

# 観光まちづくりと文化人類学

## —文化人類学が観光まちづくりに果たす役割について—

川崎 和也

本稿の目的は、近年、全国のさまざまな地域で取り組まれている観光まちづくりの活動に対して、文化人類学の視点やアプローチがいかなる知見をもたらし、いかなる貢献をすることができるのかを検討することである。

### 1 観光まちづくり

#### 1.1 観光まちづくりの概要

観光まちづくりとは、「地域が主体となって、自然、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を促進し、活力あふれるまちを実現するための活動」[観光まちづくり研究会 2005: 5]<sup>1</sup>などと定義される取り組みのことである。観光まちづくりは「内発的観光」[石森 2001]や「まちづくり観光」[堀野 2004]、「観光地域づくり」[観光庁観光地域振興部地域振興課 2009, 2015]とも呼ばれる。また観光まちづくりは「まちづくり」と呼ばれる活動のひとつでもある。

森重は、2014年1月までに発表された「観光まちづくり」をタイトルに含む文献におけるその定義を検討し、観光まちづくりを特徴づける4つの重要事項をあげている[森重 2015: 23]。

- ① 地域が主体となる
- ② 地域資源を活用する
- ③ 交流を促進する
- ④ まちの魅力や活力を高める

これらの中でも、観光まちづくりにおいてとくに重要な点として森重が強調するのが「③交流を促進する」ことである。観光まちづくりは、交流するための来訪者（＝観光者）の存在を前提にしている点で、すなわち地域外の視点をもたらしている点で、従来のまちづくり活動とは大きく異なっている[森重 2015: 23]。

---

<sup>1</sup> 森重は、観光まちづくりの定義について言及した56件の文献を検討し、これが他の文献でも頻繁に引用される定義であることを確認している[森重 2015]。

他方で、観光まちづくりの用語の意味するところは、「一見まとまっているようで、とても多様であり、その輪郭はやや曖昧である」[野原 2008: 30]との指摘もある。岡村・野原・西村は、観光まちづくりを「まちづくり」と「観光」の双方が接近した動きと捉えたうえで、観光まちづくりには「まちづくりから観光」と「観光からまちづくり」への2つのアプローチがあると述べている[岡村・野原・西村 2009: 22]。また野原は与条件・手段・目的が観光であるのか、それともまちづくりであるのかによって、観光まちづくりは表1のように分類できるとしている[野原 2008: 30]。

表1 観光まちづくりの4分類

タイプ	現状(から)	手段(を用いて)	目的(へ)	概要
タイプ1	観光	まちづくり	観光	従来型の観光地がこれまでの形態では立ちゆかなくなり、コンテンツとして、まちづくりを含めた新たな観光スタイルを模索する。
タイプ2	観光	まちづくり	まちづくり	観光地も持続的な居住地のひとつであるという地域の側に立って、生活と観光の調和を図りながら、持続再生型の観光地を目指す。
タイプ3	まちづくり	観光	観光	祭りや地域文化を大事にした結果、外部から多くの人を訪れるようになったため、交流を含めた地域活性化に役立てようとする。
タイプ4	まちづくり	観光	まちづくり	観光客や来訪者の視点をうまくとり入れ、地域の魅力や方向性を考えながら、観光と地域のまちづくりを動かすきっかけとする。

出典：[野原 2008: 30]

堀野は、観光学系の代表的学会のひとつである日本観光研究学会が刊行する『全国大会研究発表論文集』に掲載されている発表題目を検討し、「地域」と「観光」との関わりをテーマとする研究発表の初出が1989年であることを確認している。1996年に「観光まちづくり」の用語が発表題目に含まれるようになり、2003年以降はそれが切れ目なくみられるという[堀野 2017: 13]。

## 1.2 観光まちづくりの展開

まちづくりの取り組みに観光の視点が求められるようになった背景について、森重は、地域社会の「内発力」が重視されるようになったことを指摘する[森重 2015: 24]。地域社会は、少子高齢化、人口減少、基幹産業の衰退などのさまざまな課題に直面している。森重は「地域社会内部で内発力を生み出す基盤が乏しいとすれば、地域外から何らかの支援を求める方法が考えられるが、そこで脚光を浴びている手段のひとつが観光である」[森重 2015: 24]と述べている。

堀野は、観光まちづくりの展開を観光開発論の流れに位置づけて整理している[堀野 2014]。

それによると、1980年代後半のバブル経済期に全国的に展開されたリゾート開発は、規格型の大量消費的なマスツーリズムに対応するものであった。しかし、バブル経済が破綻し、さらに観光行動の社会的変化にもなって、規格化された大量消費に対する旧来型の観光開発は低調になった。とくに観光行動の社会的変化は、観光者たちの文化的な体験や個性のある食や商品に対する志向を強めた。その結果、有名なスポットをめぐる画一的で管理された団体旅行だけでなく、個人の趣味や関心にもとづく多様な活動へと広がりを見せるようになり、彼らの観光目的地の選択にも影響を与えたという。他方で、地域社会に目を向けると、従来の観光が経済的効果や産業振興を優先したことで、地域住民とも関わることなく、自然や居住環境とのバランスがとれなくなったことへの懸念も広がった。必要な資本やノウハウを外部の資本に依存して大規模開発をするのではなく、地域の行政・企業・住民が相互の人的・産業的ネットワークを形成しつつ、主体的に観光振興を図ってゆくサステイナブル・ツーリズムの概念と重なり合うかたちで観光まちづくりの動きが現れたという [堀野 2014: 168-170]。

岡村・野原・西村は、観光まちづくりを外部資源、すなわち地域外から力としてのカネ・ヒト・モノを獲得する現象として捉える。そして 1960 年代以降を対象として、地域がどのような課題に直面し、どのようにして外部資源を利活用してきたかを以下の 3 つの段階に整理しながら、観光まちづくりの変遷を論じている [岡村・野原・西村 2009]。

#### ① 外部資源の“量的獲得”による観光まちづくり

これは、地域社会が過疎化・空洞化するなかで、地域外から多くのヒトを呼び込んで、滞在や消費によってカネを落としてもらうことで、地域経済の活性化を志向する観光まちづくりである [岡村・野原・西村 2009: 23]。

#### ② 外部資源の“戦略的獲得”による観光まちづくり

しかしながら、外部資源の量的獲得による観光まちづくりでは、ヒトは「見学者」、「体験者」、「消費者」としての傾向が強く、交流と言っても、観光農園、宿泊施設、飲食・物販店、そしてそこで働く経営者や従業員など、地域内の特定の施設や人びとに限定されたケースが多かったという [岡村・野原・西村 2009: 23]。その結果、観光事業に関わる特定の企業や個人のみならず外部資源の活用による経済的、人的メリットが集中した。さらに顕著な地域資源のみを対象とするために、地域環境の本質を捉えきれていなかったり、地域社会・経済を基盤としていないなどの問題をはらんでいた。こうしたなかで地域環境保全の持続性などを高めるために、地域外のヒトやカネなどの外部資源を観光まちづくりに効果的、戦略的に活用する動きが現れたのだった [岡村・野原・西村 2009: 25]。

#### ③ 外部資源の“地域内浸透”による観光まちづくり

1990 年代になると、生活に根ざした地域の歴史・文化・自然を活かした観光まちづくりを進

めて、いかにして地域住民の生活の質を向上させるかが課題として浮上した。その結果、その主体である地域住民が外部資源である地域外のヒトとの対話・交流、あるいは提供する商品やサービスへの対価から、まちづくり活動とその成果を確認し、それを通じて地域への愛情や誇りを醸成させようとする動きが現れるようになったという〔岡村・野原・西村 2009: 27〕。

## 2 観光まちづくりの現状と課題

1990年代の中頃から2000年代にかけて、全国のさまざまな地域で観光まちづくりが取り組まれるようになったが、政府もまたそれを積極的に後押ししている状況がある。政府の観光立国推進戦略会議は、2004年の『観光立国懇談会報告書』の中で、観光立国の理念として「住んでよし、訪れてよしの国づくり」〔観光立国推進戦略会議 2004: 3〕の実現を掲げたが、政府は観光まちづくりをそれを実現するための活動のひとつに位置づけている。観光まちづくりを通して、「住まう人たちの人間性を豊かにし、経済力を含めた地域力を高めると同時に、訪れる人たちの精神的充足を養う」ことができるのだという〔観光庁観光地域振興部地域振興課 2015: 4〕。観光庁は、観光まちづくりを進めることで、来訪者が地域にとどまり、地域における人や文化との体験を中心としながら地域住民との交流を促進するための「滞在交流型観光」や「着地型観光」の実現を目指している〔観光庁観光地域振興部地域振興課 2015: 5-7〕。

このように観光まちづくりが政府によって推奨され、全国のさまざまな地域で取り組まれている一方で、なかなかその成果があがっていないのも実情である。例えば、観光の魅力となる地域資源を発掘しても、観光者たちにその魅力が伝わらなかつたり、単発のイベントを開催して集客を集めても、恒久的に観光者を招き入れて経済効果を生み出すシステムを構築できないなどの問題がある。いかに観光まちづくりを進めて、それを成果につなげてゆくかが課題といえよう。

ところで、観光まちづくりにおいては「開発の主体は観光事業者ではなく、地域に求められている」〔池内・朽木 2007: 156〕とあるように、その担い手は地域社会の住民であることがしばしば強調される。けれども、従来の観光まちづくりの研究では、「地域の主体とは何かとは議論されてこなかった」〔四本 2014: 75〕との指摘がある。森重も地域主導型観光について、「価値観や考えの異なる多様な人びとが共同で生活を営む地域社会において、地域社会の誰が観光を主導するのかについて明確ではないという課題もある」〔森重 2017: 262〕と述べている。観光まちづくりが交流を促進することを特徴とするならば、地域外の人びとの存在は不可欠であるが、これまでの研究では、地域の主体を強調するあまり、地域外の人びとを客体として扱ってきたという〔森重 2015: 26〕。

しかしながら、こうした批判や指摘がある一方で、観光まちづくりの議論では、古くから「よそ者」、「若者」、「バカ者」の重要性も言われ続けている。敷田は、これらの中でも「よそ者」と呼ばれる人びとが観光まちづくりに果たす役割とその重要性を論じている[敷田 2009]。敷田は「よそ者」が観光まちづくりにもたらす効果として以下の 5 つの点をあげている[敷田 2009: 86-88]。

- ① 地域の価値の再発見効果
- ② 誇りの涵養効果
- ③ 知識移転効果
- ④ 地域の変容の促進効果
- ⑤ 地域とのしがらみのない問題解決効果

現在の観光まちづくりの様子をみると、地域が主体となりながらも、行政、企業、NPO、大学などの組織機関が連携・協働して取り組まれている状況がある。利害を異にするさまざまな人や組織が関与して取り組まれる観光まちづくりを円滑に進めてゆくために、近年は、次のようなシステムを構築する必要性が叫ばれている。まずひとつは「地域プラットフォーム」[観光庁観光地域振興部地域振興課 2015, 敷田・森重・中村 2012]である。これは複数のアクターが参加し、コミュニケーションや交流を進めることで、相互に影響しあって、何らかのものや価値観を生み出す場や仕組みのことである。もうひとつは「観光ガバナンス」[森重 2017]という考え方である。これは社会や組織において観光に関わる多様な関係者の意思決定や合意形成を促すとともに、その活動を規律・調整するための仕組みやプロセスとその考え方のことである[森重 2017: 263]。

しかしながら、地域プラットフォームにしても、観光ガバナンスにしても、たとえこのようなシステムが構築されたとしても、これらをいかにして運営・運用するかがさらなる課題としてある。観光庁も地域プラットフォームの構築の必要性を説きながらも、その運用を担う人材の必要性を認識している。観光庁では、その具体的な人材として以下のようなものを想定している[観光庁観光地域振興部地域振興課 2015: 18]。

- ① 地域に対して誇りと愛情を感じている人材
- ② 組織・集団をまとめる役割を担うリーダーとしての組織管理、戦略的思考などの理解や洞察力、構想力のある人材
- ③ 利害関係者の相互理解や信頼関係を構築する対人対応力、対話力のある人材
- ④ 事業に潜む各種の危険性に備えるリスク分析や危機回避策、不測の事態が発生した際の効果的・効率的な対応がとれる人材

- ⑤ 地域資源を生かした観光地域の形成を促進させる観光戦略プランの策定、地域づくり、観光整備などを推進できる人材

しかしながら、現実的には1人の人物がこれらの全ての能力を身につけることは不可能と言わざるを得ない。観光庁では、観光まちづくりの中核を担う人材に求められる能力をさらに整理して、以下の3つの能力を提案している[観光庁観光地域振興部地域振興課 2015: 21]。

① リーダーシップ系統の能力

観光地域づくりに取り組む志を持ち、関係者との認識共有および合意形成を行う能力。

② マネジメント系統の能力

多様な関係を取りまとめて、必要な人材や資金を確保し、プロジェクトの立案や進行管理を行う能力。

③ マーケティング系統の能力

地域の魅力を創造することで、来訪者の新規獲得と既存の顧客戦略維持を行う能力。

(下線部、筆者加筆)

### 3 文化人類学が観光まちづくりに果たす役割

以上のように、観光まちづくりに寄与する人材や組織のあり方についての議論が繰り広げられているが、こうしたなかで文化人類学者は観光まちづくりといかに関わることができるのだろうか。文化人類学の視点やアプローチは、観光まちづくりにいかなる貢献をすることができるのだろうか。

観光庁が観光まちづくりを担う人材に必要とされるとものとしてあげる上記の3つの系統を概観したところ、少なくとも下線部の部分については、文化人類学の貢献を期待できそうな分野である。例えば、③のマーケティング系統の能力にある「地域の魅力を創造すること」については、次のようなエピソードがある。ある地域で取り組まれている観光まちづくりの現場を訪れた際、筆者が文化人類学を専攻していることを知ると、ここの地域住民たちから「ぜひ地域に眠っている、観光者が注目するような歴史的、文化的に価値のある資源を見つけ出して欲しい」と要望されたことがある。また、②のマネジメント系統の能力にある「多様な関係を取りまとめる」ことについて、例えば、森は、自身の大学教育での経験を踏まえたうえで、文化人類学者が自ら媒介者となって地域の人と人、地域の人と地域外の人とをつないだり、地域の人とモノをつなぐことを、観光まちづくりにおける文化人類学の貢献のあり方として提案している[森 2006]。

しかし、文化人類学者の観光まちづくりへのこうした関与は、他方で、宮内の言うように、まちづくりの文脈においてはいまやごく一般的なものであるとも言えよう[宮内 2006: 43]。さらに、これらは、唯一、文化人類学だけが貢献できることだとも言い切れない。すなわち、こうした貢献のあり方は、文化人類学のみならず、歴史学や民俗学、社会学などの他の学問分野にも同様に開かれている可能性を秘めているのである。文化人類学は観光まちづくりの取り組みにいかなる固有の関わりをすることができるのだろうか。このことについて考えるにあたっては、何よりもまず「文化人類学とは何か？」という基本的かつ本質的な問いについて考える必要がある。とは言え、この問いについては、これまで多くの研究者たちによってさまざまな議論が繰り広げられており、その議論の全てを概観して、その答えを導き出すことは、筆者の手に余ることである。こうしたことから、本稿では前川の論考[前川 2006]を参考にしながら以下の議論を進めてゆきたい。

前川は、文化人類学の研究対象やテーマが多様化する中にあっても、決して変わることはない、文化人類学に普遍的なテーマがあると述べている。それは「差異」である。文化人類学の本質は「差異」を主題として扱うことにあるという[前川 2006: 252]。前川は、そのことについて以下のように述べている。

「差異をどうとらえるのかというテーマこそが人類学本来のテーマであり、独自のテーマであろう。そのために文化人類学は文化相対主義を生み出してきたのであり、その倫理的態度の重要性はいまだ失われていない」[前川 2006: 252]。

こうした「差異」を念頭に置いた、文化人類学の原点に立ち返ったともいえる応用、実践人類学的な研究のひとつとして前川が紹介するのが藤田の研究[藤田 2005]である。これは介護の問題を主題としたものだが、藤田は、文化人類学者を「文化の翻訳者」、「文化の仲介者」と定義したうえで、文化人類学に特徴的な2つの視点について述べている。

#### ① 比較の視点

文化の比較研究によって、ある行為に関わる人びとが前提としている解釈が異なることが明らかとなる。我々が「常識」としていることは絶対的なものではなく、文化的に構築されたものであることが見えてくる[藤田 2005: 329]。

#### ② 全体論的アプローチ<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> 宮下は、文化人類学において「全体論的」アプローチに対する批判があることに言及し、対象文化ないしは社会に権力や政治性が働き、あたかも同質的で統一的であるかのように記述されていることにその批判の根拠があると述べている。しかし、応用人類学や実践人類学で言うところの「全体論的」アプローチとは、分野を

特定の現象を分析対象としながら、その現象の意味を全体論的な枠組みの中で理解することを目指す視点である。特定の現象を特定の分野に限定することなく、広くさまざまな分野を横断的に捉えることで、新たな知見を見出すことができる[藤田 2005: 330-331]。

藤田は、こうした比較の視点と全体論的アプローチを駆使することによって、文化人類学者は「文化の翻訳者」として、絶対的な「常識」と思っている人びとに違う視点を提供することができ、さらに「文化の仲介者」としてさまざまな人びとの間をコーディネートできると述べている[藤田 2005: 332]。以下では、藤田の議論を踏まえて、文化人類学が観光まちづくりに対してどのような貢献ができるのかについて、筆者が調査を行っている兵庫県神河町を事例に考えてみたい。

#### 4 兵庫県神河町の事例

神河町は兵庫県の中央部に位置する自治体である。2005年に大河内町と神崎町とが合併して誕生した。町の面積は202.23平方メートルで、その約8割を山林が占める。平野部は「播磨五川」のひとつの市川をはじめとして、越知川、小田原川、猪篠川などの河川が流れる。かつては山林を利用した農林業を基幹産業として発展してきたが、その後、徐々に衰退し、近年は工業団地を開発しての企業の誘致が進められている。

町の人口は1950年の1万7839人<sup>3</sup>をピークとして、その後は減少傾向に転じ、2017年の人口は1万1679人で、県内最小の人口を有する自治体となっている。15歳未満の年少人口の割合は11.8%（全国平均13.7%）、65歳以上の高齢人口の割合は34.3%（全国平均26%）である。少子高齢化の進展にともなって、地域経済の縮小、社会保障費の増大、地域社会の衰退などのさまざまな課題が浮き彫りとなっている。

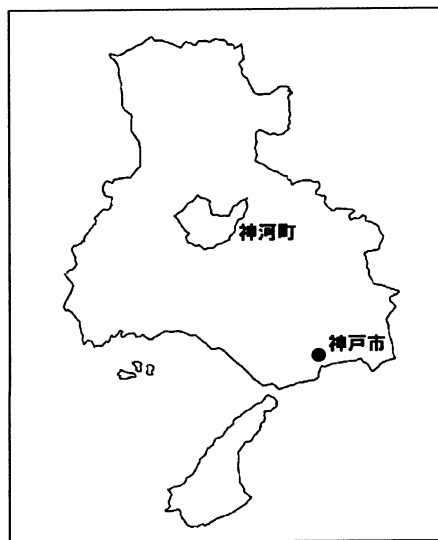


図1 神河町の位置

横断すること、あるいは他の事象との関係を見ることによって新たな知見を得ることを意図する。それを踏まえて、宮下は「全体論的」アプローチよりも、「横断論的」、「関係論的」アプローチと呼んだほうが適切であるとの見解を示している[宮下 2009: 106]。

<sup>3</sup> 合併前的大河内町と神崎町の人口を合わせた数字。



現在、政府によって「地方創生」が進められるなかで、神河町でも 2015 年に『神河町地域創生総合戦略』[兵庫県神河町 2015]が策定され、少子高齢化、人口減少にともなうさまざまな課題の解決に向けた取り組みが始められている。

#### 4.1 集落単位の地域づくり～地域サロン事業～

地方創生に向けた取り組みに先駆けて、神河町では合併後の新町建設重点プランの柱のひとつとして 2006 年度に「地域サロン事業」と呼ばれる取り組みが実施された。これは町内にある 39 の集落がそれぞれに分かれて集落の住民たちが日常の課題について考えて、その課題の解決に向けた仕組みをつくることを目指した取り組みである[澤田 2009]。2006 年 7 月から翌年 1 月にかけて、町の住民たちが自分たちが暮らす集落のことを知り、集落の大切な地域資源（＝たからもの）を再評価したうえで、どのような集落をつくってゆくかを考えるためのワークショップが開催された。それぞれの集落のリーダーらが中心となって、各集落で合計 3 回のワークショップが実施された（表 2）[澤田 2009]。

表 2 ワークショップの内容

##### ① 地域のことを知り、たからものを探そう

集落の住民たちがいくつかの班に分かれて、集落の地図に大切にしたい地域資源（場所、モノ、コトなど）を記入し、その思いをそれぞれが語り、ストーリーを共有し合う。その後で班別の話し合いの結果を発表し、集落の住民たちと意見交換を行う。

##### ② 現地をみよう～集落内探訪～

第 1 回目のワークショップで出された地域資源のある場所を実際に訪れて現状を確認し、その資源に関する資料を収集する。

##### ③ 夢を語り合おう

集落の大切な地域資源を活かした集落づくりの方法について集落の住民たちが議論をし、意見を出し合って、集落をより良くするための具体的な計画を作成する。

約 1 年間の活動を通して 39 の集落全体で 100 回以上のワークショップが開催され、1964 名の住民たちが参加したという。39 の集落で合計 670 の地域資源が発掘された [澤田 2009]。

## 4.2 新野水車の会

地域サロン事業の終了後、町内のいくつかの集落では、ワークショップを通じて発掘された地域資源を活かしたまちづくりが進められている。例えば、神河町の南部に位置する新野集落では、水車を活かした観光まちづくりに取り組んでいる。この集落にある水車は農地灌漑用の揚水水車で、文献記録によると、元禄 6 年（1693 年）にはすでに水路から水田に水を引くための水車が稼働していたという。1960 年代までに 18 基の水車が稼働していたが、その後、水車の数は減り続け、2000 年代にはわずか 3 基の水車が稼働するだけであった。地域サロン事業を通して、水車がこの集落の大切な地域資源であることを再認識した住民たちは、2007 年に農林水産省の「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」を活用して 8 基の水車を製作し復活させた。翌年には、水車の管理・運営、アピール、そして観光者の誘致と交流を目的として、34 名の集落の住民たちが中心となって「新野水車の会」を発足させた。



写真 1 新野の水車  
(2016 年 5 月 22 日 筆者撮影)

水車の会では「昔ながらの田園風景」をキャッチコピーとして、新野を売り出そうとしている。水車の会は、観光者を誘致するために、①水車まつり（毎年 5 月最終日曜日）、②秋の収穫祭（毎年 11 月最終日曜日）、③野菜の直売会（毎月第 3 土曜日）、④スタンプラリーなどの

イベントを開催している。多くの観光者たちに水車をみてもらおうために、稲刈りが終わっても11月～12月頃までは水車を撤収せずに稼働させているという。さらに役場や観光協会などとも連携して、水車とその周辺にある名所を紹介する散策マップも製作した。毎週日曜日には水車の会のメンバーが交代でJR新野駅前にある「新野水車の郷」と呼ばれる施設に常駐し、ここを訪れる観光者たちへのガイドなどを行ったりしている。県内のバス会社とも連携してバスツアーを企画し、観光者のさらなる誘致に取り組んでいる<sup>4</sup>。

### 4.3 比較文化と全体論アプローチ

筆者が新野集落を初めて訪れたのは2016年5月のことである。復元された8基の水車を含む11基の水車が力強く水を汲みあげる光景を今でも鮮明に記憶している。しかし、翌年、再びここを訪れた際、水車の会のメンバーは、開口一番、「今年の水車はダメですわ」と語った。それと言うのも、前年とはうって変わって、今年はわずか4基の水車だけしか稼働していなかったのである。話しによると、水路沿いに畑を所有する農家（正確には、農家が耕作を依頼した営農組合）が、今年はコメではなく、生姜を栽培することになり、畑に水路の水が入ると困るので、今年は水車の稼働を中止して欲しいとの要請があったという。水車の会としても「新野を盛り上げるために」と協力を強く求めたが、議論は物別れに終わり、その農家が所有する畑沿いでの水車の稼働を断念せざるを得なかったのだった。

「今年の水車はダメですわ」という言葉に象徴されるように、水車の会のメンバーたちは、わずか4基の水車だけではここを訪れる観光者たちを満足させられないことを十分に理解していた。事実、彼らが予想したように、この年の水車は観光者たちを満足させるものではなかった。例えば、筆者がここを訪れた際、神戸市内からやってきた4人の男性グループと遭遇した。彼らは、毎年この時期になると水車の写真を撮るためにここを訪れているという。今年も期待して、神戸から2時間以上もの時間をかけてやって来たが、わずか4基の水車しか稼働しておらず、「肩透かしをくらったようだ」と話していた。彼らは水車の写真を撮影したものの、納得できない表情を浮かべながら、わずか十数分ほどでその場を立ち去ったのだった。

#### (1) 水車の会、農家、観光者の3者の関係をめぐって

以上のエピソードは、地元農家から協力を得られなかったことで、水車を稼働することがで

---

<sup>4</sup> 2008年は秋のシーズンだけで500名の観光者を受け入れたという。但し、この数字は水車の会が主催したイベントなどに参加した観光者だけの数字で、それらに参加しないでここを訪れた観光者は含まれていない。なお、水車の会の代表の話によると、こうしたイベントやツアーに参加しないで訪れた観光者の数も把握したいが、メンバーは毎日「新野水車の郷」に常駐している訳ではないので、それは難しいという。

きず、その結果、ここを訪れる観光者たちの期待に応えられなかったことを物語っているに過ぎない。しかし、比較文化の視点からこのエピソードを解釈すると、水車の会、農家、観光者たちの水車の捉え方やその位置付けが根本的に異なっており、それがこうした事態を招いた要因のひとつであることが分かる。まず、観光者たちにとっての水車は「観光のまなざし」[アーリ&ラースン 2014]を向ける対象であり、観光資源として消費する対象である。彼らは 11 基の水車が列をなして力強く水を汲みあげる光景を期待してここを訪れる。一方、農家にとっての水車とは農機具に他ならない。しかも、水を水田に引き入れることにおいて、それは農機具としての意味と価値を有する。そうでなければ、彼らにとって水車は無用のものでしかない。さらに水車の会にしてみれば、水車は観光資源であると同時に、灌漑のための農機具でもある。水田に水を引き入れるための揚水水車としての機能を果たすことで、水車は観光の文脈において観光資源にもなりうる。

このように水車の会、地元農家、観光者たちが前提とする基本となる立場や考え方がそれぞれ異なる中で、水車を活かした観光まちづくりを進めてゆくには、こうした違いがあることを理解したうえで、お互いの利害を調整し、彼らが共有できるような共通の枠組みをつくりあげることが不可欠となるが、一方でこうした違いを理解するだけでは十分ではない。観光まちづくりに関わる人や組織を取り巻く状況がどのようなものであるかを理解すること、すなわち、それらを全体論的な枠組みの中で理解し把握することもまた重要である。そうすると、例えば、農家によるコメから生姜への転作については、それが決して水車の会の取り組みへの不支持によるものではなく、国が推し進める減反政策のためにコメづくりを断念し、転作せざるを得なかったことが分かる。こうしてみると、新野集落で取り組まれている水車を活かした観光まちづくりは、水車の会、地元農家、観光者の 3 者だけでなく、さらに新野というコミュニティの中で完結するものではなく、国の農業政策とも密接な関わりがあることが明確となる。その道りは決して容易ではないが、国の動向も視野に入れながら、水車の会、地元農家、観光者らの利害が一致できるポイントを見出して、観光まちづくりを進めてゆかなければならないのである。

## (2) 水車の会と行政の関係

比較文化の視点と全体論的アプローチは、観光まちづくりを進めてゆくにあたっての水車の会と行政との関係のあり方を理解するための重要な手がかりにもなる。水車の会では、新事業を始めるにしても、常にその財源をいかに確保し調達するかが課題だという。その都度、国や県などに補助金を申請し、それを財源にして事業を展開させてきたが、その期間が終了し、補助金が打ち切られると、その事業も終了しなければならない事態を招いてきた。水車の会のメ

ンバーの中には、町役場が予算を組むなどして、自分たちの取り組みを積極的に支援することに期待する声もある。しかし、役場の側からすると、特別の理由や事情がない限りにおいては、特定の集落や団体に対して支援をするのは難しいという。彼らは「公共性」の観点に立って、町の全ての住民たちの利益につながることに對して支援することが行政の基本的役割であると認識しているのである。

こうした両者の支援のあり方に対する認識のズレは、双方がそれぞれ寄って立つ「文化」の違いに起因すると考えていいだろう。今後、水車の会が役場からの公的支援を求めるとするならば、例えば、自分たちの取り組みを新野のコミュニティの中だけではなく、町全体の活性化のための活動など、より大きな枠組みの中に位置付けて、町の住民全体の利益につながることをいかに提示できるかが重要となってくる。

## 5 おわりに

観光まちづくりは、地域のあらゆる資源を活かすことで、来訪者との交流を促進し、活力あるまちを実現することを目指す活動である。観光まちづくりにおいては、地域住民が主体となることを基本としながらも、行政、企業、NGO、観光者などのさまざまな人や組織が連携し協力して取り組まれる。本稿では、こうした観光まちづくりに対して文化人類学はどのような関わりをすることができ、いかなる貢献ができるかを考えてきた。

文化人類学の観光まちづくりへの貢献については、さまざまな貢献のあり方を考えることができる。本稿の議論を踏まえて指摘できることは、文化人類学者は、比較文化の視点および全体論的・関係論的な視点に立ちながら「文化の翻訳者」や「文化の仲介者」として観光まちづくりに関与するという貢献のあり方である。観光まちづくりに関わるさまざまな人や組織の「違い」を念頭に置いたうえで、いったい何が異なるのか、どのように異なるのかを理解するとともに、それぞれの行動や対応の意味や背景を全体論的・関係論的な枠組みの中に位置付けて把握する。このような理解を踏まえて、文化人類学者は、観光まちづくりに関わるさまざまな人や組織の多様な関係をとりとまとめて、認識共有や合意形成へと導いてゆくのである。

地域住民が主体となりながらも、行政、企業、NGO、観光者などのさまざまな人や組織が連携し協力しながら、観光まちづくりを実践的に進めてゆくには、こうした文化人類学的な素養を持った人材が求められていると言えよう。文化人類学の視点やアプローチが観光まちづくりの取り組みに対して果たす役割は決して小さくはない。

## 参考文献

アーリ・J & ラースン・Y

2014 『観光のまなざし』加太宏訳、法政大学出版会

池内秀樹・朽木弘寿

2007 「観光まちづくりの成果と課題：由布院温泉・黒川温泉を実例として」『地域創成研究年報』第2号：155-174.

石森秀三

2001 「内発的観光開発と自律的観光」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』国立民族学博物館調査報告第21号：5-19.

岡村祐・野原卓・西村幸夫

2009 「我が国における「観光まちづくり」の歴史的展開：1960年代以降の「まちづくり」が「観光」へ接近する側面に注目して」『観光科学研究』第2号：21-30.

観光庁観光地域振興部観光地域振興課

2009 『観光地域づくり人材育成の取り組みに関する調査』

2015 『“人育て”から始める観光地域づくり：観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015』

観光まちづくり研究会

2000 『観光まちづくりガイドブック：地域づくりの新しい考え方～「観光まちづくり」実践のために』、(財)アジア太平洋観光交流センター

観光立国推進戦略会議

2004 『観光立国懇談会報告書』

澤田俊一

2009 「集落単位の地域づくり「神河町地域サロン事業」：地域力の向上を目指して」『兵庫自治学会』第15号.

敷田麻実

2009 「よそ者と地域づくりにおけるその役割に関する研究」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』№9：79-100.

敷田麻実・森重昌之・中村壯一郎

2012 「中間システムの役割を持つ地域プラットフォームの必要性とその構造分析」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』№14：23-42.

野原卓

2008 「観光まちづくりを取り巻く現状と可能性」『季刊まちづくり』第19号：30-37.  
橋本和也

2017 「産官学民の連携に基づく観光人材育成のための理論の構築に向けて」橋本和也編『観光まちづくりと地域振興に寄与する人材育成のための観光学理論の構築』科学研究費助成事業・学術研究助成基金助成金基盤研究（C）（課題番号 2555010125）最終報告書：151-171.

兵庫県神河町

2015 『神河町地域創生総合戦略』

堀野正人

2004 「地域と観光のまなざし：「まちづくり観光」論に欠ける視点」遠藤英樹・堀野正人編『「観光のまなざし」の転回：越境する観光学』春風社：113-129.

2014 「観光まちづくり」大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田孝治編『観光学ハンドブック：新しい知的領野への旅立ち』ナカニシヤ出版：168-173.

2017 「観光まちづくり論の変遷における人材育成の位置づけ：経営・政策志向を相対化する研究視角の必要性」橋本和也編『観光まちづくりと地域振興に寄与する人材育成のための観光学理論の構築』科学研究費助成事業・学術研究助成基金助成金基盤研究（C）（課題番号 2555010125）最終報告書：12-30.

藤田真理子

2005 「特集「介護」の人類学」『文化人類学』第70号3巻：327-334.

前川啓治

2006 「開発論」綾部恒雄編『文化人類学20の理論』弘文堂：249-255.

宮内泰介

2006 「「まちづくり」の中で、人類学者はどのような質の地域資源や社会関係を「発見」しうるか」橋本和也編『「(人と人を結ぶ) 地域まるごとミュージアム」構築のための研究』科学研究費補助金・基盤研究（B）（課題番号 15320123）中間報告書：43-44.

宮下克也

2009 「福祉コミュニティづくり：人類学の応用について」波平恵美子編『健康・医療・身体・生殖に関する医療人類学の応用的研究』国立民族学博物館調査報告第85号：93-109.

森正美

2006 「協働作業の試み：京都府宇治市における実践の問題点と可能性」橋本和也編『「(人と人を結ぶ) 地域まるごとミュージアム」構築のための研究』科学研究費補助金・基

盤研究 (B) (課題番号 15320123) 中間報告書 : 34-40.

森重昌之

- 2015 「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」『阪南論集人文・自然科学編』Vol.50  
No.2 : 21-37.
- 2017 「観光まちづくりの新たな展開 : オープン・プラットフォームと観光ガバナンスの必要性」『CATS 叢書』第 11 号 : 261-266.

四本幸夫

- 2014 「観光まちづくり研究に対する権力概念を中心とした社会学的批判」『観光学評論』  
第 2 巻第 1 号 : 67-82.