

【地域・産業】

半田市におけるブレジャーの現状と可能性*

日本福祉大学経済学部 准教授	鈴木 健司
日本福祉大学経済学部 3年生	内田 愛弓
日本福祉大学経済学部 3年生	加藤 偉之
日本福祉大学経済学部 3年生	北野凌太郎
日本福祉大学経済学部 3年生	太田良幸多郎
日本福祉大学経済学部 3年生	大徳屋 諒
日本福祉大学経済学部 3年生	中山 莉亜
日本福祉大学経済学部 3年生	日比野美月
日本福祉大学経済学部 3年生	村田明咲実
日本福祉大学経済学部 3年生	横山 琉斗
日本福祉大学経済学部 3年生	劉 家佶

1 はじめに

観光庁によると、ブレジャー (Bleisure) とは、Business (ビジネス) と Leisure (レジャー) を組み合わせた造語であり、出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむことを意味する。その意味において、ブレジャーという言葉を使わなくても、従前から出張先で旅行を楽しむという事は行われてきた。しかし、近年においてブレジャーは地域経済の活性化という点で注目されている。

ブレジャーの分析や研究はかなり限定される。このことは守屋・池知(2021)も「ブレジャー旅行者を対象とした研究論文は極めて少ない」と指摘している。ブレジャーの研究論文が少ない理由として、公表されているデータが少ないことがあげられるだろう。ブレジャーに限らず、観光についての公表データは国や都道府県レベルでも少なく、特に市町村レベルになると極めて少ない。ブレジャーに関する公表されたデータもほとんど見当たらない。そのため研究者自らアンケート調査やヒアリング調査を行うことでデータ収集を行い、研究を進めている現状がある。

本論文は、半田市におけるブレジャーの現状と可能性について検討している。前述したようにブレジャーの現状についての研究は少なく、公表されたデータも限られている。ブレジャーについての研究が少ない中、ブレジャーに関する研究をすること自体に本論文の意義を見いだすことができるし、特色でもある。

本論文の構成は次のとおりである。第2節でブレジャーの定義を整理する。第3節では観光庁「旅行・観光消費動向調査」にある業務・出張をブレジャーとして援用し、その支出水準が高いことを明らかにしている。第4節では半田市に訪しているビジネス客数が比較的多いことを指摘している。第5節では半田市に訪しているビジネス客の動向について半田市内にある3箇所の宿泊施設のスタッフにヒアリング調査を行い、半田市におけるブレジャーの可能性を検証している。これらの分析を踏まえて第6節では半田市におけ

るブレジャーの意義と重要性を指摘している。

2 ブレジャーの現状と課題

2.1 ブレジャー (Bleisure) とワーケーション (workcation)

観光庁はブレジャー (Bleisure) について「ビジネス (business) と休暇 (vacation) を組み合わせた造語。出張などの機会を活用し、出張先などで滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと」と説明している。一方、ブレジャーと似ているものとしてワーケーション (workcation) がある。観光庁によると、ワーケーションは、「work (仕事) と vacation (休暇) を組み合わせた造語。テレワークなどを活用し、普段の職場や住宅とは異なる仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。余暇主体と仕事主体の2つのパターンがある」と説明している。このように、ブレジャーとワーケーションは両者とも造語である。また、観光庁以外にも定義がなされている。JTB 総合研究所は、ブレジャーを「業務での出張先で、滞在を延長するなどとして、業務の後に旅行 (レジャー) も楽しむこと。英語の business (仕事) と Leisure (休暇・休息) を合成した語である。ブリージャーともいう。日本語では「出張休暇」と訳されることもある」とし、ワーケーションを「英語の work (仕事) と vacation (休暇) の合成語。リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと」としている。したがって、観光庁と JTB 総合研究所のブレジャーとワーケーションの定義には、ほとんど違いがない。

観光庁と JTB 総合研究所の定義から、ブレジャーとワーケーションの違いについて要約してみよう。ブレジャーは出張先でのジュールや行き先があらかじめ決められている中で休暇を付け加えるのに対し、ワーケーションは普段の勤務地以外で行き先やプランを自分で決め、現地で休暇を過ごしながら仕事をするという点で違いがある。つまり、ブレジャーは出張で行った先で余暇を楽しむことから、仕事がメインである。一方、ワーケーションは仕事を行う行き先自体を余暇と一緒にプランすることから、休暇がメインである。

2.2 ブレジャー (Bleisure) が注目されている理由

ブレジャーという言葉が注目されたのは、2020 (令和 2) 年 7 月に当時の菅義偉官房長官が政府観光戦略実行推進会議で、ワーケーションとともにブレジャーを推進し、観光需要掘り起こしを図るよう指示したことにある。新型コロナウイルス感染が拡大しており、外出が控えられていた時期にあつて、観光業・旅客輸送業は旅行需要の激減という大きな打撃を受けた。そのため政府は観光業・旅客輸送業を対象にした経済政策の一環として、ブレジャーの推進を掲げたのである。

このような政府の経済政策とは別に、①従業員や②企業・事業所にとってもブレジャーを進めるメリットがある。観光庁がまとめたところ、次のことが指摘されている。

①従業員のメリット

- ・働き方の選択の増加
- ・ストレス軽減やリフレッシュ効果
- ・リモートワークの推進
- ・長期休暇が取得しやすくなる
- ・新たな出会いやアイデアの創出
- ・業務効果の向上

②企業・事業所のメリット

- ・仕事の質の向上、イノベーションの創出
- ・帰属意欲の向上
- ・人材の確保、人材流出の抑制
- ・有給休暇の取得促進
- ・CSR、SDGs の取り組みによる企業価値の構造
- ・地域との関係性構築による BCP 対策
- ・地域創生への寄与

これらは、ブレジャーのメリットとして一般的に考えられるものである。実際にこれらメリットについては、愛知県、名古屋市、公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー、名古屋商工会議所などの地元の公民団体が構成している愛知・名古屋 MICE 推進協議会が、名古屋商工会議所と共同で 2021 年 12 月に調査した「ブレジャー (BLEISURE) の手配に関する実態調査」で述べられている。同調査の結果では、ブレジャーに対する肯定的な回答として、ブレジャーが「従業員の心身のリフレッシュにつながる」という回答が最も多く (66.1%)、次に「休暇の促進 (働き方改革) につながる」(52.1%)、「モチベーションが上がる」(45.2%) と続く。この回答結果からはブレジャーに対しておおむね観光庁がまとめたメリットを支持していることになる。しかし、同調査ではブレジャーに対する否定的な面についてもあわせて調査しており、「制度が整っていない」(70.2%)、「公私の切り分けが難しい」(64.8%)、「労務管理が難しい」(57.5%) という回答結果がある。

同様の調査は、2020 年 3 月に観光庁が開催した第 2 回 MICE 参加者のブレジャー促進連絡会の資料「国内の MICE 主催企業・団体及び MICE 施設における周辺観光地との連携実態調査及び国内企業へのブレジャー導入状況調査結果概要 (中間報告)」でもなされている。ヒアリングした企業 11 社のうち、会社としてブレジャーを推奨していると回答したのは 4 社、推奨していないと回答したのは 5 社、未回答が 2 社であり、複数の企業はブレジャーを推奨し、実施している。ただし、ブレジャーに関する社内規定の制度化をしている会社は少ない。また、ブレジャーを制度化し、推進するにあたっての課題として「旅行費用の経費処理」「旅行中の事故に対する労災適用の可否および適用範囲」「職務上、出張をしない社員との平等性」などが回答されている。

以上の調査結果をまとめると、現状ではプレジャーに対する企業・従業員のメリットはあるが、現実的に企業側がプレジャーを社内規定などの制度に落とし込むことに難しさがあることが読み取れる。政府が推進するプレジャーは、現時点では企業や事業所にとって試行の段階と言えよう。

3 プレジャーの支出と宿泊数

前節でプレジャーの現状と課題について述べたが、本節ではプレジャーの支出を観光庁「旅行・観光消費動向調査」(以下、「旅行観光調査」とする。)の結果を援用して分析する。「旅行観光調査」は、わが国の旅行の実態を全国規模で把握する調査であり、旅行目的として観光・レクリエーション、帰省・知人訪問等、出張・業務別に、回答者の属性、旅行の有無、旅行に行った回数・時期(国内観光(宿泊旅行、日帰り旅行、出張・業務)、海外旅行)、消費内訳等を調査、集計している。

「旅行観光調査」は直接、プレジャーの支出の調査をしていないが、出張・業務目的の支出には交通費のほか、移動・現地での食事代や娯楽等サービス費も費用として含まれている。したがって、「旅行観光調査」の出張・業務目的のデータは、プレジャーの費用として援用することができると思う。

3.1 全国のプレジャー(出張・業務)の状況

全国の集計結果を図1、2、3に示している。また、プレジャー(出張・業務)と比較するために観光・レクリエーション目的もあわせて示している。

宿泊を伴う旅行単価は、プレジャー(出張・業務)と観光・レクリエーションとも、2018年頃から上昇している。おおむね観光・レクリエーションのほうがプレジャー(出張・業務)よりも1回あたりの旅行単価は高く推移していた。コロナ禍のため2020年は旅行単価が減少するが、2021年にやや持ち直し、2022年には2010年以降で最も旅行単価が高くなっている。また、2022年は観光・レクリエーションと比べてプレジャー(出張・業務)の旅行単価は高くなっている(図1参照)。

宿泊数については観光・レクリエーションと比べてプレジャー(出張・業務)は平均宿泊数が多い傾向にある。特にプレジャー(出張・業務)はコロナ禍の2020年に平均宿泊数

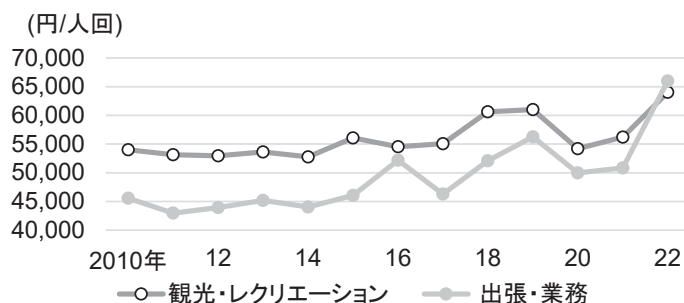


図1 全国の宿泊旅行単価(円/人回)

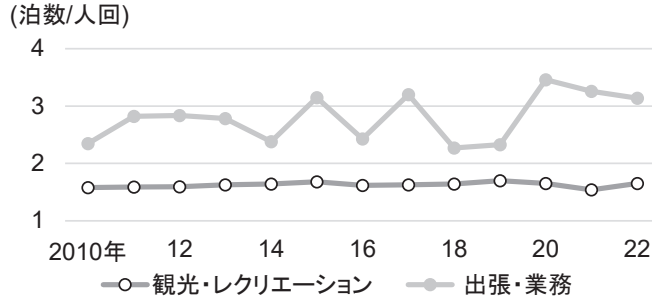


図2 全国の平均宿泊数 (泊数 / 人回)

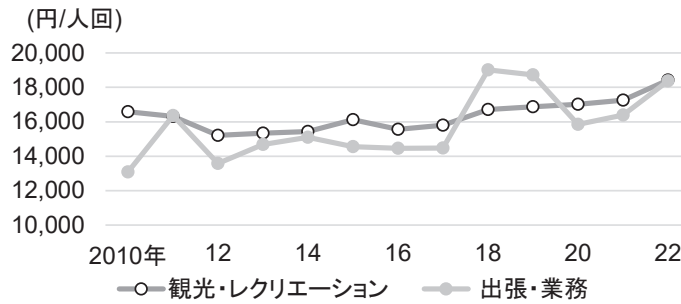


図3 全国の日帰り旅行単価 (円 / 人回)

が増加している (図2 参照)。

日帰り旅行の旅行単価をみてみると、ビジネス (出張・業務) と観光・レクリエーションの旅行単価には大きな差異はない (図3 参照)。

3.2 愛知県のビジネス (出張・業務) の状況

旅行の目的地が愛知県である集計結果を図4、5、6に示している。

宿泊を伴う旅行単価は、ビジネス (出張・業務) で2017年以降、変動が大きい。2022年には全国のビジネス (出張・業務) よりも旅行単価は高くなっている (図4 参照)。

宿泊数については観光・レクリエーションと比べてビジネス (出張・業務) は平均宿

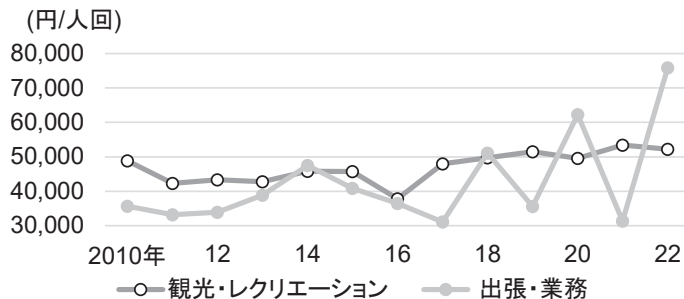


図4 愛知県の宿泊旅行単価 (円 / 人回)

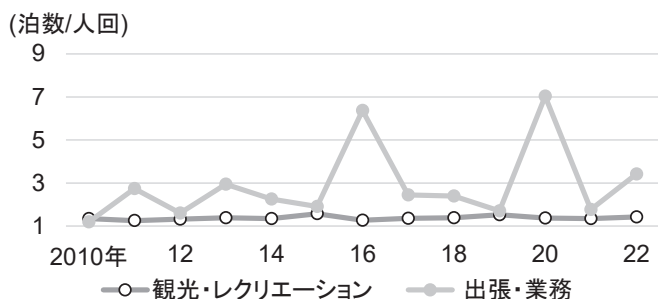


図5 愛知県の平均宿泊数(泊数/人回)

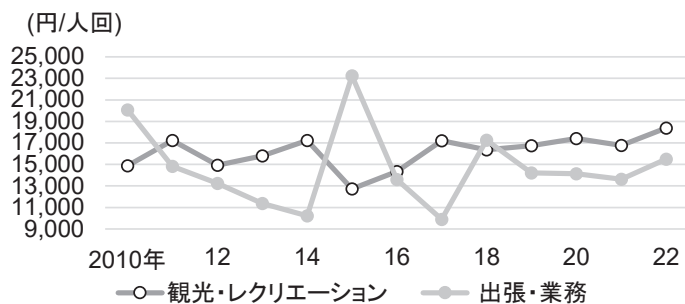


図6 愛知県の日帰り旅行単価(円/人回)

泊数が多い傾向にある。プレジャー(出張・業務)はコロナ禍の2020年に平均宿泊数が増加しているが、2021年には減少し、2022年には増加するなど変動が大きい(図5参照)。

日帰り旅行の旅行単価をみると、プレジャー(出張・業務)は2014年までは減少傾向にあり、2015年から2018年までは変動が大きい。しかし、2019年以降は安定して増加傾向にある。(図6参照)。

3.3 全国と愛知県のプレジャー(出張・業務)の支出

全国と愛知県の旅行における支出、宿泊数の状況から、次のことが指摘できる。宿泊に伴う旅行単価において、プレジャー(出張・業務)の旅行単価は観光・レクリエーションと同程度かそれ以上である。また、平均宿泊数はプレジャー(出張・業務)の方が多い。日帰り旅行にともなう旅行単価は、全国ではプレジャー(出張・業務)の方が多く、愛知県では観光・レクリエーションを下回る。これらをまとめると、プレジャー(出張・業務)の支出は観光・レクリエーションと比べて同水準か、それ以上である。したがって、観光・レクリエーションを目的とした旅行者だけでなく、出張・業務が目的の人をプレジャーに繋げることができれば、観光業、旅客輸送業だけではなく飲食業への支出がなされ、これらの支出が地域経済に波及していくことが期待できる。

4 半田市におけるブレジャーの可能性

4.1 半田市の概要

前節では、全国と愛知県のデータから出張・業務が目的である人をブレジャーに繋げることの重要性を指摘した。本節と次節では、愛知県半田市におけるブレジャーの可能性を検討する。

愛知県半田市は、愛知県知多半島の中央部にあり、2023年5月時点で総人口11万7342人の都市である。2020年度の「愛知県の市町村民経済計算」によれば、半田市の産業のうち製造業の総生産が占める割合は46.5%、次に小売・卸売業が9.5%と続き、製造業が市内総生産に占める割合が最も高い。製品出荷額ベースで見ると、半田市内の製造業出荷額は8430億円であり、そのうち輸送用機械器具製造業の出荷額は4048億円(48.0%)と最も多い。次に鉄鋼業1534億円(18.2%)、窯業・土石製品製造業1176億円(14.0%)が続く。半田市は伝統的に醸造業が盛んであり、食料品製造業は111億円(1.3%)である。このように、半田市は産業都市として位置づけることができる。また、半田市は明治以降、愛知県の行政事務所が立地していることから、知多地域における行政の中心機能を担っている。さらに、近年では名古屋市への通勤、通学者も増え、住宅都市としての側面ももつ。

産業都市、住宅都市の側面をもつ半田市のもう一つの側面は観光都市であることだ。半田市には運河沿いにある蔵や、旧カブトビールを製造していた半田赤レンガ建物、酢づくりの歴史や食文化の魅力に触れることができるMIZKAN MUSEUM(ミツカンミュージアム、愛称MIM)、酒蔵をそのまま生かした国盛酒の文化館、「ごんぎつね」で有名な地元出身の作家の新美南吉記念館など観光施設がある。市内ではユネスコの無形文化遺産、国重要無形文化遺産にも登録されている亀崎潮干祭や、市内各地で山車が運航する半田の春まつり、市内にある31輛の山車が一同に集まる5年に一度のはんだ山車まつりなどのイベントが有名である。図7は名鉄知多半田駅を中心にした主な観光スポットを示している。

4.2 半田市の観光政策とブレジャー

半田市が市の観光政策をどのように進めているか見ていこう。半田市が2022年に策定した「第3次半田市産業・観光振興計画」は、観光分野の基本方針として「半田ならではの魅力を活かした観光振興による地域活性化とまちへの愛着と誇りの醸成」を掲げている。半田市の観光政策は市外から観光客を誘致する観光を促進するだけでなく、



図7 半田市の主な観光スポット
(出典) Google map

観光を通じたまちづくりも目的にしていることが分かる。そして、基本方針を達成するために次の3つの基本施策を掲げている。1つ目は半田ならではの魅力を活かした観光振興（観光資源の磨き上げ、発掘とブランド形成、効果的なプロモーションの推進、観光消費の促進、広域連携による観光振興）である。2つ目は受入環境の整備と充実（魅力を創出する景観、空間の形成、多様な観光、ニーズへの対応）、そして3つ目は持続可能な観光の推進（まちへの愛着と誇りの醸成、技術の進展や社会の変化への対応）である。基本施策のねらいの一つに市内にある観光資源を通じて、市外からの観光客を受け入れることができるが、これについて注目してみよう。

市外からの観光客の受け入れであるが、総務省・経済産業省「平成28年経済センサス - 活動調査」では半田市内に宿泊業の事業所が17箇所ある。そのうち半田市内中心部には宿泊施設が7箇所あり、3箇所は名鉄知多半田駅周辺にある。また、7箇所の市内宿泊施設の合計客室数は約800室ある。表1に半田市内の宿泊者数の推移を示している。2019年末から新型コロナウイルス感染が拡大し、2020年は政府による行動制限もあり、全国の宿泊者数は前年と比べてほぼ半減している。愛知県や知多半島でも同様であった。しかし、半田市は2019年と比べて宿泊者数は減少しているものの他の地域よりも減少数は格段に少ない。このことについて半田市は「第3次半田市産業・観光振興計画」の中で「令和2年には新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンドの宿泊者数が減少しましたが、ビジネス需要が堅調であったことから、他と比べて減少幅は比較的小さいものとなりました。」と分析している。つまり、半田市への市外からの来訪者のうち、市内に宿泊する人のうち出張・業務を目的とする人が一定数いることがわかる。

ここで、「第3次半田市産業・観光振興計画」に立ち戻ると、半田市の観光政策は市内にある観光資源を利用しつつ、効果的なプロモーションを行い、市外からの来訪者を迎え入れるとあるが、そこには出張・業務を目的とする人にはあまり意識していないようである。しかし、半田市に新型コロナウイルス感染が拡大した時でさえ一定数のビジネス客が来訪していたことを考えれば、ビジネス客も観光客として捉えることで、さらに半田市の観光政策の目指す地域活性化につながることを期待できる。前述したように半田市には製造業などの企業が集積しており、それら企業との取引のためのビジネス客が、一定数出張として来訪している。ビジネス目的での来訪は、日帰りもありうるが、2泊以上の滞在もある

表1 宿泊者数の推移

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
全国	4億1663万人	4億3202万人	4億5249万人	5億0097万人	2億5862万人
愛知県	1446万人	1571万人	1566万人	1810万人	960万人
知多半島	132万人	167万人	137万人	220万人	116万人
半田市	22万人	21万人	20万人	26万人	21万人

(出典)「第3次半田市産業・観光振興計画」第2章 図表 2-2-13を加工

だろう。そのため、来訪者の半田市への出張の際には、市内で観光をしてもらうことも想定できる。また、半田市には前述したように観光スポットが存在する。したがって、半田市において、仕事(出張)のついでに観光を楽しむプレジャーを提供できる可能性を見出せるのである。

5 市内宿泊施設へのヒアリング

5.1 ヒアリングの質問項目

前節で、半田市でプレジャーを推進する可能性を述べた。半田市には一定数のビジネス客が来訪しているが、これら来訪者が出張・業務とは別に市内で観光を行うかについては明らかでない。そこで、市内宿泊施設のうち3箇所(以降、宿泊施設A、B、Cとする)にヒアリングを行い、出張・業務を目的として来訪するビジネス客の動向を調査する。ヒアリングは、2023年6月中旬から下旬に行った。あらかじめ質問項目を調査対象の宿泊施設に送付し、後日、質問項目についてヒアリングを行ったが、3箇所のうち1箇所は書面にて回答してもらった。ヒアリングに際して、宿泊施設のスタッフの方が日頃の業務で認識している範囲で回答してもらったため、実際のビジネス客の動向を確実に掴めていないことには注意すべきであるが、ビジネス客の動向をある程度把握することはできるだろう。ヒアリングの質問項目を表2に示す。

表2 質問項目

質問 1	宿泊者の属性
1-1	貴ホテルの宿泊者についてお尋ねします。宿泊者は観光客、ビジネス客、空港利用者、外国人旅行者などどのような方がいらっしゃいますか。
1-2	ビジネス客と思われる宿泊者が多い時期、一年を通じてどの時期でしょうか。
1-3	ビジネス客と思われる方は、個人あるいは複数人のどちらが多いと感じていますか。
1-4	ビジネス客と思われる方の宿泊日数はどれぐらいでしょうか。
質問 2	宿泊者のチェックイン後の行動
2-1	宿泊者で、チェックイン後に外出する人は多いでしょうか、それとも外出されない方は多いでしょうか。
2-2	チェックイン後に外出される方は、どのような方が多いと感じていますか。
質問 3	宿泊者の質問への回答
3-1	宿泊者からフロントで、よく尋ねられる場所がありますか。
3-2	宿泊者に近隣の飲食店で質問されたときに、紹介できるお店はありますか？
3-3	宿泊者に近隣で買い物ができるところの質問がなされたとき、紹介できるお店はありますか。
3-4	宿泊者に近隣で有名なところや観光スポットの質問がなされたとき、紹介できるところはありますか。
質問 4	その他
4-1	宿泊者の全国旅行支援や県民割りの利用は多いですか。
4-2	貴ホテルで宿泊者に配付しているパンフレットや独自で作成した配付物がありますか。
4-3	宿泊者の方の貴ホテルの駐車場の利用は多いでしょうか。

5.2 ヒアリング結果

得られた回答結果を次にまとめる。なお、詳細な結果は表3にまとめている。

- ・ 宿泊者のうち観光客は少なく、ビジネス客が中心である。ビジネス客は4月から5月と、9月から11月にかけて宿泊が多い。4月から5月は主に研修目的が多く、9月から11月は企業や事業所施設のメンテナンス目的が多い。
- ・ 法人で予約をする所と個人で予約をする所があり、2泊から4泊かつシングルで利用するビジネス客が多い。
- ・ 宿泊者で、チェックイン後に外出する人は、外出(近隣のスーパーマーケットやコンビニエンスストアへの買い出し)する人もいれば、外出しない人もいる。そして、チェックイン後に外出するのは、男性のビジネス客が目立つ。
- ・ 宿泊客によく尋ねられる場所は、近隣の飲食店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなど「食べ物」に関連である。近隣の飲食店などを聞かれた際、ホテルが独自に作成している飲食マップを手渡している。
- ・ 飲食店の他に宿泊者から尋ねられる場所は、スーパーマーケット、ドラッグストアである。
- ・ 近隣で有名な観光スポットを尋ねられることがあるが、その時には半田赤レンガ建物、新美南吉記念館、MIZKAN MUSEUM、南知多ビーチランドなどを紹介している。
- ・ 全国旅行支援や県民割りの利用はビジネス客が多く来る時期に多かった。その際に近隣の飲食店を紹介する用に宿泊者向けに作成したパンフレットを用意していると答えたホテルが多かった。
- ・ 駐車場の利用は自動車を利用する宿泊者が多いため、宿泊施設の駐車場が満車になることが多い。

5.3 分析と考察

上記の回答結果から、半田市に來訪するビジネス客の特徴として、市内にある企業や事業所への研修、メンテナンス目的の方が多いいことがわかった。來訪時期は4月～5月、9月～11月とある程度固定されているようである。また、宿泊者によく尋ねられる市内の観光スポットは半田赤レンガ建物、新美南吉記念館、MIZKAN MUSEUMが多い。ただし、宿泊者の多くはチェックイン後の外出先として、近隣の飲食店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなど「食べ物」に関連することが多いことから、観光スポットに訪れるという行動は少ないようである。つまり、半田市に來訪するビジネス客は、観光スポットに関心はあるかもしれないが、実際には足を運ぶことは少ないと推測できる。

以上のヒアリング結果から、少なくとも調査時において半田市でプレジャーはほとんど行われていないと言えるだろう。そして、「観光」をいわゆる観光スポットに來訪するものだけとすれば、半田市におけるプレジャーの可能性は低い。

しかし、「観光」の定義については様々な解釈があることも事実である。佐竹(2010)は、国際連合世界観光機関によるツーリズム部門会計(TSA: Tourism Satellite Account)の

表3 ヒアリング結果

質問	宿泊施設 A	宿泊施設 B	宿泊施設 C
1-1	ビジネス客が中心 ※土曜日は観光客増加	ビジネス客が中心 ※観光客もいる(外国人含む)	ビジネス客が中心 ※観光客、空港利用客の多くない。外国人はコロナ前から5%ぐらいで推移。
1-2	4～5月、10～11月	4月～5月、9月～11月 ※研修や工場メンテナンスの方が多い。	4月～5月、9月～10月 ※研修や工場メンテナンスの方が多い。
1-3	個人	個人	法人での予約(個人利用)
1-4	1泊～2泊 ※コロナ禍では1ヶ月以上もあった	月曜日にチェックインし、週末まで滞在することが多い。※長期もあり1泊も	1週間、1ヶ月もある。
2-1	外出者は多い(早めにチェックインされた方)	近隣のスーパーマーケットに買い物に行く人が多い	ホテル内で過ごす方が多い。
2-2	宿泊者に年齢の偏りなし	男性のビジネス客が多い	男性客が多い
3-1	近隣の飲食店、周辺の観光地	近隣の飲食店 ※特にビジネス客に尋ねられる。	飲食店、コンビニエンスストア、観光スポット
3-2	ある 個別の店舗紹介あり	ある 個別の店舗紹介あり	ある ※ホテル独自の飲食マップ掲載されている店
3-3	スーパーマーケット、薬局、家電量販店	スーパーマーケット	スーパーマーケット
3-4	・半田赤レンガ建物 ・MIZKAN MUSEUM ・半田運河	・半田赤レンガ建物 ・半田運河 ・酒蔵	・半田赤レンガ建物 ・MIZKAN MUSEUM ・新美南吉記念館
4-1	宿泊者の7～8割の方が利用していた。	宿泊者の7～8割の方が利用していた。	利用される方は多かった。
4-2	ホテルパンフレット、グルメマップ	独自で作成した飲食マップを配布している	独自で作成している飲食マップ
4-3	多い ※土曜日はほぼ満車	多い ※ほぼ満車	駐車場は満車になりがちが多い

構築過程におけるツーリズムの合意があり、ツーリズムは旅行期間が1年以内であることと、旅行者の日常の生活圏を想定しそこに戻る行動を伴うことを基本的な構成要件としていることを指摘し、「観光」の意味空間の広がりをもとに、ツーリズムとカタカナ表記をもって対応させる必要があると述べている。すなわち、観光スポットに訪れる観光ではなく、ツーリズムとして観光を捉えるならば、日常生活圏以外の場所での活動は、ツーリズムであり、広い意味での「観光」として捉えることができる。だとすれば、半田市外からの来訪者が市内にある飲食店で食事をして楽しむことも広い意味での「観光」として

捉えることができ、半田市ではプレジャーが行われていると解釈できる。

6 おわりに

本論文は半田市におけるプレジャーの可能性について検証した。プレジャー (Bleisure) はビジネス (business) と休暇 (vacation) の造語であり、出張などの機会を活用し、出張先で暇を楽しむことである。プレジャー (出張・業務) の支出は観光・レクリエーションの支出と比べて同水準かそれ以上であり、地域経済の活性化という点において今後プレジャーの促進の検討は重要である。

半田市において、ビジネス目的の来訪者はコロナ禍のもとでも極端に減少することはない、一定数存在する。しかし、市内に宿泊するビジネス客の多くは市内にある観光スポットに足を運ばない傾向があり、その点では半田市でプレジャーの可能性は低いと言える。ただし、広い意味での「観光」においては、ビジネス客が宿泊施設の近隣にある飲食店で外食をすることが多いことから、半田市においてプレジャーを促進させることを検討する余地は十分にあるだろう。

産業都市、住宅都市、観光都市の側面をもつ半田市において、京都や奈良のように集客力がある観光スポットを選定とした観光政策は現実的ではない。半田市には産業都市、住宅都市としての観光があり、それが観光都市としての半田市の観光政策の一つを考える糸口になる。市外からの来訪者、特にビジネス客に日常生活圏とは異なった体験ができる飲食や買い物を提供できる環境を支援、整備することはツーリズム、広い意味での観光の促進になる。このような観光の促進は、市外からの来訪者だけではなく、半田市民が日常生活とは少し違った体験や飲食や買い物を楽しめるような環境づくりでもあり得ると言えよう。「第3次半田市産業・観光振興計画」の基本方針でも、「まちへの愛着と誇りの醸成」を掲げ、半田市における観光のあり方を提示しているが、市民の愛着を醸成するためには、市外からのビジネス客を対象としたツーリズムの提供という視点も加えることが肝要なのである。

半田市が目指す観光は、従来の観光スポットをまわる狭い意味で「観光」だけではなく、ツーリズムとしての広い意味での「観光」をも視野に入れるべきである。そのことによって産業都市、住宅都市、観光都市の側面をもつ半田市にとって、産業と結びついたビジネスを目的とした来訪者に広い意味での観光を楽しむプレジャーの促進を期待できるのである。

謝辞

本論文の執筆にあたり、多忙の中、ヒアリング調査を快諾していただいた宿泊施設のスタッフの方に厚く御礼申し上げます。

参考文献

- ・佐竹真一 (2010) 「ツーリズムと観光の定義 - その語源的考察、および、初期の使用例か

ら得られる教訓 -』『大阪観光大学紀要』第 10 号 pp.89-98.

- ・ 守屋邦彦、池知貴大 (2021)「日本人ブレジャー旅行者の特性と地域における取組みについての一考察」『観光研究』vol.33 pp.37-45.
- ・ 観光庁「国内の MICE 主催企業・団体及び MICE 施設における周辺観光地との連携実態調査及び国内企業へのブレジャー導入状況調査結果概要 (中間報告)」
<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001334667.pdf>
(2023 年 9 月 1 日最終確認)
- ・ <https://www.nagoya-cci.or.jp/pr/newsrelease20220214/69p.pdf>
(2023 年 9 月 1 日最終確認)
- ・ 観光庁 web サイト「ワーケーション&ブレジャー」
<https://www.mlit.go.jp/kankochu/workation-bleisure/corporate/>
(2023 年 9 月 1 日最終確認)
- ・ 観光庁「新たな旅のスタイル～ワーケーション&ブレジャー」
https://www.mlit.go.jp/kankochu/workation-bleisure/img/wb_pamphlet_simple.pdf
(2023 年 9 月 1 日最終確認)
- ・ JTB 総合研究所 観光用語集
<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/workation/>
(2023 年 9 月 1 日最終確認)
- ・ 名古屋商工会議所、愛知・名古屋 MICE 推進協議会「ブレジャー (BLEISURE) の手配に関する実態調査」
- ・ 半田市「第 3 次半田市産業・観光振興計画」

【統計書】

- ・ 愛知県「愛知県の市町村民経済計算 (2020 年度)」
- ・ 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2010 年～ 2022 年各年版)
- ・ 経済産業省「工業統計調査」(2020 年)
- ・ 総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

* 本論文は日本福祉大学経済学部正課授業「2023 年度 地域研究プロジェクトⅡ」(担当 鈴木 健司) の調査・研究成果をまとめたものである。同授業の履修者が調査、分析を行い、共同で執筆したものに鈴木が編集を行った。なお、内田 愛弓、加藤 偉之、北野 凌太郎、太田良 幸多郎、大徳屋 諒、中山 莉亜、日比野 美月、村田 明咲実、横山 琉斗、劉 家信は執筆時時点で日本福祉大学経済学部 3 年生である。