HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コンテンツがつくる「風景」 : 連続テレビ小説の事例を中心に
Author(s)	張, 慶在
Relation	コンテンツ・ツーリズム研究の射程 : 国際研究の可能性と課題 = The Scope of Contents Tourism Studies : Proceedings of the Symposium: “International Comparative Research on the Spreading and Reception of Culture through Contents Tourism”, held at Hokkaido University(15-16 March 2015).
Citation	CATS 叢書, 8, 83-97
Issue Date	2016-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/61142
Rights	© 2016 張慶在
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS8_4Jang.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

コンテンツがつくる「風景」
連続テレビ小説の事例を中心に

張 慶在
北海道大学国際本部学術研究員

1. 「風景」の理論的検討

本日は「コンテンツがつくる『風景』～連続テレビ小説の事例を中心に」というタイトルで発表させていただきます。具体的には，1977 年に放送された朝ドラ『風見鶏』と神戸の例を挙げながら，ドラマがつくる風景について検討したいと考えています。

まず自己紹介をさせていただきます。私の研究テーマは観光空間の真正性についてです。先ほど黒見先生からお話があった authenticity をテーマとしています。観光の空間がいかにして真正性を獲得するのか，その中でコンテンツの役割は何なのかを研究しています。他に，マイノリティ・コミュニティの問題についても調査を行っています。2014 年 9 月に国際広報メディア・観光学院の博士課程を修了しましたが，その後に博士論文を批判的に読み直す中で，反省点も非常に多く出てきました。本日取り上げるのはそのうち 1 つで，「あらゆる”New”を排除する」という問題です。たとえば修士論文では New Heritage を扱い，博士論文では AR スケープという言葉を提示するために New Cultural Landscape という概念を取り上げました。しかし，本当にこれで良いのか自問する中で，従前の概念を軽視しているように感じたところです。そこで今回の発表では，New という言葉を付けずに事例の考察を行おうとしたところ，浮かび上がったのが「風景」という概念でした。この概念を用いることで，空間の真正性の形成や，コンテンツの役割を説明することが出来るのではないかという仮説に基づき，事例の考察を行ったのが今回の発表です。

発表内容は以下の 5 点です。第 1 に，理論的な枠組みとしての「風景」。第 2 に，朝ドラとドラマ観光の概要。第 3 に，旧トーマス館（風見鶏の館）を中心に見る北野異人館の「風景」。第 4 に，朝ドラ『風見鶏』（観光）と北野異人館の「風景」。第 5 に，考察と今後の課題です。第 1 の点のみが理論的な枠組みの考察で，第 2 から第 5 の点までは，いわば資料を読みつつ過去へと，神戸へと擬似的に旅に出るといった趣向です。

繰り返しになりますが，今回の発表でもっとも重要な理論的概念となるのは「風景」です。まず，中川理とオギュスタン・ベルクの既往研究に依拠しながらこの概念を整理してみます。それぞれ建築学者と地理学者ですが，両者の研究にはかなり近いところがあります。両者の研究からは，4 つの特徴を風景という概念に見いだすことができます（ベルク 1990; 中川 2008）。これは主に中川の研究に依りますが，彼は風景を美，規範，景観，生活景の 4 つに分類しています。美としての風景とは，ヨーロッパから発生したピクチャレスクの概念です。これは，山奥などこれまで風景として見られてこなかった対象に，外部の人びとが新しく発見する価値としての風景を意味します。規範としての風景とは，共同

体のアイデンティティです。1 つの例を挙げると，札幌農学校の卒業生である志賀重昂は，1894 年に発表した『日本風景論』の中で，欧米と比べて負けない，あるいは欧米と同じような「日本の」風景があるという主張を展開しました（志賀 2014）。これは，日本人のアイデンティティのためにつくられた風景であると言えます。景観という概念については，中川は「管理された快適性」であると説明しています。美や規範とは違い，生活の中で快適性を中心にそれをいかに管理していくのかという点で捉えられることが，景観の特徴であると彼は論じています。最後の生活景とは，景観学者の中村良夫から中川が借用したもので，美，規範，景観の背後にある地域の共同性の様態，生活の眺めであると言われています。

今回の研究会のテーマはコンテンツ・ツーリズムであり，ここでコンテンツと風景との関わりについて検討してみます。コンテンツはどのように風景の形成に影響を与えるのか。私がまず注目したい論文は，地理学者の Yi Fu Tuan が 1985 年に発表した“The Landscape of Sherlock Holmes”です。Tuan は，「トポフィリア」の概念で知られる地理学者ですが，この論文を通してフィクションが地理学の対象となりうることを論じています（Tuan 1985）。これは挑戦的な試みでしたが，全米地理教育協議会（NCGE）から 1985 年に“Journal of Geography Award”を受賞しています。これは非常に概念的で 6 ページの短い論文ですが，参考文献は 1 冊もありません。これも評価の対象だったのではないでしょうか。ちなみに，この賞を受賞した論文をすべて確認しましたが，概念的な論文は Tuan のものしかありませんでした。このことからも，フィクションと風景の関係を地理学的に説明するためには重要な論文であると言えるかと思います。

こうした試みを体系化した議論が，Stijn Reijnders が 2011 年に発表した論文でした。彼はオランダの研究者で，もともとは文化遺産を専門としていました。Reijnders は，フィクションのイマジネーションと記憶を分けて検討し，歴史学者の Pierre Nora による「記憶の場」に対比する概念として「イマジネーションの場（Places of the Imagination）」という概念を提示しています（Reijnders 2011）。ただし，Reijnders 自身も認めているように，イマジネーションの場と記憶の場を分けて検討するとともに， 両者が深く関わりをもつ場合も検討しなければなりません。これを，今回の研究の課題として提示したいと思います。そして，この関係性が顕著に表れるのが日本のコンテンツであると考えています。特に朝ドラや大河ドラマは，歴史のある地域のコンテンツを題材にしているものだからこそ，イマジネーションとコンテンツが混在し，互いに影響し合っていると考えることができます。

また，冒頭の山村先生のご発表にもあったように，イマジネーションと記憶の他にも，インターネット上でコミュニケーションが繰り返された結果としてある種の真正性が構築されることも可能になっています。先ほどの黒見先生のコメントにもありましたように，このようにさまざまにイマジネーションや記憶が混在する中で，どのように真正性は形成されるのか。観光研究でまず提起されたのは，客観的な真正性（MacCannell 1973）と構成される真正性です（Cohen 1988）。一方で，観光現象は人が移動し，そして何かを経験す

ることによって生じます。そこで，その対象や，人の経験の真正性があるのではないかと続いて提起されました（Knudsen & Waade 2010; Wang 1999）。さらに近年では，真正性を与える行為・主体に着目した「authentication」という概念も議論されています（Cohen and Cohen 2012）。以上が，今回の発表の理論的な枠組みです。

2. 朝ドラと観光の関係性

続いて，『風見鶏』の話題に入るまでに，朝ドラと観光の関係がどのようなものであるのかについて簡単にご説明します。さまざまな文献や資料を読むと，朝ドラそして朝ドラとセットで議論されることの多い大河ドラマ，これらと観光はかなり昔から，具体的には1960 年代から関係性があったようです。1966 年に放送された大河ドラマ『源義経』，そして同年の朝ドラであった『おはなはん』は非常な人気を博し，作品をめぐる観光も誘発したという資料が残っています（NHK 広報室 1966; 坂本 1967; 中島 2002）。ご覧いただいている写真は『おはなはん』ロケでのサイン会の様子ですが，朝ドラのロケはこのようにお祭りのような様相を呈していたと思われます。このロケは青森県弘前市や鹿児島県などで行われましたが，現在でも観光と繋がっている場所は愛媛県大洲市です。大洲市では，「おはなはん通り」と称する町並みを残して観光振興に取り組んでいます。興味深いのは，モデルになった人物が徳島県出身であったということです。出身地とはロケの交渉が順調に進まなかったようで，劇中では愛媛県大洲市出身という設定になっており，結局は大洲市が「おはなはん」が生まれた場所ということになっています。『おはなはん』におけるおてんば娘，一代記，戦争体験などの設定は，その後のドラマのフォーマットの確立にも影響を与えたもので，たとえば『おしん』もこの影響を受けているようです。

他に，1960 年代と 1970 年代に観光に大きな影響を与えた作品として，『北の家族』と『風見鶏』があります。『北の家族』は 1973 年のドラマで，函館が舞台になっている現代物の作品です。そして本題の『風見鶏』は 1977 年の朝ドラで，神戸が舞台です。ともに放送当時は観光ブームを引き起こしましたが，スライドでご覧いただいているグラフが示すように，歴史的な人物が現地と関わりを持っている場合は，観光ブームが永続することが分かります。1970 年代には，当時の国鉄の「DISCOVER JAPAN」とドラマ作品がコラボレーションをするなど，多様な観光振興策が見られるようになります。たとえば，1969 年の大河ドラマであった『天と地と』の放送をきっかけとして，1970 年から「信玄公祭り」が開催されるようになり，これは現在まで継続しています。そして 1971 年の「信玄公祭り」が「DISCOVER JAPAN」とコラボレーションしました。

1980 年代になると，朝ドラ『おしん』をピークとして，視聴率が低下していきます。2000 年代以降は視聴率 10％台の時代になりますが，2013 年の『あまちゃん』で 20％を回復します。観光を誘発するドラマや，ドラマを活かした観光振興はこの時代でも相変わらず見てとることができ，『ゲゲゲの女房』『つばさ』『花子とアン』『マッサン』などが

それに当たります。現代の特徴としては，ホームページや SNS による地域の PR で，「応援隊」が作られることがあげられます。スライドでご覧いただいているのは『マッサン』の応援隊の Facebook ページですが，これは今日もご出席されている小樽商科大学の高野先生の学生さんが運営しています。このきっかけは，前作の『花子とアン』で山梨県立大学が応援隊を作ったことで，これがリレー化されて小樽でも行われることになり，2015 年 4 月からは金沢に移るそうです。

ここで，1960 年代や 1970 年代に，朝ドラや大河ドラマを活かしてどのような観光振興が行われたのかを整理してみます。スライドでは，1967 年の岩手日報に掲載された広告を表示しています。平泉に，「日本最初の回転式タワー」が建設されたというものです（岩手日報 1967）。これは定かではないのですが，ドラマ『源義経』人気にあやかったものだと思われます。その後，観光客数が減少しこのタワーは撤去されました。続いてご覧いただいているのは 1969 年の朝日新聞の記事です。先ほどお話ししました『天と地と』の PR のために，山梨県甲府市と新潟県でそれぞれ信玄と謙信の像を製作していると報じています（朝日新聞 1969）。信玄像には 2,000 万円が投じられたということです。他にも，増加する観光客に対応するためのガイド養成にも触れられています。次は 1970 年の同じく朝日新聞の記事です。大河ドラマ『樅の木は残った』と『源義経』のロケ地を比較したもので，『樅の木は残った』の宮城県柴田町には多くの人が押し寄せているが，平泉ではドラマの放送終了後に観光客が激減したという内容です（朝日新聞 1970）。当時から，このように批判的な視点もドラマを活かした観光振興に向けられていました。柴田町の場合でも，翌年の 1971 年の朝日新聞には「樅の木と赤字が残った」という見出しの記事が出ていますし（朝日新聞 1971），1972 年の『週刊 TV ガイド』には「テレビが作った観光ブームの夢の跡」という記事が掲載されました（週刊 TV ガイド 1972）。『風見鶏』の場合には，地元側への批判だけではなく，いわゆる「観光公害」，ごみ問題や駐車問題などで地元側が被害を受けているのではないかという観光客側への批判も指摘されていました（朝日新聞 1982）。

しかしながら，本研究で論じたいのは，地域側がドラマの風景を長く継承しているという点です。たとえば大洲市では観光情報を発信するホームページで，2014 年まで「おはなはん通り」を第一の観光スポットに挙げていました。しかも「歴史スポット」のカテゴリーの中に入っていました。それだけではなく，「信玄公祭り」は先述のとおり現在まで継続しており，『樅の木は残った』の放送に伴う観光ブームはメディアからあれほど批判を受けましたが，柴田町は 1975 年に樅の木を「町の木」として公式に制定しました。神戸市の場合では，10 月 3 日が「KOBE 観光の日」として 2004 年に制定されましたが，これは同日が『風見鶏』放送初日であることに由来します。また，モニュメントを作ることにより，コンテンツの記憶を継承する地域も多く存在します。たとえば，北海道羅臼町にある「オホーツク老人の像」のモデルは，俳優の故・森繁久弥氏です。森繁氏が出演した『地の涯に生きるもの』のロケ地が羅臼町で，地元の人たちとの交流の結果として生まれたの

が「知床旅情」でした。「老人の像」の横には歌碑があります。鹿児島県南さつま市は，ショーン・コネリー時代の『007』シリーズ映画『007 は二度死ぬ』のロケ地であり，その記念碑が建立されています。しかも，これがやはり「歴史スポット」として紹介されています。また，後ほどご説明する『風見鶏』の撮影記念碑は，風見鶏の館の重要文化財の説明版の隣に並んでいました。最後に広島県竹原市の例ですが，朝ドラ『マッサン』で有名になった故・竹鶴正孝氏の出身地であり，正孝氏と妻のリタ氏の像を作るための募金箱が市内に設置されています。

朝ドラ，大河ドラマと観光振興の関係性についての考察を締め括るにあたり，ドラマとジェンダーの問題を考えてみます。朝ドラでは女性が中心的に描かれる，という認識を皆さんお持ちかと思いますが，大河ドラマでも，ロケ地観光に行くのは女性ファンが多かったようです。1969 年に朝日新聞が大河ドラマのロケ地観光を取り上げた記事には，「なにごとも，女性ファンを味方にしないとブームにならないご時世だ」という文言が見えます（朝日新聞 1969）。女性と観光の関係性を考える上でおそらくもっと重要なのは，1970 年代の「アンノン族」でしょう。「DISCOVER JAPAN」とともに，女性誌『an・an』『non・no』が毎月旅行の特集を組むようになります。人気を博した旅行先は異国風のエキゾチックな雰囲気を味わえる札幌，函館，横浜，長崎，そして神戸，また城下町の金沢や萩などです。こうした当時の女性の旅を批判的に論じたのが，旅行誌『旅』でした。社会学者の川上源太郎が「若い女性の旅を斬る！」と題したコラムが 1975 年の『旅』に掲載されており，「“親の顔を見たい”族を叱る」（川上 1975）とかなり辛辣な言葉が並んでいます（会場笑）。ここで川上が批判したかった点は，当時の若い女性たちは『an・an』『non・no』を手にして，ファッションと旅行をセットにしているということでした。ただ，こうした批判もありましたが，実際に女性の旅は社会現象になりましたし，同じ日本交通公社が出版している『るるぶ』は，もともとは季刊だったものが隔月刊，さらに 1976 年からは月刊になります。1978 年 2 月号の『るるぶ』を見ると，『an・an』や『non・no』とは異なる趣で，石川啄木の文学散歩，魚貝図鑑などかなりマニアックな企画も掲載されています。こちらはアンノン族向けではなく，専門的な旅の雑誌という感ですね。この号には，余市特集もあり，また当時流行していたロボットアニメのロボの雪像を，自衛隊が「さっぽろ雪まつり」で製作したという記事もありました。こうした女性の旅と男性の旅の傾向の違いは，その後にも見てとることができます。『風見鶏』は 1978 年 4 月に放送を修了します。同月号の『旅』には，「北野町界隈だけがコウベではない」（高橋 1978）という序文に象徴される，異人館についての批判的な記事が掲載されています。一方で『るるぶ』では，神戸と宝塚が特集され，神戸異人館めぐりの紹介記事がありました。

3. 風見鶏の館と異人館の風景

以上が，本研究の理論的な枠組みと，朝ドラ・大河ドラマとの関係性についての考察でした。後半では具体的に，風見鶏の館と朝ドラ『風見鶏』を事例にして，風景の形成と，観光とコンテンツの風景への影響について考察してみたいと思います。

まず，風見鶏の館に注目する理由についてご説明します。『風見鶏』は，イマジネーションと記憶が交差するような物語です。実際の歴史的な事実を背景としながら，物語上では実際とは異なる場所と人物が描かれています。さらに，観光化する中で，行政がイマジネーションを積極的に保存する一方で，記憶としての歴史を一部削除していることも後から分かりました。また，コンテンツと観光がかなり強く結びついているのも特徴です。たとえば，先ほどもご説明したように，「KOBE 観光の日」はこの『風見鶏』の放送初日に由来していますし，地域側がコンテンツを観光に大きく活用しています。

研究の対象地は神戸市の北野町で，六甲山の麓にある非常に限られた地域です。異人館が有名な北野町ですが，もともと外国人の居留地は港に近い海側の地区でした。しかし神戸が貿易で栄えるようになり，「旧居留地」の物理的なキャパシティが限界を超えてしまい，北野町に居留地を拡張したために，ここに異人館が立ち並ぶようになりました。もっとも多かった時期で 200 棟ほどの異人館があったそうですが，都市化や阪神・淡路大震災の影響もあって，現在では 30 棟程度が残存しています。スライドは，イメージとしてドラマで用いられた風見鶏の館の写真をご覧いただいています。これは重要文化財として国から指定されています。実際にこの館を訪ねてみると面白いことに気づきます。建物の歴史を説明する案内板を読むと，1914 年から 1977 年までの公式的な記録が空白になっています。この期間は誰も住んでいなかったのかと思い，2 階に上がってガイドさんに確認したところ，1977 年より前は中国人向けの寮だったと教えられました。そうであるならば，生活としての歴史があるのではないかと気になり，この点から調べることにしました。

生活景としての風見鶏の館を考察する上で，まずトーマス家と館との関係性を 3 点ご紹介します。この建物は 1904 年に横浜から移り住んだトーマス家によって建てられたものですが，異人館の中では唯一のレンガ造りです。それはなぜでしょうか。その 1 つの仮説として，トーマス氏は建築材料を輸入する仕事に携わっており，アールヌーヴォー的な装飾，レンガ，風見鶏をこの館に配してモデルハウスとしての役割を持たせたのではないかと広瀬毅彦が提示しています（広瀬 2009）。2 点目に，当時の神戸におけるドイツ人コミュニティです。トーマス氏はかなり教育熱心だったようで，彼には移住当時 5 歳の娘・エリザがいました。学校に通う必要があったのですが，トーマス氏は外国人学校を設立し，そこにエリザを通わせたという話があります。1914 年には，エリザの中学校入学のためドイツに家族揃って帰国し，寮のある中学校にエリザを通わせます。トーマス氏はその後で神戸に戻るつもりだったのですが，ちょうど第 1 次世界大戦が勃発します。これが 3 点目で，当時の日本とドイツは敵国であったため，トーマス氏は神戸に戻ることができず，さ

らには風見鶏の館も敵国の財産として没収されてしまいます。さて，ここまでの資料はあるのですが，その後の資料がなかなか見つかりません。前出の広瀬によれば，1920 年代にはドイツ系の「トルホテル」の別館として使われたそうですが（広瀬 2009），資料がないため現段階では判断を保留します。

次に，私が非常に興味深い歴史であると考えているのが，新日本汽船の寮として使われたという記憶です。これが 1 つ目の「忘れられた記憶」です。この館は 1939 年に，新日本汽船の社長であった山縣勝見氏が購入します。山縣氏は元の名字を辰馬と言い，本家は西宮で造り酒屋や金融業，海運業などを営んだ辰馬家です。この辰馬汽船が新日本汽船と名前を変え，その社長が山縣氏でした。この会社の寮兼研究所として，1939 年から 30 年近くこの建物が使われました。ただし，この情報は山縣記念財団のホームページに掲載されているのですが，神戸市等の公式な情報の中には取り上げられず，非常に不思議に感じた点です。さらに興味を引かれたのが「異人館のロマンス」です。風見鶏の館の隣にも，通称「萌黄の館」として有名な異人館があります。この「萌黄の館」の所有者である小林秀雄氏の娘である恒子氏と，山縣勝見氏の息子の元彦氏が結婚しています。隣り合う異人館の所有者の子ども同士が結婚するというかなり強い生活景があったにも関わらず，その歴史は現在の風見鶏の館では伝えられていません。これは，ドラマのイメージや，明治時代の洋館の歴史を真正なものとして発信する際に，選択的に削除されたものであるとも考えられるかと思います。山縣氏，新日本汽船の手を離れた後，1968 年からこの建物は神戸中華同文学校の寮になります。当時の華僑は北野町一帯にコミュニティを形成していたようです。華僑コミュニティは関帝廟，墓地，会館，学校という 4 つの施設を持ちますが，調査をしたところ，この 4 つの施設が北野町を中心に配置されていることが分かりました（中華会館 2000）。戦後，中華会館が北野町に移り，学校も近くに立地していたため，風見鶏の館を寮としたのではないかと考えられます。これによって，以前とはかなり違う生活景が形成されました。子どもがわいわいと騒ぐ風景も当時はあったはずなのですが，こうした記録も残念ながら残っていません。これが 2 つ目の「忘れられた記憶」です。

それでは当時，こうした北野町の生活景を保存する努力はどのように為されたのでしょうか。1965 年に，馬俊雄氏が代表となり「北野町を護る会」が結成されます。当時は北野町にラブホテルが多く建設されるようになり，それを防ぐために住民運動が始まりました。1966 年には住居専用地区に指定され，ここからまちづくりが始まったそうです。続いて観光の話題に移りますが，ドラマ放送前，当時の生活景としての異人館や洋館を人々はどのように観光していたのでしょうか。当時のガイドブックを読むと，必ずムスリムモスクと関帝廟が観光スポットとして取り上げられています。つまり，建物だけではなく，外国人の生活を見るような観光がそこに存在していたと考えられます。ちなみに現在では，ムスリムモスクを紹介しているガイドブックは僅かです。さらにガイドブックの記述を追うと，当時は建物自体に焦点を当てるのではなく，若杉慧，竹中郁などの文人によって，実際に人が暮らす町並みを歩くというスタイルが提示されていたことが分かります（若杉

1961; 竹中 1966）。その中には，後ほど詳しくご説明しますが，物語としての『風見鶏』の背景になっているドイツ人のパン屋を紹介する記事もありました。また，ドラマ放送前の『an・an』を読んでみても，異人館観光は建物の紹介をしつつも，生活景を中心的に扱っている点は興味深いところです。たとえば風見鶏の館の記事では，中国人の学生の賑やかな声でいっぱいだという記述が見えますし，先にご説明した「萌黄の館」の記事では，小林秀雄氏夫妻の顔写真が掲載され，「人」を紹介する内容になっていることが分かります（アンアン 1976）。続いて神戸市内での刊行物としてのタウン誌と広報誌を比較すると，タウン誌は北野町の人に焦点を当て，市の広報誌は建物を中心に紹介していたことが分かります（神戸っ子 1971; 神戸市広報課 1973）。

美・規範として北野町の異人館を見る動きは，1960 年代から 1970 年代にかけて進行しました。最初は，旧ハッサム住宅という住居を保存する動きから始まり，この住居が 1961 年に国の重要文化財に指定されます。ここから，徐々に重要文化財に指定される建物が増加していきます。生活景だけはなく美としての風景を保護する住民運動は，1974 年から開始され，「北野界わいを守る会」が結成されました。翌 1975 年の文化財保護法の改正により，重要伝統的建造物群保存地区という制度が生まれます。その助成金を受け調査が行われ，1976 年に『異人館のあるまち神戸　北野・山本地区伝統的建造物群調査概要』が刊行されました。そして 1980 年に北野町は伝建地区に選定されます。これとは別の動きとして，異人館がありながらイメージアップが出来ていないという問題意識の下で，神戸市としての観光振興政策が展開されるようになります。そして，景観として異人館を保護しようという動きが生じ，1978 年に神戸市都市景観条例が制定されます。

ここまで，生活景，美，景観としての北野町，あるいは異人館の風景を紹介してきました。こうした風景は，単体として存在するというよりも，「生活景＋美」や「美＋景観」などのように，むしろ複数の風景が共存する中で存在すると考えられます。

4. 朝ドラ『風見鶏』と風景の変化

最後に，朝ドラ『風見鶏』によってどのように風景が変容するのかを考察します。現在の風見鶏の館は，美としての風景，景観にコンテンツのイメージを加えたものから，生活景を差し引いたものとして捉えられると考えられます。ドイツ人のパン屋の物語を，その息子さんが住んでいた家の人の話から，象徴としての異人館イメージを用いて創られたのが朝ドラ『風見鶏』です。実際には風見鶏の館のシーンは，セット撮影が中心のため，ドラマの中にはほとんど出てきません。しかしドラマ放送後，異人館ブーム，風見鶏の館のブームが起こります。その構図は，以下の 4 点の集合体として捉えられます。第 1 に，アンノン族向けのエキゾチックな旅先としての異人館の人気。第 2 に，異人館の時代を喚起するドラマの物語とそれを象徴する風見鶏。第 3 に，既存の朝ドラファンのイマジネーションと観光行為。第 4 に，神戸市の規範的な風景づくりと観光振興です。これらがこの時

代に一斉に作用して，この風見鶏の館ブームが発生したと考えられます。ここでいくつか具体的な現象を見ていきます。まず，「風見鶏バス」なる観光バスが運行され，10 日間で 1,000 人が利用したという記録があります（神戸市広報課 1978a）。1978 年には，先述した「萌黄の館」が「白い異人館」として開放され，ここには白い制服で館を案内する「異人館ガール」というスタッフが配されました（神戸市広報課 1978b）。1977 年の北野町界隈の観光客数は約 54 万人であったのに対し，1982 年には 152 万人と約 3 倍の増加を記録します（神戸市経済局 1981; 1989）。

さらに，風見鶏の館が重要文化財に指定されることで，この風景に変化が生じます。神戸市による文化財申請は 1977 年 10 月で，その後すぐに当時の所有者であった神戸中華同文学校と神戸市の間で譲渡交渉が行われます。同年 11 月の文化財保護審議会を経て，翌 1978 年 1 月には重要文化財に指定されました（神戸市教育委員会 2000）。これによって，トーマス家の生活とドラマの物語のみが残り，その他の記憶はすべて残されないまま現在に至っています。さらに，隣の「萌黄の館」（旧シャープ邸）も重要文化財に指定されることで，やはり生活景は消去されます。このように，神戸市による買収，民間事業者による有料公開・商業化，観光客の増加などにより，生活景は失われ，美・規範としての風景が強調されていくようになります。

続いて現在の観光のあり方にも触れておきます。繰り返しますが，神戸市はドラマ放送初日の 10 月 3 日を「KOBE 観光の日」として記念しており，神戸の場合は 1995 年の阪神・淡路大震災からの復興と観光という観点からもさらに考察を進める必要があると考えられます。一般向けのガイドブックを見ると，異人館の紹介はされていても，かつての所有者であった外国人の手を離れた後，現在注目されるに至るまでの歴史については，ほとんど触れられていません。現地においては，ドラマに対してはかなりの思い入れがあるようで，現在風見鶏の館は修理中ですが，ロケ地の記念プレートはきちんと展示されています。

5. 考察と今後の課題

まとめとして，考察と今後の課題の検討に入ります。第 1 に，コンテンツと風景の形成についてです。コンテンツのイマジネーションと風景の継続について考察すると，そこにはさまざまな要素との関係性を見い出すことができます。まずはイマジネーションの大きさとの関係です。シャーロック・ホームズなど数十年以上ベストセラーになっている本や，マスメディア時代のテレビなどは，かなり大きなイマジネーションを作ることが可能であったのではないでしょうか。次に，イマジネーションと記憶との関係です。ただのフィクションなのか，歴史や歴史上の人物との関わりがある物語なのかによっても，イマジネーションの風景が持続する条件は変わると考えられます。そして近年では，イマジネーションと主にインターネット上でのコミュニケーションとの関係も強まっていると思われ

ます。たとえばアニメーションがこれに当るかと思いますが，あまり大きさのないイマジネーションであったとしても， コミュニケーションが繰り返され，それがデータベースとしてストックされることで風景が持続するのではないかと考えられます。第 2 に，モニュメントが作られることとイマジネーションの持続との関係性です。さまざまなドラマや映画にまつわるモニュメントが作られていることが分かったのですが，これは，虚構の物語が歴史と記憶を甦らせモニュメントが作られ，それが地域の新たな風景になるという流れです。モニュメント，記憶，イマジネーションの関係性をどう捉えればよいかは，今後の 1 つの課題です。第 3 に，イマジネーションの介入による生活景の消失です。現代は，特に都市のコミュニティにおいては生活景が成り立たない時代であるとも考えられ，だからこそコンテンツというバイアスを通じて記憶や生活景を強化もしくは維持する動きがあると考えられます。ただし，その際に問題になるのは，特定の記憶が選択の結果として消失することであり，生活，記憶，イマジネーションが今後どのような関係を築いていくのかという点も課題としてあります。

結論として，コンテンツが作る風景とは何かを最後に述べます。歴史や人物を題材にするコンテンツでは，イマジネーションと記憶が相互作用する中で，イマジネーションの記憶化，そして記憶のイマジネーション化が同時に進行すると考えられます。最近では，コミュニケーションの持続が，イマジネーションの持続の前提になっているとも思われます。一方で，美や規範，景観としての風景を作る住民や行政という主体も存在するため，その 2 つが連動し相互に影響する中で風景が形づくられると捉えられます。こうしたダイナミックなプロセスが，コンテンツが作る風景ではないでしょうか。また，コンテンツ・ツーリズム研究において，アニメだけではなく，こうしたドラマや映画などを事例として扱うことにより，アニメ聖地巡礼としてのコンテンツ・ツーリズムは，より大きなジャンルとしてのコンテンツ・ツーリズムのサブ・カテゴリーとして位置づけられるのではないでしょうか。こうした分類に関する議論も必要かと考えられます。

以上で発表を終わります。ありがとうございました。

＜＜質疑応答＞＞

岩下千恵子

張さん，大変興味深い発表ありがとうございました。先ほどの自己紹介の際にも少しお話しさせていただいたのですが，私も大衆文化としての映画，テレビドラマや文学が，観光に与える影響について研究を進めてきましたので，大変参考になりました。以前，戦時中の四国の小豆島が舞台となっている，『二十四の瞳』の映画村を訪問した際に，まだ映画が製作されている最中であった 1954 年から，小豆島はすでに観光客に注目されていたことを知りました。その後全国的に小豆島が『二十四の瞳』の舞台として知られるようになったことで，その時代のことも深く探らなければいけないと考えた次第です。ですから，

今回張さんが，1960 年代のテレビドラマが誘発した観光を考察されていたので，非常に参考になりました。ありがとうございました。

今日お話ししていただいた風見鶏の館にも，たまたま 2 年前に母と訪問しました。館に入って，いきなり連続テレビドラマ小説のポスターが置いてあり，私は初めてそこがロケ地として使われていたと知りました。しかし，少し周りを見渡すと，そのポスターに反応している観光客は少なかったです。やはり，現在の神戸は若い女性などの人気スポットになっているので，風見鶏といってもなかなか伝わらない世代が観光客の主流のようです。その中で，たとえばポスターを掲示したり，昔ロケ地で使われていたと PR したりすることが，どのくらい神戸を効果的に宣伝できるのかなと少し疑問に感じました。一方で，母は「ああ，ここなのね」と反応していました。実際に母のように，実際のテレビ番組の視聴経験のある人が見た館や周りの風景と，私のようにその事実をまったく知らずにその場に行って見た風景というのは違ってくると思います。しかし，今日お話しいただいたのは，外側から見た風景の組み立てということで，実際に訪問者がどのようなイメージを持っているか，ということは調査されていなかったと思います。風景は人によって受け止め方が違うので，その辺を探られたらよろしいかと思います。

また，朝の連続ドラマ小説については，今まではロケに使われた後に，人が訪れたり住人が注目したり，という現象が多かったように思えます。しかし最近では，たとえば今年の春から始まる新しい朝の連続ドラマ小説になる舞台では，実際に撮影が始まる前から，すでに地域の人たちが実際に自分たちで歩いてみよう，自分たちの地域を発見しようという動きが出ています。このような変化にもこれから注目されれば面白いのではないかと思いました。以上です。

張 慶在

ありがとうございます。まず訪問者のことから回答させていただきます。今回は，訪問者というよりは，地域にコンテンツがどのように影響を与えて，その記憶が地域の中でどのように残っているのかということを中心に調べました。したがって，訪問者の調査はしていません。

地域がフィクション，ドラマを誇りとして思っているかどうかはわかりませんが，発表でも少し触れたとおり，フィクションを記憶として継承するという意思が，地元側に少しあるのではないかと感じました。訪問者のためではない場合，地域は何のために 40 年近く前のドラマのポスターを貼っているのかという問いが生じるからです。

次に 2 点目ですが，ドラマのロケ地が発表されると，半年前から観光客が増えるという現象は非常に多くあります。大河ドラマの『花燃ゆる』も，おそらくそうだと言われています。半年か 1 年前に製作発表をして，観光客数が伸び，1 年後まで伸びて，また落ちるというパターンがよくあるとも言われます。したがって，そうした観光のブームのパターンを調べるのも大事なのではないかと思います。

町野和夫

私は，コンテンツ・ツーリズムを専門に研究しているわけではなく，発表全体を通じてどのようにこの現象を解釈すればいいのか考えていました。私は地域経済に興味があるため，コンテンツ・ツーリズムが地域の活性化に役立つという観点から解釈したのですが，今の張さんのお話も含めて，コンテンツ・ツーリズムが観光ブームを引き起こすきっかけにはなると思いました。しかし，ブームがその後も続いていくかどうかは，それが本物であるかどうかにかかっているのではないでしょうか。オーセンティシティという話題が出ましたが，本物とは，歴史的に非常に価値のあることや，重要であること，美しい自然や街並みの他にもあるのだと今回知りました。つまり，先ほどシートン先生が仰っていたように，フィクションや二次創作も，本物であればそれが持続するのだと思います。今の張さんのお話を聞きながら思ったのは，本物を維持する努力が必要であり，「生活景」を残していけるかもその 1 つです。少し疑問に感じたのはモニュメントの話です。今の岩下先生のお話にもつながりますが，フィクションや二次創作というのは，まだ本物かどうかなかなか見分けがつきにくいと思います。歴史に耐えていない現在のものであるため，それが本物かどうか見分けるのはセンスが必要です。何を残して，どんな努力をしていくか。そのセンスが悪いと，先ほどの龍馬の事例ように，さまざまな博物館がいくつも出来てしまうような事態になってしまいます。したがって，センスという私なりの言葉で申し上げましたが，そうしたものが何なのかを今後研究していただけると嬉しいです。非常に素朴な感想で申し訳ありませんでした

張 慶在

ありがとうございます。これは非常に重要な問題だと思います。たとえば，レジェメ 2 ページの真ん中に 3—③に，真正性を与える主体に着目した「authentication」という概念を紹介しています。2012 年の Cohen & Cohen による論文では，authentication を行う基準が 2 つ挙げられています。1 つは権威で，もう 1 つは感情です。これは，今，町野先生が仰ったものに近いと思います。またモニュメントの場合も，実際に撮影をしたため残したということもありますが，やはり根拠としては，何をもってそれが本物なのかが大きな問題になると思います。センスのような感情に近いものが作用して，フィクションの世界ではあるがオーセンティックな場所であるという理由で，モニュメントが出来たのだと思います。今後はその点も含めて研究していきたいと思います。ありがとうございます。

文献

アンアン
1976「Exoticism in KOBE 神戸・異国情緒」『アンアン』9月号。
朝日新聞
1969「カメラ追跡 このブーム･･･信玄と謙信」『朝日新聞』3月 10日 朝刊 7面，東京。
1970「カメラ追跡 “テレビ観光地”の明暗」『朝日新聞』5月4日 朝刊7面，東京。
1971「樅の木と赤字が残った 放送終わり客足パタリ ホコリがぶる観光みやげ テレビ観光騒動のあと」『朝日新聞』4月 18日 朝刊 23面，東京。
1982「げいのう舞台再探訪 神戸「風見鶏」 観光公害 悩む町並み 異人館の人気高めたドラマ」『朝日新聞』9月4日 夕刊9面，東京。
ベルク, O.
1990『日本の風景・西欧の景観：そして造景の時代』篠田勝英 訳，東京：講談社。
中華会館
2000『落地生根：神戸華僑と神阪中華会館の百年』東京：研文出版。
Cohen, E.
1988 Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3): 371–386.
Cohen, E. & S. A. Cohen
2012 Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3): 1295–1314.
広瀬毅彦
2009『風見鶏謎解きの旅』 兵庫：神戸新聞総合出版センター。
一般財団法人山縣記念財団
沿革 (Internet, 2nd March 2015, http://www.ymf.or.jp/db/)。
岩手日報
1967 ＜全面広告＞『岩手日報』6月 24日 4面， 盛岡。
川上源太郎
1975「若い女性の旅を斬る！」『旅』11月: 152–159。
神戸っ子
1971「異人館特集＜1＞ 北野町異人館」『神戸っ子』11月。
1975「観光特集＜1＞ 座談会 神戸を新しい観光の町に」『神戸っ子』4月。
神戸市
1989『神戸 100年：写真集』 神戸市。

神戸市教育委員会
2000 『異人館のある町並み北野・山本 神戸市北野町山本通重要伝統的建造物群保存地区・20 周年記念』, 神戸市教育委員会事務局社会教育部文化財課。
神戸市経済局
1981 「行政資料 神戸観光白書（昭和 54 年版抜粋）」『都市政策』22: 153–172。
1989 「行政資料 神戸観光白書 Vol.8―神戸観光を振り返って―風見鶏ブームから 12 年」『都市政策』57: 132–155。
神戸市広報課
1973 『市民のグラフ神戸 No.23』, 1973 年 11 月。
1978a 『市民のグラフ神戸 No.64』, 1978 年 1 月。
1978b 『市民のグラフ神戸 No.70』, 1978 年 7 月。
1978c 『市民のグラフ神戸 No.74』, 1978 年 11 月。
1978d 『市民のグラフ神戸 No.75』, 1978 年 12 月。
Knudsen, B. T. & A. M. Waade
2010 Performative authenticity and spatial experience: Rethinking the relation between travel, place and emotion. In B. T. Knudsen & A. M. Waade (eds.), *Re-investing authenticity: tourism, place and emotions,* pp.1–19. Bristol: Channel View.
MacCannell, D.
1973 Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology* 79(3): 589–603.
中川理
2008 『風景学 : 風景と景観をめぐる歴史と現在』東京：共立出版。
中島久美子
2002 「モノクロ・グラビア テレビの世紀 (8) おはなはん=樫山文枝」『潮』 523（9 月号）: 205–212。
NHK 広報室
1966 「特集 ＜おはなはん＞」『グラフ NHK』6 月。
Reijnders, S.
2011 *Places of the imagination: Media, tourism, culture*, Surrey: Ashgate Publishing.
坂本朝一
1967 「『おはなはん』誕生記」『悲劇喜劇』20(8): 11–13。
志賀重昂
2014 『日本風景論　新装版』東京：講談社（初出は 1894 年，東京：政教社）。
週刊 TV ガイド
1972 「現地レポート テレビが作った観光ブームの夢の跡 “樅の木”が終わって“借金が残った”宮城県船岡の場合」『週刊 TV ガイド』5 月: 42–49。

高橋孟

1978 「神戸ひとりあるき」『旅』4 月号: 77–81，日本交通公社。

竹中郁

1966 「わがＫＯＢＥ」『日本の旅 : 13 大阪/神戸』, pp. 96–104, 東京：小学館。

Tuan, Y.-F.

1985 The Landscapes of Sherlock Holmes. *Journal of Geography* 84(2): 56–60.

馬俊雄

1965 「ホテルの進出から北野町を守ろう」『神戸っ子』9 月号: 13–14。

若杉慧

1961 『トラベル・シリーズ 27 須磨・明石・六甲の旅』東京：秋元書房。

Wang, N.

1999 Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research* 26(2): 349–370.