

世界遺産の創造と場所の商品化

松井 圭介
筑波大学生命環境系

「世界遺産の時代」が到来している。世界遺産条約の締結国は193か国・地域となり、世界遺産の総数は1,092（文化遺産845、自然遺産209、複合遺産38）に達している（2018年現在）。周知のように、世界遺産のもつ「文化」や「自然」の価値は社会的に構築されるものであり、政治的・経済的・社会的文脈において、さまざまなアクターたちの思惑や活動によって登録運動が進められてきた。世界遺産への登録は、交流人口を増やし魅力ある場所づくりを進める有力なコンテンツとなるが、同時に地域社会に対して大きな負荷を与える諸刃の剣であることが知られている（Leask, A. and Fyall, A., 2006ほか）。

世界遺産への登録が地域経済にもたらす経済効果への期待は大きく、観光振興による地域活性化の切り札と見る向きもある。世界遺産への登録により、各種メディアを介して世界中に発信される情報量は飛躍的に増大し、それに伴う観光客の増加が期待されるが、こうした観光客の増加を期待する観光関連業界、地域振興の起爆剤としたい地方自治体や経済団体などの思惑もあり、世界遺産候補地を目指した動きが盛んになっている（松井, 2013）。こうした「世界遺産ブーム」の背景には、観光需要の掘り起こしを期待する地域の側だけでなく、観光者側のニーズにもみられる。団塊世代の離職期を迎えて、余暇・観光需要のさらなる高まりに加え、こうした世代は比較的経済的にゆとりがあるうえ、歴史や文化への関心が強く、学習型・教養型観光への志向がある。世界遺産は国内外の時間的・経済的なゆとりをもつ人々

にとって、非常に魅力的な観光対象であり、需要と供給のバランスがとれた世界遺産観光は今まで以上に市場を拡大していくものと考えられる。一方で、世界遺産登録によって地域が受けるマイナス的な要素も数多くの指摘がなされてきた。観光客による文化財の破損・汚損といった直接的な被害にとどまらず、過剰な観光客の受け入れによる地域住民の生活環境の悪化といったオーバーツーリズムの問題や所得格差の拡大、観光地化による自然環境や景観の破壊、およびそれに伴う世界遺産としての価値の喪失などがその例である。加えて、世界遺産登録が持続的な地域発展に結びつくのかについても疑問が呈せられている。世界遺産への登録は一時的な観光客の増加はもたらすものの、直ちに急増するものではなく、むしろ一過性に終わりがねない危惧もある（松井, 2013）。

そこで本特集では、日本と海外における世界遺産登録地および将来の世界遺産登録を目指す地域を事例に、世界遺産の創造と場所の商品化の課題について理論的かつ実証的に検討を行った。研究対象とした世界遺産地域は、文化遺産3（国内2、海外1）、自然遺産3（国内1、海外2）であり、世界遺産登録後のものが3（内1本は研究期間中に登録）、登録前のものが1と、全体としてバランスがとれた構成となった。

第1論文（須山）では、奄美大島における世界自然遺産登録に向けたさまざまな取り組みをたどることにより、奄美大島の人びとにとって世界自然遺産が持つ意味を、地域間の関係性に即して明らかにした。奄美の世界自然遺産登録運動は、地

域の活性化、観光の振興、奄振の延長・継続を具体的な狙いとしていたが、その本質は内地に奄美の存在を認めさせることであった。その背景には、国家を上回る権威と結びつくことにより、日本本土を奄美に振り向かせるという奄美の戦略があり、世界自然遺産は、日本に奄美を認めさせる承認欲求の道具として機能したことを論じている。

第2論文(卯田)では、世界遺産の斎場御嶽を対象に日本人および外国人来訪者の特性とスピリチュアリティの関係を明らかにした。斎場御嶽は世界遺産登録以降に来訪者が急増し、とくに近年は東アジアからの外国人も訪れるようになった。本稿では、日本人と台湾人・韓国人の来訪者を比較して、聖地型世界遺産訪問者の来訪動機について考察している。

第3論文(呉羽)は、オーストリアのハルシュタットを対象に、オーバーツーリズムの実態とそれに伴う諸問題を場所の商品化と関係づけて検討した。地域の歴史性や魅力ある文化景観を有するハルシュタットは近年、団体バスによる日帰り訪問者の大幅な増加によるオーバーツーリズムの問題が顕著になっている。本稿では自治体の取り組みをはじめとする解決策を議論した。

第4論文(堤)では、グレートブルーマウンテンズ地域およびアデレード郊外の哺乳類化石地域を対象に、登録前後の観光客数の変化や施設整備に着目しつつ、両地域における観光振興策の課題を検討した。その結果、世界遺産登録は必ずしも観光客の増加にはつながらず、観光消費額や資本投資にもつながっていない現況が明らかになった。

第5論文(松井)では、「長崎の教会群」におけるストーリーの再構築に焦点を当て、最終的に「潜伏キリシタン関連遺産」として世界遺産化されたことの意味を空間スケールの視点から検討

した。グローバル・ナショナル／リージョナル・ローカルという三つの空間的關係を信仰世界の理解という視点からみると、そこには近代知が生み出したカテゴリーによる信仰世界の解題という状況が生じていること、またツーリズムとの関係でいえば、この世界遺産をいかにして可視化しそれをいかに語るのかが大切であることが指摘された。

以上簡潔に整理すれば、世界遺産登録後のツーリズムの動向と商品化に焦点を当てた論考(第2, 3, 4論文)では、外国人観光客の増加と課題および観光資源としての消費のされ方の質的差異について議論された。現在進行形で行われている世界遺産登録運動を研究対象とした論考(第1, 5論文)では、それらの運動がローカルなレベルでいかに組織され、「遺産としての価値づけ」がなされていくのか、また登録運動の過程において、どのようなジレンマが生じ、その結果地域社会には何がもたらされるのかが議論されたと言えるだろう。

本特集号は、JSPS 科研費補助金基盤研究(A)「世界遺産の創造と場所の商品化に関わる理論的・実証的研究」(代表者:松井圭介, 課題番号15H01859)による研究成果の一部である。所収論文は、2018年6月16日に開催された第11回地理空間学会における同名のシンポジウムにおける発表を骨子としている。当日、コメンテーターとして貴重なご意見を頂戴した淡野明彦名誉教授(奈良教育大学)および羽田 司助教(徳山大学)に改めて御礼を申し上げる。

文 献

- 松井圭介(2013):『観光戦略としての宗教:長崎の教会群と場所の商品化』筑波大学出版会。
Leask, A. and Fyall, A. eds. (2006): *Managing World Heritage Sites*. Routledge.