ISSN 1882－3904

North Asia University Research Bulletin of International Tourism

Vol. 2　Dec. 2008

A Special Issue
In Commemoration of the Establishment of the Department of Tourism

CONTENTS

Foreword:
On the Establishment of the Department of Tourism
…… KOIZUMI Ken, Chairman of the Board and President　1
The Educational Goal of the Department of Tourism
… ISHIYAMA Atsumu, Chairman of the Department of Tourism　3

Special Lectures:
Toward the Future of Tourism and Regional Promotion
…… HAMADA Kenichiro　13
Travel is Such a Wonderful Experience ! …… MOTOYAMA Shigeki　29

Articles:
Comparative Studies on the Intangible Cultural Heritage and Sustainable Tourism:
A Case Study of the Rituals of the Namahage Type in Akita Prefecture
…… TAIRA Tatsuhiko　55
The Great Municipal Mergers of the Heisei Period and Tourism Promotion in Akita
…… WATABE Takaaki　79

Note:
On the Effective Utilization of Tourism Resources in Kosaka Town and Nikaho City
…… UEMURA Yasuyuki　91

Translation and Interpretation:
Nicola Macleod, "Cultural Tourism: Aspects of Authenticity and Commodification"
…… ASOMURA Kuniaki　97

Tourism Information:
The Present Situation and the Development of Tourism in Nikaho City
…… Nikaho City　119
Osarizawa Mine: Its History and Culture …… Kazuno City　123

ノースアジア大学国際観光研究　第2号　二〇〇八年十二月
ノースアジア大学総合研究センター（国際観光研究所）

ISSN 1882－3904

ノースアジア大学国際観光研究

第　2　号

観光学科開学記念号

2008 年 12 月

ノースアジア大学
NORTH ASIA UNIVERSITY
総合研究センター 国際観光研究所

観光学科開学記念号

目　　次

理事長・学長あいさつ

観光学科の開学に寄せて …… 小　泉　　健　1

観光学科長あいさつ

観光学科の目指すもの …… 石　山　あつむ　3

観光学特別講演

今後の観光地域振興に向けた提言　官民連携から産学官連携へ

…… 浜　田　健一郎　13

旅・素晴らしいもの

旅行社が旅によって果たせる地域活性化とその課題について

…… 本　山　茂　樹　29

＊　＊　＊　＊　＊　＊　＊

論　文

無形文化遺産と持続可能な観光における比較研究

― 秋田県内のナマハゲ系儀礼を事例として ― …… 平　　辰　彦　55

平成の市町村大合併と観光振興　― 秋田県内の状況を例に ―

…… 渡　部　髙　明　79

研究ノート

産業観光の流れと観光資源の活用　～小坂町とにかほ市を例に～

…… 上　村　康　之　91

翻訳と解題

Nicola MacLeod「文化観光：真正性（本物かどうか）と商品化の諸相」

…… 阿曽村　邦　昭　97

観光紹介

にかほ市観光の状況と振興への取組 …… にかほ市産業部観光課　119

黄金歴史街道を支えた尾去沢鉱山の歴史と文化

…… 鹿角市産業建設部観光商工課　123

理事長・学長　あいさつ

学校法人ノースアジア大学
理事長・学長　小　泉　　健

観光学科の開学に寄せて

今年の春、本学では、観光学科を開学しました。本学の観光学科は、他大学の観光学部・観光学科と同じ様に、観光学やホスピタリティ関連科目や外国語会話に力を入れるとともに、フィールドワークもたくさん組み込んでいます。全日空傘下の（株）ANA総合研究所、他の旅行会社やホテルその他の団体との提携、県内の観光振興を図る市町との観光連携協定など、実践教育の充実システムを構築しています。また、本学の観光学科では、楽しみながら、外国の会話力が向上するように、外国語しか使えない国際コミュニケーションセンターを設置し、観光学科1年生全員を対象とする短期海外留学制度も実施しています。これは、外国の実情を実際に体得し、外国語修得の必要性を身体で覚え、長期海外留学のステップとなることを目的にしています。

今、観光産業は、世界的な視野で見ますと、自動車産業や情報機器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。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78万人に減少すると予測され、その減少率が著しく高くなっています。早急に、観光立県秋田、そして各市町村の観光立町（市・村）を実践し、地域を活性化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思われます。

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に来てもらう必要があるでしょう。中国、韓国及び台湾などのアジア諸国には、３億～４億人の海外旅行をする人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１千万人を目指していますが、近隣のアジア諸国から３億～４億人の海外観光旅行希望者の僅かでも日本を訪れてくれ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でしょう。その実現のためには、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の育成が急務です。国際的視野をも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るでしょう。そのような人材は、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積極的にかかわる地域のリーダーにもなれるものと考えます。

どうぞ、本学の観光学科に入学して、実学を重んじた実践的な観光学を学び、ホスピタリティ精神、外国語会話を身につけて、地域社会においてご活躍ください。また、関係諸団体の皆様、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。

観光学科長　あいさつ

観光学科長　石　山　あつむ

観光学科の目指すもの

【はじめに】

観光学科が2008年４月に発足し、第一期生を迎えた。

この学科は「『専門性』と『社会性』を兼ね備え、観光産業において日本、アジアでリーダーとなって活躍できる人材の育成」を目指している。

新設学科の初代学科長に、社会人出身の私が任命されたことは、「旧弊を廃す」という、大学の強い意思が反映されているものと考える。それはとりも直さず、この新しい学科を「過去からの流れの延長」、「前例踏襲」で進めるのではなく、また、時代および一般社会に適合した教育の実践を期待されているものと理解している。

企業に勤めているとき、多くの仲間や部下と様々な分野の仕事を経験した。それらの経験を通して、なかでも特に社員の採用業務を担当して、理想的な社会人のイメージを描いていた。しかし、そのイメージにあう人材は極めて少なく、なぜ学校はその様な人材を送り出して来ないのか、ある意味では不満を持っていた。

2007年4月に本学に赴任し、１年間大学生活をおくる中で、未知の世界の経験とともに、周囲の教員、職員と多くの議論を行い、彼らと理想的な人材育成の方策を考えてきた。

理想的人材育成の実現に向けて、私の経験から一般社会、特に企業の場合と比較しながら、「観光学科の目指すもの」について述べる。

【大学の役割】

企業は、原材料を仕入れ、それに加工など付加価値を付与し、商品化（サービス含む）して市場に出す。成果はその商品が売れたか、売れなかったかで判

断される。売れる、売れないは、「お客様が買う、買わない」で決まる。つまり、商品の価値は提供者ではなく、マーケット（市場、お客様）によって決められるのである。従って、企業はマーケットが何を求めているかを察知し、それにあわせた商品を作って、市場に送り出すことに腐心するのである。

大学の場合も社会に学生を送り出すと言う観点から考えると、一般企業での「商品」が「人」に置き換わるだけである。従って根本は同じで、企業の場合と同様、大学にとっても社会はマーケットなのである。

「社会がマーケットである」と言う概念を持つことは、大学にとって極めて重要なことと私は考えるが、大学にはその意識が必ずしも高くないと言わざるを得ないのが現状である。

入学してきた学生を 4 年間かけて社会（マーケット）に受け入れられる人材に育て、送り出す。そのためには、「マーケットが求める付加価値」を学生が身に付けている必要がある。

「『社会に受け入れられる人材』を送りだすこと」、これが大学の役目である。

社会の入口の多くは企業や役所である。従って、「社会に受け入れられる人材」とは企業や役所に「採用される人材」ということになる。採用するかしないかの決定権は、企業、役所（マーケット）が持っている。卒業後の進路として大学院などへの進学もあるが、大学院生もいずれは社会の一員になるのであるから、基本的には同じである。

では、社会に受け入れられる人材とはどんな人材なのだろうか。

【コミュニケーション力と複眼的理解力】

企業が学生を採用するにあたって重要視するポイントは「コミュニケーション力」と一般的な理解力である。この一般的理解力のことを私は「複眼的理解力」と呼んでいる。多方面に亘って興味の目を向ける、ということから複眼的と言う言葉を使っている。採用面接ではこの 2 点が優先評価アイテムである。

面接では、質問の主旨を理解できるか、自分の考えを持っているか、そして説得力を持って相手に分かりやすくキチンと述べられるか、をみる。つまり「コミュニケーション力」である。

一方、複眼的理解力は、言語能力、数値的能力、英語（語学）力、一般常識

などによって判断される。この複眼的理解力は、入社後の新入社員研修についてこられるため、また実業務についてからは、企業の方針、規則、業務（サービス）マニュアルなどを理解できるためには極めて重要な力なのである。しかし、この理解力が不足しているために不合格になる学生が多くいる。この能力と大学の成績の関係は「複眼的理解力がある⇒大学の成績が良い」は成り立つ傾向があるが、私の経験では、逆は必ずしも成り立たない。つまり、大学の成績が良くても、複眼的理解力が弱い学生が存在する、と言うことである。

学生が社会に受け入れられる人材となるためには,「コミュニケーション力」、「複眼的理解力」両方を身に付けていることが必須条件なのである。

【①自分で調べる　②自分で考える
③自分でまとめる　④周囲にはたらきかける】

次に押さえておかなければならないことは、実際の仕事には「予め考えられた、それもただ一つだけの正解は存在しない」と言うことである。前にも述べたように、一般企業では、事業の成功・不成功の決定権はお客様がもっているので、供給者がいくら自分達が良いと思い、自信を持って売り出した商品でも、お客様に受け入れられない（売れない）こともある。つまり、結果が出てみないと何が正解かが分からないのである。

今の学生は、問題には全て正解が存在すると考えている傾向が強く、自分で考えずに教員が答えを言うのを待っていることが多い。それは現在の高校までの教育が、正解のある問題を解かせることがメインになっていて、自分で考える機会が少なかったことが大きな原因だと考える。しかしそれは、学校と言う狭い世界だけのことなのである。このことに気づかせる必要がある。

実社会で発生する問題は、殆ど全てが予め正解がわからない問題である。そもそも正解のあるものは、実社会では「問題」とは認識されない。答えがないから問題なのである。

正解の無い問題に対してイライラせずに、根気良く、かつ論理的に取り組む力と、正解かどうかは分からなくても、その時点での「自分（達）の考え」をまとめる力を身に付けていなければ、実社会では通用しない。仕事には唯一無二の正解は存在しない。会社の施策の成功、不成功は、そのときの状況に適合

しているか、適合していないかによって決まる。それは例えば、円高時と円安時の対応、好景気時と不景気時の対応、また同じ問題に対しても国によって対応が異なることなど様々な状況によって答えは変わってくる。

残念なことに高校、大学の教員の中にも「唯一正解依存症」になっている人を見かける。

学生を社会で活躍できる人材に育成するには、学生時代から「考える」くせを付けることが必要である。自分で考え、それをまとめ、説得力をもって周囲に伝えることができる。そしてその前提として、全般に亘る理解力（複眼的理解力）を身に付けていることが必要である。

その実現のため観光学科では、

≪学びへの姿勢≫

①自分で調べる
②自分で考える
③自分でまとめる
④周囲にはたらきかける

を掲げ、これに基づいた指導・育成を行っている。

【知識よりも知恵】

実社会で仕事をしていくときには、その仕事に関する知識を持っているのは当然のことで、知識があるだけでは何の役にもたたない。求められることは、持っている知識を状況に応じてどう活用するか、つまりいかに「知恵」を働かすことができるかどうかである。知恵を働かせるためには、自分の考えを持っていることと共に、その場の状況に応じた対応を考え、そして実行できる力を備えていることがベースになる。そのためにも「自分で考える」くせを付けておくことが大切なのである。

【どんな人間になればよいか？】

学生から「○○になるにはどうすれば良いのですか？」、「○○会社に入るにはどうすればいいのですか？」、「面接に受かるにはどうすれば良いのですか？」などの質問を受けることが多くある。その場合の私の答えは「そのような直接

的な質問をしない人間になること。」学生は「？？」である。

真意は、表面的事象に囚われず、自分を持つことが大切だということである。企業の採用面接を例にすると、面接官は毎年何十人、多いところでは何百人と学生を相手にしている。採用のプロである。そのプロを相手に、学生がいくら表面を取り繕っても無駄であり、全く意味がない。いくつかの質問によってメッキは簡単に剥がされてしまう。彼らの多くは、その道のプロから質問の仕方の訓練を受けているからである。

採用側が採用を決めるときに一番興味を持つことは、その学生の本質である。熱意があるか、本気で向かってきているか、真面目に準備してきたか、などである。当然のことながら本質は一朝一夕に変わるものではない。学生時代の過ごし方がここに出てくる。学生時代にいかに真面目に、本気で取り組んだかが問われる。これは何も勉強だけに限ったことではない。部活動、学外活動、趣味など何でも良い。しかし、学生の本分を忘れ、卒業できないことは論外であることは言うまでも無い。卒業するための要件を把握し、それをキチンとクリアすることは、当たり前のこととして求められる。これも知恵である。

どんな人間になれば良いのか？その答えは

「『①自分で調べる　②自分で考える　③自分でまとめる　④周囲にはたらきかける』ことができる人間」である。

【教員は刺激者】

学生に対しての教員の役目は、知識を与えることではなく、「刺激」を与えることだと考えている。それも、一人ひとりに応じた刺激でなければならない。従来の、教員の専門を一方的に学生に伝える方式では、私の考える刺激を与えたことにはならない。学生の個性に応じた刺激を与え、彼（女）らが「興味とやる気」をもって学習することを手助けすることが、教員の本分だと考える。

一人ひとりに応じた刺激を与えると言っても、簡単なことではない。実践するには、教員の能力が従来にも増して要求される。学生の興味に応えられるように様々な分野に対応できる力が求められるからである。教員がまさに「複眼的理解力」を身に付けている必要がある。さらに、学生と接する時間を多くとり、一人ひとりの状況、性格などを把握しておくことも大切である。

そして「刺激」を与えることの基本となるものは「学生が自ら考える時間」をとることである。参加型の授業、ゼミを行うと同時に、毎回授業内容に関する意見や感想､また「テーマ」を与えそれについての自分の意見を書かせる（レポート）などを行うことを現在いくつかの授業、ゼミで取り入れている。今後はなるべく多くの授業でも行いたいと考えている。

「書く」ためには考えることが前提となるため、これを繰り返して続けると確実に考える力と文章力（まとめる力）がつく。これは私が昨年来の講義で経験済である。１年半という短い期間ではあるが、確かな手ごたえを感じた。これを４年間続けていけば確実に彼（女）らの力はアップしていくものと確信している。

若い人の「成長力」を信じて、根気良く「刺激」を与えることを続けていきたい。

【チームで取り組む教育】

観光学科では､「チーム」で教育に取り組んでいる。

多様化している社会に対応できる人材を育成するためには、一人の教員の力だけでは不十分である。また、各学生の状況の把握、そして一人ひとりに応じた対応をするためは、教員同士が互いに補完することが重要である。

そのためにチームを組んで､関係する教員全員で､毎週ミーティングを行い､学科の運営方針や課題に関して徹底した議論を行っている。それを通じて基本的な考え方や学生の状況などを共有し、その共有したものをベースに各授業、ゼミで指導・育成にあたっている。

また、ゼミ及び授業も、従来のように教員一人で対応するものだけでなく、複数の教員が参加した､「複数教員対応（n:m）型」の形式も取り入れている。これに関しては後述する。

ただし､「チームで取り組むこと」イコール「教員の個性をなくす」ことを意味するものではない。基本となる考えを共有し、全体としては一定の方向を目指しながら、教員一人ひとりが自分のキャラクターを生かすことによって、真に多様化に対応することが出来るものと考えている。

【グループワーク】

観光学科では「グループワーク」を指導の中心としている。

図を見ていただきたい。これは観光学科のキャラクターである。名前を「ＷＨＡＴくん」と言う。名付け親は観光学科第一期生であり、彼（女）らの初めてのグループワークのアウトプットである。入学直後の新入生研修会で「キャラクターの名前をつけ、発表する」ことをグループワークのテーマとした。４グループに分け、１晩かけてそれぞれが名前を考え、その結果をプレゼンテーションした。

その結果、選ばれたのが「ＷＨＡＴくん」であった。ちなみに、ＷＨＡＴは、研修会冒頭で私が、「物事はどうやるか、ではなくて、何をするのかを常に考えることが大切である。『Ｈｏｗ　ｔｏ』ではなく『「ＷＨＡＴ』に着目しなさい。」と話したことをうけたものである。

その「ＷＨＡＴ」の各文字の意味づけは彼ら学生のアイデアで、それぞれ、Ｗｏｒｌｄ、Ｈｕｍａｎ、Ａｔ　ｈｏｍｅ、Ｔｏｕｒｉｓｍの頭文字である。

他の３グループも良く考えられた甲乙付けがたいものであったが、決め手は「プレゼンテーション」であった。「ＷＨＡＴくんグループ」のものが、短時間でかつ演出も一番強い印象を与えたものであった。

例が長くなってしまったが、以上のように、観光学科では、入学当初からグループワークを積極的に取り入れ、それを通して「学びへの姿勢」の実践を行っている。

グループワークは、テーマを定め、そのテーマを４～５人のグループで調査、討議、まとめ、発表を行うものである。グループ編成替えをその都度行い、リーダー、サブリーダー、発表者を交代で務める。これによって、グループを率いること、またリーダーに協力してテーマの解決にあたること、皆の前でわかりやすく発表するなどの力が養われる。前期は全員がリーダーを経験することはできなかったが、期末のレポートには、未経験者の何人かが、後期ではリーダーをやってみたいとの積極的な記述があった。積極性の醸成も、グループワークの効果のひとつである。

後期から、本格的にグループワークが展開されることに対応して、観光学科専用の「グループワーク室」が設置される。常時学生が集まって、グループワー

クを行うことのできる環境が整う。

ちなみに、このグループワーク室の運用方法も学生に考えさせることを計画している。これもグループワークのテーマのひとつである。

【複数教員による、講義、ゼミ】

観光学科では、ゼミと一部の授業に複数教員による形式（ｎ：m型）を取り入れている。まだ始めて数ヶ月であり、本格的ゼミを実施していないため、最終結論を述べる時期ではないが、グループワークを有効に進めるのに効果があること実感している。

メリットは、学生に対するアドバイス（刺激）を多方面から行えること、また同じ内容であっても教員によって表現のし方が変わるため、学生の理解促進に効果があることである。

一方、注意しなくてならない点は、教員によって言うこと（言い方ではなく、趣旨)が違ってしまう危険性があるということである。これを回避するために、毎回事前に講義のストーリー作りと考えの共有のために、担当教員どうしの打ち合わせを行っている。この点でも「チームによる取り組み」が重要であると考えている。

メリットおよび課題に関しては、今後本格的に検証していきたい。

この方法は、事前準備に時間を要し、手間がかかることは事実である。しかし、私は教育・指導は本来手間のかかるものであり、教員が手間を惜しんでいては、良い教育・指導などできないと考えている。

【２つの目標　と　学びへの姿勢】

以上に述べた内容は「観光学科憲章」に基づくものである。

観光学科が発足するにあたって、担当する教員全員で、学科運営の基本とする考えを「観光学科憲章」として定めた。全ての活動はこの憲章をベースにおいて展開されている。

ここでは憲章の中心となる【２つの目標】と【学びへの姿勢】を紹介する。

≪２つの目標≫

目標１　社会人として、社会に通用する人材の育成

①一般社会におけるルールにしたがい行動する。
②自分の意見・考えをもち、それを伝えられる。
③広い視野、高い受容性を保持し、他者のさまざまな意見・考えを聞く耳をもつ。
④物事の表面的事象にとらわれずに、その本質に目を向ける。

目標 2　自ら目標を立て、その実現に向けて計画的に取り組む学生の育成
①自分の目標を常に明確にする努力をする。
②目標の実現に向かって自ら計画を立てる。
③適宜、適切なアドバイスを教員に求める。

≪学びへの姿勢≫
①自分で調べる
②自分で考える
③自分でまとめる
④周囲にはたらきかける

【おわりに】

以上を読んできて、企業、役所など組織に属している方々には、観光学科の指導・育成が一般の組織での仕事につながっていることがお解かりになると思う。

2007年 4 月に赴任したときから、また学科長に任命されてからは更に「社会に通用する人材育成」はどうしたら良いか、その為に社会人経験者としての自分には何ができるのかを考えてきた。

結果たどり着いたキーワードが､企業時代に部下､新入社員に対して常に言っていたことと同じ「知識より知恵」､「自分で考える」､「チーム」であった。

社会に人材を送り出す学校が、社会と同じ価値観を持っていなくては、その存在意義を失うことになる。

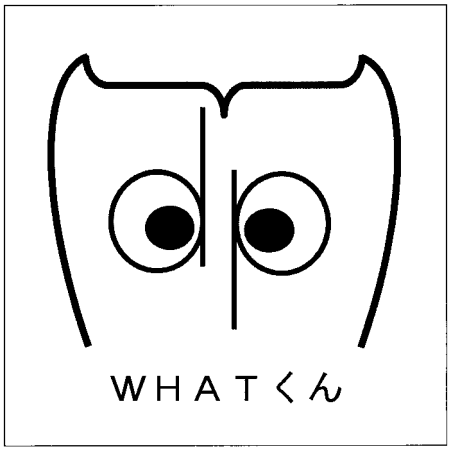
この結論に基づいて、私の学科の運営方針を担当教員と議論を行った結果、もともと、彼らの志が高いこともあって、多くの点で合意ができ、価値観の共

有が実現できた。

スタートしたばかりで、今後予期しない様々な問題に遭遇すると思う。

しかし、「社会で通用する人材の育成」の実現という最終目標を見失うことなく、我々の「グループワーク」をより強化して続けていきたい。

以　上



〔講　演〕

ノースアジア大学 総合研究センター 主催

観光学特別講演会

「今後の観光地域振興に向けた提言　官民連携から産学官連携へ」

講　　師　　株式会社 ＡＮＡ総合研究所 代表取締役社長
ノースアジア大学総合研究センター客員教授
浜　田　健一郎

挨　　拶　　学校法人ノースアジア大学理事長・学長
小　泉　　健

司　　会　　ノースアジア大学法学部長
本学総合研究センター国際観光研究所長
道　端　忠　孝

日　　時　　平成20年５月30日　午後１時～

会　　場　　カレッジプラザ講堂（秋田市中通）

道　端　第２部の講演として、浜田健一郎社長にお願いしたいと思います。先ほどもご紹介がありましたけれども、浜田社長は株式会社ＡＮＡ総合研究所の代表取締役社長でございます。本学で観光学科を創設するにあたり、大きなお力添えを頂きまして、観光学科の生みの親とも言える方です。観光学科の強力な支援者であると思っておりますし、観光学科長もＡＮＡ総合研究所から派遣して頂いており、教育指導をして頂いております。浜田社長からは、「今後の観光地域振興に向けた提言―官民連携から産学官連携へ―」ということで、ご講演をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願い致します。

浜　田　（拍手）ただ今ご紹介を頂きました、ＡＮＡ総合研究所の浜田でございます。私の前に、本山様にご講演頂きましたけれども、本山様は旅行代理店のご出身、私は航空会社の出身ということで、どちらかというと、本山様の方が旅行・観光の大変な専門家ということになりまして、私は横から見ていた立場の者であります。今日、本山様のお話を聞いて驚きましたが､私共は若干の経歴の違いはありますけれども、問題意識・状況認識が非常に共有化されているだろうという風に思います。

さて、冒頭に小泉理事長からお話がありましたが、私共ＡＮＡ総合研究所は、2006年の12月に、ノースアジア大学と教育プログラムに関する連携協定を締結致しました。私共が航空経営で蓄積している教育プログラムを活用して、観光学科で講義を行ったり、道端先生からお話がありました通り、研究所のスタッフを教官として派遣したりと、共同で観光学科の運営を行っているということになります。私共としましては、毎回グループディスカッションを行い、実践的な講義となるように努力をしているつもりです。また、学生の皆さんも積極的に講義に参加されていると聞いております。今後、日本の観光産業や地域の発展を担うのは、やはり人材です。人材がなければ、いくら政策を打ち出しても発展・実現はしません。そういう意味で、私共としてはノースアジア大学に支援を賜りつつ、産学連携を強化し、実績を

作っていきたい、地域に対して何らかの貢献をしていきたいという風に思っております。今日はこういった題で、一時間ほどお話をしたいと思います。

まず全体の流れとして、国内市場の分析をしてみたいと思います。次に、観光業を取り巻く世界的状況の変化を見てみたいと思います。その中で、新しい観光に対応する形で、魅力ある観光資源や地域興しをしている実際の事例を紹介したいと思います。そして最後に、今後の観光ならびに地域振興に関する提言をさせて頂きたいと思います。

それではまず、観光振興の意義ということをお話させて頂きます。現在、地域活性化の切り札ということで、観光振興に対する期待が非常に高まっているわけですが、先日、国は観光振興の基本方針を定めました。先ほど質問もありましたけれども、観光立国推進基本法というものが制定され、その中の延長線として観光庁も出来るということですけれども、私共は、観光はこういった社会的意義があると思っています。要は、国際社会における異文化・異民族間の相互理解、ある意味では平和産業だという見方も出来ます。

それから、日本の社会では少子高齢化が進む中、基本的に産業は縮小均衡傾向にあります。よく言われていますのは、例えばデパートの売り上げが減ったというようなことですが、航空産業は全体の売り上げは伸びており、国内線も売り上げは伸びています。しかしながら、お客様の数は減っています。これは、燃料代の高騰による運賃の値上げで売り上げが伸びていますが、実際のお客様の数は減っているという状況です。それから、よく自動車の販売台数が減ったと言われておりますけれども、そういった産業の国内需要が縮む中で、数少ない成長産業の一つが観光産業ではなかろうかという風に思っております。

そして、そういった中で停滞している地方についても、同じことが言えるのです。これは後ほどご説明させて頂きますが、極端なことを言ってしまえば、観光資源が何もなくても観光は成り立ちます。そういった意味では、停滞する地方の活性化につながる方策であると思っております。そして数字上も、現在は24.4兆円という数字が出ており

ますし、国内産業の波及効果として、55.3兆円が見込まれるということです。これを雇用誘発効果も470万人弱ということで、非常に裾野の広い産業であります。

ただ、核となる大きな産業・職種がないために目立ちません。例えば農業は、現在日本では何兆円という規模で、観光産業と比較するとかなり少ないと思いますけれども、現実には全国どこに行っても、国立大学にはだいたい農学部があります。ところが、観光学部がある大学は少ないんです。私はそういった意味では、今後の裾野の広い観光産業を支え、発展させる人材というものが、現在求められているわけですけれども、それを観光学科が担っていくのだと思っております。

それで、現在、私共民間会社が何かをやるというときは、まず市場調査をします。そういった手法と言いますか、現在の観光・旅行の市場がどうなっているのかということですけれども、先ほど出ておりましたように、皆さんがいわゆる団体で、大型バスで旅行に行かれて、大きなホテルに泊まって宴会をするとします。そういった大型の旅行が大幅に減っているわけです。その中で増えているのが、家族等の少人数のグループ旅行です。これが、現在の旅行・観光マーケットの大きな変化であります。

ところが、例えば1990年代の後半に、国内観光の空洞化という時期があったわけです。その中で第3セクターをはじめとして、いろいろなところでリゾート地・テーマパークが造られました。その結果、何か箱物を造れば観光客が来るわけではないということが分かったわけです。テーマパーク自体に魅力がなく、アトラクションが陳腐化しているということで、多くのテーマパークが破産しました。

現在、テーマパークとして一番の成功事例はディズニーランド、それから大阪のユニバーサルスタジオジャパンです。他にも若干ありますけれども、地方に造られたテーマパークについては、多くが破産か、それに近い状況にあるのではないかと思います。そういった意味では、いわゆる市場分析、マーケットリサーチが重要であると考えます。

先ほど、かなりの大人数で行く観光から、新しい形態・価値観の観

光へと変化したと申し上げました。現在、職場の慰安や懇親という形のパッケージが減って、家族や親しい友人との旅行というものが増えているわけです。しかし、それらの受け皿となる旅館が、例えばパッケージを前提にした、10人くらい入ることが出来る大部屋が主体の旅館が多かったりするわけです。大型の設備投資ですから、なかなかモデルチェンジは難しいと思いますけれども、やはり今後のお客様は２～３人の少人数のお部屋で対応するような形にしなければ、受け皿としては難しくなっていくだろうと思います。

また、観光の価値観もかなり変わってきているということをお知らせしたいと思います。これは、社会生産本部のアンケート結果ですけれども､世代によって価値観が大きく分かれてきているということが、お分かり頂けると思います。若い世代は、テーマ型旅行と体験型観光に対するニーズが、非常に強くなっています。それに対して我々のような団塊の世代は、滞在型と土地の人との交流を求めます。このように、世代によって観光に求めるテーマが分化しているということが、この調査でお分かり頂けると思います。

それでは、世代間で観光に求めるテーマが変わってきている中で、どのように旅行離れに歯止めをかけるかということを、少しお話したいと思います。国内旅行の需要の変化を、消費者の属性、特に年齢層から分類しますと、2つに分かれます。すなわち、若年層の旅行離れと増加する団塊・高年齢世代という要素が浮かび上がります。（スクリーンの）８ページは、国内宿泊旅行への参加率の推移を、特に20代と50代の世代を抽出したグラフです。20歳代の男性は、1960～1980年代を通じて、例えばバックパッカーや青春18切符の利用者等、国内旅行の牽引役であったわけです。しかし、1990年代からは、他の年齢層に比べて、極めて旅行に行くことが少なくなっております。

この理由として、例えば就職大氷河期の影響や、携帯電話にお金を使い過ぎて旅行に回すお金がなかったのか等、いろいろと推測は出来ます。けれども、やはり旅行の拡大を図るためには、ある年代が旅行に参加するだけでは底上げにはなりません。やはり、若い方にも旅行

に行って頂く必要があるわけで、そのための政策が必要になると思います。

一方、50歳代以上の女性は、1970年代からバブル崩壊までは、国内旅行への参加は他の世代と比べて低かったと思います。しかし、格差は着実に縮小し、逆に2000年以降は国内市場を支える要素になっております。今後の旅行市場を想定した場合、人口構成を考えますと、どちらかと言うとシニアの世代が旅行を支える世代になるのかという風に思います。先ほど申し上げましたように、シニア層は交流と滞在が主なニーズになっておりますので、それに対応する現地サイドの受け皿の用意が必要になるのではないかと思います。

現地で専門のガイドを育成して、観光客に説明を聞いてもらうだけでも、かなり旅が変わってきます。先般、私は宮崎県の高千穂に行きました。私の年代でも、少しは神話を知っているわけですけれども、神官の方に、古代の逸話を含めていろいろと説明して頂けると、普通に見ると単なる岩が、非常に面白おかしく、興味深く感じられるわけです。そういう意味では、秋田やその周辺は、そういったお話の宝庫であろうと思います。先般、私は白神にも行きましたけれども、あそこは逆にガイドがいないと非常に危ないでしょう。しかしガイドがいれば、あんなに健康的で自然豊かなところはないだろうと思います。いずれにしても、そういった形の受け皿作りの努力をする必要があるのではないかと思います。

そういった中で、観光業を取り巻く経済社会情勢の変化について、少しお話をしていきたいと思います。先ほどお話した通り、観光市場は若干ですけれども、特に国内を中心として縮小しております。そして最近、これも若干ですけれども、再び上向きになってきました。

それから、旅行業の業態がかなり変化してきているということが、指摘出来ると思います。一つはインターネットです。皆さんが旅行をされるときは、旅行代理店に行って商品を買うというのが通常のパターンだったわけですけれども、最近はインターネットで購入出来、またインターネットを使って旅行が作れるようになっています。航空

券やレンタカー、宿泊するホテルの手配まで、全部インターネットで手配出来るようになっているわけですが、そういったことが当たり前に行える世代が増えてきているという状況です。そういった中で、団体のパック旅行は収益が低下して、需要も下がってきております。その中で低価格競争が激しくなってきているということが、旅行業界について言えることです。

そういった中で、旅行業の事業変革が急務なわけです。旅行会社の方も一つの戦略として、インターネットで旅行業を展開されています。インターネットでの旅行業は、1996年に創設された「旅の窓口」という宿泊予約サイトが、総合旅行業に発展したものです。2000年以降は楽天の他、大手旅行各社も参入し、「ダイナミック・パッケージ」と呼ばれる、交通・宿泊・レンタカー等を自由に選択する形のパッケージ旅行の品揃えの充実が、各社の戦略分野になっております。私共ＡＮＡも、「旅作」というブランドを展開しております。

二つ目の戦略は、高付加価値型旅行業への転換であると思います。その中で、例えば欧州の美術館を回るといった、テーマ型旅行商品というものがあります。それから高級化ということで、ご夫婦で行くクルーズ等があります。それから、商品企画態勢の根本的な変革として、先ほど本山さんもおっしゃっておりましたが、着地型旅行商品の開発等が挙げられるのではないかと思います。

次に、国内観光地の空洞化と宿泊業ということでお話したいと思います。平成不況と呼ばれるときに、海外旅行者数は円高の定着により、堅実な伸びを維持しましたけれども、国内旅行の割高感が増加する中で国内旅行離れが発生し、国内観光旅行の空洞化が進行しました。結果として、ホテル・旅館の倒産件数が2000年以降、特に多く発生しました。

温泉地を代表する日本の国内観光地の宿泊業・経営環境として、バブル期に豪華な設備投資をされたということで、過剰な債務負担が発生します。ところが、旅行業界自体は団体旅行から個人旅行へと切り替わりましたので、そういった中で変化に対応しきれず、設備投資の

負担に耐えかねて倒産するホテル・旅館が増加したということです。

一方で、事業再生に成功した旅館の代表事例もいくつかあります。例えば、大分県別府温泉の杉乃井ホテルや、青森県奥入瀬渓流グランドホテル等があるわけですけれども、これらのホテルを分析しますと、いくつかの具体的な業務改善の取り組みが共通しているということが挙げられます。例えば、宴会部や客室部というように、部門別に人員が配置されていたとします。非常に細分化された業務態勢となっていたわけですけれども、それが全ての従業員で共通化・共有化させるという形で、効率化されました。これは、製造業でもよくある生産の合理化の方法で、いわゆる多能工化と一緒であると思います。それから、細かいところでは露天風呂や家族向け・高齢者向けの和洋室の増加等、再生のための設備投資も行われています。また、再生ファンドによる資金調達というものがあり、資金調達はファンドが行い、運営は経営者がやるという形で分離することで、建て直しが上手くいった事例があります。

一方で、今度は旅館が中心となって再生に取り組んでいる町の事例がいくつもあります。例えば、北海道阿寒湖の鶴賀グループの代表で、国土交通省から観光カリスマに選ばれている大西雅之氏は、2000年から「阿寒湖温泉再生プラン2010」策定に協力をされ、湖畔の整備事業やまりもの保護等、地域全体への投資に貢献をされています。

それから、熊本県の黒川温泉では、こちらも観光カリスマに選ばれている後藤哲也氏が、1980年代から長年に渡って、温泉街全体の植樹による景観統一や共通の入湯手形の発行等、自分の旅館だけではなく温泉全体の地域力を上げる取り組みをされています。そういった中で、町全体が底上げされ、結果として自分の旅館の経営も順調になるということだと思います。ちなみに黒川温泉は、毎年満足度評価で全国一位～二位を継続して占めています。

それから、イメージの多様化の成否が入込客に反映した事例として、北海道と沖縄を比較検証してみました。北海道は、沖縄とは違うわけですが、道内で動かれる観光客の方がかなりいらっしゃいます。とこ

ろが、沖縄は入込客の数が125となっています。北海道は全体で、道外のお客様が111ということで、北海道とはかなり差がついている状況です。

一方、観光資源、いわゆる従来の感覚で行く観光資源から見ればどうかということですが、いわゆる美しい自然、それから食事が揃っているのは北海道です。沖縄には、美しい海はありますけれども、従来の我々の感覚で行く観光資源はそんなにありません。そんな中、どこで差がついたのかと言いますと、これはもう少し我々なりに分析・調査したいと思っておりますけれども、やはり文化の違いというところが、現在の推定です。

我々航空会社は、昔は沖縄キャンペーンと言いますと、青い海ということで、水着のポスターを毎年貼っていたわけですけれども、今の沖縄はそういう時代ではなくなっています。もちろん、海を求める若い観光客の方もいらっしゃいますけれども、沖縄は年齢を問わず観光客が訪れる島となっております。

ＮＨＫ連続テレビ小説の「ちゅらさん」がありましたけれども、ああいった生活文化、のんびりとした癒しの文化に憧れる方も、結構いらっしゃるかと思います。そういった中で、沖縄が全国の観光客を惹きつけているのだと思います。併せて、沖縄出身のミュージシャンや芸能人がいろいろと活躍をされており、そういったことも含めたトータルとしてのイメージが、沖縄が観光の勝ち組になった要因なのかなと思っています。

一方の北海道は、先ほども申し上げましたが、ラベンダー畑や流氷といった美しい観光地が、どこに行ってもあります。併せて、我々が大好きなカニやウニといった魚介類も獲れるわけです。現在、ツーリズムということでかなり努力はされていますけれども、（スクリーンの表を指して）数字上では沖縄とこれだけの差がついております。

次に、観光地域活性化のために、先進事例・成功事例を若干ご紹介してみたいと思います。今まで、観光の主役である消費者の観光ニーズの変化、供給者である観光業の事業環境という視点から、旅行市場

の状況を説明してきました。これからは本日の本題である、観光による地域振興にどう取り組めば良いのかを考えていきたいと思います。観光地は、観光資源を中核として成立するわけですけれども、消費者の新しい観光ニーズに対応した観光資源創造の方向性を示すような、大まかな５つの分類を試みた上で、それぞれの観光資源について先行事例や成功事例を紹介していきたいと思います。

まず､地域の生活体験や交流活動ということがあります。これには、都市住民が農村地域に滞在して、田植えや収穫といった農作業体験、竹細工や紙漉き、蕎麦打ち等の地域の伝統工芸や食文化の体験、そして神楽や太鼓といった伝統芸能の学習といったものがあります。このように､多彩な体験プログラムにより農村地域の生活を楽しむ活動が、大都市部からの修学旅行の新たな形態として定着しつつあります。皆さんから見れば、これが観光なのかと思われるような日常生活が、こういった形で都会からの修学旅行生の受け皿になっているということです。

それから、知的好奇心を実現する観光として、エコツーリズム、ヘリテージツーリズム産業観光などがあります。それから、歴史的景観の活用が挙げられます。エコツーリズムやヘリテージツーリズム等、様々な新しい観光分野の開発が盛んなわけですけれども、一方で古い宿場町や武家屋敷等の歴史的景観、さらには棚田や段々畑、里山等の人々が自然と関わりながら形成した、文化的景観の持つ観光資源としての価値が、現在再認識されています。

このような観光へ参加する動機は、自然や環境、歴史に対する知的好奇心、これらの自然の保全に対する社会的活動に参加する達成感であるという風に思います。また、ロハスに代表されるような自然や環境との調和、あるいは景観保全への認識、生活観・価値観に基づく知的動機による旅行行動として、共通する観光の形態であるという風に思います。

それから、伝統的温泉地の新たな魅力創造ということもご紹介したいと思います。先ほど、国内観光地の空洞化ということを申し上げま

したけれども、地域共存のための温泉地再生への取り組みとして、阿寒湖温泉と黒川温泉の取り組みを挙げました。温泉そのものの特性を生かす形で、温泉療法や健康管理増進プログラムといった、新たな付加価値を生み出す取り組みを進める別府温泉の取り組みについても、後ほどご紹介したいと思います。

それから、ご当地グルメというものがありますが、これはいわゆる伝統的な郷土料理ではありません。例えば宇都宮の餃子、富士宮の焼きそば、横須賀のカレー、広島のお好み焼き等が全国で出回っていると思います。

それから文化観光ですが、日本の漫画・アニメのファンが世界中にいるということは、皆さんもご承知かと思いますけれども、外国ではアニメを見るためのツアーが組まれているんです。例えば、中国では「日本のアニメツアー」というものを作っていて、兵庫県宝塚市の手塚治虫記念館、三鷹の森ジブリ記念館、秋葉原を巡るツアーがあるそうです。

それでは事例紹介ということですが、先ほど地域の生活体験や交流活動のところでご紹介しましたけれども、新潟県の上越市・十日町市が挙げられます。それからエコツーリズムですけれども、これは知床です。それから産業観光、ヘリテージツーリズムですけれども、これは皆さんもご存知かと思いますけれども、秋田県小坂町です。私は東京の人間ですけれども、実は小坂町の観光大使というものをやっておりまして、来週また小坂町に行きます。そこで、一つは環境のシンポジウム、それからアカシア祭りというものもやっております。

それから、歴史的景観の保全・活用という点では、角館市は住民のボランティアガイドを養成して、歴史案内人による歴史体験を行い、観光客、そしてリピーターを増やす努力をされています。

仙北市角館の武家町では、平成９年の秋田新幹線開業に向けた受入態勢整備の一環として、角館歴史案内人組合が発足して、地元の教師ＯＢ等、35名の歴史ボランティアガイドが登録し、年間5000名の観光客に対してガイドの業務を提供されています。また、「角館冬がたり」

として、地元の方言を生かした暮らしぶりの紹介を企画する等、住民参加により歴史的町並みの魅力発信に取り組んでいらっしゃいます。

一方、土産物屋がどんどん増加し、もともと武家屋敷しかなかったところに土産物屋が増加して、武家屋敷ではなくなりつつあるという問題も発生しています。そこで、町で行政指導と言いますか、土産物屋のこれ以上町並みを乱す形での進出に、待ったをかける取り組みが始まっているということです。

それから､伝統的温泉地の新たな魅力創造ということですけれども、先ほどの大分別府温泉は、1990年代以降、観光客の長期低迷に苦しみました。別府の伝統的な観光資源は地獄巡りと温泉だったわけですけれども、なかなかそれ以外の新しいアイディアが浮かんでこなかったのです。しかも、別府の町全体は大量送客を前提とした大型旅館が出来ていました。そんな中で、別府は危機感を抱きました。そこで、鶴田さんという方が中心となって、別府の町の再生に取り組みました。この方は、もともとは料理屋を経営されていたようですけれども、今はニューツルタというホテルを経営されています。

その一つの手段として、ＮＰＯ法人ハットウ・オンパクというものを作られて、別府の町の再生を図られています。それにより、着実な成果が上がってきております。そして、そのノウハウを地方に輸出されているということです。私も今年行ってきましたけれども、オンパクというのは、温泉地域体験、地域文化体験、温泉と健康、自然体験といった５つのジャンルに分かれて、いろいろな商品を作っているんです。それで、普通は一般には開放しないような古いお屋敷を案内してもらうことが出来たり、これは古い別府の温泉街の中の歓楽街ですけれども、夕方になるとガイドをしてくれる人がいて、いろいろと見て回ることが出来ます。そうしますと、古い歴史のある温泉や昔懐かしい感じの料理屋等を案内してもらうことが出来ます。このように、観光客に新たな魅力・価値を提供することによって、お客様の復活を図っています。それにより、現在では地道に復活しつつあります。

これは、私の個人的体験ですけれども、私は修学旅行で別府に行き

ました。しかし、当時は非常に柄が悪いということで、「外出はするな、温泉で枕投げだけはして良い」と言われました。別府というと、地獄巡りをした思い出しかありません。ところが、今行くといろいろなところが見られるようになっていて、私個人の体験を通しても、かなり変わったなという風に思います。

いろいろお話をしてきましたけれども、最後に今後の観光振興に向けた提言ということで、述べさせて頂きたいと思います。本日申し上げてきた話題を総括しますと、（スクリーンの）図のようになるのかと思います。消費者の新しい観光ニーズに対応するため、航空会社や旅行会社は、地域の自然や文化を生かした旅行商品の開発が重要になります。その方向性は、同時に高付加価値型旅行業への転換を図る上でも有効な戦略であると思いますし、地域の観光資源を創造するためには、地場の観光業者との関係を強化し、着地型旅行商品の共同開発を進めていくことが現実的かと思います。この辺が大手旅行会社の経営課題になると、私共は思っております。

さらに観光地側において、魅力ある観光資源を創造するためには、いくつもの先進事例・成功事例に共通するように、狭い意味での観光産業だけではなく、例えば歴史や自然に関する専門的知識やスタッフを有するＮＰＯ（民間非営利法人）の、準備段階での参画が鍵になると思います。

また、官民連携という意味でも、従来の観光行政と観光業界という二次元の活動から、これに住民参加が加わった形での三次元の官民連携への進化が重要になってくるという風に思います。実際の観光行政に対する政策提言として、観光資源創造を担う組織・基礎作りへの予算の強化を図るべきだと思います。

この図は、具体的な事例として新潟県と秋田県の予算を分析したものですけれども、先ほど本山様もお話していましたが、Ａ市の場合は観光宣伝事業、Ｂ市の場合は観光資源の維持管理業務に予算があるわけですけれども、一層の業務の効率化を図るために、財源を捻出してでも人づくりの予算を割かないといけません。単なる箱物を造っただ

けでは、観光振興には繋がりません。人づくりが大切であると思います。

地域によっては、先ほど角館の例も挙げましたが、全国各地で観光ボランティアや、農業・漁業体験のためのインストラクターを育成するということに取り組んでいる地方自治体がいくつもあります。そういった取り組みも、今後は必要かと思います。

それから、越後の田舎体験というものの特色として、事務局にある財団法人が第三種の旅行業を取得し、修学旅行の発注側である大手旅行会社との共催や、地元の宿泊手配等を一元的に実施しています。大手の旅行会社にとっても、業務の円滑化というメリットを有していると思います。国土交通省においても、地場旅行会社による旅行商品企画力の強化を支援するために、昨年5月に旅行業法を改正し、地域限定募集型企画旅行業の制度を新設しています。観光協会による、旅行業取得等の受入地域の施策として、提案をしていきたいと思います。

そして、大学への期待ということですけれども、近年、ノースアジア大学をはじめとして、大学教育において観光学部・学科の設立が相次いでおります。大学に期待する役割として、これまで述べてきた官民連携から、産官学の連携へと発展させるための起動力となることを期待したいと思います。行政は観光政策を企画し、実施することが役割です。一方､民間企業は自社の収益確保と地域全体の経済効果との、バランスを考慮して行動せざるを得ません。それに対して、大学は観光分野に関連する都市政策、環境・経営・レクリエーション等、多様な学問領域の研究者がいらっしゃるわけで、これらの専門知識を生かして、具体的な観光振興や地域興しのアイディアを企画して頂き、行政と民間に提供するという役割を期待したいと思います。また、学生教育の観点から、具体的な解決力を持った人材育成のためにも、教員と学生のフィールドワークによる実践活動を進めて頂きたいという風に思います。

最後になりますけれども、観光振興を成功させるためには、小さな取り組みでも、出来ることから実施・企画し、実践していくことが肝

要だと思います。最初からホームランを打とうとしても、なかなか打てません。ヒットを積み上げてホームランを目指すという方法が良いのではないかと思います。

また、観光は住民自身が町への関心や愛着意識を醸成することが出発点となります。地元の豊かな自然や歴史を改めて認識するような、市民参加型行事が有効だと思います。また、対外的な宣伝事業を企画する上で、最初の取り組みは季節限定的なものや規模が小さいものであっても、具体的な誘客効果が出れば、多くの観光関係者へ意識改革が波及していくことが考えられます。今後、ノースアジア大学の観光分野での人材育成のますますの発展を希望して、私の話は結びとさせて頂きます。どうもありがとうございました。

道　端　どうもありがとうございました。観光地域振興ということで、まず観光客のニーズをよく知り、そのニーズに合った戦略を展開することが必要だということを、いろいろお話して頂きました。また、行政・企業・大学、それから地域、この連携が大切だということで、お話して頂きました。

それでは、これにて浜田社長のご講演を終わりにさせて頂きます。浜田社長に大きな拍手をお願い致します。どうもありがとうございました。（拍手）

〔講　演〕

ノースアジア大学 総合研究センター 主催

観光学特別講演会

「旅・素晴らしいもの
旅行社が旅によって果たせる
地域活性化とその課題について」

講　師　財団法人 日本オリンピック委員会 評議員・総務常任委員
ノースアジア大学総合研究センター客員教授
本　山　茂　樹

挨　拶　学校法人ノースアジア大学理事長・学長
小　泉　　健

司　会　ノースアジア大学法学部長
本学総合研究センター国際観光研究所長
道　端　忠　孝

日　時　平成20年５月30日　午後１時～

会　場　カレッジプラザ講堂（秋田市中通）

道　端　皆様こんにちは、観光学講演会の開幕です。この講演会は平成20年度ノースアジア大学総合研究センター主催でございますけれども、ご承知の通り、４月に本学で観光学科が開学致しましたので、観光学科の記念講演会になろうかと思っております。この観光学科の記念講演会にご尽力頂きました、株式会社ＡＮＡ総合研究所の浜田健一郎社長と、もう一方は日本オリンピック委員会でご活躍され、その前には旅行会社の社長を務められました本山茂樹先生に、本日の講師をお願いしてございます。このお二人の先生にご講演をお願いしまして、本日ご多忙のところを、わざわざ東京からおいで頂きました。まずは先生方に、大きな拍手をお願い致します。（拍手）

今日は、先に本山先生にご講演を頂きまして、その次に浜田社長にご講演をお願いする予定となっております。それではご講演に先立ちまして、本学の小泉健理事長・学長の方から先生方のご紹介とご挨拶をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願い致します。

小　泉　ご紹介頂きました小泉でございます。今日は、本当に沢山の方に会場においで頂いておりますが、日頃から総合研究センターの講演・会議にいろいろとご協力を頂きまして、心からお礼申し上げます。先ほど、司会の道端先生からご紹介頂きましたように、ＡＮＡ総合研究所の浜田社長、そして日本オリンピック委員会の本山先生を会場にお迎えしての、非常に豪華な講演会となりました。

このＡＮＡ総合研究所とは平成18年に、秋田、そして東北・アジア観光をメインのテーマとし、提携を致しております。浜田社長は、航空業界で非常に著名な方でございまして、大変な経歴をお持ちの方でございます。我が大学でも客員教授としてお迎えする事が出来まして、平成18年には「航空と観光」というテーマで、今日と同じこの会場でご講演頂きました。航路の集中化の問題、そして羽田空港に新しい滑走路がまもなく完成するということ、また2009年には航空ビックバンが起きるというような話をお聞きすることが出来、大変貴重なご講演だったと思っております。今も覚えておりますが、この変わろうとし

ている観光業界の中で、航空産業の果たすべき役割というのは非常に大きなものがあると言われておりました。

本山先生は先ほどご紹介頂きましたように、阪急交通社に入社されまして旅客営業本部長、そして株式会社エアサーブの代表取締役社長を経まして、現在はノースアジア大学総合研究センター客員教授となって頂いております。観光産業・観光業界では非常に長い経歴をお持ちの方で、昨年も「航空会社のビジネスモデル」というご講演会、およびシンポジウムで講師を引き受けて頂き、その中で「観光立県と人材育成」というテーマでお話して頂きました。今、この秋田県は大変に厳しい状況にあるということが言われている中で、我が秋田県は観光立県を目標としております。今日お話して頂ける観光学に関する内容は、私たち大学だけではなく、行政、そして会社等にお勤めの方にも、大変な興味を持ってお聞き頂けるのではないかと思っております。それでは、最後までご静聴よろしくお願い致します。今日は本当にありがとうございました。(拍手)

道　端　それでは､本山先生より「旅･素晴らしいもの　旅行会社が旅によって果たせる地域活性化とその課題について」という演題で、ご講演をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願い致します。

本　山　ノースアジア大学シティカレッジ2008にご参加の皆様､こんにちは。昨年の秋より、総合研究センターの客員教授を拝命致しました本山でございます。本日は私共の講座にご参加を頂きまして、誠にありがとうございます。私自身、皆様の前で旅行に関してのお話をさせて頂くのは､今日で3回目になりますので､お顔馴染みの方も大勢いらっしゃると思いますが、どうかよろしくお願い致します。ご存知の通り、今年よりノースアジア大学では観光学科が開講し、第一期生をお迎えすることになりました。先日の入学式でも、観光学科のお嬢さんが新入生を代表して入学の決意表明をする等、大学の観光学科に対する力の入れ様は並々ならぬ決意が伺われます。私共も、その大学の熱意に報

いるために、熱い心でサポートするつもりでございます。本日ここにお越しの皆様方も、ぜひともこの新設の観光学科を応援頂けるよう、お願いを申し上げたいと思っております。

さて、旅というものは大変楽しいものです。そしてその旅を売る「旅行会社」は、言ってみれば皆様に“夢を売る”職業であり、仕事自体が楽しくなければなりません。今日は、その素晴らしい“旅”の本質とそれを取り巻く環境についてお話をしながら、旅行会社が地元にどう貢献出来るかのヒントについて、お話をしてみたいと思います。

まず、旅というものの原点を考える時に、それを誠に良く言い表している文章があります。どういったものかと言いますと、松尾芭蕉が奥の細道へ出立前の心境を綴ったものです。これが出立前の全文ですが、これを少々紐解いてみたいと思います。「月日は百代の過客にして行きかふひともまた旅人也。舟の上に生涯をうかべ、馬の口とらえて老をむかふる物は、日々旅にして旅を栖とす」月日というものは、永遠に旅を続ける旅人のようなものであり、来ては去り、また去っては来る年も同じように旅人である。船頭として舟の上に生涯を浮かべて、また馬子として馬のくつわを引いて老いを迎える者は、毎日旅をして旅を棲家としているようなものである、という意味です。さらに、「古人も多く旅に死せるあり。予もいづれの年よりか、片雲の風にさそはれて、漂泊の思ひやまず、海浜にさすらへ」というように綴られております。そして、「去年の秋江上の破屋に蜘の古巣をはらひて、やゝ年も暮、春立る霞の空に白川の関こえんと」と続いております。去年の秋は隅田川のほとりのあばら家に帰って、蜘蛛の古巣を払いしばらく落ち着いていたが、次第に年も暮れて春になり、霞がかかる空を眺めながら、ふと白河の関を越えてみようか等と思うようになった、という意味です。芭蕉は、『笈の小文』の旅ということで伊賀に行ったのですが、後の貞享5年1688年8月、仲秋の名月を見るために岐阜から信濃の国の更科へ旅をしました。去年の秋というのは、この更科紀行の旅がなされた年の秋を指しております。ちなみに、この年の9月30日に元号が元禄に改元されました。まだこの文章は続き、「そゞろ

神の物につきて心をくるはせ、道祖神のまねきにあひて、取もの手につかず。もゝ引の破をつゞり、笠の緒付かえて、三里に灸すゆるより、松島の月先心にかゝりて、住る方は人に譲り、杉風が別墅に移るに」となり、その折に「草の戸も　住み替はる代ぞ　ひなの家」という歌を詠んでおります。人の世の移ろいならいて、この草葺の家も新たな住人を迎えることになり、それまでは縁の無いことではあったが、節句のころには賑やかに雛を飾る光景がこの家にも見られるのだろう、という意味です。こうして歌を詠み、表八句を庵の柱に掛け置きました。

芭蕉が奥の細道に旅立ったのは、元禄２年1689年３月27日のことで、この日を新暦に換算致しますと５月16日ですから、今日のように気候の良い時期に奥の細道へと旅立って行った訳であります。この文章には、旅に対する思い入れと旅立ちの風情が感じられます。中でも特に印象的なのは、この「ちぎれ雲の風に誘われて旅に出たい」という風に思った部分で、いかにも芭蕉らしさを表しています。奥の細道の行程は、江戸から奥州街道を北上して日光に寄った後、那須白川や二本松等を通って松島に出ます。この時に「松島や　ああ松島や　松島や」という歌を詠んでいます。それから平泉まで北上して、「夏草や　兵どもが　夢のあと」と詠んだ後に裏日本へ回りますが、その途中で寄り道をして霊山立石寺に寄り、「閑さや　岩にしみ入　蝉の声」と詠んでいます。そして出羽三山を経由して酒田に出た後、一旦秋田県の象潟まで北上し、そこから南に転じて、越後では「荒海や　佐渡によこたふ　天河」といった、皆様ご存知の句をたくさん残しております。

しかしながら、誰でも自分の知らない世界を見たり、或いは日常生活を離れてもう一人の自分を演じたいといった願望を持っていて、そのためにお金と暇に腐心している訳で、これが旅心というものではないでしょうか。旅には、お金と暇という対価を払わされるだけの魅力と効能がある訳です。

「可愛い子には旅をさせよ」という諺がある通り、イギリスの近代初期には、グランド・ツアーが青年の自己啓発の通過儀礼の旅として

慣習化しておりました。グランド・ツアーというのは、18世紀に入るまで英国での観光旅行は国内の旅にほとんど限られており、ごくわずかの貴族を除けば、一般に国外への旅というのは大きな危険を伴うものと考えられていました。この傾向は18世紀になると急激に変化し、上流の家庭で、子弟のエリート教育の一貫としてヨーロッパ大陸への旅行が重んじられ始めます。グランド・ツアーと称されたこの遊学の旅は、文化の先進国であるイタリアやフランスを主な目的地としました。この旅行には家庭教師、時には牧師までもが同行して、通常1〜2年、時には数年間に及ぶもので、この経験は英国の若者が、真のジェントルマンとみなされる最低条件と考えられるようになりました。近代旅行業の創始者と言われるトーマス・クックも、禁酒奨励イベントに人々を動員するツアーを企画したのが最初の仕事で、彼は教育価値を生涯念頭において旅行ビジネスを営んできました。

太陽の恵みの薄い北欧や中欧ヨーロッパの人たちが、長期休暇を得て、南の太陽を求めて、バカンスを楽しむ習慣が定着したことから、ビーチリゾートが開発されました。体力の回復と心の充足という意味では、日本でも昔から温泉での湯治の風習があり、「心身の保養」も旅の効能の一つなのです。このように、旅を通して知ることや身に付けるということは、机の上の教材や飲み薬の類と基本的に違う点は、全てが実体験学習だということであり、旅の効能は間口も広く奥行きも深いことがお分かり頂けると思います。

しかし、かつて“旅”は大変困難で苦痛を伴うものでした。トラベルの語源はトラブルの同根であるとか、旅は「給べ」の諺だとも言われ、その困難を取り除けるのは一部の特権階級に限られており、グランド・ツアーの主も当時の貴族の子弟でした。旅を容易にすること、そして大衆が手軽で安全に旅をし、かつ旅の効能を享受出来るようにすることは、近代社会の要請ではなかったのでしょうか。

これらの事柄にビジネスチャンスがあった訳で、先ほどお話したトーマス・クックが現代風に言い換えれば、格安で安全なパッケージツアーを企画したことによって、当時のイギリスの中産階級の人たち

にも、旅は手の届く旅行というものになりました。日本でも、江戸時代から伊勢講を組んで先達が案内する団体の参拝旅行等、安全に楽しく旅が出来る仕組みが旅行ビジネスの草分けたちによって整備されていきました。旅の大衆普及というのは、旅を旅行という商品に仕立てた旅行ビジネスによって進化をしました。旅行パンフレット・ホテルクーポン・添乗員・ガイドブック・手数料・貸し切り契約等、旅を旅行という商品に仕上げるためのいろいろな手法が開発されました。それによって、旅行の便宜性と効率化も進みました。しかしその一方で、こういった大衆旅行は、旅行社によるお仕着せの旅行に飽き足らずに、古来からある旅に憧れる風潮も出て参りました。

これまでの旅行ビジネスは、現在曲がり角に直面しています。というのは、旅行ビジネスの存在意義というのは、旅心を満たす仕組みを旅行という形で提案することです。しかしながら、効率を追及するあまりに旅を商品として旅行に仕立てる課程で、旅心の本質を見失っているのではないかという疑問が生じているのです。

私が阪急交通社に在籍中に、通販ブランドとして創設を致しました、トラピックスという商品がございます。この秋田県でも、日々新聞等で募集を行っており、多くの方々にご参加頂いております。当初は良い商品を参加しやすい値段でということを目標に、「何もしない贅沢な時間」をということでゆとりを求めたり、他にもエコツアーを販売したり、「いずれは月にお連れしたい」等、かなり目標を高く掲げてスタートしましたが、ちょうど今年で20年が経過します。その間にどう変わったかということについて、こちらをご覧頂きたいと思います。（ＤＶＤ上映）

このように変化してしまいましたが、当初はトラピックスもトラベルとトピックスの合成語でスタートしました。その後、どうもトラブルとトピックスの合成語に変わってしまったようで、果たして旅の本質はどうなったのかと、心を痛めております。

また、旅は多彩な効能があってこそ人気があるもので、旅行は、旅の効能を効率よく享受出来るように、利用しやすく加工した商品です。

何故なら旅の感動は、心のキャンパスにのみに描かれる虚像そのものであるからです。旅行ビジネスというものは、旅心を満たすための機能を専門的に強化することで、専門特化した業態に成長し、感動の輪で世界を結ぶ総合産業へと脱皮していくだろうと思われています。日本人の余暇重視思考と、その実現を可能にした経済成長により、旅行市場は急激な拡大を続けております。

日本人の海外旅行者を取り上げて見ても、観光目的の海外旅行者が自由化されたのが1964年で、その年の海外渡航者数は13万人弱でありましたが、30年後の94年には1357万人に達し、実に104倍という驚異的な増大となりました。更に、不況が叫ばれている中でも増加し続け、2007年には、なんと1754万人に達しています。

観光が我が国にもたらす経済効果を想定する上で、基礎となるレジャー余暇生活に関する意識の動向調査というのがございまして、これを少々検証してみますと、今後の生活で力を入れたい分野としてレジャー余暇産業を上げるものが36.8%と最も多く、次に所得や収入、食生活と続いております。また、今後の生活の力点の推移をご覧頂きますとお分かりの通り、昭和59年以降は、やはりレジャー余暇生活というものが高い数値で推移していることがお分かり頂けると思います。また、余暇活動の潜在需要を数値で見ますと、第一位は性別・年齢を問わず海外旅行がもっとも高く、第二位が国内観光旅行、避暑や避寒、温泉となっております。このように観光旅行に対する潜在需要は、多様な余暇活動の中で依然として高いことが窺えると思います。

従来、観光は旅行業と同一視されることが多かったのですが、現在では交通産業・宿泊産業・旅行業・飲食業・ホスピタリティ産業・関連サポート産業等を包含する総合産業であると共に、世界最大の産業としての地位を獲得しております。今や社会生活全般に大きな影響力を与える存在となり、広範囲な期待をされるようになりました。我が国における観光消費の経済波及効果を見てみますと、昭和17年度の国内観光消費額が24兆４千３百億円となり、これによる直接的経済効果は、付加価値誘発効果が12兆３千４百億円、雇用誘発効果が229万人

と推計され、さらに、この観光消費がもたらす間接的な効果を含めた生産波及効果は、なんと55兆３千百億円となりました。付加価値誘発効果は20兆６千４百億円となり、先ほど申し上げました雇用誘発効果に至っては、469万人と推計されております。我が国のこの観光消費というのは、国内の幅広い生活波及効果をもたらすことがお分かり頂けると思います。

しかしながら、市場の巨大化は同時に市場の細分化を促し、分業化による経営の効率化と流通組織の発達を必要とします。この点について旅行産業は、いささか旅行市場の変化に遅れを取り、十分に対応しきれていないというのが現状です。

それでは、ここで旅行会社の存在意義は何かということを、少々見てみたいと思います。まず、旅行会社の存在意義として第一に考えられるのが、旅のある新しいライフスタイルを提案するコンサルタントです。そして第二には、旅行商品の企画と造成・販売を行うメーカーであるということ、第三に旅は観光教育の担い手であるということが言えるのではないかと思います。

その点から、観光は全人教育の一貫であるとも言えると思います。その第一が､観光による旅行者の教育であります｡冒頭でお話したヨーロッパで近代初期にスタートし、社会慣習となっていたグランド・ツアー、そして日本で独特の学校事業として発展した修学旅行に、その典型を見ることが出来ます。こういった教育効果の極大化は、旅行会社の役割だと思われます。

第二に、観光を支える人材の教育があります。観光効果を最大限に発揮するために、サービス提供機関に対して、消費者の代理人の立場から最善のアドバイスをする役目を負っております。そして、第三が環境・観光づくりのための社会教育と世論の形成です。観光による地域の活性化はもちろんのこと、障害者や高齢者といった行動の不自由な人たちも旅が可能になるような､社会環境の整備が必要であります。ソーシャルツーリズム等の推進に積極的に取り組むことも、旅行会社の重要な役割の一つです。このように、教育の担い手であることも旅

行会社が忘れてはならないことの一つであります。（ビデオ上映）

ただ今お見せしたフィルムは、私が個人的に旅行をしたときのもので、大体話の筋に合わせて編集しております。ご覧の通り、旅というのは日頃見慣れない景色、あるいは自然の恵みや歴史的な文化財、あるいはテーマパークのような新しい観光施設の見学、イベントへの参加を目的としたものです。2007年問題と言われる、団塊の世代の大量退職がいよいよ始まりましたが、旅行に関する潜在需要というものは強いものがあり、旅に出る人々はますます増えると思われます。しかし、休日の楽しみ方や行動の変化によって、人々の旅に求める変化がこれまでの流れとは大分変わってきました。そして、これまで主流であった団体で観光地に泊りがけで行く旅行に代わって、個人や少人数で近郊の都市を訪れ、その地域のものづくりや文化・伝統等を身を持って体験する体験型観光や、人々の日常生活の中にもその違いを見つけ、地域の人々と交流する交流型観光が、国内観光地の地域活性化のテーマとして各地で注目されています。

一方、全国の多くの地域で、体験型観光による活性化を目指す動きや観光客を増やしたいという期待が高まり、それは従来の狭い意味での観光行政や観光事業者だけではなく、農林漁業といった第一次産業をはじめ、地域の伝統文化の継承や高齢者の生きがい等といった地域社会全体の活力を維持する上で重要とされています。

しかしながら、この体験型観光が観光振興のみならず、地域の活性化に寄与はするでしょうが、その地域の観光に関する諸問題や、観光地の切り札になるとまでは評価されるには至っていないのが現状です。

そこで、旅行会社が果たせる役割とは何かということを考えていきたいと思います。まず、旅行会社が地域との連携によって、地域観光マーケティング活動を行う場合の貢献とはどのようなものかということを考えますと、地域活性化の要因の一つとして、製造メーカーのように工場を誘致して産業人口を増やすことは出来ませんが、唯一出来ることは観光による交流人口を増やすことではないかと思います。そ

のためには、いかに多くの観光客を送客するかが至上命令である、従来の旅行会社のビジネスの流れに乗ることも一つの選択肢ではないかと思います。世界観光機関は、観光は二十一世紀の、世界の基幹産業になると予測をしております。政府も、2000年末の観光政策審議会の答申にも「観光振興を国の柱に～観光立国宣言～」を謳い、各地方の自治体も、こぞってこれからの地域振興の担い手になる中核産業は観光に他ならないという認識の上に立って、観光立県や観光立市、観光立村を標榜しています。平成19年の３月13日には、観光立国を目的として「観光立国推進全国大会」が開催されました。大会には、安倍昭恵前総理夫人をはじめと致しまして、700名を超える参加者が集いました。そして盛会のうちに終了し、パンフレットも配布されました。

しかしながら、それぞれの思いの強さを比較すれば、実態としての観光振興を基盤とした地域振興は、順調に歩を進めているとは言い難い状況にあります。その原因は、相変わらずハードウェア重視の弊害から脱皮出来ずに、ソフトウェアにメスを入れず、地域振興を促進させるためのノウハウが見落とされているためではないかと思われます。従来、地域への対応というものは、ハードウェアとソフトウェアが中心でした。地域振興の中核となるヒューマンウェア、要するに人材は、単なるソフトウェアの一部として位置付けられていて、重要視されてきませんでした。そのために、地域振興の実務の現場において実践力の不足が露呈し、多くの失敗例を生み出してきました。これからはハードウェアとソフトウェア両方を、自由自在に使いこなすことが出来るヒューマンウェア、要するに人材の育成と確保を最優先に考えて地域振興を推進しなければという意見が多く出てきております。とりわけ積極的な観光振興を意図している地域においては、コンサルタント会社等のプロと同じ知識と行動力を有し、しかも即戦力として使える人材の確保が急務であります。それには大学、あるいは専門機関、ＮＰＯの連携のもとに、人材教育システムの構築が急がれます。こうして確保された人材は、その地域の魅力を知り尽くした人材として成長していくわけです。

こういった一連のムーブメントは、平成18年の大学における観光関連学部・学科等の入学定員が３千名を超えることになり、最近５年間では千名以上も増加しました。国土交通省でも、観光関係の業界と大学関係省庁で構成する、観光関係の人材育成のための産学官連携検討委員会議を開催し、観光分野の人材育成に関する情報の共有化、および今後の連携方策についての検討を始めた次第であります。しかるに、ノースアジア大学の観光学科の開設というのは、秋田県の活性化に欠くべからざる事業として期待されているわけです。

それではここで、地域の振興と観光戦略の方向における実態について検証したいと思います。地域振興を促進させるには、二つの分野の検討が考えられます。一つは、地域内での評価を向上させるための「地域の再生」であり、もう一つは、地域の住民が住みやすく誇りに思えるように、地域の価値を高める「地域づくり」をすることです。観光により地域の活性化を図るには、その地域における観光消費の増大を通じて、経済効果を高めることが重要です。このような観点から、観光分野の基礎統計も全国統一基準が整備されました。その統計による、秋田県の現状というものを覗いてみたいと思います。

こちらに都道府県別宿泊施設数がグラフになっておりますが、ご覧になって頂ければ分かる通り、秋田県は残念ながら宿泊施設の数が非常に少ないという状況です。同時に、都道府県別の延べ宿泊者数、これは平成18年の６月から８月の部分をグラフにしたものですが、これに関しても、秋田県に来てお泊りになる方の数というのは、ごく少ないということがお分かり頂けると思います。これをどう高めていくかが、今後の課題ということです。

観光ルネッサンス事業の推進に当たっては、住民が主体となって地域の自然、歴史・文化等の特色や魅力を生かして、積極的に観光地づくりを進めることが重要です。観光を軸とした地域づくりの立ち上げ段階を支援する、「観光地域づくり実践プラン」が推進されております。秋田県でも３ヶ所が認定されており、皆様の身近なものとしては、「雄物川観光交流地域活性化協議会」といったものがあります。それから、

これらの観光資源を活用し、その地域を訪れたくなるような競争力のある観光地づくり、また旅行者のニーズの多様化を踏まえ、固有の資源を活用した魅力ある旅行商品づくりのために、地域の観光の魅力を熟知した地元の観光関係者と、旅行会社の連携を促進するために観光カリスマの方や学識経験者の方、旅行会社からなる「観光町づくりアドバイザリー会議」が構成されておりまして、観光に関するアドバイスを行い、その実現に向けて連携促進スキームが構築されております。ここにも、旅行会社が地域と一体となってパートナーシップを発揮し、企画旅行商品の流通促進を行うとともに、観光マーケティング活動促進を行う必要があるわけです。

観光を通じた地域の活性化の中で、観光地の魅力の演出とはどのようなものでしょうか。ある地域に興味を持つ動機としては、第一に自分の身近にはなく、なかなか体験することが出来ない非日常性への憧れです。次に、自分が住む地域と他との歴史・文化、社会的な繋がりと近い関係にある「ゆかり」が、重要なテーマになるのではないかと思います。すなわち、ゆかりとなる素材を発掘し、情報化して発信することが重要なのではないでしょうか。その地域に限定されたゆかりは貴重な観光資源となるばかりでなく、その活用は地域の再生への起爆剤になり得るのではないかと考えられます。例えば、歴史的な建造物の観光への活用も同様で、重要伝統的建造物保護地区の選定が積極的に進められており、平成18年末から全国79ヶ所に対して助成措置が講じられ、皆様もご存知の通り、秋田県では角館が選定されております。公開施設の見学等を通じて学習と交流が深められ、歴史的な建造物の保存が地域づくりに生かされているということが報告されております。

これまで皆様にお話した通り、多くの観光資源に恵まれた秋田県の観光ポテンシャルは大変高いものがあります。それにも関わらず、秋田県の観光が大きく飛躍出来ないのは何故でしょうか。「秋田観光の道しるべ」と言われている、「秋田花まるっ観光振興プラン」にも、「秋田の魅力を見直そう」と述べられている通り、民謡「秋田音頭」のお

国自慢にも象徴されるように、秋田には豊かな自然や風土に育まれた特徴的な行事や祭り、そして伝統芸能や食文化等が脈々と息づいています。それらのジャンルがとても豊かで、この奥行きの深さが秋田の魅力といえるでしょう。

ところが、県外から秋田に移り住んできた人が最初に出会う、秋田県民の県民性を示す特徴的な秋田弁の一つに、「なんもなんも」という言葉があります。これは、県外の人が秋田県の観光資源を素晴らしいと感じていても、秋田県に住む人たちにとっては当たり前過ぎて、恵まれていることが理解出来ないからだと言われています。秋田県の人たちは、素晴らしい観光資源に恵まれていることに気付いていないのです。あるいは、気付いていても積極的に自慢しようとはしませんし、宣伝もしないと言われております。我々のイメージの中にも、八幡平や白神山地は青森県、鳥海山は山形県という具合に、秋田県の印象が極めて薄いのです。

そんな時に、この「秋田花まるっ観光振興プラン」の実行委員会の気持ちを代弁するかのような中学生の投書が地元の新聞に掲載され、その内容があまりにも核心を突いていていました。検討委員会が県民の皆さんに一番訴えたいと思っている、「秋田の良さを見直そう」「秋田の素晴らしさを再認識して愛好心を高め、それを仲間内でのみ享受するのではなく、さらに外の人たちにも共有してもらえるように自慢をし、宣伝をしよう」ということを再確認されたということです。これからは、秋田県の魅力が前向きに、そして全国的に広がるのではないかと期待が持たれております。

しかしながら、今年の秋田県の顔として決定された「十和田八幡平黄金歴史街道キャンペーン－鹿角を行く－」に致しましても、まだまだ旅行業界にも浸透していないのではないかと思います。ウィークな部分ばかりお話していますが、我々旅行会社のサポートも十分ではないのではないかと深く反省して、どうやって秋田県を宣伝していくかということに努力を傾注していかなければならないと、改めて思った次第です。

次に、秋田観光の魅力をいかに演出するかということについて、少々考えてみたいと思います。地域の創意工夫を生かした町づくりを推進するために、政府は「まちづくり交付金」制度を設け、観光交流促進事業の支援を行っております。一例を挙げると、海の環境保全と観光への活用を図り、観光や地域交流の拠点となる「みなとオアシス認定」制度等が推進されています。また、港の資源を活用し、周辺観光地とも連携しながら港の観光交流の促進を図る「みなと観光交流促進プロジェクト」も推進され、秋田県もその対象となっております。それに加え、近年地元自治体においても、岬の灯台を地域のシンボルとして位置付ける地域振興策「岬のオアシス構想」が推進されています。同時に、未来に残したい漁業・漁村の歴史文化や財産百選の普及が図られています。その他、海岸の整備と併せて、背景地における公園や道路の整備を一体的に行うコースタル・コミュニティ・ゾーンの整備も推進されております。

何故このようなことをくどくどと申し上げるのかと言いますと、実は先日、秋田市内より車で男鹿半島を一周して参りました。旅行を販売するという立場で、秋田県の魅力の演出はないのかという目で見て参りましたところ、ごく身近なところに素晴らしい素材があると感じました。皆様も、前段で申し上げた数々のプロジェクトを視野に入れて、一緒に考えて頂きたいと思います。市内の秋田城址を過ぎる辺りから、左の車窓に見えてくる秋田港の景色は、港独特の雰囲気と情緒があり、素晴らしいものを感じました。その後、58号線を走りながら見る海岸線の茫洋とした景色にも、素晴らしいものがありました。そこで、秋田港を起点に秋田～男鹿間を「秋田～男鹿ビーチライン」と名付けて整備することによって、この地域を訪れる人たちが必ず通る道とするとともに、一つのハイライトとしての魅力を作り出していくのです。

途中にあるスカイパーク寒風山も若干趣を変えて頂き、どこにでもある山頂の休憩所というイメージを変えます。まず、おでんやラーメン、きりたんぽといった食べ物の販売をやめて頂きます。そして、例

えば牛乳やチーズ、アイスクリームやクッキーといった牧歌的雰囲気作りをしながら、今、流行している北海道の生キャラメルのような、秋田県の名産品を開発するきっかけ作りを行います。要するに、ビーチライン構想の一部分として位置付けをします。また、このビーチラインについては、入道崎に至る男鹿半島の海岸線やなまはげライン、あるいは八郎潟を繋いだ「秋田シーニックバイウェイ」の構築を図ることは出来ないだろうかということです。それには、前段で申し上げた政府の「まちづくり交付金」制度や観光交流促進事業の支援を取り込むことによって、実現が可能になるのではないかということが考えられます。特に、有名な観光スポットではなく、何気ない景色や場所が旅人の心を打つ場合があります。少し秋田県を歩いただけで、こんなに素晴らしい素材があるわけですから、深く踏み入れば秋田県にはいくらでも観光地が眠っていると思いますし、私共旅行会社が関与させて頂く部分も大変多いと思います。

先ほど申し上げた「シーニックバイウェイ」と申しますのは、景観という意味の「Ｓｃｅｎｅ（シーン）」という単語の形容詞と、わき道や寄り道を意味する「Ｂｙｗａｙ（バイウェイ）」を組み合わせた言葉です。景観や自然環境に配慮し、地域の魅力を密接に繋ぎながら、個性的な地域と美しい環境づくりを目指す施策で、アメリカで先行的に行われているプランです。平成17年度より、全国に先駆けて「シーニックバイウェイ」を、北海道で本格的にスタートさせました。平成19年９月より、名称を「風景街道」として登録が行われ、全国で既に93ルートが登録されております。秋田県では、「菅江真澄と巡るあきたの道」、それから「のしろ白神の道」が登録されているのですが、皆様ご存知でしょうか。しかしながら、この風景街道の管理は、財団法人道路新産業開発機構が行っていますが、先頃、この財団は国土交通省の天下り先として問題化しています。今後さらに問題化すると思いますので、もしも「シーニックバイウェイ」を計画するとなれば、地元で別途にお考え頂ければ良いかと思います。これは、一つのヒントでございます。

また、秋田は十和田八幡平国立公園や白神山地、それから鳥海国定公園や栗駒国定公園といった、非常に素晴らしい観光資源を抱えており、これらの優れた資源が有する力を存分に引き出す体制が整備されると、自然環境の保全という問題が生じてきます。先ほどのフィルムの中にもありましたが、スイス屈指の山岳リゾートで、アルプス観光の中心地であるツェルマットは、氷河急行が走るマッターホルン・ゴッタルド鉄道の終点であり、ツェルマットからは多数の絶景地にケーブルカーや登山電車が伸びており、これらの展望台からは、マッターホルンの他、モンテローザ等の4000m級の山々や、ゴルナー氷河等を臨むことが出来ます。環境保護のためにツェルマットへのガソリン車の乗り入れが制限されており、代わりに街中では電気自動車や馬車が走っています。ツェルマットを車で訪れる観光客は、一つ手前のタッシュという村の駐車場に車を停めて、そこからは電車でツェルマットへ入ることになっており、完全な自然保護が確立されています。

観光資源の保護や自然環境の保全にどう取り組むかということは、重要な課題であると共に、観光地にとっては国民的財産として後世に継承すべき事業であります。今朝の新聞に、2100年には白神山地のブナが全滅するという記事や、環境汚染の問題が出ておりましたが、既に日本でもナショナルトラスト運動による自然保護に取り組み、成果を上げている観光地があります。イギリスのボランティア団体「ナショナルトラスト」が最初に行ったこの運動は、自然環境等を、経済的な理由での無理な開発による環境破壊から守るため、市民活動等によって買い上げ、自治体に買い取りと保全を求める運動のことです。

私共がこの運動に出会ったのは、ある一つのきっかけからでした。昭和55年（1980年）の朝日新聞の「天声人語」に、「知床で夢を買いませんか」という運動が実りつつあるという、当時の論説委員である新垣秀雄さんの、ナショナルトラスト運動についての記事が掲載されました。当時、何とか知床を商品化して販売しようと考えていた我々にとっては、恰好の素材であったわけです。早速、「知床で夢を買いませんか」を商品化して、新聞広告を打とうとした矢先に論説委員の

新垣さんに呼び出されました。「お前達はこの天声人語を商売に使うのか」と、いたく叱責されました。その結果、この企画は潰れてしまいましたが、さすがの新垣さんも運動の趣旨にはご賛同頂き、「朝日自然を愛する会」を創設して頂きました。そして、ナショナルトラスト運動の重要性についての講演会を開いて頂き、多くの方々に参加を呼びかけて頂くことになりました。おかげでこの企画は大成功し、その後大きく展開致しました。何千人というお客様に「知床で夢を買いませんか」という運動にご協力頂いて、知床観光を兼ねて参加して頂きました。

その後、斜里町との関係が出来まして、知床半島の付け根の辺りに農場をお借りしました。春はじゃがいもの植え付け、秋は収穫というようなツアーを企画致しまして、何万人というお客様を知床にお連れすることが出来ました。そして斜里町との関係も深くなり、何年かに一回行われる町議会議員の選挙や市長の選挙には、東京・大阪から私共も駆け付けて応援をしたりと、大変良い関係を築くことが出来ました。その後も、この関係は続いているようです。

このように一つのきっかけから、自然保護をベースに観光と結びつけることによって、地域の観光振興に貢献出来る聖地づくりを考えることも必要であり、我々旅行会社がお手伝い出来る領域ではないかと思います。秋田県にも、ぜひこのような聖地を作って頂けるよう、お考え頂ければと思います。

それでは、ここで一つ秋田県の売れているツアーをご紹介します。ご覧頂いておりますように、「秋田周遊モニターツアー３日間」でございます。日本海に佇む不老不死温泉、山間に佇む乳頭温泉、白神山地、十二湖、海沿いのローカル線、五能線、その他に男鹿のなまはげ、角館等、要するに秋田県の魅力を詰め込んだ３日間ということです。これは、冒頭に申し上げました通り、いかに多くの観光客を送客するかが至上命令である､従来の旅行ビジネスそのものの流れであります。先日、事務所へ行ってヒアリングを行ったところ、この４月から秋までで、大体１万人ほど集客したということです。ただし、秋田新幹線

「こまち」の座席の確保と宿泊先の確保がもう少しスムーズであれば、おそらく今の倍の集客も可能であるということでした。大変売れているだけに、この辺りに秋田県が解決しなければならない問題があるのではないかと思います。

次に、訪日外国人旅行者のための環境整備について、若干お話させて頂きます。平成18年度の訪日外国人旅行者は733万人となり、過去最高を記録しました。そして、昨年は既に834万人となっています。地域別に見ますとアジアからが525万人、次いで北アメリカ、ヨーロッパ、オセアニアの順になっております。また国別に見ますと、韓国が212万人と極めて高い伸びを示し、続いて台湾、アメリカ、中国、香港の順となっております。中国も高い伸びを示し、今後は日中韓３ヶ国の動向に注目していくべきであると思います。平成18年の７月、北海道において第一回日中韓観光大臣会議が開催され、会合の成果は日中韓観光ビッグバンと銘打った、観光交流拡大のための計画が策定され、観光交流拡大の制約要因の改善とさらなる交流拡大方策の検討についての相互協力、また青少年交流、文化・スポーツ交流、姉妹都市の友好交流、それから日中韓の観光交流人口を2010年までに1700万人以上にするという目標が設定されました。

このように、日中韓の３ヶ国に関しては、国ごとの特性掌握が必要なことがお判り頂けると思います。特に、訪日韓国人旅行者が2006年には､年間200万人を突破しました｡2006年12月には羽田空港において、訪日韓国人旅行者200万人達成記念の式典が行われ、冬柴国土交通大臣から200万人目の旅行者に、記念品が贈呈されました。政府も個別の対応として、韓国市場については平成18年の12月に韓国のメディア５社を招聘して、新潟県・山形県・秋田県のスキー場等の視察を行いましたが、効果を生んでいないのが現状であります。秋田県の取り組みに当たっては、まず各国ごとに市場の規模やニーズ等の特性を十分に掌握する必要があります。それから各国への対応については、次のようにマーケットを分析することが出来ます。まずは韓国の市場ですが、平成18年３月から短期滞在査証の期間限定なしの免除、あるいは

韓国の週休２日制の普及による余暇時間の拡大や堅調な韓国経済の影響から、個人旅行を中心とした海外旅行のニーズは拡大傾向にあります。特に今の韓国では、かつての韓流ブームの反対で、日流ブームとなっているそうで、日本のものが大人気だそうです。ソウルでは、日本のファッション雑誌を持ち歩くことがステータスになっているようで、女性がいろいろなファッション雑誌を抱えて歩いているそうです。

このように日本が大人気となっていますが、秋田空港は唯一、ソウルとの国際航空のオンラインを有しております。しかし、航空関係者の間で禁断の果実と呼ばれている搭乗率補償制度が横たわっており、これは日韓交流に本気で取り組めば解決するのではないかと思われます。また、韓国は大変なゴルフブームで、国内でプレイするよりも２泊３日で日本へ来てプレイするほうが便利だそうです。一日２ラウンドと、内容も充実したゴルフツアーが日本各地で催行されているようですけれども、ぜひ秋田県でも韓国からのゴルフツアー等を招聘されることをお勧め致します。

次に中国ですが、中国は外国旅行・訪日旅行共に、いまだ揺籃期の市場です。また、2010年には外国旅行者数が5000万人に達すると世界観光機関が予測している、将来の巨大マーケットでもあります。訪日旅行に関しては、訪日団体査証の発給対象地域が段階的に拡大したことから、都市や地域によって成熟度に大きな差があります。中国人の訪日には団体観光ビザが必要ですし、日本以外の国々とも競合があります。現在中国人はアメリカへの渡船は出来ませんが、これが解禁されれば当然コンペティターとなるわけです。

今、東京等の首都圏の量販店では、中国のお客様がブランド商品を50万円～100万円とお買いになることが大変多いわけです。これがアメリカに行けるようになると、日本と同じようにグァムやサイパンに流れてしまうので、これが大きな問題になるのではないかという懸念があります。このようなマーケット状態から、どこにターゲットを絞って秋田県として誘致を行うのかということを、早急に決めていく必要があるのではないかと思います。

今、韓国・台湾・中国からの旅行者に、「立山黒部アルペンルート」が大ブレイクしているそうで、多くの方々が訪れております。秋田県にも、こういったブレイクする観光地を開発しなければならないということを感じております。

海外からの旅行者にとって主要な情報収集の手段である、インターネット上のウェブサイトの構築に当たっては、その対象を明確化し、利用者の立場に立った記述内容となるよう多言語化を進める必要があります。可能であれば、翻訳ではなく各言語のネイティブによるオリジナルな内容となることが望ましいわけです。国際観光振興機構は、旅行目的地としての日本の認知度を向上させると共に、訪日旅行者の旅行計画その他をサポートするため、このウェブサイトを通じて訪日旅行全般を海外に発信しているそうです。アクセス数も4004万回に達しており、ＧｏｏｇｌｅやＹａｈｏｏといった検索ポータルサイトの検索上位に位置する等、利用価値の高いサイトとして評判が上がってきているということです。秋田県にも、秋田観光総合ガイド「あきたドットコム」という素晴らしいページがあるにも関わらず、これがハングル語版になると突然ブログになってしまい、インフォメーションを入手出来ず誠に残念と言いますか、宝の持ち腐れではないかという感じが致します。これでは、秋田県民の宣伝が下手だという県民性をそのまま表していると思います。

その他、現在訪日外国人の30%がビジネス目的のお客様だということにも関わらず、こういったことに関する十分な取り組みがなされていません。その結果、国家的な誘致活動を行っている近隣アジア諸国との競争が激化する中で、ビジネス事業の核となる国際会議の誘致に向けた取り組みが、非常におろそかになっております。そんな中、この国際会議を何とか日本でやりたいということで、国際会議観光都市を日本で50箇所選定し、誘致活動を実施しております。国際観光振興機構は、一定の条件を満たす国際会議等について寄付金の募集や交付金の交付を行っており、秋田市も国際会議のための観光都市としてノミネートされているわけですから、国際会議の受注・開催が出来れば

良いと思います。

旅行会社は、世界で開催される多種多様な国際会議へご参加の方々のお世話をしております。また、そういったものに参加出来るツアーもご用意しています。こんなチャネルをご利用頂くことも、一つのヒントではないかと思っております。

また、日本国内や世界各国で行われている旅行博へ、積極的に参加すべきだと思います。これは世界規模でのＰＲ効果を期待出来る場であり、観光情報の提供の他に、秋田県の文化紹介パフォーマンスを兼ねて集客出来るものですので、ぜひこういった旅行博への参加を企画してはどうかと思います。例えば、「ようこそジャパン秋田地方国際観光ビジネスフォーラム」というようなものを開催して、中国や韓国、台湾の旅行会社、そしてメディア関係者を秋田県に招聘して、秋田天然色の歴史や文化を訪ねて頂きます。そうすれば、旅行商品開発の具体化に向けた誘客プロモーション事業や商談会、物産の展示や交流会等の開催も考えられるのではないかと思います。幸いなことに、我々もこういった国々とのネットワークがございますので、お手伝い出来のではないかと考えております。

以上申し上げました通り、旅行会社が地域の活性化のためにお手伝い出来ることは山ほどあり、今後より一層の貢献をしていくためにも、いかにすべきか地域の皆様と一緒に考えていかなければなりません。新たな顧客ニーズや、地域の観光資源の特性を踏まえたニューツーリズムの促進を行うことで、観光を通じた地域の活性化、将来に向けて成長の可能性の高い観光産業の発展、また旅行を通じた新しいライフスタイルの創出を目指します。そして、豊かさを実現出来る国民生活の実現を図る長期滞在型旅行、あるいはエコ・ツーリズムやヘルスツーリズム等の独自の魅力を生かしたニューツーリズムを作り出し、流通促進させるスキームが策定され、それに示される通り地域と旅行会社は、一体となって事業に取り組む仕組みになっております。今後は益々、パイプを太くして目的の達成に努力を傾注しなければなりません。

いろいろ申し上げましたが、今日お話したことが一つのヒントになれば幸いです。ノースアジア大学の観光学科で、これから観光について学ばれる皆様には、ぜひとも本日申し上げたことから何らかのヒントを得て頂きまして、地域一体となった観光振興の取り組みを牽引する役目を担って頂きたいと思います。そのため、観光地域づくりへの取り組みや企画、演出をすると共に、必要な調整や合意形成を図り、具体的に地域に集客効果を還元することが出来る人材となり、地域への橋渡しを行う観光地域プロデューサーを目指し、魅力ある観光地づくりと地域の経済と雇用の活性化を促進して、これから発生するいろいろなプロジェクトの礎になって頂ければと思います。それによって、より良い旅の魅力を演出することが出来るのではないかと、期待をする次第であります。

旅行業に従事しようとする者は、物事を広く見なければいけません。山を見て綺麗だと思うだけではなく、あの山の向こうに何があるのだろうと、大いに好奇心を働かせることによって良い商品開発が出来、旅をする人に感動を与えることが出来るのです。この好奇心こそが、旅によって果たせる地域活性化の原点ではないかと思います。秋田県は、海や山、湖等の観光の宝庫です。どうか、観光の宝探しをして頂きたいと思っております。

今日、私が皆様に申し上げたいキーワードは「大いなる好奇心」です。

皆様、本日はどうもありがとうございました。（拍手）

道　端　本山先生、どうもありがとうございました。本山先生から秋田県の観光について厳しい指摘や、あるいは素晴らしい提案や韓国・中国向けの観光に関する提案等、いろいろとお話頂きました。これから本山先生には、ぜひこれらの解決・実現に向けてご協力頂きたいと思っておりますし、また観光学科にもいろいろとご協力を願いたいと思っております。折角の機会ですので、何かご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。はい、どうぞ。

斉　藤　斉藤と申します。今日は素晴らしいご講演をありがとうございました。一つ教えて頂きたいことがあり、旅については、「食べる」という切り口があると思うのですが、その点について先生のご意見をお聞かせ頂きたいと思います。

本　山　先ほどは食の問題には触れずにお話しましたが、大体旅行というものは、「見る」「食べる」「買う」という三要素が必要です。秋田県には伝統的な行事や祭りの他に、美味しい食べ物がたくさんあります。そんな中で、もっと秋田県の名物というものをアピールして頂きたいと思います。仙台空港を例に挙げますと、大阪から北海道に行く時、仙台空港で乗り換え時間が30分ほどあります。そこで乗り換えまでの間、笹かまぼこ３枚入りが300円くらいで売っていて、出来立ての笹かまぼこにお醤油を付けて食べるのがとても美味しいんです。こういった、ごくありふれた郷土の食べ物、もちろん秋田にも美味しいものがたくさんありますけれども、これをぜひアピールして頂いて、観光の目玉とすることも大変重要なことであると思っております。

斉　藤　ありがとうございました。

道　端　もう一人、どなたか質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。それでは本学の阿曽村先生、どうぞ。

阿曽村　本山先生、今日はどうもありがとうございました。政府は観光庁を設立して、外国からの観光客の誘致に大いに努めるという風に聞いておりますが、観光庁の設立によって、秋田県等の地方の観光振興は、具体的にどのような好影響を受け得るのでしょうか。このことについて教えて頂きたいと思います。

本　山　生憎、現在はそこまで詳しくお話出来るようなデータは持っていませんが、先ほどお話の中で申し上げた通り、今後地域の活性化をする

には、観光に関する事業を行うべきという意見を、地方の自治体からも頂戴しております。しかし残念でならないことは、いろいろな事業を行う際に、必ず地方の交付金等が交付されるのですが、それが本当に観光振興のために使用されているのかということです。例えば、何か建物を造ったとしてもそれだけで終わってしまい、公共事業のためにそれが使われてしまったりと、果たしてそれが観光の振興に繋がるのかということが一番の問題ではないかと思います。観光庁が出来ますと、例えばまちづくり交付金が秋田県に交付されて何かを作るとなると、それだけで終わってしまう場合があるので、今後はそういったことがなく、本当に観光のために使われて地域の活性化に繋がることを意図しているのではないかと思いますので、交付金等が交付された自治体にはよくお考えになって頂いて、観光のために使われたら良いと思っております。きちんとした回答になっているかは分かりませんが、このような意味合いではないかと思っております。

道　端　阿曽村先生、よろしいでしょうか。それでは、これで本山先生のご講演を終了させて頂きます。本山先生、どうもありがとうございました。皆さん、どうぞ拍手をお願い致します。（拍手）

〔論　文〕

無形文化遺産と持続可能な観光における比較研究

― 秋田県内のナマハゲ系儀礼を事例として ―

平　　辰彦

はじめに

平成20年（2008）年７月13日～14日に秋田ビューホテルにて秋田ユネスコ協会創立60周年記念の「2008東北ブロック・ユネスコ活動研究会・秋田大会」が開催された。大会テーマは、「地域文化遺産再発見！～“ナマハゲ”を通して地域文化の継承を考える～」で、13日には、このテーマをめぐって基調講演と「ナマハゲ・シンポジウム」がおこなわれた。基調講演では、東京都文化財研究所無形文化遺産部の宮田繁幸が、「世界遺産・地域遺産活動の目差すもの」と題して「無形文化遺産保護条約」をめぐって講演した。その後、秋田県内の四ヶ所の地域（男鹿市脇本の「ナマハゲ」・秋田市雄和沖村の「ヤマハゲ」・秋田市豊岩前郷の「ヤマハゲ」・にかほ市象潟小滝の「アマノハギ」）の「ナマハゲ」たちが会場に集合し、それぞれの地区の「ナマハゲ系儀礼」を再現して見せた(1)。そして基調講演と「ナマハゲ系儀礼」の実演を踏まえて「ナマハゲ・シンポジウム」がおこなわれた。

本稿では、この「ナマハゲ･シンポジウム」で話題となった「無形文化遺産」（Intangible Cultural Heritage）と「持続可能な観光」（Sustainable Tourism）について秋田県内で実施されている「ナマハゲ系儀礼」を事例として考察する。

第１章　秋田県内の「ナマハゲ系儀礼」の諸相

この「ナマハゲ・シンポジウム」では、次の６点が、話題の中心となった。以下、それぞれの話題についてのわたしの発言した内容をまとめてみる。

（１）伝統行事は、地域の中で、どのようにして伝承されてきたか

「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」（小松和彦）を「ナマハゲ系儀礼」と呼ぶが(2)、その「ナマハゲ系儀礼」を代表するのが、男鹿の「ナマハゲ」である。これは、昭和53年（1978）に国の「重要無形民俗文化財」に指定されている。

このシンポジウムでは、「重要無形民俗文化財」の「ナマハゲ系儀礼」を、秋田県における「地域文化遺産」の代表的なものとして取り上げるが、その「ナマハゲ系儀礼」には、〈仮面性〉〈祭祀性〉〈秘密結社性〉〈民俗芸能性〉の４つの特性が認められる(3)。こうした特性をもつ「ナマハゲ系儀礼」は、秋田県内だけではなく、北は、青森県の下北半島から南は、沖縄県の宮古島に至るまで広く全国に分布している。

資料２は、全国の代表的な「ナマハゲ系儀礼」の分布図である(4)。この分布図から「ナマハゲ系儀礼」が、主に海岸線上にある地域で伝承されていることがわかる(5)。そうした一帯は、「ナマハゲ文化圏」と呼ばれている。特にこうした「ナマハゲ文化圏」で実施されている「ナマハゲ系儀礼」のような「無形民俗文化財」の行事において重要なのは、その〈伝承性〉である。ここでは、「ナマハゲ系儀礼」の〈伝承性〉を考える糸口を、それぞれの地区で用いられている仮面から考えてみたい。

「ナマハゲ系儀礼」において用いられる仮面の〈伝承性〉を考える場合、特にその仮面が何を表象しているのか、その意味を考えることが、その存在の源流を知る近道である。

文化８年（1811）の正月に菅江真澄（1754－1829）は、「ナマハゲ」を若美町で見聞し、その姿を描いている(6)。これが、文献上にあらわれた「ナマハゲ」の初出である。つまり文献上からは、「ナマハゲ」という民俗行事は、19世紀

のはじめに菅江真澄によってはじめて記されたことになる。真澄の描いた「ナマハゲ」の絵をみると、角のある赤い「鬼」の面と「ウソブキ」（空吹）の面が記されている。この「ウソブキ」の面は、現在、男鹿の「ナマハゲ」行事において用いられていないが、他の地域の「ナマハゲ系儀礼」では、今でもこうした面が用いられている。この「ウソブキ」の面は、「翁」の面を源流としている。

真澄の見聞した「ナマハゲ系儀礼」の仮面は、この「翁」を源流とする「ウソブキ」の面と、角のある「鬼」の面が、夫婦のように対になって用いられている(7)。この「翁」を源流とする仮面をつけて正月にあらわれることから「ナマハゲ」には、柳田國男のいう「年の神」の性格が認められる(8)。また「鬼」の面をつけていることから折口信夫のいう「マレビト」の性格も認められる(9)。このように「ナマハゲ系儀礼」で用いられる仮面には、仮面の〈重層性〉が認められるのである。

（2）「世界遺産」としての「無形文化財」と「地域文化遺産」の「無形民俗文化財」

次に「世界遺産」として選ばれた「無形文化財」の能楽・人形浄瑠璃（文楽）・歌舞伎などの日本の「古典芸能」と「無形民俗文化財」である「ナマハゲ系儀礼」との違いについて述べてみる。この両者は、わが国の「文化財保護法」により、明確に分けられて位置づけられている。

「無形文化財」とは、「演劇、音楽、工芸技術、その他の無形の文化的所産」で、「わが国にとって歴史上または芸術上価値の高いもの」をさすのに対して、「無形民俗文化財」は、「わが国の生活の推移の理解のため欠くことの出来ないもの」をさし、「ナマハゲ系儀礼」にみられる「風俗慣習」すなわち「衣食住、生業、信仰、年中行事等に関する民間伝承のもの」と「民俗芸能」および「民俗技術」が、「無形民俗文化財」となっている。

「無形文化財」と「無形民俗文化財」は、このようにそれぞれの価値認識が、違っている。「無形文化財」は、「芸術的に高い価値」をもち、かつ「歴史的価値」の高いものが選ばれるが、「無形民俗文化財」は、「わが国民の生活の推移の理解に欠くことの出来ないもの」が選ばれる。

また「無形文化財」は、特定の「個人」による伝承形態をもち、それぞれの伝承者が、それぞれの分野において芸術的に高い独自の「型」をもっている。一方、「無形民俗文化財」は、地域で活動する青年団や保存会などの不特定多数の「集団」による伝承形態をもっている。そして「無形民俗文化財」では、「型」よりもむしろ、それを支える人々の「心」の問題を大切にしている。

例えば、男鹿の地域では、「ナマハゲ」になる地域住民の「心」とそれを迎え入れる人々の「ホスピタリティ」（Hospitality）の「心」が、その儀礼を伝承していく上で何よりも大切であると考えられている。

男鹿において「ナマハゲ系儀礼」は、〈神〉が宿るという「お山」の信仰と深く結びついているのである。特に真山と本山では、「赤神」の信仰が色濃く残っており、いくつかの「赤神」についての縁起も知られている。その縁起では、「赤神」と共にやってきた〈鬼〉についても記されており、その「赤神」とその妃と〈鬼〉たちを祀ったのが、本山に今もある「五社堂」だといわれている。この「五社堂」は、現在、国の重要文化財に指定されている。またこの「赤神」は、中国の異神「赤山明神」であるといわれ、男鹿では、漢の武帝の伝承と関連づけられ、伝承されている。こうした「お山」の「赤神」信仰を背景に男鹿の「ナマハゲ系儀礼」が現在まで伝承されてきたのである(10)。

さて、この「ナマハゲ系儀礼」の保存・継承・活用について、いくつかの事例をここで紹介してみたい。

男鹿の地域では、平成 3 年（1991）に真山地区に伝わる「ナマハゲ系儀礼」を再現して見せる真山伝承館が建設され、それに隣接して平成 7 年（1995）には、なまはげ館が建設された。このなまはげ館では、男鹿地区におけるそれぞれの「ナマハゲ系儀礼」で用いられた仮面の展示や「ナマハゲ」の歴史についての映画上映および展示解説が常時、観光客を対象におこなわれている。

さらに平成16年（2004）からは、「ナマハゲ伝導士認定試験」（男鹿市観光協会主催）が男鹿でおこなわれている。この認定試験は、男鹿の「ナマハゲ系儀礼」を深く理解し、「ナマハゲ」を通じた観光のサポーター的役割を担う人材の育成を目的に始められた。

この認定試験を受ける前には、「ナマハゲ」についての民俗学的な講義や真山伝承館で再現された「ナマハゲ」の見学会を含む講習会が用意されており、

そうした事前学習の後、認定試験が実施される[11]。

これらの事例は、「ナマハゲ系儀礼」を理解する上で意義があるばかりでなく、男鹿の観光振興にも結びついている点が注目される。

（3）「地域文化遺産」の保存・継承のための課題と重要性

「ナマハゲ系儀礼」にみられる「地域文化遺産」の保存・継承のための課題と重要性について次に述べてみたい。「ナマハゲ系儀礼」のような「無形民俗文化財」は、基本的にそのままの形で残存させることが不可能であり、現状の「記録保存」の措置がとられている。また「無形民俗文化財」の場合、「民俗文化財調査」事業や「伝承・活用事業」の支援を目的とした国庫補助事業が用意されているが、「無形文化財」でおこなわれている、いわゆる「人間国宝」（重要無形文化財保持者）のような個人にたいする指定制度がない。これは、「無形文化財」と「無形民俗文化財」を、〈個人〉と〈集団〉にわけて、固定的にそれぞれ保存･継承している現行のシステムのためだが、今後の課題としては、「無形文化財」と「無形民俗文化財」の〈共通性〉を考え、新たな保存・継承のための制度を模索する必要がある。特に男鹿の「ナマハゲ系儀礼」のように「重要無形民俗文化財」に指定された「民俗文化財」の保存･継承者に対する〈個人〉の補助制度は、今後、考えていかなければならない重要な課題のひとつである。

また「ナマハゲ系儀礼」のような「地域文化遺産」の保存・継承のためのひとつの有効な手段として現在、文字による「記録作成」が保護・継承の手段として用いられているが、「ナマハゲ系儀礼」のような「無形民俗文化財」では、「ナマハゲ」の声や動作、その仮面の色や素材、使い方等を記録するにあたって視覚的な映像記録を作成することが、きわめて有効な手段であると考えられる。そしてこの映像による記録・保存の作成にあたっては、その目的を明確にしておく必要がある。

現在、こうした映像記録の作成には、（1）「記録･保存用」（2）「伝承用」（3）「普及啓発用」がそれぞれあるが[12]、本来の目的以外の活用法も考えられるので、常にさまざまな活用を視野に入れた保存方法を考える必要がある。

（4）「ナマハゲ系儀礼」の交流と連携について

「地域文化遺産」としての「ナマハゲ系儀礼」は、男鹿の地域ひとつとってみても、実にさまざまな「ナマハゲ系儀礼」が存在し、その地域の伝承がそれぞれ濃厚に残っている。こうした「ナマハゲ系儀礼」は、男鹿では、現在も12月31日に集中して各地区でおこなわれるため、「ナマハゲ系儀礼」の交流・連携というものは、従来、あまりおこなわれてこなかった。その意味で、本年1月20日、秋田ユネスコ協会が主催した「ナマハゲ系儀礼」をめぐるシンポジウムで、男鹿市脇本の「ナマハゲ」、秋田市雄和の「ヤマハゲ」、にかほ市象潟町小滝の「アマノハギ」を伝承する3団体が、それぞれ一同に集合して行事の再現をおこなったのは、「ナマハゲ系儀礼」の交流と連携を考える上で、きわめて重要な〈場〉を提供したことになる(13)。今後、保存・継承・活用の上からこうした〈場〉を増やし、それぞれの「ナマハゲ系儀礼」の交流と連携を通して、その儀礼のもつ〈共通性〉と〈相違性〉を明確にすることが必要である。

（5）「民俗行事」と「観光文化」とのかかわりと問題点

「ナマハゲ系儀礼」は、「無形民俗文化財」として重要な「地域文化遺産」ともいえる「民俗行事」（Folkloric and Annual Events）であるが、同時にそれは、地域振興にもつながる「観光文化」（Tourism Culture）としても注目されている(14)。この「ナマハゲ系儀礼」を観光資源として活用する場合、次の3つのタイプが考えられる。

（A）「公然の観光空間」（Overt Tourist Space）

ホストが人為的に再現した場面を積極的に演出し、その演出をゲストが、意識してみる観光空間のことで、いわゆる「観光イベント」としておこなわれるものである。このタイプの代表が、「ナマハゲ柴灯まつり」である。そこで実演される「ナマハゲ踊り」（1961年）や「ナマハゲ太鼓」（1975年）などは、観光客を喜ばすために創作されたものであり、かなり〈スペタクル性〉が強いものになっている。

（B）「暗黙裡の観光空間」」（Covert Tourist Space）

ゲストがホストの演出に気づかず、それをあたかも本物の「ナマハゲ系儀礼」として受け入れる観光空間のことである。このタイプの代表は、男鹿真山伝承館で再現されている「ナマハゲ」の実演である。

（C）「環境調和の観光空間」（Ecological Tourist Space）

これは、自然環境の保全を強く意識した観光活動で、ホストが、その観光資源の価値を再認識し、保全に努め、ゲストも景観の環境を破壊することなく、観光資源の価値を受け入れる観光空間のことである。「鬼」の造ったとされる石段や男鹿本山赤神神社の「五社堂」などを巡る「非日常・追体験」型の「本物」志向の体験ツアーが、このタイプの代表と考えられる。このツアーの参加には、危険が伴うので何よりも安全管理の徹底が求められる。そのためにも「五社堂」等を案内する「男鹿ナマハゲ・エコ・ツアー・ガイド」の人材育成が急務である。こうした環境にやさしい観光を「エコ・ツーリズム」（Ecological Tourism）という。

この３つの観光空間の中で「地域文化遺産」としての「ナマハゲ系儀礼」を保存・継承していきながら、地域振興にも役立つ観光空間は、（C）「環境調和の観光空間」である。こうした観光空間の中で「エコ・ツーリズム」の「持続可能な観光」は探究され、男鹿の「ナマハゲ系儀礼」の活用は、地元住民の参加と行政の協力によって、今後も積極的に推進されていくものと考えられる。

（６）「地域文化遺産」としての「ナマハゲ系儀礼」の将来の展望

「地域文化遺産」としての「ナマハゲ系儀礼」は、「世界遺産」として登録された能楽や歌舞伎のような「無形文化財」とは、異なる特色を有している。それは、「地域文化」のもつ〈多様性〉であり、その〈多様性〉に注目した保存・継承・活用が今後、なされていかなければならない。そして「ナマハゲ系儀礼」の保存・伝承と活用・振興のバランスを保った「無形民俗文化財」の補助制度の確立と総合的な「ナマハゲ系儀礼」の学術的研究が、「無形文化遺産」における国際的な枠組みの中でおこなわれてゆくことを、将来の展望として述べた。

以上が、このシンポジウムで発言したわたしの概要である。

宮田繁幸は、このシンポジウムの総括としてそれぞれの「地域文化」を継承している「各団体が連携し、行政などから上手に支援を引き出してほしい」とアドバイスした。

また宮田繁幸は、「ナマハゲ系儀礼」を観光として活用する場合、「それが、いつでも見られるものではなく、決まった時期にそこでしか見られないという希少性を生かす方が有効である」とした。これは、「ナマハゲ系儀礼」にみられる〈祭祀性〉を観光として活用することが、ひとつの有効な手段であることを示唆している。それぞれの地域を代表する「祭り」は、その地域の重要な「民俗行事」であり、「地域文化遺産」であると同時に、その地域の観光資源としても活用できるものなのである。地域振興に貢献している「祭り」は、全国にきわめて多い。毎年８月に実施される「東北三大祭り」のひとつに数えられている秋田の「竿灯祭り」もそのひとつだが、「ナマハゲ系儀礼」もそうした〈祭祀性〉を活用した「持続可能な観光」のひとつなのである。

第２章　ユネスコの「無形文化遺産」と日本の「無形文化財」

現在、ユネスコが中心となって国際的に「無形文化遺産」の保護の取組みが進められている。「歴史・芸術・学術・景観に関わる顕著にして普遍的な価値をもつ人類共通のかけがえのない資産」である「世界遺産」は、昭和47年（1972）、ユネスコ総会で採択された「世界遺産条約」（“Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage”）に基づいて登録されており、現在、「文化遺産」「自然遺産」「複合遺産」と呼ばれる遺産が、「世界遺産」のリストに登録されている。このうち「文化遺産」には、中国の「万里の長城」など世界最大規模の城壁が登録されている。

「世界遺産」には、このように「世界文化」の視点から価値の高い「有形文化遺産」が数多く登録されているが、平成15年（2003）、第32回ユネスコ総会において「無形文化遺産保護条約」（“Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage”）が採択された。これは、「口承による伝統、芸能、社会的慣習・儀礼、伝統工芸技術などの無形の文化を、有形文化財である世界文化遺産同様、人類共通の宝として、保護することを目的」とした条約である。この条約に基づいてヨーロッパ、アジア、中南米、アメリカの諸国から「無形文化遺産」が選出され、日本からは、「古典芸能」の能楽・人形浄瑠璃（文楽）・歌舞伎などが選ばれた。

まず、この「無形文化遺産保護条約」に至るまでの経緯をみておこう。「文化遺産」の保護をめぐる国際的枠組みは、昭和47年（1972）に締結された「世界遺産条約」で最初に具体化したが、この「世界遺産条約」では、「無形文化遺産」は対象外で、「全人類にとってこの上ない価値を有する、遺跡、土地、自然景観」である「有形文化遺産」に対象が限定されていた。しかしこの「世界遺産条約」の草稿案には、保護の対象となる文化財として「無形文化遺産」が含まれていたが、最終案に至ってそれが削除されてしまったという(15)。この「世界遺産条約」の制定過程でどのような議論がなされたかについては、外部の者には、知る由もないが、「無形文化遺産」をも含んだ検討がなされていたことについては、その後のユネスコの「無形文化遺産」をめぐる動向からみて納得できるものである。

平成元年（1989）のユネスコ第25回総会で採択された「伝統文化及び民間伝承の保護に関する勧告」（“Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore”）は、強制力のない「勧告」という形式ではあるが、初めての「無形文化遺産」の保護を中心とした国際的文章として注目すべきものである。

この「勧告」の前文では、「民間伝承」（Folklore）は、「人類の普遍的遺産の一部を形成するもの」であり、またそれが、「異なる民族及び社会集団」を結びつけ、かつ「その文化的独自性を主張するための有力な手段」であると述べられている。そしてこの前文では、「民間伝承の特質及び重要性」が強調され、特に政府は、「口頭伝承に関する側面の極度の脆弱性及びその消失の危険性」を認識し、「民間伝承の保護に関して決定的な役割を果たすべき」であると述べられている。このようにこの前文では、その後の「無形文化遺産」を考える上で重要な「文化的独自性」や「脆弱性及びその消失の危険性」等のキーワードが用いられている。次に「A　民間伝承の定義」「B　民間伝承の独自性」「C　民間伝承の保存」「D　民間伝承の維持」「E　民間伝承の普及」と続く。ここまでは、「民間伝承」の「記録保存」「伝承の強化」「普及啓発」が述べられており、日本における無形の「文化財」保護の基本的な考え方と同じである。しかし「F　民間伝承の保護」では、「知的所有権」と「無形文化遺産保護」の関係が述べれている。このテーマは、日本では、これまでほとんど問題とされてこなかったものであるが、国際的な議論では、大きな課題となっているものである。そしてこの勧告の最後は、「G　国際協力」について記述されている。

以上見てきたようにこの勧告は、「民間伝承」などの「無形文化遺産」に関して、その「保護」「振興」「普及」「法的処置」等を加盟国に促すものであった。

さらに平成５年（1993）の第142回ユネスコ執行委員会において韓国からの提案に基づき、「人間財宝制度」の確立が決議され、平成８年（1996）には、この決議を実現させるために「人間財宝制度」（Living Human Treasures）創設へのガイドラインがユネスコより提示された。

平成10年（1998）の第155回ユネスコ執行委員会により「人類の口承及び無形遺産の傑作宣言規約」が決議され、平成11年（1999）には、「人類の口承及

び無形遺産の傑作の宣言」実施のためのガイドラインがユネスコより提示された。そして平成13年（2001）に「人類の口承及び無形遺産の傑作の宣言」の第１回のプログラムがスタートする。日本は、ユネスコからの推薦依頼を平成12年（2000）４月に受け、６月に文化庁内で候補の検討を始め、文化庁の原案をまとめ、９月に文化財保護審議会に調査審議を依頼し、11月の文化財保護審議会で答申を得て、正式な候補が決定されたのである[16]。審議会による答申は、「能楽を候補とすることが適当」であり、「人形浄瑠璃（文楽）及び歌舞伎を暫定リストとして提出することが適当」であるという２点であった。その選定理由は、能楽が、候補となった芸能のうち成立年代が最も古く、かつ古典形式の整ったものであるということであった。なおこの暫定リストを含めた推薦候補の案件については、備考において国指定の「重要無形文化財」の「古典芸能」以外の分野や「重要無形民俗文化財」などからの推薦の可能性についても言及されている。これを受けて推薦書が作成され、ユネスコ事務局に提出された。その結果、第１回の宣言では、日本の能楽を含む19件が、傑作として宣言された。その後、平成15年（2003）に第２回が宣言され、日本の人形浄瑠璃（文楽）を含む28件が傑作として宣言され、平成17年（2005）に第３回が宣言され、日本の歌舞伎を含む43件が、傑作として宣言された。

傑作として宣言された日本の「古典芸能」は、それぞれ内容・様式が異なっているが、以下の共通した特色が認められる。

（１）「総合芸術性」
　「ドラマ性」＋「音楽性」＋「舞踊性」の総合芸術。
（２）「固有の様式性」
　世代から世代へ演じる者の「肉体」を通して「型」が伝承されている。
（３）「重層性」
　日本の芸能は、互いに時代ごとに層を重ねながら、並列して存続してきた。
（４）「精神文化の象徴性」
　日本民族の「精神文化」を象徴している。

この４つの特色は、日本で上演される「古典芸能」に共通して認められる特色である。特に（３）の「重層性」は、西洋演劇の「興亡」の歴史には見られない大きな特色であるといえる。このような特色をもつ日本の「古典芸能」が、それぞれ傑作として宣言され、日本国内でも大きな反響を呼び、マスコミにも予想以上に取り上げられた。その結果、若い世代に「無形文化遺産」に対する関心が高まり、「古典芸能」における観客の増加にもつながった。また「古典芸能」を伝承する側も、傑作と宣言されたことを名誉に感じ、伝承意欲が喚起されたという報告もあるが、一方で、傑作として選択されなかった場合には、伝承意欲を失わせる結果となりかねない危険があることも指摘されている[17]。

この傑作宣言は、このようにプラスの評価と同時に見直すべき問題点が指摘されているが、これが、「無形文化遺産」の保護における国際的な意識を高め、その枠組みづくりに非常な貢献をしたことは、宮田繁幸が指摘するように評価されるべき点である。

平成18年（2006）４月に「無形文化遺産保護条約」が発効されたのも、こうした傑作宣言の国際的関心の高まりによるものといえるだろう。このような経緯を経て発効された「無形文化遺産保護条約」の目的は、次の通りである。

（ａ）無形文化遺産を保護すること。
（ｂ）関係のある社会、集団及び個人の無形文化遺産を尊重することを確保すること。
（c）無形文化遺産の重要性及び無形文化遺産を相互に評価することを確保することの重要性に関する意識を地域的、国内的及び国際的に高めること。
（d）国際的な協力及び援助について規定すること。

またこの「無形文化遺産保護条約」では、「無形文化遺産」を次のように定義している。

慣習、描写、表現、知識及び技術並びにそれらに関連する器具、物品、加工品及び文化的空間。
社会、集団及び場合によっては個人が自己の文化遺産の一部として認めるもの。

さらにこの定義に即した具体的な明示例には、次のようなものがある。

(a)「無形文化遺産」の伝達手段としての言語を含む「口承による伝統及び表現」(oral traditions and expressions,including language as a vehicle of the intangible cultural heritage;)
(b)「芸能」(performing arts;)
(c)「社会的習慣、儀式及び祭礼行事」(social practices,rituals and festive events;)
(d)「自然及び万物に関する知識及び慣習」(knowledge and practices concerning nature and the universe;)
(e)「伝統工芸技術」(traditional craftsmanship.)

この具体的な明示例をみてみると、世界的には、「民間伝承」が、「無形文化遺産」の主流となっていることがわかる。ところが、日本の制度でいえば、これらの（a）～（e）の明示例に最も近いのは、「無形文化財」よりも、むしろ「無形民俗文化財」なのである。

では、何故、推薦候補に「民俗芸能」「風俗・慣習」「民俗技術」などの「無形民俗文化財」がとりあげられなかったのだろうか。宮田繁幸は、その理由を次のように述べている[18]。

（1）200件以上の重要無形民俗文化財は、特定の地域と結びついて伝承されており、その中から我が国を代表するものを短期間（半年程度）で、全国民が納得する形で選ぶことは現実的には困難であること。
（2）重要無形文化財のような保持者・保持団体の認定制度を採っておらず、推薦に当って同意が必要とされる関係共同体を特定するためには、その伝承者・伝承団体の現状を改めて詳細に把握する必要があり、その調査に関しても相当の期間が必要であること。

また日本の「重要無形文化財」には、「古典芸能」と「伝統的工芸技術」があるが、これに関しても宮田繁幸は、「古典芸能」と比較して「伝統的工芸技術」

が推薦候補に取りあげられなかった理由を次のように述べている。

（1）重要無形文化財に指定されている工芸技術は、芸能と比較して特定地域との結びつきが強いこと。
（2）また伝統産業との関連も深く、やはり短期間に推薦候補を絞り込むことの困難が予想されること。

さらに宮田繁幸は、「古典芸能」が、最終的に推薦候補として取り上げられた理由を次のように述べている。

（1）「古典芸能」の場合、国立劇場の存在や特別助成金・伝承事業国庫補助など、国による支援体制が充実していること。
（2）今後諸外国が無形の文化財保護行政の充実を図る際のモデルとなる点等が考慮されたこと。

上記の理由で、日本の「古典芸能」を推薦候補としてあげることが適当であると判断され、能楽、人形浄瑠璃（文楽）、歌舞伎が、傑作と宣言されたのである。

第３章　「世界遺産」と「持続可能な観光」―ヘリテージ・ツーリズム

日本は、独自の「無形文化遺産」の保護制度を古くから有しており、その意味で他の国々よりも「無形文化遺産」については、豊富な知見を持っている。その過去の経験を通して「無形文化遺産保護条約」を考察してみると、重要な検討課題がみえてくる。

例えば、この「無形文化遺産保護条約」では、２種類のリストの作成がうたわれている。そのひとつが、「人類の無形文化遺産の代表リスト」（Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity）であり、もうひとつが、「緊急に保護する必要がある無形文化遺産リスト」（List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding）である。

この２種類のリストの選考基準は、傑作宣言の選考基準を継承して生まれたものであるため、非常に抽象的なものになっており、そこに選考基準の問題性が指摘されている(19)。

「人類の無形文化遺産の代表リスト」は、多様な「無形文化遺産」の形を示すものであり、本質的に等価値のものであるべきだが、実際は、そこに何らかの価値的側面が反映されたものになっている。そして今後、議論が予測されるのは、各国からの推薦件数などに上限を設けるべきか、どうかということである。

また「緊急に保護する必要がある無形文化遺産リスト」については、現在、具体的な検討はおこなわれていないが、そこに掲載された「無形文化遺産」を有する国の「国際援助」を優先的に行う見込みがあるため、援助を希望する国の国益に直結した議論がおこなわれることは間違いない。

日本では、今後、傑作宣言の反省を踏まえて「古典芸能」だけでなく、「伝統的工芸技術」を含む「無形文化財」や「民俗芸能」「風俗・慣習」「民俗技術」などの「無形民俗文化財」から幅広い推薦をおこなうべきである。

今後の課題としては、この「無形文化遺産保護条約」と従来の日本の保護制度との〈整合性〉をどう保つかということが、最も大きな問題として考えられる。

また「人類の無形文化遺産の代表リスト」に「ナマハゲ系儀礼」のようなわが国の「無形民俗文化財」が選ばれた場合、それは、それぞれの土地で生活し

てきた人々の歴史や文化が集積され、形成された、ローカルな「地域の宝」としての「地域文化遺産」から、グローバルな「世界遺産」として認識され、日本の「持続可能な観光」となる可能性を秘めている。

この「世界遺産」を観光資源と考え、活用する観光を「ヘリテージ・ツーリズム」（Heritage Tourism）という[20]。すなわち「遺産観光」のことである。これは、文化的資源の「保存」「研究」「発展」を通じて人々に「鑑賞」の機会を提供する経済的で文化的な活動の一形態である。この「遺産観光」は、ユネスコの「世界遺産」を訪ねるという新しい現代的な観光形態で、近年、急速に発達してきている。1980年代より「世界遺産」ブームがおこり、「ヘリテージ・ツーリズム」は、観光業界のなかでも注目される観光形態となった。「世界遺産」は、2007年までに851ヶ所登録されており、そのなかでもエジプト・ギリシャなど人気のある訪問地として知られている。日本では、古都・奈良や京都の文化財、白川郷などの合掌造り集落、白神山地、原爆ドームなど14の「世界遺産」がある。

この「世界遺産」をめぐる国際的関心は、「世界遺産」の「保全」と「観光開発」という2つに集約できる。つまり「世界遺産」を自然と人間の破壊行為から護ると同時に観光開発により、「世界遺産」の価値や保護の啓蒙をはかり、観光収入を遺産保全にあてるというわけである。

ところが観光客の増加による急激な観光開発の促進は、世界各地で多くの弊害を生み出している。特にゴミの大量発生、大気・水質汚染、土地の値段や物価の高騰、交通渋滞などが、既に問題化している。しかし、その一方で、観光と開発の好ましい相互作用も認められている。

現在、「世界遺産」の観光は、「有形遺産」の観光を主流に発達してきているが、これからは、「無形文化遺産」の観光から「持続可能な観光」を考えるべきである。特に住民参加型の「無形文化遺産」の復興を軸とした「ヘリテージ・ツーリズム」と自然環境保護を意識した「エコ・ツーリズム」とをうまく結びつけた「無形文化遺産」が、「持続可能な観光」になることが期待されている。

おわりに

観光を意味する「ツーリズム」（Tourism）の語源は、ラテン語の「ロクロ」（轆轤）に由来し、各地を「巡回・回遊」するという意味である(21)。つまりそこには、各地を巡り歩く物見遊山の「漫遊」に近い意味が含まれている。

また「文化」を意味する「カルチャー」（Culture）もラテン語に由来し、本来は田園で「土地を耕作する」というきわめて〈ローカル性〉をもった語であった。

この〈ローカル性〉を核にもつ観光には、「エスニック・ツーリズム」（Ethnic Tourism）という文化を観光の対象とする「民俗観光」もある。これは、土着の「民俗文化」を観光客用の「見せ物」として〈商品化〉し、その「民俗文化」を観光の対象とするものである。そこでは、観光客であるゲストが期待するその土地固有の観光資源をホストである地元の人々が「ホスピタリティ」（おもてなしの心）をもって提供するものである。

「ナマハゲ系儀礼」を対象とする観光の健全な発展のためには、観光資源・環境と共生・共存しつつ、「持続可能な観光」のあり方を考えることが必要である。特に「エコ・ツーリズム」の考え方を「ヘリテージ・ツーリズム」と結びつけた観光は、「持続可能な観光」のあり方を考える上で示唆に富む観光形態である。

この「エコ・ツーリズム」を取り入れることによって、地域の「文化遺産」の価値が高まり、地域住民は、「文化遺産」をよりよく理解するようになり、地域特有の「文化的アイデンティティ」を強く認識するようになるのである。観光は「平和へのパスポート」といわれるが、行き過ぎると、「文化の切り売り」を行うようになり、地域特有の「文化遺産」を観光客によって変容させられてしまう危険性もはらんでいる。特に「無形文化遺産」を観光資源として利用するときは、その「文化遺産」の理解を促進することを観光の目的に置き、「文化的活動」と「経済的活動」のバランスを均衡に保つように心がけることが必要である。

日本の「無形文化遺産」である能楽や歌舞伎などの「古典芸能」は、従来、「保存」よりも「芸術創造」に重点が置かれ、「芸術性の高さ」と「文化の独自性」によっ

て「世界遺産」に登録されたが、「ナマハゲ系儀礼」のような「地域文化遺産」は、地域の人々の手によって代々伝承され、現在に至っている。

しかし21世紀を迎え、社会が急速に変化している現在、「ナマハゲ系儀礼」のような「無形文化遺産」は、今後、「緊急に保護する必要がある無形文化遺産リスト」に登録されるかもしれない。このような「無形文化遺産」は、国や民族、地域によって多様なあり方を示すので、「無形文化遺産」の保護に関する国際的枠組みのなかで「無形文化遺産」の「研究」「記録」「分類」「保存」「普及」を総合的に比較しておこなう必要があると思う。特に「無形文化遺産」と「持続可能な観光」の関係については、今後、一層、学際的な色彩を帯びた比較研究がなされていくことだろう。

註

（1）現在、「ナマハゲ」というカタカナ表記と「なまはげ」というひらがな表記がそれぞれ用いられているが、本稿では、国の「重要無形民俗文化財」に指定された認定証にカタカナ表記で「ナマハゲ」と表記されているため、ひらがな表記のものもカタカナ表記に改め、「ナマハゲ」のカタカナ表記に記述を統一した。

（2）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』、河出書房新社、2000年、106頁。このシンポジウムでは、助言者に基調講演をおこなった東京都文化財研究所無形文化遺産部の宮田繁幸部長を迎え、秋田ユネスコ連絡協議会の大井光弘会長が、コ―ディネーターをつとめ、パネリストには、秋田県民俗学会の齊藤壽胤副会長と秋田県小滝舞楽保存会の吉川栄一会長、それに秋田栄養短期大学准教授の私（平辰彦）の3名が参加し、それぞれの立場で「ナマハゲ系儀礼」についての意見を述べた。資料1参照。

（3）平辰彦「世界の〈鬼〉フェス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―」、『ノースアジア国際観光研究』、創刊号、2007年、78－79頁参照。

（4）北上市立鬼の館編『第7回企画展　小正月の来訪者』（展示解説図録）、北上市立鬼の館、1997年、20頁。資料2参照。

（5）平辰彦「宮古島・島尻の来訪神パーントゥと民俗仮面の変容―比較民俗学の視点を通して来訪神の姿とこころの源流を探る―」、秋田県民俗学会、『秋田民俗』、第33号、2007年、58頁参照。

（6）TAIRA Tatsuhiko, "Comparative Studies on the Masked and Costumed Visitors : The Formative Background to the Rituals of the Namahage Type", ノースアジア大学総合研究センター教養・文化研究所、『教養・文化論集』、第3巻第2号、2008年、121頁参照。

（7）平辰彦「ナマハゲ系儀礼の来訪する〈鬼〉と〈翁〉のドラマツルギー―男鹿のナマハゲと遊佐のアマハゲの仮面を中心に―」、早稲田大学演劇映像学会、『演劇映像』、第46号、2005年、27－36頁参照。

（8）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。
（9）折口信夫「春来る鬼―秋田にのこる奇習―」、『折口信夫全集』、第17巻、中央公論社、1996年、137－141頁参照。
(10) 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、52－74頁参照。
(11) 鎌田幸男「民俗と観光」、『雪国民俗』、第32号、ノースアジア大学総合研究センター雪国民俗館、2007年、１－12頁参照。
(12) 俵木悟「無形民俗文化財映像記録の有効な保存・活用のための提言―情報の共有と開かれた利用の実現に向けて―」、『無形文化遺産研究報告』、第１号、東京文化財研究所無形文化遺産部、2007年、42－43頁参照。
(13)「“なまはげ”シンポジウム」、「あきたＵＮＥＳＣＯ」、NO.35、秋田ユネスコ協会、2008年、２－３頁参照。資料３参照。
(14) 平辰彦「秋田の民俗行事と観光文化の比較研究」、『日本国際観光学会論文集』、第１４号、日本国際観光学会、2007年、34－40頁参照。
(15) 宮田繁幸「無形文化遺産保護における国際的枠組み形成」、『無形文化遺産研究報告』、第１号、東京文化財研究所無形文化遺産部、2007年、１－２頁参照。
(16) 宮田繁幸「無形文化遺産保護における国際的枠組み形成」、７－９頁参照。
(17) 宮田繁幸「無形文化遺産保護における国際的枠組み形成」、9－10頁参照。
(18) 宮田繁幸「無形文化遺産保護における国際的枠組み形成」、８－９頁参照。
(19) 宮田繁幸「無形文化遺産保護における国際的枠組み形成」、11－12頁参照。
(20) 山下晋司編『観光文化学』、新曜社、2007年、138－144頁参照。
(21) 香川眞編『現代観光研究』、嵯峨野書院、1996年、２頁。

主要参考文献

石森秀三・西山徳明編『ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』、国立民族学博物館、2001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。
大林太良『正月の来た道』、小学館、1992年。
折口信夫『折口信夫全集』、第17巻、中央公論社、1996年。
香川眞編『現代観光研究』、嵯峨野書院、1996年。
香川眞編『観光学大事典』、木楽舎、2007年。
河野靖『文化遺産の保存と国際協力』、風響社、1995年。
小松和彦編『怪異の民俗学　④　鬼』、河出書房新社、2000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。
徳久球雄・塚本珪一・朝水宗彦編著『地域・観光・文化』、嵯峨野書院、2001年。
西山徳明編『文化遺産マネジメントとツーリズムの持続可能な関係構築に関する研究』、国立民族学博物館、2006年。
日本・アジア・ユネスコ編『“無形の文化財”の保護に関する国際比較』、叢書「文化財保護制度の研究」、東京文化財研究所、2003年。
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。
バーレン・L・スミス編（三村浩史監訳）『観光・リゾート開発の人類学』、勁草書房、1991年。
廣田律子『鬼の来た道』、玉川大学出版部、1997年。
柳田國男『定本　柳田國男集』、第二巻、筑摩書房、1962年。
山下晋司編『観光人類学』、新曜社、1996年。
山下晋司編『観光文化学』、新曜社、2007年。

資料１

2008平成20年 7月14日(月) 夕刊
AKITA SAKIGAKE SHIMPO
秋田魁新報

「地域文化の継承を」

秋田市で東北ユネスコ活動研究会 なまはげ系習俗紹介も

「秋田ユネスコ協会創立六十周年記念 二〇〇八東北ブロック・ユネスコ活動研究会秋田大会」が十三、十四の両日、秋田市の秋田ビューホテルで開かれた。同協会などの主催。県内外から関係者ら約二百五十人が参加。「地域文化遺産再発見！―〝なまはげ〟を通して地域文化の継承を考える」を大会テーマにシンポジウムなどを通して活発に意見交換した。

十三日のシンポジウムではパネリストに県民俗学会の齊藤壽胤副会長、秋田栄養短大の平辰彦准教授、アマノハギなどの地域文化を受け継いでいる小滝舞楽保存会（にかほ市象潟町）の吉川栄一会長、助言者に東京文化財研究所の宮田繁幸無形文化遺産部長を迎え、パネル討議を行った。

この中で齊藤副会長は地域文化を受け継ぐ上で「重要なこととして「どんな価値があるか地域全体で共通認識を持ち、まとまることが大事」と強調。平准教授は「観光を活用した継承も考えられるが、その際は民俗として本物に近い形で見せ、持続可能なスタイルにすべきだ」と指摘した。

吉川会長は地域文化を伝承する立場から「観光客が来てくれるとやりがいを感じる。ただ、観客にアピールしようと所作を変えたりせず、受け継いできたものをそのまま後世に伝えたい」と述べた。

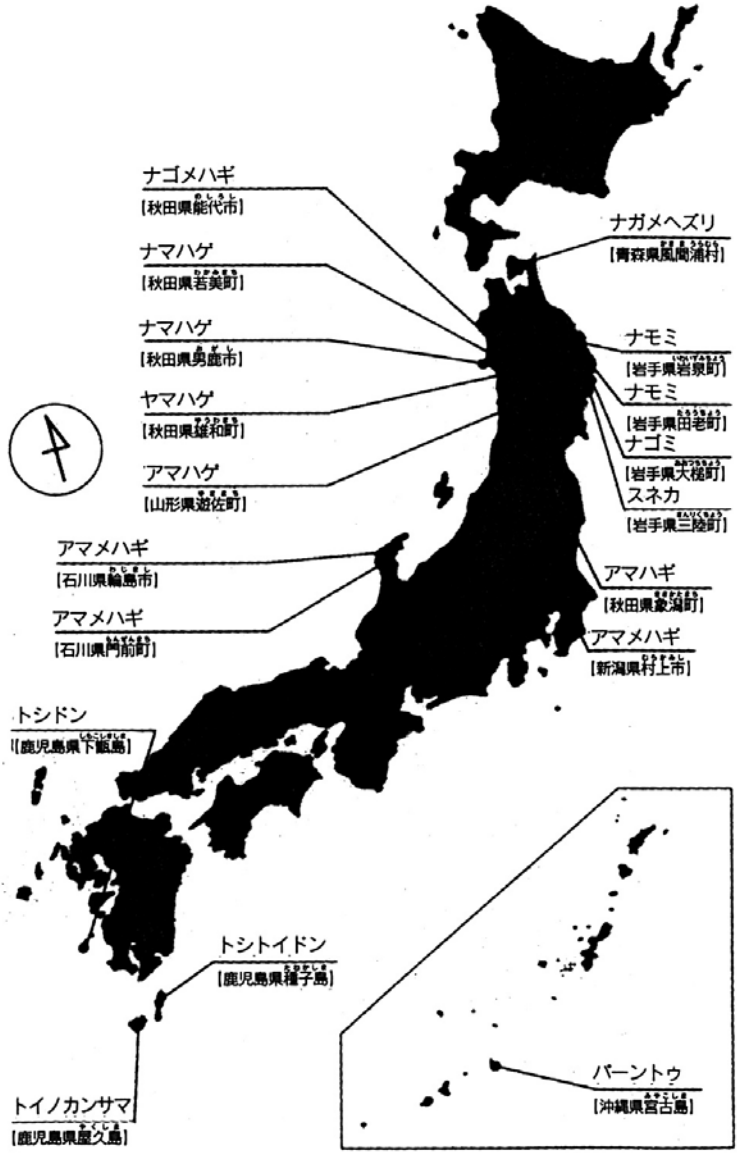
宮田部長は「各団体が連携し、行政などから上手に支援を引き出してほしい」とアドバイス。観光に活用する場合、いつでも見られるより、決まった時期にそこでしか見られないという希少性を生かす方が有効だとした。

パネル討議の前には県内四カ所のなまはげ系習俗の紹介も行われ、アマノハギなどが会場を歩き回った。

十四日は全体会などを行い閉会した。

県内4カ所のなまはげ系習俗の紹介も行われたシンポジウム

資料２


ナゴメハギ
【秋田県能代市】
ナマハゲ
【秋田県若美町】
ナマハゲ
【秋田県男鹿市】
ヤマハゲ
【秋田県雄和町】
アマハゲ
【山形県遊佐町】
ナガメヘズリ
【青森県風間浦村】
ナモミ
【岩手県岩泉町】
ナモミ
【岩手県田老町】
ナゴミ
【岩手県大槌町】
スネカ
【岩手県三陸町】
アマハギ
【秋田県象潟町】
アマメハギ
【新潟県村上市】
アマメハギ
【石川県輪島市】
アマメハギ
【石川県門前町】
トシドン
【鹿児島県下甑島】
トシトイドン
【鹿児島県種子島】
トイノカンサマ
【鹿児島県屋久島】
パーントゥ
【沖縄県宮古島】

資料３

秋田市

「伝承できるか心配」

３団体招き"なまはげ"シンポ
現状や課題を意見交換

秋田支局

シンポジウム終了後に行われたなまはげの実演

「"なまはげ"シンポジウム」が二十日、秋田市山王のシャインプラザ平安閣秋田で開かれた。男鹿市の「なまはげ」、秋田市雄和地区の「やまはげ」、にかほ市象潟地区の「あまのはぎ」を伝承する三団体を招き、それぞれの実情や伝承していくための課題などについて意見交換した。秋田ユネスコ協会（菅原展子代表）の主催。

約四十人が出席。パネリストは、民俗学に詳しい平辰彦・秋田栄養短期大学准教授（六九）、脇本有志会（なまはげ）の加藤一男会長（六二）、寺沢やまはげ保存会の鈴木長八会長（七〇）、小滝舞楽保存会（あまのはぎ）の吉川栄一会長（六〇）の四氏。県民俗学会の齋藤壽胤副会長（五三）がコーディネーターを務めた。

加藤さんはなまはげについて「面は集落によって形が異なり、（脇本有志会では）昭和四十年代に竹編みのざるで作ったものを使用している」などと紹介。「少子高齢化が進み、近年は帰省する若者の手を借りて何とかやっているのが現状。伝承していけるか心配」と述べた。

なまはげの歴史や伝承のための課題について意見交換したシンポジウム

鈴木さんは「担い手不足に加え、旧町時代にあった財政支援が合併後、なくなったこともマイナス。集落外の若者にも加わってほしいが、事故が心配だ」と話した。面や衣装の材料になるわらが近年は手に入りづらく、製作技術も失われつつあることも課題に挙げた。

吉川さんは、観光客など外部の人間の受け入れが、地元での価値の再発見につながると説明。平さんはシンポジウムのまとめとして、「（なまはげのような）民俗文化を観光に利用する場合、その内容が変質してしまう危険もあり、うまくバランスを取ることが必要。社会が大きく変化している今、保存と伝承、記録はますます重要になっている」と指摘した。

シンポジウム終了後はそれぞれ実演も行われ、協会の会員ら約百人が、衣装や動作の違いなどをじっくり見比べていた。

秋田さきがけ　2008年(平成20年)1月21日　月曜日

〔論　文〕

平成の市町村大合併と観光振興

― 秋田県内の状況を例に ―

渡　部　髙　明

はじめに

平成の市町村大合併は、全国的に動き出した2001年（平成13年）１月１日に3,228あった市町村を特例法の期限となった2006年（平成18年）３月31日には1,821ほどにすることに成功し、一応の収束をみたと言われる。秋田県内では、69あった市町村が25になり（減少率63.8%）、東北では最も合併がすすんだ県という結果になった。

合併の効果の一つに広域に事業が展開できるというメリットをあげることが多かった。とりわけ、観光に関しては旧市町村の、あるいは県域の枠を超えた広域的で有効な施策が期待されていたといえる。

しかし、果たして平成の大合併後そのことが実現されているのであろうか。本稿では秋田県の合併動態をみながら、合併後の観光振興のあり方や問題点を考察してみようとするものである。

研究の目的ならびに方法と対象

本研究は、平成の大合併がどのような状態で行われていったのかを動的に捕らえるとともに、合併後の効果として、とりわけ観光振興にどのような影響をもたらしているかを分析することを目的としている。

そのための方法として、全国の市町村合併の履歴から、旧市町村が任意協議会を起こし、合併を成立させるまでの合併プロセスを分類化してその動態を調べることとした(1)。合併にいたるプロセスの動態を調べることによって、平成

の大合併がどのようなものであったかを理解できると考えるからである。

次に、合併後の影響を分析することの一つとして、地域の観光振興の状況を比較してみた。観光の振興は多くの自治体でそれぞれの持っている観光資源を連動し高める為に、市町村合併の効果として取り上げられていたからである。

今回の調査対象は、秋田県内の合併と、県内の観光地域を対象にしている。秋田県は東北の中で、今回もっとも合併率が高かった県であり、観光振興についても市政の重要な柱の一つとしている自治体が多かった[2]。

そして、この分析から平成の市町村合併が観光振興に及ぼす効果や問題点を抽出している。

第１章　合併プロセスの類型化から見た秋田県の動態

通常、合併は地域社会の枠組みの編成であるから、そのように自治体を編成することが有益であるとの提案から起こってくるものである。合併により地域住民の生活がより良くなる、あるいはその地域が発展する、または行政効率がよくなるなどの利点をじっくり考えて行われる。それでも、それぞれの地域への愛着などから、自治体の合併に関する合意形成にはかなりの時間がかかり、それだけ合併過程において情報提供は透明性が高くかつ公平なものでなければならない。

つまり、市町村合併にはしっかりとした目標と設計とともに、それを作り上げるための十分な合意形成の環境づくりが必要となるはずである。

しかし、今回の平成の大合併は短期間に急激になされたものであった。その過程は、以下のごとく合併プロセスの類型化からとらえることができる。

１．類型化の視点

その合併に至る（任意協議会から合併成立まで）プロセス動態を、全国の市町村合併の情報履歴から分析するとおおよそ次のように類型化される。

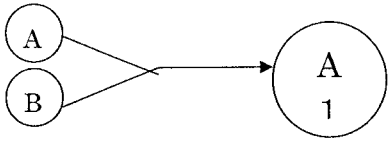
Ⅰ型　予定成立型

「合併にいたる過程が、当初予定していた市町村で比較的順調に進み、合併が成立したパターン。」地域の特徴や将来構想の共有もなされた自然な合併過程でなされたものと考えられる。

例えば、A市とB町に合併の機運が持ち上がり、任意協議会ができ、順調に

法定協議会に進み合併が成立して、新たにA1市が誕生した場合である。

図式化すると次のようになる。

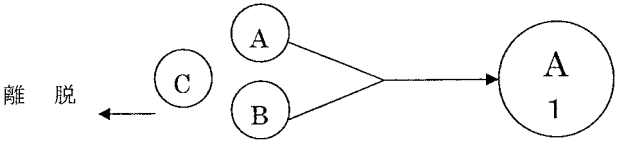


Ⅱ型　予定減型

「当初予定の合併枠組みから抜け出す町村が出たが、残り市町村で合併が成立したパターン。」合併した町村の数は少なくなったたが、当初の合併構想がある程度受け継がれ共有されたと思われる。

例えば、A町とB村とC村に合併の機運が持ち上がり、任意協議会ができたが、その後C村が協議会から離脱し、A町とB村が法定協議会に移り合併が成立し、新たにA1町が誕生した場合である。離脱は任意協議会・法定協議会いずれの段階もありえる。

図式化すると次のようになる。

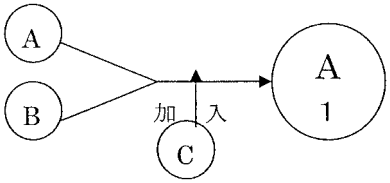


Ⅲ型　予定増型

「当初予定の合併枠組みに、別の市町村が加わったパターン。」当初予定の合併構想を軸にしながら新たな加入で膨らませたものとなった。

例えば、A市とB町に合併の機運が持ち上がり、任意協議会が成立したが、その後C村が協議会に加入し、３市町村による法定協議会ができ、合併が成立し、新たにA1市が誕生した場合である。加入は任意協議会・法定協議会いずれの場合もありえる。

図式化すると次のようになる。

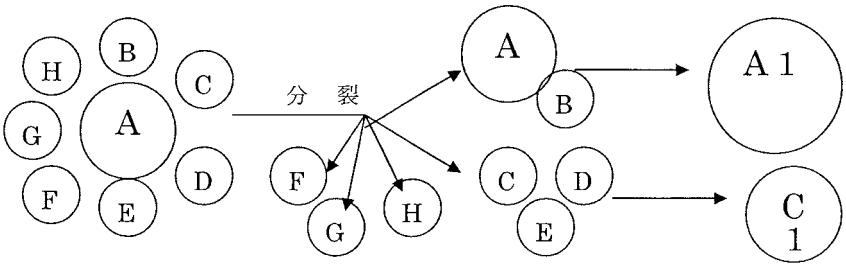


Ⅳ型　予定分裂型

「当初、市制・特例市・中核市あるいは政令市などを目指し複数の大規模合併を目指したが、その過程で分裂し、その中の幾つかが結びついて合併が成立したパターン。」当初は大規模合併を短期間で目指したため、地域の結びつきや産業の特徴、地域将来構想などが十分に共有されないでいたと思われる。しかし、その後、分裂した中で、比較的将来構想を共有できた町村同士の合併が成立したパターン。

例えば、A市とB村・C町・D町・E村・H町・G町・F村の大規模な合併の機運が持ち上がり任意協議会が成立していたが、話し合いの過程で分裂し協議会の解散となった。その後、A市とB村が法定協議会を立ち上げ合併し、新たなA1市が誕生した。さらに、分裂した中のC町とD町とE村が法定協議会を立ち上げ合併し、新たにC1町が誕生した場合である。

図式化すると次のようになる。



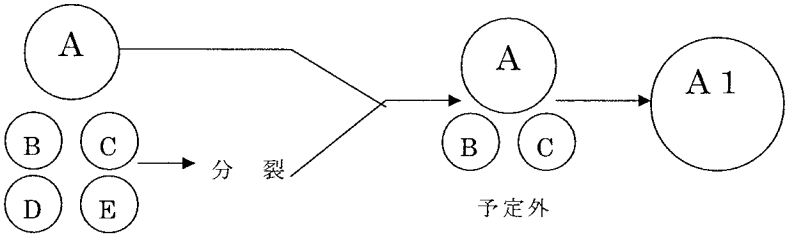
Ⅴ型　予定外成立型

「当初の予定とは別の枠組の自治体同士が合併したパターン。」地域の産業や将来構想とは別の要因で、枠組みに変化が生じ合併相手が変ったもの。時限立法内の合併成立を目指すことが多かったと思われる。

例えば、A市とB町・C村・D町・E村は別の任意協議会に入っていたが、それ

ぞれ離脱や分裂をした後に、当初の予定とは別のA市とB町とC村が新たに法定協議会を結成し合併を成立させ、新たにA1市が誕生した場合である。

図式化すると次のようになる。



2．秋田県の合併パターンからみた動態分析

以上の５つの分類により、合併に至る（任意協議会から合併成立まで）プロセスを類型化する作業を秋田県で合併した15の自治体についておこない、その数を把握すると次のようになる。

Ⅰ型　予定成立型→５市町村＝33%

一例として、秋田市・河辺町・雄和町→３市町村の合併：秋田市

この型に該当する５市町村は以下である。

にかほ市、潟上市、秋田市、美郷町、由利本荘市

Ⅱ型　予定減型→６市町村=40%

一例として、中仙町・田沢湖町・角館町・西木村→中仙町が離脱→３町村の合併：仙北市の誕生

この型に該当する６市町村は以下である。

仙北市、大館市、大仙市、男鹿市、湯沢市、北秋田市

Ⅲ型　予定増型→１市町村= ７%

一例として、横手市・平鹿町・雄物川町・大森町・山内村・大雄村→十文字町・増田町が加入→８市町村の合併：横手市

この型になる市は、横手市 の１市だけである。

Ⅳ型　予定分裂型→３市町村=20%

一例として、能代市・山本郡８市町村→解散分裂→能代市・二ツ井町→２市村の合併：能代市

この型に該当する３市町村は以下である。

三種町、能代市、八峰町

Ⅴ型　予定外成立型→秋田県内はなし= ０％

以上の秋田県内の合併に関して、合併日、構成市町村数、合併方式、人口、新市町村の形態そして合併動態の型を表にすると表１のようになる。

表１　秋田県内の平成の大合併状況

秋田県の平成の大合併15市町村の調査票

	新市・町名	合併日	構成市町村数	合併方式	人口	形態	合併形態
秋田県15	にかほ市	H17.10.1	3町村	新設方式	28,969人	一般市	Ⅰ型
	横手市	H17.10.1	8	新設	10,3,654	一般市	Ⅲ型
	潟上市	H17.3.22	3	新設	35.711	一般市	Ⅰ型
	三種町	H18.3.11	3	新設	20,438	町	Ⅳ型
	秋田市	H17.1.11	3	編入	336.646	中核市	Ⅰ型
	美郷町	H16.11.1	3	新設	24.207	町	Ⅰ型
	仙北市	H17.9.20	3	新設	31,871	一般市	Ⅱ型
	大館市	H17.6.20	4	編入	82,507	一般市	Ⅱ型
	大仙市	H17.3.22	8	新設	93,352	一般市	Ⅱ型
	男鹿市	H17.3.22	2	新設	35,638	一般市	Ⅱ型
	湯沢市	H17.3.22	4	新設	55,290	一般市	Ⅱ型
	能代市	H18.3.21	2	新設	62,861	一般市	Ⅳ型
	北秋田市	H17.3.22	4	新設	40,049	一般市	Ⅱ型
	由利本荘市	H17.3.22	8	新設	92.843	一般市	Ⅰ型
	八峰町	H18.3.27	2	新設	9,013	町	Ⅳ型

以上、５つの合併成立パターを見てきたが、秋田県の平成の大合併の動きを分析すると次のことが言える。

① 合併という地域社会の再編成において、市町村が自主的に考え予定していた市町村とスムーズに合併を完了できたのは33%で秋田県全体の約３分の１に過ぎない。

② それに対して、当初考えていた市町村がまとまらずに協議会の枠から抜けたり（減型40%）、逆に加入したり（増型７%）して市町村合併となった自治体が47%にも上っているということである。特に平成の合併では初め多くの自治体を巻き込んだ合併を任意協議会の時点では立ち上げたが、様々な理由で抜けていく町村が多かった。逆に加入してくるケースはそれほど多くなかった。

③ さらに、多数の自治体の大型合併を目指し失敗し分裂して、その後に分裂した自治体同士で合併した自治体が20%に上っていることである。この予定分裂型20%を、先の予定減型と予定増型47%と合わせると、実に67%の自治体が今回の平成の大合併で合併相手がすんなり決まらず揺れ動いた動態を知ることができる。

④ とすると、今回の平成の大合併を秋田県内で考えても、約７割の市町村が短期化に、右往左往しながら相手方自治体を決めていったことが分かる。そこには、アメとムチを用い、期限を決められた国の誘導策が反映していると考えられる。

第２章　合併前後の秋田県の観光状況

前章において、秋田県内の合併は右往左往しながら短期間に相手方を決めるという動態が見られたが、そのような合併で出来上がった自治体で、当初予定していたような合併効果が十分に出ているのであろうか。合併後の効果のひとつとして、観光客の状況変化が考えられる。

秋田県が行っている「観光統計」から16年版と19年版を比較してみた。調査目的は、どちらも同様で「本県の観光地に来訪する観光客数を調査（推計）し、今後の観光行政施策等に役立てることを目的とする」もので、調査期間はそれぞれの年の１月１日から12月31日までである。調査地点はどちらも、1300の観

光地点である。

表２は、それぞれの年度の総括表を比較して作成したものである。

表２　16年総括表と19年総括表の比較　（単位：千人、％）

	観光客数	分類別			県内・県外別		宿泊・日帰り別	
		自然公園等	行祭事	施設	県内客	県外客	宿泊客	日帰り客
平成16	44,983	16,243	11,876	16,864	28,090	16,893	4,093	40,890
構成比		３６.１	２６.４	３７.５	６２.４	３７.６	９.１	９０.９
平成19	45,151	13,256	11,049	20,846	28,182	16,969	3,922	41,229
構成比		２９.４	２４.５	４６.２	６２.４	３７.６	８.７	９１.３

上の作成表で見る限り、合併前の平成16年の観光客数と平成19年度の観光客数は全体で168千人増加しただけでほとんど変わらない状態である。自然公園等の分野では逆に2,987千人も減少し、それを施設の分野で穴埋めしたようになっている。行祭事の分野も減少している。また、県内・県外客数構成もほぼ横ばいとなっている。宿泊・日帰り別に見ると、宿泊客が減少し日帰り客が増えていることもわかる。

これを秋田県が観光客１千万人を超えた昭和41年からの観光客の推移表を作成し、見ていくと次のようになる。

表３　秋田県への観光客の推移

年	観光客数	分類別			備考
		自然公園	行祭事	施設	
昭和41年	11,060	5,650	2,900	2,510	田沢湖線開通
昭和47年	21,217	12,114	4,120	4,983	鳥海ブルーライン
昭和61年	31,415	16,250	7,374	7,791	東北自動車道縦貫道全通、秋田博
平成６年	42,413	20,120	9,609	12,684	北東北大型観光キャンペーン
平成16年	44,983	16,243	11,876	16,864	平成の大合併
平成19年	45,151	13,256	11,049	20,846	わか杉国体

この表から見ると、観光客数が１千万を超えた昭和41年から２千万を超えた昭和47年まで６年で成し遂げ、オイルショックをはさんで３千万を超えた昭和61年まで倍以上の14年かかり、東北自動車道や秋田自動車道が開通した平成６年の８年間で４千万台にのった。その後、伸び率はグンと低くなり、平成19年

までの13年間で約３百万人も伸びていない結果になっている。特に、表２で比較した市町村合併の前後の平成16年と19年の比較ではほとんど変わっていないことが分かる。

このことは、日本や秋田県内の人口とも関係するが、市町村の合併効果の一つに広域観光を目指した取組みを期待していたが、現実にはそれほど変わっていない状況を把握することができる。

第３章　合併後の観光施策の課題

平成の大合併において秋田県の観光は、期待していたほどの伸びが見られなかった理由は何であろうか。すなわち、合併後の観光施策の課題は何であろうかということである。この点を把握するため、一例として秋田県由利本荘市（平成17年３月22日合併）の市町村合併と観光振興について考えてみる[3]。

由利本荘市は、１章の合併類型において予定成立型に属するパターンである。一市七町村（本荘市、矢島町、岩城町、由利町，大内町、東由利町、西目町、鳥海町）という比較的多くの自治体の合併であったが、古くからの歴史的、文化的なつながりもあり、比較的に予定どおり合併が成立してきた地域である。合併前の平成15年４月に、由利･本荘の一市七町村に在住する18歳以上の住民10,000人を無作為に抽出して行った「新しいまちづくりに関する住民アンケート」がある。その調査結果において、新市の将来イメージとして、「豊かな自然と地域資源を活かした多くの人々が行き交う観光のまち」が32.8%で上位３番目にきている。また、「市･町合併に期待すること」の合併効果についても、「公共施設整備や土地利用･観光振興など、広域的な視点や新しい発想のまちづくりが行える」が35.9%で2番目にきている。観光振興は市町村合併における効果として，自治体・住民とも大いに期待していたところであったと言える。

しかし、当地域の観光客数を見ていくと、平成12年で5,047（単位千人）、16年で5,005、合併後の19年で5,231とほぼ横ばい状態で大きな変化が見られない。また、秋田県全域でも第2章でみたように以前のような伸び率はなく、特に平成の市町村合併の前後で大きな変化がなく、期待していた効果は観光振興に関しては多くは出ていないとの分析ができる。

また、筆者が現地調査した由利本荘地域のある観光施設の方から、「合併に

より以前の役場から出ていた補助額の予算が減ってきた」「施設を以前のように維持していくことが難しくなった」「以前のように地元を観光で売り出す意欲が合併後は薄れてきた」との話も伺った。

合併後に以上のような消極的な状況が出ているは、何故だろうか。筆者には次のような問題点があると考えられる。

まず第一に、平成の大合併の号令のなか右往左往しながら市町村合併はしたものの、それぞれの市町村が持っていた観光協会などの組織の統一や全体としての統一性をもった新市町村の観光政策が未だ十分に浸透していないことによるのではないか。第二に、観光施設に関しては、今後の地域の観光内容に見合った展望が開けずに、その存続だけを考えてしまっていること。個々の観光施設の見直しのほかに地域全体としての見直しのコンセンサスが必要となろう。そして、第三に、何より観光に携わる方々や住民意識の問題である。今回の平成の大合併が行政サイドの財政問題にウエートがあり、そのために短期間に急激な合併をしてしまったため、新市町村の融和や地域将来像が住民意識として未だ十分に共有されていないことによると思われる。

先にあげた、由利本庄市の「新市まちづくりの課題」においても「地域資源を活かした広域的観光ネットワークづくり」が掲げられているが、このことを実現させるためにも、市町村合併の目的･原点に返り、着実に住民を巻き込んだ観光施策の実施が大切と考えられる。

まとめ

以上の本稿で述べてきたことをまとめると、次のようになる。

1．平成の大合併の動態は、「予定成立型」「予定減型」「予定増加型」「予定分裂型」「予定外成立型」の５つに分けられる。

2．そのうち、秋田県内で最も多いのが「予定減型」（40%）で、それに「予定分裂型」（20%）と「予定減型」（7%）を加えると、約7割の自治体が短期間に右往左往しながら合併相手を決めていった動態が見て取れる。合併における県内の市町村長数も69から25になり、減少率63.8%は東北で一番高い。

3．急激な合併を成し遂げた秋田県の合併効果として、観光状況を調べてみる

と観光客の数はそれほど増えていないと言える。

4．　のみならず、観光の現場では従来の市町村の観光から抜け出せず、逆にやる気を失っているような状況も見られる。

5．平成の市町村大合併を好機として「広域観光の活性化」を図るなら、合併の目的･原点に返り観光現場や住民を巻き込んだ有効な観光施策の実践が必要な時期と考えられる。

注釈

⑴　本研究は主に社会調査における統計的分析の手法を用いる。自治体のデーターとしては、各自治体の任意協議会から合併成立までの時系列的な動きが分かる「市町村合併情報詳細データー」を使用している。現在はインターネットの「市町村変遷情報」に全国の市町村の明治以降の変遷状況が掲載されている。また「市町村合併情報詳細データー」のほかに各市町村の合併協議会が出しているホームページや総務省や各県の合併に関するホームページ、さらに「市町村合併全データー集」東京市政調査会（別冊都市問題2005）を使用している。

⑵　秋田県の観光調査に関しては、秋田県産業経済労働部で出している「秋田県観光統計（秋田県観光客入込・動態調査)」を用いている。特に、合併前の平成16年度と合併後の平成19年度のものを比較している。この調査はいずれも調査目的、調査期間（毎年１月１日から12月31日まで)、調査地点（県内約1.300の観光地点)、観光地点の分類、調査方法が同一のものである。

⑶　ここでの資料は、同地域の合併協議会の資料、協議会が実施した市民アンケート、新市誕生後のホームページ資料を使用している。また、短期間ではあるが、当地域の観光状況に関してはフィールドワーク（現地調査）を行っている。

〈主な参考文献、論文〉

別冊都市問題2005「市町村合併全データー集」 東京市政調査会
「市町村合併」 佐々木信夫　ちくま書房
「地方は変われるか」 佐々木信夫　ちくま書房
「自治体をどう変えるか」 佐々木信夫　ちくま書房
「Q＆A市町村ハンドブック」 市町村自治研究会　ぎょうせい
「地方分権と地方制度改革」 中西啓之　自治体研究社
「市町村合併ノススメ」 小西砂千夫　ぎょうせい
「ちょっと待て市町村合併」 三橋良士明　自治体研究社
「市町村合併と地域のゆくえ」 保母武彦　岩波書店
「安心の村は自律の村」 松島貞治　加茂利男　自治体研究社
「観光からの地域づくり戦略」 総合観光学会編　同文舘出版
「観光地域社会の構築」 山村順次　同文舘出版
「地域からみる観光学」 小松原尚　大学教育出版
「観光と地域社会」 吉田春夫　ミネルヴァ書房
「現代観光へのアプローチ」 山上徹　堀野正人　白桃書房
「観光政策学」 寺前秀一　イプシロン出版企画
「歴史的動態としての市町村合併の分析」 渡部高明
（日本地域政策学会　日本地域政策研究第３号）
「平成の市町村合併における地域医療の問題」 渡部高明
（「セミナー医療と社会」第27号）
「市町村合併の歴史と地方の動き」 渡部高明
（「はちのへ市史研究」第２号）

〔研究ノート〕

産業観光の流れと観光資源の活用

～小坂町とにかほ市を例に～

上　村　康　之

1．はじめに

日本人の国内観光旅行先での行動について、（社）日本観光協会が毎年実施している「観光の実態と志向」によれば、「温泉浴」、「自然の風景を見る」、「名所・旧跡を見る」が毎年、1位から3位を占めている。観光地の分類には、自然観光地、寺社観光地、都市観光地、温泉観光地と4区分する考え方があるが（岡本編著、2001）、こういった観光地を巡るマスツーリズムを中心とした従来からの観光旅行の行動が観光の主流であることには変わりがない。

このような観光旅行が主流のなかにあって、10年から15年ほど前から始まったといえるグリーンツーリズム、エコツーリズム、さらに近年では「産業観光」といった新しい観光の形態が注目されはじめている。

そこで本稿においては、産業観光が注目されてきた背景を振り返りながら、秋田県における産業観光の観光資源の活用として、小坂町とにかほ市をとりあげる。

2．産業観光の流れ

産業観光の定義としては、2005年「産業観光推進会議」において「歴史的・文化的価値のある産業文化財（産業遺構）や工場・工房および産業製品、コンテンツなどソフト資源を観光資源とする新しい観光形態であり、それらの価値や意味、面白さに触れることにより、人的交流を推進するもの」とされている（㈱ジェーティービー能力開発編著、2007）。

しかし、産業観光という言葉が使用される前から、史跡佐渡金山（新潟県佐渡市、1970年開設）、石炭の歴史村（北海道夕張市、1980年開設）、マインランド尾去沢（秋田県鹿角市、1982年開設）など廃坑を利用した観光施設は、鉱山の閉山後の観光を軸とした地域振興策として開設されてきた。また、たばこと塩の博物館（ＪＴ、東京都渋谷区、1978年開設）、ＵＣＣコーヒー博物館（ＵＣＣ上島珈琲㈱、兵庫県神戸市、1987年開設）といった博物館は、企業や産業の歴史などをテーマにしたものであり、これらの動きも産業観光のさきがけとなったものといえる。

次に国としては、文化庁の「近代化遺産」から産業観光の視点が確立されてきたと言える。文化庁では1990年より全国の産業関係の遺跡等を調査しはじめ近代化遺産という言葉を使用するようになった。近代化遺産とは幕末から第２次世界大戦期までの間に建設され、わが国の近代化に貢献した産業・交通・土木に係る建造物を指している。そして1996年の文化財保護法の改訂により登録文化財制度が導入され近代化遺産という言葉が定着した。一方、経済産業省では2007年11月に国内産業への貢献という観点から「近代化産業遺産群」を認定した。

３．産業観光の観光資源

（１）小坂町

小坂町には､秋田県が認定を受けた近代化産業遺産群９件のうち４件がある。それらは「有数の金属供給源として東北の鉱業の歩みを物語る遺産群」として、ルネサンス風木造３階建ての「小坂鉱山事務所」（国重要文化財）、日本最古の芝居小屋であり痛みが激しく一時は取り壊しとまで言われた「康楽館」（国重要文化財）、「旧小坂鉱山病院記念棟」（国登録有形文化財）、それに「近代の日本の国際化に貢献した観光産業草創期の歩みを物語る遺産群」として、「十和田ホテル」（国登録有形文化財）である。

町の中心部に「明治百年通り」とした整備された空間には、康楽館を修復、小坂鉱山事務所を復元・移築、さらにカトリック保育園であった天使館等が配置され、通りの両脇には町の木でもあるアカシア並木が植えられている。国土交通省の「美しいまちなみ大賞」、環境省の「かおり風景100選」などいくつか

の賞を受賞するなど、町ではこれらの産業遺産をすでに20年近く前より、整備、活用し観光振興を行ってきた。この通りに加え、現存する同和鉱業の小坂製錬があり、長年蓄積した鉱業技術を活かした金属資源の再生などによる「エコ・タウン構想」が進められているほか、運行がストップしたとはいえ小坂鉄道小坂駅とそのヤードなど多くの産業観光の資源を有している。

小坂町のこれら産業遺産と隣接する鹿角市のマインランド尾去沢をリニューアルした「史跡尾去沢鉱山」をセットとして、「産業観光」が改めて観光の呼び水になっていくものと期待される。

第１図　小坂町の位置

写真１　康楽館（2006年９月25日　筆者撮影）

写真２　明治百年通りと康楽館の幟（2006年９月25日 筆者撮影）

（２）にかほ市

にかほ市はTDK及びその関連工場群の集積地域であり、旧仁賀保町はTDK創業者である斎藤憲三の出身地である。TDKは日本を代表する電子部品メーカーであるが、2005年に会社の技術開発等を紹介する旧平沢工場跡に「TDK歴史館」を設置した。展示内容は社史、各製品分野別（磁性製品、セラミック製品、応用製品、ヘッド、磁気メディア製品）の専門コーナーなど技術開発の歩みが見られる施設であり、充実した展示内容である。現在は、日曜日と祝日が休館日であるなど観光客を対象とした施設になっておらず、TDKのPR館にとどまっている。入館者数は2006年が6,667人、2007年が5,098人である（秋田県産業経済労働部編、2008）

産業観光は先にみたように近代化遺産という視点からの流れが大きいが、現代の加工組立製造業、電子部品といった分野の工場も産業観光の観光資源となりうる。TDK歴史館のような施設は、近隣の県にないタイプの施設であり、他のにかほ市及び由利地域にある観光資源との組み合わせにより、由利地域や秋田市など周辺地域のみならず誘客力を持つような有力な観光資源となっていく可能性がある。

次に、漁港とその港町の景観に着目したい。にかほ市の平沢、金浦、象潟といった漁港は、明治期まで北前船の寄港地として栄えた歴史を有している。漁港も産業観光の資源といえる。特に金浦漁港は、漁港から旧金浦町中心部に至

第２図　にかほ市金浦の位置

写真３　瓦屋根の家並み（2008年11月１日 筆者撮影）

写真４　錨をモチーフにした街路燈と鮮魚店
（2008年11月１日　筆者撮影）

写真５　瓦屋根の金浦郵便局
（2008年11月１日　筆者撮影）

るまちなみや瓦屋根が密集している家並などからかつての繁栄ぶりが感じられる景観が残っている。また、金浦郵便局も周辺のまちなみにあわせ、瓦屋根を基調としている。

港町において、新潟県佐渡市小木のように伝統的建造物群保存地区に指定され景観が評価されている「まちなみ観光地」の例は稀であるが、いまでは漁港の機能を維持しながら港町らしい景観をもつ場所が少なくなっている。漁港、港町そのものが観光資源として評価があまりされていないこともあるが、観光資源として活用できる可能性がある。

４．結び

本稿においては近年、産業観光が注目されてきた流れをとりあげ、近代化産業遺産の活用という観点から小坂町、現代の最先端の製造業と漁港の活用という観点からにかほ市をとりあげてみてきた。

これらの資源を発掘し既存の観光地や観光資源と結びつけた観光ルート・コースの仕組みづくりが望まれる。

参考文献

秋田県産業経済労働部編（2008）:『平成19年秋田県観光統計』

岡本伸之編著（2001）:『観光学入門―ポストマスツーリズムの観光学』有斐閣

㈱ジェーティービー能力開発編（2007）:『観光概論 改訂第７版』

〔翻訳と解題〕

文化観光：真正性（本物かどうか）と商品化の諸相

Nicola MacLeod（阿曽村邦昭 訳）

解題

我が国政府（小泉政権）は、2003年４月。海外旅行に赴く日本人数（1,600万人）と来日外国人数（500万人）が３対１であるような大幅な不均衡（従って、国際観光収支も不均衡）是正をめざして、来日外国人観光客数を2010年には1,000万人に増加させようという「ビジット．ジャパン．キャンペイン」（VJC）を開始した。この結果、来日外国人観光客数は、03年の521万人から07年には835万人へと急速な伸びを示し、内外国際観光客不均衡比率もかなりの改善をみせ、２対１の数値へと近づく傾向にある（尤も、米国発金融危機の影響による最近の急速な円高の進行とユーロ、ウオン等の対ドル平価低下は、少なくとも当面の間、この傾向への阻害要因となるであろう）。

更に政府は、05年12月に、従来の「観光基本法」（昭和38年法律第107号）を全面的に改正した前文と４章27条からなる「観光立国推進基本法」を制定した。本基本法は概ね、訓辞的規定ではあるものの、その制定の狙いは、（1）恒久の平和と国際社会の相互理解の増進　（2）地域経済の活性化と雇用機会の増大などの経済的利益　（3）観光産業の国際的競争力の強化、人材養成など観光立国の実現に向けた環境の整備（4）来日外国人観光客数の増加を計る，のを目的として、「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」であることが前文に明記されている。

概ね訓辞的規定であるとは言え、本基本法第２章第10条は、「観光立国推進基本計画」の策定を政府にたいし義務付けているので、政府はこれをうけて、07年６月に「観光立国推進基本計画」を決定し、国内の観光旅行消費額を05年度の24兆円から５年間で30兆円に増加させる目標を掲げ、ついで、08年10月に

観光庁を発足させることとし、観光行政主管部門を格上げし、強化する意図を明らかにした。

我が国では、従来、観光が行政面で重視されて来たとは言い難いが、政府の上記のような姿勢転換、観光関係経済の規模の拡大傾向などに伴い、最近、本学をも含め観光関係学部乃至学科が続々設立されるに至った。文部科学省資料によれば、08年４月の時点での観光関係学部乃至学科数は37大學40学科、入学定員数は3,900名と、10年前の６倍、05年度比でも68％増に達している。09年には亜細亜大学、秀明大學、松陰大學の首都圏三大学が観光関係学科開設を文科省に届け出で済みであり、これが全て実現すれば、観光関係学部乃至学科を有する大學は09年度に40校、入学定員は4,247名に達することとなろう。

他方、「ダボス会議」を主催する「世界経済フォーラム」の旅行。観光競争力順位に関する発表によれば（07年３月）、調査対象124国、地域中での日本の地位は25位にとどまり、「来日外国人を迎えるホスピタリテイを含めた国民の観光への意識」に至っては116位ときわめて低く格付けされている状態である。これは、観光という分野が、わが国において、従来、政治、行政、社会、経済面で相対的に軽視されてきたことから、人材の育成も遅れ、国民の意識も自分では特に意識しないままに国際的に見れば後進性の濃いものとなったということであろう。

それでは、続々設立されている各大学での観光関係学科教育の中身はどうかというに、国際観光を専門とする鈴木勝教授（桜美林大學ビジネスマネジメント学群）によれば、「入門編の“観光学概論”に加えて、“観光事業論”“国際観光論”などのわずかな科目を全面に出し、“観光”を売り込んでいる大學がすくなくありません。。」、「。。。たしかにさまざまな分野の教授が集まり、“観光学”にアプローチをかけているようですが、他学部と比較すると、教授陣には専門家が少ないように見受けられます。」、「とくに痛感するのはインバウンド観光（訪日外国人観光）分野についてです。表面的にはインバウンド観光教育がなされているように見えますが、実践的には不十分です。全国で観光学教育を行っている大學を見ても、教授側にプロフェッショナルがかなり少ないような印象を受けます。」（鈴木勝、「観光国ニッポン事始め」NGコミュニケーションズ刊、2008.4，158－160ページ参照）

それでは、これらの観光関係の講義で使用されるべき文献はどうかといえば、わが国では、旅行案内書をのぞけば、文献が質量ともにきわめて不満足な状態にあり、仮に本屋で見つけることができるとしても、その多くはかねがねハウツウものが多く、河村誠治「新版　観光経済学の原理と応用」（九州大学出版会、2008.5）のような好著も最近あらわれるようにはなったが、若干の例外を除いては、未だ学問的な水準に達した研究書が少ないのが現状である。

欧米においては、観光についての専門的研究が、民族学、文化人類学、社会学、政治学、経済学、開発経済学、経営学、心理学などの視点から様々に行われ、未だ学問分野として必ずしも確立しておらず、一種の混乱状態にあるなどと酷評する向きもあるものの、わが国とは比べものにならないほどの研究蓄積が存在すると言って良い。

英国のChannel View Publication社は、観光関係専門書を手がけている出版社としてよく知られているが、最近では、'Tourism and Cultural Change'をテーマとするシリーズ物を英国のLeeds Metropolitan University 附属 Tourism and Cultural Centre 教授Mike Robinson及びスコットランドのGlasgow大學Alison　Phipps博士の共同編集の下に続々刊行している。このシリーズに含まれている研究書の書名を若干紹介すると、'Irish Tourism:Image,Culture and Identity','Tourism and Intercultural Exchange','Histories of Tourism: Representation,Identity and　Conflict'のようなものがあり、書名からだけでもおおよその傾向が読みとれるであろう。

本職が、今回、翻訳紹介を試みるのは、このシリーズ第７番目の最新刊書たる'Cultural Tourism in　a Changing World－Politics,Participation and（Re）presentation－'（2006）第３部第11章『文化観光：真正性と商品化の諸相（Cultural Tourism :Aspects of Authenticity and Commodification）である。「真正性と商品化」は、観光研究の中心課題ともいうべき大問題であるが、本章ではこれにつずく後の三つの章において詳細に論じられているオランダのデルフト陶器、ブラジルのパタショ族の手工芸品、バリ島の舞踊の三事例研究を踏まえて、「観光を始めとして、文化の中での正真正銘（genuine）概念に影響を与えた変化の担い手はなんなのかということが探求され、真正性（authenticity）の問題に取り組むための主要な理論的手法の概要が示されている」点において、

わが国観光研究者を裨益するところもあろうかと考え、非力をも顧みず、あえて訳出紹介することとした次第である。

翻訳

はじめに

真正性と商品化についての論議は、観光研究の文献でたっぷり扱われており、Dean MacCannelが1976年に「観光客」（*The Tourist*）という絶大な影響力を及ぼした著書を世に出して以来、観光の社会文化的影響調査の中心課題であると考えられてきた。観光産業の影響が増大し、旅行が益々容易になり、観光の対象となる場所もどんどん広がっていく状況下で、文化の真正性に対する観光の影響について早急に討議する必要性が高まって来た。このような討議の中心となる論点は、観光地と文化についての観光客の体験が本物なのかどうか、観光受け入れ側自身の文化、受け入れ側と観光客との関係の性質、観光客（必ずしも観光客のみに限定されている訳ではないが）によって消費される文化的物品と行事の生産に対して観光が影響を与えて来た態様如何ということである。

本章は、これらの討議の中で示された様々な視点や懸念を反映する三つの事例研究を通じて、グローバルな文化観光における真正性と商品化についての諸問題を探求する。観光を始めとして、文化に中での正真正銘（genuine）概念に影響を与えた変化の担い手は何なのかということが探求され、真正性の問題に取り組むための主要な理論的手法の概要が示めされている。これらの事例研究は、ブラジル、オランダ、バリ島に関するものであり、種族的（エスニック）な手工芸品、民族的な意味合いのある土産品、舞踊公演の探求をつうじて観光にかかわる諸問題の中で最も一般的なこの問題に関する多くの重要な視点を明らかにしている。

経済活動としての観光は、文化の商品化を生み出した元凶として非難されてきた。かっては地元の人々の消費用であった品々や公演・演奏が、観光市場向けに按配され、その結果、経済的に利用され、堕落させられ、陳腐化されるといわれている（Cohen,19889）.従って、このような商品化の結果、地元の文化的生産物と様々な関係の真正性は破壊され、外部の消費者用に特に創り出された「見世物用」の体験あるいは偽の体験をさせられることになる、とも考えら

れる（MacCannell,1976）.このように本物でなくなることは、観光を受け入れる側にとっても、観光客の体験にとっても損なことである。ところが、本当にこの通りなのかといえば、観光に関連する真正性と商品化について考えをめぐらせて行くと、事態はもっと複雑で、矛盾した内容を含んでいることが分かる。観光客の視点からすると、自分たちが消費する生産物や体験が正真正銘のものであるかどうかということは、観光の核心的な存在理由であるとみなされることもあれば、休みの一日を楽しむのに何の関係もないと考えられることもあるかもしれない。遠隔地にある地域社会文化のまがい物が一切入っていない真の姿を見つけるために、具眼の旅行客を「月並みではない」処に連れて行く特別あつらえの休日を考えてみよう。このような旅行客は、まがい物ではない行事や儀式を体験し、本物の手工芸品を購入し、地元の人々と知り合いになり、お客へのもてなしと親しみのこもった態度にもとずく体験を楽しむであろう。この体験は、完全に人工的で、目的に即して創り出された環境の下で偽物を消費するのに費やされるテーマパーク型の休暇とは、もちろん、全く世界が違う。この手の休暇をとる人々は、観光客市場用特製の行事や生産物を消費し、純粋に金銭的な出会いや取引を体験するが、受け入れ側地域社会のなかに入ってみる暇などほとんどない。これら二つの型の休暇は、双方ともに、グローバルな観光産業の生産物として人気があり、思うに、これを消費する者にとっては、どちらの体験も等しく「真実」（real）なのであろう。従って、本物かどうかということは単に好みの問題であって、真実を追求する休日などというのは、それが分かるだけの文化資本を持っている人々用の特殊な高級観光の一形態であるとみなすべきなのだろうか？いや、そんなことは絶対にない。これら二種の生産物をもっと詳しく調べてみると、冒険心に満ちた旅行客が地元の伝統として実は見世物用につくられたまがい物版を見せられており、他方、テーマパーク万歳の享楽主義的な旅行客がグローバルな現代文化をそのまま反映する受け入れ側地域社会生産物を心置きなく消費していると、当然のことながら、判定しうるかもしれないのである。

観光客であるというまさにその行為が、まがい物の商品化された生産物と行事を消費することなのであって、現代の観光が真正性の概念にとって有害であると考えるならば、それは、おそらく、観光の概念に浪漫的な幻を見、「旅

の黄金時代」へ回帰しようということを意味することとなるであろう。Kevin Meethan は、次のように考えてはどうか、と述べている。

・・・商品化の過程は、枝葉の問題であるというよりも、むしろ実際には、観光の基盤全体にとって核心的な問題である。加えて、その観光自体が、孤立した自己完結的システムというよりは、むしろグローバルな商品化の一局面なのである（Meethan,2005:5）。

上述の明白に還元論者（訳者注；複雑な学説、現象などを極度に単純化する手法を用いる者）的事例につきものの矛盾はあるにせよ、観光における真正性と商品化に関する関心の的は、伝統的に、観光が受け入れ側の観光目的地にもたらす変化かあるいは観光客自身の文化にたいして観光が与える影響のいずれかである。こうして、観光客、観光客と受け入れ側との関係の性質、観光産業にとって核心的重要性を有する文化的生産物をめぐって論議がおこなわれることになる。

Dean MacCanellの「観光客」（*The Tourist,* 1976）は、よく引用される著作であるが、益々、拡大を続ける「観光客用舞台装置」内での観光客の役割と体験に批判的な目を向けさせたのは本書をもって嚆矢とする。「見世物用の真正性」（staged authenticity）概念を以て彼が言わんとするところは、近代世界において真の行事や文化は観光客の目から益々隠蔽されるようになっており、その代わりとして、多種多様な人工的な体験が観光客消費用に提供される。MacCanellの描く近代の観光客は、旅にでると本物をみつけられると常に楽観的思い込みで胸をふくらませている能天気な人間である。しかし、観光客としての彼らの存在そのものと観光産業の影響の侵入によって、そのようなことは不可能になる。MacCannellの著書は、Dcaniel Boorstinの著書と対比されることが多いが、後者の「イメージ：米国における催し物もどき案内」（*The Image:A Guide to Pseudo Events in America,* 1964）における観光客は、あまり理想を追わない人間として扱われている。Borstinの観光客は、催し物もどき――つくり物の人為的体験――を飽くことなく追い求め、その結果、近代の観光客世界ではっきりしている真正性の欠如は彼らに責任があるとされている。

MacCanellの考えるところでは、エリートの旅人対観光客という二極を対立させるやり方、つまり、精力的で独立独歩の旅人のほうを近代観光客の相対的に受身で享楽主義的な動機よりも高く評価する、ありふれた極端に単純化した手法がBoorstinの見解に反映されている（MacCannell、1976:104）。

観光受け入れ側の地域社会に対する観光の影響、なかんずく、受け入れ側と観光客との間の関係の性質やこれら地域社会の文化的生産物への影響についても懸念する声がこれまでしばしば聞かれた。受け入れ側と観光客との間の関係がどんどん商業的なものになって行くにつれ、お客に対する昔からのもてなしが始めは本気でやっていたのに、結局、ただの商売の上での取引に堕してしまい、受け入れ側、観光客の双方の水準を低下させる。観光目的地の文化生産物は観光産業の中で特に重要な役割を演ずるのであるが、それは本章の事例研究において例証されているとおりである。通例、文化的行事、生産物やその他のその土地・場所をはっきりと印象ずける目印になるものが観光地の宣伝用に用いられ、観光客の娯楽（バリ島の踊りはこの一例）や土産物（デルフト陶器やPataxó族の種族的―エスニックな―美術品はこの例）に供される。観光が、例えば、「観光美術」（Graburn,1976）のような文化形態の適応的変容、観光目的地が益々「文化遺産化」すること（Hewison,1987;Walsh、1992）、儀式、踊り、お祭りが観光客用に商品化し、形をかえること（Greenwood、1989）に果たした役割についての文献は数多く存在する。

観光、グローバル化、真正性

観光は、受け入れ側の観光目的地と観光客を送り出す国々――最近まで、西洋の工業諸国―の文化に変化をもたらす一大仕掛け人である。

グローバル化は郷土の文化と私たちの一体感を変容し、これに代替するにグローバルな意識をもってしたが、観光は、明らかにこのグローバル化過程の一部である。通信網の絶えざる拡大、国際旅行の量の増加、世界中の市場に供給されるグローバルなブランドの支配強化は、観光、文化、経済のグローバル化をもたらすのに寄与してきた。「地球村」の観念の意味するところは、間に第三者の手が加わって、虚像的な度合いがますます強まっているにせよ、みんなが同じ社会に属しているのだということが意識され、文化関連の事柄が

共有されるということである。従って、地球村の住民は益々世界全体に存在する隣人に関心を抱き、隣人を訪ねる能力をそなえるようになるのであって、これは、国際観光客数についての予測からわかることでもある。世界観光機構（The World Tourism Organisation、略称WTO）の予測によれば、2020年までに15億6千万回の国際旅行がおこなわれるようになり、新たに観光客をおくりだす地域になるインド、東欧、中国のこの数字に対する寄与度は、年々、大規模になり、国際観光客文化の多文化的特徴が強まることとなるであろう（WTO,2001）

長距離旅行がこれまでよりも簡単で安価になり、成熟過程にある観光市場が新奇なものをつうじて観光の多様化を求めるにつれ、益々多くの世界各地域が観光産業に参入するようになり、観光客の文化関連事項に対する見方も益々グローバルなものになっている（Ury,2002）。観光客の行く場所と行事は、グローバルな規模で販売され、国際的な意義と魅力を有する。例えば、UNESCO世界遺産として登録されるものの数が増加している。オリンピックのような国際的で大掛かりな見世物もこの例である。成熟した観光市場は、これまでよりももっと特別の穴場探求観光客体験を血眼で捜し求めている。こうして、旅行産業は、僻遠の地と他では見られないような色彩豊かな文化への好事家用休暇の旅を提供するようになる。

上述のグローバル化過程によってポストモダンの状況が生まれてきたが（Harvey,1989），近代の枠内で動き始めた変化が最近激しくなったということがこの状況の特徴である。Kelvin Walsh（1992）は、次のような考えを述べている。

（ポスト）モダンであるとは、一つの状況であって、激しい断絶体験でもなければ、近代と同じような特徴を全く共有しないほど近代と異なる状況でもなく、18世紀と19世紀に特に生じたあの経験と過程が強化された状況にむしろ近い。

Walshの言う経験と過程には多国籍資本主義、運輸、通信が入っているが、これらは全て過去二世紀にわたって著しく発展し、時空圧縮現象――事件、金

融取引、通信が即座に生じ得るような距離と時間の縮小――を生み出したのである（Harvey, 1990）。新たな技術のおかげで、大量生産の模造品文化と疑似体験が著しく発達し、ウンベルト・エコーがその著「超現実の旅」（*Travels in Hyper-reality*、1986）で述べているように、ポストモダン時代の観光客は人為的な超現実的なアトラクションのほうをもっと信用できるものとして実際に選ぶかもしれないところまで来ている。Urryが特に言及しているところであるが、彼が「ポスト観光客」と呼ぶ人物は、巧みな人為的工夫に気がついてはいるが、なお、これに淫して、疑似体験の軽いのりを実際に愉しむのである。現代文化の批評家たちが特に言及しているところであるが、ポストモダニズムと観光のせいで、場所無用状態（placelessness）―、どこかの田舎にかかわる意味とか土着文化と何一つ関係のない空間―が創り出された（Ralph,19769）。このような精神的なものが全くない場所の内部で、文化的に貧困化した個々の人間が彼らの祖先―.自分の故郷の場、土地、古来の伝統、生まれ育った町や村と接触していた―の本物の生活からかけ離れた、人の手が加わった結果として生じた体験を消費するのである。この世界観に従えば、現代文化はその特徴たる真正性の欠如の故にすこぶる貧困化している、ということになる。逆に、ポストモダンの理論家やポスト観光客は、真正性の問題などには関心がない。この問題は、彼らにしてみれば、今の世では時代錯誤もはなはだしいからである。

この世界観に従えば、どんな場所でも全て真実であると同時にまがい物であり、真なる物と偽物との間に存在した伝統的境界線は消え去った、ということでなる。

真正性の問題と文化と場所の商品化は、観光研究文献の中で、依然として、目玉的な地位を占めているが、これら二つの問題が延々と論じられるのはなぜかということを理解するためには、観光のこれら関連論議との関係についての理論的な視点がどのように展開してきたかを探求しなくてはならない。

観光と真正性についての理論的視点

この問題に固有の込み入った考え方に対処しようと試みて、数多くの論者が真正性の概念そのものを解体したのであった。真正性は、正真正銘の物品あるいは行事自身のうちにも存在するかもしれない、とSelwyn[1996）は認め、自

分で「クールな真正性」（正真正銘の本物）と「ホットな真正性」（明白な偽物だが、愉しめる）の二つの範疇を考案し、実証を試みた。

Wang（1999）とJamal・Hill（2002）は、双方ともに、「客観的真正性」―外部的に検証された真実―、「建設的真正性」―生成途上型の真正性―、「実存的真正性」―正真正銘なものの研究に際し個々の人間自身の体験を斟酌する手法―、を区別している。これら三つの範疇は、真正性についての議論を進めるための手段として有用であって、その故に、本章でも用いることとした。

客観的真正性

真正性に対する観光の影響の問題を研究する上での一つの手法は、正真正銘本物の観光体験と観光生産物は存在し、そのようなものとして検証可能であるが、現代社会においては以前よりも見いだしがたくなっているのであろう、という仮定に基づいている。大事なのは、本物と考えられる材料から作られ、その上、土着民である工芸職人の手になる品々か、あるいは、手の加わっていない文化から生ずるものとして認識される行事とか儀式である。Wang（1997）は次のような考えを述べている。

客観的真正性は、原物の権威を引き合いに出す。これに相応して、観光における本物体験とは、原物の真正性を認識論的に体験すること（すなわち、認識）と同義であるとされる。

従って、この手の真正性研究の手法の眼目は、品質が証明される兆しを多とする人々のために正真正銘の観光体験を提供する原物たる物品なのである。土産物としてのデルフト陶器に関するShoutenの事例研究は、観光客の中には品質証明付きの品物を手に入れることが大事だと考える者がいることを明らかにしている。デルフト陶器は、一品ごとに、品質証明書が付けられており、こういう陶器は、海外からの観光客にとって、オランダの民族的アイデンティティと同義のものと化している。Trilling は、様々な厳格な基準を用いて専門家が物品が本物かどうかを証明する（authenticate）博物館世界に「真正性」（authenticity）と言う言葉の源があるとしているが、このTrilling の著作（1972）

をCohenが引用している（Cohen.1988:374）。博物館で展示品を見たり、また、これが大事なところなのだが、これらの展示品に附された説明を読むと、来館者は、これは紛れもない本物で、隅々まで調査が行き渡っているのだと思いこむ。展示のやり方、すぐに目につく警備、寺院にも似た建築、伝統的な博物館の雰囲気が全て合わさって、展示品が本物なのだという印象を与えるよすがとなっており、もしも本物なるものがこの世に存在するとしたならば、それは正にこのような聖堂の内部で見つかるはずだ、などと思いこませる。勿論、博物館と博物館学芸員の権威など、今ではもはや額面どおりに受け取る者はいないし、博物館はそれを支える社会の所産であると考えられている。つまり、過去と現在の権力関係を反映する、選ばれた品々を収蔵する宝物殿という訳だ（Benett,1995;Macdonald ＆Fyfe,1996）。しかし、物品とか歴史上の事件に関して客観的事実を知りうるという考え方は、「本物の歴史上の事件とか場所は、それが起こった時代の元来の時間帯、背景を構成する様々な材料などの条件のもとで科学的、客観的に存在していた歴史上の事件乃至場所である」という見方をしている科学者、人類学者、考古学者にとっては、依然として、核心的重要性を有する。

真正性研究のこの手法は、材料になる物質に欠点がないことと物品が作り出される状況を重視する。こうして、Cohen（1988）の言によれば,未開で種族的（エスニック）な美術担当の学芸員は、最近、博物館でこの種の美術品に対しますます厳格な基準を適用する傾向にある。つまり、土人の工芸職人が伝統的な材料を用いて制作した物品であっても、それが主として外部の人間の取得用に生産された場合には偽物とみなされることになる（Cohen,1988:373）。商業ならびに国際的美術市場の干渉と力は、今日、未開の種族的美術の本当の歴史をまぎれもなく構成するとかんがえられているので、この手法はもはや役に立たない。Mac C annellがとくに言及しているところであるが、本物であることを求めるのは前近代あるいは未開社会の一つの特徴であって、近代の観光客は失われたあの初心な気持ちを求めるいわば巡礼の旅に出ているのである。わたしたちの現代生活は、祖先の味わった正真正銘の体験や様々な関係と祖先が持っていた特定の場所とのつながりから私たちを切り離してしまった。単に自分自身の生活を生きるのではなく、私たちは、他の人々の生活や時間に基ずき、観光

産業によって生み出された体験と生産物を益々多量に消費している。こうして、

労働関係、歴史、自然の近代化によって、これらの事柄は、昔ながらのルーツから遠ざけられ、文化的生産と体験に形を変えられる。・・・”近代人"なる者は、作業台、近所、町、家族―かってこの者が"私自身のもの”と呼んでいた―に対する愛着心を失う過程にあるのだが、同時に他の人々の“実生活”に対する関心を増大させているのである（MacCannell,1976:9）。

こうして、観光客は、自分自身の生活には存在しない真正性と意味を求めるいわば今日的巡礼者となる。JamalとHill（2002）の考えでは、観光の存在そのものが自分自身の現実から逃避したいと願う人々がいることを匂わせている。その結果、「観光と観光客は、近代社会の欠陥を隠喩的に表している」（Jamal&Hills2002:78）。まったく、真正性などというのは、本質的に近代における関心事項であって（Cohen,1988:373）それも工業の発展した西洋で特に問題とされているのである。18世紀の浪漫主義運動は、産業革命のもたらした科学の勝利と初心な気持ちの喪失を嘆き、自然こそが偽りのない、まことの感情の中心であると考えた。浪漫主義詩人として最も名高いウイリアム・ワーズワースは、MacCannell好みの初期観光客巡礼者であって、旅行中に出会ったスコットランド高地地方の乙女の哀調を帯びたゲール語の歌に真正性を見出し、1805年に刊行された詩「独り麦を刈る娘」（*The Solitary Reaper*）のなかで活写している。この乙女を未開人種の本物の末裔と考えて、ワーズワースは即座に彼女を賛美、具象化し、自分のスコットランド高地旅行での新たな観光名物の一つに加えたのであった（Aitchison他。、2002）。

このようにして、前近代は、正真正銘、余計な雑夾物がまじっていない文化の源泉であるとみなされているのである。MacCannell（1976）の考えでは、「未開」の人々には何が本物なのかという概念がないのであって、観光客が来ない限り、自分たちのプライバシイを守るための「表舞台と舞台裏」の体制を構築するにいたっていない。観光客が一度やって来るようになると、本物で色彩豊かな文化的所産を求める観光客の欲望を満足させるために、村の人々は見世物用の行事を準備し始める。この間、舞台裏での実生活は雑夾物などの入ってこ

ない、旧のままである。舞台裏の領域が冒険心にとんだ独立独歩の旅人にとっての聖杯となるのだが、しかし、MacCannell（1976:106）の考えでは、このような旅人が舞台裏に入れることなど絶対にないし、観光客でなくなることもまずありえない。「・・・観光客がひとたび観光空間に入り込んでしまうと、真正性を追い求める限り、もう出口はない。」 真実はそこにあるのだが、他所者にはそこに辿り着く術がないのである。

建設的真正性

真正性研究の上での客観的手法では、私たちが追跡することができさえすれば、真の観光体験は存在するのだと想定するのに対し、真実なるものは、実際には、作り上げられた現象であると断定するのが建設的真正性モデルである。この型の真実性は私たち自身の心の中で生まれるのであって、それは、私たちの個人的な世界観や外部の社会、文化、政治的な様々な要因による影響を蒙る。こうして、何が本物なのかという観念は、静止した状態にあるのではなく、時とともに生成され、相対的で、適宜変更可能な対象となる。Wang（1999:355）によれば、

・・・真正性は、かくて、旅の対象となるもの、なかんずく、旅の対象となる「自分とは異質の‘他の人々’」への観光客自身の信条、期待、好み、紋切り型のイメージ、意識の投影である。

しかし、真正性に関するこれらの観念は、単に個々の人間の視点であるにとどまらず、社会の内部で創り出され、共有される。HobsbawmとRangerの共著「伝統の創造」（*The Invention of Tradition,*1983）において、一見昔から伝わってきたように見える伝統がどのようにして現代的な目的（観光を始めとして）のために創りだされ、きわめて急速に社会なり国家の歴史の一部として受け入れられているかが、追求されている。英国の戴冠式儀式、ウェールズやスコットランド高地地方の浪漫的な、憧れを抱かせるイメージ、国家たることに伴う小道具（例えば、国旗と国歌）は、全て、愛国心、忠誠心、あるいは臣従さえをも促すために意図的に、それも比較的最近、創り上げられた儀式と神話を伴っ

ているが、それでもなお、社会と観光客双方の視点からして本物だとみなされている（Hobsbawm & Ranger,1983）。

地域社会にたいして観光が悪影響を及ぼすのではないかという懸念の多くは、地域社会の住民が観光客の目に晒され、経済的に観光に依存するようになり、あげくのはてに観光市場に特化した手工芸品を生産するようになることに向けられている。Graburnは、このような手工芸品を以て「観光客用美術」と定義しているが（Graburn,1976）,この用語には、文化的手工芸品の生産が住民向けではなく、他所から来る顧客向けだという事実が反映されている。Grunewaldはブラジル南部のPataxó族の人々の手工芸品生産の事例研究を行っているが、この研究では、上述の懸念についても論述されているものの、Pataxó族が観光産業に参入することから得られた利益としてアイデンティティ意識と新たなる伝統の出現をあげている。はっきりしているのは、三つの異なる型の生産物が作られ、これを生産者と消費者の双方が認めているということである。第一に、土着の人々の伝統を反映する品々、第二に、土人の手で作られているが、外部の影響に触発された物、第三に、グローバルな観光の影響が現われている、土着の人々の伝統とは無関係の品々、が挙げられる。Frans Shoutenがそのデルフト陶器に関する事例研究で述べているように、「一種の全世界的な在庫が観光市場用の小売用土産品について生じて来た・・・」、と言えるのかもしれない。この点、興味深いのは、"他者性“（Otherness）の強調されているのが、その場所自体ではなく、ある種の雰囲気をかもし出す上で象徴的な役割を果たす品々であるということである。Pataxóの人々が土産品産業を発展させたのは、必要に迫られてのことであったが、彼らはこの産業を活用して、自らの文化的生産を多様化し、新たなアイデンティティ意識を獲得したのであった。

観光産業と関連メデイアは、観光客に提供される生産物に一部としての真正性を構築する仕事に関与している。このように本当の姿に手が加えられることは、セット旅行体験の一部であるとして、観光客の側でも納得済みであって、本来の姿を客受けする形に作り変える上で観光産業、メデイア、他の重要利害関係者の有する力は、かなりのものである。JamalとHill（2002:87）の考えでは、「・・・真正性とは、物品自体の性質を言うのではないのであって、物品が持っ

ていると想定される性質なのであり、その想定は、想定するだけの権威を有する人々によって行われることが多い。」

観光客にとっては（時として、観光地の地元住民自身にとってさえも）地元住民自身の日常生活よりも観光産業によって創り上げられた紋切り型化した文化の方が一層真実らしく見えるのである。この点を説明するために、スコットランドの例を二つ挙げるとしよう。1953年に、ハリウッドの映画製作者であるArthur Freedが、百年ごとに一日だけ目を覚ますというスコットランド高地の村についての奇抜な物語を扱った映画”Brigadoon”（1954）の撮影にぴったりの村のロケ探しにスコットランドにやって来た。正真正銘の高地の村をいくつも見た挙句、彼は落胆してハリウッドに戻り、スタジオで“Brigadoon”を撮影したのだが、そこで彼は言ったものだ。「スコットランドまで出かけてみたが、スコットランドらしく見えるところなど何一つなかったね」と（Hardy,1990:1）。この映画は、タータン、霧の深い丘陵、バグパイプがふんだんに出てくるのであるが、スコットランドの観光産業が自らの利益のためにすぐにそれと分かる「ブランド」として創り上げるのに利用して来たスコットランドの対外的イメージがどんなものなのかを改めて確認する結果となった（McCrone他、1995）。

しかし、住民の側でも、自分たちのための新しい形式の真正性を創り出すために、観光用のイメージを消費し、適宜変更を加える。映画”Braveheart”（1995）が大当たりした後で、スコットランド観光にブームが起こったが、この映画は、ウイリアム・ウオレスという英雄の人物に具現された愛国心と勇気の観念を売りにしたものであった。スターリングシャイアの関連史跡地で演じられた、あのようなスコットランド人の雄々しいイメージは、海外からの観光客ばかりではなく、スコットランドの若者によっても消費されたのであり、これらの若者は、人々と場所に関するきわめて美化された観光的イメージを通じて、自らの文化遺産を再発見したのである。ただ、皮肉なことには、

・・・史跡地にこれまで来ていたことが判明している観光客や来訪客の客層とは対照的に、スコットランドの迎える新たな来訪客の多くは、主にアイルランドで撮影された“Braveheart”とオーストラリア人俳優（Mel Gibson）の

英雄的行為が動機となってスコットランド民族主義にたいする確乎たる関心を甦らせたスコットランド青年なのであった（Aitchison他、2002：130）。

この映画の大部分は客観的に言えば真実を伝えているものではない。しかし、そこで生み出されたアイデンティティ意識は正真正銘のものであると考えなければならない。

観光客自身も、Cohen（1988）が生成過程にある真正性の創造として論じているものに関与している。Cohenは真正性に対する態度との関連において観光客を分類して、実存的観光客（精神的に近代性を放棄し、自分と異質の絶対的「他者」を受け入れる観光客）、実験的観光客（様々な「他者」を試してみる観光客）、経験主義的観光客（自分とは違う世界に属する人々の生活にあたかも自分自身のことのように参加したがる観光客）、気晴らし観光客（のんびりした楽しみをもとめ､真正性に対しては遊び半分の態度で接する観光客）､それに、単に娯楽を求め、真正性の体験などに何の関心もない遊興観光客の五つに分けているが、同じ観光客でも種類が違えば、期待するところも様々に異なる。気晴らし観光客はUrryの後期ポスト観光客（Urry,2002）に似ていて、このポスト観光客というのは、見世物用の真正性を遊びのゲームであると識っていながら、その手練手管を愉しむのである。これら二種類の観光客がこのゲームで同じような考えを示しているため、Cohen（1988:379）の言わんとする新形式の真正性が生まれる。曰く「・・・そのような観光客は偽の生産物とか体験をまるで正真正銘のものであるかのように冗談半分で買い求めることに同意するかもしれないが、それは、単にこのような生産物なり体験が正真正銘のものと似ていて、これらの観光客に本物らしい匂いをかがせるからにすぎない。」

観光力学の一部として、観光客も、受け入れる側の地域社会が自ら創造的革新を行うよう鼓舞する役割を果たすかもしれないし、これは、GrunewaldがPataxó族の観光美術に関する事例研究で説明しているところである。この事例では、観光客がＰataxó族の人々にたいし土産品として売り出される新たな品々につきいろいろな思いつきを持ち込んだのである。元来、土着のものではない耳輪、ヘアピン、帽子が、いまや観光市場向けに生産され、観光をつうじ

て文化の創造的適応が生じたことを示している。

実存的真正性

私たちは、客観的真正性の観念を問いただし、新種として出現した建設主義者的真正性の考え方―そこでは意味が時間とともに発展を遂げる―を探求して来た。真正性の問題取り組みについもっと実存的手法をとるべきだと主張している論客もいろいろいる（Hughes,1955;Wang,1955）が、こういった議論の中では、個々の人間は自分自身の内部で真実とは何かを感じとる、とされている。日常生活の重みによって、私たちの真の自我―仕事と責任によって抑圧されている、もっと単純で、もっと遊び好きで、もっと飾り気のない自我―を見失う過程にあるのではないのかという懸念が生じてきたのだ。観光儀式とは、のんびりすること、束縛からの自由、官能的享楽に基ずく普段よりももっと単純で日常の雑事に煩わされることが少ない生活を手始めとする。従って、観光自体に堕落をもたらし、商品化を推進するような影響力があるなどとはみなされてはおらず、観光は正真正銘、余計な雑夾物の混じっていない存在であるためのひとつの方法とみなされているのである。Wangの考えでは、「日常的な役割とは対照的に、観光客は真正性の理念とむすびついている」（Wang,1999:360）。

見物するよりもむしろ積極的に参加することに関わる観光客のほうが、実存的真正性を感じ取る体験をする公算大である。大井（2002）が特筆しているところでは、文化の仲介者がその場にいなくて、観光客が観光地の地域社会の一員であるとともに文化を身体で体験していると感じられるような状況下で、このようなことが起こる可能性は高くなる。Barkerの事例研究で報告されているバリ島の踊りのような行事は、観客が観光客版の踊りに参加するようなことになれば、もっと意味のあるものになるかもしれない。Daniel（1996:789）の言うところでは、ひとつの文化に浸りながら人前で演じ、踊りの表現と音楽に身体を自分なりに工夫して合わせていると、「幸福、快楽、歓喜、あるいは戯れの感じや時としては挫折感にも基ずく」実存的真正性が生み出されるであろう。

このような実存的真正性を体験する機会や場所は、私たちの日常生活の中ではほとんど存在しないのかもしれない。そこで、このような開放感を味あわせ

てくれるような環境が益々高く評価されることになる。産業革命の結果として、人々は土地から切り離されてしまったが。このため、真の休息と精神的健康回復の場として自然環境が言うなれば呪物的に崇拝されるようになった(Bunce,1994:Coats,1998)。キャンピングとかハイキングのような田舎と密接につながることに関わる観光活動は、だから、人気があるのだ。その理由は、このような機会に個々の人間が自分を試し、自分の本質的自我を再発見することができるからである。こうした観光客は、観光の対象となる場所とか物品よりも、むしろ自分自身の内部に真正性を求めているのである（Wang.1999)。

Wangの考えでは、観光という浮き浮きした環境の下で普段よりも本来の姿に近く、繋がりが強くなるようになる密接な家族関係の中でも、実存的真正性は体験され得る。しかし、家族関係以外の関係でも同じようなことはあり得るのであって、例えば、志を同じくするグループとか「観光仲間」と一緒にいるという体験は、ある種の巡礼とか通過儀礼に似たところがあり、この場合、場所や行事は第二義的重要性を有するにすぎない。

観光客は単に自分とは異質の絶対的「他者」の真正性を求めているのではない。彼らの求めているのは、自分自身の、そしてまた、自分たちの間の真正性でもある。観光対象とか観光は、単に観光客を一緒に呼び集めるための手段あるいは媒介物に過ぎないこともあり得る。こうなると、つぎなる体験として得られるのが、観光客の間の人間としての本物の相互の関係である(Wang,1999:364)。

事例研究

以下の三つの章が取り扱っているのは、観光地の地元のアイデンティティ.に基ずいてはいるものの他所者たる顧客用に生産されている文化的生産物の視点からする真正性と商品化の諸問題である。最初の事例研究の対象は、Shoutenが「故郷魂」と呼ぶものを反映している土産品の重要性である。彼は、土産品、つまり、オランダのデルフト陶器の品質証明の歴史的過程を調べ上げている。これらの値の張る、証明書付の生産物は、元来、中国で作られていたものであるが、オランダ人がとっくの昔にこういう物をを家庭で使わなくなっているの

に、海外からの観光客やオランダからの外国移民で故国を訪れる人々にとってはオランダのアイデンティティを代表するものになるに至った。王室や重要諸機関との繋がりによって、公認されたオランダ文化を代表しているものの、地元の人々の日常生活体験とは無縁な生産物が創り出されたのである。こうして、デルフト陶器に付された明らかに官製の真正性のおかげで、オランダを訪れる人々にとってデルフト陶器がオランダ文化の標識となる格好の土産品となる。一見尤もらしい民族文化の貯えを保持する場としてのデルフト陶器の生産を見ると、明白に客観的な箔付けが観光客にとってどんな意味があるかということが良く分かる。

Grunewaldの事例研究対象は、きわめて異なった型の文化生産物、すなわち、ブラジル南部のPataxó族土人により生産される観光美術である。狩猟、採集、農業活動を行う方途がなくなったため、食べていくために他の手段を探さざるを得なくなってPataxó族の人々が生産し始めたのが観光客目当ての手工芸品であった。これらの品々は、Pataxó族の日用品に基ずいてはいるが、観光客市場向けに、はるかに装飾的になっている。

これらの品々の種類は、すぐに増加し、伝統的な機能を喪失しはじめた。こうして、三種類の相い異なる範疇に属する土産品が出回り始めた―元来の土着の伝統を反映する物、過渡的な物（土人によって生産されてはいるものの、土着の伝統とは無関係の外部の人間の知恵が加わっている）それに、土着の伝統とは無縁の世界中どこにいってもあるような観光土産品であって、例えば、灰皿や木彫の聖人像ががこれに該当する。観光客と生産者との間の触れ合いと生成途上にあるPataxó族の手工芸伝統を見ると、真正性とは創り出されたものであるという特質が良く分かる。

最後に、Baker他のバリ島の踊りに対する観光の影響に関する事例研究であるが、これは、精神的な儀式の商品化によって真正性が失われることに対する懸念を反映している。踊りはバリ島の文化観光生産物の重要な一側面であるのみならず、バリ島住民にとって宗教的、政治的、社会的意義を有する。複雑な踊りは観光客用に手直しされ、見世物として演じられて来たが、これは、本物の宗教的儀式を「舞台裏」で演じられるように守ろうとする観光客受け入れ側地域社会の企てであった。しかし、どうやら本当らしいのは、簡略化された観

光客版のほうが「本物」の踊りよりももっと頻繁に演じられ、「今日のバリ島住民にとってずっとぴったり来るし、すんなり受け入れられる」のである。こうして、観光文化が今日のバリ島住民社会に溶け込んでいる様子は、時とともに生成されるという真正性の特徴を浮き彫りにしているようにおもわれる。

参考文献

Aitchison, C., MacLeod, N. and Shaw, S. (2002) *Leisure and Tourism Landscapes : Social and Cultural Geographies.* London : Routledge.

Bennett, T. (1995) *The Birht of the Museum : History, Politics.* London : Routledge.

Boorstin, D. (1964) *The Image : A Guide to Pseudo Events in America.* New York : Harper and Row.

Bunce, M. (1994) *The Countryside Ideal : Anglo-American Images of Landscape.* London : Routledge.

Coates, P. (1998) *Nature : Western Attitudes since Ancient Times.* Cambridge : Polity.

Cohen, C. (1988) Authenticity and commoditisation in tourism. *Annals of Tourism Research* 15, 371-386.

Daniel, Y. P. (1996) Tourism dance performances : Authenticity and creativity. *Annals of Tourism Research* 23 (1), 780-797.

Eco, U. (1986) *Travels in Hyper-reality.* London : Picador.

Graburn, N. H. (ed.) (1976) *Ethnic and Tourist Arts : Cultural Expressions from the Fourth World.* Berkley : University of California Press.

Greenwood, D. J. (1989) Culture by the pound : An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In V. L. Smith (ed.) *Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism* (2nd edn). Philadelphia : University of Pennsylvania Press.

Hardy, F. (1990) *Scotland in Film.* Edinburgh : University Press.

Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity.* Oxford : Blackwell.

Hewison, R. (1987) *The Heritage Industry : Britain in a Climate of Decline.* London : Methuen.

Hobsbawm, E. and Ranger, T. (eds) (1983) *The Invention of Tradition.* Cambridge : Cambridge University Press.

Hughes, G. (1995) Authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research* 22 (4), 781-803.

Jamal, T. and Hill, S. (2002) The home and the world : (Post) touristic spaces of (in) authenticity. In G. Dann (ed.) *The Tourist as Metaphor of the Social World* (pp. 77-107). Wallingford, CABI Publishing.

MacCannell, D. (1976) *The Tourist : A New Theory of the Leisure Class.* London and Basingstoke : MacMillan.

McCrone, D., Morris, A. and Kiely, R. (1995) *Scotland the Brand : The Making of Scottish Heritage.* Edinburgh : Edinburgh University Press.

Macdonald, S. and Fyfe, G. (eds) (1996) *Theorizing Museums.* Oxford : Blackwell.

Meethan, K. (2001) *Tourism in Global Society : Place, Culture, Consumption.* Basingstoke : Palgrave.

Ooi, C. (2002) *Cultural Tourism and Tourism Cultures.* Copenhagen : Copenhagen Business School Press.

Relph, E. (1976) *Place and Placelessness.* London : Pion.

Selwyn, T. (1996) *The Tourist Image : Myths and Myth Making in Tourism.* Chichester : John Wiley & Sons.

Urry, J. (2002) *The Tourist Gaze* (2nd edn). London : Sage.

Walsh, K. (1992) *The Representation of the past : Museums and Heritage in the Postmodern World.* London : Routledge.

Wang, N. (1999) Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research* 26 (2), 349-370.

WHO (2001) *Tourism : 2020 Vision - Global Forecast and Profiles of Market Segments.* Madrid : World Tourism Organisation.

〔観光紹介〕

にかほ市観光の状況と振興への取組

にかほ市産業部観光課

１．にかほ市観光の状況

にかほ市は、秋田県の西南端で、秀峰「鳥海山」の山麓に位置している。鳥海山は、標高2,236mと東北第２の高峰で、日本海から一気に立ち上がる独立峰であり、海岸から山頂までの距離が直線でわずか16㎞という世界でも例のない特異な地形を見せている。

地形の特異さと豊富な伏流水は、域内の生活へ豊かな恵みをもたらすと同時に、貴重な資源を提供してくれている。

海岸線から鳥海山頂まで一気に

この大自然の恵みと、芭蕉翁の「奥の細道」紀行における目的地の一つであっ

た象潟を始めとする多くの文人墨客を魅了した史跡・名勝や、世界に誇る郷土の偉人の足跡などの文化遺産があいまって、本市は、一級の観光地たる魅力を備えた地と自負している。

〈にかほ市の主な観光資源〉

○鳥海山とその山麓に広がる自然紀行

・鳥海山五合目鉾立からの眺望

・清冽な湧水とマイナスイオン効果

元滝伏流水（平成の名水百選に選定）

獅子ケ鼻湿原の出壷（一般には「出つぼ」、平成の名水百選に選定）

・トレッキングで出会う森の不思議と巨木

中島台レクリエーションの森と「あがりこ大王」

・360°のパノラマが広がるクリーンエネルギーの高原

○文化と歴史の薫る景勝史跡

・奥の細道に歌われた九十九島

・歴史ロマンあふれる古刹「蚶満寺」と郷土資料館

○郷土の偉人の足跡をたどる科学展示

・フェライト子ども科学館、白瀬南極探検隊記念館、TDK歴史館

以上のように、他ではなかなか巡りあえない、にかほならではの観光資源がありながら、これらの魅力を活かしきれていないのが現実で、近年の観光ニーズ多様化への対応が十分といえない。

また、来市後の２次交通アクセスの整備を含む周遊化が図られていないことで、滞在時間の短い日帰り・通過型の観光地となっていることや、観光客が夏季に偏在している状況の中で宿泊収容能力が高くないため、宿泊率が県平均を大きく下回っている。（第１表、第１図）

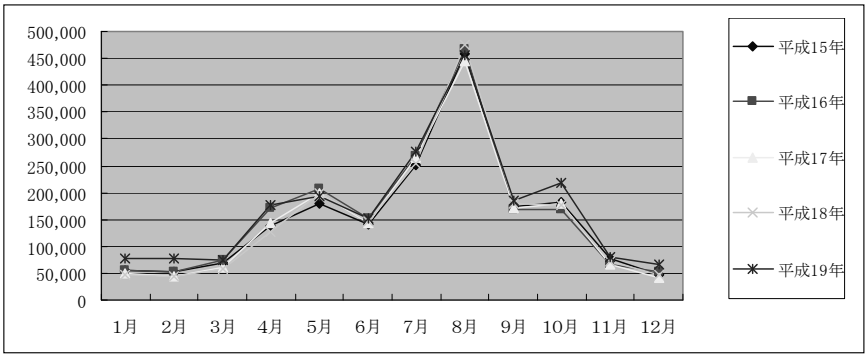
第１表　にかほ市観光入込・宿泊者数

単位：人

	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
１月	54,764	54,791	50,497	46,401	77,241
２月	52,395	53,197	44,917	45,085	76,369
３月	70,076	74,475	60,304	57,456	73,752
４月	137,702	171,439	143,053	125,750	178,071
５月	178,626	206,611	199,194	198,691	194,518
６月	139,814	150,802	142,716	146,659	153,116
７月	250,699	267,514	264,081	253,033	276,636
８月	457,797	466,619	444,993	474,703	456,538
９月	175,208	167,520	170,958	178,556	185,348
10月	182,577	169,860	179,043	175,430	218,885
11月	77,381	66,998	66,921	71,287	81,062
12月	46,646	52,257	41,266	47,066	65,823
入込合計	1,823,685	1,902,083	1,807,943	1,820,117	2,037,359
宿泊数	96,007	93,480	92,521	90,129	87,736
宿泊率	5.3%	4.9%	5.1%	5.0%	4.3%

第１図　入込数月別推移

単位：人



２．振興への取組

平成17年10月、仁賀保町、金浦町、象潟町の合併によりにかほ市が誕生した。

この合併協議に際し、新市の速やかな一体化と均衡ある発展及び市民福祉の向上を目的に「新市まちづくり計画」が策定され、この計画における「まちづ

くりの基本理念」を受け継ぎ、さらに検討が加えられて、平成19年３月「にかほ市総合発展計画」が定められた。

本計画においては、観光分野の主要課題として、滞在型観光の推進が求められ、年間交流人口300万人、宿泊者数30万人を数値目標と設定されている。

達成に向けた施策の企画立案の指針として、以下を取組方針とする観光アクションプランを策定した。

①情報通信メディアの技術革新への素早い対応を心がけ、新たな手段を積極的に取り入れ、効果的な媒体作成など、インパクトの強い情報発信に努める。
②市内の観光素材の組合せ再検討により、多様なニーズにそれぞれマッチする推奨モデルルートを再編する。
③体験型旅行の受入体制を整備し、あわせて産業観光・教育旅行誘致の検討を始める。
④観光関連従事者の接遇向上を目指した研修機会の提供に努めるとともに、市民向け街角観光ガイドブックを作成するなど、全市的なホスピタリティの向上を図る。
⑤さまざまな媒体への外国語標記採りいれや外国語指差し会話集の作成など、国外からの来訪者への便宜を図る。
⑥冬季イベントのあり方に工夫を加え、「にかほ」らしい食との組み合わせによる新たな誘客を開拓する。
⑦秋田・山形両県、由利本荘市、山形県庄内地域市町との連携により、広域的イベントの展開、広域周遊ルートの創出・ＰＲの検討に入る。
⑧特産品の開発助成の実施と商品化後の販路拡大、生産量拡大への支援策を実施する。

現在、前述の取組方針に沿った事業を実施中であり、今後も継続して市の基本理念である「夢あるまち　豊かなまち　元気なまち」が実感できるよう、他の施策との整合性を保つ観光振興策を推進する必要がある。

そのためには、各界各層からの情報収集に励み、業種にとらわれない大きな枠組みでの協働を推進していかなければならないものと感じているところである。

〔観光紹介〕

黄金歴史街道を支えた尾去沢鉱山の歴史と文化

鹿角市産業建設部観光商工課

１．鹿角地域の形成

現在の鹿角市を囲む環境は、火山活動によりもたらされた資源を多く有したもので構成されている。世界でも特有の巨大二重カルデラ湖として、また、北東北の観光拠点とされる十和田湖と、数種類の火山から構成され、日本を代表する景勝地である八幡平。これら二つの国立公園の中心に位置している。

本州列島形成時に話は遡る。現在の本州列島が大陸から離れ、孤島の性質を持ち始めたのは今から約2600万年前とされている。その時代は断層運動が活発に起こっており、地殻の底まで及ぶ深部裂隙により現在の日本列島の形が形成され始めた。また、活発な地殻運動によりフォッサマグナの陥没をはじめとした陥没･沈降が起こる。その頃、現在の日本列島はほとんどが海底にあったが、活発な火成活動が始まり、沈降を続ける窪地を埋め立ててゆくことになる。

現在も秋田地方には新潟にかけて南北にいくつもの断層があり、そこに海底火山の活動による火成岩・火山噴出物が堆積していった。堆積地層内の火山噴出物には緑色凝灰岩と呼ばれるものがあり、この凝灰岩を伴う火成活動は豊富な金属資源の生成に関わってくる。尾去沢（おさりざわ）・花輪・不老倉（ふろうくら）・小坂等の鉱山にみられる鉱床はこの時期のものと考えられる。古くから「黄金はなさく里」とうたわれた鹿角はこのようにして形成されていった。

多くの鉱床をもたらした活発な火山活動だが、鹿角地域は現在も八幡平火山群をはじめとする活火山を有する地域に囲まれている。鹿角の火山群はコニーデ型火山（成層火山）やアスピーテ型火山（楯状火山）、トロイデ型火山（鐘状火山）があり、これらの活動に由来するエネルギーにより、八幡平や湯瀬、大湯など多くの温泉資源も有している。

2．鹿角の伝説、昔話

先述のとおり、鹿角市の多くの資源は火山活動によって形成されたのは事実であるが、その荒々しいイメージとは違い現在では美しい自然環境に囲まれた場所となっている。豊かな自然環境を土台として景観や温泉をはじめ、歴史・文化など多くの魅力を発展させてきた。鉱山資源によってもたらされた繁栄もあり、文化的にも先進地としての性質を有していた時期もあった。しかし、鉱山を主とした産業の浮沈にともない、大きな興廃を経験したことも確かといえる。

伝説では、鹿角の鉱山から平泉へ鉱石を搬出したとされており、このことから鹿角地域では平成19年度より鹿角、平泉間を結ぶ金を運んだとされるルート一帯を「黄金歴史街道」と銘打って、観光キャンペーンを展開している。今回は豊富な鉱山資源とそれにまつわる伝説や風俗等を紹介する。中でも最も栄えた尾去沢鉱山には次のような言い伝えや伝説がある。

⑴「光る怪鳥」伝説

文明13年（1481年）のこと。尾去の村の奥の大森山から光るものが現れて飛びまわり人を驚かした。昼間見ると羽の長さが十余尋（約20m）の鳥で、人をとって食わんばかりの勢い。口からは金色の火を吹き、鳴き声は牛の吠えるようで山々に響き、山が崩れるようであった。人々は恐ろしくて生きた心地もしなかった。

この鳥は夜になると飛び回って田畑を荒らすので、慈顕院（じげんいん）の別当や村人は毎晩一心に神に祈った。あるとき大森山の方から、その怪鳥が泣き叫び苦しみ悲しがっているような声が聞こえ、それからは飛んでこなくなった。

村人が山へ登ると、赤沢川の水が朱を流したように赤くなっている。さらに行くと黒瀧のところにあの鳥が赤く染まってうつぶせになって死んでいた。頭は大蛇のようで足は牛のごとく、毛には赤と白が混じりところどころに金と銀の毛が生えていた。背中と首に４つ５つほど傷がついていた。腹を割いてみると、胃袋には穀物や草木は何もなく金・銀・銅・鉛の鉱石がつまっていた。

すると村長が、「夢に老人が出てきて新しい山を掘れと６回もお告げがあっ

た。これまでどの山のことか分からなかったが、この山のことに違いない。」と言った。それで山を掘ってみると金・銀・銅・鉛がたくさん出た。田郡・赤沢・西道など鉱山が出た山一体は大森山からの別れなので、まとめて尾去沢と呼ぶようになった。

また、あの鳥はどんな神が退治してくれたのかと探してみると、大森山のふもとに獅子の頭のような石があった。口にあたるところには血がついていたので、これがそうだとしてお堂を建てて祀り、鳥もここに埋めた。これが大森親山獅子大権現※1の始まりだといわれている。

※１大森親山獅子大権現舞……権現舞とは、神道の本地垂迹説に基づく神楽舞。獅子頭をかぶって舞う。秋田・山形側では獅子舞、青森･岩手側では山伏神楽、権現舞などと呼ぶ。鹿角の場合は南部領だった関係で岩手県と同じ呼び方となっている。

この伝説から推測されることとして、光る怪鳥は火山の爆発や鉱山などを表し、その腹（山や鉱石）の中にあるのは鉱石が地中に埋まっていること。赤沢川の水が朱色になっていたというのは、鉱山から流れ出す強酸性水の影響や鉱脈の成分が流出したもの。怪鳥が死んだときの様子は、土砂崩れの際に聞こえた音が鳴き声、土砂崩れの鉱脈の露出が死体を表していると考えることができる。

この言い伝えはいつ頃から語り継がれるようになったかは定かではないが、1481年以降のものと考えられる。尾去沢鉱山の発見は708年であるため、鉱山は既に発見されていた。当時は鉱山の知識もある程度あったと思われることから、比喩を使い子どもたちなどに鉱山の歴史を語り継がせるための物語として形成されたものではないかと思われる。

この伝説の他にも鉱山にまつわる話は多くある。

⑵ 尾去沢鉱山に関する伝説

「鉱山発見伝説」

① 尾去沢の近くに不思議な美しい娘が現れ､佐藤清助という若者の家へ来て、

「この山の下を掘れ。あの山を掘れ。」と教えた。そして「世にも珍しい金というものが出てくるから、それを国主に差し出したらどうか。」と言う。清助はそれよりも娘のほうに興味があったが、娘は「自分は仙台の金華山の神の使いである。汚れた心を改めよ。」と言い残して消えた。娘の言ったところを掘ると金・銀・銅・鉛などが出てきた。

② 尾去沢の一部である長坂に関し、佐藤清吉という者が夢の中で唐獅子の格好をした神の使いに教えられ、きれいなものを手に入れたが、それが何か分からない。すると金山彦という老人が尋ねてきて、「それは、金といって日本の国には無かったものだ。ああ、いよいよ金の時代がきた。」と語り、水晶山の方へ飛び去った。清吉は金を天皇に差し出し褒美をもらった。

③ 和銅元年（708年）に初めて銅銭が作られたとき、銅を探すように命じられた役人たちが大森山のふもとまで来ると、空に獅子の姿と梵天を持った大勢の人が現れた。獅子が梵天を投げたその場所を掘ってみると、銅が出てきた。

このように昔話や言い伝え、伝説には鉱山に関係するものが数多く残っている。鹿角地域では尾去沢以外の各鉱山にも発見等に関する伝説などは存在するが、鉱山の規模や歴史から尾去沢に関するものが多い。また、それにともなう、文化や風習も鉱山文化に根付いたものが残っている。

写真１　尾去沢鉱山　選鉱場・製練場跡

3．尾去沢鉱山の歴史

尾去沢鉱山が発見されたのは和銅元年（708年）とされ、今年で開山1300年を迎える。

天平21年（ 749） この年尾去沢田郡で産金、朝廷へ献上したと伝えられる。

文明13年（1481） 「大森親山獅子大権現御伝記」によれば、この年獅子沢、赤沢で銅発見。

天正18年（1590） 豊臣秀吉、東北仕置を行う。尾去沢の諸鉱山は、盛岡南部氏の所領となる。

慶長３年（1598） 後に金山奉行となる南部藩士北十左衛門、白根金山（小真木鉱山）を発見し、開発に着手。

寛永20年（1643） その後五十枚金山（慶長４年）、西道金山（慶長７年）を開発。

寛文６年（1666） 白根金山で多くのキリスト教徒が捕らえられ処刑される。

元禄８年（1695） 田郡で銅鉱を発見。続いて元山、赤沢でも銅鉱を発見。繁栄を極める。

正徳５年（1715） 長坂銅山、崎山金山を発見。

明和２年（1765） 幕府より長崎御用銅65万斤※2の出銅を割当てられる。買い上げ価格が安かったことから著しく藩の財政を圧迫。

寛政元年（1789） 南部藩が直接経営に乗り出す。

文久３年（1863） 産銅わずかに20万斤となり幕府に減銅を乞う。

慶応元年（1865） アメリカ人の指導により発破（火薬による採掘）試験を行う。産銅100万斤を超える。

明治元年（1868） 南部藩は、鍵屋茂兵衛に採掘権を委任する。

明治５年（1872） 大蔵省が没収（尾去沢銅山事件）、その後岡田兵蔵、更に東京府鉱業会社の経営に移る。

明治７年（1874） 岡田兵馬が借地稼行する。

明治22年（1889） 岩崎家の稼業となる。反射炉を設置。

明治26年（1893） 三菱合資会社の経営となる。薪木燃料火力発電所設置、坑内ポンプ、巻揚機に電力使用。

明治27年（1894） 田郡大切坑内に電気巻揚機を設置。構所内に電話、電灯を設置。

明治29年（1896） 水力発電所の建設に伴い東北地方で最初の全山電化を行う。
大正５年（1916） 巻揚機より出火、選鉱場全焼。
大正６年（1917） 浮遊選鉱法による最新式選鉱場を新設。
昭和11年（1936） 中沢鉱滓ダム決壊、死者374名の大災害発生。
昭和15年（1940） 月粗鉱７万トン処理の増産起業を行う。
昭和18年（1943） 超非常時増産態勢で月産10万トン、従業員4,486名と最高を記録。
昭和25年（1950） 財閥解体に伴い太平鉱業（株）の経営となる。昭和27年社名を三菱金属鉱業（株）に改名。
昭和28年（1953） 集約排水坑道として太平坑（延長2,725m）完成。
昭和41年（1966） 製錬部門廃止。74年の歴史を閉じる。
昭和43年（1968） 品位低下と銅価格低迷のため操業規模縮小。
昭和47年（1972） 三菱金属鉱業（株）より分離し尾去沢鉱山（株）となる。
昭和53年（1978） 鉱山から出る煙による公害や鉱毒水の処理費の増大、銅価の下落鉱石の枯渇により閉山。
平成17年（2005） 土木学会選奨土木遺産に選定される。
平成19年（2007） 近代化産業遺産並びに、日本の地質百選に選定される。
※２　１斤＝約600ｇ

４．鉱山の暮らし

盛岡藩営の頃､幕府の御用銅として鹿角で産出された粗銅は大阪で精錬され､九州から貿易銅として国外で輸出された。これにより、早くから中央との交流があり、鉱山を中心として、経済・文化の面で他に先駆けて開けていた。

「西も東も黄金（かね）の山」と民謡に歌われた鹿角。そこに暮らす人々にとって、現金収入の多い鉱山での仕事は魅力的なものであった。農閑期に日雇いの形で働くなど、農家の長男以外の男たちは、鉱山で働き、その後独立する例もあった。また、鉱夫に嫁入りする農家の娘も多かったと言われる。

鉱山での作業は技術の進歩により手掘りから発破の方法へ、また、選鉱に関しても手選鉱から機械選鉱へと変わり、効率も格段に向上した。坑内夫は坑外で働く者よりも給料は高かったが、危険も比例して高く、鉱山病にもかかりや

すかったといわれている。

鉱夫は危険な職業であったが、やはり人気の職であった。坑夫になるためには、坑内で働く手子や運搬夫として少なくとも２～３年は下働きをし、欠員が出ることにより鉱夫になることができた。手子や運搬夫は重労働の割に給料が鉱夫よりも２～３割安かったため、一人前の坑夫になるために誰もが頑張ったという。

鉱夫の暮らしは近隣農村などの人々のものとは異なっていた。職業病や危険度の高い業務も関係していると考えられるが、社会的な補償制度等は無く、自主的な相互自助組織を形成していた。この自助制度は友子制度と呼ばれ、天保期以前からあったとされる。これはいつ働けなくなるか、いつ命を落とすか分からない仕事に従事している者にとっては大切な相互扶助制度であった。友子制度は仕事の関係上､同僚仲間との連携が強かった鉱夫たちによって組織され、冠婚葬祭の際にはそれぞれ援助しあっていたとされる。

鉱夫同士の繋がりは血縁者よりも強かったとされており、鉱山独自の規律もあった。規律を重んじている文化、つまり山法は法律よりも重視されていた時代もあり、それにより隠れキリシタンも多く尾去沢で働いていたとされる。山法さえ守っていれば､問題なく生活できる｡他人への干渉は最低限のものであった。

煙や、鉱石塵が蔓延し、落石・落盤・火薬爆発・酸素欠乏などが絶えない厳しい仕事環境は、鉱夫たちの平均寿命を短いものにした。これらの職業病は昭和35年の「じん肺法」が制定されるまで法的に救済されていなかった。鉱夫は10代の後半で結婚し、22歳には現在の42歳の厄払いを行っていたという。また、鉱夫の妻の大部分が20代の後半には後家になったとされている。鉱山へ働く人々は日々の危険な業務のため、安全のための神仏信仰は厚かった。鉱山の繁栄を祈ると共に、鉱員などの福利厚生のための山神社祭典を行っていた。特に、厳しい仕事環境のため、鉱夫たちは気性も荒かったと言われており、福利厚生面は重要視され、優遇されていた。また、鉱業は古くから経済や郡司と結びつく重要産業とされていたため、手厚く保護されている。近代になると、日用雑貨品をはじめ、住宅や電気、水道などが安価または無料で使用できるように優遇される。

明治時代になると鉱山へ西洋技術が導入され、物流交易が盛んになった。多

くの人が集まり、それにともない新たな集落もできる。大規模な鉱山集落では文化厚生面も発展しており、鉱山城下町と言われるほど栄えていた。しかし、次第に不振の一途を辿るようになり、昭和53年の５月、尾去沢鉱山は閉山。これにより地域経済も沈滞してゆくこととなる。

５．現在に残る鉱山文化

鉱山のある生活環境のなかで育まれた特異な生活は、食や信仰にも残されている。食に関して述べると、馬肉を食べるのは鉱山地域だけであったとされる。牛肉に比べ、たんぱく質が多いが、脂肪分が少ない。現在では馬肉の煮つけは鹿角の伝統料理の一つになっているが、特徴としてこんにゃくが入る。鉱夫たちは坑道内で粉塵等を多く吸うため、体内の汚れを落とすとされるこんにゃくは好んで食べられていた。鹿角発祥のきりたんぽもこんにゃくが入れられるのはその名残とされている。

多くの祭や伝統芸能も大切に保存されている。宗教や信仰が現在の祭などに深く関わっており、先述の、山神社の祭典も受け継がれている。

各鉱山に必ず１つはあったとされる山神社。尾去沢の山神社は鉱山の繁栄と家内安全を願うため、大山祇命（おおやまつみのみこと）、金山彦命（かなやまひこのみこと）、埴山姫命（はにやまひめのみこと）、豊受姫命（とようけひめのみこと）、天之細女命（あまのうずめのみこと）、天照皇大神（あまてらすすめおおみかみ）、猿田彦命（さるたひこのみこと）、稲倉魂命（いなくらたまのみこと）など多くの神様が祀られている。

⑴　からめ節金山踊り

山神社の祭典では毎年踊られている「からめ節金山踊り」。「からめ」とは鉱山の言葉で、鉱石を細かく砕き、その中から精鉱を取り出す作業のことである。「からめ」や「からめる」などの一般的な国語の表記は「絡める・搦める」で、「しばる・まきつける」などと解されている。また人と人との関係においても、この意味が用いられることがある。

このような、鉱山での専門用語が歌われている「からめ節」において、次のようなことがあった。

第二次世界大戦の最中のころ、仙台のＮＨＫで、からめ節を放送することとなった。いよいよ出番が近くなったとき、突如中止となった。理由は、歌詞に卑猥なところがあるというもの。それは「からめて、からめて、親父がせめる」の語句で、当時検閲の担当官（軍人）は猥曲、みだらな歌い文句と判断した。どのように説明しても理解してもらえず、とうとう出演しないで帰ったことがあったという。

写真２　全盛期の手選場の様子

からめ節はこの作業の際に、拍子をとるために歌われたもので、元は石からめ節とも言われた。尾去沢はからめ節の発祥の地とされる。各地に多くの鉱山があり、そこで各々の「ざるあげ歌」があったとされるが、この「ざるあげ歌」が「からめ節」の元になったと言われる。「ざるあげ歌」とはからめの作業に関係してくるが、精鉱を取り出す際に、砕いた鉱石をざるに入れ、水で洗い流すようにしていたためこのように呼ばれる。この洗う作業を行ったのは手選婦で、この所作が踊りとなり、「からめ節」の曲調に合わせて踊られるようになった。からめ節の曲調は七七五であり、それにあわせて踊られた。

「お台所と川の瀬は、いつもどんどと鳴るがよい」と歌われた「ざるあげ歌」は、幕末の頃には「西は台所、東は床屋、いつもどんどん音がする」と歌の調子も変化した。

※江戸時代、台所という言葉は事務所や営業所を指して使われていた。また、床屋とは鉱山を指している。

明治になると、尾去沢から盛岡の花柳界へと「からめ節」は伝わり、芸者衆などによって三味線太鼓のお囃子がつけられた。これに砂金を採取するときの所作や島根県のドジョウすくいの所作がつけられ、金山踊りになったという。

※ドジョウすくいは南部砂鉄採取の所作だとも言われている。

尾去沢から盛岡へ伝わったからめ節は補作され岩手県の座敷歌の「からめ節金山踊り」として成長し、これと尾去沢に伝わるものと二つの形が現在に残っている。

慶長３年（1598年）の白根金山の発見により、鹿角に各地から多くの人々が集まった。それにともなう流通も盛んになり、様々な文化もそれに合わせて盛んになった。この時代は、出雲の阿国による歌舞が大変な流行となっていたため、鹿角の鉱山にもその亜流が流れ込んだと考えられる。

写真３　からめ節　金山踊り

江戸時代から明治時代頃までは、18番まで歌われた「からめ節」は、現在では10番まで歌われている。

旧からめ節の歌詞は、前唄三節、踊唄十五節の十八節から成り立っている。曲調は、近世小唄調のものに変化してきて、はやしは、太鼓･三味線･鉦の三拍子である。

（前歌）
1、おせや　おせおせ　青ばんおせば　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　おせば　直利に近くなる　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
2、直利ァ　出てくる　坑夫は勇む　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　まして　旦那さま　お喜び　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
3、直利ァ　親父の　金場を見れば　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　鉑(はく)で山築く　富士の山　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（本唄・踊り唄）
4、からめ　からめと　親父嬶ｶｶｱせめる　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　なんぼからんでも　からめたてゃならぬ　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
　ハァー　からめて　からめて　からめて千貫
　　親父の借金　年賦ですませ
5、金ｶﾈが出る出る　銀ｼﾛがね黄金　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　鉄も鉛も　銅ｱｶがねも　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
　ハァー　からめて　からめて　からめて千貫
　　どっさり掘り出せ　おくにのたからだ
6、からす鳴く鳴く　床屋の屋根で　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　お山繁昌と　鳴くからす　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
　ハァー　からめて　からめて　からめた黄金は
　鹿角の花だよ　どんどん吹き出せ
7、田舎なれども　鹿角の里は　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　西も東も　金ｶﾈの山　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
　ハァー　からめて　からめて　からめた黄金は
　　どっこい千両　どっこい万両
8、金の牛(べこ)コに　錦の手綱　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　おらも引きたい　引かせたい　　ハァー　ドッコイ　ドッコイ

（囃子）
ハァー　からめて　からめて　しっかりからめて
握った手綱を　うっかりはなすな
9、朝の出がけに　お山を見れば　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
黄金まじりの　きりが降る　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
ハァー　からめて　からめて　しっかりからめて
どっしり掘りだせ　郷土御国の名物
10、直利ァ　出てくる　お山が盛る　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
かみも　こまえも皆さかる　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
ハァー　からめて　からめて　しっかりからめて
どっこい繁昌　どっこい繁昌
11、目出た　目出たの　若松よりも　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
さかるお山の　黄金花　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
（囃子）
ハァー　からめて　からめて　しっかりからめて
かねつる千年　からめは万年
12、一に稲荷の鳥居が赤い　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
まして直利の　金赤い　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
13、からめ　からめと　お山の唄は　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
お山繁昌と　なりひびく　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
14、西は台所　東は床屋　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
いつもどんどん　音がする　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
15、赤沢山より　元山よりも　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
鉛のとる山　田郡山　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
16、踊り元山　唄田郡山　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
三味の引く山　赤沢山　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
17、親父大黒　かかあ恵比寿顔　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
一人娘は　弁才天　ハァー　ドッコイ　ドッコイ

18、東尾去沢　西小真木　ハァー　ドッコイ　ドッコイ
　　南大葛に　北小坂　ハァー　ドッコイ　ドッコイ

⑵　作業唄から祝宴（慶事）の唄への変化

既述のとおり、選鉱作業ないしは粗銅を造るということは、鉱山にとって、とても重要な工程であることがわかる。これらの作業は、過酷を極めていたものと想像することができる。鉱山関係者は、身分の上下を超えて作業に取り組み、また一方では、自分たち及び一族の命運をかけての仕事であった。したがって直利が発見されたり掘り出されたりしたとき、そのような良質の鉱石を手選するときなどは、鉱山に携わる人々全員の喜びであったのである。

つらい労働の疲れを乗り越えて、作業の合間に、また帰宅途中に、そして宴会のときなどに、「からめ節金山踊り」が「喜びの作業唄」として歌われ始め、踊り始められたものであると思われる。

そうしているうちに、時の藩主の前で披露されるなど、晴れの場で演じられるようになったのにも、十分うなずけるものである。そして、この「からめ節金山踊り」が広く流布し、また鉱山関係者によって伝承されてきたものである。作業唄にその起源をもつ「からめ節金山踊り」は、明治時代以来の生産様式の変化にともない、いつしか労働と直結していた時代のかたちを失ってきた。祝宴の唄として、宴席ないしはお座敷などで演じられるようになると、ますます作業唄としての性格が失われてきたのである。

また、ざるを扱う所作も、お座敷などで演じられる「どじょうすくい」のそれと混同してみられるようになったのもいなめないであろう。

作業唄としての性格が失われると、作業現場である尾去沢鉱山ではそれを歌う機会も少なくなってくることは必然的である。

さて、第二次世界大戦ともあいまって、途絶えつつあった「からめ節金山踊り」は、戦後の昭和21年にこれを保存伝承していかなければならないという活動が始まった。当時尾去沢鉱山の従業員であった松尾繁治を代表とする有志によって保存伝承がはかられ、翌22年の両社山神社の祭典の際に、神前にその成果を発表した。

その後、鉱山資源の枯渇など移りゆく時代の趨勢により、尾去沢鉱山は閉山

のやむなきの状態となったので、鉱山により生活を支えてきた従業員たちも他に職を求め、郷土を去る者が続いた。このため、「からめ節金山踊り」も伝承者が数少なくなり、次第に衰微の一途をたどっていき、その存続も危ぶまれる状態になってきた。

そこで昭和59年、地元尾去沢地区の文化財保存会を中心に「尾去沢からめ節保存会」を発足させて、保存伝承に努めてきている。現在、毎月１回、児童生徒を始め市民に対して後継者育成活動を行っている。

⑶ 黄金歴史街道

鉱山に働く者たちは、それぞれの専門職に分けられていた。そのため、同じ鉱山内と言ってもどのような仕事でもできるわけではなく、しっかりとした専門知識も必要とされていた。

元鉱山職員の男性に話を伺うと、はじめて鉱夫として鉱山に入ったときに祖父から「穴を掘るときには必ずこのことを守れ。天井から水ではない何かが背中に垂れたら、すぐにその場から逃げろ。」と言われたという。これは、土砂崩れなどの前兆であり、この教えを守ったことにより何度も命拾いしたということであった。

また、坑道内は酸素が薄い場所もあったため、酸素欠乏で亡くなる人も少なくなかった。酸素があるかを確かめるためにマッチは必需品であったし、坑道のいたるところに注意喚起を促す看板も設置されている。

奈良東大寺の大仏鋳造や平泉文化を築くために鹿角の金が使われたとも言われているが、このように華やかな文化を支えてきたものは、死と隣り合わせの仕事場。華やかな文化を支えてきた背景には、過酷な労働現場があった。鉱脈を求め、果てしなく広がった坑道は1300年にも及ぶ鉱夫たちの努力の跡を見ることができる。

当時、金を搬出したとされる主なルートとしては、鹿角地域の鉱山地帯から岩手県の平泉までを結ぶルート。さらに時代が進み、大阪まで銅を搬出していたルートとなる。平泉まではもちろん陸路であったが、大阪までは、青森県の野辺地湊からの海路であったとされる。

鹿角を舞台とした鉱山の利権争いをはじめとする様々な歴史模様により、数

多くの文化が流入し独自の文化を築き上げる礎となった。文献には鹿角と平泉を結んだ道を明記しているものは発見されていない。歴史に登場するのは天正18年（1590年）からとなるが、その「街道」は確かに存在していた形跡が残されている。

源頼朝に追われた藤原泰衡が北海道を目指し逃亡を図った際、鹿角を通り肥内郡（現在の大館市）贄柵で討たれたことから、平泉から鹿角を結ぶルートが既に完成されていたことが伺える。このことを含め、多くの歴史的な事実からも鹿角と平泉を結ぶ「道」は存在していたと推測される。

藤原氏隆盛時代、福島県の白川関から青森県の外ヶ浜までの官道には、一町（109m）ごとに金を塗った笠卒塔婆が立てられていたとされ、鹿角の金も藤原氏と平泉の繁栄に直結していたと考えられる。

これらの栄華を誇っていた歴史を結ぶ街道を「黄金歴史街道」としている。「黄金歴史街道」は、鹿角の鉱山から金を運んだとされるルートで当時の栄華の跡を辿るというものである。現在では、青森県と秋田県にまたがる白神山地から平泉を結ぶルートと設定している。

華やかさを彩った文化を支えた、峻厳な鉱山文化。これらに思いを馳せながら黄金に彩られた歴史を辿る。栄華と相反している背景。歴史のもう１つの側面を体感することになる。

参考引用文献

安村二郎編『鹿角市史　第三巻下・鉱山の隆替』鹿角市　平成５年11月30日
柳館計一編『鹿角市史　第四巻・鉱山とくらし』鹿角市　平成８年３月31日

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　プライアン 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　沢井　　修
　　秋田ビル株式会社代表取締役社長
　　（秋田キャッスルホテル）
顧　　問　佐藤　和志　観光カリスマ
　　田沢湖観光協会会長
　　鶴の湯温泉社長
顧　　問　田口　久義　観光カリスマ
　　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　㈳秋田県観光連盟専務理事
顧　　問　㈱ジェイアール東日本企画秋田支店長
顧　　問　㈱ＡＮＡ総合研究所代表取締役社長
顧　　問　㈱ＡＮＡ総合研究所取締役副社長
顧　　問　秋田市商業観光課長
顧　　問　小坂町産業課長
顧　　問　男鹿市観光商工課長
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　浜田健一郎
　　㈱ＡＮＡ総合研究所代表取締役社長
客員教授　本山　茂樹
　　㈶日本オリンピック委員会評議員・総務常任委員

所員・研究員

法学部
　道端　忠孝　教授・法学部長（所長）
　福山　　裕　教授・教養部長（編集委員）
　中川　修一　教授・法学部長補佐
　阿曽村邦昭　特任教授
　古田　重明　特任教授
　湯川　　崇　准教授
　上村　康之　専任講師（編集委員）
　渡部　髙明　専任講師（運営委員）

経済学部
　野口　秀行　特任教授（運営委員）
　李　　廷珉　専任講師（編集委員）
　中村　和彦　専任講師

教養部
　ランディ・ケイ・チェケッツ　准教授

研究員
　千葉　　勇　仙北市教育委員　田沢幼稚園園長

2008年（平成20年）12月１日現在

執 筆 者 紹 介

理事長・学長あいさつ

小　泉　　健　　学校法人ノースアジア大学理事長・学長

観光学科長あいさつ

石　山　あつむ　　ノースアジア大学法学部観光学科長・特任教授
前株式会社ＡＮＡ総合研究所主席研究員

観光学特別講演

浜　田　健一郎　　株式会社ＡＮＡ総合研究所代表取締役社長
ノースアジア大学総合研究センター客員教授

本　山　茂　樹　　財団法人日本オリンピック委員会評議員・総務常任委員
ノースアジア大学総合研究センター客員教授

論　文

平　　辰　彦　　秋田栄養短期大学准教授

渡　部　髙　明　　ノースアジア大学法学部専任講師

研究ノート

上　村　康　之　　ノースアジア大学法学部専任講師

翻訳と解題

阿曽村　邦　昭　　ノースアジア大学法学部特任教授

観光紹介

にかほ市　産業部観光課

鹿 角 市　産業建設部観光商工課

編集後記

このたび、観光学科開学記念号として、「ノースアジア大学国際観光研究」の第２号を発行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さん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をとっております。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。　（編集委員）

ノースアジア大学国際観光研究　第２号

2008年（平成20年）12月６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
ＦＡＸ　018－836－6530
ＵＲＬ　http://www.nau.ac.jp/~center/

印　　刷　有限会社　三　浦　印　刷