HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	総合討論
Author(s)	下村, 彰男
Relation	歩く滞在交流型観光の新展開 The New Development through Extended Stay and Interactions with Locals in Walking Tourism
Citation	CATS 叢書, 12, 199-216
Issue Date	2019-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/73753
Type	other
File Information	CATS12_16.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

総合討論

下村 彰男
東京大学大学院農学生命科学研究科森林科学専攻教授

木村さんの話を聞きながら、改めてトレイルとフットパスと使い分けた方がいいと思いました。宿泊しつつ移動する主幹のトレイル、これはある意味人に結びつく話です。そこから派生する形で地域のフットパスがあって、これは地域を知る、理解するという側面の話です。本来、背反する移動の話と滞在・滞留の話とを結びつけるには、どのように考えるとよいのか。やっぱり歩くということが基本であり、宿泊しながら移動するトレイルに関して言えば、アクターは基本的に歩く人がいいですし、それから地域と関係するフットパスに関して言うと、ホストとゲスト、両者は分けない方がよいという話もありましたけれども、そういう役割分担に関わる話題がありました。それで、両者を結びつけるために細かい矢印を幾つか付けましたけれど、歩くことが目的化してきているというお話なんだと思いました。近年の歩く観光において、移動の話と滞在・滞留の話は結びついているのだけれども、やはり二つの側面があることを認識し整理しておいた方がいいというのが、まず感じたことです。

じゃあ何で結びついたのかということに関連して、昨日以来いろんな話が出てきています。それらを考え合わせると、歩くことが目的化してきているということではないかと思います。基本的に歩くことは移動手段です。移動であったり、運動のプロセスであったりですね。そういうことが歩くことの意味だったわけですが、歩くこと自体が目的化してきているということなんですね。

それでは、なぜ目的化してきたのかということに関しては、社会的な背景に関する話がありました。私は風景計画が専門ですので、そういうところに結びつけてお話をすると、風景とは人が環境をどのように取り込むかという問題なんですが、このところ風景認識つまり人の環境認識の形式が大きく変わってきており、その点とも深く関係しているだろうということです。風景の資源化、環境の資源化の形式が変化してきて、歩く過程で見えたり体験したりするいろいろな風景・景観が、楽しむための資源となってきているということです。

もうちょっとお話をすると、文化的景観という言葉が何回か出てきました。風景というのは皆さんが見ているもの、実景です。ここに実像と書きましたけれど、見えている風景つまり実景は、実像であると認識されています。ただ、風景とか景観を実像として捉えるようになったのは、近代になってメディアが発達したり、交通機関が発達して人がいろいろな場所に行けるようになったりして、様々な風景を目にすることができるようになってからです。

しかしながら、実は風景というのは実像だけでなくて、情報と一緒に形成されている。例えば平安時代には和歌の浦というところが名所だったんですが、当時、和歌の浦を実際に見ている人はそんなにいないわけです。それは多くの歌人だとか文人だとかの情報でもって

共有していたと言えます。この情報と実像との比率、風景を認識する際の両者の比率は、時代によってかなり変わってきている。近代以降、ずっと実像が中心だったものが、今また文化的景観、これは 1992 年に世界遺産にジャンル化されるんですが、日本だと 2004 年に文化財保護法が改正されて文化財に組み込まれますが、この文化的景観に象徴されるように情報の比率が高まってきているわけです。この情報については、その風景や場所がどういう風に形成されてきたという形成型の情報と、世界遺産やジオパークなどのように、価値づけや評価を外部から付与するとい付与型、特化型の情報があって、そういう諸情報と実像とで構成されているのが風景とか景観だということですね。

そして風景や環境の認識において、こうした情報の部分がかなり重要になってきたことによって、移動のプロセスというか、移動中の各地点地点が資源化してきているという理解です。つまり移動中の何でもない日常的な実像が、情報を付与されることによってある種の資源になっていく。エコツーリズムやガイドツーリズムがまさにこれですね。何でもないものに情報を付与することによって資源化していくという考え方であり方法です。そういう時代背景が歩くことを目的化している。

これまで風景・景観は、土地や地域と深い関係を有するものとして十分に意識されて来ませんでした。デザインマニュアルとか景観マニュアルとかをずいぶん作りましたけれど、風景・景観と場所や地域とを分離しないと、標準的な共通解を示すことも、自由度の高い創造的なデザインを示すことも難しく、風景・景観と場所や地域との乖離は必然だったわけです。現在は、この両者のつながりを再生して行こうという動きになっているということだと思います。

また、昨日は「若い人が歩かない」ということが問題視されていました。しかしながら、これはやむを得ないのではないかと思います。というのは歩く過程での風景や体験が資源化しないと、歩くことは面白くならないわけですが、風景や体験を資源化するために必要な情報を実像等から読み取ることが、経験や知識の浅い若い人にとって難しいと思います。何でもない日常的な風景や環境を資源化することはとても難しいことだと思います。そうなると若い人の場合は、移動の過程を別の形式で資源化する必要があって、昨日は自転車とか、カヌーとか、といった話題が出ていました。若い人には、ただ歩かせるだけではなく、何らか別の形で付加価値を付与しないと難しいのかもしれない。でも、その人たちも年をとってくれば、あるいはいろんな情報を与えることによって、風景としてちゃんと経験していく。だからあまり急がなくてもいいのではないか。時代に応じて、年齢層も想定しながら、各々に対応するやり方を考えていけばいいのではないかと思います。

若い人に関して、それ以上に悩ましいというか、わからないことが、情報社会における Web 情報の影響についてです。このところ風景のことに関して、実像中心から情報の価値が高まってきているという話をしてきたのですけれど、ここにきて SNS、インスタグラムいった、脈絡とか関係なしに Web 上で単発に発信される情報が大きな力を発揮しています。これらの Web 情報は発信されると短時間に広く拡散していきます。これがどの程度そして

どのように影響を及ぼすのか、私も全く読み切れていません。本当は、若い人のことを考えようとすると、この問題をどう考えるのかについて議論する必要があると思います。これからの課題ですね。

その他、これまでうかがっていて「歩く」ということと、どのように結びつけていくのかということに関してもっと議論を深めた方がよいと考えたのは以下のような点です。

まずは、街の特徴や認識に関しての話です。今日もフットパスに関係して地域サイド、滞在型観光における地域の担い手のことで、色々な話がありました。街の良さを再認識して地域の人が街に対する誇りとか意識を高めるという話題がありました。それから、先ほどゲストとホストの話で、両者をあまりはっきり区別する必要はないのではないかと。街内外の人々の交流を促進することによって、新たなコミュニティーが形成されるのではないかという話です。

街らしさ、街の特徴をどのように抽出するのか、どのように伝えるのかについて、計画論や技術論をちゃんと構築しなければいけないと考えています。西山先生と最近、阿蘇の世界遺産に向けての議論をしているのですが、阿蘇のカルデラが持っている価値とは何かについて時間をかけています。文化財関連で本質的価値と言われるものですね。風景・景観には見る主体と対象との関係の中にいくつかの構造があります。対象の表層がまず見えて、それを支えてきた歴史やその土地の自然、社会があって、これらの関係の中に地域らしさや、地域個性が存在しています。それがいったい何なのか。この点についてしっかりと考えていく必要があって、表面的でわかり易い実体だけではなく、地域の自然や歴史との関わりの中に本質的なものがある。それを抽出したり演出したりする方法論があるんじゃないかと思います。

見る方も最終的にはイメージを頭の中に描くわけですが、時代の価値観というのがあって、よく美人というものが時代ごとに違うというような話がありますが、社会の価値観というフィルターを通して実像を見るわけです。風景とか環境を資源化することを考えるときにはこういった構造についてちゃんと考える必要があります。そのうえで地域や場所の特徴を抽出し、地域の人々や来訪者に分かり易く伝えたり演出したりすることを考える。ガイドの人やインタープリターとの付き合いがありますが、彼らの話を聞いていると、ある種、演劇における演出論と似ていて、舞台芸術的な技術があるわけです。そういう技術の問題についても考える必要があります。

それから、コミュニティーの再構築に関しても、域外者から住民に至るまで連続的あるいは段階的に推移していて、先ほどの地域らしさや地域個性を知ることとつながっている。立ち寄りの人、親しくなってきた域外の人、地域のファン、第２住民というように段階的に交流型の地域コミュニティーを考えることも重要です。そういった異なるタイプの人々を位置付けつつ地域資源管理を考える必要があります。地域の資源管理をどんな財源で賄うのか、地域コミュニティーの中でどういう風に担い手を考えていくのか。もちろん行政が主導することが重要ですけれど。そういう関係や仕組みのことをちゃんと考えなければいけま

せん。

それから、やはり継続性とか持続性に関して、ビジネスモデルという表現がありましたが、経済の循環についても、もっと議論を深めなければならない。もっとちゃんと考えなければいけませんね。時間もないので最後に、ビジネスのところ、つまりモノを循環的に動かすためのお金の問題について、私たちの調査をひとつ紹介したいと思います。今日のお弁当の具材は全部北海道産だったんですけれど、北海道も広いので色々な地域があると思うのですが、一応、全て北海道の産物を使っていました。我々のやった調査は、レストランで同じメニューがあって、全て地域素材の料理と、産地不明でどこから輸入したかわからない素材でつくった料理があったときに、それぞれに対してどのくらい払いますかと聞いたんです。結果がこれです。湯布院産が 50%、100%、有機的な素材を使ったもの、これらを比較すると地域産 100%に対する支払意志額が一番高い。あるいはどういう場所で食べるかというケースで、地域ならではの風景が見える場所、もっと高級感のある場所、これらを比較しても支払意志額が結構違ってきます。つまりこの調査は、地域性というものがどれくらいお金になるのかということを調べたものです。

その結果、今の時代は地域産、あるいは地域らしい風景の方が、二割五分から三割くらい上乗せされる。そのくらい地域らしさということがお金になっているのですね。そういった時代状況をもうちょっと上手に使えないかということです。

また合わせて、他の方が実施された調査を再編したのですが、観光収入がどのくらい地域に残り、どのくらい域外に流出するのかについて分析しました。宿泊施設と飲食店と土産物について分析しています。例えば宿泊施設ですと、半分ぐらいは市外に流れてしまうんです。それから飲食店だと三分の二が市外に流れる。土産物にいたっては四分の三が市外に流れている。これが地域の現状で、農業においても生産のシステムと消費のシステムがバラバラになっている。地域の中で循環するということをもう少し考えていく必要があると思います。

今の経済の動きというか、お金の動きは、地域の産物をできるだけ高く売ってたくさん儲け、不足しているものを域外から買ってくるという考え方です。農産物のブランド化は、その考え方に則っていて、その結果、地域は一面のキャベツ畑とか、レタス畑になってしまいます。高く売って、その代わり米は作ってないので外から買ってきますよというような循環をしている。

ただ、それをもっと地域内で循環できないのかということについて考えていく必要があると思います。これは地産地消の話ですけれど、それによっての地域野菜、それから地域の料理、地域の味付けというものが洗練され、価値が上がっていくという想定ができますし、それを持続させていくことによって地域づくりのエネルギーになってくると思います。

そのことに観光はもっと貢献できるのではないか。観光というものには観光客が持ってくるある種の市場があり、観光客は厳しい目と緩い財布を持って来るという話をしています。この観光がもたらす市場をちゃんと活用できれば、産物等の域内循環を実現することが

できるはずで、観光に関してはその点をもっと考えておくべきであると考えています。

歩くということと滞留・滞在、特に滞在とのつながりを考えた時に、観光の役割というか、滞在させるということの意味合いが明確化すると思います。これらはもっとちゃんとお話しなければ十分に伝わらとないと思いますが、昨日からの話題や議論と、日ごろから考えていることとを結びつけてお話ししたということでお許し願えればと思います。

＜＜質疑応答＞＞

西山徳明

無理なお願いをして申し訳ありませんでした。本研究会では毎回設定したテーマに即して、その分野の権威の先生に来ていただき、「なかなか良い議論していますね」と言ってもらえるか、あるいは「こんな議論ではだめじゃない」といわれるか、客観的に評価、コメント頂く趣旨でお越し頂いております。下村先生には最初に褒めていただくことができ、ありがたく存じます。

改めて二日間で議論してきたことを、先生が言われる風景という問題と域内での経済の循環などの視点からあらためて整理頂き、また大切なご提案をいただきありがとうございました。

今の下村先生からのコメントに対しても良いですし、追加のコメント等いただけますでしょうか。まずは当学大学院の清水先生、お願いいたします。

清水賢一郎

みなさまお疲れのところだと思います。今、下村先生から大変シャープなまとめをいただいたところで、緩いコメントをするのも気が引けるのですれども。昨日と本日と二日間のみなさんのプレゼンテーションとコメントを伺っていて、私も大学院の観光創造専攻というところで 10 年あまりやって参って、今、すっかり専門家ヅラをしていますが、非常に学ばせていただくことが多くて、ありがたいと同時に感銘を受けつつ、また恥ずかしいなと思っているところです。時間もあまりありませんので、少し下村先生のコメントにかぶせるというか、同じ様なことを私も考えて二日間聞いておりました。とくにこの歩くというのと、それから滞在交流型、これを泊まるという言葉に言い換えていいのかわからないですけれど、歩くにしろ、泊まる、あるいは寝るという当たり前のことと言いますか、人間の根本的な条件。特に歩くというのはもちろんイヌやネコも歩いているわけですが、二本足で歩くという、人間の根本的な条件に関わるところで、それがどういう風に今の私たちの現代の観光的な営みというものと結びついてくるのか。あるいはどれくらい結びつけられるのかというところを考えようということだったと思います。

どうでも良いことを言いますけど、実は私、先週にヒザをやってしまいまして。今非常に歩行困難な状況なんですけれど。歩くということがどれだけ並大抵でないかということを

痛感している 10 日間ほどなんですが。そういうことも含めて、人間が過去からずっとやってきた中で、特にこの巡礼ということも含めて中世から、一旦あるいは何回か途切れながら、近代の産業革命、あるいは労働と余暇、そういう中でのリクレーションというような、それがさらに高度経済成長、さらにバブル、それがはじけるというポスト近代、あるいは近代へのアンチテーゼという、そういう時代を進んでくる中で、どういう風に生産というものをやっていくのかという所と、それをどう消費していくのかという。生産の構造と消費の構造というものが変化してきている。そこのところをきっちりと考えていくということなんだろうと思います。

そこに特に歩く、そして泊まれる滞在型というところで、当たり前のことですが我々の体に直結している、ちょっと格好付けて言うと、身体性がより強固に結びついているという、そういう部分が今回の研究会の根幹のところにあるんだろうなと。そういう意味で先ほど先生が映してくださった風景・景観というものに対象物、つまり見えているものの本質というものが、表象を通じて価値観のフィルターみたいなものを通って、イメージを結ぶという。そこのところの価値観に、単に情報とか、頭の中だけで考えるものじゃない、体というものが大きく入ってくるというのが重要で。そういう意味でも、私たち自身のリアリティーの変化、何が自分にとってリアルなのか。例えば、町田の神谷さんのお話の中で「自分が生きている感」という言い方をされていましたけれど。何をしたときに「ああ生きている」というような、そういう感覚……まあ、それを今ざっくりとリアリティーと言っていますけれど、そういう感覚が重要な問題性としてあるんだなと、改めて感じた次第です。

昨日から何回か問題になっている「若い人が歩かない」、あるいは「若い人をどう取り込んで行くのか」というところで、今、下村先生からもご指摘がありましたけれど。私なんかはまさにこれを本当に考えなければいけないポイントなんだなと思っていて。例えば情報社会。先ほど SNS とかインスタグラムといった話も出ていましたが。今の若い人たちが情報デバイス、ICT というものをどういう風に使って、それらがどういう風に彼らの、あるいは私たちのリアリティーみたいな部分を支えているのかというところでの探求が、やはり、もう一歩も二歩も進んでいかないと。それを進めていくことがこういった歩く滞在型、あるいは滞在交流型観光というものを考えていくことに、非常に重要なところになってくるのかなと感じていました。そのあたりをやっぱり、今回オブザーバーの形で発言権ないんですかね。後ろの方で座って聞いていらっしゃる大学院生の方とか学部生の方たちが「いや」という声が本当は聞きたいなという気持ちが無きにしも有らずです。そういうところで、あまりまとまっていませんが。

西山徳明

ありがとうございます。若い者の話が話題になっていますけれど、若い方で聞いていて、ちょっと一言言いたいと言う方、もしおられたら。いいですか。それでは清水先生ありがとうございました。もう少し、私からご指名させてください。田代先生、お願いします。

田代亜紀子

下村先生と清水先生の高尚な話の後でまさか私にくるとは。二日間お聞きしまして、二つの点を考えました。問題意識として、「歩く観光」「滞在交流型」という話をしていたのですが、実は二日間を通して私が考えていたのは「道とは何か」ということです。これは研究会の主たる問題意識ではないと思いながらも「道って……」という風に感じてしまった二日間です。まあどうでも良いことですが。もう一つは、イギリスのガーデンツーリズムについて最近研究していることもあり、日本って意外にイギリス好きなんだなと思いました。フットパスもそうですし、ナショナルガーデンスキームというプライベートなガーデンを公開することもそうですし。ナショナルトラストもですが、意外に本場英国のことが日本って好きなんだなと。フットパスの研究を聞いていて、自分のガーデンの研究とも重なって考えました。

さて、道ということに戻りますと、点から点へと結ぶものと塩路先生がおっしゃっていましたが、話を聞いていくと、歩くことの必要性とか、辿り着くまで、目的地に行くまでの経緯ということを考えないといけない場合もあるんだろうなと思いました。つまり到達点が最大の理由であって、その過程では実は手段はどうでも良くなったのかもしれないけれど、岡本先生のご発表にあったように、バスを使った人の方が宗教的行為としての巡礼である場合があり、歩いている方がそうでもない、というような形になっている。あとはメンタルですね。癒されに行く。私の友人でもいるんですけれど、癒されにサンティアゴ・デ・コン・ポステーラを歩くというという人もいまして。宗教とはまったく関係ない、メンタルな理由ですね。ただ、昔はたぶん修行とかですね、修行で歩くというのは身体的なトレーニングの意味もあったとは思うのですが。そういう歩く意味の変化と道の関係がだいぶズレてきているのかなと。

後は、二日間お話を聞いてきたときに、ヘリテイジトレイルとか、見せるものが計画されている、見せることをしっかり捉えられていて、それでトレイルを作るという話と、おそらく、フットパスというのはもうちょっと違う感覚で環境のある空間を歩いて眺める、というようなふたつの考え方があると思います。塩路先生がおっしゃっていた WaW の展開というのは恐らくフットパスでさえも文化財化された、フットパスというものを利用して、新しく出てきた価値をつけて、道を創っていく。ある道を利用して道を新たに創っていく。それがまさしく滞在交流型に繋がっていくんじゃないかなと思いました。

最後に、地域と地域を結ぶトレイルというものがあって。地域と地域の連携とかですね、協働があんまり見えてこないものなんだなというのが一つ疑問点として残りました。一旦、トレイルを使った後、その場所に行った後のこととか。今回はテーマになっていなかったからかもしれないのですが、あまり話題に出て来なかったので、行った後のネットワーク構築、行った後からの展開というのはどうなったのかなという疑問が私のなかでありました。

西山徳明

最後のお話はどなたかに一度質問していただきましたけれども、あまり展開はしなかっ

たんです。どうもありがとうございました。

なるべく全員の方にお話をいただきたく、10 分間くらい追加できればと思います。

栗山潤一

実は私、現在は北海道観光振興機構に所属していますが本職は銀行員です。その観点で先ほどのスライドの中で最終的に下村先生にまとめていただいた、地域にお金がどうやって落ちるかという話がありましたが、そこで二つほど補足といっては大変失礼ですが、話をさせていただければと思います。

一つはフローとストックの話があるんだと思います。つまり、地域循環というと、お金のイメージで、お金がぐるぐると回るということです。先ほどの先生のスライドの中にも、それぞれの産業ごとにどれだけ地域乗数と、内部乗数をしているかという話があったと思うのですが、そのフローの話の中で例えをあげれば、自分の会社の従業員がどれだけ地域のモノを買っているかということもやっぱり大事だということです。乗数効果について、例えば 100 の価値を生み出している会社があって、80 の人件費を払っているとします。その 80 の払った人件費のうち 50 が地元の食材に回っているのか、あるいは、80 のうち地元の食材に回るのが 10 なのか、5 なのかということで、かけ算をしていけばわかると思うのですが、地元への効果が違ってきます。ですから、何を申し上げたいかというと、ここでは地域の方が自分たちの土地で生み出されたものを食べるということを地域の人にも会社としても勧めることによって、地域全体のフロー、地域価値が上がっていくという話が一つです。

もう一つは、ストックの話です。下村先生の図で見ますと。小売業が例えば 10 あったとしましょうか。その 10 の会社が、去年と 10 年前とで 10 の会社の合計の現預金、持っているお金の絶対数が、10 年前と比べて減っているのか増えているのか。増えているのであれば色々な形で地域の中で価値を生み出して、外からお金を持って来て小売業全体として 10 年前よりも現預金が増えたということであります。

これはただ増えればいいということではもちろんありません。お金というのは使って価値を生み出します。ですから先ほどのフローの議論に戻るのですけれど。いずれにしても、増えたということをまず確かめた上で、それではどのように増えているのか。借金をすれば当然増えますし、投資をするとお金は減るわけです。また、溜め込んでしまってもダメです。使いながらきちんと増やしていくことが大事です。そうすると、適切な利益を上げながら従業員にもお金を払って、地域の中のものをしっかりと従業員が消費するような形に持って行かなければならない。こういう話だと思います。

申し上げたかったのは誠に僭越ながら、私も今日一日だけの参加で大変勉強になりましたけれども、やはり今日のような地域の持続的な発展ということを考える研究会にはどうしても、すべてではないですが、経済的な話、特に雇用の問題が大事だと思います。そこを考えるときには、人を一人雇うときには何百万かかるということを前提において、そこから継続的にお金を生み出すためにはどうしたら良いか。そういう観点が必要だと思います。

提案としてはぜひ地元の金融機関とか信用金庫だとか、そういう方たちもこういう議論の場にいていただいて、できればそういった方たちにデータを出してもらって、そこで議論をするとなると、より現実的で持続的な発展に向けて、何をしたら良いかという話ができるのではないかと思います。以上です。

西山徳明

我々が数字に基づかずに雰囲気で発言しているところを、下村先生が具体的に出し、さらにプロからのアドバイスがありました。栗山さんには、振興機構から本社に戻られてもぜひ継続して研究会に出ていただきたいと思います。ありがとうございます。

朝倉俊一

ドーコンの朝倉です。昨日ですか？小林先生が「歩くことがどうして現代社会で必要になっているか」ということをおっしゃっていて、その問いに対して情報化と絡めてお話したいと思います。

情報化によって、効率的に無駄なく情報にアクセスできるという環境にあるのですが、それは一方で見たくないものは見ないというようなことに繋がる。それというのはａｍａｚｏｎで本を買うというより本屋に行った方が目的以外の本を見つけて、それで視野が広がるということもあるのですが。旅というのも見たくないところまで見えてしまうというところに価値がある。そういう所に現代的な価値が出てきているのかなと思います。

私は去年シドニーに行って、歩く旅をしてきました。ボンダイビーチからクージービーチへ2〜3時間でした。ビーチとビーチの間にすごい大きな墓地があって、それが海を眺められるところに墓がいっぱい立っていました。まるでイギリスから渡ってきた先祖が海を見ているような感じで。私も祖先が本州から北海道の道南、せたな町に渡り、墓地が日本海に向かっているところで育ったもので、すごく感動したというか、自分と重なりあって。歩く旅をすることによって普段だったら見るはずのない墓地に出くわし、そのことが自分の旅に独自性を与えたのではと思ったことがありました。

歩くことは立ち止まりやすいということで、ノイズを受けとめやすいという構造もあり、それが旅の豊かさを感じるところに繋がっていくという面もあるかもしれません。昨日から歩くことが本物の旅に繋がるという意見が挙げられていたんですけれど、見せたいものがブライトサイドのことだとすると、見えざるを得ないダークサイドがあって。陰影をつけることによって、今日神谷さんがおっしゃっていた立体的とか本物につながるという構造があるのではないかなと思います。

情報化社会での旅の価値のことを申し上げたのですが、次に工業化社会のことについて述べます。歩くことが鉄道や車に変わって、視覚の価値、五感の中で目で見ることの価値が高くなりすぎて、そこでこぼれ落ちた匂いを嗅ぐとか、聞くとか、足の下で大地を触る触角とかという感覚を取り戻す。そういうところにも歩くということは関わり合っている面もあ

ると思います。このように工業化や情報化が進展することによってこぼれ落ちたものが、歩くことによって再発見されるということが、現代的に非常に重要な役割を果たすのではないかと感じました。

もう一つ、「若者がなぜ」という話だったんですが、昨日は志賀さんが「歩くことというのは自分と向き合うこと」というような話をおっしゃっていて、すごいロマン主義的な価値観に基づく側面が強いのかなと思っていまして。北海道の観光の例で、礼文島の「愛とロマンの８時間コース」という散歩のコースがあるんです。それが昔、今で言うところのフットパスなのかもしれないですが。それがロマン主義的な価値観に基づいて生まれた商品だと思っています。今は全然流行らなくなってしまって。これはやっぱり、カニ族の時代はロマン主義に基づいていた旅が、その後消費社会的な価値観になって、それがおしゃれな街を散策するような旅を好むようになってきて、そしてさらに今の若い子ってすごく快楽主義的な価値観に基づいた旅をしていると思っています。そうした価値感の変化に歩くという行動を重ねようとすると、「幻のカニ炒飯を訪ねて歩く旅」とか「ザンギ巡り ８ 時間コース」とかでしょうか。そんなことを打ちだすことによって、若者に参加してもらうためには、快楽主義的なものと歩く旅を組み合わせることが今後必要だったり、そういうマーケティングが大事だったりするのかなと思いました。以上でございます。

西山徳明

どうもありがとうございました。最後の方、リアルな話が出ましたけれど、前半の見ないものを見る、見なくて良いものまで見ることで豊かになるのが大きなヒントになると思いました。ありがとうございます。

八反田元子

昨日からの濃密なお話と下村先生のご講話をお聴きし、大いに刺激を受けています。その上で、若者が歩かないのは何故かと言われていることに触れたいと思います。
私は札幌国際大学で教員をしております。学部生の一年、二年を中心に教えています。授業では観光が地域に及ぼす効果について、意識的に取り上げています。

学生の多くは道内出身です。札幌近郊と道内各地から来ている学生に対して、自分のまちの良いところをどのように捉えているかを、質問の角度を変え機会あるごとに問いかけています。繰り返して問いかけるうちに、自分のまちに対して非常に愛着を持っているし、まちの良いところを知っていることが分かります。また、歩くということに関連しては、車社会と言われる今日にあって、車に執着心があった年代の人たちに比べ、車に対する執着心が薄いと思われます。経済的なことも理由として考えられますが、歩くより少しスピード感のある自転車を活用しています。そうした段階の若い人たちに、歩くことの意義や効用を説いても、身体感覚に合わないのではと思うのです。一般的には年齢とともに移動速度もゆったりしてくると思いますので、いずれは歩くことで地域を知り自分と向き合うことが出来る

ようになると思われます。若い世代に対して気づきを喚起するためには、時間をかけて色々な形で刺激を与え続けることで、行動の変容が期待できるのではないかと思っています。

私は博論にワインツーリズムを取り上げました。ブドウ畑という農村景観、その実景とともに生産活動にともなう情報やそこに築かれた文化に魅力を感じました。こうした情報や文化は、来訪者が現地で生産活動に直接触れることによってこそ伝わるように思います。

もう一点、二日間のお話を北海道と九州のスケール感覚の違いを思いながら聞いていました。今日のお弁当を例にとると、素材の産地は全て北海道とあります。しかし、北海道の何処なのかを特定した表記ではありません。九州の場合ですと、各県に特産品があり明記し県の特色が打ち出される例が多いと思います。北海道と大きな括りで表現すると、地域の特性が埋没してしまうように思います。もう少し丁寧に打ち出すことによって、北海道の魅力を来訪者の皆さんに明確に伝えることが出来るのではと思っています。

道南で旅館を経営している女性の言葉に、とても印象的なものがあります。「私たちは毛細血管です、全道規模の大きな観光の動きにおいて、私たちはその先端の位置で観光に携わっています。その先端がイキイキしていないと、全体として活力に満ちたものにならない。だから私たちは頑張ります。」と仰っています。地域を上手くプロデュースしていく取り組みを、ぜひ北海道の中でも実現して頂ければと願っています。この二日間、刺激に満ちたお話しをお聞きし色々と勉強させて頂きました。ありがとうございます。

山田義裕

大変勉強になった二日間で、言いたいことはたくさんあるんですけれど、時間が無いので一点だけ申し上げます。

今日参加された発表された人たち、それからコメントや質問をした人たちから、たくさん刺激を受けて私も大変勉強になりました。実はこの会には、ここにいらっしゃるみなさまだけではなく、もうひとつ重要な参加者がおります。人じゃありません。私たちの目の前のマップです。私たちはマップを囲みながら議論をしていたということと、この重要性をもう一度考えたらいいなと、その観点からコメントをさせてください。

今回ご発表されたみなさまは、さまざまな素晴らしいマップを作っておられることが分かりましたが、地図を見ながら歩くという私たちの行動について少し考えてみましょう。地図を見ながら歩くという行動は、一体いつぐらいからはじまったのでしょうか。清水先生がさきほどお話していたように、歩くことは私たちの動物的な本能であるというのはそのとおりですが、人間が地図を片手に歩く場合、それは動物と違ってある意味「社会的」あるいは「メディア的」な行動でもあります。人間はある時期くらいから地図を使いはじめるのですが、それはそれほど昔のことではありません。例えば、19 世紀のイギリス・ロマン派の詩人にワーズワースという詩人がおります。彼を始めこの時代の詩人たちは、徒歩旅行の際に相当な距離を歩いたようですが、その際には地図を持たずに歩いた。その後、人が地図をもって歩くようになったのは、20 世紀に入ってからのようです。つまり、私たちが現実の

物理的な場を移動する際に、その間にマップというメディアを挟み込むという行動様式が一般化するのは、さほど昔のことではないようです。地図を片手に歩くというのは、非常にメディア的な行為ですが、そのメディア、マップ自体が変わりつつある。インターネットにアクセスしながら、たとえばグーグル・マップに私たちは自分の行き先の水先案内をしてもらっている。

このメディアの変化が、今後恐らく私たちの歩く行為になんらかの影響を及ぼすという風に私は考えます。その際に、オーグメンテッドリアリティー、拡張現実というのがひとつのキーワードになると思います。以上です。

西山徳明

どうもありがとうございました。確かにこのマップたちもみんなの議論を吸い込んだことかと思いますが、この環境を提案していただいた木村先生、どうもありがとうございました。

歩く滞在型交流観光の新展開

【歩く観光】⇔【滞在交流型観光】

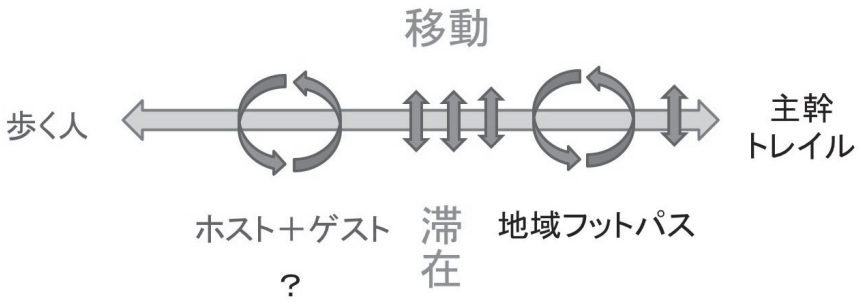
・本当に結びついているのか

・何故、結びついたのか

1．本当に結びついているのか

（対照的修辞なのか）

・「歩く観光」に二つの側面があることを認識しておいた方がよい



2．何故、結びついたのか

≒ 歩くことが「目的」化してきたのか

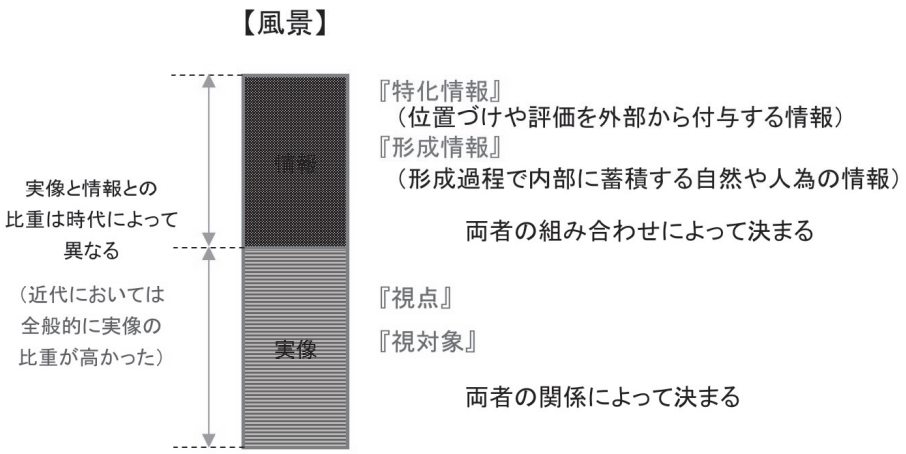
⇕

手段（移動、運動 等々）

・環境認識の形式が変化してきている

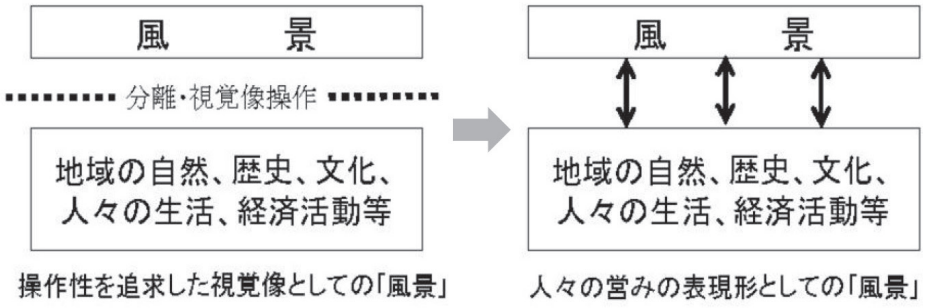
⇒ 環境（風景）の資源化形式が変化しており、全ての風景が資源となり得る

風景の構造



景観と土地・生活との乖離（分離）

＊近代においては、景観を地域の自然や歴史、文化、人々の生活や生業から切り離すことによって、操作性を高め、視覚像形成技術を洗練させていった。



操作性を追求した視覚像としての「風景」

人々の営みの表現形としての「風景」

【問題意識】　若い人たちが歩かない

・やむを得ないのではないか

⇒　年齢層により読み取れる情報に差異がある

⇒　途中の環境（風景）を資源化することが難しい

⇒　過程を別の形式で資源化する必要がある
・自転車、カヌー、スキー　等
（身体性への付加価値）

？「情報社会」による影響

【地域サイドから】

・「まち」(の良さ)に対する(再)認識
⇒ 「まち」への誇り、帰属意識

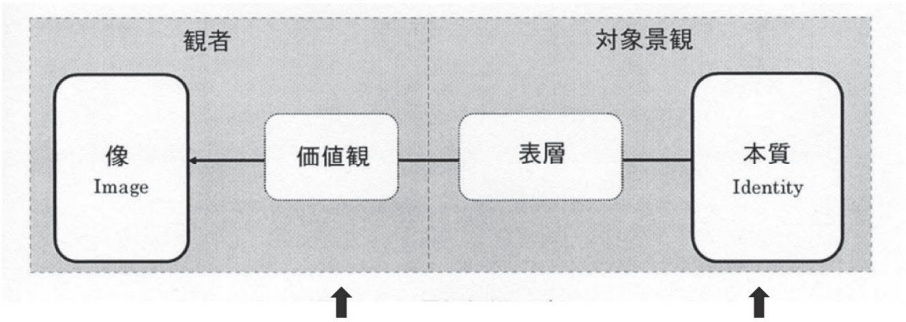
〇「まち」らしさ(特性)の、抽出と伝達技術

・「まち」内外交流促進:コミュニティの再編

〇域外からの人々:第2住民?
の位置づけと組み込み方
(例えば、資源管理のための自主財源)

・経済的側面:(ビジネス?)経済循環モデル
継続性・持続性

風景・景観が伝えるもの



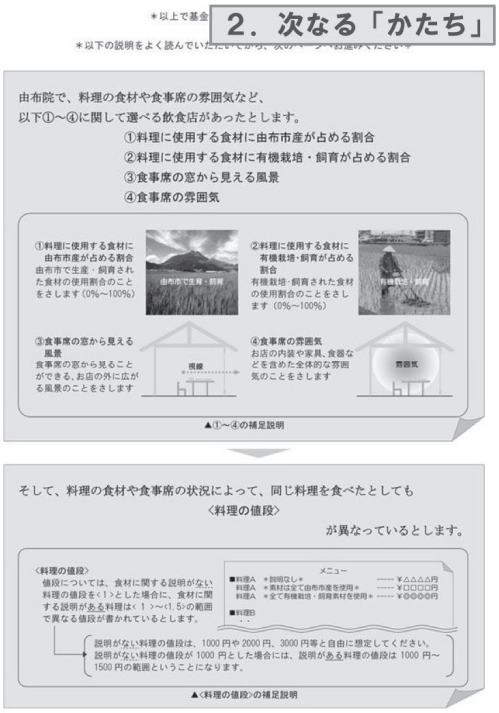
孫鏞勲 :歴史的集落における集落景観の保全に果たす路上景観の役割とその管理方策
東京大学農学生命科学研究科博士論文, 2007年3月

【社会、個人】

【歴史、自然】

購買時の地域性に対する付加金額についても調査

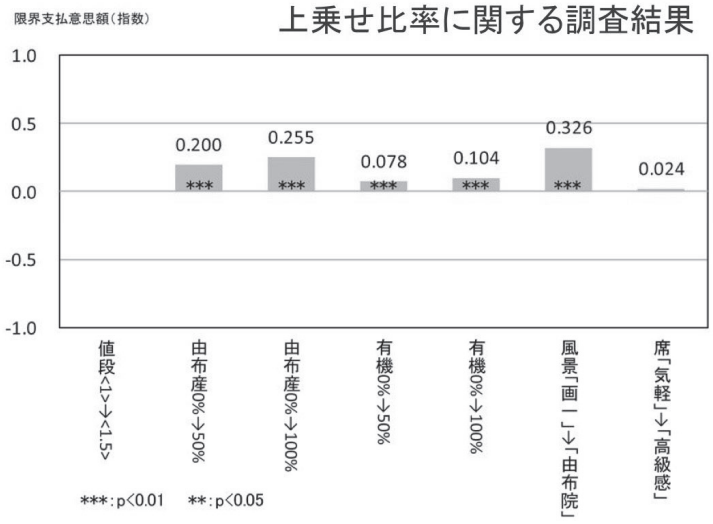
料理の食材に「地域産」を用いた場合、あるいは食事に際して眺める風景・景観が地域ならではであった場合に、通常の支払額にどの程度上乗せをするのかについて尋ねた。



由布院調査 （2013）

2．次なる「かたち」

地域個性も財源になり得る



図ーコンジョイント分析の結果／限界支払意思額

由布院調査 （2013）

由布院における観光消費の動態試算

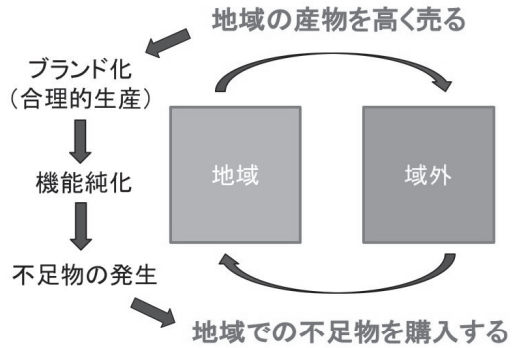
区分	消費額（億円）	内訳			市内	市外
宿泊施設	79.6	食材・商品等仕入れ	億円）	21.5	11	10.5
			%）		51.3	48.7
		他	億円）	54.1	43.1	11
			%）		79.6	20.4
		小計	億円）	75.6	54.1	21.5
			%）		71.6	28.4
		利益		4		
飲食店	10.8	食材・商品等仕入れ	億円）	4	1.4	2.6
			%）		34.2	65.8
		他	億円）	5.8	5.3	0.5
			%）		90.9	9.1
		小計	億円）	9.8	6.7	3.1
			%）		67.9	32.1
		利益		1		
土産物	11.3	食材・商品等仕入れ	億円）	6.2	1.5	4.7
			%）		24.6	75.4
		他	億円）	3.8	2.4	1.4
			%）		64.1	35.9
		小計	億円）	10	4	6
			%）		39.6	60.4
		利益		1.3		

*1:「消費額」については、
「平成21年観光動態査」（由布市商工観光課）より

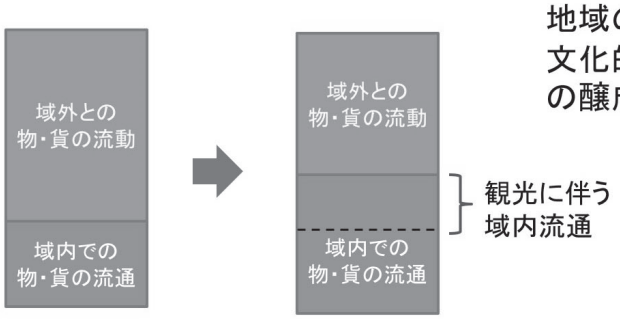
*2:「内訳」および「市内外」の動態については、
以下にもとづき算出

（「観光環境容量・産業連関分析調査及び地域由来型観光モデル事業報告書」，
由布院観光協会，平成18年）

2．次なる「かたち」



域内外での産物と資金の動き

地産地消

地域の自立性や
文化的アイデンティティ
の醸成・洗練に影響