HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光地域マネジメント寄附講座10周年記念 観光創造学へのチャレンジ（CATS叢書 ； 第11号） 全1冊
Author(s)	石森, 秀三; 西山, 徳明; 山村, 高淑
Citation	CATS 叢書, 11
Issue Date	2017-03-07
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/66712
Type	journal
File Information	CATSLibraryVol11.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP



cats 叢書　第11号

観光地域マネジメント寄附講座10周年記念

観光創造学へのチャレンジ

石森秀三・西山徳明・山村高淑 編

北海道大学観光学高等研究センター

CATS 叢書

第 11 号

観光地域マネジメント寄附講座 10 周年記念

『観光創造学へのチャレンジ』

石森秀三，西山徳明，山村高淑　編

北海道大学観光学高等研究センター

2017 年

はじめに

西山 徳明
北海道大学観光学高等研究センター センター長／教授

本書は，2006 年，北海道大学に学内共同施設（研究施設）として設置された「観光学高等研究センター」の 11 周年，そしてその翌年，国際広報メディア・観光学院内に設置された「観光創造専攻」の 10 周年を記念して刊行されるものです。また，この両組織において展開してきた観光創造学の研究と教育は，2007 年からの 10 年間に亘る東日本旅客鉄道株式会社様および北海道旅客鉄道株式会社様からの寄附に基づく「観光地域マネジメント寄附講座研究部門」に大きく支えられました。

ここに記して深く感謝の意を表します。

本書の意図は，この頂いた多大なるご貢献に応えるべく，その成果を示すことを企図し，両組織において観光創造研究に関わった研究者たちが集い，得られた知見のみならず，これからの観光創造を展望する内容を綴った論文，エッセイ集を世に問うことです。関わった研究者とは，具体的には，両組織に現在所属する教員・研究スタッフ（博士研究員，学術研究員，研究員等），かつて所属した教員・研究スタッフ，客員教員，観光創造専攻における博士号取得者（課程博士，論文博士），専攻修了後に他大学教員として活躍する方々です。

寄稿の呼びかけでは，上記の寄附講座が 10 周年を迎えるにあたり，これを機に北大観光学が進めている「未来志向の研究・教育」の成果の一端を叢書にまとめ，両社へ感謝の意を伝えるとともに，卒業生や学内外の関係研究機関へ改めてご報告したい，とする意図を伝え，各執筆者に，この 10 年間の研究の成果や現在のホットな研究課題，そしてこれからの 10 年に向けた観光創造学への提言などについて，社会へアピールする形で自由に著述頂きたい，とお願いしました。

もちろん他にも，それぞれの職場において観光分野の中心的役割を果たすと共に，地域文化の発掘や地域産業の振興による地域活性化に大きく貢献している，これまで輩出した修士課程 137 名（2016 年度修了見込含む）がいますが，今回の執筆陣には加わっていません。こうした多彩な修了生たちにも，今後の出版の機会には，こぞって執筆頂きたいと考えております。

最後に，本書に記された成果と展望が，日本や世界の各地で観光創造に取り組まれている様々な関係者や住民の方々に届き，これからの 10 年を展望するお役に立ちますことを，編者一同，心より祈念しております。

目　次

はじめに　西山 徳明　1

観光の地殻変動と観光創造　石森 秀三　7

創造性とコンテンツ・ツーリズムをめぐる若干の随想　山村 高淑　25

「明日の日本を支える観光ビジョン」とこれからの観光創造　西山 徳明　33

拡張現実の時代における「他者との出会い」に関する一考察　山田 義裕　39

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　47

観光思想論の展望―現象学的観光研究に向けて―　清水 賢一郎　55

日本版 DMO の諸相と展望　石黒 侑介　61

これからの「健康観光まちづくり」としての「クアオルト」　上田 裕文　67

自己実現する熊野参詣者　現代化される文化資源　岡本 亮輔　73

東アジアの国際化・グローバル化と「観光」研究　金 成玟　79

日本におけるロングトレイルの潮流　木村 宏　83

CBT 成功への道―長崎さるく研究より―　小林 英俊　91

「歩く文化」の復興による地域創造―エコツーリズムとフットパスの運動論―　下休場 千秋　99

観光創造学への道　田代 亜紀子　105

旅するムスリム　現代中国における回族のイスラーム実践　奈良 雅史　111

「おもてなし」を史料から考え直す　花岡 拓郎　117

東北地域，北海道における観光創造の新展開―地域に寄り添う観光創造の勧め―　真板 昭夫　125

途上国における災害復旧に対する伝建制度の適用可能性
―フィジー「歴史的港湾都市レブカ」を事例として―　八百板 季穂　135

国際協力における観光分野でのエコミュージアムの可能性
―ヨルダン・ハシミテ王国サルト市を事例として―　村上 佳代　141

兵庫県豊岡市竹野地域「地域プロデューサー事業」での活動　臼井 冬彦　149

世界屈指のパウダースノーによるスポーツツーリズム
～北海道ニセコ地域の事例紹介と鉄道による新たな観光への期待　遠藤 正　157

Tourism for Peace　観光立国と北大観光創造学の使命　小林 天心　163

真の観光立国を目指す～観光産業を地域振興へ活かす為には～　山田 桂一郎　179

美しい景観の保全と観光利用～白川郷，丘のまち美瑛，竹富島から学ぶべきこと～　麻生 美希　185

デスティネーション・マネジメントは必要か～地域課題解決に果たす観光の役割　池ノ上 真一　191

観光地域マーケティング論　内田 純一　199
～観光創造専攻の初期開講科目の７年を振り返る

モンゴロイド医術としてのサウナと風呂　佐藤 誠　205
―グレートジャーニーを支えた蒸気浴ハーバル・メディスン―

観光の知識から知識の観光へ　敷田 麻実　213

神的力Ｘへの予覚　―　見ることの根源条件　高橋 吉文　219

『ふらの考 ―「まちづくり」から「まち育て」へ ― 』解題　筑和 正格　239
～「観光創造専攻」設置前夜のエピソード

観光地域づくりへの顧客志向の実装に関する一考察　宮野 幸岳　245
～ビッグデータ解析による顧客の「越境性」に着眼して

ツーリズムにおける異文化体験と異文化理解力　吉田 順一　253

観光まちづくりの新たな展開～オープン・プラットフォームと観光ガバナンスの必要性　森重 昌之　261

大阪市内の建築物を２日間で一斉公開する～生きた建築ミュージアム事業について　山口 知恵　267

コンテンツとしての鉄道　張 慶在　275

「負の遺産」に求められる観光客の価値視点―中国・唐山震災遺跡群を事例として―　王　金偉　281

観光における食関連資源が持つ潜在力への期待　八反田 元子　291
～北海道新幹線が開通した函館市とその周辺地域を例として～

地域の「マイナスの存在」をプラスにする資源化プロセス　福山 貴史　299
～グローカル思考による地方創生と観光創造への挑戦～

“観光と図書館の融合”をめぐって　松本 秀人　307

観光資源としての北海道の水産業　石川 満壽夫　313

交通インフラから観光を考える－フィジー・ラウ諸島を訪ねて　加藤 寛　319

観光人材に関する一考察～北海道ニセコを一例として　大迫 理沙　327

観光を通じた平和構築の可能性　高松 郷子　333
～パレスチナにおける日本人現地体験ツアー参加者の調査から

観光資源としての動物　平 侑子　345

産業遺産の保全活用のプロセスにおける観光の力学　平井 健文　351
～産業遺産の権力性をどのように乗り越えるか

みどり，景観，そして観光へ「ガーデン・シティ札幌」を例に　中林 光司　357

「建築創造と観光創造」　宮城島 崇人　365

秘宝館研究と北海道　妙木 忍　373

おわりに　山村 高淑　379

著者一覧

資　料
観光創造専攻・観光学高等研究センター　10 年のあゆみ
観光創造専攻　博士論文題目一覧
観光創造専攻　修士論文・特定課題研究合格者題目一覧
観光学高等研究センター研究員 研究題目一覧
観光学高等研究センター研究生 研究題目一覧

観光の地殻変動と観光創造

石森 秀三
北海道博物館 館長／観光学高等研究センター 特別招聘教授

1. 民族文化研究から観光研究へ

私はかつて真面目な民族学（文化人類学）の研究者であった。1975 年に大学共同利用機関であった国立民族学博物館研究部の助手に採用され，オセアニア地域の民族学的研究に従事した。1978 年〜1980 年にかけて 2 度に亘って，ミクロネシア・中央カロリン諸島のサタワル島という絶海の孤島で約 1 年間のフィールドワークを行った。この島は電気も水道もなく，近代文明の恩恵をほとんど受けていない島で，主食はタロイモ，副食は主として魚であり，女性は腰布一枚でトップレス，男性はフンドシ一本で暮らしていた。私も「郷に入っては郷に従え」を実践して，フンドシ一本で島人と暮らしを共にした。私の調査テーマは伝統的コスモロジー（宇宙観）の諸相を探ることであり，高齢男性から島の伝統文化の諸相を教えてもらい，帰国後に調査成果を一冊の本『危機のコスモロジー：ミクロネシアの神々と人間』にまとめた（石森 1985）。その本の出版によって，運良く「大平正芳記念賞」を受賞することができた。

しかしサタワル島でのフィールドワークの際に民族学に対する一つの懐疑が生じた。私が島で暮らしていた時に何人かの幼児が激しいひきつけを起こして高熱を出し，そのまま死に至ることがあった。絶海の孤島には約 500 人が暮らしていたが，もちろん診療所はないし，医者も居ないので，為す術がなかった。しかし私は文明人とみなされていたので，幼児が危篤状態になるたびに，「石森，なんとか助けてくれ！」と両親にせまられた。しかし医学の素養のない私はなにもしてあげられなかった。そのとき，私は日本に居る自分の幼い子どものことを想い，胸が締め付けられた。

青臭いことではあるが，そのときに私は「民族学者とはいったい何者か？」とつくづく考えさせられた。死にゆく幼い子どもの命すら救えないような学問にいったいどのような価値があるのかと深刻に悩んだ。日本を遠く離れ，家族とも離れ離れという極限状態の中での苦悩ではあったが，一方で民族学はある社会の知的財産を収奪するだけで，その地に暮らす人々にほとんど何のお返しもできない学問ではないか，という懐疑も生じた。

絶海の孤島で民族学に対する懐疑が生じたために，調査の成果を取りまとめながら，一方で民族学を通してオセアニアの人々に少しでも貢献できる調査研究は有り得ないのかと思い悩み続けた。それは 1980 年代の初頭のことであった。その頃，日本はハーバード大学の社会学者・日本学者であるエズラ・ヴォーゲル教授によって「ジャパン・アズ・ナンバ

ーワン」と誉め称えられ，世界に冠たる経済大国への道をひた走っていた（Vogel 1979）。その結果，数多くの日本人が外国旅行に出掛けるようになった。オセアニア地域についても，ハワイやグアム，サイパン，パラオなどに沢山の日本人観光客が訪れるようになった。

人口規模の小さな島々に数多くの観光客が訪れることによって，当然のことながらホテルがつくられ，空港や道路が整備されるので自然環境に悪影響がでたり，売買春や犯罪が増えたりした。そのために私も当初はミクロネシアの島嶼観光に伴う各種の観光インパクトの調査研究を行ったりした（石森 1994, 2006）。観光はしばしば地域社会に「負（negative）のインパクト」を与えがちなので，観光現象の調査研究によって，できるだけ「負のインパクト」を生じさせない方策を講じることで地域社会に貢献することを考えた（石森 1993, 2001a, 2001b, 2011a, 2011b）。

1980 年代半ば以降に国立民族学博物館で観光に関する共同研究を繰り返し行い，様々な学問分野の研究者に参画してもらうことによって，大きな成果を挙げることができた（石森編 1991，石森編 1996, 石森・真板編 2001，石森・西山編 2001）。とくに私は 19 世紀半ばから 21 世紀初頭にかけて，観光をめぐるグローバルな変化に着目して「観光革命」というコンセプトを提起した（石森 1996a, 1996b, 1998）。その根拠は文明史的考察にもとづいており，観光に関わる装置群や制度群が構造的に変化するときにグローバルな地殻変動が生じることをつきとめ，そういう構造的な変化のことを「観光革命」と名付けた。第 1 次観光革命は 1860 年代に欧州のエリート階級が引き起こし，第 2 次観光革命は 1910 年代に米国の中産階級が起こし，第 3 次観光革命は 1960 年代に北の先進諸国を中心にして生じたことを明らかにした。観光をめぐる革命的変化は半世紀ごとに生じていることから，第 4 次観光革命は 2010 年代にアジア諸国を中心に生じると予測し，そのことを「観光ビッグバン」と名付けた（石森 1997）。幸い，私の予測した通りに「観光ビッグバン」が生じており，アジア諸国を中心にした観光大爆発はいわば「文明史的必然」として生じている。

2. 観光に対する偏見・軽視

民族文化研究から観光研究へシフトして最初に受けたショックは，観光研究が不当に軽視され蔑視されていることだった。1980 年代に私が観光研究にシフトした際に，国立民族学博物館の一人の年長の同僚は「なぜ観光のような下らないことを研究するのか？ 他にもっと大切な研究テーマがあるだろう。そのような下らない研究をするのは二流，三流の研究者だ！」と批判され，それを聞いた別の同僚は「いや四流，五流の研究者だろう！」と揶揄した。

1980 年代〜90 年代にかけての日本では，観光研究だけではなく，観光に関わる様々な物事全体が軽んじられていた。要するに，日本では長らく「観光」は重要な国家的課題とみなされずに軽んじられてきた。そのため，日本の政界・財界・官界・学界・マスコミ界などの各界は「観光」を軽視し続けた。「観光」軽視の具体的事例を一つあげておこう。そ

れは学界の事例である。2004 年に国立大学が法人化されたが，それ以前には全国に 100 近くの国立大学が存在したが，残念ながら，それらのいずれの国立大学にも観光学の大学院，学部，学科，研究機関が全く設置されていなかった。もちろん，国立大学の教官の中には，自分の研究テーマとして「観光」を調査研究し，教育する人も存在したが，それはあくまでも個々の教官レベルの話であり，国立大学として制度的に観光学科を設けたり，観光学研究センターを設置したりすることは皆無であった。

日本は明治時代以降，各地に国立大学を設置し，国家主導で高等教育を推進し，優秀な人材を育てて，近代国家づくりに邁進したことは事実である。とくに 1960 年代以降に工業立国と貿易立国を両輪にして，高度経済成長政策を推進した際には，各地の国立大学に工学部を設置し，つぎつぎに新しい分野の講座を創設して，革新的な研究を行ない，優秀な人材を教育して世の中に送り出し，世界に冠たる経済大国の実現に貢献した。そういう意味では，「観光」分野は民間主導に委ねられ，教育面でも私立大学や短期大学，専門学校に任されてきた（石森 1992)。

3. 観光立国の時代

21 世紀に入って，「変人」首相と揶揄された小泉純一郎首相の登場によって，観光をめぐる大きな地殻変動が生じた。小泉首相は，2002 年の国会での施政方針演説で「2010 年までに訪日外国人旅行者数（インバウンド）を 1000 万人に増やす」ことを国家目標として掲げた。2002 年のインバウンドは 524 万人だったので，いわば「インバウンド倍増計画」といえるものだった。

小泉内閣による「観光立国」の提唱は，各界に大きな波紋を生じさせた。当時の日本人の意識を知る上で，2003 年に内閣府が実施した「外国人旅行者に関する世論調査」は興味深い。それによると，まず「外国人旅行者が増えてほしくない」と答えた比率が回答者の 32%，「外国人に対する査証免除や査証発給の簡素化は不要」と答えた人は 53%にも及んでいる。当時の世論としては，むしろ観光立国に否定的な意識の方が強かったといえる。

そういう世論の中で，小泉首相は自らが主宰して 2003 年 1 月に「観光立国懇談会」をスタートさせた。首相官邸の意向によって，私も懇談会のメンバーに加えられたので，何度も官邸を訪れて，観光立国政策の方向性について議論を行った。首相官邸での会議には小泉首相のほかに，当時の福田康夫官房長官や安倍晋三官房副長官なども同席していた。この懇談会での議論を踏まえて，最終的に「住んでよし，訪れてよしの国づくり」というスローガンの下で，懇談会報告書がまとめられ，2003 年 4 月に提出された。私は報告書の起草委員を命じられたので，とくに「観光立国の理念」について起草を行った。その後，2006 年に議員立法によって「観光立国推進基本法」が制定され，2007 年に観光立国推進基本計画が閣議決定され，2008 年 10 月に国土交通省の外局として「観光庁」が新設された。

小泉内閣の観光立国政策に真っ先に反応した国立大学法人は，琉球大学と山口大学であ

った。早くも 2005 年に琉球大学は法文学部に観光科学科（2008 年に観光産業科学部），山口大学は経済学部に観光政策学科を新設した。次いで北海道大学は 2006 年に観光学高等研究センターを創設し，2007 年に大学院「観光創造専攻」を新設した（石森編 2008）。また和歌山大学は 2007 年に経済学部の中に観光学科を新設し，2008 年に観光学部として独立させている。併せて私立大学でも各地で観光系学部や観光系学科が次々と創設された。

2007 年に北海道大学に観光学の大学院が新設された際に，東日本旅客鉄道株式会社と北海道旅客鉄道株式会社は北大観光学高等研究センターに対して年間 3000 万円もの巨額の寄附講座をご提供下さり，2007 年度から 2016 年度までの 10 年間にわたって継続していただいた。この寄附講座によって多数の特任教員を雇用することが可能になり，教育研究の充実を図ることができ，多大なる貢献をしていただいた。

4. 観光ビッグバンへの対応

私が 20 年以上前に予測した通りに「2010 年代のアジア諸国で観光ビッグバン」が生じている。そういう観光をめぐるグローバルな地殻変動が生じる中で，2016 年 3 月末に安倍晋三首相は，政府の観光ビジョン構想会議が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン：世界が訪れたくなる日本へ」を自ら率先して公表した。構想会議は，議長が安倍首相，副議長が菅義偉官房長官と石井啓一国交大臣，そのほか主要閣僚 8 人と民間有識者 7 人で構成されている。

新しい観光ビジョンは，観光先進国に至るための「3 つの視点」と「10 の改革」から成り立っている。「3 つの視点」とは，①観光資源の魅力を極め，地方創生の礎に，②観光産業を革新し，国際競争力を高め，我が国の基幹産業に，③すべての旅行者が，ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に。

次いで「10 の改革」とは，①魅力ある公的施設をひろく国民そして世界に開放，②文化財を保存優先から観光客目線での理解促進そして活用へ，③国立公園を世界水準のナショナルパークへ，④おもな観光地で景観計画をつくり，美しい街並みへ，⑤古い規制を見直し，生産性を大切にする観光産業へ，⑥あたらしい市場を開拓し，長期滞在と消費拡大を同時に実現，⑦疲弊した温泉街や地方都市を未来発想の経営で再生・活性化，⑧ソフトインフラを飛躍的に改善し，世界一快適な滞在を実現，⑨地方創生回廊を完備し，全国どこへでも快適な旅行を実現，⑩「働きかた」と「休みかた」を改革し，躍動感あふれる社会を実現。

安倍政権の観光ビジョンは「新たな目標への挑戦！」というスローガンの下で，2030 年に向けての数値目標を示している。5 つの新たな数値目標は，①訪日外国人旅行者数（2016 年に 2403 万人）を 2020 年に 4000 万人，2030 年に 6000 万人，②訪日外国人旅行消費額を 2020 年 8 兆円，2030 年 15 兆円，③地方部での外国人延べ宿泊者数を 2020 年 7000 万人泊，3030 年 1 億 3000 万人泊，④外国人リピーター数を 2020 年 2400 万人，2030 年

3600 万人，⑤日本人国内旅行消費額を 2020 年 21 兆円，2030 年 22 兆円。

残念ながら，安倍政権の観光ビジョン策定に当たって，日本の観光学界は全く関与していない。政府の観光ビジョン構想会議の民間有識者 7 人の中に観光学者は 1 人も入っていないし，その構想会議のワーキンググループ会合にも観光学者は全く呼ばれていない。国の観光ビジョン策定に当たって，観光学者が誰一人かかわっていない，という事実は残念至極である。とはいえ，この構想会議の主要閣僚 8 人の中に文部科学大臣が入っていないことこそが問題であろう。

観光学者に代わって観光ビジョン策定で最も重要な役割を果たしたのは，英国人の D・アトキンソン氏（小西美術工藝社社長）だった。アトキンソン氏は長らくゴールドマン・サックス社で金融アナリストを務めた後に現職。アトキンソン氏は「観光大国の四条件は自然，気候，文化，食。世界で四条件を満たす国は 10 ヵ国もないが，日本はその一つ」とみなし，「日本の潜在能力を考えると，2030 年に訪日外国人旅行者が 8200 万人になっても不思議ではない」と主張して，「2030 年にインバウンド 6000 万人」という政府目標の設定を強く後押しした。

5. もうひとつの観光立国

政府の観光ビジョンは，大胆な数値目標をはじめ，問題点だらけだが，紙幅の都合で一点だけの指摘に止めておきたい。観光ビジョンの 5 つの数値目標のうち，4 つまでが訪日外国人旅行者に関わることに象徴されるように，インバウンドに力点を置いた観光ビジョンといえる。アジアで現在生じている「観光ビッグバン」を視野に入れると当然の措置ではあるが，一方で政府が推進している「地方創生」政策に象徴されるように，日本全体が人口減少時代を迎えて，インバウンドの急激な増加に十二分に対応できない状況が現出している点を看過できない。

日本は「観光資源・魅力の宝島」であり，アジアの中でも抜群の優位性を有している。しかしそれらの観光資源・魅力の源になる日本各地の地域資源（自然資源，文化資源，人的資源など）は少子高齢化による地方衰退の影響で適正に維持され，効果的に活用されることが容易ではなくなっている。

観光ビジョンの 10 の改革の中に「文化財を保存優先から観光客目線での理解促進，そして活用へ」が盛り込まれているが，日本ではヘリテージ・マネジャーの養成が十全に行われていないために，文化財の適正な保存と効果的な活用を図ることは困難だ。同様に 10 の改革の中に「新しい市場を開拓し，長期滞在と消費拡大を同時に実現」や「疲弊した温泉街や地方都市を，未来発想の経営で再生・活性化」があるが，実際に日本各地でこのような改革を行う場合に既存の観光協会や商工会では革新的な対応を図ることが困難であり，しかも DMO（観光地経営法人：Destination Management Organization）を的確に運営できるノウハウを有する人財がほとんど養成されていない，というのが偽らざる現実である。

観光を活用して地方衰退に歯止めをかけるためには，従来の観光産業（旅行業・宿泊業・運輸業等）による「他律的観光」の振興だけでなく，地域の民産官学の協働による地域資源の持続可能な活用にもとづく地域主導の「自律的観光」の振興が不可欠になる。そのためには各地の若い世代が観光を基盤にして自らの尊い人生を成り立たせることが可能になる環境づくりが不可欠になる。当然,「観光創造士」のような資格制度が創設されるべきだ。

そういう意味で，このたび政府は観光学者を無視して「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定したので，それに対して日本の観光学界は一致団結して，もうひとつの観光立国ビジョンとして「暮らしと命の輝く国づくり，地域づくり，人づくり」のような着実な構想を積極的に提案すべきである（石森 2011b，小林 2008，真板 2016，佐藤 2002）。

6. 観光創造の様々な可能性

私は 2013 年 3 月末に北海道大学を退職し，2013 年 4 月から北海道開拓記念館長，2015 年 4 月からは北海道博物館長に就任して，博物館の仕事を行っているために，観光関係の研究・教育に専念できない日々を過ごしている。しかし日頃から観光創造に関わる物事について思考をめぐらしているので，以下に観光創造を考える際にヒントになり得るアイディアを書き記しておきたい。

（1）パラダイムシフト

米国の科学史学者トーマス・クーン（Thomas Kuhn）は，1962 年に The Structure of Scientific Revolution （科学革命の構造）を刊行し，「科学革命」や「パラダイムシフト」という新しい概念を提起した。科学者は一定の発想，前提，枠組み，ルールに従って研究を進め，その枠内で課題究明，問題解決を図る傾向があるが，ときとして，従来の思考の枠組みやルールを大幅に変更すべき事態が生じることがある。クーンはそのような事態を「科学革命」と称すると共に，しばしば「パラダイムシフト」と言い換えた。その後，クーンの「パラダイムシフト」という概念は科学領域を超えて社会・経済領域にまで適用され,「ある時代や分野において当然のことと考えられている認識や価値観が劇的・革命的に変化する」ことを意味するようになった。

私は 1994 年に「観光革命」という新しい概念を提起すると共に，2010 年代のアジアにおける第 4 次観光革命の発生を予測し，それを「観光ビッグバン」と称した（石森 1996a, 1996b，1997，1998，石森編 1996）。クーンの科学革命と同様に，観光革命もまた「パラダイムシフト」と言い換えることが可能である。とくに観光は様々な要素から成り立つ複雑系の現象なので，観光革命は様々なパラダイムシフトを前提にしている。

例えば，2010 年代の第 4 次観光革命は ICT（情報通信技術）の飛躍的発展を前提にしているが, 1995 年の Windows95 の登場によるインターネット革命が ICT 分野のパラダイムシフトを引き起こした。同様に第 4 次観光革命は LCC（格安航空会社）の飛躍的発展を前

提にしているが，1995 年に米国が提唱した「オープンスカイ協定」によって航空自由化に対するパラダイムシフトが生じ，LCC 発展のきっかけになった。

日本では近年，訪日外国人旅行者の激増によって，各地でホテルの満杯状態による予約の困難さと部屋代の高騰が問題になっている。そういう状況の中で自宅やマンションの空き部屋に旅行者を有料で泊める「民泊」が大きな話題になっている。日本では旅館業法によって，有料宿泊に伴う安全，衛生管理，徴税などが厳しく規制されている。一方，世界的には 2008 年に創業された Airbnb に象徴される「民泊ビジネス」に対するパラダイムシフトが生じている。観光立国実現のためにはパラダイムシフトの受け入れが不可欠になる。

(2) ブラック・スワン

日本ではかつて「ブラック・スワン（黒い白鳥)」が話題になったことがある。先ずナシーム・ニコラス・タレブ（Nassim Nicholas Taleb）氏が著わした世界的ベストセラー The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable が 2007 年に出版され，その後に翻訳本が 2009 年に出版されてから日本でも注目されるようになった（Taleb 2007)。タレブ氏は金融トレーダーとしてウォール街で活躍していたが，金融の専門家が劇的な大暴落をだれも予測できなかったことに衝撃を受けて，この本を著わしたとのことであった。

同様に，2010 年にロードショー公開されたナタリー・ポートマン主演の映画「ブラック・スワン」が多くの観客を惹き付けた際にも話題になった。純真なホワイト・スワンと官能的なブラック・スワンを演じ分けることになったバレリーナが徐々に精神のバランスを崩していくというサイコスリラー映画で，ポートマンは 2010 年のアカデミー賞で主演女優賞を受賞している。

2011 年に発生した東日本大震災の際に巨大な津波が「想定外」とみなされたためにブラック・スワンが話題になった。西洋では長らく「スワン（白鳥)」といえば，白い鳥というのが常識であった。英語にはかつて「無駄な努力」を意味する諺として「黒い白鳥を探すようなものだ」という語句があったといわれている。ところが 1697 年にオーストラリア大陸でブラック・スワン（黒い白鳥：コクチョウ）が発見されてから常識が覆った。タレブ氏はいかに人知を尽くしても，予測を超える出来事（ブラック・スワン）を避けることができずに，しかも稀にしか起こらない不測の出来事が世界を決定的に変えると述べている。

日本では長らく「観光」というと，旅行業と宿泊業と運輸業が専門的に関わる領域とみなされてきた。そのため欧米では週末に当たり前に行われる別荘に出向くセカンドホーム・ツーリズムは日本では観光とはみなされない。要するに「旅行業と宿泊業と運輸業が専門的に関わらないツーリズムは観光ではない」というわけだ。

日本でもすでに観光産業の御三家（旅行業と宿泊業と運輸業）が専門的に連携して商品化する旅行が全体の 3 割を切るようになっているにもかかわらず，いまだに「観光」というと，これらの「御三家」を抜きに成立しえないかのような錯覚がまかり通っている。日本の観光業界は「因習姑息な世界」に留まり続けており，驚くほど非現実的だ。日本でも

すでに多様な観光のあり方が現実化しており，御三家はもっと厳しく現実を見つめ直して革新を心掛けるべきである。民産官学の協働に参画し，地域社会との間でウィン・ウィン（共存共栄）の関係を築くことが御三家の生命線になるだろう。そのためには御三家も謙虚に新しい観光を創造するという気概を持つべきであろう。

（3）ICT 敗戦国と観光敗戦国

21 世紀に入って日本人科学者によるノーベル賞受賞が相次いでいる。2001 年以降に自然科学系ノーベル賞を受賞した日本人は 16 人になり，国別では米国に次ぐ 2 位というハイペースだ。科学技術立国を標榜して経済に勢いのあった 80〜90 年代に投資した研究が花開いたことでノーベル賞受賞が増加したといわれている。バブル経済破綻後に国の科学技術予算が大幅に削減されており，今後もハイペースを維持できるかどうか楽観視できない。

2014 年に米国マサチューセッツ工科大学（MIT）メディアラボの石井裕教授が日本で行った講演は示唆に富むものであった。石井教授は 20 年前に MIT のメディアラボ准教授に招かれ，既存のコンピューターの概念とは異なる「タンジブル・ビッツ（触れられる情報）」を考案して世界のコンピューター研究者に衝撃を与えた。その後 MIT のメディアラボ副所長・教授を務め，世界最高峰の研究機関で最先端の学際的研究を推進している。

石井教授の講演で覚醒させられたのは，次の点であった。石井教授は「米国企業（グーグル，アップル，アマゾンなど）が ICT（情報通信技術）分野の制空権を握っている。日本は技術立国と言っているが，ICT 敗戦国です。ビジョンがないから米国企業の後追いすらできない」と述べ，「哲学と美学と工学が融合して，一つのビジョンが生み出されていく。最も大切なのは哲学。どんな世界を創りたいのか，なぜそれが必要なのか，とことん突き詰めていく。日本の学生はそこが弱い。人間として深みがなく，きちんと議論できない」と指摘している。

石井教授の講演を聞きながら，インバウンドの数にばかりこだわる日本の「観光立国」の軽薄さのことが思い浮かんだ。確たる哲学に裏付けられた「観光立国のビジョン」を欠くかたちで，いくら観光客の数が増えても，やがて日本は「観光敗戦国」に成り下がるのではないか，という危惧を強く感じさせられた。インバウンドが順調な今こそ，改めて「観光立国のビジョン」をより明確に打ち立てていかねばならない。

（4）積極的平和と積極的観光

「平和学の父」と呼ばれるノルウェーのヨハン・ガルトゥング（Johan Galtung）博士は 1930 年生まれで，1959 年にオスロ国際平和研究所を創設し，平和学を確立した研究者である。ガルトゥング博士は 1969 年に発表した論文で，戦争のない状態を「消極的平和（negative peace）」とみなし，貧困や差別などの構造的暴力のない状態を「積極的平和（positive peace）」と定義した。その後，博士は世界各地で生じた紛争の調停に関わり続け，「積極的平和」の実現に尽力してきた。

ガルトゥング博士は安倍晋三首相が提唱している「積極的平和主義（proactive contribution to peace)」という概念は博士の「積極的平和（positive peace)」概念を誤用していると主張している。安倍首相は安保関連法案の成立によって米国などとの軍事同盟の拡大を図り，軍事力行使による平和構築に積極的に貢献することを目指しており，そのような考え方を「積極的平和主義」と称している。ガルトゥング博士は安倍首相の「積極的平和主義」という概念が世界の平和学の常識を無視した妄論であると共に，平和憲法を軽視し，新たな戦争の種をまく危険思想である，として批判している。

私は以前からガルトゥング博士の平和研究および実践を高く評価しており，観光分野に応用したいと考えてきた。例えば，ガルトゥング博士の「消極的平和」と「積極的平和」という概念は観光分野に当てはめることが可能である。プロプア・ツーリズム（Pro-Poor Tourism：貧困者に裨益する観光）に当てはめると，「消極的観光」はただ単に貧困地域を観光する在り方であるのに対して，「積極的観光」は観光を通して貧困撲滅に貢献する在り方ということができる。

インバウンド隆盛化によって観光立国が活発化しているが，日本観光は様々な課題を抱えており，もっと積極的に観光の成果を各地域の活性化に結びつけていく政策・施策が必要不可欠である。いわば「消極的観光」から「積極的観光」への転換が必要である。ただ単に観光客が増える「消極的観光」にとどまらずに，観光客の増加によって各地域が活性化することになり，地域の若い世代が観光分野の仕事に生涯をかけることが可能になって，地域の未来が輝くような「積極的観光」の実践が求められている。そういう意味で観光創造学は「積極的観光」の創出を可能にしなければならない。

(5) ニューノーマル・ツーリズムのすすめ

2008 年 9 月 15 日に米国の投資銀行・証券会社リーマン・ブラザーズが経営破綻し，いわゆる「リーマンショック」が発生し，その後に極めて深刻な金融危機が全世界を襲った。米国型の金融資本主義によってグローバルなマネーが全世界を無軌道に暴走し，グローバル経済に深刻な打撃を与えた。リーマンショックによって米国型マネー資本主義の害悪が暴かれ，各国でマネー資本主義反対デモが繰り返された。

米国ではリーマンショック以後に，それまでのマネーが「パワーの源泉」「生活の根幹」という生き方に反旗を翻して，マネーに換算できない価値を大切にする生き方を志向する人々が登場した。米国ではそのような生き方のことが「New Normal」と名付けられ，マネーによらない新しいライフスタイルの登場が話題になった。要約すると，もはやリーマンショック以前に戻れないことを前提に，過去の豊かさや便利さから決別し，必要以上の贅沢や無駄を省いて，それぞれ分相応の生き方を心掛けるライフスタイルの大切さが推奨されるようになった。

日本でもリーマンショックは大きなインパクトを与えたが，それ以上に 2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災が日本人の生き方に大きな影響を与えている。日本でも近年「ニ

ューノーマル消費」というキーワードで，日本人の消費行動の構造的変化が問題にされている。要約すると，リーマンショック以後の米国と同様に日本でも震災前の状態には戻れないことを前提に，所得の範囲内で堅実に生き，商品を賢く選択して限られた贅沢を楽しむ，そして家族や地域の人々との絆や分かち合いを重んじ，家族や地域の人々と共に消費し，幸福感を求める，ということになる。

私は約 20 年前に 2010 年代のアジアにおける観光ビッグバンの発生を予測したが，同時に 21 世紀の日本では「自律的観光」が隆盛化するという予測を行った（石森 1992)。今後，観光分野でもニューノーマル消費がより顕著になっていくはずであり，家族旅行，地域とのつながりを大切にする旅行，ライフスタイルにこだわる旅行，社会貢献を意図する旅行などニューノーマル・ツーリズムが隆盛化することが予測できる。旅行者にとっての「ニューノーマル・ツーリズム」はおのずと地域における「自律的観光」の振興につながり，日本観光は新しいステージに入ることになる。そういう意味で，自律的観光は地方創生の成否の鍵を握っており，観光創造学による地方創生への貢献が期待されている。

（6）人を大切にする観光

私は現在 71 歳であるが，高齢者になってから「人間の幸せ」について思いめぐらすことが多くなった。日本の観光業界はいまインバウンド急増で盛り上がっている。真に慶ばしいことであり，日本の観光立国の進展を寿がねばならない。されど，ついついインバウンドの増加が本当に訪日観光客にとっても，迎え入れる地域の人々にとっても，ゲストとホスト双方にとって「幸せ」をうみだしているのだろうか，と自問自答せざるを得ない。

2014 年 9 月に「人を大切にする経営学会」が立ち上げられた。日本には数多くの学会が存在するが，この学会はなかなかユニークな経営学会である。初代の学会長は法政大学大学院教授の坂本光司氏。坂本教授は 2008 年に『日本でいちばん大切にしたい会社』と題する本を出版し，一躍注目を浴びた中小企業経営論の専門家である（坂本 2008)。

坂本教授は，企業経営とは「社員とその家族」「社外社員とその家族」「現在顧客と未来顧客」「地域社会・地域住民」「株主・出資者」の五者を幸せにすること，と論じている。日本ではかつて松下幸之助氏が「お客様は神様」と説いてから企業経営の要諦は顧客第一主義になった。ところがグローバル化の進展と新自由主義の影響で「株主第一主義」になり，業績重視・シェア重視・技術重視の経営がまかり通っている。それに対して，坂本教授は中小企業調査をとおして，全国各地には好不況を問わずに高い業績を持続している企業が数多く存在し，それらの会社では社員満足度が高いだけでなく，会社に関係する人々の「幸せ」を最重視した企業経営が実践されていることを明らかにした。そういう成果を踏まえて，「人を大切にする経営学会」が創設されたわけである。

観光分野においても，まさに「人を大切にする観光学会」が必要だ。観光は本来「幸せ」をうみだす営みであり，ゲストもホストも関係者すべてを幸せにするものであるはずだ。観光客の量にこだわり過ぎて「みんなを不幸せにする観光」をうみだしてはならない。そ

ういう意味で，宇沢弘文氏の経済学から学ぶべきことが多くある（宇沢 2003, 2013）。

（7）プロサファラー・ツーリズム

貧困問題に悩むアフリカなどの発展途上国ではすでにプロプアー・ツーリズム（Pro-Poor Tourism：貧困者に裨益する観光）が盛んになっている。従来型の観光開発はしばしば貧困者を観光の局面から疎外しがちであり，観光は貧困克服に貢献していないという批判がなされてきた。そういう状況のなかでアフリカ諸国を中心にして，貧困者に益するような観光開発のあり方が模索されている。

私はプロプアー・ツーリズムとの類比で，プロサファラー・ツーリズム（Pro-Sufferer Tourism：被災者に裨益する観光）の重要性を提唱している。2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災は，巨大地震，未曽有の大津波，福島原発事故と放射能汚染などによって甚大なる被害と数多くの悲劇をもたらした。被災地域における震災復興はさまざまなかたちで行われたが，当然のことながら，観光による地域再生の推進も不可欠である。

1995 年 1 月 17 日に発生した阪神・淡路大震災の際には数多くのボランティアが震災復興のために被災地域でさまざまな活動を展開した。そのために 1995 年は日本にとっての「ボランティア元年」と称された。それに対して，東日本大震災の際には被災地域においてボランティア・ツーリズムが盛んに行われたことによって，2011 年は日本における「ボランティア・ツーリズム元年」と言われた。その一方でボランティア・ツーリズムの功罪についての議論もなされている。要するにボランティア・ツーリズムは本当に被災地域の人々に裨益しているのかという議論が生じている。ただ単にボランティア・ツアーを企画する団体が利益を得ているだけで，被災者に恩恵がとどいていないのではないかという議論がなされている。そういう意味で，東日本大震災をきっかけにして東北各地で被災者が益することのできる「より望ましいプロサファラー・ツーリズム」を実現する必要がある。観光創造学は「プロサファラー・ツーリズム」という視点で自然災害などの被災を受けた人々に貢献し得る観光のあり方を調査研究して実践していくことが期待されている。

（8）プロボノによる地域観光振興

日本でもようやく「プロボノ」と名付けられたボランティア活動が認知されるようになってきた。プロボノとはラテン語 Pro Bono Publico（プロ・ボノ・パブリコ）の略で「公共の善のために」を意味している。米国では 1960 年代から弁護士が貧困層のために無料法律相談ボランティアを行うことが盛んになり，そのような社会貢献活動が「プロボノ」と称された。

米英では弁護士による「プロボノ」が盛んだが，日本では近年各種企業がプロボノ・プログラムを展開している。例えば，日本 IBM は 2008 年から新興国に社員を派遣して，現地 NPO や中小企業の経営改善を無償支援し，2011 年からは日本国内でもプロボノ活動に社員を派遣している。そのほかパナソニックや NEC や三井住友銀行などでもプロボノ活動

を行っている。

さらに日本ではより幅広い分野の専門家が集まって，起業や地域おこしを目指す人たちに対して自らの技術や知識で支援を行う社会貢献活動を「プロボノ」と称して手掛け始めている。北海道では 2014 年 6 月に「プロボノ北海道」と名付けられた任意団体が設立され，起業や地域おこしなどの支援のために，さまざまな分野の専門家がメンバーになり，職業で得た専門のノウハウやスキルをボランティア活動で活かすことが本格化しつつある。団体設立イベントでは，「無農薬ブドウによるワインづくり」「シマフクロウの保護活動」「結婚支援イベント開催による地域活性化」などについて，地域住民とプロボノ・ワーカーの間で議論が行われ，専門的ノウハウやスキルの提供が行われている。

日本の各地方が観光を通じて活性化していくためには，各地で地域資源を持続可能なかたちで活用しながら自律的観光の振興を図る必要がある。そのためには観光専門家が有するノウハウやスキルが必要になるので，観光分野の「プロボノ」への期待が高まっている。観光立国の実現には，従来の観光産業の御三家（旅行業，宿泊業，運輸業）が培ってきたノウハウやスキルを「プロボノ」によって，各地方で新しい観光を創造し起業しようとする人たちに対して提供することが求められる。そのようなプロボノによって，日本観光のポテンシャルを高めるとともに，観光需要のパイを大きくすることで共存共栄が図られ，観光による地域活性化が実現されるはずである。このような面でも，観光創造学が貢献できる余地はまだたぶんに存在する。

（9）自伐型林業と自律的観光

安倍政権は「地方創生」を政府の重要政策課題と位置づけて，多岐にわたる分野で事業推進を図っているが，私はとくに「自伐型林業」の動きに注目している。

日本は国土の 69％が森林であり，世界に冠たる「森林大国」である。しかし木材自給率は 28％に過ぎず，豊富な森林資源が活用されていない。1960 年代以降の高度経済成長によって山村の過疎化が進むと共に，安い外材の輸入によって日本の林業は大打撃を受けた。その結果，1960 年には 44 万人居たとされる林業労働者は，2005 年には約 5 万人に激減したといわれている。

現在の日本では「施業委託型林業」が一般的であり，山林所有者や所有団体は林業を自ら行うことをやめ，森林組合や林業企業に施業を委託するという「他者任せの林業」が当たり前になっている。施業委託型林業では，生産性向上が重視され，高性能林業機械化が進められた。その結果，例えば 4 名の林業労働者を雇用するために 5 千万円〜1 億円の機械投資が行われ，年間に 1 千万円の修理費を支払い，1 日に 2 百〜3 百リットルの燃料を消費する。施業委託型林業は「高投資・高コスト」が前提なので，一定の森林の皆伐が実施され，環境破壊が誘発されている。しかも再造林費用を捻出し難いために森林荒廃化が進み，土砂災害の原因になることが指摘されている。

従来の施業委託型林業に代わって，「自伐型林業」が注目されている。自伐型林業は山林

所有者や地域が自らの責任で森林の経営や管理，施業を行う方式である。自伐型林業では限られた山林を活用して持続的に収入を得ることが前提になる。そのために良木・良質材を育てて材木単価の向上を工夫し，森林の多目的利活用を図ることによって長期的な森林経営を行い，再造林のコストと労働を捻出する。さらに日本各地で木質バイオマス発電が行われ始めており，自伐型林業と木質バイオマス発電との連動を図ることによって持続可能な地域経営の可能性がより高まる。2014 年 11 月には「自伐型林業普及推進議員連盟」が設立され，林業改革の動きが加速しつつある。

私は 20 年以上前から「自律的観光」の重要性を指摘し続けている。そういう意味で，地域観光振興の王道は「民産官学の協働によって地域資源の持続可能な活用に配慮し，地域主導で自律的観光の推進を図る」ことである。観光創造学は自伐型林業を参考にしながら，地域主導の「自律的観光」に至る道筋を明確にしていくべきである。そのため，北大大学院観光創造専攻で学んだ修了生の社会貢献が期待されている。

（10）里海観光のすすめ

2016 年 1 月からロシア 200 カイリ水域内でサケ・マス流し網漁が禁止されたために，北海道では基幹産業の一つである水産業の未来が危惧されている。釧路・根室地域の沿岸 9 市町を対象にした北海道新聞社の住民意識調査では，水産業について「将来性を感じない」が全体の 77％を占めるに至っている。ついで水産業発展に必要なことについての回答（2 つまで）では，「育てる漁業の推進」60％，「北方領土問題の解決」37％，「後継者・人材の育成」34％，「水産物の付加価値向上」29％などが上位を占めている。釧路・根室地域の水揚げ量は道内の 3 割を占めており，その主力はサンマであるが，サンマ漁業者の多くがサケ・マス流し網漁との兼業で採算をとってきた。そのため今後は漁業からの離職や加工業者の撤退などが危惧されている。

1970 年代の高度経済成長期に日本の各地域の中で，自然環境に最も大きな影響を受けたのは瀬戸内海といわれている。1960 年代以降に臨海が埋め立てられて，巨大な製鉄所や石油化学工場などがつくられた。その結果，瀬戸内海は窒素やリンなどを含む大量の排水で深刻な海洋汚染に襲われ，富栄養化で海が窒息し，赤潮が発生した。富栄養化で海の生き物たちの餌になるプランクトンが大量発生したが，毒性の強いプランクトンも異常発生した。1970 年代には年に 300 回以上の赤潮が確認され，瀬戸内海の漁業は深刻なダメージを受けた。臨海工業地帯のお蔭で高度経済成長に弾みをつけ，世界第 2 位の経済大国にのし上がったが，瀬戸内の海の底にはヘドロが堆積し，「海のゆりかご」といえるアマモ場を壊滅させ，瀬戸内海は「瀕死の海」に変貌した。

その瀬戸内海はいま「里海・SATOUMI」と呼ばれ，世界の注目を集めている。里海とは「人手が加わることによって生物多様性と生産性が高くなった沿岸海域」のことで，SATOUMI は世界語になっている。カキ筏が「瀕死の海」を回復させていることに気づいた人たちが浄水作用のあるカキ殻をヘドロの海底にまくと共に，アマモの種を海にまいて

「アマモの森」を育て，間引きをしてアマモを元気に育てることで「海の生き物の宝庫」を再生させた。「アマモの森」はまさに人手を加えることで海の生物多様性と生産性を高めている里海のシンボルになっている。今後，里海観光が可能になるならば，より多くの人々にライフスタイルの変化を促すことになるはずだ。観光創造学は人々のライフスタイルをより良く変え得る観光のあり方を模索し続けるべきである。

（11）七夕と星空保護区

2016 年の七夕（7 月 7 日）は北海道の新ひだか町で迎えた。ところが，あいにく天気がよくなかったので，天の川を見ることができなかった。七夕伝説では，織女星と牽牛星を隔てて会えなくしている川のことを「天の川」と呼んでいる。織女星と牽牛星は互いに恋し合っていたが，天帝に見咎められて，年に一度だけ 7 月 7 日のみに天の川をわたって会うことが許されたといわれている。天の川は英語ではミルキーウェー（Milky Way）と呼ばれ，まさに「銀河」を意味している。

私は 1945 年生まれなので，子どもの頃には天の川を仰ぎ見ることができた。ところが 1960 年代以降における高度経済成長によって電化生活が急速に進展し，「暗い夜の生活から明るい夜の生活へ」とライフスタイルが大きく変貌を遂げた。されど，日本ではいまだに各地で七夕祭りが開催されており，そのほとんどが 7 月 7 日もしくは 8 月 7 日のあたりで開かれている。そのうえに「全国七夕サミット」が毎年開催されており，いまだに七夕が大切にされている。

米国ではすでに 1988 年に国際ダークスカイ協会（IDA：International Dark-Sky Association）が設立されている。美しい星空を電光汚染から現在と未来のために保護することを目的にしている。電光汚染の進んだ近代都市は夜行性動物に大きな影響を与え，人間の健康にも少なからぬ影響を与えている。IDA は 2001 年から世界の中で美しい星空が守られている「星空保護区（Dark Sky Places）」の認定を行っている。残念ながら，日本では 2016 年 7 月の時点でまだどこも星空保護区の認定を受けていないが，八重山の星空を観光資源として守り活かすために国内初となる IDA の「星空保護区」認定を受ける動きが石垣市と竹富町を中心に活発化している。

私は今から約 40 年前にミクロネシアの中央カロリン諸島のサタワル島という絶海の孤島で民族学のフィールドワークを行った経験がある（石森 1985）。その島は電気も水道もない前近代的な島だったので，星空の美しさは筆舌に尽くし難いものがあった。

日本は戦後の経済成長が進む中で，ひたすら夜の明るさを追求してきた。いわば夜の電光の明るさは近代化の象徴であった。いま日本でも各地で「星空の美しさ」を評価する動きが生じているのは，日本が「成長の時代」から「成熟の時代」へと変化しつつある証しとみなすことができる。観光創造学を志す人は，星空保護区をめぐる今後の各地の動きに注目し，貢献し得る余地を探るべきであろう。

（12）持続可能な国際観光年

2017 年は国連が総会で定めた「持続可能な観光国際年（International Year of Sustainable Tourism for Development）」である。国連が観光をテーマにして国際年を設定するのは，今回が 3 度目だ。先ず 1967 年に世界各国に観光振興政策の推進を要請するために「国際観光年」が設定され，次いで 2002 年に「国際エコツーリズム年」が実施された。

国連は 1984 年から「環境と開発に関する世界委員会」を設けて，環境と開発とのバランスのとれた両立のあり方を模索した。この世界委員会の委員長を務めたのはノルウェーで最初の女性首相に選ばれたグロ・ブルントラント氏であった。87 年に委員会報告を取りまとめた際にキー・コンセプトとして打ち出されたのが「持続可能な開発（sustainable development）」であった。「将来世代のニーズを満たす能力を損なうことなく，現在の世代のニーズを満足させるような開発」が意図されていた。国連が「持続可能な開発（発展）」というコンセプトを打ち出してから世界的に「持続可能性（Sustainability）」が共通課題になり，観光分野でも「持続可能な観光（Sustainable Tourism）」が重要になった。

2017 年が「持続可能な観光」のための国際年に指定された理由は国際観光の一層の隆盛化にある。2000 年の全世界の国際観光客数は 6 億 8800 万人であったが，15 年には 11 億 8600 万人になり，30 年には 18 億人に達すると予測されている。私はかつて「グローバルフォース（Global Force）としての観光」，つまり世界を変える力としての国際観光の威力を指摘したことがある。今後ますます観光が環境のみならず，経済，政治，社会，文化などのあらゆる面に強いインパクトを生じさせるので，負のインパクト（negative impact）を少なくし，正のインパクト（positive impact）を増やす工夫，つまり「持続可能な観光」の実現が世界的課題になっているわけである。

国連は「持続可能な観光国際年」の設定に先立って，2015 年の総会で「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ（Transforming our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development）」を採択している。このアジェンダは「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals: SDGs）」と略称されており，17 の個別目標とそれぞれに詳細な達成基準が合計で 169 項目も挙げられている。

17 の個別目標を列挙すると，つぎの通りである。①貧困の撲滅，②飢餓の撲滅，③健康と幸福度，④質の高い教育，⑤ジェンダーの平等，⑥安全な水と衛生の利用と管理，⑦環境の持続可能性の確保，⑧持続可能な経済成長と人にふさわしい仕事の推進，⑨すべての人のための技術の開発と普及，⑩不平等の削減，⑪安全なまち・地域社会への転換，⑫責任ある消費と生産の確保，⑬気候変動への対応，⑭海洋資源の持続可能な利用，⑮地球環境の保護，⑯平和で誰もが受け入れられる社会の実現，⑰目標達成のための仕組みと国際協力の強化。

グローバルフォース（Global Force）としての観光は，上記の 17 の個別目標のほとんど全てと関わりがある。例えば，⑧持続可能な経済成長と人にふさわしい仕事の推進では，2030 年までに雇用創出，地方の文化振興・産品販売促進につながる持続可能な観光産業を

促進するための政策を立案し実施する，という達成基準が設定されている。同様に，⑪安全なまち・地域社会への転換では，世界の文化遺産および自然遺産の保護・保全の努力を強化する，という達成基準が観光と関わっている。世界観光機関（UNWTO）は国連が定めた「持続可能な開発目標」の達成に協力して，観光資源利用の最適化，ホストコミュニティの文化の尊重，長期的経済活動の保証などを重視しており，そのためには巨大なグローバルフォースとしての観光をいかに適正にコントロールできるかがポイントになる。

国連はすでに 2005 年から 2014 年までを「持続可能な開発のための教育の 10 年（UN Decade of Education for Sustainable Development)」と定めて，持続可能な開発を実現するために発想し，行動できる人材を育成する教育の振興に尽力してきた。持続可能な開発目標を達成するためには様々な立場のステークホルダー（利害関係者）間の適切な調整が不可欠であり，そのためには持続可能な開発に習熟した専門家が必要になる。

持続可能な観光（Sustainable Tourism）の実現に当たっても，当然のことながら，専門家の育成が不可欠であるために，北大大学院観光創造専攻の役割は極めて重要である。

文　献

石森秀三

1985　『危機のコスモロジー：ミクロネシアの神々と人間』福武書店。

1988　「旅から旅行へ」守屋毅編『日本人と遊び』ドメス出版。

1989　Popularization and Commercialization of Tourism in Early Modern Japan, T.Umesao, M.Fruin and N.Hata(eds) *Japanese Civilization in the Modern World IV: Economic Institution*. Senri Ethnological Studies, No.26.

1992　「新しい観光学の提唱」『中央公論』107（7）:257-266。

1993　「観光による国際貢献：観光ルネサンス」『観光文化』17（4）:4-9。

1994　「島嶼国家と観光開発：オセアニアの事例を中心に」井上忠司・祖田修・福井勝義編『文化の地平線：人類学からの挑戦』世界思想社。

1996a　「観光革命と 20 世紀」石森秀三編『観光の 20 世紀』ドメス出版。

1996b　「新・有閑階級の誕生：観光革命とメディア革命」奥野卓司編『速度の発見と 20 世紀の生活』（20 世紀のメディア第 2 巻）ジャストシステム。

1997　「アジアにおける観光ビッグバン」『月刊観光』367:6-7。

1998　「観光革命が世界を変える：観光文明学のすすめ」『Academia 学術新報』174:69-78。

2001a　「内発的観光開発と自律的観光の可能性」石森秀三・真板昭夫編『エコツーリズムの先端的研究』国立民族学博物館調査報告第 21 号。

2001b　「21 世紀における自律的観光」石森秀三・西山徳明編『ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』国立民族学博物館調査報告第 22 号。

2006　「太陽と砂浜と海，そして楽園：南太平洋における島嶼観光の光と影」印東道子

編『環境と資源利用の人類学：西太平洋諸島の生活と文化』明石書店。
2008　『観光立国時代における観光創造』石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学メディア・コミュニケーション研究院　研究叢書 70。
2011a　「緑の観光革命への期待」真板昭夫・石森秀三・海津ゆりえ編『エコツーリズムを学ぶ人のために』世界思想社。
2011b　「ライフスタイル・イノベーションと次世代ツーリズム」真板昭夫・石森秀三・海津ゆりえ編『エコツーリズムを学ぶ人のために』世界思想社。
石森秀三編
1991　『観光と音楽』（民族音楽叢書 6）東京書籍。
1996　『観光の 20 世紀』ドメス出版。
2008　『大交流時代における観光創造』北海道大学メディア・コミュニケーション研究院　研究叢書 70。
石森秀三・真板昭夫編
2001　『エコツーリズムの先端的研究』国立民族学博物館調査報告第 21 号。
石森秀三・西山徳明編
2001　『ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』国立民族学博物館調査報告第 22 号。
小林天心
2008　『ツーリズムの新しい諸相』紅有社。
Kuhn, Thomas
1962　*The Structure of Scientific Revolution*. University of Chicago Press.
真板昭夫
2016　『地域の誇りで飯を食う！：何もないまちを変えた奇跡の物語』旬報社。
真板昭夫・石森秀三・海津ゆりえ編
2011　『エコツーリズムを学ぶ人のために』世界思想社。
高田公理・石森秀三
2001　『新しい観光の始まり：観光ルネッサンスの時代』PHP 研究所。
坂本光司
2008　『日本でいちばん大切にしたい会社』あさ出版。
佐藤　誠
2002　『グリーンホリデーの時代』岩波書店。
Taleb, Nassim Nicholas
2007　*The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*. Random House.
宇沢弘文
2003　『経済学と人間の心』東洋経済新報社。
2013　『経済学は人びとを幸福にできるか』東洋経済新報社。

Vogel, Ezra.
1979 *Japan as Number One: Lessons for America*. Harvard University Press.

創造性とコンテンツ・ツーリズムをめぐる若干の随想

山村 高淑
北海道大学観光学高等研究センター 教授

観光創造専攻設立からの 10 年間は, 筆者にとっては観光における「創造性 (creativity)」とは何かという課題への思索,「コンテンツ・ツーリズム」という新しい研究分野への挑戦, の 10 年間であった。専攻設立 10 周年という節目を迎えるにあたり，断片的随想になってしまうことをあらかじめお断わりしつつ,「創造性」,「コンテンツ・ツーリズム」に関して考えていることを記しておきたい。

1. カウガール研修は creative か？

まず,「創造性（creativity)」についてである。「観光」と「創造」という二語の組み合わせですぐに想起されるのがクリエイティブ・ツーリズム（Creative Tourism）である。同語は, Crispin Raymond と Greg Richards によって 2000 年に初めて定義された語であり，当時,「訪問地の特色ある講座や学びの機会への参加といった形で，潜在的創造力を伸ばす機会をビジターに提供するツーリズム」(Raymond 2010a: 44)と定義された。実はこの Raymond が，何故クリエイティブ・ツーリズムの着想を得るに至ったのかについて，吐露している文章がある。そのきっかけは，旅行中の娘からの email であったそうだ。非常に興味深い内容なのでまずはここで紹介しておきたい。

1999 年末，当時イングランドに住んでいた Raymond は，東南アジアからオーストラリアにかけて旅行をしていた娘の email を見て，彼女が旅先で行っていることに衝撃を受けたという。彼女は「チェンマイで 1 週間のタイ式マッサージ入門コースに参加し，バリ島でベジタリアン料理教室に 1 日を費やし，オーストラリア内陸では jillaroo（大牧場で働くカウガール）になるためのコースに参加し，そしてボランティアで働いた」そうである。Raymond は,「彼女は新しいスキルを身に付けることより，むしろ現地住民のライフスタイルを学ぶことに，より充足感を見出しているようであった。通常の旅行者が経験するより，より幅広い人々と相互に交流していた。通常の旅行者より意味のある体験であり，ホスト側も同様に意味ある体験であった」と述べている。そして「こうした種のツーリズムに何故名前が付いていないのか？」と感じたそうである（Raymond 2010a: 43，筆者訳, 以下同じ)。

その数週間後，Raymond はポルトガルで Richards の文化観光に関するレクチャーに出席した。そのレクチャーで Richards は，欧州における文化観光は急速に成長しているが,

その一方で，文化観光を目的とした旅行者は，提供されるお仕着せのプログラムに幻滅しつつある，故に，もし増加する消費者（旅行者）を十分に魅了し満足させたいのなら，文化観光はもっと双方向的で創造的なものになる必要がある，という議論を行った（Richards 2010: 79，筆者訳，以下同じ）。この話を聞いた Raymond は，その場で「クリエイティブ・ツーリズム」という語を思いついたと言う。このレクチャー終了後，Raymond は Richards に話しかけ，それ以降，協力関係が始まったという（Raymond 2010a: 43-44）。

以上のことからもわかるように，Raymond と Richards は，旅行体験の質，ツーリズム商品としての体験の重要性について議論していたのであり，そこに住む人と交流し，彼らのライフスタイルを体験し学ぶ＝双方向的で創造的な体験をするような旅のあり方の重要性を表す語として，クリエイティブ・ツーリズムという語を思いついたわけである。日本では往々にして，アートやクラフト，デザインなどを体験するツーリズムこそが，すなわちクリエイティブ・ツーリズムだと安易に理解される傾向にあるが，本来決して，そうした「創造都市」の登録分野だけがクリエイティブ・ツーリズムの対象なのではないのである。タイ式マッサージ入門コース，ベジタリアン料理教室，カウガールになるためのコース，こうしたコースに参加する旅だって（いや，そうした旅こそが？）クリエイティブ・ツーリズムなのである。

2. “high culture”と“everyday culture”

クリエイティブ・ツーリズムに関して，Richards は「文化観光からクリエイティブ・ツーリズムへのシフト」（Richards 2010: 81）が起きているとしたうえで，同時に次のような指摘を行っている。「旅行商品として無形文化資源がその重要性を増している」，つまり，「近年ツーリズムはますます，場所のイメージや雰囲気といった無形の要素に依拠するようになってきている」。そしてこうしたイメージを形成するにあたり，「メディア」は重要性を増し，それ以上に人や場所に関する「物語」が重要になる（Richards 2010: 81）。そのうえで，観光の目的は，「ハイカルチャー（high culture）」を見ることから「日常の文化（everyday culture）」に触れることへとシフトしている。すなわち，これまでは文化観光と言えば，多くの目的地は「ハイカルチャー，博物館，アートギャラリー，モニュメントといった『必ず見るべき場所』（must-see sites）」であった。しかしこうした目的地は本物の文化に触れたいと願う旅行者から徐々に避けられるようになり，彼らは，地元のバーやカフェ，地元民が行くようなレストラン，市場など，よりローカル色の強い場所に向かう。つまり「ハイカルチャーはマスツーリズムを惹きつけるが，日常の生活文化は文化観光通やクリエイティブ・ツーリストの避難先となりつつある」とした（Richards 2010: 82）[1)]。

実はこうした論点に立てば，ヘリテージ・ツーリズムにおける無形文化遺産に関する議論や，エコツーリズムや先住民族観光における先住民族による語り（story telling）に関する議論，そしてアニメやマンガによる地域イメージの形成や地域社会と協働する旅行者の

登場などコンテンツ・ツーリズムに関する議論も，クリエイティブ・ツーリズムの考え方と本質的な面で通底する部分が多い。

3. ヘリテージの「コンテンツ化」とコンテンツの「ヘリテージ化」

たしかに，Richards のいう「シフト」という表現は，大きなトレンドを表しているという意味においては正しいかも知れない。しかし，コンテンツ・ツーリズムの現場を見ていくうちに，どうもことはそう単純ではない，と筆者は感じるようになった。Richards のような単純な模式ではコンテンツ・ツーリズム現象のダイナミズムを説明できないのだ。というのも，コンテンツ・ツーリズム現象では，正史とパロディといったように，いわゆる正統なモノ・コト（広義のハイカルチャー）と，それをエンターテイメント化した大衆娯楽文化の間のダイナミックな相互作用が見て取れるからである。

一般にコンテンツ・ツーリズムとは，ハイカルチャー（上位文化）ではなく，庶民が日々の生活の中で消費する文化としてのポップカルチャー（大衆文化）が，動機・資源となるツーリズムである，と理解される。その意味においては，コンテンツ・ツーリズムは，一見，Richards が指摘したような，「日常の文化（everyday culture)」を体験することに主眼を置いた次世代型のツーリズムの典型例のひとつに見える。特に訪日外国人旅行者を誘致するうえでコンテンツ・ツーリズムを語る際，ポップカルチャー・コンテンツを通してこそ，現在の庶民の日常生活を等身大で感じることができるのだ，という利点が強調される傾向にある。

もちろんコンテンツ・ツーリズムにそうした側面があることは否めない。しかし現場を見ていて，より本質的に重要と感じるのは，コンテンツ・ツーリズム現象においては，正統であるとされるモノ・コト（広義のハイカルチャー）と，それをエンターテイメント化した大衆娯楽文化の間に，ダイナミックな相互作用がある点なのである。

つまり，あえて誤解を恐れずに言えば，こういうことである。いわゆるポップカルチャー・コンテンツは，娯楽のためにメディアを通して流通・消費することを目的として，多かれ少なかれ，史実や歴史文化遺産，オーセンティックな地域資源など，広義の上位文化をベースに編集・演出（エンターテイメント化，ファンタジー化，パロディ化）された創作物（creative elements）である。こうして生まれたポップカルチャー・コンテンツが旅行動機を醸成し，旅行者は関連する場所に出向き，オリジナルの，あるいはベースとなった上位文化とポップカルチャー・コンテンツとの相互参照を図る。まさにこの行為が通俗的意味での「聖地巡礼」行為である。さらにこうしたツーリズム現象を通して，上位文化の二次創作物としてのポップカルチャー・コンテンツは，時間をかけてではあるが，地域住民に地域資源として認識・承認されていき，地域に定着，継承されていく。筆者ら（Yamamura and Jang 2016）は，前者のポップカルチャー化・エンターテイメント化プロセスを“contentization of heritage（ヘリテージのコンテンツ化）”，後者のポップカル

チャーの地域遺産化プロセスを“heritagization of contents（コンテンツのヘリテージ化）”と仮説的に名付けた。

4. パロディが生む原作の再発見〜『真田もの』と『源氏物語』

このふたつのプロセスのダイナミズムは，歴史的な出来事のコンテンツ化を例に考えると非常にわかりやすい。例えば，長野県上田市における「真田」である。まずは史実としての真田の歴史がある。こうした史実を基に，江戸時代中期ごろには『真田三代記』としてコンテンツ化が起こる。その後，いわゆる『真田もの』の講談が流行，そうしたコンテンツを通して真田幸村は民衆のヒーローとなり，猿飛佐助などエンターテイメントのための，実在しない架空のキャラクターも人気を博するようになる。そして戦後には池波正太郎が歴史小説『真田太平記』を発表，その後 1985 年には同作品を基に，NHK が大型時代劇を制作・放送している。さらに 2005 年にはアクションゲーム『戦国 BASARA』において真田幸村が主人公の一人として描かれ，同作は 2009 年に TV アニメ化，2013 年には宝塚歌劇団でミュージカル作品化。2009 年には真田の歴史をモチーフの一部にした劇場アニメ『サマーウォーズ』が公開され，2016 年には NHK 大河ドラマ『真田丸』が放送されている。このように，史実やそれ以前のコンテンツが，時代ごとに再構築・再創造され続けている。と同時に，上田市においても，池波正太郎真田太平記館の開設や，観光プロモーションにおける『戦国 BASARA』や『サマーウォーズ』とのコラボレーションの推進など，これらコンテンツの地域資源としての受容も起こっている。

こうした中で，旅行者は上田を訪れ，「虚構としてのコンテンツ世界」と「史実としての真田の歴史」の相互参照を行っているのだ。ポップカルチャー・コンテンツは虚構であり，史実を歪曲する「まがいもの」であるという言説も未だ多いが，しかし，コンテンツ・ツーリストの多くがこうした相互参照行為を通して——コンテンツへの思い入れが強ければ強いほど——史実そのものにも深い関心を持つようになっていることも事実である。

この点については，既に日本文化研究の中で，パロディによる原作の再発見として論じられてきたプロセスが，旅行先で起こっていると捉えるとわかりやすい。平安貴族文学（＝ハイカルチャー）であった『源氏物語』が，江戸期に柳亭種彦によって小説『偐紫田舎源氏』として翻案，パロディ化され，庶民向けに刊行されることで，それを読んだ庶民が原作の『源氏物語』を知ったのと同様のプロセスである。例えばまた，『三国志』と『三国志演義』，安房の里見氏の歴史と『南総里見八犬伝』，も同様に好例であろう。こうしたダイナミズムを分析していくことに，今後のコンテンツ・ツーリズム研究の可能性があるのではないかと感じている。

5. 映画セットのオーセンティシティ

実は，上述のプロセスを見て，観光人類学におけるインドネシア・バリ島の創られた伝統などの事例を思い浮かべた方も多いのではないだろうか。そう，実は観光人類学がいわゆる「観光文化論」や「観光芸術論」において，エンターテイメント化，ツーリスト・アート化のプロセスとして論じてきた現象と同様のことが，目下，多様なメディアで起こっているに過ぎないのである（そもそも，地域資源を観光向けに語り直すこと自体，エンターテイメント化，コンテンツ化のプロセスなのであるが…）。そう考えれば，上田市において，猿飛佐助といった架空のキャラクターが，あたかも実在したかのように地域で表象され，語られていることも同様の文脈で理解することができよう。

であるから，コンテンツ・ツーリズムにおける真正性の議論で，コンテンツそのものの真正性や，場所・モノそのものの歴史的真正性を問うのはナンセンスなのである。ヘリテージ・ツーリズムにおいては，場所やモノそのものの真贋が問われるが，コンテンツ・ツーリズムにおいては，場所やモノと，コンテンツとの関係の真正性が問われるのである。例えば，歴史遺産を模した映画撮影セットは，ヘリテージ・ツーリズムにおいては真正性を全く持たない。一方，コンテンツ・ツーリズムにおいては紛れもなく本物なのである。

コンテンツ・ツーリストは現地に赴き，作品という虚構世界と，現実＝史実との相互参照を行っているのであり，こうした相互参照を通して，両者の関係性の再構築が継続的に展開しているのである。

6. コンテンツ・ツーリズム研究の 10 年間

「コンテンツ・ツツーリズム」という和製英語は，もともと 2005 年に国土交通省・経済産業省・文化庁が共同で発表した概念で，当時以下のように定義された。すなわち，「地域に関わるコンテンツ（映画，テレビドラマ，小説，マンガ，ゲームなど）を活用して，観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズム」であり，その「根幹は，地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し，その物語性を観光資源として活用すること」（国土交通省・経済産業省・文化庁 2005: 49）。

その後，ちょうど専攻設立の 2007 年ころから，とりわけアニメ作品の舞台地を旅する「聖地巡礼」が話題になり，アニメ作品と地域のタイアップも各地で盛んにおこなわれるようになったことから，同語は，行政，産業界，学界で広く使用されるようになったという経緯がある。さらに 2010 年以降は，クールジャパン政策の中にインバウンド誘致が積極的に位置付けられるようになったことで，インバウンド誘致におけるコンテンツ・ツーリズムが果たす役割についても注目を集めるようになった。まさに観光創造専攻 10 年の歴史は，コンテンツ・ツーリズムをめぐる様々な取り組みが日本各地で行われるようになった 10 年

と偶然にも重なるのである。

こうした中，有り難くもご縁に恵まれ，埼玉県鷲宮町（現久喜市）商工会の方々との共同研究を，当時本専攻の院生であった岡本健君（現・奈良県立大学准教授）とともにご一緒させて頂いたり（2008 年〜），北海道洞爺湖町の TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会の方々とイベントをご一緒させて頂いたり（2010 年〜）するなど，地域で頑張っている皆さんと現場でご一緒させて頂く好機を得た。さらには北海道大学の Philip Seaton 先生や，ラ・トローブ大学（当時。オーストラリア）の Sue Beeton 先生，横浜国立大学の須川亜紀子先生，本専攻修了生の張慶在君らとともに，コンテンツ・ツーリズムに関する国際的研究チームを組成し，共同研究に携わらせて頂いたり（2014 年〜）[2)]，TOYAKO マンガ・アニメフェスタへの参加を北海道大学の正式な授業科目（現代日本学プログラムならびに国際交流科目）として開設していただいたり（2015 年〜）するなど，研究・教育面でも非常に良い出会いと経験をさせて頂いた。上述したような着想に至ったのも，こうしたご縁を頂いた中で皆さんから様々なご教示を頂いたお陰である。また前センター長の石森秀三先生には，新たな研究分野に挑戦する中，大学内外で様々な批判を受けることが多かった筆者を，ことあるごとに励まして頂いた。この場を借りて，こうした数々のご縁に心から感謝申し上げたい。

さて，上述した国際研究チームでは，コンテンツ・ツーリズムの再定義作業を進めている。というのも，従来はメディア・コンテンツが誘発するツーリズムを，フィルム・ツーリズムやアニメ・ツーリズムなどといったように，メディアの種類ごとに論じてきた。しかし近年，メディアミックスが進み，ひとつのコンテンツが様々なメディアで流通するようになったため，従来型の呼称では議論に限界が生じている。そこで，筆者らのチームでは，学術研究として現象を読み解いていくためには，メディアではなく，コンテンツそのものに注目するアプローチが重要であり，それをコンテンツ・ツーリズムと呼ぶべきではないかと考えるに至った。こうした経緯もあり，目下，我々は，コンテンツ・ツーリズムを「映画，テレビドラマ，マンガ，アニメ，小説，ゲームなど，ポップカルチャー（大衆文化）作品を構成する創造的要素（物語，キャラクター，ロケーションなど）によって，全体的あるいは部分的に動機づけられた旅行行動」と定義している [3)]。

7. まとめにかえて〜フィールドワークと身体性

依然として大学や学界の多くは 19 世紀的学問体系の中にある。率直に言えば，今の日本の大学の抱える最大の問題は，「社会で起こっている現象」に「学問体系」が追い付いていない点にある，と筆者は思っている。この 10 年，観光創造専攻が取り組んできたことは，そうした閉塞感を破るものであったと信じたい。そして，21 世紀型の学問体系を構築していくうえでの核のひとつのなるのが，ツーリズム研究であると信じたい。

言い方を変えれば，ツーリズムを研究すること自体に，社会を変える力があるのではな

いかと思っている。まだ見ぬ景色との出会い。まだ出会っていない人との出会い。そして新たな知識との出会い。旅の過程からはきっと真理が見つかる。こうした出会いを生むための移動，真理の探究こそが旅の本質であるならば，旅にはひとりひとりの人生を，そしてその集合体であるところの社会を，変え得る力が必ずやあるはずである。観光創造の「創造」を，そうした旅を通して「社会をより良い方向へ創りかえること」と理解したい。「フィールドワーク」や「社会実践」など，当世大学で流行りのキーワードも，現場に，市井に，真理があるのだというアプローチとして理解するとわかりやすいのではなかろうか。

修士時代の恩師，土肥博至先生にフィールドワークの指導を受けた際に頂いた言葉で，今でも忘れない言葉，肝に銘じている言葉がある。それは「現地調査に行く前に参考文献に毒されるな」「まず現場に行って面白いと思ったことを記録してくること。それから猛烈に参考文献を読め」という言葉である。事実は小説より奇なり，ではないが，現場で起こっている現象そのもの，現場の市井の人々の声にこそ，真実，真理があるのだ。いわゆる「偉い人」や「著名な研究者」のフィルターを通してではなく，まずは自分の「身体」で，先入観なく感じ，そして自分の言葉で整理しなければならない，そのうえで，先人の理論を紐解くこと。かつて日本観光文化研究所の所長を務めた民俗学者・宮本常一の「あるく，みる，きく」というアプローチも，同様の意味で理解すべきものと筆者は思う。

いずれにせよ，李小龍ではないが，まずは「考えるな，感じろ」なのである。それこそが旅の身体性の持つ効用であろうし，「創造」はそうした感性的なところからこそ生まれると思っている。

次の 10 年。大学を，専攻を，そんな旅論が真剣に展開できる場所にしていければな，と思う。

注

1）なお，ハイカルチャーと生活文化を対立概念として用いることの妥当性には筆者は問題があると考えている。この点ついては，紙幅の都合上，別の機会に譲りたい。

2）「‘contents tourism’を通した文化の伝播と受容に関する国際比較研究」（科学研究費助成事業・基盤研究（A），課題番号 26243007，2014 年 4 月 1 日から 2019 年 3 月 31 日までの予定）。

3）筆者らが主宰するウェブジャーナル“IJCT: International Journal of Contents Tourism”において 2015 年から掲げている定義。http://www.cats.hokudai.ac.jp/ijct/。原文は，Contents tourism is travel behaviour motivated fully or partially by narratives, characters, locations and other creative elements of popular culture forms, including film, television dramas, manga, anime, novels and computer games. なお，この定義については，2017 年に刊行予定の Philip Seaton, Takayoshi Yamamura, Akiko Sugawa-Shimada, and Kyungjae Jang eds. *Contents Tourism in Japan:*

Pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture. Cambria Press において詳述している。

文　献

国土交通省・経済産業省・文化庁

2005　『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』(2005 年 3 月)。

Raymond, C.

2010a　What's in a Name? The Origins of the Term, Creative Tourism. In R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt (eds.) *Creative Tourism: A Global Conversation*. pp.43-44. Sunstone Press,.

Raymond, C.

2010b　The Practical Challenges of Developing Creative Tourism. In R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt (eds.) *Creative Tourism: A Global Conversation*. pp.63-69. Sunstone Press,.

Richards, G.

2010　Creative Tourism and Local Development. In R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt (eds.) *Creative Tourism: A Global Conversation*. pp.63-69. Sunstone Press,.

Yamamura, T. and K. Jang

2016　Inheriting Contemporary Memories: The contentization of heritage and the heritagization of pop culture contents, *International Conference on The Glocal Culture and Regional Development*. University of Seoul, 10 November, 2016.

「明日の日本を支える観光ビジョン」とこれからの観光創造

西山 徳明
観光学高等研究センター 教授

1. 2030 年，外客 6,000 万人という数字は過大か？

2016 年 3 月 30 日，政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」を発表した。2003 年の小泉首相（当時）による観光立国宣言は，日本が産官学すべての分野で観光というものを真剣に考え始める大きなきっかけとなったが，その後の 10 年間はさほど大きな動きがなかった。ところが，近年の中国人観光客による「爆買い」が象徴するようなインバウンドの急増という社会現象を背景とし，また，縮退していく日本社会の再生を地方創生に賭けようとする中で，観光をもう一度真剣に考えねばならないことに政府もようやく気づき，このビジョンを描き発表したと考えられる。筆者は，このビジョンを最初に読んだ時，その施策対象の広さに大変驚いた。それ故最初は，首相官邸が有識者を集め，トップダウンで勝手につくり出した単なる「絵に描いた餅」だと思ったのだが，実はそうではなかった。

この報告書（ビジョン）は，明日の日本を支える観光ビジョン構想会議が発表したもので，まず注目されたのは，2015 年実績で 1,973.7 万人の訪日旅行者外国人数を，2020 年までの 4 年間で 4,000 万人に，さらに 2030 年には 6,000 万人に増やすという，普通に考えると無謀とも言える数値目標を掲げたことである。わずか数年前まで，観光立国政策でめざしていた 1,000 万人という目標にも到達できず，訪日外国人旅行者というのは 700 万人あたりで推移していた。これが 2013 年，10 年経ってやっと達成できたと思いきや，途端に倍々ゲームのように増え，2015 年には 2,000 万人にほぼ達した。これだけ伸びるなら，4,000 万人も 6,000 万人も達成可能ではないか，という短絡的，楽観的なアイディアではないか，と多くの人々が感じたのは無理も無い。

しかし筆者は，ふと考えた。2015 年で比較すると，観光大国フランスへのインバウンドが 8,445.2 万人，2 位の米国が 7,751.0 万人で，日本の 1,973.7 万人は世界で 16 位，アジアでも 5 位の低迷ぶりである。隣国中国が 5,688.6 万人で世界 4 位であるのと比べると，残念ながら，いかに日本が外国人の興味の外にあるかが分かる。10 年後，20 年後の国際社会において，日本が文化大国，経済大国として一定のプレゼンスを発揮しようとするのであれば，4,000 万，6,000 万という数字は，当然実現されるべき目標であると言えよう。人が訪れない国は，ビジネスにおいても文化においても魅力のない国ということであり，数値目標は荒唐無稽に見えても，少し冷静に考えれば，この程度の数の人が来てあたり前と考えるべきである。少なくともこれくらいの人々が海外から来るような国にしていかなけ

れば，日本は将来の国際社会で生き残れない。今のままでは，日本は高齢化と人口減少でジリ貧であることが明白なのだから，この目標，この数字程度の観光の隆盛を，様々な立場の人々が多様な角度から真剣に考える必要がある，と筆者は考えるようにした。

では，これをどうすれば実現できるのか？　それを考える前に一つの前提を確認したい。かねてからの有名観光地である山口県の萩というまちは，2016 年，市内の複数の近代化遺産がユネスコ世界文化遺産リストに「明治日本の産業革命遺産」の構成資産として登録され，さらに NHK 大河ドラマ「花燃ゆ」の舞台にもなり，日本人観光客は 2，3 割増えている（萩市関係者のヒアリングによる）。にもかかわらず，ほとんどインバウンドが増えていない。現在，札幌や東京，京都などではホテルの予約ができないほどインバウンド客であふれているという一つの事実がある一方，その一歩奥にある地方都市には，まださほどその影響が及んではいない。いまインバウンド受け入れ地となっている上記の都市群は，極端に言えば，中国の旅行代理店のパンフレットやウェブのホームページに載っているデスティネーションだと考えてよく，北海道では札幌とニセコ周辺には来ていても，素晴らしい観光資源を有する道東は，萩同様にほとんど認知されることなく，インバウンドは増えていないのである。

地方創生が，日本という国家が将来生き残るために避けられない一大プロジェクトであるとすれば，創生されていく一つの形として，多様な自然と文化が四季折々に魅力を放つ地方の津々浦々の地域が，海外からの様々な訪問客をきちんと迎え入れていく仕組みを用意する必要がある。そうしてキャパシティが十分整えば，6,000 万人という数字も目標とするに不足はないと考えられるであろう。真の地方創生が，目標達成の鍵なのである。

2. PPP の考えに基づく DMO と観光の公益性

地方・地域は，こうしたうねりをどのように受け止めれば良いのだろうか。「明日の日本を支える観光ビジョン」には，3 つの視点に沿って 35 の施策が用意されている。この中でも「視点 1　観光資源の魅力を極め，地方創生の礎に」に含まれる「文化財の観光資源としての開花」「国立公園のナショナルパークとしてのブランド化」「景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上」「滞在型農山漁村の確立・形成」「地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大」といった施策は，それぞれ文化庁，環境省，国交省，農水省，通産省といった所管省庁が思い浮かぶメニューの提示になっているが，これら縦割りの壁を取っ払い，好きなように組み合わせて効果を最大化できるのは，正に意欲を持った地域のみである。地方自治体を中心とする地域のみが，その地域を舞台に，「観光振興」という錦の御旗を振る国の施策群を総合化し，地方創生を実現できるのである。

そのためのもう一つの重要な施策メニューが，「視点 2　観光産業を革新し，国際競争力を高め，我が国の基幹産業に」に含まれる「世界水準の DMO の形成・育成」である。筆者

が考える真の DMO＝Destination Management／Marketing Organization とは，「行政」「住民（地域コミュニティや資源所有者など）」「外部資本（旅行業界やデベロッパーなど）」を官民協働（＝PPP：後述）の理念に基づいて調整し，資源を開発・管理して観光商品を造成する「マネジメント」と，そうして創出された地域ブランドと商品の「マーケティング」の両者を一元的・統合的に行う主体（組織）を指す。この DMO は基本的に，以下のような観光振興の公益性を十分に理解した地域のステークホルダーを主体として組織され，自地域を「わがまち」として愛するだけでなく，訪問者の視点から自地域を「デスティネーション＝発地からの視点で見た着地」として客観的に評価・分析する能力を持たねばならない。

ここで言う官民協働 PPP＝Public-Private Partnership とは，従来，官の役割と思われていた遺産保護やコミュニティ開発，雇用創出，景観づくりや教育といった公益目的の事業を，行政＝public sector の権限（法制度による規制や緩和など）と民間企業＝private sector の事業遂行ノウハウやファイナンス力などを相乗効果的に生かすことで，より合理的（経済的）かつ高品質なレベルで実現する事を目的として，官と民が構築する partnership（相互尊重）の関係を指す。これからの地域の観光開発においては，こうした公益目的を掲げる非営利の地域運営組織として DMO を立ち上げ，理想的には，観光客からの定常的な収入（入域料や駐車場料金からの協力金など）を得，これを基金として先述のような公益事業の実施や観光振興への再投資などを行って地域を創生する。この収入に関しては，すでにデスティネーション・ブランドが確立しており，仕組みをつくればすぐに観光客からの収入を生み出すことができる地域もあるが，ブランド化が未成熟でこれからという地域では，行政からの補助金や民間企業からの資金調達で成り立つケースもあるであろう。

しかし重要なのは，従来のような，観光業という民間の一部門が儲けるための観光振興ではなく，観光が地域の価値を持続し，地域社会を豊かにしていく，そういう公益性を担保した観光開発が求められているということである。言い換えれば，こうした新たな視点からする「観光の公益性」を自治体の首長が宣言できるような，そして官民が一体となって観光振興を通じた地域経営ができるようなまちこそが，地方創生を担い生き残りうると言えよう。

3.「明日の日本を支える観光ビジョン」の使いこなし方

先述のように，それぞれの省庁がビジョンの意図を受けとめ，有益な施策をメニューとして並べたとしても，全体の旗を振るような主体が政府の中には無く，このまま指をくわえていてもビジョンは実現しない。実現には，こうした施策をしっかりと受け止める地域側のキャパシティ形成が不可欠であり，その結果として，中央と地方・地域が響き合うことで初めてビジョンは実現する。実際に必要な施策を選別し，自地域に展開できるのは，地域社会そのもの，つまり自治体や場合によってはさらに小さな地域組織や公益組織など

である。これら自治体や組織が，しっかりと Destination=観光目的地としての地域を Management=経営する仕組みつくり上げ，そこに優れた人材を配して，省庁が用意する施策を使いこなせるかが鍵となる。

そのためには，ビジョンにあるような発地サイドの都市部や観光業界の中に観光 MBA 的な人材を育成し配置するだけではなく，地域に DMO を配する施策のプライオリティを他施策より上位に設定し，そのために必要な人材の育成と DMO が果たすべきミッション実現のプロセスや下位施策との関係を示すなどの政策の構造化を図るべきであると考える。①個々の地域に固有なデスティネーション・イメージをステークホルダー間で確実に共有し，②それを実現させるための構想と計画を策定し，③その下で，観光資源となる文化遺産，自然，景観，農山村の空間などの資産や人材といった資源を地域で開発・管理（発掘・整備・保全・活用など）し，④自然保護や文化財保護，景観，農村計画等の分野の蓄積と民間マーケティング分野のノウハウの蓄積を総合化（インテグレート）して商品を造成し，⑤それをマーケットにつなぎ，⑥得られた収益を地域社会の発展や観光への再投資に還元する，という一連の事業を地域が主体となって展開できる状況が生まれた時に，地方創生は形になるのである。

とくに，最初のデスティネーション・イメージのステークホルダー間での共有は必須のプロセスのはずであるが，政府主導で連携主体の枠組みから先に入ったような広域 DMO や都道府県単位の DMO では，このイメージの共有がおざなりにされているケースが出てきており，DMO の意味を分かりにくくしている。残念ながら，35 の施策メニューをただ並べた今のビジョンを読むと，今まで通り，それぞれの主体で観光まちづくりを頑張り，持ち寄った資源（商品）を材料にマーケティングしましょう，という話で終わっているようにしか見えない。

4. 地域の数だけ DMO が必要！

改めて地域におけるこの DMO の具体的なミッションを述べると，①組織経営（基金管理等含む）を通じた先述のような公益事業の企画・実施，②地域の観光に関連する様々な組織やステークホルダー間の調整，③観光資源の開発・管理（先述），④前述のような国の様々な施策の自地域への適用可能性の分析・判断とその予算獲得，⑤訪日プロモーションを含むマーケティング戦略の策定・実施，⑥ツアー商品造成とランドオペレーション，⑦集客交流イベントのマネジメント，などが挙げられ，地域の利益を代表し観光を経営する公益組織（財団や NPO を想定）とならねばならない。

上記の機能全てを満たしているわけではないが，このなかの重要なミッションのいくつかを果たし，今後地域に求められる DMO のモデルを意外な形で提示してくれている事例がある。

例えば，筆者が 1980 年代から研究フィールドとしている沖縄県八重山郡の竹富島が，星

野リゾートを誘致した事例である。その経緯は以下となる。沖縄の本土復帰の混乱時に，島の約 3 分の 1 に当たる 130ha の土地が本土の観光開発デベロッパー3 社に二束三文で買い占められ，70 年代，その土地の一部にリゾート開発計画が持ち上がるが，外部資本を嫌う地元の反対運動によって阻止された。その土地は，90 年代初めに，島の若手実業家によって一旦まとめて買い戻されるものの，リゾート法（1987 年閣議決定の「総合保養地域整備法」）の下での低金利の公的貸付金がその原資であったため，その土地には，投資を回収できる観光開発が運命づけられていた。幸いバブルがはじけたことで，10 年以上に亘ってこの土地と借金は塩漬けとなっていたものの，2000 年過ぎの不況で借金の保証をしていた那覇の建設会社が傾き，ハゲタカファンドに転売されて，一時は，世界中からどんなリゾート開発会社が来てもおかしくない状況に陥った。島民は公民館（後述）を核として相談し，絶望の中で活路を探した。そして，どうせならば島に相応しいリゾート開発をしてくれる会社を探そうと，苦渋の選択として星野リゾート誘致案が浮かんできた。公民館からの誘致提案を意気に感じた星野社長本人が何度も島を訪れ，住民と膝を交えて話し合い，交渉の末，島民は運命を託す決断をする。その交渉とは，買い占められた土地約 130ha のうち 6ha だけをホテルとして開発し，15〜20 年で投資回収した暁には，残りの土地を手つかずのまま島に返してもらうというものである。2012 年に開業して以来は，島民とのアトラクション・ビジネスの契約や宿泊客の地元レストランへの誘導，ホテル従業員の祭への手伝い参加といった島の運営活動への貢献などの様々な協働に取組み，win-win の関係を成立させている。沖縄では伝統的コミュニティを基盤とする公民館という行政の末端組織が力を持っているが，まさにその竹富島の公民館組織が，地域の利益を代表しステークホルダーを調整する DMO として機能した，という事例である。

もう一例を挙げると，世界遺産白川郷の「世界遺産白川郷合掌造り保存財団」がある。世界文化遺産登録翌年の 1996 年に，白川村の条例に基づき，「ふるさと創生基金」と岐阜県からの出資金 1 億円ずつを基金として設立された財団で，世界遺産地区に隣接する財団駐車場を運営し，そこからの遺産保護協力金収入を財源として，地元保存会の遺産保護活動への支援や修復専門家の雇用，住民との協働による遺産保全活動（合掌造り家屋の屋根補修，放棄水田の回復や遺産のインタープリテーションなど），そして住民が行う家屋の増改新築等への補助金の支給といった，他自治体であれば役所が行っているような公益事業をまさに PPP の視点から実施している。これまでは，白川郷が観光地として売り手市場であったこともあり，マーケティング機能は弱いが，住民を含めた観光に関わるステークホルダーと緊密に連携し，観光から得られる資金を原資として，公益目的の観光資源マネジメントを着実に実践している点を DMO として評価してよいと考える。

このように，必ずしも「観光ビジョン」が旗を振っているようなマーケティング主導のものだけではなく，自地域を観光目的地として経営したいという主体が形成された時，そこに DMO ができる，あるいは既存組織が DMO に変貌する，という考え方をとることもできよう。

日本の地方創生の一翼を観光が担うとすれば，観光振興をめざす全ての都市や地域がそれぞれに相応しい DMO を立ち上げていくべきではないかと考える。萩市の「NPO 萩まちじゅう博物館」(2004 年～) や長野県の「一般社団法人信州いいやま観光局」(2010 年～)，観光まちづくりの財源に入湯税の値上げを行った（2015 年）ことで注目された阿寒湖温泉なども，同様に DMO のモデルを提示してくれている。

筆者は，広域 DMO を否定するものでは決してないが，まずは基礎単位としての個性ある地域が，地域 DMO を核としてデスティネーション・イメージを共有し，自分たちのやり方でそれぞれの自律的観光の実現をめざすことが優先されるべきではないかと考える。「急がば回れ」である。

5. 北大観光学の役割

「地域における観光の創造」をミッションに掲げる北海道大学の観光創造は，上記のような社会的要請に応えるべく，2017 年度より「観光創造士」改め「デスティネーション・マネージャー」の育成プログラムを開始すべく準備を進めている。

少し裏話をすると，この「デスティネーション・マネージャー」の名付け親は，田村明比古観光庁長官（2015 年 9 月着任～現在）である。「観光創造」をキーワードとしてきた北海道大学は，その要請すべき人材を，この十年間「観光創造士」と呼んで検討を重ねてきた。しかし，2016 年 5 月に筆者が長官と面談した折，曰く，「観光創造士」の名前では育成する人材像がぼやけている。自治体や観光協会，今後設立される DMO 等の想定する顧客層に訴求しない，とのこと。DMO 人材を育成するのであれば，ストレートに「デスティネーション・マネージャー」がよい，そういう名前にすればそれら組織がミッションに気づいた時に必ず職員を送り込むはずである。名前は大切だから「デスティネーション・マネージャー」にすべき，となった。このアドバイスを受け，プログラムの推進主体となる国際広報メディア観光学院（観光創造専攻を含む）は，その登録商標をすでに取得したところである。

以上述べてきたように，筆者の考えでは，将来の日本を大きく左右する力を持つ「明日の日本を支える観光ビジョン」であるが，その成否は，これを地域が使いこなせるかどうかにかかっている。そして，それはまさに社会が「地域で観光を創造できる人材」を育成しうるかという課題そのものでもある。「観光創造士」が「デスティネーション・マネージャー」に名前を変えようとも，2006 年の観光学高等研究センター設立，その翌年の観光創造専攻設置からの変わらぬ志が，その課題解決の大きな鍵を握っていることは間違いあるまい。

拡張現実の時代における「他者との出会い」に関する一考察

山田 義裕
北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 教授

1.「ネオ・ノマド（新遊動民）の時代」から「モビリティーズ」へ

人類学者の西田正規は，1986 年に著した『人類史のなかの定住革命』の中で，今から約一万年前，ひとは数百万年の間続けた遊動生活を捨てて定住生活へと向かったと主張し，遊動から定住へというこの人類史上の大変化を踏まえて「定住革命」という考えを提唱している。西田はこの著書の前書きの中で，たとえ一万年間の定住生活の後であっても，ひとは遊動の衝動を完全に失ったわけではなく，「人類がノマドとして生まれたことからして，あるいはノマドとして生きた時間の深さからして，その生き方は人類の体内の深くに染み入っている」（西田 2007:14）と述べている。

ジョン・アーリ（John Urry）は現代を「モビリティ社会」と特徴づけているが，現代社会が新たな遊動の様式を伴ってモバイル化しているのは，近代的社会システムの裂け目から，人びとの身体の奥深くに潜在するノマド的欲望が噴き出し始めたからかもしれない。

1989 年の冷戦終結にともない，社会主義諸国が経済体制を資本主義へと変える中で，ヒト・モノ・資本の国境を越えた移動が急速に活発化し，経済のグローバル化が進展していった。ツーリズムに関しても，経済のグローバル化と歩調を合わせるように，世界の海外旅行者数は急速に増加し，国際観光機関（UNWTO）の調査によると 2015 年の国際観光客到着数は 12 億人に迫り，この 20 年で倍増しているとのことである。

石森（1993）は 1950 年から 1990 年までの外国旅行者数の増加率を踏まえ，グローバル化する世界においてはこの流れは一層促進され，海外旅行者数は爆発的に増加すると予想した。さらに石森は，人間の移動の爆発的増大にともない「21 世紀は人びとがこれまで以上により広範囲に遊動し，さまざまな異文化をもつ人びとが交流するなかで，新しい文化が創造される時代になる」（石森 1993:17）と述べ，その「遊動と創造の時代」を「ネオ・ノマド（新遊動民）の時代」と名づけている。

近・現代の社会を「遊動」の観点から捉え直そうとした代表的研究として，前述したアーリの『モビリティーズ』がある。アーリは，従来の社会科学が「主体の相互作用にあまりにも集中しており，いわば社会生活の基盤を支えている永続的なシステムを無視している」（Urry 2007:12=2015:25）と批判している。ここで，社会科学が研究の対象とすべき「永続的なシステム」と彼が呼んでいるのは，この著書の中心的テーマである「移動シス

テム」のことであり，アーリはこの移動システムの研究を核にして，社会科学の諸領域を結びつける領域横断的な新しい「モビリティ・パラダイム」を確立しようと試みている。この新たな移動研究の中で，アーリは人間の物理的移動を交通システムの歴史をたどりながら網羅的に捉えようとしているのだが，彼のモビリティ・パラダイムが他の移動の研究から一線を画しているのは，単に物理的移動（交通）だけではなく「バーチャルな移動」（通信）をも研究の対象に含め，両者の相互関係について考察している点である。アーリは，ヨーロッパで 1840 年頃に誕生した交通システム（鉄道や海洋汽船）と通信システム（郵便・電報・写真・ガイドブック）を出発点として，そこから本書が書かれた 2000 年代半ばにおけるインターネットの発展やひとの物理的移動と身体的交流の変化まで広範囲にわたって考察している。

小稿では，アーリの議論を踏まえつつ，この研究の出版以降，すなわち 2000 年代後半以降のモビリティ社会において新たな形で生じている他者問題／コミュニケーション問題について考察したい。

2. 肥大化する情報空間と「多孔化」する現実空間との関係について

20 世紀末は，経済のグローバル化と並行し，インターネットの普及により社会の様々な領域で情報化が急速に進展していった時期でもある。インターネット上の通信は，その黎明期においてはごく小規模のテキストデータのやり取りに過ぎなかったが，World Wide Web が世界を覆い，Google 等の強力な検索エンジンが開発されることで，インターネット自体が巨大なコーパスの機能を持ち始めた。さらに，情報機器の充実と情報インフラの整備が進むことで，大容量のマルチメディアデータの受信・発信が可能となり，インターネットは巨大コーパスという特徴を維持しつつも，そこでマルチメディアの UGC（User Generated Contents）が生産消費される，ネット上の創造コミュニティの活動のための場ともなっている。

小稿が考察の対象とするモビリティ社会との観点からすると，情報メディアに関するより大きな変化は，2000 年代後半から始まるソーシャルメディアの大衆化がもたらしたコミュニケーション様式の変容であろう。具体的には，ティム・オライリー（Tim O’Reilly）が提唱する Web2.0 という新たなウェブコンセプトが Facebook や Twitter 等の各種のソーシャルメディアの仕掛けと結びつき，インターネットは巨大データベースからソーシャルメディアのプラットフォームへと変貌した。さらに，移動体通信のツールにインターネット機能が付与されることで，「いつでも，どこからでも」通信が可能となり，匿名の他者を含む多くの人たちとの「多対多」のコミュニケーションがインターネット越しに常時行われる状況となっている。

このようなコミュニケーション様式の変容およびインターネット上の創造コミュニティにおける生産消費活動の活発化に刺激されて，現実空間とインターネットの情報空間，す

なわちバーチャル空間との関係が急変している。アーリはソーシャルメディアが大衆化する前に，すでに「バーチャルなつながりは，さらに多岐に渡るローカルなつながりを促し，それゆえに，多くの身体の旅を減らすのではなく促すことにもなる」（2007:164=2015:244）と予想しているが，この予測はまさに非常に興味深い形で現実のものとなっている。以下では，若林（2010）と鈴木（2013）の「現実の多孔化」および宇野（2011）の「拡張現実」の議論に基づき，現実空間とバーチャル空間の関係の興味深い変化について考察する。

若林（2010:71）は，鉄道や自動車などの交通メディアが，その高速の移動という特性ゆえに前近代的な空間の連続性を断ち切り，そのため近・現代の都市空間は孔とチューブが至る所に貫通する「多孔的」な社会空間となっていると論じている。さらに，電気的・電子的なメディアの発達により，現実空間にはバーチャルな空間へ通じるもう一つの別種の孔が数多く生じ，「私たちの周囲に開かれた数多くの孔が，社会の場所論的な構造をより複雑な多孔体にし，媒介された景観のより重層する世界を生み出している」（若林 2010:78）と主張した。若林の議論で重要なのは，情報メディアの発達により生まれたバーチャルな時空間，若林の概念を使えば＜＜時と場＞なき＜時と場＞＞が独自の「現実」を生じさせるものでは全くなく，あくまで「物理的で地理的な＜時と場＞における関係を媒介し，それらを補完しつつ，それらに重なる形で新たな行為と関係，伝達と表象の場を形作っている」（若林 2010:198）という指摘である。すなわち，現実空間から遊離したもう一つの「現実」としてのバーチャル空間ではなく，二つの空間が交錯する重層構造に着目している点である。

鈴木（2013）は，上記の若林の研究とは独立に「現実の多孔化」の問題について，おもに情報空間と現実空間の「融合」の観点から論じている。鈴木の議論は，現実空間に開いた孔からバーチャル空間（彼の表現では「ウェブ」）が入り込むことで現実とウェブが融合しつつある，という若林とほぼ同様の基本認識に基づいている。鈴木の議論で特に重要なのは，「他者との電子的コミュニケーション（CMC=Computer Mediated Communication）」によって「空間の意味が上書きされる」（鈴木 2013:36）という新たなコミュニケーション的状況に注目している点である。鈴木は，電子的コミュニケーションにより生じる情報空間の特徴を二つ挙げている[1)]。一つはこのコミュニケーションが現実の場と完全に無関係に行われる場合がある点である。二つ目は，「情報空間の意味よりも先にコミュニケーションが行われる」（鈴木 2013:37）という事態である。つまり，何らかのきっかけで電子的コミュニケーションが立ち上がり，それにより生じた情報空間が現実空間の意味を上書きするという新たなコミュニケーション状況である。このように，情報空間における電子的コミュニケーションが現実空間に開いた無数の孔から入り込み現実空間の意味の上書きが行われる状況，鈴木はこれを「多孔現実化」あるいは「現実空間の多孔化」と呼んでいる。

2000 年代までは，インターネット上のコミュニケーションは，ネットという仮想世界内

部の現象であり，現実空間への直接的な影響はまだまだ弱かった。しかし，アニメ聖地巡礼者の行動に典型的にみられるように，情報空間における電子コミュニケーションに誘発されて，現実の物理的な場に人が集まり対面で身体的な交流を行うという新たな「観光行動」が，この 10 年で目立って増えている。鈴木が「多孔現実化」と呼ぶのは，まさにネット上のコミュニケーションをきっかけに人が具体的な場に呼び寄せられ，電子コミュニケーションによってその空間の意味が上書きされる事態，つまり現実空間に穿たれた「孔」から情報空間のコミュニケーションが入り込むことで空間が多層化する新たなコミュニケーション的状況である。

鈴木は，現実空間と情報空間の融合が私たちの社会にどのような影響を及ぼすかについて「多孔現実化」をキーワードに論じているが，この研究の 2 年前に，宇野常寛が同様の問題意識のもとで「拡張現実」をキーコンセプトとして，日本のサブカルチャーに関する考察をもとに，2000 年代以降の私たちのリアリティのあり方について興味深い議論を展開している。

宇野 (2011) が 2000 年代以降の人びとのリアリティを特徴づけるために用いている「拡張現実」という概念は，見田（1995，2006）の戦後日本社会におけるリアリティの変容プロセスに関する議論を敷衍したものである。見田は戦後 45 年間の日本人のリアリティについて考察した 1990 年の研究の中で，「現実」に対して三つの対概念（理想・夢・虚構）を対置し，これらの「反現実」のモードによって戦後 45 年間は三つの時代に区分できると論じた。具体的に言うと，戦後の日本社会は高度経済成長期（夢の時代）を中心に，そこに至るまでの助走期（理想の時代），高度経済成長の勢いが止まった後の時期（虚構の時代）の三つに区分されるというものである。

見田の研究は 1990 年のものであり，それに続く時代に人びとのリアリティがどのように変容しているのかについて，社会学や文芸評論の領域で議論が展開されているが [2)]，宇野 (2011）もその中の重要な研究の一つである。1990 年代後半以降におけるリアリティの変容についての宇野の基本的な考えは，虚構のあり方が「仮想現実」から「拡張現実」へと質的に変化したというものである。経済のグローバル化や高度情報社会化により世界がひとつにつながった状況，すなわち「＜外部＞が消失した世界において，虚構は＜外部＞もうひとつの現実として機能するのではなく，むしろ現実の＜内部＞を多重化し，拡張する存在として機能する」(宇野 2011:400）と主張する。この「仮想現実」から「拡張現実」へという虚構への想像力の変化が先鋭的な形で観察されるのが，現代日本のゲームやアニメ等のサブカルチャーであるというのが宇野の洞察である。宇野は，コミュニケーションが自己目的化（consummatory）し，北田（2005）の意味での「《繋がり》の社会性」が前景化した社会において，まさにコミュニケーションを「疑似自然」とみたてながら「現実それ自体を拡張現実的にゲーム化する想像力が働いている」(宇野 201:410）ことについて，中沢（1997）のポケットモンスター研究を援用しながら次のように述べている。

『ポケットモンスター』はモンスター（キャラクター）の交換／対戦という要素を活用することで，プログラムの外側にもうひとつのゲームを――それも情報技術やコミュニケーション環境の変化によって自動的に進化するゲームを設定することに成功したのだ。まさに，教室や職場，ストリートやネットワークに自生するコミュニケーションそれ自体が，ここでは虚構（ゲーム）の一部と化していると言える。（宇野 2011:410）

宇野（2011）と鈴木（2013）に共通する重要なポイントは，現実空間に対して新たな意味づけを行い，空間を「拡張現実」的に多層化しているのが，ほかならぬネット上の電子的コミュニケーションであると分析している点である。現実空間を架空の物語により彩る想像力は，昨今のアニメ聖地巡礼を持ち出すまでもなく，文学散歩（印刷メディア）から大河ドラマ観光（テレビメディア）まで広く見られるものであろう。「拡張現実」という新たな虚構，あるいはその虚構を介して得るリアリティを考察する際に重要なのは，例えばあるキャラクターをめぐり情報空間でコミュニケーションが始まり，そのコミュニケーション自体が虚構と現実空間を結び付け，それにより現実が多層化するという 2000 年代以降に生じた虚構に対する新たな認識なのである。

3. 拡張現実の時代の他者問題と免疫寛容

前節で述べたように，ソーシャルメディアを介した電子的コミュニケーションの活発化とともに，特にこの十年間で顕著になってきているのが，ネット上のコミュニケーションが現実空間の行動に直接的影響を及ぼすこの拡張現実的な状況である。日本のサブカルチャーで先駆的に観察された拡張現実的状況は，今や他の領域にも広がり，ネット上のコミュニケーションが現実空間の政治運動や社会活動の引き金となる事例が国内外で目立ち始めている。例えば，「アラブの春」のきっかけとなった 2010 年のチュニジアのジャスミン革命や 2011 年に始まる米国の Occupy Wall Street，アジアで 2014 年に続いた台湾のひまわり学生運動や香港の雨傘革命，国内に目を転ずると福島第一原発事故後の「あじさい革命」と呼ばれる脱原発デモ等においても，ネット上のコミュニケーションが現実空間での活動を刺激し推進する力となっている。

情報空間と現実空間が交錯する拡張現実的状況において，上で述べたような「ネットで出会いリアルで集う」といった他者関係構築の新たな様式が一般的なものとなっているが，以下ではこれが現代のモビリティ社会における新たな共同性の形として有効かどうかについて議論する。

コミュニティ研究の分野において，後期近代における個人化の進展と他者関係の希薄化の中で，どのように共同性を維持し，それをどう公共的活動につなげるのかということが課題として提起されている。前節で述べたように，サブカルチャーであれ社会活動であれ，ソーシャルメディアを活用したネット上でのコミュニケーションが現実空間における他者

との出会いの契機となるのであれば，それが伝統的共同体の衰退した後の新たな共同性維持の仕掛けとして機能し得るのではないかという期待を抱くかもしれない。しかし現実には，ソーシャルメディアのコミュニケーションは，異質な他者を結びつけて多様で寛容な他者関係を生み出すのではなく，逆に排外的トライブの形成を促し，それにより部族間闘争を誘発するといった暴力的事態を招いている。例えばアラブ諸国は，アラブの春から 7 年が経過した今，政治的・軍事的混迷を深めており，独裁政権打倒の代償として宗派や部族単位の分裂と対立が激化し，民主体制に移行するどころか複雑な衝突が人道的危機を招いている。日本においても，一部の団体がマイノリティに対してヘイトスピーチを激化させており，この社会情勢を危惧した国連人種差別撤廃委員会が日本政府に対してヘイトスピーチ問題への毅然とした対処を求めて勧告し，それを受けてヘイトスピーチ解消法が成立するまで至っている。

グローバル化の加速にともない，国民国家のたがが緩む中で激しさを増す新たな部族や民族の対立を目の前にして，何か有効な手立てがあるのだろうか。

この問題について，免疫学者の多田富雄が亡くなる間際に残した言葉をヒントに考えてみたい。多田は病床の中で NHK のインタビュアーからの「今の文明に救いはあるのでしょうか？」との質問に答えて，「今はこんな状態でとっさに答えができません。しかし，僕は絶望しておりません。長い闇の向こうに，何か希望が見えます。そこには，「寛容の世界」が広がっている。予言です。」と答えた。チュニジアのジャスミン革命の 8 ヶ月前に，アラブの春とその後の世界情勢をあたかも予期したように述べられた多田の「予言」の中にある「寛容」とは何か。ここで多田が使った「寛容」ということばは，私たちが日常使う「寛容」よりも，彼の専門の免疫学の研究で用いられている「免疫寛容」に近いものだと思われる。私たちの免疫システムは「自己」と「非自己」を峻別し，非自己が異物として体内に入ってくるとそれを激しく攻撃する。免疫システムは，自己に対しては寛容に振る舞い，めったなことでは攻撃しない。しかし，非自己に対しても，ある条件のもとでは，異物を排除するための拒否反応を起こさないことがある。このように，異物に対して「拒否するのではなく，内部に受け入れ，それと共存するための仕組み」（多田 1997:177）が私たちには備わっており，それを「免疫寛容」と呼んでいる。私たちの体というのは，異物をことさら排除するのではなく，ある場合にはいわば「見て見ぬふり」をして共存することを可能にする柔軟なシステムなのである。

マイノリティ研究やコミュニティ研究の分野での重要な課題に社会的排除／包摂の議論があるが，異質な他者と遭遇した時に包摂も排除もせず，ただ「内部に受け入れ，それと共存する」という多田の意味での「寛容」の可能性について考えてみること。これが，拡張現実の時代のモバイル社会において新たな形で出現している部族間対立の中で，異質な他者との関係，新たな「他者の出会い」の概念を鍛え直す際の足がかりとなるのではないかと考える。

注

1）具体的な事例については，鈴木（2013: 33-38）を参照のこと。
2）東（2001），大澤（1996, 2008），宮台（2014）を参照。

参考文献

東 浩紀
　2001　『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』講談社現代新書。
石森秀三
　1993　「ネオ・ノマド（新遊動民）の時代――人はなぜ旅するのか」高田公理・石森秀三編『「新しい旅」のはじまり――観光ルネッサンスの時代』pp.13-46, PHP 研究所。
北田暁大
　2005　『嗤う日本のナショナリズム』，NHK ブックス。
見田宗介
　1995　『現代日本の感覚と思想』，講談社学術文庫。
　2006　『社会学入門――人間と社会の未来』，岩波新書。
宮台真司
　2014　『私たちはどこから来て、どこへ行くのか』，幻冬社。
中沢新一
　1997　『ポケットの中の野生――今ここに生きる子ども』，岩波書店。
西田正規
　2007　『人類史のなかの定住革命』，講談社学術文庫。
大澤真幸
　1996　『虚構の時代の果て―オウムと世界最終戦争』，ちくま新書。
　2008　『不可能性の時代』，岩波新書。
鈴木謙介
　2013　『ウェブ社会のゆくえ――＜多孔化＞した現実のなかで』，NHK ブックス。
多田富雄
　1993　『免疫の意味論』，青土社。
宇野常寛
　2011　『リトル・ピープルの時代』，幻冬舎。
Urry, John
　2007　*Mobilities*. Polity Press.
アーリ，ジョン
　2015　『モビリティーズ――移動の社会学』吉原直樹・伊藤嘉隆訳，作品社。

若林幹夫
2010 『＜時と場＞の変容――「サイバー都市」は存在するか？』，NTT 出版。

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[1)]。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 [⋯][2)]

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い回しであり，美瑛町の資料[3)]や前田真三の文章[4)]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[5)]。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[6)]，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[7)]。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[8)]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[9]。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[10]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[11]のもとで考えてみたい。

美瑛観光の中心的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為や生活の場は，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，純粋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，マカン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んなく，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，過去の営為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。簡単に言ってしまえばそれは，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遥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てはじめて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，そこはますますいっ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，そこにいっそうますます豊穣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」[12]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クストで言うならば，その両者をまた違った意味で直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収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，沢があってはじめて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ざ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/shisatsushiryou2014.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/kanko/,（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 ）

観光思想論の展望

――現象学的観光研究に向けて――

清水 賢一郎
北海道大学メディア・コミュニケーション研究院 教授

1．観光思想論？

観光創造専攻における「観光文化論講座」の一員として，筆者は現在「観光思想論」の名を冠した演習を担当している。この科目を担当するようになったのは 2014 年度からで，それ以前の講座名称は「国際地域文化論講座」であり，「文化をデザインする科目群」，「地域をマネジメントする科目群」と並ぶ「三位一体」構造の一角を構成する「世界とコミュニケートする科目群」の中の一つとして「中国地域文化論演習」を担当していた。

国際地域文化論から観光文化論へ――この改称には一つの歴史が刻印されている。専攻創設当初，正直に言うと（ほぼ）まったく観光研究の蓄積のなかったメンバーが「観光」を掲げた科目を担当するには種々憚りがあり，いわゆる現実的考慮から，五大洲式カテゴリ分けの，各「〇〇地域文化論」の担当というかたちで専攻の全体にいささかなりと貢献できれば，という立ち位置の選択がはたらいた結果であった。

それが，いまや「観光思想論」である。われながら，よくぞ名乗ったりと思うが，しかしあらためて振り返っても「観光思想論」とはいささか変わり種である。だいたい，ネット検索をかけても，ほとんどヒットしない。「観光思想論」で「ググる」と筆者の授業科目名が出てくるのみ。「観光思想」で検索すると，全国各地の観光協会が取り組む事業の一つとして「観光思想の普及」を挙げている例が目につくくらいで，およそ学術的なところでは大橋昭一の著書『観光の思想と理論』（大橋 2010）が近似する程度であろう。海外に範囲を拡げればもう少しあるが，いずれにせよ，マイナーなサブジェクトである。というより，そのような確立した「知」が存在しているわけではない。

およそ知的な営みはつねに 2 つの方向性を備えている。一つは常識の上（メタレベル）に立ち俯瞰的に世界を捉える方向で，ピラミッド型の構築性に優位性をもつ。もう一つ，地面に這いつくばり，あるいは地下へと掘り進むベクトルがある。常識の自明性を根底から問い直し，世界の基本的前提に揺さぶりをかけるような運動性である。後者はそれ自体が運動体であるため，原理上，その方法を固定的に確立しておくことは難しい。こうした性格をもつ学問の代表は哲学であろう。これはピラミッド型とは相容れない。誰それ（哲学者）の哲学（思想）はあるが，ピラミッドの頂点をなす「スタンダード」な哲学や統一思想などというものは存在しない。哲学・思想は，なにか実体的な対象をもった学問とい

うより，世界ないし現実に対する態度とでもいうべき姿勢の問題である（〈勢〉については清水 2008 参照)。観光思想論もまさにその意味で世界ないし現実の〈勢〉を捉えようとするものである。

2. 現象学的還元という方法

いま「世界」とか「現実」とかいったが，これも実定的な対象として静態的に捉えるのは適切でない。むしろそれは「現象」として見られるべきものである。ここで現象というのは，現象学におけるそれを念頭に置いており，自然科学，例えば物理学がそうするような，計測機器で数値化できる類いのものを指してはいない。目に見えないものを，いかにとらえるか。ここに難所がある。

現象学的な方法論に親しみ，それを「わざ」として習得してもらいたいという狙いで，今年度の「観光思想論演習」では，認知科学の立場から「身体知」の研究に取り組んでいる諏訪正樹の著書（諏訪 2016）と「看護の現象学と自由の哲学」を副題にもつ村上靖彦の著書（村上 2016）をとりあげ，3 名の受講者と協働しながら読みこんだ。3 名とも共通して身体性に深く関わる現象を研究しようと意志していたため，身体知ないし臨床的な実践をいかに記述・分析するかという方法論的意識に貫かれた諏訪と村上の著書を読みくらべながら議論（対話）を重ねることで——両著は現象へのアプローチで重なる部分を有しつつ，微妙なズレをも孕んでいたため，まさにそのズレを奇貨として——，教室空間に一つの〈現象〉を浮かび上がらせようという意図は比較的成功を収めた（と思う。自画自賛)。

現象学者の村上靖彦は，現象学にとっての現象と自然科学のそれとの違いを，「ここ here」という場所（というより〈非-場所〉）を例にあげて説明する。

> 「ここ」とは自分の体がある場所なのだが，それではピンポイントでどこを指すのか考えても答えようがない。物理空間のどこにも私の「ここ」は存在しない。身体経験は確かに空間的なものであるが，物理空間には特定できない。……身体の物理的な側面に支えられているとしても「ここ」そのものは物体ではない。いいかえると，認識された客体に対する〈ずれ〉において現象は生起する。(村上 2016:218)

現象は動く。特定のなにかに固定されず，「未規定的」で，本質的なあいまいさに彩られた経験が現象である。いわば「何かが〈生き生きと動くこと〉が現象」であり，「状況のリアリティを構成するのがまさに「現象」」なのである（村上 2016:218-219)。

例えば私たちは旅先でふと，都会での日常生活よりも時間がひどくゆっくり流れてゆくことに気づく。時計を見れば，秒針が正確に一定速度で動いているらしいことが確かめられるし，物理学的な次元ではそれは自明の事実に違いあるまい。しかし，吉田健一が珠玉の小説やエッセイ（吉田 1975; 1976）で見事に形象化してくれたごとく，「旅の時間」に

は物体を超える何かが間違いなくある。「旅の時間」に生き生きと〈動いて〉いるもの――それが現象の一つの姿である。そうした現象の痕跡を吉田健一は「ことば」で掬いとってみせた。グラスを傾け，紫煙をくゆらせながら。その意味で，それは吉田の「現象学」であった。私はそんなふうに『旅の時間』を，ためつすがめつ読み返す。吉田健一の小説は，私の「観光思想論」の一つのお手本なのである。

3.〈他者〉としての専門性

観光思想論は，観光の現象学として構想される。ただ，現象学は簡単ではない。現象はそれ自体，つねに特異で一回的な，しかも反復こそを本質とするような出来事である（その点こそが吉田健一の作品群が見事に示した達成である)。しかも，原理的に，実定的な「現実」から〈ずれ〉ることこそをその定義とするような，認識論的布置かつ運動態――W・ベンヤミンが自身の「歴史哲学」の方法論として使用した概念を借りれば「コンステラチオン（星座)」――である（今村 2000，また村上 2016:227 も参照)。星座は天体の配置を図像化したものであり，星々の地図のようなものである（として表象される）が，宇宙物理学的にはおよそ意味のない配置である。現象は複数性に基礎づけられている。複数の（原理的に次元を異にする）事象の〈あいだ〉の照応関係として織り上げられてはじめて意味をもつ。そうした複数の事象の布置＝運動態――それを中国では古来〈勢〉と呼びならわしてきたわけだが――を可視化するための方法論が，現象学の祖 E・フッサールが編み出した「現象学的還元」にほかならない。村上靖彦にしたがえば，こうなる。

> 「現象とは，そのつど出現する経験的で特異な事象（出来事，経験，行為）の動きである」と定義できる。しかし日常生活における私たちの視線は計測可能な客体に注がれる。そしてまさに日常生活において注目される客体とはずれたところに現象は出現する。このとき目につきやすい客体から，現象へと視線を向け直す作用のことをフッサールは「現象学的還元」と呼んだのである。(村上 2016:228-229)

このとき，しかし何よりまず重要なのは，現象のリアリティである。私たちの心を打ち，響き合うような〈触発する構造〉(村上 2016:228）が現象のたましいである。その意味で村上は「触発力を持つ現象＝リアリティが生起する構造」のことを「真理」と呼ぶ。そして，ここで死活的に重要な注意点は，ここでいう「真理」とは「(共通項や，典型的な事象という意味での）普遍性ではない」ということだ。この意味での「真理」は，観光研究で近年議論されているパフォーマティブ・オーセンティシティの概念（Knudsen and Waade 2010）とも響き合うものと考えられる。

しかし，触発は必要条件であるにしても，それだけでは十分ではない。村上 (2016:230）の極めて触発力に富んだ表現を借りれば，「現象はある種の「他者性」を帯びて登場する」

のであり，いわば「自分自身の経験を「他者の」経験として分析している」ような距離感ないし運動性が作動してこそ，現象の共鳴（レゾナンス）が現象学へと高次化を遂げるのである。

今年度の「観光思想論演習」で，ある時，受講者の一人がみなに疑問を投げかけた。「現象（現場）で大切なのは触発であり，いわゆるオーセンティックな知（正解）を伝達したり解説（インタープリテーション）したりすることでないとすると，観光の専門性とは何なのでしょう」と。それ自体すぐれて触発的なこの問いに，教室はぴんと張り詰めた空気に包まれたが，しばらく私たち 4 名のあいだで多方向的なやりとりがなされた後，暫定的な答えとしてたどりついた先（destination）は，「自分自身の中にどれだけ多くの〈他者〉を棲まわせることができるか」であったことを，とりあえず，ここに旅日誌（journal）として記しておきたい。

4. 解釈学的循環を生きる

今年度の「観光思想論演習」で，もう一つ記憶に値すると個人的に感じたのは，最終回に行った「人称」をめぐる議論である。諏訪（2016）の「身体知」研究では「一人称研究」が大いに称揚されていた一方で，村上（2016）の「行為のプラットフォーム」の現象学，あるいは「自由の哲学」に向けての「質的研究としての現象学」では「一人称性は現象学の必要条件には組み込まれていない」（村上 2016:230）と「一人称性」は退けられ，「他者性」あるいは「距離」の確保が強く主張されていた。時間の制約もあり，授業の中で，この問題は必ずしも十分に深めることはできなかったのだが，そうした人称性の問題ないし感覚は，現在，社会のあちこちで「問題」として噴出してきているように私には感じられる。

そうした感覚がビビッドに表出されているのは，様々なジャンルのアート（文藝）である。なかでも「人称」ということでは，文学，特に小説が端的な表現の達成を見せているようである。ここではキーワード的なものを確認するに留めるが（機会を改めて詳しく論じてみたいテーマである），渡部直己（2014）の提示した「移人称小説」論。それと呼応しあう佐々木敦（2014）の「パラフィクション」論。加藤典洋が柴崎友香の小説「わたしがいなかった街で」の語り＝人称の構造をテクストの微に入り細をうがって分析した論考（加藤 2016）等々。これらには，人称の「複数性」と「移動」を巡る現代日本社会のアクチュアルな感覚（とその変容）が静かに，あるいはダイナミックに横溢している。

ところで，ここまで「観光思想論」云々と臆面もなく言いながら，観光については棚上げにしてきた。現象（学）も難しいが，観光の定義もまた難しい。ただ，まず一つ言えることは，あまりにも当たり前のことであるが（H・アレントの『人間の条件』などを引くまでもなく），観光もまさに「複数性」を根源的条件としているということ。言い換えれば，関係性である。

ただ，関係は（これまた現象と同じく）目に見えない。ゆえにその取り扱いも，なかなかに厄介である。人間が複数集まることで関係ができる。夫婦が子を授かる場面をイメージすれば分かりやすいだろうが，関係ができあがっている中に，新たな個体が生まれる。子どもは関係性のただ中に生まれ，その関係性の中で人間として育っていく。これは同時発生的，相互形成的な関係である。ニワトリとタマゴと同じで，議論が堂々巡りになってしまう。いわゆる「解釈学的循環」の問題である。これを「全体と部分」に置き換えることもできよう（あるいは G・ドゥルーズ風に「グローバル／ローカル」問題と言い換えてもよい）。あるいは「全体を要素から成る相互聯関的なシステム」とみれば，これはシステム論の問題ともいえるが，同根の問題を「制度化 institution」の問題として考えたのが M・メルロ＝ポンティであり，それを精神医療の臨床の「現場」で実践的に発展させたのが F・ガタリであった（山森 2015）。

ただ，いま現在，いわゆる後期近代と呼ばれる時代において，人間とその関係性（社会）を全体と要素といった二項対立的な視座から見る議論は，もはや十分な説得力をもちえなくなっている。いわゆる近代においては，純粋で空虚な観察者の視点から社会を「対象化」するような「超越（論）的視線」を，観察者の「外部」に調達していた当の視点は，いまやそのような絶対的に「独立」したかたちでは成立しなくなって久しい。実際，私たちの日々の暮らしの中で，社会の局所で生じているローカルな個々人の「生きる意味」が，総体的な社会秩序や社会構造にどのようなかたちで連接されうるのか。いわゆる若者だけでなく，社会のあらゆる層・領域において，そうした問いがアクチュアリティをもって問われ続けているのが現状であろう。

明らかに，これは難問である。ただ，これまた明らかに感受されるのは，いまや私たちは，リアリティの感覚，あるいは社会との「関係性」における「触発する構造」への距離感ないし運動性を，単にアタマで思弁的に操作するだけでは飽き足らず，身体性において，「移動する肉体の体感」ともいうべきものを大切にしながら，ぽつぽつと，しかし着実に「生き」はじめているという実感である。解釈学的循環をみずから主体的に選択しながら生きる大学院生諸君との「観光思想論」の演習が，ますますおもしろくなってきているのである。

文　献

今村仁司
　2000　『ベンヤミン「歴史哲学テーゼ」精読』岩波書店（岩波現代文庫）。
加藤典洋
　2016　『世界をわからないものに育てること：文学・思想論集』岩波書店。
Knudsen, BT and Waade, AM
　2010　Performative Authenticity in Tourism and Spatial Experience: Rethinking the

relation between travel, place and emotion in the context of cultural economy and emotional geography. In *Re-investing Authenticity: Tourism, Place and Emotions*. pp. 1-19. Channel View Publications

村上靖彦

2016　『仙人と妄想デートする：看護の現象学と自由の哲学』人文書院。

大橋昭一

2010　『観光の思想と理論』文眞堂。

佐々木敦

2014　『あなたは今，この文章を読んでいる。：パラフィクションの誕生』慶応義塾大学出版会。

清水賢一郎

2008　「風景の創造：中国文化に即して」石森秀三編『大交流時代における観光創造』研究叢書（70），北海道大学メディア・コミュニケーション研究院。

諏訪正樹

2016　『「こつ」と「スランプ」の研究：身体知の認知科学』講談社（選書メチエ）。

渡部直己

2014　「今日の「純粋小説」：『日本小説技術史』補遺」『新潮』10 月号，新潮社。

山森裕毅

2015　「制度分析のプロトコル：幻想・集団・横断性」『流砂』8 号，批評社。

吉田健一

1975　『旅の時間』河出書房新社。

1976　『時間』新潮社。

日本版 DMO の諸相と展望

石黒 侑介
北海道大学観光学高等研究センター 准教授

1.「日本版 DMO」誕生の経緯

2016 年 3 月に政府が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」は，2003 年の「観光立国宣言」以降の観光立国への取り組みを次の次元に引き上げるものである。2004 年に策定された「観光立国基本行動計画」では，省庁横断的な各種の事業が幅広く記載されたが，社会の関心はビジット・ジャパン事業に代表されるインバウンド市場の成長に向いており，当初，期待されたような分野横断的な取り組みはそれほど進まなかった。しかし訪日外国人旅行者数は言わば観光振興という樹木の「果実」であり，それを支える「根幹」や「枝葉」への取り組みなくして果実を増やすことには限界がある。インバウンド 2,000 万人時代への突入を機に，単なる市場規模の拡大に留まらず，資源の発掘から最終的な誘客までを一体的にとらえ，省庁横断的かつ従来に比して体系化された各施策を官邸主導で打ち出した意味は大きい。我が国が文字どおり観光で立国するために肝要な「根幹」や「枝葉」への取り組みと言えるだろう。

その中で最も注目を集めているのが DMO（デスティネーション・マネジメント／マーケティング・オーガニゼーション）である。国は「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で世界レベルの DMO の設立をその目標に掲げ，「日本版 DMO 候補法人への登録」を地方創生の交付金と紐付けて推進している。DMO という新しい概念が全国に拡大することの意義は小さくないが，一方で，しっかりとした議論なくして用語のみが社会に広まっていく姿は，2003 年以降の「インバウンド」の流行を想起させもする。実際，施策を推進する各官庁や地方公共団体はもちろん，コンサルティング会社や広告代理店，金融機関までもが DMO と名のつく各種の支援事業を数多く実施しており，「DMO バブル」の様相を呈している。

そもそも政府が「日本版 DMO」を国策に取り入れた背景には，「観光圏事業」と「観光地域づくりプラットフォーム」がある。

「観光圏事業」は，2008 年に制定された観光圏整備法に基づくものであり，その目的を「観光地が広域的に連携した『観光圏』の整備を行うことで，国内外の観光客が 2 泊 3 日以上滞在できるエリアの形成を目指す」としている（国土交通省観光庁 2008）。2008 年に，富良野・美瑛広域観光圏，伊達な広域観光圏，会津・米沢地域観光圏，やさしさと自然の

温もりふくしま観光圏，水戸ひたち観光圏，南房総地域観光圏，富士山・富士五湖観光圏，雪国観光圏，伊勢志摩地域観光圏，京都府丹後観光圏，淡路島観光圏，山陰文化観光圏，広島・宮島・岩国地域観光圏，にし阿波観光圏，阿蘇くじゅう観光圏，新東九州観光圏の16 観光圏が第 1 次認定地域として登録された。観光圏はその後，2012 年の観光圏整備法改正を経て，現在，13 の地域が認定されている（国土交通省観光庁 2016）。

一方，「観光地域づくりプラットフォーム」は，地域が「着地型旅行商品の販売を行うため， 地域内の着地型旅行商品の提供者と市場をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体」(国土交通省観光庁 2010) と定義され，2012 年より本格的な整備が進められた。なお，「観光地域づくりプラットフォーム」そのものは特定の地域を対象としたものではないが，観光庁が行った「観光地域づくりプラットフォーム支援事業」の対象が観光圏とされていたことを踏まえれば，実質的に観光圏に認定された地域における体制整備がその目的であると理解できる。

国の施策に「DMO」という概念が取り込まれるきっかけとなったのは，2012 年である。同年，国土交通省観光庁により観光圏事業の現状や課題を多面的に把握し，その後の同事業の方向性を定めることを目的とした「観光地域づくりに関する調査検討業務」が行われ，その事業の中の検討会において有識者によって初めて DMO への言及がなされた (国土交通省観光庁 2012)。同事業の報告書では沖縄とハワイ，ニセコとウィスラー，湯布院とバースなど類似の観光資源を持つ国内外の地域の比較が行われており，資源性では劣っていない国内の地域が誘客を拡大できていないのはマーケティング機能の差であるとの指摘がなされている。この段階では既に施策化していた「観光地域づくりプラットフォーム」との混同を懸念し，DMO の具体施策化は見送られたが，同検討業務が今日の「日本版 DMO」の政策上の特性を生み出す一因となったことは間違いない。

さらに，翌年にはインバウンド観光振興に関する株式会社政策投資銀行の研究レポート「『地域のビジネスとして発展するインバウンド観光』―日本型 DMO による「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて―」が発行され，その中で地域における観光振興を担う組織としてスイスやドイツの DMO が紹介された（日本政策投資銀行 2013）。同レポートでは，DMO の役割の中でも特にマーケティングが強調され，日本における同種の組織の必要性が指摘されている。こうした官民における DMO への関心の高まりが，その後の「日本版 DMO」の具体施策化の起点になっているのである。

2. 「日本版 DMO」の構造的特徴と課題

「日本版 DMO」には，その政策立案過程に由来する二つの特徴があると指摘できる。

一つは，広域での観光振興を目的とした「観光圏」と「観光地域づくりプラットフォーム」という政策の二つがその基盤にあるということである。「日本版 DMO 候補法人」の登録は 2017 年 1 月末時点で第 7 次登録まで行われており，広域連携 DMO，地域連携 DMO，

地域 DMO の 3 つの分類で合計 123 の登録が行われているが，2016 年の第 5 次登録までは広域連携 DMO と地域連携 DMO の登録数が，地域 DMO のそれを上回っていた。

もう一つの特徴は，地域におけるマーケティング機能，特に外国人旅行者を対象としたその遅れや不足が DMO の必要性をめぐる議論の根本にあるということである。そのため，「日本版 DMO」では，その要件として KPI（Key Performance Indicators：重要業績評価指標）の導入やマーケティングに関する専門人材の獲得など，観光地域づくりにおける経営的側面に基づくものが多く定められている。

ところが，実はこうした政策的な特徴が，DMO をめぐる世界的な議論と日本国内におけるそれとの間にある種の乖離を生んでいるという側面もある。

DMO 研究の先駆けである Pike は，DMO がマネジメントする対象としてのデスティネーションを「観光に関するアクティビティへの参加有無にかかわらず，旅行者が一時的に滞在する場所である」と定義している。(Pike 2004)。また，UNWTO は「基本的には旅行者が 1 泊以上の滞在をする物理的な場所を言い，ここには日帰りで訪れられる観光資源やサービス，アトラクションも含まれる」と定義し，「マネジメントを規定する物理的，行政的な境界と，市場における競争力を規定するイメージや認識を有するものである」とデスティネーションについて述べている（UNWTO 2006)。つまりデスティネーション・マネジメントを行う上でのデスティネーションは必ずしも広域であることを想定しておらず，むしろマネジメントの視点からは行政上の境界や物理的な境界が存在することを前提としていると言える。

ところが，現状の 123 の「日本版 DMO」候補法人の約半数を占める地域連携 DMO の多くは，単一の地域 DMO 持たない地域をそのマネジメント対象としている。北海道を例にとれば，地域連携 DMO としては，一般社団法人ふらの観光協会，一般社団法人釧路観光コンベンション協会，一般社団法人大雪カムイミンタラ地域連携 DMO，一般社団法人千歳観光連盟が候補法人として登録されているが，マネジメント対象の地域内に地域 DMO を有しているのは，一般社団法人ふらの観光協会，一般社団法人釧路観光コンベンション協会のみである。

デスティネーション・マネジメントには，インフラの整備や景観のマネジメントなどの空間的な要素に加え，異なる産業に従事する住民間の合意形成や官民の多様な組織間の利害調整など，分野横断的な取り組みが必要不可欠である。その意味において DMO は，行政上の境界や物理的条件に基づく境界に規定される地域の概念と不可分であると言える。DMO の広域性が有効に機能するのは一義的にはブランディングやプロモーションの分野であり，国外の DMO はそうした理解に基づいて，行政や関連組織と役割分担を行っている。しかしながら，「日本版 DMO」はマーケティング，特にプロモーションをその存在意義の柱としているために，「旅行者にとって行政的な境界は意味を持たない」といった議論が後ろ盾となり，市町村単位での DMO に関する議論が停滞する傾向にある。

また，マネジメントのとらえ方が世界の DMO をめぐる議論とやや異なる点も「日本版

DMO」の特徴である。Pike（2008）によれば，デスティネーション・マネジメントは，企業の経済的価値と社会全体の価値の双方を追求する「社会的マーケティング」を目的としたものである必要があり，その概念は，旅行商品の販売やそれによる収益の拡大といった狭義の観光マーケティングを超えた，より幅広いものである（Pike 2008）。Pike はそうした「社会的マーケティング」の特徴を，収益性の高い観光産業の発展，市場における優位性，魅力的な環境，旅行者の満足度の維持，地元住民の協力体制といった多様な要素のバランスを維持することであるとしている。実際，例えば「日本版 DMO」のロールモデルになっているハワイ州政府観光局（Hawaii Tourism Authority）は，KPI として住民の満足度を掲げているほか，スペインのカタルーニャ州はデスティネーション・マネジメントを通じて自然環境，社会，経済，文化の持続可能性を追求する姿勢を明確に打ち出している。

「日本版 DMO」の中にも，こうした世界的な議論との間の差異に気がつき，旅行者やそれがもたらす経済的な恩恵の拡大のみに依拠しない，「社会的なマーケティング」を指向する組織も出てきている。例えば「一般財団法人丘のまち美瑛活性化協会」は，観光と一定の距離感を保ちながら，同町の基幹産業である農業や，非観光産業従事者を含めた町民の満足度を重視したマネジメントに着手しようとしている。こうした動きは，言うなれば地域の側から DMO の本質的な議論への接近を試みるものである。

3. 「日本版 DMO」を巡る議論の深化を目指して

先述したように今や「日本版 DMO」は観光分野の実務，学術の世界において最も耳にすることの多い言葉の一つであるが，実は国外の関心はそれほど高くない。

DMO は文字どおりデスティネーション・マネジメントを行う組織を意味するのであり，デスティネーション・マネジメントに関する議論を等閑にして，DMO の議論は成立しない。世界の関心はデスティネーション・マネジメントの具体的，実践的な手法に向けられており，官民連携を促進するための規制緩和や補助の制度のあり方，観光受容量のコントロールや訪問経験設計（visitor experience design）などがそのテーマになりつつある。国や地域によって DMO の形は多様であるのが自然であり，行政制度や税制の異なる地域間で組織のあり方を議論すること自体，妥当性が低いと考えられているとも言える。

例えば観光先進国のスペインでは，首都マドリッドの DMO である「Madrid Destino（マドリッド文化観光商業公社）」の財源は 100%が市の税収によって賄われており，自主財源の確保という議論そのものが殆どされていない一方，第 2 の都市であり世界的なデスティネーションであるバルセロナの DMO である「Turisme de Barcelona」（バルセロナ観光局）は，財源の殆どを自主事業で生み出している。組織の形態や財源については多様性を許容しつつ，概念の深化や実践的なマネジメント手法の高度化を目指すスペインの例は，今の日本にとって多くの示唆を与えるものである。もちろん，「日本版 DMO」という名称とともに日本の行政制度や地域性を踏まえた独自の DMO のロールモデルを国が示そうという

取り組みそのものを否定するものではないが，真の意味で「世界水準の DMO」を目指すためには，こうした議論にも真摯に向き合うことが重要であろう。

訪日外国人旅行者数は 2003 年の 521 万人から 2016 年にはおよそ 2,404 万人にまで成長し，国際観光市場における日本の位置づけは，世界有数の旅行者数と旅行消費額を誇る一大送客市場から，成長著しい新興デスティネーションに変わりつつある。ただし，政府が目指すのは観光「立国」であって，「大国」ではない。世界的なデスティネーションとして，まさに「世界水準の DMO」を作り上げていくためには，まずはデスティネーション・マネジメントに関する本質的な議論が内発的に生まれることを期待したい。

文　献

国土交通省観光庁

2012 『観光地域づくりに関する調査検討業務報告書』，国土交通省観光庁

日本政策投資銀行。

2013 『地域のビジネスとして発展するインバウンド観光 ―日本型 DMO による「マーケティング」と「観光品質向上」に向けて―』，株式会社日本政策投資銀行。

Pike, S.

2004 *Destination Marketing Organisations.* Oxon: Routledge.

2008 *Destination Marketing An Integrated Marketing Communication Approach.* Oxon: Routledge.

UNWTO

2006 *A Practical Guide to Destination Management.* UNWTO.

ウェブサイト

国土交通省観光庁

2008 「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律について」，http://www.mlit.go.jp/kankocho/kanko_tk4_000002.html,（参照 2017-02-16）

2013 「観光地域づくりプラットフォーム」, http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/platform.html,（参照 2017-02-16）

2016 「観光圏の整備について」，http://www.mlit.go.jp/common/001087871.pdf,（参照 2017-02-16）

これからの「健康観光まちづくり」としての「クアオルト」

上田 裕文
北海道大学観光学高等研究センター 准教授

1. はじめに

由布院温泉など日本を代表する温泉地が，ドイツをモデルとした温泉保養地を目指し，地域ブランディングを進めてきたことは意外と知られていない。ドイツでは温泉や気候などを利用した自然療法が盛んで，そのために整備された健康保養地域は「クアオルト」と呼ばれ，ドイツ全土で約 400 箇所が州によって認定されている。日本でも，由布市（旧湯布院町）が全国にさきがけ 1971 年に「由布院クアオルト構想」を掲げ，健康保養地としての取り組みを行ってきた。ここでは，昨今の観光構造の変化に伴い再び注目されている温泉地域を，クアオルトとして整備していくための方法について，ランドスケープの視点から論じてみたい。

2. ドイツのクアオルト

ドイツのクアオルトの最大の特徴は，温泉ばかりでなく，海や山，森林などの自然環境や気候要素を保養や療養の目的に利用している点である。このことは言い換えるならば，地域の気候環境を味わいくつろぎながら，人々が長期滞在できる保養地づくりが目指されているということである。もっと簡単に言うと，訪れた人が，のんびりと歩きながら自然を感じたり，その土地ならではの歴史文化に触れたりすることができる空間をどのように整備するかということである。

ドイツのクアオルトは，地区の性格がはっきりしたゾーンに分けられ，それらが互いに近接し歩行者専用の道で繋がれることでコンパクトな空間のまとまりを形成している。温泉施設がある場合は，このような空間のまとまりの中心的な位置に，温泉施設が置かれることになる。繰り返しになるが，温泉施設のみが単体で重要なのではなく，自然を味わい健康的に長期滞在ができる，魅力的なまちづくりこそがクアオルトの特徴である。

（1）ドイツの都市計画

クアオルトを実現するドイツのまちづくりの特徴としては，明確な都市計画と住民参加がよく挙げられる。ドイツの都市計画では，スケールごとに階層化された土地利用計画が特徴的で，二段階で F プラン（Flaechennutzungsplan）と B プラン（Bebauungsplan）が

組み合わされた建築誘導の仕組みは日本でもよく知られている。F プラン，B プランはそれぞれ日本のマスタープランと地区計画に相当するもので「土地利用計画」と「地区詳細計画」と訳されることが多い。これによって，建物の用途，高さ，建ぺい率，容積率，壁面後退，駐車場の位置，車の進入ルートなどが規定される。こうした土地利用計画に，「地区建築条例」が組み合わされることによって，さらに壁の色，屋根の形・勾配や色，広告物の制限が規定されている。このように，自治体全域において，土地利用計画と建築制限が明確であるため，国土計画から街並みまでの一貫した調和が見られる。ドイツでは，このような階層的なゾーニングが特徴的だが，歴史的には B プランが先行し，戦後に F プランが整えられたことが示すように，道路などの公共施設を中心に，それに合わせて市街地を計画するというのがまちづくりの基本的な概念である。実際にドイツの町を歩くと，道路に沿って秩序づけられて並んだ街並みの美しさが印象的である。さらに，川沿いや点在する木立など，自然の美しいところを繋ぐように，遊歩道がどこまでも続いていく。こうした，道路と建物の関係から市街地を考え，さらに緑や自然をつなげていく発想が，美しい町の景観を整えていくことにつながる。つまり，歩行者の道をどのように整えていくかが，まちづくりの最初のステップになっていくと考えられる。

(2) ドイツの住民参加

ドイツのまちづくりでは，住民参加の手続きが，都市計画の策定段階に組込まれている点も特徴的である。都市計画における役割分担も責任の所在も明確で，計画策定は専門家に任され，その過程に住民も参加することができる。それに対して，日本では幅広い住民参加のしくみが見られるが，責任の所在が不明確で，誰もがまちづくりに口出しできる一方，その実現のためには自分たちで合意形成を図らなければならない。このように，住民参加の概念自体も異なり，日本では住民と行政のコーディネーターとしての専門家がまずは必要となる。

しかし，まちづくりにおける住民参加に関しては，制度的な仕組みよりも，日本人とドイツ人のまちづくりに対する公共概念の違いの方が大きいと考えられる。靴を脱いで家に上がる日本では，私的な空間が重視され，塀で囲った自分の敷地に対する権利意識は強くても，お隣の敷地や，それ以外の公共用地には無関心であることが少なくない。それに対し，ドイツなどのヨーロッパでは，かつて城壁に囲まれた町の空間全体を自分達の家のように考え，公共の利益を優先させるのが当たり前とされる。将来にわたる町の姿に対し，そこに生活する自分たちが責任を感じるかどうかは，地域の個性を自分たちのアイデンティティーとして共有し，同じ方向のまちづくりを目指せるかという根本的な前提に結びつく。こうした公共概念の違いが，具体的には街並みの景観の違いに大きく現れてくる。公共概念につながる，地域の共同体意識は，かつての日本にも当たり前のようにあったものであり，そうしたコミュニティの重要性が近年再び注目されている。

重要なことは，美しい街並みや景観を目指して整えることは目的ではないという点であ

る。生活者の目線で快適な町は，結果として訪れた人にとっても美しい。それは，作りものではない，人々が生活する風景である。地域のアメニティを高めるという考え方が，結果として美しい街並みと町全体の景観につながる。

3. クアオルトの実現に向けて

ここからは，具体的なクアオルト形成に求められる空間・景観整備方法について論じてみたい。クアオルトとしての，自然豊かで健康的なまちづくりを進めるためには，自然環境やその風土に根ざした伝統文化を保全するとともに，保養ゾーンを中心とするひとまとまりの空間を，安全で楽しく歩いてまわれるような空間・景観整備が必要となる。また，そうした取り組みに，地域に愛着を持った市民が主体的に参加することで，将来にわたって持続的な，「住んでよし，訪れてよし」の，魅力的なクアオルトの風景が育っていく。具体的な事業としては，以下のような内容が考えられる。

- 温泉資源の持続的な利用のため，地下水や河川および流域全体の自然環境や生態系を保全するための調査と環境計画の策定を行う。
- クアオルトとしての空間のまとまりを設定し，療養ゾーンや賑わいゾーンなどのゾーニングによって性格づけした上で整備方法（土地利用計画）を検討する。さらに，それらを歩いて移動しやすい，回遊性のある歩道の整備や街路樹の植栽，ベンチの設置，歩車分離のための交通整備（交通計画）を行う。
- クアオルト全体が公園となるような緑化や公園の整備，自然環境を活かした遊歩道や展望台，水辺の整備などを行う。また，騒音や排気ガスなどを低減し環境を快適にするための改善を図る。
- 地域の歴史的な特徴が現れた建造物や文化的景観，町並みを調査し，それらを保全するための景観計画を策定する。
- クアオルトとしてのまちづくりを進めるための，多様な主体の連携促進や，市民団体へのサポートを行う。景観協定の締結や，景観整備機構の指定により，市民参加による景観形成のための仕組みを整える。自然環境保全等の取り組みに対して助成を行う。

（1） 地域の自然環境を保全する環境計画

クアオルトにおいて中心的な位置を占める自然資源は温泉資源である。クアオルトの持続的な発展には，温泉資源の保全が欠かせないため，源泉や地下水脈の水理地質学的な正確な調査と，温泉供給量に見合った計画的な利用が必要になる。また，流域全体での水源涵養機能を高めるためには，適切な森林管理が求められ，さらに人間を含めた地域の生態系を保全するために環境計画を整備し，適切に実施していくことが求められる。また，そうした自然環境が過度な開発によって破壊されることがないよう，環境影響評価と開発規

制のための具体的な手段を整備する必要がある。

(2) クアオルトの明確な空間構成と動線計画

クアオルトでは，滞在中の一連の行動が空間的に連続し，ひとまとまりのコンパクトな「別世界」として意識されることが好ましい。こうした世界観の構築には，空間のまとまりと，分かりやすさを兼ね備えた明確な空間構成が必要となる。山の連なりや，河川といった地形的な特徴が，クアオルトの空間範囲を限定する境界となることが多い。クアオルトの空間が，保養ゾーンや楽しみのための賑わいゾーン，宿泊ゾーン，余暇のためのクアパークなどにゾーニングされた上で，それぞれを特徴づけるための土地利用計画がなされるべきである。

また，ランドマークになる山の眺望を確保したり，ゾーニングに対応した，階層化された街路を配置したりすることによって，人々が道に迷うことなく常に自分の立ち位置を把握することができる，分かりやすい空間になる。このことは，クアオルトを徒歩で回遊する際の安心感を生むとともに，地域イメージの形成を容易にすることで地域の魅力を高めることにもつながる。

滞在中の行動範囲は，徒歩移動が可能な程度にコンパクトであることが望ましい。歩きやすい町には，自動車と動線を分けた，安全で楽しい歩行者専用の道が多く存在する。通過交通は周辺部を通るように整備し，中心部は，住民だけでなく訪問者にとっても移動が容易な，公共交通機関を中心とした交通計画を検討する必要がある。歩行者専用道路の整備が難しい場合も，道幅が広く安全な歩道を確保したり，自動車の通行速度を制限するための空間的なデザインを施したりすることが可能である。また，歩行者を中心とした快適な町になるよう，騒音や排気ガスなどを低減し環境を快適にするための環境改善を図る。

(3) クアオルト全体が公園のように緑地整備

クアオルトの範囲において，町全体が公園のように，緑化や公園の整備を行う。自然環境を生かした複数の遊歩道が町の周囲にまで広がって走り，クアオルトのまとまった空間の構成を一望できる展望台，水の流れに触れて潤いをもたらす水辺空間などを繋ぐことで，様々なウォーキングプログラムにも活用できる多様なルートが整備できる。遊歩道の沿道にはベンチや街路樹を整備し，快適な歩行空間を確保するだけでなく，刺激的な屋外広告を減らしサインを統一するなど，沿道景観を統一する工夫が必要になる。重要なのは，人々は必ずしも野性的な自然を求めているわけではなく，適度に人の手が加わり管理された，安全で安心できる公園のような自然空間を求めている点である。郊外の遊歩道を整備する際にも，人々の生活道を利用するなど，生活空間と適度な距離を持つルートを設定し，継続的なメンテナンスが可能なデザインや，仕組みを考慮に入れる必要がある。

(4) 地域性を表した景観整備

地域の歴史や風土，産業を表した歴史的建造物や文化的景観，町並みは，故郷の愛着を醸成するだけでなく，訪問者にとって魅力的な観光対象となる。地域の歴史的な特徴が現れた建造物や文化的景観，町並みを調査し，それらを保全するため，クアオルトの区域を「景観地区」として設定する。神奈川県真鶴町の例に見られるような，その地域独自の「美の基準」を定めたまちづくり条例を制定したり，景観計画を策定したりすることが効果的であると考えられる。

(5) 多様な団体や市民の協働

クアオルトとしてのまちづくりを進めるための，多様な主体の連携促進や，市民団体へのサポートを行う必要がある。様々な私有地を通過する遊歩道の整備に当たっては，それぞれの土地所有者との間に景観協定を締結したり，公益財団法人やNPO法人を景観整備機構に指定したりすることにより，市民参加による景観形成のための仕組みを整えることが望ましい。自然環境を活用した取り組みに対して助成を行ったりして，活動団体の継続的な自然環境の利用と保全を促進する。

4. おわりに

最後に，クアオルトとしての健康保養地づくりの，日本の新たな観光における意義について論じる。「明日の日本を支える観光ビジョン」で，訪日外国人観光客の政府目標が2016年から2020年にかけて2000万人から4000万人への倍増を目指すと発表された。今後，「観光先進国」として国を挙げてインバウンド観光を促進していく中で，日本の代表的観光資源としての温泉地のあり方は大きな変革を迫られることになる。

2015年12月に，環境省は温泉地保護利用推進室を新たに設置し，国民の健康増進と訪日観光客の温泉地への誘導による地域活性化を目指す「温泉地活性化プロジェクト」をスタートさせた。環境省は，温泉法を管轄し，昭和29年（1954）より国民保養温泉地を指定するなど，温泉資源を活かした保養地形成に古くから取り組んできたが，その動きは2004年に補助金が打ち切られるなど近年停滞していた。それが，インバウンド観光促進や療養・健康増進といった社会的要望の高まりによって，温泉地の新たなブランド化を目指して再始動しようとしているのである。

これに関連した動きとして，厚生労働省は，2015年度から民間企業におけるストレスチェックを義務化，宿泊型新保健指導（スマートライフステイ）プログラムをスタートさせる。メンタルヘルスや生活習慣病の予防・改善においても温泉地域との連携が期待されている。また，経済産業省でも，2016年度中にヘルスツーリズム品質認証制度をスタートさせる。今後，温泉地滞在の効果にも質の保証が求められるようになる。こうした変化の中で，増加する訪日外国人観光客を受け入れるためには，温泉地域における観光構造の抜本

的な見直しとともに，それを支える地域社会そのものが持続できるための仕組みが必要不可欠である。

こうした温泉地活性化の動きの中で先進事例として注目されている，大分県竹田市や山形県上山市では，自治体として新たに「クアオルト構想」が策定され，健康保養地を目指した地域づくりが具体的に進められている。また，「日本クアオルト協議会」が 2016 年現在，7 つの自治体（秋田県三種町，山形県上山市，新潟県妙高市，石川県珠洲市，和歌山県田辺市，島根県大田市，大分県由布市）で組織され，日本型のクアオルトの品質担保のための指標づくりを行っている。このように，新たな「健康観光まちづくり」の動きが，「クアオルト」というキーワードとともにますます全国に広がっていく可能性がある。そしてその中で，長期的な地域づくりとして空間や環境を整備するランドスケープ分野の果たす役割は少なくないだろう。

参考文献

小関信行・Angela Schuh
2012　「クアオルト入門 気候療法・気候性地形療法入門 〜ドイツから学ぶ温泉地再生のまちづくり」書肆犀。
竹田市クアオルト策定委員会
2016　「竹田市クアオルト（健康保養地）構想」。

自己実現する熊野参詣者

現代化される文化資源

岡本 亮輔
北海道大学メディア・コミュニケーション研究院 准教授

1. 観光資源の創造と演出

観光対象となる場所には，人々を惹きつけるアトラクションがなければならない。何か見るに値するもの，体験するに値するものがあるからこそ，人々はそこを訪れる。したがって，観光化とは，観光資源を元にアトラクションを作り上げ演出するプロセスだと言うことができる。

観光アトラクションの創造・演出については，これまで多くの議論が蓄積されてきた。その中でも，E・ブルーナー（1989）の論考においては，真正性を対象に客観的に内在するものとする素朴な視座は十分に批判されている。極論すれば，観光の真正性は，それが体験に関わるものであれ，対象に関わるものであれ，主観的にしか調達しえないものなのである。

具体例として，八重山諸島の竹富島をとり上げてみよう。同島は民芸の島とも呼ばれ，伝統的な歌謡・民俗芸能・祭礼・聖地などが保持伝達されてきた場所として注目されている。中でも赤瓦屋根の民家と白砂の道が作り出す印象的な景観は，竹富島を象徴する伝統的な建築文化として語られる。屋根の赤と砂の白のコントラストは，観光ガイドで必ずと言って良いほど提示される。そして，島の中心集落は，1987 年に重要伝統的建造物群保存地区に選定されており，家を新築する場合には，赤瓦か草ぶきの平屋を建てなければならないといった規制も存在している。

このように，赤瓦屋根は竹富島の重要な観光資源であり，島の歴史文化の象徴になっているのだが，実のところ，これは近代以降に創られた伝統である。福田（1996）によれば，竹富島に赤瓦の家屋が現れるのは，人頭税廃止後の 1905 年である。また，赤瓦の家を建てるには，大工を雇い瓦や建材を購入しなければならず，当初はごく一部の富裕層に限られていた。つまり，赤瓦の家の増加は島の近代化と富裕化を示すものなのだ。そして，伝建地区選定を通じて現在目指されている赤瓦の家の街並み保存は「過去の再現ではなく，富の象徴としての瓦屋が並ぶ幻の姿」を追い求めているのである。要するに，過去に一度として存在しなかった景観が，本物の伝統として位置づけられているのである。

本稿の目的は，観光的演出がもたらす創造性の一切を批判することにはない。観光的な文化創造には地域アイデンティティを醸成し，伝統文化の保護のための資金調達といった

メリットがある。こうした裏づけがなくては，地域や文化の保持伝達は不可能になってしまう。

しかし，他方で，観光的演出の過程において，伝統文化に対して，現代的な価値観・倫理観からの過度の読み込みが行われる事例も見受けられる。物質的遺産だけからは到底生み出せないような過去の社会文化についての言説が，観光の現場において流通している。こうした言説は，時として，当該の伝統文化を保持伝達するための下地というよりも，それを積極的に改変するような方向に作用するのである。

2. 物を見ない観光客

文化資源に対する過剰な読み込みの事例はいくつもあるが，本稿では熊野の事例をとり上げてみたい。熊野は，2004 年 7 月に「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界文化遺産に登録されたことでも知られているだろう。和歌山県・奈良県・三重県の三県にまたがる物件だ。金峯山寺，熊野三社，青岸渡寺，高野山金剛峰寺といった寺社と共に，広域に点在する霊場の間をつなぐ 300km を超える道そのものが登録されているのも特徴である。

世界遺産登録がもたらす影響の是非についてはさまざまな議論があるが，中でも，対象保護のための制度が，特に日本では観光促進の手段に変質していることはしばしば指摘されてきた。熊野はそれを象徴する場所と言っても良い。

2004 年の世界遺産登録からおよそ 1 年後，話題になったのは大門坂の苔の消失だった。大門坂は那智山へと続く石畳の美しい道だ。しかし，急増した観光客が登山靴で歩いたため，苔が削り取られてしまった。苔は保護対象ではないが，大門坂の雰囲気には欠かせない要素であった。物を保護するはずの世界遺産登録によって，長い時間をかけて作られてきた苔が消えてしまったのは皮肉としか言いようがない。

こうした状況は加速している。2016 年，闘鶏神社の追加登録を見越して，田辺市は駅前の商店街に外国人観光客用の免税カウンターを開設した。明らかに追加の世界遺産登録による集客効果をあてこんだものだ。同県では初めての商店街の免税カウンターとなった。一方，免税カウンター開設とほぼ同日，闘鶏神社についての残念なニュースが報じられた。世界遺産である前に国史跡に指定されていたが，神社が景観保全地区の樹木を無断伐採した。本来ならば文化財保護法に基づいて，市の教育委員会の許可を得る必要があったが，申請を怠っていた。市教育委員会も同社の文化財保護に対する認識不足を批判した。世界遺産登録と文化財保護が結びつかなかった例と言って良いだろう。

世界遺産の観光ブランド化については，世界遺産登録の実務担当者が早くから警鐘を鳴らしていた。小田（2010）によれば，熊野に来た観光客の多くは「木を見て森を見た」と勘違いしている。熊野の世界遺産としての価値の根源は，国宝や重要文化財に指定された文化財と神仏習合が生み出した文化的景観にある。ユネスコに対して，これらの価値を中心に説明することで世界遺産登録に至った。

しかし，観光客の大半は，そうした物には興味を持たない。歴史的知識を持たずにやって来る人がほとんどで，古道を歩いても家の裏山と変わらないといった感想をもらす。世界遺産というラベルに惹かれて来てみたものの，実際にはユネスコ公認の散歩道といった程度にしか認識されていないのだ。また小田によれば，地域や寺社関係者などのホスト側においても，正確な歴史的知識への無関心さが目立つというのである。

3. 疑似宗教化する語り

本稿が特に注目したいのが，過去の熊野の文化を演出する過程で，疑似宗教と言えるような実践や語りが生まれていることだ。そして，それらを県や市のような自治体が後押ししていることである。

「紀伊山地の霊場と参詣道」の構成資産のうち，中核の一つと言えるのが熊野本宮大社（田辺市）だ。神武東征の物語に登場する三本足の八咫烏と関係づけられることでも知られている。同社のそばには世界遺産熊野本宮館という施設がある。2009 年，世界遺産登録 5 周年を機に，和歌山県と田辺市が総工費 8 億円以上をかけて創設したものだ。熊野古道の観光情報の提供を主目的とする施設である。

同館には，県世界遺産センター，市熊野ツーリズムビューロー本宮事務所，熊野本宮観光協会に加えて，NPO 法人「熊野で健康ラボ」（以下，健康ラボ）と熊野本宮語り部の会が入っている。注目したいのは，これらの団体の活動だ。健康ラボは，世界遺産登録によってブームとなった熊野観光を一過性のものにしないために，健康保養地として熊野をブランド化しようとしている。そこで持ち出されたのが，熊野古道を歩くことによる癒し効果である。

健康ラボが運営するウェブサイト「熊野で健康.com」では，たとえば「熊野の心休まるセラピースポット」として大斎原（おおゆのはら）が紹介される。熊野本宮大社は，1889 年の水害まで，熊野川・音無川・岩田川の合流地点の中州にあった。この旧社地が大斎原と呼ばれる。同サイトでは「大斎原は理想的な風水地形！！」という見出しがつけられ，周囲に森・川・池があることで「地形等，自然環境の保存が大斎原のもつエネルギーの維持につながる」という説明がされている。

さらに，この文章の出典として，国土交通省近畿運輸局・和歌山県「世界遺産を活用した健康増進観光のあり方に関する基礎調査」が挙げられている。同文書でも「理想的な風水地形である『大斎原』には，人々が特別な場所であると感じる『聖地の力』が感じられ」，「旧社地（大斎原）の復活は，地域再生への重要な要素」と説明される。そして結論は以下の通りだ。

> 『祈り』と『癒し』とは，まさに宗教と医療ということであり，根源的に同質であるこれらの融合が（現代人の根源的な心身の治療には）重要である。『祈り』と『癒し』

の連携により，既存の熊野参詣客を，癒し型の長期滞在へと誘引していくことが可能となる。

パワースポットのガイドブックならいざしらず，公的性格の強い文書としてはかなり思い切った表現だ。十分に宗教的な言説と言って良いだろう。ちなみに同文書では，「植林や間伐，古道の維持管理，生活体験等がニートの有効な就業支援プログラムになる可能性」まで述べられている。

そして，こうした構想に基づく実践として，健康ラボはウォーキング・プログラムを提案する。いずれも，「熊野セラピスト」や「語り部」と一緒に古道を歩くものだ。健康ウォーキング，リラクゼーション系，メタボ系の 3 つがあるが，大斎原や森の中での瞑想，川や温泉での足浴といった熊野地形療法，「眠っている自身の力を引き出すことで，免疫力を高める」ための「五感エクセサイズ」など，スピリチュアルなプログラムだ。添えられた写真には，パワースポットでは定番の大樹に抱きつく人々や森の中で寝そべる人々の姿を見ることができる。

4. 現代化される伝統文化

本稿は，こうした疑似宗教的な実践や語りの発生を，たとえば政教分離に抵触する恐れがあるといった形で原理的に批判をしたいわけではない。指摘したいのは，観光促進を目指すあまり，熊野の文化遺産や伝統が過度に現代の社会文化に適合的なものへと読み替えられていることである。

健康ラボのウェブサイトには，「熊野セラピー　～自然と文化からパワーをもらう～」といった文言がおどる。ヘルスツーリズムの紹介ページでは「癒しの地・熊野からのメッセージ」として，熊野は「歴史と対面するだけの世界遺産」ではなく，「ストレス社会に生きる現代人の疲弊した心身を癒し元気にする地でありたい」と述べられる。そして，先の大斎原の紹介の下には，熊野本宮大社宮司の言葉として次のような文章が書かれている。

> 石の祠の前にある大斎原の中央にあたる場所で目を閉じ，ゆっくり深呼吸をして，たたずんでみてください。
> かつてここを訪れた参拝者は長い旅路の末にようやくこの地に足を踏み入れました。
> そしてこれまでの自分を変えようと，新しい自分に生まれ変わろう，本来の自分を取り戻そうと，この場所を訪れたのです。
> ここを訪れることが新しい自分を見つけるチャンスなのです。
> ここで熊野の精霊と向き合ってみてください。
> 大斎原はそんな力が宿っているところです。

新しい自分に生まれ変わる，本来の自分――平安時代の熊野参詣者たちは，本当に上のような就活中の大学生が感化されていそうな自己啓発系の目的意識で熊野を訪れていたのだろうか。現代の観光客にアピールするための演出とはいえ，歴史や伝統を短絡的に再解釈しすぎではないだろうか。文化財と文化的景観によって世界遺産登録された場所であるのに，それをとり巻く語りは，地形による癒しや森が発するエネルギーへと収斂してしまう。こうした状況は，伝統文化の保護伝達とは程遠いものだろう。

そもそも，熊野古道という文化遺産自体が世界遺産を目指す運動の中で創り出された。三重県の古道については，大野（2008）が詳しい聞き取りを行っている。それによれば，世界遺産運動が盛り上がる前は「古道」という名称すら存在せず，地域住民の生活道路として存在してきた。2000 年頃までは，観光客もまったく訪れなかった。また世界遺産登録されることで，私有財産が人類の共有財産として強制的に普遍化され，地域住民が生活するために行う狩猟や伐採も禁止された。うがった見方をすれば，現代の地域社会と文化の改変と規制の上に想像的に復元されたのが，癒しと自己実現の熊野古道なのである。

前近代の伝統文化の論理は現代の価値観や倫理観と合致せず，むしろ反発することが多い。そうしたものから，観光的に耳ざわりが良く都合の良い要素だけをとり出して改変するのは歴史や文化の伝達とは正反対の営みだ。観光文化の創造は，真正な歴史伝統の伝達に必要な経済的基盤や共同性を確保させてくれるのと同時に，伝統文化の恣意的取捨や歴史の改変と紙一重であることを自覚しなければならないはずである。

文　献

Bruner, E.M.
1989　Tourism, creativity, and authenticity. *Studies in symbolic interaction*, 10(1), pp. 109-114.

福田珠己
1996　「赤瓦は何を語るか―沖縄県八重山諸島竹富島における町並み保存運動」『地理学評論』69(9):727-743。

国土交通省近畿運輸局・和歌山県
2005　『世界遺産を活用した健康増進観光のあり方に関する基礎調査』。

小田誠太郎
2010　「世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」―その足跡と課題」『ECPR』2010(1):24-30。

大野哲也
2008　「地域おこしにおける二つの正義―熊野古道，世界遺産登録反対運動の現場から」『ソシオロジ』53(2):73-90。

ウェブサイト

熊野で健康.com
http://www.kumano-de-kenko.com/　（参照 2017-1-24）

東アジアの国際化・グローバル化と「観光」研究

金　成玟

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 准教授

観光は，戦後東アジアの「国際化」と「グローバル化」のプロセスとその相互作用を理解するにあたって重要な意味をもつ。国境を越える人の移動と場所の消費を可能にする制度，言説，実践により，空間の構造と場所のアイデンティティが変容し，やがては境界をめぐる「感情の構造」が再構築されるからである。観光は，国際化とグローバル化の相互作用による「産物」だけではなく，それ自体で二つのプロセスの相互作用を促す「場」である。

一般的によく使われる言葉である国際化とグローバル化は，実際異なる性格をもつプロセスである。国際化が境界の内部に基礎を置きつつ境界を越える交流についてのプロセスであるなら，グローバル化は空間を超越し，時間を圧縮するプロセスである。したがって，国際化が国家内部にさまざまな結果を及ぼすのに対し，グローバル化は国家の内部と外部の空間的・社会的枠組みそのものを再構成する[1)]。

このような意味の違いにもかかわらず，二つの概念が頻繁に区別なく使われる理由は，概念の理解が不十分な理由もあるが，それよりも実際この二つのプロセスがつねに相互作用しているからであろう。境界をめぐるさまざまな事象が，境界をめぐる認識と感情，信念を揺るがしながら，ときには境界を強固で固定的なものにし，ときにはその境界を柔軟で流動的なものにしているのである。

したがって，東アジアの国際化とグローバル化における「観光」の意味をとらえるためには，次のような普遍的かつ特殊な側面を理解することが必要となる。

第一に，グローバル・カルチャーを生みだす「圧縮のプロセス」に注目しつつ，そのプロセスが，意味と表現の体制の全面的な同質化ではなく，地域と地域の間に人間や財，意味のフローが存在する社会的ネットワークであるという観点を受け入れ，そのプロセスが国際化をめぐる「境界」のあり方といかに葛藤・矛盾するのかを検討することである。

第二に，東アジアの経済成長の原因と戦略を指して提案された「開発国家」（development state）という概念を用いることである。「開発国家」は，日本と韓国，台湾などの東アジア諸国における経済発展の諸様を資本主義や社会主義的発展過程とは異なる第三の形態として把握し，特殊なプロセスとして説明するための概念である。経済的成長を最優先する国家活動，業績主義に基づいた官僚主義，利害関係に反する力からの保護などの特徴とするこの開発主義は，グローバル化を可能にした経済的基盤となった一方で，グローバル化を

促す動きと多くの面で衝突してきた。

第三に，アメリカン・ヘゲモニーをめぐる共通の経験とアジア諸国における日本の大衆文化の交通，東アジア諸国からの文化発信と市場の拡大を中心とするトランスナショナルな文化越境を把握することである。そのためには，「アメリカニズム」の覇権的性格や「中核国家」として日本の役割，「東アジア大衆」のトランスナショナルな諸経験を，東アジアの戦後的文化空間として総合的に論じることが求められる。国際化とグローバル化の相互作用は，東アジアを構成してきたさまざまな条件や要素が複雑に矛盾，葛藤するプロセスでもあるからだ。

もちろんこの三つの次元の背景には，アメリカニズムとアメリカ化が強力に作用した戦後直後から，東京五輪と大阪万博などを経ながら日本の国際化が加速していった 1960-70 年代，ソウル五輪開催前後の開放や民主化とともに韓国の国際化が進んだ 1980 年代，冷戦崩壊後の市場開放とともに中国の国際化が始まった 1990 年代にいたるまでのプロセスと，その後さまざまな領域で起きた東アジアのグローバル化のプロセスの相互作用があった。つまり，東アジアの国際化とグローバル化における「観光」のあり方と意味を考えることは，東アジアの歴史的文脈のうえで，国家の内部と外部の相互作用による空間の編成と場所のアイデンテンティとイメージ，そのなかでの人びとの移動と消費の「構造」の変容，つまり再構造化（リストラクチュアリング）を歴史的かつ実証的に考えることである。

それは，次の三つでまとめることができる。

第一に，「空間の再編成（reorganizing space）」の次元である。すでに固定されているかのようにみえる空間の秩序は，新たに設定された境界によって再配置される。1960-80 年代に世界で起きた「開発」の過程が示しているように，あらゆる空間――住まい，労働，余暇の空間――の再組織は，新たな社会的関係をともに再組織させた。この次元は，急速に変化する経済的基盤に基づいて，国家の内部と外部，ローカルなものとグローバルなものを複雑に行き渡る力が，空間的基盤を再組織し，既存の権力構造を転換させるという意味で，きわめて政治的なものでもある。

第二に，「場所-アイデンティティの再構築（reconstructing of place-identity）」の次元である。場所は，再編成された空間とその中で変容した社会的関係と権力構造を通じて新たに認識される。経済的，空間的基盤に基づいて設けられた差異を通じて，場所間のヒエラルキーと移動が生じ，住まいと労働の空間的基盤やそれをめぐる意識や感情が変容するのである。こういった場所-アイデンティティの変容は，国家あるいは都市内部の権力構造に対する感覚と意識を変化させ，場所をめぐる闘争と戦略を生み出す。つまりこの社会的次元で，さまざまな認識と感情，関係が空間的に構築されるのである。

第三に，「場所イメージの再生産（reproducing place-image）」の次元である。経済的，社会的変容とともに再編成された空間と，それによって新たに構築された場所アイデンティティは，メディア――新聞，雑誌，テレビ，映画，旅行ガイドブックなど――によってまなざされ，特定の記号と表象を与えられることではじめて消費の対象となる。そこには場所

の内側と外側をまたがる諸主体による文化的アイデンティティが存在するため，場所アイデンティティと場所イメージはつねにさまざまな「ズレ」を生み出しながら葛藤し，接合する。またイメージの消費は生産による効果ではなく，むしろつねに相互作用するものである。たとえば，この新しい場所イメージを消費するために訪れる観光者は，場所の消費者であるが，同時に場所をめぐるコミュニケーション行為者でもあり，場所イメージを構成する記号でもある[3)]。

東アジアの観光は，これらの諸次元をまたがる複雑な構造の変化とともに量的・質的に変容してきた。それは，経済発展と社会変動とともに再編成された空間のなかで社会的関係を再構築することであり，急速に変容した場所性とともに個々のアイデンティティを再認識することであり，観光者そのものが場所を消費する主体として，また場所のイメージをつくりだす記号として作用することであった。その過程を歴史的かつ実証的に探ることで，戦後東アジアにおける国際化・グローバル化がもつ複雑な性格とそのなかでの戦後東アジアの文化ヘゲモニーの変容過程，大衆の認識や感情，身体に刻まれている「世界」や「他者」，「地域」や「自己」をめぐる欲望とまなざし，戦略のあり方を理解することができるだろう。

注

1）Katzenstein, P. J., 2005, *A Word of Regions Asia and Europe in the American Imperium*, Cornell University Press.（＝2012，光辻克馬，山影進訳『世界政治と地域主義―世界 の上のアメリカ，ヨーロッパの中のドイツ，アジアの横の日本』書籍工房早山.）：29-38.

2）「場所性の再構造化（リストラクチュアリング）」における三つの次元については，拙稿「戦後ソウルと日本人観光者―江南誕生による場所と移動の再構造化」金成玟・岡本亮輔・周倩編『東アジア観光学―まなざし・場所・集団』秋書房（2017 年）から引用。より具体的な歴史的・理論的考察についてもこの論文で述べている。

日本におけるロングトレイルの潮流

木村　宏
北海道大学観光学高等研究センター 特任教授

「ロングトレイル」―― それは，「歩く旅」を楽しむために造られた道のことである [1)]。一昔前までは，ロングトレイルという言葉さえ知る者は少なかったが，今，ロングトレイルは密かな盛り上がりと，確かな可能性を見せ始めている。本稿に於いては，そのロングトレイルの変遷と課題，そして今後の可能性に関してご紹介したい。

1. ロングトレイルがもたらす地域活性化の可能性

（1）日本におけるロングトレイルの萌芽

2009 年，国土交通大臣を本部長とする「観光立国推進連絡会議」が立ち上がった。その推進体制構築の中で，スポーツ団体，観光団体，スポーツ関連企業，旅行関係企業，メディア及び文部科学省など関係省庁が一堂に会する「スポーツツーリズム推進連絡会議」が発足，その議論の末，「スポーツツーリズム推進基本方針」が打ち出された。アウトドアアクティビティを普及活性化する試みの萌芽期における「日本ロングトレイル協議会」の発足についての記載で，「ロングトレイル」という言葉は，この時初めて日本のスポーツツーリズムの世界に立ち現れた。

ロングトレイルは，上記方針により 2010 年に発足した日本ロングトレイル協議会（現 NPO 法人日本ロングトレイル協会）によれば，以下のように定義づけられている。

> ロングトレイルとは「歩く旅」を楽しむために造られた道のことです。登頂（ピークハント）を，目的とする登山とは異なり，登山道やハイキング道，自然散策路，里山のあぜ道，ときには車道などを歩きながら，その地域の自然や歴史，文化に触れることができるのがロングトレイルです [2)]。

また，以下のように説明しているものもある。

> ロングトレイルとは，山や森林など自然の中を通る長距離自然歩道のこと。「トレイル」は英語で原野や荒地の小道を意味する。通常，舗装された自動車道などは含まれない。一般的には 50km 以上をロングトレイルと呼ぶが，50km 以下のものから 4,000km を超すものまで様々なロングトレイルがある [3)]。

いずれにせよ，その距離は明確には明記されておらず，実情としても，その長短の概念は，トレイル管理者の判断に委ねられているのが現状である。

後述のとおり，各国，各地のロングトレイルは，その成り立ちや利用者の想い，利用者層が様々である。しかし，日本に於いては，現在敷設される「ロングトレイル」は押し並べて，地域の活性化をその理念や目的に掲げていると言える。また，その貴重な自然資源や生態系の維持という国土保全も目的とし，健全な地域資源の利活用も謳われている。更に，地方創生の名のもとに観光地域づくりの手段やアクティビティの一つとして，そして，広域観光の推進基盤としても捉えられているのである。

（2）海外映画に見るロングトレイル

2016 年 7 月，映画「ロングトレイル」（2015 米国，監督:ケン・クワピス）が日本で公開された。原作は「A WALK IN THE WOOD」（1998，著者:ビル・ブライソン）。名優ロバート・レッドフォードが演じる主人公ビルが，社会の第一線を退き，平穏な生活を送る毎日に飽き足らず，ふと思いつきでアメリカ合衆国を代表する全長 3,500km のロングトレイルであるアパラチアン・トレイルの踏破にニック・ノルティー演じる旧友カッツとともにチャレンジする映画である。ロングトレイルを歩く中，二人は，大自然に立ち向かうがゆえのアクシデントに遭遇し，歩く時間を通じ語り合い，人生を振り返る。歩くことで普段の生活では得られない貴重な体験を重ねる二人をコミカルに描いた作品である。

ちなみに，米国には三大トレイルと呼ばれるものがある。ビルとカッツが挑戦したジョージア州からメイン州までの 13 州を貫く全長 3,500m のアパラチアン・トレイル，西海岸のメキシコからカナダまでを結ぶ全長 4,200km のパシフィック・クレスト・トレイル，そして，中央アメリカをロッキー山脈に沿ってやはりメキシコからカナダまでを貫くコンチネンタル・デバイドトレイル（未完成）がその 3 つであるが，この未完成のコンチネンタル・デバイストレイルは，完成すると約 5,000km の道のりとなると言われている。

また，西欧においては，フランスからピレネー山脈を越えてスペイン北部を歩くサンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路が有名である。この巡礼道を舞台にした映画がスペインで初公開された「星の旅人たち」（2010 米国，監督:エミリオ・エステンベス）である。この物語では，息子を失った父親が，息子が成し遂げられなかったサンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路の旅をなぞり，息子への思いを胸に歩き通す。旅を通じて人との出会いや様々な経験をし，息子に対する思いを新たにするというヒューマンドラマである。

どちらの映画も，「歩く旅」を通して生きることへの思い，自然の中に生かされている小さな存在の我を自覚し，家族や友人との心のつながりを感じ，人生を振り返る心の内面が色濃く描かれている。

（3）信仰の旅から観光資源へ

日本に於いては，2000 年代に入りようやく日の目を見始めた日の目を浴び始めたロング

トレイルであるが，欧米に於いては，前項に挙げたようにトレイル文化というものは既に市民権を得ている。

しかしながら，日本に於いてロングトレイル文化が全くなかったのかと言われれば，そういうわけでもない。かつての熊野詣や伊勢参りもある種のロングトレイルと言って差し支えないであろう。このような聖地巡礼は，近年では信仰の旅としての要素を残しつつも，旅行行動として，そして，健康増進のための歩行路として，様々な思いを持って歩く人々が増えてきている。長い道のりを歩く旅，ロングトレイルの観光資産としての新たな価値創造が日本に於いても始まっていると言えよう。観光資産であることは地域に新たな需要を生み，ひいては新たな生産活動や消費活動を誘発するものとなりうる。こうして，ロングトレイルの開設は，現在，地域活性化の手法として取り沙汰されてきているのである。

2. 日本におけるロングトレイルの状況

(1)「山歩き」からロングトレイルへ

「日本百名山」(1964 年出版，著者：深田久弥）が発刊され，国内においては百名山ブームが巻き起こった。1990 年代に入ってからは，マスメディアが百名山の魅力を映像にして伝えたことをきっかけに日本各地の百名山を目指すハイカーが急増，普段登山に馴染みの薄かった人々がピークを目指した。そして，2010 年前後になり，それまで中高年層が主体であったハイカーに若返りが生じる。このハイカー層の変化は，登山中心層の高齢化，若者の自然回帰志向の高まり，「山ガール」のブームとともに，山登りをファッション感覚で捉える時代への変化としても捉えられる。それは，巷のアウトドアショップに並ぶ登山・トレッキングウェアにおけるテキスタイルデザインのターゲットが若者や女性に向けられ，それに関連するギアもスタイリッシュなものへと変化し，ファッション感覚のアウトドア用品の演出がなされていることからも窺える。

また，これまでは，頂上を目指す「山登り」が主流であったが，ピークハントほどのハードな動作や達成感を求めず，思いのままに，周辺の自然や人との触れ合い，地域の文化・歴史に触れながら歩くことを楽しむことに重きを置き，ピークハントとは違う達成感をその歩行距離に置き換えた「ロングトレイル」が新たなカテゴリーとして認知され始めるようになっていった。

(2) 長距離自然歩道

古くは修験，巡礼の道が長い道のりを歩く旅の起源とすれば，近年におけるロングトレイルは，1975 年から供用開始された，当時総理府の外局であった環境庁（現環境省）が整備した長距離自然歩道をその始まりと捉えることができる。環境庁が主導していることからも分かるとおり，歩道の整備は，当時は地域活性化というよりむしろ自然とのふれあい，自然保護の精神を歩くことを通して楽しみながら理解してほしいという理念をもとにしたものであった。

環境庁は，長距離自然歩道に関して，以下のように述べている。

> 長距離自然歩道は，国土を縦断，横断又は循環し，多くの人々が四季を通じて手軽に楽しくかつ安全に国土の優れた風景地等を歩くことにより，沿線の豊かな自然環境や自然景観，さらには歴史や文化に触れ，国土や風土を再認識し，併せて自然保護に対する意識を高めることを目的としている[4)]

長距離自然歩道は，第 1 期に東海自然歩道，これに続いて九州，中国，四国，首都圏，東北，中部東北，近畿地方において整備がなされ，現在北海道でも整備が続いている。また，九州自然歩道は，九州各県をめぐる全長 2,116km の歩道で，起点が福岡県の皿倉山（標高 622m）におかれ，ここには前述のアパラチアン・トレイルの提唱者の一人であったベイトン・マッケイ（アメリカ）の以下の言葉が，元標に刻まれている。

> 自然歩道の効用は，体力を作ること，もう一つは自然に親しむことである。将来自然歩道で体力増強のための競技が行われることがあれば，大変不幸なことだが，そのときはちゅうちょなく自分は，一番遅かった人に賞を与える

まさに歩く楽しみ，自然とのふれあいを提唱した言葉である。

これに対して，みちのく潮風トレイルは，地域復興や震災遺構の継承・伝承といった新たな思いが盛り込まれている。2011 年 3 月に発生した東日本大震災からの復興に資するための「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興のビジョン」(2012 年環境省策定) のプロジェクトの一つとして，青森県から福島県の被災地約 700km をつなぐ復興の道「みちのく潮風トレイル」は，2020 年の全線開通を目指して，現在，整備が進んでいる。

(3) ロングトレイル時代の幕開け

2000 年 7 月，日本初の「ロングトレイル」の構想を打ち出し，具現化した「信越トレイル」が長野・新潟県境の関田山脈の尾根筋を利用して開設された。長距離自然歩道に次ぐロングトレイル時代の幕開けと言えるであろう。開設のきっかけは，国の地域づくりの手法の一つでもあった広域連携に関する調査事業であった。国土交通省「北陸地域の地域づくり戦略」によるロングトレイルの可能性と効果を調査，検討する委員会が発展的解散した後，トレイルの整備や維持管理をマネジメントする NPO 法人信越トレイルクラブ（飯山市）が立ち上がり，多く地域住民やボランティアの力を借り，8 年の歳月をかけ 80km に及ぶトレッキングルートが完成した。

これをきっかけに各地でロングトレイルを整備する動きが加速する。その一部を成り立ちの形態とともに紹介すると，既存の登山道やトレッキングルートをつなぎ合わせ，新たにロングトレイルとしてのコースを設定する手法を用いた全長 80km の高島トレイル（管理団体：NPO 法人高島トレイルクラブ〈高島市〉），全長 200m の八ヶ岳山麓スーパートレイル（NPO 法人八ヶ岳スーパートレイル

クラブ〈茅野市〉，全長２コース合計 130km の京都一周トレイル（京都一周トレイル会〈京都市〉），古道や旧道を復活利用した，全８コース合計 117km の奥津軽トレイル（金木元気倶楽部〈金木町〉），全長 120km の塩の道トレイル（小谷村商工会〈小谷村〉），ジオパークをめぐる山陰海岸ジオパークトレイル（一般社団法人鳥取市コンベンション協会〈鳥取市〉）などが現在整備されており，加えて，前述の九州自然歩道の再整備を民間団体がボランティアを募り実施していく動きも始まり（九州自然フォーラム〈福岡市〉），環境学習や自然に触れ合うことに重きをおいたトレイルも整備が始まっている。

このように全国でトレイル整備が進む状況下，全国のトレイル運営機関・諸団体による多角的な広報活動と普及促進，さらには情報交流などを行い，海外からも多くの人々を惹き付ける持続可能なトレイルの普及とゆるやかな情報ネットワークの構築を目的[5]に，2010 年には日本ロングトレイル協議会が組織され，2015 年には NPO 法人日本ロングトレイル協会としてその活動を継承することになったのである。

3. 道内におけるロングトレイルの動き

このようなロングトレイルムーブメントの中で，北海道内では 2008 年度，内閣府の「地方の元気回復事業」の採択を受け，とかちロングトレイル協議会が設立された。そして，北海道開発局をオブザーバーに迎え，「とかちロングトレイルによる農業・商業・工業の活性化」調査が実施された。その調査によるイベント開催を通じ，鹿追町の然別湖から清水町の千年の森公園を結ぶ約 100km のルートが示される。こうして，とかちロングトレイル（とかちロングトレイル協議会〈帯広市〉）が産声を上げた。現在は，帯広市を中心に新たな延伸計画も進んでおり，更なる展開が期待されるところである。

2011 年には，中標津町から弟子屈町美留和駅の間に 71km の北根室ランチウェイが開通した。本稿ではこの北根室ランチウェイについて，掘り下げて紹介することにする。

これまでいくつかのトレッキングルートを紹介してきたが，それらは概ね，自治体や地域の観光関係機関などの発案のもと事業が推進され，これら関係者が主たる役割を果たし，または賛同者を巻き込み，地域振興・自然との共生・保護の名のもとに事業実施されているものであった。ところが，北根室ランチウェイは，一人の発案者とそれに賛同する限られたメンバーによって手づくりで造られてきたトレッキングルートなのである。この北根室ランチウェイは，イギリスのスコットランド地方の牧場を貫くフットパスに共感した中標津の牧場主が，中標津の開拓の歴史，格子防風林のある風景，何より広大な牧場が広がり，それでも起伏のある変化にとんだ風景や摩周湖周辺の雄大な景色や自然を歩いて感じてもらいたいと，道をつなぐことに心血を注いで造り上げた道である。この北根室ランチウェイには，実は，町から町，空港から空港を結ぶという壮大なロマンが描かれている。「言うは易し，行うは難し」で，地域住民や牧場主との話し合い，道や国が管理するエリアを通す際の交渉・協議や申請，意見調整，道標や牧場に入るための設備，宿泊施設，地図や

ガイドブック，Web サイトの開設運営，マスコミやハイカーからの問い合わせの対応や手配，更にこれらのメンテナンスと，トレイル運営にまつわる仕事は枚挙に暇がない。それを，本業の牧場の仕事の合間を縫いながら，ほんの数人で切り盛りしているのである。

また，その牧場主が，道標やパンフレット，施設のデザインも手がけているのだが，どれもセンスを感じる出来栄えなのである。他のトレイルを歩くと一目瞭然であるが，施設，設備に一貫したデザインの統一感が感じられ，安心感さえ与えられる。歩くための道のメンテンスの精度，情報提供，景色の変化など総合的なクオリティの高さにおいて日本を代表するロングトレイルと言っても過言ではない。

しかし，ここで頭をもたげる問題がある。それは，発案者でありメンテナンスを進める旗振り役の牧場主の後継者がいない，ということである。それ故，地域を挙げた管理体制の確立が急がれる。2017 年 1 月，抜本的な後継者対策にはならないが，北根室ランチウェイの活動を応援する有志が集まり，次なる応援団の裾野を広げ，維持管理にかかる費用の負担金を集める目的でクラウドファンディングを立ち上げた。ファンドマネーを活用したロングトレイルの維持管理費用出資の呼びかけは日本で初めての試みであるが，今後の動向を注目したい。

道内ではこの他に，フットパスで地域をめぐる仕組みづくりや，ウォーキング，トレッキングルートの整備やイベントも各地で取り組まれ「歩く」観光，ライフスタイルとして「歩く」ことを意識したまちづくりなど，歩く文化は普及の兆しを見せている。道内に於いても，地域活性と地域をつなぐロングトレイル文化の形成と地域の活性化が違和感なく理解される時代を迎えていると言えるのではないだろうか。

4. ロングトレイル普及の課題と展望

これまで，日本国内におけるロングトレイル活用の状況を述べてきたが，今後も，国内においては新たなロングトレイルの開設準備をしている地域も少なくない状況である。そこで，最後に，今後の課題として以下の二点を取り上げる。

まず，一点目は，「持続可能なトレイルであるか」という点である。ロングトレイルの距離に関する定義がないことは前述のとおりであるが，少なくとも数十キロから数百キロに及ぶトレイルの管理が継続的に行われるのかということは，避けては通れない問題である。この点を予め考慮に入れておかないと，環境庁（当時）が進めた長距離自然歩道の実態を見れば分かるように，その存在自体が地域に理解されておらず，メンテナンスどころか道の存在すら区画整理や道路の付替え等によってなくなっていたり，本来管理主体となっている都道府県の中で担当部署が曖昧になり，そもそも管理に対する事業計画や予算が付けられていなかったりと，造ってはみたものの管理も利用もされていないという状況になりかねないのである。実際，長い距離に亘って細かなメンテナンスをしていくことは物理的にも費用の面でも負担がかかる。里山や山林エリアに入れば高温多湿の日本の気候条件下

では雑草の繁茂も予想され，道自体が分からなくなってしまう。時期によっては，こまめなメンテナンスが必要となる。また，開設時の思いが次世代まで継がれていくのか，トレイル利用を左右するメンテナンスの精度にかかっていると言っても過言ではない。道標の設置やマップ，情報発信のツールのメンテナンスや更新も必須事項である。これらの作業や理念の継承について，持続性が問われるのである。

そして，二点目は，「安全の担保」である。管理責任が重んじられる日本の社会に於いて，トレイル上で起こりうるアクシデントにどのように対応していくのか，この対処法が見いだせないままトレイルの計画や準備が進んでいる実態も窺える。国を始めとした行政管理のエリアについては様々なリスクヘッジ策を講じ，時には利用（許可）をめぐる見解の相違により推進者側と行政のトラブルになっているケースがあるが，「自らの身は自らで守る」という精神が徹底されていない現状の中，その解決法を見出していくのは難しい。法の規制を縫って造られるのがまた，ロングトレイルなのである。更に，観光地においては，海外からの観光客が急増している。多分にもれず，各地のロングトレイルにも外国人ハイカーが増えている現状が報告されているが，その数に比して道迷いや遭難件数も増加傾向にあり，外国人の受け入れについての対策も急がなくてはならないだろう。

さいごに

地方創生の一つの柱に観光事業が据えられる状況において，また，健康趣向やアウトドアスポーツへの興味の高まり，「歩くこと」がライフスタイルとして定着する兆しを見せる今日において，新たな観光のスタイル「ロングトレイル」を活用し，地域の連携，地域資源の掘り起こしや保全，滞在時間の延長という効果が期待される。一方で，地方の人口減少は歯止めが効かず，観光地そのものの存在が危うくなりつつある地域も少なくない。しかし，新たな顧客獲得のための救世主とはならないまでも，安全で快適な，そして次世代に引き継がれる新たな道筋が生まれてくることを期待したい。

注

1）日本ロングトレイル協会：設立について, http://longtrail.jp/syui.html（参照 2017-1-23）
2）1）に同じ
3）スポーツ辞典 S-word：ロングトレイル http://s-words.net/w/AB.html（参照 2017-1-23）
4）環境省：報道発表資料「北海道自然歩道の路線選定とそれにともなう国立・国定公園の公園計画の変更に関する意見の募集について：参考資料 長距離自然歩道の概要」, http://www.env.go.jp/press/files/jp/4497.html（参照 2017-1-23）
5）1）に同じ

CBT 成功への道

—長崎さるく研究より—

小林 英俊
北海道大学観光学高等研究センター 客員教授

1. はじめに（問題意識，研究目的）

近年，コミュニティ・ベースド・ツーリズム（以下，CBT）への関心が高まっている。各地で住民が主体となった観光への取り組みが進められているが，なかでも長崎市の市民が企画・ガイドを行う新しいまち歩き・さるく事業は市民への浸透度や継続性の観点からみて日本における CBT の成功事例の一つである。特筆すべきは，この事業で培われたネットワークが，東日本大震災で長崎に避難してきた人たちの支援に力を発揮したことである。CBT が市民をエンパワーメントし，観光の枠を超えて地域の課題解決にも役立つ市民力になったのである。

2006 年に開催された「長崎さるく博」が想定以上の集客に成功して大きな経済効果を上げたことから，多くの自治体が視察に訪れ同様のまち歩き事業を始めている。しかしながら，長崎のように市民の力を引き出し，創造性を持った観光プラットフォームにまで成長している事例は極めて少ない。ほとんどが単なるボランティアガイドによるまち歩きで終わっているのである。ではなぜ，長崎では成功したのか，なぜ 10 年も継続しているのか，この間住民を突き動かしてきたモチベーションは何なのか，これらの疑問を解き明かすことは，これから CBT に取り組む地域にとっても大いに参考になるはずである。

筆者は，多くの地方博が一過性のイベントで終わってしまうなかでなぜ「長崎さるく博」が継続しているのかに興味を持ち CBT の成立要件について研究してきたが，幸いなことに指導学生が 2 年度続けて「長崎さるく博」を事例に修士論文を書いてくれたので，本論では彼らの研究成果も含めて成功の鍵となった住民の参加モチベーションについての試論を示す。

2. 初期のコアとなる人選が大事

総合プロデューサーを務めた茶谷（2008）は，「長崎さるく博」は観光振興キャンペーンであり，地域活性化のイベントであり，市民を巻き込んだまちづくり活動であったと述べている。ここでは，特に市民が主体となったまちづくり観光という面に着目して，時間的な順序に沿って，企画準備段階，「長崎さるく博」期間中，博後の三つにわけて，それぞれの段階で住民のモチベーションをアップあるいはダウンさせたと考えられる要因を整理し

ていく。

長崎市では 2003 年に，2006 年の観光イベント開催に向けて長崎商工会議所会頭を委員長とする「策定委員会」が組織されている。その内容を具体的に検討するため同年 4 月に立ち上げられた「ワーキングチーム」の 9 名のメンバーは観光には素人であったが，それぞれ地域活動の実践者で市民レベルの現場に通じた人々であった。このメンバーのうち 4 人が「さるく博」でも中核的な役割を果たす市民プロデューサーとなっており，最初の段階での人選が成功への大きな一歩であったことが分かる。メンバーはいずれも地域活動を通じて「当事者意識」と「ネットワーク・コミュニティ」を持つ人たちである。またこの例から，多くの市民参加を得るには「利害」と「本業性」を持たない人が中心的な役割を果たすことが肝要である。

この人選はプロジェクトの実務責任者田上富久氏（当時観光振興課主幹，現市長）によるのだが，氏の前職は広報担務で，自身の取材をもとに小冊子『さるく』を作成し，その過程で市民や市民活動家に広い人脈を持っていた。当時の伊藤市長や議会が観光客数を増やすことをイベントの主目的としていたが，田上氏は同時に市民を巻き込んだまちづくり運動をも視野に入れ，まち歩きをその有力な手段だと考えていた。ただ，最初からまち歩きを提案するのではなく，ワーキングメンバーと一緒に別府市の路地裏探索や山鹿市の米米惣門ツアーを視察して，メンバーの中から「長崎でもこれなら出来る」との声が上がるのを待っていた。

これら初期段階の報告書などをレビューすると，まず自律的に動ける状況にあり，かつ地区住民とのコミュニティ活動を行っている人物をコアメンバーにすること，そして，彼らの熱い想いや行動エネルギーを使って周辺の人々を徐々に感化し活動を拡大していくことが有効な方法である。同じような活動家を集めお互いに刺激し合うことで燃えている火（情熱）を大きくし，次々と延焼させ周囲にいる人のやる気を次々と引き出すのである。これは CBT の初期段階での展開を考える大きなヒントになる。そして，事務方のトップが明確な問題意識を持っていること，そしてそれをメンバーと共有出来ていることも重要で，さらに解決策についても，自分の考えを押し付けるのではなくメンバー自らが気づき発案するまで忍耐強く待つことも大切である。

3. 目標は共同体感覚の醸成

（1）まちは「自己表現」の場

イベント実施についての関係者ヒアリングで共通していたのは，「専門家招集の大切さ」である。住民主体とはいえ，水先案内人の役割をする専門家がいることで，住民の行動力やアイデアなどを一つ方向に結集させることが可能になるのである。そのためには，招集する専門家と事務局との十分な意見の擦り合わせが重要になる。長崎でも，茶谷氏の招集に当たっては，田上氏との間でなんども意見交換（メールのやり取り）が行われ，残され

た記録から事業の趣旨や目指すところについての考え方の共有が十分に行われていたこと，茶谷氏が覚悟を持ってイベント実施に臨んだことが分かる。その結果，従来の行政主導で専門業者お任せ方式のイベントとは正反対の目標である「市民主体のイベント」「一過性でないイベント」「三か年で拡大していくイベント」が掲げられ，市民のやる気を誘発していく。また，観光についても，従来の「観光=観光事業者が潤うためのもの」から脱却し「観光=地域の資源を活かして，地域全体の活性化や暮らしやすさにつなげるもの」との新しい考え方を提示することで，観光を長崎市民全体が目指す共通のテーマにしたのである。

具体的なイベントの進め方は，大枠を大会本部で決めるが細部は市民プロデューサーを中心に地区住民が主体的に決めてもいいと，かなりの部分を住民に任せている。したがって，まちの資源探し，マップやコースづくり，ガイド方法ともに地区ごとでばらばらではあるが，資源探しから最後の募集まで一貫して自分たちに任されたことで真の「当事者意識」が生まれている。もっとも，最初からガイドまで依頼するというのではなく，まずは資源探し，次はマップづくり，その次はコースづくりと順を追ってステップを踏むことで，少しずつ地域との関係を深めさせ自信を持たせて最後のガイド段階にまで持っていく方法がとられていることも，住民のモチベーションを引き出す際の参考になる。このように地区ごとの「自律性」と「個性」が尊重された結果，住民がその気になり良い意味のライバル意識も生まれ燃えたのである。行政が市民プロデューサーに与えたのは，指示や命令ではなく「活動の場」である。その「活動の場」とは，「自分の考え」を実現できる場，つまり「自己表現」の場であった。そして多くのさるくガイドたちは，自らの言葉で自らが生れ育った，そして現在も関わり続ける「まち」への思いを語ることで，ありのままの自分を表現したのである。このことは自分が自分であることを他者から認められることであり，つまり個人がアイデンティティを得ることに結びつく。

こうした「自己表現」が「まち」を舞台に行われ，それが他者から賞賛されることを通じて「自己」と「まち」とが切り離せないモノになっていった。これがアクションプランで目標とした「まちに誇りを抱き，楽しむことができるまちを創造する」にも結実していくのである。真の意味で市民が「まちへの誇り」を獲得するには，まちの資源（お宝）探し，地図づくり，まちの案内などのプロセスのなかに，ただまちを改めて知ったというだけでなく個々人のアイデンティティの確立にまでつながる精神的な作用が必要なのである。

（2）理念よりも自己活躍メリットがモチベーション

市民プロデューサーへの参画動機についてのインタビューを分析してみると，一般的に言われているような「活動理念に対する共感」や「地域のため」といった利他的な動機はほとんど見られない。市民プロデューサーとして活躍したＫ氏は「（さるくのような市民活動は）理念先行型ではうまくいかない」とまで言い切っている。

桜井（2007）のボランティアの継続要因に関するアンケート調査の分析でも，「理念の実現」動機と活動の継続との間に正の相関関係はないと結論づけており，労働政策研究・研

修機構（2006）の有償ボランティアの活動動機に関する研究でも「人の役に立ちたい，社会や地域に還元したかったから」「NPO の理念や活動目的に共感したから」という利他的な動機は活動継続につながっていないと報告している。

では，何が活動の継続要因になっているかというと，ボランティア同士の人間関係の満足感や集団の一体感を示す「集団性」，そして「自分の経験・能力が活かされること」「人間関係が豊かになること」「周りから注目されたり評価が高まる」といった「自己活躍メリット」である。

市民プロデューサーも活動動機として「新たな出会い」「メンバーとの交流」「活動の一体感」などが主な要因であると答えている。日々の楽しさや一緒に活動する幸福感や達成感の共有が活動の継続動機となっていることが分かる。

（3）アドラー心理学の「共同体感覚」が源

市民プロデューサーへのモチベーションに関するヒアリング調査からも「地域を活性化する」といった理念はプロジェクトの指針としては大事だが日々の活動動機にはなっていないことが明らかになった。では日々のやる気の源は，との問いへ回答は「みんなで集まって目標に向かう楽しさや充実感」「自分の経験・能力が日々高まりそれが活かされる喜び」「人間関係が豊かになりネットワークが拡がること」「ツアー参加者や周りの仲間から注目されたり評価が高まる嬉しさ」といった「自己」の喜びや楽しさ，充実感に関することが大半である。

心理学者のアドラーは，人が幸せを感じるのは「共同体感覚」を得る時だと説いている。共同体感覚は，さらに所属，貢献，自己変容，信頼の四つの項目から成っている。所属とは，その共同体の中に自分の居場所があるという感覚のことで，安心してその中にいられるという感覚でもある。貢献とは，周りの人の役に立つことが出来るという感覚であり，自分の能力を使って他の人や共同体に貢献できるという感覚のこと。自己変容とは，その共同体の中でありのままでいられるという感覚で，そのままの自分でいていいと感じる感覚である。最後の信頼とは，周りの人に任せることができるという感覚で，周りの人を信頼して安心して任せることが出来るという感覚のことである。そして，この所属と信頼は「人々は仲間だ」という感覚を生み，貢献と自己変容は「私には能力がある」という感覚をもたらす。周りの人たちが自分の仲間であり，その中で自分は自分の能力を使って，周りの人たちの役に立ち，貢献することが出来るという感覚が，この「共同体感覚」なのである。

ヒアリングから得られた活動動機は，いずれもこの四つの項目のどれかに合致している。彼らの言葉を聞くと，「ありのままの自分を受け入れてもらえる」「自分の経験が役にたっている」「仲間といる楽しさ」などが多く聞かれ，さるく事業を通じて市民プロデューサーやさるくガイドが得ていた感覚は，このアドラーが提示した「共同体感覚」なのではないか，と推論される。ただ，アドラーは逆に，私的論理（「自分への関心」）ではなくより大

きな共同体のことを考え（「社会への関心」）共同体メンバーが共有できる共通感覚を持つことが大事だと説いている。長崎さるく関係者へのヒアリング分析で分かるのは，長崎では自分のことを語ってもよいというガイド行為を通じて改めて「自分への関心」が生まれているが，それは自分が長崎という社会とどう関わってきたか，という視点でもあり，結果的に「社会への関心」へとつながる行為でもあったと結論づけられる。また，市民プロデューサーやさるくガイドが語る言葉は「自己」の喜びや楽しさを語っているようで，さるくのメンバー（共同体のメンバー）だからこそ得られる喜びや楽しさなのである。

さるく博のアクションプランでは，観光を「まち活かし」「ひと活かす」手段としてとらえ直す契機としているが，観光を通して「社会への関心(まち活かし)」「自己への関心（ひと活かし)」が表裏一体となって高まっていったと考えていいのではないか。

4. 10 年後の停滞感の原因

「さるく博」から 10 年が経ち，さるく参加者数は世界遺産登録効果もあり横ばいで推移している。

しかし，関係者へのヒアリングからは，さるくガイドや市内のさるく協力商店主の間には停滞感やマンネリ感が生じている。この原因については 10 年間の継続による仕組みの硬直化などいろいろと考えられるが，前節で述べてきた市民のモチベーションに関する研究からもいくつか重要な指摘ができる。

まず行政側の体制や意識の変化である。「さるく博」当時は行政サイドも市民プロデューサーの一員であるとの考えから組織や肩書を超えた個人対個人の対等な付き合いが行われ，当時は住民にも事務局スタッフとの間の「一体感」「仲間意識」を感じていたとの感想が多く聞かれた。事務局スタッフが数年で交代していく中で，当初のような一緒に作り上げようという横の関係がさるく事業を管理するものと差配されるものという縦の関係へと変化していったことは容易に推測される。事務局としては，さるく参加者数を増やしたい，340 人のさるくガイドの希望勤務日数を可能な限り公平に叶えたい，集客の少ないコースを減らして事務効率を上げたい，観光客に人気のコースを増やして評判を上げたい，といった運営上の効率重視，参加者数重視の管理方針が，さるくガイドにとっては逆にモチベーションダウンにつながっている可能性が高い。

設立当初の事務局には，努力して「長崎検定」の上級に合格する職員がいたり自ら休日にさるくガイドを志願する管理職もいたりして，事務局とガイドが一緒になってコース内容についての議論が出来たが，現在では新規に提案されたコースについても内容に踏み込んだ議論がなく，提案したガイドも肩すかしのような気分を味わうとのことである。また，「自分のまちを話したい」と自分の育った地区の得意コースを希望しても，ガイドの希望日数を平等に叶えるため必ずしも希望のコースになるとは限らない。ガイドするコトは「自己表現」であり「自分の経験・能力が活かされることが喜び」なのに，事務の論理が優先

されそれらが満たされていない。

そのため，企画力のあるガイドは「自分が楽しみたい」「何か面白いことをやりたい」と「通さるく（ガイドが決まったコースを案内するまち歩き)」から「学さるく（独自コンテンツで実施日や参加費を自由に決められるコース)」へと移行していて，さるく博当時は「通さるく」は「学さるく」の 10 倍以上の参加者数であったが，2011 年以降「通さるく」参加者数が横ばいなのに対し「学さるく」が伸び続け，13 年から「学さるく」が「通さるく」を上回るようになっている。「学さるく」では集客不足は企画したガイドの責任であるが満員になると達成感・充実感とともに多少の収入増にもなる。自由な分だけ責任もあるので「当事者意識」も強い。これも個人レベルの一つの解決策である。「共同体感覚」がモチベーションの源泉だとすれば，それが薄れたことによる停滞感・マンネリ感の打破には，「共同体感覚」の再構築もその一つの対応策である。この 10 年の間には主要な市民プロデューサーが集まり NPO 法人長崎コンプラドールを設立し，長崎さるくの考え方や手法を全国に広めている。また，同じく市民プロデューサーが立ち上げた NPO 長崎の風はまち歩きガイド以外にも東山手十三番館（国登録有形文化財）の協働運用を手がけるなどの幅広い活動を行っており，独自の動きをみせている。二つの NPO とも，さるく活動の初期の頃には各地区で見られたような，みんながアイデアを出し合い，創造性を評価することによって，全体の能力，創造性が上がる状態（集団脳）を保っていて，このような新しい目的を付加したコミュニティをスピンオフしていくこともマンネリ化から脱却する方法の一つになる。

5. まとめ

住民主体の観光（CBT）のエンジンである住民のモチベーションにフォーカスして，長崎さるくに関わった住民の感情に起こったことをさるく博の準備段階，さるく博期間中，さるく博後に分けて考察してきた。ヒアリング調査を重ねることで嬉々として活動する住民間に生まれていた重要な感覚がアドラーのいう「共同体感覚」だとかなりの確信を持って推論できた。今後の研究によってこの推論をさらに検証し，その感覚発生のメカニズムを解明していく必要があるが，これは CBT を成功に導く大きな鍵になるはずである。また多くの住民活動をさらに楽しくやる気に溢れたモノにする一助にもなると期待される。

参考文献

茶谷幸治

2008　『まち歩きが観光を変えるー長崎さるく博プロデューサーノート』学芸出版社。

2012　『「まち歩き」をしかけるーコミュニティツーリズムの手ほどき』学芸出版。

金明柱

2016　「住民主体観光によるホストコミュニティの活性化に関する研究」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院　2015 年度修士論文。
小林英俊
2013　「長崎さるく博」を契機にした「まち歩き」の変容日本国際観光学会全国大会学会発表集。
2013　「ひとを活かし，まちを活かす観光の考え方」平成 24 年度観光実践講座講義録公財　日本交通公社。
向後千春
2014　『アドラー心理学』(株)KADOKAWA。
久保田美穂子・吉澤清良
2014　「今日的『まち歩きガイドツアー』に関する考察」日本観光研究学会第 29 回全国大会論文集。
越信二
2015　「住民の自律的な観光まちづくりへの参画に関する研究」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院　2014 年度修士論文。
桜井政成
2007　『ボランティアマネジメントー自発的行為の組織化戦略』ミネルヴァ書房。
労働政策研究・研修機構
2006　『労働政策研究報告書 No.60NPO の有給職員とボランティア―その働き方と意識―』。
全国社会福祉協議会
2010　『ボランテイァ活動年報 2010』全国ボランティア・市民活動振興センター。

「歩く文化」の復興による地域創造

—エコツーリズムとフットパスの運動論—

下休場 千秋
北海道大学観光学高等研究センター 教授

1. はじめに

18 世紀以降，近代社会は人間の移動方法として，それまでの徒歩に代えて鉄道，車，飛行機，船舶といった大量高速輸送機関を手に入れることができた。観光旅行は，これらの手段を用いることにより，より早く，より遠くへと出かけることが可能となり，鉄道駅の周辺地域が賑わうこととなった。さらに，20 世紀に入ると，アメリカや西ヨーロッパにおいて，大衆への車の普及によるモータリゼーションが始まり，日本でも 1970 年代から本格的な車社会が形成されるようになった。

このような人間の交通手段の変化とそれに伴う地域開発と自然破壊の進行，生活文化の変化という近代化の影響に対して，他方，それらの動きを食い止めようとする自然保護の活動や思想の確立，郷土文化の研究の動きもあった。

産業革命により急速に自然破壊が進んだ 19 世紀のイギリスにおいて，オクタヴィア・ヒル，ロバート・ハンター，ハードウィック・ローンズリーの三人により 1895 年に設立された「ナショナル・トラスト」はフットパスの運動につながった。アメリカでは，ヘンリー・D・ソローが 1854 年に『ウォールデン 森の生活』を刊行して環境保護思想をひろめ，ジョン・ミューアが 1904 年に自然保護団体「シエラ・クラブ」を設立し，ロングトレイルの形成に結びついていった。

一方，日本においても明治時代以降の近代化の流れの中で危機感を抱いた柳田国男は，1910 年に『遠野物語』を発表し，その後，日本民俗学を確立した。また，神社合祀の反対運動を行い日本人として初めてエコロジー思想を唱えた南方熊楠や，さらには，民俗学研究を志して日本中を歩いてフィールドワークを行い，1960 年に『忘れられた日本人』を出版し，後世に「旅する巨人」と称され，その後の観光学研究に先鞭をつけた宮本常一などの存在があった。宮本常一にとって苦しい旅の道中における一番の楽しみは，人との出会いにあったといわれている。

本稿では，今後，地域社会における観光の将来計画を立案するにあたり，車中心から人間中心の地域社会へと転換する必要性，すなわち，「歩く文化」の復興による地域創造について，これらの先人達がのこしたメッセージを基にして，エコツーリズムとフットパスの

運動論の側面から考察する。

2. アフリカとの出会い

私の故郷は，京都から高野山へ至る高野街道沿いの宿場町として栄えた大阪府南部の山間部に位置する小地方都市・河内長野である。日本古来の修験道や社寺巡りといった聖地巡礼が盛んに行われ，これらの聖地巡礼に関わりのある社寺や街道が現在も数多く残されている。休日には，周辺の 1,000m 前後の山々にハイキングに出かけて自然を楽しみ，社寺の境内で遊んだ記憶がある。

しかし，近代化する社会の動きに，筆者自身の幼少時代の思い出を重ね合わせてみると，モータリゼーションの進展により，子供たちの遊び場であった道路が，瞬く間に車の通行のために占領されてしまった覚えがある。18 才で運転免許証を取得し，車の便利さと自由な移動の魅力に取りつかれ，車のない生活が考えられないものとなっていった。その後，現在に至るまでの 40 年間以上，車社会の中で生活をすることが当たり前のようになっている。

芸術系大学の学生時代には，エコロジカルプランニング（地域生態計画）について学び，人間の幸福と自然生態系がもつ生命の美しさについて理解を深めた。私が専門的バックグラウンドとする地域生態計画学とは，環境アセスメント，環境ガバナンス，コモンズ論などに基づき，地域の生物多様性保全，景観美の保全，自然災害の未然防止を前提とした地域社会の持続的発展を目指す将来計画を立案するために必要となる計画・合意形成プロセスについて研究するものである。

その後，筆者の博士論文の研究テーマは，アフリカのカメルーン共和国北西州の人口数万人の一首長国における生活文化の保全と継承であった。フィールドワークのために，1986 年に初めてアフリカ大陸に足を踏み入れて以来，現在まで 30 年間以上にわたり，断続的ではあるが現地を訪れ，地域の人びとの生活変容について調査を行っている。カメルーンの農村部でも，貨幣経済が浸透して自給自足の暮らしが消えつつある。しかし，電気，ガス，水道，道路，マスメディアといった社会基盤整備がなされていない所も多い。近代化の恩恵をあまり受けていないカメルーンの農村部での生活と，日本の近代化した生活を比較すると，日本の物質的な豊かさを実感する一方，人間にとっての精神的な豊かさ，幸福感が必ずしも，それに比例していないことに気づくのである。

アフリカへ調査に行くと，町の道路には人があふれている。歩く人，遊ぶ子ども，路上で商売をする人などがいて大変活気がある。それに引き換え，日本の町では，車は走っていても，駅前周辺，限られた繁華街，大規模商業施設を除き，歩いている人を見かけることが多くはない。観光地においても，道を歩く人が多い場所は活気があるが，車やバスを駐車場に停めて，限定された観光地や観光関連施設周辺だけを歩き，町を歩く人が少ない所は寂れている。今，路地が残り，歩いて居住に必要な機能を充足することができるコン

パクトシティの概念に合致した地域の人気が高まっている。

アフリカと日本を比較することにより，観光創造は地域創造であるとつくづく感じる。車中心の地域づくりから，徒歩や自転車で移動そのものを楽しみ，多様な体験をすることができる地域づくりが，地域の活性化に結びつき，新しい観光を創造することにつながると確信する。

3. 北海道との出会い

筆者は札幌に居を構えてまだ 1 年足らずである。その間，札幌市に拠点をおくある環境保全 NPO が主催するフットパス関連のツアーや催しに何回か参加させていただき，札幌市内の藻岩山周辺，豊平川，野幌森林公園や道北の豊富温泉などの道を歩く機会があった。そして幸いにも，札幌近郊には身近な自然が残り，北海道内には雄大な自然や広大な農牧地が広がっていることに気づいた。また，先住民族のアイヌ文化や開拓の歴史を刻んだ文化が各地に残されていることを知った。それらの価値に気づくためには，実際に自分の足で歩くことが必要であることを改めて実感したのである。

現在，北海道では明治以降の近代化のひずみが現われ，人口や利用客の減少に伴う JR 路線の廃止計画を始めとして，道内空港の民営化，高速道路の建設計画といった交通網の再編計画が大きく進みつつある。インバウンドによる外国人観光客の増大に対応できる観光地域計画の提案が求められている。そこでは当然，交通の安全性，利便性，快適性が求められるが，さらに，新しい観光創造を目指すには，滞在時間を増やし，地域の自然や文化資源を有効に保全・活用しながら，それらに付加価値を与えることが求められる。そのためには，歩く魅力を有する地域づくりを通して，「歩く文化」の復興が欠かせないと考える。北海道にはエコツーリズムやフットパスによる地域づくりの適地が数多くあるのである。

4. エコツーリズムとフットパスの運動論

筆者の「エコツーリズムによる地域創造研究」は，前述したように，アフリカ，カメルーン共和国において，1980 年代後半から始めたフィールドワークを起点にしている。エコツーリズムは，1980 年代にアフリカや中南米の自然保護地域における環境保全と地域住民の暮らしを守るために観光振興を図るところから発展してきた概念である。私は新しい地域創造のあり方として，グローカル（地球規模で考え，地域において活動する，Think globally, act locally）の視点から，地域環境保全，地域文化の伝承と創造，地域活性化という三つの目標を同時に達成することを目指すエコツーリズムについて研究と実践を行っている。

また，歩くこと（foot）と小径（path）とが語源であるフットパスはイギリスにおいて 15 世紀以降に始まる領主・地主による土地の囲い込みに対する小作農や都市住民の，土地

や自然に対するアクセス権を獲得する法的闘争の歴史というコモンズ論の流れの中から生まれてきた概念である。イギリスの各地には地域の風土に触れることができるフットパスのコースが整備され，ルートマップや道標が作成されており，多くの人々がウォーキングを楽しんでいる。

訪日観光客が増大する現代社会において，外国人観光客を受け入れる側の我々には，異文化交流の場となりつつある地域での自律的な発展を目指す地域創造が求められている。そこに，「歩く文化」を取り入れることにより，必然的にカフェや休憩スペースなどの交流空間が生まれる。地域住民が主体となり，地域の固有性を生かした持続的で責任あるエコツーリズム，フットパスは，地域の国際化に対応する観光創造において有効な手段となり得る。

さらに，国内外において，地震，津波，暴風雨，洪水，噴火，斜面崩壊，干ばつなどの自然災害が多発し，地域には自然災害に対する様々なリスクが存在している。そのため，防災，減災，復旧，復興に関する地域計画の必要性が高まっている。地域が有する自然災害に対する脆弱性を評価する手法と，自然災害に対する地域の抵抗力を高めるための方策について考察し，観光が防災復興に果たす役割について検討することが必要である。そのためには，幼少期から地域の自然環境に親しむための教育プログラムを導入し，地域の自然環境，歴史，生活文化の持続的な保全と継承を前提として，地域の活性化を図るために観光を導入する際に配慮すべき内容について，具体的な事例を取り上げて考察することが望まれる。エコツーリズム，グリーンツーリズムなどのサステイナブルツーリズムのあり方について理論的，実践的な検討を加えることにより，観光の意味を問い直すことが重要である。

観光は人間や情報の動きを活性化し，地域に新しいコミュニケーションの場を創造する。エコツーリズムは，地域が有する自然と文化の個性を重視し，地域の魅力を高め課題を解決し，持続可能な発展を目指すものである。観光創造学は，地域の魅力と課題を発見するところから始まる。地域を診断する（診察）能力，地域の課題（病気）を発見し，必要な解決策（治療）を提案する。観光創造学を学ぶものは，地域計画者（地域の医師）としての素養が求められ，対症療法的な治療を施すだけではなく，地域の自律性（地域の自然治癒力）を発見し高める東洋医学的な計画提案をすることも必要である。エコツーリズムの概念を基本として，地域ランドスケープの捉え方，地域環境を評価する環境アセスメント，地域の民族文化・民族芸術の価値を把握するための方法，コミュニケーション能力を高めるための異文化理解等について，アフリカにおける調査研究事例や関連する文献を基にして学生と議論し，観光の意味を問い直したいと考えている。観光創造は地域創造であり，持続可能な地域づくりの主体は地域住民であるとの立場から，エコツーリズム，フットパスを一部の専門家が取り組む計画手法と捉えるのではなく，地域住民や多様な立場のステークホルダーの地域を愛する熱意と行動力を基本とする運動論として評価し，それらの意思を立案プロセスに取り入れた地域生態計画に関する研究を推進してゆきたい。

5. 観光とは「美」を探求する旅である

人間が生きる喜びは，「美」に触れ，「美」を体験することにより生まれる。観光とは多様な「美」を探求する旅のことであり，観光の醍醐味は「美」を巡る五感を使ったコミュニケーションにあるといえる。美しい風景を眺め，美味しい料理を食べ，心地よい音楽を聴き，さらに，地域性豊かな生活文化を生きてきた人びととの感動的な出会いを体験することが，新たな記憶を創出し，次の観光行動へとつながってゆく。このような多様な「美」を探求するエコツーリズムをはじめとする旅を地域において創造することが観光創造学の役割ではないかだろうか。

筆者にとって美しいものは，まず宇宙に浮かぶ水の惑星・地球である。写真でしか見たことがないが，多くの宇宙飛行士が宇宙空間から眺める地球の美しさを語っている。しかし，人間はこの美しい地球の自然を破壊し，生態系に影響を及ぼしてきた。美を探求する旅を実現するには，かけがえのない地球における自然の不思議さと魅力に気づく必要がある。

また，この地球上には，多様な民族文化をもった人びとが暮らしている。人びとが生活の中から生み出してきた地域性のある文化や芸術には，人間が創造したものとしての，あるいは，生きざまとしての美しさがある。これらの人間と文化の「美」にふれることが観光の醍醐味でもある。ところが自然と同様に，この文化の多様性も失われてきている。自然と文化の多様な美しさの価値について理解を深めることが観光創造への鍵となる。

近代化により進展した車中心の社会が得た利便性と共に被った損失は，交通事故，環境悪化，コミュニティの分断など多大である。エコツーリズムとフットパスの運動が目指すものは，「歩く文化」の復興により地域が失ったものを取り戻し，地域の自然と文化が有する「美」の多様性を追求してゆくことにある。それが，地域が有する多様な「美」を探求する観光の意味を問い直すことにもなるのである。

観光創造学への道

田代 亜紀子
北海道大学メディア・コミュニケーション研究院 准教授

はじめに

観光学，観光創造学とは何か。それはディシプリンなのか否かと問う度に，私は自身の専門である「地域研究」を振り返る。地域研究（Area Studies）は，ある特定地域の自然と社会を複合的にとらえることを通して，その地域の固有性や特性を総合的に把握することを目指し，第二次世界大戦後，アメリカを中心に発展してきた。イエール大学が「東南アジア・プログラム」を創設したのは 1947 年である。続いてコーネル大学も 1950 年に同プログラムを創設する。日本では，京都大学が東南アジア研究センター（現東南アジア地域研究研究所）を 1963 年に設置，東南アジア地域研究を主導してきた。東南アジア地域以外では，1953 年に開設された北海道大学スラブ研究室（現スラブ・ユーラシア研究センター）の歴史も古い。現在「地域研究学会連絡協議会」には 19 の学会が所属している。

一方，観光学は，米国コーネル大学（1922 年設立），英国サリー大学（1966 年設立），香港理工大学（1979 年設立）などでホスピタリティ産業に関するプログラムが設立され，ホテル経営や旅行産業を中心とした実践的分野として発展してきた。Annals of Tourism Research や Journal of Hospitality and Tourism Research などの国際的学術雑誌でも，これら大学機関に所属する研究者による論文投稿が目立つ。日本では，1963 年に東洋大学短期大学に観光学科が誕生し（その後 2001 年に国際地域学部国際観光学科，2017 年国際観光学部開設），1967 年には立教大学が観光学科を創設（1998 年には観光学部として独立）している。ここ札幌でも，1999 年には札幌国際大学が観光学部を設立している。2000 年代には観光学部という名だけではなく観光コミュニティ学部（跡見学園女子大学），国際観光学部（阪南大学），ホスピタリティ・ツーリズム学部（明海大学）などが次々に誕生する。観光学に関する教育機関は，人文社会科学を中心とするか，もしくは旅行産業に関する実践的な研究・教育をおこなうかで大きく分かれてきた。2006 年に設立された本学観光学高等研究センターが新たに示した「観光創造学」は，人文社会科学と旅行業の実践的研究教育を越えた，新たなディシプリンを提示したものである。本稿では，自分の専門である地域研究から観光創造学を一考してみたい。

地域研究からみる観光

まず，東南アジアにおける地域研究と観光の関係をみてみたい。東南アジアにおいて，観光という現象を捉え，いち早く注目したのは人類学者たちであった。観光学の必読書となっているスミスにより編集された『ホストとゲスト–観光の人類学』(1977 年刊行，1989 年改訂）は，1974 年のアメリカ人類学会でのシンポジウムをまとめたものだが，東南アジアにおいて観光が最初に注目されたのはバリ島である。バリの観光こそがバリの伝統文化を保存してきたとするマッキーンの研究（McKean 1973）は，ピカールの「文化観光」への議論に通じ（Picard 1996)，山下はマッキーンの研究を引き継ぎながらも，バリにおける文化は人類学者，芸術家，そして観光客のまなざしのなかで再創造されたという点を強調した（山下 1996: 109)。また，山下は，観光と人類学の関係性に着目し，観光の人類学的研究を，1）観光を生み出すしかけ，2）観光が当該社会に与える影響，3）観光によって作り出される文化と 3 つに分けて概観している（山下 1996)。他にも，タイの少数民族を対象としたコーエンや（Cohen 1996)，東南アジアにおけるエスニック・ツーリズムと国家，文化の関係を考察したウッド（Wood 1984）など，多くの研究者が観光に着目した論文を発表している。2000 年代になると，新たな傾向として，世界遺産やヘリテージに焦点を当てながら東南アジアにおける観光を考察する研究が次々に発表される（Peleggi 2002; Hitchcock and Harrison 2005; Hitchcock and King 2009; 2010; Winter 2007)。これら研究は，観光学としてというより，東南アジア地域研究，人類学からの視点を持つものであるが，そのなかでもコーエンは，タイを主なフィールドとしながらも，常に観光学からの理論構築を試み，論文を意欲的に発表している数少ない研究者といえる。このように，東南アジア地域研究では，比較的早い時期から観光に注目してきたが，観光を通して，その地域の固有性や特性を総合的に把握することを主たる目的とした研究が多くを占めてきたため，観光学からこの地域を総合的に理解しようとする研究が少ないのが課題である。それは，国内外で，観光という現象のトータルな理解を目指すための研究体制が整っていなかったことにも要因がある。今後，本学を始めとした観光学からの調査研究がより必要になると思われる。

では，観光学を志す学生，研究者は，どのように観光という現象のトータルな理解を目指せば良いのだろうか。ひとつの方法は，現在の観光学を牽引している学者たちの学問形成史から学ぶことである。前述したように，地域研究，特に日本における東南アジアを対象とした地域研究は，強くアメリカの影響を受けている。イエール大学，コーネル大学に設置された東南アジア研究プログラムでは，ベネディクト・アンダーソン，クリフォード・ギアツ，トンチャイ・ウィニッチャクン，白石隆，加藤剛などが活躍し，東南アジア研究の拠点となってきた。アンダーソンは惜しまれながら 2015 年に逝去したが，2006 年，日本の学生・研究者へ向けて加藤剛の訳で『ヤシガラ碗の外へ』を著した（アンダーソン 2006)。当初の予定は日本語訳のみの刊行だったが，2016 年には英語版も刊行されている

（Anderson 2016）。1999 年に石井米雄が『地域研究の 40 年』として上智大学で講演した際，「優れた教師というのは，周りの学生に学ぶ気力を起こさせる教師のことであり，それがすべてである。そのために教師は学問の形成史–つまり自分の生き方–を明らかすることが大事だ」という歴史学者阿部謹也の言を用いて自分の学問形成史，つまり地域研究について語っているが（石井 1999:2），アンダーソンの『ヤシガラ椀の外へ』もまさにそのような内容で，『想像の共同体』からではみえてこない彼の学問に対するスタンス，思考などが赤裸々に語られている。これら偉大なる先駆者達が語る学問形成史により，地域研究だからこそ生まれた研究もあるのだと改めて認識した次第である。私がそのような内容を書くのは百年早いが，世界の観光学を牽引している先輩方には是非，後に続く者たちのためにも，自らの学問形成史を大いに語っていただきたい。

観光創造学とは何か

観光創造学専攻に着任して 2 年，常に「観光創造学とは何か」と問い続けている。地域研究は，多くの場面で「これはディシプリンであるのか」と問われてきた。しかしながら，これを石井米雄は意味のない問いかけとし，「ディシプリンというのは初めからあるものではなく，研究とともに次第にできあがっていくもので，結果としてそれを「何々学」と呼んでいるのだと思います」と述べた（石井 1999:11）。石井の言葉を借りながら観光学を考えてみれば，我々は，観光という無限の多様性を持った事実から，偶有的に存在するものを排除していくことで学問までに高めていく必要がある。そのためには，対象によって方法というメスを選んでいく。糸を切るのに魚用包丁はいらず，雷魚をさばくのに鋏では駄目である。そこでまず，斬る対象を設定し分析するために「何をしようとしているのか」と問いかける。ディシプリンが科学を目指せば目指すほど，禁欲的に現象を取り出し，精密に分析していくことが求められる。しかし全体が見えなくならないためにも，常に私たちは自分が斬っているものを問い直す必要がある。

石井はまた，地域研究はディシプリンなどの手続きが確立していないが故に，「むしろ色々なアプローチができて，やりがいがあるのではないであろうか。よりクリエイティブな仕事ができるのではないだろうかと思います」と述べている（石井 1999:15）。私たちは，無限の多様性を持った事実の前に立つ。必要なことは，物事を分析してそれをまた統合することであろうか。石井は，ドイツの言語哲学者であるフーゴー・シューハルトの言を引用しつつ，それよりも，「全体像をまず掴んで，そこから文節していく姿をどう捉えるかを考えるのが大事ではないか。それが，後で言うトータリティの認識につながるのではないか」と地域研究者のスタンスを示している（石井 1999:21）。地域研究で常に考えられてきたのは，このトータリティである。観光創造学も，まず観光という現象の全体像をまず掴んで，そこから文節していく姿をどう捉えるかを考える必要があるのではないだろうか。観光創造学は，観光という現象のトータルな理解を目指す。まさに地域研究が格闘して

いる，ある地域のトータルな理解と同様に，私たちの前には「観光」という大海原でありつつ，巨大な怪物のようなものとの終わりのない闘いが常にある（たぶん）。

数十年でどうにかできるようなものではなく，終わりはなく，果てしのない闘いであることは確かだが，救いはある。「協業」である。観光創造学では，多くの学者たちがそれぞれの武器を手に取り，共同で一つの観光というものを研究する。様々なアプローチから，創造性が生まれ，観光のトータルな理解に進んでいく。地域研究も，目的を共有し，互いにインターアクションを与え合い，皆で一緒に行う学問形態をとってきた。様々な学問分野の人間が，同じ目的をもって現地調査を行うことも多々ある。この協業で得るものは，分野から分野を渡るものであり，世代から世代へ引き渡されるものでもある。私は我々が掲げる観光創造こそ，互いのインターアクションが求められるものだと思っている。「ディシプリンが確立していない」からこそ，創造ができるのだ。

おわりに

観光創造専攻が設立されて 10 年になるが，観光創造学の方法論は未だ手探りで進んでいる状態にある。方法（method）はギリシア語の meta-hodos であり，「道にしたがって」という意味をもつ。その道にしたがって行くと，ある目的・ある地点，つまりある認識に到達する。石井は，方法とはそのための 1 つの道（hodos）であり，常に協業作業として複数のディシプリンを動員しつつも，目的を忘れてはいけないと警告する（石井 1999)。つまり，政治学者，経済学者，社会学者がただ集まって観光についてそれぞれ話していて，それが観光創造学か，と言われると否である。トータルに理解するという強い意思を互いにもち，いくつかの学問で綺麗な説明を試みるのではなく，「創造」していく必要がある。おそらく，その「創造」は綺麗なものではなく，常に衝突し，何かを創り出し，またぶつかることで再創造されていくドロドロとしたものに違いない。私は，地域研究を問い続けながら，観光創造学という似て非なるものを問い続けるという大きな課題にぶち当たっているが，石井が地域研究者に残した言葉を胸に進んでいくしかないと思っている。

「道は，ひらける」。

文　献

アンダーソン，B.
2007 『定本 想像の共同体―ナショナリズムの起源と流行』白石隆・白石さや訳，書籍工房早山。
2009 『ヤシガラ椀の外へ』加藤剛訳，NTT 出版。
Anderson, B.
2016 *A Life Beyond Boundaries: A Memoir*, Verso.

Cohen, E.
1996 *Thai Tourism: Hill tribes, Islands and Open-ended Prostitution*, White Lotus
Hitchcock, M. and Harrison, D. (eds.)
2005 *Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation*, Channel View Publications
Hitchcock, M., King, V. T. and Parnwell, M. (eds.)
2009 *Tourism in Southeast Asia: Challenges and New Directions*, Nias Press
石井米雄
1999 『地域研究の 40 年』上智大学アジア文化研究所創立 15 周年記念講演会記録シリーズ 2，上智大学アジア文化研究所。
2003 『道は，ひらける―タイ研究の五十年』めこん。
McKean, P.
1973 *Cultural Involution: Tourists, Balinese, and the Process of Modernization in an Anthropological Perspective*, Ph.D. Thesis, Brown University
Peleggi, M.
2002 *The Politics of Ruins and the Business of Nostalgia*, White Lotus
Picard, M.
1996 *Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture*, Archipelago Press
Smith, V.L. (eds.)
1977 *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, The University of Pennsylvania Press (2nd ed., 1989)（＝ 三村浩史監訳 1991『観光・リゾート開発の人類学－ホスト＆ゲスト論でみる地域文化の対応』 勁草書房。）
山下晋司編
1996 『観光人類学』新曜社。
Winter, T.
2007 Rethinking Tourism in Asia, *Annals of Tourism Research* 24(1):27-44.
Wood, R.E.
1984 Ethnic Tourism, the State, and Cultural Change in Southeast Asia, *Annals of Tourism Research* 11(3):353-374.

旅するムスリム

現代中国における回族のイスラーム実践

奈良 雅史
北海道大学メディア・コミュニケーション研究院 准教授

1. フィールドでのささやかな一コマ

「どうもありがとうございました，また来年来ます。もし機会があれば，ぜひ北海道にも遊びに来てください」

「北海道にもモスクはあるんだよね，そのうち北海道にもジャマーアト訪問に行くよ，そのときは現地のムスリムを紹介してね」

2016 年 9 月，私は中国雲南省紅河ハニ族イ族自治州箇旧市における回族集住地域のひとつである沙甸区[1)]でフィールドワークを行っていた。上記の会話は，沙甸区での調査を終え，帰路につく前に，調査でお世話になった人びとに挨拶をしていた際の一齣，である。新疆出身の 40 代男性で，現在は沙甸区に住むワン・ヨン[2)]は，観光の意味合いで「日本にも遊びに来て」と言った私に，それを否定することなく，「ジャマーアト訪問に行く」と言い換えた。後述するようにこれはアラビア語の単語に基づく表現であるが，「遊び」や「観光」を意味するものではない。では，これらの言葉はいかに重なり，いかにズレているのか。この言い換えには本稿で取り上げる回族[3)]などのムスリムにとっていかなる意味があるのか。本稿ではこれらの問いを手がかりに，観光が彼らに何を可能としうるのかを考えてみたい。

2. 観光とジャマーアト訪問

漢語における Tourism の訳語は一般に「旅遊（*lǚ yóu*）」が用いられる。「旅遊」の一般的な意味は，彭兆栄が観光研究の意義を論じる際に否定的に提示した「社会生活における短期間の娯楽行動」（彭 2004：4）といえるだろう[4)]。この定義に則れば，上記の会話において，私が言わんとしたことは「日本に観光に来て下さい」と言い換えることも可能なものであった。それがワン・ヨンによって「ジャマーアト訪問に行く」と言い換えられたということは，彼にとって日本へ行くことが遊びや上記の意味での観光のみに還元しうるものではなかったためだといえるだろう。では，「ジャマーアト訪問」はどのような意味を持

つのであろうか。

「ジャマーアト[5]訪問」[6]は，ムスリムが自身の属するコミュニティの複数のムスリムと共に別のムスリム・コミュニティに行き，イスラームについて学んだり，当地のムスリムと交流したり，宣教したりする活動の意味で使われる。1990 年代から上記の沙甸区では，このジャマーアト訪問が活発化し，多くのムスリムが当該地域を訪れるようになった。この活動には，タブリーギー・ジャマーアト[7]という宣教団体がグローバルに展開するイスラーム復興運動との共通性がみられる。この団体による活動の特徴は，イスラーム主義運動のように性急に政教一致を求めず，政治問題から距離を置き，ムスリムの信仰心を高めることを目指すことにある。ジャマーアト訪問においても同様の傾向が見られるため，タブリーギー・ジャマーアトがグローバルに展開するイスラーム復興運動の影響を受けたものだと考えられる（奈良 2015a：120-123，136；2016：189-193）[8]。

こうした宗教活動としてのジャマーアト訪問と上記の娯楽としての観光は一見すると本質的に異なる活動のように見える。しかし，ワン・ヨンが「遊びに来て下さい」という私の発言を否定することなく，「ジャマーアト訪問に行く」と言い換えたことに示唆されるように，それらは必ずしも矛盾するわけではない。エピソードをひとつ紹介しよう。

2009 年 2 月 12 日から 2 月 16 日までの 5 日間，私は昆明市で大学に通っていたリ・ハン（20 代回族男性）とともに，雲南省でもイスラーム信仰の篤い地域として有名な大理州巍山イ族回族自治県（以下，巍山県と略称）を訪れた。私はリ・ハンに巍山県での回族の友人たちの訪問に誘われ，同行したのだ。そこで行ったことといえば，友人らを訪ね，友人宅に宿泊し，その村のモスクに行き，そこに宗教指導者がいれば彼らと話すというものであった。また，巍山県の旧市街に遊びに行き，城壁などを見学した。そのため，私は単に巍山県に遊びに来ただけだと思っていた。しかし，リ・ハンは「これはほんとうは「ジャマーアト訪問」なんだけどな。残念なことに雅史（筆者）がムスリムじゃないから，ジャマーアト訪問にならないんだよね。ムスリムひとりだとただの「旅遊」になっちゃうんだよ」とやや残念そうに語った（奈良 2016：190-191）。

このエピソードからは，ジャマーアト訪問と観光が異なるものと認識されながらも，かなり近い活動として実践されていることが伺える。複数のムスリムで行えば，他地域のムスリム集住地区やモスクを訪問するだけで，特に宣教活動を行わず，娯楽としての観光を行った場合でもジャマーアト訪問とみなされうるのだ。では，こうした観光とジャマーアト訪問の重なりは，回族にとっていかなる意味を持つのだろうか。

3. 観光市場の発展と国家をかわす余地

近年，訪日中国人観光客の「爆買い」が日本において世間の耳目を集めてきたが，中国国内の観光市場も改革・開放政策の導入以降，急激に発展してきた。例えば，2002 年には中国人国内旅行者数は約 8.78 億人に至り，世界最大の国内旅行市場を形成したとされる（韓

2008：167)。また，中国政府も経済成長を促す原動力のひとつとして，積極的に観光業の発展を促進してきた（郭・許 2014)。本稿で取り上げる雲南省は内陸の国境地域に位置し，少数民族が多く居住する貧困地域が多い。そのため，貧困問題の解決と地域振興を目指す中国政府によって，少数民族の生活や文化を資源とする民族観光開発が積極的に行われてきた（曽 2001)。言い換えれば，中国ではより多くの人びとが観光を通して中国国内を移動するようになり，中国政府もそれを促進してきたということである。

しかし，その一方で中国政府は，宗教的領域においては人びとの移動を制限している。例えば，上記のジャマーアト訪問などの宣教活動は中国政府により事実上禁止されている（奈良 2013a：44；2016：114)。中国政府は，宗教活動を政府が公認したモスクなどの宗教施設に限定して管理しており（奈良 2015b：366-371；2016：171-183)，それを逸脱するインフォーマルな宗教活動は厳しく取り締まられる（Nara 2013：54；奈良 2016：147-148，178)。

こうした中国政府の観光と宗教の位置づけの違いを踏まえると，上述のジャマーアト訪問は観光としては政府に促進される一方で，宗教活動としては禁止されるという意味で，政治的に矛盾をはらんだ実践だといえるだろう。このように矛盾をはらんだ状況は，回族などのムスリムたちに中国政府の宗教に対する管理統制に対して直接的な抵抗をせずにそれを回避しうる可能性を開いている。例えば，ジャマーアト訪問は上述の沙甸区ではその受け入れが事実上黙認されてきたが，その他の多くの地域では政府による取り締まりによりその受け入れが困難な状況にある。しかし，政府による宗教活動への管理統制の厳しい地域のムスリムたちは，沙甸区のように政府による管理統制が比較的緩やかな地域に移動することを通して，日常的に居住する地域では実施困難な活動を政府とのコンフリクトを起こしにくいかたちで実施しうるのである（奈良 2015a；2016：183-202)。

4. 旅するムスリム

しかし，注意しなくてはならないのは，回族などのムスリムが中国政府による管理統制に対処するために観光を装って宗教活動を実践しているわけでは必ずしもないという点だ。上記のエピソードにおいてリ・ハンがイスラームとは関係しない巍山県の旧市街に観光に行ったことにも示唆されるように，そしてワン・ヨンが「遊びに行く」こと自体を否定しなかったように，ジャマーアト訪問のような移動を伴う宗教実践は観光に見せかけた宗教実践なのではなく，観光実践と不可分な宗教実践なのである。

例えば，ジャマーアト訪問と同様の宣教活動として，回族を中心としたムスリム大学生がその担い手となっている「支教（*zhijiao*)」[9]活動がある。この活動では都市部のムスリム大学生が回族の集住する農村地域に行き，宣教活動や当該地域の児童に対する普通教育の支援を行う。この活動においても一般にイスラームとは関係のない観光がその行程に含まれており，道中の名所名跡を見学し，その土地ならではの食べものを味わう。そして，

こうした娯楽としての観光が，多くの参加者にとって重要な参加動機ともなっている（奈良 2013a：41-42；2016：105-106）。

このように観光が宗教実践と不可分なものとして実践されていることには，回族社会の変容との関係において重要な意味がある。回族はモスクを中心としたコミュニティを伝統的に形成してきた。しかし，改革開放以降，特に都市部では再開発などにより，その社会構造は解体し，回族と漢族の雑居率が増加した。そこで問題となってきたのは，漢族とのつながりが深まったことによって宗教意識が弱体化し，多くの回族がイスラームを実践しなくなってきたとされることだ。しかし，その一方で，改革開放政策導入に伴う宗教政策の緩和により，イスラームに関わる活動は活発化した。そうした状況下，厳格なイスラーム実践を志向する敬虔なムスリムも現れてきた。言い換えれば，改革開放以降の回族社会は二極化の傾向にあるのだ（奈良 2013a；2016：71-78）。

ジャマーアト訪問のような観光と宗教が不可分な実践は，回族社会が二極化の傾向にある状況下，宗教性の異なる回族の協働を生み出すものとなっている。より厳格にイスラームを実践する回族は，そうではない回族に対して批判的であり，彼らを主体としたイスラームと関係しない娯楽活動などへの参加を忌避する傾向にある。一方で，礼拝などを行わない回族はモスクでの宗教活動に参加しない傾向にある。そのため，日常生活においてこれらの回族のあいだに接触の機会はそれほど多くない。しかし，上述のように回族の伝統的コミュニティが解体し，より一層漢族を中心とした主流社会に取り込まれていく中で，就業に際しての相互扶助やムスリムの結婚相手探しなどにおいて宗教性の別なく回族間のつながりの重要性が増している（奈良 2013b；Nara 2013）。こうした状況下，ジャマーアト訪問のように観光活動でもあり，宗教活動でもある実践は，宗教性の異なる回族がそれぞれに観光活動あるいは宗教活動として意味付けできるため，より多くの回族を巻き込みうるものとなっている（奈良 2013a；2015a；2016：155-157）。

このように回族は，観光と宗教が不可分な実践を通して，その宗教性の違いから分裂傾向にある回族間のつながりを生み出している。しかし，重要なのは，彼らが抵抗を企図しているわけではないことと同様に，こうした社会的効果を前提に彼らがジャマーアト訪問などを実践するわけではないということだ。ジャマーアト訪問のような移動を伴う実践は，観光でもあり，宣教でもあるような曖昧さを備えている。だからこそ，回族はそこに宗教的正統性だけではなく娯楽的な楽しみをも見出すことができる。それが多くの回族の参加を可能にし，上記のような効果を生むのだといえる。そうだとすれば，こうした様々な領域がもつれ合うことで生まれる曖昧さのなかに観光の創造性が生起するのかもしれない。

注

1）沙甸区は中国におけるイスラームの中心のひとつであり、雲南省紅河哈尼族彝族自治州箇旧市に位置する。その詳細については拙著を参照（奈良 2015a：114-120；2016：

184-186)。

2) 中国において宗教および民族が政治的にデリケートな「問題」であることを考慮し，本稿ではインフォーマントの氏名には仮名を用いる。

3) 回族は主に唐代から元代にかけて中国に移住した外来ムスリムとイスラームに改宗した漢人との通婚の繰り返しにより形成された民族集団とされる（奈良 2013a：34)。

4) ただし，2013 年 10 月 1 日に施行された中華人民共和国旅遊法の草案では，その第 2 条において，旅遊は「レジャー，娯楽，遊覧，休暇，親族や友人を訪問すること，病気の治療と保養，買い物，会議への参加，あるいは経済，文化，スポーツ，宗教活動に従事するために，常住する場所を離れ，他の場所へ行き，12 ヶ月を超えない期間を連続で滞在し，その主要な目的が従事する諸活動によって報酬を得る行為ではないものを指す」(中華人民共和国国家旅遊局 2013）とされ，より広い領域を包含するものとして定義された。しかし，実際に施行された中華人民共和国旅遊法では，この定義は削除され，観光の内容に関しては第 2 条で「遊覧，休暇，レジャーなどの観光活動」(中華人民共和国中央人民政府 2013）などと述べるに留まり，その範囲は草案に比べ大きく狭められた。

5) 「ジャマーアト」は，アラビア語で「集団」などを意味するジャマーアト（*jama'at*）の音訳であり，中国では一般にモスクを中心に回族が集住するコミュニティ，あるいは単にムスリムの集団を指して使われる。漢語では「哲瑪提（*zhemati*)」と書かれることが多い（奈良 2015b：380)。

6) 本稿では便宜的に「出哲瑪提（*chuzhemati*)」の訳語として「ジャマーアト訪問」を用いる（奈良 2015a：136)。

7) タブリーギー・ジャマーアトは，1920 年代，植民地期の北インドで始められ，その宣教活動は今や南アジアだけでなく，東南アジア，北米，アフリカなどグローバルに展開されている（奈良 2015a：136；2016：48)。

8) 1990 年代半ば以降，沙甸区にはタイやミャンマーなどの周辺国に暮らす，沙甸区の回族の親族を中心としたムスリムも頻繁に訪れており，ジャマーアト訪問はタブリーギー・ジャマーアトの影響を受けたものであると考えられる（奈良 2015a：136；2016：48)。しかし，中国では外国の宗教集団による活動が制限されており(奈良 2016:226)，タブリーギー・ジャマーアトによる活動が行われているとは考えにくい。

9) 「支教」に関しては奈良（2013a；2016：92-116）を参照。

参考文献（アルファベット順）

郭為・許珂

2014　「旅遊政策，産業発展与就業関係的実証研究」『北京第二外国語学院学報』227：7-16。

韓魯安
2008「中国観光産業の課題と持続可能な観光への若干の展望」『人間社会環境研究』15: 165-188.
奈良雅史
2013a 「漢化とイスラーム復興のあいだ――中国雲南省における回族大学生の宣教活動の事例から」『宗教と社会』19：33-47。
2013b 「「国家の余白」としての「宗教的なるもの」――中国雲南省昆明市における回族の結婚活動を事例として」『史潮』74：53-72。
2015a 「遍在する「周縁」を動く回族――雲南省における地域横断的なイスラーム学習活動の事例から」澤井充生・奈良雅史編『「周縁」を生きる少数民族――現代中国の国民統合をめぐるポリティクス』，pp.103-143，勉誠出版。
2015b 「動きのなかの自律性――現代中国における回族のインフォーマルな宗教活動の事例から」『文化人類学』80(3)：363-385。
2016 『現代中国の〈イスラーム運動〉――生きにくさを生きる回族の民族誌』風響社。
Nara, Masashi
2013 Fragmented yet Associated: *Waqf* Activities in an Urban Hui Muslim Internet Community, *Inter Faculty* 4: 35-58.
彭兆栄
2004 『旅遊人類学』民族出版社。
曽士才
2001 「中国における民族観光の創出:貴州省の事例から」『民族学研究』66(3):87-105。

ウェブサイト

中華人民共和国国家旅遊局
2013 『旅遊法（草案）全文』(http://www.cnta.gov.cn/xxfb/jdxwnew2/201506/t20150625_461293.shtml)，(参照 2017-01-16)。
中華人民共和国中央人民政府
2013 『中華人民共和国旅遊法』(http://www.gov.cn/flfg/2013-04/25/content_2390945.htm)，(参照 2017-01-16)。

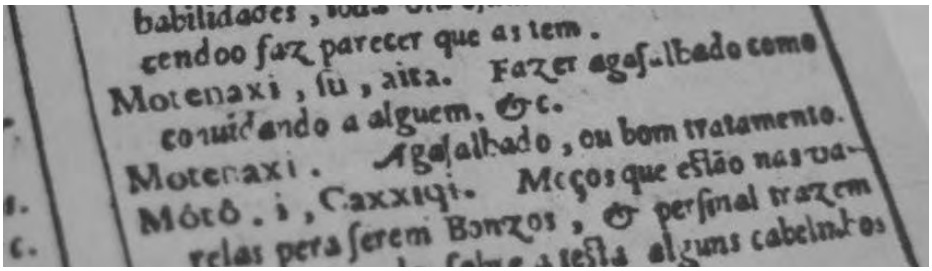
「おもてなし」を史料から考え直す

花岡 拓郎
北海道大学観光学高等研究センター 特任准教授

1. はじめに

華やかな桃山文化が花ひらいていた頃の日葡辞書[1]に，丁重に授けられる接遇という意味が添えられた「Motenaxi」という言葉が載っている。西洋の言語として初めて本格的に日本に伝播したポルトガル語に訳された「もてなし」は，往時の人々にとっても無くてはならない単語であったのであろう。「もてなし」はその内容に違いこそあれ，世界中の国や地域，あるいは民族によって培われてきた文化そのものであり，人と人とが理解し合うためにまずもって必要なことであると考える。

本稿では，歴史資料の中に見える「もてなし」の意味や歴史的背景を読み解きながらその源流を辿ることで，私たちの先人達がどのように「もてなし」を捉えてきたのか考察し，観光創造を考えるキーワードとしての「もてなし」の可能性を探っていく。



日葡辞書にみえる「Motenaxi（もてなし）」
（イエズス会宣教師『日葡辞書：パリ本 Vocabvlario da lingoa de Iapam』1604：p176
復刻版：石塚晴通，1976，勉誠社）

2. もて–なし【持成】の源流

「もてなし」とは，どのような意味を基礎としているのか。日常生活の中で生じる心理を巧みに描写した源氏物語[2]の中に探ってみると，それはモノやコトの取り扱い・取り計らいであることが分かる。「たおやかに使いなしたるばちのもてなし，音を聞くよりも」（若菜下）では，手に琵琶のバチを持って動かしている様子，「いとわろかりしかたちざまなれど，もてなしに隠されて口惜しう」（末摘花）では，人の振る舞いや言動のことをもてなしと呼んでいる。

中世から近世にかけての文学作品においては，こうした自分自身の所作という意味での「もてなし」が使われる例が多く見られる。「よろづの事，もてなしからにこそ，なだらかなるものなめれ」(篝火) においてもしかりで，後代の俳諧[3]にも「三ぼうももてなしから」と残る。三宝（仏・法・僧）の意志も，信仰する人々との接し方（=もてなし）でどのようにでもなるという。

つまりは，身のこなし方，ものごしとしての「もてなし」が身についていなければ，何ごとも始まらないというのだ。もてなしがどうあるべきか考えることは，他者と向き合うために自分が備えておくべき社会性，公共性の観念を，自身が主（あるじ）として整理することであるといえ，私たちが日頃使う「もてなし」という言葉の源流は，自らの所作ふるまいからスタートしているのである。

3. もてなしと，おもてなし

自分自身の「もてなし」は，他者と接触することで「おもてなし」を成立させる。近世名所図会の先駆けとして位置付けられる厳島道芝記[4]には，宿屋の主人とその家族，投宿していた客が放り出され，建物も倒壊してしまう「天狗傾倒」という怪異現象が載っている。主人は悪事を働いたことのある客人の素性を見抜けず，泊めてしまったが故に，天罰を受けてしまう。このことは，中世社会の価値観が色濃く残る近世前期の地方都市において，危険と隣り合わせである他者との交流にこそ，主人と客人，互いが自らを律する身のこなし——「もてなし」をして初めて「おもてなし」が成立することを物語っている。

安定した近世社会の中で庶民の旅も一般的なものとなってくると，「もてなし」をめぐる主人と客人の関係も新たな局面を迎える。東海道中膝栗毛の続編シリーズ，続膝栗毛宮島参詣[5]には，入浴の順番などをめぐって怒った我が儘な客が主人に詰め寄るシーンがある。主人は客に「不調法」を詫びたにもかかわらず，客は「御得心が無い」と言う。当然，そのトラブルの原因は弥次さん喜多さんにあって主人に非は無いのであるが，恐らくこうした主人と客人のもめごとが頻発していたのであろう。

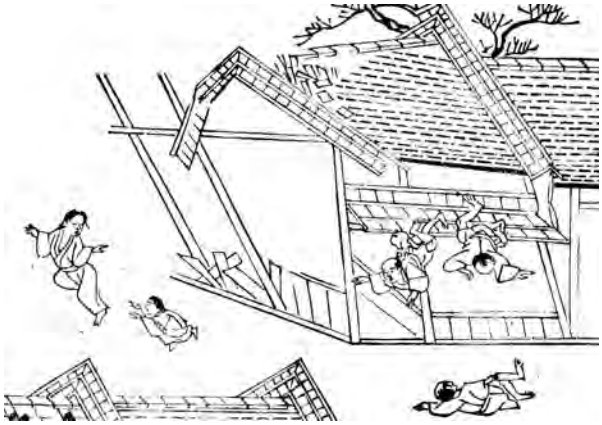
物語は主人が客に対して他の宿へ移るよう要求するといった意外な展開を見せる。その結果，客が折れてひとまずおさまるのであるが，宿での「おもてなし」は，客人の求めではなく，主人の「もてなし」に主導権を残した。このことは，どこまでの期待が通るのかという葛藤が客人に生じる一方で，ここまでが宿賃の対価であるという主人の判断も存在していることを示している。

貨幣経済の発展と旅の産業化の中で「おもてなし」のあるべき姿が主人と客人という両面からも規定されていくのである。その後も「『お』もてなし」への期待，「もてなし」の演出化はさらに高まりを見せるのであるが，こうした風潮に嫌気がさしてくるのも当然で，「天に歓び地に喜ぶ，款待態こそ浅ましけれ」[6]というように，求められるがままの人あしらいに対し，曲亭馬琴は痛烈に批判し，一体誰のための「もてなし」なのかという終わり

の無い議論が始まるのである。

しかし，「もてなし」から，主人の心配りが失われたわけではない。「一箸給へる梅ほしうまし。粟餅壱ツ食ふ。その人よろこひのあまり，何かなと工夫してかくはもてなしけるなり」[7] ——仕えた主人の生母に会うため相模を旅した渡辺崋山は，再会を果たした際に頂いた食事の印象をこう述べている。これぞ「もてなし」だという解説を文中に加え，無償の気遣いを強調し，前述のような対価にもとづくものとは一線を画している。

贅沢化していく「もてなし」とは裏腹に，こうした相手を思いやる感情を「もてなし」に込めようとする人間の自然な振る舞いには，近代文学の作家達も視線を向けている。島崎藤村は「番小屋を預かる男は人々を款待（モテナシ）顔に，枯草を焚いて，なおさまざまの燃料を掻集めてくれる」[8] とし，芥川龍之介は「この山男がのさのさと熊笹の奥から現れたれば，もてなし心に落葉を焚いて，徳利の酒を暖めてとらせた」[9] という。島崎と芥川は同じように暖を取る場面を書いたのであるが，登場人物が持つやさしく相手を気遣う一面をさりげなく「もてなし」という言葉に挿入しているのである。



放り出された主人と客（小島常也『厳島道芝記』「天狗傾倒」1702）



客から詰め寄られる主人（十返舎一九『続膝栗毛宮島参詣』1811）

4. ご–ちそう【御馳走】の源流

ところで，地域社会における「もてなし」の概念を解き進める前に，「御馳走」をめぐる意味の解釈についても整理しておきたい。まず，17 世紀後半の紀行文[10]によれば「村田村を通る，ここの末の出口に草刈川と言ふあり，馳走の為にとて舟橋をかけたり」とあり，馳走とはまさに「馳せ走るための交通」を指していることが分かる。一方，男鹿三山への巡礼について記した道中記[11]には「本山御寺に泊る時は一人弐百五十文ずつ，馳走有夜具不出」とあり，北海道後志にあった陣屋への訪問記録[12]には「運上家馳走ニテ種々ノ饗応アリ，大酔」とあって，「馳走」は食事のことも指している。

こうした両義的な「馳走」の用い方を統合して現代における「御馳走」のイメージに近づけたのは，江戸幕府による「御馳走人」という役職設置の影響が深く関係している。重要な行事や儀式，使者の歓送迎などの際，幕府は関係諸藩に対し御馳走人の選出を指示し，その準備，手配，実施，記録に至る一連の責任を負わせていた。その実態は勅使や他国の使節来訪に関する様々な記録に詳しく，御馳走人のもとで藩をあげた盛大な歓待が彼らの行く先々で行われたことが知られている。

国家的使命を賜って交通や食事，宿泊を含む一切の「もてなし」を取り計らうことを「『御』馳走」と呼んだのには頷ける。近代に入ると御馳走人の廃止と共に，馳せ参じて尽力する「もてなし」としての「御馳走」の意味は急速に影を潜め，それに転じて贅を尽くした料理という意味が大勢を占めていく。またその過程の中で，御馳走のあり方をめぐる更なる議論が生まれる。

「台所にある有り合わせもので間に合わせばよい。お客さんはそのほうを却って悦ばれるのだ」とする主人と，「ご馳走という字は馬に乗って走り廻る也と書きますよ。そのようにして駈けずり廻って作ってすすめてこそはじめてご馳走になるのですよ」とする奥方とのやりとりを上村松園は記している[13]。このシーンは上村が旧知の茶人宅を訪ねた際，そこの夫婦が始めた「有り合わせの御馳走」と「心の御馳走」の議論を仲裁したひとこまである。

「御馳走」の定義は，「もてなし」の気持ちの有無，心の量によって決まると上村は考え，夫婦に茶を立てることをお願いし，薄茶の一服をもってその場に感謝したのである。近代社会の中で生活水準が質的にも量的にも向上し人々の価値観も変化していく中，「御馳走」の価値をめぐるこの上村の判断は現在に至るまで一つの基準と成り得ている。

5. 安芸蒲刈御馳走一番のもてなし

前述してきたように「もてなし」が社会の変遷と共に語意を増していく中，具体的にどのような「もてなし」が地域で行われていたのであろうか。くしくも昨今のインバウンド観光ブームと 2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に「おもてなし」が

流行語となり，それは地域の魅力づくりにおいても必ず見かけるキーワードとなっており，ここでは地域をあげたもてなしの源泉にも触れてみたい。

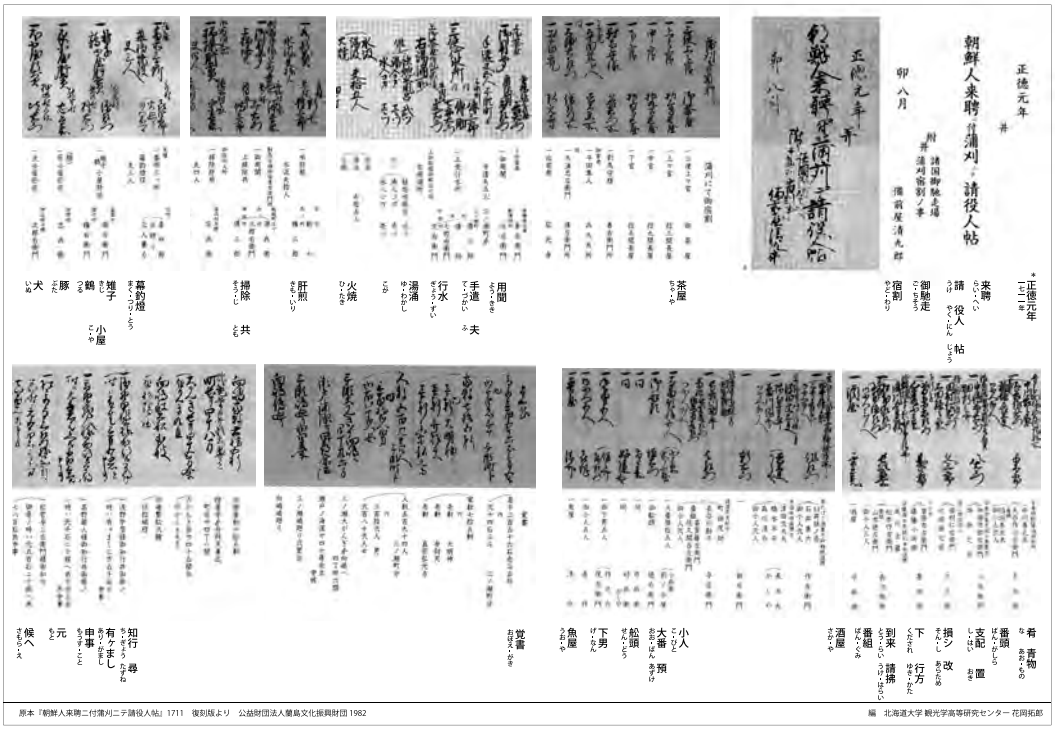
「もてなし」のあり方が議論されるようになった近世の日本，朝鮮王朝からの使者である朝鮮通信使を迎えた際の記録が各地に残されている。広島藩に伝わる『朝鮮人来聘ニ付蒲刈ニテ請役人帳』[14] には，宿割，用聞，行水や湯沸，火焼き，掃除などの担当から，食料（雉，豚，野菜，魚など），酒，米，塩，味噌，茶，たばこ，水などの調達，お土産の処理，忘れ物の手続きなど多岐にわたり細かく役割が記されている。

特に注目されるのは広島城下の藩士ではない一般人約 210 人が周辺 45 町村から集い，各担当の責任者として名を連ねていることである。資料にはさらに応対する際の注意事項，相手方の人数や重要人物の情報，様々な統計情報，地理情報，船団の旗印の見分け方などが記され，蒲刈八景と評する見所までも紹介されている。加えて，幕府や各藩の責任者の名前も記され，特定の人物には注釈も付され，「石高を多く言って」挨拶せよという気の入れようで，これさえ懐に忍ばせておけば応接の万事に対応できる優れものであった。

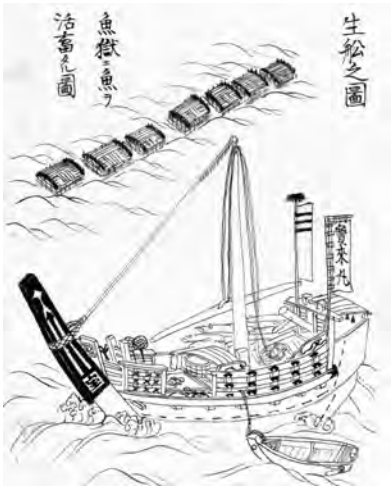
地域にとって非常に重要な「もてなし」が為される際には地域の者に役割が適切に振られ，総出で対応していたことが読み取れる。こうした用意周到な連携を見せる広島藩の「もてなし」チームであるが，時同じくして，通信使の受け入れ準備は他藩においても進められていた。

ところが 300 人から 500 人ともいわれる大使節団とあって，トラブルも多発。黒田家文書 [15] によると，福岡藩は活魚の調達に困った末，助けを求めて広島藩下の安芸蒲刈へ使いを送っている。福岡から名物の酒を持参し，蒲刈まで鯛の調達に行くのであるが，そこには分け与えるほどの鯛はおらず，引き返すと思いきや蒲刈の漁師に同行を頼んで漁船を 2 艘雇い入れ，その先の備後田島へ向かうのである。幸いにも蒲刈の漁師の手引きもあって 600 匹の活きた鯛を手に入れるのであるが，そこから船は生け簀ごと曳航して福岡の相島まで引き返さなければならない。途中，蒲刈の漁師達は鯛の面倒をみつつ，餌を与え，魚の負担にならない漕ぎ方をしてまで福岡へ帰ったことが記されている。結局，命を落とした鯛はわずか 17 匹という奇跡的なミッションを成し遂げるのであるが，請われるがまま相島まで随行した蒲刈の漁師は，相島，津屋崎，伊崎の漁師に秘伝の釣り方を教示しつつ，未だ足りない魚を現地で釣り続け，はれて福岡藩による通信使のおもてなしを見届けて蒲刈へと帰航するのである。

そうして広島藩も福岡藩も成功裏に「おもてなし」を終えた天和度の通信使来訪であるが，江戸幕府と対馬藩が残した古文書 [16] によれば，「信使江戸往来之節，そこそこ御馳走之次第，江戸より御尋に付，対馬殿被申上候は，寛永 [17] 信使の時は，安芸蒲刈御馳走一番と注進御座候」とある。文意の通り，どの町の「御馳走」が一番だったか幕府から尋ねられた随行役の対馬藩は蒲刈が一番であったと注進するのであるが，他藩を助けるまでの「もてなし」力を見せた広島藩の町村民全員体制での「御馳走」が功を奏した結果といえよう。



朝鮮通信使の歓待に備えた広島藩役割分担表（部分・著者による編集済）
（備前屋清九郎『朝鮮人来聘ニ付蒲刈ニテ請役人帳』1711　復刻版:蘭島文化振興財団, 1982）





左：備後田島から筑前相島まで活きた鯛を運んだ安芸蒲刈の漁船
（蘭島道人平煥『蒲刈志』「生船の図・魚獄ニ魚ヲ活畜タル図」1815
復刻版：蘭島文化振興財団, 1998）
右：地元女性グループによって再現調理された安芸蒲刈における三汁十五菜の饗応料理
（広島県呉市下蒲刈町 梶ヶ浜「お月さん」2011）

6. 近世社会の地域力に学ぶこと

領主と庶民との連携，藩と藩の垣根を越えた連携は，いかにして可能であったのだろうか。封建的な社会の中で自由や権利を奪われることがしばしばあったことは紛れもない事実であるが，中央政権から藩への潤沢な資金援助も支援メニューも無い中で，領主達は共同体として運命を共にする民衆達と地域内の産業を振興し，生き残りをかけた内需の拡大に努めなければならなかった背景がある。地域に残された多くの資料からは主従のヒエラルキーを越えて互いに地域の問題意識を共有することも多かったことがうかがえる。

例えば，毛利輝元が領内の奉行人に宛てた書状 [18]によると，奉行人を通じて藩下の有力な商人に贈答用の畳表を依頼したところ品質が悪く，上方へまわしたものの方が良いことが判明し，苦言を呈している。輝元はさらに自国産の酒についても，畳表と同じ失敗をしないよう指示をし，安芸・備後国のブランディングに余念が無かった。豊臣政権における 100 万石の五大老でさえも，地域での「もてなし」を意識しつつ，必要な畳や酒の心配をして領民に声をかける気の持ちようである。

300 近い藩がしのぎを削る中，自国の生産品，今でいう第一次産業，第二次産業を大事にすることを領主達は考え，それを独自の魅力とすることで諸藩が擁するもてなし力も自然と卓越したものとなっていったといえる。藩という絶妙な地域コミュニティ体制の基となったのは令制国の設置と考えられるが，その体制が整ってきた頃を仮に大宝元年（701）とすると，実に 1,300 年もの間，日本では地方の創生と分権を考え続けてきた世界でも希な歴史があり，近世もしくはそれ以前に最先端の地方分権型社会が既に実現していたのではないだろうか。

7. おわりに

本稿では歴史的な資料から「もてなし」の含意を明らかにしつつ，私たちが普段感じてきた「もてなし」の意味を，その源流に辿ってきた。そして，個人の「もてなし」が，いつしか地域主体の「もてなし」ともなって「御馳走」が成し遂げられていくことにも言及することができた。

近世後期までの歴史的文脈の中で捉えられる「もてなし」とは，「モノの取り扱い，コトの取り計らい」，「身のこなし方・ものごし」，「人あしらい・接遇」，「ごちそう・饗応」という意味が重層的に構築されたものであったといえる。

また，「もてなし」にあたっては，それを取り持つ主（あるじ）の存在が重要であることも，史料からうかがえた。おもてなしをそれぞれの地域，そして日本の観光キーワードとして改めて据えようとする今，私たちはどのような主となれるのであろうか。そして，どのような地域力を発揮することができるのであろうか。

地域には先達が残してきたかけがえのない史料がたくさん残されている。今回はその中

からわずかなものを用いた断片的な考察に留まったが，史料を丁寧に読み解き，歴史に学ぶことも観光創造の第一歩であり，学芸の分野に携わる者としてのチャレンジであると考えている。

注

1）イエズス会宣教師『日葡辞書:パリ本 Vocabvlario da lingoa de Iapam』1604（復刻版:石塚晴通，勉誠社，1976）。
2）『源氏物語』11 世紀。
3）『毛吹草（二）』松江重頼編，1638。
4）小島常也『厳島道芝記』1702。
5）十返舎一九『続膝栗毛宮島参詣』1811。
6）曲亭馬琴『南総里見八犬伝（6・60 回）』1814-42。
7）渡辺崋山『游相日記』1831。
8）島崎藤村『破戒（七・六）』1906。
9）芥川龍之介『きりしとほろ上人伝（一）』1919。
10）徳川光圀『甲寅紀行』1674。
11）長崎七左衛門『秋田巡礼道中記』1801。
12）宮島幹『北行日記（明治 3 年 8 月 2 日条）』1870。
13）上村松園『棲霞軒雑記』。
14）備前屋清九郎『朝鮮人来聘ニ付蒲刈ニテ請役人帳』1711（復刻版:公益財団法人蘭島文化振興財団，1982。
15）黒田家文書「天和 2 年朝鮮人来朝記録」1682，写し（中村正夫）。
16）『通航一覧巻之 54（朝鮮國部 30 信使参向道中正徳度）』1853（復刻版:林復斎等編，清文堂出版，1967）。
17）原文ママ。寛永ではなく天和の誤り
18）「毛利輝元書状」1590 年代，写し

東北地域，北海道における観光創造の新展開

―地域に寄り添う観光創造の勧め―

真板 昭夫
北海道大学観光学高等研究センター 特任教授

1．はじめに

古い話で恐縮であるが，我が国は発展の歴史を振り返ると，1960 年代の所得倍増計画，1970 年代の新全国総合開発計画と，右肩上がりの開発依存型経済成長のグランドデザインを描きながら国の活性化が図られて来た。しかしながら，1990 年代の急激な国際化の波を受け，一方では少子高齢化，人口減少と言う深刻な国内問題の進行の中で，その依存型拡大成長戦略の夢と希望は終焉を告げ，新たなグランドデザインが求められているのである。まさに，高度経済成長時代の「大きいことは良いことだ！」というテレビコマーシャルに代表される従来型の成功モデルはその意味を失っている。この様な状況の中で，新たな国づくりを担う国興し期待の星として登場したのが「観光立国宣言」,「観光立国推進基本法」などに象徴される観光による国興しであった。

2．観光立国から観光創造への系譜

2020 年，東京オリンピックが開催される。これに向けて全国の市町村が地域活性化の起爆剤にしようと動き始めている旗頭は言うまでもなく「インバウンド観光の推進」である。だが単にどれだけ多くの外客を誘致するかと言う狂奏曲とも思える観光推進の在り方で，本当に未来に繋がるのであろうか。

（1）松下幸之助の問題提起―観光立国の辯―

今から 63 年前の 1954 年，大阪で観光見本市が華々しく開催されようとしていた時，商売の神様と言われた松下幸之助は，観光立国についてもの申したのである。以下はその要約である。

◎ 素晴らしき哉ニッポン

今年の夢は，訪れる外人客が激増し，アメリカからは「キャロエア世界一周観光国」の来朝が報じられるとともに，一方大阪で開かれる観光見本市には，世界各地からバイヤー達が訪れると言う話である。特に外客を迎えるための研究はまこと低調きわま

る。私はホテルや道路の不備を嘆く前に，こうした観光に対する考え方や認識の不足を大いに嘆きたい。

観光とはけっしてそんなに軽々しく考えてよいものではない。殊に日本においては，観光は決して単なる見世物商売ではなく，それは，持てるものが持たざる者に與えるという崇高な博愛精神に基づくものだと信じる。

中略――――　わが国は今，観光に基礎をおくべき絶好の時期に来ていると思う。今まで我が国が，自然の美景を十分に活用しなかったのは惜しまれるが，今日は何もかにも条件が揃っている。だからこそこの時に，着実な観光開拓の具体策がたてられたならば，我が国の再建はもっと早く進んでゆくと思う。

観光立国こそ，我が国が，もっとも適しているものに，その基礎を置いていているといえるだろう。私が観光立国を，声を大いにして叫ぶ所以なのだ。

◎ 世界平和は観光より

ソロバンだけでは弾けない無形の利益がこれまた限りなくある。即ち，まず第１にお互いの日本人の視野が国際的に広くなると言うことである。

しかし何と言っても観光立国によって生み出されてくる最大の利益は，日本が平和の国になると言うことだ。

観光立国によって全土が美化され，文化施設が充実されたならば，その文化性も高まり，中立性も高まって，奈良が残され，京都が残されたように，諸外国も日本を，平和の楽土として盛り立ててゆくことだろう。だから観光立国は何も金儲けのためだけでやるのではない。持てるものを他に與えるという博愛の精神からも，また国土の平和のためという崇高な理念からも，堂々とこれを実行すべき唯一の立国方策なのだ。これほど重要な立国方策なのだから，これを実行するためには，どうしても専門の役所を設けなくてはならない。行政機関を整理するだけでなく，必要な場合には，拡張も必要だし新設も必要だと思う。だからこの際思い切って観光省を新設し，観光大臣を新設し，観光大臣を任命して，この大臣を総理，副総理に次ぐ重要なポストに置いたらいい。そして国民に観光に対する強い自覚を促すと共に，各国に観光大使を送って，大いに宣伝啓蒙もしたい。また現在，数えきれないほどたくさんある国立大学の中，そのいくつかを観光大学に切り替えて，観光学かサービス学を教えることによって，優秀な専門のガイドを養成したいものだ。

お互いにこの際，もっと伸び伸びと日本の在り方を考えてゆきたいものだと思う。そうすれば日本の繁栄は大いに期待できると信じる。私が観光立国を提唱するのもここに起因するものだ[1]（文芸春秋　昭和二十九年五月号）。

まとめるならば，観光がもつ理念，即ち金儲けのための観光ではなく，より崇高な観光の役割と意義として，

1. 持てるものが持たざる者に與えるという崇高な博愛精神
2. 観光による世界平和の実現への貢献

を掲げ，その実現のためには

3. 観光省を新設
4. 各国に観光大使を
5. 数ある国立大学のいくつかを観光大学に
6. 優秀な専門のガイドを養成

が必要だと提言しその実現を求めたのである

（2）北大における観光創造の理念的基盤

2006 年，北海道大学に国立大学初の「観光」を学ぶ場として国際広報メディア・観光学院が誕生し，同時に観光学高等研究センターが設立された。その設立に惜しみない労力を注いだのは言わずもがな，私を北大に誘ってくれた「観光創造学」の提唱者である石森秀三である。この「学の理念」を学ぶ場として，松下幸之助の唱えた「数ある国立大学のいくつかを観光大学に」を受け継ぎながら，観光研究分野の開拓と人材の育成の場としての開設を様々な抵抗をはねのけ国立大学の中に実現させたのである。北大の学院案内 HP には要約すると以下の様に紹介されている[2)]。

> 高度な専門的人材の養成に当たっては，以下の３つの能力の育成に重点を置いている。地域の自然・文化資源等に関わる価値を創出する「価値共創」力，民産官学の多様な利害関係者の協働関係を構築する「地域協働」力，社会的課題を抱えた海外諸国・地域に実践的に応用する「国際貢献」にかかわる力

この「観光創造」が提唱される前に，石森秀三はその基となる観光のもつ哲学的意義として「観光文明論」を唱えている。この提唱は，観光学をうがって見ていた世界中の人類学者や民俗学者，研究者，観光産業を始めとする国内外の人達に衝撃を与えた。

私なりの解釈で恐縮だが，「観光文明論」とは，国際化の急速な進展で国と国，人々と人々の価値観の垣根がなくなっていく中で，世界中の人々を幸せにする未来の文明の利器として「観光」がその役割を果たすと言う主張である。そして世界での IT 革命や交通革命によって急速に様々な交流が起こりその結果，爆発的とも言える観光革命が起こるとしている。

では観光文明を可能とする観光とはどのような観光を示しているのか。石森は，従来の他者依存型の外発的観光ではなく，他者に依存しない，自らの地域を自らの手で造りかえ，国興しへと繋げて行く内発的観光，これを「自律的観光」と定義し，その構築を訴えてい

る[3]。そして石森はこのような観光の構築を促す新しい学問の体系を作っていかなければならないと訴え，その学問の方向性として「観光創造論」を打ち出した。

石森秀三は講義の時よく口癖で研究の目的として「世の為，人の為」あるいは「何が大切なのか」,「楽しみは何か」を考えろ！と言う。これは研究のための観光研究ではなく，既存の学問の枠にとらわれない，個人の平和，人の幸せを実現するため研究，そういった研究の創造の必要性と研究の推進を訴え続けて来たのである。その結実が国立大学初の国際広報メディア・観光学院と観光学高等研究センターであったと言える。

（3）地域資源等に寄り添い価値を創出する「価値共創」型の観光創造

①「価値共創」「地域協働」型をめざす観光創造の原点

観光の語原はご存知の様に「国の光を観る」にある。観光創造の原点は，まさに観光の「光」の意味する地域の「誇り」を探し，その「価値」を地域内外の人と連携し，観光と言う仕組みを用いて高めて行くに価値共創，地域協働にある。

私はこの活動を，日本型エコツーリズムによる「宝探し」と呼んで，東北地域や北海道の市町村に内在する多種多様な宝を探しだし，その宝を活用することで持続可能な観光まちづくりを実現していくフィールドワーク型研究の展開を 1990 年代から行っている[4]が，実はこの「宝探しによる国興し」は，1990 年代に提唱した 280 年以上前に既に行われていたのである。

②江戸時代の宝さがしと国興し

◎『産物帳』とは

八代将軍吉宗の時代に，本草学者・丹羽正伯を中心に実施された「享保・元文の産物書上」（以下,『産物帳』）調査（享保 20～元文４，1735～1738）がそれである。幕府が全国の大名領，天領，寺社領などに対して，農作物，動植物・鉱物など，天産物を調べ上げ,「一切の産物をことごとく漏れなく書き上げ」提出するよう命じたのである。日本列島全体を対象に，わが国で初めてなされた本格的かつ最大規模の国の知られざる地域自慢の資源発掘の画期的な事業であった。

『産物帳』は，産物を書き上げた本帳，絵図帳，註書の 3 部でワンセットになっており丹羽正伯のもとに集められた[5]。その数は藏７棟分にもなったとさえ言われている。

◎ 今日と類似する『産物帳』の時代

なぜ，このような調査が行われたのか。享保という時代と深く関わっている。『産物帳』がつくられた享保年間とは，江戸開幕前後から元禄時代まで 100 年続いた大開発時代が終焉し，高度成長経済から安定成長，低成長へと移行して行く時代であった。

戦国時代末から江戸時代初期にかけての大規模河川の改修や流路変更，大河川河口の低湿地帯の大干拓をはじめとする新田開発の奨励は，「耕地総面積が室町時代のそれの約３倍になるというほどの急成長をとげたわが国での歴史でも珍しい耕地の大量増出時代であっ

た。その結果，経済成長が人口増加の持続をもたらし，この成長を続ける人口・経済に食料・原料・燃料を供給するための，開発ブームが始まった。それにより生活空間は低地から高地までめざましい拡大をみせたのである」[6]。まさに列島大改造による高度経済成長の時代であった。

このような高度経済成長を背景に元禄文化が開花するが，この繁栄が転換点を迎え，新たな方向が模索されていたのが享保という時代であった。低成長，あるいはマイナス成長時代への直面であり今の状況と類似する点が実に多い。このような人口や農地の拡大の停滞，経済拡大がピークを打つ中で，見いだされた国興し策こそ，国に内在し，地域住民によって維持されて来た地域の誇りである資源を，再度，国を含めて高度に利用することによって価値を高め，成長の活路を見出そうと言うものである[7][8]。いわば国の価値の総点検であり，『産物帳』はまさに「所与の資源」の総点検発想から生まれ実行された「価値共創」「地域協働」そのものであった。

◎ 「地域資源列島」から「特産物列島」へ

観光による地域づくりには常に二つの側面が存在する。一つはその地域を訪れる人々におもてなしを持って満足感を与える仕掛けづくりであり，もう一つは，その地域を，見たこともない，聞いたこともない人々にその地域の魅力を知らしめ，訪れたくなる仕掛けの創造である。この後者の，地域の魅力を日本全国各地に知らしめ，行きたくなる様に促す役割を果たしているのが，土産物，観光名物・観光名産といわれるものである。それが他には見られない魅力あるものであればあるほど一度はその地域を訪れてみたくなる。観光のデスティネーションキャンペーン等でいわゆるお土産や物産が地域の観光大使の役割を果たし紹介されることが多いが，このお土産や物産の大半は，この時期（元禄から享保期）に端を発するものがいまだ多くを占めているのである。いわば，今日の国内外に向かっての地域の魅力，ひいては我が国ニッポンの魅了はこの時にその基盤が出来上がっていたと言っても過言ではないのである。この 280 年以上前の諸国産物編纂という宝探しによる国土の深耕は，低成長を切り抜け江戸経済の再活性化に導いていったのは言うまでもない。このときはじめて，今風に言えば，「日本と言う国とは何か！」と国，藩，地域住民，が認識し，その価値共創作業に一丸となってつきすすむ基礎の原形が形成されたといってもよいだろう。「宝さがし」，つまり己の誇りの価値を知り共有することが，国興しのすべての出発であることを，『産物帳』は教えているのである。

3. 北海道と東北地域の観光創造と新展開

ここでは関わりの深い東北地域や北海道での観光創造を，どのような視点でとらえていくべきか考察してみたい。

(1) 催事中心とする祭り等のイベント観光の限界

3.11 東日本大震災復興策の目玉政策として県庁所在地を中心とするイベント型観光に多大な資金が投入され大手旅行業や広告業界主導のもとに実施された。多くの人を集め，お金を落とさせることによって経済復興がなし得るとして進めて来た東北 6 県イベント型観光である東北六魂祭りはその代表例である。2011 年の宮城県仙台市の七夕まつりをスタートに 1 年に 1 度開催され，岩手県盛岡さんさ踊り，福島市わらじ祭り，山形市花笠祭り，秋田市竿燈まつり，2016 年，青森ねぶた祭で東北を一巡した。最後の青森では 2 日間で 27 万人を動員したと報告されている。大量の観光客誘致型のイベント化された観光は期間中，市内での交通規制が出るほどのにぎわいが見られた。しかしこのにぎわいとは裏腹に，一歩市内を出て，実被害を被った東北地域の農林漁業を主産業とする市町村を訪ねてみるとは，復興支援にはこの様なイベント動員型の復興策では限界があることが見えてくる。実際に被災した地域のゼロからの復旧，復興，振興という持続的活動に対して，経済効果や復興意欲を高めることにはあまり効果が発揮されなかったのである。ある研究報告によれば，地域内の経済格差の拡大や社会問題発生の起因となっているという報告もある[9]。では農漁業を生業の柱とする市町村対象の観光の在り方とはどの様に考えれば良いのであろうか。

(2) 東北地域のお宝と観光創造の新展開

東北はどのような地域か？と問われると，数字的には以下のような紹介がなされている。「太平洋側で漁業が盛んで，漁獲量・収穫量の合計値は全国シェアの約18%で，農業産出額に至っては全国の約2割を占めている。我が国の主食である米の収穫量は，全国の約35%で安定的に推移し，地域産業と密接の結びついた食文化，伝統工芸，多彩な伝統工芸品を有する地域」[10]。また自給率100%を超える優良地域でもあるのだ。

しかし農産魚産物の安定的な生産地としての地位の確立は一朝一夕で出来上がったものではない。その裏には長年にわたり生き抜いて来た人々の努力と知恵の蓄積，そして次世代への継承があってこそ成り立って来たのである。

筆者が関わっている旧南部藩の岩手県二戸市で，震災直後の2011年に地域の宝を基にしたまちづくり「全国エコツーリズム大会―食文化等地域に根ざした宝による観光の可能性を探る―」が開かれた。その時のパネルセッションで東北の宝，食文化について宮城教育大学の民俗研究者の結城登美雄氏から次のような発言があった。

「東北で米が普通に取れる様になったのはつい最近のことである。彼らの命を支えて来たのはアワ，ヒエ，キビ，ソバ等の雑穀である。この雑穀に頼らざるを得なかった背景にあるものは東北の気候である。東北は必ず雪が降り12月から4月は食料のストックが必要となるが，米は不安定であてにならない。当てにならないものは主食にならない。当てになるものは，米，雑穀のあわせ技一本とした食の知恵である。そしてそれを美味しくするために女性が頑張ってきた雑穀の食文化がある」「また東北の文化の背景には飢饉，地震，津

波と言った災害との戦いの知恵がある。『豊年マス，飢饉シャケ』という言い伝えがあり，シャケ千本で人間の命一人の意味があり，シャケ供養塔が建てられている。草木供養塔，魚介類供養塔もある。東北地域では生き物の命にはぐくまれて生きている。その大切さを伝えて，今日に至っている持続的な文化力こそ地域の宝だと言える」と語っている。そして「人間の力だけでは成し遂げられない，神様の力も必要との心があるといった東北には穀物を供養した信仰心があり，自然への敬愛の念を心の底で養っている地域である」と続けた。

この発言が示す様に東北地域には，生き抜いて来た知恵の蓄積とそれを継承して来た文化力がある。すなわち美味しい水，段々畑の里山の風景，山，川，海からの豊富な食材，豊年祈願，豊作感謝の祭り，郷土食，竹，漆，ブナ等を使った巧みな製作技術や工芸品，そして，住民同士の食べる力と作る力がしっかりと手をつなぎ継承していく村人の思いや運営の仕組み，その仕組みを象徴する民間信仰の拝所や神社仏閣がある。言い換えれば東北の宝とは，生きる為の生産活動を通じて生み出されて来た知恵の足跡全てが宝なのである。もっと言えば地域で生活し続けている人々全てが，その存在そのものが貴重な宝なのであると言っても過言ではない。いま東北地域と語ったが，農林漁業に依拠して生活する我が国の多くの地域に当てはまる言葉だと言える。そういえば，世界遺産地域である富山県南栃市五箇山を紹介するポスターに，

「都会は人がつくり，田舎は神がつくる」
「毎日が世界遺産」

とあったが，誠に言い当てている言葉であると感心した。

当然，北海道においても同様である。アイヌの自然と向き合って融合することで生活を維持して蓄積して来た固有の文化力があり，また入植した人々の自然と対置しながら，ふるさとから継承した知恵と技術を応用し生き抜いて来た開拓の知恵の歴史の文化力が存在する。これこそ国内外に観光において持続的に人々を引きつける「住んでよし，訪れてよし」を実現する固有の宝ではないのか。よく北海道の魅力は山並みの風景，そこに息づく野生動植物，パウダースノーなど手つかずの自然の美しさが強調されるが，雄大な自然はそれはそれで素晴らしいのだが，それだけが北海道が外に向かっての本当の誇れる魅力と言えるのだろうか。私はむしろ，近年北海道で注目しているのは，自然によりそうアイヌ文化であり，また一方で開拓の結晶として出来上がった農の雄大な風景であり，それを海外に知らしめる観光大使としての個性の詰まった農の食材であると思っている。

筆者は仕事柄，様々な世界各地の自然を調査したり見て回ったりする機会に数多く恵まれて来たが，自然に限って言うならば，同様かもしくはそれよりもっと魅力的な地域は世界中に数限りなく存在する。そのため，石森の言う爆発的な観光が様々なインフラの充実

と発達によってさらに促されたとき，北海道の自然を軸とするコンセプトのみでは多くの人々に飽きられてしまう予感を感じる。

私は，これから地域主体の地域に寄り添う自律的観光を考えるならば，以前 JTB 会長の田川氏が石川県のエコツーリズム研修で「これからは生活者との交流がなければ旅とはいえない。大切なのは日本人の日常行動，生活体験 ，おばちゃんにあえる等の人の顔が見えること」と語っていたことを思い出すが，まさに，地域の生産活動によって積み上げられ維持されている地域のお宝を発掘し，ストーリーを組み立て，「人の顔と日常の見える観光」に組み立てて行く戦略策定が必要ではないかと思える。さらに，そのお宝を生み出している農林魚業の生産物の販路拡大に通じる地域からの観光戦略を組み立て，そのお宝を維持して来た「地域社会の仕組みの強化」に通じる観光の仕組みづくりこそ「観光創造」の役割ではないか。

4. 終わりに

東北地域や北海道の観光はディズニーランドの様な大型施設型観光や種々の大型イベント型観光の様な「客が来てなんぼ！」をめざす観光では長続きはしない。地域に存在する宝は持続的な農林魚業の生産活動によって生み出され，今日まで維持されていることを意識し，一次産業と観光産業の一体化の戦略を組み立てていく高度な技量が求められる。そのためには，お宝の活用が安定的な農魚産物収益の確保に貢献し，かつその地域社会における持続的な活性化の仕組み構築を担う人材の確保があって初めて意味を持つことを忘れてはならない。北大の観光創造の使命とは，この点から考えれば，「持続的なまちづくりの仕組み構築を担う実践的かつ高度な知識を身につけた人材の教育と育成」，そしてその人材を持って「北海道，東北からの世界にむけた観光立国のグランドデザイン構築と発信」を実現することではないかと思うのである。

参考及び引用文献

1） 『文芸春秋』昭和 29 年 5 月号（1954 年 5 月）

2) http://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2015IMCTS_Panf_jp.pdf#search=%27 国際広報メディア・観光学院（参照 2017-01-17）

3） 『エコツーリズムの総合的研究』23，2001，国立民族学博物館

4） 宝探しによる地域おこしについての詳細は二戸市を事例とした『地域の誇りで飯を食う』2016，旬報社に述べられている。

5） 諸国の編纂した産物帳は元文 4 年（1736 年）には提出されたようだが，丹羽正伯は，それらに目を通し，地方名で記されていたりして名称だけではわからないものには絵

図と説明を，あるいは註書をつけて再度提出するよう命じている。その結果，丹羽正伯の分類にしたがって書き上げた本帳と絵図帳，及び註書の 3 部が産物帳のワンセットとなった。

6) 鬼頭宏『文明としての江戸システム』日本の歴史 19，2002，講談社
7) 「バブル後の再建は江戸時代の発想に学ぼうー景気回復待望論を排す」『農文協の主張』1998 年 9 月号
8) 速水融・宮本又郎編著『経済社会の成立－17〜18 世紀』岩波書店
9) 樋口葵「地域復興における観光推進策が市民レベルに及ぼす影響分析：宮城県南三陸町を事例として」『日本観光研究学会全国大会学術論文集』31，pp. 393-396，2016 年 12 月
10) 国土省国土計画局 平成 23 年 6 月（2010 年）

途上国における災害復旧に対する伝建制度の適用可能性

―フィジー「歴史的港湾都市レブカ」を事例として―

八百板 季穂
北海道大学観光学高等研究センター 特任准教授

観光学高等研究センターは，国際協力機構（JICA）の技術協力事業を実施し，途上国における観光開発を支援しつつ，研究や教育活動を推進してきた。本稿では，フィジー共和国（以下，「フィジー」）初の世界遺産「歴史的港湾都市レブカ」における草の根技術協力プロジェクトの成果の一部を報告したい。具体的には，2016 年にフィジーを襲った観測史上最大のサイクロン被害からの復興に対して，地震や台風被害からの復興の経験を有する日本の伝統的建造物群保存地区制度が，どのように有効に働きうるのかを検証した。

なお，本報告は 2016 年 10 月 20 日にイスタンブールで開催された ICOMOS 総会における ‘International Scientific Symposium on Post-Disaster Reconstruction’において筆者が発表した研究成果をまとめたものである。

1. 歴史的港湾都市レブカ

2013 年に，フィジー初の世界遺産として登録された「歴史的港湾都市レブカ」（以下，「レブカ」）は，木造のコロニアル建築群を主な構成資産とする。これらの建築群は，今も人が住み続けることで価値が継承されているリビングヘリテージ [1] である。地域住民は，フィジー系，インド系，白人系，ソロモン系，中国系など多様な民族で構成され，それぞれの生活文化を発展，融合させるなかで，無形の文化遺産と有形の建築群の相互補完的な価値継承がなされてきた。

2. 伝統的建造物群保存制度

筆者を含む研究チームは，日本で 1970 年代からおこった町並み保全運動の方法論とその運動を通して確立された「伝統的建造物群保存地区制度」（以下，「伝建制度」）の保全システムが，レブカの遺産マネジメントにおいても有効であるという仮説に基づき，2004 年から 10 年以上にわたり現地で調査を継続しており，2014 年から開始した JICA 草の根技術協力プロジェクト「フィジー共和国レブカおよびオバラウ地域におけるコミュニティを基盤とした遺産管理と観光開発のシステム構築」（以下，「プロジェクト」）を実施，現地政府と地域住民の遺産保全および観光開発活動を支援してきた。

この伝建制度は，十分な予算と時間をかけて遺産を「モノ」として修理する単体のモニ

ュメント（国宝や重文）の修復とは異なり，建物の外観保存を主にめざす「景観保全」の概念にもとづいて，現代的な住民の暮らしを包含しつつ「群」として存在する遺産を一体的にマネジメントできる点を特長とする。

町並み保存運動は，地域住民自らが地域の個性である町並みという遺産の価値に気づき，自らが住み続けながらそれをまもり，観光開発を通した地域振興を試みた結果広まった運動であり、この運動を背景に伝建制度は生まれたため，地域住民が住み続けながら継承することが保存の前提になっている。そのため，地域住民の生活から生み出される無形文化遺産に関しても，有形文化遺産と一体となって継承される場合が多い。

前述の通り，レブカの町並みは，現在も多様な文化的背景を持つ住民が住み続けながら継承しており，1970 年代から，観光によるまちづくりを念頭においた地道な保全活動が続けられてきたという背景から，伝建制度を応用することができると考えた。

3. 保全の状況とサイクロンによる被害

レブカの建造物群保存の切掛けは，1960 年代終わりの Pacific Asia Travel Association（PATA）の働きかけであった（University of South Pacific and Institute of Pacific Studies 2001: 135）。それ以降，タウンカウンシルと議会メンバー，地域住民による遺産委員会が中心となり，保全と観光に関する地道な活動を続けてきた。しかし，1999 年には，World Monuments Fund およびアメリカン・エキスプレス社による World Monument Watch of the World’s 100 most endangered sites に掲載されてしまう。ところが，この警鐘が効果を発揮し，2000 年代に入って中央政府からの本格的な支援が開始され，2013 年にようやく世界遺産登録に至った。この間，オーストラリア政府からの資金支援や，UNESCO の研修などが実施されたものの，定期的な支援の手段は確立されず，建物の老朽化が進んでいた。

こうした状況のなか，2016 年 2 月，フィジー国は観測史上最大とされる風速 100m 級のサイクロンに見舞われ，レブカも大きな被害を受けた。

4. プロジェクト活動の一環としての災害復興支援

（1）災害翌日の被害把握調査

台風直撃時のレブカには，派遣中のプロジェクト専門家 2 名が滞在しており，伝建地区が被災した際の慣例にならい，台風被害の翌日に被害の概要を把握するための調査を進入可能な道路から目視できる範囲で実施した。

報告では，まず，電気および電話回線，全ての島へのアクセス交通および橋の陥落による島内アクセスの不通などインフラ施設の状況について触れられており，被害の大きさをうかがい知ることができる。

遺産建築については，Hubbard らがレブカの歴史的建造物群についてまとめた報告書“Levuka Heritage and Conservation Study for Department of Town and Country Planning and PATA”に掲載される建築 81 棟の状況を確認している（HJM Consultants Pty Ltd, Timothy Hubbard Pty Ltd. 1994）。内，全壊が 1 棟，「大きな被害を受けたもの」として 3 棟，屋根や壁など部分的な破損が 20 棟，浸水による床板の変形など「軽微な被害」が 48 棟，未確認として 9 棟報告されている。撮影が可能であった物件については外観写真が掲載されており，サイクロン直後の被害状況を記録した貴重な報告書になっている。

サイクロン被害の 4 日後にナショナル・トラスト・フィジーにおいて，本報告が速報されたことにより，フィジー政府がレブカにおける被害を認識でき，政府による現地調査が実施されることになった。

（2）フィジー政府に対するアドバイス

前述の報告を受け，プロジェクト内でも検討がなされ，2 月 28 日付けで「当面の対策」として下記の内容について助言した。

ａ．被害物件リストの作成
ｂ．倒壊の危険性のある物件に対する応急措置
ｃ．被害物件の部材等の確保
ｄ．被害建物の乾燥と防雨処置
ｅ．修理のための人的対応策及び資金的確保，資材の確保
ｆ．現状の各建物の可能性を専門的な見地から見出した後，総合的に判断すること
ｇ．応急処置と本来の文化財修理に分けて対応すること
ｈ．判断は専門家だけでなく，現地の関係者，住民も含めて行うこと

伝建に限らず，日本における木造建築の保護の基本的な考え方にのっとり，可能な限り残っている材を健全な状態で保管することを目的に，大きくは，折れている材も破棄しないこと，材を乾いた状態で保てるようにすることが提案されている。

（3）被害の詳細把握調査

2016 年 5 月，ナショナル・トラスト・フィジーからの要請を受け，修理の優先順位を検討するため，プロジェクトの一環として，被害が大きい建物を中心に詳細な調査を実施した。外観から目視可能な範囲で遺産建築を確認し，被害規模と内容に応じて 3 タイプに分類した。その結果，被害が最も大きいタイプが 10 棟，被害程度が中ぐらいのタイプが 6 棟確認できた。被害規模が小さいタイプについては，屋根など外観からでは確認できないものも多く，アンケートやヒアリングなどによる詳細調査の実施を提案した。この他，部材の保管状況の確認や修理コストの試算なども行った。

被災建物の修理の優先順位については，被害規模，修理費用対効果，修理費，修理の必要性における住民意識を考慮すべきであることや，レブカの住宅のほとんどが木造であることから外部に露出した木材の腐朽による建物の真正性喪失が危惧されるため，屋根を含む部分に被害がある物件を優先的に修理する必要があることを指摘した。

また，修理に当たっての注意点もフィジー政府や地域住民と共有した。まず，世界遺産の構成資産である民家等の物件の修理は，建物の持つ文化財の価値の保存を目的として行うべきで，文化財として建物が持っている価値を修理によって失わないように修理することが必要である点，一度失った文化財的価値は二度と復することが不可能である点について認識を共有した。さらに，使われている部材や技法は過去からの情報を含み持ち，それらの変更を安易に行ってはならず，修理に当たっては文化財専門家の指導が必要である点，基本的には修理を機に，改造や増築などを伴うものであってはならない点，建物の位置，規模，形態，意匠，色彩に関しては基本的には元の形式を失ってはならない点なども指摘した。また，構造の補強も重要な課題であることが判明したため，伝統的な形式を尊重しつつも，建物全体の被害を最小限に抑えるための新技術の導入も検討する必要があることについても認識を共有した。

2 棟の被災家屋から日本のこけら葺の技法に酷似した板葺の仕様が発見された。これまでの古写真などから板葺が使われていたことが知られているが，板葺の残存が確認できず，その詳しい葺き方や材料などについては不明であった。今回の調査によって，フィジーでほとんど全ての建物に使われている波板鉄板の下から，2 棟の屋根において，板葺が使われているのが確認され，葺き方や材料についても多くの情報が得られ，今後の修理が可能となり，一部の建物においては復原も可能であることが明らかになった。こうした技術の使用は，フィジー民家の高い水準を意味していることは間違いない。また，フィジーの民家においては土台に柱を立てる場合，仕口を造らず釘止めされるのが通常であるが，土台に枘穴を開けて柱を枘差しで入れている建物があり，鑿（ノミ）の使用が明らかになった。これまで鑿を使用していたことは知られていたが，実際に使われている事例が確認できなかった。今回の調査で，初めて鑿の使用が明らかになった。このように，台風被害後の詳細調査により，レブカの建築群の新たな価値が明らかになった。

本調査の大きな成果は，被災建物については，被害が甚大である物件についても修理が可能であり，すなわちすべての被災建築の修理が可能であると判断され，今後の修理計画における候補となり得ることが分かったことである。

4. Levuka Conservation Committee の設立

こうした状況のなか，2016 年 6 月，政府の教育省文化局のもとで正式な遺産保全委員会（Levuka Conservation Committee = LCC）が設立された。これは，1970 年代に地域住民が主体となって設立した Levuka Historical and Cultural Society（その後 Levuka

Heritage Committee に改称）が，国に正式に登録される形で再設置されたものである。

あくまでも「住民の意見を聞く」ことを目的とする会として設置され，最終判断は政府と自治体が事務局として行うという形をプロジェクトから提案し，その通りになった。

また，新築や造築にかかる申請についても，LCC は関与できない状況であったため，申請フローを変更し，LCC からも意見を述べられるような体制にすることをプロジェクトから提案し，そのように変更される予定である。

伝建制度は「住民主体」を基本としており，住民自身が学びながら，自ら判断していく力をつけること，また，専門家からの意見に対して，住民が住み続ける上で必要なことや，地域住民が考えるプライオリティを反映させるために住民会議を開き，住民の遺産保全に対するオーナーシップの醸成を図っている。レブカにおいても，災害復興にかかる様々な検討を通じた住民の意識やオーナーシップ醸成が期待できる。

5. 履歴に基づく復原の具体的な取り組み

プロジェクトでは，日本の重要文化財クラスを担当する伝統建築修復技術士を招聘し，実際の修理を通して地元の大工の技術を向上させるというトレーニングを行っている。その現場はオバラウクラブという遺産建築で，元は白人のクラブのための建物であったが，近年は地域住民の社交場として利用されていたものである。

修理計画をたてる際に，町役場や LCC のメンバー，地元の大工を集めて，現場において，散在していた材と残っている材の痕跡を読み取り，元の位置を特定する手法および再利用可能な材とそうでない材の見分け方などを説明した。現場で，修理前の状態で痕跡について説明することにより，初めて木造建築の履歴に基づく復原手法についての理解が得られた。LCC のメンバーからは，「オバラウクラブはもう使えなくなってしまうと考えていたが，希望が持てた」といった感想が得られた。

また，LCC と相談し，オリジナルに復原すると，使えるスペースが小さくなり，これまで通りの用途が保てなくなることと，造築部分自体が少なくとも 50 年以上経過しているという歴史を尊重するという意味から，現状復帰を基本とする修理手段を選んだ。

6. 結論

本稿では，フィジーにおける観測史上最大のサイクロン襲来後の遺産マネジメント対策を概観した。一連の動きのなかでの成果としては，サイクロン翌日の初期調査で状況を関係各者に知らせることができたこと，その後，早いタイミングで古材の確保に取り組むことができ，一定程度，住民の啓発につながったこと，被害が大きい物件についてもすべて修理可能であることが確認できたこと，また，それを地域コミュニティが実際の物件における説明を通じて理解できたこと，また，今まで目視で確認することができなかった部分

が露出しており，その詳細調査を実施することで，こけら葺きや枘など，新たな技術や材料について確認することができたことである。

一方で，課題としては，遺産建築の確定と修理方針の決定，古材の確保の徹底，住民への情報共有，地元の Conservation Architect や修復技術者の養成などが挙げられるが，最大の課題は，住民の巻き込みであると考えられる。遺産建築の確定についても，コミュニティが考える遺産について議論されるべきであり，また，コミュニティの意識を高めることができれば，今後のサイクロン被害においては，古材の確保もより確実になり，応急処置的な修理と価値を回復させるための修理についても理解が得られると考えられる。

サイクロン後の一連の支援で，伝統的建造物群保存地区制度で培われてきた，被災物件の調査技術，Restoration and Replacement の修理技術，「建築物」「工作物」だけでなく「環境物件（景観上重要な自然物や土地の形状など）」までを含めた景観の回復がレブカにおいても応用可能である点，さらに，伝建制度の根幹をなす「住民主体」の遺産マネジメントがレブカにおいても実現できる可能性を見出すことができた。

注

1）ここでいうリビングヘリテージとは，山口（pp38-39）による定義「自然や生物，生態系などをほごすること」,「住民が遺産に住んで遺産を保護，管理すること」,「無形文化遺産を保護すること」,「有形の要素とそれを継承する際に必要な無形の要素を 1 つの遺産として捉えること」のうち,「住民が遺産に住んで遺産を保護，管理すること」を指す。

文　献

山口 知恵

2013　北海道大学博士論文『住民の居住と伝統的な景観の保全に関する研究 ： リビングヘリテージ概念に着目して』。

HJM Consultants Pty Ltd, Timothy Hubbard Pty Ltd.

1994 *Levuka Heritage and Conservation Study for Department of Town and Country Planning and PATA.* HJM Consultants Pty Ltd, Timothy Hubbard Pty Ltd.

University of South Pacific and Institute of Pacific Studies

2001 *Levuka: Living Heritage*. Institute of Pacific Studies and University of the South Pacific: Levuka Historical & Cultural Society.

Yamasaki, H.

2016 *Disaster Report of the Cyclone “Winston” in Levuka, Republic of Fiji.*

国際協力における観光分野でのエコミュージアムの可能性

―ヨルダン・ハシミテ王国サルト市を事例として―

村上 佳代
北海道大学観光学高等研究センター 特任助教

1. 国際協力における観光分野の現状と課題

現在, 世界には 195 の国があり, その中で, 約 150 の国々が開発途上国と言われている。政府が行なう開発援助である Official Development Assistance（ODA）では，90 年代，日本は世界で最も援助金を支出してきた国であった。2016 年度はその当時の約半分にあたる 5,500 億円という金額ではあったが，現在もなお，多額のお金を開発途上国の援助に使っている[1)]。こうした援助の中でも「観光」は比較的新しい分野である。近年，国際協力の現場では，生きるか死ぬかといった状況に直面していた国々が，貧困から脱却しつつあり，次のステップとして，どう活性化していくかということが考えられるようになってきた。そうした時代の流れの中で，観光が新しい分野として着目されるようになった。現在，世界の観光動態客数は 12 億人と言われている[2)]。この数字からも，観光が如何に世の中の経済を動かしているかが伺える。それは，受け入れ側となる開発途上国の国々の外貨獲得の手段となり，雇用の創出，貧困削減，生活向上などが期待される。

近年の国際協力の観光分野では，ホテル，旅行会社など外部資本が中心となって進めるものから，地域資源を活用した観光開発へと移行しており，そうした案件が以前と比べて増えてきた[3)]。これは欧米人が好むリゾートをつくっていくような観光開発の時代から，地域固有の資源を護りながら活用していく観光開発へと時代が移り変わり，その概念が変わってきたことを示していると言える[4)]。しかし，国際協力の現場に目を向けると，生きるか死ぬかという状態から脱却したとはいえ，貧困削減という課題は常に付きまとい，儲けなしのボランティアで行なう観光開発は成り立たないのが現状である。国際協力における観光開発の時代の流れとしては，古いものを見直し，それを活用していこうという考えに変わりつつある一方，高寺（2004）が,「国の貧困削減にとって近代化は前提条件であるという立場も存在する」[4)] と述べているように，国際協力の現場そのものは，相変わらず過去を捨てての近代化を目指している国々が多い。そうした国や地域で，如何に地域資源を見直し，活用し，収入を得ながら観光開発を行なうかは，現在の観光開発国際協力分野における重要な課題の 1 つと言える。

その他，近年 UNWTO（2012）の Sustainable Tourism-Eliminating Poverty Initiative（ST-EP 計画：持続的な観光と貧困の軽減の計画）[5] でも述べられているように，直接的な経済への効果だけでなく，地域の自然環境や文化的伝統などにも配慮した観光のマネジメントのあり方が問われている中で，地域の自然資源や文化資源を観光に活用していくだけでなく，それらをどのように護っていくかも課題と言える。

2. エコミュージアムと観光開発

エコミュージアムは，1960 年代，フランスでジョルジュ・アンリ・リヴィエールによって誕生した概念である。エコミュージアムを日本に初めて紹介した新井重三は，リヴィエールの定義を「地域社会の人々の生活とそこの自然環境，社会環境の発展過程を史的に探求し自然遺産及び文化遺産を現地において保存し，育成し，展示することを通じて当該地域社会の発展に寄与すること」と説明した[6]。エコミュージアムは日本国内において，博物館の現地保存解説型の野外博物館に位置付けられる。従来の博物館の収集・整理，保存，調査研究，展示・公開という流れに則ったものであり，正真正銘の博物館である。

近年，日本では多くの市町村や団体がエコミュージアムによるまちづくりを行なっている。それらの多くはまちづくりという言葉を使い，観光という用語は前面に出してはいないが，エコミュージアムは本来，観光開発に有効な手段である。なぜなら，来訪者に見せることを意識したものであるからだ。従来の博物館は資料を来訪者に公開することも役割の一つであり，分かりやすく展示品を解説するためにテーマや時代に沿って説明するなどの工夫をしてきた。エコミュージアムも，上述した新井の説明にあるように，来訪者に展示・公開することを意識している。エコミュージアムの特徴は，まちじゅうを屋根のない博物館とみなし，地域住民の記憶を収集し，資源は現地保存するというものである。つまり，現地保存された資源を観光客が見て回るというスタイルは，まさに観光そのものなのである。しかし，エコミュージアムとこれまでの観光の異なるところは，スポットを単体で紹介するのではなく，従来の博物館のようにテーマやストーリー，時代ごとに地域を紹介する点にある。しかし，地域全体に散在する資源を従来の博物館のようにテーマや時代ごとに集めることはできない。そのため，エコミュージアムでは，コア博物館／サテライト／ディスカバリー・トレイル（以下，トレイル）という来訪者に効率良く地域を見せる仕組みを持つ。コア博物館とは，対象地域内の情報を収集・発信する場所を指す。サテライトとは，現地に展示されている資料そのものを指す。トレイルとは，それらコア博物館とサテライト，あるいはサテライトとサテライトを結ぶ一つのストーリーを理解するための散策路を指す。

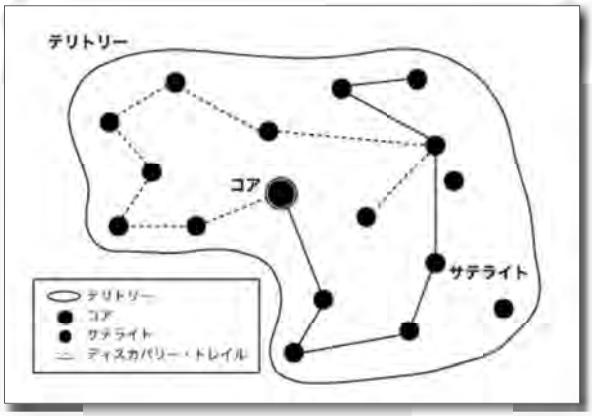


図１　コア博物館／サテライト／ディスカバリー・トレイルのイメージ図（筆者作）

3. ヨルダン・ハシミテ王国サルト市の事例

ヨルダン・ハシミテ王国（以下，ヨルダン）は，中東に位置しながらも非産油国であるため，観光による外貨獲得に力を入れ，新たな種類の観光資源開発を模索している。旧首都のサルト市は，急斜面に石造りの歴史的建造物が建ち並び，活気溢れるアラビアの都市空間を観光資源として持つ，新たに注目されているまちである。しかし，近年，サルト市内においても近代化の波が押し寄せ，わずか 100 年前の暮らしも一部の古老しか思い出すことができなくなっただけでなく，これまで受け継がれてきた伝統的な生活様式も徐々に変化し，昔ながらの習慣もサルトから消え去ろうとしている。

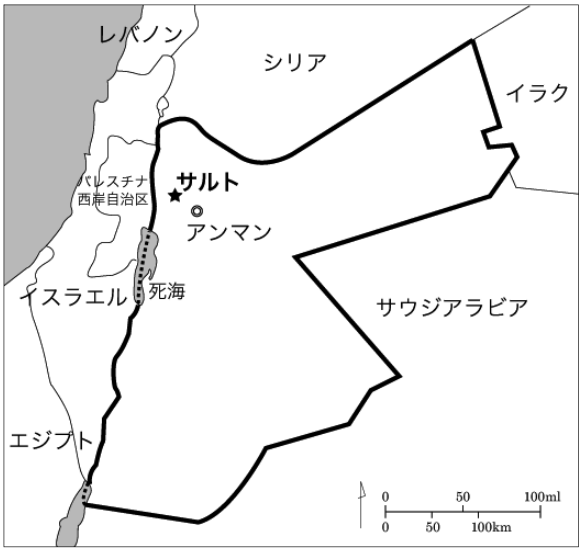


図２　ヨルダン地図（筆者作）



図３　サルト市の様子

独立行政法人日本国際協力機構（JICA）は，サルト市に対して，2007 年よりエコミュージアム概念に基づいた観光開発の技術移転を開始した。この観光開発は，サルト・エコミュージアム（Salt Ecomuseum＝SEM）と命名され，観光遺跡省，サルト市役所，サルト歴史民俗博物館，部族を代表する NGO が協働し，サルトの文化資源を活用した観光開発を目指している。

（1）エコミュージアムを基盤とした観光商品の開発

SEM では，トレイルの考え方に基づき，観光ルートの商品開発が行なわれている。サルトの地域住民であれば誰でも訪れた人に説明したい，そして未来に伝えていきたいと考える地域の歴史や文化，自然や民俗等にまつわるストーリーとそれを証拠づける証拠群（＝文化資源の集まり）にトレイルとしての名称をつけ，リストに登録している。そのリストの中から実際に地域側が観光客に見せることができ，観光商品としても一定の基準をクリアしたものを観光商品として販売している。現在サルトには，ハーモニー・トレイル（イスラム教とキリスト教との共存をテーマにしたコース），デイリーライフ・トレイル（サルトの日常をテーマにし，市場でそれを体感できるコース），教育トレイル（ヨルダンの教育の基礎を作ったサルトをテーマにしたコース）がある。これらのトレイルを構築する際には，100 名以上の地域住民に対して聞き取り調査が行われ，地域住民の記憶が収集された。特にハーモニー・トレイルに関する，イスラム教徒であるが子どものころから親に連れられて地元の教会に度々訪れお祈りしたという話や，イスラム教徒であるが，キリスト教の学校で学んだ話などは，サルトの地域住民にとっては当たり前である習慣であるからこそ，これまで意識していなかった。しかしトレイル構築を通じて地域住民の記憶が顕在化され始めた。このように地域住民の記憶に基づいて地域を見直していくことで，国から指定や登録などはされていないものの，地域にとっては大事な文化資源が再発見され始めた。こうした情報を元にストーリーが構築され，文献調査，歴史や観光等の専門家との協議，関係者へのヒアリング調査などを繰り返し行ない，それらを総合的に見ていく中で観光商品が開発された。

(2) 地域住民が主役となる観光開発

SEM では，エコミュージアム・コンセプトにおける「主役は地域住民である」という考え方に基づいた観光開発を目指している。これまで祭や観光イベントの主催や対応は行政や博物館が行なっていた。しかし，2013 年，SEM ではヨルダンで初めて地域住民が主役となる「サルト・フェスティバル」を開催し，地域の住民が家を開放し，家の宝だと思うものを展示・解説する「オープンハウス」企画を実施した。参加した S 家の主婦は，倉庫に眠っていた伝統衣装や民具を引っ張り出し，家族で昔を振り返った。再発見された民具を用いて観光客に解説していくうちに，これまで忘れかけていた母の子どもの頃の思い出を自分の子どもに話すきっかけができ，その思い出のつまった民具は家族のかけがえのないものになったとフェスティバル後，語っている。このオープンハウスをきっかけに，日常的に観光客を家に受け入れたい家族が現れ，歴史的建造物に住むサルトの地域住民を訪ね，お母さん手作りの伝統料理を食べ，家の宝を見せてもらうホームビジットという体験型の観光商品ができた。現在は正式に 4 つの家族が認証を受け，観光客を迎え入れている。これらの活動を通じ，これまで観光に全く関係のなかった女性たちが主役となり，活躍し始めた。

(3) SEM 運営委員会の設立とローカルインタープリターの立ち上げ

SEM はエコミュージアムのまちじゅうを屋根のない博物館とする考え方に基づき，サルト市全域を対象とし，活動を行なっている。活動エリアが市域全域となったことから，これまで各組織で検討してきた観光，文化財保護，景観管理，コミュニティ開発に関連することを関係者間で議論するための組織づくりが必要となった。2013 年，観光遺跡省，サルト市役所，サルト歴史民俗博物館，部族を代表する NGO をメンバーとし，SEM 運営委員会が発足した。歴史的建造物の保全や観光に関連する海外援助を多く受けるサルトでは，これまで企画や計画が重複することも多かった。しかし，エコミュージアムを開始してから，まちの魅力づくりに目が向くようになり，関係者間で協働する様子がみられるようになる。こうした気づきをきっかけに，まちじゅうを対象とするトレイル催行により得られるツアー収入も，この SEM 運営委員会のもと，管理され，サルトのまちのために使っていくこととなった。

また SEM では，「ローカル・インタープリター」という制度を SEM 運営委員会で設けている [7]。ローカル・インタープリターは，サルト市内のみ案内できる仕組みで，サルトの地域住民で構成されている。歴史的事実といった知識を解説するだけでなく，個人の経験，家族・知人の経験や伝聞を伝え，更にはコースの途中で観光客と各サイトのオーナーや地域住民が接する機会を設けるといった役割を持つ。つまり，地域住民にしかできない内容を解説することで，すでにヨルダンに国のライセンスとしてあったナショナルガイドとの差別化を図り，それを売りにすると共に，地域の人々の記憶も地域資源と見なし，サルトという場所を語り伝える観光が行なわれている。

4. 国際協力における観光分野でのエコミュージアムの可能性

冒頭で述べたように，①近代化を目指そうとしている開発途上国の地域で，如何に地域資源を見直し，活用し，収入を得ながら観光開発を行なうことができるか，また，②地域の自然資源や文化資源を観光に活用していくだけでなく，それらをどのように護り伝えていくかの２点が国際協力の観光分野における課題であった。本論では，サルト市の事例を通してみえてきた，観光開発国際協力分野におけるエコミュージアムの可能性について以下に述べる。

まず，①については，オープンハウス，トレイルの構築，ローカル・インタープリターの養成，ホームビジットなどの様々な活動を通じて，少しずつ地域住民が自分たちのまちのユニークさ，面白さに気づき始めた。披露する場や来訪者とのコミュニケーションをとる場の創出が，自分の地域に対する誇りや，自らが発見し価値を見出した資源に愛着を持つきっかけになっていったと考えられる。これは，エコミュージアムの実現手法である，地域住民が主体となって調査研究し，来訪者に自ら説明するということが運動論的に広がり始めた結果と言える。この輪がまちじゅうに広がった時に，真のエコミュージアムは実現し，また新しいものを建設するという形の観光開発ではない，地域資源を活用する観光開発の意義というものが多くの地域住民に理解されるようになるのだと考える。一方の観光収入については，エコミュージアムを実施することが，直接影響を与えたとは言えないが，エコミュージアムのコンセプトである，まちじゅうを対象とすることで，関係者がまちの魅力に目が向くようになり，それが結果としてSEM運営委員会の設立や地域として観光収入を得るという発想に至ったのではないかと考えられる。

次の②に関しては，従来の博物館の展示がそうであるように，綿密な情報収集・整理，調査研究がある程度蓄積されないとエコミュージアムのトレイル構築は難しい。また，観光客を惹きつけ続けるためには地域の資源や魅力を探し続けることは不可欠である。つまり，エコミュージアムによる観光開発は，展示・公開という観光の側面を持ちつつ，常に地域を探求し続ける博物館学的側面の両面を持つ。顕在化されなければ，埋もれてしまっていたはずの地域の資源や魅力が，エコミュージアムの活動を通じて発見され，価値付けられ，観光という場で活用されることで，忘れ去られることなく護り伝えられていく。法制度で護ることと比べれば，それは非常に脆く，危ういもののように感じられるかもしれない。しかし，地域住民の一人一人が愛着や誇りをもち，自らが地域の大切な資源だと認識することの重要さを一旦理解すれば，それは地域資源の維持継承にとって非常に大きな力となる。

エコミュージアムは観光開発の手段として誕生したわけではないが，　このように，途上国が抱える課題，　観光開発国際協力を実施している現場が抱える課題を解決しうる可能性を秘めている。しかし本論で取り上げたヨルダンの事例は始まったばかりのプロジェクト

であり，エコミュージアム概念が観光開発国際協力分野において有効であったか否かはまだ判断できない状況にある。今後は更なる学際的な研究によって，エコミュージアムの可能性がより証明され，多くの開発途上国で実現されることを期待する。

注

1）外務省「ODA 実績」：http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/shiryo/jisseki.html（2016 年 1 月 20 日参照）。
2）世界観光機構（UNWTO）アジア太平洋センター「世界観光指標」参照。
3）JICA's World「地域力が向上する観光開発」。
4）高寺奎一郎「貧困克服のためのツーリズム」。
5）UNWTO *Manual on Tourism and Poverty Alleviation- Practical Steps for Destinations.*
6）新井重三「実践エコミュージアム入門　21 世紀のまちおこし」。
7）観光遺跡省が制度を新たに作り，正式に認めている。

文　献

新井重三
　1995　『実践エコミュージアム入門　21 世紀のまちおこし』牧野出版。
外務省
　2016　『ODA 実績』http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/shiryo/jisseki.html（参照 2016-1-20）。
JICA's World
　2010　『特集 観光開発 地域の宝を掘り起こせ 地域力が向上する観光開発』。
村上佳代，西山徳明
　2010　『萩市における文化資源の発掘と都市遺産概念について』日本建築学会計画系論文集，75（657）。
　2015　『国際協力を通じたエコミュージアム観光開発技術による文化資源マネジメントの試みに関する研究―山口県萩市とヨルダン・ハシミテ王国サルト市を事例としてー』日本都市計画学会，都市計画論文集 50（３）。
UNWTO
　2012　Manual on Tourism and Poverty Alleviation- Practical Steps for Destinations.
世界観光機構（UNWTO）アジア太平洋センター
　2016　『国連世界観光機構（UNWTO）世界観光指標（World Tourism Barometer）』（2016 年 1 月号）。

高寺奎一郎
　2004　『貧困克服のためのツーリズム』古今書院。

兵庫県豊岡市竹野地域「地域プロデューサー事業」での活動

臼井 冬彦
北海道大学観光学高等研究センター 客員教授

はじめに

2015 年 4 月から，兵庫県豊岡市では，市内の各地域の地域資源を活かし，住民が自主的・自立的に仕組みを構築し，地域とともに，地域課題の解決策の取り組みを行うために，国の地域再生戦略交付金を活用し，地域振興の専門的知識を有する者や団体と契約して，「地域プロデューサー」事業を行っている。

この制度のもと，6 か所において民間団体もしくは民間人を地域プロデューサーとして採用し様々な活動を開始している。対象となっている地域は，現在の豊岡市を形成する，旧豊岡市，城崎，出石，日高，但東，竹野（2005 年合併前の 1 市 5 町）の 6 地域である。小職は，この竹野地域における「地域プロデューサー」を拝命し，2 年目の活動の終盤に入ったところである。本稿では，この竹野地域での地域プロデューサー事業の趣旨・活動内容，そこから見える地域活動の課題などを簡潔に報告することで，地域での活動に邁進されておられる方への参考としたい。

1.「地域プロデューサー事業」とは [1)]

従来，行政が主導する形で行われてきた様々な地域活性化活動の反省も踏まえ，民間団体や民間人の経験・知恵・手法を導入することで，新たな活動を展開し，地域の課題解決を行うものである。各地域における具体的な目標，目的，契約相手，その活動内容・手法については，地域の行政担当者と地域プロデューサーとの協議に任せられており，統一的なものではない。契約は原則 1 年契約で 3 年間の目安での事業となっている。

活動内容は各地域で異なるが，全体の予算執行，年度中間報告・発表，年度の報告・発表は，行政関係者，議会関係者，住民に対して公開する形で，全体運営を豊岡市役所が担っている。

2. 豊岡市並びに竹野地域

豊岡市は，兵庫県北部（但馬地域）に位置し，兵庫県北部の中心都市であり，兵庫県で最も面積の大きい都市である。日本で最後の野生コウノトリの生息地として知られ，市内

には城崎温泉，重要伝統的建造物群保存地区の出石，竹野浜などの海水浴場，神鍋高原のキャンプ場・スキー場がある。日本海側気候であり，豪雪地帯でもある。

2005 年 4 月に，旧豊岡市と，城崎郡城崎町，竹野町，日高町，出石郡出石町，但東町が合併し，現在の豊岡市が発足，人口は 2010 年ベースで 85,607 人である。



たけの観光協会 HP からダウンロード（参照 2017-01-15）

竹野地域は関西の人には,「竹野浜」の名称で海水浴場として知られる地域である。また，山陰海岸ジオパークの一角をなしており，近年では，ダイビング，カヌーなどのマリンスポーツの拠点ともなっている。古くは，猫崎半島が風待ちの岬として，北前船の寄港地としての役割も果たした町である。人口は約 5,000 人。

3. 活動内容

(1) 竹野地域「地域プロデューサー事業」契約内容

小職の場合，住居を構える大阪市内からの移動を要するため，毎月，一定の回数，ならびに一定の日数を竹野地域での活動に充てるという枠組みをもとに活動をしている。これをもとに，交通費，宿泊費並びに日当を含めて豊岡市との間の年間委託契約を結んでいる。契約前には，竹野地域を訪れ，一種の「お見合い」を経ている。地域の関係者へのヒアリング，さらには地域の振興局の関係者との協議をもとに，地域の課題の理解だけではなく，地域振興・活性化に関する基本的な考え方，アプローチの方法などについて議論を行ない，大まかな活動内容・手法を取りまとめたうえでの契約となった。

(2) 竹野地域「地域プロデューサー事業」の基本的な考え方：「地域活動の主役は地域住民」

一般的には，プロデューサーとは，種々の活動の裏方であるだけではなく，実質的な活動のオーナーであり，その結果に対する責任も負うべきものである。ところが，地域プロデューサーはあくまでよそ者であり，本来地域での活動の主役とはなり得ない。その意味で，小職の立場は，あくまで「コーディネーター」であり，「ファシリテーター」であるべきだという立場である。この基本的な立場については，キックオフにあたる住民集会や行政，議会関係者，住民との会合の場でも，最初に宣言している。

(3) 3 つの主な活動内容

行政関係者ならびに住民との話し合いをもとに，地域プロデューサーの活動領域を次の 3 点に焦点を当てることで合意し，活動を開始した。

① 地域の魅力・磁力（コト・モノ）の確認・整理
② 仕事・生業・生活の手段の創造
③ 寝泊まりする場所，住む場所の創造

以下，この 2 年弱の間の具体的活動内容を説明する。

① 地域の魅力・磁力（コト・モノ）の確認・整理

地域活性化の活動の主役は住民であり，その活動の方向性を決めていくには，住民がその地域性と歴史性を含め，地域をよく知ることだと考える。この趣旨のもと，地域住民との協働により，地域資源の整理とともに，地域を形成してきた生活文化の歴史を整理している。

生物季節または生物季節学と呼ばれる「フェノロジー」の概念をもとに，地域の自然・文化のあらましを，現代だけではなく過去にさかのぼる形で，フェノロジーカレンダーの作成作業を行っている。

この作業において，情報を偏りなく収集するために，ヒアリング時には下記の地域資源ヒアリングシートを使用している。

季節	自然資源			文化資源 ･ライフスタイル							他
	景観	動植物	他	歴史	施設等	食	遊び	祭り	衣装	他	
春											
夏											
秋											
冬											

地域資源ヒアリングシート

過去 2 年弱で，3 つの地域でヒアリング活動，聞き書き，報告書のまとめという作業を行った。ヒアリング，ワークショップは，おおよそ 3 時間×5～6 回行い，延べ 15～20 時間

ほどを地域住民とのやり取りに費やした。

これらの活動の結果，3 つの地区で，その地域資源情報の分類整理とともに，その解説を含めた，おおよそ 30 ページ前後の冊子として発行することができた。隔絶された漁村として形成された「田久日地区」，限界集落に近づいてしまっている農業集落の「二連原地区」（現在 7 世帯），高地にありながら徒歩での交通の結節点として機能し，様々な生業の歴史を持つ「三原地区」という個性豊かな 3 つの地域の記録である。地域での発表も行い，地元の方々に大変喜んでいただけた。

② 仕事・生業・生活の手段の創造

この活動としては，大きく分類して三つの活動を行っている。一つは，ビジネスセミナーの開催，二つめは，存続の危機に陥った漁協の経営改善活動，三つめは，現在竹野地域に入っている地域おこし協力隊メンバー4 人のメンター・アドバイザーとしての活動である。

ア．ビジネスセミナー

地域の住民を対象に，地域ならではの自律的なビジネスを模索するためのビジネスセミナーを継続して開催している。各々2 時間×4 回，計 8 時間を 1 コースとして，これまでに初級編を 4 回），中級編を 1 回実施している。初級編の第 4 回目までに延べ 58 人，中級編では 18 人の方々が参加した。初級編は座学中心で，地域ビジネスの特徴（季節性や事業規模の考え方），マーケティング，損益管理など，ビジネスを行う上での基礎知識を学ぶ。その後の中級編では，各自が考えているアイデア，地域への思いを語り合い，1 チーム 3〜4 人の構成で一つのアイデアを取り上げ，それをビジネスプランとして発表する形となっている。各チームは，セミナー開催時だけではなく，各々の予定を調整しながら，最終プランのまとめを要求される。

イ．漁協（竹野支所）存続活動

魚価の低迷と漁獲セリ高の減少のため，経営環境が厳しくなる中で，2016 年 1 月に但馬漁協竹野支所の存続問題が表出した。港町，漁師町の性格も持つ竹野において，漁協の消滅は，そのライフスタイルへの影響，地域の魅力の維持という点で大きなインパクトのある問題であった。このため，地元自治会，商工会，観光協会などの主要メンバーに行政の関係者を加え，但馬漁協竹野支所の経営改善協議会を発足させ，経営改善計画の作成とともに，但馬漁協本所との折衝を行い，経営改善計画の実行に取り組んだ。

人件費を含めた経費削減の活動だけではなく，新たに週 1 回の地域住民を対象にした魚の直販活動，地域魚介資源を活かした特産品の開発とともに，観光協会，観光事業者（民宿など）に，その販売・消費をお願いすることなどにより，竹野漁協の粗利を改善する活動を定着させた。これらの活動に加え，魚介類を利用した特産品の開発，魚のネット販売，魚のオーナー制度などの企画も進行しつつある。

ウ．地域おこし協力隊[2)]へのメンター・アドバイザーの活動

2016 年 12 月現在，竹野地区には 4 名の地域起こし協力隊が居住している。3 年目が 1 人，2 年目が 2 人，1 年目が 1 人の計 4 名である。彼らが，3 年の任期継続後も竹野地域で生計を成り立たせていくことを目指して，前述のビジネスセミナーでの指導以外にも，グループ指導，個人指導を行っている。

現時点では，1 人はゲストハウス・バーの開業，1 人は NPO を設立し，行政との協力のもとに，空き家調査，管理，移住相談，地域情報・移住関連情報の WEB の作成・運営，1 人は漁師の活動の延長として，魚介類の特産品関連事業，魚のネット販売などを中心にした起業の方向に向かっている。

また，地域おこし協力隊のメンバーではないのだが，すでに竹野地区に移住してきている若者に対する生業づくりの個人相談・指導も，ビジネスセミナーでの指導以外に行っている。

③ 寝泊まりする場所，住む場所の創造

竹野浜地区には，個人事業主による民宿が 60 軒ほど存在する。外部からの来訪者のための宿泊施設の基本となっている。これ以外には，中規模の観光ホテルが 1 軒，国民休暇村が 1 軒存在している。夏の海水浴客と冬のカニのシーズンに観光客は集中する。厳しい季節性のため，民間の宿泊施設の経営は決して容易ではない。民宿経営においても高齢化が進み，一部経営の持続性が問題となっている。

また，少子高齢化の進展に伴い，空き家の増大が顕著になってきているが，それらの施設の再利用については，なかなか具体的な進展を見ない状況である。

この状況の中で，空き家の再利用のためには，本当に使用可能な（マイナーな修復物件含む）空き家がどれくらいあるのか，所有者の本当の意向（売買，賃貸の意思）の確認，管理の方法など，具体的に詰めなければならない問題が多くある。これに対し，2016 年 10 月に地域おこし協力隊のメンバーの 1 人が中心となり，NPO 法人「たけのかぞく」が設立され，これらの問題に取り組んでいくこととなった。具体的な活動はこれからであるが，行政関係者の協力の下，一歩ずつ進んでいくことを期待したい。

また，もう 1 人の協力隊メンバーによって，空き家を利用したゲストハウス並びにバーの開業準備も進められており，泊食分離を前提にした新しい宿泊施設と集いの場を提供できるようになることで，新しいタイプの集客と地域の若者の交流場所としての実験的な取り組みとして期待されている。

4. 反省・学びと今後の予定

2 年弱のこれまでの活動を振り返って反省を試みるとともに，今後の活動について触れてみたい。

(1) 反省と学び

① 地域の時間の流れ

地域での活動では，成果にたどり着くまでに相当の時間がかかるという点を改めて実感している。地域住民が，地域の課題の理解とともに危機感を共有しながらも，具体的な前向きな行動に移るには，何かしらのきっかけ，実際の動きの仕掛け，継続的な活動の仕組みが必要となることを痛感している。地域には地域の時間の流れがある。地道な活動の積み重ねが必要である。その意味では，1 年契約ではあるが，3 年間のプロジェクトとしてこの事業が考えられていることは重要な点である。

② よそ者への期待・応援

私なりに少しでもお役に立てているとするならば，それには，これらの活動に協力をしてもらっている地域おこし協力隊のメンバーの存在が極めて大きい。彼らは，いわゆる「よそ者」であるとともに，「若者」である。都会を離れ，移住を前提に竹野に来てくれた協力隊の若者の活動を支援したいという地域のシニアとの関係が大きな意味を持っている。

20 代終盤から 30 代はじめという，竹野地域では少なくなった若者が，各々のテーマのもとに，住民たちのところに真剣に相談事や話を持ってきてくれることことを喜ぶとともに，一緒に様々な活動に参加することが，住民主導の地域での活性化活動に大きく役立っているからである。

③ 黒子（猿回し）としての行政関係者の役割

地域プロデューサー事業の予算執行，地域住民を対象にした様々な活動の通知・招集，説明・議論，各種団体への連絡・根回しなど，行政関係者の役割も極めて大きい。竹野の場合，豊岡市竹野振興局（旧竹野町役場）の関係者がその役割を担っている。契約前の 2 回にわたる真摯な議論による方向性，アプローチの手法などの確認を最初に行えたことが大きな意味を持っていると考えている。

行政関係者と地域プロデューサーとの関係は，「猿回し」と「猿」の関係だと考えている。地域で時間をかけて取り組むことで結果を生み出していくには，プロとしての猿回しと，その手先として具体的な課題に取り組んでいくプロとしての猿の両方の役割分担が必要だと感じている。

(2) 今後の予定

豊岡市の本事業は，2018 年 3 月までが目安となっている。その期間内にどこまでの成果が上げられるか，または，その後の成果のための基盤づくり，風土づくりを進められるか

である。幸い，協力隊のメンバーの頑張りもあり，新しいことにトライする風土，議論する機運，またそれらを楽しむ雰囲気が少しずつ生まれてきていると感じている。

地域プロデューサーとして，私個人の思いや狙いもあるのだが，それよりも地域住民の思いや願いを真摯に受け止めながら，猿回し役の行政関係者との協議のもとに，これまでの活動の継続だけではなく，新しいテーマについても取り組んでいこうと考えている[3)]。

注

1) 各地域の地域プロデューサー活動については，豊岡市が発表している下記の URL を参照。http://www.city.toyooka.lg.jp/www/contents/1435726022946/files/1_2.pdf#search=%27%E8%B1%8A%E5%B2%A1%E5%B8%82%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%83%97%E3%83%AD%E3%83%87%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B5%E3%83%BC%E4%BA%8B%E6%A5%AD%27（参照 2017-01-15）

2) 地域おこし協力隊とは，人口減少や高齢化の進行が著しい地方において，地域外の人材を積極的に受入れ，地域協力活動を行ってもらい，定住・定着を図る趣旨のもと，平成 21 年度から実施されている制度である。制度の概要については，下記総務省の URL を参照。http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/02gyosei08_03000066.html （参照 2017-01-15）

3) 豊岡市とは，竹野地域の地域プロデューサー事業がきっかけに，それ以外に二つの活動を行っている。一つは，2016 年 6 月に発足した豊岡市の DMO である一般社団法人「豊岡観光イノベーション」，通称 TTI（Toyooka Tourism Innovation）の経営アドバイザーの活動であり，もう一つは豊岡市が運営している官民の若手（30 代が中心）を対象にしたリーダー養成プログラム「稽古堂塾」の講座の講師役である。15 回のシリーズの学びの場において，2015 年度は 2 回，2016 年度は 8 回，登壇させていただいている。

世界屈指のパウダースノーによるスポーツツーリズム

北海道ニセコ地域の事例紹介と鉄道による新たな観光への期待

遠藤 正
北海道大学観光学高等研究センター 客員准教授

1. はじめに

2003 年の観光立国宣言，2006 年の観光立国推進基本法の成立を契機に，我が国では観光が国家的な成長産業として大きく注目されるようになった。その後，2008 年には観光庁が設置され，観光立国を推進する体制も本格化した。観光庁では，様々な施策を打ち出し観光を推進しており，一例として 2011 年には，スポーツツーリズム推進基本方針を定め，スポーツを基軸とした観光が，全国でより一層推進する機運が高まったのである。それではスポーツツーリズムがこれから取り組む全く新しい分野の観光なのだろうか。答えは否である。その先行事例として，スキーによるスポーツツーリズム，特に北海道ニセコ地域のスキーの変遷を紹介する。

さて，今から数十年前となるが，我が国では 1980 年から 1990 年前半にかけ全国的なスキーブームが到来した。日本全国にはスキー場や宿泊施設など数多くのスキー観光を楽しむための施設が整備され，年末年始を中心に多くのスキー観光客がゲレンデに集ったのである。リフト乗車待ちの長蛇の列，毎年のように発表されるスキー用品のニューモデル，スキー場を舞台とした映画，スキーのテレビ番組など，今となっては想像し難いが，スキーは国民的なスポーツの一つとなった。しかし，こうしたスキービジネスの好調も長期的には続かず，バブル経済の崩壊と共に，スキー人気が下降し，スキー人口も一気に減少したのである。人々のスキー離れが生じると，スキー場をはじめとするスキー関連産業は一気に厳しい経営状況に陥り，冬季のスポーツツーリズムの代表格であったスキーによるツーリズムは一気に縮小傾向となったのである。さらに，少子高齢化や余暇の過ごし方の変化など，社会的な変化も加わり，その後のスキー人口はなかなか当時のようには戻らず，今なお全国各地で厳しい状況が続いている。このように停滞した状況を打破しようと全国のスキー関係者は，スキー人口の増加に向け，若者を惹きつけるための企画，新たなスキーレッスンのプログラムの開発，特典付のリフト券の販売など様々な取組みを行っているが，こうした取組みが定着し，成果が発揮されるには，もう少し時間を要するだろう。また，我が国は既に人口減少段階に入り始めていることから，こうした企画が功を奏したとしても，従来と同じようなレベルでスキー人口を回復することは容易ではない。

さて，全国各地のスキー場がバブル経済崩壊以降の集客に苦戦を強いられる中，2000 年代前半以降，国内のスキー業界関係者の取組みとは別の外発的な要因によって，新たなマ

ーケットが北海道ニセコ地域に形成されはじめた。既に報道等により広く知られるところとなった北海道ニセコ地域にスキーのために来訪する外国人スキー観光客である。中心となったのは主にオーストラリアからのスキー観光客である。毎冬パウダースノーと呼ばれる良質な粉雪を求めて，ニセコ地域に大挙としてオーストラリア人が訪れる姿は，今や北海道ニセコ地域における毎冬恒例の光景である。

スポーツツーリズムを推進する観光庁が打ち出した目指すべき姿として「より豊かなニッポン観光の創造」という事を同庁ではうたっている。スポーツを通じて新しい旅行の魅力を創り出し，我が国の多種多様な地域観光資源を顕在化させ，訪日旅行・国内観光の活性化を図ろうとするものである。外国人スキー観光客が今やリピーターとなりニセコ地域に何度も来訪する現象は，スポーツツーリズムの先行事例としてヒントとなる点が多いのではないだろうか。

2. スノーリゾートとしてのニセコ地域の発展

北海道におけるスキーの始まりは，今から 1 世紀以上前の 1912 年にさかのぼる。すでに本州でスキー指導の実績のあるオーストリアのレルヒ中佐が旭川に赴任し，北海道でもスキー指導と普及がはじまった。レルヒ氏は，同年倶知安町にも訪れ，ニセコ地域でもスキー普及の活動を行なった。こうしたことが一つの契機となり，冬のスポーツとしてスキーがニセコ地域をはじめ，北海道全体に広がっていったのである。その後，スキーは広く楽しまれる大衆的なスポーツとなるのだが，その要因の一つがリフトの整備であった。ニセコ地域には 1960 年代に長距離のリフト建設が始まり，スキー客の大量輸送が可能となったことで本格的なゲレンデスキーが幕開けを迎えた。また，初のリフト建設に加え，新たなスキー場の造成も行われ，多種多様なコースが楽しめる現在のニセコ地域のスキー場の基盤が整備されたのである。こうしたスキー場開発と並行してホテルや旅館といったスキー観光客を受け入れるための宿泊施設整備も順次進み，スキーによるスポーツツーリズムが成長していったのである。特に 1980 年から 1990 年代前半にかけては，日本全国に及んだ爆発的なスキーブームがニセコにも到来し，ニセコ地域には北海道のスキー観光客は勿論，道外からも多数のスキー観光客が来訪し，国内のスキー観光客はピークを迎えたのである。

しかし，先述のようにこうした盛況の時代は長続きせず，バブル経済の崩壊とともに，国内のスキー観光を取り巻く環境は一気に悪化したのである。全国的にスキー離れが起こり，スキー場にはかつてのようなスキー観光客による賑わいを見ることはほとんど無くなったのである。

3. 外国人スキー観光客による新たなマーケットの出現

国内のスキー事情が一気に悪化した 1990 年代後半以降，日本国内ではスキーを取り巻く状況はなかなか好転しなかった。ところが，2000 年前半に入ると，ニセコ地域には新たな

スキー観光の形態が出現することになる。良質なパウダースノーを求めるオートラリアからのスキー観光客の登場である。従来，オーストラリアのスキー観光客は，良質な雪を求め，アメリカ合衆国やカナダあるいはヨーロッパなど海外に渡っていた。しかし，2000 年前後に一部のオーストラリア人スキー観光客がニセコ地域を訪れ，その雪質の良さを体感すると，ニセコの注目度は一気に高まったのである。雪質の良さとは一体どのようなことか少し解説したい。筆者はスキー指導者でもあるが，スキーが上達してからの楽しみの一つとして新雪滑走がある。整備されたコースを滑る「ゲレンデスキー」も楽しいが，大自然の中で新雪を滑り，粉雪を巻き上げて非日常的な浮遊感覚を味わえる「バックカントリースキー」も全く異なった楽しみがある。そして，バックカントリースキーで重要になってくるのが，浮遊感を演出するための上質な粉雪である。ニセコ地域の雪質は世界各国のバックカントリーを滑った多くのスキーヤーが「世界屈指のパウダースノー」と高く評価する。ニセコ地域の最大の地域資源となっているのが，スキーヤーを魅了する，このパウダースノーなのである。さらに，海外からのスキー観光客からは，「母国からの移動距離が短い」，「温泉など異文化も体験できる」，「北海道産の食材による美味しい食事がある」など，雪質に加え，観光面でも高い評価を得ている。北海道や日本のスキー観光客にとっては，どちらかと言えば日頃当たり前であったニセコ地域の様々なことが，全く価値観の異なる外国人スキーヤーの視点で評価された。

4. 日本型のスキーツーリズムと欧米型のスキーツーリズム

ところで，こうしたニセコ地域の外国人スキー観光客が来訪する要因として雪質の良さだけが注目されがちだが，それだけで全てを説明することは難しい。筆者は，スキー指導に携わって 20 年以上になるが, 1990 年代までの国内スキー人気の高まり, その後の衰退, ニセコ地域における新たな外国人スキー観光客の登場など，北海道やニセコ地域が直面してきた一連の出来事をスキー場で体験してきている。そうした経験も加えて，観光地としての現在のニセコ地域の魅力を少し解説したい。外国人スキー観光客にとってニセコ地域のスキーの魅力が増したもう一つの要因は，外国人が楽しめるスキーリゾートへとニセコ地域が変わったからである。それについて，「欧米型のスキーツーリズム」と「日本型のスキーツーリズム」という考え方に基づき説明したい。

通常ニセコ地域に滞在する外国人スキー観光客の多くは，家族や友人らと一緒にコンドミニアムと呼ばれる施設に 1 週間前後からそれ以上ニセコ地域に滞在し，スキーを楽しむ。これを「欧米型のスキーツーリズム」とする。一方，日本人の場合は，日帰り，あるいは 1 泊 2 日から 3 泊 4 日といった一週間に満たない短期型の滞在が多い。こうしたスキーの観光形態を「日本型のスキーツーリズム」とする。さて，こうした分類でスキー観光を考えた場合，2000 年頃までのニセコ地域は当然ながら「日本型のスキーツーリズム」を受け入れるための施設が中心であり，それらが整備されて来た。一方，2000 年の前半以降，ニ

セコの雪質の良さに気付いたオーストラリアに代表される外国人のスキーヤーや投資家は，既に経験している「欧米型のスキーツーリズム」をニセコ地域で実現するため，コンドミニアムに代表される施設整備に動き始めたと考えられる[1)]。スノーリゾートとしてのニセコ地域のポテンシャルに対し，一定の評価を与えた投資家や起業家が「欧米型のスキーツーリズム」実現への投資を行ったことが，現在のニセコ地域の活況に繋がった大きな要因の一つと言えよう。現地を訪れる外国人スキー観光客の中には，すでに他国でのスキーリゾートを経験している者も少なくなく，「日本型のスキーツーリズム」をターゲットにした従来の環境だけでは，こうした顧客を満足させることがなかなか難しかったのではないだろうか。

また，具体的な「欧米型のスキーツーリズム」のニーズは，現在あるコンドミニアムを詳細に観察することで浮かび上がってくる。従来の日本のホテルや旅館とは異なり，長期滞在を前提とした，キッチン，食器，冷蔵庫，洗濯機，インターネット環境などがコンドミニアムには整備されている。また，各部屋にベッドルームが備え付けられ，それぞれにシャワーやトイレなども設置され，プライバシーが保たれる構造となっている。国内スキーヤーを顧客のメインとしてきた「日本型のスキーツーリズム」ではこうしたニーズに十分に応えることができなかったのである。「欧米型のスキーツーリズム」と「日本型のスキーツーリズム」の違いはこうしたところにも顕著に現れているのである。勿論，古き良き日本の建物や文化といった，日本的な側面を重視する外国人スキー観光客も実際には存在することも忘れてはならないし，そのような路線を重視することも差別化の戦略としては重要である。肝心なことは，「欧米型」，「日本型」の優劣ではなく，どのようにスキーリゾートの特徴を打ち出し，顧客となるスキー観光客のニーズに応え，満足度を高めて行くか。これがツーリズムの本質的部分であろう。

5. これからのニセコ地域における観光創造と鉄道事業への期待

ニセコ地域における外国人宿泊延数は 2007 年には約 14 万 3 千人泊であったが，2015 年には 3 倍近い 39 万 1 千人泊と大きな伸びとなっている。一方，観光客を受け入れるための体制整備の一例として，ニセコ地域にある倶知安町では外国人の冬季の住民登録数は，2007 年末には 370 人程度であったが，2015 年には 1,000 名を越えた。急速に増加する外国人観光客の状況がこうした数字からもうかがえる。

さて，こうした現在のニセコ地域の状況は，我が国で過去に起きたバブル経済時のような現象とする見方も少なくない。しかし，一方では，こうした 2000 年代前半に始まった外国人スキー観光客の動きは，2008 年の世界同時不況時，2011 年の東日本大震災時など観光にとって厳しい場面に何度か直面し，一時的に海外からのスキーヤーも減少したものの，その都度回復基調に戻る強さも持ってきている。最近の倶知安町の統計によると，アジアからの観光客も急速に伸びてきており，オーストラリアが多くを占めていたスキー観光客

の客層に大きな変化が生じている。ニセコ地域の将来がどのようになるか，その予測は難しいが，多くの外国人スキーヤーが来訪しているこの時期にこそ，将来へ向けての様々な種蒔きや準備に期待したい。

さて，オーストラリア人のスキー観光客を主なターゲットにしたビジネスにより，2000年代のニセコ地域は全国のスキー場と比べても目覚ましい変化を遂げてきたことを説明したが，課題もそれなりに顕在化している。例えば，宿泊滞在型の観光は特に冬季に偏っており，企業の安定した経営や雇用の安定の面からも，将来的には通年での安定した観光が望まれることは言うまでもないだろう。そうした課題に対処するため，現在ニセコ地域では主に北海道外の顧客が夏季に長期滞在するロングステイ事業なども推進し，冬季にのみ利用されていた素晴らしい宿泊施設が夏季の長期滞在にも利用されてはじめている。夏季の利用者数は，過去と比べると増加した，冬季の利用状況と比較すると，これからに期待するところであろう。夏季におけるニセコ地域の観光資源は，冬季のパウダースノーほど世界に知られているとは言い難いが，コンドミニアムや施設のオーナーの中には，夏季にもニセコ地域を頻繁に来訪するものもおり，例えば湿度の低さなど外国人目線での夏季のニセコ地域の良さも発見されつつある。

さて，こうして通年観光が期待されるニセコ地域の観光に，2017 年新たな魅力が加わる予定である。JR 東日本が 2017 年より営業開始する「TRAIN SUITE 四季島」である。同社資料によると「まだ，知らないことがあった，という幸福」を実感していただく旅が，コンセプトの一つである。上野駅を出発し，豪華な寝台列車を活用した旅の提案である。斬新なデザインの車両による北海道への旅は，日本人，外国人を問わず，観光する者にとって新たな魅力となるであろう。この「四季島」による旅にはニセコ地域も含まれたものもあり，素晴らしい車両と上質なサービスに加え，大自然に囲まれたニセコの観光が満喫されるに違いない。そして，後年になるが，2030 年度末には札幌まで北海道新幹線が延伸される予定であり，倶知安町にニセコ地域の玄関口となる駅が開設予定である。現在，特に冬季の外国人スキー観光客の多くは空路で来道し，ニセコへ向かっている。2030 年度を境にこうした動きがどのようになるのか非常に興味深いところである。新幹線を利用して，本州も北海道のスキーも両方楽しめる，そのような鉄道を活用したスキーツーリズムに大いに期待するところである。

最後に，2030 年代のニセコ地域のパウダースノーや夏季の観光がどのように変化しているのか，将来を予測するのは難しい。しかし，四季島や北海道新幹線など，今までになかった魅力が加わったニセコ地域には，大きな可能性を感じずにはいられない。世界屈指のパウダースノーと共に，素晴らしいデスティネーションとしてこれからも輝き続けるよう，未来のニセコ地域の観光創造に大いに期待するところである。

注

1）コンドミニアムの開発で中心となる企業の設立も 2003 年である。

Tourism for Peace

観光立国と北大観光創造学の使命

小林 天心
北海道大学観光学高等研究センター 客員教授

前置きにかえて

「平和とは，戦争と戦争の間の，騙し合いの期間である」アンブローズ・ビアス，という面白い定義がある。しかし北大観光学が目指すところの平和というのは，そうあっさりしたものではない。一言でいうなら「Tourism for Peace＝平和に貢献すべき観光創造研究」ということになるであろうか。

言うまでもなくここでの平和は，社会が単に戦争状態にないことのみを表すのではない。自然が荒らされていないこと。貧富の差がそう大きくはないこと。安定した社会や経済。歴史や文化がしっかり保たれていること。犯罪が少ないこと，安心して旅行ができる環境。平和はこれらのすべてを包含する。そのために持続的な貢献ができる観光とはどうあるべきか。これが北大観光学における Tourism for Peace の本義である。

明治の日本で起こされた足尾銅山公害に身を挺して戦った田中正造は「真の文明は，山を荒らさず，川を荒らさず，村を破らず，人を殺さざるべし」といった。これはそのまま北大観光学のビジョンに置き換えられてもいいし，その本質は現代におけるフクシマに相当するであろう。

「観光は平和への様々な必要条件を整備する」。これは「観光学の一般原理その 1」である。まずこうしたことを念頭に，当稿では日本の観光政策が目指すべき方向と，そのためにクリアしなくてはならない問題点のいくつか，および北大観光創造学の使命について述べてみたい。

1. 先行事例が示唆するところから

1980 年初頭，オーストラリア政府観光局（ATC）は，日本における大規模な訪豪誘致キャンペーン「Australian Climax」を開始した。そのころ日本からの訪豪観光客は年間 2－3 万人。観光シーズンは 10 月から 3 月（現地が夏の期間）のみ，ツアールートは「シドニー・キャンベラ・メルボルン」という全くのワンパターンであった。ATC はこのきわめて偏った日本からの観光客の動きに対し，シーズンと地域両面からの「分散化」をもくろんだのである。

当時の日豪間の航空会社カンタス(QF)・日本航空(JL)はそれぞれ週 2−3 便という限られた座席供給量しかなく，運賃もかなり高めに終始していたので，ATC 日本支局と日本の旅行業各社は共同声明などを発し，両国の政府および関係諸機関に対し，日豪間の航空座席量増加を要請するなどを含めて，オーストラリアへのあたらしい旅行商品開発と同時に，航空会社への営業政策転換要求（＝増便と運賃引き下げ）までしたこともある。

この結果日本からの訪豪客数は 80 年代中期以降 5 年で 5 倍, 10 年で 10 倍という記録的な伸びを示し，多くの注目を集めることとなった。ATC，日本の旅行業，両国をつなぐ航空会社，という 3 つのステークホルダーが協働して生み出した，数の上では歴史上稀有なといえるほどの，観光マーケティングの成功例ということができるだろう。

しかしこの急激な成功は，同時にオーストラリアにおける観光関連業者などから相当な反発を招くことにもなった。それらの主なものは，①日本の旅行業関係者がもうけを独占している，②土産物店とキックバックによる癒着関係が目に余る，③オーストラリア人観光ガイドが排除されている，④日本の航空会社で飛来し，日系ホテルに泊まり，日本食を食べ，日系ランドオペレーターがすべて仕切っていて，オーストラリアの観光業には何のメリットもない（＝Vertical Integration)，⑤日系旅行業者は値引き要求が激しく，オーストラリアのホテルなどは商売メリットが見いだせない，などなど。

94 年には在日 ATC 局長が「あまり激しい値引き交渉はご勘弁を」という要請を，日本の旅行業各社に呼びかけたこともあった。さらにクイーンズランド州においては上記のような声に押され，日系ランドオペレーターに対する規制の議論が話題にもなったりした。

80 年代といえばオーストラリアは白豪主義から脱して間もなくであり，当時 1700 万人の人口だったこの国の東海岸地区，なかんずくシドニーやゴールドコースト，ケアンズに 50 万人の日本人が「突如」現れ始めたという事態に，現地の関係者たちが戸惑ったのも無理はない。

とくに 90 年前後 QF が日本各地からの航空便ゲートウェイを，人口わずか 7 万人のケアンズに集中させて運航の効率化を図ったので，小さな町に日本人観光客の姿があふれた。「安・近・短」オーストラリアの乱売合戦が日本の大手旅行会社によって引き起こされた結果である。5 日間・7 万円台のケアンズ旅行が，さながらオーストラリアの代表商品でもあるかの如く売られ，粗製乱売を絵に描いたようなありさまとなって，結局は急激な消費者離れを招く結果となった。

この背景には，入国者数増だけを重視した ATC の対日観光政策，急増させた便数をなんとか埋めようとした航空会社の販売政策，それに踊らされ薄利多売に狂奔した大手旅行会社の販売合戦が絡み合っている。「オーストラリアは売れども売れども儲からない」と，自業自得を日本の旅行業界の皆が嘆いた時代だった。

つまりオーストラリアは，自らが持つ広大で奥深い全土の観光要素を日本市場に十分訴求しきれないまま，販売政策をケアンズ，ゴールドコースト，シドニーなどの東海岸にのみに集中させてしまったため，せっかく盛り上げてきた日本における人気をみすみす失っ

てしまうという失敗を犯したのである。

2. 交通機関・航空会社が果たすべき役割

このような現象を助長した原因の大きな部分は，当時のオーストラリア国内便航空会社の存在に負うところも忘れてはならない。日本からオーストラリア東海岸地域に QF・JL が低価格で多くの日本人を運んだが，その先の豪大陸各地へはアンセット航空（AN）とトランスオーストラリア航空（TA）の 2 社がほぼ独占路線を敷いていた。豪政府が定めた“Two Airlines Policy”である。2 社はすべての国内便を政府の保護のもとで，同価格同便数によって運航しており，まったく競争の余地がなかった。欧州や米国にみられたような「広域同一運賃制度」もなく，国際運賃との連携における運賃の割引要求にも一切応じなかった。2 社は「我々の顧客の 85％はオーストラリア人たちの国内需要によっているから，15％しかない国際旅客に運賃面で譲歩するわけにはいかない」と公言していたのである（この論理は何やら JR グループの稼ぎ頭である JR 東海の，新しいインバウンド用全国共通 JR 大幅割引パス導入に反対している姿とそっくりである）。

したがって日本からの旅行代金は，東海岸地域のみならハワイ並みに安いものの，そこから一歩大陸内に旅程が含まれたとたん，旅行代金は極端なまでに跳ね上がってしまうという現象を招き，オーストラリア旅行の多様な魅力を訴求しようにも，なかなか思うようにはいかなかった。

そうこうするうちに，単調なケアンズやゴールドコースト滞在型の大量廉価版オーストラリア旅行は次第に日本市場において魅力を失い，96 年の 83 万人をピークに以後訪豪日本人は漸減傾向をたどったまま今日に至っている。

94 年に ATC が立てた 2000 年度の目標は，94 年度全体で 260 万人のインバウンドを 680 万人に，同じく 62 万人の日本人を 180 万人に，という相当強気なものだったがいずれも遠く及ばなかった。

しかしながらこのわずか 20 年あまりほどで状況は変わり，2016 年の実績見通しではインバウンド合計が 780 万人。残念ながら日本からオーストラリアへのそれは，年間 38 万人にまで下がってしまっている。この間になんと，当時は見向かれもしなかった中国からの訪豪観光客が急増し，目下年間 114 万人にも達する驚くべき勢いである。

3. 日本人が行った「爆買い」

さてここでひとつ付け加えておくべきは，60 年代末から 80 年代初頭にかけての日本のアウトバウンドに見られた特異な現象について。

当時日本の男性諸氏が団体で東南アジア，なかんずくフィリピン，タイ，韓国などへ出かける動きが目立っていた。バスを何台も連ね，時には航空機をチャーターしてまでであ

る。これが各方面に悪名高かった「日本人の買春ツアー」だ。日本では 1958 年に売春防止法が発効し，国内におけるそのような行為が不可能となった。それなら手っ取り早く皆で揃ってアジアへ行こう，という気分が横溢し，航空会社もその航空代理店も「せーの」とばかり稼ぎに精出す始末となったのである。

それがあまりに大っぴらだというので，フィリピンでは国会で弾劾されるという事態にまでなったし，韓国の空港ではソウルの女子大生の抗議デモに見舞われるなど，かれらは国際的顰蹙を買いつづけた。いうなれば売春の「爆買い時代」である。

当時の運輸省（現国交省）から日本旅行業協会（JATA）を通じ，何度となく「海外旅行業務適正化勧告」が出されたが，ほとんど効き目がなかった。日本の航空会社・旅行会社にとっては，こうしたツアーが当時における稼ぎ頭だったから当然といえば当然。若者や女性たちの海外旅行がブームとなるのはこの後の 80 年代以降である。

最近の何年か，特に中国からの観光客に対して，日本のマスコミなどが「爆買い」などと揶揄し，かれらのショッピングブームをからかったりしていたが，上記日本の爆買いに比べればありがたくこそあれ，それをとやかく言うなど僭越極まりないことである。

また日本からのツアーを東南アジア各地で受けたインバウンドオペレーターは，現地地上費を全額無料で，日本の旅行会社から手配を受けるという例も多くみられていた。もちろんそのコストは，客を囲い込んで毎日お土産物屋何軒にも引き回し，あるいは上記の買春をあっせんするなど，そこからのコミッションやキックバックによって賄われていたのである。

上記のような日本からの団体旅行を総称して「ノーキョーさん」などという蔑称がマスコミによってもてはやされもした。商店会や企業のインセンティブ旅行，各種団体などがお構いなくノーキョーさんとされてしまったから，まじめな農協関係者はさぞ悔しい思いだったに違いない。お手軽なレッテル張りは世界共通のマスコミ手法であろう。

このような前例は，いまの日本で起こっているインバウンドに関する議論と瓜ふたつである。また世界各地における事例を見るにつけ「先進国」への「発展途上国」からの観光客は，どうやら感情的反発を招きやすいということが言えそうである。この逆のケースはそういった反発は表に出にくい。もしいま日本に欧米からの観光客が韓国・中国なみに増加してきたとしたら，日本のマスコミなどは爆買いという表現にみられるような，やや上から目線の揶揄・やっかみニュアンスの報道は行えないに違いない。

4. 6000 万人時代に向けての首都圏空港システム整備

欧米から見た日本は「極東」にあり，ユーラシア大陸からも離れている。この地理的特徴が日本の国際観光上では有利な点にもなっているが，アジア諸国からも含めて大半のインバウンドは航空機によって運ばれなければならない。したがって上記の目標を達成するためには，「24 時間受け入れ可能な首都圏基幹ハブ空港システム」が絶対不可欠になること

は論を待たない。この基幹＝国際・国内ハブ空港がうまく機能すると，日本各地 90 か所を超える目下閑古鳥が鳴きっぱなしの地方空港も，息を吹き返すことになるだろう。

では具体的にどうしたらいいのか。

一説には国交省内部で 80 年代末からささやかれてきたという，「リニアによる成田・羽田一体化案」を具体化するべき時が来ている。これは両空港をリニア鉄道 7 分で結び，それぞれを第 1・第 2 ターミナル化し，24 時間営業の国際空港を実現するという思い切った計画である。〈Tokyo international Airport＝Terminal 1・HND & Terminal 2・NRT〉といった具合だ。これが実現すれば東京は現行でも滑走路 7 本を備えた，世界でも第一級の巨大空港システムを構えることになる。しかも首都圏中心までわずか 15 分しかかからない。そして国内航空便網のみならず，合理的に新幹線をはじめとする地上交通機関ともつなげられれば，国内外に対する日本の交通網の利便性は飛躍的に高くなる。

こうすることにより今まで日本を飛び越え，韓国や香港，あるいは上海といった他国の基幹空港に持っていかれていた世界からの国際便を呼び戻せるほか，21 世紀に入ってその勢いを増しつつある LCC をも積極的に受け入れることが可能になる。世界の航空会社の趨勢は，ジャンボなどの巨大航空機による輸送より，中型機の便数を増やし旅客の利便性を向上させる方向が強くなってきた。とくにアジア諸国などから飛来する LCC の便数が多くなれば，それだけ現行の成田や羽田のキャパシティは逼迫することになるだろう。

さらに，世界中からの入国客が便利な首都圏空港に 1 日 24 時間，いつでも到着可能になれば，発地空港側の出発時間も選択が自由になる。航空便の自由競争を促すことで運賃の競争や多様化・差別化も相当加速されるであろう。もちろん国内・国際のハブとなった首都圏空港からは，常時日本国内 90 を超える地方空港へも自由にアクセスできる態勢が整う。コミューターなど小規模航空会社も一気にそのネットワークを拡大し，地上交通機関とその利便性を競うことになる。

現在日本の地方空港 25 か所もが，韓国仁川空港をハブとして世界とつながっている。先述のように「Japan passing」，日本を飛び越えてアジアや欧米をつないでいる諸国の航空会社も，待っていたとばかり日本の新基幹空港にやってくるであろう。中国という巨大市場の可能性については，ここであらためて言うまでもない。

目下南アルプスの下を長大なトンネルで通すという，リニア新幹線が各方面での反対にあっている。現時点における工事予算は 8 兆円だが，この完成時にはおそらく最低でも倍ほどの金額になっているに違いない。日本という国の巨大公共投資を見ると，例外なく「見積もりは最小に」，工事が始まってしまえば後は税金で何とでもなる，というパターンが繰り返されてきた。我々が何度となく経験してきたところだからよくわかる。東京―名古屋間の所要時間をわずか 30 分縮めるだけに，そんな巨大コストをかける必然性は全くない。国益上それだけの投資に対する確実なリターンは期待できないし，大半の日本国民もその実現にたいした期待は持っていないと思われる。

それに対し，さきの新首都圏ハブ空港システム計画に要するリニアの予算はざっと 2 兆

円。国際交流上も日本の国際化にも，あるいは経済的側面からみた日本全体へのメリット波及効果にも，もたらされる国益は半端ではない。さきの 8 兆円と比べ仮に倍の 4 兆円かかったとしても，どちらを優先させるべきか，議論の余地はないだろう。日本が開発したリニアの技術は，無理やり南アルプスに穴を開けたりすることに使わないで，先ずは上記に。同時にこれをショウケースとして諸外国への輸出を促進する。これこそがまっとうな国益にかなう方向である。

5. デスティネーション・マーケティング・フィー

現在のインバウンドによって，ざっと一人当たり 15 万円ほどの金額が日本にもたらされている。これが観光庁が目指すという 2030 年度 6000 万人レベルになると，年間に日本に落とされる金額はおよそ 10 兆円。さきのオーストラリアの例に見るまでもなく，人数や金額が先に来るとロクなことにはならないのではあるが，目下の世界経済の状況に鑑み，こうした金額に期待する部分は決して小さくはない。観光立国の「のろし」を掲げる際には，やはりこの点を避けるわけにはゆくまい。さらに日本の多くの産業分野は，今後の成長の伸びしろがそう大きくはない。それに比較してみれば，日本のインバウンドが経済面にもたらす可能性は格段に大きい。

何度も言うようではあるが，上記基幹空港がもたらす地方創生への貢献もまた破格になる可能性大である。今後各地の DMO（Destination Marketing/Management Organization）が，それぞれ魅力的で多彩な観光訴求を対外的に行う際，いままで述べてきたような空陸の交通利便性が整備されるようになると，その魅力を倍加させることが可能になる。

JNTO（日本政府観光局）も IR（Integrated Resort）カジノといった人工的まやかしとは比較にならない，きめ細かな全国的観光マーケティング計画を展開できるようになるだろう。日本はそれだけの自然や文化の宝を豊富に持っている。いまさらラスベガス，シンガポールやマカオなど，他にほとんど売り物がない国や地域の人工的観光誘致策を見習う必要など皆無と言っていい。むしろ観光面におけるジャパンブランドを，カジノの存在が傷つけてしまう恐れが無きにしもあらずだ。

あたらしい観光立国のマーケティング予算に関し，たとえば一人当たり 2000 円程度の「出国税＝観光マーケテイング・フィー」設定をぜひ実現させたい。1000 億円前後の，あるいはそれ以上の予算確保が可能になる。これはオーストラリアなど各国に先行事例がある。国が率先する観光立国戦略である以上，マーケティング予算の裏付けがなくては，効果的観光政策もイニシアティブも取りがたい。そうすることで確保した財源を，各地の DMO にある程度配分することも考えられるに違いない。仮に 2030 年，インバウンドが 6000 万人，日本からのアウトバウンドが 3000 万人になったとすると，この金額は 1800 億円にもなる。

我が国が本気で今後のあらたな観光立国に取り組もうとするなら，国策として現在の成

田空港使用料などを明確に「ツーリズムあるいはデスティネーション・マーケティング・フィー」に付け替える政策がとられるべきであろう。もちろん各地の地方空港においても同様である。そうなれば財源はほぼ恒久的になるし，各地の DMO による観光振興政策にも弾みがつくに違いない。

ちなみにオーストラリアの出国税（現在は Passenger movement charge と呼ぶ）は，一人当たり 60 オーストラリアドルもしている。さすがにこれは高すぎという批判の声も少なくないようだが，豪政府は出国税を 70 年代に導入，紆余曲折を経てこれをインバウンド・マーケティングにも大いに活用し，世界の主要観光市場における大掛かりな販促計画を実施してきた。

またカナダの BC 州では，ホテル宿泊客から宿泊代金の 1％を，はっきり「デスティネーション・マーケテイング・フィー」と明記して徴収している。日本各地の DMO にとっても，こうした先行事例はとられるべき重要な政策になるであろう。国を挙げてのこうした努力と財源・使用目的が透明化されることで，国民全体からの観光に対する理解も得やすくなるに違いない。

「掛け声ばかり」ではない，観光庁や国交省の責任と義務も一層明確になる。

6. 滞在時間と消費金額は比例する

今後の課題に関し，もういくつか挙げておきたい。

まずは外国人に向けての国内交通費を思い切って低価格にすること。彼らをより長期滞在へと誘導するためには，長期期間有効の鉄道や航空網のパスの導入が絶対不可欠である。今後は世界からの若い人たちも含め，いっそう個人による長期滞在が増えてくる。このセグメントに対し，1 か月，3 か月，6 か月といった長期移動パスの存在が，さらにその傾向を強くするための誘因になるだろう。たとえば全 JR 共通の 1 か月パスを 5 万円程度に設定し，3 か月なら 6 万円，6 か月なら 7 万円といった具合に，料金は破格的に逓減させて設定する。3 か月・6 か月という利用者はそれほど多くは期待できないから，これは 1 か月パス購入者をその先へと誘導するためのインセンティブである。もちろんパスの所有者は基本的にすべてスタンドバイ，指定席券は別途購入しなくてはならない。観光学の一般原理その 2，「滞在時間と消費金額は比例する」。このシステムによる波及効果は決して少なくない。

次に必要なものは，手ごろな価格による，快適で清潔な宿泊施設の充実である。必ずしも豪華である必要はない。日本の旅館やホテルの多くは，60 年代・70 年代の高度経済成長期に建てられたまま相当老朽化が激しい。さらにそれらに共通した悩みは後継者不足であり，新規投資意欲にも乏しく，居住性にも構造的にも現在の需要に応じきれないままといったところが少なくない。だが，われわれ日本人でさえ事前こうした旅館の見分けは難しい。いっぽうで今後は AirB&B やカウチサーフィンといった世界の潮流が，日本においても想像以上に強くなるだろう。

フランスにおけるホテルのランク付けを示すスターシステムはよく知られているが，日本でもやはり何らかの客観的指標があることが望ましい。ニュージーランドでは民間の自発的有志がホテルや観光諸施設に「Qualmark」というランク表示を発足させ，順次その加盟数を増やしてきた。これを政府観光局も積極的にバックアップ，年次表彰なども行いつつ市場への浸透を図ってきたが，こういったシステムにはスタート時からの全体への網かけは甚だ難しい。まず手を挙げるところから始めて，徐々に根強く参加を増やすべきかと思われる。

インバウンド振興策にもう一つ付け加えるべきは，全国にある多くの公的博物館・美術館への低価格共通入場パスの発行。例えばネットや JNTO，あるいは各地観光案内所，DMO のオフィスなどでこの制度と参加館一覧・その特徴などの PR を徹底する。インバウンド客に鉄道の空いた席を提供するのと同様，外国人観光客に敷居を低く開放することが，各地の歴史や文化をより深く理解してもらうための一助になるに違いない。べつにこれによる新規投資が必要になるわけではないが，展示品の説明パンフなど，数か国語の翻訳文が用意されるならそれに越したことはない。イヤホンによる移動可能なインタープリテーション・システムを有する施設は，内外においてすでに多くが見られている。

7. 分散化と多様化

ドイツには，よく知られているとおり，ロマンチック街道をはじめとするさまざまな愛称の街道が 100 以上設定されている。それぞれ地域の特徴やシーズンごとのウリをアピールしようとアイデアを競う。イタリアから発生したスローシティ運動，フランスから始まった「世界一美しい村」連合。いずれも各地域や小さな市町村が中心になって，暮らしやすい環境，子供やお年寄りにやさしい地域づくり，車社会とのすみわけ，美しい景観の創出，産業や食の独自性などを懸命にアピールしている。こうした継続的な運動が地域の誇りを高め，結果として観光客の満足度向上に大きく貢献することになった。

単に一過性の通りすがりではなく，そこに滞在していろいろな体験をしてみる。地域と能動的なかかわりを持つ観光の仕方。それがひいては地域の経済にも大きく寄与する結果につながる。なにも人工的ハコモノや，先に触れたカジノなどの怪しげな観光客誘致政策などとは全く無縁。あくまでそこの地域が持つ自然と文化で勝負しているのである。その集積が結果として，その国が持つ観光価値の奥行きを深め，国際的評価につながり，最終的には経済効果として各地域に恩恵をもたらす。このフィードバックループは逆回りであってはならない。

8. 日本が持つアドバンテージ

ともすると日本は，人口は多く，資源に乏しい小さな島国，という否定的な自己評価が

なされがちである。しかし北から南へ 3000 キロに及ぶ日本の国土には，他国に比べたらずっと恵まれた，あるいは豊かな資源にあふれている。まずは 3000 メートル級の山々，国土の 7 割近くを覆う森林，複雑な海岸線，海と島。春夏秋冬のはっきりした四季。ざっと 2 万 7000 か所にも達するかという温泉湧出。こう並べただけで，もはや対抗できる国の数はごくわずかになるだろう。加えて古い歴史と文化遺産，独特な食文化，さらに先進国としての産業文化。多くの人間であふれかえった国かと思いきや，実際には過疎化している町や村がほとんどだし，さらに変化にとんだ有人島が 430 もある。

わずか 150 年ほど前の江戸時代までさかのぼれば，日本には 270 もの藩があり，それぞれが「独自のお国自慢」を誇り，競っていた。それぞれが独立し変化にとんだ小王国だったのである。

明治維新以降，国の富国強兵政策により中央集権化が進むとともに，主要都市以外の各地は「遅れた，価値のないところ」という意識を強要されてきた。つまり東京を頂点とする一極集中ピラミッド社会の底辺と位置づけられてしまった「いなか」は，すべて上位を支える人材と諸資源の供給元，という地位に甘んじざるを得ず，また各地が持つ多彩な文化的価値も等閑視されがちな風潮がごく最近まで続いてきた。これは日本だけに見られる現象ではなく，多かれ少なかれ先進国諸国の多くに見られる現象である。

同時に，およそ半世紀先に産業革命を経験した欧米諸国に追いつき追い越すという富国強兵政策をとった日本においては，維新前の文化や思考，歴史的遺産までが「西欧文化に比べ劣ったもの」という風潮により，ないがしろにされっぱなしだったから，地域の人々の意識からはそこにあった誇りまでが失われることになってしまった。「ここにゃあ何にもないで」というセリフが今なお多くの地域から聞こえてくる。まさに強制された社会の垂直統合だった。これは戦後の富国経済政策にも引き継がれてきた。今後に向けてはこれを崩し，分散並列型社会に代えてゆかねばならない。地方創生とは実のところ「地方再創生」と呼ぶべきなのである。

したがって地方創生が声高に語られるようになった今，先ずなされるべきことは各地における「失われたお国自慢」の再発見である。自然，文化，歴史，人々の営み，食や産業。その再発見と磨きを「住民たち大人と子供が共有」し，さらに対外的に発信するという手順。このあたりの見事な一例が，真板昭夫の『地域の誇りで飯を食う』に明確に示されている。

こうした各地における地道な努力が積み重なることにより，日本の各地が持つ「光」は，どんどん輝きを増すとともに，外から訪れる人も，さらには定住者も増えてくるに違いない。人工的な箱モノや，一過性の流行現象に頼る手法では地域の輝きが増すことはなく，またその持続性も期待することができないであろう。

このような意味合いからすると，島根県海士町の「ないものはない」というキャッチフレーズ。一見開き直ったかのようなセリフは，ひっくりかえしてみれば「なんでもあるよ」というメッセージであり，はなはだウィットにとんだ面白い宣伝文句になっている。

「人が一人でも住んでいる以上，そこには必ず訪れる価値がある」と宮本常一は言った。観光価値というものは必ずしも名所旧跡にあるのではなく，そこに人が暮らす生活文化そのものにあるということを，よく理解したうえでの名文句かと思われる。

藻谷浩介の『里山資本主義』にも，日本各地が持っている豊富な自然資源や，そこから生まれる大きな可能性がたくさん紹介されている。

さらに日本が持つ強みには四季があり，これは同じ場所でも 4 通りに魅力が変化するということに他ならない。世界中でもこうした変化が魅力という国は，実のところそう多くはない。

最後に付け加えるべきは，日本の社会が安全だという事実。タクシーに安心して乗れる国，深夜に都会の一人歩きができる国，というのもまたそう多くはない。江戸時代以降一般大衆が武器を手にすることなく，鎖国というある種の閉鎖社会の中で「事を荒立てない」生活文化がはぐくまれてきた。

さらに「いくさ」のない江戸時代は，日本独自の文化的洗練と深化を，経済面から可能ならしめた。この点は強調してもしすぎることはあるまい。旅人を丁重にもてなす文化もまたここから生まれている。つまり実に「平和な社会」ということなのだが，これまた世界ではまれにしか見られない日本の特徴であり，観光立国を目指すうえでの一番の大切な基盤になっている。

どんなに強力な世界遺産があったとしても，平和のないところに一般の人が訪れる可能性はない。安心して旅行ができる国というのは，決して目立たないかもしれないが実は最大の強みである。SWOT 分析からすると日本には弱みもまた多い。しかしえてして弱みは強みに転換させてゆくことができる。世界情勢を見るにつけ，機会は多く，脅威は少ない。日本の観光立国を推進するうえで，世界情勢そのものが強い追い風となっている。

最近の世界的な好感度・人気度や，各国の観光評価ランキングで日本が急浮上してきた背景には，世界各地，なかんずく欧米の主要都市が政情不安になってきたという地盤沈下があるだろう。絶対評価もさることながら，相対的評価という面で日本がトクをしていることが大いにありそうだ。

9. 自然再生型エネルギー

今後中長期的に観光立国政策を遂行してゆくうえで，大きな障害となる可能性を持つものは原子力発電である。ドイツは日本のフクシマを見て以降，いちはやくそこからの離脱を宣言した。海に囲まれた日本が今後ともエネルギー政策をゲンパツに多く依存することは，社会の不安定要素を多く温存し，あらたな自然再生型エネルギーの導入による新しい産業を育てる意欲と可能性をも阻害する。

日本各地に 54 基もある原発は，もちろん地域の観光産業とも決して共生しないばかりか，いつ爆ぜるともしれない時限爆弾を抱えるに似た不安にさらされ続けねばならない。原発

稼働停止によるエネルギー不足や電気料金の高騰化などがいまだに喧伝され続けているが，2011 年の原発停止以降今日までほとんど電力不足は起きていない。それどころか，最近発表されたフクシマの原発廃炉と補償費用だけでも 21.5 兆円などという金額を見ると，安全と低価格などどこにもないということがよくわかる。これだけで日本の全国民一人当たり 20 万円もの負担にまでなっているほか，使用済み核燃料の処理その他に一体どれほどのコストがかかるのか見当もつかないありさまだ。フクシマを過去の出来事として忘れようとする風潮が見られてもいるが，日本の原子力発電・核燃料問題解決にとってフクシマは，その根本的解決への悲劇的出発点であるに過ぎない。

かつて日本は 70 年代に強烈なオイルショックに見舞われた。原油価格がいきなり何倍にも高騰，銀座の灯りまでが消えた。国民全体が節電に励み，未曽有の危機をしっかり乗り越えてきた経験を持っている。そうした努力が 80 年代の飛躍的経済成長を可能にもした。それに比べれば脱原発への切り替えなど，まったくどうということはない。さらにそれによる新しい諸産業が起こるであろう可能性を見ると，ゲンパツからの離脱は早ければ早いほどいい。

東北の復興と福島原発の汚染・核廃棄物の処理など，まったく見通しも立たないうちにわが日本の政治家や国民はオリンピック招致に狂奔している。これは大震災の際に，世界中から寄せられた善意に対する大きな裏切りではないか。さらにゲンパツの輸出にまで前のめりの首相。それを支持する経済界と大半の日本人。ここには国の品格も，人としての品位のかけらも見ることができない。いつから日本はこんな情けない状態になり下がってしまったのだろう。

ガンディーはいみじくも言った。“There is enough for everybody’s need but not enough for everybody’s greed”（ここにはすべての人に必要なものが十分ある。しかし，すべての人の強欲を満たせるものはない）と。

「国の中に奢侈と過度の文明化があるのは亡国の確かな前兆である。なぜならすべての個人が自分自身の利に汲々として，全体の幸福に背を向けるからである」。これは現代のわれわれに対する警告のように聞こえる。いろいろなところに引用させてもらっているが，17 世紀フランス貴族ラ・ロシュフコーの箴言集（岩波文庫）から。

一方で佐藤嘉幸・田口卓臣の『脱原発の哲学』，ジェレミー・リフキン『限界費用ゼロ社会』など最近の優れた著作に，自然再生型エネルギー社会への世界的大きな潮流が，とてもわかりやすく明快に語られている。ドイツはいち早くそうした方向に舵を切った。日本における自然再生型エネルギーの可能性もまた限りなく大きい。これは単なる動力エネルギーの問題ではなく，今後の新しい観光立国政策と大きな関連を持っている。

地方創生と観光政策，各地の観光関連産業や DMO にとっても，ゲンパツ問題は決して避けて通ることができる問題ではない。すべての尻拭いは税金でという「産・政・官によるゲンパツ複合体」の既得権擁護体制。かれらは決して責任の所在を明らかにはしないし，もちろん責任を取ることもない。ゲンパツが廃止されれば彼らは大損を被るから，何とし

てでもこれを存続させようと必死である。そのための情宣費にも事欠かない。こんなバカげた制度は一刻も早く破棄されなくてはならないのである。

むすびにかえて

以上，現時点におけるいくつかの観光政策提言と基本的考え方について述べた。

繰り返しにはなるが，観光庁の 2030 年目標から逆算していろいろ考えてみると，あらためて首都圏の巨大空港システムの重要性が浮かび上がってくる。内外とのハブとなるべき基幹空港の根本的解決抜きには，日本各地の振興努力もインバウンドの面からは十分に報いられるとは言い難い。空港問題という物理的側面からの，肝心な目標達成に向けたボトルネック解消のため，国家的政策として今すぐこれに着手しても間に合うかどうか。冒頭オーストラリアの例でも述べたが，観光マーケティングにおいては，ツーリストを送り出す国・地域と，受け入れ側双方の努力に加え，両地域を結ぶ交通機関の潤沢な供給が絶対に不可欠である。

再度言うが，6000 万人インバウンドと 3000 万人（できることなら 4000 万人）アウトバウンドが2030年メドに動くとすると，羽田･成田の空港キャパは現在の3倍が必要になる。これを受け入れるに十分な首都圏ハブ空港システムが稼働してこそ，札幌，仙台，名古屋，大阪，福岡，那覇などの準ハブ空港をはじめ，多くの地方空港もようやくその機能を十分発揮することになるだろう。

さらに，2030 年までには「日米地位協定」も解消され，東京の空を半分以上占領して日本の航空機が飛べなくなっている「米軍用〈横田ラプコン＝Radio approach control〉制空圏」など撤廃されている可能性が強い。そうなれば，冒頭今はなきオーストラリア国内便 AN・TA の例を紹介したが，日本の空も JL・AN による既得寡占状態が消え，国内版 LCC やコミューターがどんどん新たなネットワークを広げることができる。

さらにトランプ新大統領が，あるいはどこかの時点でアメリカが，日本から米軍を引きあげると同時に，日米地位協定と安保条約も撤廃してくれると，日本の観光はずっと視界良好になる。日本が戦後 72 年たった今もなお米国の属国状態にあると同時に，沖縄はそれ以上はるかに過酷な，米日両国への両属状態を強制されてきた。オキナワとフクシマ。このふたつを抜きに「独立国日本の未来」を語ることはできない。観光にあっても同様である。

日本人の大半は，日本が独立国であるという大きな誤解をしている。実は「日米地位協定」は日本国憲法よりずっと上位にあり，最高裁といえどもこの協定に抵触する諸問題には手が出せない。日本がまだアメリカのれっきとした属国であるという現実は，先のラプコンや沖縄における諸問題を見ればすぐわかる。めでたい日本人は，沖縄の問題を日本の問題ではないと勘違いしたまま戦後 72 年を過ごしてきた。前泊盛博の『日米地位協定入門』は，今こそ日本全国民が手に取ってみるべき，すぐれた解説書になっている。

日本人が持つにこやかなもてなしと，丁寧な応接はかねてから評判が高い。装置と制度。ハードとソフト。この両面を意識しつつ各地の「光」を発見・強化すること。平和な社会を維持すること。こうした事柄を意識しつつ根気よく，楽しみつつ，地域の人たちが協力し合うこと。日本各地の「ひかり」をいっそう輝かせる内発的努力抜きに，地域創生という国の掛け声に頼っていたのでは，何も生み出すことができない。

北大観光学あるいは観光創造が目指すべき分野はここにある。地方創生，都市計画，世界遺産，歴史の光と影，暮らしや文化，さまざまな SIT（Special Interest Tourism）分野，民俗，国際交流・NPO・発展途上国支援などの諸活動，スポーツ，そのほか研究テーマは無数にある。しかしそれぞれが目指す最終着地点は Tourism for Peace につながっていなくてはならない。

なお当稿で何度か触れた観光学の一般原理というのは，現時点における私の思い付きにすぎない。今後の各研究分野あるいは様々な現場での観光創造活動を通じ，さらに多くの原理が唱えられ，洗練され，精査されることが望ましい。自然科学でいうところのプリンキピアとは趣が異なる。だが今後の北大観光学において，こういった諸原理の見極めも，また挑戦するに値するところかと思われる。

最後に，観光学の一般原理その 3.として「異文化への理解と寛容が観光の前提である」を付け加えておきたい。ここでは紙数の制約からあえて何も触れなかったが，インバウンドと同様アウトバウンドもまた日本の重要課題である。交流というのは一方通行あってはならないし，またそうであっては長続きしない。インもアウトも含めた真の国際交流教育が，小学校のレベルからしっかり語られることもまた極めて重要である。

文　献

アレクシエーヴィチ，S.
　2011 『チェルノブイリの祈り』松本妙子訳，岩波現代文庫。
ビッカートン，I.
　2015 『勝者なき戦争: 世界戦争の 200 年』高田馨里訳，大月書店。
クック，S.
　2011 『原子力　その隠蔽された正体』藤井留美訳，飛鳥新社。
ファインスタイン，A
　2015 『武器ビジネス（上）・（下）』村上和久訳，原書房。
フロムキン，D.
　2004 『平和を破滅させた和平』平野勇夫・椋田直子・畑長年訳，紀伊国屋書店。
石森秀三ほか
　2002 『国家的課題としての観光』日本経済調査協議会。

石森秀三ほか
　2005 『文明の磁力としての観光』日本経済研究センター。
石森秀三ほか
　2006 『観光立国の戦略と課題』日本経済研究センター。
石森秀三・佐藤誠・吉田順一
　2008 『観光立国への挑戦』日本経済新聞・連載（2008.7.21－9.5）。
ソウルゼンバーグ，W.
　2014 『捕食者なき世界』野中香方子訳，文春文庫。
海津ゆりえ
　2007 『日本エコツアー・ガイドブック』岩波書店。
加藤典洋
　2015 『戦後入門』ちくま新書。
加藤秀俊
　2015 『メディアの展開―情報社会学からみた「近代」』中央公論社。
カー，A.
　2002 『犬と鬼―知られざる日本の肖像』講談社。
小林天心
　2008 『ツーリズムの新しい諸相』紅有社。
　2011 『旅行企画のつくりかた』紅有社。
　2011 『国際観光誘致のしかた』紅有社。
広瀬敏通
　2014 『災害を生き抜く：災害大国ニッポンの未来をつくる』みくに出版。
レオポルド，A
　1997 『野生のうたが聞こえる』新島義昭訳，講談社学術文庫。
マクミラン，M
　2007 『ピースメイカーズ－1919 年パリ談話会議の群像』稲村美貴子訳，芙蓉書房出版。
前泊盛博・明田川融・石山永一郎・矢部宏治
　2013 『本当は憲法より大切な「日米地位協定入門」』創元社。
真板昭夫
　2016 『地域の誇りで飯を食う！』旬報社。
松井やより
　1993 『アジアの観光開発と日本』草風館。
松島泰勝
　2014 『琉球独立論』バジリコ。
藻谷浩介・NHK 広島取材班
　2013 『里山資本主義 日本経済は「安心の原理」で動く』角川書店。

宗田好史
2012 『なぜイタリアの村は美しく元気なのか: 市民のスロー志向に応えた農村の選択』学芸出版社。
ナッシュ，R.
2015 『原生自然とアメリカ人の精神』松野弘訳，ミネルヴァ書房。
オレスケス，N. ／コンウェイ，E.
2011 『世界を騙し続ける科学者たち（上）（下)』福岡洋一訳，楽工社。
佐野眞一
1996 『旅する巨人―宮本常一と渋沢敬三』文藝春秋社。
佐藤嘉幸・田口卓臣
2015 『脱原発の哲学』人文書院。
リフキン，J.
2015 『限界費用ゼロ社会―＜モノのインターネット＞と共有型経済の台頭』柴田裕之訳，NHK 出版。
島村奈津
2013 『スローシティ 世界の均質化と闘うイタリアの小さな町』光文社文庫。
白井聡
2013 『永続敗戦論―戦後日本の核心』太田出版。
孫崎享
2012 『戦後史の正体』創元社。
高木仁三郎
2012 『科学の原理と人間の原理―人間が天の火を盗んだ その火の近くに生命はない』方丈堂出版。
富山和子
2005 『日本の風景を読む』NTT 出版。

真の観光立国を目指す

～観光産業を地域振興へ活かす為には～

山田 桂一郎
北海道大学観光学高等研究センター 客員教授

1．日本の観光立国化

2003 年に小泉内閣が日本の観光立国化を宣言した後，2008 年には国土交通省の外局として観光庁が発足し，観光産業を国の主要産業とするために政府が中心となり多くの政策，施策が打ち出されてきた。その結果，特に訪日外国人旅行者数は順調に伸び続け，2016 年には政府が目標としていた年間 2,000 万人を突破し，新たな目標として 2020 年に 4,000 万人，2030 年には 6,000 万人を目指すことが「明日の日本を支える観光ビジョン」で示された。今やメディアによる外国人旅行者関連のニュースや番組等が連日当たり前のように流れ，旅行業界用語であった「インバウンド」という言葉も世間に定着するまでになっている。

また，地方でも地域振興の切り札として観光を基軸とした経済活性化の取り組みが増えている。農林漁業体験やエコツアーのように地方の強みを活かした着地型観光商品と言われる体験型のプログラムやツアーも日本各地で催行されるようになり，これまで決して有名ではなかった遠隔地や離島でも旅行者や観光客を受け入れるための環境も整備されつつある。

しかし一方では，地方の旅館や民宿，商店街等の多くは訪日外国人旅行者の恩恵をほとんど受けることもなく，落ち込んでいた事業を好転させることが出来ずに低迷しているところが少なくない。また，地方での観光振興の中身を見ると，掛け声が大きい割に実際には何も事業化が進んでいない地域も多く存在する。観光関連の事業や活動を何もしていないわけではないのだが，残念ながら従来通りの効果測定の出来ない宣伝や広報を繰り返すだけで実体経済としての効果をあげることはほとんど出来ていない。実際のところ，観光産業はそれぞれの地域単位で多様な事業者が連携し，マーケティングや顧客満足度の推進などの地域経営努力をすることでしか成功することはない。国策として進めているインバウンド関連の大きな政策や施策も必要だが，それだけでは地方経済まで効果を波及させることは極めて難しい。

今後，訪日外国人旅行者が集中している都市部やゴールデンルート上にある特定観光地域から他の地域へもお客様の流れが出来ることも重要であるが，低迷する日本人の国内旅行市場や海外旅行市場にも歯止めをかけなくてはならない。そして，日本の隅々にまで経

済的な効果が表れ，国民がその恩恵に対して実感を持てるようになることが無ければ，日本を観光立国と呼ぶには時期尚早と言えるだろう。だからこそ，これまで以上に観光産業が他産業との連携の中で外貨獲得＋キャッシュフローを加速化させることで実体経済へと繋ぎ，国や地域の経済的発展が推進されるような総合産業化とブランド化を目指さなければならないと考える。

2. 欧州の観光先進国と日本の現状

ところで，欧州の観光先進地と言われるスイス，フランス，イタリアが観光産業を中心としたサービス産業を重要視するのは何故なのだろうか。それは主に産業的な発展が高度な雇用の増加と地域経済の活性化に直結しているからである。宿泊，飲食，お土産，ガイド等，観光に関連する事業は，売上や利益が増加すると共に現場が忙しくなれば，比例するようにその対応のために人手も増やすことになる。増収増益になるほど設備投資を増やすことで機械化に拍車を掛け，人員を増やさない傾向になる製造業とは大きな違いである。数字だけを見れば，人口が減少する中で機械やロボットによる生産が増加するほど名目上は一人当たりの生産性が上ることで活性化したような錯覚を受けてしまうことにも注意したい。実際，地方の産業振興や雇用の場づくりと言えば工場誘致が中心であったが，人件費が安い新興国や中進国のキャッチアップと価格競争の中では，これまでの日本の経済成長と雇用を支えてきた輸出型の製造業だけに頼る産業構造では限界がある。先程の欧州三国は同じものづくりでも日本が得意としてきた機械化による大量生産で安さを売りにしてきたこととは逆張りをするように，職人技による少量生産で付加価値の高い製品化や商品化を中心としてきた。例えば，洋服や靴，バッグ，アクセサリー小物類から時計等，日本人にも馴染みの有名ブランドが多数あるが，これらの二次産業の製品や商品だけでなく，ワインやチーズ，パスタ，チョコレート等の一次産業が基本となる食品や商品，そして，保険・金融商品，観光等の三次産業が提供する高付加価値なサービスまで数えればキリがないほど多様な商品，サービスがあり，国をあげて全産業が質を高めながら総合力を発揮して国内外で稼いでいることがわかる。

その証拠に，あまり知られていないのが輸出大国日本に対して，これら欧州三国との貿易収支はいつも日本が赤字を帰している。また，海外へ輸出するための製品や商品もあるが，現地やその国に赴かなければ食することや入手することも経験することも出来ないモノが数多く存在し，希少価値の高さを売りにしていることも重要なポイントとなっている。お客様からすれば，明確な理由や目的が無ければ旅先や消費行動の決め手にはならず，地方で外貨獲得と言う観光産業は成り立たない。しかも，地方の地場産品などは事業者が地元から素材を調達する割合が必然的に高くなることで地域内のモノとお金の循環が良くなり，売れるほどに地域の景気に好影響を与え，税収が増えることにも繋がっている。

観光先進地と比べると日本の観光地では全く逆のことが起きていることが多い。どこに

行っても大量生産され安さを売りにしているモノが悪目立ちしている。特に全国各地でよく見かける土産品のほとんどはパッケージの地名が違うだけで内容は同じ，もちろん地元で生産されているわけでもなく，ほとんどが地域外から仕入れたものである。また，飲食店は地方都市ほど駅前から主要道路にまでチェーン店ばかりが立ち並び，地元の飲食店であったとしても大都市に近いほど仕入れ，流通の良さが仇となり，食材や原材料等のほとんどが外部調達されている。これでは地域内のキャッシュフローが高くなる機会はほとんどなく，実体経済としての活性化が起きることもない。このような状況では地方にどれだけ旅行者が増えたとしても，落ちたお金が外へ出て行く一方となり地域経済は疲弊していくだけである。そもそも，どこにでもある商品やサービスしかなければ，旅行者がその地を絶対的な目的とすることはあり得ない。同じモノならば，安い方，近い方にしか旅行者が流れないのは当然と言えよう。

3. 観光産業による地域振興にとって重要なことは

今後の観光産業を発展させるカギは，観光産業以外の事業者やこれまで観光とは全く無縁だった住民が握っている。観光産業だけではないが，どの様な産業であったとしても特定産業に特化した政策や施策ほど，他の産業事業者にとっては関係がないと考え，自分ゴトにはならない。一見，自分たちから近い観光関連の関係者だけを集めて活動することは簡単で容易に見えるが，実は地域全体の動きにはなりにくい。逆に，自分たちとはあまり関係がない，縁が遠い人たちを中心にして活動する方が遠回りのようで結果的に近道になる。そのためには多くの人たちが納得出来る目的が必要だ。どの様な職業，立場であったとしても地域住民であるという共通点がある。私がいつも提唱しているのは，最終的には「住民の幸せと社会の豊かさ」を目指すための活動にすることだ。そうでなければ地域の全体的な動きには決して繋がらないからだ。

これまで私がサポートしてきた地域の一つ北海道弟子屈（てしかが）町には，「てしかがえこまち推進協議会（以下，協議会)」という観光と農業を基軸にした地域経営を実践している公の組織がある。住民ならば誰でも参加することが出来る協議会の目的は「誰もが自慢し，誰もが誇れるまち」を住民主体でつくりあげることで，決して観光地域づくりだけを目指しているわけではない。実際，観光事業者以外に農業，商業，主婦，子ども達等の多様な参加者で協議会は構成されている。８つのテーマ（食文化，情報，人財育成，エコツーリズム推進，女性，温泉環境，アート＆アド，ユニバーサルデザイン）に分かれた分科会が実行部隊となり，地域の地場産品の開発，着地型観光商品の企画，ポータルサイトの運営による情報収集と発信，人材育成等を行っている。これまでは観光協会や商工会，農協，役場等が似たような事業（例えば，ご当地グルメ開発）を別々に同時進行させることも多かったが，これら ８ つの部会活動が町内で全く関係なくそれぞれ行われていた事業を横串にしたことでダブリやモレがなくなり，限られた人材や資源を有効に活用することで

無駄も少なくなった。

また，協議会では弟子屈産にこだわる商品化，サービス化に関しては，「地消地産型商品（従来の地産地消でなく，当地でなければならない理由と目的を備え，高付加価値，高利益で地域内のキャッシュフローを加速的に回す力のある上質な商品やサービス）」であることを徹底している。また，彼らの活動の中から住民と事業者が出資して立ち上げた着地型旅行会社「㈱ツーリズムてしかが」では，「摩周・屈斜路雲海ツアー」や「摩周霧氷ツアー」，大ヒットして定番化した「摩周湖星紀行」等，弟子屈町ならではのツアー商品を中心として売上を伸ばしている。住民や事業者が主体的に地域全体のマネージメントに関わり，ブランディングを前提にした総合的なマーケティングを進める中で，観光産業に取り組もうとする地域が増えることがなければ，「外貨獲得による経済活性化」と言う力を発揮させることで自立と持続可能性を高める地域も増えることはない。

4. 地方だからこそ出来ること

訪日外国人旅行者を地方へ呼び込むにしても，地域に世界遺産や有名な名所旧跡が無いからと言って諦める必要は無い。逆に，都市部やゴールデンルート以外の地方だからこそ出来ることもある。その事例の筆頭に挙げたいのが，私の弟分とも言える山田拓氏が「クールな田舎をプロデュースすること」を目的に飛騨市古川で立ち上げた「㈱美ら地球」の活動である。地方ならばどこにでも存在する里山とまち並み，古民家をフィールドにした様々な体験ツアーは，「SATOYAMA EXPERIENCE」として売り出しているが，その中でもサイクリングツアーは欧米からの個人客を中心に人気を集めている。ガイド付きで里山を巡りながらの地元民との交流は，外国人にとってリアル＆オーセンティックジャパンそのものと言える異文化体験となっている。現在，トリップアドバイザーからも国内の体験事業者の中で最高評価を維持しており，飛騨市をフィールドにしていることを考えると，新幹線や空港，高速道路と言った高速交通網とほとんど関係の無い地方でもマーケティング力でインバウンドビジネスが成功することが実証された。この実例からも他の地域が資源の有無や公共交通の不便さを言い訳にすることは出来ない。そして，彼らも地域のまちづくり協議会に参加しながら，住民や行政と連携し，地域全体を発展させることを第一目的として進めている。弟子屈町，飛騨市古川の事例が共通しているのは，観光関連事業者でなく，多様な産業事業者や住民の参画があり，また，行政との関係性もお互いの求める成果や結果に整合性を見出していることである。それは，地域内のあらゆる主体が何のために観光振興に取り組むのかを理解していることが前提となる。過疎の町や離島だからと言え，必ずしも住民全てが旅行者に来て欲しいと願ってはいない。地域の将来に期待出来ず，中にはこのまま町が無くなっても良いと考える人もいるぐらいだ。圧倒的多数の住民は本当に生活が困窮するような状況になるか，地域が抱えている問題や課題を真面目に捉えてどうにかしなければと思わない限り，自主的に地域振興や活性化に関わろうとはしな

い。もちろん，住民の多くは漠然と景気の悪さや社会への不安を感じているのだが，自分の住んでいる地域が実際はどのような状況にあるのか，将来はどうなってしまうのか，具体的にイメージ出来ている訳ではない。近年の人口減少，少子化，高齢化などの問題も理解出来るように分かり易くデータを示し，住民が少しでも現状や将来起き得ることを理解しなければ危機感を持つことは出来ない。メディアからの一方的な情報で勝手な思い込みや錯覚による誤解は少なくない中で，住民が事実をしっかりと捉えて理解することが必要不可欠だ。このまま人口減少が続くと，就業者と共に消費額，税収も減ってしまい，それによって医療や福祉，教育などの住民生活に影響が出てしまう事をもっと認識すべきなのである。その上で観光産業を経済活性化に取り組むことでどのような利点があるのかを住民が自覚し，覚悟を持って少しでも動き出すことが出来れば地域全体が良い方向へ動くための大きな一歩になる。観光だけではないが，あらゆる地域振興策は一人でも多くの地域住民の理解と努力が無ければ途中で瓦解する。下手をすると失敗により取り組む前よりもダメージが大きくなる可能性が高い。まずは一人ひとりが強い危機感と共にそれぞれが役割を果たし，同時に仲間と楽しみながら続けることが出来れば，観光による地域振興の成功確率が格段に向上することは間違いない。

5. 最後に

今後，真の観光立国を目指す上で最も重要なことは，日本が観光立国化することで達成しなければならない成果だけでなく，最終的な目的とは何かである。そのためには，日本が目指している観光立国としての姿をより明確なビジョンとして世界へ示すことが必要である。これまでの政府が掲げる目標値や取り組みを否定しているわけではないが，訪日外国人旅行者数や入込み客数等の目標値を達成することだけが目的化してしまっているようにも見える。また，国だけでなく全ての地域にも明確なビジョンが必要であり，住民が主体的に地域全体の方向性や戦略を構築することが肝心である。各地域がそれぞれのビジョンを目的とした活動が推進され，全国的に広がることが観光立国の土台となることは間違いない。

今，真の観光立国になるということはどういうことなのか。そして，観光立国化することで日本の経済や社会，国民の幸せにどのように繋げて行くのかを政府だけに任せるのではなく，我々自身も真剣に考え，実行しなければならない。真の観光立国の実現は国民一人ひとりの自覚と行動にかかっているのだ。

美しい景観の保全と観光利用

～白川郷，丘のまち美瑛，竹富島から学ぶべきこと～

麻生 美希
九州大学人間環境学研究院 講師

1．景観の美しさを成立させている地域の存在

岐阜県白川村，北海道美瑛町，沖縄県竹富島。これらの地域の景観は多くの人を魅了しており，観光地としての知名度も高く，観光による地域振興の成功事例として語られることが多いだろう。しかし，私が，これらの地域で景観保全を遂行するための調査研究や計画策定に携わる中で見てきたものは，文化財としての価値や美しい景観を維持するための想像を超える苦労や，観光振興を進めつつも観光によって発生する問題に頭を抱える姿である。白川村では「白川郷荻町集落の自然環境を守る会」の会合が月 1 回必ず開催され，住民自らが景観に影響を及ぼす建築行為等の申請を 1 件ずつ協議することを 40 年以上行っている（協議された申請は 2,300 件を超える）。申請者の理解が得られない場合は，説得に何度も足を運ぶ。そういった地道で生々しい活動で集落景観が維持されていることはほとんど知られてない。美瑛町の景観は，一面森林だった場所を 126 年前に開拓民が伐り開きはじめ，決して農地に適しているとは言えない波状丘陵という地形で，農家が傾斜と戦いながら営農していることにより成り立っている。しかし多くの観光客はそれを「自然」と捉え，漠然と美しさを享受するにとどまる。そして写真を撮るため農地に侵入する人が後を絶たない。

日常から解放され，楽しい思い出を作りたいと思っている観光客を責めても仕方がないが，我々が楽しむことができる景観の美しさは，あたりまえに存在するものでは決してなく，そこに暮らしている人々の営みや地域コミュニティが悩みながらも活動していることによって成立しているものであることは忘れてはならない。

2．世界遺産制度では美しい景観はまもれない

その中でも，白川郷の合掌造り集落は世界文化遺産に登録されている。「一国にとどまらず人類全体にとって，貴重なかけがえのない財産」として「その一部でも損壊や滅失によって失われることになれば，世界のすべての人々にとって遺産が損なわれる」ものとして保護されるのである（UNESCO 2005：2）。だが，世界遺産の制度では，登録後は遺産の状況をモニタリングし，適切な保護施策がとられていない場合は危機遺産リストに登録するなどの対応がとられるが，実質的に遺産をまもってくれる制度ではない。それぞれの遺

産が有する「顕著な普遍的価値」を人類みんなで享受はするが，その価値の保護にはそれぞれの国や地域の努力が求められる。

実際に白川村の場合，財源としては，国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されていることにより，防災施設の整備事業や合掌造り家屋の屋根葺きなどの修理事業に補助金が出されている。制度としては白川村伝統的建造物群保存地区保存条例や白川村景観条例[1)]で担保されている。しかし，どちらも世界遺産を保存管理するには不十分である。例えば，数棟の茅屋根の葺き替えや軸部修理でその年の補助金はなくなってしまう。通常は一般家屋（文化財としての価値を有さない家屋）の修景事業にも助成可能だが，資金が足りないのである。また，保存地区内への車の進入や，世界遺産登録による観光客の増加で発生した交通渋滞についても，遺産の価値を損ねる問題として白川村に解決が突きつけられた。何年にもわたり，交通マネジメントの仕組みについて話し合われ，充分な容量の公共駐車場整備や，パークアンドライドを実現するためのシャトルバスの運行，観光車両の保存地区内への流入を防ぎ，円滑に駐車場へ誘導するためのガードマンの配置などが行われているが，これらに必要な膨大なコストは，世界遺産だからといって支援されない。

制度についても，バッファゾーンである緩衝地帯（第Ⅰ種地域）内は世界遺産登録時に「良好な自然環境または歴史的環境を維持するために現場の変更が厳しく制限されている地域」として位置付けられた（合掌造り集落世界遺産記念事業実行委員会 1996：42）が，それを担保する白川村景観条例は開発行為を厳しく制限できるものではない。これは条例に不備があるということではなく，届出制では開発を強く規制することができず，農地関係の法律や森林法などの規制もバッファゾーン全体を網羅するものではないことが要因だ。つまり，開発を適切に規制し得る法制度上の武器を白川村は持たないのである。そのため，バッファゾーン内に土地を持つ村外企業から，ホテル開発をしたいという要望が上がった際には，条例では景観への配慮を促すことしかできないため，最終的に村が土地を買い取るという対策を講じることになった。

技術的･金銭的な支援が足りない場面は，挙げればきりがなく，それらをすべて人口 2,000 人に満たない[2)]白川村でなんとか対応してきたのである。2010 年に策定した「世界遺産マスタープラン」[3)]には，村行政や地域コミュニティの力では解決が難しい問題が整理され，将来世代においても遺産の継承と豊かな暮らしとを両立するために必要な事項が計画としてまとめられている。本来ならば「人類全体にとって，貴重なかけがえのない財産」として護るための責任は白川村だけが負うのではなく，国と共有し，既存の文化財保存の枠組みを超えた協力体制を構築すべきであるが，未だ世界遺産の保護は白川村行政や住民の肩に重くのしかかっており，登録 20 周年を迎えている。

そして白川村の人口は右肩下がりで減り続けている。後継者が不在である合掌造り家屋も存在し，空き家化が深刻な問題となりはじめている。これまで以上に，文化遺産の保護を地域だけに頼っていれば，限界を迎えてしまう。

3. 観光資源として「使う」ことだけを考えることの危険性

白川村も竹富島も，長野県妻籠の町並み保存の理念に倣い，地域住民による環境や文化の保存を目指してきた地域である。その理念は強い意志として今も受け継がれているが，その遂行が困難な状況に陥っている部分があるのも事実である。前述の白川村の人口減少や合掌造り家屋の空き家化は，その一事例である。

竹富島では，島内に企業や不在地主が所有する土地が多く見られ，転売が今も進んでいる。赤瓦の町並みや白い砂浜と透き通った海を目当てに多くの観光客が訪れる島は，地域コミュニティ（竹富公民館）の島の環境を護りたいという意向[4]とは異なり，常にリゾートホテルなどの開発圧力にさらされている。もちろん，リゾートホテルの開発の是非を一般論として語るのは難しい。同じ八重山諸島でも，観光振興のために開発を望む島もあるという。だが，1971 年に出された「竹富島の声」[5]には，我々が真剣に考えなければならないことが記されている。

> 外部資本の進出による観光開発は，島の諸施設を独占し，島のたたずまいを破壊し，島の人情を荒れさせてしまうでしょう。みやげ物が売れたり，住民が従業員として雇用されたりするとはいっても，それでは「自分の自主的な生活はできない」ことになります。どんな契約を結んだとしても，結局は土地所有権の喪失と経済的な圧力のために「自分の島が自分の島ではなくなり」ます。
>
> 住民の発言権が弱くなり，すべて「使う側」の意のままに，島が変えられてゆくのです。

ここで注目したいのは，外部資本による観光開発を悪いものとして捉える論調ではなく，「『使う側』の意のままに，島が変えられていく」危険性を指摘した部分である。この「使う」という言葉は，島民を雇用するという意味で使われているが，それだけではなく，島の財産である魅力的な環境や文化を利用するということを含むのではないだろうか。島の自然環境や伝統的な町並みを単なる観光資源としてしか見なさなければ，観光収益を拡大するために島の環境がつくり変えられてしまうことは容易に起こりうる。それは雇用や島内の消費額の拡大などの観点から，地域振興策としてポジティブに評価されるかもしれない。また，それは島外資本よってのみ引き起こされるものではなく，地域内部においても同様のことは起こりうる。だが，それで本当に良いのだろうか。

4. 景観保全と観光利用とのアンバランスさ

白川村と竹富島の事例から感じるのは，美しい景観の保全と観光利用とのアンバランスさだ。世界遺産の登録にしても，リゾート開発を巡る議論にしても，価値の享受や観光振

興は非常に熱心だが，その価値をまもることに必要な労力を含むコストが支払われない場合が多い。地域住民の思いが共有されないまま，美しいイメージだけが消費され，景観の価値の保全は，すべて所有者や地域コミュニティ，行政に任せきりであるのが現状ではないだろうか。竹富島のリゾート開発に対する反対の意思表明は，単に島外資本に開発させたくないということだけではなく，一方的に島の環境や文化を利用した観光が進むことに対する危機感であるように思う。

かつては名所を巡ることが観光であったが，現在，ありとあらゆるものが観光資源化される。観光資源を利用し，全国各地の自治体で交流人口の拡大や，国を挙げての訪日外国人観光客の増加が目指されている。しかしそれらの多くが利用のことしか考えていないのではないだろうか。観光産業はそれを可能にしてしまう。資源とは生産活動のもととなる物資のことを指すが，通常，資源の使用には対価が支払われる（鉱物資源など），または利用権を制限して枯渇を防ぐ工夫（水資源，水産資源など）がなされる。だが，観光産業を成り立たせる源と言える観光資源，特に景観は，基本無料でその価値を利用し放題である。本稿で取り上げている 3 つの地域ともに，景観の美しさから，ガイドブック，旅行会社のツアーのチラシ，観光パンフレット等の表紙などの目立つ箇所にイメージが使われることが多い。しかし，これらの地域のイメージが使われているツアーを見ても，当該地域に宿泊滞在する商品はほとんどなく，のんびり散策や食事，買い物ができる滞在時間は設けられてはいない。また掲載されている情報も表面的なものが多く，地域が望む観光とは程遠い。もちろん，旅行会社などが宣伝してくれるからこそ人が訪れる，それにより地元観光業が潤うということもあるだろう。その点において，旅行会社と地域とは決して対等な関係ではない場合が多い。だが，観光客が増えれば地域は幸せになるという発想はあまりに短絡的であり，そもそも観光をするのは，その地域に魅力的な景観や文化があるからであるという基本を忘れてはならない。このままでは，日本の観光業への貢献は莫大である一方で，観光資源となっている景観を成り立たせている地域は疲弊していく。既に美瑛では，観光客やカメラマンの農地侵入に対して我慢の限界に達し，被写体として人気のある樹木を，その樹木を長年大切にしてきた農家自らが伐らざるをえなくなってしまったということが起こっている。

5. 美しい景観を皆で護る

もちろん観光そのものが悪いのではない。私が訴えたいのは，観光資源としての地域の景観や文化を利用することがもたらす影響にもっと自覚的になり，美しい景観を皆で護ることにも同等の力を注ぐ具体的な方策を展開する必要性だ。

一つは，美しい景観をまもるためのコストを，観光客にも負担してもらう仕組みの整備である。白川村では，公共駐車場を利用する際，駐車料金とともに集落保存協力寄附金を徴収している。その協力寄付金は，一般家屋の修景事業，茅屋根のメンテナンス（棟茅葺

き・差し茅)，水田の復旧，白川郷荻町集落の自然環境を守る会の活動などの，伝統的建造物群保存地区の制度では対応しきれない世界遺産のマネジメントに必要な事業に使われている（財団法人世界遺産白川郷合掌造り保存財団 2007)。また，基金にも積み立てられ，臨時駐車場の整備，バッファゾーン内の村外企業が所有している土地の買い上げ，合掌造り家屋の空き家対策など，いざという時に対応するための資金としても活用されている。つまり，行政，地域住民だけが世界遺産の保存に取り組むのではなく，受益者である観光客にも負担してもらう仕組みを構築している。現在，竹富島や美瑛町でも同様の仕組みの検討が始まっている。景観保全のための事業以外にも，住民の暮らしや，美瑛町のように農業の営みがむやみに観光に晒されないように，観光客の適切な誘導や地域への理解を促す情報発信などの観光をコントロールする事業に活用されても良いだろう。

もう一つは，景観の美しさの根拠となる地域固有の歴史や文化を尊重し，護るべき地域像を明確にすることである。現在竹富島では，竹富公民館がリーダーシップをとり，地域住民が参画する委員会を立ち上げ，赤瓦の町並みが広がる伝統的建造物群保存地区にとどまらない島全体の土地利用及び景観保全の方針を再検討する取り組みを始めている[6)]。そして，島が目指す方針を実現できる法制度も整えられるべきである。しかし，この点においても課題がある。今回取り上げた 3 地域にはすべて，景観法の委任条例による規制が適用され，白川村と竹富島においては伝統的建造物群保存地区制度と組み合わせるかたちで周辺環境を含む景観保全が行なわれている。しかし西村は景観法に関して，「もっとも規制が厳しい景観地区においてさえ，たんに許容される建築物の形態・意匠が明記されているのみであり，実現すべき町並み景観の具体像を示すための仕掛けが組み込まれているわけではない」ことを指摘している（西村 2011)。実際にこれらの地域においては，建築物とともに，農地や樹林地などの緑地も含む土地利用が重要な景観構成要素であるが，土地利用も含む適切な規制・誘導は今の景観法の枠組みでは難しい。今後，より地域の景観特性や実情に合わせた景観マネジメントの仕組みを構築することが都市・地域政策に求められている。

今後益々，観光振興は全国各地で進むだろう。これまでは自治体や地域住民の努力で保たれてきた美しい景観だが，我々がそれを利用することだけしか考えなければ，その美しさは失われてしまうことをこれらの観光先進地域は示している。

注

1）世界遺産登録時（1995 年)，緩衝地帯（第Ⅰ種地域）は「白川村自然環境の確保に関する条例」における「歴史的文化的景観保護地区」として保全を行っていたが，2003 年に「白川村景観条例」に移行し，同条例を 2008 年に景観法の委任条例として改正している。

2）世界遺産登録された 1995 年時の人口は 1,892 人，現在（2016 年 10 月 1 日付）の人口

は 1,668 人。

3）2007 年 7 月～2008 年 12 月までは，策定に必要な調査分析とマスタープランの検討を行う各種会議の事務局を筆者が担当し，2010 年 4 月～12 月にかけて，計画の草稿作成・編集，会議運営などを引き続き行った。

4）2015 年 3 月 31 日付竹富公民館定期総会において，「竹富島内においてすべてのリゾートホテル等の外部からの観光資本を受け入れない」と決議されている。

5）竹富島ビジターセンター竹富島ゆがふ館のホームページ内の竹富島ウェブログ（http://www.taketomijima.jp/blog/archives/000704.html）を参照。（参照 2017-1-20）

6）筆者は竹富町からの受託研究事業として，必要な調査分析および委員会の事務局を担当している。

文　献

合掌造り集落世界遺産記念事業実行委員会
　1996 『世界遺産　白川郷・五箇山の合掌造り集落　白川村荻町・平村相倉・上平村菅沼』。
西村幸夫
　2011 「近代日本都市計画の中間決算」『都市計画　根底から見なおし新たな挑戦へ』学芸出版社，pp.34-56。
UNESCO
　2005 「世界遺産条約履行のための作業指針」（文化庁による仮訳）。
財団法人世界遺産白川郷合掌造り保存財団
　2007 『白川郷の合掌造り 第 10 号―合掌造り集落とともに 10 年―』。

デスティネーション・マネジメントは必要か

地域課題解決に果たす観光の役割

池ノ上 真一
北海道教育大学国際地域学科 准教授

1. 地域政策の動向とデスティネーション・マネジメント

（1）人口減少とデスティネーション・マネジメントへの期待

我が国では，小泉内閣による観光立国宣言（2003），「観光立国推進基本法」の成立（2006），東京オリンピック・パラリンピックの開催（2020）を契機として展開される日本遺産認定や国立のアイヌ文化博物館（仮称）を含めた「民族共生の象徴となる空間」整備をはじめとしたインバウンドツーリズム振興方策など，国づくりの方策として観光を活用した取り組みが展開されている。その背景として，観光立国推進基本計画（2012 年 3 月 30 日閣議決定）では，人口減少・少子高齢化がもたらす課題の解決が謳われており，東日本大震災からの復興に加えて，日本経済と地域再生，国際相互理解の増進，国民生活の安定向上を目指している。

これまで我が国では，工業立国や貿易立国といった国を発展させる基本的な方針が掲げられてきた中で，経済のグローバル化や貿易不均衡の是正などを背景とする限界を迎えてきた。そのような中で観光立国政策は，現代における国家規模の政策として 10 年以上にわたり様々な次元で取り組まれてきた。

（2）DMO 政策にみる地域の戸惑い

加速度的に進む人口減少を背景とし，第 2 次安倍晋三政権のもとアベノミクス第 2 弾の柱として地方創生（まち・ひと・しごと創生総合戦略（2015 改訂版））が掲げられ，地方版総合戦略が地方自治体ごとに策定，その実践が取り組まれている。その主な施策のひとつで，観光関連業を強化する地域における連携体制の構築があり，日本版 DMO（デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション）を核とする観光地域・ブランドづくりの推進などが掲げられている。これは観光庁が進める「地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役」としての法人を設立し，活動を展開するための取り組みであり，現時点（2016 年 11 月 2 日現在）で計 111 件（広域連携 4 件，地域連携 52 件，地域 55 件）が登録されている。それ以外でも，国の支援を背景とする地方創生事業，あるいはそれ以外の取り組みにおいて，DMO，または DM（デスティネーション・マネジメント）機能の形成の取り組みが数

多く展開されている。筆者が相談を受ける中には，明確な目標像や戦略を持たずに地方創生政策として掲げた自治体もあると聞く。このように，信仰にも近い過度な期待がDMOに寄せられている状況である。

他方，従来の地域政策では，安易な大企業誘致，あるいは商店街活性化などに見られる「官依存的な制度アーキテクチャー」（木下 2003）といった他者依存型が横行してきた経緯がある。そのため，自律的に地域マネジメントを行うための体制等の仕組みはもちろんのこと，考え方すら未成熟なものが多いのが地域の実情と言える。つまり，昨今のDMO政策の強力な推進傾向の背景には，地域においてマーケティングや流通・販売などの総合商社的な機能が理論上必要であることと，されどこれまでにそれが形成されなかった理由とが矛盾を起こしているように見られる。

2. 観光が果たしてきた地域課題解決における役割

（1）地域の奮闘と観光

そういった実情に対して，観光を活用した地域づくりを自律的に成し遂げてきた事例もある。中でも，妻籠宿をはじめとした「売らない・貸さない・壊さない」のフレーズを象徴とする「まちなみ保存」の取り組みは，過疎化や基幹産業の衰退により課題を抱える地域が観光を活用し再生する全国に展開している取り組みである。そこで本稿では，とくにツーリズムが地域に起こすインパクトを意識して取り組まれた事例から，地域課題解決に資するための観光活用の条件を整理する。

① 文化保護：まちなみ保存に見る

本稿では，沖縄県・竹富島や岐阜県・白川郷において展開されたまちなみ保存の取り組みを取り上げ，ツーリズムインパクトや地域課題解決に関してどのような動きがあったか



写真 1　竹富島の伝統的な景観

について整理する。

両地区においては，ツーリズムインパクトへの対応や課題解決について，着手期と展開期に分けて捉えることができる（池ノ上・麻生 2015）。着手期については，両地区ともに，現金収入源としていかに仕事を獲得するかがテーマであった。その際に活用した現象が観光であり，とくに地域に訪れる観光客が求めた宿泊や物販，運送といったサービス提供にともない得られる収益を目的とした仕事づくりであった。その背景として，まちなみ保存をとおしたまちなみ景観という価値観や地域イメージの共有化，さらに外部に対するブランディング，地域主体のコンセンサス，およびプラットフォームの形成などが基盤となったと言える。両地区に共通する過疎化という状況において，伝統的なまちなみ景観の保全を共通する価値観とし，いかにしてツーリズムインパクトを活用して着手期の地域課題である仕事の獲得を実現し，過疎化に歯止めをかけたかを教えてくれる事例である。

つぎに展開期では，着手期に構築された仕組みや外部との関係性をいかに次世代が継承し，新たな矛盾を解消するかが両地区共通の取り組みである。竹富島では，沖縄本土復帰にともなう本土資本による土地買占めと過疎化の克服が着手期の課題として生起した。その対抗措置がまちなみ保存であり，地域内外の人々が伝統的な景観の保全を共通項とする活動の結果として課題解決に至ったのである。その際に構築された仕組みは，伝統的な建造物を中心に当時の文化財に関する価値説明の考え方や方法が当てはまるもの，あるいは暮らしのスタイルや価値観が基準となっていた。そのため現代では，木原（1982）が表現する「営利を求める価値体系」が，かつての仕組みの前提となっていた地縁的な地域コミュニティに亀裂を生じさせ，「観光のもたらす歪み」（木原 1982）を発生させている。

一方，白川郷でも，おもに合掌造り民家をはじめとした伝統的な建造物を使っているが，竹富島同様に民宿，飲食店，土産物販売店といった個々の事業に終始している。そのため，地域内での経済連関はもちろんのこと，ツーリズムインパクトの波及効果を地域として享受する仕組みは見られない。もちろん，世界遺産マスタープラン（麻生 2010）では，景観阻害要素の移動や駐車場等の空地増加への対応，新たな集落内交通システムの導入や滞在



写真２　白川郷の養蚕再生プロジェクトの活動風景

プログラム開発などを謳っており，ツーリズムインパクトを地域としていかに内包化するかといった視点での取り組みが見られる。

すなわち，暮らしのスタイルや価値観の変革を前提とした新たな仕組みの構築が両地区における現在の課題と言える。そのためには，「文化財が体現している価値体系と，観光という営利を求める価値体系が別のものであり，『歪み』は当然のこととして，いかに対応すべきかについて住民による議論と対策」（木原 1982）が現代にもっとも求められていることであろう。現在，竹富島では竹富島未来づくり実行委員会主催による「すまいの学校」をはじめ，次世代を中心とした従来の仕組みの検証と継承，そして未来の島を構想する取り組みが始まっている。また白川郷でも地域内外の有志が集まり，かつての基幹産業であり合掌造り民家をはじめとした伝統的な集落景観を形成してきた養蚕に視点をあて，観光を活用した産業としての再生と文化交流を展開する仕組みづくりが進んでいる。

以上の事例から，まちなみ保存という文化保護を基盤とした取り組みは，「保存的再開発の思想を少数の有志から地域住民全体の共通の価値観」（木原 1982）へと展開することで各段階での地域課題解決を実現した手法と言える。そして，ツーリズムインパクトをコントロールすることをとおして，「保存と開発」の相克をマネジメントできることを示す実証的事例として自地域はもちろんのこと，多くの地域に勇気を与えている。

② 経済開発：賑わい創出に見る

他方，中近世の楽市楽座や幕藩体制下における藩財政健全化のための地場産業振興，近代の殖産興業，現代の工業立国やアベノミクスの一環としての地方創生など，これまでの約 400 年間は国や地域単位で活性化や暮らしの質向上といった賑わい創出を目的とした経済開発が取り組まれてきた。それらを見渡しても，近年の各地域での取り組みは，とくにツーリズムインパクトに着目したものとして顕著と言える。言い換えると，これまでの経済開発を背景としながらも，新たな考え方や方法を導入した革新的な取り組みが必要とされているということである。そこで本稿では，函館での現状や取り組みを事例として取り



写真 3　函館湾岸価値創造プロジェクトチームによるコンクリート物語ツアーの様子

上げ，ツーリズムインパクトの活用や地域課題解決への考え方や方法について整理する。

同地区は，1950〜60 年代中頃までは港機能を基盤とした産業が盛んであった。その後は，内外環境の変化に伴い基幹産業が衰退し，地域経済の再構築を課題として抱える地域である。従来の基幹産業を支えてきた北洋漁業終焉（1980）後に，青函トンネル開通（1988），函館空港滑走路 3,000m に延長（1999），北海道新幹線が新函館北斗駅まで開業（2016）といった国家事業の交通インフラストラクチャ開発が，約 10 年ごとに実施されてきた。それに伴い函館に観光客が訪れ，それを背景とした外部資本の旅行会社や宿泊業者等がツアー商品開発や施設整備を行い，地域側は追随するという他律的な観光開発が展開されてきた。他方，2014 年には市全域が過疎地域に指定され，従来の基幹産業に観光関連産業が取って代われていない現実が顕著となった。

ツーリズムインパクトの活用に関する課題としては，筆者が別稿（池ノ上 2017）にて以下のとおり整理している。一つ目は，従来型の観光開発が個別の企業やグループによって進められてきたことを反省しての地域単位で共有できる基礎情報の明確化である。そのためには，マーケティングや地域の価値発見などの科学的な情報分析力を地域が備えることが課題である。二つ目は，地域としての産業連関の強化や生産性向上，さらには新たな価値創造による共創的な環境創出のための，デスティネーション・マネジメント機能の形成が課題である。

具体的には，旅行会社がまち巡りツアーを造成したいという要望に市民有志のボランティアガイドが応じるという繰り返しの中で現在の他律的な仕組みが形成されてきた。それに対して，地域の人や自然・文化資源，あるいはそれらが織りなすストーリーといった地域資源を適切に活用したプログラムを開発し，関連産業の振興や収益拡大を見込める新たなまちあるきの仕組みを構築することが課題と言える。つまり，自律的な仕組みの再構築が必要なのである。

近年，函館では函館湾岸価値創造プロジェクトチーム（GRHABIP）というグループが活動を開始している。地域に潜在化する価値を再発見し，現代における新たな価値を創造することをミッションとし，民産官学金の立場や専門性の違う主体が集ったものである。とくに，函館湾岸コンクリート物語をテーマとし，学術的な調査分析をとおして地域の価値説明に取り組んでいる。この背景には，同地域では各主体が共有できる価値や情報が乏しいのは前述のとおりで，新たな連携や価値創造をする環境の不足がある。その上で地域の各主体が，外部者の視点をもって地域資源を評価し，マネジメントを行う DM 機能を求めており，その一端を担うグループが形成されたと考えられる。

（2）観光が地域に貢献するために

以上の事例から，ツーリズムインパクトが地域に果たす役割は以下のとおりに整理できる。ここでは，経済・文化・社会の各分野において起こるインパクトがどのような変化を地域に起こすかについて，初期段階から発展段階への展開という観点で整理した。

① 経済分野でのインパクト：仕事の獲得→産業連関の強化や生産性向上へ
② 文化分野でのインパクト：地域価値の再発見→地域住民全体の共通の価値観へ
③ 社会分野でのインパクト：地域プラットフォームの形成→共創型の社会構造へ

以上のとおり，観光を活用し地域にとってポジティブな変化を起こすためには，いかなることが要件であるか。それを導き出すために，以下のア）～エ）の DM の観点から前述の事例で取り組まれている事項について整理した。また，それらをマネジメントする観点として，オ）が加えられる。

ア）地域を磨く
・地域資源の再評価・保全すること
・住民のコンセンサス形成，あるいは参画意識を醸成すること
イ）地域を発信する
・地域のブランディング化をすること
・共創的な情報発信をすること
ウ）地域に誘う
・地域内動線の形成により回遊性を向上すること
・広域連携をすること
エ）地域で憩う
・滞在効果（収益性・異文化交流）を最大化すること
・着地型観光を推進する DM 機能を形成すること
・共創性を発揮できるツーリズムを活用すること
オ）地域を経営する
・DMO 機能を担う組織体制→価値創造のためのプラットフォームを形成すること
・DMO を担う人材を育成すること

3. デスティネーション・マネジメントは地域課題解決に貢献する

本稿では，DMO 政策をはじめとした観光を活用した地域政策の氾濫とも言える実情を鑑み，DM を地域にとって必要不可欠なこととするためには，いかなることが必要であるかについて具体の事例や既往文献をとおして検討した。その中でも，とくに地域課題解決を成し遂げてきた地域の事例分析をもとに，ツーリズムインパクト活用に関する要件を明らかにするというアプローチで整理したことで，DM は地域にとって必要かという問いの解明を試みた。もちろん本稿では，竹富島や白川郷の事例に加え，函館の課題を分析対象としただけであるため，十分に我が国における地域の実情を踏まえることができたわけではない。しかし，まちなみ保存という全国に展開した地域課題解決の取り組みの中でも，当初から

観光を意識し，そのインパクトを積極的に活用してきた顕著な事例を取り上げたことで，まちなみ景観を基軸とした DM の取り組みという条件のもとでは一般化する分析ができたと考える。また，そうでない取り組みにおいても，函館における地域課題を考えると，地域資源の再評価や地域のブランディング化をとおした地域における共通の価値観の形成が，地域課題解決および DM の基本となると容易に想像できる。そう考えると，まちなみ景観を基軸とした事例が，昨今の DMO 政策を地域にとって必要不可欠とするために多くの貴重な示唆を与えてくれるものと期待している。

最後に，本稿で述べた要件，あるいは考え方を踏まえて取り組むのであれば，DMO 政策は現代の地域にとって重要でなくてはならないものになると結論づけたい。ただし，その要件を満たすということは，すなわち地域課題解決，あるいは地域づくりのプロセスを総合的に遂行することに他ならない。言い換えると，経済分野だけ，あるいは旅行業の振興のためだけの取り組みでは，DMO 政策は地域にとって仏作って魂いれずと言えよう。



写真４　函館山を使ったサイクルツーリズム

文　献

池ノ上真一
2017 「第２章　地域インバウンド実践教育に関する考察　第１節　函館『平成 28 年度文部科学省中核的専門人材育成事業　研究ノート』横浜商科大学。
池ノ上真一・麻生美希
2015 『町並み保存型まちづくりの構造と課題–沖縄県・竹富島，岐阜県・白川郷における取り組みから–』人文論究　84 号，北海道教育大学函館人文学会。
池ノ上真一・花岡拓郎・石黒侑介・石森秀三編
2016 『尾道型デスティネーション・マネジメントってなに？～多様な地域遺産を生かす観光まちづくり戦略』CATS 叢書第 10 号（2016 年 3 月 31 日）。
池ノ上真一・布村重樹・平井健文・大内さおり
2016 『DM を目的としたアライアンス型による地域価値の顕在化に関する研究』土木史研究 講演集 Vol.36，日本土木学会。
木原啓吉
1982 『歴史的環境―保存と再生―』岩波新書。
木下斉・駒崎弘樹・西本千尋
2003 『日本型まちづくりの終焉～まちを起業するプラットフォーム戦略～』2003 年度フジタ未来経営賞受賞論文。

観光地域マーケティング論

観光創造専攻の初期開講科目の 7 年を振り返る

内田 純一
小樽商科大学大学院商学研究科アントレプレナーシップ専攻 准教授

1. はじめに：観光創造専攻設立前夜

筆者は観光創造専攻設置の前年にあたる 2006 年に，文部科学省の大学設置・学校法人審議会に対する資格審査書類に，「観光地域マーケティング論演習」等の担当准教授として審議会審査を受け，認められた。

この「観光地域マーケティング論」という 2013 年度まで存在した演習科目について，そもそもの設置経緯，開講時の科目に対する講師なりの思いについて本稿を借りて記録として残しておきたい。

観光マーケティング（Tourism Marketing）ではなく，観光地域マーケティング（Tourist Place Marketing）という科目名称にしたのには，我々の大学院が当時狙いとしていた，地域に根ざした大学院教育という意図が込められていることが影響している。設置審査時の専攻開講科目は三つの科目群に分けられていたが，そのうちの一つが「地域をマネジメントする」であり，本科目がこの科目群に充当されることになっていたからである。

ただ，個人的に筆者が狙いとしたのは，本科目を英語圏の観光系大学のいくつかで開講されているデスティネーション・マーケティング（Destination Marketing）と呼ばれる科目の日本版・北海道版のようなものにしたいということであった。デスティネーション・マーケティングは直訳すれば目的地マーケティングとなる。我々が大学院の設置を目指しているとき，日本の大学にはデスティネーション・マーケティングという科目も，目的地マーケティグという科目も開講されていなかった。デスティネーションにしても目的地にしても，なんとなく科目名としては言葉の座りが悪いし，我が国ではまだ耳慣れない用語であった。この際，我々が目指す教育内容を反映したものにしようということで，科目名に願いを込めて決めたのが「観光地域マーケティング」だったのである。

本稿では最初に，デスティネーションではなく「観光地域」マーケティングと命名した経緯を紹介しておく。次に観光先進地域に見られた地域の側が主導するデスティネーション・マーケティングのプロセスについて述べる。さらに，カリキュラムの独自性を喧伝して設置された観光創造専攻において，「観光地域マーケティング論演習」という科目が，ど

のようなスキルセットを養成することを目指したのか，閉講される 2013 年までの教科書に着目しながら，振り返っておきたい。

2. 「デスティネーション」と「観光地域」それぞれの語感

元来，デスティネーション・マーケティングという言葉には，ある特定の観光地が，何らかの客体にとっての旅行目的地となれるよう，意図的な働きかけを行うこと，すなわち旅行商品としてその地域を市場化すること，といったニュアンスがある。そこには地域が主体となるべきとか，地域に根ざしていくという信念，その他のイデオロギー的な要素は入り込む余地はあまりない。

なお，上で書いた「客体」が，目的地として地域を認識するようになれば，その地域にとっての観光客あるいは旅行客ということになる。ただし，ここでマーケティングの実行「主体」として行動する者が地域内に存在する場合もあるし，地域外の旅行代理店や大手運輸業者が主体である場合もある。つまり，地域主体でないデスティネーション・マーケティングという場合も大いにあり得るし，実際のところは地域外の事業者が新たな営業の草刈場として目的地を作るマーケティングノウハウの側面が強いだろう。もちろん，それら地域内外の各組織の間で共同のマーケティング作業になることもあるが，こうした連携行動に関する記述は，その頃までに英文で書かれたデスティネーション・マーケティングの教科書を参照しても，例外的な扱いであったと筆者は認識している。当時，その例外的な著作だったのが Pike（2004）であるが，この本ではマーケティング論だけでなく，組織論的に地域内を考える視点を有していた。

とはいえ，輸送事業者がその用語を使っていたことからその意味が定着していたデスティネーション・キャンペーン（DC）という言葉では，キャンペーンの主体はかつての国鉄（現在は JR）であったり，大手航空会社であったりした。率直に言って，そのような大手輸送事業者によるキャンペーンを連想させるようなデスティネーションという用語は使いたくなかった。そして，当時の筆者は地域マーケティングや地域ブランディングを専門のひとつと認識していた。そこで，観光地域マーケティングという言葉をあてることにしたのである。

一方，観光創造専攻のスタート時の科目名称を見ると，本科目以外にも「観光地域マネジメント論演習」，「観光地域マネジメント概論」，「観光地域マネジメント特論」などがあった。2007 年からは JR 東日本・JR 北海道による観光地域マネジメント論寄附講座が開設されることになっていたから，「観光地域」という名称を複数用意して，その用語の定着をはかることは我々の独自性を訴える意味でも都合が良かったのである。

3. 地域からのデスティネーション・マーケティングのプロセス

本来，デスティネーション・マーケティングの原則は，一般マーケティングの基本原則と変わらないはずである。デスティネーション・マーケティングについて，コトラー他（2003）は以下のような活動が必要だと整理している。

（1）目的地そのものの管理
その土地ならではの特色を維持し，評判を持続的に管理する。
（2）観光アトラクションへの投資
イベントを開催したり，旅行に必須のインフラを整備する。
（3）旅行市場での競争努力とイメージ形成
メディアの活用やメッセージの発信によってイメージを形成する。

こうした作業は大手輸送事業者であれば難なくこなすことができるだろう。例えば，1970年代後半から国内大手航空会社二社が行った沖縄キャンペーンの例では，キャンペーンを通じて地域の魅力を訴え，同時にホテルを整備してグループ内で旅行行程の全てを完結できるパッケージを組み立て，さらにCMを使ったイメージ発信を毎年継続的に行ってきた。つまり，外側からデスティネーション・マーケティングを行い，自社の収益につなげる事業を同時に展開していた。

一方，地域の内側から同じことを行うことは簡単なことではない。沖縄キャンペーンの例において，県レベルで地域をマネジメントできる組織は沖縄県内には存在しなかった。また，県が自らデスティネーション・マーケティングを行うノウハウも蓄積されていなかった。かつての沖縄キャンペーンは，マスマーケティングに長けた企業にこそ実現できたものであった。

とはいえ，現在の観光の主流であるニューツーリズムのマーケティングを，中央のマスマーケッターが取り扱うことは考え難い。地域として主体的に戦略を立案し，ある程度のマーケティングノウハウを持つ組織を運営することが求められるのである。

観光創造専攻の初期に設置された「観光地域マーケティング論演習」が養成を目指したスキルセットとは，まさに地域の側からのデスティネーション・マーケティング論を組み立てることであった。

4.「観光地域マーケティング論演習」の科目内容推移

それでは，観光創造専攻設立とともに開講された観光地域マーケティング論演習の内容を，使用した教科書とともに振り返っておこう。教科書はその講義の骨格となるテクストであるから，講義内容を左右する。講義担当者としては，その著作を手元に置くことで，

当時の教室での議論を今でもありありと思い出すことができる。

（1）コトラーの拡大マーケティング論（2007）

2007 年は観光創造専攻がスタートした最初の年である。この年，筆者が教科書に指定したのは，先に名前を挙げた世界的マーケティング論者であるコトラーら（2003）による『ホスピタリティ＆ツーリズム・マーケティング』であった。

コトラーはマーケティングの原則は対象が変わっても通用するという考えを持っている。マーケティングの理論を NPO や大学など学校組織に応用したり，適応領域を社会貢献活動などに絞った著作を精力的に発表してきた。マーケティング理論の汎用性を主張し，その理論的普遍性を拡大する試みが拡大マーケティング論であり，観光業界に関するテキストブックの発刊もその拡大志向の一つの現れであった。

大部の著作ながら，著作物としてのまとまりが良いので教科書に指定したが，マーケティング論を一度も習ったことがない経営学未履修者からは，教科書の大部さを敬遠する声があがり，教科書を変更せざるを得なくなってしまった。急遽一般マーケティングの初歩的な教科書を前半では使い，後半では，観光創造専攻の設立のために筆者らが作成した「地域をマーケティングする」というケースブック教材を使い，国内各地のニューツーリズムの事例で議論する時間を設けた。ケースブックは専攻での講義のために用意したので受講生にも好評であったが，前半部の一般マーケティングの講義には不満が残ったのが初年度だった。

（2）コルブ著「都市観光のマーケティング」（2008〜2010）

コルブの著作は，英文の著作が発行された 2006 年の段階でチェックしていた。都市観光と言っても，日本の地方都市のような観光地の例も多く，この講義にはふさわしいテキストであったし，しかも地域広報の視点を含む点が，国際広報論講座から移籍した筆者が講じる内容としてはぴったりであった。しかし，英語の文献を講義で使うのは受講生の負担になるので思いとどまっていた。

二年目のこの年に運良く邦訳版が刊行されたので，晴れてテキストに採用することにした。

講義の前半回では，欧米の事例を中心に都市観光マーケティング論が解説されているこの著作を輪読しながら，補足理論を筆者が解説した。筆者が知っておいてもらいたい理論が網羅された使いやすいテキストであったし，なにより地域からデスティネーション・マーケティングを行うというスタンスも本講義の主旨に合っていたが，受講生にとってなじみのない欧米の事例では，理解のさまたげになるという意見も多かった。後半回では前出のケースブックによって議論を深め，国内事例でもってテキストで得た知識を定着させるよう努力したが，いつかはオリジナルのテキストを作りたいという願望も強くなってきていた。

日本語で国内事例によって解説するテキストの執筆作業を国内の研究者グループで開始したのは，ちょうどこのテキストを講義に使用している間であった。

（3）十代田編著，内田ほか著「観光まちづくりのマーケティング」（2011〜2013）

東京工業大の十代田准教授にリーダーになってもらい，地域側が主体となった日本向けのデスティネーション・マーケティング論を作りたい，という思いを同じくする大学人・実務家有志が集ったのが出版の二年前頃であった。ちょうど筆者も大学院の講義運営にぴったりの教科書を探していた時期にあたる。

本書の帯に記したコピーと帯の文章は，編者と出版社と筆者とで案を出し合い修正しながら考えた。帯のコピーおよび文章は以下のようなものである。

＜地域が主体性をもって，観光客をどう誘致するのか？＞

とことん地域の視点に立って書いた初めての実践書。とりわけ多様な人々が関わる観光まちづくりにおいて，共通の認識となりうるよう，マーケティング，ブランディング，プロモーション，MICE（マイス），ホスピタリティの基礎から，地域戦略としての展開手法を事例を交えて解説

我々は執筆にあたり，日本の観光地の抱える課題に応える地域主体のマーケティング教科書を目指した。結果的に本書はマーケティング論の教科書でありながら，ブランド論および地域ブランディングに関するスキルも養成できるようトピックとして盛り込んだ。地域プロモーションについてはフィルムコミッション運動がちょうど加速化した時期にあたり関心の高いトピックだったし，出版の年が日本の MICE 元年（2010 年）だったこともあり，いわゆるニューツーリズムの話題だけでなく，MICE についても一章を割いたことは類書にはない本書のセールスポイントであった。ホスピタリティについても，観光地域側がホスピタリティ・マネジメントの主体となるという目線で整理された本書はユニークであったと考えている。

受講生たちの理解度は，別の教科書で開講してきたこれまでの年と比べて明らかに良かったし，なにより教科書の事例を使った説明と，ケースブックを使ったディスカッションが国内事例で統一できたので議論も理解もスムーズであった。おかげで 15 回の講義が非常にまとまりのあるものになった。

本書は観光地域マーケティング論が閉講する 2013 年度まで教科書に採用され，おかげさまで一般の書籍市場でもよく売れ，版を重ねた。日本型のデスティネーション・マーケティング科目を目指した観光地域マーケティング論は，教科書に養成すべきスキルとその時に注目されていたトピックを盛り込むことができ，ようやく満足のいく科目になってきたとこの頃には実感できた。

5. おわりに

残念ながら 2014 年のカリキュラム改変で, 設立以来の科目であった観光地域マーケティング論演習は廃止となり，筆者は自らの専門分野の一つとしてきたサービス研究を取り入れた「観光マーケティング論演習」を担当したが，その後に新たな活躍の場を求めて別の大学に転籍した。

いま, 地方創生へ向けた政策的影響もあって日本型 DMO が注目され, デスティネーション・マーケティングのための地域内組織のあり方に対する関心も高まっている。そのような時代に，＜地域が主体性をもって，観光客をどう誘致するのか？＞という問いは，現在の観光創造専攻でも誰かが考えてくれているのだろうか。

参考文献

コルブ, B.
2007 『都市観光のマーケティング』近藤勝直訳，多賀出版。

コトラー, F. ほか
2003 『ホスピタリティ＆ツーリズム・マーケティング (第 3 版)』平林祥訳，ピアソン・エデュケーション。

Pike, S.
2004 *Destination Marketing Organization*, Elsevier.

十代田朗編著，山田雄一・内田純一・伊良皆啓・太田正隆・丹治朋子
2010 『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社。

モンゴロイド医術としてのサウナと風呂

―グレートジャーニーを支えた蒸気浴ハーバル・メディスン―

佐藤　誠
熊本大学 名誉教授

2025 年万博のテーマは「健康長寿」とされ，ヘルスケア産業は 100 兆円産業に急成長するといわれている。しかし，本当に望まれるのは高齢者が自己の生活習慣を律し，快適な環境でピンピンコロリを実現することではないか。この数年，阿蘇山中で「一期の楽しみはうたたねに極まり　生涯の望みは美景に残れり」(『方丈記』) の暮らしに明けくれてきた。

本稿では，阿蘇で事業展開するセルフ・メディケア・セミナリオ「ASO 養生院」の頭石であるハーバル・スチーム・サウナの事業化について，この伝承医術が，数万年にわたるモンゴロイドの大いなる旅を支えた，北路のサウナと，南路の風呂とに通底している，癒しと交わりの医術として「蒸気浴」を捉え，両医術の「新結合」（イノベーション）で医学的エビデンスに基づく健康長寿ツーリズムと田園リゾートを提唱したい。

支えあって旅をした「骨の道」

初めてリゾートの神髄を体感したのは，極北の地ポホヤホビでのサウナパーティであった。今から 30 年ほど前に，フィンランドのログハウス・キットメーカの招待で美しいスオミの国を巡った。その体験については，拙著『リゾート列島』（岩波新書 1990 年）で詳しく述べた。

「サウナ」という言葉はフィンランド語で蒸気浴の「風呂」のことであるが，日本における観光資源である温泉・入浴文化とのつながりで考察するきっかけは，2009 年のロシア調査で出会った，薬学教授の一言であった。

スターリン創設になる，70 ヘクタールと世界最大規模の「ロシア・ハーブ研究所」所長がこう語ったのだ。「近代西洋医学のルーツは２つある。一つはサラセン文化のアラブ医学であり，もう一つはモンゴロイドの癒しの医術であるハーバル・メディスンである。その両者はクロスし融合されたのだ。ギリシャ・ローマの古典古代の医術にルーツを有し，錬金術がらみの薬学も混じったアラブ医学は「塩の道」を経由してハンザ同盟の諸都市に伝播した。もう一つは，アフリカを出て東進したモンゴロイドの癒しの技術がハーバル医術として，「骨の道」を通じて世界に拡がった」と。

その調査で，モスクワ郊外の２つのダーチャで関連事象をそれぞれに見学することが出来た。第 1 に，引退した建設業者が手製のログハウス・サウナ小屋を見せてくれた。フィ

ンランド同様に，束ねた白樺の乾燥若葉で火照った体をたたく蒸気浴が彼の健康法なのだという。違いは，ブリキのたらいで水浴するぐらいのものだ。コーカサス山脈を超えてシベリアを経由して北米から南米まで，モンゴロイドのグレートジャーニーを支えた癒しの技術が，途上のモスクワで，今も残っていることに感動した。



また，ロシア科学アカデミー会員のバラノフ博士のダーチャ滞在で，研究している「オーロクス」をその保護区まで連れて行って見せてもらい，「骨の道」の意味が分かった。

たけり狂って目前の金網まで突撃してくる，凶暴なヨーロッパ野牛がオーロックスで，絶滅危惧種だという。カナダだけでも，西洋からの移住者が先住民の主食たるバッファローを 6 千万頭も鉄砲で大量屠畜して先住民を兵糧攻めで滅ぼしたしたといわれているが，ユーラシア大陸から北米まで，モンゴロイドのグレートジャーニーはオーロックスと呼ばれたりバッファローとよばれたりする大型野牛の狩猟を命綱にして行われたと思われる。凶暴な大型の獣を，個別に弓矢や槍で仕留めたとは考えにくい。カナダの先住民は，集団でオオカミを装って群れを崖へ誘導し，転落させて大量に糧を得ていたが，累々たる野牛の「骨」が，北路を東進した「大いなる旅」の路上に残されてきた。このいのち継ぎの道はユーラシア大陸から北米大陸をへて南米まで営々と続いたのである。

数万年をかけたグレートジャーニーは，集団構成員の団結の絆を結ぶ場として「サウナ」が機能し，それは同時に，健康維持のメディカル・ツールでもあった。

医術であると同時に人の絆を結ぶ暮らしのインフラ

コーカサス山脈を超えて東進した黄色モンゴロイドと，超えないで北進してフィンランドに至った白色モンゴロイドとは，共通した入浴の伝承生活文化をもっている。フィンランドでは「サウナ」と呼ばれ，漢字圏では風の箱の意である「風呂」と称される蒸し風呂文化である。隣国のスウェーデンでは，昔は＜入浴すると寿命が縮まる＞と生涯入浴しな

い人がいるほどの風呂ギライなのに，この国は大の風呂好き，サウナ大国である。古来，石組みの炉に遠赤外線を発生させるサウナストーンを積んで，焼き石にハーブ水をかけての蒸気浴を楽しむ。北国なのでログをヨコ積みしミズゴケで隙間をふさいだ木の箱だ。熱伝導率が高い蒸気の熱波が入浴者を火に近い順から襲うので，順番に「ウッ！」と唸る。

下図は古代の石窯スモークサウナであるが，薪でサウナストーンを熱して遠赤外線で室温を高めながら，煙で消毒効果を得るので尻は真っ黒になる。産屋にも使われていた。



シベリアを通過してさらに東進したモンゴロイドであるアメリカ・インディアンの「スウェット・ロッジ」は，本来，バッファローの毛皮テントに，外で野焼きした焼石を持ち込んで，呪術師が癒しの呪文を唱えながらハーブを焼き石に乗せて水をかけた。ハーバル・スチーム・サウナはコミュニティの結束を図ると同時に，発汗治療の場でもあった。南米のインディオたちも，大きな葉っぱで小屋掛けし，その中に持ち込んだハーブ泥を塗布した焼石に水をかけて薬浴を行うという。

ラオス式ハーバル・スチーム・サウナ

この十数年，数回にわたってビエンチャンにあるソッパルアン寺の蒸気浴調査を行ってきた。ドラム缶の熱湯に数種類の薬草を投げ込んで，真上の密室で蒸気浴を行うものである。インターネットで有名になり，世界中から観光客が訪れてきている。

東アフリカから出て，南路，インド経由でインディア・チャイナに東進したモンゴロイドは，シャムで紀元前 2600 年ごろから，ハーバル・スチーム・サウナで病をいやした。インドから伝わったヨガや仏教の呼吸法と，中国由来の薬草による医術が統合されたメディカル・サウナであった。今から 80 年ほど前から，西欧近代医学がこの伝承医術をタイから消滅させたが，伝播した山奥へき地のラオスでは現在まで引き継がれてきた。

ビエンチャンにあるソッパルアン寺のサウナでは，7〜8 種類の生薬をドラム缶に投げ入れ，薬効エキスを畳２枚ほどの蒸し風呂へ送り，２枚の四人掛けの板に向き合った男女が５分間・３度の蒸気浴と休息ベランダで薬湯を飲んだり，マッサージを受けたりするが，美容効果も高いと欧米の観光客に人気が高い。



朝鮮半島の蒸し風呂文化

韓国の「ハンジュンマク」（汗蒸幕）や北朝鮮の「ハンジュンタン」（汗蒸湯）が，鉱物・岩石を加熱して遠赤外線を発生させる蒸し風呂が，健康増進と美容の効果で大人気を博している。また，ヨモギを使った「スクチム」蒸気浴エステも有名だ。

古来，朝鮮文化の流れをくむと思われるが，京都は八瀬の碗状「釜風呂」も，典雅で穏やかな黄土加熱の心地よい汗を流した記憶で懐かしい。今でも営業しているのであろうか。

南路に残る寺院風呂の伝承医術

仏教伝来に源流を持つ寺院風呂は，文字も知らない庶民への布教の便法として，善男善女を狭い密室に押し込み，大鍋で沸かした熱湯の湯気を引き込んで蒸して，少量の薬物も用いて朦朧とさせたうえで，「これが極楽だ！」と，体で教える密教布教の宗教インフラであった。

日本人の風呂好き，温泉好みは尋常ではなく，入浴すると「極楽，極楽」と思わずつぶやいている。こうした意識は外国では見たことがない。空海イデオロギーは日本人の遺伝子レベルでしみついている。

「風呂」とは，心身を甦らすスピリットである「気」がこもる密室の「箱」を意味した。

大量の温水を沸かせる鉄の大釜が登場して初めて，お湯につかる「水ふろ」は，ようやく江戸期になって普及した。本義における「風呂」は蒸気浴であった。

江戸期以降に普及した湯屋（銭湯）は，蒸気浴の風呂とは全く別の水風呂系だが，あたかも寺院風呂に入浴するかのごとくに，寺院破風のエントランスを有している。例えば道後温泉や別府・竹瓦温泉など，至る所で歴史的母斑を確かめうる。

生命スピリットを科学的根拠で現代に活かす

病を癒す目的で，また産小屋として使われた，九州や瀬戸内の海沿いの「洞穴湯」・「石湯」は，海流に乗ってスンダランドから渡ってきた浜辺の＜うぶすな＞蒸気浴に源流があるように思われる。それは，はるか遠く，太平洋の対岸のアメリカ・インディアンの呪術師がバッファローの皮で覆われたテントの中に焼き石を持ち込んで薬草エキスを蒸気で飛ばして，呪術で癒したり，仲間の結束を図ったりするやりかたと通底している。

洞窟でミネラルを含んだ海藻を焼いて岩を加熱し，入り口に蓆を垂らして蒸気を封じ込め，海水で湿らせた蓆を敷いてその上で仲間とともに体を横たえて疲れや痛みをとる癒しの伝承文化が全国各地に消えかけて，その痕跡だけは残っている。

北投石から放射される天然ラジウムを浴びることにより身体活性化の効果を期待する玉川岩盤浴も，現代版，呪術・医術の系に属すると思われる。

病院に丸投げするのではなく，自らの健康を仲間たちと連携して大自然のヒーリング・パワーに依拠する医術をメディカル・エビデンス・ベースで構築したい。

どうした経緯で，気管支や肺を痛めかねない高温乾燥サウナが隆盛するようになったのであろうか。発汗によるデトックス効果には医学的根拠もなく，商業主義に踊らされているに過ぎない。「伝承の無い生活，それは人生の廃墟である」（バリャナック）だ。

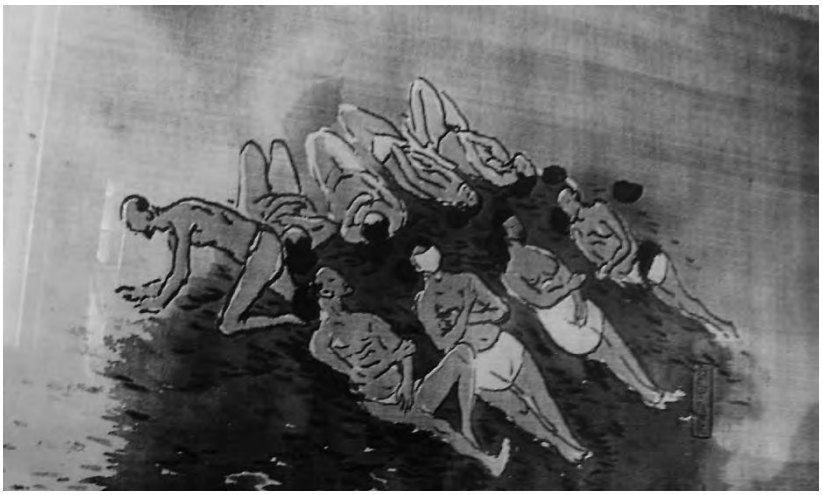
血糖値上昇の病は，モンゴロイドの旅では，北路の獣肉，南路の魚介類とナッツがメーンの食が，近年，高々数十年で過剰な糖質食に変わったことに起因する膵臓の対応不良によるのであろう。であれば，食育ツーリズムで生活習慣を改めればいい。

健康長寿の実現には生命力を高める「場」と食育・体育および「交心」とが必要である。

薬草蒸し風呂の伝承

別府市営の鉄輪温泉で，鎌倉時代から続く「蒸し湯」が残っていた。十年ほど前まで。仏教を布教するための寺院風呂の伝承を継いで，石組みの密室で 80 度近い熱蒸気を活用したハーバル・スチーム・サウナだった。善男善女が下履き一枚で乾燥薬草「石菖」（端午の節句に用いる菖蒲は，本来はアヤメではなくこの水辺の薬草）を敷き詰め，その上で蒸気浴するのである。木枕で療養している下図は解体前の「蒸し湯」入り口で撮影した。真っ暗な石室で３分から５分蒸された後にぬるい水風呂に浸かったことが懐かしい。

小規模な薬草蒸し風呂は各地で散見されるが，その医学的根拠が不明な点が残念である。



風地観ツーリズムの提唱

気（スピリット）が病むから「病気」で，その心身の不調が「のさり」で癒されると，元の気が戻って「元気」になると，古の人は考えた。この「気」の動きが「風」であり，悪い風がさわると「風邪」をひいたり，あたると「中風」になる。

「観光」という概念は『易経』の「風地観」という卦からきている。世界を構成する８つの構成要素の組み合わせで世の中は変化するので，その変化（易）を先取りするために君子は８種類の筮竹を各８本ずつ，計 64 本の筮竹から２本を抜き取って，組み合わせで天意を読むのである。風マークと地マークの筮竹組み合わせが「風地観」。

時代が移れば，観光の概念も大きく変わっていく。

『易経』は，中国古代の諸賢人が卦をどのように解釈したかの膨大な解釈集である。大別すると，君子たるものは「自国外に出る旅をして，外国の光（秀逸な人材）をスカウトして自国の統治に充てなさい」とする説と，もう一つ，「自国の光（素晴らしい統治の有様）を外国に積極的にアピールしなさい」とする説とがある。

両説は，いわば，国際観光ではアウトバウンドとインバウンドの関係であり，国内観光で言えば近代からの物見遊山型観光と現代型ルーラル・ツーリズムの両側面をあらわしている。

私自身は，風地観の卦を，次なる世代のツーリズムとして，命を吹き込む「風」（気の動き）と命を育む「地」（土）の２つの生命要素の組み合わせの卦の観方として，倦みつかれた都会の暮らしから，溌溂としたいのち豊かな生活へと蘇生するために，美しい田園に旅やリゾート滞在をしなさいとの天意として読み取りたい。　つまり，「観」を，「見る」や「示す」こととは別に，例えば人生観という場合のように，モノごとの捉え方や根本的な

考え方という意味合いでとらえる。風地観は，「いのち第一」で生きよとの天命だ。

欧米に学びアジアで習う養生院

この観点から，健康長寿を実現する「ピンコロ　ツーリズム」や「ピンコロ　リゾート」を自分の実践課題としてきた。未病を自覚し，医学的エビデンスに基づくハーバル・スチーム･サウナで仲間と共に心身を癒すため，この 10 年間で４つの薬草蒸し風呂を製作した。ラオスのサウナ調査で，メナウ川上流でオーストリア人が経営する「ラオパコ　リゾート」と出会い，ファーガソン氏から 38 種類のソッパルアン薬草リスト（ラテン語・英語・ラオス語併記）を頂戴したことが発端だ。下図は阿蘇の自作サウナ第 1 号である。臼井冬彦教授も美瑛町などの職員とともにご訪問くださった。



薬草の現代医学のエビデンスを探して，北大図書館で素晴らしい伝承から臨床研究まで科学的根拠に基づいたデータベース集と出会った。数十の欧米医科学研究所がメディカル・エビデンスの厳密なレベルで薬学的効能を格付けした『NATURAL STANDARD Herb & Supplement 』産調出版 2007 である。

健康長寿を自力達成したいと望む仲間たちと，臨床医を院長に迎え，保険点数で縛られた病院療法とは別途に，管理栄養士・運動療法士・伝承医術士などの専門家に参画してもらって，英国のグリーンジム事業も組み込んで，セルフ・メディケア・セミナリオ「ASO 養生院」設立をします。

マグマ貫入の大地エネルギーによる電磁場･地磁気･マイナスイオンなどなどの「気」（生命スピリット波動の力）が強い 3 ヘクタールのいやしろ地で，欧米のメディカル・エビデンスに基づいてアジアの伝承医術を活かし＜ライフウエア産業＞（ハードウエア・ソフトウエアの次に登場する産業）のビジネスモデルを鋭意考えているところだ。

「風呂」の次世代型を考えて，フィンランド石窯とラオス・ハーブ浴とを新結合したFRP浴室を助手と二人で建築中である。手掘りのプールやグランピング宿泊施設も整備中で，事業推進母体となる「株式会社ASO養生院」設立が予定されている。

下図は，試作第4号となる建設中の石窯ハーバル・スチーム・サウナである。



院長は熊本大学大学院医学薬学研究科部・環境保健医学分野を主宰し，定年退職後，NPO法人東アジアヘルスプロモーションネットワークセンターを設立し，地域に根ざした健康づくりを実践されている熊本大学名誉教授上田厚医師が就任なさる。東洋を介した西欧「南蛮」医学を根付かせたアルメイダの「天草セミナリオ」再興でもある。

北海道大学で次世代ツーリズム研究プロジェクトに参画できたことに感謝し，その研究成果の具体化としてわが健康長寿を全うしたいものだと愚考しています。（了）



（始まりと蘇りを意味するASOで，極楽「往生」岳を望む地に養生院をつくる。手作りサウナ室とプール，自宅が左端に見えるが「学んで時に習う　また楽しからずや」である。）

観光の知識から知識の観光へ

敷田 麻実
北陸先端科学技術大学院大学知識マネジメント領域 教授

1. 限界費用ゼロ社会の観光

観光学高等研究センターがスタートしたのは，2007 年の iPhone 発売前である。10 年間でスマートフォンの普及率は 72%に達し，人によっては「身体の一部」と言ってよいほど「スマホ」は身近な存在になった。スマホによって高度な ICT（情報通信技術）を誰もが利用できる現在，もっぱらパソコンでインターネットにアクセスしていた 10 年前の ICT 環境を思いだすことは難しい。

しかし，1990 年代に電話事業で議論されていた「あまねく公平に」が（林紘・田川 1994），ICT の発達でユニバーサルサービスとして実現し，あらゆるモノがインターネットでつながる IoT（Internet of Things）の時代になると，大きく世界は変わる。リフキン（2015）は，その著書『限界費用ゼロ社会』の中で，商品やサービスをさらに 1 単位追加生産するコストである限界費用が，限りなくゼロに近づく社会への移行を示唆している。固定費を考えなければ，商品やサービスが「タダ」で手に入るとは驚きだが，それはプロシューマー（トフラー 1980）にとって歓迎すべきことである。彼らが多様なサービスを「ほぼ無料」で利用し，生産や創造活動に自由に参加できる社会になるからだ。工場を持たなくても，個人で自由にものづくりができる 3D プリンティングはその例である。

そして限界費用がゼロに近づくことで，生産やエネルギー供給，さらには教育にまで影響が生ずる。例えば，MOOC のように，20 人が受講する授業をネットで 200 万人に無料公開しても，ほとんどコストは増えない。むしろ授業という教育サービスを，200 万人が無料で享受できる。この様に，モノやサービスの生産は，IoT の時代になって劇的に変化した。

2. 観光という消費の変化

では，個人が楽しみを追究する活動である観光では，近年どのような変化があったのだろうか。それを特に知識の視点で見てみたい。

従来は，「観光する」ためだけにも，多くの知識を必要とした。それは観光地や観光サービスにアクセスするための手順的な知識や，観光地を楽しむための教養的知識だった。し

かし，スマホやモバイル端末の普及によって，こうした知識は限界費用ゼロで供給されるようになり，観光地に行ってから全ての知識を手に入れることすら可能になった。

しかし良く考えてみれば，知識があるから「観光で楽しめる」というのは，道路地図や道路交通法を理解していれば運転を楽しめるという，誰もが「そんな単純ではない」と言えることと同じである。実際には知識の多寡は行為に直結しない。その点では，観光に関する知識の限界費用がゼロになった状況で，何が生ずるかを考えなければならないだろう。つまり観光の知識の価値が，潤沢な知識供給で限りなくゼロに低下した現在の観光は，何を「観光対象」とするのかが再度問われている。

この点について，最初に観光対象となったのは，フロンティア，つまり周囲の人が行ったことがない場所であった。例えば，未知の大陸，前人未踏の地，未開のジャングルなど，誰も足を踏み入れていない，人の手が入っていない空間への観光であった。それは知識が得られていない空間であり，だからこそ観光客は，その地へ行くために知識を手に入れようと努力し，その空間での体験で学んだ知識が重視された。ただし，この場合の知識は断片的でもよく（いわば情報で），その量は体験を左右しなかった。

しかし，こうした未踏の地についての知識は，1980 年代までにほとんど得られてしまい，観光対象になる場所は次々に魅力を失った。そこで，次に観光客の関心が向いたのが「内」であった。つまり，知識が少ない空間としての未踏の地ではなく，人と比較してよりよい観光体験をすることに関心が高まった。そのため人が到達しているかどうかが重要なのではなく，人よりよい体験をする，よりよいモノを手に入れる自分の満足に関心が移った。よりよい体験のためには知識，それも深い知識が必要で，その知識の多さが観光体験の評価尺度になった。

エコツーリズムが台頭して来るのもこの時期で，よりよい自然体験，学習する体験を目指して，ツアーがつくられ，自然体験さえできればよいという，それまでのネイチャーツーリズムとは一線を画した。そして，エコツーリストは自然に関する豊かな知識を持ち，その知識がなければエコツアーを楽しめないことが共有されていった。別の例を挙げれば，京都についての深い知識を持って京都観光を楽しむことが強調され，それが観光客として評価されることである。ただし，この場合に重要なのは，知識の蓄積であり，必ずしも活用可能な「生きた知識」である必要はなかった。

そして次に生まれたのが，自分自身を対象にした観光である。自分を消費の対象とする観光であり，自分らしい旅のスタイルや自分に似合う観光として成立する。その例は，「自分探しの旅」や，癒やされる自分に関心があるという「癒やしの旅」である。本来は日常にないものを体験することが観光の基本だが，日常を（自分に都合がよい）非日常につくり変え，それに賞賛を得て満足する。

例えば，旅先で農業体験をすれば，農家の苦労を知らずに，農業を営んだ気分になれる。決してグリーンツーリズムを否定するのではないが，都合のよい農村像を得ることができる。矢部（2005）が主張するように，「消費のまなざし」によって，都市からの観光客が，

（都合よく）農村イメージを構築できる。

この様なスタイル，つまり自分のことにしか関心がない消費者が，他者が自分に関心を持ち，褒めてくれることを望むことを，「ナルシシズム消費」だと佐伯（1993）は主張した。また岩田（2012）が，「引きこもり」は，自分を低く評価をする外部をシャットアウトして，自己評価とマッチする評価しか受け入れないことだと述べている。この様な指摘を踏まえれば，観光は多様化したが，それぞれのスタイルに引きこもる観光の増加と捉えることもできる。

こうした，いわば「ナルシシズム観光」は，限界費用ゼロ社会で知識が無限に供給されることで加速され，またネット上での賞賛を得ることで，消費が正当化される現象によって発展してきた。あくまで自分が観光の中心であり，観光地や観光対象が自分に提供されることを観光客は歓迎する。観光対象に関心があるのではなく，本当の関心の対象は自分自身であるので，提供される観光資源は消費されて当然という扱いを受ける。そのため，ナルシシズム観光客にとって必要な知識とは，自らを盛り上げるために意図的に選んだ知識となる。地域にある豊かな暗黙知から，切り身のように都合のよい知識が取り出される。

それは，観光で利用される地域資源の変容としても確認できる。観光資源は，自分にとって好ましい姿に変容させたもの，自分の観光体験を盛り上げてくれるものであれば十分だからだ。そのため，実物ではなく「イメージ」が活用される。金武（2014）は，ゆるキャラが元の資源から分離されて，イメージとして観光資源化することを指摘している。イメージ化されれば，元の資源の制約から解放され，人によって操作可能になり，自らの満足のために自由に動員できるようになる。例えば「くまモン」は，野生生物のクマから創られたと考えられるが，熊本県にはツキノワグマは分布していない。地域にある資源とは別のイメージを，自由に生成することができている。

3. 差異と観光創造

前節で観光の変化を消費の変化と知識の観点から考察したが，依然として変わらないのは，よりよい観光体験，観光での満足を求めることである。しかし「よりよい」とは相対的な評価であり，実際には観光体験から価値を得ることが重要である。ここでの体験とは，個人にとっての価値ある体験と言い換えてもよく，観光が価値創出のためのシステムという主張（Cawley and Gillmor 2008）と軌を一にする。では，価値はどのようにして，何から生み出されるのだろうか。

今田（1993）が 1990 年代に既に指摘したように，価値は差異によって生み出される。しかし残念ながら，限界費用ゼロ社会では，その差異はすぐに模倣され，価値が逓減する。コピーコストがひたすらゼロに近いからである。そこで，模倣されないものとして，今田（1993）は「リゾーミックなシステム」を提唱した。それは差異を創り出す運動体であり，市場でも，統制でも，ネットワークでもない動きである。そして今田は，希少性に基づく

価値から，意味付けによる差異が価値を生む，違いを生み出すシステムを評価している。それは，希少価値の追究から潤沢価値に転換した，限界費用ゼロ社会にマッチした考え方である。

ここで知識や情報が限界費用ゼロで供給されることを前提として，これからの観光を考えてみたい。限界費用がゼロの社会における観光は，潤沢な知識や情報の供給を前提として，いかにして差異を生み出すかに関心が注がれる。そこでの「観光創造」とは，他者の観光体験とは異なる体験を「創造」することと捉えることができる。そして，まったく新たな観光を創るのではなく，差異を創ることが期待されている。こうした差異の創出は，新たなもの，未開の地を見つけることが不可能な現在では，今あるものに新たな「意味を付与」することで可能となる。ここが重要な点だが，新たな意味を生成するという点で，それを文化だと考えることができる。

しかし，現在まで主流だったのは，文化と分離された商品やサービスの生産である。アメリカの工業生産に代表されるように，文化を切り離して，商品やサービスを大量に生産することが 20 世紀のやり方だった（佐伯 1993）。そこには差異がない。

しかし現在は，商品やサービスが再び文化と結合して生産されるようになった。それは，機能だけを強調した商品やサービスに，新たな意味を付加することである。林（2014）はそれを，普遍性を持つ文明商品から固有性を持つ文化商品への転換と呼んだ。文化と再結合することで，現代の観光も「文化サービス」としての魅力を持つことができる。そして地域の固有性を生かして，差異を生み出すことが可能になる。

もちろん，それが真に差異だと言えるかは，多様性を議論しなければならない。ある地域での多様性（α 多様性）が高くても，広い地域で見た多様性（β 多様性）が低くなることがあるからだ。例えば，ある街にスターバックスコーヒーが進出することで，バリエーションが増え，その街のコーヒーは多様化する。しかし，どの街に行っても同じようにスターバックスコーヒーがあれば，広域での多様性は低下していることになる。各地で独自のインバウンド観光を競いながら，どこに行っても同じような文化体験や自然体験が用意されているようであれば，早晩，地域の固有性の魅力は消失する。差異化は難しい。

差異を創り出すことは，意味を付与することだと述べたが，観光に新たな意味を付与することが観光創造である。また，差異化は変化でもある。いったん完成した「形」を惜しげもなく変化させることを求められる。高橋（2013）は，他社との競争に勝つ原動力となった自社の「ドミナントデザイン」に拘泥してしまい，結果的に閉塞する現象を，「殻に閉じこもる」と表現した。差異の創出は，前述したリゾーミックな運動体のように連続的に行われなければならない。

つまり，これまで 10 年の，観光創造という殻に閉じこもるのでも，それを破るのでもない，新たな殻を創り出すことが必要である。そのためには，連続して意味を生成するための積極的な学習が必要である。観光の知識が輝きを失った現在，知識の地平を観光することに価値を見いだす時が来ている。

参考文献

Cawley, M. and Gillmor, D.

2008　INTEGRATED RURAL TOURISM: Concepts and Practice, *Annals of Tourism Research*, 35(2): 316-337.

林紘一郎・田川義博

1994　『ユニバーサルサービス：マルチメディア時代の「公正」理念』中央公論社。

林廣茂

2012　『AJINOMOTO グローバル競争戦略』,同文館出版。

今田高俊

1993　「ネットワーク論を超えて－リゾーミックなシステム観」『フィナンシャル・レビュー』26: 52-68。

金武創

2014　「ゆるキャラと観光振興 : 地域文化政策の文化的価値と経済的価値」, 『文化経済学会』, pp. 27-38。

リフキン, J.

2015　『限界費用ゼロ社会－<モノのインターネット>と共有型経済の台頭』柴田裕之訳, NHK 出版。

佐伯啓思

1993　『「欲望」と資本主義－終りなき拡張の論理』, 講談社。

高橋伸夫

2013　『殻: 脱じり貧の経営』, ミネルヴァ書房。

トフラー, A.

1980　『第三の波』, 徳山二郎編, 日本放送出版協会。

矢部健一

2005　「体験される農村－ポスト生産主義の視点から」,『消費される農村－ポスト生産主義下の「新たな農村問題」』,日本村落研究学会編, pp. 41-66, 農山漁村文化協会。

神的力Ｘへの予覚　―　見ることの根源条件

高橋 吉文
北海道大学 名誉教授

１．切断

1. 美術館等で展示されている何かを見るにせよ，また旅する観光で何かを見て体験するにせよ，その際人はそもそも何を見，何を体験しようとしているのだろうか。

＊＊＊　　＊＊＊　　＊＊＊

2. 見る行為（見ること）は，㋑見る人と，㋺見られるモノ・コトの２項があって成立する。
3. ㋺見られるモノ・コトは，それを㋩見せる人が，㋑見る人に呈示するモノ・コトである。
4. ㋑㋺㋩の３項があって，見る・体験する展示・観光が成立する。
5. ㋺見られる（見せられる）モノ・コトは，その内容が日常的なモノ・コトであっても，日常（常態）から切り離された（separated）モノ・コトである。
6. 日常の文脈から切り離されていないモノ・コトは，自明のルーティン性に埋もれ，人の眼には見えない，ないしは特別のものとしては見えない。
7. 展示され・観光されて㋺「見られるモノ・コト」，すなわち㋑「見る人」によって㋺「見られるモノ・コト」が，日常という文脈から"切断"されたモノ・コトであるとすれば，展示的に・観光的に「見る」という現象の発生において，最も基本的条件となるものは "切断" separation ということになる。
8. "切断"は，切断線（ライン）を境にして，内なる自己と外なる他者とを分節する行為ならびに現象である。
9. 内なる自己は新たな日常へ，外なる他者は新たな他者たちの非日常へと分岐される。
10. その分節（切断）の異常性によって，「㋺見せられるモノ・コト」は，魅力的でエキゾチックな新奇性を獲得し，「㋑見る人」の眼に異化されてあらわれる。
11. 異化の瞬間，"切断"ラインの外なる彼方は，ラインの内なる者には見えないがゆえに異界性を帯び，エキゾチックな香気をラインのこちら側すなわち内なる自己の方へと濃厚に吹き寄せるのである。
12. "切断"時，内なる自己側に組み入れられた新たな日常は，外なる他者たちという新たな非日常を予感的に体感させる。

２．現実の絶対主義

13. "切断"separation は，【内／外，自己／他者，日常／非日常，秩序／無秩序，可知／不可知】の分節によって，排除された外部の未知で不可知なる領域を，エキゾチックな異界として予感的に内側に喚起する。
14. ホモサピエンスの認知を行う脳は，脳科学によれば各種差異の認知と判断を基本として，また日常（常態）を裏切る（つまり"切断"する）"サプライズ"の新奇性を不可欠とし，またそれを渇望するものである。
15. 新奇性に渇望する欲望を好奇心という。
16. 脳と精神に好奇心が内挿されたホモサピエンスとは，好奇心と"サプライズ"に飢え，それを血のように啜らなければ絶滅するであろう吸血鬼（ヴァンパイア）的存在である。
17. 各種生命体およびその一種であるホモサピエンスを，生態圏内でのサバイバルとその凱歌となる文明の創出へと駆動させていった最重要因子は，新しい"切断"により喚起されるそうした新奇性を飢渇する好奇心である。

    cf. ブルーメンベルク『近代の正統性Ⅱ　理論的好奇心に対する審判のプロセス』（忽那敬三訳，叢書・ウニベルシタス，法政大学出版局，2001，第三部第VI章）

18. その人類の歴史において遅れて登場したとはいえ，対象を認知・認識し社会共同体をつくるにおいて比類ない力を発揮した言語もまた，分節と差異化すなわち差別と切断とによって発生し機能しているものである。
19. 切断（分節）は，現生人類が創りだしたあらゆる共同体や社会システムのあらゆる時点と場に随時かつ幾重にも出現可能である。
20. 日常／非日常の切断は，どこであれいつであれどのようにであれ，多様かつ恣意的に可能である。
21. しかしながら，ホモサピエンスという生命体の身体，およびそれら身体存在群が創りだす共同体や社会システムにその発生と持続とを可能ならしめる生態的な限界線を，人は越えられない。
22. いかようにも可能にみえる膨大な切断群も，つまるところはホモサピエンスを身体的に存立可能ならしめている【大自然／文化（文明）】という根源的な"切断"にもとづき，はじまっていく。

23. 種々の危険に満ちる大自然の中で，脆弱な身体能力しか有しないホモサピエンスの身体が直面する死との境界線こそが，ホモサピエンスという生命体にとっての，そしてまた「見ること」にとっての根源的な"切断"ラインをなす。
24. 【大自然／ヒトの身体・精神】とを分節するこの根源的な"切断"線を，第 1 次的"切断"

ないしは原"切断" Ur-Separation と呼ぶこととする。

25. 上の対立項【大自然／ヒトの身体】に精神を加えて，【大自然／ヒトの身体・精神】としたのは，精神がデジタル的（バーチャル的）に走らせた分節・境界設定が，他の生命体とは異質なレベルでの一大飛躍を現生人類に可能ならしめた，と考えられるからである。

cf. 認知考古学者スティーブン・ミズン『心の先史時代』(松浦俊輔，牧野美佐緒訳。青土社 1998，p.88, 204)

26. 根源的な切断線の彼方に広がる非-人間的領域は，一方では食糧や環境を恵んで生命体のホモサピエンスを救済すると同時に，それ以上にヒトを破滅させる暴力と恐怖をふんだんにもたらす大自然でもある。
27. ホモサピエンスにとり大自然は，いつであれほとんど圧倒的な暴力と恐怖をもたらすものである。
28. 20 世紀ドイツの思想史家ハンス・ブルーメンベルク（1920-1996）は，そのように圧倒的な暴力と破局の必然性として君臨する大自然を，「**現実の絶対主義**」Der Absolutismus der Wirklichkeit と呼んだ。破滅（死）こそが，まずもって"絶対的"に，すなわち問答無用の必然として睥睨（へいげい）していたからである。

cf. 『神話の変奏』(青木隆嘉訳，叢書・ウニベルシタス，法政大学出版局，2011)

3．絶対的隠喩

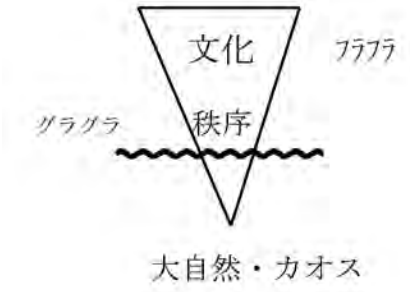
29. その途轍もない恐怖の渦の中に投げこまれていた現生人類は，そこにおいて生きのびるため藁をもつかむ思いから，黒々とした大自然とか弱い自己の精神との間に，極めて恣意的にだが，決定的な "切断" 線を走らせる。
30. 大自然という絶対的な恐怖から脆弱な自己を仮そめに護る"切断"線が，「現実の絶対主義」にやや対抗して動員された「**絶対的隠喩**」Absolute Metapher である（ブルーメンベルク）。

cf. 『隠喩学のためのパラダイム』suhrkamp taschenbuch wissenschaft, 1999

31. 大自然の暴力の中に投げこまれていた人類が，自己防御とサバイバルのために発動させた「絶対的隠喩」は，蚕の繭のように自己防御の強い願望からのみ紡ぎだされた虚構（フィクション）の糸であり，ホモサピエンスの心は，胎児のようにその繭の中にくるまり仮そめの安寧を得る。
32. だが，その繭が自己の外輪部につくり出したバリア（防御壁）は，自身の防御願望から根拠なく，恣意的に紡ぎだされた虚構の夢想，すなわち美的な隠喩（メタファー）であり，自己の精神と身体の存立を合理的に根拠づけうるものでは全くない。
33. 「絶対的隠喩」とは，現生人類が自身の存在根拠を根拠なく，それゆえ"絶対的に"根拠づけ保証する根拠のことである。
34. それは，是非ともなくてはならないという願望だけを根拠とする架空の存在根拠であ

るものである。

35. 「絶対的隠喩」は，存在しない存在根拠という答えを与えてくれる答えなき問いであり，なぜ自分たちは存在するのかという最要諦の問いにして，同時にその問いへの答えでもあり，またそれへの不動の根拠でもありうるものである。
36. ホモサピエンスとしての現生人類が，"隠喩"なる高度なものに認知的に開眼したと推定される後期旧石器時代に，この根拠なき根拠（「絶対的隠喩」）に本能的に想到し，それに強固に支えられ庇護されることで，人間の文明は社会構成主義的に構築されていく。
37. 私たち人類の多様な文化は，いずれもこの根拠なき絶対的根拠である「絶対的隠喩」という，ありてなき特異点を秘密の礎石として，大自然という恐怖の荒海の上にいわば倒立している逆三角形状のものである。



38. とはいえ，「絶対的隠喩」という無条件に妄想された虚構の繭によるバリア内にくるまって味わう甘き安寧は，自己防御の願望が捏造した仮そめの夢への引きこもりとでもいうべきものである。
39. 生態圏の中の生命体である限り，願望が紡ぐ人工的な夢想繭（「絶対的隠喩」）の裡に閉じこもり，繭の外の襲いかかる世界（外）から眼をそらして繭の中に引きこもってみたところで，リスクあふれる大自然をサバイバルしていくことはできない。
40. 人がどのように引きこもろうとも，大自然の襲来という「現実の絶対主義」（破局的現実の不可避性）の圧倒的優位に変わりはない。
41. 人間の意向や願望など全く意に介さない非-人間的な大自然の圧倒的暴力によって，ホモサピエンスは，況んやその脅威に無頓着なまま自己妄想内に引きこもる生命体は，外界に瞬時に蹂躙され滅びるは必定である。
42. それゆえ，「現実の絶対主義」（破滅一元の必然性）の中でサバイバルすべきホモサピエンスは，「絶対的隠喩」（幻想の紡ぐバリア）が湧出させた亜空間内に引きこもる一方で，【大自然／人間の身体・精神】という第一次的"切断"線の向こう側に排除された外の世界，すなわち大自然をも随時覗き見やる必要がある。

4．秘密のあっこちゃん

43. とはいえ，人にとっての可知的世界は，「絶対的隠喩」の繭バリアが内へとくるみこんだ領域だけであり，繭のバリア（「絶対的隠喩」）という"切断"線を越えた彼方は，人の可知，関与しうる領域ではない。
44. 人にとって外なる世界は，不可知で不可測なるもの，さらにいえば"不在するもの"としてのみ理解されうるものである。
45. その不可知なる領域は，18 世紀末のカントにおいては「物自体」Ding an sich として，20 世紀初頭の初期ヴィトゲンシュタインでは，言語的認識の彼方として表現されていた（「語りえないことについては人は沈黙せねばならない」『論理哲学論考』1921）。
46. 彼方の不可知に絶望してその境界に立ちつくす初期ヴィトゲンシュタインに対して，カントは，『純粋理性批判』（1781，1787）において，表では感性，知性，理性の複雑にからみあう認知・認識メカニズムを鋭く解析し，人の認識を感性内に限定し，感性的地上から天空の観念的な形而上世界（イデア等）へ繋げていこうと暴走したがる理性には，批判 Kritik によって厳しいブレーキがかけられる。
47. カントが，感性（五感）によっては認識不可能な物自体 Ding an sich を，感性が知性や理性と協働して認識しうる可知的現象と明確に対置するのはよいとしても，リアルに襲いかかることは明々白々な「現実の絶対主義」（破局一元の大自然・宇宙）の脅威を，不可知云々以前にそもそもあるかどうかからしてひどく怪しげな親-人間的な神や理想的なイデア IDEA といった，人間に都合の良い世界肯定原理と同列とし，不可知という同一の次元内に並在させるというのはほとんど詐欺に等しいものがある。
48. 同じ不可知とはいえ，神やイデアは人間の願望した妄想の可能性が大であるのに対して，大自然の実相の不可知の方は確実に破滅をもたらしえ，そして事実おびただしい災厄を人間の世界にもたらしてきた極めてリアルで致命的な不可知であり，神やイデアと同一線上で比較しうるものではない。
49. 圧倒的な恐怖の未知と，極力ありそうにもない救いの未知とをあえて同等として一緒に並在させ，人間の五感の外にあると想定される異なるレベルの不可知の事象が同一の「不可知」という抽象概念へとずらされる時，恐怖の不可知が祝福の不可知へと巧妙にすりかえられる瞞着がおきる。
50. 1755 年 11 月 1 日朝の礼拝時，カトリックの総本山のひとつでありポルトガル大帝国の首都であるリスボンを襲った大地震（M9）は，一瞬にしてボルトガル大帝国を凋落せしめ，数次の巨大津波は，リスボンのみならずアフリカや英国海岸をも襲い，全ヨーロッパの人々を心の底から震撼させた。
51. 神への信仰と自身の理性を誇示していた 18 世紀の西洋近代文明は，大自然の気まぐれとその凄まじい破壊力の前に茫然自失となり，以後，その重苦しい恐怖相の下，延々と秘かに戦慄し続けることとなる。

52. だが，カントの不可知である物自体の世界では，リスボン大地震（1755）や東日本大震災（2011）といった激烈な破壊をもたらす天変地異も，人には不可知であるということで，サバイバルしたい欲望にはなぜか優しい，神やイデアといった世界肯定原理の動向と同じカテゴリーに振り分ける抽象化操作によって，リスボン大地震の途轍もない恐怖も，恐怖か否かのひどく曖昧な決定不能なるものへと中性化され，毒抜きされる。
53. 見たくもない恐怖である「現実の絶対主義」はかくして狡猾に曖昧化され，可知的な人間世界（文化）をぐるり取り囲んで護るバリアの外となる彼方の世界（大自然）から，戦慄の破局性が巧みにはずされていった。
54. それだけではない，その曖昧化とともに大自然からは恐怖相が揮発し，そして放恣な理性に対しては厳格に戒めていたはずの神へと即飛翔するための道筋（「ヤコブの梯子」）が，いつの間にか忽然と裏口に発生している不思議も起こる。
55. 手品よろしく捏造された神やイデアの高みへと昇る抜け道（裏口）となる「ヤコブの梯子」の幻像が，リスボン大地震への恐怖におののき続けてきた人々を，恐怖が君臨する感性的地上領域での絶望（これが，カントも投げこまれていた「疾風怒濤」の呪いの荒海である）から，喜悦満ちるイデア天界への上行・救済へと導いていく。

    cf.　Sturm und Drang　疾風怒濤時代

56. リスボン大地震の恐怖によって窮地に追いつめられていたはずの人間たちの営みに，とりわけ近代科学の探究の手に，憧れのイデア楽園へとするりもぐりこめる裏口入学仕様の秘密のお墨付きが，目にもとまらぬ速さで手渡されるアクロバットが披瀝されるにいたるのである。

    cf.　リスボン大地震に対して最も迅速な考察を立て続けに行ったカントの思考は，その巨大恐怖との対決と超克をその通奏低音としている。

57. その根拠のない心温まる保証の上に立って，西洋近現代科学の明るい展開と，西洋近代文明による容赦のない世界覇権が強烈に推進かつ拡大されていく。
58. その幻影も，それでも，19 世紀末から 20 世紀初めにかけて，ニーチェやマッハ，先のヴィトゲンシュタインたちによって相対化され，破砕されていく。
59. 20 世紀後半のドイツの社会学者ニクラス・ルーマン（1927-1998）の社会システム理論もまた，人間の文明（社会システム）を，不可知のカオス的大自然の荒海（恐怖）の上に，ほぼ可知的にみえる力線の有限な束のみからなり，宙づりにされたままクラゲのようにぷかぷかと根拠なく浮遊するものと考えた。

    cf.　『社会システム理論（上・下）』（佐藤勉監訳，恒星社厚生閣，2007）

    『信頼――社会的な複雑性の縮減メカニズム』（大庭健，正村俊之訳，勁草書房，2007）

60. 不可知な力線群の無限波浪を，可知的な有限の力線の束へと「縮減」し（ルーマン），その限定操作によって無限の宇宙を把捉しえた，あるいは把捉しうると人は明るく妄想したのである。

5．恐怖から恐怖へ

61. 【カオス（宇宙・大自然）／システム（文明）】を創出する第 1 次的"切断"（絶対的隠喩）が発生するや否や，それに引き続いて第２次，第３次，第４次的というように多次元的に切断（差異化）が次々と行われて，差異は増殖かつ重層化し，システムは著しく複雑なものとなり，文化・文明は一見その自立性を強めていく。

    cf. メアリ・ダグラス『汚穢と禁忌』(塚本利明訳，ちくま学芸文庫，2009)

62. 多次元的切断により複雑化した社会システム（文化）は，それ自体も疑似的自然さながらに迷宮化し，【不可知／可知】の原"切断"のこちら側（可知）に生成された人間的世界もまた，それなりに不可知な密林的ダンジョンの様相を呈していく。

63. とはいえ，社会システムは，近現代西洋文明がそうであるように，その分節模様がいかに多様に入り組みその緊密さを誇ろうとも，無と中空とを自身の存立根拠とするその逆説的な存在様態からいって，その足元には不可知な大自然というほとんど恐怖のみが不気味に渦巻いているものである。

64. それゆえ，自己を存立させている無根拠という不可知・不可視の存在根拠は，人が決して直視してはならないメドゥーサ的恐怖の眼光でありつつも，同時に，可能な限り婉曲的にではあるが，人と社会システムは，メドゥーサの死と凍結のまなざしに測深波を送り，"切断"線の彼方に広がる不可視の世界からやってくる突然の襲撃に備えていなければならない，ひどく矛盾した生態的な生き物でしかない。

65. 根源的な第 1 次的"切断"は，理性的根拠や倫理的価値に先立つ美的な隠喩（絶対的隠喩）によってなされたものであり，宗教を根拠づける「聖なるもの」（オットー）も，宗教的価値やイデオロギーを先鋭化させた神学やイデア等の形而上学における超越的な救済原理考も，"切断"ラインの内側において遅ればせに夢想され，自身の情的願望に即して後天的に捏造されたものであって，人間のサバイバル願望以外にいかなる根拠をも持ちえない。

66. 社会システムは，姿なき（不可視の）特異点である「絶対的隠喩」を起点とするが，それをいわば代行するやや可視的な隠喩が，「絶対的隠喩」の美的隠喩性を踏襲しながら，こちらは，しかし，やや可視的ではある一群の「基底隠喩」Grundmetapher（ブルーメンベルク）である。

    cf. 米国の認知科学者レイコフのいう隠喩「人生は旅である」（ジョージ・レイコフ，マーク・ジョンソン『肉中の哲学：肉体を具有したマインドが西洋の思考に挑戦する』計見一雄訳，哲学書房，2004）も，ブルーメンベルクが絶対的隠喩とする光と影，時間，未踏の地，難破，円環等の無条件の定型的隠喩も，基底隠喩といえる。

    cf. 高橋吉文「隠喩論Ⅳ：ブルーメンベルクの基底隠喩配列」，高橋吉文編『隠喩とメタ思考』，日本独文学会研究叢書 37，日本独文学会，郁文堂, 2005 所収

67. 美的な「基底隠喩」群が築く美的なネットワークを社会システムの奥底の基層として，

その上に，それこそ生きるためなら何でもありの曖昧模糊たる中間の生活感覚の坩堝「生活世界」Lebenswelt が，「基底隠喩」のネットワークから連続的かつ不連続的に生成される。

68. ①美的感性と②合理的思考とが多様にまざりあう①②「生活世界」を無礼講的な中間地帯として，「絶対的隠喩」や「基底隠喩」群の２者の①美的隠喩的思考と，合理的知性が担う支配的社会体制や，その理知的側面を極度に突き詰めた形而上学 Metaphysik からなる２者の②理知的思考 Ideologie とが混淆する。
69. いわゆる社会システムは，後者の３者すなわち 1)「生活世界」と 2) 理性による法規的秩序や 3) 形而上学の可視的な３者からなり，最初の２者すなわち①「絶対的隠喩」と「基底隠喩」群ネットワークの美的隠喩次元は，後者の法規的秩序と形而上学の捧持と威厳保持の強い必要性から，徹底して隠蔽される。
70. とはいえ，1755 年以後，特に 19 世紀の西洋社会は，リスボン大地震による恐怖の隠蔽と，その超克・密封方式の探求に悪戦苦闘し，結局はリスボン大地震への恐怖トラウマ地獄の炎の上で次々と明るく演じられていった一連の茶番劇が，西洋近代なるものの正体である。
71. リスボン大地震の恐怖を隠蔽して大躍進を享受した西洋近代の傲慢と幻影をふたたび破壊し，西洋近現代に決定的な引導を渡したのが，それと同規模の 2011 年 3 月 11 日の東日本大震災（M9）である。
72. 1755 年のリスボン大地震への震撼と恐怖, そして何よりその巨大トラウマの隠蔽と封印開発とをもってはじまった西洋近現代文明は, 2011 年の東日本大震災をもって最終的に終焉をつげられ，リスボン大地震襲来直後にヨーロッパ全域に重くのしかかっていたあの破局の絶対的支配（「現実の絶対主義」）の魔の手へと，今ふたたび引きずり戻される。
73. 現代ドイツの社会学者ベック（1944-2015）が警告する「危険社会」すなわち恐怖がむきだしとなって睥睨し荒れ狂う陰惨きわまりない【破局の時代】へと，世界はこの時はっきりとシフトさせられたのである。

cf. 『危険社会』（東廉，伊藤美登里訳，叢書・ウニベルシタス，法政大学出版局，1998）

６．大衆の身体性と神的力Ｘ

74. 展示や観光といった「見ること」に特殊的に特化した現象も，実はこのリスボン大地震の衝撃によって表舞台に登場し定着するようになっていったものである。
75. 18 世紀末は，大地震に続いて大噴火もまた連続し，大寒冷による飢饉等の天変地異が次々と民衆に襲いかかり，1760 年代からの英国発産業革命による流民化とともに，封建的な社会制度の秩序基盤が，それこそ巨大地震さながらに大きく揺るがせられていった時期である。

76. 「ウルリヒ・イム・ホーフは 1750 年代末からフランス革命までを概観し，その「発火点」を 1755 年のリスボン大地震に見ている。この考え方を援用するならば，アレクシス・ド・トクヴィルの考えるアンシャン・レジーム（旧体制）の「断絶線」も，実はこの 1755 年のリスボン大地震に思えてくる。つまりこの大地震が発生したことによりヨーロッパ全体が震撼とし，フランスではヴォルテールやルソーがこの地震をきっかけにして，革命の導火線に火をつけたのである。」（続く）

* フランスの歴史家・政治家トクヴィルのいう「断絶線」とは，貴族支配体制が凋落に向かう分岐点を指す。

77. 「リスボンの地震は本震だったが，1789 年のフランス革命はその巨大な「余震」であった。確かにリスボン大震災がフランス革命の重要な「発火点」の役割を担っていた。その余震はトクヴィルが生きた 19 世紀に何回もぐらぐらと揺れ続け，やがてフランスの旧体制を粉々にしたのだ。」（続く）

78. 「それだけではない。ウルリヒ・イム・ホーフが言うように，リスボン大地震の余震はやがてヨーロッパ全体の旧体制もことごとく破壊し尽くす。それがいわば『アンシャン・レジームの死の舞踏』なのである。」

（飯島洋一『破局論』青土社，2013，p.87，但し，数字はアラビア数字に変更している。）

cf. スイスの歴史家ウルリヒ・イム・ホーフ(1917-2001)『啓蒙のヨーロッパ』（成瀬治訳，平凡社，1999）

79. 山岳を描く風景画（ピクチャレスク）も，アルプス等の山岳自然をおとずれる観光も，リスボン大地震が惹起した大自然の破壊力への深い戦慄と畏怖をその決定的な動機とする。

80. 大自然が一瞬開示してみせた奈落（地獄）の底への鮮明な通景 Vista が，西洋に伝統的であった強固な視覚（遠近法）を解体し，人々に新たな「見ること」つまり新しい視覚メディアへの異常なまでの執着と模索を喚起する。

81. 大英博物館の一般公開が 1759 年，ルーブル博物館が 1793 年というように，18 世紀の後半，というより末まで美術等のコレクションは一般市民の目にふれるものではなく，公開されたとしても，多くは収集家個人の好奇心に依存した雑然たる趣味的収集で，公的性格を欠落していた。その意味で美術は，集合的に見られるものではなかったのである。

82. ところが，18 世紀末，とりわけ 19 世紀前半になると，美術館等の前身形態による展示における一般公開が忽然と勃興し，ミュージアムが陸続と設立される異常事態が発生する。

83. それと軌を一にするかのように，19 世紀の初頭 10，20 年代にメディア史上類例のないとクレーリーが呼ぶ架橋不可能の深い亀裂が露わとなる。この時期，「**見ること**」に関する一大変革が西洋において集合的に生じつつあったことを，これらの事実は示している。

cf. ジョナサン・クレーリー『観察者の系譜—視覚空間の変容とモダニティ』（遠藤知巳訳，十月社，1997）

マックス・フォン・ベーン『ビーダーマイヤー時代』（飯塚信雄他共訳，三修社，1993）第六章

スーザン・A・クレイン編著『ミュージアムと記憶—知識の集積／展示の構造学』伊東博明監訳，ありな書房，2009

第２章　ヴォルフガング・エルンスト「ミュージアム学の原・集積・組織構造」

84. 「いかにしてミュージアムという「媒体（medium）」が，集合的記憶が作用するさいの方法によって，メタファーとなるのか」
「私的な記憶はすべて，自らの分節化のために「集合的記憶の構造」に依拠している」
（同第１章　クレイン　序章，pp.12-13，後者の引用は但し，フランスの社会学者アルブヴァクスからの引用）

85. リスボン大地震は，トクヴィルやイム・ホーフが主張するように，その余震として貴族支配のアンシャン・レジームを葬り去っただけではない，西洋視覚も普遍的原理も，伝統的な民衆という集合的記憶も【知識人／民衆】の区別等も，すべて揺れと津波で一瞬のうちに粉砕しさったのである。

86. そして，十把一絡げにまとめられて攪拌された都市の民衆たちは，新たに集合化して，「盲目の意志」の人間的分身さながらの怪物性をそなえ，自然直伝の身体性に駆り立てられて暴走する群衆として集合的に覚醒しはじめる。

cf.　今村仁司『群衆—モンスターの誕生』（ちくま新書，1996）

ショーペンハウアー『意志と表象としての世界』1816 (西尾幹二編訳，世界の名著，中央公論社，1975)

87. 「見ること」（展示，観光），ピクチャレスク，恐怖小説，集合的群衆の誕生だけではない，18 世紀後半から 19 世紀初頭にかけて西洋近代を西洋近代たらしめる一連の諸現象が連続的に姿を見せる。

88. 短調交響曲，疾風怒濤時代，民衆の讃美，民謡への刮目，群衆の叛乱，アメリカ独立戦争，仏革命，絶対的時間の崩壊，歴史意識（時間）の発生，挿絵入り新聞・雑誌の誕生，写真の発明，美学の確立，交響曲形式，教養小説形式，形式主体にイデアを志向する古典派，感情中心にイデアを志向するロマン派等々。

89. これら一連の近代的現象は，いずれもリスボン大地震という深甚な恐怖を同源とする余震たち，いわば同じ穴のむじなたちである。

90. 例えば，そのひとつである美学は，リスボン大地震の前後に出現したものであるが，普遍的とみなされてきた合理的哲学思考（形而上学）のリスボン大地震による権威失墜と，感情への深い傾斜に即応して強く着目され，思索の表舞台における切実な領域に成りあがりえた 18 世紀後半の新参者である。

91. 美学は，それゆえ恣意的な感覚・感性に基づく美的趣味判断を，論理的な思考体系のうちにとりこもうと悪戦苦闘し，カントの『判断力批判』（1790）やそれを踏まえたシラーの思索を実質的なはじまりとして哲学の重要なジャンルを形成する。

92. しかし，美学の実質的な重要性は，むしろ思弁から逸脱する社会生活における感情が関わる諸分野に飛びこんだことで，文化人類学（民族学）で西洋外の諸民族に対して開発した視線や方法論が西洋国内の諸事象の観察にフィードバックして誕生した民俗学における民衆生活次元の情的諸データの収集とも合流し，さらには 19 世紀末から 20 世紀初頭に蔑視されながらも精力的に刊行された，現代西洋社会そのものをも同じ

く総体として詳細に精査しようとした生活文化史へとなだれ込んでいく。

93. その文化人類学の視点や方法論を模倣して社会学が曖昧模糊たる大衆研究に大きく乗りだしたのと同じ頃，文化人類学と生活文化史の視線を踏襲して 20 世紀初め新しい歴史学を提唱，20 世紀後半から歴史研究に大きな変革をもたらすことになったフランス・アナール派の歴史アプローチにいたり，感性的事実に真摯な姿勢の開祖ともいえる美学の真の潜勢力は，大輪の花を咲かせるにいたる。
94. そして，リスボン大地震の衝撃が力強く後押しした美学の威光は，20 世紀末，アナール派の延長線上に姿を見せた展示や観光の学的考察へもまた分祀される。観光学は，バウムガルテンとカントに足を向けては寝られないのである。
95. さて，各種の夥しい差異化の積み重ねで構築されている社会システムのアポロ的秩序化志向を，身体性の権化ともいうべき大自然のディオニュソス的恣意（「盲目の意志」）は，無惨に蹂躙していく。
96. アポロ的秩序の天敵ともいうべき大自然の徹底した**平準性（万象の水平化，人間的意味や差異の全的破壊**，大震災後海岸線に細長く連なったあの全的瓦礫状態である）すなわち「盲目の意志」の非-人間的な破壊（平準性）に最も近似する人間的存在といえば，高度に身体的な気まぐれさで公平性（＝あの平準性の変種）を強く叫んで暴走する民衆・群衆・大衆たちである。
97. 近代を揺るがし，近代を始動させた**群衆・大衆の勃興**も，つまり展示や観光（集合的「見ること」）に劣らず，リスボン大地震の震撼によって激しく揺さぶり起こされることになった巨大余震のひとつである。
98. 群衆・大衆は，それ自身，身体性の未来に過敏に反応し翻弄されやすい身体的欲動をもつ極めて生態的な集合的生き物として，流動的な性向をもち，社会システム内に囚われていては本来見えないはずの根源的な"切断"線と，その彼方（身体性の本尊）に対して強烈な関心をいだいている。
99. 気まぐれな「盲目の意志」の別名ともいえる流行 Mode なる恐怖の怪物もまた，大衆が集合的に市場に参与することによって初めて近代の典型的現象のひとつとして発生したものである。

cf. ヴァルター・ベンヤミン『パサージュ論』(今村仁司，三島憲一訳，青土社 1995，岩波現代文庫 2003)

山田登世子『メディア都市パリ』（ちくま学芸文庫，1995）

100. 自己の身体的存立（生々しい生活基盤）への無意識的な不安に駆り立てられて，大衆は，"切断"線の彼方に予感される不気味だが不可測の流動本体（大自然）に向けてやみくもに測深波を送り，その反応に無節操なまでに一喜一憂する。
101. セキュリティをつくりだすバリア（庇護膜）による安寧の享受が揺らぐ時，恐怖のスイッチが入り，ホモサピエンスとしての太古よりの警戒本能が，大衆に，"切断"線の彼方に広がる暗黒潮流の不気味な潮騒に耳をそばだたせるのである。
102. 第 1 次的"切断"の彼方に広がる不可知な力 X の乱数表的な動向を，疑似的にであれ予

覚しようと探る身体内センサーへの，ほとんど無節操なまでの依存性が，平準性（公平性）に取り憑かれた群衆なる「盲目の」怪物の特徴のひとつである。

cf. エリアス・カネッティ『群衆と権力　上　新装版』(岩田行一訳，叢書・ウニベルシタス，2010)

103. だが，"切断"線の彼方から人間社会のシステム内に容赦なく侵入してくる大自然の圧倒的な力は，人間の知を超えた不可知な謎の力Xである。
104. 人類の存続に資する人間特別仕様のシステムという狭隘な疑似生態圏（セキュリティ・バリア内の亜空間つまり文化や社会）の彼方からやってくる，人の力をはるかに凌駕する圧倒的な力という意味で，その謎の力Xは非-人間的で超越的な力Xである。
105. その謎めく超越的力Xは，人間の知がはるかに及ばないその超越性のゆえに，人間のためにあってほしいとする願望から，カミや神々的な好意的な**神的力X**として畏れられ，人間たちによって崇められてきた。
106. 大衆も，同時代のカントによる物自体のすりかえに呼応して，しかしカントよりははるかに身体的欲動にのみ従い，恐怖の「盲目の意志」を神的力Xへとすりかえたのである。
107. 超越的な神的力Xとは，根源的な"切断"線をはさんで，不可知な大自然の力（外）をライン内の人間側において**隠喩的に模倣することで，いわば疑似的に可視化された**，本来は不可視の神的力X（内）として**彼方に想定された力**である。
108. **隠喩** Metapher とは，恐怖に打ちひしがれた人間が自己の心（や精神）の周りに美的にぐるり巡らせた防御用のバリア（セキュリティ・シールド）であり，その意味では，大自然に対峙する反-自然（反-神的力X）的機能を託された人間特別仕様のフィクションである。
109. フィクションであるとはいえ，正対する大自然と全く異質なものを創出することは，人間にとって原理的に無理な話であり，かつまた恐怖の大自然の攻勢をやや逸らし，それをそれとなく馴致しようと謀る隠喩本来の狙いからいっても，大自然の事象と異質なものを呈示することは意味をなさない。
110. 防御バリアとしての隠喩の第1の役割は，危険きわまりない対象（襲いかかる敵）に，微妙に距離をとり，人間にとり安全に見えるものへと巧みにすり変えることでそっと脱臼させ毒抜きしていくことにある。
111. 別言するならば，隠喩とは，自然・宇宙の恐怖をその**位相をややずらしたかたちでコピー（模倣）して**，恐怖なきないしは恐怖の緩和された**疑似自然にすりかえる**大自然ものまね選手権のことである。
112. その意味からいって隠喩は，一方では反自然のためのバリア（防御シールド）であるとともに，他方その大自然に媚びてそれを模倣する服属儀礼を演じることで和解をはかろうとする面従腹背の模倣方略，擬態でもある。
113. すると，隠喩は，一方ではホモサピエンスが開発した，不在を自己（社会）の存立根拠とする瞞着であるとともに，他方では大自然の超越的力Xを疑似的に模倣して，大

自然をも瞞着しようとする，薄氷でなされる二重の瞞着であることになる。

114. この薄氷の瞞着技芸において，"切断"線の彼方に広がる大自然という恐怖の力Ｘも，ともあれ人間に優しげな慈愛的相貌をも少しは見せることはありうる**神的力Ｘ**へと変貌する。

115. 人間の社会は，その奇跡の二重の瞞着に護られて壮大な都市文明を築きあげ，現代の繁栄を謳歌するにいたる。

116. しかしながら，人々を本来は護るその社会システムは，反自然性をその基本原理とするがゆえに，その構築の進捗につれて自閉したシステムすなわち巨大な牢獄とも化し，「メディアはメッセージ（＝秘密裏に皆さんを幽閉しちゃってますよ）」（マクルーハン）の原理そのままに，各時代における最強最新メディアを駆使して人々をその檻の奥深くに幽閉することとなる。

７．見ることの根源条件―神的力Ｘへの予覚

117. 身体の維持にとって不可欠な食糧等の生態的諸条件（身体性）が，文明を維持する最重要な生命線であることはいうまでもない。

118. けれども，ある意味それに劣らず，巨大な都市文明の存立と維持のための臍を握るもうひとつの重要な条件と担い手が，歴史上は支配者たちに名もなきまま支配されてきた**もうひとつの〝身体性〟**（大自然，生態性）である圧倒的多数なす集合的な民衆・大衆・群衆たちである。

119. 自身の身体的存立が激しく揺すぶられ不安におののく時，大衆の関心は，自身の強い身体性に駆りたてられて，目の前に大きく立ちはだかり聳え立っている知的コードや観念体系の構築した空中楼閣の数々をも一気に透過して，社会により隠蔽されてきたその向こうの根源的"切断"ラインへと直進していく。

120. だが，そのような一気の情動的暴走は，集団としてであれ個々人としてであれ，レミングたちの走りと同様，仏革命，ソビエト革命，ナチスの熱狂，そして一見穏やかな「アラブの春」等に示されているように，最終的には悲惨な自滅に行きつくものである。

121. 社会システムの網の中の心の硬直した囚人か，身体性に身も心も委ねた情的暴走による自滅か。身体性の大衆やその一人としての個人が，身体性の情的暴走の罠には陥らずに，いかに社会システムによるコードの網の縛りを振りほどき，恐怖と自由の根源へと直進しうるのか？

122. 社会システム内の奥から根源的"切断"へと向かう直進は，集合的なその群衆・大衆という集塊として荒々しく遂行されることもあれば，そうした集合性とは切り離された個々人の体験としてつましく，しかし充実してなされることもある。

123. 上に述べたように，リスボン大地震によって人類に惹起された「見ること」における

巨大規模での変質や革命は，1)**大衆という集合的存在の覚醒**と，2)**既存の普遍的な秩序原理(遠近法)の瓦解**との２要素をその前提条件として発生したものである。

124. 美の享受や自然への畏怖等々の「見ること」の近代的めざめは，しかし，後者の個人において十全になされて初めて具体化しうる。

125. けれども，そうした具体的な個々人における特殊個人的な反応や行為も，巨視的にみれば，集合的な群衆・大衆という集塊内の個人として，その集合的な身体性のうちに含みこまれ，蓮の花たちの水面下の根茎ネットワークのように，サブリミナル次元ではその流動する集合的記憶や情動と，ゆるやかにではあれ秘かに連環している，と考えられるものである。

126. カネッティが，群衆の特性のひとつとして指摘しているように，群衆という集合体は，感覚が瞬時に伝染する強い一体性を有しているからである。

127. とはいえ，群衆の集合的な波浪はあまりにも曖昧かつ巨大すぎ，本論の能力を大きく超える問題系である。「見ること」の近代的発生にはその集合的な覚醒が深く関与している事実を確認するにとどめ，ここでは，社会システムにおける個々人の根源的"切断"ラインへの直進に限定して考察を先に進めることとする。

128. さて，先の問い（121.）は，こうである。
社会システムの網の中の心の硬直した囚人か，身体性に身も心も委ねた情的暴走による自滅か。人は，身体性の情的暴走の罠に陥らずに，いかにして社会システムによるコードの網の縛りを振りほどき，恐怖と自由の根源へと直進しうるのか？

129. 根源的"切断"へと遡及する逆向きの「異化」的"切断"と，隠喩的疑似性とによってである。　cf. 本論冒頭「１．切断」

130. 根拠の欠落すなわち人間的営為の中空性のゆえに，全体像 B は全き不可知・不可測であり，システム内に庇護されている「㋑見る人」に見えているのは，「可知的・可視的空間」ではと思いこんだ，"切断"ラインのこちら側の領域に仮そめに仮構された有限事象である。

131. 社会内の個々のモノ・コトは，その存在根拠を人間的サバイバル願望に照らし合わせて捻出され認知されたにすぎず，存在する諸事象・諸事物，そして何よりも人が行う行為という諸断片 A には，そうすべき根拠も意味もそもそも賦与されてはいない。

132. それらは，社会的人間的意味をはずされれば，無惨きわまりなく積み上がっていたあの光景，コト・モノの意味なき断片の瓦礫の山に異ならない。

133. この断片 A の現前と，全体像 B の不在という悲惨こそが，人の「見ること」の基本にして動機であり，根源的な前提条件である。

134. 神的力Ｘ（全体像 B ）は，"切断"線の彼方にあるのではと想定された謎の超越的力Ｘであり，"切断"線のこちら側には決定的に"不在"するものである。

135. 社会システム内の人（「㋑見る人」）に対して可視的に展示・呈示され体験されるの

は，断片 A （モノ・コト）のみであり，全体性や全体像 B は，切断線の彼方の不可視，不可知の神的力Ｘゆえにこちらには"不在"する。

136. 断片 A は，社会システムが創り護る日常的な文脈の中にあり，社会システムを構成するいかに重要な部分としてのモノ・コトであったとしても，日常という自明化した文脈の中では，それを超えて特に眼をひく心躍らせるものでは基本的にありえず，またありにくい。

137. ルーティン化してしまい格別こちらの視界には入らない断片 A とは，社会システム内でいかに有意義な細部として機能しているかにみえても，特別の輝きはすでに揮発し，冗長的なモノ・コトとして視界から後退したもの，いわば死喩化したものである。

138. ところが，人工的仮構物である日常性という人間的文脈からもう一度，但し今度は，ベクトルを生命と身体性の本源（大自然）との界面となる**根源的〝切断〟に向けて逆向きに遡行する新規の「異化」的逆〝切断〟**を，例えば展示場や観光地において行うや，社会システムにより産出されていた日常という人間的文脈から，断片 A が一時的に切り離される。

139. 日常を一度遮断するその「異化」行為によって，"切断"が本来有していたはずの根源的大分節（大自然／文明，死・破壊／生・秩序構築）のスリリングな感触が，"切断"を行う者（「㋑見る人」）のうちに身体的に蘇りはじめる。

140. その時，根源的"分断"線の彼方に想定されるカオスや神的力Ｘの奏でるエキゾチックな響きや気配を，仮そめにであれ瞬時であれ，はたまたはなはだ微弱にではあれ，断片 A が帯びえた時，根源的"切断"線の彼方の神的力Ｘの気配が，根源的"切断"の亀裂を越境して，こちら側へと激しく吹きつけてくることになる。

141. 断片 A が，システムのつくりだす日常から「異化的に」"切断"されて，システム内に囚われている「㋑見る人」に向けて「㋺見られるモノ・コト」として呈示（展示）される時，根源的"切断"へと波を蹴立てて直進していくその強い遡及性は，断片 A（「㋺見られるモノ・コト」）の彼方に想定される全体性・全体像 B を，「㋑見る人（体験する人・観光する人）」に直感的に予覚させるのである。

142. その予覚メカニズムは，いうまでもなく，ホモサピエンスが生きるために獲得した，隠喩による擬態というあの太古来のサバイバル方略（「絶対的隠喩」）に由来するものである。

143. 異界のエキゾチックな響きを帯びる"切断"現象が，「㋑見る人・体験する人」の心の中に，人には不可知であったはずの神的力Ｘを疑似的に予覚させ，想定外の"サプライズ"を発生させる。

144. 大自然の神的力ＸのアウラAura（オーラ，全体性 B の輝き）を疑似的にまとったモノ・コトを，「㋑見る人」の心のうちに疑似予覚的に「見る・体験すること」を，瞬時ではあるが可能ならしめるのである。

145. **神的力Xの疑似的予覚**（神的力Xを X'として，しかし X であるかのように思いこんで疑似的に体験する行為）として，**〝切断〟線の彼方に想定される全体性** B **のアウラ Aura** が，断片としてのモノ・コト A に憑依しえた時，展示的・観光的に**「見ること」がダイナミックな事件（〝サプライズ〟）と化す**。

146. 「見ること，見せること（＝展示・観光）」とは，したがって，"切断"線のこちら側（内）にたたずむ人（「㋑見る人」）に，"切断"線の彼方（外）に予測されたある神的力Xを，"切断"線を疑似的に越境して，こちら側における神的力Xの"不在"が疑似的に放射してよこすアウラというかたちをとって，予覚的に感受せしめ，そのエキゾチックな予覚に感動すること，感動させることをいう。

147. 「見ること」（展示や観光）は古代より多々あるが，王侯や貴族たちの特権的体験としてなされたそれは，所詮微々たるレベルであって，「見ること」すなわち**「見ること」の集合的レベルにおける真正の開始は，**リスボン大地震への恐怖に揺さぶられて**大衆が集塊として**自然その他への旅に**集合的に参画**しはじめた 18 世紀末や 19 世紀前半からである。

148. a)**太古の「絶対的隠喩」による**大自然の中での**サバイバル方式**と，b)**リスボン大地震**という大都市文明への恣意的な破壊の一撃（本震）**に震撼した人々の深い恐怖とが，集合的な大衆のうちで身体的にドッキングしえた時，**奈落の底を照らし出す衝撃の通景 Vista の中，大自然（「盲目の意志」）の巨大身体性に人間の小型身体性が集合性の次元で深く共振して，ここに"**群衆**"という新しい怪物（超小型の「盲目の意志」）が誕生する。

149. 集合的な「見ること」への，大衆による類例のない集合的欲動（余震）が，「世界は舞台だ」としたバロックや，世界の珍奇を好奇心によって蒐集した「驚異の部屋」Wunderkammer とはまったく異なる展示や観光，挿絵といった**近代的な「見ること」**をついに歴史の表舞台に登場させたのである。

cf. 高橋吉文「19 世紀西洋視覚とジャポニスム ― 挿絵の世界は切られてなんぼ ―」，大野寿子編『カラー図説 グリムへの扉』勉誠出版，2015 所収

150. 問い：だが，根源的"切断"線への身体的直進の後もたらされる神的力Xへの予覚において，人は，大衆は，なぜ興奮し深い充実をおぼえるのだろうか？

151. 答え：それは，人が大自然（と死や性の根源）との危険な界面に立ち，自分を庇護してくれると同時に狭苦しく閉じこめてもいる人間的社会システム（こちら側）から離脱し越境しうる牢獄の扉（"切断"ラインという限界線）を開ける鍵を今，疑似的にではあるが回しつつあるからである。

152. その時，臨死体験さながらに，彼方の無限で自由な光景（全的破壊という平準性すなわち死の状態）から，より自由な自分の可能性とより豊かな生命の息吹きとが新たに立ちあがってくるダイナミズムを感受する。

153. 大衆は，大自然と濃厚につながっているその身体性によって大自然の全体性 B を感

じとった結果，生態系の限りない広がりの中に解放され，みずからの生命の多様性と限りなさを鮮烈に感じとるのである。

154. "切断"線の彼方の神的力Ｘ（全体性 B ）―それは，ショーペンハウアーやニーチェのいう不可視のディオニュソス的なるものでもある―と疑似的にであれ繋がったディオニュソス的（バッカス的）没我的興奮が，既成の社会システム（アポロ的秩序構築）内の貧相な断片 A にもまた，神的力Ｘの"不在"を告げるアウラの感受を一時恵与する。

155. 身体性という大自然の一部でもある共通項，大衆の最大の弱点にして最強の武器でもある集合的身体の身体性が媒介項となって，"切断"線の彼方の大自然や神的力Ｘという全体性 B を，疑似的にという限定つきではあれ，予覚として鮮烈に「見ること」を人に可能ならしめる。

156. かくして，"切断"の彼方の超越的な大自然すなわち**神的力Ｘへの予覚，〝不在〟のアウラの予覚的感受**，そしてその結果発生してくる**〝サプライズ〟体験が，「見ること，見せること」の不動の根拠と根源的条件となる。**

157. 博物学者荒俣宏は，『想像力の地球旅行：荒俣宏の博物学入門』において，博物学による世界観光を「光を凝視するもの」と呼んだが（角川文庫，2008，p.160），展示や観光における「見ること」そのものが，そもそも　彼方の神的力Ｘを　集合的身体によって　美的に　（つまり疑似的に，隠喩的に）　予覚的に　「見ること」，すなわち**神的力Ｘへの予覚**に他ならないのである。

８．疑似性の秘法

158. だが，根源的"切断"とその彼方のカオス（大自然）への身体的直進は，そのタナトス的，ディオニュソス的魔力ゆえに，「㋑見る人」を破滅させる危険性を伴っていた。

159. その危険な直進と没入において最も重要な働きをするのが，すでに「3．絶対的隠喩」と「7．見ることの根源条件―神的力Ｘへの予覚」で言及してきた隠喩の疑似性である。

160. 隠喩の疑似性を具体化するには，古代ギリシア悲劇のコロス（合唱団）に対応する展示における封印装置の設計が必要となる。

161. 例えば，旭山動物園では北極海に住む獰猛な北極熊がいかにも襲いかかってくるかのように，彼方の北極海という大自然の海における危険なリアルを，観客たちに恐怖とともに体験させる設計で人気を呼んだ。あってはならない実際の襲撃は装置によって防御され，観客は，彼方の大自然の恐怖実態を「かのような」隠喩性と，北極海での弱肉強食の実相からは"切断"された動物園という新しい人工的な文脈とによって，心地よく安全に予覚することになる。

162. 「見ること」についての原理的考察を試行した本考察では，しかし，その抽象的考察

にふさわしく抽象的にとどめるものの，その救済的機能については最後に少しだけ補足しておきたいと思う。

163. 展示や観光における"切断"時，人間的な意味コードの剥奪（異化）は，なるほど，人間的社会システムの要素を洗い流す（無化する）ことによって，みずからも根源的な"切断"線の彼方の非-人間的なモノ・コトとなり，彼方の大自然の平準性に接続され，大自然の生命力と一体化するかにみえる。

164. しかしながら，神的力Ｘへの予覚とは，人間的な主体の消失により不可知な自然（神的力Ｘ）と疑似的次元でなされたディオニュソス的な合一にすぎない。

165. 神的力Ｘが，"切断"線の彼方からこちら側にたたずむ断片 A に向かって確かに神気を吹きつけ，疑似的にではあるが，流入してくるかのようにはみえる。

166. だが，神的力Ｘの真正の流入は，【大自然／文明】を発動させる"切断"線そのものが消失しえた時にのみ，真の恐怖とともに生じうる破局の到来である。

167. 断片としてのモノ・コト A への神的力Ｘの憑依をまのあたりにしたとしても，それを見ている者が社会システム内の「㋑見る人」である限り，神的力Ｘのこちら側への流入は，リアルな現象としてあるのではなく，神的力Ｘが流入してきたかのような（as if）予覚としてのみ，依然疑似的に受信されているにすぎない。

168. もちろん，その予覚それだけでも十分に魅惑に満ちた特別の"サプライズ"ではあり，加えて，実はその疑似性のゆえにこそ，「㋑見る人」は，自己を破滅させうるに十分な彼方へのタナトス（死に向かう欲動）的誘惑の罠からもしかと護られる。

169. 疑似性の内包するいささかのデジタル性（バーチャル性）が，その"サプライズ"を体験する「㋑見る人」に神的力Ｘの現前にも似た鮮烈な体験を保証しつつも，それと同時にその体験の帯びる破局性から精神と身体を優しく庇護してくれる。

170. 要するに，危険きわまりない彼方の本源（神的力Ｘ）から，自己のサバイバルのためにのみ自己を切り離してきた人間の，瞞着ゆえの社会システムの仮構性と中空性の必然性をまずは見すえ，その上で瞞着の必然性もまた是認しつつ，疑似的なタナトス式予覚によって母なる大地（カオス）へと回帰したかのような大いなる歓びに，安心して，文字どおり疑似的にひたるのである。

171. 神的力Ｘへのこうした疑似的予覚や，神的力Ｘの"不在"が放射するその力のアウラのそうした疑似的受信を通じて，人や断片 A は神的力Ｘや，"不在"する全体性 B へと逆説的につながっていく。

172. その疑似的予覚と受信によって，「㋑見る人」は，社会システムでは潜勢していた彼方の大自然（現実）と瞬時だが接続され，人と大自然とをつなぐ身体性の回路の奇蹟に心打たれるのである。

173. この神的力Ｘへの予覚こそが，その発現の濃度に種々差はあれ，社会システム内の展示や観光において「㋑見る人・見せられる人・体験する人」に，神性の疑似的現前という非日常的な"サプライズ"（驚異・奇蹟）体験を勧請する。

174. 現代サブカルチャーにおいて「聖地巡礼」なる現象が広がりを見せている事実も，江戸後期，神社仏閣への詣でや開帳等が大衆にとっての観光への根拠と開眼をもたらしたのと同様，大衆のうちに内蔵されている神的力Ｘへの予覚という「見ること」を成立させる基本的回路と"不在"する Aura への渇望が，今もなおたくましく脈動していることを私たちにつげるものである。

175. より正確には，「危険社会（破局の時代）」に明確に突入した現代においてこそ，今こそ，人類の存続といった抽象的テーマには意識の表層では鈍くて無関心，しかしながらその無意識レベルでは異常に敏感な，若者や大衆の内なる身体センサーが，救いを求めて激しく SOS を発しているのである。

176. さて，展示的に「見ること」とはどのようなメカニズムによっているのか，その考察の結果を最後に簡潔にまとめてみたい。

1) 根源的な"切断"【彼方の異世界（カオス・大自然）／此方の人間的社会システム】の大分節によって人間は，自己と社会をややバーチャルなものへと改変し，それにより自身を護る。

177. 1)' だが，その改変と防御の結果として，その社会システムの増殖と拡大，その中への自己幽閉は，生態的自己の身体の生命源である大自然からの乖離と枯渇を招来する。

178. 2) それゆえ，システム内幽閉からもう一度自己を解き放つべく，展示や観光の「見ること」によって，その大分節に向けて遡及する「異化」的"切断"を遂行する。「見ること」の蘇生的試行と断行である。

179. 2)' その断行において，自分を包摂する宇宙へのはるかなる見晴らしと，宇宙とつながったみずからの身体の神秘性への喜悦とが，みずみずしくそして安全なくつろぎの中喚起されるのである。

180. 神的力Ｘへの予覚という恍惚の中で，神的力Ｘの疑似的ミニチュアとして，アポロ（秩序）とディオニュソス（カオス）とを繋ぐ「アポロ・ディオニュソス渾融」（高橋）としての歓喜 Freude（＝世界讃美のライブ的熱狂）が発生する。

cf.　高橋吉文「ニーチェのアポロ・ディオニュゾスからくり（二）」，『言語文化部紀要』第７号，北海道大学言語文化部，1985 所収

181. "切断"により分節された彼方から超越的な力（神的力Ｘ）が不意に来襲して，その神的力Ｘが開示する彼方の気配，ないしは彼方の予感（予覚）が，"切断"のこちら側に築かれていた社会システムの内部にいる「㋑見る人・体験する人」のうちに，何ものにも代えがたい"サプライズ"（美的感性のみがなしうる解放と愉悦）を劇的に流入させるのである。

＊＊＊　　＊＊＊　　＊＊＊

182. 「見ること」―それは，新たな"切断"と，神的力Ｘへの新たな予覚の謂である。

『ふらの考 —「まちづくり」から「まち育て」へ —』解題

「観光創造専攻」設置前夜のエピソード

筑和 正格
北海道大学 名誉教授／放送大学北海道学習センター 所長

1.「映像事例」の着想

2006 年夏，翌年に国際広報メディア研究科に設置される新専攻で開講すべき授業科目について，関係者たちは議論を重ねていた。というのも，経済産業省の「集客交流経営人材の在り方に関する調査研究事業」の一環として，新専攻の授業科目のいくつかをモデル化・体系化し，それを公開講座として年末に札幌・東京・大阪で開講して，受講した市民から評価を求める，という課題を抱えていたからである。この状況下で，それまで 5 年間「現代都市文化論」を担当していた筆者は研究科長室に呼び出された。

2003 年秋，富良野青年会議所理事（当時）の S 氏が「現代都市文化論演習」の授業参観に訪れた。9 月の同所例会で〈「ふらのスタイル」をさがして〜北海道・富良野のまちづくりを考える〜〉をテーマに掲げて，第 1 部は逢坂誠二ニセコ町長（当時）の基調講演を，第 2 部では彼を囲んだ参加者による座談会を行う構想を実現させるためである。つまり S 氏は，筆者の授業にやって来て院生たちにこの会合への参加を呼びかけたのである。この出会いがきっかけで，S 氏と筆者との親交が生まれた（筑和 2007: 4-6）。

話を 2006 年に戻すと，新専攻設置云々とは無関係に，指導学生に実践研究のフィールド調査を体験させたいとの思いから，筆者は S 氏に，富良野[1)]におけるまちづくりに関するヒアリングの場の設定可能性を 7 月に打診していた。S 氏はそれに応えて，精力的にまちづくりに取り組んでいる 8 名の方々に呼びかけて座談会を企画した。そして，当方 5 名，先方 8 名による情報・意見交換の機会が現実のものとなる。3 時間を超える熱心な話し合いを通じて，我々は富良野の現状についての貴重な知見と考察のためのキーワードを獲得することができた。

上述の呼び出しを受けたのは，富良野から戻り，相当な量にのぼる意見交換の内容を整理し記述しているときであった。話の内容は，新専攻で開講する担当授業において映像教材を用いてはどうかという提案で，富良野で構築した人間関係を頼りにさらに聞き取り調査を進め，その様子・内容を映像化するならば授業効果を高めることが期待できようという示唆を受けた。

提案を受諾すると早速映像制作の専門家の S 氏を紹介された。S 氏は，長年テレビ業界でカメラマンを務めていたが，大手テレビ局勤務の立場では自分が社会に伝達すべき映像の

制作が不可能であると判断して，30 代で独立してプロダクションを設立し，自主的にテーマを定めて番組を作成し，その採用をテレビ局に提案するという事業を行っていた。扱うテーマは「保健・医療・福祉」「住・環境」「食・教育」に特化していたが，「教育」の部分で筆者の視点とＳ氏のそれとがうまく一致したのである。コラボレーションが始まった。

上で触れた「考察のためのキーワード」は「農業」「食」「環境」「観光」である。これらを念頭に置きながら，文字起こしした座談会の内容を熟読・吟味して映像教材に採用する被写体の選定を行い，富良野のまちづくりの特徴を 3 部からなるドキュメンタリー映像として提示する作業を 2006 年の夏から秋にかけて実行した。

2. 『ふらの考「まちづくり」から「まち育て」へ』

2-1 映像の概要

映像教材は,「第１部　農と観光の共生」「第２部　環境創造と観光の可能性」「第３部　夢と観光」で構成されている。各パートのタイトルに「観光」を入れたのは，新専攻の授業科目であることを示すためであり，また,「まちづくりの要素」が「そのまま観光の３大要素となっている」（筑和 2003: 334）事例が示唆するように「まちづくり」と「観光」との間に親和性を想定することが可能だからである。映像事例の内容は以下の通りである。

		事　例		意　義
第１部	農と観光の共生	1	農家とシェフのコラボレーション	「農」と「食」の新しい関係
		2	農家主婦の創造活動	生産者と消費者の直接関係
		3	食のトライアングル	農業者・商業者・消費者の連携
第２部	環境創造と観光の可能性	4	行政による生活ごみのリサイクル	廃棄物の資源への転換
		5	不要な石のリユーズ	廃棄物の資源への転換
		6	休耕地のリデュース（還元）	放棄地の観光資源への転換
		7	自然のリデュース	景観の創造，自然保護意識の育成
第３部	夢と観光	8	棟梁と弟子	Identity 形成の過程
		9	富良野と演劇人	個性の練磨の場
		10	ガラス屋と飲食店主	第２の人生構築と援助者

全体の表題に「まち育て」という語が掲げられているのは，①富良野で地域社会活性化に取り組む人々がこの用語を用いている，②「まちづくり」という語の意味内容が「変化」もしくは「退行」しており，これに替わる用語が希求されていた，からである。端的に言

えば，「まちそだて」とは「まちづくり」の次の段階の営為であり（筑和 2008: 98-101），持続性を備えた地域社会活性化活動を表象する用語なのである。

表を一見してわかるように，第 1 部は「考察のためのキーワード」のうち「農」と「食」を，第 2 部は「環境」を考察の指針としている。また，「観光」というキーワードが全体に通底していることは，言を俟たない。第 3 部で富良野にやって来た人物たちの「夢」を扱ったのは，このまちが巧まずして人を育む場としての属性も備えていることを，聞き取り調査の過程で認識したからである。「まち育て」は「それに関わる人間の意識・行動」も育む，と見る研究者もいるが（延藤 2005: 9），「そだてられた」まち（の共同体）が，新来の人々を「そだてる」機能をもつという現実がある。「人間と環境のインタラクション」が存在するのである。

2-2 「経済」と「経済外」

第 1 部と第 3 部は，ともに富良野地域における注目すべき人間関係に焦点を合わせているが，第 1 部では「経済」が不可欠な要素であり，第 3 部では「経済外」に重点が置かれている。

第 1 部が示す人間関係は，双方向性をもつフラットなものであり相互の束縛性も希薄なので，これをネットワークと呼ぶことができる。各映像事例の登場人物は，歯切れ良く発言し，明確な主張・メッセージを発信しているが，その内容から如実に読み取れるのは，彼らが自分たちの活動領域の現状改善を志向していることと，彼らがある価値を共有しており，それを軸として相互的信頼関係を構築していることである。

この人間関係の媒介項として「経済」も重要な位置を占めている。しかし，「経済」が人間関係の存亡の鍵を握っているかといえば，その答えは否であろう。なぜならば，たとえば事例 1 の「農家とシェフのコラボレーション」においては，コラボレーションの成否と当事者の生活基盤の安定とが連動しているわけではないからである。つまり，農家（生産者）と加工者（レストラン・シェフ）の「食材」をめぐる相互提案の関係が解消されたと仮定しても，そのことによって彼らの生活自体が脅かされるとは考えがたいのである。事例 2 と 3 においても経済行為がポイントになってはいるものの，事例 1 と同様にそれがすべてではない。第 1 部の各事例は，確かに「収益性」を追求してはいるが，それ以上に ―あるいは，それと同等に―「価値」の実現を希求している。この事情は，第 2 部の事例 5 と 7 についても同様である。

提示した事例に現れる人間関係・ネットワークを，「相互扶助，協力，信頼」という「正の影響」をもつ「Social Capital 社会関係資本」（パットナム 2006: 19）という概念と関連させて論じることも可能かもしれないが，ここではそれには触れない。いずれにしても，各事例が示す営為が，富良野社会に活気を与え，住み心地のよさを高めていることは間違いのないところである。

3. 反応と評価

3-1 公開講座受講者の反応

札幌・東京・大阪で実施した公開講座における受講者の反応は興味深いものであった。札幌・大阪での反応と東京でのそれに，筆者の実感では対照的なところがあったのである。それは，私見では，公開講座のタイトルに「―地域づくりの“法則”を探る―」という表現が置かれたことに起因しているように思われる。

札幌・大阪の受講者は，地域社会活性化の可能性についてのプレゼンテーションにおおむね好意的で，我々の事業を応援する雰囲気が濃厚であったのに対して，東京会場の反応は必ずしも全面的支持を感じさせるものではなかった。公開講座に対するアンケートにそれが表れている。その一例が筆者担当のパートについての（ある大組織の役員による）感想で，それは「事例というものには賞味期限がある。しかるに，一定期間しか役に立たない事例を映像で表現するというのは，資金の浪費ではないか」というものであった。筆者はその後 10 年間このときの映像を教材として活用し続けているので，この見解は必ずしも的を射てはいないが，そうした意見を発するメンタリティには興味をひかれる。そこには「東京＝中心 vs 地域＝周縁」そして「中心：Control → 周縁」という観念が存在しているのかもしれない。その場合，地方が独自で「地域づくりの法則を探る」ことを，おこがましい越権行為だと感じるのであろう。感想の主が全国に張り巡らされた支店網を統括する立場にある人物であるという事実も，この推測を支えている。

対照的に，大阪では予想外の反応に出会った。受講者の 1 人で旅行代理店勤務の人物が，受講後に筆者に歩み寄り，教材映像の一部をビジネスの場で活用することの是非について尋ねたのである。第 1 部の事例 2 の映像を富良野に向かうツアーバスの中で放映し，事例が伝える営為の意義を乗客に説明した後，当該のグループのもとに赴くという着想がその人物の念頭に浮かんだとのことである。ある「思想」に立脚した営為に直接触れることがツアー客の満足度を高める，ということをこの人物が熟知しているがゆえのことかもしれない。外部資金による「教材」作成であることから，この着想は現実化しなかったが，教室内で用いる教材とのみ見なしていた映像が，より広い活用領域をもちうることに気づかされた経験である。

3-2 事例の評価

「まちそだて」論が高等教育機関で展開するにふさわしい「学問＝科学」でありうるためには，方法論（基礎概念群）に加えて，事例自体の有効度を計る客観的な評価方法・基準を備えることが望ましいのではないかとも考えられる。基礎概念については，すでに若干の考察・検討を開始しており，それに依拠して，各事例が「まちそだて」の営為たりうるか否かについての考察も実施している。さらに，「比較」という方法を用いて各事例の特徴を際立たせる試みも行っている。参考までに，富良野と十勝の「まちそだて」の特徴を

比較した表を提示するが（筑和 2008: 118），「比較」は社会科学の領域で重要な役割を果たしうるのである。それを強調している研究者のことばを引用しておこう：「比較とは，変数をコントロールした実験をすることができない社会学や歴史学にとって，欠かすことのできない重要な方法である。人間の想像力はそれほど豊かではない。社会や時代の比較によってはじめて，現在ある社会がべつなすがたをとりうる可能性，社会の潜勢態についての想像力を獲得することができる。ミシェル・フーコーの系譜学も，そのような潜勢態を創造するための方法であった」（上野 2011: 72）。

	富 良 野	十　勝
類型	資本・メディア依存型	草の根型
メンタリティ	優しさ	自立性，積極性
人間関係	融和性，開放性	団結性
農 業	観光と並ぶ基幹産業 畑作中心 多品種・適量	唯一の基幹産業 畑作 ＆ 酪農 重点品目・大量
観光のアピール・ポイント	素朴な自然景観 物語性	雄大な自然景観 都市文化
観光と農業の結合	結合度が高い，積極的	局所的に存在，無関心派も存在
女性の活躍度	中程度	かなり高い
ネットワーク	地域網羅ネットの形成中	局所的にのみ存在する
産官学連携	産と官の連携は緩やか 学との連携は，地域外（北大）と緩やかに	産と官の連携は密 学との連携は，地域内（畜大）で密接に

上で，「事例自体の有効度を計る基準」と言ったが，実はその 1 つはすでに「発見」済みである。それは他ならぬ「時間」である。映像作成のための取材時点では，事例 4「生活ごみのリサイクル」と例 9「演劇人」以外の事例は，存在開始からまだそれほどの年数を経てはいなかった。そこで，7 年後の 2013 年に筆者は改めて，元富良野青年会議所理事で現富良野演劇工場理事長の S 氏に，各事例に登場する人物たちとネットワークのその後について問い合わせてみた。確認したところでは，1 から 10 の事例について，6 の「植栽による耕作放棄地の（観光）資源化」はいまだ実現しておらず，また，8 の「棟梁」はやむなく廃業しているが，他の 8 例はすべて現存・継続しているということであった。つまり，我々が映像教材作成時に抱いた「持続の予感」は，ほぼ的中しているのである。その結果，上で言及した基礎概念群 ―「小事業性」「〈経済〉と〈経済外〉の共存」「個人の可視性」― の有効性への期待がさらに高まることとなった。

基礎概念群と「継続（持続）時間」という「評価基準」は設定されている。科学への道

を前進するためには，さらなる「基準」の発見・創出が求められるところである。研究者のライセンスに手が届きかけている我が後進には，まさにそのことを求めたい。

注

1）ここでいう「富良野」とは，富良野市に限定したものではなく，基本的に上富良野町・中富良野町・南良野町などを含む「富良野地域」のことを言う。

文　献

延藤安弘
　2005　『人と縁をはぐくむまち育て―まちづくりをアートする』萌文社。
パットナム，R.D.
　2006　『孤独なボウリング―米国コミュニティの崩壊と再生』柴内康文訳，柏書房。
筑和正格
　2003　「まちづくりには何が必要か ―『北海道都市問題会議』が提示する事例と課題―」『大学院国際広報メディア研究科・言語文化部紀要』第 45 号: 321-342。
　2007　『観光創造の理論と実践 第四巻　“まちづくり”から“まちそだて”へ ～富良野の事例から学ぶ～』北海道大学: 4-6。
　2008　「まちそだて北海道 ―ロマンの富良野，ディバイズの十勝―」『大学院メディア・コミュニケーション研究院 研究叢書 70 大交流時代における観光創造』: 97-118。
上野千鶴子
　2011　『ケアの社会学 当事者主権の福祉社会へ』大田出版。

観光地域づくりへの顧客志向の実装に関する一考察

ビッグデータ解析による顧客の「越境性」に着眼して

宮野 幸岳
大分県立芸術文化短期大学 講師

1. はじめに

近年，日本を訪れる外国人観光客数は右肩上がりの指数関数的な伸びを見せている。政府は，2020 年までに 2000 万人の外国人観光客を誘致するとしていた目標を，2020 年に 4000 万人，2030 年に 6000 万人とする新目標に改め，これに対応するための受入環境整備を急速に進めている。

一方で，こうした外国人観光客の地方分散化に取り組む動きも見られる。政府の主要政策である地方創生においても，外国人観光客の地方分散を対象とした支援策が講じられている。また他にも，観光圏整備法に基づいた各種法律の特例措置など，外国人観光客の地方分散に関連する政策メニューは拡大している。

ただ，国による政策メニューが充実してきたとはいえ，観光は地域性に依拠・立脚するものであり，観光地域づくりは地域が主体的に取り組んでいく必要がある。本稿では，地域が主体的に取り組む観光地域づくりを発展させることを目的として，実証データを参照しながら，今後の施策検討の方向性について論考する。この議論における中核的な論点は，観光地域づくりへの顧客志向の実装である。

2. 観光地域づくりのパラダイムシフト

(1)「二次的理解」に基づいたデザインとしての観光地域づくり

観光地域づくりでは，この取り組みの過程において地域資源の発掘・創造及び，その宣伝などが行われる。近年の観光地域づくりに関する議論では，地域が主体性を持って（内発的・自律的に）こうした取り組みを行っていく重要性を指摘するものが多く見られる。観光地域づくりは地域性に依拠・立脚するものであるため，地域が主体性を持ってその取り組みを推進することに妥当性は見出せる。

ただ，地域が主体性を持って取り組むものとはいえ，観光地域づくりは観光という域外からの誘客を意識する必要がある。つまり，第三者としての客体（「潜在的な顧客」も含めた観光客）について理解していくことが求められるが故に，自己批判を行っていく必要がある。

クリッペンドルフ（Krippendorff）は，こうした「他の人の理解を理解すること」を「二次的理解」と定義し，この「二次的理解」をデザイン行為に基礎づける必要性を説いた（クリッペンドルフ 2009: 73-78）。これに基づけば，観光地域づくり（destination design）という創造行為は，地域が主体性を持ちながらも，「二次的理解」によって他者（顧客）を理解し，顧客ニーズを考慮するという「従属性」を取り入れていく必要がある。地域が「誇り」として，或いは，地域が「売りたい」とアピールする資源であっても，それが顧客の求めに合致しなければ観光客の来訪に結びつかず観光地域づくりの取り組みは論理的に破綻する[1)]。

（2）観光における価値創造の担い手

前述の通り，観光地域づくりでは顧客の存在や意向を無視することはできない。たしかに，観光地域づくりでは，地域が保有するコンテンツに磨きをかけたり，新たに創造したりすることが行われる。ただ，これは，地域主導型の内発的な取り組みに留まる。一方で，こうした地域側から発せられる様々なコンテンツの情報を，収集，選別し，これらへ訪問する日時や順序を決め，実際に顧客が訪問することで顧客体験（ユーザー・エクスペリエンス）は形づくられる。そして，こうした顧客体験によって，観光の経験価値は形づくられる。

この論旨に基づけば，従来の観光地域づくりは，顧客による経験価値の創造の場面において，様々な資源（素材）を提供するサプライヤー機能を充実させる取り組みであることが分かる。そして，これは顧客が求めている本質的な価値を提供しているわけではないことを意味する。つまり，資源（素材）を有機的に意味ある形で結びつけ，観光という経験価値に昇華させているのは顧客自身であり，この場合，プロデューサー機能である価値生産者は顧客自身である[2)]。

そもそも，観光客は資源（素材）そのものを入手したいと考えているわけではない。サービス・ドミナント・ロジック（以下「SD ロジック」と表記）に依れば，消費者はその消費行動を通じて，そこから得られる便益やセルフ・イメージの向上，或いは，社会的な繋がりなどの目に見えないものや体験・経験を得ることを本質的な目的としている（Vargo 2016）。

この SD ロジックの原理（axioms）では，「価値は受益者を含む多様なアクターによって常に共創される」，さらに「価値は受益者によって常に独自に現象学的に決められる」とされている。この理論的原理を観光地域づくりに当てはめて考えると，受益者である観光客（アクター）も観光の価値を創造する担い手であり，また，その価値は観光地域づくりに取り組む地域側の意向とは無関係に（現象学的に）観光客自身によって決定される，といえる。

従来の観光地域づくりでは，観光の価値は商品の造成やサービスの提供など，地域側から観光客に向けて提供されるものとして取り扱われることが多く見られた。しかし，観光

の経験価値に着眼し，その価値創造の主体を通して考えると，この理論的枠組みの変更（パラダイムシフト）が必要になろう。

(3) マーケティング・リサーチを踏まえた観光地域づくり

観光は地域性に依拠・立脚するものである。それ故に，ややもすると地域側が一方的に「売りたい」と判断した地域資源を観光地域づくりの基盤としてしまい，顧客である観光客に「売れる」かどうかの検討を蔑ろにしてしまうケースがある。しかし，一般的に考えてみても，「売りたい」ものが必ずしも「売れる」ものとはいえない。たとえ「売りたい」ものが安価で良質であったとしても，顧客がそれを欲しなければ，関心を向けさせ，消費させることは困難である。

また観光客は，体験・経験という価値創造の担い手であり，自らがその価値決定を行う。

これらを踏まえれば，観光地域づくりでは「二次的理解」によって観光客の心理・意向を理解し，それを反映した（従属性を考慮した）取り組みを行っていくことが重要性を持つという認識に至る。

その一方で，潜在的な顧客（将来来訪する可能性のある観光客）のニーズを探ることは困難であることも理解できる。地域への来訪経験があるリピーターを対象としても，観光という特性を考慮すれば，物理的に距離が離れていることがこうしたマーケティング・リサーチを難しくさせるであろう。さらに，観光地域づくりに投入できるリソースに限度があることを前提とすれば，インバウンドの潜在的ニーズを調査することは非常に困難を極めることが容易に想像できる。つまり，観光地域づくりでは，反復消費の頻度が比較的高い一般消費財のマーケティング・リサーチで用いられる手法をそのままの形で適用することは難しい。

ただ，情報技術の進展により，こうした調査のツールとメソッドが充実してきた。観光客が携帯するスマートフォンには GPS が搭載されている。この位置情報データを収集することによって，観光客が「いつ」「どこ」に訪問しているのかを把握することが可能になっている。これにより，アルゴリズムさえ組めば比較的コストをかけずに観光客の「実態的な動き」を観察するこができる。この「実態的な動き」を元にして，観光地域づくりの取り組みに向けた示唆を得ていくことが現実味を増してきている。

3. 越境する顧客

(1) 観光客の位置情報把握

これまでも人の動きを調べる方法として，例えば交通計画（都市計画）の分野では OD 調査やパーソントリップ調査などが実施されてきた。OD 調査の O は起点（origin），D は終点（destination）を表し，起点から終点へ対象者がどのような目的，手段で移動したの

かを調べる方法である。また，パーソントリップ調査は，その名の通り人の動き（トリップ）についてアンケートや参与観察等で調査する方法である。

ただ，観光の場合，調査対象者の抽出が困難であること，また，インバウンドも含めれば調査コストが増大することなどの理由があり，綿密な調査を実施することが難しいという実情がある。このため，既存の手法としては，主要観光施設等における直接的なヒアリング調査などが多用されてきた。

こうしたなか，SNS への投稿時に付与される位置情報（geotag）を用いて，観光客の「実態的な動き」を把握する研究が行われるようになっている [3]。マイクロブログとして普及した Twitter では，Twitter 社が提供する API[4] を通して位置情報を含めたデータを利用することができる。これを利用すれば，ユーザー（投稿者）が投稿時に付与した位置情報を json 形式 [5] で得ることが可能となる。このデータを用いれば，ユーザーが「いつ」「どこ」で投稿したのかを把握することが可能である。

（2）九州地域における実証データの収集と分析

本稿では，今後の観光地域づくりにおける示唆を得ることを目的として，九州地方における実証データの収集を行った。2016 年 4 月に発生した熊本地震により，九州では観光客のキャンセルが相次いだ。その後も風評被害などにより，観光客が大幅に減少したことが報告されている。こうした震災復興という側面もある九州の観光地域づくりに対して，観光客の「実態的な動き」を元に論考してみる。

今回の実証データは，Twitter API を利用し，独自に開発した収集・分析エンジンを用いた。

また，Twitter の投稿データの抽出に適用した条件を表 1 に整理した。収集時の設定（表 1）だけでは不要なデータを完全に除外することが出来ないため，データ収集後，表 2 の条件に基づき，データクレンジングを実施した。

投稿された位置情報は，その座標に従って地図上にプロットした。また，同一ユーザーの投稿は時系列に各プロットを直線で結び，これを同地図上にマッピングした。これを熊本地震の前後に整理し，それぞれ図 1，2 として示した [6),7)]。なお，この各プロットを結んだ直線は，ユーザーの完全な移動ルートを再現したものではないものの，便宜的には九州における外国人観光客の移動実態を表していると言える。

熊本地震の発生前後では，外国人観光客の訪問先に変化が起きていることが顕著な違いとして注目できる。地震前（図 1）には，「福岡市（福岡空港）エリア」と「長崎市」，「熊本市」を頂点とする西側の三角形とともに，東側にも「福岡市（福岡空港）エリア」と「別府市・由布市エリア」，そして阿蘇市を経由する形で「熊本市」を頂点とする三角形が色濃く描かれている。地震後（図 2）では，西側の三角形はまだ確認できるものの，阿蘇市を経由する東側の三角形の形状は色濃い形で成立しているとは言いがたい。

観光客の移動には季節的な変動があることも一般的に知られている。したがって，今回の分析だけでは，熊本地震が九州における外国人観光客の移動形態に変化をもたらした唯一の要因として特定することはできない。ただ，九州各地の観光入込客数が「前年比マイナス」と表現された各種報道に基づけば，熊本地震の影響により外国人観光客の移動形態が変化したことは説明が可能になるはずである。これを踏まると，震災復興という側面から見れば，地震前に形成されていた東側の三角形を再形成していくことが一つの目標になると思われる。

表1　投稿データの抽出条件

データ取得期間	2016年3月1日～2016年5月31日
検索条件	①対象区域として九州本土を網羅する真円を設定し、その中心（熊本県山都町、北緯32.6度、統計130.9度）から半径217km（135マイル）以内で外国語（タイ語、韓国語、中国語、英語等）で投稿されたデータ。 － 外国語設定はTwitterの設定による。
	②位置情報付きで地震、天気、気温等が自動的に投稿されたもの（botによる投稿とみられるもの）は検索対象から除外する。

表2　データクレンジング条件

居住地による除去	投稿したユーザー（アカウント）のプロフィールの居住地が日本国内であるもの。
言語による除去	投稿したユーザー（アカウント）のアカウント名、プロフィールが日本語であるもの。
その他	国内在住の外国人および日本人と思われる投稿。

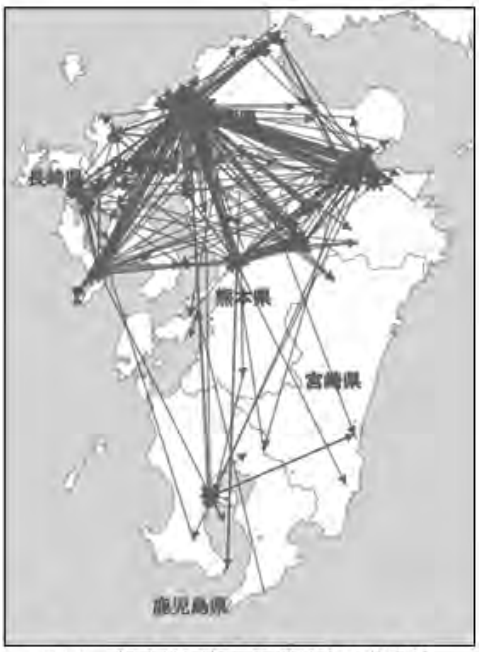


図１　熊本地震前の投稿地点と移動線



図２　熊本地震後の投稿地点と移動線

(3) 観光地域づくりへの示唆

紙幅の都合上，今回は熊本地震の影響による外国人観光客の移動ルートの変化を見るだけに留めたものの，このデータの収集と分析を通じて，今後の観光地域づくりへの示唆を得ることができる。それは，外国人観光客は九州内の県境・市町村境を越えて移動しているという実態である。この事象は経験的・一般的にも理解されているものではあるが，図 1，2 は，この社会的理解を実証的に解明したものである。

国を挙げた外国人観光客の誘致施策，ならびに地方分散化の取り組みが進められていることを考えると，その受け皿となる各地域における観光地域づくりでも外国人観光客を意識した活動を展開していくことが求められる。いわゆる「ラケット理論」に示される通り，一般的に，居住地から目的地までの距離と観光目的地での行動圏域の広さは比例することが知られている（鈴木 1966）。これを踏まえれば，居住地から目的地までの距離が比較的大きくなる外国人観光客を対象とするならば，行動圏域のスケール（規模）についても観光地域づくりのなかで考慮されるべきである。

これまで，地域が主体性を持って取り組む観光地域づくりでは，他（多）地域との連携に意識が向けられることが少なかったように思われる。しかし，今回の調査結果でも明らかなように，観光地域づくりの対象である外国人観光客は一定の割合で県境や市町村境を越えて移動している。その移動実態からは，外国人観光客が「越境」を必要とするニーズを持っているという動機・背景を見て取ることができそうである。即ち，彼らは，その訪日機会を通じて，「九州内の複数の地域を巡る」ことへの潜在的ニーズを有していることが推察できる。

先述した通り，観光地域づくりは「二次的理解」により観光客の心理・意向を理解し，それを反映することが重要視されるべきである。これを踏まえれば，潜在的ニーズとして「越境性」を持つ観光客に対応する（「売れる」確度の高い）施策を検討し，展開していくビジョンを持つことが必要になってくる。

観光客が自らの経験価値を創造し，その価値を高めるために「移動（越境）」したいと望んでいることを前提理解と（「二次的理解」）すれば，こうした顧客を迎えようとする観光地域づくりでは，顧客の越境性を考慮した施策，つまり，別の地域で取り組まれる観光地域づくりとの「連携を図る仕組み」を取り入れることが求められる。これまであまり意識の向けられなかった他（多）地域との接続を考慮する「モジュール化」という視点を観光地域づくりに取り入れていくことが今後の課題（テーマ）として認識できる。

4. まとめ

本稿では，九州における Twitter の投稿ログ（日時）と付与された位置情報を収集し，外国人観光客の「実態的な動き」を分析し，今後の観光地域づくりの取り組みに向けた示唆

を探った。この結果，これまであまり意識の向けられることのなかった他（多）地域との連携による観光地域づくりを進めていくという課題を得た。

今回は Twitter の投稿内容（テキスト）には注意を向けなかったものの，投稿内容の特徴量等を用いた数学的分析を行えば，投稿者である観光客が抱く（或いは，抱いた）「地域らしさ」に関する解釈を得ることも展望できる。場合によって，この観光客が抱く「地域らしさ」は，地域側が抱いている「地域らしさ」と隔たりがあるかもしれない。こうした意識的ギャップがあることを「二次的理解」として認識し，観光地域づくりの取り組みに反映することができれば「売れる」ことにも繋がるであろう。

また，本稿で論じた観光客の「越境性」を考慮するならば，この「地域らしさ」には，他（多）地域と比較対照による相互関係（依存関係とも言える）があり，単独の地域を越えて，俯瞰的に描かれる物語であることに意識を向けていく必要がありそうである。

謝　辞

本稿の執筆に当たっては，共同研究を進めている NEC ソリューションイノベータ株式会社（九州支社地方創生事業推進グループ）・島津晃氏に資料を提供して戴くとともに，議論を通して有益なご助言を戴いた。ここに同氏に対して深謝の意を表する。

注

1）本稿の論旨からは逸脱するものの，クリッペンドルフは「ディスコース」という概念を用いて，部外者に対し，自らのアイデンティティーを正当化することも論じている。つまり，顧客ニーズへの従属性だけでなく，地域の「思い」を自己肯定するものとして，ディスコースの概念を適用することは観光地域づくりにおいて関心が向けられる。

2）「観光」の経験価値を創り上げる顧客（観光客）は，トフラー（Toffler）の提起した「生産消費者：プロシューマー」であるといえる（トフラー 1982）。

3）例えば，田中（2015）など。

4）API とは，Application Program Interface の略で，あるシステムやプラットフォームを操作するための手続きを定めたプロトコルのこと。本稿で扱った Twitter 以外でも，Instagram 等の SNS において，また Google の一部機能などでも API を利用できる。

5）JSON とは，JavaScript Object Notation の略で，テキストベースのデータフォーマットである。以前は xml 形式でも応答が得られたものの，Twitter API Version 1.1（2013 年 6 月 11 日に Version 1.0 から更新）からは JSON 形式のみサポートされている。

6）本稿で用いた地図データは，Open Data Commons Open Database License の下にライセンスされているオープンデータ「OpenStreetMap® 」を利用した。

7）震度 7 を観測した地震は 2016 年 4 月 14 日夜，ならびに同年 4 月 16 日未明に発生したものの，本稿では便宜上 2016 年 4 月 15 日を境としてその前後 1 ヶ月半の取得データを元に，それぞれ図 1，図 2 として作図した。

文　献

クリッペンドルフ, K.
2009 『意味論的転回　デザインの新しい基礎理論』小林昭世ら訳，エスアイビー・アクセス。

鈴木忠義
1966 「観光開発講座（3） 観光開発の意味と観光の原理」『観光』 9: 29。

田中誠也
2015「SNS ログデータを活用したアニメ聖地巡礼者の行動分析〜九州での活用可能性」『九州経済調査月報 2015 年 10 月号』69：pp.2-7。

トフラー, A.
1982 『第三の波』徳岡孝夫訳，中央公論新社。

Vargo, S. L.
2016 Service-Dominant Logic: An Overview and Look Forward. [pdf] SERVICE-DOMINANT LOGIC. Available at: <http://www.sdlogic.net/uploads/3/4/0/3/34033484/f2016_guest_lecture.pdf>（Accessed 20 December 2015）.

ツーリズムにおける異文化体験と異文化理解力

吉田 順一
大阪府立大学大学院 経済学研究科（観光・地域創造専攻）教授

1. 外国旅行と「文化的自信」

議論を原点から出発させよう。近年は，ドイツ語圏においても *Tourism* という用語が一般的になっている。しかし，古い文献では，「観光」は *Fremdenverkehr* という用語で概念定義されている。つまり，観光の本質は「自文化と異文化の交流」にあると言えるのだ。山村（2003）は，観光とは，「特定の文化圏に属する人間が他の文化圏と出会うために，人間が作り上げた文化的システム」と定義している。

ここを起点にして，異文化圏への旅行，日本人の海外旅行における「異文化体験」と「異文化理解力」の視座から，さらに進化し，成熟する旅行者，および，その旅行スタイルについて考察することにしよう。

以下，日本海外旅行者の問題を扱うのだが，団体パッケージツアーへの参加者と，個人旅行者との間に，区別はもうけないことにする。また，標準的な「日本人旅行者」を想定しているため，訪問国の言語に対して，読む，書く，話す能力が十分には，あるいは，ほとんど（ケースによっては，まったく）備わっていない，そのような語学力不足状態（このことは，いくつかの既存研究で明らかにされている知見）を前提に議論を進めることにする。

さて，訪問国の言葉が理解できない，訪問地での言語的なコミュニケーションが不自由な旅行者にとって，旅行を通じて，観光の目的である「自文化と異文化の交流」は実現できるのであろうか。冒頭に紹介した山村の定義では，「他の文化圏と出逢う」と表現され，観光とは，旅行者側からの一方的な行動に限定されている。しかしここでは，観光の本質は，旅行者と訪問される側，この両者の文化的相互理解にあると，観光概念を拡張してみたい。このことで，一方的な旅行行動としての「異文化との出逢い」を超えて，文化的相互作用としての観光交流の意味合いが見えてくる。

石森（1991）は，「海外旅行を実りあるものにするためには，『金』と『暇』と『文化的自信』が必要であるが，現代の日本人は海外旅行を充分に楽しむだけの可処分所得と可処分時間がないばかりか，外国語の障害などによって外国人とじっくりと付き合うことのできる文化的自信が熟成されていない。その結果，現在のところ，日本人の海外観光旅行は，ひとりよがりな海外体験しかうみだしえていない」と批判している。旅行価格の問題や余

暇時間の問題に関しては，近年，旅行商品の供給側で，様々に改善されてきているといえる。しかし，依然，問題が残されたままになっているのは日本人旅行者の文化的自信が醸成されず，外国旅行においては，独りよがりな異文化体験に終始している，この点である。

石森の指摘する「文化的自信の欠如」とは，言い換えれば，語学力欠如，これに伴う旅先でのコミュニーション問題であり，加えて，それに起因する「外国コンプレックス」の問題であると理解できる。たしかに，日本人には「西洋コンプレックス」が存在するという通説がある。しかし，このコンプレックス論からは，異文化交流としての観光への問題解決は見えてこない。

いわゆる「バイ・リンガル」という言葉に対峙して，「バイ・カルチュラル」という用語がある。グローバル企業などで，二国間の国境を超えて働く従業員に求められるコミュニケーション能力のことである。もちろん，観光に出かける旅行者は，現地での長期滞在を前提とする多国籍企業のスタッフとは異なる存在だが，「異文化理解力」という視点からは，語学力の問題と，他文化を理解できる能力と，この２つ能力とを切り離して，議論することは，非常に大きなポイントであり，参考になると思われる。訪問先，旅行先の言語が理解できる。これは重要な要因であるかもしれないが，旅行に出かけるための必要条件ではない。また，多くの海外旅行商品は外国語がまったくできない旅行者のために設計がなされている。言葉が通じなくても，旅行先での異文化接触，異文化体験から，どのような文化のコンテクスト，意味を理解できるのか。この文化コミュニケーション能力の有無の方が，観光・旅行においては，大きな課題となるのである。

外国人インバウンドの例で説明すると，よく分かる。例外を除いては，日本語に堪能な外国人旅行者はほとんどいない。しかし，日本文化の体験をテーマ（職人技，和食，マンガ・アニメ文化，武道等）に日本を訪問する外国人は，日本語という語学の障壁を超えて，彼らにとって異質な他文化であるにも関わらず，その本質的な部分を体感し，理解しようと努力し，時には，日本人以上に，これらを正しく理解し，好きになり，特別な関係を構築しているような旅行スタイルは，各地で観察されている。しかし，このインバウンドの事例とは逆方向，海外旅行に出かける日本人旅行者は，どうだろう。団体旅行，個人旅行の別には関係なく，ほとんどの日本人アウトバウンドは，きわめて偏った海外旅行情報を妄信し，旅先では，特定のスポットに，見る，食べる，遊ぶ目的だけで，日本人が異様に集中する・・・。

2. イントラ・カルチャー理解しかできない日本団体旅行者？

例えば，オーストリアの首都，ウィーンは，ヨーロッパの菓子・ケーキ文化の中心で，市内には，有名，無名を問わず，製菓技術の腕を競う *Konditorei*（洋菓子店）が点在しているのだが，ウィーンを訪れる日本人旅行者のほとんど全員が，『地球の歩き方』を小脇に

挿んで，いわゆる定番有名店の *Demel* に集中して，ここを訪れる・・・。誰もが読む旅先ガイド情報を安易に信頼し，誰もが一度は訪れる有名スポットを好み，みんなと同じように名物を体験する。こうした集団志向行動が，石森が指摘した「文化的自信の欠如」の実態像なのだろう。

筆者（吉田 2008）は，異文化交流における文化コミュケーション能力を，「イントラ・カルチャー」，「インター・カルチャー」，そして「トランス・カルチャー」，この３つの次元に分類し，旅行スタイルの進化デモルを提言した。

１つ目のイントラ・カルチャー次元での異文化理解力しか有しない旅行者は，石森の指摘する文化的自信欠如の状態にあり，旅先情報では，一般的ガイドブック等が提供する「みんなと同じ場所」を選好し，自律的観光行動がとれない，初歩的旅行者を想定する。「イントラ」とは「内」という意味だが，異文化理解力においては，自文化のことしか見えず（自文化中心主義とも言える），世界には多様な異なる文化が存在しているという事実が認識できない，心的閉鎖状態をさしている。

海外旅行商品造成の視点からは，このようなイントラ・カルチャー次元にある標準的日本人旅行者への対応は，きわめて画一化された形で，「異文化体験」が現地で調達され，ツアーに組み込まれている。特に，歴史と文化が旅行のテーマとなるヨーロッパ方面へのパッケージツアー造成では，日本人の，日本人による，日本人のための異文化体験が，意図的に「演出」されていると言っても過言ではない。ヨーロッパへの周遊型団体パッケージでは，休暇日程など，そもそも時間的余裕のないツアー参加者のために，旅行期間中のスケジュールは分刻みで管理される。すなわち，現地の本物の文化に接触したり，それを体験したりする，その時間さえも確保できない，それがこの種の旅行商品の実態である。

ヨーロッパ人にとって，とくにフランス人，イタリア人など，レストランでの食事は，彼らの生活文化の中で大きな意味を持つ。この外国人，訪問先の生活シーンを，同じ空間で，そこに暮らす地元の人たちと一緒に体験できる機会が，もし，ツアー参加者に与えられるとすれば，ここでの異文化体験，そしてそこから得られる感動は，貴重な外国旅行の思い出になることは間違いない。フランスでも，イタリアでも，豊かな食文化は，料理や食材そのものだけではなく，家族や友人たちと同じテーブルで食事することが，生活文化としての「社交」であり，時間を忘れて，その場で会話を楽しみ，また，食事といっしょにワインをたのしむ・・・。そこにあるタータルな有形・無形な異国の人々の生活実態を観察し，それを体感する，それこそが，異文化体験の正体だ。しかし，日本人ツアーの実態は，分刻みのスケジュールの中で，いわゆるモノとしての地元名物料理が，仮に地元の有名レストランであっても，時間管理され，流れ作業のように配膳される。「○○有名店に行ってきた・・」「○○を食べてきた・・」「その店で写真を撮った・・」という旅行体験（これらを旅行業界では，いわゆるマーケティングの「コト」と誤解しているのだろう）に変

換して，旅行商品の造成は完了する。しかし大きな問題は，イントラ・カルチャー次元の旅行者は，何が「異文化体験」なのか？　その価値を判断する基準そのものを持っていないということである。

この種の商品造成は，異文化体験や異文化交流をテーマとするものではなく，外国の目的地への移動は，事実，伴っていても，現地に入り，滞在していながら，そこに暮らす人々の生活文化からは，旅行者を完全に隔離する形で，「似て非なる現地文化」を，商品化（モノ化・コト化）しているのだ。とはいえ，顧客が納得し，それがニセモノ体験であっても，それで満足さえしていれば，それでいい。そういう商品造成思想で成り立っているのだ。このタイプの海外旅行商品を支持する，イントラ・カルチャー次元の消費者が再生産されている限り，「独りよがりの外国体験ツアー」は，今後も一定のマーケット規模を確保しながら，継続されていくのだろう。

3. インター・カルチャー理解

２つ目のインター・カルチャー次元のコミュニケーションができる旅行者は，近年，個人旅行で海外に出かける傾向にある。ここでも，異文化理解力の問題は，語学力の有無の問題というよりは，旅行者自身の異文化へのまなざしに関わっている。つまり，この次元にある人たちは，文化多様性を容認できて，文化相対主義の立ち位置から，自文化と異文化の共存をめざすことができるのだ。情報化社会では，外国の生活や文化について，人々は知識を共有することが容易になった。また，グローバル化の進展とともに，自国の中にあっても，例えば，食にしても，音楽にしても，建築やインテリアにしても，異文化圏の生活文化が，違和感なしに，日常生活の中で体験できる環境が整ってきている。とくに東京など，大都市圏に暮らす日本人の多くは，異文化や外国人に対する接し方も，開放的だと言える。このような自分の文化的アイデンティティ持ちながらも，外国人が共有する異文化性に理解が示せる人たちが，旅行者として，海外旅行をするとき，どのような異文化体験や異文化交流を実現するのだろうか。

きっと，訪問先で，その土地に暮らす人々の生活を，感覚的であっても，細部にわたって観察する能力を持っているのである。つまり，上述のイントラ・カルチャー次元の旅行者が期待するようなステレオタイプ化して演出された（もちろん，それが演出されたものという認識もないのだが）「あこがれの異国文化」を無条件に容認するのではなく，それぞれの場面や経験の種類について，自文化との違いを確認し，ある程度の価値評価（好き・嫌い，良い・悪い）ができる。そういうカテゴリーの旅行者である。

例えば，東京で，ワインに興味があり，ソムリエの勉強をしている女性を想定してみよう。この女性が，フランスへ独り旅に行く。英会話もできないし，フランス語の能力もほとんどない。それでも，ワイン生産地のブルゴーニュとボルドーを訪れ，いくつかのワイ

ンメーカ，醸造蔵での試飲，そこでの生産者との出逢い・・・。言葉ではない，文化体験がうまれる。まさに，旅行でしか実現させることのできない異文化理解である。

このように，インター・カルチャー次元での異文化理解を可能にする旅行スタイルは，とくに，テーマを持って海外旅行するという旅行者の間で，今後さらに進展すると予測される。一言補足すれば，このような旅行スタイルは，個人旅行だけではなく，テーマを特定する団体ツアー開発においても，大きな期待分野と言えるだろう。例えば，食文化，建築，美術・デザイン，ワイン等のテーマの特化する文化ツアーである。また，すでにこれらの旅行商品は市場に提供されているが，「その街に住んでみる」，訪問地の生活文化体験型ツアーである。こうした，自らの異文化体験が，われわれのテーマでもある自律的観光を成長させるのだ。

4. トランス・カルチャー *“People Make Places”*

そして３つ目，トランス・カルチャー次元での異文化体験，異文化交流では，どのような旅行スタイルになるのか，推論してみよう。ここでは，旅行者側から捉える異文化体験や異文化理解力だけを問題にしているのではない。観光とは，実は，旅行者と訪れられる側，そこに暮らしている人々との相互作用によって実現する新たな価値共有を意味しているということだ。

次の文章は，このことを端的に説明している。これは国内の料理店，つまり，同じ文化圏の客と店の関係を書いているのだが，お互いの文化価値に対する暗黙値と，それへの両者の行動規範がよく分かる。まず紹介しよう。「街場」を中心に「美食（うまいもん）文化」の研究者である江弘毅氏は，インターネット上で（dressing），客と店の関係性について，こう書いている（江 2016）。

> *【店づきあいの倫理学】　店は生きものであり「おいしさ」や「楽しさ」は数値化できない。だから顔の見えない他者からの情報「評価」を比較して店や食べるメニューを決めたりすることは無効だ。その店だけの「固有の身体感覚」のようなものがあり，その場その時の「代替不可能な店側／客側のコミュニケーション」が，その店の真価を決定づけている。「店と客の関係性」をもとに「よりおいしく食べるための店づきあい」の方法とは？*

本稿では，海外旅行での異文化間コミュニーションをテーマにしているのだが，江氏が指摘するような，高度に成熟した「店と客の関係性」が，異文化圏への旅行中に，「外国人旅行者」であっても実現可能なのか，このことを検討してみたい。

観光にも共有されるサービスマーケティングの品質理論では，*Tangibles*（ホテルの部屋や施設等の物的品質），*Competence*（専門性，技術），*Courtesy*（礼儀正しく，親切，

丁寧），*Reliability*（信頼性），*Responsiveness*（即応），*Empathy*（感情移入能力）という 6 つの基準があげられている。注目したいのは最後の *Empathy* 概念である。ここには共感という意味が含まれる。つまり，相手の立場になって，顧客の要求を細やかな感性で理解し，客とその店の価値（意識）を共有できるコミュニケーション能力のことだ。

もう 1 つ，店側の論理。外国にも，日本のいわゆる「一見さんお断り」のような，入りにくい「美味しい店」はたくさんある。理論的にこの入りにくさのルールを説明すると，（言葉としては，よい響きではないが）店側の「客筋管理」ということになる。その店が提供しようとするサービスの質を理解できると同時に，そのサービスの生産過程（＝共同作業）に参画できる能力を有する消費者が，すなわち，その店に受け入れられる客筋なのである。客筋とは，客観基準では定義できない。 その人の感性，センスなども含む総体，全体人格だ。また，このような店では，客は客同士で，どんな文化的カテゴリーの人がその店を利用しているのか，他の利用客の質にも極めて敏感だ。この意味でも，客筋という顧客管理の巧みさが，いわゆる老舗の風格を醸し出す。

店側でなく，逆の客側の論理に置き換えると，店が要求している客／店相互の文化コミュニケーション能力を，振る舞いとして，空気として，醸し出せるのか。その能力が要求されてくる。しかも，旅先の外国で，である。

グローバル企業のスタッフの異文化理解力について，エリン・メイヤー（Meyer 2015）は，それは「相手の発言や行動の真意を理解することそして，自分の言動を相手がどう捉えているかを理解すること」と定義している。加えて，それは語学的な問題よりも，日本人が得意とする，いま，ここ，その場の「空気を読む」という感性の能力であると説明している。つまり，語学的な理解力はある方がベターなのだが，異文化理解力とは，それを超える次元のコミュケーション能力ということになる。

日本人が異文化圏へ，海外へ旅行するときに，言葉，語学力の問題を超えて，異文化理解を前提とするコミュニケーションを実現できるのか。最後に，これも逆方向，インバウンドの事例紹介になるのだが，１つ，成熟する外国人旅行者のための高次元の「東京ガイド」を紹介しておこう。この書物のタイトルが，ここで議論しているトランス・カルチャー次元での文化コミュニケーション，その内容を巧く表現している。そのタイトルは *People Make Places* である。

この本では，場所，店を中心に紹介文が書かれているのでなく，その店で，商品やサービスをつくり・提供している主人公，「人」を中心に，紹介文章が構成させている。トランス・カルチャー次元での異文化体験・交流を希望する外国人旅行者に，このガイドブックがよく利用されているのだ。

トランス・カルチャーにおける「トランス」には，文化の違いを明確にする形や様式を「超える」という意味がある。最終的には，人間が共有する本質的価値へのアプローチと

理解であり，この行為を実現する文化プロセスが，異文化圏への旅ということになる。訪れる土地，そこに暮らしている人々が，その土地の文化を作りだしている。しかし，同時に， 観光においては，その場所を訪れる旅行者がその場所に暮らしている人々の生活文化に，自文化の外壁を超えて，共鳴できることが非常に重要なポイントだ。*People Make Places* というとき，その場所に今いる旅行者自身も *People* の一員なのである。そこを訪れ，そこの人々が共有している価値意識を理解し，それらと共鳴，共感できる。この次元での双方向での文化コミュニケーションが，その土地の価値，その土地の文化をより発展させていくのだ。トランス・カルチャー次元での異文化圏への旅，日本人の海外旅行も，この段階にそろそろ入る時期にあるのではないだろうか。

文　献

石森秀三

1991　「海外観光旅行」小山修三編『日本人にとっての外国』pp.75-94，ドメス出版。

石森修三編著

2008　『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院研究叢書 70。

江弘毅

2016　「『一見お断りの店』や『常連』が日本ではなぜ価値を持っているのかということについての考察【美食の構造】」dressing (2016 年 10 月 26 日): https://www.gnavi.co.jp/dressing/column/20356/ (2017 年 1 月 24 日参照)。

Meyer , Erin

2014　*The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business*. PublicAffairs.

Spreckley, Charles

2016　*People Make Places – Tokyo*. People Make Places Limited.

高橋一夫・大津正和・吉田順一編著

2010　『１からの観光』碩学舎。

山村高淑

2003　「観光デザインというお仕事！！」『学びのヒント』京都嵯峨芸術大学（2003 年 10 月 27 日）: http://hdl.handle.net/2115/38528（2017 年 2 月 9 日参照)。

吉田順一

2008　「観光創造の方法と方向 ： ネオツーリズムと文化デザイン」石森秀三編著『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院研究叢書 70: 229-248。

観光まちづくりの新たな展開

オープン・プラットフォームと観光ガバナンスの必要性

森重 昌之
阪南大学国際観光学部 准教授

1. 観光まちづくりの広がり

21 世紀に入って，わが国では本格的に観光立国政策が進められるようになった。多くの地域が観光を活用したまちづくりを進めているほか，訪日外国人旅行者も増加傾向が続いている。これまで地域における観光振興といえば，名所旧跡や温泉地などの著名な観光資源が賦存する地域に限られていた。しかし，「観光まちづくり」の考え方が広まり，著名な観光資源がない地域でも資源を発掘し，観光を活用したまちづくりに取り組み始めている。

観光まちづくりは，2000 年頃から普及した用語であり，「地域が主体となって，自然，文化，歴史，産業など，地域のあらゆる資源を生かすことによって，交流を振興し，活力あふれるまちを実現するための活動」(観光まちづくり研究会 2000:5)と定義されている。それは，観光を活用したまちづくりの推進手法として，今では広く知られるようになった。同時に，観光は経済や産業面のみならず，地域社会にさまざまな効果をもたらすという理解も深まっている。

観光は一般に「楽しみのための旅行」と理解されているが，もう少し幅を広げると，「ある場所に移動して他者と出会ったり，体験したりする活動やしくみ」ということができる。このように考えると，さまざまな出会いや感動，知識などを得て，精神的な豊かさを追求するという観光の本質が見えてくる（森重 2016b：188)。また，観光を「多様な人びととの交流」と幅広く捉えると，まちづくりと観光まちづくりの境界は曖昧になってくる。実際，まちづくり研究者の 1 人である佐藤滋氏は，「まちづくりとは，地域社会の多様な主体が協働し，歴史文化，自然，人材など，地域資源を最大限に活かして，専門家や自治体と連携して，漸進的に居住環境の改善を進める一連の活動の総体」（佐藤 2016：36）と定義している。森重（2015：23）は国内における観光まちづくりの先行研究をレビューした上で，観光まちづくりは①地域社会が主体になる，②地域資源を活用する，③交流を促進する，④まちの魅力や活力を高めるという 4 つの要素で構成されていることを指摘している。佐藤のいう「専門家との連携」を「多様な人びととの交流」と見做すと，まちづくりと観光まちづくりのどちらの定義にも①から④の要素が含まれることになり，両者の差はほとんどなくなってしまう。

むろん，観光まちづくりは「交流の振興・促進」に要点があるが，地域外の人びととの交流を通じてまちづくりを進める事例は珍しいものではなくなった。例えば，2009 年度か

らスタートした「地域おこし協力隊」はその最たる例であろう。また，大学生がフィールドワークの一環で地域活動にかかわり，まちづくりを進めている事例も豊富に見られる。さらに，東日本大震災を機に浸透しつつある「ボランティアツーリズム」も，同様の例といえる。これらは，いずれも地域内外の人びとの交流を通じて，地域外の人びとや組織・団体が持つ知恵やノウハウを地域社会に取り入れ，まちづくりを推進する活動である。観光の持つ特性を生かしているこれらの活動は，まさに観光まちづくりということができよう。

2. 観光まちづくりの主体とオープン・プラットフォーム

このように，観光まちづくりが広がりを見せる中で，現在では観光まちづくりを取り入れることよりも，どのように進めていくかに焦点が当てられている。前述した観光まちづくりの定義によると，地域社会が主体になることが強調されている。これに関連して，最近は DMO（Destination Marketing/Management Organization）や観光まちづくりプラットフォームの議論も盛んに進められている。これらが観光まちづくりを主導することは認められるであろうが，問題はその担い手である。実際，森重ほか（2016：101）は地域主導型観光について，価値観や考え方の異なる多様な人びとが共同で生活を営む地域社会において，地域社会の誰が観光を主導するのかについて明確ではないという課題を指摘している。

前述したように，まちづくりと観光まちづくりには大きな差が見られなくなっているにもかかわらず，前者の担い手は地域住民，後者の担い手は観光関係者という認識がぬぐえない。例えば，体験型観光を推進する北海道標津町の町民を対象にした質問票調査において，体験型観光は誰が中心になって推進すべきか尋ねたところ，「それぞれの団体が連携して推進すべき」（45.8％）と「観光協会」（34.6％）が拮抗した回答割合であった（複数回答可）（森重 2016a：82）。それに対し，「町民」が主体的役割を担うべきとする回答はわずか 5.3％であった（森重 2016a：82）。「観光」という言葉が付いたとたん，産業振興の一部と見做され，その恩恵を享受する観光関係者が中心になるべきという考え方は根強い。

このように，地域社会の誰が観光まちづくりを主導するのかという問題に加え，地域外の人びとの参加をどのように認めるのかという問題もある。そもそも，観光は地域外とのかかわりを前提とするものであり，地域の人びとだけで進めることは難しい。また，観光まちづくりに取り組む地域の中には，人口減少や高齢化が進行し，地域の人びとだけでは推進できない事情を抱えているところも少なくない。一方で，かつてのマスツーリズムに代表される，地域外主導による観光開発が地域社会にさまざまな弊害をもたらしてきた事例もあり，安易に地域外の人びとのかかわりを認めにくいという事情もある。そうしたことを反映してか，観光まちづくりの定義においても，前述したように「地域社会が主体になる」ことが強調されている。

しかし，これらの事情を踏まえたとしても，観光まちづくりの推進主体を地域の人びとに限定する必要はないのではなかろうか。なぜなら，地域外の人びとのかかわりを認めることで，彼らの持つ知恵やノウハウを用いて，まちづくりに生かせるメリットの方が大きいからである。また，社会的流動性が高まる中で，地域外で暮らしていても，その地域に誇りや愛着を持つ人びとも少なくない。森重（2014：155）は地域内外の多様な人びとがかかわる場やしくみとして，「オープン・プラットフォーム」を提案している。これは，前述したDMOや観光まちづくりプラットフォームなど，観光まちづくりを主導する組織・団体をオープンにする，つまり地域内外にかかわらず，人びとのやる気や意欲，かかわりの度合いに応じて参加や権限を認めるプラットフォームである。

3. 観光ガバナンス概念の導入

この場合，オープン・プラットフォームの関係者のすべてが地域外の人びとになることも想定される。そのこと自体が悪いわけではないが，地域社会に対する何らかの配慮も求められる。なぜなら，観光活動がその地域で行われ，その地域の資源が活用されるからである。そして，観光資源は「本来観光事業とは無関係に存在し」（岡本・越塚 1978：42）ているとの指摘があるように，観光で利用しようとする地域資源は，地域内の生活や生業ですでに利用されていることが多く，既存の利用と観光利用との間で新たな対立を引き起こすこともある（森重 2016b：195）。このように，観光事業者だけでなく，観光事業に直接的にかかわらない地域資源の利用者も含め，地域内外の多様な人びとがかかわるのであれば，これらの人びとの間で基準や認識，規範などを共有しておく必要がある。

このように，ある社会や組織に多様な人びとがかかわり，その中でルールや秩序を形成していくという考え方は，「ガバナンス」の問題として捉えると理解しやすい。特に，観光分野におけるガバナンスに関して，森重（2016b：196）は「社会や組織などにおいて，観光にかかわる多様な関係者の意思決定や合意形成を促すとともに，その活動を規律・調整するためのしくみやプロセスとその考え方」を観光ガバナンスと呼んでいる。観光ガバナンスの考え方は，1990 年第後半から見られ始め，2010 年代に入って国外で盛んに議論されているが，その捉え方は多様であり，先行研究において明確な定義は試みられていない[1)]。

観光まちづくりでは，これまで地域社会を主体とする「マネジメント」の意義が強調されてきた。しかし，マネジメントは「意図された成果から始め，それらを達成するよう組織の資源を体系化しなければならない」（Drucker 1999：39）とあるように，あらかじめ目的が設定・共有されていることを前提としている。しかし，地域内の人びとでさえ，目的を共有できていないことも少なくない。そこで，人びとの価値観や考え方の相違を前提に，それらを包含・共有し，ルールや秩序を形成していくことをまず重視する必要がある。この意味で，ガバナンス概念を取り入れることもマネジメントと同様に重要になってこよう。地域内外の多様な人びとが地域資源を活用し，交流を促進することによって，まちの

魅力や活力を高める場やしくみとしてオープン・プラットフォームが存在するが，これを有効に機能させるためにも，観光ガバナンス概念を取り入れることが重要である。

4. 観光まちづくり再考

これまで，地域内外の多様な人びとがかかわって観光まちづくりを推進するためのオープン・プラットフォームと，その中でルールや秩序を形成していくための観光ガバナンスについて論じてきた。一方で，観光まちづくりには観光振興のためのツールなのか，それともまちづくりの手段なのかという議論がある。野原（2008：30）は「この言葉が意味するところは，一見まとまっているようでとても多様であり，その輪郭はやや曖昧である」と指摘し，与条件と手段，目的が観光であるか，まちづくりであるかによって，観光まちづくりを 4 つに分類している。このように，観光まちづくりは具体的な活動内容が極めて多様であるが，前述したように，観光まちづくりの要点は「交流の振興・促進」にある。これまでは「観光客が訪れてみたい「まち」は，地域の住民が住んでみたい「まち」であるとの認識」(観光政策審議会答申 2000)，つまり地域外からの来訪者の存在を前提に，観光を活用したまちづくりが議論されてきた。

しかし，これからの観光まちづくりの対象は，いわゆる観光客に限定する必要はない。何度もその地域を訪れるリピーターや二地域居住者，転勤などでたまたま地域に移り住んだ住民，さらに地域外で暮らしている地域のファンなど，さまざまな人びとにとって訪れてみたい，住んでみたい「まち」をめざす必要がある。従来のまちづくりでは，基本的にその地域で長く暮らす人びとが中心であった。しかし，社会的流動性が高まる中で，従来の地域ガバナンスの対象に含まれない人びとが地域社会にさまざまな形でかかわり始めている。

例えば，北海道倶知安町では，2014 年 10 月に「ニセコひらふ地区エリアマネジメント条例」が制定された。その背景には，外国人の流入や非居住者所有物件の増加によって，従来町内会などが担っていた地域サービスの維持が困難になっていることがあげられる（経済産業省地域経済産業グループ 2015：69)。つまり，従来の地域ガバナンスが有効に機能しなくなっている。そこで，良好な観光地づくりに向けたプラットフォームを形成することによって，新たな地域ガバナンスを構築するねらいがあると考えられる。

観光は「多様な人びととの交流」と幅広く捉えることができると述べたが，この意味での観光を軸に，従来の地域ガバナンスの対象に含まれなかった人びともかかわるまちづくりとして，観光まちづくりを捉えることはできないであろうか。他方で，前述したように，観光を活用したまちづくりには，地域の人びとの参加が欠かせない。このように地域社会と観光の双方のステイクホルダーが広がる中で，従来型観光にかかわってこなかった地域の人びとや地域外の観光関係者，さらに従来の地域ガバナンスの対象に含まれなかった人びとを取り込んだ，新たな観光まちづくりの展開可能性を見出せるのではないか。もちろ

ん，観光が地域問題の解決の「万能薬」ではないが，地域内の人びとであっても価値観の多様化が進む中で，交流を通して問題解決をめざすという視点を持つことによって，さまざまな可能性が広がってくる。そして，それを実現するしくみとして「オープン・プラットフォーム」が存在する。引き続き，オープン・プラットフォームをどのように形成してくか，その場でどのような観光ガバナンスを構築していくかについて研究するとともに，具体的な実践に向けた方途を示したい。

注

1）日本学術振興会科学研究費補助金（基盤研究 C）「資源マネジメントのための地域ガバナンスと観光ガバナンスの融合可能性の研究（JP16360083）」（2014～2016 年度，研究代表者：森重昌之）での議論を参考にまとめている。

文　献

Drucker, P. F.
1999　Management Challenges for the 21st Century, Harper Collins.

観光まちづくり研究会
2000　『観光まちづくりガイドブック－地域づくりの新しい考え方～「観光まちづくり」実践のために』(財）アジア太平洋観光交流センター

観光政策審議会答申
2000　『21 世紀初頭における観光振興方策について－観光振興を国づくりの柱に』(https: //www. mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/index2_.html）(参照 2017-01-10)

経済産業省地域経済産業グループ
2015　『平成 27 年度地域経済産業活性化対策調査（地域の魅力的な空間と機能づくりに関する調査）報告書』

森重昌之
2014　『観光による地域社会の再生－オープン・プラットフォームの形成に向けて』現代図書
2015　「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」『阪南論集 人文・自然科学編』第 50 巻第 2 号, pp.21-37。
2016a　「地域主導の観光に対する住民意識と観光ガバナンスの実践に向けた課題－北海道標津町を事例に」『阪南論集 人文・自然科学編』第 51 巻第 2 号, pp.71-91。
2016b　「地域プラットフォームの役割と展開」NPO 法人観光力推進ネットワーク・関西，日本観光研究学会関西支部編『地域創造のための観光マネジメント講座』

学芸出版社, pp.187-198。
森重昌之・海津ゆりえ・山本清龍・清水苗穂子
2016 「地域主導型観光における「地域主導」の実態と課題」『第 31 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』, pp.101-104。
野原卓
2008 「観光まちづくりを取り巻く現状と可能性」『季刊まちづくり』第 19 号, pp.30-37。
岡本伸之・越塚宗孝
1978 「観光対象と観光資源」前田勇編『観光概論』学文社, pp.42-49。
佐藤滋
2016 「まちづくりのこれまで・これから」袖井孝子編『「地方創生」へのまちづくり・ひとづくり』ミネルヴァ書房, pp.31-60。

大阪市内の建築物を２日間で一斉公開する

生きた建築ミュージアム事業について

山口 知恵
株式会社ダン計画研究所 研究主任補

私は就職してすぐ，大阪市の「生きた建築ミュージアム」のお手伝いをさせてもらうことになった。「生きた建築」とは「近代建築をはじめ，大阪の歴史・文化，市民の暮らしぶりといった都市の営みの証であり，様々な形で変化・発展しながら，今も生き生きとその魅力を物語る建築物等」と定義されている（大阪市 2013)。私は在学時,「リビングヘリテージ（生きた遺産)」の言葉が持つ様々な意味のうち,「地元コミュニティが遺産に住んで遺産を保護，管理すること」,「有形の要素とそれを継承する際に必要な無形の要素を 1 つの遺産として捉えること」に着目して研究を行ってきたが，縁あって博士論文の研究対象と類似した概念と出会い，それを活用する仕事に関わることになったのである。この「生きた建築ミュージアム」事業の目玉は「生きた建築」の公開イベント「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪（以下，イケフェス)」の開催である。2013（平成 25）年度から 3 年間の実証実験を行った結果，3 年目の最終年度には 2 日間で 3 万人が来場し，日本最大級の建築公開イベントとなった。イケフェス当日の大阪市内の街なかでは，公式ガイドブック片手に道を歩く人，建物前の長蛇の列などの非日常の風景が見られ，私自身，建築の可能性を再認識する経験となった。本稿では特に実務の視点から「生きた建築ミュージアム」事業の紹介を行いたい。

まず,「生きた建築ミュージアム」事業の詳細について記す前に大阪市の観光の現状について触れておきたい。「大阪市の主な観光地」と聞いて思い浮かぶのは,ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）,大阪城,梅田界隈の「キタ」,道頓堀周辺の「ミナミ」の4地区ではないだろうか。それらは大阪市の代表的な観光地ではあるが,それ以外にも大阪には魅力的な文化やストーリー,建築物等がある。例えば,町人文化の中心地「船場」やあらゆる産業が栄え,文化・芸術・産業の中心として華やかで活気にあふれていた「大大阪時代」のストーリー,大大阪時代に建設された近代建築や有名建築家・村野藤吾等による作家建築である。大阪市はHOPE事業等の実施により,上記のような魅力発信の資源である建築物を保全・修景してきたが,多くの観光客は前述した4地区を見学するのみで,大阪市の魅力が十分発信できていないという課題を抱えていた。また戦後建築が更新時期に入り,保全の対象から漏れてしまった作家建築が取り壊される事が多くなってきていた。このような事態を改善する一つの手段として大阪市内の建築や文化の魅力を一斉に発信する,生きた建築ミュージアム事業がスタートしたのである。

さて,「生きた建築ミュージアム」事業は毎年 9 月の第 3 土日の 2 日間で歴史的建造物やデザイン性に優れた建築物が無料で一般に公開されるイギリスのオープンハウスロンドン（以下，OHL）から着想を得ている。20 件からスタートした OHL の公開建築は 24 回目の 2016（平成 28）年には 750 件近くになり，数千人のボランティアが参加し,世界中から 25 万人以上の見学者が訪れるロンドンの一大イベントとなった。OHL は「建築家を目指す学生や子供の教育，行政への提言などを通じ，持続可能で住みよい都市づくり」を目指している「Open-City」という非営利民間組織が主催している。「Open-City」は，上記の目標のもと，建築の魅力の発信と市民に向けた建築教育に関する事業を行っており，この一環として OHL が開催された。「生きた建築ミュージアム」でもこの考えを参考に,イケフェスでは将来の建築分野の発展を担う子どもを対象としたプログラムを毎年設けている。

イケフェス開催，すなわち，この OHL を大阪で実施するにあたり 3 点課題があった。1 つは行列整理である。OHL では人気の建築の前の路上に長蛇の列が見られることも風物詩になっているが，イケフェスの実証実験の段階では市民にイベントは定着していない。また，OHL では 5，6 時間近く道路に見学希望者が並んでいても警備員がいない場面も見られるが，日本でそのような状況になる場合は，警備員をつける，警察協議を行う等の検討が必要である。それらについて検討した結果，実証実験段階では警察協議やプロの警備員まで用意する必要はないが，イベントに参加していない市民の邪魔にならないよう，見学希望者が待つ場所を設定し，公開 1 時間前には行列整理や建物内部に入る人数制限を行う人員を配置し，多くの見学者を受け入れることができない建築物については事前申し込みと抽選を実施した。さらに OHL の建築公開方法と類似した建築内部を自由に見学する「特別公開」の他，所有者等の解説付きで建物内部を巡る「ガイドツアー」，複数の建築物をガイドとともにまちあるきしながら巡る「スペシャルツアー」, 建築内部の空間を活用した「ワークショップ・展示」や「ミニコンサート」，会議室等で専門家や関係者が解説する「トークセミナー」，土日に休館している施設を特別に開館する「休日特別開館」等，7 種のプログラムを用意し，多くの建築物を公開できるように工夫した（写真 1〜4）。

2 点目は安全性である。ロンドンでは命綱無しで屋外の高いハシゴを 7 階まで登るような公開建築もあったが，そのような冒険心を掻き立てる建築物の公開方法は自己責任が文化的に定着しているロンドンでこそ可能であり，安全を重んじる日本人には不向きである。建物の公開にあたりライトを設置する，危険な箇所に入らないようテープを張るなどの設えを所有者と事前協議の上行うとともに保険に加入することで安全に建築公開できるよう努めた。

3 点目は主催団体である。当初 OHL に倣い非営利民間組織を立ち上げ，寄付金や広告費を受け取りやすくすることを検討した。しかし，イケフェスが周知されておらず，どれくらいの見学者が見込めるか不明な段階で出資してくれるほど大阪の企業は甘くない。よって，組織の立ち上げと資金繰りは今後の課題とし，この 3 年間は大阪市主催で実績をつくることに注力した。

以上の方針の元，当該事業を進めた結果，参加企業，公開建築数，プログラム数，見学者数は表 1 のように推移し，3 年目には参加企業・団体約 140，公開建築 95 施設，プログラム数 120，見学者 3 万人のイベントに成長した。最終年度には北海道から沖縄の国内だけでなく海外（香港）からも見学者が訪れ，事前申し込みが必要なイベントでは，定員計 1,505 人に対し，計 7,700 名の応募があった。



写真1　ガイドツアーの様子
（御堂筋共同溝）



写真2　子ども向けスペシャルツアーの様子



写真3　展示の様子（ダイビル本館）



写真4　トークセミナーの様子（浪花組）

表1　イケフェス開催実績の推移

	参加企業・団体	公開建築数	プログラム数	見学者数
2013（平成25）年	16	15施設	8	573人
2014（平成26）年	約80	55施設	77	1万人
2015（平成27）年	約140	95施設	120	3万人

出所：2013年の概要報告及び2014～2015年の開催報告書を基に筆者作成。

イケフェスは表 2 のようにマスメディアにも多く取り上げられたが，実証事業終了後もイベントを継続できるようコスト管理を徹底した結果による費用対効果の高さが特に評価された。このコストカットの工夫についても 3 点に整理して説明したい。1 点目は産官学連携である。イケフェス実施にあたり，生きた建築の概念を広めるために代表的な生きた建築 50 件を大阪市が選定し，それらの所有者等が一堂に会する機会を設けた。これにより，大阪市内の企業トップの情報交換の場が作られ，建築公開や社員ボランティア等，企業によるイケフェス協力の機運が高まった。また，イケフェス終了後は，「広報に繋がる」とイケフェスに参加した効果を感じている企業の声も多く聞かれた。大学は生きた建築事業の助言をはじめ，後述する市民ボランティア制度やプログラム等の試行実施，公式ツイッターによる広報等を支えた。

2 点目は市民協働である。OHL 同様にイケフェス試行実施の最終年度には市民ボランティアを公募し，行列整理や写真・人数記録等のスタッフとして活躍してもらった。ここでは OHL のプライオリティパス（公開建築に優先的に入場できるパス）制度を参考に，競争倍率が高く参加が難しい事前申し込みイベントへの優先参加権をボランティア謝礼のメインとした。

表2　平成27年度のパブリシティによる広報

種類	内容
新聞掲載	7月21日　日本経済新聞夕刊
	10月22日　毎日新聞夕刊
	10月29日　産経新聞朝刊
	10月30日　朝日新聞夕刊
	11月 2日　産経新聞朝刊
	11月 4日　建設通信新聞
	12月12日　産経新聞朝刊
テレビ放映	10月13日　ABC朝日放送「おはよう朝日です」
	11月 5日　読売テレビ「ニュースten」
雑誌・書籍	10月 1日　『建築と社会』
	10月 1日　『月刊島民Vol.87』
	10月13日　関連書籍『生きた建築　大阪』
Webニュース	10月14日　ツタヤT-SITE lifestyle
	10月14日　ケンプラッツ（日経アーキテクチュア）
	11月 6日　ケンプラッツ（日経アーキテクチュア）
	11月16日　ケンプラッツ（日経アーキテクチュア）

出所： 2015年の開催報告書を基に筆者作成。

3 点目は広報の工夫である。このようなイベントを開催した際，予算の大半が広報費にあてられることが多いが，広報予算と実績がなかった 2 年目の 2014 年のイケフェスでは，地元助成金を利用して作成した公式ガイドブック以外は主に HP，SNS による広報を行った。また，公式 HP では最新情報を掲載するとともにガイドブックのデータを DL できるようにした。上記の広報により 1 万人来場した実績を得た 2015（平成 27）年度では，関連イベントとの連携，大阪市交通局の協力を得る事ができ，地下鉄構内や市バス，地下鉄車内にもポスター等を掲出し，より幅広い市民に広報することができた（表 3，写真 5 参照）。特に公式 twitter では見学者間のやりとりが見られた。1 年目から設けた公式 twitter はフォロワー50 名程度で推移していたが，2 年目から事務局スタッフが積極的にイベントの進捗をつぶやいたところ，建築好きのフォロワーから建築好きの知人へと繋がっていき，2015（平成 27）年 12 月時点では，フォロワーが 2,300 名になった（表 4 参照）。特に事前申込イベントの当落通知直後は当落について様々なツィートが飛び交い，イベント当日も「○○ビルは混んでいるよ」や「○○ビルはオススメ」という見学者のやりとりが見られ，リアルな世界でも情報交換をしている様子が見られた。上記のようにコスト削減を図る一方，デザインには拘ることを決め，確保した予算はデザイン費やバナー（写真 6）制作費，会場の設え等に充当した。

さて，以上 3 年間の実証実験が終了した翌年の 2016（平成 28）年度は，今まで建築公開をしてきた企業と有識者を中心に「生きた建築ミュージアム大阪実行委員会」を立ち上げてスポンサーを募り，予算の大部分を占めていたガイドブックを有料化し書店で販売する等，新たな組織として「生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪 2016」の開催に取り組んだ。その結果，2016 年のイケフェスでは，21 のスポンサー，119 の協力企業・団体が集まり，76 件の建築を公開することができた。今後も 10 月下旬～11 月上旬の土日にイケフェスを開催し続ける予定であり，新たな大阪を代表するイベントとして，更なる盛り上がりが期待出来そうである。本稿で紹介できなかったイケフェスの面白さについては実際に参加することで感じて頂きたい。



写真5　ポスター掲出の様子



写真6　バナーを掲げた公開建築の様子

表3　2015（平成27）年に実施した広報

印刷物	サイズ等	作成部数	配布・掲出場所等
イケフェス2015公式ガイドブック（無料）※1	A5サイズ48頁 フルカラー	20,000部	大阪市役所等大阪市関連施設，イケフェス参加施設
フライヤー（日程予告）	B5サイズ 片面2色刷り	10,000部	イケフェス参加施設，関連イベント会場
ポスター	B2サイズ ※1	200部	大阪市内イオングループ店舗，イケフェス参加施設
	B1サイズ※2	270部	大阪市営地下鉄全駅構内
チラシ	A4サイズ※2	19,000部	大阪市営地下鉄全駅構内
沿線のご案内	定型	地下鉄1,260両 バス560台	地下鉄・バス全車内
告知パネル	B2サイズ	10枚	イケフェス参加施設

※　1 発行協力：一般社団法人大阪集英教育会（地元団体）

※　2 関連イベントと連携して作成

出所：2015 年の開催報告書を基に筆者作成。

表4　2015（平成27）年におけるインターネット，SNSを活用した広報の成果

種類	件数	備考
イケフェス2015 特設サイトアクセス数	49,658	イベント期間前後4ヶ月におけるアクセス数。10月11日～10月17日の大阪市HPへの週間アクセス数第1位（TOP頁ページを除く）
イケフェス2015公式 ガイドブックPDFファイル 一括DL回数	8,676	イベント期間前後3ヶ月半におけるアクセス数。
公式ツィッターアカウント フォロワー数	約2,300	平成27年12月時点 【参考】イケフェス2014開催時（平成26年11月時点）約870
インスタグラムのハッシュタグ付きの投稿数	約1,000	ハッシュタグを付けた写真投稿数

出所：2015年の開催報告書を基に筆者作成。

文　献

大阪市
2013　『大阪市生きた建築ミュージアム事業基本要綱(平成25年9月12日改正)』, p.1。
2013　『生きた建築ミュージアムの実現に向けて　「生きた建築ミュージアム2013・大阪セレクション×実証実験」概要報告　』, pp.1-5。
2014　『生きた建築ミュージアムフェスティバル大阪2014（イケフェス大阪）開催報告書』, pp.1-10。
2015　『生きた建築ミュージアム　フェスティバル大阪2015開催報告書』, pp.1-10。
生きた建築ミュージアム大阪実行委員会
2016　『生きた建築ミュージアム　フェスティバル大阪2016公式ガイドブック』,pp.5-6,47-50。

コンテンツとしての鉄道

張　慶在
北海道大学観光学高等研究センター 博士研究員

はじめに

釜山の国際学会に参加した 2016 年 12 月のことである。仲良くなったシンガポールの研究者 3 人と同じテーブルで食事をした。いつ帰るかと聞いたら，みんな帰りに高速鉄道でソウルに行く予定だそうだ。飛行機の方が便利じゃない？という私の質問に対する 3 人の答えが興味深かった。まず，夫婦で来た 2 人は，ソウルには何度か行ったことがあるけど，シンガポールでは長距離の鉄道移動はあまりできないし，せっかくなのでもっと韓国の風景を感じてみたくて鉄道で行くと言った。なるほど，トンネルだらけで高速区間が多くあまり期待できる風景ではないが，一理あると思って納得した。そして，もう 1 人は，映画『プサンヘン（釜山行）』が好きだからと答えた。『プサンヘン』とは，ソウル発釜山行きの韓国高速鉄道（KTX）を舞台とした 2016 年作のゾンビ映画で，海外の映画祭で授賞するなど，韓国のみならず海外でも多くのファンをもつ作品である。韓国映画やドラマのファンである彼は，方向は逆だけど（釜山から乗るのでソウル行き）映画を感じるためわざわざ鉄道に乗りたいとのことだ。

彼の話は，私にとってかなり新鮮だった。今まで私は，韓国の鉄道を移動手段以上の意味で考えたことがないからだ。振り返って考えてみると，私の研究の中に頻繁に鉄道が登場することに気がついた。JR 西日本が企画する「名探偵コナンミステリーツアー」，台湾高雄市地下鉄の企画「高メ少女」，アニメ作品『花咲くいろは』のラッピング電車など。その時私はどんな思いで鉄道に乗っていたのか。『プサンヘン』を観て鉄道に乗るという彼の話は，鉄道に対する私の態度を改めて考えてみる機会となった。研究者としてなるべく客観的な立場を保とうと努力したつもりだが，確かに調査中に私が鉄道に求めていたのは，単純な移動手段というより，鉄道の上に上乗せされた，見えない層のようなものだった。即ち，象徴としての鉄道だったのだ。ただ，その考えは，鉄板の上で消えてゆくプルコギ（韓国の焼肉）とともに私の頭から消えていった。後術する 1 月のあの経験までに。

ところで，いろんな乗り物のなかで象徴になるのは，なぜか鉄道が多い。さらに，鉄道を象徴に変える想像力を発揮しているのは，日本の事例が圧倒的に多い。日本の鉄道には人の想像力を発揮させる力が潜んでいるのだろうか。もしくは，日本人は鉄道をネタに想像力を発揮するのが得意なのか。そうした疑問から，本稿では，これまでの日本生活，鉄

道と関連したコンテンツ・ツーリズムの調査経験から，移動手段としての鉄道，象徴としての鉄道，想像力の源としての鉄道について述べてみたい。

移動手段としての鉄道

言うまでもなく鉄道は移動手段であり，それが鉄道の存在意義である。しかし，私が日本で移動手段としての鉄道の価値に気付いたのは，最近のことだった。ちなみに私は 2009 年から日本に暮らしており，ならば気づくのが遅いと疑問に思う人もいるかもしれないが，弁解すると，それには私の生活基盤が北海道であることが大きく影響している。通勤は自転車か徒歩で，道内移動は概ね自動車（車は持ってないのでレンタカーだが），道外への移動は飛行機であり，空港までの移動もバスだ。鉄道の必要性をあまり感じない生活だったのだ。

2016 年の冬（正確には 2017 年 1 月），日本の鉄道が現実的な無機物の移動手段になってしまった。私は 2016 年の春に，大学から少し離れた住宅街に引っ越した。春から秋までは自転車を，冬になってからは家の前にあるバス停からバスに乗って通勤していた。ところが，12 月末に札幌に降った 50 年ぶりの大雪で，バスの運行が不規則になり，道路の雪が排雪されるまで，やむを得ず市電を使うしかなかった。

札幌の市電には，「雪ミク電車」という特別な車両がある。札幌の会社が開発し，いまや世界的に有名になった音声合成ソフトのキャラクター「初音ミク」をモチーフにした電車だ。「雪ミク電車」は，さっぽろ雪まつりの PR のために毎年の冬，普通ダイヤに編成され市内を走っている。私は個人的に雪ミクが好きで，関連グッズを買いに朝 6 時から厳冬の中を並んだこともあり，「雪ミク電車」に乗るのは毎年の楽しい，特別なイベントだった。

1 月のある日の朝，私はいつものように西線 11 条の市電乗り場で電車に乗った。2015 年の市電ループ化と前述した年末の大雪の影響で，通勤時間の市電は東京並みの満員状態。微動もできぬサンドイッチの具になっていた私は，降りる頃にやっと気付いた。今私が乗っているのが 2017 年の「雪ミク電車」だったことに。ショックだった。毎年わざわざ時刻表を見て乗りに行っていた「雪ミク電車」がただの通勤電車であり，さらに乗ったことに後から気づくとは。数年間非日常の領域だったものが，日常の「移動手段」に変わる瞬間だった。

その時，12 月の釜山でのことが蘇ってきた。私はいままで日本の鉄道を，象徴の側面でしか見てなかったのではないかと。私が見逃していたこと，改めて学んだこと，それはおそらく，鉄道を活用した観光振興における地域住民の感覚であろう。いくら綺麗にラッピングしようが，内装を変えようが，電車は電車であり，場所と場所を結ぶ手段にすぎない。そして，鉄道は公益性と資本主義という二つの線路の上をバランス良く走っている鉄の塊である。

象徴としての鉄道

そこまで考えた時，心の奥から違う声が聞こえてきた。何を言っているのか，鉄道はそんな無味乾燥な鉄の馬ではないよと。たしかにそうかもしれない。その後も私は，だいたい 20％の確率で通勤時に「雪ミク電車」に遭遇する日常を送っていたが，週末には割り切ってファンとして「雪ミク電車」に乗っていたのだ。

何がそこまで特別なのか？私にとってその電車にはラッピングと内装以上のものがある。それは人格だ。ラッピングされ名前が与えられることで，無機質な電車には，ある人の目にしか映らない，回りを囲むようなレイヤーが作られる。彫刻から人間に化したガラテイアみたいなものだろう。

ただし，そのレイヤーというのが必ず人格を意味するのではない。私には北海道の鉄道にまつわるもう一つのレイヤーがある。私がまだ韓国にいた 2000 年のことだ。日本の映画『Love Letter』（1995）が 1999 年に韓国で公開され，小樽・北海道ブームを起こしたのは日本でも有名な話である。実は，これはあまり知られていないが，その話には続きがある。『Love Letter』が起こした北海道ブームに便乗し，韓国では，北海道を舞台とする数多くのプロモーションビデオ（PV）が作られた。その頂点にあるのが，歌手チョ・ソンモの曲「カシナム」（シラカシ）である。小樽を舞台に，郵便配達員とヤクザの女の叶えない愛を描いた悲劇の PV。その PV で，二人の主人公が初めて出会う場所は，電車が通る JR の踏切だったのだ。15 年以上が過ぎたいまでも，その象徴は私の頭のなかに残っている。

さて，いまのはあくまでも個人レベルでの話だったが，公の場でも象徴としての鉄道が登場することがある。最近 JR 北海道と関連して話題になっているのが，採算が合わないまたは維持が困難な路線の再検討である。その時にほぼ例外なく挙げられるのが JR 幾寅駅の名前だ。しかも，駅名が出てくる時にはかならず「故高倉健さん主演の映画『鉄道員（ぽっぽや）』のロケ地」という表現が用いられる。最も現実的で経済論理に基づいた路線再検討を論じる場面ですら，移動手段としての価値のみならず象徴としての鉄道が関与するのだ。むろん，それは単純に廃線を反対する論理として持ち出された可能性もある。とはいえ，多くの人は，ただ単に駅としてではなく，『鉄道員』というレイヤーを通して，象徴として幾寅駅を見ているとも言える。

想像力の源としての鉄道

もし，鉄道が象徴になった世界の事例をまとめるのなら，断トツ多いのが日本の事例であろう。たとえば，日本に来て驚いたことの一つは，特定モデルの電車が退役する際にお別れ会を行うことだ。しかも，会社の関係者のみならず，多くの人（ファン）がその場に参加し車両を見送る。そのような風景は，日本以外の国ではほとんど行われていない。人でもないのになぜ，いやもしかしたら日本では鉄道を人のように思っているのかもしれな

い。そして，そこが重要なポイントの一つではないかという気がした。

なぜ，日本人は鉄道をはじめあらゆる物事に人格を与え，さらにキャラクターを作るのだろうか。個人的には他者に対する恐怖が一つの理由ではないかと思う。日本はアジアで唯一，西洋文化を積極的に受け入れ，自力で近代化に成功した。その一方で，明治維新の直前まで日本は，外部の文物を徹底的に拒否する，鎖国を実施していた。近代化に成功したものの，日本人の心の奥には，鎖国の DNA すなわち外部の文物に対する恐怖が残っている可能性が高い。その恐怖を克服するために効果的な方法の一つは，怖い他者を安心できる安全な対象に変えることだ。擬人化やキャラクター文化は，その過程で生まれた産物ではないだろうか。おそらく，最初は新しい文物として受け入れられた鉄道も，人格が与えられることで，恐怖の存在から安心できる親近な対象に変わったのであろう。また，その傾向が受け継がれ，恐怖の感情が薄くなったいまでも，鉄道は様々な形態で人格が与えられる，またはキャラクター化されるのだ。

さて，鉄道にどのような人格やキャラクターが与えられるかは時代によって異なる。それには，二次創作というプロセスが関与していると思う。二次創作とは，主にあるフィクションの作品やキャラクターに対し，それを創作した人ではない人が，（二次的に）新たなストーリーや設定を加える創作活動である。西洋にもファン・フィクションなどの文化が無いわけではないが，最も活発なのはやはり日本だ。二次創作によって，作られたキャラクターは，より多様な表情と個性を持つものとなる。最近では，最初から二次創作を狙ってキャラクターが与えられることも多く，最近の鉄道関連キャラクターに美少女が多いのは，おそらく二次創作を行う層を配慮した結果ではないかと思う。

キャラクター文化や二次創作は，日本的想像力を代表するものとして，世界からも注目を浴びている。さらに，こうした日本的想像力は最近国境を超えて，特にアジア各国に伝播・普及している。たとえば，中国の若いクリエイターたちは，中国の電車の車両をキャラクター化した画集を作って中国，台湾，日本のイベントで販売（イベントでは頒布と言う）している。また，台湾高雄市では，高雄市地下鉄を運営する高雄捷運が，若者の想像力を活かして地下鉄を広報する「高メ少女」プロジェクトを実施している。「高メ少女」自体は車両を擬人化したものではないが，そのキャラクターをモチーフにしたラッピング電車を運行しており，ファンはキャラクターというレイヤーが付加された人格としての電車を体験する。また「高メ少女」は，4 コマ漫画など様々な形態で二次創作され，より細かい性格や設定がキャラクターに加えられている。

おわりに

主に自分の経験に基づいた話ではあったが，本稿では，鉄道にフォーカスし，如何に鉄道が移動手段としての本来の地位を超えて象徴になるのか，その中に潜んでいる日本的想像力とはどのようなものなのかについて考えてみた。象徴としての鉄道とは，本稿で用い

た見えないレイヤーという表現のように，ある無形の価値のことを言う。そういう意味で，象徴としての鉄道は「コンテンツとしての鉄道」と言い換えることもできるのだろう。

さて，問題はここからだ。鉄道が，日本から消えているのだ。正確に言うと，一部の在来線や私鉄が廃線になっているのだ。特に，北海道では，人口減少や維持管理困難を理由に，前述した幾寅駅のみならず，多くの在来線の廃線やバス転換が見込まれている。良い方法はないだろうか？最後に，あまり建設的ではない妄想に基づいた提案をすることで，オチもまとまりもないこの雑記に終止符を打ちたい。

移動手段として採算だけを考えるなら，少々過激に言うと，北海道の在来線は，全路線を廃止すべきだ。全部赤字だからだ。それに，公益性という要素を加えたら，いくつか延命する路線ができるだろう。ただし，それもいつまで続くかはわからない。人口は引き続き減少するだろうし，最近の賢い観光客は，北海道に来たらレンタカーが便利だとわかってしまった。

そこで，全く違う観点からこの問題にアプローチにしてみたい。採算は，最初から合わない，という前提のもと，全線を保存するのだ。それには，移動手段としてではない，新しい評価軸が必要である。つまり，本稿で述べた象徴（コンテンツ）としての鉄道の価値を評価する項目を入れることだ。これには理由がある。もし，鉄道自体がなくなったら，それを基盤とする象徴の生成すなわち想像力の発揮自体ができなくなってしまうからだ。そういう意味で，鉄道は有形の遺産であると同時に，無形遺産でもあり，その無形の部分を評価できる基準を作ることで鉄道の保全を図るという考えだ。たとえば，PV に登場，アニメの舞台，ドラマや映画のロケ，小説に登場，日本の作品か海外の作品かなど，象徴になった数の多い鉄道を高く評価するシステムだ。さらに，まだ実績が無い路線や駅のために，本稿で述べた日本的想像力すなわちキャラクター化と二次創作ができる環境を積極的に作り，無形遺産としての評価をあげるとともに，利用率の増加を図る。将来的には HIRH（Hokkaido Intangible Railroad Heritage）などの名前で格付けもできるのだろう。実現可能性はほぼないと思うが，想像力の源として，より多くの鉄道が残ることを祈る。

「負の遺産」に求められる観光客の価値視点

―中国・唐山震災遺跡群を事例として―

王　金偉
北京第二外国語学院旅遊管理学院 講師

1. はじめに

「負の遺産」は自然災害，あるいは人的災害によって残された貴重な遺産である。これらは経験者が災害に対する記憶を留めるという意義を持つのみならず，その後の世代の防災意識を高める教材としての価値を有する（Logan & Reeves 2008）。そのため，近年，世界中で多くの「負の遺産」が観光資源として保存・活用されるようになってきている。学術界では，通常「負の遺産」の観光活用はダーク・ツーリズムと名付けられている（Lennon & Foley 2000）。また，ダーク・ツーリズムは欧米マスコミや学界で盛んに注目されるところとなっている（Stone 2006）。

一部の学者によれば，「負の遺産」に係わるダーク・ツーリズムは犠牲者を追悼するための重要な旅行形式の一つであり，また過去の人類が犯した過ちを省みるきっかけとして，災害や悲劇を二度と繰り返さないための教材としても重要な役割がある（Strange & Kempa 2003; Braithwaite & Lee 2006; Lee, *et al.* 2012; Coats & Ferguson 2013）。また，ダーク・ツーリズムは観光客に死と向き合う体験の機会を提供し，自己の生命と生活について改めて考え直す機会を与え，命と健康，生活の大切さを自覚することを促す（Seaton 1996; Stone 2006; Stone & Sharpley 2008）。

また，ダーク・ツーリズムから観光客が受け取る恩恵（benefits）については，Best（2007）と Kang, *et al.*（2012）により，ダーク・ツーリズムを通じ，観光客は知識を豊かにし，親戚や友人との繋がりを深め（社交や交流の場），休暇や娯楽性（リラックス）を得，歴史に対する責任意識を強めることができるとされる。

以上のとおり，「負の遺産」におけるダーク・ツーリズムは，観光客に多くの恩恵をもたらすものであることがわかる。同時に，観光客の体験を深く分析することは，「負の遺産」の積極的・発展的な価値を引き出すことができ，「負の遺産」の活性化と観光マネジメントにとって重要な意義がある。しかし，現在ダーク・ツーリズムによって観光客の受ける恩恵（tourist benefits＝それを受け止める観光客側の「観光客の価値視点」）についての研究はまだ少ない。

そこで本稿では，中国の重要な「負の遺産」としての唐山震災遺跡群を事例に取り上げ，インターネット上に掲載された観光客のブログと旅行記（travel notes）を対象とし，グラウンデッド・セオリー・アプローチ（以下，GTA）を用いた観光客の受ける恩恵について

の分析を試みる。この研究を通じ，唐山震災遺跡群その他のダーク・ツーリズムにおける観光客の価値視点と観光の活性化管理の分析手法を提供することができるものと考える。

2. 研究対象地域―中国・唐山震災遺跡群

唐山市は中国河北省の東部，華北平原の北東部に位置し，南側を渤海と接し，北京と天津に近い重工業都市である。1976 年 7 月 28 日，唐山市にマグニチュード 7.8 の大地震が起こった。これは 20 世紀に中国で最も大きな被害を出した地震で，死傷者数は 24 万人を超え，被害金額は莫大で直接経済損失は 30 億人民元に上り，当時有数の工業都市であった唐山市は壊滅状態となった。

この地震による被害の記憶を保存し，犠牲者を追悼するために，数多くの震災遺構や遺物が保存されている。さらに，地方政府によって「唐山地震遺跡記念公園」,「唐山抗震記念館」,「唐山抗震記念碑」などの記念施設が設けられた。現在，これらの震災遺跡と記念施設は唐山大震災の遺跡群として中国の被災記念，防災教育，地震研究の重要な場所となり，毎年数多くの観光客が来訪しており，唐山震災遺跡群はすでに中国のダーク・ツーリズムの「有名観光地」となっている。

3. 研究方法

本研究は主に唐山震災遺跡群を訪ねた観光客のブログとインターネットでの旅行記を対象とし，GTA で観光客の価値視点を導き出す。まず，筆者は 2016 年 12 月 26 日に「馬蜂窩」,「新浪博客」をはじめとする中国の 10 件のブログとトラベルウェブサイトから「唐山震災遺跡」をキーワードとして分析対象のブログと旅行記を検索した。そして，内容を通読して本研究に合致する内容を選び出した。ブログと旅行記を選ぶ基準としては，内容に偏りがなく，情報に誤りや偽りがなく，記述が明確であることとし，最終的に 94 本を選び出して今回の分析の対象とした（表 1 参照)。

GTA の研究ステップに基づき，コーディング分析をする前に 94 本のブログと旅行記からランダムに 80 本を選んでコーディング分析と理論モデル作りに利用し，残りの 14 本でコーディング後の理論的飽和を検証することとした（4.4「理論的飽和の検証」参照)。

表 1　本稿が選んだブログ・旅行記の基本情報

番号	ウェブサイトの出典 HP	ブログ・旅行記の本数	備　　考
1	馬蜂窩（http://www.mafengwo.cn）	28	馬蜂窩は観光サービスプラットフォーム
2	新浪博客（http://blog.sina.com.cn）	21	新浪博客は中国最大のブログサイト
3	網易博客（http://blog.163.com.cn）	13	網易博客はブログサイト
4	携程旅行網（http://www.ctrip.com.cn）	14	携程旅行網は旅行サービスウェブサイト
5	去哪児網（https://www.qunar.com.cn）	5	去哪児網は旅行のウェブサイト
6	芸龍旅行網（http://www.elong.com.cn）	5	芸龍旅行網は観光サービスプロバイダー
7	驢媽媽旅遊網（http://www.lvmama.com）	2	驢媽媽旅遊網は総合旅行ウェブサイト
8	天涯論壇（http://bbs.tianya.cn）	2	天涯論壇は中国有名なインターネットコミュニティ
9	同程旅遊（http://www.ly.com）	2	同程旅遊はリラックス旅行のオンラインサービスプラットフォーム
10	途牛旅遊網（http://www.tuniu.com）	2	途牛旅遊網は旅行オンラインプラットフォーム

4. GTA を用いたブログと旅行記の分析

4.1 オープン・コーディング

オープン・コーディングにおいては，収集した資料（テキスト）を細かく切片化し，キーワードを含む短いセンテンスに分ける。また，切片化されたデータを付きあわせて，共通した意味のものをまとめ，内容を適切に表現する簡潔な「概念名」をつける。次に，似た「概念」同士を集め，上位概念となるカテゴリーを作り名前をつける（Strauss & Corbin 1990）。

オープン・コーディングを通じ，本研究では 53 個のラベルと 23 個のカテゴリー（表 2，表 3）を取り出した。23 個のカテゴリーは，「死傷状況」，「財産損害状況」，「環境破壊状況」，「社会文化の損害状況」，「震災復興状況」，「唐山の新旧状況対比」，「地震科学知識」，「防災減災知識」，「震災遺跡の基本状況」，「震災遺跡の価値」，「震災前の記憶」，「被災後の記憶」，「自然への畏敬」，「人間の無力さ」，「団結の力」，「克服する力」，「回復への姿勢」，「愛国心」，「中国共産党への信頼感」，「中国人民解放軍への信頼感」，「生活重視」，「生命の尊重」，「死と向き合う」の各項目である。

表２　オープン・コーディング分析の例

テキスト	概念名	カテゴリー
車を降りたらすぐ 5 組 13 面の記念壁です。その上に 1976 年唐山大震災で遭難した 24 万人の同胞の名前が刻まれており，驚きました。	死亡状況	死傷状況
1976 年 7 月 28 日に起こった唐山大震災…負傷者数は 11 万人を超え，一家全滅の家庭が 7，000 所帯以上です。	けが・障害状況 死亡状況	
私は記念広場の西側の元唐山自動車工場鉄鋼生産職場の 3 つの震災遺跡を詳しく見学しました。元々高さ 35 メートルあった煙突が三つに折れて，今にも倒れそうに立っています。コンクリート造の工場フレームは倒れていませんが，柱はゆがんでおり，壁は全部倒れました。周りのコンクリート倉庫は全部斜めになっています。	建物被災状況	財産損失状況
直接経済損失は 30 億人民元。この百万人を超える工業都市は一瞬でぺちゃんこになってしまいました。	財産損失状況	

表３　オープン・コーディングのカテゴリー分析の結果

番号	ラベル	カテゴリー
1	死亡状況，けが・障害状況	死傷状況
2	建物被災状況，財産損失状況	財産損失状況
3	自然環境破壊，震災後の極端な天気状況	環境破壊状況
4	住民の心的外傷（心理的なダメージ）	社会文化の損害状況
5	震災支援，復興過程	震災復興状況
6	復興・再生した唐山の姿，震災後の唐山の発展状況，新旧の違い（対比）	唐山の新旧状況対比
7	地震に関する知識	地震科学知識
8	防災方法，地震予測観測設備	防災減災知識
9	震災遺跡の規模（面積・数），震災遺跡の地理的分布，震災遺跡の保存過程，震災遺跡の保全状況	震災遺跡の基本状況
10	震災遺跡の科学研究価値，震災遺跡の教育価値，震災遺跡を記念する意義，震災遺跡の経済価値	震災遺跡の価値
11	震災前の生活，震災後の唐山の状況	震災前の記憶
12	被災状況，救援現場，被災のシーン（情景），被災後の生活記憶	被災後の記憶
13	自然災害は不可抗力，大自然の力が強い	自然への畏敬
14	（自然に比べて）人間の小ささ，人間の無力さ	人間の無力さ
15	団結の力，中華民族の一致協力	団結の力
16	困難を克服する力，強い意志	克服する力
17	向上心，ポジティブ（楽観的）	回復への姿勢
18	国の偉大さ，国は確かな後ろ盾，国への愛	愛国心
19	中国共産党の偉大さ，中国共産党への支持	中国共産党への信頼感
20	中国人民解放軍の援助，中国人民解放軍の強さ，中国人民解放軍への愛	中国人民解放軍への信頼感
21	現在の生活の重視，未来の生活への夢と希望	生活重視
22	いのちの大切さ，人生の価値の発見	生命の尊重
23	死の突然性，死を恐れない	死と向き合う

4.2 アクシャル・コーディング

アクシャル・コーディングは主にオープン・コーディングでつけたカテゴリー間の関連付けを探ったうえで，次元を階層的に組織化する。同時に，サブカテゴリーとメインカテゴリーを区分し作成する。また，メインカテゴリーをオープン・コーディングで使った資料(テキスト)に戻して対照的に再検討し，その妥当性を検証する(Strauss & Corbin 1990)。

本稿では，アクシャル・コーディングの分析により，オープン・コーティングで抽出した 23 個のカテゴリーを，「被災状況の把握」，「復興状況の把握」，「防災減災教育」，「震災遺跡の解明」，「災難に関する記憶の記録」，「人間と自然の関係の理解」，「震災を克服する精神」，「愛国主義教育」，「いのちの教育」など 9 つのサブカテゴリーに集約することにした。さらに，「知的価値視点」と「感情的価値視点」の２つのメインカテゴリーにまとめた。これらのカテゴリーの従属関係は表４に示した。

表４　アクシャル・コーディング分析の結果

オープン・コーディングのカテゴリー	アクシャル・コーディングのカテゴリー	
	サブカテゴリー	メインカテゴリー
死傷状況	被災状況の把握	知的価値視点
財産損失状況		
環境破壊状況		
社会文化の損害状況		
震災復興状況	復興状況の把握	
唐山の新旧状況対比		
地震科学知識	防災減災教育	
防災減災知識		
震災遺跡の基本状況	震災遺跡の解明	
震災遺跡の価値		
震災前の記憶	災難に関する記憶の記録	感情的価値視点
被災後の記憶		
自然への畏敬	人間と自然の関係の理解	
人間の無力さ		
団結の力	震災を克服する精神	
克服する力		
回復への姿勢		
愛国心	愛国主義教育	
中国共産党への信頼感		
中国人民解放軍への信頼感		
生活重視	いのちの教育	
生命の尊重		
死と向き合う		

4.3 セレクティブ・コーディング

セレクティブ・コーディングはメインカテゴリーの上位概念としてのコアカテゴリーを設定する作業で，また，コアカテゴリーとメインカテゴリー，およびその他のカテゴリーとの関連性を明らかにする作業である。この時，これらの関係性を簡潔に説明するストー

リーライン（story line）を作成し，現象や事象を総括的に描写する。ストーリーラインを完成した後，社会現象を説明する理論モデルを完成し精緻化する（Strauss & Corbin 1990）。

本稿では，ブログと旅行記とメインカテゴリー，サブカテゴリーの対象と分析により，「観光客の受ける恩恵」をコアカテゴリーとし，ストーリーラインを作った。まず，観光客の「負の遺産」での体験は感情的要素を含むと同時に，知的要素も含む。また，これらの感情的要素と知的要素は相互に影響しながら，観光客に多くの恩恵をもたらす。さらに，知的価値視点と感情的価値視点での各条件は独立ではなく，相互に影響し合っている。なお，この知的価値視点と感情的価値視点との相互作用は動的プロセスであり，観光過程において継続的に作用している。

具体的には，観光時に観光客は「負の遺産」に対する「認識」がその人の「感情」に影響し，「感情的価値視点」を形成する。例えば，観光客は唐山地震遺跡群を見学することで，唐山大震災と震災遺跡に対するある程度の認識を持つ（被災状況を把握する，震災遺跡を知る），すなわち，「知的価値視点」である。同時に，この認識を持つことが観光客の感情の基になり，「感情的価値視点」が形成される（例えば，自然に対する畏敬の念を持つようになるなど）。

同様に，観光客の「感情」はその人の「知的認識」にも影響する。観光客はよく自分の「感情」を震災遺構，遺物，記念碑などに投影し，自分の「知的認識」を構築あるいは再構築している。それは本研究が収集したブログと旅行記からも汲み取れる。例えば，見学する際に生まれる「生活重視」や「生命の尊重」などの感情から，知的価値視点としての「防災減災知識」への関心が高まることなどがあり，これは感情的価値視点が知的価値視点に及ぼす作用の現れといえる。

以上に述べたように，「ストーリーライン」に基づき，本研究は図 1 のように観光客がメインカテゴリーの二つの価値視点から受けた恩恵を表す理論モデルができる。

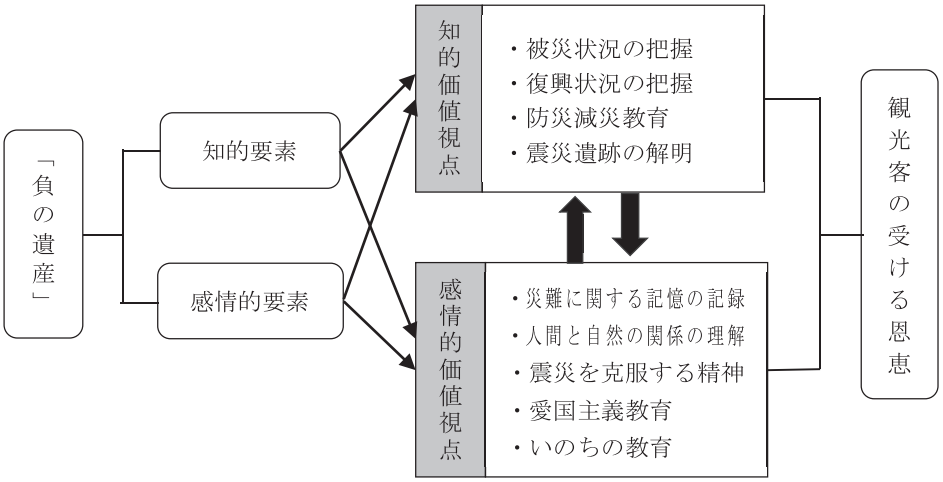


図 1　「負の遺産」に求められる観光客の価値視点と恩恵

4.4 理論的飽和の検証

理論的飽和の検証は，前述の作業で採択したカテゴリーやその関係性の完成度を検証するための部分である。現存カテゴリーはすべての資料（テキスト）をカバーしていること，すなわち，すべての現象が説明できるか否かを保証するための作業である（Charmaz 2006）。

そこで「3. 研究方法」で予め触れたとおり，検証用に取っておいた 14 本のブログと旅行記で検証を行ったところ，新しいカテゴリーは現れず，カテゴリー間に新たな従属関係は現れなかった。これで，本論文が設定したモデルは「飽和」（全ての事象を完全網羅）していると判断できる。

5. おわりに

本稿では，GTA を用い，唐山震災遺跡群を訪ねた観光客のブログと旅行記の分析を通じて，観光客の受ける恩恵は主に「感情的価値視点」と「知的価値視点」によることがわかった。具体的にみると，観光客の価値視点は「被災状況の把握」，「復興状況の把握」，「防災減災教育」，「震災遺跡の解明」，「災難に関する記憶の記録」，「人間と自然の関係の理解」，「震災を克服する精神」，「愛国主義教育」，「いのちの教育」など 9 つのサブカテゴリーに分けることができた。

これはある程度，Best（2007）と Kang, *et al.*（2012）が提起したダーク・ツーリズムにおける観光客の受ける恩恵が，知識の収得，歴史責任感の価値視点を含むことを裏付けている。しかし，本研究は Best（2007）と Kang, *et al.*（2012）が指摘した親戚や友人との繋がりや関係を深め（社交や交流の場），「休暇や娯楽性」（リラックス）に関する価値視点を見つけることはできなかった。

その理由は，中国の伝統な価値観が「社交や交流の場」や「休暇や娯楽性」を「災難」や「悲しみ」と相反するものとして捉える考えに原因するものと考えられる。つまり，「負の遺産」に「社交」や「休暇や娯楽性」を追求することは伝統的な倫理道徳に反し，被災者とその親族に失礼に当たる行為であるとの認識がある。このことは本研究で分析対象として取り上げたブログと旅行記から「社交や交流の場」や「休暇や娯楽性」に関するキーワードを見つけることができなかった理由にもなる。

同時に重視すべきは，「負の遺産」が災害遺跡や記念施設で構成される空間的な存在だけではなく，情緒的な面も継承していることである。よって，ダーク・ツーリズムは観光客に知的恩恵のみならず感情的恩恵をもたらし，災害に関する記憶を心に留める役割を果たしている。

以上，本研究は唐山地震遺跡群を例として，ダーク・ツーリズムによる観光客の受ける恩恵や価値視点について分析を試みた。ただし，収集したブログと旅行記の数が限られていることと，記述の内容は主にインターネットからのものであり，実際のアンケートや取材などのように検証性のあるデータではないことを断っておく必要がある。よって，今後

の研究では，アンケート調査などの手法を合わせて利用し，「負の遺産」におけるダーク・ツーリズムによる観光客の価値視点についてさらに研究を深めていきたい。

謝　辞

本研究は中国・「北京市社会科学基金研究基地項目」の科研費（16JDGLC003）助成を受けたものである。

文　献

Best, M.

2007 Norfolk island: Thanatourism, history and visitor emotions. *Shima: The International Journal of Research into Island Cultures*, 1(2): 30–48.

Braithwaite, R. W., and Lee Y. L.

2006 Dark tourism, hate and reconciliation: The Sandakan experience. *IIPT Occasional Paper No.8*, http://iipt.org/educators/OccPap08.pdf (accessed 9 January 2017).

Charmaz, K.

2006 *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative*. SAGE Publications Ltd.

Coats, A., and Ferguson, S.

2013 Rubbernecking or rejuvenation: Post earthquake perceptions and the implications for business practice in a dark tourism context. *Journal of Research for Consumers*, (23): 32-65.

Kang, E. J., Scott, N., and Ballantyne, R.

2012 Benefits of visiting a 'dark tourism' site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33(2): 257-265.

Lee, C. K., Bendle, L. J., Yoon, Y. S., and Kim, M. J.

2012 Thanatourism or peace tourism: perceived value at a North Korean resort from an indigenous perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1): 71-90.

Lennon, J., and Foley, M.

2000 *Dark tourism: The Attraction of Death and Disaster*. Continuum.

Logan, W. and Reeves, K.

2008 *Places of Pain and Shame: Dealing with 'Difficult Heritage'*. Routledge.

Seaton, A. V.

1996 Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4): 234-244.

Stone, P., and Sharpley, R.

2008 Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2): 574-595.

Stone, P. R.

2006 A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism*, 54(2): 145-160.

Strange, C., and Kempa, M.

2003 Shades of dark tourism - Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research*, 30(2): 386-405.

Strauss, A.

1990 *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. SAGE Publications, Inc.

観光における食関連資源が持つ潜在力への期待

～北海道新幹線が開通した函館市とその周辺地域を例として～

八反田 元子
（公財）札幌市中小企業共済センター 元理事長

はじめに

2016（平成 28）年 3 月，待望の北海道新幹線が開通した。同年 4 月から 8 月までの北海道新幹線の利用客は 143 万人余りで，JR の予測値の 1.5 倍以上となった。また，利用客は東北や北関東だけではなく，東京都が全体の 14%，それ以南からの利用者もいる。その利用客の多くが北斗市の新函館北斗駅から函館市内へと向かっている[1)]。

函館市は，歴史的建造物，函館山からの眺望，イカに代表される海産物をはじめとする食資源など，多様な観光資源を持つことが強みである。RESAS[2)] による函館市での目的地検索ランキング[3)] では，五稜郭，函館山ロープウェイ，函館朝市と続き，検索件数の経年推移を見ると何れも増加し，観光客の動きが活発化していることが窺える。同市は 1989（平成元）年に「国際観光都市宣言」を行い，観光客のリピート率は 60%と高いが，滞在型および通年型観光の強化が課題となっている[4)]。周辺の七飯町は，大沼がリゾート地として知られているが，町の知名度が低いことが課題である[5)]。また，北斗市についても，歴史や自然を活かした体験型観光が開発途上であることが課題となっている。

北海道では地域への愛着と歴史や文化の継承，食の魅力の向上と食文化の育成を含む「地域にこだわり連携して地域の魅力を高める」ことを，2016（平成 28）年度の観光局施策体系における行動指針の 1 つにあげている[6)]。本稿では，函館市とその周辺地域の連携を視野に，素材としての食資源，それらを加工し調理提供する取り組みに加え，素材にまつわる歴史，食文化を創り支える人々のつながりなど，多様な食関連資源が持つ潜在力に着目したい。

歴史にみる異文化に対する寛容性

函館市と海外との交流は，1854（安政元）年，日米和親条約により江戸幕府が下田とともに箱館[7)] を直轄地として開港し，アメリカの東インド艦隊司令長官であったペリーが，捕鯨船への食料や燃料などの補給のため寄港したことにはじまる。その後，ロシアやアメリカなどの領事館が開設され，さらに 1859（安政 6）年から 1865（慶応元）年までの間に，ロシア領事のほかイギリス・アメリカ・ロシア・デンマーク・プロシア（現ドイツ）

の商人に，函館市内の土地を居留地として貸し付けるなど，諸外国との往来が盛んであった[8]。

「(前略）ここの気候は本土より爽快に感じられる。ここも日本なのであるが，何か異なったところがある。(後略)」，この文章は『日本奥地紀行』(イザベラ 2000）の，1878（明治 11）年 8 月の函館に関する章の記述である。彼女は北海道と本州との気候や雰囲気の違いを，敏感に受け止め表現している。そして，函館の街なみについて，街路は広く清潔だが家屋は貧粗であると記している。この記述と対象的に，同書の函館に続く七飯町[9]に関する章では，「(前略）七飯という整然とした洋風の村がりっぱな農作物に囲まれている。ここは政庁が新風土馴化その他の農業試験をしているところの一つである。(後略)」とある。1869（明治 2 ）年に最後の内戦である箱館戦争が終結し，明治政府による殖産興業の取り組みが盛んに行われていた時代である。

明治政府は 4 カ所（東京，七重，札幌，根室）の官園を開設し，そのうちの七重官園には最新の施設設備が完備され，欧米から技術者を招いて農業・畜産・水産・林業・加工技術等の実用化に向けた先進的な試験が進められていた[10]。背景には函館の外国人居留者からのニーズもあったようだ。当時，外国人居留者には，函館から 5 里（約 20km）四方が遊歩地域として認められており，函館とその周辺地域では異文化に対する寛容性が，日々の生活のなかで培われたものと推測される。

日本における近代農業発祥の地

七重には安政年間に江戸幕府直轄の御薬園が開設されていた。函館に居留していたプロシア人のR.ガルトネルは道南各地を踏査し，土地が肥沃で陽当たりが良く農地に適しているとして，1869（明治 2）年，七重の大部分にあたる約 300 万坪（1000ha）の土地を 99 年間にわたり借り受ける契約を箱根奉行と締結した。同氏は西洋リンゴ，洋ナシ，グスベリー，ブドウなどの苗木を輸入し，大型農機具を導入して近代農業に取り組んだ。

こうした状況に対し植民地化を恐れた明治政府は，多額の賠償金を払って契約を破棄し，R.ガルトネルが開いた農場をもとに，1870（明治 3）年，七重開墾場（通称「七重官園」）を開設した。R.ガルトネルが同地で果樹等を栽培した期間は，試験栽培期間を含めて約 1 年半であるが，栽培作物は七重官園に引き継がれた。西洋リンゴの国内栽培が，七重で外国人によって始められたことなどはあまり知られていないが，近代農業発祥の地とされている。

七重官園の広大な敷地には，農畜産・水産・食品加工・林業などの技術開発のための施設が点在していた。七重村の「赤松街道」[11]は，1876（明治 9 ）年の明治天皇行幸に際し，七重官園に至る街道沿いに住民が植えたものである。七重官園での成果は各地で実用化され，日本の産業技術革新に大いに貢献したが，1881（明治 14）年，官園としての役割を終えた。

その後も七重試験場として製粉等の一部の業務を継続したが，1887（明治 20）年，民間に払い下げられた。現存する施設設備はなく，管理事務所外周の石積みが唯一の遺構[12]である。「近代農業発祥の地」という土地に紐づいた「地域の記憶」という資源の継承は，技術や生産の場が移転され構造物が殆どない状況下では，資源価値を評価する地域の人々に委ねられている[13]。

北斗市[14]もまた，「北海道における水田発祥の地」であることはあまり知られていない。この付近での米作りの歴史には諸説あるが，同市にある碑は 1692（元禄 5）年の記録をもとに記されている。北海道各地に稲作が広まったのは，1873（明治 6）年，「寒冷地稲作の父」と称される中山久蔵が，旧大野町で栽培されていた「赤毛種」をもとに，島松沢（現北広島市）で栽培に成功して以降である。「北海道における水田発祥の地」という「地域の記憶」もまた，地域に潜在する資源である。

交易から体験を通した創発的交流へ

函館港は津軽海峡に面し，対馬海流・リマン海流・千島海流が流れ込み海洋資源に恵まれた地理的条件下にある。昆布や鰊などの海産品の物流は，江戸時代から明治時代にかけては，北海道と本州を往来していた北前船[15]によっていた。この交易における北海道の位置付けは素材供給地であり，価値の高度化による収益は提供先にもたらされていた。

今日では，函館市の魚であるイカは塩辛をはじめ様々な形に加工され，地元で食べられているほか土産品として観光客に販売されている。また，昆布はこの付近だけで採れるガゴメ昆布のように機能性のあるものを含め，その価値を理解している産地で加工し，付加価値を高めて特産品としてブランド化し販売する取り組みが進んでいる[16]。

青函連絡船の就航，青函トンネルの開通によって本州と北海道の時間距離は近くなり人々の往来も増えた。さらに北海道新幹線による高速化と輸送力の拡大によって，交流人口が拡大し交流の範域も拡張した。その結果，人々がダイレクトに接し交流できる機会が増したことは，地域の文化を伝えるチャンスが到来したことを意味している。分散し潜在している地域資源の関係性や，人が介在して説明を加えなければ価値の継承が難しい「地域の記憶」といった資源を，顕在化する試みが可能となる。

観光は人々が体験を通して，モノや事柄に対する理解を深め，知的欲求を満たし，感動を共にできる創発的な行動である。こうした観光の機能を活用し，函館市が課題に上げている滞在型および通年型観光を実現するなかで，周辺地域を含め潜在する資源を活用し，再訪を促す地域のファンづくりを進めたいものである。

独自の食文化を育むサンセバスチャン

食をテーマとする体験型観光では，関連する資源は農水産品とその加工品，郷土料理や

地域固有の食文化，栽培の歴史や生産活動にまつわる「地域の記憶」など広範に及んでいる。地域の人々が日々の食に関心を持ち，郷土の料理や食文化の背景を理解し，自ら企画し地域の内外に提示することは，地域の固有性を発信する上で意義があると考える。企画に参画した者は，土地の食を味わう体験を通して人々と出会い，地域の歴史や生産活動に触れるなかで，互いの文化的背景に対する理解を深め，創発的関係の構築が期待できるからである。

土地の素材をその土地の料理人の技術とマインドで価値を最大化し，来訪者に提供することで「美食のまち」として世界に知られているのが，スペイン北部のサンセバスチャンである。バスク自治州ギプスコア県の県都，人口約 18 万人の美しい海岸線の湾を持つこのまちは，「共生と共存のまち」を掲げ，2016（平成 28）年，欧州文化首都 [17] に選ばれた。この地方はバスク語を話し独自の文化を築いてきたが，フランコ政権下 [18] では地方文化が認められず，バスク語を話すことも禁じられていた。1979（昭和 54）年，スペイン国会で「地方自治憲章（ゲルニカ憲章）」が承認され，守り抜いてきた言葉や郷土料理を含め独自の文化が復活した。

サンセバスチャンは，かつてスペイン王室の夏の静養先とされてきたリゾート地である。世界的に知られているレストランガイドで，上位にランクされる高級レストランが多いだけでなく，旧市街に立ち並ぶバルで提供される小皿や串刺し料理の，レベルの高さが評判となっている。さらに，調理人がオープンマインドな連帯で，共に学び教え合い切磋琢磨し，何処の店に入っても美味しいまちとしての評価が定着している。

まちの人々の間では，数軒の店を巡り，創造的な料理をワインとともに気軽に楽しみ，語らうスタイルが定着している。そこには，郷土の食材を革新的な方法で調理提供し，独自の食のスタイルを文化として守り抜こうとする，意志ある料理人たちの連帯がある。その中心的存在が，新しい料理を意味する「ヌエバ・コッシーナ」の父と言われる，ルイス・イリサール [19] である（高城 2012）。

街並みのなかで食を楽しむ函館

函館市内でスペイン料理店を営む深谷氏は，1975（昭和 50）年から約 3 年間にわたり，ルイスのもとで修業した。深谷氏は渡欧しフランス周辺の国々で調理人としての職を求めたが，希望が叶わずサンセバスチャンに移動した。そこでの宿のオーナーとのイカ調理法談義が契機となって，仕事先を紹介された。バスク料理の小イカ墨煮と函館の塩辛，何れもイカの内臓も調理に使う共通点に導かれた出会いである。ルイスは深谷氏が帰国する際に，日本に帰っても「真のバスク料理」をつくるようにと言ったという（深谷 2016）。この言葉は，正統な調理法や技術を意味するだけでなく，独自の食文化が形成された背景，食を楽しむ生活スタイルなどの，食関連資源の集大成としての“料理”を意味していると推察される。

深谷氏は，2004（平成 16）年，スペイン料理を紹介する「スペイン料理フォーラム in HAKODATE」を開催した。その前夜祭イベントとして「函館西部地区バル街（以下，函館バル街と略)」を企画した。函館バル街の基本は，サンセバスチャンにならい数軒の店を巡り，料理をつまみ，立ち飲みしながらその雰囲気を楽しみ，街に賑わいを創出するというものである。この企画が好評であったことから，毎年，春と秋に 2 回開催し，2016（平成 28）年 9 月で 26 回となった。また，2009 年（平成 21）年には，サンセバスチャンの「世界料理学会」の精神を受け継いで，「世界料理学会 in HAKODATE」を立ち上げ 1 年半に 1 回開催し，2016（平成 28）年 9 月で 6 回を数えた[20)]。

これらの取り組みは，市内及び近郊居住者からなる実行委員会で運営されている。実行委員は無報酬の非常勤ボランティアであり，飲食店経営者もいるが函館バル街のイベントには参加せず運営に専念している。実行委員会の特徴は，居住歴，居住地，年齢，職業等からみて「地元の経験豊富な大人」で構成されていることである。また，事業財源は自主製作カレンダー収入などを充て，行政からの支援は受けていない。函館バル街の運営では，収益を目的としていない（松下 2013)。

実行委員のなかには西部地区に生まれ育った者もおり，実行委員会は地元愛を共有する人々によって主体的に運営されている。また，代表の深谷氏はスペインから帰国後も，2 年に 1 度はサンセバスチャンに「里帰り」すると言い，自ら立ち位置を変えて料理界の動向を捉えている。函館の街なみのなかで食を楽しむ魅力を，地元の人たちに伝えようとした，実行委員会メンバーの思いは定着してきた。北海道新幹線の開通を機により広範な人々の参加を得て，函館市とその周辺地域の食関連資源を活かし，まちの歴史と雰囲気を体感しながら食を満喫するスタイルが，日常的なものとして広がる環境条件は整いつつある。

函館市とその周辺地域には，人々が時間をかけて育ててきた農業技術や調理加工技術，住民の食に対する感受性の高さ，地元愛を共有するオープンマインドな関係性など，多様な食関連資源が潜在している。地元の人々が食に関する世界の動きに関心を持ち，自らが育ち暮らす地域の歴史を踏まえて，分野の垣根を越えてつながり，独自の企画を楽しみながら内外に発信する，地域創生の方向が示唆されている。こうした食関連資源の統合による，函館とその周辺地域における取り組みは，食資源の開発を観光振興の大きな柱の 1 つに掲げる北海道にとって，試金石となるものであり今後の展開に期待したい。

注

1）2016 年 10 月 16 日放送 NHK 特集ダイジェスト「ビッグデータで分析！北海道新幹線」http://www.nhk.or.jp/ohayou/digest/2016/10/1016.html(2017 年 1 月 9 日取得)。
2）内閣府のひと・まち・しごと創生本部が運用している，ビッグデータを集約した地域経済分析システム（Regional Economy and Society Analysis System の略）。
3）2016 年全期間（休日）・公共交通利用者対象。推移は 2014 年 4 月～2016 年 3 月ま

で。

4）「函館市観光基本計画」(2014-2023）を参照。

5）「七飯町観光振興計画」(2015-2025）を参照。

6）2016 年 9 月公表，北海道経済部観光局「北海道観光の現況 2016」を参照。

7）室町時代に豪族が建てた館の形状から「箱館」と呼ばれていた。1869（明治 2）年，函館と改められた。市政施行は 1922（大正 11）年。函館市公式ホームページを参照。

8）函館市史通説編 1 第 1 巻第 3 編第 5 章第 4 節「箱館開港とその影響」を参照。

9）1869（明治 2）年に七重村となり，1879（明治 12）年に飯田村と合併して七飯村となる。町政施行は 1957（昭和 32）年。

10）1878（明治 11）年 1 月 7 日「函館新聞」創刊号には，同月 4 日に七重官園で水車開業式が行われ，建物（7 間.10 間）が洋風かつ堅牢であるとの記事がある。

11）1986（昭和 61）年に「日本の道百選」，1996（平成 8）年に「歴史国道」に選定された。

12）七飯町本町の国道沿いに現存。

13）七飯町に関する記述は，『七飯町史』(北海道七飯町 1976)，七飯町公式ホームページ，七飯町歴史館ホームページを参照。

14）2006（平成 18）年に旧上磯町と旧大野町が合併。北斗市公式ホームページを参照。

15）船主が商品を買い積みし，日本海を航行した廻船。

16）北海道経済部食関連産業室「市町村特産品リスト満足いろいろ北海道 2016」を参照。

17）1985（昭和 60）年，ギリシャの文化大臣の提唱により，欧州連合（EU）の人々が互いの文化を理解し，真に結びつくことを目指し制定された。

18）フランコ・バーモンデが国家元首となった 1938（昭和 13）年から死去した 1975（昭和 50）年まで。

19）スペイン・パリ・ロンドンの有名ホテルなどで働き，1992（平成 4）年，サンセバスチャンで料理学校を開校。1999（平成 11）年には世界料理学会を設立。

20）サンセバスチャンや函館バル街の内容については，『自遊人』(深谷 2016）に詳しい。

参考文献

バード，I.

2000　「第三十三信」『日本奥地紀行』高梨健吉訳 pp.339-350，平凡社。

深谷宏治

2016　「世界中から観光客を集める「美食の街」はどのように誕生したか？」『自遊人』16（5）：pp.74-99。

北海道七飯町

1976　『七飯町史』p.1217：北海道七飯町。

松下元則
2013　「函館西部地区バル街の概観：歩み・参加者行動・仕組み」『福井県立大学論集』41：pp.87-112。
高城剛
2012　『人口 18 万の街がなぜ美食世界一になれたのか〜スペインサン・セバスチャンの奇跡〜』p.202：祥伝社。

地域の「マイナスの存在」をプラスにする資源化プロセス

～グローカル思考による地方創生と観光創造への挑戦～

福山 貴史
北海道大学観光学高等研究センター博士研究員

1. 地域における「マイナスの存在」と人々の関わり

（1）研究の目的と背景

今，「地方創生」は地域活性化の標語のように全国に浸透している。2014 年に「まち・ひと・しごと」創生法が成立し，地方創生担当大臣は，地方創生を通じて日本の社会全体を活性化するために，人口急減・超高齢化という「ピンチ」を「チャンス」に変えることが必要だというコメントをその日に残した。

地域の衰退に関心が集まるこのような時代においては，地域が主体的に地方創生を推進することが課題となっている。特に 2000 年代に入り，地域住民が主体となり地域振興を図る「地域づくり」が各地方において見られるようになった。「馬路村の柚子」や「丘のまち美瑛」に代表されるように，食や景観などの地域資源を利活用した地域ブランドを創出する動きは，今ではごく当たり前の取組みのようになっている。このような取組みは，交流人口の拡大や外部資金の調達等に効果を創出する可能性を広げるため，地方創生の切り札の一つとして捉えられている。

こうした状況を背景に，地元住民の生活環境や地域経済に悪影響を及ぼす「マイナスの存在」を敢えて利活用し，地域づくりに繋げようとする動きが見られる。それは例えば青森県五所川原市の「地吹雪ツアー」などである。地吹雪は地元住民を脅かす存在，いわゆるマイナスの存在であるが，この地吹雪を観光資源とする体験ツアーが人気を呼んでいる。これは地域の関係者による逆転の発想と克服の取組みによってマイナスの存在をプラス転換させた好例であり，外国人観光客を誘致する程人気のツアーに変貌を遂げた。地吹雪を「わざわざ」体験しに五所川原市に行こうとする観光現象が創造されたのである。

人口減少などで疲弊する地域に追い打ちをかけるように悪影響を与えるマイナスの存在を観光資源化する動きは，交流人口の拡大や一定の経済効果に繋がり，地域づくりに寄与する。まさに一石二鳥である。では一体，どのような経緯で地域のマイナスの存在はプラスの観光資源に転換されるのだろうか。もしその経緯や仕組みを明らかにし，さらにモデル化できれば，他の地域を脅かすマイナスの存在をプラス転換し，観光資源として利活用する何らかの方策を提言できるのではないか。ここに筆者の問題意識と研究目的がある。

(2) 地域の「マイナスの存在」とは何か

本研究テーマを議論するために，マイナスの存在をここで定義したい。マイナスである状態とは，不利益なこと，悪いことなどといった一般的な解釈は当てはまるだろう。しかし，ここで問題となるのは，「誰にとって」「どのように」マイナスなのか，という点である。この問題はとても奥が深い。そこで本研究では，この「誰」を「地域社会を構成する相当数の地元住民や代表的な社会集団」とし，「どのように」を「その地域の生活環境や社会経済に対して何らかの不利益や脅威を与えるように」と，それぞれある程度広義に解釈し議論をスタートする。

(3) マイナスの存在のプラス転換による資源化の事例

地域のマイナスの存在を上述のように捉えれば，地吹雪以外にもそれは数多く存在し，資源として利活用する事例も散見される。例えば，うだるような日本一の「猛暑」体験を売る岐阜県多治見市の観光資源化の取組みがあれば，逆に日本一の「極寒」を利活用した北海道陸別町の「しばれフェスティバル」もある。

歴史を紐解けば，今は行楽地である「浜辺」は，かつて人々にとって恐怖の対象でしかなかった。海は「悪魔」のような存在で，そこには「怪物」たちが住むと考えられていた（Corbin 1992）が，長い年月をかけ，多様な人々の多様な働きかけによって，浜辺は見事にレジャースポットへと昇華した。

(4)「白い悪魔」の流氷と「厄介者」のエゾシカのプラス転換

本研究の事例として，北海道特有のオホーツク沿岸地域の流氷を先ず取り上げる。かつて流氷は地域にとってマイナスの存在であった。流氷到来による漁業被害や海難事故など，漁業を生業とする相当数の地域住民の生活に不利益をもたらしていた。地元の漁師たちは「流氷早期退散祈願祭」を開催（青田 2009）する程，流氷を敵対視し，当時の流氷は「白い悪魔」とされていた（中村 1992)。

次にエゾシカであるが，道内では特に道東を中心に地域の「厄介者」とされ，毎年甚大な農林業被害を地域にもたらしている。その被害額は毎年 40 億円以上と推定されており，エゾシカはいかに地域にマイナスの影響を与えているかが分かる。またエゾシカ肉は固くて美味しくないとして市場には受け入れられず，さらには，生態系バランスの喪失や車や JR 列車との衝突事故の発生など，エゾシカが厄介者と疎まれる事象が増えている。2011 年に，根室管内では，エゾシカとの衝突事故の件数がついに人身事故の件数を上回り，5 人に 1 人がエゾシカとの事故に遭遇したと答えている（北海道新聞 2012)。

しかしエゾシカは現在，食や観光の資源化の動きが進んでおり，例えば知床産のエゾシカ肉は，2013 年に「ISS 国際宇宙ステーション」の宇宙食に採用された。さらに札幌市内で道産食材を直売する「HUG マート」では，国内外の観光客向けにエゾシカ肉のアンテナショップが設置されている。またエゾシカのエコツアーやハンティングツアーなども道内

各地域で開発され人気を呼んでいる。

また，流氷については既に世界に誇れる観光資源となった。流氷とその砕氷船「ガリンコ号」は北海道遺産に，そして流氷が生み出す音は日本の「残したい音風景 100 選」に認定されている。「流氷ウォーク」や「流氷ダイビング」なども体験可能で，外国人観光客にも人気である。かつての「早期退散祈願祭」は，いつしか「早期到来祈願祭」に転換された。地域のマイナスの存在がこうしてプラス資源に転換される過程をそれでは見ていこう。

2. 地域の取組みによって資源化された流氷とエゾシカ

（1）流氷の資源化に向けた地域の取組み

流氷を初めて観光資源化した北海道紋別市には，かつて「流氷画家」と呼ばれ，生涯で 3,000 点以上とも言われる程，流氷ばかりを描いた村瀬真治氏がいた。I ターン組だった村瀬氏は当時まだ「白い悪魔」だった流氷に出会い，感動し，流氷だけを描き続けた。その行為自体に猛反対だった地元住民が村瀬氏を殴ったという逸話があるが，村瀬氏は負けずに，流氷の魅力を「オホーツク流氷展」の開催を通じて，道内のみならず道外にも広めていった。また，彼は地元の子供達のために日曜絵画教室も開いた。

さらに，50 年以上の歴史を誇る「もんべつ流氷まつり」の提唱者と言われる田中峰雲氏の存在がある。極寒に閉ざされた紋別の暗い冬でも，流氷の観光資源化の可能性を信じ，周囲の反対を押し切って祭りを開催した。また，田中氏はアイヌ文化にも精通していたので，流氷を題材にしたアイヌ風紙芝居を創作し，地域の子供達に語り伝えた。

村瀬氏や田中氏のこのような働きかけとは別に，青田昌秋氏の取組みがある。青田氏は，世界的に有名な流氷研究の第一人者であり，その研究の最中に，アイス・アルジーと呼ばれる藻類が流氷の下に付着しているのを発見した。このアイス・アルジーは食物連鎖の起点となり，オホーツクの漁場を豊かにしてくれることが科学的に解明された。流氷は漁師の敵ではなく，実は味方だということが分かり，青田氏はその価値の発信に努めた。

（2）エゾシカの資源化に向けた地域の取組み

道内で初めて「ご当地グルメ」としてエゾシカ肉を商品化したのは，2003 年に阿寒町で「エゾシカバーガー」を開発した曽我部氏である。地域づくりの起爆剤としての発案であったが，「YAHOO!ニュース」に取り上げられた時，全国から抗議の電話が殺到した。しかし，今では B 級グルメの祭典「B-1 グランプリ」のエゾシカ版とも言える「エゾシカ料理グランプリ」が開催されるまで，その利活用は広まっている。また，ご当地グルメとは性質の異なる「ジビエ文化」がある。2007 年の札幌開催を皮切りに，釧路や富良野でもこのジビエを堪能できる「エゾシカ料理まつり」が開催された。

ジビエ文化は，狩猟文化と密接に繋がっている。エゾシカを貴重な資源とし，食文化や狩猟文化の両面からその価値を社会に啓発しようとする女性ハンターの会「TWIN（The

Women In Nature)」が 2012 年に道内で設立された。TWIN の活動は，狩猟鳥獣を食卓にのせることで野生生物と人間社会との関わりを取り戻すことを前提とし，女性であり猟師でもある独特の立場から，次世代への食育もその活動の射程に入れている。

以前は固くて美味しくないとされていたエゾシカ肉の品質も，科学技術の進歩と共に改善されてきた。2012 年には道内のエゾシカの食肉処理業者が初めて HACCP の衛生管理導入の評価を受け，さらに道庁が策定したエゾシカ衛生マニュアルやトレーサビリティのチェックを遵守するためのエゾシカ肉奨励制度も（社）エゾシカ協会によって開始された。

また，2004 年には釧路短期大学の岡本匡代准教授らによって，エゾシカ肉は高タンパク質で低脂肪，さらに鉄分の含有量が多いことが証明され，ヘルシーな機能性食品としての認知が広まり始めた。エゾシカ肉は釧路管内の小中学校の学校給食にまで導入され，「食育だより」を通じてその価値が伝達されている。また，道内全域では毎月第 4 火曜日を「シカの日」と定め，エゾシカ肉の魅力と消費拡大を PR し資源化を進めている。

（3）２つの事例に共通する資源化のメカニズム

上述のように，白い悪魔の流氷も厄介者のエゾシカも地域関係者の取組みによって資源化が促進されたが，その過程には共通事項が存在する。地域のマイナスの存在がプラス転換される過程に見られた取組みは「地域文化」と「科学技術」の２つにカテゴリー化され，この 2 つのカテゴリーはさらに「価値づけ」と「価値の伝播」のアプローチ別にそれぞれ分類できることが分かった（表 1）。

表 1　流氷とエゾシカの資源化のメカニズム

	価値づけ	価値の伝播
地域文化	文化的ブランディング （流氷画／エゾシカバーガー等）	文化的マーケティング （オホーツク流氷展／学校給食導入等）
科学技術	科学的ブランディング （アイス・アルジー効果／栄養特性等）	科学的マーケティング （北方圏国際シンポジウム／食育だより等）

出所）筆者作成

（4）資源化プロセスとその応用可能性

表 1 で示したように，流氷とエゾシカの資源化の取組みは，「文化的ブランディング」「文化的マーケティング」「科学的ブランディング」「科学的マーケティング」の 4 分類が可能である。この点において資源論の大家である Zimmermann（1985）は，資源化の過程には，人間による「文化的な欲望」や「科学・技術を含む能力」が含まれると示唆している。地域文化は地域の暮らしにおける人々の多様な楽しみ方を，そして科学技術は原理に基づく安心安全の保証や不安の払拭といった効果を創出するとここでは捉える。

さらに敷田ほか（2009）は地域づくりを成功させる際には「ブランディング」と「マー

ケティング」を組み合わせることが，関係性を築き新規顧客を獲得する上で有効としている。これらは地域文化や科学技術のそれぞれのカテゴリーにおいて，価値づけの実践とその価値の地域内外への伝播として資源化のメカニズムに内包されている。

また，4 分類をそれぞれ代表するキーパーソンが相互に連携しながら継続的に資源化を推進していることも分かった。こうした連携と，周囲の抵抗や反対を乗り越える継続的な資源化メカニズムの実践をもってマイナスの存在の資源化プロセスとしたい。今後このようなプロセスを多角的に検証し，モデル化することができれば，例えば危険な「雪崩」現象の観光資源化の過程に応用できるかもしれない。

3. グローカル視点からみる資源化プロセス

（1）グローカルとは何か

今改めて，グローカルのもつ意味に焦点を当てたい。グローカル（GLOCAL）とは，グローバル（GLOBAL）とローカル（LOCAL）を掛け合わせた造語で，地球規模の視野と草の根の地域の視点で様々な問題を捉えていく考え方（大辞林 2006）である。宮町ほか（2008）は，両プロセスは同時進行するだけではなく相互に影響し合うとし，また一村一品運動の提唱者である平松元大分県知事も，1990 年代から“Think globally, act locally”の考え方を取り入れ，両プロセスを対置ではなく相互に作用を及ぼす関係にあると説いた。

（2）グローカル視点からみる流氷の資源化プロセス

このグローカル視点に立脚すれば，マイナスの存在の資源化プロセスに見られた地域の取組みも説明が可能である。例えばアイス・アルジー効果等の流氷のもつプラス機能は世界的にも立証され，地元紋別市民の協働によって開催が実現された「北方圏国際シンポジウム」を通じて流氷の価値は地域から地球規模に広く伝播された。流氷まつりなども地域関係者の力で継続実施しており，雪を見たことのない外国人観光客をも魅了している。

（3）グローカル視点からみるエゾシカの資源化プロセス

エゾシカの資源化の取組みにもグローカルなコンセプトは見られる。例えば地域づくりのために開発されたエゾシカバーガーが出現し，その発案の延長上にある海外のジビエ文化を取り入れたエゾシカ料理まつりの地域開催に繋がった。また，狩猟文化についても，道内ではエゾシカのハンティングツアーを堪能できる「猟区」があるが，将来的にはヨーロッパやロシアなどから狩猟者を誘致できないかという議論が行われている。エゾシカの資源化にもこうした地球規模に視野を広げた地域の取組みが少なからず貢献している。

（4）グローカル思考による価値の顕在化

このように現在の地域においてはマイナスの存在であっても，地球規模の広い視野で対

象を捉え直すことで，潜在的価値が顕在化する可能性が生じる。上述した逆転の発想とはまさにグローカル思考と言っても過言ではない。ローカルな資源価値を再発見し，その価値を広い視野で地域内外に伝達できれば，マイナスの存在はプラス転換されグローバルな観光資源となる可能性は高まる。地元に深刻な被害をもたらしていた「地獄谷のサル」の観光資源化の事例はまさにその典型であろう。

4. グローカル思考と観光創造の可能性

(1) グローバルなインバウンド観光客の時代

今，時代はインバウンドの波が押し寄せている。2016 年の訪日外国人観光客数は，前年比 21.8%増の 2,400 万人を突破し，過去最高を記録した。2020 年のインバウンド目標数 4,000 万人に向け堅調な動きを見せている。また北海道においても，2020 年の外国人観光客数を現在の約 2.5 倍の年間 500 万人に増やす目標を掲げている。札幌駅を歩いても，外国人の方が多いのでないかと思わせる風景も今や珍しくはない。受け入れ側の私達にとって観光のグローバル化は既に身近なものとなっている。

(2) ローカルな地域づくりと地域資源の固有性

一方，冒頭で述べたように，地域が主体的に地域づくりを推進することは喫緊の課題である。グローバル化の流れで社会・経済システムが均一化し，生活様式や地域文化さえも多様性の喪失の危機にさらされる状況の下，「地元学」に代表されるように，その地域にしかない固有のモノやコトの価値を再評価しようとする動きが活発化している。このようにグローバル時代においては，地域の個性に価値を置き，地域の固有性を特色とするローカルな地域づくりの重要性を再認識する必要がある。ここにグローカル思考の醍醐味がある。

(3) グローカル思考とマイナスの存在の資源化の繋がり

上述のような議論をもってグローカル思考から読み解けば，地域のマイナスの存在とは地域の固有性そのものである。流氷もエゾシカも，グローカルに捉え直し，固有な資源化への取組みを実践することでプラス転換され観光資源化された。こうして見ると，マイナスは本当にマイナスなのか，その「当たり前」とされる概念を疑い，その認知を複眼的に捉え直す事が重要なのであろう。その際にグローカル思考は有益なアプローチであり，外国人観光客の視点を利活用する姿勢はマイナスの存在の観光資源化にとって有効である。当たり前の概念は，グローカル思考の前ではパラダイムシフトの対象に過ぎないのである。

(4) グローカル思考による地域観光創造への挑戦

中国古典『易経』は，観光の本義を「国の光を観る」ことよりも，「国の光を示す（観せる）」ことにあると示唆している（石森 2008）。地域のプラス資源を観せることは勿論観光

振興の醍醐味であろう。しかし，地球規模の視野と地域の視点を具有するハイブリットなグローカル思考で捉えれば，マイナスの存在も地域固有のプラス資源と再評価できる可能性が生じる。流氷の資源化プロセスに代表されるように，地域の誇りとしての認識が地元住民に醸成され，まさに国の光として観せることに繋がるのではないだろうか。それは真の地方創生に向けた，実現可能な地域観光創造への挑戦である。観光はこのように無限の可能性があり，観光創造はかくのごとく面白い。「マイナスの存在」×「グローカル思考」で「ピンチ」を「チャンス」に変える逆転の観光創造の光が存在することを，ここで示したい。

文　献

青田昌秋

2009　「流氷祈願祭今昔」（社）日本雪氷学会北海道支部設立 50 周年記念誌編集委員会編『雪氷研究の系譜 -北海道の雪氷から世界の雪氷圏まで-』，（社）日本雪氷学会北海道支部。

コルバン, A.

1992　『浜辺の誕生 -海と人間の系譜学-』福井和美訳，藤原書店。

松村明編

2006　『大辞林』三省堂。

北海道新聞釧路版

2012　「シカとの事故 人身より多発」(2012 年 2 月 29 日付)

石森秀三

2008　「観光立国時代における観光創造」石森秀三編『大交流時代における観光創造』pp.1-20，北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院。

宮町良広ほか

2008　「序章「グローカル化」とは何か」大分大学経済学部編『グローカル化する経済と社会』pp.1-20，株式会社ミネルヴァ書房。

中村圭三

1992　『流氷の来る街』，古今書院。

敷田麻実・内田純一・森重昌之編著

2009　『観光の地域ブランディング -交流によるまちづくりのしくみ-』，学芸出版社。

Zimmermann, E. W.

1985　『資源サイエンス -人間･自然･文化の複合-』石光亨訳，ハンンカー編，三嶺書房。

“観光と図書館の融合”をめぐって

松本 秀人
北海道大学観光学高等研究センター 学術研究員

はじめに

筆者は北海道大学国際広報メディア・観光学院の大学院生時に「観光と図書館の融合の可能性についての考察」という修士論文をまとめ，さらにそれをもとに『CATS 叢書　第 5 号　観光と図書館の融合』（2010 年 7 月刊）を執筆した。現在もこのテーマを追究しているが，本稿では研究の概要や今後の研究プランなどについて述べてみたい[1)]。

研究テーマについて

まず研究テーマのあらましについて述べる。

“融合”とは

筆者は“観光と図書館の融合”を研究テーマとしている。ここでいう“融合”とは，観光の場や観光開発にあたって図書館を活用したり，あるいは図書館が活動する際に観光振興への効果や観光者を意識することなどを含めて「観光と図書館が様々な点で連係しあうこと，直接的間接的に相互に利活用すること」を意味する。

なぜこのテーマに着目するのか

こんにちの観光は“まちづくり”への意識が不可欠である。地域との連携や住民らとの協働を伴わない観光振興は難しいし，観光者も観光スポットだけを見るのではなく，地域文化や地域の暮らし全般にも関心を向けるようになっている。

一方，図書館も地域の情報拠点としての役割を担い，地域と一体となった活動が以前より進められていたが，ネットの発達や少子高齢化など図書館をとりまく諸状況の変化によって，これまでにも増して地域への貢献が求められている。

こうした状況をふまえると，両者は“まちづくり”（および地域協働，地域活性化，交流の促進等）という共通項を持っており，両者を結びつけることにそれほどの違和感は感じられない。しかしながらこれまでこのテーマによる学術論文は管見の限り見あたらず，筆者が論文を発表するまで雑誌などでも取り上げられることはなかった。

そもそも図書館は，①社会的な記憶装置，②地域文化の可視化装置，③情報の濾過装置

であり，これらをまとめると「図書館は一定の基準によって資料を選択し，長期に渡って保存することで，地域の記憶や文化を伝えていく存在」といえる。このように図書館はその本質において観光との親和性を持っているが，このことを学術的に指摘した文献もなかったのである。

図書館の諸活動の分析

前述した意識をベースにしつつ図書館の側に軸足を置いて活動事例等を収集し，それらを概ね以下のように分類した。

①図書館の基本的な要素との関連（ex. 資料，サービス，施設）

②地域社会との関連（ex. 様々な連携，交流の場としての役割）

③ネットの発達との関連（ex. アーカイブ，情報発信などの効果）

このような分析と整理をすることにより，これまで図書館自身でも観光との関連性をあまり意識していなかった活動が，じつは観光振興や観光者に役立つという新たな一面をみいだすことができ，複数の活動を組み合わせて相乗効果を高めるためのヒントにもなった。

図書館の新たな役割

図書館が地域と観光者をつなぐ存在になれば，地域にとっても観光者にとっても様々なメリットがもたらされる。それを「観光者と地域とのコミュニケーションモデル」としてまとめ，その構造とプロセスを示した。

日本では地域における“ビジターセンター”の整備が遅れており，例えば観光に関する情報を得るための“観光案内所”はあっても，「地域のことをより詳しく知りたい」という観光者の要求への対応は必ずしも十分ではない。しかし図書館は豊富な地域資料やレファレンスサービス，デジタルアーカイブなどによってその役割を担うことが可能であり，様々な地域情報を自ら求めようとする自律的な観光者にとって大いに頼りになる，いわば“知恵の駅”とでもいうべき存在になり得るのである。

研究への反応

このように観光と図書館の融合について考察し，具体的な事例や可能性を整理して発表したところ筆者の予想以上に反応があり，「『CATS 叢書』を送って欲しい」と依頼をうけたり，北大の機関リポジトリ HUSCAP では拙論のダウンロードが今も続いたりしている。また『カレントアウェアネス』（国立国会図書館）から寄稿要請を受けたり『図書館雑誌』（日本図書館協会）などに記事が掲載されたり[2)]，図書館大会や教育総合展など各所で講演にも招かれた。光栄なことに「論文を参考に活動をしている」という連絡もいただいた。

さらに筆者の研究がどの程度参考になったかは不明だが，各地の図書館において観光に関連した活動が活発になってきており，本テーマを唱導してきた身として，こうした状況を嬉しく思っている。

インパクトを与えることができた理由

筆者の研究が多少なりともインパクトを与えた理由について考察してみると，以下があげられよう。

1) 着眼点がユニークであったこと

観光学の文献に“図書館”がほとんど登場せず，図書館学の文献に“観光”がほとんど登場しないという盲点に気づき，これまで誰も指摘していなかった観光と図書館とのつながりを論じることによって，両者の融合（いわば新結合＝イノベーション）を導くことができた。

2) 応用性のある内容であったこと

観光や図書館の本質に基づく理論的な考察を行うとともに，実際に図書館がどのような活動ができるかについて実践の可能性を具体的に提示した。これにより現場における本研究の応用性を高めることができた。

自明とされていることに疑問を呈し，あるいは不問に付されている部分にスポットを当てること，そして理論と実践を架橋する道筋を示すこと。学術的にみれば当然の要件であるが，筆者のような非力な者にとってはなかなか越えることが難しい壁である。それをある程度達成できたのも北大大学院および CATS の教員やスタッフの指導があればこそである。さらに学術研究員になって以降も本研究を進めることができたのは，なにより CATS という環境に恵まれたことが大きい。

今後の展開について

次の研究プランについても簡単に述べておこう。

現テーマのさらなる深化

観光系の動向でホットな話題のひとつに“日本版 DMO”があるが，ここに図書館や博物館などの社会教育系施設が関与していくことが想定される。図書館系の動向でいえば私設図書館（いわゆる“まちライブラリー”）の動きが地域活性化の観点からも注目されている。これらはほんの一例であるが，観光や図書館をめぐる諸状況をみていると「観光－まちづくり－図書館」というスキームの重要性がますます高まることが予想される。今後も引き続き研究を深めていきたい[3)]。

新たな研究テーマにむけて

観光と図書館の共通項を探っていくと，思わぬところに新たなテーマへの興味深いアイデアをみつけることができる。以下いずれも構想段階であるが，3 点ほど簡単に述べてみよう。

1）“エコライブラリー”論

“エコツーリズム”は「環境を学ぶ」とか「環境への負荷を意識する」というだけではなく，「資源の保護＋観光業の成立＋地域振興の融合を目指す観光の考え方」であると定義されるように[4]，生態系や地域への総合的な視野を持ったツーリズムである。これを参考にしてみると，図書館もたんに「本がある・本が借りられる」という部分だけではなく，地域や行政等を含めた総合的な“系”として把握することによって，より広い観点で図書館を見直すことができるのではないか。これを“エコライブラリー”論と名付けて分析を試みたい。

“エコ”は環境（エコロジー）のみならず，経済（エコノミー），教育（エコール）なども含意する幅広さを持っているし，博物館における“エコミュージアム”活動，さらには“生態系サービス”や“多様性”に関する先行研究も参照できると思われる。

2）“アジール”としての図書館論

鎌倉市図書館の「学校が始まるのが死ぬほどつらい子は，学校を休んで図書館へいらっしゃい」というツイートは話題になった[5]。図書館は一日中過ごしても誰にも怪しまれることがない施設であり，居心地のよいスペースとして，ときに“聖域”であったり“避難所”としての役割を持つ。もちろん実際には図書館法や設置条例があるし，館内で犯罪が許されるなどの治外法権が認められているわけではないが，アジール的な場所として捉えることによって，図書館の新たな側面を浮き彫りにしてみたい。

思えば旅行や観光もまたアジールとしての役割を持っているとはいえないだろうか。ある種の人々にとって旅や放浪こそが居場所ではなかったか。この議論の先には“サードプレイス論”“居場所論”“社会的包摂・承認”なども射程に入れることができる。

3）“よそ者”としての図書館論

昨今，地域振興やまちづくりにおける“よそ者”の重要性に注目が集まっている。これについては様々な指摘があるが，敷田は“よそ者”の効果を以下５点にまとめている。①技術や知識の地域への移入，②地域の創造性を励起，③地域が持っている知識の表出を支援，④地域の変容を促進する効果，⑤しがらみのない立場からの問題解決の提案[6]。

とりあえずこれに依拠して図書館という存在を再検証してみると，①は，いうまでもなく図書館の基本的な役割に相当する。②は，図書館が提供する資料を通して，あるいはコミュニティのコアとなって住民や地域の創造性を高めている。③は，地域資料を保存継承したり地域の記憶をアーカイブすることで支援している。④は，図書館は住民のエンパワーメントを促進したり自由な意見を育む存在である。⑤は，“課題解決型図書館”という事例が注目されているし，「図書館の自由に関する宣言」の表明によって図書館はその独立性を守っている。というようにそれぞれがあてはまる。つまり図書館は“よそ者効果”を持つといえるのではないか。図書館は地域住民と共に歩む存在であるし，よそよそしさや不審さを感じさせる施設ではないが，図書館がよそ者的な効果を持つことに着目した“よそ者として

の図書館論”は，図書館と地域の関係性に新たな視座をもたらすと考えられる。

「本と出会う」などと表現したり読書行為を旅になぞらえたりする言説をしばしば見かけるように，本とはある種の他者であり，読書とはある種の観光である。そうであるならば，他者たる本を擁する図書館がよそ者的な効果を持つのは当然だともいえるし，さらに勇み足を承知でいえば，読書への旅を誘う図書館を観光装置だと見立てることもできるのではないか。

ご承知のように観光学においても“よそ者”や“他者”は重要テーマのひとつである。“よそ者”がなにをもらたすか，あるいは“他者性”をどこにみるか。こうした問題意識で世の中の様々な仕組み（例えば図書館）を照射することは，遠回りのようだが観光学にも寄与するであろう。

以上アウトラインを述べてみたが，いずれも多少の先行研究や関連文献はあるが，ほとんど注目されていない手つかずのテーマであり，意欲的に取り組んでいきたいと思っている。

まとめ

「海の彼方からやってくる異形の神を迎える，これは日本の原風景のひとつなんです」と赤坂はいう[7]。訪日客が2000万人を越えるようになった現在，海の彼方からやってくるのはもはや異形の者ではなくなり，“まれびと”は“まれ”ではなくなってしまうのかもしれない。いずれにせよ日本人の観光観が大きく変わる時代を迎えていることは間違いなく，こうした状況であればこそ観光の創造が求められている。

筆者の研究テーマ“観光と図書館の融合”をめぐって述べてきたが，そもそも観光はあらゆるものとの融合が可能である。ひらたくいえばなんでも観光対象になり得るし，あらゆる行動はまなざしの向け方によって観光化し得る。また観光学においても，様々な分野の知見を領域横断的に参照し，それらを取り込み融合させていくことが観光学の発展に重要であることはいうまでもない。これからも自らの研究テーマにこだわりつつ，観光現象においても観光学においても根本的な原理のひとつとしての“融合”をも意識して，少しでも観光創造に貢献していきたい。

注

1) 図書館学では図書館を，①公共図書館，②大学図書館，③学校図書館，④専門図書館に分類するが，本稿における“図書館”とは主に“公共図書館”を想定している。
2) 筆者の研究に関連する記事が掲載された逐次刊行物としては，『みんなの図書館No.404』（図書館問題研究会，2010.12），『カレントアウェアネス　No.306』（国立国

会図書館，2010.12.20)，『図書館雑誌』（日本図書館協会，2012.8）などがある。

3) 図書館協会が 2016 年に行った調査（「自治体総合計画等における図書館政策の位置づけについて」）によれば，全国で約 500 の公共図書館が地域振興に関する活動をしていることが判明した。

4) 日本エコツーリズム協会のホームページ上の“エコツーリズムとは”より（http://www.ecotourism.gr.jp/index.php/what/　downloaded at 2017.1.19）

5) 鎌倉市図書館が 2015 年 8 月 26 日（9:11）に投稿。6 万以上の RT があったほか，新聞やネットメディアなどで紹介された。

6) 「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」（敷田麻実，2009，『国際広報メディア・観光ジャーナル 第 9 巻』，pp.79-100）をもとに筆者が要約。

7) 「ゴジラとナウシカ」（赤坂憲雄，イーストプレス，2014）p.87

観光資源としての北海道の水産業

石川 満壽夫
北海道大学観光学高等研究センター 研究員

1. はじめに

このテーマに着目した理由は『北海道にとって大切なのは食と観光』と言われて久しいが，その食を観光資源として研究してみようという興味本位的なことから始まった。農業についてはグリーンツーリズムや農的空間に安らぎを求める二地域居住など多くの既往研究があるが水産業についてはあまり先行研究がなされていない。

そこで北海道における水産業について観光資源としての観点から考えてみることにした。

2. 日本の水産業は衰退産業

日本の水産業は 1980 年代には生産量 1,200 万トン台で世界の 6 分の一を占め，名実共に世界第一の漁業国であった。しかし 2014 年には全世界の生産量は二億トンに迫るなか，日本は 477 万トン，シェア 2.3％で第 6 位まで下がってきた（図 1 参照)。

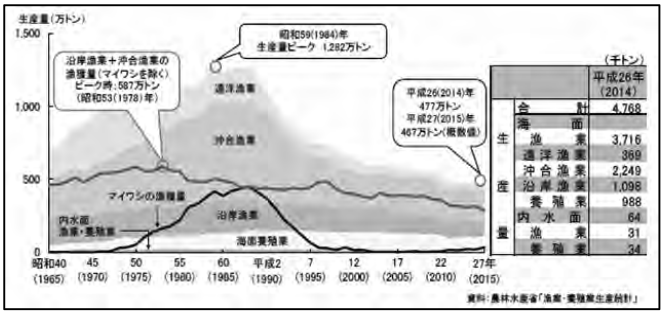


図 1　日本の漁業・養殖業生産量の推移
（資料　農林水産省「漁業・養殖業生産統計」より）

2014 年のトップは，海洋水域にさほど恵まれない中国で総生産 7,615 万トン，世界シェア 39％に達する。日本の近海の公海で根こそぎ乱獲しているかのような印象があるが総生産 7,615 万トンの約 80％の 5,880 万トンは中国内水面での淡水魚類と藻類の養殖生産である。外洋海面での漁獲量は約 20％の 1,375 万トンに過ぎない（図 2 参照)。

かつての日本の漁業は食糧供給，貴重な輸出産業として生産量，漁獲量を伸ばしていった。その先鋒は遠洋漁業で母船式捕鯨船団，母船式マグロ船団を構成し世界の海を漁場として獲り回った。しかし世界は黙っていなかった。やがて 200 海里問題を始めとし海外漁場から締め出されていく。船団の解体も余儀なくされ大手水産会社も構造不況に陥った。それだけではない漁業の担い手の高齢化，後継者不足，燃料費の高騰などから経営が圧迫され廃業せざるを得ないなど長期衰退傾向が続いている。

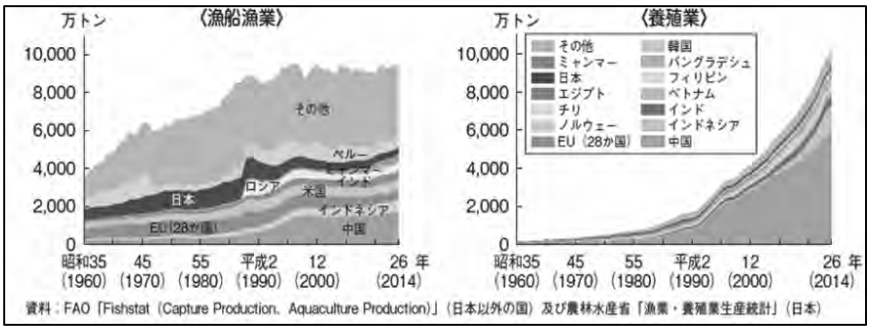


図 2　世界の漁業・養殖業生産量の推移

（資料　FAO　及び農林水産省「漁業・養殖業生産統計」より）

この状況になったのは生産者側だけの要因ばかりではない，消費者側も魚離れ 1 人当たりの消費量も粗食料ベースで 19991 年には 66.7 kg，世界一魚を食べる国民であったが，しかし消費傾向にも変化があり魚離れ，魚と肉との争いのなかで 2011 年には日本人は動物性たんぱく質を肉から多くとるようになり 1 人当たりの消費量も 51.4 kgに減少し世界の国別でも第 6 位に下がった。

3. 世界の水産業は成長産業

世界の漁業・養殖業を合わせた生産量は図 2 で示したように 1960 年の 36 百万トンが 2014 年には 1 億 95 百万トンとなった。内訳をみると 1960 年には構成比 5.5％であった養殖量が 2014 年では構成比 51.7％と逆転している。漁獲量は 1980 年代後半より頭打ちとなっている。海といえども漁獲資源の減少が危惧され資源管理が厳しく求められてきている。その中でも日本にはクジラ，マグロ，ウナギなどの漁獲に関して資源保護の観点から厳しい目が注がれている。一方で中国は養殖に力を注ぎ養殖生産量の 58％を担って世界の供給に貢献している（図 2 参照）。

世界銀行グループが国際食糧対策研究所とアーカンサス大学パインブルック教授と共同で「世界銀行水産食料資源 2030 年予測調査報告書」を発表した。

そこには世界人口は 2030 年には 90 億人に達すると予測している。そして世界全体で農業耕作適地の限界，農業生産に必要な水資源の限界，気候変動による農業生産の不安定さ

などを指摘している。これからの世界の食料資源としては水産業の重要性が注目され，消費需要はますます増加し，供給量の対応（漁獲量＋養殖量）が強化され，さらに魚類には健康維持に必要なビタミン，ミネラル，微量元素などの含有量から重要さがますます注目されると指摘している。これらから

① 人類に必要な動物性たんぱく質の供給源は水産業に期待度が高まる
② 人類の食糧を支えるのは陸，農業ではなく海，水産業に依存度が高まる
③ 水産業を支えるのは漁獲ではなく養殖に依存度が高まる

とのことで水産業は大変重要な産業であり成長させねばならない産業と位置付けられる。

4. 北海道の水産業に活路はあるのか

日本全体では水産業は衰退産業と述べたが足元の北海道は果たしてそうなのか。今一度北海道の姿を見直すと先人たちの努力，遺産の延長上にあることに気づく。あらためて観光資源としての水産業についての活路を考えてみたい。

(1) 地理的，立地条件の優位性を活かす

亜寒帯に属し，親潮（千島海流），リマン海流に恵まれ，流氷の到来は毎年栄養豊かなプランクトンを極東ロシアより無償でオホーツク沿岸水域にもたらしてくれる。そして四面を海に囲まれ，インフラ設備として漁港，水産付帯施設などを多額の国費を投じて充実させてきている。

(2) 増・養殖，栽培漁業技術，漁獲技術，鮮度保持技術をさらに磨く

明治維新以来豊富な水産物を獲るだけではなく魚介類の稚貝生産，サケマスの放流事業，ホタテの地撒き育成など地道に培ってきた増・養殖技術がある。

事例を挙げれば　ホタテ，サケマス，カキ，アワビ，ナマコ，ウニ，昆布など現在も研究が継続されており今後も増・養殖生産が十分見込める。

大都市消費地から遠隔地というハンディに対して鮮度保持技術を物流にも生かして物理的な距離を克服してきている。そして近年冷蔵・冷凍保存技術も飛躍的に改良されてきており国内需要が先細りであるが北海道から海外輸出の販路拡大に寄与する可能性を秘めている。

(3) 水産加工技術を活かす

従来から実際の現場では獲れた魚が全て流通しているわけではない，卸売市場にさえ並べる機会が与えられないもの，魚価で採算が取れないもの，量販流通システム上の理由で

規格外魚介類など商流に載らないもの，水揚げ時の品質とは無関係の要素で陽の目を見ない魚介類がなんと多いことか，貴重な食用資源としては実にもったいない話である。

しかし北海道にはそれらの未利用資源を加工技術で食用向けに変えたり，高付加価値商品創りなどで商品競争力のあるものに生まれ変わらせたりする技術がある。

事例を挙げれば　江戸時代からの続く干物専門会社としては日本一の㈱山安釧路工場で従来は廃棄されていた小型サンマを「骨まで食べられるサンマ」に変えたり，㈱太洋産業釧路工場では従来は廃棄していたサケの頭部と骨をすべて活用し調理食材に変えたり，寿都町の㈱山下水産では道内魚介類で品質は良いが市場性のないと決めつけられた規格外品を自社の「生炊き加工」という独特の手法で付価値ある商品を創り出している。

(4) 海外輸出に活路あり

日本国内需要は人口減少期に移り少子高齢化という過去に類を見ない国勢となってきている。もはや従来の移民受け入れ制限政策の大転換でも図らない限り人口再増加は見込めない。その様な国内情勢ではあるが北海道には前述の 1 項から 3 項までに述べた有形無形の財産がある。訪日外客数は 2016 年年間数で 2,400 万人を突破した。増加の傾向はしばらく続くと推定される。訪日観光客は魅力ある観光地巡りだけでなく豊富な食を実際に口にして旨いと感じ，舌で覚えて帰国する。なかでも北海道に来る訪日観光客，特にアセアン諸国の人々は四季の変化や雪景色と共に北海道の魚介類の美味さに自国にはない寒流で締まった魚の味は忘れられないものになるようである。今我が国に来訪する人は特にアセアン諸国では少なくとも中流層以上の富裕層であろう。そして自国に帰ってからも和食レストランへ足を運びだすこととなっているようだ。そのような需要も追い風となり海外における和食レストランは安心安全で健康的な食であるとの評判のもと，図 3 にあるように増加している。アセアン諸国を含むアジアでは 2013 年の 2 万 7 千店から 2 年間で 1 万 8 千店増えて 2015 年には 45,300 店に及ぶ。実に 2 年間で 70％増である。

今，アセアン諸国の主要都市シンガポール，タイのバンコク，ベトナムのホーチミン，マレーシアのクラランプールなどの高級スーパーや和食レストランへ日本食材とりわけ生鮮魚介類の輸出が望まれている。しかし日本国内間の売込み競争もあり，特に東京以西はアセアン諸国に距離的に近く航空路線も直行便を含めて恵まれ，かつ水産関係者の販売意欲は逞しく輸出実績を伸ばしている。その点，北海道の水産関係者は北海道産の魚介類の評判の良さとは裏腹に販路拡大意欲，ひたむきさでは水をあけられている。水産物の良さそして鮮度保持技術を備え持つ北海道産の残る課題は海外輸出で活路を見出そうという意欲と，物流及び商流の確立である。

(5) アセアン諸国へ販路開拓　商流，物流システムの円滑化を図る

現在日本の水産物の輸出について生鮮物は航空扱いで，冷凍・冷蔵ものは貨物船舶でと分けられている。生鮮物の物流において第一の方法は沖縄空港が 24 時間使える点を活か

し ANA は貨物便ハブ空港と位置付けて国内各地の空港から沖縄に結び行き先区分け後，海外諸国の拠点に搬送している。第二の方法は羽田空港での CSN 地方創生ネットワーク社が運営する「羽田鮮魚センター」である。全国各地の空港から羽田空港に運び首都圏や海外へ搬送する流通体系である。物流と商流も併せ持ち，各地の生産地市場も消費地市場である築地市場も飛び越えて時間的にも優位性を打ち出せる競争力を有している。

北海道にとって第一，第二の方法でも海外へ輸出することは可能だが，空路利用といえども少なくとも 1 便または 2 便を経て沖縄や羽田空港に届くことになる。そこで第三の方法は来訪観光客の需要に応えて就航している北海道への直行便を利用することである。中でも 2016 年 10 月に就航した新千歳―シンガポール間のスクート航空に注目した。シンガポール航空の LCC であり，これを利用すればアセアン諸国から遠隔地というハンディを挽回し，従来の鮮度保持技術と共に時間的にも一番早い物流システムを確立できる。

最後の課題はいかにアセアン向けの商流を組み立てるかである。アセアン諸国での販路拡大のターゲットの第一段階は富裕層が出入りする高級スーパー及び和食レストランに絞って考える。現地の一般市場ではまだまだ日本からの生鮮魚介類に手が届く所得水準に達していない。従って高級スーパーの鮮魚コーナーや和食レストランなどへの小口搬送を基本とする販路拡大であろう。北海道の生鮮魚介類の良さを理解し地道に現地で販促活動を担うパートナー探しが最大のポイントとなる。北海道の水産商流関係者で海外での販路拡大，日々の配送，代金回収，為替リスクを積極的に取り組む会社は極めて少ない。そこでこのパートナー企業として JALUX 社を選定した。既にアセアン諸国と水産加工で委託加工業務を永年営んできている。その中で現地の高級スーパーや和食レストランから日本の生鮮水産物を小口単位でも扱ってほしいという要望を受けてきていた。現在の北海道の販路開拓で一番弱点であったところを補完するちょうどよい会社と位置付けて連携を強めていくことにしたい。

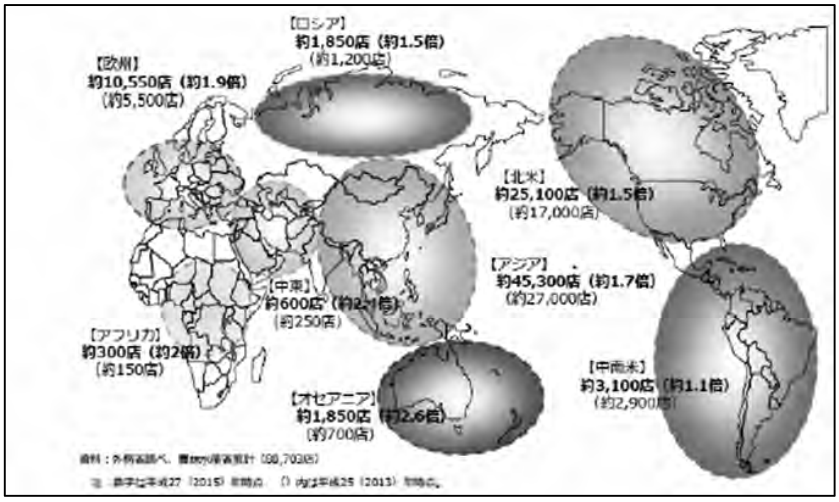


図３　海外における和食レストランの増加
（資料　外務省調べ　農林水産省統計より）

5. まとめ

本研究を始めた当初は理想の姿を示し，生産者（漁業者），漁協，水産加工業者らにいくつかの方策提案を示すだけであったが，各地の水産，漁業現場とやり取りをする中で実証試験を重ねたり，販路開拓を考える段階ではパートナー探しも北海道の生産者側と共に考え行動するフィールドワーカー役も担ったたりした。そこで到達した観光資源としての北海道の水産業の活路は

① 増養殖技術と鮮度保持技術を磨く
② 水産未利用資源の食用化，水産加工技術を磨く
③ アセアン諸国の胃袋をつかみ輸出を促進する

ことに集約された。

そしていつの日か

アジアには水産王国北海道がある！

といわれる姿を目指していきたい。

交通インフラから観光を考える－フィジー・ラウ諸島を訪ねて

加藤 寛
北海道大学観光学高等研究センター 研究員／
フィジー国インフラ運輸省（顧問）／JICA 長期専門家

はじめに

筆者は 2016 年 3 月から国際協力機構（JICA）派遣の長期専門家としてフィジー国インフラ運輸省（Ministry of Infrastructure and Transport，以下 MoIT ）にアドバイザーとして勤務している。このたび，観光客がほとんど立寄ることがない同国東側のラウ諸島を訪問する機会を得たので，ここに紹介する。そこには島国の多様な文化とそれらの融合が織りなす人々の生活がある。海外フィールドは観光創造研究の主要なフロンティアのひとつであると考える。

1. フィジー

フィジーは南太平洋を代表するリゾート観光地としての評価がほぼ定着しているといってよい。人口は約 85 万人，最大の島は首都スバのあるビティレブ島であり，北部に横たわる同国第二の島バヌアレブ島と合わせて，人口の 90%以上がこの 2 島に居住している。 観光の中心はビティレブ島の西側に連なっているママヌザ諸島，ヤサワ諸島のリゾートであり，きらめく太陽，コバルトブルーに透きとおる海と白い砂浜が主たる観光資源である。海外からの入込客数は 2016 年には約 755 千人（出典：Fiji Bureau of Statistics,, http://www.statsfiji.gov.fj/index.php, downloaded at 28 January 2017）を数える。



（出典: Explore Fiji）

2. ラウ諸島

2016 年 7 月 10 日から 23 日まで，ビティレブ島の南東から北東にかけて点在するラウ（Lau）諸島を訪ねる機会を得た。訪問した順に，MOALA 島，TOTOYA 島，MATUKU 島，LAKEBA 島，VANUABALAVU 島，CICIA 島の合計 6 つの島々である。

ラウ諸島はフィジーの中では最も東側に位置しており，約 60 の島々から構成され，そのうち半数の 30 島が有人島といわれている。総人口は約 1 万人（出典: Fiji Bureau of Statistics, http://www.statsfiji.gov.fj/census-and-surveys/71-statistics/population-census-and-surveys/197-population-by-province-of-enumeration-fiji-2007-census30，downloaded at 28 February 2017）である。地勢上 LAKEBA 島がラウ諸島の中心といってよく，首都スバからは真東に 167 海里（約 300km）の位置である。

ビティレブ島とラウ諸島を結ぶ定期海上航路は現状では存在しない。遠隔地であること，人口が少ないこと，産業がほとんどないこと等がその理由であろう。現状の海上交通サービス水準は，元の場所に確実に戻ることができるという現代観光の基本的要件にかけており，また不定期に就航する船舶のサービス水準も快適さからはほど遠い。

筆者は，MoIT が所有する船舶（Government Shipping Service，以下 GSS）のひとつに乗船し，6 つの島々を効率よく訪問することができた。GSS は民間がカバーしきれない分野（災害救助や政府物資の運搬等）や時期に，離島住民にサービスを提供するために政府が保有・運行している船舶である。MV ILOILOVATU，560 トン，全長 56m，乗組員 17 名。もとの名前は，進洋丸，宮崎市にある宮崎海洋高等学校の訓練船である。中古をフィジー政府が日本政府の仲介で購入したものである。今回の旅行の全泊を，この MV ILOILOVATU の船上で過ごした。

3. 島生活の概観

訪問した 6 島を概観すると，以下のように模式化できるように思う。

住民の生活空間は村（village）であり，村の人口は 100 名程度。チーフを中心に村の生活が営なまれている（最近では，headman という役職もできたようである)。ひとつの島には約 10 の村があり，島全体を統合するのがハイチーフである。多くの村にはコミュニティホールがあり，そこで村の催事が執り行われる。島民全体が利用する島のコミュニティホールはより規模が大きくなる。

村ごとに小学校がある。隣の村とは縁が薄いことが多く，隣村と共同で小学校をつくることはないという。中学校を持たない島も多く，その場合には小学校を卒業するとスバ等の都会の中学校に進学せざるを得ない。子供は小さなうちから親元を離れざるを得ず，また親にとっては経済的負担も大きい。

医師がいない島も多い。今回の旅行期間中の MATUKU 島寄港中に船内で急患が発生した。MOALA 島から乗り込んでいた医師が，患者を LAKEBA 島の病院まで同行搬送した。村には郵便局があり，手紙やはがきを授受している。また，郵便局には商店が併設しているのが特徴的である。その商店はポストショップと呼ばれており，コメや缶詰・インスタントラーメンなどが売られており，政府の手によって島の住民への流通経路が確保されている。

4. 交通インフラ

(1) 船

それぞれの島にはフランチャイズ船と呼ばれる貨客船が月に 1〜2 度寄港し，生活物資等を届けている。

もとより採算にのらない航路であるため，政府が船会社へ赤字補填をしている。船舶の寄港日が定まっている定期航路ではなく，月ごとに入札によって就航船舶と寄港先が決められる。島にわたる日が決まっても，スバに戻る日がいつになるかはわからない。これでは，現代の観光者にとっては交通がないにも等しい。また，島同士の経済的結びつきが弱いため，隣接の島との交通も希薄である。船着場のある村まで移動するためには，各自がボートを調達するしか方法がないのである。

(2) 飛行場

6 島のうち 4 島に飛行場（Airfield）があり，座席数 10 名未満の小型飛行機が就航している。写真 2 にあるように，滑走路は芝生である。また，滑走路がジャンプ台のように急傾斜している飛行場もあることも確認できた。うまく離着陸できれば問題ないのかもしれないが……。小型飛行機は週に 1 便だけ首都スバの近郊にある空港と結んでいる。したが

って，一度島に降り立つと最短でも７泊しないと迎えの飛行機には乗れない，帰れないということになる。



写真１　Lakeba 島の船着き場



写真２　Cicia 島の飛行場

島にはホテルは存在しない。LAKEBA 島にホームステイが２件だけある。筆者はそのうちの１軒に案内していただいた。２年ほど前，JICA 関係のプロジェクトに従事した技術者６名が３か月間滞在したことがあるという。その部屋は今でも当時のままで保存されていた。

(3) 消えた道

道がない島もある。

写真３は，村の中心から船着場までの数百メートル区間，人が歩くための道を造ったが，人の手によるメインテナンスが雑草の成長スピードに追いつけず，アッという間にブッシュになり，道が消えてしまった様子を示している。船着場は現在どこの村とも道でつながっておらず，小舟の乗り換え地点としてのみ利用されている。同行してくれた村の青年は，村に一台でも車があれば雑草に負けることはなかった，と残念そうに語っていた。



写真３　消えてしまった道 (Matuku 島)

5. 観光資源

ラウ諸島の自然景観は，フィジー西部のヤサワ諸島にもひけを取らないものがある。ウェールウォッチングのほか，トビウオが優雅に長く海上を飛行する姿，夜間に烏賊が隊列を組んで餌を求める行動なども船の上から観察することができる。



写真４　ラウ諸島の豚たち

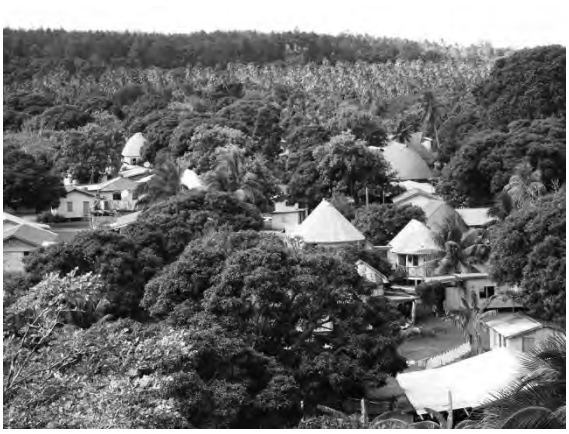


写真５　トンガの建築様式をもつ村

しかしながら，ラウ諸島の観光の魅力は，自然景観よりも人間の営みが織りなす文化的景観であろう。ラウ諸島の村々では，白と黒のまだら模様の豚が親子連れで庭を自由に闊歩している。ここでは，豚が主で人間が従であるかのようだ。親子豚が小学校の校庭まで歩きまわり，音を上げた学校側が校庭の周りに木柵を設置し，豚の闖入を防いでいる。

ラウ諸島はフィジーの東端に位置しトンガに地理的に近い。両者は古くから闘争と交流を繰り広げており，今ではフィジーとトンガの両方の文化が共存している。またその融合を体験することも可能である。ラウ諸島にはトンガ人を祖先に持つ人たちで構成されているコミュニティも多く存在する。トンガの建築様式も見どころのひとつである。トンガの建築様式は丸屋根に特徴づけられる。トンガの建築の内部に入り，天井の骨組みを見上げた時に，その美しさに胸を打たれる思いであった（写真 6)。

昔は釘を一本も使わず，植物の繊維でひもを紡ぎ，それで木材を結合し家を建てたとのことである。釘を使っていない建築物を見ることは今では難しくなってしまっており，その技術もなかなか伝承されてないそうである。釘を使っていない古い建築物も年とともに朽ち果て，姿を消しつつある。2016 年２月の大型サイクロン・ウィンストンの来襲によって，これら家屋が受けた被害も大きく，修復がなされずに朽ちている事例も多く見受けられた。



写真６　トンガの建築様式にみる天井の骨組み

6. 考察

(1) フィジー観光の多様性－西は自然景観，東は歴史と文化へ

観光はフィジーにとってこれまで最大級の産業であり，これからもフィジーの産業を牽引することが期待されている。フィジーのこれまでの観光は太陽，海，ビーチに依存しており，その場所も国の西側にある海岸又は島嶼に限定されている感がある。今後は観光のアクティビティを多様化すること，空間的にも西側以外の地に拡散転換することが肝要である。

ラウ諸島はフィジーの主島ビティレブ島から遠隔であることから，これまで観光対象と見なされることはほとんどなかったが，隣国の文化も色濃く根付いており，歴史的，文化的観点からは魅力にあふれた土地柄である。今後観光対象として取り上げるべき地域であると考える。

(2) 交通インフラと観光インフラ

ラウ諸島の現状の交通インフラは，シビル・ミニマムのレベルに達しているとはとても言い難い。海上交通インフラに限定しても，住民の足の確保ができていない。専門分野の詳細について紙面を使うことは避けたいが，既存施設をとりあげても寿命を過ぎてしまっているものがほとんどである。数の面でも充足していない。

観光は元の場所に戻ることを前提とする行動様式であるが，ラウ諸島では定期航路がないためその前提条件が確保されていない。また，観光インフラのひとつである宿泊施設がラウ諸島では皆無に近い。観光インフラが整備されていない現状においては，ラウ諸島が観光対象とならないことは明白である。

しかしながら，主島ビティレブ島との間を観光客が素早く往復する定期航路がなくとも，ラウ島に観光客用の宿泊施設が整備されていなくとも，ラウ諸島のすぐ傍まで観光客自ら

が宿泊施設ごと移動してくれば，ラウ諸島の観光はすぐにでもスタートできるのである。クルーズ船である。クルーズ船は必ずしも大きな水深を有する着岸施設を必要としない。ビティレブ島西岸リゾートエリアのデナラウ・マリーナの例を持ち出すまでもなく，波穏やかで水深が十分ある広い泊地さえ確保できれば，クルーズ船客はテンダー・ボートに乗り換えて上陸できる。クルーズ船関係者に寄港の可能性について相談するとともに，テンダー・ボート離着桟用の施設整備に取り掛かることを検討すべき時期に来ているように思う。テンダー・ボート用の施設は，住民の足としても，共用が可能である。

(3) 観光創造研究－異文化との接触機会の増大を

いずれの研究分野でも同様であろうが，観光創造研究は異文化との接触による感動や喜びが推進力になっているのではなかろうか。そうであるならば，観光創造研究に従事する者はできるだけ異文化との接触の機会を増大する方向に行動すべきであろうし，院生が異文化と接触する機会をできるだけ多くもてるような教育体制を大学側は構築すべきであると考える。

日常圏を脱却し非日常圏へ移行することが観光行動の原点であり，そこでの出会いの喜びが研究者にとって研究活動のエンジンである。未知の分野は，注意深くあれば，どこにでも存在するのかもしれないが，筆者の場合には見知らぬ外国に身を置くときに，景色だけではなく，聞こえてくる言葉や鼻をくすぐる香料，ターミナルの雑踏のざわめきなどから五感すべてが揺さぶられ，感性が高められるように感じる。フロンティアを求めて海外へ目を転じること，未知なるところへわが身を置くこと，時間の軸を現代だけでなく過去に戻すこと，未来へねじを巻くこと，をこれからも続けてまいりたい。

観光人材に関する一考察

北海道ニセコを一例として

大迫 理沙
HIRAFU188 合同会社 管理部長

1. はじめに

訪日外国人の急増や，地方創生の手段として観光への注目が高まったことなどを背景に，日本の観光の現場では，人材不足の声が上がっている。それに対して，文科省，観光庁をはじめとした，さまざまな機関で観光人材育成のプログラムが提供されているが，現段階では，具体的，抜本的な解決には至っていないと言える。

一方，全国的に観光関連の教育機関（専門学校や大学など）が増加しているが，そこで受けた教育を十分に生かし，観光の現場で活躍する人材は，ごく限られた一部の人と言える。つまり，以前にも増して観光の重要性，注目度が高まる中で，観光関連産業においても，また，行政においても「観光まちづくり」の観点から，観光人材の需要は高まっており，さまざまな施策がとられているにも関わらず，多くの現場では，人材不足が解消されていない。

個々に見れば，人材不足を上手に解消している現場もあり，観光関連の教育機関を卒業したのちに観光の現場で大活躍している人もいるが，本稿では，上記のような問題を背景として，俯瞰的な目で，観光立国を支える人材の問題について考察する。

2. 要点整理

さまざまな問題を孕みつつも，現状，日本における観光人材に関する議論は，あまり深まっていないと言える。その理由は，多種多様な論点が混在しているために，それらが交錯し，議論が拡散してしまい，なかなか議論が深められないことが挙げられる。つまり，異なる問題を同じ土俵に乗せ，論点が定まらないことで，議論が深まらないと言える。よって，ここでは，まず，観光人材に関する議論を整理する際のポイントについてまとめる。

① 誰を「観光人材」とするか（対象）

観光がもつ特性として幅広い分野に渡って関係を持つため，「観光人材」と一言で言っても，多岐に渡る業種や業界，さまざまなセクターの人材が「観光人材」の対象となる。各々，事情や業界慣習なども異なるケースを同じ土俵に上げては，核心に触れる深い議論を展開することは難しいはずだが，意外にも「観光関連」という一括りで扱われることも多い。

また，いわゆるスタッフレベルの人材なのか，ある程度の観光知識，経験が求められる人材なのか，なども含め，観光人材について論じる際には，その対象について明確にする必要がある。

② どこの「観光人材」か（場所）

当然，都市部と地方部では，事情は大きく異なる。人口規模が違えば，対象となる人材の数も，質も大きく異なる。地域によって，他産業と観光の関わり方も異なれば，観光以外の面で既に地域に存在している課題などによっても，観光人材の位置づけは異なる。あるいは，その地域で主となる観光客層によっても，前提となる条件は大きく変わってくる。例えば，簡単な例でいえば，訪日外国人が中心の地域で求められる人材は，英語などの語学スキルは必須となるが，国内観光客がメインであれば，語学スキルはそれほど求められないケースもある。

また，その地域の観光の成熟度や進行度によっても，求められる人材像は大きく異なる。観光における差し迫った課題の解決が求められる地域もあれば，地域全体の観光に対する価値観を共有しながら，じっくりと観光推進を行う地域では，必要とされる人材も数も異なる。つまり，例として挙げるならば，以下のような点において，各地域での状況を考慮して，丁寧に議論する必要があると言える。

（地域特性の例）

- 人口規模
- 観光の状況（客層，主となる観光コンテンツ，観光事業者の状況，行政の関わり方など）
- 他産業の状況（既存産業と観光の関わり方など）
- 観光教育機関の有無，観光に関する教育を受ける機会の有無
- 地域における観光の位置づけ（喫緊の課題，地域の今後の展望や方向性，ビジョンなど）

これ以外にも，地域差はありとあらゆる場面で認識される。国全体として人材育成に関する施策が打ち出される際には，国から地方へトップダウンのような形で，紋切り型にされてしまうこともないとは言えず，各地域における事情は，個別具体に考慮する必要がある。

③ 誰が「観光人材」を語るか（立場）

人手不足，人材不足と声を上げる人びとも，それぞれに異なる事情を抱えている。例えば，営利企業で人材を雇用する立場にあっては，安い賃金で良い人材を雇用したいという動機は常に働くが，一方で，良い人材は適正な賃金と待遇を求め，それが叶わなければ観

光以外の分野で活躍の場を求めることになる。また，そうした人材の「マッチング」によって即戦力となる人材を雇用したいという立場の人もいれば，教育機関のように，現在の日本の観光立国を支える人材を「育成する」ことに主眼を置く人びともいる。

それぞれの立場によって，観光人材の捉え方も，取り組み方も異なる点にも考慮する必要がある。

ここでは上記①〜③を挙げたが，まずは，このような違いがあることを認識し，整理した上で観光人材に関する議論を深めていくことが重要である。

3. 北海道ニセコ[1)]を一例として

前項で整理した 3 点をベースとして，北海道ニセコを一例として観光人材について考察する。

まず，「②どこの観光人材か（場所）」という点について，ニセコについて簡単に紹介する。

戦前よりニセコ連山（ニセコアンヌプリ，チセヌプリ等）や羊蹄山は，スキーや登山のメッカとして訪れる人が多かったが，1970 年代頃より，都心からニセコに移り住みペンションを始める人などが増え，観光を生業とする人が増加した。1980 年代は日本全体のバブル景気とスキー人口増加の影響を受け，東急や西武グループなどによる大型リゾート開発も進み，スキー場を中心に賑わいを見せたが，1990 年代にバブル経済が終焉を迎え，スキー人口が減少に転じると，ニセコの観光にも陰りが見え始めた。しかし，その後 2000 年代以降オーストラリア人による開発が始まり，オーストラリアなど海外からのインバウンドが，日本人観光客に取って代わり始めた。オーストラリア人による観光業者も少しずつ増え，また，古くからの日本人経営の宿が土地や建物をオーストラリア人に売却するなどしたことから，オーストラリア人による不動産開発も増え，現在に至っている。

ニセコにとって，観光は重要な産業のひとつであるが，それを示すデータとして，産業別の就業者数割合のデータがある。北海道全体と比較して，倶知安町，ニセコ町で，従事している人の割合が突出して高い産業は，農業，宿泊業，そして公務の 3 つである。公務の割合が高いことについては，振興局や自衛隊を擁する倶知安町の特性と言え，倶知安町，ニセコ町の両町に言えることは，農業と宿泊業/飲食サービス業に従事する人の割合が高いことである。

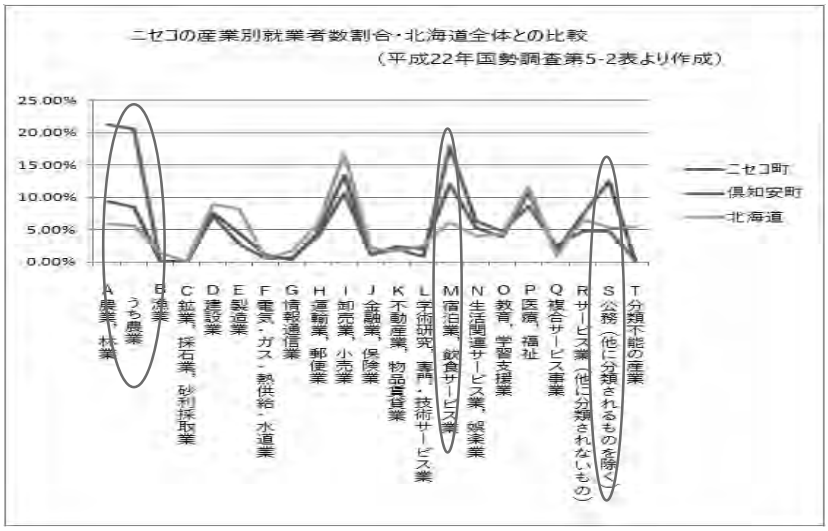


図　ニセコの産業別就業者数割合（北海道全体との比較）

（平成 22 年国勢調査第 5-2 表より作成）

現在，冬のニセコは訪日外国人が中心となっており，スキーシーズンに合わせて不動産を購入する外国人も多い。現在はコンドミニアムの建設が進み，宿泊施設数は倶知安町，ニセコ町の両町併せて 5,367 室，収容人数 16,573 人となっているが，このうち，倶知安町のヒラフ地区にある 3,378 部屋，収容人数 9,702 人 [2] の大部分はコンドミニアムとなっている。一方で，ヒラフ地区の飲食店の数は 186 件 [3] であり，その多くは小規模飲食店であるため，ピークシーズンにはレストランに予約が殺到する状況であり，飲食店にとってはビジネスチャンスと思われるが，スタッフの確保が難しい等の理由で，大手の飲食店にとってニセコ出店はハードルが高い。また，人手不足は飲食店のみならず，とくに宿泊施設の清掃員などもピークシーズンの人員確保が大変困難である。ちなみに，冬のスタッフの多くは，ワーキングホリデーなどで来ている外国人が短期スタッフとして雇用されている。つまり，接客する側もされる側も外国人であることが多い。

一方，意図せずしてこの 10 年ほどで訪日外国人が急増したことにより，倶知安町の行政などは戸惑いもあり，どんどん変わっていくヒラフ地区の観光や不動産ビジネスに対しては，全てに完璧に対応しているとは言えない。新しい制度の導入や，交通網の整備等についても課題を認識しつつも，なかなか進まないのも事実である。

さて，こうした地域特性を考慮した上で，「① 誰を「観光人材」とするか（対象）」と「③ 誰が「観光人材」を語るか（立場）」について，整理すると，まず，③立場＝企業（宿泊施設清掃業者）は，冬季清掃員（レベル問わず，語学問わず）が不足していると感じており，このような業者のなかでは，外国人労働者の議論が活発になりつつある。また，③立場＝企業（飲食店経営）は，冬季接客員（スタッフレベル，レベル問わず，F&B 知識あれば尚良，英語必須）が不足していると感じている。とくに，札幌や東京などをベースにした外

部資本の大手飲食店にとっては，この点が出店に際し，高いハードルとなっている。その他の物販店等でも冬季のスタッフ確保には苦労をしている。また，行政などの人材については課題が山積しているように見受けられるが，ここでは必要とされるであろう人材対象について例として以下のように挙げた。

表　ニセコの（倶知安町ヒラフ地区を中心とした）観光人材に関する整理

	③ 立場	① 対象
A)	企業 （ホテル清掃業者）	冬季清掃員（レベル問わず，語学問わず）人材不足
B)	企業 （飲食店経営）	冬季接客員（レベル問わず，F&B 知識あれば尚良，語学）人材不足
C)	企業 （その他）	冬季接客員（レベル問わず，関連知識あれば尚良，語学）人材不足
D)	行政，観光協会等	喫緊の課題解決（不動産業，宿泊業），新しい仕組み，制度導入検討，条令制定，観光地域マネジメント，企業サポート，語学　民間からの要請

もちろん，倶知安町の観光のあり方の根本について，地域で共有するといった作業が必要であるとの意見もあり，そうした取り組みにはまた別の観光人材が対象として追加されるかもしれない。しかし，今現在，既に解決が難しい人材の問題に直面していると言える。

ちなみに，企業の人手不足，人材不足については，行政等のサポートは不要（企業の責任において自主的に行うべき）との考え方もあるが，今後のニセコをより安定した魅力的なデスティネーションにするためには，この点について行政等でも検討する必要があるのではないかと考え，それを含めて，ここでは「観光地域マネジメント」として，D）に記載した。

4. 観光人材に関する課題解決に向けて

これまで見てきた通り，観光人材に関する問題はさまざまであり，地域ごと，事案ごとで丁寧に扱う必要がある。つまり，どこにでも通用するオールマイティの完璧な「観光人材」というのは，育成することも，採用することも，現実的ではない。それよりも，地域の現状を的確に把握し，現実的な戦略をもって，人材に関する問題に当たることが一番の近道であり，今いる人材でなんとか前に進むことを考えることも重要だ。

そのためには，地域にいる，地域の現状を的確に把握している人たちが，必要な知識や

ノウハウ，新たな知見，さまざまな理論などを，少しずつ分担しながら習得して実践していくということも一つの方法である。

しかし，地方においては，圧倒的に学ぶ機会が少ない。都市部で聴くことのできる講演やセミナーでも，地方では聞くことができないことが多く，もし都市部まで行けるとしても，交通費や移動時間など，継続するには大変な負担となる。E ラーニングという手法も定着しつつあるが，まだまだカバーされている内容が限定的だったり，断片的だったりする。この点がクリアされるような仕組みがあれば，各地でオーダーメイドの人材プログラムを自主的に組み合わせるなどして，観光人材に関する問題を自分たちで解消することも可能かもしれない。例えば，地域おこし協力隊など地域で活躍する人が，その地域で必要とされている知識などを学ぶ機会を得ることができれば，隊員のその地域での新たな展開にもつながる。

地方での学ぶ機会の提供については，とくに首都圏以外にある観光関連の教育機関による貢献が大いに期待されるところであり，北海道における北海道大学も同様である。学問と現場の，よい循環を生むことが望まれている。観光創造学の成果が北海道の地方の観光現場にもたらされ，逆に地方からはその実践の様子が観光創造学にフィードバックされるという良い循環だ。人材に関するテーマは長期間に渡る取り組みが不可欠であり，今後も引き続き議論を重ねたい。本稿が，今後の観光人材に関する議論の一助となれば幸いである。

注

1）「ニセコ」とは一般的に，狭義では自治体の「ニセコ町」を指し，広義ではニセコ連山（ニセコアンヌプリ等の山々）の周辺地域を指すが，本稿ではわかりやすさを重視するため「ニセコ」を，観光の中心となっているスキー場を擁する倶知安町（人口約 1.5 万人）とニセコ町（人口約 5 千人）の二町を指すこととする。

2）後志振興局宿泊施設届出一覧 2015.11 現在

3）後志振興局宿泊施設届出一覧 2015.11 現在

観光を通じた平和構築の可能性

パレスチナにおける日本人現地体験ツアー参加者の調査から

高松 郷子
在エジプト日本国大使館 書記官
／北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 博士課程

1. 研究の背景・目的・調査方法

国際観光の発展が加速する中，平和でなければ観光はできないと言われていた従来の視点を見直し，紛争や占領が継続する地域において，観光振興により政治的安定をもたらすための研究が必要であると説く研究者が増えている（Webster and Ivanov 2014）。このうち Blanchard and Higgins-Desbiolles（2013）は，世界各地の 20 人の観光研究者によって執筆された「観光を通じた平和構築：国際市民によるヒューマン・セキュリティの実現」（題は筆者による仮訳）[1] の結章において，人権侵害や人命損失が見られる場合でも，多くの観光研究は中立的な提言をするに留まり，当該地域の政治体制・情勢に言及する研究が稀有であるとして，従来の研究姿勢に対するアンチテーゼを提起した。特にパレスチナ [2] のように現在でも国際法上違法な軍事占領が継続している地域においては，地域住民が人権侵害や人命損失を恐れず，権利と自由が保障される「Peace with Justice（＝公正な平和）」の実現に向け，観光がどのように貢献することが可能であるかという点について，現地の事情に一歩踏み込んだ研究をしていく必要があると説いた（p.260）。この指摘はその後に続く観光と平和の研究に影響を与えている。

上記の研究視点を発展させ「責任のある観光」に着目した Issac（2014）は，責任のある観光客により，紛争地域におけるモラル的規範や住民の存続等についての問いが提起され，観光体験に基づいた現地の正確な状況について知識の生産が行われる事（normative and existential knowledge question and production, p.93）が平和構築に貢献する可能性があると提起している。ここで言う「責任ある観光」とは，1980 年代以降，マスツーリズムへの批判と反省から，自然環境にかかる負荷を軽減し，観光を通じて地域社会に貢献することを追及するオルタナティブ・ツーリズムの一環として行われるようになったものを指す（Isaac 2014）。

上記のように観光に関わる平和研究の分野では，紛争地において観光を行う事が平和と公正を獲得するためのツールとなる可能性が提起され，その動向が注目されている。本研究は，このような観光に関わる平和研究の分野の新しい問題提起に基づき，既往研究例の少ないパレスチナのオルタナティブ・ツーリズムに焦点を当て，実際にパレスチナ観光に参加した観光客を対象に調査を行った。これにより第 1 に観光客のパレスチナに対する意

識の変化が見られるのか，第 2 に観光客が紛争地域を訪れることで，その地域に平和や安定をもたらすことにつながるのかという点について検証することを目的としている。

調査データは，パレスチナ暫定自治政府により 2013 年 11 月 11 日から 15 日にかけてヨルダン川西岸地区（以下，西岸地区）で実施された「パレスチナ・ユース・ウィーク」に参加した日本人参加者を対象に，筆者による参与観察およびアンケート調査，そして上記回答者を対象に，帰国後約 1 年にあたる 2014 年 11 月 20 日から 12 月 10 日に行った追跡調査（回答者は 19 名のうち 12 名：男性 4 名・女性 8 名）から得られた 2 種類のデータを使用した[3)]。



図 1：パレスチナ周辺図 (出所：筆者)

2. 観光を通じた平和構築へのアプローチ：オルタナティブ・ツーリズム

パレスチナには，エルサレムやベツレヘムで知られる宗教遺産のほか，古代エジプトからギリシャ，ローマそしてイスラム王朝等が持ち込んだ文化遺産が存在する。また地中海や死海の低地から丘陵地へ上り，地球の最も深い溝，大地溝帯へ広がる大地には数千種の動植物が生息する豊かな自然が見られる。観光客の 8 割は欧米からのインバウンド観光客が占め，その目的は巡礼や遺跡訪問である。訪問客数は第 2 次インティファーダ時（2000-2005 年）に激しく落ち込み，観光業は壊滅状態になったが，その後徐々に回復し，

2013 年には 350 万人以上の観光客がパレスチナを訪問している（Palestine International Chamber of Commerce 2013）。しかし大部分の観光はイスラエル業者による大型ツアーにより行われ，そのほとんどがイスラエル側に宿泊するようツアーが組まれているため，観光業における利益の 9 割以上はパレスチナ人に享受されていないという問題が指摘されている（Kassis 2013）。そして建設・修復・補強許可の取得が困難であり，また入植地や分離壁の建設等により破壊や浸食の危機があるため，文化・自然遺産の保護管理は困難な状況になっている（Taha 2009）。

このような状況下，1980 年代，エコツーリズムの影響を受け，パレスチナでは従来とは異なる視点で自然を体験するツアーや，教会活動の一部として行われたホームステイ（民泊），また文化体験プログラム等が実施されるようになった。その後 1995 年には，もともと観光客の多いベツレヘム県に拠点を持つ NGO，オルタナティブ・ツーリズム・グループ（Alternative Tourism Group 以下「ATG」）が設立された。ATG はパレスチナを支持し連帯を表明する外国人観光客の層を確保し，パレスチナ観光業界が崩壊状態にあった第 2 次インティファーダ時にも年間 1,000 人以上の観光客を集めていたことから，その活動方針と運営形態はパレスチナで観光事業を行う NGO から注目されている[4)]。

ATG は発展を続け 2008 年，パレスチナで「責任のあるツーリズム」や「公正なツーリズム（Justice Tourism）」を実践していた複数の NGO や教会，大学らと協同し，占領下のパレスチナの状況を，観光を通じて変換（＝トランスフォーム）することを観光客，巡礼者，そして観光業関係者に呼び掛ける「行動綱領 Code of Conduct」を発表した[5)]。行動綱領では，観光客にツアーを計画する際は一つの場所のみに留まらず，できるだけ現地のパレスチナ人との接触を行い，多角的な体験をすること，ホスト・コミュニティについて良く学び，地元の人々に対して尊敬の念を持つこと，そして環境への負荷を軽減することを促している。またパレスチナで得た経験や知識について自国でも知り合いや家族に共有することを促し，それがパレスチナにおける観光体験をより人間的な体験として深め，出会った人々やホスト・コミュニティに裨益を還元する方法であるとしている。

このように，コミュニティが主体的に観光を形づくる活動が，パレスチナ発の情報を世界に向けて発信し，地元の「人々のニーズや公正な平和を獲得するための原動力になる」という認識がパレスチナの住民主導のツアー主催者の間で深まっていった（Kassis & Solomon 2013）。その後 2010 年には，ATG を含む住民主導のツアーを行う 7 つの NGO が中心となり，観光関連のイベントや手工芸品づくりを行う約 20 の団体と共に一つのネットワークとしてまとめた，パレスチナ体験型ツーリズム・ネットワーク（Network for Experiential Palestinian Tourism Organizations，以下「NEPTO」）が創立された。上記の団体が行う体験型ツアーは 50 以上となり，政治的な主張をアピールするアドボカシー的要素を持つツアーから，トレッキングやパレスチナ人家庭でのホームステイ体験等の文化や自然体験を観光客に提供するツアーまで含まれている[6)]。

パレスチナには NEPTO 加盟団体が行うツアー以外にも，個人ガイドが分離壁等を見せ

るポリティカル・ツアーや，旅行会社が扱うパレスチナでの歴史・文化・自然を体験するオルタナティブ・ツアー，そしてイスラエル NGO（English Tour や Wall Tour 等）によるイスラエルとパレスチナの状況を観光客に伝えるツアー等がある。これらのツアーは，規模は小さいながらも住民の実際の生活や置かれている現状を伝える一般的な手段となっている[7]。

3. ツアー客回答に見られるパレスチナ観光体験の特徴[8]

まず，パレスチナ・ユース・ウィークの概要は以下のとおりである。2012 年に開始されたこのイベントは，パレスチナ青年スポーツを管轄する高等青年評議会が海外のパレスチナ支援者・理解者を増やす目的で毎年 11 月 11 日から 15 日まで開催するとして開始された[9]。各国の若者を中心とした参加者を対象にパレスチナの現状を知るための各地訪問や文化イベントが組まれており，パレスチナまでの旅費は参加者が支払うが，パレスチナ内の宿泊・交通・食事は主催者がカバーする形態となっている。2013 年 11 月の開催時は，日本以外ではエジプト，ヨルダン，北アフリカ諸国，アイルランド，スペイン，スリランカ，北欧諸国等から合計約 200 名が参加した。この中で，日本からは国別では最も多い 23 名が参加し，その中には東京にある駐日パレスチナ常駐総代表部からのパレスチナ人スタッフ 1 名，および参与観察目的で参加した筆者が含まれている。個人旅行者として 20 人以上の日本人がパレスチナのみを訪問することは稀であるため[10]，パレスチナの新聞でも報道された（写真 3）。

上記の日本人客に筆者が実施した「パレスチナ・ユース・ウィークに関する参加者アンケート」（回答数 19 名：20 代から 70 代までの男性 10 名・女性 9 名）において，パレスチナ訪問前のパレスチナのイメージについて尋ねた質問に対しては，紛争の地：89.5%，世界三大一神教の聖地：57.9%，古代文明の地：21.1%，砂漠の世界：15.8%，その他：21.1%という回答が得られた（複数回答可）。

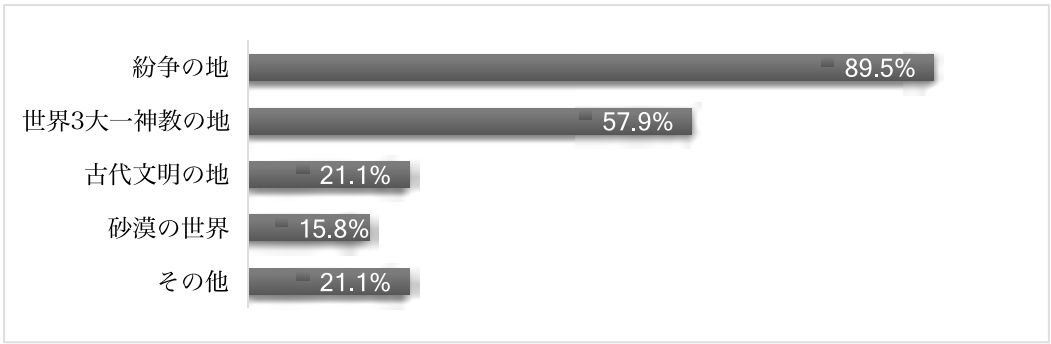


図２　訪問前のパレスチナについてのイメージ(出所：筆者)

このうち，訪問後にパレスチナのイメージが変わったと答えた回答者の自由記入には以下のような内容が見られた。

・ 何よりも驚いたのは，パレスチナ人が非常に親切であるという事です。実際に彼らと接してみてテロを起こすような人々ではないと感じました。訪問前は，アラブ人は過激であるというイメージが強かったのですが，決してそうではありませんでした（女性 20 代)。
・ 思ったよりもきれいで食事もおいしく，何より親切で温かい人たちが多かった（女性 50 代)。
・ パレスチナ人の温かさ，人情味を感じた。街も予想していた以上にきれいだった。車も整備されていたのは意外（男性 50 代)。

そして訪問で最も良かった点については，「触れ合った人々から温かいもてなしや親切な対応を受けたこと」84.2%，「パレスチナの現状を知ることができた」57.9%，「宗教的に重要なサイトを訪問することができた」26.3%，「砂漠・オアシス等の独特な自然風景を見る事ができた」15.8%，「食事がおいしかった」15.8%，「様々な時代の遺跡を訪問できた」10.5%であった（複数回答)。

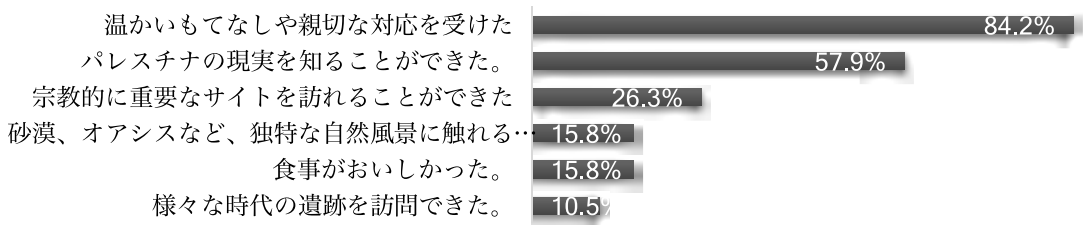


図 3　パレスチナ訪問で最もよかった経験(出所：筆者)

また帰国 1 年後の 2014 年 11 月に実施した追跡調査（回答数 12 名）では，訪問後「パレスチナに関心を持つようになった」83.3%，「パレスチナ関係のニュース・情報を自主的に集めている」75.0%，「パレスチナ関係のイベント・活動に参加するようになった」66.7%，また「自分でパレスチナ支援のための活動を開始した」41.7%という回答が得られた。

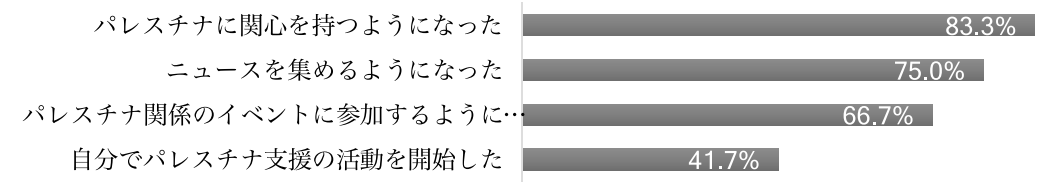


図 4　帰国後におけるパレスチナへの関心・関わり(出所：筆者)

そして 1 年が経過した後でも継続してパレスチナを支援したいと思わせる，現地での経験については以下のような回答が見られた。

・ マラソン大会で迷子になった際，現地のパレスチナ人が案内してくれて，最終的にゴールまでタクシーで乗せてくれた。お金を払おうとしたが，受け取らなかった。また，路上でパンを焼いている人をバスから眺めていたら，売り物にもかかわらずプレゼントしてくれた。今まで 10 ヵ国ほど旅をしたことがあるが，パレスチナ人は最も親切な人々であると感じた。彼らはイスラエルの支配を望んでいないため，独立の支援をしたいとは思っているが，具体的に行動できていないのが実情である（男性 20 代）。
・ 素朴で人を歓迎し受け入れようとする素質を感じた。厳しい生活環境でも強さと誇りを持って生きている人々に出会った。ジェリコの郵便局で働いている男性は，上司の意地悪にめげずに，丁寧に親切に対応してくれたことが忘れられない。町によって雰囲気は違うが，基本的に嫌な思いをしたことがない。子どもたちは人懐っこく，たくましい。東エルサレムの難民キャンプからの帰りに，バスにパスポートを落としたが，知人を通して私の手元にパスポートが戻ってきた時に，人との繋がりを大事にしている人たちなのではないかと感じた（女性 20 代）。

全体のうち，訪問前からパレスチナ支援の活動を行っていたのは回答者の 50.0%であり，このうち以前から活動していたが訪問を機に新しいパレスチナ支援の活動を始めたのは 3 名であり，以前のかかわりがなく支援活動を開始したのは 1 名であった。新たに開始されたパレスチナ関係の活動例は「パレスチナ料理やシンポジウム」，「パレスチナ刺繍の帯をパレスチナからオーダー」，「旅のお話会やパレスチナフェスティバルへの出演，ピース写真展等」，「アニメの企画」また「パレスチナに捧げる音楽 CD 制作」であった。そして「またパレスチナを訪問したい」100%，「家族や知人にパレスチナ訪問を勧める」91.7%という回答を得ることができた。


الرئيس خلال لقائه برائم الله امس وفود التضامن مع شعبنا (تصوير: ناثر عنايم)
استقبل نائب وزير الشباب والرياضة المصري ووفودا دولية مشاركة في اسبوع الشباب الفلسطيني

写真 1　ツアー4 日目に大統領府に招かれた日本人参加者（筆者：前列右から 2 番目）
出所：Al Hayat Jadeda 紙 2013 年 11 月 15 日

アンケート全体を通して，ツアーに参加したことでパレスチナについてポジティブな印象を持ち，占領下に置かれているパレスチナの状況に対する支援の気持ちが芽生えていることが観察できる。しかし，ツアー実施・運営については，全員の参加者がプログラムのタイムマネージメント，事前の説明不足，ツアー目的の説明の欠如，直前のスケジュール変更，ほかの国からの参加者との交流の場の欠如，プログラムとプログラムの間の待ち時間が長すぎる，ホテルが騒がしい，等の点について改善が必要だとコメントしている。

4. ツアーによる効果

（1）ネガティブなイメージの払しょく

まず，本ツアーの実施目的はパレスチナの現状についての正確な理解を促し，支援者層を増やすことを促進するアドボカシーである。また来訪により，それまで持っていたパレスチナに対するイメージを改め，現実に即した状況の認識を促すことである。パレスチナについてはテロや戦争の報道から危険であるというイメージが強く，観光客向けに発信される渡航情報は，渡航への注意の喚起，または渡航の回避を促すものが大半を占めており[11]，観光資源についての情報は皆無と言って良い。また観光市場の大半を占めるイスラエル業者からの意図的な妨害や，パレスチナ人に対する歪曲した情報を観光客に伝えるガイドの言動等も報告されている（飛奈 2008）。

このためパレスチナ観光を推進する上でのチャレンジ（課題）は，市場の拡大や宿泊観光客数を伸ばすことだけではなく，パレスチナ主導の観光情報の発信と強いネガティブなイメージを払拭することにあると言える。実際に来訪した体験を通してパレスチナの状況を把握し，それらの体験を世界の各地で流布する外国人が増えれば，小規模かつ地道な方法ではあるがイメージの転換が可能になっていることがわかる。訪問前は「アラブ人は過激であるというイメージが強かった」けれども「実際に彼らと接してみてテロを起こすような人々ではないと感じた」と言う回答は，観光客が訪問前に持っていたパレスチナについてのイメージを大きく変え，実際の状況に即した認識をするようになったことを示唆している。これは前出の Isaac（2014）が述べたように，責任のある観光客により，紛争地域におけるモラル的規範や住民の存続等についての問いが提起され，観光体験に基づいた現地の正確な状況について知識の生産が行われる事に該当していると言える。

（2）観光を通じた平和の担い手の創出

今回の調査結果では，日本人ツアー参加者がパレスチナからの帰国後，現地で見聞した情報を語るのみにとどまらず，NGO や独自の活動を通じてパレスチナ支援を開始するケースが見られている。無論，訪問先の体験に感化された観光客が帰国後，自主的になんらかの社会貢献活動を興す事例はパレスチナ観光に限定されたことではない。例えばエコツアーに参加した後，環境問題について意識を持った観光客が環境問題を考えるための活動や

エコショップ等の事業を自国で開始したという例は数多くあるだろう。しかし，パレスチナの場合には，軍事占領が半世紀近く続いており，国家が成立できない状態に置かれている。そのような状態であることについて，通常のメディアでは限定的な報道しかしておらず，あらゆる情報が抑制されている環境であるため，現地体験を心に刻んだ観光客が媒体となり，支援活動をパレスチナの外で興すこと，そしてその一連の活動をコミュニティによる自主的な観光活動により展開し続ける事ができることはパレスチナの自立にとって重要な意義を持っていると言える。

またパレスチナのツアー主催者は，パレスチナのみでなくイスラエルについても見学することを奨励することが多い。その両方を見学することで，両者にとって公正な見解を観光客が見出してくれれば良いという考えである [12)]。そして日本人観光客の中にもパレスチナのみではなくイスラエルの状況も見た上で自分の判断をしたいと言う発言が見られている。これは観光客が両者に対して公正に観察をしようとする意識を持ち，このためより正確に現実に即した状況の把握を望んでいることを示している。

5. おわりに

本研究は，観光に関わる平和研究の最新動向，すなわち当該地域における規範を問い，コミュニティが安定して存続するための環境ついて研究を行う必要があるという問題提起を受け，パレスチナを訪れる外国人観光客の役割を考察したものである。Isaac (2014) は，平和構築の担い手は紛争当事者の二者だけではなく，観光客もその役割を担うことが可能であると説いている（p.97)。本研究ではパレスチナにおいて行われたツアー参加者の調査から，サンプル数は少数であるが，実際に観光で紛争地域を訪れることにより，「観光体験に基づいた現地の正確な状況についての知識の生産」が行われていることが明らかになった。続いて，観光客が自国で家族や知人にパレスチナにおける実体験を語り，帰国後に支援活動を開始する姿が観察された。このような例は，数としては非常に小規模で限定的であるが，帰国後においても現地の状況に理解を示し支援的な活動の担い手となる，つまり「責任のある観光客」として，観光により地域社会に貢献する役割を，自発的に担う観光客が出始めているものと読み取ることができる。

こうした一連の流れは紛争の当事者だけではなく，観光客という第三者が平和構築の担い手として関わるという，観光客による「公正な平和」の構築に新たな視点を加えることを可能にしていると言えるだろう。これまではこうした視点に立っての実証的研究は非常に少なかったが，本研究のような観光客の意識や役割についての研究をさらに深めることで，現在占領が継続しているパレスチナ，またその他の紛争地域において，地域住民の生活や社会的状況を改善することに対する観光のもつ可能性について広く考察することが可能になると考えられる。

Blanchard and Higgins-Desbiolles (2013)は，平和研究の父ヨハン・ガルトゥングによ

り触発された研究の流れを受け，「公正な平和」が実現される環境とは，紛争のない状態（＝消極的平和）ではなく，観光客を受け入れる地域の住民にとって，多様な形態の暴力とそれらを生み出す社会的構造が存在しない状態（＝積極的平和）であると指摘している（p.3）。では，ここで言う「公正な平和」を実現するために観光はどのような役割を果たすことができるのだろうか。本研究で行ったインタビュー調査では，地域主導型の観光活動を行っている NGO の代表者から，「観光客にはパレスチナだけでなくイスラエルも含めた両者の姿を見てもらいたい」という回答が得られた。そして観光客の方も直接訪問し両者の状況を理解すること望み，実際にそうしていることがわかった。つまり，旅程の中にパレスチナ側だけでなくイスラエルを含めた両者の状況がわかるプログラムとすることにまず公正さが求められているのである。そして，そのようなプログラムから得られた体験について観光客が自国に帰り伝える情報の内容や方法にも「公正さ」が求められていることは言うまでもない。

パレスチナの住民は，これまでの歴史の中で大きな政治変革や紛争を幾度となく経験している。特に 20 世紀に入ってからはイスラエル国家建設や列強植民地主義による領土・利権争いの狭間で，自分たちの意思とは関係なく動く政治情勢の影響を受けてきた（Kassis & Solomon, 2013）。このような状況において観光はコミュニティの住民が主体的にパレスチナ発の情報を世界に向けて発信できる数少ないツールであり，住民が観光を行っていくことが，地元の人々のニーズを外に伝え，住民にとっての「公正さ」を検討する場を提供することになっていると言える。その中で，外国人観光客が紛争地域におけるモラル的規範や住民の存続等についての問い，現地の正確な状況について知識の生産を行う事は，「公正な平和」の実現のため，観光客が果たす役割における中核部分をなしているのである。

なお今回の調査は試験的な側面もあるため，一部の責任のある観光客の行動や帰国後の状況を除いて，その後の活動の広がりや現地への影響等については調べることができなかった。そして今回の調査対象となったツアーはモニターツアー的側面もあるため，観光客についてはもとよりパレスチナを支援する意識が強いということも考えられる。今後はこのような影響を抑えた環境で対象を選定する等の工夫をし，現地住民と帰国後の観光客とのつながりがあるのか等を対象に含め，責任のある観光の具体的な展開状況を調査する等の課題が残されている。

謝　辞

本文で行った調査は，実施にあたり北海道大学観光学高等研究センター及び駐日パレスチナ常駐総代表部の協力を得ている。ここに感謝の意を表する。

注

1）英文の題は “Peace through Tourism Promoting Human Security through International Citizenship”である。
2）現在のヨルダン川西岸地区およびガザ地区を指す。
3）筆者はパレスチナにおけるオルタナティブ・ツーリズムの状況を調査するため，2012年5月から2015年7月にかけて合計約26週間の現地調査を西岸地区において実施した。このうち本文では主にオルタナティブ・ツーリズムを実施するNGO代表者への聞き取り調査を使用した。
4）ラミ・カシス氏ATG代表への聞き取り調査より。
5）The Palestinian Initiative for Responsible Tourism（http://www.atg.ps/pdf/code_of_conduct.pdf）閲覧日2017年1月28日。
6）ラエッド・サアデ氏NEPTO共同創設者への聞き取り調査より
7）前掲4)
8）同ツアープログラム，2種のアンケート調査質問票は紙面の都合上割愛した。
9）同イベントは2014年7-8月のガザ侵攻の死傷者への哀悼の意を表するため開催が中止されて以降，再開されていない。
10）パレスチナに訪問する日本人観光客の統計は「その他の国々」のカテゴリーにまとめられているため，具体的な数字は存在しない。またパレスチナには国境管理と空港施設がないため，観光客の出入りはイスラエル経由となる。このためイスラエルを訪問する日本人観光客数から，その6割から7割がベツレヘムを含む西岸地区を訪問していると推定されている（ファトヒ・ファラシーン，パレスチナ中央統計局観光統計局長への聞き取り調査から）。なおイスラエル中央統計局の国別外客数統計によれば，2015年にイスラエルを訪れた日本人観光客は約2万1千人であったとされる（イスラエル中央統計局CBS 2015）。
11）外務省海外安全ホームページでパレスチナはラマラ，ジェリコ，ベツレヘムを囲む小さなエリアのみが「十分注意してください」（薄い黄色），それ以外の西岸地区とガザ地区は「渡航中止勧告」（オレンジ色）となっている。(http://www.anzen.mofa.go.jp/info/pcinfectionspothazardinfo_044.html#ad-image-0)閲覧日2017年1月28日。
12）前掲4)

文献リスト

Al Hayat El Jadeda
2013 “International Delegation received by Ministry of Youth and Sports at the Palestinian Youth Week ” (題名は筆者の仮訳), 15 November 2013.

Blanchard L. and Higgins-Desbiolles, F.
2013 “Peace Matters, Tourism Matters” in L. Blanchard & F. Higgins-Desbiolles eds., Peace through tourism: Promoting human security through international citizenship, pp. 1–15, Oxon: Routledge.
Central Bureau of Statistics of Israel (CBS)
2015 “Tourist Arrivals and Day Visits by Country of Citizenship 2015”.
Isaac, R.
2014 “Responsible Tourism and Development in the Context of Peace-Building” in Wohlmuther, C. & Wintersteiner, W. eds., International Handbook on Tourism and Peace, Centre for Peace Research and Peace Education of the Klagenfurt University/Austria and UN World Tourism Organization, pp. 87-100.
Kassis, R.
2013 “The Struggle for Justice through Tourism in Palestine”, in Blanchard L. & Higgins-Desbiolles F., ed. Peace through Tourism Promotion of Human Security through International Citizenship 225-240. New York: Routledge.
Kassis R. & Solomon R.
2013 “The Pilgrimage for Transformation Project Shaping a Tourism for Peace with Justice” in Blanchard L. and Higgins-Desbiolles F., ed. Peace through Tourism Promotion of Human Security Through International Citizenship 241-252. New York: Routledge.
Palestine Tourism Sector
2013 Palestine International Chamber of Commerce, August 2013, p8.
Taha H. (ed.)
2009 Inventory of Cultural and Natural Heritage Sites of Potential Outstanding Universal Value of Palestine, the Department of Antiquities and Cultural Heritage, Ministry of Tourism and Antiquities, Ramallah.
飛奈裕美
2008 「エルサレム旧市街のパレスチナ社会における占領下の諸問題と抵抗―商店街の事例から―」京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究科『アジア・アフリカ地域研究』7-2: 214-237, 2008 年 3 月。
Webster, C. and Ivanov, S.
2014 “Tourism as a Force for Political Stability”, in Wohlmuther, C. & Wintersteiner, W. eds., International Handbook on Tourism and Peace, Centre for Peace Research and Peace Education of the Klagenfurt University/Austria and UN World Tourism Organization, pp. 167-198.

現地聞き取り調査

ファトヒ・ファラシーン氏（Mr. Fathi Faraseen）パレスチナ中央統計局観光統計局局長
2013 年 11 月 13 日
ラミ・カシス氏（Mr. Rami Kassis）オルタナティブ・ツーリズム・グループ代表
2014 年 6 月 19 日
ラエッド・サアデ氏（Mr. Raed Saadeh）NEPTO 共同創設者
2014 年 2 月 27 日

観光資源としての動物

平　侑子
北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 博士後期課程

1. 動物を見に行く

オーストラリアにコアラを抱きに行く，中国四川省に行きパンダの飼育体験をする，インドネシアのボルネオ島にオランウータンを見に行く等，動物を見に行くのは観光体験として珍しいことではない。このような世界的に有名な動物の生息地だけではなく，我々の身近な環境においても，動物園や水族館，猫カフェやフクロウカフェ，競馬場など，動物を見に行く場所は多く存在している。

観光の定義は未だ一つに定められてはいないが，加太は観光学者らが示す概念を整理し，「近代市民社会の定住者が，一時的に離郷し，有償を前提にして気軽に楽しむために，他郷の風物を観に行き短期間滞在をする現象に関わることどもの総体」（加太 2008）と再定義を試みている。宿泊を伴わずとも，家から出かけて動物を見に行くことは，気軽な観光行動の一種として捉えることが可能であろう。

しかし，単に動物といっても，すべての動物が観光に利用されているわけではない。隣の家で飼っている犬や生産牧場で飼育されている豚などを観光客が見に来るとは考えにくい。観光の対象となる動物や，レクリエーションや娯楽に利用される動物にはどのような特性があるのだろうか。本稿では，人と動物の関係をめぐる研究の中で，動物がどのように分類されているのかを概観し，観光の対象として利用される動物を位置づける。

2. これまでの動物の分類方法

家畜・家禽学者の林は，動物を生物学的にではなく，人との係わり方の観点から家庭動物（Family Animal），産業動物（Farm Animal），野生動物（Wild Animal）の３つに分類した（林 2002）。家庭動物は，通常犬や猫などのペットやコンパニオン・アニマル [1)]を指す。産業動物とは，「人間が生きていくために必要なものを生産あるいは提供する過程において，主要な役割を担う動物」（花園 2013:73）であり，ニワトリやウシなどの家畜や，物資を運ぶ際に使役するウシやウマなどが例として挙げられる。

動物園学者である石田らは，日本の動物観を著すにあたって，家庭動物・産業動物・野生動物の他，展示動物というカテゴリを設けた（石田ら 2013）。石田らの著書では，展示動物とはすなわち動物園の動物のことを指しているが，たとえばフクロウカフェのフクロ

ウは，種類や性別，体長，生息地などが書かれたパネルとともに店内の定位置で飼育されているし（写真 1），競馬場のパドックを歩く競走馬に関しても，人々が馬体や歩調の観察や比較をしていると捉えれば，展示の一種といえるだろう。



写真 1 フクロウカフェにおけるフクロウの展示　（筆者撮影）

打越は，動物の研究者や実務家の役割分担，さらに環境省による飼養基準をもとに，動物は愛玩動物，野生動物，動物園動物，実験動物，畜産動物の 5 種類に分類できると主張した（打越 2016）。打越は，現代社会における動物を考察する際に「仕切られた動物観」を提示している。「仕切られた動物観」とは，動物に向けられる人々の関心と専門知が，分類ごとの領域を横断することなく完結してしまっていることを意味する。たとえば，ペットを心から愛して大切にしている飼い主が，一方で，ペットフードが過酷な環境で飼育されている畜産動物から作られているという事実を深く考えていなかったり，野生動物に関わる研究者達が，犬や猫と同様の発想で野生動物への取り扱いに意見されることに対して強い拒否感を示したりする状況を指す（打越 2016）。

たしかに，我々が動物を捉えるときに，あらゆる種類の動物を一緒くたにして考えることは少なく，感覚的にも「仕切られた動物観」を用いて動物を捉えていることは頷ける。しかし，問題はその仕切り方であろう。三者が挙げている分類を概観したところ，やはり

猫カフェの猫やサーカスの動物など，どれにも分類することができない動物がある。また，「動物園では野生動物を飼育している」といったように，捉え方によっては分類が重複する場合もある。その原因として，そもそもこれらの分類の基準が一貫していないことが考えられる。

3. 生息地による分類と用途による分類

林，石田，打越による分類には，野生動物・家庭動物・産業動物・動物園動物・愛玩動物・実験動物・畜産動物というカテゴリが登場した。そのうち，野生動物や家庭動物，動物園動物などはそれぞれ，野生にいる動物，家庭にいる動物，動物園にいる動物を表しており，動物の生息地を基準に分類されていることが伺える。一方，たとえば実験動物や畜産動物，愛玩動物は，実験に使われるための動物，畜産業のための動物，愛玩するための動物であり，動物利用の用途によって区分されている。これら分類の枠組みが混同されたままであるため，人間と動物の関係を捉える際に重複が起きたり，当てはまりにくい動物の存在が出てきたりする。

特に，三者とも「野生動物」というカテゴリを用いているが，人間と動物の関係を考察するうえで，野生動物が持つ意味合いや用途は広く複雑である。たとえば池田らは，人間による野生動物の用途として，狩りの対象にして「自給品（肉・毛皮・角など）」「商品（肉・毛皮・角・牙・胆など）」にすること，そして「観光資源（クジラ，ライオン，キリン，ゾウなど）」とすることを挙げている（池谷ら 2008）。他にもそもそも人間に利用されずに（人間との関係を構築せずに）生息している動物も当然いるだろう。

ここで，野生や家庭など生息環境別に分類されたカテゴリを一度解体して，三者が挙げた動物を，利用目的を軸に動物の分類をまとめなおすと，以下のようになるだろう。

一つめは，産業のための動物である。利用目的は単純で，前述した花園による産業動物の定義「人間が生きていくために必要なものを生産あるいは提供する過程において，主要な役割を担う動物」（花園 2013：73）に当てはまるとおり，人間が生きていくため，生活をしていくために必要とされる動物である。従来から産業動物として捉えられている肉牛や乳牛，ブタ，ニワトリなどの家畜はもとより，ペット業者にとってのペットも，繁殖させ販売することが仕事となるのであるから，この区分として捉えることができる。

二つめは，愛玩するための動物である。愛玩するための動物には，飼い主側の立場から捉えるペットなどが当てはまる。ペットやコンパニオン・アニマルに関する研究は，ヒトと動物の関係学の中でさかんに行われている。鷲巣は，コンパニオン・アニマルとは「社会において人間が感じる孤独感や分離感を充足する」存在，「ストレスを解消する」存在，「安らぎや仲間を求める気持ちを満たしてくれる」存在であると指摘しており（鷲巣 2008），これらの指摘はまさしく，人間にとってこのカテゴリに分類される動物の利用目的として考えられるだろう。

そして三つめに，観光のための動物が挙げられる。石田ら（2013）が分類した展示動物（動物園動物）はもとより，観光資源とされる野生動物（ホエールウォッチングや奈良公園の鹿など）も当てはめられる。そして，筆者がこれまでの分類方法では当てはめにくいと指摘していた，サーカスや猫カフェ，闘牛，競馬など身近な観光体験に利用される動物も，このカテゴリに分類できる。ただし，第 2 節で述べたとおり，ヒトと動物の関係学の中で「観光のための動物」という分類はこれまでなされておらず，人は何のために動物を見に行くのか，動物を見に行くことで何を得ているのかといったことは，未だ明らかにはされていない。

4.「観光のための動物」の特徴

観光のための動物は，他の動物とどのような違いがあるのだろうか。前節で分類した動物 3 種に加えて，人間と接点を持たない動物（人間に利用されていない野生動物）も含め，その性質を比較しながら考察を続けたい。

例えば，愛玩のための動物や産業のための動物は，その一生を人間が完全に支配しているといえる。ペットには，どのような名前をつけるか，何を食べさせるか，繁殖の制限や病気になった時の治療の選択なども飼い主の意思と選択に任される。産業のための動物，例えば家畜等もその生命は人間によって一元管理されているし，実験動物も人間の管理下に置かれ，実験に利用される。一方で，観光のための動物を考えると，利用者（観光する者）は，対象となる動物の生命に対する責任を負わず，その動物の生活の一部分を見るに過ぎない。人間と接点を持たない野生動物については言うまでもなく，我々人間の支配には及ばない。愛玩のための動物・産業のための動物と，観光のための動物・人間と接点を持たない野生動物は，人と動物の支配・被支配の関係性や，コントロールの可否という観点から異なっているといえる。

一方，愛玩のための動物や観光のための動物には，個体に名前がついていることが多く，人間側からのアプローチとして個体を認識しようとする見方が含まれている。動物園の動物にも，猫カフェやフクロウカフェの動物にも名前が付けられ，動物の種類としてよりも個体として理解しようとできる余地がある。しかし，家畜や野生動物には一頭一頭に名前をつけることはなく，対象に親密さを感じる余地は少ない。

これらの比較を図に表すと図 1 のようになるだろう。観光のための動物，レクリエーションや娯楽に利用される動物は，人間から見て動物への支配の度合いは低く，かつ親密さを感じられる余地がある存在であると特徴づけられる。実際，動物園の動物を見ると，来園者は開園中の動物の姿しか見られず，飼育は飼育員が行うために命の責任を負うことはない。ペットのように対象の生き方をコントロールすることはできず，動物からは野生の部分を垣間見る。一方で，完全な野生動物とは異なり，一頭一頭に名前を付けて，その個体の特徴や性格を解釈しようとするまなざしも存在する。観光のための動物に対して，人は

自分のコントロールの及ばない一面（野生）への出会いと，対象への親密さへの期待の両方を抱いているのではないか。今後も，レクリエーションに利用される動物に着目し，人間と動物との関係を野生のコントロールや親密性の観点から考察を続ける。

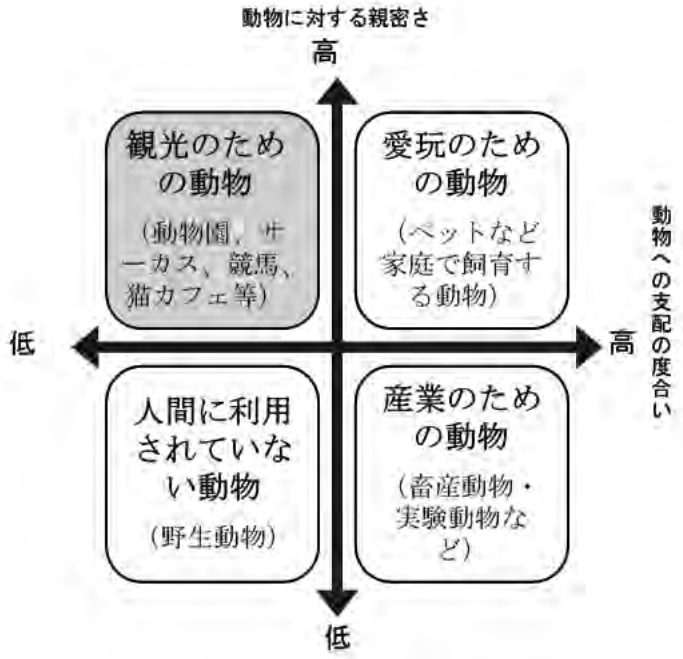


図 1　利用別に見る動物の分類試案（筆者作成）

注

1）ペットとは家庭内で飼育され，人が一方的にかわいがるイメージがもたれるが，コンパニオン・アニマルは，人と人生を共に生きる伴侶や仲間という意味が含まれる（濱野 2013）。

文　献

池田和信・林良博・奥野卓司
2008　「地球の野生動物と人類」林良博・森裕司・秋篠宮文仁・池谷和信・奥野卓司編著『ヒトと動物の関係学第 4 巻－野生と環境－』p.6，岩波書店。
石田戢・濱野佐代子・花園誠・瀬戸口明久
2013　『日本の動物観』東京大学出版会。
打越綾子
2016　『日本の動物政策』ナカニシヤ出版。

加太宏邦
2008 「観光概念の再構成」『社会志林』54(4): 27-62, 法政大学社会学部学会。
花園誠
2013 「産業動物の歴史」石田戢・濱野佐代子・花園誠・瀬戸口明久『日本の動物観』pp.73-103, 東京大学出版会。
林良博・近藤誠司・高槻成紀
2002 『ヒトと動物―野生動物・家畜・ペットを考える』朔北社。
鷲巣月美
2008 「ペットロス―共に暮らした伴侶動物を失って」林良博・森裕司・秋篠宮文仁・池谷和信・奥野卓司編著『ヒトと動物の関係学第３巻―ペットと社会』pp.179-196, 岩波書店。

産業遺産の保全活用のプロセスにおける観光の力学

産業遺産の権力性をどのように乗り越えるか

平井 健文
日本学術振興会特別研究員（DC1）
／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

1. 産業遺産を取り巻く社会的状況とその価値

日本における産業遺産を取り巻く社会的状況は近年で大きく変容している。一方では，文化庁の補助事業である「近代化遺産（建造物等）総合調査」の進展などによって，産業遺産の文化的価値が公的に構築されるようになった。2014 年に「富岡製糸場と絹産業遺産群」，2015 年には「明治日本の産業革命遺産：製鉄・製鋼，造船，石炭産業」が 2 年連続で世界文化遺産に登録され，特に後者は，後に述べる事情もあって広く社会的な耳目を集めた。他方で，産業遺産は過疎化や少子高齢化が進行する地方において，重要な地域資源として活用されるようにもなった。つまり，産業遺産の経済的価値が広範に認知されるようになった。2007 年と 2008 年に経済産業省が独自の施策として実施した「近代化産業遺産群 33」「近代化産業遺産群　続 33」の選定は，こうした地域社会の動きを公的に後押しした。最近では，地方自治体の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中に産業遺産が位置づけられることも多い。

1990 年代の後半，日本の産業遺産の調査研究を行ったフランス人社会学者の P. H. ジュディは，「日本人は工業生産の変化や新しいテクノロジーの発達に直面した＜産業考古学＞の刻印を保全する必要性をほとんど感じていない」（ジュディ 2002:131）と論じている。しかしそれから 20 年ほどで，急激に文化遺産や産業遺産を取り巻く社会的状況は変化し，同時に産業遺産をめぐる諸課題がさまざまに噴出するようになった。産業遺産の「価値」とは決して自明で固定的なものではなく，常に揺らぎの中にある。同時期に，人文，社会科学の諸領域においては文化遺産の調査・研究が進展してきたが，そこで明らかにされてきたのは，文化遺産の価値は同時代的な狙いのもとで，特定の行為者によって常に構築を繰り返されてきたものであるということだ。そして，産業遺産はこうした構築性を特に強く示す対象として注目された。産業遺産の特性として，一般の文化遺産・文化財概念とその対象が一致しないことが多く，また存命の関係者も多い「生々しい記憶」を内包するため，文化遺産として保全活用しようとする動きに対して，さまざまな抵抗が生じうる。それゆえに，価値構築のプロセスが非常に可視化しやすい対象であるのだ（松浦 2012; Xie 2015 など）。「明治日本の産業革命遺産」の世界文化遺産への登録をめぐる論争はその好例で，「近代化」とはいったい誰にとってのもので，その非常に好意的な表現の裏に隠されて

いるものは何か，などの産業遺産の価値構築をめぐる課題を前景化させることになった。

ここでの産業遺産の文化的な価値とは，その構築主体に着目するとおおむね以下の 4 つに分類できる。第 1 にグローバルな価値で，世界的に見て顕著で普遍的と認められるものを指す。これは UNESCO などの国際機関が審査し認証を与えるものでもある。第 2 にナショナルな価値で，1 国の産業化や経済発展に果たした役割，あるいは技術史的な観点から評価される。第 3 に企業的価値で，これは自企業の発展に当該の遺産が果たした役割を顕彰するものであり，主に企業博物館で来訪者に向けて伝達される。第 4 にローカルな価値で，地域住民が主体となって，地域社会の形成と発展に当該の遺産が果たした役割を強調して構築するものである。これらは互いに重複する意味内容を持ちつつも，それぞれに独自性を持ち，伝達する側は時々の状況や来訪者に合わせてこれらを使い分ける。

ここで肝要なのは，価値の構築は同時に包摂と排除を生み出す点にある。換言すれば，産業遺産に留まらず，一般に文化遺産の価値が構築されるプロセスにおいて，特定の主体の関心や利害に基づいて，価値の指示範囲が定められる。その範囲に含まれる人やモノ・コト（文化遺産の構成要素）と，それ以外のものの間には境界が生じるということである。先述した「明治日本の産業革命遺産」においても，社会学者の木村至聖が明らかにしたように，1850 年代から 1910 年までの約 50 年間における「『技術』中心の物語」の構築の結果として，「地域の人々の生活の表象は周縁化され，ナショナリスティックなメインストーリーに収斂していく」（木村 2014:236）という事態が生じた。それゆえに，産業遺産についての人文，社会科学の諸領域における研究は，価値の構築性と，それに伴う社会的包摂／排除に注意を払ってきた。

2. 産業遺産の観光資源化に伴う包摂と排除

それでは，観光の現場にこうした産業遺産の特性はどのように現れているのか。前提として述べなければならないのは，特に 2000 年代以降，観光を通して産業遺産の保全活用を図る取り組みは，以前と比較すると社会的合意を得やすくなっているという点である。この背景には，冒頭に述べた文化庁による調査に加え，「文化財と地域づくりの共存」（垣内 2011:18）という文化財行政自体の変容，リゾート開発ブームの終焉，産業構造の変化と少子高齢化の進展に伴う地域社会の疲弊など，さまざまなものが挙げられる。その結果として，産業遺産が「最後に残された地域資源」（木村 2009:415）となるケースが増加したのである。

一方で，観光資源としての産業遺産の活用は，新しい境界線を地域社会の中に引くことになる。上述したような状況下では，産業遺産を観光で守り残すという掛け声に対して，積極的な反対は住民の間からも生じにくい。しかし，その内実は非常に複雑である。そもそも残すべきか否か，どのような価値を構築し伝えるべきか，どのような手法を採るべきか，さまざまな次元において地域に住まう人々は望ましいあり方を模索していく。以下，

筆者が現地調査を続けている炭鉱，鉱山の遺産を例にして説明していこう。

北海道のかつての炭鉱町において，産業遺産の保全に対する態度は，炭鉱の操業時の社会層に対応している。旧職員層（業務の管理を担う層）は，炭鉱遺産の活用に積極的な姿勢を見せることが多く，保全活用を担う住民団体で中心的な役割を担ったり，ガイドを買って出たりすることもある。一方で旧鉱員層（坑内外の現場の労務を担う層）の立場はより複雑である。自らの労働の場に対する愛着を持つ人も少なくないが，一方で彼らは過酷な労働環境に身を投じ，さらに閉山闘争の最前線に立ち続けた人たちでもあった。また，閉山後の地域社会の衰退と行政サービスの縮減などを肌で感じてきたことも，彼らの炭鉱遺産保全への態度を左右する要因になる。こうした態度は，直接的には炭鉱遺産の活用に対する公費負担の増大に対する懸念や反対の声として表れてくる。このように，炭鉱遺産の保全活用はかつての社会層の境界を再構築するという側面もあるのだ。

そもそも産業遺産とは，生産・産出から輸送，廃棄に至るまでの一連のシステムに加え，景観や関連する博物館，さらにはその産業遺産に由来する文化的行事に至るまで，有形・無形の要素にまたがって幅広く捉えられる。さらに先述のとおり，価値の構築主体に着目しただけでも多次元の文化的価値が認められるうえに，その価値は指示範囲を伴う。それゆえに，産業遺産を積極的に保全活用しようする人びとの間でも，どのような価値を選び取り，何に表象させるのかという問いに対する答えは一様ではない。また，観光を通した保全活用の手法論にも，産業遺産の特性が反映されてくる。産業遺産は，先に述べたように一般的な文化財概念と必ずしも一致しないという性格があり，それゆえにどうしても専門的なインタープリテーションが必要とされる場面がある。一方で，特に大規模に残存する遺構については美的価値が広く認められることもあり，どの程度のインタープリテーションが求められるのかという点は，その保全活用を進める主体の間に統一した見解を見出しづらい。これは根本的には，観光を「楽しみのための旅行」として捉えるのか，「学びの場」として捉えるのかという認識の差によって生じると言えよう。

このように，産業遺産の観光を通した保全活用とは，こうしたさまざまな要素を観光によって守り残そうとする運動の集合体であると同時に，観光客に向けて伝達すべき価値やその方法論についての合意形成の試みが繰り返される場でもある。その中で，運動を主体的に進めていく地域社会の中に新しい境界，つまり包摂と排除が生じることもあるのだ。

しかし，こうした境界の構築を乗り越えていくような実践も，やはり観光を通した産業遺産の保全活用の動きの中に見出せるのではないか。権力論的な視座に基づく既往研究の知見を踏まえ，地域社会の内部に生じるコンフリクトや，中央―地方あるいはナショナル―ローカルの非対称性に目を向けつつも，あくまで観光によってそれらを乗り越える可能性を検討することが，今後の産業遺産研究に求められてくると筆者は考えている。そこで，次章においてはこうした可能性を検討する。

3. 産業遺産の保全に対する観光と観光研究の役割

初めに，兵庫県朝来市生野町の生野鉱山跡の事例を紹介したい。生野鉱山の本格的な操業は 16 世紀まで遡ることができ，江戸時代は幕府直轄地でもあった。その後，官営鉱山を経て三菱に払い下げられると，日本有数の銀山として発展してきた。1973 年に閉山を迎えるが，2000 年代以降に産業遺産を活かしたまちづくりを積極的に推進し，「産業観光まちづくり大賞」の各賞も複数回受賞している。

生野においては，2011 年からインスタレーションの手法を用いた「生野ルートダルジャン芸術祭」がほぼ隔年で開催されている。産業遺産の保全活用にアートの手法を用いる事例は他にも存在するが，生野の事例に特異なことは，その主要会場がかつての鉱山の福利厚生施設であるという点だ。他の事例では，立坑や積出施設など，規模も大きく視覚的に分かりやすい施設が会場に選ばれることが多いが，ここでは「旧購買会」という売店や食堂などの複合施設の跡が主要な会場になっている。

その理由について現地でのヒアリング調査を基に考察すると，おおむね以下の 2 点に集約することができる。第 1 に，「旧購買会」が公的な保存対象から外れている点である。「旧購買会」は福利厚生施設であり，かつ建築物としての学術的価値が認められているわけではない。また，産業遺産の特性の 1 つに私的保有，つまりかつて操業を担った企業が引き続き施設を保有しているため，企業の経営的な事情がその保全の動向に大きく影響を与えるという点がある。「旧購買会」も，現在は三菱マテリアルが所有し，通常は施設の老朽化などを理由に閉鎖されて一般の人は立ち入ることができない。こうした建造物は，保全と取り壊しの狭間にあり，何らかの活用策を示していかないとその存亡が危ぶまれる存在である。ここに第 2 の点が関係するのだが，「旧購買会」はかつて地域唯一の複合的な商業施設であり，生野に暮らした多くの人はこの場所に何らかの記憶を有している。それは，産業として鉱山や，その労働体験というよりむしろ，生活に根ざした記憶である。ある関係者が，この場所を「産業遺産ではなくて記憶なんです」と語ったように，決して「産業遺産」として公の価値づけが為されていなくても，住民の「記憶」を表象する場として，「旧購買会」を保全活用としているのだ。

このように，普段は閉鎖されている空間を，地域内外の人びとに向けてアートの場として開放することで，地域住民の記憶を喚起しながら，域外から訪れる観光客に対してもその価値を訴えかける試みとして，「旧購買会」の活用の実践を捉えることができる。そして，そこで喚起されるのが産業や労働ではなく身近な「生活」の記憶であるからこそ，地域内で産業遺産保全に関与する複数の主体，つまり先に述べた「運動の集合体」が，協働して保全に取り組む余地がそこに存在する。生野においても景観保全や地域活性化，産業遺産の文化的価値を周知する試みなど，さまざまな運動が存在するが，こうした運動を担う主体がすべて関与する数少ないイベントの 1 つがこの芸術祭なのである。

続いて，産業遺産のインタープリテーションを行うガイドに着目する。各地の炭鉱，鉱

山の遺構でガイドを行うかつての労働者にヒアリングを行うと，共通する語りを 1 つ見出すことできる。それは，観光客がもっとも興味を示し，解説を喜んでくれるのは自分自身の労働の経験についてであり，こうした反応が得られるからこそガイドとしての自信もつくという語りである。

これは，真正性とインタープリテーションのあり方が変容していることを示す一例である。以前は，真正性とは国家や専門家などの権威が構築するものであり，インタープリテーションとは，権威的な真正性を伝達する手段であると見なされてきた。しかし近年の真正性研究が明らかにしてきたように，今日の文化遺産保全の現場における真正性とは，権威づけられた物質的な要素や史実のみに認められるだけでなく，ガイドの振る舞いや言説，またレクリエーションの場の中に，来訪者自身が見出していくものである。後者はこれまでは非真正なものとして捉えられてきたが，現在は真正か非真正かという二分法では捉えられない力学が文化遺産に認められるようになってきたとも換言できる。

以上のように，観光を通した産業遺産の保全活用のプロセスにおいて，さまざまな包摂と排除や非対称性を乗り越える実践も見出すことができる。それは，価値づけられた「産業遺産」の周縁にある生活の表象としての「記憶」や，公的な価値に包摂されづらい個人誌的な労働の経験に光を当てることである。肝要なのは，こうした実践が，不特定多数の人に向けて場を開くこと，あるいは地域住民と域外の人びととのコンタクトを前提として成立することである。産業遺産を対象とした観光研究は，地域社会の主体による実践の連関の中にこうした可能性を見出し，そのメカニズムについて考察していくことに意義があるのではないだろうか。

文　献

ジュディ, P. H.
2002　「文化遺産と観光」斉藤悦則訳，荻野昌弘編『文化遺産の社会学：ルーブル美術館から原爆ドームまで』pp.130-144，新曜社。

垣内恵美子
2011　「文化財保護と地域づくり」垣内恵美子編著『文化財の価値を評価する―景観・観光・まちづくり』pp.11-40，水曜社。

木村至聖
2009　「産業遺産の表象と地域社会の変容」『社会学評論』60(3): 415-432。
2014　『産業遺産の記憶と表象―「軍艦島」をめぐるポリティクス』京都大学出版会。

松浦雄介
2012　「産業遺産と文化のグローバル化」『日仏社会学会年報』22: 83-103。

Xie, P. F.

2015 *Industrial Heritage Tourism*. Channel View Publications.

みどり，景観，そして観光へ

「ガーデン・シティ札幌」を例に

中林 光司
現札幌市建設局みどりの推進部みどりの管理課
／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 博士課程

はじめに

札幌は「ガーデン・シティ」です。文字どおりの意味で都市公園数が全国 1 であり，都市公園面積が全国 2 位，身近な場所に魅力のある大型公園が配置され，市域の 63％が森林であるという事実からも異議が無いところです。また他の視点から見ると，あまり知られていませんが，開拓期から行政がみどりを保護し，公園を計画配置するなど都市計画立案の基盤として位置付け，実践してきた積み重ねが，まちの形状，景観，範囲を決定し発展に寄与した事実が「ガーデン・シティ」として定義づけられ，地域資源と考えられます。

一方全国各地では地域資源をまちづくり，「まちの顔づくり」に活用する取組みが行われていますが，成功事例と言われる他地域の都市計画，景観や手法を真似した結果，これまで受け継いできた歴史や文化が作ってきた「まちの顔」を失うといった失敗事例も多いといえます。札幌も同様に都心部には魅力的な資源が失われつつあり，官庁街，オフィス街，商店街がともに平凡な建築物と貧弱な緑化に置き換えられ，わずかに時計台，大通公園などが文化資源として認知され，本格的な開拓から 150 年を経過した現在，せっかく先人が貴重な財産を残してくれたにもかかわらず，魅力ある「まちの顔」を示してはいません。

さて，一般的に都市の魅力を再発見するためには，都市発展ストーリーや都市計画によるまちづくりの過程も重要であり，札幌においては都市軸の大通公園と創成川，明治期に配置計画された大型公園や街路，先進的な大正・昭和初期の都市計画決定などを知ることによって，見落としがちな平凡な資源が価値ある遺産やストーリーに蘇り，札幌の魅力の向上につながると考えられます。

この小文では寄附講座 10 周年にあたり，観光学高等研究センター(以下，CATS）が位置する札幌において，まちづくりにおける官民の分断というネガティブな面に始まり，それらをみどりを生かしながら解消し，国内有数の市民国際交流のまちに成長した経緯を述べます。また，未来に向け，国内外に対するみどりのまちづくりや観光の発信・受信の拠点となるための新たな観光創造を考えていきたいと思います。

1．札幌の開拓とみどり

（1）札幌の開拓及び建設

現在の札幌市域が確定する前に，1955 年（昭和 30 年）まで二つのサッポロがありました。1866 年（慶応２年）に大友亀太郎[1)]が二宮尊徳の理想を持って幕府主導により日本人が独力で切り拓いたフロンティアの地である現在東区の一部「札幌村」と，明治 2 年に明治新政府が主導し，日米両国の叡智が生み出し両国のフレンドシップによって，生み出された理想のフロンティアの地としての中央区の一部「札幌本府」の 2 つのサッポロがありました。

札幌村は当初御手作場と呼ばれ，その実践において二宮の教えである「農民に改善の自覚，人の意思を重んじること」を挙げ，「サッポロ」は理想を掲げたまちとして出発したことがわかります。大友の入地後，特筆されるのは大友堀の開削です。豊平川の支流を水源とし，南三条橋から直線で北六条に至り，そこから東北に折れ伏古川に注ぐ４ｋｍ余りで，北６条までの直線部分は現在創成川の一部になっています。重要なことは，この大友堀が，島判官が円山から望み，本府の計画を立てる基線となり，みどりのまちづくりの出発点となったことです。

（2）札幌本府と大通の誕生（官民の分断と最後の城下町）

札幌本府建設当初案は，1869 年（明治２年）開拓使判官であった佐賀藩士の島義勇が考え，図 1 のように官衙は北側に，町人街は南側に配置し，特筆すべきは，その間に大通を

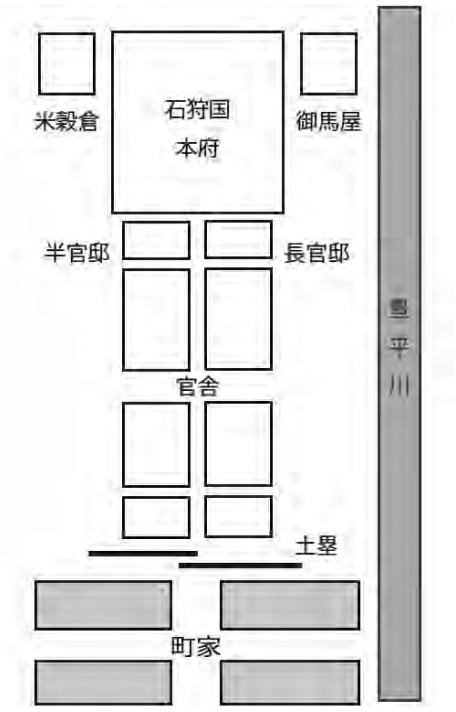


図１　石狩国本府指図（略図：『図集日本都市』「9-6　開拓都市・札幌」より中林作図）

配置するとともに，土塁を設置したことであり，宮本は札幌を最後の城下町として位置づけています[2]。土塁の設置に関して，筆者はこれを，大通を隔てて南側に存在する内なる庶民層に対しての備えであると考えます。幕末維新の戦乱で箱館戦争も終結したばかりの殺伐とした空気の中，民間側からの反乱が起こる可能性に備えたものであり，箱館の五稜郭などと異なり，専ら外敵と戦う近代戦のための砦ではなく，内政を考慮に入れた最後の城下町であり，つまり，このような官民の分断からまちづくりは始まったということがわかります。

さらに札幌本府では，明治期においても政治，経済，都市計画の実務は武士階級があたり，宮本が指摘したように江戸時代の武士の時代が去った後に，最後の武士がつくったまち，城下町として位置づけられるのです。なお，実際に本府の建設が始まってからは，民心が安定していき土塁は地図上無くなっています。1871 年（明治 4 年）には，大通が大友掘と直交する形で東西に町人街から官衙への火防を目的に幅 58 間（105m）の道路として整備されましたが，火防線として位置づけられため，意識の上でも官民の分離は解消されませんでした。

市民の憩いの場として大通が姿を現し出したのは，1876 年（明治 9 年）に西 3・4 丁目の 2 区画に西洋花を植栽し「大通花草園」としたのが始まりです。

（3）開拓時代の自然保護（今残っている身近な自然の由来）[3]

札幌近郊では公共事業用材，移住者の家屋や暖房の薪の必要性から無秩序な伐採が行われたため，1871 年（明治 4 年）に一部樹種の伐採禁止，明治 6 年に「官林」を定め樹木や山林の保護をしました。特に藻岩・円山の自然について黒田清隆開拓使長官が心配し，その指示によって保護され乱開発は免れたものの，開拓使廃止後規制が緩和され官林面積は 1915 年（大正 4 年）には 3 分の 1 に激減しました。曲折を経て 1921 年（大正 10 年）に北海道第 1 号の国の天然記念物に円山原始林・藻岩原始林として指定されたこれら自然に対し，現在は市民の保護意識も高く，生物多様性の宝庫として，またレクレーションや観光の場として，都心から望むことが可能な「みどりの屏風」を構成し都心のみどりの少なさを視覚的に補うものとして親しまれています。こうした自然と人間が近距離で共生する都市は世界的にも稀といえ，まさに世界に誇るべき価値あるこの財産を残してくれた先人たちに対し筆者は多大な感謝をしています。

（4）開拓時代の公園計画と都市計画（中心市街地の骨格形成）[4]

札幌には，日本の公園第 1 号を横浜山下公園と函館公園との間で争っている公園があります。1873 年（明治 6 年）「太政官布達」によって公園制度が始まり，それ以前 1871 年（明治 4 年）に作られた「偕楽園（現北区）」です。残念なことにほとんどの用地は財政難によって売却され，当時の面影は現在では清華亭[5]を残すだけですが，2013 年（平成 14 年）に一部買戻し偕楽園緑地として公園化しました。また北海道庁長官の岩村通俊は在任

中に「北は偕楽園，南は中島，西は円山，東は苗穂に公園を設け，その間を市街となす」[5]と，公園の配置計画を語っていましたが，残念にも苗穂公園だけは実現しませんでしたが，当時の市街地計画として中心部に大通と創成川，東西南北に大型公園など，みどりの配置により現在の中心市街地の骨格と範囲が定まりました。

2. 札幌の都市計画法の適用とみどり・公園[6][7]

（1）都市計画法の適用前後（みどりを尊重した市街地の拡大と官民の分断から交流へ）

大通が交流の場として姿を現したのは，1907 年（明治 40 年）に市民が自費で芝生と花壇を整備し，続く市民が 1916 年（大正 5 年）に自費で花壇を造成しその後行政に管理を委ねた頃と考えられ，官民協働がなり火防線から民間人が憩う逍遥地として成長しました。札幌の近代的公園整備が本格的に行われたのは，東京市の技師長岡安平に依頼し，明治 42 年（1909）に円山公園（札幌神社参拝後のリクレーションやピクニックの場であり，江戸時代の庶民の楽しみ方と近似），1910 年（明治 43 年）中島公園（小川沿いに料亭ができ風情やスポーツを楽しむ場），1911 年（明治 44 年）に大通火防線に公園設備を設置し逍遥地（現在の大通公園，都心でおしゃれをして散策を楽しむ場）が完成した時期であり，明確に市民の憩いの場・交流の場である「ハレ」の場として成長しました。

その後，1919 年（大正 8 年）都市計画法が施行され，札幌での適用は 1923（大正 12 年）になり，1936 年（昭和 11 年）に最初の都市計画街路を決定しました。創成川や新川など都市河川を積極的に取込み，広幅員街路の植樹帯オープンスペースの一部に含め，街路計画と公園緑地系統を一つの思想のもとにネットワークを形成する極めて先駆的な思想でした。また，郊外の発展に伴い風致景勝地の荒廃が進んだことから昭和 14 年（1939）に対処するため風致地区を決定し，大通逍遥地ほか 13 地区を指定しました。札幌の都市計画は，街路，風致地区，公園が密接に関連したきわめて先進的なものでした。1942 年（昭和 17 年）から翌年には，都市計画公園が 5 か所決定されました。残念なことに第二次世界大戦後には財政難や農地解放等により，広幅員街路や風致地区で廃止されたものや，公園の面積減少も多くありますが，その後の都市計画においても公園みどりや河川が尊重され，まちづくりの骨格を担っています。

（2）第二次世界大戦後の人々を元気づけた花みどりや公園

戦後復興は小公園から行われ市街地の拡大とともに身近な地域の骨格として，小公園が確保されていきました。大規模公園の復興について，特筆すべきは大通公園で，戦中戦後の殺伐とした時代のなか畑になり，その後米軍に接収され荒廃が進みましたが，1950 年（昭和 25 年）第 1 回札幌雪まつりが開催され中学生や市民によるまちの活性化がはじまり，さらに市民調査（1949 年）で花壇復旧の声は大きく，札幌市は 5 か年計画で芝生と花壇の復旧に取り組み，1952 年（昭和 27 年）には園芸店，造園業，生花店が共同で花壇づくりを

行い，1954 年（昭和 29 年）に花壇コンクールに発展し「札幌市花壇推進組合」となって現在に至っています。一般市民やこの方たちのたゆまぬ努力があり，敗戦で心が沈んでいた札幌市民はまちを活性化し，春には心を躍らせ花を育て，夏には世界でも屈指の花のまちを演出し享受する楽しさを知ったのです。なお円山公園では 1951 年（昭和 26 年）動物園の開園，1954 年（昭和 29 年）全国国民体育大会開会式，中島公園では 1949 年（昭和 24 年）からスポーツ施設建設や全国国民体育大会などにより市民を元気づけていきました。

（3）環状夢のグリーンベルト構想（無秩序な市街地拡大抑制と文化的景観群の形成へ）

この構想は完了していますが，1982（昭和 57 年）から，緑のネットワーク形成を図る目的で，市街地周辺に環状大規模緑地を確保し，併せて無秩序な市街地の拡大を抑える効果も期待した都市計画の一つです。札幌市の周囲に広がる手稲山・藻岩山・野幌などの森林緑地保全と，平岡公園（ウメ），川下公園（ライラック），石山公園（アート・札幌軟石）モエレ沼公園（アート作品・イサム=ノグチ），前田森林公園（カナール・ポプラ），サッポロさとらんど（農業公園・なりわい），百合が原公園（ユリを中心とする花の総合公園）など郊外に大規模公園を造成し，それぞれに代表する樹木・花・アート・地形により特徴を持たせました。筆者は将来年月を経て樹木や花木，建造物が品格を備え，さらに市民が携わる事によって価値を増し，文化的景観群として成長していくものと考えています。

3. これからの「ガーデン・シティ札幌」と観光創造へ

以上述べたように札幌は単にみどりが多いだけでなく，みどりがまちづくりの骨格を支えてきた「ガーデン・シティ」であることが理解いただけたと思います。札幌は日本で数少ない計画都市であり，その計画の手法でも類まれな自然・人工両者のみどりを利用してきましたが，現在我々は，先人が残したこの貴重な遺産を食いつぶしつつあると感じています。大通は官民分断政策から生まれましたが，行政市民のたゆまぬ努力により時を経て交流の場に発展しました。しかし現在の政策において経済に目が行き過ぎ，今や市民が安らげないイベント会場に成り下がっており，市域にある行政の新建築でさえみどりの伝統を忘れた貧弱なみどりを多々見せつけられます。翻って東京や米国大都市では緑化による資産価値の向上が図られ，それに伴ってアメニティが確実に向上しています。札幌でも官民協働で作った交流の場を代表する大通花壇のように古きを訪ね新しきを知る「ガーデン・シティ」ストーリーに立ち戻ると，自ずと将来設計が見えるはずです。希望ある一例として「札幌市北３条広場」の整備があります。この通りは旧赤れんが庁舎に通じるブナの木ブロック舗装の街路で，当時植栽したイチョウの９割が現存しています。2011 年（平成 23 年）に赤レンガ舗装で広場に改修しましたが，「ガーデン・シティ」ストーリーを生かしたシンプルなデザインと品格のあるイチョウにより好感が持て，利用者の人気も高いと聞いています。このように原点であるストーリーを生かし，シンプルで且つみどりを基

調にした官民協働のまちづくりに立ち戻ると魅力ある資源に蘇ると考えています。

筆者は修士論文において，札幌は米国と日本のフレンドシップによって作られたまちであると論じ，米国人や新興国のヒントを提供する場として観光誘致に生かすべきと述べましたが，さらに札幌は開拓期の米国からの指導だけでなく，都市計画法や大規模公園建設を依頼した技師のように海外の法や事例を広い視野で学んだ人々の成果を真摯に守ってまちづくりが行われました。この経験，つまり「ガーデン・シティ」ストーリーに基づくみどりによるまちづくりの軌跡を，国内外に向けたスタディ観光として発信するだけでなく，新たなまちづくりの情報を全世界から受信し，より良いまちとして，またさらなる交流の場として発展するための新たな観光創造を提案していきたいと考えています。

最後に，筆者は造園技師として公園の計画・設計・建設・管理やまちづくりをしてまいりましたが，CATS と出会うことができ，そして JR 東日本，JR 北海道の皆様がその CATS および観光創造専攻を支えていただいたおかげで，広く知識を得，広い視野からものを考える機会をいただきました。ここに感謝の意を示して締めくくりたいと思います。

注

1）大友亀太郎（1834-1897）：相模国大友村（現神奈川県小田原市西大友）に農民の子として生まれ，二宮尊徳の孫弟子として門下に入り，仕法を学んだ。蝦夷地開拓の幕命を受け札幌の開拓を行った。
2)「図集日本都市（1993)」　「9-6　開拓都市・札幌」参考
3）さっぽろ文庫 12『藻岩・円山（1980)』　「藻岩・円山の歴史」参考
4）さっぽろ文庫 64『公園と緑地（1993)』　「公園のあゆみ」参考
5）清華亭：1880 年明治天皇の北海道行幸（ぎょうこう）の際の休憩所として和洋折衷で現在地札幌市北区北 7 条西 7 丁目に建築された。開拓時代の代表的な建築物で現在も建築時と同じ場所にあり，開拓使のマーク五稜星が刻まれている。一時期，民間に払い下げられていたが，保存のために市民有志の寄付金によって札幌市へ譲渡された。
6)『札幌のみどりづくり（2001)』参考
7)『札幌のまちとともに歩んだ公園（2011)』参考

参考文献

越澤明編
　2001『札幌のみどりづくり』札幌市
岩崎敏夫
　1970『二宮尊徳の相馬仕法』錦正社
宮本雅明

2005 『都市空間の近世史研究』中央公論美術出版
小野洋一郎
1986 『報徳の人　大友亀太郎』北辰堂
(社)日本造園学会北海道支部監修
2011 『札幌のまちとともに歩んだ公園』札幌市
札幌市教育委員会編
1980 さっぽろ文庫 12『藻岩・円山（1990)』
1989 『新札幌市史第 1 巻』札幌市
1990 さっぽろ文庫 50『開拓史時代』北海道新聞社
1991 『新札幌市史第 2 巻』札幌市
1993 さっぽろ文庫 64『公園と緑地』北海道新聞社
高橋康夫、宮本雅明他
1993 『図集日本都市』東京大学出版会

「建築創造と観光創造」

宮城島 崇人
建築家（宮城島崇人建築設計事務所主宰）
／北海道大学国際広報メディア・観光学院観光創造専攻 後期博士課程

1. 建築学と観光学

私は学部，修士と建築学（意匠）を専攻し，現在は建築設計事務所を主宰しています。修士過程を修了後，博士課程の学生として，畑違いの観光創造学へと足を踏み入れたのは，いくつかの理由があります。

ひとつめは，定住人口を根拠に計画する都市やまちの在り方に閉塞感と限界を感じていたことです。日本の各地で人口が減少するのが明らかになりました。しかしながら例えば北海道上川郡美瑛町では，丘に広がる雄大な農業景観を求めて，人口 1 万人のまちに 120 万人を超える観光客が訪れ，その数は年々増えています。観光客とひとくちに言っても，国内外からの短期旅行者をはじめ，都会と農村を往復する二地域居住者，中長期間滞在する移住体験者，季節労働者，新規就農を目指す研修者などさまざまです。来訪する季節，期間，周期，町への関わり方もそれぞれ違っています。そうした流動人口のダイナミズムをまちの特徴として捉えることで，新しい建築や都市空間を創造できるのではないかと考え，「農業と観光を媒介とした新たな都市空間の提案」という題名の修士論文にまとめました。多様な滞在者を，異なる滞在周期をもった住人と捉えれば，これまでの「住民と観光客」という認識では捉えられなかった，新しいパブリックスペースの可能性や，特徴的な地域空間の可能性などが見えてきます。それらを可能にする，持続的で伸縮性のある空間的な枠組みを考えました。その過程で，観光創造に出会い，建築家・研究者として関わりながら，地域の現場を知り，新しい建築や都市空間を考えたいと思うようになりました。

ふたつめは，観光創造の根底にあるものが，多様性を肯定する価値観であったことです。観光創造学は，観光イノベーション研究と観光デザイン研究に大別され，その内容は，ライフスタイルや観光産業のイノベーション，持続可能な地域のマネジメント，地域の文化や教育の質を高めることなど様々ですが，基本的には，その場所にあるヒトやモノやコトを材料に，いかに資源化するかを考えます。その点で，建築が敷地や周辺環境のポテンシャルを引きだながらその場所固有の状態をつくろうとする（それでいて，普遍的な価値や魅力に到達させようとする）こととよく似ています。ここで意味しているのは，特産品を生み出すなどという狭義の資源化ではなく，環境に対する生き方そのものを見つめなおすことです。均質化に抗い，多様性を創造することが付加価値になります。安易な合理性を

振りかざしてはいけません。人口減少に伴い，コンパクトシティの合理性が叫ばれるなか，様々な理由で北海道に移住した人たちに出会う機会がありました。そこで，自分の生きる場所（或いは死ぬ場所）をみずから選び，そこに力強く生活を築く様を目の当たりにしたことがあります。建築や都市はそうした人たちの自由を奪うものであってはいけないと強く思いました。

みっつめは，そうした新しいフィールドに建築家やデザイナーがいないことでした。観光創造は地域創造の側面があります。ソフトをいかに練ろうが，コンセプトがいかに美しい文章でかきだされようが，最後は空間になって立ち現れるものです。そこでは言うまでもなくアウトプットの質が重要になります。また，企画の段階においても，空間的にうまくいく，いかない，という視点は有用です。さまざまな専門家が集まり，知恵を出しあってプロジェクトを進めるうえで，企画・構想段階から建築的な想像力を与えることが，プロジェクトの質を変えます。また，建築創造そのものも，定住人口や流動人口の関係や，人々の生活や交流における最先端の変化などに触れることで，新たな時代を感じさせるものに変わります。そうした協働の只中に身をおくことは，建築創造にとっても観光創造にとっても意義があると思いました。全てが決まってから，条件に従って（もちろん初期条件を無条件に信頼することはありませんが）設計だけを請け負う，という旧態依然とした建築の生まれ方も変えてゆく必要があります。

以上のような問題意識を持って，2011 年からの 6 年間，建築創造と観光創造に関わる様々なプロジェクトに取り組んできました。ここでは特に先述の北海道上川郡美瑛町での実践を中心に，トピックごとに整理したいと思います。

2. 必要性を超え，あったら良いものを発想するまちのリノベーション

多くの市町村が，定住人口の減少と流動人口の増加に直面しています。そこではインフラのありかたも従来の発想から抜けださなくてはなりません。美瑛町では，電線地中化を伴う，目抜き通りの再整備計画があり，そのための調査研究とデザイン提案に取り組むことになりました。対象の通りは，昔ながらの商店が並び，美瑛駅から十勝岳に向かってまっすぐに伸びる“山当て”の道です。役場や銀行などにアクセスするために欠かせない道ですが，通過交通は多くありません。維持費のかかる道路を単なる交通のインフラとして再整備するのはもったいない気がします。自動車のための道ではなく，自動車と人を等価に扱うことで，散歩道のような気持ちの良い道にすることができるのではないでしょうか。時には広場やイベントスペースのような，人々の活動の場となる，広義の“道空間”とするのが良いと考えました。そこで，車歩道の明確な区別を無くし，縁石も取り払ってフルフラットにします。これで除雪の障害は一切ありません。舗装は，脱色アスファルトやインターロッキングなどを用いて広場が連続するようなデザインにします。街路樹は，ゆるやかに車道と歩道を分節するので，ゆったりとした散歩道のような空間です。最近特に目立

ってきた外国人による町内の自転車観光を受け入れたり，人口規模を超えたイベントをも受け入れたりすることができるインフラになります。人の気配が感じられる通りは，居住環境としても良好で，町内に必要な老人福祉施設などの立地として最適です。積雪寒冷地に適した，移動できる植樹帯も提案しました。自由に移動できる植樹帯は冬季間，道沿いのポケットパークや町内の施設内に収納することができます。



図 1　美瑛 Shared Space の提案（左より，広場が連続するような道空間，山当ての道を活かした散歩道のような通り，移動可能な植樹帯）

こうした道空間の在り方はシェアードスペース＝Shared Space と呼ばれ，ヨーロッパを中心に，理論的にも実践的にも検討が進んでいます。これまでの交通工学は，道路を自動車・自転車・歩行者の専有部分に分け，それぞれにルールを定めて標識で示し，安全と流動性を担保していました。ところが，それぞれがそれぞれのルールを盲信し，互いにコミュニケーションをやめてしまったことによって思わぬ重大事故が起こるようになります。Shared Space は，道路を切り分けるのに必要だったルールや標識を全て取り除いてしまい，互いにコミュニケーションを取ることによって安全性を確保するという逆転の発想にたっています。こうした特別な道空間を実現するには法規の乗り越えや，利用者である町民が根気強くルールづくりに加わることなどが必要になります。 残念ながら本提案は，そうした検討をすることが叶わず，実現には至りませんでしたが，Shared space や動く植樹帯のアイデアは町内に定着し，町内の他の計画に部分的に応用されるようになりました。

3. プログラムデザインと空間デザインを並行して行う，定住促進と交流のデザイン

美瑛町は観光客の増加に対処する一方で，定住促進のための市街地活性化の施策を続けてきました。両者のバランスをとることは非常に重要です。魅力的なまちは，町民がまちを闊歩し，まちの豊かさを謳歌しています。美瑛町の市街地では，観光客の姿は目立ちますが，町民の振る舞いはなかなか見えてきません。町民がまちの中心で堂々と振る舞える

空間が，美瑛町には必要だと感じました。こうした視点は，定住人口と流動人口の両者を意識したことによって明確になった点だと思います。

市街地に既に廃業した旧スーパーマーケットがあり，その利活用をめぐって調査提案を行いました。まず，目抜き通りに建つ旧スーパーマーケットは，まちが行ってきた市街地活性化や居住環境整備の施策の効果をより引き出すようなポテンシャルを持つことを明らかにしました。そのポテンシャルを活かすように，地域のニーズを掘り起こしながら，活用のための検討を重ねた結果，町民の活発な芸術活動を支援するギャラリー，育児支援スペースを核とする町民のためのリビング空間，音楽活動ができるカフェからなる，多世代交流や情報発信を行う新たなコミュニティ空間として再生させる方針にまとまり，2015 年 8 月に「丘のまち交流館 “bi.yell”」としてオープンしました（基本設計・実施設計・監理を建築士として担当)。その検討の過程は，誰がどう使うかというプログラムのデザインと，それをどのような空間で行うかという，空間のデザインを並行して行うものでした。例えばひとくちにギャラリースペースといっても，“どのような”の中には無限の可能性があります。それを，空間のイメージ（それは見え方，感じ方，使い方でもあり，こんなこともできる！という可能性そのものでもあります）とともに検討します。その過程で，所有者が処分を決めていた町内の軟石倉庫を材料として利用するなど，いろいろなアイデアが盛り込まれてゆきました。



図２　プログラムと空間のデザインプロセス

そうした検討の結果，ほとんど間仕切り壁がなく，多様なシーンが連続する開放的な居場所が実現しました。多世代がそれぞれの居場所を見つけ，お互いの存在を感じながらも居心地よくいられる，公園のような伸びやかで寛容なスペースです。また，本施設は先述の通り観光客ではなく，町民が堂々とまちの真ん中で過ごせる場所をイメージしました。そうした町民の存在感や活動の様子は，建築の外観からも感じることができます。改修にあたっては，既存躯体を，構造的に独立した大屋根状の新規構造躯体によって覆う構成とし，既存建物の屋根を撤去することによって全体を軽量化し，耐震性を向上させました。新設の大屋根にはトップライトを設け，内部空間に光を導き，ルーバーで拡散される光が刻々と変化する光の領域をつくりました。また，先述の石蔵は，石積みの意匠を踏襲しながら，独立した自立壁に再利用し，石蔵の佇まいや空間体験を継承させました。本施設を，まち並みと開放的に連続した親しみやすいものにするために，かつて町民に親しまれたスーパーマーケットの明快な構造フレームを前面にみせつつ，その内側にロッジア（少なく

とも一方が吹き放しになっている廊下）やバルコニーなどの半外部空間を設け，前面広場や通りと一体利用できるようにしました。このように，集団の記憶を引き継ぎ，新たな空間と体験に再構築するように，この建築はかたちづくられています。



図３　丘のまち交流館“bi.yell”（左から，広場よりみた建物正面，元石蔵をつかった独立壁による風除室，二階の団欒スペースと子供の遊び場）

4. 多様性のある創造を生む議論の下地をつくる

地域にはそれぞれ特徴的な風景があります。多くの場合それは，地形などの環境と人々の営みが密接に結びついてかたちづくられたものです。その場所の環境や慣習に深く関わった建物は，風景と分かちがたく魅力的に見えます。

美瑛町は，平成 15 年に「美瑛の美しい景観を守り育てる条例」を施行しましたが，景観法に先立った条例であったため強制力が無く，その間，丘には移住者の住宅やペンションなどが増加し，風景は変化しました。そこで，景観計画を新たに策定し，条例を改正することになりました。環境や営みが変われば風景も変化します。魅力的な今の風景を維持するための施策と同時に，変化をデザインすることもまた大切です。

景観計画は，「景観に良くない影響を及ぼす可能性があるものを事前に取り除く」ことにおいて強い効力を発揮しますが，「景観や環境をより良くするものをつくりだす」ことは苦手です。建築設計は後者にあたる創造であり，その創造性は誰もに開かれているべきですが，そう簡単に答えはでません。むしろ常に問い，変化すべきものです。そこで，ゴールを決めることよりもスタートを共有することのほうが重要だと考えました。例えば，地域の風景が形成されたプロセスを理解したり，既にある建物を観察することで，土地利用や建物配置といった，環境との関わり方の知恵を学ぶことができます。そうした現状の特徴を共有できれば，建物の専門家でなくても議論に参加することができます。現に，景観審議会では様々な専門家や，役場職員などが，あがってきた計画案について意見を出し合います。そうした状況を踏まえ，創造性を育てるための枠組みを示すことを試みました。

まず美瑛町内の 6 区にわたり，現存する建物 370 戸あまりを対象に，建物の建ち方と周辺環境の関係を観察しました。ある農家の建物は，丘から吹きつける風や土から住宅を守るために，地形をうまく利用して建物の位置を決め，さらに防風林を効果的に配置していました。このように建物の建ち方には環境と向き合うための知恵がたくさん秘められてい

ます。こうした事例を参考に，建物と道路，畑，防風林，地形などの関係を整理していくと，共通の特徴を持つものが複数見つかり，それらをグループ化した結果，全部で 10 種類の代表的な建ち方を見出すことができました。さらに，農家へのヒアリング調査，建物の年代的傾向，産業とインフラの変化から，グループどうしの関係性を捉え，美瑛町の建物の「建ち方分類図」として体系化しました。「建ち方分類図」は，建物の図鑑のように，現在の美瑛町の景観を形成している建物の全体像が示されています。グループのなかでも，特に周辺環境と調和し，環境との関係に知恵を見いだせる事例を「good examples」として抽出しました。「good examples」は，その特徴的な建ち方がスケッチにわかりやすくまとめられています。新しい計画を行う際にこれを参照すると，どのようなことに配慮するとよいのかというヒントが得られます。

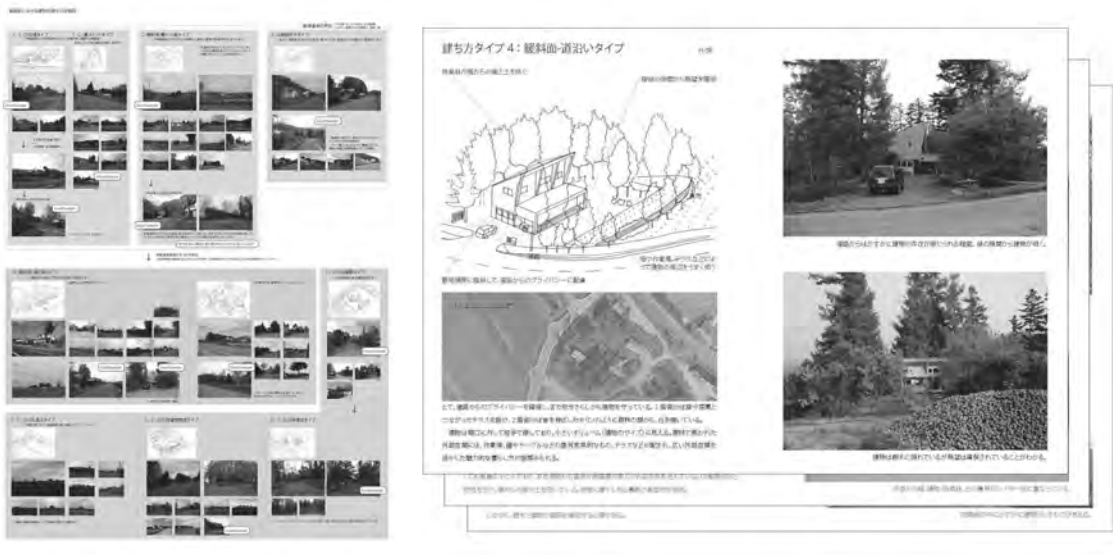


図 4　「建ち方分類図」と「good examples」

5. 建築創造と観光創造

以上のプロジェクトは，どれも定住者と来訪者の双方の目からまちを見直すことによって，特徴的な施策や施設に結びつきました。美瑛町は，1970 年代より徐々に観光地として注目されはじめましたが，外からの目にさらされることが，自らの生業や環境の固有性に気づくきっかけのひとつになりました。その気づきは，地域の固有性をどのように維持し，伸ばしていくか，さらにそれらが表現できているのか，という問いに変わります。このプロセスは大変重要で，この機会を利用しない手はありません。「建物分類図」と「good examples」を見た町民は，確かに美瑛の風景はこうした建物によってできていると感心していました。何気ない日常の風景が体系化され，言葉が与えられたことで，みずからをとりまく環境により意識を向け，それに対して能動的に関わるいとぐちを発見することがで

きます。観光をきっかけにして呼び起こされた気づきや問いを，観光イノベーションや観光デザインに昇華させ，地域創造を目指すのが観光創造だとすれば，その中には，新しい時代の建築や都市空間の創造がセットになるべきだと思います。さまざまなフィールドに関わり，異分野の専門家たちとひとつの課題に向かって協働することを通して，建築創造と観光創造が拓く未来を描きたいと考えています。

秘宝館研究と北海道

妙木 忍
東北大学大学院国際文化研究科准教授

1．秘宝館研究を志す

私がまだ，東京大学大学院人文社会系研究科の大学院生だったころのことである。旅の文化研究所第 12 回公募研究プロジェクトに「温泉観光地と秘宝館文化―秘宝館文化の歴史と現状」が採択された。2005 年 4 月 1 日から 2006 年 3 月 31 日までの研究期間は，北海道から九州までフィールドワークをしながら訪ね歩いた。岩手県遠野市の山崎の金勢様（金精様）に記念スタンプがあったことや，愛媛県宇和島市の多賀神社性文化財資料館（凸凹神堂）のコレクションに圧倒されたことや，三重県伊勢市近郊の元祖国際秘宝館伊勢館に医学模型や性的な展示があったことが 20 代前半より気になっていた私は，これら「性の観光化」とも呼べる現象の中でもとくに秘宝館を，社会学の観点から研究しようと思い，研究助成に応募したのだ。応募書類の中には，この研究課題に関して指導教員が作成した推薦書が必要で，上野千鶴子先生に相談したら，快諾してくださった。学生が解きたい問いは，どんな問いでも尊重してくれる先生だった。公募研究に応募するにあたって，フランスを訪問し，パリの性愛博物館と日本の秘宝館の違いを感じ，ますます日本の秘宝館の特質に関心を寄せるようになった。

大学院のゼミで，仮説検証型の研究と仮説生成型の研究があると習った。私は，博士論文研究として進めていた「ライフコースの多様化が生み出す女性間の対立と葛藤に関する研究」では仮説を立て，それを検証するかたちを採った。一方の秘宝館研究は，仮説も立てられないほど謎が多く，研究をしていく過程で仮説が生まれる生成型のかたちを採った。一年間の個人研究では，2005 年当時日本に残っていた 7 館の調査に加え，跡地調査もおこなった。

解くべき問いはまだあり，謎は深まるばかりで，まだまだ研究が必要だと思っていたときに，北海道大学観光学高等研究センターの学術研究員を務めさせていただくことになった。2006 年 5 月 1 日から 2007 年 3 月 31 日までを札幌で暮らした。北海道秘宝館の調査でたびたび札幌を訪れていた私は，札幌という土地は研究にとって重要な場所であり，また，たくさんの方にすでにお世話になっており，安心して，迷いもなく北海道に暮らしたのである。その年はまさに，センターが発足した初年であり，センター長の石森秀三先生と事務の方と私で三人だった。その 11 カ月間はかけがえのない時間となった。石森先生や翌年度から始まろうとしていた大学院に関係する先生方との交流の時間は貴重で，有難いものだった。

2. 「おんなの広場」「おんなの遊園地」—北海道秘宝館

研究を進めるなかで，日本で初めて等身大人形を用いた秘宝館である元祖国際秘宝館伊勢館（1972 年開館）には医学模型があったことと，医学模型と性的な展示が同じ業者によって納入されていたことが経理台帳記録からわかった。また，伊勢よりも後に，温泉観光地に発達した秘宝館（別府秘宝館，北海道秘宝館，熱海秘宝館，鬼怒川秘宝殿，嬉野武雄観光秘宝館）には医学模型がないこと，しかし等身大人形を用いた展示様式は継承されていること，展示初期段階（入り口）に道祖神や金精様が置かれていること，などがわかってきた。

そこで私は，秘宝館の起源には医学展示があるのではないかという仮説を立て，その後，医学的要素が除去されていった過程を解明したいと考えた。日本における，身体模造の造形表現の歴史のなかで，秘宝館はどのように位置付けられるのかという点についても関心を持った。

私がとくに注目したのは，「東宝」出身者が率いる「東京創研」が携わった秘宝館だった。彼らが作った秘宝館には，ユーモア，パロディ，地域性，笑いの要素がちりばめられていた。ハンドルを回すと下から風が吹いてスカートがめくれるなどの訪問者参加型の展示は，大人の遊園地（遊艶地）とも呼べる要素を備え，訪問者同士のコミュニケーションを生み出した。

この会社は，私の調査開始時に残っていた秘宝館のなかでは，別府と北海道の秘宝館の改修と，嬉野と熱海の秘宝館の施工をおこなっていた。これらの秘宝館が 1976 年から 1983 年までに開館していた事実は，ジェンダー研究の観点からさらに私の興味を引き出した。というのも，戦後下がり続けた女性の労働力率が上昇傾向に転じたのが 1975 年だったことや，有配偶女性の労働力人口比率が過半数の 51.3%を記録したのが 1983 年だったという統計的データを思い出したからである。

彼らが手がけた秘宝館は女性客を意識していたという。田中聡さんと（「東京創研」代表を務めた）川島和人さんのインタビュー記録が『ニッポン秘境館の謎』（晶文社，1999 年）に残っている。私もまた，川島さんと一緒に仕事をしていた方々にインタビューをして，同様の証言を得ていた。秘宝館のパンフレットにまで，それを明記したのが北海道秘宝館だった。「おんなの広場 OPEN!!」「世界で初めての“おんなの遊園地”誕生!!」と書かれたパンフレットを北大で広げて見せたとき，ある女子学生がそれに見入った。その学生は，パンフレットにある「北海道秘宝館周辺の観光ガイド」と書かれた絵を指さして，「先生，この地図で北海道秘宝館の前に立っている人も，女の人ですよ」と言った。私もそこまでは気づいていなかったので，小さな絵を見ながら二人で驚いた。目を閉じ，口元に笑みを浮かべた，ピンクのタイトスカートの女性の全身像が横から描かれている。北海道秘宝館の入り口にあった観音様に向かって，手を合わせているようにも見える。秘宝館と女性の旅，この結びつきは意外だろうか？

私は秘宝館を生み出した時代，秘宝館を作った人たちの人生（ライフヒストリー），秘宝館と女性の旅の関係についても，もっと知りたいと考えるようになった。観光学高等研究センターに在籍したときの調査研究としては定山渓温泉を分析対象とし，団体旅行の盛衰にともなって変化を遂げた文化として，料理の文化，芸者さんの文化，娯楽施設（秘宝館）について調査をした。

北海道の調査を継続している最中，2007 年 1 月に，センターの事務の方が，私の研究に関係があるのではないかと言って，一枚のチラシを渡してくれた。それは，北海道大学総合博物館でムラージュ（蝋製皮膚病模型）が一般公開されるにあたっての，土曜市民セミナーのチラシだった。私はそのおかげで展示についての講演を聞くことができ，伊勢にある医学模型がムラージュにそっくりであることに気がつき，すぐに伊勢に飛んだ。伊勢の秘宝館の松野憲二さんに，この展示が持つ意味について力説をした。2007 年 3 月 31 日に伊勢の秘宝館が閉館したとき，医学展示のうち 23 点を譲り受け，国内の研究機関に寄託した（2007 年 6 月 21 日）。寄託先のことで，北海道大学総合博物館の湯浅万紀子先生が相談にのってくださり，寄託をお願いする際の文書を添削してくださった。もしあのとき，ムラージュのチラシに出会わなかったら，永年保存をするという発想には至らなかっただろうし，実現もできなかったことだろう。私が観光学高等研究センターに在職した 11 カ月の間に，伊勢の秘宝館が閉館し，北大がムラージュを公開し始めたという偶然も，不思議でしかたなかった。

3. 北海道に戻り，秘宝館から日本社会を見る

私は 2007 年 4 月に東京に戻り，博士論文の執筆に取り組んだ。「ライフコースの多様化が生み出す女性間の対立と葛藤―戦後「主婦論争」を通して―」という博士学位請求論文は，2009 年 6 月 18 日に学位が授与され，その秋には，『女性同士の争いはなぜ起こるのか主婦論争の誕生と終焉』（青土社，2009 年）が刊行された。その後，東京で大学の非常勤講師をしたり，高校の英語の非常勤講師をしたり，ホテルの売店でアルバイトをしていたが，就職がないことは覚悟の上で研究を始め，やりたい研究を続けてきた私は，後悔もなかった。時間や調査費がなく，調査を中断した時期も長い。けれども，秘宝館への想いを持ち続け，問いへの関心をあたため続けることだけは忘れなかった。

土日だけでも研究をしたいと思い，北海道大学創成研究機構の特定専門職員として再び札幌に移り住んだのは 2012 年 7 月のことだった。その後，特任助教となり URA（リサーチ・アドミニストレーター）の仕事に携わった。

その後，北海道大学大学院文学研究科に 2013 年 6 月 1 日から 2014 年 3 月 31 日までの任期で，助教として勤務した。この 10 カ月は，秘宝館研究に専念した。秘宝館という窓から見える景色とはどのようなものか。秘宝館を通して，日本社会や日本文化を見てみることにした。2014 年 3 月 21 日，2006 年 6 月の学会発表のときに声をかけてくださった出

版社のもとで，本を刊行した。『秘宝館という文化装置』（青弓社，2014 年）である。8 年間も待ってくださった。文学研究科の図書出版助成もいただくことができた。

文学研究科に在職したときに，北海道大学 CoSTEP の川本思心先生（現在は理学研究院）と出会った。川本先生は，この研究に関心を寄せてくださり，サイエンスカフェで秘宝館について考える機会も設けてくださった。

文学研究科の次は，2014 年 4 月 1 日から，北大国際本部留学生センター（現・国際教育研究センター）で 2 年間勤務した。そんなある日，北海道新聞に書評が載った（2014 年 5 月 18 日）。書評や関連記事の記録は，私が文学研究科を離れた後も，研究推進室の森岡和子さんに学内便や郵送で記事のコピーを送り続け，文学研究科・文学部サイトにあるウェブ版「書香の森」に記録を残してくださっている。

4. 失われゆくものを記録するということ

研究を一通り終えて，新たなお題をいただいた。それは，北海道大学総合博物館の山下俊介先生からのものだった。山下先生は，2016 年 12 月 2 日に北海道大学総合博物館の第 5 回博物館研究会「娯楽観光施設の研究と記録化」を企画してくださった。そのなかで私は，「秘宝館の記憶・記録・分析―研究者が失われゆく文化遺産に向き合うとき―」という題で講演をさせていただき，対談の機会もいただいた。

私はこの研究会に向けて，それまであまり考えてこなかった，「記録化」という論点に向き合うことになった。失われゆくものを分析することの困難，資料の保存，記録のあり方について，私はこの 10 年間を振り返ってみた。思い返せば私は，研究を進めると同時に，どんどん失われてゆく秘宝館とその現実に直面するたびに，何かできないかと考えて，行動してきたように思う。というよりも，研究を進める過程で，その重要性にいつの間にか気づいていったように思う。失われていく現実も分析の対象としながらも，保存について考えようとしたのは，その切実さに迫られたからだったのかもしれない。それゆえに私は，医学模型の保存先を探したり，閉館する秘宝館の展示物や文書を，一部譲り受けたりしたのだろう。

秘宝館がもはや熱海にしかなくなった今となっては，何気なく集めたパンフレット，調査で書き込んだノート，フィルムで写した写真，譲り受けた展示物や文書，文字による分析でさえも，過去の状況を示す貴重な資料となりうる。しかし私は，秘宝館の体系的な記録化については十分考察できていなかったと思う。それは，これからの長い検討課題となりそうだ。

写真や映像の専門家，秘宝館に関心を寄せる人々も秘宝館の記録を残そうと試み，実際に残してきた。嬉野武雄観光秘宝館が閉館した 2014 年 3 月前後は，新聞や雑誌が秘宝館を取り上げた。失われようとしたときに初めて光が当てられることを複雑な思いで見守った。秘宝館の展示物を大切にしている方にも出会った。福岡市美術館の学芸員の山口洋三さん

は，嬉野武雄観光秘宝館に展示されていた嬉野弁財天の蝋人形を保存している。山口さんが企画した「彫刻／人形」展を 2015 年 8 月に福岡まで見に行ったときに，その弁財天さんが中央に展示されていたことが印象的だった。香川県の直島に行けば，大竹伸朗さんがプロデュースした直島銭湯「I♡湯」があるが，その中の，男湯と女湯のしきりに北海道秘宝館入り口にあった象が飾られている。いつか将来，秘宝館が再検討される時代が来た時に，日本各地に保存されている資料や展示物が生き生きとよみがえるような気がしてならない。そのときには私の研究してきた記録や私が集めた資料も，日本文化の一側面を表すものとして，役に立つかもしれない。

秘宝館における女性の身体表象を批判することはたやすいかもしれないが，私はそれをしなかった。秘宝館のありのままの姿に向き合い，それが生まれた時代とそれを作った人たちの人生に関心を寄せたからである。秘宝館を低位に位置付けようとする方もいるだろう。けれどもそれは，なぜ秘宝館を低位に位置付けようとするのかという新たな問いを私にもたらしてくれた。私は秘宝館をめぐる問いを解くのが楽しかったので，誰に何を言われても平気だった。

秘宝館研究は，イタリアやフランスの医学展示の研究に私を導いた。最近は，女性の身体表象と医学博物館の調査を始めている。秘宝館とヨーロッパの医学模型のつながりについては，北海道社会学会の学会誌『現代社会学研究』Vol.29（2016 年 6 月）において，坂無淳さんが書評で問うてくださり，私もリプライを書いた。というのも，『秘宝館という文化装置』にはその研究の兆しが読み取れるものの，秘宝館との関係が十分に論じられていないからである。医学と女性に関するテーマは，2006 年 1 月から抱き続けたテーマであり，細く長く続けてきたテーマである。この研究は，2014 年 4 月から再開したところだ。

秘宝館の本を書いた後も，新たな論点を再発見する日々が続いている。北海道大学大学院文学研究科の武田雅哉先生と出会い，武田先生とその共同研究者の皆さんと，乳房の表象をめぐる討論に参加させていただいている。また，文学研究科の近藤智彦先生とともに，伊勢の秘宝館にあったギリシャ神話コーナーの展示物を通してギリシャ神話がどのように受容されたのかについての考察を始めることができたことは，私にとって大きな転機になっている。観光学高等研究センターの山村高淑先生には長くお世話になっており，2014 年の TOYAKO マンガ・アニメフェスタでのイベントや，2014 年度公開講座の連続対談などで秘宝館について考える機会をいただいた。最近では，コンテンツツーリズムの観点から身体の展示を考える機会をいただいている。私がこれまでに分析できなかったような視点を，秘宝館の分析に取り入れてみたり，秘宝館を素材として考えてみたりすると，新たな発見があるかもしれない。その意味において秘宝館は，何度でも分析されうると思う。

このように，私の秘宝館研究は，北海道という土地や北海道大学という研究環境の中であたためられて，育てられてきた。その原点に，観光学高等研究センターがあったことは，言うまでもない。

どんなに小さな問いでも，それを解きたいと思う人がいる限り，その問いは解かれることになる。失われゆくものをとめることはできないが，それを分析することはできる。そこから日本文化の豊かさを発見することや，未来を展望することは，可能であると私は思う。

おわりに

山村 高淑
北海道大学観光学高等研究センター 教授

今回編者のひとりとして，本叢書の編集に携わらせていただいたことに，まずはこの場を借りて心から感謝申し上げます。専攻立ち上げにご尽力いただいた諸先輩方から，本専攻で博士号を取得され学界の第一線で活躍されている気鋭の若手研究者の皆さんまで，本当に多様で刺激的な論考をご寄稿頂きました。著者の皆様ひとりひとりの，深く広い思索の旅の記録が，専攻の10年間を濃縮するようなかたちでこの一冊に刻まれていると思うと，ただただ感慨無量です。

そして改めて確信したことがあります。この多様性こそが，そして多様性を尊重しあう風土こそが，創造性を生む原動力なのです。自ら理解できない相手の思想を，批判・非難することは簡単です。しかし，それでは何も生まれません。そうではなく，非難をする前に，相手に興味と敬意を持ち，なぜ相手はそう考えるのか，なぜそんなことを思いつくのか，想像力を働かせることなのです。すると相手との関係性は劇的に変わります。自分の中の考えもそれに触発されて，新たな光を放ち始めます。

本叢書を，文章の寄せ集めで，論点がばらばらだと批判することは簡単です。しかしそのばらばらさこそが，そしてばらばらさを許容しお互いに尊重する風土こそが，わたしたちの専攻の素晴らしさなのです。本叢書は，そのことをあらためて私に気付かせてくれました。

誤解を恐れずに言えば，観光研究に課せられた極めて重要な現在的使命のひとつは，他者・異文化との接合面をフィールドとし，他者・異文化との接触を，多様な価値観の尊重へと導くための仕組みを探ることに他なりません。だからこそ，観光創造専攻に学ぶわたしたちは，その学問的アプローチの根底に，多様性と寛容性の双方をゆるぎなく持ち合わせているはずであり，またそうあるべきなのです。そしてさらに，異文化に対する敬意を持ち，人間と文化に対する深い洞察力と，「もし自分が相手の立場だったら」という想像力を育む必要があるのです。

他者・異文化との接触を，「反発・拒絶」「無関心」ではなく，如何にして「対話・交流」へと導くことができるのか。グローバル化，ボーダレス化が進む中，この命題はますます重みを増すばかりです。わたしたちの専攻が築いてきたものが，微力ながらもこうした課

題の解決に貢献できるものであればと思います。

我が国の大学ならびに大学教育は大きな過渡期にあります。そんな中でのこの 10 年間，教員，院生は，観光創造という全く新しい教育・研究のあり方を一緒に模索し，悩み，笑い，泣いてきました。それは決して誇張ではありません。

そして，個人的な感想になるのですが，この 10 年間を思うとき，私の頭には寺山修司の次の言葉が浮かぶのです。

「大学は死ぬべきだ，と思う。そして真に 『大学的なるもの』こそ息をふきかえすべきである」(— ぼくが戦場に行くとき —)。

観光創造専攻の 10 年間は，真に 『大学的なるもの』の模索の 10 年であったと思いたいし，これからもその模索が続くものと信じたい。そう感じています。

最後に，10 年間にわたり寄附講座をご提供くださった，東日本旅客鉄道株式会社様，北海道旅客鉄道株式会社様に厚く御礼申し上げます。寄附講座が作り上げた教育研究の体系は，専攻そして学院の宝です。本当に有難うございました。

また，本叢書の編集・刊行にあたり，田代亜紀子先生，八百板季穂先生，張慶在君には多大なるご尽力を頂きました。お三方のお力なくして本叢書の刊行は叶いませんでした。記して感謝の意を表します。

2017 年 2 月 13 日

著者一覧

麻生 美希（あそう みき）

九州大学人間環境学研究院講師，1982 年福岡県生まれ，九州大学芸術工学府博士課程修了，博士（芸術工学），専門は都市計画，特に文化的景観のマネジメント。

石川 満壽夫（いしかわ ますお）

北海道大学観光学高等研究センター研究員，公益財団法人日本水産資源保護協会指導員。1947 年東京都生まれ，北海道大学工学部土木工学科卒業，北海道大学大学院，博士課程修了，博士（工学），専門は水産鮮度保持流通，航空貨物輸送物流，海外輸出商流，再生可能エネルギー。

石森 秀三（いしもり しゅうぞう）

北海道博物館長，北海道大学観光学高等研究センター特別招聘教授，北洋銀行地域産業支援部顧問（アドバイザー）。1945 年神戸市生まれ。国立民族学博物館教授，研究部長などを歴任すると共に，総合研究大学院大学教授，放送大学客員教授などを併任。2006 年に北大観光学高等研究センター長，07 年に北大大学院観光創造専攻長に就任し，13 年から現職。専門は観光創造学，博物館学，文化開発論。

池ノ上 真一（いけのうえ しんいち）

北海道教育大学函館校准教授，1973 年大阪府生まれ，九州芸術工科大学大学院博士課程単位取得認定退学，北海道大学国際広報メディア・観光学院　博士（観光学），専門は建築学，都市計画学，ツーリズム，地域遺産マネジメント。

石黒 侑介（いしぐろ ゆうすけ）

北海道大学観光学高等研究センター准教授。横浜国立大学国際社会科学研究科国際関係法専攻開発協力コース修了（修士・国際経済法学）。公益財団法人日本交通公社を経て 2014 年 4 月北海道大学観光学高等研究センター特任准教授，2016 年 4 月より現職。専門はインバウンド・ツーリズム論，デスティネーション・マネジメント。

上田 裕文（うえだ ひろふみ）

北海道大学観光学高等研究センター・准教授，1978 年留萌市生まれ，
東京大学大学院農学生命科学研究科森林科学専攻，カッセル大学（ドイツ）建築・都市計画・景観計画学部，都市・地域社会学科に修了，経済社会科学博士（Dr. rer.pol.），専門は造園学，風景計画。

臼井 冬彦（うすい ふゆひこ）

北海道大学観光学高等研究センター客員教授　臼井事務所代表，1954 年岐阜県生まれ，京都大学法学部，ワシントン大学経営学修士，北海道大学観光創造専攻修士，専門は観光を切り口にした観光ベンチャー論，地域ビジネス論。

内田 純一（うちだ じゅんいち）

小樽商科大学大学院商学研究科アントレプレナーシップ専攻准教授。1971 年生まれ。神奈川県出身。北海道大学大学院経済学研究科修士課程修了。博士（国際広報メディア）（北海道大学）。専門はサービスマネジメント論，地域ブランド論。

遠藤 正（えんどう ただし）

北海道大学観光学高等研究センター客員准教授，1967 年北海道札幌市生まれ，室蘭工業大学大学院機械システム工学科修了，小樽商科大学大学院修了，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了，専門はスポーツツーリズム，地域観光ビジネス。

王 金偉（おう きんい）

北京第二外国語学院観光管理学院講師，1983 年中国四川省生まれ，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課程修了，博士（観光学），専門は文化遺産マネジメント，ダーク・ツーリズム。

大迫 理沙（おおせこ りさ）

2012 年，北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院　観光創造専攻修士課程修了後，北海道大学観光学高等研究センターに学術研究員として在籍。現在は北海道ニセコで不動産関連事業，観光関連事業に従事している。

岡本 亮輔（おかもと　りょうすけ）

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院・准教授，1979 年東京生まれ，筑波大学大学院人文社会科学研究科修了，博士（文学），著書に『聖地と祈りの宗教社会学』（春風社），『聖地巡礼：世界遺産からアニメの舞台まで』（中公新書），『江戸・東京の聖地』（ちくま新書）等。

加藤 寛（かとう ひろし）

フィジー国インフラ運輸省（顧問）/JICA 長期専門家，観光学高等研究センター研究員。1948 年青森県生まれ，北海道大学工学部土木工学科卒，米国コーネル大学大学院地域計画学修了，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了。これまでに運輸省，総理府，東京都等に勤務。専門は，地域計画，海辺の観光計画。

金 成玟（きむ そんみん）

北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院准教授．1976 年韓国・ソウル生まれ．東京大学大学院学際情報学府博士課程修了．博士(学際情報学)．専門はメディア・文化研究．著書に『戦後韓国と日本文化--「倭色」禁止から「韓流」まで』(岩波書店，2014 年；韓国語版はグランアリ，2017 年)，『文化社会学の条件--二〇世紀日本における知識人と大衆』(共著，日本図書センター，2014 年）など。

木村 宏（きむら ひろし）

北海道大学観光学高等研究センター　特任教授．1961 年東京都生まれ，日本大学文理学部独文科卒．地域マネジメント論演習担当。

小林 天心（こばやし てんしん）

北海道大学観光学高等研究センター客員教授。1944 年長野県生まれ。専門分野は観光学原論，国際観光論，観光マーケティングなど。日本エコツーリズム協会事務局長，小笠原観光プロデユーサー，亜細亜大学経営学部教授などを歴任。

小林 英俊(こばやし ひでとし)

北海道大学観光学高等研究センター客員教授,東京大学農学部林学科卒,日本交通公社常務理事退任後現職，国内外の観光地の調査研究をもとに観光の理論と実践の融合を目指す，『エコツーリズム教本』(平凡社)『自然保護とサステイナブルツーリズム』(平凡社)。

佐藤 誠（さとう まこと）

熊本大学名誉教授，　1944 年中国汕頭生まれ，旧西ドイツ　ケルン大学ドクトラント中退，経済学博士（九州大学)，専門はリゾート論，ライフウエア産業論。

敷田 麻実（しきだ あさみ）

北陸先端科学技術大学院大学　知識マネジメント領域　教授。石川県庁勤務後，金沢工業大学教授，北海道大学観光学高等研究センター教授を経て，2016 年から北陸先端科学技術大学院大学教授。知床世界自然遺産地域科学委員会委員。専門は，地域経営における地域資源戦略。編著書に「地域資源を守っていかすエコツーリズム」ほか。

清水 賢一郎（しみず けんいちろう）

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院教授。東京大学人文科学研究科（中国語中国文学専修）博士課程修了。博士（文学)。専門は，中国語圏の近現代文学・社会文化史，観光思想，東アジアのメディアとツーリズム。

下休場 千秋（しもやすば ちあき）

北海道大学観光学高等研究センター教授， 1956 年大阪府生まれ， 筑波大学環境科学研究科修了（環境科学修士）， 博士（芸術文化学，大阪芸術大学）， 専門は地域生態計画学，エコツーリズム， アフリカ民族文化。

張 慶在（じゃん ぎょんぜ）

北海道大学観光学高等研究センター博士研究員，北海道大学国際広報・メディア観光学院博士課程修了，博士（観光学）。

平 侑子（たいら ゆうこ）

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（在学中），奈良県立大学地域交流センターCOC/COC+推進室特任講師，札幌市生まれ，修士（観光学），専門は観光社会学，ヒトと動物の関係学。

高橋 吉文（たかはし よしふみ）

北海道大学名誉教授，1949 年北海道美幌町生まれ，北海道大学大学院文学研究科博士課程中退，文学修士，専門は象徴文化学，ドイツ文学，比較文学，西洋文化史。

高松 郷子(たかまつ くにこ)

在エジプト日本国大使館一等書記官。北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士課程在籍。研究分野はパレスチナの観光振興。国連，国際 NGO，JICA 等の事業を中東・東南アジア地域で管轄・担当し，現職へ。

田代 亜紀子（たしろ あきこ）

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院・准教授，上智大学大学院外国語学研究科地域研究専攻博士課程修了，博士（地域研究），文化遺産保存政策と地域社会をテーマに，主にインドネシア，カンボジア，タイにおいてフィールドワークをおこなう。専門は，地域研究（東南アジア）。

筑和 正格（つくわ まさのり）

放送大学北海道学習センター所長，北海道大学名誉教授，1946 年札幌市生まれ，秋田市育ち，国際基督教大学教養学部人文科学科卒業・慶應義塾大学大学院文学研究科修士課程修了，文学修士，専門は都市文化論・都市文学。

中林 光司(なかばやし こうじ)

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造博士課程専攻，現札幌市建設局みどりの推進部みどりの管理課勤務，1960 年北海道札幌市生まれ，同専攻修士課程修了，専門は造園，都市緑化，都市計画，まちづくり，文化的景観研究。

奈良 雅史（なら まさし）

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院・准教授，1982 年北海道生まれ，筑波大学人文社会科学研究科博士課程修了，博士（文学），専門は文化人類学。

西川 克之（にしかわ かつゆき）

北海道大学メディア・コミュニケーション研究院教授，1959 年北海道生まれ，北海道大学大学院文学研究科修士課程修了，修士（文学），専門は観光社会文化論，イギリス文化論。

西山 徳明（にしやま のりあき）

北海道大学観光学高等研究センター センター長・教授，1961 年福岡市生まれ。京都大学工学研究科博士課程単位取得認定退学。博士（工学）。九州芸術工科大学，九州大学で 19 年間教鞭をとり，2010 年より北大に赴任，2013 年より現職。専門は都市計画，文化遺産マネジメント，ツーリズム。

八反田 元子（はったんだ もとこ）

1949 年北海道生まれ，北海道大学農学部農芸化学専攻を修了後，札幌市に勤務。退職後，（公財）札幌市中小企業共済センター理事長に就任。2016 年，北海道大学大学院観光創造専攻博士課程修了。博士（観光学），専門は地域政策，ツーリズム。

花岡 拓郎（はなおか たくろう）

北海道大学観光学高等研究センター特任准教授，1979 年広島県生まれ，九州大学大学院芸術工学府博士後期課程修了，博士（芸術工学），専門は博物館学，地域文化史，文化財保護。

平井 健文（ひらい たけふみ）

日本学術振興会特別研究員（DC1），北海道武蔵女子短期大学非常勤講師，北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士後期課程，1985 年栃木県生まれ，同修士課程修了，修士（観光学），専門は観光社会学，地域社会学，文化遺産論。

福山 貴史（ふくやま たかふみ）

北海道大学観光学高等研究センター 博士研究員，1971 年 八戸市生まれ，北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院修士課程修了，主に地域の資源化プロセスと人材開発マネジメントを研究。

真板 昭夫（まいた あきお）

北海道大学観光学高等研究センター特任教授，1949 年新潟県生まれ，東京大学農学博士号取得，専門はエコツーリズム論，資源管理論，町おこし計画。フィールドは岩手県二戸市，西表島，ガラパゴス諸島，フィジー諸島等々国内外に広く及ぶ。

松本 秀人（まつもと ひでと）

図書館情報大学図書館情報学部を卒業後，出版社勤務を経て，北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院修士課程修了。2010 年 4 月より観光学高等研究センター学術研究員。

宮城島 崇人（みやぎしま たかひと）

建築家，宮城島崇人建築設計事務所主宰，北海道大学国際広報メディア・観光学院観光創造専攻後期博士課程，東京工業大学大学院理工学研究科建築学専攻修了。

宮野 幸岳（みやの ゆきたけ）

大分県立芸術文化短期大学准教授，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了，九州大学芸術工学府博士課程在学，技術士（建設部門：都市及び地方計画），専門は都市計画，地域計画，地域デザイン。

妙木 忍（みょうき しのぶ）

東北大学大学院国際文化研究科・准教授，1977 年高知県生まれ。東京大学大学院人文社会系研究科博士課程修了，博士（社会学），専門は社会学，ジェンダー研究。

村上 佳代（むらかみ かよ）

北海道大学観光学高等研究センター・特任助教，1982 年愛媛県生まれ，九州大学大学院芸術工学府博士課程，博士（芸術工学），専門は文化資源マネジメント,エコミュージアム，国際協力。

森重 昌之（もりしげ まさゆき）

阪南大学国際観光学部准教授，1972 年大阪府生まれ，北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士後期課程修了，博士（観光学），専門は観光資源論，観光まちづくり，観光ガバナンス，著書に『観光による地域社会の再生』（現代図書，2014 年）ほか。

八百板 季穂（やおいた きほ）

1978 年，神戸市生まれ。北大観光創造専攻が輩出した博士（観光学）第 2 号。専門は，文化遺産マネジメントと観光分野の国際協力。JICA 事業などを通じてフィジー，エチオピア，ペルー，バングラデシュで実践的研究に従事。博士論文は『発展途上国における都市遺産観光開発に関する研究』（北海道大学）で㈳日本都市計画学会賞（論文奨励賞）受賞。

山口 知恵（やまぐち ともえ）

株式会社ダン計画研究所研究主任補。1985 年兵庫県生まれ，北海道大学国際広報メディア・観光学院観光学専攻博士課程修了，博士（観光学），一級建築士，技術士補。専門はまちづくり，都市計画，文化遺産マネジメント。2016（平成 28）年 10 月に第一子を出産。

山田 桂一郎（やまだ けいいちろう）

北海道大学観光学高等研究センター・客員教授，JTIC.SWISS 代表，1965 年三重県生まれ政府認定の観光カリスマ。他にも内閣官房地域活性化伝道師，総務省地域力創造アドバイザー，内閣官房クールジャパン地域プロデューサー等を務める。

山田 義裕（やまだ よしひろ）

北海道大学大学大学院メディア・コミュニケーション研究院長，国際広報メディア・観光学院長，1957 年北海道生まれ，北海道大学大学院文学研究科英米文学専攻博士課程単位取得退学，専門は生成文法，コミュニケーション研究，ツーリズム研究。

山村 高淑（やまむら たかよし）

北海道大学観光学高等研究センター教授，1971 年静岡県生まれ，東京大学大学院工学系研究科博士課程修了，博士（工学），専門は社会開発論，コンテンツ・ツーリズム論，ヘリテージ・ツーリズム論。

吉田 順一（よしだ じゅんいち）

大阪府立大学大学院 経済学研究科（観光・地域創造専攻）教授。1953 年大阪市生まれ。オーストリア国立ウィーン経済大学博士課程修了。社会・経済科学博士(Dr.rer.soc.oec.)。88 年流通科学大学助教授，95 年神戸大学大学院経営学研究科教授，2005 年大手前大学副学長, 07 年北海道大学大学院･観光学高等研究センター教授等を経て, 10 年 4 月より現職。

CATS 叢書

第 11 号

資　料

観光創造専攻・観光学高等研究センター　10 年のあゆみ

年次	沿革
2000 年 4 月	・北海道大学言語文化部，留学生センター，情報メディア教育研究総合センター（国際コミュニケーション分野）を母体として「大学院国際広報メディア研究科」が発足。
2002 年 4 月	・大学院国際広報メディア研究科において，博士後期課程がスタートし，高度な専門研究を実践する研究者の育成が始まる。
2006 年 4 月	・観光学高等研究センターが創設され，北大における観光研究が本格的に開始される。 ・観光学高等研究センター初代センター長に石森秀三教授が就任。
2007 年 4 月	・観光学高等研究センターに 5 名の教員が配置。6 名体制になる。 ・「国際広報メディア研究科」から「国際広報メディア・観光学院」に組織機構及び名称を変更。メディア・コミュニケーション研究院所属教員 6 名, 観光学高等研究センター所属教員 6 名の計 12 名体制で「観光創造専攻」を設置。「国際広報メディア専攻」と「観光創造専攻」の 2 専攻体制での教育が始まる。 ・観光創造専攻初代専攻長に石森秀三教授が就任。 ・観光地域マネジメント論寄附講座（JR 東日本，JR 北海道）が設置される。
2007 年 8 月	・観光学高等研究センター,『観光創造研究』シリーズの web 刊行を開始。
2008 年 10 月	・約 1,200 冊の蔵書を確保し, 観光学高等研究センター資料室（図書室）の本格運用を開始する。
2009 年 3 月	・修士（観光学）の学位を 13 名に授与。 ・観光学高等研究センター，CATS 叢書シリーズの刊行を開始する。
2009 年 4 月	・観光学高等研究センター，次世代ツーリズムの創造に関する総合的・学際的研究プロジェクト開始（文部科学省特別教育研究経費に採択。～2013 年 3 月）。 ・観光学高等研究センターに産学連携シニアオフィサーが配置される。
2009 年 9 月	・修士（観光学）の学位を 2 名に授与。
2010 年 3 月	・修士（観光学）の学位を 15 名に授与。
2010 年 4 月	・観光創造専攻第 2 代専攻長に西川克之教授が就任。 ・観光学高等研究センターに，クボタ・農地再生・ふるさと起業寄附研究部門（株式会社クボタ）が設置される。 ・資料室（図書室）に学術研究員 1 名を配置する。

2010 年 8 月	・観光学高等研究センター，産学連携による実践型人材育成事業開始（文部科学省高等教育局専門教育課との連携事業）。
2010 年 9 月	・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・北海道虻田郡ニセコ町と連携協定を締結。
2010 年 12 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2011 年 3 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 15 名に授与。 ・観光学高等研究センター，北海道銀行と連携協定を締結。
2011 年 6 月	・北海道地域観光産業活性化人材養成等事業開始（経済産業省補助金，～2013 年 3 月）。
2011 年 9 月	・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2011 年 11 月	・JICA 技術協力プロジェクト（エチオピア案件）開始。
2012 年 2 月	・岐阜県大野郡白川村と連携協定を締結。
2012 年 3 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 13 名に授与。
2012 年 4 月	・観光地域マネジメント論寄附講座（JR 東日本，JR 北海道）第 2 期が設置される。 ・北海道上川郡美瑛町と連携協定を締結。
2012 年 8 月	・JICA 技術協力プロジェクト（ヨルダン案件）開始。
2012 年 9 月	・北海道富良野市と連携協定を締結。
2012 年 12 月	・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2013 年 3 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 14 名に授与。 ・クボタ・農地再生・ふるさと起業寄附研究部門が完了。
2013 年 4 月	・初代センター長石森秀三教授が「観光学高等研究センター特別招聘教授」となる。 ・観光学高等研究センター第 2 代センター長に西山徳明教授が就任。
2013 年 9 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 2 名に授与。
2014 年 3 月	・修士（観光学）の学位を 11 名に授与。
2014 年 7 月	・観光学高等研究センター，JICA 草の根パートナー事業（フィジー案件）開始。
2014 年 9 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2015 年 3 月	・修士（観光学）の学位を 17 名に授与。

2015 年 4 月	・観光創造専攻第 3 代専攻長に山村高淑教授が就任。
2015 年 9 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2015 年 9 月	・富山県南砺市，一般社団法人地域発新力研究支援センターとの産官学包括連携協定（三者）を締結。
2015 年 9 月	・観光学高等研究センター，国連世界観光機関（UNWTO）に賛助会員として加盟。
2016 年 3 月	・博士（観光学）の学位を 1 名に授与。 ・修士（観光学）の学位を 15 名に授与。
2016 年 6 月	・修士（観光学）の学位を 1 名に授与。
2016 年 7 月	・（株）北海道日本ハムファイターズと包括連携協定を締結。
2017 年 1 月	・西山徳明教授が「平成 28 年度研究総長賞優秀賞」を受賞。 ・山村高淑教授が「平成 28 年度研究総長賞奨励賞」を受賞。
2017 年 2 月	・観光学高等研究センター，建国大学グローカル文化戦略研究所（韓国）との共同協力に関する協定を締結。
2017 年 3 月	・「観光地域マネジメント論寄附講座」10 周年記念シンポジウム開催。

観光創造専攻　博士論文題目一覧

【課程博士】

学位授与日	学位	氏名	論　文　題　目
2010/12/24	博士（観光学）	森重 昌之	観光を通じた地域再生に寄与するオープン・プラットフォームの研究
2011/3/24	博士（観光学）	八百板 季穂	発展途上国における都市遺産観光開発に関する研究
2012/3/22	博士（観光学）	岡本 健	情報社会における旅行者の特徴に関する観光社会学的研究
2013/9/25	博士（観光学）	山口 知恵	住民の居住と伝統的な景観の保全に関する研究 －リビングヘリテージ概念に着目して－
2014/9/25	博士（観光学）	張 慶在	観光空間の構造とオーセンティシティに関する研究　～多層的「ネットワーク」空間とオーセンティケーション概念を中心に～
2015/9/25	博士（観光学）	王 金偉	自然災害地における「負の遺産」の観光マネジメントに関する研究　－中国四川省「北川地震遺跡区」を事例として－
2016/3/24	博士（観光学）	八反田 元子	農村と都市の創造的関係の構築に対する観光の機能に関する研究 ～ワインツーリズムを事例として～

【論文博士】

学位授与日	学位	氏　　名	論　文　題　目
2013/3/25	博士（観光学）	池ノ上 真一	竹富島における生活の継続のためのソーシャル・イノベーションに関する研究

観光創造専攻　修士論文・特定課題研究合格者題目一覧

【2008 年度 3 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
朝倉 俊一	北海道観光産業史研究 －北海道観光の変遷と構造分析－
池田 昌彦	学習観光による地域社会活性化の可能性 －十勝地域における事例研究－
臼井 冬彦	観光のパラドックスとライフウエア産業 －J.Krippendorf の理論を手がかりとして－
岡田 あゆみ	地場食材の観光活用とその社会的インパクトに関する研究 －北海道白老町を事例として－
岡本 健	情報化社会における自律的観光のあり方に関する研究 －アニメ聖地巡礼者の旅行行動の特質とその課題について－
小野寺 美佳	観光開発の構造と外部者パワー －開発援助の視点を中心に－
鎌田 雅人	考古遺跡の活用による観光創造と地域活性化 －世界遺産登録をめざす「北の縄文」広域連携
曲 賽賽	芸術家における旅の意義と役割に関する研究 －イサム・ノグチの創作活動と旅の履歴から－
清水 洋介	鉄道事業と地域活力の関係性に関する研究 －「鉄道の旅文化」の視点から－
富岡 耕太	広域観光を推進する組織のネットワーク形成に関する研究
細川 しおり	阿寒湖畔における地域開発と前田一歩園
モワヘド ファテメ	In Search of Iran's Lost Heritage -The Case Study of Haman(Iranian Public Bath)-
山脇 亘一	戦略的観光マーケティングによる地域振興の研究

【2009 年度 3 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
浅村 晋彦	新たな都市観光戦略と「創造都市」経営に関する研究
荒井 一洋	エコツアーのコスト構造とシャドーワークにかんする研究と提案
稲葉 正思	観光における主体性の向上とリスクマネジメント －アドベンチャーツーリズムにおける事故対策から－
岸浪 朋子	観光リテラシー研究序説 －ディスカバー・ジャパン・キャンペーンの考察から－
石川 美澄	新たな交流の場としての居住型ゲストハウスに関する研究 －居住者の生活実態を中心に－

伊藤 久史	出会いの場としての仏教寺院 －角田山「妙光寺」と松栄山「了法寺」の事例を中心に－
金森 千明	継続的産消交流の役割とグリーン・ツーリズム発展に関する研究
呉 思穎	台湾人若者の日本旅行経験に関する研究 －ブログ旅行記の分析を中心に－
櫻井 佑実	観光の場にメディアがもたらす影響に関する研究 －温泉地を事例として－
孫 鳳	地域博物館が先住民族文化の継承に果たす役割に関する研究 －体験型活動を中心として－
田辺 達也	地域コミュニティにおける積極的参加の創出メカニズムに関する研究 －北海道登別市ネイチャーセンター「ふぉれすと鉱山」を事例に－
平川 知佳	階級と余暇の指向性 －近代のイギリス社会に焦点をあてて－
松本 秀人	観光と図書館の融合の可能性についての考察
山崎 翔	場所の経験としてのツーリズムに関する研究 －若い世代の音楽フェスティバルでの体験を事例として－

◎特定課題研究

氏　名	特 定 課 題 研 究 題 目
木野 聡子	NPO の支援による農山漁村での協働型まちづくりの検証 －「NPO 法人ねおす」10 年の事業を事例として－
高山 和弘	メディアとしての観光 －地域再生のために－
中村 憲司	農村の人口変動と住民意識 －むかわ町穂別地区を事例に－

【2010 年度 3 月修了】

◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
森田 武志	食文化を背景とした地域ブランドの形成と観光資源としての活用 －札幌スープカレーを事例として－
遠藤 正	観光立国を推進する人材育成の研究 －観光創造士制度の設計－
張 慶在	新たな文化遺産概念の構築に関する研究 －「New Heritage」をめぐる議論を中心に－
平 侑子	メディアとしての物産展に関する研究
髙﨑 優子	地域社会における共益形成の原理と課題 －沖縄県国頭村「共同店」の事例から－
滝澤 真	北海道における観光地経営の展開 －川上郡弟子屈町を事例として－
田部井 華代子	観光ビジネスにおける顧客関係性マネジメントに関する研究 －共創関係の構築に向けて－

陳 彦丞	観光組織のナレッジ・マネジメントに関する研究 －鶴雅グループの事例を中心に－
張 広帥	中国における郷村観光の意義に関する研究
中根 宏樹	日本におけるバックパッカー・ツーリズムの研究
野中 萌	公立美術館の教育的役割に関する研究 －札幌芸術の森美術館における子どもの美術体験事業の事例から－
春山 康秀	グリーン・ツーリズムの組織形態に関する研究 －鹿追町と長沼町の比較分析－
藤井 琢哉	戦略的観光立国の研究 －タイとシンガポールの事例を中心に－
宮野 幸岳	観光開発を通した生活の質の向上に関する研究 －キャパシティ・ビルディングの可能性と課題を中心に－
山口 有紀子	先住民族居住地における地域文化とは ～北海道白老の事例から～

◎特定課題研究

氏　名	特 定 課 題 研 究 題 目
成田 吉希	札幌大通公園の観光イベントの形成と市民意識との乖離に関する研究

【2011 年度 3 月修了】

◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
川原 早紀子	記憶の付与と遺産の成立 －記憶の可視化の限界と理想化された遺産概念をめぐって－
佐藤 博昭	地域におけるインバウンド観光振興戦略の研究 －北海道モデルの提言－
大迫 理沙	現代日本人女性のツーリズムに関する研究 －労働と余暇の視点から－
落岩 翔太	地域ブランドの主体別形成過程に焦点を充てた研究 －函館市を事例対象に－
小原 大知	日本におけるフットパス運動と地域支援型農業に関する研究
門脇 剛	北海道における森林買収の現状と課題に関する研究 －外国資本による水資源取得を目的とした事例を中心に－
八反田 元子	地域資源の活用によるワインツーリズムの効用に関する研究
福浦 友香	芸術文化の生産消費者にみる創造的参与性の研究 －札幌市を事例として－
矢高 沙織	「高齢化社会における旅行者支援に関する研究」
吉川 福利	地域における宿泊業の現状分析と供給過剰対策による経営安定化に関する研究

劉 挺	中国の「新型ホテル」の観光における可能性に関する研究
梁 爽	スポーツイベントの開催が都市に与える影響 －広州アジア大会・深セン国際学生スポーツ大会の事例を中心に－

◎特定課題研究

氏　名	特 定 課 題 研 究 題 目
阿部 雄太	インバウンド振興の落とし穴：多言語環境の実態 －札幌市内飲食店の多言語化状況調査とその推進活動を通して－
大岩 直美	メディカルツーリズムによる旅の磁力の創造 ～いかなければいけない旅を創造する～

【2012 年度 3 月修了】

◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
宇佐見 祥子	過疎地域の廃校を拠点とする創造活動に関する研究 ―白老町・飛生アートコミュニティーを事例として―
田村 こずえ	美瑛町における営農者の暮らしと地域資源としての景観に関する研究
中林 光司	札幌における新たなストーリー構築による観光創造に関する研究
石田 宰	災害復興におけるジオパークの役割に関する研究
賈 金鳳	北京旧市街地における民俗文化の観光活用に関する研究 ―南鑼鼓巷を事例として―
菊地 清功	一般参加型のファッションイベントが地域活性化に与える影響 ―兵庫県神戸市を事例として―
齊藤 文彰	中心市街地活性化のための文化資源を活用した観光に関する研究 ―札幌大通りまちづくり株式会社を事例として―
張 秋陽	中国長三角地区のテーマパーク競争力の研究 ―ツーリズムクラスターの概念を使った分析―
三宅 幸子	訪日外国人の受け入れ地域における観光開発に関する研究
村木 伊織	ローカルアイドルが地域の活性化に果たす役割に関する研究
山浦 修	遺跡活用における文化遺産へのアクセスに関する研究
山下 知子	コミュニティの中の居場所づくり ―仮設住宅における人々の生活に着目して―
鎗水 孝太	「コスプレ」の社会文化史的研究
楊 鑫	中国個人旅行者向けの新たな観光交通のあり方 ―北海道におけるクルマの利用を事例として―

◎特定課題研究

氏　名	特 定 課 題 研 究 題 目
山本 珠璃	観光の視点から観たデジタルアーカイブの利用の実態調査

【2013 年度 3 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
劉 瀚陽	北海道における中国人観光客の「観光意識」に関する研究
赤穂 雄磨	国立公園の観光振興におけるマーケティングの応用可能性 －山岳公演を事例として－
釜石 直裕	メディアコンテンツを活用した地域振興におけるアクターの「参与余地」に関する研究－タイアップ型アニメ聖地の取り組みを事例として－
嵯峨 一世	歴史的建造物と観光土産－小樽イメージの生成・消費－
重乃 可奈	文化芸術振興における地域通貨による市民参加促進の可能性
張 嘉倫	住民組織による歴史的建築物の空き家再生に関する研究
出口 紗也佳	池袋における多文化共生に関する研究
馮 惠芸	ワーキング・ホリデーの観光的価値 －日本への台湾人ワーキング・ホリデー経験者を対象に－
三田 卓弥	都市空間を流用する身体的活動の社会・文化的に関する考察 －狸小路一丁目におけるストリートダンスを事例として－
安田 龍平	「つながり」の視点からみた文化資源の価値に関する研究 －北前船の寄港地である秋田市土崎港地区を事例に－
梁 叡智	観光分野におけるｅクチコミ活用可能性に関する研究－TripAdvisor のソウルと東京を対象にしたテキストマイニング分析を中心に－
李 卓尔	映像作品と地域のかかわり方に関する研究 －広島県大崎下島を舞台にした複数の作品を事例として－

◎特定課題研究

氏　名	特 定 課 題 研 究 題 目
伊藤 清貴	自動車旅行の新たな形態としての車中泊に関する研究

【2014 年度 3 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
中村 壮一郎	交流を通じた中域連携による地域づくりに関する研究
金 周英	韓国における「無言劇」の観光商品化プロセスに関する研究
玉城 譲治	北海道におけるパークゴルフの現状と可能性に関する考察 －「ツーリズム・スポーツ」という観点から－

福山 貴史	地域づくりにおける「負の存在」の資源化プロセスの研究 －北海道の流氷とエゾシカの「正の資源」転換を事例に－
青木 陽介	日本におけるメディア・インデュースト・ツーリズムの社会文化史的研究
赤澤 裕一	アニメコンテンツホルダーと地域の関係性のあり方に関する研究
門 章子	商品を通じた「出会い」についての考察 －小値賀島と飛騨古川に着目して-
加藤 寛	身近に感じられる港づくりに関する基礎的研究 －港と町の賑わい軸の連結パターンの分析を中心として－
川本 雅也	LCC の新規就航による観光行動の変化について －新千歳空港利用者を事例に－
許 玉萱	台南市五條港における歴史的都市街区の保全と観光に関する研究 －住民と地域マネジメント組織の視点から－
熊野 直紀	緩やかな交流機会を作るＷＷＯＯＦの役割に関する研究
小坂 典子	離島の特性を生かした観光創造に関する基礎的研究 －礼文島における自然環境と人々の関わりの蓄積に着目して－
越 信二	地域イベントをきっかけとした住民の自律的な観光まちづくりへの参画に関する研究－長崎さるく博 '06 を事例として－
孫 齊一	中国における互助旅行の発展可能性についての研究 －個性的な宿泊方法（Couchsurfing と Airbnb）を事例として－
田中 利樹	観光周遊支援ゲームを用いた地域住民と観光者の交流創出に関する研究－北海道むかわ町「むかわ町シスト」を事例として－
平井 健文	産業遺産から見た日本におけるモダニティの変容 －「鉱業遺産」の観光資源としての活用にかんする社会学的考察－
星屋 都香	十勝イメージを活用した帯広市の観光振興に関する研究
劉 祥	新浪微博を活用した観光振興についての研究

【2015 年度 3 月修了】

◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
南 亜太良	新規スモールビジネス簇生におけるコミュニティ特性に関するケーススタディ－米国・ポートランド市のクラフトビール産業を事例に－
遠藤 理一	占領期日本における観光空間の再編に関する理論的・実証的研究
金 明柱	住民主体観光によるホストコミュニティの活性化に関する研究 － 長崎さるく 10 年間の変化を事例として －
黄 秀景	札幌における子供人形劇を生かした観光創造に関する研究
島﨑 柚季	地方観光における BID 導入にかんする一考察 － 北海道倶知安町ひらふ地区を事例として －

竹内 千瑛	アニメ作品を活用した製作者と地域のマーケティング戦略に関する研究
チョウ 宇テイ	長春市における歴史文化街の変遷及び価値の再認識に関する研究 －「新民大街」を中心として －
陳 偉軒	台湾における文化創意産業園区の観光的価値に関する研究 － 花蓮文化創意産業園区を例として －
富原 靖之	スポーツ･ツーリズムを活かしたスポーツ組織の新規ファン獲得に関する研究－北海道日本ハムファイターズの外国人ファンの事例について
彭 晟展	声優とコンテンツツーリズムの関係性に関する研究
細川 俊介	パウダースノーの資源性に関する研究 － 指標設定による客観的評価の試み －
本田 吉貴	パブリック・ディプロマシーに果たす観光の役割
三宅 美緒	アートプロジェクトによるまちづくりの評価について － 瀬戸内国際芸術祭におけるボランティアの調査をふまえて －
宮下 健太郎	地域生態系保全における生物資源の利用と管理の両立に関する研究 －岩手県山田町における未利用海藻「アカモク」の価値創出プロセスの分析－
陸 エン	名古屋おもてなし武将隊の観光的価値を構成する要素に関する研究

【2015 年度 9 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
胡 越	日中におけるキャンパス・ツーリズムに関する研究 －北海道大学と北京大学を事例として－

【2016 年度 3 月修了】
◎修士論文

氏　名	修 士 論 文 題 目
小林 敬汰	観光空間としてのプライドパレードに関する理論的・実証的研究
橋本 瑠奈	観光地化された農地と農業従事者の関係性 －北海道美瑛町を事例として－
山﨑 弘	観光開発過程の発展途上地域における建築遺産管理に関する研究 －世界文化遺産「歴史的港湾都市　レブカ」（フィジー共和国）を事例として－
青木 哲也	伝統工芸品を通じた観光まちづくり －浄法寺塗と山中漆器の生産地域を事例として－
金山 祥也	交通モード間の連携による観光周遊行動への影響に関する研究 －JR 九州と香港エクスプレス航空の連携を事例に－
胡 楠	中国における古城観光開発のあり方 －生きている古城正定とその周辺地域を事例に－
坂尻 時央	「若者の海外旅行離れ」の実態と旅行意識の変遷に関する研究

竹中 直子	個人都市観光におけるメディアの役割－代官山を事例として－
万 敏	歴史的市街地の個性化プロセスに関する研究 －蘇州市「平江路歴史文化街区」を対象に－
パンコフ オレグ	芸術とメディアの視点から考える観光とその表現に関する一考察
樋口 葵	地域復興における観光戦略のプロセス －宮城県南三陸町を事例として－
余 陽	ジャニーズファンの旅行行動に関する研究
林 心穎	訪日旅行における動物園の役割 －上野動物園における中国人観光客の利用実態を通して－

【2016 年度 6 月修了】

◎修士論文

氏 名	修 士 論 文 題 目
壱岐 朱花	アイヌ民族観光と小売業－戦後期の白老を中心に－

観光学高等研究センター研究生 研究題目一覧

氏　名	研究題目	研究期間
宇佐美 淳子	鉄道事業者における女性向け旅行商品への新たな視座	2007/4/1 ~2008/3/31
赤塚 基成	観光地の魅力を維持し続けるためのイベント効果について	2008/4/1 ~2009/3/31
サンジメタウ チョローントヤ	モンゴル国のツーリズム振興と日本の一村一品運動との連携に関する研究	2008/4/1 ~2009/3/31
呉 思穎	観光におけるイメージ転換と文化変容に関する一考察	2008/4/1 ~2009/3/31
三升 直子	戦略的 CSR による観光開発の提案－鉄道事業者と博物館施設の連携について－	2009/4/1 ~2010/3/31
梁 爽	観光地域をめぐるマーケティングの研究	2008/10/1 ~2010/9/30
原田 雅敏	鉄道社会による農村と都市との関係の再構築に関する研究－社会的責任の実践－	2010/4/1 ~2011/3/31
髙橋 光斉	鉄道社会とサポーターによる地域とローカル線の活性化－サポーター組織の活性化効果と存在意義－	2011/4/1 ~2012/3/31
白石 真実	地域における「駅」の可能性の研究	2012/4/1 ~2013/3/31
青木 拓洋	内発的観光開発の成功事例研究とその持続的発展の可能性について	2013/4/1 ~2014/3/31
王 金偉	中国の自然災害地における負の遺産と観光開発のマネジメントに関する研究－四川省北川羌（チャン）族自治県を事例として－	2011/10/1 ~2012/3/31
胡 越	北京における歴史上の人物の旧居の保護と観光活用	2012/10/1 ~2013/3/31
パンコフ オレグ	日本におけるスポーツライフスタイル	2013/4/1 ~2015/3/31
北島 直樹	新しい自転車観光の地域定着に向けた促進策と課題に関する研究）-インバウンド観光振興を見据えて-	2014/4/1 ~2015/3/31
原田 薫	デスティネーション・イメージの変遷と構築の一考察　－角館・田沢湖・増田を事例に－	2015/4/1 ~2016/3/31
張 寧シン	持続性から見るアニメ聖地巡礼による地域振興の現状	2014/10/1 ~2015/9/30
ダニエル アブラハム アレン	ニセコ地方の経済状況と海外観光の関係	2016/4/1 ~2017/3/31
齊藤 光一郎	地域のインセンティブを引き出し，地域と産業が一体となった地域活性化と観光の発展	2016/4/1 ~2017/3/31
Tillonen, Mia Emilia	妖怪と怪談話にまつわる観光の研究	2016/10/1 ~2017/3/31

日本学術振興会外国人特別研究員（観光学高等研究センター所属）

氏　名	研究題目	研究期間
Clothilde Sabre	日本における欧米人のコンテンツツーリズムに関する研究 ‘Contents Tourism in Japan and the perceptions of Western tourists.’	2013/10/1~2014/9/30 ※外国人特別研究員（欧米短期）
Clothilde Sabre	コンテンツーリズムを通した北海道の地域振興に関する比較研究	2015/11/29~2017/11/28

観光学高等研究センター 博士研究員一覧

張 慶在，福山 貴史（50 音順）

観光学高等研究センター 学術研究員一覧

伊東 美菜子，大迫 理沙，小原 大知，高松 郷子，玉城 譲治，福山 貴史，松本 秀人，三崎 圭美，南 俊夫，宮城島 崇人，宮野 幸岳，妙木 忍（50 音順）

観光学高等研究センター 研究員一覧

麻生 美希，石川 満寿夫，伊東美菜子，遠藤 正，大迫 理沙，小原 大知，加藤 寛，木村 宏，Clothilde Sabre，杓谷茂樹，張 慶在，高松 郷子，玉城 譲治，中林光司，福山 貴史，松本 秀人，三崎 圭美，南 俊夫，宮城島 崇人，宮野 幸岳，妙木 忍，村上 佳代（50 音順）

観光学高等研究センター 研究実績

【研究発表会など】

①観光学高等研究センター共同研究会：「観光創造研究会」

第 0 回　2013 年 11 月 23,24 日　観光創造研究会
第 1 回　2014 年 3 月 8,9 日「CBT＝コミュニティ・ベースド・ツーリズムを考える」
第 2 回　2014 年 9 月 22,23 日「世界遺産と観光」
第 3 回　2015 年 3 月 15,16 日『contents tourism’を通した文化の伝播と受容に関する国際比較」
第 4 回　2015 年 9 月 19,20 日「自然災害復興における観光創造」
第 5 回　2016 年 4 月 29,30 日「地方発世界：地方における文化・観光・事業の創造（CATS×PARUS×南砺市共催国際フォーラム）」

②シンポジウム

- 国際シンポジウム「フィルム／コンテンツ・ツーリズムと地域社会」（2012 年 10 月 7 日）
- 国際シンポジウム「先住民文化遺産とツーリズム―北海道の可能性―」（2012 年 10 月 13 日）
- クボタ・農地再生・ふるさと起業寄附研究部門完了報告シンポジウム　「農業と観光創　造の連携で地域は覚醒する！」（2013 年 3 月 5 日）
- 国際シンポジウム「世界遺産と観光」（2015 年 3 月 3 日）

③公開講座

2007 年度　大交流時代における観光創造
2009 年度　地域再生と観光の力
2011 年度　旅の記憶，まちの記憶，出会いの記憶
2012 年度　観光創造学への挑戦
2014 年度　連続対談「観光創造の最前線」―教員とゲストが語る観光研究の魅力と課題
2015 年度　記憶をめぐる観光論–アーカイブ構築とアイデンティティ形成–
2016 年度　明日の観光を考える

④フォーラム

第 1 回　ネオツーリズムの創造に向けて（2008 年 2 月 29 日）
第 2 回　次世代ツーリズムと地域活性化（2008 年 7 月 12 日）

第３回　メディアコンテンツと次世代ツーリズム～鷲宮町の経験から考える若者の旅の動向と可能性～（2008 年 12 月 7 日）
第４回　ツーリズム・イノベーション（2009 年 2 月 27 日）
第５回　地域再生のための観光創造―「着地型観光？」の課題を考える（2009 年 6 月 20 日）
第６回　情報社会における新たな観光資源の創造（2009 年 7 月 18 日）
第７回　観光の地域ブランディング－地域内外をつなぐ新たなしくみ－（2009 年 9 月 26 日）
第８回　観光と地域イノベーション～地域活性化のための戦略的アプローチとは？（2009 年 10 月 24 日）
第９回　サブカルチャーとツーリズム，そして次世代の地域振興（2010 年 6 月 27 日）
第 10 回　地域づくりの視点　～地域づくりのプラットフォーム～（2011 年 2 月 27 日）
第 11 回　『観光地「洞爺湖」は復活するのか？』（2011 年 6 月 19 日）
第 12 回　鉄道の魅力とその多様性を探る（2011 年 10 月 8 日）

⑤コロキアム

第１回　Homo movens <移動する人>としての人間（2006 年 6 月 9 日）
第２回　セネガル Petite Côte 地域における自然保護区の比較研究（2008 年 11 月 20 日）
第３回　観光地域づくりにおける他者のかかわりとレジティマシー（2008 年 12 月 12 日）
第４回　「地域とは何か」について考える（2009 年 1 月 23 日）
第５回　地域づくりと図書館について考える（2009 年 2 月 6 日）
第６回　英国における森林管理とグリーンジム（2009 年 2 月 20 日）
第７回　なぜ，日本の若者は海外旅行に出かけなくなったのか？（2009 年 5 月 15 日）
第８回　観光と CSR（2010 年 2 月 18 日）
第９回　地域振興とコンテンツ戦略 Part1』映画を通して見る北海道の可能性（2010 年 7 月 2 日）
第 10 回　『広域連携する地域資源』～北海道ガーデン街道協議会の試み～（2010 年 7 月 27 日）
第 11 回　『社会における観光創造の地平』～企業と社会との新たな関係構築を目指して～（2011 年 2 月 18 日）
第 12 回　『北海道を盛り上げるために何ができるか』～(株) ＨＭカンパニー林社長

の発想に学ぶ ～（2011 年 7 月 11 日）
第 13 回　クイーンズランド大学の観光教育に学ぶ人材育成　大学間 国際交流企画 第 1 回 クイーンズランド大学×CATS（2011 年 10 月 7 日）
第 14 回　知床の生態系の観光利用と保全：地域資源の視点から～知床の海鳥ケイマフリの事例に学ぶ～（2012 年 5 月 24 日）
第 15 回　スイス・ツェルマットから考える北海道の未来（2012 年 7 月 25 日）
第 16 回　持続可能な地域イノベーション―欧州アムステルダムの事例研究から―（2012 年 10 月 25 日）
第 17 回　観光創造がつなぐ企業と地域―持続可能な社会に向けて－（2013 年 2 月 24 日）
第 18 回　（国際ワークショップ）「環境と社会」研究会　持続可能な観光地マネジメント（2013 年 5 月 30 日）
第 19 回　駅と街の記憶（2013 年 9 月 25 日）
第 20 回　「観光立国」から「観光創造立国」へ（2013 年 12 月 19 日）
第 21 回　観光経営研究の最新動向（2014 年 7 月 9 日）
第 22 回　メキシコ　ユカタン半島のマスツーリズムと地元住民の関与（2015 年 4 月 10 日）
第 23 回　まち文化と観光をめぐって（2015 年 6 月 17 日）
第 24 回　地域からデスティネーションイメージを考える（2015 年 7 月 24 日）
第 25 回　観光創造コロキアム（2016 年 3 月 1 日）

【受託研究・事業】

- JR 寄附講座「観光地域マネジメント研究部門」プロジェクト（2007～2016 年度）
- JICA 国際協力研修（中南米諸国における持続可能な観光開発）（2007～2016 年度）
- クボタ寄附研究部門「農地再生・ふるさと起業」プロジェクト（2009～2013 年度）
- JST 社会技術研究開発「都市部と連携した地域に根ざしたエコサービスビジネスモデル」（2010～2012 年度）
- 札幌市「札幌の都市像及び観光動態に関する調査研究」（2010 年度）
- 文部科学省・特別経費事業「次世代ツーリズム創造研究」プロジェクト（2010～2012 年度）
- 阿蘇市「阿蘇の文化的景観」保存調査に伴う景観構造分析調査（2010～2013 年度）
- 研究拠点形成費等補助金「産学連携による実践型人材形成事業」（2011 年度）
- アジア太平洋観光交流センター「インバウンド観光を対象とする評価と認証に関する調査研究」（2011 年度）
- 宇治市重要文化的景観「宇治市の文化的景観」の整備に関する調査研究（2011～2012

年度）
・経済産業省・観光地域産業活性化人材育成事業（2011～2012 年度）
・JICA 事業実施・技術プロジェクト「エチオピア国シミエン国立公園及び周辺地域における官民協働によるコミュニティ・ツーリズム開発プロジェクト」（2011.11～2016.2）
・美瑛町「商店街コミュニティ施設に関する調査研究」（2012 年度）
・美瑛町「丸山通り線空間計画に関する調査研究」（2012 年度）
・美瑛町「美瑛町景観計画に関する調査研究」（2012～2014 年度）
・岐阜県白川村「白川村における観光マネジメントと景観保全の推進に関する研究」（2012～2013 年度）
・JICA 事業実施・技術プロジェクト「ヨルダン国サルト市における持続可能な観光開発プロジェクト」（2012.8～2015.7）
・札幌市他「さっぽろ観光創造研究会プロジェクト」（2011～現在）
・美瑛町「白金周辺施設（青い池，ビルケの森）の利用促進に関する調査研究」（2013 年度）
・美瑛町「美しい景観の形成推進に関する調査研究」（2013 年度）
・北洋銀行産学官連携プロジェクト（北海道大学包括連携に基づく，2013～2015 年度）
　2013 年度　「津軽海峡圏における観光振興に関する共同研究テーマの発掘」
　2014 年度　「北海道新幹線開業を契機とした観光圏形成のためのシンポジウムおよび研究交流会の開催」
　2015 年度　「産官学金連携による札幌の観光まちづくりに関する実践研究およびシンポジウム開催」
・JICA 小規模事業実施・研究プロジェクト「ペルー国クエラップ遺跡世界遺産登録に係る計画策定支援プロジェクト」（2013.11～2014.4）
・美瑛町「美瑛町観光マスタープラン策定に関する調査研究）」（2014～2016 年度）
・広島県「観光資源の価値向上戦略策定事業実施業務」（2014～2016 年度）
　尾道市（2014-2015 年度），呉市（2015-2016 年度）
・JICA 草の根パートナー型・草の根技術協力事業「フィジー共和国レブカ地域におけるコミュニティを基盤とした遺産管理と観光開発のシステム構築」（2014.7～2017.6）
・南砺市「観光ＰＲ用ポスター作成業務」（2015 年度）
・白老町商工会「アイヌ文化を基軸としたインバウンド向け滞在型観光の新規開発事業・マーケティング調査業務」（2015～2016 年度）
・JICA 開発調査プロジェクト「ジンバブエ国 貧困削減に資するコミュニティ・ベースド・ツーリズム計画プロジェクト」（2015.6～2017.6）
・北海道日本ハムファイターズ寄附金（2016 年度）
・岩国市「錦帯橋世界遺産登録推薦書概要版作成等業務」（2016 年度）

・岩国市「錦帯橋 OUV 情報発信ソフト・システムの作成業務」(2016 年度)
・竹富町「国指定重要文化財旧与那国家住宅活用計画策定業務」(2016 年度)
・北海道「赤れんが庁舎リニューアル基本構想策定に係る支援業務」(2016 年度)
・JICA 事業実施・技術プロジェクト「サルト市における持続可能な観光開発プロジェクト」フォローアップ協力（文化資源保全)」(2016.1～2017.5)
・池田町「インバウンド受入基盤強化に係る各種調査業務」(2016 年度)
・池田町「ワイン城魅力向上改修事業調査検討委託業務」(2016 年度)
・音更町・池田町「マーケティング調査委託業務」(2016 年度)

【出版物】

①CASTS 叢書

・第一号　「メディアコンテンツとツーリズム」2009.3.25 発行
・第二号　「文化を読み直す」2009.6.15 発行
・第三号　「コミュニティ・ベースド・ツーリズム事例研究」2010.2.1 発行
・第四号　「次世代まちおこしとツーリズム」2010.3.20 発行
・第五号　「観光と図書館の融合」2010.7.1 発行
・第六号　「地域社会による文化資産マネジメントとツーリズム」2012.3.31 発行
・第七号　「観光資源としてのコンテンツを考える」2012.3.31 発行
・第八号　「コンテンツ・ツーリズム研究の射程」2016.3.31 発行
・第九号　「自然災害復興における観光創造」2016.3.31 発行
・第十号　「尾道型デスティネーション・マネジメントってなに？」2016.3.31 発行

②調査研究報告書

・「産業界と連携した観光関連大学等の職業教員の評価・認定システム構築プロジェクト」報告書 2011.3 発行
・「産学連携による実践型人材育成事業パンフレット」2011.3 発行
・「ニセコ町海外投資に関する基礎調査報告書」2011.3 発行
・「地域ビジネス創造コーステキスト」2011.3 発行
・「ニューツーリズムによるまちおこし」2011.3 発行
・「インバウンド観光を対象とする評価と認証に関する調査研究」2012.3 発行
・「観光創造士のあり方についての報告書」2012.3 発行
・「地域資源を活かしたニューツーリズムによるまちおこし」2012.3 発行
・「宇治橋商店街文化的景観整備計画策定調査報告書」2012.3 発行
・「宇治の文化的景観整備計画策定調査報告書」2013.3 発行
・「成長分野における中核的専門人材養成の戦略的推進事業－観光地域づくりを担う

中核的専門人材育成に関する報告書」2014.3 発行
- 「平成 26 年度美瑛町観光マスタープランに関する受託研究報告書」2015.3 発行
- 「平成 26 年度広島県価値向上戦略策定事業報告書」2015.3 発行
- International Journal of Contents Tourism（オンライン）2015.4 発行
- 「平成 27 年度美瑛町観光マスタープランに関する受託研究報告書」2016.3 発行
- 「『阿蘇の文化的景観』保存調査報告書」2016 発行
- 尾道市・呉市「平成 27 年度価値向上外部専門家活用事業報告書」2016.3 発行
- 『「江差町歴史文化基本構想」策定のための建築悉皆調査報告』2017.01 発行
- 『「江差町内の関連文化財群にかかわる調査研究」受託研究報告書（無形・動産班)』2017.01 発行
- 「赤れんが庁舎リニューアル基本構想策定事業 道民ワークショップ報告書」2017.03 発行予定
- 呉市「平成 28 年度価値向上外部専門家活用事業報告書（呉市)」2017.3 発行予定
- 池田町「平成 28 年度インバウンド受入基盤強化に係る各種調査業務 報告書」2017.3 発行予定
- 池田町「平成 28 年度ワイン城魅力向上改修事業調査検討委託業務報告書」2017.3 発行予定
- 音更町・池田町「平成 28 年度マーケティング調査委託業務報告書」2017.3 発行予定

【包括連携協定】

- 認定 NPO 法人ふるさと回帰支援センター（ふるさと起業塾全国ネット）2009.10
- 虻田郡ニセコ町 2010.9.14
- 北海道銀行 2011.3.29
- 岐阜県大野郡白川村 2012.2.8
- 上川郡美瑛町 2012.4.12
- 富良野市 2012.9.3
- 南砺市・一般社団法人地域発新力研究支援センター（PARUS）2015.9.30
- 株式会社北海道日本ハムファイターズ 2016.7.8
- 韓国 建国大学グローカル文化戦略研究所／BK21 プラス融合コミュニケーション及び文化コンテンツ特化専門人材養成事業団 2017.2.7

編者一覧

石森秀三（いしもりしゅうぞう）

前出。

西山徳明（にしやまのりあき）

前出。

山村高淑（やまむらたかよし）

前出。

石森秀三，西山徳明，山村高淑 編
観光地域マネジメント寄附講座 10 周年記念
『観光創造学へのチャレンジ』

CATS 叢書第 11 号，北海道大学観光学高等研究センター

2017 年 3 月 7 日　発行

発行：北海道大学観光学高等研究センター
〒060-0817
北海道札幌市北区北 17 条西 8 丁目
TEL 011-706-5382
印刷：柏楊印刷株式会社
装丁デザイン：前田弘志（バナナムーン・ステュディオ）

ISSN 2185-3150

Commemorative Essays for
the 10th Anniversary of
Regional Tourism Management Division

Challenges to Studies on Tourism Creation

Edited by
Shuzo Ishimori
Noriaki Nishiyama
Takayoshi Yamamura

Center for Advanced Tourism Studies,
Hokkaido University

cats Library Vol.11

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

北海道大学 観光学高等研究センター
〒060-0817 北海道札幌市北区北17条西8丁目
TEL 011-706-5382 FAX 011-706-5362

www.cats.hokudai.ac.jp