

論文

観光まちづくり論再考

——観光まちづくりの中心概念としての「地域の主体性」——

Rethinking the meaning of local community ownership
in tourism-based community development

竹田 茉耶*
TAKEDA Maya

Local community ownership is a key concept in tourism-based community development (T-BCD). However, tourism studies have not explored this concept sufficiently. This paper aims to rethink the meaning of local community ownership, which is a key concept of T-BCD. This study explores discussions in tourism, economics, and urban planning to organize the issues of T-BCD. The results show that T-BCD is a practice of consciously reproducing an economy based on a unique local environment and society. The Results indicate that T-BCD is realized through a conscious attitude toward the capitalist market economy. The study concludes the essences of local community ownership are as follows: (1) an attitude that prioritizes the "logic of life" rather than the "logic of capital," (2) construction of social relations based on a sense of the commons, and (3) the authority to manage local resources.

キーワード：地域社会 (local community)、地域の主体性 (local community ownership)、コモンズ (commons)、まちづくり (*machizukuri*)

1. はじめに

観光まちづくりでは、それを説明する際に「地域が主体となって…」というフレーズが一般的に用いられてきたように、外来型の観光開発と対置するかたちで、何よりも地域の主体性がその中心概念となっている。一方で、この場合の地域の主体性とは何を意味し、そこに住民はどのように位置づけられるのか、という問題について観光まちづくり研究はいまだ十分な答えを示せていないようにみえる。それどころか、観光まちづくりと冠した実践や事例研究が蓄積されるほどにその実体は捉えづらなものになりつつある。

このような問題の背景には、まちづくりとは異なる観光まちづくりに独自の特徴が関係していると考えられる。まちづくりはそれが生活者の実践であり、そのために主体が住民であることは明白である。これに対して、観光まちづくりは生活者の実践であるとともに、観光客と観光事業者による経済活動を内包しており、地域内外の多様な関係者が関わる実践である。それゆえに、住民同士の実践であるまちづくり以上に、多様な立場の利害が存在しており、主体性の所在が見えづらい。他方で、都市農村交流や関係人口論（田中, 2021）などを含めて、観光を介した地域内外の関係づくりやこれを通じたまちづくりの主体形成には大きな期待が寄せられており、多様な人々の関わりをいかに地域の力として取り込み、地域の自治能力を育んでいけるかという点は、地域社会の活性化にとって一層重要なテーマとなっている。

以上のような問題意識のもと、本稿では、観光学のほか経済学や都市計画学などの議論をふまえ、観光まちづくりとその前提としてのまちづくりの論点を整理し、そこから観光まちづくりの中心概念としての地域の主体性について考察する。

2. 先行研究の概括と本研究の位置づけ

森重（2015）は、観光まちづくりの定義について整理を行っている。先行研究で示された観光まちづくりの定義を分析し、観光まちづくりとは、①地域社会が主体になる、②地域資源を活用する、③交流を促進する、④まちの魅力や活力を高める、という4つの要素で構成されると整理する（森重, 2015, p.23）。なお、同論考では、

*大阪観光大学観光学部/観光学

野原 (2008) による観光まちづくりの4分類を挙げて、森重自身は「実際に多くの地域では観光に直接関わらない多くの人びとが生活を営んでおり、彼らが求めるまちづくりの魅力や活力の向上を考えると、観光まちづくりはタイプ4と理解することが適当」(森重, 2015, p.24) だと述べている¹。その上で、観光まちづくりを「地域社会が主体となって、地域のあらゆる資源を活用し、交流を促進することで、まちの魅力を高める活動」と定義している(森重, 2015, p.24)。

森重が抽出した4つの観光まちづくりの構成要素について、①地域社会が主体になる、②地域資源を活用する、④まちの魅力や活力を高めるの3点は、まちづくり一般にも当てはまるものである。したがって、観光まちづくりの特徴は、③交流を介して、①、②、④を実現していく点にあるといえる。ただ、そうであるとしても、地域社会が主体になるとはどういうことか、また、観光まちづくりが目指す交流とはどのようなものかについては、森重の論考でも示されていない²。

地域の主体性に関わる理論的成果としては、四本 (2014)、韓 (2016, 2018)、藤井 (2018) による論考がある。四本の問題意識は、観光まちづくりの成功例の紹介や、成功のためのマニュアル化に研究が集中する過程で、地域が所与のものとして描かれ、権力及びその表出としての対立に関する考察がほとんどなされてこなかったという点にある(四本, 2014, p.67)。四本の論考は、地域には権力構造があることとそれを捉える方法論を提示し、観光まちづくりを無批判に受け入れることへ警鐘を鳴らしたという点で示唆に富む。一方で、論考の中では、単なる観光開発と観光まちづくりが明確に区別されておらず、その点に不十分さがある。

韓 (2016, 2018) と藤井 (2018) は、観光まちづくりにおいて住民らが経験する対立や葛藤と、その克服のあり様に問題関心を置いている。韓は、観光まちづくりを実践する多様な関係者について、彼らの軋轢や対立、葛藤を丹念に考察している(韓, 2016, 2018)。観光まちづくりにおける地域住民の主体性の所在について述べた論考(韓, 2018)では、松田 (1984) の「事業の論理」と「管理の論理」の考え方を援用し、「管理の論理」と地域住民の主体性との関係を示唆している。藤井 (2018) は、竹富島が大規模リゾートの誘致を許容した背景とプロセスについて、地域社会が外部関係者を取捨選択する基準という視点から論じている。論考では、「むらが土地問題をコントロールできるようにする」(藤井, 2018, p.13) ことを通して実現されたこと、竹富島憲章というシマの理念に則るという条件のもとで、大規模なリゾート開発が許容されたことが指摘されている。

韓や藤井の論考では、地域の対立や葛藤を描き出す過程で、地域の主体性に関わる論点が提示されるに至っている。また、それが資本の論理との対抗関係の中で見出されている点で示唆に富む。しかし、いずれの論考もこの点を正面から論じたものではない。また、住民以外の関係者はどのようにして主体になりうるのか、という点は考察の対象にされていない。

3. 観光まちづくりの論点

(1) 地域社会に立脚した経済を創り出す

大澤 (2018) は、経済学の立場から観光まちづくりにおける経済のあり方について論じている。大澤は、観光まちづくりという実践において、観光がまちづくりに与える効果は、「観光がつくりだす「市場」を通じて外部からの経済効果を導入することによって(中略)地域環境や地域社会を基盤として、それと強く結びつく経済のあり方を実現すること」、すなわち「外部から襲寄せる(ママ)近代化をそのまま受け入れるのではなく、その地域固有の地域環境や地域社会に立脚した経済のあり方を創り出すこと」だとする(大澤, 2018, p.92)。

ここでのポイントは、観光まちづくりとは、「外部から襲寄せる(ママ)近代化をそのまま受け入れるのではな

¹ 野原 (2008) が分類した観光まちづくりの4つの類型のうち「タイプ4」は、まちづくり(現状)が観光(手段)を用いて、まちづくり(目的)へと向かうものとされる(野原, 2008, p.30)。

² ただし、同論考では「交流」について、国土交通省の地域づくりインターン事業や地域内外の人びとによる地元学や宝探し活動、地域の魅力や課題を発見するための専門家の受け入れ、大学などとの共同研究など、具体例は挙げられている(森重, 2015, p.28)。

く、むしろそれに抗うことによって、「その地域固有の地域環境や地域社会に立脚した経済のあり方」を創出するという点である。なお、これはまちづくりの側からの一方的な認識ではない。大澤は、敷田・内田・森重(2009)の「ブランド」の議論を援用しつつこの点を整理する。その地域固有の地域環境や地域社会に立脚した経済のあり方を創り出すことで、地域の独自の生活文化が生まれ保全され、こうした独自性は包括性と差異性を生み、観光地としての高い市場競争力の獲得へとつながる(大澤, 2018, p.101)。すなわち、理論的にはまちづくりと観光の双方にとって、「その地域固有の地域環境や地域社会に立脚した経済のあり方」が有効だということになる。

他方で大澤は、観光まちづくりの主体形成をめぐる動向について、次のように批判する。「観光まちづくりの政策的推進にあたって、さらには近年観光まち(地域)づくり組織としての DMO (Destination Management/Marketing Organization) への取り組みが進められる中でも、観光事業者以外の様々な事業者や地域住民による地域連携の必要性が主張されるようになってきている。しかし、地域内の事業者や住民は「観光振興のため」に連携する理由を持っていない。そのため、こうした主張はしばしば地域連携を具体化するための方法論を欠いている」(大澤, 2018, p.96)。このような大澤の指摘は、観光まちづくりにおいて、生活者としての住民はいかに主体となり得るのか、という問題提起と捉えることができる。

以上をふまえると、大澤が指摘するような「その地域固有の地域環境や地域社会に立脚した経済のあり方」はどのようなかたちで実現していけるのか、また、観光との結びつきが弱い事業者や地域住民が、観光まちづくりに関わる「根拠」はどこに求められるのかという点が論点として浮かび上がってくる。

(2) 地域内外の人々の「交流」

ここで、まちづくりと観光の関係を確認しておきたい。そもそも、まちづくりと観光は向いているベクトルの向きがまったく異なっていた(西村, 2009, p.10)。その対照性は表-1 のように示すことができる。まちづくりが生活環境の改善と向上を目指した住み手のための運動であるのに対して、観光は何よりも経済活動を推進する点にその目的が置かれている。

表-1 まちづくりと観光の理念・活動内容と関係者(西村(2009) p.10 の内容にもとづいて作成)

	まちづくり	観光
理念・活動の内容	地域社会を基盤とした地域環境の維持・向上運動	地域環境の利活用をベースとした地域経済の推進活動
関係者	<ul style="list-style-type: none"> ・地域社会の構成員(=居住者ベース) ・観光客は「わたしたち」の範疇に入らない部外者 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光事業者(地域社会とは摩擦を避けて距離をとってきた面が多い) ・観光客

では、両者が近接した「観光まちづくり」はどのような目的を持った運動なのか。森重(2015)は「地域外の人びととの交流を促進することによって、縁やつながり、協働、ソーシャル・キャピタルといった地域社会の内発力を生み出せるかどうか、観光まちづくりを進める上で重要な視点となっている」と指摘する(森重, 2015, p.25)。都市計画学の分野から理論と実践の両面において、まちづくりおよび観光まちづくりを牽引してきた西村(2002)は、「居住者の生活がまちづくりの中心であるとする、それを尊重する人こそが来訪者だということになる。また、来訪者が交流相手だとする、住民との間の摩擦もずっと少なくなるだろう」と述べる(西村, 2002, p.23)。いずれも観光まちづくりが創出する「交流」を評価する立場であるが、重要なことはここでの「交流」の性質である。なぜならば、現代の社会において我々は日々他者と「交流」している。ただし、それは以下の意味においてである。

実際、今では世界の人々が社会的分業の網の目に組み込まれており、その限りでは客観的には相互に「交流」、「連携」、「協働」している。しかし、それは目的意識的で直接的な人と人との関係としてではなく、市場を介したモノとモノとの関係として、基本的には市場原理＝交換価値に支配された自然発生的な社会的結合として展開している。お互いの関係は目に見えないから、その存在は具体的に意識されることがない。

(山田, 2011, p.37)

対して、観光まちづくりが企図する「交流」とは、以下の性質を孕む実践といえよう。

このことは逆にいえば、「交流」、「連携」、「協働」は、多かれ少なかれ人と人（あるいは人の集団としての組織）との直接的関係、いわば顔の見える関係を含んだ概念であり、それだけ市場から距離を置いたトレンドであることを意味している。それは市場を介した自然発生的な社会化とは異なる、市場に対する目的意識的な管理と、人と人との直接的な社会化を実体とする相互理解の発展である。(山田, 2011, p.37)

すなわち、観光まちづくりが企図とする「交流」とは「人と人との直接的関係」であり、それは山田によるところの「市場に対する目的意識的な管理」（交換価値に支配された自然発生的な社会的結合からの脱却）によって実現される。この点に関わって、2013年に発行された『観光学評論』創刊号の特集論文（テーマ：観光学の確立に向けて）における大橋（2013）の論考に触れておきたい。

大橋は、オルタナティブ・ツーリズムとは、社会経済的差異を本質的な前提や内容とするものであるとした上で、これに対して、2010年ウェアリング、スティーブソン、ヤングにより1つの新しい考え方が提示されたと述べる（大橋, 2013, p.14）。大橋は、ウェアリングらの議論が、ツーリズムを商品の売買と同様に考えることによって、目的地とツーリストをホストとゲストの関係に収斂させてしまうことに批判的な立場をとる点に着目する。ツーリズムは商品ではなく、ツーリズム目的地における経験・体験と考える立場からすれば、ツーリストと地元住民との関係は、相互尊重的な相互関係である（Wearing, Stevenson, & Young, 2010, p.59）という目的地とツーリストの関係論を踏まえ、彼らの主張は、観光・ツーリズムが一般的に、商品売買ではなく、文化交流の場となるようなものにすべきだという点にあることを強調している（大橋, 2013, p.15）。

以上のことから、観光まちづくりの論点として、次の点が提示される。第1に、観光まちづくりは、経済活動のあり方という点でみれば、地域に固有の地域環境や地域社会に立脚した経済として展開されること、第2に、観光まちづくりが企図する交流とは、「市場に対する目的意識的な管理」を通じた「人と人との直接的関係」であることである。なお、観光の本質をこのような交流に見出す点は、観光研究の世界的な潮流とも軌を一にする。以上は、観光まちづくりに関する論点の整理である。一方で、観光まちづくりはまちづくりの一形態であり、まちづくりの発展型ともいえる³。その意味で、まちづくりの本質を内に含んだ実践である。次に、まちづくりの本質について考察していく。

4. まちづくりの本質

(1) 「生活の論理」と「資本の論理」

岡田（2020）は、地域づくりを「地域社会を意識的に再生産する活動」としてとらえ、その活動主体は「住民の生活領域としての地域」と「資本の活動領域としての地域」の二重性に規定され（住民と資本とに大きく分かれ）、そのどちらが主導して国家や地方自治体の行財政のあり方を方向付けるかによって、その地域づくりの内容もまた大きく異なってくるとする（岡田, 2020, p.35）。そして戦前、戦後の地域開発とは、時々の「資本の

³ 西村は、まちづくりと観光まちづくりの関係を次のように整理している。「新時代の観光をより柔軟にとらえるならば、交流のまちづくりこそ新しい観光の一つのあり方であるといえる。交流というスタンスをとってまちづくりは観光にまで広がってきているのである」（西村, 2002, p.19）。

活動領域」に相応しい地域改造であり、それは決して「生活領域としての地域」での住民生活を向上させるものではなかったと述べる(岡田, 2020, pp.35-36)。

観光まちづくりが地域に固有の経済のあり方や交流を重視することの背景には、「資本の論理」最優先のもとで行われてきた経済活動や地域開発への反省的まなざしがあるといえよう。ところで、岡田(2020)は、人間の生活(生活領域)⁴と経済活動(資本の活動領域)の関係について次のように論じている。

人間は生物であり、生命体である限り、自然の一部です。その自然界において能動的な主体として外的な自然に働きかけながら、人類として生存を続けてきました。人間が外的な自然に働きかけ、衣食住のための生活手段を入手する一方で、廃棄物や排泄物を自然に返し、その地力を高めて、次の生活手段を得る活動の繰り返しを、人間と自然との物質代謝関係(メタボリズム)と呼びます。この物質代謝関係こそが、本来的な経済活動であり、人間の生活そのものであるわけです。この物質代謝関係は、ある具体的な、一定の領域での人間社会と自然との結合のなかで、はじめて成立します。(岡田, 2020, p.24)

ここで注目したいのは、衣食住のための生活手段を繰り返し得ることを目的とした、人間と自然との物質代謝においては「(本来的な)経済活動」と「人間の生活」は一体であるという認識である。したがって、この状態においては「資本の論理」と「生活の論理」の対抗関係は存在しない。加えて、岡田が示すいま一つの重要な論点は、「この物質代謝関係は、ある具体的な、一定の領域での人間社会と自然との結合のなかで、はじめて成立」という点である。これはすなわち、生産・消費・廃棄の地域内循環を意味する。地産地消やローカルエネルギーなどの発想の根拠である。

では、前者の論点について、両者の対抗関係はどのようにして生じるのであろうか。この点について、久間(1992)は、現代社会の特質として「現代国家は必ずしも資本の利害のみを代行するものではないが、その経済的基盤が資本主義的市場であるかぎり、資本の論理を無視しては存在することはできない」(久間, 1992, p.103)と述べる。この点をふまえると、資本主義社会とこれに特有の生産様式が両者の対立の根源であるといえる。したがって、まずもってこの点に意識的になることが両者の対立解消の前提となる。久間は次のように述べる。

国民は消費においても、生産活動においても、資本主義的価値法則を批判的に吟味し、そこから脱却する生活態度を養成していくことが、ますます必要不可欠とされてくる。生活の論理とは、このような実践的生活態度が生み出す社会変革の論理を指す。資本主義的価値体制にどっぷりと埋没した生活からは、このような生活態度は生まれてこない。(久間, 1992, p.109)

久間が指摘する「実践的生活態度が生み出す社会的変革」は、すなわちまちづくりの実践ととらえることができよう。「生活の論理」とは、現代の社会システムが抱える矛盾⁵に意識的になることから生まれる、論理と実践である。なお久間は、「資本の論理」を支えるのは商品を生産する企業のみならず、商品消費する消費者でもあると述べる(久間, 1992, p.109)。観光において消費者とは観光客であり、その意味では観光客も「実践的生活態度」の実践主体となる。地域の関係者とともにこうした「実践的生活態度」を実践できる人々が、いわゆる地域の「応援団」⁶であり、観光まちづくりの主体になるといえよう。

⁴ 岡田は、「地域」のもっとも根源的な規定は、「人間の生活の場」、すなわち生活領域であるとする(岡田, 2020, p.21)。なお、地域を「生きた人間」の生活過程から捉える視点については、尾崎芳治著『経済学と歴史変革』(尾崎, 1990)から多くを学んでいると述べている(岡田, 2005, p.29)。

⁵ 山田(2010)は、利潤の追求を第一義とする資本主義的生産様式は生産手段の収奪と資本の蓄積を前提として成立する。こうした特徴を持つ資本主義社会はその内に矛盾を孕むこととなる。それは端的には、自然環境の破壊と人間に対する抑圧であると述べている(山田, 2010, p.28)。

⁶ 西村は「地域の魅力を分かち合える仲間を作ること、その仲間は必ずしも地域の住民に限る必要はない」とし、そうした

では、「資本主義的価値法則を批判的に吟味」する「実践的生活態度」はどのようにして生まれるのだろうか。この点について、久間は社会的意識と行動を規定するパラダイム(主要な価値規範)という観点から次のように論じている。少々長くなるが重要な論点のため引用する。

資本の論理の貫徹を示す価値・価格法則は平均利潤率によって規制されており、超過利潤の獲得をめざす個別資本の競争が資本主義経済の発展の原動力である。しかるに、この資本主義経済の価値・価格法則は各時代の社会のパラダイム(=主要な価値規範)の枠組みの中で維持されている。しかもこのパラダイム自体は決して資本主義経済の価値・価格法則から生み出されるものではない。マルクスの言う使用価値の世界こそ、このパラダイムを生み出すのである。使用価値は単に価値・価格を表示する手段ではない。むしろ、価値・価格の質を規定するパラダイムを生み出す能力を有する。(中略)資本主義経済はその価値・価格法則の管理において、成功すればするほど、人間の生命・生活の充実、自然環境の保持という生活の論理が要求するパラダイムと深刻な対立に至っている。(久間, 1992, p.101)

このことは、たとえば目の前の里山を「1億で売れる商品(あるいは1円にもならない無用の長物)」と見るか、「豊かな生態系を有し、人々に恵とやすらぎをもたらす資源」と見るかの違いである。前者は交換価値に基づく認識であり、後者は使用価値にもとづく認識(=使用価値の世界)⁷である。そして、後者は「生活の論理」にもとづく認識であり、こうした認識が主要な価値規範となったとき「資本の論理」は「生活の論理」によって制御可能となる。

さらにいえば、こうした価値規範が法制度にまで浸透することが重要である。すなわち、制度の面からも「生活の論理」の優位性を支える仕組みが求められる。なぜなら、土地を含む資源(商品)の取引は原則的には市場原理であり、資源を取得できるか否かは支払い能力によって規定される。したがって、相対的に競争劣位の立場に置かれる主体(地域社会とそこで実践する人々)とそれにかかわる資源を保護することが重要となる。こうした制度面からの支援は、国や地方自治体が、観光まちづくりの主体として果たすべき役割であるといえよう。

(2) コモンズの再確立運動としてのまちづくり

以下では、西村(2007)のまちづくり論を手がかりに、まちづくりにおける主体化の論理について考察する。西村(2007)は、「まちづくりとは、地域に居住する人々のある一定のまとまった集団が、その地域(区切り方は問題によってさまざまであるだろう)を「わたしたちの共通の家」のように見なし、家の整理や掃除をするようにその環境(のある側面)に介入していくことから出発する動きであると、比喩的に表現することができる」(西村, 2007, p.2)と述べる。また、「「まち」を「つくる」ことは何も物理的に市街地を建設することではない。それは、「まち」という「わたしたち共通の家」をつくり上げ、保ち続けるという行動を指している」(西村, 2007, p.2)とする。

以上のことは、まちづくりに関して2つの論点を提示している。一つは、まちづくりの本質は「わたしたち共通の家」と「その意識の担い手たる私たち」を意識化していくこと、すなわち、まちづくりとは「わたしたち」という主体の集団を生み出していく運動でもある(西村, 2007, pp.2-3)という点である。いま一つは、まちづくりとは「近代的な所有概念」⁸の壁を突き崩し、その先に「わたしたち共通の家」のような空間を求める動き(西村, 2007, p.3)だという点である。西村は、こうしたまちづくりの実践を「コモンズ」という言葉でもって説明す

「仲間」を「応援団」と表現している(西村, 2002, p.12)。

⁷ 「使用価値は、使用または消費においてのみ、実現される。使用価値は、富の社会的形態がどのようなものえあろうと、富の素材の内容をなしている。われわれが考察しようとしている社会形態においては、それは同時に交換価値の素材的担い手をなしている」(社会科学研究所監修・資本論翻訳委員会訳, 1987, p.61)。

⁸ 近代的な個人所有の概念を指す。自分の所有物と他人の所有物が明確に分けられており、そのため「わたしたち共通の家」などという曖昧な空間が成立する余地はないということになる。そこでは、他人の土地には干渉しない、あるいは干渉すべきではない、あるいは干渉できないという姿勢が生じる(西村, 2007, p.3)。

る。

ここでいうコモンズは、共有地を意味しているわけではない。共有の理念をもつことができる対象を見出し、それを通じてその運動におけるコモンズの将来の姿を描き出し、それに向かう運動を進めると同時に、その運動の主体たる「わたしたち」を再び確立していくという循環的な行為がコモンズを軸に繰り広げられることになる。これこそまちづくりである。(西村, 2007, p.6)

近代的所有概念としての個人所有の概念は、資本主義社会に固有の所有概念である。したがって、まちづくりの主体化においてもやはり、資本主義的価値規範への意識的なまなざしが求められる。なお、まちづくりで「わたしたち共通の家」という感覚が重要なことは、町並み保全の問題を例にすると容易に想像できよう。町並みは個々の建物の集合体として成立している。したがって、個々の建物の所有者または利用者⁹が「わたしのもの」、「あなたのもの」という感覚を超えて「わたしたちのもの」という感覚を抱かない限り、町並みを維持し、保全していくことは困難である。

では、「わたしたちのもの」というコモンズの感覚はいかにして確立されるのか。この問題について山田(2010)は、公共性論の観点から論じている。山田(2010)は私的空間と集合空間の関係から成る空間の公共性について、「社会的共通消費手段」という概念を規定し論じている。山田は、公共性の本質を「なによりも「所有または利用(管理)にかかわる社会的共通利益性」という社会関係にある」(山田, 2010, p.114)とした上で、「都市空間一般が公共性を持つためには、(中略)その共通利益性が看取できなければならない」(山田, 2010, p.132)と述べる。

都市空間一般が公共性を持つためには、(中略)一定の集合空間あるいは都市空間の全体が、社会的共有消費手段としての共通利益性を意識できる状態が生まれている必要があるのであり、同じことだが、ある広がりを持った集合空間が、これにかかわる人々の共通の使用価値=使用価値単体として認識されなければならない。(山田, 2010, pp.132-133)

すなわち、私的空間を含む集合空間に対して、なんらかの共通利益性(=共通の使用価値)が見いだされた場合、そこに「みんなのもの(みんなで守り育てていくもの)」というコモンズの感覚が生まれるという論理である。里山を「豊かな生態系を有し、人々に恵とやすらぎをもたらす資源」と見る感覚が、当該地域の多数の人々のあいだに生まれることは、里山の保全という課題に公共性を付与する根拠となる。なお、こうしたことは、共通利益性を見出す集団を地域住民に限定しない。地域外から当該地域の活動を支援する人々であれ、隣町に住む人々であれ、初めてその地を訪れた観光客であれ、そこに共通利益性を見出すことは可能である。

最後に、まちづくりの課題変化とその空間的広がりに伴う担い手の関係性の変化について、広原(2002)の議論に依拠して述べておきたい。

従来からの理解では、まちづくりといえはある種の範囲をともなったコミュニティ空間(たとえば、小学校区など)の実現が自己目的化し、その圏域内の住民組織や人間関係がそれに付随(従属)して形成されるといった考え方に陥りやすい傾向がありました。しかし、都市と農村を結ぶ広域的なまちづくりが存在するように、住民の社会関係の広がりに応じてその舞台である「まちづくり空間」は自由に伸び縮みします。そしてその場合の社会関係は、コミュニティ関係(地縁や近隣を基礎にして形成される社会関係)というよりは、

⁹ 土地所有権の意義は相対化されなければならない。市民的公共性への参加資格は、そこから私的・個別的利益の割り当てを受けている者という形で限定すべきものであって、当該地域に土地所有権をもつことは、そのような資格の1つにすぎないからである。(土地所有権と)借家権などの利用権との差異は、質的なものではなく、量的なものにすぎなくなる(吉田, 2001, p.392)。

アソシエーション関係(活動目的に即して形成される社会関係)によって大きく影響されるように思われるのです。つまり、まちづくり空間は、地域のコミュニティ関係を基礎としながらも、発展段階に応じて幾つものアソシエーション関係が形成されていくという重層的構造をもっているといえます。(広原, 2002, p.81)

つまり、まちづくりの担い手は自治会・町内会といった地縁型組織にとどまるものではなく、むしろそこから発展したり、あるいはそれとは別に目的意識型の組織が立ち上がってきたりすることを指摘している。このことは言い換えれば、地縁型組織のみをまちづくりの担い手とすることには限界があることを意味する。現代では、「まちづくり空間」において両者がいかに有機的に結合できるかという点が、地域コミュニティの活性化を考える際の中心テーマとなっており、観光まちづくりが企図する「交流」もこうした枠組みの中に位置づけられる。

5. 結論

観光まちづくりにおいて地域社会が主体性をもつためには、以下のことが重要と考えられる。第1に、「生活の論理」による「資本の論理」の制御、第2に、「使用価値」の原理にもとづく社会関係の構築とコモングの感覚の醸成による主体の集団化、第3に、「生産手段の制御」である。

使用価値にもとづく実践は市場の原理に意識的になることで実現される。その意味では、観光まちづくりは、とりわけ土地所有において明確に意識される近代的な所有概念に対して変革を迫り、まちづくりの主体化を促す実践といえる。逆にいえば、観光まちづくりは、生活の領域に資本の活動領域を持ち込むことによって、両者の対立を顕在化・先鋭化させる。であるがゆえに、資本の論理と生活の論理、私的所有概念の克服といった問題に切り込まずして、観光まちづくりは成立し得ない。すなわち、本稿で提示した論点に対して意識的に取り組んでいける人々こそが、観光まちづくりの主体となる。また、「生活の論理」を展開するためには、土地をはじめとする資源¹⁰に対して、コミュニティによる制御が可能な状態にあることが重要な条件となる。観光まちづくりの主体とは所与のものではなく、観光まちづくりの理念のもとで形作られていくものである。

【引用・参考文献】

- 藤井紘司(2018)「観光まちづくりをめぐる地域の内発性と外部関係者 竹富公民館の選択と大規模リゾート」『観光学評論』6(1), pp.3-17.
- 広原盛明(2002)「まちづくりの継続と変容 日本近代都市計画のパラダイム転換」白石克孝・富野暉一郎・広原盛明『現代のまちづくりと地域社会の変革』(pp.52-85) 学芸出版社
- 久間清俊(1992)「資本の論理と生活の論理」『社会政策叢書』16(0), pp.97-115.
- 韓準祐(2016)「湯布院の事例分析を通じた観光まちづくり研究の再考察の試み」『観光学評論』4(2), pp.91-106.
- 韓準祐(2018)「観光まちづくりにおける地域住民の主体性の所在 滋賀県高島市新旭町針江集落を事例に」『立命館地理学』(30), pp.31-41.
- 松田素二(1984)「浜の開発 村主導の開発をめぐる二つの論理」鳥越皓之・嘉田由紀子(編)『水と人の環境史——琵琶湖報告書』(pp.125-161) 御茶の水書房
- 森重昌之(2015)「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」『阪南論集.人文・自然科学編』50(2), pp.21-37.
- 西村幸夫(2002)「まちの個性を活かした観光まちづくり」国土交通省総合政策局観光部監修・観光まちづくり研究会編集『新たな観光まちづくりの挑戦』(pp.16-32) ぎょうせい
- 西村幸夫(2007)「まちづくりの視点」西村幸夫(編著)『まちづくり学 アイディアから実現までのプロセス』(pp.1-11) 朝倉書店
- 西村幸夫(2009)「観光まちづくりを考える 総論編」西村幸夫(編著)『観光まちづくり まち自慢かがはじまる地域マネジメント』(pp.9-28) 学芸出版社
- 野原卓(2008)「観光まちづくりを取り巻く現状と可能性」『季刊まちづくり』(19), pp.30-37.
- 岡田知弘(2020)『地域づくりの経済学入門 地域内再投資力論(増補改訂版)』自治体研究社
- 尾崎芳治(1990)『経済学と歴史変革』青木書店
- 大橋昭一(2013)「観光学のあり方を求めて 現状と展望」『観光学評論』1(1), pp.5-17.

¹⁰ 観光についていえば、観光資源のことである。自然資源や町並みなどは、観光活動を行う上での生産手段となる。

大澤健(2018)「観光まちづくり」の理論的課題『経済理論』(392), pp.81-107.

敷田麻実・内田純一・森重昌之(2009)『観光の地域ブランディング 交流によるまちづくりのしくみ』学芸出版社
社会科学研究所(監)・資本論翻訳委員会(訳)(1987)『資本論(第1分冊)』新日本出版社

田中輝美(2021)『関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生』大阪大学出版会

山田良治(2010)『私的空間と公共性 『資本論』から現代をみる』日本経済評論社

山田良治(2011)「変わる都市・農村関係」橋本卓爾・山田良治・藤田武弘・大西敏夫(編)『都市と農村 交流から協働へ』
(pp.25-39)日本経済評論社

Wearing, S., Stevenson, D. & Young, T.(2010) . Tourist Cultures: Identity, Place and Traveller. Los Angeles: Sage Publications.

吉田克己(2001)「土地所有権の日本の特質」原田純孝(編)『日本の都市法Ⅰ 構造と展開』(pp.365-394)東京大学出版会

四本幸夫(2014)「観光まちづくり研究に対する権力概念を中心とした社会学的批判」『観光学評論』2(1), pp.67-82.