539,504 人と３年間で 61.7%増加している。これは日本人のロングステイ人口の推計値 157 万 632 人にせまる数字である。東アジアは距離が近いので「１１日以上１年以下」の長期滞在者の割合は低い、欧米豪では 40%以上を占める国も多い、欧米豪人はさらに FIT 化が進んでいるが、中距離アジア地区の国々でも長期滞在傾向となっている。彼らは日本人との触れ合いや文化体験を希望し地方都市へとその行動範囲は広がっている。最大市場である中国の２０１５年の訪日数は 3,648,052 人と１位であり、長期滞在の割合が低いが、１１日以上の滞在者数は237,096 人と１位である。消費・経済効果が先行していたが「物の豊かさ」から「心の豊かさを求める体験型」にシフトしてきている今、FIT 化と長期滞在をするためのハード、ソフト面のインフラ整備が急務であることが分かる。

３． 不安への対応策と国内ロングステイサロンの設置の提案

不安に対する支援策と根本的対策について提案をしたい。

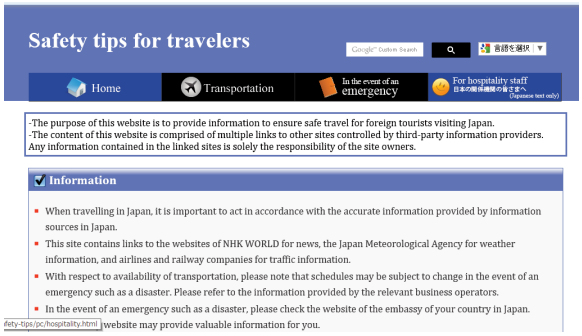
「治安・緊急時の体制」について

アンケート結果では、日本は安全な国であるとの認識からか治安に対する不安は少ないようだ。訪日客向けに観光庁が提供しているアラートアプリ「**Safety Tips for Travelers**」（図表７）はかなり緊急情報をカバーしている。しかしまだまだ認知度は低いのではないか。多言語対応が可能なアプリであるので各空港・駅等に案内ボードを QR コード付きで掲示し周知徹底を図ることを提案したい。気象情報、地震津波情報、本人の現在地を知らせるアプリ、大使館、ニュースメディア、医療情報、交通情報、緊急時の日本語訳付きカードが付随している。「外国人のための災害時の初動対策マニュアル」もリンクしている。

地方へ行くとサインボードや行き先表示が日本語だけのところが多く、危険な箇所へ知らないうちに入ることも多い。

「**At your own risk**」の看板をあちらこちらに掲示するだけではすまされない。また公共交通機関の並び乗降も日本人は当然のマナーであるが、知らないまま自国の習慣でつい割り込むと冷たい視線を浴び楽しいはずの日本旅行がいやな思い出になりかねない。やはり観光案内だけではなく、ロングステイ財団のように国内ロングステイサロンを設置し､観光情報だけではなく、現地ルールやマナーを教える仕組みを構築し、緊急時の避難方法等、日本の生活体験を楽しむための最低限のルールを教えることが重要である。IT 化が進んでいるが、最後は人間力の導入を推進したい。人と人との繋がりを持つことで、相互理解がうまれ、未然に誤解を防ぐことが可能となる。そのサロンの人材は海外ロングステイ経験者や、財団公認のロングステイアドバイザーにも担っていただきたいものである。その他、各地のインバウンドに携わる関係者に海外ロングステイプログラムを進めたい。自らも海外（異日常空間）で日常生活を体験することで、訪日客の気持ちがより理解ができ今後の対応に生かせることは間違いない。

図表 7



「言葉」対策である。これは複数の言語に対応できる無料の翻訳アプリがスマートフォン利用者なら容易に入手できる。また外国人客が宿泊する場合、フロントで利用できる多言語通訳システムも数社で開発済となっているが、人を介する場合と、

HP 上で想定質問をインプットさせてある多言語対応の AI を利用したチャット方式もある。しかしこういう便利なツールは通信インフラがあっての話である。観光庁が滞在時の利便性向上のために「宿泊施設のインバウンド対応支援事業」を実施している。第３弾は本年１月に発表し **wifi** 環境の整備、自社サイトの多言語表示への補助金を出すというものである。まだまだ未整備祖の宿泊事業者も多いので有効な政策である。しかしながら地域の宿泊事業者（５者以上）等による協議会が「訪日外国人宿泊者受入体制拡充計画」を策定し、国土交通省の認定を受けた場合、各宿泊事業者等が当該計画に基づいて実施する Wi-Fi の整備、自社サイトの多言語化等の事業の経費の１／２（上限１００万円）を支援するというものである。５者以上まとめるという点を個別申請に切り替えると業務処理が大変かと思うが、修正し宿泊施設の **wifi** 環境整備を急務としていただきたいものである。

医療について

これも **Safety Tips for Travelers** の中でも対応先とリンクしている。医療英語は不得手な医療機関もあるが、国際的に認められている JCI[1]認定病院の数も増えて現在２１施設となっている。国際患者対応が必須条件なので、重篤な病気の場合に備えて HP を調べて置くことが重要である。

今回、インバウンドロングステイに関する提言を複数したが、最終的結論は人間力のある人を育成することである。体験型に移行すれば「人材」が重要なポイントとなる。本編で述べたように、ロングステイの国内サロンを新設し、単なるインフォメーションセンターではなく、地区のコンシェルジェの役割を果たす必要がある。外国人とのコミュニケーションの場面で言葉はわかっても理解できないことが多々発生することがある、分からない相手の事を理解するためにも、まずは海外ロングステイ体験を強く勧めたい。自分が苦労してはじめて相手の気持ちが分かるので、あれこれ指導をと思うより、異文化の中で日常体験をしてきてほしい。幸い海外にはアパートメントホテルが数多くあり、１泊からでも住人のように暮らせるハードができている。まずは多くのインバウンド関係の日本人に海外ロングステイ体験（体験なので日数はこだわらない）を試されることを提案したい。

この学会を通して分科会の課題を研究するために、多くの資料に接し、また新しい情報をたくさん得ることができた。そのひとつに Japan Rail Pass の日本国内での試験発売である。３月８日から来年３月３１日までの期間限定という事である。料金を調べたら、海外で購入する金額より１１％から１３％高くなっているが、買い忘れた訪日客にとっては朗報だと思う。また日本政府がロングステイビザを発行していることはあまり知られていない。半年の滞在期限で資産証明が３千万円は妥当かどうか、長期査証コンサルタントとしては、何とも微妙であるが、むやみに長期滞在はできないものという観点からは止むを得ないかとも思う。経済効果重視で本当に４千万人がこの日本に観光客としてこられたら、どのような日常変化が起きるのかロングステイ経験者の私ですら予測しかねている。地方空港も LCC の就航で最悪の前評判だったはずが、高収益をあげたと発表になるなど、ほんの２・３年前の事を読み違える事態となっている。自分自身も今回提案した「アパートメント旅館」型ロングステイハウスの開業のお手伝いの真っただ中である。人に言う前にまずは自分からとせっせと箱根に通っている。良い先例になるよう理論だけでなく実践で証明できるよう心掛けたい。

謝辞：今回の分科会の研究には、オブザーバーとして神末武彦学会監事と、財団公認登録ロングステイアドバイザーの持田正美氏がアンケートの原案作成にご尽力をいただいこと、マレーシア、クアラルンプールの語学学校 ICLS の堤校長先生には学生へのアンケート調査を快くご了解いただいた事、さらにロングステイ財団には、日本人向けアンケートの配布にご協力いただけたことを報告し謝意を表したい。分科会メンバーの古川氏はマレーシアの手書きのアンケート３００余のパソコン入力をしていただき、後で８０歳近いとお聞きし驚きロングステイを続けるとこのような効果・効用があるのかと実感した次第である。心より謝意を表したい。

アンケート作成協力：

分科会オブザーバー、神末武彦、持田正美

マレーシア人アンケート協力

ICLS(Inter-Cultural Language School)Kuala Lumpur Malaysia

http://www.icls.com.my

アンケート配布協力

一般財団法人ロングステイ財団

【参考文献】

（２０１６）ロングステイ調査統計２０１６

一般財団法人ロングステイ財団

出入国管理統計（２０１３，２０１４、２０１５，２０１６）

法務省

訪日外国人消費動向調査（２０１６年１０月～１２月期）

国土交通省観光庁

[1]米国の医療施設を対象とした第三者評価認証機関である The Joint Commission の国際部門として、1994 年に設立された非営利組織 Joint Commission International の略称。「患者安全」「感染管理」「医療の質と改善」など、14 分野 1145 項目について医療施設を評価される。世界基準の質を担保し、安全な医療を提供していると認められた施設に与えられる認証である。

表 1　日本人ロングステイ体験者(有効回答数１０７人)

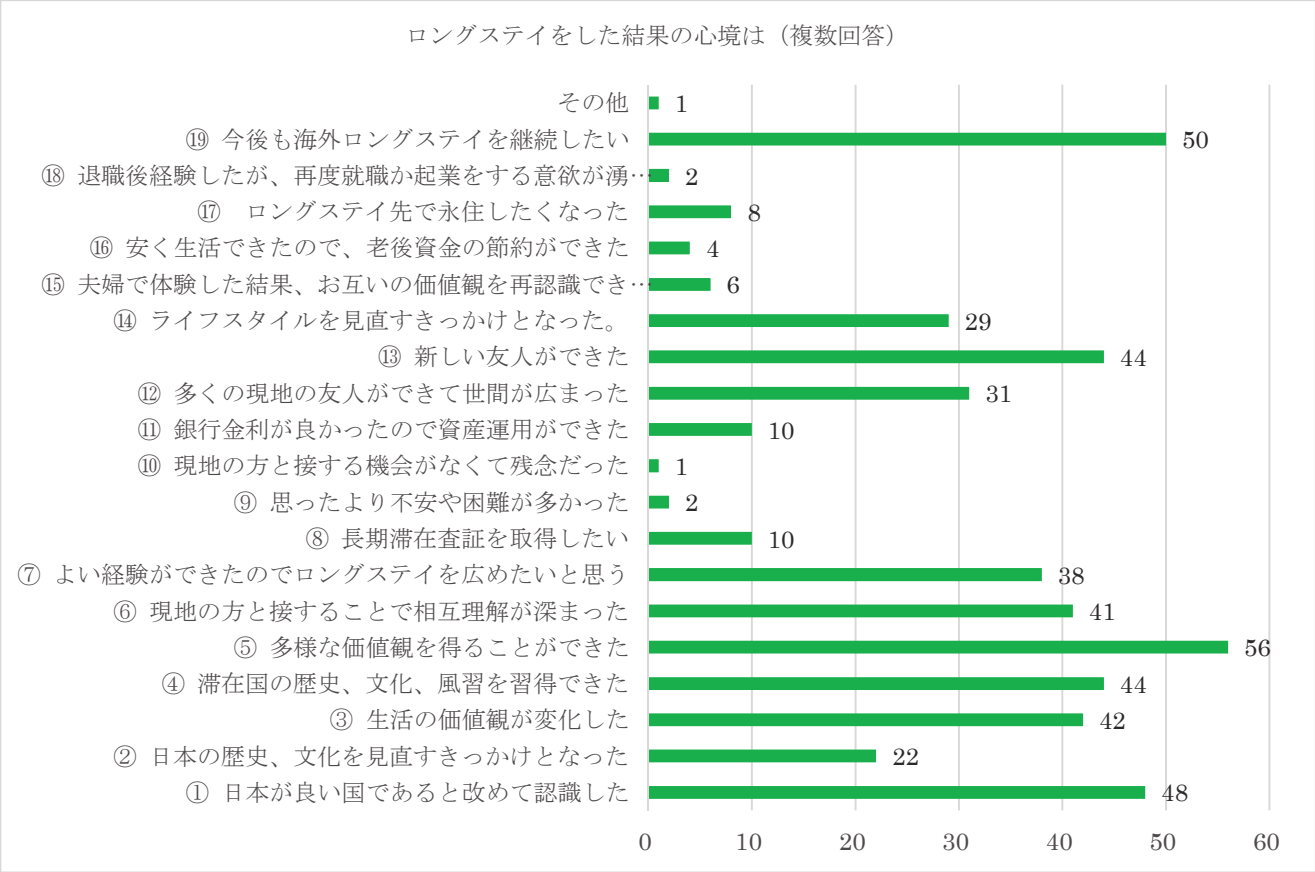


表 2　日本人ロングステイ体験者(有効回答数１０７人)

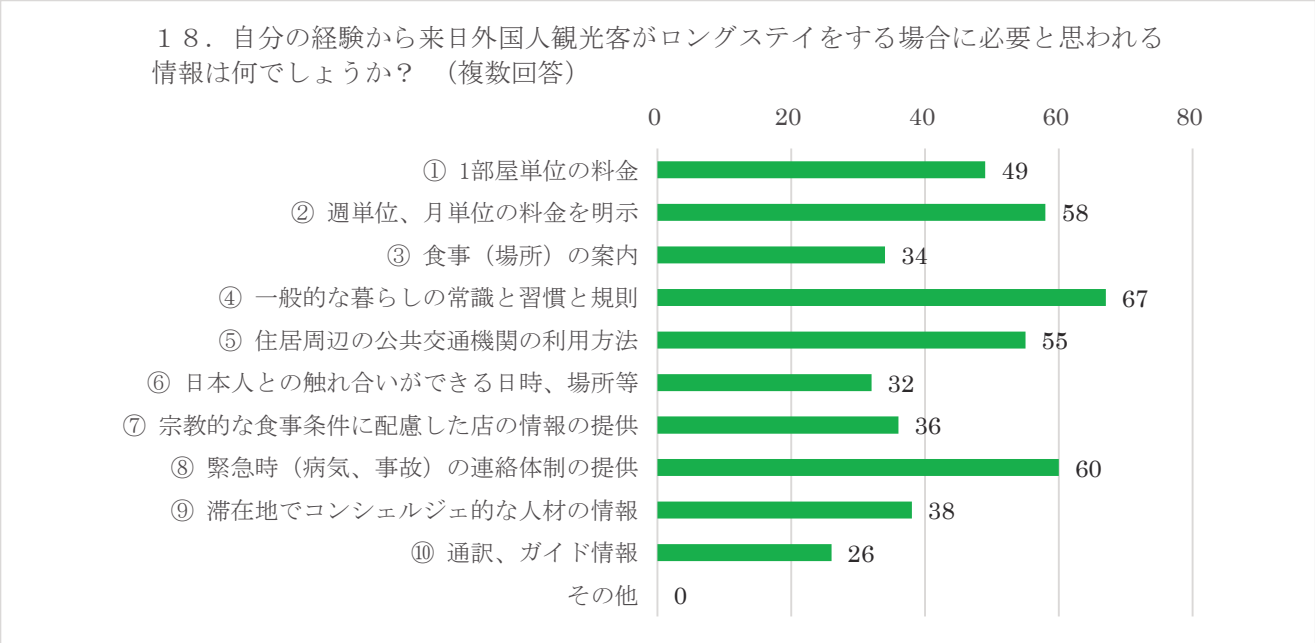
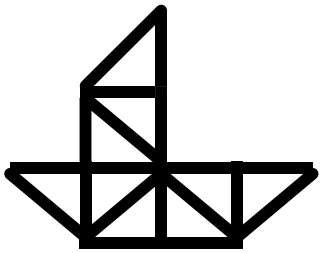


表 3　（出典：出入国管理統計２０１３，２０１４，２０１５）

2015年に1万人以上の出国者があった国だけを抽出		2013	2014	2015	2015年長期滞在割合	2013との比較	2015年入国者数
		「１１日以上1年以内」合計					
数	国・地域	952,063	1,166,794	1,539,504	8.9%	161.7%	
1	中国	121,191	163,466	237,096	6.5%	195.6%	3,648,052
2	台湾	58,891	70,597	94,251	2.7%	160.0%	3,462,037
3	中国〔香　港〕	19,042	25,068	40,708	2.8%	213.8%	1,449,105
4	中国〔その他〕	716	1,097	2,168	2.6%	302.8%	82,129
5	インド	11,513	13,203	16,100	22.8%	139.8%	70,721
6	インドネシア	13,765	17,318	25,528	14.5%	185.5%	175,603
7	イスラエル	5,435	8,478	11,042	53.3%	203.2%	20,706
8	韓国	69,258	66,258	73,842	1.9%	106.6%	3,806,511
9	マレーシア	17,104	22,561	29,340	10.2%	171.5%	287,929
10	モンゴル		4,167	4,866	35.9%		13,562
11	フィリピン	23,468	33,616	45,379	20.6%	193.4%	220,100
12	シンガポール	17,616	24,371	37,898	12.7%	215.1%	298,167
13	タイ	33,347	44,535	52,077	6.8%	156.2%	765,278
14	トルコ		2,269	2,926	20.9%		14,025
15	ベトナム	7,922	10,273	13,721	17.0%	173.2%	80,699
16	オーストリア	3,246	3,996	5,271	32.5%	162.4%	16,206
17	ベルギー	4,937	6,305	9,154	40.3%	185.4%	22,692
18	デンマーク	4,119	5,289	7,393	36.7%	179.5%	20,152
19	フィンランド	4,245	5,093	6,840	33.1%	161.1%	20,642
20	フランス	46,866	58,022	75,600	39.4%	161.3%	191,804
21	ドイツ	29,108	35,580	45,295	31.2%	155.6%	144,971
22	アイルランド		2,863	3,910	31.2%		12,514
23	イタリア	18,571	23,447	34,515	36.4%	185.9%	94,806
24	オランダ	9,327	12,465	18,367	39.7%	196.9%	46,287
25	ノルウェー	4,012	4,314	6,048	34.8%	150.7%	17,368
26	ポーランド	4,826	5,650	8,524	40.2%	176.6%	21,188
27	ポルトガル	1,537	2,274	3,412	19.2%	222.0%	17,806
28	ロシア	16,368	16,989	14,392	32.0%	87.9%	44,950
29	スペイン	16,758	23,762	32,428	45.1%	193.5%	71,836
30	スウェーデン	9,286	10,946	15,150	35.5%	163.1%	42,707
31	スイス	11,397	14,046	18,699	49.8%	164.1%	37,575
32	英国	38,068	47,592	64,408	28.0%	169.2%	230,263
33	英国〔香港〕	1,045	1,229	1,865	5.3%	178.5%	35,143
34	カナダ	26,606	31,412	41,743	19.5%	156.9%	213,602
35	メキシコ	4,972	6,288	8,732	25.7%	175.6%	33,971
36	米国	145,895	162,345	195,556	20.8%	134.0%	940,691
37	アルゼンチン			4,802	26.7%		17,991
38	ブラジル	11,482	13,845	16,065	54.1%	139.9%	29,688
39	オーストラリア	81,471	107,424	141,232	40.2%	173.4%	351,298
40	ニュージーランド	9,022	11,146	14,594	32.5%	161.8%	44,970

自由主題発表



ロングステイヤーと非ロングステイヤーのアイデンティティ効用概念を用いた経済分析とその政策含意

Application of Identity Utility Concept to Economic Analysis of Long-term Residents and Non-Residents and the Policy Implications

小　沢　　健　市*
OZAWA,　Kenichi*

要　約　：　われわれ団塊の世代の大多数は既に退職し，わが国は今後も多数の人々が現役を引退し，多くの退職者がでるが，そのような社会環境にあって，彼らが今後の人生をどう過ごそうとしているかあるいはどのような過ごし方を選択しようとしているのか，ということに関心を寄せることはごく自然であろう．例えば，退職した人々の中には外国に長期間滞在し人生を謳歌している人々とそれを選択せず，別のことを生きがいとして行動しようとしている人々が存在している．では，なぜある人々は外国での長期滞在を選択し，他の人々はそれを選択しないのか，といった疑問が生じることもまた自然であろう．本稿の目的は，長期滞在を選択する個人と選択しない個人の相違は，彼ら自身の長期滞在に関するアイデンティティ（行動規範）の相違にあるとの仮説を論理的に導出し，その理論仮説をある国のある地域に長期滞在している人々への聞き取り調査（質問票）を通して実証し，それから導出される帰結に基づく，長期滞在に関する政策的含意を述べることである．

キーワード：アイデンティティ効用，長期滞在者と非滞在者のアイデンティティ，長期滞在に関する政策含意

1. はじめに

団塊の世代は既に多くの人々が定年を迎え，いわゆる第二の人生を歩んでいる．今後もまた毎年多くの人々が退職年齢を迎え，退職者の多くが年金生活へと入ることは確かである．このような日本の社会的・経済的環境の下で，定年後の人生を海外で長期間滞在し，趣味や健康のための様々な活動をしようとしている，いわば人生を積極的に謳歌しようとする人々とそれを選択しない人々が存在している．もちろん，海外で残された人生を楽しく過ごそうとするためには，経済的，健康上の問題等いくつかの条件が満たされなければならないことも確かであるが，経済的条件のみならず，海外での長期滞在を選択する人々とそうでない人々の間には，リスクを伴う海外での長期滞在に関するアイデンティティ（長期滞在に関する個人の行動規範）の相違が強く作用しているのではないかというのが筆者の考え方である．換言すれば，それは，アイデンティティ経済学の考え方にしたがえば，長期滞在者のアイデンティティ効用はプラスであるが，非滞在者のそれはゼロないしマイナスであるということを意味する．

本稿の目的は，長期滞在者と非長期滞在者のアイデンティティ —— 個々人の行動規範 —— が異なり，それが彼らのアイデンティティ効用の相違をもたらし，その効用の相違がある個人を長期滞在者にさせるが他の個人をそうさせないという仮説を，論理的に導出し，その仮説が実際に正しいか否かをある国のある街に長期滞在している人々への聞き取りによって断片的に（完全な形ではないが）実証し，その帰結に基づき，長期滞在政策に対するインプリケーションを述べることである．

以上の目的を達成するために，われわれは，先ず，Akerlof and Kranton (2000, 2010)に基づき，アイデンティティ経済学について簡単にレヴューし，アイデンティティ経済学を簡潔に説明し，次いで，彼らの経済学を長期滞在に関して適用し，長期滞在者と非長期滞在者の相違は彼らの長期滞在に関するアイデンティティの相違にあることを説明し，さらにその理論仮説を筆者が行った長期滞在者への聞き取りの結果によって確かめることである．

＊帝京大学経済学部観光経営学科

２． アイデンティティ経済学と理論仮説

標準的な経済学，特に新古典派経済学に欠けている変数はアイデンティティであるとの認識の下に，アイデンティティの概念を経済学の導入したのは，Akerlof and Kranton の二人である．換言すれば，伝統的な経済学は，他の研究領域の成果や洞察を取り入れてこなかったということである．

彼らが主張したアイデンティティは，われわれがアイデンティティという言葉を用いる際にはアイデンティティがあたかも個人の総体的ないしアイデンティティはただ一つ持つかのように考えているが，必ずしもただ一つのアイデンティティルを意味する概念ではなく，いくつかのアイデンティティ，例えば，ジェンダーに関するアイデンティティ，インサイダーとアウトサイダーに関するアイデンティティといったようにいくつかのアイデンティティを持っているということを意味している(Akerlof and Kranton, 2005,2008, 2010 を参照).

彼らのアイデンティティ経済学は，例えば，Daivis (2007)によれば，彼らが用いている個人のアイデンティティの概念はアイデンティティがある個人の総体的なアイデンティティであるかのよう扱っているが，その概念は，個人を対象としてものではなく，社会的アイデンティティ経済学ではないか，との批判を受けている．

さらに，Akerlof and Kranton のアイデンティティ経済学は，Becker (1957)によって新古典派効用関数に個人の行動に対する非経済的要因としての動機づけ（motivations）の概念を導入し，伝統的な効用関数を拡張しようとしたことと形式的にはよく似ており，新しい考え方を提示しようとしたものではない，との批判も存在する(Valtonen, 2014).

また，我が国においては，千葉大学大学院の大江教授(2015)は，上の批判的な立場からではなく，Akerlof and Kranton のアイデンティティ概念を受け入れたうえで，酪農経営者のアイデンティティの相違が経営に対する姿勢の相違をもたらし，それが積極的な経営へ向かわせる経営者と伝統的な（古い）経営姿勢のままの経営者を生み出し，両者の経営姿勢が収益の相違に結び付き，積極的な経営姿勢を持つ経営者の収益は高く，そうでない経営者の収益が少ないことを実証した[1)].

ところで，本稿は，Akerlof and Kranton のアイデンティティ（効用）の概念自体についての妥当性を検討し，論じることではなく，大江教授と同様に，彼らの考え方を受け入れるとするならば，そのアイディアを長期滞在者と非滞在者の経済分析へ適用した際に，どのような結論が得られるかを検討することに関心がある．

３．長期滞在アイデンティティの相違とその帰結

Akerlof and Kranton のアイデンティティ経済学は以下のように，まとめることができよう．

Akerlof and Kranton は，標準的な効用関数へ説明変数としてアイデンティティを組み込み，それゆえ，これは個々人がアイデンティティを通じて種々の活動に対する新たな利得を獲得可能なことを意味する．換言すれば，これは，アイデンティティ自体が何らかの効用を持つということを意味する．

そして彼らが定式化したアイデンティティ効用関数は，次のように記述される．すなわち，ある個人 j の総効用は，彼自身の行動（活動），他の個人の行動（活動），そして j 自身のアイデンティティに依存すると．x^j を個人 j の活動，そして x^{-k} を他の個人 k の活動，そして I^j を個人 j のアイデンティティとすると，個人 j の総効用関数 (U^j)は，

$$U^j = U^j(x^j, x^{-k}, I^j) \quad \cdots\cdots\cdots (1)$$

と表わすことができる．

個人の活動 x^j と他の個人の活動 x^{-k} は，彼ら各人の財・サービスの消費を表しているが，個人 j の総効用は，彼の消費の他にアイデンティティ I^j に依存する．換言すれば，ある個人 j の効用は標準的な効用関数であり，財・サービスの消費とアイデンティティ，そして他の個人の財・サービスの消費に依存するという意味において，外部性の存在が想定されているということである．

また，個人 j のアイデンティティ自体は，単純化して示すと，次のように定義される．すなわち

$$I^j = I^j(x^j, x^{-j}, \cdots) \quad \cdots\cdots (2)$$

（２）式は，Akerlof and Kranton (2000) のアイデンティティ関数を単純化して示したものであるが，ここで興味あることは，個人 j のアイデンティティが彼自身の活動 x^j のみならず，他の個人の活動 x^{-j} にも依存するという点である．これは，他の個人についても言えることであるから，（１）式を考慮すれば，ある個人と他の個人の活動が相互に個人のアイ

デンティティに影響するということである．これは，ある意味では説明変数間の相互依存を意味し，ある個人の消費活動は他の個人のアイデンティティに影響するということである．つまりある個人の活動は他の個人のアイデンティティに影響を及ぼすということである．

また，（1）式で示される拡張された効用関数は変数にアイデンティティを含まないケースと比較して活動の利得（効用）に影響を及ぼす．これは，換言すれば，彼ら自身の活動からアイデンティティに基づく利得（効用）を持つということを意味し，さらに個人は彼の行動規範を変更することによって彼自身の効用に影響を及ぼすことができるということを意味する．この点は，重要である．というのは，（2）式を考慮すれば，後に指摘するように，長期滞在からプラスのアイデンティティ効用を持つ個人は，他の長期滞在にゼロないしマイナスのアイデンティティ効用を持つ個人に外部性を及ぼすと考えることが可能になり，したがってプラスの効用を持つ長期滞在者が増加すればするほど，他のゼロないしマイナスの効用をもつ個々人の長期滞在に関するアイデンティティを変更させる要因になるからである．換言すれば，長期滞在アイデンティティの効用がゼロないしマイナスの個人はそのアイデンティティ――行動規範――を変更することによって彼自身の効用を増加させることが可能になることを意味するからである．

しかしこれには，ある重要な前提が存在する．すなわち，第一に，個人が合理的に行動し，そして第二に，個人が効用を最大にするような新古典派経済学で想定されているような正に経済人（homo economicus）として行動するという個人の想定が妥当することが前提となっているということである．したがって，個人は不合理であるとの認識を持つ人々にとっては，以上の見解は妥当しないと判断されるであろう．

ところで，以上述べてきたように，Akerlof and Kranton の想定した効用関数のように，効用関数にアイデンティティという新たな変数を組み込むことが可能であるならば，そしてアイデンティティ自体を個々人が変更可能であり，それがさらに外部性をもたらすならば，そしてそのアイデンティティが海外あるいは外国での長期滞在に関するアイデンティティであると考えることが可能であるならば，その結果，長期滞在に関するアイデンティティから獲得可能な効用がプラスの個人とゼロあるいはマイナスの個人が存在することは考えられないことではない．

以上の推論に誤りがないならば，われわれは，次のような理論仮説を提示することができる．すなわち，

[理論仮説]

「長期滞在を選択する個人とそれを選択しない個人の相違は，彼らの長期滞在に関するアイデンティティの違いにあると見なすことが可能である．」

4. 聞き取り調査の結果

問題は，上に述べた理論仮説をどう実証するかということである．周知のように効用は個人の感じといった概念であり，現在のところ実際に測定することは困難である．したがって，経済学では，財・サービスの消費量が多くなるにつれて効用は増加するということは想定されているが，どのくらい増加するかどうかについてはブラック・ボックスのままである．しかし，合理的な選択を説明するためには，効用の測定可能性を問題にする必要はない．効用が大きいか，等しいか，小さいかだけが分ければ，個人の合理的選択を説明することが可能であるからである．そのためには，消費量が多くなればなるほど，効用は増加するということだけを想定すればよいからである．

筆者は，アイデンティティの相違を効用の違いに変換するために，次のような質問を設け，聞き取り対象者へ「ペナン・ロングステイ質問票」（13 の質問項目からなる）を一名（家族）1 枚配布し，それに基づき，聞き取りを，2016 年 12 月 27 日～29 日まで実施した．

その 13 項目の質問の全てをここで開示することは紙幅の制約のためにできないが，本稿に関連する質問項目

「問 10．ステイ前のステイに対する期待は，ステイ後は十分満たされていますか．ステイ前をゼロとすると 5 段階で表現するならば，満足度は？」

との問を聞き取り当事者（滞在者）に提示し，彼ら

の回答を求めた．聞き取り調査に協力していただいた長期滞在者は 17 名（16 名がご夫婦であり，1 家族は本来の長期滞在ではなく，年 2 回 3 か月間滞在するご夫婦）であった．

問 10 の質問には 17 名（組）全員が事前期待よりも事後的な満足度の値がゼロ以上と回答した[2)]．

これは，いわゆる期待効用理論でいう，risk lover を意味し，長期滞在に伴う種々のリスクを超える滞在意思を持つ人々であり，長期滞在に対するアイデンティティ効用がプラスの人々であると言っても過言ではないであろう．

5. 結論的覚書

以上から，われわれは，長期滞在を行なうか行わないかは個々人がもつ長期滞在に関するアイデンティティの相違にあると結論できるであろう．

また長期滞在に否定的なアイデンティティを持つ個々人に対して，長期滞在活動から得られる効用がそうでない個人より高いということ，換言すれば，総効用は長期滞在を選択する個人が高いということが外部性によってもたらされるならば，長期滞在を選択することが彼らの効用をより大きくすると考えるのではないかということである．問題は，理論上想定されているアイデンティティが外部性を生じさせるとするならば，政策含意としては，非滞在者に長期滞在の選択がプラスの効用をもたらし，結果として，選択する以前より効用が大きくなるということをどう伝達可能かに尽きるということである．

■

謝辞：本研究の実施・遂行に当たって George Town, Penang, Malaysia の日本総領事館および長期滞在者の募集や支援活動を行っている 4 社 —— ココナッツクラブ，オーバーシーズリビング、トロピカルリゾートライフスタイル，ロングステイサポートセンター —— に長期滞在者への聞き取りに際して多大なるご協力を頂戴いたしました．記して感謝申し上げる次第である，特に，ココナッツクラブは長期滞在者への聞き取りの場所までご提供していただき、ここに記して，改めて感謝申し上げたい．

注）

1) 詳細は，大江靖雄 (2015) を参照．
また，小沢 (2016) は，Akerlof and Kranton のアイデンティティ（効用）の概念を地域やコミュニティの発展に適用し，観光に関するアイデンティティ（効用）が地域発展の原動力 (手段) となりうるためには，観光に関するアイデンティティ効用がプラスの住民をより多くすること，そしてその外部性がネットワーク外部性を持つならば，可能であることを論理的に示した．

2) 5 段階評価で，プラス 3 の解答者は 3 名，4 は 10 名，そして 5 は 4 名であった．また，聞き取り調査の結果の詳細は発表の際に提示したい．

【参考文献】

Akerlof, G.A. and R.E. Kranton (2000) “Economics and Identity,” *Quarterly Journal of Economics,* Vol.105 (3), pp. 599-617.

_____ and _____ (2005) “Identity and the Economics of Organizations,” *Journal of Economic Perspective*, Vol.19 (no.1), pp.9 -32.

_____ and _____, (2008) “Identity, Supervision, and Work Groups,” *American Economic Review*, Vol.98(no.2), pp.212 – 217.

_____ and _____, (2010) *Identity Economics*, Princeton University Press. (山形浩生・盛岡桜　訳『アイデンティティ経済学』東洋経済新報社).

Backer, G. (1957) *The Economics of Discrimination*, Chicago, University of Chicago Press.

Davis,J.B. (2007) “Akerlof and Kranton on Identity Economics : Inverting the Analysis,” *Cambridge Journal of Economics*, Vol.31, pp.349-363.

大江靖雄 (2015)「酪農家後継者世代のアイデンティティと酪農体験サービスの展開」日本観光学会・総合観光学会 2015 年度春季全国学術研究大会合同開催『研究発表要旨集』pp.14-15.

小沢健市 (2016)「地域発展の手段としての観光アイデンティティ効用」『立教大学観光学部紀要』第 18 号、pp.72-77.

Valtonen, J.O. (2014) “Social Identity Economics,” (University of Helsinki, Master Thesis)
https://heida.fi/bitstream/handl/10138/44785/Vaiten%201.O.%202014%20social%20Identity%20Economics.%20Master%20Thesis%20Uni. (2017 年 1 月 20 日アクセス)

Teschel, M. (2011) “Review of John B. Davis’s Individuals and Identity in Economics,” (Cambridge, Cambridge University Press, 2011, 270pp.), *Erasmus Journal for Philosophy and Economics*, Vl.4 (Issue 2), pp.74-82.

観光客の滞在促進へ向けた地域拠点における VR 観光と効果的発信手法に関する研究
-キュレーションの視点から-

Study of VR-Based Tourism and its Effective Marketing at Regional Spots to Promote Tourists' Longer Stay
- from the Perspective of Curation -

千葉　里美*
Chiba Satomi

ICT 時代に入り、その利活用は観光事業者だけでなく地域の観光振興へも大きな期待が寄せられている。2016 年に「VR」が登場し、ゲームや教育の場で利用が盛んだが、最近では観光振興への活用も少しずつ散見されるようになってきた。一方、情報提供の方法に関しては、情報と情報の繋がりをもたせることの重要性としてキュレーションという言葉が古くから存在するが、こうした最新 ICT の分野における情報提供のあり方やその特徴に見合った効果的な発信手法研究はあまり見られない。本研究は、上士幌町をフィールドに同地域の VR 観光を体感した観光客へのアンケート調査を実施し、因子分析などの結果より VR 観光の特性、並びに VR 観光が観光客と地域をどう繋ぐことで地域滞在を促進できるかその効果的発信手法の可能性について考察をする。

キーワード：ICT(情報通信技術)、VR(仮想現実)、キュレーション、因子分析

１．　研究の背景と目的

人口減少は地域経済の縮小を加速させることから、観光による交流人口増大や滞在時間の促進は地域コミュニティを維持し、経済を盛り上げる 1 つの道として期待されている。こうした中、日々進化する ICT サービスをどう利活用し、観光地づくりへと繋げるのかが地域の課題となっている。総務省が 2015 年に調査した観光分野における ICT 利活用状況によれば、「有力サイト等を活用した他地域等での観光情報提供に運営・参加している」地域は前年度と比較し増加したが、「アプリケーション活用による滞在時間・消費促進」や「デジタルサイネージ等での観光情報提供」といった最新 ICT の利活用については、一定の成果があったと感じているものの多くの地域は今後検討するにとどまっている状況である。(1) こうした現状に対して人材育成も大事であるが、最新 ICT それぞれの効果的な情報提供や発信手法特性が把握できないでいるため取り組みが遅れているとも考えられる。

一方、かつて高度な情報処理技術や高価格を理由に身近に広く浸透しなかった VR であったが、2016 年に入るとパソコンやゲームと容易に接続して楽しむ高性能なヘッドマウンテンディスプレイが登場したことで新たなブレイクを迎え、VR の特徴である現実さながらの仮想世界を提供できることから教育の場にも普及が広がった。また、個人のスマートフォンと組み合わせて使う安価な VR ゴーグル活用術も登場し、観光地のプロモーションなどにも気軽に活用されるようになり、まさに観光分野における VR 元年と称され注目されている。(2)

そこで本研究は、筆者が委託研究を受けている上士幌町をフィールドに、上士幌町内にある観光客が集まる地域拠点へ訪れた観光客に VR にて上士幌町の観光を体感してもらい、最新 ICT の中でも特に VR 観光が観光客と地域をどう繋ぐことで地域への滞在を促進できるかをキュレーションの視点にてアンケート調査を実施し、地域の価値の再構成に向けた効果的発信手法の考察を試みることを目的とする。

２．　観光 ICT へ向けた我が国の動向と先行研究

(1) 政策と動向

総務省は、2011 年の完全デジタル化に向け、利用者の視点にたった ICT 分野の構造改革と利便性向上を目的に「ICT 改革促進プログラム」を 2007 年に策定した。これにより新たな地域 ICT サービスの実現へ向け、一部の地域で観光 ICT サービスの提供方法について実証実験や検討会といった動きが見られる。

一方、スマートフォン等の携帯型端末の普及とリアルタイムでの情報・共有・発信などが ICT により容易な時代に突入したことから、観光分野においてもその活用が期待され 2010 年 12 月に「観光 ICT 化促進プグ

＊札幌国際大学観光学部

ラム」が策定された。これにより翌年 2011 年から、訪日外国人の玄関口となる空港・港湾ならびに訪日外国人が集まる待合所や観光スポットへ無料 wifi を設置するインフラ整備や、ICT を観光に活用した先駆的取組への支援を民間や自治体へ実施するなどの整備が進められた。また ICT 活用をよりスピード感をもって地域観光振興サービスへと普及させるため、観光庁(2014)(3)はサービスガイドを作成し、AISCEAS プロセス理論(4)を用いた旅行前・旅行中・旅行後での ICT サービスと利用シーンのヒントをまとめている。

(2) 先行研究

観光客の滞在促進に寄与する我が国の観光 ICT 研究は、2006 年以降から散見されるが、最新 ICT での情報提供と発信手法効果をはかるものはあまり多く見受けられない。藤原他(2014)(5)は、撮影者による意図の影響が少なく様々な情報量を含むパノラマ画像(動画含む)の発信が観光を支援する上で有用と考え、閲覧機能の評価実験を試み、視聴者の感想からパノラマ画像の観光支援特徴について以下 2 点の様にまとめている。

①視点を変えた閲覧が何度も可能なことから通常の情報より印象に残る

②視聴映像以外の写真や位置情報など追加情報や知識を求める

真鍋他(2015)(6)は、Google Earth が無償で公開する路上のパノラマ写真や地形・建造物モデルに Oculad Rift を用いて 3D 仮想旅行アプリケーション Oculus Earth を開発し、仮想観光の有効性評価実験を実施した。結果、VR 内で移動できることが理解度をより高めると VR の特徴を述べている。

以上の先行研究より、①VR にて観光体験情報を提供するには静止画だけでなく動画のコンテンツも必要であること、②VR コンテンツについて客観的な指標で評価が必要なこと、③視聴後の追加情報の必要性の確認の 3 点がアンケート調査に必要と判断した。

3. 情報時代におけるキュレーションの変容と視座

「キュレーション」とは、「無数の情報の海から、自分の価値や世界観に基づいて情報を拾い上げ、そこに新たな意味を与えること」(7)であり、情報サービスが始まった古くから存在する言葉である。この言葉と一緒に派生した言葉が「キュレーター」であり、キュレーションされた情報に質という要素すなわち付加価値を与え消費者の文脈に沿った情報へと結びつける役割を担う人を意味する。だがコンピューターが登場し情報が豊かな時代に突入すると、かつて人間がつとめていたキュレーターの土壌は多様に変化し、情報に付加価値を与えるという視点から考えると本研究で取り上げる VR といった最新 ICT もキュレーターとも考えられ、キュレーションとキュレーター機能が合わさった新しい時代へと変容している。こうした新時代において、情報価値を再構築するには「プラスワン」「情報商材化」「サポート・不安要素の解消」「カスタマイズ」「個人ブランディング」「信頼性の演出」「専門化」「時間軸」「お値打ち感による価値の演出」「アングル」の 10 のマーケティング要素を含んだキーワードの重要性が指摘されている。

4. 調査概要と分析結果

(1) VR コンテンツの制作方法と視聴方法

VR コンテンツにて提供する情報は、千葉(2015)(8)が長期滞在者体験日誌をテキストマイニング分析し明らかにした滞在特徴を参考に、表 1 のとおり 6 本の映像を用意した。静止画 2 本は、上士幌町既存の 4K GoPro 映像、動画 4 本は 360 度カメラ RICOH THETA S で筆者が撮影した。これらの映像は、今後自治体自身で導入できるよう RICOH TEATA が提供する無料ソフトを利用し編集した。本来であれば完成映像は携帯にダウンロードし VR ゴーグルで楽しむが、本調査では携帯の代用として ipod touch を用意した。また VR ゴーグルは、ヘッドホンなどがつかないプラスチック製で携帯を挿入するタイプとした。

視聴の方法は、ipod touch を起動させたのち、RICOH TEATA アプリから見たい映像を選択し、VR ゴーグルレンズ部分にセットしヘットバンドで頭部に装着する方法である。

表-1 VR 観光コンテンツごとの視聴状況

映像タイトル	映像タイプ	視聴人数
①北海道遺産「タウシュベツ川橋梁」	静止画	19
②ひがし大雪自然館　昆虫の世界	静止画	6
③ひがし大雪高原鉄道トロッコ体験	動画	15
④森のトロッコ鉄道エコレール	動画	12
⑤レンタサイクルでのスイーツ巡り	動画	3
⑥上士幌町の牛たち	動画	46
合計		101

(2) 調査概要と属性

本アンケート調査は、2016.8.10-11 に上士幌町が実施したイベント「TAIKEN MARCHE」のメイン会場で

ある航空公園キャンプ場と、その後 10 月までは町の観光拠点であるひがし大雪自然館とナイタイ高原牧場の 2 箇所で VR 視聴とアンケートを実施した。詳細は表 2 の通りである。また調査対象者の属性をまとめたのが、表 3 である。視聴してからアンケート実施へと協力頂くのに所要時間を有することから有効回答数 66 件と予定より少ないサンプル数であった。しかしながら、男女比や年齢構成比に大きな差は生じなかった。

表-2　アンケート調査概要

調査対象者	上士幌町へ訪れた観光客
調査実施場所	航空公園キャンプ場、ひがし大雪自然館、ナイタイ高原牧場
調査時期	2016年8月～10月
回収数・有効回答数	回収数69件、うち有効回答66件
分析方法	基本統計・因子分析
調査項目	①VR コンテンツのキュレーション評価
	②滞在促進に向けた追加情報の必要性

表-3　調査対象者の属性

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	計
女性	0(0.0%)	7(10.6%)	13(19.7%)	11(16.7%)	1(11.5%)	1(1.5%)	33(50.0%)
男性	6(9.1%)	7(10.6%)	6(9.1%)	7(10.6%)	4(6.1%)	3(4.5%)	33(50.0%)
合計(人・%)	6(9.1%)	14(21.2%)	19(28.8%)	18(27.3%)	5(7.6%)	4(6.0%)	66(100.0%)

写真-1　VR 視聴とアンケート実施の様子

(3) VR コンテンツに対する評価

前述したキュレーションに求められる 10 のキーワードより評価項目を 10 項目設定し、VR コンテンツの評価を図った。(図 1) 評価は、「非常にそう思う」(5 点) 、「ややそう思う」(4 点)、「普通」(3 点)、「あまり思わない」(2 点)、「全く思わない」(1 点)の 5 段階である。「非常に思う」「やや思う」の割合が高かった項目を上位順で見ると、「体感への特別感を感じた」(77.3%)、「感動・賛同・共感が持てた」(75.8%)、「信頼性・真実性を感じた」(74.2%)、「新しい情報発信手法としての価値が持てた」(71.2%)、「自分流の楽しみ方ができた」と「イメージへの明確化が持てた」(69.7%)、「お値打ち感がでた」(45.5%)、「時間軸ができた」(42.4%)、「不安要素が解消できた」(33.3%)であった。

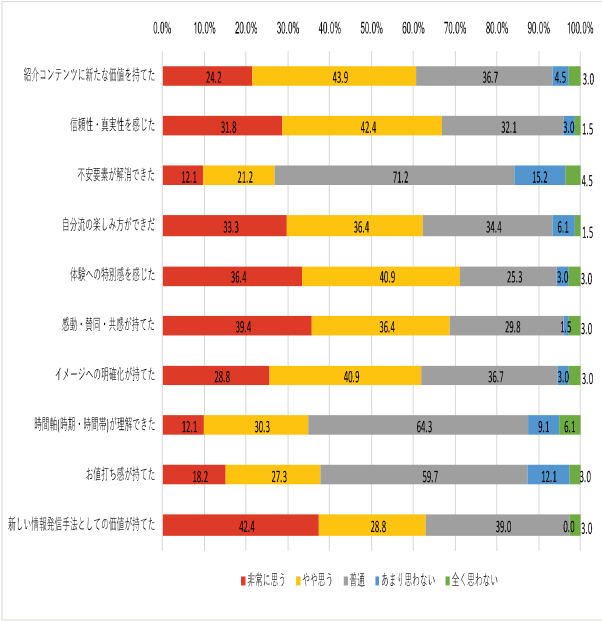


図-1　追加情報の必要性評価

(4) 因子分析による VR 観光の特性

10 項目を因子分析した結果、3 つの因子を抽出した。(表 4) 第 1 因子の寄与率は 33.04%、第 2 因子が 23.57%、第 3 因子が 12.13%と 3 因子の累積寄与率は 68.75%であることから、この 3 因子による説得力は約 7 割である。

因子 1 は、「感動・賛同・共感が持てた」「新しい情報発信・紹介方法への価値が創出できた」「紹介する映像コンテンツの信頼性・真実性を感じた」「視聴した観光体験への新たな価値が持てた」「イメージの明確化が持てた」「体験への特別感を感じた」が因子負荷量 0.6 以上と高いことから「体験価値受容因子」、因子 2 は「時間軸が理解できた」「興味関心ごとの不安要素が解消できた」「訪問お値打ち感が持てた」が目的地への距離や時間」が 0.6 以上なことから「仮想から現実への転換因子」、因子 3 は「通常動画よりも自分流の楽しみ方で視聴できた」が 0.7 以上と高いので「個人カスタマイズ因子」と命名できよう。

(5) 滞在促進への追加情報の必要性

VR 視聴から地域滞在を促すための追加情報について、「非常に必要」(5 点)、「やや必要」(4 点)、「普通」(3 点)、「あまり必要ない」(2 点)、「全く必要ない」(1 点)の 5 段階で 6 つの項目に対する必要性をはかった。(図 2) 「非常に必要」「やや必要」と評価する必要度が高い項目を見ると、「目的地の位置情報」(66.9%)、「目的地までの距離」(60.6%)、「ホームページ」(55.6%)、「体験者の口コミ」(53.9%)、「価格」(45.5%)、「体験

所要時間」(42.2%)の順であった。

表-4　VR 特性の因子分析結果

	因子1	因子2	因子3
6_感動・賛同・共感が持てた	0.776	0.162	0.439
10_新しい情報発信・紹介方法への価値が創出できた	0.762	0.188	0.117
2_紹介する映像コンテンツの信頼性・真実性を感じた	0.729	0.248	0.154
1_視聴した観光体験への新たな価値が持てた	0.709	0.321	0.183
7_興味関心ごとへのイメージ理解・イメージの明確化が持てた	0.644	0.416	0.336
5_体験への特別感を感じた	0.608	0.347	0.385
8_時間軸(体験お勧め時期、体験時間など)が理解できた	0.226	0.897	0.135
3_興味関心事の不安要素が解消できた	0.209	0.727	0.276
9_訪問お値打ち感が持てた=訪れる価値	0.311	0.658	0.107
4_通常動画より自分流の楽しみ方で視聴できた	0.332	0.269	0.764

二乗和（バリマックス回転）

因子No.	二乗和	寄与率	累積
1	3.30	33.04%	33.04%
2	2.36	23.57%	56.62%
3	1.21	12.13%	68.75%

※エスミの EXCEL 多変量解析を使い、因子抽出は「主因子法」、回転は「バリマックス回転」とした

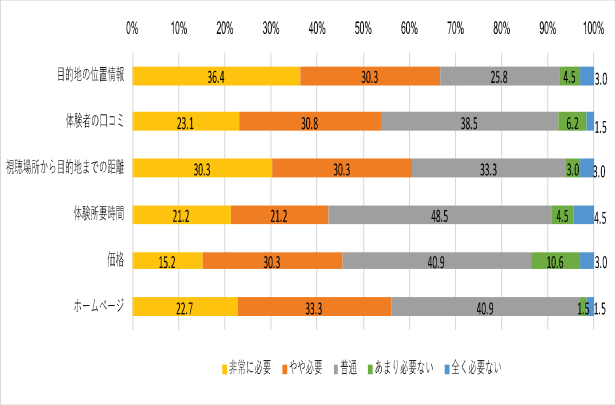


図-2　追加情報の必要性評価

(6) 因子分析による追加情報特性

6 項目評価を因子分析にかけた結果、次の 3 因子を抽出した。(表 6) 第 1 因子の寄与率は 25.95%、第 2 因子が 24.69%、第 3 因子が 13.25%と 3 因子の累積寄与率は 63.89%であることから、この 3 因子による説得力は約 6 割である。因子 1 は、「価格」「体験所要時間」が因子負荷量 0.6 以上と高いことから「コストパフォーマンス重視派因子」、因子 2 は「目的地への距離や時間」が 0.9 以上と突出して高いことから「移動時間重視派因子」、因子 3 は「体験者の口コミ」が 0.6 以上と高いので「評判重視派因子」と言えよう。

表-5　必要情報の因子分析結果

	因子1	因子2	因子3
価格	0.793	0.264	0.091
体験所要時間	0.622	0.347	0.210
映像視聴場所から目的地への距離や時間	0.303	0.907	0.285
体験者の口コミ	0.217	0.339	0.677
目的地の位置情報	0.331	0.580	0.332
ホームページ	0.541	0.133	0.304

二乗和（バリマックス回転）

因子No.	二乗和	寄与率	累積
1	1.56	25.95%	25.95%
2	1.48	24.69%	50.64%
3	0.79	13.25%	63.89%

※エスミの EXCEL 多変量解析を使い、因子抽出は「主因子法」、回転は「バリマックス回転」とした

5.　まとめ

(1) VR の特性と滞在促進への効果的情報発信

本調査は、地域拠点から観光客の滞在へ繋ぐ可能性を考察するため、最新 ICT の中でも VR の特性と VR と掛け合わせたら良い効果的情報発信の 2 点について見てきた。その結果、没入感が高い高機能・高価格な VR ゴーグルを使用しなくとも地域の観光を共感しながら明確にイメージするシュミレーションする評価と同時に、視聴した観光資源に価値の最構築評価も確認できた。また因子分析より、VR の特性を 3 つ(「体験価値変容」「仮想から現実への転換」「個人カスタマイズ」)に集約することができた。

一方、VR によって地域観光資源の価値が高まった状態からさらに滞在に結びつく有効な文脈作りについて、因子分析結果より「コスパ」「移動時間」「評判」の 3 つの情報カテゴリーの必要性が見られた。6 つの追加情報必要性評価を参考に、今後はさらなる効果的な 2 次情報の発信手法へとつなげられよう。

(2) 今後の研究課題

VR コンテンツは、地域のオフィシャルサイトだけでなく Facebook や YouTube など個人的ネットワークにて簡単に情報発信できる時代である。従って VR 観光情報を周辺地域で視聴した場合と、観光地から離れた所で視聴した場合とで地域誘引の可能性に変化が出る可能性も考えられる。一方、観光 ICT 促進の背景には外国人観光客への滞在への障壁をなくす効果も期待されていることから、外国人の VR 観光評価も考慮する必要があろう。

謝辞：本研究の調査にあたり、上士幌町ならびに上士幌町観光協会には大変お世話になった。心から感謝を申し上げる。

【補注】

(1)総務省(2016):平成 27 年度版情報通信白書 pp151-152

(2) じゃらんリサーチセンター(2016): とーりまかし Vol.46 pp.24-29

(3)観光庁(2014):ICT 活用における観光振興サービスガイド pp.1-32

(4)Acknowledge(知る)、Interest(関心を持つ)、Seach(調べる)、Compare(比較する)、Examine(検討する)、Action(行動する)、Share(共有する)の頭文字をとった消費者の購買決定プロセスを考えるマーケティング理論

(5)藤原他 4 名(2014):パノラマ動画を用いた観光支援システムの開発 情報処理学会グループウェアとネットワークサービス研究会

(6)真鍋他 2 名(2015):Google Earth と HMD を利用した VR アプリケーション Oculus Earth 情報映像メディア学会技術報告 pp.191-194

(7)参考文献 2)P1 より引用

(8)千葉(2015):地方自治体における長期滞在者の滞在と観光振興に関する研究-上士幌町の体験移住を事例として-日本観光研究学会全国大会学術論文集 pp.141-144

【参考文献・HP】

1)観光情報学会(2015):観光情報学入門、近代科学社

2)佐々木俊尚(2011) :キュレーションの時代-「つながり」の情報革命が始まる、ちくま新書

3)長谷川祐子(2013):キュレーション 知と感性を揺さぶる力、集英社新書

4)水上浩一(2014):キュレーション・マーケティング、ごま書房新社

5)Steven Rosembaum(2012):CURATION(第２版)、プレジデント社

国内ロングステイ観光者の過ごし方比較

－内成「ホリデーハウス」VS 北海道「ちょっと暮らし」－

Comparison of Japanese Long Stay Tourists Behavior in Style between in Uchinari and Hokkaido

畠田　展行*

HATADA Nobuyuki

筆者は別府市の内成地区で、築100年の古民家を国内ロングステイ定着の社会実験用ホリデーハウス（貸別荘）に再生し、2009年4月以来、地域と協働で運営をしている。長期滞在観光研究のために、この施設を1～4週間まで週単位で割安に貸し出すかわりに、退居時に1時間程度、過ごし方等について聞き取りをさせて貰っている。一方、北海道では手頃な料金の移住体験「ちょっと暮らし」用お試し住宅320棟がほぼ全道で提供されている。お試し住宅が長期滞在観光目的に使われるケースも多く、北海道長期滞在観光振興への貢献は大きい。本稿では、ホリデーハウスとちょっと暮らしの長期滞在者の比較を行い、国内ロングステイ普及の方策を提案する。

キーワード：ホリデーハウス、内成、国内ロングステイ、ちょっと暮らし、北海道

１．はじめに

多くの長期滞在観光者に支持されている内成「ホリデーハウス」と北海道「ちょっと暮らし」お試し住宅 の利用者比較を行うに当たり、最初に、これらの施設を簡単に紹介する。次いで、利用者年代、利用形態、滞在期間、施設の賃料、過ごし方について比較を行い、最後に全体のまとめを行う。

⑴ ホリデーハウス

筆者は大分県別府市の内成地区に於いて、築100年の古民家を国内ロングステイ定着の社会実験用ホリデーハウス（貸別荘）に再生し、それを地域と協働で運営をしている。長期滞在の研究のために、この施設を1週間から4週間まで週単位・一棟立てで割安[1]に貸し出し、その代わりにチェックアウト時に滞在者の属性や同行者、滞在期間、過ごし方、交通手段、長期滞観光頻度、地域の評価、地域住民との交流、等々約50項目の質問について1時間程度のインタビューをさせてもらっている。

2009年4月の開業から16年12月まで8年弱の実績は、稼働率約60%、1週間以上の長期滞在利用者は111組305名である。

⑵「ちょっと暮らし」

2006年、北海道は首都圏等都会の団塊の世代を主な対象とする移住誘致政策「ちょっと暮らし」を始めた。「ちょっと暮らし」とは、住んでみたいと思う地域で地域の自然や生活環境、受け入れ体制などを確かめるお試し暮らしのことである。

この移住誘致政策では年金生活者でも無理なく払える程度（ほとんどの住宅が月10万円以下）の料金の、家具付き「ちょっと暮らし」専用住宅いわゆるお試し住宅が、北海道179市町村の内の95市町村に320棟用意されている。つまり、全道の半分の市町村にお試し住宅が用意されていて、全体にまんべんなく分布している。一戸建て、マンション、アパート、別荘、元職員住宅など色々なタイプの住宅がお試し住宅として使われているが、概して立派な住宅が多い。もちろん家具・什器など生活用具一式も備え付けられている。まずは訪問して貰わなければ、移住も始まらないので、ほとんどの市町村は移住のみならず観光目的にも貸し出しをしている。この点が「ちょっと暮らし」と道内の長期滞在観光とが深く結びついているところである。このことは「ちょっと暮らし」住宅利用者アンケート調査によって観光7～6割、移住地探し3～4割ということが明らかにされている[2]。（年によって変動する）

２．利用者年代

⑴ ホリデーハウス

ホリデーハウスの全利用者数は305人である。国内ロングステイをするにはまとまった休暇が必要なので、やはり時間持ちの年金生活者である60代（29%）、70代以上（20%）の割合が高いが、幼児・子供を含む10代～50代の現役就労者（51%）と60代以上の年金生活者（49%）の割合は拮抗している。

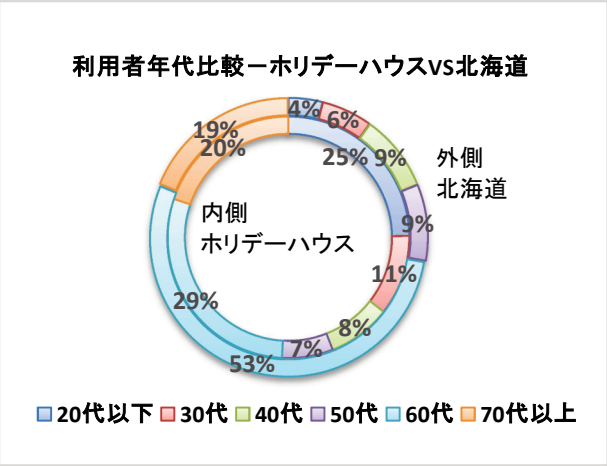
*立命館アジア太平洋大学アジア太平洋学部

5 月のゴールデンウィーク、8 月お盆時期の夏休み、年末年始時期の正月休みという 1 週間前後の連続休暇が定着した結果、30 代、40 代が家族連れで国内ロングステイを楽しめるようになった。今や、あらゆる年代で国内ロングステイ観光者を見かけることが出来る。現役とその子供、その両親と 3 世代家族連れも珍しくない。それに伴い 10 代以下の幼児・子供の割合（15%）も増えている。

(2) ちょっと暮らし

一方北海道の「ちょっと暮らし」場合のアンケート回収率は 1,411 件中 332 件と低いが、それでも件数的にはホリデーハウスの 8 年弱の実績（111 件）よりはるかに多い。

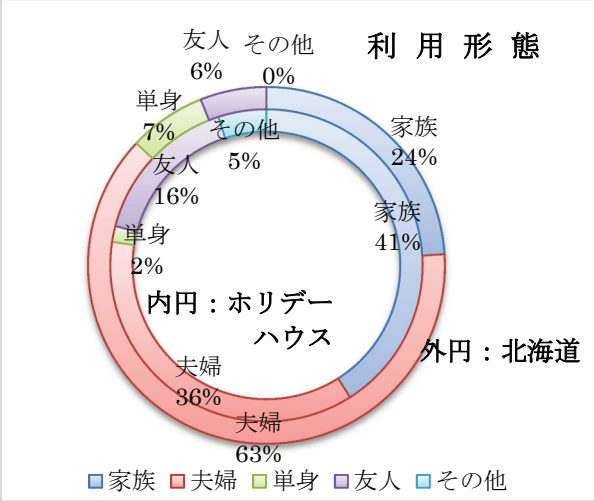
60 代以上が 73%、現役は 28%と圧倒的に年金生活者層に集中している。従って家族連れでやってくる 10 代以下の層が極めて少なく、利用者世代のバランスがとれていない。「ちょっと暮らし」お試し住宅は、ホテルのように空いていれば予約が出来る方式ではなく、基本的に利用者を募集して抽選で決める方式なので、現役世代にとっては自分の休みに合わせて施設を予約することが難しいことが背景にあるのではないかと推測される。



図ー1　利用者年代比較

3．　利用形態

ホリデーハウスは家族がトップで、ついで夫婦、友人、単身となるが、ちょっと暮らしでは 60 代以上の割合が多いことを反映し圧倒的に夫婦が多い。家族連れもそこそこ多いので、この二つの利用形態で 87%を占めてしまう。一言で言えば、各種形態からなる家族連れ中心のホリデーハウスに対し、年寄り夫婦中心のちょっと暮らしと総括することが出来る。



図ー2　利用形態比較

4．滞在期間

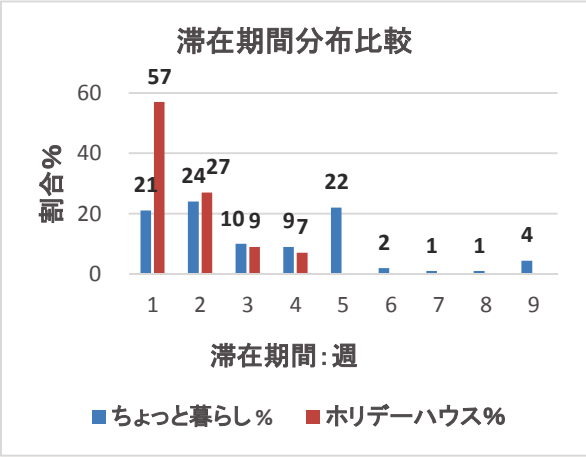
(1) ホリデーハウス

滞在期間と利用者数を比較すると、１週間の滞在が全体の６割弱、２週間になると約３割と半減し、３週間、４週間はそれぞれ１割弱に激減する。(図ー3 参照)。利用者数は、滞在期間と反比例の関係にある。

(2) ちょっと暮らし

一方、北海道の 2015 年度ちょっと暮らし滞在者 28,00 人の滞在期間分布[3]は、トップが 2 週間、次が 5 週間、3 番目は 1 週間である（図ー3 参照）。

1 ヶ月（1ー4 週間）滞在の累計は 64%、2 ヶ月（5ー8 週間）の累計は 27%、3 ヶ月（9ー12 週間）の累計は 7%である。ほとんどの滞在は 2 ヶ月まで（91%）。3 ヶ月以上は少ない。



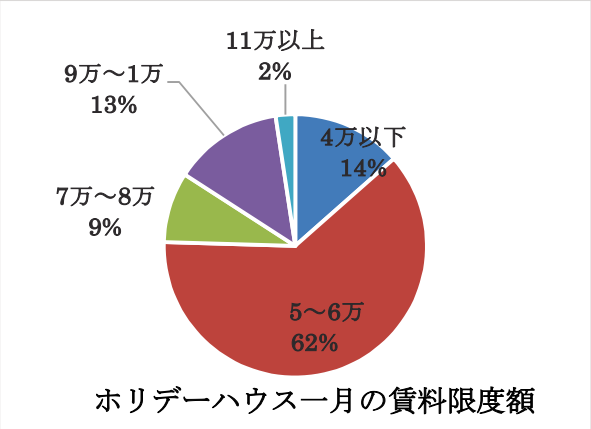
図ー3　滞在期間分布比較（週）

5．滞在施設の賃料

ホリデーハウスの賃料は 1 週間 2 万円、2 週間 3 万円、

3 週間 4 万円、4 週間 5 万円であるが、これに光熱費約１万円を加え３万円、４万円、５万円、６万円が実費である。滞在者にこの料金は高いか安いかそれとも普通かと尋ね、さらに、いくらまでなら出せるかと限度額を聞いてみた。

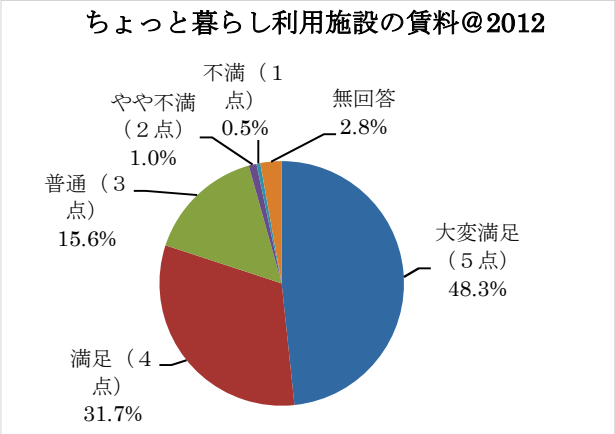
現行料金に対する評価は 77%が安い、22%が普通と圧倒的多数で支持されている。では、いくらまでなら出しますかと限度額を訊ねると、現行料金とほぼ変わらない 5 万～6 万円が 62%、4 万円以下が 14%と現行料金と同じかそれ以下が圧倒的多数である(図－４参照)。理由としては、自宅を維持しつつ払える限度額、交通費を加味した場合の支払い限度額、年金暮らしの支払限度額、アパートの家賃が限度額である、高熱水道料を加味して 5 万円以下を目安にしている等々である。どうも日本ではアパートの賃料が一つの目安になっているようである。



図－4　ホリデーハウス一ヶ月の賃料の限度額

ちょっと暮らしの場合には利用施設の賃料に対する 5 段階評価アンケートがあり、大変満足(48.3%)、満足(31.7%)、普通(15.6%)と極めて高い支持を得ている。やや古い 2012 年データだが、ちょっと暮らし住宅利用者は毎年増加しているところから、傾向は今でも変わらないと思われる。賃料はちょっと暮らしの方が月 10 万程度とホリデーハウスよりも高目である。

以上から、日本における長期滞在施設賃料の目安は 10 万円と考えられる。



図－5　ちょっと暮らし住宅賃料に対する満足度

６．ホリデーハウス滞在者の過ごし方

(1)滞在者情報

量的分析が出来るように、利用者には滞在中の過ごし方に当てはまるものを、下記 11 の過ごし方選択肢から選んでもらう複数選択式聞き取り調査を実施している。勿論、補足説明も可能である。当てはまるもがない場合は、その他として記述してもらっている。

開業以来 8 年弱のデータ（10 代～80 代の 305 人分）は同一施設を起点とする多くの長期滞在者の過ごし方を知ることが出来るので、極めて貴重である。

過ごし方の選択肢（複数選択可）

① 別府観光・名所巡り
② 別府温泉巡り
③ 大分県内観光・名所巡り
④ 九州観光・名所巡り
⑤ リラックス、ぶらぶら、ごろごろ
⑥ 趣味
⑦ 内成の棚田巡り・自然探索
⑧ 庭の畑いじり程度の軽い農業体験
⑨ スポーツ・アウトドア活動
⑩ 買い物
⑪ その他

(2) 分析手法

滞在期間と年代、滞在期間と過ごし方各項目についてクロス集計を取り、それをグラフ化することで特徴を捉えた。

(3) 滞在期間と過ごし方

滞在期間と過ごし方の関係については、一般的には、

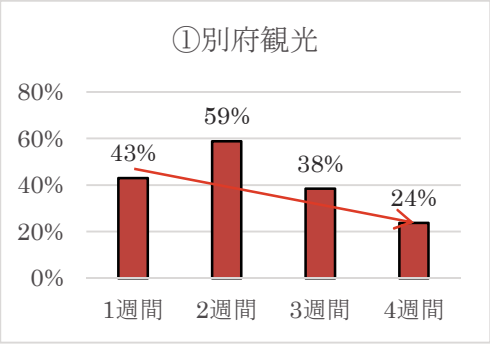
滞在が長くなればなるほど、より遠いところまで出かける時間的余裕が出来るだろうし、のんびりとリラックスする気分的な余裕も得られそうである。以下の方法でこの検証を行った（丸数字は選択肢番号である）。

移動距離の異なる三つの過ごし方の選択肢、①別府観光（近距離）、③大分県内観光（中距離）、④九州観光（遠距離）について、滞在期間とのクロス集計から実施率を求めた。また、のんびりとリラックスする気分については、気分に関わる選択肢（⑤リラックス・ぶらぶら、⑧庭の畑いじり）について滞在期間とのクロス集計から実施率を求めた。

1）滞在期間と観光地までの移動距離

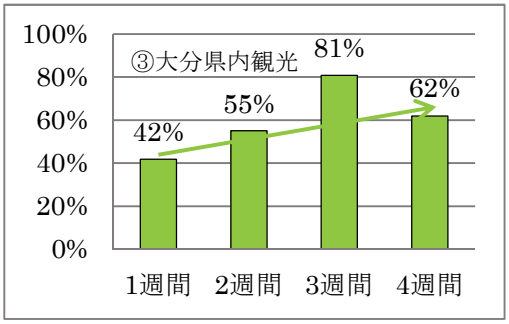
近距離の①別府観光、別府の外側をめぐる中距離の③大分県内観光、さらに遠方の県外まで出かける遠距離の④九州観光について、滞在期間とのクロス集計でその実施率を求めた。（図 6、7、8 参照）。

図－6 別府観光は 2 週間が突出して高いので、放物線を描いているが、基本形は滞在期間が長くなるにつれ右肩下がりである。つまり、滞在が長くなるにつれ近場の観光地には足が遠のく事を意味している。あまりに身近なところは行く気が起こらないのか、何時でも行けると軽く考え、結局行きそびれてしまうのか？このデータだけでは判断がつかない。



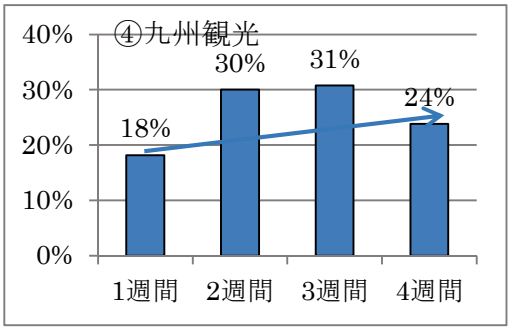
図－6　滞在期間と近距離移動－別府観光

一方、中距離の大分県内観光（図－7）では、右肩上がりの関係を示している。つまり、滞在が長くなるにつれて出かける人が増える事を意味する。



図－7　滞在期間と中距離移動－大分県内観光

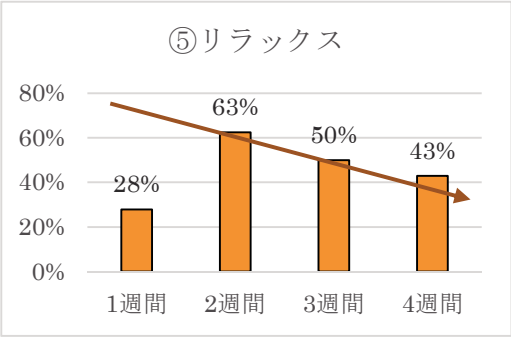
また、遠距離の九州観光（図－8）は、3 週間までは右肩上がりではあるが、（正確には、2 週間でサチュレイトし 3 週間はほんの少し増加しただけ）、4 週目は反落している。3 週間滞在者は 26 人、4 週間滞在者は 21 人と、いずれもデータ数が少ないため、綺麗なカーブを描ききれないものと考えられる。



図－8　滞在期間と遠距離移動－九州観光

2）滞在期間とリラックス

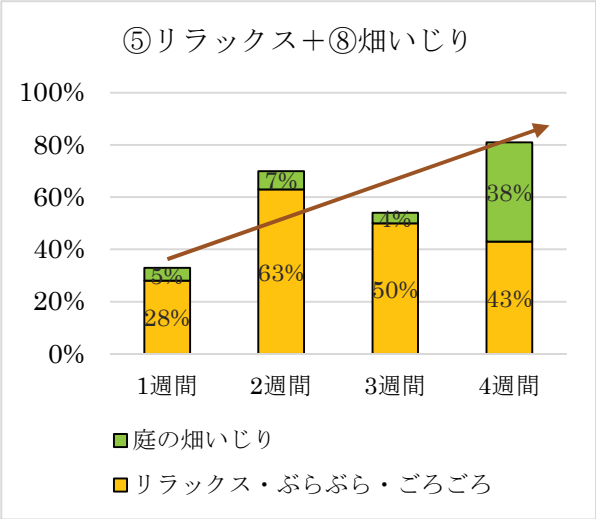
図－9 では 1 週間、2 週間は順調に上昇するものの、3 週間から下げに転ずる。もし類似の選択肢があれば、それとの競合が起こった可能性もある。過ごし方の選択肢をチェックすると、⑧庭の畑いじりがそれに該当しそうである。



図－9　滞在期間とリラックス

研究目的として、リラックスに⑧畑いじりを加えてクロス集計してみたものが図－10 である。

右肩上がりのグラフが得られ、滞在が長くなればリラックス・ぶらぶらの生活を楽しもうという気が起こりそうだという推測は出来るが、本当のことは過去の滞在者達に訊ねる以外検証する方法はない。今後の滞在者インタビューに生かしたい。



図－10　リラックスした気持ちと滞在期間（推測）

(3) 滞在期間と過ごし方ランキング

前述のように、個々の過ごし方については、一つ一つを個別にクロス集計をすれば特徴をつかむことが出来る。しかし、この方法では過ごし方全体を一目で俯瞰することは難しい。これ検証をするために、滞在期間(1週間～4週間)と滞在者が選択した過ごし方の事例をクロス集計し、それをさらに滞在期間ごとに集め、降順に並べグラフ化すると、下図－11（1 週間滞在）、－12（4 週間滞在）が得られる。紙面の都合上、グラフの代わりに一覧表にまとめた。(表－1 参照)

表－1 の左欄に、インタビュー時に聞き取る過ごし方の選択肢を示す。各々の選択肢を区別するために便宜上①から⑪までの番号を振った。⑪その他はいずこにも属しないものを記述するための便利欄なので、今回の分析の対象には含めていない。したがって順位は末尾に配している。

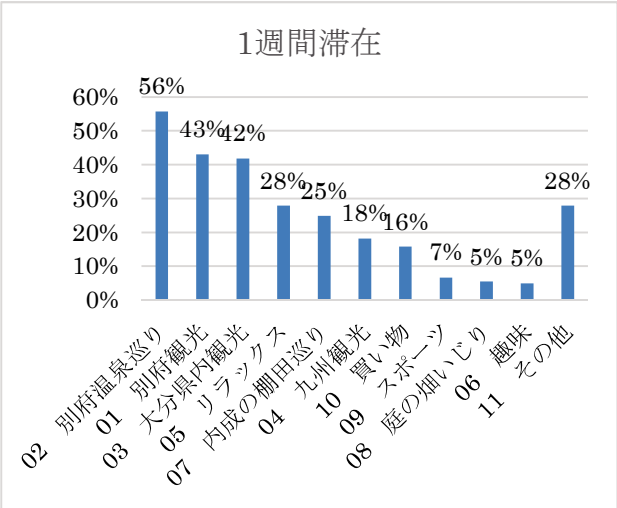
ランキング欄は 1 週間から 4 週間まで週単位で区分けし、各週のランキング 1 位から 10 位までの選択肢番号を上から順に書き込んだ。

表－1　過ごし方ランキング

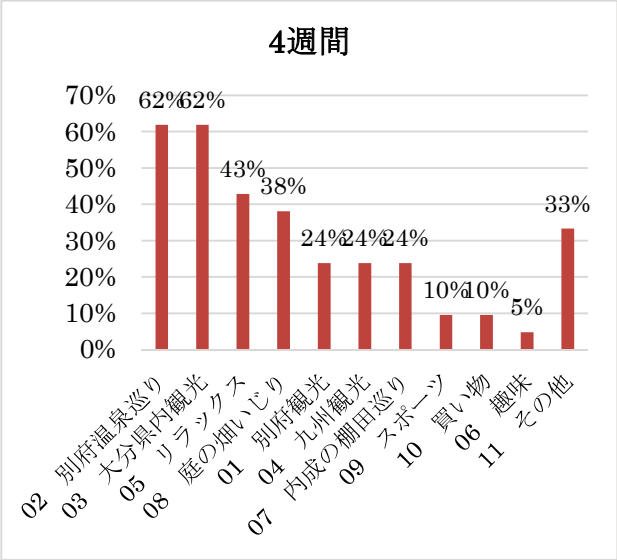
過ごし方の選択肢	ランキング			
	1週間	2週間	3週間	4週間
①別府観光・名所巡り	② 56%	⑤ 63	③ 81	② 62
②別府温泉巡り	① 43%	① 59	② 73	③ 62
③大分県内観光・名所巡り	③ 42%	② 55	⑤ 50	⑤ 43
④九州観光・名所巡り	⑤ 28%	③ 55	⑩ 46	⑧ 38
⑤リラックス、ぶらぶら	⑦ 25%	⑦ 53	⑦ 42	① 24
⑥趣味	④ 18%	④ 30	① 38	④ 24
⑦内成の棚田巡り・自然探索	⑩ 16%	⑩ 21	⑨ 38	⑦ 24
⑧庭の畑いじり	⑨ 7%	⑨ 16	④ 31	⑨ 10
⑨スポーツ・アウトドア活動	⑧ 5%	⑧ 8	⑥ 12	⑩ 10
⑩買い物	⑥ 5%	⑥ 3	⑧ 4	⑥ 5
⑪その他	⑪ 28%	⑪ 36	⑪ 12	⑪ 33

表－1 から読み取れる特徴は、各週の過ごし方トップ 5 には①別府観光、②別府温泉巡り、③大分県内観光、⑤リラックスのほとんどが必ず含まれていることである。(黄色でマーキングした箇所)

図－6 で、別府観光を単独で分析した結果を示したが、そこでは「基本形は滞在期間が長くなるにつれ右肩下がりである。つまり、滞在が長くなるにつれ近場の観光地には足が遠のく事を意味している。あまりに身近なところは行く気が起こらないのか、何時でも行けると軽く考え、結局行きそびれてしまうのか？」と述べたが、過ごし方中ランキングでは 6 位以上と健闘しているので、さらに滞在者データが増えてくれば、もっと明快なトレンドが見えてくるものと考えられる。



図ー11　過ごし方ランキングー1 週間滞在



図ー12 過ごし方ランキングー4 週間滞在

7．ちょっと暮らし滞在者

チェックイン時に記載される簡単な利用者属性データを提供してくれる長期滞在施設はあるが、我々のホリデーハウスのように属性のみならず、滞在中の過ごし方や活動とその印象など研究目的沿った広範囲な情報を聞き取れる滞在施設は、他には聞いたことがない。ただし、「ちょっと暮らし」のモニター参加者は日誌を書くことが求められることがある。また、個人的にちょっと暮らし滞在記をブログで公開している人も珍しくないので、それらを読むとおおよそどのような過ごし方をしているか知ることは可能である。

千葉(2015)[4]は北海道上士幌町のちょっと暮らし体験者モニター日誌のテキストマイニング分析を行っている。この手法を大規模に応用すれば、滞在先での日々の暮らしと自宅での日常生活がどのように変化するかを知ることが出来る可能性がある。しかしながら、ちょっと暮らし滞在者に関しては、筆者がホリデーハウスで行ったような量的分析はまだ実施されていない。

8．まとめ

国内ロングステイという観光形態を一言で語ることは難しい。

＊自分の日常生活を旅先に持ち込むという点で従来の旅行と大きく異なる。狙うところは家の中(滞在施設内)はいつもの生活、一歩外に出れば非日常の世界という環境設定である。

＊暮らすように旅をし、旅するように暮らす。

＊滞在先では、毎日が週末暮らし。

等々筆者は今まで解説をしてきたが、滞在者インタビューを続けていると、彼らは思っていた以上に精力的に動き回っているという印象がある。今回の分析でも、精力的に周遊観光に出かけている姿が見えてくる。これでは、国内ロングステイは短期旅行と変わりはない。また、長期滞在では、土地の人との親密な交流や土地の人しか行かないお店や食堂を楽しむなど、より深い体験ができるが、このような世界を楽しむには、成熟したライフスタイルに基づく気持ちの切り替えが必要だと考えていたが、それよりは短期旅行同様、長期滞在の旅に出るための外部からの働きかけやきっかけ作りが国内ロングステイ普及の重要なカギとなるだろう。

「ちょっと暮らし」には年間2,800人(2015年実績)もの多くの長期滞在者の参加が得られているので、ここでの量的および質的分析のためのデータ収集と分析は今後の国内ロングステイ発展のためには極めて重要かつ戦略的な研究と位置づけることが出来る。

【補注】,【参考文献】

---

[1] 1週間2万円、2週間3万円、3週間4万円、4週間5万円ただし光熱費別

[2] 北海道庁報道発表資料（2016年6月16日修正）：北海道体験移住「ちょっと暮らし」利用者アンケート調査結果実績（平成27年度年間分）
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ckk/ijutaikengaiyo.pdf

[3] 北海道総合政策部地域創生局地域政策課提供

[4]千葉（2015)地方自治体における長期滞在と観光振興に関する研究－上士幌町の体験移住を事例として－　第30回日本観光研究学会全国大会学術論文集 pp.141-144

東南アジアの OTC (Over The Counter) 医薬品とセルフメディケーション
―東南アジアロングステイの生活を支援する―

OTC (Over The Counter)　Medication in Southeast Asia

溝尾朗*、白井拓史**、野田一成***
Mizoo Akira, Shirai Takushi, Noda Kazushige

ロングステイ調査統計によると、海外ロングステイヤーが不安に思うことは、1 位治安、2 位医療である。医療への不安を軽減するためには、日本とは異なる現地の医療資源を活用することが求められる。今回東南アジアの OTC 医薬品の種類と値段を調査したので、東南アジアのロングステイヤーがセルフメディケーションを行う際のコスト、アドバイス、偽薬などのリスクについて、医師の立場から報告する。近年、抗生物質の不適正な使用が、耐性菌の増加の一因として注目され、国際社会の大きな課題となっている。2016 年 5 月に開催された第 42 回 G7 伊勢志摩サミットでも、耐性菌対策が議論された。適切な抗生物質を、必要な場合に限り、適切な量と期間で使用することが重要であり、OTC 治療においては特に注意が必要である。

キーワード：OTC、セルフメディケーション、ロングステイ、東南アジア、耐性菌対策

１．　長期処方について

2002 年の診療報酬改定により、日本では慢性疾患の治療薬などでは、新医薬品、向精神薬、麻薬を除き、投与日数の制限は廃止された。例えば、長期の航海に従事する場合には、180 日分まで投薬可能であったのである。

しかし、2016 年の診療報酬では、残薬や重複処方を削減するために、症状が安定していても、患者の飲み忘れの服薬管理が可能、かつ病状が悪化した際の対応方法・連絡先の通知という条件を満たさなければ、30 日以上の長期処方ができなくなった。当然海外ロングステイヤーや駐在員にも適用され、高血圧、高脂血症、糖尿病などの慢性疾患であっても、海外滞在中の服薬管理は難しいので、今後長期処方は困難となるであろう。

その場合、海外転出者でなくとも、毎月日本に一時帰国できなければ、ロングステイ期間中に薬の備蓄が切れることもある。また、海外旅行保険は慢性疾患の診療には、基本的に適用されない。その対応策の 1 つとして、あらかじめ日本の主治医と相談した上で、東南アジアの信用できる薬局で、不足分を購入することも検討されるであろう。

幸いなことに、東南アジアでは、高血圧、高脂血症、糖尿病、逆流性食道炎などの治療薬でも OTC として購入できる。東南アジアでは医療資源が不足しているため、医療機関での待ち時間がかなり長く、また費用が安くなるため、国民の OTC 医薬品の利用頻度は高い。その一部の薬を日本と比較して記したものが表 1 である。日本の薬価と比べ 1/10～1/3 であり、日本で健康保険を使った場合の自己負担（10-30%）に比べても、同程度もしくはやや安いので、ロングステイヤーも利用可能である。

２．　抗生物質の使い方

表 2 は日本とタイの抗生物質の比較である。日本で健康保険を使った場合の自己負担（10-30%）に比べて、ほぼ同程度の費用である。

(1)　旅行者下痢症

発展途上国で発症した下痢（旅行者下痢症）の 80－90%は、細菌感染症と報告されており、軽症であれば整腸剤のみで経過をみてよいが、1 日 5 回以上の下痢、38℃ 以上の発熱をともなう場合は、抗生物質を使用する。血便や高熱をともなう場合は、当初から医療機関を受診するべきである。

Levofloxacin（商品名 CRAVIT）や Ciprofloxacin（商品名 CIPROBAY）が以前からよく使われ、現在でもファーストチョイスとなっているが、最近タイなどでは耐性菌が増えたため、Azithromycin（商品名 ZITHROMAX）を使用することが多くなっている。治療量と治療期間は 1 日 500mg、1 日～3 日間の内服が一般的である。これで改善しないときは、医療

＊JCHO 東京新宿メディカルセンター, ＊＊Vietnam Lotus Clinic, ＊＊＊Raffles Medical Hanoi

機関への受診が必要である。

(2) かぜ症候群とインフルエンザ

かぜの 80-90%はウイルス感染が原因と言われており、本来自然治癒する疾患であるので、抗生物質は不要である。基本的には対症療法（解熱鎮痛薬、鎮咳剤、漢方薬など）で経過をみる。かぜにおける漢方薬の有効性が少数ながら報告されているので、個人的な意見であるが、自分に合った漢方薬を見つけておくと良い。一部のかぜは二次的な細菌感染に移行するので、症状が長引く・症状が悪化・いったん良くなったがぶり返したなどの徴候が出現したときは、抗生物質の投与を必要とすることが多い。そのときの抗生物質は、感染臓器、症状、その地域の耐性菌の動向により、選択する必要があるので、医療機関を受診するべきである。

インフルエンザの流行期には、急な体温上昇に急性上気道炎症状（咳、咽頭痛、鼻汁など）を伴う場合は、インフルエンザを積極的に疑い、医療機関を受診する。東南アジアでは、冬だけでなく 1 年中インフルエンザが発症しているので、冬以外の季節でもインフルエンザに罹患する可能性がある（図 1)。

(3) 抗生物質の適正使用について

抗生物質の不適切な使用により薬剤耐性菌が増える（図 2）一方、新たな抗生物質の開発は減少傾向にあり（図 3)、国際社会の大きな課題となっている。

このような状況で、日本も薬剤耐性（AMR）対策アクションプランを作成した。その中で、国民への普及啓発・教育として、「かぜ症候群の多くで抗生物質は不要である」、「処方された抗生物質は飲みきる」ことを強調している。実際に 2016 年の内閣官房・厚生労働省による意識調査では、抗菌薬（抗生物質）は、風邪やインフルエンザに効果がないということを知っていますか？との質問に、43%の人が知らないと答えている。また、多くの親が子供に医師の指示通りに抗生物質を内服させず、自分の判断で量を調整し、短い期間で中止することが、調査で報告されている。

これらの抗生物質の不適切な使用が、耐性化や他人への感染機会の増加につながるのである。

東南アジアをはじめ多くの発展途上国では、OTC 医薬品として容易に抗生物質が購入できるため、耐性菌を生む発生源の 1 つとして、警戒されている。

かぜで安易に抗生物質を使用しないこと、医療機関から処方された抗生物質は飲みきることを、東南アジアのロングステイヤーにも、注意を促したい。

(4) 花粉症、蕁麻疹

世界の三大花粉症の原因は、スギ、イネ科、ブタクサであるが、日本に最も多いスギ花粉は東南アジアには少ない。日本でスギ花粉症に悩まされてきた人が、東南アジアにロングステイをしたら解決したという話をよく聞く。しかし、スギ以外の原因による花粉症は存在するので、季節によっては東南アジアで悪化することもある。

花粉症や蕁麻疹の治療薬である抗ヒスタミン薬は、日本で処方箋の必要な医療用医薬品から転用されたスイッチ OTC 医薬品として使用できるようになった。

東南アジアでも、当然 OTC 医薬品として購入できるので、ステロイド点鼻薬を加えてその比較を表 3 にまとめた。一般に日本の OTC 医薬品は薬価の 1.3～5 倍の設定になっている。

軽症の花粉症や蕁麻疹などのアレルギー性疾患であれば、現地の OTC 医薬品を利用し、それでも症状がコントロールできなければ、医療機関を受診する。

３． 偽薬について

WHO は発展途上国で売られている薬のうち、10～30%が偽薬であり（先進国は 1%未満）、PSI は全世界の偽造医薬品事件のうち、47%がアジア太平洋地域で発生していると発表したように、アジア、中南米、アフリカなどの発展途上国での偽薬の蔓延が危惧されている。限られたデータではあるが、マレーシアでは、2008 年 OTC 医薬品の 5.28%、2006 年のファイザー製薬の自社製品の調査でも 4.8%が偽薬であった。特に抗マラリア薬、抗 HIV 薬を中心とする抗菌薬、抗神経科薬に多く、注意が必要である。

最近、インターネットショッピングによって薬を購入する人が増えている。オンラインで購入できる薬には偽薬が多く、インターネットで購入できる ED（勃起不全）治療薬は、日本で 43.6%、タイで 67.8%が偽造品であったと報告されている。偽造薬品は有効成分が含まれないどころか、健康被害を起こす物質が含まれていることもあるので、安易にオンラインで薬を購入するべきではない。以下に OTC 医薬品を購入する際の注意点をまとめておく。

1. 知名度の高い薬局で購入し、市場などでは買わない。
2. 薬のラベルや使用期限を確認する。
3. インターネットショッピングで薬を購入しない。
4. 薬のアレルギー歴のある人は、購入時にその成分が含まれていないかチェックし、アレルギー反応が出現し

たら、直ちに中止し、医療機関を受診する。

謝辞：本研究は長期滞在型・ロングステイ観光学会研究分科会の助成を受けて行われた。ここに謝意を表する。

【参考文献】

1.『ロングステイ調査統計 2016』ロングステイ財団
2.『診療報酬の算定方法の一部改正に伴う実施上の留意事項について』厚生労働省保険局　保医発 0304 第 3 号平成 28 年 3 月 4 日
3.『インターネットを介した偽造 ED 医薬品 4 社合同調査. 佐々木春明ら．日本性機能学会誌 25(1); 19-28: 2010』
4.『IMPACT (International Medical Products Anti-Counterfeiting Taskforce 2006-2010』WHO, AIFA
5.『Fake medicines in Asia』Philip Stevens & Dr. Helmy Haja Mydin Emergency Markets Health Network
6.『SSFFC Medical Products Activities Global Surveillance and Monitoring System』WHO
7.『CDC Health Information for international Travel 2016』 CDC
8.『Dynamic patterns of avian and human influenza in east and southeast Asia』Andrew W Park and Kathryn Glass　Lancet Infect Dis 2007; 7: 543–48
9.『Airborne pollen in Bangkok, Thailand: A 35-year update』Wisuwat Songnuan et al. Asian Pac J Allergy Immunool 2015; 33: 253–62
10.『ANTIBIOTIC RESISTENCE THREATS in the United States』CDC 2013
11.『IDSA. Antibiotic Resistance Fact Sheet 2013』CDC
12.『薬剤耐性（AMR）対策アクションプラン 2016-2020』国際的に脅威となる感染症対策関係閣僚会議

単位はすべて円	日本（薬価）	日本（自己負担）	タイ
アムロジン(5mg)			
降圧剤	47.6	5～15	2～4
メトフォルミン（500mg）			
糖尿病薬	16.7	2～6	1～2
オメプラール（20mg）			
逆流性食道炎薬	128.9	13～39	5～15

表１　日本と東南アジアのおもな生活習慣病薬の値段の比較

単位はすべて円	日本（薬価）	日本（自己負担）	タイ
クラビット(500mg)	415.7	45～135	50～120
アジスロマイシン(250mg)	246.2	26～80	30～90
パセトシン（500mg）	20	2～6	3～9

表２　日本と東南アジアのおもな抗生物質の値段の比較

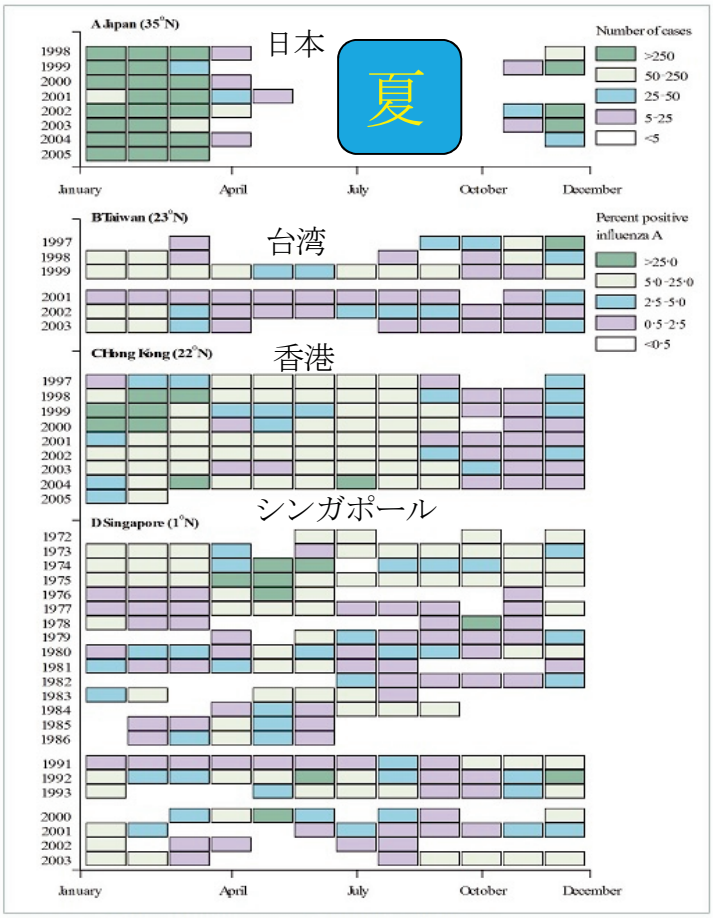


Figure 1: **Seasonality of human influenza A cases in east and southeast Asia**
The data from (A) Japan[14] show monthly cases of influenza A, whereas data from (B) Taiwan,[15,16] (C) Hong Kong,[17] and (D) Singapore[18-20] show percentage of isolates positive for influenza A.

図１ 日本と東南アジアのインフルエンザの流行気節

	日本（薬価）	日本（自己負担）	日本（OTC）	タイ
ジルテック（10mg）	92.2	9〜28	約 130	10〜30
ナゾネックス点鼻薬	3856	386〜1157	なし	1350

表 3　日本と東南アジアの代表的な抗ヒスタミン薬とステロイド点鼻薬の値段の比較

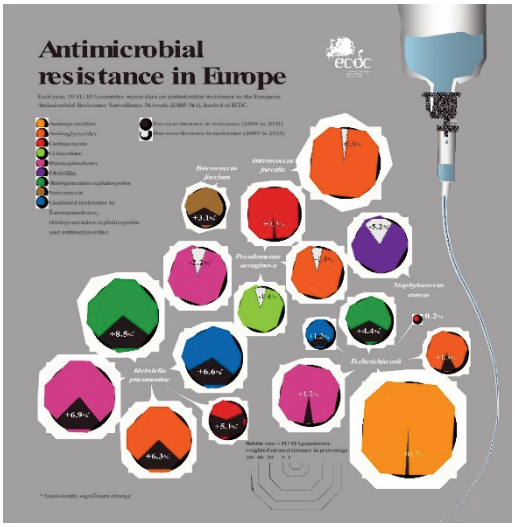


図 2　ヨーロッパにおける耐性菌の増加

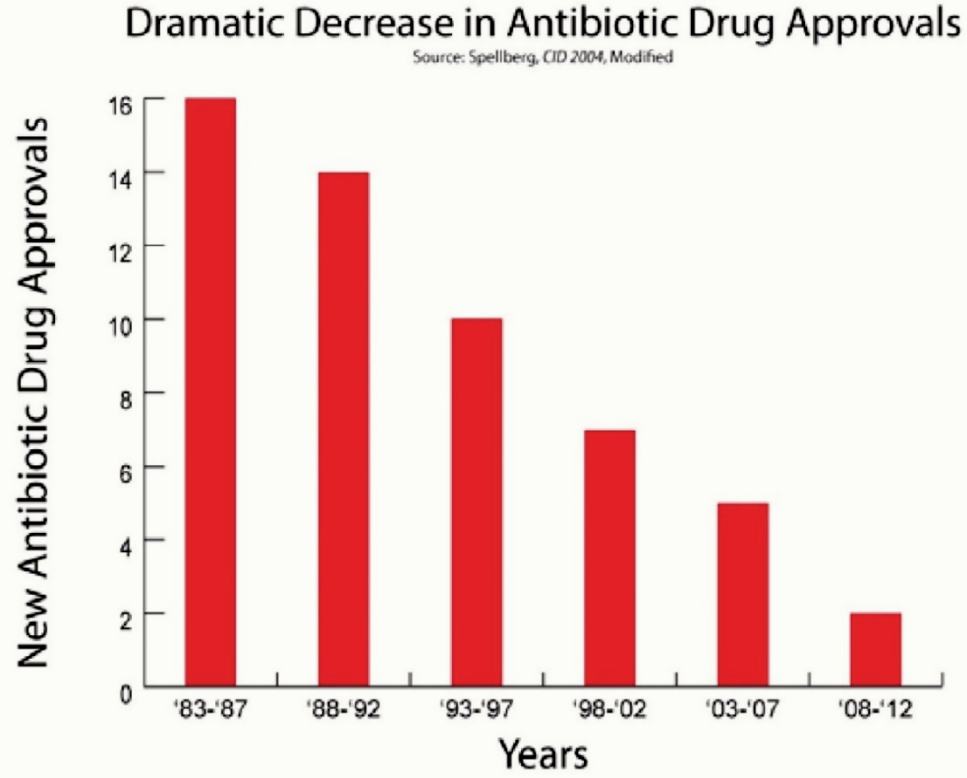


図 3　アメリカで新たに認可された抗生物質の数の推移

長期滞在型観光学体系の新たな試論

New Tourism Studies of Long-stay～Tentative assumption

旭岡叡峻*
ASAHIOKA Eishun

我が国は、外国人訪問客約２０００万人／年間になり、観光産業も成長戦略の重要施策になった。これに伴い、観光政策、観光支援策、観光の多様化に伴うインフラの整備、ネットワーク等による新たな観光拠点連携、新技術を応用した観光事業構造の変化への対応、観光マネジメントと人材育成の在り方、地域創生との連携等の新たな動きが顕著になってきている。そこで重要なのは、長期滞在型観光学を体系化し、これまでの総花的な観光学を整備して、産官学一体化した観光産業を強化育成し、また観光に関係する人材育成を強化していくことが緊急である。観光産業も、新技術の導入等でその産業形態や運営形態は大変革を遂げつつある。こうした新時代の観光産業を飛躍的に成功に導くためには、新たな知の集積により観光産業の現場の迅速な変化対応能力を強化して、国際競争力のある観光学体系を構築しなければならない。

キーワード：長期滞在型観光、新たな観光の産業成立条件、観光学体系、

１． 観光産業の変化

観光構造の**第１の変化は、長期滞在型観光への変化**である。我が国の観光産業は、名所旧跡や温泉等の拠点観光が主流であり、また国民の休暇制度は、分散傾向になるとはいえ、休日の多い日程等により、混雑を覚悟で、短期間の滞在での休暇であった。勿論、長期滞在型がないわけではないが、限定された人数であり、季節による影響に左右されて、通期を通して、ある程度の採算を得る方法でしかなかった。長期滞在に向く観光拠点は限定的であり、宿泊施設、滞在内容、コスト等大きな問題であった。然し、企業の休暇取得の改善や受け入れ先の旅館やホテル等も長期滞在のためのコスト面や受け入れ態勢の整備によって、かなりの改善がなされてきている。**第２の変化は、新たな技術の導入**である。観光には、滞在先の事前知識や日程管理、コスト管理等が不可欠である。そこで、顧客のニーズに対応して、本当の魅力のある場所の選択、日程管理、コスト等において、顧客への提供がいろいろ行われた。しかし、知識技術（情報技術やＡＩ技術等）の導入によって、個々に対応した事前広告、事前宣伝、ＶＲやＡＲでの仮想空間での事前体験、スマートフォン等での予約や決済の手軽さ、シームレス交通移動手段の改善、旅行客の体調や好みに合わせた料理の提供、レンタルサービスやウーバー等の配車情報、民泊の充実、医療の遠隔診断サービス、接客に置けるロボットの導入、リアルタイムでの顧客の満足レベルでの瞬時の処理、経営管理手法の導入、物流システムの導入での安定的な供給、おもてなしの満足感の改善、搬送ロボットや接待ロボット等による人件費やテマヒマの削減、省エネシステム、リサイクルシステム、自然エネルギーの利用等従来から問題であった運営経費の削減等で、採算性の合うシステム運用が進展している。特に日本の施設経営にとって軽減が困難な経営運用の低減の仕組みは大きな発展を遂げている。

第３の変化は、観光方法の変化である。つまり物見遊山から、体験や交流型への変化である。単に名所旧跡を見たり、自然景観を楽しんで、後は旅館かホテル等で温泉や食事を楽しむことから、自分が自ら参加体験できる娯楽、工房での工芸品や伝統品のものづくり、産地での食材や果実の取り入れ、現地の工場等でのモノづくりの経験等新しい経験をすることで、通常はできそうにない経験や体験が好まれるようになってきた。そうした変化によって、観光分野では多くの知の統合が重要になってくる。

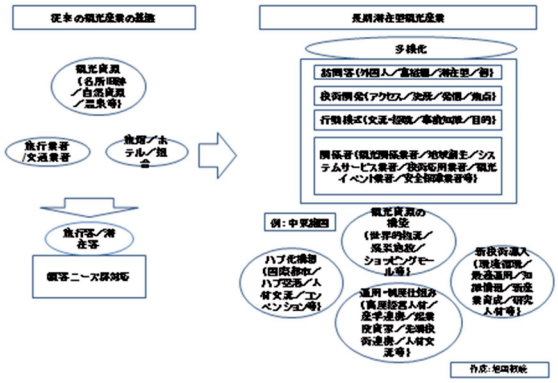
採算管理や投資管理等経営戦略や管理、地域開発や地域連携やコミュニテイ―創造、観光地域としての魅力ある景観デザイン、諸施設の配置やシステム導入、地域の都市インフラの整備、観光としての風土や歴史の発掘、土産物等の新たな商品開発、ＡＩ応用の訪問顧客のニーズの迅速な把握や消費傾向の把握、多様なイベントメニューの開発、迅速な予約や決済の仕組み、シームレスな交通／移動システム、高齢社会や人件費増大に対応するロボットとの共生、環境技術による環境保護と回復等観光産業を推進するためには、あらためて多くの智慧が必要になってくる。

特に国際的観光産業の展開は、国家プロジェクトとして

＊（株）社会インフラ研究センター代表取締役、長期滞在型ロングステイ観光学会理事

大規模な開発を実現する例も少なくなく、如何に多くの観光客や人材が集まるかの構想を明確にしている例も多い。

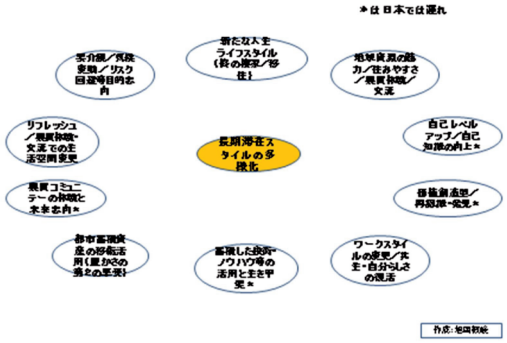
参考：観光産業の構造変化



2．観光産業の成功条件

観光産業は、訪日顧客の多様化に対応して、日本の持つ美しい景観、歴史的な名所旧跡、安全で美味しい食文化、きめ細かなもてなし等国際的な優位条件をも辞している。しかし、観光の持つ意味が変化しつつあり、こうした変化に対応して強化していく必要がある。

参考：長期滞在スタイルの多様化
（国内／海外から国内／（国内から海外））

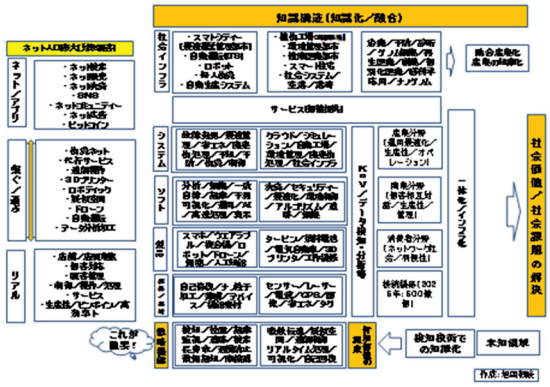


特に、長期滞在のライフスタイルの狙いとしての
①異質コミュニティーの体験と未来志向の動機づけ、
②自己レベルアップ／自己知識の向上、
③価値創造型／再認識・発見の機会
④蓄積した技術・ノウハウ等の活用と生き甲斐
等は、日本での対応は遅れており、強化すべき課題も多い。このような観光産業の成功基盤を構築するためには、従来の観光学では対応することができない。

したがって、観光産業強化育成に必要な人材育成に転換しなくてはならない。

ところで現在産業界は産業パラダイム変革の大転換にある。知識技術（Knowledge technology）によってＫｏＶ（Knowledge technology of value ）の新時代に突入している。

参考：知識基盤社会と知識産業革命の深耕



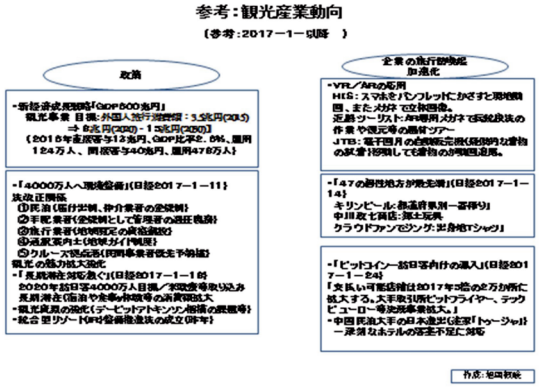
知識産業革命の基本構造は、①知識検知技術の発展による**未知領域のデータ化**である。センサー、レーザー、ＧＰＳ、超音波、高感度カメラ、顕微鏡、磁気計測、微生物機能応用、試薬等によって、微細な動き、物性、位置、不可視の可視化、空間認識、内部構造、化学変化、心理や感覚等がわかるようになった。②こうして収集したデータの「知の利用技術」として、分析、保存、編集、伝送、表示、制御、ネットワーク等の高度化が深耕している。ここには、ハード系（モノづくり）とソフト系及びその融合（統合）技術が実現されている。こうして「知識化」が拡大していく。③これらの基盤技術によって、「知の実現形態」として、知識素材／部品（薄膜、遺伝子、曲面表示等）、知識製品（３Ｄプリンター、ウエアラブル、燃料電池等）、知識ソフト（人工知能、クラウド、疑似空間、脳科学等）、知識システム（ロボット、無人物流、自動運転、再生医療等）、知識サービス（ＩｏＴ、個への対応、スマートコミュニティー、能力支援等）へと新しい実現形態が展開され、新しい「知識産業」として形成さる。

またこれらが、社会インフラ化（プラットフォーム化）し、産業間の融合／統合化をもたらしている。さらに④この知識産業は、未来の社会価値、顧客価値としての**「戦略機能」を実現する**ために、開発実現されていくのである。つまり、戦略機能とは、自己修復、環境観測、状態認識での過誤の減少、自動化／高生産効率、予防、最適運用等の価値実現のために、構築されることになる。

これは従来のものづくりでも価値づくりでもなく、「戦略機能」実現のためのハード系とソフト系の
新たな知識統合なのである。

このことは、製品やシステムやサービスを実現するための開発や実用化ではなく、社会価値／顧客価値を実現するために、

どのような技術、製品、ソフト、システム、サービスを提供するのかを先行的に設定して、そのためのツールを統合するという新たな価値実現形態となる。
観光産業もさまざまな事業構造に、知岸技術の応用による変革が起こっている。
このような産業界の大変革の影響を免れることはできない。最近の最新動向を見ても変化は急である。



３．長期滞在型観光学

このような観光産業を強化するためには、長期滞在型観光学を体系的に構築していくことが重要になってくる。
これまでの観光学と違い、範囲の広がり、多くの知識の統合が必要になってくる。

長期滞在型観光学として

- 観光の対象となる地域経営、諸施設の経営管理や運営、導入するシステムやソフト、サービスの投資効果と判断、また採算性や経営計画の立案と問題解決能力が重要になる。そのためには、経営学（経営計画／収益管理／経営管理／会計学／経営組織論／プロジェクトマネジメント／人事管理／投資効率／監査等）。
- 観光産業モデル構築に必要な設計モデリング、計画の確実さを支援するシミュレーション、顧客満足度を事前にモデル化して必要な条件や予見を発見し、集客を拡大するための条件を検討する各種シミュレーション
- 資源投入や資源供給の最適化を図ったり、システムの効率化や顧客のリアルタイムの満足度を上げるための条件を探る等のビッグデータ分析
- 観光産業は都市経営と不可欠な関係である。都市を如何に効率的に、また創造空間として構築するのかが重要であり、都市経営学は、都市管理学／地域資源発掘管理／官民連携／地域資源再生・循環／都市施設の配置等都市の全体経営に関係することになる。
- 観光産業を確立するためには、新たな知識技術の知識は大きな条件になる。産業自身が知識産業へ移行しつつあり、観光産業を構成する産業それぞれの未来像を認識し、その連携を検討しなければならないのである。観光インフラ関連科学技術は、種々のシステム構築／ＩＣＴ（情報技術）／ＶＲ（仮想現実）／ＡＲ（拡張現実）／ＡＩ（人工知能）／データ分析解析／ロボット工学／高度アルゴリズムソフト等をツールとして応用することになるので、知識技術の理解と連携が不可欠である。
- 観光産業を今後生き生きとしたコミュニティー基盤とする動きは目覚ましい。ここで、コミュニティー学では、コミュニティー構造、コミュニティー形成の条件、コミュニティーの運用、コミュニティーにおける個との良好な行動心理学等を理解することも重要である
- 観光産業は、国土の新しい構造改革でもあり、建設／建築学（価値建設／国土構造学／快適な建造物／法的規制等）も重要な役割になる。
- 今後の観光産業は環境問題の解決要素を持たなくてはならない。したがって、環境学（環境分析／環境整備／廃棄物処理／リサイクル／循環型構造等）を駆使して、環境に優しい開発推進が必要である。
- 観光の地域創生への連携が期待されています。その意味では、地域資源学が必要になります。地域資源発掘、地域資源の再生、特産物開発企画等地域の魅力をいろいろな視点から引出し、魅力ある地域を開発することも重要になっています。
- 観光の海外訪日客に対する拡大期待が強くなってきますが、地震、風水害、テロ等のリスク拡大に備える意味も含めて、安全学として、リスク管理、安全確保、レジリエンス、防災減災等事前、事後処理にわたり、何が必要なのか、現場の知恵を生かしながらの実践的な展開も居慮する必要がある。
- 観光にとって、デザイン学も不可欠である。都市デザイン、景観デザイン、／地域／施設配置／誘導デザイン等デザインによって、魅力ある、顧客がリピートできる構造を構築することはますます重要になる。
- 観光が、地域との関係が重要になっていることは言うまでもなく、地域定住の住民にとっても必要な地域産業学として、地場産業分析、産学連携、新産業形成等持続的な展開も検討することが必要である。

・観光産業にとって、ソフト面からの強化も重要になっている。多様化に対応してのイベント創造学（イベント開発創造／イベントメニュー構成等）は、如何に魅力あるイベントを企画するのか観光競争のキーとして重要になる。

・日本の観光産業の大きな要素である、もてなしサイエンス学。接客・もてなし、心地よさの心理学、心に響くもてなしの方法等をサイエンスとして把握し、もてなしをマニュアルではなく、柔軟に対応できるように学ぶ。

・観光にとって、文化遺産等は重要な要素である。その文化遺産に関し、文化遺産保存学（文化遺産保存／文化遺産への接し方等）を体系化する。

・さらに歴史学として、地域歴史、伝説伝承、風土、文化人類学、国際文化比較学、異文化理解／交流等）によって、観光の深みを増す。

・現在、観光は、医療／健康／介護学（予防医学／救急救命／健康維持／介護／行動認知学等）等を本格的な　カリキュラムに構成することは必須である。

・観光にイベント等では、音楽／芸能／博物学／美術、文化再構築と習得／交流等を観光に厚みを付け、楽しい時間を演出することができる。

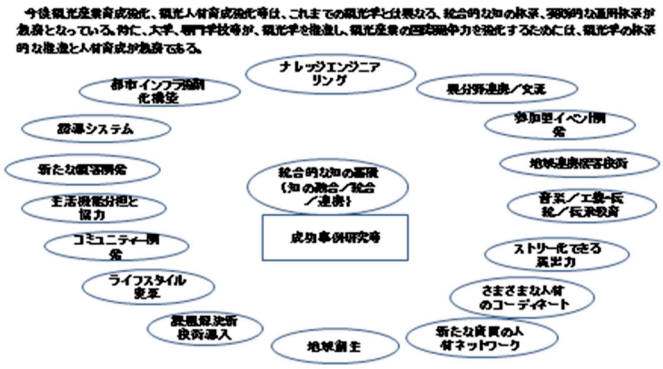
・観光の大きな要素である、食／料理（食材学／調理学／栄養学等）等世界に誇る日本料理をその素材から学ぶ意味は大きい。このように多くの分野の知識の統合や集積が、必要になってくる。したがって、これらの体系的、実践的なプログラムの展開が必要になってくる。

４．今後の展開

こうした観光学の体系を学ぶとともに、今後観光産業育成強化、観光人材育成強化等は、これまでの観光学とは異なる、統合的な知の体系、実践的な運用体系が急務となっている。特に、大学、専門学校等が、観光学を推進し、観光産業の国際競争力を強化するためには、観光学の体系的な推進と実践的な人材育成が急務である。

また、こうした専門人材を使いこなす人材も必要であり、その要素は、総合的統合的な知の蓄積や事例を学びながらのさらなる知見の積む重ねが必要になる。

参考：今後の統合展開に必要な要素



最後に観光産業はますます国際競争が激化する中で、魅力ある観光資源開発、観光客の多様化への対応、事前情報発信からアフターケア、総合的な運用方法、新たなアイディア、実現実施体制、サービスの質の持続的向上、より進んだ技術の導入等広範囲の総合的な展開能力が必要になってくる。日本はこうした観光産業の未来像を創造的に検討しながら、長期的な視点に立って、インフラの整備、人材の育成等へ舵を切らなければならない。

（参考）

・日経新聞、煮蕙産業新聞
・「産業観光への取り組み」日本交通公社
・「産業観光への手法」学芸出版社
・エドワード・オズボーン ウィルソン「知の挑戦―科学的知性と文化的知性の統合」　角川書店　2002
・リム・イスマエル他「シンギュラリティー大学が教える飛躍する方法」　日経ＢＰ社　2015
・ドラッカー「ポスト資本主義社会」ダイヤモンド社　2007
・マーティンフォード「テクノロジーが雇用の７５％を奪う」朝日新聞出版　2015

他。

長期滞在型・ロングステイ観光学会　会則

平成 27 年 9 月 5 日　発起人会議策定
平成 28 年 3 月 18 日　施行

第 1 章　総則
（名称）
本会は、長期滞在型・ロングステイ観光学会と称する
（事務所）
第 1 条　本会の事務所は、理事会が指定した場所に置く。
第 2 条　本会は、理事会の議決を経て支部を置くことができる。
　　2　　支部の設置について必要な事項は、別に定める。

第 2 章　目的および事業
（目的）
第 3 条　本会は、国内及び国外における長期滞在型観光（ロングステイ）の普及促進をはかるため、学術研究並びに普及に必要な諸条件の整備に産官学で取り組み、長期滞在型（ロングステイ）の進展と産業育成を目的とする。
※ 諸条件とは、医療・介護・教育・安全・滞在施設・保険・資金・語学・地域コミュニティとの共生・雇用機会・休暇制度・各種アクティビティ等
第 4 条　本会は、前条の目的を達成するために次の事業を行う。
　　①　機関紙、学術論文集その他刊行物の発行
　　②　研究発表会、学術講演会、講演会等の開催
　　③　調査および研究
　　④　長期滞在型・ロングステイ観光に関連する諸団体との交流
　　⑤　研究の奨励と研究業績の表彰
　　⑥　その他本会の目的を達成するために必要な事業

第 3 章　会員
（会員の種別と資格）
第 5 条　本会の会員は、次のとおりとする。
　　①　正会員　長期滞在型・ロングステイ観光に関する学問分野について学識経験を有する者、または関連分野で実務に従事するもので関心の高い者
　　②　一般会員　長期滞在・ロングステイを実践されている者で、ロングステイに関心を持っている会社員、各種団体、並びに一般の方。
　　③　準会員　長期滞在型・ロングステイ観光に関連する専門の教育を受けつつある者で、大学院・大学・短期大学または高等専門学校に在籍する者
　　④　賛助会員　本会の目的・事業に賛同する法人または、行政機関、公共団体、特定非営利法人並びに各種団体
　　⑤　名誉会員　本会に対して特に功労のあった者または長期滞在型・ロングステイ観光に関連する事業において功績が特に顕著な者で、総会の決議をもって推薦された者
（会費）
第 6 条　次の各号に掲げる会員は、それぞれ年会費として当該各号に掲げる額を、毎会会計年度に納入しなければならない。
　　①　正会員　　8,000 円
　　②　一般会員　　6,000 円

③　準会員　　4,000 円
④　賛助会員　　一口 50,000 円以上（複数口可）
⑤　名誉会員　　0 円

2　納入された会費は、返還しない。

（入会手続き）

第 7 条　正会員、準会員ならびに賛助会員になろうとする者は、入会申込書を提出し、理事会の承認を得なければならない。

2　名誉会員として推薦された者は、入会の手続きを要せず、本人の承諾をもって会員となり、かつ、会費の納入を要しない。

3　会員の資格審査に関する必要な事項は、別に定める。

（資格の変更）

第 8 条　会員の資格の変更は、入会の手続きに準ずる。

（会員の権利）

第 9 条　会員は、本会が発行する機関誌その他の刊行物の優先配付を受けるほか、本会が主催する事業に参加することができる。

（権利の停止）

第 10 条　会長は、会員が会費を 1 年以上滞納したときは、理事会の議決を経て前条に定める会員の権利を停止することができる。

（会員の資格の喪失）

第 11 条　会員は、次の各号に該当するとき、その資格を失う。

①　退会
②　禁治産または準禁治産の宣告
③　死亡、失踪宣告または団体である会員の解散もしくは消滅
④　除名

（退会）

第 12 条　会員で退会しようとする者は、退会届を提出しなければならない。

（除名）

第 13 条　会長は、会員が次の各号に該当するときは、理事会の議決を経てこれを除名することができる。

①　会費を 2 年以上滞納したとき
②　本会の名誉を傷つけ、または本会の目的に反する行為があったとき

第 4 章　役員

第 14 条　本会に、次の役員を置く。

①　会長　　1 名
②　副会長　2 名以上 5 名以内
③　理事　　10 名以上 15 名以内（会長、副会長を含む）
④　監事　　2 名
⑤　顧問団　理事会が必要と認めた場合、顧問団を設置する

（役員の選任）

第 15 条　理事および監事は、総会で正会員の中から選任する。

2　会長および副会長は、理事会が理事の中から選出し、総会の承認を経るものとする。

3　理事および監事は、相互に兼ねることができない。

（役員の職務）

第 16 条　会長は、本会を代表し、会務を総理する。

2　副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、または欠けたとき、会長があらかじめ指名した順序によって、その職務を代行する。

3　理事は、理事会を組織し、この会則に定めるところにより会務を執行する。

4　監事は、会計を監査し、その結果を翌会計年度に属する総会において報告する。

（役員の任期）

第 17 条　会長の任期は 2 年とする。

2　理事・監事役員の任期は 2 年とし、再任を妨げない。ただし、再任は、1 回を限度とし最長で 4 年とする。

3　補欠または補充により選任された役員の任期は、それぞれ前任者の残任期間とする。

4　役員は、任期満了のときにおいても、後任者が就任するまでの間は、その職務を行わなければならない。

（役員の解任）

第 18 条　役員は、本会の役員としてふさわしくない行為があったとき、または特別の事情のあるときは、その任期中であっても理事会の議決を経て、会長がこれを解任することができる。

（幹事）

第 19 条　会務の処理について理事を補佐するため正会員の中から理事会が委託し幹事を置き人数は若干名とする。

（職員）

第 20 条　本会の事務を処理するため、書記等の職員を置くことができる。

2　職員は理事会が任免する。

3　職員は有給とする。

第 5 章　会　議

（総会）

第 21 条　本会は、毎年一回総会を開催する。

2　総会は、正会員をもって構成する。

3　通常総会は、毎会計年度終了後 2 カ月以内に会長が招集する。

4　会長は、理事会が必要と認めたとき、または正会員の 10 分の 1 以上からの請求があったときは、速やかに臨時総会を招集しなければならない。

5　次の事項は通常総会に提出して承認を得なければならない。

①事業報告および収支決算についての事項

②事業計画および収支予算についての事項

③財産目録

④その他理事会において必要と認められた事項

6　総会は、会員の 10 分の 3 以上の出席がなければ、議事を開き、議決することができない。ただし、当該議事について書面もしくは電子的方法によってあらかじめ意思を表示した者は、出席者とみなす。

7　通常総会の議長は会長があたり、臨時総会の議長は、会議の都度会員の互選で決める。

8　総会の議事は、この会則に別段の定めがある場合を除いて、出席者の過半数を持って決し、可否同数のときには議長の決するところとする。

9　総会の議事の要領および議決した事項は、会員に通知しなければならない。

（理事会）

第 22 条　理事会は、理事をもって構成し、この会則に定めるもののほか、会務の執行に関する重要な事項について決定する。

2　会長は、毎年 2 回以上理事会を招集しなければならない。

3　会長は、理事現在数の 3 分の 1 以上から、会議の目的たる事項を示して請求のあった時は、直ちに臨時理事会を招集しなければならない。

4　理事会の議長は会長とする。

5　理事会は、理事現在数の 3 分の 2 以上出席しなければ、議事を開き議決することができない。ただし、当該議事につき書面もしくは電磁的方法によって、あらかじめ意思を表示した者は、出席者とみなす。

6　理事会の議事は、この会則に別段の定めがある場合を除いて、出席者の過半数をもって決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

第 6 章

（委員会）

第 23 条　本会は、会務の運営および第 5 条各号に掲げる事業の遂行のために必要な委員会を設けることができる。

2　委員会に関して必要な事項は、別に定める。

第 7 章

（経費の支弁）

第 24 条　本会の経費は、会費、寄付金、補助金およびその他の収入をもって支弁する。

（会計年度）

第 25 条　本会の会計年度は、4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までとする。

（予算）

第 26 条　本会の予算は、理事会の議を経て総会において決する。

（決算）

第 27 条　本会の決算は、翌会計年度に属する総会において承認を得なければならない。

第 8 章

（会則の変更）

第 28 条　この会則を変更しようとするときは、理事会および総会において、出席者（委任状出席を含む）の各々 4 分の 3 以上の同意を得なければならない。

（解散）

第 29 条　本会を解散しようとするときは、理事会および総会において、出席者（委任状出席を含む）の 4 分の 3 以上の同意を得なければならない。

付則

1. この会則は平成 28 年 3 月 18 日から施行する。
2. 設立発起人および設立総会前に設立準備委員会によって正会員または準会員もしくは特別会員として推薦された個人、法人、その他の団体は、第 8 条第 1 項の規定に関わらず、本会の設立と同時に、それぞれ正会員また準会員、もしくは特別会員になるものとする。
3. 本会の設立当初の役員等は、第 16 条第 1 項および第 2 項ならびに第 18 条第 1 項の規定にかかわらず、別紙のとおりとする。
4. 本会の設立当初の会計年度は、第 25 条の規定にかかわらず、会の設立の日から平成 29 年 3 月 31 日までとする。
5. 本会の平成 27 年度の予算は、第 27 条の規定にかかわらず、別紙のとおりとする。
6. 本会の設立に要した費用は、本会がこれを負担する。
7. 前項の費用は、本会が平成 27 年度予算に組み入れるものとする。

長期滞在型・ロングステイ観光論集　Vol .1　創刊号

編集　長期滞在型・ロングステイ観光学会第 1 回年次大会
実行委員会事務局
デザイン　野口洋平
発行　長期滞在型・ロングステイ観光学会
〒192-0395
東京都八王子市大塚 359 番地
帝京大学　経済学部　観光経営学科　金研究室
TEL：042-678-3353
E-mail：society@asjlt.jp
印刷　立教プリンティングステーション
発行日　2017 年 3 月 11 日

ACADEMIC SOCIETY OF JAPAN FOR LONG STAY TOURISM

ASJLT