

を必要に応じて運転している。

民営鉄道の観光施設としての性格は国鉄幹線にも劣らない。ことに都市と観光地を結ぶ民営鉄道は普通国鉄よりも列車回数が多いので、外人客が利用する機会が多い。東武鉄道または近畿日本鉄道のように代表的な民営鉄道は、国鉄に匹敵する旅客施設を有し、短路線に急行を運転して、短時間に目的地に達する利便を提供している。民営鉄道会社は150社、その運営する営業キロ数は6,000kmにおよんでいる。

ケーブルカー、ロープウェイは主目的として観光客を対象としているもので、戦後その復活および新設は相当に進み、運転中のものはケーブルカー23本、ロープウェイ22本である。

3 観光船

日本に訪する外国観光客は約半数が船により半数は航空機によっているが、時間の大きな差があっても船による旅行は豪華なゆったりした気分を満ちつづけるため、当分利用交通機関としては大きな比率を占めることが予想される。現在国際航路による外国船の寄港は5社であるが、日本の貨客船による就航は日本郵船の氷川丸1隻である。

国内の定期航路は776航路、就航船舶数は1,055隻、総トン数86,740トンである。うち約半数が風景の優れた沿海、河川、湖沼に運行されており、これらが観光船と呼ばれているものである。

4 航空機および航空港

日本に訪する外客数の航空機によるものと、船によるものとの比率は前述のとおりおおむね半々であるが、航空機による入国数は漸増の傾向にあり将来ますます増えることが予想される。日本航空株式会社は昭和27年設立されたが、国内航路のみに従事し、のち1954・2に至ってはじめてアメリカおよび沖縄との間に国際航路が開設された。また極東航空は昭和29年設立されて大阪・岩国・福岡間に就航している。

現在日本に発着する航空路をもつ外国航空会社はNWA, PAA, BOAC等11社で年間輸送力は合計94,200人となっている。

現在わが国における空港数は8箇所、内2箇所が国際線に使用され、他は国内線用である。東京空港を除いて他は全部米空軍の監理下にある。

5 道路

観光施設としての道路の役割は大きい。日本における現況は未だ国内を自動車で自由に交通できる程度になるまでには相当年月を要する。1956・4月末現在で整備を要請されている道路延長は144,000kmであって、その内約22% (32,000km) が自動車交通に適するように改良されており、約6% (9,000km) が舗装されている。1952年制定された道路整備特別措置法により、国または地方公共団体による有料道路の制度が初めて日本にでき、1953年度にはガソリン税を目的税として道路を整備する法律が5箇年をかぎって制定され、道路整備が進められている。

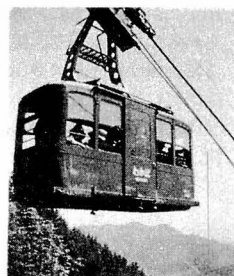
6 港湾

現在日本の港の総数645、そのうち外国貿易可能のもの58港、また全体的に見て観光港の性格をもつものは47港である。この中で欧米諸国との交通を対象として10,000トン級以上の大型船舶を接岸し得るものはわずかに横浜、名古屋、神戸、長崎の4港に過ぎない。

遊覧港とは観光都市の近くにある特定の港湾で、ヨットやモーターボートによって水上観光を行うことができ、それらの繋船施設をもつものをいう。すなわちヨット・ハーバーである。最近では「国民体育大会」の施設として毎年1港ずつ順次整備され、厳島、松島、七尾等の諸施設が完成した。横浜、別府、



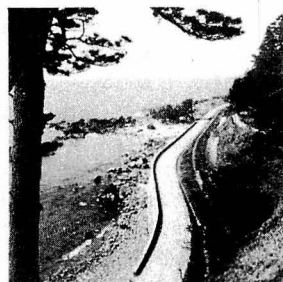
1. ホテル



2. 索道



3. 空港



4. ドライブウェー



5. スキーリフト



6. 山の家

蒲郡、加太、広島、芦屋等も整備されるのが間近い。

7 観光諸施設

観光諸施設とは以下のものをいい、現在の全国にわたる数字はカッコ内に示してある。

スキー場 (165)、スケート場 (41)、ゴルフ場 (56)、狩猟場、山小屋 (269)、野営場 (131)、海水浴場 (249)、国営競馬場 (13)、有料便所 (11)、水泳プール (52)、陸上競技場 (68)、野球場 (101)、庭球場 (78)。

参考文献 観光施設便覧。日本ホテル史。(二階堂辰彦)

かんこうせんてん 観光宣伝 (英) travel promotion, tourist publicity

1 意義 人々に旅行の喜びを伝えることによって、旅行に対する興味を起させ、またさらに進んで人々に旅行をしようとするようにしむける計画的な努力をいう。この定義にいう人々とは旅行に対して興味をもっている人々であり、観光宣伝の対象となる人々で、教育の普及と交通機関の発達はいこれらの人々をますます多くさせている。したがって観光宣伝に利用する宣伝手段としては、一般大衆を対象とするものすなわち新聞雑誌広告、ラジオ、テレビ、映画等のいわゆるマス・コミュニケーションの手段が利用される。また宣伝印刷物・写真等も利用される。その宣伝内容としては観光資源といわれる観光地の風景、有形無形の文化財 (美術工芸、演劇、音楽、行事)、風俗、