

着地型観光研究の現状と課題

米田 晶

要 旨

本研究は、着地型観光が専業としての経営が成立するための課題を導出することを目的とする。まず、日本の観光研究および海外のツーリズム研究の成果から、着地型観光の位置付けを確認した。次に、これまでの着地型観光研究の先行研究から着地型観光研究の課題を導出し、今後の着地型観光研究の課題を提示した。

I はじめに

着地型観光とは、観光旅行の形態の一つである。従来のパッケージツアーに代表される旅行会社主導で企画し、流通している旅行商品が「発地型旅行」と呼ばれるのに対して、旅行・観光の目的地である各地域（＝着地）側が有する個別の観光資源（自然、歴史、産業、街並み、文化等々）に関する情報及び着地側での人々の観点（例：各地域での体験・学習等の活動）を重視して企画・立案・実施されるのが「着地型旅行」と理解されている（国土交通省総合政策局 2005）。団体旅行が主流を占めた 1960 年代とは異なり、現在は個人旅行が団体旅行を数、客単価ともにはるかにしのぐ状況を迎えている（社団法人日本観光協会 2010）。学生時代に修学旅行を経験するなど豊富な観光経験を蓄積した観光者たちは、多様な価値観をもち、自分ならではの楽しみ方を求めるようになってきている。観光目的地の事情に詳しく、消費者の多様化したニーズに応えられる観光形態の一つとして、着地型観光が注目を集めている。

従来の発地型旅行を取り扱う旅行会社（以下、「発地型旅行会社」とする）は、旅行業界を形成し、専業としての経営が成立している。他方、近年注目を集めている着地型観光を取り扱う目的地にある運営者（以下、「着地型観光業者」とする）は、7.3%は本業であるものの、78%は副業として、14.7%は従来のパッケージツアーへの組み込みによる流通によって運営されている（観光庁 2012）。発地型旅行会社とは違い、着地型旅行会社

はなぜ専門としての経営が成立しにくいのであろうか。

本研究では、観光を、観光者（ツーリスト）、地理的要素（出発地、移動ルート、目的地）、産業的要素から構成される一連のシステムとしてとらえ、着地型観光に関する既存研究のレビューから今後明らかにすべき課題を提示した。

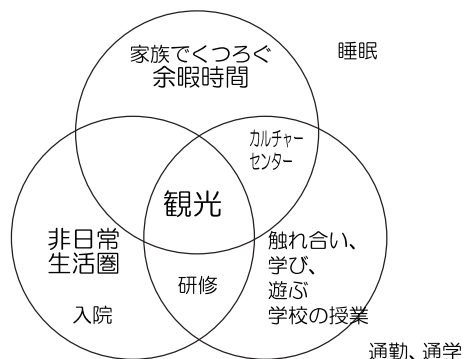
II 着地型観光の位置付け

1 旅行と観光

観光の定義については、「楽しみを目的とする旅行」（前田 1989）、「自由時間における日常生活圏外への移動をともなった生活の変化に対する欲求から生ずる一連の行動」（長谷 1997）、「人々が風物や名所を訪問したり、気晴らしや保養のために定住的場所を一時的に離れて行く自由時間における消費活動」（大橋・渡辺 2001）、「人間の活動であり、自由時間帯で行われる非日常生活圏での遊び」（田村 2012）など、これまでも数多くの定義がなされてきた。これらの定義の大きな特徴は、自由時間における、日常生活圏から脱却した空間での遊びという時間的側面、空間的側面、目的側面の3つの側面から規定されているということである。これは、日本における公的な定義である観光政策審議会答申第39号「今後の観光政策の基本的な方向について」（1995年6月2日）の示す「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行く様々な活動であって、触れ合い、学ぶ、遊ぶということを目的とするもの」に集約される、または流れをくむものと見ることができ、図2-1のように示される。

これらの定義からもうかがえるように、観光は非日常生活圏への移動、すなわち旅行

図2-1 観光の定義



(出所) 運輸省運輸政策局観光部 (1995) p. 16

をとまなう活動であるという特性をもつ。「観光は旅から生まれた（中略）旅はかならずしも観光ではないが、あらゆる観光は旅である。観光のあらゆる要素は旅のなかに含まれている。旅はいわば観光の母である」（田村 2013）。旅行をとまわらない観光は存在しないが、研修や出張など観光ではない旅行は存在する。つまり、楽しみや遊び、学び、触れ合いなどの体験や経験を目的とするものは観光であり、目的を問わないものは旅行となる。

しかし、実際に観光庁が実施している観光統計における「観光」の定義では、「目的を問わず非日常圏への旅行」、「自宅以外で1泊以上の宿泊をするすべての宿泊旅行」、「片道移動距離が80km以上、または所要時間が8時間以上の非日常圏への日帰り旅行」も「観光」としている（観光庁 2013）。本研究では観光統計から得た示唆も資料として参照しているため、断りのない限り「観光」と「旅行」を同義として用いることとする。

2 ツーリズム・システム論

日本の観光研究における観光の定義については前節でふれたが、海外のツーリズム（tourism）研究からも更なる示唆が得られる。大橋（2012）は現代ツーリズムのとらえ方を図2-2のように示している。

図2-2 現代ツーリズムのとらえ方

Allcock の 宗教的アプローチ 需要サイド的	Leiper の システム論的アプローチ システムの 需要サイド・供給サイド性	Smith の 供給側単独生産物論 供給サイド的
---------------------------------	--	--------------------------------

（出所）大橋（2012）167頁（一部参照）

ツーリズムの最も需要サイド的なとらえ方である Allcock の宗教的アプローチとは、大量の人の移動現象である現代ツーリズムの本質は、一種の宗教¹的行為にたとえられるような集団的行為としてとらえることが有用な方法であるとする見方である。一方、ツーリズム研究において供給サイド的な立場をとる Smith の供給側単独生産物論は、ツーリズム論で究明すべきものは個別の観光素材（the tourism product）²であると主

1 きわめて広義なものをさす。例えば信仰心にも似た市民精神、市民文化があることをいうもの。
2 例えば、航空産業による輸送行為、ホテル宿泊行為など個々の業種ごとの行為をいう（大橋，2012）。

張するとは考え方である。例えば、ツーリストがどこから、どのようなルートで、当該ホテルに来たのか、また滞在後、どこへ、どのようなルートで行くのかは、宿泊サービス提供者であるホテルとしては、直接的には関係ないものとする考え方である。ツーリズムの第3の考え方である Leiper のシステム論的アプローチとは、ツーリズムは人的要素（ツーリスト）、地理的要素（出発地、移動ルート、目的地）、産業的要素（観光産業および観光関連産業）の3つの要素および各要素間の相互作用で構成され、人的要素であるツーリストが主体となって展開する一連のシステムであるとする考え方である（大橋 2012）。Smith の供給側単独生産物論とは違い、ツーリストがどこから、どのようなルートで、当該ホテルに来たのか、また滞在後、どこへ、どのようなルートで行くのかは、需要を予測するうえで重要な情報であるとする考え方である。

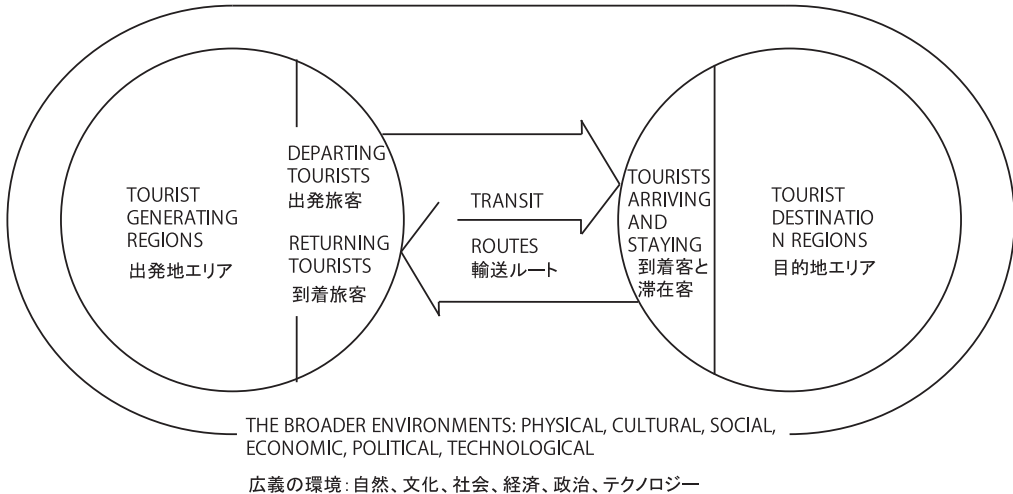
前節では、観光が旅行をともなう消費活動であり、観光行動を引き起こす主体がツーリストであることを示した。つまり、目的地がマーケティング活動を実施する対象者である潜在的旅行者は出発地で日常生活を送る人であり、彼らが旅行するか否かの意思決定は出発地で行われている（Mill and Morrison 1985）。彼らの旅行の計画は、誰と、いつ、どこへ、どのように、どんな目的で旅行するのかという旅の様式を決定することで具体化される（Mill and Morrison 1985; 田村 2013）。目的地はツーリストの観光消費の場であり、ツーリストを呼び込み、サービスを提供し、満足させられるか否かは観光対象（attractions）³ およびサービスの目的地ミックスによって決まる。また、目的地が旅行者に選ばれるか否かは、目的地のマーケティング・ミックスによって決まる（Mill and Morrison, 1985）。以上のようなツーリズムの一連のプロセス、ツーリズムをビジネスとしてとらえようとする分析視角からの既存研究（Mill and Morrison 1985; Gunn 1988; Heath and Wall 1992; 尾家 2008, 2010; 敷田・木野・森重 2009 ほか）にならって、本研究では観光を系統的に捉える立場から研究を進めることとする。Leiper (1979) のツーリズム・システムを図 2-3 に示す。

Leiper (1979) は、ツーリズム・システムが人的要素、地理的要素、産業的要素の3要素から構成されていると考え、各要素間の相互作用を想定している。彼の理論では、ツーリズムは次のように理解されるとされている。

人的要素であるツーリストは、①1泊する（日帰り観光客を除外）、②会議や展示会

3 日本語では一般に resource と attraction を一括して、観光資源と称している（尾家, 2009）。

図 2-3 ツーリズム・システム



(出所) Leiper (1979) p. 404 (筆者訳)

などのビジネス目的ではなく（ビジネス客を除外）、③ツーリスト相手に報酬を得る人ではなく（観光業従事者を除外）、④再び出発地に戻る（移住者を除外）人という（Leiper 1979）。

地理的には、出発地、目的地、移動ルートの3つの要素がツーリズム・システムに関与している。出発地とは、ツーリストの日常生活の場であり、ツーリストを生み出す地域をいう。旅行の起点および終点となる出発地には、潜在的消費者であるツーリストに直接マーケティング活動を実施する旅行会社や観光プロモーション事務所および広告代理店などが分布する、いわばツーリズム・マーケットのある場所である。目的地とは、ツーリストが一時的に滞在し、観光行動が実際に展開する場をいう。また、ツーリズム・システムにおいて目的地はツーリストの満足度に最も大きな影響を及ぼす重要な要素である（Heath and Wall 1992; Neal and Gursoy 2008）。移動ルートは、出発地と目的地の間、目的地が複数ある場合は目的地と目的地の間をいう。移動ルート上には、ツーリストを輸送する公共交通機関、一時滞在できる宿泊施設や飲食施設などが配置されている。これら3つの地理的要素から、ツーリズムとはツーリストが出発地から移動ルートを経て目的地に移動し、観光商品を消費した後、移動ルートを経て、出発地に戻るという旅行を前提としたプロセスであることを示している。

ツーリズム・システムを構成する産業的要素とは、ツーリストの特定のニーズに応える意向のある企業や組織、施設であるツーリズム産業を意味し、機能によってマーケティ

ング、輸送、ツーリストの宿泊、観光対象、その他の観光サービス、観光事業法規に分類される。マーケティングに該当する企業・組織・施設には、旅行会社、国や地域のプロモーションオフィス、旅行作家および旅行書籍の出版社などがあり、ツーリズムの潜在的消費者に対してマーケティング活動を展開するため、出発地に位置している。また、現地ツアーオペレーター、ガイド、通訳、観光案内所は、ツーリストに対する案内をはじめとするマネジメントを担当しており、移動ルート上および目的地に見られる業態である。輸送とは旅客輸送機関であり、ツーリストに移動手段を提供する公共交通機関を指し、移動ルート上にある。宿泊とは一時的な宿や食事などの関連サービスを提供する企業・組織・施設であり、ホテル、ゲストハウス、貸別荘、キャンプ場、トレーラーハウス用の駐車場などが該当し、移動ルートおよび目的地に位置している。観光対象には、気候・地形などの自然資源や店舗、飲食店、公共サービスやレクリエーション施設など、ツーリストの観光体験の場・イベント・施設が該当する。観光の直接的な目的ともなり得る地域の観光資源であり、主に目的地に存在している。その他のツーリストサービスとは、免税店・土産物店・その他旅行者向け専門店、旅行保険・小切手、観光客市場に特化したツーリスト向け飲食店やタクシーなどを指し、出発地・目的地・移動ルートのすべてに配置されている。観光事業法規とは、直接的には円滑なオペレーションのためのメカニズムを整える機能を担い、間接的には観光分野、地域、産業全般にわたる事業団体、ツーリスト向けサービス従事者の職業訓練機関などをいう。ツーリズム・システムの産業的要素およびその分布から、ツーリストが3つの地理的要素によって求めている資源（機能）が異なり、ツーリストのニーズに応じて産業的要素が配置されている様相を確認することができる。

以上、ツーリズムを一連のシステムとして捉える視点から、Leiper (1979) の理論を中心に、人的要素、地理的要素、および産業的要素について確認した。これら3要素の分析を通じて、以下のようにツーリズムの特性を確認することができた。

第1に、ツーリズムとはツーリストが日常生活を送る居住地から一時的に移動し、1泊以上滞在し、報酬を得ることを目的としない活動である。第2に、ツーリズムとはツーリストが出発地から移動ルートを経て目的地に移動し、観光商品を消費した後、移動ルートを経て、再び出発地に戻ってくる旅行を前提とした一連のプロセスである。第3に、ツーリストが3つの地理的要素によって求めている資源（機能）が異なり、例えば出発地に旅行のプロモーションを行い、流通させる発地型旅行会社が存在するなど、

ツーリストのニーズに応じて産業的要素が配置されている。つまり、現代におけるツーリズム・システムは、都市部に拠点を置く発地型旅行会社が、観光客を出発地から目的地である観光地へ送り込む旅行ビジネスの基本的な枠組みであったと理解することができる。

3 着地型観光とは何か

近年注目されるようになった着地型観光の定義は、出発地に位置する旅行会社がこれまで企画・販売してきた旅行形態である発地型観光との対比によってなされることが多い。理由としては、着地型観光が、「旅行者に着目する旅行業は営業的に発地型であることから造語されたもの」（寺前 2008）であることが挙げられる。例えば、国土交通省総合政策局（2005）では、「発地型旅行とは、旅行の発地側で得られる目的地情報や発地側の観点（旅行商品の造成・販売に係る規模の経済性、商品情報の市場への伝わりやすさ等）を重視して企画・立案・実施される旅行であり、着地型旅行とは、旅行・観光の目的地である各地域（＝着地）側が有する個別の観光資源（自然、歴史、産業、街並み、文化等々）に係る情報及び着地側での人々の観点（例：各地域での体験・学習等の活動）を重視して企画・立案・実施される旅行」とし、従来に出発地にある旅行会社主導の旅行との違いを示している。この定義は、従来の発地型観光および着地型観光の現象を示したものであり、着地型観光に関する研究はこの現象を前提としている（尾家・金井編著 2008; 尾家 2010; 深見・高木 2013; 加藤・小林 2013; 小泉・富山・沼田 2014）。

一方、発地型観光と着地型観光の共通点からなされた定義も見られる。山村（2009）では、発地型観光を「企業が旅行商品を販売するために送客システムを構築していく旧来の『経済開発型モデル』（マス・ツーリズム）」、着地型観光を「地域社会が自らの資源を旅行商品として持続可能な形で維持・管理・販売するために集客システムを構築していく『地域開発型モデル』（ニューツーリズム）」と定義したうえで、主体が企業から地域住民へと変わったものの「観光」を「地域資源を商品として取引・消費する仕組み」とする考え方は共通しているとし、両者の違いは旅行商品を企画・販売する主体の違いでしかないとする見方を示している。言い換えれば、発地型観光は出発地にある発地型旅行会社が主体となって企画・販売した旅行商品、着地型観光は目的地である地域が主体となって企画・販売した旅行商品であるという定義となる。

発地型観光のベスト・プラクティスであるマス・ツーリズムの結果、一定の経済効果をもたらされた反面、混雑、ごみ問題、自然環境の破壊、地域文化の変容などの悪影響が顕在化したことに対して、観光振興だけでなく、自然環境、地域文化の保全、地域住民の誇りの醸成、自信の創出といった地域づくりを見据えた取り組みとして着地型観光を定義する動きもみられる（敷田・木野・森重, 2009; 森重, 2009c）。具体的には、着地型観光を、「旅を企画し、実際に運営する主体を、旅の出発地（発地）から、旅人を受け入れる地域（着地）に移管する観光」（森重 2009b）、「地域で企画し販売するツアー」（敷田・木野・森重 2009）と定義し、さらに下位概念として「自律的観光」を「地域社会の人々や集団が固有の自然環境や文化遺産を持続的に活用することによって地域主導による自律的な観光の在り方を創出する営み」（森重 2009b）、「地域側が主体的に観光を推進すること」（敷田・木野・森重 2009）と定義し、着地型観光が目指す地域振興には自律的観光が必要であるとしている。

以上のように、既存研究において提示されてきた着地型観光の定義をまとめると、広義には「目的地である地域が主導して企画・販売する旅行商品（ツアー）」であり、敷田・木野・森重（2009）が自律的観光としているような狭義の着地型観光は「地域社会が固有の観光資源を利活用しながら保全することによって、地域主導で持続的な観光を創出すること」となる。いずれも旅行商品を提供する地域の視点からの定義であることから、従来の着地型観光研究は目的地となる地域側からの研究が大半を占めていたと理解できる。しかし、ツーリズム・システムの議論からも示されたように、観光はあくまで観光者が主体となって展開する消費活動であることから、観光者の視点からの研究も待たれるところである。

Ⅲ 着地型観光研究の現状と課題

1 着地型観光研究の現状

着地型観光に関する研究は、20世紀末にニューツーリズムという概念を示した Poon (1994) に始まる（尾家 2010）。Poon (1994) は、世界的なツーリズムのトレンドとして、従来の標準化されたマス・ツーリズム（オールドツーリズム）からニューツーリズムへの変革が起きていると主張した。すなわち旅行未経験で団体に安心感を求めてマス・ツーリズムを利用していたツーリストは、旅行経験の蓄積によって成熟した旅行知識を

もち、他人とは違ったニーズをもつ傾向を見せていること、そのため標準化された従来のマス・ツーリズムでは満足できず、旅行商品のイノベーション競争が起こり、労働者の提供するサービス品質が旅行商品の品質を左右する鍵となるなどの変化が起こっていると指摘した。また、情報処理技術の発達により双方向での交流が可能となったこと、社会的枠組みが規制から規制緩和へ動いたことで業界再編が起こるなど、新たなベストプラクティス創出の動きとしてニューツーリズムが生み出されたと説明している。Poon (2003) の理論はツーリズムのプレイヤーのなかでも特に観光客の行動の変化から生み出されたものであった。Poon (2003) は、新しい観光客像を、グループから個人へ、海辺での日光浴から自然体験、団体行動から個人行動へ、存在を示すことから楽しむために、所有から存在へ、気晴らしから達成感へ変化しているとしながらも、ニューツーリズムの旅行内容については触れていない。

日本では、格安航空券販売やオンライントラベルの急成長によって、従来の発地型観光の成長の限界を来し、ニューツーリズムへの移行が促された (尾家 2010)。しかし、その萌芽は 1980 年代初頭にすでに生じていたと見られている (尾家 2008)。妻籠では、農業以外の振興策として観光に目を向け、1965 年に「妻籠宿場資料保存会」を結成、1967 年に郷土館を開館し、1968～70 年に宿場の復元工事を実施した。整備された妻籠の町並みがテレビ番組で全国に紹介され、1972 年には年間 50 万人を上回る観光地となった。妻籠の事例は、町並み保存型まちづくりから着地型観光へと発展した先駆的な事例として見ることができる (尾家 2008)。

着地型観光のなかでも目的地側が主体的に観光を推進する「自律的観光⁴」の実現こそが地域の自然環境の保全をはじめとする持続可能な観光につながると考える敷田・木野・森重 (2009)、森重 (2009) では、地域の自然資源を活用し、着地型観光に取り組む地域の視点から研究を進めている。敷田 (2009) では、発地型旅行会社の構築した観光システムを地域側でマネジメント機能をもつ「中間システム」の形成が、着地型観光であるかどうかを判別する鍵となることを指摘している。また、森重 (2009) は、夕張市の事例から地域主導型観光が途中で頓挫してしまった原因が当初の地域資源の活用から多額の投資によって新たな観光資源を開発する方向へ取り組みが変容したこと、資金の大部分が補助金や起債などの外部資金に頼ってしまったことから地域関係者の意

4 地域側が主体的に観光を推進すること (敷田・木野・森重 2009)。

志が反映されない取り組みとなってしまったことを示している。いずれも着地型観光に取り組む地域側のマネジメントに関する研究であった。

観光分野の所轄官庁である観光庁（2012）においては、着地型旅行市場に対する調査を実施している。その結果、着地型観光の運営タイプが着地型旅行の商品で独立採算となることを目指す「本業型」、別に宿泊業や運輸業等を営んでいて本業との相乗効果を期待する「副業型」、旅行会社の商品に組込み、流通販売効果を期待する「組込型」の3タイプに分類されること、最も多いのは副業型で78%、最も少ないのは本業型で7.3%であったことを明らかにしている。

既存研究のレビューから、日本の「着地型観光」概念はPoon（1994）で提唱されたニューツーリズムを意図していること、旅行経験のなかったツーリストのマス・ツーリズムにおける旅行経験の蓄積がニューツーリズムを生み出す原動力となったことが明らかとなった。つまり、観光者が旅行を通じて獲得した知識や情報が従来の標準的な団体旅行にはなかった個人行動への動機となり、他者とは違った体験を求める客層に対応するために市場細分化の考え方が有効となったことを意味する。また日本では、町並み保存型まちづくりの形で1965年から着地型観光の先駆的な取組が始まっていたことも、事例研究から確認された。

一方、発地型旅行会社によるマス・ツーリズムの限界を超えた成長によって、悪影響が顕在化した目的地においては、特に地域再建を目的とする着地型観光を目指す動きが見られたこと、地域の自然環境を活用・保全する「中間システム」の形成が着地型観光実現の鍵となる役割を担う組織として考えられていること、補助金などの多額の投資による観光開発によって地域資源の利活用と保全という本来の方針から逸脱し、メンバー間の足並みが崩れ、着地型観光が頓挫してしまうなど、手段の目的化による問題点も指摘されている。

観光庁（2012）の調査報告からは、着地型旅行を専業とする経営を目指す運営者が少ない現状が示され、ニーズの多様化による市場細分化の進展から、専業としての経営が難しい現状も確認された。

2 着地型観光研究の課題

着地型観光における課題としては、「着地型観光は地域の魅力を大いに観光客に伝えてその地に滞在を決定させる効果が強く働くと言えるが、一方で地域の情報発信力が重

要な能力として要求される」(長田 2012)、「着地型旅行の認知度が低い」(観光庁 2012)など、プロモーションをはじめとするマーケティング活動に関する課題が指摘されている。

IV まとめ

着地型観光に関する既存研究のレビューから、地域コミュニティ内部のマネジメント(敷田・木野・森重 2009; 深見・高木 2013)、地域の取り組みの変遷(尾家 2008; 加藤・小林 2013)、地域の取り組みに対する検証(森重 2009c)など地域側の視点からの研究が大多数を占めており、一定の成果を上げていた。

しかし、一方で潜在的旅行者市場に対する情報発信をはじめとするプロモーションが課題であることも指摘されている。これは、ツーリズム・システムにおいて潜在的旅行者市場のある出発地と着地型旅行会社のある目的地との物理的な距離とも関係が深く、どのようにしてこの距離を埋めるのが具体的な課題となるであろう。

参考文献

- Gunn, C. (1988), *Tourism Planning, second edition*, New York: Taylor & Francis.
- Heath, E. and G. Wall (1992) *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Leiper, N. (1979), The Framework of Tourism: Towards A Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry, *Annals of Tourism Research*, Vol. 6 Issue 4, 390-407.
- Mill, R. C. and A. M. Morrison (1985) *The Tourism System*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Neal, J. D. and D. Gursoy (2008), A multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction, *Journal of Travel Research*, 47, 53-62.
- Poon, A. (1994), The 'New Tourism' Revolution, *Tourism Management*, Vol. 15 No. 2, 91-92.
- Smith, S. L. J. (1994), The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 No. 3, 582-595.
- 運輸省運輸政策局観光部監修, 観光行政研究会編著 (1995) 『観光立国への戦略—解説観光政策審議会答申「今後の観光政策の基本的な方向」』日本観光協会。
- 上田卓爾 (2010) 「明治期を主とした「海外観光旅行」について」『名古屋外国語大学現代国際学部紀要』第6号, 2010年3月, 41-70頁。
- 尾家建夫 (2008) 「町並み保全型まちづくりから見たツーリズム発展論」『政策科学』第15巻第3号, 2008年3月, 27-37頁。

- 尾家建夫（2009）「観光資源と観光アトラクション」『大阪観光大学紀要』第9号，2009年3月，11-19頁。
- 尾家建夫（2010）「ニューツーリズムの概要と現状分析及び展望」『SRI』（財）静岡総合研究機構，第101号，2010年8月，3-9頁。
- 尾家建夫・金井満造編（2008）『着地型観光—地域が主役のツーリズム—』学芸出版社。
- 大橋昭一（2012）「現代ツーリズムの6つのとらえ方—1980年代後半～1990年代前半の論争点を中心に—」『関西大学商学論集』第57巻第3号，2012年12月，147-168頁。
- 大橋昭一，渡辺朗（2001）『サービスと観光の経営学』同文館。
- 加藤肇子，小林国之（2013）「北海道の農村における着地型観光の可能性：麦チェーンツーリズムを事例として」『北海道大学農経論叢』第68巻，2013年4月，53-62頁。
- 観光庁（2013）「着地型旅行の普及、標準旅行業約款制度について」2013年12月。
- 観光庁観光地域振興部観光資源課（2012）「着地型旅行市場現状調査報告」2012年2月。
- 小泉求，富山栄子，沼田秀穂（2014）「地域資源を活用した着地型観光の運営体制と課題について：新潟県新潟市西蒲区岩室温泉地区における着地型観光による地域活性化について」、『事業創造大学院大学紀要』第5巻第1号，2014年4月，19-35頁。
- 国土交通省総合政策局旅行振興課（2005）「沖縄観光における外国人向け着地型旅行の充実化及び販売促進のための調査報告書」2005年3月。
- 敷田麻実，木野聡子，森重昌之（2009）「観光地域ガバナンスにおける関係性モデルと中間システムの分析：北海道浜中町・霧多布湿原トラストの事例から」『日本地域政策研究』第7号，2009年3月，65-72頁。
- 田村正紀（2012）『観光地のアメニティ』白桃書房。
- 田村正紀（2013）『旅の根源史—映し出される人間欲望の変遷—』千倉書房。
- 寺前秀一（2008）「地域観光政策に関する考察」『地域政策研究』第11巻，第1号，2008年7月，21-40頁。
- 長田進（2012）「2011年度高山市丹生川地域活性化に関する調査活動についての報告」『慶応義塾大学日吉紀要社会科学』第23巻，2012年，37-50頁。
- 日本観光協会（2010）『観光の実態と志向』第28回。
- 深見聡，高木香織（2013）「九州北部豪雨における災害復興と着地型観光」『地域環境研究：環境教育研究マネジメントセンター年報』第5号，2013年6月，27-38頁。
- 前田勇編著（1989）『観光学概論』学文社。
- 森重昌之（2009a）「着地型観光による地域づくりに必要な地域の条件」『北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集』第5号，2009年3月，103-111頁。
- 森重昌之（2009b）「地域主導の観光を通じた「より開かれた共同体」の形成」国際広報メディア・観光学ジャーナル第8号，2009年3月，49-65頁。
- 森重昌之（2009c）「観光を通じた地域コミュニティの活性化の可能性」『観光創造研究』第5号，2009年4月，1-20頁。
- 山村高淑（2009）「観光革命と21世紀：アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性」『メディアコンテンツとツーリズム』CATS 叢書第1巻，第1章，2009年3月，3-28頁。