

## 都市観光に関する諸問題

## Problems and Considerations on Urban Tourism

杜 国 慶\*  
Guoqing DU

**Abstract:** This paper aims to consider the concept and development of urban tourism. To understand the concept of tourism, we should recognize the definition of city, where urban tourism occurs. Then, we try to clarify the difference of the definition of urban tourism and tourist city. Urban tourism has been disregarded by both tourism and urban researchers for a long time because of its complicated and ambiguous characteristics. With a case study of Tokyo visiting Chinese tourists' destination choice, we investigate the gateway function of city for urban tourism.

**Key words:** 都市 (city), 人口集中地区 (Densely Inhabited District), 観光都市 (tourist city), アメニティー (amenities), ゲート・ウェイ (gateway), インナー・シティー問題 (inner city problem)

- I はじめに
- II 都市観光とは?
- III 都市観光と観光都市
- IV なぜ都市観光?
- V 都市観光研究の特徴と考察法

## I はじめに

大都市が重要な観光目的地の地位を確立したのは1980年代になってからである。同時に、行政側も観光の都市経済の発展における役割を認識した。徐々に、観光に対する投資が増加し、観光関連のプロジェクトも経済戦略に現れ始めた。

一般的に観光というと、リゾートなどに限定される傾向があり、都市の観光における地位と重要性が度々無視され、未だにかなりの学術図書では、観光として海浜やスキー場などのことをしか議論していない。その理由としては、都市そのもの、

そして都市における観光がかなり複雑であり、把握または理解するのが困難であるからと考えられる。

本論文は主に大都市または主要都市に焦点を絞って都市観光を考察する。現在、観光は大小を問わず様々な規模の都市に影響を与えているが、その影響は都市の規模によって異なる。大都市は多種多様な機能をもち、単一の観光機能に支配されることはほとんどない。換言すれば、大都市での観光は他の都市機能と資源、労働力、空間などと競合しながら共存しているが、一方、大都市では観光産業が常に目立つようになる。都市の規模が大きくなるとともに、居住者と生産者の需要を満たすため、数多くの機能と施設を保有しなければならない。これらの機能と施設は、一方では、観光者を誘致する要素あるいは観光資源にもなる。例えば、博物館、劇場、スポーツ施設、ビジネス活動など大都市にあるものは、すべて観光者を集

\*立教大学観光学部観光学科・准教授

め、観光産業を成立させる基盤的な存在でもある。勿論、大都市には世界でも名高い建築物、博物館、イベントなど数多くの優位なものが存在する。

## II 都市観光とは？

簡単に言えば、都市観光は都市で行われる観光と定義することができる。都市観光を理解するためには、まず、都市の概念に対する理解を深めるべきではないだろうか。都市は村落または田園的集落 (rural settlement) に対するものであり、居住の一形態をなし、地表面の一部分を占める地理的現象であると高橋 (1997) が指摘する。

都市の概念は、多くの学者によって考察され、定義されてきたが、学問分野と研究領域の発達と並行して都市に対する考え方も変化してきた。都市は様々な要素から成り立つ極めて複雑な複合体であり、歴史的に見てもその役割は絶えず変容してきたため、簡単に概念規定することが不可能と言えよう。勿論、都市と農村は建物・街路・土地利用などの景観的な特徴と展開されている産業などの機能的な表象的特徴が異なる。しかし、学問分野と都市の発展段階を問わず、農村地域と区別する都市の本質的な特徴は、人口密度あるいは人間活動の密度であると考えられる。単位面積に居住または活動する人口の数では、都市と農村が一目瞭然で差が大きい。人口の集積によって、都市には様々な建築物と都市機能が集合し、都市機能の集合効果が更なる人口の集積を招いていく。

しかし、都市または都市域の確定は、国によって大きく異なる。例えば、人口による規定として、都市人口の最小人口数は、スウェーデンが200人、カナダが1,000人、日本が30,000人と大きく異なる。そこで、日本は統計 (例えば、国勢調査) では行政区分とは別にして、人口集中地区 (DID: Densely Inhabited District) を用いて地域の実質区分の基準が定めてある。

都市の定義に対する多様性と同じように、都市観光に対する定義も統一されていない。都市観光は都市において行われる観光という場所によって定義されるものの、Law (1996) と Page (1995) は特に大都市における観光を強調す

る。

日本では、長谷 (2001) によると、「都市観光とは、(魅力ある) 近代的・現代的都市機能などを享受するために行う日常生活圏を離れた余暇活動である」と定義されている。内容としては、宿泊と買物、食事、見学、展示会とイベントへの参加が取り上げられており、関連施設はホテル・旅館、商店・土産品店、飲食店、都市建築・構造物、劇場、博物館、スポーツ施設などがある。

都市観光には、さまざまな目的が存在するものの、一般的に、観光対象には自然的なものではなく人工的なものが多く、主に人工的観光対象を指向するという特徴が他の観光形態と区別する点となる。したがって、主に人工的観光対象立脚型観光地を形成し、またそれによって成立する。

そして、都市は単に都市観光の目的地あるいは場所だけではなく、観光者のゲート・ウェイとしての役割も無視できない。特に、交通の発達とともに人の移動と流動が活発となる今日において、ゲート・ウェイとしての都市の存在が都市観光に与える影響はますます強まる。

総括的に言えば、都市観光は従来の「都会見物」とは異なり、旅行者が都市の固有文化を求めて都市を訪れることであり、そうした観光を「都市観光」として捉えるべきであろう。

## III 都市観光と観光都市

都市観光は都市で行われる観光として理解できるものの、観光が盛んな都市で展開されている観光がすべて都市観光であるとは断言できない。都市観光と観光都市の異同点がどこにあるかここで考察しておきたい。

長谷 (2001) によると、観光都市 (tourist city) とは、観光資源・観光施設が地域外から多くの観光客を集め、観光産業が地域産業構成の中で特化した地位にある都市を言う。都市は複合機能を持つ場合が多いため、統計データだけで観光都市を判別することは困難である。熱海市、別府市は温泉観光都市、京都市や日光市は歴史観光都市、成田市は宗教観光都市などと呼ばれている。換言すれば、観光都市は都市の規模を問わず、観光産業

が都市の産業構造における地位と役割を重視する視点から、一つの都市が観光都市であるかを判断する。他方、都市観光の場合、上述のとおり、都市の規模を強調し、都市の機能の複合性と観光者の流動基地としての役割を重視した概念として理解できる。

したがって、規模と観光産業の状況に基づいて、都市観光が展開できる主要都市を、以下の4種類に分けることができる (Law, 1996)。

(1) 首都 (例えばロンドンとパリ)。首都には、観光者を引き付ける重要な管理機能とビジネス機能が存在する。加えて、国立博物館、そして世界レベルの歴史記念物と建造物もある。結果として、首都はビジネスと余暇観光の両側面において重要であり、広い範囲から観光者を集めることが可能となる。

(2) 産業都市 (例えばボルチモアとマンチェスター)。この類の都市は産業発展の産物であるため、通常、商業がかなり重要な地位に置かれている。人口規模から見ると、観光者にとって多くの魅力的な施設が開発されている。しかし、都市の産業的な特徴とイメージは観光産業発展の阻害要因になっており、ホテル利用者のお大半もビジネス訪問者である。地理的に言えば、これらの都市のレジャー観光者は主にその周辺地域から現れる。

(3) アメニティー都市 (例えばミュンヘンとサンフランシスコ)。このような都市は重要なビジネス機能を有するとともに、自然景観とアトラクション、エンターテインメントなど多岐にわたるアメニティーをもち、広域からビジネスとレジャー観光者を引き付ける。

(4) 魅力的な都市 (例えばフィレンツェとマイアミ)。この種の都市は多様な機能をもちながらリゾートまたは歴史的、自然的にも優れる価値を有し、遠距離からレジャー観光者を集める。

以上のような分類は粗雑で簡単すぎるかもしれないが、機能に基づく都市の分類がなかなか成功しない理由は、機能には明確な区切りがないからであろう。さらに、観光のスケールと本質は常に変化しており、都市の地位と位置付けも分類によって変わる。

#### IV なぜ都市観光？

人々はなぜ都市を訪れるか？ この問題を答えるのは簡単ではない。都市には住民が多く居住しているから、友人・親族を訪問しに来る人が集まる。都市は周辺地域よりよく整備されているから、さまざまな施設とアトラクションが人々を引き付ける。そして、空港などの交通基盤が整えてあり人々が都市に接近しやいから、観光者が遠くから都市を訪問することができる。

都市観光の市場においても多様性が存在する。教育レベルの高い人と高齢者は、都市の文化遺産に関心をもつ。若年層は都市の娯楽とエンターテインメント、ナイトライフ、スポーツ・イベントに興味を示す。大都市が人々を引き付ける最大の理由は、都市機能の多様性が様々な需要を満たすことを可能にしているからであろう。

大都市は重要なビジネスと商業の中心的存在でありながら、ビジネス旅行者の目的地でもある。多くの企業と会社は大都市に本社を設置し、国際貿易と多国籍企業の発達とともに、大都市の中心機能がますます強化されてきた。上記の理由で、ビジネス旅行者は昔からホテルなどの宿泊施設、そして最近では空港など交通機関の主な利用者として都市観光において重要かつ基礎的な存在となる。

ビジネス観光のもう一つ重要な内容は会議と展示会である。通常、百人規模の会議はホテルなどで行うことが多い。参加者が数千人になると、特別なコンファレンス施設が必要となる。近年、各種組織の数が増加し、会議の参加者も年々増えつつある。勿論、会議は都市だけでなく、色々な場所で開催されているが、大都市には空港、ホテル、コンファレンス・センター、その他の補助施設など他の場所にありえない施設と資源が整備されている。一方、会議と展示会が相互的に依存し、同時開催も頻繁に行われる。アメリカで発祥したコンベンション・センターは、会議と展示会の開催に柔軟に対応できるような施設である。第二次世界大戦後、商用的会議も公共的会議も迅速に増えてきた。商用会議と展示会はビジネスの利便性と時間の節約を図って、売手と買手を同じ時間と同

一場所に集めることを可能にする。

都市観光が注目された理由として、三つの要点があると考えられる。まず、都市には他の観光地で体験できない魅力が存在する。都市は人間が作り出した最大の芸術品とも言われるほど、洋の東西を問わず、古来人々の憧れの対象となってきた。その魅力を称えるために、「花のバリ」とか「花のお江戸」とかの美称が誕生した。都市には、農村地域と区別する偉大な建築物と街の作り方など外見的な要素とともに、人間の需要を最大限に満たすための多種多様な都市機能が存在している。したがって、中世のヨーロッパには、「都市は人々を自由にする」という言葉が流行っていた。しかも、都市は時代とともに進化しつづけ、いつまでも人々を魅了してより多くの人を都市に引き付ける。都市化の進展は技術の進歩・技術革新による産業化の進展と軌を一にしており、国々を代表するような大都市にはその時代の最先端の技術成果が集められる。このように、都市は最先端の文明装置とも称される。

次いで、都市の産業転換と都市機能の変化が都市での観光を促進した。都市は第2次産業によって成長してきた。時代とともに、都市の産業構造は第2次産業が第3次産業に転換し始めた。そこで、第3次産業のサービス、宿泊、商業などの業種は、都市の観光産業とも密接な関係が存在するため、都市における第3次産業の位置付けが高まるにつれて、都市観光も脚光を浴びるようになりつつある。都市には政治機能、商業機能、工業機能、文化機能、教育機能、娯楽機能といった多くの機能が大量に集積し、特に工業機能や商業機能が都市の発展の要となる表看板であったことから、取り立てて観光に特化した都市づくりに着目するという機運は乏しかった。産業転換とともに、都市の商業機能と文化機能、娯楽機能が重要視され、これらの機能は都市観光の重要な内容であり、都市再生の解決策と鍵とも言われる。

第三に、都市観光は都市問題とくにインナー・シティー問題の解決策でもある。1970年代にイギリスでは大都市の都心で工業を中心とした産業活動が停滞し、高い失業率の発生、経済的衰退、住宅の老朽化など都市問題の深刻化が進み、いわ

ゆるインナー・シティー問題として認識されるようになった。この傾向は先進国の大都市へと波及し、これまでの都市の産業の主体であった工業が衰退し、結果として人口減少、商業衰退、居住環境の悪化など一連の問題が発生した。経済活動の衰退によって多くの都市地域が遺棄されたため、都市の活性化を促すような新しい事業も必要とされた。このような経済の衰退と同時に、観光は成長し続けてきたため、観光が都市の活性化と経済的再生において重要な役割を果たすように期待され、都市問題を解決する万能薬と認識された。

1980年代から、観光を活用した都市開発政策は、北米と西欧の多くの国々で実施されてきた。英国のブラッドフォード (Bradford) は都市観光を活用して成功した良い事例と言われる。イングランド北部のウェストヨークシャー州にある人口約50万人のこの都市は、13世紀には市場町として羊毛取引の中心となるとともに、町が急速に発展した。18世紀末にはじめて蒸気機関による繊維工場が建設され、19世紀中ごろにウーステッド (梳毛織物) の製造および羊毛取引の中心となったが、現在はサービス業、商事会社、ハイテク産業と並んで通信販売の会社も多く存在する。1970年代から、15世紀に建設され、1919年に司教座が置かれて大聖堂となったセント・ピーター大聖堂などを観光資源として活かし、町と芸術との結びつきを一層強め、国立写真・映画・テレビ博物館と英国唯一のアイマックス大画面映写システムを建設し、都市観光による都市の再生を遂げた。

しかし、都市観光は最初から脚光を浴びてきた訳ではない。都市観光が重要視されなかった理由の一つは、都市での観光が誤解されたからであろう。この誤解は観光者および観光産業の構成要素に関係がある。都市は多くのリゾートの単一機能と異なり、多種多様な機能をもつ観光目的地である。

一般的に、欧米では観光者といえは数日、通常1週間か2週間住居を離れ、楽しみを求めて他の場所を訪れる人を指す。多くの人は「ビジネス観光」という考えを疑問視するが、都市にとってこの種の観光者は非常に重要である。ビジネス旅行

者は仕事のために都市に入り、工場かオフィスを訪ねるが、彼らの行動は会議または展示会まで及ぶ。人々は多くの目的、例えばビジネス、エンターテインメント、レジャー活動、友人・親族の訪問、事業の取引きなどで都市を訪れ、しかも、都市を訪ねる目的は通常複数である。例えば、主としてビジネス目的で都市を訪ねる人が、同時に美術館を見学する。あるいは、サッカー試合に来た選手が友人や親族を訪ねる。海外からの訪問者は、都市をゲート・ウェイとして利用し、周辺地域を訪ねる。例えば、イギリスを訪ねる人は、よくロンドンに滞在し、周辺のストラットフォード・アポン・エイヴォン (Stratford-upon-Avon)、オックスフォード (Oxford)、バース (Bath) などを日帰りで観光する。

## V 都市観光研究の特徴と考察法

都市観光は都市の成長とともに認識され、欧米では1970年代から都市観光の研究が始まったものの、研究領域としての歴史はまだ短い。研究領域としての成立について、都市観光研究は無視されつつある分野であると論じる。理由としては、観光学研究には都市観光が発生する場所である都市が無視されるとともに、都市研究には観光その事象が無視されてきた。Page (1995) は、都市観光研究は理論と概念の構築が欠けていて、記述的かつ実証的な段階に止まっていると指摘する。具体的な研究内容について、都市観光が経済的な活動として強調され、文化的・社会的な側面への関心が足りないと言われる。

都市そして都市観光の多様性から、都市観光は単一のアプローチで研究できる対象ではないことが分かった。既存研究から見れば、地理学、社会学、文化人類学、経済学など複合的な学問領域からの接近が、都市観光研究の特色とも言えよう。

人が都市を訪ねるモチベーションとして、都市特有の機能とサービスを求めることを挙げることができる。

都市には施設とアトラクションが地理的に集中し、観光者と住民の需要をより便利に満たすことが可能である。さらに、都市で行われた観光には三

つの側面がある。第一に、都市の規模と立地、機能、外観、遺跡は多様性に富むが、共通するのは観光という点である。第二に、都市の規模の広大さと機能の多様性に因み、都市観光の内容も多種多様かつ複雑である。第三に、観光者の需要を満たす都市機能は、単に観光者のために提供され、そして観光者に消費されているだけではなく、都市住民も含め多種多様な利用者がある。

Ashworth (1989) は、都市観光を三つの側面から考察する必要があると強調する。まず、都市における観光施設の供給について、ホテル、レストラン、アトラクション、ショッピング、ナイトライフ、その他観光関連サービスの分布を把握する。次いで、都市観光の需要については、誰が観光する、何を観光する、観光者の行動パターン、観光者の目的地に対する認識などの内容が挙げられている。最後に、都市観光において、都市観光政策の重要性が強調される。

Page (1995) は、都市観光のシステム・アプローチを提起する (図1)。この研究法には、Ashworth (1989) が提案した都市観光の提供、需要、そして政策の三つの側面を重視するうえ、各側面が単独に存在するものではないことを示す。観光サービスの提供と公共・民間セクターのマネジメントなどはいずれも消費者の需要を満たすためを目的とするが、核心的な要素は観光者の都市観光経験であると強調する。特に、消費者の需要と供給の間には、観光サービスと商品の消費とともに、消費者が地域の環境、文化、社会に対する影響が重要な役割を果たしている。さらに、観光者の都市観光経験を把握するためには、顧客満足度調査が有効な手段となる。

都市観光を需要と供給や生産と消費など単純な概念で議論することも必要であろうが、都市観光の内容と構成要素を具体的に把握することも不可欠である。このような視点で、Jansen-Verbeke (1986) は表1で示すように、都市観光を主要素、二次的要素、付随的要素に分け、より詳細に都市観光を把握することを試みた。都市が観光者を引き付ける要素としては、まず、活動場所とレジャー環境によって構成される主要素がある。文化施設、スポーツ施設、遊興施設はほとんど全ての都

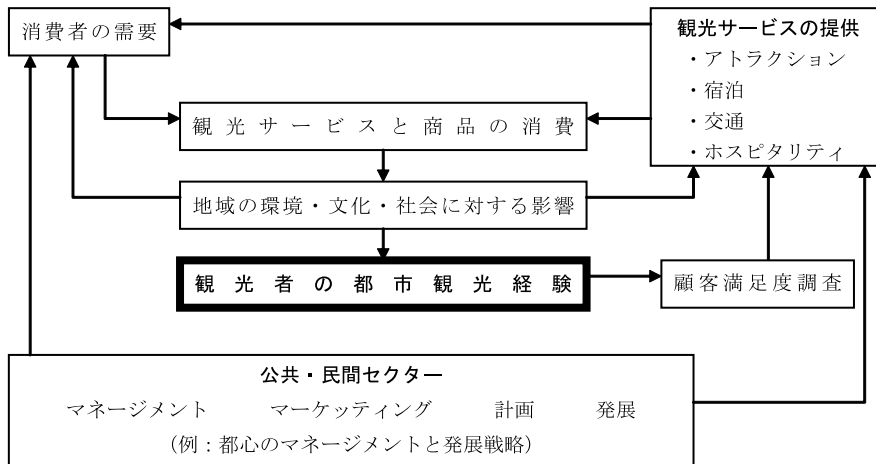


図1 都市観光のシステム・アプローチ (Page and Hall, 2003, p22 より作成).

表1 都市観光の要素

主要素	活動場所	文化施設	劇場, コンサート・ホール 映画館, 展示会, 博物館・美術館
		スポーツ施設	インドア, アウトドア
		遊興施設	カジノ, ビンゴ・ホール ナイトクラブ, イベント, 祝祭
	レジャー環境	外見的特徴	歴史的通り, 興味深い建物, 遺跡, 古い彫刻, 教会, 公園, 緑地帯, 水辺, 運河, 川辺
社会文化的側面		活気, 言語, 固有の習慣, 衣装, 民間伝承, 友好性, 治安	
二次的要素	ホテル, ケイタリング施設, ショッピング施設, 市場		
付随的要素	行きやすさ, 駐車場 観光客用施設: インフォメーション施設, 看板, 案内, 地図, パンフレット等		

クリストファー ロー, 1997, p20 より作成.

市が共通するものであるものの、外見的特徴と社会文化的側面は都市によって異なり、都市の個性と特徴を生み出す源とも言える。特に、都市のハード的な施設のほかに、活気、言語、治安、友好性など社会文化的側面も、主要素と位置付けるほどその都市の観光に大いに影響を与える。主要素のほかに、ホテルなどの二次的要素とインフラ施設などの付随的要素も、都市の観光開発と発展を左右する。

近年、東京もより多くの観光者を誘致するように、行政側が様々な施策を試みた。2004年3月には、「東京都観光まちづくり基本指針」を発表

した。この指針では、東京の地域特性に応じて、特色ある産業、歴史・文化の活用、自然との調和、特色ある景観、都市整備とにぎわいの5ポイントが強調されている。

## VI 都市観光の観光者と観光行動

都市観光を構成する主要観光者層は、目的によるとビジネス旅行者、コンファレンス・展示会参加者、友人・親戚訪問者と類型区分ができる。滞在期間によって、日帰り観光者、短期観光者、周辺地域への玄関口として都市を利用する長期旅行

者と分けられる。都市には、本社、工場、ビジネス・サービス、コンベンション・センターが多く存在するため、ビジネス旅行は都市観光の重要なパターンである。

旅行者の公式な定義は居所から24時間以上離れた人を指す。多くの都市観光者も都市で宿泊するが、日帰り観光者も少なくない。場合によって、遠くからの日帰り観光者もいる。例えば、英国のマンチェスターからイタリアのローマとオーストリアのウィーンまで日帰りのエア・ツアーがある。以前宿泊しなければならなかったビジネス旅行も、交通手段の発達と改善によって、日帰りが可能となる。リゾートの長期滞在と比べれば、都市観光の観光者は日帰りまたは1、2泊の滞在することが多い。

都市観光における日帰り観光者の重要性を認識するためには、人がどのくらいの距離から都市を訪問することが可能かを考えなければならない。都市にアクセスする可能な距離は、観光者、地域、国によって異なるものの、通常、観光者の日常生活圏から大都市圏まで行けるこの距離を、15～150 kmの範囲に設定されている。ただし、都市の統計上の定義と基準が国によって異なるため、この距離を一律にするのは困難である。

多くの都市が現在、観光をインナー・シティー問題の解決手段として利用する試みをしている。同じ都市に居住する人でも、観光開発によってこのような区域を訪れる場合、観光者になる。特にアメリカにおいて、観光開発による都心部活性化の事例が少なくない。そうすると、都市観光者の定義が従来の観光者より幅広くなる。

都市観光のもう一つの問題は、都市観光者の多様性である。海滨リゾートまたはスキー場など単に観光者に利用されているものとは違って、博物館、美術館、テーマパーク、歴史建築物、スポーツ施設、劇場、コンサート・ホールなどの都市観光の観光対象は、都市住民にも利用されている。都市住民も都市観光者も同じ商店あるいはレストランを利用していることも例外ではない。都市観光者の多様性からも、都市観光の効果を評価することの難しさが想像できる。都市観光者と都市住民による利害関係が混在するため、観光対象の管

理者も利益のどのくらいは観光者からの効果であるか判断できない。結果として、都市観光の効果が過小評価されることが多い。

いずれにせよ、都市観光者が短期滞在者、そして大量な日帰り観光者から構成されているとは言えよう。

都市観光者にとって、都市の選択肢の多さと選択要素間の相互関連が重要なポイントである。都市は都市自体が観光対象になるだけでなく、他地域への「玄関口」(ゲート・ウェイ)機能も兼ねている。そこで、都市が国際空港を有するかどうかによって都市の集客力が大きく異なる。

特に首都の場合、どの国においてもほとんど最多の都市機能と国際空港を有し、より多くの観光者を集められる。例えば、JNTOの統計によると、日本を訪問する中国人観光者の訪問率は東京都が64.6%と最大であり、第2位の大阪府の43.7%の約1.5倍と大きな開きがある。ドイツでは、フランクフルトにあるホテルや施設が、そこを訪れる人が利用するのみならず、ライン川やハイデルベルク、ローテンブルクと言った歴史的都市を訪問する観光者の拠点ともなっている。

訪日中国人観光者の東京を拠点とする観光行動にも、大都市東京のゲート・ウェイ機能が現れている。2004年1月から2005年6月までの中国人観光者の旅行を取り扱っている旅行社14社の471コースを収集したデータを用いて、各訪問先をツアー滞在期間の増加に伴う訪問率の変化に基づいて四つの類型にまとめられる(図2)。類型Iに属するのは、銀座と歌舞伎座、箱根、東京都庁、歌舞伎町、秋葉原、皇居、お台場の8訪問先がある。東京23区内の銀座—秋葉原—新宿の基本三角構造を呈示するとともに、臨海部に位置するお台場と周辺部にある箱根の重要さが示されている。この類型は、距離に規制されている箱根を除けば、ツアーの滞在日数の長短そして他の訪問先の訪問率の増減とは関わらず、常に最高の訪問率を有し、中国人観光者ツアーにおいて核的な存在であるとも言えよう。

類型IIは、23区に位置する浅草仲見世通り、ディズニー・リゾート、浅草寺の3つの訪問先をもつ。2日ツアーから4日ツアーまでは、滞在日

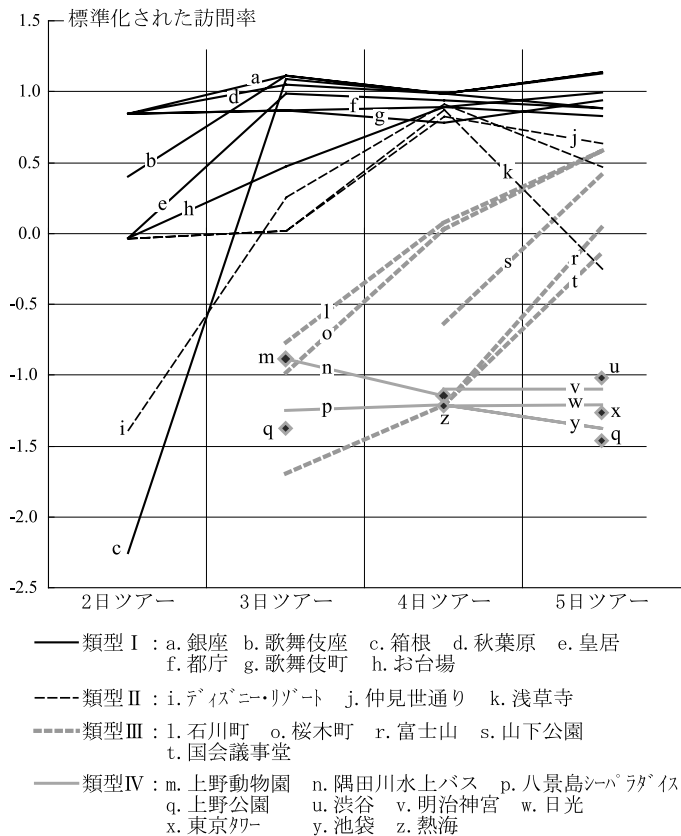


図2 訪日中国人の滞在期間別訪問先の訪問率と類型 (杜・劉, 2006より引用).

数の増加とともに訪問率も上昇してきたが、5日ツアーでは類型Ⅲと競合する結果として、訪問率が下がった。立地が優越であるため、訪問しやすいが、機能から見れば、遠方の訪問先に影響されやすいのがこの類型の特徴と考えられる。

類型Ⅲには、石川町、桜木町、山下公園、富士山、国会議事堂の5つの訪問先がある。これらの訪問先は、3日ツアーから登場したが、滞在日数の増加とともに訪問率が高くなり、5日ツアーでは類型Ⅱと同レベルの訪問率を有するようになる。そのうち、横浜にある石川町、桜木町、山下公園、そして東京から遠く離れている富士山は、時間と距離から規制されていると考えられるが、23区内の国会議事堂は機能から選ばれていると言えよう。

類型Ⅳに属するのは、数が最も多く10つの訪

問先である。そのうち、23区に位置する渋谷、明治神宮、東京タワー、池袋、上野動物、上野公園、隅田川水上バスの7つの訪問先と、日光、八景島シーパラダイス、熱海の3つの訪問先がある。これらの訪問先は断続的に訪問されるとともに、訪問率が常に低い水準に止まるのが特徴である。

#### 文 献

Ashworth, G.J. (1989): Urban tourism: an imbalance in attention, in C.P. Cooper (ed.): *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 1, 33-54.

Jansen-Verbeke, M. (1986): Innercity tourism, resources, tourists, and promoters. *Annals of Tourism Research*, 13, 79-100.

Law, C.L. (1996): *Tourism in Major Cities*. International Thomson Business Press. 266 p.

Page, S. (1995): *Urban Tourism*. London and New York: Rout-



- ledge. 269 p.
- Page, S.J. and Hall, C.M. (2003): *Managing Urban Tourism*. Pearson Education. 389 p.
- 高橋伸夫・菅野峰明・村山祐司・伊藤 悟 (1997)：新しい都市地理学. 東洋書林. 237 p.
- 淡野明彦 (2004)：アーバンツーリズム：都市観光論. 古今書院. 140 p.
- 杜 国慶・劉 慧 (2006)：東京を訪れる中国人観光者訪問先の空間分析. 日本観光研究学会第21回全国大会学術論文集, 53-56.
- 長谷政広 (2001)：観光学辞典. 同文館. 268 p.
- ロー, クリストファー著 (内藤嘉昭 訳) (1997)：アーバン・ツーリズム. 近代文芸社. 328 p.

