

観光業におけるインターネット活用 斑尾高原における宿泊施設を事例として

近藤浩幸

キーワード：斑尾高原，インターネット，観光，ブロードバンド，コミュニケーション

はじめに

- 1 研究目的

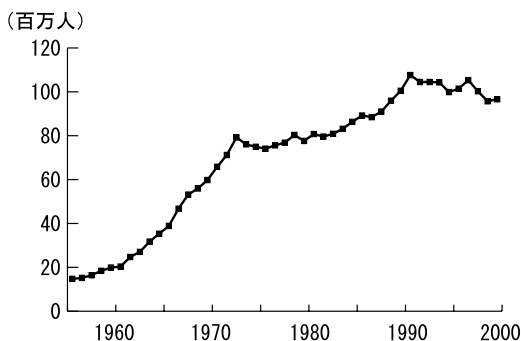
日本では、長らく日本経済の不況の中、消費者の観光に対する支出は1991年を境に減少傾向が続いており¹⁾、それにあわせて国内観光旅行回数、宿泊数ともに減少が続いている。第1図にみられるように、長野県でも観光客の減少傾向は顕著である。このように観光業全体としては不振が指摘されているものの、一方で、個人、グループ旅行に関してはある程度の量を維持している。さらに、近年では、観光地をただ訪問するだけでなく、現地で様々な体験を行う「体験型」と称される観光が増加しつつある。すなわち従来の画一的

な観光形態が縮小していく一方で、ニーズの多様化にあわせた新しい観光業の発展がみられる。

このような観光業の全体的な動向の中で、各観光地においても多様化する利用者のニーズに合わせて、温泉の開発、日帰り客の積極的誘致、体験型観光の開発、インターネットの活用といった新しい施策を次々と試みている。中でも注目されるのがインターネットの活用である。なぜならば、インターネットを利用すれば、施設規模の大小にかかわらず、全世界に対してあらゆる情報を発信し、また様々な情報を受信することが可能となるからである。

これまで観光業の研究においてはインターネットの活用を盛んに訴えるものは多いものの、その論点はインターネットを利用することによる可能性と、事例の紹介にとどまり、豊島ほか²⁾に見られるような具体的な実証研究は少ない。本研究では観光業を取り巻く厳しい状況の中で、斑尾高原における宿泊施設がインターネットをどのように活用しているかということを解明することを目的とする。なお、本研究は2001年9月と2002年6月に現地で行った聞き取り調査に基づいている。

斑尾高原は、1970年代になってから新しく開発された観光地ということもあり、当地域を対象とした研究はほとんど公表されていない。しかしながら、当地域では2002年12月現在、観光協会加盟宿泊施設90軒のうち、その90%以上にあたる84軒の宿泊施設が、施設独自のホームページを運用し



第1図 長野県の観光客数推移 (1956～2000年)
(平成12年観光地利用者統計調査結果より作成)

ており、インターネットに関する取り組みにおいては先進的な地域といえる。

- 2 研究対象地域の概要

斑尾高原は昭和40年代に、地元飯山地方の働きかけのもと、長野県企業局により、いわゆる「菅平方式」³⁾によって開発された全く新しい観光地である。当初計画では夏季の高原保養地として開発する予定であったが、藤田観光(株)の開発参加により、スキー場を核施設とする一大リゾート地として開発されることとなった。

第2図の研究対象地域図に示したとおり、現在では斑尾高原はスキー場のみでなく、ペンションに代表される各種宿泊施設、スポーツ、レジャー施設等を備える観光地として発展してきた。

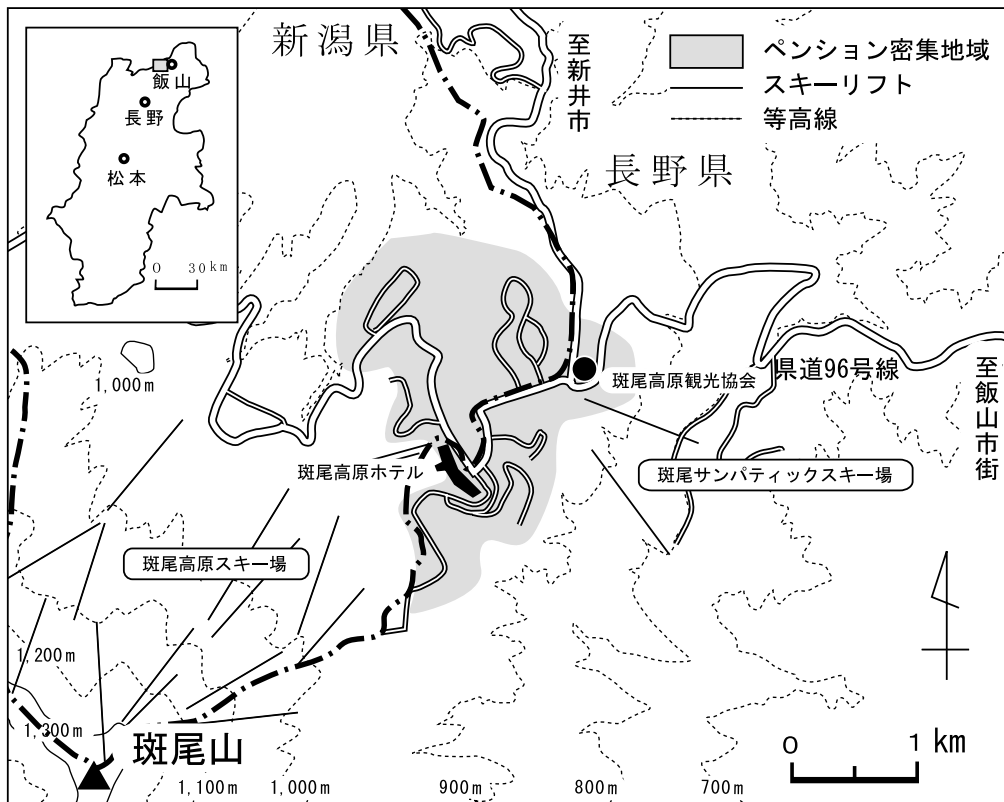
また、開発対象地域であった斑尾山周辺は、行政区が新潟県に属する地域が多かったため、開発

については長野県側が責任をもって進めたものの、実際の行政区域としては新潟県に属する地区が多く、県境をまたいだ観光地であることも大きな特色である。

斑尾高原における観光の特徴

斑尾高原では、開発当初から、冬はスキーの拠点、夏は避暑地として多くの観光客を受け入れ、他の観光地と同様、順調に観光客数を増やしてきた。

斑尾高原の観光の特色として、最も大きな観光資源はスキー場であるものの、比較的早くから冬季のスキー客に依存しない、年間を通した観光資源の開発をすすめてきたことがあげられる。主なものとして希望湖の釣り場の整備、夏祭りの実施等、積極的に夏季の観光資源開発等を行ってきた。1982年には一大イベントとして斑尾JAZZ



第2図 研究対象地域 (2002年)

フェスティバルが開始され、現在まで継続して開催されている。このほか、斑尾高原において最大規模の宿泊施設である斑尾高原ホテルを経営する斑尾高原開発は2000年に温泉掘削を試みた。その結果、湧出量は少ないものの温泉が得られたため、同ホテルの浴場に引湯している。

また、斑尾高原においてはいわゆる「ペンション」⁴⁾の数が非常に多いことが特徴としてあげられ、斑尾高原一帯はそれらの集積するペンション村とでもいうべき特徴的な景観を有している（写真1、写真2）。また第3図に示したとおり、斑尾高原ではペンションに代表される小規模な宿泊施設が大きな位置を占めている。



写真1 夏季の斑尾高原スキー場ゲレンデ（2002年撮影）



写真2 斑尾高原における典型的なペンションの景観（2002年撮影）

日本においては、1990年代前半まではスキー客数は急増傾向にあった。斑尾高原スキー場の入込客数も1991年に67万人でピークに達したが、それを境に客数は減少に転じた。斑尾高原における観光業の現状は他地域と同様、厳しいといえる。斑尾高原観光協会加盟施設総数は、1986年には172施設であったが、1994年には156施設、2000年には120施設にまで減少している⁵⁾。中でも、斑尾高原を代表する宿泊施設であるペンションの経営状況は厳しい。1980年代までは、毎年10軒以上の新規参入があり、全体の施設数は増加していたものの、近年では毎年数軒の新規参入があるのみで、それ以上に廃業する施設が多い⁶⁾。さらに、経営形態に関しても、以前は冬季の観光客のみで経営が可能であったものの、近年の冬季における客数の落ち込みから、夏季にも営業を行わざるを得ないという施設が多くなってきた。また、1990年代前半までは宿泊業専門の経営形態がほとんどであったものの、現在では小規模宿泊施設のほとんどは、閑散期に麓の飯山市でパートタイム労働を行うなど、兼業での経営を強いられている。

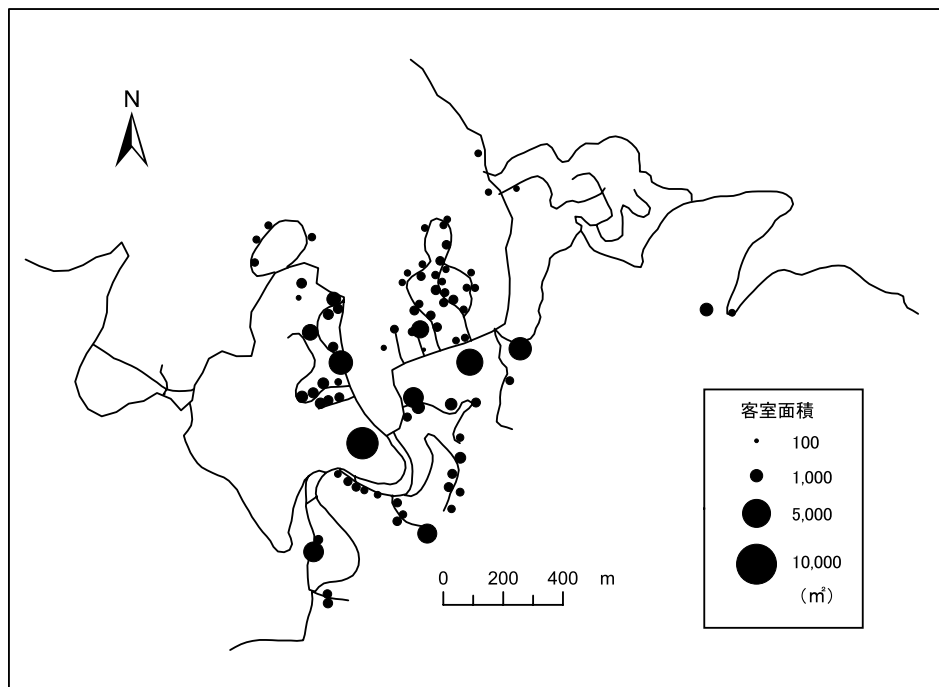
インターネットの活用

- 1 斑尾高原におけるインターネットの活用

以上のように斑尾高原における観光業は非常に厳しい状況におかれているといえるが、このような状況の中、斑尾高原では新しい経営戦略のひとつとして、インターネットの積極的な利用がなされている。2002年12月現在、斑尾高原では、斑尾観光協会に加盟する宿泊施設が独自にホームページを開設している割合は90%を超え、非常に積極的にインターネットを活用しているといえる。また、聞き取り調査を行った30軒の宿泊施設すべてが、何らかのインターネットの接続環境を有していた。しかしながら、施設によるインターネットの利用の形態は様々であり、それは次のような形態に分類できる。

1) 情報収集を目的としたインターネット活用

最も多い利用形態は、「WEBページの閲覧」であった。現在、インターネット上には様々な情報



第3図 斑尾高原における宿泊施設の規模別分布（2000年）
（斑尾高原観光協会総会資料により作成）

が流通しており、WEB ページを閲覧することで、その場にながら多くの情報を得ることが可能である。そのため、地理的に都市から隔絶されている斑尾高原においては、情報収集をするうえで、インターネットは非常に便利なツールとして利用されている。また、電子メールを利用することによって、遠隔地の人間と瞬時に文章をやりとりできることもメリットとしてあげられた。

2) ホームページによる情報発信

他の利用形態としては、施設独自のホームページ開設がある。斑尾高原観光協会自体もホームページを有し、一括して加盟施設の料金や部屋数といった基本的情報を掲載している。しかしながら、斑尾高原においては、前述のように協会のページとは別に施設独自のホームページを持つ施設が多い。

3) インターネット上の旅行代理店への登録

インターネット利用形態の中で、宿泊業の経営からみて最も大きな意味を有するものは、代理店

への登録である。従来から、宿泊業においては自施設を代理店に登録し、そこから顧客の紹介を受けるという形式が発展していたが、近年では全く同様の形態をインターネット上で行う仕組みが整備されてきた⁷⁾。インターネットが普及する初期段階では、インターネット専門の事業者がこういった WEB サイトを運営していたが、近年では旅行代理店もこの分野に参入し、競争が激化している。また最近では、空き室の有効活用を狙って、空き室に限り格安の宿泊料金で宿泊できるシステムも登場しており、これはインターネットを上手く活用した事例といえる。

4) 地域全体でのインターネット活用への取り組み

斑尾高原で大きな特徴としてあげられるのが、斑尾高原観光協会によって運営されている「あいてるねっと空室検索」の存在である。

斑尾高原観光協会は、組織としては飯山市観光協会の下部組織という位置づけとなっている。し

たがって、予算規模も少なく、積極的な広告宣伝活動を行いにくいという問題を抱えていた。そのような状況下、斑尾高原観光協会では、インターネットから協会加盟の宿泊施設の空室情報を検索できる「あいてるねっと空室検索」を2001年の2月から運用を開始した。従来から宿泊施設単独で空室情報を掲載している施設は全国に存在したものの、地域全体としてこのような取り組みを行ったのは斑尾高原が初めてである。

さらに、空室情報の提供だけではなく、「メールDEお・や・ど」というシステムを続いて導入し、宿泊客の多様なニーズに直接対応できるようにした。このシステムでは、宿泊客が宿に対する希望を電子メールによって観光協会に届けると、希望条件に適合する宿泊施設にその情報が転送され、受けとった宿泊施設は希望内容をもとに自らの宿の特徴を宿泊客に電子メールを利用して直接PRすることができるというシステムである。このシステムを利用すれば、利用者は電話等を利用せずに、電子メールで気軽に問い合わせを行うことができるうえ、宿泊施設の側でも自らのアピールポイントを顧客に効果的に伝えることができる。

- 2 インターネットの活用による効果

第1節では斑尾高原におけるインターネットの活用状況を概観したが、本章では、インターネットの活用が個々の宿泊施設にいかなる効果があったかについて聞き取り調査に基づいて述べる。

1) 広告宣伝に関する効果

第1にあげられるのは、広告費用の削減である。

ペンションAにおいては、インターネット導入以前は毎シーズン、関東と関西の情報誌に広告を掲載していた。インターネットを広告手段として利用するようになってから、雑誌等への広告掲載を関東圏のみに限定し、年間数10万円の節約を行うことができたという。関西圏への広告掲載を取りやめた後も、インターネットを通じて引き続き関西圏からの新規顧客も来訪している。第1表にペンションAにおける宿泊客の居住地をインター

第1表 ペンションAにおけるインターネット利用前後の宿泊客分布（1993～2000年）

| 地域 | 1993～1997年 | % | 1998～2002年 | % |
|--------|------------|-------|------------|-------|
| 北海道・東北 | 6 | 0.89 | 2 | 0.26 |
| 茨城 | 14 | 2.07 | 12 | 1.54 |
| 栃木 | 5 | 0.74 | 7 | 0.90 |
| 群馬 | 14 | 2.07 | 8 | 1.02 |
| 埼玉 | 94 | 13.91 | 98 | 12.55 |
| 千葉 | 63 | 9.32 | 62 | 7.94 |
| 東京 | 121 | 17.90 | 170 | 21.77 |
| 神奈川 | 107 | 15.83 | 105 | 13.44 |
| 新潟 | 35 | 5.18 | 37 | 4.74 |
| 富山 | 14 | 2.07 | 15 | 1.92 |
| 石川 | 10 | 1.48 | 19 | 2.43 |
| 福井 | 3 | 0.44 | 2 | 0.26 |
| 山梨 | 8 | 1.18 | 9 | 1.15 |
| 長野 | 19 | 2.81 | 37 | 4.74 |
| 岐阜 | 4 | 0.59 | 14 | 1.79 |
| 静岡 | 21 | 3.11 | 31 | 3.97 |
| 愛知 | 38 | 5.62 | 76 | 9.73 |
| 三重 | 10 | 1.48 | 12 | 1.54 |
| 滋賀 | 14 | 2.07 | 8 | 1.02 |
| 京都 | 8 | 1.18 | 10 | 1.28 |
| 大阪 | 29 | 4.29 | 20 | 2.56 |
| 兵庫 | 14 | 2.07 | 7 | 0.90 |
| 奈良 | 7 | 1.04 | 2 | 0.26 |
| 和歌山 | 0 | 0.00 | 4 | 0.51 |
| 中国・四国 | 9 | 1.33 | 6 | 0.77 |
| 九州・沖縄 | 1 | 0.15 | 1 | 0.13 |
| 不明 | 8 | 1.18 | 7 | 0.90 |
| 合計(組) | 676 | | 781 | |

(ペンションA宿泊客名簿により作成)

注：宿泊客名簿に記されていたもののみ集計

ネット導入前後に分けて示した。この表によれば、インターネット利用後に関西圏での広告を削減したにもかかわらず、利用客の地域別の割合はそれほど変化していない。また、少数ではあるが、従来顧客が存在しなかった地区からの宿泊も見られる。これは、インターネットをうまく活用すれば、経費削減と宣伝効果の増加という課題の双方を実現することが可能になることを示した事例といえる。

しかしながら、一部の施設においてはホームページを作成したものの、作成による効果が見ら

れないために現在では運用を中止している施設も見られた。こういった施設では「業者の薦めにより契約を行った」「他の宿泊施設での導入に刺激され契約を行った」といったように、インターネットに対して非常に受動的な態度で接していることが多かった。

2) 顧客とのコミュニケーション効果

軒数は少なかったものの、インターネットを積極的に活用している施設においては顧客とのコミュニケーションが推進される可能性を重視していた。具体的には、ホームページに掲示板を設置し、宿泊施設と顧客の双方が身近な話題について情報交換できるようにしている施設がある。また、メールアドレスを記入してもらった顧客に対してメールマガジンを発行し、宿泊施設の限定格安宿泊料金情報、斑尾高原の近況情報などを顧客に対して直接発信している。インターネットの導入以前においても、手紙、電話といった手段で顧客とのコミュニケーションは可能ではあったものの、これらのメディアは遠隔地に存在する顧客に対しては費用がかかるうえに手間のかかる作業である。しかしインターネットを利用すれば、これらの作業を電子メール、ホームページへの書き込みによって一括で済ませることができる。また、掲示板では、従来みられた宿と顧客との1対1のやりとりだけでなく、顧客同士の掲示板上での情報交換もみられるなど、インターネットを通じて、運営主体の宿泊施設を中心として新たなコミュニケーションが生まれている。実際にこういった施設では顧客の再訪率も高く、インターネットが常連客確保にとって重要な役割を果たしている。

- 3 斑尾高原におけるインターネット利用に際する地域的課題

これまで述べてきたように、観光業においてインターネットを利用することによって、様々な効果があることが確認された。しかしながら、斑尾高原においては、インターネットを利用する上での地域的な問題点も同時に指摘することができ

る。

1) インターネット利用環境の問題

宿泊業がインターネットを利用する場合、接続速度と利用料金が非常に重要である。なぜならば、インターネットを宿泊業で活用しようと考えた場合、予約の受付、空室の更新、宿泊情報の提供、などを通じてインターネットに頻繁に接続する必要があるためである。これを従来の電話回線を利用して行った場合には、速度が遅いために情報の取得及び発信に時間がかかるばかりでなく、頻繁な接続回数による多額の電話料金が発生することとなる。聞き取りを行ったペンションのほとんどにおいて、インターネットを利用しはじめてから電話代が増加したという。例えばペンションBでは、インターネットを利用しはじめてから、毎日の予約受付のメールチェックおよび情報収集のために電話代だけで月数万円の料金を要し、その後頻繁な利用を控えたという。高額な通信費の問題については、以前はどの地域でもみられた現象であるが⁸⁾、近年では「ADSL」に代表される、高速、安価なブロードバンドインターネットサービスが急速に普及している⁹⁾。ブロードバンドサービスを利用すれば、情報の送受信が非常に高速になるばかりでなく、ほとんどのサービスについては月額料金が定額であり、時間を気にせずインターネットを利用することができる。そのため、前述のような問題点はブロードバンドサービスの利用で解消できることとなる。しかしながら、全国的にブロードバンドサービスの普及は進んできているものの、中山間地域を中心として、未だにサービス自体が開始されていない地域も数多く存在する。こういった地域では前述の問題が残存しており、斑尾高原はまさにこの「条件不利地域」としての問題を抱えているといえる。

第2表にみられるように、斑尾高原では、長野市に比べてサービス開始時期が2年近く遅れている。さらに、麓の飯山市中心部と比較しても接続環境は悪い。2002年4月からは飯山市が運営主体となる飯山ケーブルテレビが、独自にCATVインターネット事業を開始し、飯山市全域で月額2800

第2表 斑尾高原と他地域のインターネット
接続環境の比較（2002年）

| | フレッツ ISDN | CATV 方式 | ADSL 方式 |
|--------|-----------|-------------------------------|----------|
| 長野市 | 2000年10月 | 1999年10月 | 2000年10月 |
| 飯山市中心部 | 2001年9月 | 2002年4月 | 2002年8月 |
| 斑尾高原 | 2001年9月 | 2002年4月 <small>(注)</small> | 未開通 |

注：長野県側のみ
(各事業者資料により作成)

円からという高速で安価なインターネットサービスが実現された。これによって斑尾高原の一部ではブロードバンドインターネットサービスを受けることが可能となった。しかし、このサービスは飯山市が直接運営するサービスのため、サービス提供地域が飯山市に限定される。斑尾高原では多くのペンションが行政上は新潟県に属するため、新潟県に属する地区では飯山ケーブルテレビのサービスは提供されていない。住所の通称による表記など¹⁰⁾日常生活の上ではほとんどなかった県境の問題が、新サービスの展開の上で障害としてあらわれてきた。また、近年ブロードバンドの中でも急速な普及を見せている ADSL に関しては、2002年に飯山市中心部に開通したものの、斑尾高原においては、2002年末現在、開通の見通しはない。

このように、実際には多くの需要があるにもかかわらず、事業者側による採算性からみた判断により、サービスの開始が遅れるのが多くの中山間地域の現状である。大規模なスキー観光地域である斑尾高原においても同様の問題を抱えているのである。

2) 人材不足による問題

聞き取り調査の結果、インターネットがペンション経営に役にたっていると回答した宿泊施設では、周囲にコンピュータに精通する人物が存在し、その人物の助言等を受けて、積極的にコンピュータ活用を行っていることがわかった。また、施設によってはオーナーの子息が大都市の大学に進学した際に、そこで覚えたインターネット利用技術を契機としてインターネットを活用し始めたという施設も存在した。

さらに、斑尾高原では、比較的コンピュータに詳しいグループが存在し、初期段階においてはこれらのグループのボランティアによって、インターネットへの接続、ホームページの開設等の指導が行われた。しかしながら、その後このグループはホームページの作成、コンピュータソフトの開発を中心とした「事業化」を行い、こうし講習に対しても利用料金の回収をはじめた。この結果積極的に講習を受けようという施設は見られなくなった。斑尾高原観光協会においても、ホームページの作成講習会等を行っているものの、小規模で頻度も少なく、大きな効果をあげるには至っていない。

また、近年ではコンピューターウイルスの被害など、コンピューターのトラブルによる問題も非常に多い。このような場合、周囲にコンピューターに詳しい人物がいれば、速やかに問題は解決する。しかしながら、コンピューターの初心者にとっては、ひとたび正常動作しなくなったコンピューターを正常に戻すことは非常に困難である。先にあげたペンション A では、コンピューターウイルスによりコンピューターで管理していた顧客情報がすべて失われてしまったという。また、ペンション C では、コンピューターウイルスにより、顧客に大量のウイルスに感染したメールを送付してしまい、その復旧に業者を利用して高額な復旧費用がかかったという。さらに、身近にコンピューターに詳しい人物がいない場合、悪質な業者による詐欺といった被害に遭うことも考えられる。実際に数軒の施設では契約をしたものの、未だにページが作成されないという例もある。

以上のように、地域全体としてインターネットの活用を普及させていくためには、「利益目的」ではなく、「ボランティアベース」でコンピュータ活用技術を普及させていくような施策とともに、それを実現するための IT 利用技術に長けた人材の確保が不可欠であるといえるだろう。むろん、何らかの団体による積極的な支援策も展開されていることが望ましい。例えば着目すべき例として、同じ長野県の観光地である志賀高原においては、

IT化を観光の起爆剤ととらえ、地域をあげてインターネットの活用に取り組んでいる。2002年冬季においても、インターネットのさらなる接続環境の整備とともに、頻繁にIT講習会を行うことによって、地域全体でのIT技術の普及を図っている。

まとめ

これまでみてきたように、斑尾高原においては、他の観光地域と比較して、インターネット環境に恵まれないものの、インターネットの活用が地域全体として比較的盛んである。これは、斑尾高原が、1970年代に開発された全く新しい観光地であり、宿泊施設経営者の大半はもともと大都市の出身者であることが大きな要因としてあげられる。本稿で主に取り上げたペンションにおいても1970年代の脱サラブームに乗り、斑尾高原にペンションを開設した例が多い。こういった経営者は比較的情報に敏感であり、インターネットを活用する動機がもともと強いといえる。その中でもコンピューターの利用技術を持つ経営者は、インターネット普及の初期段階からインターネット利用を開始し、周囲にインターネット利用の伝播をもたらした。また、初期に斑尾高原に移住した経営者の年齢は現在主に60歳代となっているものの、近年まで継続的にペンション経営への新規参入があり、経営者の構成年齢が比較的若いこともインターネット活用に有利に働いているといえる。このような地域的な特性から、斑尾高原では比較的早くからインターネットの活用が進展し、限られた環境の中で「メールDEお・や・ど」に代表される独自のインターネット活用のための地道な取り組みがなされてきた。しかしながら、接続環境の良否にかかわらず、インターネット利用の効果については、個々の宿泊施設の取り組み如何によって大きく異なる。斑尾高原におけるそうした取り組みを分類すると、受動的利用型、広告活用型、コミュニケーション活用型の3つのタイプに分けることができる。

受動的利用型は、インターネットを自らの意志

で積極的に利用するというよりは、業者、知人、周囲の状況といった外的要因によって、特別の活用意識もなく利用を始めたというタイプである。このような施設では、経営者自身がコンピューターにそれほど詳しくないことが特徴で、ホームページを一度作成すると、以降更新を行わないことが多い。こういった施設では、インターネットの効果について懐疑的な考えを持つ。また、費用対効果が少ないと感じているため、情報収集及びメールチェックのために時々インターネットを利用するものの、積極的に活用しようという考えは少ないといえる。むしろ、利用の効果が少ないためにインターネットの利用について関心が薄れていくという傾向もある。聞き取りを行った宿泊施設のうち約半数の十数軒がこのタイプに属する。また、斑尾高原全体でも各施設のWEBページの更新度合い等から考えると約半数がこのタイプと考えられる。

広告的活用型の施設ではインターネットを「新しい広告媒体のひとつ」と評価し、宿泊業にとって重要な要素である広告宣伝に積極的に力を注ぐことで集客を図っている。よって、インターネット上の旅行代理店への登録といった活動にも積極的である。経営者自身はコンピューターにそれほど詳しくない場合もあるものの「積極的な広告宣伝」のために必要なツールとしてコンピュータをとらえている。技術的な側面には関係なく、インターネットを積極的に活用していこうという姿勢が見られ、実際にも効果をあげている施設が多い。WEB上の代理店への登録状況から、斑尾高原では十数軒の施設がこのタイプに属すると考えられる。

コミュニケーション重視型の施設では、インターネットを利用した顧客とのコミュニケーション形成を重視している。例えば電子掲示板や電子メールを利用して、継続的に顧客との情報交換を行っていることが特徴的である。こういった施設では常連客の割合が非常に高く、年を通じて宿泊客がみられるのが特徴である。聞き取りを行った施設の中では、このタイプの施設は数軒しか存在

しなかった。

以上のように、斑尾高原地域においては、地域的な特性によりインターネットの活用が他地域と比べて早くから進展した。その結果、様々な工夫を行ってインターネットを効果的に利用し、観光客を積極的に誘致してきた。

今後、日本の観光業をとりまく状況は依然として厳しい状況が続くと考えられる。しかし、本研究で明らかとなったように、インターネットを

ツールとして上手く利用した場合、地域を越えた広告効果による新規需要の発掘、既存顧客とのコミュニケーションの促進といった効果が得られる。結果としてインターネットの活用は、観光業にとって有効な顧客誘致手段となり得ることが明らかとなった。今後の観光業の発展のためには観光地自体の魅力向上とともに、インターネットの積極的な活用が望まれる。

本稿の作成にあたり、長野県庁、斑尾高原観光協会、そして斑尾高原の各宿泊施設の方々には大変お世話になりました。記して感謝申し上げます。

[注および参考文献]

- 1) 国土交通省(2000):『平成13年版観光白書』
- 2) 豊島健一・佐藤 淳・呉羽正昭(2001):乗鞍高原における宿泊施設の空間変容・地域調査報告, 23, 87-98.
- 3) 菅平においては、長野県が土地所有者から無償で土地提供を受けるかわりにその土地を一括して造成分譲し、その利益を地主に還元するという形で開発が行われた。この方式は菅平方式と呼ばれ、斑尾高原においても同様の方式で開発が進められた。
- 4) 多様な宿泊施設を定義する一般的な定義は存在しない。本研究ではこれらを特に区別して扱うことはしないが、主に個人経営で、景観に特色のある規模の小さな施設がペンションの典型例である。
- 5) 斑尾高原観光協会定期総会資料による。近年では観光協会から脱退して営業を続ける宿泊施設もあるものの、大半は休業、廃業のために協会を脱退したものである。
- 6) 協会への自己申告による分類である。
- 7) 代表的なものとして、旅の窓口 (<http://www.mytrip.net/>), クラブトクー (<http://www.coo.ne.jp/>) などがあげられる。
- 8) インプレス(2000):『インターネット白書2000』
- 9) 総務省 DSL 普及状況公開ページ (http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/whatsnew/dsl/index.html)
- 10) 本来の住所は新潟県中頸城郡妙高村であるが、長野県斑尾高原で郵便物は到着する。
- 11) 志賀高原観光協会 (http://www.shigakogen.gr.jp/it_hotel/)