

都市の再生と オルタナティブ・ツーリズム

宗田 好史

Written by Yoshifumi Muneta

マスからオルタナティブへ、
観光目的地としての都市

「マス・ツーリズム」は、近代工業社会の産物である。国民所得の向上と大量輸送機関の発達で観光が飛躍的に発展させた。団体で行けば安い。見知らぬ海外の町もリゾートも、夢に見た文化遺産の数々も、パッケージツアーがあるからこそ誰でもが行けるようになった。

このマス・ツーリズムに代わる観光の形を、オルタナティブ・ツーリズムという。団体でなく個人や小さなグループで、パッケージ化された名所巡りでなく、自分で選んだ場所、団体観光客がいない場所を訪ねる旅である。自然環境や農村・農業、文化遺産など特別な目的を持つ旅、ボランティアや特定の伝統行事などへの参加・体験を目的とした旅でもある。ヒッピー、バックパッカーなど、マス・ツーリズムの裏側には、常にマスに迎合しない旅人がいた。現在では観光市場も成長から成熟期に移りつつあり、マスの成長が止まり、少数派だったオルタナテ

ィブに注目が集まってきた。

こうして「観光」の形は常に変化し続けてきた。そもそも「旅」は人類の誕生にまで遡ることができる根源的な人間の行為である。この旅には狩猟・採集、略奪・侵略、通商・商用、ビジネス、親族訪問、巡礼など明確な目的と目的地があるものと、目的地が定まっていなくても「旅にでる」こと、あるいは旅を楽しむことが主眼になる場合がある。この中で、特に、他の国や都市・地域の風景・文化遺産・物産などを見て楽しむ」とする旅が「観光」と一般に定義される。つまり、観光目的地の多くは都市であった。通商にせよ巡礼にせよ、旅の多くは、常に都市を目的地としていたといっても過言ではない。

これとは別に、別荘など日常生活を送る場所とは離れた地(リゾート)で過ごす「保養・転地療養」をも観光に入れる場合がある。古来、領地を持っていた貴族が、その所領を離れて都会の宮廷に勤めるようになり、夏やクリスマス休暇に所領に帰り、狩猟や祭礼を楽しむだ習慣であったが、産業革命以降、領地を持たないが田舎での暮らしを真似て新興富裕層がはじめたものである。一般の観光と同様、近代工業社会の中で、所得上昇、交通機関の発達を受けてリゾートも

急速に大衆化した。

保養地、別荘地も大衆化すると、小さいながら都市として発達してきた。自然とが農村を目指す観光は、スポーツ系またはエゴツィリズム・アグリツィリズムとして発展してきたが、その反面では、海浜・高原のリゾート都市が発展してきた。近代に産業化した観光では、リゾート都市を観光地としてイメージするようになった。古くからは東洋でも西洋でも、温泉地が、その後、避暑・避寒を目的に、山岳や海浜のリゾートが発展し、スポーツ・レジャーの普及とあいまって、世界各地に有名な観光都市が栄えてきた。

近代という時代は工業化により、都市の生活環境が悪化した時代でもある。人々は健康のために都市から避難し、田舎に遊ぶことを志向した。人口も農村より都市に多く集まった時点で、観光とは「地方から花の都へ」ではなく、「公害都市から健康なりゾート都市へ」の移動として普及したのである。それが最近では、公害も収まってきた。都市の歴史的・文化的環境が保全され、都市の小さな自然も輝きを増した。都市再生である。そのため、かつての工業都市も観光目的の地として復権した。その結果、原型として都市志向のマスツィリズムが戻り、同時に新しい都市型オルタナティブ・ツィリズムも生まれてきた。

世界都市と創造都市、

都市的な刺激を求めて

農村を離れ、都市の工場で働く労働者が増加した近代社会では、健全な労働生産性を確保するために、農村の祭りのように余暇を飲酒で過ごすのではなく、スポーツやピクニックなど健康増進活動でレクリエーション、つまり労働力を再生することが求められた。近代工業社会の産物として発展した観光形態は、現代社会でも重要な意味を持っている。しかし、それだけでは足りない。知的労働に従事

する人々はスポーツによる肉体の健康だけでなく、精神的健康、知的生産性を再生するための文化的刺激を求めるようになった。

そのため、環境の悪い都市を逃れて郊外から田園へと自然を求めただけでなく、環境が保全されれば文化力の高い都市を訪れることも必要になった。ニューヨークやロンドン、パリといった大都市や、世界中の歴史都市、そして最近ではC・ランドリーやR・ランドリーという「創造都市」に観光客が集まるのは、都市に文化的な刺激を求める人が多いからであろう。永遠の美を誇る文化遺産の数々からインスピレーションを得る人もいれば、現代アートや音楽、多様なエンターテインメント、最新ファッション、流行のレストラン、新商品の数々をビジネスのネタにする人も多い。創造的な仕事に従事する人ほど、この種の文化的刺激を必要としつつ都市を目指し、同じ町へとリビートもする。

L・マンフォードは都市の一義的な意味は、モノでも財でもなく、情報が集積することにあるといった。情報が集中するからモノも財も集まると説明した。その意味で価値の高い情報が集まり、生まれる都市にこそ人が集まってくる。この意味とおり、ニューヨーク、ロンドン、フランクフルトや東京などの大都市に集まる人々は、まずビジネス客である。しかし同時に、ニューヨーク、ロンドン是世界的



モールが広がるローマ市の都心部では週末をのんびり過ごす市民に混じって、海外の買い物客が集う



英国、コッツウォルズの街、保存された街並みには花が飾られ、その佇まいが訪問客を癒してくれる

規模で観光客を集める町でもある。これら大都市への都市観光客は、摩天楼や歴史的建造物、博物館など文化遺産を回り、世界有数のショッピング街で買い物を楽しみ有名レストラン・名物料理を堪能する。観劇・オペラ・画廊巡りも観光の一部になる。さらには、数々の小説や歌に登場する街角を訪ね、小さなカフェや売店を知り、その町の住民の暮らしに近づいていく。

そもそも文化遺産が集積する都市は、常に観光目的の地を中心とした。マス・ツーリズムの創始者、旅行代理店の草分けトーマス・クックとその会社が、繁栄を誇った一九世紀の大英帝国の富裕階級に、フランス・イタリアへのパッケージツアーを売り出した時、パリ・ローマ・フィレンツェ・ヴェネツィアが人気の的だった。当初は、古典美術に知的刺激を求めていた。その後、アメリカや日本・韓国・台湾からの観光客がそれを追いかけた。

これら古典的世界都市、いわゆる歴史都市も、時代とともに変遷を続けてきた。かつての文化遺産が工業化と都市開発で魅力を失った時代もあれば、古い

町並みを守るという新しい取り組みで注目を集めた時代があり、近年では買い物や飲食の町として魅力を増し、創造都市として文化的なチャレンジも多い。現在の「第一級世界都市」に準じる地位を守っている。

それを追いかけるのが、アムステルダム、ベルリン、サンフランシスコ、マドリッド、ミラノなどの「準一級世界都市」

であり、ビジネス客と観光客双方で賑わっている。次に世界都市ほどに情報が集まらないためビジネス客は少ないが、文化遺産、買い物・飲食、エンターテインメントアクトが揃った町がある。「第二級世界都市」とでもいうべき、バルセロナ・リヨン・ブリュージュなどの歴史都市、文化都市と呼ばれる町である。EUが毎年選出する「ヨーロッパ文化首都」事業は、このランクの都市の文化観光を推進することを目的とし、成功した。英仏独の大国が主導するEUでなく、より分権的な地域構造を維持するためにも、政治・経済の中心に加えて、多様な文化的中心が散在するEUづくりを意図している。

地方へ広がる創造都市、 その取り組みと都市観光

米国では、チャタヌガ、サンアントニオ、ピッツバーグなど地方都市の中にも、近年観光都市として人気を集めているものがある。同じように、文化都市として多様な魅力を誇りうる取り組みが奏功したためである。第一級世界文化都市も立派な国際観光都市である。

しかし、文化首都・都市に列挙された欧米の地方都市以外の、もっと小さな町でも都市観光の目的地足りうることも知られている。イタリアで見れば、シエナ、アッシジなど古くから知られた観光都市があり、サンジミニアーノなど小さな町も観光客が多い。ナポリのように古くから知られた観光都市が、治安の改善で再び人気上がる例もある。ドイツにはロマンティック街道沿いの小都市、英国のコッツウォルズ地方やフランスのブルゴーニュ地方など、欧米各国それぞれに小さな町の魅力を発見することが観光の楽しみになってきた。世界都市としても、観光都市としても第三級ではあるが、世界中の観光客を集めている点では決して無視できない。

いわば赤丸急上昇中の小さな観光都市には、それなりの文化遺産があるというものの、それ自体では求心力を持たない。また、か



京都市伝統産業の日でマイキモノプロデュースを楽しむ女性たち

つての工業が衰退した場合、過疎化が進んだなどの都市としては不利な条件を抱えていた。実は、これら弱点を克服した文化力、文化的転換が都市観光を発展させたと考えられる。産業革命発祥の地、リバールやマンチェスターは、倉庫・工場や衰退した港湾施設を世界文化遺産として登録し、文化首都となり、シエナやディジョンなどのように、農業景観を世界遺産としつつ食への関心の高まりを活力にする田舎町もある。都市再生の結果がオルタナティブとしての都市観光を生み出したのである。

これと同様の動きが日本各地でも広がっている。関西では、古都である京都・奈良、数々の温泉地をしのぐように、篠山・出石・長浜・近江八幡といった小都市が賑わっている。歴史街道推進協議会における一二年間の活動の成果でもある。町並み景観保存に努め、それに特色豊かな歴史文化が際立ってきた。アート系のイベントと画廊

が増え、土産物も個人的なものが増えた。伝統行事や祭りが元気になる、住民の誇りが取り戻されたため、魅力的なエンターテインメントも増えはじめている。そして、ファッション系のミズを並べる店や、小さなカフェや地域色豊かなレストランもできてきた。だから、単に町並みがきれいだけでなく、文化的刺激を受けられる。創造的な仕事をする人がおもしろがる、いろんなものがある。

この動きを京都・奈良の人々が見逃すはずもない。昨今の町家ブームは、この顕れ、オルタナティブ・ツーリズムである都市観光の流れに乗ったものである。世界文化遺産に登録された社寺を回るのではなく、京都三条通の近代建築や新町通の町家がお洒落にコンバージョンされた店を訪ねる。名のある老舗料亭ではなく、町家レストランでイタリアンやエスニック、おばんざいを楽しみつつ、地酒・地ビールを堪能する。そして、町家や社寺で催される様々なイベントに参加しつつ、個人的な商品を探して町を巡る観光が普及してきた。最近の京都では、マイ・キモノ・プロデュースについて、自分で職人さんの工房を回りつつ、一着の着物を仕立てる女性たちがでてきた。着物の町・京都ならではの楽しみ方、京都の深さが堪能できると同時に、自分の個性を磨く旅でもある。

都市再生とオルタナティブ・ツーリズム

オルタナティブ・ツーリズムが盛んな観光都市は、一連の都市再生政策メニューが奏功した結果であり、その指標が都市観光である。中でもリバールは都市再生策の代表格である。重厚長大産業が衰退した後の港湾工業都市は、かつては英国病の巣窟、薄汚れた港町であった。その廃墟からビートルズが生まれ、若者のサブカルチャーの拠点として音楽・美術の町となった。それが世界文化遺産、海洋通商都市「リバール」の登録、そしてEUの「ヨーロッパ文化首都」事業である。倉庫や壮大な近代建築の廃墟が観光拠点として再生している。産業革命を成し、世界の工場でもあった英国が、人類の歴史に果たした役割の文化的側面を力強くアピールするための都市再生の文化政策である。遠く過ぎ去った栄光を取り戻し、ポップ音楽の都として市民に誇りを感じさせている。

隣の工業都市マンチェスターも、また英国第二の都市、自動車産業

で栄えたバーミンガムも都市再生の成果が都市観光の振興に結びついている。これらの都市に共通する政策のポイントは、まず民間企業や市民組織とのパートナーシップで、多様で豊富なアイデアを実行すること、だから産業革命、公害、労働争議も、町の歴史を語る産業遺産として再評価する。しかし、それは真面目なだけの博物館的保存ではなく、多様な文化施設、デザイン・アウトレットのような商業施設、運河沿いのカフェ・レストラン・ホテルなどサービス施設として活用し、またマンションも建設する。つまり、民間投資が都心に戻るための文化的環境づくり、戦略的な文化遺産活用を進めていることにある。何十年も廃墟だった倉庫に民間投資を呼び込むためには、大がかりな文化的操作が要る。官民ともに取り組む都市再生の方向を示し、投資のベクトルあわせをする上で、この文化的操作は、都市の限られたポテンシャルを最大化する手段である。都市再生のメカニズムに上手にはまる、最後の仕上げが文化を通じた創造都市づくりである。

あわせて、歩行者空間を広げ、二四時間眠らないファンキーな街の賑わいをつくる。日本でTCM(タウン・センター・マネージメント)として知られる官民パートナーシップ組織が行政とともに提案する文化創造の方向は、ベイト・ブーマーズ団塊の世代の好みのファンキーでお洒落な、しかし成熟した集客装置を目指している。かつての教養主義的、博物学的な文化志向ではない。ここに新しい形としての都市観光が栄える要因がある。

この文化創造は、現代の観光の新展開を巧妙に捉えている。観光は非日常体験を目的とするが、現在の非日常は、日常の認識が深まることから再発見される。例えば、遠い外国でエキゾチックな音楽を聞くよりも、忙しい日常生活の中で忘れかけていた若い頃のなじみの音楽に再会する、こんなお手こりの非日常が感動を呼び起こす。現在の豊かな暮らしの中で忘れていた、父や母の貧しい暮らしを追体験できる街角、こうして昔の自分、自分のルーツに再会する旅から帰ってきた時には、今までと違う自分を発見し、心豊かに成熟することができる。

都市観光を求める人々

この意味で、オルタナティブな都市観光には成熟した大人が相応しい。若い頃にはバックパックを背負ってアジアやアフリカを回ったような、各駅停車で誰も来ない田舎を回ったような、一風変わったオルタナティブ・ツーリストたちが成熟した現在、都市に帰ってきた。そこが歴史都市であっても、観光には学術的説明は要らない。自分の人生に照らして、身体感覚で小さな歴史を捜し求める旅人である。博物館のガラス越しではなく、手に触れるその町の様々なモノの中にも感じる手が、感じる大人なのである。

だから、その町の生活の知恵、失われたつつある産業技術を伝えることも観光資源づくりになる。ただきれいに保存すればいいのではない。込められたものを上手に再現し、現代的価値観との照合の中で表現する保存・復原の技が求められる。そして、ふれあいを求める人々の心に応える受け



2004年に世界文化遺産に登録された通商海洋都市リバプールの写真



英国イングランド中部のスウィンドン近郊、小さいながらもきれいな街並みが遠来の訪問客を楽しませる

入れ側の文化が要る。ビートルズの町にはビートルズ好きが、町家の町並みには町家好きが、自信と誇りを持って輝いている必要がある。オルタナティブ・ツーリズムでは常にそうであったように、旅人と住民の異なる文化が接触し、そこから新しい文化が生まれるための触媒として、魅力的な人が不可欠なのである。

日本国内でも都市観光が盛んな町では、歴史的建造物などスポットクの活用が上手く、人

気が集まっている。それは決してその町が古いからではない。古いモノを守っていくことが、現在ではとても新しいことだと理解されているからである。町家は個性的な住まいとして、魅力的な新しい店舗として人々を魅了する。歴史都市は、例えば現在の忙しい生活から一瞬の逃避をすることで、ゆったりと季節を感じる場所だから、あるいは五感から暮らしを味わうことのできる場所だから人気が集まっている。都市にも自然があつて、鄙の魅力にあふれている。だから自分の暮らしの身近な場所でも、もう一つの行き方を発見できるかもしれ

ないと感じさせる。旅人の感性と豊かな想像力によって、自分だけの観光が完成する。そんな動きが、近年のオルタナティブとしての都市観光である。

成熟した旅人は、出会いを大切にしている。同時に、家族の絆、失った過去との絆を再確認しようとする。極めて人間的な、現代社会へのアンチテーゼでもある。しかし、それはスマホやクラウドで挑む体制へのアンチテーゼではなく、自分自身へのアンチテーゼとして胸の内深く潜航する心の作用である。

こうした近現代の工業化社会へのアンチテーゼは、実は都市を再生する機動力でもある。サステイナブル・シティへの挑戦は、根源にこれらの問題提起が必要であり、その点に共鳴する市民と旅人が共感する出会い、それがオルタナティブ・ツーリズムとしての都市観光である。だから、この新しい観光形態は、単なる飲食や買い物に終わらない。都市と市民を再生する、静かだけれど力強い動きとして、世界中にまた全国各地に広がっている。

CEL

宗田 好史(むねた よしふみ)

京都府立大学人間環境学部環境デザイン学科住環境学専攻助教授。一九五六年静岡県生まれ。八二年法政大学工学部建築学科卒業、八三年イリアビサ大学工学部都市計画研究科大学院修了、八五年法政大学大学院工学研究科建築工学専攻修了、八七年ローマ大学大学院都市地域計画学専攻修了。地中海地域経済研究所研究員や国連地域開発センター研究員などを経て九三年より現職。主な著書は、『京都観光学のスヌメ』(共著、人文書院)、『都市に自然をとりもてず』(学芸出版社)、『にぎわいを呼びイタリヤのまちづくり』(学芸出版社)など。