

観光研究所 だより

Vol.6
No.1

Summer 2009

CONTENTS

- 人を柱に成長する「ホテルメトロポリタン」……………1～4
日本ホテル株式会社 常務取締役 ホテルメトロポリタン総支配人 塩島賢次氏
- 2009年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」……………4
新講義案内
- 2009年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」受講受付のお知らせ……………5
- 2008年度 研究調査報告……………6～9
稲垣 勉、杜 国慶
- シリーズ 韓国最前線……………10
劉 亭淑
- シリーズ 九州便……………11
曾山 毅
- 所長の海外体験記 その8……………12
小沢健市（観光研究所所長）



発行：立教大学 観光研究所
〒171-8501 東京都豊島区西池袋3-34-1
TEL.03-3985-2577 FAX.03-3985-0279
E-mail : kanken@grp.rikkyo.ne.jp
www.rikkyo.ac.jp/research/laboratory/IT/

～人を柱に成長する 「ホテルメトロポリタン」～

日本ホテル株式会社 常務取締役
ホテルメトロポリタン総支配人 **塩島 賢次 氏**



塩島 賢次氏 略歴

- 1946年 神奈川県横浜市生まれ。
- 1970年 立教大学経済学部卒業、藤田観光株式会社入社。
フジタグアムタモンビーチホテル副総支配人、ニューヨーク椿山荘総支配人。
- 1992年 フォーシーズンズホテル椿山荘東京開業に際し、レストラン支配人となる。
その後、料飲支配人、副総支配人を経る。
同総支配人。
- 1998年 藤田観光株式会社執行役員
- 2003年 藤田リゾート開発株式会社代表取締役社長、カメラアヒルズカントリークラブ総支配人を経る。
- 2006年 日本ホテル株式会社 常務取締役、ホテルメトロポリタン 総支配人をつとめる。
フォーシーズンズホテル前総支配人の経験を生かした「サービスを越えたホスピタリティ」の研修、講演が人気となり、著書には「フォーシーズンズが実践するホスピタリティの黄金律」（2006年PHP研究所発行）がある。

2007年以降の首都圏でのホテルオープンラッシュや昨年に端を発する世界的な金融危機も重なり、多くのホテルが苦戦を強いられている状況下、ホテルメトロポリタンは依然として好調な年間平均稼働率を維持しています。この度はフォーシーズンズホテル椿山荘東京元総支配人、昨年6月よりホテルメトロポリタン総支配人として新たにその手腕を発揮されている塩島賢次氏にご登場頂き、「地域と共に発展を目指すホテルメトロポリタン」の姿、そして新たな組織やスタッフとの間で実施されている試みについて前職でのご経験談も交えながらお話を伺います。



ホテルメトロポリタン 外観

5Q 5A

「人」塩島賢次氏にQ&A!

- ①一日を快適に過ごすために心がけていらっしゃる事は?
毎朝日本テレビの「ズームイン」を見て、あかさまな占いなどのコーナーでラッキーと言われた色などを積極的に取り入れる。「何か良いことがある」と言われたらポジティブに考えて実践する。
- ②最近感じた「幸せ」を教えてください
茂木健一郎氏の脳科学の本を読んで、頭の働きとは頭の良い、悪いよりも気づきといったことの方が大切と書いてあった部分を読んだ時。また、そこに掲載されていたトリックアートや騙し絵の中で、ずっと見えなかったものが突然見えるようになった瞬間。
- ③好きな言葉は?
「人生は夢とロマンと反省」「インパクト」
- ④現職に就いていなければ、どんな道に進みたかった?
幼い頃は医者。それ以降は外交官。
- ⑤今のお仕事の「やりがい」とは。
ホテルで働く喜びをスタッフに伝え、国際的に通用する人材を育てていくということ。自分の言葉で自分をアピール、コミュニケーションできる人材としての意識付けを担う役割であること。

■ホテルメトロポリタン新総支配人として何が求められていると思われますか。また、前職でのご経験をどういった形で反映されていかれるおつもりでしょうか。

まず、第一にホテルスタッフがモチベーションを高め、そこにやりがいを見つけれられる職場づくりが求められていると思います。また、四つ星レベルのバランスのとれたサービスや施設としてお客様にご理解頂けるブランドイメージをしっかりとつけ、自分達もそのレベルのサービスを提供するという明確な目標を持って経営していくことが大事だと思います。マーケットに対して遡及ができ、お客様自身もメトロポリタンと言えばこれというようなイメージをしっかりと作って頂ける商品を提供しながら、それを少しでも越える期待以上のサービスをいつも目指したいと思っていますが、お客様の我々への期待はラグジュアリーへの期待とは異なって然りだと思います。我々日本人はその点について混同しがちで、ランクの全く違うホテルであることを忘れ、「ホテル」という一括りにしてしまう傾向があります。我々の場合はグランドホテルとしての、それもミドルクラスの期待度に対して、それを大きく上回ったり、下回ったりすることのない安定したサービスを提供するという目標を従業員に示し、少しでもお客様の期待の上をいくサービスを目指して結果的に利益を確保していかなければなりません。つまりCS（カスタマーズサティスファクション＝お客様の満足）を引き出しながら、リーズナブルな価格以上のバリュー（価値）をお客様に提供するということです。

■2009年のホテルメトロポリタンが掲げる目標とブランドコンセプトとは？

ここホテルメトロポリタンはJR東日本のフラッグシップホテルといわれていますので、その意識を働く側も持って仕事をすべきです。また、ブランドイメージをしっかりと確立すると同時に大切なのは、スタッフが働きやすい労働環境を作ることです。良い環境と良い人材があれば、良いサービスにつながります。そのためには情報の共有を図って上から下まで同じ意識を持たねばなりません。JR系組織内は縦型社会が確立していますが、ホテルでは役割



塩島賢次総支配人・ホテル内レストラン中国料理「桂林」にて

分担を明確にしようとして、得てして総支配人の役割が見え辛くなります。外資系の総支配人は、自分のホテルで起きている全てを把握せねばなりません。縦割りだと各部署で問題を解決するため、大きな問題への発展は防げますが、それでは今後のホテルは成り立ちえないと思います。やはり総支配人を中心としたホテル全体として動ける体制が理想です。昨年より様々な事を試みてきましたが、今年は具



中国料理「桂林」

体的に「ホテルメトロポリタニズム」の様なものをつくり上げ、それを皆が行動として表せるようになれば、有利な立地も後ろ盾となりお客様からも更に支持されるのではないかと思います。

■メトロポリタンがターゲットとする客層とは？

一つには地元のお客様です。豊島区は新宿区と異なって近隣に住宅街が広がり、実際にここにお住まいの方が多いので、地元の方に愛されるコミュニティーセンター的な存在を目指しています。行事や宴会、お祝いをすれば地元で一番いいおもてなしを受けたとお客様に感じて頂けるホテル、つまり地元で愛されるホテルが理想です。第二に、このホテルの利用率5割近くを占める外国人のお客様や今迄ラグジュアリーを使用されていたお客様です。施設に関して言えば、スパやルームサービス、レストランも含めて国内外トップクラスのお客様を受け入れるのに十分なものですので、宿泊施設の充実度や価格などを理由にこちらにお越し頂いた際に、リーズナブルな価格で品質のいい設備とサービスを提供できるのが我々の強みですし、そういった意味では幅広い層のお客様に支持されるホテルだと思います。

■現在の世界的な景気後退期に直面し、新たに進出してきた外資系ホテルの経営の厳しさと日本のホテルの経営環境等の将来の展望についてお話を聞きますか。

非常に厳しい環境ですから、皆価格に対してとても敏感になっていますが、価格は一定レベル以下に下げると必ず品質が落ちて、どこかにしわ寄せがきてしまうものです。我々としては、やはり頂くべきものは頂きながらも、他のホテルと比べてバランスの取れたサービスを提供しなければなりません。池袋の強みは新宿と比較して物価が安く、池袋自体の利便性が高い点や池袋の街自体を活性化しようとする地域の結束力が強い点にあります。地域が一体となって街づくりのため動いている場所は自然と魅力も増します。また、ビジネス使用のお客様とレジャー使用のお客様とでは求めるものが異なります。仕事とリラックスタイムが24時間重なりあっている点を我々がしっかりと見極め、我々のセンスを生かしたサービスを提供しながら、「ここはリーズナブルな価格だが、居心地もよく便利」と感じて頂くことで我々のホテルを選んで頂きたいと思っています。ラグジュアリーホテルについては、どこも価格を理由に非常に苦戦しています。外資系のGM（総支配人）は短期で結果を出さねばならず、価格を捨てても彼らの業績に関わる稼働率を重視せざるを得ない事もあります。

人員削減も含めてラディカルな手を打ってきますが、日本の文化にはあまり合いません。こうした策を取ることが結果的にサービスに影響することもあるのです。ここが逆に日本人GMの強みです。働く人の気持ちやお客様の気持ちを考え、ある程度長期で物事を見ていく事が可能だからです。

■お話をされる際の気持ちの掴み方もとてもお上手で、「人を育てる」事へのこだわりが非常に感じられます。

前職（フォーシーズンズ）では人の気持ちの掴み方を訓練されてきたと思います。話をすること自体が大切なのではなく、相手の気持ちや立場に立ち、互いに費やしている時間の中から聞き手に何か一つでも学んでほしいという思いで話をします。また、ホテルの仕事について話す際、「ホテルで働く面白さとはお客様をおもてなしすること」であり、そこを理解して頂けるように心がけています。

■スタッフへ直筆のお誕生日カードを送られたり、月一回各部門の代表者と直接意見交換の場を持つ「ダイレクトライン」等、前職で培われたスタッフとのコミュニケーション術を現在も継続され、すでにスタッフの意気込みなどで成果が表れている点は？

誕生日カードは続けています。一カ月に書く量は以前の倍ですが、全ての従業員に会える訳ではないので、年齢や、入社時期、配属部署等の簡単なメモを書いてもらうことで、たとえ十分に相手のことを知らなくても気持ちが通じるような言葉を伝えられるインパクトの強い一対一のコミュニケーションが大切です。こうしたスタッフとの新たな接点のきっかけづくりを日頃から心がけています。

■大きな組織の中の一人というのではなく、総支配人対自分という特別な関係が感じられますね。

声をかけられ、見られているという意識を持つことによって仕事へのモチベーションに変化が生じます。また、一方的に話をするのではなく、私の行動、言葉を通して彼らに私の考えを具体的に示します。それを受けた彼らが自ら考え、形として表せるようになれば、結果的にCSやホテル自体の評価につながるのです。私自身、いつも少し先を読んで、相手の期待+αの行動がとれるようにしています。

■著書「フォーシーズンズが実践するホスピタリティの黄金律（ゴールデンルール）」にあります3Pの理念（People＝スタッフ、Product＝ハード、ソフト面での商品、Profit＝利益）についてご説明ください。

人がやりがいを持って仕事をすると結果として成果は大きなものになります。つまりスタッフを大切に思い、職場環境を整えていけば、各々が自ずと解決能力を持つに至るように成長するのです。これはフォーシーズンズの基本的な考え方で、彼らはそれを実践しています。私はこのスタンスを変えたくありません。収益も大切ですが、スタッフがやる気を持って仕事をすれば必ず全てが期待以上のサービスにつながり、最終的に適正な利益を確保できると思います。また、各スタッフが業績も含めてホテル内のトータルな目を持つことも大切です。例えば昨年よりも売り上げが上がったならば、更に一歩踏み込んでどの商品がどんな背景で売れているか

等、数値から反映される全ての事象の関連付け、意識づくりを心がけて欲しいです。Profitとは単純な利益を指すのではなく、数値に対する意識を高めるということです。また、ホテルの職人たちにも各々がプロとしての技術を生かせるような機会を提供し、その後お客様から伝えられた喜びを必ず彼らにフィードバックする事もとても重要です。設備に関しては、いかに清潔感を感じてもらえるかに留意しています。細部に及ぶところも私だけの目だけでは完全とは言えませんが、スタッフ全てが私と同じ目線を持てば、非常に高いレベルの施設管理が行えるはずで、もちろんスタッフ自身が使う施設にも気を遣います。仕事をしやすい環境を作り、彼らと連携プレーを取っているという意識を持ってもらうことも大事です。私一人の気づきは小さいですが、それぞれのスタッフの気づきを情報として集めれば効果的です。



日本料理「花むさし」

■ホテルメトロポリタンではどのような人材教育を心がけ、どんな人材をスタッフとして迎えたいと望んでおられますか。

前職同様、新人採用の際には必ず面接に立ち会うようにしています。入社当初から彼らに自分の存在を身近に感じてもらうだけでなく、その後の成長を見守る上でも有効です。直接的な関係が築かれることで、気になる点があれば彼らに直接注意を促すこともあります。また、指示を与えるということは通訳を介するものなので、指示が末端までの確に伝わり、なぜ指示が与えられたかまで理解しているか確認せねばなりませんし、そうしなければ通じないものだと思います。人材に関して言えば、我々のような仕事をして頂くためには、やはりホスピタリティ精神のある方。「自然で、自在な、気遣い」、つまりお客様に対して気遣いをアクションとして起こした際に、お客様の喜びを自分の喜びとできるかどうかです。仕事を楽しめるかどうかというのもポイントです。自分自身が楽しまなければお客様に楽しんで頂くことはできません。

■ここ数年の採用面接等を通しての学生たちの印象は？

「個性」や「自分の能力」を主張してきますが、それは他人との協調の上に初めて成り立つものです。社会の中に自分がいる、支えられ、互いに支えあっているという意識が薄く、「自分さえよければいい」という意識が強いのではないかという印象を受けることがあります。ルールを求める人も多いですが、ルールだけで世の中の物事は進みません。お客様は百通り、状況も違えば考え方も違うので、ある程度自分で判断しないとホテルは回っていきません。つまり、最終的にはホテル自身のフィロソフィーに則って判断

し、それによって生じた責任を自分でしっかりと受け止めねばならないのです。自由には権利と義務があるのですから、やれと言われたことを義務的にするのではなく、その場その場でやるべきことを尽くすというのが本当の自由だと思います。また、単に教わる、覚えることには強いですが、それは基本です。そこから頭を使い、経験を生かして進化していくことが大切です。ルールや実例に頼る余り問題解決能力が弱くなってきている印象も受けます。時には前例を全く無視して今やるべきことを考えなければいけないこともあるのです。日々変わる優先順位をしっかりと見据え、問題を効率的に解決していく能力が必要です。

■「日本人は働きすぎ」という意見が海外にはありますが、心のゆとりを感じながら働くことの必要性についてご意見をお願い致します。

それは私にとってのチャレンジ(課題)であるかもしれません。今まで私は土日を休みませんでしたが、ここでは休むことにしています。休むことで新たな仕事へのやる気を培う、勉強する等の時間に費やすことができます。休みという「申し訳ない」という独特のトーンの下がり方が日本にはありますが、仕事と遊び、そして仕事と家族のラインも同一であるのが理想です。自分の時間を持つことは大事ですし、効率よく、短時間に仕事をまとめる能力も仕事のうちです。単に長い時間を費やすのではなく、何事においても集中して最終的には結果を出すことに意味があると思います。

4

■2005年以降の大規模な施設のリニューアルの効果はいかがでしょう。

効果は絶大ですが、どんなに新しいものを作ってもマーケットにマッチしていなければ勝てるとは限りません。特に料飲施設などは

そうです。パンフレットに関して言えば、説明部分は最低限にとどめ、最終的に改装のコンセプトや意図がビジュアルとしてお客様にもきちんと伝わるようにしなければなりません。また、改装したい箇所全てを改装できる訳ではないので、自分の施設は自分で守るという意識をスタッフに持たせ、ハードとソフトのバランスをとらなければならないと思います。ハードは人間が作るものですから、そこに考えが反映されます。ハードのコンセプトを理解して、どうしても訂正できないところは別の形で進化させていくことが大事です。新しいものは必ず古くなりますので、各スタッフに通常から施設管理の意識をしっかりと持ってもらう必要があります。

■最近お読みになった本等で最も感銘を受けた作品の名称とその理由をお聞かせください。

東国原宮崎県知事著の『決断力。一人間「東国原英夫」から何を学ぶのか』(創英社)です。現場主義をPRとしてうまく利用して、自分の商品をアピールすることを知っている方であり、宮崎をとっても愛している。それを形にしているところが凄いと思います。それによって宮崎が経済的に活性化している点や、逆境の時に次の人生のために何をすべきかしっかり見極め、行動に移していた点も共感できます。逆境をポジティブに受け止めるか、ネガティブに受け止めるかで全てが変わってきます。目的意識の強さも目を引きまします。時間を大事にして、今やるべきことを常に把握しているし、それを行動に移せるだけでなく、人を引き込むインパクトも備えている。アンテナをいつも張り巡らしているの、情報も豊富で、それを上手に利用しているところが素晴らしいですね。

■本日はお忙しい中、誠に有難うございました。

(取材日:2009年5月13日)

2009年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」新講義案内

■9月29日(火)／旅館経営の課題と展望



株式会社 加賀屋
代表取締役会長

小田 禎彦(おだ さだひこ)

1940年生まれ。

立教大学経済学部経営学科卒業後、1962年(株)加賀屋入社、専務取締役、代表取締役社長を経て2000年より現職。

石川県人事委員、石川県観光連盟理事長、七尾商工会議所副会頭和倉温泉観光協会会長、能登半島広域観光協会理事長などの公職を務める。

2003年小田は政府選定の「観光カリスマ」に選ばれる。

2009年加賀屋は、旅行新聞新社主催第34回「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」にて29年連続総合1位を獲得。

2005年6月JTB協定旅館ホテル連盟会長に就任する。

2004年小田はアメリカ・モンレー市より4月28日を『小田 禎彦の日』として制定される。(※七尾市とモンレー市は姉妹提携をしている)

●旅館経営の課題と展望

旅館業を観光産業の核として、観光の地域に及ぼす影響、観光の経済波及効果、地域活性化のための旅館の役割とは。

そして時代と共に変化する、顧客志向・ニーズの変化に応じた地域づくり。

今後、観光立国にもっとも力を入れるべき時、観光に目を向けるべき時にこそ加賀屋に受け継がれている、いつまでも変わらぬ、心のこもった“おもてなしの心”が必要とされる。

■10月1日(木)／観光立国実現のための観光庁の役割
観光庁審議官

西阪 昇(にしざか のぼる)

昨年10月に観光庁が発足した。

観光庁が取り組む施策の現状と今後の課題についてお話しします。

1956年生まれ。

1979年文部省(当時)入省。

文化庁芸術文化課長、文部科学省大臣官房審議官などを経て、2008年10月より現職。

2009年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」受講受付のお知らせ

2009年度「ホスピタリティ・マネジメント講座」受講受付を7月1日(水)～7月24日(金)の日程で行います。本学の在学生・卒業生はもとより、高校卒業以上の資格をお持ちの方であればどなたでも受講いただけます。受講願書は観光研究所ホームページ(<http://www.rikkyo.ac.jp/research/laboratory/IT/>)のホスピタリティ・マネジメント講座、詳細・日程・募集要項の欄からダウンロードが可能です。また、希望者には詳しいパンフレットを当研究所

にて配布しております。郵送をご希望の方は下記のE-mailアドレスにお名前、ご住所、ホスピタリティ・マネジメント講座パンフレット希望とご記入の上送信下さい。その他のお問い合わせは立教大学観光研究所までどうぞ。

本年度の講座時間割は下記の通りです。

立教大学観光研究所 (Tel : 03-3985-2577 Fax : 03-3985-0279 E-mail : kanken@grp.rikkyo.ne.jp)

月	日	曜日	火・木曜日 19:00～20:30 土曜日 14:00～15:30	7号館7101教室 5号館5322教室	講 師
			科 目		
9月	24	木	オリエンテーション	立教大学観光学部教授・観光研究所長	小沢 健市
	26	土	ホテルマーケティング戦略	(株)ホテル京急代表取締役社長、ホテルパシフィック東京総支配人	玉井 和博
	29	火	旅館経営の課題と展望	加賀屋 代表取締役会長	小田 禎彦
10月	1	木	観光立国実現のための観光庁の役割	観光庁審議官	西阪 昇
	3	土	温泉旅館の再生	株式会社 ツーリズムマーケティング研究所 主任研究員	井門 隆夫
	6	火	現代ホテル経営の課題	ロイヤルパークホテル取締役会長、社団法人日本ホテル協会会長	中村 裕
	8	木	リゾート事業の現状と展望	株式会社星野リゾート 代表取締役社長	星野 佳路
	10	土	ホテル事業展開論	ホテルオークラ 代表取締役会長	松井 幹雄
	13	火	サービス・マーケティングの発想	明治大学 大学院グローバル・ビジネス研究科教授	近藤 隆雄
	15	木	国際ホテル経営論	前日本スターウッド・ホテル(株)会長、立教大学観光学部教授	平尾 彰士
	17	土	ザ・リッツ・カールトンのホスピタリティ・マネジメント	(株)阪神ホテルシステムズ ザ・リッツ・カールトン大阪顧問、流通科学大学教授	飯塚 義昭
	20	火	ホテルの人的資源管理論①	株式会社阪急阪神ホテルズ執行役員グループホテル事業本部 副本部長兼事業開発部長	黒沢 直樹
	22	木	ホテルの人的資源管理論②	株式会社阪急阪神ホテルズ執行役員グループホテル事業本部 副本部長兼事業開発部長	黒沢 直樹
	24	土	ホテル資産投資の概要	ジョーンズラングラサールホテルズ東京オフィス マネージングディレクター	沢柳 知彦
	27	火	由布院の観光地づくりと旅館経営	由布院 玉の湯 代表取締役社長	桑野 和泉
11月	29	木	ネット集客の実情～勝ち組と負け組の差は?～	株式会社リクルート 旅行カンパニー 執行役員 カンパニー長	冨塚 優
	5	木	ホテルのファシリティ・マネジメント	NPO法人旅行電子商取引促進機構理事長 藤田観光(株)常勤顧問	石原 直
	7	土	ホテルのレベニュー・マネジメント	(株)JALホテルズ 執行役員 営業本部副本部長	藤崎 齊
	10	火	ホテルの顧客情報とISO	NPO法人旅行電子商取引促進機構理事長 藤田観光(株)常勤顧問	石原 直
	12	木	購買管理とFBC	フォーシーズンズホテル丸の内 東京 購買マネージャー	市橋 純
	17	火	ホテル旅館法規①	畑・植松法律事務所 弁護士	畑 敬
	19	木	ホテル旅館法規②	畑・植松法律事務所 弁護士	畑 敬
	21	土	ホテルにおけるIT経営	(株)タップ 代表取締役会長	林 悦男
	24	火	ホテルの新業態と開発	東日本旅客鉄道(株)事業創造本部ホテル・メディア事業推進部門 課長	大見山 俊雄
	26	木	日常型ホテルの経営戦略	前京王ブレッソイン 代表取締役社長・京王電鉄(株)開発推進部部長	大館 ひろし
12月	28	土	シティホテルにおける宴会会のマーケティング	(株)JR東海ホテルズ 専務取締役	四方 啓暉
	1	火	外食産業の経営システム	立教大学観光学部兼任講師	王 利彰
	3	木	外食産業の新業態	立教大学観光学部兼任講師	王 利彰
	5	土	ホテルの社会的責任	社団法人日本ホテル協会 事務局長	満野 順一郎
	8	火	ホテル管理会計～その功罪を考える	(株)KPMG FAS ホスピタリティ関連サービスグループ執行役員パートナー	後藤 克洋
	10	木	総支配人の職務	日本ホテル(株)常務取締役 ホテルメトロポリタン総支配人	塩島 賢次
	12	土	シティホテルにおけるレストランマーケティング	(株)ホテル京急代表取締役社長、ホテルパシフィック東京総支配人	玉井 和博
	15	火	ホスピタリティ産業の環境経営	川村学園女子大学人間文化学部観光文化学科准教授	丹治 朋子
	17	木	ホテル経営とデザイン	株式会社デザインの森 代表取締役	森 一郎
	19	土	ホスピタリティ産業の課題と展望	立教大学名誉教授、帝京大学経済学部観光経営学科教授	岡本 伸之

2008年度研究調査報告

ルアンパバンのリゾート化とその影響

立教大学観光研究所所員
観光学部教授 稲垣 勉

■世界遺産都市ルアンパバン

2008年末、ラオスの世界遺産都市ルアンパバンで現地調査を行った。1999年以来、ルアンパバンでは観光に起因する地域の変化を、継続的に観測してきた。今回はこの一連の調査の最新版である。ラオス北部に立地するルアンパバンは、ミャンマー東部からタイ、中国・雲南省南部、ラオスに連なる北タイ文化圏の主要都市のひとつであり、14世紀にランサーン王国の首都となつて以来、第二次世界大戦後まで王都としての機能を維持し、ラオス史で重要な位置を占めている。

1995年、ルアンパバンは植民地様式とラオ伝統様式が折衷した町並みによって、ユネスコの世界遺産に登録された。これを機に、メコン川に面した静かな小都市・ルアンパバンは、急速に観光化の途を歩みはじめる。入り込み観光需要の急拡大につれ、人々は観光に対応して経済活動を変化させ、さらに生活自体をも組み替えていかざるを得なくなった。山を下りた高地ラオ（山地民）は焼き畑を捨てて路上で土産物を買い、民家はゲストハウスに改装され、目抜き通りの商家は資産化して賃貸に出される。急激なサブシステムの变化は、地域を大きく変容させた。サブシステムとは地域住民の生活を支える意識と土着の生活技術の総体である。しかしここでは共同体を維持するための無償の行為などに限定することなく、生業など利益追求を求める土着的経済活動をも含めたより広範な概念として使用している。一連の現地調査は、観光化にともなう地域住民のサブシステムの変化が、どのように地域を変容させていくのかを明らかにし、それを通じて観光化が地域に及ぼす影響を定式化することを目的にしていた。ルアンパバンにおける観光化は、いくつかのステージに従って推移してきた。本稿では紙幅の都合からでは最新の調査結果からみた、観光客対象の商業活動における変化を、ルアンパバンの観光地としての性格変化との関係に絞って報告することにしたい。

現在、ルアンパバンは観光地として一定の定常状態に移行しつつある。入り込み観光客は依然増加傾向にあるものの、新規参入から撤退を差し引いた観光関連施設の純増は鈍化しており、08年12月時点では閉鎖した大型施設もいくつか見られた。また大手の参入も04年のバニヤンツリー（Banyan Tree）によるホテル・スワナプーム（L'Hotel Souvannaphoum）の買収、アリラ（Alila）によるスリー・ナーガ（3 Nagas）の買収など少数にとどまる。ルアンパバンは現在でも地域資本中心の観光地といえよう。

■ヘリテージからリゾートへ

ところでルアンパバンの現状をバトラー（Butler, R.）の観光地域ライフサイクルにおける停滞期ととらえることには無理があろう。むしろルアンパバンは従来のヘリテージ型観光地から、別種の観光地に変化しつつあると考える方が自然である。もともとバトラーの観光地域ライフサイクルは、商品ライフサイクル論の直接

的アナロジーであり、需要の変容は前提とするものの、観光地自体の変質は内包していない。実際の観光地の発展プロセスは、地域が持つ様々な観光資源が選別的に利用され、地域の性格が段階的に変化していく過程であり、入り込み観光客を変数とする量的構造というより、むしろ質的变化の過程である。

ルアンパバンは当初バックパッカーの観光地として成立した。いわば普通の観光客が行かないところに行くこと自体に意味を見いだす秘境型観光地の性格を強く持っていた。この性格は世界遺産登録で大きく変化する。寺院群、町並み、自然環境が一体化した歴史的景観を主たる観光資源とするヘリテージ型観光地に変化し、ユネスコもそれを強力に後押しした。

しかしラオス政府観光庁の調査でも、2000年代にはいるとラオスに来訪する観光客の寺院・歴史的建造物に対する関心は継続的に低下し、一方で滞在期間は長期化し、反面消費単価は低下傾向にある。安価な長期滞在という、いわばリゾート志向は04年12月のスマトラ沖地震で東南アジアの沿岸リゾートが被害を受け、リゾート客がルアンパバンに流入することで、いっそう加速化された。現在ルアンパバンはメコン川沿いの、古都の風情を残した内陸リゾートに変質しつつある。これはルアンパバンに固有の傾向ではない。ヨーロッパから観光客を集客してきたシェムリアップ（アンコール・カンボジア）、ホイアン（ベトナム中部）など世界遺産に登録された東南アジアのヘリテージ型観光地で、程度の差こそあれ共通に見られる傾向である。これらヘリテージ型観光地のリゾート化は、前述のバトラーによる観光地域ライフサイクルに対する大きな反証であり、またヘリテージツーリズムそのものの理解にも修正を促す、きわめて重要な傾向といえよう。

■生業化する宿泊業

リゾート化はことに宿泊業とサービスを含む各種の商業活動に大きな影響を与える。ルアンパバンの宿泊業は、前述のようにいまだ産業化以前の状態にある。市内に立地する宿泊施設は、05年の集計によるとホテルが17軒、ゲストハウスが131軒である。しかしラオスの法令によると、15室以上の宿泊施設をホテルとして分類するため、大規模ゲストハウスは法令上ホテルに分類される。企業経営の宿泊施設はきわめて少数である。

一方保存区域内でのゲストハウス建設はブームの様相を呈している。ことにゲストハウス地区として知られる郵便局とナンプー



●新築中のゲストハウス
新築中の狭い路地に面したゲストハウス。奥の建物は完成間近で開業を待っており、さらに奥の建物はすでに営業を開始している。

広場、メコン川にはさまれた街区は、08年末現在も数軒が新築、増築中であり、ゲストハウスの立地も街区内の主要通路から路地に拡大している。ルアンパバンではリゾート化が、宿泊施設の一層の生業化を推し進めている。これは05年の調査によれば1泊あたり10米ドル以下の宿泊が60%近くを占めるという、低価格で長期滞在というリゾート型の入り込み需要を反映した傾向といえよう。現在ルアンパバンの宿泊料金は上昇傾向にあるものの、ゲストハウスの中心価格帯は15～30米ドルにとどまっている。

また後述する夜市の成立以降、夜間の集客施設が保存地区内のシサワンウォン通り周辺に集約された結果、この地域に徒歩圏内の宿泊立地ポテンシャルが上昇し、ゲストハウスへの転用、新築がこの範囲に集中していることが指摘されよう。これらの区域はユネスコの保存地区で、少なくともゲストハウスとはいえ建物外観は従来の建物を踏襲するか、伝統様式であることを要求される。このため大規模な新築は不可能であり、施設規模は制約される。施設規模も小さく、単価も低い宿泊業は、外部からの企業的参入には不向きで、必然的に地元民の生業に頼らざるを得ない。いわば結果として、内発的発展が生じているとみなすことが出来よう。

■衰退する土産品販売

リゾート化は商業活動にも大きな影響を与える。従来からルアンパバンにおける商業集積はかなり変化が激しく、世界遺産登録後だけでも、生鮮市場は市内南東部のナヴィエンカムから南西郊外のプーシーに移転した。また衣料雑貨を扱っていた市内中心部のダラ市場も暫時閉鎖され、その機能は南東郊外の新ナヴィエンカム市場に移動した。しかし商業的には成功せず、2008年に元の立地で駐車場付きの新しい形態のショッピングセンターとして再開するが、かつての集客力を取り戻すにいたってはいない。商業集積の変化はルアンパバンの都市構造を大きく変容させた。しかしこれらの市場は地元需要中心で、観光客対象の土産品販売は限定的であった。かつてルアンパバンにおける観光客対象の商業活動は、中心街区であるシサワンウォン通りの土産品販売店であり、主として取引されていたのはルー（タイ系農耕民で高い機織り技術で知られる）の生産する織物と、サと呼ばれる伝統的な手漉きの紙製品などの手工芸品であった。これはユネスコの推し進めたヘリテージ化と呼応する傾向といえよう。

しかし2000年代初頭まで順調に推移し、次第に織物からアパレルへとこのかたちで加工度を高め高級化、ブティック化の過程にあったこれらの土産品販売は、04年頃を境に急速な停滞期に突入する。一部の土産品店は廃業し、本業のかたわら土産品も販売していた店舗も土産品の取り扱いをやめた例が多い。またブティック化した施設では、一旦拡大した売り場面積を縮小する例も見られた。土産品販売が撤退したあとには、マウンテンバイク貸し出し、カヤッキングなど活動的なレジャーを扱うツアーオペレータの進出が著しい。リゾート型の観光行動では土産品購入の比重は著しく低下する。土産品販売の後退は、リゾート化の直接的影響である。

■モン市場と夜市

ルアンパバンにおけるもう一つの観光客対象の

重要な商業活動は「観光市」である。「観光市」という概念は確立されたものではないが、「観光客を対象として露店もしくは場所を一時的に利用して営まれる、伝統的市場を模した商業活動」と規定できよう。ことに多民族地域ではトライバルマーケット（Tribal Market）を想起させる、時として祝祭性を帯びた空間を構成する。ルアンパバンにおける「観光市」は通称モン市場（Hmong Market）と夜市（Night Bazaar）の二つである。モン市場は90年代にワット・シエントーンなど主要観光スポットの門前で、手作りの土産品を売っていたモン族の女性4人が、市内中心部の市場跡地に出店したことが端緒といわれている。90年代は10数台の仮設露台によるささやかな規模であったが、市政府とユネスコによって焼き畑禁止で山を下りた移住山地民の自活事業として位置づけられ制度化される。

その後、モン族の経済的成功を巡るマジョリティのラオ・ルウム（低地ラオ）との軋轢や、モン市場へのラオ・ルウムの進出、販売アイテムの生産に関わるラオ・ルウムとの協働、さらにはベトナムをはじめとする域外からの仕入れなど、様々な局面を生みながら、モン市場は発展していくことになる。

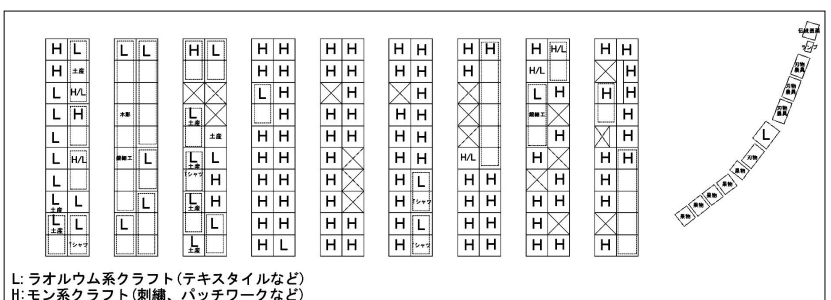
モン市場に転機が訪れるのは、02年12月の夜市の開始であろう。チェンマイの夜市に触発されたクリスマス・新年限りの短期イベントだったが、好評に支えられて恒常化する。その後、モン市場は開催場所の整備などで休止を余儀なくされるが、かつての



●閑散としたモン市場
出店者が激減し、空き露台が目立つモン市場。天幕は支給品が用いられているが、露台は鉄製の規格品から木製の手作りに逆戻りしている。

活気を取り戻すことはなかった。06年12月には空き露台が目立つようになり、08年12月には露台も手作りに戻り、出店しているものもごく少ない。

一方夜市はシサワンウォン通りを閉鎖して夕刻からの2時間あまりだけ開催される「観光市」である。出店者は従来のモン市場と重複しており、出店者は全日営業のモン市場から、時間営業



●モン市場の出店状況（2003年12月）

180の鉄製の規格品露台が整然とならび、そのほとんどが土産品の販売を行っていた。

の夜市に移行したことになる。一定期間滞在する観光客にとって、クラフト購入は滞在の主目的ではなく、むしろ夜間開催される夜市の方がより祝祭性が強く適合的である。リゾート化がモン市場から夜市への移行を推し進めたとみなして良からう。他方、夜市が夕刻以降一定時間だけ行われるという点も見逃すことが出来ない。全日拘束されるモン市場は、それを主たる生活の糧とすることを要請する。しかし時間営業、ことに夜間の夜市は、他の仕事との兼業が可能で、より多くの人々が生活の一部として観光へ参入する機会を提供する。

実際、モン市場より年齢層の低い売り手の進出が顕著である。リゾート化によってモン市場の経済ポテンシャルは低下し全日営業は現実的では無くなっている。しかし夜市は、むしろ兼業という性格によって、観光を地域住民の生活の中で採算ベースに載せうる手段となりうる。

夜市やゲストハウスのように、リゾート化は限られた資本投下で、現金稼得の機会を地域に提供し続けている。観光はサブシステムさえ商業化するほどに貪欲な存在である。これはモン市場や夜市など土着的なイメージを想起させる商業活動へのニーズで



●にぎわう夜の飲食店
夜市に立地する飲食屋台。60円あまりで肉無しの食べ放題を提供する。夜市周辺では飲食屋台が急増し、立地も拡大している。

も明らかである。こうした観光に対して、地域住民はしたたかにつきあい、巧みにコントロールすることで共同体を維持しつつ、経済活動の一部として利用しているように思える。この微妙な均衡状態が継続するかどうか、今後も注意深く見守って行くことにしたい。

チュニス調査報告

観光学部観光学科准教授
杜 国慶

2008年8月4～14日の期間で、チュニスの観光について調査を実施した。現地調査およびチュニジア観光庁から入手した資料に基づいて、以下の報告をまとめる。

2008年8月4日にアメリカのシアトルで飛行機に乗り、パリで乗り継いで1時間半後にチュニスに着いた。「アフリカ」というのは、私にとって一生関わらないだろうと思われるほど遥か遠い存在であった。チュニス国際空港に着いたのは午後3時で、気温の最も高い時間帯である。空港を出ると、日射が強烈で目が開けられないほど眩しく、空気も肌からすべての水分を奪っていくように乾燥したものと感じられた。

空港からホテルへの途中には、高い建物も樹木もなく、視野が遠くまで広がっている。ホテルのロビーは広いものの、昼間でも電気の照明は一切使っていない。複雑に造られた天井は垂直の柱と上手く一体になっており、強い日射を避けながら複雑に造られた曲面を利用して日射を照明として活用する。東洋または北米の建築物とは大きく異なる造り方で、建物の構造は建築美を示すもののみならず、気候と風土に適したものと考えられる。

資料によると、チュニスの年間降水量は465.7mmで、東京(1466.7mm)のほぼ三分の一と低い。図1で示すように、3月から10月まで東京とチュニスの月平均気温がほぼ同じであるものの、降水量はチュニスの方がかなり低い。特に、6,7,8月は東京の降水量がすべて150mm以上と高いのに比べ、チュニスはそれぞれ9.9mm、4.1mm、7.7mmと10mm以下の水準に止まる。いわゆる、夏季においてチュニスにはほぼ晴天が続き、観光に適した良い自然状況である。

チュニジア経済は小麦とオリーブを中核とする伝統農業、原

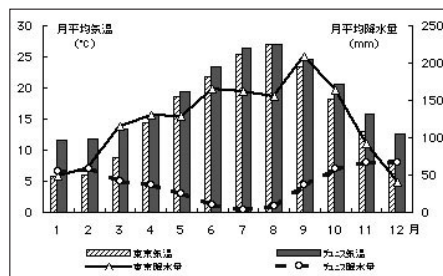


図1 東京とチュニスの平均気温と降水量の比較
(データ出所:国立天文台,2004)

油とリン鉱石に基づく鉱業、農産物と鉱物の加工によって成立する工業という三本柱から成立つ。特に乾燥気候に適したオリーブの生産量は2004年が65万トン、2005年が70万トンでイタリアとスペイン、ギリシャ、トルコについて世界第5位と目立つ((財)矢野恒太記念会、p244)。オリーブオイルの原料として使われるほか、食事の前菜としてオリーブの漬物がよく出される。

チュニスおよび周辺地域の観光資源は、悠久な歴史と地中海の大自然の相乗効果によって誕生したものと考えられる。地中海の温暖な気候と歴史遺産などにより、観光がこの都市の最大の産業となり、現在では年間約120万人の観光客が訪れる。チュニスの観光対象は主に3種類に分けることができる。まず、歴史によって成立してきた観光資源である。この種の観光資源として注目されるのは、世界遺産として登録されたチュニスの旧市街地メディナ(1979年登録)とカルタゴ遺跡(1979年登録)がある。カルタゴは地中海交易で活躍していたフェニキア人によって紀元前814年頃に建国され、現在のチュニスに程近いチュニス湖東岸に位置し、現在は歴史的な遺跡のある観光地となっている。一時期はイタリア半島まで勢力を伸ばしたものの、ローマとの3度にわたるポエニ戦争で紀元前146年に滅亡した。ローマ帝国の統治下で、ローマ風の建築物の建設などローマ化が進み、キリスト教も普及した。現在に残るカルタゴの遺跡のほとんどはローマ時代のものである。カルタゴ遺跡やローマ時代の遺跡は、現在の市街地よりも広範囲に点在している。博物館だけではなく、ポエニ人の墓地、タニト神の聖域、海に面した住宅跡

カルティエ・マゴン、ローマ人の風呂へのこだわりを感じるアントニヌスの共同浴場、海辺に立つ古代カルタゴの港、ローマ人の住居、ローマ劇場、円形闘技場など、当時の暮らしぶりを想像できる数多くの遺跡が存在する(写真1)。



写真1:カルタゴのアントニヌスの共同浴場遺跡(筆者撮影/2008年8月)

チュニジアにおいてイスラム化は重要な歴史の一環であった。イスラム世界の拡大に伴い、7世紀末にアラブ人が侵入してこの地域のイスラム化とアラブ化が進行した。1979年に世界文化遺産と登録されたチュニス旧市街メディナも、その歴史時代に築かれたものである。チュニスの原型は、カルタゴの衛星都市として栄え、13世紀には首都に定められ、数々のモスクやマドラサ(学校)が建設された。外国から巡礼者や商人も集まり、大都市として栄えてきた。現在、チュニス最大で最高の聖地と称されるグランド・モスクは、国内では2番目に古いモスクであるため、国内全土の信仰を集めている。世界遺産に登録されて、観光客も殺到しているにもかかわらず、メディナには宗教施設も保全されており、金物細工、土産物屋、衣類、靴、革製品など商店が所狭しと並んでいる。夕方などは市民の買い物の時間帯なので、凄まじい活気を見せる(写真2、3)。



写真2:チュニス旧市街地の水タバコの店(筆者撮影/2008年8月)



写真3:チュニス旧市街地の土産店と観光客(筆者撮影/2008年8月)

次いで、太陽と砂浜など自然の恵みを利用して開発されたリゾート地である。地中海沿岸には大型ホテルが数多く開発されており、観光施設としてバカンスを過ごす観光客の需要を満たす。

第三に、チュニスから日帰りアクセスできる観光スポットとリ

ゾート地であり、うち、ハマメットとスースの旧市街地メディナ(1988年世界遺産登録)が代表的なものである。

19世紀より西洋列強の圧力が強まり、1878年のベルリン会議では、フランスのチュニジアにおける優先権が認定された。この時代において、フランス人の余暇文化がチュニス周辺、特に地中海周辺の小さな町に定着し、地中海沿岸のリゾート開発が進められてきた。例えば、チュニジアの中でも最も美しいと言われる町シディ・ブ・サイドは、南地中海に面した岬の丘の上に、石畳の坂道が広がり、白壁の家々が建ち並び、鮮やかなチュニジアンブルーのドアや窓枠が目立つ。地中海に突き出たボン岬半島にはなだらかな砂浜が続くため、数多くの海浜リゾートが開発された。チュニジアを訪れる海外観光客の4分の1は南東部の町ハマメットに宿泊する。フランス植民地時代の面影は、地名にも現われている。例えば、1988年に世界文化遺産として登録されたスース旧市街地(Medina of Sousse)は町が美しく、「サヘルの真珠」と言われる。スース(Sousse)という地名は、本来の「ハドルメントゥム(Hadrumentum)」をフランス風に改名したものである(写真4)。



写真4:スース旧市街地の街並み(筆者撮影/2008年8月)

このように、チュニジアは観光地としても発達し、アフリカの国の中では良好な経済状態が続いている。

国家観光局の統計資料(Tunisian National Tourism Office、2007)によると、2007年国籍別入国者数は、フランス(1,335,409人)が最多で、次いでドイツ(514,040人)、イタリア(444,474人)、イギリス(312,773人)、ベルギー(167,443人)の順となり、ヨーロッパからの入国者数が全体の約6割(59.9%)も占める。アジア諸国からの入国者数においては、日本人が11,414人で最多となる。観光客は主に近隣先進国からのものであることが確認できる。加えて、2007年の平均滞在日数は、フランス人が6.4日、ドイツ人が11.7日、イタリア人が6.8日、イギリス人が9.5日であり、周遊型観光またはバカンスによる長い期間の滞在が主流であることも分かる。

さらに、月別の入国観光者数を見れば、チュニスの観光は自然環境に影響されていることを理解できる。例えば、スウェーデン人の月別入国者数は、5月から10月まで毎月5000人以上となるが、その他の月は3500人以下であり、最も少ないのは1月の347人である。地中海気候の影響を受け、観光客が夏季に集中するパターンになっているとも言えよう。

参考資料

(財)矢野恒太記念会(2006):世界国勢図会 2006/07年版.526p.
国立天文台(2004):理科年表 2005.丸善株式会社.1015p.
Tunisian National Tourism Office(2007): Open Door on Tunisian Tourism Statistics 2007. 12p.

シリーズ

韓国最前線 ~その十~

東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科助教授
劉 亨淑

한국의 해녀
韓国の海女

最近「海女」の研究を行っている。海女ⁱというのは日本から伝えられた言葉で、韓国では、昔から「潜女(잠녀:Jamnyeo)」または「潜水(잠수:Jamsu)」と称してきた。海女は、海へ入り海藻類・貝類を採取する女性のことで、何の保温装置も身につけず海に入り(＝すもぐり、韓国語では「裸潜(Najam)」という)、アワビ、サザエ、ワカメ、寒天などの海産物を職業的に捕獲する。海に潜り海産物を採る人々は世界の隅々も存在するが、生計維持のために職業として潜る海女は韓国と日本ⁱⁱのみであるという。

韓国での海女の起源は自然発生的であり、韓半島の各海岸と島々に分布しているが、その大部分が済州島へ集まっており、済州島が海女の発祥地であると考えられる。韓国の「水産業法」によると海女の漁業は「裸潜漁業」といい「申告漁業」として位置づけられている。近年の海女の総人口は、申告していない人も含め、およそ2万名と推算され、大部分の海女は漁村契に所属している

「裸潜(＝すもぐり)」という独特な形態の潜り方法で海女らの文化を維持していく点で海女の価値は非常に高いが、若い世代の忌避で究極に高齢化が進み、海女たちの存続が脅かしている状況である。



(左) 申告されている裸潜漁業を行っている海女の数(2007年基準)
(右) もぐり作業の出発の前の服装

ところで、済州特別自治道ⁱⁱⁱは済州島の社会環境変化で急激に海女の数が減少してきたのを痛感し、海女の基礎統計や古文獻資料などをデータベース化する作業を行っている。また、「海女生態村」を何箇所か指定、海女の文化遺産を地方文化財と指定するなど、UNESCOの世界無形文化遺産としての基盤を構築し、2011年には申請をする計画を立てている。

19世紀の後半、済州島から済州海女が釜山広域市の影島区^{iv}へ出稼ぎに渡ってきて以来、現在釜山広域市の各地域には1,000名程度の海女が分布している。主に「済州海女」を除外しては、韓国の全海岸に分布している海女に関する研究や調査が実施されていない現状で、国土海洋部と釜山広域市影島区の出役を受け、釜山広域市の海女に関する実態調査を行っているわけだ。

今回の調査で、年齢層が若い大学生たちの海女に関する認知度が一般成人に比べ低いことや、海女が海産物の販売を行

っているのを見たことと利用した経験とにはかなりの差が生じていた。世代の交差により海女に対する関心や認知度が衰えていくことがあらわれた結果であった。また、海女が直接収穫しているから新鮮であることが海女の手産物販売を利用する一番の理由とあらわれた。海女自身が運営する現代的な海産物センターや海女関連体験館・資料館の設立が必要であるとの調査結果も得られた。



(上) もぐり作業が終わりあがってきた海女さん
(下) もぐり作業が終わり、海産物を仕分けする海女さん

韓国における海女の観光資源化の程度は、漁村契別に「海女村」を中心として海女が収穫した海産物を販売している程度である。しかし、済州島のある漁村契では、観光客のために海女の「もぐりのショー・タイム」を決め、観光客の目の前でもぐりを見せたり、その日のもぐりで収穫した海産物をその場で販売するなど、観光客に一段近くなった“海女観光”のプログラムを実施しているようだ。もちろん観光客との反応も良いとのことである。

高齢化社会に伴い韓民族の伝統や文化である海女が存在がなくならないように、海女の現況や福祉問題を検討し、問題を解決・福祉を増進させ、海女自身の主体性を活用した観光資源化の方案を検討してみることが今後の海女観光の目標であると考えている。

- i 海女という文字を韓国では“Haenyeo”と、日本では“Ama”というが、ここでは韓国の海女であるため、“Haenyeo”と読んで欲しい。
- ii 日本では、三重県、千葉県、長崎県、岩手県、山口県、徳島県、和歌山県、福井県、静岡県などで海女が多く分布しており、最も多い三重県には1,165名の海女がいるという。
- iii 済州島の現在の行政名称。済州島は2006年7月1日から新たに特別自治道として出帆した。
- iv 釜山広域市の影島区は釜山広域市の32の漁村契中、海女の数や生産量に関してもトップを示し、海女の実感が大い漁村契が2つある地域である。

劉 亨淑(ゆう ひょんすく)

韓国・東亜大学校自然科学大学物理学科卒業。立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程修了 観光学博士。2002年4月～2003年3月立教大学観光学部助手。2003年4月～2004年3月立教大学観光学部専任研究員。2004年3月～2006年2月韓国・東明情報大学校ホテル経営学科専任講師を経て2006年3月より東義大学校商経大学ホテル・コンベンション経営学科専任講師、2007年3月から助教授。

シリーズ

九州便 ～第四報～

九州産業大学商学部観光産業学科准教授

曾山 毅

台湾・新竹訪問記

今年の2月に10日間ほど台湾の新竹へ調査に行ってきました。今回は九州を少し離れて、台湾を調査した際の雑感を書いてみたいと思います。今回の調査は、日本植民地期の旅行事情について「日本語世代」の方たちからお話を伺うという内容です。調査地は正確には新竹県竹北市で、現地で調査をアレンジしてくれたご夫婦のお宅に10日間ほどお世話になりました。竹北といっても日本ではあまりなじみがないと思います。竹北市は新竹省轄市に隣接しています。かつては田園地帯でしたが、新竹県政府が移転してきたことや新竹サイエンスパークの建設を契機に近年急速に開発が進み、市の中心部には真新しいビルやマンションが林立しています。台湾高速鉄道（台湾新幹線）の新竹駅も竹北市内に建設され、台北ー新竹間をわずか35分で結びます。

台湾はその住民の98%が漢族ですが、漢族内部の族群は少し複雑です。マジョリティである福建にルーツをもつ福佬人に加え、主に広州からわたってきた客家、第二次大戦後国民党とともに中国大陆から渡ってきた外省人から構成されています。かつて国民党政権によって抑圧されていた福佬人や客家ですが、民主化とともに発言力を高めてきました。台北で地下鉄に乗ると、国語である中国語に加え、台湾語、客家語によるアナウンスを耳にしますが、こうした族群の台頭を反映したものです。

ところで、今回訪れた新竹県は客家系住民の比率が高いことで有名な土地です。客家の比率は台湾全体では十数パーセント程度ですが、新竹県では住民の約8割を占めます。写真は「新竹県文化局」の建物で、客家に特徴的な円形の集合住宅をモチーフにしたデザインを採用しています。これも新竹県で多数派を占める客家を意識したものです。今回インタビューに協力していただいた方たちも大半が客家系で、母語の客家語のほかに日本語を話し、さらに戦後に中国語と台湾語を身につけたマルチリンガルも少なくありません。

さて族群の如何を問わず、台湾の「日本語世代」と接していて、しばしば戸惑うのはその日本統治時代に対する独特の思いです。浅薄な見方をするとつい安易に「親日」と判じてしまうような一連の言動です。ある方は屈託のない笑顔を見せながら昨年靖国神社でもらったという教育勅語の印刷物を私に見せてくれました。

しかし、今回も「わたくしたちは日本に捨てられた世代です」という言葉を聞きました。日本語による教育を受けたにもかかわらず、日本の敗戦によってそれを生かす場を失った台湾人がよく口にする重い言葉です。日本の植民地下と戦後の国民党政権下の脱植民地的状況を懸命に生きてきた「日本語世代」の複雑な思いがこの言葉に込められていることは確かです。

いま手元に新竹市政府編集の『新竹市観光手冊』というガイドブックがあります。そのなかで新竹市中心部の「古跡」が23箇所紹介されていますが、清国統治期の宗教施設などに混じって、新竹駅、新竹州庁、新竹州市役所、新竹神社残跡、国立新竹高中剣道館（新竹中学武道館）、新竹信用組合など日本植民地期にゆかりのある10箇所の建物が掲載されています。今回、あらためて感じたのは、近代台湾と「日治時代」の関係を冷静な視点から捉えようという台湾社会全体の雰囲気です。それが懐旧趣味の流行と相乗しながら、観光資源の発掘と整備にもつながっているようです。

今回の調査でお世話になった鄭さん、呉さんのご夫婦を最後に紹介します。お二人は客家ではなく、もともと宜蘭県でご主人が団体職員、奥さんが高校教員をしていましたが、6年ほどまえに退職され、竹北に移ってきました。お二人とも60歳代の戦後世代ですが、かなりの「親日派」です。若い時分に石原裕次郎の映画はすべてみたというご主人と、ある晩プラズマテレビで裕次郎歌謡全集を視聴したことは忘れられない旅の思い出です。



台湾高速鉄道・新竹駅



新竹県文化局

曾山 毅（そやま たけし）

慶應義塾大学経済学部卒、立教大学大学院社会学研究科応用社会学専攻博士課程後期課程退学 観光学博士。1998年4月～2002年3月立教大学観光学部助手、2002年4月～2004年3月立教大学観光研究所学術研究員、2004年4月～2007年3月名桜大学国際学部観光産業学科助教を経て2007年4月より九州産業大学商学部観光産業学科准教授。

所長の 海外 体験記

その8 Sri Lankaの世界遺産と 観光:Galle Fort旧市街 立教大学観光研究所所長 小沢 健市

筆者は、「植民地期に宗主国によって建設されたリゾート地域の総合的研究」の調査研究（共同研究）のために2009年3月中旬から下旬にかけてSri Lankaを訪れる機会をもった。以下はその報告の一部である。

Sri Lankaはわれわれにとってはお茶（紅茶）の産地として有名であるが、16世紀初頭から20世紀半ばまでのおよそ450年以上に渡り、当時の大国であったポルトガル、オランダ、そしてイギリスの3つの国それぞれに150年間ほどずつ支配されていたというきわめて数奇な歴史をもった国である。

また、スリランカには現在7つの世界遺産が存在するが、そのうちの5つは“The Cultural Triangle”と呼ばれている地域に存在する。Cultural Triangleとは、スリランカの北部に位置するAnuradhapura（聖地）、中央東部に位置するPolonnaruwa（古代都市）、そして中央南部に位置するKandy（聖地）を結んだ三角地帯を指している。その三角形の内側にはSigiriya（古代都市）、Dambulla（黄金寺院）の世界遺産が位置している。これら5箇所ないし地域は、すべて文化的世界遺産に登録され、スリランカの数奇な歴史を生抜いてきた人々の力強さを我々に垣間見せてくれる。

世界遺産への登録ということもあってか、スリランカのインバウンド統計（Sri Lanka Tourism Development Authority, Annual Statistical Report of Sri Lanka Tourism, 2006 and 2007）によると、スリランカへの1997年から2007年までの11年間のインバウンドの成長率はおよそ年平均5.45%であり、テロ事件の発生した年や津波といった自然災害時を除けば、ほ



Galle Fort 内の時計台：筆者撮影

Galle Fort 内にある灯台：筆者撮影

ば一環して右肩上がりで成長してきたといっても過言ではない。

ところで、もう一つの文化的世界遺産は、スリランカの現在の首都であるコロンボに人工港が建設されるまでの間、中心的な貿易港としての役割を演じていたGalle Fort旧市街である。Galle Fort（旧市街と要塞）は、ポルトガルによって最初に建設され、その後の支配者オランダにより強固に修復され、周囲は岩石やコンクリートで囲まれた。正に要塞と呼ぶに相応しい陸続きではあるが、出島と形容するに値する静かな佇まいを現在も残している、面積0.28Km²という小さな街である。Fortの北側にあるメインゲートを入ると、そこには正に数百年前から存在していたであろう家屋が立ち並び、訪れるものをタイムスリップさせてくれる。メインゲートを入るとその右手には時計台が時を刻み、そしてゲートの東南のコーナーには灯台が位置し、灯台の西側にはインド洋へ向けて備え付けられていたであろう大砲の土台の跡がいくつか残り、往時を偲ばせてくれる。

Fort旧市街は、裁判所がある地域の喧騒を除けば静寂に包まれた街であり、それは、Norah Robertsの書名 Galle as Quiet as Sleep（2006）そのままであり、Claudia Klagesがそ

の著書 A Guide Through the History and Presence of Galle Fort（2007）のなかで述べたように、旧市街はまるで時間が止まってしまったかのような錯覚さえ起こさせる街である。

私自身は、上に述べた6つの世界遺産登録地域のなかでも、Galle Fortに強く魅かれたが、それは西洋と東洋が奇妙に交じり合い独特な雰囲気醸成していると同時に固有の景観をもった街との印象を持ったせいかもしれない。いずれにせよ、Galle Fortは訪れる人々のすべてに感動を与えると同時に歴史について考えさせられる街であると言っても過言ではない。



（左）地図Sri Lanka：赤線の三角形がCultural Triangleであり、Galle FortはGalle市にある。
（右）Galle Fortの全景：赤色の屋根と白壁のコントラスト。
出所：www.thefortprinters.com/images/M9002.jpgによる。