

## あとがき

地理学の分野において、一般に2つの都市が引き付け合う力（例えば、都市間の移動人口）を空間的相互作用と呼ぶが、都市人口を国の観光旅行者に置き換えるならば、その引力はそれぞれの国家の観光旅行者に比例的であり、国家間の時間距離または経済距離（航空運賃）に反比例的である。すなわち、観光による国家間の引き合う力（引力）は、お互いの交流が深まるほど、交通運賃が安くなるほど強くなることを示している。ここでの引力は、言うまでもなくニュートンの引力の法則にもとづいている。

『平成22年版 観光白書』観光庁編によると、アジアの3国（日本、中国、韓国）間では平成12年から平成19年にかけて日本から韓国への旅行者を除くと、互いに観光客受入数が増加している傾向にあるが、日本から欧米への観光旅行者は減少傾向にある。この傾向からも分かる通り、近接した国同士の引力が強まっていることが伺える。さらに、これに対してLCC（Low Cost Carrierの略称；格安航空会社）などの参入も拍車をかけるであろう。そのため日本が観光によってマクロ経済の活性化を図るならば、まず外国人観光旅行者を増やすために、英語はもとより隣国を大切にして中国語および韓国語による観光・交通サービスを充実させる必要がある。また、リピーターを増やすためには観光資源の情報発信はもとより日本の得意な産業技術、医療、電化製品の販売などを中心としたツーリズムなどによって差別化を図る必要がある。

本叢書では、上記の部分と関連する経済やバリアフリーについてはそれほど触れられていないものの、空港、外国人旅行者の嗜好などの特性に照準が充てられており、中国における観光および日本の過疎地の開発についても著されている。

本書が今後の観光研究に貢献できれば幸いである。