

東海大学紀要

観光学部

2019 第10号

| | | |
|--|-----------|----|
| 【論文】 | | |
| ボルネオ・ロングハウス観光の変容に見る再場所化 | 服部 泰 | 1 |
| 【研究ノート】 | | |
| 農家民泊の勧誘過程と阻害要因について——神奈川県大井町相和地区を事例として—— | 岩橋伸行 | 13 |
| 近世絵画史料から見る景観視点場の推定表示システムの構築——谷文晁・公余探勝図巻を事例として—— | 片岡勲人・関口敦仁 | 29 |
| 【報告】 | | |
| ゼミ研修「マカオ視察」報告——巨大IR施設訪問を中心に—— | 橋本佳典 | 39 |
| レジャー・レクリエーション実習（冬季）——長野県菅平高原を事例にスノーリゾート地域の活性化を考える—— | 遠藤晃弘 | 51 |

JOURNAL OF THE SCHOOL OF TOURISM TOKAI UNIVERSITY

No.10 2019

【Article】

“Re-territorialization” in Transformation of Longhouse-Tourism in Borneo Toru HATTORI 1

【Note】

The Role and Limitations of the Local Network in Recruiting Farmers for Accommodation Project: A Case Study on the Souwa Area of Oi Town, Kanagawa
..... Nobuyuki IWAHASHI 13

A System Construction to Estimate Early Modern Landscape Art Works by Combining Geographical Information and 3DCG Camera
..... Isato KATAOKA and Atsuhito SEKIGUCHI 29

【Reports】

Report on Student Study Tour of “Survey in Macau”: One of the World’s Largest Integrated Resorts
..... Yoshinori HASHIMOTO 39

Field Trip Report on “Leisure Recreation Practicum (Winter) in Sugadaira-kogen” in February, 2019
..... Endo AKIHIRO 51

論文

ボルネオ・ロングハウス観光の変容にみる再場所化

服部 泰*

“Re-territorialization” in Transformation of Longhouse-Tourism in Borneo

Toru HATTORI

要旨

観光資源とりわけ文化資源は、人間が主体となって営まれるものであるならば、時間の経過にしたがい変容を迫られるものである。それが観光の持続可能性の一つの課題である。観光地の住民は観光資源のあるその土地／空間に自らの生の意味を見出すような「場所性」を感じている。しかし、そうした土地／空間は近代化が進む過程において機能的で画一的な空間としての「没場所性」をもたらし、その空間との結びつきを弱める。観光開発はまさに「没場所性」をもたらす一例である。しかし、本来人間は空間との結びつきを求めて観光をするのではないだろうか。そこに観光地の「再場所化」の可能性が秘められている。本稿では1990年代から2010年代まで、10年区切りでボルネオ・ロングハウス観光の分析に取り組み、ロングハウスでどのように「場所性」が失われ、「没場所性」が生まれ、しかし観光の本質としての「再場所化」がもたらされるのかを検討した。その結果、ロングハウス観光の隆盛にともない場所性が失われ、高齢化、人口減少、収入の減少が起こるが、それがかえって「再場所化」を促した例がみとれた。

1. 序 —観光資源と生活—

マスツーリズムがもたらす環境問題やオーバーツーリズムが問題視され、持続可能な観光が問われて久しい。しかし、世界の年間海外旅行者数は増え続け、2018年には14億人を超えたといわれている。国内でも訪日外客数が増え続け、3000万人を超えるに至った。また、観光による地域活性化が謳われる一方、オーバーツーリズムが喫緊の課題となり、観光のあり方がますます問われることとなっている。観光が産業の1つとして経済活動をともなう以上、観光資源や施設の

* 東海大学観光学部観光学科
投稿日 2019年12月11日 受理日 2020年1月15日

開発、産業としての発展や成長は必要なことであり、常に変化が求められることも否めない。しかし、その原資となるのが自然資源や文化資源である以上、この資源の持続可能性こそ模索されなければならないだろう。

自然資源や文化資源はそこで営まれている人間の生活と密接に結び付いている。したがって、その対象は観光資源となる以前からそこに住む人々にとって意味のある場所であろう。しかし、やがて観光資源となることでその場所は変容し、消費されていく。そうした変容の過程をつぶさに観察し、意味を見いだすことが観光の持続可能性の1つの道なのではないだろうか。本稿では、人間による自然・文化的資源としてのボルネオ島の先住民生活体験を主とするロングハウス観光を取り上げ、E. レルフの場所性の概念を用いながらその変容をたどることで、観光の持続可能性の一例を示したい。

2. 観光の没場所性と再場所化

2.1 場所性から没場所性へ

ある空間が時間の経過とともに変容する様はさまざまな分野で研究されてきた。とりわけ有名な議論の一つにレルフの「場所性」の問題がある。例えば、観光開発が進むということはその土地に変化が訪れることを意味する。人間が生活をしていなかった土地が観光地として開発されたり、ある土地の人々にとっての生活空間が外部から来た観光客のための別の意味を持つ空間へと変えられたりしていくのである。レルフはこうした空間の変化を「場所性」と「没場所性」の関係として論じた。人間はある場所で生活をしている。この場所とは実存空間であり、人間にとって意味や意義がある。この場合の場所とは単に空間を指すのではなく、そこに関わる人々の思い出や歴史によって意味を与えられる場所である (Relph, 1976, pp.45-48)。こうした意味/性質、すなわち「場所性」をもつことで、人間はある場所を自らの空間として認識するのである。そしてある場所で生まれ、ある場所で育ち、ある場所へ移動し、ある場所で死を迎えることでそれぞれの場所は人間の人生において極めて重要な役割を果たしていくのである (Wargner, 1972, p.49)。

ラポポートはこの場所について、オーストラリアにおける先住民のアボリジニにとっての場所と、工業都市化していく場所とで比較をしてみせた。アボリジニにとって、彼らの場所は伝説と儀礼と祭礼に彩られ、いたるところが精霊のすみかとなっていて、さまざまな意味をもつ神聖なものであった。しかし、アボリジニにとっての場所は次々に開発され工業都市化していく中で神聖さを失い、機能的でかつ実用的なものとなっていった。すなわちアボリジニにとってその場所の「場所性」は失われていったのである (Rapoport, 1969, pp.15-17)。レルフはこうした状態の性質を「没場所性」と呼んだ (Relph, 1976, p.25)。彼らの場所は、神聖さを失い、意味を失い、かわりに極めて均質で地理的な空間になり下がったというのである。

レルフの指摘の重要な点は、観光地とはまさにこの「没場所性」の特徴を持ったものであるということである。いかなる観光地も、本来はその地の住民が生まれ育ち、その地に記憶や歴史が刻まれ、彼らにとって意味を持つ場所となるのである。すなわちそこに文化が築かれ、維持されることで、彼らによって自然と文化に彩られたその地域独自のローカル性 (locality) が作られる

のである (Prince, 1961, p.22)。このローカル性こそが観光資源となる。観光客はその地域にしかない自然や文化を求めて訪れ、そこで「場所性」に基づくローカル性を感じるのである。ところが、ひとたび観光地として認識されたなら、その地域自体が経済性を持つものとなり、観光客に興味を持たせ、再訪させることが求められる。そのためには安全を確保することも必要となる。観光地化するとはすなわちローカル性が経済性をもつことを意味し、観光客を受け入れるための食事や宿泊のための施設が求められ、増える観光客に対しては新たな観光資源が求められる。こうして観光開発が生まれるのである。したがって、観光開発は好奇心を発揚し、安全性を獲得することに加え、清潔であり、誰もが一様に楽しめるものであることが求められる。観光開発は「場所性」を急速に失わせ (Meyrowitz, 1985=2003, p.51)、「没場所性」を生むのである。「場所性」は住民にとって住みやすさや住みにくさ、時に暴力や対立、イデオロギーや人種の衝突さえも作り出すのだが、観光開発はこうしたローカル性としての政治的な問題を排除し、安全で均質な空間を作り出す²⁾。すなわち、レルフはこのように観光開発とは「場所性」を奪うものであると指摘したのである。

2.2 観光による場所の消費と再場所化

「場所性」と「没場所性」の議論は、観光における「日常性」と「非日常性」の議論と重なる。本来は「日常性」に彩られた場所が観光開発によって「非日常性」を獲得していることは、すなわち「没場所性」を獲得していくことに他ならない (須藤、2008、p.23)。人間が住む多くの場所は人が住むからこそ暴力や対立、イデオロギーや人種上の衝突など政治的な問題を持ち、住みやすさや住みにくさを生む。こうした「日常性」が良くも悪くも「場所性」なのである。しかし、ひとたび観光開発が進めば、観光客にとって安全でかつ一様に楽しむことのできる過ごしやすい空間が目指され、それは観光客にとっての得難い「非日常性」となるのである。そういう意味では観光開発に限らず、そもそも都市の近代化や工業化は、インフラ整備や住宅地の造成において機能的な都市を目指すという点で、空間を安全で平和で時に均質なものとし「没場所性」が生まれるということが出来る (Lynch, 1972, p.21)。

J. アーリもまた観光と場所の関係について論じている。彼は、そもそも観光とは場所を消費することであるとしている。ある地が注目されて観光客が殺到すると、観光地としての地位を得て経済効果を生む。しかし、一定程度観光が成立すると、観光客は次なる観光地を目指していく。こうして観光地としての場所は消費され続けていくのである (Urry, 1995, p.108)。場所が消費されることは、その場所が一時的かつ急速に人口が増加することを意味する。短期間での都市化、あるいは都市の近代化、工業化が起きているということが出来る。レルフの議論に従えば、まさにこれが「没場所性」の獲得過程である。つまり、場所の消費こそが「没場所性」を生み出すのである。

しかし、観光開発によって「没場所性」が生み出され、観光地として消費されていくその空間は、もとは「場所性」をもった空間である。ここに場所の再生産の余地、すなわち再場所化 (re-territorialization) の余地が残るのである (Relph, 1976, p.92)。例えば都市の住民が、農山村に関心を持ちグリーンツーリズムやエコツーリズムを目指したり、近代化により失われる歴史性を求め

て古い街並みを観光したいと考えたりするならば、彼らはいつもリアリティーとしての「場所性」を求めているのである。そういう意味では、観光という行為は自らが住んでいる場所の「没場所性」を、観光地の「場所性」によって補おうとする行為であるとも解釈できる。

レルフは場所性の創造という議論の中で、場所は長い時間をかけて、人々の平凡な営みによって作られるとしている (Relph, 1976, p.84)。人々が生まれ育ち、社会や文化を形成維持し、意味を持つ場所自体が好奇心や安全性の量や質にかかわらず、日々の積み重ねとして作られるのである。観光客はせいぜい1週間程度の滞在にとどまるが、観光開発されたその地で住民が「場所性」を作り保つことができ、観光客が「場所性」に基づくローカル性を堪能できたならば、それを「再場所化」として捉えることができよう。

3. ロングハウス観光の成立と概要

3.1 ロングハウス観光の成立

「場所性」と「没場所性」、場所の消費、「再場所化」の過程を検討するため、マレーシア、ボルネオ島の先住民生活体験観光であるロングハウス観光を取り上げる。ロングハウス観光はまさに先住民の生活が「場所性」に彩られたスローライフとして観光客に体験され、その観光資源としての隆盛により場所が消費される過程にあると同時に、観光客にとっての「再場所化」の体験でもあるからである。この検討のために、まずはマレーシアの観光開発におけるロングハウス観光の成立過程から確認したい。

マレーシアは1972年に政府観光局を設立し、本格的に欧米からの観光客を中心とした観光立国を目指して始動した。最初に取り組みされた政策は高級リゾートの整備であり、島嶼部を中心とするビーチリゾートの開発であった。ビーチの整備、宿泊施設の整備、さらにアクティビティーとしての種々のマリンスポーツが開発の対象であった。中でもペナン島やランカウイ島は欧米諸国に知られることとなり、1980年代後半からはバブル期にあった日本にも紹介され、人気を博した(安間、1995)。しかし、同時期にタイなど近隣諸国もビーチリゾート開発に力を入れ、タイのプーケット島などは日本をターゲットとしたプロモーションに成功したことで、マレーシア政府は新たな観光資源の開発に乗り出した。そこで1980年代後半から注目され始めていたボルネオ島の先住民の生活を体験するロングハウス観光は、1990年代に入って本格的に整備された(Sarawak Tourism Board, 1998, p.1)。

ロングハウス観光の原資として重要なのは「手つかずの大自然」としての熱帯雨林(ジャングル)である。したがって、ロングハウス観光は熱帯雨林の象徴として「森の人」を意味するオランウータンや、ボルネオに固有性をもつテングザル、世界最大の花であり希少性が高いラフレシアのイメージとも結びついてきた。多くのロングハウス観光ツアーはオランウータンの保護区の見学やジャングルの散策をとめないながら、体験の目玉としてのロングハウスにたどり着く形をとる。

3.2 ロングハウス観光の概要

マレーシア領にあたるボルネオ島北部は、サラワク州とサバ州の2州、および隣国のブルネイ・ダルサラーム国で構成されている。サバ州は州都コタキナバルおよびその周辺がリゾート地として開発された。一方、サラワク州は多くの国立公園を抱え、熱帯雨林を保護する活動が盛んであるため、これにあわせてロングハウス観光が重要な観光資源となってきた。特にサラワク州では人口の30%程度が、最大の先住民族であるイバン族で構成されていることから、ロングハウス観光の格好の地となっている。イバン族の多くはサラワク州の海岸部から山間部まで入り組んだ川沿いに集落を構え、交通手段がロングボートと呼ばれる民族特有の木製の細長い小型ボートであり、そのボートに乗ってジャングルクルーズをしながら集落にたどり着くという点で移動の段階から先住民族の生活を体験できる。

もう一つイバン族のロングハウス観光で重要なのが、首狩り族のイメージである。イバン族には長い間、男性の成人儀礼(イニシエーション)として首狩りの習俗があった。多くの集落で1970年代初頭まで首狩りが実施されていたことから、現在でもロングハウスにはレプリカの首級が飾られることがあり、原始的な生活体験の象徴の一つとなっている。このイメージにより観光客は少しばかりの畏怖の念と緊張感を持ちつつ、原始的であることを実感することで本来の人間的な生活であることを感じて過ごすことになる³⁾。

イバン族のロングハウスはルーマ(luhma)と呼ばれる50m程度の長屋の作りが多く、2メートル程度の高さの高床式住居となっている。また、内部は各家庭の私的空間であるビレク(bilek)と、それをつなぐ公的空間の細長い廊下といえるルアイ(ruai)からなっている(図1)。従来はビレクの戸はよく開け放たれ、ルアイは私的空間と公的空間が交差する場として捉えられてきた(石森、1997、p.48)。観光客はルーマを出て胡椒などの収穫の見学や手伝い、吹き矢体験や闘鶏見学などをし、ルアイでは竹などの材料を使ってかご作りなどを体験する。夜にはルアイの一段高くなったところに布団を敷き蚊帳をかけることで就寝のためのスペースを作る(図2)。

なお、マレーシア政府観光局では正確な数字を把握していないが、ロングハウス観光はアメリカや日本、またヨーロッパではドイツやフランス、オランダからの観光客が中心となってきた。また、近年では中国と韓国の観光客が増加している。



図1 ルアイ (筆者撮影：2015年2月)



図2 ルアイでの観光客の寝床 (筆者撮影)

欧米や日本などのいわゆる先進国の人々がロングハウス観光を好む傾向からは、スローライフや原始的な生活体験という観点からも、非日常を求めていることが推測される。しかし、それは同時に、没場所性から逃れ、少しでも長く滞在することでその自然環境と分かち難く結びついた「場所性」への継続的な希求であるともいえよう。

4. ロングハウス観光の変容

4.1 調査概要

本稿ではこれまでに実施した4回のロングハウス観光のフィールドワークを大きく①1997年(1990年代)、②2003年(2000年代)、③2012年と2015年(2010年代)の3つに分け、ロングハウス観光の変容から没場所性と再場所化について検討を試みる。1997年および2003年の調査対象はサラワク州スリ・アマン(Sri Aman)の3つのロングハウスにおける首長(A氏男性、E氏男性、H氏男性)、住民(B氏男性、C氏女性、F氏女性、G氏女性、I氏女性)、同行マレー人ガイド(D氏男性)⁴⁾とし、調査方法は非構造化面接ならびに参与観察を実施した。ここでは主に調査結果をロングハウス観光や集落の変容として捉えることに主眼を置き、変化の部分のみをまとめた。2012年および2015年の調査では参与観察を実施した。

4.2 1997年2月17-20日の調査

1980年以前までは自給自足を基礎としながら、イバン族の主な収入源は胡椒とゴムであったが、サラワク州都のクチンをはじめとする都市部が急速に近代化していくと、集落にも近代化の波が押し寄せた。都市部近郊の農業が近代化すると、焼き畑農業を中心とするロングハウスの非効率的な農法は収入を生まなくなり、1980年代後半からは集落の若者が都市部へ出稼ぎに出ている。時を同じくして、政府がロングハウス生活体験を観光資源化すべく開発に乗り出したため、ロングハウス観光を目的としたヨーロッパからの観光客が増加すると、さまざまな情報がもたらされ、インフラが整備されることでさらに急速に近代化が進み、1990年代の初頭には多くの集落に電気がひかれた。

語り1

- ①テレビは生活に欠かせないものになった (B氏当時30歳代)。
- ②我々の生活はすっかり変わってしまった (E氏当時50歳代)。
- ③ビレクにおける我々の実際の生活は観光客にみせるべきではない (H氏当時60歳代)。
- ④政府の指導によりロングハウス観光で取り組むことが決められた (A氏当時50歳代)。
- ⑤政府の観光政策によってかなり収入が安定してきた (C氏当時20歳代)。

1970年代まで首狩りの習俗が残っていたことは、ロングハウスをはじめとする集落が「場所性」を持っていたことを示す。例えば、男性は自らが首級をロングハウスに持ち帰ることで、日常の場としてそこで成長していくことを通過儀礼として確認していた。すなわち自らの集

落は自らの人生と分かち難い「場所性」を有していたのである。しかし、電気や電波などのインフラ整備は、急速に自らの場所と世界とを結びつける結果となり、彼らの生活は大きく変化していった。とりわけロングハウス観光における観光客の来訪は境界線を曖昧にしていき、「場所性」を失わせていった。一方で、彼らはビレクの生活とルアイの生活を徹底的に分けることで、「場所性」を確保していたということができよう。政府によるロングハウス観光の指導と収入の安定はその生活水準を維持させるという点において日常性を維持させるものでもあり、「場所性」を感じられる水準を守っていたと解釈できる。

4.2 2003年2月25-28日の調査

2000年代に入り、インターネットの普及によりマレーシア政府観光局がホームページを作り大々的にロングハウス観光を宣伝していった。これによりロングハウス観光が隆盛を極め、多くのイバン族の集落にとって観光収入が最大の収入となっていった。観光客からみると、インターネットでの情報収集が容易になり、多くの情報を得ることができるようになった。従来ならば旅行事業者やガイドを通じて行われていたロングハウス観光は、インターネットでの直接のやりとりによって事業者を排した形でロングハウスを訪問する例が増加していった。事業者を介さないことで集落への収入はさらに増加し、観光収入へ依存することとなった。

語り 2

- ①集落の収入の8割がロングハウス観光になった (A氏当時60歳代)。
- ②頼まれるので、ビレクを観光客にみせるようになった (F氏当時40歳代)。
- ③観光客が持ち込むさまざまな物品により、集落の生活も変化している (G氏当時40歳代)。
- ④集落の若者が観光客に似た身なりをするようになった (E氏当時60歳代)。
- ⑤近年はルーマの下にさまざまなゴミが捨てられる (D氏当時30歳代)。
- ⑥クチンと変わらない生活ができるようになった (I氏当時50歳代)。
- ⑦(観光客の受け入れを) やめたいけど、やめられない (H氏当時60歳代)。

ロングハウス観光の隆盛により、彼らの生活空間は大きく変化を遂げた。観光が大きな収入源となったことは、トイレの水洗化や衛生面の改善に寄与した。一方でガイド不在の観光が増え観光客への歯止めが利かなくなったことで、住民は観光客の要望を聞くことが多くなった。とりわけ、彼らの私的空間であったビレク内部を見たいという要望に応えるようになり、実際の生活を晒すことが増えた。また、観光客が持ち込んだドライヤーや電動シェーバー、衣服などを置いていかれるようになり、ロングハウスの若者がそれを利用し始めることが起きた。これにより、以前には伝統的な民族衣装を着ていた若者が、髪型や服装などが都会的なものへと変わっていった。さらに、集落が排出するゴミにプラスチック製品や化学薬品が増えるようになり、環境破壊が進んでいると住民が実感するに至った。すなわち、2000年代に入り観光地としてのロングハウスが急速かつ大量に消費され、イバン族にとっての「場所性」が失われていった。伝統的なタトゥーなどイバン族としてのアイデンティティが急速に弱まる傾向もみてとれた。この「没場所性」

の状態を集落や首長は、受け入れがたいが生活の糧として受け入れざるを得ないという状況となった。

3.3 2012年2月18-21日ならびに2015年3月1-3日の調査

2000年代に隆盛を誇ったロングハウス観光は、2010年代に入り急速に人気に陰りが出始めた。1980年代後半に始まったものの、先住民生活体験であるという性質から20年ほど大きく内容を変えず、観光客の興味が続かなかつたと言われる。また、ボルネオ島において、マレーシアのみならず南部のインドネシア（カリマンタン側）やブルネイ・ダルサラームの集落でも、同様のロングハウス観光が立ち上がったことで、観光客が分散をするようになった。集落における観光の収入源の大幅な減少は、若者たちを都市部の出稼ぎへと向かわせた。その結果高齢化が進み、集落には多くの高齢者と、若い女性、少しの子どもたちが残ることとなった。

調査では観光収入だけでは生活できなくなり、力仕事が可能で若者が出稼ぎに出ていることがわかった。また、子どもたちを大学に行かせる家族が増えた。住民の多くはロングハウス観光の人気のなくなったのではないかと不安になっていた。一方で、ロングハウスの生活はのどかなものになり、観光客の期待に応えなくてよいことで自らの日常生活を優先的することが可能になっていた。ロングハウスの住民はすでに観光客への対応に慣れていたので対応の負担も軽減され、ものづくり体験でも談笑をしながら時間をかけてものを作る様子が多くみてとれた。ロングハウスの人手不足により観光客の行動スケジュールのない時間が増えたが、かえって読書や昼寝などリラックスした時間の使い方が目立った。最も大きな変化は観光客が首長のビレクで食事をするようになったことである。

すなわち、観光客の減少は、集落にとってロングハウス観光を主たる収入から副収入へと変えていったのである。若者の出稼ぎの増加は集落の高齢化を進め、いわゆる生産年齢人口の大幅な減少を生んだ。これにより、観光客のアクティビティを支えていた若者男性がいなくなり、吹き矢や闘鶏に代わって、高齢の女性が得意とする竹かごなどのものづくり体験が増加した。住民の語りにあるような「観光客の期待に応えなくてもいい」という意識は、同時に期待に応えることのできない現状をもあらわしている。しかし、その方が観光客もリラックスできているという意識は、複数の集落でみてとることができた。

1990年代には「没場所性」が生まれたことでビレク（私的空間）とルアイ（公的空間）をわけ意識が高まり、2000年代に入ってその境界線が崩れ始めたが、2010年代になって首長のビレク（私的空間）を観光客に開放したことは、本来のロングハウスの機能である私的空間と公的空間の交差を取り戻す結果を生んでいる（図3）。都市部や世界とロングハウスとの意識上の距離感が変わり、若者や子どもたちにさまざまな可能性を与えることが可能になったことも大きな変化であるといえよう。

4.4 考察

1990年代からおよそ10年区切りで調査を実施し、「場所性」「没場所性」を軸に分析をした結果、各年代において大きな変化がみられた。1990年代以前から始まっていたインフラ整備など



図3 首長のビレクでの住民と観光客の食事（筆者撮影：2015年2月）

のイバン族の集落の近代化は、彼らの「場所性」を失わせていく契機となっていき、1990年代に始まるロングハウス観光の本格化は、さらなる「没場所性」を生んでいった。同時に観光収入が集落を支えるようになりはじめ、観光に力を入れるようになっていった。

2000年代になるとインターネットの普及もありロングハウス観光が隆盛を極め、観光が主たる収入となった一方、個人旅行化が進んだこともあり、観光によってさらに集落の近代化が進んだと解釈できる。これにより、ロングハウス観光がなければ集落に住む意味がなくなるような「場所性」の喪失がみとれる一方、観光がなければ生活ができないという困難な状況が生まれていた。ロングハウス観光は観光のための文化資源としては一つの飽和状態となっていた。

2010年代に入り、ロングハウスを訪問する観光客が減少したことで観光収入は激減した。好奇心を発揚するための変化を前提としないような文化資源においては、一見ここにロングハウス観光の限界がみとれる。しかし、観光以外の収入が安定することで観光客の受け入れ自体が大きな負担ではなくなり、ロングハウスの住民の語りにもみられたように、住民にも観光客にも穏やかさやリラックスが生まれた。2000年代まで問題であった私的空間と公的空間の区別も、公私の交差という本来のロングハウスの空間の意味を取り戻す契機となった。観光客にとっても、アトラクション的でアクティビティ的な観光から、本来の目的の一つであった原始的スローライフ体験観光に変化する兆しがみとれる。

すなわち、ロングハウス観光は「場所性」が失われ、観光地の消費が進み、「没場所性」が生まれた段階から、ロングハウスの住民にとっても観光客にとっても、ロングハウスのローカル性を活かした「再場所化」の段階へと移行しているのである。

5. 結 一観光の持続可能性を目指して一

観光の持続可能性を考える際、産業としての持続性を考える前提として観光資源の持続性を考える必要がある。なぜなら自然資源であれ文化資源であれ、観光資源は常に変化に晒され、変容を迫られるからである。

その変容を分析する概念としてレルフの「場所性」「没場所性」「再場所化」を用いた。人間は、良くも悪くもさまざまな思考や体験をすることで自らが住まう土地/空間と分かち難く結びつく。レルフをそうした空間の性質を「場所性」と呼ぶ一方、近代化された画一的な空間の性質を「没場所性」と呼んだ。その点で「没場所性」とはローカル性を失い、意味づけがしづらくなった空間の性質である。観光開発によって作られ、あるいは観光地化することで変化するような資源は、まさにこの「没場所性」を獲得する。この変化の過程で観光地が消費されるならば、観光の持続可能性は生まれない。

しかし、観光とは本来、「場所性」を失った（と感じる）人々が再帰的に「場所性」を獲得しようとする行為であると考えられる。古い街並みや農山村にノスタルジーを感じるような観光は、まさにその地のローカル性を感じ、意味づけをしようとするような、すなわち「場所性」を見出そうとするような観光である。

本稿では非構造化面接を基盤にしたフィールドワークを通してボルネオ島のロングハウス観光の変遷を分析した。その変化の過程から、ロングハウス観光において「場所性」が失われ、「没場所性」が生まれる中で観光地の消費が進む段階から、本来の目的であるスローライフ体験観光があらわれ、観光地にとっても観光客にとってもローカル性にもとづく「再場所化」の段階へと移行する例がみとれた。

そもそも近代化、工業化、都市化によって「没場所性」が発生した際に、人々にとって観光行為が、その地へのローカル性にもとづく「再場所化」を求めるようなものになるならば、そこに観光の持続可能性を見出すことができるのではないだろうか。ボルネオ島のロングハウス観光はそうした文化資源における持続可能性の一例となることが期待される。

註

- 1) レルフの“placelessness”に対しては「脱場所化」や「没場所性」など文献によっていくつかの訳語が当てられているが、本稿では高野岳彦・阿部隆・石山美也子訳（1991）の「没場所性」を最も汎用な訳例として採用する。
- 2) レルフは「没場所性」の一例としてテーマパークを挙げている。テーマパークでは、政治性や暴力性は一切排除され、安全で均質な空間が作り出されるとしている。
- 3) 首狩りの習俗に関する詳細や、観光客が感じる感覚については拙著（服部、2011）を参考にされたい。
- 4) プミプトラ政策によって、マレー人の雇用が促進された。このマレー人には華僑や印僑を除くすべての人が含まれ、オラン・アスリ（Orang Asli）と呼ばれるボルネオ先住民も含まれる。

引用文献

- 服部泰（2011）、「ボルネオ・ロングハウス観光における文化の仲介者」『東海大学紀要 観光学部』第1号、pp.15-30.
- 石森秀三編著（1997）、『観光の20世紀（20世紀における諸民族文化の伝統と変容）』ドメル出版。
- Lynch, k. (1972), *What Time is This Place?*, MIT Press.
- Meyrowitz, J. (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press.
- （安川一・高山啓子・上谷香陽訳（2003）、『場所感の喪失（上）』新曜社。）
- Prince, H. (1961), The geographical imagination, *Landscape*, 11, pp.22-25.

- Rapoport, A. (1969), *House Form and Culture*, Prentice-Hall.
- Relph, E. (1976), *Place and Placelessness*, Sage.
- Sarawak Tourism Board (1998), *Tourism Board Annual Report 1997*.
- 須藤廣 (2008), 『観光化する社会』 ナカニシヤ出版.
- Urry, J. (1995), *Consuming Places*, Routledge.
- Wargner, P.L. (1972), *Environments and Peoples*, Prentice-Hall.
- 安間繁樹 (1995), 『ボルネオ島最奥地をゆく』 晶文社.

研究ノート

農家民泊の勧誘過程と阻害要因について

神奈川県大井町相和地区を事例として

岩橋伸行*

The Role and Limitations of the Local Network in Recruiting Farmers for
Accommodation Project

: A Case Study on the Souwa Area of Oi Town, Kanagawa

Nobuyuki Iwahashi

要旨

2000年代に入り農山漁村の振興および児童教育での体験学習推進の観点から、農山漁村での民泊や農山漁村体験の取り組みが進められてきた。2016年には全国の小中学校の約3分の1の学校がその取り組みに参加するまでになっている。この動きを受けて従来修学旅行や林間・臨海学校の受け入れを行っていた地域はもとより、今まで観光地ではなかった農山漁村においても民泊受け入れを模索する地域が出てきた。

本稿では教育旅行における農家民泊推進の動きを整理したうえで、教育旅行・観光客の受け入れ実績の無かった地域での農家民泊事業の取り組みを明らかにする。

本調査は、神奈川県足柄上郡大井町相和地区で進められている農村体験事業において、農村体験事業および民泊事業が進められた背景、民泊受け入れ家庭の勧誘過程を明らかにしたものである。また受け入れを断った家庭にどのような阻害要因があったのか、神奈川県大井の里体験観光協会への調査を基に分析した。

1. はじめに

近年、農家民泊（以下「農泊」とする）の推進は、拡大が続いているインバウンドの受け入れ先という文脈で語られることが多くなった。農泊を推進している農林水産省は、2018年度食料・農業・農村白書（以下「農村白書」とする）の中で農泊の推進について「増加する訪日外国人旅

* 東海大学観光学部観光学科特任教授
投稿日 2019年11月10日 受理日 2020年1月11日

行者は、訪問時期が土曜日・日曜日や我が国の祝祭日に集中せず、1人当たりの消費支出が国内観光客に比べて高いことから、農泊を行う地域においては、その誘致を重要視しています」と書いている。これは、訪日外国人旅行者を2030年には6,000万人まで増加させ、地方部に展開するという国の方針と、今まで農泊の主な対象であった都市農村交流にはいくつかの課題があったためである。農村白書では「教育旅行等の都市農村交流においても、その持続可能な経営の実現に向けて農泊との連携が進んでいます」とその必要性を書き添えており、一方、従来の都市農村交流では、修学旅行等の期間が限定されることや価格設定が低いこと等の課題があったとしている。また、今後持続的なビジネスとして行っていくため、教育旅行に加えて個人旅行者や訪日外国人旅行者の受け入れ環境を整備すること等、農山漁村振興交付金を活用した農泊推進対策を実施し、2020年までに全国500地域で持続的なビジネスとして農泊を実施できる地域を創出することを目指すとしている。

従来農泊の中心となってきた教育旅行は、2008年農林水産省、総務省、文部科学省の3省連携事業として子ども農山漁村交流プロジェクトとして始まり、全国の小学校で農山漁村の宿泊体験が広まることを目指して進められてきた。2018年に文部科学省により公表された農山漁村体験活動実施人数等調査結果によると、2016年度に行われた宿泊を伴う農山漁村での体験活動には小中高の児童・生徒が757千人参加しており、参加校数は小学校6,585校、中学校3,055校、高等学校593校と、小中学校では概ね3分の1の学校でその取り組みが行われている¹⁾。

このように体験教育の受け入れ先として定着し、訪日外国人旅行者の受け入れが期待される農泊だが、農山漁村が抱える人口減少や高齢化という問題から、農泊自体の担い手不足という構造的な問題が見えてくる。

本稿では、現在神奈川県足柄上郡大井町相和地区で行われている農泊・農業体験事業の取り組みを事例として農泊受け入れ家庭の勧誘過程を明らかにし、併せて農泊受け入れの阻害要因について大井町相和地区等への調査により明らかにしていく。

2. 調査方法

- ①教育旅行においてどのように農村体験が取り入れられてきたのか、また教育旅行の農泊について受け入れ側がどのような認識を持っているのか、先行研究をもとに文献調査をし、整理しておく。
- ②受け入れ家庭を広めていく勧誘過程について大井町役場および(一社)神奈川大井の里体験観光協会へ調査を実施する。
- ③受け入れ家庭に参加しない参加阻害要因および受け入れ決定のキーパーソンは家庭内の誰かという点について、(一社)神奈川大井の里体験観光協会へ調査を実施し検証する。

3. 教育旅行における農泊体験

1991年に発行された平成2年度農業白書において、都市農村交流活動について「こころのふれ

あい、子どもへの教育効果等で効果が認められる一方、受け入れ施設・体制が不十分」と評価されており、今後の取り組みとしてイギリスで行われているグリーン・ツーリズム、ドイツでの農家民宿の整備等の海外事例を取り上げながら、農村地域の持つ自然環境、伝統文化等地域資源を活用した農村型リゾートの必要性が指摘された。このように当初は大人を含む都市部住民を対象として考えられていた農村体験・農泊が、その後教育旅行に力点が置かれるようになった。そこに農山漁村側および教育側にどのようなニーズがあったのかを整理しておく。

3.1 農山漁村側のニーズ

農山漁村での宿泊体験は、農山漁村側の都市農村交流の一環としてその取り組みが始まった。小野（2015）はその取り組みについて次の5期に区分している²⁾。

第Ⅰ期（1971年～）都市農村交流の萌芽期

自然休養村整備事業の実施による自然休養村と観光農園の設置

第Ⅱ期（1984年～）都市農村交流政策化期

都市と農村の交流促進事業による交流施設の増加

第Ⅲ期（1994年～）農林漁業体験民宿政策化期

「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」の制定

第Ⅳ期（2003年～）農家民宿・民泊促進期

農林漁業体験民宿の規制緩和

第Ⅴ期（2008年～）宿泊体験拡大期

「子ども農山漁村交流プロジェクト」の実施

上述のとおり1970年代から都市農村交流に対する施策が始まったが、その背景には1950年以降減少し続ける農家戸数、1975年の公表以来2000年代まで拡大し続ける耕作放棄地の問題がある。この農家戸数の減少や耕作放棄地の増加に表されるように、農村地域では専業農家の減少、就農者の高齢化等、従来の地域コミュニティを維持していくことが難しくなっていた。1985年に発行された昭和59年度農業白書では農村社会の変化として、都市周辺部での農家戸数の急減、平地農村での兼業化・高齢化、山村部での人口減少・高齢化といった課題をあげる一方、ふるさと村づくり、小中学校の移動教室、農園利用等を通じた都市と農村の交流等が地域を活性化している事例として取りあげている。このように農村地域の抱える地域コミュニティ維持に対する一施策として都市部との交流活動が検討されるようになった。

そして、農山漁村における宿泊体験について、小野は第Ⅲ期にあたる1994年に「農山漁村滞在型余暇活動のための基盤整備の促進に関する法律」（略称「農山漁村余暇法」）が制定され、これが推進の契機になったとしている。この時期の対象者は大人を含む一般顧客であったが、その後1998年農林水産省と文部省は農業体験学習を推進するため連携することとし、2002年度から農林水産省と文部科学省は連携して子ども農山漁村体験の施策を開始した。

3.2 教育側のニーズ

地域や家庭の変容によりしつけや社会規範の学びが希薄化し、児童生徒の問題行動が社会問題となり、教育課程の中で「社会性」を育む必要性が高まってきた³⁾。

このような背景から 2001 年学校教育法の一部改正があり「小学校においては、前条各号に掲げる目標の達成に資するよう、教育指導を行うに当たり、児童の体験的な学習活動、特にボランティア活動等社会奉仕体験活動、自然体験活動その他の体験活動の充実に努めるものとする」⁴⁾

(中高に準用) という条文が追加された。そして 2002 年文部科学省から「体験活動事例集—豊かな体験活動の推進のために—」が発信され、その中で体験活動について「体験活動とは、文字どおり、自分の身体を通して実地に経験する活動のことである。(中略) 今日、とりわけ『直接体験』をどのように豊かにしていくかということが大きな課題となっている」と指摘した。また、「平成 14 年度からは、国、都道府県、市町村において、幅広い関係機関・団体と連携等を図る協議会を組織する」と他省庁等と連携していくことを示唆している。

そして、2008 年文部科学省・農林水産省・総務省によって「子ども農山漁村交流プロジェクト」が実施された。この取り組みは小学生の農山漁村宿泊体験活動への助成事業であり、農林漁家が営む民宿あるいは民泊に 1 泊以上宿泊し農山漁村体験を行うものである。このプロジェクトはその後、環境庁・総理府も加わり、現在まで継続して進められている。小野 (2015) は「この事業によって農山漁村での受け入れ地域の整備が図られるとともに、小規模簡易宿泊営業や民泊形態での宿泊体験受け入れ者が急増することになる」⁵⁾としている。

上述したように、農山漁村側・教育側の双方にニーズがあり、2000 年前後から連携が始まった。現在では小学校にとどまらず中学校・高等学校においても農泊体験が行われるようになり、農泊体験の主な利用者は教育旅行の児童・生徒となった。

4. 農泊に関する先行研究

本章では、農泊に関する調査・研究を分析し、農泊体験に対する教育側の意識、受け入れる地域側の意識や課題等について整理しておく。

4.1 農泊体験に対する教育側の意識

宿泊体験の学校側ニーズについて、鈴木 (2017) は二つの側面があるとしている。第一に「普段の教育現場では実現の難しい少人数による宿泊が子どもの自立性や創造性を培う」、第二に「通常学級とは異なる場における子ども同士の集団生活が子どもの協調性や社会性を培う」⁶⁾とし、それぞれのニーズにより適した受け入れ施設も異なる。第一の「少人数による宿泊」に対しては既存の宿泊施設ではなく「農林漁家主体の新規取組地域」が適しており、第二の「集団生活」に対しては多人数を受け入れる施設が必要なため「既存民宿や旅館を多く抱える観光地転換型地域」が適している。ただ「学校側の集団性を重んじる集団宿泊に対するニーズと少人数宿泊に対するニーズは併存関係にある」ため、実際には、二つのニーズのいずれかに重点を置きながら宿泊先

を選択していると考えられる。このように農泊には「子どもの自立性や創造性を培う」という効果が期待されるが、学校側はどのような効果を感じているだろうか。

文部科学省は 2009 年度の「農山漁村におけるふるさと生活体験推進校」の実施校 306 校に対し、農山漁村での宿泊体験活動による教育効果について調査を行った。調査の中で「宿泊先として、農林漁家での宿泊(いわゆる「民泊」)の有無」について分析しており、民泊体験の有無によりどのような教育効果に相違があったかを報告している⁷⁾。

評価としては、農林漁業体験では学習意欲の向上、人間性・社会性やモラルの育成に効果があるが、効果を高めるためには一定のまとまった時間が必要であり、半日以上体験時間を確保するため農林漁家での宿泊を伴った活動が重要としている。そして、民泊体験の効果について、「マナー・モラル・心の成長」「学習意欲等」「食育」の項目で民泊の効用を評価している。

総括的には、「今回の教育効果調査では、体験活動のプログラムについて、それぞれの活動内容ごとに期待される教育効果が様々であることが改めて確認された」と肯定的に評価している。また、活動日数について「宿泊体験活動を実施するにあたっては、概ね 3泊 4日以上の日数を確保しなければ、期待された効果が得られる理想的な活動内容を実施することは困難である」としており、農泊等の必要性が意識されている。

以上のとおり、学校側は農泊体験に対して一定日数の確保を前提としながらも教育的効果を評価しており、今後もこのニーズは継続すると考えられる。

4.2 農泊体験に対する受け入れ地域側の意識

小野・鈴木(2015)が実施した「教育交流における宿泊体験の取り組みに関する意向調査」の結果を基に受け入れ地域側の意識について見る。この調査ではホテル・旅館業や一般簡易所を含めて分析がなされているが、ここでは本稿のテーマに関連する民泊と小規模簡易宿所営業⁸⁾について述べる。

同調査は「子ども農山漁村交流プロジェクト」に登録している地域協議会に参加しているすべての農林漁家・宿泊業者を対象とし質問紙調査を実施した。有効回答数は 1,873 件(有効回答率 45.1%)であった。まず宿泊業としての営業区分を見ると、農林漁家に認められる小規模簡易営業(以下「農家民宿」とする)と民泊で 66.8%と 3分の 2を占めており、受け入れ施設の大半がこの区分に該当することがわかる。また、経営者の年齢割合は 60歳以上が 67.8%を占めており、農山漁村地域の高齢化を表すとともに、受け入れ事業の今後の継続性について課題となることが推測される。

次に「参加の目的」・「参加の効果」および「課題」の分析結果について示したい。

宿泊体験を受け入れた目的では、「農山漁村に関心・活気」が 40%台と最も高く半数近い人たちが地域の活性化のために参加している。一方「所得・観光振興」は 10%程度と目的とされていない

表 1 同調査の回答者属性

| 営業許可区分別割合 (%) | | 経営者年齢割合 (%) | |
|---------------|------|-------------|------|
| ホテル営業 | 0.3 | 40歳未満 | 2.5 |
| 旅館営業 | 17.8 | 40歳代 | 6.1 |
| 一般簡易営業 | 15.2 | 50歳代 | 23.6 |
| 小規模簡易営業 | 16.2 | 60歳代 | 45.8 |
| 未取得(民泊) | 50.6 | 70歳代以上 | 22.0 |

出典：「教育交流における宿泊体験に関する意向調査」
より筆者作成

表 2 宿泊体験受入れの目的 (%)

| | 農家民宿 | 民泊 | 全体 |
|----------------|------|------|------|
| 所得向上 | 8.7 | 2.9 | 7.9 |
| 地域の観光業振興 | 4.0 | 8.6 | 9.1 |
| 交流人口増加・交流を楽しむ | 12.7 | 12.6 | 12.1 |
| 子ども教育を通じた社会貢献 | 20.0 | 20.1 | 19.7 |
| 農山漁村に関心を持ってもらう | 32.7 | 28.4 | 27.8 |
| 農山漁村の活気再生のため | 15.3 | 15.2 | 15.5 |
| 行政等からの要請に応える | 3.3 | 10.6 | 6.3 |
| その他 | 3.3 | 1.4 | 1.6 |

出典：「教育交流における宿泊体験に関する意向調査」より筆者作成。

*全体とは、農家民宿・民泊にホテル・旅館・一般簡易宿営業を加えたデータをいう。

表 3 宿泊体験受入れによる効果 (%)

| | | 農家民宿 | 民泊 | 全体 |
|--------|-------------|------|------|------|
| 収入への効果 | 経営に不可欠な収入源 | 3.5 | 3.1 | 7.3 |
| | やや重要な収入源 | 17.4 | 6.8 | 14.1 |
| | 経営の足し程度 | 49.6 | 26.6 | 35.6 |
| | 足しにはならない | 29.5 | 63.5 | 43.1 |
| 地域への効果 | 大いにある | 5.2 | 1.2 | 3.1 |
| | たまにある | 37.7 | 24.4 | 28.6 |
| | たまにある&あまりない | 38.5 | 47.4 | 45.8 |
| | あまりない | 16.9 | 19.5 | 17.3 |
| | ほとんどない | 1.7 | 7.7 | 5.2 |

出典：「教育交流における宿泊体験に関する意向調査」より筆者作成。

ことがわかる。なお、民泊では「行政等からの要請」が10%あり、受け入れ家庭拡大に向けて行政等が勧誘していることが見て取れる。

受け入れ効果について、収入面では「重要な収入源」としているのは、農家民宿で20%程度、民泊では10%程度であり、農林漁家にとって児童・生徒の受け入れによる収入面での効果は生じていない。これは前述した受け入れ目的においても明らかであり、農林漁家の目的は地域の活性化にあると言える。次にその地域への効果についてどのようにとらえているか。農家民宿では「あまりない・ほとんどない」が18.6%に対し「大いにある・たまにある」が42.9%と肯定的にとらえている割合が高いが、民泊では「あまりない・ほとんどない」が27.2%に対し「大いにある・たまにある」が25.6%と肯定的とは言えない結果になっており、今後受け入れ家庭を増やしていくためには既存参加家庭への支援をさらに行っていく必要がある。

受け入れ家庭が最も苦慮しているのは食事での対応である。受け入れに慣れない家庭では子どもたちを客扱いし、もてなし料理を考える、食材を買いそろえる等に悩んでおり、地域の受け入れ主体がメニュー作りの指針を示すことが求められる。また子どもたちとの接し方や受け入れ主体・学校との連携不足があるといった対人関係の指摘もされている。農林漁家は受け入れ経験が少ないことを前提に受け入れ主体が事前の情報提供や相談窓口を設ける等、受け入れにあたっての心理的ハードルを下げる必要がある。

以上、受け入れ家庭の状況や参加目的・課題等を見てきたが、施設形態としては民泊・農家民宿が全体の3分の2を占め、民泊家庭等の過半は農山漁村への関心・活性化、子ども教育等、地域や社会への貢献を目的に参加している。また受け入れ経験が少ないためメニュー作り等初歩的なことにも苦勞をしており、受け入れ主体のサポートが求められている。今後の受け入れ家庭拡大には、既存の受け入れ家庭からのクチコミが重要であり、受け入れにあたっての指針提示や相談窓口の設置等既存家庭への支援体制が民泊等拡大の鍵になると言える。

教育旅行民泊の先進事例として沖縄県伊江村があげられるが、藤本・内藤（2013）は伊江村の民泊体験型観光の特徴を「多様な生活文化体験を実施している」⁹⁾「観光協会が中間支援組織として機能している」¹⁰⁾「受け入れ民家の主体的な参加と協力が民泊体験型観光を魅力的なものにしている」¹¹⁾と分析している。そして経済的効果として、直接的な体験泊料や村営フェリー運賃の他受け入れ時の食材費（村内調達率が90%超）等の間

表4 食事・宿泊提供上の課題(複数回答)(%)

| | | 農家民宿 | 民泊 |
|-----|----------------------|------|------|
| 食事 | 好き嫌い・アレルギーへの対応 | 76.1 | 68.1 |
| | 食事メニューに苦勞、食材コスト高 | 30.3 | 40.6 |
| 対人 | 子どものけんか・いじめの対応 | 35.3 | 23.6 |
| | おねしょの可能性のある子に配慮 | 9.5 | 8.7 |
| | 他の受入主体や学校との連携不足 | 26.4 | 24.9 |
| 家庭内 | 連日受入時に寝具等のクリーニング代が負担 | 15.9 | 14.8 |
| | トイレ・風呂などの設備古い | 11.4 | 12.2 |
| | 体が休まらない、家族の時間が持てない | 9.5 | 8.7 |

出典：「教育交流における宿泊体験に関する意向調査」より筆者作成。

接効果や誘発効果が高いとしている。また加藤他（2015）は、受け入れ効果として「全ての家庭が修学旅行生たちとのふれあいが楽しいと回答している」¹²⁾と、その社会的効果を挙げている。そして組織運営について『伊江島方式』が大きな役割を果たしている」とし、「受け入れ家庭に対して修学旅行生には家族として接すること」「民泊事業はあくまでも副業とすること」「民泊実施校からの体験料の支払いを前払いで行うこと」¹³⁾および受け入れ休日の設定（水・土曜日等を受け入れ日から外し、受け入れ疲れを防いでいる）等をあげ、魅力的な受け入れ地であり続けるために、地域の関係者が地域の生活環境を守る意識と仕組みを持つことが重要としている。

以上のとおり、受け入れ側は農泊体験に対して地域への社会的効果を評価しているが、伊江村の事例のような経済的効果を評価している地域は多くない。農泊を継続していくためには地域としての意義の共有化、および受け入れ家庭への支援体制の構築が求められる。

5. 大井町の農村体験事業

本章では、神奈川県で行われている農泊推進事業の概要を見たうえで、大井町の農村体験事業の経緯や推進体制について述べる。

5.1 神奈川県内の農村体験事業について

農泊推進対策事業は、国の農山漁村振興交付金（農泊推進事業）¹⁴⁾を活用して、農林漁業体験や農泊の受け入れを促進するものであるが、神奈川県下では表5のとおり2017年に大井町および横須賀市が交付金を受け活動を開始した。翌2018年には県西地域で松田町・山北町・南足柄市が採択され、さらに開成町が新たに応募しており、足柄上郡5町のうち大井町を含む4町が農泊事業に取り組んでいる。

表 5 神奈川県内の農山漁村振興交付金・申請団体一覧

| 公募時期 | 市町村名 | 補助金等交付者 | 農泊推進 | 人材活用 | 施設整備 |
|---------|------|--------------------------------|------|------|------|
| 2017 当初 | 横須賀市 | 横須賀西海岸体験たび推進協議会 | ○ | － | － |
| | 大井町 | 相和地域活性化委員会「相和もりあげ隊」 | ○ | ○ | － |
| 2017 追加 | 相模原市 | 藤野里山交流協議会 | ○ | ○ | － |
| 2018 当初 | 三浦市 | みうらレンタサイクル運営協議会 | ○ | ○ | － |
| | 松田町 | yadoriki healing village 推進協議会 | ○ | ○ | ○ |
| | 山北町 | 山北町都市農村交流活性化推進協議会 | ○ | － | － |
| 2018 追加 | 相模原市 | 株式会社藤野倶楽部 | － | － | ○ |
| | 茅ヶ崎市 | ちがさき体験滞在型旅行推進協議会 | ○ | － | － |
| | 南足柄市 | 南足柄市農泊推進協議会 | ○ | ○ | － |

出典：神奈川県への聴き取りから筆者作成。

5.2 大井町の農村体験事業について

本節では、神奈川県足柄上郡大井町（以下大井町）で行われている農村体験事業の経緯や推進体制について述べていく。

大井町は神奈川県西部にあり、首都圏から 70 キロ圏に位置し、新宿から電車では小田急線で 90 分、車では東名高速で 60 分の位置にある。町の約 6 割が相和地区を含む丘陵地であり畑作等が行われている。4 割の平坦地には水田のほか工場、住宅等が広がっている。

大井町の人口推移を見ると表 6 のとおりこの 20 年ほどで住民数・世帯数とも増加しているが、これは平坦部にある金田・曾我地区の人口増加に起因しており、相和地区は住民数で 450 人の減少が生じている。相和地区は丘陵部にあり、最寄駅（新松田駅）から離れていること、全体が市街化調整区域に指定されていること等から地域の開発が難しく人口の減少が続いているものと考えられる。

この人口減少が著しい相和地区の活性化を図るため、大井町第 4 次総合計画（2001～2010 年）で「いこいの里・相和」推進プロジェクトを始めた。その中で、相和地域を「自然あふれる起伏の中に農地と集落が点在する里山の風景が強く残る地域」と位置付け、「農地や山林等の地域資源を活かし、住民や関係団体と協働・連携して、都市住民との交流による地域活性化を図っていく」と、市街化調整区域として大規模開発が難しい制約を踏まえて、「里山」を打ち出していく方向性が示されている。

表 6 大井町の住民数・世帯数の推移

| | 1998 年 | | 2018 年 | | 1998-2018 年増減 | |
|-------|--------|-------|--------|-------|---------------|-------|
| | 住民数 | 世帯数 | 住民数 | 世帯数 | 住民数 | 世帯数 |
| 相和地区 | 1,856 | 572 | 1,406 | 502 | -450 | -70 |
| 金田地区 | 10,280 | 3,403 | 11,227 | 4,582 | 947 | 1,179 |
| 曾我地区 | 4,242 | 1,371 | 4,486 | 1,750 | 244 | 379 |
| 大井町合計 | 16,378 | 5,346 | 17,119 | 6,834 | 741 | 1,488 |

出典：大井町役場資料より筆者作成。

さらに、大井町第5次総合計画（2011年～2020年）で相和地域の活性化が打ち出され、2013年に相和地域活性化委員会が設置され、翌2014年「相和地域の活性化に関する意見書」を町に提出した。その意見書の具現化に向けて町の若手職員で組織された「相和地域活性化職員検討委員会」が作られ、加えて若手の地域住民による「相和地域活性化（イベント・施設整備関係）検討部会」が設けられた。そして2015年相和地域活性化委員会に計画（案）が提出され、「相和地域への交流人口増加とファンづくり、定住につながる地域の創出」という方向性と具体的な検討策として交流体験事業（民泊含む）を推進していくことが決定された。

2017年、相和地域活性化検討委員会・検討部会を核に任意団体「相和もりあげ協議会」が設立され、農林水産省の補助金を活用し、体験イベントや民泊の試行に向けた勉強会の実施や試行実践を開始した。そして2019年農村体験事業の自走化を図るため、「相和もりあげ協議会」や相和地区で農業体験等を提供していた「ゆめおおい体験塾」等の関係者を中心に（一社）神奈川県大井の里体験観光協会を設立し、民泊受け入れ家庭の勧誘や利用団体の誘致等の活動を行っている。

6. 大井町の民泊受け入れ農家の勧誘経緯と受け入れ阻害要因

本章では大井町で進められている民泊家庭の勧誘を通して、民泊家庭の勧誘経緯と受け入れを断った家庭の阻害要因についてみていく。

6.1 民泊家庭に勧誘経緯について

民泊家庭の普及について、加藤他（2015）は伊江村の事例で「観光協会理事が個人的な関係性によって」¹⁵⁾受け入れ家庭を募ったとしており、また坊・中村（2013）は東近江市の事例から「農泊事業の普及構造は、少数の中心人物と勧誘される世帯との二者間関係によって成立している」¹⁶⁾とし、誘われた家庭が他の家庭を勧誘するリレー方式にはなっていないと分析している。このように先行研究では、勧誘は少数の関係者により行われているとされているが、大井町においてどうか、（一社）神奈川県大井の里体験観光協会事務局への聴き取り調査を行った。同地区での民泊家庭は2019年9月時点で21軒であり、参加時期・参加経緯・年代をまとめると表7の通りである。

2016/17年に相和もりあげ協議会のメンバー5軒が初期登録家庭となり、その知人等を勧誘し11軒の家庭が登録された。翌2018年には7軒の登録があったが、その内4軒は同一の初期家庭による勧誘、2軒は相和もりあげ協議会事務局の女性職員による勧誘であった。そして2019年に入り3回の住民向け説明会が開催され、その参加者から2軒が登録、また観光協会職員1軒が登録し計21軒となった。これを関係図で示すと図1のとおりである。勧誘側には初期メンバー（A～E）および協会事務局（O, P）の7名いるが、実体的にはその中の3名（C, D, O）が勧誘をしており、なかでもD氏およびD氏夫人が7名を勧誘していた。また勧誘された9名からは新たな参加家庭が発生していないことがわかる。このように大井町の勧誘行為は一部の人にとどまっており、東近江市の事例と同様リレー方式には広がっていなかった。

表 7 民泊家庭一覧表

| | 参加時期 | 参加経緯 | 年代 | 備考 |
|---|------|------------------------------|-----|--------------|
| A | 2016 | 相和もりあげ協議会（夫人） | 60代 | 相和活性化委員会（夫人） |
| B | 2016 | 相和もりあげ協議会 | 70代 | 相和活性化委員会 |
| C | 2016 | 相和もりあげ協議会（子息） そばの会会長 | 70代 | 検討部会会長（子息） |
| D | 2017 | 相和もりあげ協議会（夫人） 地区会館の職員（夫人） | 60代 | 検討部会（夫人） |
| E | 2017 | 相和もりあげ協議会 | 30代 | 検討部会 |
| F | 2017 | D氏の知人 | 60代 | |
| G | 2017 | D氏の知人 | 60代 | 検討部会（夫人） |
| H | 2017 | D氏夫人の知人 | 60代 | |
| I | 2018 | D氏の知人 | 70代 | |
| J | 2018 | D氏夫人の知人 | 40代 | |
| K | 2018 | D氏夫人の知人 | 80代 | |
| L | 2018 | D氏夫人の知人 | 50代 | |
| M | 2017 | C氏の知人（そばの会） | 70代 | |
| N | 2017 | C氏の知人（そばの会） | 60代 | |
| O | 2018 | 相和もりあげ協議会の事務局 | 50代 | |
| P | 2019 | 相和もりあげ協議会の事務局 | 70代 | |
| Q | 2017 | O氏の知人 | 40代 | |
| R | 2018 | O氏の知人 | 60代 | |
| S | 2018 | 町広報の一般公募 | 50代 | |
| T | 2019 | 民泊説明会 | 70代 | 検討部会（子息） |
| U | 2019 | 民泊説明会 | 50代 | |

出典：観光協会事務局への聴き取りから筆者作成。

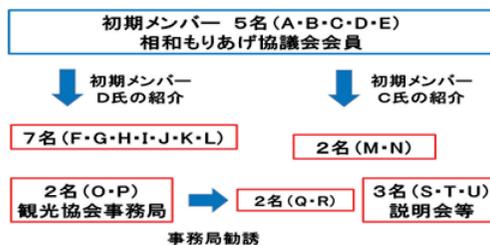


図 1 参加家庭の加入経路

出典：観光協会事務局への聴き取りから筆者作成。

民泊家庭の勧誘がリレー方式にならない要因はどのようなことなのか、次節では受け入れを断った家庭についてその理由をみていく。

6.2 受け入れの阻害要因について

民泊家庭についての研究は今までも行われているが、受け入れを断った家庭に関する研究は管見によれば見当たらない。本節では観光協会が行った説明会出席者への調査および観光協会への聴き取り調査を通してその要因を分析する。

6.2.1 観光協会が行った説明会出席者へのアンケート調査について

同観光協会では、2019年度に入り3回の体験民泊説明会を行っており、出席者アンケートで参加の意志、不参加の理由について調査をしている。

参加意思については、「受け入れる」または「考えたい」等、検討の意志がある者は14名(30%)であり、受け入れにくいと回答した者が23名(50%)と半数を占めている。説明会の参加者は、民泊にある程度関心を持つ住民と考えられるが、その参加者においても半数の住民が受け入れにくいと意思表示をしている。その理由はどのようなものか、受け入れにくいと答えた者があげている不参加の理由についてみていく。

不参加理由については「料理の準備が大変」「掃除が大変」「他人を家に入れることに抵抗がある」「布団等の備品投資に費用が掛かる」「家族の他の方が反対している」「家族の説得に時間がかかりそう」「その他(自由記入)」の選択肢を用い、複数回答で理由を聞いている。

回答内容から、受け入れを断る要因は次のように整理される。

第一に「準備・世話の大変さ」と回答したのが14人(掃除5人、布団等5人、料理4人)である。説明会の意見交換のなかでも、主婦から「準備・世話は自分たちがやることになるが、普段使っていない部屋の掃除は大変、布団も前に干したり片づけたり大変」という意見や、料理についても「子どもたちが喜びそうなごちそうを作るのは大変」という意見が出た、とのことであった。事務局からは「大げさに考えず、親戚の子たちを迎えるように」と説明しているが、「周囲の家庭のことも気になり、そうもいかない」という声が主婦から出ている。

第二に「他人を受け入れることへの抵抗」と回答したのが6人である。世話の大変さや他人への気遣い、トラブルへの不安感等が考えられる。児童の受け入れを前提として説明をしているが、けんかやいじめ、または病気やケガに対する心配、暴れられても困るし静かにさせておくのもかわいそう等、

受け入れる際に考えられるトラブルや日常生活を乱されることへの不安・心配が意見として出されている。

表8 説明会参加者の参加意思

| | 今後受け入れ てもよい | 3年後修学 旅行時は受け 入れてもよい | 今後相談に のってほしい | 少し考え たい | 受け入れ にくい | 無回答 | 計 |
|-----|----------------|---------------------------|-----------------|------------|-------------|-----|----|
| 第1回 | 3 | 1 | 3 | 1 | 7 | 3 | 18 |
| 第2回 | 0 | 1 | 0 | 1 | 5 | 4 | 11 |
| 第3回 | 0 | 1 | 1 | 2 | 11 | 2 | 17 |
| 計 | 3 | 3 | 4 | 4 | 23 | 9 | 46 |

出典：観光協会事務局への聴き取り調査から筆者作成。

第三は「家族の反対」と回答したのが11人（反対8人、説得に時間がかかる3人）である。民泊受け入れは家族全員の生活に影響するものであり、全員の同意がないと円滑に進まない。理由は上記の他、「趣旨に賛同しない」「面倒だ」「忙しい」等々、いろいろあると考えられる。

「その他」では「高齢のため」「受け入れる余裕がない」「まだよく理解できない」等の回答があった。その中で4人から回答のあった「高齢のため」について付言しておく。いわゆる農家民泊が推進されてきた背景は、第3章で述べたとおり人口減少・高齢化等による農山漁村の衰退である。都市部からの受け入れにより地域の活性化を目指す、現実には地域の高齢化解消にはつながらず、高齢化という構造が受け入れ態勢の構築に支障をきたすという構図になっている。

大井町でも既登録家庭が高齢化のため受け入れが難しくなっている問題が生じており、本稿では詳しく取り扱わないが、高齢化の解消を目指した取り組みが高齢化により頓挫するという問題は、今後農家民泊を見ていくうえで重要な視点になるだろう。

6.2.2 不参加の理由について

前項のアンケート調査の分析で、「準備の大変さ」「他人受け入れの抵抗感」「家族の反対」の3項目が主な阻害要因として考えられるが、本項では不参加の理由について、観光協会に行った聴き取り調査の結果を述べる。観光協会では家族状況や地域での活動状況をもとに、主に子どもが独立をした60、70代の家庭を勧誘しているが、不参加家庭の主な理由は以下のとおりであった。

- ・家族（夫）は反対していないが、やるからには完ぺきにやりたい性分なので準備が大変（70代女性）
- ・家族（夫）が他人を受け入れるのが面倒くさいと反対している、自営の仕事に支障が出る（60代女性）
- ・家族（妻）が反対している、受け入れ準備や子どもの面倒を見ると妻の負担になる、高齢なので大変である、民泊の趣旨に対して納得をしていない（70代男性）
- ・家族（妻）が反対している、夫婦ともに忙しく準備が大変、民泊の趣旨について納得をしていない（70代男性）
- ・準備が大変、他人受け入れの抵抗感（トラブル等の不安）、子どもの面倒を見る人手がなく預かるのに向いていない（50代女性）

以上の聴き取り結果を3項目に照らして分析する。

- ①「準備の大変さ」について、4家庭で理由に挙げているが、「大変」と感じているのはいずれも主婦の意見として出されている。主婦自身の意見として、また男性からは「妻が大変」「妻の負担」という意見が出された。「準備・世話」にあたっては主婦の負担に負うところが多く、主婦が賛同しない家庭では受け入れが難しい。
- ②「他人受け入れの抵抗感（トラブル等の不安）」について、明確に理由としているのは1家庭であり、家族構成（父娘の二人暮らしであり不安）により不安を感じていた。他の家庭では抵抗感について言及がなかったが、これは面倒くさいという理由で先に受け入れ拒否の判

断をしているため、他人受け入れの抵抗感（トラブル等の不安）について話が及ばなかったと推測される。

- ③「家族が反対」について、女性に聞いた3家庭のうち1家庭で「ご主人も反対」という話があったが、この家庭はそもそも妻が自営のため受け入れたくないという気持ちがあった。他の2家庭については「家族（主人）」が反対しているという理由はなかった。男性への聞き取り2家庭ではいずれも「家族（妻）」が反対しているという理由をあげていた。ここからも主婦の賛同が受け入れの可否を決めることがわかる。
- ④なお、「高齢」を理由の一つとあげていた家庭が1家庭あった。また、男性からは「修学旅行の受け入れ」という趣旨に対する異論が出ていた。

このように、受け入れを断った家庭では①「準備の大変さ」③「家族が反対」が多く理由となっており、受け入れの世話を担う主婦の反対が要因となっていた。そしてこの理由は、第4章第2節で受け入れ家庭が抱えている食事・宿泊提供上の課題で出されていた「メニューの悩み」「子どもたちとの接し方の悩み」とも同様のものであり、実際に受け入れた際に子どもたちの世話をする主婦の懸念から生じているものと推測される。

民泊受け入れは、その家庭の事情に大きく左右される。そしてそれは実際に受け入れた際に世話をするその家庭の主婦の判断によるところが大きく、主婦の受け止め方や事情に左右される。また現在では地域社会においても他人の家庭に踏み込むような行為は避けられる。そのため既受け入れ体験家庭は、地域活性化という目的、子どもとのふれあいという自己の体験は語れてもそれを他の家庭に押し付けるような勧誘はしにくいのではないだろうか。

「主婦が受け入れの負担を担うこと」「主婦も就業・活動をしていること」「主婦自身が高齢化していること」等各家庭の事情を踏まえると、既受け入れ家庭の主婦は安易に勧誘活動に加わることができず、受け入れ家庭がリレー式に勧誘する形になりにくい要因になっていると推測される。

7. まとめ

2019年9月20日、28日大井町を訪問し、観光協会事務局、町役場担当者から大井町相和地区の農泊事業の取り組みについて聴き取り調査を行った。同地区には2018年8月以来、収穫体験・民泊体験等で複数回訪問しており、この事業にかかわる人たちの地域を思う気持ちに触れてきた。2019年4月（一社）「神奈川県大井の里体験観光協会」が立ち上がり、教育旅行の受け入れを念頭に80軒を目途に受け入れ家庭の拡大を図っているが思うように伸びていない。本稿では、受け入れ家庭の勧誘がどのような経路・関係性で行われているのか、また受け入れを勧誘された家庭がどのような理由で受け入れを断るのか、関係者への聴き取り調査から明らかにしてきた。

勧誘にあたっては、被勧誘者が新たに勧誘者になっているのか、勧誘がどのような関係性で行われているのかを調査した。その結果、勧誘者は初期メンバーの一部（2名）と協会事務局（1名）にとどまっており、被勧誘者が新たな勧誘者になっていることはなかった。また、勧誘にあつ

ては、町の広報・説明会等の公的関係で参加する家庭は少なく、多くは勧誘者と何らかの個人的関係性から参加していた。さらに、勧誘家庭の主婦が実質的に多くの勧誘を行っていたり、協会事務局の女性職員が勧誘にあたる等、女性間のつながりが効果的であることがわかった。

次に阻害要因について、地域の活性化を目指した活動にもかかわらず参加家庭が増えない理由はどこにあるのかを明らかにするために、説明会参加者のアンケート分析および関係者に聴き取りを行った。その結果、「準備の大変さ」「他人受け入れの抵抗感」「家族の反対」が主な理由であった。「準備の大変さ」については主婦の意向が強いことがわかった。また「家族が反対」という理由も多かったが、その「家族」も主婦が多いと推察される。家族の世話がようやく落ち着いた家庭や、主婦が自営や農業の担い手になっている家庭等、各家庭での主婦の働きを考えたとき、夫は妻の心情に配慮しているものとする。「他人受け入れの抵抗感」には子どもを受け入れる際のトラブルや面倒に巻き込まれることへの抵抗感が推察される。このように地域の活性化という理念だけでは活動は広がらず、それを受け入れる家庭（特に主婦）の事情を斟酌し、物理的・経済的・心理的な負担を軽減する工夫が求められるだろう。

以上、地域での民泊受け入れ家庭の拡大には女性（主婦）がキーパーソンになることから、主婦の意見を取り入れた負担軽減策を考えること、そのうえで主婦から主婦のネットワークを活用した勧誘活動を展開すること、この二点が今後の受け入れ家庭拡大の必須条件になるだろう。

農山漁村地域での民泊交流事業は教育旅行の拡大という形で成果を上げており、また訪日観光旅行者の地域での受け入れ先として期待されているが、本調査で受け入れ困難の理由に世帯の高齢化を挙げている家庭が散見された。本稿では民泊交流事業と地域の高齢化の関係について深く触れていないが、継続的に受け入れ家庭の維持・拡大を図っていくにあたり、この問題が同事業に影響を及ぼす懸念は大きく、今後の研究課題として注視していきたい。

註

- 1) 文部科学省が全国の公立小学校・中学校・高等学校を対象として 2016 年度の宿泊体験活動・農山漁村体験活動について調査し「農山漁村体験活動実施人数等調査」として発表した。
- 2) 小野智彦 (2015) p.3
- 3) 国立教育政策研究所が「児童生徒の社会性を育むための生徒指導プログラムの開発」を目的として平成 13 年～15 年に行われた研究の成果をまとめている。
- 4) 学校教育法第 31 条の前段を記載した。
- 5) 小野智彦 (2015) p.6
- 6) 鈴木源太郎 (2017) p.102
- 7) 「民泊あり」とは、客室面積が 33 ㎡未満の農林漁家に 1 泊以上宿泊した場合とし、民宿、ホテル及び青少年教育施設等の公共施設にのみ宿泊した場合を「民泊なし」としている。
- 8) 小規模簡易宿所営業とは、農林漁業者が営む客室延床面積 33 ㎡未満でも簡易宿所営業が認められた農林漁業体験民宿業をいう。
- 9) 藤本高志・内藤重之 (2013) p.77
- 10) 藤本高志・内藤重之 (2013) p.78
- 11) 藤本高志・内藤重之 (2013) p.79

- 12) 加藤愛・細野賢治・山尾政博 (2015) p.282
- 13) 加藤愛・細野賢治・山尾政博 (2015) p.282
- 14) 農山漁村振興交付金(農泊推進事業)は、「農泊」を農山漁村の所得向上を実現する上での重要な柱として位置付け、主要観光地に集中しているインバウンドを含めた旅行者を農山漁村に呼び込み、宿泊者や農林水産物の消費拡大を図ることを目的にしている。
- 15) 加藤愛・細野賢治・山尾政博 (2015) p.281
- 16) 坊安恵・中村貴子 (2013) p.441

引用文献

- 坊安恵・中村貴子 (2013) 「体験教育旅行における受入れ農家民泊の普及過程に関する研究」『農林業問題研究』第 191 号 地域農林経済学会 pp.179-184
- 藤本高志・内藤重之 (2013) 「離島地域における民泊体験観光の特徴と地域内経済効果—沖縄県伊江村を事例として—」『大阪経大論集』第 64 号第 1 号 pp.73-92
- 加藤愛・細野賢治・山尾政博 (2015) 「体験型教育民泊による地域への効果と受入れ組織運営のあり方—(一社)伊江島観光協会を事例として—」『農業経済研究』第 87 巻第 3 号 日本農業経済学会 pp.279-284
- 文部科学省 (2018) 「農山漁村体験活動実施人数等調査結果」
- 文部科学省 (2002) 「体験活動事例集—豊かな体験活動の推進のために—」第 1 章 I
- 文部科学省 (2010) 「農山漁村での宿泊体験による教育効果の評価について」
- 農林水産省 (2019) 「農泊の推進」『平成 30 年度食料・農業・農村白書』第 3 章第 3 節
- 農林水産省 (1991) 「地域農業の担い手と農村地域の活性化」『平成 2 年度農業白書』第 1 部 IV
- 農林水産省 (1985) 「農村社会の変化」『昭和 59 年度農業白書』第 1 部 III
- 小野智昭 (2015) 「子供農山漁村宿泊体験の現状と課題—宿泊体験受入れ者の意向調査及び実態調査結果—」第 1 章『農村活性化プロジェクト研究資料』第 6 号 農林水産政策研究所 pp.3-8
- 小野智昭・鈴木源太郎 (2015) 「子供農山漁村宿泊体験の現状と課題—宿泊体験受入れ者の意向調査及び実態調査結果—」第 2 章『農村活性化プロジェクト研究資料』第 6 号 農林水産政策研究所 pp.9-50
- 新海宏美 (2015) 「日本型グリーン・ツーリズムの現状と課題」『経済集志』第 85 号第 4 巻 日本大学経済学部 pp.207-215
- 鈴木源太郎 (2017) 「学校側ニーズと受入れ側の地域特性に応じた宿泊体験の方向性」『農業経営研究』第 52 巻第 1・2 号 日本農業経営学会 pp.101-106

研究ノート

近世絵画史料から見る 景観視点場の推定表示システムの構築

谷文晁・公余探勝図巻を事例として

片岡勲人*・関口敦仁**

A System Construction to Estimate Early Modern Landscape Art Works
by Combining Geographical Information and 3DCG Camera

Isato KATAOKA* and Atsuhito SEKIGUCHI**

要旨

本稿では、「景観視点場の推定表示システム」の構築と改良、谷文晁「公余探勝図巻」の写実性について論じていく。

日本近世絵画の特徴の一つに“独特な写実性”が挙げられるだろう。例えば、葛飾北斎「富嶽三十六景」において、ひとつひとつのモチーフの外形は写実的に描写されているが、それらの配置については、前後関係を崩すことなく位置をずらして表現されることが見出されている[1]。さらに近世絵画の特徴を明らかにするため、筆者らは、江戸時代後期の日本画家・谷文晁の公余探勝図巻（寛政5年，1793年）などの風景絵画と現地風景と比較しながら、各作家の写実性を評価・比較しようとしている。同絵画は、江戸絵画における蘭画の影響を受けた写実の先駆けであり、当時、多くの模写の対象となった絵画作品である[2][3][4]。

筆者らは、国土地理院が提供する標高データ（DEM）を用いて、視点場からの風景をCGで再現し、古地図と航空写真の上でCGカメラの位置や姿勢を調整することで、風景画と同じ構図の視点場を探すツールを開発した[5]。その後、風景CGの輪郭抽出機能を利用し山の稜線を実線で描画することで風景画と比較しやすくしたこと（図2）や、CGカメラの追従機能を利用して視点場の移動ごとに山々を自動で追従するように改良した（図3）。

景観視点場の推定表示システムを活用し、江戸後期の谷文晁・公余探勝図巻の写実性を分析した。その結果、作画地点を緯度経度の位置情報で示すことができた。主

* 東海大学観光学部観光学科 ** 愛知県立芸術大学 美術学部
投稿日 2020年1月10日 受理日 2020年1月15日

チーフの誇張、フレーム外で視野にある特徴的な山々もフレーム内に収めている傾向がみられた。

1. 景観視点場の推定手法の概略

本システムは、標高データと航空写真を加工し、3DCG ソフトウェアで視点と景観の可視化および複合連動させながら、風景 CG と絵画の構図が一致する視点場を推定する。具体的な手順は、(1)標高など地理情報を取得する (2)GIS ソフトへの地理情報を読み込み、(3)標高データや地図などの地理情報を QGIS で合成および編集し、その後に GeoTIFF 形式で出力する、(4)タイルマップサービスを用いて古地図と現代の航空写真を入手する、(5)3DCG の中で地理情報を複合連動表示させながら、CG カメラの位置や面角を調整し、近世絵画の視点場を推定する。

基本となる地理情報は、国土地理院から数値標高モデル[6]、今昔マップ（関東 1928-1945）[7]とシームレス航空写真[8]を利用した。なお、事前準備として、3DCG ソフトウェアの Blender と地理情報システムの QGIS のインストールを要する。

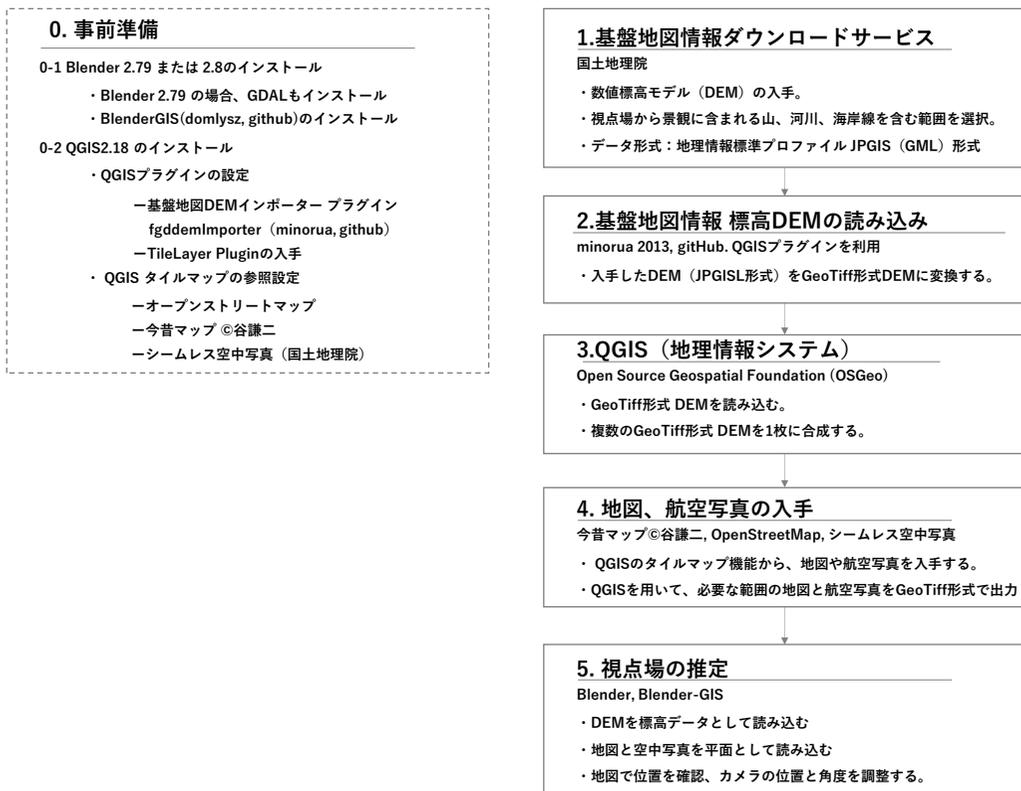


図 1 景観視点場の推定表示システムの導入手順

事前準備

視点場推定の事前準備として、3DCG ソフトウェア Blender と地理情報システム QGIS をインストールする。いずれもフリーソフトウェアである。図 1 の破線で示した「0.事前準備」について以下に記す。

①Blender の導入および初期設定

Blender は 2.79b を利用した。2019 年 8 月 31 日時点の最新版は 2.80 でインターフェースが大きく変化していることと新たなレンダラー（3D 描画システム）が追加されているとのことで、後日 2.80 でも本推定システムの動作を確認したい。なお、旧版である 2.79 は、ダウンロードサイト末にある「Previous Version」から入手できる。

BlenderGIS[9]は Blender の地理情報に関する機能追加プラグインである。GitHub から入手できる。同サイトにはインストール方法が紹介されており、Blender 2.79 を使用する場合は GDAL ライブラリーを導入する必要があると記されている。

②QGIS の導入および初期設定

QGIS は安定版の 2.18 を利用した。2019 年 8 月 31 日時点で 3.82 が最新版として提供され、同バージョンは python3 がその基礎となっている。そのため、後に利用する基盤地図 DEM インポータープラグイン[10]および TileLayer plugin が python2 で書かれているため、バージョン 3 では動作しない。そのため、QGIS は 2.18 を導入した。なお、2.18 版はダウンロードサイトに「すべてのリリース」から入手可能である。

次に、国土地理院の標高モデル (DEM) を QGIS に読み込むために、gitHub から fgddemimpoer プラグインを入手して、利用可能となるように設定する。設定方法は、入手したプラグインフォルダを QGIS2 のプラグインフォルダ(ドライブ名:¥Users¥ユーザー名¥qgis2¥python¥plugins) にコピーした後、QGIS2.18 の「プラグイン」メニューの「プラグインの管理とインストール」で有効にすることで、fgddemimpoer プラグインが利用可能になる。

最後に、地図の入手については、シームレス空中写真のタイルレイヤーサービス[8]と今昔マップ (関東 1928-1945) [7]を利用した。タイルレイヤーによる地図情報を読み取るために、QGIS2.18 では TileLayer Plugin の導入が必要で、「プラグイン」メニューの「プラグインのインストールと管理」から「TileLayer」を検索し有効にする。その後、冒頭に示した各提供元の情報を参照してタイルレイヤーの URL などの設定を行った。

③視点場の推定について

ソフトウェアのインストールと初期設定が完了した後、図 1 の実線にて示されている 1 から 5 の手順で、地理情報の入手、編集、視覚化の順を経て視点場の推定を進める。風景絵画に描かれている山の形や河川や道の構図に合うように CG カメラの位置と姿勢を調整する[5]。

④地理情報の複合連動の改良

本視点場の推定システムの第一報[5]に比べ、3点の改良を施した。

1点目は、3DCG ソフトウェアの輪郭抽出機能を用いて、山の稜線をより識別しやすく改良を施した。(図2) 輪郭抽出は、Blender のレンダリング・タブから Freestyle を有効にした後、レンダリングごとに実線が表示される。

2点目は、図3に示すCGカメラの追従機能である。これにより、モチーフとなる山を自動でカメラのフレームに収めるようにし、カメラを移動してもパンやチルトなどのカメラ姿勢を手動で再設定する必要がなくなった。(図3の主・副カメラの方向線)

3点目は、主となる絵画モチーフに主カメラ、副モチーフに副カメラを設置し、両カメラを同時に移動させ、同時にそれぞれのモチーフの見え方を確認するようにした(図3の副カメラ)。

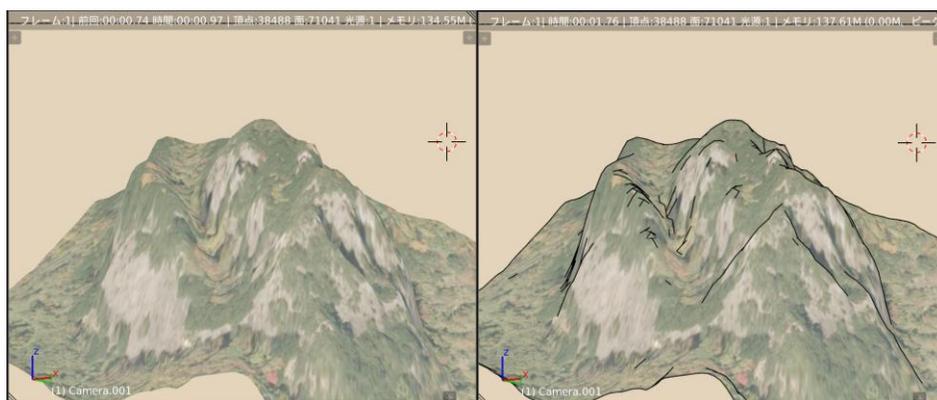


図2 山の稜線抽出の有無の比較

(左) 輪郭抽出なし (右) 輪郭抽出あり



図3 CGカメラの自動追従

(左) から (右) へ視点場を移動しても、自動で右上の山を追従している。主カメラの方向をオレンジの破線、副カメラの方向を黒の実線で示す。

2. 谷文晁・公余探勝図巻（寛政5年，1793）第一巻の検証

2.1 馬入川

図4の左上に示す馬入川の絵画には、高麗山、馬入川、平塚宿が描かれている。この絵画の視点場を探索するべく、主モチーフである高麗山と馬入川の形が絵画と一致する地点を、馬入川左岸から順次探索したところ、東経 139.37068° 北緯 35.33190° の地点に、馬入川および遠景になるが高麗山の形（シルエット）が一致する視点場が見つかった。また平塚宿の手前に丘のような地形も見つけることができた。同地点からは、高麗山の背景となる山のシルエットも一致する。ただし、主カメラのフレーム（センサー35mm レンズ 50mm）には高麗山はかなり小さく稜線も細かく特徴を観察するには状況が厳しいと推測される。なお、高麗山にズームした副カメラのフレームは（センサー35mm レンズ 282mm）であった。

これらのことから、谷文晁は馬入川において、馬入川の両岸と平塚宿を写実的に描きつつ、高麗山の稜線が描かれていないゆえ、遠景の高麗山については、肉眼で外形のみ写実的に描き、大きさを誇張して描いていると推測できる。

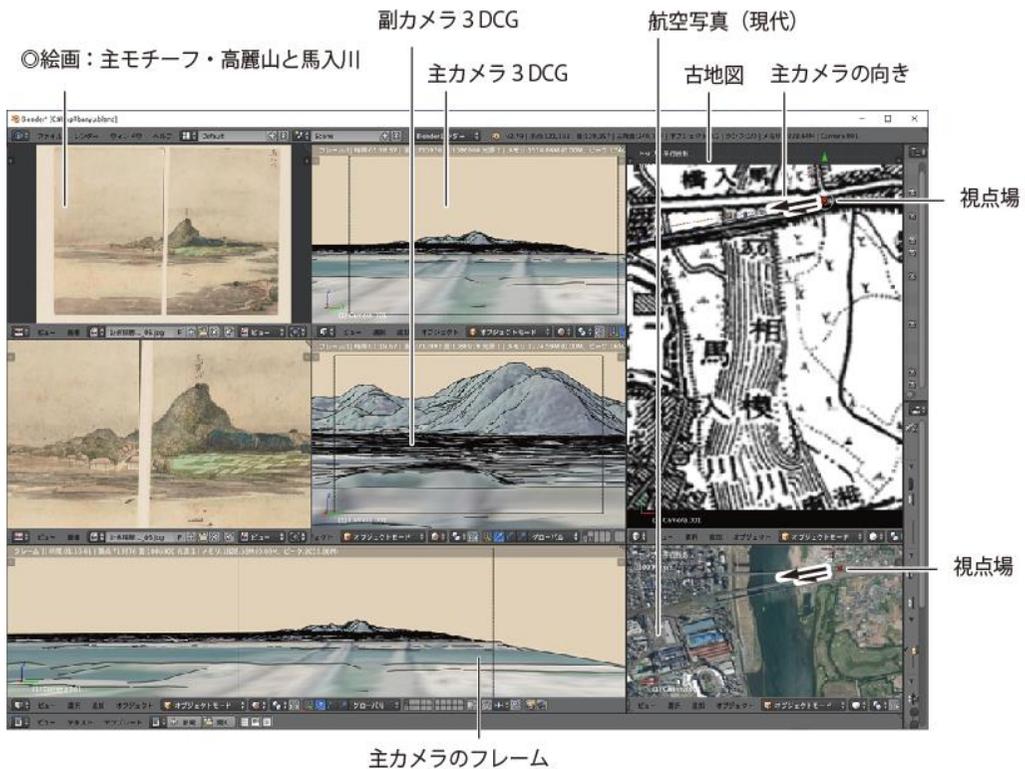


図4 馬入川の写実性検証

原画（左上）、標準レンズによる高麗山の比較（上段）、望遠レンズによる高麗山の比較（中段）、主カメラのフレームと周辺風景（下段）。レンズとセンサー、視点場の位置は本文中に記述した。

2.2 相州高麗寺

図5左上の相州高麗寺の絵画には、高麗山、東海道と行きかう人々と馬、田が描かれている。この絵画の視点場を探索するべく、主モチーフである高麗山と東海道の形が絵画と一致する地点を、花水川右岸から順次探索したところ、東経 139.32918° 北緯 35.31662° の地点に、山の外形、稜線、麓の形が一致する視点場が見つかった。同地点からは、高麗山の左奥にある山のシルエットも一致する。さらに、道路の位置も一致した。なお、高麗寺は高麗山頂と麓にあったのだが、描かれていない。風景が右の空白部分は、主カメラ（センサー35mm レンズ 18mm）のフレームに収まっている通り、花水川の川岸だと推測できる。右の空の空白部分には富士山が見えるのではと期待をし、富士山の地形 CG モデルを実際の位置に配置したが、高麗山に隠れて目視することはできなかった。

これらのことから、谷文晁は相州高麗時にて、見たままの高麗山をやや標高を誇張しつつも、稜線など写実的に描きつつ、目視することができない高麗寺や富士山を描くことはなかったことが分かった。CG カメラのレンズ焦点距離が 18mm であることから、高麗山の方を向いた姿勢で視野にあるもの写生したため、花水川の川岸は詳細に描かれることはなく空白のままなのではないかと推測される。

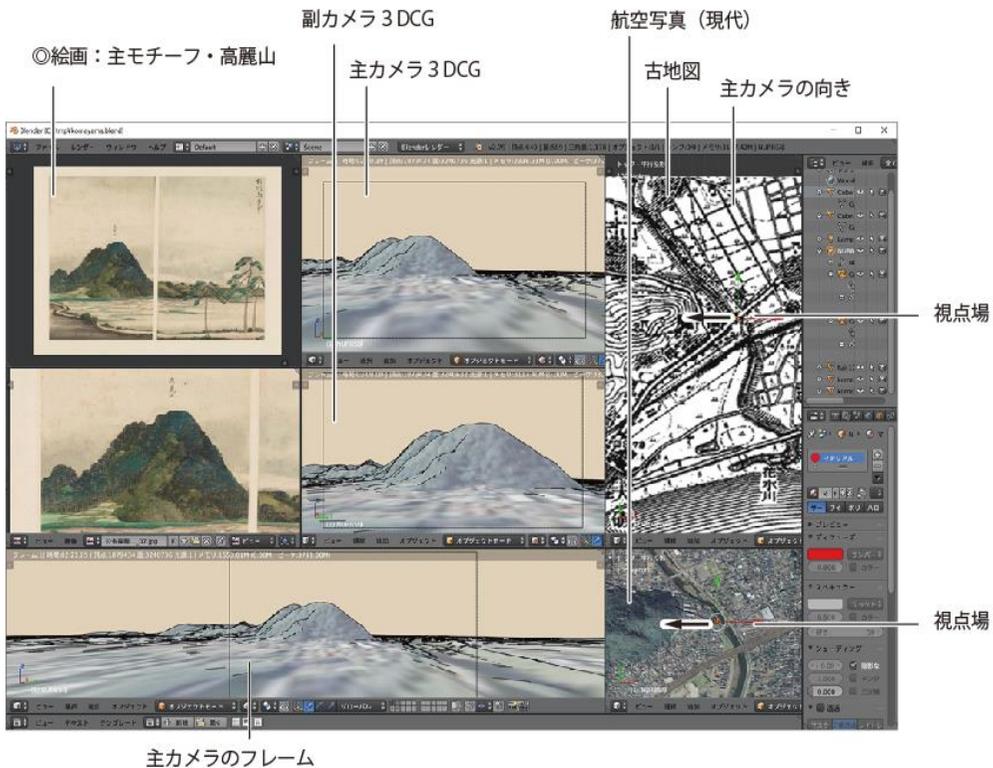


図5 高麗寺の写実性検証

原画（左上）、標準レンズによる高麗山の比較（上段）、望遠レンズによる高麗山の比較（中段）、主カメラのフレームと周辺風景（下段）。レンズとセンサー、視点場の位置は本文中に記述した。

2.3 酒匂川

図6左下の酒匂川の絵画には、丹澤山、矢倉岳、富士山、二子山、酒匂川、石橋山、小田原が描かれている。この絵画の視点場を探索するべく、主モチーフである丹澤山と矢倉岳の形が絵画と一致する地点を、酒匂川左岸と東海道が交差する地点から順次探索したところ、東経139.17526° 北緯35.26949°の地点に、その視点場が見つかった。同地点からは、主カメラのフレーム（センサー35mm レンズ 50mm）に、丹澤山と矢倉岳のシルエットと位置関係も一致することを確認したが、絵画のように富士山の方が大きく高く見えることはないので、文晁による誇張だと判断できる。さらに、副カメラのフレーム（センサー35mm レンズ 50mm）にて、小田原、石橋山の位置および稜線の一致も確認できた。ただし、二子山は絵画ほど稜線の間隔広くないので、その部分は誇張と判断できる。図6の右下に示す通り、二つのカメラの方向がなす角度は鋭角であるため、文晁が東海道から酒匂川越しに丹澤山を描く際、二子山、相模湾、石橋山、小田原も視野に入っただと考えられ、酒匂川の左側に収められたと推測できる。

これらのことから、谷文晁は、東海道、酒匂川右岸から丹澤山と矢倉岳を写実的に描きつつ、富士山の外形は写実的ながら大きさを誇張して描いている。さらに視野に入った二子山、石橋山と相模湾と小田原については、同視点場から視点を向き直し写実性と位置関係を崩すことなく風景画の左部分に描いているが、二子山にはより双子にみえるような誇張がなされている。

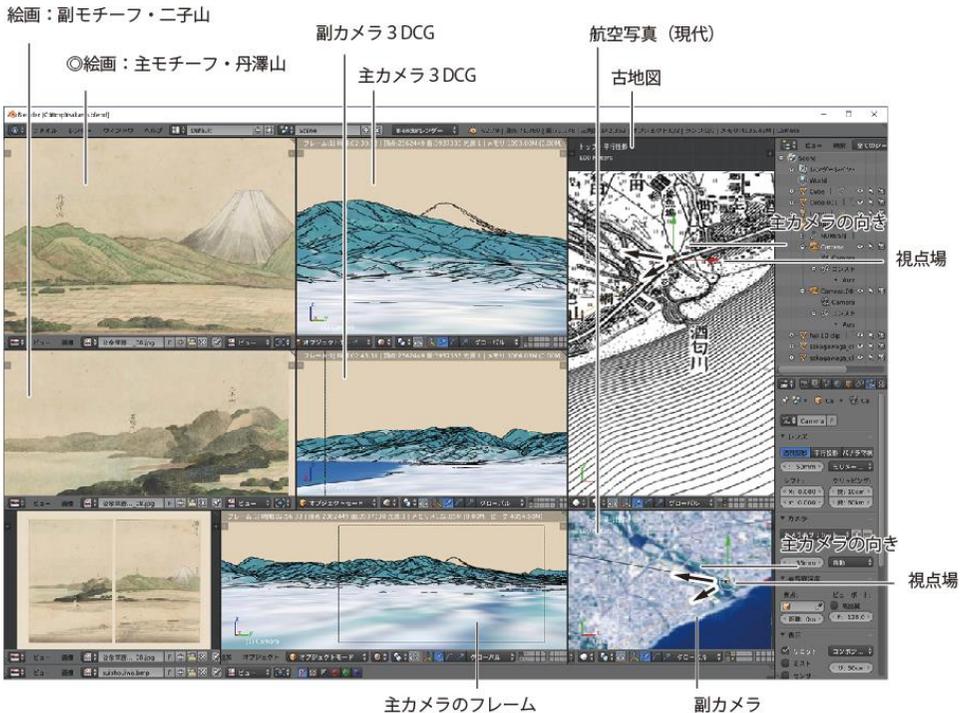


図6 酒匂川の写実性検証

原画（左下）、丹澤山の比較（上段）、二子山の比較（中段）、主カメラのフレームと周辺風景（下段）。レンズとセンサー、視点場の位置は本文中に記述した。

2.4 芦ノ湖

図7左下に示す芦ノ湖の絵画には、甲山、箱根関所、芦ノ湖、芦ノ湖対岸の山々が描かれている。この絵画の視点場を探索するべく、主モチーフである甲山の形と副モチーフである箱根関所の構図が絵画と一致する地点を、東海道付近から順次探索したところ、東経 139.02510° 北緯 35.18914° の地点に、山の形が一致する視点場が見つかった。同地点からは、芦ノ湖対岸にある山々のシルエットも一致する。さらに、芦ノ湖の湖面、東海道の位置、箱根関所の位置も一致した。ただし、主カメラのフレーム（センサー35mm レンズ 50mm）には芦ノ湖対岸の山々の様子は同時には収まらなかった。

絵画とCGの相違について検討するため、主カメラを甲山、副カメラ（センサー35mm レンズ 40mm）を芦ノ湖対岸にむけたところ、図7右下に示す通り、二つのカメラの方向がなす角度は45°の鋭角であった。文晁が甲山を描く際、芦ノ湖対岸も容易に視野に入ったと考えられ、対岸側を振り向くことなく、絵画の左側に収められたと推測できる。特筆すべきは、甲山のデフォルメである。稜線の形や位置関係は絵画とCGは一致するものの、甲山の高さの表現で誇張がみられる。これらのことから、谷文晁の芦ノ湖において、甲山、箱根関所、東海道、芦ノ湖および対岸を写実的に描きつつも、主モチーフである甲山については、文晁独自の表現を見出すことができた。

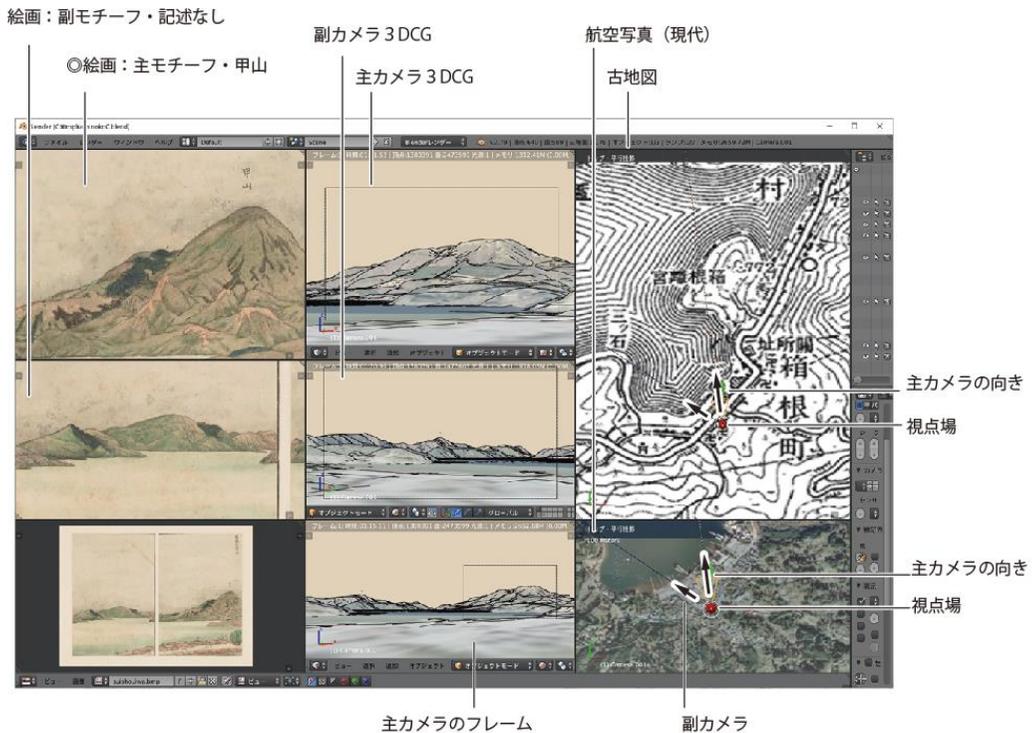


図7 芦ノ湖の写実性検証

原画（左上）、水晶山の比較（上段）、丈山の比較（中段）、主カメラのフレームと周辺風景（下段）。レンズとセンサー、視点場の位置は本文中に記述した。

2.5 豆州水晶山

図8左上の豆州水晶山の絵画には、水晶山、狩野川、大仁村、丈山（現代は城山）が描かれている。この絵画の視点場を探索するべく、主モチーフである水晶山と副モチーフである丈山の形が絵画と一致する地点を、狩野川左岸から順次探索したところ、東経 138.94105° 北緯 34.99064° の地点に、山の形が一致する視点場が見つかった。同地点からは、水晶山の背景となる山のシルエットも一致する。さらに、狩野川の流れ、道路の位置、大仁村の位置も一致した。ただし、主カメラのフレーム（センサー35mm レンズ 30mm）には水晶山と丈山が同時には収まらなかった。

この絵画とCGの相違について検討するため、主カメラを水晶山、副カメラ（センサー35mm レンズ 112mm）を丈山にむけたところ、図8の右下に示す通り、二つのカメラの方向がなす角度は直角に近い鋭角であった。人の視野は左右 200° 程度と知られているため、文晁が水晶山を描く際、丈山も視野に入ったと考えられ、水晶山の左側に収められたと推測できる。なお、丈山の前に描かれている大仁村の道は航空写真と照らし合わせも正確に描かれている。

これらのことから、谷文晁は豆州水晶山において、水晶山、狩野川、大仁村、丈山を写実的に描きつつ、視界に入った丈山については、同位置にて視点を向き直し写実性を保ちつつ位置をずらして配置していることが分かった。

絵画：副モチーフ・丈山（城山）拡大

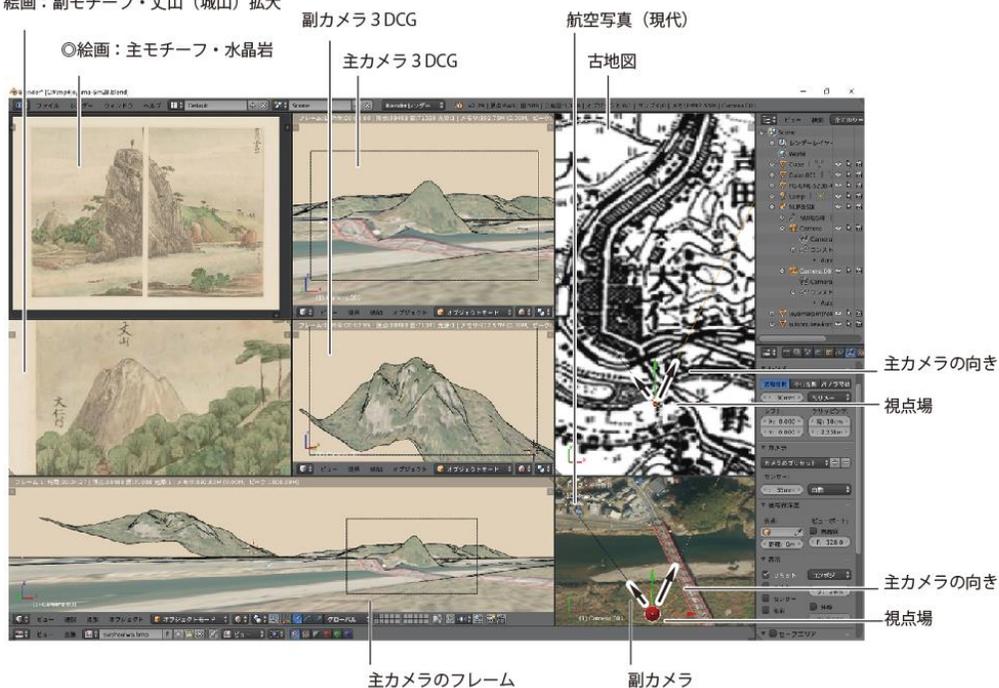


図8 豆州水晶山の写実性検証

原画（左上）、水晶山の比較（上段）、丈山の比較（中段）、主カメラのフレームと周辺風景（下段）。CGカメラのレンズとセンサーサイズ、視点場の位置は本文中に記述した。

3. まとめ

谷文晁・公余探勝図巻を例にして、江戸絵画を地理情報から生成した3DCGと比較し、その写実性を検証した。その結果、いずれもモチーフの稜線は地理情報と一致して写実的であることが分かった。一方、主となるモチーフについては高さや大きさのみ誇張がみられるが、山々の形状は写実的であった。次にCGカメラ（レンズ焦点距離を50mm前後、センサー35mm）を一般的なものとし、そのフレームに描かれたモチーフがすべて収まるか検討した。その結果、フレームには収まらないが視野に入る印象的な山は前後関係に注意してフレーム内に配置して描かれていることが分かった。本システムを利用することで、写実的に描かれている部分と誇張されている部分を区別することや、推測した視点場の緯度経度を残すことができ、それらは今後の江戸絵画の独自性を示す材料になりうると結論付ける。

謝辞

本研究はJSPS 科研費 18K11992 と東海大学 2018 年度学部等研究教育補助金の助成を受けた。

参考文献

- [1] 関口敦仁, 「地理情報を比較利用した近世絵画での写実性について -葛飾北斎『富嶽三十六景』をめぐる考察-」, 情報科学芸術大学院大学紀要, vol. 1, pp. 39-52, 2009.
- [2] 菅沼貞三, 「文晁筆公余探勝図に就いて」, 美術研究 = bijutsu kenkyu J. art Stud., no. 47, pp. 10-15, 1935.
- [3] 磯崎康彦, 「谷文晁、寛政四年三月二四日、『越中守殿附』御絵師となる」, 福島大学人間発達文化学類論集, no. 22, pp. 149-162, 2016.
- [4] 影山純夫, 「谷文晁二題」, 日本文化論年報, no. 22, pp. 1-8, 2019, doi: info:doi/10.24546/E0041794.
- [5] 片岡勲人 関口敦仁, 「近世絵画史料から見る景観視点場の推定表示システムの構築 -マルチ地理情報データの複合連動による3DCG表示システム-」, 第28回地理情報システム学会研究発表大会, 2019.
- [6] 国土地理院, 「基盤地図情報ダウンロードサービス」, 2017. [Online]. Available at: <https://fgd.gsi.go.jp/download/menu.php>. [参照: 11-1月-2020].
- [7] 谷謙二, 「ソフトウェア論文『今昔マップ旧版地形図タイル画像配信・閲覧サービス』の開発」, GIS-理論と応用, vol. 25, no. 1, pp. 1-10, 2017.
- [8] 国土地理院, 「地理院地図 | 地理院タイル一覧」. [Online]. Available at: <https://maps.gsi.go.jp/development/ichiran.html>. [参照: 11-1月-2020].
- [9] 「GitHub - domlysz/BlenderGIS: Blender addons to make the bridge between Blender and geographic data」. [Online]. Available at: <https://github.com/domlysz/BlenderGIS>. [参照: 10-1月-2020].
- [10] 「fgddemImporter/ja.ts at master · minorua/fgddemImporter · GitHub」. [Online]. Available at: <https://github.com/minorua/fgddemImporter/blob/master/i18n/ja.ts>. [参照: 10-1月-2020].

研修報告

ゼミ研修「マカオ視察」報告

巨大 IR 施設訪問を中心に

橋本 佳典*

Report on Student Study Tour of “Survey in Macau” : One of the World’s Largest Integrated Resorts

Yoshinori Hashimoto

1. マカオのカジノについて

1.1 はじめに

2019 年 9 月 17 日（火）から 20 日（金）まで、3 泊 4 日で橋本佳典ゼミ 3 年生 17 名が参加し、香港・マカオにおいて研修旅行を実施した。2017 年、2018 年に続き香港に滞在し、各所を視察した研修であった。研修の目的は、第一にカジノ売上げ世界一のマカオにおける IR (Integrated Resort: 統合型リゾート) 施設を見学すること、第二に世界有数のハブ都市香港で都市、空港、港のハブ機能を視察し、都市競争力を高めるためのハブ機能を学ぶこと、第三に様々な英語コミュニケーションの場面に接し、英語学習意欲の喚起を図ることであった。

筆者自身は 2010 年までマカオを 20 回ほど訪問し、マカオがカジノ売上げ世界一となり、巨大なカジノが続々と建設されている姿は目にしていたが、ここ 10 年程で更にどのように変貌しているのかを自身の目で確かめることも目的の一つであった。一方、参加学生は全員マカオへの訪問が初めてであった。

日帰りのマカオ訪問で視察先は限られたが、巨大な IR 施設を特別に見学できたことは貴重な経験となった。尚、香港視察の内容は『東海大学紀要 観光学部』第 9 号 (2019 年) に報告した内容と同様であり、本紀要においてはマカオでの IR 視察を中心に報告する。

1.2 マカオの概要

最初に、マカオの概要を示したい。マカオの正式名称は中華人民共和国マカオ特別行政区であり、面積は 30.5 km²で東京都世田谷区の約半分である。人口は 65.3 万人 (2017 年末)、公用語は中

* 東海大学観光学部観光学科教授
投稿日 2019 年 11 月 26 日 受理日 2020 年 1 月 15 日

国語とポルトガル語であるが、日常会話は香港と同様に広東語が広く使われている。香港は 1997 年に中国へ返還されたが、マカオは 1999 年に中国へ返還され、以後香港と同様の一国二制度のもと、観光とカジノ産業を中心に発展してきている¹⁾。

マカオは珠江デルタ河口の左岸にあり、中国南部広東省珠海と接するマカオ半島、及び 3 本の橋で結ばれたコタイ地区からなっている。マカオ半島にある 22 か所の歴史的・宗教的建築物と 8 つの広場はマカオ歴史地区として世界文化遺産に登録されている。カジノはマカオ半島とコタイ地区に 39 か所ある。

2017 年マカオの国内総生産 (GDP) は 498 億 USD (約 5 兆円)、一人当たり GDP は世界第 3 位、一人当たり税収は世界第 1 位である²⁾。カジノ産業が GDP の約 5 割、税収の 8 割を占め、非常に偏った産業構造にある。マカオ政府は 2019 年、住民一人につき約 14 万円の給付金を支払う予定で³⁾、医療費、教育費も無料である。カジノ産業の好不調がマカオの経済全体を左右していると言っても過言ではない⁴⁾。

在香港日本総領事館 (マカオも管轄) のデータによると、在留邦人 523 名 (2017 年 10 月現在)、在マカオ日系企業は日系メーカー 2 社、大手旅行代理店 2 社の他、観光、日本食レストランなどの中小の日系サービス事業者が活動している。澳門 (マカオ) 日本人会、澳門日本商工会が活動している。日本人学校はない。日本からマカオの旅行者数は 32.9 万人 (2017 年)、マカオから日本へは 11.5 万人 (同)、直行便はマカオ航空が成田 (週 14 便)、関西 (週 7 便、2019 年 12 月からは週 14 便)、福岡 (週 4 便) とマカオを結んでいるが⁵⁾、以前から香港経由での高速船や 2018 年 10 月開通した香港マカオ間連絡橋 (詳細は後述) を使ったマカオ訪問が主流となっている。



図 1 珠江デルタ地図 (Google Map)



図 2 マカオ地図 (Google Map)

1.2.1 世界一のカジノシティ

マカオにおけるカジノ産業は、ポルトガル統治時代からカジノ王と言われるスタンレー・ホーの経営する STDM (マカオ旅行娯楽会社) が独占的に免許を得ていたが、2002 年アメリカ資本のサンズ・マカオがオープンして以降急激に成長してきた。香港系のギャラクシー・カジノ、アメリカ系のウイン・リゾーツが参入し、2006 年にはカジノの売上げが約 70 億ドルに達し、ラスベガスを超え、世界最大のカジノシティとなった。2007 年にはザ・ベネチアン・マカオ、2011 年にはギャラクシー・マカオがオープンした。マカオでは 6 グループにカジノ免許が出され、カジノ場は 39

か所となり、カジノ産業が GDP の半分を占めている。中でもコタイ地区にあるザ・ベネチアン・マカオとギャラクシー・マカオは IR を前面に押し出した開発を行っている。

マカオへの訪問客は 2017 年 3,260 万人であるが、中国本土から 2,000 万人超と約 7 割を占め⁶⁾、観光客の多国籍化と産業の多様化が課題となっている。

1.2.2 中国の政策の影響

1997 年のアジア金融危機、2003 年の香港を中心に広がった SARS により香港・マカオ経済は打撃を受けたが、中国政府は香港・マカオの経済的支援策として中国国民の香港・マカオ訪問の条件を大幅に緩和し、中国人観光客が急増した。マカオのカジノの入場者は中国人が中心であり、チャイナマネーによってマカオは潤ってきたが、2012 年に始まった習近平国家主席による反腐敗運動「儉約令」により、中国人客を中心としたカジノ売上げに急ブレーキがかかり、マカオの GDP は 2014 年前年比 1.2%減、2015 年 21.6%減、2016 年 0.9%減と大打撃を受けた。

このような状況を受け、マカオ政府による緊急対応や、カジノ運営会社が IR や家族向け娯楽施設の充実を図るなどカジノ売上げ以外の強化に取り組んできている。儉約令の影響が和らいできた昨今はカジノ収入や GDP も回復基調になっている。いずれにせよマカオ経済及びカジノ産業は中国本土の政策や経済状況に大きく影響を受け続けていくであろう⁷⁾。

1.2.3 カジノから IR へ

カジノ収入に大きく依存する事業構造からカジノ以外の施設を強化する先駆けは、サンズによる 2007 年のザ・ベネチアン・マカオのオープンである。筆者もオープン当初に視察したことがあるが、館内に運河をひきゴンドラを浮かべイタリアの水の都ベネチアの雰囲気を出している。特に大規模なショッピングエリア、15,000 人収容のアリーナ、75,000 m²の展示会場などを当初から設け、カジノ以外の多様な層の集客を目指してきた。

カジノ以外のエンターテインメント施設を充実させる戦略はカジノの本場ラスベガスで早くから取られてきた。中條 (2007) によると、2006 年ラスベガスをギャンブルだけを目的として訪れている人は全体の 11%であり、大半がギャンブルだけでなく、観光、ショッピング、エンターテインメントなど複合的な目的で訪れている⁸⁾。

また、ハイランド (2019) は、顧客の嗜好の変化に伴って、ラスベガス全体の収入構成比も変わり、カジノ収入が 30~35%、非カジノ収入は 65~70%と、ホテルの巨大化もあり客室収入、飲食業、エンターテインメント業、小売業の収入が拡大している、と述べている⁹⁾。

渋谷 (2019) はシンガポールのマリーナ・ベイ・サンズを例にカジノが延べ床面積全体に占める割合は 3%弱であり、シンガポールのもう一つの IR であるリゾート・ワールド・セントーサもカジノの面積は全体の 4%にとどまっており、IR を訪ねる人たちの多くはリゾートを楽しむ観光客や、展示会や国際会議に参加するビジネスパーソンであると強調している¹⁰⁾。いかに統合的、総合的なエンターテインメント施設とするかが IR にとっての生命線であると言えよう¹¹⁾。

2. 研修の内容

2.1 研修の行程

研修の行程は表 1 の通りである。

表 1 行程表

| 日次 | スケジュール | 宿泊 |
|-----------------|---|----------|
| 9月17日(火) 1日目 | 香港航空 611 便 成田 9:30-香港 13:30 着後市内へ、途中香港港コンテナターミナルを車窓見学 夕刻 ANA 香港支店訪問、レクチャー | ザ・シティビュー |
| 9月18日(水) 2日目 | AM 香港出境、マカオ入境 マカオ歴史地区視察 PM ギャラクシー・マカオ視察 マカオ出境、香港入境 | ザ・シティビュー |
| 9月19日(木) 3日目 | AM ANA 香港空港所訪問 レクチャー 香港空港キャセイ航空貨物ターミナル (Cathay Pacific Cargo Terminal) 視察 | ザ・シティビュー |
| 9月20日(金) 4日目 | 香港航空 610 便 香港 15:30-成田 20:55 | |

2.2 事前調査

今研修は夏季休暇期間中に参加希望者を募って行う研修であったが、目的意識をもって研修に参加すべく、表 2 に示すように 10 グループに分け事前調査、ゼミ内で発表を行った。

表 2 事前調査表

| グループ | テーマ | 調査項目 | ポイント |
|------|-------|----------|------------|
| 1 | 香港 1 | 歴史、政治、経済 | ハブ都市、一国二制度 |
| 2 | 香港 2 | 自由、民主 | 逃亡犯条例 |
| 3 | 香港 3 | 生活、観光 | 訪日旅行 |
| 4 | 香港 4 | 航空、空港 | 旅客、貨物 |
| 5 | 香港 5 | 海運、港 | 中継港 |
| 6 | 香港 6 | 鉄道、駅 | 空港線、直通列車 |
| 7 | マカオ 1 | 歴史、政治、経済 | 一国二制度 |
| 8 | マカオ 2 | 観光、交通 | 世界遺産 |
| 9 | マカオ 3 | カジノ、IR | 中国人客 |
| 10 | 研修旅行 | ホテル、アクセス | 地図活用 |

事前調査の内容において深度という点では不足も見られたが、学生が現地でそれぞれのテーマを深掘りしていくこととした。事前の学習により香港及びマカオの特性やハブ機能、IR について頭に入れて研修に臨んだ。

2.3 ギャラクシー・マカオ視察

マカオ最大規模の IR であり、同時に世界一の規模となったギャラクシー・マカオについて、筆者の香港人の知人の紹介で特別に視察する機会を得て、広報担当者 3 名のアテンド付きで視察することができた。

2.3.1 ギャラクシー・マカオの概要

ギャラクシー・マカオは、「ワールドクラス、アジアのおもてなし」をサービス哲学の基本とし、2019 年第 12 回インターナショナル・ゲーミング・アワードで 3 年連続「ベスト・インテグレートッド・リゾート・オブ・ザ・イヤー」に選出された。2021 年に拡張工事が完成すると、総面積は 200 万平方メートル以上となり世界最大級の IR 施設となる。

経営は香港資本のギャラクシー・エンターテインメント・グループ（以下 GEG）である。GEG は香港ハンセン指数銘柄となっており、また日本経済新聞社がアジアの有力企業約 300 社を選んだ「日経アジア 300 指数」銘柄に指定されている。

2011 年 5 月、GEG は 165 億香港ドル（約 2,300 億円）をかけギャラクシー・マカオの第 1 期を開業した。2015 年第 2 期として 110 万㎡に拡張し、430 億香港ドル（約 6,000 億円）を投資している。総工費は約 600 億香港ドル（約 8,400 億円）である。

ホテルはバンヤンツリー・ホテル&リゾート、オークラ・ホテル&リゾート、ギャラクシー・ホテル、リッツカールトン・マカオ、JW マリオット・マカオ、ブロードウェイ・ホテルと 6 つの世界クラスのホテル、約 4,000 室からなる。飲食施設は 120 以上、ショッピング店舗数は 200 以上、シネマコンプレックスなどがある。また、世界最長の 575m の流れるプールや世界最大の造波プールほか数々のプールや人工砂浜を備えている¹²⁾。

2.3.2 視察行程

ギャラクシー・マカオの視察行程は以下の通りである。尚、カジノは施設中央エリアにあるが、マカオの法律で 21 歳未満は入場不可であり、参加学生の半数が 20 歳のため見学はできなかったが、数か所のカジノ出入口から中の様子は垣間見ることはできた。

表3 ギャラクシー・マカオ訪問行程表¹³⁾

| 見学順 | 見学先 |
|-----|---|
| 1 | 13:30 視察開始 ダイヤモンドロビー（メインロビー）内大型噴水、大型模型にて施設全体説明 |
| 2 | 西プロムナード（レストラン街） |
| 3 | ホテルオークラ・マカオ インペリアルスイートルーム |
| 4 | パンヤンツリー・ホテル内スパ |
| 5 | グランド・リゾート・デッキ（巨大プール群と人工砂浜） |
| 6 | ギャラクシー・ホテル内ウイスキーバー、イタリアンレストラン |
| 7 | エンターテインメント施設（シネマコンプレックス、フードコート） |
| 8 | ライフスタイルリテールエリア（ショッピング街） |
| 9 | リッツカールトン・マカオ内バー、チャイニーズレストラン |
| 10 | 同スイートルーム、第3期、4期建設現場俯瞰 |
| 11 | プロムナード（レストラン街） |
| 12 | ブロードウェイ・ホテル特別展示（ハローキティ）、3000人収容劇場 |
| 13 | ブロードウェイ屋台街 15:30 視察終了 |



写真1 ギャラクシー・マカオ全景（学生撮影）

2.3.3 視察内容

ギャラクシー・マカオは、ホテル6棟が中央部を取り囲むように聳え立っており、主に上層階は客室、低層部はレストランやエンターテインメント施設が並び回遊できるようになっている。中央

部は地上階にカジノ、その屋上に当たるところに数々のプールや人工砂浜が配置されている。繋がった建物内の回遊できる距離は建物の面積からして1km以上はあると思われる。

最初に見学したのはダイヤモンドロビー（正面ロビー）中央にある噴水ショーで、20分間隔に高さ10メートルぐらいまで噴水がせり上がっていく。ロビー内には5メートル四方の施設全体の模型が置かれており、施設の規模感が伝わってきた。

中央部屋上部分にはグランド・リゾート・デッキと呼ばれる東京ドーム約2個分、約7万5千㎡の広さのプール施設がある。流れるプールとしては世界最長575mのスカイトップ・アクアティック・アドベンチャー・リバーライド、世界最大の造波プールであるスカイトップ・ウェーブ・プールほか様々なプールや、150mの白い人口砂浜などがあり、トロピカルリゾートの雰囲気を出し、子どもや女性など、年齢や性別に関係なく楽しめる施設となっている。実際多くの家族連れが水着で楽しんでいる姿を目にした。家族を含めた施設内への囲い込み戦略である。

プロムナードと呼ばれるショッピングモールには200店舗以上の店が並び、高級ブランド店、高級時計店、人気ブランド店が揃っている。また、ライフスタイルリテールエリアと呼ばれるエリアには生活用品の店をはじめ、様々な店が並んでいる。レストランは120以上あり、中国料理、日本料理、イタリアン、フレンチなどの高級レストランからカジュアルなラーメン店やファーストフード店、またテイクアウト店、フードコート、24時間営業の店など様々な店が並ぶ。ワインバーやウイスキーバーの他、スイーツ店やベーカリーなど女性を意識した店も多い。見学したギャラクシー・ホテルのイタリアンレストランはワインセラーの充実はもとより、全面窓の温室のような大型個室も備わっている。リッツカールトン内のチャイニーズレストランにも直径10メートル程の大きな円卓に一度に30名ほどが着席できる個室がある。

ホテルの客室はホテルオークラ・マカオのインペリアルスイートとリッツカールトン・マカオのカールトンスイートを見学した。眺望がよく、高級感が溢れている。カールトンスイートからは第3期、第4期建設現場が見下ろせた。2021年上期に開業予定の第3期として、37,200㎡のMICEスペース（ギャラクシー・コンベンションセンター）、46,500㎡・16,000人収容可能な多目的アリーナ（ギャラクシー・アリーナ）、700室のホテルを要する施設が建築中である¹⁴⁾。「アジアでも最も象徴的かつ最新鋭の総合MICE会場」を目指している¹⁵⁾。これによって名実ともにIRとしての施設が完成することになる。また第4期として約4,500室のホテルが更に計画されている。

ブロードウェイ・マカオはギャラクシー・マカオに隣接しており、2015年5月にオープンした320室のブロードウェイ・ホテル、3,000人収容のブロードウェイ・シアターや屋台スタイルのストリート・マーケットなど40以上の飲食店がある。全体的にはギャラクシー・マカオの高級感とは異なりカジュアルなエリアとなっている。期間限定展示施設では「ハローキティワールド（特別展示）」が行われていて、子どもやファミリーをターゲットとした戦略である。

広報担当者にヒアリングしたところによると、来場者は1日に平日8万人、週末は10万人、国・地域別では中国本土から70%、日本から5%、欧米から5%、その他香港・台湾・韓国など20%とのことである。実際目にした客層は中国系と思われる人々が大半であった。このような中国本土からの客への偏りに対して、日本からの観光客も含めカジノ以外での集客を目指しているとのことであった。

広報担当者はギャンブル中毒防止対策として従業員教育の徹底を強調していた。また広報活動にも力を入れているとのことであった。実際に、ギャラクシー・マカオのホームページを見るとIR

活動に力を入れていることがよくわかる。地域社会への貢献や CSR 活動、環境保護活動などである。また、責任あるゲーミング活動（Responsible Gaming）として、従業員に対するゲーミング教育の徹底、依存症対策、地域との連携、広報活動に力を入れている¹⁶⁾。ゲーミングへの入場はマカオ特別行政区政府により、21 歳未満の人がマカオのいかなるゲーミング施設（カジノ）に入場することもゲーミングに参加することも禁じられているが、それが徹底しており、今回の学生訪問に際しても生年月日入り名簿の提出を求められ、半数が 21 歳未満だったため当然入場は認められなかった。

ホテルは 6 つあり、米系 2 軒、地場系 2 軒、日系 1 軒、タイ系 1 軒と分散しているが、様々なニーズに対応できるようバラエティーあるホテルを誘致してきたと思われる。

第 1 期、第 2 期段階の現在は展示スペースやアリーナが整備されておらず、IR というより、カジノ&リゾートと称するのが妥当かもしれない。しかし、2021 年のアリーナや MICE 施設の完成で名実ともに世界最大級の IR 施設となる。第 4 期までの完成後は IR 施設成功のための一大エンターテインメント施設を作り上げ、カジノはその一部という狙いのように見える。

ギャラクシー・マカオのフランシス・レイ副会長へのインタビュー記事では、世界一の規模にまで成功した秘訣について「男性中心のカジノを家族向けに、そしてマカオを陽光のあふれるリゾート地に発展させたのはわれわれです」と誇っている。そして「最大のお客様は中国大陸からで、恐ろしく変わりやすい彼らの好みを熟知」しているので、中国の変化を常に観察しているとのことである。「第 3 期、4 期の建設が完了し、新たな商品を提供できれば、トップの座が揺らぐことはないでしょう」と、自信を語っている。GEG は日本における IR に非常に興味を持ち、東京に事務所を構えている。GEG には負債がなく、手元現金は 5,650 億円あり、日本での十分な投資能力があることを強みとしている¹⁷⁾。



写真 2 カジノ入り口（学生撮影）



写真 3 第 3 期アリーナ、展示場建設現場（筆者撮影）

2.3.3 視察してわかったこと

ギャラクシー・マカオは想像以上の規模の大きさと豪華さであったが、カジノ以外の見学であり、賭博場の雰囲気が感じられず、ファーストフード店、フードコートや屋台などが揃う大型ショッピングモール兼大型ホテル群を視察した感があった。また数多くのプールで子どもも大人も楽しむ亜熱帯の高級ビーチリゾートにいるような雰囲気でもあった。娯楽施設、商業施設、飲食店が並び一つの街ができており、統合型リゾートという名にふさわしくファミリー層や若い世代にも訪れやすいリゾート空間であった。

ホテルはコンセプトや雰囲気が異なり選択肢も豊富で、様々な客層が利用できそうであった。世界的ブランドのホテルだけでなく、日系やタイ系のホテルも揃え、訪問客の多様な好みや国籍を意識した品揃えとなっている。

客層は中国本土から 70%とのことであったが、視察の際も中国系の客が大半であり、国際的 IR という印象は薄かった。この点はマカオ全体に言えることであるが、欧米豪から距離的に遠いアジアかつアジアの中でもシンガポールなどと競合する中で、いかに欧米豪からの旅行者を誘致するかという点において、規模以外の特徴が必要ではなからうか。

日本に導入される IR に関連して、大きな経済効果に必ずつながると IR 導入に興味を持った学生がいた一方で、日本でこれだけの施設を作っとうまくいくのか、日本でこの規模の IR に対抗できる施設ができるのか疑問だとする学生もいた。

↳

3. 研修の成果

3.1 IR の多様性

本研修では世界一の規模の IR であるギャラクシー・マカオを視察した。そこでは一大エンターテインメント施設として、幅広い客層をターゲットに多様な施設を整備しており、カジノは施設の 3%程度に抑えるという IR のコンセプト通り、カジノ色を極力薄めるよう工夫をしているのが窺え、「統合型複合施設」であることが確認できた。また、シンガポールのマリーナ・ベイ・サンズやリゾート・ワールド・セントーサも同様であるが、IR の多様性というコアコンセプトはどこも変わらないということを確認できた。数年後には日本に導入される IR の一つの形をギャラクシー・マカオは示していると言えよう。

3.2 世界最長の香港マカオ珠海大橋

中国政府は香港・マカオ・広東省 9 市を一大経済圏とする「大湾区（ビッグベイエリア）」構想を進めており、3 つの巨大プロジェクトのうち、全長 55km の世界最長の香港マカオ珠海大橋が 2018 年 10 月に開通、香港と深圳、中国本土を結ぶ初の高速鉄道である広深港高速鉄路が 2018 年 9 月に開業、香港空港第 3 滑走路が 2024 年完成を目指して建設中である。大湾区構想は人口 6,000 万人超の「巨大な経済特区」を形成するもので、GDP は 174 兆円、中国全体の 13%を占める¹⁸⁾。

「一帯一路」構想とともに中国の重要な国家戦略であるが、インフラの整備によりヒト、モノ、カネ、情報の動きが更に活発になると期待されている。本研修では、香港=マカオ間の往復で香港マカオ珠海大橋を利用したが、中国に関わるプロジェクトのスケールの大きさを実感することができた。

大橋が開通するまでは、香港マカオ間の往来は 24 時間運航の高速船で所要時間 60 分であった。高速船は波の関係で激しく揺れることがあり、快適な乗り物とは言えない。橋開通後も高速船は運航しており、橋は連絡バス及び一部自家用車での往来となっている。自家用車は香港、マカオ、珠海（中国）を走れる許可証を取得する必要があるが、高額かつ交通量をコントロールするため発給

数が制限されている。このため、橋の交通量は片側 3 車線の自動車専用道路にもかかわらず非常に少なく、渋滞もなかった。



写真 4 香港マカオ珠海大橋（学生撮影）

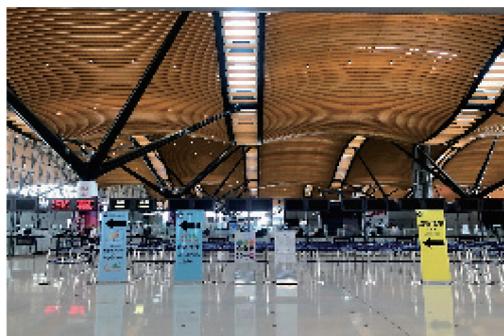


写真 5 香港側バスターミナルビル（筆者撮影）

3.3 香港＝マカオ間連絡バス

香港マカオ珠海大橋を使う連絡バスは 5 分から 10 分おきに出ており、多くの移動者が利用している。香港市内各地からは、市内バスに乗り約 30 分で香港国際空港近くの人工島に作られたバスターミナルに行く。バスターミナル自体が羽田空港国際線ビル程度の大きなターミナルであるが、航空機に搭乗するのと同じ要領で、バス券の購入、出国（出境）検査、保安検査、バス乗車となる。ターミナル内は閑散としているが、歩行距離が長い。約 40 分でマカオバスターミナル（珠澳口岸人工島）に到着する。

マカオバスターミナルも巨大な建物でこちらも歩行距離が長い。入国（入境）検査を受け、そこから市内バスやタクシーでマカオ市街へ向かうが、結局、船移動と移動時間に大きな差はない。橋での移動は船の揺れや欠航の恐れがないメリットはあるが、出入国検査を香港側かマカオ側一か所で済ませるなど、もっと時間を短縮する方法がないものであろうか。また許可証の規制を緩め、香港・マカオ両地で通行できる自動車数を増やし、乗り換えなしで相互に往来ができるようにすべきであろう。巨大プロジェクトではあるが、利用者の利便性を考え、コンパクトな施設で手続きに関わる時間や移動距離を短くする工夫が必要である。

3.4 教育効果について

帰国後学生が提出したレポートの中から、学生の視点で IR がどのように映ったか確認しておきたい。IR 施設全体については、想定外の規模と豪華さであり、日本だけでなく世界では様々なインバウンド誘致が繰り広げられていることは、海外に出ないとわからないとの反応であった。客層については、カジノ＝富裕層＝男性中心ではなく、ファミリー層や若い世代を意識した店舗構成やイベント構成になっていることがわかった。

日本での IR 導入は経済効果があるので積極的に実施すべきだという推進派の学生と、日本でこれだけの施設を作ってもうまくいくのであろうかという懐疑派の学生が存在した。実際に IR を見た上での反応の違いが興味深い。また、マカオの巨大 IR を視察した上で、日本の IR は規模を追うのではなく日本ならではの特徴のある IR でなければ、アジアにおける IR 競争に勝ち残れない、との指摘もあった。

学生にとって、観光学部の講義で学んだ IR について、視察を通じて規模感や施設構成、客層を確認ができ、今後の日本での展開について考える上での生きた知識となった点は有意義であった。更に、学生がアジアの成長スピードとスケールを実感したこと、観光における世界の動向や世界で発展する観光産業の重要性を認識したこと、そして、英語の説明を聞き質問も行っていった学生にとって、今後とも世界と関わっていく上で英語コミュニケーションの必要性和重要性を体感したことも成果と言えるであろう。

4. まとめ

今回の海外研修は、ANA 香港支店・香港空港所、キャセイ航空貨物、ギャラクシー・マカオの協力を得て、充実した研修となった。当初の狙い通り香港ではハブ施設を見学し、マカオでは IR 施設を視察し、世界最大規模や、最先端の施設に触れたことは日本ではできない経験の数々であり、学生にとって初めての世界に多く近づけたのではないであろうか。また香港の混乱に際し緊張して臨み、同じ一国二制度のマカオではデモなどが全くなく混乱の兆しもない様子を見て、この隣接する 2 地域のギャップを体感した。

筆者にとってもマカオは約 10 年ぶりの訪問であった。マカオ半島の旧市街地区の変化は短時間の滞在ではあまり感じる事がなかった。一方コタイ地区と言われる大規模開発された地区は拡張ラッシュの様相を呈していた。IR にとってカジノに隣接したホテルとショッピング街だけでは競争力や訪問客誘致力の点で課題があり、大型展示場や国際会議施設を急ピッチで建築中であったことが印象に残った。同時に日本に導入される IR にとって、いかに日本ならではの特徴を持った IR としていくのが重要な課題であると確認できた研修であった。

註

- 1) 在香港日本総領事館 HP
- 2) 上原和久 (2018)
- 3) 週刊東洋経済 (2018)
- 4) 在香港日本総領事館 HP
- 5) 在香港日本総領事館 HP
- 6) 週刊東洋経済
- 7) 週刊東洋経済
- 8) 中條辰哉 (2007) 『日本カジノ戦略』 新潮社
- 9) ハイランド・ジェイソン (2019) 『IR で日本が変わる』 角川新書 KADOKAWA
- 10) 渋谷和宏 (2019) 『「IR」はニッポンを救う!』 マガジンハウス
- 11) 日本の IR 実施法 (特定複合観光施設区域整備法) においてもカジノ施設の延床面積は IR 施設全体の 3%以下に制限されている。
- 12) ギャラクシー・マカオ HP
- 13) ギャラクシー・エンターテインメント・グループ広報室 説明資料より
- 14) ギャラクシー・マカオ HP
- 15) Travel vision (2019)
- 16) ギャラクシー・マカオ HP

橋本 佳典

- 17) 週刊東洋経済
- 18) 読売新聞 (2017)

引用文献

- 橋本佳典 (2018) 「ゼミ研修 深圳視察報告」 『東海大学紀要 観光学部』 第9号 39-52 頁
- ハイランド・ジェイソン (2019) 『IR で日本が変わる』 角川新書 KADOKAWA
- 石井至 (2015) 『世界の IR』 石井兄弟社
- 岩屋毅 (2016) 『「カジノ法」の真意』 KADOKAWA
- JNTO (2019) 「JNTO ニュースフラッシュ」 『国際観光情報』 2019年3月号 25-27 頁
- 中條辰哉 (2007) 『日本カジノ戦略』 新潮社
- 渋谷和宏 (2019) 『「IR」はニッポンを救う！』 マガジンハウス
- 週刊東洋経済 (2018) 「深層レポート 日本版 IR はマカオから何を学ぶか」 2018年12月8日号 64-67 頁 東洋経済新報社
- Travel vision (2019) 「マカオに大型会議施設、ギャラクシーが建設へ、1.6万人収容のアリーナも」 2019年10月24日 エフネス トラベルビジョン事業部 <http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=86912>
- 上原和久 (2018) 「アジア便り vol.122 香港」 『りゅうぎん調査』 2018年8月号 13-18 頁 りゅうぎん総合研究所
- 読売新聞 (2017) 「香港返還 20年 国策経済圏の一翼に」 2017年7月4日 東京朝刊 7頁 読売新聞社
在香港日本総領事館 HP
ギャラクシー・マカオ HP

実習報告

レジャー・レクリエーション実習（冬季）

長野県菅平高原を事例にスノーリゾート地域の活性化を考える

遠藤 晃弘*

Field Trip Report on “Leisure Recreation Practicum (Winter) in Sugadaira-kogen” in February, 2019

ENDO Akihiro

1. はじめに

本稿は、ウインターセッション科目「レジャー・レクリエーション実習（冬季）」として2019年2月19日～23日（4泊5日）の期間に長野県菅平高原で実施した学外実習の報告である。実習の概要をまとめつつ、菅平高原における冬季観光の現状を把握し、地域経営の観点からスポーツツーリズムにおける通年型のスノーリゾート地域の在り方を検討する。

2. 実習の目的

日本のスノースポーツ人口（スキー・スノーボード）は、ピーク時の1,800万人（1998年）から半分以下の約580万人（2017年）にまで減少している¹⁾。その一方で、日本の雪質やスノーリゾートへのアクセスの良さ等が評価され、スノースポーツを目的としたインバウンド観光客の数は増加傾向にある²⁾。世界に目を向けると、スキー人口は、約1億3千万人を超え、アジアを中心に年々増加しており、スノーリゾート訪問者数は約3億3千万人という成熟したマーケットになっている³⁾。観光庁は、このような状況を踏まえて「スノーリゾート地域の活性化推進会議」を設置し、スノーリゾート地域の活性化に向けて、今後の方向性等を検討している。スノーリゾート地域の活性化は、国内外の旅行者がともに減少する冬季の観光振興を考えていくだけでなく、自然や文化等を活かした体験型観光による旅行消費を向上させる上で極めて重要なテーマである⁴⁾。ところが、将来の観光まちづくりを担うことが期待される若い世代のスキー場離れは加速しており、むしろニセコや白馬、野沢温泉等では、外国人スキー観光客によってその魅力が評価

* 東海大学観光学部観光学科
投稿日 2019年11月29日 受理日 2020年1月15日

され、地域が変化を遂げている現状がある。

本実習は、長野県菅平高原をフィールドに、4泊5日の合宿形式で、スノーリゾート地域の実態と課題を肌身で感じ取り、その活性化について考えることを目的とした学外実習プログラムである。菅平高原は、農業地として開拓され、昭和初期に冬季のレジャーとして観光開発されたが、現在は冬季よりも、夏季のラグビーやサッカーを中心とするスポーツ合宿の聖地として全国からスポーツチームが集まる高原リゾートである。進藤ら(2003)は、菅平高原が早い時期から観光業の通年化に取り組んできた地域であるが、近年は離農が進み、専門の宿泊業に変化している中で、冬季のスキー観光客数が減少し、経営が厳しさを増している実態を記述している。この菅平高原を舞台にスノーリゾート地域としての特徴や課題についての理解を深め、さらに若者から人気があり短期間で冬季オリンピック種目としての地位を確立したスノーボードの歴史や理論を学び、安全に楽しむ技術を習得する経験をつうじて、スノーリゾート地域のあるべき姿などについて理解を深めることが実習の目的である。

3. スノーリゾート地域という概念

観光庁は、2015年に国内外の旅行者がともに減少する冬期の観光振興のため、「スノーリゾート地域の活性化に向けた検討会」を設置し、今後の方向性等の検討を行ってきた。ここで、観光庁が「スキー場」ではなく、「スノーリゾート」と「地域」を合わせた「スノーリゾート地域」という言葉を用いている背景を整理しておきたい。「スノーリゾート」は、大勢の人が休暇や余暇を過ごすための冬季の雪を魅力とした施設・場所のことを指す。スキー場そのものや隣接するホテル等を指し示した言葉である。「地域」には、経済の中心となる都市圏や、そこで働く人の生活拠点となる都市郊外の地域、中山間地域にあり人口規模が小さく過疎化が進む地域などの区分がある。ここで言う「地域」が指しているのは、一般的にスノーリゾートの拠点となっている山間地及びその周辺の地域にある人口減少が進む人口規模の小さいエリアである。

「スノーリゾート地域」は、スキー場でスノースポーツを楽しむだけではなく、スキー場外の雪道をスノーシューで歩く、その土地ならではの暮らしの文化を体験する、ショッピングや食事をする、地域の人々と交流するといった、スノーリゾートを取り巻く地域全体での多様な活動を包括した概念である。現在、国内に約500のスキー場が存在しているがスキー・スノーボード人口の減少により、経営面で厳しい環境におかれたところが多い⁵⁾。日本能率協会総合研究所(2018)の調査によると、約6割のスキー場で来場者が減少しており、集客に苦勞している。スキー場の収支状況についても同様で、約6割が赤字となっており、存続が危ぶまれるスキー場も存在する。このような状況下でありながらも、依然として約3割のスキー場でマーケティングが実施されていないのが現状である⁶⁾。

これまでの画一的で場当たりのやり方では、スノーリゾートに観光客を惹きつけることはできない。個人手配の観光客が増加し、かつての旅行会社を頼りにした大量送客のモデルも期待できなくなっている。経営を安定させるためには、グリーンシーズンの集客を活性化させる、インバウンドマーケットを獲得する、アフタースキーの魅力を生み出す、多様なニーズに対応できる

スキー場をつくるなどがあげられるが、これらは、スキー場やホテルが単体で解決できる課題ではない。スノーリゾート地域というひとつの運命共同体として、データ分析によるマーケティングに基づいた戦略をたて、地域で稼ぐ力を持ち、地元への誇りと愛着を醸成する観光地経営の視点に立ったスノーリゾート地域の形成を目指す必要がある。

4. スノーリゾート地域の経営と組織

スノーリゾート地域の経営を考える上で、観光庁が世界の代表的なスノーリゾートの事例として紹介しているのがスイスのツェルマットである。ツェルマット観光局（2018）によると、年間の延べ宿泊者数は約 207 万人で安定しており、冬季と夏季の割合を見ると、冬季 56.7%、夏季 43.3%で、オールシーズンでの誘客に成功している。また、宿泊者の内訳を見ると、海外客 59.8%、国内客 40.2%で、世界有数の山岳リゾートだが、約 4 割の安定した国内市場が宿泊者数を支えている⁷⁾。ツェルマット在住で、観光庁の認定した観光カリスマのひとりである山田 桂一郎は、「ブルガーゲマインデ(Burgergemeinde)」と呼ばれる 400 年以上の歴史を誇る組織(地域共同体)による CSV (Creating Shared Value : 共通価値の創造) 活動が、地域経営の根幹にあると述べている⁸⁾。ブルガーゲマインデには、ツェルマットの人口の 4 分の 1 にあたる 1,500 人がメンバーとして活動しており、地域内の住民や事業者が立場を超えて集まるパブリックなテーブルとして機能し、目先の利害を超えて、地域全体の利潤を最大化している。ツェルマットが観光客から「また来たい」と何度も選ばれ続けているのは、偶然ではなく、地域経営によって活性化した域内経済が、住民の豊かな暮らしを支えているからこそである。

観光庁は、スノーリゾート地域の活性化を推進していくために、ブルガーゲマインデにヒントを得た、地域経営組織を形成し、オールシーズンでの誘客を促進している。ところが、多くの住民や事業者が、主体的に協力して活動するしくみをつくることは、そう簡単なことではない。多くの人を巻き込んでネットワークを広げようとすると、みんなで協働を実現するための「協働のコスト」⁹⁾が必ず発生する。特に、古くから行政に依存してきた地域や、自社の利益しか考えてこなかった事業者が多い地域は、旧体制との摩擦によって、CSV 活動を推進する組織の形成を誰が主導するのが問題となる。地域に古くから染みつく既得権益が改革を阻むことが多い。

こうした足の引っ張り合いによって地域経営組織が形成できないと、観光が地域経済を支える柱になれず、地域全体の価値が向上できなくなる。地域経営組織を形成するためには、危機感を共有し、協働のコストを乗り越えながら、その必要性を地域全体が理解することがファーストステップとなる。そして、地域全体の幸せを考えて、協力できる仲間を少しずつ増やしながらプラットフォームを広げていく取り組みが求められている。松橋ら（2016）は、人と人がつながり、みんなで動き、交流が活発になることでソーシャルキャピタル¹⁰⁾が高まり、スポーツまちづくりが進んでいく過程を明らかにしている。スポーツによるまちづくりに継続性を持たせ、その土壌をつくるには、ソーシャルキャピタルを維持したり高めたりする機会が必要である。

5. スノーリゾート地域としての菅平高原

菅平高原は、上信越高原国立公園の中にあり、多様な自然環境と豊富な動植物が生息・生育している高原地域（標高 1,300～1,500m）である。日本百名山に数えられる四阿山や根子岳といった 2,000m 級の山に囲まれている。夏季の平均気温は約 19℃と冷涼で、冬季は平均気温が-20℃を下回る日も珍しくない厳寒地である。住民の多くは農業か観光業に従事している。

古くから人が住み、万葉集にも菅平を詠んだとされる詩が残されている。戦国時代から江戸時代初期にかけては、上田城主の真田昌幸らの活躍が有名である。信州の東から北に抜ける大笹街道は、関東と北陸を結ぶ重要な交通路として物流を支えてきた。菅平に本格的な開拓の鍬が打込まれたのは江戸時代で、加藤丹後守道句によって農業が始まった。地域的なまとまりの良さが、農業が発展した背景にある。高原野菜（レタス等）の産地であると同時に、夏はラグビー等のスポーツ合宿地として、冬はスノーリゾートとして知られている。

スキーは、1911年に軍人レルヒによってわが国に紹介され、スキー技術が普及した。菅平高原で、冬のスポーツへの取り組みが萌芽したのは、1927年に菅平スキークラブが発足したことがきっかけである。周辺農家によってスキーと観光を結びつけた取り組みが見受けられるようになり、1928年には、全館スチーム暖房で電灯が灯る菅平ホテルが建設され、スノーリゾートとして本格的なスキー場開発がはじまった。1930年、雪の王者と言われたハンネス・シュナイダーが、日本で初滑りの場所として菅平高原を訪れ、「日本のダボス」として海外に紹介した。名声を高めた菅平高原では、菅平ホテルだけでなく、周辺の農家が冬季の収入源として民宿を経営し始めた。この頃はまだ交通網が発達しておらず、上田方面から菅平高原までの雪道を、送迎用の馬車が引くソリの行列に乗って入山する光景が伝えられている。西野（1978）は、スキー人口の推移について、戦前急増期（1932～1936年）と戦後急増期（1951～1965年）という2つの急増期が存在することを明らかにしているが、菅平高原は、戦前急増期には、すでに有数の観光客が訪れていたことがわかる。

終戦後、1950年代は農業と観光は補完的な関係を深めており、冬季に出稼ぎを行っていた農家にとって民宿の経営やスキー場での就業は、副次的な収入源になっていた。菅平高原では、1955年に初のスキーリフトが完成している。高度経済成長に伴って、1965年からは、「菅平方式」¹¹⁾と呼ばれる寄付開発の手法によりリゾート（当時は保健休養地と呼ばれた）としての開発が進んだ。菅平方式とは、市町村から土地の寄付を受け県が開発を行い、分譲によって得られた余剰金は現金と施設で市町村に還元する方式である。地元の開発資金が不要で、開発に地元の意向が反映でき、利益がほとんど地元のものになるという利点がある菅平方式は、リゾート開発手法の先駆けとなった。1968年には、スキーリフトの本数が17機に、宿泊施設も120軒を超えるまでに増加した。このように、菅平高原は、戦前戦後を通じて、国内において早くからスノーリゾートとしての地位を築き、スキーをレジャーとして国民に浸透するための草分け的な役割を担ってきた。戦前から、スキーは、高所得層のスポーツとしての性格が強く、大都市圏にスキー人口が集中していたことを呉羽（2002）は報告している。

1970年代後半から1990年代前半にかけて、国民の所得の増大にともなって、スキー人口が急増し、スキーブームが到来する。この時期は、ファッションに敏感な大都市圏に住む若い女性のスキー人口が拡大した。リゾート法（総合保養地域整備法）によって全国各地で長期滞在型リゾートが建設されたのはちょうどこの頃である。しかし、それらのリゾート開発のほとんどは成果をあげることなく破綻し、地域社会に大きな傷跡を残した。やがてスノーリゾートにおいても、スキーブームが去り、スキー場どうしの競争が激しさを増すようになった。菅平高原は、レジャーとしてのスノーリゾートというよりも、首都圏の小・中学校のスキー教室（移動教室・修学旅行）の受け入れ地として、その役割を色濃く担うようになった。2009年に菅平高原観光協会が調べたところによると1月から2月にかけて、クラス単位行事の修学旅行を317校、スキー教室を189団体、受け入れていることが報告されている。安定した積雪量と広いバーンは、レッスンがしやすく、指導体制は地域が一体となりサポートしている。

また、厳寒であるからこそ降り積もる水分の少ない締まった雪質は、アルペン競技選手の欲する硬いポールバーンを形成できる。大学スキー部によるアルペンスキー合宿やスキーの競技会・大会の増加に寄与し、菅平高原を他のスキー場と差別化する要因のひとつとなっている。

菅平高原は、農業と観光が共存する中で形成されてきた歴史をもっている。今後は、地域経営の視点から、ブルガーゲマインデのような組織が形成され、中山間地域の基幹産業である農業と次項で詳細を述べるスポーツ合宿が相乗効果を発揮できる観光まちづくりを展開することが望ましいと言えよう。

6. スポーツ合宿地としての菅平高原

本項では、スポーツ合宿地としての菅平高原の形成過程を整理する。ハンネス・シュナイダーが訪れた頃の菅平高原は、冬季が終わるとそれ以外の季節は閑古鳥が鳴いており、ほとんど人の訪れるようなところではなかった。その解決策としてスポーツ合宿に活路を見出すことになった。

菅平高原のスポーツ合宿の出発点は、行政主体ではなく、菅平ホテルを建設した温泉電軌が、トロッコでグラウンドを造成し、1931年に法政大学ラグビー部を誘致したことに始まる。1932年には、練習相手として、早稲田大学が菅平高原にてラグビー合宿を始め、この流れがラグビー合宿の基礎を固めた。菅平高原のスポーツ合宿は、菅平ホテルが行ったように、民間の宿泊施設が力を入れて独自の販路を開拓し、需要と供給のバランスを保って発展してきた。つまり、スキー場としてはじまった菅平高原は、日本の観光地には珍しく、通年型の経営を模索する中で、ラグビーという種目のニーズをとらえ、滞在者と良好な関係を築くというマーケットインの発想をもって成長したのである。

今では、夏季のスポーツ合宿チーム数は1500チームを超え、ラグビー約800チーム、サッカー約200チーム、陸上約500チーム、アメフト5チームが合宿を行っている。その他にも、テニス約110チーム（クラブ・サークルなど）が合宿を行っている。グラウンドを有する宿舎の数は、1931年の4軒から、1988年は154軒、2017年は110軒と推移している。グラウンドの数は、1931

年の1面から、1988年は60面、2017年は109面（内人工芝22面）と増加してきたが、テニスコートは近年、数が減っている（図2）。

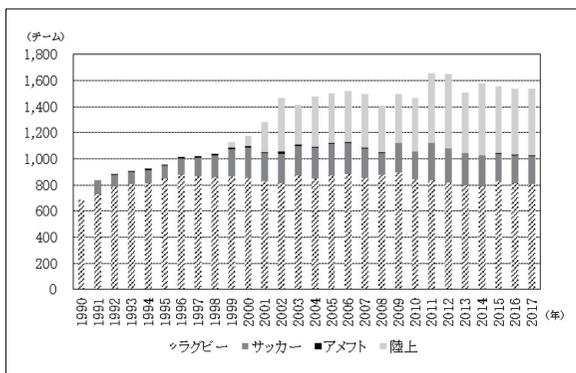


図1 菅平高原夏季スポーツ合宿チーム数の推移
（菅平高原観光協会資料を基に筆者作成）

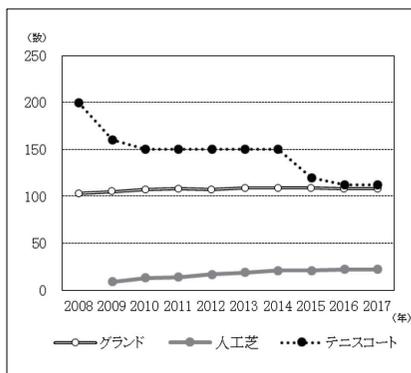


図2 グラウンド数の推移
（菅平高原観光協会資料を基に筆者作成）

グラウンド整備等のハード面に関するものは、行政が予算をつけて完成に至るのが一般的であるが、菅平高原は、民間が自分たちの力と財源で農地転用によって造成している。近年、人工芝のグラウンドが増えている背景には、合宿中に雨が降った際、人工芝のグラウンドの方が水はけがよく、練習が滞らない利点がある。

菅平高原のスポーツ合宿の取り組みは、順風満帆ではなかった。30年ほど前から多くの自治体がスポーツ合宿の誘致に着手し、中でも北海道（網走市など）がラグビー全日本及び強豪大学の合宿誘致に取り組み、ラグビー合宿地として、頭角を現すようになっていた。当時の真田町長は、危機感を持ち、この動きに対抗すべく、総天然芝のグラウンドを整備した。これが菅平高原ではじめて行政予算で整備されたスポーツ施設「サニアパーク」となった。日本で最も高い所にある第3種日本陸連公認の陸上競技場も含まれている。次いで、2004年には準高地トレーニングとして四阿山の麓に「野口みずきクロカンコース」が、2018年には室内トレーニング施設「菅平高原アリーナ」が完成し、民間が整備した100を越えるグラウンドと共に、菅平高原のスポーツ合宿の魅力を高めている。

通年型のスポーツ合宿地である菅平高原にとって、医療体制の構築は最重要課題であった。菅平高原には常駐の開業医がいなかった。戦後から長い間、上田市内の国立病院から週2回の往診で地域の医療が成り立っていた。やがて、無医村の僻地であった菅平高原に、夏冬の観光の繁忙期に季節診療所という形で東京大学の医師が常駐するようになった。ラグビー合宿は、ケガのリスクが高く、医師の常駐はラグビー合宿地として重要な意味を持っていた。現在も、地元の病院や近隣の大学病院からの協力で季節診療を継続している。さらに長野県には2機のドクターヘリが配備されており、緊急の状況に対応できるようになった。冬は、ゲレンデパトロールと連携を密にし、短い時間で診療所に搬送する体制を構築している。

このように、菅平高原は、約 90 年も前から、この土地に根付く開拓の精神に則って「スポーツ合宿地」としての取り組みを始めていたことがわかる。長い年月を経て、ライバル地域の出現に向き合いながらもスポーツ合宿地として必要な体制を整えてきた。新藤ら（2003）は、菅平高原のスポーツ観光の発展要因を①合宿チームの集中による対戦相手の確保が容易なこと、②グラウンドの質・量が整っていること（練習環境）、③菅平を代表する施設（サニアパーク）を整備したことの 3 点にまとめている。安定した宿泊が見込める「スポーツ合宿」を柱としてきたことは、結果としてスノーリゾート地域としての強みになっている。

今後は、さらなるスポーツ合宿の誘致が期待されているが、スポーツツーリズムの中でもスポーツ合宿は一般的な旅行商品とは異なった特有な意思決定のプロセスを持っていることを、押見ら（2012）は明らかにしている。スポーツ合宿の意思決定プロセスは「合宿に行く必要があるという欲求（Desire）が生まれた後、旅行代理店もしくは知り合いなどのつながり（Association）を使って合宿地選考を行う。実際に合宿を行うと（Action）、高い確率で元の合宿地に戻る（Re-visit）」¹²⁾と提示している。スポーツ合宿は、一度集客に成功することができれば、よほどのことがない限り合宿地の変更は行われず、同じ場所に再来訪する可能性が高い独特なマーケットである。特に、ラグビーやサッカーなどのチームスポーツは、宿泊する人数が多く、日数も長期間にわたる傾向があり、観光消費額の視点から見ても優秀なマーケットだと考えることができる。スポーツ合宿を誘致するためのマーケティングは、これらのことを念頭においた取り組みを推進することが求められる。

7. オールシーズンのスノーリゾート地域としての菅平高原

菅平高原の観光客数は 1991 年の約 147 万 8 千人をピークに、2018 年の 104 万 2 千人まで緩やかに減少している（図 3）。全体の減少傾向に大きな影響を与えているのは、冬季の観光客数であり、1991 年の約 73 万 5 千人をピークに減少傾向が続いている。夏季の観光客数は、1980 年代から約 60 万人を安定して集客し、2018 年に約 72 万 4 千人となった。夏のスポーツ合宿は、震災やリーマンショックなどの社会的な影響をさほど受けずに成長しており、堅いマーケットであることがわかる。

将来は、スポーツ合宿のメインターゲットとなる 0～14 歳の人口が少子化の影響で減少することが予想されている。現状を維持して経営しているだけでは、需要と供給のバランスが崩れ、域内の企業収益が悪化し、リストラや倒産が起りかねない。さらに地域としての需要の減衰という連鎖的な悪循環に陥ることがないように対策を考えていかなければならない。

特に、宿泊施設にとっては、エアコンのいらぬ夏季に比べ、光熱費などの維持経費が莫大にかかる冬季の経営は利益率が低く厳しい状況にある。そのため、実習で宿泊した施設では、スキーやスノーボードのレンタル事業と宿泊事業を組み合わせた経営を行っている。冬季のレンタル事業の売り上げは約 65%、宿泊事業は 35%となっている。レンタル事業で利益を出すために自社でブランドを立ち上げ、中国の工場で生産するという体制まで整えている。冬季は、このような多角的な経営によって、収益を確保できなければ、赤字になる。このような厳しい経営状況が

続いてしまうと、後継者問題が浮かび上がる。20～30年後には、後継者の不在によって、菅平高原の宿泊施設は約半数になると推測されている。

それでも、菅平高原は、長野県の中では、首都圏から200km圏内という立地の良さがあり、貸切バスでの送客において、条件に恵まれた地域である。国土交通省は、全国で相次いだ貸切バスによる事故を受けて、2016年から、貸切バスの安全性向上を図るため、運賃制度を抜本的に見直した¹³⁾。新制度は、時間制運賃とキロ制運賃を合算して計算される。さらに、長距離・長時間・夜間運行などで安全運行のために交替運転者を配置した場合に適用する交替運転者配置料金が新設された。バスを利用する距離が伸びるほど、安全を確保するために厳しく乗務員管理を行うので料金が高くなる。菅平高原は、新制度の影響を受けない距離にあるためワンドライバーで来ることが可能である。このことは、他のスポーツ合宿地と比較して競争優位性を保つ条件になる。

また、長野県が行った2018年の観光地利用者数を月別にして、同県内の栂池高原、志賀高原、野沢温泉との比較を行った(図4)。菅平高原を月別に見ると、最も多い8月が約30万4千人、次いで7月が約21万6千人であり、夏のスポーツ合宿だけで50万人を超える集客がある一方で、冬は12月から2月までを合計しても約17万人と夏の3分の1程度の観光客数となっている。通年型のスポーツ合宿地として有名な菅平高原だが、数字を見るとシーズンによる集客の差は歴然としている。こうした季節変動・月別変動は、観光の生産性の低さにつながるため「平準化」を進めていく必要があると考えられている。菅平高原は、上述のとおりスノーリゾートとして開発が始まった地域であり、閑散とした夏季のグリーンシーズンの対策として、スポーツ合宿に力を入れてきた。それが今では逆転し、夏季の観光客数に支えられた夏の高原リゾートの意味合いのほうが強く、冬季のスノーリゾートとしてのあり方は、むしろ課題になっていると言うことができよう。

このことは、12月から2月までの観光客数が多い、栂池高原や野沢温泉と比較すると違いがわかりやすい。これらのスノーリゾートは、観光客数が冬季に多く夏季に少ない一般的なパターンを示している。栂池高原と野沢温泉は、ニセコのモデルを想起させるような欧米系のインバウンド市場をターゲットとした冬季の集客を展開しているため、冬季は菅平高原よりも多くの観光客数を集客している。

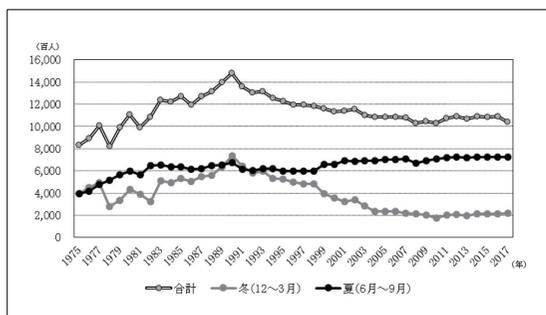


図3 菅平高原観光客の推移
(菅平高原観光協会資料より作成)

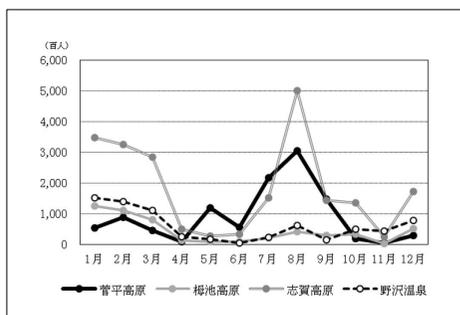


図4 菅平高原観光客月別統計(2018年)
(長野県, 2018より作成)

志賀高原は、上信越高原国立公園の中心で、1998年の長野冬季オリンピック開催地のひとつである。冬季は、スキー学習旅行が有名であり、観光客数で菅平を大きく上回っているが、近年は高校生のスキー学習旅行の減少傾向が続いている。冬季だけでなく、夏季もユネスコエコパークと関連した環境学習と農業体験を行い、学習旅行や合宿などの学校を中心とした団体旅行の誘致を積極的に進めていることが特徴である。

比較を行ったいずれの地域も、通年型のスノーリゾート地域を目指して、ウインタースポーツにおける新たな魅力づけを行うとともに、冬季のみならず通年型で集客をできる観光まちづくりを展開していくことは、喫緊の課題だと考えることができる。

8. スノー・アクティビティとしてのスノーボード

本実習は、若い世代に人気のあるスノーボードの体験レッスンを実習に組み込んでいる。スキーと比べてスノーボードの歴史はまだ浅いが、スノーボードというスノー・アクティビティの歴史をまとめておきたい。

スノーボードの起源は、1920年代に雪の斜面を滑る板が世界の至る所で存在していたという記録があるが、一般的には1960年代にSnurfer（スナーフアー）と呼ばれる子ども用の雪上サーフィンが流行したことがはじまりだとされている。サーフィンやスケートボードと同じく、一枚の板に乗りながら自然環境や都市空間をフィールドにして、予測不能なシチュエーションを楽しむスポーツとして普及した。

山本（2013）は、スノーボードが、競争ではなく表現、規律ではなく自由への志向を追求しており、従来の近代スポーツとは、異なった価値観を有していることを指摘している。1960年代のカウンターカルチャーと交わり合いながら「抵抗」の要素をもって発展したオルタナティブなスポーツである¹⁴。1990年代以降は、ESPNによって開催されたスポーツイベント「X G-ames」によって広く世の中に知らしめられ、「エクストリームスポーツ」のひとつとして定着した。エクストリームスポーツは、新しいスポーツの潮流であり、危険度が高く、体力の限界に挑みながら、離れ技によって人を魅了するエンターテインメント性が重視された。若者から支持されるファッションや音楽、カルチャーなどと結びついていることも特徴である。

このようにスノーボードは、スキー場を支配していたスキーという近代スポーツへの抵抗を示す形で姿を現した。そのため、雪面を板で滑るという行為そのものは同じでも、スキーの延長線上のスポーツとしては認識されてこなかった。道具や滑走の技術の違いというよりも、文化の違いによるものが大きかったのである。

こうした経緯が、日本において、スノーリゾートからスノーボードが排除される不幸な始まりの引き金となった。1980年代のスキー場は、スノーボードを滑走禁止にしたところが多く存在した。スキーは、皇室も楽しむ伝統的で品格のあるスポーツである一方、スノーボードは社会秩序からはみだしたアウトローなスポーツとしての認識が一般化した。スキーヤーにとって、スノーボードは後から入ってきたスポーツであり、普及当初は、当然のことながら、初級者が多く存在

し、ルールやマナーが整理されていなかった。例えば、リフトを降りて、板を装着する場所などでのトラブルや、ターン孤の大きさが違うスノーボードとスキーでの接触事故がいたるところで発生した。

やがて、バブルの崩壊とともに 1990 年ごろからスノーリゾートの好調は下降した。冬季の代表格であったスキーによるツーリズムは、余暇の過ごし方の変化や少子高齢化などの社会的な変化も加わって減少し始めた。そして、スキーに変わる新しいコンテンツとしてスノーボードが期待された。スノーボードは、加速的に世界に広まり、1998 年の長野オリンピックから、男女ハーフパイプと大回転が公式競技として採用され、急速にウインタースポーツの代表格としての地位を確立した。特に、スノーボードは若い世代からの人気が高く、夏季のオリンピックに比べて冬季は種目が少なかったこともあり、IOC にとって若い世代のファンを獲得するための格好のターゲットとなった。2018 年の平昌大会では、パラレル大回転、ハーフパイプ、スノーボードクロス、スロープスタイル、ビックエアの 5 種目（男女）まで増えている。いち早くオリンピック競技として採用されたことで、スノーボードの認知度は高まり、若い世代にその魅力をさらに伝えることになった。

全国スキー安全対策協議会によると、ゲレンデに来ているスキーヤーとスノーボーダーの比率は全国 47 か所のゲレンデ平均で 54 : 46 であり、その差は縮小している¹⁵⁾。現在は、大半のスキー場でスキーとスノーボードが滑走可能になっている。しかし、スノーボードは、若い世代がその中心だったため、少子化やレジャーの多様化の影響を受け、バブル期のスキーの減少分を補うほどのボリュームには至っていない。スノーリゾート関係者は、若い世代やファミリー層を惹きつけるための企画や、外国人観光客への対応について様々な取り組みを行い、経営努力を続けている。本実習の参加学生には、スノーリゾート地域の今後を検討するにあたり、スノーボードの歴史や理論を学習し、素養として滑走のスキルを身につけておいてもらう必要がある。

9. スノーボード体験レッスンの内容と安全管理

スノーボードは、ケガが多いことやスノーボード自体が持っている社会的なイメージ等からこれまで教育現場からは敬遠されてきた。教育旅行として、スキー教室やスキー実習は定番と言えるが、スノーボード教室やスノーボード実習はまだ聞きなれないのが現状である。確かに、全国スキー安全対策協議会の報告によると、2018～2019 シーズンにおけるスキーとスノーボードの受傷者の割合は、スキー 44.0%、スノーボード 56.0%で、スノーボードの割合が高いが、過去 20 年間の推移で見ると、スノーボードの受傷率は減少傾向を示していることもわかっている¹⁶⁾。

本実習では、安全管理のためスノーボードレッスン中に「ヘルメット」と「リストプロテクター」の着用を義務付けた。スノーボードによるケガのリスクが高い、手首と頭を守るためである。ヘルメットの着用率については、欧米のスキー場（約 8 割）と比較して、日本はまだ低い（スキー 43.2%、スノーボード 22.9%）傾向にあるが、徐々に着用率は高まってきている¹⁷⁾。近年は、国内のゲレンデでも、至る所でヘルメットの着用の重要性を告知する取り組みが進められている。

そもそも、スキーとスノーボードには、はじめての体験となるシーンで違いがある。スキーは、小・中学校のときに学校行事としてスキー教室が行われ、プロのインストラクターから滑り方の基本を習う機会がある。スノーボードは、自分よりも滑走経験のある先輩や友人に連れられてゲレンデにたどり着き、きちんとした指導を受ける機会にあまり恵まれないまま、自己流でゲレンデを滑走しなければならない状況に追い込まれることが多い。この構造が、ケガをしやすい結果につながっている。ケガなく安全にスノーボードを楽しむためには、基本やマナーを正しく習得させる指導を受ける機会が、重要な意味をもつようになっている。その機能の担い手として期待されるのが、ゲレンデに設置されているスノーボードスクールである。ところが、スノーボードスクールで指導を受けるためには、それなりの費用が発生する。ターゲットとなる若い世代は、経済的に決して余裕のある世代ではないため、その費用を支払う選択をしない。スノーボードが一定の人気を得つつも、ネガティブなイメージを払拭することができずにいるのは、構造的な原因がある。

こうした文脈において、大学でスノーボードの理論や歴史、スキルを身に着けることができる実習は、大きな役割を担っているといえる。今回の実習には、参加した29名のうち21名の学生が、ゲレンデに来ること自体が初めての者であった。本実習では、スノーボードの体験レッスンを、安全に楽しく学修してもらうため、参加学生29名をスキル別に6つのグループに分けてレッスンを行った。ゲレンデに初めて来た未経験者グループが4つ、経験者でリフトに乗って降りてくることができる初級グループが1つ、S字ターンをしながら滑り降りてくることができる中級グループが1つという振り分けとなった。各グループには、菅平パインビークスノーボードスクールなどから地元の有資格指導員らを1名ずつ配置し、体験レッスンを行った。

まず、安全管理はレッスンの中で最優先される事項である。スキー場で守るべきルールやマナーについては、本実習に先立って、事前学習でレクチャーを行った。安全にスノースポーツを楽しむ上で、正しい用具の知識は必要不可欠である。ゲレンデで派生する事故の中には、用具の不具合や調整不足によって起こるものもある。レッスンの前に、心と体の状態（体調は悪くないか、心理状態は安定しているか等）と装備の点検を必ず行った。注意力が欠陥した状態で、レッスンを受けると自分が危険だけでなく、周囲に危害を加えてしまう恐れがある。このことを説明し、全員で安全にスノーボードを楽しむためのレッスン環境を整えた。一人ひとりの協力なくして、安全を確保することはできない。

その上で、楽しみながら、レッスンを体験してもらうことを大切にしたい。いまだに、スキー場で偉そうに一方通行な指導を行っているインストラクターを見かけることがあるが、インストラクター側が、やらせる、指導するというスタンスでいると、学生は受け身になり、主体的な意志をもって取り組むことができなくなる。興味・関心を掘り下げ、一緒に楽しみを共有できる理解者であり楽しみをシェアできる関係をつくりあげることが大切である。観光地における人とのかわりかは、顧客満足度を左右する大事な要素であることから、このような質の高いインストラクターの在り方をスノーリゾート地域では検討し、育成していく必要がある。

表1 スノーボード体験（レッスン内容）

| 日数 | 未経験者 | 初級 | 中級 |
|-----|---|---|---|
| 1日目 | マテリアル説明 ボディコントロール スタンス&ポジション 転び方・起き方 フットスイッチ・ボディスイッチ スケートイングから停止 登行・下降 ワンフットチャージ リフトの乗り降り | スケートイングから停止 ワンフットチャージ リフトの乗り降り サイドスリップと停止 ジグザグ 木の葉落とし(重心移動) 木の葉落とし(切れ上がり) トレイン | スライドターン カービングターン グラウンドスタイル ノーリー、オーリー、 プレス グラブターン |
| | レクチャー:菅平高原におけるスポーツ合宿の取り組み(菅平高原観光協会) ミーティング:グループごとに1日のレッスン内容の振り返り | | |
| 2日目 | サイドスリップと停止 ジグザグ 木の葉落とし(重心移動) 木の葉落とし(切れ上がり) トレイン 斜滑降から停止 | 斜滑降から停止 斜滑降から山回り 直滑降から停止 直滑降から山回り 谷回しと停止 ノーズドロップから停止 斜滑降からワンターン S字ターン | カービングターン 足裏の意識 重心移動 リバースターン ビッターターン ツリーラン |
| | レクチャー:インストラクターという仕事(菅平パインビークスノーボードスクール) ミーティング:グループごとに1日のレッスン内容の振り返り | | |
| 3日目 | 斜滑降から山回り 直滑降から停止 直滑降から山回り 谷回しと停止 ノーズドロップから停止 斜滑降からワンターン S字ターン | S字ターン テールスライド フォールスライド ムーンスライド | カービングターン 足裏の意識 重心移動 リバースターン ビッターターン ツリーラン |
| | レクチャー:スノーボードにおけるマテリアルの進化(菅平パインビークスノーボードスクール) ミーティング:グループごとに1日のレッスン内容の振り返り | | |
| 4日目 | レクチャー:菅平高原における宿泊施設の現状と課題(パン・スクエア) ミーティング:実習全体の振り返り(各自) | | |

レッスンでは、技術、知識、菅平高原の自然環境といった、スノーボードに関するすべての話題が扱われるべき内容である。スノーボードはスノーリゾート地域を他者と共有して楽しむスポーツであることから、ルールの遵守や自然環境への影響にも配慮することも学修目的とした。そして、レベルに合わせた滑走スキルを正しく身につけ、グループの中で、集団で目標を達成する喜びを感じてもらえることを重視した。できなかったことができるようになる喜びや感動が「またスノーボードをやりたい」「また菅平高原に来たい」を引き出す鍵となる。スキー場から足が遠のいている若い世代の間で、こうした経験価値が共有されることが、スノーリゾート地域の活性化に資する要素となる。

10. おわりに

菅平高原をフィールドに、地域経営の観点からスポーツツーリズムにおける通年型のスノーリゾート地域の在り方を検討してきた。菅平高原が、顧客とリピーターを創り、何度も選ばれるスノーリゾート地域になるためには、夏季のスポーツ合宿に偏向している状態から、オールシーズンで集客を可能とする地域経営のプラットフォームづくりを進める必要がある。特に、冬季のスキー教室マーケットの縮小は避けられない事態であることから、冬季の対策を検討するだけでなく春・秋の集客に対して地域が一体となって菅平高原のファンを生み出し、CLTV（顧客生涯価値：customer lifetime value）の向上を推進する取り組みが期待されている。スノーリゾート地域として、ここだけにしかない魅力が継続的に顧客に選択され続けることが顧客価値向上の原点となる。

本実習に参加した学生は、スノーリゾート地域に行くこと自体が初めてという者が多かった。事後レポートからは、スノーボードの楽しさや自分自身の成長を感じられたこと、レッスンをうじて参加者どうしの助け合いが生まれ経験価値を共有できたこと、菅平高原の観光の実態や自然に対する理解が深まったことなど、ポジティブな記録を確認することができた。一方で、このような大学の実習プログラムでなければそもそも参加していなかったという内容や、レンタル代やリフト代を含めて自分で用意するモノの総コストが想像以上に高いと感じたという内容も確認された。このことから、はじめての人にとってスノーリゾート地域に足を運ぶことは、最初の心理的・物理的なハードルを高く感じ取られていることが推測され、新規顧客の獲得に向けたきっかけづくりの難しさを改めて把握することができた。それでも、本実習に参加した学生は、学修をつうじて、将来的に菅平高原を再訪する意欲を持った者が多い傾向にあったので、スノーリゾート地域にとって、こうした「また訪れたい」を生み出し続ける仕組みを考えることが日本人を誘客するための核心となるだろう。

今後は、引き続きスノーリゾート地域の活性化をテーマに、菅平高原の事例をフォローアップしつつ、他のスノーリゾート地域の取り組みも視野に入れて、地域経営の観点からスポーツツーリズムにおけるオールシーズンのスノーリゾート地域の在り方を検討できる実習内容にリニューアルしていく予定である。

註

- 1) 公益財団法人日本生産性本部（2017）からスキー及びスノーボード参加人口を合わせて算出した。
- 2) 観光庁（2019）pp.4-5.
- 3) 観光庁（2018a）p.1.
- 4) 観光庁（2018b）p.1.
- 5) 日本能率協会総合研究所（2018）はアンケート調査において全国のスキー場 497 箇所に対してアンケートを行っている。
- 6) 前掲書, pp.2-4.
- 7) ツェルマット観光局（2018）pp.27-29.
- 8) 藻谷・山田（2016）pp.52-76.

- 9) 辻中ら (2010) pp.19-38.
- 10) ソーシャルキャピタルとは「人々の協働行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、互酬性の社会規範、ネットワークといった社会組織の特徴」である。Putnam (1993=2001) p.206.
- 9) 菅平方式の説明については、長野県企業局 (<https://www.pref.nagano.lg.jp/kigyo/kensei/soshiki/soshiki/kencho/kigyokyoku/sogojoho/documents/50y-31-66p.pdf>, p.41, 2019年10月1日閲覧) による。
- 10) 押見ら (2012) p.24 より引用。
- 11) 国土交通省 (2019) による。
- 12) 山本 (2013) は、「抵抗文化」として誕生したスノーボード文化が自然との共生や持続的なライフスタイルを提起するオルタナティブなスポーツへと変容していることを主張している。現代の諸問題への批判的クリエイティブとしてスノーボードが農業の現場に近接している現象を注目した。
- 13) 全国スキー安全対策協議会 (2019) p.7.
- 14) 前掲書, pp.5-8.
- 15) 前掲書, p.25.

引用文献

- 観光庁 (2018a) 「海外市場に関するデータ整理 (中間報告)」観光庁 第5回スノーリゾート地域の活性化推進会議 (資料2-4)
- 観光庁 (2018b) 『スノーリゾート地域の活性化に向けたアクションプログラム2018』観光庁 スノーリゾート地域の活性化推進会議
- 観光庁 (2019) 「今後の取組の方向性について (案)」観光庁 第6回スノーリゾート地域の活性化推進会議 (資料3)
- 国土交通省 (2019) 「軽井沢スキーバス事故を受けた対策について」
http://www.mlit.go.jp/jidosha/jidosha_tk2_000050.html (閲覧日: 2019年10月1日)
- 公益財団法人日本生産性本部 (2017) 『レジャー白書 (2017)』生産性出版
- 呉羽正昭 (2002) 「日本におけるスキー人口の地域的特徴」『人文地理学研究』26, pp.103-123, 筑波大学地球科学系
- 松橋 崇史・金子 郁容・村林 裕 (2016) 『スポーツのちから: 地域をかえるソーシャルイノベーションの実践』慶應義塾大学出版会
- 藻谷 浩介・山田 桂一郎 (2016) 『観光立国の正体』新潮新書
- 長野県 (2018) 『平成30年観光地利用者統計調査結果』長野県観光部山岳高原観光課
- 日本能率協会総合研究所 (2018) 「スキー場の経営実態に関するアンケート調査」観光庁 第5回スノーリゾート地域の活性化推進会議 (資料1-4)
- 西野仁 (1978) 「スキー人口構造の変化に関する研究その1 —— スキー人口の推移について」『日本体育学会第29回大会号』122, 日本体育学会編
- 押見大地・原田宗彦・佐藤晋太郎・石井十郎 (2012) 「スポーツチームの合宿地選考における意思決定プロセスの検討 —— 高校・大学スポーツチームに着目して」『スポーツ産業学研究』Vol.22 No.1, pp.9-27, 日本スポーツ産業学会
- Putnam, Robert, 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press. (河田潤一 訳 (2001) 『哲学する民主主義 —— 伝統と改革の市民的構造』NTT出版)
- 新藤 多恵子・内川 啓・山田 亨・呉羽 正昭 (2003) 「菅平高原における観光形態と土地利用の変容」『地域調査報告』(25), pp.19-45, 筑波大学地球科学系人文地理学研究グループ

- 辻中 豊,・伊藤 修一郎 (2010) 『ローカル・ガバナンス —— 地方政府と市民社会』 木鐸社
- 山本 敦久 (2013) 「「横乗り文化」と変容するライフスタイル —— スノーボード文化の社会学的考察」『成城大学経済研究』(202), pp.95-119, 成城大学
- Zermatt Tourismus (2018), *Jahresbericht 2018*.
- 全国スキー安全対策協議会 (2019) 『スキー場傷害報告書 (2018/2019)』 全国スキー安全対策協議会

東海大学観光学部紀要委員会

委員長 藤本 祐司 東海大学観光学部長
委員 立原 繁 東海大学観光学部観光学科
西田小百合 東海大学観光学部観光学科
本田 量久 東海大学観光学部観光学科

東海大学紀要 観光学部

No.10 2019

2020年 3月20日 発行

発行者 藤本裕司
東海大学観光学部
〒151-8677 東京都渋谷区富ヶ谷2-28-4
tel 03-3467-2211 (代)

発行所 東海大学出版部
〒259-1292 神奈川県平塚市北金目4-1-1
tel 0463-58-7811 (代)
