

翻訳

文 在祐 (順天郷大学校行政学科教授・社会科学研究所長)

「地域観光活性化のための行政の役割」

——韓国忠清南道・牙山市の場合——

土岐 寛 監 訳

尹 在 坤 訳

(早稲田大学大学院政治学研究科前期課程)

二〇〇〇年六月二四日、韓国の中西部、忠清南道の北端に位置する温泉観光都市・牙山(アサン)市の観光ホテルで、韓国地方自治学会と日本地方自治学会の交流研究会が開かれた。この研究会は毎年、韓国と日本で交互に開催されており、牙山市での研究会が第九回に当たる。テーマは「地方自治体の文化行政と文化政策の方向」と「温泉観光都市の活性化戦略」の二つだった。後者のテーマは牙山市が温泉観光都市であることと関連している。

二つの分科会にそれぞれ日韓サイドから発表者とコメント

地域観光活性化のための行政の役割

ーターが登場し、フロアとの交流を含め、活発な議論が行われた。本稿は「温泉観光都市の活性化戦略」の分科会で、文在祐・順天郷大学校教授が発表した「地域観光活性化のための行政の役割」を邦訳したものである。邦訳は尹在坤(早稲田大学大学院政治学研究科前期課程)が担当し、土岐が全体的な調整を加えた。この分科会の日本側発表は、土岐が「日本における温泉観光都市の活性化戦略」と題して行っている。コメントーターは昇秀樹名城大学教授だった。

牙山市は人口一八万で、古くからの温泉地、温陽温泉(オ

ニャンオンチョン)、道高温泉(トゴオンチョン)、牙山温泉(アサンオンチョン)を抱えている。歴史都市としても知られ、多数の史蹟と遺跡を擁している。昨今は日本でも温泉観光都市の不振が問題となつてゐるが、韓国の行政的対応には日本とは違う状況も窺われ、興味深い。多少とも関係方面の参考に供することができればと考え、文在祐教授の快諾を得て、邦訳した次第である。邦訳を担当してくれた尹在坤君にも厚く感謝したい。

(土岐 寛)

I はじめに

今日多くの国家が観光開発による経済発展に力を注ぎ、そして国際化、情報化、地方化は観光分野においても新たな変化を要求している。牙山地域は韓国の代表的な温泉観光地として発展してきたばかりではなく、顕忠祠、外岩里民族村など多くの観光文化財を持つてゐる天恵の観光地である。しかし、他方で京釜高速電鉄の開通、西海岸高速道路の開通、首都圏電鉄の新設、天安―長項線の鉄道複線化、そして西海岸開発を通じた西海岸時代の到来にもかかわらず、牙山地域の

温泉観光地は斜陽化の趨勢にある。

二一世紀を迎える牙山市は、急変する社会的、経済的、科学的環境の変化に対する新しい観光動向に相応しい戦略が重要な時期にあり、さらに積極的な実践が要求されている。

この報告では、現実的に提起された問題点を分析して温泉観光の斜陽化の原因を探り、その代替案を模索しようと努力した。

もちろん、一八万の牙山市民の努力で成し遂げた今日の輝かしい成果を短時間でまとめることは個人的能力の点でも到底不可能である。このように多くの制限事項と問題点はあるが、今まで公表、研究された指標と資料を通して温泉観光活性化の方途を探ろうとしたことを承知していただきたい。

II 牙山地域の観光潜在力とその現況

1 歴史的環境

(1) 歴史的根源

牙山市は三韓時代から始まり、百濟時代には湯井郡に属した。統一新羅時代には湯井州、陰峰県に、高麗時代には温水郡、仁州県、朝鮮時代になって温陽郡、牙山県に発展してき

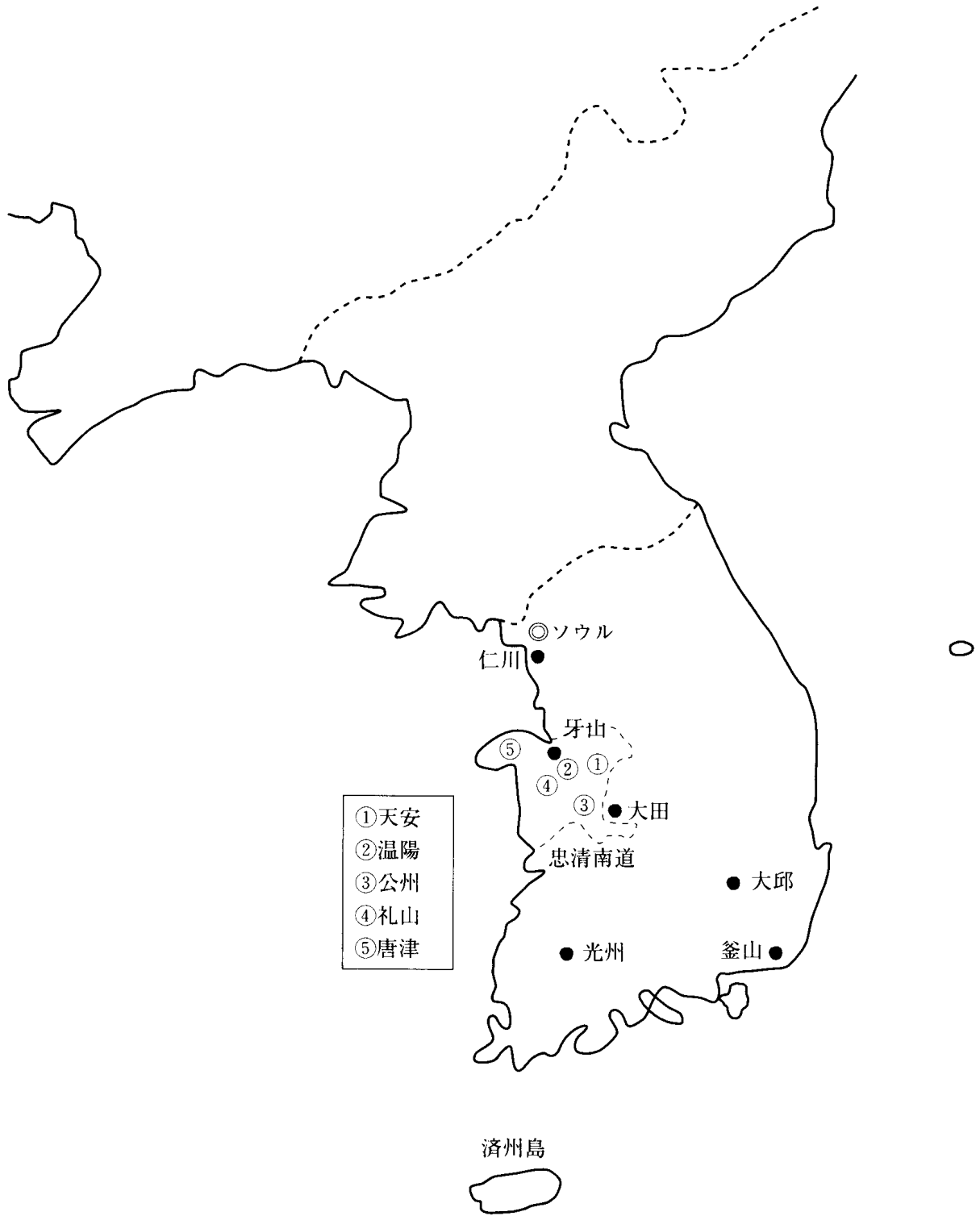


表1 牙山市人口の推移

(単位：人)

年度	世帯	総人口	男	女	人口密度	世帯当り人口	年平均増加率	外国人		
								計	男	女
1994	45,595	155,135	77,948	77,187	285.4	3.4	0.83	—	—	—
1995	48,348	158,737	79,566	79,171	292.5	3.3	—	—	—	—
1996	53,159	167,286	83,992	83,294	308.2	3.1	2.3	783	488	295
1997	57,997	176,781	89,318	87,463	325.8	3.0	5.3	1,123	730	393
1998	59,393	180,224	91,169	89,055	332.2	3.0	1.9	1,025	631	394

資料：牙山市統計年表、1999年。

た。一九八六年牙山郡と温陽市に分離したが、一九九五年再び牙山郡と温陽市が統合して牙山市に改称され、今日に至っている。

(2) 地理的特性

牙山市の東側は安市、西側は礼山郡と唐津郡、そして挿橋湖、南側は公州市、北側は平沢市と隣接し、主要都市との距離はソウルまでは八八キロメートル、大田市六五キロメートル、光州市一九八キロメートル、釜山市二八五キロメートルの距離に位置している。しかも京釜高速道路や西海岸

高速道路と隣接し、広域牙山湾圏の開発と関連する西海岸時代の中核的都市としての潜在力を持っている。現在進行中の京釜高速道路事業、そして水原—牙山間の鉄道複線化等が完成すれば牙山は名実ともに観光の名所として最適のロケーションになると評価されている。

(3) 人口及び行政構造

牙山市の総面積は五四二・五八平方キロメートル(忠清南道全体の六・四八%)。内訳は林野が二二七・九三平方キロメートル(四二%)、耕地が二〇九・一九平方キロメートル(三八・六%)、敷地が一五・九平方キロメートル(二・九%)、他八九・五二平方キロメートル(一六・五%)である。行政区画は一七の邑、面、洞と三三九の里、一〇二の統、一七四二の班になっている。人口は一九九八年で一八万二二四で男九万一一六九人(五〇・六%)、女八万九〇五五(四九・四%)であり、人口変化の推移は表1の通りである。

(1) 産業現況
2 産業経済的構造

一九九九年を基点にして、産業経済の全国的及び忠南(忠

表2 牙山市の製造業の現状

(単位：企業数／従業員数、%)

区分	合計	食品 たばこ	繊維 皮革	木材 家具	製紙 印刷	化学 石炭	非金属	金属 機械	電気 電子	他
忠南 (A)	4,404 12,681	810 15,019	430 10,987	195 2,733	170 6,241	369 13,611	900 16,543	1,115 38,370	348 21,745	67 1,032
牙山 (B)	649 35,280	89 2,538	27 1,817	18 1,029	27 1,707	59 3,075	132 4,008	254 15,984	45 5,052	7 75
B/A	14.7 27.9	11 16.9	6.3 15.5	9.0 37.7	15.9 27.4	16 22.6	14.7 24.0	22.8 41.7	12.9 23.9	10.4 7.3
天安	1,203 39,042	131 15,019	81 3,018	195 2,733	72 1,854	81 2,312	194 4,250	422 11,463	169 11,798	13 126
公州	325 3,946	40 1,008	150 1,042	13 112	8 59	18 297	42 472	35 327	18 626	1 3
礼山	152 4,050	29 409	6 1,300	3 40	4 108	24 166	45 818	31 842	7 283	3 84
唐津	204 5,154	33 508	16 298	8 46	2 24	13 166	49 954	72 2,648	10 510	1 10

資料：忠清南道道政白書、1999年から再構成。

清南道)の全般的流れは経済危機などによって消費投資など
 内需が急速に低下し、輸出も鈍化する現象を示している。と
 りわけ製造業の分野が大きく後退して、重化学工業も半導体
 を除いてはほとんどの業種が不振に陥っている。

牙山市の製造業の現況は一九九九年末現在、総事業体数が
 六四九で、忠清南道の一四・七%を占めており、従業員の数
 も三万五二八〇人で忠清南道の二七・九%に及び、忠清南道
 においては天安市に次いで大きい比重を占めている(表2)。

(2) 牙山市の財政構造

牙山市の予算規模は毎年少しずつ増加しつつあり、財政自
 立度においては他の市、郡よりは相当高い五四・三%を示し
 ている(表3)。

(3) 主要指標からみた牙山市の位置

一九九八年一二月現在、幾つかの主要指標を中心にして牙
 山市の位置をみてみると次のようである。人口占有率は忠清
 南道の九・四%、総予算規模は五・四%を占めている。他方、
 下水道普及率、住宅普及率及び道路舗装率が低いことは牙山
 市の開発地域の整備の遅れ、遠隔の農村地域に対する都市的
 サービス率が低いことを示し、特に都市計画化の比率が低い

表3 牙山市の予算規模

(単位：千ウォン)

年度	総予算	一般会計	公企業 特別会計	その他 特別会計	財政自立度	
					自体財源	自立度*
1994	174,394,821	106,818,901	3,383,086	64,192,834	—	36.9
1995	177,377,128	149,546,090	13,555,063	14,275,369	56,416,252	37.7
1996	210,705,672	210,705,672	16,720,890	42,847,377	65,531,462	43.4
1997	231,530,732	231,530,732	33,560,421	40,264,050	71,579,495	45.4
1998	199,963,967	199,963,968	22,628,983	24,043,878	105,273,666	54.3

資料：第5回牙山市統計年表、1999年。

*自立度は一般会計基準である(道：26.9%、市平均：37.3%、郡平均：24.6%)。

表4 主要指標による牙山市の位置

区分	牙山市 (A)	忠清南道 (B)	相対的位相 (%)
			A/B
人口	180,224	1,919,308	9.4
総予算	199,963,967千ウォン	3兆7,001億ウォン	5.4
上水道普及率 (%)	48.8	49.0	99.6
下水道普及率 (%)	41.16	47.1	87.4
住宅普及率 (%)	93.95	104.2*	90.2
都市計画化 (%)	36.7	51.9	70.7
道路舗装率 (%)	51.2	58.5	87.5
乗用車普及台数	42,213台 (世帯当り1.4台)	664,632世帯 (世帯当り0.9台)	150
医師一人当り人口数	医師一人当り1,357人		
保険支所及び病院	病院当り1,411人	病院当り1,875人	132
大学校/大学院	3/11		
通貨金融機関	45		
非通貨金融機関	43		

資料：忠清南道道政白書、1999年。第38回忠南統計年表、1999年。

牙山市第5回牙山市統計年表、1999年。牙山市一般現況資料、1999年。

*人口減少によって農村地域の空き住宅増加

理由は過疎地域の未開発のためと考えられる(表4)。

3 観光施設及び運用現況

(1) 観光行政

観光行政は、忠清南道では文化自治局、牙山市では行政局内の文化観光担当部署で文化、芸術、温泉観光、文化財管理、青少年担当業務などを遂行している。牙山市の温泉観光業務は総人員五人で担当している。

主な仕事としては各種施設及びサービス改

表5 牙山市の観光事業体数及び比率（1999年12現在）

（単位：個数、％）

区分	牙山市（A）						忠清南道（B）		全国（C）	相対的比率（％）		
	総合		観光ホテル		コンドミニウム		総合			A/B		A/C
	個	客室	個	客室	個	客室	個	客室	個数	個	客室	個
合計	9	1,045	6	601	3	444	16	1,658	404	56.0	63.0	2.2

資料：文化観光部編、観光動向に関する年次報告書、1999年。忠清南道道政白書、1999年。牙山市統計年表、1999年。

表6 公衆及び食品衛生接客業の現状（1999年12月現在）

（単位：個数、％）

区分	公衆衛生業			食品接客業			
	旅館	旅人宿	入浴場	喫茶店	飲食店	居酒屋	団欒酒店
牙山市（A）	127	41	35	277	2,379	44	120
忠南（B）	1,303	35	294	2,338	22,189	421	855
A/B	9.7	6.0	11.9	11.8	10.7	10.5	14.0

表7 観光及び文化施設現況

観光及び文化体験施設		保有文化財	
温泉	テーマ紀行	国家指定文化財	道指定文化財
<ul style="list-style-type: none"> ・温陽温泉—主成分：ラジウム ・道高温泉—主成分：アルカリ ・牙山温泉—主成分：アルカリ 	<ul style="list-style-type: none"> ・民族博物館 ・外岩里民族村 ・神井湖国民観光団地 ・牙山湾及び挿橋湾 ・顕忠祠 ※独立記念館（天安所在） 	<ul style="list-style-type: none"> ・国宝：1 ・宝物：4 ・史跡：3 ・民俗資料：5 <p style="text-align: center;">小計：13</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・有形文化財：2 ・記念物：6 ・無形文化財：2 ・民俗資料：3 <p style="text-align: center;">小計：10</p> <p style="text-align: center;">*文化財資料：22</p>

※独立記念館は天安市に所在しているが牙山市の観光に大きく影響を与える。

資料：牙山市、牙山話、1999年。牙山市一般現況、1999年。

表8 通貨金融機関の預金及び貸出現況

(単位：百万ウォン)

区分	預金現況						貸出現況
	合計	定期預金	定期積金	相互住宅	その他	要求支払預金	
1995	414,977	164,370	64,855	13,484	172,268	118,026	555,447
1996	458,339	233,828	76,975	14,498	133,038	198,263	669,519
1997	658,214	271,761	79,064	38,096	269,293	261,895	863,973
1998	738,701	405,004	47,029	22,054	214,799	132,218	925,151

資料：牙山市統計年表、1999年。

善のための制度的補

完策の検討、観光振

興のための観光政策

の立案と実施、観光

広報及び外来観光客

誘致方策に関する政

策開発、観光意識を

高めるための教育な

どの活動がある。

(2) 観光関連企業

及び分野

① 観光事業体

観光事業体として

登録された旅行事業

体は一六社であり、

この中で海外旅行事

業体は五社、観光ホ

テル業は六社、休養

コンドミニウムは三

つで、あわせて九つの事業体になっている(表5)。

② 公衆及び食品衛生接客業の現況

公衆衛生事業体は旅館及び旅人宿と入浴場(銭湯)に区分

され、旅館はA・B級、農園旅館に分けられる。入浴場は一

般入浴場である共同湯、家族湯、汗蒸湯(蒸し風呂)とサウ

ナなどがある。食品接客業は喫茶店、一般大衆飲食店、遊興

飲食及び居酒屋、そして団欒酒店(日本のスナック)などが

ある。牙山市は公衆衛生業のなかでは入浴場が、食品接客業

の中では団欒酒店の比率が相当高い(表6)。

③ 観光及び文化施設の現況

牙山市の観光施設としては温陽温泉、道高温泉、牙山温泉

などの温泉と民族博物館、神井湖国民観光団地、外岩里民俗

村、牙山湾及び挿橋川などがある。特に顯忠祠は国民教育の

場でありながら、観光名所としての特徴も持っている。さら

に一八九四年日清戦争の勃発地でもあった牙山湾の一角は貴

重な歴史的教育的場でもある。文化財は総数四八件で、国家

指定文化財が一三件、道指定文化財が一〇件、文化財資料が

二二件であり、国宝級文化財には李忠武公の乱中日記、薬師

如来立像などがある(表7)。

④金融及び経済動向

忠清南道の地域経済は、産業生産が前年度に比べて九・八%減少し、一九九七年の一四%成長から大きく後退した。中小企業の操業率も一九九七年の八二・二%から六九・三%に大幅減少する現象が生じた。IMFの救済金融管理体制に入った一九九七年末から全国的不況に陥った途端、経済基盤が脆弱であった牙山市を始めとする全道の経済的状況は連鎖倒産によって経済的衝撃がどの地域よりも大きかった。

金融機関は総計八六ヶ所で内訳は、通貨金融機関である国民銀行を始めとする一般銀行が三ヶ所、韓国住宅銀行などの特殊銀行が一七ヶ所、非通貨金融機関である郵便局などの貯蓄機関が四ヶ所、投資会社が二ヶ所で構成され、地域経済発展に寄与している。これらの金融機関による預金及び貸出状況の推移は表8のようである。

III 温泉観光事業の実態分析

1 分析の枠

温泉観光は行政と市民のサービス改善から始まる。従って、活性化のための分析の目標は観光サービス改善に焦点を当て

地域観光活性化のための行政の役割

た。この目標を分析するための戦略を、①行政機関の行政改革と責任性、②市民（事業者）の意識改善に当て、この二つの戦略を分析するために政策及び制度改善、経営手法の活性化、観光インフラ改善、観光情報体系の構築、民間資本誘致及びイベントの活性化、そして組織・予算確保と新しい教育改善などの内容を中心にして温泉活性化の方策を分析し、その課題を模索した。

2 実態分析

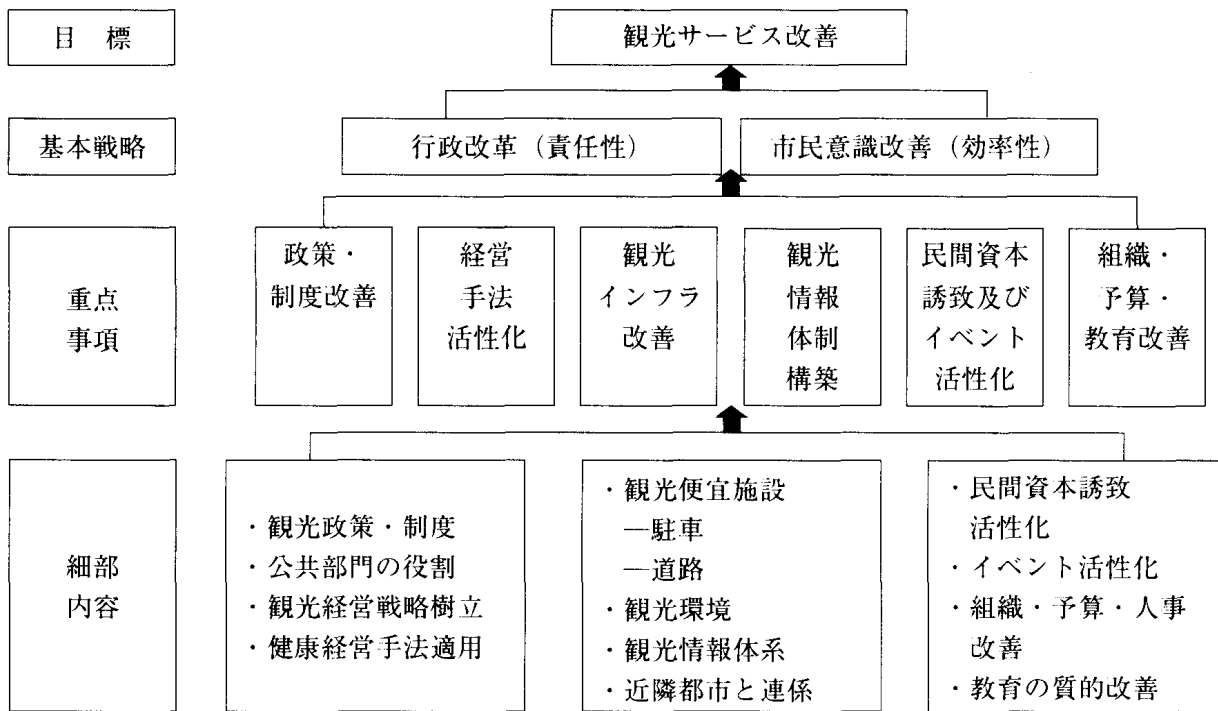
(1) 観光政策及び制度的装置

観光政策の基本的な目的は市民厚生のためであり、質的には地域観光を優先的に充実することに置き、施設が内国人は⁽¹⁾もちろん外国人にも拡大利用されるように政策指向がなされるべきである。

人間が観光に対して欲求を持っていることは昔から指摘されてきたし、国民生活の均等な向上を図るために多くの人々に観光の機会が与えられなければいけない、というのが観光政策の理念である。

自発的意思や積極的意欲を持った観光客の観光政策に対す

図1 温泉観光活性化のための分析の枠（戦略模型）



る反応は敏感であり、また観光サービスに対する欲求も強く現れる。そればかりではなく、観光は選択的であるためにいくらかでも流動的であり、変動性がとても早く現れる。一度観光に失敗したり、満足を得られなければ、再び訪れるようになるには多くの時間と努力が要求されるだろう。この点を考慮すれば、観光は民間経営によって推進される事業ではあるが、当該地域の行政の役割も重要にならざるを得ないのである。

① 温泉観光開発のための投資費

忠清南道の観光開発のための投資計画の中で、温陽温泉開発が占める政策比重の度合いを表す投資額の規模は表9のように提示されている。表によると牙山市の観光開発割合は全体の九・一％を占め、牙山市の観光開発のための忠清南道からの開発支援は非常に微弱である。これは牙山観光開発のための投資は、牙山市と市民によってなされなければいけないということ为前提にしているからである。それさえも総投資額の中で公共投資費は一九億ウォン（〇・五％）に過ぎないし、民間投資は三五七億ウォン（九九・五％）を占めていて公共投資より高い利子負担が大きな問題として指摘されて

表9 牙山温泉開発と忠清南道観光開発比率

(単位：億ウォン)

区分	合計	事業内容	投資額	比率	備考
合計	20		39,497	100	
天安市	4	—太祖山開発 —覚願寺 —ヨンヨン貯水池 —天安温泉	16 562 82 4,935	(5,595) 14.2%	公共投資：44 民間資本：5,551
牙山市	2	—神井湖 —牙山温泉	75 3,515	(3,590) 9.1%	公共投資：19 民間資本：3,571
公州市	4	—ゴムナル —麻谷寺 —麻谷寺温泉 —公州文化	20 320 1,383 3,108	(4,831) 12.2%	公共投資：2,031 民間資本：2,800
保寧市	3	—大川海水浴場 —ムチャンポ海水浴場 —竹島	8,291 930 328	(9,549) 24.2%	公共投資：1,838 民間資本：7,711
瑞天郡	2	—錦川河口砦 —チュンジャンデ海水浴場	360 533	(893) 2.3%	公共投資：300 民間資本：593
礼山郡	2	—徳山温泉 —礼唐貯水池	3,045 56	(3,101) 7.8%	公共投資：46 民間資本：3,055
唐津郡	1	—挿橋川	144	(144) 0.4%	公共投資：54 民間資本：90
泰安郡	1	—安眠島	11,129	(11,129) 28.2%	公共投資：1,612 民間投資：9517
青陽郡	1	—七甲山道立温泉	665	(665) 1.6%	公共投資：23 民間資本：642

資料：忠清南道、1999道政白書、1999年。

いる。

特に牙山市による牙山温泉開発投資は神井湖国民観光団地休憩所、専門飲食店、野营地、娯楽施設などへの投資と、一九九二年に新設された陰峰面牙山温泉に総合温泉、遊戯施設、ホテル、ウォーター・パーク、商店街などへの投資はあるが、温陽温泉と道高温泉などの施設及び環境改善のための投資はないことが明らかになった。

② 温泉観光活性化のための市政策の問題点

一九九九年九月現在、牙山市長の政策公約事項の中で観光政策課題が占めている比重を分析してみると次の通りで

ある。これは牙山市が指向する政策意思の表現であるので重要な基準になり得る。

牙山市の政策課題である総計六五の課題の中に、地域均衡開発促進のための課題が一〇の一五・四％、社会間接資本施設拡充事業が三つの事業で四・七％、交通対策事業が三つで四・六％、地域農業活性化推進事業が六つで九・二％、教育・文化・観光及び体育振興のための事業が二〇で三〇・八％の比重を占めている。

その他、地域経済活性化事業が七つで一〇・八％、社会福祉増進と環境・保健分野が九つで一三・八％、市民奉仕行政と経営行政強化事業が七つで一〇・七％を占めている。しかし、温泉観光開発のための施設の整備補完対策はほとんどないのが実情である。即ち、公衆入浴場、旅館、大衆飲食店及び団欒酒店などの施設環境のための政策とか、駐車場確保、市民参加のための活動事業、事業者に対する新経営手法の教育と情報基盤整備、従業員に対する礼儀及び教育教養に対する支援事業、そしてより現実的な広報強化に対する政策支援などがまことに微々たるもので、温泉観光地としての行政の役割が不足していると批判されている。

しかも、牙山市のすべての政策は観光政策を中心に地域開発を促進しなければいけないにもかかわらず、未だに総合観光開発のための計画がまったく無いし、少なくとも四〜五年スパンの牙山市観光ビジョンが提示されるべきであるのに現実にはそれとは程遠い。

(2) 観光経営の分析と戦略的設計

観光経営は、“変化する環境に適切な対応策を講じていく総合的で長期的な経営方策”を前提にしている。⁽³⁾このような経営方策は行政と事業者の間で遂行される。

行政機関はもちろん、各事業体においても少なくとも次のような段階のサービスがなされるべきである。①事前サービス (before service) として調査、企画、広報など潜在的需
要に対する促進的サービス、②要求時点サービス (in service) として観光現場での需要と供給に対する満足感の補強サービス、③事後サービス (after service) として観光活動の終了に伴う後始末の活動として顧客確保及び固定化促進サービスなどが還流方式 (feed-back) によって整備、補完されることはいうまでもなく、絶え間なく家族と同一の概念として管理されなければならない。

表10 観光客数及び観光収入の年度別変化推移

(単位：人、千ウォン)

	観光客の数				全国		
	合計	内国人	増加率 (%)	外国人	増加率 (%)	外国人	増加率 (%)
1995	6,455,230	6,292,810	0.4	162,411	3.6	3,753,197	4.8
1996	6,719,900	6,489,074	1.0	230,826	0.7	3,683,779	-1.8
1997	6,912,916	6,718,977	1.0	193,939	-1.2	3,908,140	6.1
1998	5,744,742	5,533,510	-1.2	211,232	0.9	4,250,216	8.8

資料：牙山市統計年表、1999年。文化観光部編、観光動向に関する年次報告書、1999年。

地域観光活性化のための行政の役割

しかし温陽の一部ホテルを除いては観光客を誘致するための広報とか戦略はまったくない状態であり、観光客が毎月あるいは季節毎にどのくらい訪れたか、観光客が減少若しくは増加した理由は何であるのか、どのような食べ物が多く注文されたか等に関する分析はほとんどなされていない状態である。

飲食店の味が観光客の嗜好に合うかどうか、何を求めているのかなどの最小限の観光客の反応に関する調査が前提にあるべきにもかかわらず、い

い加減な運営方式で事業が実施されていることは温陽の発展に深刻な問題を投げかけているといえよう。特に温陽市内に位置している旅館の場合には客にチップを公然と要求したり、あるいはチップの額によってサービスの内容が異なってくるということはずっと前から問題である。参考に温陽を訪れる観光客数及び観光収入の最近の変化推移は表10の通りである。

表10によると温陽を訪れる内国人の観光客数は急激に減少傾向を示している。外国人は全国に比べれば一九九六年以後一九九八年若干増加趨勢にはあるが、そんなに楽観するほどの増加趨勢ではない。また牙山市の分析によると、食べる・休む・楽しむ・体験する観光空間が不足し、不親切かつ清潔で魅力のない観光地に変化していることが観光客の減少につながっていると指摘された。⁽⁴⁾

(3) 観光受容体制と観光イベント開発の問題点

観光に取り組む観光事業は総合行政・総合産業的な性格をもっていて、これは何よりも市民と行政機関が協力すべきであり、二次的には中央政府と地方自治体の間の相互支援と協力を通じてなされるサービス産業であり、また民・官合作で

表11 主要観光都市の駐車場確保現況

(単位：台)

区分	温陽	儒城	水安堡	海雲台
総駐車保有台数	45,000	44,615	53,772	98,000
総駐車可能台数	1,050	1,300	1,100	2,400
休日観光客車輛 台数(予想)	2,000	2,600	3,600	3,600
比率(%)	52.5	50	50	66.7

なされる徹底した営利活動でもある。

① 観光客誘致における準備の重要性

牙山市の旅行業者及び外部旅行業者は牙山市に関連する情報提供のために放送、出版などの広報物を利用した商品化とサービスを提供すべきである。これは交通・宿泊施設・温泉浴場・飲食店などの予約代行、チケット販売などの活動として観光業に大きい比重を占めるのである。特に旅行動向に対応して旅行業者が良質な商品を開発し、満足のいくサービスを提供することがこれからの課題であるといえる。⁽⁵⁾

② 交通及び関連活動のホスピタリティの重要性

一般高速及び直行バス、市内バス、観光バス、タクシー、レンタカー、そして鉄道などの役割は観光客を誘引するにあたって重要な変数となる。観光に対する満足は必要な時間と適正な費用が投資された時に可能である。温陽に入るとき交通手段の便宜性はもちろん、運転手及び交通従事者達が温陽温泉のイメージアップに一翼を担うことが出来るようなシステムが研究されねばならない。特にタクシー及びレンタカーなどの料金は観光客が再び訪れるときの効果的な誘引策になる。そして牙山への進入方法は京釜高速道路天安IC、西海岸高速道路IC、長項線鉄道、その他国道や地方道路の方法があるが、特に天安―牙山間の二番国道は休日の交通混雑のため、牙山観光に対する不満要因になっている。早急に改善されるべき課題である。

また牙山市の駐車場の確保問題は急を要する問題であり、特に大型観光バスの駐車場の確保はもちろん、休日の駐車問題を解決するために牙山市の適切な対応が要求される。

表11によると温陽は比較的休日観光客の車輛を吸収するには他都市より良い条件を備えているように見えるが、温陽

を訪れた観光客の五〇%程は駐車場に不満を抱いているとみなされている。従って温陽市内に居住する人々の駐車空間を休日だけでも観光客に譲歩するなら、温陽を訪れる観光客は楽に観光を楽しむことができるであろう。市内に進入する外部直行バスや貨物車などの進入をコントロールすれば交通渋滞を減少させる方策にもなり得る。

③ 宿泊業及び飲食業のホスピタリティの必要性

宿泊及び飲食産業は経済的变化に相応しい余暇文化の総合的芸術である。⁽⁶⁾現代の観光の趨勢は一ヶ所に長い間とどまる滞在型観光が一般化するに従い、宿泊業及び飲食業の重要性が目立つようになった。

快適な環境と共に適切な価格、親切なサービス、地域的特性に合った郷土料理などは観光を一層望ましくするのである。古くて不愉快で質の悪い施設、不清潔な寝室、基本的なサービスに高いチップを要求する行為、チップの額によって顧客に対する待遇の差別化、どこも同じ食べ物、ぼったくりが横行するなどの実情があるが、これを是正する組織や自立的な浄化体制はまったくない。一度不愉快な思いをした観光客を引き戻すには必死の努力と投資が必要になる。

地域観光活性化のための行政の役割

観光客は適正な価格で質の良いサービスを受ける権利があり、これに対する保障が先行されるときに限り、牙山は競争力を持てるであろう。現在、観光事業体としてはホテルとコンドミニアムだけが指定されていて、公衆衛生関係事業体である旅館、旅人宿、理・美容業、一般入浴場などと食品衛生関係事業体である飲食店、喫茶店、居酒屋などは観光地域で観光客を対象に営業をしながらも観光事業体としての資格が与えられていなく、プライドも欠如している。

温陽に位置するすべての事業体は温陽を訪れる観光客を対象にして商業活動をし、観光従事者としての役割を担っているのはもちろん、温陽のすべての所で観光客は安全を保障されるべきなので、これに対する法律的、制度的側面を牙山市が主体的に準備すべきである。

(4) その他の観光事業との連係性の不足

前述の通りに現代の観光活動は短時間寄っていく観光より一日以上とどまる滞在型観光が主であるため、滞在地における余暇活動は多様に連結されなければならない。例えば、スキー、テニス、ゴルフ、他の各種娯楽施設、そして文化観光ができる博物館、美術館、教育文化施設、観光農場、大衆

及び郷土料理店、お土産販売はもちろん、各種産業体（自動車、半導体、農工団地など）に関連するイベント事業ともつながりが求められる。

(5) 観光広報と観光宣伝の重要性

今日の観光広報と宣伝は観光資源や観光施設を紹介し誘致する単純な行為ばかりではなく、観光資源を開発し、これを管理・維持することまでを含む。だから観光広報や宣伝の役割はもっと重要になり、観光広報に関連する活動の必要性は漸次増大し、それに伴い経費支出も年毎に増加して観光財政の規模も膨張しつつある。

観光広報は地域観光収入の増加のため、観光資源や観光施設に関する情報提供を通して観光客の誘致に力を注ぐことを意味する。現在、観光広報館は温陽駅前に一ヶ所設置されているが、広報館の運営及び管理状態からすれば、むしろ訪れる観光客を追い払う役割をしているはめになっている。

案内員は少なくとも観光客の質問には答えられる能力を備え、牙山市所在の観光名所に関する多様な知識を習得し、所要時間、交通手段、飲食店などの必要な情報を説明できる水準と資質を備えなければならない。

観光宣伝はマーケティングの一つとして販売促進活動の一例である。⁽⁷⁾ 観光商品を購入しようとする観光客に情報を提供し、観光購入に対する価値や満足を与えなければならない。もし期待通りの満足を得られなかったら、各種の不満が観光旅行の途中、または観光の終了後に噴出する。もちろんそのような観光商品を選択した観光客にも責任はあるけれども、観光宣伝をした観光地がその責任と補償をしなければならぬ。このためには懸命に観光に関する情報を集め、新しい観光地を開発あるいは整備し、よりよいサービスを備え、観光客が満足できるようフィードバックを行うべきである。

3 観光情報及び交通体系の構築

(1) 観光情報体系の不備

未来の観光事業はオンライン・システムを通じてインターネット・ネットワーク体制の構築が前提にされねばならないし、観光事業における情報体制構築は公共機関と民間事業者の間、そして観光客との体制が全国的あるいは世界的に広がることを意味する。

インターネットホームページを通じて観光に関する各種情

報を提供することによって、現場でみるような実体感を与えることができるので、広報や予約に大いに利用できる。交通機関の座席予約、ホテル及び旅館の客室別の状態をみせてあげることによって、顧客側から選択できる情報提供体制が構築される。

現行の観光情報体系構築の状態は行政機関と観光客の間でインターネットを通じて意思疎通が可能ではあるが、現実的には微々たる水準であり、特に民間事業者との関係はほとんどない状態であるので迅速な準備やプログラムの開発が要求される。

予め牙山市、ホテル、旅館、各大家飲食店及び郷土料理店などに関する情報を提供し、観光客が自由にメニューを選択できるようにすると、より多い観光客の誘致に相当の効果があると予想される。また事後に観光施設に対する満足感及び不満状態を把握して問題を解消する、即ちアフターサービスをしてあげると、より満足のできるサービスの提供が可能になる。

(2) 周辺都市とつながる道路開発

温陽観光事業に直接的に影響を与える観光背後都市として

地域観光活性化のための行政の役割

は温陽を中心に安市は一八キロメートルで人口三八万六一七一人、公州市は六四キロメートルで人口一三万七二五〇人、礼山郡は二五キロメートルで人口一〇万五四八七人、京畿道平沢市は二〇キロメートル、人口五三万三一八九人で、牙山市を中心にした近隣都市の人口は相当な資源になり得る。したがって、これらの都市との密接な交通システムの構築が必要である。

例えば、現在天安と温陽との道路は二一番国道と、天安と顕忠祠をつなぐ地方道の二つがあるが、休日や週末には容易に接近し難い実情で、安市市民の温陽への出入りが容易ではない。各地域毎に接近が容易になるよう道路を拡充する方策とバス以外の交通手段の開発を検討すべきである。その他の地域は道路の直線化を通じて交通時間を短縮し、便宜性を高めるよう関連機関との協議が必要である。

4 民間資本誘致とイベント事業の開発

地方自治体の開発及び都市問題の解決は行政機関である牙山市が責任を持たなければならない。もちろん、中央政府及び道の補助金も重要な役割をするが、市自体の財政需要に対

する財政能力の比率が市の生存、発展のためには非常に重要な指標である。⁽⁸⁾

現代行政の特徴は市民の需要と欲求を満たすために多くの時間や財政を必要とするので、中央政府と地方自治体では民間資本の誘致方策も活性化している。⁽⁹⁾

牙山市の民間資本誘致の水準は極に微々たる水準であり、それさえも牙山温泉（一九九二年新設）と神井湖国民観光団地の造成に投入される資金にすぎない。牙山発展の根本は温陽温泉から始めなければならぬにもかかわらず、温陽温泉開発のための国庫支援や民間資本の誘致はまったくない状態であるので施設の老朽化、品質とサービスの低質化などは必然的であり、これによって温陽温泉の斜陽化は当然のことともいえる。また各種事業者も外部人に頻繁に交代されるので責任性や郷土愛が足りない点も温陽温泉が投資の魅力を失なう要因と判断される。⁽¹⁰⁾

牙山は温泉地域を三ヶ所も保有している温泉観光地であり、国家指定及び道指定文化財が牙山ほど多い地域もない。顕忠祠を始めに国家指定文化財が一二件、道指定文化財が三五件、その他に民俗博物館、外岩里民俗村など数多くの観光資源を

保有しながらも国家的な次元ではもちろん、地方的次元においても文化インフラが微々たる実情であり、赤字から免れない状況にある。

一日もはやく温泉を主題としたイベント事業と共に文化観光と連係した文化観光インフラ事業の開発が必要である。

5 観光組織の専門性と教育活動

(1) 観光行政の専門性不足

観光組織は観光関連行政の問題を探し出し、積極的に解決しなければならぬ。単純に問題を解決することだけでなく、新しい環境の変化に対して能動的に適応し、新しくより良い観光行政を開発して最善の課題を選択し、管理すべきである。

観光分野の担当公務員は当該地域の観光資源を保護し、観光施設及び空間の整備と管理、観光基盤施設の整備と協調、旅行者の保護及び便益の増進、外来観光客の誘致活動などの業務を遂行することはもちろん、観光関連事業の予算を編成、執行しながら分析、評価業務を遂行するなどの専門的知識を要求される。

表12 牙山市観光課要員の資質

(単位：人)

区分 人員	勤務年限			学歴水準		専門性程度 (卒業)		外国語駆使程度 (一つの外国語駆使能力)		
	1年未満	1—2年	3年以上	高卒以下	大卒以上	関連学科	非関連学科	上級	中級	下級
5	2	2	1	2	3	—	3	—	—	5

例えば、あるホテルで外国観光客との問題が発生した際に緊急に出勤して問題を解決したり、あるいは観光客の不便不満を確認する場合にも担当・関連分野の要員には特別な専門的知識が必要とされる。そればかりではなく、より発展した観光事業を推進するためには観光事業者たちの意見を統合・調整し、観光環境の改善を促がす専門家が求められる。参考に牙山市の観光課要員の専門的資質を分析すれば表12のようになる。

表12によると観光担当公務員の学歴は比較的によい方であるが、勤務期間の不足による専門性と外国語能力は低いことが示されている。これは温泉観光の戦略開発はもちろん、外国の観光客誘致のための文化観光インフラの開発に必要な資質と能力

は低いということである。

また任務や機能的側面を考慮すれば、牙山市の人事管理的側面で最も核心部署に発展しなければならないにもかかわらず、一番魅力のないかつ公務員の選好度の低い部署として認識されている点が牙山温泉観光の水準を表わしているとも考えられる。

(2) 教育活動の課題

観光と関連する教育は観光の新しい価値観を定立し、新しい経営手法を開発するための最も良い方法の一つである。観光教育は観光客に対するサービス改善の方法からサービスに含まれるべき品質改善、顧客が満足できる各種観光ソフトの開発、そして各種環境及び秩序維持教育までを含む。

現行観光分野に対する教育は公務員には年一〜二回程度の招請教養講座くらいであり、ホテル級の教育は従業員教育程度に過ぎず、その他の事業者の教育実態は事業者や従業員に対するサービス教育及び経営手法の教育などがまったくない実情である。さらに温陽市民に対する観光関連知識及び経営関連教育も微弱な実情である。観光都市の政策開発と観光客を迎え入れる公務員と事業者及び一般市民に対する教育は具

体的に次のような方法が考慮されるべきである。

① 公務員に対する教育は観光行政の政策開発の内容及び執行、評価を通じた観光事業の活性化を担当できる資質を与えることである。統合品質管理 (TQM)⁽¹¹⁾ とベンチマーキング (Benchmarking)⁽¹²⁾ の理念と価値観に対する教育から具体的方策までをも含めるべきである。

② 事業者、従事者に対するサービス教育は十分な準備を通じて施設改善・製品向上・公正価格などが実現されるように教育されねばならない。即ち、観光客の誘致―訪れる―食べる―休む―帰る―事後満足感と足りなかった事項を中心に調査し、後により良く準備しようとする意思表示などによって顧客が再び訪れるよう事前・事後の顧客管理に必要な教育が先行されるべきである。

③ 一般市民に対する教育は観光都市の市民の立場から観光従事者としての機能を遂行できる資質と能力を与えるように計画され、実施されるべきである。観光活性化のために自ら参加して、誤った慣行や制度は自律的に直せる資質と能力を備えるように、教育システムの開発に重点を置くと同時に観光活性化が最良の道であると思わせる

ように喚起しなければならない。

- (1) アンジューン『観光政策論』一九九七年。
- (2) McIntosh, Jerome E. and Charles R. Goeldber, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 4th ed. 1984.
- (3) Neil H. Borden, *The Concept of the Marketing Mix, Science in Marketing*, 1996.
- (4) 牙山市文化観光課、二〇〇〇年。
- (5) 監田正志・長谷政広『観光学』一九九六年。
- (6) 宿泊経営は旅行とか疲れた観光客にはフロントの穏やかな微笑みと応接、心地よい寝室、美味しい食べ物、快適な環境と共に満足のできるサービス活動などが総合的な芸術の意味を持つ。
- (7) 未武直義『観光事業論』法律文化社、一九九四年。
- (8) John P. Ross and James Greenfield, *Measuring the Health of Cities in Fiscal Stress and Public Policy* (edited by C.H. Levine and I. Rubin), Hills, C.A.: Sage Publications, 1980.
- (9) 観光開発分野の民間資本誘致許容法律は観光振興法、温泉法、自然公園法が適用され、観光地開発事業の土地掘削と温泉の利用、公園事業の施行と管理として公園遊戯施設、各種慰染施設、温泉開発、温泉遊園地開発事業などが含まれる。
- (10) 牙山市の調査によるとホテル、旅館、飲食店、喫茶店及び居酒屋の住民登録地はおよそ二五%が外部人であり、観

光事業の重要性に対する意識も一般市民は三八%、事業家及び従業員は四五%、公務員は五二%である。

- (11) 統合品質管理 (Total Quality Management: TQM) に対する観光学的定義は、「サービスを持続的に改善しようとする一連のシステム」を構築する観光哲学かつ、原理である。即ち、観光客を満足させ、資源を効率的に利用して価格を下げることはもちろん観光事業所内のすべての業務を不断に改善するために計量的方法を適用した経営手法を意味する。JuranはTQMは単純な品質の変動ではなく、「顧客の欲求を満足させる」とたと主張する (Joseph M. Juran, "The Upcoming Century of Quality". *Quality Progress*, 1994.)。Crosbyは「TQMとは①品質は顧客の要求に一致、②良い品質は欠点を予防、③サービスの欠陥がない生産、④品質の欠陥は自ら評価、としている (Philip Crosby, 前掲論文)。

- (12) ベンチマーキング (Benchmarking) は競争力を向上させるための諸制度である。主要国家別の主要要素は、アメリカの場合①製造品質、②適時供給、③製品の信頼性、④性能品質、⑤価格であり、日本の場合には①製品の信頼性、②適時供給、③迅速な製品設計、④性能品質、⑤製品の注文化を主要要素で提示している (J.G.Miller, *Benchmarking Global Manufacturing*, Homewood, IL, Business one Irwin.)。

地域観光活性化のための行政の役割

IV 温陽温泉観光活性化のための発展課題

1 観光政策の制度的整備及び補完

(1) 観光政策の基本的方向

観光政策は二〇〇〇年を基準にして、それ以前の時代は不備な基盤施設と地域社会に結びつかないプログラムによって短期的利益追求のための単純マーケティングに偏っていた。

今日の観光政策は観光施設の基盤を新しく構築しながら観光資源を保護し、観光地に対する魅力を持たせるために、観光地の存続、開発、そして利益体系などの持続的な努力によって費用と収益の均衡を維持することである。

観光が成功するには、「一つの観光」から「現われない舞台」に対する対象が主な観光要素として提示されるのでこれに対する内部的な準備が前提にされねばならない。⁽¹⁾

また伝統的な生活様式、地域特性と合う文化的遺産の開発が求められ、ともすれば安い模造品に転落しやすい文化遺産よりは誠実さと努力を注いだ高品質の文化遺産の開発がより重要に認識されている。

このためには牙山市の開発の軸は、温泉を中心にしてすべ

ての観光事業に繋がるように推進されるべきであり、このためには牙山観光長期発展計画が作成され、行政はもちろん市民にも牙山観光のビジョンを提示できるよう準備され、実施されるべきである。

(2) 観光事業体の拡大に関する法律的整備及び補完

現行観光事業体はホテルとコンドミニアムだけが規定されているが、公衆衛生関係業である一般宿泊事業体の旅館と旅人宿、入浴場、遊戯場、そして食品接客業の大衆飲食店、居酒屋、団欒酒店、喫茶店、製菓店と各種食品製造事業体、食品運搬業、食品販売及び保存業など温陽と牙山、道高温泉地域に位置する事業体は観光事業体と同じ規定を受けるように牙山市の条例及び規則に規定し、これに関する補完装置が要求される。

このために必要な宿泊業・飲食店などの関連事業体を統合する観光活性化のための委員会を構成して、行政と市民の相互協力と支援体制が講じられるべきである。またして事業者及び従事者に対する定期的教育、そして営業中に着用する服装も条例や規則で規定化し、サービス品質に対する保障と観光客中心の行政が推進されるように法律的事項に関する整

備が求められる。

(3) 温陽温泉活性化のための市政策の集中的・積極的努力

温陽温泉地域の施設及び環境改善に関する牙山市の政策と財政投資はまったくない状態であるため、牙山が温泉観光地としての面目を維持し、活性化するには温泉地域の改善政策が至急である。

特にホテルだけでなく、各種宿泊施設、入浴場、飲食店、団欒酒店はもちろん駐車場確保、各種イベント事業開発、事業者及び従事者に対する礼儀教育、経営手法教育、そして各宿泊施設と連結された情報体制の構築、インターネットサイトの開発などに政策を集中し、また投資も年次的に実施されねばならない。

市長の強力なリーダーシップによる先導的な努力と牙山市の創意的、集中的な努力で温泉観光活性化政策が具現される場合に限って、市民の参加が可能であり、なお自律的な経費の投資も期待されるのである。

2 新しい観光経営手法の戦略的接近

新しく変化していく観光環境に適切に対応するためには、

①マーケティングリサーチ(Marketing Research)、②マーケティングデザイン(Marketing Design) ③その他のマーケティング活動(Marketing Activity)に対する準備と段階的な実施が必要である。

マーケティングリサーチは短期的また長期的な観光欲求を分析する段階としてすべての観光経営手法においては必ず先行されるべき条件である。

マーケティングは温湯温泉と宿泊施設、飲食、そして関連する商品に対して①どのような魅力があるのか、②サービスの程度に満足しているのか、③満足また不満足したサービスの価格は適切であるか、④商品の合理性、効率性はどうか、などに関する顧客の立場からの分析が要求される。

最後に、その他のマーケティング活動は宿泊費、旅費、入浴費、各種サービス料金、記念品などの価格に対する反応と販売促進のための情報提供及び収集、そしてPR活動などが含まれる。なお観光客が帰った後には、以後観光に対する欲求解決と広報を並行して、観光客を引き寄せられる方策が検討されるべきである。このためには観光客の意識と趣向に関する正確な評価が伴わなければならない。

地域観光活性化のための行政の役割

従って行政機関と事業者は統合品質管理制度(TQM)を適用して、顧客が何を求めているか、品質の水準はどうか、間違ったサービスはないか、値段は合理的であるか、観光客の要求に対する責任と補償は適切であるか、などに関する徹底した準備と実施がなければいけない⁽²⁾。

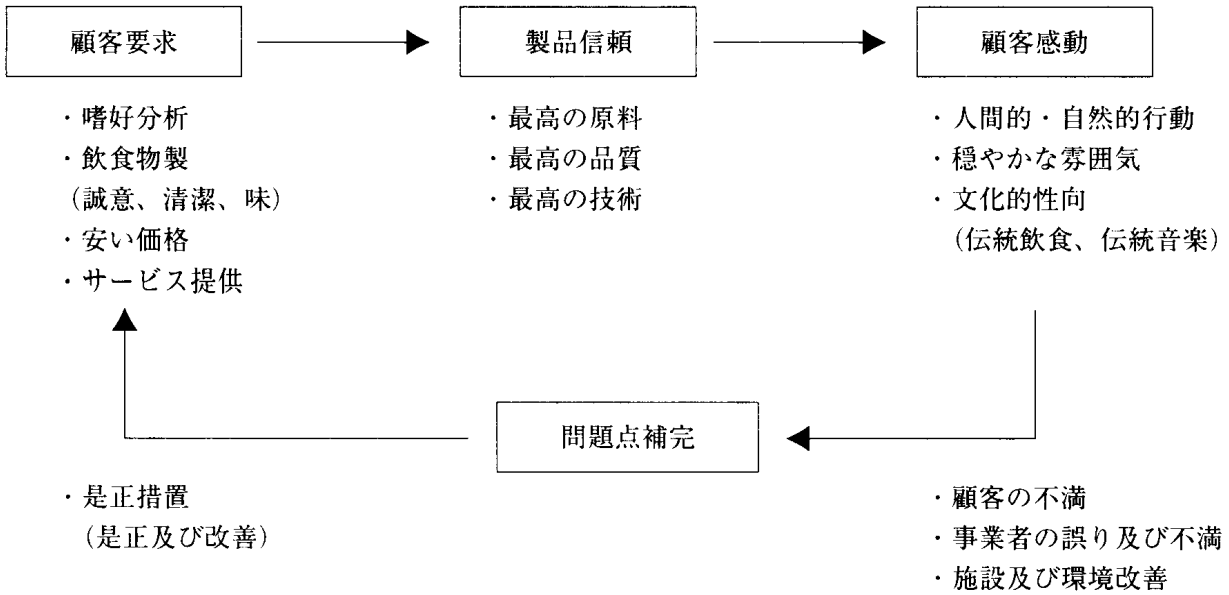
例えば、TQM方式を適用した飲食店の場合、次の図2のように提示することができる。ここで注意すべき点は、TQMはベンチマーキングに基づいた時に限って成功可能であるということだ。

3 観光インフラ開発のための行政・市民の協働

行政と市民は観光サービスの共同生産者(Co-Producer)として、公務員は観光商品の開発及び施設改善に際して住民の参加に積極的な支援を惜しまず、なお観光戦略の開発の際には住民意思が反映されるように誘導し、調整する。そして観光事業者及び一般市民は観光発展の主役であることにプライドをもって自律的な観光案内員として、観光開発者としての役割を遂行する。

(1) 行政機関の役割

図2 TQM 方式を適用した飲食店の場合（例示）



公共行政が担当すべき役割は観光施設・観光基盤施設の中、民間の負担では困難な建設・管理・運営の比重が大きい。

① 観光基盤施設の整備（交通網、環境衛生施設の整備、駐車場の整備）

② 温泉浴場、宿泊及び休養施設など観光施設の整備（公共施設の投資、民間施設の整備及び補完支援、自然環境の造成、文化財の保護）

③ 観光旅行者の保護及び安全の確保（警察及び民間施設と連携した安全対策の研究、観光情報サービス、観光旅行指導、事業者及び従事者の教育など）

④ 観光資源の保護（自然的状態での保存、環境汚染の防止、秩序維持の確保、調査研究、広報のための観光案内所の施設確保・運用方法など。そして老朽化した宿泊施設及び浴場施設の整備のための公共・民間資金に対する投資財源を集める行政と民間人の共働努力が切実に必要である。）

⑤ 事業別に協議会の構成及び運用と、これを総合した「牙山観光促進委員会（仮称）」を設置して行政と民間事業者間の相互協力、牙山市の行政方策に関する意見を調整

し、統合するための役割が早急に要求される。

⑥ 京釜高速電鉄の開通と西海岸高速道路の開通、そして二

〇〇二年ワールドカップに備えた温泉観光政策が早急に提示され、行政と市民の協力と相互支援による準備が行われるべきである。特に温陽温泉のPRのためにソウル駅と京釜及び湖南高速道路の案内所と天安駅、天安直行・高速バスターミナルに対する広報対策も要求される。そしてより積極的な広報のためには、温陽駅前の広場付近に無料若しくは廉価の入浴施設を備えた広報館の設置運用も検討できよう。

⑦ 牙山市と市民団体の参加で観光事業体別の基準表を作成、審査して牙山市が保証推奨する宿泊業、飲食店などを拡大指定する管理体制の導入に対する検討が必要である。

(2) 民間事業者の役割（行政の調整・統制要求）

観光活動は人間の総合的な行動として準備、移動、宿泊、活動の順に進行される。従って、民間業者は行政と協力して観光活動のための民間部門を担当し、観光客との一次的な窓口であるためその役割は重要である。なお民間業者が単独で実現し難い困難な事業は、行政機関と協議して遂行する姿勢

が必要である。

民間事業者はホテル及び宿泊業、飲食店、居酒屋、入浴場、ショッピングモール、食料品製造など温泉観光に影響を与えるすべての業者が含まれる。

① 観光客誘致はより良い施設と環境の改善から始まる。施設及び環境改善は単独的行為であるよりは、観光事業者が共同に参加しながらも事業体別に自律的な能力範囲内で改善することが必要である。

② 観光客に対する季節別、年齢別、性別の嗜好と要求事項に関連する情報を事前に入手して、徹底した分析とそれに対する準備が必要である。

③ 観光事業者はもちろんすべての従事者は観光客を迎える立場から徹底したサービス精神と最も良い品質を提供するという使命感と責任感を持つべきである。

④ 観光客に対するサービスは感情移入 (empathy) を通じた相互関係、家族と同じ気持ちに立った徹底したマーケティングコンセプトを持つべきである。⁽³⁾

⑤ 徹底した観光マーケティング戦略が自然に体に染み込むように努力すべきである。現代マーケティングは品質及

びサービスを製造、創出する前に観光客の要求と必要事項を十分に調査・探索して、その要求と必要に適合した製造及びサービスの生産計画を立て顧客の満足から感動の段階につながらなければならない。

顧客感動を与えるための段階は次の過程として考えられる。

- i 長期的観点からの準備
- ii 変化する観光客と市場分析
- iii マーケティング計画作成
- iv 競争体制の構築
- v 顧客及び社会的要件に応じる
- vi 還流過程 (Feed-back) の適用によって不断に問題点を是正

4 観光情報体系構築の強力な推進

観光をするには旅行目的地とか交通状況などに関する情報はもちろん、観光商品に対する具体的な情報は必須的要素である。現代観光はインターネットホームページを利用して、家の中で観光地を選択し、泊まるところの施設と入浴場、飲

食物、価格を、インターネット画面を通じて見て決定する観光に変化している。

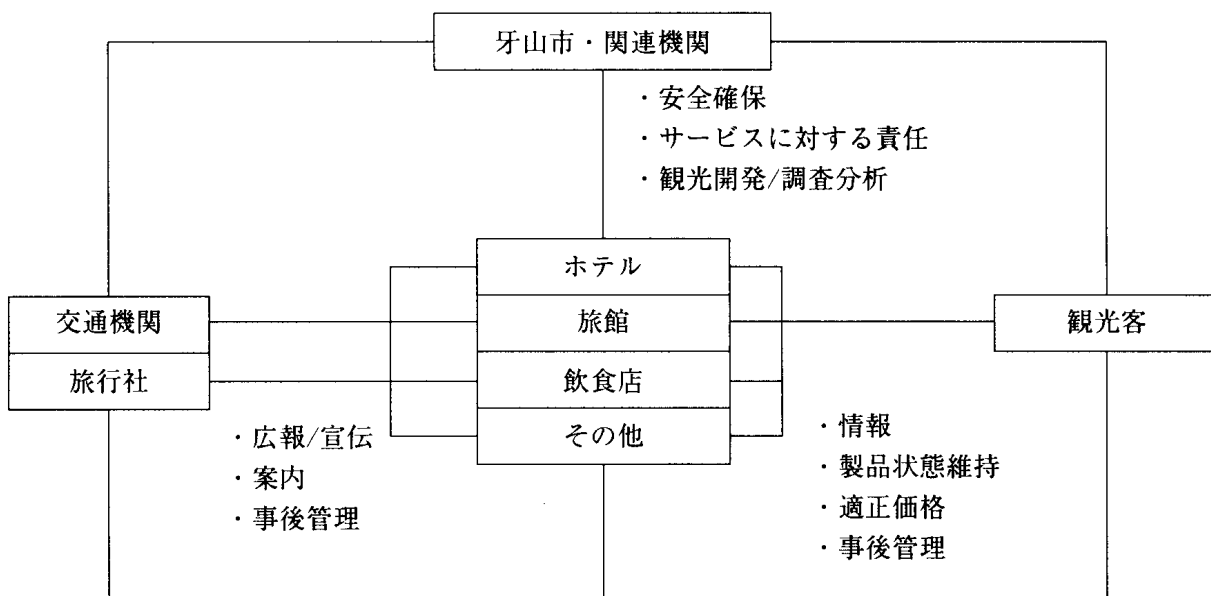
牙山温泉も温泉観光に関するデータベースを構築して、観光地の紹介はもちろん交通・ホテル・食べ物を予約するオンラインシステムを構築しなければならない。

観光データベースには行政機関もホテルを含めたすべての宿泊事業者、飲食事業者、交通機関、観光旅行事業所などが参加する総合インターネットホームページを構築するべきである。国内観光客ばかりではなく、外国観光客も牙山観光ホームページを開いたら牙山のすべての観光事業者とつながり、観光情報を得られる体系にならなければいけない。例えば、観光産業分野のデータベース体系は次の図3のように考えられる。

図3のインターネットシステムは観光に関連する各種情報を交流できる。情報の提供ばかりではなく、観光サービスの製品、価格を提供し、これに対する予約及び取り消しはもちろん交通、団体旅行もできるような情報のやりとりができるシステムである。例えば、外国のある旅行者が牙山観光ホームページの××旅館サイトを開くと、旅館の構造や客室の清

図3 観光産業分野のインターネット体系

地域観光活性化のための行政の役割



潔さと価格などに関して詳細に分かるような情報体系が構築されるべきである。

このために牙山市では最小限の施設及び環境点検基準表を細かく作成して牙山市が推薦するホテル・旅館・飲食店などに対して施設及び環境、サービス製品の質、観光客の満足水準の程度、品質などを評価できる体制を備えなければならぬ。

5 民間資本誘致及びイベント事業の活性化

牙山は本来温泉という天恵の条件を備えた観光地として発展して来て、温泉地の中でも数多くの文化財を所有している地域である。これからも温泉を中心とした開発が推進されるべきである。そしてそのような潜在力を十分に持っている、民間資本の誘致はいまでもなく、各種の観光イベントがより活性化され得る地域である。

(1) 温泉水を利用した各種イベント行事の活性化

- ① 水着ファッション及び入浴用品の展示会などの行事
- ② 温泉水を利用した飲水の開発
- ③ 温陽・道高・牙山温泉水を利用した女性用の皮膚マ

ツサージ関連の基礎化粧品水及び観光商品の開発

(2) 一年中温泉を訪れるような事業の誘致、拡大による牙山経済の活性化

① オールシーズンのスキー事業を誘致し、国内及び外国の温泉観光客を誘致し、温泉活性化はもちろん牙山経済活性化にも寄与する。このような事業は季節による温泉観光の減少も予防することができる。⁽⁴⁾

② 牙山湾及び挿橋湾を利用した海上・水上観光商品の開発も考えられる。また貯水池を利用した釣り場の開発も検討すべきである。

(3) 牙山湾の歴史的事実、顕忠祠と関連する文化観光プログラムの開発

一八九四年牙山湾から勃発した日清戦争と韓国との関係に関する歴史的事実、顕忠祠と連係した文化観光開発は国民的教育の場として十分な価値があるし、また中国観光客や日本の観光客にも歴史テーマ紀行として興味を喚起することができると思われる。

(4) 牙山港湾の開発で中国観光客や日本の観光客を吸収し、百済圏観光の出発地としての役割

百済と唐の関係、百済と日本との関係から、百済観光と西海岸観光の観光プログラムは歴史的紀行ができる歴史観光商品的な価値が十分にあると考えられる。

(5) 歴史観光記念品の製作による文化観光の水準アップ

6 観光組織の専門家及び経営マインドの教育活性化

観光事業は無限の競争を前提とし、また地方行政の総合的な産業の性格を帯びている。このような競争力を備えるためには何よりも観光組織に携わる構成員は牙山市で最も優れた人材で構成されるべきであり、すべての人事に優先して、彼等の責任や能力や資質が要求できるものでなければならぬ。

このような人材開発が実現したときこそ、牙山市の観光事業は活性化され得るのであり、全市民を観光事業者としてあるいは従事者として誘導し、調整・統合する行政の役割が具現できると考えられる。このために観光の専門教育はもちろん、創意と能力を発揮できる体制と市民を誘導し調整するリーダーシップ教育を怠ってはいけない。

そして行政のすべての力量を観光事業に集中し、観光事業所毎に適用可能なTQMの開発に加えて観光サービス憲章制

度をつくり、事業者及び従事者の全員を教育すべきである。

(1) D.MacCannel, "Staged Authenticity: Arrangement of Social Space", in *Tourist Settings*, *American Journal of Sociology*, 1993.

(2) P.Crosby, 前掲論文。

(3) "Consumer Oriented" あるいは "the Customer is King" という顧客志向的マーケティング管理をすべての事業所に貫徹しようとする意思を意味する。

(4) オールシーズンのスキー産業は急激に増えているスキー人口を引き寄せられるスキー場として、屋内円形スキー場であるスキードーム (sky-dome) を意味する。このスキードームにはスキー場 (sky-track) 、スノーボード (snow-boarding) 、ボブスレー (bobsled ride) 、南極経験場 (antarctic experience) 、アイスリンク (ice-skating) などが設置され、現在世界ではアメリカを始めとする五カ国で設けられている最先端の人気事業である。

V 結論

温陽温泉地域は温陽・道高・牙山温泉を根拠とした休養地として、文化観光を始めとする国民教育の場としての特性をもつ天恵の観光地である。

地域観光活性化のための行政の役割

牙山市は交通中心地としてだけでなく、先端産業基地としての面貌を備えた西海岸開発事業の中心地として発展を図っている。従って、温陽観光は温泉を中心として文化観光地と顕忠祠などの歴史的遺物と産業団地とを連係した観光ルートの開発に牙山行政の力量が集中されねばならない。

しかし、観光活性化は市政の政策的な努力と市民の参加なしには達成し難い総合的性格をもつ先端産業である。京釜高速電鉄の開通、西海岸高速道路の開通、地下鉄の延長、鉄道の複線化などの新しい変化の風に積極的に対応できるような行政分野と民間分野の徹底した準備、共働が前提にされねばならない。

新しく変化していく観光欲求に積極的で、創意的に対処できなければ、温陽は沈滞に陥り、これによる人口及び経済的流出現象は避けられない。今は従来にまして市民の自発的・積極的な参加とこれを統合するより強力な観光行政の役割が必要な時期である。