

# World Tourism Update

Bimonthly Newsletter of Tourism Education & Research

WTU No.9 / 2015.1

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

### *Art and Tourism: Travellers becoming culture vultures?*

何世紀もの間、博物館や美術館訪問は旅程決定の土台となっている。アムステルダムゴッホ展、ロンドンの大英博物館やニューヨークのメトロポリタン美術館など、文化経験を取り込むことによって、休日を特別にしようとする。地域の習慣や伝統に注目した観光が新しいトレンドとして台頭してきているが、地元工芸品を奉納する博物館や美術館よりも実用的な方法として、アートフェスティバルの開催が世界で注目されている。

セイチェル発祥の創作美術は、近年具体化され急激に観光客の間で人気となっている。2014年3月31日に開催された最初のイベントである *Running on Port Launay Beach* は National Arts Council と観光庁協同のもと、Pro Art Association によって設立された。世界中のオーディエンスに向け地元芸術家の作品を披露するプラットフォームとして開催され、大きな成功を修めた。

一方、13000 キロ離れたフィジーでは文化と観光産業は切り離すことが出来ない。観光客がホテルやレストランへ徒歩で向かう際は、地域の伝統工芸品や装飾品を見ずに到着することが困難なほどである。地域文化保護活動や製造の大部分は旅行客の収益に頼っており、文化産業の国家発展に向けた研究集会では、更なる観光発展のため文化と観光間のギャップ縮小に向けた議論が繰り返されている。2013年は約65万人もの観光客がフィジーを訪れ2009年からの年間成長率は2.2%、内の国際観光客数の40%は文化遺産観光を目的としていた。マギマギやブレ建築といった研究会を推奨することで、文化と観光の意義ある関係が維持されている。

観光客に向けて文化を押し出すことは、公共事業機関にとって最優先事項である一方で、観光客のニーズが産業や博物館の役割の範疇を超える際、文化フェスティバルを通じた地域習慣の展示・公開によって、より直接的に旅行者の関心を集めることも非常に重要である。

様々な地域が小さな観光マーケットの更なる成長のため試行錯誤をしているが、それぞれの文化や伝統の保護責任を再認識し、真正性を維持し続けることが大切である。同時に、市場向きの製品を提供する一方で、私たちはどのように社会に文化を反映し、それらへ敬意を払うのかということも考えなくてはならないのである。

<http://www.wttc.org/global-news/articles/2014/aug/art-and-tourism-travellers-becoming-culture-vultures/>

### *UNWTO and UNESCO to organize first World Conference on Tourism and Culture*



第一回 The First World Conference on Tourism and Culture では、観光と文化間の新しい協力体制を探究するため、双方の分野の専門家、世界中の観光大臣や文化大臣が呼び集められた。文化観光は包括的な経済成長、社会発展や文化保護の貢献が期待される。第一回 UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture は観光と文化における政策担当者、専門家や弁護士らが今後の課題を確認し、関係性の強い二分野間のより強固な協力体制と今後の課題を認識する、前代未聞の国際討論の場を提供した。

二日間を通して、参加者は今回の5つのトピックである：政府との協力モデル、文化保護、生活文化と創造産業、文化的道筋や都市再生、様々な役割と権限を模索した。UNWTO 事務局長の

Teleb Rifai 氏は、「この画期的なイベントは、2015年のアジェンダへの貢献、国際理解の促進、遺産保護、雇用機会の増幅、貧困緩和に向けた観光と文化の活用についてより深く議論するため、全地域の観光/文化分野のテイクホルダーに向けて開催された貴重な機会になるでしょう。」とコメントし、UNWTO 総裁の Irina Bokova 氏は「文化は私達のアイデンティティを明確化し、人々の尊厳と寛容を促進する手段となる。また、文化は何百万もの雇用機会の創造、生活改善に貢献し、相互理解の強化に繋がっていく。文化遺産の保護は、今回のカンファレンスの中心メッセージであるサステナブルツーリズムと共に、必ず進めていかなければならない。今回の見解は、私たちの試みをドライバーとして、またサステナブル発展のイネーブラーとして文化を奨励することに繋がり、2015年に向け、国々が新しい国際サステナブル発展アジェンダを決める際に、特に重要となる。」と述べた。

<http://media.unwto.org/press-release/2014-12-15/unwto-and-unesco-organize-first-world-conference-tourism-and-culture>

<http://whc.unesco.org/en/news/1210>

## Research and Journals — 主な論文、特集号、新刊紹介 —

### 「世界農業遺産」認定に向けた和歌山県の挑戦

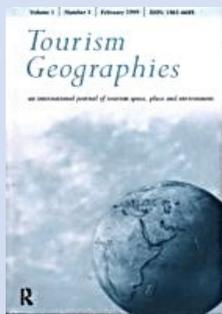
「世界農業遺産 (GIAHS: Globally Important Agricultural Heritage Systems)」をご存知だろうか。UNESCO の「世界遺産 (文化・自然)」が遺跡や歴史的建造物、自然など「不動産」を登録・保護するものであるのに対して、FAO (国連食糧農業機関) が次世代に継承すべき伝統的な農業のシステムを認定し、その保全と持続的な利用を図るものを指している。2014 年現在、世界各国 31 の取り組みが認定されており、日本からも能登半島 (石川県) の里山里海をはじめとする 5 つの取り組みがすでに認定されている。

そしていま、和歌山県では、次なる認定を得るべく「みなべ・田辺地域の梅システム」を農林水産省での選考を経て FAO に申請している最中である。ここで梅システムとは、養分の乏しい礫 (れき) 質の斜面を活用して梅を植えたり、受粉を媒介するニホンミツバチやウバメガシなどの薪炭林を維持しながら、里山の生態系を保全してきた取り組みをいう。これまでに、品質の高い梅干し (紀州南高梅) を製造することで地域に雇用を生み出し、健康づくりにも貢献してきた同地域であるが、認定を受けることにより、更に①地域イメージの向上と住民のアイデンティティ回復、②農産物等の付加価値向上とブランド力の強化、③グリーン・ツーリズムによる地域活性化、が期待されている。有識者委員として「みなべ・田辺地域世界農業遺産推進協議会」に参画する私も、いよいよ本格的に忙しくなりそうな気配である。 (執筆 藤田武弘教授)

### 「Understanding the 'Heritage' in Heritage Tourism: Ideological Tool or Economic Tool for a Japanese Hot Springs Resort?」

M., Chris., *Tourism Geography*, 2008. vol. 10, 3: pp. 334-354

観光開発により町おこしを試みる自治体が世界的に増加している。ところが経済的利益を優先するがゆえに、伝統的景観を破壊する場所が跡を絶たない。また、町にはたいした観光資源がないからと、観光開発をあきらめてしまう自治体も存在する。



シンガポール国立大学日本研究学科講師であるクリス・マクモラン氏は、日本の黒川温泉に注目した。氏は 2001 年から 2007 年にかけて何度か黒川温泉を訪れ、いくつかの旅館で実際に働いてみた。黒川温泉は日本人がノスタルジアを感じる“ふるさと”のイメージを大切に、交通の便の悪さすら郷愁の演出装置としてしまった。人々は黒川温泉に大規模行楽地にはない“癒し”を感じ、“観光化”されすぎた場所に違和感を感じる層を取り込むことに成功した。また、食事や土産物も地元のものを中心であり、農閑期の雇用も創出している。氏は黒川温泉が従来の観光開発とは逆方向でありながら成功していることを評価しており、“ふるさと”を思わせるノスタルジアも観光資源であると位置づけている。

この論文は外国人による日本見聞として興味深い。“日本的なふるさと”が外国人にも評価されることは新しい観光の可能性を示唆してくれるであろう。また、多少英語が苦手な人にも読みやすい内容である。

(執筆 観光学研究科 M1 大井田かおり)

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

### ● 2015/6/2 - 5 10th International Symposium on Sustainable Leadership, Dubrovnik, Croatia



概要：本学会は、最新の研究について報告を聞き、持続可能な発展のためのリーダーシップに関する新たな知見に出会うことを目的に開催する。学会では、持続的な発展のためのリ

ダーシップに関する様々な実践やそれに伴う課題、その解決方法などについて議論しているが、2015 年度は特に、持続的な観光開発を付加的なトピックとして設定している。

CFP：発表要旨 既に締切  
フルペーパー 2015/2/1  
参加申込 2015/5/25

<http://instituteforsustainableleadership.com/conferences/2015-isl-symposium/>

### ● 2015/7/1 - 4 EABTH2015 (European Academic Conference on Business Tourism & Hospitality), Toronto, Canada



概要：本学会の目的は、ビジネス、ホスピタリティ、レジャー、スポーツ、MICE マネジメントなどのテーマに関する質の高い学術研究の結果を広く世間に公開することにある。学会では、新たな知見を共有し、未来志向の研究に焦点を当てたワークショップを開催する。

CFP：発表要旨 2015/2/28  
フルペーパー 2015/4/15  
参加申込 2015/3/30 (Early Registration)

<http://www.eabthconference.com/14613262/toronto>

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



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

CFP：発表要旨 2014/12/30  
フルペーパー 2015/3/5

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

## Magazine ー世界で発行されている観光雑誌を紹介ー



### 「Medical Tourism Magazine」

Medical Tourism Magazine は医療観光の興隆に向けたトレンドやトピック、テーマ、イニシアティブといった重大な発展や進歩に関する情報提供を行う医療観光マガジン。印刷版とオンライン版があり、Medical Tourism Magazine は医療観光産業における難解かつ興味深い、最前線の情報を提供する唯一の観光雑誌である。

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

## Topics ーコラムツーリズムに関する世界のニュースー

院生、教職員からも受け付け中！

### ★ 日本で唯一！2015年に訪れるべき世界20選に高野山が選ばれました！



ナショナル・ジオグラフィックのトラベル誌『NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER』の最新号(2014/12月、2015/1月号)で、"Best of the World - 20 Places You Should See in 2015" (2015年に訪れるべき世界のベスト20の場所)の一つとして、高野山が選ばれた。高野山は日本国内で唯一の選出であり、他にはフランスのコルシカ島、モン・サン＝ミシェル、スイスのツェルマットなどが選ばれている。

[http://www.wakayama-kanko.or.jp/news/2014/1203\\_2.html](http://www.wakayama-kanko.or.jp/news/2014/1203_2.html)

[http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-trips-2015/#/koyasan-monastic-complex-japan\\_85225\\_600x450.jpg](http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-trips-2015/#/koyasan-monastic-complex-japan_85225_600x450.jpg)

### ★ 地域情報まとめサイト「ロカルわかやま」日本初、和歌山から (2014.12.3. RBB TODAY)

和歌山市に本社をかまえる ONPA JAPAN は1日、まとめ形式のコンテンツを活用した、日本初の地域情報キュレーションメディア「ロカルわかやま (<http://rokaru.jp/>)」をオープン。地域住民や観光客・出張旅行者などへ向け、和歌山の情報を発信し、町おこし・地域活性化へとつなげる。この「ロカルわかやま」では、「【和歌山グルメ】冬にオススメ！和歌山でいただく、絶品クエ鍋が食べられるお店」や、「ここだけ行けば大丈夫！和歌山市の観光スポットまとめ5選」など、暮らしにも観光にも役立つ情報を配信。サイトオープンと同時に43本の記事がアップされた。たとえば「まずはココ！和歌山市内の定番観光スポットまとめ【5選】」では、和歌山城、紀三井寺、玉林園、和歌山マリーナシティ、淡嶋神社の5つのスポットがラインナップされ、「和歌山のソウルフード」といわれる「天かけラーメン」なども紹介されている。

まとめ形式のコンテンツを「地域情報」という軸で展開していく「ロカルわかやま」。スマートフォンに最適化されたコンテンツで、町おこし・地域活性化につなげたい同社は、「今回の和歌山県でのリリースを皮切りに、今後は全国で同様の地域限定キュレーションメディアを展開し、地域から日本を元気にするメディアを目指す」とう。

(観光学研究所 M1 藤井 至)

<http://www.rbbtoday.com/article/2014/12/03/126094.html>

### ★ 関西、枝豆に関心 海外から"ググる"日本の観光地ランキング (2014.12.25. 日刊トラベルニュース)

グーグルは、2014年の1年間で海外から英語で最も多く検索された日本の観光地のベスト20を発表した。1-11月の検索数の多さや伸び率の高いワードも紹介した。観光地のトップ5は富士山、箱根、東京ディズニーランド、皇居、東京タワーだった。トップ20には7位サマーソニック、8位ユニバーサル・スタジオ、10位新世界がランクインするなど、関西の注目度が非常に高まった年になった。

和食のトップ5は寿司、枝豆、刺身、ラーメン、天ぷら。枝豆が人気上昇中のラーメンなどを抑えて2年連続で2位に食い込み、関心の高さが一過性ではないことが分かった。14年4-6月、グーグルは観光庁と共同でヨーロッパの13カ国を対象に日本への旅行を促すウェブプロモーションを初めて実施した。13カ国はイスラエル、スペイン、ロシア、スカンジナビア各国など、訪日旅行の新興国を選んだ。グーグルでは「国ごとの旅行者のニーズを把握するには、検索をひもどくのが最短。科学的で高度なマーケティングに貢献できる」と活用を呼びかけた。

<http://www.travelnews.co.jp/news/kankou/1412250956.html>

★ きゃりーぱみゅぱみゅの芸能事務所が観光案内所に進出！（2014.12.29.やまごころ.jp）



12月25日に東京・原宿に観光案内所が開設された。

もしもしにっぽん「MOSHI MOSHI BOX」という名称で、アソボシステム株式会社が渋谷区観光協会から委託を受けるかたちで運営をする。クールジャパンとインバウンドの融合という新しいスタイルの取り組みだ。アソボシステムフィールドを広げたのだ。観光案内所では、日本のカルチャーや商品を紹介し、実際に購入できる施設だ。さらに、今後は海外にも「MOSHI MOSHI BOX」をオープンさせ、日本のコンテンツを届け、さらに訪日観光のきっかけをつくるのがミッションだ。案内所は10時から18時まで渋谷区観光協会から派遣されたスタッフが外国人対応をしている。もしもしにっぽんプロ

ジェクトは、観光案内所のほか、海外向けのテレビ番組で、きゃりーぱみゅぱみゅが日本の文化を紹介。もしもしにっぽんフェスティバルで、国内だけではなく、海外の主要都市で開催予定。さらにwebサイトで外国人向けの観光や生活、ポップカルチャーの情報を発信する。

<http://www.yamatogokoro.jp/news/2014/12/29120256.html>

★ 「本当にこの世なのか」「心が洗われます...」 美しすぎる清水寺 Instagram が大反響（2015.1.2. J-CAST ニュース）



画像共有 SNS「Instagram（インスタグラム）」の利用者が2014年12月に3億人を突破した。国内でもファッションブランドや企業の活用例が増える中、「美しすぎる」と一際注目を集めている。「feel\_kiyomizudera」京都の世界遺産、清水寺（京都市東山区）による公式アカウントは「出会いと発見」をテーマに清水寺の「今」を紹介するとして、夕日に染まる境内や秋の紅葉、静寂な祈りのひと時など、すでに50点近い写真を公開している。観光客で賑わう普段の姿とは一味違った「公式」ならではのショットは、思わず息をのむ美しさだ。9月の初投稿から約3か月半で1万7000人以上がフォローする人気アカウントとなっており、海外からのコメントも珍しくない。寺院や神社が Facebook や Twitter を使うことはあっても、Instagram は

少ない。加えて投稿写真も明らかに「プロの仕事」とあり、ネット上でも「中の人に拍手」「写真上手すぎておののく」と運営側に対する称賛の声があがっている。

<http://www.j-cast.com/2015/01/02223706.html>

[http://instagram.com/feel\\_kiyomizudera](http://instagram.com/feel_kiyomizudera)

★ 中国人に日本旅行が大人気、「数次ビザ」発給要件緩和で（2015.1.15. Record China）



2015年1月12日、円安が一層進んだほか、ビザ発給要件緩和措置、外国人観光客を対象にした消費税免税制度導入などが功を奏し、日本を訪問する観光客が増加していることを背景に、岸田文雄外相は6日、中国人個人観光客に対する「数次ビザ」発給要件の緩和を19日から実施することを発表した。「相当の高所得を有する者とその家族」に対しては、1回目の訪日の際における特定の訪問地要件を設けない数次ビザ（有効期間5年）の発給を開始する。円安が進み、中国人にとって2015年は、日本へ旅行する絶好の年となる。中国において日本は、春節（今年は2月19日）に合わせた大型連休中の人気海外旅行先トップ3に入っている。なかでも、春節の数日前に出発して北海道に行く商品が人気であり、価格は8000元（約15万2000円）以上するが、昨年12月末には売り切れたという。杭州国際旅行社出境センターのスタッフは「今年の春節期間の日本旅行の予約数は去年同期比約20%増。一方、シンガポールやマレーシアなどは、横ばい」とし、「以前は東南アジアの国が人気だったが、航空機事故があったほか、日本が昨年10月から免税商品の範囲を拡大させ、円安も進んでいるため、日本旅行の人気に押される形となった」と分析している。日本政府観光局（JNTO）が発表している統計によると、2014年1-11月期、中国本土からの訪日者数は、前年同期比82.2%増の221万9000人に到達した。同数字は台湾、韓国に次ぐ多さだ。

（観光学研究科 M1 藤井 至）

<http://www.recordchina.co.jp/a100577.html>

和歌山大学 観光学部 観光教育研究センター  
Location: 観光学部研究棟 208  
Contact us: [tourism-er@center.wakayama-u.ac.jp](mailto:tourism-er@center.wakayama-u.ac.jp)  
<http://www.wakayama-u.ac.jp/tourism/tourism-er.html>