

# 観光研究所だより

Vol.19 2023

[インタビュー]

## ～新たな旅館経営の在り方を 目指して～



株式会社 陣屋  
代表取締役女将  
宮崎 知子 氏

24時間・365日→週休3日制!!

“コペルニクス的転回”で、システムを駆使して新たな旅館経営の業務改革を進める陣屋グループ。先頭に立つ女将・宮崎社長に、その足跡と経営理念など様々な視点からお話をお聞きしました。

(取材日：2023年4月5日)

聞き手：玉井 和博 (観光研究所特任研究員)

**玉井**：最初に“旅館の女将”になる際、どのようなお気持ちだったのか本音をお聞きかせただけでいいでしょうか？

**宮崎**：女将になるという以前に、当時この旅館・陣屋をどうするかという問題がありました。主人の実家はもとと、男は製造業・女はサービス業（旅館）を家業としていましたが、義母が差配していた旅館業は時代背景もあり非常に厳しい経営状況で、その大変さは私もよく分かっていました。そのような中、先々には閉館も考えていた義母が体調を崩し、思うに任せぬようになってしまい、私たち夫婦で対処することになったのです。

M&Aも考えていましたが、本音はこのままの形でこの敷地と建物を全て手放すつもりでした。

ただし、当時はリーマンショックの直後で、うちよりも相当条件の良い物件がたくさん出ており、うちの物件は箸にも棒にもかかりませんでした。

**玉井**：聞くところによると、当時ある購入希望先からは“総額1万円”という信じられない提示もあったとか。その際、宮崎さんは“物の価値と金銭的価格”についてどのようにお感じになったのでしょうか？

**宮崎**：びっくりしました。子どものお小遣いで買えるじゃないと。非常にショックでした。ただ、義母の体調も悪く何がなんでも手放そうと思っていましたが、あまりにも条件が……。何の予備知識もなかった私たち夫婦にとって、売却の諸条件と併せてこの交渉相手が悪すぎたということもありました。結果的には固辞して良かったです。

**玉井**：ところで、ご出身が昭和女子大学ということで、同校では“清き気品、篤き至誠、高き識見”という“校訓三訓”があり、薫陶を受けられたということですが。

**宮崎**：私は中・高一貫で通っていました。創業者の一人である人見先生の時代は厳しかったですね。私も年頃でしたから髪型やスカート丈など“何とか抜け道を……”的な学生生活でしたが、今思うとその教えは社会生活に必要なことばかりで、生徒手帳に書いてある校則などは、ほぼサービス業のマニュアルに匹敵する内容ではないかと思っています。ホテルマンやエアラインのCAになれる方は、この校則を身に付けていれば助かると思いますね。

**玉井**：その時期に、後にノートルダム清心学園理事長になられ数多くの名言を残された、故渡辺和子先生の授業もお受けになったのでしょうか？

**宮崎**：渡辺先生の授業は大学1年生時の教養課程の必須授業でした。

「置かれた場所で咲きなさい！」という言葉など。当時はやはり修道院を出られた先生だからこそこの言葉だと思っていました。ですが先ほどの校則もそうでしたが、中高から一貫して「人とすれ違うときは停止礼を」とか、「テンポ良く歩く」など、日々小言を言われるような教えでしたが、社会に出たとき、人前に出たときに困らない所作になっていたと思っています。



宮崎 知子 (みやざき・ともこ)

株式会社陣屋 代表取締役女将。昭和女子大学卒。大学卒業後メーカー系リース会社に営業職に7年間従事し、第1子の出産を機に退職。2009年、倒産の危機にあった夫の家業である「鶴巻温泉 元湯 陣屋」の経営に携わることになり女将に就任。夫・宮崎富夫氏とともに業務改善のため、クラウド型ホテルシステム「陣屋コネクト」を独自開発。ICTを活用したデータ分析とおもてなし向上を実現している。

#### 受賞歴

- 2012年 CRMベストプラクティス賞受賞 (CRM協議会)
- 2015年 攻めのIT経営中小企業百選 選定 (経済産業省)
- 2018年 はばたく中小企業・小規模事業者300社選定 (中小企業庁)
- 2018年 第2回日本サービス大賞 総務大臣賞受賞 (日本生産性本部)
- 2018年 第4回ジャパン・ツーリズム・アワード 優秀賞 (公益社団法人 日本観光振興協会)

**玉井**：そのように素晴らしい教えを受けてきた、宮崎さんにとって、女将の修行も、教えも受けずに旅館業に携わってきたことで、逆に今になってプラスになっているようなことは、あるでしょうか？

**宮崎**：確かに既成概念にこだわるようなことはあまりなかったです。むしろなぜこれをやらなきゃいけないのか、何でこうなっているのか疑問に思うことのほうが多かったです。

「旅館宿泊業はこういうものだ」というふうに教わっていたら、疑問に持たなかったかもしれませんね。

ただ、私は比較的染まりやすいタイプで「まあ、そのやり方もしょうがないのかな？ でもどうなのかな？」などと思っているときに、主人がバツパサリと「そんなのナンセンス！」と後押ししてくれました。私は「変だなんて思ったことは、そのまま素直に言っていたんだ」と、自信が持てました。

**玉井**：今日の本題に入っていきますが、まずは今、観光庁が推進している“地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業”に関して、陣屋さんの大きな事業指針である、旅館運営システムの陣屋コネクト、それから旅館再生の新たな視点である里山コネクト、さらには大山・丹沢地域が連携する里山トラベル、などがどのように関連していくのかを中心にお聞きしたいと思います。陣屋さんは歴史的に宿泊業でスタートということですが、鶴巻温泉は首都圏とはいえ、このローカル性の高い場所で旅館ビジネスをやるという、この地域性に関して、当初どのようなことにお感じになりましたか？

**宮崎**：この温泉地も40年くらい前までは、まだ16～17軒のお宿があり、いわゆる温泉街の雰囲気何とか保たれるような状態だったのですが、私がこちらに参りましたときには、既にお宿は数軒になっていました。今ではマンションが立ち並んでいる場所、そこはほとんどが、昔旅館の跡地です。旅館は不動産事業にとってある程度まとまった土地が手に入るといって、用途地域上は商業地区扱いで、建蔽率的にもマンションなど高いものが建てられます。住宅地が広がり、温泉街の雰囲気は薄いのが現状です。

**玉井**：この鶴巻地域にあつては、温泉旅館ビジネスの視点を変えざるを得ない。収益構造を変えるにはそれ以外のビジネスも考えなきゃいけないというお考えは最初からおありになったのでしょうか、それともある程度経験されてから、お考えになったのでしょうか？

**宮崎**：今、柱の一つになっている陣屋コネクトは、後から派生したものです。最初、陣屋に携わった際の主力商品は、宿泊と日帰り客の2本の柱でした。でも、やっぱりビジネスを安定させるために、もう1本の柱が欲しいと思い、まず先に手をつけたのがウエディングでした。

どんなに他の収益が落ち込んでも、結納ですとか、お顔合わせですとか、晴れの日のシーンでのご予約を、年間60～70件、コンスタントにいただけていましたので、ここに活路が見いだせるかもしれないと思い、ウエディングをやろうと決めました。

ウエディングビジネスは外注・委託商品が主流ですが、私どもはシテイ

型ホテルのようにリソースも大きいわけではなく、ウエディングをやるにあたっての室料は旅館宴会との釣り合いもあり、そんなに高く設定はできませんでした。そこでできるものは内製化しないと、収益確保が難しいなと思いました。

例えば、ウエディング価格のPRポイントとして分かりやすいものに、室料表示があります。当時、私たちもいろいろホテルを視察する中で、収益のポイントになるのが会場費・室料の考え方でした。やはり皆さん大きな商品を購入する際、最終的金額での値引き交渉が発生しますよね。例えば車を購入するときに、最後の諸費用をちょっとでもと値引き交渉に持ち込むじゃないですか。そうなったときに、私たちの商品で、例えば料理とかで値引きをしてしまうと、料理の原価率維持ができなくなるか、原価率を合わせるために料理の質を下げることになります。結果、お二人は満足しても、ゲストは満足しないことになりかねないですよね。これは決して良い結果にはなりません。

絶対に料理料金は死守したいと考えたときに、取り扱うアイテムを自分たちで内製化すればある程度そこでコントロールできるのではと考えました。

最初になげなしの投資として、着物を5着買いました。白無垢2着と、色打掛、あとは引き振袖を。ウエディングドレスは、私たちにはちょっと分らなかったです。最後のフィッティングのところは専門に任せたいほうがいいと思います、提携店にお願いしました。

その提携店には、もちろん和装もありましたが、できればドレスを専門的にケアしてほしいと、最初からお伝えして契約しているので、そこは一切、今までもめたことはありません。結局、価格に対しても、私たちはメーカーから直で購入しているので、衣装店と違って倉庫の保管代もかかりませんし、比較的リーズナブルに価格設定することができ、クオリティーの割には、お客様にご納得いただける金額を提示できています。したがって、思ったほど値引き交渉に持ち込まれません。お客様が価格に納得してくださり、収益を確保できたんです。

**玉井**：価値と価格設定の関係がうまくマッチしたということですね。

では次に、新たな収益構造で、立て直しを図る中、注目のクラウド型陣屋コネクトをお考えになった経緯など、何かきっかけがおありになったのでしょうか？

**宮崎**：一つには、零細企業が独自でサーバーを持つことの難しさでした。私は前職が東芝のリース会社勤務で、当時主力商品のdynabookを企業向けに販売していました。ご存知のように、企業のパソコンは大体5～6年で入れ替えをします。その際には移行作業の大変さと併せ、多額の入替え費用が発生します。大企業でしたらそれも可能ですが、零細企業ではなかなか頭の痛い問題です。そのような中、クラウド運用に注目し、自社でのシステム開発からクラウド型管理に行き着きました。

**玉井**：それ以前、陣屋のデータ管理はどのようにされていましたか？

**宮崎**：紙ベース、いわゆる台帳管理です。

引き継いで驚いたのは、パソコンは1台しかないのに、無線LANが2本も入っていたというようなちぐはぐなケースがいくつもあったことです。主人は無知な顧客を欺くような取引先や、意味もなくお付き合いしていた知人の紹介業者の見直しをしました。でも、本当に昔から、親身にいろいろ相談のつてくださる場所は、引き続き今でもお付き合いがあります。

**玉井**：陣屋システムのポイントの一つに、人事労務管理対応があるわけですが、当時もこの問題というのは、やはりかなり大きかったわけですか？

**宮崎**：当時パートが100名くらいいましたが、その管理もノートでの手作業でした。あとは調理場の問題ですよね。仕入れ業務や労務管理も全部手書きでした。

もともと旅館業やホテル業では、食材の仕入れ管理が問題でした。特に旅館は調理人に一任するケースがほとんどでしたので、オーナーサイドが管理し難く、目が届かない環境が発生し易い、と諸先輩方から伺って

いました。そのためにも、仕入れ業務のシステム化は必須でした。

**玉井**：確かに仕入れ管理に関しては、当時はまだ調理サイドに職権的意識もあり、特殊な領域でしたね。

**宮崎**：今はコンプライアンス対応や、明朝会計化するためにも、人と物とお金の流れを組織として誰が見ても分かるように可視化しなければいけません。これは、経営をする者の責務です。

もちろん、宿泊予約もそうですし、顧客管理もそうですけれど、それをみんなばらばらにやっていると、いくら人手があっても足りません。なので、これを一元管理する目標が最初からありました。

**玉井**：大規模ホテルは、宿泊・宴会婚礼・料飲・その他管理系と複数のシステムで管理していますが、最終的に財務会計と連携するところが結構大変ですけど、陣屋システムは最初から会計に合わせてシステム設計されたわけですね。

**宮崎**：主人は最初からExcelは使わないで、最後の経営分析まで持っていきたいという考えでした。私も東芝で働いているときに、Excelは便利ですけど、Excel中毒者を作ってしまうと思いました。

**玉井**：陣屋コネクトの導入効果により要員管理も合理化でき、業界でも先進的な週休2日制さらには3日制を採用されました。そこで一番お聞きしたいことは、この要員体制と“収益構造”の課題です。収益をカバーするには、稼働率が単価を上げることとなります。または新たな収益構造をつくるしかないですが、この辺はどのようにお考えになりましたか？

**宮崎**：まずは、単価を上げるところから着手しました。ただし、改装などの設備投資は資金的に厳しい状況があり、いきなりハードウェアに手を付けることができませんでした。そこで料理であれば、大きな投資をしなくても、工夫と努力で単価を上げられるかもしれない。

**玉井**：その場合、一番ポイントになるのは、メニュー構成と“食材”ですよね。どういう食材をどう使うか。それが原価にどう跳ね返るか。このところは、どのように対応されましたか？

**宮崎**：最初に当時あったメニューを、全部原価計算し直しました。結果、原価率が60%以上のメニューもありビックリ。そのメニューは、その日のうちに販売を停止しました。

**玉井**：次に、“里山コネクト”を立ち上げられましたが、どのようなものかその意図をお聞かせいただけませんか？

**宮崎**：今までの陣屋コネクトは、1施設に対して提供する仕組みでした。今、観光庁が推進している“地域一体となった観光創生”に対する宿泊施設のDX化は、地域内における各宿泊施設のレベル差があり、なかなか難しいものがあると思います。やはり、一番のポイントはその地域にDXを理解できるリーダー的経営者がいるかどうかです。ご年配の方でも良いのですが、できれば代替わりし、DXリテラシーのある若手経営とその右腕になるスタッフがいらっしゃるかどうかが、重要なポイントとなります。

では、そのような状況にない中小の宿泊施設はどうするのか。そのため考えたシステムが、里山コネクトです。個別に導入することが難しいのであれば、地域全体でエリア導入するのはどうだろうと。例えば、同じ温泉街とか地域の中で5店舗入れてくだされば、当社のサポートメンバーをその地域に2～3週間常駐させ、個別指導と併せてその地域のDX化のお手伝いができるのではないかと考えました。

1社に対して人を派遣してしまうと、やはり費用の問題など、今までのベンダーさんと変わらなくなってしまいます。里山コネクトは、1施設に対しての





専用機能の開発はせず、その地域の統一モデルが大前提です。まずはできる施設から導入し、その利便性や有益性を目に見える形で実現し、開示することが重要です。

そこで重要なのは、納期を約束しないことです。それを約束してしまうと、納期自体が目的化してしまうおそれがあり、過大な労力と費用を投入しなければならず、現状の導入スタイルと同じになってしまいます。

あと、システム開発は汎用性のあるものからです。イメージとしては、みんなでエンジニアを雇用する。例えば10社、20社、30社と、地域全体でエンジニアを雇用するという考え方になれば、比較的リーズナブルな価格でシステムをご利用いただけるようになります。

今、DXという言葉が一人歩きして、皆さん身構えていると思うのです。少し前のITという言葉でさえ、身構えていたのですから。

**玉井**：地域一体のDX化となると同じ宿泊業界はともかく、レストランや仕入れ業者など、多岐にわたる事業者とも連携・協同せねばならず、このレベル差をどのようにお考えでしょうか。

**宮崎**：地方に行けば行くほど、観光が基幹産業になっている地域がたくさんあります。やはりその中心は宿であり、そこから波及していかないと非常に難しいと感じています。

Go To トラベルキャンペーンも、当初は「旅行業や宿泊業にばかり補填して!」と言われました。が、宿泊産業は私どものような小さな施設でも、毎月の取引先は100社以上になります。Go To トラベルキャンペーンは、悲喜こもごももありました。正直つらかったこともあります。が、地域への波及効果も大きく、徐々にではありますがその役割が理解されつつあると思います。

このコロナで大きなダメージを受けた方はたくさんいらっしゃいますが、あのキャンペーンで助かった人たちも正直たくさんいらっしゃいますし、キャンペーンを否定することはできないと思います。ただし、やり方をもう少し工夫すべきとは感じていました。

地域一体となったDXに関連し、気になっていることがあります。それは、インボイス制度です。宿泊施設は対応しても、中小の取引先で対応できないところもかなりあると思います。

私たちは取り引きしたいけれども、零細な取引先などそれができないとなると、どうしても取引先を変えられないしかありません。廃業を考えている取引先もあり、「地域一体となった……」はどうなるのか気になります。

正直この10年、これだけIT化と呼ばれていた中で、対応を怠ってきた側も悪いと言えばそれまでです。例えば、何かしらの仕組みが入っていて、明朗会計になっていれば対応のしようもあるのですが……。であれば、いきなり店じまいする必要はないのではと思います。その辺をもう少しバックアップするような政策がなかったものかと。でも、どこかで線引きしなきゃいけない日がやってくるのであれば、それが今になっただけなのかなと。でもちょっと苦い思いはあります。

**玉井**：今後、観光での地域一体化を進めていくうえで、このような課題も含めて、宿泊業が核になることは間違いありません。現在いろいろな公的補助金制度もありますが、申請される地域のレベル差をどのように審査するかは大きな問題だと思います。

**宮崎**：その補助金の趣旨や制度設計の在り方もですが、やっぱり補助金を受け取るのが上手なところと、上手じゃないところは出てきますよね。

観光庁の高付加価値化補助金制度では、5社以上集まらないと申請対象にはなりません。この地域では集まるところがなく、陣屋では殆ど自己資金対応です。今、私どもが携わっている、兵庫県湯村温泉にある緑屋\*は、新温泉町のコミュニティーに入れてもらえたので補助金対象になりました。

\*2023年3月、兵庫県・湯村温泉に陣屋グループが手がけ、オープンした「湯村温泉 緑屋」

**玉井**：それは、地域にDMOや自治体の観光推進部門があったからですね。

**宮崎**：そうですね。高付加価値化補助金を受け、リノベーションできましたので、非常に助かりました。多分、あれがなかったら、私たちも開業できなかったでしょう。が、この陣屋は現状の鶴巻温泉地域では、なかなか難しい。

**玉井**：地域一体と併せ、旅館の“泊食分離”とよく言うじゃないですか。地域として分離したときに、レストラン、居酒屋など行き先があるような地域は良いですけど、ないところできなり泊食分離を言っても始まらないですよ。この鶴巻地域はどうでしょう。食事を仮に分離した場合、この地域で楽しんでいただける飲食施設はありますか。

**宮崎**：ここは難しいですね。陣屋は従来どおりのスタイルしかないと思っていますし、“食事が売り”なので。1泊2食付きだけではなく、“1泊朝食付き素泊まり”もお受けしていますが、結局皆さん、ルームサービスとか、軽食とか取ってらっしゃる方が多いです。

一方、湯村温泉では、1泊朝食付きを基本とし、夕食はなるべく外に行っていたくプランを中心にしています。が、お客様から「外に行くのは面倒だから食事を出してほしい」との要望があり、一応、カレーとか、ドリアとか、軽食をご用意しています。もっと充実して欲しいと言われるお客様もいらっしゃいます。

**玉井**：お客様は、わざわざ温泉地に行きゆっくりしたいときに、温泉に入っただけ、散歩するのはともかく、食事処まで探すのは嫌だという方は、相当数あるのだろうと。

**宮崎**：ホームページ上でも、夕食難民が出ないように宿泊と同時に、夕食も確保するあたりの販売をしていますが、気付かない方も……。

ただ、試みとしてはまだ始まったばかりなので、町を一体化して活性化させる概念や意図が、まだお客様にあまり浸透できていません。官民一体となってアピールはしていますが、まだこれからでしょう。地道にやっつけば、お客様側も意識変化が進んでいくはずと思っています。

**玉井**：泊食分離が難しいのは、常に料理を出す宿泊施設では、その質や量そして価格相当のレベルが分かれますが、分離した場合、その地域全体で、飲食に関する施設が“ジャンル、レベル、軒数や規模”など、どのくらいあれば良いのか、やっぱりDMOなり第三者機関が中心になり考えなきゃいけないようになってきますよね。

**宮崎**：そうですね。現在、緑屋ではお客様にとって過不足なく楽しめるレベル感のお店を調査し、スタッフが行ってお願いしています。今後この仕組みのポイントとなるのは、提携先の選定になります。宿泊施設のお客様のレベル感に合わせ、提携しなくてはなりません。そうしていかないと、商品がブラッシュアップできません。人気のある旅館とは皆さん契約したいはずですが、ビジネス的には選定するスタイルになるでしょう。全部と契約してしまったら、お客様はどこを選んでいいのかが分からなくなる。

現在、自治体で運営されているサイトはどうしても平等性が優先されてしまうので、“あいうえお順”とかで表示されると、お客様はもう何が何だか分からないですよ。結果、サイトを立ち上げても、使う人がいないような状態になってしまいます。やはりそこに、ある程度民間的なレベル感や商品のブラッシュアップの概念を持ち込まないと、結局使われなくなってしまいうのではないかなと思っています。

**玉井**：将来的に旅館業のDX化をどのようにお考えでしょうか？

**宮崎**：まずは、里山コネクトの概念を理解していただくことが必要と思っています。最近、自治体や各関係方面からもお問い合わせがあります。私は“人材不足”の視点からも、大きな目標として副業も地域連携のもとに“従業員のシフト管理”が地域でできるようになったらいいと思います。例えば、土日は旅館で働き、月曜日は観光協会、火水休んで、木曜日は飲食店で働くみたいなスタイルです。

**玉井**：日本では労働人口減が始まっています。そこで、外国人雇用という課題に関し、今お話しになったような働き方のためにも、企業単独ではなく、地域産業全体で受け入れや研修・育成体制を構築するようなお考えは

どうでしょうか？

**宮崎**：良い考えですね。現状を考えると、外国人従業員の雇用は前向きに検討しなくてはなりません。ただ、提供するサービスレベルによってはお客様側の反応もありますから、その辺をどのように対処できるかだと思います。グローバル化やダイバーシティの概念は、もちろん重要です。ただ一方で、日本の観光や旅館産業を考えたとき、ナショナリティとかローカルの概念をどのように表現できるかの視点も重要だと思います。言ってみれば、“日本の本質的表現”の考え方ですね。

**玉井**：インバウンドに関しては、どのようにお考えになっていらっしゃいますか？

**宮崎**：陣屋の宿泊に関しては、インバウンド比率はコロナ前で1割未満とあまり高い宿ではありませんでしたが、今はやはり、少しずつ増えてきています。ただ、ウエディングに関しては、国際結婚の方とか、お二人とも海外の方とか昔から外国人比率が高く、今でも問い合わせが増えている状態です。

**玉井**：日本の観光という視点から、世界に発信していく一つの手段として、陣屋さんのような庭園、建物、内装、装備品や意匠も含めて、観光庁が進める富裕層ビジネスに対して重要なキーになる宿だと思うのですが、そういうものを積極的に売っていくというお考えはおありでしょうか？

**宮崎**：もちろんインバウンド需要は、なるべく受け入れたいなと思っています。例えばウエディングですと、海外の方の“全館貸し切り”とかも積極的に受け付けています。

**玉井**：宮崎さんのあるコラムで、恩師の武田先生という方から、歴史的なものや伝統に対して「今の科学で無にできるものを考えなさい！」というようなことを教わりました。この視点とは少し違うかもしれませんが、私は科学技術と価値の問題ではないかと思っています。DX化の持つ相反性のような問題点など、想定を超えるような科学技術の進歩は、伝統をベースにする日本式旅館サービス業に対し、どのように影響するのか。こういう素晴らしい歴史のある施設、そして地域社会において旅館宿泊業という役割を担う中で、この辺のところをどうお考えになりますでしょうか。

**宮崎**：私は学芸員コースの学生で、その武田先生は文化財の修繕とか修復などをご専門になさっている先生でした。そのお話は「何百年前もの伝統ある美術品や芸術品を、今修繕する私たちは、結局中継ぎでしかない。永遠に保たせるというのは無理なので、次の50年とか100年を目指して修繕をする。そうすると科学技術は必ず進歩するものなので、50年後とか、100年後まで保てば、その時点でまた新しい技術で修繕なり修復なりを行うことができる。そこまで保たせるように目指せば良いのだと。ただし、そのものを傷つけてしまうと、損なうようなやり方、例えばコンクリートで固めるとか、そういうことをしてしまったら次まで保てなくなってしまいます。だから、今の私たちの修復技術で、100年保てれば、またその時点で0からのスタートになっても構わない。重要なのは、その素材そのものを傷めるようなことをしてはいけない。修繕はゼロ（無）に戻せる状態にしておくことが大切」というようなことです。

ですから、必要以上に強いものにはいけないと。例えば、美術品の接着なども水溶性のもので、水で溶いたらちゃんと元に戻るとかですね。

**玉井**：掛け軸などは、修復可能な仕様になっていますね。

**宮崎**：そのような形で元に戻せる。で、そこからまたスタートができるように考えていく、素材を駄目にしないように修繕・修復し、私たちは次にボタンを繋げば良いと教わりました。結局、旅館もそうなのですね。素材そのものが駄目になるようなことをしては駄目だなと考えています。伝統や文化とは、そうやって継続されるものなのではないでしょうか。やっぱり時間や伝統は、お金じゃ買えませんね。

**玉井**：では旅館経営者という立場で、日本の観光産業を担う、いや、担ってほしい次世代にどのようなことを一番望まれますか？

**宮崎**：何よりも、観光産業に興味を持っていただきたいですね。いろんな産業や主人の製造業を見ていると、既にある程度成熟しています。が、観光業、サービス業はまだまだ成長過程にある産業です。ちゃんとやれば、夢を持てる産業だと思います。

ただ、大変残念ですけど、現状を見ると労働条件など、他産業に比べ決して良いとは言えないところがあります。観光系の大学であっても、先生方の中には教え子を積極的に観光産業へ薦めない方もいらっしゃると思います。私たちの反省も込め、そのような先生方に、「良い仕事だよ！」って言ってもらえるような業界にしないと、人材は集まらないでしょう。

**玉井**：大学、先生方の意識変革も必要ですね。

**宮崎**：心配されるお気持ちも分らなくはないのですが。特に、この旅館業界は家業的なところも多く、なかなか外から人材が入りにくい面があります。現在、活性化している地域には、核となる優秀な後継人材がいっぱいいます。その人材育成を、言い方は悪いですが“運に任せる”的に期待するのは限界があります。

また、産業構造問題でいうと、この業界は一見他産業からも参入しやすいように見えますが、設備投資面や衛生管理面、そして要員管理などやってみると、実際かなり運営ハードルは高い産業です。投資家やオーナーとして参入はしても、第一線の運営をしっかりマネジメントし、人材育成するのはかなり難しい問題と感じています。やはり、観光庁の言う“家業から企業へ”そして長い目で本質的な観光人材育成を産官学一体となって考えねばならないのではないのでしょうか。

**玉井**：この問題は、観光産業あるいは宿泊産業の視点だけで考えても解決しない問題です。よく言われる“稲を育てる、森を育てる、人を育てる！”のとお時間をかけ、多様な視点で切り口を整理していかないとなりません。

最後に、宮崎さんの座右の銘は、おありになりますでしょうか？

**宮崎**：座右の銘ではありませんが、今、陣屋グループ全体のコンセプトとして“旅館を憧れの職業にしよう!!”という合言葉を目標にし、そこは見失わないように、前進したいと思っています。そのためにはCS、ES、Profit、この3つの指標をしっかりと達成することが何より重要です。それがないと、やはり前進できません。少し前までのサービス業は、お客様の満足度（CS）にとらわれ過ぎていたのではないかと感じていました。ややもすると、従業員の皆さんの犠牲のもとに成り立っていた面もあったように感じます。

2014年に休館日を取り入れると決めたときに、思いもよらぬ事象がありました。今まで以上に休みが取れるようになり、私より年長の従業員の皆さんが、まず何をしたかという、皆さん病院に行き出しました。ご年配ということもありましたが、皆さん何かしら体調不良であったのを騙しだまされ、本当に申し訳なく、頭を下げました。定休日を導入したことで、従業員の皆さんの“身体のメンテナンス”も積極的かつ定期的に受けられるようになりました。

**玉井**：これは、非常に重要なところですね。

本日はお忙しい中、いろいろ貴重なお話をお聞かせいただき、本当にありがとうございました。



インタビューを終えて  
左側 宮崎知子氏、右側 玉井和博特任研究員



## 2023年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」のご案内

宿泊産業を中心とするホスピタリティビジネスの運営・経営に関わることから、刻々と変化するOTA、ホテル資産投資、観光地開発、インバウンドなど観光立国としての政策まで、幅広い内容について最新の知識を各業界の第一線で活躍されている講師から直接聞ける全28回オムニバス形式の講座です。また、課外活動としてホテル見学会を実施し、毎年ご好評をいただいております(次ページ参照)。ホテルで数年勤務されて今後のキャリアアップをお考えの方、異業種にお勤めで新しい視点や人脈を得たい方、これからホスピタリティ産業に進もうと考えている方など、多くの方のご参加をお待ちしております。

### 2023年度 講義時間表

火・木曜日 19:00～20:30、土曜日 13:30～15:00 ※開講式9月23日(土)は13:00～15:00

(2023年6月16日現在)

月	日	曜日	科目	講師	
9月	23	土	開講式	観光研究所所長、立教大学 観光学部教授 観光研究所副所長、立教大学 観光学部教授	橋本 俊哉 庄司 貴行
	26	火	観光の現状と今後の取組	観光庁 観光戦略課 課長補佐(総括)	田代 悠真
	28	木	本質から考える「ポストコロナにおけるホテルの意義と再定義」	宿屋大学 代表、立教大学 観光学部兼任講師	近藤 寛和
	30	土	リゾート、ホテルと地方創生	株式会社リゾートプラス 代表取締役	澤田 裕一
10月	3	火	旅館マーケティングの視点	國學院大学 観光まちづくり学部教授	井門 隆夫
	5	木	新たな旅館経営とDX化について	株式会社陣屋 代表取締役女将	宮崎 知子
	10	火	アフターコロナの地域観光戦略とじゃらん (OTA) 戦略について	株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター長、「とーりまかし」編集長 立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科兼任講師	沢登 次彦
	14	土	ショッピングツーリズムとは	一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 代表理事/事務局長 株式会社USPジャパン 代表取締役社長	新津 研一
	17	火	世界のガストロノミーツーリズムの潮流 「食文化振興による地域づくりと生態系回復」	イタリアGenuine Education Network ファウンダー 株式会社GEN Japan 代表取締役社長 土と生態系回復コンソーシアムJINOWA 代表	齋藤 由佳子
	19	木	ホスピタリティ空間	桜美林大学 ビジネスマネジメント学群教授	山口 有次
	21	土	ホスピタリティ産業の環境経営	宮城大学 食産業学群准教授、立教大学 観光学部兼任講師	丹治 朋子
	24	火	地方での観光ビジネスについて	株式会社ヤドロク 代表取締役社長	石坂 大輔
	26	木	ホテルインテリアデザイン・観光デザイン	Mark Ito Design, Inc.、MID Hawaii、MID Japan株式会社 代表 立教大学 観光学部兼任講師	マーク 伊東
	28	土	ホテル開発の動向及び課題	合同会社CREONS 代表、株式会社バレスホテル シニアアドバイザー	林 成志
11月	7	火	シティホテルの運営について ホテルマネジメント契約の今-高度化する求められるホテルマン像	アーク&カンパニー 代表	後藤 克洋
	9	木	これからの外食産業の展望	ロイヤルホールディングス株式会社 代表取締役会長 京都大学 経営管理大学院 特別教授	菊地 唯夫
	14	火	ホテルの人材育成と人的資源管理論	株式会社帝国ホテル 人事部人事課マネジャー	飯田 広行
	16	木	クラシックホテルの歴史と意義について	株式会社ホテルニューグランド 常務取締役 総支配人	青木 宏一郎
	21	火	ブライダルの現状とプランナーの役割について考える	リクルートブライダル総研 所長	落合 歩
	25	土	国際ホテル経営論	H.A. Advisors, Limited 代表取締役 立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科特任教授	阿部 博秀
	28	火	ホスピタリティアセットマネジメント	Flat Collaboration合同会社 代表 一般社団法人Intellectual Innovations代表理事 立教大学 観光学部兼任講師、京都大学経営管理大学院 寄付講義設置者	池尾 健
	30	木	ホスピタリティ産業のデータ活用	国士舘大学 21世紀アジア学部講師	河田 浩昭
12月	2	土	ホテルのレベニューマネジメント	株式会社サイグナス 代表取締役	丸山 英美
	5	火	由布院の観光地づくりと旅館経営	由布院 玉の湯 代表取締役社長	桑野 和泉
	7	木	ホテル業とキャピタルマネジメント論	一般社団法人日本宿泊マネジメント技能協会 副理事長 ホスピタリティキャピタルマネジメント株式会社 代表取締役	平 浩一郎
	9	土	ホテル資産投資の概要	株式会社ブレインピックス 代表取締役、立教大学 観光学部特任教授	沢柳 知彦
	14	木	ホテル旅館の法規	畑法律事務所 弁護士、立教大学 観光学部兼任講師	小池 修司
	16	土	ホスピタリティ産業の課題と展望 ～ホテル事業を中心として～	日本ホテル株式会社 常務取締役、東京ステーションホテル 総支配人 立教観光クラブ会長	藤崎 斉

※日程などに変更が生じた場合、当研究所ウェブサイトにて最新の講義時間表を掲載いたします。

### 2022年度受講生の声

- ・インバウンドが復活した今、何をすべきなのか、背景にどんな理由があるのか、ビジネスモデルがどのように変化しているのか、駆け足で学ぶことができ、また次の5年を生き抜く羅針盤を得ることができたと感じています。
- ・多彩な講師陣とその話術、最新の情勢を反映した講義内容はもとより、受講者の理解に配慮したカリキュラム構成により、当方の基礎不足にもかかわらず、本当によく理解できました。
- ・ホテル業界の人のみならず、私のような業界外の人間にも、全ての講義が非常に興味深く、また、業界の今のリアルを知ることができて、大満足でした。

## ホスピタリティ・マネジメント講座 課外活動 ホテル見学会 (2022年度)

### sequence MIYASHITA PARK (東京・渋谷)

2022年11月1日 (火)

次世代型ライフスタイルホテルとして注目度の高い sequence MIYASHITA PARKを見学。顔認証システムによる無人チェックインカウンターや全客室にタブレット設置など、積極的にDXを取り入れる一方で、公園のように誰にでも開かれたロビーラウンジ、フレキシブルなチェックイン&アウトの時間設定、フレンドリーなコミュニケーションスタッフ、館内を彩るモダンアートなど、心地よい温もりのあるホスピタリティを充実させた魅力的なスペースでした。



sequence MIYASHITA PARK



帝国ホテル

### 帝国ホテル 東京 (東京・内幸町)

2022年12月1日 (木)

受講生アンケートで毎年根強い人気の帝国ホテルの見学会が実現。1890年、世界各国の賓客を迎える「日本の迎賓館」としての使命を担って開業したこのホテルが、2024年から12年の歳月をかけて建て替えを行います。大きな変革の時を迎えながらも、日本のホテル業界におけるリーディングカンパニーとしてお客様をお迎えし続けるために、帝国ホテルが大切にしてきたもの、そしてこれからも大切に守っていくものを教えていただきました。

## 募集要項

1. 受講期間：2023年9月23日 (土・祝)～12月16日 (土) 全28回  
火・木曜日 19:00～20:30 (90分)、土曜日 13:30～15:00 (90分)  
修了式：2024年2月3日 (土)
2. 講義形態：立教大学池袋キャンパスでの対面講義およびオンライン講義 (ライブ配信)  
受講生は講義ごとに、対面講義・オンライン講義を選択できます。  
ただし、講師の都合などによりオンライン講義のみの場合があります。
3. 受講対象：高等学校卒業以上もしくはそれと同等の能力を有する者
4. 受講料：▶一般 50,000円 ▶立教大学学生 25,000円  
▶立教大学卒業生・学生 (立教大学以外) 40,000円
5. 定員：100名 (先着)
6. 申込期間：2023年7月28日 (金)～9月4日 (月)
7. 申込方法：観光研究所ウェブサイトの「ホスピタリティ・マネジメント講座」内の「日程・募集要項」欄より申込フォームURLにアクセスし、必要事項を記入してフォームを送信してください。
8. 特典：ご希望の方に、立教大学図書館を利用できる図書館利用証を発行いたします。
9. 修了要件：全講義28回の3分の2以上の出席と修了レポートの提出



詳細はこちら

講座の詳細は、当研究所ウェブサイトをご覧ください。

講座に関するお問い合わせは、観光研究所事務局までご連絡ください。

## 2023年度「観光地経営専門家育成プログラム」再開のご案内

観光による地域振興を図るためには、変化する観光の動向を的確にとらえ、観光地を革新し、マネジメントする能力を持った人材が求められます。そうした知識・スキルを持った人材＝観光地経営専門家を育成することを目的とした知識の習得と、観光地経営に必要とされる調査分析方法を学ぶ講座です。

### 募集要項

1. 受講期間：2023年9月30日（土）～11月25日（土）13：25～15：05、15：20～17：00  
講義7日（14回）土曜午後：9月30日、10月7日、10月14日、10月21日、10月28日、11月11日、11月25日  
フィールドワーク：任意参加\* 川越、湯河原  
\*交通費、昼食は自己負担です。  
修了式：11月25日（土）講義終了後
2. 講義形態\*\*：立教大学池袋キャンパスでの対面講義およびオンライン講義（ライブ配信）  
\*\*受講生は講義ごとに、対面講義・オンライン講義を選択できます。
3. 受講対象：大学卒業以上、もしくはそれと同等の能力を有する者（社会人・大学院生など）
4. 受講料：60,000円
5. 定員：20名（先着順）
6. 申込期間：2023年8月24日（木）～9月7日（木）
7. 申込方法：観光研究所ウェブサイト（<https://www.rikkyo.ac.jp/research/institute/it/>）「観光地経営専門家育成プログラム」内の「日程・募集要項」欄より申込フォームURLにアクセスし、必要事項を記入してフォームを送信してください。
8. 特典：ご希望の方に、立教大学図書館を利用できる図書館利用証を発行いたします。
9. 修了要件：出席状況（すべての講義への出席が望ましい）・レポートの提出



詳細はこちら

講師・講義時間などの詳細は、観光研究所ウェブサイトをご覧ください。  
講座に関するお問い合わせは、下記まで電子メールにてご連絡ください。  
「観光地経営専門家育成プログラム」専用メールアドレス：ikusei-p@rikkyo.ac.jp

## 2023年度観光地経営専門家育成プログラム講義時間表（予定）

★最新情報は研究所ウェブサイトにて随時掲載します。

（2023年6月16日現在）

日付	講義名	講師
9/30（土）	オリエンテーション	橋本 俊哉 立教大学 観光学部 教授
	観光地における価値の創造	安島 博幸 立教大学 名誉教授
10/7（土）	観光地の調査分析方法1	佐藤 大祐 立教大学 観光学部 教授
	観光地からの情報発信	抜井 ゆかり 株式会社トラベル・キッチン 代表取締役 立教大学 観光学部 兼任講師
10/14（土）	観光地のソーシャルインノベーション①	柴田 吉隆 株式会社日立製作所 デザインセンタ 主管デザイナー 立教大学大学院ビジネスデザイン研究科 客員教授
	観光地のソーシャルインノベーション②	
10/21（土）	観光地の調査分析方法2	西川 亮 立教大学 観光学部 准教授
	町並み観光地の経営	満尾 良隆 立教大学 名誉教授
10/22（日）	フィールドワーク1（川越）	
10/28（土）	観光地の調査分析方法3	野原 克仁 立教大学観光学部 教授
	新しい観光地経営の事例分析	沢登 次彦 株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター センター長 立教大学大学院ビジネスデザイン研究科 兼任講師
11/11（土）	温泉観光地の経営	梅川 智也 國學院大學 観光まちづくり学部 教授
	温泉観光地の経営事例分析	
11/19（日）	フィールドワーク2（湯河原）	大西 律子 目白大学 社会学部地域社会学科 教授
11/25（土）	地域人材を育てる新たな視点と仕組み	
	総括	橋本 俊哉 立教大学 観光学部 教授



## 2023～2024年度「旅行業講座」のご案内

国家試験である旅行業務取扱管理者試験を2024年度に受験される方を対象に、「2023～2024年度旅行業講座」を立教大学池袋キャンパスにて開講いたします。この講座は公開講座ですので、立教大学の学生のみならず、他大学の方や社会人の方も受講できます。

**募集要項 (予定)** 最少開講人数各コース15名

1. 受講期間：2023年12月2日～2024年10月上旬\*  
土曜日13：50～15：20、15：30～17：00（2回連続）\*\*  
\*コースにより講義日が異なります。 \*\*講義時間や回数異なる日があります。
2. 講義形態：立教大学池袋キャンパスでの対面講義
3. 受講対象：高等学校卒業以上（もしくはそれと同等の能力を有する者）
4. コース・受講料・講義および模擬試験回数：

コース	受講料 (教材費含む) 立教大学学生／一般	講義回数	模擬試験回数
<b>国内コース</b> 国内旅行業務取扱管理者を目指す	50,000円／60,000円	30回	2回
<b>総合コース</b> 総合旅行業務取扱管理者を目指す	80,000円／90,000円	58回	3回
<b>海外コース</b> 国内旅行業務取扱管理者が総合旅行業務取扱管理者を目指す	45,000円／55,000円	28回	1回

5. 定員：50名（先着順）
6. 申込期間：2023年10月19日（木）～11月2日（木）
7. 申込方法：観光研究所ウェブサイトの「旅行業講座」内の「日程・募集要項」欄より申込フォームURLにアクセスし、必要事項を記入してフォームを送信してください。
8. 特典：ご希望の方に立教大学図書館を利用できる図書館利用証を発行いたします。

### 旅行業務取扱管理者とは

◆旅行業務取扱管理者とは旅行業法に定められている旅行者の営業所におけるお客様との旅行取引の責任者のこと。  
業界唯一の国家資格で、生涯にわたり有効な資格です。  
国内旅行業務取扱管理者試験の申込や実施  
一般社団法人全国旅行業協会：  
<http://www.anta.or.jp/>  
総合旅行業務取扱管理者試験の申込や実施  
一般社団法人日本旅行業協会：  
<https://www.jata-net.or.jp/>

### 講座の特色 株式会社JTB総合研究所（業務提携）

- ①カリキュラム 12月からスタートするため、試験対策にじっくり取り組める
- ②講師 合格実績豊富なベテランの講師陣の指導
- ③テキスト 最新情報を網羅した「JTB総合研究所：旅行業実務シリーズテキスト」を使用  
法改正や話題の観光地情報などその都度講師から補助資料を提供
- ④模擬試験（最後の仕上げ） 過去の問題を徹底分析し、本番に即した問題構成、出題形式  
弱点克服に向けて講師がじっくり解説講義

講座の詳細は研究所ウェブサイトをご覧ください。  
講座に関するお問い合わせは、観光研究所事務局までご連絡ください。



詳細はこちら

### 「合格体験記」 旅行業講座 2021～2022年度 国内コース受講生 観光学部交流文化学科 鈴木 七葉

私は国内の観光資源をもっと知りたいという単純な理由から講座に興味を持ちました。しかし、資格を取るには法律、約款、運賃計算の理解も必要になります。中には一人だと理解し難い場所もあったのですが、先生の解説を元にテキストを繰り返し解き、最終的に目標であった国内旅行業務取扱管理者試験に合格することが出来ました。

また、私の夏休みはアルバイト、サークル、長期インターン、ゼミ活動、就職活動…と毎日多忙でした。その中で合格に繋がったと感じるのは、ポイントを絞った先生の解説です。集中講義で聞くポイントや直前資料は大変参考になるもので、隙間時間を縫って何度も復習していました。私はこの講座で頂いたテキストや資料以外の教材は全く使用していません。合格のために必要なものがすべて揃った講座だと思うので、地道に努力を重ねて講座についていき、ぜひ合格を掴み取ってください。

2022年度国内旅行業務取扱管理者試験合格

## 研究員紹介

私は、インディアナ大学宗教学部博士課程のアリソン・ダーモディと言います。現代日本における宗教に関する博士論文作成のため、2022年9月中旬から東京都内の寺社で参与観察したり、学術調査及びインタビューを実施したりしています。研究目的は、日本の神社や寺院等における授与品（絵馬、お守り、御朱印、御札、おみくじ等）と、人の不安・心の平安の関わりについて調べ、それがアイデンティティとどのように関係しているのかを明らかにすることです。

最初の作業は、民族誌的手法（フィールドワークを通じた人類学や民俗学の研究方法）にふさわしい場所を見つけることでした。マルチメディア民族誌の研究方法を実践しながら、ガイドブックとオンライン情報を調べつつ、推薦された寺社を訪ね歩きました。その中の一つが、秋葉原の神田明神でした。神田明神はポップカルチャーとコラボした授与品を扱っていることで有名で、アニメオタクの描いた「痛絵馬」で知られています。私はそこで社務所に許可をいただき、授与品の調査を行うことができました。神職さん及び巫女さんに授与品に関して聞かせていただきましたが、その際にはまだ日本への渡航制限があって外国人観光客の人数は少なく、近所の方々及び日本人参拝者とたくさんの実り多い対話ことができました。

その後調査が可能な研究場所を広げつつ、千駄ヶ谷にある鳩森八幡神社にアプローチし、社務所に研究の許可をいただきました。その神社は明治神宮や日本将棋連盟に近く、境内には富士塚やたくさんのお花や木々があり、多くの参拝者や観光客を惹き付けています。そのため、様々な方と対話ができ、ごく自然に私にとってメインの参与観察の場所になりました。鳩森八幡神社では、社務所の職員さんや宮司さんのご協力と多大なご支援をいただきました。宮司さんと職員さんのインタビューを行い、授与品をデザインするプロセスや、参拝者と授与品の関係についてのご意見も聞かせていただきました。また宮司さんが紹介してくださった代々木八幡宮の宮司さんのインタビューも行うことができ、授与品の役割や、代々木八幡宮のコミュニティに関する宮司さんの夢についても対話することができました。加えて赤坂の日枝神社の権禰宜さんにもインタビューをした際は、社殿も案内してくださり、職員さんに山王祭の歴史に関連する収蔵品について多くのことを教わりました。

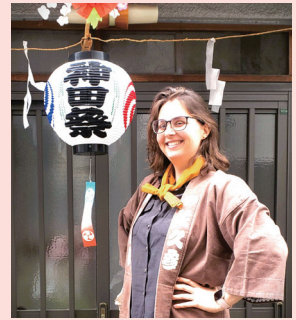
2023年2月には、京都の東山の授与品巡礼を調査するため、3日間の研究旅行を行いました。その後もスノーボール・サンプリ

## Allison Darmody (アリソン・ダーモディ)

ングの研究方法を利用し続け、他の寺社の職員のみならず、授与品巡礼サークルとのインタビュー調査を行っています。

データのコーディングはまだ途中ですが、いくつかの予備的な発見は、授与品に関して私が考えていた仮説と少しそれるところがあります。例えば、一般の人との対話の中で、宗教を意識的に2つの地層に分ける人が多いことが窺えました。一つ目の地層は、伊勢神宮、出雲大社、明治神宮など、公式な「宗教」施設です。主要な寺院もこの分類に含まれています。この地層はある程度、「日本人のアイデンティティ」と「日本文化」の宝庫を象徴していると捉えられているようです。こうしたアイデンティティはかなり厳格なものであり、直接的にふれあうことは容易ではありません。二つ目の地層は、近所の神社と寺院です。この場所は子供の遊び場であり、人生の悩みやストレスから解放される休憩場所でもあり、「ふれあう」ことのできる日常的な日本文化だと言えます。

大変興味深いことに、授与品は両方の地層に同時に存在しているように見えることです。事前の調査では、私は授与品は大衆文化の「当たり前」の一部だと推測していましたが、実は授与品はもっと微妙な立場を持つようになりました。特におみくじと御朱印は、正式で真面目な「宗教」のものでもあり同時に、人々のストレス解放のための「遊び」のものでもあるようです。授与品は有名な神社の記念品であると同時に、個人の人生のナビゲーターにもなります。宗教に関わる二つの地層を容易に飛び越えていくという現象は、日本の宗教の授与品に限ったことではありませんが、私の研究において、遊び、アイデンティティ、不安と宗教の関係について、新たな探究の道を開いてくれました。



## 紹介

アリソン・ダーモディさんは日米教育委員会、いわゆるフルブライト・プログラムの助成を受けて日本で1年間の研究活動を行ってきました。インディアナ大学ブルーミントン校で民俗学や宗教学を学び、日本の寺社と現代人のアイデンティティや社会不安の関係を、絵馬や御朱印などを切り口に研究しています。同大学は民俗学の世界的な研究拠点であり、私が学会発表で行ったことのある唯一のアメリカの大学です。

アメリカで日本宗教の研究と言えば、禅や仏教思想など、ダーモディさんの言葉を借りれば「公式な宗教」の研究がこれまでの中心で、私たちの日常にある「近所の神社と寺院」の研究はマイナーなテーマでした。しかも絵馬や御朱印、お守りのような授与品となればなおさらです。しかしよく考えると、私たちの寺社との関わりはま

ずもってそのようなモノであったり、年中行事でのお参りであったりします。むしろこういう「遊び」と一体化したゆるい関わりこそが日本における宗教の実相でしょうし、多くは観光の一環としても行われてきました。フィールドワークを通してそのリアリティを理解することは、日本研究として、また宗教学として実はとても意味があります。

ところで、日本の多くの国立大学では海外からの院生やポストドクター（ポストドク）を受け入れる体制があるのですが、立教大学では専任教員を対象とした客員研究員制度はあるものの、海外院生を対象にした研究目的の短期受け入れ制度がありませんでした。そのため、観光研究所で研究員として受け入れていただけたことは本人だけでなく私からも感謝を申し上げます。欧米で博士課程院生は自立した研究者であり、一種の職業ですので、こうした学術交流の機会が学部や研究科としても制度化されることを願っています。

(所員・観光学部交流文化学科准教授 門田岳久)

## 新規研究員紹介



研究員 田中真知

今年度、観光研究所の新規研究員を拝命いたしました田中真知と申します。昨年度まで立教大学観光学部で兼任講師として「トラベル・ジャーナリズム論」を講じておりました。学生時代からバックパッカーとしてアジア・中東・アフリカをめぐり、その後エジプトに落ち着きました。

エジプトでは観光業にかかわっていた時期もあります。エジプトは多くの歴史的遺跡で知られる国ですが、宗教的その他さまざまな事情から、カイロ市民の多くがピラミッドに行ったことがないと知って驚いた記憶があります。

私の研究テーマの一つはお土産です。旅に出ていつも迷うのはお土産ですが、ヨーロッパの各都市や博物館でゴム製のあひるのおもちゃ（ラバーダック）が多く目につくのに気づきました。ホテルのアメニティグッズから、ミュージアムグッズ、さらには都市の観光マスコット、サッカーのクラブチームのマスコットなどにいたるまで、オリジナルにカスタマイズされたラバーダックがアイコンになっている例は数多く見られます。大英博物館ではスフィンクスやローマ兵に扮したラバーダックが売上の

トップになったとも聞きました。先ごろ亡くなったエリザベス女王をかたどったラバーダックも数多く販売されています。

同じ動物でも、猫や犬ではなくて、どうして、あひるなのだろう。そこにはヨーロッパであひるがどのような存在として認識されてきたかが関係していると思われます。アメリカでもラバーダック文化はポピュラーで、大量のラバーダックを川に流す観光イベントも多数催されています。ローカルなマスコットでありながら、それはお土産品のネットワークとしてコレクションの対象にもなっています。ラバーダックを並べるとは、自分の旅の履歴を総覧することにつながります。ラバーダックが人気なのは、そんな理由があるからかもしれないなどと想像しています。



研究員 徐翰林

はじめまして。この度、立教大学観光研究所に新規研究員として参加することになりました徐翰林です。

私は中国で高校まで卒業した後、学士、修士、そして博士の学位をすべて日本の大学で取得しました。2019年に立教大学観光学研究科で観光学の博士号を取得した後、アメリカのヒューストン大学で博士研究員の経験を経て、現在は中国の嘉興大学のビジネス・マネジメント学部で専任講師をしています。2020年から立教大学観光学部で非常勤講師として英語の講義を担当しています。

私の現在の研究テーマは、「観光発展過程における関係者の主観的幸福感のメカニズム」です。これまで、観光発展と経済成長の実証的関係について研究してきました。これまでの研究は、観光が経済成長を促進する効果があるだけでなく、貧困率の低下にも寄与することに注目する傾向がありました。しかし、観光の発展が人々の生活にどのような影響を与えるのかについての研究はあまり行われていません。中国の場合、観光産業の発展に伴い、幸福水準がむしろ低下傾向にあるとの研究もあります。

旅行の起源は快樂、幸福と密接な関係があります。

しかし、観光産業がもたらす莫大な経済的利益とともに、観光の発展は経済成長と収入の増加を重視する道を歩み、幸福そのものに対する研究は遅れています。そこで、私は主観的幸福感に着目して、観光発展が人々の生活に与える影響を分析する研究に取り組んでいます。

具体的には、より詳細な調査と分析を行い、実際の現場における観光発展に関する課題について考え、理論モデルと解決策を提供することが私の目標です。また、日本に関連するデータや事例にも取り組み、日本の観光研究にも貢献できるよう努めていきたいと思えます。

以上、私の自己紹介と研究テーマ、今後の研究計画をご紹介させていただきました。これから、研究員として観光研究所の発展に貢献できるよう努力してまいりますので、よろしくお願ひいたします。





# 立教大学観光研究所 所員と研究員の紹介

## 2023年度 観光研究所所員

役職	氏名	役職	氏名
所長	橋本 俊哉		野田 健太郎
副所長	庄司 貴行		野原 克仁
	東 徹		大橋 健一
	韓 志昊		小野 良平
	羽生 冬佳		小沢 健市
	石橋 正孝		斎藤 明
	門田 岳久		佐藤 大祐
	上西 智子		沢柳 知彦
	川嶋 久美子		千住 一
	風間 欣人		高岡 文章
	毛谷村 英治		田代 泰久
	葛野 浩昭		杜 國慶
	前田 勇		豊田 由貴夫
	舛谷 鋭		安島 博幸
	松村 公明		
	溝尾 良隆		
	村上 和夫		
	西川 亮		

## 2023年度 観光研究所研究員

種別	氏名	研究テーマ
特任研究員	井上 晶子	①高齢者の学習と地域貢献活動 ②オーバーツーリズム現象から考える観光地の持続性 ③自治体における地域課題とその対応 ④ワーケーションに関する研究
特任研究員	玉井 和博	地域一体となった観光地・観光サービスの再生・高付加価値化における宿泊施設の新たな役割 ～ESG対応としての宿泊施設の安心安全品質認証制度の確立～
研究員	Allison Darmody	Paying and Praying: Votive Objects, Identity, and Religiosity in Contemporary Japan
研究員	李 彰美	濟州訪問観光客実態調査
研究員	伊藤 洋三	航空運送における旅客営業制度の考察—座席販売の変遷による影響—
研究員	徐 翰林	観光開発と社会的幸福度の実証研究
研究員	田中 真知	あひるキャラクターと観光
研究員	Tammy Wee Eng Ean	都市における貧困問題解決のために、観光が果たせる役割に関する研究
研究員	羽生 敦子	コピー版ルルド巡礼について：長崎の事例から
研究員	丸山 宗志	地方都市における産業転換と観光の浸透プロセス

※敬称省略

## 所長より一言

2020年に入ってから新型コロナウイルスの流行は、私たちの生活様式や価値観に多大な影響を与えるものでした。皆さんも、いろいろと考えさせられたことがあったのではないかと思います。

観光者の行動研究を専門とする私にとっては、オンラインが急速に普及したことで、実体験の重要性が再認識されることになった点が、その一つとして挙げられます。会議や打ち合わせなどは、時間・空間的な制約を超えた情報交換の仕組みが短期間のうちに定着して飛躍的に便利になりました。こうしたオンラインで代替できることに対して、コンサートや観劇、祭礼行事やスポーツ観戦、そして外食や観光など、これまで私たちが当たり前を楽しんできたことが「不要不急」として突然私たちの生活から奪われてしまったことで、これらを実際に体験することの価値に、改めて気づかされることとなったのです。急速に普及したオンラインツアーは、バーチャル世界旅行を体験したり、旅行が困難な高齢者の方々向けなどでこれからも進化する可能性はありますが、コロナ初期にブームとなったオンライン飲み会が、はたして今後、どれだけ行われるでしょうか。

オンラインで代替できることが増えて生活が便利になっているからこそ、私たちは「三次元で生きている」ことの意味を大事にしなければなりません。オンライン会議にしても、元々知り合いだったメンバーとは比較的スムーズに進められるのに、初対面のメンバーとでは、ぎこちなさが抜けない経験をされた方も多

いと思います。私自身も、大学のオンライン授業で顔を合わせた学生と、対面で「初めて」会った時に、印象が必ずしも一致しないことが少なくありませんでした。人の印象は、その人の表情やしぐさ、声色や体格、服装の好みなどを総合して形成されます。オンラインでは、細かな表情や視線、しぐさのようなノンバーバル・コミュニケーションの情報が限定されてしまうのです。

こうした印象の形成は、人の場合に限りません。食べたことがない料理の味はなかなか想像できないですし、実際に観光地に出かけると、訪れた季節を感じさせる匂いや出会った住民たちとのふれあいなどを通してその観光地の雰囲気を感じることが出来ます。五感を駆使する体験だからこそ印象深く記憶に刻まれるし、リフレッシュすることで免疫力アップにもつながります。本研究所で扱う講座で学ぶ観光やホスピタリティ産業は、こうした意味においても、私たちの生活に欠かせない存在なのです。

今回の新型コロナウイルスは、私たちがより豊かな生活を送るために、何が本当に大切なのか、立ち止まって考える時間を与えてくれました。その点に「感謝」しつつ、私たちは、ウイルスと共生しながらの「新たな生活様式」を構築していかなければならないでしょう。

立教大学観光研究所 所長 橋本俊哉

観光研究所だより Vol.19 2023 2023年7月1日 発行

●代表者：橋本 俊哉 ●編集：加納 奈美・山口 かずみ ●制作・印刷：株式会社REGION

[発行] 立教大学観光研究所 〒171-8501 東京都豊島区西池袋3-34-1 TEL.03-3985-2577 FAX.03-3985-0279  
E-mail : kanken@rikkyo.ac.jp https://www.rikkyo.ac.jp/research/institute/it/