

# 持続する観光開発に求められるものとは何か ——観光から眺める日本とオーストラリアの関係——

小 野 塚 和 人

## Conditions for Achieving Sustainable Tourism Development: A Lesson from Australia-Japan Tourism ONOZUKA Kazuhito

### ポイント

- 持続する観光開発には、i) 内容を継続的に更新できること、ii) 一元的な管理によるブランドと質の管理が求められる。
- 現在のオーストラリアの観光の基盤形成には 1980 年代半ばのコアラの贈呈と日本企業による投資が大きな役割を果たしている。

キーワード：オーストラリア、観光、地域活性化、開発、テーマパーク

### 1. 問題の所在

日本とオーストラリア（以下、豪州とする）の関係について、観光からどのような姿が浮かび上がってくるのか。2018 年現在、日本から豪州へ多くの都市に直行便が再び就航するようになるなど、豪州への観光は回復基調にある。テレビ番組やインターネット上の特集でも豪州がリゾート地として取り上げられる機会は多い。こうした観光地としての豪州の姿が誕生したのは 1980 年代の半ばにまでさかのぼる。1984 年に日本にコアラが寄贈されたことを契機として、豪州は観光地としての認識を広め、日本から豪州へと大量の観光関連の不動産投資が押し寄せた。一連の日本企業主導の観光開発によって、豪州は資源の国、白豪主義の国という認識から、観光

地・リゾート地としての認識を深めるに至った(小野塚 2011; 多田 1998)。本稿の前半では、コアラの贈呈を軸に、日本と豪州の観光に関する関係を論じる。

観光開発とは場所を商品化することを意味する。観光開発により、その場所は比較検討の対象になり、いわばカタログショッピングに掲載される商品のひとつとなる。商品となった観光地は、商品と同様に興隆と衰退の運命をたどる。このことは豪州に限らず、世界各地の観光地にも同様に該当する。この現実に対して、観光地の取れる方策は何か。本稿の後半では事例研究として東京ディズニーリゾート(以下、TDR とする)の試みから、観光開発において集客力を継続できるために、どのような条件が求められるのかについて二つの命題を提示する。TDR は衰退を回避できている世界でも数少ない観光地であり、その運営方針は各観光地の運営にも示唆を与えるものである。本稿の後半では、この作業によって、観光開発の意義と限界の一端を解明する。

## 2. 日本と豪州の観光の呼び水となったコアラの贈呈

日本人にとって、豪州が主要な観光地として認識されるようになったのは1984年に日本の動物園(東山動物園[名古屋]、平川動物園[鹿児島]、多摩動物園[東京])にコアラが贈呈されてからのことである。コアラなど、その国を代表する動物を贈呈すること自体は、二国間関係の友好を象徴するものとして、歴史的に広く行われてきた。しかし、コアラの贈呈という一見平和なイベントの背景には北東部クインズランド州(以下、QLD 州とする)沿岸部を中心としたサトウキビ関連産業の危機的な状況があった。いわゆるグローバル化に伴う世界的な砂糖の供給量の増加と急速な価格下落が原因で、サトウキビを増産してもこれまでのような収益を上げられない状況が存在した。また、主に内陸部で採掘される石炭も価格が下落するなど、QLD 州での失業率は大幅に上昇し、この失業労働力を吸収する必要もあった。

観光業は大量の非熟練労働力に支えられることもあり、観光開発によって失業労働力を吸収することが期待された。とりわけ、QLD 州にはグ

レートバリアリーフや熱帯雨林といった「商品」が存在する。しかし、観光を通じた地域開発を行うにしても、QLD 州内ではホテルやゴルフ場などの観光関係インフラは十分とはいえなかった。QLD 州は豪州の一自治体でありながら、日本の 5 倍の面積を有する。1985 年当時の QLD 州の人口は 260 万人程度であった（現在の人口は約 470 万人。Office of Economic and Statistical Research 1998:64）。広大な面積を有しながら人口集積が存在しない状況では、規模の経済が成立せず、第一次産業に代わる事業を育成することが困難となる。QLD 州の地理学的・人口学的な制約のなかで採用できる数少ない選択肢として、観光開発は存在した。観光開発は外資主導で進めていく必要があった。

当時は観光による地域活性化策は現在ほど一般的ではなかった。QLD 州政府と州政府東京事業所は、コアラの贈呈に加えて、姉妹都市提携の推進、移民の誘致など、地道な広報活動が続けるとともに、これまでの石炭や砂糖といった貿易での人間関係・人脈を伝手に、観光関連の投資を呼び込もうとしていた。コアラの贈呈とほぼ並行して、日本の芸能人である郷ひろみが新婚旅行で豪州を訪れ、さらに、大橋巨泉、千昌夫、矢沢永吉らが観光に関連した投資事業を開始するようになる。そうした芸能人たちにとって、豪州はハワイの次に向かうべき観光地として認識されていた。既にこのとき、ワーキングホリデー制度が開始（1981 年）されており、豪ドルの価値が相対的に下がり、格安航空運賃が普及するなど、観光客側の状況も大きく変化していった。QLD 州側の地道な取り組みを様々な要因が後押しした（小野塚 2011; Hajdu 2005）。

日本企業の投資以前でも、確かに、豪州は日本人にとっての観光地として存在はしていたが、1980 年代半ばまではヨーロッパの「辺境」を周遊するのが主な内容であった。JTB（日本交通公社）の関係者や当時の観光ガイドブックによると、最も一般的なルート（コース）は南部の主要都市であるシドニーとメルボルン、キャンベラを 8 日から 13 日程度かけて周遊する観光パッケージであった（AB ROAD 1984-1986; My Passport 1980-1982 など。当時の価格で 45 万円から 50 万円）。その他にも、「サザンクロスルート 13」と称して、シドニー、キャンベラ、メルボルンへと移動し、そ

これからニュージーランドに渡り、クライストチャーチ、ロトルア、オークランドを13日間で周遊するという現在では考えつかないツアーも散見される(My Passport 1982 春号:165など)。こうしたツアーは当時の価格で約80万円もする高額な商品であった。日本にコアラを贈呈したQLD州は観光の目的地としては後発であった。

QLD州の観光は、日本企業の主導により1980年代後半から2000年代初頭にかけて急速に成長を遂げていった。これには、大京をはじめとした日本企業各社による投資と開発事業によって、観光に関連したインフラが整備されたこと、さらには、そうした企業が強力な広報活動を行ったことに拠る。ここで日本企業が売り出したのは「第二のハワイ」としての豪州であった(小野塚 2011)。「第二のハワイ」を目指して造成された観光地は現在もその姿を残しつつ、観光客を国内外から招き入れている。

観光業を地域経済の主軸におき、観光に頼る形で街づくりを行うのは困難が伴う。特に、商品としての観光地が一時期話題となり、人気を博しても、停滞ないし衰退を迎える事例は様々な場所で見られる。QLD州の観光も、2000年代に入ってから是一部の日本企業が撤退し、観光客数が大きく変動するなど、楽観視できるわけではない状況が続いている。ただし、私達の日常生活でも最寄り品(convenient goods)については、常に一定の需要が存在する。こうした機能を果たしている観光地は存在するはずであり、衰退を免れる可能性も考えられる。例えば、宗教巡礼地としてのローマ、一定の医療効果が期待できる保養地とされる秋田県の玉川温泉などはその一例である。こうした観光地は衰退を迎えるリスクは低いのかかもしれない。ただし、大半の観光地は、観光地ライフサイクル論(Butler 1980; 小野塚 2014)が示すように、探索期、開発期、停滞期を経て、衰退期ないしは再興隆期を経験する。この議論は、商品は開発の後、価格逡減を経ながら普及し、飽和状態を迎えて衰退に向かうとする「プロダクトサイクル論」を応用したものである(Vernon 1966)。

### 3. 東京ディズニーランドにみる持続する観光開発に必要な条件

それでは、衰退や停滞を回避し、観光客を継続して集客できる観光開発

に必要な条件は何か。観光地ライフサイクル論という再復興を遂げる上で何が求められるのか。この問いの探究には、様々な事例研究を通じた継続的な検討が必要である。本稿では、TDRの運営方針に関する事例研究を踏まえ、持続する観光開発に必要な条件として、二つの命題を提示したい。これまで、筆者はMullins (1991) をもとにして、「観光による都市化命題」を考察してきた(命題1~10までは小野塚 2013 を参照)。この命題は11、12番目となる。

- 1) 内容を常に更新できること。そのための入場料を徴収できること。  
(命題11)
- 2) 一元的な管理・運営ができること。それによってブランドや質の維持・管理を行えること。(命題12)

TDRは開業から現在に至るまでの間、入場者数は継続して増加しており、大幅な減少を経験したことがない。CNN Travel (2017)によると、集客数も世界のテーマパークで東京ディズニーランドは第三位、ディズニーシーは第五位(第一位は米国フロリダのディズニーランド、第二位は米国カリフォルニアのディズニーランド、第四位はユニバーサルスタジオジャパン[大阪])と上位に位置し、持続する観光開発の示唆を引き出す事例として適している。TDRの経営方針やさまざまな試みについては、公表されている文献・資料が限定されている。これはブランドの厳格な管理というTDRの運営方針とも関連している。本稿では、渡辺(2013)と栗田(2013)、栗田・高成田(2012)に依拠しながら考察をする。

第一に、TDRは内容を継続的に更新し、常に新しいものを提供する試みを行っている。次に来たときに違っているという感覚を与えることが、リピーター客を得るための条件のひとつであるとする(渡辺 2013: 93-4)。まず、大きなスケールでは、TDRはアトラクションを新設し続けている。例えば、エレクトリカルパレードは1985年に開始されている。ビッグサンダーマウンテンは同じく1987年、クリッターカントリーは1992年、トゥーンタウンは1996年に新設・導入されている(渡辺 2013: 94)。イクスピアリは2000年、ディズニーシーも2001年に開設されている。現在はディズニーシーに続いて第三のパークが建設中である。次に、小さなス

ケールでは、TDRは限定品を効果的に販売している。「夢の国」だから、外と同じものを売ってはいけない。従って、販売されている商品は限定品であることが標準となっている。さらに、花壇や内装も常に更新を続ける(渡辺 2013: 93-4; 栗田・高成田 2012: 14, 232-4)。

第二に、TDRは一元的な管理によって、ブランドと質を厳格に管理・維持している。TDRは「夢の国」であって、どこから見ても興ざめさせず、現実感を与えないために多様な試みが存在してきているとする。まず、物資を運ぶための地下道が存在する。全園内は毎日水洗いされる。建造物は頻繁に再塗装を施し、細かく補修する。水を使うアトラクションの水はいつも入れ替える。外部から見ても、TDRの電飾の電球は1つも欠けていない。この他に、お弁当の持ち込みは不可としている。実際は客単価を確保するための策だったとしているが、これによって母親(当時)が家族に弁当を作るという現実の負担を回避できるという名目とした(渡辺 2013: 30-4; 栗田・高成田 2012: 36-7, 41-2)。この他にも、ブランドと質を管理・維持するために多様な試みがなされている。

こうしたクオリティを担保するものが入場料であり、有界化された管理領域の存在である。入場料という財源により、一元的な管理や内容の更新も可能になる。開業当時、アメリカのディズニーランドの平均滞在時間は5〜7時間であった。そこで5〜7時間滞在する皆で参加するレジャーとして日本ではスキーが存在していたこともあり、入場料の料金設定の参考にしたという(渡辺 2013: 68)。2018年時点で、7500円近くにも上昇しているチケットであるが、入場料を財源として内容の更新や管理も可能になる。

有界化は明確な地理的境界を設けるだけでなく、使用料金を発生させることなどによっても可能になる。取材にしても、写真撮影にしても、キャラクター使用にしても、無料にすると価値が下がってしまう。従って、詳細な使用料金を設定している。キャラクターとの共演も、当初はレポーターなど「名のない人」との共演とした。マスコミやジャーナリストの取材を制限し、自らの広報活動はプレスリリース形態を中心にし、自社主導の広報活動にしている。これらの試みによってTDRの情報に対する「飢餓感」を生み出している(渡辺 2013: 120, 124-5, 130-3)。こうしたことが

可能なのは TDR が有界化された領域を一元的に管理しているからである。

観光客を継続的に引き寄せるには、「また来たい」と思ってもらえることが必要である。テーマパークには、「3 年目の危機」の問題が存在するとされる（栗田 2013: 6）。これは、テーマパークがリピーター客を得られずに 3 年で衰退を迎える現象のことを指す。このことはテーマパークに限らず、一般の観光地に広く当てはまることである。顧客に飽きられ、陳腐化することを回避するために、TDR では意識的に上記のような試みを行っている。

#### 4. 考察とまとめ

本稿では、豪州の観光地化の過程をコアラの贈呈から考察し、その上で集客を継続できる魅力ある観光地でありつづけるために、何が必要かを論じてきた。TDR による実践は持続する観光開発のために必要な条件を抽出する上で有用な知見をもたらしている。内容の更新や一元的な管理を自治体レベルの観光で実現することは容易ではない。一元的な管理は、かつての豪州ケアンズにおける大京のように 1 社がリゾート開発と運営を一義的に行う場合か、政府が専制的に主導する場合に限定される。通常の自治体の観光開発は複数の主体が関与して、結果としての観光地が造成されるため、統制の取れた管理・運営は難しい。複数の主体が混在していると、ブランド管理は困難になる。

そして、通常の自治体では TDR のように観光地を有界化し、入場料を徴収して、再投資を行い、内容を更新することも困難である。観光インフラの運営には定住者の税収が頼りである。近年ではイタリア・ベネチアなどでも観光税（Tassa di soggiorno）を徴収する試みは存在する（Tourismo Venezia 2018）。しかし、TDR のような強気の価格設定は観光客を遠ざける可能性もある。また、再投資に伴う土地利用調整には多数の関係者との折衝が必要になり、迅速な対応は困難になる。複数の主体が混在し、利害関係が複雑化する中で、入場料としての観光税の使用先をどのようにするかも妥当性が常に問われることになる。



確かに、観光開発は大量の非熟練労働力に支えられるため、余剰労働力を吸収することは出来る。しかし、観光を通じた町作り・地域活性化も万能な方策ではない。衰退や停滞を迎える可能性の中で、魅力ある観光地であるために、商品開発を継続して行うこと、内容を一部でも更新することなど、一定の場所のアイデンティティを保ちながらも、現地社会の側の持続的な試みが必要なのである。本稿の議論は他の事例研究を通じて、より発展的な理論化・モデル化を進める必要がある。各地の先進的な事例をも踏まえながら、いかにして観光を持続させていくか、その方策を現地社会の視点から考えていくことは、今後の観光研究の課題のひとつである。

### 参考文献

- 栗田房穂(2013)『ディズニーリゾートの経済学』東洋経済新報社
- 栗田房穂・高成田亨(2012)『増補版ディズニーランドの経済学』朝日新聞出版
- Butler, Richard (1980) 'The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources', in *Canadian Geographer*. 24 (1) pp. 5-12.
- CNN Travel (2017) 'The World's 25 Most Popular Amusement Parks'. Accessed on 11 September 2018 at <https://edition.cnn.com/travel/article/world-most-popular-amusement-parks-2017/index.html>.
- Hajdu, Joseph (2005) *Samurai in the Surf: The Arrival of the Japanese on the Gold Coast in the 1980s*. Canberra: Pandanus Books.
- McArthur, Ian (2006) 'Media Portrayal of the Cultural Relationship between Australia and Japan' in *Australian Journal of International Affairs*. 60 (4) pp. 574-89.
- Mullins, Patrick (1991) 'Tourism Urbanisation' in *International Journal of Urban and Regional Research*. 15 (3) pp. 326-42.
- 日本交通公社(1980-1982)『My Passport (マイ・パスポート: るるぶ別冊海外旅行版(各号))』日本交通公社出版事業局
- Office of Economic and Statistical Research (1998) *Queensland Past and Present: 100 Years of Statistics 1896-1996*. Brisbane: Government's Statistician's Office.
- 小野塚和人(2014)『『バブル誘発型』の観光開発の生む社会空間——デヴィッド・ハーヴェイによる論考を中心として——』『アジア太平洋討究』22号 341-356頁
- (2013)『『観光による都市化』の考察の発展に向けて——ケアンズにおける産業再編による人口変動と住民の所得格差をめぐる動向——』『ソシオロギス』37号 154-169頁
- (2011)『観光地ケアンズの生成と日本企業——イメージ戦略をめぐる政治過程と地域社会変動——』『オーストラリア研究』24号 40-55頁



持続する観光開発に求められるものとは何か

- リクルート (1984–1986) 『AB-ROAD (各号)』リクルート
- 多田昌代 (1998) 「朝日新聞におけるオーストラリアの表象——1970 年から 1996 年にかけて——」『オーストラリア研究紀要』24 号 239–256 頁
- Tourismo Venezia. 2018. 'Tassa di soggiorno'. Accessed on 11 September 2018 at <http://www.turismovenezia.it/Venezia/Tassa-di-soggiorno-297426.html>.
- Vernon, R. 1966. 'International Investment and International Trade in the Product Cycle'. in *Quarterly Journal Economics* (80) pp. 190–207.
- 渡辺喜一郎 (2013) 『ディズニーところをつかむ 9 つの秘密——97% のリピーター率をうみ出すマーケティング——』ダイヤモンド社