



# HOKKAIDO UNIVERSITY

|                  |                                                                                   |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Title            | イメージの呪縛を解くために：美瑛における「観光のまなざし」の向こう側                                                |
| Author(s)        | 西川, 克之                                                                            |
| Citation         | CATS 叢書, 11, 47-53                                                                |
| Issue Date       | 2017-03-07                                                                        |
| Doc URL          | <a href="https://hdl.handle.net/2115/66706">https://hdl.handle.net/2115/66706</a> |
| Type             | departmental bulletin paper                                                       |
| File Information | CATS11_06.pdf                                                                     |



## イメージの呪縛を解くために

### —美瑛における「観光のまなざし」の向こう側—

西川 克之

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院 教授

#### 1. 「丘のまち美瑛」という表象

北海道美瑛町の観光で多くの人が思い浮かべるのは、丘陵地帯に拓かれた美しい田園景観であろう。そうしたゲスト側のイメージはホスト側の意識とも合致するものであり、たとえば美瑛町の広報誌「びえい」の表紙タイトルには「丘のまち」という言葉が添えられ、観光協会が提供するホームページには、目を引くようなロゴで「ようこそ、丘のまちびえいへ」と謳われている<sup>1)</sup>。観光地としての美瑛は、まずもって丘の景観にその特色があるのであり、役場や観光協会もそれを最も訴求力のある資源として外に発信しようとしていることがはっきりと見て取れる。

しかしながらこうした丘の景観は、ある時点以前には社会的に認知されてはいなかった。ジョン・アーリ以来、観光のまなざしの対象となる景観が社会的・文化的に作り出されるものであるということは、観光研究の領域においては常識となっているが、美瑛の場合はその典型であると言って差し支えない。さてでは、こうした今ではおなじみの丘の風景はいつから観光対象になったのだろうか。それはどのようにして「発見」されたのだろうか。そこにはいくつかの要因が関わっているが、決定的な影響を与えたものは1970年代はじめに発表された前田真三による美瑛の農村景観の写真作品であり、また同じころ放映された自動車のテレビコマーシャルである。後者について言えば、美しく日に照らされたロマンチックな美瑛の丘陵風景の中を、日産スカイラインという当時の若者に絶大なる人気を誇った車を若い男女のカップルが走らせていくコマーシャル映像には次のような歌が重ねられていた。

いつだって どこにだって / はてしない空を 風は歌ってゆくさ [...] スプーンとカップをバッグにつめて / 今が通りすぎてゆく前に / 道のむこうへ 出かけよう [...] 愛と風のように / いつだって どこにだって / 知らない町を 風は歌ってゆくさ [...] 見なれた時計を 部屋に残して / 今が通りすぎてゆく前に / 朝がきたら出かけよう [...] <sup>2)</sup>

いますぐに道の向こうにある知らない町に出かけよう、時計や時間に縛られた生活を後

にして、自由気ままな風のように出かけよう、と訴えるこのコマーシャル音楽は、日常を離れ思いのままに出かける旅というメッセージを美瑛の丘の景観に結びつけたと言える。こうして、「美瑛の丘」の発見は、自動車という近代的な技術と移動性を象徴するもののコマーシャルによって引き起こされた側面があり、さらにまたそのコマーシャルの中では、美しい風景映像にロマンチックな歌詞が上書きされ、かくして美瑛の丘は単なる物理的な地勢であることをやめて、観光のまなざしの対象として記号化されていくことになる。

こうして観光資源としての価値を持ち始めた丘陵景観には、ほかにもある定型的な意味が付与される。それは日本的ではない、外国のような、あるいはヨーロッパ的という言葉の回しであり、美瑛町の資料<sup>3)</sup>や前田真三の文章<sup>4)</sup>にも「欧州的な田園風景」「こんな所が日本にもあったのか」「ヨーロッパの田園を思わせる」といった表現が出てくる。つまり、こうした美瑛の丘の景観は「ここではないどこか」という旅行者の希求に合致し、「日本のようではない」「ヨーロッパ的な」として外在化されて、非日常的で特別な意味を有した記号に転化していった。

## 2. 美瑛の農業観光が抱える問題

こうして写真やコマーシャルという媒体を通して、外からの視線によって構築された、美瑛の奇跡的に美しい田園景観の観光は、実は極めて深刻な問題を抱えている。それはすなわち、農地に侵入したり、ゴミを捨てたり、はては畑で用を足したりという、営農活動に直接的な損害を与えかねない一部の観光者の振る舞いである<sup>5)</sup>。それはしばしばニュース報道でも取り上げられるところであったが<sup>6)</sup>、2016年2月にこうした状況はひとつの悲劇的な結果を生み出すにいたった。すなわち、撮影スポットして観光者に人気のあった「哲学の木」が所有者の農家によって伐採されてしまったのである<sup>7)</sup>。以下においては、こうした美瑛における農業観光が抱える問題の背景や要因について観光社会文化論的な立場から分析を加えてみたい。

近代国民国家制度を政治的、経済的、社会的に支える基盤として、地球上にはほとんどくまなく国境が張り巡らされている。一般的にはそれを越えて移動することはパスポートやビザによって厳格に管理されるようになる一方、観光ビザに限っては徐々に緩和され、ツーリストというステイタスであれば厳格なはずの国境管理をすり抜けることができる傾向がますます広がっている。それには社会的、文化的な往来交流を高めインバウンド観光の振興に寄与するというプラスの側面はもちろんあるが、移動の自由という観光者の特権的意識を増長させる一助ともなっているはずだ。同じ国境を越えようとする存在でありながら、観光者と難民の間にある強烈なコントラストは、近代社会のある種の矛盾を露呈しているようにも思える。

そしてまたもうひとつ、まなざす側とまなざされる側の関係に潜んでいる社会的力学といった要素も看過できない。コーエンの古典的分類<sup>8)</sup>にしたがえば、実験的様式

(experimental mode)と実存的様式(existential mode)といった観光のあり方の場合にはあてはまらないケースが多々あるかもしれないが、レクリエーション志向の強い一般的な大衆観光の場合には、見る側と見られる側に主体と客体の不均衡な力学が明確に存在し、そしてそれは近代観光と表裏一体の関係にあるカメラという装置で武装され、たとえば特に、高性能一眼レフカメラや望遠レンズなどの要素が付加された場合には、ますますその主客関係が、主体の側に意識されないまま、固定化・強化されるように思われる。

こうして、美瑛の農業地帯のただなかで、自由に動きまわる権利を無条件に前提する近代的観光者が、いわば「手前勝手なフットパス unilateral footpath」をルートに組み入れる一方で、眼球とカメラのファインダーが同化してしまったかのような観光者が次々と訪れては「集合的パパラッチ collective paparazzi」を形成しているのではないかと言っても、あながち誇張にはならないのではないか。ましてや、巨大な望遠レンズや高倍率のズーム機能を備えたカメラを向けられ、それによって切り取られた映像や画像が SNS などを通して無責任に拡散してしまうことが全くないとは言えないグローバル化した情報環境の中においては、まなざされる客体の不安を過敏であると笑うことは出来ないはずである。

### 3. 美瑛観光の「表領域」と「裏領域」

さてところで、丘のまち美瑛の農業景観は、波状丘陵と呼ばれる独特の地形によって特徴づけられる<sup>9)</sup>。そしてそれこそが、イメージ化された美瑛観光の表の顔と、一般の観光者には眼差されることのない裏の顔という峻別を生み出す物理的要因になっている。この独特の丘陵地形に隠された沢筋においては、農業用水を多く必要とする稲作が営まれると同時に、生活用水の利便性に惹きつけられて多くの農業者が日常の根城を築いているが、それが外部の目にさらされることはほとんどない。確かに水田は美瑛町における耕地面積全体の18%ほどを占めるに過ぎない<sup>10)</sup>が、前景化された丘の斜面で展開される畑の農業景観の背後に農業者の普段の生活があるという事実を見えにくくしてしまう構造をこの地形が作り出していると言えよう。

それではこうした波状丘陵という自然条件と、輪作の必要性という実利的条件の組み合わせによって創りだされた、芸術的と言っていいほどに美しい農業景観と、大衆化した観光との間にはどのように折り合いをつけていくことができるであろうか。その可能性に検討を加える予備的考察として、美瑛における農業観光の矛盾を、マカンネルの「表領域」「裏領域」という枠組み<sup>11)</sup>のもとで考えてみたい。

美瑛観光の中心的アイコンとなっている農村景観の現状が抱える問題は、丘陵地帯に展開するパッチワークの景観のみに、観光者のまなざしが向けられる傾向が強く、観光というコンテクストにおいてはそれが実質的に表領域をなしているが、農業という営為の面から見れば、実はそこは作業や労働の場なのであり、観光のまなざしにさらされてしかるべき表領域でも、あるいは演じられた本物が提示される舞台でもなく、むしろ観光者の侵入か

ら守られるべき裏領域の生活圏に属していると読み解くことができる。こうして、本来的には裏領域としてあるべき畑地が、観光のまなざしに晒される表領域に転用されているというねじれが一方で見出される。他方で、波状丘陵の沢筋に展開する農業者の日常の営みや生活の場は、丘陵の畑地で農作業に従事しているとき以外は、観光者のまなざしからはほとんど遮断されていて、それが観光者の視界や思念にリアリティを伴って入って来ることはない。かくして「日本的な」景観要素としての水田や、住居や納屋などの生活・生産の施設は沢の空間に隠れてしまっており、つまるところそれらは、観光者が侵入を試みたがるかもしれない裏領域としてさえ意識されていないと言えよう。あるいは、そうした生活の匂いのする光景が、美的感覚を喚起する丘の景観に向けられた観光者の視界には入ってこないからこそ、その景観は写真家の作品やテレビコマーシャルで見た通りの、純粹で非現実的な美しさを感じさせるものなのかもしれない。つまり、営農者の沢の生活という、観光者に意識されない秘匿された裏領域として、いわば非在の存在としてある要素が、仮に顕在化して観光者の視界やカメラのファインダーに写り込んでしまえば、それはせっかくの丘の景観を損なう夾雑物として捉えられてしまいかねない。

こうした状況にこそ、マカネルの枠組みからのねじれや逸脱があると考えられる。すなわち、生産の現場に生きる農業者にとっては、景観という表領域と生活という裏領域がふたつに分断されている訳はもちろなく、それらはいずれも、必ずしも農業に有利な条件に恵まれているとは言いがたい丘陵地を開墾し、ひとたび大雨が降れば表土が流されてしまうという経験を幾度か重ね、輪作や緑肥作物の栽培で土づくりに精を出してきたような、過去の営みや歴史や物語が場所に刻み込まれた、あくまでも土地に根ざした生産と生活の場である。こうした美瑛の農業者の土に向き合いながら努力を重ねてきたあり方は、具体的な場所性に条件付けられそれから切り離せないという意味において、空間を移動しながらなされる近代的娯楽活動としての観光との間に対照性が際立ってくる。そもそも農村観光一般においても、本来は裏領域としてあるべき労働の場が表領域に転位されて観光資源として提供されるという矛盾が潜在しているだろうが、波状丘陵という独特の地形に条件付けられた美瑛の観光の場合には、まなざしの対象や表領域と裏領域の関係の面において、より複雑な様相を示していると分析される。

#### 4. 「観光のまなざし」を越えて

さて、こうしたやっかいな観光と農業の間の齟齬をどのように組み直して行けるであろうか。それに対する答えの可能性を、ここでは試論的に二つの方向で考えてみたい。一つ目は、いわばストーリーや言説に基いた表領域と裏領域の再構築である。簡単に言ってしまうとそれは、美瑛の丘が織りなす奇跡のような美しさは農業景観なのであるという、一見するとどんな観光者であっても知っているように思われるけれど、実はきちんと理解されていないかもしれない事実を伝えることを徹底化することだ。雄大な北海道らしい風景

という一般的言説にも影響されて、あたかも目の前に広がる丘陵は、誰に対しても開かれたアクセス可能な逍遙の場であるかのごとく思い込んでいる観光者がいなくなるような仕掛けや仕組みを丁寧に工夫していくことが、まずは求められるであろう。より具体的に言えば、美瑛の丘の景観は農業者の営々とした努力の積み重ねがあっただけで成立したものであるというストーリーを、観光のあらゆる局面において前面に打ち出し、それは単に写真や映像の枠に切り取られて美的感情を満たすためだけの対象なのではなくて、作物の種とともに農業者の知恵と努力が鋤き込まれた畑であるからこそ、そこはますますいつそう日に照らされて輝いて見えるのだということを、また、私たちの生を根幹から支える食料が生産される現場でもあるからこそ、そこにいつそうますます豊穰性に彩られたたたずまいを、私たちは感じ取ることが出来るのだということを、丁寧に説明するメッセージを観光者に伝えようとする不断の努力が重要だろう。

さらにまた、「観光に来られるお客様と農家の方との直接の接点はありません」<sup>12)</sup>というのが現状であるとすれば、それを可能な範囲で改めることも検討に値するはずである。たとえば、美瑛をめぐるツアーに沢を経由するルートをあえて組み込んで、営農者から募った有志が、丘陵地での農業に伴う苦労や喜びを直接語って聴かせる機会を演出し、イメージ化された丘での観光経験と実体的な沢での観光体験を、物理的にも文化的にもダイレクトに架橋してみることも面白いかもしれない。

丘と沢をつなぐというコンテキストで言うならば、その両者をまた違った意味で直接に接触させるインターフェースとなりうるものは、地元農産品を利用した食の提供であろう。それは、表と裏の領域の再構築を可能とする二つ目の方策でもある。今でもすでに地物の野菜や小麦が、多くの飲食店で料理として提供されたり、いくつかの産直的な小売店の店頭を飾ったりしてはいるが、それをもっと質的にも量的にもそしてまた面的にも充実していくことが期待される。少し遊び心のある小さな工夫としては、観光者によく知られた木や丘の畑地で実際に収穫された生産物に、たとえば「ケンとメリーの木と同じ土から穫れたインカのめざめ」「新栄の丘の牧草が育んだびえい和牛」といった情報を添えて販売し、現物として目の前にある料理や産物と丘の個別的な風景を重ねあわせてみるのも面白いかもしれない。そうすることによって、主体と客体の間に距離が生じざるを得ない、そしてまたイメージ化・理念化の方向に傾いてしまいがちな、丘の景観におけるメタフォリカルな視覚的観光経験に、味蕾を通して食物を味わうというメトニミカルな喜びや、生そのものに関わる栄養分の摂取という、身体化される経験要素を上書きすることによって、丘の美しい景観の意味が、単に「雄大な」「北海道らしい」「ヨーロッパ的」といった抽象的な言辞によってではなく、より実体的な感覚を伴って観光者に消化吸收されるのではないだろうか。

こうして、美瑛での観光において丘と沢をつなぎ合わせることができれば、丘の景観はもはや単に観光用の表領域であることをやめて、沢があっただけで丘が成り立つという様相の下に、そこは視覚的景観の美しさと生命を支える質実な営為が共存する、鮮烈なイ

メージを与えはするけれど、それでもやはり観光にとっては裏領域として尊重されなければならない場なのだということが、十全に理解されるはずである。そしてまた、そのような理解を通して観光者は「観光のまなざし」の視界の向こう側に、一時的ながらも美瑛の土地を旅することの実体的な意味を見出すことになるだろう。すなわち計画や予定を策定することを常に求められ、効率性を最優先して時間と空間を編成する近代のプロジェクトが支配する日常から一時的に離脱して、時間が場所に刻まれるようにして流れていき、そこにしかない物語や歴史が紡ぎ出され記憶が生成されていく場に根ざして生きる意味を、見通すことができるかもしれない。ただし、メディアによって構築されたイメージの呪縛を解いたオルターナティブな観光のあり方を実現するためには、美瑛の丘という自由への逃避をいぎなう開放的な空間にありながら、場所に根を下ろすことの意味を理解し他者の生活に共感する観光者という、原理的に矛盾した要素をはらんだ存在が前提となるだろう。そうした観光の実現は極めて大きな困難を伴う事業であるかもしれないが、見る人を陶然とさせるあの美しい田園風景が、地域に暮らす人びとの地道な営為の積み重ねによって出来上がったものであることを思えば、理想的な農村観光の場をたゆまずに創造していこうという意志の水脈は、確かに美瑛の丘に伏流しているはずだと思われる。

## 注

- 1) 美瑛町観光協会「美瑛町観光情報サイト：美瑛時間」, <https://www.biei-hokkaido.jp/>, (参照 2017-1-30)
- 2) 山中弘光「ケンとメリー～愛と風のように」より
- 3) 美瑛町『美しい農村景観を活かしたまちづくり』(2014), <https://town.biei.hokkaido.jp/files/00000800/00000834/shisatsushiryoku2014.pdf>, (参照 2017-1-30)
- 4) 前田真三『前田真三写真美術館 1 丘の夏』(1999, 講談社), 『春の大地—前田真三写真集』(1990, 講談社)
- 5) 美瑛町観光情報サイト「美瑛時間」：美瑛の丘の詳細情報, <http://www.biei-hokkaido.jp/search/sightseeing/000272.html>, (参照 2017-1-30)
- 6) たとえば、2013年8月13日放映のNHK ニュースウォッチ 9「北海道の観光地 マナー違反に怒りの声」。
- 7) 朝日新聞「「哲学の木」切り倒される—マナー悪化, 所有者が決断」(2016年2月26日)
- 8) Eric Cohen, "A Phenomenology of Tourist Experiences" (*Sociology*, 1979, 13: 179-201)
- 9) 美瑛町「美瑛の観光業」<https://www.town.biei.hokkaido.jp/about/agriculture/kankou/>, (参照 2017-1-30)

- 10) 美瑛町「美瑛の農業 2016」,  
<http://town.biei.hokkaido.jp/files/00000100/00000119/2016nougyou.pdf>,  
(参照 2017- 1 -30 )
- 11) Dean MacCannell “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings” (*American Journal of Sociology*, 1973, Vol. 79, No. 3: 589-603)
- 12) 美瑛町観光情報サイト「美瑛時間」：美瑛の丘の詳細情報，<http://www.biei-hokkaido.jp/search/sightseeing/000272.html>, (参照 2017- 1 -30 )