

書評

Henna Konu and Melanie Kay Smith (編著)

『A Research Agenda for Tourism and Wellbeing』

Edward Elgar (Cheltenham, UK), 2024年、xv+254頁、US\$150.00

(一) 本書の目的および著者

本書の執筆・編集動機は、編著者らによると「COVID-19のパンデミックが旅行と健康の両方に及ぼした重大かつ時に壊滅的な影響を及ぼしたことを考慮し、アフター・コロナの時代として観光とウェルビーイングの関係を再検討する必要性を感じたから」であるという。本書は、国際政策・政府政策から、ウェルビーイングの測定や指標、製品やサービスの開発、モチベーションやセグメンテーションに至るまで、いくつかの重要なテーマに沿って構成されている。本書の執筆者は、フィンランド、オランダ、ニュージーランド、アメリカ、オーストラリア、香港、セルビア、イギリス、オーストリアの25名の研究者から成り、編著者は、フィンランドの東フィンランド・ビジネス・スクール大学のHenna Konu、および、ハンガリーのブタペスト・メトロポリタン大学のMelanie Kay Smithである。

(二) 本書の構成と章別概要

本書は以下のように、全部で13章から構成される（なお、第2章から第3章は第1部、第4章から第6章は第2部、第7章から第9章は第3部、第10章から第13章は第4部と、4部構成となっている）。

第1章 観光とウェルビーイング研究の進展

第1部 観光におけるウェルビーイングの経済学と測定

第2章 観光経済学におけるウェルビーイングの格差の所在

第3章 観光における生活の質の指標－需要と供給のインタラクションのパースペクティブ

第2部 観光における個人のウェルビーイング

第4章 健康的なホテル従業員へのウェルネス・プログラムの貢献

第5章 観光客の怠惰とユーダイモニック・ウェルビーイング－探索研究

第6章 ウェルビーイングと未来の観光に貢献する自然－幸福と人生の意味を求めるフィンランドのZ世代

第3部 観光におけるウェルビーイングの経験の促進

第7章 観光の経験における自然との連結とウェルビーイング

第8章 青い空間とウェルビーイングが観光・レジャービジネスにとって重要な理由

第9章 ウェルネス・ツーリズムのクロス・ナショナル分析

第4部 ウェルビーイング観光の効果

第10章 社会観光に関するウェルビーイングのアウトカム

第11章 ウェルビーイングに関するアフリカン・ディアスポラ観光の経験

第12章 マイ・ヴァケーションの雰囲気－フェイダウト・エフェクトの減衰

第13章 観光とウェルビーイングの将来方向

以下、各章の概要は次のとおりである。

「第1章 観光とウェルビーイング研究の進展」(執筆者: Melanie Kay Smith and Henna Konu)は、本書導入部の章である。COVID-19 以後において一層観光とウェルビーイングとの関係性、あるいは生活の質に関する観光の重要性を再認識することが必要であり、その研究を進展させるために本書を作成するにいたったという執筆の動機・背景と目的が示されている。また、観光とウェルビーイングの研究は、ポジティブ心理学をはじめとした複数の研究分野、およびディシプリンと関係していることが述べられている。また、2010年代初期以降、快楽的な幸福であるヘドニック (hedonic) ウェルビーイングと、経験の達成を通じての幸福であるユーダイモニク (eudaimonic) ウェルビーイングとの違いが、観光とウェルビーイング研究に関する哲学的・心理学的研究上における突出したテーマになっているとも言及している。さらに、本書の各章について、ウェルビーイングの概念的定義と測定に関わる章、観光における個人的ウェルビーイングに関わる章、観光におけるウェルビーイングの経験の促進に関わる章、ウェルビーイングの観光における効果に関わる章の順に、簡単な説明がなされている。

次いで、「第2章」、「第3章」は、「第1部 観光におけるウェルビーイングの経済学と測定」としてまとめられている。

「第2章 観光経済学におけるウェルビーイングの格差の所在」(執筆者: Larry Dwyer)では、GDPが「生活の質」あるいは「ウェルビーイング」を測定する概念としてはふさわしくなく、「GDPを超えるアプローチ」としては、ウェルビーイングが主要な政策目的であるとし、観光経済学は、概念分析、実証的知見、政策評価において、これまでの慣行よりも包括的な方法で、住民のウェルビーイングの成果を取り入れる必要があることを主張している。その上で、ウェルビーイングの本質、住民のウェルビーイングの成果を研究することで観光研究分析と政策がどのように前進するか、観光政策目的としてのウェルビーイングという点について考察がなされている。

「第3章 観光における生活の質の指標－需要と供給のインタラクションのパースペクティブ」(執筆者: Adiyukh Berbekova and Muzaffer Uysal)では、観光の文脈においてウェルビーイングおよび生活の質 (QOL) を指標として捉えるための理論的考え方を考察するとともに、未来の研究に向けた課題を提示している。ここでの理論的考え方の枠組みとしては、需要と供給の相互作用を重視する「S-D ロジック」を用いており、客観的指標あるいは有形であるオペラント資源と主観的指標あるいは無形であるオペラント資源との間のリンクを QOL 指標として確立することが課題であると結論づけている。すなわち、「S-D ロジック」では、顧客を価値共創の中心的なアクターと見なし、価値は使用時にのみ創造されると仮定し、交換価値の概念から使用価値へと移行すると考えることから、観光客は観光体験を通じて価値を創造する積極的な参加者であるとし、例えば、観光地は、オペラント資源とオペラント資源の両方によって形成されるエコシス

テムとして概念化できるという考え方が示されている。これより、コミュニティの幸福度指標（ここでは幸福は、自分の生活に対する主観的な評価のみに基づくとし、所得など客観的な評価を含むより包括的な用語である **QOL** とは区別していることに注意）は、その地域のオペランド資源の状態を反映していると述べている。

次いで、「第4章」、「第5章」、「第6章」は、「第2部 観光における個人のウェルビーイング」としてまとめられている。

「第4章 健康的なホテル従業員へのウェルネス・プログラムの貢献」（執筆者: Susan E. Gordon and Xinran Lehto）では、観光における個人のウェルビーイングの研究として、米国中西部に本社を置くホテル管理会社のホテル従業員に関する健康プログラムの調査・考察がなされている。ここでの理論的基礎は、幸福感を高める関与は、従業員の仕事の要求とリソースとの関係で変化するという「JD-R（職務要求・リソース）モデル」、従業員が幸福を他者から得られるリソースの調整によって維持しようとする「COR（リソース保全）理論」、予防機能・回復機能・教育機能・変革機能という4機能から成る「4次元のウェルネス構造」を提唱した「健康リソース類型論」に基づいており、これらの理論的基礎を考慮しつつ、従業員の職場でのウェルビーイングは、この類型論を用いることで実践に応用できるとしている。調査では、企業福利厚生管理者1名、ホテルの人事に係わる部長および管理者3名、ホテルの管理者5名、ホテルの時間給従業員3名に対して、会社のウェルネス・プログラムとポリシーをどのように受け止めているかというインタビューによって実施している。結果は、先の4つの健康リソースの類型に当てはまるものとなっている。興味深い結果として、従業員がウェルネス・プログラムを会社よりもより幅広く総合的に理解しているようだと言及している。また、これらの結果より、ホスピタリティ・ビジネスのためのウェルネス・システムの生態学的サイクルの概念モデル（ウェルネスを核にした「ピープル⇒アクティビティ⇒プロダクト⇒ゴール」というサイクル）を提唱している。

「第5章 観光客の怠惰とユーダイモニック・ウェルビーイング探索的研究」（執筆者: Jalena Farkić, Gorana Isailović and Dušan Parić）では、人々の幸福を高めるだけでなく、地球のウェルビーイングに全体的に貢献し、共創する、有意義な休暇の追求としての「怠惰」を理解し、考えるための新しい道を切り開くことを目的としている。具体的には、観光が怠惰を促進することで人間や他の生物の幸福をサポートできる方法を探るために、より広範な再生型観光の議論の中にこのことを位置付け、ポジティブ心理学の観点から怠惰の概念にアプローチすることが必要であるとしている。考察方法は、オンライン調査（英語とセルビア語）を用いて得られた14カ国からの79人の回答サンプルについて分析している。調査の内容は、全部で35の質問（フェイス・シート6問、ライフスタイルや日常の習慣、怠惰の意味、怠惰な休日の想像など18の選択的質問、理想的な休暇、暇なときに行なう活動、休息の方法、怠惰の概念に対する理解など11の自由回答形式の質問）から成り、主な分析結果は、「67.1%が、怠惰が良いことか悪いことか判断できなかった」、「30.9%がテクノストレスに陥っている」、「よく挙げられた活動は、休息、リラクゼーション、瞑想であった」などとなっている。これらの調査結果を基に、「怠惰」は、心身の再生を助け、多くの点で私たちの幸福に貢献する可能性があるとしている。また、観光は「怠惰」を促進することで、再生にいくらか貢献する可能性がある。さらに、真に再生可能な観光モデルには、意識的な旅行パラダイムの転換と、創造的で適応力があり回復力のあるコミュニティと観光地が

必要であることを主張している。

「第6章 ウェルビーイングと未来の観光に貢献する自然—幸福と人生の意味を求めるフィンランドのZ世代」(執筆者: Miia Grénman, Julia Räikkönen and Fanny Aapio) では、人間と自然のつながりに関する「バイオフィリア仮説」というウェルビーイングの哲学的、心理学的理解を利用して、自然がウェルビーイングと将来の観光にどのように貢献できるかについて考察している。ここでウェルビーイングとは、快楽・楽しみ・苦痛からの回避といった快楽主義と、有意義さ・自己実現といったユーダイモニアという2つの重要な観点があるとし、自然環境は、この快楽的ウェルビーイングとユーダイモニック・ウェルビーイングにとって不可欠であると認識している。理論的背景としては、人間はすべての生物とつながりたいという生来の要求を持っているというウィルソンの「バイオフィリア仮説」に立脚している。研究方法としては、フィンランドのZ世代の大学生(19歳から24歳の68名)を対象に、「4つのテーマ」(人生の幸福と意味、自然と日常生活、自然とのつながり、自然との関係におけるCOVID-19のインパクト)に関して自由回答式および選択回答式の質問調査を実施し、その回答を分析している。なお、回答の強度を5段階リッカート尺度で評価するため、Nisbet and Zelenski(2013)らが自然関連性(NR)の概念の基に開発した尺度を利用している。その主な結果は、フィンランドのZ世代は、幸福と人生の意味という概念をある程度同じように解釈していること、また、「バイオフィリア仮説」は支持されているとしている。最後に筆者らは、世界の観光産業の課題は、エコシステムに損害を与えない規模に観光活動を制限することであり、意識の高い観光客は、自然と生物多様性を尊重する観光を考慮していく可能性が高いだろうとの意見を述べている。

次いで、「第7章」、「第8章」、「第9章」は、「第3部 観光におけるウェルビーイングの経験の促進」としてまとめられている。

「第7章 観光の経験における自然との連結とウェルビーイング」(執筆者: Emma Pope and Henna Konu) では、ウェルビーイング観光体験において自然とのつながりへの道筋がどのように生まれるのか、また、観光提供者がどのように自然とのつながりを促進できるのかについて考察している。その理論的背景は、これまでの研究では自然が人々に心理的利益と健康的利益をもたらすとの認識にあり、ウィルソンの「バイオフィリア」の価値観やランバーらの「自然とのつながりの道筋」も参考にしている。方法は、日本人観光客を対象としたフィンランドの北カレリアの森林での観光旅行体験を調査し、その結果を考察するという事例研究がなされている。調査対象者は、日本人観光客8人と旅行会社の代表者2人であり、データは、参加観察(観光目的地に到着した空港から出発まで)、インタビュー(特定者に2回実施)、顧客フィードバック調査(毎日実施)によって収集している。結果は、自然を基盤とした観光サービスが、顧客に多様な健康上の利点をもたらす可能性があることを示しており、観光客が知覚する治療的メンタルヘルス効果を肯定したBuckley(2019)の研究を裏づけるものとなっている。

「第8章 青い空間とウェルビーイングが観光・レジャービジネスにとって重要な理由」(執筆者: Catherine Kally) では、英国・南イングランドのブライトン市の海水沿岸のブルー・スペース(すべての自然の表層水であり、広義には人工物も含める)を事例に、ブルース・ペースのウェルビーイング観光を評価している。方法は、ブルー・スペースの意味の検討、ブルー・スペースに関する研究サーベイの後、ブライトン市の海水沿岸の治療的景観、場所への愛着、感情的地

理といった有用性を評価することで、人間のウェルビーイングにとってそうした空間の価値を考察しており、SWOT分析、適応型体験経済分析も用いられている。主な結論としては、マーケティング・メッセージにブルー・スペース、健康、自然を中心に置くこと、ウェルビーイング体験を革新的で価値主導の方法で作成していくためには観光企業とウェルビーイングの実践者、環境保護論者、アウトドア・レジャーの提供者とがコラボレーションする必要があることなどが示されている。

「第9章 ウェルネス・ツーリズムの概念、観光客の動機、サービスの好みに関する国際分析」(執筆者: Daumantas Bočkus, Elli Vento and Raija Komppula)では、ウェルネス・ツーリストの動機とサービス嗜好、および観光客の母国におけるウェルネスの概念とウェルネス・サービス提供との関係を理解することを目的としている。このため、東フィンランド、ロシア(ロシア領カレリアとサンクトペテルブルク地域)、リトアニアの3地域における動機、サービス嗜好、ウェルネスの概念、ウェルネス・サービス提供を比較している。この研究では、起業家、地方および国の政策/意思決定者、およびDMOが、サービス提供を改善するために講じる必要のある優先事項と行動についての決定を下すための基礎が提供されている。ウェルネスの概念としては、ウェルネス・ツーリズムの分類と動機について考察している。方法は、東フィンランド(11)、ロシアのカレリア(10)、リトアニア(9)の合計30のウェルネス・ツーリズム企業を対象とした比較事例調査であり、インタビュー対象者は起業家または責任ある管理者である。内容は、ウェルネスに対する理解、サービス提供、将来の見通しを含むものである。調査から、目的地間でのウェルネス・コンセプトの違い、ウェルネス旅行に行くための動機の違い、今後どのようなウェルネス旅行を利用するか意向について比較考察を行っている。結果的に、ウェルネス・サービス提供は、主に資源、自然環境、国の規制、伝統、文化に依存していること、需要的にはそれぞれの市場間で異なる可能性が明らかになったとしている。

次いで、「第10章」、「第11章」、「第12章」、「第13章」は、「第4部 観光が健康に与える影響」としてまとめられている。

「第10章 ソーシャル・ツーリズムのウェルビーイング度向上効果:フィンランドからの証拠」(執筆者: Elli Vento, Scott McCabe and Raija Komppula)では、最も一般的なソーシャル・ツーリズム体験のタイプであるソーシャル・ホリデーが、顧客の主観的なウェルビーイングにどのように影響するかを、ホリデー・プロバイダーの視点と資金提供者の視点の両方から明らかにしようとしたものである。方法は、定量的分析と定性的分析の混合手法研究として行われ、定量的データは社会休暇の申請者を対象とした2段階のアンケート調査によって収集するとともに、申請を拒否された人々を対象とした対照群調査も合わせて行っている。質的データについては、フィンランドの休暇協会の代表者4名と資金提供組織である社会福祉・保険団体資金提供センターの代表者に対して5回のインタビューを実施するとともに、社交休暇協会のソーシャル・ツーリズムを企画する4つの最大のリゾート(2つのスパリゾート、スポーツセンター、休暇村)でソーシャル・ツーリズムの顧客を長年サポートした経験を持つ4人の休暇インストラクターに対して6回のインタビューを実施している。調査結果は、縦断データである定量的二段階調査においては、社会的な休日と生活全般の満足度、経済状況、雇用状況、社会生活、余暇の質に対する満足度との間に、明確な正の相関関係(つまり、有意な正の効果)があることを示している。家族

の結果に関しては、休日は家族が家の外でより多くの時間を過ごすよう促すことを示している。非縦断データの結果からは、感情的なリラクゼーションと精神的幸福感の向上が、成人の顧客と家族の両方にとって社交休暇の最も重要な成果であることなどを示している。定性的な調査結果としては、休日インストラクターからのインタビュー結果として、社交休暇は、非常に困難な生活状況にある人々の人生に対するより前向きな見通しに繋がる場合、極めて重要であることを示している。また、ソーシャル・ツーリズムの資金提供団体へのインタビュー結果からは、平等化、エンパワーメント、思いやり、福祉国家のイデオロギーなどの構成概念が、フィンランドのソーシャル・ツーリズム・システムに関連していることを見出している。なお、恵まれない環境にある子どもたちにとって、休日の経験を仲間と共有することが特に重要であるとの研究結果も示されている。

「第11章 アフリカ系移民観光客のウェルビーイング体験」(執筆者: Xavier Matteucci, Sebastian Filep, Jerrom Bateman and J.A. (Tony) Binns) では、英国とシエラレオネ間の旅行体験に関連して、英国シエラレオネ系ディアスポラが心理的ウェルビーイングをどのように認識しているかを明らかにすることを目的としている。方法は、ロンドンにおいてシエラレオネ人観光客12名への詳細なインタビュー調査によって実施されている。調査結果は、調査対象者の約半数が祖国の地への旅行前に孤立感や疎外感を感じていたこと、故郷への旅は親密さと一体感を高揚させたこと、先祖伝来の土地への愛着という心理的ウェルビーイングを高めたこと、家族の絆を維持するという社会的義務を果たすことへの満足感をもたらすとしている。

「第12章 休暇の香りーフェードアウト効果を弱める」(執筆者: Ondrej Mitás and Marcel Bastiaansen) では、休暇が終わってしまうと数日以内にポジティブな感情がベースライン・レベルまで低下してしまうという「フェードアウト効果」の対策を考察するために、香水を使った介入が休暇のフェードアウトと主観的幸福感に及ぼす因果関係を明らかにすることであるとしており、オランダの2つの休暇公園で小規模な実験調査結果をまとめている。まず、「仮説1: 香水ベースの介入により、ベースラインと比較して休暇後の主観的ウェルビーイングが向上する」、「仮説2: 香水を使った介入は休暇後の感情的なフェードアウト効果を軽減する」、という2つの仮説が提示されており、方法としては、オランダの2つの休暇公園(バンガロー・パーク)に滞在した観光客を対象として、休暇後1~2週間後に香水スプレーを施したポストカードを受け取ることの効果を検証するというものである。なお、調査対象者は45人であった。また対象者にはあわせてアンケート調査が行われた。結果は、香水を使用した対象者は、休暇前と比較して仮説どおりに休暇後に低い否定的な感情となるとともに、その効果は非常に小さく、統計的に有意なものではなかったとしている。

「第13章 観光とウェルビーイングの将来方向」(執筆者: Hanna Konu and Melanie Kay Smith) では、本書では、観光とウェルビーイングに関して研究の幅広い視点が前章までに示されたことを振り返って述べるとともに、今後の研究課題が示されている。主な課題としては、ホストコミュニティの自己エンパワーメントをどのように強化できるか、またホストとゲストの有意義な出会いや市民参加をどのように促進できるかの検討が必要であること、観光企業の観点からは、実践者が観光客のウェルビーイングと内面の変容の体験をどのように促進できるかを検討すること、顧客の変容体験をサポートする従業員のウェルビーイングの影響をどのように考える

かなどがあり、さらに研究を進める必要があるとしている。

(三) 評論

本書は、観光とウェルビーイングの関係を多様な視点から考察した研究成果である。こうした研究は、近年、徐々に観光研究においても蓄積が進められてきているが、学際的なテーマであることもあり、中々十分な研究水準には達しておらず、いまだ初期的な段階にあると言わざるを得ないと言えよう。そうした観点からみると本書は、フィンランドの研究者が中心ではあるものの多様な欧米諸国の研究者が多様なテーマの下で探究しており、共同研究成果として多いに今後の研究の参考に資するとともに、関連研究者をインスパイアし、観光とウェルビーイングとの関係研究にはずみをつけるものとして評価し得る。以下、本書を通じて気づかされた諸点を、今後の研究への重要な示唆として指摘しておきたい。

先ず、近年のウェルビーイング研究においては、「ウェルビーイング」とは、「主観的な快楽的幸福であるヘドニック (hedonic) ウェルビーイング」と、「客観的な経験の達成を通じての幸福であるユーダイモニック (eudaimonic) ウェルビーイング」とから構成されているとするのが一般的見解であるが、どうしても実際の研究では「主観的な快楽的幸福であるヘドニック (hedonic) ウェルビーイング」に重きが置かれがちである。しかしながら、本書では、多くの論文ができるだけ両方のウェルビーイングをカバーする考察にチャレンジしていることが認められる。例として、第3章では、「S-Dロジック」の考え方をを用いて、動的なウェルビーイングの創造を考察しており、観光地をオペランド資源とオペラント資源の両方によって形成されるエコシステムとして概念化できるという考え方にはユニークさが認められる。また、「怠惰」をウェルビーイングの創造にとって肯定的に考察している第5章の論文も同様にユニークであり、ユーダイモニック・ウェルビーイングの解明および、観光の役割の解明にも接近する可能性のある研究と認められる。とはいえ、現段階では、それらの解明にまでは至っておらず、ポジティブ心理学などとも統合したさらなる深化的研究が期待される。さらに、「バイオフィリア」を仮説や理論的背景に取り入れて考察しようとする試みも着目し得るものであり、観光を生物学との統合的研究として進めていくことも、今後、持続的観光を超えて、再生型観光を研究していく上でも有用な知見を見出す可能性を秘めているように思える。

このように本書の諸研究には多くの着目しうる示唆が含まれており、先述のとおり、観光とウェルビーイングを結びつけて考える研究はいまだ初期的段階・挑戦的段階ではあるものの、本書の例のように、観光学を超越して、心理学、健康科学、経済学、哲学などといった関連分野との統合的な研究を進めていくことは、今後の観光研究の拡がりを進めていくだけでなく、観光そのものの役割・本質を探究することにつながる可能性を有すものであり、一層の探求が必要である。ウェルビーイングあるいは幸福は、人類永遠のテーマであり、観光とウェルビーイングの関係を研究することは、GDP信奉に象徴される行き詰った経済成長至上主義からの脱却に向けた知見を見出す取り組みでもある。意欲的な本書の試みを積極的に評価したい。観光研究者に一読を薦める。

(伊藤 昭男・北海商科大学)