

RT

College of Tourism,
Rikkyo University
立教大学観光学部

no. 1

RT

ポストコロナ時代の観光学



特集
ポスト
コロナ時代の
観光学

College of Tourism, Rikkyo University

no.1

RT

College of Tourism, Rikkyo University

「RT」創刊によせて

- 2 いまだからこそ、観光学再考
小野良平

Dialogue

- 4 都市工学者と社会学者が
これからの観光について
語り合う

西川亮 × 高岡文章

Critique 1

- 16 遍在化する〈観光〉

フライトシェイム運動から
近所の再発見まで
門田岳久

Activities

- 25 日常・非日常を超えた
新たな観光の展望
学生へのアンケート調査から考える
立教大学観光学部西川ゼミ

Column

- 33 COVID-19危機と観光における再帰性
須藤 廣

Critique 2

- 36 物語から身体へ
なぜ聖地を目指して歩くのか
岡本亮輔

Critique 3

- 42 コロナ禍で宿泊客の行動は
どう変わったか?

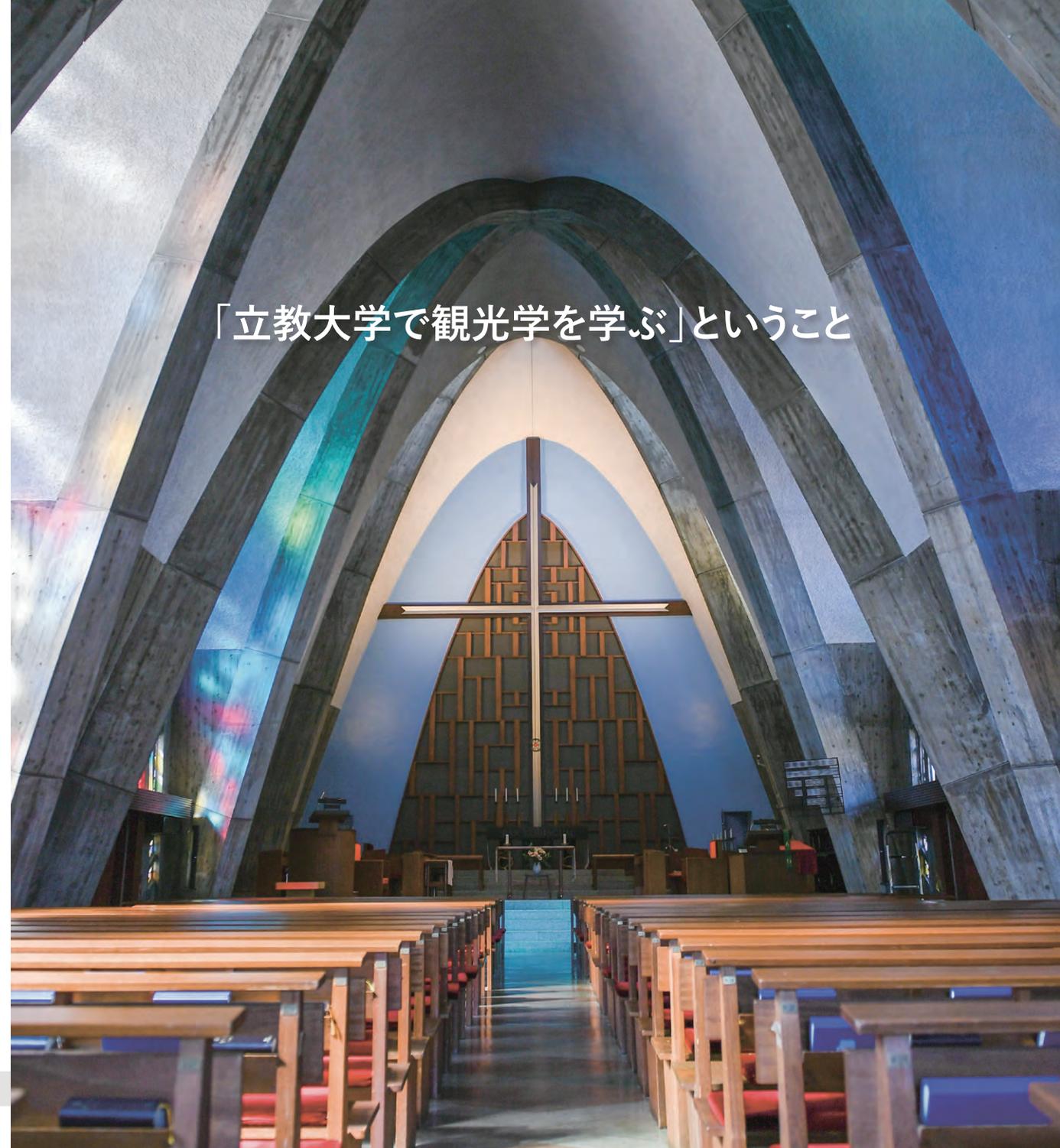
行動経済学からのアプローチ
麻生憲一



特集
ポスト
コロナ時代の
観光学

「新型コロナウイルス」。もはやこの言葉を違和感なく使いこなすようになったわれわれの社会のありようはそれ以前と大きく異なり、至るところにツーリストが溢れていた観光をめぐる状況についてもまた同様である。観光の姿が変貌を遂げるとき、それを考察対象とする観光学はどのように追隨していくことができるのだろうか?

本特集「ポストコロナ時代の観光学」では、すでに新たな方向性を模索しつつある観光学の最新動向を、観光研究者同士の対談や観光学部生たちによる取り組み、人類学、社会学、宗教学、経済学からのアプローチに見出してみたい。果たして、ポストコロナ時代の観光学は悲観に満ち満ちているのか。「ポスト」ということばに、コロナを経験したいま、という含意を持たせながら、まずはご一読いただきたい。



「立教大学で観光学を学ぶ」ということ

立教大学 観光学部

「ビジネスとしての観光」という視点を重視する観光学科と、「文化現象としての観光」という視点を重視する交流文化学科から構成されています。また、「地域社会における観光」という学びの視点は両学科に共通しており、観光学科は「地域づくり」を、交流文化学科は「地域のありよう」を考察することに力を置いています。初年次教育とグローバル教育を充実させた新たなカリキュラムが2020年度からスタートしており、観光学にかかわる多彩な科目を1年次から4年次にかけて段階的に履修していくことが可能です。

立教大学 観光研究所

国内外の観光地や観光関連産業について理論的・実践的観点から研究するとともに、その成果を社会に還元し、観光の発展に貢献することを目的としています。「旅行業講座」(「旅行業務取扱管理者(総合・国内)」の資格取得を目的とした講座)、「ホスピタリティ・マネジメント講座」(宿泊やフードサービス等ホスピタリティ産業の経営を基礎的・発展的に学ぶ講座)、「観光地経営専門家育成プログラム」(観光振興や地域づくりを理論的・実践的に学ぶ少人数制の講座)を開設しており、学外からも多くの受講生(社会人・学生)が参加しています。

いまだからっこそ、観光学再考

小野良平

Ono Ryohi

本誌『RT』の企画が構想されていたさなか、2020年の年明けより、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の蔓延により世界は歴史的な麻痺状態に陥り、いまでもなく観光はその直撃を受けた。観光は人の移動と交流によって成り立つが、それらは疫病を広げる要件と完全に一致するのであるから、疫病を抑えるには人々の観光ないし旅行を止めざるを得ないのは必然のことである。

ところがこの単純明快な原理に反して、日本政府は「経済を回す」という名目で、国費を使って旅行の割引を行う「Go To Travel」事業を展開した。一時的に感染症が下火となった2020年秋には多くの人々がこれを利用したが、冬になりまた感染拡大が深刻となるに至り、同事業は一時停止に追い込まれた。それに伴って、この事業を利用した旅行者が予約を軒並みキャンセルしたという。これには少々考えさせられた。というのも、旅行自体が禁止されたわけではないのに、多くの人がこれを取りやめたのだとすると、人々は本当に旅行がしたかったのだろうかという疑問が湧いてくるからである。旅行をやめたのは、事業停止を旅行自粛の要請と受け止めたからという理由ももちろんあるが、仮に割引がなくなったからなのだとしたら、それは旅行よりも割引の「オトク感」の体験を消費したかったということなのだろうか？

これは人はなぜ旅をするのかという観光学の根源的課題にもつながるものである。ここ数年、日本の観光業は追い風の中にあつた。特に外国人観光客の誘致、つまりインバウンド観光は急成長し、2019年は過剰な観光利用・投資ともみなされるオーバーツーリズム問題が頻繁に報道されたほどであった。しかしこれも日本を観光したい人が増えたからであると単純に考えることはできない。平成期の後半より日本は人口減少に転じ、経済は失われた10年が20年、30年となり、特に地方の疲弊は深刻化しつつあった。一方でグローバル経済は著しく進み、特にアジアで豊かな層が飛躍的に増えた。日本のインバウンド観光ブームは、このグローバルとローカル間における経済力のポテンシャルの落差を

用いた経済政策が一定程度功を奏したという側面がある。これを旅行者の側からみれば、日本に向かった理由は、ここでも「オトク感」だったといえるだろうか。

これらの例のように、人が旅行をする動機や背景は単純ではないが、その一方で人は自ら旅に出ることはないのだろうか。今回の新型コロナウイルス拡大の中で、「不要不急」の行動の自粛が求められた。観光も不要不急の行動の一つとみなされるのも無理はないが、しかし80年以上前に歴史家J・ホイジンガが人間を、ホモ・ルーデンス（遊ぶ人）と改めて定義したように、遊びのような不要不急のことが人間を人間たらしめ、文化を発展させてきたと言っても言い過ぎではない。つまり不要不急のことをしなくなったら人間はもう人間でいられない。ならば人が旅に出ることも、なくなることはあり得ないと考えられ、コロナ後の観光がどのような形になるとしても、旅行という行動や観光という現象が消えることはないであろう。加えて現代は情報社会の急速な変化が起こり、空間的にも時間的にも日常と非日常の差が不明確になる中で、日々の生活において観光は何か特別なものでなくなりつつあり、それだけに社会を観光という視点から考えることの意義も増している。

2021年は東日本大震災から10年の節目でもある。それ以前からもまたその後、平成期は自然災害に多く見舞われたが、そのたびに観光は一時停滞を余儀なくされながらも、地域の復興に果たすその役割も注目され、実践も進められた。自然災害が規模はさまざまながら特定の土地・地域に起きるのに比べると、世界同時に社会経済活動を止めるパンデミックの威力は計り知れないものである。「持続可能性」は時代のキーワードであるが、疫病まで含めたりリスクと観光の関係は、「持続可能な観光」について考えるべき大きな課題を改めて示すこととなった。

それだけに観光学の果たす役割は大きい。業としての観光についても、コロナ前に戻ることを前提とするのではなく、短期的な方策から長期的な見直しまで、多様な時間と空間の幅を想定しながら考え続ける必要がある。そして持続可能性の点では観光を地域、経済、社会、文化、環境などとの関係で多面的に位置づけることが欠かせない。そのためにも人はなぜ旅に出るのかという根源的な問いから離れないことが学の立場である。本誌『RT』は、その名称としてRikyō Tourismを一つの看板としながら、Rには観光をたとえればreflect、rethink、reframe、revitalizeなど、省察的に捉えつつ新しい姿を探る多様な「Re-」の含みを持たせており、観光を巡る思索や議論を広く発信する場としていきたい。

（立教大学観光学部長）

都市工学者と 社会学者が これからの 観光について 語り合う

西川亮 × 高岡文章

Nishikawa Ryo

Takagaki Fumiki

司会：千住一

Seiji Higjine

—このたび、立教大学観光学部では機関誌『RT』を創刊することになりました。記念すべき第1号では「ポストコロナ時代の観光学」を特集テーマに掲げ、観光学部の教員による対談を企画しました。観光学部は観光学科と交流文化学科の2学科から構成されていますが、今回は観光学科から西川亮先生、交流文化学科から高岡文章先生に登場していただきます。まずはおふたりから自己紹介をお願いします。

西川 観光学科の西川です。専門は都市計画やまちづくりで、行政による観光政策や市民による観光まちづくりについて研究をしています。特に、計画史や政策史といった歴史的な研究と具体的な地域を対象とした持続可能な観光に関する研究に取り組んでいます。本日はよろしくお願いします。

高岡 交流文化学科の高岡です。専門は観光社会学です。都市や文化、メディアなどをキーワードに、観光を社会学の観点から研究しています。最近は、移動論やパフォーマンス論など、観光社会学の理論的な展開に関心を持っています。本日は西川先生との対談を楽しみにしています。よろしくお願いします。

—ありがとうございます。遅れましたが、司会は交流文化学科の千住が務めます。本日はよろしくをお願いします。

コロナだからみえてきた観光の特徴

—さて、さっそく本題ですが、ステイホーム、オンライン、三密を避ける、といったことにちのコロナ禍における社会状況は、逆に観光の特徴をあぶりだしているともいえます。このことは本日の対談のテーマである「ポストコロナ時代の観光学」を考えることにもつながるのではないかと。まずはこの点についておふたりが感じていることをお話し下さい。

高岡 社会学には、エミール・デュルケム^{※1}に端を発する逸脱論という考え方があります。胃が痛いということに気づいて初めて、人は胃の存在を認識しますね。このように、逸脱という状態から逆照



西川亮 観光学科准教授。専門は都市計画・観光政策



高岡文章 交流文化学科教授。専門は観光社会学



『地球の歩き方 東京』を手に語る

光がどのように貢献できるのかを考えることが重要です。都市計画やまちづくりの視点から観光を捉える立場としては、常にそのような観光をみてきました。経済や社会にとってあるべき観光を問い直すという意味で、2010年代に実際に観光でどの程度地域が経済的にも社会的にも潤ったのか、学術的に検証すべきだと思います。

最近の民間サービスをみると、移動しなくても地域と居住地がつながるものが増えていきます。たとえば今年(2020年)の4月頃、お取り寄せが流行りました。現地に行かなくても、観光地のことを感じる事ができる。移動という言葉の意味も、必ずしも身体が動くことを含めないものがあると考えていかなければならないと思います。

たとえば今年(2020年)の4月頃、お取り寄せが流行りました。現地に行かなくても、観光地のことを感じる事ができる。移動という言葉の意味も、必ずしも身体が動くことを含めないものがあると考えていかなければならないと思います。

※1 エミール・デュルケム フランスの哲学者・社会学者(1858-1917)。現代社会学の創始者のひとり。創成期の社会学が実証科学としての側面が強かったのに対し、社会学独自の視点や対象の確立に尽力した。特に、社会学が対象とする「社会」とは何かを追求した議論はその中心的なものであり、逸脱論の基礎もここにある。ほかに宗教や教育を主題に社会構造を分析した。

※2 ゲストハウスのオンライン宿泊 COVID-19の流行により身体的な移動を伴う旅行が困難になったことを受け、一部のゲストハウスが始めたサービス。さまざまな人が集い、交流するゲストハウスの従来の機能を引き継ぎ、Zoomなどの媒体をとおして「旅先の出会い」を疑似体験できる。1,000円程度の参加費で、オンライン飲み会や宿の案内、周辺のエリアガイドなどが行われる。

※3 オーバーツーリズム 観光客の著しい増加と過剰な集中により、地域住民の生活環境の悪化や景観の変質といった事態が世界各地の観光地で生じている状況を指す。2010年代後半からパルセロナやヴェネツィア、京都などで顕在化しており、観光客の来訪を制限しているところもある。

※4 石森秀三 日本の文化人類学者(1945-)。マス・ツーリズムと大規模観光開発の弊害が問題化されてきた1980年代以降の日本の観光研究を牽引してきた人物のひとり。文化遺産や自然環境に対する観光開発の負の影響を軽減するためには、産業主導の外来型開発ではなく地域コミュニティ主導の「内発的観光開発」によって実現される「自律的観光」が必要だと主張した。編書『観光の二〇世紀』(1996)において、2010年代にアジアで「第四次観光革命」が生じると予測した。

※5 『地球の歩き方 東京』 2020年9月に『地球の歩き方』シリーズ創刊40周年を記念して刊行された。同シリーズで日本国内を取り上げたものはこれが初めてとなる。大江戸文化特集や「最強パワースポット5」、「レットロ&進化系銭湯」など多様な特集が組まれている。

※6 ジョージ・リッツァ アメリカの社会学者(1940-)。近代における合理主義の徹底をあらわす「社会のマクドナルド化」や現代の消費文化にみられる「魔術化(Enchanting)」を論じたことで知られる。消費文化に関する議論では、居住空間が観光や消費の空間に塗り替えられていくにしたがい、居住者すら自地域を観光する消費者になることを指摘した。

「移動」に対する認識が揺らぎ始めているということでしょうか。こうしたツーリストによる移動の変化については、もう少しお聞かせ下さい。高岡 「身体的な移動」と「イメージの旅」というふたつの概念を用いて考えてみたいと思います。そのふたつがいま問題になっているのではないのでしょうか。

高岡 「2010年代は観光バブルの時代だった」という西川先生のご指摘は面白いですね。私が観光について勉強し始めたのは2000年頃ですが、その頃の教科書には「21世紀は観光の世紀だ」と書かれています。文化人類学者の石森秀三^{※4}は、2010年代にアジアで観光が拡大して「観光革命が起こる」と予言しました。そんなこと起こるのかなと私は半信半疑でしたが、予言的中しました。観光一色といってもよい状況になり、観光の経済効果についての関心が日に日に高まってきました。ただし、ここに考えるべき問題が横たわっています。観光にとって、経済は目的なのかそれとも結果なのか、という問いです。観光まちづくりという思想や運動がありますね。従来のような経済効果をあてこんだ観光地づくりではなく、観光を通じたまちづくりを目指す取り組みです。観光に食いつくされる地域ではなく、観光を飼い馴らすことで持続的な地域運営を模索していく。

西川 日本では観光まちづくりが始まったきっかけは、経済的な側面からありますが、むしろ観光客が来ることで、自分たちの地域の固有性や歴史文化を「光」として認識していくことにあると思います。

西川 日本では観光まちづくりが始まったきっかけは、経済的な側面からありますが、むしろ観光客が来ることで、自分たちの地域の固有性や歴史文化を「光」として認識していくことにあると思います。

西川 移動できない、観光できないという状況が、逆に観光とは何かという問題について考える機会を私たちに与えてくれているということですね。観光は日常の生活圏から非日常に移動し、その先であらゆることをするというのが一般的な定義で、そのように移動してきた観光客の消費によって観光事業者は利益を得るわけですが、よく考えると、観光事業者が提供するサービスは外部から来訪する観光客のためにあるものと限定する必要はなく、地元の人が使ってもよいはずなんです。新型コロナ流行という状況は、その区分けや境界を薄めていく機会になっていると思います。

西川 移動できない、観光できないという状況が、逆に観光とは何かという問題について考える機会を私たちに与えてくれているということですね。観光は日常の生活圏から非日常に移動し、その先であらゆることをするというのが一般的な定義で、そのように移動してきた観光客の消費によって観光事業者は利益を得るわけですが、よく考えると、観光事業者が提供するサービスは外部から来訪する観光客のためにあるものと限定する必要はなく、地元の人が使ってもよいはずなんです。新型コロナ流行という状況は、その区分けや境界を薄めていく機会になっていると思います。

たえば、ゲストハウスのオンライン宿泊^{※2}がありますね。ゲストハウス好きの人たちがオーナーとオンラインでおしゃべりをするだけなのですが、人気があるようです。ゲストハウスの魅力が単に宿泊することにとどまらず、旅人同士でおしゃべりしたり、旅の情報交換したりといった、一種の共同体をつくることにまでひろがっている。居場所としてのゲストハウスですね。そうしたことが、オンライン宿泊体験でより鮮明にみえてくる。身体的な移動か、イメージ上のコミュニケーションかの二者択一ではなく、イメージの旅が身体的な旅をどのように変えていくのか、どのように再編するのか、といった問いが重要だと思っています。

西川 いまの状況を、観光客を受け入れる地域側の立場から考えてみたいと思います。旅館やホテルなどの宿泊やみやげ品の購入など、観光客による消費は地域に経済的な影響を与えていることは確かですが、そもそも、なぜその地域にとって観光という手段が必要なのか、あらためて見直すよい機会ではないかと思っています。

2010年代は「観光バブル期」だったのではないかと。2000年代初頭から始まる日本の外客誘致は、もともとは日本人の海外旅行者数とのバランスを取る目的がありました。しかし、2010年代、特に地方創生の柱として観光が期待されたこともあり、加速的に外客誘致政策が展開してきました。地方自治体としては、国の政策についていかなければ国からの支援や補助金を得ることができない。地域の意思というより、国の戦略にしたがつて動いてきたという側面も否めません。確かに観光は成長分野でしたが、地域経済の活性化の手段として観光に注力しすぎてきたことに誰も疑問を感じなかったし、それを問おうとしなかった。ただ、2018年頃から京都や鎌倉などではオーバーツーリズム^{※3}が問題視され、観光一辺倒の地域のあり方にやや疑問が呈されてきたところで、新型コロナの流行という事態に直面したわけですね。

本来、地域の環境、社会、経済を将来にわたって持続的に維持させていく必要があり、そのために観光のそういう側面をもっとみていく必要があると思います。

ところがその後の状況は、国がいう地方創生の文脈に観光が乗ってしまったがゆえに、経済に過度に舵を切った結果だと思っています。一方、2010年代はSNSなどを通じて観光客の行動が大きく変わりました。観光客同士のつながりによって行き先が変わったり、新しい行き先が生まれたりした。その結果、あるスポットへの一極集中が起き、オーパツーリズムにつながったという面もあります。観光が本来持つ、人と人のつながりを楽しむことこそ、旅の魅力ではないか。新型コロナウイルスの流行はそれを再確認させてくれました。いまこそ、観光の本来の魅力を訴えるよい機会ではないか。それが地域にとっても望ましい観光のスタイルとして定着していくチャンスなのではないでしょうか。

大学生の旅行意識は変わったか？

——いま観光は大きな転換期を迎えつつある。私たち観光学に携わる者はこうした認識を共有していますが、実際に観光へ出かける人たちはどうなのでしょう。西川先生のゼミでは、コロナ禍における大学生の旅行意識に関するアンケート調査を実施したそうです。

西川 私のゼミは、文献精読やディスカッションに加えて、観光の現場を学ぶフィールドワークを重視しています。例年、フィールドワークに関心のある学生が集まってくるのですが、新型コロナウイルスの影響でフィールドワークの実施が困難になりました。このような状況下で、文献精読に取り組んでいたのですが、学生のモチベーションには多少なりとも影響があったと感じました。

——という感覚ですね。社会学者ピーター・バーガー^{※8}のいい方を借りれば「故郷喪失者」です。バーガーによれば、近代人はそもそも故郷を喪失しているということになり、私にはそれがともしっくりきません。イギリスの社会学者アンソニー・ギデンズ^{※9}が「脱埋め込み」といういい方をしています。近代以降の社会において人びとの行為が特定の空間や時間から解き放たれる事態を指します。場所や空間と自分の本来的な結びつきが、すでに失われています。ですから、自分の生まれた場所も自分の居場所でないように感じてしまう。そういうとネガティブに聞こえるかもしれませんが、地域を客観的にみることでできるともいえます。ツーリストの視点を獲得する、とはまさにこういうことです。

関東で生まれ育った学生には、人生のなかで一度は家を出るといよいよ話しています。自分の生まれ育った地域から出るといふ経験は、観光を学ぶ学生にとって大きな意味を持つと思います。

- ※7 小林秀雄 日本の文芸批評の確立に大きな影響を与えた。故郷喪失についてつづいた「故郷を失った文学」(1933)では、下町と化した東京神田で生まれ育った小林の眼前で進む東京の近代化の過程、つまり西欧近代的理念の受容と都市化の情景が描かれている。
- ※8 ピーター・バーガー アメリカの社会学者(1929-2017)。「故郷喪失者たち」(1973)は、近代という社会的現実を人びとがいかに主観的に体験しているかについて説明しようとした著作である。近代化に伴う工業生産と官僚制のひろがりにより、近代人の意識は「安住の地の喪失(homeless-ness)」状態として特徴づけられることになったと論じた。
- ※9 アンソニー・ギデンズ イギリスの社会学者(1938-)。近代特有の制度や社会構造を理論化した現代を代表する社会学者のひとり。前近代において人びとの行為や社会関係は、常に特定の場所や時間に結びついてきた。しかし、近代化は人びとを家や村落、教会などの伝統的共同体から解放し、地域から分離させた。こんにち、人びとは標準化した空間・時間を生きている。

一方で、現実として起きていた、新型コロナウイルスが観光に大きく影響を与えている状況を無視することはできませんでした。いまだからこそできることがあるのではないかと、このような特殊な時代に学生として観光を学ぶことに新しい価値を見出すことができ

るのではないかと、これまでの価値観が大きく変更を迫られるなかで、新しい観光のかたちを創造する学びを見出していくことができるのではないかと考えました。そこで、5月のゼミで、「ウィズコロナ、ポストコロナにおいて観光行動や観光地はどう変わる(べき)か?」「ウィズコロナ、ポストコロナの観光地づくり/観光まちづくりにおいて自分たちは何ができるか?」といったテーマで新型コロナウイルスと観光の関係についてのディスカッションを行いました。この議論において、ひとつのグループが、遠くに行くことができないいまは居住地周辺にある魅力に気づき、楽しむ観光が必要ではないかと考え、それを「地元観光」と名づけました。また、緊急事態宣言や外出自粛期間が明けて最初に訪れる観光地はその人の観光に対する価値観を表出させるのではないかと、という意見も出ました。そのような仮説や疑問は実際に検証してみることが大切です。そこで、同年代の学生を対象に、「いまどんな旅をしたいか」や「観光を学ぶモチベーションに変化はあるか」など、幅ひろく調査してみようということになりました。

こうして6月に学内外の学生を対象としたアンケート調査を行い、その結果をまとめました。さらに、10月には夏の旅行実態についてのアンケート調査を実施しました。単に旅行需要や動向を把握するだけでなくとどまらず、コロナ禍という危機だからこそ浮き彫りにされる観光の本質は何だろうか、今回の危機

——西川先生のゼミが行った調査の詳細は本誌25、32ページに掲載されていますので、是非そちらもあわせてご覧下さい。さて、先ほど西川先生からのGoToトラベルキャンペーンに関する話題が出ました。この対談を行っている2020年11月11日の段階で明確な評価を行うのはもちろん難しいことですが、現時点でおふたりはGoToトラベルをどのように捉えていますか。

西川 宿泊費や交通費を大幅に割り引くという大胆な政策ですが、それが学生にとってどういう意味をもたらすのかについて考えています。これまで学生は、お金がないから安い宿に泊まり、安い食事しか楽しめなかった。もちろん、そういう旅を経験することは人生にとって貴重です。しかし、GoToトラベルは学生の手が届く世界や選択肢をひろげたと

はその後の観光にどのようなレガシーを残し得るのか、といった視点を大切にしながら調査を実施しました。

高岡 調査結果からはどのような発見がありましたか？

西川 6月に実施した調査では、夏休みに旅行に行きたいけれども行ってよいか迷っている様子が明らかになりました。また、この状況下で観光を学ぶモチベーションが下がってしまっているのではないかと心配していましたが、結果はその逆で、このような時代だからこそ観光を学ぶ意義を見出そうとしていることが分かりました。

10月に実施した調査では、昨年に比べて旅行実施率が下がっていたことや、いわゆるGoToトラベルキャンペーンの利用率がさほど高くないことなどが分かりました。観光学部生とそれ以外の学生で観光に対する意識や行動に違いがあるのではないかと予想していましたが、実際には違いをあまり見出せませんでした。面白かったのは、地方出身者と都市部出身者では意識が違っていたところ。たとえば「地元観光」の実施経験についてアンケートで確認してみたら、地方出身の学生ほど実施率が高いという結果が得られました。

高岡 それは彼らに移動体験があるからではないかと思えます。私は大阪で生まれ育ち、関東に住んだり福岡に住んだりして、いまは東京に住んで埼玉に通勤しています。これまで移動を繰り返してきたという体験があり、いまでも東京にツーリストとして仮住まいしているようなところがあります。東京も福岡も大阪も、自分にとってはどこか他人の場所です。文芸評論家の小林秀雄^{※7}がいう「故郷を失った」と

捉えることもできるのではないのでしょうか。学生はよいホテルに泊まってみようとしたのか、おいしいものを食べようと思ったのか、普段あまりお金をかけなかった体験にお金を使う余裕が生まれたのか。若者が一流ホテルでサービスを受けることで、その先の観光や観光業に対する意識を変えていくのではないかという期待もあります。

高岡 いま個人的に面白いと思っているのは、ただ客観的なかわかりませんが、GoToトラベルでホテルの客層が変わったという話題です。社会学の古典的な問題のひとつが「社会秩序はいかにして成立するのか」というものです。いままで来なかったような層の客が来るようになって、ホテルや旅館の秩序に変化が起きると聞きます。敷居が高いと考えられていた場所を多くの人がとが体験してみることが、旅行者にとっても観光産業にとってもチャンスだと思えます。そのことで、場の秩序がどのように変わるのかといった点に、社会的な関心を持つています。

西川 私はオンライン観光もGoToトラベルの対象でよかつたんじゃないかと思っています。新型コロナウイルスの流行からオンライン観光の可能性が出てきた。だからこそ、国も観光業に対する意識を変えて、政策的に支援してもよかつたのではないのでしょうか。

観光バブルとオーパツーリズム

高岡 いま西川先生が触れられたオンライン観光について、バーチャルな体験は身体的な旅を終わらせてしまうのかという観点から、もう少し話を深めてみたいと思います。私の暫定的な見解としては、と



西川ゼミで実施した調査の結果

※10 石橋正孝
立教大学観光学部交流文化学科准教授(1974-)。ジュール・ヴェルヌ研究で世界的に知られる。小説というジャンルを対象に、そこで書かれ、読まれる旅をめぐる想像力について分析している。2017年に「第61回群像新人評論賞」(講談社)を、2018年に「第23回日仏翻訳文学賞」(小西国際交流財団)を受賞。

※11 ジュール・ヴェルヌ
フランスの作家(1828-1905)。「驚異の旅」シリーズとして知られる『海底旅行』(1864)や『海底二万里』(1869-1870)、『八十日間世界一周』(1873)などを著した。月の裏側や地球内部の深淵へと向かう移動の過程はまさに「想像力の旅」というものであり、観光研究として読むにも触発的な題材である。

※12 京都市上質宿泊施設誘致制度
2017年5月に京都市で創設された宿泊施設の誘致を図る制度。地域特性を最大限に活用してそこでしか味わえない京都の魅力を提供し、地域活性化や京都経済の発展に貢献する宿泊施設を「上質宿泊施設」とする。ラグジュアリータイプ、MICEタイプ、地域資源活用タイプに分類される。該当する宿泊施設は規制緩和により、住居専用地域や市街化調整区域などへの立地が可能である。

コロナ前(上)とコロナ期(下)の京都二年坂



でも玉虫色のいい方ですが、オンラインツアーは身体的な旅を抑制もするし促進もする、というものです。たとえば、書評を読んでその本を読みたいと思うときもあれば、書評で内容がだいたい分かったから本は買わなくてもいいやと思うときがあるでしょう。つまり、書評は読書体験を促進もするし抑制もする。交流文化学科に所属している石橋正孝先生※10は、ジュール・ヴェルヌ※11の研究で知られていますが、ヴェルヌのヴェルヌ論を読むのと読まないのでは、ヴェルヌを読む体験が異なります。それは批評の力ということでしょう。

話を観光に戻すと、オンラインの体験があり、それとは別の身体的な体験があるというのではないと思うんですね。オンラインの移動体験は私たちの身体的な体験にハイブリッドにかかわってきます。互いに入り混じっている。分かりやすい例でいうと、インスタグラムに投稿するために原宿にパンケーキを食べに行くという体験は、身体的に移動していません。しかし、パンケーキの味そのものに関心があるというよりは、SNSに投稿してシェアすることに熱心というところがある。つまり、リアルな体験とイメージの体験は分かちがたく結びついている。見方によっては、オンラインによって身体的な移動が活性化されているともいえます。

私はポストコロナの時代において身体的な旅が減ることはないし、ますます促進されるのではないかとすら思っています。地域や場所の楽しみ方がさら

に多様化し、興味深いこともたくさん見えてきました。ひとつの仮説ですが、観光バブル時代はさらに続くかもしれない。世界の航空需要が戻るの、2022年から2023年といわれていますが、再び京都でオーバーツーリズムは起こるのではないのでしょうか。もしそうなら、どうすればよいのでしょうか。

西川 コロナを経験したことで、私の観光に対する価値観や研究のスタイルは大きく変わりました。これまで私は観光客を受け入れる地域の立場から観光をみてきたし、地域にとつてあるべき観光は何かという立場で、観光行動がときに地域に害を与えるものとして批判的にもみてきました。でも、観光行動が抑制されたいま、新聞報道にもあったように、私たちは江ノ島にドライブに行ったりすることを抑えられない。移動する欲望がある。行きたい、行きたくないというより、人間としての「性」ではないか。その意味で、人間にとつての観光の持つ大きな意味に気づかされています。

実際に移動しなければ得られない観光体験はなくなるとは思いません。一方で、行動が多様化している中で、観光とはこういう行動だという従来の認識ではなく、もっと別の楽しみ方を知ることになる、状況は変わってくるのではないのでしょうか。これまで見向きもされなかった地域や資源でも、ある「語り」や情報を加えることで、そこに価値を置く新しい楽しみ方が浸透していくとも考えられます。

混乱だといえながら、コロナ禍によって中国人観光客が来なくなると商売があつたりだという声もあります。観光に依存していた人たちもたくさんいたわけです。地域の計画として、観光政策として、どうコントロールしていく必要があるのでしょうか。

西川 まず、地域住民が観光に対してどういう意識を持っているのか、正しく把握する必要があります。この夏、昨年までオーバーツーリズムが問題とされていた京都や鎌

私の最近の関心は、観光需要と地域の観光のあり方をつなぐ計画論ができないか、つまり、需要を満たしつついかに地域を計画していくか、ということにあります。

高岡 なるほどと思う側面もあるけれど、やはり人はどつと来るかもしれません。

西川 確かに、新型コロナ流行前のオーバーツーリズム問題に対して、地域の受け入れ容量、つまりキャパシティをコントロールする方法論を持ちえなかったし、そのような法制もありませんでした。でも、新型コロナ流行下で、行政が移動を禁じればある程度の移動を止めることが可能だということも分かってきました。

高岡 たとえば、長野県の上高地やスイスのツェルマットのようなりゾート地では自動車によるアクセスを規制しています。では、都市に人が来ないようにするにはどうすればよいのでしょうか。京都に人が来ないようにするなどというのは、果たして可能なのでしょうか。

西川 観光需要を観光供給側がマネジメントするということですね。京都として、こういうお客さんに来てほしいと限定していく方向性はあるかもしれません。ある一定の質を持った宿泊施設だけに新規開発を許可するといったやり方は、京都市が「京都市上質宿泊施設誘致制度」※12で実際に取り組んでいる政策です。ただし、日帰り客の移動を制限することはできません。

高岡 湯布院も多くの日帰り客が立ち寄るのですごく混雑しているし、それによって迷惑している人もいます。他方、オーバーツーリズムによって京都は大倉などの住民を対象にインターネット調査を行いました。昨年までは観光客が多すぎて問題となつた地域ですが、新型コロナ流行と緊急事態宣言を経て観光客が突然来なくなったという経験を、住民はこの先の観光をどう捉えているのかを知りたかつたのです。

調査によると、観光客がいなくなつて観光の大事さをあらためて感じた人もいれば、観光客が来なくなった結果落ち着いた生活ができたので、来ないほうがよいと思う人もいました。こうした意識の違いが何に由来するかというと、新型コロナ流行前、つまりオーバーツーリズムの時期に受けていた観光による正負の影響に左右されることが分かってきました。

観光にかかわりのある住民だけでなく、観光との接点がない住民においても、観光振興に肯定的な回答が多くありました。新型コロナ収束後における観光振興の必要性については、観光事業者もそれ以外も7割超が認識していましたが、新型コロナ収束後にどの程度の観光客数が望ましいかについて尋ねてみると、一般住民の場合、オーバーツーリズムが問題だった2019年よりも少なくともよいと答える比率が多かつたほか、緊急事態宣言下のようにほとんど観光客がいないう状態がよいとする回答も1割程度はありました。一方で、観光に従事している人は2019年以上の観光客数を望む比率が少なくありませんでした。観光事業者とそれ以外では、求める観光客像にも違いがあり、前者は消費額の多い観光客、後者は地域の歴史や文化を味わうような人に来てほしいというのです。

これらの結果から、観光そのものを否定する傾向

※13 ジョン・アーリ
イギリスの社会学者(1946-2016)。資本主義の変動や文化の問題に関心をもち、近代のありようを理論化した。特に移動に関する後年の研究は、人文・社会科学に幅広く影響を与えた。発言は『観光のまなざし 増補改訂版』(2011)にもとづく。『場所を消費する』(1995)や『モビリティーズ』(2007)などの著作も観光研究の重要文献である。

※14 ゲオルグ・ジンメル
ドイツの哲学者・社会学者(1858-1918)。デュルケムやマックス・ヴェーバーとならんで現代社会学の創始者のひとり。都市や貨幣、相互行為などの多彩なテーマを通じ、近代の社会形成や人間関係を論じた。19世紀末に産業革命を迎えたドイツは急速な都市化と人口増を経験する。ジンメルは、新たに生まれた大都市という空間に近代特有の社会形式を読みとり、都市の精神性を描き出した。

※15 ヴァルター・ベンヤミン
ドイツの哲学者・思想家(1892-1940)。都市や芸術、文学、歴史概念などの主題から近代の認識論をめぐる幅広い議論を展開した。「パサージュ」や「遊歩者」などの概念で知られるベンヤミンの都市論は、産業革命を経て商業化が進み、よそ者が行き交うようになった19世紀から20世紀に至るフランスの首都パリの風景と人びとの意識の変容を捉えた。

※16 ハサン・イードゥル
立教大学観光学部交流文化科学助教(1983-)。文化人類学・社会学の立場からまちづくりやコミュニティ・デザインの研究を行う。日本における地域主導型まちづくりの草分けである大山町の取り組みを整理した論考のなかで、大山町のまちづくりが「地域の、地域による、地域のための」ものであったことを指摘した。

※17 須藤 廣
日本の観光社会学者(1953-)。『観光化する社会』(2008)、『ツーリズムとポストモダン社会』(2012)などの著作を通じ、観光に関する理論的な分析を牽引してきた。須藤は、労働と余暇が分離する近代において日常と観光(非日常)は区別されてきたが、消費社会化が進展することにより、いまや両者の境界は溶解しつつあると指摘した。

※1、2、6、8、9、12~17は鍋倉咲希が、※3、4、5、7、10、11は石野隆美がそれぞれ執筆を担当した。ともに、立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程に在籍中。

ちの社会においては、ツーリストであることが近代人の最も先鋭的な特徴であるとアーリはいつています。交流文化学科に所属しているハサン・イードゥル^{※16}先生がフィールドにしている大分県日田市大山町を例に挙げてみましょう。大山町には1960年代から「梅栗植えてハワイに行こう!」というスローガンがありました。単一品種を大量生産する農業ではなく、少量多品種生産で経済的に潤って、町民みんなでハワイに行こうという取り組みです。当時、大山町は日本の市町村でバスポートを保有している人の比率が最も高いといわれました。都心からかなり離れた地域に住む人びとが、みんな海外旅行をしていた。地域に住む人びとは単に都会からのゲストを受け入れるホストというわけではありません。彼らこそが最も先鋭的なツーリストなのだということを、いまから60年前にやっていたのですね。

そういった事態が、いまはますます加速しています。たとえば『地球の歩き方 東京』のように、地元の人が地元を歩くとか、GoToトラベルでも超高級リゾートホテルに地元の人が泊まっています。地元の人たちも観光したかった、ということが鮮明になりました。他者の空間だと思われていた場所

を自分のものにしていく動きです。社会学者の須藤廣^{※17}のいう「観光化する社会」がひろがっていて、誰もがみんなツーリストなのだといえます。観光学を学ぶひとつの意義は、現代社会について考えることです。観光を抜きにした社会というものはありません。得ないと思います。

先日、教職課程を履修している学生と面談しました。その学生は「観光学部で教員免許を取得したことに意味があった」と話していました。狭い意味での観光マインドだけではなく、観光とは何か、地域とは何か、あるいはまなざしとは何か、消費とは、人びとの暮らしとは……。観光学部で得たそういった知見をもとに、地理や歴史や教職についての学びをさらに深めていくことができる、という話はとても示唆的でした。

西川 今年の夏のオープンキャンパスで、私は高岡先生と一緒に受験生向けの講義を担当させていただきましたが、社会における観光学部の意義をもっと

高橋生に伝えていく必要があると感じました。ある高校生は、先生や保護者の方に「いまは観光を学ぶ時期ではないのでは」といわれて受験を迷っていたのことでしたが、オープンキャンパスでの講義を聴いて、そのように考えることはないと感じかされたそうです。観光が危惧的ないまだからこそ、観光を学ぶ意義があると考えます。そこで培われた視点は、観光学部生としてこれからの観光のあり方を社会に問うことにつながる。だからこそ、一緒に観光について学びませんか、というメッセージを発しました。

観光学部の存在意義はふたつあると思います。ひとつは観光を通じて得た新しい視点を社会に提供できること。もうひとつは、これからの観光振興に寄

与できる新しい観光人材を育てていくこと。私は後者の立場をより意識しています。観光客として地域を訪れることでそこに居住する住民に迷惑をかける可能性があるということは、通常、観光客にはなかなか想像がおよばない。でも、観光を学ぶと観光が持つ負の側面についても気づくことができる。こうした学びを通じて、社会における新たな観光のあり方を問うことができるのではないかと。そして観光学部生には、社会に出てからだけでなく、在学中に果たせる役割もあるのではないかと、思っています。観光学部で学んでいる知識や経験を同年代の若者に伝えることで、若者の観光に対する見方を変えられるのではないかと期待しています。

——西川先生が所属する観光学科学的なマインドとしては、次世代の観光を構想できる人材を育てたい。まさに観光ど真ん中の教育観ですね。交流文化学科所属の高岡先生はいかがでしょう。

高岡 私も観光を学ぶ意義はふたつあるといつも学生に話しています。ひとつは観光から社会をみるという視点です。観光を社会の窓として捉える。観光をきっかけにして北欧の福祉制度について学ぶとか、屋久島の自然を学ぶとか、その地域や社会についての理解を深めていく。観光の学びをおして交流のための武器を手にしていくという観点です。ふたつめは、まさに観光ど真ん中で、観光そのものを学ぶ視点です。自分が詳しい分野は観光なんだという、オリジナルなコンテンツとして観光を掘り下げていく必要があると思います。では観光とは何か。他人に迷惑をかけてでもやってしまう、この観光という

ポストコロナ時代に観光学を学ぶ意義

——そろそろまとめに入りましょう。この時代において、観光学を学ぶ意義につ



スイス・ツェルマット。環境に配慮してタクシーは電気自動車

ちの社会において、ツーリストであることが近代人の最も先鋭的な特徴であるとアーリはいつています。交流文化学科に所属しているハサン・イードゥル^{※16}先生がフィールドにしている大分県日田市大山町を例に挙げてみましょう。大山町には1960年代から「梅栗植えてハワイに行こう!」というスローガンがありました。単一品種を大量生産する農業ではなく、少量多品種生産で経済的に潤って、町民みんなでハワイに行こうという取り組みです。当時、大山町は日本の市町村でバスポートを保有している人の比率が最も高いといわれました。都心からかなり離れた地域に住む人びとが、みんな海外旅行をしていた。地域に住む人びとは単に都会からのゲストを受け入れるホストというわけではありません。彼らこそが最も先鋭的なツーリストなのだということを、いまから60年前にやっていたのですね。

そういった事態が、いまはますます加速しています。たとえば『地球の歩き方 東京』のように、地元の人が地元を歩くとか、GoToトラベルでも超高級リゾートホテルに地元の人が泊まっています。地元の人たちも観光したかった、ということが鮮明になりました。他者の空間だと思われていた場所

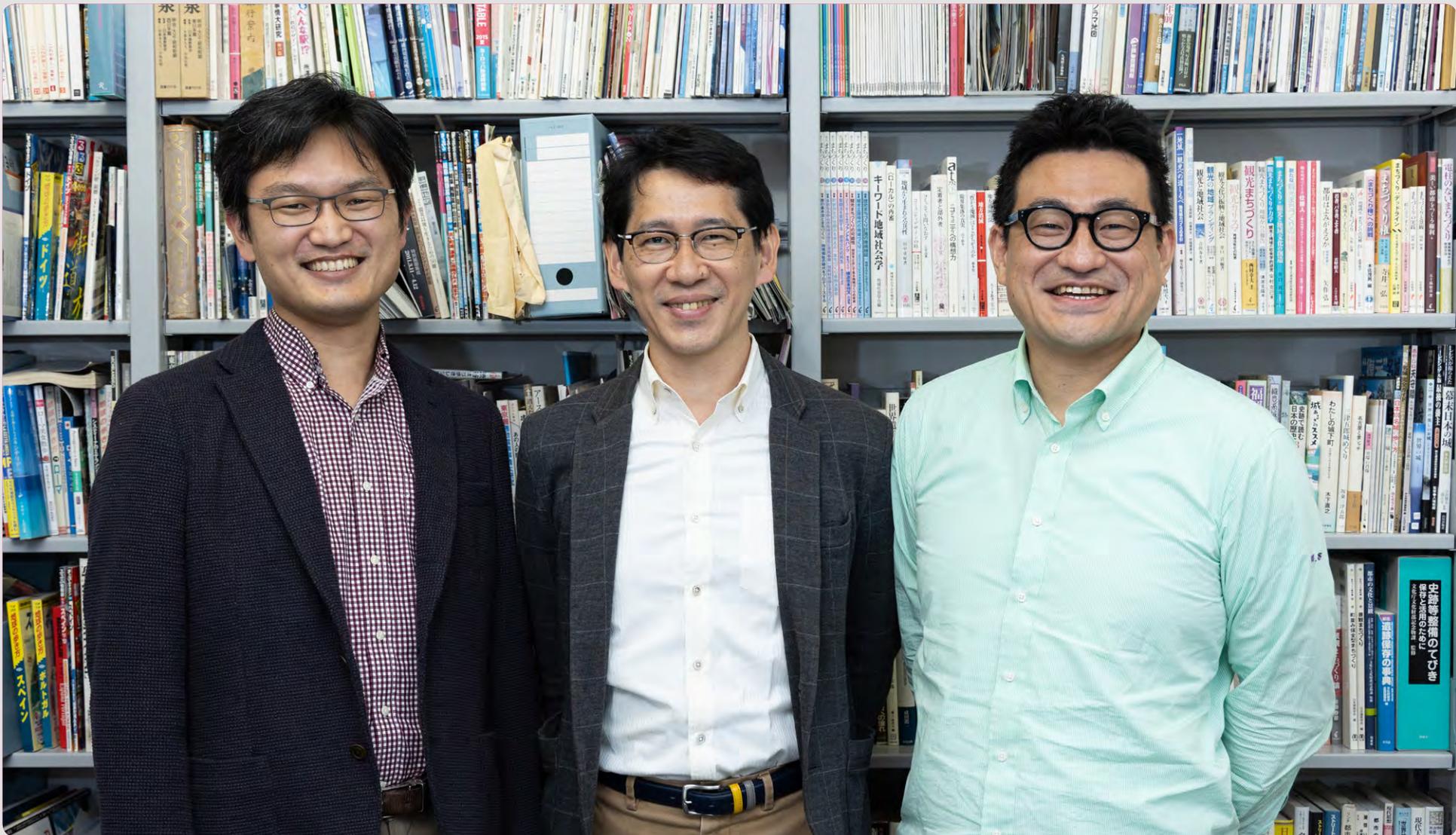
にはないものの、立場によって観光振興に求める役割は異なることが分かります。そのため、ポストコロナ時代の観光を考える上では、各地域で関係主体による丁寧な合意形成が求められると考えています。新型コロナウイルスの流行を経たいま、観光に対する地域住民の意識の変容は、これからの地域にとつての観光のあり方を考える上で非常に重要です。今後も継続的に調査をしていきたいと考えています。

高岡 メディアの情報によると、東京ではオリンピック開催に対してネガティブな認識を持つ人が多いとか、京都の人はオーバートーリズムで迷惑をしていると伝えられています。しかし、西川先生がおっしゃるように、多くの人は冷静にみているのではないのでしょうか。彼らは当然、さまざまなバランスのなかで生きていくわけですね。しかも、そういう住民の困惑とはまったく別の次元で、観光客は来たり来なかったりするのですよね。同じような問題はこれからも続いていくでしょう。それが一時停止されているというこんにちの状況は、本当に興味深いといえる。いまは観光を冷凍庫に入れておきたい、実験的な状態なのかもしれません。

いておふたりはどのようにお考えでしょうか。高岡 イギリスの社会学者のジョン・アーリ^{※13}がこんなことをいつています。「ツーリストであるということは、近代を身にまとうという特質の一環である」。19世紀においては都市が社会を代表していたわけです。ゲオルグ・ジンメル^{※14}やヴァルター・ベンヤミン^{※15}にとつて、近代的であることと都市的であることはつながっていました。現代社会あるいは後期近代社会といつてもよいのですが、こんに

ちの社会において、ツーリストであることが近代人の最も先鋭的な特徴であるとアーリはいつています。交流文化学科に所属しているハサン・イードゥル^{※16}先生がフィールドにしている大分県日田市大山町を例に挙げてみましょう。大山町には1960年代から「梅栗植えてハワイに行こう!」というスローガンがありました。単一品種を大量生産する農業ではなく、少量多品種生産で経済的に潤って、町民みんなでハワイに行こうという取り組みです。当時、大山町は日本の市町村でバスポートを保有している人の比率が最も高いといわれました。都心からかなり離れた地域に住む人びとが、みんな海外旅行をしていた。地域に住む人びとは単に都会からのゲストを受け入れるホストというわけではありません。彼らこそが最も先鋭的なツーリストなのだということを、いまから60年前にやっていたのですね。

そういった事態が、いまはますます加速しています。たとえば『地球の歩き方 東京』のように、地元の人が地元を歩くとか、GoToトラベルでも超高級リゾートホテルに地元の人が泊まっています。地元の人たちも観光したかった、ということが鮮明になりました。他者の空間だと思われていた場所



対談を終えたふたり。司会とともに [撮影のためマスクを外しています]

行為っていったい何なのだろう？それを考えることこそが、観光のど真ん中だと思います。

私はよく、「文化は別腹」といっています。文化は、一見すると「不要不急」だと思われがちです。たとえばケーキは必要に迫られて食べるわけではありません。菌が悪くなるよ、栄養が偏るよ、食べ過ぎてはいけないよなどといわれる。それでも食べてしまう。これが文化なのだと思います。観光も同じです。観光が社会から要請されることもあるでしょう。手段として期待されることもあるでしょう。他方、ウイルスを運ぶから来ないでください、といわれても行ってしまふ。旅に出てしまふ。つまり、手

意味ではないでしょうか。

西川 高岡先生のお話は、観光をとおして社会をみることを強調しているように思えたのですが、一方で観光そのものの目的についての研究の必要性をおっしゃっていて、そのねじれが面白いと思いました。高岡 地域のための観光や、経済のための観光といった、何かのための観光だけではなく、観光そのものを自分なりの言葉でつかまえる必要があると思っています。学生にもそのように促しています。鼻歌って勝手に湧き起こってくるじゃないですか。合唱コンクールで賞をとるために歌うのも歌だし、コンサートでお金を稼ぐために歌うのも歌だけど、鼻歌のように、歌う衝動としての歌というものもある。人間として、図らずもやってしまうもの。観光のそういう側面を考えることも大切なのではないでしょうか。

か。

——観光学部に入學してくる学生は、簡単にいつてしまおうと旅行好きが多いように感じます。観光が好きなことから観光について勉強したい。観光学はそういう原始的な欲求が学びとダイレクトに結びついていく学問だと思っています。

高岡 観光学部での教育では、学生のそういったブリミティブな学びの欲求に対して、どう刺激し、どう応援できるか、そこが重要なポイントだと思っています。入學してきたばかりの1年生に何を伝えるべきかという、ひとつは自分の夢や思いを相対化する視点だと思っています。客室乗務員になりたいという夢を持つている学生がいるとします。夢や目標は大切ですが、待遇や離職率といった現実を理解する必要があります。歴史を知ることでも大事です。客室乗務員という職業は、「女性らしさ」というジェンダー規範とどのようにかかわってきたのか。「日本らしさ」というナショナルイデオロギイとのような関係にあったのか。

観光まちづくりも同じですね。地域の活性化にかかわりたいと思うことは大切です。しかし、そこでいう「地域」って何を指しているのか。どうなれば「活性化した」といえるのか。観光は本当に地域を活性化することができるのか。別の問題を生み落としたりはしないのだろうか。そうやってさまざまな視点から考えることに意味があるのではないのでしょうか。観光のことを勉強したい、観光産業の道に進みたいという目的意識の高い学生が多いのは観光学部ならではのでしょう。それ自体は素晴らしいことです。思いや目標を相対化する概念や思考を身につけ、それを客観的な言葉で説明することにこそ、大学の学び

の核心があるのではないのでしょうか。

西川 そういう意味では、目的意識がはつきりしている学生が多いので、教員としても教育のしがいがある。やればやるほど学生からの反応も返ってきてきます。

高岡 観光を学びたいという学生に対して、私たちはもつとシンプルに向き合ってよいと思います。彼らの興味を分節化するというか、言語化し、再構築していくことのお手伝いをしたいですね。

——こんなちのうな状況にあっても、観光をネガティブに捉える必要はなく、むしろ、観光学を学んだり研究したりする人間はポジティブに捉え返すことが求められている。だからこそ、観光学部の社会的なニーズは生まれるわけだし、観光学科、交流文化学科を問わず観光研究者として明らかにしなければならぬことがたくさん存在する。そして、その成果を学生や社会に分かりやすいかたちで還元するという使命もある。おふたりの対談をとおして、ポストコロナ時代の観光学について実に多くのことを考えさせられました。本日はどうもありがとうございました。

西川・高岡 ありがとうございます。

2020年11月11日 オンラインで実施



Critique 1

遍在化する〈観光〉

— フライトシエーム運動から近所の再発見まで

門田岳久
Kadota Takahisa

COVID-19の前後で観光の見方はどう変わるのか。フライトシェアムとアンチツーリズム、ネイバーフッド（近所）の再発見などを通じて、観光学が今後取り組んでいくべきポイントを考える。

観光の回復は可能か

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大で最も大きなインパクトを受けたセクターは、明らかに旅行・移動部門である。2020年の春以来、国際移動は厳しく制限され、国際的な観光市場は停止状態となった。国内移動はいずれの地域でも比較的規制が緩く、日本でも、記憶に新しいGo Toキャンペーンによってこ入れが図られた。ヨーロッパと異なり、日本では政策としてのロックダウンは取られなかったが、感染者急増期には移動自粛が呼びかけられた。しかしそこで散見された「県外ナンバー」への攻撃は、この状況下での観光者への批判的な視線を象徴している。

「観光は平和の産業」という言い古されたフレーズは今こそ想起されるべきで、観光者が受け入れられる状況の回復を願わずにはいられない。ただ「観光の回復」はそれほど単純な話ではない。なぜなら旅や移動を取り巻くコンテキストが変わればその形態もまた変化するし、ポストコロナの時代の観光が、プレコロナの時代と同じ形で原状復帰するとは考えにくいからだ。この小文では主に筆者が在外研究で滞在しているヨーロッパの視点から、COVID-19の前後で観光の見方がどう変わるのか、観光学が今後取り組んでいくべきポイントは何かを考えたい。

フライトシェアムとアンチツーリズム

観光が置かれた厳しい状況はコロナを契機とするというよりも、実はそれ以前から続いていたものである。具体的には、観光があまりにも加

速したことによって恩恵よりも弊害のほうが上回っているのではないかという説である。典型例の一つは、既に多く語られているオーバーツーリズムの状況である。コロナ前の2019年は世界的に未曾有の観光客数（15億人超）であり^{※1}、例えばスペインでは2008年からの10年間で60%以上の増加を見ている。著名な場所に集中する観光者は生活環境や自然環境に多大な負荷を及ぼし、一般住居の宿泊施設への転用は都市の住宅価格高騰を招いていることが指摘されてきた^{※2}。結果、ヨーロッパ各地で住民によるアンチツーリズムキャンペーンが広がった^{※3}。

加えて気候変動への危機意識の高まりも関係している。航空機移動が温暖化物質の排出に大きな影響を与えているとする様々な研究成果とともに、不要な飛行機移動を抑制する運動、いわゆるフライトシェアム（Flygskam = Flight Shame）運動がスウェーデンの若者を発信源に広まった^{※4}。飛行機利用を必要な時に限り、それ以上の搭乗に罪悪感を持つべきだ、という運動である。代わって提唱されたのが、環境負荷の小さい鉄道や自転車を用いた近距離の観光で^{※5}、SNSでは#tagsskyrt（train brag）や#tagstannarpåmarken（I stay on the ground）などのタグが流行した。

フライトシェアム運動はもともと環境意識の高い欧米で広がりを見せ、実際にストックホルム空港では8%ほどの利用低下が認められたという。オランダの航空会社KLMはCEOが不要な飛行機旅行を取りやめ、適度な鉄道利用を勧める異例の声明を出し、「flyresponsibly」キャンペーンを開始したことで話題となった^{※6}



列車移動を呼びかけるグループTågsemesterklubben(The train holiday club)のウェブサイト (<https://www.tagsemester.nu/tagsemesterklubben>)。彼らの活動場所はFacebook、TwitterなどのSNSである。

乗客数が増えている北欧の列車。フィンランド・トゥルク、2020年9月、筆者撮影。

観光シーズンであるにもかかわらず搭乗客がほとんどいない国際線ターミナル。成田空港、2020年8月、筆者撮影。



6。これも一種の企業戦略には違いないが、航空会社にとっても無視できない状況にある。

フライトシェアムなど個別の運動は流行のものだが、そこに通底する問題は決して一過性のものではない。旅行のために化石燃料を人より多く消費し、CO₂排出を担う正当性は何か、またそれによって現地に経済的恩恵を与えることができるとしても、それは結局経済的強者による権力関係を再生産しているだけではないのか、というより大きな問いがそこにある。だからこそ、アンチツーリズム運動はグローバル資本主義へのプロテストと親和性がある。またコロナ禍にあつてオーバーツーリズム問題が図らずも「解決」された欧州の都市では、水質や排ガスといった自然環境までも改善されたことで、空間をローカルに取り戻す動きが更に活発化した⁷。

2010年代には先進国だけでなく、新興国の人々が観光者として多数移動するようになり、さらにネットで観光地のランキンゲ化が進み、一部の場所に以前にも増して人が集中するようになった。ネオ・マスツーリズムというべきこの現象は過去10年以上にわたつて加速し続けてきたのであり、コロナ直前の観光は明らかに限界だった。オーバーツーリズムの課題を乗り越え、生活世界と共存しうる適正な観光を目指す観光地の取り組みが欧州の都市で見られる一方⁸、ツーリズム自体を否定し、他の産業に置き換えていこうとする運動は、観光を取り巻くより厳しい視線を示している。

遠くから近くへ、多動からスローへ

加速する資本主義の行き着く先は破滅である⁹。といつてももちろん観光が破滅したわけではない。現在進んでいるワクチン摂取が行き渡れば元通りに復活する部分も少なくないはずだ。ただ、全てが元に戻るわけではない。実際国際的なビジネス移動は恒久的に3割ほど減少するという見込みもある¹⁰。さらにパンデミック下では、地球環境や生活環境に多大な負荷を与え、大勢が著名な場所に集中し、短期的に観光資源を大量消費していく形態をこれまで通り続けていくのが良いのかどうか、多くの人々

には問題がある。それなのに、観光地に人が殺到するという現象が相変わらず起ころのは、自由と冒険の空間は「遠く」にある、という感覚から逃れられないかもしれない。しかし、先に述べたように、自由と冒険の空間は「近く」にもある¹²。

近所こそ新たな発見の場であるというのは今に始まった考えではない。都市での遊歩や散策は近代人の知的営為とみなされてきたし¹³、考現学や民俗学もまた「近く」を捉え直す分野だ。私は先年、『大学的東京ガイド』（立教大学観光学部編）の執筆に際して「自宅から15分のフィールドワーク」を行った。見慣れた景観が幾重にも折り重なったレイヤーのようにも

が真剣に考え始めた。ニューヨーク在住のある日本人ブロガーは次のように記した。

インスタグラムで目にした人気のスポットを目指してはるばる遠くからやってきて、インスタグラムで見たのと同じ写真を撮り、すでにアップされている数千枚と同じ、誰も見ない写真をトリップ・アドヴァイザーにポストする。（中略）8時間飛んでたどり着いた国で、ニューヨークと同じメニエールのカフェに座る。旅先でも同じニューヨーク・タイムズを読み、旅立つ前と同じ英語で、現地の仲間とグローバル化を批判し、サステイナビリティを主張する。自分がグローバル化を担っていること、サステイナブルとはいえない旅をしていることには気づかないふりをしておこう。訪れた場所と具体的な関わりをもたず、何のインパクトを与えることも受け取ることもなく、後に残るものはいずれマイルだけ。飛ばせば飛ぶほど場所の重みが摩耗する。自分の属性を確認するために3000マイル飛んで似た者同士のクラブに顔を出すなら、30分歩いて全く異なる環境に生まれ育ち、何も共有するものがない人たちが住むネイバーフッドで午後を過ごす方がよっぽどいい。幸いニューヨークのような都市ではまだそれができる¹¹。

ここにはオンラインツールをもとに著名な場所に集中することや、こうした経験を自己の属性確認とすることへの疑問が表れている。属性確認とは観光を通じて自分らしさや帰属意識を形成していくことで、近年では「経験消費」や「コト消費」と呼ばれてきた。

それに代わって提起されるのが「ネイバーフッド」（近所）の再発見である。単に距離が近いことが大事なのではない。「午後を過ごす」という表現には、できるだけスローに、動きすぎないことが強調されている。このブログはコロナを念頭に書かれてはいるが、その問題意識は一朝一夕のものではなく、2010年代の観光への疑念から生じている。同様の転換を地理学者の吉永は次のように述べる。

コロナ感染があらうとなかろうと、観光地に人が殺到するという状況

見えてくる印象深い経験だった。

近所に行くという何でもない行為をあえてツーリズムの文脈に位置づけたのは2020年のバズワードにもなった「マイクロツーリズム」である。「自宅から1〜2時間程」¹⁴のミクロな移動は私たちにとって日常の行為であり、散歩や街歩きといった以外に特段名称を持たない。従来の常識では観光の外部にあるものにツーリズムと名付けることによつて、「観光的なもの」が姿を現す。おそらくポストコロナ時代の世界における新しい観光はこのようなものだ。限界に至つた観光の外側で、様々な形をした「観光的なもの」に人々が関わりを見いだしている。

フライトシェアム運動や近所の再発見は、こうした声がこれまで散々観



『大学的東京ガイド』のフィールドワークの様子。博物館で学芸員さんに学び、街を歩く。学生にとっては異世界だが、私にとっては「近所の再発見」。大田区、2016年10月、筆者撮影。



「観光的なもの」①JR東日本ボケモンラリー。横浜、2018年7月、筆者撮影。

光を楽しんだ先進国／年長者から発せられるということに、やや欺瞞を感じることもある。また環境保護的なモビリティがリベラル層のライフスタイル消費に収まってしまふことで、運動が持っていたラディカルさや問題提起が矮小化されてしまふかもしれない。ただこうした疑問を踏まえてもなお、これらの主張が根底の部分で正しいのは、「観光地に人が殺到するという状況」を従来通り続けることにはどう考えても正当性がないからだ。「観光的なもの」の広がりには、これに対する一つの道筋となる。

偏在する「観光的なもの」

歩く、地域を知る、学ぶ、食事をする、景色を見る、電車に乗る、車や自転車を運転する、どこかで寝る、誰かと会う、人と話す、ものを買う、写真を撮る、どこかへ移動する、楽しむ、記憶する、語る。それぞれの行為自体は観光ではない。しかしそれらが目的地への移動とセットになることで、異郷において一時的な楽しみを消費する現象としての観光^{※15}が生まれる。観光とはこのように移動を含めた多様な行為の集合体である。観光産業はこの集合体を効果的に創り出すことで利潤を上げてきた。

このように複数の行為と、それを支える制度や産業が統合されたものが近代の観光である。これを仮に、統合型観光と呼んでおこう。先に見たような観光の限界とは、あくまで統合型観光の限界である。だが、歩く、食べる、話す、見るなどといった個々の要素は、いうまでもなく観光以前から存在し、これからも存在し続ける人間の原初的行為である。新聞やテレビがあってもなくても人は新しい出来事に興味を持つし、社会福祉が制度化される前から人々の日常には、人を助けたり助けられたりする機会があったのと同じである。

「観光的なもの」の広がりには、統合型観光の中から個別の要素だけが選択され、そこにもちよつとした楽しみや発見が期待される状況である。

2020年のフィンランドでは国外観光に行けなくなり、社会的距離を取ることを求められるようになったことで、森林など自然に向き合う意義が以前にも増して認識されるようになったという^{※16}。

マイクロツーリズムや近所の再発見は、「近くに行く」という我々にと

って当たり前の行為に注目をする。食べるという行為だけを抜き出したGo Toイートキャンペーンは、食事も一種の観光であるということを実証した。いくつかの航空会社が出発地に戻ってくるだけの商品を出しているが、それも「乗る」だけを抜き出したものだ。

統合型観光では様々な要素を一つにパッケージ化し、短期間に大勢の人に経験させる仕組みが作りあげられている。サステイナブルツーリズムとかポストモダンツーリズムとか、様々な名称が付いていたとしても基本は変わらない。コロナが問いかけるのは、皆が皆、その要素を全て経験する必要があるのか、ということである。単に食べたいただけ、発見がしたいだけ、乗り物に乗りたいたいだけ、誰かとともにいたいだけ、ホテルに泊まりたいだけならば、それぞれの「したい」を別個に、分割してやればいいだけではないはずだ。いま私たちが観察しているものは、近代とともに生まれた統合型観光が元の個別的要素に分解していくプロセスである。

〈観光〉を越えて

社会の様々なところに拡散・偏在化している「観光的なもの」の追求を、ここでは拡散型観光と呼んでおこう。それらは必ずしも観光と名付けられているわけではないし、見た目で判別できるわけではない。当事者も自分たちの営みを観光とは思っていないこともあり得る^{※17}。「観光的なもの」は観光産業を介して遠くの観光地に行かなければ経験できないわけではなく、私たちの日常、近所をはじめとしてどこにだってあるし、どこにあるのか自明ではない。観光産業にとってはこれまで以上に事業化の工夫が不可欠になるが、観光学にとってもチャレンジングな状況に違いない。なにせ一見観光ではない現象を観光学として議論するのである。

統合型観光から拡散型観光へ、という変化のプロセスはちょうど宗教をめぐる状況に近いかもしれない。現在日本だけでなく多くの国で、宗教は人々への影響を失い、教会や教団といった宗教制度は衰退しつつある。これを世俗化と言うが、だからといって人々は「宗教的なもの」への関心

「観光的なもの」③自転車のシェアと都市内移動。スウェーデン・ストックホルム、2018年8月、筆者撮影。



「観光的なもの」②自然空間でのウォーキング。フィンランド・ヘルシンキ、2020年8月、筆者撮影。



日常・非日常を超えた 新たな観光の展望

学生へのアンケート調査から考える

新型コロナウイルスの蔓延は観光学部生にとって重く響くものとなりました。西川ゼミでは「ウィズコロナ、ポストコロナの観光行動・観光地はどう変わる(べき)か?」という問いのもと、2020年6月と10月に600名以上の学生を対象としたアンケートを実施、調査レポートにまとめました。ゼミ生たちが活動の記録を報告します。

立教大学観光学部西川ゼミ



「観光的なもの」④パンデミック下のキーワードは“Distance”。北欧では、もともと人気のあったポートや夏小屋(別荘)の売り上げがさらに伸びた。フィンランド・トゥルク、2020年10月、筆者撮影

を失ったわけではないことは、セラピーやスピリチュアルケア、聖地巡礼ツアーなど、現代社会の様々な領域に宗教らしさの断片が遍在していることを見れば明らかだ。宗教社会学では、「特定宗派への信仰はないがスピリチュアル」(Spiritual but not religious)な状況が研究されている^{※18}。観光学においても同じような視点が求められる。従来の意味での観光の外側を見ていくと、「観光的なもの」に対する人々の欲求は衰退どころかますます強くなっていることが見えてくるだろう。それは観光学にとって、視点や研究対象を大きく広げることのできるチャンスである。ジョン・アリーの著作^{※19}にかけて言えば、ポストコロナ時代は「観光を越える観光学」への時代である。

- ※1 UNWTO, 2020, World Tourism Barometer (https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt.pdf)。以下のリンク先はすべて、2020年12月10日最終確認。
- ※2 Clancy,M., 2020, "Tourism, financialization, and short-term rentals: the political economy of Dublin's housing crisis" Current Issues in Tourism, (<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1786027>)
- ※3 Eagan,K., 2018, "ANTI-TOURISM MOVEMENT RISING AROUND EUROPEAN CITIES", TourismReview NEWS (<https://www.tourism-review.com/anti-tourism-organization-launched-news10572>)
- ※4 Gössling, S., A.Humpe, and T.Bausch, 2020, "Does 'flight shame' affect social norms? Changing perspectives on the desirability of air travel in Germany", Journal of Cleaner Production, 266 (<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122015>)
- ※5 Morrison,K., 2020, "Flight Shaming": A Swedish media analysis of an emerging discourse in the climate change debate, (<https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1500648&dsid=RroAzILa>)
- ※6 KLM, 2019, "flyresponsibly" (https://flyresponsibly.klm.com/gb_en#home)
- ※7 Burgen,S., 2020, "La Rambla: plans to transform Barcelona's tourist rat run into a cultural hub", (<https://www.theguardian.com/travel/2020/oct/20/la-rambla-transform-barcelona-tourist-rat-run-into-a-cultural-hub>)
- ※8 阿部大輔編, 2020, 『ポスト・オーバーツーリズム—界隈を再生する観光戦略』学芸出版社
- ※9 フィッシャー,M., 2018, 『資本主義リアリズム』セバスチャン・ブロイ、河南瑠莉訳、堀之内出版
- ※10 McCartney,S., 2020, "The Covid Pandemic Could Cut Business Travel by 36%—Permanently", (<https://www.wsj.com/articles/the-covid-pandemic-could-cut-business-travel-by-36permanently-11606830490>)
- ※11 Follow the accident. Fear the set plan, 2020, 「パンデミックの向こう側」(<https://ys347.wordpress.com/2020/12/03/1-16/>)
- ※12 吉永明弘, 2020, 「『近所』というフロンティア—地元観光のすすめ」『シノドス』(<https://synodos.jp/society/23706>)
- ※13 ベンヤミン,W., 2020, 「バサージュ論1」今村仁司他訳、岩波書店
- ※14 星野リゾート, 2020, 「ご近所旅行のススメ」(<https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>)
- ※15 橋本和也, 1999, 『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方』世界思想社
- ※16 Yle, 2020, "Coronavirus changed Finns' relationship with nature, survey finds"(https://yle.fi/uutiset/osasto/news/coronavirus_changed_finns_relationship_with_nature_survey_finds/11421141)
- ※17 門田岳久, 2019, 「『枠』を出る現代の観光—『おもてなし』の呪縛を超えるために」『地域文化』128
- ※18 Fuller,R.C., 2001, Spiritual, but not Religious: Understanding Unchurched America, Oxford University Press
- ※19 アーリ,J., 2006, 『社会を越える社会学—移動・環境・シチズンシップ』吉原直樹監訳、法政大学出版局

はじめに

新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナウイルス」と書く）の流行をきっかけに観光の脆弱性が露になり、今までのように容易には観光をすることができなくなってしまう状況に、多くの人々が不安を抱いたこととでしょう。観光を専門に学ぶ私たちも、観光産業はこの先どうなってしまうのだろうか、希望は無いのではないかと不安を抱いた時期がありました。

しかし、ゼミでの新型コロナウイルス後の観光を考える議論を機に、この新型コロナウイルスの状況は、今までオーバーツーリズムなどの問題もあった観光のあり方が変わるきっかけ・チャンスでもあるのではないかと少しずつ前向きに考えられるようになりました。新型コロナウイルスでフィールドワークなどができない状況の中でも、観光やまちづくりに携わっている方をオンラインでお招きしてお話をさせていただき、地域の動きや視点を学んできました。さらに、私たち西川ゼミでは、今だからこそできることとして、学生を対象にしたアンケート調査を始めました（表1・2）。

ここでは、2回に及ぶアンケート調査から得た結果をもとに、私たちが見出した新たな観光のあり方について述べていきたいと思います。

表1 アンケート調査の詳細

	第1弾調査	第2弾調査
調査時期	2020/6/9～2020/6/15	2020/10/6～2020/10/21
調査方法	Google Formによる回答	
調査対象者	大学生・専門学生	
有効票数	745票	628票
主な質問内容	<ul style="list-style-type: none"> 夏の旅行意欲 「地元観光」への関心 観光学部生の学びや就職に対する意識変化 	<ul style="list-style-type: none"> 夏の旅行実態 「地元観光」への関心、実施有無 GoToトラベルの利用実態

表2 アンケート調査レポートの目次

第1弾調査	第2弾調査
0. 回答者属性	0. 回答者属性
1. 今夏の旅行に対する調査	1. 夏の旅行実態
2. 旅行意識への影響	2. GoToトラベル事業
3. 大学での学習への影響	3. 県民・市民専用割引制度
4. 就職に対する意識	4. 「地元観光」
5. 論点整理	5. オンライン観光
	6. 今の学生にとっての「旅行」観
	7. 論点整理



模造紙と付箋の代わりにmiroというアプリを使い、試行錯誤しながらアンケートの設問を作成した

地元観光について

西川ゼミでは、緊急事態宣言下の5月に、このコロナ禍の状況で観光を学ぶ学生としてできることについて議論しました。その議論を経て、遠くへ出掛けられないという状況だからこそ、自身が住んでいる地域の今まで知らなかった魅力を非日常の視点で見つけ、楽しむという新しい観光のあり方が求められるのではないかと考え、「地元観光」というワードを作り出しました。そして、より多くの人々に「地元観光」を広げようと、Instagramのアカウントを開設し、ゼミ生それぞれの地元を中心に様々な地域を紹介してきました。アンケートの結果を見ると、6月の時点で7割以上の人々が「地元観光」に関心を持つようになっており（図1）、旅行に対する制限が緩和され遠方へ出掛けられるようになった後でもその割合は減少していません（図1）と読み取れます。また、およそ4割の人々が夏休みに「地元観光」をしたと回答しており、新型コロナウイルスの流行を機に「地元観光」に対する関心は高まったと考えられます。「地元観光」をした人のうち、約98%の人が「地元観光」を通じて何かしらの良さや新しい魅力を発見している（図2）ことから、「地元観光」は何気なく過ごしている日常生活の中にある新たな魅力を発見させてくれるものと言えます。さらに、地元への愛着度が高ければ高いほど「地元観光」の経験率が高くなっている（図3）ことから、「地元観光」を通して他の人にはあまり知られていない、自分なりの地域の楽しみ方を見出すことにより、地元愛がより強くなる可能性もあるのではないのでしょうか。当初、新型コロナウイルスの影響で遠くへ足を運ぶことが困難になったことで推進を始めた「地元観光」ですが、遠方へ出かけられないことの代替としてだけでなく、新たな楽しみとして「地元観光」には大きな価値があると考えています。

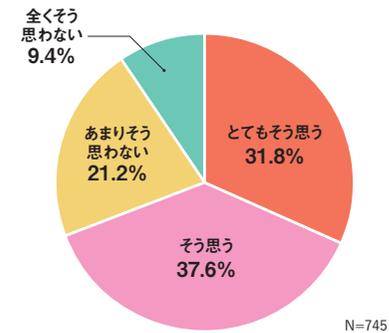


図1 「地元観光」に関心を持つようになった割合（第1弾調査）

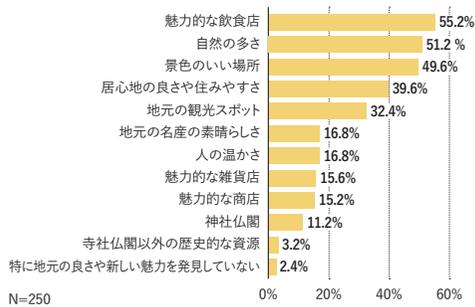


図2 「地元観光」をした人が発見した魅力（第2弾調査）

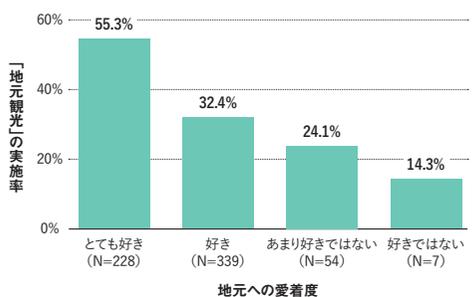


図3 地元への愛着度別にみる「地元観光」の経験率（第2弾調査）

Record 西川ゼミの新型コロナウイルスと観光をめぐる活動の記録

6/9～15 第1弾アンケート調査実施期間

6/2 初の「東京アラート」都民に警戒呼びかけ

5/29 第1弾アンケート作成開始
夏の旅行や就職、大学での学習に対する意識など、新型コロナウイルスの流行による学生の意識調査の設問を検討。
「地元観光」を発信するInstagramの開設を検討
コロナ禍においても行動を起こすことができるSNSを活用し、「地元観光」の楽しさをゼミから発信していきたい、「写真映え」だけではないより深い観光の魅力を観光学部生の視点から伝えていきたいという思いからアカウントの開設を考える。

5/25 第3回オンラインゲストトーク
(大分県津久見市観光協会事務局長 吉谷地裕氏)

5/24 オンラインで造園学会全国大会に参加

5/21 緊急事態宣言 関西は解除
首都圏と北海道は継続

5/15 コロナ禍の観光について議論
「観光関連産業における感染症風評被害対策マニュアル」(観光庁 2009) を読んで上で、ウィズコロナ・ポストコロナの観光がどのように変わっていく(べき)か、それに対して自分たちには何が出来るのかを議論。ゼミ生の1人がアクションペーパーに書いた、「外出自粛の必要がなくなったら、人々はこぞって外に出るのかもしれないが、その際にどこに行くのだろうか」という疑問と、それに対する「調査してみようか」という西川先生の一言がきっかけで、学生の旅行意識に関するアンケートの実施が決定。

5/14 政府緊急事態宣言 39県で解除
8都道府県は継続

4/29 春学期授業開始

4/28 第2回オンラインゲストトーク
(静岡県三島市役所商工観光課 柿島淳氏)

4/22 第1回オンラインゲストトーク
(イギリスの大学に留学中の観光学部4年生 飯泉菜央さん・稲垣千尋さん)

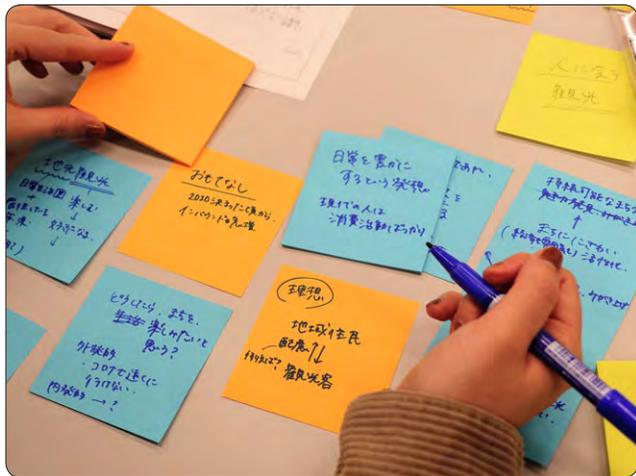
4/16 「緊急事態宣言」全国に拡大
13都道府県は「特定警戒都道府県」に

4/10 ゼミ活動開始

2020/4/7 7都府県に緊急事態宣言



対面とオンラインを併用してゼミを実施した



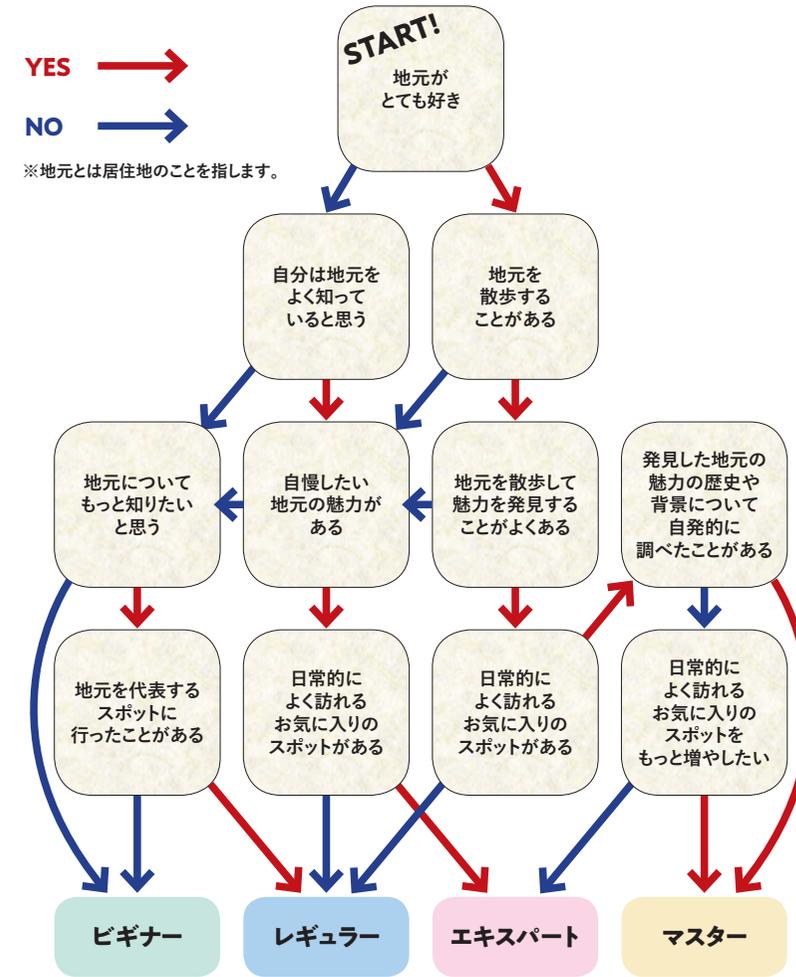
訪問先を思いやる観光について付箋に意見を書き出しているゼミ生

※1) 静岡県 (2020), 「ふじのくに 新型コロナウイルス警戒レベル (8月12日更新)」, <https://www.pref.shizuoka.jp/kinkyu/documents/keikai0812.pdf>, 2020年12月22日閲覧

「地元観光」診断チャート

あなたはどのタイプ? 診断チャートであなにオススメの「地元観光」を紹介します!

私たちは、「地元観光」を【日常生活圏を非日常の視点で楽しむことであり、①「居住地周辺の魅力を感じよう」という意欲を持って外出すること、②実際に足を運んで居住地周辺の魅力を感じる事、③居住地周辺の魅力を日常的・習慣的に感じる事、という3つのうちどれか一つでも実施していること】と定義しました。そして「地元観光」をもっと多くの人に気軽に始めてもらえるように、診断チャートを作成しました。まずは自分に合った「地元観光」から始めてみませんか?



ビギナー

- 地元を代表するスポットに足を運んでみる
- 地元にはかないお店に足を運んでみる
- いつもと違う道を通って家に帰ってみる
- InstagramなどのSNSを使って #〇〇 (地元の地名) で調べ、気になったところに行ってみる
- 地元地域のHPやパンフレットを見てみる

レギュラー

- 地元の好きなスポットやお気に入りのお店を見つけ、行きつけになる
- 地元の魅力をさらに追求してみる
- 自分とは異なる地域に住む人に、自分の地元の魅力を聞いてみる
- 目的を決めずにぶらぶらと地元を散歩してみる
- 普段足を止めないところで足を止めてみる
- カメラを持って散歩してみる
- 電車一駅分歩いてみる

エキスパート

- 地元の文化や歴史について調べてみる
- InstagramなどのSNSで自分なりの「地元観光」を発信してみる
- 地域外の人に地元を案内してみる
- 地元のイベントやツアーに参加して、地元についての知識をさらに深める
- 地元のお店の人や観光協会の人に話しかけて、地元についての知識をさらに深める
- 地元の歴史資料館や郷土資料館に行ってみる

マスター

- 地元の人に自分が「地元観光」を通して発見した地元の魅力を紹介する
- InstagramなどのSNSで自分なりの「地元観光」を発信してみる
- 地元のまちづくりについて調べて参加してみる

訪問先を思いやる観光

遠くへ出かけることが難しい状況から私たちは「地元観光」を考えてきました。今夏は、GoToトラベルが開始したことで遠出も含めた旅行が推奨される環境となりましたが、一部の地域では、感染者が多い地域からの来訪を控えるよう要請していました。例えば静岡県では、8月12日時点で感染者が多かった東京都、愛知県、大阪府、福岡県、沖縄県からの来訪を自粛するようお願いしていました※1。

このような観光地での呼びかけがあったにもかかわらず、「訪問先に感染を広げてしまいうリスク」を危惧していた人は、今夏旅行に行った学生のうち、わずか10.0%にとどまりました(図4)。さらに、旅行の計画を立てる際に「訪問先県や市の観光客受け入れに対する意向」を調べた人も多くはない結果となりました(図5)。これらの結果から、特に新型コロナウイルスの感染という観点においては自分の周囲の人の感染や負担に意識が向いていて訪問先のことまで考慮している人は少ないと言えます。

しかし、私たちにとっての観光地は、そこに住む住民にとっての生活圏であり日常です。そのことをしっかりと認識し、訪問先のことまで思いやって、訪れる場所も身近な人と同じように大切にすることが観光す

10/21 GoToトラベルの地域共通クーポン配布開始

10/1 GoToトラベルの対象に東京都もGoToトラベルの対象に開始

9/25 初めての対面ゼミ

9/21 秋学期授業開始

9/15 第11回オンラインゲストトーク (おいでなせえ小川町五十嵐康博氏・岡本和雄氏)

9/13 第2弾アンケート作成開始

9/9 第1弾アンケートの意識調査を踏まえて夏の旅行についての実態調査の設問を検討。

8/26 第10回オンラインゲストトーク (たのしいまなびとあそびの研究所 鳥栖裕司氏)

8/13 東京FM ラジオ番組「サステナ*デザイン」に出演し、新しい旅をテーマにトーク。

8/4 第9回オンラインゲストトーク (千葉県柏市観光協会 中島貴洋氏)

7/29 国内の1日の感染者1000人超

7/26 大学生観光まちづくりコンテスト参加

7/24 第1弾アンケート調査の学生向け報告会

7/22 GoToトラベル開始

7/17・20 第1弾アンケート調査の業界向け報告会

7/13 第8回オンラインゲストトーク (山梨県甲府市役所 菊地原徹郎氏)

7/10 第1弾アンケート調査のレポート公表 「新型コロナウイルスの流行による学生の旅行意識への影響に関するレポート」

6/23 第7回オンラインゲストトーク (三重県鳥羽市観光協会 山崎正文氏)

6/22 第5回オンラインゲストトーク (一般社団法人そらの郷 松浦英人氏・徳島県西部総合振興局 園原将吾氏)

6/19 都道府県またぐ移動の自粛要請 全国で緩和

6/12 第4回オンラインゲストトーク (東京大学農学部森林風致計画学研究室 遠藤玲氏)

6/12 「地元観光」を発信するInstagram開設

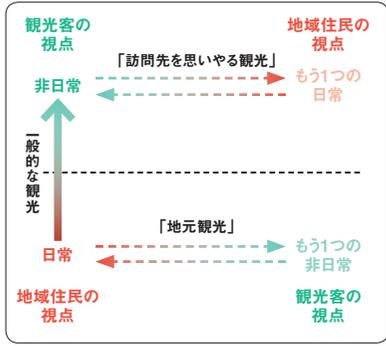


図6 日常と非日常にある「もう一つの」非日常と日常

ここまでは、2回に及ぶアンケート調査を経て私たちが見出した「地元観光」と「訪問先を思いやる観光」という2つの視点について述べてきました。私たちの考える「地元観光」とは、自分が非日常だと思っている観光地だけでなく、日常だと思っている地域の中にもある「もう一つの」非日常を発見しようというものであり、「訪問先を思いやる観光」とは、自分が非日常だと思って訪れる地域に、地域住民の日常、つまり「もう一つの」日常があることに気付くこととあります(図6)。その意味で、日常と非日常は隣り合わせであるのだと考えます。

今まで、観光は日常生活圏を離れて非日常生活圏に移動し、非日常を楽しむこと^{※2}と定義されてきましたが、定義ばかりにとらわれるのではなく、日常・非日常という概念を超えた観光に目を向けることが重要であると考えています。このアンケート調査から、そんなことを感じ取ってもらえたら、私たちとしても嬉しい限りです。

西川ゼミでは、観光地における都市計画やまちづくりをテーマに、観光客を受け入れる地域側の視点を大切にしてきました。しかし今回のアンケート調査を経て、地域側の視点だけでなく、観光客側の視点からも観光について考える機会を持ちました。このことは自分達にとってもとても貴重な学びであったと思います。アンケート調査に関わって下さった全ての方に心から感謝するとともに、今後、地域側の視点から観光を考えていく上で、このアンケート調査から得た学びを活かしていきたいよう、精進していきたいと思えます。

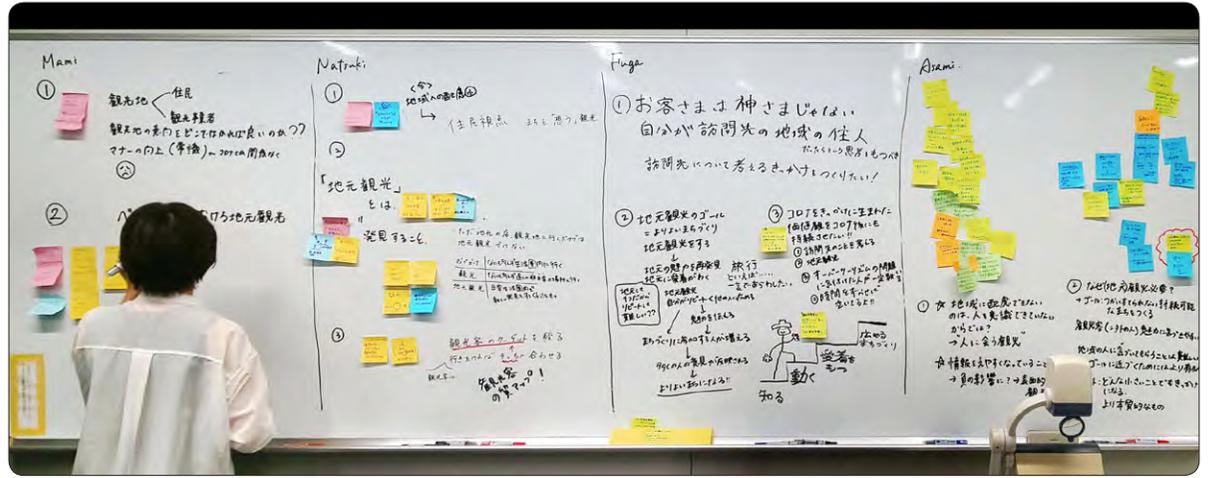
新型コロナウイルスの流行により、多くの活動が制限され、当たり前前の生活すらままならない状況に不満や不安を抱いた人も多いと思います。私たち自身も、今後の観光学部での学びや、将来に対して、大きな不安がありました。このアンケート調査を経て、日常・非日常という概念を超えた新しい観光^{※1}という視点を持つことができました。

これは新型コロナウイルスの流行という非常事態があったからこそ見えてきた新しい観光の在り方、新たな観光の価値ではありますが、一時的なものにとどめることなく今後も継続的に持ち続けていく必要があるのではないのでしょうか。だからこそ、西川ゼミとしては、今後も「地元観光」や「訪問先を思いやる観光」の魅力を広め、浸透させていきたいと考えています。

齋藤一穂 志賀まみ 白川絢那* 武部文音
土屋渚月 成瀬暉 藤巻亜沙美 舩津楓河*
松尾美嶺 三好優果 山崎友美* 吉田花奈 若佐葉
(観光学部生・西川亮ゼミ所属 *は本稿の著者)

※2) 観光政策審議会(1995)「今後の観光政策の基本的な方向について(答申第39号)」

おわりに



11月20日の対面ゼミで訪問先を思いやる観光と「地元観光」について、班に分かれて付箋を使いながら議論し、皆で共有した

図4 旅行実施有無による危険性しているリスクの差異(第2弾調査)

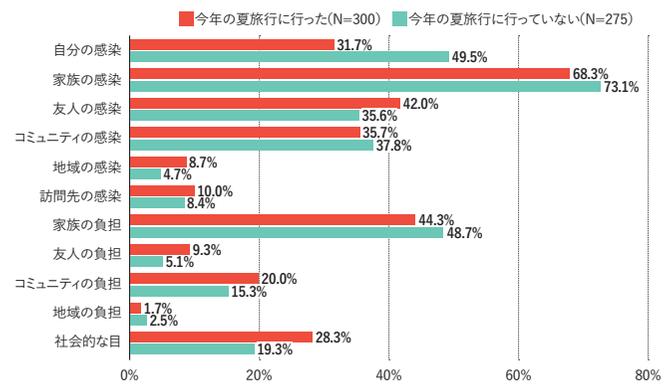
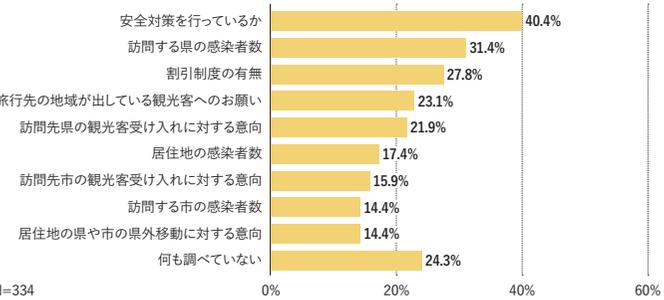


図5 旅行の計画段階で調べた情報(第2弾調査)



る姿勢として重要なのではないのでしょうか。とはいえ、地域住民のことを考える重要性は分かっているも、観光を楽しんでいると地域住民のことまで配慮することは難しいかもしれません。しかし、訪問地を思いやることは、その地域で暮らす人のみに関係することではありません。私たちが求めている観光地像は、その地域の日常が保たれているからこそその魅力です。観光客が地域を思いやることは地域住民のためとなることに加えて、観光客自身が楽しむための資源やその魅力を守ることにつながると考えています。

10/18 第1回まちあるき@草加
旧日光街道沿いの歴史的な雰囲気とベッタウンとしての顔をもつ草加市で、リノベーション等のまちづくりについて学んだ。

11/7 北海道警戒ステージ「3」に
オンラインで都市計画学会全国大会に参加

11/13 第2弾アンケート調査結果から得られる論点の議論開始
「地元観光」の定義やコロナ終息後にも浸透させていくべき価値、訪問先を思いやる観光を広げていくために観光客に求められる行動や地域側に求められる情報発信の仕方について検討した。

11/20 2回目の対面ゼミ
大学生観光まちづくりコンテスト佳作受賞

11/20 大阪府コロナ重症者最多に
27日から飲食店の営業時間短縮要請

11/29 第2回まちあるき@東京駅周辺
東京駅周辺のオフィス街で、公共空間の整備や利活用について学んだ。

12/3 大阪府が「医療非常事態宣言」
重症患者の急増で不要不急の外出自粛要請

12/8 第12回オンラインゲストトーク
(一般社団法人ニセコひらふエリアマネジメント)

12/13 第3回まちあるき@佐原
重伝建地区に選定されている佐原で、歴史的町並みの保全について学んだ。

12/15 第2弾アンケート調査のレポート公表
「新型コロナウイルスの流行に伴う今夏の学生の旅行実施に関するレポート」

12/21 公益財団法人日本交通公社との意見交換会

12/22 第2弾アンケート調査の業界向け報告会

12/23 学生インタビュール実施(計4回)
第2弾アンケート調査に回答してくれた4名の方に対して、オンラインで詳細なヒアリング調査を実施。

1/7 都三県に緊急事態宣言
GoToトラベル全国一時停止

1/14 第2弾アンケート調査の立教大学1年生向け報告会

1/14・15 第2弾アンケート調査の学生向け報告会

1/22 第3弾アンケート作成開始
今秋の旅行実態(地域共通クーポンの利用実態等)と、「地元観光」を詳細に分析するための調査の設問を検討。

地元から始める新たな観光

「地元観光」をすることは、地域住民にとって今まで気付かなかった地元の魅力を発見する機会になり、日常生活圏での生活を豊かにすることができます。それによって地域側にとっては、新型コロナウイルスによって打撃を受けた経済の回復が見込めるだけでなく、地元への関心や愛着が高まり、まちづくりの一環として、地域住民が「地元観光」を通して発見した魅力を発信することで、新型コロナウイルス終息後に訪れた観光客が、それまでとは違った新たな魅力を楽しめるようになるのではないのでしょうか。

また、「地元観光」を通して魅力発見型の観光という視点を育てるようになれば、自分自身が観光客として他の地域を訪れた際にも、新たな見方で地域の魅力を楽しむことができ、より深い観光が広がっていくことが期待できます(図7)。

このように、「地元観光」は観光客や他の地域での観光にも変化をもたらすものであり、単に地域住民が「地元で始める新たな観光」としてだけでなく、「地元から始める新たな観光」としても期待できるのです。このような観光のあり方を、ウィズコロナ・ポストコロナ時代の新たな観光への一助となるよう、西川ゼミでは「地元観光」の価値を今後も伝えていきたいと思えます。

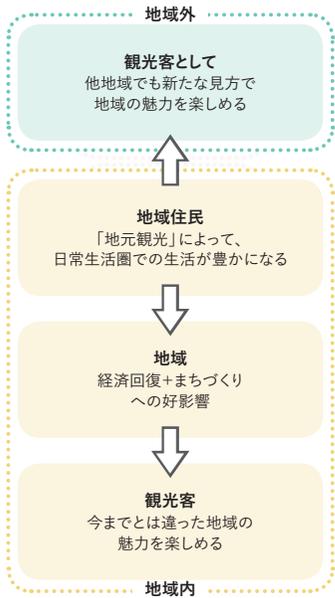


図7 「地元観光」に期待できること

インスタグラム

Instagramでは、観光学部生ならではの目線で発信することをテーマに、ゼミ生の地元や様々な地域での「地元観光」を紹介しています。



①平林寺

立教大学観光学部がある新座市の代表的紅葉スポット、平林寺。木々の隙間から差し込む太陽の光を浴びてリフレッシュできる場所です。多くの市民がお散歩に訪れる平林寺の迫力ある雑木林の写真とともに紹介しました。



②盛岡

地元をゆっくり散歩してみると、いつも何気なく歩いている街も素敵なところがたくさんあると気付くことができました。これを見た人が盛岡だけでなく自分の街の素敵などころを思い浮かべてほしいと考え紹介しました。



③伊万里

佐賀県伊万里市の伊万里焼。高価なやきものですが、伊万里市民にとっては身近で当たり前の存在です。いつもの風景に新たな「探してみよう!」という目線をもち、まちを歩いてほしいという想いを込めて紹介しました。



Ryoo! 観光学部生による地元観光発信メディア
https://www.instagram.com/jmt_ryoo/

2/26 2/18 2/17~3/10 2/3 2/2

- 2/26 「地元観光」に関する論文を建築学会に投稿
- 2/18 第2弾アンケート調査の行政向け報告会
- 2/17~3/10 第3弾アンケート実施期間
- 2/3 立教大学大学院観光学研究科の学生との意見交換会
- 2/2 横浜市立大学、高崎経済大学、帝京大学とのオンライン合同ゼミにて調査の発表

■本稿で取り上げている西川ゼミが実施した2回のアンケート調査の結果をまとめたレポートは、西川ゼミのホームページよりご覧いただけます。



西川ゼミホームページ
www.nishikawa-tourismclub.com



Column

COVID-19危機と観光における再帰性

須藤 廣

Sudo Hiroshi

2020年12月現在、COVID-19の影響は多方面に渡って深刻である。最も目立つのが経済の語りである。日本経済全体ではGDPにおいて6%前後のマイナス成長が危惧されている(NEHA2020)。なかでも最も注目されたのは観光産業へのインパクトである。日本の観光消費額は総額で約28兆円あり(観光庁2020)、これがもたらす波及効果も入れれば、2018年度のデータでいえば、対(名目)GDP比7.4%(寄与率)である。インバウンド振興(GDP比約1%観光収入をもたらす)にもつばら焦点が当たっていた日本の観光のなかにおいて、国内観光も含めた数字は無視できない大きさである(日本の観光消費の約83%は国内観光客の消費額である)。したがって、日本政府が「Go Toトラベル」で国内観光振興策に打って出たことは、(その時期と手法は別として)理解できる。

とはいえ、COVID-19の経済へのインパクトは経済全体に及んでおり、観光についても、COVID-19危機が収束するまでは、一時的なびぼう策で立て直すことができるものとも思えない。ここで注目すべきは、ベタな一時的対策ではなく、COVID-19危機がもたらした観光に対する人々のメタな視点の変化であろう。以下、視点の変化を3点上げ検討してみよう。

1点目は前述したような、国内観光(特に移動を抑えたローカル観光)への注目である。COVID-19は、これまで熱くなりすぎていた遠方への移動礼賛の社会的風潮を冷やすことに貢献したといえる。この危機が収束するまで恐らく2、3年はかかることかと思われるが、その間、人々は今まで当たり前になりすぎていたグローバルな移動と他者との接触に対して、ある程度神経症的な警戒心を持つようになるところ。

実のところ、グローバルな観光的移動に対する警戒感(COVID-19出現以前から持たれていた。例えばオーバートーリズムと呼ばれていた現象がそれである。観光する者とされる者が非対称的な関係にあることは指摘されてきた(須藤2008)。非対称性がサービス労働(ボランティア的なものも含めて)のなかで発生すれば、それは「感情労働」の



ストレスとして露見するであろう。単なる、住民の「迷惑」感情程度のものであれば（それでもそこには非対称的關係性が潜在するのだが）、オーバートリズムといった感覚へとつながるだろう。COVID-19 がもたらした他者との接触に対する警戒感、以前から存在した、こういった感情を拡大して見せている。

それでも、人々の観光への欲求が不変だとすれば、その欲望はグローバルからローカルへと向かうはずである。また、観光消費の欲求が（たとえ他者との接触を恐れたとしても）他者性の追求、日常の自己からの脱出だと考えれば、そのための観光対象は身近なものから選ばれることになる。このことは、身近な地域資源の発見、発掘へとつながるかも知れない。身近なものにまなざしを向けることから新たな（特に審美的な）自己アイデンティティを発見するかも知れない。また、そこで何らかの社会的つながりが得られれば、そこから社会的なアイデンティティを得るようになるかも知れない。逆に、観光的なローカルな人の移動は、伝統的な「強いつながり」を壊すかも知れない。ローカルなつながりさえ、観光文化の介入によって、断片的で、流動的なものへと変わるかも知れない。

直接的体験として身近なものの再発見、再発掘には限界がある。ローカルな観光消費にはメディア機器が介入することになる。このことが2点目の視点の変化である。観光が身近なものの再発見、再発掘から人工的なリアリティの創出（例えば、あまり移動せずに移動したかのような体験ができるもの）へと進むことは、観光の終わりを意味するものではない。観光的リアリティの創出にデバイスが介入することもまた、COVID-19 の出現以前から、ポケモンGO等のゲームやスマホやタブレットアプリを使った観光地ガイド等で見られていたものである。メディア機器が介入する観光体験のあり方は更に加速するだろう。

このことは1点目の観光的ローカル化同様、アンビバレントな性格を持つ。メディア機器の介入は自己アイデンティティや社会的アイデンティティのあり方を変える。それは、人間に対して開放的なものとも、抑

圧的なものともなるだろう。デバイスをとおした間接的な体験が一般化すれば、観光は直接的に体験するものではなくなるかも知れない。また、他者への警戒から接触を避けるための武器としてデバイスが介入するとなれば、移動はより安全なものになるかもしれないし、またそれは監視社会化に拍車をかけるかも知れない。

3点目は、観光の脱炭素化への着目である。航空機や車を使った移動がいかに自然環境への配慮を欠いたものであるのかについては、J・アリが強く主張していた（Urry 2014 = 2018）。COVID-19 の第1波が世界を襲った2020年3月から4月にかけて、世界中で（特に中国で）大気汚染が一時的に消滅したというニュースは耳目をおどろかせた。移動は善であるという考え方は、自然環境に対しては必ずしも成り立たない。

観光は、U・ベックのいう「リスク社会」における「リスク」を典型的に持つ。以上上げた3点は「リスク社会」がもたらすものと考えることができると。ベックは、近代の合理性やそれにもとづく科学技術の発展が、その「副作用」としてリスクをもたらすと主張した（U・Beck 1994 = 1997）。彼によれば、近代の合理性そのものが、（生起する確率は極めて低いが）合理性ではコントロール不能なものを生み出してゆく。また、ここで重要なことは、リスクが科学によって確定できないところにある（なぜならば、リスクは科学の外側にあるからだ）。ベックの「リスク社会論」の要諦は、こういったリスクには、リスクをリスクとして構築する社会的な認知の枠組みが必要となることである。まさに現在COVID-19をめぐって、世界中で起こっているような状況がまさにこれである。

観光は、経済的な利益ばかりでなく、人々のつながりや、アイデンティティ、文化における再帰的な創造性をつくり出す。その一方で、COVID-19は、人々の合意によってしか確定できない現代社会のリスクの再帰的な対処のあり方を、私たちに突きつけている。

Beck, U., Giddens, A. and Lash, S., (1994) *Reflexive Modernization*, London: Polity Press [= 松尾精文他訳 (1997) 『再帰的近代化』 自立書房]
 須藤廣 (2008) 『観光化する社会—観光社会学の理論と応用』 ナカニシヤ出版
 Urry, J., (2014) *Offshoring*, London: Polity Press [= 須藤廣、濱野健監訳 (2018) 『オフショア化する世界』 明石書店]
 <参考サイト>
 観光庁 (2020) 『令和2年版観光白書について<概要版>』 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001348279.pdf> (2020/12/26最終閲覧)
 NHKニュース (2020/9/17) 『OECD 成長率予測 世界は-4.5% 日本は-5.8%、新型コロナウイルス』 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200917/k10012621901000.html> (2020/12/26最終閲覧)



岡本亮輔

Okamoto Ryosuke

Critique 2

物語から身体へ

——なぜ聖地を目指して歩くのか

観光の本質は人の移動と交流である。

コロナ禍によって何が損なわれているのか、

聖地巡礼を手がかりに考察する。

コロナ禍によって、私たちの社会と生活は変化を余儀なくされている。オンラインでの授業や会議は当然のものになり、むしろ対面で行われる方が特別に感じられる。オフラインからオンラインへという流れは、以前からある程度は推奨されていたが、新型コロナ流行によって急速に展開しつつある。

日常を離れ、ある場所を訪れ、そこで何がしかのモノやコトを消費する観光は、対面制限の影響をもっとも受ける領域の一つである。観光の本質は人の移動と交流であり、コロナ禍によって様々な打撃を受けるのは自明である。だが、そこで損なわれているのは何なのだろうか。以下では、聖地巡礼を手がかりに考察してみたい。

人を結びつける宗教

そもそも人間にとって、宗教はどのような機能を持っているのだろうか。イスラエル出身のユヴァル・ノア・ハラリ（1976）は、現在、世界で最も多くの読者を獲得している歴史学者の一人だ。ハラリは、進化心理学や進化生物学に依拠しながら、宗教をホモ・サピエンスを他の動物から区別する特性として説明している。およそ7万年から3万年前、人類の思考能力とコミュニケーション方法が大きく発達する認知革命が起き、人類は「架空の事物について語る」能力を獲得した（『サピエンス全史』）。

この能力が重要なのは、同じ虚構を信じる者をつぶつけるからだ。祖先の霊や貝殻についての物語」によって数千もの人々が協力することが可能になる。そして、宗教がもたらす大規模な協力が農業と結びつくことで、人間の生活や文化は一変したのである（『ホモ・デウス』）。例えば自動車を一合作る時にも、無数のパーツを作る人々、その材料の輸送や組み立てを行う多くの人が不可欠で、数千人から数万人の協働が必要である。架空の物語に基づく協働によって、ホモ・サピエンスは格格的には遥かに優れたネアンデルタール人にも勝つことができたというのである。

確かに宗教には人々の集合が付きものだ。キリスト教では、毎週日曜日、教会に集まって礼拝が行われる。特にカトリックのミサは、一連の儀礼を定められた通りに行い、聖体拝領という共飲共食を軸に構成されている。そもそもキリスト教の文脈では、教会とは建物ではなく、信者集団を指す言葉である。

教会離れと聖地巡礼の興隆

とはいえ、現代社会では、こうした宗教の核にある物語を信じる人は減少しつつある。現在でも高野山では、空海を祀る奥の院に1日2回食事が運ばれる。生身供と呼ばれる儀礼だ。真言宗の信仰世界では、空海は亡くなっておらず、今も瞑想状態にあると信じられているため、食事が供されるのだ。熱心な信仰者にとっては、生身供は極めて重要な儀礼であり、高野山という場所の聖性の源泉となる。だが、空海の死を超越した瞑想という物語をありのままの事実

同じ時間に同じ場所を共有することが、信者の最も大切な務めとされるのだ。これは日本の宗教にも当てはまる。冠婚葬祭や初詣といった各種の儀礼や実践も、人が集まることを前提とした営みである。そして聖地巡礼は、同じ物語を信じる人々を、さらに大規模に結びつける実践と言える。

四国遍路と空海の物語

日本に限っても、無数の聖地巡礼が存在する。関西の古刹をまわる本邦最古の巡礼とされる西国三十三カ所、熊野を目指す巡礼などだ。中でも伊勢参りは、江戸時代に何度かブームとなり、宗教観光の先駆けとなった。

移動の自由が大きく制限されていた江戸時代、伊勢参りであれば通行手形が発行されたため、日常を離れて旅する口実でもあった。もちろん、旅の目的は神宮に詣でることだが、その前後に京や奈良にも足を伸ばして見聞を広め、往路と復路で道筋を変えるなど、多分に観光的な要素が含まれていたのである。

また各地に、坂東八十八カ所や秩父三十三カ所といった写し霊場もある。本場の四国遍路や西国三十三カ所をコピーしたものだ。規模の小さいコピーも含めれば、ほぼすべての都道府県に聖地巡礼は存在すると言えるだろう。

数ある聖地巡礼の中でも別格なのは、やはり四国八十八カ所だ。四国四県に点在する「札所」と呼ばれる寺院を巡拝するものである。この巡礼を下支えするのも、弘法大師・空海という天才宗教者をめぐる物語だ。それぞれの札所には、空海がしばらく逗留

として受け入れる人は、それほど多くはないだろう。

こうした宗教の物語の信憑性が掘り崩されるプロセスは世俗化と呼ばれ、近代化が始まったヨーロッパにおいてその傾向は著しい。例えばイギリスには国教会があり、立憲君主制の下、英国女王がその首長を務めている。

だが、一般のイギリス国民の実際の教会活動は年々衰退している。キリスト教布教を目的とするコンサルが公表しているデータによれば、2020年現在、毎週教会に通う人々は国民の4.9%に過ぎない。1980年時点では11.8%で、イギリス人の10人に1人は教会に通っていた。だが

留した、空海が誕生した、火を吐く大蛇を成敗したといった話が伝えられているが、これらは史実ではない。実際のところ、空海が四国でどのような修行をしたかは定かでない。だが、いつの間にか遣唐使の一員となって唐に渡り、驚異的な速さで長安の青龍寺にて奥義を伝授された空海の奇跡的な人生の秘密が、四国での活動に求められたのだろう。

司馬遼太郎の小説『空海の風景』（1975年）では、空海が雑密と呼ばれる断片的な密教の知識を四国の山林修行で入手していたのではないかと想像されている。近年では、空海と最澄のライバル関係を描いたおかしき真里の漫画『阿・吽』（2014年から連載中）で、青年期の空海が四国で霊的に彷徨する様が鬼気迫る筆致で描かれている。古くからある弘法大師伝説だけでなく、現代のフィクションにも引き継がれた空海をめぐる想像力が、四国遍路の巡礼世界を支えているのである。

四国遍路には、同行二人というキャッチフレーズがあり、遍路グッズの背笠にも書かれている。遍路はたとえ一人で歩いても常に弘法大師とともにあるという意味だ。ここから「お接待」という独特の文化も生まれた。お接待とは、四国の地域住民が遍路に食べ物・飲み物・金銭・休憩場所などを施すことである。お接待は、物理的には遍路への支援だが、それだけではない。遍路と共にいる弘法大師へのお供えという意味が込められている。つまり、弘法大師をめぐるフィクションを共有することで、お接待という遍路独特のホストとゲストのコミュニケーションが成立するのである。

1995年には8.9%に低下し、現在では教会に通う人は圧倒的なマイノリティなのである。こうした傾向は他の国にも当てはまり、フランスでは、教会に定期的に通う人々は数パーセント程度であり、さらに、そのほとんどは高齢者なのである。

多くのカトリックの巡礼の目的は、聖遺物を前に祈ることにある。聖遺物とは、イエスやマリアをはじめとする聖書の登場人物の遺骸や衣服などだ。過去の聖人が遺した物を前にすることで、より深い祈りができると信じられているのだ。しかし、教会へ通わない人々には、聖遺物にはや共有できないフィクションだ。実際、聖遺物のほとんどは由来の怪



サンティアゴ聖堂に到着した馬巡礼



大聖堂内のヤコブ像

しい物であり、イエスが処刑前にかぶせられたという荊の冠や、イエスの検死のために脇腹を突いたというロンギヌスの槍は複数存在する。

こうした聖遺物の聖地の中でも広く知られているのが、使徒ヤコブの遺骸を祀るスペインのサンティアゴ・デ・コンポステラである。西暦44年頃、ヤコブはエルサレムで殉教したとされる。伝承では、弟子たちがヤコブの遺体を守るために舟に乗せ、生前ヤコブが宣教していたというスペインに流れついた。その埋葬地が9世紀頃に発見され、ヤコブを祀る聖堂が建てられたのが始まりだという。

興味深いのは、2000年代に入ってから、サンティアゴ大聖堂を目指す巡礼者が激増したことだ。サンティアゴ巡礼では、徒歩か馬で100km以上、自転車でも200km以上の旅をすると巡礼証明書が発行される。この証明書の発行数を見ると、1991年には約7000人であったのが、2001年には約6万人、2011年に約18万人となり、2018年には32万人以上を記録している。30年弱で実に約45倍に増加したのである。

しかし、2000年代に入ってから、ヨーロッパの人々が信仰に目覚めたわけではない。むしろ、教会に通う人々の割合は、不可逆と言ってよいほど低下し続けている。サンティアゴ巡礼者数は、それと反比例して急増してきたのだ。しかも、巡礼証明書の取得には100km歩けば十分だが、スペインとフランスの国境から旅を始め、900km近い道のりを歩く人も少なくない。また、巡礼者の国籍もスペインや隣国フランスに限られず、アメリカやドイツといったプロテスタントが優勢な国も多く、日本や韓国から訪れる人も存在するのである。

身体を通じた交流体験

現在、サンティアゴ巡礼路を歩く人のほとんどは、キリスト教の物語を共有していない。教会に行っただけでもない、ヤコブがどのような存在か知らないといった人も珍しくはない。それでは、なぜ彼らは聖地まで歩くのか。現地調査から見えてくるのは、彼らは信じていないからこそ歩くという逆説である。

仮に聖遺物の物語を信じているのであれば、そもそも聖地まで歩く必要はない。むしろ、一刻も早く聖遺物を前にして祈るために、飛行機・鉄道・バスといった交通機関を利用し、できるだけスムーズに到着する方が好ましいはずである。実際、そうした交通手段を利用して最短でサンティアゴを目指すカトリック巡礼団は無数にある。

一方、信じていない巡礼者にとって、聖地サンティアゴへの到着には、それほど意味はない。到着しても、そこにあるのはヨーロッパではそれほど珍しくない大聖堂と、そこに安置された信じることでしかない遺物である。その結果、彼らにとっては、いかに到着するのかがというプロセスが重要な問題として浮上する。

多くのサンティアゴ巡礼者が思い出として語るのは、巡礼路で出会った様々な地域からの仲間や友人との交流だ。言葉も十分に通じないが、偶然出会って何日も一緒に歩いた、見知らぬ人が水を分けてくれたといった出来事が、忘れがたい思い出として記憶される。とりわけ二段ベッドが詰め込まれた巡礼宿は、見知らぬ巡礼者たちを密接させる重要な場だ。目的地の聖遺物に価値を見出せない以上、そこに至

るまでの巡礼者同士の交流体験が巡礼の魅力の源泉になるのである。

現代の巡礼者たちは、歩きという最も効率の悪い手段をあえて選択しており、こうした傾向は日本でも見られるようになってきている。「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界遺産登録された熊野古道は、地域の住民や企業が主体となって、巡礼路を保全する活動が行われてきた。そしてサンティアゴ巡礼ほどの規模ではないが、古道の一部を数日かけて歩く人もいる。四国遍路でも、しばらく前から世界遺産登録を目指す運動が行われており、その過程で、徒歩巡礼こそが四国遍路の中核的価値だと語られるようになってきている（岡本亮輔『聖地巡礼 世界遺産からアニメの舞台まで』中公新書、2015）。

新型コロナウイルスの流行後まもなく、サンティアゴ巡礼路沿いにある無数の巡礼者のための宿は閉鎖された。徒歩巡礼の魅力は、単に長距離を歩いて食べて飲むというモノ消費やコト消費にあるのではなく、身体的接触も含めた他者とのコミュニケーションにある。要するに、他者と密になるのが魅力なのである。

サンティアゴ巡礼では、2021年7月には巡礼宿が再開される見込みであるという。物語の共有から身体的交流へとその魅力を変化させてきたサンティアゴ巡礼は、新型コロナ流行で一変した世界の中で、今後、どのように再構築されるのだろうか。この問いは、人の移動と交流を当然のものとしてきた観光全般のあり方の問い直しにつながるはずである。



ブルゴス大聖堂



修道院を転用した巡礼宿

コロナ禍で宿泊客の行動はどう変わったか？

麻生憲一
Asahi Kenichi

——行動経済学からのアプローチ

コロナ禍が宿泊者の行動にどのような影響を与えたかを観光庁の統計データに基づき検証し、その行動特性を行動経済学のプロスペクト理論から考察する。

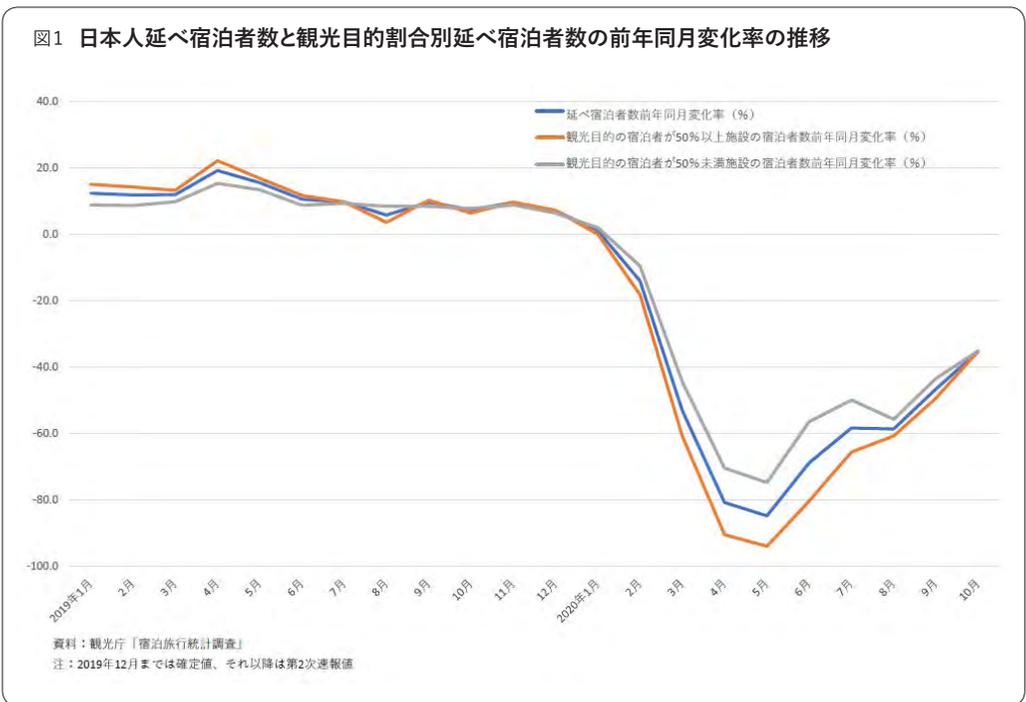
はじめに

新型コロナウイルスの感染者が全国的に急増する中で、不要不急の外出自粛が求められている。4月に発出された緊急事態宣言は多くの旅行者の足を止め、その結果、宿泊業などの観光関連産業の需要は大きく落ち込んだ。そのため政府は旅行需要の回復と地域の観光関連消費の喚起を目的として7月に「Go Toトラベル事業」を開始した^{※1}。しかし、現在さらなる感染者の拡大により一時停止となっている。

本論では、コロナ禍が宿泊者の行動にどのような影響を与えたかを観光庁の統計データに基づき検証する。その上で、宿泊者の行動特性を行動経済学のプロスペクト理論から考察を行う。

国内の日本人延べ宿泊者数の動向

図1は、観光庁が実施する「宿泊旅行統計調査」より、2019年1月から2020年10月までの日本人の国内延べ宿泊者数と宿泊目的別別延べ宿泊者数を抽出し前年同月変化率の推移を求め図示した^{※2}。延べ宿泊者数では、2019年6月までは前年同月比で10%を超える高い伸びを示し、7月以降も5%〜9%台で推移している。2020年1月新型コロナウイルス(COVID-19)感染者が国内でも出始め、2月に入り集団感染な



どが報道されると国内の宿泊者数は激減した。4月7日には緊急事態宣言が発出され、同月16日には緊急事態措置区域が全都道府県に拡大すると全国の宿泊者数は前年同月比で2割以上も落ち込んだ。5月に入り緊急事態措置区域が段階的に解除され、25日には緊急事態解除宣言が発出されると宿泊者数は徐々に回復傾向を示した。7月に入り、政府は「Go Toトラベル事業」を開始し、宿泊者数も緩やかに回復した。6月には前年同月比3割であったが、10月には約6割までに回復した。

延べ宿泊者数の動向を宿泊目的別にみると、「観光目的の宿泊者が50%以上」の施設の宿泊者の落ち込みは顕著であり、5月には前年同月比で95%減であった。7月から8月にかけて4割程度まで回復し、10月時点では前年同月比35%減である。「観光目的の宿泊者が50%未満」の施設の宿泊者は、ビジネス客が大半の出張目的ではあるが、2月以降大きく落ち込み5月には前年比75%減であった。7月には5割まで回復し、8月には少し落ち込みはあるものの10月には前年同月比35%減まで回復した。

都道府県別延べ宿泊者数の月別変化

本節では、観光庁「宿泊旅行統計調査」の延べ宿泊者数と宿泊目的割合別の延べ宿泊者数を全国47都道府県別に抽出した上で、2015年から2019年までの5年間の各都道府県の8月から10月の各平均延べ宿泊者数を導出し、2020年の延べ宿泊者数と各同月比をとって地図上に

に示した。

以下では、地図上に従い都道府県別に延べ宿泊者数と宿泊目的別延べ宿泊者数の同月比の8月から10月の月別変化を概括する。

(1) 都道府県別日本人延べ宿泊者数の月別比

延べ宿泊者数の月別比をみると、全国平均で8月比0・29、9月比0・65、10月比0・76と推移する。8月から10月までの3箇月間では、福島県が最も落ち込みが少なく、10月には105万人を数え、すでに過去5年間平均を上回っている。10月時点の月別比では、秋田県が0・97、島根県が0・93と続き回復の早さを示している。しかし一方で、東京都0・48、大阪府0・49の大都市圏では過去5年間平均の半分にも満たない。東京都の10月の延べ宿泊者数は267万人で国内では宿泊者数が最も多いが、例年の556万人と比べると半分以下である。このように地方部において比較的早く回復基調がみられたのに反して、大都市圏では宿泊者数の規模も大きく、回復には遅れがみられる。

(2) 都道府県別宿泊目的割合(観光目的50%以上)の月別比

「観光目的の宿泊者が50%以上」の施設の延べ宿泊者数の月別比は、全国平均で8月比0・27、9月比0・62、10月比0・75と推移する。8月から10月までの3箇月間では、兵庫県は各月とも過去5年間平均の比較で落ち込みが最も少ない。兵庫県の場合、大阪府や京都府に近接する立地条件もあり、観光宿泊者数は2020年10月55万人で、大阪府や京都府が大きく落ち込む中で、ほぼ例年通りの宿泊者数である。10月時点では、秋田県0・94、島根県0・94、埼玉県0・92の4県がすでに過去5年平均の9割まで回復している。一方、大阪府、東京都、富山県、沖縄県等では回復が遅れており、10月時点では富山県0・49、大阪府0・51、東京都0・57となり過去5年間平均の5割から6割の水準である。

過半数以上を観光客が占める宿泊施設の中の主要な観光地では、10月時点で例年の約6割程度(京都府0・64、奈良県0・61、沖縄県0・60)しか回復していない。

(3) 都道府県別宿泊目的割合(観光目的50%未満)の月別比

「観光目的の宿泊者が50%未満」の施設の延べ宿泊者数の月別比は、全国平均で8月比0・32、9月比0・70、10月比0・78と推移する。8月から10月までの3箇月間では、「延べ宿泊者数」と同様、福島県が最も落ち込みが少なく、9月には過去5年間平均と同水準となり、10月には1・17で例年を大きく上回っている。福島県の場合、国の震災復興プロジェクトなどにより固定的な宿泊需要が確保されているともいえるが、東北地方の10月時点の月別比をみると、宮城県0・78、岩手県0・90であり、福島県の宿泊者数の伸びは震災復興プロジェクトだけのものではなさそうである。ちなみに例年10月に58万人が福島県で宿泊しているが2020年10月には67万人が宿泊した。10月時点では、大分県1・01、秋田県1・00がほぼ例年通りの宿泊者数となっている。一方、下位3自治体では、東京都が8月から10月までの各3箇月間とも最も落ち込みが大きい。10月時点では、東京都の月別比は0・43で過去5年間平均のほぼ4割程度である。「Go To トラベル事業」は10月には東京都の発着にも適用され、ビジネス

スの適用外は11月6日以降であることを考えると10月の東京都の宿泊者数は予想を下回るものである。10月時点では、大阪府0・46、石川県0・50、沖縄県0・59で過去5年間平均を約6割程度下回るものとなっている。

不確実下での経済学的分析

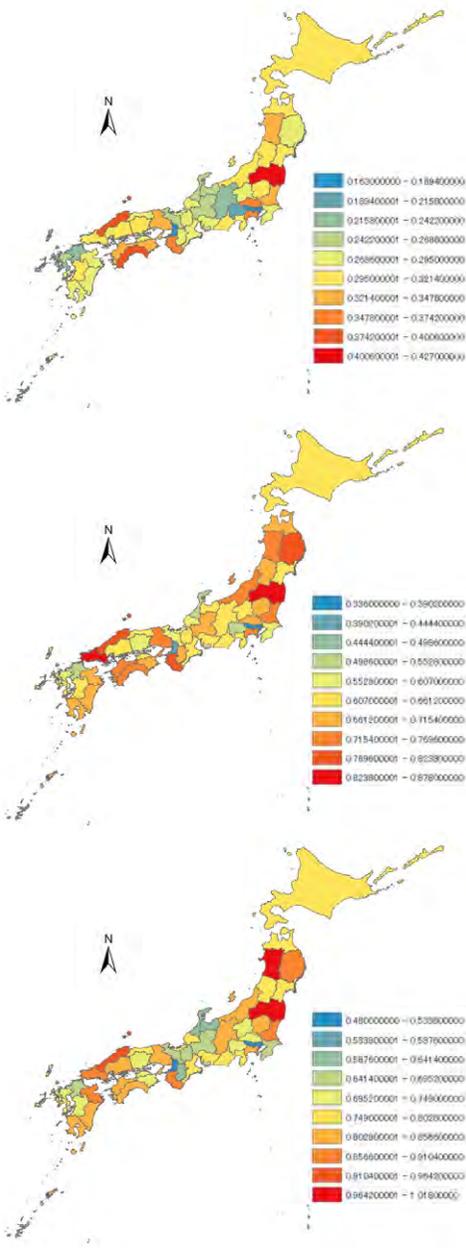
不確実な状況下での経済主体の行動を分析する手法として、伝統的経済学では期待効用理論が用いられてきた。しかし、近年では期待効用理論に代わるものとして行動経済学(プロスペクト理論)の現実適用性が広く認識されている。本節では、期待効用理論とプロスペクト理論から宿泊者行動を捉え、コロナ禍での宿泊者行動の一つの解釈を与える。

(1) 期待効用理論

不確実な状況下で意思決定を行う場合、起こり得る事象が確率的に予測できるならば、合理的経済主体はその事象をリスクと考え、将来起こる確

表1 延べ宿泊者数の月別比

	8月	9月	10月
全国平均	0.29	0.65	0.76
上位3自治体	福島県 0.43	福島県 0.88	福島県 1.02
	高知県 0.39	山口県 0.85	秋田県 0.97
	島根県 0.38	岩手県 0.79	島根県 0.93
下位3自治体	大阪府 0.16	東京都 0.36	東京都 0.48
	東京都 0.17	沖縄県 0.40	大阪府 0.49
	沖縄県 0.19	大阪府 0.42	沖縄県 0.60



率分布を所与として自己の効用(満足)を最大にすべく行動する。このような考え方を経済学では期待効用理論とよぶ。期待効用理論は、フォン・ノイマンとモルゲンシュテルンにより提唱されたもので、合理的な経済主体の行動を説明するものとして、ゲーム理論をはじめファイナンス、マクロ経済、一般均衡分析など、さまざまな分野に適用されている。

いま不確実な状況下で、起こり得る事象zとそれが起こる確率pがわかっていたとする。その場合、期待効用とは事象zから得られる効用(満足)Uにその確率をかけて足し合わせたものと定義される。例えば、いま新型コロナウイルス禍で旅行の意思決定を行う場合を考えてみよう。旅行先で感染する確率を「1」とし、そのときの効用を「1」とすると、感染しない確率は(1-p)となり、そのときの効用をU2で表す。このとき、期待効用EUは、 $EU = pU1 + (1-p)U2$ で示される。旅行に行かずに自宅にいればU3の効用を得ることができるとする。ただし、U2 > U3 > U1である。感染しないなら自宅にいたよりは旅行の方が効用は高いと仮定されている。

この場合、旅行に出かけるかどうかの意思決定は以下の不等式で示される。

る。

$$pU1 + (1-p)U2 > U3 \quad (1)$$

$$pU1 + (1-p)U2 < U3 \quad (2)$$

(1)では、期待効用がU3を上回るため、旅行に出かける。(2)では逆になるため旅行に出かけない。このような意思決定において、(1)の場合を危険愛好的、(2)の場合を危険回避的という。

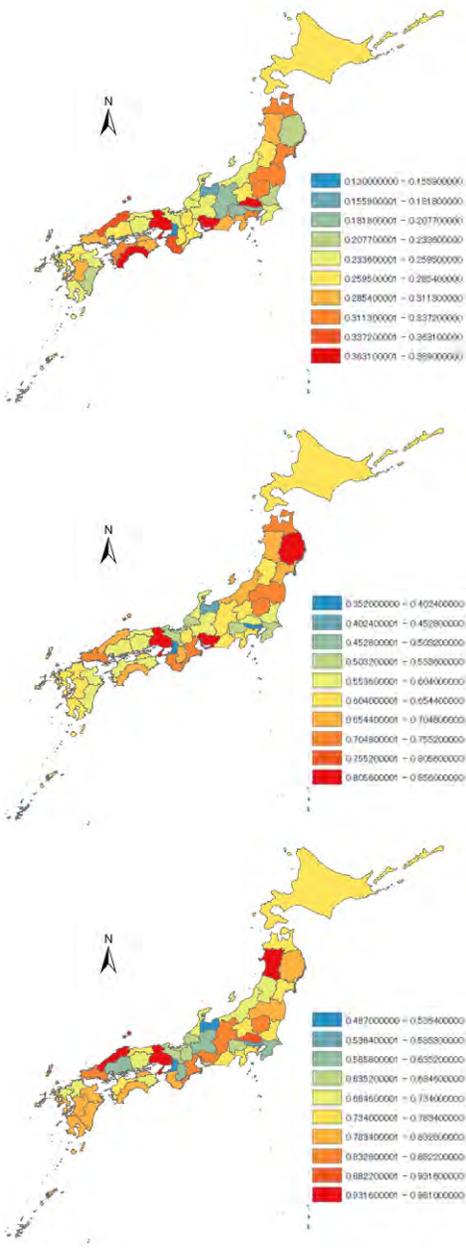
(2) プロスペクト理論

上記の不確実な状況下で合理的な経済主体が期待効用理論の仮定のもとで意思決定をする際に、実際の人びとの意思決定はそれとは矛盾する場があることが指摘されている。その一つはアレのパラドックスで、詳細な説明は割愛するが、人びとは「確実に起こる事象」(確実性効果)や「小さな確率で起こる事象」を重視するという想定から期待効用理論の矛盾点を指摘する。

カーネマンとトヴァスキーは、この矛盾点に対処するためプロスペクト理論を提唱し、行動経済学の基礎理論を構築した。プロスペクト理論と

表2 観光目的50%以上施設の延べ宿泊者数の月別比

	8月	9月	10月
全国平均	0.27	0.62	0.75
上位3自治体	兵庫県 0.39	兵庫県 0.86	兵庫県 0.98
	高知県 0.38	岩手県 0.85	秋田県 0.94
	埼玉県 0.37	愛知県 0.83	島根県 0.94
下位3自治体	大阪府 0.13	東京都 0.35	富山県 0.49
	富山県 0.16	大阪府 0.36	大阪府 0.51
	山梨県 0.19	沖縄県 0.39	東京都 0.57



は、価値関数と確立ウエイト関数の2つの関数からモデル化される。ここで、価値関数は期待効用理論での効用関数であり、確率ウエイト関数は事象が起こる確率に対応している。また、プロスペクト理論では、期待効用理論での効用関数とは異なり、参照点 (reference point) を想定し、そこからの変化が価値関数において重視される。つまり、意思決定において、現時点を参照点とすると利得から得られる価値 (満足感) よりも損失を回避したときの価値 (満足感) のほうが大きいという特性 (損失回避性) が仮定されている。

いま、新型コロナウイルス禍での旅行を考えてみよう。旅行先で感染する旅行者の主観的確率を p_2 とし、参照点を基準として感染した場合の価値を V_1 、感染しない場合の価値を V_2 、自宅での価値を V_3 と仮定する。ここでの参照点は旅行に出かける前とする。

このとき期待値は $EV = p_2V_1 + (1-p_2)V_2$ 示される。

モデルの形状は期待効用理論と同様であるが、プロスペクト理論では損

失回避性が仮定されており、旅行先での満足以上に感染したときの損失を重視する。また感染率が小さな確率 (客観的確率) であってもそれをより大きく評価する (主観的確率)。この仮定の下では、 p_2 (主観的確率) は p_1 (客観的確率) より大きく評価 ($p_2 > p_1$) され、市場価値で評価された V_1 は U_1 よりもかなり小さく評価 ($V_1 < U_1$) される。

つまり、損失を負値とすると $EU < U_3 < V_3 < EV$ となり、期待効用理論では旅行に行くことが合理的な意思決定であっても、プロスペクト理論では旅行を中止することが合理的となる。

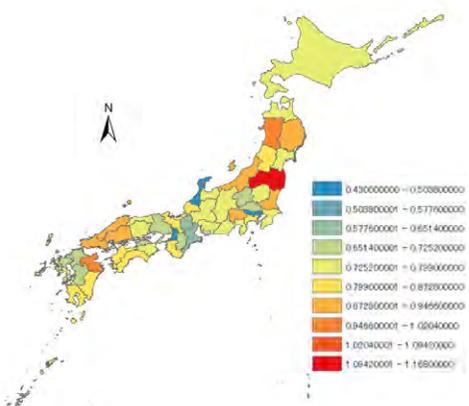
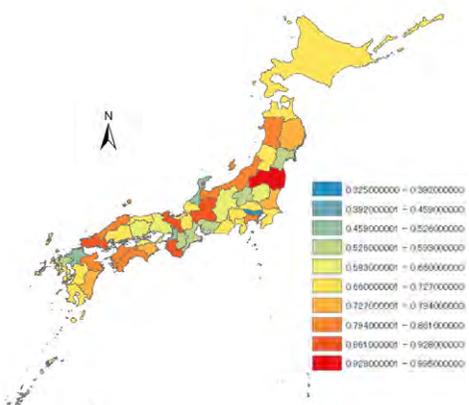
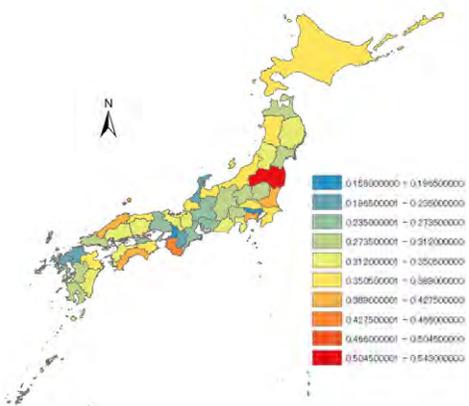
(3) 行動経済学的解釈

前節の2020年8月から10月までの宿泊者行動を簡単に要約すると以下のようになる。

①7月の「Go To トラベル事業」の開始により宿泊者数は回復しつつあるが、10月時点での延べ宿泊者数は5年間平均同月比の約7割であり、完全に回復しているとはいえない。

表3 観光目的50%未満施設の延べ宿泊者数の月別比

	8月	9月	10月
全国平均	0.32	0.70	0.78
上位3自治体	福島県 0.54	福島県 1.00	福島県 1.17
	和歌山県 0.45	山口県 0.92	大分県 1.01
	茨城県 0.42	和歌山県 0.92	秋田県 1.00
下位3自治体	東京都 0.16	東京都 0.33	東京都 0.43
	大阪府 0.19	大阪府 0.46	大阪府 0.46
	福岡県 0.20	沖縄県 0.47	石川県 0.50



②「観光客の多い」施設と「ビジネス客の多い」施設とを比較すると、前者の方が後者よりも延べ宿泊者数の落ち込みが大きい。

このような宿泊者の行動を行動経済学 (プロスペクト理論) から考察してみよう。

新型コロナウイルス感染の有無に関わらず、旅行に行く場合、何らかのリスクが伴う。JTB総研の調べでは旅行先での事故発生率は3.4% (3.9%と言われている)。ほぼ30人に1人が何らかの事故に遭遇することになる。勿論新型コロナウイルス感染率は、リスクから考えると、旅行先で事故にあう確率よりも低い。また、「Go To トラベル事業」により旅行代金が割り引かれ、地域共通クーポン券が利用できるため、旅行者の効用は増加する。

つまり期待効用理論では、リスク確率 p_1 が低下し、旅行での効用 U_2 が増加するため、旅行に出かける可能性は高まる。しかし、実際の宿泊者行動をみると「Go To トラベル事業」が実施されて3カ月経っても宿泊者数は通常値に戻っていない。

この点、プロスペクト理論では、損失回避性により感染したときの損失が重視される。また、主観的確率では、低い感染率を高く評価する可能性が想定される。つまり、損失回避性と主観的確率を仮定することにより、宿泊者の旅行回避傾向を説明することができる。

次に、プロスペクト理論では「参照点」が旅行者により異なる。一般にビジネス客の方が旅行 (出張) の価値は観光客よりも大きいといえよう。つまり出張を取りやめることの損失は、観光客が旅行を取りやめる損失よりも大きいということである。その意味で、ビジネス客の方が観光客に比べて旅行 (出張) に出かける可能性は高くなる。また、8月以降、観光客、ビジネス客とも次第に宿泊者数が増加する傾向も、参照点の移動により損失回避性が高まったと解釈することができる。

以上が、①と②に対する行動経済学的な解釈である。勿論この解釈が全てではないが、伝統的経済学では矛盾が生じる宿泊者行動に一つの解釈を与えることができる。

ウィズコロナ時代の観光の経済学

最後に、ウィズコロナ時代の観光の経済学的あり方について私見を述べよう。

今後、観光現象を経済学的に捉えていく場合、旅行先でのリスクを仮定せざるを得ない。リスクの増加は旅行者の行動を不安定なものとし、伝統的経済学では非合理的とされた行動が現実的な選択肢の一つとなる場合もある。ノーベル賞受賞者のカーネマンによれば、経済行為は合理性よりも直感に依拠する場面が多いという。このような経済主体を経済学的に理解するためには、これまで避けられてきた心理学や神経科学を積極的に導入し、新たな側面から旅行者の行動を理解する必要がある。経済学では、すでに行動心理経済学や精神経済学が学問領域として成立している。その意味で、これらの領域から旅行者の行動特性をどのように帰結するのか期待がもたれる。

※1: 「Go To トラベル事業」は7月22日より開始された。当初、東京都が目的地となる旅行と東京都居住者の旅行については対象外とされたが10月1日に解除された。現在、「Go To トラベル事業」は新型コロナウイルス感染者の急増により、本事業の適用は一時停止されている。なお、この事業では、国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の35%が割引され、加えて10月1日からは旅行代金の15%相当分が地域共通クーポンとして付与される。

※2: 「観光目的の宿泊者が50%以上」の施設とは、最近1年間に訪れた宿泊者の宿泊目的を「観光レクリエーション」と「出張・業務」に分けた場合、「観光レクリエーション」が50%以上を占める施設で、最近1年間に訪れた観光目的で訪れた宿泊者の方が多い施設である。同様に、「観光目的の宿泊者が50%未満」の施設とは「出張・業務」が50%以上を占める施設で、最近1年間に訪れた出張・業務目的で訪れた宿泊者の方が多い施設である。

参考文献

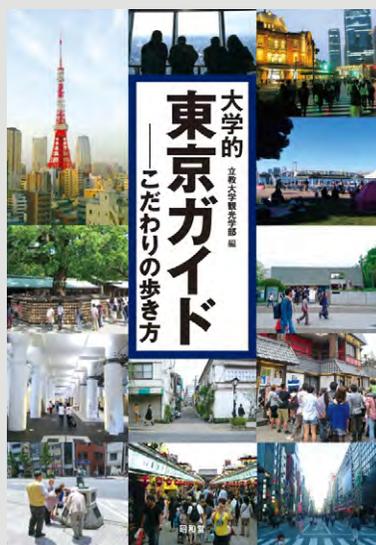
Kahneman, D. and A. Tversky (1979) "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk," *Econometrica* 47 (2), pp. 263-291.
大垣昌夫、田中沙織 (2014) 「行動経済学—伝統的経済学との統合による新しい経済学を目指して」有斐閣

立教大学観光学部の教員・学生が執筆しました

大学的東京ガイド こだわりの歩き方

世界でも有数の観光地である東京を、観光学と関連の深い「歩く」「まなぐ」「集う」という3つのテーマから考察しました。執筆には観光学部の専任教員だけでなく学生も関わっており、さまざまな角度から東京の姿が浮き彫りにされています。東京の学術的な分析に関心がある読者はもちろんのこと、大学で観光学を学びたいと考えている高校生や、実際に観光学を学んでいる大学生にも興味を持ってもらえる一冊です。

立教大学観光学部 編
昭和堂刊 2019年3月30日刊行
定価 2,200円+税



『交流文化』バックナンバー

観光学部は、2006年度の交流文化学科開設を機に、交流文化の視点から観光を読み解くことのおもしろさをひろく伝えるため、2005年から2018年にかけて計17冊の『交流文化』を世に送り出しました。バックナンバーはウェブサイトからも読むことができます。
https://tourism.rikkyo.ac.jp/about/exchange_culture.html

第1号
特集：西双版纳
(中国・雲南省)で
交流文化を考える

第2号
特集：街角の交流文化
ロンドン、ウィーン、
クアラルンプール、東京

第3号
特集：交流が生む
食のかたち

第4号
特集：交流拠点としての
ホテル

第5号
特集：フィールドワークが
問いかけるもの

第6号
特集：ヒル・ステーション

第7号
特集：観光と歴史

第8号
特集：観光 グローバル
VS ローカル

第9号
特集：温泉クロニクル

第10号
特集：乗り物とその世界

第11号
特集：旅の記録

第12号
特集：「観光」の可能性

第13号
特集：世界遺産

第14号
特集：巡礼

第15号
特集：おみやげ

第16号
特集：ミュージアム

第17号
特集：景観



編集後記

立教大学観光学部の機関誌『RT』を創刊しました。観光学部が発行する媒体としては2005年から2018年にかけて計17冊刊行された『交流文化』のあとを継ぐかたちになります。『RT』は毎月、観光学部の専任教員による責任編集のもとで観光学の最新線にまつわる特集テーマを掲げ、観光学の最新トレンドや観光学部の取り組みを読者のみなさんに提示していきます。また、『RT』は書き手を観光学部の外にも積極的に求めており、執筆者が基本的に観光学部の関係者に限られていた『交流文化』とは一線を画します。同様に『RT』では、観光学部をめぐる最新動向の紹介を学部ウェブサイトに移しました。観光学部の最新情報を知りたい場合はウェブサイト、観光学の最新トレンドを把握したい場合は『RT』にそれぞれアクセスしていただければ幸いです。それでは次号をお楽しみに。

RT no.1

2021年4月1日発行

発行者 小野良平
責任編集 門田岳久 千住一

発行所
立教大学観光学部
〒352-8558 埼玉県新座市北野1-2-26
TEL 048-471-7375
<https://tourism.rikkyo.ac.jp>

制作 株式会社フィールドワークス
デザイン 望月昭秀
印刷 こだま印刷株式会社

*本誌掲載記事の無断転載を禁じます。
©2021 Rikkyo University College of Tourism
Printed in Japan
ISBN-978-4-9905878-4-0



筆者紹介(執筆順)

高岡文章(たかおかふみあき)

立教大学観光学部交流文化学科教授。専門は観光社会学。主著に『Understanding Tourism Mobilities in Japan』(共著、2020年、Routledge)、『よくわかる観光コミュニケーション論』(共編、近刊、ミネルヴァ書房)。

西川亮(にしかわりょう)

立教大学観光学部観光学科准教授。専門は都市計画・観光政策。主著に『ポスト・オーパーツリズム』(共著、2020年、学芸出版社)、『観光地経営の視点と実践』(共編、2017年、丸善出版)。

門田岳久(かどたけひさ)

立教大学観光学部交流文化学科准教授。専門は文化人類学・民俗学。主著に『巡礼ツーリズムの民族誌——消費される宗教経験』(2013年、森話社)、『民俗学の思考法——〈いま・ここ〉の日常と文化を捉える』(共編、2021年、慶應義塾大学出版会)。

須藤廣(すどうひろし)

法政大学大学院政策創造研究科教授。専門は観光社会学、文化社会学。主著に『観光化する社会——観光社会学の理論と応用』(2008年、ナカニシヤ出版)、『ツーリズムとポストモダン社会——後期近代における観光の両義性』(2012年、明石書店)。

岡本亮輔(おかもとりょうすけ)

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院准教授。専門は観光学・宗教学。主著に『聖地巡礼——世界遺産からアニメの舞台まで』(中公新書、2015年)、『江戸東京の聖地を歩く』(ちくま新書、2017年)、『宗教と日本人——葬式仏教からスピリチュアル文化まで』(中公新書、2021年)など。

麻生憲一(あそうけんいち)

帝京大学経済学部観光経営学科教授。専門は観光経済学・応用経済学・地域経済学。主著に『21世紀の経済政策』(共編、1999年、日本評論社)、『観光研究レファレンスデータベース』(共編、2011年、ナカニシヤ出版)、『公共インフラと地域振興』(共編、2015年、中央経済社)。