



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光・交流の進化による関係性の再構築 一次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイナー ワークショップ簡易版報告書
Description	編集：松本秀人
Relation	観光・交流の進化による関係性の再構築 一次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイナー．平成21年2月21日～平成21年2月22日．札幌市．
Issue Date	2009-07-10
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/39124
Type	conference paper
File Information	CATS-WS_20090711.pdf



観光・交流の進化による関係性の再構築

- 次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイン -

日時：2009年2月21日(土)～22日(日)

場所：北海道大学学術交流会館第3会議室

ワークショップ 簡易版報告書

2009年7月10日発行

< 目次 >

内田純一（北海道大学）	 3
遠藤英樹（奈良県立大学）	 5
九里徳泰（富山県立大学）	 7
坂田庄巳・松本真治・齋藤勝（鷺宮町商工会）	 9
敷田麻実（北海道大学）	12
堂下恵（金沢星陵大学）、小泉洋子（能登の旅情報センター）、 政田将昭（能登町ふれあい公社）	18
森重昌之（北海道大学）	20
安村克己（奈良県立大学）	22
山村高淑（北海道大学）	24
吉元美穂（モモンガくらぶ）	26

プラットフォームに関するフォーラムということで、経営学とりわけビジネスモデルや企業間提携に関する理論をバックグラウンドとして持つ私は参加できることを楽しみにしていたが、実際に議論に加わってみて、予想以上に私にとって得るところは大きかった。

プラットフォーム・ビジネスという言葉は、ビジネス用語としては、取引を仲介する場を提供するビジネスを指す言葉である。代表的なプラットフォームとしては、宅配便やカード決済などがある。他者のビジネスに対して便益を提供するだけでなく、それがひろく公共の利益にも資するようなビジネスを指している。なお、この言葉が広く浸透したことにはインターネットの普及が 90 年代以降に爆発的に進展してことに強く関係している。例えば、楽天（米国ではアマゾンなど）などの電子商店街型の e ビジネスが席卷することで、それを活用しながらビジネスを始めるような企業、あるいは取引基盤を確立するような企業が生まれたことは、まさにプラットフォームを活かしたビジネスの成立と言える。このようなプラットフォームはもちろん、e ビジネスだけに限られるものではないし、ツーリズムの分野における適用可能性については私としても以前から気になるテーマであったのである。

以下では二つのテーマについてそれぞれ感想を記しておきたい。

第 1 に、ふおれすと鉾山の事例報告を中心にしたディスカッションでは、地域住民にひらかれた「参加」のプラットフォームを提供するという視点に興味を持った。ビジネスとしてプラットフォームを考えるとどうしても利益ベースで見てしまう（もちろん、ビジネスの世界にも社会性が必要であるが、ここでは一般論として）が、非営利組織の場合は、存立の基盤が異なることもあって、より地域への貢献という視点が重視される。本事例は、そうした緩やかなプラットフォーム、必ずしも目標志向ではない緩やかな地域貢献のあり方を学んだ気がする。地域住民から見て、同組織がいかにして正当性を担保し続けられるかという点には確かに課題は残るが、それ故に興味深い議論ができたと思う。

第 2 に、鷺宮町の事例報告を中心にしたディスカッションでは、コンテンツの制作者とその協力者、そしてコンテンツを愛するファンという三者がつくりあげるコラボレーティブなアクションに関心を持った。最近、地域にロケ地を選んだ映画やドラマの制作側に対し、フィルムコミッションという形で地域が関わる傾向が強まっているが、鷺宮の場合は「つくる」過程ではなく「つくられた後」に沸き起こった現象に対し、アニメの版權元と地域の商工会が協力し、それを受け皿としてアニメファンがまちおこしを支援するための場がプラットフォームとして用意するという形であることが興味深い。確かに事後のコラボレーションということになると、地域側が主体的に現象を引き起こすことはできず、偶然的な要素に頼らざるを得ないが、事後からのアクションという視点での整理はユニーク

であり、また他に成功例が少ないこともあって、多様なプラットフォームを議論する場としては、これ以上ない素材であったように感じた。

以上のように、本フォーラムに参加したことで、プラットフォーム・ビジネスに関する議論にもさらなる可能性が期待できるような気がして私としても嬉しくなった。次世代ツーリズムを考えることは新しい社会、新しい事業を構想することなのかもしれないと、つくづく思う。私に参加を呼びかけて下さった敷田教授と山村准教授に深く感謝したい。

遠藤コメント

まず刺激的で興味深いご報告を頂いた先生方にお礼を申し上げます。私からは、最初に先生方のご報告に対して、私なりに感じたキーワードをいくつかひろいあげていきたいと思います。

吉元美穂先生のご報告「みんなで創る交流空間と今後の可能性―登別市ネイチャーセンターふおれすと鉱山の指定管理を通じて」では、「支援する―される」の関係ではない、＜対等な関係性＞をキーワードに挙げることができると思いました。そうした関係性のあり方が今後の交流空間の創出においては重要であるように感じました。これを＜楽しさの中での主体的な気づき＞を通して実現させていくことも強調されていたように思います。また、これはパッケージ化されない、＜自由な空間デザイン＞とも関連するとのご指摘もあったかと存じます。

堂下恵・小泉洋子・政田将昭、諸先生のご報告「体験型観光による祭事の活性化―キリコ祭りの事例より」では、＜地域の新しいあり方＞をめぐって問題提起頂いたと思います。地域外の人びととの交流を通じて祭事を維持していくことによって、地縁によって支えられた地域ではなく、いわゆる選択縁によって支えられた地域、local の人びとと non-local な人びととの交流を通じて創出される地域というあり方が提示されたのではないかと思います。研究者もまた、non-local な人びとの一人であるとすれば、＜調査の新しいあり方＞＜介入する社会調査＞についても問題提起頂いたように思います。

坂田庄巳先生をはじめ諸先生のご報告「多元的交流によるまちづくり―埼玉県北葛城郡鷺宮町の経験」では、＜楽しさによるまちづくり＞が何よりもキーワードであったかのように思います。皆さんが、観光という手法を活かしたまちづくりを展開される際に何よりも楽しんでおられる様子が感じられました。この楽しさを中心として、おたくの方々をはじめとする観光客とまちの人びとの＜交流＞が生まれていることが強く伝わってまいりました。

これらキーワードを並べますと、＜対等な関係性＞＜楽しさの中での主体的な気づき＞＜自由な空間デザイン＞＜地域の新しいあり方＞＜調査の新しいあり方＞＜介入する社会調査＞＜楽しさによるまちづくり＞＜交流＞ということになります。実は、ここに本日テーマとなっております「観光・交流の進化による関係性の再構築」「ツーリズムのためのプラットフォームデザイン」を考えるためのヒントがあるような気がしております。

研究者も含めた non-local な人びとと、local な人びとが、観光の「楽しさ」を通じて出会い結びつき、「創発的地域 (emergent community)」ともいうべき「新たな地域のあり方」＝社会関係を形成していく。観光研究では、これをいつそう考え続け、深化させていくことが重要になるのではないのでしょうか。このことは、私が近年注目しております、観

光による公共圏・親密圏の再構築、ネットワークの創造とも関連するテーマでもあると思います。

理性・自由・進歩等を普遍的な価値として正当化し、人びとの生を同一の枠組に括る「大きな物語」が機能している時代には、人びとは「日本」という国民国家に所属し、そのもとで多様な他者との関係性の中で同一の社会空間（「日本」という国家）に存している感覚を間主観的にリアルに共有することができておりました。企業共同体も、そうした国民国家のサブシステムとして機能していました。ここでも、同じ会社で運命共同体として働くことで社会が形成されているのだという感覚をリアルに共有できていたのではないのでしょうか。これら「ゲゼルシャフト的公共圏」が 1970 年代までは「大きな物語」を原理として形成されていました。

しかし 1970 年代から 1980 年代にかけて「大きな物語」が失効すると、「ゲゼルシャフト的公共圏」はリアリティを失うようになります。同時に、その残余として「家族関係」「友人関係」「限定された地縁関係」という形で具体化されていた親密圏である、「既存のゲマインシャフト」も力を喪失するようになります。家族の解体、いじめ等による友人関係のねじれ、地域社会の崩壊等が指摘されるようになったのも、この頃のことだと思うのです。

これ以降、「大きな物語」に代わって社会を構築する原理を私たちは見失ってしまいましたが、観光まちづくり運動では、人びとが楽しみながら結びつき、自分たちの文化を実践していくことで、家族や地縁といった既存のゲマインシャフトをこえるような、相互に共鳴し合う関係性を「親密圏」として形成することができています。しかしながら、「大きな物語」の失効した時代では、どれほど相互に共鳴し合う関係性が形成されようとも、それはあくまで「親密圏」にとどまるものであって、「公共圏」に転化することは難しいと思うのです。では今後、多様な他者との関係性によって間主観的に「同一の社会空間に存している」という感覚、いわゆる公共圏を共有させてくれる原理は何なのか。

そのヒントもまた、観光にあると思います。観光の「コンヴィヴィアリティ」、観光において形成される〈カーニヴァル的な猥雑性、混淆性を備えた自由な人間の相互依存関係〉こそが、「大きな物語」に代わって、緩やかな形で多様な他者と「親密な」関係を紡ぎ、その関係を単に「親密圏」で終わらせることなく、間主観的に「同一の社会空間に存している」という感覚を共有させてくれるのではないのでしょうか。

地域を、さらには社会を構想し創造するものとして、私は、観光をはじめとする文化的実践（遊び）の中に内在している「カーニヴァル的なもの」の重要性を指摘したいと思っておりますが、このことと本日、ご報告頂いたことはどこかで強く共振するものを感じております。今後も、これらに関心を抱く研究者間で、まさに「楽しさを通じたネットワーク」を築き、このテーマを深めさせて頂ければと感じた次第です。

【CATS ワークショップ・シリーズ 1】

観光・交流の進化による関係性の再構築—次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイナー—
2009 年 2 月 21 日（土）～22 日（日）

コメント（九里徳泰、富山県立大学）

1. 鷺宮町商工会、ラキ☆スタの事例

地域振興特に観光振興では、知的財産たるアニメキャラクター及びアニメ TV 番組を地域振興に活用した事例であると考ええる。「文明システムにおける「観光」現象の新しいパラダイム—観光産業の新しいマーケティング・システム構築への考察—」九里・小林（2001）で指摘したように、本事例は、苗場プリンスホテルの観光としての成立要素を検証した。

前提として扱った概念は、梅棹の文明学的な考察で、それによると文明事象の中で観光を成立させる要素は、観光に関する装置群及び、制度群を駆使し、ある特定の場所や事象を文化的演出することで、魅力ある「光」あるものとして具体化してゆくことができる、となる（梅棹 2000：187）。

苗場プリンスホテルの観光としての成立要素は以下である。

装置＝土木工学を駆使してのスキー場建設とホテル建設。

制度＝経済の高度化によるサービス業の発達の中でのスキーというスポーツレジャー及びエンターテインメントの普及。

文化的演出＝象徴的なキャラクター（例：松任谷由美）を通しての音楽や映像、照明による演出。

装置、制度に関しては当時の時代背景のマーケティング手法としてごくあたりまえな選択だったと考えられるが、マーケティング・コンセプトとして、自然や文化を利用した観光資源とは異なり、3つめの演出を変えない限り、キャラクターの市場での価値が下がることに比例して、ディスティネーションとしての観光価値が低下するのである。音楽という分野では、新しい楽曲の更新が新しい演出として捉えればその価値低下は避けられるとも考えられ、そのコンサートは通算 200 回、29 年の連続している。その理由としては、音楽というクリエイティブな、知的財産の更新可能性のあるエンターテインメント事業であることが大きいと考えられる。

では、鷺宮町のラキ☆スタはどうであるのか。

装置＝従来ある既存の町並みをほとんど手を加えずに利用。

制度＝情報通信の高度化、及び趣味嗜好の細分化によるエンターテインメントサービスの双方向化（インタラクティブ化）の普及。デジタルデバイスと高速回線による不特定多数の社会関係の成立。

文化的演出＝象徴的なキャラクター（ラキ☆スタ）を通しての町並みと、参加者（ツーリスト）がそこにいるという、バーチャルとリアルの一体化による演出。

鷺宮町のラキ☆スタが観光としてどこまで持続するのかという、持続可能性問題においては以下が指摘できる。

演出の更新が行われなくてはならない。キャラクターの価値低下とともに、観光価値も低下する。持続の可能性としては、①キャラクターが持続するストーリー（物語）を持つ、②キャラク

ター自体の更新、③キャラクターの上位にあるカテゴリーへの更新、等が考えられる。ロングテールという方向もあるが、いずれにしても今後の文化的演出をどうするかがポイントとなる。

2. 祭事への外部者参加を通じた体験型観光および地域活性化の事例

本事例は、本ワークショップが提示する、既存の理解を超えた「観光・交流」の中での「コミュニティ」、「地域(社会)」、「旅行者」、「産業」のかかわりとその実態を垣間見る事例であろう。地域においての伝統的な祭事への参画は、伝統的な祭事に外部者を加えることに対する地域住民の動揺や反発という側面と、祭りに観光客を上手く取り込むことができれば、地元住民と外部者の交流を深め、新たな移住を促進し過疎化を解消する1つの方法となり、ここに観光という視点を盛り込むというものである。

ここで重要となるのは各主体、参加者の関係性の問題である。学生という若く新しい人材が祭事へ参加することの意義は、地域文化の継続性、更新性にはとても重要なものであると考えられる。しかし、一方このような地域活性化プロジェクトが大学という中間システムを担う場合には、関係性継続をするメディエーター（双方の意見を聞いて話し合いの場を設定して問題解決に導く仲介者・組織）の役割機能を持ち、最終的な祭事の外部参加者との関係性の自立化という問題がどうなるかは未知数であることが考えられる。体験型観光として、観光産業に組み込むものであるか、あくまで文化祭事とするかという問題も観光を超えた地域文化マネジメントの問題としてあるといえる。

3. まとめ

Poon（1993）は、観光産業はそれ自体が非常に変化の早い性質を持っているため、そのことによって引き起こされる危機、変化と不確実性という危機に直面していると指摘した。さらに観光産業の危機はマス・ツーリズムの危機であり、早急に「新しい観光」に移行すべきだと主張している。本コメントでは、「観光の新しいパラダイム」として、文明システムにおける観光の装置群、制度群、文化的演出の視点を提示し、文化的演出については、地域における観光の持続性を実現するために重要な機能を持っていると指摘した。今後、文明における観光という視点から観光を総合的包括的にとらえることによって新たな可能性が見えてくるはずだ。そのようなコンテキストの上で、「観光・交流による関係性の再構築」とその基盤となるものの考察は重要となってくる。

【参考文献】

- 梅棹忠夫（2000）『近代世界における日本文明 比較文明学序説』中央公論新社
- 九里徳泰、小林裕和(2001)「文明システムにおける「観光」現象の新しいパラダイムー観光産業の新しいマーケティング・システム構築への考察ー」中央大学政策文化研究所年報
- 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ー北海道浜中町・霧多布湿原トラストの事例からー」地域政策研究
- 堂下恵（2008）「祭事への外部者参加を通じた体験型観光および地域活性化の検討」日本観光研究学会第23回全国大会論文集
- Poon, Auliana（1993）Tourism, Technology and Competitive Strategies, Cab International

来訪者と個人事業主のために商工会には何ができるのか ～「らき☆すた」タイアップ事業を振り返って～

鷺宮町商工会・経営指導員 坂田庄巳・松本真治

鷺宮町商工会・会長 齋藤勝

「らき☆すた」をきっかけとした様々な事業において、鷺宮町商工会がこれまで現場で留意してきた、そして今でも留意し続けているポイントは大きく二つあります。それは、

① 「来てくれた方のために」何かできないか、何ができるか、を考えること。

② 商店さん（商工会会員事業所）に平等に利益が行き渡るように配慮すること。

の二点です。今回のワークショップでは、他の二つの異なる事例の経験を伺うことで、鷺宮町の取り組みの特徴を改めて整理することができましたので、簡単ですが、ここにまとめてみたいと思います。

1. 「来てくれた方のために」何かできないか、何ができるか、を考えること。

■事業の目的は「せっかく来てくれた方に喜んで帰ってもらうこと」。

せっかく鷺宮町に来てくれたのに、十分な対応ができていないのではないかな、もっとサービスできないだろうか、という気持ちが商工会には常にあります。そして、様々な事業を企画する際には、せっかく来てくれた方に喜んで帰ってもらうことを目的に案を練っています。またそうした観点から、できるだけ来訪者の皆さんが期待することを事業に反映できるよう、ファンの方にボランティアで事業に参加していただいています。

観光振興を考える際、受け入れ側にとって一番大事なことは、来訪者に「自分たちが地域に受け入れられている、歓迎されている」と感じていただくことだと思います。品物やお土産よりも、人と会ったり話したりしてほっとする、ということの方が重要だと思います。簡単に言えば、受け入れ側が、来訪者に声をかけてあげられるかどうか、です。そうした点で、今回の事業が、顔の見える商売である、個人事業主さんを中心に展開できたことは非常に良かったと思います。

■人柄が大事。

こうして「らき☆すた」をきっかけとした来訪者の中から、特定のお店の常連さんが生まれるようになりました。最近ある商店では、こうして生まれた常連さんが新しい料理（「らき☆すた」とは関係ない品）を作って、写真を撮ってメニュー表まで作ってくれています。またお店の名前のステッカーを自分で作り、自分の車に貼って走っている方もいます。お店の宣伝までしてくれているわけです。結局こうした動きが生まれたのも、お店のご主人さんの人柄に因るところが大きいと思います。来訪者にお世辞を言うのではなく、ありのままにお客さんを受け入れてきたことが良かったのだと思います。

■自分たちの場所だ、自分たちが関わっているんだ、という感覚。

このお店の例だけではなく、来訪者の皆さんやボランティアの皆さんは、商工会の事業に対しても非常に主体的に関わって下さり、様々なアイデアを出してくれています。これまでうまくいった事業について、その背景を考えてみますと、来訪者の皆さんが、主体的に喜んで参加してくれるのは、決まりきったことをやらされるのではなく、新しいことができる、という点にあったのではないかと感じます。つまり、自分たちのアイデアを生かせる「場」があるかどうか、ということです。こうした「場」をうまく設定できれば、自分がやっているんだ、という実感を持っていただくことができ、面白みを感じてもらえるのだと思います。これが「場」という意味での「プラットフォーム」なのかも知れません。

2. 商店さん（商工会会員事業所）に平等に利益が行き渡るように配慮すること。

■商工会の役割。

ストラップ販売に関しては、商工会が卸の役割を果たし、会員事業所への販売リスクを無くすことで、実質的に儲けは会員事業所のものとなる、という仕組みを作りました。つまり、利益を会員事業所に配るような構造です。これは利潤追求を目的とする民間企業では絶対にできないことであり、また、商工会だからこそ配慮しなければならないことです。地域において商売を行う際、注意しなければならないのは、独占・一人勝ちや利益の差が、いずれ地域内での反発や足の引っ張り合いを生むということです。特に何か新しいことをやろうとしたら、最初の段階でこの点に十分注意しなければならないと思います。商工会にはそうした調整機能が求められているのだと思います。利益を調整する「プラットフォーム」としての役割とも言えるのではないのでしょうか。

■来訪者の協力。

実は、こうした姿勢が来訪者の皆さんの多くにも理解され、驚宮でお金を落とそうとしてくれている点は非常にありがたい点です。そもそも商工会自身は、あくまでも会員事業所の経営改善を目的として活動していますので、いずれの事業も、表向きには「まちおこし事業」としては位置付けていません。しかし、新聞やテレビなどが「まちおこし」の事例として好意的に報道してくれていることも、こうした協力的な動きを助けてくれていると感じています。

■まちおこし＝「誰かの手柄」ではない。

行政主導だと、どうしても業務が自分の自治体での仕事に限定されるため、他の自治体への協力はなかなかできません。旅客誘致に関しても、自治体間ですと、対抗意識を燃やすことが多く、なかなか協力体制の構築というのは難しいのが実情です。しかし、前述のとおり、商工会の場合は、会員事業所さんの経営改善が主たる業務ですから、事業主間の連携や相乗効果が生まれれば広域連携も大歓迎です。したがって、他の自治体の商工会への協力も柔軟に対応することができます。ですから、経験やノウハウ等も必要があれば喜んで提供しています。

3. その他、思うこと。

■リピーター＝精神的な深い部分で理解したいと思う人々。

こうした経験を通して感じたのは、らき☆すたファンの皆さんは精神的なファンだったという点です。ですから一度の来訪では味わいきれないものがあり、何度も何度も訪れることで、精神的な深い部分で鷺宮町を理解したいと思っていただいているのだと思います。一度来て、見て終わり、ではないのです。このようにして、町の中に居場所を見つけてくれているのだと思います。だから再び訪れてくれるのではないのでしょうか。普通の観光地なら、一度行ったら次は別の観光地に行きたくなると思うのですが、鷺宮町に対してそうではない来訪者の方が多くいらっしゃることは嬉しいことです。

■観光という仕組み＝見られるということ。観客を巻き込んで見方に付けていくこと。

これまで土師祭（はじさい）は、「自分たちが楽しむための祭り」という意識が強くありました。しかし、昨年「らき☆すた」神輿が出たことにより、土師祭そのものも世間から広く注目されることになり、多くの見学者で盛り上がりました。そうした中で、「お客さんも来てくれて一緒に盛り上がった方が楽しい…」という感覚が地域の皆さんの中にも芽生えてきたように思います。同じやるなら、その方が面白い、という感覚でしょうか。

日本の伝統的な祭りも、こうして来訪者も巻き込んで活気が出たものと、地元だけで守っていかうとしているものの二種類に、二極化しているのではないかと、思います。私見ではありますが、来訪者をうまく巻き込んでくことで、後継者も育っていく、という考え方も重要だと思います。そうした意味で、伝統行事も「守る」だけではなく、如何に「公開」していくか、が重要なのではないのでしょうか。伝統行事を観光の側面から考える価値も、この辺りにあるのではないかと思います。伝統を守るにしても、時代によって守り方は変わって然るべきだと思います。

2009年4月4日

（了）

観光・交流の進化による関係性の再構築 —次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイナー—

北海道大学観光学高等研究センター 敷田麻実

【ワークショップの趣旨】

観光はこれまで、余暇活動の一つととらえられることが多かったが、近年は都市や地方が抱えるさまざまな問題解決を図るツールとして期待されている。実際、観光・交流を通じた新たなコミュニティやネットワークの創造、地域住民や地域産業のエンパワーメントなどの例が見られる。そこでは、地域外から観光資源が持ち込まれたり、バーチャルの世界が現実空間に物語性を付与したり、地域住民と旅行者の区別が判然としなかったりするなど、これまでの観光にはない特徴がいくつか見られる。つまり、既存の理解を超えた「観光・交流」が登場し、その中で「コミュニティ」や「地域(社会)」、「旅行者」、「産業」の再定義が求められている。

そこで観光学高等研究センターでは、2009年2月から9月にかけて3回のワークショップを開催し、新たな観光や交流が今後どのような「形」を持って現れるのか、それがどの方向に進むのか、都市と地方、地域住民と旅行者はどのような関係を築けばよいかという「観光・交流による関係性の再構築」について検討する。そして、次世代ツーリズムを実現するための基盤としての新たな「プラットフォームデザイン」を提案したい。

【解題】

1. 観光とその社会的意味の変容

観光は以前から産業活動として捉えられ、また場合によっては余暇活動にかんする行動や行為としてとらえられることが多かった。それは「観光」という日本語に含まれる意味が多様で、使う人と場面によって異なる意味で用いられてきたからである。もっとも一般的な用法としては、レジャー活動としての観光である。また広辞苑では「他の土地を見学・視察すること」としている。こうした定義には、個人のために何らかの楽しみを体験するという意味は含まれていても「人と人が交流する」ことは包含されていない。個人が他の個人と交流する機会を提供するという視点が、現在まで使われてきた観光には不足していた。

しかし、こうした観光の意味を問い直す作業を、言葉をベースに議論しても、その細かな差異に拘泥しがちで、あるべき「観光」論の応酬になるだけである。そこでこのワークショップでは、観光を「観光・交流」と広く解釈し、人が他者と何らかの関係を持つ現象と理解する。そして、事例に基づき、観光が社会に対してどう作用して、社会の中でどのような役割を果たせるかを議論したうえで、これからの「観光・交流を再定義」することを目指す。

2. 観光システムとマスツーリズム

一方、観光を個人の行動や行為とするのではなく、「複雑系」として全体の挙動を把握するために観光をシステムとしてとらえる先行研究も行われてきた。例えば、安村(2001)がLiper(1979)の「観光システム」を参照して整理したように、旅行者と観光目的地、そして事業者などの観光関係者という3者で成り立つシステムが観光であると考えられる。この場合に観光地とは、地域という「下部構造」の上部に構築された「サブシステム」であり、ホテルの経営などのように、地域からそれを分離して議論できる対象でもあった。

システムとしての観光は、第2次世界大戦後に急速に普及した「現代観光の初期形態」(安村 2001)である「マスツーリズム」で明確になる。それは(豊かな)観光送り出し地域から(貧しい)受け入れ地域へ、観光産業が大量の観光客を移動させる基本構造を持っていた。システムの効率性から評価すれば、マスツーリズムのシステムは完成度が高く、合理的であった。しかし、その反面、地域や個人から観光が遊離できたために、システムに対する「環境」に外部性を押しつけ、観光公害と揶揄される観光の悪影響を生み出してきた。

3. 新たな観光へ

マスツーリズムの限界や「反省」は、オルタナティブツーリズム(alternative tourism)への期待を生み出し、主にマスツーリズムに疑問を持つ研究者や観光関係者が取り組んできた。それは「新たな観光」(安村 2001)として社会の中での、また社会と関係する存在としての観光を強調する動きであった。新たな観光は、1980年代以降、エコツーリズムやヘリテージツーリズムのように、特定の対象や分野を持った観光として成立するようになり、それはサステイナブルツーリズム(持続可能な観光)へと位置づけられていく(敷田 2008)。

一方、今世紀に入ると、国内では「着地型観光」(尾家ほか 2008)や「地域ツーリズム」と呼ばれる、地域主体で創出する観光(正確には旅行商品)が強調されることが多くなり、それを反映して観光の意味も変わってきている。そこでは、経済的な利益を得ることが目的であった観光は、地域に住む個人が地域外の個人と交流へと変化している。例えば、「観光ボランティア」と呼ばれる人たちにとっては、観光サービスを無償で提供しながら、観光客という他者とコミュニケーションすることで、「生きがい」を得ていると説明される。

この背景にあるのは、観光の評価の変化である。以前は、観光が経済や雇用に直接寄与するかどうかで評価された。旅行会社や代理店は売り上げがその指標であり、売り上げが大きいほど観光としては優れているという評価をしてきた。地方自治体による観光振興は、現在でもほとんどこの思考で行われている。また、個人としての観光行動も、労働を続けるための「リフレッシュ」として、やはり生産活動への寄与のためであった。

しかし、このような観光の評価は、1990年代以降、観光が個人の幸福や満足にいかに関与するかに変わりつつある。そこには、人間同士の交流が価値を生み出し、それを交流する双方が享受できるという新たな設定がある。これを観光における「個人レベルの関係性の構造転換」と呼ぶ。

4. 地域からの観光へ

着地型観光の持つ特徴は、地域主体の観光という曖昧な表現より、地域内アクターが観

光の創出(具体的には旅行商品づくり)に参加すると考えればより明確になる。しかし、仮に参加が保障されたとしても、それが地域外からコントロールされていけば、着地型観光と呼ぶことはできない。そこで、観光を推進する仕組みを地域内アクターが「統治」できる必要がある。ここに自律的観光の必要性がある。

現在はまだ地域外からの影響を強く受けているが、地域内アクターと地域外のアクターの関係が変容することで地域の自律は実現するだろう。それが「地域内外の関係性の構造転換」である。そのため、経済としてとらえる観光でもなく、また利己的な行動としてとらえる個人の行為としての観光でもなく、集団の動きとして観光をとらえることが研究にも求められている。

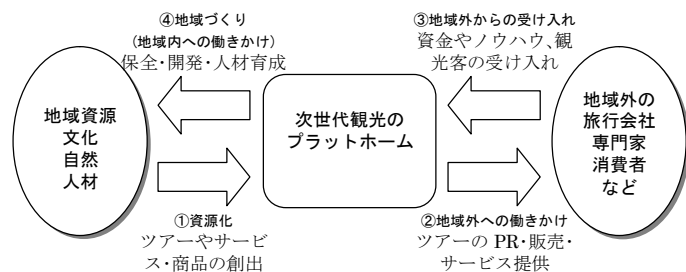
この点で一番近い分野は、観光社会学である。観光社会学の対象は観光客(ツーリスト)と観光関係者(プロデューサー)、地域住民であると須藤・遠藤(2005)が述べているが、このワークショップではそこに新たに「地域資源」の視点を加えたい。この場合の地域資源とは、狭義の資源ではなく「働きかけの対象となる可能性の束」(佐藤 2008)であり、情報、人材、そしてネットワークなどの社会関係資本なども含まれると考えている。しかしそこに「働きかけ」が必要である以上、その主体となる人々の存在が重要である。そして資源と人との関係をより深く考察しなければならないだろう。

もっとも地域資源の視点を加えることと、地域資源と地域社会で起きている観光現象をまとめて考えることは、エコツーリズムにかんする議論でも言及されている(例えば、自然保護協会会報『自然保護』2009年1/2月号(No.507)などを参照)。しかし、地域資源を開発(活用)しながら、それを維持するために地域資源と地域内アクターの関係を変える必要がある。つまり「地域内の関係性の構造転換」も望まれている。

5. 関係を創造するプラットフォームという思考

以上のような議論の中で最も重要なのは、関係をどのように構築するかということである。そのひとつの試みとして、敷田ら(2008)による「観光の関係性モデル」を紹介したい。このモデルは、左側に地域の自然環境や文化などの広義の「地域資源」を配置している。そして右側には、地域外アクターを位置づけた。そしてその中間に、両者を関係づける働きを持つ組織や仕組みとしての「プラットフォーム」がある。

佐藤(2008)は、「開発では、自然を資源化するために資本と技術という働きかけが必要だ」と述べている。プラットフォームとはこの「働きかけ」を行う存在にほかならない。このような「中間に位置する存在」を含むモデルには、生産と消費の中間に「仲立ち



する」流通業や代理店を位置づけた山本(2008)によるプロモーション戦略の概念モデルがある。また田中(2005)は、社会ニーズのために資源を変換する「資源変換装置」としてのNPOの役割を指摘し、資源提供者とNPO組織を仲立ちし、効果的な成果を得る「インターメディアリー」の存在に注目している。この支援組織としてのインターメディアリーへの注目こそが、今回のワークショップの重要なテーマとなろう。

このようなプラットホームは旅行会社や代理店という形で、今までは地域外に置かれていた。そのため地域アクターはプラットホームをコントロールすることはできず、また地域にもそれを維持する経済力やノウハウは蓄積していなかった。いやむしろ、選択肢が地域になかった。しかし、インターネットを始めとする情報通信技術の拡大によって、こうしたプラットホームを仮想空間に用意したり、現実空間での実現を支援したりできるようになり、この状態は改善されている。

しかしそれだけではなく、地域が地域外との関係を創出する役割をプラットホームが担うという視点からは、プラットホームを形成する地域アクターが、地域外とコミュニケーションする必要がある。それは、平田(2001)が主張する「コミュニケーション能力のある自治体(地域)」と一致する。しかし単なる自治体の市役所や役場職員のコミュニケーション能力ではなく、コミュニケーションの場を創出する地域側のアクター全体が持つ「高度なコミュニケーション能力」がプラットホームには必要だろう。

6. 関係構築のためのプラットホームの議論

観光や交流の定義を変えなければならないほど変化している観光の現状だが、基本となるのは、「地域の地域資源」と「地域外の観光客および観光関係者」との関係を、観光や交流が作り出すということである。ここからこのワークショップで議論すべきテーマが見えてくる。

まず、登別市の「ふおれすと鉱山」の事例からは、鉱山が廃鉱になってコミュニティが失われつつあった地域に生じた新たな活動である点に注目したい。いわば「自由な空間」でデザインされたこのプラットホームは、10年にわたる再生の検討を経て、NPO法人「ねおす」の支援を受け、地域外からの知識やノウハウを移転し、活動がモモンガくらぶの活動として「自己組織化」しつつある。その組織運営は、今井・金子(2000)が主張する自己組織化の条件を備えていると考えられる。つまり、異なる主体の交差と意思決定単位でのふるまいの保証である。

このワークショップでは、主に自己増殖する組織運営とそこに参加する市民の問題を検討できるだろう。今までの市民活動は、必ず市街地や地域の中心部で進められてきた。しかし、廃鉱に加えて以前の野外活動の拠点でもあった、登別市の辺縁部にあるこのプラットホームは従来の知見で説明しにくい。その事実が示すものは、広井(2006)が述べるように、地域で従来形成されてきた「自己を中心とした同心円的な拡大」による共同体ではない、独立した個人が超越的につながる共同体の可能性である。この事例からはそこに肉薄したい。

次に、石川県能登町の事例では、人口減少によっていわゆる「担い手」が減少した地域の祭事を、都市部からの学生が参加するツアーで「支援」する取り組みである。この場合の支援とは、今田(2000)が主張する支援であり、「他者の行為の意図を理解しつつ行為の質を向上させ、最終的には他者のエンパワーメントをめざす」ことである。

地域の担い手の弱体化は、地域外アクターの自由活動空間を生み出す。また、そこに学生たちが支援する余地がある。しかし支援と被支援に別れた単純な構造ではない。参加する個々の学生は祭事の専門家やノウハウを持つわけではなく、実際には活動の中で逆に「支援」されることもあるからだ。

また、支援する側(大学の学生と教員)と支援される側(地域)はそれぞれ大きな集団ではあるが、その中に多様な価値観を抱えている。例えば、参加する学生の考え方は一様ではないことから、それは明らかである。そこで、個々の多様性を維持したまま、地域を支援する交流は実現するのか、それは今までのマストツアー型の旅行における地域との「単なる接触」と違うのか、それに地域は正当性を付与するのかなど、多くのテーマが描き出せる。

さらには、祭事は地域の結束を確かめる協働作業という地域のルールの下で、学生も参加した住民と学生の新たな交流を生み出すという、価値創造装置としての祭事参加の可能性が指摘できる。これに関連して、中沢(2007)が提示した「三位一体モデル」によれば、「物事の原理(父)」の下に、「現実の物(子)」があり、その間に「価値(霊)」が増殖すると説明できる。つまり、モデルに沿って考えれば、観光・交流することは価値を生み出すという原理に従って、祭事支援ツアーや実際の交流活動が生じ、そこに交流の価値の増殖が見られるはずである。

最後に、埼玉県鷲宮町の事例では、アニメ「らき☆すた」をきっかけとした「まちおこし」の中で、地域外から提供されたアニメが初期の資源となっている(発表資料参照)。ここから見いだされるのは資源の変容である。従来は重要な観光資源とわれてきた景観や自然など事物などに変わって、仮想空間も含めた交流という新たな資源開発が進んでいる。この点では、交流のために集う個々のアクター(個人)が自己実現の論理を通して自己組織化しているという中居(2009)の指摘も参照できる。価値観が多様化し小集団に分割された社会であっても、その小集団での「様式」が集団を超えて社会に輸送される現象である。

鷲宮町の事例からは、観光・交流が新たな地域づくりエンジンとして地域外のアクターとの関係自体を資源化して増殖していく原理が議論できる。関連して、その際に地域の主体性はどのように確保できるのか、地域アクターは持続可能である交流のために何をすればいいのかなど、新たな交流のためのプラットフォーム設計の視点が議論できる。

7. 議論のプラットフォームのために

以上、本日から2日間の議論では3事例を取り上げ、新たな観光・交流について議論したい。特に、

- ・地域のツールとしての観光の可能性と観光という装置の高度化
- ・観光は新たな地域づくりエンジンとなるか、またその条件とはどのようなものか
- ・このような視点で考えた場合に、観光や交流はどのように定義すればいいのか
- ・地域内外の関係性を変容させる観光に正当性はあるのか
- ・変容を推進する場であり活動であるプラットフォームはどのように設計すべきか

について触れたいが、今回は特に1回目であり、広く可能性を確認するような拡散する議論であってもかまわない。

【参考文献】

平田オリザ(2001), 芸術立国論, 集英社, 東京都, 218p.

広井良典(2006), 持続可能な福祉社会―「もうひとつの日本」の構想, 筑摩書房, 東京都, 269p.

今田高俊(2000), 支援学―管理社会をこえて, 支援基礎研究会編, 東方出版, 大阪市, 242p.

- 今井賢一・金子郁容(2000), ネットワーク組織論, 岩波書店, 東京都, 272p.
- Leiper, Nell(1979), The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry, Annals of Tourism Research, pp.390-407.
- 中居豊(2009), 熱狂するシステム, ミネルヴァ書房, 京都市, 222p.
- 中沢新一(2007), 三位一体モデル TRINITY, 東京糸井重里事務所, 東京都, 104p.
- 尾家建生・金井萬造編(2008), これでわかる! 着地型観光ー地域が主役のツーリズム, 学芸出版社, 京都市, 223p.
- 佐藤仁(2008), 今、なぜ「資源分配」か、資源を見る眼ー現場からの分配論, 佐藤仁編, 東信堂, 東京都, pp.1-31.
- 敷田麻実(2008), 自律的な観光による持続可能な地域づくりーエコツーリズムからの試み, 大藪多可志・大内東編, 北東アジア観光の潮流, 海文堂出版, 東京都, pp.53-84.
- 敷田麻実・森重昌之(2008), 持続可能な観光における地域内外の関係性モデルの提案, 日本観光研究学会第23回全国大会論文集, pp.491-492.
- 須藤廣・遠藤英樹(2005), 観光社会学 ツーリズム研究の冒険的試み, 明石書店, 東京都, 229p.
- 田中弥生(2005), NPOと社会をつなぐ, 東京大学出版会, 東京都, 276p.
- 山本久義(2008), ルーラル・マーケティング戦略論 複合的農山漁村型地域産業のマーケティング戦略〈新版〉, 同文館出版, 東京都, 299p.
- 安村克己(2001), 社会学で読み解く観光ー新時代をつくる社会現象, 学文社, 東京都, 272p.

体験型観光による祭事の活性化

ーキリコ祭りの事例よりー

金沢星稜大学 堂下恵

能登の旅情報センター 小泉洋子

能登町ふれあい公社 政田将昭

1. 活動背景

観光による地域振興は各地で積極的に取り組みがなされている。取り組み方法は様々であるが、担い手が減少し継続が危ぶまれている伝統的な祭事や共同作業といった地域行事に、観光客を「体験参加」の形で取り込んで地域再生を実現しようとする動きがある。

本報告で紹介する石川県奥能登地方の伝統祭事・キリコ祭りは、近世から伝承されている重要な文化の一つであるが、過疎化・少子高齢化による人口減少に伴って祭りの担い手不足に直面し、祭事の継承が危ぶまれている。そのため、観光客に担ぎ手として参加してもらおうと各地で取り組みがなされているが、成功例はまだ提示されていない。

この背景には、伝統的な祭事に外部者を加えることに対する地域住民の動揺や反発があることだけでなく、観光客が継続して参加できる仕組みの構築が難しい点もある。だが、祭事に観光客を上手く取り込むことができれば、地元住民と外部者の交流を深め、新たな移住を促進し過疎化を解消する手立てとなりうる。

以上を踏まえて、石川ツーリズム研究会・能登グループおよび金沢星稜大学堂下研究室は、キリコ祭りの事例を中心に、体験型観光による祭事の活性化について調査研究活動を実施している。本報告では、この活動のあらましと途中経過を紹介した。

2. キリコ祭りの概要と現状

キリコ祭りとは、17 世紀中頃から石川県奥能登地方において、7－10 月上旬にかけて行われている祭りである。この祭りの特徴は、神輿とともに「キリコ」と呼ばれる 5.5－16m の御神燈を 20－100 人で担ぎ、夜から深夜にかけて集落を練り歩くところにある。

祭りで運行されるキリコの本数は各集落で異なるが、複数のキリコが神輿を照らして巡行するのが普通である。また、キリコ祭りは神事とされており、キリコや神輿の巡行にあわせて神事が執り行われる習わしである。

しかし、今日では過疎化・少子高齢化によって担ぎ手が不足し、運行するキリコの本数が減少しつつある。奥能登の総人口は、1975 年の 12.1 万人から現在では 7.9 万人と 2/3 に減少し、人口に占める生産人口（16－64 歳）の割合は 1975 年の 64.7%から 2007 年は 52.4%まで下がっている（政田他 2007、石川県県民文化局統計情報室 2007、同 2008）。

このような過疎化および青年・壮年層の減少は祭りの運営に大きく影響しており、1990 年代前半に能登地方全体で 1200 基ほどを数えたキリコの総数は、近年では 700－800 基程度となっている（渋谷・藤平 1999：56）。

3. 活動概要

上記の現実をふまえて、現・石川ツーリズム研究会・能登グループのメンバーは、2006

年度の石川ツーリズムセミナーにおいて、外部者をキリコ祭りに取り込んで祭事の継承と移住の促進を同時に実現すべく「キリコ祭り能登半島半定住・定住ツアー」を提案した。

その提案を受け、能登町商工観光課および金沢星稜大学堂下ゼミでは、大学コンソーシアム石川「平成 19 年度地域課題研究ゼミナール支援事業」に応募し、「観光客のキリコ祭り体験参加による地域振興の検討」が採択され、体験参加の試行や意識調査を実施した。

2008 年度は、金沢星稜大学共同研究、および「ほっと石川おいであそばせ運動」の一環として、上記の調査研究活動を継続しており、7 月に能登町石井地区のキリコ祭りを対象として体験参加試行の実地調査を行って、現場で質的データを収集した。また、2007 年度同様、地域住民や体験参加者の意識調査を実施した。

本ワークショップの報告では、①地域住民から見た外部者体験参加受け入れ、②体験参加者から見た祭事体験参加、③運営側から見た体験参加試行、という 3 つの論点から、上記の活動を通じて得られた成果や問題点、今後の改善策を紹介した。その詳細については 2008 年 11 月に実施された第 23 回日本観光研究学会全国大会で口頭発表論文を発表した（政田他 2008、小泉他 2008、堂下 2008）ので、参照されたい。

4. ワークショップでの議論と今後の方向性

本事例についてワークショップで論議された主な点は、①祭事を変容させることへの責任、②事例の一般化と関係性の構築、③コストとコントロール、である。

まず、①の祭事を変容させることへの責任に対しては、発表者らも十分理解している事であり、地域側が継続を拒まない限り、外部者参加を続けていくことが必要である。

②の一般化と関係性の構築については、今後、複数の集落と外部者団体を結びつけて成功例を生み出していくことが重要である。議論の中では、発表者らの現場感覚が強みである一方、客観的に外部者参加の枠組みを構築していくことが重要だとアドバイスがあった。

③のコストとコントロールについては、他の事例も含めて関係性の枠組みを構築していく上での重要な点として議論に挙がった。本事例のような伝統祭事はあくまで地域が主体であり、費用も含めた運営方法の決定権は常に地域にあるものである。ゆえに、発表者らは意見を提示すべき立場にない。ただ、より効果的な枠組み構築のためにコミュニケーションを密にとっていくことは有用だと思われる。

参考文献

- 石川県県民文化局統計情報室 2007 「石川県年齢別推移人口～平成 19 年 10 月 1 日現在～」『いしかわ統計指標ランド』、<http://toukei.pref.ishikawa.jp/dl/1446/ppld0801.pdf>、2008 年 2 月 4 日参照。
- 石川県県民文化局統計情報室 2008 「石川県の人口と世帯～平成 20 年 1 月 1 日現在～」『いしかわ統計指標ランド』、<http://toukei.pref.ishikawa.jp/dl/1437/h19nennreigaiyou.pdf>、2008 年 2 月 4 日参照。
- 渋谷利雄・藤平朝雄 1999 『能登キリコ祭り：写真と解説』せいしん社。
- 政田将昭・小泉洋子・関戸昌郎・平野正樹 2007 「観光による地域文化振興の支援方法の提案～能登のキリコ祭を事例として～」『石川ツーリズムセミナー』（2 期生）卒論発表会』資料、pp. 10-13。
- 政田将昭・水本恵一・堂下恵 2008 「外部者と地域住民との継続的交流による観光スタイルの提案」『第 23 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』181-184。
- 小泉洋子・飯田知也・堂下恵 2008 「伝統祭事「キリコ祭」における体験参加の受け入れ体制整備の提案」『第 23 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』249-252。
- 堂下恵 2008 「祭事への外部者参加を通じた体験型観光および地域活性化の検討」『第 23 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』333-336。

CATS ワークショップ・シリーズ1『観光・交流の進化による関係性の再構築一次世代 ツーリズムのためのプラットフォームデザイナー』コメント

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻博士後期課程 森重 昌之

今回のワークショップでは、「観光・交流は最近、どのように変化しているのか」、「こうした観光・交流を支えるプラットフォームをどのようにデザインするか」という、大きく2つのテーマが提示されました。それらに対して、3つの事例報告はいずれも興味深いものであり、2つのテーマを考察する上で多くの示唆が得られたと思います。

従来のマストツーリズムでは、観光地の名所旧跡や食事を楽しみ、土産物を購入するという、いわば「モノ」とつながることが中心でした。そして、地域(観光目的地)は観光振興を通じた経済活性化をめざしていました。しかし3つの事例は、いずれも「人とのつながり」という点で共通しています。しかも、経済活性化の追求よりもむしろ、「利用者とともに新しいものをつくり出したい」(モモンガくらぶ・吉元氏)、「人が喜んでいる姿が見たい」(鷺宮町商工会・坂田氏)といったように、「楽しむ」ことが交流の源泉になっていました。

実際、ふおれすと鉱山ではサービス提供者と施設利用者の役割が頻繁に入れ替わるという楽しみ、能登キリコ祭りでは伝統祭事に外部者がかかわることができるという楽しみが見られました。「らき☆すた」においても、アニメ聖地巡礼者とともに新しい活動を次々と生み出すことそのものを楽しんでおり、いずれも「楽しむための人とのつながり」が起こっています。

また、こうした交流そのものが「資源化」しているという点も示唆的です。ふおれすと鉱山では、モモンガくらぶのボランティアメンバーの交流から自然体験活動だけでなく、子育て支援活動などが生まれています。これは交流が資源となって、新たな地域活動を創出している例といえます。「らき☆すた」の事例では、アニメに描かれている風景だけでなく、アニメ聖地巡礼者間の交流を行う「聖地巡礼ノート」がある種の観光資源と化していました。

さらに、これらの交流を通じて、地域住民も含めた社会的ネットワーク、つまり新しい公共圏を形成する可能性も指摘されましたが、ここからもう1つのテーマである「プラットフォーム」のデザインがイメージできます。モモンガくらぶや鷺宮町商工会は、プラットフォームとしての「中間システム」の機能を果たしているほか、能登キリコ祭りの事例では学生参加のしゅみを継続するためにプラットフォームの構築が模索されています。

しかし、こうしたプラットフォームの運営費をどのように賄うかについては、今後の検討課題となっています。ふおれすと鉱山では、指定管理者受託費が運営費の大部分を支えており、指定管理者の受託期間後の運営方法についての課題が示されました。また鷺宮町商工会も、プラットフォームそのものの活動自身が収益をあげているわけではありま

せん。しかし両者の取組みを見る限り、関連するさまざまな活動と一体でプラットフォームを運営することに、今後の方向性が見えてきます。

いずれにしても、「楽しむための人とのつながり」をこれからの観光・交流の源泉と考えることが重要であると思います。その上で今後のワークショップでは、関連する活動、つまり波及効果も含めたプラットフォームとしての活動を幅広く捉えることで、運営費を捻出する具体的なしくみについて検討する必要があります。

プラットフォーム概念の課題 「次世代観光」と「地域の内発的再生」にかかわる「関係性の再構築」が、今回のワークショップのテーマであった。「次世代観光」と「地域の内発的再生」は、それぞれに観光と地域の研究において、いま最も注目される研究の焦点といえる。そして、この二つの焦点を重ね合わせる「関係性の再構築」は時宜をえたテーマであり、さらに今回のワークショップで提案され議論された「プラットフォーム」概念は、そのテーマにアプローチする適切な切口である。また、「プラットフォーム」概念をめぐる三つの事例報告も、各地域の特性と現実を深く映しだし、「プラットフォーム」概念構成の彫琢に資するものであった。実際にワークショップでの議論は、研究テーマの前進と「プラットフォーム」の概念形成に貴重な成果をもたらした。しかし同時に、「プラットフォーム」概念構成について、いくつかの課題も浮かびあがったように思う。私がとりわけ感じた課題は、「プラットフォーム」とその基底にある「地域」との関係である。ワークショップ全体の議論を振り返りながら、「プラットフォーム」概念形成にかんして私が考える課題を示したい。

報告事例からみるプラットフォームと地域の関係 「プラットフォーム」は地域資源と地域外アクターとの中間に、「両者を関係づける働きを持つ組織やしくみ」として提案された。このプラットフォームに自律的観光がかかわるとき、地域資源を主体的に運用する地域内アクターも、プラットフォームの主要な一構成要素とみなせよう。したがって、「プラットフォーム」の組織やしくみは、地域内アクター、地域資源、そして地域外アクターという三要素が自律的観光を通して相互に連関する構造をもつといえる。さらに、こうした構造をもつプラットフォームは、「地域の内発的再生」に取り組む。これらの視点を踏まえて、「プラットフォームと地域の関係」について、三つの事例報告をあらためて整理してみたい。

第一に、「ふおれすと鉱山」の事例は、登別市の社会教育施設における「プラットフォーム」である。「ふおれすと鉱山」は、登別市のネイチャーセンターとして「人と自然のふれあい拠点」と特徴づけられる。その運営にあたる事業型NPO「モモンガくらぶ」は、利用者との交流・協働を通じて、「自己増殖する組織運営」と指摘される事業運営や施設管理を実践している。それは、モモンガくらぶと利用者からなる典型的なネットワーク型組織体である。こうした組織体としての「ふおれすと鉱山」は、「プラットフォーム」概念に適合しやすく、きわめて興味深い関係性の構築モデルを提供している。ただし、「ふおれすと鉱山」は、登別市の公共施設として、地域資源ないしは観光対象とも位置づけられる。そして、「プラットフォームと地域の関係」という視点からみると、それが地域の内発的再生につながる可能性は——市民参加による運営などのように、十二分に期待されるが——現時点では未知といわざるをえない。すなわち、「ふおれすと鉱山」は、地域再生の可能性をひめながらも、いまは自己完結するプラットフォームとみなせよう。

第二に、石川県能登町の事例は、伝統祭事「キリコ祭」体験型観光のモニターツアーの「プラットフォーム」である。この体験型観光は、担い手が減少した「キリコ祭」の存続と、さらに外部参加者の半定住化・定住化の促進を目的とする。モニターツアーでは、金沢星陵大学の教員と学生が「キリコ祭」に参加し、関連の研究調査が実施された。モニターツアー実施における「プラットフォーム」は、主に、「地域内アクター」としての地域住民、「地

域資源」としてのキリコ祭、そして「地域外アクター」としての大学生から構成されている。さらに、これらを連繋させる大学教員や団体職員の重要な役割が看取される。このプラットフォームには、「キリコ祭」挙行にあたって地域住民と学生との間にコミュニケーション・交流の場が設置され、これによって「キリコ祭」はスムーズに運営された。当該地域は、地域内の社会関係に一体感を保ち、外部にはやや閉鎖的な、いわゆる共同体的性格をもつようにみえる。こうした地域の共同体的社会関係は、「キリコ祭」体験型観光による地域外アクターとの交流で——観光まちづくりの事例のように——社会関係が再編され、そこに社会関係資本としての新たな「プラットフォーム」が形成されるかもしれない。

最後に第三の埼玉県鷲宮町の事例は、アニメ「らき☆すた」による「まちおこし」の「プラットフォーム」である。そもそも地域資源である鷲宮神社などがアニメの場面となって、ファンが当地を訪れ、これを契機に「まちおこし」がスタートした。「プラットフォーム」を構成するのは、「地域内アクター」として若宮町商工会、若宮町役場、商店街、桐箆筒製作所、「地域資源」としてアニメ「らき☆すた」と絡みあう若宮神社などの町の景観や雰囲気、そして「地域外アクター」としてアニメ聖地巡礼者、角川書店、近畿日本ツーリストなどである。若宮商工会がこの「プラットフォーム」の中核となり、アニメを活用しながら他の地域内アクターと地域外アクターを連繋し、アニメ関連の商品開発やイベント化を精力的に推進している。若宮町は農業中心の地域で、若宮神社の門前町でもある。それはおそらく、商店街などに社会関係の連帯感をいまだに残す、歴史と伝統を有する小都市なのであろう。若宮町商工会が高い経営能力を発揮しうる「プラットフォーム」は、そのような若宮町の地域性に支えられていると推察される。

プラットフォーム概念を精緻化するために 以上のように、事例報告からみると、プラットフォームの特性は、その基底にある「地域」の特性に左右されそうだ。「地域」特性を分析する重要な指標には、私見では地域における「市場経済の浸透度」が想定される。たとえば首都圏辺縁部に位置し「浸透度」が他の事例に比べて相対的に高い若宮町の事例は、観光のより高い社会的受容限度（social carrying capacity）を有し、大手旅行会社などと連携してより大きな集客交流をめざすような、経営志向的な「プラットフォーム」となるだろう。他方で、「浸透度」が低い能登町の事例では、低い受容限度や地域の共同体的特性を生かし、いわゆる着地型観光をめざす観光まちづくり的な「プラットフォーム」を構築するのが有効かもしれない。また、「ふおれすと鉱山」の事例は、組織体の運営理念から固有の「プラットフォーム」特性を形成しているが、その特性は地域との関係の仕方を模索するさいに変更される可能性があるだろう。いずれにせよ、次世代観光の「プラットフォーム」概念が「関係性の再構築」を考察する有効な切り口となるためには、「プラットフォーム」を個別に構成せず、その関連諸システムにも配慮しながら重層的なモデルとして設定する必要があるだろう。（余談になるが、事例報告から、「プラットフォーム」概念には、鶴見和子が内発的發展論で論じる地域の「キーパーソン」の存在と役割を導入する有用性も強く感じた。報告された事例のそれぞれの「キーパーソン」は、報告者自身ではないだろうか。）

これらの視点を含めて「プラットフォーム」概念をいろいろな角度から精緻化する作業が、観光と地域の研究に大きく寄与すると期待される。このような「プラットフォーム」概念を提唱するワークショップに参加させていただき、私自身の研究にもきわめて示唆的であった。ワークショップを主催された敷田麻実先生はじめ、企画・運営・発表にたずさわれた皆様にあらためて心から感謝を申し上げる。

「観光消費」から「観光創造」へ ～鷺宮町商工会の取り組みから見た来訪者のプロシューマー化の可能性～

北海道大学観光学高等研究センター 山村高淑

1. 「観光消費型アプローチ」と「観光創造型アプローチ」

これまでの観光に関する議論は、一貫して「ホスト」と「ゲスト」、「地域」と「地域外」、すなわち、「生産者 (producer)」と「消費者 (consumer)」という二分法から論じられてきた。「発地型観光」から「着地型観光」へ移行することが、地域振興の手法として重要である、というのが昨今の観光研究における主たる論調であるが、この考え方にしても、その根底には「生産者」と「消費者」という二分法により観光産業を捉える構造が厳然として存在する。つまり「着地型観光」の議論も、「観光商品を提供する側」を「地域外」から「地域内」へとシフトさせたという点で非常に重要ではあるものの、観光における「消費者」と「生産者」の二項対立による消費構造という点においては、従来の観光産業の捉え方の枠を一步も出ていないのが実情なのではないか。私はこれを、地域資源の商品化を通して消費行動としての観光をどうするかという議論だと捉え、「観光消費型アプローチ」と定義したい。

一方、鷺宮町の事例を見ていて感じるのは、アニメファンの来訪者の方々が、単に鷺宮町に訪れて消費行動を行うのみならず、有志がガイドブックを作成したり、現地でボランティアとしてイベントの運営や商品開発に企画段階から携わったりするなど、生産者と消費者の垣根が極めてあいまいになりつつあるという点である。

こうした現象は、早くも1980年に、アルビン・トフラーがその著書「第三の波」(Toffler 1980)の中で、「プロシューマー (prosumer)」＝「生産消費者」という概念で説明している。すなわち、「第三の波」＝「脱工業化社会」においては、生産者と消費者との差異が技術革新によって少なくなり、生産に関わる消費者として「プロシューマー」が台頭する、という観点である。

これを踏まえ、鷺宮町の事例に見るような、地域資源の商品化において生産者と消費者の垣根が極めて低くなり、旅行者自身が創造性を発揮して生産行為に携わるような状況を、「観光創造型アプローチ」と名付けたい。つまり、トフラーが予見したように、あらゆる産業や消費の現場において台頭しつつあるプロシューマーの存在を、観光の現場においても認め、積極的に評価していくべきではないか。今回のワークショップのテーマであった、プラットフォームやオープンソースといった概念もこうした文脈から捉えていくことが極めて有効であると考えられる。

2. 文明史的に見た「観光創造型アプローチ」

トフラーは同著の中で、「第二の波」＝「産業化文明」（1750 年から 300 年程度の時代）における消費者と生産者の分離した状況を、6 つの原則で説明している。すなわち、①規格化、②専門化、③同時化、④集中化、⑤極大化、⑥中央集権化、である。観光開発の歴史をこのトフラーの文明史的説明に倣えば、まさにマスツーリズムの形態がこの原則で説明できる。

そして、トフラーによれば、こうした 6 つの原則が、「第三の波」＝「脱工業化社会」では以下のような方向に変化するという。すなわち、①規格化→多様化、②専門化→一般化、③同時化→適時化、④集中化→分散化、⑤極大化→適正規模化、⑥中央集権→分権化、である。こうした変化が、政治から産業、個人のライフスタイルに至るまで、あらゆる分野に影響を及ぼす、というのがトフラーの指摘である。

筆者は鷺宮において、観光におけるこうした変化が他に先駆けて、先鋭化した形で表れていると見ている。つまり、旅行会社やイベント企画会社、航空・運輸業界が有しているような従来型の観光開発手法ではなく、アニメファン・地元個人商店・商工会といった、観光の専門家ではない「一般」の人々が多様な形で連携することで、従来の「観光商品」の定義では括れない様々な形の交流を生み出しているのである。（なお、トフラーは「第三の波」における情報技術の重要性について触れているが、鷺宮においてこうした交流が進展した背景のひとつに、ネットでのアニメの配信・共有や SNS・ブログ等による情報交換といった情報技術の普及があることも興味深い。実際、商工会とファンは、インターネットを通じて「多様」な情報の交換を行っている。）

更に言えば、ワークショップにおいて坂田・松本の両氏から説明のあった携帯ストラップ販売の方式についても、トフラーの原則が適用できる。各店舗に多種の商品を数個ずつ分散させる方式は、機会や収益の「集中化」を避け、これらを「分散化」させる方式であるし、販売個数を限定する方式は、収益の「極大化」を避け本来の商売を圧迫・否定しない程度に「適正規模化」する方式であったと言える。業界のグッズ販売のような版元一括管理方（中央集権）によって、例えばオフィシャル・ショップで商品を販売するのではなく、ストラップにしても、「らき☆すた」飲食店メニューにしても、町中に分散した様々な店舗において「らき☆すた」を楽しめるようにした点も、ある種の「分権化」と捉えることができ、非常に興味深い。

いずれにしても、営利を求めない、調整役としての商工会が中核となって実施した「らき☆すた」タイアップ事業が、結果としてプロシューマーが主役となる「観光創造型アプローチ」を生んだことは、「第三の波」の時代におけるプラットホームのあり方を考えていくうえで、非常に重要な示唆に富むものであると考えられる。

2009 年 5 月 2 日

【参考文献】

Toffler, Alvin 1980 *The Third Wave*. Bantam Books.

みんなで創る交流拠点と今後の可能性

ー登別市ネイチャーセンターふおれすと鉾山の指定管理を通じてー

特定非営利活動法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶ
吉元美穂

ふおれすと鉾山は、「自由な空間をデザインできる」点が事例としてのポイントという紹介を受け、事例発表を行いました。

ふおれすと鉾山では、2007年指定管理受託以降、自然を題材にした活動の中で、当法人の運営コンセプト「みんなで創るふおれすと鉾山」を掲げ活動を展開しています。ここでは、市民が公共空間の創出をしている拠点として、市民が公共を担っていくという意図を持って運営を行っています。また、それを体現する仕組みのひとつとして、地域住民を中心としたボランティアスタッフが、多くの事業に企画の段階から参加し、当日の運営まで関わっています。

このような運営方法を行っていると、市民側（ボランティアスタッフ、非専門家）と運営側（有給スタッフ、専門家）の関係は、専門家が「育成・支援している」感覚をもって教える・伝える一方的な関係を築く印象を受けられるかもしれませんが、ここでは、ボランティアスタッフもそれぞれに役割をもち対等の関係で活動が進んでいます。専門的な知識ではなく、共に目指す目標に向かって、相互に影響を与えながら共に成長する、という関係性が生まれることで発言や創造する自由が確保され、より多くの成果を生んでるように思います。そして、この関係がうまくいっているところでは、「魅力的な場」として他の人たちに発信され、新たなボランティアスタッフとしての参加、そして新たに集う人を呼び込み交流が生まれる等の好循環が生まれているように思います。専門家は、その場で求められるちょっとだけ前に出たリーダーシップを発揮することができればいいのです。

私たちの交流拠点の要となるボランティアスタッフは、個人の自主性による集まりで、物理的な報酬は皆無に近い状態です。そのような中、継続的な参加が行われる動機は様々で明確に見える人とそうでない人もいます。運営側としては、その人自身が期待していることは何かを常に考えていますが、信頼関係が築けてこそその幸せな「継続」になることと感じます。そのため、その人が「楽しい」かどうか、みんなで創ってきたローカルルールを守ることは判断軸、評価軸としては外せないと考えています。

最後に、ワークショップ討論では、これらの交流を促す仕組みづくりや人材をはじめとした地域資源が発掘・育成されるために必要なコストを誰が負担していくのか、が論点として挙げられました。

私たちの活動にみられるように、ボランティアスタッフや参加者（次期ボランティアスタッフになるであろうすべての方々）と関係を構築したり、交流を促進していくソフトの運用を担う人材にかかるコストを支払っていくことは、運営（マネジメント）上も決して

効率的とは言えない取組みです。評価や成果もあいまいで経済性に反映されない点も、これまでこのような活動が事業化しづらいと言われる由縁であることも理解しています。そのため、NPO や環境資源に関する議論と同様、公共性を帯びた活動やテーマである場合には、その経済性は受益者負担のみで対応することは難しいと考えています。現に、当法人が活動を展開するふおれすと鉱山の管理・運営に関わる費用は、公共施設の指定管理者としての委託費、つまり税金から支払われています。公共施設の運営を担っているという思いの中では、公共部分の活動に参加する方々に多くの経費を負担していただくことも現在は考えていません。そのような考えの中で、先に記載したように、当法人にボランティアとして関わる方は手弁当で無報酬とともに自分の持てる力を大いに貸してくださっているのが現状です。現在の運営が行えているのも、すべてこのような多くの方々や機関の支えがあつてのことです。

また違う視点から当法人がいただいている指定管理者としての委託費は地域の市民活動に関する投資でもあると考えていたりします。それは、私たちの活動の過程で、地域自然環境の理解と保全活動の進展とともに、郷土愛の醸成や人と人の交流の促進、地域人材が育成され、さらにその人たちが活躍できる環境・仕組みづくりに寄与する活動を展開できているとすれば、そのように言ってもいいのではないかと考えています。現在、ふおれすと鉱山に留まらず、地域づくりの活動を積極的に展開しようと試みるのもそのような想いからもあります。

今後、行政改革が進み、また事業型の NPO や民間の社会貢献活動が大きく進展する等、公共の担い手が大きく変化してきていますが、このような活動に対する理解と支援環境がこれまで以上に様々な段階で進むことを望んでいますし、現場の第一線からは発信と仕組みの提言を行える力をつけていきたいと考えています。

ふおれすと鉱山はじめ、モモンガくらぶは今後も進化し続けていきたいと考えていますので、引き続き応援いただけましたらとっても嬉しいです。今後ともどうぞよろしくお願いいたします！

観光・交流の進化による関係性の再構築

- 次世代ツーリズムのためのプラットフォームデザイン -

ワークショップ 簡易版報告書

発行：2009年7月10日

編集：北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻

修士2年松本秀人
