

第6章

東北圏在住の外国人からみた視点Ⅱ

ー東北圏と観光：問題・可能性・プロジェクトー

ピアッツア，レナータ
(支倉プログラム)

第1節 はじめに

大学時代から長く日本と関わってきました。理由はわかりませんが、私と日本の結びつきは非常に強く、2016年10月に素晴らしい仕事の機会が訪れたときには躊躇なく岩手県遠野市へと移り住みました。その仕事は地域の「活性化」に関するもので、私がいわゆる「社会変革デザイナー」として(カッコいいでしょ?!)社会イノベーションに関する自分の理論を試し実践したいと真剣に考えるならば、その戦いの場で実際に生活することが大いに意味を持つと考えました。

日本の田舎において、西洋風の見えをした外国人は崇拜の対象と絶滅危惧種の間のような存在ですが、何よりその人は、英語の先生かインバウンドツーリズムのエキスパートのどちらかに違いないのです(やれやれ…)！

皆さんには申し訳ないですが、私はそのどちらでもありません。ですが「観光」に関して何か述べて欲しいと繰り返し求められるその熱意にとうとう屈服し、私は自身の経験に基づいた観光についての考えを語りはじめました。

(ただし、どんなに熱心に頼まれても、英語を教えることはありません！)

東北地方6県および新潟県(以下、「東北圏」という。)の「アグリツーリズム」に関する本書制作に対し、以下の文章を寄稿いたします。

第2節 東北圏と観光：課題と潜在性

この5年、2011年の津波被害を受けた地域を中心に東北圏各地を巡りました。

初めて大船渡(岩手)から気仙沼(宮城)へと海岸沿いを車で走ったとき、手つかずの沿岸部の美しさに息をのみました。

その海は、わずか数カ月前に何千人もの人々の命を奪ったのと同じ海ですが、点在する小さな島々や険しい崖と相まってあまりに力強く感動的で、私は驚かされました。また、ほとんど手つかずのこのように美しい景観が今まで残っていたことにも驚きました。イタリア的な私の頭の中では、地中海の観光スポットであるアマルフィやコスタ・ブラバとの比較が勝手に浮かんできました。

(※英文翻訳者) インターグループ(株)仙台支社、大江 靖雄、安部 雅人

※ 筆者の許可なしの対外言及・引用は、お控え願います。本稿の全文または一部を引用・転載・複製する際には、必ず出所元を明記願います。

明らかに、これまで三陸海岸を訪れる外国人観光客は多くなく、(見方によっては) 多少運の良かったヨーロッパの同じくらい美しい現在の有名観光スポットのように、国際的な名声を得ることもありませんでした。当時私は、地域の起業家が観光客誘致の牽引力となり、草の根レベルで適切かつ責任ある方法で売り込めば、この沿岸は地域社会に富と雇用機会をもたらす環境を活かした永続的な資源となったのではと考えていました。

実際、津波の後、主要な収入源であった漁業や工業から代替収入源となる観光への転換が期待されていました。しかし残念ながら、政府が津波対策として高さ 10 メートルを超えるコンクリート製の防潮堤の建設を決め、こういった希望はほとんどの場合洗い流されてしまいました。

しかしながら、宮城県石巻市雄勝町の農村海洋教育センター「モリウミアス」(<http://moriumius.jp/en/>) のような興味深い成功事例もあります。この「モリウミアス」の事例は、外部人材の協力を得ながら地域を活性化することで、いかに障害を克服し、東北圏における自然を犠牲にしない観光への新たな可能性へとつなげることができることを示しています。

東北圏内陸部の課題だけでなく潜在性も示すために、今度は私が現在住み、働いている遠野における「観光」と「アグリツーリズム」の現状について説明します。東北圏の他の地域にとっても良い例となると考えています。

第3節 遠野：ひとつの例

遠野は、岩手県の県庁所在地である盛岡から 1 時間半ほどの場所にある人口約 2 万 8,000 人の活気ある町で、水田のある肥沃な谷あいであり、清流や河川が横切り、緩やかな斜面の緑(季節によっては赤や白のときも!) の山々に囲まれています。

何世紀にもわたり、沿岸部と内陸部の貿易の中心であったこの町には豊かな歴史があり、日本の民話の発祥地とも呼ばれています。

伝統的な農村生活の過酷さを物語る数多くの伝説は、世代から世代へと口承で伝えられてきましたが、1910 年に作家として有名な柳田國男がそれらを収集し「遠野物語」を編さんしたことで、文学としての名声が与えられました。

1990 年代初め、地方自治体は町に観光客を誘致するための単純な方法として伝説のいくつかの側面を利用し始めました。数々の高額な(そして短絡的な、と敢えて付け加えておきます) 取り組みにより、訪問者数は一時的に増加したものの、長期的には持続不可能であることがわかりました。この場合、施設の利用方法には柔軟性が無く、訪問客が体験できる内容も更新されず、洗練された 21 世紀の旅行客のニーズに対応できなくなっていました。遠野を訪れる旅行客のほとんどは、「本物」の日本を探し求める「西洋の冒険者たち」です。もはや彼らにアピールすることのできない地方自治体は、今度はあまり教育を受けていないアジア人旅行客をターゲットにしていますが、今のところほとんど成功していません。

2017 年 2 月に遠野を訪れた「責任ある観光」の専門家、ハロルド・グッドウィン名誉教授(マンチェスター・メトロポリタン大学)の見解によれば、「潜在的な観光客の関心を『遠野ふるさと村』や『伝承園(伝統的な建造物である曲り家が点在する作り物の村)』のような観光地に引き付けておく上での主要な問題は、こうした施設の空虚さである。伝統的な農村生活の保存と展示を目的に 30 年前に作られたこれらの施設は、現在、要求の高い観光客からみれば、『屋外の歴史博物館』にすぎない。ここには、実際の生活はおろか何の味わいすら存在していない」と指摘しています。

それでは、21世紀の観光客を（国内外から）遠野のような町に「惹きつける」ことのできるものとは何でしょう。私が思うに、それは季節ごとに変化する美しい景色や独自の文化を楽しみながら、地域の人々と直接関わる生活です。東京から北東に4時間移動し、少なくとも数日間は滞在する価値があります。

今後益々「グローバル化」と「メトロポリタン化」が進む世の中において（世界銀行の報告によれば2016年の日本の都市人口は93.93%）、たとえ一時的でも農村の生活を感じることは、都会で生まれ育った多くの人々にとって、珍しく貴重な経験です。都会人が心から求める経験なのです。こういった人々に「現実」を提供することで、ますます遠野市を訪れたい気持ちになってもらえることでしょう。

遠野（＝日本）の農村地域の生活様式に関する理解を促す上で重要な貢献をしているのが、2003年設立の認定NPO法人、遠野山・里・暮らしネットワーク（山里ネット）：「グリーン・ツーリズムによる地域活性化」です²。

「グリーン・ツーリズム」とは何を意味するのか、疑問に思うのも至極当然です。「グリーン・ツーリズム」とは完全なる和製表現で、広義では英国の「農村ツーリズム」やイタリアの「アグリツーリズム」に相当します。主な違いは、日本の「グリーン・ツーリズム」は、農家ででの安価で汚れることもあるホームステイを意味し、田畑での重労働を伴うという点です。結果として、「グリーン・ツーリズム」は通常、田舎との接点を持つ機会が他にない小中学生を主なターゲットとしています。

山里ネットは、ますます疎遠になる農村部へと都会の住人を案内する目的で、ヨーロッパの農村ツーリズムのコンセプトを日本に輸入したパイオニアのひとつです。15年におよぶ活動の中で、山里ネットは地域の農家から数多くの参加を得ることができました。遠野には現在、150軒の受け入れ農家があり、ハードで基本的な農村体験から、より洗練されたものまで、多岐にわたるサービスを提供しています。

山里ネットは、例えば農村滞在体験と運転免許取得を組み合わせ、「ふつう」の大人にも農村生活の体験を提供することにより、「グリーン・ツーリズム」のネガティブなイメージを変えようと試みてきました。現地の自動車教習所で2週間、運転を学びます。毎年何百人もの若者が首都圏からやって来て、地元の民宿や農家に滞在しながら、比較的安全な環境で運転を身に着けます。この中期滞在により、滞在先の人々との個人的な関係ができ、免許を取得した人々はその後何年にもわたり遠野とつながりを持つのです。

さらに最近、山里ネットは「遠野みらい創りカレッジ」（富士ゼロックスがスポンサーを務める遠野を拠点とした組織）との連携を開始し、「遠野みらい創りカレッジ」の人材・チームビルディングプログラムに参加する大企業の従業員に宿泊施設と農村生活体験を提供しています。また、夏季の「遠野みらい創りカレッジ・プログラム」では、国内外の大学生と共に、活動しています。

これらは間違いなく、「アグリツーリズム」の認識を向上させ、首都圏と田舎の住人の間に長期にわたる良好なつながりを築くための良いアイデアです。

もう一つの事例は、2017年に始まった“to know: knowing Tono, knowing hidden Japan”という取り組みです。先述したように、1990年代以降「遠野物語」は、地方自治体により遠野に観光客を呼ぶためのささやかな道具として利用されてきました。しかし遠野市民はその本の内容をよく知らず、専門家のための文学、あるいは「河童」のようにかわいいマスコットへと変身した物語の集まりとしてみてしまいました。

2 遠野山・里・暮らしネットワーク, http://www.tonotv.com/members/yamasatonet/en/about_us.html (January 29, 2018) 参照。

しかしながら、表面的には解り難くても、「遠野物語」には素晴らしく豊かな歴史と日本に興味のある人なら誰でも魅力を感じるような多様な意味合いが秘められています。

“to know”のプロジェクトは、地元の博識で熱心な「遠野物語」専門家が主導する定期的な勉強会やフィールドワークを通して、遠野市民の力を向上させようとする多面的な取り組みです。この教育的プロセスは、参加する市民を、トップダウンで推進される観光を引き受けるだけの受け身の状態から、最終的には地域社会が恩恵を受けるような、地域社会に根差した観光を推進できる人材へと変えるために必要不可欠な第一歩です。

“to know”は、歴史と民話、教育と観光を結び付けることに加えて、地元の人材を教育し、彼らに自分たちのルーツを再発見し、この土地の文化遺産のユニークさを理解してもらい、それによってこれらの利用可能な資源を活用し新たな観光ビジネスや既存の観光ビジネスの改善を促進したいと考えています。このプロジェクトでは、地元の民宿に泊まり、伝統的なレシピで調理された地元の農産物を食し、農家の人々の生の声や遠野の住民の日常生活に今も息づく伝統的な民話に耳を傾けるのですが、すでに何軒かの民宿のオーナーたちが参加しています。

また、“to know”は、日本人であれ外国人であれ、かなり定義されたタイプの訪問客にアピールすることで、ある種のフィルターの役割を果たそうと試みています。遠野市への訪問客の総数を増やすかわりに、リピーターの数と彼らの滞在日数を増やし、「歴史」、「民話」、「芸術」、「美食」に深い関心を寄せる旅行者に焦点を当てるのが目的です。

さらに、“to know”は、訪問客の知名度向上のため、国内外のアーティストやデザイナーを対象に自前の短期滞在プログラムを企画しています。生活様式や民話について学んだアーティストたちは、民宿のオーナーと束の間の生活を共にしながら、大きな潜在性を秘めながらも地元での認識が限定的であるために可視化されていない既存の文化資源を磨きなおし、「遠野物語」の内容をグレードアップして更新する助けとなっています。

第4節 むすび

本稿で私が書いた内容から、遠野は、特別だと思われるかもしれません。

しかし、私は、日本には同じように資源が豊富な町や村が数多くあり、それぞれに「緑の山々」、「田んぼ」、「伝説」、「伝統家屋」等があると考えています。

強調したいのは、元々ある豊かな地形、現地パートナーの寛容さ、「ふつう」の向こう側に「特別」を見出すことのできる外部人材の視点の存在が、東北圏の隠れた美しさを開花させ、本当にその価値が判る人々にアピールするための「正しい組み合わせ」だということ。

「地元にも眠る資源の覚醒」、「地元にも力をつけること」、「新しいアイデア」、「大量消費型の観光」から「地域社会に根差した観光への転換」等、これらのプロセスは、全て日本を愛する人々にとって東北圏をトップクラスの観光地にするための基本的要素なのです。

なお、本稿の内容に関する写真は、次のとおりです（写真1・2・3・4・5・6参照）。

写真1. 筆者自画像



（出所）筆者撮影。

写真2. 遠野市内民家風景



（出所）筆者撮影。

写真3. 遠野市内民家風景



（出所）筆者撮影。

写真4. 遠野市内民家風景



（出所）筆者撮影。

写真5. Next Commons研究会風景



（出所）筆者撮影。

写真6. 遠野市内民家風景



（出所）筆者撮影。