

ヘルスツーリズムの拠点としての旅館活用

—健康系付加価値提供による新たな地域活性化モデル—

つじもと ち はる
辻本 千春 成美大学 経営情報学部 准教授

According to the Ministry of the Environment report of hot spring use in 2009, the number of the hot spring resorts was 3,170 and the total number of hot spring sources was 27,825.

However the number of the accommodations is decreasing year by year from 1995 at the peak. In addition, the total number of guests begins to decrease little by little from 1992 at the peak, also.

One small hotel in Amakusa invested in personal development and established “health tourism”. Using this as an example, this study states ways reproduce it's success for not only the hotel but the local area and also regional activation.

1. はじめに

今、日本の旅館数の減少に歯止めがかからず、それに伴い地域にも影響が出てきているところが多い。天草の小規模の旅館がハードへの投資だけでなくソフトに注目し、「ヘルスツーリズム」を確立させ、旅館経営だけでなく地域を元気にすることにも貢献している事例から、本論では、健康に関わる付加価値提供による旅館及び地域活性化の新しいモデルの可能性を明らかにしたい。ヘルスツーリズムにより旅館の経営を軌道に乗せ地域を元気にしている成功事例に関する先行文献がみあたらないため「ヒアリング現地調査」（後述）に基づいている。

2. 旅館の現状

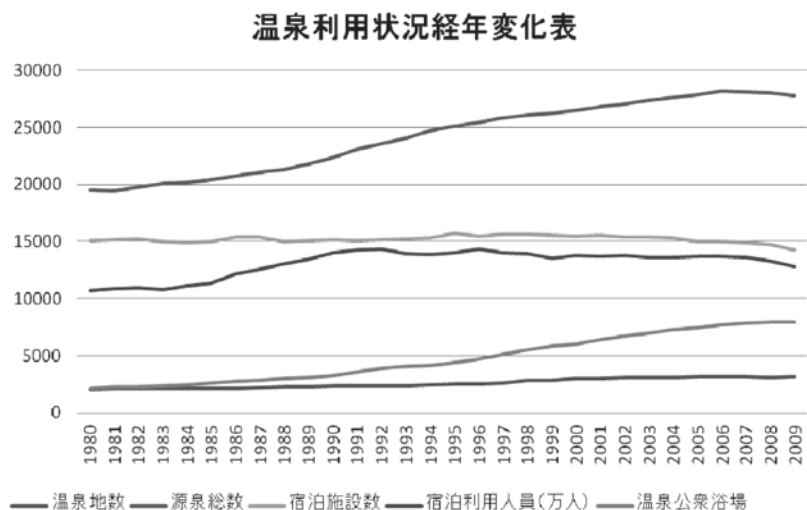
日本の現状をみると、温泉地数は年々増加しているが、宿泊施設数は1995年をピークに年々減少している。また、延べ宿泊利用人数も1992年をピークに少しずつ減少し始めている（図-1）。

次に旅館経営の現状について、詳しくみてみる。

2-1. 営業状況

国際観光連盟（2012）によると、小旅館（30室以下）の経営は、いろいろな指

図-1 温泉利用状況経年表



出所：環境省（2009）

標からみて中旅館（31～99室）や大旅館（100室以上）に比べて厳しいことが分かる（2009年、2010年、2011年のそれぞれの対前年比で比較）。

①規模別の1軒当たりの総売上高は、大旅館は80.9%、101.1%、90.1%、中旅館は98.9%、99.9%、98.4%に比べて、小旅館は76.5%、93.4%、88.4%と毎年減少幅が大きい。

②1軒当たりの年間宿泊人員は、大旅館は90.0%、101.0%、98.3%、中旅館は96.7%、99.9%、105.7%に対して、小旅館は

83.5%、89.8%、90.0%で前年90%を下回っている。

③1室あたりの年間売上高は、大旅館は82.7%、105.3%、79.4%、中旅館は97.6%、98.5%、98.1%に比べて、小旅館は80.8%、93.3%、88.6%で、2011年は少し減少が少ないが、実質は937万円が一番小さくなっている。

④定員稼働率は、大旅館は37.2%、36.9%、34.3%、中旅館は34.9%、34.3%、35.7%で小旅館は34.2%、29.0%、25.7%で、小旅館の定員稼働率は2年連続30%を下

回っている。

⑤客室稼働率は、大旅館は60.0%、62.0%、57.7%、中旅館は54.2%、58.6%、58.7%で小旅館は45.9%、45.3%、45.4%と50%を下回り非常に厳しい状況にある。

小旅館は、大旅館・中旅館に比べて①から③の経営指標で減少幅が大きく、④定員稼働率と⑤客室稼働率では3分類で最も低くなっており厳しい状況にあることが分かる。

2-2. 旅館に求められる役割

また、図-2のように旅館の提供サービスが多様化している。ただし、このアンケート調査によると旅館内でのサービスの取り組みが示されているが、拠点としてソフトを利用する考え方は読みとれない。旅館は既存サービスを延長したり、新しい施設を作り宿泊客を増やそうとしているといえる。

旅館の経営は状況が厳しい中、宿泊人数、滞在日数の増加や、いかにリピートさせるかが重要となっている。宿泊者から見れば、ライフスタイルをはじめ様々な環境の変化により、現代の旅館に求めるものは変わってきているが、ひとつは社会生活におけるストレスを軽減する保養施設としての役割、もうひとつは観光や周遊の拠点としての役割が考えられる。特に後者の役割を果たすことができ

れば、宿泊人員、滞在日数の増加やリピート化に貢献できる可能性は高い。

3. ヘルスツーリズム

ここで、まず、ヘルスツーリズムを包含するニューツーリズムの概念について確認する。

3-1. ニューツーリズム

2012年3月に新しい「観光立国推進基本計画」が作成されたが、「ニューツーリズム」については、2007年6月の閣議で観光立国推進基本計画が決定されて、その中ではじめて示された。ニューツーリズムは「従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行」を指す。本論では、これをニューツーリズムの概念とする。

3-2. 日本の新成長戦略

2010年6月、政府は、「新成長戦略－「元気な日本」復活のシナリオ－」を閣議決定し、発表しており、そのなかで「日本の強みを生かす成長分野」として「健康（医療・介護）」、「フロンティアの開拓による成長」として「観光立国・地域活性化」をそれぞれの成長分野として挙げ、これらの柱の需要創出に、これからの日本の成長を期待したのである。

そのなかの「健康」分野では、2020年までに新規市場50兆円、新規雇用284万人、「観光」で同じく10兆円、56万人を創出するとしており、「健康」と「観光」いずれもがこれからの日本の大きなテーマとなっている。

3-3. ヘルスツーリズムの定義

ヘルスツーリズムの定義は一つに定まっていなかったが、本論文では、次の観光立国推進計画の定義による緩やかなヘルスツーリズムの定義に基づくことにする。

国土交通省（2007）によれば、ヘルスツーリズムは「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体にやさしい料理を味わい、心身ともに癒され、健康回復、増進、保持する新しい観光形態であり、医療に近いものから、レジャーに近いものまで様々なものが含まれる」ことを指す。

3-4. ヘルスツーリズムの形態と要素

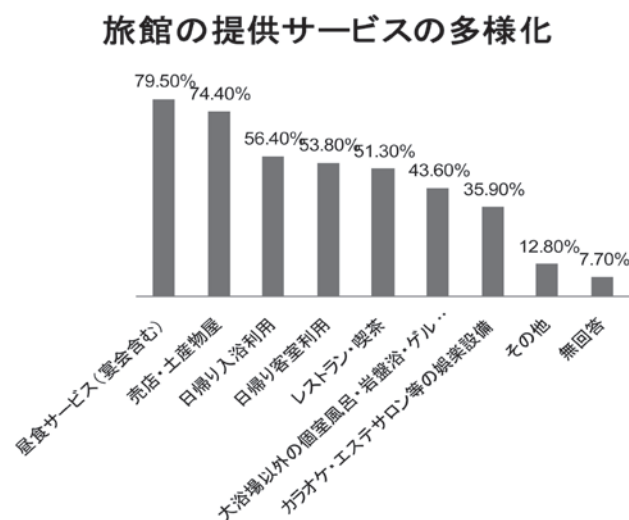
ヘルスツーリズムの形態としては、姜淑英（2003）は、①治療、②療養、③美容、④ストレス解消、⑤レジャーがあるとしている。要素としては、図-3のように、効果のある健康サービスの提供、利用しやすい料金、レジャーとしての楽しみなどの側面がある。また、近年では、新たな考え方として、単に旅行中の健康効果に着目するのではなく、旅行をQOL（QUALITY OF LIFE）向上のための手段としてとらえる動きもみられるようになっている。

3-5. ヘルスツーリズムの市場規模

経済産業省（2003）によれば、健康産業サービスの市場規模は2001年において、12兆円であり、2010年に20兆円に拡大すると推計した。健康サービス産業の範囲は、公的給付を除く、健診・健康支援、保健相談、健康関連情報システム、スポーツ、栄養管理・リフレッシュ、健康商品流通に関わる、生活者の健康の維持・増進に係る多様なサービスを指している。

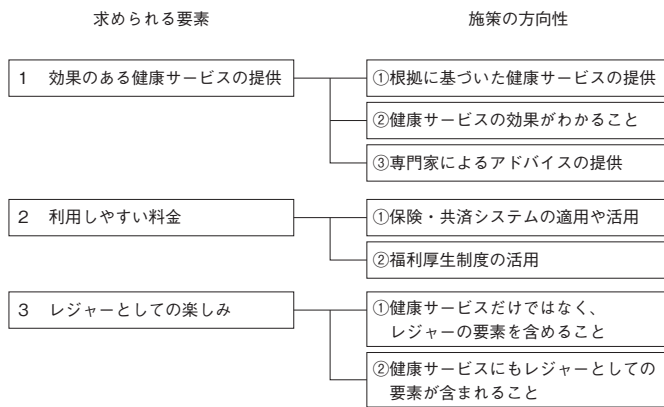
また、ヘルスツーリズム研究所（2007）は、ヘルスツーリズムの潜在的市場規模は、宿泊旅行において、3兆300億円、日帰り旅行においては、1兆1000億円、合計4兆1300億円になることをあきらかにした。

図-2 旅館の提供サービスの多様化



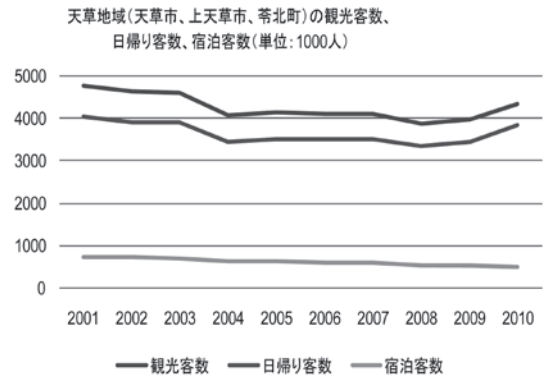
出所：全国旅館生活衛生同業組合連合会（2010年）

図-3 ヘルスツーリズムに求められる要素と施策の方向性



出所：NTT データ経営研究所（2004）

図-5 天草地域の観光客数、日帰り客数、宿泊客数



出所：熊本県（2011）

3-6. 観光資源の発掘

ヘルスツーリズムの中で、「観光」はもちろん重要な要素である。本論において取り入れているニューツーリズムの概念にある「従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を指す」は、ヘルスツーリズムにより交流人口を増やすことにつながる考え方といえる。

井口貢（2010）によると、マス・ツーリズム全盛期の観光地のプランニングでは、観光資源の評価は、特A級、A級、B級、C級などの分類が使われていた。観光計画の専門家がその周辺、例えば、駐車場や眺望点、あるいは、観光資源をつなぐルートプランニングすることで来訪者が楽しめるようなしつらえを整備していった。

ところが、現在、観光資源として注目されるのは、マス・ツーリズムの対象となるような国宝級の文化財や大規模なリゾート施設だけではない。身近な生活臭の漂う下町界隈や路地空間、歴史的建築、近代化遺産、郷土料理、祭り、市場、地場産業など、その地域独特の気候・風土の中で生まれた生活・文化とそこでの交流や体験が好まれている。つまり、観光資源になりうる素材は、生活空間のすぐ近くにあり、それに気づくかどうかにかかっている。

1 回限りではなく、幾度となく訪れ、地元の人々との交流を楽しむ。したがっ

て、全国から人を呼べるようなものではなくとも、固有の文化や生活といった地域資源を観光資源化することで、それぞれの地域が全く異なった価値観で、観光的魅力を提供することができる。これはまさに、本論で述べる天草の事例そのものといえる。

4. 熊本県天草市の事例

4-1. 天草市

熊本県の西部に位置する天草地方は、昔から観光の名所として知られており、現在は市町村合併により、天草市、上天草市、苓北町の2市1町から成り立っている。図-4で、苓北（苓北町）及び、大矢野・松島・姫戸・龍ヶ岳（上天草市）以外の地区が天草市になる。2011年、天草市は熊本県で過疎化率が県内一となった。

天草五橋の開通（1966年）により、天草を訪れる観光客はそれまでの50万人前後から年々増えて、1966年には300万人を突破し、最盛期には500万人を超えてい

図-4 天草地方の地図



出所：天草宝島観光協会ホームページより

た。現在は少し落ち着いているが、それでも400万人前後の観光客が訪れる。ただし、天草を訪れる宿泊客数は旅館数が減少していることもあり、少しずつ減少している（図-5）。

4-2. 天草プリンスホテル

天草プリンスホテルは、1968年開業の部屋数27室従業員20名の小さな旅館である。天草市の本渡地区（市の行政の中心地）にあるが、ちょうど天草全体を蝶に例えると、胴体の部分に当たる（図-4）。

ホテルの周辺にも観光地はあるが、人気観光地は上天草市または天草市西部にあり、本渡地区の旅館も老舗旅館が廃業したり、ビジネスホテルに転換したり、買収されて現在病院になっている元旅館もある。しかも、この旅館は天然温泉が出ていないため「温泉旅館」ではないというハンディキャップを背負っている。天草市の中心部にあるという立地条件と天草の新鮮な魚介類や野菜を活かした料理等が売り物である。

4-3. ヘルスツーリズムにおけるウォーキングのエビデンス

天草プリンスホテルでは、2009年10月より、毎朝、女将が中心となり、宿泊客が地域の観光資源や商店街をウォーキングする「ヘルスツーリズム」（以後、この企画を一般概念としての「ヘルスツーリズム」と区別するために「天草ヘルスツーリズム」と呼ぶ）企画を始めた。

表-2 天草ヘルスツーリズムの動き

天草ヘルスツーリズムの動き		
時 期	天草地区及び天草プリンスホテルに関する事柄	備 考
1965年	天草五橋開通で天草ブームが始まる。年間観光客50万人が1967年には300万人を突破した。	
1968年	開業	
1973年	「遅いあなたが主役」天草パールマラソンが開催される。	健康マラソン発祥の地 背景
1976年	国武裕子氏（現女将）入社	
1990年	天草の観光客が500万人を突破した。	
2005年	国武氏、ガンを患い手術入院「観光と健康の島」構想が思い付いた。	要因
2006年	女将がガイドの勉強を開始。 本渡まちづくり委員、天草市まちづくり委員などを歴任。	個人への投資
2009年	10月より「ヘルスツーリズム実施」	
2010年	メディアで取り上げられることが多くなった。	大宴会場と大浴場のリニューアル
2011年	天草女将会「できます」宣言（2月より） 「トイレの利用、観光案内、お茶を飲むこと」ができる。「天草女将会」旅館がサービスを提供する。	ホスピタリティーの徹底 10月現在参加者23,000人（最高のリピーター32回） 宿泊客は、ヘルスツーリズムを始める前の2009年比べると30%増加した。 特にリピーターの増加が目立つ。
	3月 九州新幹線開通。	
	6月 第14回人にやさしい地域の宿づくり賞 優秀賞 受賞 （全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会）	
	天草女将会 新幹線熊本駅から、人気の「A列車で行こう」で三角駅まで来て、三角港から本渡港に「シークルーズ」で着いた観光客を法被姿で迎え、名物「海老せんべい」とお茶で歓迎する（10月より）。	
2012年	本渡証拠会議所中心 「天草南蛮おもてなしプロジェクト」で「天草サラダ」と「天草ヘルス&ビューティープロジェクト」を開始した（2月より）。	5月現在参加者30,000人（最高のリピーター45回） 4月と5月の客室稼働率は100%を超えた。創業以来初めて。 また、昨年のピーク時8月の宿泊客数に並んだ。
	天草宝島観光協会 天草プリンスホテルの企画や、その他の着地型ヘルスツーリズムを募集開始した（2月より）。	
	3月 じゃらんが「天草島カフェ」の無料版を作成して各所で配布。	
	3月 第4回ヘルスツーリズム奨励賞受賞 （日本ヘルスツーリズム振興機構）	
	5月 観光功労者賞 受賞 （社団法人 熊本県観光連盟）	

出所：筆者作成

日本観光協会（2010）によれば、ヘルスツーリズムにおいて、誰でもが楽しみながらできる主な運動としては、ウォーキング、ノルディック・ウォーキング、サイクリングがあげられ、これらの運動は生活習慣病の予防効果とともに、いろいろな効果が期待できる。ウォーキングは習慣化すると、糖尿病患者の血糖値が改善され（泉嗣彦（2005））、脳が活性化される（篠原菊紀（2005））ことが分かっている。ジョギングと異なり、常に足が地面についているので、健康科学の専門家の検討を得たうえで、積極的に進められる可能性がある運動といえる。

天草プリンスホテルの天草ヘルスツーリズムがはじまったきっかけは、女将が病気を患い、健康の重要性に気付き「観光と健康の島、天草」を考えたことに由来する。元々、天草は、「健康マラソン発祥の地」で、観光にも力を入れており、豊かな食文化も背景にあった（表-2）。

4-4. 旅館経営と天草ヘルスツーリズム

2章の「旅館の現状」で触れたように、小規模の旅館の経営は厳しい状況が続いている。そのような状況の中で、天草プリンスホテルの宿泊者数は、2009年の天草ヘルスツーリズム実施前より大幅に伸びている。その宿泊者数は2009年10月から2012年5月までに30,000人を超えた（2012年6月ヒアリングによる）。そのうち宿泊客の約7割にあたる毎日平均約20名を天草ヘルスツーリズムとして案内していることになる。2012年の4月、5月の客室稼働率は100%で、この時期としては創業以来初めてということであった。天草地域は海水浴客を含め、8月がピークになるが、今年はすでに、4月、5月の時点で昨年の8月の宿泊客数と並んだ。

地域流通経済研究所（2012）によると、九州新幹線開業後の1年間（2011年3月～2012年2月）の熊本県における宿泊客

数は、前年比10.04%の増加と推計されたが、天草プリンスホテルの宿泊客数は天草ヘルスツーリズムがスタートした2009年と比べて2011年は30%伸びている（女将ヒアリングより）。また、熊本県（2011）によると、熊本県観光統計表で、2011年の天草地区（天草市、上天草市、苓北町）の宿泊者数は525,288人で、2010年は513,421人、2009年は545,414人であった。つまり天草地区全体としては、2011年は2009年に比べて減少したことになる。天草プリンスホテルにおいては、周辺だけの大きなイベントもなかったため、明らかに天草ヘルスツーリズムの効果と考えられる。

さらに、天草ヘルスツーリズムに参加した客のリピーター率は70から80%を超えており、中には、ほぼ毎月のように福岡から夫婦で泊まりに来る客も出てきている。現在は旅行会社からの送客がまだ多いが、直接予約のリピーターも増えてき

ており、支払手数料の軽減と直接収入の増加で経営にも貢献している。

5. 事例からみる天草ヘルスツーリズムによる効果

天草の事例は、旅館経営が改善されるだけでなく、地域にも良い影響を及ぼしている。

5-1. ホスピタリティ

旅館経営のみならず、地元住民にも影響を与えている。例えば、新和町のハマボウの群生地を紹介したケースでは、はじめは観光客が急に訪れることに怪訝な様子を見せた地元の人たちも、2年目には、トイレを設置したり、のほりを立てたり、地域住民が、地域の地域資源が観光資源であることを認識して、観光客をもてなすことの重要性を認識してきている。見学の観光客が増えると、名産品のお茶や地元の団子の売り上げが伸びてきた。

また、倉岳町の石垣群のコースでは、観光客がぬかるんだ田んぼのあぜ道を歩いているのをみて、地元有志がそこをコンクリートで固めたり、石垣群に行くまでの農家の小屋には、この地域で有名な

「バラモン凧」の紹介展示をする人も出てきた。さらに、今年には入ってからは、実費で民家の軒先で地元料理の朝食を提供するケースも出ている（表-3）。

5-2. プロジェクト

2011年3月の新幹線開業を控え、地元本渡商工会議所が中心となり、天草への誘客をする必要を感じて、熊本県、天草市、天草地域の各地元商工会議所、天草宝島観光協会と共同で新しいプロジェクト（名付けて「天草南蛮おもてなしプロジェクト」）を起こしたが、これも、天草ヘルスツーリズムの成功によるところが大きい。

さらに、天草を「ヘルスツーリズムと美、食の島」にするプロジェクトもスタートした。今まで、旅館と地元飲食街や商店街が手を組むことはなかったが、天草ヘルスツーリズムの動きが触媒となり、人口減少で悩む天草市が新しいツーリズムを核に観光客を呼び込み交流人口を増やし、同時に雇用を確保しさらに増やすための具体的な動きに出ている。

6. 地域資源を宿泊客、観光客にまず見せる

観光地における地域ブランドの成立は、地元住民や関連組織に共有され、それが地域外に発信されて、定着することによって観光地と認められ、地域ブランドとして定着すると考えられる（敷田麻実（2009））。

しかし、この天草の事例では、「情報発信は観光客も行う。そのためには、まず、地域資源を見てもらうこと。」という考え方が基本にある。つまり、観光客に地域の観光の素材になりうる資源をみてもらい納得させることで、彼らが広報役もかってくれることが分かったのである。クチコミ効果も大きい。

経営が厳しい中小旅館がハードではなく、ソフトに注目し、人的資本への投資、つまり女将やスタッフが地域のガイドができるような勉強をして訓練を受け、宿泊客を地域に連れ出すことで地域の活性化につながっている点が、多くの示唆に富んでいるといえる。

また、ウォーキングのコース中に旅館外で食事（朝食）をとるケースや、周辺の小売店や商店街に宿泊客を案内するこ

表-3 天草ヘルスツーリズムモデルにおける観光資源への進化過程

コース事例 (07:00~)	第1フェーズ (まず、宿泊客に現地を見せる)	第2フェーズ (地元住民の変化)	第3フェーズ (地元住民の意識の共有化、観光資源化)
倉岳町 石垣群	2010年 ・ 宿泊客を連れてゆく。	2011年 ・ 観光客が歩きやすいように、住民があぜ道を舗装。 ・ 農具を保管する場所に地元名物の凧を展示。	2011年~ ・ 民家の軒先で郷土料理の朝食。 ・ 参加者と地元民の交流。
西ノ久保公園	2010年 ・ 花の咲き乱れる公園ウォーキング開始。 ・ 公園の遊歩道がきれいになった(観光客が歩くのできれいにした)。	2011年 ・ 公園の北側が荒れた民間の私有地と接していたが、地主が観光客のために桜の木を植えて整備した。	2012年 ・ ホテルスタッフ、女将会有志、地元住民ボランティアで公園の清掃を行うようになった。
新和町 ハマボウの群生地	2010年 ・ 1シーズン(7月~8月)毎日のように宿泊客を連れてゆく。	2010年 ・ 地元のおばあちゃんが話しかけて、お茶をふるまう。	2011年~ ・ 1シーズンに300名を超える人を連れてゆく。 ・ 場所が分かるように地元がのほりを立てる。 ・ 地元が簡易トイレを設置する。
栖本町 「油すまし」の墓 (ゲゲゲの鬼太郎に登場)	2012年 ・ さびれた「油すまし」の墓を紹介。 ・ 地元の名物料理を食べる。	2012年(予想) ・ 地元住民が墓の整備を行う。 ・ 山道、農道の整備(少し山道を歩くため)。	2012年(予想) ・ 地元住民の家庭で地元料理を食べる(地元住民との交流を企画中)。 ・ 観光+食事+交流。

出所：筆者作成

とで、シャッター商店街になりかけている地元商店の売り上げが少しでも伸び元気になることを期待している。1 旅館だけが生き延びるのではなく地域全体が活性化することの重要性を関係者皆が理解している。

現在は、観光客にいかん天草の良さを知ってもらい滞在時間を増やすために、つまり、丸1日の滞在ではなく「36時間滞在」で食事1回分・土産物追加分を地元での消費につなげることに取り組んでいる。

この事例では、旅館の女将が中心となり、宿泊客をウォーキングで外に連れ出すことにより、地域住民に自分たちの住んでいる場所が観光資源になりうるとい意識を植え付け、それを続けることで、明らかに変化が起きホスピタリティが醸成されてきている。田の畔道を舗装したり、お茶を出したり、簡易トイレを設置したり、あるいは住民で散策する道を清掃したり、公園をきれいに掃除したり等の行動に発展している。観光の「社会的」「文化的」側面を感じる。

さらに、この動きが、地元商店街や小売店の売り上げに貢献しており、新しく発見された「観光地」周辺の小売店や飲食店にも経済効果が波及する形になり始めている。そして、天草ヘルスツーリズムが核となり食や美容にも範囲を拡大し、本渡商工会議所、天草市、天草島鳥観光協会、熊本県を巻き込んだ天草の「新しいツーリズム」としてのムーブメントが起きている。

7. まとめ

日本においては、温泉地が増えて温泉公衆浴場が増えているが、旅館数は減少し続けて宿泊者数も年々減少している。交通網が発達したことで日帰り観光が可能になったことも影響していると思われるが、旅館自体にも「泊食分離」が取り入れられ始めており、収入を増やすためにはいかにして宿泊者数を増やして経営状況の改善に結びつけるかに知恵を絞っている。

図-6 地域ブランドのイメージ

◇一般的な地域ブランドのイメージ



- ◆ 地元民や関連組織に共有され、それが地域外に発信され、定着することによって構築される。
- ◆ 地域資源の価値は、「風景、地域資源に地域そのもののイメージが結び付いたもの」

◇国武氏(女将)の考え方



出所：敷田麻美・内田順一・森重昌之（2009）を参考に筆者作成

本論文で取り上げたのは、天草の1 旅館の取り組みであるが、小規模旅館が置かれた厳しい状況の中、旅館の持つ人と人との触れ合いの場という側面をもう一度再認識し、宿泊客との関係を密にすることに成功し経営状況の改善に結びつけていることがわかった。その手法が、天草ヘルスツーリズムである。

旅館自体への投資ではなく、天草ヘルスツーリズムを実施するにあたり、ガイドの勉強すなわち地域の歴史・文化・産業、動植物の名前や、食や特産品などについて地域に関わる情報を覚え、それをガイディングする能力を身につけたことが特徴である。

そして、宿泊客とウォーキングによるまち歩きを行うことを開始したが、リピーターが増え、宿泊客数も大きく増加した。歩いた後の朝食も「地産地消」で地元の新鮮な食材をカロリー計算して提供しているが、体を動かした後の食事はさらに美味しく感じる。

さらに、旅館の経営改善につながるだけでなく、ウォーキングの対象とした地域の住民が自分たちのすぐ周りに観光資源があることに気付き始め、他人である観光客を受け入れることの重要性を認識し、ホスピタリティの醸成にもつながった。また、地域の商店街や小売店での買い物を案内して売上に貢献したり、ま

ち歩き先で地元飲食店での朝食を食べたりすることで地域を元気にすることにもつながっており、このような動きが、行政や観光関係者を巻き込んで大きなムーブメントになってきている。

つまり、ヘルスツーリズムという新たな健康に関わる付加価値を付与することで旅館を宿泊圏の拠点としてとらえ、宿泊化・長期滞在化させることで地域の活性化も図る新しいモデルを確立できる可能性がある。天草の事例は、旅館の宿泊というソフトに限らず、ウォーキングという要素を取り入れ、その拠点となることで、新しい魅力を提供したことになる。宿泊という概念だけではなく、人と人とのふれあいを健康に関わるツーリズムを通して実践している。

資本力の乏しい小旅館においてもハードへの投資だけではなく、ヘルスツーリズム（あるいは健康系ツーリズム）に関わるソフトへの投資や開発で旅館の経営を安定させ、しかも地域振興にも結び付けることができることが分かった。経営状態が厳しい多くの旅館にとって、新たな活性化モデルとしての可能性を秘めているのではないだろうか。

参考文献

・井口貢『観光学への扉』学芸出版社、

- 2010年、73頁。
- ・泉嗣彦『医師が勧めるウォーキング』集英社、2005年、84頁。
- ・環境庁「平成21年度温泉利用状況」環境庁、2009年。
- ・姜淑英「ヘルスツーリズムの理論と実際」『第9回観光に関する学術研究論文入選論文集』アジア太平洋観光交流センター、2003年。
- ・熊本県「平成23年熊本県観光統計表」熊本県、2011年、16-17頁。
- ・敷田麻美・内田純一・森重昌之『観光の地域ブランディング』学芸出版社、2009年、31頁。
- ・経済産業省「健康サービス産業創造研究会報告書」経済産業省、2003年、23頁。
- ・国際観光連盟「2011年営業状況等統計調査」国際観光連盟、2012年。
- ・篠原菊紀『ボケない脳をつくる』集英社、2005年、24頁。
- ・全国旅館生活衛生同業組合連合会『旅館業界の特性に応じた仕事と生活の調和推進プラン2010事業「アンケート調査結果（旅館業）」』、2010年。
- ・地域流通経済研究所「九州新幹線全線開通に伴う宿泊客増加の経済効果」ニュースリリース、2012年。
- ・辻本千春「ヘルスツーリズムの展開にみる西日本的特質」観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集 第3号、2011年、109-116頁。
- ・辻本千春「ヘルスツーリズムの展開における拠点と要因に関する一考察」日本国際観光学会論文集 第19号、2012年、83-89頁。
- ・日本観光協会『ヘルスツーリズムの手引き－平成21年度ヘルスツーリズム推進事業報告書－』、(社)日本観光協会、2010年、資料編10頁・20頁。
- ・ヘルスツーリズム研究所『ヘルスツーリズムの現状と展望』ヘルスツーリズム研究所、2007年。
- ・NTTデータ経営研究所「ヘルスツーリズムに求められる要素と施策の方向性」2004年。

・NPO法人日本ヘルスツーリズム振興機構
<http://www.npo-healthtourism.or.jp>

調査研究方法：現地関係者ヒアリング調査およびウォーキングコース視察

日時：2011年10月20日～21日、
 2012年5月31日～6月1日

ヒアリング先：

天草プリンスホテル
 支配人 国武 利行氏
 女 将 国武 裕子氏
 (社)天草宝島観光協会
 事務局長 岩見 龍二郎氏
 天草市役所経済部商工観光課
 課 長 川崎 昌光氏
 本渡商工会議所
 専務理事 横山 正喜氏
 事務局長 田口 郁郎氏
 経営指導課長 山下 憲昭氏
 他

【本論文は所定の査読制度による審査を経たものである。】

