

第2章 観光の原点と復権の拡大

国の光・地域の光から

様々な広がりを持ちつつも、観光は、見る、食べる、遊ぶ、歩く、体験する、佇む等のあらゆる行為によって、各地域社会に存在する資源に触れながら、当人にとって非日常的な空間に身を置いて時間を過ごす行為であり、個人の内面に作用して成長を促すという極めて個人的な側面と、都市空間のあり方にも影響を及ぼす社会的な側面との両方を本質としていると言えよう。(窪田亜矢) 『観光まちづくり』 pp.269~270。



『観光』の表紙



出典『米欧回覧実記』岩波文庫、1977年

窪田亜矢の一節を掲げたのは、「本質」という語で迫っているからである。ところで、観光の定義はどうか。本質は、定義によって知らしめられる。定義しないと論旨が散漫になって、行き違いが生じる危惧がつきまとう。観光関係の図書を読んで感ずるのだが、観光の定義をしっかりと迫っているものは少ない。

ほとんどの本は、「国の光を観る」と易经を引くが、いかにも孫引きで、語意説明が典型的である。「学」を掲げる図書でも、平易さを先行し過ぎて、あえてこの本では観光を「楽しみのための旅行」といった定義にして進むとしている『観光学入門』(有斐閣アルマ、2001年 p.2)のような例もある。

ところが、念のため『世界百科事典』をはじめ、いくつかの百科事典に当たってみると、観光の定義などについて単著よりはるかに精細に解説し、手ごたえのある概括をものしている。一方、市販されない学術文献も大事であるが、検索に手こずる。刊行本の一般市民に読まれる社会性と比較考量するにつけても、西村幸夫が研究室メンバーを起用しながら、諸誌への寄稿や単著出版に精力的な活動を継続していることは特筆すべきである。

そこで図書であるが、書店で『観光 新しい地域づくり』(学芸出版社、2009年10月)という近刊本を見つけた。学者でなく、東海旅客鉄道社長をした人で、相談役とある。「地域」に「くに」とルビをふって、「国の光」に対応させている著書である。

この本は最近の観光情勢を加えて、多角的に観光を説いている。しかし、旅客鉄道事業にかかわりながら、旅行従業員への期待はありきたりの言及に終わっている。「観光は人なり」という「人材の育成」の項は、巻末近くになっての登場である。

そこでは、観光が必要としている人材として、「第一は、観光指導者です。観光についての正確な認識をひろく啓蒙するために、そして、人々が観光に強い関心を持ち、その活動を支援・参加・推進するために、観光に対する深く正しい認識と学識をもった観光（指導）者を育成する必要があります」と述べたあと、観光実務者について、次のように記述している。

第二は、観光実務者の育成です。ふたつの方向があり、ひとつは、観光プランナー（計画者）プロデューサー（演出者）ともいべき人材です。今ひとつは、観光客の接遇に当たる人材（観光事業従事者、通訳・ガイド等）の育成です。

そのあと、「観光の人材育成は、専門教育機関がベースになりますが、公的機関（自治体を含む）と関係企業・教育機関との幅広い連携・協働が不可欠です」といった記述が、十数行あるだけである。ほとんどの紙幅を通じて観光の語源や意味、歩み、現状分析・分類や未来像などが熱っぽく綴られているのに比べて、せつかくの観光従業員のことについて類型的である。

全 206 ページ中、ツアコンのツの字も書かれていない。こうしたことは、観光関連業のなかで、ツアコンなどの評価に問題が残ったままであることを物語っている。ツアコン、ガイド、ドライバーなどといった第一線の強化をもっと熱っぽく説得してほしいと思った。学者の執筆といっても通る著述なのだが、この点が惜まれる。とはいえ同書は、観光の語源について他書より丁寧だったので、引用しておく。

「観光」という言葉の語源は中国にあります。今から約二千年前、中国の儒学の古典に「易経」という書物がありました。儒教の教えを説いたものといわれています。このなかに次のような言葉があるのです。「観国之光利用賓于王」。日本語で訓読みしますと「国の光を観（み）るはもつて王の賓たるに用いるに利し」となります。なお観は観すとも読みますので観（示）すという意味もあわせもった言葉です。この言葉が「観光」の語源です。

当時の中国は群雄割拠の時代ですから、「国」といえば比較的狭い範囲の、日本の県・市程度のひろがりのもので、むしろ地域というようなものと思います。また王とはその為政者・支配者のことであり、また「光」とは地域の秀れたもの（美しいもの、特色等）そして「観る」とは単に見るだけではなく、より深い意味をもち「心をこめて」「誇りをもって」観す（示す・みせる）という意味だと解されます。

「地域のすぐれたものを心をこめて多くの人々に観せ（見せ）、またそれを心をこめて観る（見る）ことによって、人的交流（ふれあい）をはかることは為政者の大切なつとめである」と教えているのです。なお原書では観は「觀」の字をまた国は「國」と記されています。（pp.11～12）

この観光の字義からうかがえるように、観光は高尚なものだった。明治初年の岩倉具視欧米使節団報告書の標題が『観光』だったことでもうかがえる。それが観光の拡大につれて、次第に平俗した使われ方をみせ、単なる遊びと同義語に誤解され、それが反転して、いまでは文化活動の正当な評価による「国の光」復権への動き、それも観光とまちづくりが接点を持ちつつ、新しい次元での復権に向かって漸進しているのが現状と考えたい。

ひらがなの「まちづくり」

西村は「観光」という語から進んで、長年の「まちづくり」キャリアと、プロモーターである「観光まちづくり」の意味づけに意を注ぐ。本稿は、西村観光まちづくり論＋ツーリズムで論旨を進めているため、「まちづくり」や観光まちづくりについての多くは、次の西村解釈に準拠している。

〔まちづくり〕「街づくり」という言葉が初めて使われたのは1962年、名古屋市栄東地区の都市

再開発市民運動においてだったという。その後 1970 年代に入り、「街づくり」や「町づくり」という用語がマンション建設に反対する日照権運動などでさかんに用いられるようになる。ひらがなの「まちづくり」が意識的に使われだすのは 1970 年代後半からで、物理的な「まち」の開発や整備だけでなく、地域のコミュニティやひろく生活環境一般にまで対象が広がり、「つくる」こともひとつづくりや組織づくりなどソフトなネットワークをつくることまで広がっていった。（『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい、2002 年 p.17）

この一節のうちとくに重要なのは、ひらがなの「まちづくり」は物理的なことだけでなく、生活環境一般をも指す用語であるという指摘である。ハードからソフトというより、ハードもソフトもという西村のバランス感覚での全人的把握が感じられる。

「観光まちづくり」については、「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」と『観光まちづくりガイドブック』（財団法人アジア太平洋観光交流センター観光まちづくり研究会、2001 年 6 月 2 刷、p.5）で定義している。

西村は、これを『観光まちづくり』で紹介(p.21)しているが、そうした定型的な定義を超えて、攻めぎ合うまちづくりと観光との止揚・融合という次元をえくり取って、現実的实践力を屹立させる鋭利な定義が求められている。これまた官製では無理で、西村の提起を待つほかないのである。

ツーリズムは巡り・循環・交流

新しいツーリズムの台頭とそれを地域づくりの一手段ととらえる今日の傾向もその一端である。基本的に良好な環境をベースとしたまち自慢と地域マネジメントが、同一平面で語られる時代が到来したのである。（西村幸夫）『観光まちづくり』p.25。



まちづくりワークショップ 左富山市八尾町（2006 年 10 月） 中・右北海道遠軽町（2003 年 10 月）
（いずれも西村幸夫撮影 『まちづくり学』pp.8~9）

ツーリズムを旅行とする説明が多い。ツーリズムという語は、観光、旅行、旅行者、旅行という主義、運動、社会現象など多義にわたっている。それがツーリズム = 観光、ツーリズム = 旅行と限定されると、ツーリズムの世界は矮小化される。

ツーリズムは、ラテン語のターナス tornus(ろくる)が語源であり、原点とされる。巡回、周遊、周回、回転、回旋、ひとことでイメージすれば「巡る」である。それは循環社会、交流社会のイメージにつながる。観光まちづくりは、「交流」がポイントである。

この場合の観光は、サイトシーイングの意味だけでなく、もっと広い解釈による理念である。となると、「まちづくりツーリズム」だけでなく、「ツーリズムまちづくり」という表現も可能である。

ツーリズムの本質を「巡る」とすると、観光とまちづくりの結節点である交流は、住民と観光産業従業員との出会いと、その従業員が地元自慢との交流を観光客に^{しょうよう}憑^{しょうよう}することで実現しやすい。

そのためには、観光産業の第一線従業員の教育が必要である。下部からは動きにくい面があり、経営者や幹部の意識チェンジを斯界への影響力の強い西村から働きかけてほしい。

観光は交流である。西村によれば、観光と交流の用語の距離は示唆的で、来訪者をゲストとして対応するのか、気持ちを同じくする仲間として接しようとするかの違い（『観光まちづくり』p.14）ということになる。そこではまず「地域社会からの再出発」と説かれているが、観光産業側からの再出発は、企画と地元と接触する第一線従業員から始めるのが自然である。

まちづくりと観光とは、従来は反りの合わないものだった。なぜならば、観光客は部外者であり、地元の生活者にとっては、その遊びの目にさらされたくない気持ちが強いからである。観光は原義の「国の光」の高尚さから、通俗的地位に低下し、さらに観光資本の商業主義的開発によって、地元の自然と倫理が破壊される例が相次いだからである。「まちづくり」が「マーケティング」の対象となり、「商品」とされる事態は避けたいのが、根強いまちづくり側の意識である。

とはいえ、諸相からする通俗化を良識で復権する時代を経て、観光が観光立国による国民行動に拡大し、それが国民というより市民という意識で現代社会に溶け込みつつある経緯は評価されてよい。ツーリズムが人口に膾炙し、最近相次いで新ツーリズムが提唱され、実践されているのである。

観光はサイトシーイングであり、ツーリズムは、さらに広範な社会現象を含む語である。tour に ism がついたツーリズムは、単に旅行にとどまらないことは上記の通りであるが、観光という日本語は観光旅行、ツアーの語は団体旅行の意味に使われることが多いのは事実である。

ツーリズムは、巡礼などに始まった旅行が非日常性を特化していき、珍しいもの奇なるものを訪ね歩くことが求められ、低俗化を引き起こした。ツーリズム研究で描かれる多くのツーリズム像は、好奇心に駆られ日常性を脱したものを求めるものとされてきた。

私は朝日新聞記者時代の初期に書いた著書『記者手帳』（朝日新聞名古屋本社、1961年）に、ニュースとは何かを問い、好奇から正常事象報道への方途を述べたことがあった。いま観光まちづくりツーリズム試論を書きながら、『記者手帳』を読み返し、ニュースとツーリズムの相似性を考えている。次は同書の「ニュースとは」の一節（p.13）である。

いままでの記者道の経験を通して体得したニュースの概念は、何よりもまず、新しいこと、めずらしい、異常なことの同義語であった。「犬が人にかみついたのではニュースでない。人が犬にかみついたらニュースだ」とよくいわれる。このニュース観からすれば、新聞が殺人事件や強盗や一家心中など、暗いことばかり書きすぎてもおかしくない。

だが、この「モーゼの十戒に反する」ことばかりがニュースのすべてではない。圧倒的に多くの人々は、健康で平和な生活を楽しむ善良な人たちである。この人たちがニュースだとして求めているものは、まだまだほかにありそうだ。ゆがんだ社会の映像だけでなく、もっと正常で健康な事象の映像である。……進学の問題、健康の問題、物価の問題、そのほか生活上の手引きになるもの、心の明るくなる話題なども、多くの家庭の関心事であるから、立派なニュースである、という態度も一つというわけである。（pp.13～14）

せわしない現代にあっては、観光やツーリズムの原義探索より、新しい観光、新しいツーリズムが説かれやすい。新しさにおもねる営利至上のケースではなく、健康で温故知新の「新」を包含する、グローバルな持続可能なツーリズムの台頭を見逃してはならない。

大切なネーミング

それにしても、新ツーリズムの名の下に分類、提唱されるさまざまなツーリズムの何と多いこと

であろうか。この一端を知ることは、今後のツーリズムを考える際の参考になろう。しかし、いたずらにネーミングのためのネーミングや羊頭狗肉のネーミングではないか、また、その実態がどうであるかなどといったことを見守る必要がある。

『観光 新しい地域づくり』では、産業観光（ものづくり観光）、街道観光（みちの観光）、都市観光（まちの観光）、体験行動型観光、ショッピングツーリズム（買物観光）、スポーツツーリズム（運動観光）、ヘルスツーリズム（健康観光）、学習型観光、ミュージアム観光（美術館・博物館観光）、エコツーリズム（環境観光）、こころの観光、宗教にかかわる観光、グリーンツーリズム（みどりの観光）が記されている（pp.111～138）。こうした分類は、本ごとに執筆者が恣意的に行うことが多く、名称は増える一方である。

名は体を表すではないが、ネーミングはきわめて大切である。問題は執筆者の恣意的命名ではなく、実際にそのような名称による実態があるかどうかが大変な評価の尺度である。アメニティ団体はごまんとあるが、アメニティを冠したり、会則などにアメニティを明記している組織は、少なくともアメニティを意識していることに相違なく、まずそうした団体を注目するのが妥当であろう。その意味でいくら観光まちづくりの組織と評しても、観光まちづくりが何ひとつたわわていない組織については、表紙の書き換え的団体であるかもしれない、本質と実態を吟味することである。

須田を取り上げたのは、前東海旅客鉄道社長というツーリズムサイドの人物だったからであるが、観光産業第一線の従業員サイドから、こうした記述、論述が登場してもよいのではないか。少しでもツーリズムサイド人脈の発言に何かを求めるとすれば、社団法人日本観光協会調査企画部長・古賀学の「新しいツーリズムの台頭と今後の可能性」と題する指摘もそのひとつである。

新しいツーリズムの推進において今後必要となるのは、地域での旅行エージェントの起業であろう。今までの旅行会社は、他の地域へ客を送り込むことが中心的業務であったが、これからは地域で迎え入れ、地域を紹介する旅行エージェントの存在が不可欠になろう。宿泊施設やタクシー等地域の輸送交通機関などの新たなツーリズム産業への展開は、地域主導のツーリズムを推進し易くする。これからの新しいツーリズムにおいては、まさに不可欠の産業振興であるといえよう。その中には、ガイド、指導なども取り組んでいく。（『地域開発』2002 11vol.458、p.45）着地型観光の起業ということであろう。しかし、古賀にしても「ガイド、指導など」と例示するだけで、ツアコンは脱落している。まして、上層部の意識チェンジの必要は述べられていない。

この記述に次いで、「今、各地でボランティアガイド組織の創設が盛んに行われ、800程度の組織が誕生している」と、ボランティアガイドに言及しているのは妥当である。その後時間を経た現在、ボランティアガイドはますます花盛りである。

膨大な西村著述における新鮮な西村語録との邂逅は、学ぶ者の醍醐味であるが、観光、ツーリズム関係の著述はまだまだ少なく、『観光まちづくり』の価値は格段に大きい。改めて、同書における西村の「地域のロケーションをテーマにする」の一節を引用しておきたい。当たり前のなかからの発見には、含蓄がある。

どの地域にも温泉のような他を圧倒するような観光資源があるとは限らない。むしろ、単体ではそれほどインパクトはないものの、よく見ると見所のあるといったちいさな宝がそこここに分散してあるというのが日本の小さな観光地の実情だろう。そこでは、もう一度地域の宝探しをおこなって、大都会とは違う暮らしのありようや生き様、自然の風物など、地元にとっては当たり前前に思える光景に新たな価値を見出していく努力が求められることになる。（『観光まちづくり』 pp.19～20）

総体価値追求のアムステルダム宣言

(国の観光政策)審議会の議論に参加し、そのなかで設けられた観光まちづくり部会の部会長代理だったので、いわば観光まちづくりという用語の生みの親のひとりであるという自負がないわけではないが、このことばがこれほど早く普及するとはいささか嬉しい誤算であると正直思う。それほどに地域は新しい活力を求めていたのである。(西村幸夫)『TOKYO23 区政会館便り』No.208、2007年7月、p.4。



各地の観光ポスター、チラシが並ぶ都道府県会館地階とメトロを結ぶ通路(平河町)

本稿は、基本図書として『観光まちづくり』に学びながら進めている。その一環として、執筆順に岡村祐、野原卓、中島直人、窪田亜矢の名を挙げた。当時助教だった中島、野原と博士課程だった岡村には親しく助言を受けた。准教授窪田には、研究室を訪れるごとに励まされてきた。

シニア研究生だった私は、岡村が工学博士の学位を得て、首都大学東京大学院都市環境科学科のそれも観光科学専修助教として赴任後間もなく、東大都市デザイン研究室からの一斉メールで池上本門寺界隈のウォッチングとミーティングの案内があり、問い合わせ岡村とあったので、即座に岡村あてに希望するコース名をメールで申し込んだ。

集合場所は追って連絡ということで待機したが、当日朝になっても連絡がなく、こちらから問い合わせると、連絡失念ということで繰り返し申し訳ありませんといわれ、恐縮した。申し訳ありませんでしたの言い方が観光科学専修教官らしく、さらりとして達者だった。そこで指定場所に急ぎ、有意義なイベントに間に合うことができた。対客連絡の参考になったエピソードである。

西村の「地域のロケーションをテーマにする」といった『観光まちづくり』の記述などは、西村がシビクトラストの研究で知られるだけに、英国のシビクトラストが1974年に発行した『プライド・オブ・プレイス』と、翌年のアムステルダム宣言の序文を思い起こさせる。

前者は街路改善を主としたアメニティ運動であるが、『プライド・オブ・プレイス』というタイトルは、「まちの誇り」であり、西村の強調する「まちの自慢」である。後者は、1975年の欧州建築遺産年の総括的宣言であり、単体の建築的価値を超えた歴史的環境総体の保全が主張されている。『プライド・オブ・プレイス』は、イギリスには有名な建築が数多くあるが、同時に雨にさらされながらも、風景のなかで欠くことのできない多くのすばらしい民家や農家に至るまでの建築遺産が、嘆かわしいほどむしばまれた1960年代中ごろから、保存を訴える世論が高まったと指摘した。そこには、有名な建築と無名の民家や農家との間に、偏見はなくなっている。

このことは、1975年のアムステルダム宣言の序文に影響を与えたばかりか、奇しくもその年は、わが国の文化財保護法に「伝統的建造物群保存地区」が取り入れられた日欧呼応の年になった。世

界の同時潮流である。ちなみに潮流といえは、『プライド・オブ・プレイス』発行の年に、「全国町並み保存連盟」が発足している。アムステルダム宣言の一節にこうある。

これまで、建築遺産という概念はごく著名な記念物や遺跡、またその複合体に限られていたが、今日では固有の建築様式の質を備えた建造物群を含み、さらには何世代にもわたって定着してきたコミュニティの姿が刻み込まれた建造物群をも含むものになっている。

この宣言の文言について、私は「アメニティとコミュニティ わが国におけるシビック・トラスト運動への期待」(『公害研究』岩波書店、1983年)で次のように書いた。

つまり、歴史的に芸術的にすぐれているものと、そうした重要性においては劣るが、古くからコミュニティの誇りや愛着の対象になっている伝統的な建造物群との価値の序列を廃止し、ともに歴史的記念物として評価し、保存していこうという主張である。シビック・トラストの思想の再評価ともみられよう。(pp.12~13)

特権的な個と群から無名の個や群に、人々のまなざしが広がり、格差社会激化のなかでも、まちやむらや地域を全体として評価し、この新しい人・資源・観光客の三位一体で新しいツーリズムは新展開していくであろう。

非日常性に偏した観光趣向から、非日常性と日常性の交差を交流の魅力としたツーリズムは、商品観光漬けの観のある観光業界では、普及に時間がかかると思われたが、西村幸夫らのプロモーターによって、「嬉しい誤算」といえる広がりをみせていたのだった。

アムステルダム宣言は、地域を全体としてみる哲学であり、そのように地域を観光する傾向は、須田寛の「都市観光」の解説にも表れている。

「都市(まち)の観光とは、都市(まち)そのもののもつ特色、そこに集積された独自の文化・景観等を探るとともに市民との幅広い交流を通じてまちづくりにつなぐ観光をいう」。以上が「都市観光」の定義ともいえるものです。ここで都市という場合、市制施行地だけでなく、一定の集積のある「まち」を広く対象とします。多くの都市は、これまでも観光地と考えられてきました。しかしそれは「都市のなかにある」への関心が中心でした。テーマ別観光としての「都市観光」は、「都市の」から一歩進んで都市そのもののもつ魅力・特性を全体として対象とするものです。いわば都市内の「点」の観光を「面」の観光にひろげるものです。(『観光 新しい地域づくり』pp.119~120)

ニューツーリズム



大分県安心院町グリーンツーリズム研究会のホームページ

西村は「地域のロケーションをテーマにする」において、「エコツーリズムやグリーンツーリズムは、そのような視点での新しい観光を実践していると言えるだろう。そこには地域環境を見るまなざしにも地域社会との距離感にも、まちづくりの側からする「交流」の感覚と近いものがある。

たとえば、グリーンツーリズムの先進地域の一つ、大分県安心院町（現宇佐市安心院）のグリーンツーリズム研究会の理念は、次の6項目に要約されている」として紹介し、そこでは次の評価がなされている。

グリーンツーリズムとは、地域に生きる一人一人が農村での日頃の生活を楽しく送る中で、外からのお客を暖かく迎え入れることのできる《豊かに輝く農村》を目指した、新しい農村経営を求める運動である。（『観光まちづくり』p.20）

ツーリズムの盛んなことは、ネーミングの多彩さで知られるが、せっかくさわやかな名称をつけても、マイナス語感で誤解されることもある。たとえば「ブルーツーリズム」は、水辺のツーリズムらしいが、鬱のブルーを感じてしまう。表裏の語感を考えて、ネーミングしたいものである。

旅情ミステリーによる関係地の描写

吉村達也『湯布院温泉殺人事件』（講談社、1993年）

数年前に完成した建築家・磯崎新の設計による新しい由布院駅は、黒を基調とした、モダンだが和風の色合いを濃く打ち出したデザインになっており、駅舎の中には、絵画彫刻などを展示するためのアートギャラリーが併設されている。この駅のデザイン・コンセプトこそ、まさに新しい『ゆふいん』の町の在り方を象徴していた。すなわち、町を近代的に発展させていく過程で、決して日本のふるさとの良さを失ってはならない、ということである。（p.87）

観光地のニューフェイス『ゆふいん』としては、それでも必死に町ぐるみで乱開発にブレーキをかけ、大健闘しているといっていよう。それは町の中に点在する宿をみてもわかる。それぞれの個性は発揮しながらも、湯布院の宿は、ある種の統一されたイメージを持っている。一言でいえば、それは『ふるさとの良さ』である。観光地『ゆふいん』を支える地元の人々は、外からこの町にやってくる旅人が何を求めているか、ちゃんとわかっている。（p.88）

そして、その努力の成果は、湯布院温泉が女性観光客から圧倒的な支持を得ているデータに示されている。……「まあ、素敵な町じゃないですか」駅前表通りから白滝川を渡り、いわゆる湯布院の町並みの中に入ると、まず志津江はそういう感想を漏らした。「にぎやかな温泉町もいいですけど、こういった落ち着いた町並みも味わいがあったいいじゃありませんか。ほら、山もきれいだし」志津江は、町のシンボルである湯布院岳を指し示した。（pp.89～90）

ツーリズムの思い出

都市デザイン研究室の旅行は、グランドツアーを連想する。ハノイであれ、バンコクであれ、若きエリートたちの修学のツーリズムであり、人格形成のツーリズムでもある。行く先が観光まちづくりに向いた都市である場合、吸収することは多いに違いない。

2004年11月のハノイ研究室旅行は、私がエピソードを探し回り、サイゴンから水害の古都フエを水につかって突破してきたグループのことを取材し、そのニュースが『都市デザイン研マガジン』創刊号を飾った。今も昔も変わらないグランドツアーの冒険である。本稿のテーマである「観光まちづくり東大方式」のチャレンジするツーリズムの原型がそこにある。