

ノースアジア大学国際観光研究

創刊号



2007年9月



ノースアジア大学

総合研究センター 国際観光研究所

目 次

巻頭言

観光学科の開設にむけて……………	小 泉 健	1
------------------	-------	---

特別講演

航空と観光		
— その現状と展望 — ……………	浜 田 健一郎	3

論 文

観光立国推進基本法の成立……………	道 端 忠 孝	21
ナマハゲ柴燈祭りとナマハゲ		
— 観光を視点として — ……………	鎌 田 幸 男	31
「観光」で大切なこと ……………	石 山 あつむ	43
世界の〈鬼〉フェスティバルにおける比較研究		
— 男鹿の〈ナマハゲ〉と〈鬼〉の観光アトラクションをめぐる — ……………	平 辰 彦	55

調査資料

近年における東アジア地域からの観光客数の動向……………	上 村 康 之	95
-----------------------------	---------	----

翻 訳

Yasu Waterfall : Waterfall of Sorrow ……………	Randy K. Checketts	101
--	--------------------	-----

エッセイ

SIGHTSEEING : An Analysis ……………	Randy K. Checketts	109
---------------------------------	--------------------	-----

観光紹介

平成19年度秋田県観光施策の概要……………	秋 田 県	119
男鹿市観光の紹介と課題……………	男 鹿 市	123
観光産業を活かした北東北の交流拠点都市をめざして ……………	仙 北 市	129

報 告

JETRO2007日韓中産業交流会への参加 ……………	上 村 康 之	141
-----------------------------	---------	-----

巻 頭 言

ノースアジア大学
理事長・学長 小 泉 健

観光学科の開設にむけて

この度、ノースアジア大学に観光学科を開設することになりました。東北で初めての観光学科です。地域の熱いご支援を受けまして、観光立県ということで、本学はがんばっています。

わが国では初めて法学部の中に観光学科をつくりましたけれども、観光に関する知識を有し、法的素養のある学生を養成したいと思っています。そして、その学生が、将来は、地域のリーダーとして、観光企業の管理職として、さらにはアジア、そして世界で活躍していただきたいと考えています。

本学では、この観光学科の開設に備え、昨年、国際観光研究所を創設しました。この研究所は、全日空傘下の(株)ANA総合研究所と提携して、観光業、ホテル業、ホスピタリティおよび航空業等に関する調査・研究と、観光奨学生等に対する教育を行うことを目的としています。特に、(株)ANA総合研究所の方からは、エアライン(航空)事業、観光・地域開発及びホスピタリティ(もてなし)等に関する部分について支援をいただいています。

観光学科の開設後は、(株)ANA総合研究所からは、2名の専従の教員を派遣していただき、観光学科の授業科目も担当していただきます。そのうちの1名は、客室乗務員(キャビンアテンダント)の経歴を有する方です。

今、観光産業は、世界的な視野で見ますと、自動車産業や情報産業を上回る規模になっています。しかも、現在7億人程度の海外観光客が2010年には10億人に、2020年には16億人に達するといわれています。観光産業は今後世界最大の成長産業です。

わが国でも、政府は2004年に観光立国宣言をしました。上記のように、観光産業は今後世界最大の成長産業であることと、わが国の人口減少社会への対応からです。秋田県では、30年後には県人口が78万人に減少し、その減少率がと

でも高くなっています。早急に、観光立県秋田、そして各市町村の観光立市・町・村を実践しなければなりません。もちろん、秋田県以外の東北の各県及び市町村においても必要であると考えています。

今後の秋田ないしは東北を考えると、アジア諸国からたくさんの観光客が来ていただきたいと考えますとともに、来ていただかなければならないと考えています。中国、韓国及び台湾などのアジア諸国には、3億人～4億人の海外旅行をする観光客がいるといわれています。わが国では、政府の観光立国宣言において、2010年までに外国人観光客を1000万人にしたいといっていますが、隣国、アジア諸国から3億人～4億人の海外観光旅行希望者のほんの少しが日本に来ていただければ達成できる数字です。今後、隣国のアジア諸国を理解し、交流を深め、日本の方々もアジア諸国に旅行し、アジア諸国の方々も日本に来ていただけるようにする必要があると考えられます。その際の日本とアジア諸国との橋渡しをし、日本における受け入れ・もてなし・接客のリーダーになれるような人材を育成したいと考えています。国際的視野を持って観光業界において活躍できる人材の育成と言い換えることもできましょう。そのようなリーダー格の人材は、観光業界のみならず、地域の諸行事のほか、町おこしや景観の整備など、地域のリーダーにもなれると思います。

高校生の皆さん、どうぞ、観光学科に入学し、観光奨学生になって、観光や外国語会話を学び、地域のリーダーとして、あるいは観光企業の管理職として、さらにはアジア、そして世界で活躍されることを期待しております。また、関係諸団体の皆様、国際観光研究所をご活用いただくとともに、本学観光学科へのご支援並びにご協力をお願い申し上げます。

〔特別講演〕

ノースアジア大学 総合研究センター

国際観光研究所・法学研究所 共催 学術講演会

「航空と観光 — その現状と展望 —」

講師：

株式会社 ANA総合研究所 代表取締役社長

浜 田 健一郎 氏

あいさつ・講師紹介：小泉 健 理事長・学長・総合研究センター長

司会：道端忠孝 国際観光研究所長

（ 日時 平成18年12月6日（水） 午後1時～2時40分
会場 カレッジプラザ講堂（秋田市中通 明德館ビル2階） ）

道 端 こんにちは。これからノースアジア大学総合研究センター国際観光研究所と法学研究所の共催の学術講演会を開催致します。本日司会を担当致します国際観光研究所長の道端と申します。よろしくお願い致します。ご講演に先立ちまして、皆様にご報告申し上げます。本日午前11時20分、秋田ビューホテル5階の椿の間におきまして、(株)ANA総合研究所と本学の協定が正式に成立致しまして、調印式を挙行致しました。この講演会のきっかけというのは、本年10月に国際観光研究所が立ち上がったことによるものでして、その設立につきましては、(株)ANA総合研究所の多大なご支援を頂きました。本当にありがとうございます。また、今回のご講演をお願いしましたところ、快くご快諾頂きまして、学術講演会を実施できることになりました。重ねて、御礼申し上げます。このご講演に先立ちまして、本学の理事長、学長の、小泉健より、ご挨拶と、浜田社長のご紹介をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

小 泉 ノースアジア大学の小泉でございます。この席には、学園関係者だけではなく、市内のお客様もたくさん見えておりまして、日頃から学園に対してご支援頂いていることに関して、心からお礼申し上げますと思います。今日は、(株)ANA総合研究所の代表取締役社長であります、浜田健一郎さんがおいでになりまして、ご講演を頂くということでございます。それで、この浜田さんがこうしてこの秋田の地でご講演頂くことになったいきさつにつきましては、私からご案内させていただきますと思います。

今年、庄内（山形）と、秋田で、2回に渡ってシンポジウムがありまして、新聞でご覧になった方も多いと思いますけれども、北前船シンポジウムが開かれました。観光立国ということが言われておりますが、観光立県ということで、この両県に何かできないだろうかという話があったわけです。ご承知のように、この山形と秋田は昔は出羽の国ということで、1つの国であったわけです。そして北前船ということで交易が盛んだったのですが、現在はさしたると言うとな怒られます

けれども、さしたる産業もなく経済がかなり疲弊しているということもありまして、何かやろうじゃないかということを言われました。浜田さんが、ノースアジア大学も頑張っ、観光をやろうじゃないかというような、私どもの勝手な解釈ですけれどもそう受け取りまして、浜田さんのところにお伺いしまして、ぜひお願いしますということで、本日に至ったわけです。

それで、浜田さんの方で、もしやるのであれば、大学で観光学科を作られてはどうですかという話もありまして、私としては本当にもう千載一遇のチャンスというか、大学も非常に厳しい時ですので、そういう方向でやらせて頂けるのであればぜひご協力をお願いしたいということをお願いしまして、道端に所長をお願いして、国際観光研究所を設立しました。文部科学省とも手続きを始めていますが、いよいよ2007年の6月までに、正式に観光学科を作ることになりました。これも本当に浜田さん、副社長の泉さんのおかげだと、私どもは教職員一同、感謝している次第でございます。

そういうことでして、浜田さんにもぜひ大学の客員教授をやって頂けないかということをお願い申しておりました。大変お忙しい方で、世界中を飛び回っている方ですが、そういうことで小泉が言うのであればやろう、と言ってくれまして、本日本学の客員教授に就任して頂きました。それで、来年からは、(株)ANA総合研究所からも、実務教育をして頂くということで、正式に教員の方数名を大学に派遣してもらうことができることになっております。これも本当に浜田さんはじめ皆さんののおかげだと、感謝しております。本日はその出発、第一歩の日でありまして、新生ノースアジア大学、名前が変わるのですが、ぜひ記念の大講演会ということでございますので、浜田社長の「航空と観光」、ぜひお聞き頂きたいと思ひます。それではよろしくお願ひしたいと思ひます。(拍手)

浜 田 (株)ANA総合研究所の浜田でございます。私は全日空に昭和46年に入りまして、それで35年航空会社の仕事をやってきておりますの

で、航空について何らかのことはお話できるかなあと考えております。ノースアジア大学と、全日空とのご縁は先程小泉先生からお話頂いた通りでございます。私どもとしては各地域との連携も深めたいと考えております。併せて、地方の優秀な人材を確保できれば、提携としては非常に成功なのかなと考えて今回の提携に至りました。

さて、本日は「航空と観光」というテーマを頂いたわけですが、航空は産業としては運輸産業として、観光とは少し違います。隣の産業だという風に思っています。ただし、私ども全日空グループでは、関連会社としてホテルや旅行会社をやっております。そういうことで、観光については現状についての話を中心になるかと思っておりますけれども、お話させて頂きたいと思っております。

それでは航空面ということで、レジュメに沿ってお話をさせていただきます。(ここからスライド使用。)右上の飛行機がダグ機と申しまして、私ども全日空の最初の飛行機、主力の航空機でございます。それでこちらがトリプルセブンの300という、現在私どもの主力機でございます。本日はまず、戦後の民間航空の歴史を少しお話して、次に民間航空がどういう事業分野で運営をなされてきたか、ということについて



お話を致します。これはわが国の業界では、45・47体制と申しております、どちらかと言うと産業保護行政と言われる分野に入るのかなと思っております。そして、その保護政策である45・47体制が消えていったことについて、併せてわが国の航空界の現状についてお話しします。それから、私どもにとって今最大のトピックですが、羽田空港の拡張が航空業界にどういう影響をもたらすか、そんなお話をさせて頂きたいと思えます。

まず、戦後の民間航空の復活についてですけれども、まず、日本は例の第二次世界大戦で負けまして、航空は敗戦と同時に禁止されました。それが、解除されましたのが、ここに書いてありますけれども1951年で、日本航空が設立しました。それから少し経ちまして、1952年に全日空の前身の日本ヘリコプター輸送と、極東航空が設立しました。私ども全日空はこの日本ヘリコプター輸送と、極東航空が合体した会社であります。そのため、私どもの現在の社章は今でも、ダ・ビンチが描いたヘリコプターの絵になっております。

それで、先程、45・47体制と申し上げましたけれども、なぜ45・47体制と言うかという、昭和45年に閣議了解がされ、昭和47年に大臣通達が出されたためです。その中身がこれでありまして、当時の日本航空は国際線と国内幹線、それから私ども全日空は国内幹線とローカル線、併せて国際の近距離チャーターだけはやっていいよという枠組みです。それが当時の東亜国内航空はローカル線及び幹線の参入が認められた、という枠組みで約10年間やって参りまして、どちらかと言うと事業分野を調整し、過当競争の回避ということで、経営の安定を図るといふ大義名分で、こういう事業、いわゆる保護行政だったわけです。それで、特に航空会社は、内部補助と言っておりますけれども、例えば国内の幹線で得た利潤を赤字の国際線でどう埋め合わせに使うとか、どうローカル線の赤字の埋め合わせに使うとか、そういうことをやっておりました。

そういう形で保護行政が続いていたわけですがけれども、航空業界は、かなり順調に発展致しました。45・47体制が発足してから10年程

で、アメリカ、イギリスに次ぐ規模になりました。一方、昭和53年にアメリカでは、当時のカーター大統領のイニシアティブで始まったのですが、規制緩和政策が始まりまして、日本とはまったく逆の政策がとられました。すなわち、路線参入の自由化や運賃の自由化等々のいわゆる規制緩和の政策がとられまして、アメリカでは激しい競争の中でサービスの向上、運賃の低下という現象が見られたわけです。そういう状況の中で日本国内でも、私どもは国際運賃等が海外の事例と比較して高いのではないかとか、方向別格差があるのではないかとか、それから乗員や客室乗務員は給与が高いのではないかという話になりました。それで私ども自身の業界も、当時全日空は先程の事業規制の枠組みの中で、国際定期便はできなかったという中で、なんとかこの枠組みからは脱却したいと思っておりましてし、日本航空の国内線に非常に当時は高い成長を誇っていました。国内線になかなか自由に動けないということで、日本航空ご自身も民営化を希望されておりました。それから、特にアメリカですけれども、運航路線、便数の自由化や、日本の乗り入れ、増便を強く迫っていました。そういう背景の中で、政府も45・47体制の見直しを決めました。それで、航空の自由化が決まりました。

1986年に45・47体制は廃止されましたが、当時はまだこういう基準がありました。例えば100万人以上のお客様がいる路線については、JALもJASもANAも入っています。70万人以上のところは2社だけであると。こういう基準があったわけですけれども、そういう基準も、1997年には全て廃止されて、現在の状況になっております。それから1998年には、35年ぶりに新規の航空会社が2社誕生して今現在に至っている、という状況であります。それで、わが国の航空界の現状は先程申し上げましたように、2001年September 11を契機に日本航空と当時のJASが合併を決定され、つい先々月の10月に、完全に統合されて1社になりました。日本の航空市場は一言で言えば、JALグループとANAグループが大きくあって、今その下に新規航空会社が四社、ということでございます。

それで、正規航空会社の収支の状況をみると、1番歴史の古いSKYMARKは、何度かオーナーは代わっております。最初は、皆さんご承知の旅行会社のHISがオーナーの重要なお1人だったわけですが、それをITで儲けられた西久保さんという方が今お代わりになって、2003年度に黒字になっておりますが、あれはその西久保さんがお持ちになっている会社とSKYMARKを合併させて、ああいう黒字になっているわけですけれども、なかなか単年度、あの事業から見る収支だけを見ますと、必ずしも黒字にはなっていない、という風に思います。それから同じく出来ましたAIR DOは、2002年度に民事再生法を申請され、それで私ども全日空の方でお手伝いをして、現在は順調な事業運営になっているのではないかと思います。それからSNAというのは宮崎に出来ましたSky Net Asiaという航空会社ですけれども、これはなかなか黒字転換をしておりません。これも2004年の6月に、産業再生機構から支援を受け、まだ現在産業再生機構の支援の下で事業活動しております。それから去年出来ましたStar Flyerという北九州にある航空会社は、まだ収支は出ませんけれども、今年度は若干の赤字ではなからうか、と言われております。それからJALとANAの経営状況をみると、売り上げの中ではJAL、JAS合併もありまして、日本航空が優位に立っています。収支については全日空が小さいながらも頑張っている、という状況かなと思います。

先程、日本の航空業界のことを少し申し上げましたけれども、基本的には航空会社の半分位の便は羽田から出る便になっていまして、この羽田からの便が大体黒字です。その他の空港と空港を結ぶ路線は、赤字になっております。そういう意味では羽田空港はいつ行っても、空港スロットと言いますが余裕がありません。ですから増便の余裕、増便の余力というのはほとんどない状況が、かなり続いております。それで、羽田空港を再拡張するという動きが出てきました。羽田空港は増便の余裕はないですけれども、いろいろ新しい滑走路を作ったり管制の工夫をしたりして、発着回数を増やしてきました。それで現在は、これには750回と書いていますけれども、現時点ではも

う800回いっております。しかしそれ以上はなかなか増えそうもない、
というところで新しい第4本目の滑走路を今着工しようという段階に
来ております。



図；羽田空港拡張図

2009年の完成を目指して、羽田空港の第4滑走路（新設滑走路）（図；羽田空港拡張図参照）です。建設の予定でありますけれども、漁業補償が難航して、現在まだ着工には至っておりません。ただ、これはもう閣議決定もしておりますし、予算もついている仕事ですので、なんとか2009年前後には完成するだろうと思います。これが完成しますと、現在1年に大体30万回位羽田空港から発着できるのが、約42万回に発着容量が拡大すると言われておりまして、約40パーセント以上の能力の拡大になるわけです。それだけ40パーセント増えますと、当然国内線の増便も可能になりますし、国際線も定期国際線が正式に就航することも決まっております。この結果、私どもとしては、国内、国際、共に増便になり、新規参入もあるので、大競争時代が来るだろう、という風に予測をしております。これを私どもは航空のビックバンが来るのではなかろうか、と思っております。そのために生産体制をどう強化するか、どうやって品質がよくてコストの安い生産体制にするのか、ということで各社が今知恵を絞っている段階ではなかろうかと思っております。それと言いますのは、当然、日本の新規航空会社も参入してくるかもしれませんし、それから今アジアにいろんな新規航空会社が出ており、そういう航空会社が参入してくる可能性ももちろんあるので、我々本邦キャリアとしては、品質や運賃で負けないようにしないとイケない、ということで今、知恵を絞っているという状況です。

以上、簡単に航空の状況を申し上げましたが、次に観光についても、私どもなりに少し勉強していることをお話したいと思います。航空会社の立場から致しますと、沖縄のように、1日ジャンボが8便、9便飛んでいるところは別にしまして、なかなか観光だけの路線というのは正直言って儲かりません。なぜかと申し上げますと、やはり観光ですとパックになりまして、要は運賃が必ずしも高いのが取れないわけです。その一方、ビジネス客だけで成り立っている路線もそんなにたくさんありません。ビジネスのお客様だけという路線は、例えば東京・大阪とか一部ありますけれども、やはりビジネスのお客様と観光のお客様両方が適当な組み合わせで乗って頂ける路線が、私どもにとって

はいい路線なわけです。例えば全日空で言えば、ローカルとローカルを結ぶ路線というのは基本的には赤字路線です。ところが、そういうところは観光地を結んだりしております。羽田一極集中というのが航空会社の路線の収支から、日本も日本の一極集中と言われる状況が、航空会社の路線の収支の状況からもある意味では読み取れる状況になっております。ただ私は、自分も地方の出身なものですから、果たしてそんなのが日本にとって本当にいいのかな、という疑問を持っております。それから航空会社としても、やっぱりlocal to localも、お客様に乗って頂いて、全て収支が見合う路線コースになった方が当然いいわけです。そういう意味で、地域が振興するということは私どもにとっては非常にありがたいことだと思っております。その地域振興は、基本的には大体どこもいろいろな産業振興があると思いますが、一番手っ取り早い地域振興はある意味では観光ではなからうか、と私は思っております。そういう意味で、航空と観光というのは近くて遠い、いや遠くて近いのかな、そういう風に思っております。

それで、私はまず観光振興を考えるに当たっては、国内の観光地も海外の観光地と競争する、という観点で考えないといけないのだらうと思えます。例えば、お客様が3泊4日のグアムに行く、2泊3日の秋田に行く、という場合、料金はひよっとすればグアムの方が安いのかもしれませんよね。ただ、おいしいご飯、おいしい料理、おいしいお酒を飲む、それから温泉につかる、そういう中でお客様は値ごろ感で選択されるわけなので、そういう観点から、両方の観点で観光戦略は立てないといけないと思えます。それから日本人の受入だけを考えるのではなくて、外国人、特に東南アジアや中国のお客様の受入も念頭に入れる必要があるのかな、と思っております。

それから、一番ある意味で大事なのは、地元の方が汗と知恵を出さないとだめだという風に思っています。日本で観光地として、成功しているところはいくつかあります。湯布院もそうです。大分の湯布院は別府の裏方のどちらかと言うと田舎の町だったわけです。農業と温泉しかない町です。それで当時、別府はどちらかと言うと大型の旅行

団が来て、享楽の町と言うか、歓楽の町だったわけですが、それに当時の町長が、健康で清潔な温泉地を作ろうということでスタートしたのが湯布院だと聞いております。そういう意味では、地元の知恵、努力がないとなかなかうまくいかないのだろうと思います。それから私は、秋田で言えば小坂町はそうなのだろうなと思っています。元々鉾山町だった所が、今はきれいな観光の町に変わろうとしています。しかもその観光資源、当時その鉾山で働く方々の文化施設であった康楽館という建物が、今は芝居小屋にされています。それから歴史的な保存物。それから公害だったのだろうと思いますけれども、枯れた山が今アカシアで埋め尽くされて、今度はこれがアカシアで売りになっています。来年はそのアカシアの蜂蜜だけでなく、香水も出ると聞いております。そういう形で、やはり地元がいろいろ努力を積み重ねないと、なかなか観光振興には繋がっていかないだろうと思っています。

さて、そういう中で、では秋田や東北はどうだろうかと言え、私は、現在私どもが観光に求めているものは、キーワードで言えばスローフード、癒し、本物志向、環境、そういうことだろうと思いますけれども、秋田をはじめとする東北各県は全て一応整っているはずなんです。それをどう調理するのか、売りに出すのかというのが、ある意味では下手なのかなと思っています。そういう中で、今後戦略を立てていく必要があるのではなからうかと思っています。前置きが長くなりましたけれども、観光とは、ということに入りたいと思います。

これは国語辞典を引いただけですけれども、観光というのは「ふだん接する機会のない名所などを見物すること」ということですし、観光の語源は、中国の古典の『易経』の一部にあった「国の光を観るは用て王に賓たるに利し」というところからきたんだ、という風に聞いております。最近では、日本経済団体連合会観光委員会の委員長である味の素の江頭会長は、こういうことをおっしゃっておりまして、なかなか分かりやすい良い言葉であると思います。「見知らぬ国に行き、ちょっとした親切に出会った時、人はその国を、そしてその国の人々

を好きになる。観光とは、心の交流による感動である。」というようなことを江頭会長はおっしゃっております。

次に、私は、観光の意義は、内外からお客様を集客して、それが地域経済の活性化につながるのだと思っております。また、海外からのお客様を受け入れることは草の根レベルの相互理解を促進し、国際政治や外交にもよい影響を及ぼすと思っております、これはある意味では文化の安全保障になるのかなと思っております。いわゆる安全保障は、これは全く私の私見ですが、トップ同士だけではなかなか弱いものがあるのだろーと思っております。やはり草の根レベル、いろいろなレベルの交流があって初めて安全保障が成り立つ、そういう意味では観光はその下が作用する役割があるのかな、という意味で、文化の安全保障、と書いてあります。

いずれにしても、観光は宿泊や旅行業だけでなく、経済の波及効果は非常に大きいものがあるのかな、と思っております。ご参考までに2004年度の数値で申し上げますと、国内旅行の消費総額が24.5兆円だったそうです。それでこれの更に他の経済に対する生産波及効果が55.4兆円、これによる雇用効果は475万人、全就業者数の7.3パーセントになるということです。ちなみに訪日外国人による旅行消費額は1.58兆円、前年比に比べて16.5パーセントに伸びている、という数字が出ております。

それで、わが国の観光は現在どんな状況になっているかということをお申し上げますと、なかなか縮小再生産状態から脱したいのだけれども、脱し切れてないというような状況でしょうか。平成17年度は若干上向きになっているというのが私どもの今の日本の現状であります。

それから、社会経済生産性本部がとったレジャー白書によると、余暇活動はどういうところで消費されているかと言うと、平成16年度も平成17年度も国内観光は外食について2位となっています。そういう意味ではまだ潜在的な需要、ニーズはあるのだろーと思っております。それから、ではその観光をする人口はどうなるんだと言うと、これは皆さんご承知のように、わが国は少子高齢化へ向かっていますので、例え

ば1回行った方が2回行ってくれないと、なかなか今後は観光需要は維持できない、ということになるんだろうと思います。

わが国の観光の現状の問題点を、少しさしでがましいですけれども、国土交通省と経済産業省の資料からまとめてみました。消費者ニーズは多様化しているわけですけれども、反対に言うとなかなか多様化しきれていないのが現状かなと思います。まず、旅行会社に頼った体質になっていると思います。現在の国内旅行はインターネットが普及しておりまして、エンドユーザーは、旅行会社をお使いになっている方は、今はもうわずか3割になっています。ところがいわゆる旅館等の方は、まだ6割以上は旅行会社からの送客に頼っているのが統計的に出ております。それから2番目、市場変化対応への意識不足ということですが、昔からの成功体験と言うか、お客を選んでいった実感や泊めてあげていたという感覚から脱し切れてないところもかなり見受けられるのも現状です。

そういう意味では、お客様のニーズに対応し切れていない旅館やホテルは、バブルの崩壊もありましたけれども、倒産に追い込まれております。これは全て倒産したホテル、旅館の一覧表であります。

それで、今までどちらかという、わが国の暗い話ばかり申し上げたわけですけれども、今度は逆に明るい兆しもあります。ビジット・ジャパン・キャンペーンの成果もあったのかなと思いますけれども、今現在、外国からのお客様は着実に増えております。棒グラフの下の部分が上期で下が下期でありますけれども、ビジット・ジャパン・キャンペーンの効果で2005年には、約10パーセント位増えています。本年度も上期の訪日のお客様は352万人で、2005年の上期が326万人ですので、今年度も約8パーセント増加しています。ちなみにビジット・ジャパン・キャンペーンプログラムは、2010年には訪日のお客様を現在の673万人から1000万人にしたいという目標で動いております。

それで、ではわが国の訪日の外国人のお客様はどこからお越しになっているかですけれども、一番多いのが2005年度では韓国から175万人、台湾から127万人、中国は65万人、となっております。韓国は

今年の12月には200万人を越すだろう、と国土交通省の方はおっしゃっていましたがけれども、いずれにせよ東南アジア、中国を含めたアジアのお客様が非常に多いのが現状であります。例えば、ヨーロッパで観光大国と言われるフランスやスペイン、イタリアにしても、要は近隣諸国からのお客が多いです。例えば、ドイツですとイギリスなどです。そういう意味では我々は外国人観光客イコール欧米からの観光客という概念を捨てる必要があるのかなと思います。そういう思考パターンから、脱却しないとだめなのだろうと思っております。今後、ますます増加するであろう韓国、中国、台湾のお客様に対する対応をきちんとしないと、結局日本は見捨てられてしまいます。観光からも遅れていくのではないかな、と思っております。

例えば、この間たまたま鹿児島のホテルに泊まっていたら中国の方がいらっしゃいました。ホテルの方にどこから来られたのですかと聞いたら台湾だそうです。宮崎に入って、今佐賀からお帰りになるということでした。チャーター便です。そういうお客様が非常に増えていて、宮崎や佐賀はなかなかです。その佐賀県は、観光客に空港が使われていないということで、エアポートセールスを一生懸命やっていたらっしゃるそうです。そういうことでそういう観光団ができていますし、その両県の努力の成果で鹿児島や宮崎が通過点になって、観光客が増えているという状況ができております。そういう意味では、繰り返しになりますけれども、やっぱり今後一番照準を当てるのであれば、近隣諸国など、増えそうなお客様、増えるお客様に照準を当てた戦略を作らないといけないのだろうな、と思っております。

ここからは基本的に、政府がやられていることがまとめてあるので、私の意見ではないですけれども、今、内閣や国がどういうことをやっているのか、ということ若干ご紹介したいと思います。小泉前総理大臣が強いリーダーシップでビジット・ジャパン・キャンペーンを始められたわけですが、安倍内閣もそれを継承して、観光立国推進基本法案が審議されております（2006年12月13日に成立）。現在の観光基本法は昭和38年に制定されまして、今回のはそれを抜本的に改

めて、観光産業を国家の基本において戦略を作り直すという趣旨で改定されようとしています。そういう意味では国も、一生懸命観光を新たな産業として位置づけよう、という動きになっています。

それでその中身ですが、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」をやるという位置づけで、国は今、国際観光の振興、国際競争力の高い観光産業・観光地の形成、観光旅行促進のための環境整備などを行っています。それで、その観光立国の推進体制はどうなっているかということですが、国土交通省を中心として、他省庁にまたがる形で観光の施策が作られています。経済産業省であり法務省であり警察庁、外務省、環境省、総務省、全ての役所が網羅する形になっております。これはある意味では縦割り行政の弊害になっているわけで、私も民間の経済界は、観光を一緒にする役所、観光庁とか、そういう体制を整備する必要があるのではないかということ、国に対して今申し上げている段階であります。

それで、九州は、九州観光推進機構を官と民で人とお金を出し合っ作ってやっております。東北も、東北広域観光推進協議会があるのですが、九州観光推進機構ほど機能しているのかどうか、私はちょっと存じ上げませんが、そういうのもあるそうです。

これも、地方が主体的に行う観光振興に係る施策のご紹介です。意欲の高い民間人の積極的な活動により、地方の活性化に成功している例が数多くあるわけで、観光ルネサンス補助制度という名の下に今政府も補助、援助をしております。秋田県は残念ながらルネサンス事業に指定されている地域はないそうです。ただ、地域づくり実践プランについて、指定されているところが、3箇所あるそうです。

これはアイデアの1つですけれども、こういうことも考えられるのではなかろうかと思えます。今、日中韓のサッカーも野球もいろいろあるわけなので、一緒にリーグ戦なりやっていけばよいのではないかということで、1つのアイデアとして提案させていただきます。

これは政府の政策と、若干関係があるのですが、全日空の政策でありまして、国内の主要空港、日本で言えば羽田、中国で言えば上海に

虹橋という国内専用空港があります。それで、韓国は、金浦という国内専用空港があります。この3空港を結ぶことによって、お互いが近くなります。それで例えば、欧米からソウルに來られたお客様が、帰りは東京経由で帰られるとか、そういうことも考えないといけないのではないかということ、私どもは今政府に提言をしているところがあります。現実には、韓国と日本というのは以前、3年前か4年前か、成田と仁川を結ぶ路線が主だったわけですが、羽田・金浦線というのを開設しました。韓流ブームとかもちろんいろいろな理由があったかと思いますが、これが非常にお客様が増えています。当初は成田・仁川のお客様が減るのではないかということが心配されました。しかし、結果として両方、成田のお客様もほぼ一緒に羽田・金浦の分だけが純増になっている、そういう状況がありまして、お客様に利便を提供することが1つの観光振興につながり、これはビジネスにも繋がるのではないかなと思っておりますし、いい事例であると思えます。

それから、先程申し上げたように2009年には羽田に第4滑走路が出來ます。すると羽田は本格的な国際空港になるわけで、安倍内閣の重要政策の1つにアジア・ゲートウェイ構想がありますけれども、私はこの中で、羽田空港を人、物のゲートウェイに位置づけることができれば、結果として地方も羽田を中間地点、中継地点としてアジア、中国と結ばれます。これが結果として地域振興にも私はプラスになると思っています。そういう意味では2010年は羽田を基点にして、日本の各地が結ばれるわけなので、また観光客が非常に増えるチャンスではないかな、と思っています。そういう意味では、2009年はお客様が増えますし、観光客も増えますので、ぜひ各地方で準備されるのがいいのかなと思えます。

最後になりますが、これは今回のノースアジア大学との提携に至った経緯にもなるわけですが、観光についてはいろいろ既存の文書から勉強したりしていますが、観光振興についての政策や提言などの処方箋は、正直言って町の本屋さんに行けばいろいろな形で出てい

ますし、秋田県がお作りになった『秋田花まるっ観光振興プラン』という、非常にすばらしい企画書もあります。そういう意味では、やることはある程度出尽くしているのだろう、と私は思っております。要は出尽くした案を誰が実行するのか、実現するのか、そちらの方がポイントではないのかなと思っております。

そういう意味で、私はその人材育成のためには観光を理論的に研究することも必要だろうと思ひまして、そういうご提言を申し上げました。特に、観光振興にとって必要な人材は2方面あるのだらうと思ひておひまして、1つは地域づくりです。これはどちらかというとき地方自治体、国を中心にしてかなり進められています。それで一番欠けているのが、ある意味では観光の重要なポイントを占めるホスピタリティです。これは2つあると思ひます。最前線でお客様を接遇する方のホスピタリティ、それからそのホスピタリティをマネジメントする方、旅館やホテルの経営者、それから観光施設の経営者です。この両面にわたった人材を育成しない限りは、観光というのはなかなか振興していかないのだらうと思ひます。これは急がば回れになりますけれども、ある意味では近道だらうと思ひます。例えば、企業の発展のためにはお金がかかるし、手間隙かかるわけですけれども、最近の企業はどこも人材育成にはコストをかなりかけております。そういう意味では、観光振興のために、理論化、体系化、人材育成をシステム化することが求められているのだらうと思ひます。今回のノースアジア大学の政策、施策というのは時機に適った施策なのかな、と私は思っております。私ども全日空グループも全面的にバックアップをしていきたいと思ひておりますし、それがひいては双方の利益になる、と私どもは思っております。

道 端 どうもありがとうございました。内外からお迎えられるような観光地、特に隣国、韓国、中国、台湾、東アジアから、お迎えられるような観光地づくりが必要だということでした。そしてもう一点、本学にご提言を頂きましたけれども、ホスピタリティ、もてなしのできる経

営者、あるいは従業員を育成するような、ご提案を頂きました。本当にありがとうございました。(拍手)

〔論 文〕

観光立国推進基本法の成立

道 端 忠 孝

1 はじめに

平成18年（2006年）12月13日に、観光立国推進基本法が成立した。この観光立国推進基本法は、議員立法で、観光基本法の全部を改正する形で成立したが、その内容は大きく変わった。

従来の観光基本法は、東京オリンピック開幕前年の昭和38年の法律で、観光の向かうべき新たなみちを明らかにし、観光に関する政策の目標を示すためのものであった。

これに対し、観光立国推進基本法は、21世紀のわが国の経済社会の発展のために観光立国を実現することが極めて重要であることにかんがみ、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための法律で、そのために、観光立国の実現に関する施策に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、観光立国の実現に関する施策の基本となる事項を定めている。

そこで、本稿では、まず、観光立国推進基本法の成立経緯、特にこの法律の契機ともいえる観光立国宣言前後の経緯を明らかにし、次に、観光立国推進基本法の概要を考察し、今後のわが国の観光のあり方について若干の考え方を明らかにしたいと思う。

2 観光立国推進基本法の成立経緯

観光立国推進基本法は、平成15年（2003年）1月のわが国の観光立国宣言を契機にしているといえる。当時の小泉内閣総理大臣は、同年1月、わが国の観光立国についての基本的あり方を検討するための観光立国懇談会の発足を決め、その直後の第156回国会の施政方針演説において、わが国を訪れる外国人

旅行者を2010年までに倍増させ、1000万人突破を目標に掲げて、観光立国宣言をした。

この観光立国懇談会の報告書には、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」という副題がつけられているが、前述のように、これを契機として、観光基本法が改正され、観光立国推進基本法が成立したと解される。そこで、この観光立国宣言前後の経緯を垣間見て、その後の観光立国推進基本法の成立までの経緯を明らかにし、この法律の趣旨を明らかにすることとしたい。

(1) 観光立国懇談会報告書

平成15年(2003年)4月、観光立国懇談会で取りまとめられた報告書には、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」という副題がつけられ、観光の意義を問いただし、観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけでなく、地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにあり、観光立国の推進にあたっては、このような観光の原点に立ち返り、『観光』の概念の革新が必要であって、観光が国の未来を切り開く手段であるとし、観光の革新により、日本全体、地域全体の『光』を輝かせ、社会の活性化を図り、外国の人々が「訪れたい」「働きたい」「住みたい」日本にすべきであるとして、観光の課題と戦略については、観光立国に向けた総合的な戦略の展開、日本の魅力のほりおこしとその確立、日本ブランドの発信、ハード・ソフトのインフラ整備等による魅力を生かす環境整備等が示されている。

(2) 観光立国行動計画

前述の観光立国懇談会報告書を受けて、政府は、観光立国実現のための施策を推進すべく、観光立国関係閣僚会議を発足させ、平成15年(2003年)7月、「観光立国行動計画」をとりまとめている。観光立国行動計画には、①21世紀の進路「観光立国」の浸透、②日本の魅力・地域の魅力の確立、③日本ブランドの海外への発信、④観光立国に向けた環境整備、⑤観光立国に向けての戦略の推進の5つの行動計画が示されている。

そのうち、②では地域の魅力の確立について、次のような行動計画を示している。地域がさらに魅力を高めていくためには、生活文化を軸とした観光資源の整備・創造に加え、周辺地域のネットワーク化を進めることが必要であると

する。そして、地域の観光振興に先導的な役割を果たしている「観光カリスマ」などにもその期待が高いとする。それぞれの地域が魅力を競い合い、セールスポイントを高め自立的な努力を促す意味を込めて、「一地域一観光」の国民運動を展開することも提案している。

「一地域一観光」とは、各地域がそれぞれのもつ魅力を自主的に発見し、高め、競い合うことであり、言うまでもなく各地域が主体的に取り組むべきものであることから、国の施策としては、これをハード・ソフト両面から支援する施策を講ずるものとしている。また、日本の都市をより美しくするため、「街を美しくする」国民運動も展開する必要があるとする。その中には、これまでわが国が時に破壊してきた景観の維持・向上に係る施策も盛り込んでいる。さらに、都市と農村を双方向で行き交うライフスタイルを選択するといったこれからの行き方を考えさせてくれる「都市と農山漁村の交流」を積極的に進める必要がある、などと種々多様な提案をしている。

なお、同行動計画の最後には、観光立国は一朝一夕に達成できるものではないとして、「21世紀のわが国の進路である『観光立国』実現に向けて、この行動計画とともに、本日その第一歩を踏み出すこととする」と、記されている。

(3) 日本経団連の取り組み

①21世紀のわが国観光のあり方に関する提言

日本経団連では、2000年10月、新しい国づくりの観点から、「21世紀のわが国観光のあり方に関する提言」をとりまとめ、国際観光振興や観光立国推進体制の確立等、ソフト・ハード両面におけるインフラ整備の必要性を説いている。

この提言は、前述の2003年7月の観光立国行動計画に反映され、2004年11月の観光立国推進戦略会議の55項目の提言にも取り入れられている。

②国際観光立国に関する提言

日本経団連では、2005年6月、国際観光振興に向けた課題を改めて包括的に整理した「国際観光立国に関する提言」(2005年6月)を取りまとめている。

これは、世界に開かれた魅力ある国づくりに向けた提言であり、訪日外国人旅行者の増大に向けた諸政策を政府、地方自治体、経済界に訴えている。

③提言「観光立国基本法の制定に向けて」

日本経団連では、2006年3月、提言「観光立国基本法の制定に向けて」を取り

まとめている。これは、議員立法により、観光基本法の改正が検討されたことから、日本経団連の今までの提言に基づいてなされたものである。

この提言では、観光立国をわが国の国家戦略として位置づけ、官民連携による観光立国の推進体制を整備し、基本計画を策定し、着実に実施することを求め、観光基本法の問題点を指摘し、観光立国基本法の制定を提言している。

④観光立国推進体制に関する考え（中間とりまとめ）

日本経団連では、上記のような種々の提言を行い、魅力ある国づくりを通じた訪日外国人旅行者増大に向けた具体的施策の推進と関連法制度の整備を求めてきたが、2006年11月、観光立国にかかる諸施策の企画立案・実施を担う体制のあり方について検討を重ね、観光立国推進体制に関する考えについて、中間とりまとめを行っている。

この中間とりまとめでは、政府の推進体制の整備、国際観光プロモーション機能の強化、地方自治体における推進体制の整備、産官学連携による観光立国推進、観光立国推進における民間部門の役割などについて、提言がなされている。

3 観光立国推進基本法の概要

(1) 構成

観光立国推進基本法は、前文と4章で構成されている。第1章「総則」では、目的、施策の基本理念、関係者（国、地方公共団体、住民、観光事業者）の責務等、法制上の措置等、年次報告等からなり、第2章は「観光立国推進基本計画」、第3章が「基本的施策」であり、その第1節が「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」、第2節が「観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成」、第3節が「国際観光の振興」、第4節が「観光旅行の促進のための環境の整備」であり、第4章は、「国及び地方公共団体の協力等」である。

これに対し、観光基本法は、前文と5章から構成されていた。第1章「総則」において、国の観光に関する政策の目標、国が行うべき具体的な施策、地方公共団体の施策、法制上の措置等、年次報告等の規定が置かれ、第2章は、「国際観光の振興」、第3章が「観光旅行者の保護及び観光に関する施設の整備等」、第4章が「行政機関及び観光関係団体」、第5章が「観光政策審議会」である。

(2) 前文

観光立国推進基本法の前文は5段落になっているが、この点は、旧法の観光基本法も同じである。前文は、基本的には、第2段落以降において、観光立国に向けた改正が行われている。

前文の第1段落の前段は、観光の象徴に関するものであり、国際平和と国民生活の安定で、この点の改正はない。後段の観光の意義は、①地域経済の活性化、雇用機会の増大等の「国民経済の発展」、②健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等の「国民生活の安定向上」、③「国際相互理解の増進」であり、基本的には、旧法の観光基本法と変わりはない。

前文の第2段落は、「我らは、このような使命を有する観光が、今後、我が国において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と本格的な国際交流の進展が見込まれる中で、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、我が国固有の文化、歴史等に関する理解を深めるものとしてその意義を一層高めるとともに、豊かな国民生活の実現と国際社会における名誉ある地位の確立に極めて重要な役割を担っていくものと確信する」と規定されている。ここでは、まず観光立国の必要性として、①世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と②本格的な国際交流の進展をあげ、観光立国の方向性として、「地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現」が必要であると、究極的な目的として、①我が国固有の文化、歴史等に関する理解を深めることと、②豊かな国民生活の実現と③国際社会における名誉ある地位の確立をあげている。

前文の第3段落は、観光立国の観点から見た現状にふれ、①観光立国の実現に向けた環境の整備が不十分な状態であること、また、②近年の観光をめぐる諸情勢の著しい変化（国民のゆとりと安らぎを求める志向の高まり等を背景とした観光旅行者の需要の高度化、少人数による観光旅行の増加等に伴う観光旅行の形態の多様化、観光分野における国際競争の一層の激化等）への的確な対応ができていないこと、③さらに我が国を来訪する外国人観光旅客数等が少ないことをあげ、観光立国推進の重要性を示唆している。

前文の第4段落は、観光立国を実現することは、21世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題であるとし、そのために、①地域において国際

競争力の高い魅力ある観光地を形成するとともに、②観光産業の国際競争力の強化、③観光の振興に寄与する人材の育成、④国際観光の振興を図ること等を推進するものとしている。

前文の第5段落は、この法律の直接の制定理由であり、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するためであると定めている。

(3) 内容

観光立国推進基本法の目的は、21世紀の我が国経済社会の発展のために観光立国を実現することが極めて重要であることにかんがみ、観光立国の実現に関する施策に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、観光立国の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与することを目的とすることである（同法1条）。

その目的のための施策の基本理念について、観光立国推進基本法第2条第1項は、観光立国の実現に関する施策は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進することが、将来にわたる豊かな国民生活の実現のため特に重要であるという認識の下に講ぜられなければならないものとし、その第2項は、その施策は、観光が健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性にかんがみ、国民の観光旅行の促進が図られるよう講ぜられなければならないものとするとともに、その第3項は、観光が国際相互理解の増進とこれを通じた国際平和のために果たす役割の重要性にかんがみ、国際的視点に立って講ぜられなければならないものとし、第4項は、そのような施策を講ずるに当たっては、観光産業が、多様な事業の分野における特色ある事業活動から構成され、多様な就業の機会を提供すること等により、我が国及び地域の経済社会において重要な役割を担っていることにかんがみ、国、地方公共団体、住民、事業者等による相互の連携が確保されるよう配慮されなければならないものとする。

そして、そのような観光立国の実現に関する基本的な施策として、①国は、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成を図るため必要な施策を講ずるものと

すること、②国は、観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため必要な施策を講ずるものとする、③国は、観光旅行者の国際競争力の高い魅力ある観光地への来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備を図るため必要な施策を講ずるものとする、④国は、観光産業の国際競争力の強化を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑤国は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑥国は、外国人観光旅客の来訪の促進を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑦国は、観光分野における国際相互交流の促進を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑧国は、観光旅行の容易化及び円滑化を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑨国は、観光旅行者に対する接遇の向上を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑩国は、観光旅行者の利便の増進を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑪国は、観光旅行の安全の確保を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑫国は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑬国は、観光地における環境及び良好な景観の保全を図るため必要な施策を講ずるものとする、⑭国は、観光に関する統計の整備に必要な施策を講ずるものとするを定めている。

これらの基本的施策のうち、①の国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、②の地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成、③の国際競争力の高い魅力ある観光地への来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備、④の観光産業の国際競争力の強化、⑥の外国人観光旅客の来訪の促進、⑧の観光旅行の容易化及び円滑化、⑨の観光旅行者に対する接遇の向上、⑩の観光旅行者の利便の増進、⑪の観光旅行の安全の確保、並びに⑬の観光地における環境及び良好な景観の保全に関する基本的施策は、ほぼ旧法の観光基本法においても定められていたが、新たに、⑤の観光の振興に寄与する人材の育成、⑦の観光分野における国際相互交流の促進、⑫の新たな観光旅行の分野の開拓、⑭の観光に関する統計の整備に必要な基本的施策が盛り込まれ、旧法の観光基本法にあった1の観光地への過度の集中の緩和、低開発地域の観光開発に関する施策に関する規定は見られない。これらは、観光立国の実現の観点から見直しされたものである。

(4) 附帯決議

観光立国推進基本法の成立に際しては、衆議院及び参議院において、次のような附帯決議がなされている。

具体的には、政府は、観光立国推進基本法の施行に当たっては、①本法に基づく観光立国推進基本計画の策定に当たっては、観光行政強化の観点から関係各省庁が密接な連携の下に施策を講ずることを旨とするとともに、その作成過程で幅広い関係者の声を反映するよう努めること、②地方公共団体の自主性及び主体性を尊重しつつ、やる気のある地域による知恵と工夫にあふれた観光振興の取組みを支援することにより、交流人口の拡大と魅力ある地域づくりの推進に努めること、③日本の伝統と文化を体現し、もてなしの心により観光立国を支える旅館業をはじめとした観光に関わる中小企業について、その経営基盤を確立するための施策の充実に努めること、④景観法に基づく良好な景観の形成を推進するとともに、心ない観光客による落書やごみの放置などの行為から美しい自然や文物、景観を保護するため、観光客のモラルの向上を図るための施策に努めること、⑤より柔軟に休暇を取得しやすくすることにより、国民が旅行しやすい環境を整え、観光需要を創出するため、産業界と連携して国民的な運動の推進に努めるとともに、家族旅行等に係る児童生徒の休暇制度その他の制度面における検討を行うこと、⑥国際会議、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市などを通じた観光交流の拡大に努めること、⑦交通機関・高速道路などの交通施設における弾力的な料金体系の導入等により、旅行に関する費用の低廉化の促進に努めること、⑧観光立国の実現に関する施策の遂行に当たっては、各省庁の横断的な英知を結集しながら、総合的、効果的かつ効率的に行い、行政改革の趣旨を踏まえて、観光庁等の設置の実現に努力すること、以上の事項について適切な措置を講ずるべきである旨の決議がなされている。

4 おわりに

観光立国推進基本法が成立して、これからわが国は、観光産業を、わが国を支える産業の一つと位置づけた。実は、観光産業は、世界最大の成長産業であり、世界の観光市場では、年間7億人に達する人々が海外旅行に出かけ、観光産業の規模は、世界中のGDPの一割以上に及び、自動車や情報産業の規模を

上回るといわれている。この観光立国推進基本法の前文第2段落にも、「本格的な国際交流の進展が見込まれる」とあった。

この観光立国推進基本法は、観光基本法の全部を改正する形で成立したが、観光基本法は、観光の向かうべき新たなみちを明らかにし、観光に関する政策の目標を示すための法律であった。敗戦から日本を復興させ、そのために、外国人観光客の来訪を促進して外貨を獲得するとともに、さらに、高度経済成長を目指し、国際観光の振興を図り経済を活性化しようとするものであったといえよう。

確かに、観光基本法の立法作業を担当した当時の梶本保邦観光局長は、国会において、当時の運輸省としては、この観光基本法案を観光立国の宣言と受け取っている旨の答弁をしていた（「第43回国会衆議院運輸委員会議録6号」運輸省観光局監修『観光基本法解説』254頁以下所収）。しかし、当時は、観光とは何かさえ十分な議論はなく、観光の定義さえ明らかにされず、その方向性さえ定まらない時期であって、観光立国は遠いものであったといえよう。むろん、今、この観光立国推進基本法が成立したのであり、当時の梶本保邦観光局長は、先見の目があったといえよう。

いずれにしても、観光立国推進基本法は成立したが、これで観光立国が完成するわけではない。これからである。国はもとより、各都道府県、各市町村、各観光協会、その他の観光関連団体、観光学部や観光学科を設置する大学、さらには地域住民が、観光立国、観光立県、観光立町に取り組みなければならない。

今後、わが国は、超少子高齢社会であり、これを見据えて取り組みなければならない。そのためにも観光立国推進基本法が成立したのである。その前文第2段落に、「今後、我が国において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来」が予想されるとあった。北海道の夕張市のように、遊園地やリゾート施設の建設などで財政破綻してはならない。基本的な考え方は、観光立国懇談会報告書のサブタイトルにあるように、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」であると思う。いかに、観光客が多くても、そこに住んでいる住民がよい町だと思わないような観光地は持続性を欠き、持続可能な観光立町とはならないであろう。観光産業がその町を支えるということは、観光産業に直接かかわる人のほか、間接的に観光産業にかかわる多くの企業の方々だけではなく、さらには

そこに住む住民の方々も、それを理解し、協力ないし参加する必要があると思われる。

確かに、観光産業の落とす税金、観光産業で働く人々の所得の向上、それに伴う消費の拡大、さらには町道の建設・整備、観光施設の建設、雇用の拡大と、多くの方々に利益をもたらす。しかし、それだけでは難しいと思う。住民が観光立町を理解し、それに協力ないし参加するような観光立町は、いわゆる地域力のある町であり、そこに住んでいる方々はよい町だと思い、それを自慢にさえ思うのであり、そこを訪れる方々も良い町と思い、2度、3度訪れていただけるものと思う。是非、そのような観光立町、観光立県、観光立国になっていただきたいと思う。

〔論 文〕

ナマハゲ柴燈祭りとナマハゲ

— 観光を視点として —

鎌 田 幸 男

はじめに

男鹿市観光協会、JR、男鹿温泉郷などが県外からくる観光客に対してアンケートを実施したところ「ナマハゲの知名度が高く中には男鹿市は知らなかったが、ナマハゲならよく知っている」⁽¹⁾としたものが多かったとある。また同協会が実施するナマハゲ伝導士認定試験の受験者は「東京で周囲の友人に秋田といえは？と聞くと大いナマハゲやキリタンポのような答えが返ってくる。今やナマハゲは秋田名物として欠かせないものになっている」とか「観光イベントやメディアへの露出が増えて知名度は全国区となったナマハゲ」⁽²⁾などという。

ナマハゲを知るきっかけはたくさんある。例えば年越の晩のナマハゲ行事がテレビ放映されたり、旅の本などに特集で掲載されたり、ナマハゲ柴燈祭りで紹介されたり、ワールド・ゲームズでは、マスコット人形としてハギーとナミীরキャラクターで登場するなどがある。近年では募金活動や献血のキャンペーンに一役を担ったり、町のイベントに出演したり、乗り物の中で他人の迷惑を省みず自己中心的な態度をしている乗客を戒める宣伝に使われるなど様々である。

ナマハゲ行事は、男鹿に暮らす人々が育み継承してきた伝統的な習俗一生活文化である。この古い習俗を濃密に残しながら男鹿のほぼ全集落で行われている。その根底には、それを支えてきた里人の心と思考がある。「ナマハゲが来

ないと正月を迎えた気分にならない」というが、そこには里人の心情がよく表れている。しかし近年里人のお山（本山・真山）の信仰が薄れ、またナマハゲに対する意識も変質してきている。

一方ナマハゲは、男鹿の観光化施策の一つに上げられ観光事業と深く関わりをもってきた。男鹿地域全集落のナマハゲを展示したナマハゲ館はその具体的なものである。隣接する男鹿真山伝承館では、真山地区のナマハゲ習俗が体感できる学習講座が開かれている。更に男鹿市観光協会では、ナマハゲ行事の理解を深め保存伝承意識の高揚とサポーターの育成に努力、あわせて男鹿の観光振興に結びつくことを目的として「ナマハゲ伝導士認定試験」を実施している。これまで4回実施したが県外からの希望者の割合が高く平均すると52.1%を占める⁽³⁾。その動機は様々であるが、ナマハゲに対する関心の高さが読みとれる。

ナマハゲ柴燈祭りでは、ナマハゲが観光客の中を「泣ぐ子はいねがあ」「親の言うごど聞がね子はいねがあ」と威圧的で横暴な言動をくり返しながらゆっくりとまわり歩く。この間も柴燈火は勢いよく燃やされている。また舞台ではナマハゲ太鼓が打ち鳴らされたり、広場ではナマハゲ踊りが披露される。そして帰りには、柴燈火で焼かれた丸餅を小さく切った「切り餅」を1個ずつ手渡されるのである。この餅は、霊験があると伝えられている。

現代社会と民俗の関わりの一つに「観光と民俗」がある。観光には見物や鑑賞、また環境や情報、余暇活動など様々な目的があるが、民俗事象には「暮らしの結晶」（生きざま）が反映されている。その意味では両者は対極の立場にあるともいえるが、現代では必ずしもそうとは限らない。祭りや盆踊、その他特徴のある民俗行事は、観光・イベント・村（町）おこしなどと関わりながら行われてきている。ナマハゲも早くからナマハゲ踊りやナマハゲ太鼓など観光が意識されていた。本稿では観光をメインとしたナマハゲ柴燈祭りと習俗としての伝統的なナマハゲ行事（ナマハゲ）をとり上げ、それぞれの行事の内容と観光との関わりを考察したものである。

1. ナマハゲ柴燈祭り

「絹節」⁽⁴⁾によると本山・真山では毎年正月1～3日まで柴燈祭りが行われてきた。真山神社では柴燈祭と称して今も3日に継承されている。神仏の燈明

として柴木を焚き一切の煩惱を焼失し、無病息災、国家隆運の祈祷をする一種の火祭り神事である。修験道ではこれを柴燈護摩と称し、代表的な火祭神事とされている。このように柴燈祭事は、修験との関わりが濃厚である。通常野外に生の薪を積み上げ火を焚くのである。男鹿の村々では、年の暮れが迫ると「柴燈を焚く」と称して神社の境内で柴木を焚き、またナマハゲが用いたケデ（神社のトリイや神木に巻かれている）や各家々では古いお札などを持参して焼いた。そしてこの火にあたると病気をしない、この火で焼いた餅を食べると風をひかない、健康（丈夫）になるなど伝えられている。ここには生命の復活「再生の火」を想起させるものがあるが、男鹿地域ではセドとか「セドを焚く」という言葉は今も暮らしの中に知られている。

(1) 本山の柴燈祭事と油餅の祭事

「絹節」や「六郡祭事記」⁽⁵⁾により本山の柴燈祭事と油餅の祭事をみると、およそ次のようなことがわかる。すなわち正月1～3日間、1日3回の勤行式がある。一山の別当、社僧、神主、巫女等は、酉の刻に柴燈堂に集合、深秘の法楽を捧げ神楽を奏し、国家安全の祈祷をするのである。柴燈堂は梁間4間、行間7間、屋根には6尺四方の煙抜窓がある。堂の中央には2間四方の大囲炉裏があり、大木の薪が積み上げられている。そして3日夜、亥の刻にそれが焚かれる。これが柴燈護摩と称されるものである。

3日夜の行法が終わると堂中の泉光院が壇に上り油餅の加持を行う。直径3尺の鏡餅は、この火で燻らせる。また餅の中央に窪みをつけて、そこに紙を敷き油を注ぎ紙より（芯）に火をつけて燃やす。これが油餅である。この間参詣者一同は勤行を繞行し続けるが、時をみて泉光院は法衣の上へタスキがけをして燃えている餅を手に持ち、古老が窓を開けるやいなや素早く戸外へ投げ出し窓を閉める。窓は予め自由に開閉ができるように溝に油をしき準備をしておく。この時社僧らは太鼓を激しく打ち鳴らし螺笛を吹き、また参詣者は群衆して凱歌の声を発し、更に適当な棒を手に持ちわめき騒ぎながら梁りを打ち敲く。その振動は山あいに鳴り響いたという。これを乱声と称している。この音に乗じて3鬼が飛び来て油餅をつかみ取り山奥へと去る。この一連の儀礼は油餅祭事と称されるものである。参詣者は3鬼の近づく音を聞いたり、姿を見ようとす

るとその人に災厄がふりかかるとの伝承がある。翌日雪の上にその足跡もなく不思議なこととされている。乱声は参詣者一同が柴燈堂に籠っている状態をさしている。これは神を迎える祭祀的忌み籠りの形式に類似している。そしてこの夜柴燈の煙りは、遠方の飛鳥からも見えるとある。日本海側に見られる焼火信仰との関わり⁽⁶⁾も想起される場所である。

さて山奥より飛び来た3鬼とは眼光鬼・首人鬼・押領鬼をさし、鏡餅は3鬼への人身御供の代りのものとされている。この3鬼は「赤神山大権現縁起」⁽⁷⁾にある武帝5鬼伝説の5鬼と関連する。すなわち「眉間・逆頰は夫婦、眼光鬼・首人鬼・押領鬼は兄弟三子也」がそれである。そして夫婦鬼はまもなく死して得道するが、3子鬼は男神が窟、女神が岩屋、海辺の岩屋に住したとある。地元民と門前から五社堂までの石段を一夜にしてつくる約束をして失敗した伝説上の鬼は、この3鬼であったのではないかと考えられている。そして後に男鹿の山奥に棲みいわる山鬼神・山神といわれるようになったと類推される。ナマハゲ柴燈祭りのナマハゲは、柴燈祭事との関わりからすると、まさしく武帝と5鬼伝説が母胎になっているといえる。ナマハゲの原像を考える上でも参考となる。

一方柴燈祭事は、修験者と里人との交易・交流の場であり、神事や神楽や油餅祭事などは里人、参詣者にとって異文化との接触の場でもあった。またこうした聖なる存在は、村の暮らしにも少なからず影響を及ぼしたと思う。そして近世には、修験者は村の神社や祠堂の別当となり、庚申や日待・月待などの祭りに関わり、加持祈祷や呪符、呪いなどの呪術、その他宗教的な活動をし人々の現世利益にも積極的に応じている。

こうして連綿と継承されてきた柴燈祭事と油餅の祭事は、明治になるとその祭日が15日に変更となり、その後廃絶している⁽⁸⁾。明治政府の神仏分離令や修験道の廃止などが影響しているものと考えられる。しかし短期間であったとしても社僧、神人、巫女らは、その伝統的な祭事を継承していたことが察せられる。旧暦15日は年越の晩、ナマハゲ行事が行われているが、これとどのように関わりがあったものかは不祥である。

(2) 真山の柴燈祭事と油餅祭事

真山は赤神山の北方にあり「絹節」によると柴燈堂は、行間 8 尺間 5 間、梁間 8 尺間 3 間とある。「六郡祭事記」には、正月 3 日の行法は「本山と異なることなし」としている。そして翌 4 日は柴燈火留がある。神職は濁酒 5 升ばかりを準備して柴燈堂の火へかけて消すのである。社僧は法楽諸経を誦じ、社人や巫女は神楽を奏した。これが柴燈火留神事である。

さて明治時代の神仏分離令により別当光飯寺は廃寺となる。そして明治 3 年に赤神山神社は、真山神社と改称された。明治時代から昭和初期までの柴燈祭りの資料はほとんど残されていないが、正月 3 日の柴燈と油餅の祭事は継承されている。また伝承によると現在の社殿の場所に社（中山神社）があり、授与所のところに拝殿（長床か）つまり柴燈堂があったとされる。明治時代のことはよくわからないが、大正時代には加持祈祷を含めた神事や神楽などは柴燈堂で行われたが、柴燈火は社と拝殿の間、つまり屋外の柴燈場で焚かれていたという⁽⁹⁾。

この頃には、真山・安全寺・相川・西水口の 4 ヶ村の氏子が、朝早くから薪の準備をするなどの奉仕をした。年代は明瞭でないが、献餅の油餅をつくるには、21 日間の禊をし満願の日に四方にシメ縄を張り、神官と正装した男性が、3 升 1 個のスリ鉢状の餅を作るのである。そして準備が整うとホラ貝を吹いた。これを合図にナマハゲは山を降り始めるという。その足音を婦女子に聞かせないため信者一同は柴燈堂内に入り敷板を叩くなど音を出した⁽¹⁰⁾。このことは少なくとも参詣者は堂内に籠っている状態であり、油餅を受け取るナマハゲの姿を見ていないことを語るものである。

ところで『真山神社』⁽¹¹⁾によると、拝殿では祭式が行われており宮司の祝詞奏上が始まると突如として一番目のホラ貝が鳴りはじめる。しばらくして二番目が鳴り、三番目の音が終わると鬼神が姿を現したという。柴燈火では、若者が古老の指図を得ながら巨大な餅を焼いている。宮司は、真黒に焼かれたこの餅を三宝に載せて鬼神に献ずるのである。鬼神は無言でひたたくように受けとり山奥へと姿を消す。この時氏子 2～3 人がその後を追いかけて、ねだって油餅を千切ってもらうという。この餅には霊験があるとされるからである。この頃には、眼前に鬼神が姿を現していることがわかる。ここでは油餅はナマハゲでなく鬼神に献ずるとある。そして「柴燈を拜む」と称して出稼者やその

家族、また参詣者がたくさんお参りにきたという。北浦や戸賀の地域からの者が多かったようだ。柴燈火では他にも何枚か餅を焼いたが、それは「護摩の餅」と称して細く切って氏子や参詣者に御護符のようにして配られた。

また参詣者に長い元結の紙に幣をつけたものを首にかけ、印として額に大きな判が捺された時もある。それは宮司の祝詞奏上が終わると氏子の代表が押すという。それには「仏法僧宝」の四文字が刻されたものでいわゆる三宝印と称されるものである。もともと別当光飯寺の什物で柴燈祭事に参列した人に頒った護符に押捺したものであろうと解されている⁽¹²⁾。修験には御符の類として牛玉宝印がある。病魔除去の験とされるものである。そして御符守札の形式をとって普及したとされるが、三宝印もこれに類するものであったと思われる。

2 ナマハゲとの接点

油餅祭事とナマハゲの接点はどこにあるかという、先に触れたように赤神山に棲む鬼神であろう。ナマハゲの正体については、武帝と5鬼伝説、異邦人漂着説、山神説、修験者説などがある。この中では武帝の5鬼伝説がよく知られ人々の暮らしの中に生きている。戸外に投げられた油餅を3鬼が飛びきて奪い去るというが、この3鬼は「赤神山大権現縁起」に出てくるものである。男鹿のナマハゲが、もと赤神山の5匹の鬼と関係のあったことは想像し得る⁽¹³⁾とあるが、この子鬼は5鬼のうちの3子鬼をさしているのである。

ナマハゲと山鬼の関係は明瞭でないが、次のようなことが想起される。

- ① ナマハゲはお山（真山・本山）から降りてくる。鬼神は山奥に棲む。
- ② ナマハゲは各家々を来訪、切り餅を受ける。鬼神は1枚の大形の油餅を受ける。
- ③ ナマハゲは家族が年籠りをしているところへ来訪する。鬼神は参詣者一同が柴燈堂に籠っている状態の時に飛び来る。
- ④ ナマハゲの原像は5鬼伝説に求めることが可能。そのうち鬼神は3子鬼とされる。「赤神山大権現縁起」によると両者とも家族の関係をなしている。
- ⑤ ナマハゲはナマハゲ宿又は神社で神事をした後家々を来訪するが、鬼神は油餅祭事の後に山奥より飛び来る。

この他にも着装、一晚だけの祭事、毎年行われるなど両者には類似するこ

とが多くある。

一方相違することもある。例えばナマハゲは15日の晩各家々を来訪、奇声をあげたり訓戒や占いをしたり、主人と問答をくり返す。またお膳を供されるなど歓待される。鬼神は3日の晩、無言でしかも参詣者の前に姿を見せない。

このように両者には類似面と相違面があるが、どちらかというと前者の方が顕著である。このことは、お山（真山・本山）の信仰を基盤にした里人が古くから伝えてきた正月の習俗—ナマハゲに、修験信仰（柴燈と油餅の神事）が影響し、やがて鬼神（山神）とナマハゲが融合した形態をもつに至ったものと推知される。なお菅江真澄は、年越の習俗はナマハギ又はナマハゲとし、油餅祭事の方は鬼⁽¹⁴⁾と記して区別している。一方柳田国男は、神人に堂の中央の窓から餅を投げ与えたという儀式に触れ、何人も其の姿を見ることは許されなかったとしている⁽¹⁵⁾。神人はすなわち山神のことで祖霊神とも深く結びついている。そして里人のお山の信仰からすると神人はナマハゲとも関わっていると考えられる。

3 現代のナマハゲ柴燈祭り

現在柴燈と油餅の祭事は、2月中旬ナマハゲ柴燈祭りとして観光を全面に打ち出して行われている。真山神社の境内の広場に高く薪が積まれているが、そこが柴燈場である。その周辺に数千人の観光客が押し寄せてくる。油餅の祭事が終わるといよいよ10～20匹のナマハゲが各々タイマツをふり上げて下山してくる。そして柴燈場のすぐ近くの小高い丘に勢揃いするが、壮観そのものである。タイマツを途中に置いて観光客の中を「泣ぐ子はいねがあ」「親の言う事聞がね子はいねがあ」と雄叫びを上げながら、ゆっくりとまわり歩くのである。ナマハゲと観客が直に接する場面であるが、中にはナマハゲのケデ（藁の装束）から藁を引き抜く者もいる。それを頭に巻くと頭痛しない、玄関にかけておくと災厄が入らないなど霊験があるとされるからである。ここに現れるナマハゲは年越の晩、各家々をまわる恒例のナマハゲと外観上類似するが、言動などいわゆる様相は大きく異なっている。

一段落すると柴燈場の前でナマハゲ踊りが始まる。昭和36年、石井漢氏に創作を依頼して出来上がったものである。これはナマハゲ番楽とも称されたが⁽¹⁶⁾、

その素地は何に由来したものか明確になっていない。また年越の晩のナマハゲに次ぎのような仕様もある。例えば「二番ナマハゲは部落役員の家でお面をとって歌をうたって行く」そして「下で待っている人にもふるまい酒をし皆で歌う」⁽¹⁷⁾「ナマハゲ踊りで無病息災のお祓いをしてもらう」⁽¹⁸⁾「やがて酒肴の膳が出され、一行は歌ったり踊ったりもする」⁽¹⁹⁾などという。また渡部村では、最後に開祖渡部家に総勢24匹のナマハゲが集まり無礼講的に騒ぐ。そして腰をすえて飲み、お互いに歌ったり、踊ったりして帰る⁽²⁰⁾。こうした踊りや歌が、ナマハゲ踊りに影響したものであろうか。具体的なことは不祥である

「男鹿半島のナマハゲ行事の考察」⁽²¹⁾によると次のようなことがわかる。

男鹿半島の観光にはナマハゲが注目される。特に男鹿温泉郷（北浦・湯元）では、早い時期からホテルの従業員がナマハゲに扮して宿泊客へのサービスをしてきた。しかし観光客の前に出て暴れるナマハゲは単純すぎるので、昭和30年代ナマハゲ踊り、昭和50年にはナマハゲ太鼓が創作されることになる。更に観光ばかりでなく、ナマハゲ行事の保存継承にも結びつけばよいという意図もあったようだ。ナマハゲ踊りやナマハゲ太鼓が創作されるに至る背景がわかる。そしてそれは観光をメインとしたナマハゲ柴燈祭りとして始まった。すなわち第1回ナマハゲ柴燈祭りは、昭和39年（1964）男鹿市観光協会が主催して星辻神社（北浦・湯本）で行われている。男鹿温泉一帯を中心とした男鹿の観光開発事業の一環としてのものである。石井漢氏創作のナマハゲ踊り（ナマハゲ番楽）が披露され、また柴燈火で焼かれた大型の餅を小さく切り（切り餅）見物客に配られた。そして第6回（昭和44年）から⁽²²⁾は、境内の景観がきわめてすぐれた真山神社を会場に行われるようになり現在に至っている。

4 習俗としてのナマハゲが語るもの

男鹿に伝わるナマハゲ行事は、菅江真澄の記録から考えても200年を越える歴史をもっている。そして古来お山は、修験信仰と濃密に関わっていて江戸時代には48宿坊⁽²³⁾が設けられている。

一方お山は、村の暮らしを守護してくれる神の存在が意識され、信仰の対象となってきた。農民にとっては水を供給してくれる山であり、漁師にとっては船材を配分、また山割りによる漁場の範囲が決められたり、天候予測の目安に

なる山でもある。新しく船をつくと村の前の海に出て「お山参り」（船の上から山を拝む）をしたものだという。更に男鹿の地に生まれた者は、一生に一度「お山掛け」をする習慣が近年まで残っていた。里人にとって畏敬の山であり、そこからナマハゲが降りてくると信じられていたのである。

ナマハゲは、威圧的で横暴な言動ばかりが強調されるが、年の変わり目に現れて村の平穏無事、暮らしの守護そして悪霊を祓い福をもたらすいわゆる福神来訪として歓迎されてきた。柳田国男は、ナマハゲ行事の模倣は誰にも出来るが、信仰的なものがあることを指摘している⁽²⁴⁾。要するにお山は暮らしの信仰と深く関わっていたのである。里人はこのお山の信仰を基盤にしてナマハゲ習俗を育み、継承してきたのである。ナマハゲにはこうした里人のおもいとそれを支えてきた思考がある。換言すると里人の人生観・生活観が刻み込まれている。「ナマハゲが来ないと正月を迎えた気分にならない」という事は、こうした里人の心情をよく表しているといえよう。観光のナマハゲとこうした点が相違するところであるが、最も大きなそれは観光客に見せるナマハゲ行事であるところである。ナマハゲと現実に出合うことはできるが、それは同時にナマハゲを理解したことにはならない。里人のお山の信仰・生活観が根底にあるからである。もともとナマハゲ行事は、見せることが目的でなかったという意味もここにあるといえよう。

おわりに

男鹿市はいま観光行政の一つの柱にナマハゲを取り上げている。ナマハゲ館の設置もそれであるが、更に男鹿市への入り口に男鹿総合観光案内所を設置し、二体の巨大なナマハゲの立像をつくり観光客を迎えている。また温泉郷には、男鹿温泉交流会館・五風も建設された。現代の社会は、観光と切り離しては考えられなくなってきている。民俗は観光を目的とするものではないが、観光のために一役を担う要因はある。主に民俗芸能はそれに当たるが、ナマハゲもまたその1つといえる。ただし前にも触れたように民俗としてのナマハゲと観光ナマハゲとは本質的に異なるものである。そして後者のそれは、やがて1つのナマハゲのスタイルに創造される可能性がある。社会の変革と生活の合理化にともない、お山の信仰も薄れ、ナマハゲに扮する者もナマハゲを支えてきた里

人（迎える側）もナマハゲに対する意識・態度が変質してきている。合理的、形式的になってきているのである。こうしたところに観光の波が押し寄せることにより、古い習俗としてのナマハゲから新しいスタイルのナマハゲへ再構成されることもあり得るのである。男鹿のナマハゲ保存会などと関わりを持ちつつ、「ナマハゲの里づくり」は、両者をいかに表現するかが課題となろう。

ところでナマハゲ館と隣接する場所にナマハゲ伝承館がある。男鹿地域に伝わる萱葺き曲屋を移築したものであるが、ここで年越の晩に行われるナマハゲ行事が再現されている。すなわち7～8分ほど簡単なナマハゲ習俗の解説をした後、囲炉裏のある居間でナマハゲ行事が再現される。まさしく年越の晩のナマハゲであるが、主人との問答では一部観光客が興味を持つような話題を入れるなどしている。ナマハゲ行事は、集落により面の形、素材、持物、装束などにちがいはあるが、伝承館でのそれは真山地区のものと同様に明確に位置づけられている。真山地区に伝わる古いナマハゲ習俗が再現されており、伝統的に行われているナマハゲ行事が体感できることになる。観光客は、古い習俗を残すナマハゲ、男鹿の里に伝統的に伝わっているナマハゲを知るきっかけとなる。この講座にはそうした意義がある。

一方ナマハゲ踊りやナマハゲ太鼓もある。これは芸能化されたものであり、ナマハゲ行事とは異質で観光のためのものであることを明確にしておくことが重要である。平成3年（1991）に創作民謡「男鹿ナマハゲ口説（くどき）」が創作された⁽²⁵⁾。観光と市民の郷土愛を高めるという目的でなされたが、あまり広まっていないように思われる。やはり伝統的な習俗と観光との関わりが課題となろう。

ナマハゲ伝導士認定試験では、県外から希望する割合が高い。その理由は様々だが、ナマハゲに対する関心が高いことは確かだ。伝統と観光との関わりを視野に入れながら、こうした方々とナマハゲ学会（仮称）などをつくり、ナマハゲ研究の情報発信基地の役割を持ったり、門前と五社堂、徐福の塚のこと、一の鳥居、二の鳥居、祓川のこと、真山と諸建立物、宝物、お山掛け、修験道の本山・真山の信仰の足跡などナマハゲの里づくりを総合的に構想しつつ学ぶことも意義があろう。それはやがて真山・本山を中心とした日本海文化との関わりをもつことになるように思われる。なおナマハゲ踊り、ナマハゲ太鼓、男鹿

ナマハゲ口説については別の機会に論じたいと思う。

注

- (1) 秋田魁新報 (1995年12月11日付)
- (2) 第3回、ナマハゲ伝導士認定試験受験者の声から (試験日 平成17年11月13日男鹿温泉) 男鹿市観光協会作成資料
- (3) 第4回までの平均。1回35.1%、2回42.8%、3回67.1%、4回69% (資料男鹿市観光協会提供)
- (4) 「絹節」(『新秋田叢書 (第4巻)』) 所収。歴史図書社、昭和46年、P282～301、P356～362 「油餅の神事」(『牡鹿乃寒かぜ』『菅江真澄集 (第一)』) 所収。秋田叢書刊行会、昭和5年、P458) 本山・真山での油餅。また福米澤 (三熊野宮) での油餅の祭事。
- (5) 「六郡祭事記」(『秋田叢書 (第3巻)』) 所収、秋田叢書刊行会、昭和6年、P2～3)
- (6) 第5章、第4節「神火の発現と竜燈信仰」、「焼火権現信仰」 隠岐国の海中の神火、焼火権現、竜燈神事、「竜燈と祖霊信仰」『日本海上交通史の研究』所収、北見俊夫、法政大学出版局、1986年、P774～787
- (7) 「赤神山大権現縁起」(「絹節」所収、注(4)に同じ)、「牡鹿の嶋風」、『菅江真澄集 (第1巻)』所収、秋田叢書刊行会、昭和5年、P419～423)
- (8) 「年中行事」(『秋田県史 (民俗、工芸編)』) 所収、秋田県、昭和37年、P553)
- (9) 「男鹿のナマハゲの考察」(『なまはげ研究紀要』) 所収、真山神社宮司 (武内信彦氏) よりご教示、男鹿のなまはげ保存伝承促進委員会、1998年、P35)
- (10) 「男鹿真山のナマハゲ」(『記録 男鹿のナマハゲ (第3集)』) 所収、太田忠一郎、男鹿市・若美町教育委員会 昭和57年、P31)
- (11) 「柴燈の神事」(『男鹿真山』) 所収、伊藤裕 男鹿真山神社 1967年、P44～46)
- (12) 「柴燈の神事」(注(11)に同じ)
- (13) 「二人の山の鬼」(「をがさべり」) 所収、『定本柳田国男集 (第2集)』 筑

摩書房 昭和53年、P125)

- (14) 「男鹿の嶋風」(注(7)に同じ) 小児がなけばなまはぎがきた。P358～359。正月3日油餅を鬼に手酬の行ひの堂いとまひろし、P356。
「牡鹿乃寒かぜ」(注(7)に同じ) 15日、生身剥(なまみはぎ、なまはぎ)、P460。こよひの亥のときはかり本山・真山の両の寺にあぶらもちのためしとて…鬼の来りて此油餅をくとなんといへり、P458。
- (15) 「をがさべり」(注(13)に同じ)。正月15日、山から降りてくる神人に堂の中央の窓から餅を投じるが、その姿を見ることは許されず、もし誤って見るとその人に必ず災厄があるとした話も、後世の社僧たちがなお或程度にまで山の伝説を承認した痕跡であるということが出来る。P126。
- (16) 「ナマハゲ行事の鬼と真山神社柴燈護摩神事の鬼」(『人類文化(7号)』所収、李 活雄、1988年、P26～297)
- (17) 「仁井山のナマハゲ」(『記録 男鹿のナマハゲ(第2集)』所収、男鹿市・若美町、昭和56年、P21)
- (18) 「五里合石神」(注(17)に同じ)
- (19) 「小正月のまれ人、東北地方の事例、ナマハゲ」(『記録 男鹿のナマハゲ(第1集)』所収、男鹿のナマハゲ保存会、昭和55年)
- (20) 「ナマハゲに関する調査報告」(『男鹿半島研究(第3号)』所収、吉田三郎 男鹿地域研究会、昭和48年、P22)
- (21) 「男鹿半島のナマハゲ行事の考察」(浅井繁樹)
- (22) 第1回昭和39年(1964)は明確だが、会場が星辻神社から真山神社へ移った時が不明である。注(21)にあげた論稿では、昭和44年(1969)からと明記しているが、注(16)のそれには本文で6回としつつも注には5回説もあるとしている。
- (23) 「絹節」(注(4)に同じ、「伝記」P297)
- (24) 「正月様の訪問」(「をがさべり」所収、注(13)に同じ。信仰に固い基礎をもった風習である以上、形態ばかり真似て見たのでは…前代を理解したことにはならない。P124)
- (25) 「広報おが」(男鹿市役所、1991年2月1日)

〔論 文〕

「観光」で大切なこと

石 山 あつむ

はじめに

2007年1月1日に観光立国推進基本法が施行されたこともあって、日本各地で「観光」に関する論議が盛んになってきている。

ノースアジア大学でも、2008年度に法学部観光学科を開設する。それに先立ち2006年10月には総合研究センターに国際観光研究所を設置した。

地元秋田への貢献もさることながら、それだけに限らず広く日本、アジアで活躍できる人材の育成を目指す。

今回は、「観光」について一般的な側面から考えてみたい。

1. 観光は平和へのパスポート

「観光は平和へのパスポート」と言われている。人々が「観光」を行う場合、訪問する地域が「平和」であることが大前提であり、特別な目的がある場合を除いて、戦争や紛争地域への観光は考えない。

当然、広い意味で「安全」も平和の一項目である。

観光にとって一番大切なことは、お客様に「来て良かった、また来たい」と思ってもらうことである。わが国の観光振興に大きく貢献した宮崎交通株式会社の岩切章太郎元社長も、観光振興の極意は「知らせて、見せて、また来たいと思わせる」と言っている。また、同じく宮崎県の今話題の東国原知事も、「宮崎に来た人に『癒されるね、元気が出るね、また来たいね』と思ってもらえることが大切。」「僕は知事選のマニフェストでも『おもてなし日本一』を掲げました。」と発言されている。

観光に来てくださったお客様に「もうここへは来たくない。」と思わせてしまったら、その観光は失敗である。そして重要なことは、提供側が思うのでは無く「お客様が思う」ということである。提供者がいくら良いと思っても、お客様に認めてもらえなければ、意味を持たない。提供者は常に「お客様はどう感じるだろうか」という「顧客満足」の視点を持つことが重要である。

お客様が満足した場合、たとえ、ご自身がまた来ることがないとしても、周囲の人に「良かった」と言うことを話し、行くことを薦めてくれる。すると、評判を聞いた方が、訪ねてくれる可能性は高くなる。逆に、嫌な思いをされた場合にも同じように話をする。この場合、聞いたお客様は、ほぼ確実にその場所へは行かないであろう。知人が「良くない」と言っている場所をわざわざ訪ねることは通常はないと考えられる。

お客様の「口コミ情報」には大きな力がある。

2. 観光に対する考え方の変化

かつての観光は、開発・施設整備と国内観光の増加による内需拡大を狙った展開がなされてきた。「箱モノ」中心の考え方であり、従って、「ハード＝箱を作る」に神経が行っていて、残念なことにソフト（中身）はそんなに重要視されていなかった。喩えてみれば、「仏作って魂入れず」の状態だったと考えられる。観光における魂はソフト（中身、心）である。

「箱」を作ることが目的になっていたため、その時だけ、かつ一部の人や業者だけにメリット（利益）が発生するだけで、持続的集客や地域発展につながらなかった。背景にバブル経済があったこともその要因であるが、表面的かつ一時的な利益に目を奪われ、事業で一番大切な、継続できるかどうか、すなわち経営して行けるかどうかの吟味が疎かだったと考えられる。

検討項目の一つに「採算性」はあったと思うが、吟味の仕方に不足があった、もしくは、「希望的観測または結果ありき」をベースとした可能性が高かったと考えられる。

その結果、建設された大型リゾート施設やテーマパークの多くの経営が立ち行かなくなり、廃業したり、破格の安値で売却されたりした。経営者が交代した施設も経営難が続いているのが現状である。

北海道のアルファリゾートトマム（1998年）、南九州のシーガイア（2001年）などの例がある。

また、開発による環境破壊も発生した。

これに対し、現在の観光に対する考えは、以前のバブル期と経済環境の違いもあるが、考えの中心が、①地域の伝統や文化の見直し、②自然・環境保護、環境との共生、③開発より保存による、地域づくり、国づくり、④訪日外国人の誘致へと大きく変化してきている。

3. 観光とは

お客様が観光に求めるものは、「非日常」である。自然に親しんだり、スポーツをしたり、普段接することの無い文化に触れたりして、日常とは違う経験をすることにより、癒されたり、リラックスしたり、気分転換をしたり、また知的好奇心を満足させたりする。様々な「楽しさ」を求めるために「観光」する。

この楽しさは、訪れる観光施設や宿泊施設、また利用する交通機関において、安全が確保されることが前提になっている。

一方で、提供者・地域にとっての観光は、お客様から見た地域の魅力を見つけて、それを周知し、多くのお客様に来てもらい事業が継続できることである。ただし、その前提には安全を保障する必要がある。

(1) 地域の魅力を発見する

お客様に「来てもらう」には、その地域がお客様から見て、「行ってみたい」と思わせる、何らかの「魅力」を持っていることが必要である。魅力の無い地域にお客様が貴重な時間を割いて、出かけてくることはない。

その魅力も「海と山と自然や温泉、美味しい食べ物」では不十分である。これらは日本中、いや世界中のいたる処にある。例えば同じ自然でも、独自性や他との違いを明確にする必要がある。同じように文化、伝統、歴史に関しても他との違いや本物、オリジナリティを感じてもらえるようにすることが必要である。

重要なことは、「お客様から見た地域の魅力」ということで、提供者が考える魅力ではないことである。地域の持っている観光資源や、特性の中から、お客様の目で見えた「魅力」を発見し、それをお客様に訴えて、ひきつける工夫が必要である。

地域の独自性を見つけ出すことは、簡単なことではないが、自分達で考え、見つけなければならない。どこか、他の場所の真似ではダメである。また、何を見てもらうのか、何を体験してもらうのか、提供者としての意思も重要である。

例としては、旭川の「旭山動物園」や沖縄の「ちゅら海水族館」などがある。また、境港市の「妖怪の街、水木しげるロード」も地域の独自色をだして成功している。

成功した事業は必ず、他のまねでない「独自」を持っている。

(2) 情報発信

次に、見つけた魅力を「知ってもらう」ための「情報発信」が必要である。ここでも重要なことは、「お客様からみた」ということである。お客様(=外の人)にとって魅力ある情報であるかどうか、魅力を訴えかけられる内容か、が重要である。それには、前にも述べたとおり、他との違いや、独自性をしっかり見極め、それをどの様に表現するかを考える必要がある。

地域からの情報発信も重要だが、それ以上に効果があるのが、お客様自身に発信者になっていただけるようにすることである。お客様の口コミは地域の観光関係者の情報よりも大きな影響力を持つ。また、実際に経験したお客様自身の目や感性を元にしてしているので、まさしく本物、真実の情報になる。

提供者としては、この本物の情報を知り、自分たちの考え、感覚が、お客様とどのくらい差があるのかを知ることが極めて重要である。「お客様とのズレ」を感知することが、次の一手を打つための重要な手がかりになる。

(3) 事業の継続性（収益性）

どのような事業であっても、その事業が継続（ゴーイング コンサーン）できるかどうかは極めて重要で、これは事業を行うにあたっては常識である。しかし、以前の「箱モノ」主体の考えでは、この常識が疎かにされてきた。これは、前述の破綻したリゾート施設やテーマパークの例が多いことから想像がつく。バブル期と同じ愚を繰り返すことは、許されない。

事業が継続できなければ、地域全体の収入が確保できなくなる。それは、そこで働く人々が生活基盤をなくすことを意味する。事業にとっては「持続性」が極めて重要な事項なのである。

冷静な市場調査に基づいた事業計画を策定し、その中の「収益性の吟味」が必要である。周辺人口や遠方からのお客様のアクセス（手段、頻度、所要時間、価格）条件および地域の魅力度などが考慮の対象である。

事業が続くためには商法、税法などルールに従い、かつ一般的な常識に則った「適正」な利益が将来に亘って確保できることが条件である。

収益性は、希望的観測に基づいたり、結果ありきの検証は行っていない。バブル期のリゾート開発と同じ過ちを繰り返さない注意が必要である。

「持続性」を持つためには、リピーターの存在が重要で、初めて来てくれたお客様が、「また来たい」、「来て良かった」と思うか、「もう来なくていいや」、「もう来たくない」と思うかは、事業の継続性に大きなインパクトを与える。

有名過ぎる例だが、1983年に開園してから24年たっても、今だに人気の衰えない東京ディズニーランド(リゾート)のお客様は、アトラクションの追加など、継続的な努力を行っていることもあり、2回以上のリピーターが90%以上、10回以上の人が約半数と言われている。「魅力」を24年持続してきたことになる。

お客様がリピーターになるには、「良い印象」を持って帰っていただくことが条件である。もし、本人がまた来ることができなくても、好印象を元に他の人に話をし、広めてくれる。聞いた人が、来てくれる可能性は高くなる。広い意味ではリピーターといえる。逆に「悪印象」をお客様が知り合いに話した場合、聞いた人が、その場所を訪れる可能性はゼロに近いと考えられる。知り合いから「良くない」と聞いた所に、わざわざ出かける人はいないだろう。

(4) 安全を保障する

観光に対してお客様は何らかの「楽しさ」を期待していることは前にも述べた。楽しさの前提は、自分の身の安全が担保されていることが絶対の条件なのである。

先日起きたジェットコースターの事故などは観光に携わる産業としては、許されないことである。

「安全は全てに優先する」ことは当然で、本来、採算性と安全性を天秤にかけることがあってはならないのだが、経営にモラルが効かなくなると、採算性を優先してしまう経営者が出てくるかも知れない。それを防ぐ意味でも適正な利益を確保できる体制、経営が必要なのである。

また、交通機関にあっては、時間の正確性、道路事情などの交通情報の把握も、お客様の旅程の確保という観点から広い意味での安全に含まれる。

4. 地域観光を盛り上げるためには

一般的に事業は需要が存在することが前提で、需要がなくなれば、その事業は維持できなくなる。需要はお客さまによって支えられている。お客様が少なくなると、ある特定の事業だけでなく、その地域全体の需要が減少し、地域経済自体が衰退し、それに伴い、地域の商店、飲食店、会社なども経営難になる。

お客様は、「定住人口と交流人口」(註1)の合計をベースに成り立つ。もし定住人口が減っても、その減少分を交流人口の増加がカバーもしくは上回れば、需要は維持、増加することが可能である。今後は人口の減少が予想されているので、ますます交流人口を増やすことの重要性が高まる。観光はそのための有効な手段と言える。

逆に、定住人口の減少を交流人口の増加でカバーできないと、観光産業自体が成り立たなくなる可能性が高くなる。観光と人口の関係は、「卵と鶏」の関係になっていると考えられる。

観光は地域への依存度が高い産業である。お客様に他の地域からこの地域に足を運んでもらって成り立つ。他の場所へ展開することができない。だからこそ、受身ではなく、積極的にお客様を「呼び込む」姿勢が必要なのである。

(1) 地域の連帯が不可欠

観光は単一の会社、業種だけでは成り立たない。観光スポット、観光施設、宿泊施設、飲食店、土産物店、交通機関など様々な要素（業種）の組み合わせで出来上がっている。従って、特定の業種・店・人にたよるのではなく、全体としての取り組みが不可欠である。お客様を「点ではなく、面で呼ぶ」ことが必要である。

みんなが力をあわせてお客様を迎える気持ちを持ち、かつ実際に行動することが求められる。構成する様々な要素のうち、他の要素がどんなにすばらしくても、一つでも悪い印象を与える要素があると、それによって全体の印象が悪くなってしまう。そしてその悪い印象は、たとえ具体的な事象を忘れたとしても「悪いイメージ」として残ってしまう。これはサービス業の特質の一つと言える。

観光の活動全体を一本の「鎖」にたとえてみる。この場合、宿泊施設、観光施設、飲食店、交通機関などの個々の要素は、鎖の輪の一つに相当し、観光全体の成果は鎖全体の強度としてとらえられる。鎖の輪の中に一つでも弱いものがあれば、鎖全体の強度はその弱い輪の強度と等しくなる。鎖を切れにくくするには、全ての輪を同じように強くしなくてはならない。観光でも同じことが言える。

このたとえば、組織論や生産管理論で良く用いられる。観光全体を、「一つの組織」または「一連の生産活動」ととらえる発想が必要である。個々の局面では、店同士の競争があるが、全体のパイを膨らますために地域全体が協力しあう気持ちを持つことが地域観光振興の第一歩である。地域全体を一つの組織としてうまく機能させること（チームワーク）への取り組みが必要である。

(2) サービス業

観光はサービス（業）なので、サービスの特徴をおさえた対応が求められる。サービスの特質には以下のポイントがある。

- ①生産と消費が同時に同じ場所でおきる
- ②失敗を代替物で補えない
- ③ヒトがヒトに対して直接提供する

④ハード（サービスの内容）も大切だが、ソフト（対応、接遇）のウェイトが高い

食堂を例に考えてみる。美味しいとの評判の店に行き、評判どおりの美味しさではあったけれど、従業員の言動や態度が悪いと感じた場合には、またその店に来ようとする気にはならないだろう。逆に味はそれなりだったとしても、店の雰囲気や従業員の感じが良いと感じた場合には、また利用する気になると思う。このように、お客様の満足度を左右する要素としてはソフト（対応、接遇）のほうがハード（商品やサービスの内容、この場合には料理の味）よりもウェイトが高くなる。そして、ソフト面の印象の方が後まで強く残る。

(3) ソフトの担い手は人間

サービスにおいて、ソフトのウェイトが高いということは、「提供する人」の重要性が高いことを意味する。人は同じ行動をとる場合でも、モチベーションの高低が成果に大きな影響を与えることが広く知られている。

外国の例であるが、レンガの塀を造っている二人のレンガ職人に「貴方は何をしているのですか？」とそれぞれ尋ねたときに、ひとりは無表情に「レンガを積んでいるのだ。」と答え、もうひとは、笑顔で「世界一の大聖堂の塀を造っているのだ。」と答えたという話がある。

二人の答え方の違いは、自分の存在意義をどこに見出しているか、から出ている。前者は目の前の「作業」に、後者は「目的、最終ゴール」にそれぞれ自分の存在意義をおいている。どちらの職人のモチベーションが高いのかは明らかである。

良いサービスを提供するには、モチベーションの高い人が不可欠である。モチベーションには、各自の自覚の度合いが大きく影響するので、モチベーションの高い人間を育てるための啓蒙・育成・教育を計画的に行う必要がある。

モチベーションと同時に、お客様をもてなすためのこころ、ホスピタリティという概念もあわせて身につけておくことが求められる。

(4) ホスピタリティ

ホスピタリティとは、昨今特にサービス業で、注目されている概念で、近頃

は一般に使われるようになってきた。英語で表現されているので、新しい概念の様に思う人もいるかも知れないが、そうではない。日本で古くから言われ、また実践されてきている「おもてなし、心使い、気配り」のことである。

日本の茶道などにもホスピタリティの原点があり、むしろ日本人にはなじみやすい概念だと考えられる。

ホスピタリティの基本をここでは次の2点にまとめた。ひとつは、「**感じが良い**」と**お客様が感じる**こと、もうひとつは、**提供者がお客様の立場で考え、実践すること**、である。提供者は常にお客様を主体に考え、行動し、自分たちの都合を優先させたり、自分たちのルールをお客様に押し付けたりしないことが基本である。

サービスを提供する人間にとって、ホスピタリティを発揮する（ホスピタリティマインドを持つ）ことは必要不可欠の要素なのであるが、実践できている例はそんなに多くはないのではないだろうか。

「言うは易し、行うは難し」で、会社のポリシー、CMや会議の場では「お客様、第一」を謳ってはいるものの、現場でそれを実践できている会社は、さほど多くはないと思う。概念を、実際の行動に移せるようにするには、そのための教育が必要である。

ホスピタリティマインドとは、「ソトの人」を暖かく迎え入れることができる心をもつ、と言うこともできる。身内や知っている人に優しくすることとは違う。初対面の見知らぬ人（観光客、旅行者）に対して、おもてなしの心を持って接することである。特に外国から来られるお客様は、風俗習慣や言葉も違い、まさに「ソト」の人である。

冷たさを感じさせるようなところにリピーターが来るわけがない。

前述のとおり、観光は地域の一連の「鎖」で成り立つので、お客様に直接接する人だけでなく、地域住民すべてが観光の担い手であるとも言える。

なるべく多くの地域住民を対象とした、啓蒙・教育が実施されることが望ましいと考える。

ホスピタリティに関しては、ホテルのリッツカールトンの例が有名で、参考になる。出版も数多くされているので参照されたい。

また、全国有数の高級旅館として知られる加賀屋（石川県七尾市）が、業績

の低迷している旅館への旅館再生ビジネスを行うことが報じられていた（日経新聞 2007.5.12）。事業の詳細は明らかではないが、定評のある加賀屋の「おもてなし」が重要な要素になることは确实だと筆者は考える。

5. 人材育成

観光に関しての人材育成といっても、他の人材育成と基本的な考えに違いはない。

目的は、モチベーションの高い人間を作ることである。観光の場合には、接客、接遇の要素が重要なので、「ホスピタリティ」の考えが付け加わる。

育成は、「自分の仕事の最終目的は何か」、「そのために自分は何をするか」を理解し、考えることに重点をおく必要がある。

(1) 最終目的の共有

観光の目的は「お客様に来て良かった、また来たいと思ってもらうこと」であるから、これが最終目的・共通目的であることを、携わる人全員に理解させることが大切である。

従来考えだと、飲食店の場合には「美味しい料理をつくること」、交通機関では「お客様を運ぶこと」、宿泊施設だと「気持ちよく滞在していただくこと」が各々の目的だとされてきた。しかし良く考えると、飲食店が美味しい料理を出すこと、交通機関が安全にお客様を運ぶこと、ホテルや旅館でお客様に気持ちよく滞在してもらうこと、などは「当たり前」のことで、美味しくない飲食店、安全に目的地にお連れできない交通機関、気持ち良く泊まることのできないホテル、はそもそも参加する資格がない。

観光や旅行をする場合、例外はあるものの、お客様は一般的には一つの要素だけ（例えば美味しい料理だけ）を目的にはしない。もし美味しい料理が食べただけであれば、もっと近くの店に行くだろう。観光や旅行には全体を通しての「楽しさ」を求めている。お客様がそれを達成するための、提供者の最終目的・共通目的が、何回も述べている「お客様に来て良かった、また来たいと思ってもらうこと」である。

最終目的を携わる人々全員が共有し、「鎖」を意識することによって、観光

全体を「一つの組織」または「一連の生産活動」として成り立たせることができるようになる。

(2) 自ら考えて行動する人を育てる

次に注意しなくてはならないことは、「どうやるのか」を強調しすぎないことである。どうやるか、つまりHow toを強調し過ぎると、自分で考えることが少なくなって、いわゆるマニュアル的対応（マニュアル人間）になってしまう。「どうやるか」は目的が理解できてからでも遅くはない。目的が明確になっていれば、How toは自ずと決まるものかも知れない。日本はHow toにこだわる傾向がある。

掃除の例で説明する。掃除は結果のわかりやすい、見えやすい仕事であるが、掃除の最終目的はゴミ、埃をとることではない。ましてや、掃く、拭くなどの「動作」のことでない。ゴミ、埃を取ることは中間目標、掃く、拭くは作業である。

掃除の最終目的は、「お客様に気持ち良いと感じてもらうこと」である。

「最終目的（この場合、お客様に気持ち良いと感じてもらう）」のために、「中間目標（ゴミ、埃をとる）」があり、そのための「具体的行動（掃く、拭く）」と連鎖している。中間目標は一段とは限らず、何段階かに分かれる場合がある。

最終目的を携わる人全員が共有できていれば、究極的には、何を、どの程度するかは各人の判断に任せても良い状態になる。

任せられると、殆どの人は自分で考えるようになる。

教育の真の“最終目的”は「自ら考えて行動する人間を育てること」と言える。

結び

以上述べてきたとおり、観光にはサービスを提供する「人」が極めて重要で、人の育成いかんによって事業の成否が決まるといっても過言ではない。

観光に携わる人々に対して、また地域観光の場合には、極力多くの地域住民に対して「鎖」を意識させるための教育が求められる。さらに「鎖」全体をマネジメントするための組織の設置も必要である。と同時に「鎖」をマネジメントできる人材の育成も極めて重要である。

様々なアンケートでも、余暇の過ごし方に関して「観光・旅行」への興味が上位にあり、多くの人々が「非日常の楽しさ」へ大きな期待を示している。期待に応えるためにも、地域の魅力を発見しそれをお客様にお知らせし、事業を継続していくことが必要である。

幸いなことに、秋田にも東北全体にも観光の対象となるもの（自然、祭り、風俗、伝統など）が沢山ある。全体感を持って、組織的な取り組みをしっかりと行い、併せて人材の育成を行えば、観光に大きな発展の可能性があると考えられる。

このために、観光学科および国際観光研究所は、学生に対する講義だけでなく、秋田や東北地方の、さらには日本、アジアの観光振興のためにも力を注いで行きたいと考えている。

参考資料：額賀信『観光革命』日刊工業新聞社 2004年

岡本伸之『観光学入門』有斐閣 2001年

村上悟・井川伸治『最速で開発し最短で納めるプロジェクトマネジメント』中経出版 2002年

力石寛夫『ホスピタリティ サービスの原点』商業界 1997年

林田正光『ホスピタリティの教科書』あさ出版 2006年

註1

定住人口（ていじゅうじんこう）

その地域に定住している人口のこと。夜間人口とほぼ同一になる。

交流人口（こうりゅうじんこう）、

観光等でその地域を訪れる（交流する）人のこと。

〔論 文〕

世界の〈鬼〉フェスティバルにおける比較研究

— 男鹿の〈ナマハゲ〉と〈鬼〉の観光アトラクションをめぐって —

平 辰 彦

はじめに

秋田県男鹿半島における〈ナマハゲ〉の行事は、昭和53年（1978）に国の重要無形民俗文化財の指定を受け、その翌年には、秋田県教育委員会の手で『秋田県民俗分布図』が作成され、〈ナマハゲ〉の分布状況が明らかにされた⁽¹⁾。そして昭和55年（1980）から男鹿市・若美町教育委員会は、男鹿半島の〈ナマハゲ〉の行事の調査報告資料と関係文献をまとめた『記録 男鹿のナマハゲ』（全3巻）を発刊した⁽²⁾。

柳田國男は、こうした〈ナマハゲ〉を民俗学の立場から「小正月の訪問者」と規定し、そこに〈来訪神〉の性格を認め、〈神〉の性格を認めた⁽³⁾。また折口信夫は〈ナマハゲ〉を「春来る鬼」と規定し、そこに〈鬼〉の性格を認めた⁽⁴⁾。このように男鹿の〈ナマハゲ〉には、柳田國男や折口信夫が指摘するように〈神〉としての性格と〈鬼〉としての性格の二面性が認められる。

〈ナマハゲ〉のこうした始原的研究は、その後、民俗学の立場からさまざまなアプローチがなされてきた。例えば、稲雄次の「年神説」⁽⁵⁾、鎌田幸男の「修験者説」⁽⁶⁾、齋藤壽胤の「物忌みのモノに通ずる『霊』の発動」としての「神説」⁽⁷⁾、嶋田忠一の「わざおぎ説」⁽⁸⁾などが知られている。

さらに比較演劇学の立場から平辰彦の「儼戯（なぎ）中国起源説」⁽⁹⁾、文化人類学の立場から岡正雄の「秘密結社説」⁽¹⁰⁾、中村たかをの「祭祀的秘密結社説」⁽¹¹⁾などの〈ナマハゲ〉における始原的な比較研究もあらわれた。

また大林太良は、〈ナマハゲ〉の行事に「脱皮のモチーフ」を認め、成年式を受ける子供が〈ナマハゲ〉に「皮をはがれることによって再生する」という〈死〉と〈再生〉を表象する成年式の通過儀礼の要素があると説く⁽¹²⁾。

男鹿の〈ナマハゲ〉に代表されるこの行事は、今日、小松和彦によって「小正月の晩におこなわれる、鬼もしくはそれに類する恐ろしい仮面・異装の行事」と定義され、「ナマハゲ系儀礼」と呼ばれている⁽¹³⁾。

本稿では、男鹿で開催された観光客を誘引する観光対象としての世界の〈鬼〉をめぐる「観光アトラクション」(tourist attractions)を、男鹿の「ナマハゲ系儀礼」における〈鬼〉のフェスティバルと比較しながら考察し、その意義を明らかにする。

第1章 男鹿の〈ナマハゲ〉における〈鬼〉の形象化と観光文化

本稿では、地域振興のためになる民俗芸能や民俗儀礼などの地域文化をひとつの資源と捉え、そうした文化資源を積極的に再活用しようとする動きを見せるものの代表として男鹿で開催された〈ナマハゲ〉の「観光アトラクション」を取り上げる。

〈ナマハゲ〉は、男鹿の村の人々には、囲炉裏にばかりあたっている怠け者にできる「火班」(ナモミ)を剥ぎ取って村の家々に幸福を授けてくれる正月の〈歳神〉であると考えられている。

〈ナマハゲ〉の語源は、この「ナモミハギ」から来たといわれ、「ナモミ」は、怠け者の象徴とされる。〈ナマハゲ〉は、この怠け者に訓戒を与え、〈祝福〉を与える〈祖霊〉の性格をもった〈神〉である。それが、男鹿の観光のために用いられるようになったのは、戦前にまで遡ることができる。昭和の初めに東京三越デパートの展覧会場に出現したのが、新聞紙上に紹介されている。戦後も東京のデパートで男鹿半島のふるさと市が開かれた時、〈ナマハゲ〉がその場にあらわれた。

また平成3年(1991)6月、上越・東北新幹線の東京駅乗り入れのオープニングのアトラクションにも〈ナマハゲ〉は登場している。さらに平成9年(1997)5月、秋田新幹線「こまち」の開業に伴い、秋田県の有力な観光資源である男鹿半島のPRをテーマに男鹿の〈ナマハゲ〉をはじめ、オーストリア・スイス・

ブルガリアの「ナマハゲ系儀礼」の〈鬼〉たちが、男鹿に集結し、「世界の〈鬼〉フェスティバル」が開催された。

男鹿半島は、昭和48年（1973）に国定公園の指定を受け、年間200万人以上の観光客が訪れる。そしてその男鹿半島の観光のシンボルが、〈ナマハゲ〉なのである。この〈ナマハゲ〉に深いかわりをもつ男鹿の真山神社は、（社）男鹿市観光協会によって「ナマハゲの里」として宣伝され、定期観光バスのコースにもこの神社を見学するコースが設けられている。〈ナマハゲ〉は、男鹿の主要な観光地で観光客を待ち受けているのである。観光客相手の写真撮影用の〈ナマハゲ〉もいれば、土産品の宣伝のための〈ナマハゲ〉もいる。等身大の〈ナマハゲ〉の人形は、男鹿のホテルなどに立って観光客を迎える。テレビや観光用のポスターにも用いられ、さまざまな商品に〈ナマハゲ〉の姿と名前が登場している。

男鹿の〈ナマハゲ〉は、当初、観光客の前にあらわれるだけであったが、昭和30年代に〈ナマハゲ〉は、より一層、芸能化され、「ナマハゲ踊り」が創作された。この「ナマハゲ踊り」は、昭和36年（1961）に秋田県出身の現代舞踊家・石井漠が振り付けをおこない、その息子の石井欽が曲をつけた観光用の創作舞踊である。

昭和50年（1975）には、「ナマハゲ太鼓」が生まれ、〈ナマハゲ〉に代表される男鹿の文化は、観光客の〈まなざし〉の中で再創造されていったのである。このように〈ナマハゲ〉は、新しい時代に適応しながら、観光が作り出す「観光文化」として再創造され、現在に至っている。こうした「観光文化」としての〈ナマハゲ〉は、男鹿を観光で訪れた観光客を満足させるために創造されたものであるが、その〈ナマハゲ〉の「観光アトラクション」の成否を決める要素として考えられるのが、次の3つの要素である。

（1）〈観光客の期待〉

「観光アトラクション」の場において〈ナマハゲ〉に扮する者と「ゲスト」である観光客が期待しているものが同一であるか、どうかという点。

（2）〈観光客とのふれあい〉

「観光アトラクション」に際して〈ナマハゲ〉を演じる者と「ゲスト」の観光客との間にどのようなコミュニケーションが成立するか、という点。

(3) 〈アトラクションの内容〉

「観光アトラクション」が質的にも、量的にも「ゲスト」である観光客を圧倒しうるものになっているか、どうかという点。

男鹿の各村で大晦日におこなわれる〈ナマハゲ〉の行事は、〈ナマハゲ〉を演じる側もそれを見る側も共に同じ村の住人であり、同じ〈文化的コード〉を共有しているため、相互に同じことを期待し、人々のふれあいも活発におこなわれている。が、観光客を受け入れる「ホスト」である地域住民と「ゲスト」である観光客には、全く異なる〈文化コード〉が存在するため、上記の3つの要素が「観光アトラクション」の成否を決定づけるものとなるのである。

小正月の晩におこなわれていた男鹿の〈ナマハゲ〉の行事は、現在、その大半が大晦日に村ごとでおこなわれているが、この行事は、地元住人には、神聖な行事であるという意識が今もなお強く残っており、村人たちは、(社)男鹿市観光協会が推進する「観光文化」としての〈ナマハゲ〉の「観光アトラクション」には当初、少なからず抵抗感をもち、〈ナマハゲ〉の行事の観光化に対しては消極的であったという。が、〈ナマハゲ〉の観光化が進むに従い、地元住民たちは、男鹿の観光資源として〈ナマハゲ〉を必要不可欠なものとして捉えるようになり、そうした「観光文化」としての〈ナマハゲ〉の「観光アトラクション」に対して地元住民たちの対応にも変化が見られるようになった。そして地元住民たちは、〈ナマハゲ〉を男鹿の文化資源として積極的に再活用することに協力するようになったのである。

男鹿で現在、実施されている〈ナマハゲ〉の行事は、大別すると、こうした民俗行事として大晦日に各村単位でおこなわれる国の重要無形民俗文化財の〈ナマハゲ〉と「観光アトラクション」としておこなわれる「観光文化」の〈ナマハゲ〉に分類することができる。

大晦日に各村で実施されている国の重要無形民俗文化財の〈ナマハゲ〉の行事には、次の3つの要素が認められる。

① 〈祭祀的・信仰的要素〉

男鹿の村人たちは、〈ナマハゲ〉を〈悪霊〉を追い払い、〈福〉をもたらしてくれる〈福神〉として家に迎え入れ、歓待する。またこの〈ナマハゲ〉を村人は、〈歳神〉や〈祖霊〉としても受け入れている。

〈ナマハゲ〉の行事は、このような村人たちの〈ナマハゲ〉を家に迎え入れる「客人歓待」(hospitality)の思想によって支えられ、おこなわれる祭祀的な伝統行事である。

② 〈秘密結社の・社会的要素〉

各村の青年が〈ナマハゲ〉に扮し、その行事に参加することで正式に村落共同体の一員として認められる。そこには、村落社会の秩序や権威を再強化させる目的が認められる。

③ 〈祝福芸術的・民俗芸術的要素〉

村の家々を〈ナマハゲ〉が訪問し、〈祝福〉や〈予祝〉を述べ、報酬をもらう点で芸能としての特質が認められる。

この3つの要素は、いずれもヨーロッパやアジアにおける「ナマハゲ系儀礼」にも共通して認められる。特に世界各地で「ナマハゲ系儀礼」をおこなっている人々が、〈鬼〉のような恐ろしい仮面をつけて家々を訪れる「異人」たちを、いずれも「ゲスト」(客人)として「ホスピタリティ」(hospitality)の心をもって歓待する点が注目される。

「ゲスト」(guest)という英語の語源は、「恐ろしい霊」を意味する「ゴースト」(ghost)に由来しており、その「ゲスト」を厚遇しなければ、たちまち「ゲスト」は、恐ろしい「敵意ある」(hostile)存在に変身するのである。だから家の主である「ホスト」(host)は、この「ゲスト」を惜しみなくもてなし、歓待するようになった。が、急激な社会変化に伴って第1と第2の要素が次第に希薄となる反面、第3の〈祝福芸術的・民俗芸術的要素〉は、時代の推移と共に拡大し、顕在化していったのである。そしてこのスペクタクル化していく大晦日の〈ナマハゲ〉の行事

に観光が介入し、そこに観光客の〈まなざし〉が注がれ、「観光文化」として再創造されていったのが、いわゆる〈観光ナマハゲ〉なのである。

この〈まなざし〉という概念を観光に適用したイギリスの社会学者ジョン・アーリは、『観光のまなざし』の中で観光の「体験の一部は、日常から離れた異なる景色、風景、町並みなどにたいしてまなざしもしくは視線を投げかけること」であると述べている⁽¹⁴⁾。

またこの観光をする観光客を『観光・リゾート開発の人類学』の著者バーレン・L・スミスは、「非日常を体験することを目的として、自宅からはるかに離れた土地を訪れる、一時的な有閑者」と定義する⁽¹⁵⁾。すなわち観光客とは、労働と余暇を区別する社会で、労働から離れた「一時的」な時間帯に自由意志で自ら選択した訪問によって「非日常」の空間（土地）で何らかの変化を経験する者をいうのである。

この観光客の定義に見られるように観光の目的は、「非日常」を体験することであり、その期間は、「永続的」なものでなく、「一時的」なものである。そしてそこには、観光客の〈まなざし〉によって創造された民俗芸能的なスペクタクルの要素が認められるのである。

さらにスミスは、観光活動を①「少数民族観光」②「文化観光」③「歴史観光」④「環境観光」⑤「レクリエーション観光」の5つに分類する⁽¹⁶⁾。

- ① 「風変わりで面白い」楽しみを求める観光客にエスキモーやインディアンなどのさまざまな少数民族の生活習慣を体験させるものである。
- ② 観光をする土地に残る「地方色」(local color)の豊かな古い民俗(folklore)を訪ね、観光客に古くから伝承されているといわれる「民俗文化」を体験させるものである。
- ③ ローマやエジプトにみられるような輝かしい歴史を強調した博物館や美術館など大聖堂を巡回するように観光するものである。
- ④ 地元の食べ物を試食し、さまざまな芸能を見るだけでなく、南極などの遠隔地を訪れ、その土地の環境と人間との関係を見極めることを目的とした学究的な観光である。
- ⑤ 海や山などへ行ってレクリエーションの楽しみを観光客に体験させるも

のである。

〈ナマハゲ〉を「観光アトラクション」に用いた〈観光ナマハゲ〉は、これらの5つに分類された観光活動の中では、②の「文化観光」といわれる活動の範疇に入るものである。この観光では、観光客が観光の現場で再創造された男鹿の〈観光ナマハゲ〉の登場する「観光アトラクション」を体験するのである。

1960年代には、男鹿の人々は、国の重要無形民俗文化財の〈ナマハゲ〉と〈観光ナマハゲ〉を区別して考えるようになった。それは、それぞれの催しの開催日時を別の日に設定し、実施するようになったために両者の違いが明確に認識できるようになったためである。

「観光アトラクション」としておこなわれる〈観光ナマハゲ〉は、現在、大晦日ではなく、2月の第2金曜日・土曜日・日曜日の3日間に日が設定され、おこなわれている⁽¹⁷⁾。これは、昭和39年(1964)に「ナマハゲ柴燈(せど)まつり」と命名されてから、現在まで継続しておこなわれている男鹿の「観光アトラクション」である。

この「ナマハゲ柴燈まつり」は、最初、男鹿市北浦湯本の星辻神社内でおこなわれていたが、場所が狭くなったことなどを理由に昭和44年(1969)から現在の真山神社の境内でおこなわれるようになった。

この「観光アトラクション」は、男鹿で小正月におこなわれていた各村の〈ナマハゲ〉の行事と江戸時代に男鹿の本山・真山でおこなわれていた「柴燈祭事」を融合させ、観光化したものである。柴燈は、神仏の燈明として柴木を焚き、一切の煩惱を焼失し、無病息災の祈禱をする火祭神事である。

男鹿の村々では、年の暮れに「セド」と称して神社の境内で柴木を焚き、また〈ナマハゲ〉が用いたケデや古いお札等を焼いた。この火にあたると、病気をしないという伝承が残されている。ここには、火を〈神〉と崇め、火の民俗を信仰する人々の心情がうかがえる。

男鹿の真山では、修験の信仰が色濃く残っており、神事の内容に多少変容はあるものの「柴燈祭事」は、今も真山神社で正月3日におこなわれている。ここでは、柴燈護摩が焚かれる。そして直径3尺の鏡餅はその火で薫らせる。また餅の中央に窪みをつけて、そこに油を注ぎ、火を燃やすのである。その燃え

ている餅は、窓から素早く外へ投げられる。この一連の儀礼が「油餅神事」である。この時、社人は太鼓を叩き、笛や法螺を吹き鳴らす。すると3匹の〈鬼〉が山から飛び降りて来て油餅をつかみ去るのである。この油餅は、3匹の〈鬼〉への人神供の代わりに差し出されたものである。この「油餅神事」は、同じ〈赤神〉を信仰する男鹿の本山においてもおこなわれていた⁽¹⁸⁾。

現在、真山で正月3日におこなわれている「油餅神事」には、〈ナマハゲ〉が姿を見せるが、江戸時代の『絹飾』や『六郡祭事記』には、姿なき〈鬼〉に油餅を奉納すると記されている。

この柴燈護摩の「油餅神事」に登場する〈鬼〉と大晦日に各村の家々を訪れる〈ナマハゲ〉とが融合され、〈鬼〉としての〈ナマハゲ〉の像が形成されたのである。以後、「ナマハゲ柴燈まつり」を通して〈鬼〉としての〈ナマハゲ〉のイメージが、次第に県内外に定着していくのである。

この男鹿の「ナマハゲ柴燈まつり」にみられるように「観光文化」は、演劇的に舞台化され、再創造され、観光客に提供される。観光は、このように同じ文化的文脈を共有する地元の「ホスト」と文化的文脈を異にする観光客の「ゲスト」が交流する場で生まれる文化的事業なのである。

男鹿の「観光文化」として実施されている「ナマハゲ柴燈まつり」は、今日では、男鹿半島における冬季観光の定番ともいえる形で定着しているが、この〈ナマハゲ〉が登場するまつりが観光として成功したのは、男鹿に伝わる〈ナマハゲ〉の伝説と真山神社で古くからおこなわれていた「柴燈神事」を融合させ、〈ナマハゲ〉を男鹿の「観光文化」として再創造したことによる。そしてそのまつりがおこなわれる空間が由緒ある男鹿の真山神社の境内である点も、このまつりが単なるイベントではなく、宗教的意味合いを含んだ〈祭祀的・信仰的要素〉をもつアトラクションであるような演出がなされている点に観光客は満足するのである。

鶴見俊輔は、まつりを「信仰の行為」と考え、「過去から未来を稲妻のように照らす力をもつもの」と述べ⁽¹⁹⁾、こうしたまつりには、「過去に根を下ろして、そこからわきあがるという面」があるのに対して、イベントは、「自分でつくるもの」で「どういう方向にでも行くことができるという面」があると指摘した⁽²⁰⁾。

「ナマハゲ柴燈まつり」のような「観光アトラクション」は、男鹿の地域における過去の歴史や文化に根をおろした古くから地域に伝承されている行事の内容が観光化され、創造されたものである。

谷川健一は、まつりの「形式は変わって」も、まつりの「こころは持続」し、そこには、「祖霊もしくは神との交流がなくてはならない」と述べている⁽²¹⁾。〈ナマハゲ〉が登場する真山神社の景観から観光客は、男鹿の〈ナマハゲ〉の伝説が目の前で再現されたような思いを抱くのである。このまつりは、こうした〈ナマハゲ〉の伝説のイメージをも利用し、現代に生きる〈ナマハゲ〉の像を男鹿に定着させたのである。

が、この「観光ナマハゲ」が観光客に男鹿の〈ナマハゲ〉の代表的な表象として定着していく中でその影響の痕跡は、大晦日に実施されている民俗行事の〈ナマハゲ〉にも見受けられるようになってきた。例えば、「ナマハゲ柴燈まつり」に登場する「観光ナマハゲ」は、その多くが〈鬼〉の仮面をつけて登場するが、大晦日にあらわれる〈ナマハゲ〉の仮面には、角のある〈鬼〉の容貌をした仮面の他に、角の無い仮面をはじめ、ハニワのような仮面や馬づらの仮面などがあり、仮面の種類は実に多種多様であった。特に真山地区の〈ナマハゲ〉の仮面には、角がなく、今なお古来の形態をよくとどめているといわれている。

ところが〈ナマハゲ〉の〈鬼〉のイメージが次第に県内外に定着してくると、その〈ナマハゲ〉の仮面も角のある〈鬼〉の仮面に画一化されるようになっていったのである。

元来、一年に一度、神聖な〈神〉として大晦日にあらわれた〈ナマハゲ〉が、観光資源として用いられるようになると、その姿が頻繁に日常生活の中に登場するようになり、〈ナマハゲ〉に対する畏敬の念や恐ろしさは、その神聖さや威厳と共に薄れていったのである。

また〈ナマハゲ〉は、かつては囲炉裏のある部屋に迎え入れられ、歓待されたが、現在、男鹿では、そうした囲炉裏のある家がだんだん姿を消し、その囲炉裏の生活を人々は日常生活のなかで体験できなくなってきた。こうした生活の変化の中で〈ナマハゲ〉の伝承は次第に変容し、本来もつ〈ナマハゲ〉の原像というものが、人々に理解されなくなってきた。そこで真山神社に〈ナマハゲ〉をはじめ男鹿にまつわる歴史や民俗を研究する日本海域文化研究所が、

平成2年(1990)に設立された。そしてこの研究所では、平成8年(1996)に「ナマハゲの里づくり」の一環として萱葺き民家を真山神社境内に移築し、「男鹿真山伝承館」と命名され、そこで真山地区の〈ナマハゲ〉の行事を観光客のために再現することになったのである⁽²²⁾。それは、人々にその本来の意義を理解してもらうために始められたものである。その後、平成11年(1999)には、この「男鹿真山伝承館」に隣接して男鹿市が「ナマハゲ館」を建設した。そこには、男鹿地区のさまざまな〈ナマハゲ〉の面が一堂に展示され、平成16年(2004)には、その展示されている仮面を中心とした写真集『ナマハゲ—その面と習俗』(秋田文化出版)が日本海域文化研究所の編・発行で刊行された。

この〈ナマハゲ〉の仮面行事は、菅江真澄が記した江戸時代以来⁽²³⁾、男鹿の〈ローカル性〉を表象する地域文化として人々に広く伝承されているが、それは、オーストリア・スイス・ブルガリアの各地方に伝承されている海外の類似した仮面行事との比較を通して一層、〈グローバル〉な色彩を増し、〈グローバル〉ともいえる国際観光の貴重な資源のひとつになっているのである。

第2章 ヨーロッパの「ナマハゲ系儀礼」における〈鬼〉たちの諸相

ヨーロッパの文化は、一般にキリスト教の文化が基層にあるが、それは、単一の文化層で成り立っているのではなく、ギリシャ・ローマの文化層やゲルマンの文化層などさまざまな層が重層的に重なり、形成されたものである。特にまつりの文化は、日常のそれと対になっており、「日常と非日常の連鎖のリズム」によって⁽²⁴⁾、昔から共同体や社会が成り立ってきたのである。

日本の民俗学では、まつりを「ハレの日」と呼び、日常を「ケの日」とみなし、両者は、相互に対立するものと理解されてきた⁽²⁵⁾。そしてまつりは〈神と人との交流の場〉であり、儀礼は神聖なるものとされている。

ヨーロッパのまつりは、キリスト教を基盤としているために見ると、共通するまつりのように思えるが、多くの場合、そこには、キリスト教伝播以前の古代のアニミズムにもとづく民俗的習俗が認められる。特にまつりで用いられる仮面には、ジャン＝ルイ・ベドゥアンが、『仮面の民俗学』で述べているように「異教的な古代信仰の影響」が認められる⁽²⁶⁾。例えば、アルプス地方を中心としたオーストリアやスイスなどには、現在でも古代から続くと考えら

れる仮面の習俗が多く残っている。それは、一般に制裁を与える恐ろしい〈鬼〉のような形相をしているものが多い。こうしたヨーロッパの世俗の民衆が〈鬼〉のような形相をした仮面を用いる民間信仰の冬の儀礼をここでは、ヨーロッパの「ナマハゲ系儀礼」と呼ぶことにする。

ヨーロッパの人々は、この「ナマハゲ系儀礼」を通じて〈祖霊〉を敬い、〈鬼〉のような仮面をかぶって雪などの自然がもたらす災厄を追放して、再び緑にあふれる春が一日も早くやってくることを願った。また太陽の復活を祈って火まつりをおこない、冬と闘った。あらゆる植物の枯れる冬は、ヨーロッパの人々にとってまさに暗黒の〈死〉の世界であり、〈悪霊〉などが人里にあらわれ、人間に災いをもたらす季節と考えられていたのである。

ヨーロッパの民間信仰では、冬に出現するこうした〈悪霊〉に打ち勝つために、自ら恐ろしい〈鬼〉のような仮面を身につけ、仮装することによって霊力をさずかると考えられていた。そして〈悪霊〉の魔力を追い払う行事が、冬至の頃に盛んにおこなわれたのである。

クリスマスは、キリストの誕生日だが、古代では、その12月25日は「太陽の誕生日」と考えられていた。それは、この日が旧暦（ユリウス暦）において冬至と定められていたことによる。古代の人びとは、冬至を境に太陽の光が再び強くなる一年の大きな節目の日と考えていた。

このクリスマスを控えておこなわれるさまざまな行事の中で最も重要なまつりは、12月6日の「聖ニコラウス祭」である。この聖ニコラウスは、のちに、サンタ・クロースと呼ばれ、クリスマスのイブに子供たちにプレゼントを配る役割を担うが、彼は、ギリシャ正教会の名高い聖者で、最も大衆的な聖者であり、子供たちの守護聖者として崇められていた。その名は、「勝利」を意味する「ニコス」(nicos)と「民衆」を意味する「ラウス」(laos)に由来し、民衆にかかわるあらゆる〈悪〉を取り除く力があるとされ、広く人びとに尊敬された。

アルプスの山岳地では、この聖ニコラウスのまつりに恐ろしい〈鬼〉のような仮面姿の〈悪魔〉が登場する「ニコロシュピーレン」という行事がある。例えば、オーストリアのアルプス山脈の東の麓にあるミッテンドルフという村では、この聖ニコラウス祭の前夜の12月5日の夜に「シャープ」と呼ばれる麦わらで全身を包んだ異様な姿の麦わら熊たちが、「パチパチ」と激しく鞭の音を

鳴らしながらどこからともなくやってくる。そのあとには、白馬にまたがる〈死神〉となった、かつてのゲルマンの最高神ヴォーダン神、ついで白いひげをたくわえた聖ニコラウスと僧侶が続き、最後に大きな角を振りかざし、牙を向き出し、恐ろしい〈鬼〉のような仮面つけ、山羊の毛皮をまとった〈悪魔〉の群れが、手に小枝をもってあらわれ、道行く人びとや納屋に隠れている子供たちを脅しながら、出会いがしらに人びとをその小枝で叩きまわる。この小枝は、「ニコラウスの枝」と呼ばれ、これに触れると、ご利益があると信じられ、それは、無病息災を祈る魔除けであった。

〈悪魔〉の群れは、逃げまどう子供たちをつかまえてはお祈りの仕方を教え、村びとをつかまえては、共同体のあり方を説く。また規則を破った子供たちや村びとにこの〈悪魔〉の群れは、罰を与える。そして説教が終わると、袋に入った贈り物を出して配るのである。子供たちにとってこの聖ニコラウスの日は、贈り物をもらう喜びと共に恐怖の日でもあった。

聖ニコラウスは、キリスト教のもとで、かつての〈死神〉や〈悪魔〉などの異教の神がみを改宗させ、祭りの日、キリストにつかえるお伴として彼らを連れて歩く。彼らは、「クランプス」(Krampus) などと呼ばれた⁽²⁷⁾。現在、彼らは、キリストにつかえる役割を果たしているが、かつては、季節の変わり目に人びとの目の前にあらわれ、人びとに平安をもたらし、祖先を崇拝し、〈穀物霊〉の復活を祈る〈来訪神〉であった。

この聖ニコラウスの行列は、悪い霊(デーモン)を追い払い、新しい太陽の誕生の備えをなすべく、町や村を清めるのが目的である。そしてこの聖ニコラウスの日を境として冬の主な行事には、必ず仮面があらわれるようになるのである。

民間信仰では、クリスマスから新年を経てキリスト洗礼の日の「公顕(現)節」(エピファニア)の祝日である1月6日までの間の夜を「十二夜」と呼び、その日には、あらゆる〈悪霊〉があらわれ、暴れまわり、地下からは〈死霊〉が群れをなしてはいあがってくると信じ、恐れられていた。

中世以来シェイクスピアの時代まで、イギリスでは、「十二夜」に宮廷や貴族の邸で夜を徹して日常の秩序を全く逆転した無礼講の乱痴気騒ぎを繰り広げる習慣があった。シェイクスピア(1564-1616)の喜劇『十二夜』(*Twelfth*

Night) は、この「十二夜」の習俗を踏まえたもので、この題名には、劇中で演じられる真夜中の酒盛りの乱痴気騒ぎはすべて「十二夜」の狂宴にすぎないという意味を含んでいる⁽²⁸⁾。

この「十二夜」には、〈悪霊〉が人々に災いをもたらすと信じられていたので、家屋敷を煙でいぶして〈悪霊〉を追い払った。そのため「十二夜」を「燻(いぶ)し夜(や)」(ラウネヘテ)とも言う。

植田重雄は、『ヨーロッパの祭と伝承』の中でこの名称は、「燻す」(rauchen) ことに由来するのが最も妥当と思われると述べているが、同じ著書の中でこの名称が「荒々しい」(rauh) という形容詞から生じたという説も紹介している⁽²⁹⁾。

この「十二夜」には、毛皮をまとい、〈鬼〉のような仮面をかぶった「ペルヒタ」(Perchta) と呼ばれる死者の霊(デーモン)に扮する者たちが暴れ、騒ぐ。このことから「荒々しい」騒ぎの夜と呼ばれるようになったといわれている。こうした夜暴れまわる〈魔〉の群れをゲルマンの民間信仰では、「夜の狩人」(ナハトイエーガー)と呼び、今日まで語りつがれている。

古いゲルマンの民間信仰では、冬と夏の季節に死者の霊(デーモン)が生まれ、ふるさとの家を訪れると言い伝えられている。その時期は、冬は冬至の頃、「燻し夜」の「十二夜」の頃であり、夏は、夏至の頃である。

この「燻し夜」に出現する「ペルヒタ」は、ねじれた大きな鼻、赤くただれた眼、異様な口をしたおそろしい老婆の姿であられる。この「ペルヒタ」は、オーストリア、スイスなどに言い伝えられている。それは、「埋葬された死者の霊」の表象であると考えられていたが⁽³⁰⁾、やがてそれは、「子孫に対し大地の稔(みの)りを豊かに恵んでくれる」〈祖霊〉と考えられるようになっていくのである⁽³¹⁾。そのため「燻し夜」の「十二夜」のまつりは、死者の霊(デーモン)を鎮めるまつりから〈祖霊〉を祭るまつりへと変わっていったのである。

この「燻し夜」の「十二夜」には、故人の好きだった料理を作り、好みのワインをテーブルに並べ、ストーブには、薪や石炭をたくさん焚き、家庭の祭壇には、蝋燭をいっぱい点(とも)して〈祖霊〉を迎えるのである。このようにゲルマンの人びとは、〈祖霊〉を家の〈守護霊〉として敬い、〈祖霊〉をあたたくもてなし、再び彼岸へと送り帰すのである。

が、こうした観念は、ずっと昔に忘れられ、やがて「ペルヒタ」は、「冬の

自然とおそれをあらわすもの」となり⁽³²⁾、〈自然霊〉と考えられるようになっていったのである。村の人びとは、そうした恐ろしい自然に対抗するために、人間よりも恐ろしい〈鬼〉のような角や牙をつけた「ペルヒタ」の仮面をかぶり、毛皮をまとめて棒や箒などをもって暴れ、走りまわる。これを「ペルヒタ走り」と呼んでいる。村びとたちは、この「ペルヒタ」たちにご馳走を出し、ワインをのませ、もてなすのである。これは、〈自然霊〉を饗応して心をなだめ、人間の味方にしようとする習俗である。こうして人間に力や恵みを与えてくれる「美しいペルヒタ」と人間に災いを与える「醜いペルヒタ」が誕生するのである。このように「ペルヒタ」には、よい面と悪い面の2つの顔があるが、前者は、「新たに生命を得て次第に成長して止まぬ美しく若い自然」を表象し、後者は、「冬至を境にして力を失って衰え、滅びゆく醜い自然」を表象していると考えられる⁽³³⁾。

村の人びとは、冬至を「ペルヒトの日」と考え、その日を境に醜く老いて死んでいく「ペルヒタ」が、「秘蹟」(sacrament)のごとく若くて美しい存在に転換したと考えるのである⁽³⁴⁾。こうして人間は、害を及ぼす霊(デーモン)を追い払い、よき霊(デーモン)を迎えようとする。が、こうした〈死〉と〈再生〉の宗教的習俗は、冬至に限らず、大晦日にもおこなわれる。

例えば、スイスのアペンシェル州ウルナツシュの村では、旧暦(ユリウス暦)の大晦日に〈来訪神〉の「クロイセ」のまつりがおこなわれる。この村では、民衆のまつりまで新暦でやることに反発し、今も頑固に旧暦を守っているのである。旧暦の大晦日になると、山から里に特別な衣装と飾り、大きな鈴を胸につけた仮面姿の「クロイセ」が訪れ、雪におおわれた村を歩きまわる。この「クロイセ」には、「ペルヒト」と同じように「美しいクロイセ」と「醜いクロイセ」がいる。

「美しいクロイセ」は、女性の衣装を身につけ、色あざやかな大きな半円状の帽子と鈴をつけ、笑みをうかべた女性の仮面をつけ、口には小さな花をくわえている。「醜いクロイセ」は、豚や牛の歯、骨、角、毛皮などで作られた恐ろしい仮面をかぶり、身体には、モミの小枝、シダ、ワラ、木屑などでおおわれ、大きな鈴を手でささえながら、肩からさげている。

また「クロイセ」のまつりには、この「美しいクロイセ」と「醜いクロイセ」

の中間にあたる「自然あるいは野性のクロイセ」が登場する。この「クロイセ」は、比較的新しく生まれたもので、松かさ、どんぐり、樹の皮、かたつむりの殻、さまざまな苔などの自然の材料を利用して身をつつみ、帽子をかぶり、顔をおおっている。

これらの3種類の「クロイセ」は、それぞれ6人が一組となり、大晦日の早朝、鈴の音を鳴り響かせながら、村の家々を訪ね歩く。この「クロイセ」たちは、円あるいは半円を作って家の前に立ち、鈴を3回鳴らし、その家の家族を呼び出し、歌詞のないヨーデルを3回歌い、旧年の〈悪〉を追い払い、新年の繁栄を祈る。

「クロイセ」の訪問を受けた家では、「クロイセ」に「グレッグ」と呼ばれるあたためた香料入りのワインをストローで飲ませ、いくらかのお礼を与える。

「クロイセ」は、新年の〈福〉を招く〈来訪神〉と考えられ、「クロイセ」が受け取るお礼は、〈神〉へのお供えといえるものである。そして「クロイセ」の鳴らす大きな鈴の音は、年の変わり目にあらわれる〈悪霊〉を祓うものであると考えられている。

「クロイセ」は、かつては1人、2人とばらばらに家々を訪れていたが、社会の発展と共に今のようにグループを作り、訪ねるようになったという⁽³⁵⁾。

これらの3種類の「クロイセ」のうち最も古くからの姿が伝えられているのは、「醜いクロイセ」である。その姿には、山国に生きる人びとの自然に対する〈畏れ〉と〈祈り〉があらわれている。

年末年始に登場するこうした「クロイセ」や「ペルヒト」のようなヨーロッパの「ナマハゲ系儀礼」の〈鬼〉たちは、はじめ恐ろしい〈死霊〉だったが、やがて生前の罪をつぐなって〈祖霊〉となり、人びとを災いから守る〈守護霊〉となり、季節や年の変わり目に訪れる〈来訪神〉となったのである。こうした〈鬼〉の変遷には、村びとたちが信仰している祖先崇拜の思想が背景にあると考えられる。

「公顕(現)節」が終わり、春が近づきつつある2月は、「謝肉祭」の時期である。「謝肉祭」は、一般には「カーニバル」(carnival)と呼ばれている。その語源は、「肉よ、さらば」という意味のラテン語(carne vale)に由来するといわれている。カトリックの国では、「復活祭」を迎える前に「四旬節」という40日間

の長い準備期間があり、この間は、日曜日を除いて〈肉食〉を断つ義務があった。この「四旬節」の前に大いに肉を食べ、酒を飲み、冬の陰気を吹き飛ばす無礼講の習慣が生まれ、それが、「謝肉祭」となった。この「謝肉祭」をオーストリアやスイスなどの山岳地帯では、「ファスナハト」(Fasnacht)と呼ぶ。このまつりでは、〈悪魔〉や〈魔女〉などの異様な仮面の群れが、村や町にあふれて大騒ぎする。それは、民間信仰に根ざし、あらゆる〈悪霊〉などを追放して太陽の輝き、農作物の生長と実りをもたらす正義の神々を強めるための儀礼だった。そしてこのまつりは、村の共同体の結束を強める役割も果たしてきた。

スイスのヴァリス州のレッチェンタール溪谷の村々には、素朴な仮面の習俗が伝承されている。山羊の毛皮を身にまとい、大きな鈴を鳴らして村々をかけまわる恐ろしい仮面をつけた「ロイチェクタ」があらわれる。この「ロイチェクタ」は、村びとが想像した〈鬼〉のような〈悪魔〉であり、同時に災いを追い払い、春の到来を促す〈来訪神〉でもあった。

冬に死んだ農作物が春と共に再生するという自然のリズムから人間もまた死後、〈死霊〉となり、やがて〈祖霊〉となって人びとに豊饒をもたらす〈神〉となると信じられるようになったのである。仮面は、農耕民と密接な関係を持ち、それは、〈死霊〉や〈祖霊〉を表象するものであり、そこには、〈鬼〉と〈神〉の両面の性格が示されている。『図説・ヨーロッパの祭り』によれば、この「ロイチェクタ」の仮面をつける若者は、「男性に限られ、一言もしゃべってはならない」という⁽³⁶⁾。

またスイス・ルツェルンの「ファスナハト」では、伝統的な民間信仰にモダンな仮装行列が加わり、「フリッチ・パレード」と呼ばれるものがおこなわれる。そのため地元の人びとの間では、「フリッチ・ファスナハト」の名で親しまれている。このまつりは、早朝から始まり、終日まで酒を飲み、歌を歌い大騒ぎをするもので、その日は、無礼講となる。まつりは、このように時代と共に変化し、次第に民間信仰の影が薄れ、明るい都市のまつりに変容し、「観光アトラクション」の色彩を強めていくのである。

このルツェルンの「ファスナハト」は、古い習俗に新しいモダンな要素が混ざったまつりとして注目されるが、「ファスナハト」が発展した形として注目

されるのは、国境の町パーゼルの仮面行列である。このまつりでは、仮面は紙で作られ、その衣装は華やかで、笛と太鼓が奏でられる。「灰色の水曜日」の終わったあとの月曜日の早朝4時、街の電気はすべて消され、暗闇のなか頭上につけたライト、山車の明かりだけをたよりに行列がつづく。パーゼルでは、古い習慣を守り、「灰色の水曜日」の終わったあとの月曜日から始まる。

現在の「ファスナハト」は、ルツェルンの「ファスナハト」に見られるように厳粛な民間信仰の行事としての意味が薄れ、無礼講に近い明るい都市の「観光アトラクション」になっている。が、多くの仮面や衣装は古くからの伝統を守り、アトラクションの演出が新しいほどこうした伝統を引き継ぐ形をとっている。そして自然環境は、今も昔も厳しい寒さと暗い生活を人びとに強いている。民間信仰は一見その行事から消えたよう見えるが、その村の人びとがいかに厳しい冬と闘ってきたかは、各村の「ファスナハト」の行事の中に脈々と生き続けていると考えられる。

ブルガリアでは、年末から3月上旬頃まで新しい年を迎える〈予祝〉の行事が全国的におこなわれるが、そのまつりには、20人から30人の仮面仮装の「クツケリ」と呼ばれる集団が参加する。

この「クツケリ」は、鳥の翼や獣皮を使ったものから、極彩色のスパンコールや鏡などで飾った華麗な仮面まで、地方ごとにさまざまな扮装で家々を訪れ、新春のまつりをおこなう。この行事の主な内容は、農耕の〈予祝〉、悪魔払い、模擬結婚式などである。

「クツケリ」とは、古代のバルカン地方の伝説上の凶暴な神「クック」に由来する言葉で、その「クック」の仮面をつけた者たちをさす。そしてこの「クツケリ」の登場する新春のまつり自体も「クツケリ」と呼ばれている。

ブルガリアのシロカ・ルカ村は、首都ソフィアの東南約210キロの地点にある村である。この村では、3月の第1日曜日に「クツケリ」のまつりがおこなわれる。村のメイン・ストリートを「クツケリ」が行進したあと、村の広場が祭壇となって模擬結婚式がおこなわれる。

はじめにおこなわれるのは、ペトクヴォ村の模擬結婚式である。広場には、神父役、花婿、女装の花嫁、両親役、付き人、そのあとから「クツケリ」の集団が、十数名ついてくる。いずれの「クツケリ」も紙のお面をつけたり、獣皮

でこしらえた袋をかぶったり、異様な雰囲気を漂わせている。また嫁入り道具のチェストを運ぶ者は、黒い布で顔をすっぽり隠している。この模擬結婚式では、婚礼にのぞむ全員が、仮面仮装をしている。

このベトクヴォ村の模擬結婚式がおわると、いよいよシロカ・ルカ村の結婚式がおこなわれる。この村の花婿は、全身を獣毛でおおい、獣皮の仮面をすっぽりかぶった「クツケル」（クツケリの単数形）である。花嫁は、亜麻色のカツラにミラーグラスをかけたスカート姿の若者である。

この模擬結婚式のおこなわれる前に花嫁の両親が、求婚に来た花婿側の「クツケリ」に結婚する資格が足りないと難癖をつけ、追い返す。それが、喜劇になっていて見物人から爆笑がおこる。やがて模擬結婚式が済むと、広場の真中に藁が積み上げられ、火をつけると、くすぶりながら、煙が立ちはじめ、燃えあがる。その藁の火の上をシロカ・ルカ村の「クツケリ」や子供たちが次々と飛び越す。芳賀日出男は、『ヨーロッパ古層の異人たち—祝祭と信仰』の中でこのシロカ・ルカ村の行事を取り上げ、「地面に火を燃やすことは、固く凍った大地をゆるませ、冬を追いつくため」であり、「火の上を人間が飛び越すのは厄払い」であると想定している⁽³⁷⁾。

この藁の火の上を最後に飛び越すのは、模擬結婚式の花嫁で、勢いよく飛び越え、その場にばたんと倒れ、仰向けになったまま動かない。見物人たちが静まりかえって見守っていると、1人の「クツケリ」の親方が、花嫁の足元へと近づき、身をかがめ、花嫁の両足の間からスカートの中へ手を深く突っ込み、何かをまさぐる。そして勢いよく引っ張り出したのは、裸の人形であった。これは、花嫁が赤ん坊を産んだことを表象している。芳賀日出男は、「春に先がけておこなう」こうした「出産の儀礼も人類の繁栄を願うもの」であると指摘する⁽³⁸⁾。

このまつりが終わると、祭場には、フォークソングの音楽が流れる。最後に見物人たちがフォークダンスの輪の中に加わり、日暮れまで踊りを楽しむ。シロカ・ルカ村では、そのフォークソングの輪の中に「クツケリ」の仮面をかぶった若者たちが入り込み、少女たちをおどかしてまわっている。この「クツケリ」の暴れまわる場面は、芳賀日出男が指摘するように「笑いをさそって祭りを活気づける一場面」であり、その姿は、新春の「トリックスター」としてさまに

なっている⁽³⁹⁾。

山口昌男は、『道化の民俗学』の中でアフリカの神話・民話に登場する「いたずら者」を「トリックスター」と呼び、その「トリックスター」が、どの部族の神話・民話においても、不可欠の要素であると述べ⁽⁴⁰⁾、「文化英雄」として人間社会に貢献していると指摘する⁽⁴¹⁾。

ブルガリアのシロカ・ルカ村の行事に登場する「トリックスター」としてさまになっている「クツケリ」も、「文化英雄」としてこの村の人間社会に大きく貢献しているのである。

ブルガリアの首都ソフィアから東に350キロの地点にあるポイアノボ町では、農耕の〈予祝〉の行事がおこなわれる。そして2月の最終日曜日には、「クツケリ」がおこなわれる。この町には、農耕儀礼をおこなう「クツケリ」が20人近くいる。この町の「クツケリ」の仮面は、ヒツジの皮でつくった袋の形のものを、頭からすっぽりとかぶる。目玉のところは、穴があいている。眉毛や鼻、口は描いてある。中には、ひげをつけている者もいる。頭上に立てた盾形の飾り板には、色糸の刺繍をほどこし、直径10センチほどの円形の鏡が約10個はりつけてある。鏡は、新春の太陽にきらきらと反射してみえる。芳賀日出男は、この「反射光線が畑地に力をあたえ、悪魔払いをする」と解釈する⁽⁴²⁾。服装は、木綿の白ブラウスに黒のベスト、5色の刺繍をほどこしたお揃いの前掛けをし、手には、朱塗りの木刀をもっている。

この「クツケリ」の行列は、畑地の中へ入っていき、そこで輪になり、笛や太鼓のリズムにあわせて畑地を踏んでまわる。また腰の鈴を思いきり、がらがら鳴らす。ふりかざした木刀をお互いの左右の手で握りあい、円陣を組んでつなぐと、足をことさらに高くあげて地面を力いっぱい踏み、飛び跳ねる。こうした動作は、豊作の〈予祝〉につながるものである。

村をひとめぐりすると、この「クツケリ」の行列は広場にもどり、ここで花婿と花嫁の模擬結婚式をあげる。やがて広場に木製の犁が運ばれ、獣の皮の仮面をかぶった2人が2頭の牛になり、背中に犁の曳き木をくりつける。先頭に花嫁が立ち、後ろから追い立ての柄をもった「クツケル」が前方に押し出す。4人1組になって地面の上を耕しながら、広場の中をぐるぐるとまわるのである。

ついで小麦の種蒔きになる。「クツケリ」のグループの代表者が本物の種のはいった桶を小脇にかかえ、右手で広場いっぱい種を蒔く。種がなくなると、桶を地面にころがす。桶は、上向きになって止まった。この占いでは、表ができれば、豊作であり、裏が出れば、凶作である。占いの結果は、豊作であった。この種蒔きのあとの麦刈りでは、「クツケリ」の全員が横一列に並び、腰をかがめ、木刀を鎌にして前進しながら、麦を刈る仕草をする。

最後は、豊作祈願である。「クツケリ」が集ってきて犁を立てて梯子にし、代表者がそれに足を掛けて登り、広場じゅうに聞える大きな声で「畑が豊作であるように」と叫ぶ。するとまわりの「クツケリ」は一斉に体を振って腰の鈴を鳴らし、呼応する。

このボイアノボ町の「クリツケ」の新春行事は、わが国の稲作儀礼である「田遊び」を彷彿とさせる農耕の〈予祝〉の行事である。ブルガリアの人びとは、東方の南スラブ系民族で、ブルガリア正教を信仰しており、ラテン系民族の「カーニバル」とは異なる新春の民俗行事を今も伝えているのである。

第3章 中国の〈鬼〉と男鹿の〈ナマハゲ〉の民俗行事の比較研究

世界の〈鬼〉の民俗行事には、男鹿の〈ナマハゲ〉のように仮面仮装の訪問者という形式をとる場合がある。前章では、スイス・アルプスを中心とした山岳地帯のヨーロッパの「ナマハゲ系儀礼」を取り上げ、年や季節の変わり目にそれぞれの国の村々に来訪する〈鬼〉が、〈福〉を招く〈来訪神〉であることを明らかにしたが、こうした「ナマハゲ系儀礼」は、山岳地帯のヨーロッパの国々ばかりでなく、稲作文化圏である東アジアの国々にも見られる。特に東アジアの世界には、中国を中心とした共通の暦日と年中行事の大系が存在しており、日本をはじめ、中国や朝鮮半島などの文化には、著しい共通性が認められる⁽⁴³⁾。

男鹿の「ナマハゲ系儀礼」の仮面は多種多様な仮面が現存しており、それぞれの村では、各村に伝承されている〈ナマハゲ〉の仮面をつけ、それぞれの家々を大晦日に訪問する⁽⁴⁴⁾。その原像を特定することは難しいが、そこには、中国や朝鮮の〈鬼〉の芸能の影響がみられる。特に災いを祓い、〈福〉を招く中国の仮面芸能である〈儺戯〉に登場する〈鬼〉の仮面には、〈ナマハゲ〉のそ

れときわめて造型が類似したものが認められる。

廣田律子の『鬼の来た道』で紹介された中国・貴州省のイ族による正月の仮面行事「ツオタイチー（撮泰吉）」で用いられる老人をあらわす「アーブーモ」の仮面や漢族の老人をあらわす「ヘイプ」の仮面は、〈ナマハゲ〉の仮面のルーツと想定できるものである。

このイ族の仮面劇は、仮装した祖先をあらわす夫婦の〈神〉が村の家々をめぐり、〈除災〉と〈祝福〉を与える行事から成立したと考えられている⁽⁴⁵⁾。

また中国・湖南省のトゥチャ族の伝統芸能の中でおこなわれる「マオグウス（毛古斯）」も旧暦の正月に村の家々を仮装してまわるが、その演者は稲藁で全身を包んだ姿であられる。これは、「祖先霊としての性格が強い」もので⁽⁴⁶⁾、秋田県内の〈ナマハゲ〉の行事にも類似したものが認められる⁽⁴⁷⁾。

中国・江西省の石郵村では、「祖先を模した仮面を被った人」を意味する〈鬼〉が⁽⁴⁸⁾、まつりの最終日に家々を訪ねて厄を祓う事例がある。これは、男鹿の〈ナマハゲ〉にきわめて近い印象を受ける。

男鹿の〈ナマハゲ〉は、現在、大晦日に家々を訪問するが、古くは「小正月」すなわち1月15日に家々を訪問していた。この1月15日の夜を中国では、特別な意味をもって迎え、〈鬼〉をたつとぶ仏教的行事がおこなわれるが⁽⁴⁹⁾、男鹿では、この日に〈年神〉として〈ナマハゲ〉を迎えるのである。

男鹿の〈ナマハゲ〉は、古くから「お山」と呼ばれ、畏敬されてきた男鹿の本山・真山からそれぞれの村へやって来ると答える人びとが多い。この「お山」には、中国の漢の武帝が飛来したという伝承や除福の墓地伝承などがあり、そうした民間伝承は、男鹿の〈ナマハゲ〉の伝承の中にも深く浸透しているのである。特に赤神神社に伝わる「本山縁起別伝」の〈鬼〉の伝説は、〈ナマハゲ〉の起源が中国にあることを示唆している。またこの縁起の内容を曼荼羅ふうにした「漢武帝飛来之図」と呼ばれる掛物一軸が赤神神社に伝えられているが、この画像には、中国の南宋や元の絵画の技法が認められ、中国の招来物ともいわれている⁽⁵⁰⁾。

中国では、「鹿」は「禄」と同音同音をもつため画題として取り上げられることが多く、「蝙蝠」の「蝠」の字が〈福〉と同音同音の発音をもつことから「蝙蝠」と「白鹿」と結びつけて「福禄」と解して「民福増進の縁起物」として喜ぶの

である⁽⁵¹⁾。また「漢武帝飛来之図」には、5色の「蝙蝠」が描かれているが、その「5」という数字は、「陰陽五行説」に基づいている。

この「漢武帝飛来之図」と赤神神社の「本山縁起別伝」には、中国の絵画や信仰の影響が強く認められ、〈ナマハゲ〉の源流に中国の道教や仏教の思想が色濃く反映されていることが確認できる。

男鹿の〈ナマハゲ〉は、この赤神神社の〈赤神〉の信仰が基盤となっており、その仮面の造型にもそうした信仰の痕跡が認められる。

洋の東西を問わず民間信仰の〈鬼〉は、〈厄災〉をもたらすと同時に〈祝福〉をもたらす両義的存在である。そしてその〈鬼〉は、仮面仮装で村々を来訪し、〈祖霊〉としての性格をもつ〈来訪神〉と考えられている。そこには、祖先崇拜の思想が根底に認められる。

また〈来訪神〉としての〈鬼〉は、年や季節の変わり目に仮面仮装であらわれ、新しい年の豊饒と無病息災を〈予祝〉する。こうした〈予祝性〉には、農耕儀礼の特色が認められる。

オーストリアのミッテンドルフの村でおこなわれる聖ニコラウス祭に登場する全身麦藁で身を包んだ「シャープ」と呼ばれる麦藁熊には、古くからの農耕儀礼の名残りを伝えている。この麦藁には、〈穀物霊〉が宿ると信じられているのである⁽⁵²⁾。

中国・貴州省のイ族の正月の仮面行事「ツオタイチー（撮泰吉）」や中国・湖南省のトゥチャ族の正月行事「マオグウス（毛古斯）」には、農耕民俗の習俗がその行事によく反映されている。

男鹿のナマハゲと類似した〈来訪神〉の行事には、東北では、山形県遊佐町の「アマハゲ」、石川県門前町の「アマメハギ」、岩手県岩泉町の「ナモミ」、岩手県三陸町吉浜の「スネカ」、青森県の風間浦村の「ナガメヘズリ」などが知られ、南九州から南に連なる島々では、鹿児島県下甕（しもこしき）島の「トシドン」、沖縄県・宮古島の「パーントゥ」、沖縄県・石垣島川平の「マユンガナシ」、八重山諸島の「アカマタ・クロマタ」などが知られている。これらの日本の〈来訪神〉を諏訪春雄は、『日中比較芸能史』の中で「子どもたちに訓戒を施し、餅を与え、農作物の豊饒を約束するカミ」であると指摘する⁽⁵³⁾。

また萩原秀三郎は、『神樹—東アジアの柱立て』の中でこうした仮面仮装の〈来

訪神)における行事の原点を「稲作文化の複合要素」のひとつであると考えている⁽⁵⁴⁾。そして萩原秀三郎は、稲作の起源を中国の長江中流域と考え、その「稲が日本へ伝播する過程で中国北部の雑穀文化がとりこまれ」、その際に〈来訪神〉の儀礼も「粟の穀霊」を〈来訪神〉とする考えが生まれたと推定する⁽⁵⁵⁾。このように萩原秀三郎は、日本における〈来訪神〉の行事の淵源を中国の長江中流域にあると想定するのである。

また萩原秀三郎は、現在、貴州省を中心に湖南・湖北、または貴州省の南に隣接する広西チワン族自治区にミャオ族が「稲の栽培に最初に成功した」民族と考え、「最も古い来訪神儀礼」を伝えた民族であると想定している⁽⁵⁶⁾。

男鹿の「ナマハゲ」は、中国をはじめとしたアジアの「ナマハゲ系儀礼」と比較してみると多くの類似点がみられ、その源流を萩原秀三郎が指摘するように中国に想定することができる。

男鹿の「ナマハゲ」行事は、従来、〈ローカル性〉の強い民俗行事と考えられてきたが、文化人類学の〈グローバル〉な視点から「ナマハゲ系儀礼」を調査し、比較研究してみると、スイスやオーストリア等の「ナマハゲ系儀礼」とも多くの類似点をもつことから、国際的な色彩も強くもった行事であることがわかる。

ウィーン大学の日本文化研究家であるクライナー・ヨーゼフは、「ナマハゲの東西」と題した一文の中でオーストリアの「クランプス」の〈鬼〉と男鹿の〈ナマハゲ〉を比較し、両者ともに「同じ世界観を基礎にしている」と指摘し⁽⁵⁷⁾、「東西のナマハゲ」を「両文化の理解」の上立って比較研究する意義の重要性を述べている⁽⁵⁸⁾。

平成9年(1997)5月、男鹿で開催された「世界の鬼フェスティバル」には、オーストリアの「クランプス」をはじめ、スイスやブルガリアのヨーロッパの〈鬼〉も参加し、「東西のナマハゲ」が男鹿に結集した。『世界の鬼フェスティバル実施報告書』(1997年6月刊)によれば、5月29日(木)・30日(土)・31日(日)の3日間で延べ集客集が5,100名であり、その中には、首都圏より700名余のツアーの観光客があったという⁽⁵⁹⁾。

このフェスティバルは、開催された3日間、それぞれ昼の部と夜の部の2部構成でおこなわれた。

昼の部では、寒風山には、ブルガリアの「クツェリ」が、入道崎には、オーストリアの「クランプス」が、男鹿水族館には、スイス・ルツェルンの「クロイセ」が、門前には、「ナマハゲ」が、それぞれ登場し、それぞれの国の〈鬼〉が男鹿半島に点在し、観光客と記念撮影をするなどの交流がはかられた。

夜の部では、真山神社を会場に4ヶ国の〈鬼〉が一同に集結し、光と音に彩られた演出による世界の〈鬼〉の民俗行事が、「観光アトラクション」の「レビュー」として上演され、各国の〈鬼〉たちは、地元の住人たちや観光客たちと交流を深めた。

この「観光アトラクション」は、秋田新幹線「こまち」開業を記念し、男鹿半島のPRをテーマにJR東日本などが主催し、スイス政府観光局・オーストリア観光局・ブルガリア大使館などの後援を得て実現した。

それぞれの国々でおこなわれている民俗行事は、その土地の民族の信仰や古い風習が伝承されており、その行事を通してそれぞれの国の文化を知ることができる。その意味でこうした各国の民俗行事の比較研究は、文化人類学的な視点を通して探究されてきた。文化人類学者たちは、西洋文化の影響によって失われつつあるこうした民族文化を研究対象とし、その土地固有の「本物の文化」を見出すことに力を注いできた。が、1970年代に入って文化人類学において観光が大きなテーマとして浮上し、観光人類学という学問が生成され、現在に至っているのである。

観光人類学では、観光をテーマに「ゲスト」と「ホスト」の交流のなかで観光化され、変化していく文化の変容を扱う。

本稿で取り上げた世界の〈鬼〉のフェスティバルは、その観光人類学の視点から考察すると、次のような特色を指摘することができる。

- (1) 年の変わり目や季節の変わり目に仮面異装で「異人」と呼ばれる来訪者が村の家々を訪れる。
- (2) その「異人」の仮面には、〈鬼〉もしくはそれに類する恐ろしい仮面が用いられる。
- (3) その「異人」には、〈鬼〉の性格と〈神〉の性格の両面が表象されている。
- (4) 村の人々は、〈祭祀的・信仰的要素〉を基底にもち、来訪する仮面異装の「異

人」を「年神」や「祖霊」として畏敬し、その「異人」を「ホスピタリティ」の精神をもって歓待する。

- (5) 村の人々は、村落社会の秩序や権威を再強化させるために「ナマハゲ系儀礼」をおこなう。そこには、〈秘密結社の・社会的要素〉が認められる。
- (6) 「ナマハゲ系儀礼」には、古くから伝承されている〈祝福芸的・民俗芸能的要素〉が認められる。
- (7) 「ナマハゲ系儀礼」は、それぞれの地域で観光客の〈まなざし〉によって「観光文化」として再創造され、ひとつの観光資源として活用されている。

以上が、男鹿の〈ナマハゲ〉をはじめとする世界の「ナマハゲ系儀礼」における〈鬼〉のフェスティバルを比較し、認められる「観光文化」としての「観光アトラクション」の特色である。

おわりに

男鹿の「ナマハゲ柴燈まつり」に代表される「観光文化」としての「観光アトラクション」は、重要無形民俗文化財の〈ナマハゲ〉の行事に影響を与え、先祖代々伝承されてきた男鹿の「民俗文化」に大きな変容をもたらした。

社会学者のマッカネルは、現代観光の発生原因を「労働生活では実現できない本物性 (authenticity)」の追求にあると考え、観光は、聖なる「オーセンティシティ」(本物性)を求める現代人の巡礼であると主張した⁽⁶⁰⁾。

この巡礼のプロセスで観光客を受け入れる社会の「ホスト」は、観光客の「ゲスト」の本物志向に応える「演出された本物性」(staged authenticity)を提供する⁽⁶¹⁾。マッカネルは、この「演出された本物性」をも含めて観光を近代の本質的現象と捉えるのである。

社会学者のコーエンは、このマッカネルの提唱した「オーセンティシティ」(本物性)の概念の精緻化をはかり、それを「近代観光者による観光アトラクションについての評価基準を特徴づける概念」と定義した⁽⁶²⁾。

男鹿の「ナマハゲ柴燈まつり」は、「ホスト」である観光提供者が、人為的 (contrived) に再現した場面を積極的に演出し、その演出を観光客も意識して見る「観光アトラクション」である。こうした観光状況をコーエンは、「公然

の観光空間」(overt tourist space)と呼んでいる⁽⁶³⁾。

また「男鹿真山伝承館」では、真山地区で大晦日におこなわれている〈ナマハゲ〉の行事を再現し、観光客に提供している。これは、マッカネルが指摘する「演出された本物性」をもったものであり、ここでは、「ホスト」が観光客である「ゲスト」のために〈ナマハゲ〉のドラマチックな出現場面を演出する。「ゲスト」である観光客は、その「ホスト」の演出に気づかず、それを実際の〈ナマハゲ〉の行事の再現されたものとして受け入れるのである。コーエンは、こうした観光状況を「暗黙裡の観光空間」(covert tourist space)と呼んでいる⁽⁶⁴⁾。

男鹿でおこなわれている「ナマハゲ系儀礼」の観光状況には、このように「ナマハゲ柴燈まつり」に代表される「公然の観光空間」でおこなわれる「人為的」なもの、「男鹿真山伝承館」で観光客に提供されている「暗黙裡の観光空間」でおこなわれる「演出された本物性」をもつものへと分類することができる。

「観光文化」としての〈ナマハゲ〉には、このような「本物性」をめぐる問題と文化の「商品化」(commoditization)をめぐる問題が示されている。

コーエンは、こうした「本物性」と「商品化」の議論から「創発的本物性」(emergent authenticity)という概念を提示する⁽⁶⁵⁾。これは、「ゲスト」と「ホスト」の相互作用から漸次的に発生しうる価値や文化あるいはそれに基づく文化的表現をさす。このような「創発的本物性」は、「ホスト」と「ゲスト」の相互作用から生じる「創発的産物」ととらえられる概念である。

男鹿で実施された「ナマハゲ系儀礼」における世界の〈鬼〉のフェスティバルは、そうした「創発的本物性」のある「観光アトラクション」であったと考えられる。

註

- (1) 秋田県教育委員会編・発行『秋田県民俗分布図—緊急民俗資料分布調査報告書』、第66集、1979年。「ナマハゲ」の表記は、現在、ひらがな表記とカタカナ表記の2種類あるが、1978年に国の重要無形民俗文化財に指定された「ナマハゲ」の認定書証は、カタカナ表記になっているので、本稿では、ひらがな表記のものもカタカナ表記に改め、「ナマハゲ」の表記をカタカナ表記に統一した。

- (2) 男鹿のナマハゲ保存会編・発行『記録 男鹿のナマハゲ』(第1集)、1980年。
男鹿市・若美町編・発行『記録 男鹿のナマハゲ』(第2集)、1981年。
男鹿市教育委員会・若美町教育委員会編・発行『記録 男鹿のナマハゲ』
(第3集)、1982年。
- (3) 柳田國男「をがさべり」、『定本 柳田國男集』(第2巻)、筑摩書房、1962年、
124頁。
- (4) 折口信夫「春来る鬼」、『折口信夫全集』(第17巻)、中央公論社、1996年、
137-141頁。
- (5) 稲雄次『ナマハゲ』、秋田文化出版社、1985年、143-144頁。
- (6) 鎌田幸男「男鹿のナマハゲの考察—柴燈祭事の視点から—」、『なまはげ
研究紀要』、男鹿のなまはげ保存伝承促進委員会、1998年、28-55頁。
- (7) 齋藤壽胤「なまはげの起源」、『秋田ふしぎ探訪』、無明舎出版、1979年、
105-119頁。
- (8) 嶋田忠一「秋田の鬼」、『東北の鬼』、岩手出版、1989年、105頁。
- (9) 平辰彦「男鹿のナマハゲにおける仮面の源流考—摩多羅神と外来芸能の
影響をめぐる—」、民俗芸能学会、『民俗芸能研究』、第35号、2002年、
52-74頁。
- (10) 岡正雄「日本民族文化の形成」、『異人その他』、岩波書店、1994年、5
-41頁。
- (11) 中村たかを「ナマハゲ覚書—日本列島における祭祀的秘密結社について
—」、日本民族学会、『民族学研究』、Vol.16.No.3・4、1952年、311-320頁。
- (12) 大林太良『正月の来た道』、小学館、1992年、110-111頁。
- (13) 小松和彦「蓑着て笠着て来る者は……—もう一つの『まれびと』論に向
けて—」、『怪異の民俗学④ 鬼』、河出書房新書、2000年、106頁。
- (14) ジョン・アーリ(加太宏邦訳)『観光のまなざし』、法政大学出版局、1995年、
2頁。
- (15) バーレン・L・スミス(三村浩史監訳)『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』、頸草書房、1991年、1頁。
- (16) スミス、同上、1991年、6-8頁。
- (17) 「ナマハゲ柴燈まつり」は、現在、2月の第2金曜日・土曜日・日曜日

- の3日間おこなわれる。秋田商工会議所監修『改訂版 秋田ふるさと検
定 公式テキスト』、秋田文化出版社、2006年、113頁。
- (18) 鎌田、前掲書、1998年、32-33頁。
- (19) 鶴見俊輔・小林和夫編『祭りとイベントのつくり方』、晶文社、1988年、
21頁。
- (20) 同上、72頁。
- (21) 同上、74頁。
- (22) 「男鹿真山伝承館」では、真山地区で古くから伝承されている民俗行事
の「ナマハゲ」を再現し、観光客のために見せている。写真1参照。
- (23) 男鹿における「ナマハゲ」の文献初出は、菅江真澄が『牡鹿乃寒かぜ』
に記した文化8年(1811)の正月に若美町で「ナマハゲ」を見聞した記
事である。そこには、角が2本ある赤い〈鬼〉の面をつけた「ナマハゲ」
と角がない緑色の赤いハチマキをした〈空吹〉の面をつけた「ナマハゲ」
が描かれた挿絵がある。写真2参照。
- (24) 浜本隆志・柏木治編『ヨーロッパの祭りたち』、明石書店、2003年、3頁。
- (25) 宮田登『民俗学』、放送大学教育振興会、1990年、43頁。
- (26) ジャン＝ルイ・ベドゥアン(斎藤正二訳)『仮面の民俗学』(文庫クセジュ)、
白水社、1963年、8頁。
- (27) 遠藤紀勝『仮面 ヨーロッパの祭りと年中行事』(現代教養文庫)、社会
思想社、1990年、21-24頁参照。写真3参照。
- (28) 安西徹雄『この世界という巨きな舞台—シェイクスピアのメタシアター』、
筑摩書房、1988年、119-120頁参照。
- (29) 植田重雄『ヨーロッパの祭りと伝承』(講談社学術文庫)、講談社、1999年、
64頁。
- (30) 同上、28頁。
- (31) 同上、20頁。
- (32) 同上、28頁。
- (33) 同上、29頁。
- (34) 同上、30頁。
- (35) 遠藤、前掲書、41頁。

- (36) 谷口幸男・遠藤紀勝『図説・ヨーロッパの祭り』、河出書房新社、1998年、44頁。
- (37) 芳賀日出男『ヨーロッパ古層の異人たち—祝祭と信仰』、東京書籍、2003年、116頁。
- (38) 同上、117頁。
- (39) 同上、117頁。
- (40) 山口昌男『道化の民俗学』（ちくま学芸文庫）、筑摩書房、1993年、208頁。
- (41) 同上、209頁。
- (42) 芳賀、前掲書、120頁。
- (43) 大林、前掲書、9頁。
- (44) 日本海域文化研究所『ナマハゲ—その面と習俗—』、秋田文化出版、2004年、24-87頁参照。
- (45) 廣田律子『鬼の来た道』、玉川大学出版部、1997年、129頁。
- (46) 同上、132頁。
- (47) 現在、〈ナマハゲ〉の仮面は、「鬼面流の仮面分布にぬりかえられている」が、雄和町平尾島には、「ワラ製のもっと素朴な面」も伝えられている。嶋田忠一・庄内昭男『テーマ展図録 東北の仮面』、秋田県立博物館、1981年、61頁。
- (48) 廣田、前掲書、19頁。
- (49) 中村喬『中国の年中行事』、平凡社、1988年、26-31頁参照。
- (50) 1982年、東京芸術大学の海老根敏郎氏が鑑定したが、未だ鑑定結果が成文化されていない。塩沢裕二「男鹿赤神神社所蔵『漢武帝飛来之図』」、『法政史論』、17、1989年、1頁および19頁。写真4参照。
- (51) 大槻憲利「男鹿本山・真山と山麓の修験道」、『山岳宗教史研究叢書7 東北の霊山と修験道』、名著出版、1977年、243頁。
- (52) 谷口・遠藤、前掲書、21頁。
- (53) 諏訪春雄『日中比較芸能史』、吉川弘文館、1994年、19頁。
- (54) 萩原秀三郎『神樹—東アジアの柱立て』、小学館、2001年、173頁。
- (55) 同上。
- (56) 同上。

- (57) クライナー・ヨーゼフ「ナマハゲの東西—日本とところどころ⑦—」、「未来」、第126号、未来社、1977年、32頁。
- (58) 同上、33頁。
- (59) SAY MUSIC PROJECT企画・制作『世界の鬼フェスティバル実施報告書』、世界の鬼フェスタ実行委員会、1997年、10頁。新聞資料集89-94頁参照。
- (60) MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York: Schocken Books, 1976, pp.42-43.
- (61) MacCannell, 1976, pp.98-99.
- (62) Cohen, E., "Authenticity and Commoditization in Tourism," *Annals of Tourism Research* 15, 1988, p.374.
- (63) Cohen, "Rethinking the Sociology of Tourism," *Annals of Tourism Research* 6, 1979, p.28.
- (64) Cohen, 1979, p.27.
- (65) Cohen, 1988, pp.379-380.

主要参考文献

- 秋田県教育委員会編・発行『秋田県民俗分布図—緊急民俗資料分布調査報告書』、第66集、1979年
- 秋田商工会議所監修『改定版 秋田ふるさと検定 公式テキスト』、秋田文化出版、2006年
- 安西徹雄『この世界という大きな舞台—シェイクスピアのメタシアター』、筑摩書房、1988年
- 稲 雄次『ナマハゲ』、秋田文化出版、1985年
- 植田重雄『ヨーロッパの祭と伝承』（講談社学術文庫）、講談社、1999年
- 遠藤紀勝『仮面 ヨーロッパの祭りと年中行事』（現代教養文庫）、社会思想社、1990年
- 大槻憲利「男鹿本山・真山と山麓の修験道」、『山岳宗教史研究叢書7 東北の霊山と修験道』、名著出版、1977年
- 大林太良『正月の来た道』、小学館、1992年

- 岡正雄「日本民族文化の形成」、『異人その他』、岩波書店、1994年
男鹿のナマハゲ保存会『記録 男鹿のナマハゲ』（第1集）、1980年
男鹿市・若美町編・発行『記録 男鹿のナマハゲ』（第2集）、1981年
男鹿市教育委員会・若美町教育委員会『記録 男鹿のナマハゲ』（第3集）、
1982年
折口信夫「春来る鬼」、『折口信夫全集』（第17巻）、中央公論社、1996年
加藤義孝『緑と風と海光と 男鹿観光の歩み』、秋田文化出版、1998年
鎌田幸男「男鹿のナマハゲの考察—柴燈祭事の視点から」、『なまはげ研究紀要』、
男鹿のなまはげ保存伝承促進委員会、1998年
クライナー・ヨーゼフ「ナマハゲの東西—日本とところどころ⑦—」、「未来」、
第126号、未来社、1977年
小松和彦「蓑着て笠着て来る者は……—もう一つの『まれびと』論に向けて
—」、『怪異の民俗学④ 鬼』、河出書房新書、2000年
齋藤壽胤「なまはげの起源」、『秋田のふしぎ探訪』、無明舎出版、1979年
塩沢裕二「男鹿赤神神社所蔵『漢武帝飛来図』」、『法政史論』、17、1989年
嶋田忠一「秋田の鬼」、『東北の鬼』、岩手出版、1989年
嶋田忠一・庄内昭男『テーマ展図録 東北の仮面』、秋田県立博物館、1981年
ジャン＝ルイ・ベドゥアン（齋藤正二訳）『仮面の民俗学』（文庫クセジュ）、
白水社、1963年、
ジョン・アーリ（加太宏邦訳）『観光のまなざし』、法政大学出版局、1995年
SAY MUSIC PROJECT企画・製作『世界の鬼フェスティバル実施報告書』、
世界の鬼フェスタ実行委員会、1997年
諏訪春雄『日中比較芸能史』、吉川弘文館、1994年
平 辰彦「男鹿のナマハゲにおける仮面の源流考—摩多羅神と外来芸能の影響
をめぐって—」、民俗芸能学会『民俗芸能研究』、第35号、2002年
谷口幸男・遠藤紀勝『図説・ヨーロッパの祭り』、河出書房新社、1998年
鶴見俊輔・小林和夫編『祭りとイベントの作り方』、昌文社、1988年
中村喬『中国の年中行事』、平凡社、1988年
中村たかを「ナマハゲ覚書—日本列島における祭祀的秘結社について」、日
本民族学会、『民族学研究』、第16巻3・4号、1952年

- 日本海城文化研究所『ナマハゲーその面と習俗一』、秋田文化出版、2004年
芳賀日出男『ヨーロッパ古層の異人たち—祝祭と信仰』、東京書籍、2003年
萩原秀三郎『神樹—東アジア柱立て』、小学館、2001年
浜本隆志・柏木浩編『ヨーロッパの祭りたち』、明石書店、2003年
バーレン・スミス・L（三村浩史監訳）『観光・リゾート開発の人類学—ホスト
ト&ゲスト論でみる地域文化の対応』、頸草書房、1991年
廣田律子『鬼の来た道』、玉川大学出版部、1997年
宮田登『民俗学』、放送大学教育振興会、1990年
山口昌男『道化の民俗学』（ちくま学芸文庫）、筑摩書房、1993年
柳田國男「をがさべり」、『定本 柳田國男集』（第2巻）、筑摩書房、1962年
Cohen,E, “Rethinking the Sociology of Tourism,” *Annals of Tourism
Research* 6,1979.
_____, “Authenticity and Commoditization in Tourism,” *Annals of Tourism
Research* 15,1988.
MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*,
Schocken Books, 1976.
Smith, Valenne, L. (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*,
Philadelphia: The University of Pennsylvania Press,1977.

追記

本稿は、平成9年（1997）5月、男鹿でおこなわれた「世界の〈鬼〉フェスティバル」を「観光文化」として取り上げ、その「観光アトラクション」の意義を観光人類学の視点から明らかにしたものである。

なお本稿を書くにあたって社団法人男鹿市観光協会の加藤義康会長より貴重な資料の提供を受けた。ここに記して感謝の意を表したい。

参考資料集 (写真および新聞記事)



写真1：男鹿真山伝承館の「ナマハゲ」(真山地区)



写真2：菅江真澄『牡鹿乃寒かぜ』(秋田県立博物館収蔵の写本)



写真3：オーストリアの「クランプス」の仮面（北上市立鬼の館所蔵）



写真4：漢武帝飛来之図（赤神神社所蔵）

■「世界の鬼フェスティバル」関係掲載紙

なまはげの里に世界の鬼集合 秋田・男鹿市

1997年(平成9年)

◎5/30 朝日新聞



言葉 響 衆庁 局刊

1997年(平成9年)5月31日(土曜日)

秋田讀賣



櫛がらせ方にもお国柄

男鹿市浦の真山神社境内で二十日夜、「世界の鬼フェスティバル」が始まった。開演場の「なまはげ」は、フルガリアの「クワケリ」、スイスの「グロイセ」、オーストリアの「フリンプ」など、各国の民俗行事に扮する鬼たちが、深い杉木立の中から次々と舞台上に登場し、観客を驚

で、夕
社フェ
山鬼の
真鹿の
鹿世界
男世

最終日 鬼たちは、いずれも真山の面を飾り、様々に飾り付けた衣装で暗やみから現れた。観客の前で跳びはね、感服し、それぞれの国の祭りを再現する独特の振る舞いを見せた。どこか愛さうきよさうな「なまはげ」の姿が、観客を驚かせた。観客席に降り立ち、観客との記念撮影に応じたり、和やかな雰囲気。位言葉など、子供たちも、怖さを忘れて鬼と触れ合っていた。フェスティバルは、秋田新幹線「まほろば」開業を記念した「JR東日本」の主催。最終日の三十一日午前七時三十分開演で、入場料は無料。

「なまはげ」が披露された、たいまつを手にした「なまはげ」が山から会場に合流して、イベントは最高潮を迎えた。フィナーレでは鬼たちが



**欧州の鬼
次々登場**

男鹿真山神社

二回目に入りよいよ盛り上がりを見せる「世界の鬼フェスティバル」。ヨーロッパの鬼たちは大勢の観光客や地元の人たちと触れ合った。写真はオーストリアから参加の「ウラン」(N=30日) 男鹿守の真山神社

1997年(平成9年)5月30日

金曜日



独特の振りで花道を登場する「クッキー」

欧州の鬼と共演

男鹿で
世界フェス
なまはげも奮闘

なまはげとヨーロッパの間、男鹿市北浦の真山神鬼行事が出会う「世界の鬼」社で開かれている。初日「フェスティバル」が二十九は観光客や地元からの見日から三十一日までの三日 物客約千人が訪れた。秋田

新幹線「こまち」開業に合わせたJR東日本の企画。同社は三日間で計八百人のツアー客を首都圏から送り込む。

参加しているのはクツケリ(アルガリア)、ルツェン(スイス)、クランプス(オーストリア)と呼ばれる各国の鬼行事。現地から実際の演じ手たちが招待された。

神楽殿で真山地区に伝わるなまはげ行事が再現された後、特設の花道から各国の鬼たちが登場。特異な面

や衣装を付けて跳びはねたり、威厳たつぷりに歩き回るなど、独特の行事を披露した。最後はたいまつを掲げたなまはげたちが観客席に乱入。各国の鬼も加わって観光客と直接触れ合った。

いずれの鬼行事も集落に幸福をもたらしたり、子供

を戒めるなどの目的があり、なまはげとの共通点多いという。このうちクツケリは、十二月から三月初めにかけてブルガリア国内約三千カ所で行われる伝統行事。演じ手は「なまはげのマスクはこわい。『こまち』はとも速くて快適だった」と秋田の印象を語っていた。

「フェスティバル」は三日間とも午後七時から八時五十分まで。



第36204号

— 県内版 —

国が違っても豊作願う心変わらず

鬼が合う仲間競演

珍しさ、不思議さ入り交じる



なまはげが揃うたいまつ明かりの中、世界の鬼が登場＝男鹿市・真山神社

男鹿でフェスティバル

なまはげゆかりの地・男鹿半島に二十九日夜、世界の鬼が集結した。男鹿市の真山神社境内。恐現し、バグパイプや太鼓が入り交じった競演に、訪れ千人を超す観客の視線がくぎづけとなった。(下面に関連記事)

なまはげが揃うたいまつ明かりの中、世界の鬼が登場＝男鹿市・真山神社

鬼は、音と光の幻想的な舞踏の中、次々と舞臺に登場し、バグパイプや太鼓の音色に合わせ鳴らされた。会場が静まる。国は違っても、豊作や子供の幸せ願う心は変わらない。その鬼も誇らしい顔をして、しかもどこか憎めない。そんなところ、なまはげの共通点があった。



世界の鬼来る

男鹿でフェリス



オーストリアの鬼・クランフスに抱き上げられる女の子。「ちょっと怖い」＝男鹿市・真山神社

男鹿、さまざま形相の鬼、舞臺の者たちが、なまはげの伝統が長く男鹿半島にこめいた。

「世界の鬼フェスティバル」が三十日、男鹿市北洲の真山神社境内を主会場に開かれている。なまはげのほか、昨年に引き続き、オーストリアのクランフス、オーストリアのクランフスが参加、四回累計二十匹の鬼が、それぞれ飾り添えされている。

初日の二十九日夜は、秋田県内外から千人を超す観客が訪れ、幻想的な音と光の中、鬼が躍動を繰り返していた。舞臺陣中、男鹿半島各地に伝わる、三十一日午後七時、真山神社に集結する。

なまはげのフェスティバルは、三十日まで行われており、鬼の競演は午後七時から始まる。

男鹿市・真山神社

虹模様

毎 日



◆4カ国の鬼が集合

《男鹿》男鹿半島で31日まで、「世界の鬼フェスティバル」(同実行委員会主

催)が行われており、地元のナマハゲ、スイスの「クロイセ」、ブルガリアの「クッケリ」など4カ国の鬼が観光客らと交流している。

真山神社の特設ステージでは、青や赤のライトを浴び、民族音楽に乗って「クッケリ」が登場。鈴を鳴らしながら豊作を願い赤い木刀を地面に降り降ろすと、客席を埋めた見物客約1000人から歓声や盛んな拍手。

スイスの謝肉祭も再現され、予言者と悪魔、バイキング=写真⑤=

が入り乱れて悪霊を追い払う儀式を繰り広げた。オーストリアからは「クランプス」が参加、その怖さに思わず泣き出ししてしまう子供も。最後はそれぞれ母

国語で「また会いましょう」と手を振り、握手や記念撮影に応じていた。

〔調査資料〕

近年における東アジア地域からの観光客数の動向

上 村 康 之

国では観光立国の実現に向け2003年にビジットジャパンキャンペーンをたて、2010年までに訪日外国人旅行者を1,000万人にするという目標を掲げた。このキャンペーンでは、韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポールのアジア、アメリカ、カナダの北アメリカ、イギリス、フランス、ドイツのヨーロッパ、そしてオーストラリアの12ヶ国・地域を訪日促進の重点国・地域としている。

この国の動きにあわせて、地方自治体においてもインバウンド観光、とりわけ韓国、台湾、中国、香港といった東アジア地域からの誘客が観光施策の重要な柱となってきた。背景には、地方において韓国や中国との間に定期航空路線が大幅に増えたこと、東アジア地域の観光需要が旺盛なこと、中国の急速な経済発展による富裕層を観光客として見込めることなどがあげられる。

そこで本稿では、近年の東アジア地域からの観光客の動向を国と秋田県の統計データから資料として示すことを目的とする。

1. 国・地域別訪日外国人旅行者の推移と予測

第1表から国・地域別訪日外国人旅行者の推移をみると、2001年の477.2万人から、2006年の733.4万人に増加している。

国・地域別にみると、こちらは2004～2006年のデータであるが、2006年には韓国が212万人、28.9%を占め、次いで台湾が131万人、17.8%、中国が81万人、11.1%となっている。東アジア諸国を合計すると459万人となり62.5%を占めている。2004年は58.4%、2005年は59.0%としいにその比率が高まっている。

伸び率を2005年と2006年を比較すると、韓国は21.2%、中国は24.3%と世界の9.0%、アジアの13.4%を大きく上回っている。

第1表 国・地域別訪日外国人旅行者数の推移

国／年	2001	2002	2003	2004	2005	2006	構成比	2001/2006	2005/2006
韓国	113	127	146	159	175	212	28.9	87.6	21.1
台湾	81	88	79	108	127	131	17.9	61.7	3.1
中国	39	45	45	62	65	81	11.1	107.7	24.6
香港	20	22	20	22	22	22	3.0	10.0	0.0
米国	69	73	66	76	82	82	11.2	18.8	0.0
世界	477	524	521	614	673	733	100.0	53.7	8.9

注) 元データは国際観光振興機構資料に基づき国土交通省総合政策局作成
 単位：万人、構成比と対前年比は％
 資料：『平成19年版観光白書』より作成

2006年における訪日韓国人観光客は、212万人とはじめて200万人を超えた。一方、日本からの訪韓日本人数は234万人でありその差は大きく縮小している。

なお、国際観光振興機構（JNTO）がビジットジャパンキャンペーンにて試算した「2010年における国籍別訪日外客数」によると、韓国が274万人（27.4%）、中国が199万人（19.9%）、台湾が151万人（15.1%）、香港が40万人（4.0%）と東アジア地域で664.3万人（66.4%）、その他、米国94万人（9.4%）、英国24万人（2.4%）としている。1,000万人ありきで積み上げた数字であることを留意しなければならないが、中国からの観光客が台湾、米国を抜いて韓国に次いで2位と想定されており、韓国、中国の伸びの高さが期待されている。

2. 秋田～ソウル便の乗降客の推移

第2表は秋田～ソウル（仁川）便の乗降客の推移である。秋田～ソウル定期便は、2001年の路線開設以来6年が経過し、大韓航空による週3便の運航を行っている。2006年は3.4万人と開設直後の2002年の3.3万人を超え、最高値を記録した。2005年と2006年を比較すると、34.7%と高い伸びを示している。なお、参考数値として青森空港は2005年データであるが3.3万人となっている。

日本の地方空港と韓国を結ぶ航空路線はかつて日本人の乗降客が大部分であったが、近年は韓国人の乗降客数の伸びとその割合が高まっている。

第2表 秋田～ソウル便乗降客数の推移

年	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2005/2006
乗降客数	4,737	32,551	24,660	25,657	25,207	33,945	34.7
前年比	/	587.2	-24.2	4.0	-1.8	34.7	/

単位：人、%

資料：『秋田県の観光統計』より作成

3. 秋田県における外国人宿泊客数の推移

第3表は、秋田県の外国人宿泊客数の推移である。2006年には3.3万人と前年比39.9%と大幅に増加した。国別にみると韓国が1.4万人、44.1%を占め前年比66.0%増加、台湾が1万人、30.4%を占め前年比40.0%増加とこの2国で74.5%になる。中国は0.2万人、5.2%を占め前年比22.6%の増加となっている。

第4表は、秋田県の外国人宿泊客の推移を国別、四半期別にみたものである。韓国は2006年において1～3月が36.5%、10～12月が25.6%、台湾は10～12月35.9%、4～6月が34.2%である。2005年と2006年を比較して伸び率をみると、韓国の1～3月が298.4と突出している。韓国、台湾に比較すると10分の1の客数ではあるが、中国では10～12月が35.1%、4～6月が32.5%となっている。このように、秋田県の外国人観光客の誘客ポイントとして、雪、温泉があげられており、冬季観光の率が高まっている。

第3表 秋田県の外国人宿泊客数

国・地域/年	2004	2005	2006	構成比	2005/2006
韓国	6,193	8,875	14,735	44.1	66.0
台湾	6,167	7,247	10,147	30.4	40.0
中国	963	1,323	1,488	4.5	12.5
その他アジア	1,278	1,427	1,750	5.2	22.6
アジア	14,601	18,872	28,120	84.1	49.0
アジア以外	8,663	5,019	5,298	15.9	5.6
合計	23,264	23,891	33,418	100.0	39.9

単位：人、構成比と対前年比は%

資料：『秋田県の観光統計』より作成

第4表 秋田県の国別宿泊者数の推移（2006年）

韓国

年・月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	合計
2004	1,547	1,552	1,843	1,251	6,193
2005	1,350	2,380	2,381	2,764	8,875
2006	5,378	2,795	2,789	3,773	14,735
構成比	36.5	19.0	18.9	25.6	100.0
2005/2006	298.4	17.4	17.1	36.5	66.0

台湾

年・月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	合計
2004	374	1,532	1,250	3,011	6,167
2005	1,069	2,308	1,115	2,755	7,247
2006	1,288	3,469	1,752	3,638	10,147
構成比	12.7	34.2	17.3	35.9	100.0
2005/2006	20.5	50.3	57.1	32.1	40.0

中国

年・月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	合計
2004	72	347	215	329	963
2005	234	480	346	263	1,323
2006	141	484	340	523	1,488
構成比	9.5	32.5	22.8	35.1	100.0
2005/2006	-39.7	0.8	-1.7	98.9	12.5

単位：人、構成比と対前年比は％
資料：『秋田県の観光統計』より作成

秋田県と同様に韓国との国際定期航空路を持っている青森県のデータを参考数値としてとりあげる。2006年の青森県の外国人宿泊客数は、2006年には6.3万人と前年比50.5%と大幅に増加した。国別にみると韓国は2.8万人、43.5%を占め前年比14.8%の増加、台湾が1.5万人、24.4%を占めて前年比47.9%とこの2国で67.9%を占めている。中国は0.2万人、2.7%に留まっているが、前年比33.9%の伸びを示している。

このように秋田県、青森県とも数値の大小の差はあるものの、韓国、台湾からの宿泊客の伸びと、中国はまだ宿泊客の数は少ないものの着実に伸びており、今後の大幅な伸びが期待できる状況にあるといえよう。

参考文献・資料

国土交通省編（2007）：『平成19年版観光白書』

国際観光振興機構（2007）：『JNTO訪日外国人旅行の経済波及効果調査報告書』

秋田県編（2005,2006,2007）：『秋田県の観光統計』

青森県商工労働部（2006）：『平成17年青森県の観光統計概要』

青森県商工労働部（2007）：『平成18年外国人宿泊者実態調査』

〔翻 訳〕

Yasu Waterfall: Waterfall of Sorrow

Randy K. Checketts

In Tohoku (the northern part of Honshu...Japan's main island) it used to be common to loudly claim in a cheerful voice, "We hit naori!" (meaning a vein of gold) whenever gold was discovered. The joy of discovery was soon followed by a big celebration.

During the early years of the Kyoho Period (1716-1735) gold was discovered by Tohachi Tsunokuniya in Utto Village, located within O-Ani, a part of northern Akita Prefecture. Roughneck miners celebrated this event by drinking continuously for three days and nights, after which construction and development took place over a vast area surrounding the mine. Some buildings reached heights that the imagination saw approaching the clouds. Vendors came and hotels were built. Saloons soon spotted the landscape. Productivity and growth filled the air with excitement.

As expected, there was a migration of young people to the area. Young men and women from villages as far away as Kazuno and Semboku traveled across mountainous terrain to work in the mine. Together they shared the prospects for a happy future. The young men wore only a loincloth in the mine as they dug for ore and precious metals; their bodies became covered with mud and rock dust. Young women wore an apron from which hung a beautiful red cloth; around their heads was wrapped a white towel. As they hammered and sorted rocks, the girls sang sweet songs that echoed all over the mountain. Girls from Semboku would sing the words:

Prosperity, prosperity, the master of the mountain
is prospering;
May the master's prosperity last forever.

The girls from Kazuno would, just as beautifully, sing the words:

Naori is found and the miners are in high spirits;
Our master is rejoicing;
I wish I could pull a golden cow or have a
servant pull one for me.

Among the young women was a maiden of extraordinary beauty named Yasu. She was 17 years old. Many young men tried to gain her attention. But Yasu was a girl of virtue and showed no interest in anything except the work she was performing. The young men, laboring among the rocks, would often think of Yasu's pretty face and sing:

She is 17 and still a bud;
She will turn 18 when the New Year comes;
She will be a delicious fruit if she blossoms;
She will be colorful leaves if she does not bloom.

One day, as fate would have it, Yasu began to yearn after a certain young man. His name was Kyutaro, and he was a leader among the young miners. He was skilled and honest, and his gallant figure made him an idol among the young women.

One evening Kyutaro went down into a valley to enjoy bathing after a long day's work. Thinking that he would be alone, he was surprised to come upon Yasu, who was combing her long, black hair while looking at herself in the reflection on the water. Kyutaro was so astounded by her

beauty that he could only stare at her. At a certain moment Yasu turned around and her eyes met Kyutaro's gaze. Yasu's face turned red with embarrassment and she hurriedly ran like a doe, splashing water as she went to hide herself in a thicket in the woods. Kyutaro, now believing that Yasu had feelings for him, felt his body grow hot; his wide chest felt as if it were filled with sweet fragrance.

It was hard to keep secret that the two were deeply in love, and soon everyone knew about it. But Yasu and Kyutaro were unable to meet because women were prohibited from visiting the miner's huts. Both men and women were also kept very busy with work, so there was little time for socializing. Fall and winter came and passed, and throughout this time neither Yasu nor Kyutaro had time to visit or see each other. Spring once again came to the North Country.

On a certain day called *mono imi no hi*, (according to the lunar calendar) when unlucky, unclean, and particularly bad things were to be especially avoided, all of the workers were rewarded with a day-off from their labors. Yasu made plans to go into the wild in order to pick edible plants called mountain vegetables. She tied a basket about her waist and left her hut to venture into the mountains. Small wagtail birds flitted about as she left. Snow lay melting in the shadows on the north side of mountain slopes, while on the south side a thin haze nestled peacefully within the folds that divided each mountain. Streaming rays of sunlight revealed the oncoming bloom of cherry blossoms.

Yasu picked and put into her basket some edible buds from the *tara* plant; to her delight she also found *udo* and *fuki* plants. Her basket filling as she walked, she soon found herself in the valley where she met Kyutaro so long ago.

The water in the river had risen due to the melting snow and was running rapidly, making a musical, burbling sound. Yasu sat down and placed her tired legs into the water and began to comb her hair. Soon

her mind was occupied with the pleasant memory of the time she had met Kyutaro. The memory was so vivid that she soon could no longer hold her emotions and resolved aloud, "I....I must tell him how I feel about him." And before she realized it her legs had taken her to the mountain where the miners lived.

A bluish tint of beech tree branches surrounded the area that had been cleared to give space for the miner's huts. In the crispness of the spring air she was met by a complete silence; no one seemed to be there. "Today is a holiday for the workers and Kyutaro may not even be here," Yasu pondered as she timidly peaked into one of the huts. Suddenly she heard an excited voice. "Yasu!" Turning around she saw Kyutaro and meekly uttered, "Oh, Kyutaro!" and rushed toward him as a frightened child would run to a parent. "Oh, Kyutaro, I have wanted so much to see you." Confessing, Kyutaro said, "I have felt the same way."

They reached for each other's hands and went into the hut. They found it hard to speak as their long-held emotions poured out. The vegetables that Yasu had picked tumbled out of her basket and rolled along the floor, giving off their fragrance from the wild. Yasu was shaking with happiness and could not stop a flow of tears.

But their happiness was short-lived. Soon, voices and heavy footsteps announced the return of the other young miners. Seeing Yasu, the miners at once displayed their anger. "You are a bad woman," they strongly declared. "You have broken the Law of the Mountain. You know that women are forbidden here. And of all days to come here, you have chosen this particular ominous day to be disobedient! The Mountain God will now surely curse us." Even Sanzo, Kyutaro's good friend, was bold enough to say with a frown, "I can't believe what you have done, Kyutaro. You are a leader, and now something awful will happen to us all!"

The jealousy felt by many other miners who were also infatuated with Yasu was unrelated to the punishment that Kyutaro received. He was

soon demoted, placed under surveillance, and confined to the mountain. Yasu, who was saddened and shocked by this turn of events, carried her grief with her as she left, all alone, the area of the men's huts on that day. And she was soon subject to cold treatment from other girls at the mine. From her superiors she received a severe reprimand, and her job was ultimately taken away. She was forced to leave her living quarters and had no choice but to return to her home village.

It was not long before prosperity declined at the mine. Mudslides triggered by long rains struck, and cave-ins buried some of the miners. The young workforce was also hit with disease and illness, its number further reduced. Following the mudslides a water of blackness oozed up from the ground, killing many trees, plants and wildlife. The bodies of those miners who were killed during this time, having been wrapped in straw-mat, lay in flooded waters in the ravines. And flocks of cawing crows flew and hopped about, as if preaching the message of a continuing ill omen.

On the day that Kyutaro learned from Sanzo that Yasu had departed from the mountain his eyes glared wildly, and he declared that he would run away in order to be with her. But Sanzo, reflecting soberly responded, "Run away? Escaping from the mountain surely means death. Are you so determined to be with her that you want to leave?" Heavy rain fell that night.

The following day the sound of clapping sticks and shell horns made it known that a search group had been organized and was out scouring the mountains in search of Kyutaro; Kyutaro had run away. Many men in the group were armed for the purpose of finalizing the intent of their search. Fire torches flickered and died in misty rain, and were endlessly re-lit. How had Kyutaro managed to escape? The search group's inability to quickly find him seemed to increase the certainty and significance of his disappearance. And Sanzo, fearing that he himself would be punished, felt guilty. Sanzo, who had been taken into Kyutaro's confidence, had betrayed him by telling his

boss of the escape plan.

Time passed. Summer came and went, and soon it was late in the fall. Yasu, since having returned home went each day and stood in the very middle of a wide road in her village, where she watched and waited, believing that Kyutaro would someday come for her. And as each day passed she fondly recalled the happy moments she had spent in the hut on that fateful day. Since it was autumn, festival season had arrived in her village. But Yasu felt no joy. Distressed, she decided to leave in search for her lover. As she walked away from her village a clear awareness struck her that the dimming sound of the festival's whistles, drums and high-pitched chants only meant that she was getting closer to the mountain where she would find Kyutaro. Memories alone motivated her in her quest. She wondered what Kyutaro might be doing.

Yasu clearly recalled the bustling sounds of the venders, and the banging and hammering on stones each day at the mine. But as she walked she no longer held bitter feelings toward those who had treated her badly. Fatigued, yet continuing, she found herself almost running when she finally approached the area of the miner's huts. She looked about her and realized that something very strange had happened.

The view of the mountain did not yield any hint of venders or miners. Where the girls had used to sort rocks her eyes beheld only autumnal weeds swaying in the light breeze. Undaunted by her inability to comprehend what had happened, Yasu waded through the weeds and continued toward the area of Kyutaro's hut.

Most of the huts standing on the naked stretch of mountain had decayed, and a nearby pit was full of thick, muddy water where a few fallen leaves were aimlessly floating. In despair Yasu found a tree to lean on while she covered her face with her hands. But suddenly she looked up, then blindly wandered from hut to hut calling Kyutaro's name. Her sad voice echoed in the quiet air.

Suddenly she heard a rustling sound, and Sanzo's face appeared from among the weeds. He was dressed like a beggar and, approaching Yasu, grabbed her by the shoulders. "You broke the Law of the Mountain. And the source for our living water dried up," he declared. "Kyutaro was killed for his violation of leaving the mountain." Yasu gasped, "Is it true? Kyutaro was killed?"

Yasu's eyes glared in disbelief as her long hair waved in a sudden rush of wind. Sanzo continued to hold her shoulders exclaiming, "Kyutaro is dead! Could you be my wife? I will go to the mountain again and dig much gold! Please! Yasu! "

But Yasu began to laugh loudly, "You are such a fool, Sanzo! Kyutaro is still alive! Look, he's there, alive!" She shook off Sanzo's hands and began walking quickly in a direction away from the desolated mining area. And while the sun began to slip behind the mountain she walked with confident, huge strides through swaying weeds. She chuckled to herself, secretively, with a dry voice. Her long hair flew madly as she walked.

Soon Yasu arrived at the top of a roaring waterfall. Climbing to the top of the highest rock she began to comb her disheveled hair. Sanzo, catching up to her, sought to approach her. But suddenly she cried out, "Kyutaro! Kyutaro! Kyutaro!" and leaped into the deep base of the waterfall.

That evening a full moon appeared on the edge of the mountain. And it is said to this day that on those nights of a beautiful moon that Yasu can be seen combing her long, black hair with the splashing waterfall behind her.

The waterfall where Yasu may be seen is called Yasu-no-Taki. And as in days of old, the sound of falling water deep in the mountains continues.

BIBLIOGRAPHY

Segawa, Takuo and Matsutani, Miyoko, ed. Akita no Minwa, Miraisha, 1958.

[エッセイ]

SIGHTSEEING

An Analysis

Randy K. Checketts

As our school embarks upon efforts to establish itself in the travel industry, it would be well to qualify that interest with an analysis of a few ideas and purposes associated with the common term "sightseeing."

Sightseeing is a term that seems to have certain implications. Certainly, few people associate it with business or with serious meanings associated with a true exchange or understanding of cultural values. This essay will attempt to define what may be called an injustice that is served upon those who may use the term *sightseeing* or the familiar term *travel* for personal and significant reasons associated with specifically educational, but not excluding humanitarian causes. Lasting, positive values gained by effort undertaken in the name of *sightseeing* are worthy of consideration as education tools.

Accompanying this essay will be my own translated rendition of a folk tale that has its roots in northern Akita Prefecture. The purpose for the tale's inclusion is to show the reader my own interest in seeking to understand a small part of culture in this area of Japan. My conscientious desire to seek-out meanings behind the symbols in culture (in this case, the story and words of a folk tale) underlines the significance that a sensitive approach to culture should have. It is my belief that this respect should be displayed at all times. Respect for culture is a value that should not change, and should

be a permanent part of how all men and women think. And whenever revision (often in the name of *improvement*) is sought when exploiting another culture, utmost care should be taken to respect what the citizens hold as *natural* and *real* to their heart, history, and environment.

Not to be ignored in any consideration of the term *sightseeing* are the motives that cause or justify interest. Motives create needs that are variously defined. Cities, states, and local organizations often express their needs in terms of friendship and cooperation that are for purposes of peace and friendship. Families and individuals define their needs in terms of selfish interests that may be associated with pleasure, business, or concerns for relatives, acquaintances or causes. However, when using the term *sightseeing* in the common vernacular it is not usual to imply meanings that are not associated with vacation travel or visiting unfamiliar places merely to see sights.

The Random House College Dictionary (1984) gives only two meanings for the term *sightseeing*. The first definition reads: "the act of visiting and seeing places and objects of interest." The second definition gives an adjective meaning that reads "seeing, showing, or used for visiting sights: a *sightseeing bus*." Although these two definitions are the only ones given, they probably suffice for the more general or common applications of the term; that is, how the term is most often used and understood in daily language. Deeper and other important meanings must be coaxed from these narrow definitions. But let us take a close look at the words that the dictionary uses in its explanation.

The first definition uses two verbs, *visit* and *see*. Twelve definitions for *visit* may be found in this same dictionary, none of which suggest permanence. Two of the definitions use the word "stay," but add "as a guest." In common use, a *visit* by some person is always assumed to be followed by the "return" of that visitor to the place where he or she may

have come from.

The verb *see* is found to have twenty-eight meanings, most of which have no relation to *sightseeing* at all. The closest in meaning (to what we have so far discussed) is, “to view, visit or attend as a spectator,” or to “receive as a visitor.” These definitions also stress non-permanent, non-lasting states or conditions.

Both of the verbs, therefore, give the impression that *sightseeing* is not necessarily intended to be associated with lasting, necessary, or permanent values.

The object of the interest, being that which is sought by the viewer or visitor, is stated as being (in the *sightseeing* definition above) either a "place" or an “object,” suggesting that not only does the term *sightseeing* give an image of non-permanence, but given a strict interpretation, does not necessarily imply inter-personal, lasting relationships either. One meaning thus easily conveyed is that the object of *sightseeing* is inanimate and impersonal. Of course this interpretation is not always the case, but allows us to justify the following questions. Does the definition purvey a meaning that is not (especially to the visitor) necessarily self- or pleasure-directed? One can argue no, it does not. Next question: Does the definition purvey a meaning that is positive in the sense that learning or growth is necessarily expected or intended to take place? Again, the answer is no. The point is, given the dictionary definition, only ideas associated with *time-off*, *relaxation*, and *pleasure* are accepted as a normal understanding when the term *sightseeing* is heard, used, or otherwise considered.

An important question here is whether or not the net gain from a *sightseeing* visit should be understood by *visitor*, *visited*, (and *users/writers of dictionaries*) as one where **both** sides of the *visit* equation are **expected** to benefit in meaningful ways. In the case of inanimate objects, of course, the question of benefit takes on special meaning. But with animate (specifically human) objects it is important to realize that when *sightseeing* takes place

those innate qualities that define the characters of both “visitor” and “visited” probably remain by and large preserved throughout and following the *visit*. That is, both sides maintain their individual identities, keeping their individual “selves” with many or most of its cultural expectations and understandings preserved and mostly intact. It can be argued that not much meaningful sharing actually takes place, or is expected to take place, when one goes *sightseeing*. The dictionary terms used to define *sightseeing* certainly reinforce this argument.

Keeping in mind the issue of whether or not the dictionary definition purveys a positive, educational meaning we can catch a glimpse of another matter that can be addressed. If innate qualities do not undergo significant change, as stated above, how important should the preservation of that identity value be considered? We should further ask if the preservation value is desirable or not. These are questions of an existential nature that are hardly addressed in the dictionary's definition.

Another way to consider this is to ask whether it is moral to expect change to occur when given a definition of self/cultural identity. Aside from the truth that language and understanding are always evolving, shouldn't we in the *sightseeing* industry try to place more emphasis on meaningful exchanges that focus on sensitivity to the importance of how and why values should change?

To be sure, a degree of any innate quality is lost on both sides (again, with specifically human subjects/objects) when any act or recurrence of meeting occurs; both sides lose a degree of self, if only temporarily. But is there any reason to think that the loss of any degree of this quality is a bad thing? Indeed, should such a loss necessarily be considered a bad thing? In an extreme case a culture or custom may cease to exist entirely from too much loss of those innate qualities that define its existence, aside from however unique they may be. Is such a loss bad? Is the loss good? It is interesting to see someone pay lip-service attention to the value of a culture only until that

person can leave it and return to their own. Such people may talk about or work to change the visited culture so that it will someday come in line with their own or some other idealized way of thinking. Of course some travelers may soon forget what they were exposed to in a foreign culture, as they rush to plan their next sightseeing *vacation*.

Two illustrations can explain this. In one a visitor visits a sight (animate or inanimate) and takes it into his/her eyes. Pictures may be taken, goods may be purchased. But in some way representations of what was impressed on the viewer are preserved. To the viewer there may be no future or other meaning beyond the collected representation; there may be no practical or lasting value beyond the impression's mere uniqueness. If the representation is an article or good that the visitor has purchased, there is an economic consideration that may be significant; but the actual meaning or value (as just explained) may be the same. When the visit in this case ends, values return to the state that existed before the two (visitor and visited) were brought together. When this happens the *visitor* simply goes away with an impression or memory; *visited* goes back to making whatever was sold, or at least continues to live in order to preserve what it was that the visitor came to see. Most sightseeing vacations exist on this level (although it may be the case that the *visited* party may be seeking escape from his/her living situation).

Another example has the visitor taking with him/her a package of "homegrown certainties" (i.e. objects/ideals that the person may or may not believe have value) for the purpose of give-and-take. Here, values are respected (on the surface), shared, and even exchanged/changed to the satisfaction (merely monetary?) of both parties. The degree of change allowable by custom or law may become a problem, but in an ideal situation both interacting parties gain respect and perhaps love for each other through their process of acquaintance. Although equal values of satisfaction may never be fully attained (let alone fully explained or understood), the

exchange is considered welcome. In the event of sacrifice or loss on either or both sides, the amount of sacrifice made involves patience and perseverance, which are both admirable qualities. And both sides realize that all of this is part of the price for a mutual relationship. Of course, there may be idealistic expectations held privately toward cherished values that may be controlling the whole process. Regarding cherished values, it can be argued that both sides will ultimately clash at some point as exchanges will invariably lead to (too much of) a loss, and become a threat to long-held ways of thinking. Much love and tolerance is necessary when either actively seeking to change another's values, or enduring the loss of one's own.

When considering the above we should ask not only what happens when exchanges lead to a loss of value that may ultimately lead to terrorist activity or war (as witnessed daily in the world today), but how important the issue of protecting innate qualities should be. The loss of one's social or cultural identity is a serious matter. The issue that must ultimately be addressed is whether there are universal, moral terms that define and justify qualities called intrinsic (individual or social) values that must, at all times, be respected. To say that there are is to qualify distinctions of *good* and *bad* to values that may not be accepted as proper in terms of either their uniqueness or their utility in meeting what some societies perceive as its own (or in the case of individuals, his/her) needs. And at this level we clearly see the roots for prejudice and social unrest.

All of the above is intended as an analysis of a few words and ideas used to define something that on one level addresses what we think of in terms of traveling, relaxing or having fun, while on another level addresses issues that are of importance in having and maintaining social and self identities. A sensitivity and understanding of the identity we hold of ourselves and the perception we have of others is required when seeking non-aggressive relations with other parties. Such relationships include nation-states as well as schools involved in exchange programs. But whatever the level,

relationships involve serious ethical concerns.

Interestingly, one international airline has printed on the front of its ticket holder the words “See how the other hemisphere lives.”¹ Using the exact same verb (*see*) as the one used in the (above) dictionary’s first definition on *sightseeing*, much more is implied in this slogan challenge. Referring again to the dictionary, we note that one of the definitions of *see* is “to ascertain, learn, or find out.” *Seeing*, therefore, involves not only seeing with one’s eyes what might be found in a land or culture (common meaning), but truly trying to take in to one’s understanding what might be found there. The act is one motivated by an *impulse* to *learn*, which is a main ingredient in education. And here we see a very important aspect and opportunity when using the terms *sightseeing* or *travel*. Sincerity associated with an endeavor to learn has a very deep importance that lies beyond what the eyes may merely see.

On the level of cultural travel and exchange as implied by the above airline’s challenge we might ask what it means to *truly* understand something outside of one’s own value system. Indeed, one side or party may never be able to do enough to satisfy the other. The expectations on both sides may create trouble that is not easily resolved. A couple of simple examples will illustrate this.

Once there was a church leader who came from America to visit Japan. His purpose was to visit buildings being used by his church and to see how missionaries were living under local conditions. At one building (a large, residential structure) which the church had rented for its own use as a chapel (and where the missionaries also lived), this leader refused to take off his shoes when he entered the building to walk on the tatami-mat floor. The man had lived in Japan before and certainly was aware of his offensive behavior; those whom he was visiting had removed their shoes. In this leader’s mind he undoubtedly felt that he was not in a foreign country where foreign values had any meaning; rather, he was in his church, where

his own home church values should be obeyed. There was no effect of this man's arrogant attitude on those who knew he was lacking in cultural common sense. But on the young minds of both expatriate missionaries (who had been taught to respect the customs of their host country) and those native Japanese missionaries who were seeing their customs being desecrated, damage was done.

Another example: A personal Japanese friend of mine (citizen living in Japan) once carried instant ramen noodles in his suitcase so that he would have something good to eat when he visited Los Angeles for a doctors convention. This example may be extreme but illustrates how much a person can actually plan on preserving a determined state of mind; that is, planning to maintain a part of the self that one is afraid to lose or perhaps not be willing to give up. And all of this in the name of protecting one's inner self and not adapting to or adopting any custom that is unfamiliar. Let's analyze this.

Whether on business or vacation all travelers carry with them those items they deem necessary to protect themselves for the needs that will or may arise while they are away from their normal comfort zones or "homes;" few people are foolish enough to travel with only what they carry in their pockets. And although people variously feel out-of-place or "at home" when they visit areas they are not familiar with, they nevertheless travel within a protective space (knowing they can meet their basic needs) that gives them peace of mind as they go about fulfilling their purpose. If comfort items are not at hand when needs arise, they may feel unprotected or insecure; but they will automatically seek to satisfy basic, self-defined needs in whatever way they can. When living in a foreign country they learn to adapt and adopt in order to get along, and may even change their character when they learn that values are not always absolute. This is an important lesson that schools should be equipped to teach.

Schools with cultural exchange programs provide an opportunity to

sincerely educate students to open their minds to ways of thinking that are other than what their own cultures teach. Important lessons lie beyond the veil of a provincial understanding.

In the name of *sightseeing* many opportunities may be provided to those who want to learn. My wife and I often take long walks in the mountains of Akita Prefecture. We visit sights of natural beauty and are fascinated when we learn of folk tales or stories associated with a place that we visit. Attached is a translated story about a waterfall. I feel that I have gained an understanding and respect for certain values found in the story. As with any folklore story from the past however, many questions may be asked. Through this story a door is opened for an intelligent inquiry into the culture of a small part of Japan.

My thanks to my wife, Akiko, for her help with my reading and understanding of the following short story.²

1 The 2006 ticket holder of Delta Airlines contains this message.

2 Segawa, Takuo and Matsutani, Miyoko, ed., "Yasu Waterfall," originally told by Shibata, Takashi, Akita no Minwa (Miraisha, 1958) 117.

〔観光紹介〕

平成19年度秋田県観光施策の概要

秋田県産業経済労働部観光課

1. はじめに

観光は交通・運輸から宿泊・流通・販売等、極めて裾野が広く、地域経済への波及効果大きい産業といわれている。これらを担う民間事業者や団体が観光振興の主役であり、県行政としては、「やる気」のある地域・民間をサポートする施策を展開している。

一方、県全体のイメージアップ、他県との連携や海外からの誘客など、地域を越えた広域的な観光振興に係るものについては、県としても担うべき施策であり、2007（平成19）年度は、以下に掲げる4つの柱を中心に、県全体の観光振興を図っている。

2. 地域の素材を活かした秋田ならではの旅の提案

本県は、豊かな自然や食文化、伝統行事等、観光素材が豊富であることから、これらを活用した秋田ならではの旅を提案していくことが重要である。このため、地域が主体的に取り組む旅行商品等の開発に対して、2,000千円を上限として補助している。また、効率的、効果的に本県の認知度を高めるため、県内各地域の企画コンペにより今年度の秋田県観光の「顔」となる地域を選定し、その地域の特色ある旅行商品を核に、集中的なPRを行っている。さらに、各種メディアを組み合わせた複合的な観光宣伝や首都圏の旅行事業者と県内各地域の観光関係者が直接、情報交換や商談を行う交流会を実施する。

また、本県の特徴の一つでもあり課題でもある冬の観光振興を図るため、「秋田型ホワイトツーリズム」として、豊富な温泉など、秋田の冬の魅力のPRを積極的に推進することとしている。

3. 観光客にやさしい受入態勢の充実強化

経済効果の大きい滞在型観光の推進やリピーターの増加、海外からの誘客を促進するためには、訪れる観光客の立場に立った受け入れ態勢を整備していく必要がある。そのため、インターネット等即時性のある情報発信の強化に努めるとともに、海外誘客のための基本ツールとなる韓国語、中国語、英語による観光ガイドブック等の作成、海外での情報収集や海外のマスコミ取材への協力等、多彩な事業を展開している。

4. 多様なニーズに対応したきめ細かな情報発信

観光客の観光行動の多様化や広域化等に的確に対応するためには、北東北をはじめとした他県との連携によるきめ細かな誘客宣伝活動が必要となる。特に、今年、北東北三県が「北東北デスティネーションキャンペーン」として広域的で多様な情報発信を7月から9月までの3ヶ月間、集中的に行い、首都圏を初めとした県外地域からの一層の誘客を推進する。

また、秋田わか杉国体等を契機に本県を訪れる県外客に対して、観光PRブースの設置や、観光パンフレットの配布といった観光PR、民間団体等と協力して行うホスピタリティの向上事業等を実施し、リピーターの確保や口コミ宣伝等による今後の誘客を促進することとしている。

5. ターゲットを絞った外国人観光客の誘致

海外からの誘客を効果的に推進するためには、これまで一定の実績があり、また、ある程度の伸びが期待できる地域等にターゲットを絞って、戦略的に進めていくことも必要である。そのため、本県においては、唯一の国際定期航路である「秋田・ソウル国際定期便」を活用し、青少年・文化・スポーツなど民間団体による韓国との相互交流活動や修学旅行等に対し、1団体1,000千円を限度に助成を行っている。また、韓国内での商談会等の実施、韓国の旅行会社の旅行商品造成への助成、更には観光パンフレットの作成やマスコミを活用したPRなどにより、韓国への県内観光地等の売り込みを強化するとともに、日本人向けソウル便旅行商品への広告助成を行うなど、定期便利用の促進を図っている。

さらに、本県にとって主要ターゲットの一つである台湾からの観光客誘致を強化するために、インターネット等の各種媒体を利用した宣伝広告を展開し、台湾での本県の認知度を高めるほか、観光パンフレット等宣伝ツールの整備、現地での観光PRイベントの開催、台湾の旅行会社等を対象とした説明会の実施など、多様できめ細かい事業展開により、本県への旅行意欲を喚起することとしている。

〔観光紹介〕

男鹿市観光の紹介と課題

男鹿市産業建設部観光課

1. 男鹿市の地勢

はじめに男鹿市の地勢、観光について紹介する。

秋田県臨海部のほぼ中央、日本海に突き出た男鹿半島の大部分を占める本市は、北側に三種町、東側に大潟村、南東側に潟上市と接している。

男鹿半島は、米代川と雄物川の運搬土砂の堆積によってできた砂洲で本陸と結ばれた陸繋島で、西部は山岳地形、その周囲は海岸段丘となっている。

青い海と緑の山々、そして深淵な湖と変化に富んだ美しい自然景観は、1973（昭和48）年に男鹿国定公園の指定を受けている。気候は、冬季に日本海からの季節風が吹き付ける積雪寒冷地であるが、内陸部よりは降雪が少ない地域となっている。



写真1 八望台より望む二ノ目潟と戸賀湾

日本海の荒波にもまれた海岸線はいたる所で地層や岩石が露出、奇岩・怪石の連なる海岸線は東北の海岸では最も雄大なスケールを見せている。

このような豪快な景観をはじめ、史跡、行事、伝説そして温泉など、観光資源に恵まれ、年間約200万人の観光客が本市を訪れている。

男鹿半島は、三方を海に囲まれており、その為、磯釣り、海水浴、キャンプをする人で賑わっている。また、新鮮な海の幸にも恵まれ、ハタハタを材料にしたしょっつる鍋、鯛料理をはじめ、各種魚貝類料理、特に石焼き料理は、男鹿ならではの料理として有名である。

2. 男鹿市の観光資源

本市の観光資源を大きく分けると3つになる。

(1) 自然資源

半島という特殊性から、海岸、山岳と対照的に二極化されている。

① ダイナミックな海岸景観

- ・ゴジラ岩、大棧橋、帆掛島、カンカネ洞等の他、大地と海と空が交差する入道崎。
- ・日本の渚100選に選ばれた鶴ノ崎海岸。

② 山岳

- ・大半芝生で覆われた標高355mの寒風山。



写真2 ゴジラ岩

- ・山岳信仰の山、貴重な高山植物が観られる山、真山（標高567m）・本山（標高715m）。

③ 湖沼

- ・世界でも珍しいといわれているマール湖、一ノ目潟、二ノ目潟、三ノ目潟。
 - ・ドーナツ状をした岩の真ん中から水が落ちる大瀑。
- その他、いたる所で夕陽が見られる。

(2) 観光関連施設

- ・なまはげ館・真山伝承館…なまはげの歴史を知り、なまはげ習俗が体感できる。
 - ・なまはげ立像…巨大ななまはげが温かく迎えてくれる。
 - ・男鹿水族館…「男鹿の海」の魚類の生息状況を再現した大水槽や世界の珍しい魚達に会える。シロクマ「豪太」にも会える。
 - ・赤神社五社堂…天正末期のものとされ、国重要文化財。
 - ・寒風山回転展望台、入道埼灯台…壮大な景観、日本海等が眺望できる。
 - ・男鹿温泉郷ホテル、旅館、民宿等…温泉の温かさに包まれ、とびきり新鮮な山海の幸が味わえる。
 - ・戸賀湾、宮沢海水浴場、五里合海水浴場…砂浜で水質も大変きれいである。
- この他にも、オートキャンプ場やレジャー施設等がある。

(3) 祭り、伝統行事等

- ・なまはげ柴灯まつり…幻想的で勇壮な冬まつりである。毎年2月第2金、土、日曜日に行われる。
 - ・男鹿日本海花火…海上で花を咲かせる海上スターマインは水面を伝わる波動がダイナミックに響く。毎年8月14日に行われる。
 - ・寒風山まつり…仮装踊りや子供向けの参加型イベントがたくさんある。秋の一日を家族で楽しめるお祭りである。毎年9月下旬に行われる。
 - ・統人行事…牛乗りと蜘蛛舞が行われる奇祭であり、毎年7月7日に行われる。
 - ・鯛まつり…旬の味覚、魚の王様「鯛」を存分に味わえる食の祭典である。毎年5月15日～6月30日まで行われる。
- この他にも、季節ごとに色々な祭りやイベントがある。

3. 男鹿市の観光行政の現状と課題

次に観光行政の現状と課題について述べる。

先に紹介したように本市は、海と山、湖そして温泉等自然景観に恵まれ、文化財やなまはげなど観光資源が多くあり、秋田県における中核的観光地としてだけでなく、東北地域においても主要な観光地となっている。

観光客数は、2004（平成16）年の男鹿水族館のリニューアルオープンにとともない一時的に増加したものの、その後減少傾向にあり、また、2005（平成17）年の宿泊率は9.3%と低く、通過型の観光地となっているほか、冬期間の観光客においても厳しい状況にある。（第1表）。

このことから、観光イベントの充実、温泉郷の整備、体験型観光や教育旅行の誘致などにより、滞在型観光を促進して宿泊観光客の増加に努める必要がある。また、国際観光を視野に入れた案内標識の設置、地場産品を利用した食の提供、ホスピタリティの向上などにより、受入れ体制の強化を図るとともに、周辺地域との観光ネットワークの形成や冬期間でなければ味わえない観光資源の掘り起こしを進めるとともに、誘客宣伝活動を一層強化し、さらなる誘客を図る必要がある。（第2表）。

さらに、観光地としての特色を出すため農林水産業などの関連産業と連携し、地域資源と結びついた観光を推進し、地域経済の発展を促すことが必要であると考えている。

第1表 男鹿市の観光客数の推移

（単位：千人）

年	2001	2002	2003	2004	2005	2006
宿 泊	283	267	279	259	225	221
日 帰 り	2,118	1,968	1,921	2,430	2,191	2,113

資料：男鹿市

第2表 誘客のための施策

①観光拠点の整備

- ・男鹿温泉郷環境整備事業
- ・観光拠点環境整備事業
- ・なまはげの里づくり事業
- ・観光案内機能施設整備事業

②観光宣伝・受入れ体制の強化

- ・観光宣伝活動の推進
- ・国際観光振興の推進
- ・広域観光ネットワークの強化と観光ルートの作成
- ・食とホスピタリティの向上対策

③観光関連産業の振興

- ・観光関連産業との連携強化
- ・体験型観光、教育旅行の誘致

④各種イベント（平成19年度）

- ・鯛まつり 5 / 15～6 / 30
- ・宮沢海岸 夕陽フェスティバル 7 / 28
- ・寒風山まつり 9 / 23・24
- ・秋田船方節全国大会 11 / 17・18
- ・なまはげ柴灯まつり 2 / 8～10

〔観光紹介〕

観光産業を活かした北東北の交流拠点都市をめざして

仙北市産業観光部観光課

仙北市は、重要伝統的建造物群保存地区に指定されている武家屋敷や国指定名勝の鈴木内川堤のサクラ、日本一の水深を誇る田沢湖、玉川、乳頭等の温泉郷、ミズバショウやカタクリの群生地など多くの観光地のほか、角館の飾山ばやしや紙風船上げなどのお祭り、イベント、特産品では樺細工、西明寺栗など、豊富な観光資源と恵まれた自然景観や歴史・文化などにより、年間600万人の観光客が訪れる、東北でも有数の観光地として知られている。

最近では、都会の人たちを対象とした農業や林業の体験型ツアーの実施、農業体験や歴史文化を学ぶ学習旅行の受け入れ、あるいはトレッキングや山菜取りなどを組み合わせた体験ツアーが盛んになってきている。農家民宿も多く、県内ではグリーンツーリズムの先進的な地域として評価されている。このほか、旅館・ホテル、飲食店での地場農産物の提供や農産物直売所の開設等、観光産業と他産業の連携の芽が着実に生まれつつある。

また、2007（平成19）年5月にはノースアジア大学と「観光に関する連携協定」を締結し、同大の観光に関する調査・研究を市の観光振興施策に活かしていくという方向を示し、特に外国人の誘客に関し、外国人教員や学生の協力を得て国際観光の振興に力を入れていきたいと考えている。

ご承知のとおり仙北市は2005（平成17）年9月角館町、田沢湖町、西木村3町村の合併により誕生した。2006（平成18）年、市の将来像やまちづくりを進めるための指針となる「仙北市総合計画」を策定したが、この中で、10年後の市の将来像を「観光産業を活かした北東北の交流拠点都市」と定め、この実現をめざすための重点プロジェクトの一つとして現在600万人の交流人口を10年

後には1,000万人にするための「テンミリオン計画プロジェクト」、また、観光産業と他産業の連携を強化し産業全般の振興を図るための「産業連携プロジェクト」を立ち上げるなど、観光を本市発展のための重要なキーポイントとし、今まで以上に力を入れることとしている。

交流人口1,000万人の数値目標をクリアし、将来像を現実のものとするためには、既存の観光資源の活用のほか、埋もれている観光資源の掘り起こしや新たな観光メニューの創設等により、行政のみならず、市民、団体等が知恵を出し合い、創意工夫により今まで以上に観光客の誘致を強力に推進する必要がある。

この観光振興のための具体的な施策や方向を示す「仙北市観光振興計画」を2007（平成19）年度に策定することとしており、計画では、観光産業を農林業、商工業とともに重要な産業として位置づけ、観光産業の振興を図るとともに、観光産業と他産業との連携により、市民全体が豊かになる「観光で潤うまち」、そして、訪れる観光客には、一年を通して観光客を迎え入れることができ、何度でも訪れたい、ほかの人にも勧めたいという思いにさせる「いつ出かけても、何かある観光のまち」をめざしている。

1. 仙北市の現況

（1）自然・地理的条件

仙北市は秋田県の東部中央に位置し、岩手県と隣接している。また、ほぼ中央に水深日本一の田沢湖が位置し、東に秋田駒ヶ岳、北に八幡平、南の仙北平野へと開けている。市の約8割が森林地帯で、奥羽山脈から流れる河川は、仙北地域の水源となっている。

気候は、冬季には市内全域で平均気温が氷点下を下回る厳しい寒さであり、市の南北間では気温、降水量ともに差がある。

総面積は1,093.64km²で、うち田沢湖地区が672.06km²、角館地区が156.63km²、西木地区が264.95km²となっており、秋田県全体の9.4%を占めている。

(2) 沿革

①田沢湖地区

1889（明治22）年の市制・町村制の施行により、生保内村、田沢村、神代村が生まれた。

1940（昭和15）年、電源開発と農地開拓のため玉川の強酸性水を田沢湖へ導入、田沢湖の固有魚とされるクニマスなどの魚が死滅したが、現在は酸性水の中和処理事業により、魚影が見られるようになっている。

1956（昭和31）年9月、生保内町（1953（昭和28）年町制施行）、田沢村、神代村の3町村が合併して「田沢湖町」が誕生している。



写真1 田沢湖とたつこ像

②角館地区

1889（明治22）年の市制・町村制の施行により、角館町、中川村、雲沢村、白岩村が生まれ、1955（昭和30）年3月に4町村が合併して「角館町」が誕生している。

角館町は城下町として発展してきた。関ヶ原の戦いの後、芦名氏が佐竹氏より1万5千石を与えられ入部し、その後、佐竹北家の所領として幕藩体制の終わる明治まで11代2百年余り続いている。

③西木地区

1889（明治22）年の市制・町村制の施行により、西明寺村と桧木内村が生まれ、1956（昭和31）年9月この2村が合併して「西木村」が誕生している。

江戸時代に入り桧木内地域から阿仁地域にかけて、多くの鉱山で銅などが採掘された。上桧木内地域に伝わる小正月の伝統行事「紙風船上げ」は、1773（安永2）年、当時の秋田藩から鉱山指導に招かれた平賀源内が伝えたものといわれている。

（3）人口

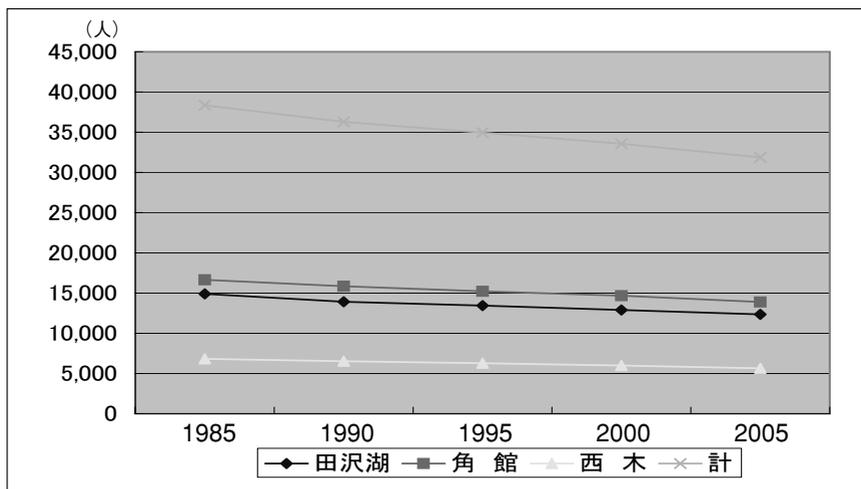
本市の人口は、1980（昭和55）年には39,098人であったが、2005（平成17）年には31,868人に減少している。最近5年間の動態をみると、社会動態・自然動態ともに減少しており少子化の進行に加えて、転出超過が今後ますます人口の減少につながる事が懸念される。



写真2 武家屋敷と桜

図表 1 仙北市の人口推移

地区／年	1985	1990	1995	2000	2005
田沢湖	14,891	13,920	13,447	12,899	12,343
角館	16,644	15,846	15,224	14,676	13,884
西木	6,813	6,531	6,274	5,990	5,641
計	38,348	36,297	34,945	33,565	31,868



資料：国勢調査

2. 仙北市の観光の現状と課題

(1) 仙北市の観光の現状

仙北市は、日本一の深さを誇る田沢湖、西木地区のカタクリ群生地、みちのくの小京都と呼ばれる角館地区の武家屋敷と桜並木、全国的にも有名な玉川・乳頭温泉郷、自然景観や歴史・文化などすばらしい資源に恵まれている。

角館地区の飾山ばやしをはじめ、西木地区の紙風船上げなどの伝統行事も広く知られており、観光客増加の要因になっている。特産品としては角館地区の樺細工、西木地区の西明寺栗などが有名である。

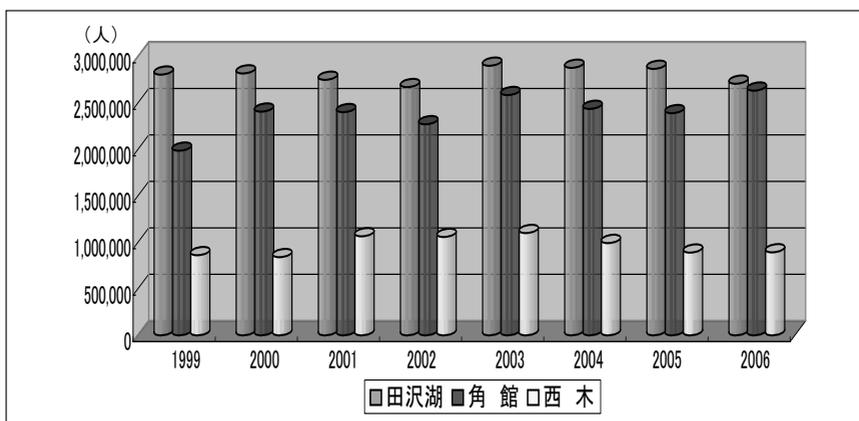
グリーンツーリズムの取り組みも早くから行われており、田沢湖地区や西木地区の農家民宿は県内の先進的な役割を果たしている。

地域内の連携した取り組みとしては、春の花見シーズンに運行され、地域を周回する「あきた花紀行バス」があり、利用客には大変好評である。NPO法人観光商業研究会きたうらや角館地区のフィルムコミッションなどの活動も脚光を浴びている。

今後、豊富な観光資源の魅力アップと地域一体となった観光の振興により、一層の地域活性化が期待できる。

図表 2 地区別観光客数の推移

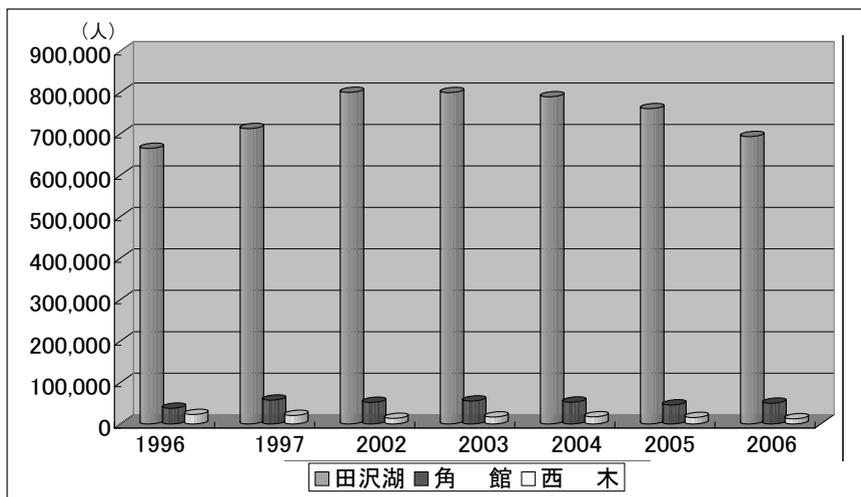
地区／年	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
田沢湖	2,805,216	2,818,331	2,749,812	2,670,661	2,900,716	2,878,368	2,867,146	2,707,184
角 館	1,986,500	2,407,499	2,402,066	2,271,733	2,585,000	2,436,623	2,390,062	2,632,379
西 木	862,563	841,043	1,065,193	1,058,112	1,100,800	993,219	889,603	892,722
計	5,654,279	6,066,873	6,217,071	6,000,506	6,586,516	6,308,210	6,146,811	6,232,285



資料：仙北市

図表 3 地区別宿泊観光客数

地区／年	1996	1997	2002	2003	2004	2005	2006	1日あたり 宿泊収容人数
田沢湖	664,866	712,708	800,021	799,496	789,405	760,723	693,481	7,400
角 館	38,000	57,518	52,164	55,467	52,742	45,877	50,180	550
西 木	23,000	20,572	13,548	16,867	17,354	15,670	12,532	310
計	725,866	790,798	865,733	871,830	859,501	822,270	756,193	8,260



資料：仙北市

(2) 仙北市の観光の課題

①情報発信・PRの推進

観光の課題として、情報不足やPR不足など情報発信面での課題がもっとも多く上げられているが、インパクトのあるPR活動やターゲットを絞った情報発信、春夏秋冬をはっきりさせたPR、首都圏での知名度を上げるPR、ダイレクトメールやメディアを活用したPRが必要である。

②地域の特性を活かした観光商品づくりと滞在型観光の推進

観光客数は若干ではあるものの、増加傾向を示しているが、宿泊者数は横ばい若しくは減少傾向で、日帰り・通過型の観光になってきており、観光客の入り込みは春が最も多く、冬が極端に少ない状況にある。

こうしたことから、自然や歴史、郷土芸能などを活用した誘客促進とともに、地元の食材や地場産品を活用した特産品の開発、体験型観光の推進など通年観光の推進に努める必要がある。

③受入態勢の充実

観光客の受け入れ態勢については、接客・サービスの改善や地域関係者

の連携、もてなしの意識の高揚を求める声が強く、これまで以上にお客様に対する温かいおもてなし、迎え入れの気持ちを大切にする意識の向上が必要である。

④交通情報、案内の充実

本市へのアクセスは秋田新幹線の開業によって改善されたが、秋田空港や秋田駅から本市観光地までの旅行者への交通情報の提供等の案内システムが不十分であるといった意見が多く聞かれている。

こうした課題に対処するため、関係事業者との連携を密にし、観光客の目線に立った案内システムの整備が必要である。

⑤広域観光の推進

本市の観光地だけではなく、同時に他の市町村の観光地を巡る観光客が増加している中、これら観光客のニーズに対応するためにも県北や男鹿、横手など他の観光地とのネットワークを形成し、周遊型観光を推進する必要がある。

⑥国際観光の推進

本市は秋田県を代表する観光地としてブランド化されており、外国人観光客も年々増加傾向にある。しかし、外国人観光客に対する案内機能や施設の受け入れ態勢は必ずしも十分ではない。このため、外国人向けのパンフレットや案内標識の充実、通訳ガイドの養成など、受入態勢を整える必要がある。

(3) 他の地域に誇れる点と問題点（課題のまとめ）

①他の地域に誇れる主な点

- ・自然景観がすばらしい。
- ・観光資源が豊富である。特に風景、食、人が魅力的である。
- ・接客態度や方言にあたたかみを感じられる。

②当地域の主な問題点

- ・他県と比較し情報発信やPRが不足している。
- ・通過型の観光になっている。
- ・受け入れ態勢が若干不備である。
- ・冬期間の観光客が少ない。
- ・おみやげや、特産品が少ない。

これらの課題について、観光に携わる方々が連携して協働の取り組みを行い、自然のすばらしさや豊富な観光資源など、本市が持っている特性を活かし、何回も来てもらえるリピーターを増やすなど、さらに多くの観光客が訪れる観光地づくりを進める必要がある。

(4)「観光産業を活かした北東北の交流拠点都市」をめざして

本市は、歴史や文化、自然など共通した土地基盤、生活基盤を持ち田沢湖や奥羽山脈に連なる山々、温泉郷、武家屋敷、伝統芸能など豊富な観光資源を有しており、旅行者が本市を訪れてから帰るまでの全行程を通じて、切れ目のないサービスや旅行商品を提供できる魅力ある観光地である。

今後、さらに魅力ある観光地として他の観光地と差別化を図っていくためには、それぞれの観光スポットや施設、観光商品の個性を一層磨き上げ、それらを多くの人々にアピールするとともに、本市を訪れる多くの人々との交流を深めることが重要と考えられる。

また、国では訪日外国人旅行者数を大幅に増やすことを目標とし、ビジット・ジャパンキャンペーンを実施しているが、本市においても国の政策と一体となって積極的に外国人旅行者を受け入れ、日本だけではなく、世界に知られる観光地をめざしていく方向である。

また、本市は四季を通じて訪れる人々を心豊かにする魅力的なところであり、ここに住む人々が脈々と築いてきた「ここでなければならない」「ここにしかない」固有の歴史と文化が根付いている。

こうした本市の特性を活かし、この地域に住む人たちの一人ひとりの心がけでゴミのないまちづくりや清潔なトイレの整備など旅行者にやさしい観光地づくりを進めていく所存である。

(5) テン・ミリオン計画（観光客目標）

本市は、既に秋田県内では有数の観光地として評価が定着しているが、今後、秋田県での地位をさらに確固たるものにするため、観光客数を現在の600万人から、10年後に1,000万人に増やし「いつ出かけても、何かある」1,000万観光都市を目指している。

目標の達成に当たっては、2007（平成19）年の「秋田わか杉国体」を視野に入れ、県外客や外国人旅行者をターゲットにした誘客宣伝活動を積極的に展開し、各種情報媒体を活用した効果的な観光情報の発信をする。

表1 年次別目標観光客数

（伸び率 単位：％、観光客数 単位：千人）

年	2005	2006	2007	2009	2011	2013	2015
観光客数	6,147	6,200	9,200	9,650	9,770	9,900	10,000
想定指数	100	101	150	157	159	161	163

想定指数：2005年を100とした場合、目標とする伸び率の指数

資料：仙北市

(6) その他参考資料 [地域別施設等の観光客数の推移]

表2 自然公園

（単位：千人）

公園名 / 年	2001	2002	2003	2004	2005	2006
田沢湖・抱返り 県立自然公園	田沢湖	510	495	552	465	444
	西木	829	812	814	704	600
	計	1,339	1,307	1,366	1,169	1,044
田沢湖高原	686	669	740	739	675	631
抱返り溪谷	250	177	234	176	170	152
合計	2,275	2,153	2,340	2,084	1,919	1,827

資料：仙北市

表3 主な行祭事

(単位：千人)

地区/年	行祭事名	2001	2002	2003	2004	2005	2006
田沢湖	抱返り紅葉祭り	98	95	110	99	190	152
	田沢湖高原雪まつり	19	22	25	26	27	24
	たざわ湖まつり	20	20	18	22	21	12
	田沢湖マラソン	8	9	9	9	9	10
	生保内公園つつじ祭り	11	8	9	10	10	10
角館	桜まつり	1,120	1,011	1,334	1,331	1,408	1,567
	角館のお祭り	350	400	335	243	202	285
	火振りかまくら	20	20	18	17	17	8
	角館送り盆行事	6	5	8	7	8	8
西木	紙風船上げ	10	12	10	12	8	8
	戸沢氏祭	—	—	10	5	8	9

資料：仙北市

表4 主な観光施設

(単位：人)

地区/年	施設名	2001	2002	2003	2004	2005	2006
田沢湖	田沢湖ハートハーブ	80,693	164,938	174,465	163,641	143,803	118,707
	芸術村ミュージカル	64,603	63,930	52,423	63,032	58,979	55,339
	田沢湖遊覧船	35,780	33,006	36,035	29,400	29,008	28,891
	田沢湖金色大観音	16,782	18,028	13,102	14,660	10,367	6,268
角館	武家屋敷	563,585	574,241	572,788	582,457	529,529	559,927
	樺細工伝承館	113,365	104,385	97,677	87,393	68,738	74,932
	平福記念美術館	27,943	22,746	23,240	20,448	18,006	17,485
西木	むらっこ物産館	56,602	66,983	118,572	131,475	134,996	137,023
	カタクリの郷	30,000	29,000	31,130	36,549	30,142	32,594

資料：仙北市

表5 主な温泉施設

(単位：人)

地区/年	温泉地名	2001	2002	2003	2004	2005	2006
田沢湖	玉川温泉・新鶴ノ湯	397,659	333,080	391,658	448,673	453,888	415,421
	温泉ゆぼぼ・夏瀬温泉	119,953	116,027	105,583	115,470	120,626	118,998
角館	花葉館	118,349	111,854	107,113	104,974	96,862	98,610
西木	クリオソ	109,709	98,036	82,358	80,087	66,387	68,860

資料：仙北市

表6 スキー場利用者数

(単位：人)

地区/年	スキー場名	2000年11月 ～2001年3月	2001年11月 ～2002年3月	2002年11月 ～2003年3月	2003年11月 ～2004年3月	2004年11月 ～2005年3月	2005年11月 ～2006年3月
田沢湖	田沢湖高原アッスル	26,131	26,997	23,242	20,322	17,626	9,224
	県営田沢湖	153,289	132,772	136,797	133,488	120,752	112,033

資料：仙北市

〔報 告〕

JETRO2007日韓中産業交流会への参加

上 村 康 之

本学は、2007年6月13日から16日までの4日間、韓国で開催されたJETRO（日本貿易振興機構）による2007日韓中産業交流会に参加した。以下はその報告である。

この産業交流会は、展示会、シンポジウム、各種セミナーから構成される総合的なビジネス・イベントであり、JETROが日韓中3ヶ国による具体的な企業間連携、地域間連携を促進することを目的に2006年度より始めた事業である。

会場となった韓国国際展示場（KINTEX）は、韓国ソウル特別市の北西に位置する京畿道高陽市（コヤンシ）、ソウルの中心部から地下鉄3号線に乗り70分、終点の大化(デファ)駅下車、徒歩10分のところにある。総室内展示面積は5万3,541㎡とサッカー場6面を確保できる韓国随一の超大型展示場である。産業交流会に参加した企業・団体数は3ヶ国で400を超え、来場者は4日間で約8,200人と盛況であった。

本学はこの産業交流会に学園と2008年4月に開設する観光学科のPR、外国人留学生特別入学試験と留学生別科生試験のPRを主な目的として、JETRO秋田貿易情報センターの支援のもと、秋田県環日本海交流協議会（事務局 秋田県産業経済労働部商工業振興課）、本学と観光連携協定を結んでいる小坂町とともに参加し「地



写真1 韓国国際展示場入口

域ビジネスゾーン」にブースを出店した。この「地域ビジネスゾーン」は自治体、各種団体、大学等向けにと、2007年度に新設されたものである。

ブースでの具体的な活動としては、学園パンフレットや入試要項の配布と大学、入試に関する説明、観光学科DVDの上映などを行った。小坂町は、町の観光DVD上映、韓国語翻訳付きの小坂町観光パンフレットの配布を行った。ブースには韓国、中国の会場に出店している企業、学生、一般市民など多くの方々に訪問していただいた。

そのほか、3日目と4日目の2回、会場内のプレゼンテーションスペースにおいて30分の枠をいただき大学と観光学科のPRを実施した。また、今回の出店にあたり本学と学术交流協定校となっている慶熙（キョンヒ）大学校にブース及びプレゼンテーションの通訳の協力を得たことも大きな支えとなった。

本学として、海外においてこのような会でブースを出店し大学や留学生募集のPRを行うという初めての試みであったが、JETRO秋田貿易情報センターほか関係者の協力なしに実現できなかったであろう。この紙面を借りて改めて御礼としたい。



写真2 開会式



写真3 本学出店ブース

『North Asia University Bulletin of
Studies in International Tourism』
The First Issue
CONTENTS

Foreword:

Toward the Establishment of Department of Tourism KOIZUMI Ken 1

Lecture

Airline and Tourism HAMADA Kenichiro 3

Articles

The Enactment of Tourism Country Promotion Basic Law
..... MICHIHATA Tadayoshi 21

The Namahage Sedo Festival and the Namahage : From the Point of View
of Tourism.....KAMADA Yukio 31

An Introduction to Research in Tourism ISHIYAMA Atsumu 43

Comparative Studies on “Oni” Festivals in the World:With Special Reference to the
“Namahage” in Oga and the Tourist Attractions of “Oni”
..... TAIRA Tatsuhiko 55

Research Material

The Trend of Tourist from East Asia Area in Recent Years
..... UEMURA Yasuyuki 95

Translation

「Yasu Waterfall : Waterfall of Sorrow」 Randy K. Checketts 101

Essay

「SIGHTSEEING : An Analysis」 Randy K. Checketts 109

Tourism Information

The Summary of Akita Prefecture Tourism Policy in 2007year
..... Akita Prefecture 119

The Introduction and the Problem of Oga City Tourism ... Oga City 123

Aim at the Exchange Base City of North Tohoku Area to Use the Tourism
Industry to Advantage Senboku City 129

Report

JETRO Japan- Korea- China Industrial Fair 2007 in Seoul Report
..... UEMURA Yasuyuki 141

国際観光研究所顧問・客員教授・所員・研究員

国際観光研究所顧問・客員教授

- 特別顧問** ブライアン アルストロム
理事兼評議員
- 特別顧問** 竹内一修 理事兼評議員
- 顧問** 観光カリスマ 佐藤和志
鶴の湯温泉社長・田沢湖
観光協会会長
- 顧問** 観光カリスマ 田口久義
秋田県グリーンツーリズム
コーディネーター
- 顧問** 秋田県観光課長
- 顧問** 秋田県建設交通政策課長
- 顧問** 秋田商工会議所事務局長
- 顧問** (社)秋田県観光連盟専務理事
- 顧問** 東日本旅客鉄道(株)秋田支
社営業部長
- 顧問** (株)ANA総合研究所社長
- 顧問** (株)ANA総合研究所副社長
- 顧問** 秋田市商業観光課長
- 顧問** 小坂町産業課長
- 顧問** 男鹿市観光課長
- 顧問** 仙北市観光課長
- 顧問** にかほ市観光課長
- 顧問** 湯沢市商工観光課長
- 顧問** 八峰町産業振興課長
- 顧問** 鹿角市観光商工課長
- 客員教授** (株)ANA総研 浜田健一郎
社長
- 客員教授** 竹内一修 理事兼評議員
- 客員教授** ブライアン アルストロム
理事兼評議員
- 客員教授** 安藤昭 岩手大学教授

所員・研究員

法学部

- 道端忠孝 教授・法学部長(所長)
- 中川修一 教授・法学部長補佐
- 吉野 篤 教授
- 渡部 毅 教授(編集委員)
- 吉田拓也 准教授
- 上村康之 専任講師
(運営委員・編集委員)

経済学部

- 李 廷珉 専任講師(運営委員)

教養部

- 遠藤純男 教授
- 堀川静夫 教授
- ランディ・ケイ・チェケッツ 准教授

総合研究センター

- 石山あつむ 特任教授・前ANA総
合研究所主席研究員
(編集委員)

秋田栄養短期大学

- 平 辰彦 准教授(運営委員)

研究員

- 千葉 勇 仙北市教育委員
田沢湖幼稚園 園長

2007年(平成19年)9月1日現在

執筆者紹介

巻頭言

小 泉 健 ノースアジア大学理事長・学長

特別講演

浜 田 健一郎 株式会社A N A総合研究所代表取締役社長

論 文

道 端 忠 孝 ノースアジア大学法学部長・総合研究センター国際観光研究所長

鎌 田 幸 男 ノースアジア大学総合研究センター教授

石 山 あつむ ノースアジア大学総合研究センター特任教授

平 辰 彦 秋田栄養短期大学准教授

調査資料・報告

上 村 康 之 ノースアジア大学法学部専任講師

翻訳・エッセイ

ランディ・ケイ・チェケッツ ノースアジア大学教養部准教授

観光紹介

秋 田 県

男 鹿 市

仙 北 市

編集後記

このたび、ここに「ノースアジア大学国際観光研究」を創刊することができました。本誌はこれまでの大学の研究紀要とは異なり、広く地域や一般のみならずにも読んでいただくことを念頭に編集し、論文、調査資料、翻訳・エッセイ等に加え、講演録、本学と観光協定を締結した自治体の観光紹介といった構成といたしました。ご意見、ご感想をいただければ幸いです。また、ご寄稿いただいた自治体にはこの場を借りて御礼といたします。（編集長）

ノースアジア大学国際観光研究 創刊号

2007年（平成19年）9月7日印刷・発行

編集・発行 ノースアジア大学 総合研究センター 国際観光研究所

秋田市下北手桜字守沢46-1

電 話 018-836-6592

F A X 018-836-6530

U R L <http://www.nau.ac.jp/~center/>

印 刷 有限会社 三 浦 印 刷
