

論 説

伊豆地域の観光と観光振興：ヒアリング調査からみえてくるもの

石 橋 太 郎・野 方 宏

1. はじめに
2. 静岡県および伊豆地域の観光の動向
3. 伊豆地域の観光の課題
4. 伊豆地域の観光振興
5. むすび

第1節 はじめに

最近、観光に対する視線が熱い。小泉首相の観光立国宣言を始めとして、「観光は21世紀のリーディング・インダストリー」、「大交流時代における観光」などに代表されるスローガンが目白押しである。政府ばかりではない。静岡県が2006年4月に発表した静岡県総合計画『魅力ある“しずおか”2010年戦略プラン』には「観光産業は、・・・21世紀の本県の基幹産業の一つとして期待されています」（同書、p.184）と、観光産業に対する大きな期待が表明されている。

ところで、観光というものを研究対象としてみた場合、これまでは文化や歴史、自然や景観といった側面から取り上げられることが殆どであった、とあってよいだろう。実際、インターネットで「観光」を検索しても殆どがこれらの側面に関するものばかりである。観光に関する書籍についても事情は同じである。上にみた「リーディング・インダストリー」といった観光「産業」を正面から取り上げた研究、つまり観光を1つの産業として位置づけ、経済学の視点から観光を捉えようとしたアプローチは意外に少ない。観光を「産業」として捉えた場合、どのような新たな側面がみえてくるか、少し誇張していえば、これがわれわれの問題意識である。

2年ほど前に、土居英二教授を中心に静岡大学人文学部経済学科の理論系の教員を中心に観光産業の研究プロジェクトが立ち上げられた。われわれの観点を共有するような先行研究が殆どないという現状に加えて、観光統計がバラバラで統一的基準に基づいたものが皆無という現状を考慮して、このプロジェクトはヒアリング（聞き取り）調査を中心に進められた。ヒアリング調査を通じて、観光統計データを収集しつつそれと並行して観光現場の情報を観光産業の分析に取り組むことが出来るのではないか、との期待もあった。ヒアリング調査は静岡県内を中心に現在も進行中であるが、これまでに行った調査報告のいくつかは既に公表済みである⁽¹⁾。

⁽¹⁾ 野方 [2005 a]、野方 [2005 b]、石橋 [2006]、石橋=野方 [2006]、野方 [2006]。

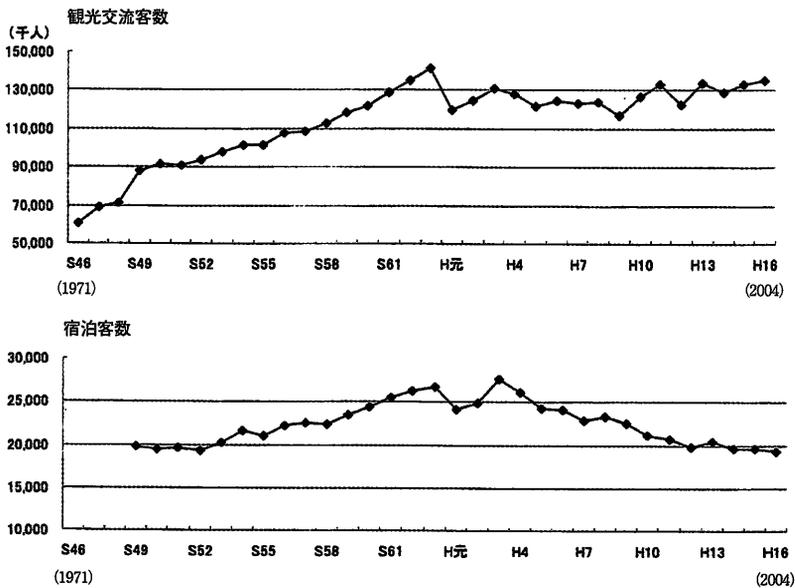
本稿は、これまでのヒアリング調査を踏まえて、伊豆地域の観光の現状と課題を論じたものである。次節では、伊豆地域の観光の動向を静岡県 of それと比較しつつ、この地域の観光の現状や特徴を把握する。第3節では、これまでのヒアリング調査からみえてきた伊豆地域の観光の課題を取り上げる。テーマは外国人観光客、広域観光、定住人口の3つである。第4節では、行政の役割について検討する。人材の育成という点が強調されると共に、他地域（由布院など）での観光振興における民間事業者の役割を検討する。最後に、今後の課題を触れ本稿を閉じる。

第2節 静岡県および伊豆地域の観光の動向

この節では、まず、観光統計にみられる代表的な用語である「観光交流客数」を簡単に説明し、伊豆地域の観光の動向を静岡県のそれと比較しながらみておこう。

観光交流客数とは宿泊者数（延泊数）と観光レクリエーション客数を合計したものであり、以前は観光入込客数と呼ばれていたものである。最近になって新たに交流という視点が観光に付け加えられるようになったため、観光交流客数という名称で呼ばれるようになった²⁾。観光レクリエーション客数とは、観光施設入込客数（神社・仏閣、公園、温泉入浴施設、ショッピング店などへ

図1 静岡県の観光交流客数・宿泊数の推移



出所 静岡県 [2005] p.6

²⁾ 1998年度から観光入込客数に代えて観光交流客数と呼ばれるようになった。なお、1999年度までは宿泊客数と日帰り（休憩）客数と観光レクリエーション客数の合計であったが、2000年度以降は日帰り（休憩）客数のデータが取れなくなったため、それが含まれていない。このように、調査方法や調査対象が変化しているため、観光交流客数のデータの比較には注意する必要がある。ここでは、全体の概要的な傾向をつかむことを目的にデータを利用することにする。なお、本節の観光統計資料は基本的に静岡県 [2005] に依拠している（ただし、本文での年号表示は西暦で統一している）。

の入場者)と季節行楽・行事入込客数(祭りやイベントなどの参加者)を合計したものである⁽³⁾。
 なお、以下では文脈に応じて観光交流客数と観光客数とを互換的に用いることにする。

(1) 静岡県の観光の動向

図1から明瞭に読み取れるように、観光交流客数はピークとなる1988年度(昭和63年度、1億4,148万人)まで一本調子で増加し、その後は1億2千万人台で推移していたが、2002年度(平成14年度)以降増加の兆しを示している(表1)。宿泊客数もピークの1991年度(平成3年度、2,765万人)までは増加傾向を示していたが、1992年度(平成4年度)以降は一貫した減少傾向が続き現在に至っている(表1)⁽⁴⁾。

また、静岡県が2003年度に実施した観光アンケート調査によると(静岡県, 2004)、観光客の年齢構成は50代がトップ(20.8%)であり、以下60代(19.2%)、30代(15.3%)と続き、50歳以上の観光客が約53%と全体の半分以上を占めている。観光客の居住地は関東が45.6%、静岡県32.1%、中部17.0%となっている。

(2) 伊豆地域の観光の動向⁽⁵⁾

伊豆地域の観光交流客数は、表1にあるように1996年度以降2004年度まで減少の一途をたどっ

表1 静岡県と伊豆地域の観光交流客数

①観光交流客数(②+③) (単位:千人)

年度	1989	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
静岡県	120,064	124,180	116,920	126,604	133,088	122,379	134,068	129,133	132,880	135,277
伊豆	54,410	56,741	53,997	51,647	52,814	44,461	46,465	44,267	42,937	41,178
県内シェア	45.32%	45.69%	46.18%	40.79%	39.68%	36.33%	34.66%	34.28%	32.31%	30.44%

②宿泊客数の推移 (単位:千人)

年度	1989	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
静岡県	24,139	23,337	22,500	21,125	20,717	19,843	20,372	19,659	19,642	19,276
伊豆	17,027	16,348	15,792	14,505	14,195	13,251	13,503	12,811	12,658	12,026
県内シェア	70.54%	70.05%	70.19%	68.66%	68.52%	66.78%	66.28%	65.17%	64.44%	62.39%

③観光レクリエーション客数の推移 (単位:千人)

年度	1989	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
静岡県	74,230	85,682	79,497	91,101	98,648	102,536	113,696	109,474	113,238	116,001
伊豆	26,249	32,080	30,154	29,530	31,386	31,210	32,962	31,457	30,279	29,152
県内シェア	35.36%	37.44%	37.93%	32.41%	31.82%	30.44%	28.99%	28.73%	26.74%	25.13%

出所 静岡県 [2005] pp.4-5より筆者作成。県内シェアは伊豆地域が静岡県に占める割合

(3) 1998年度から新しい調査項目として、ゴルフ場、川釣り、コンベンション、スポーツ観戦、フリーマーケットが追加された。
 (4) ただし、最近の日銀静岡支店の調査によると、2005年9月より4カ月連続で宿泊客数が対前年同期比で増加しており、2005年度全体で対前年増が見込めるという(2006年3月7日付け日本経済新聞)。
 (5) 静岡県 [2005] では、伊豆地域を構成するのは6市(沼津、熱海、三島、伊東、下田、伊豆)、10町(東伊豆、河津、南伊豆、松崎、西伊豆、伊豆長岡、函南、韭山、大仁、清水)、2村(賀茂、戸田)である。

ている。この2つの年を比較すると、静岡県観光交流客数は1,110万人、9%ほど増加しているが、伊豆地域は県とは逆に1,556万人、27%と大きく減少している。また、伊豆地域の観光交流客数の県内シェアも45%から30%へと大きく低下している。宿泊客数をみると、静岡県と同様減少傾向を示しているが、伊豆地域の減少の程度は数でみても率でみても静岡県よりも大きい(△406万人対△432万人、△17%対△26%)。また、伊豆地域の宿泊客数の県内シェアも70%から62%に低下している。こうした伊豆地域の数字は、静岡県の観光交流客数の伸び悩みや宿泊客数の減少の原因になっていると同時に伊豆地域の地盤の低下をも端的に示すものでもある。

また、先にみた静岡県の2003年度の観光アンケート調査によると、伊豆地域の観光客の年齢構

表2 伊東市の観光交流客

年	来遊客数(A)			宿泊客数		日帰客数(人)	
	1日平均(人)	対前年比(%)		Aに対する割合		Aに対する割合	
51年	5,486,700	14,991	91	3,343,300	60.9	2,143,400	39.1
52年	5,497,700	15,062	100	3,388,000	61.6	2,109,700	38.4
53年	5,620,900	15,400	102	3,055,100	54.4	2,565,800	45.6
54年	5,879,800	16,109	105	3,346,200	56.9	2,533,600	43.1
55年	5,552,700	15,171	94	3,071,000	55.3	2,481,700	44.7
56年	5,953,500	16,311	107	3,120,100	52.4	2,833,400	47.6
57年	5,929,100	16,244	100	3,128,700	52.8	2,800,400	47.2
58年	6,229,900	17,068	105	2,983,400	47.9	3,246,500	52.1
59年	6,331,200	17,298	102	3,167,200	50.0	3,164,000	50.0
60年	6,763,100	18,529	107	3,120,100	46.1	3,643,000	53.9
61年	6,876,000	18,838	102	3,292,900	47.9	3,583,100	52.1
62年	7,268,500	19,914	106	3,267,600	45.0	4,000,900	55.0
63年	7,583,900	20,721	104	3,523,100	46.5	4,060,800	53.5
平成元年	7,538,400	20,653	99	3,266,900	43.3	4,271,500	56.7
2年	8,461,300	23,182	112	3,837,600	45.4	4,623,700	54.6
3年	8,955,600	24,536	106	3,941,800	44.0	5,013,800	56.0
4年	8,836,600	24,144	99	3,841,200	43.5	4,995,400	56.5
5年	8,101,300	22,195	92	3,481,200	43.0	4,620,100	57.0
6年	8,087,200	22,157	100	3,604,100	44.6	4,483,100	55.4
7年	7,681,800	21,046	95	3,288,700	42.8	4,393,100	57.2
8年	7,946,600	21,712	103	3,572,400	45.0	4,374,200	55.0
9年	7,635,500	20,919	96	3,299,900	43.2	4,335,600	56.8
10年	7,387,100	20,239	97	3,275,400	44.3	4,111,700	55.7
11年	7,538,000	20,652	102	3,145,300	41.7	4,392,700	58.3
12年	7,219,000	19,724	96	2,911,300	40.3	4,307,700	59.7
13年	7,038,600	19,284	98	2,892,200	41.1	4,146,400	58.9
14年	7,170,000	19,644	102	2,912,600	40.6	4,257,400	59.4
15年	7,041,600	19,292	98	2,988,500	42.4	4,053,100	57.6
16年	6,752,100	18,448	96	2,772,900	41.1	3,979,200	58.9
17年	6,941,100	18,965	103	2,940,200	42.4	4,000,900	57.6

出所 伊東市観光課

成は50代（21.0%）、60代（20.2%）、20代（14.5%）の順であり、50歳以上が約56%と基本的には静岡県全体のそれと同じである。観光客の居住地は関東（70.7%）、静岡県（19.4%）、中部（5.8%）であり、関東からの観光客の比率の高さが際立っている。

次に、伊豆地域の代表的な観光地である伊東市の観光の現状についてみておこう⁶⁾。表2において、来遊客数は観光交流客数に、日帰客数は観光レクリエーション客数にほぼ対応する。伊東市の観光交流客数のピークは静岡県のそれに3年遅れた1991年（平成3年、約896万人）であり、この年までは静岡県同様一貫して増加してきた。その後は減少傾向を示していたが、ここ10年近くをみると、3%前後の増減を繰り返しており。観光交流客数の減少傾向に歯止めがかかってきたといえるのかもしれない。しかしながら、それでもピーク時に比べて200万人ほどの観光交流客数の減少（約23%減）である。

伊東市の宿泊客数は増加と減少を繰り返しながら観光交流客数と同じ1991年にピークを迎え（約394万人）、その後は減少傾向を示しているが、観光交流客数の場合と同様、下げ止まりともみえる動きが最近みられる。最新時点（2005年）での宿泊者数は約294万人であり、ピーク時に比べ約100万人の減少（約25%減）である。こうした伊東市の最近の観光客数の現状は、伊豆地域全体が観光交流客数、宿泊数ともに低下傾向にある中で、伊東市の「善戦」ぶりを示しているともいえよう。

観光客の居住地は関東が81%と伊豆地域の平均を10ポイントほど上回っている。また、観光客の年齢構成は30代（22.5%）、20代（20.2%）、50代（17.2%）の順であり、静岡県や伊豆地域のそれとは異なる構成を示している。そのため、50歳以上の観光客全体に占める割合は約39%とかなり低い数字になっている⁷⁾。

第3節 伊豆地域の観光の課題：ヒアリング調査から

この節では、われわれがこれまでに行った伊豆地域の観光ヒアリング調査から抽出した課題を3つ（外国人観光客、広域観光、定住問題）取り上げ、それについて個別に検討をしておこう。

(1) 外国人観光客

まず、わが国における外国人観光客に対する政府の取り組みから簡単にみておこう。2003年1月、小泉首相は施政方針演説の中で「観光振興に政府を挙げて取り組み、訪日外国人旅行者を2010年までに1,000万人に倍増させる」との観光立国宣言を表明し、2003年を「訪日ツーリズム元年」と位置づけ、「ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）」が大々的に展開されることに

⁶⁾ 伊東市の観光ヒアリング調査については石橋・野方 [2006] を参照。

⁷⁾ 伊東市の観光客の居住地と年齢構成は「平成17年度伊東温泉観光客実態調査報告書」（伊東市観光課）による。

なった。

国土交通省編『平成18年版観光白書』によると、2005年の訪日外国人旅行者数は673万人、対前年比9.6%、59万人の増加であり、過去最高を記録した。VJCのスタートする前年（2002年）の外国人旅行者数524万人と比較すると、3年間で約1.3倍に増加したことになる。国籍別訪日外国人旅行者数をみると、韓国175万人（+10%）、台湾127万人（+18%）、アメリカ82万人（+8%）、中国65万人（+6%）、香港30万人（△0.5%）の順になっており、アメリカを除く東アジアの上位4カ国からの訪日旅行者数が全体の約6割を占めている。

静岡県への外国人観光客に関する独自の統計は現段階では整備されているとはいいがたい。ここでは、静岡県生活・文化部観光交流室による推計データを示しておく（表3）。表3はVJCのスタートする前年の2002年までの数字であるが、国際観光振興機構（JNTO）の調査による都道府県別外国人訪問率を用いてVJC以降の静岡県への外国人観光客を試算してみよう。JNTO調査

表3 静岡県への外国人観光客

(単位:人)

区分	1997	1998	1999	2000	2001	2002
全体	151,924	173,077	176,014	128,832	204,320	171,987
アジア	106,655	130,294	134,135	92,557	140,129	119,391
韓国	25,356	38,650	37,254	29,483	40,699	42,321
台湾	42,997	57,747	50,205	30,674	38,619	28,274
香港	9,635	7,839	6,322	4,196	7,556	4,424
中国	17,634	11,797	19,700	12,916	28,050	25,132
その他アジア諸国	9,392	12,729	20,485	15,204	24,159	19,242
ヨーロッパ	18,620	14,164	20,667	13,533	23,502	18,806
英国	6,717	2,012	2,122	1,386	7,017	1,604
ドイツ	4,999	2,357	5,122	2,544	2,912	6,831
フランス	2,013	2,457	2,936	1,158	3,742	2,910
その他ヨーロッパ諸国	4,588	7,916	11,635	10,115	10,308	7,461
アフリカ	955	0	0	1,270	639	1,350
北米	22,885	24,622	18,993	20,887	33,077	27,144
米国	19,334	21,627	15,971	18,689	27,812	19,675
カナダ	3,313	3,095	1,549	1,632	3,289	7,186
その他北米諸国	669	0	1,730	0	1,526	1,499
南米	1,446	3,297	0	1,227	4,203	806
オセアニア	2,465	4,344	7,081	1,485	1,406	2,484
オーストラリア	2,597	2,977	6,043	1,347	1,319	2,582
その他オセアニア諸国	0	1,208	991	0	0	0

出所 SRI [2006] p.184を転載

表4 熱海市の外国人観光客

(単位:人)

年	韓国	台湾	中国	アメリカ	その他	合計
2003年	6,032	4,240	1,640	962	1,276	14,150
2002年	4,227	4,206	1,791	1,329	609	12,162

出所 熱海市観光商工課の資料より筆者作成

表5 伊東市の外国人観光客

(単位:人)

年	韓国	台湾	中国	アメリカ	その他	合計
2005年	374	15,014	717	506	245	16,856
2004年	414	9,443	285	184	145	10,471
2003年	272	3,537	270	135	144	4,358
2002年	261	4,794	254	325	586	6,220
2001年	121	3,712	159	97	170	4,259

出所 伊東市観光課資料より筆者作成

による静岡県への外国人訪問率は3.3% (2003-2004年調査)、3.4% (2004-2005年調査) であるので、2003年では約17万人 (521万人×0.033)、2004年では約21万人 (614万人×0.034)、2005年では (2004年の外国人訪問率を使うと) 約23万人 (673万人×0.034) と推測され、表3の2002年の数字よりも6万人程度、率にして3割程度増加していると考えられる。また、表3にみられるように静岡県への韓国、台湾、中国、香港の4カ国からの訪日旅行者の割合は、全国データと同様6割前後で推移している。

伊豆地域への外国人観光客に関するデータは、熱海と伊東の宿泊客についてのみわれわれには利用可能である (表4、表5)。両市は伊豆地域を代表する観光地であるので、この数字はこの地域の外国人観光客の動向を示すものと考えてよいであろう。

伊豆地域への観光客数が、前節でみたように全体として減少傾向を示す中で、表4、表5にみられるように外国人観光客は熱海では着実に、伊東では急速に増加している。特に伊東の場合、5年間で4倍に増加している。熱海、伊東とも韓国、台湾、中国の東アジア3カ国からの観光客が大部分を占めている。特に伊東では、台湾からの観光客が外国人観光客全体の9割と「異常」とも思える程の高さである。この点については、伊東への外国人観光客数が最近急増していることも含めて後述する。

このような外国人観光客増加の一般的背景としては、少子・高齢化に伴う国内観光客の長期的減少傾向を外国人観光客 (特に東アジアの観光客) の開拓でカバーしようとする宿泊施設側の行動が挙げられる。また、熱海や伊東では団体向けの設備を持つ宿泊施設が多く、そのため「団体客から小グループ・個人客へ」という国内観光ニーズの大きな変化への対応が遅れているとしばしば指摘されてきたところであるが、台湾や中国の観光客は欧米の観光客に比べ団体旅行の割合

が高く、そのため宿泊施設とのマッチングがよく誘客がし易いということも挙げられよう⁽⁸⁾。

次に、伊豆地域の宿泊施設側の外国人観光客の受け入れ状況について、静岡県が行ったアンケート調査（2004年）によりながらみておこう⁽⁹⁾。伊豆地域は県内の宿泊施設の55%以上を占めるが、外国人観光客を「現在まで受け入れている」と回答した施設が53.7%、「現在受け入れていないし、今後も受け入れるつもりはない」が21.8%、残りが受け入れ態度に程度の違いはあれ前向きに検討中の施設であった⁽¹⁰⁾。最後のグループは「条件を整えば受け入れ可能」という立場と考えられるが、この外国人観光客受け入れ条件としては「外国語が出来る人材の確保や支援等」が76.7%と最も多く、次いで「外国人向けパンフレットや施設案内等の作成」が53.5%、「外国人向けの施設・設備へのリニューアルやサービスの導入」が50%となっている。また、「現在受け入れていないし、今後も受け入れるつもりはない」と回答した施設の理由のトップは「外国語対応が出来ない（人材、パンフレット等）」（77.7%）、次いで「施設が外国人向けでない」（59.4%）であった。ここでみた条件ないし理由は、外国人観光客受け入れに際して行政が果たすべき役割を示唆している、と考えられるが、この点については次節で検討したい。

外国人観光客の受け入れに関して上に指摘しておいた問題、すなわち伊東における台湾からの観光客の「異常」なまでの割合の高さ（9割超）と外国人観光客の急増（その大半を台湾からの観光客が占めている）、について述べておこう。

先の静岡県による外国人観光客受け入れに関するアンケート調査（2004年）によると、受け入れ人数は台湾33%、中国20.6%、米国14.8%、韓国8.2%であり、伊豆地域では、台湾55%、米国18.1%、韓国11.3%、中国8.7%、である（SRI, 2006, pp.186-7）。これに対し、伊東での台湾からの宿泊客数の割合を表5から計算すると、87%（2001年）、77%（2002年）、81%（2003年）、90%（2004年）、91%（2005年）であり、先に述べたように明らかに「異常」な数字である。しかし、この「異常」な数字には理由がある。それは、ある特定の宿泊施設（以下、Hホテルグループと呼ぶ）による台湾観光客への積極的な誘客の取り組みである。この点をわれわれが2005年12月に行ったヒアリング調査報告から引用しておこう。「台湾の旅行エージェントは規模が小さく人と人との繋がりを大事にする気質を持っていること、そのため年に数回ほど直接先方に営業に出向き、顔つなぎをしつつ信頼関係を維持することが観光ビジネスにつながっている」（石橋＝野方, 2006, p.56）。こうしたHホテルグループにみられる地道な営業努力の積み重ねが上にみた

⁽⁸⁾ 田中 [2005, p.65] によると、訪日外国人の旅行形態は団体旅行が20%、個人旅行が80%であるが、アジアからの旅行者は欧米からの旅行者に比べ団体旅行の割合が高く、高い順に示すと、台湾（42.7%）、中国（41.5%）、香港（31.9%）となっている。

⁽⁹⁾ 外国人受け入れ態勢についてのアンケートは、「外国人観光客受入施設調査報告書（平成17年3月）」（静岡県生活・文化観光交流室）に示されているが入手できなかったため、SRI [2006]、pp.185-190の記述を参考にした。

⁽¹⁰⁾ 静岡県全体では、「現在まで受け入れている」が43.7%、「現在受け入れていないし、今後も受け入れるつもりはない」が30.9%である。

「異常な」数字につながることは驚きであるが、それと同時に民間の持つパワーの大きさを具体的に示すものであるともいえよう⁽¹¹⁾。2006年10月に行った第2回のヒアリング調査時点で、この日ホテルグループには既に昨年実績並みの13,000人の台湾からの旅行者が宿泊していた⁽¹²⁾。

東アジアへの営業活動（PR活動）という点では、熱海温泉ホテル旅館協同組合（以下、温泉協同組合と略す）の活動も興味深い。表4にあるように、熱海の外国人宿泊客の8割以上が韓国、台湾、中国からの旅行者である。そのため、以前から温泉協同組合はこれら地域を重点的な誘客活動の対象とし、積極的な熱海観光のPR活動を行ってきた。例えば、1999年には韓国の釜山、中国の広州や上海に「華の舞」の芸妓を含む20人ほどからなるミッションを派遣し、華の舞の舞台や熱海梅園の梅まつりを中心とした熱海の観光イベントなどのPR、釜山観光協会との共同活動の定期化など熱海への誘客活動を精力的に展開した。また、2004年の熱海市と珠海市との姉妹都市協定の締結を契機に、広東省を中心とした人的交流を積極的に押し進めるといった活動も展開している。更に、2005年12月には熱海市と共同で中国の瀋陽市に連絡事務所を設け、中国での活動拠点と位置づけ、誘客活動を活発化させている。

東アジアからの誘客に際しては、それぞれの国の所得水準に応じて観光客の行動や嗜好に違いがあることに注意する必要がある。例えば、個人旅行か団体旅行かといった旅行形態の相違⁽¹³⁾、観光目的・動機の相違（買い物、日本食、自然景観、歴史的建造物、温泉、日本への憧れなど）に応じて異なるマーケティングが必要とされる。後者について韓国、台湾、中国、香港の旅行者の訪日動機上位3位までを、田中〔2005〕を参考に比較してみよう（田中、2005、pp.66-7）。

韓国：①日本訪問への憧れ ②日本人の生活見聞・体験 ③温泉

台湾：①自然・景勝地 ②買い物 ③温泉

中国：①日本訪問への憧れ ②自然・景勝地 ③買い物（④温泉）

香港：①買い物 ②日本食 ③温泉

これら4カ国の外国人観光客の観光目的・動機の多様性がここから理解されるであろう。もっとも、温泉が4カ国についてほぼ3位に位置していることは、東アジアの外国人観光客と伊豆地域の観光を考える上で興味深い。また、このことと関連して、日本経済新聞社が2004年6月から7月にかけてインターネットで実施した「日本の観光地意識調査」も紹介しておこう（2004年8

(11) 筆者の1人（野方）が行った京都府宮津市の天橋立でのヒアリング調査（2005年12月）においても、台湾を中心とした東アジアからの外国人観光客がある特定のホテルに集中して宿泊していた。伊東の日ホテルグループと同様、このホテルの営業活動の効果であるとのことであった。

(12) ちなみに、日ホテルグループの2005年の外国人宿泊者のうち韓国と米国はゼロである。

(13) 旅行形態の相違については注8を参照。

月17日付け日本経済新聞)。この調査はソウル、上海、香港、台北の4都市に住む成人各500人、合計2,000人(男女同数)を対象にしたものである。その中で、訪ねてみたい日本の観光地についての4都市別ベストテンをみると、富士山は4都市とも上位にランクされている(先の都市の順番で、4位、3位、3位、5位)。伊豆はソウル以外ではベストテンの下位ではあるがランクインしている(9位、7位、7位)。観光地としての伊豆の知名度はかなり高いのである。この知名度の高さと訪日動機の温泉ということを組み合わせて考えてみると⁽¹⁴⁾、東アジアの外国人観光客誘致に関して伊豆地域が大きな潜在的可能性を有していることが理解されよう⁽¹⁵⁾。

(2) 広域観光

近年、国内の観光客について観光の形態や観光ニーズが大きく変化してきていることがよく指摘されている。例えば、「団体旅行から小グループ・家族・個人の旅行へ」、「周遊観光型から滞在型観光へ」、「名所見物(物見遊山)型から参加体験型・自己実現型観光へ」などは代表的なものであろう。こうした大きな変化に対応するためには、ある特定地の観光資源だけでなく一定の広がりを持った広域の観光資源を活用・動員して観光客のニーズに合わせた情報発信をすることが重要になる。「点」としての観光地ではなく「面」としての広がりをもった観光サービスの展開、つまり広域観光という視点が必要となるのである。これは、熱海や伊東という特定地域ではなくそれらを含んだ伊豆地域を一体として観光客にアピールしていく、ということに他ならない。

それでは、こうした伊豆地域の広域観光として具体的にどのような可能性を考えることが出来るであろうか。ここではその1例として花をキーワードにした広域観光の可能性をみておきたい⁽¹⁶⁾。

熱海市の「花の都づくり」という計画や伊東市の「花と海といで湯の町」というキャッチフレーズに代表されるように、伊豆は温暖な気候から花に恵まれた地域でもある。また、表6の網掛け部分にみられるように、伊豆地域の花に関するイベントの集客力は静岡県内有数であると共に、河津町の河津桜や熱海梅園の梅はいまや花見の全国区としても知られるようになっている。

以下、具体的に「花に溢れた伊豆」というコンセプトをイメージしてみよう。

12月中旬から1月にかけての下田の水仙(約300万本の野水仙の群落)、1月から2月にかけて

⁽¹⁴⁾ なお、温泉地としてランクインしているのは、別府(ソウル3位)、箱根(台北8位)、草津(上海8位)の3地域のみである。

⁽¹⁵⁾ 山梨県は空港も新幹線も持たず、海外からのアクセスという点では不利な地域の代表といえるが、JNTOの都道府県別外国人訪問率では常に静岡県より上位にある(2003-2004年調査では3.7%)。その背景にあるのが河口湖からの富士山の眺めと温泉である。例えば、2003年に町村合併で誕生した富士河口湖町は人口約2万4千人の町だが、その4倍近い約8万5千人の外国人観光客を集めている(2003年推計)。

⁽¹⁶⁾ 伊豆地域の13市町村と交通機関・道路公社で構成する官民一体の組織である伊豆観光推進協議会は、「伊豆は一つ」を合い言葉に誘客活動を展開しているが、2005年12月の伊東市の観光ヒアリング調査の際に、この協議会においても花をキーワードにした観光の可能性が議論されていることを伺った。

表6 静岡県の花のイベント（年度）

花見			(単位:人)	
順位	市町村名	名称	2004	2003
1	河津町	河津桜まつり	1,038,600	1,220,800
2	熱海市	熱海梅園梅まつり	673,500	762,000
3	南伊豆町	みなみの桜と菜の花まつり	415,000	374,000
4	下田市	水仙まつり	322,000	430,000
5	伊東市	伊豆高原桜まつり	198,000	135,500
6	下田市	あじさい祭	181,100	201,000
7	袋井市	ぼたんまつり	170,000	170,000
8	藤枝市	藤まつり	168,000	170,000
9	熱海市	姫の沢公園花まつり	149,000	211,000
10	豊田町	熊野の長藤まつり	132,536	136,242

出所 静岡県 [2005] p.16より筆者作成。順位は2004年度。市町村名の網掛けは伊豆地域。

の熱海梅園の梅（樹齢100年を超える古木など730本）、修善寺（現伊豆市）梅林公園の梅、2月から3月にかけての河津町の河津桜（河津川沿いの約3kmの桜並木）、3月から4月にかけての大室山（伊東市）「さくらの里」の桜⁽¹⁷⁾、伊豆高原（伊東市）の桜並木（約3kmの桜のトンネル）、松崎町的那賀川沿いの桜並木（約6kmにわたりソメイヨシノ約1,500本）と「田んぼをつかった花畑」（農閑期の田んぼ約66,000m²を町が借り上げ、アフリカキンセンカなど7種類の花を植え、花畑として観光客に開放）、5月の小室山（伊東市）のつつじ（約10万本）、6月の下田のあじさい、9月の南伊豆町のマーガレット（翌年2月頃まで）⁽¹⁸⁾、10月の小室山の椿（1,000種4,000本の世界の椿、翌年4月頃まで）などがあり、また西伊豆や中伊豆の洋ランは四季を問わずに鑑賞することが出来る。また、修善寺の「虹の郷」では、1月の水仙やろうばいから11月末の紅葉までほぼ1年を花で楽しむことが出来る。

こうした四季の花に、ウォーキングや伊豆の山歩きを組み合わせた⁽¹⁹⁾、伊豆半島の海岸線特に西伊豆の急崖の続く海岸線や変化に富んだ自然景観を結びつけたりすることによって広域観光のコンテンツを充実させていくことも考えられよう⁽²⁰⁾。

(17) 「さくらの里」では8カ月にわたり各種の桜を楽しむことが出来る。

(18) 南伊豆町のマーガレットの生産は全国の40%を占め、全国一である。

(19) 2005年4月に発足した西伊豆・中伊豆4市3町の自治体と観光協会および交通機関で構成される「中伊豆・西伊豆観光連盟」ではウォーキングを組み合わせたイベントを既に実施している。また、伊豆の山歩きとして天城山は以前からよく知られていたが、最近では「沼津アルプス」が駿河湾と富士山の眺望がよいということで中高年登山者の人気になっている。

(20) 国土交通省が2005年度からスタートさせた「日本風景街道（シーニック・バイウェイ・ジャパン）」というプロジェクト（美しい景観と地域コミュニティの再生を図りつつ、景観・自然・歴史・文化などの地域資源や地域の個性を生かそうとする運動）には、全国から72カ所のルートの応募があったが、伊豆地域も「(仮称) なごみの伊豆 なごみの道」として応募している。また、2006年10月20日付け毎日新聞の記事によれば、静岡県は伊豆半島のすべての道を「伊豆の道」と位置づけ、道路周辺の風景を観光スポットとしてPRすべく、「伊豆の道風景30選」を発表した。

(3) 定住人口と観光

厚生労働省が2006年9月に発表した人口動態によれば、大方の予想に反し日本は既に2005年に人口減少社会に突入したという。こうしたマクロの人口減少の背後には、ミクロレベルでの特に地方での人口減少に歯止めがかからず、過疎化（定住人口の減少）が急速に進んでいることが指摘されている。例えば、『地域の経済2005』（内閣府政策統括官室、2005）には1990年から2000年にかけて人口減少率上位10市が挙げられているが、いずれも「地方」都市であり、トップの北海道夕張市は29.5%という大幅な人口減となっている（内閣府政策統括官室2005, p.7)⁽²¹⁾。われわれの行ったヒアリング調査でも、定住人口減少の悩みは伊豆地域でも例外ではない。とりわけ、下田市や松崎町では定住人口の問題が大きく意識され、それが観光振興と関連して捉えられていた。それは、観光産業が地域の雇用創出において大きな役割を果たす存在として認識されていたことによる。そこでまず、観光産業がもたらす雇用も含めた経済効果の大きさについて確認しておこう。

『平成18年版観光白書』によると、2004年度の国内の旅行消費額（国民の国内旅行消費額＋訪日外国人の旅行消費額）は24.5兆円であり、これによる直接の雇用効果は235万人、波及効果まで含めると475万人の雇用創出効果があると推計されている。また、直接の雇用効果である235万人は総雇用者数の3.6%を占めるが、これは輸送用機械の1.7%、一般機械の2.0%、食料品の2.4%を大きく上回る。このように観光産業の雇用効果が大きいのは、観光産業が宿泊業や旅行業を中心に飲食業・運輸業・小売業など幅広い産業にまたがる「総合」産業だからである⁽²²⁾。

同様のことを静岡県についてみると（静岡県、2004）、2003年度の静岡県の旅行消費額は7,727億円である。県外漏出分を除いた直接効果は6,060億円であり、この直接効果による雇用の創出は約57,000人、静岡県の総雇用の2.8%である。直接効果による生産波及効果により創出される雇用は約81,000人、総雇用の4.1%である。

こうした数字にみられる観光産業の重要性を確認した上で、以下、定住人口の増加を意図した観光振興という観点から、下田市および松崎町の観光への取り組みをみておこう。

前項(2)の広域観光でみたように、観光ニーズはいまや大きく変化している。このニーズの変化と地域が独自にもつ観光資源とをいかに上手にマッチングさせていくか、この点は地域の観光への取り組みを考える上で特に重要である。下田市および松崎町では、先の観光ニーズの変化のうち主に滞在型・参加体験型に対応したグリーン・ツーリズムの展開がみられる。ここでいうグリーン・ツーリズムとは「旅先の農山漁村において、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型・体

(21) 2位以下は次の通りである。高知県室戸市、石川県珠洲市、熊本県牛深市、愛媛県八幡浜市、広島県因島市、大分県津久見市、栃木県日光市、三重県尾鷲市、京都府宮津市である。

(22) ちなみに、「日本標準産業分類」には観光産業という分類項目はない。

験型の余暇活動」を意味する。

下田市が現在力を入れて取り組んでいるものに、「伊豆海洋自然塾」という市の下部組織を通じた体験型観光の試みがある。ここでは、ボランティアの養成を図りつつ彼らを中心にいくつかの観光体験プログラムを立ち上げ、下田の自然体験メニューとしてアピールしていこうとするものである。2005年夏には「磯の自然観察」、「ウミホタル観察会」、「スノーケリング教室」などが試みられ、2005年には延べ4,500人ほどの修学旅行生がこれらのプログラムを体験した。また、民間レベルでもサーフィン、スキューバ・ダイビング、シーカヤックなどの教室がほぼ通年で設けられ、海という観光資源を軸にした体験観光の試みが進められている⁽²³⁾。

松崎町では、陸と海を柱とした体験型観光が試みられている。松崎町石部地区では、2000年より民間ボランティアや地域住民を中心にした棚田の復元作業（復田）が始まり、2002年には都市住民との交流を目的に棚田オーナー制度がスタートした。毎年5月と10月の田植えと稲刈りの時期には現在300人ほどのオーナーが民宿に宿泊しながら農作業の体験をし、「富士山がみえる全国で随一の棚田の景観形成」を目標に地域住民との棚田保全推進活動を進めている⁽²⁴⁾。オーナーの中には農作業の体験以外にもこの地区で毎年開催される「石部大地引綱まつり」などに訪れる人も増え、地域住民との交流の輪が棚田以外にも広がりつつある。

また、松崎町岩地地区では中京圏からの修学旅行生を地区の民宿が受け入れ、地元の若手を中心に体制を組み、地引き網、カヌー、樽漕ぎなどを体験させている。毎年延べ2,000人程度を受け入れているが、これは松崎町全体の年間宿泊客のほぼ1%に相当する。数字としての割合はまだ小さいが、スタートして数年とまだ日が浅く、観光ニーズの変化や若手の力を必要とする点などを考えると、松崎町の今後の観光の姿を考える上で興味深い⁽²⁵⁾。

第4節 伊豆地域の観光振興

(1) 観光振興と地域の活性化：観光クラスター

前節(3)でみたように、地域の定住人口減少が進行する時代において、観光振興は地域を活性化させる有力な手段として注目されている。観光は産業として地域の雇用創出に大きな効果を持ち、定住人口の増加を通じて地域活性化のための基盤を提供するが、また、それと同時に、観光客の増加は国内の他の地域や外国からの人々との触れ合いや交流を通じて地域活性化の契機をも提供する。

⁽²³⁾ また、下田は幕末の開港を巡る歴史上の舞台としてよく知られているが、市内に残る寺や街並などの歴史遺産を観光資源として活用しようという取り組みも進行中である。例えば、下田ボランティア協会による「下田歴史の散歩道」などのボランティア・ツアー・ガイドなどが実施されている。

⁽²⁴⁾ なお、棚田の保存運動の一環として、棚田で収穫された黒米を原料にした焼酎「百笑一喜」が2006年7月に発売された。

⁽²⁵⁾ 松崎町の支援しているグリーンツーリズム推進協議会でも、民間ボランティアを中心に夜光虫の観察、定置網漁、わさびの栽培などの体験ツアーを行っている。

しかしながら、産業としての観光の果たすこうした役割が十分発揮されるためには、次の点を明確に認識しておく必要がある。すなわち、既にみたように観光産業というのは宿泊業、旅行業、飲食業、小売業、運輸業などいくつかの個別の産業が集積した「複合」産業ないし「総合」産業である。この意味で観光産業は「クラスター (cluster)」としての性格を強く持つ。ここにクラスターとは「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関 (大学、規格団体、業界団体など) が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」(Porter, 1998, 訳p.67) である。クラスターにおいて重要なことは、クラスターの構成メンバーが相互に依存し合っているということである。観光クラスターの場合、特に構成メンバー間の補完的關係が重要である。なぜなら、観光客にとっての観光地の質は単に代表的な名所の魅力だけで決まるのではなく、ホテルや旅館、レストラン、ショッピング施設、バスやタクシーなど関連したビジネス (産業) の質と効率からも大きな影響を受けるからである。

いま、観光の質ないし魅力を「ホスピタリティ (地域のもてなしの気持ち)」という言葉で代理できるとしよう。その時、ホスピタリティを高める上で重要なのは、個々のメンバーの単独の行動ないし努力だけではなく、観光クラスターを構成するメンバーの足並みを揃えた行動である。しかし、足並みを揃えた行動を実現することは簡単ではない。経済学の用語でいえば、クラスターには外部性が働き、外部性の存在は常に「フリー・ライダーの問題」(他人の活動にタダで便乗しようとする行動) を発生させるからである。観光振興をホスピタリティを高めることと捉えた場合、行政が果たす役割は「足並みを揃えた行動」をどのようにして促していくか、つまりフリー・ライダーの問題をどのように解決するかということになる。次項では、この点を念頭に置いて観光振興と行政の役割を考えてみよう。

(2) 観光振興と行政の役割

ここまで検討してきた伊豆地域の観光の課題を踏まえて、まず、指導者の育成を含めた人材の養成の問題から考えてみよう。

前節(1)でみたように、外国人観光客に関する伊豆地域の宿泊施設側の受け入れ態勢についての最大の障害は、「外国語が出来る人材の確保や支援など」が十分整っていないことや「外国語対応が出来ない (人材、パンフレット等)」であった。こうした人材の養成は明らかに個々の宿泊施設側にとって手に余る問題であろう。例えば、コスト面で全く採算が取れないこともあろうし、養成した人材が簡単に転職してしまうリスクなどもある。また、前節(3)でみたグリーン・ツーリズム特に体験型観光における誘客活動で重要なことは、地域の指導者の育成である。地域の観光資源を掘り起こし、手作りのイベントを企画・運営し、地域の魅力を外部に発信できるのは、地域のことを誰よりもよく知っている地元の人々だからである。したがって、ここでの行政の役割

は専門家などによる指導者養成講座などを組織し、地域の観光資源や魅力を外部にアピールできる人材育成を積極的に支援することであろう⁽²⁶⁾。しかも、このような行政と専門家と地域の住民が一体となって行動を起こすことは、観光客の誘致という形での観光振興を通じた地域の活性化に貢献するだけでなく、地域に住む人々の暮らしの充実や心の豊かさにも繋がるものである。

人材の育成と並んで地域の情報発信も行政の果たすべき重要な役割である。情報の発信を通じた観光のPR活動はスピルオーバー効果を持つからである。以下では、外国人観光客を対象とした観光情報の発信について触れておこう。

迅速にかつ低コストで実行可能な海外向け情報発信手段としてインターネットの観光サイトを利用する方法がある。最近行われた調査によると、全国の自治体の観光用ホームページ（HP）のうち日本語以外に外国語でも記載しているケースは2割にとどまるという⁽²⁷⁾。また、対応言語は英語が99.3%と圧倒的で中国語と韓国語は3割程度であった。近年の東アジアからの観光客の比率を考えると、英語への偏重が際立っている。静岡県や伊豆の場合、前節(1)での議論からも明らかのように、東アジアからの外国人観光客が大多数を占めるという現状を考慮したHPの作成が求められる。

また、前節(1)において熱海の韓国・中国への観光ミッションを紹介したが、こうした自治体による活動は2009年3月に予定されている静岡空港開港を睨んで最近活発化してきている。静岡空港開港による東アジアなどからの国際線の就航とそれに伴う海外からの観光客の増加が確実に予想され⁽²⁸⁾、外客誘致を巡る競争が静岡県内の自治体間で展開され始めている。伊豆という知名度と豊富な温泉地の存在という他地域にはない優位性をどこまで発揮できるか、これから伊豆地域の各自治体の力量がためされることになる。と同時に、前節(2)でみたように、自治体間の広域観光を意識した連携もより一層必要とされることになる。

(3) 観光振興と民間事業者：由布院温泉の事例

地域の観光振興を考える上で、民間事業者の活動も無視できないものがある。前節(1)で伊東市のHホテルグループの台湾からの誘客活動を紹介した。そこでもみたように、民間事業者の観光振興を考える上でのパワーはきわめて大きいものがあつた。ここでは、こうした事例の1つとして他地域での観光振興の取り組みを紹介しておこう。

大分県由布市湯布院町にある由布院温泉は、別府市の「亀の井」旅館が別荘地として開発した

⁽²⁶⁾ 国土交通省は、知識・経験・人脈が豊富で将来は故郷で活動したいと考えている団塊世代の退職者の能力を、地域の観光振興や町づくりに生かすのを目的に『観光地域プロデューサー制度』の創設を2007年度に計画しているという（2006年7月18日付け静岡新聞）。

⁽²⁷⁾ 2006年10月5日付け日本経済新聞にツーリズム・マーケティング研究所の調査が紹介されている。都道府県別にみると、静岡県は16.3%で35位であった。

⁽²⁸⁾ 静岡県の需要予測では、国際線の利用者数は年間32万人と見込まれている。

ものであり、古くから民間主導の観光施策を行ってきた。

観光資源としては、2kmの範囲内で歩いて回ることができる街の構造や景観、ホテルの自生地帯、自然環境・風景などである。こうした観光資源は、リフレッシュや癒し、都会の日常生活からの解放など、観光客の目的にあっている。また、由布院ならびに宿泊施設等の規模が小さいため⁽²⁹⁾、客の細かなニーズに対応し易いことがあげられる。これは、客層の多くが個人客で占められていることにも対応している。

湯布院町では映画祭・音楽祭が開催されている。しかし、観光イベントとしては考えていない。すなわち、観光客の集客策としては使っていない。これは、旅館による観光客の囲い込みは、街が死んでしまうとの考えにつながるものである。

政府が掲げる「宿泊分離」は、早くから進めている。『ゆふら（1号）』（2005. Nov）を発行し、「由布院18人の料理人たち」を紹介し、宿泊所以外での食を提供している⁽³⁰⁾。これは、「観光客が旅館の料理に期待していないことを逆手に取る試み」ともいえる。また、宿泊分離を進めるのは、由布院温泉では連泊の客が増え、中には1週間滞在者も増えてきている。そうした観光客に対応するにも泊食分離が必要となっているためでもある。

連泊を新たな観光ニーズとするために、由布院温泉観光協会は湯布院町「国民宿舎由布山荘」の指定管理者となり、1週間素泊まり料金を設定するなど、新たな試みを始めている。

第5節 結びに代えて

本稿では、産業としての観光という観点から、観光産業がもたらす経済波及効果と地域の活性化を意識しながら伊豆地域の観光について述べてきた。本稿を閉じるにあたって、本稿において十分検討されなかった問題を今後の課題と関係付けて触れておきたい。

第1に、第3節(2)および(3)での広域観光や下田市・松崎町での観光への具体的取り組みを除いて、本稿では伊豆地域の観光振興について具体的な検討が出来たわけではない。伊豆地域に限らずある特定地域の観光を対象として研究する場合、具体的な地域の観光振興策や行政の果たすべき役割の検討、ビジネス・モデルの提案などを行うことは不可欠な作業の一環と考えられる。したがって、こうした問題への具体的な指針や手がかりを求めてヒアリング調査を継続的に積み重ね、何らかの提言に繋げていくことが必要なことはいうまでもない。今後の課題としたい。

第2に、これまでのヒアリング調査では中伊豆地区が対象から外れていた。そのため、この地区を含めた伊豆地域全体の観光（広域観光）について必ずしも十分な検討ができたわけではない。

⁽²⁹⁾ 湯平温泉等（塚原高原・塚原温泉）との合併により人口約3万2千人となったが、湯布院町は約1万2千人と40年間変わらない。

⁽³⁰⁾ インターネットでも由布院料理研究会の活動を紹介している。<http://www.kanko-map.jp/>を参照。

特に、伊豆地域は中伊豆地区を中心に「湯治」という温泉療法の歴史がある。静岡県が進めている県東部の富士山麓先端健康産業集積（ファルマバレー構想）プロジェクトと連動した健康保養地・湯治場としての滞在型観光地の可能性もこの地域では浮上している。「花」だけでなく「ウェルネス（健康増進）」をキーワードとした伊豆地域の広域観光が可能かもしれない。

第3に、ヒアリング調査を通じた観光データをどのように活用するかという問題がある。ヒアリング調査を通じて現場の声を集約し、それを地域の観光を考える際のいわば「経験知」として生かしていくことも大事だが、他方でそういう経験知を単なる一過性のものとして終わらせずに、何らかのデータの裏付けを通じてある種の客観性を与えることも重要である。いうまでもないことだが、収集したデータを用いて定量的分析を行うことは、観光に経済学の観点からアプローチしていく上では、不可欠の作業である。幸いにも、伊東市の好意により、同市が最近行った観光アンケート調査の個表を入手することが出来た。この個表データの分析を進め、近いうちにその結果を報告できればと考えている。

参考文献

- 石橋太郎 [2006] 「由布院温泉ならびに黒川温泉観光ヒアリング報告」『静岡大学経済研究センター研究叢書』第4号、pp.65-78。
- 石橋太郎＝野方宏 [2006] 「伊東市観光ヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究』第11巻1号、pp.55-60。
- 国土交通省編 [2006] 『平成18年版観光白書』独立行政法人国立印刷局。
- 野方宏 [2005 a] 「熱海観光ヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究センター研究叢書』第3号、pp.35-40。
- 野方宏 [2005 b] 「浜松・館山寺温泉観光ヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究』第10巻1号。
- 野方宏 [2006] 「下田市および松崎町観光ヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究』第11巻1号。
- Porter, M.E. [1998] *On Competition*, Harvard Business School press（竹内弘高訳『競争戦略論 1、2』ダイヤモンド社、1999）。
- 静岡県 [2004] 「静岡県における観光の流動実態と経済波及効果調査」。
- 静岡県 [2005] 「平成16年度 静岡県観光交流の動向」。
- SRI [2006] 『地域における国際観光戦略モデルの構築に関する研究』財団法人静岡総合研究機構。
- 田中一郎 [2005] 「訪日外国人旅行者の国内訪問地と訪日動機について」『運輸と経済』第65巻第

経済研究11巻4号

8号、pp.61-70。

内閣府政策統括官室 [2005] 『地域の経済2005』財団法人日本統計協会。