

フランスの観光政策

(財) 自治体国際化協会 CLAIR REPORT NUMBER 305 (Jul 12, 2007)

財団法人自治体国際化協会
(パリ事務所)

目 次

| | |
|---|----|
| はじめに | |
| 概 要..... | i |
| 第1章 一般事情および歴史的背景..... | 1 |
| 第1節 フランスの国土..... | 1 |
| 第2節 フランスの観光業の歴史..... | 2 |
| 1. フランス観光業の歴史概観..... | 2 |
| 2. フランスの観光興隆における特徴 - 「社会福祉国家体制とインフラ整備」..... | 3 |
| 第3節 行政の変遷..... | 4 |
| 1. 観光行政の幕開け..... | 4 |
| 2. 観光行政の発展..... | 5 |
| 第2章 観光行政の仕組み..... | 8 |
| 第1節 フランスの観光行政の全体構造..... | 8 |
| 第2節 実施主体個々の役割..... | 10 |
| 1. 政府の役割..... | 10 |
| 2. 州の役割..... | 15 |
| 3. 県の役割..... | 17 |
| 4. コミューンの役割..... | 18 |
| 5. 広域行政体の役割..... | 20 |
| 第3章 統計でみるフランスの観光政策..... | 21 |
| 第1節 観光動態・経済効果..... | 21 |
| 1. 外国人観光客の動向..... | 21 |
| 2. フランス国内旅行者の動向..... | 23 |
| 3. 観光の国際収支..... | 23 |
| 第2節 現状認識とそれに対応した観光政策..... | 26 |
| 1. シビアな現状認識..... | 26 |
| 2. 政府の政策〜3つの軸..... | 27 |
| 第4章 今後の展望と課題..... | 33 |
| 第1節 従来の観光政策の継続..... | 33 |
| 第2節 持続可能な観光への意識の向上..... | 34 |
| 1. 21世紀型の課題 ～ 環境と持続性..... | 34 |
| 2. 持続可能な観光のための世界的な行政努力..... | 35 |
| 3. 持続可能な観光のさまざまな実践..... | 36 |
| 第3節 展望と課題..... | 37 |
| 第5章 ケース・スタディ..... | 38 |
| 第1節 歴史・文化遺産観光..... | 39 |

| | |
|-------------------|----|
| 1. 概要..... | 39 |
| 2. 事例：ソミュール市..... | 39 |
| 第2節 海浜観光..... | 42 |
| 1. 概要..... | 42 |
| 2. 事例：ニース市..... | 42 |
| 第3節 山岳観光..... | 43 |
| 1. 概要..... | 43 |
| 2. 事例：シャモニー市..... | 44 |
| おわりに..... | 47 |

はじめに

フランスは、観光客受け入れ数では世界第一位の観光大国である。2005年には7,600万人の観光客が世界各国からフランスを訪れ、2020年までにはその数は9,000万人に達すると、世界観光機構（UNWTO）は推定している。しかし、観光収入は世界第3位にとどまり、また昨今のテロや暴動に代表されるような治安問題、SARSなどの伝染病への不安から、観光資源に恵まれたフランス観光業もその恩恵に与っているだけでは、他国との競争に取り残されてしまうという状況に立たされている。そこで観光客のさらなる誘致のため、観光政策強化に積極的に取り組んでいる。

海外へ出かける日本人旅行者数は、年間約1,750万人と非常に多い。しかしその反面、海外からの観光客数はヴィジット・ジャパン・キャンペーンの効果などで年々増加の傾向にあるとは言え、まだその半数以下の733万人余りに留まり、観光収支は赤字を記録し続けている。フランスと日本では、大陸、島国の違いはあるが、固有の文化、景観、歴史を有し、また近年地方への権限移譲を積極的に進めている点など、共通するところも多い。また、観光資源を活用し、官民協働での観光産業の見直しと育成を推進していくことも共通の課題であり、両国ともに国を挙げて積極的な政策に取り組んでいる。このような状況の中で、地元に関する知識、地元関係者との連携が必要不可欠なこの観光という分野においては、各地方自治体が担うべき役割は非常に大きい。

本書を通じて観光大国フランスに学び、地域への観光客誘致、ひいては地域振興の活性化の一助として、活用いただければ幸いである。

(財) 自治体国際化協会 パリ事務所長

概 要

第1章 一般事情および歴史的背景

フランスが観光大国となる所以は、まず潜在的要素、つまりフランスの土地柄、歴史、文化など本来フランスが持っていた観光資源が豊かであったという点が挙げられる。そこでまず初めに、地理的、歴史的にいかにフランスという国家が観光資源に恵まれてきたかを説明し、続いてフランスにおいて観光業が行政の対象とされ始めた観光行政黎明期より今日まで、同国においていかなる行政努力・整備がなされてきたかなど、歴史的な流れを概観する。

第2章 観光行政の仕組み

フランスの主要産業である観光業においては、当然その政策にさまざまな行政主体が関わっている。この章では、国、州、県、コミューン¹、広域行政体といった各行政レベルでどのような組織が設置され、またどういった取組みがなされているのかを考察する。

第3章 統計でみるフランスの観光政策

フランスは外国人観光客受け入れ数では世界第1位であり、外貨獲得でも観光業が国内第1位の産業であるなど、観光業の経済効果は極めて高い。さらにフランスにおける観光政策は、経済的な側面だけを狙ったものではなく、国民に対しての福祉政策という側面を併せ持っていることが大きな特徴である。この章では、具体的な数字を通して、フランスの観光に関する分析を行い、フランス観光業の現状について把握する。そして、その現状を踏まえて現在行われている観光政策の中で、際立った取り組み・措置を、経済・社会福祉の両面から考察する。

第4章 今後の展望と課題

観光大国としての地位を確立したフランスが、国際的競争が高まる中、その地位を保つために今後いかなる政策を取っていくのか。またあらゆる産業において、国際的に環境問題・持続可能な開発問題が取りざたされている今日、今後どういった形の観光が求められるのか。この章では、PR活動、国土・施設の整備といった面からはやや頭打ちになっているフランス観光行政が次に進むべき方向性として、環境問題・持続可能性の問題を中心に据えた新しいタイプの「ツーリズム」を紹介しながら、今後の展望と課題を考察する。

第5章 ケーススタディ

フランスの観光は、その目的別にしばしば歴史・文化遺産観光、海浜観光、山岳観光、都市周遊観光、農村（田園）観光（グリーンツーリズム）に大別される。この章では、その中で歴史・文化遺産観光、海浜観光、山岳観光の3つに焦点をあて、代表される都市の事例を交えて紹介する。

¹ 日本の市町村に該当

第1章 一般事情および歴史的背景

第1節 フランスの国土

547,030k m²と日本の約1.5倍の国土を持ち、その地形から「エグザゴン（六角形）」と呼称されるフランス共和国は、自然景観の多様性や歴史的・文化的遺産の豊富さによって、世界一の観光大国としての地位を維持してきた。

フランスの地理的特徴としては、東から南にかけて標高の高い山岳地帯（アルプス、ジュラ、ボージョ山脈）が広がり、スペインとの国境にピレネー山脈があるだけで、それ以外には、山地や高地がところどころにみられるものの、全体としては比較的起伏の少ない平野で、緑の多い国土であることが挙げられる。

気候は、北海道と同じ北緯45度に位置しているにもかかわらず、北大西洋海流の影響により温暖で、大きく3つに分けられる。内陸部は夏に雨が多く冬は寒さの厳しい大陸性気候。南部は夏に雨が少なく高温で、冬は湿潤な気候となりミストラルと呼ばれる強い北風が吹く地中海性気候。そして大西洋側は、気温の変化が小さく一年を通して雨量の多い海洋性気候である。以上のように、地理的・気候的にも、フランスはその広大な国土にして、どの地域も決して自然環境は厳しくなく、そういった点でも観光業に適した土地柄であると言える。



第2節 フランスの観光業の歴史

1. フランス観光業の歴史概観

観光はもともと富裕な階層の特権であった。その起源は18世紀初頭と言われ、イギリスで始まった産業革命と呼応しているとされている。従って産業革命の発祥の地であるイギリスが、最初に「観光」の慣習を富裕層の間に広めた。その語源（tour ツール：周遊旅行）からもわかるとおり、当初は豪華絢爛な『欧州主要都市周遊旅行』が“ツーリズム”と呼ばれていた。それが18世紀末、ルソーやイギリスロマン派の先駆者たちが流行らせた自然崇拜的思想の流行とともに、目的地が都市から山岳地帯や海浜地帯へと移行し始めた。こうして流行の目的地となった最初の“観光地”がアルプスや南仏コート・ダジュールであった。さらにフランスでいうところの第二帝政時代（ナポレオン3世時代）頃、産業革命により新興富裕層が出現したこと、鉄道網が発達しはじめたことが要因となり、観光の慣習は王家や貴族といった特権階級から富裕ブルジョア層へと、階級的な広がりも見せ始めた。このように19世紀末から20世紀初頭には、長期的な旅行がある程度の金銭的余裕のある人々にとって、“レジャー”の一つとして認識されるようになった。

「ヴァカンス」という言葉から連想される、夏期あるいは冬期の長期観光が一般労働者階級にも広がったのは、1936年に「有給休暇制度」が取り入れられてからである。この制度の導入により、旅行があくまでも贅沢であった時代は終わり、誰もが長期の休暇を取り、大衆が同時期に観光地に押し寄せる「tourisme de masse／大衆型観光」と呼ばれる新しい時代に突入した。こうして観光が制度的に「民主化」されたところに、戦後復興から消費社会への移行が重なったこの時期、フランス観光業は大きく躍進した。

大衆型観光の興隆は大きく3期に分けられる。第一興隆期は50年代から70年代半ばにかけてである。誰もがこぞって夏期休暇をとり、長期の旅行にでかける習慣がフランスではこの時期に本格的に定着した。贅沢なレジャーであった観光が大衆化した後、70年代半ばから2000年にかけては、旅行の形態（短期の週末旅行の流行）、種類（都市観光、文化的・歴史的観光、スポーツを目的とした観光などの出現）、目的地の多様化が見られ、質や価格に対しての観光客からの要求が高くなった。この時期は大衆型観光の第二興隆期として位置付けられる。紋切り型の「ヴァカンス」から、さらに個性的で良質な観光へとニーズが広がった時代である。そして近年、さらなるクオリティが求められるとともに、環境や景観への配慮から違ったタイプの観光が出現し、現在は大衆観光の第三の興隆期にある。オーダーメイドの個人旅行が増えて、サービスがより多様化し、倫理的な側面（旅行関係者・観光客のマナーなど）が重要視され、価格競争も一段と激しくなっている。

2. フランスの観光興隆における特徴 — 「社会福祉国家体制とインフラ整備」

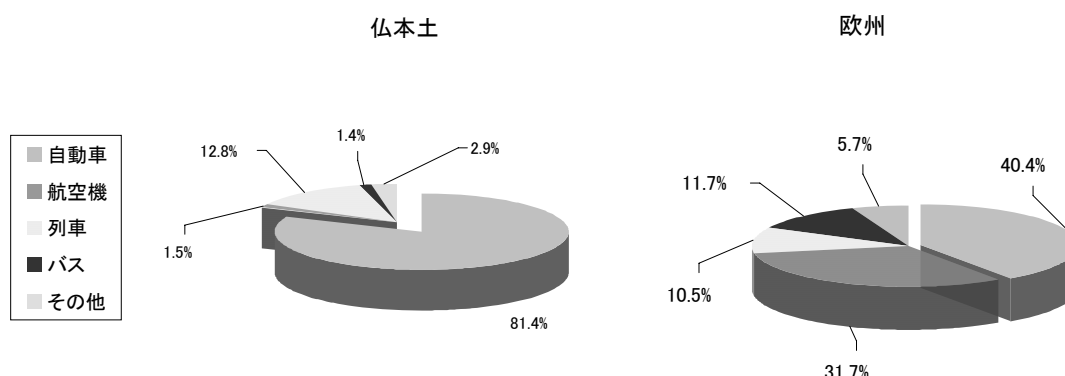
20 世紀に入ってからの観光の民主化には、不可欠な要素が 2 つある。有給休暇制度の充実と、交通・通信インフラの拡充である。このどちらの要素も、官民の協働なくしては成し得ない。フランスは独自の社会福祉国家を形成してきたが、その過程の中で有給休暇制度も大きく発展してきた。制度導入の 1936 年以来、次第に有給休暇日数が延ばされ、1936 年に 2 週間だった有給休暇は 1956 年に 3 週間へ、1963 年に 4 週間へ、そして 1981 年には現在のとおりの 5 週間の有給休暇が全賃金労働者に付与されるようになった。さらに有給休暇導入の翌 1937 年、スポーツ・レジャー担当官が据えられたことも、観光の民主化を後押しした。1930 年末までは、大衆化されたとはいえ、まだ大型のヴァカンスに出かけるフランス人は 200 万人に満たなかったが、有給休暇の日数が増やされるとともに「栄光の 30 年 (les Trente Glorieuses と呼ばれる戦後復興・経済成長期。1945 年から 1973 年 (第一石油ショック) まで) の経済成長・消費社会の勢いに牽引され、1950 年代から 60 年代に急激に旅行という余暇の過ごし方が発展した。

インフラの面からみると、まず発展したのは 19 世紀にはじまる鉄道インフラの整備である。鉄道は自動車が発達する第二次世界大戦までほぼ 1 世紀の間、唯一の長距離陸上交通手段としての地位を保ち続けた。自動車の出現により交通の手段が増えたとはいえ、1981 年の TGV の開通を中心として、今なお“速くて大量の旅客輸送手段”として発展を続けている分野である。道路インフラは 20 世紀後半に急速に発展した。特に 1970 年にはじまる高速道路網の発達が観光業には有利に働いた。現在、鉄道や自動車に代表される陸上交通インフラは国境を越えて整備され、明らかに近隣国への旅行を容易にする一因となっている。遠くへの移動だけでなく、地方団体のイニシアティブによる市街電車 (トラムウェイ) やバスのネットワーク整備が、都市内の観光に大きく貢献していることも特記に値する。さらに航空インフラの発展も忘れてはならない。航空網のおかげで、さらに遠くへ、さらに速く移動することができるようになり、目的地の選択範囲が飛躍的に拡大された。また「Easy Jet」など格安航空会社の登場により、その価格も近年信じられない程値下がりしている。

ラジオ、テレビによる観光業の宣伝、電話やインターネットによる情報収集や予約の簡略化など、通信インフラの発展が寄与していることも忘れてはならない。

有給休暇制度の進展やこれらインフラの発展が、観光業推進だけを目的として進められた事業であったわけではないにせよ、結果としてこれらが観光の民主化に大きく寄与した。

図1：フランス人の旅行の際の移動手段



(出所：2004年 フランス観光局)

第3節 行政の変遷

1. 観光行政の幕開け

行政と観光業の歴史は、1910年、当時の公共事業担当相アレクサンドル・ミュロンの発議による全国観光局（Office national du tourisme）の設置にはじまる。同時に諮問機関として高等観光評議会（Conseil supérieur du tourisme）が設立される。この年から1962年までが、「観光行政幕開け期」と言える。

この時期の主な出来事を年代順に見ると、まず1919年9月24日法によって全国観光局の権限が拡大され、その財源が確保されたことが挙げられる。翌1920年、ロンドンに最初のフランス観光局ができ、同時にシャンゼリゼ大通りに最初の観光案内所（メゾン・ド・ラ・フランス/Maison de la France）

²が設置された。

その後2つの世界大戦の間に、フランス政府は観光業の重要性を認識し始め、ホテル業への融資機関、商工・ホテル業中央信用金庫の設置などの政策が取られた。

また、ほぼこの時期に、フランスは観光目的地第一位の地位を確立する。

1935年に全国観光局が、観光庁（Commissariat général au tourisme）と全国観光発展委員会（Comité national d'expansion du tourisme）へと引き継がれ、観光業に関する法規が徐々に制定され始める。そこに、前述の通り1936年には有給休暇制度が導入される。

1946年、観光庁が再編成され、1952年、観光総局（Direction générale du tourisme）として生まれ変わった。このようにして、フランス観光行政機関の骨格が見え始める。

² 観光案内所の以前の呼称で、後述の経済利益団体(GIE)メゾン・ド・ラ・フランスとは全く別の組織。

2. 観光行政の発展

(1) 大整備期（1962年-1973年）

この時期は、国土開発または国土の不均衡の是正を進め、台頭してきたスペインのような競争相手に対抗策を立てることを目的とした数々の全国規模の観光関連プロジェクトが実施された時期である。例えば海浜地域の再整備（ラングドック・ルシヨン州など）、ウィンタースポーツ用観光地の開発といった計画が打ち出された。この時点ではまだ、観光は公共事業・運輸関連官庁、あるいは設備・国土整備関連省庁の管轄であった。

(2) 観光慣習の変化に準じた観光行政の変化（1974年-1980年）

観光が一般化するとそれに付随する問題も出始める。例えば環境や景観の損壊・喪失である。そこで、それまでは公共事業や国土整備担当の官庁が統括していた観光行政を、文化・環境省が管轄するようになる。また、観光行政にはより地域の意見が必要とされることから、観光業の地方団体への権限移譲がはじまり、地方団体側も率先して観光業開発に取り組むようになる。

(3) 主要産業としての観光業の登場と行政の関係（1981年-今日）

1980年代からは、観光業が国の主要産業としての地位を本格的に確立し、国、地方団体、民間が協働でこの一大国家産業を発展させていくため尽力した。文化・環境省管轄に移った観光業は、再び産業・国土開発という枠組みの中に納まる。

以下が、1980年代以降の具体的な観光関連機構編成の変遷である。

| | |
|------------|--|
| 1982年3月30日 | 全国ヴァカンス小切手局（Agence nationale pour les chèques-vacances : ANCV） ³ の設置 |
| 1982年7月7日 | 全国観光情報局（Agence nationale pour l'information touristique : ANIT）の設置 |
| 1984年3月21日 | 経済利益団体（Groupement d'intérêt économique :GIE） ⁴ の「ビヤンブニュ・アン・フランス／Bienvenue en France」の設置 |
| 1985年 | 1985年の法律 ⁵ により、観光業において地方団体に与えられる権限が拡大 |

³ 第2章 第2節 第1項（5）参照

⁴ 1967年の「経済利益団体に関する行政命令」（1967年9月23日第67-821号）に基づく法人格。事業活動により利益を上げることが認められており、またその利益を事業に利用することが可能。

⁵ 1985年10月11日付け法律第1098-85号。人件費、設備費、公共サービスのコストにおける国、県、州の負担分に関する法律。原題は loi n° 85-1098 du 11 octobre 1985 relative à la prise en charge par l'État, les départements et les régions des dépenses de personnel, de fonctionnement, et d'équipement

| | |
|-------------------|--|
| 1986年—1988年 | 産業担当相の下に任命される「観光担当相 (secrétaire d'État)」ポストの設置 |
| 1987年 | 経済利益団体 (GIE) 「メゾン・ド・ラ・フランス/Maison de la France」 ⁶ が設置され、観光関係のプロモーション事業部を全て統括。同時に「ANIT」、「Bienvenue en France」もその中に組み込まれ、海外へのフランス観光業の広報を一括して担当 |
| 1988年—1993年 | 産業担当相の下に任命される「観光担当大臣 (ministre délégué)」ポストの設置 |
| 1993年 | 観光に関する公的データの配信を行う全国観光観測所 (Observatoire national du tourisme : ONT) の設置と、時代とニーズにあった観光を提供することを目的としたフランス観光エンジニアリング局 (Agence française de l'ingénierie touristique : AFIT) の設置 |
| 1993年 | 文化・環境・レジャー関連省庁の中にあつた観光部が「観光産業部」と名前を変え、観光政策の策定と実施を一手に引き受けるようになる。 |
| 1993年—1995年 | 観光業が設備・運輸・観光省の管轄に入る。 |
| 1995年—1997年 | 観光担当大臣 (ministre délégué) の設置、1997年からは「観光担当閣外相 (ministre délégué chargé du tourisme)」に名称を変更 |
| 1997年— 2002年5月 | 観光担当相 (secrétaire d'État) ポストの設置。この観光担当相は、設備・運輸・住宅省の管轄に入る。 |
| 1998年 | 休暇連帯基金の設立 ⁷ 。公共利益団体で、観光閣外相 (ministre chargé du tourisme) の管轄下に、社会的疎外対策に関する法律 ⁸ の枠内で設置された。 |
| 2002年6月17日 | レオン・ベルトラン氏が、設備・運輸・住宅・観光・海洋省における観光担当相 (secrétaire d'État) に任命される。 |
| 2004年3月31日 | レオン・ベルトラン氏が、設備・運輸・国土整備・観光・海洋省における観光担当大臣 (ministre délégué au tourisme) に任命される。 |
| 2005年6月2日 | レオン・ベルトラン氏が、運輸・設備・観光・海洋省における観光担当大臣 (ministre délégué au tourisme) に任命される。 |

des services placés sous leur autorité

⁶ 第2章 第2節 第1項 (2) 参照

⁷ 第2章 第2節 第1項 (6) 参照

⁸ 原題は loi d'orientation relative à la lutte contre les exclusions。1998年7月29日公布。

観光業に関しての権限の配分に関する 1992 年 12 月 23 日法⁹によって、国の権限が決められる。この法律の中のいくつかの規則は、現在も国会で審議中の地方団体の権限に関する法案によって、今後も変更される。

以上のように、首相が変わると内閣および官庁の編成が変わってしまうフランスでは、観光業の管轄官庁が頻繁に変わったり、官庁自体あるいはその長の名称が変わったりすることがしばしば混乱の原因となるが、観光行政の歴史的流れを概観すると、80 年代半ば以降には常に観光業に関わる大臣が配置され、国家全体で観光政策を進めてきたことがわかる。

⁹原題は loi portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme。詳細は第 2 章第 2 節第 1 項「政府の役割」に記載。

第2章 観光行政の仕組み

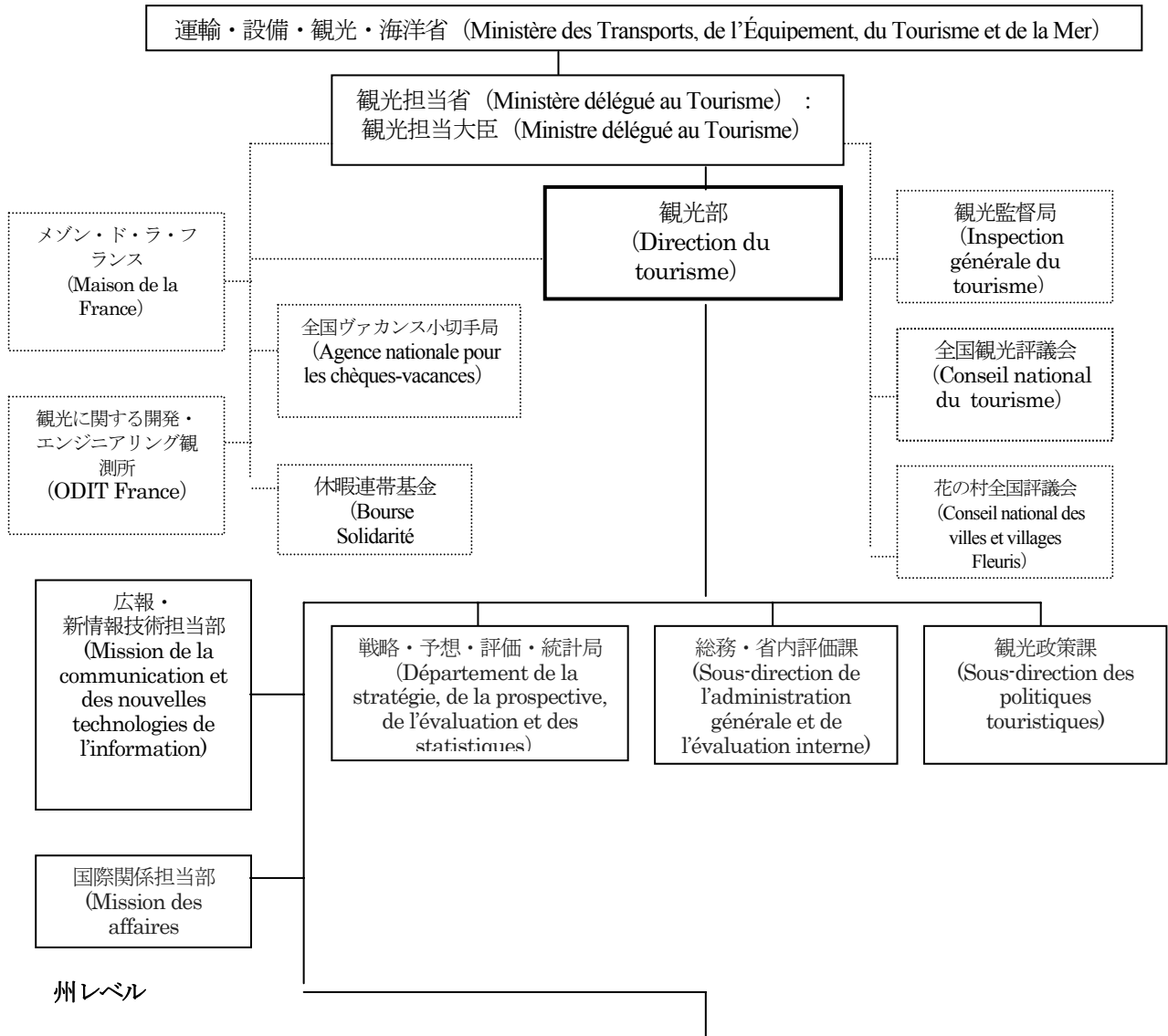
第1節 フランスの観光行政の全体構造

フランスの観光行政に関して、国を頂点に、26(海外州含む)ある州、100(海外県含む)の県、36,000を超えるコミューンの4レベルで、個別の機能が定められている。その中でも地方団体は観光振興において、重要な役割を演じている。

現在の観光行政の枠組みは、観光に関する権限の分配に関する1992年12月23日付法(観光法典第I巻に編纂)が根拠法となっている。同法に基づき、観光政策は政府と地方団体で調整されながら策定、推進され、各地方団体レベルにおける観光政策の実施は官民共同を基本理念とすることとされている。また、同時に州、県、コミューン間において、整合性を持つ目標を打ち立て、事業の調整を円滑化するための協議を実施することを原則としている。各地方団体レベルでの関連組織として23の州観光委員会、100の県観光委員会、そしてコミューン、広域行政レベルでは、観光協会案内所と観光局が合わせて約3,400を数え、全国に網目状に観光組織がはりめぐらされている。

図2：観光行政組織 全体組織概要図（実線は直轄、点線は関連機関）

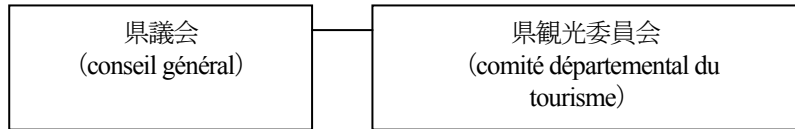
国レベル



州レベル



県レベル



コミューン/広域行政レベル



第2節 実施主体個々の役割

1. 政府の役割

観光振興政策は、その経済活動、環境保護、社会的影響の面から国土整備政策の一環として捉えられるものであり、その観点に基づき、国は観光に関する全国的な政策を定める。また国は観光関連の施設、機関、活動に関する規制、認可、格付けを行い、海外でのフランス観光の促進を、所管組織を通じて実施する。さらに観光における官民の協力関係を調整・推進し、地方団体への観光振興のための事業への財政支援を行う。

国の観光行政は、2002年6月から設備・運輸・住宅・観光・海洋省（現在の運輸・設備・観光・海洋省）下の観光担当省が所管しており、2007年3月現在ではレオン・ベルトラン観光担当大臣が観光問題を統括している。観光担当大臣の諮問機関として置かれる全国観光評議会

（Conseil national du tourisme）は観光担当大臣を長とし、観光業界関係者、議員、観光活動に関連する経済・社会セクターの責任者により構成され、観光関連計画の策定や展望における意見の他、観光活動に関連する法規制の条文案に関する勧告を行い、また観光関連のさまざまな分野の当事者間の討議を行う。

州レベルにおいては、観光担当省管轄の州への出向機関である州観光局が州長官の直轄に置かれ、観光に関連する規制（ライセンス、認可）の監視を行い、また州における国家財源の観光整備事業の管理を行う。

20年前は、観光省内に部署が一つ存在するだけだったが、それが現在では細分化された上、各種外郭団体が設立された。

（1）観光部（Direction du tourisme）

観光行政を行う観光部は次の5つのセクションに分かれ、それぞれが横並びの関係で事務を分担している。

— 2つの課（Sous-direction）

— 1つの局（Département）

— 2つの担当部（Mission）

【2つの課】

ア. 観光政策課 Sous-direction des politiques touristiques

観光政策課はさらに次の4つの事務局に分かれる。

（ア）観光産業・観光業者担当事務局（Bureau des industries et des professions touristiques）

- (イ) 地域観光政策担当事務局 (Bureau des politiques territoriales)
- (ウ) 社会観光政策担当事務局 (Bureau des politiques sociales)
- (エ) 雇用・職業訓練政策担当事務局 (Bureau des politiques de l'emploi et de la formation)

(ア) 観光産業・観光業者担当事務局

観光政策課は観光産業に関連する法規を扱う。宿泊施設などの観光施設に適用される法規、旅行者に適用される法規、観光業の発展に伴う（環境的・景観上）弊害対策としての法規、旅行・観光に関する税制などの適用状況の追跡調査・監督などを行う。

(イ) 地域観光政策担当事務局

1984 年以来、観光に関する国・州間計画契約(contrat de plan État-région)¹⁰を扱う。国・州間計画契約は 1982-1983 年にかけて制定された地方分権に関する諸法規と密接に関係している。1982-1983 年の地方分権に関する諸法規は、国の権限の地方団体への委譲を取り扱い、各行政レベルでの地方団体の役割を決めている。この時期にはまだ観光業は委譲される権限の対象となっておらず、観光業に関して軸となる法規がない時期が続いたが、1987 年 1 月 3 日法¹¹により、ようやく州観光委員会 (comité régional du tourisme) が州レベルで設立されることになり、州が観光プロモーション政策を独自に策定・実施できるようになった。さらに 1992 年 12 月 23 日法によって、さまざまな行政機関（国、州、県、コミューン）に、各自の観光業の権限が配分された。この法律では、まず国の役割として、観光業関連法規の制定・監督、観光業の経済効果、地方団体との連携、追跡調査、全国的観光政策の策定、国際的協力関係の構築が決められた。さらに州の役割も明記され、観光行政計画の策定、経済効果の拡大、職業訓練・研修、調査、プロモーション、州内の下部行政組織の取りまとめといった任務が与えられた。また以下に詳細を示す県・コミューンの役割についても決められた。こういった役割分担に従って州レベルでは観光開発指針計画 (schéma directeur de développement du tourisme)、県レベルでは国土整備・都市開発指針計画 (schéma directeur d'aménagement et d'urbanisme) を 3 分の 2 の州・県が策定し、観光業における州あるいは県の指針を公表した。コミューンには、実際にやってきた観光客の受け入れ、観光客への地元の情報提供が任される。コミューンは、観光局・観光案内所 (office de tourisme) との協調のもとに、観光商品の開発を行うことが決められた。2004 年にも各レベルでの地方団体の役割や管轄を決めた法律が公布されたが、基本的には 1992 年法がベースとなり、それが更新された形になっている。

国・州間計画契約は、州議会の発議により国と州の間で任意に交わされる 5 カ年協定である。州と国との二者間計画で、州は目標または計画を設定し、国は目標や計画に則した財政援助（大抵は 50%を賄う）を行う。

¹⁰ 『フランスの地方自治』（自治体国際化協会、2002 年 1 月 31 日、76 頁）

¹¹ 1987 年 1 月 3 日付け州の観光関連組織に関する組織法第 87-10 号 (loi n° 87-10 relative à l'organisation régionale du tourisme)

(ウ) 社会観光政策担当事務局 (Bureau des politiques sociales)

社会的観光政策には2つあり、一つは社会的弱者が休暇に出かけられるように援助を行うことである。これにはヴァカンス小切手¹²に代表されるような「ヴァカンスアクセス政策」が挙げられる。ヴァカンス小切手局設置の他、社会的弱者へのヴァカンスアクセス援助（休暇基金の設置など）は特にミッテラン元大統領による新政策の柱の一つであった。もう一つは社会的弱者を受け入れる施設を充実させることである。そのためのヴァカンス村などの設置・近代化のために当該事務局で政府貸付などによる資金援助を行っている。

(エ) 雇用・職業訓練政策担当事務局 (Bureau des politiques de l'emploi et de la formation)

数年前までは国が雇用・職業訓練・研修を取り扱ってきたが、上記の通り 1992 年法以来その権限は州に委譲されている。よって当該事務局では、州間の観光雇用に関する政策の協調を図り、雇用の量的・質的安定を監督している。

イ. 総務・省内評価課 (Sous-direction de l'administration générale et de l'évaluation interne)

人事・財務管理など観光省内の総務を管轄する。

【1つの局】

ウ 戦略・予想・評価・統計局 (Département de la stratégie, de la prospective, de l'évaluation et des statistiques)

統計経済国立研究所 (Institut national de la statistique et des études économiques /INSEE) ¹³と協力して、全国的な大型の統計・調査を行う。さらにそういった統計・調査結果を 300 におよぶ関係者・研究機関に送る資料センターの役割を果たす。情報プラットフォームとして、地方団体にも情報提供を行うため、これら地方団体との関係も深い。毎年実施される全国観光会議 (Assises nationales du tourisme) もこの局がオーガナイズする。この全国会議は 1,500 人の関係者を集めるフランスでも最も重要な観光関連会議の一つである。

【2つの担当部】

エ. 広報・新情報技術担当部 (Mission de la communication et des nouvelles technologies de l'information)

フランス観光政策の広報や、新情報技術の普及に努める。

¹²ヴァカンス小切手：低所得者層の休暇利用促進を図るために導入された制度。雇用主等を通じて、従業員は指定施設での支払いに充てることができる金券型の「ヴァカンス小切手」を給与の一部として受け取ることができる。雇用主の側では、ヴァカンス小切手の発行申請を通じて、社会保険料の一部減免措置の適用を受けることができる。雇用主以外でも、社会保障公庫等が発行することが可能であり、こうした機関を通じて、年金受給者や家族手当受給者等を対象にヴァカンス小切手の利用拡大を図っている。

¹³クレアレポートNo.75『フランスの高齢者福祉（1）』（自治体国際化協会、1993年、26頁）

オ. 国際関係担当部 (Mission des affaires internationales)

観光産業において外国との双方向的な連携、OECD や国際機関との連携を図る。

この観光部の他に、政府主導の観光政策を推進する国レベルの機関は観光担当省の監督下にある以下の2つの機関である。

(2) メゾン・ド・ラ・フランス : Maison de la France

メゾン・ド・ラ・フランス (Maison de la France/フランス政府観光局) は、1987年に当時の観光大臣の主導により設立された経済利益団体 (GIE) である。約 1,300 を数える会員により構成されており、会員は観光公機関 (州観光委員会、県観光委員会、観光局等 290 機関)、観光業者 (ホテル外食業者、旅行代理店、運輸業者等 344 団体)、関連経済セクター (レジャーサービス業者、デパートなど 120 団体) の3つのカテゴリーに分類される本会員、また賛助会員として関連団体、民間観光関連企業など 566 団体がある。パリ本部の他に、28カ国 33カ所の在外フランス政府観光局事務所を有し、職員数は 284 人 (そのうち、89 人がパリ本部、195 人が海外勤務)。国代表、公共団体代表、関連業者の合計 28 名の委員で構成される理事会が設置され、予算は主として観光担当省からの補助金と会員の賛助金により賄われている。2004年に観光担当大臣により発表された質の高い観光の商品とサービスのオファーに根ざした「2005-2010年のマーケティング戦略」をベースに、観光に関する情報提供、宣伝活動の策定、実施を行う。そのためのツールとして市場分析、広報資料の作成、見本市等の広報活動への参加やメディアへの情報サービス提供等を行う。また、もともとフランス政府観光局は、外国人旅行者の誘致を目的として設けられた組織であり、海外への情報発信を主な任務としているが、1992年以降は、フランス国民に対する国内観光の振興を図るという役割も与えられている。さらにフランス国内における詳細な観光情報に関しては、コミューン (あるいは広域共同体) に属する観光局 (office de tourisme) が担当する。

(3) 観光に関する開発・エンジニアリング観測所 (ODIT France : Observation, développement et ingénierie touristiques)

2004年7月に開催された観光省間委員会(Comité interministériel du tourisme)において、テロ等の国際情勢の悪化、また観光誘致の国際競争が高まる中、観光に関連する公的機関、民間関係者が共にフランス国内の観光経済に対する理解を共有し、整合性をもった観光振興を行うことが提唱された。そのための組織が編成されることになり、既存の以下の観光関連の3つの公的機関が統合されて2005年1月に経済利益団体 (GIE) の法人格として ODIT が設立された。

- ・フランス観光エンジニアリング局 (Agence française de l'ingénierie touristique)
- ・観光に関する経済分析を行う全国観光観測所 (Observatoire national du tourisme)
- ・山岳観光調査整備機関 (Service d'études et d'aménagement touristique de la montagne)

ODIT フランスは、観光部門の調査研究、分析、コンサルティングを行うと共に、地域レベル、国レベル、そして国際的なレベルで観光行政を技術面・実践面で支援している。具体的には、観光局、INSEE、州観光委員会、県観光委員会、商工会議所、観光関連業者等、観光に関連する関係者から収集されるさまざまな情報を処理・分析し、観光事業や観光市場の状況分析や特徴を公表している。

観光担当省の2004年度の観光関連予算は7,000万ユーロに上った。うち、外国におけるフランス観光のPRには2,830万ユーロが充当され、メゾン・ド・ラ・フランスへの補助金として支出された。国からの補助金は、メゾン・ド・ラ・フランスの年間予算の約半分に相当する（残りは主に加入者の拠出金による）。自然災害や人災（タンカー沈没による大西洋岸の汚染等）の被害で悪化したイメージを回復する目的で、外国でのキャンペーンが継続して行われた。

また、社会福祉に関連した観光振興の取り組みでは、身障者、若年層、低所得層の家族向けの休暇支援目的に161万ユーロが支出された。また、低料金の休暇施設の改修・拡張等を目的とした多年次計画の一環で、2004年には257万ユーロが支出された。

以上の行政機関に加え、観光担当省の行政の監査を行う機関である観光監督局（Inspection générale du tourisme）、担当省の諮問機関である全国観光評議会（Conseil national du tourisme）、官庁横断的委員会である省庁間観光委員会（Comité interministériel sur le tourisme）といった機関が、一局的な観光行政を監査・監督する。

更に捕足的な外郭団体として次の3つの機構が挙げられる。

（4）花の村全国評議会（Conseil national des villes et villages fleuris）

1901年法の非営利社団（association）¹⁴で、2万のコミューンの他民間企業を会員とする組織。コミューンを緑や花で飾り、観光地としての美しい景観を保つことを使命とし、星評価制度などを導入している。1～2人の政府からの出向者と、プロパー職員からなる。役員は選挙により会員から選ばれる。予算は観光省、花・野菜・ワイン・園芸全国職業組合（Office national interprofessionnel des fruits, des légumes, des vins et de l'horticulture : VINIFLHOR）を通しての農業省からの助成に加え、地方自治体などの関係者及び会員からの会費により運営されている。

（5）全国ヴァカンス小切手局（Agence nationale pour les chèques-vacances）

商工業公施設法人（établissement public à caractère industriel et commercial : EPIC）であり、1982年3月26日付け法令により観光省と経済・財政・産業省所轄のもとに、観光業の社会的

¹⁴前掲『フランスの地方自治』121頁／1901年法に規定され、利益を分かち合う以外の目的で、知識、活動を永続的に分かち合うことを協定したものが構成する私法上の団体。単に届出のみによって法人格を取得できる。

政策と経済発展を柱に、国民全員のヴァカンスアクセス促進のために設立された。

今日 600 万人以上のフランス人がこのヴァカンス小切手を利用している。

(6) 休暇連帯基金 (Bourse Solidarité Vacances)

1999 年観光担当閣外大臣相の主導で設立された。法的な地位は公共利益団体 (GIP) で、政府、地方団体、官民の観光関連業者、人道支援非営利団体などにより構成されている。連帯の概念は観光業に限らず、フランスの社会的政策では必ず取り上げられる。観光業における原則は、社会的・金銭的に恵まれない家庭にヴァカンス滞在を提供することにある。具体的には 760 に及ぶ民間の関係者 (宿泊施設、フランス国鉄やエール・フランス) と地方団体、全国ヴァカンス小切手庁の協力、さらには若年・スポーツ・社会問題担当省 (ministère chargé de la Jeunesse, des Sports et des Affaires sociales) との連携で、社会的弱者のためのヴァカンス基金を管理し、低所得家庭、若年層、年金生活者、失業者、生活保護受益者、障害者などが低予算でヴァカンスに出かけることができるように財政援助を行う。約 3 万人が毎年恩恵を受けている。

2. 州の役割

観光整備の面で重要な権限と役割を有する州は中期的な展望で、州レベルの観光振興に関する政策として「観光・レジャー振興の州スキーム」を策定し、目標を定める。観光整備については、国・州間計画契約の中に、観光振興計画プログラムが盛り込まれている。2000-2006 年国・州間計画契約では、総額で 2 億 382 万 4,335 ユーロが「観光部門」に充てられた (計画契約の中に「観光部門」が盛り込まれ、全ての州が予算の配当を受けた)。このうち純粋に計画契約に配当されたのが 1 億 2,012 万 9,825 ユーロ、州間山岳地帯協定 (convention interrégionale de massif、アルプス、マッシフ・サントラル、ピレネー、ヴォージュ) の観光部門に配当されたのが 1,661 万 6,943 ユーロ、自然災害に対しての補助的契約の援助金が 6,707 万 7,566 ユーロであった。2000-2006 年の契約期間中には、現行の国・州間計画契約の見直しが行われ、観光業のさらなる地方分権化が検討された。またこの国・州間計画契約の中でも重要な問題事項を優先的に実施するプログラムとして国土整備協調プログラム (programme d'aménagement concerté du territoire)¹⁵があり、この中では特に観光施設の新設・改築への取組みが行われる。

国土整備との関連で国と州が結ぶ計画契約の枠内では、観光関連の開発は次の 5 つの軸に沿って展開されている。

1) 観光用宿泊施設の品質向上とセールス促進

田園地域での質の高い宿泊施設の開発又は改修。これらの宿泊施設を核にした各種のサービスの改善。

山岳・海浜地域における観光地の再開発事業

¹⁵ 前掲『フランスの地方自治』76 頁

2) 観光経済の戦略的措置の導入をにらんだ調査研究事業

3) 観光業企業を需要の変化に適合させる取り組み

業界団体等による特定の取り組みへの支援。ラベル認定制度の導入・運営支援。教育・職業訓練の支援。その他。

4) 休暇を過ごす権利の行使支援

身障者が利用できる観光施設の実現に向けた支援

5) 持続可能な開発を踏まえた国土の観光誘致力の強化

山岳・海浜地域の観光地開発。州レベルの自然公園。レジャー施設の再開発。

州の観光分野における権限として、州立自然公園の設立、また運河や河川港の整備。

さらに、国際観光拠点 (pôle touristique international : 以下 PTI) という新しい観光振興機構が導入されたのも、国・州間契約計画の枠内においてである。PTI は 1989 年に初めて設立された機構で、当時の首相ミッシェル・ロカールが国土整備省間委員会 CIAT (Comité interministériel d'aménagement du territoire)において、「国際観光拠点」について国・州間契約計画を締結することを提唱したことに端を発する。この契約計画は第 10 次契約にあたるものであった。契約計画は通常 5～6 年を一期間とするが、第 10 次契約で初めて広域型の観光事業体である PTI の概念が導入された。これによって観光業が初めて国家・州間契約計画の中で“経済的な任務”を持つ事業として位置付けられたことになる。とはいえ、PTI は法的な枠組みに添って特定されるわけではなく、その導入決定はあくまでも政府と州の発意による。ちなみに PTI を名乗るためには満たさなければならないいくつかの要件があるが、そのうちの 하나가「来客のうち、30%以上が海外からの観光客であること」。そこから「“国際”観光拠点」という名称が与えられている。

こうして 1989 年にフランス全国にまず 8 カ所の PTI が設置された。この最初の 8 カ所の中で、第 5 章のケース・スタディにおいて言及するソミュールとその周辺地域 PTI のみが、海岸線に沿っていないという地理的な特徴があった。現在、全国では PTI として認められている地域は 20 カ所に及ぶ。

(1) 州観光委員会

州観光委員会は、第二次世界大戦のドイツ占領下でのヴィシー政権で、州レベルでの観光整備活動を行う機関として導入された。1987 年 1 月 3 日付け法により、州観光委員会の設置に関する規定が定められ、その法人格の形態 (協会、経済利益団体、広域行政協力公施設

(établissement public de coopération intercommunale : EPCI) 等) については州に自由裁量が認められている。この州委員会が、州レベルでの政策である観光・レジャー振興スキームを策定し、調査、計画、設備、宿泊施設への支援、技術支援、職業訓練などの分野における州の観光政策を実施する。また、州観光委員会が、州内の観光についての国内及び海外市場への観光プロモーションを指揮する。州観光委員会の財源は主に州議会、そして州を構成する県及び観光関連機関からの賛助金により賄われる。

(2) 州観光代表部

上記の州観光委員会とは別に、州長官直属で、観光省の出先機関として、州観光局 (Délégation régionale au tourisme) が置かれている。この機関は観光省から州に派遣される担当者 3～10 人程度の中央政府職員が在籍する。州の利害に偏りがちな委員会とは別に、中立な立場で国と州の観光政策・利益の協調を図る機関として設置されている。1988 年以来、国・州間計画契約や EU の枠内において州の観光産業が享受する予算 (助成金など) の管理も行っていたが、この役割は徐々に州議会 (または県議会) が担うようになってきている。よって政府出先機関は現在、州内あるいは国・州間の政策調整などに役割を特化しつつある。行政機関というより、コンサルタント機関としての色合いが強くなってきている。

3. 県の役割

県は、州の観光レジャー振興スキームで明示された方向性と合致するよう州との連携を行いつつ、県レベルでの観光振興スキームを策定し、県レベルの観光プロモーション及び観光商品の宣伝を行う。また、一部の観光設備について財政支援、管理運営を行う。

県の有する観光振興に関する権限は主に農村地域を対象とするもので、次の 3 つがある。

- ・農村地域の設備支援プログラムの策定
- ・遊歩道及び海洋遊泳コースの県計画の策定
- ・農村の観光宿泊施設 (民宿、キャンプ場) の支援

また、県は県観光委員会を設置し、その法人形態についても自由裁量を持つ。

(1) 県観光委員会

県レベルでの観光振興を統括するのが県観光委員会である。県当たり平均 19 人を雇用する県観光委員会は、県内の観光関係業者及び機関との協議を行い、観光商品の制作、プロモーション (広報、宣伝資料の作成・出版、メディアへの宣伝活動など)、そして販売を行う。これら開発された観光商品の海外市場へのプロモーションについては、州観光委員会や政府観光局との調整が行われる。また、県観光委員会は滞在税の一部を徴収することができる。

ア 県レベルの観光振興スキームの策定

県において、観光政策の新たな取り組みは、地域開発の目標の一環としてとらえられる。県の観光振興スキームは、その対象となる地域の性質と空間を定めながら短期・中期的に県として介入すべき観光事業の方針を定めたものであり、県議会と県観光委員会により共同で策定される場合が多い。

イ 予算

2004年の県における観光関連予算は、県議会予算全体の0.8～1.03%に相当し、また県議会の総投資予算の0.93%（一県あたり160～250万ユーロ）、同総経常予算の0.75%（同210万～330万ユーロ）となっている。

ウ 観光関連財源

（ア）リフト税：taxe sur les remontées mécaniques

山岳地帯の一部の県で導入され、徴収されるリフト税は、さまざまな観光関連投資、県の観光商品のプロモーション、山岳観光整備の財源に充てられる。

（イ）保護自然空間税：taxe départementale des espaces naturels sensibles (TDENS)

TDENSは、保護自然地域の管理のために、建設、改築、拡張工事における建設許可の際にコミューンに徴収される。主に、遊歩道の整備（歩道整備、標識など）、景観整備、県議会の指導による環境啓蒙活動等の財源に充てられる。

（ウ）滞在税への追加税：taxe départementale additionnelle à la taxe de séjour

宿泊施設利用の際に徴収される滞在税は、もともとコミューンの財源であるが、これに10%を上限として県が追徴することができる。県により徴収される滞在税は、県レベルのインフラや、県の支援基金（エンジニアリング、県観光委員会等の支援）の財源となる。

4. コミューンの役割

コミューンは国内の観光政策の中でも最も末端の部分で観光事業を実施、展開する立場にあり、観光政策に直接的に関わる重要な役割を担う。市議会に設立の自由裁量が委任される観光局

(office de tourisme) は1) 観光客の受入れ、2) 情報やサービスの提供、そして県観光委員会や州観光委員会との整合性をもった3) 観光プロモーションを実施する他、4) キャンプ場などの観光施設の整備、5) 観光統計調査も行う。

コミューンは、州／県レベルの計画との整合性を持ちつつも、コミューン域内の特に協議整備区域 (zone d'aménagement concerté : ZAC)¹⁶における、レジャー・観光振興の目的を有する整備事業を実施する自由裁量を持つ。特に、「山岳」及び「海浜」保護関連法で規定される観光整備に関しては、コミューンがその責任を負う。例えば海浜地域においてはレジャーヨットハー

¹⁶クレアレポートNo.87『現代フランス都市計画の手法(2)』（自治体国際化協会、1994年、32頁）／居住用、商業用、工業用等建築物及び公衆用施設の実現のために、設定した区域内で土地の整備開発を進める手法で、公共団体又は所轄の公施設法人の発議によって設定される。

バーの建設、整備、運営などの権限、また山岳地域においては、観光用リフトサービスの運営の権限などはコミューンが有する。

- ・ 指定地域 (stations classées)

1906年4月21日法¹⁷により初めて導入された歴史的・文化的観点からのコミューンの指定地域制度は、その後、「鉱泉治療地」、「ブドウ食療法を施す療養地」、「海浜リゾート地」、「冬季スポーツ／登山地」と次々と指定分野が拡大された。この指定地域の対象となったコミューンは、観光客の受入れ、衛生インフラや宿泊施設、設備の整備などサービスを充実させることが求められるが、この指定を、公式な認定として観光プロモーションに利用できる利点もある。また、指定地域コミューンは、公施設の性格を有するコミューンの観光公社 (office municipal du tourisme) を設置することができる他、滞在税、指定地域の観光資源から利益を得る企業に対する税金 (例としてリフト運営ならば、リフト税など) を徴収することができる。

- ・ 滞在税 (taxe de séjour)

指定地域対象のコミューン等が賦課できる税で宿泊施設経営者がコミューンに代わり宿泊者から直接徴収する。コミューンは、収容能力と営業・徴収期間中の日数を基礎として定額税を賦課する方法と、宿泊客1人1泊あたりの税額を決める方法のうちから選択。県も付加税を徴収できる。

- (1) 観光局 (office de tourisme)

フランスで最初に現在の観光局の原点となる観光組合が設立されたのは1889年のグルノーブルであるが、現在では、フランス国内の観光局は2,488を数える (他に観光協会案内所が904)。理事会のメンバーは、市議会議員、地域の観光活動に関連する経済・社会関係者により構成され、観光客の受入れ、情報提供といった観光の窓口としての業務の他、観光プロモーション活動、イベントの開催といった観光活性化の役割も担う。

観光局は、観光局・観光協会案内所全国連盟 (Fédération nationale des offices de tourisme et syndicats d'initiative : FNOTSI) が決める基準 (営業時間・期間が基準となる) にあわせて、一つ星から四つ星まで格付けされている。2005年11月にFNOTSIが行った調査では、全国2,488の観光局のうち、一つ星1,180、二つ星980、三つ星320、四つ星70であった。

¹⁷ 歴史的・景観的・文化的価値のあるコミューンをクラス分けすることで、環境・観光資源の保護を目的とした法律。1930年5月2日法で強化され、今日は環境法典のL.341-1から341-22となっている。

5. 広域行政体の役割

観光業の振興により、地理的にも観光地域が拡大していく中、複数コミューン間の観光政策の整合性及び協力がますます不可欠になっていることから、「コミューン間観光案内所 (office de tourisme intercommunal)」の設立のように、関連する地域が一丸となって広域行政体が観光政策を行うケースが増えている。観光資源が行政区画をまたぐこともしばしばあることから、行政区画の境界地域ではより柔軟な地元の結びつきが必要とされるという背景もある。ただ、構成コミューンから広域行政体に移譲される観光に関する権限の内容は各ケースにより異なり、また広域行政体の構成コミューン間で観光政策における利害が一致しない場合などがあることから、広域行政における観光に関する権限の枠組みの輪郭を描くことは難しい。とはいえ、広域になることで、より幅広い観光資源を観光客誘致の材料にすることができ、また財政的にも余裕ができて大きなプロジェクトの実施が可能となるなど利点も大きい。

いずれにせよ、広域行政として観光政策を実施する場合にも、あくまでもコミューンとしての権限の域は超えないものであり、前述のコミューンの5つの役割のうち、少なくとも一つは行わなければならない。

また、地域開発の一環として、広域行政体が経済的・社会的・文化的開発の中期的目標を定め、観光振興を含む地域経済開発を対象とする「開発・整備コミューン間広域事業計画 (charte intercommunale de développement et d'aménagement)」を州地方長官の承認を経て県議会との間での契約として策定する。

第3章 統計でみるフランスの観光政策

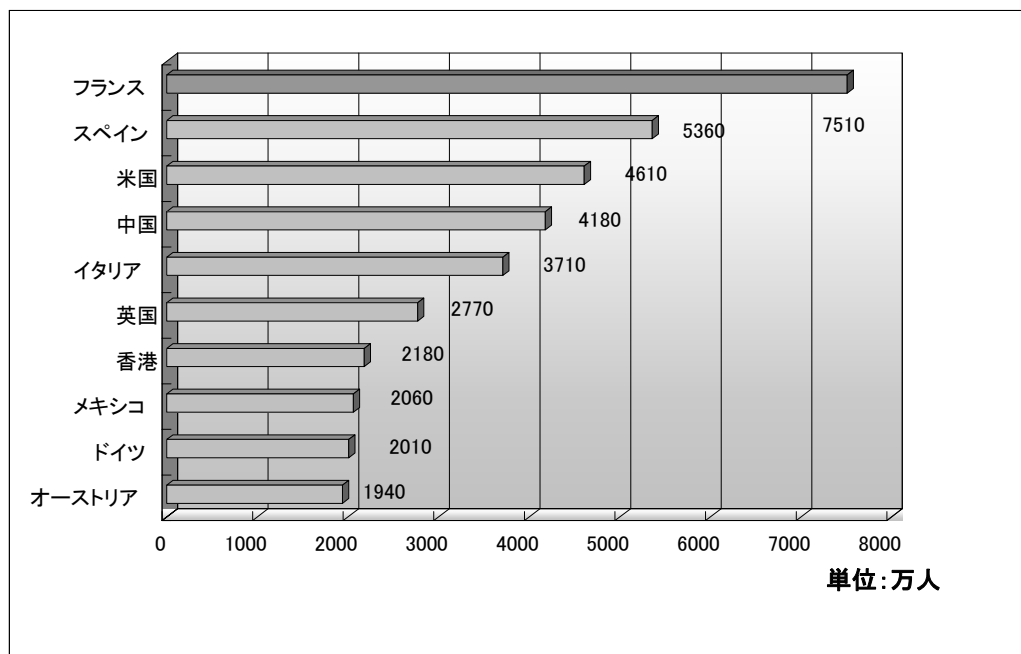
第1節 観光動態・経済効果

1. 外国人観光客の動向

フランスは観光客受け入れでは世界第1位（年間7,500万人以上）であり、2003年に前年比で微減を記録したのを除き、過去数年来目覚ましい成長を遂げている。観光業は、外貨獲得では国内第1位の産業部門であるなど、フランス経済全体に顕著な貢献をしている。観光部門の経済規模は対GDP比で約6.5%に上り、直接・間接に約200万人が同部門に従事している。企業数は中小企業を中心に約20万社に上る。

しかしながらフランスの観光業を取り巻く環境は、2004年に顕著に改善したものの、まだ満足できる水準には至っていない。観光収入を例に挙げれば、国内の個人消費支出の増加率は前年比で2.2%となり、前年（1.6%）を上回った。フランス人による観光は、過去数年に比べて活気を取り戻してきた。しかし外国人による観光は前年並みに留まっている。

図3：国別の外国人観光受け入れランキング（観光客数）



（世界貿易機関統計 2004年）

フランスを訪れる外国人観光客数は、2004年に7,510万人に上り（前年比0.1%増、2003年は7,500万人）、スペイン（前年比3.4%増の5,360万人）、米国（11.8%増の4,610万人）、中国（26.7%増の4,180万人）、イタリア（6.4%減の3,710万人）を抑えて、第1位の地位を守った。ただし、実際に外国人観光客誘致の表す指標としては、観光客数よりも外国人による延べ宿泊日数の方が適切であるといえる。この延べ宿泊日数は前年比で1%の微減を記録した。こ

の結果、外国人観光客の1人平均の宿泊日数は7.55泊となり、前年の7.56泊をわずかに下回った。2004年には、ベルギー人を除いて主要な欧州諸国からの観光客が減少を見せたが、それまで客足が遠のいていた米国人と日本人の観光客数が回復し、また中近東からの観光客も顕著に増えた。観光客数を国別で見ると、英国・アイルランドからの観光客が多く、これにドイツとオランダが続く。

表1：観光客の主要な出身国

| | 観光客数 (割合) | 泊数 (割合) | 収入 (割合) |
|--------------|-----------|---------|---------|
| 英国・アイルランド | 19.5% | 18.7% | 15.6% |
| ドイツ | 18.3% | 18.3% | 11.7% |
| オランダ | 16.5% | 13.9% | 5.9% |
| ベルギー・ルクセンブルグ | 11.7% | 11.5% | 10.1% |
| イタリア | 9.9% | 8.8% | 7.5% |
| スイス | 4.1% | 3.5% | 9.4% |
| スペイン | 4.0% | 3.6% | 4.7% |
| 米国 | 3.5% | 4.7% | 12.6% |
| 日本 | 0.9% | 0.7% | 2.4% |

(出所：2004年 観光省)

2005年に関しては、変わらぬユーロ高と石油価格の高騰により、フランスの経済成長全体にややブレーキがかかった傾向があり、GDP成長率も前年比1.4%増に留まった。観光業を見ると、観光客の宿泊日数は、外国人観光客数は前年比で1.2%増加と相変わらずの伸びを示し、7,600万人となった。延べ宿泊日数で見ると、2004年の5億6,130万泊と比較して、2005年は5億6,700万泊と1%の増加を見せている。観光客の宿泊日数の増加率は、外国人観光客数のそれと比べるとやや低いですが、これはフランスが欧州大陸の真ん中に位置し、隣国を最終目的地とする外国人観光客が、フランスを通過地として利用することが多くなってきているという理由が挙げられる。つまり隣国の観光大国である、スペインやイタリアにやや押されているということが、ここからもわかる。2005年は、フランスを訪れた外国人の中では、ドイツ人の割合が一番大きく、次に英国・アイルランド、オランダ、ベルギー・ルクセンブルグといった近隣国が続いた。

表2：外国人観光客（2004年）

観光客数・宿泊日数・収入

| | 観光客数 | 宿泊日数 | 収入 |
|-----------|--------|----------|---------|
| 合計 | 7510万人 | 5億6130万泊 | 328億ユーロ |
| 欧州 | 90.1% | 85.8% | 64.8% |
| アメリカ大陸 | 5.6% | 7.8% | 14.8% |
| アフリカ | 1.2% | 2.5% | 5.6% |
| アジア・オセアニア | 3.1% | 3.7% | 5.9% |
| 不明 | 0.0% | 0.1% | 1.8% |

（出所：2004年 観光省）

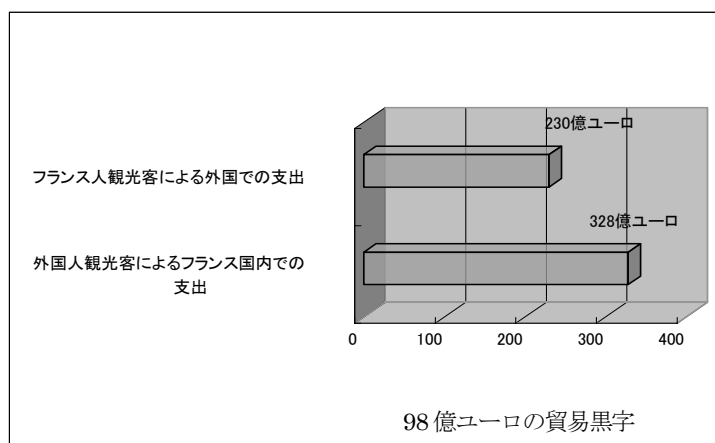
2. フランス国内旅行者の動向

フランス人の国内旅行は、2004年と比較すると2005年にはやや減少した。特に減少したのは延べ宿泊日数が4日以上長期旅行であった。「ヴァカンスの細分化」と呼ばれる現象で、3日以内の旅行が増加しており、フランス人の休暇旅行が日数的にはより短く、しかし回数的には増えていることがうかがえる。とはいえ、1997年からフランス人による国内旅行の延べ宿泊日数は、微減傾向にありながらも安定している。2005年も、フランス人旅行者の10人に9人は国内に留まっている。

3. 観光の国際収支

フランス中銀がまとめた国際収支統計によると、観光収入は2004年通年で328億ユーロに上り、前年（325億ユーロ）と比べて1.5%増加した。しかし観光収支の黒字幅は2004年に98億ユーロと、前年（116億ユーロ）に比べて18億ユーロ（15.7%）縮小した。観光収支の黒字幅は2000年に141億ユーロと過去最高額を記録していた。米国人観光客に由来する収入が10%、日本人観光客に由来する収入が6.3%、それぞれ増加したのが目立つ。日米の観光客は平均の支出額が他の諸国からの観光客よりも顕著に高い。特にアメリカ人は過去30年間のフランスの観光収入に最も大きな貢献を果たしてきた。ただ、2004年には2年連続で、合計支出額でイギリス人を下回った。その一方で、フランス人が外国観光で支出した額は1.5%増の230億ユーロに上った。これが観光収支黒字の顕著な縮小の原因になった。2005年は、外国人観光客による支出が前年比で3.5%増加し、339億8,000万ユーロとなった。物価上昇指数2%を考慮すると、1.5%の上昇となる。2005年、観光収入は相変わらずの黒字を記録したが、収支をみると黒字幅は2004年をさらに下回り、前年比-9.2%となっている。

図4：観光収支



(出所：フランス中央銀行統計 2004年)

表3：国別のフランスでの「旅行」支出の推定

(単位：千ユーロ)

| | 2004年観光支出 | 2005年支出 (推定) | 2004年/2005年の変化 |
|--------------|-------------------|-------------------|----------------|
| ドイツ・オーストリア | 4 140 539 | 4 109 700 | -0.7 % |
| 英国・アイルランド | 5 128 319 | 5 257 335 | 2.5 % |
| オランダ | 1 935 938 | 1 851 072 | -4.4 % |
| ベルギー・ルクセンブルグ | 3 316 732 | 3 372 807 | 1.7 % |
| スペイン・ポルトガル | 1 777 358 | 1 886 897 | 6.2 % |
| イタリア・ギリシャ | 2 750 035 | 2 804 230 | 2.0 % |
| 北欧 | 910 303 | 1 006 274 | 10.5 % |
| アメリカ | 4 139 171 | 4 543 522 | 9.8 % |
| 日本 | 800 510 | 846 874 | 5.8 % |
| カナダ | 278 449 | 338 888 | 21.7 % |
| その他の国総計 | 7 656 227 | 7 963 372 | 4.0 % |
| 総計 | 32 833 582 | 33 980 972 | 3.5 % |

(出所：観光省 2005年)

表4：1998年から2005年の観光収支の変遷

(単位：百万ユーロ)

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2005年の 前年比 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| 収入 | 26 501 | 29 402 | 33 301 | 33 679 | 33 803 | 32 349 | 32 834 | 33 981 | +3.5 % |
| 支出 | 16 731 | 17 402 | 19 227 | 20 055 | 20 386 | 20 713 | 23 021 | 25 070 | +8.9% |
| 収支 | 9 770 | 12 000 | 14 074 | 13 624 | 13 417 | 11 636 | 9 813 | 8 911 | -9.2% |

(出所：フランス銀行 2006年)

観光収支を語る際に重要なのが為替レートである。2005年は2004年と比較すると、ユーロに対してドルが安いという状態を維持し、著しい変化はなかった。しかし、1999年のユーロ導入時に比較すると、ドルが14%安になっているという点は、観光客をフランスに誘致するには悪条件となっている。もう一つの国際的通貨である円も、ユーロに対して弱い状況が過去5年に渡って続いている。イギリスポンドに関しても状況は同じで、1996年に比べると、19%のポンド安となる。

フランス国内における地域別の傾向を見ると、やはりパリを含むイル・ド・フランス州の観光客受入数が一番高い(表5参照)。特に他の州では外国人旅行者がフランス人旅行者を下回っているのとは対照的に、イル・ド・フランス州は唯一外国人旅行者の数がフランス人旅行者を上回っている。次に人気があるのはコート・ダジュールを擁する南仏のプロヴァンス・アルプ・コート・ダジュール州、次いでアルプス山脈、つまり冬期スポーツ施設を備えるローヌ・アルプ州となる。表5を見てわかるように、フランスが世界一の観光大国で、その「景観の多様性」は世界的に有名であるにもかかわらず、人気の観光地はいまだに限られていることがわかる。こういった不均衡を是正するためにも、第4章に紹介するような、慣習的な形態に代わる新しい観光のあり方が今後さらに求められている。

表5：州別観光客の宿泊数ランキング

| 単位：100万人 | 2005年 | | | 泊数の割合 |
|----------------------|----------------|----------------|---------------|------------|
| | 合計 | フランス人 | 外国人 | |
| イル・ド・フランス | 61 483 | 26873 | 34 611 | 32.0 |
| プロヴァンス・アルプ・コート・ダジュール | 21 604 | 12 701 | 8 903 | 11.2 |
| ローヌ・アルプ | 18 250 | 13 229 | 5 021 | 9.5 |
| ミディ・ピレネー | 9 357 | 5 660 | 3 696 | 4.9 |
| アキテーヌ | 8 193 | 6 724 | 1 470 | 4.3 |
| ラングドック・ルシヨン | 7 716 | 6 027 | 1 690 | 4.0 |
| ブルターニュ | 6 840 | 5 438 | 1 403 | 3.6 |
| サントル | 5 967 | 4 487 | 1 481 | 3.1 |
| ノール・パ・ド・カレ | 5 865 | 4 064 | 1 801 | 3.0 |
| アルザス | 5 865 | 3 424 | 2 425 | 3.0 |
| ペイ・ド・ラ・ロワール | 5 721 | 4 987 | 734 | 3.0 |
| ブルゴーニュ | 4 835 | 3 278 | 1 557 | 2.5 |
| バス・ノルマンディー | 4 755 | 3 441 | 1 314 | 2.5 |
| ポワトゥ・シャラント | 4 563 | 4 009 | 554 | 2.4 |
| ロレーヌ | 3 610 | 2 708 | 902 | 1.9 |
| オーベルニュ | 3 593 | 3 148 | 445 | 1.9 |
| オート・ノルマンディー | 3 045 | 2 114 | 931 | 1.6 |
| シャンパーニュ・アルデンヌ | 2 720 | 1 694 | 1 026 | 1.4 |
| コルシカ | 2 599 | 1 792 | 806 | 1.4 |
| ピカルディー | 2 423 | 1 684 | 739 | 1.3 |
| フランシュ・コンテ | 2 122 | 1 767 | 355 | 1.1 |
| リムザン | 1 274 | 1 077 | 196 | 0.7 |
| フランス合計 | 192 386 | 120 327 | 72 060 | 100 |

(出所：観光省 2005年)

第2節 現状認識とそれに対応した観光政策

1. シビアな現状認識

観光部門は国際的な事件に影響されやすい。テロ、イラク戦争、SARSの流行等がフランスの観光業に打撃を及ぼしたのは確実である。それは特に、米国からの観光客数の不振となって現れた。また、ユーロ高ドル安の影響もある。これに加えて、競合する多くの諸外国が極めて競争力のある価格で質の高いサービスを実現すべく、多大の努力を行っていることも無視できない。

フランスにおける外国人観光による収入は、数年前まで増加を続けてきたが、現在では先に述べたような事情から、不安定な局面を迎えた。このように、経済・政治の両面で国際的な緊張と競争とが高まる中で、フランスの観光行政は、次のようなシビアな現状認識を行い、新たな課題を自らに課している。

- ・世界各国における観光業の発展と、一部の国での開放政策の結果、新たな観光地との競争を迫られることになる。中国や南米諸国がその例であり、恐らくは、バルト海沿岸諸国や旧ソ連の中央アジア諸国等との競争も高まるであろう。
- ・主要な競争諸国で、質の高い観光サービスが競争力のある価格で開発されるようになっている。一部の国では、攻撃的かつ野心的な宣伝を伴う国レベルでの取り組みが、かなりの予算を投じて遂行されている（例えばスペインの「品質プラン」やイタリアの「観光ラベル制度」）。
- ・観光業界のグローバル化に伴い、観光商品開発と販売のネットワークの産業化が進んでいる。
- ・高速・低価格の移動手段の発展や、労働時間の再編（2000年の週35時間制導入）が、観光業に大きな影響を与えている。
- ・2001年9月11日のテロ以来、世界的なレベルで治安に関する懸念が著しく高まった。2005年7月のロンドンとエジプトでの爆弾テロも、改めて治安への懸念を高める材料となった。
- ・観光地の開発・整備にあたり、倫理的な要請が重視される度合いを強めている。

2. 政府の政策－3つの軸

グローバル化は、環境、経済、文化、そして社会に数多くの影響を及ぼすと予想されるが、どのような結果がもたらされるかは予測が難しい。こうした状況において、フランス政府は持続可能かつ適正な制御がなされた観光開発を、統合的な形で進める方針を強調している。

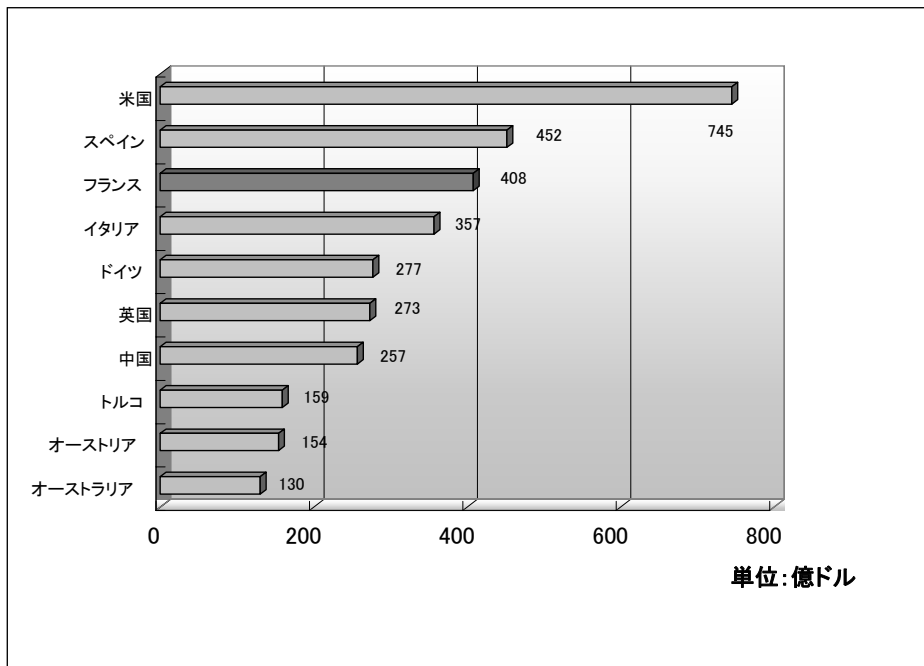
フランス政府はそのために、観光部門に影響を及ぼしうる問題に先手を打って対応できる準備を整えることを提案している。具体的には、1)フランスの観光価値を一段と高める、2)既存の組織体制を国内・国際的な環境と観光部門の新たな枠組みに適合させる、3)観光省と観光部門の官民の当事者や団体等との連携を強化する、4)雇用拡大と社会結束の促進を図る、5)欧州連合（EU）並びに国際的なレベルを考慮に入れた取り組みを展開し、世界第一位の観光国としての地位を高める、などを提案している。

2003年と2004年の両年に、時のラファラン首相の司会の下で、観光省間委員会の会合が開かれ、上記の提案を具体化する一連の措置を決定した。その内容は、次の3つの軸に沿ってまとめられた。

(1) フランスの観光誘致力

フランスは受け入れ観光客数では世界第1位（図3参照）だが、観光収入では図5のとおり第3位に過ぎない。豊かな観光資源を有するとはいえ、品質向上の取り組みを通じて、観光資源の潜在力を高めるための努力を継続しなければ、観光客を維持することはできない。

図5：国別の外国人観光受け入れランキング（観光収入）



(世界貿易機関統計 2004年)

このため、外国におけるフランス観光のPRを強化する方針が確認された。「メゾン・ド・ラ・フランス（フランス政府観光局）」の予算を増やし、2005～2010年の多年次マーケティング戦略プランにおいて、先行きが明るい観光分野でのフランスの地位をさらに高めることを目指す。取り組みの内容と、優先的な対象国を絞り込むことで、効果的なPR活動に心がける。

また、「Bienvenue en France（フランスへようこそ）」というタイトルの観光客誘致キャンペーンに加えて、海外県・海外領土における観光誘致を目指す「3つの海のフランス」とグリーンツーリズムの振興のための特別キャンペーンを展開した。

他方、世界第1位の観光地の地位を保ちながら、観光収入の増加を図る目的で、政府は品質向上プランである「プラン・カリテ・フランス/Plan Qualité France」の実施を優先課題とした。優れた観光施設の育成を図り、観光客に分かりやすい情報を提供し、セールス力を強化することを目指す。具体的には、観光業界の協力を得て、全国規模の品質ラベルである「カリテ・ツーリズム/Qualité Tourisme」を導入する。観光施設が同ラベルを取得するには、全国統一の仕様書の規定を満たすことが条件となり、外部機関による検査を伴う品質向上プロセスを導入することも必要条件となる。また、同時に現行法令の遵守を誓約し、苦情対応のプロセスを導入することも求められる。このラベルは観光に直接関係する業種、つまり、ホテル、レストラン、旅行会社、各地の観光案内所、旅客輸送会社等が対象になる。ラベルは、選定全国委員会(Comité national de sélection)の意見を経た上で、観光担当大臣により付与される。この選定全国委員会は、関係する行政当局・機関や業界団体の代表者らと学識経験者により構成される。既に2005年6月28日には、11の業界団体・チェーン等が、加盟業者に対するラベル付与の権限を委託された。この中には、大手ホテルチェーンのアコーグループをはじめ、複数の飲食店業界団

体、キャンピング場の業界団体等が含まれる。国内及び外国での同ラベルのPR活動はメゾン・ド・ラ・フランスが担当する。2006～2007年までに、同ラベルの取得業者を1万5,000社とすることを目指している。

(2) 雇用と社会結束

政府は観光の倫理及び連帯に関わる側面を特に重視し、行動計画を策定してその強化に着手した。雇用拡大や職業教育の強化だけでなく、公正な社会の実現という観点から、さまざまな事情で休暇に出かけられない人々（貧困家庭、障害者、高齢者等）の休暇支援を含む社会福祉政策と足並みを揃えた取り組みを展開している。

ア 雇用拡大と人的資源育成

雇用拡大と人的資源育成は、観光業のみならず、国家全体として大きな課題となっているが、ハード（インフラ）はもちろんのこと、特にサービスを提供するソフト（人）が重要な役割を果たす観光業においては、それらがより一層重要視されており、それに向けた的確な現状把握・整備を目的に次の4つの政策が進められた。

- ・ハイシーズンの臨時雇用者の住居を確保する目的で、国は住宅社会経済連合（Union d'économie sociale pour le logement : UESL）との間で2004年7月に3年期限の協約締結（UESLは「1%ロージユマン」¹⁸に関する援助等を扱う機関。協定は、援助対象の資格制限を緩和し、臨時雇用者に対する住居斡旋をしやすくすることを目的としている）。
- ・観光部門に必要な人的資源の育成に向けて、公的機関がなすべき取り組みを検討するため、雇用・職業資格調査研究センター（Centre d'études et de recherches sur les qualifications : CEREQ）に対して調査報告書の作成を依頼。
- ・公的援助を伴う雇用契約の観光業における活用。
- ・旅行会社の将来像に関する調査研究の実施。

ちなみに観光業の雇用として、ホテル、カフェ、レストランにおける給与所得者は80万5,300人、同じく非給与所得者は約17万人を数え（2004年12月31日現在）、前年に比べて雇用数は2万2,300人増加した。

¹⁸雇用主負担の住宅拡充向け拠出金（料率1%）のことで、同拠出金による収入を原資に、住宅拡充向けの各種の援助がなされている。

イ 社会結束

社会結束と連帯の確保という政策目標に沿って、観光省は、高齢者や身障者等の休暇利用促進をはじめとする取り組みを推進している。また、低所得層の子供・若年者の休暇利用促進を図るため前述の「ヴァカンス小切手」の利用促進を含む一連の取り組みも進められた。低所得者層向けの休暇施設の改装・拡充等の援助も行われた。

以下は社会的弱者（高齢者、障害者、低所得者）に対して具体的に取り上げられた措置の一例である。

（ア）高齢者向け

観光業連合会全国同盟（Union nationale des associations de tourisme : UNAT）が試験的に導入した高齢者向け休暇促進制度「ヴァカンス・セニオール/Vacances Seniors」は、高齢者の孤独を解消し、社会との絆を深めてもらうと共に、オフシーズンの休暇施設の利用を高めることを目的としている。この制度は、2004年7月の観光省間委員会によって採択された措置を受けたものである。対象となるのは長年ヴァカンスに出かけていない60歳以上の市民である（最後にヴァカンスに出た日付が対象者選出の基準の一つとなる）。身寄りがなく、低所得の高齢者が最優先される。

2004年時点では4つの州（イル・ド・フランス、シャンパーニュ・アルデン、アルザス、ノール・パ・ド・カレ）がパイロット州として選出された。全国18の目的地への旅行が可能で、「ヴァカンス・セニオール」を享受する高齢者は、3食付きのヴァカンス村に滞在でき、遠足やイベントに参加する。移動には、UNATと提携する全国観光バス企業組合（Syndicat national des entreprises de tourisme en autocar : SNET）によって安価なバスが手配されたり、SNCFの協力で安価な運賃が提案されたりする。財政的には全国ヴァカンス小切手局（ANCV）が1日1人当たり140ユーロを負担する。このプログラムは2005年、2006年にも継続された。本プログラムの実施のため、ヴァカンス村は通常よりも7～8週間期間を延長してオープンした。もちろんそれによって雇用が増えるという利点もある。2007年にはスペインと協力して、「ヴァカンス・セニオール」の目的地にスペインの都市2つが加わる予定である。

（イ）障害者向け

シラク前大統領が2003年に優先課題に掲げた施策の一つに、障害者の社会参加促進がある。観光については、障害者が安心して利用できる施設を対象としたラベルの「トゥーリズム・エ・アンディキャップ(Tourisme & Handicap)」の取得促進が図られた。これまでに1,500施設が認証された。障害者の旅行を推進するための機構、障害者のレジャーアクセスのための全国連合（Union nationale pour l'accès des handicapés aux loisirs : UNAHL）は、障害者のための20余りの協会を集める。UNAHLは障害者がヴァカンスに出かけられるために、情報を提供したり援助を行ったりしている。特に地方団体とともに「個別援助基金」を設置しており、一定の条件下で障害者のヴァカンス費用の半額がこの基金から負担される。

(ウ) 低所得者・若年層向け

前述のヴァカンス小切手の他、低所得家庭には家族手当金庫 (Caisse d'allocations familiales : CAF) から、ヴァカンスに出る事を目的とした金券 (ボン・ヴァカンス / bons vacances) や、子供の多い家庭、所得の低い家庭が対象となり、子供のコロニー・ド・ヴァカンス¹⁹ (colonies de vacances) の滞在費が負担²⁰される休暇援助 (aides aux temps libres) や、家族旅行が補助される家族旅行援助 (aides aux vacances familiales) といった支援がある。

(3) 観光部門の法令上の環境整備

観光部門の法令については、5件の改正が着手又は中期的に計画されている。

ア 旅行及び宿泊の組織と販売に関する 1992 年 7 月 13 日法の改革

2005 年 2 月 25 日付の官報に、その改正法令 (オルドナンス²¹第 2005-174 号) が公布された。対象事業者 (旅行会社) の免許取得のための行政手続きを簡素化 (従来の 4 種を 2 種に減らす) し、消費者に提供されるサービスの質と安全性を保ちつつ、事業者の要請に応える形で新たな法規上の枠組みを導入する内容となった。同法令の施行令は現在準備中である。

イ 観光関連法規の法典化

フランスでは通常、特定の案件に関わる全ての法令を「法典」という一つの体系にまとめる作業が行われる。この一環として、観光法典が 2004 年 12 月 24 日付で官報に公布された。

ウ 観光案内所の改革

2004 年 8 月 13 日法第 2004-809 号の第 5 条により、地方団体が運営する観光案内所に関する法令 (地方団体総法典に収録) が簡素化の方向で改正された。

- ・観光案内所の 2 種の呼称 (syndicat d'initiative と office de tourisme) を、office de tourisme に統一。
- ・観光案内所を「産業・商業的性格を有する公法人」として設置する権限を、地方団体に移譲 (即ち、国の代表者である県地方長官は、この種の組織を設立・解散する権限を失う)。また、この権限は、コミューンと広域行政体のいずれもが行使できる。
- ・観光案内所の使命の明確化と調整。

この改正の施行令は 2005 年 5 月 11 日付の政令第 2005-490 号である。

¹⁹ フランスの夏休みなど学校の長期休暇の際に、引率者監督の下、子供だけを集めてヴァカンスを過ごす制度。

²⁰ 経済的理由によって子供をヴァカンス村に送ることが難しい家庭には、子供の滞在費に援助が出る。受益資格は 2 歳から 18 歳までの子供を擁し、国からの生活補助を受ける家庭であること。滞在 1 日につき 11.5 ユーロの援助。

²¹ 前掲『フランスの地方自治』6 頁

エ 「観光地」認定の手続き制度改革

コミューン（又は広域行政体）が「観光地（station）」認定²²を受ける際の手続きの迅速化を図ると共に、認定の基準を明瞭にすることを目的に、制度の改革が着手された。関係省庁が構成する作業部会がまとめた改革案を基に、地方議員の代表者らと交えた協議が進められている。

オ 滞在税の制度改革

以下を目的とする改正案の準備作業が着手された。

- ・滞在税の課税額を決める上で、各地方団体に対し、より大きな自由を認める。
- ・現在宿泊費のみが対象となっている滞在税の課税標準を、観光に関係する他の料金にも拡大する。
- ・滞在税に関する情報の開示を通じて、特に税金を支払うことになる観光客と、同税を徴収する立場にある観光業者に対して、同税収の用途等について説明し、理解を得る。
- ・滞在税（定額式の課税の場合）を付加価値税（VAT）の課税対象外とする。
- ・滞在税の徴収とその用途について、毎年国会に報告書を提出するようにする。

²²観光地認定を受けたコミューンは、議員や市職員の歳費増額（観光行政に専念するのに必要な収入を確保するため）や、観光行政の財源とする地方税の課税を行う権限を認められるなどの特典が与えられる。観光省は、海水浴場、登山サイト、観光サイトの3種の「観光地」を、厚生省は、温泉と保養地の2種の「観光地」を認定する。現在は全国に510カ所が存在する。手続きが煩雑である割には特典が十分とは言えないこともあり、手続きの簡素化が検討された。

第4章 今後の展望と課題

第1節 従来の観光政策の継続

これまで見てきたが、観光大国としての地位を確立したフランスが、国際的競争が高まる中で、どのような政策をとって現在の地位を保ってきたかを、ここでもう一度整理する。前述の第3章第2節にあるとおり、現行の政策は次の3つを柱としている。

- ・観光施設やサービスの品質を向上させ、観光資源の潜在力を高めるため、品質向上プランや特別なキャンペーンなどを通じたPR活動、環境整備を行う。
- ・臨時雇用者の待遇改善、観光業に携わる人的資源の育成を通じた雇用面での支援や、社会的弱者の旅行を援助する。
- ・法的な環境を整備する。

すなわち主に経済的な側面からの政策と言える。これら上記3つをさらにわかりやすく補足すれば、次の2つに大別できる。

- ・外国人、フランス人旅行者の誘致事業の推進と、社会福祉的な側面からの政策
- ・フランス市民の観光推進（社会的弱者が旅行に出かけられるようにするために取られるさまざまな措置）

つまりこれらの政策は、次のとおり経済的側面だけでなく、福祉的側面も狙う政策である。

- ・外国人、フランス人旅行者がより快適な旅行ができることを目的とした取り組み（サービス・施設の品質向上、情報提供など）
- ・フランス国内の観光業者のための取り組み（雇用環境・法的環境の整備、人材育成、財的援助など）

以上のような側面を持っていることから、上記3つの政策は、多角的かつ網羅的な行政努力がなされていると言える。またその中でも、特にフランスの観光政策においては、「社会福祉的政策」が含まれことが非常に大きな特徴である。

2006年度予算では認可予算(autorisations d'engagement) 80億ユーロ、実際の支払予算(crédits de paiement) 75.5億ユーロが観光事業に対して与えられた(2005年予算とほぼ同額)²³。2006年度予算は特に次の3つに主眼が置かれた。

- ・海外に対するフランスのイメージのプロモーションによって、観光業における雇用を新たに増加。
- ・プラン・カリテ・ツーリズムの設置。
- ・国・州間計画契約と補足契約の続行。

²³認可予算(autorisations d'engagement) は、ある計画に対して与えられる最大予定予算。実際の支払予算(crédits de paiement) とは、認可予算が複数年に渡るなど段階的に執行される場合の当該年の予算執行額。

そこで 2006 年度の最優先課題として予算配分が決められた活動は次のとおり。

- ・国のイメージアップと観光業におけるノウハウのプロモーション強化
- ・観光業界の組織化
- ・ヴァカンスへのアクセス推奨
- ・計画の支援

この内 2、3 の具体的内容は以下のとおりである。

2 番目の観光業界の組織化 (*économie du tourisme*) とは、観光事業を調整し、観光商品・サービスを供給する側の組織化 (特に国土整備の質の向上措置など) を図るものである。国・州間計画契約などは、これらの活動に内包される取組みとされる。持続可能な形で観光業の発展、国土全域に調和のある開発などを目指す取組みが支援される。

3 番目のヴァカンスへのアクセス (*accès aux vacances*) とは、あらゆる市民 (高齢者、障害者、低所得者、若年層など) が金銭的、社会的、身体的な障害がなく旅行に出かけられるような福祉的措置。このような社会的弱者への優遇措置と、そのような人々を受け入れる体制作りを、観光商品・サービスを供給する側に新設するという 2 軸からなる。

第 2 節 持続可能な観光への意識の向上

1. 21 世紀型の課題 ～ 環境と持続性

さらに 21 世紀の産業の一つとして、観光業が他の産業と同じように最優先課題として考慮していかなければならない問題が、「環境」と「持続性」である。

観光業が常に益をもたらすわけではないことは周知の事実である。すでに触れたとおり、いくつかの目的地、特に海浜地、山岳観光地、著名な都市においては、観光客の収容能力を既に超えてしまっていて、過度の開発によるネガティブな効果が見られる。観光業は、地域あるいは地区レベルで発展や近代化の起爆剤となりながらも、同時に地元の住民の生活様式に大きな環境・文化的影響を与える可能性を併せ持つ。観光には、観光事業自体がその収入資源を消費してしまうというリスクが存在しているということが、観光大国フランスではかなり意識され始めている。そのため観光業が発展し続けていくためには、フランスの観光政策は質の高い観光資源を永きにわたって提供し続ける、いわゆる「持続可能な観光業」という新しい要件を満たさなければならない。この考えはさらに広範なコンセプト、つまり 1972 年のストックホルムでの交渉に続いて策定された「持続可能な開発」というコンセプトに由来する。

観光業と持続可能な開発との連携とは、観光客に対して質の高い滞在を提供しながらも、地元の人々にも同時に公平な利益の再分配を保証するために、環境、社会、経済、倫理的なバランスに留意することである。確かに観光業部門は過去 30 年に驚くべき躍進を見せ、同時に環境保全に対しての意識も格段に高くなった。しかし、持続可能な観光業の枠組みとなる憲章や試みが多

種多様であることからわかるとおり、この原則は基本的には机上の論理であり、実践に関しては国家間、国を含めた行政機関間の足並みが揃っていないというのが現状である。この足並みを揃える努力が、国際レベルで進められている中で、フランスにおいても国家レベルではもちろん、地方レベルでも始められている。

2. 持続可能な観光のための世界的な行政努力

持続可能な開発の原則の明示的な説明文は、1987年のブルントラント報告書に由来し、以来、これが基本的な定義文として知られている。

「持続可能な開発とは、将来の世代のニーズを満たす能力を損なうことなく、今日の世代のニーズを満たすような開発である。」

この原則はその後、1992年にリオデジャネイロで開催された地球サミット²⁴での、環境と開発についてのリオ宣言の採択と、2002年のヨハネスブルグサミットでのアジェンダ 21²⁵の採択によって確認された。この中の第28条では、地方団体の参加が、持続可能な開発の目標達成のために、必要不可欠な要素となるであろうと明示している。

実際に、経済・文化・環境インフラを建設し、運用し、保守するのは地方団体であり、計画の進展を監視するのも、観光問題について指針やローカルな法規を決めるのも、国や地方の行政組織によって採択された環境政策の適用に助成を行うのも地方団体の役割である。

フランスでは、2003年6月3日の持続可能な開発全国戦略の中で、地方団体によるこういった取り組みを支援し、さらに地方団体のために持続可能な地域開発アジェンダ 21を策定している。地域アジェンダ 21は、まず市町村の長や議員からの発議を得て、その後地方の関係者（自治体、住民、協会、国の外郭団体、教育・研究機関）との協議の上採択される。

これまで国土整備政策は、観光需要からの強い圧力を受けている地域における開発に対して規制を行うことで、観光による経済発展、集中による弊害の管理を目的としてきた。持続可能な観光業の基本指針は、1999年6月25日付け持続可能な国土整備・開発指針法第99-1985号において想起された。他には、空間の組織と整備を規制することを目的とした2つの法律がある。壊れやすい自然環境の保護を管理しながら山岳地帯の経済活動を再生するための1985年1月9日付けの山岳地帯開発・保護に関する法律第85-30号と、無秩序な占有から海岸を守り、海岸の再利用を行うための、1986年1月3日付けの海岸整備・保護・活用に関する法律第86-2号である。

さらにエコロジー・持続可能な開発省はいくつかの行動計画、特に持続可能な開発の必要性や課題、観光事業の持続的なソリューションに関して観光業関係者を啓蒙するための行動計画を打ち出した。同様に観光担当省は、2004年、持続可能な開発を国の政策の中心に据えたフランス

²⁴ 1992年6月3日から14日にかけてリオデジャネイロで開催された「環境と開発についての国連会議」

²⁵ 21世紀のための持続可能な開発の実践ガイド。

共和国大統領により決められた優先事項に従って、持続可能な開発全国戦略の実施に全面的に参加することを決定した。こうして、2004年6月18日に観光業の持続可能な開発のための常設委員会が設置された。この常設委員会には、各省、関連組織（フランス観光エンジニアリング局、メゾン・ド・ラ・フランス、ヴァカンス小切手局、休暇連帯基金）などのさまざまな機関からの代表者が参加する。委員会は、観光行政の組織形態の方向性を変えることを目的とした活動、国の政策の指針を関連機関に伝え、調整する役割を持つ。

3. 持続可能な観光のさまざまな実践

「持続可能な開発」というコンセプトを軸に、従来の慣習から「オルタナティブ（代替物）」と形容される観光業の形態が台頭してきており、特徴を生かした活動に力を入れている。

| | |
|---|---|
| <p>エコツーリズム²⁶ グリーンツーリズム</p> | <p>環境に優しい姿勢を喚起するよう、環境全体を維持し、観光の自然・文化要素の理解に努めながら、自然環境を発見する。フランスでは農家が空いている部屋や家屋などを観光客の宿として貸し出すジット（gîte）と呼ばれる宿泊形態がある。現在4万2,000件の農家が、5万6,000部屋を提供している。昨年のジットによる総売上は3億5,000万ユーロに達する。</p> |
| <p>フェア・ツーリズム</p> | <p>通常南北問題に関連づけられるフェア・トレードの原則に由来している。これは、観光業の経済効果の恩恵を地元住民が適切に得て、地元的生活条件が向上するよう、観光業サービスに地方団体が参加することである。</p> |
| <p>連帯ツーリズム</p> | <p>地元住民と観光客の関係が構築され、観光客自らが訪れた地域社会の生活条件の改善に貢献するために、連帯の概念を基に展開される。「連帯（Solidarité）」が常に社会的文脈において登場するフランス発信の発想。</p> |
| <p>倫理的ツーリズム</p> | <p>社会的な意識や、観光客の旅行の仕方に関わるものである。すべての観光客は、訪れた土地の住民の文化、自然環境、住宅環境を尊重し行動するよう心がける。観光客による廃棄物汚染、騒音などへの対処法を考える。</p> |
| <p>社会的ツーリズム</p> | <p>休暇を取る権利や、全ての階層の国民（若年層、年金生活者、身体障害者、低所得者など）の観光へのアクセスを奨励する（ヴァカンス小切手など）。</p> |

以上のように、これからの観光業は経済的な利益のみを追い求めるのではなく、地球規模の環境保全目標・利益再分配理念をも考慮した形で発展することが必要とされている。そのためには明らかに政治・行政からの働きかけが重要となってくる。

²⁶ 『フランスの農村ツーリズム』（自治体国際化協会、1997年、78頁）

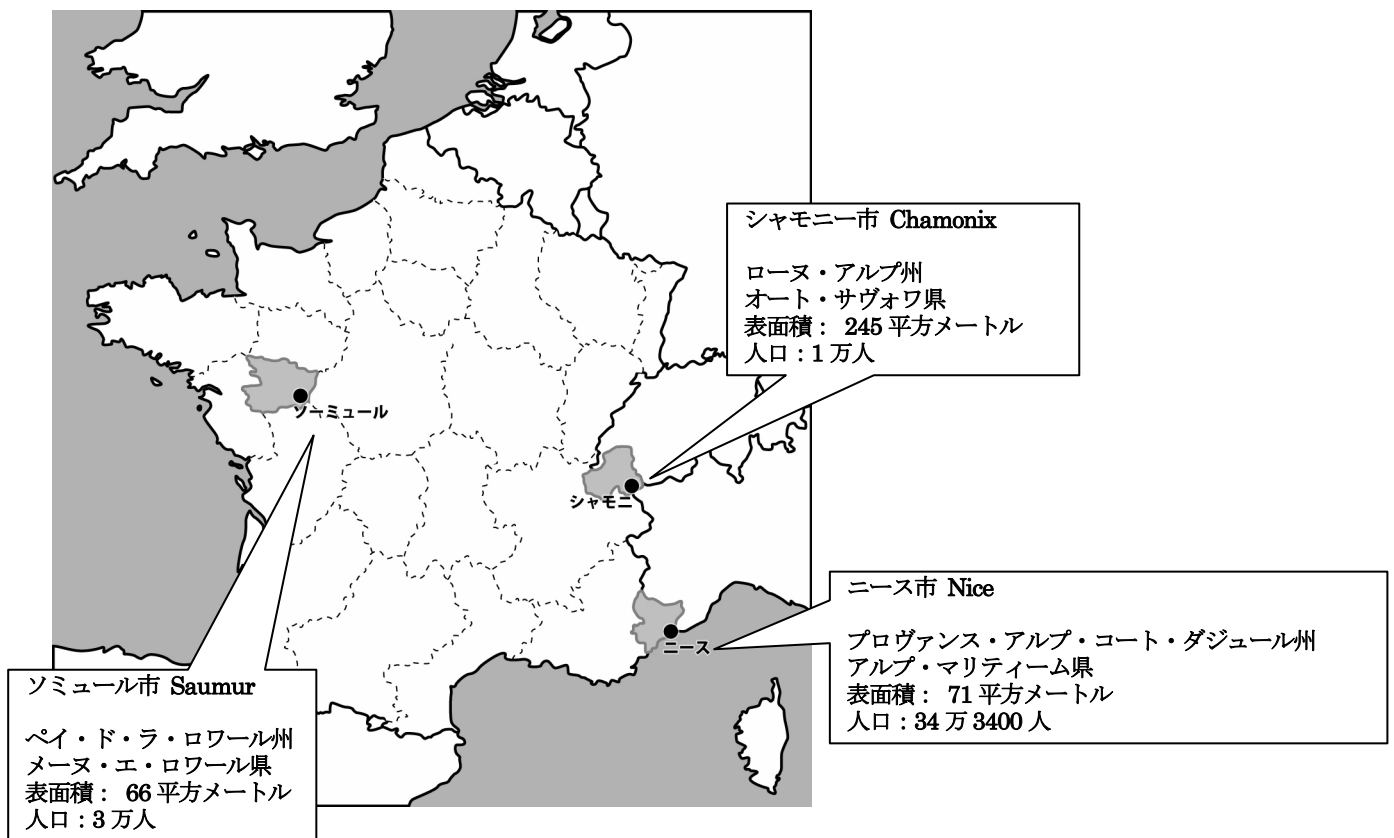
第3節 展望と課題

以上に観てきたとおり、フランスはもともと観光資源に恵まれた土地であり、歴史・文化的にも興味深い目的地として自然に観光業が発展してきた部分と、観光業の経済効果にいち早く目をつけ、観光業を国の主要産業に据えてきた部分、そして社会福祉国家として国民への福祉の一環としてヴァカンスを位置付け行政努力をしてきた部分とが、三位一体となって観光事業を盛り上げてきた。今後は観光収支の黒字をいかに継続し、さらには増加させていけるのか、いかに他の観光大国との差別化を図っていくのかが大きな課題となっている。そのため、これまでのフランスのPR活動、観光施設の拡充、社会的弱者への援助といった従来型の政策に加え、ラベリングなどを通じた観光商品・サービスの向上、環境や持続性を考慮した新しいタイプの観光形態の具体化などが問われている。

フランス政府はこういった未来型の観光政策推進に既に着手しており、また観光とは「地域密着型」の産業である点を考慮して、地方への権限移譲を一層進めている。

第5章 ケース・スタディ

フランス観光といっても、観光資源が多様で豊富なため、その目的により、しばしば歴史建造物と文化遺産をめぐる歴史・文化遺産観光、コート・ダ・ジュールに代表される海浜観光、アルプスを代表とした山岳観光、パリなど街自体を目的とした都市観光、そして田園や農村での生活に触れるための農村観光（グリーン・ツーリズム）と大きく5つに大別される。この章では、その中の歴史・文化遺産観光、海浜観光、山岳観光の3つを例にとり、さらにその中でも一都市に焦点を充て、当地で行われている観光政策、行政努力を紹介する。



第1節 歴史・文化遺産観光

1. 概要

フランスには歴史的・文化的遺産が豊富にある。ラスコー洞窟に代表される有史以前の壁画、円形競技場を中心としたローマ時代の遺跡、ケルトの一派であるガリア文化とローマ文化の融合からなるガロ・ロマン文明の名残、中世のキリスト教文化に由来する大聖堂や教会、ルネッサンスによる新たな美術や建築、封建時代や絶対王政時代に領主や貴族、王家によって建造された城やその城下町、20世紀以降のコンセプチュアルで斬新な近現代建築など、フランスの歴史的・文化的な観光資源は枚挙に暇がない。

また全国に30のユネスコ指定世界文化遺産を擁するという事実も、その資源の豊かさを物語っている。さらに美術館・博物館は6,000を数え、1,000余りの文化的イベント、フェスティバルが毎年全国各地で開催されている。こういった有形・無形の財産を一目見るためにフランスを訪れる観光客は後を絶たない。

2. 事例：ソミュール市

(1) 概説

アンジェ・ソミュールとその周辺地域は、ユネスコ世界遺産のロワール川に代表されるような豊かな自然景観を擁し「フランスの庭」と形容される。現在の行政区画（州、県、コミューン）が敷かれる以前はヴァル・ド・ロワール（Val de Loire）と呼ばれており、伝統的に領主たちやフランス国王の別荘（城）が建てられた地域である。現在でも、ロワール川沿いの城や、世界的にも有名なロワール産ワインなど、文化的・歴史的な観光資源を目的に、この地域を訪れる観光客は少なくない。

ソミュールはこの地域の中心都市の一つである。ペイ・ド・ラ・ロワール州、メヌ・エ・ロワール県内に位置し、人口3万人、面積66平方キロメートルと、比較的小規模の都市である。

市内の観光資源としては、ユネスコ世界遺産のロワール川、ソミュール城、カーブ（ワイン蔵：ソミュール特産のスパークリングワインや「ソミュール」の名を有する赤白スティルワインの製造・販売）に加え、フランス唯一の国立乗馬学校、欧州随一の装甲車博物館が挙げられる。特にフランス騎馬隊はその歴史が16世紀に遡り、フランスさらには欧州における保護されるべき特有の伝統・文化の一つであり観光資源としての価値は高い。現在、国立乗馬学校が一般の訪問を受け入れたり、乗馬コンテスト等を催して観光の呼び水としている。

ソミュールは、以上のように歴史的・文化的な観光資源に恵まれている上に、それに頼らずに独自の観光政策を展開している都市である。

(2) 観光政策・行政努力

フランスでは観光業に関して様々な公的組織が関わるのが通常であるが、その多様な組織を広域行政レベルで一つにまとめ公的な窓口を限定したところが、ソミュールの観光政策の最初の取り組みであり、大きな特徴である。現在、2つの組織が観光政策に携わる。そのうちの一つは、ソミュールと周辺地域国際観光拠点（Pôle touristique international de Saumur et sa région。以後 PTI）で、もう一つが観光局（office de tourisme）である。

ソミュールと周辺地域 PTI は、それぞれが独自の観光行政を進めていたソミュール・ロワール都市圏共同体（Communauté d'agglomération Saumur- Loire Développement）、ロワール・オチオン混成事務組合（北ソミュール）、南ソミュール地域混成事務組合（南ソミュール）、ソミュール商工会議所が一つになって形成された。

PTI は、第2章第2節2に説明をしたとおり、国・州間計画契約の枠内で設置される観光推進機構である。ソミュールと周辺地域 PTI は2つの権限を持つ。観光開発に関する権限と、観光推進（プロモーション）に関する権限である。ソミュールと周辺地域 PTI 内では、観光業において5億ユーロの売上を計上し、4,300 口の雇用（パートタイム労働者や季節労働者は除く）がある。

もう一つの組織が観光局（office de tourisme）である。観光局では観光客の受入れ・受付、観光客や地元住人への情報提供、イベントの企画・運営、観光資源の商品化を担当する。

このように2つにまとめられた公的な観光事業体は、お互いに補完的な役割を担い、観光客にとっても民間の観光業関連企業にとってもわかりやすく一体化され、最適化された組織となった。

PTI の財源としては、助成金を国と州から同率で得ており、さらに地元の観光関係者からも出資を受けて運営されている。地元の観光関係者とは、現在では、ソミュール・ロワール都市圏共同体と5つの市町村共同体（この5つの市町村共同体は、上記の PTI 設立当時の「北ソミュール」と「南ソミュール」の混成事務組合にあたる。現在はシュベヌマン法²⁷により自動的に5つの市町村共同体に変わった）、ソミュール商工会議所の7つとなる。契約自体は複数年にわたるが、助成金は年毎で、PTI から州や中央政府に提案される観光開発活動に対応した予算が投入される。2003 年までは EU からの補助金（FEDER：地域開発欧州基金）も得ていた。

PTI の法的地位が 1901 年の非営利社団（association）であるため、公的な行政機関（地方団体）に比べると、地方団体に課せられるような規制が少なく、財源確保や予算の執行が容易になるという利点がある。つまり公的な資金の運営がより柔軟に行われている。

²⁷一般には当時の内務大臣シュベヌマンの名前をとってシュベヌマン法（loi Chevènement）と呼ばれるが、正式名称は「市町村間協力強化に関する法律第 99-586 号（loi n° 99-586 du 12 juillet 1999 relative au renforcement de la coopération intercommunale）」。市町村間の横断的協力を目的として、従来の組織を再編成し広域行政組織（市町村共同体 communauté de communes、都市圏共同体 communauté d'agglomération、大都市共同体 communauté urbaine など）が新設される。

ソミュールと周辺地域 PTI の年間予算は3億ユーロにのぼる。そのうち国と州が合計1億ユーロ近く投入する。残りの2億ユーロが地元の関連機構（ソミュール・ロワール都市圏共同体、5つの市町村共同体、ソミュール商工会議所）からの出資となる。

予算配分で最もシェアが大きいのは観光推進事業（プロモーション）である。プロモーションには出版物（パンフレットなど）の発行、観光関係の見本市への参加、ジャーナリストの受け入れ、旅行オペレーター（観光バス会社、ツアーオペレーター、企業委員会など）へのプロモーションが含まれる。

もう一つの観光行政窓口がソミュール広域観光局（Office de tourisme du Saumurois）であり、PTI の局長と観光局の局長は一人が兼任する。ソミュール市内に位置する観光局（Office de tourisme du Saumurois）は、ソミュール周辺のコミューンに共通の観光局である。2002年1月1日に、ソミュール市の権限で行われていた観光振興業務がソミュール・ロワール都市圏共同体へと移管されたことに伴い、それ以前は複数あった観光局が一体化し、現在のような汎コミュニティ的な組織となった。現在は以前の各コミュニティの観光局や観光協会が、ソミュール広域観光局の出先機関として残されている。

観光局も現在は PTI と同じようにその法的地位はアソシアションであるが、資金を提供しているのはソミュール・ロワール都市圏共同体のみで、PTI 内の5つの市町村共同体はそれぞれが汎コミュニティ的な広域観光局を持っている。アソシアションの加盟者は宿泊施設、レストラン、観光スポットなどの民間企業約500社である。加盟者からは会費が徴収され、それも観光局の資金となる。

以上のように、観光行政の窓口を最適化することで、透明性のあるわかりやすい観光政策を進めている点がソミュールの強みである。今後は地域のプロモーションや観光の商品化など経済効果の高い事業に積極的に取り組むことによって、地元の観光業関連企業からの信頼を得て、さらにネットワークや提携関係を強め、拠点としての力をつけていくことを目指している。

現在、ペイ・ド・ラ・ロワール州では州としてこの「拠点」設立に力を入れており、PTI（国際観光拠点）だけではなく、下位のレベルの観光拠点（「沿岸観光拠点 *pôle touristique littoral*」「農村部観光拠点 *pôle touristique rural*」）の指定にも積極的に取り組んでいる。このように単独では小さなコミュニティが「拠点」という行政区画を超える形で連携することで、大規模に観光行政を推進していくことが可能となっている。

第2節 海浜観光

1. 概要

フランス国内で、フランス人・外国人観光客双方に最も人気のある観光目的地は、何と云っても海浜地域である。特に海水浴に関しては、それに適する砂浜が一部に限られるため、毎年夏にはフランス人だけでも2,000万人以上が海浜に休暇を過ごしにでかける。またマリンスポーツの普及やインフラ整備の拡充によって、夏季だけでなく一年を通じて総合的にフランス第1位の観光形態となっている。宿泊日数も年間で延べ3億8,280万泊となり、フランスにおける観光旅行の37%が海浜地域で過ごされている計算になる。

フランスは5,500キロメートルの海岸線を持ち、そのうち3,800キロメートルが大西洋岸に、1,700キロメートルが地中海岸にある。そのうち砂浜が35%、湿地・沼地が24%、岩浜が28%、断崖が13%で、800の河口を擁する。また300の港があり、そのうち200がレジャー用にも整備されている。海に面した州は11、コミューンは1,032にのぼる。観光客のうち39%は地中海岸、33%は南大西洋岸、18%がブルターニュ地方、10%が北部の海岸を目的地とする。

2. 事例：ニース市

(1) 概説

ニース市はフランス第5の都市で、アルプ・マリタイム県の県庁所在地であり、またニース・コートダジュール都市圏共同体の中心都市でもある。人口は38万3,400人を数え、うち別荘人口が約4万人に上る。面積は7,200haである。

ニースにおける雇用者数は13万人で、セクター別にみると、雇用者数全体の85%はサービス業に従事しており、商店数が9,200を数えることから明確なように、観光部門への依存が高い。

毎年ニースには約450万人の観光客（内40%がフランス人、60%が外国人）が訪れ、観光収入が約15億ユーロに上る。ニースには204のホテルがあり、その収容能力12,000室はフランス国内ではパリに次ぐ規模である。ホテルの他にアパート型宿泊施設(résidence)が750部屋ある。

ニース市のコミューンとしての業務は、住民台帳管理、教育、道路、都市計画、スポーツ政策、文化政策、社会福祉、教育政策、経済政策である。ニース市役所の職員として就労する公務員数は7,500人で、警官、法律家、音楽家、庭師、社会福祉士、会計士、看護師といった約300種の職種に分かれる。

ジャック・ペラ市長率いるニース市議員数は69名である。ジャック・ペラ市長は上院議員でもあり、都市圏共同体の議長、ニース観光局理事長も兼任し、大学病院の理事も務める。

(2) 観光政策・行政努力

ニース観光局の従業員は60名である。予算1,200万ユーロのうち、ニース市が55%を負担する。その他は、滞在税、また観光局の事業（カーニバル、商業的パートナーシップを組んでの収入）による収入によって運営されている。観光局の重要な役割は、市の10ヶ年長期観光政策を策定し、そしてこの政策に基づき、年々需要に応じた戦略を組み込んでいくことである。

世界観光機構の見通しによると、2005年—2015年の10年間で、観光客数は倍に増え、観光収益もそれに伴い2倍になると言われているが、逆に現在全世界観光客数の56%を占めているヨーロッパ大陸では、10年後の2015年には52%に落ちる見通しである。それでも観光大国としてフランスの位置付けは変わらず、ニース・コートダジュールの地位は、ヨーロッパへの観光客が減少する10年後も、やはりトップクラスであろうと予測されている。

ニースが山と海に囲まれ、旧市街を含む市街地は既に都市化されている状況を鑑みると、10年後には世界規模で観光客数が2倍に伸びるといわれる市場をそのまま収容できるほど、キャパシティをこれ以上増大させることは物理的に難しい。10年後のニース市への観光客数の伸びは25%程度と予想されているが、観光収入の点では現在の15億ユーロから30億ユーロへと倍増する戦略を目標として掲げている。そのため、2005年—2015年のニース市の観光政策として、観光商品及びサービス、各種イベント、市のイメージアップやそのための広報などの“質の向上”にさらに力を入れる。具体的には、設備の有無などが問われる星による格付けに関係なく、包括的なレベルでのホテル施設の改善である。レストランにおけるサービスを例にとると、ロシア人がレストランに昼食を取りに来る時間帯というのは、アメリカ人にとって既に夕食を取る時間帯に当たるといような社会学的な考察を内包したサービスを考える、といった新しいタイプの質の向上が望まれ、取り組まれている。

観光局の担当者はキャンペーン対象国や観光客の種類を選択し、観光市場全体を把握するためにフランス国内外のツアーオペレーター、見本市オーガナイザー、旅行会社、ホテル関係者などとの交流を頻繁に行っている。

また、ニース観光局はlastminute.com, voyages-sncf.com, expedia.com, anyway.comといった主だった旅行サイトと契約を結ぶことで戦略的な事業を展開している。また、市のイメージアップとイメージチェンジを狙ったキャンペーンも実施している。

第3節 山岳観光

1. 概要

北アルプス、南アルプス、ピレネー、中央山岳地帯（マシッフ・サントラル）、ジュラ、ボージュ、コルシカの7つの山脈を数えるフランスの山岳地帯は、国土全体の1/5を占める。これら7

つの山岳地帯には、12州、6県、6,128コミューンが含まれ、冬季スポーツ場は160カ所を数え、79のノルディックスキー区域がある。

フランスは欧州の中でも最大のスキー場面積を誇り（合計11,800km²）、フランスのスキー場には、イギリス人（35万人）を筆頭にオランダやイタリア、ドイツ、スペイン、そして最近ではロシアからのスキーヤーが訪れる。378コミューンがアルペンスキーの設備を有しており、4,000基強のリフトが約500社により運営されている。また、860のコミューンがノルディックスキーの設備を有し、全長13,000km以上のノルディックスキー用コースが整備されている。この規模からも明確なように、山岳観光産業による社会・経済効果は大きく、リフト運営、スキー学校のモニター、山岳ガイド、その他観光関連に従事する被雇用者数は12万人以上にのぼる。

一方、夏場の山岳観光は、冬季スポーツ期とはがらりと様相を変えて、低・中地山地を中心とする比較的小さな観光地がこじんまりとオープンするだけである。夏場は、トレッキング、山登り、自転車散策、空中スポーツ、テニスや乗馬、カヌーをはじめとした河川スポーツなど、レクリエーションが多様化される。

フランスにおける山岳観光の魅力は、冬季スポーツ地での積雪量の多さや雪質の高さといった自然環境面での恩恵を受けているということの他に、スキー場の数、ゲレンデの広さ、また収容能力の高いリフトなど、相当数のスキーヤーを受入れるだけのインフラが整備されていることと、スキー学校のモニターの質の高さなどに支えられている。

2. 事例：シャモニー市

(1) 概説

ヨーロッパ最高峰のモンブランを中心とするモンブラン山群に挟まれたシャモニー峡谷は、氷河や広大な自然環境といった立地条件から、登山そして冬季スポーツの観光地としてフランス国内でも先駆者的な存在である。人口1万人（うち観光業務に従事しているのが3,500人、リフト会社の雇用数は600人）、面積は24,546 haである。

歴史を見ると700年頃から人が住み始め、長い間ジュネーブ地域の中の一集落という位置付けでしかなく、僧院に納める小作の農作物で生活を営んでいた。当時、アルプス山脈一帯は「呪われた山」として農民たちから恐れられ、氷河と山に対する恐怖感が抱かれていた。ところが、1741年に英国人2人が氷河探索のためにシャモニーを訪れ、また1760年にはスイス人の博物学者ソーシュールがモンブランの測量や氷河を研究し、モンブランへの道を開拓するために賞金を設定、それに挑んだシャモニー出身の二人が1786年にモンブラン登頂に初成功した。この初登頂が今日のシャモニーの観光の原点であると言える。以来、特に最初の氷河探検隊の出身国であるイギリスにおいて、モンブラン氷河のエピソードや絵を媒体としてシャモニーが紹介され始めた。氷河観光や未踏の山への挑戦など、18世紀のモンブラン登頂から150年間、確実にシャモニーにおける観光事業地盤は固められてきた。1893年には、ノルウエーから初めて「スキー」が導入され、

1924年には第1回冬季オリンピックが開催された。以後、シャモニーには冬と夏という二つの観光シーズンが定着した。1901年にはパリ～シャモニー間の鉄道が敷設、1927年にはロープウェイが稼働、1965年にはモンブラントンネル開通と、インフラ面でも整備が進められてきた。

(2) 観光政策・行政努力

シャモニーにおける観光振興の要は、街の中心部にあるシャモニー観光局である。シャモニー観光局の従業員数は40人（うち20人が正式雇用、20人が季節雇用者）。ここでは観光客の受入れ、情報提供を行なうほか、海外25カ国に対し、シャモニー観光誘致のための広報活動を積極的に行っている。フランス国内でのヴァカンスのニーズが変化しつつあり、フランス人観光客が減少傾向にある中、その減少分を外国人観光客でカバーする。また年間を通じて、現在は夏と冬に集中している観光客を、ローシーズンの春、秋にも呼び込んで、年間で平準化を図るといった試みが必要であることから、広報対象とする国の選択は戦略的に行われている。例えば、200年前から観光客が訪れているイギリスのように、既に十分シャモニーの観光情報が行き渡っている国については、新規情報の提供等が行われる程度であるが、新興国である中国やインドについては、まずはシャモニーのイメージや基礎情報（ジュネーブからの距離や行程など）を中心とする広報を行なう。対ヨーロッパの国々に対しては、フランスの他の山岳観光地と共同でキャンペーンを行うほか、日本については、アルプス山脈を囲むスイス、イタリア、オーストリアの同山脈地域内の他の観光地と協力してキャンペーンを行っている。その他、ツアーオペレーターや旅行代理店と旅行パッケージ商品を作成・販売化も進める。ちなみに、日本の場合は1965年にエベレスト登頂に成功したフランス人、モーリス・エルゾグ氏がシャモニー市長（1968-77）に就任した後、人脈が豊富だった同氏によりシャモニーが日本に紹介された。シャモニー在住歴の長い日本人も少なくなく、彼らもまたシャモニーへの日本人観光客誘致に積極的に貢献している。キャンペーン活動は主に、1) 地元新聞との交流、2) 旅行関係業者との会合、3) 一般向けの情報提供（各国の言語に翻訳されたインターネット）である。

観光振興におけるコミューンを中心とする地方団体の役割も重要である。シャモニー観光局では観光局評議会が開催され、同会のメンバーは9人の市議会議員、9人の各業界代表者により構成されている。同会で主に取り上げられる議題としては、過去に実施されたキャンペーン効果などを踏まえた将来的な観光キャンペーンの対象国の選定、観光客の受入れの改善について（いかに観光客に満足してもらえるか）等が挙げられる。

また、シャモニー市は観光政策の策定の自由裁量があり、その政策について県または州に対し、県議会、州議会を通じて支援を求めるといった枠組みとなっている。

例1. 県下のある山岳地方自治体が山岳観光キャンペーンの支援を県に申請、同キャンペーンが実施された後、県議会において、湖畔の地方自治体あるいは農村地方自治体にも同様のキャンペーン支援がなされるべきであるとして、翌年、翌々年に実施された。

例2. シャモニー周辺地域内のバス・鉄道の無料利用サービスにおける鉄道の部分は州が負担（年間1,000万ユーロ）。観光広報活動においても、例えば中国へのキャンペーンについては州が補助金を拠出。

シャモニーの観光の歴史を見ると、民間人であるガイド達がモンブラン山脈の登山道の開発をするなど、観光開発に重要な役割を果たしてきたのはむしろ民間であった部分もあり、観光開発の上で官民の間での協力がスムーズになされてきたという背景がある。

インフラの面では、シャモニー市による投資が行われており、基本的に観光関連施設や地下駐車場施設などはシャモニー市の所有である。またシャモニー観光局は市からの委託を受けて、官民折衷による運営が行われている。リフトの運営については、市が15%出資しており（ちなみにシャモニーのリフト会社は4社あったのが、4年前に1つのグループに統合された）、市は株式配当金を受け取ると同時に、公有地での運営ということで売上の5%をリフト運営会社から徴収している。

一方、シャモニー市民のほとんどが何らかの形で観光に関わっていることから、観光局では1万人のシャモニー市民、そして年間4,000人の季節雇用者達と、シャモニーの観光資源やライフスタイルに関する同一のアイデンティティ、価値観を共有することが市全体で観光振興を進めていく上で必要不可欠であるとし、50の観光関係業界の人々との公聴を経て作成された地元の観光関係者向けの冊子を配布している。

これまで定量的なものを中心として観光開発が進められた結果として、環境資源上、観光開発自体が頭打ちになっている今日、いくつかの問題点が提起されている。

現在、シャモニー渓谷での雪崩・洪水危険地域を除いて、利用可能な土地は最大限に活用されており、そのために不動産価格が高騰している。

また、利益を求めて経済開発をさらに進めようとする観光業界（民間）に対し、シャモニー市は観光資源である環境と景観を保全し、持続可能な開発を進めようとしている。シャモニー市は6、7年前から建設規制を強化することで急速な経済開発を食い止める努力を行っている。がしかしこれにより、逆に不動産価格が高騰し、結果、観光市場にあまり貢献しない外国資本家による不動産購入が進み、シャモニー市民が市外に移転せざるをえない状況になった。その結果、シャモニー市の行政決定のための投票権をもつ地元住民が減少するという問題が起り始めている。このような事態に対処すべく、シャモニー市は一部の区域について先買権を指定して、不動産譲渡時に市として買い上げ、シャモニー市民に優先的に権利を譲渡するという方法をとっている。

今後の展望としては、前述の持続可能な観光開発の概念に沿って、モンブラン山脈の自然資源の保護を中心に、観光施設の過渡な開発の抑制、公害抑制の方針を継続し、「量よりも質」の観光振興を進めていくことが重要視されている。

おわりに

今回フランスの観光政策を調査し、フランスのみならず観光行政全般について、共通する課題や展望が見えてきた中で、特に最後に強調しておきたいことは次の3つである。

- ・観光は国興し、街興しの牽引力となる事業であること。
- ・観光開発は、地元に住んでいる人にとっても、自分達の住む街を美しく、住みやすい街にする活力でもあること。
- ・観光振興は、国、地方自治体、そして民間が同じ方向性を持って、それぞれが自分の役割を果たす国を挙げてのチームプレーが大切な分野であること。

また、繰り返しになるが、第4章でも述べたとおり、これからの観光業は経済的な利益のみを追い求めるのではなく、地球規模の環境保全目標・利益再分配理念をも考慮した形で、持続的に栄え、共に発展することが必要とされている。そのためには明らかに政治・行政からの働きかけが今後さらに重要となってくることは間違いない。

持続可能な観光開発が唱われ始めたばかりの昨今、まだその効果は判然としてはいないが、すでに政策策定や実施に乗り出している先駆者フランスの今後を見守りながら、同時に日本を初め、世界各国でその重要性が認知され、同様の試みが一層推進されることを期待したい。

参考文献

●文献

「フランスの地方自治」（2002年）、財団法人自治体国際化協会

「フランスの農村ツーリズム」（1997年）、財団法人自治体国際化協会

「地域政策と観光開発」（2001年）、石原 照敏 大明堂

「日本観光学会誌 第38号—戦後フランスの国内観光政策について」（2001）、成沢 広幸

「経済学論集 第10巻第2号—フランスの海浜観光について」（2002）、成沢 広幸

「Tourisme en France : les enjeux pour 2020」, Paul DUBRULE, Le Cherche-Midi, 2005

「Rapport annuel de la France sur le tourisme (année 2004)」, Direction du Tourisme, 2005

「Les comptes du tourisme」, Direction du Tourisme, 2005

「Chiffres clés du tourisme, édition 2005」, Direction du Tourisme, 2005

「Chiffre clés du tourisme, édition 2006」, Direction du Tourisme, 2006

「Reprise de la fréquentation touristique en 2005」, INSEE PREMIERE, 2006

「En haute saison touristique, la population présente double dans certains départements」, INSEE PREMIERE, 2006

「Le tourisme – Un phénomène économique」, Pierre Py, Collection ÉTUDE, 2002

「Le Tourisme en France, édition 2005」, INSEE, 2005

●ホームページ

国際観光振興機構（JNTO）：<http://www.jnto.go.jp/info/statistics/pdfs/070126monthly.pdf>

フランス観光省：<http://www.tourisme.gouv.fr/fr/home.jsp>

メゾン・ド・ラ・フランス : <http://fr.franceguide.com/home.asp>

GEOTOURISME : <http://geotourweb.com>

世界観光機構 : <http://www.world-tourism.org>

統計経済国立研究所 : <http://www.insee.fr>

レジフランス（公共フランス法律検索サイト） : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

全国観光地コミュニケーション協会 : <http://www.communes-touristiques.net>

観光に関する開発・エンジニアリング観測所 : <http://www.odit-france.fr/>

観光局・観光協会案内所全国連盟 : <http://www.tourisme.fr/>

観光エキスパート・研究者協会（AFEST） : <http://www.afest.org/>

休暇連帯基金 : <http://www.bsv-tourisme.fr/>

全国ヴァカンス小切手局 : <http://www.ancv.com/>

環境省 : <http://www.ecologie.gouv.fr/>

地域アジェンダ 21 : <http://www.agenda21france.org>

（執筆者）

| | | |
|----|------|----------------------|
| 監修 | 所長 | 四方 和幸 |
| | 次長 | 富澤 信央 |
| 担当 | 所長補佐 | 坂尻 昇太 |
| | 調査員 | Charles-Henri HOUZET |
| | 前調査員 | Julia SOTOUSEK |