

観光事業の機能評価に関する研究

Study on the Content of Evaluation of Tourist Industry Functionality

早 崎 正 城

Seijoh HAYASAKI

要 旨

本稿は観光事業の機能性について、その評価形態を社会的視点から考察したものである。

観光事業の効果は、事業的側面から捉えれば経済性が中心になるが、観光者の立場に視点を替えれば、満足度合いに支配されることになる。従って、ここでは観光事業の概念構成、運営問題、社会問題を研究課題に置き、心理学的考察にも配意して観光事業の機能性を観光者の心情性、興感性から生じる行動誘因との関係も研究の対象とした。

キーワード

観光事業、機能、評価形態

I. 緒 言

最近の観光者の流動形態を見ると、経済界の景気停滞を反映して、「安・近・短」構造という特性を顕在化させており、かつてほどの活発化を見るまでには至っていない。しかし、観光の機運は微増現象を呈していることから、必ずしも景気の波に支配的でない特殊性も伺うことができる。これは観光形態と観光の価値観が、改めて多様化していることを意味するものである。

観光の機能性を秤量する場合、単なる経済活動や観光地景観、交通アクセスのあり方などによって感覚的評価を構成していた従来の形態に、近来大きな別枠が加えられている。それは、今述べた観光を背景にして、観光者の立場から捉える広く包括された精神的充足感と、事業を主体とした経済効果、さらに社会的、文化的公益度から検討していく評価を重層化させた、いわゆる量的価値をさらに重視し始めたからである。

しかし、一方でわが国の観光は、現段階に至って重要と考えられる2つの課題を内包しているかのように思われる。その1つは、観光の本質と機能効果との視点の相違であり、もう1つは観光者の観光行為における究極的目的の曖昧さである。つまり、評価スケールにおける価値規定の曖昧さである。

この意味において、観光における主体（The Management）と客体（The Customer）との関係、即ち観光事業と観光者の両方で把握している評価関係は、経済利潤の高低と観光行為における充足感の高低、さらに環境保持と文化効果との因果性で捉えた評価度など、多角的視点での機能的評価の基点が、それぞれのテーマごとに別設定されているところに起因する。

本稿は、このような観光の諸相から捉える機能性についての評価法を観光事業（Tourist Industry）に求め、観光本体を主とした機能性と価値観の研究を並存させながら、観光事業体に包含されている特性、機能評価、社会的価値観について照準を当ててみたものである。

II. 観光の需要性と事業性

1. 観光の需要性

観光事象 (Tourism Phenomenon) が生起する場合、人間内部に生じる一定の身体的精神的衝動が前提となるが、さらに漠然とした観光への渴望が、単なる空想、憧憬的姿勢から、現実的に高度な需要意識に支配されだした時に、観光欲望の形態として構成されることになる。

しかし、観光欲望のすべてが無条件に充足されることは少ない。観光欲望を充足するには、当該者の余暇調達、経済力、また健康状態や体力、さらに交通手段、自然環境に至るまでの多様な影響から、観光への期待度と満足度の複合期待が存在し行動要因を形成していくことが考えられ、これら諸因の幾つかがその機能性を欠いた場合に観光欲望は不十分に経過していくからである¹⁾。

観光要求の生成過程は、具体的には1つの市場に結びついていき、観光需要となって出現してくる。これは供給との投合関係において1経済現象を生じることになる。この経済現象は、しかし現実的には多くの観光者と幾多の観光地との間において、需要と供給との複雑な相互関係を生成することになり、観光現象における観光者心理の個々の特性を、ここに見つけることができる。

観光需要の現象は、経済社会の進展に並行して比例的に向上するのが一般的であり、これはまた、次第に大衆化へ定着していくことが判る。しかし、観光サービスに対する需要は供給側の事情との関係において弾力性に富むものであるため、その提供によっては各地各様の特色を持つことになる。

観光地はもちろん、観光サービスまでがその供給に関しては常に需要を超過しておこなわれる場合が一般的である。このことは、観光者からの選択の広範性が存在していることであり、観光者の需要指向に追随した観光地側の競争関係を、一段と複雑化させることにつながっていく。この現象は、観光事業へ絶えず需要の喚起をうながし、恒常化させていくものである。

このように観光において需要の弾力性が強いということは、観光地の在り方に観光事業の存在を重要なものとして位置づけることとなり、観光事業の必要性とその特性をここにも伺うことができる。観光サービスは、観光者の精神作用に大きな影響を与えるため、観光者の興趣的、積極的な受け入れ態勢を誘発させるものでなくてはならない。それ故に、機能的な観光事業のあり方として心理学の導入も強く要求されるのである。

2. 観光の事業性

諸種の産業が相寄って共通の利益を図り、利害を調節して固有の発展を期待するものが産業一般だとすれば、各種企業の集合体から成り立っている観光産業は、その経済構造上からみると、特に性格の強い産業と言えよう。

開発面から見た観光産業における市場性については、いうまでもなく未開発地域の開発促進、地方産業の振興、地方財政への寄与などを総合した幾多の経済効果が考えられる。自然観光資源を一例にあげれば、それ自体において経済現象としての収入を直接発生させることは少ないものであるが、これはいかなる空間に存在しても、価値のある主動的資本として感得 (Perception) されるもの、すなわち、人間本来の自然回帰と環境バランスの基本的体系を内在させているものだから、これらを産業化させるに及び、企画・開発・建設・加工、管理・運営とそれに付帯する交通・宿泊・飲食・娯楽・スポーツ分野など各業種におけるその事業性を

観光産業に統括していく。このことを観光の事業性として位置づけるとすれば、そのほとんどは連動する市場性を成り立たせている総合開発産業と言える。

しかしこれらの観光開発の事業効用は、結合体として観光に提供される他のすべての財及びサービスの市場価格の増大に反映されていくものであるから、開発事業以外の観光事業体と比較してみた場合、観光財の価格は外客の流れによって左右される各種の経済活動において生じる利益の増減で決定されるものではない。従って観光開発面の機能評価を事業的観点から捉えれば、観光財産は主として、より観光誘発性を内包した事業の展開を背景としたソフト面の存在があってこそ金銭的収入の源泉であり、これが事業的機能評価の高い位置づけを成すものといえる。

ところで、観光事業と関連する個々の生産活動を考察するならば、ある特定の観光地域における財及びサービス提供者の純利益は、場合によって他のすべての効用、即ち包括的に観光に供給されている気候や自然美、芸術美、さらに地方特有の文化などによって与えられるものの対価として考えることができよう。建物や庭園、或いは公園その他に見られる特恵的地位が優れていればいるほど、そこから発生する剰余価値はすばらしいものがあり、正規の収入に比べてさらに大きいものになるのである²⁾。

このような観光産業の経済性は、一方では観光資源の開発保存、観光施設の整備運営なども考慮していかなければならない。いわゆる観光産業の成立要件は、利潤追求の以前に、環境保全を前提にしつつ、観光資源の確立と施設の保持管理などの運営を図らなければならないという特別な課題がある。そしてこれらへの取り組みは、それぞれの地方的特殊性に応じてその機能を発揮できるようにし、中央、地方の各関係公共機関と民間事業体との連帯の中で進められるところに観光事業の特殊性があり、機能評価研究の視点は、ここにも求められなければならない。

以上の如く連帯的性格を有する観光産業は、その複合性にあわせて社会の変動性、多様性、奉仕性などそれぞれの背景に強く支配されながら、発生史的には経済事業として成長してきたものであると言える。

Ⅲ. 観光事業の概念と機能評価

1. 観光事業の概念

観光事業の概念を捉えようとするとき、観光事業の形態分類を1つの概念構成として対象に置くことができる。そこで、まず観光事業の形態から考察することにしたい。

観光事業の形態は、最近の繁雑社会に適合して、多様化の内容を呈している。このことは、観光に関連した産業総体を観光概念として、その細分化において多くの区分けが考えられるようになる。この中で、従来大きな分類として幾つかに区分する方法が試みられているが、ここでは観光施設の利用業並びに整備改善事業、文化財・景勝地域の保持関連事業、交通・通信事業、観光誘導宣伝事業、旅客接遇案内事業、地域産物販売事業などの諸項目に分類することとした。なおこれらを表示すれば、次表の如く示されよう。

観光事業の分類

観 光 事 業	観光の施設の利用・整備・改善事業	宿泊業，観光地運営事業
	文化財・景観保存事業	公共団体を主とした行政・管理事業
	観光客誘致宣伝事業	国・地方公共団体及び観光関係機構による内外旅行客誘致宣伝事業
	旅客接遇事業	旅行代理業，娯楽・サービス業
	交通・通信事業	陸・海・空の運送事業，通信案内事業
	地域産業事業	農産物・焼物類・工芸品・菓子類などの製造加工事業
	その他関連事業	宣伝事業，スポーツ関連事業

観光事業の形態とは別に、その中に含まれる特性も、また1つの概念を形づくっている。そして、この観光事業の概念規定を明確にさせるためには、あらゆる角度から本質的な特徴を究明する必要があると考えられる。そこでまず、観光事業が発生史的に経済事業として成長してきていることを背景において考察してみたい。

本来、観光の事業性は、観光形態に影響されて概形化していることは周知の如くである。大衆化する以前の観光において見られる事業面は個別的、受動的な形態であって、従来これらはささやかに営まれてきたものであり、全体的で一定の計画性を持った活動を見るまでには至らなかったのだ。観光事業が大衆化され、今日の如く拡大観光の助長を担うようになってきたのは、観光形態の種類や規模が複雑化してきた20世紀後半からである。

1970年代の頃からは余暇の到来に合わせて経済的余裕も見られるようになり、余暇の活用には慣れない日本人は、目前に提示された画一的・小刻みの観光へ無感覚に押し流される結果になった。これら一連の観光者構成は、観光事業体の姿勢を健全性指向の保持に目を向けさせながらも、体勢的には単純娯楽型、迎合事業体へと観光事業の下落現象を誘発させるように仕向けていった事実は否めないのである³⁾。

しかし一方で、観光機運の成熟が見られるようになってきたのも、またこの頃からである。これ以後、観光者の大量移動に伴う一連の産業が結びついて経済活動を営むようになり、これに対して観光事業と呼ぶようになったのである。従って、観光事業の認識は幾分拡大された比較的新しい事業に属し、観光事業の概念規定も十分にまとめきれないくらいが見られるのは、このような流動性を帯びた拡大指向の背景によるところが大きいからと考えられる。

今述べた観光事業の歴史的過程を追ってみると、単純には『観光事業は、観光者の需要に合わせた諸営業の中に見られる総体的なサービス事業。』と説明することができる。しかし、これは観光的側面に事業的側面を結合させた二面的形態としての理解はできても、統一的概念とその背景に横たわる理念までを取り込んだ概念構成には至らない。本来、観光事業の高次的概念を形成するには、観光関係営業と観光機関を含んだ一定の有機的組織が形成され、総合的な活動を見る中に構成化されていくものと考えられる。

2. 観光事業の機能評価

能動的観光の分析を試みる場合、観光のすべての事象においてそうであるが、その機能性には大きく分けて2つが考えられる。その第1は、観光者の得る心情的充足感や印象度、感銘度など、観光者の精神的受容度合いによる事業性を対象にした機能評価の方法があり、第2には、

観光の事業面から見た収益度、来訪度などを包含した稼働率を評価対象にした事業性に求めることができよう。

観光の行動要因は、景観 (Sceneries)、名所旧蹟 (Historical Landmarks)、祭礼 (Ceremonial Festivals)、温泉 (Hot Springs)、などを基底にして、休養 (Relaxation)、観覧 (Observation)、観賞 (Appreciation)、スポーツ (Sports)、遊興 (Amusement) などが付加された形態が主になっており、これらが複合されたものに支配されている⁴⁾。この他にも、特殊な催しものによって観光方向へ導引されるものや、観光行動を左右する強制量としての観光規模 (日程・距離・泊数) によって不随意的でありながらも種々に変化を余儀なくさせているものである。観光の事業性は、これら行動要因を直接的対象として、経済的価値を見つける作業を意味している。現代では、今述べた観光関係営業と観光機構を統括した一定の有機的組織によって、総合的な事業活動が行われるものを観光事業の概念として定めた場合が多い⁵⁾。

つまり、観光分野の営業構造は、自然発生的な現象であることから、従来、個別の経営活動で終始しており、全一的、総合的な経営活動を認める内容のものは皆無に等しかったのである。これが最近に至って、総合的な観光分野の拡大にあわせ行動の多様化が生まれてきた。そして、これに対応する形で一企業による多角経営も行われるようになってきたのである。このために観光作用は、複合的存在として特別な運営形態を示すことになり、ここに観光事業の機能的評価において幾多の課題を提供することになる。以下、観光事業の機能的形態として特色づけられる主なものを拾ってみたい。

(1) 経済効果

観光事業は、観光者の需要に指向しながら、各種の事業が織りなす経済的構成によって成り立っている⁶⁾。これも一面的だけでなく、主に観光の行動過程の全般において営まれることが多い。そのため観光事業は、観光者の観光形態に影響される場合が多々見られることについて、先程から述べているとおりである。従って、各事業形態の波及範囲がどこまであるのかを明確に示し難いところがある。例えば、単に宿泊業、交通業、旅行斡旋業の直接事業体以外にも飲食業、娯楽業もあり、さらには官公庁の事業として、観光資源の開発・保護・観光施設の公共整備などもその範疇に挙げていくと間接事業にまで及び、その関係をどこにとどめるかは各個の解釈に至ることになっていく。このような観光事業の背景を考えると、事業性としての価値、即ち収益性から見る評価も単に1事業体の経済構成だけをもって判別することはむずかしいのである。

近来、観光事業に対して、社会的環境の影響も強く働くようになった。そのため、観光に直接・間接につながる、要求や行動、習慣などの諸要因によって、観光の事業性が成立する特有のものもよく見かける。観光事業が観光者に適応するには、観光への積極的な欲求動作を誘発させるものと関連して表面的に接しやすいという観光者の有する動作的性質に働きかける必要性がある。抽象的性質である形や構成関係などは後になって生じてくるために、観光者需要への反応は直接的でなければならない。これらの観光事業における経済的展開は、観光関連を主とした社会的活動を促すと同時に、観光事業の良識的対応と環境適応への配慮は観光者の学習意欲を育み地域社会を豊かにさせる。経済効果の適格な機能性をここに置くことができよう。

(2) 活性効果

観光に関連してあげる収益は、経済効果としての一面だけでなく、あらゆる分野への波及度合いの大なることも周知の事実である。観光事業が成立するためには、その前提に自然的または人文的な何らかの特色を必要とするが、その中に、大いなる発展を期待できる観光事業の活動投入を行うことによって、経済面をはじめ、地域文化向上への刺激としての効果を見出す努力が払われているのは、とりもなおさず観光事業に観光の魅力度を倍加させる働きがあるからである。

例えば、ひとつの観光地において資源開発や施設拡充を見る場合、その観光地が新たな魅力度を増加させることによって、外客誘引の大きな要素に成りうることは、過去のデータが語っている。観光事業の適正介入が観光地の興趣的一面を促進させることになるのである。観光地は環境景観と観光助成施設を中心にして成立するが、観光事業体の配置は公私両面にわたって観光立地の外壁役を担う。このため、観光事業の投入は観光地の印象構成にまで連動し、大きな位置を占めることになる。これはまた、観光地構成要素の一因としての役割を持つと同時に、地元住民に対して環境文化総体への意識を開眼させる役割も有する。いわば観光事業の役割は、経済収益とは別に、文化的素地を醸成させるところにも特殊性を見つけることができるのである⁷⁾。故に、他の産業に見られるような、商品を顧客に訴求していく直接的な交流だけでなく、観光者の需要を喚起して来遊させることや、精神的サービスを楽しむことに特色づけられるということでもある。

観光事業活動の内容について見ると、観光事業に関連する分野は多岐化しながらも相互に関連して観光者の印象度を形成している場合が多い。それだけに、所与の観光資源を、環境保全が前提となる中で、観光目的に適応させるための観光事業の活動が要請されてくるのである。そして、このことが資源の観光価値を高めることにもなる。観光事業の展開は、地域活性への誘因を内在させている一方で、また俗化への誘発性を持っている、いわば両刃の剣でもあるために、事業体はその経営において大きな役割を担うことになる。

(3) 奉仕効果

観光事業が直接的機能を生成するものであれば、それに付随する奉仕としての役割評価は間接的機能に類するものと言える。しかし観光は本来、観光者における精神的充足感として顕著なものである。故に、観光者にとっての観光地の評価は、この満足度の度合いに支配されるのである⁸⁾。

観光事業は、観光者に対して奉仕性を背景にした営業で構成されているが、これには人間的交流による接客業を中心とした直接奉仕と、物質関係による施設、設備、備品などの提供を中心とした間接奉仕とに分けられる。いずれも観光者の心理に良否作用を及ぼすものであり、これが印象構成へ移行することが考えられる。

実際には迎接態度、衛生環境、景観度合いの他に郷土性、安全性、健全性、慰安性などを内在させた総合印象が、一部に潜在化を見ながらも、当該観光の価値をつくりあげている。従って、特殊な独立事業体でない限り、奉仕度合いの機能評価においては観光地との複合印象で思考されているものと言えよう。

(4) 運営上の効果

観光事業によって生成されるものには、先に述べたこと以外に、観光施設や商品としてのものもあるが、経営事業の展開によって派生する眼に見えない社会的効果についても寄与することが十分に考えられる。文化価値の優劣や没価値的側面を別にして、地元住民の生活総体への影響、環境意識、交通機関などへ、量的接近だけでなく質的接近も含めての波及効果は、推測しがたいほどの大なるものが思考されるのである。つまり、社会的に要求される形態へ指向する観光事業の量的部分は、事業の運営を経て地元住民の意思を反映させつつ適合化されていく。ここに地元住民における意識構成の影響が出現してくることになる。例をあげてみると、事業経営による地元住民からの雇用があり、さらにこれらを包括した集団構造へ生起する行動規範、礼儀、学習、人間関係などへの改善によって、勤労意欲、生産意欲、さらに郷土愛に至るまでの広い作用が誘発されていくのである。また、地場産物の用法や郷土文化を活用した事業も成り立つことにおいて、これらは、観光事業の運営上にみられる機能的側面として位置づけることができよう。

IV. 観光事業の波及的諸相

1. 観光事業の運営問題

観光事業が運営されるのに対して、現在その構成上において、一般事業と異なる特色については今述べたとおり、機能性を沿革的に見ると、観光協会(連盟)にそれを見ることができよう。これは各観光地における観光関係事業者の自主的な結合によるものが主で、現在この観光協会(連盟)が自治体と連絡を保持しながら事業活動を行っている。これらは各地方の特殊性に応じて独自の機能性を湧出させているが、対外の観光政策において公私機関が共同性を保っていくことが重要であり、また諸事業体の横の連絡関係を緊密化することにも配慮しなければならないとされる。観光協会(連盟)の事業性は、地域社会と観光推進の両翼を担った活動体と言えるものであり、この中から得られる中小企業体による観光展開は、地域観光の特色を演出し諸産業を活発化させるエネルギーも有しているのである。

ここで、今述べたことなどを含めた観光事業の収益波及構造をひと言で表せば、「総合所得の構造を有するもの。」と言える⁹⁾。従って、波及性を求めるとすれば、生産者の利益を取り込んだ相乗的性格であることが位置づけられる。

実際に観光所得は、外客産業の性格、つまり一部分が事業体の真所得であり、その他のほとんどは準所得であって組織的、職域的に拡散分配を見るとされている。観光地という特恵的地位から発生する剰余価値は、正規の収益に比較して、さらに波及は増大するのである。

以上の経済的敷延効果は、地域生活への供与作用でもある。観光事業が地元への利益配分に占める割合は、直接的な利益投下以外に、行政、文化、厚生などの諸方面に移行しており、美的、保健的環境の出現も既に多くの人の知るところである。このような底辺の広い社会貢献度は、観光事業の機能性を評価しうる特性にもなる。

もう1つ考えられる運営上の問題に、基盤構成における公共機関からの財政支出がある。元来、自然文化的特色の存在は観光の展開に重要な前提となるが、資源の保護や育成を図り、維持管理を配した観光目的に適應させるためには、基本的な公共施設が要求され、公的機関の財政的支出に配慮する必要があるが生ずる。合わせて、民間側の自発的な環境保存への意識向上と少なからざる支出も必然性を余儀ないものにさせる。従って、観光事業の内容充実のために、官民

協調の運営姿勢の確立に合わせて相補的財政基盤の保全性について検討されることも、重要な基本的問題となるし、観光事業の運営以前に、充実化に向けての投資をどのような評価基準で捉えていくかについても課題視されるのである。

2. 観光事業の社会問題

観光事業の評価を社会的に位置づけるには、その運営から見る経済的効果についてどのような評価を行うかということと、観光事業の有する社会適合性から見た公共的背景を重視した捉え方からの二面において考えることができよう。

観光事業の運営過程から活動的に見られる機能的要因は、総合的に波及性を伴い、利益的特性として捉えた場合が多かったが、逆に劣悪的、頽廢的、悪徳的性向も内在させていることが伺える。まず、社会性において事業運営の支配されやすいことがあげられよう。観光事業は当然経済的背景に左右されやすいため、利用者指向に迎合的形態を示すことになり、その結果、やゝもすれば卑俗性を帯びたものへ走りやすい。さらに、犯罪的内因を有する一部の遊興娯楽事業や飲食業関係は、利用者を墮落的敗北的生活へ追い込む傾向すら有している。

観光事業の社会的評価には、この一面性が大きく支配したところもあり、そのため総体的に観光事業の利点よりも、否定的視点で判断される場合が多いのが特徴でもある。この原因は観光事業の中心が、消費形態で奢侈的色彩が強いうえ、非生産的背景を内包した事業であること、また観光が有する慰安的、遊興的、娯楽的性格に視点が置かれている事にも主因があろう。

以上の如く、観光事業自体が有している不全性と営業過程で発生する利用者の頽廢性から、機能否定の見解も存在していることを無視することはできない。

観光事業には、今述べた風俗的社会性としての捉え方とは別に、もう1つの拒否的構造をあげることができる。それは資源開発や地域発展に並存して自然環境破壊の誘発要因を内在させているということである。現実の一部の観光事業としての活動が、文化財や史跡の破損、動植物群生の変化を来していることも事実であり、これらの背景は、観光事業の名目のもとで行う不当な利潤追求、見識不在、計画性の欠除などに左右されるところが大きいためである。

観光事業の社会的使命としては、観光価値の助長と人間復権に役立つ要素を湧出させるものでなければならないし、事業運営にも創造性、融和性、景観保持と環境保護の思想が浸透したものでなければ、本質的な事業の存在価値は認められないのである¹⁰⁾。

ここで、観光事業を整理してみたい。観光事業の対策としては幾つかの基本的方向が要求されるが、その1つは、既存事業体に対して管理機構の強化と計画的事業の履行を併有して促進を見守ることであろう。もう1つは、資源の可容度とわれわれ人間からみた期待性との並行施策、事業運営の適正值測定と効率の持続性の確認、そして何よりも事業経営の流れを通して自然・文化と人間の本質に立ち戻った俯瞰的、多角的配慮に基づくものでなければならないことである。観光事業の社会的特性は、とりもなおさずわれわれの生活にどのように還元されるかということと、自然的社会的に果たす役割が、地球規模としてどのような機能性を有するかによって評価されるものでなければならないことを銘記しておきたい。

V. 結 語

観光事業には、観光総体の活動自体を指すものと、本稿で扱った観光対象の経営事業を中心に指す経済的意識に着目したものの両者を意味しているものが一般的である。

前者の場合、必ずしも利潤追求に支配されるものではなく、文化的、厚生的要素も多分に含まれたものである。従って、これには国家的事業としての規模や国家的観点からの措置事業も存在する場合が見られるのである。

後者については、本論でも述べた如く、社会経済状況が基幹になり、営利目的と観光者需要の均衡に支配されたものになる¹¹⁾。

本稿は、後者に主眼を置いた観光事業の形態と概念を踏まえ、これらの活動にみられる機能的構成を通して事業体の可否構造にまで講究してみた。本来、観光事業には観光政策上の問題や政治性、また宣伝事業やスポーツ事業なども総括されるものであるが、ここでは社会学的観点からの考察を中心に置いたため、観光事業の社会性について、その概形把握と機能効果及び評価のあり方にとどめた。他の関連分野における観光事業の研究については、改めて発表の機会を得たいと思う。

文 献

- 1) 拙著 (1973) 「観光動因の奢侈構造に関する心理的考察」南九州大学研究報告第3号, PP. 41.
- 2) 田中 喜一 (1950) 「観光事業論」観光事業研究会, PP. 23.
- 3) 拙著 (1972) 「観光と地域経済」統計月報 No. 155. PP. 2.
- 4) 日本経済調査協議会編 (1968) 「観光事業の発展と経済成長」 PP. 12.
- 5) 拙著 (1978) 「観光宣伝の誘因に関する分析的研究」南九州大学研究報告, PP. 71.
- 6) 田中 喜一 (1950) 前掲書 PP. 56.
- 7) 拙著 (1972), 同掲書, PP. 36.
- 8) Glucksman, R (1940) : *Akgeimeine Fremdenrekehrshunde*, Bern
= 国際観光局訳, PP. 8.
- 9) 観光総合研究所 (1954) 「観光事業の現況とその対策」, PP. 6.
- 10) 岡庭 博 (1969) 「観光論概要」, 法律文化社, PP. 6.
- 11) Glucksman, R (1940) : 同掲書, PP. 47.