

# ハッピーネスを基準とする

## 観光 維持可能な感幸



石森 秀三

いしもり しゅうぞう

国立民族学博物館教授

文化資源研究センター長

1945年生まれ。観光文明学・文化開発論専攻。主な編・著書に『エコツーリズムの総合的研究』（国立民族学博物館、2001）、『観光の20世紀』（ドメス出版、1996）、『観光と音楽』（東京書籍、1991）

未知を感じるために  
旅に出る

観光の本来の意味を探っていくと、もとは宗教と同じ機能を果たしていたのではないかと、私は考えています。

宗教者に「あなたのやられていくことは、観光と同じですね」と言ったら、まず怒られます。「宗教は人間を超越するものを学び、感じとり、信じることにある。それを観光風情と一緒にするな」と。でも、文化人類学者の私の目からはそう見えます。

かつての宗教者は、現在のよう  
に教団に属して教祖や教団の幹部  
から教えを受け、書かれたものを  
読んで学んだのではなく、一人ひ  
とりが野山に分け入って数ヶ月放  
浪する中で、人間を越えるものに

出会う体験をしていました。そう  
いう形で、天とは何か、神とは何  
かと考えてきたのです。その放浪  
は旅ともいえるわけで、旅は宗教  
に大きな役割を果たしています。

同じように、日本の旅人もかつ  
ては自分の食べるものを背負って  
旅をしていたわけです。お湯を入  
れば御飯になる「乾し飯」と味  
噌を持っていけば、途中で山菜  
でも採って旅はできた。木賃宿と  
いうのは、「薪代を払う宿」とい  
う意味で、鍋を借り受けて自炊す  
るのが旅のスタイルでした。江戸  
時代になって旅籠ができて、お金  
を払えば料理が出てくるようにな  
るのです。

どこの国でも、少年が大人とし  
て認められるためには通過儀礼が  
不可欠で、ネイティブアメリカン  
のある部族では、一人で森に行っ  
て熊を仕留めなくてははいけません

でした。その証拠として、熊の爪  
を持ち帰らなくては、部族に迎え  
入れてもらえないのです。若者は  
どうすれば熊を倒せるか、考えて  
工夫をし、恐怖と闘いながら数ヶ  
月過ごしました。こうした体験を  
して戻ってきた若者は、立派な大  
人になっています。このときの体  
験が生涯自分を守る後ろ盾になる  
のです。アフリカではライオンの  
耳たぶを取ってくる、ということ  
が通過儀礼になっている部族もあ  
ります。女性の場合は初潮がきま  
すから、大人になるための通過儀  
礼はあまり行なわれません。

旅というのも未知なる世界、自  
然との出会い、人との出会いです。  
日常を越えた出会いを通して、結  
果としてその人に何らかの力を与  
えるわけです。

こうしてみると、どうも宗教と  
観光は、根元をたどると一緒だっ

たように思います。

観光から感幸へ

長らく日本の観光の主流だった、「名所見物」「団体旅行」「周遊」というスタイルは、価値観の変化から激変しています。立派な設備や品数の多い食事に感わされず、日常から出ていき感動を得る、という観光本来の姿に戻りつつあるようです。五感を通して観光するという意味から、「感幸」と命名した人がいますが、私も賛同してこの言葉をよく使わせてもらっています。

温泉は、そのような意味での「感幸資源」の典型でしょう。温泉に浸かって「あー、極楽」と口にする瞬間は、まさにこの世にあらざる至福の時間です。

このような感幸の時代では、旅

行代理店が商品化しないような所に好んで行く人もいて、何も無いことに、やすらぎを感じる人がいます。水を例にとっても、おいしい水というだけで人を引きつけます。水というのは、見るだけでも、味わっても、浸かっても感幸を感じるものです。感幸という意味では、地域にとつて大いに貴重な資源になるものと思います。

裸でともに浸かる効用

旅する人が幸せを感じることを求めるのに応じて、旅人を迎える地域の人も変化を迫られています。迎える側も、未知の旅人の出会いの中で、日常を越える感幸を感じられるようにならないといけません。旅人だけが温泉に浸かって「極楽、極楽」と幸せになる一方で、地元の人が「ようごみ



水の文化長野県野沢温泉村取材チームの外湯「大湯」男湯での、激熱ハッピネス

捨てるお客さんや」と文句をいうようでは、うまくいきません。

やはり旅人とともに、地域の人も、「今日は素晴らしい人と出会えた、喜んでもらって良かった」と感じられることが大事な点です。

四国のお遍路さんは、そういう気持ちが生きている旅の典型例でしょう。僕はお遍路というと、病苦を癒す、人生の危機にある人ばかりがお遍路に行くのかと思っていたのですが、今は多様な目的で歩いているようです。地元の人、そうしたお遍路さんをさまざまな方法で接待します。お遍路さんに150円渡す人がいますが、それで缶ジュースを買ってください、ということなんです。それには「自分は何もできないけれど、気持ちだけ受け取ってください」と、土地の人の心が込められています。義理とか義務とかいうのではなく、自分の代わりにお参りをしてくれている、という思いがあるわけです。

そういう点から考えると、温泉もまさにこの世にあらざる体験空間で、そこにかかわる人々がなぜか力を与えられる相互的な交流の場なんでしょう。仮にドイツ人が温泉に入って病気が治っても、極楽で癒されるような気持ちにはならないでしょう。これは日本独特の美学で、ルースベネディクトも

『菊と刀』の中で「耽溺の美学」と表現しています。為すすべもなくお湯に身を預けるということ、言い得て妙ですね。

外国の研究者を日本の温泉に連れて行くと、最初は戸惑いますが、次第に喜んでくれます。桶に熱燗などを入れてもらうとさらに高揚して、裸のつきあいで隔てのない極楽感を味わえる。世界の国々は緊張関係を強いられる厳しい時代になつていますが、そんな中でこそ、温泉の持つ効用を活用したいものです。

### 自律的観光の時代

このように旅の重点が「感幸」に移ると、「旅人」、「旅行代理店」、「宿泊施設・観光地」という関係も変わってきます。

以前だと、旅行代理店に行つて「ちよつと北海道行きたいのだけれど」と頼むと、カウンターの女性ほとんど例外なくパッケージツアーを勧めました。敢えて「パッケージに含まれていないこの場所に行きたいのだけれど」と言うのと「ここに寄ると、ちよつと割高になりますね」と言われました。

つまり、典型的なパッケージツアーに乗っかってしまうほうがはるかに安かつたし、そこそこ満足できる旅が組み立てられていまし

た。このような旅行代理店のパッケージツアーを、「実に芸術的、きめ細かくオプションを利用者のためにつくる。アメリカではとてもこんなことはできない」と、あるアメリカの研究者は評価したことがあります。そういう意味では日本のパッケージツアーは確かにすごいし、重要な役割を果たしてきました。しかし、そこから選ぶしかないという点では他律的です。ところが、今では旅程を組み立てる環境も大きく変化し、インターネットで情報は集められるし、ネット予約した方がディスカウント率も高い。このため旅人自身が、自律的に旅を組み立てられるようになりました。

ところが、旅人を受け入れる宿泊施設・観光地の側に目を向けるとどうか。かつての熱海、鬼怒川、白浜などマストツーリズムの時代に大規模施設で観光客を収容していた施設は、旅行代理店に部屋を売っていました。ですから、そういう宿に僕が連絡して「一人で泊まりたい」というと、たとえ空き部屋があつても、「申し訳ありません、満室でございます」と丁寧に断られます。一人客を入れるよりも、何部屋も確保している旅行代理店が送客してくれるのを待っていたほうがいいわけです。この構造は今でも残っていて、旅行客は



自律的になりつつあるのに、大規模な地域宿泊業者は旅行代理店頼みで、他律的のままです。

大規模温泉ホテルでは、さらに温泉を囲い込み、ホテルの中にいろいろな店舗を置き、まちの機能までも囲い込み始めました。朝市までもが、ホテルのロビーで行なわれる始末です。この結果、ホテルと地域とのつながりは薄くなつて、旅人を迎える地域の人たちが関与できない状態にまでなつてしまいました。また最近増えた自律型観光客にとつては、こうした他律的大規模ホテルのやり方は、きつと耐えられないことでしょう。

こういう宿で「6時に夕食です」と言われると絶望的です。宴会がひかえているため、その前に宿泊客全員が集中的に湯に入るため、まるで芋洗状態です。これでは温泉に浸かっても極楽とは思えない。第一、温泉に対しても失礼です。

ですから、囲い込み型の温泉地が総じてだめになり、大規模温泉ホテルと観光地が共倒れになっていく一方、20部屋未満の宿が大変な勢いで伸びています。こういう宿では、旅行代理店が仲介しないケースが多い。温泉にもゆつくり入れるし、サービスも行き届いています。

「感幸」に焦点が当てられ、こ

れまでの観光産業も構造的な変化を迫られています。いわば「21世紀は自律的観光の時代」ということができるでしょう。

### 地域の幸福基準

そうなると、これまでは「観光地間での競争」ありきだったものが、『どれだけ自分の暮らす地域の価値を高め、それを旅人に理解してもらい、広めていくか』が重要になってきます。

高度成長期からバブルの時代に、観光地は地域振興、観光振興と掛け声を掛けたのですが、そのときの指標は「観光入り込み客数」でした。その観光地に何人が訪れたかという、客数が問題にされました。これからは発想を逆転させて、経済効率だけでなく、自分たちの生き方や幸福感を視野に入れて、入り込み客数を算出する時代になっていきます。それを元に、それぞれの地域でどれくらいの入り込み客がないと生きていかれないのかを計算したらいいでしょう。

しかし、このようにいうと「幸せを計測できるのか」と尋ねられます。国全体の経済活動の指標としてGNP（国民総生産）が使われますが、GNH（国民総幸福… Gross National Happiness）はなの

で政策的には前者は数値化できるから政策課題になるけど、幸せ、感動などは数値化できないため、評価しづらいので無視されてきました。

しかし、海外の事例でいえば、ブータンがGNHを使うことを提唱しています。ブータン国王は、「隣国ネパールのカトマンズを見た限り、近代文明は国民すべてを幸福にしていない。国内に近代文明の負の部分を導入したくない」と言っています。今のブータンの状況は、決して悪いわけではないから、伝統的なライフスタイルを守っていききたい。それで国民の幸せを確保できるのなら、それは悪いことではない。こういう理屈です。

この考え方は、日本の観光や地域づくりに応用可能です。これまで「入り込み客数」を気にするあまり、外から来る人ばかりを相手に考えていました。しかし、旅人を迎える地域の人たちが自分の土地に誇りを持ち、幸せを感じられるようにする地域づくりをする

ことが、自律的観光の本当の観光・感幸です。地域社会の人が自ら立ち、地域の資源をどう維持可能にするかは、みんなで試行錯誤しなくてはなりません。自然資源、文化資源だけでなく人的資源も見直したいです

ね。昔話をよく知っているお年寄りとか、竹細工の技術を伝承している人なども重要な人的資源です。こうした地域の光、地域の宝を、どう発掘していくかが問われます。これまでは旅行代理店任せだったけれど、自分たちで魅力をアピールするためには、メーカーが商品開発をするのと同じぐらいの努力をしなくてはならないでしょう。それが自律的な旅人に訴えかける最善の策であり、かつ、その地域が維持されていくためのプロセスなのです。

そのとき、温泉というのはまさしくかけがえのない資産だし、滞在型の拠点としても有効です。この資産を元手に、地域の人々が力を合わせ、総合力で勝負し始めています。

長野県の飯田市は、住民参画型で観光プログラムをつくる「体験観光」で注目されています。小学生がおじいさん、おばあさんの介護を手伝う体験をし、さらに水引の伝統的な産地だということを生かして、水引づくりを習います。子供たちが「すごい」といつて驚いてくれるのが教える側はうれし

以前、自閉症の人が泊まりに来たことがあるそうです。1日目はこちらが話しかけても、何もしゃべらない。2日目に、「ちよつと畑に出ましようよ」と声をかけたら、おじいさん、おばあさんと一緒に畑仕事をしたそうです。帰って2、3ヶ月すると、「またあの民宿に行きたい」と言ったそうです。それを何回も繰り返していく内に、自閉症の人と宿の人の間で少しづつ話ができるようになったといいます。話をうかがった50歳代の農家の主婦が、「本当に喜んでくれたので、こちらも民宿を続けてよかったと思う」と語っていたのが印象的でした。その家は別に農業だけでも暮らせるのだけど、市の呼びかけに応じたわけで、最初は見知らぬ人を家に入れるのだけでも抵抗があったそうです。でも、さっきの言葉のように、今では本当に民宿をやつてよかったと思つておられる。

これは迎える側にもハッピーネスがあるんだ、という発見です。ホスピタリティというのは、本来相互に与え合うものだったのでないでしょうか。このことは長い間、飯田の農家民宿の話は、感幸に気づいたことで迎える側のハッピーネスが再認識されたという好例だと思います。

## ハッピーネスを感じる 最適な受け入れ数

感幸というキーワードは、エコツーリズムと密接な関係にあります。エコツーリズムで一つの地域にどの程度の人数を受け入れられるかをキャリング・キャパシティと呼びます。

つまり、「お客のニーズに合わせて地域を変える」のではなく、「地域のキャパシティに合わせて受け入れる数を調整する」という考え方です。地域の自然資源、文化資源、人的資源を適応させてい

くことが、結果として良好な資源循環を生むことにやっと気がつき始めたのです。これが、維持可能な観光の本来の姿と呼べるかもしれません。

現実には温泉の湧出量が減少したり枯渇している所もあり、それを隠していたことがここ数年告発され、問題にもなりました。でも、まがいものの温泉はいやだという人がいるのと同じように、「きちんと情報を明かしてくれば安心できるから、その温泉でいい」という人もいます。温泉の表示問題については、「成分にこだわる人は、どうぞ他に行ってください。でも、

当地は、こういうおもてなしで、こういう満足を提供します」と、はつきり言い切るといふ姿勢があってもいいと思います。

湿地を保全するために定められたラムサール条約に「賢明な利用（ワイズユース）」という言葉が使われています。湿地のワイズユースとは、「生態系の自然財産を維持し得るような方法での、人類の利益のために湿地を持続的に利用することである」と定義されています。これは湿地だけではなく、温泉も同様です。

これからは地下水資源としての温泉量と観光資源としての温泉利

用が、両立しない場合も出てくるかもしれません。しかし、危機感を持つて自律的観光地をつくることで温泉資源を持続させることは、結果として観光資源を持続させることにつながるわけです。おそらく、これからは、温泉資源のワイズユースをできる所とできない所で差がついてくるでしょうね。

最後に、もう一点、心配していることがあります。私は以前から2010年代のアジアで観光ビッグバンが起こると予測してきました。中国を中心に膨大な観光客が日本に押し寄せてくると唱えてきたのですが、そのとき日本側にこ

れをきちんと受け止める用意があるのでしょうか。もしかしたら、高度成長期のように、大量の観光客をどんどん受け入れ、結果として温泉を過剰揚水し、自律的観光にすることになるのではないかと。そうならないためにも、感幸を賢明に維持するという資源観や方法を養っておく必要があるでしょう。



## 地域の自律性を生かす コモンズ支援・長野県

長野県にはコモンズの名がつけられた部局が存在する。長野県経営戦略局コモンズ・地域政策チームの企画員、加藤浩さんによい活動をしているのか、お話をうかがった。



### 経営戦略局コモンズ・ 地域政策チームの設立経緯

2002年（平成14）11月に、長野県で中期ビジョン「未来への提言」をつくろうと検討し始めたときに、発想の転換を図る必要性が議論されました。つまり、国から地方という中央集権的な政策の流れではなく、地域で暮らす人々が「大切だと感じるもの」を大事にして、それを我々行政が補完するという、政策発想の転換です。職員にも、強烈な意識改革が求められました。この理念をコモンズという言葉で表したわけです。2004年（平成16）の5月から当チームが編成され、10の現地

機関にも職員を置いてプロジェクトが進められています。

### コモンズ支援金

コモンズ支援金は、いわゆる補助金制度ですが、10億円規模の予算を組んで、地域活動に対して、建物などのハードの事業には3分の2以内、ソフト事業については10分の10以内の補助を出します。

さらに、財政支援だけではなく、県の職員の知恵をお貸ししようというところで、「コモンズ支援隊」という取り組みも行なっています。これらのプロジェクトの特徴は、企画段階で住民にかかわってもらうことです。つくっていくプロセス

で絆が深まること、自分たちのものとして大切に思う気持ちも育ててもらいたい、ということが目的です。また、実践時にはできるだけ多くの人にかかわってほしい。それと従来と大きく違う点として、実施後の評価もきちんとしてもらいます。税金をもらっている以上、説明責任を果たすべきだという意識を持つてほしいからです。この3つがうまく回るように支援しています。

コモンズ支援金は基本的に、運営経費に支援はしません。なぜなら、運営経費を補助すると、補助が無くなったときに活動が止まってしまうからです。むしろ、立ち上がりにかかる経費や人のネット

ワークの形成に支援していくのが目的です。

したがって、地域の特色を生かそうとしている事業、住民の多くが関わりうとしている事業が選ばれています。

今年度は856の申請があり、540事業を採択しました。7万円から1500万円まで、というのが今回のコモンズ支援金の結果で、この金額の幅を見てもわかるとおり、バラエティー豊かな事業を支援しました。

(<http://www.pref.nagano.jp/keiei/comosei/rune/runetop.htm>)