

「地域の歴史」を越境する
——臨海部開発と新しい観光の事例から——

法学部政治学科 4 年 塩原良和研究会

堀内 康資

目次

- I 序論
- II 近代化と場所性
- III 再開発による「都市の魅力」の創造——グローバル都市間競争と再開発
 - 1 東京テレポート構想
 - 2 豊洲再開発—地権者参加と産業遺構
- IV 産業観光——「発地」からの物語流通
 - 1 マス・ツーリズムと新しい観光としての「産業観光」
 - 2 産業観光の特徴
 - 3 「地域旅」と物語による演出
- V 川崎市産業観光
 - 1 川崎産業観光前史
 - 2 川崎産業観光の現状——産業観光学生プロモーターの現場から
- VI イメージ消費とコンテンツ・ツーリズム
 - 1 テクノスケープの表面的消費
 - 2 動物的消費と物語消費
- VII n次創作観光の可能性
 - 1 リトル・ピープルの時代
 - 2 n次創作観光とは
 - 3 無自覚な越境の可能性
 - 4 n次創作観光の課題
- VII おわりに

「地域の歴史」を越境する——臨海部開発と新しい観光の事例から

法学部政治学科 3年 塩原良和研究会五期

31061079

堀内 康資

I 序論

旅行でどこかの街を訪れる時、そこには新鮮な興奮が待っている。それは観光地で物珍しい景観に出会う時だけではなく、ちょっとした通りの佇まいや商店街の雰囲気など、興奮は至る所で発見される。しかし、自らの住む街についてはどうだろうか。普段使う店や最寄り駅、近所の寺社などを見て、私たちはそれと同じような感動を発見できるだろうか。

それは単に住み慣れたから、見慣れたからこそ感じる感覚かもしれない。旅行者と生活者、両者の視点が違うのは当然のことである。しかし、そもそも私たちは普段どれだけ一つの場所に多様な見方があることを意識しているだろうか。

慣れ親しんで獲得した「あたりまえ」な見方を通してみる街の景色には、自らと異なった解釈をする人々の姿は現れてこない。順風満帆な学校生活を送り、学校にポジティブなノスタルジーを持つ人々と、いじめなどの辛い経験から学校生活を人生の汚点として捉える人々がすれ違ってしまうように、慣れ親しんだ場所で全く違うイメージを持つ人々の姿を捉えることは難しい。

このようなすれ違いは、決して一個人の水準に留まるものではない。再開発や都市計画、まちおこしの計画などには、すべてその街の理想像やイメージが掲げられ、それに基づき街は「改良」され、現実に変化していく。お気に入りの店や思い出のある景色も、計画主体の戦略に合致しなければいとも簡単に破壊されてしまう。そこでは、私たちは与えられた価値を受け入れるか、あるいは満たされなさを耐え忍んで生活していくしかない。

こう考えれば、私たちの「あたりまえ」の下に、実際に排除され、生きづらさを感じて生活する人々が存在することも想像に難くない。街の「美化」の名の下に追い立てられるホームレスの人々や、忌み嫌われ、タブーとされる背景を持つ人々などは、自らの土地への愛着や解釈を叫ぶ間もないまま、否応なく周縁に追いやられることになる。そうして多様な人々が各々地域に全く異なる像を結ぶ中で、「他者性を持った他者」は不可視化され、相互の出会いの機会は奪われる。

筆者は、在日朝鮮人の集住地域として有名な神奈川県川崎市の出身である。川崎の中でも現在急ピッチで再開発が進む地域に生まれ育ち、その現場を日々目撃している。そこでは、行政と私鉄やデベロッパー等の大企業が手を組み、新たな街の創造が行われている。同時に、地価の上昇に伴って、再開発地域から離れた場所でも続々と工事が進められている。

筆者の関心は、そのように地域への多様な記憶や歴史性が経済活動の中で埋もれていく状況で、多様な意見を表明でき、それが流通することを通じて、その記憶を持って生きる人々の実際の姿が社会に認知される可能性を探るという点にある。それはつまり、社会において一つの支配的な物語（あるいは非物語）が地域に関する多様な物語を排除するのではなく、むしろその多様性を受け入れ、共存していくような可能性を目指すということである。

川端浩平は「越境」という言葉を用いて、自らが慣れ親しんだ場所から移動し、かつて「あたりまえ」だと感じていたリアリティを問いなおす必要性を訴えている（川端 2013）。「越境」することで見慣れた日常を相対化し新たな視点から捉えることで、今までとは全く違った地域の姿を見ることができるとしている。

しかし、それは誰にでも可能なものではない。自覚的な「越境」は、多くの人々にとって極めてコストの高い行動である。しかし、近年での「聖地巡礼」ブームなどを見るに、様々な消費を入り口として、全く別の物語に生きる他者と出会う、いわば「無自覚な越境」の可能性が生まれてきている。日常に染み付き固定化された視点を相対化するという難題を、物語や作品を消費するという日常的行為を入り口として、極めてシームレスな形で実現する可能性を探る。これが本論文の目的である。

本論文の構成として、まず場所性が近代化の中でどのように変化したのかを概観し、近代化が個人の自由な場所解釈を可能にしたことを確認する。

しかし、グローバル化の進む現代では、開発や再開発といった場所の操作が社会経済的な文脈に大きく影響を受け、地域の歴史性や生活者の実感に寄り添った計画が盛り込まれることはない。その一つの例として、次に現在のお台場に至る開発計画となった「東京レポート構想」を検討する。

一方で、近年の再開発では、地域固有の歴史を魅力として発掘する流れが生まれている。これを示すため、東京レポート構想と一定の接続を持つ豊洲再開発の事例を検討したい。そこで見られる姿勢は、「産業観光」という観光の分野にも共通するものである。そこで、新しい観光の文脈で語られる「産業観

光」について検討し、具体的な事例として、「負の歴史」をプラスの魅力に転換することに成功した川崎の産業観光について触れたい。

しかし、そこには表面的な消費に終始する危険性もつきまとう。そこで最後に、観光に関するもう一つの視点として「コンテンツ・ツーリズム」「聖地巡礼」といった近年の事例を用い、表層的な消費によって特定の地域に導かれた消費者が、地域で他者と出会い相互変容を実現する可能性について検討し、その課題についても考察したい。

II 近代化と場所性

社会学者の若林幹夫は、「環境をどのような情報やイメージの媒体として見出し、そこに何を見て取るのかということは、社会的に規定された知覚や了解の制度」（若林 2010： 23）だとし、周囲の〈場〉や環境をメディアとする考え方を強調した。周囲の環境や場所というものは、人間に知覚される時、その物理的な在り方を超えて理解される。何を見るか／見ないか、そこにどのような意味を見出すかといったことは、常にその当時の社会に規定されており、その点で、場所や環境は、社会的な意味付けやそれを支える歴史的状況などを媒介するメディアだといえる。

かつて、人口や情報の流通の速度が極めて遅く、人々が特定の地域と強い関わりを持ちながら暮らしていた時代においては、特定の場所に見出される意味は共有されていた。自然と深い関わりを持つ生活様式の中で、集落の人々は協力し合いながら密接に周囲の環境に関わらなければならなかった。そのように社会的な紐帯と土地の共有が強く結びついている社会では、個人の場所に対する解釈と、その個人が属する集団が見出す解釈が一致していた。そしてその関わりが先祖代々受け継がれることによって、ある場所に関しての「空間の履歴」（桑子 2005）という、通時的な解釈までもが共有されていた。

しかし、近代化はやがて旧来の秩序を打ち破り、社会は激しく変動していく。科学技術の急速な発展や、その生産力を背景とした産業社会化は、人間社会の世界に対する能動性を解放した。もはや自然は人間が畏怖する対象ではなく、操作し利用できるものになった。そこでは、どのような意味も先行して存在せず、それまで特定の意味と結びついていた場も、同じく操作の対象になった。人間は「かつてとは異なる意味と様相を持つ環境を、自身の関数として見出し、

形作り始めた」(若林 2010: 113)。自らが生きる環境を自身で操作し、作り上げていかねければならない時代が到来したのである。その時代においては、都市は単一の解釈を導かず、解釈は極めて個人化している。電車の中でケータイの画面に閉じこもる時、高層マンションからその地域の眺望だけを所有している時、空間の共有と意味の共有は決してイコールではない。

Ⅲ 再開発による「都市の魅力」の創造——グローバル都市間競争と再開発

1 東京テレポート構想

こうして、近代では多様な解釈による空間の操作が可能になったが、土地が資産として取引される現代では、その物理的な景観や機能は経済活動を通じて操作される。そしてその計画は、企業やそれを許可・協力する行政の理想像に基き進められるため、地域住民等の多様な場所解釈との間で軋轢が生まれることになり、再開発においてはそれが最も顕著に表れる。

「再開発」とはすでに市街地化した場所を再び開発し、利便性を向上するような開発のことであるが、それは様々な形態を含んでいる。広義では都市計画事業や区画整理事業、個人レベルの建て替え等も含まれ、狭義では、都市再開発法に基づく市街地再開発事業のことを指す(遠藤 2004)。本論文では、狭義の意味に寄ったイメージで再開発という言葉を用いる。具体的には、企業が行政と一体となって大規模な再開発に取り組むような事例を念頭に考える。

再開発に注目すべきなのは、再開発される土地が既存の文脈を持っているという点であり、そこでは様々な理想像や主張が入り乱れ、ゼロからの開発よりも複雑な葛藤が生まれることになる。旅行者や観光客が求める整備と、地域住民の日常の利便性への要求が衝突することも頻繁に生じると考えられる。

では現代の再開発事業においては、どのような折衝が行われ、どのような都市像が求められたのか。その事例として、現在のお台場を巡る一連の開発計画を参照したい。

現在のお台場に至る開発計画は 1985 年の「東京テレポート構想」を契機とする。この構想は元々、当時広大な遊休地となっていた東京湾の埋立地について、東京都港湾局がその活用を探った所から始まった。港湾局はニューヨークで行われる世界テレポート会議に目をつけ、情報通信基地開発プランを発表す

ることで開発に繋げていく計画だったと考えられる。東京都が示した素案は好評を博し、その後本格的な開発へと展開することとなった。(平本 2000: 32-33)

「テレポート」とは、テレコミュニケーション・ポート、即ち「情報通信の港」を示す造語である。グローバル化に伴い、人・モノ・情報のスピードが加速する中で、各都市とも情報を瞬時に大量に処理するインフラを持った都市の建設を計画していた。その中でニューヨーク、ロンドンが示したのが「テレポート」構想であり、そこに乗り遅れまいと発表されたのが「東京テレポート構想」であった。

この時点では、この計画は情報通信施設を中心としたものであり、規模としても総面積 40ha、総事業費 1300 億円ほどの計画であった(砂原 2013: 234)。

しかし、ここからプロジェクトは関係者の思惑と当時の社会経済状況を受けて急拡大していくことになる。当時、都市開発を巡って、都市間競争という国際的文脈と、外国企業の進出や産業構造の変化によるオフィス需要の高まりという国内的文脈の 2 つの大きな流れが存在した。1987 年に当時の国土庁によって示された首都改造計画では、基本理念の一つとして「国際中心都市を目指す」ことが盛り込まれ、東京は「政治、経済、文化等の国際交流の場、窓口として重要性を増し」ており、「我が国を代表する世界の主要都市として、国際政治、国際経済の場において、一層大きな役割を担うことが求められており、(中略)国際中心都市にふさわしい都市、さらには、世界に開かれた大都市として発展させていかなければならない」として、都市間競争の中で存在感を高めていく姿勢が打ち出されている(首都圏整備協会 1985: 26)。また、「国土の均衡ある発展を主導する」という基本理念も盛り込まれ、東京都心部への一極依存構造から脱し、複数の機能分化した核を持つ「多核型」の都市圏へ変革するという方向性も打ち出している。

事実、当時の東京都区部オフィス空室率は 1%を切る水準で推移しており、またバブル経済による地価の高騰も進む中で、東京一極集中を緩和するための新たなオフィス用地の供給は喫緊の課題となっていた。

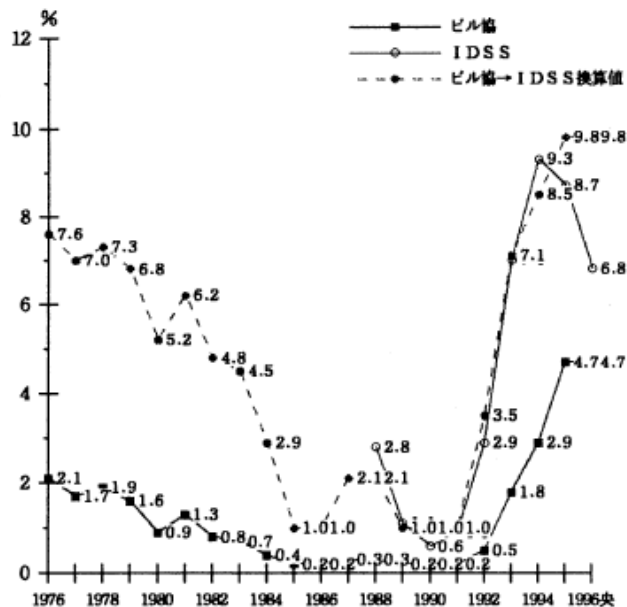


図1 オフィス空室率の実績（東京区部）（水鳥川 1997：43）

また、当時もう一つの文脈として、内需の拡大という経済的課題があった。当時、日本の製造業は輸出を拡大し続け、国際収支の黒字は急激に拡大していた。一方で、アメリカはそれを受ける形で恒常的な対日貿易赤字に陥り、いわゆる経済摩擦の問題が生じ、日本の経済構造における内需の拡大が求められていた。

中曽根首相は国有資産の売却と民間活力の活用によってこの問題に対応するべく、その目玉となるプロジェクトを探していた。その中で目に止まったのが東京テレポート構想であり、これを活用することで、オフィス需要と民活の両者への対応策とすることを計画し、金丸信副総理等による政治介入が行われた。しかし、都はプロジェクトの主導権を堅持し、自らプロジェクトを拡大させることでその期待に答えようとした（平本 2000：60-67）。

当初、国際的な都市間競争という文脈で浮上した東京テレポート構想は、オフィス用地の不足と民間資金の活用という国内的プレッシャーをも受ける形で大規模な未来都市計画へと急拡大し、1987年にまとめられた「臨海部副都心開発基本構想」では、開発面積約440ha、就業人口11万5000人、居住人口4万4000人、総事業費8兆円という巨大プロジェクトへと発展した。ここに至って、本来の情報通信基地としての東京テレポート構想は副都心開発の一パーツ以上のものではなくなっていた（砂原 2009：273）。

拡大した開発計画では、オフィスビル、通信施設の誘致に留まらず、多くの土地を「プロムナード」として親水性が高く緑あふれる公園として整備し、ゆとりや快適さも追求された。都市機能面でも企業の本社誘致や商業施設、高級ホテル建設などが計画され、それを支えるインフラ面でも、共同溝や地域冷暖房等、革新的な技術の採用が計画されていた（吉原 1991： 144）。

交通の面では、東京港横断橋（後のレインボーブリッジ）や新交通システムゆりかもめ、また東京臨海高速鉄道りんかい線などが整備され、更に通信事業者や各種メディア、様々な大企業も誘致し、まさに「未来都市」と呼ぶにふさわしい一大プロジェクトとなった。将来的にはそれを世界に披露すべく「都市博覧会」も計画されていた。

これらの計画は、当時の社会経済文脈に押し切られる形でスタートし、様々な思惑を巻き込んで肥大化したため、過大に見積もられたオフィス需要や就業人口の設定など、前提条件の試算・計画が十分でなく、その足元は必ずしも盤石とは言えなかった（竹下 1995： 97）。

そのような状況もあって、この計画はバブル崩壊を受けて大きな変更を迫られることになる。当初、バブル経済による地価暴騰を防ぐため、土地は基本的に売却せず、当時の地価を基に権利金と賃貸料を設定し、以後毎年安定的に上昇すると定められていた。そもそも、このオフィス賃料はかなり高めに設定されていたが、それは大量の都債発行によって都市基盤を整備し、それを事業者からの長期的な賃料収入で回収することで税金の投入を抑制する、いわゆる「新土地利用方式」を成立させるためであった（砂原 2009： 238）。しかし、バブル崩壊に伴う急激な景気後退の中で、参入を中止する企業が相次ぎ、新方式の前提となる賃料相場も急激に下落した。また、莫大な予算が使われる未来都市建設には都民からも大きな批判が上がるなど、計画の前提が大きく揺らぐこととなった。

1995年には、臨海部開発の目玉とされていた都市博覧会中止を公約に掲げた青島幸男が都知事選で圧勝し、都市博の中止が決定された。ここに至って、当初描かれていた未来都市としての臨海部開発は完全に潰れたと考えられる。

お台場を巡る計画からは、都市間競争が高まる国際化時代において、臨海部に求められているものが見えてくる。東京一極集中と既存の業務地区の限界に際して、まず、何よりもグローバルなフローを支えられるだけの通信、交通、物流などの各種インフラが求められていた。それは必ずしも大規模なオフィス

用地を供給することだけではなく、夜間人口の減少や通勤の混雑など、職住分離に伴う非効率を回避するために、職住一致の実現が目指された。しかし、ここでは緑地建設や親水性など、あくまで職住一致を実現するための機能的視点が重視され、地域の固有性に寄り添うものではなかった。開発に際して、「歴史性」「地域の伝統」などが入る余地はなかったといえる。

その中で、市民の多様な声が十分に反映されることはなかった。例えば、91年6月には、再開発への住民参加を求めて「臨海部市民アクション」が結成され、同年9月1日には、再開発計画の見直しを求める「晴海宣言」を採択した。東京都は85年の東京テレポート構想から90年の進出企業の公募まで、「新土地利用方式によって税金を投入しなくて済む」ことを盾に、議会すら関与させない行政主導を行っていた。宣言では、この中で形作られた「市民の生活感覚とかけ離れた業務機能中心、巨大・高層の超コンプレックス空間」への構想に反対し、既存市街地とのリンケージや環境調和的な街づくりなどの導入を要求していた（辻 2009：28-29）。

しかし、バブル崩壊に至るまで、この計画はそれらの声を反映することはなく、お台場の在り方は少数のコンサルタントや行政によって決定された。職住分離に伴う非効率への問題意識は多くの人々に共有されていたし、長期的な東京の維持発展のために国際的な文脈を意識するのは行政の責務である。ここで重要なのは、それを批難することではなく、激化するグローバル都市間競争や国内的な危機が都市に喫緊の課題をもたらし続ける中で、再開発計画は常にそれら目下の課題に見えやすい機能的視点をもって対応することを迫られ、その中で、地域に愛着を持つ人々の意見を取り入れる余裕を持つことが極めて難しいという事実である。

2 豊洲再開発——地権者参加と産業遺構

一方、バブル崩壊後に進められた、同じく臨海部に属する豊洲の再開発においては、お台場とは異なった様相を呈している。

豊洲はお台場と隣接する区域であることから、お台場再開発と同時期の1990年に晴海と一体となった「豊洲・晴海開発整備計画」が策定され、幹線道路の整備などが進められたが、土地の大部分を未だ株式会社IHI（旧・石川島播磨重工業）の造船所や倉庫群が占めており、本格的な再開発計画に至るまで

に時間を要したため、その間に都市開発の方針は大きく変貌していった。

臨海部の開発方針を巡っては、お台場開発計画の挫折を受けて大きな議論を呼んだが、1996年の「臨海副都心開発の基本方針」を持って方針転換が決定され、新たな基本方針が示された。ここでは、アジア諸国の台頭による都市間競争の激化という文脈は考慮しつつも、豊かさや環境調和型開発など都民の志向が変化したことを受けて、計画の見直しの方向性を示している（井坂 1996: 30-42）。また、それまでの反省を踏まえ、開発にあたっては関係者の理解を求め積極的に協議を行う姿勢が示されている。豊洲・晴海の開発については、これまでの経緯から、特に民間地権者等との協議を進めていく意向が盛り込まれた。

この方針を基本としつつ、豊洲開発は1997年の「豊洲・晴海開発整備計画改訂」、2001年の「豊洲1-3丁目地区まちづくり方針」という形で具体化していくことになる。「豊洲1-3丁目地区まちづくり方針」は、造船所や倉庫群の移転計画を受けて、かなり具体的な計画に近づいているが、ここでは国際的にも魅力ある都市を作るため、次世代業務・産業機能の集積を目指しつつ、加えて造船所跡という魅力を活用し、特色ある商業、文化、レクリエーション機能を作り出すことを計画している（東京都 2001）。更に具体化された計画である「豊洲二・三丁目地区地区計画」では「造船ドック跡周辺は、貴重な産業遺産であるドックの形状を残すなどの地歴を尊重するとともに、個性的な賑わい空間の形成によって広域的なアメニティを高める広場空間を整備する。」「豊洲晴海間水域に面した旧造船ドック周辺（区域6）では、当該水域からの景観に配慮して、ダイナミックで統一感あるスカイラインを創出するとともに、ドック等の貴重な産業遺産を保存・活用しつつ、広域的な集客をはかる商業・文化機能、業務機能、宿泊機能、居住機能等を配置するため高度の土地利用を図る。」（江東区 2002）という文言が盛り込まれ、地域の個性を都市間競争での魅力に変換していくような開発へ方向転換されたことが示されている。

この姿勢は民間地権者側にも共有されている。例えば、民間地権者団体である豊洲2, 3丁目地区まちづくり協議会は、「豊洲2・3丁目地区まちづくりガイドライン」の中で、「新・産業マザーランド」というコンセプトを定め、そのポイントとして

①21世紀東京の活力となる「知」の産業を育むまちづくり

- ②産業の血としての歴史を、地域の個性を活かすまちづくり
- ③産業技術を都市環境づくりに活かすまちづくり

の3点を挙げ、「東京の新名所となる水彩都市の創造」を通じて、「20世紀産業拠点としての土地の記憶を感じさせることのできる街をつくる」ことを目的としている（豊洲2,3丁目地区まちづくり協議会 2007）。

また、似たような会員で組織される東京インナーハーバー連絡会議でも、水辺という特色とそれを活用してきた地域の歴史を活かした街づくりのため、水辺の活用方法を検討している。

これらの民間地権者団体の会員はIHIや三井不動産など民間開発の中心になる大企業が多く含まれており、2002年以降本格化した再開発事業のなかで、産業遺構の保存・活用という視点が開発の中に積極的に取り入れられていくことになった。

例えば、現在豊洲の中心となっているのは、三井不動産による「アーバン Dockららぽーと豊洲」である。これはIHIの造船所跡地に三井不動産が開発した大型ショッピングモールだが、IHIの造船所跡を囲むように作られており、クレーンや栈橋などが保存され、錨や歯車等もオブジェとして再利用されている。また、水上バス停留所も誘致し、浅草やお台場に向かう海上交通も用いることができる。建物もドックをイメージした構造であり、名称にも「アーバン Dock」を用いるなど、産業遺構を活用し、そのコンセプトに取り入れている。

他にも、この地区には様々な産業遺構が残されており、豊洲2,3丁目地区まちづくり協議会のHPではその分布を確認することができる。



28 モニュメントクレーン 6街区

NO.2ドックで使用されていたクレーンをモチーフに製作したモニュメント。



9 保留ピット 8街区

港に船をロープでつなぎ止めておくときの柱として使われていました。スツールとして再利用しました。



図 2 豊洲地区産業遺構の分布（豊洲 2・3 丁目地区まちづくり協議会HPより 2013 年 12 月 17 日参照 <http://www.toyosu.org/monu/index.html>）

この一連の開発は、今のところ好調に推移しており、東京都と豊洲地区の人口推移を比較すると、豊洲地区の人口増加の早さが際立っている。

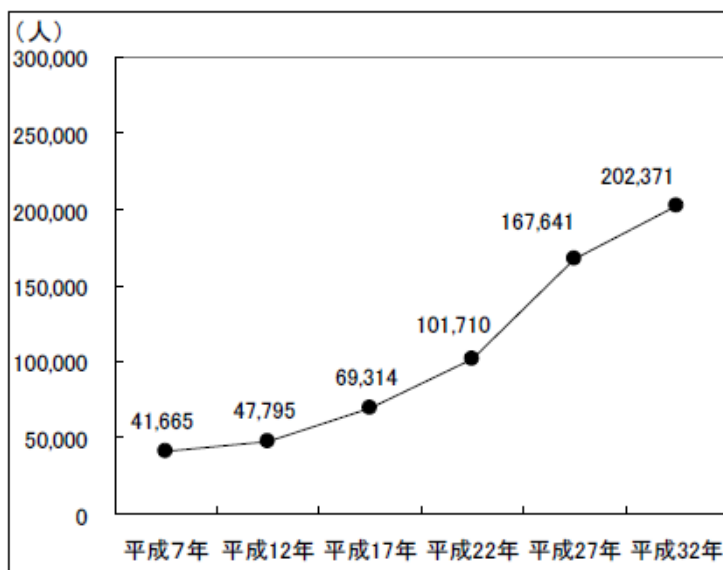


図3 豊洲地区の人口推計

(江東区「江東区の将来人口の推計について 報告書(概要版)」)

図1 人口の推移(大正9年~平成22年)

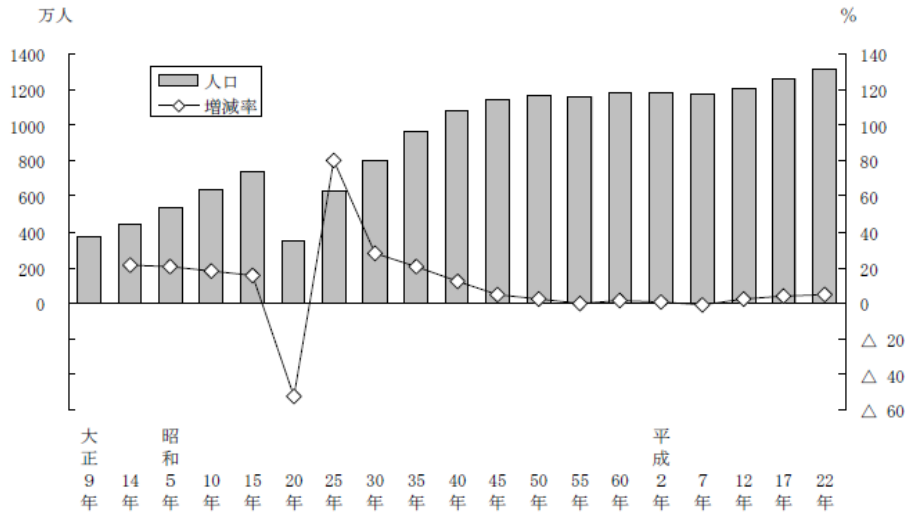
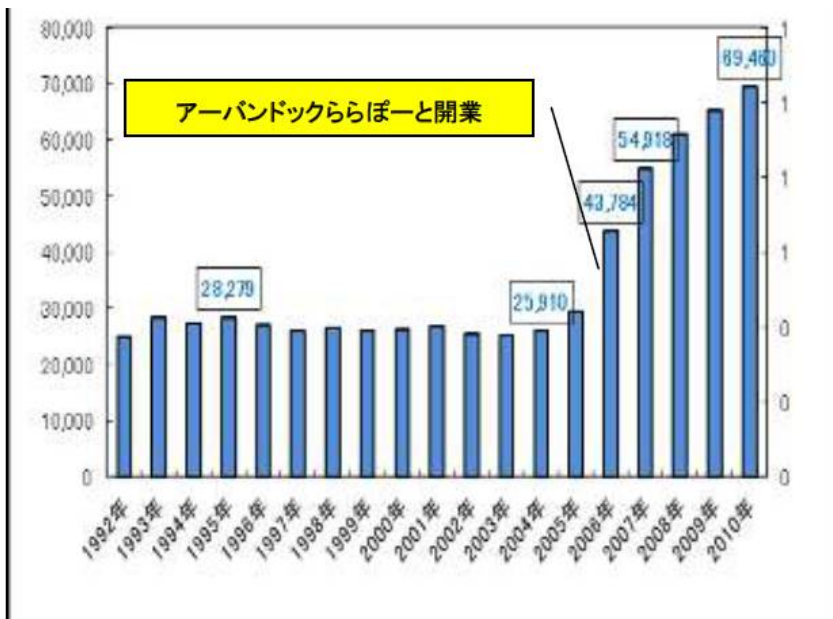


図4 東京都の人口推移

(総務省統計局、平成22年度国勢調査より)

図5 東京メトロ有楽町線豊洲駅増車人員推移(一日平均)(立澤 2013)



また、東京メトロ有楽町線豊洲駅の乗車人員数の推移（図5）を見ても、ららぽーと豊洲の開業など、再開発が進むにつれて豊洲を訪れる人が急増していることを示している。そのららぽーと豊洲についても、開業一年後の2007年度売上が約288億円であったのに対し、2011年度には約326億円まで伸びるなど、好調が続いている（三井不動産株式会社・ららぽーとマネジメント株式会社2012）。

豊洲再開発が好調な背景に、どれだけ地域の固有性の魅力が貢献しているかは定かではない。しかし、一連の事例から読み取れるのは、都市間競争が激しさを増す中で、地域の固有性が武器として見出され、積極的に取り入れられているという事実である。また、地域の固有性は机上の計画からだけで発掘できるものではないため、規模の問題はあれど、住民や民間地権者等の意見を集約することが不可欠である。そこには、お台場開発では顧みられなかった地域の固有性や場所解釈の多様性が、住民や地権者等、今までよりも幅広い関係者との対話の中で、新たな魅力として発掘されていく可能性を見ることができる。

しかし、豊洲の事例は極めて特殊である。すなわち、この土地に染み付いた記憶は基本的には造船所の記憶であって、それはIHIという一企業に束ねられている。豊洲では、再開発の主体となっていくような大企業がその土地と最も深い関わりを持っていたため、再開発の中で取り入れられることも容易であったと考えられる。

現実には、このようなタイプの再開発、即ち企業保有地の移転に伴って大規模再開発が行われるような事例もあるが、既存の住宅地等を計画区域とする、多数の住民の立退きを伴うような再開発計画も多く存在する。地域への多様な思い入れを尊重しようとするとき、次いで問題になるのは、力のない人々の持つ複雑で多様な物語を、どのように流通させることができるのかという点である。

IV 産業観光——「発地」からの物語流通

1 新しい観光としての「産業観光」

その一つの可能性となるのが、現在、観光・まちづくりの流れのなかで注目を集めている「産業観光」である。

産業観光という言葉は、東海旅客鉄道の初代社長である須田寛によって初めて提唱された概念である。須田によれば、産業観光は次のように定義される。

産業文化財（産業遺産、工場遺構、さらには現用の産業機器、工場も含む）を地域の光（特色）として打出し、それらに対する情報を発信すること。さらにこれらを見、かつその意味を理解することによって、非日常の体験をし、人生をよりゆたかなものにすると共に、人的交流を図り、そこからさらに新しい文化を生み出す活動（須田 1995： 94）。

須田によれば、産業観光の定義は極めて幅広い。時間軸でいえば、遺構という過去から未来技術まで幅を持ち、一次産業や産業を支える各種インフラも観光資源に含まれる。そもそも、人の生活あるところは消費の現場であり、生産の現場であると考えれば、人間の生活すべての局面が観光資源になりうるものであって、産業観光の特徴は、

くらしに密着した、どこでもできる「観光」であり、「過去から現在、さらには未来の展望にまで及び、1次2次両産業を含み、広く人間のものづくりのいとなみを対象とする、幅の広い「観光」」（須田 2005： 40）

だといえる。

そういう意味で「産業観光」は固定化された概念ではなく、「ものづくり」という幅広い視点から見た地域の持つ固有性や歴史性と、そこで人々がどのように生活してきたのかという物語を観光商品化する視点であり、豊洲で取り入れられたような産業遺構の保存や活用が、まちづくりや観光の文脈で行われているものである。

従来観光は、パッケージツアーや団体旅行などを中心とした画一的なものであった。日本では物見遊山的観光や温泉旅行、神社仏閣詣での旅行といった形の観光が主流であり、「見る」ための観光という色彩が強かった。しかし、価値観の多様化の中で団体客中心の観光は後退し、旅行先地域との深い関わりを志向するエコ・ツーリズムや、グリーン・ツーリズムなどが生まれてきた（須田 2005： 33）。産業観光はこれら「新しい観光」の流れに属するものであって、地域の歴史性や固有性との深い関わりを強調した観光である。

従来の観光資源は、主に自然観光資源と歴史文化観光資源に大別することができる（須田 2005： 14）。自然観光資源は、例えば富士山などが考えられるが、観光資源としての用いられ方は、多くが「景観」としての富士山を楽しむものである。歴史文化観光資源については寺社や美術品が考えられるが、それらも基本的には鑑賞して楽しむものであり、これらの視覚体験を強調するのが従来のマス・ツーリズムの特徴である。

対して、産業観光は人と観光資源との関わりに着目したものであるため、従来型の観光資源を含みつつ、人々がどのようにその資源に関わってきたのか、どう生活の一部となり、どのように歴史が展開され今に至っているのかといったテーマを強調する。様々なテーマ性を提供することによって、多様化・個人化時代の観光に適応しうるのが産業観光であるといえる。

2 産業観光の特徴

そして、そこからいくつかの特徴が導かれると須田は指摘する。

第一に、産業観光は「着地型」であることが求められる。着地型とは、従来のように出発地にある旅行会社が地方をイメージにはめ込みながら観光商品を作り上げる「発地型」とは異なり、実際の「現地」の営みに比重を置き、そこからの提案で組み立てていくモデルである。産業観光は人々の生活に密着した観光であるため、現地が主導して行なわなければ観光資源は発掘できない。また、そのような性質から、産業観光は単に「鑑賞する」だけでなく、実際にものづくりに触れ合える、体験型・学習型のものが求められるのも特徴である（須田 2005： 41-45）。観光資源を手がかりに、人々がそれとどのように結びつき、生活してきたのかを発信する点が産業観光の特徴である。

3 「地域旅」と物語による演出

これに似た概念として「地域旅」という概念がある。「地域旅」は、産業観光と同じく着地型観光に分類されるが、着地型観光という分類が観光商品の企画の方法に重点が置かれているのに対し、従来の「観光する側-される側」の関係を乗り越えた、地域住民の本来の暮らしと観光とを共存させる在り方を重視した概念である（佐藤他 2011： 14）。従来のマス・ツーリズムでは、観光

資源の周りに、ホテル、飲食店等の観光インフラ産業や画一的な土産物店が乱立するなど、地域の産業に大きな影響を与え、「観光産業」に地域が依存することにより、観光資源を生み出してきた地域文化そのものを破壊してしまう事態が生じた。そうではなく、地域のありのままの姿を魅力として演出し、ファンを獲得していく新しい形を創り上げることで観光と地域の共生を図るのが、この「地域旅」である。

しかし、地域の暮らしをそのままの形で観光の魅力にすることは難しい。そのための演出手段として用いられるのが「物語の創作」である。ここでいう「物語の創作」は、「独自の目による解釈」（佐藤他 2011： 21）という意味であり、産業観光で言う「着地の文脈」をどう発掘し、魅力的なストーリーとして演出していくかという視点と重なるものである。

この考え方は、「産業観光」にも共通する考え方を、「ものづくり」に限定しないより広い視点に当てはめたものであり、産業観光に留まらない観光の大きな流れとして、地域の固有性を商品化する視点が注目を集めていることがわかる。

再開発においては、個人や地域の組合等、小さな主体が計画に影響を与えるのは難しい。豊洲再開発の事例でも、あくまで地域と深い関わりを結んできた主体が力を持っていたために、産業遺構などの活用が図られた側面がある。しかし、観光やそれに伴うまちおこしは、それよりも遙かに少額の投資や小さな組織で行われるものであり、どのような場所でも、小さな物語が魅力的な商品として仕立てられ流通する可能性を十分に秘めていると言える。

では、実際の産業観光の取り組みの中では、多様でミクロな物語がどのように扱われているのだろうか。筆者自身が活動に関わり、同じく東京湾臨海部に属する川崎市の取り組みについて検討したい。

V 川崎市産業観光

1 川崎産業観光前史

川崎市には、長らく観光という視点が欠如していた。「川崎市 シティセールス推進調査報告書」を見れば、川崎について「”○○のまち”といえば」という質問に対して、「産業のまち」（63.1%）について「公害のまち」（40.3%）と

いう回答が上位を占め、「まちの色」については「灰色」(44.2%)が一位となり、また「現在のイメージをいいと思うか」については32.4%もの人が「やや悪い」と答えている。従来型の観光の観点からは観光資源になりうるものが極めて少ない点に加えて、そのような観光に不向きなイメージが浸透していることが、観光産業が発達してこなかった一因になっている。

しかし、近年では徐々に観光への意識を強めており、これは総合計画の流れの中からも読み取ることができる。総合計画とは、行政運営の基本となる指針である。川崎市は1983年に「2001かわさきプラン」を策定したが、その項目の中には「観光」という言葉は含まれておらず、観光への意識は小さかった。しかし、次いで1993年に策定された「川崎新時代2010プラン」(1993)においては、「市民生活を支援する産業の振興」という項目の中で「文化・観光・レジャー・スポーツ産業の育成」という文言で観光について触れられ、具体的なプランとして「かわさき観光振興プラン」(2004)がまとめられた。「かわさき観光振興プラン」では、様々な再開発や交通アクセスの向上などによる集客力の高まりと近年の観光ニーズの多様化の中で、新しい観光の視点から観光資源を捉え直す必要が指摘されており、特に工業都市としての来歴から、産業観光に対応する豊富な観光資源を発掘する姿勢を打ち出している。

また、観光振興を図るうえでは、地域住民が観光資源に愛着を持ち、発信しようとする姿勢が重要であるとし、

住む人が、「かわさき」というまちに誇りと地域愛を持ち、ホスピタリティ(おもてなしの心)をもって、「かわさき」の良さを広く紹介し、訪れる人がそれを楽しみ、人々が集い・交わる観光のまちづくりを目指します。(川崎市 2004: 22)

という基本理念を掲げた。

これらの流れは、以降の「新総合計画～川崎再生フロンティアプラン～」(2005)でも、「個性と魅力が輝くまちづくり」の一貫として、都市間競争に勝ち抜き、地域のイメージを向上する方途として「新たな観光の振興」に取り組むとするなど、川崎の重点政策の一つとして扱われるまでになっており、新しい観光の流れの中で「着地」からの発信を重視し、今までのイメージを積極的に転換することで新たな魅力に繋げようとする市の姿勢を読み取るこ

とができる。

2 川崎産業観光の現状——産業観光学生プロモーターの現場から

では、その産業観光の中で、かつて負のイメージを担ってきた工場地帯と外国人集住地域はどのような現状にあるのか。筆者は2012年9月に第二期川崎市産業観光学生プロモーターとして任命され、バスツアーの添乗や新ツアーの開発協力、その他観光に関わる様々な活動をサポートしている。その視点から、特に知名度のある工場観光と川崎コリアンタウンに注目しつつ、川崎の産業観光の現状について指摘したい。

工場観光とは、川崎市の臨海部工業地帯に立ち並ぶ工場群を巡るツアーであり、市の観光協議会などの企画協力のもと、いくつかの民間事業者がツアーを行なっている。基本となるのはバスツアーであるが、これは昼の部と夜の部に分かれ、昼は生産設備の見学等、社会科見学の色彩が強く、夜は幻想的な工場夜景をメインとする形で行われている。これに加え、工場地帯の運河を屋形船で巡るツアー、臨海部の高層ビルである川崎マリエンからの夜景観察や、工場撮影スポットとして有名な東扇島東公園での観察・撮影ツアーなどもある。バスツアーや屋形船は定期的に行われているものもあるが、日々新たな引き合いに応じて様々なプランもアレンジしている。例えば、最近では修学旅行生の誘致に成功し、工場夜景を巡るバスツアーをその移動行程に組み込むなど、新たなプランが日々生み出されている。

これら工業地帯の観光については、近年のいわゆる「工場萌え」ブームの後押しもあり、事業者の協力のもとで工場内部の見学を行ったり、四日市や室蘭等の工業地帯を有する他都市と協力し「四大工場夜景」を名乗ったりと、市としても注力している。中でも、バスや屋形船を用いた工場夜景ツアーは現在も予約が取れない状況が続くなど特に盛況で、川崎産業観光の代名詞的存在となっている。

一方で、コリアンタウンについて言えば、それ自体を目的とした観光ツアーはないが、工場地帯としての歴史を背景とした多文化地域という文脈で、産業観光に組み込まれている。

しかし活動を見る限り、基本的には「焼肉」に着目しているのみで、宣伝文句としても「新大久保に行かなくとも、安くて美味しい焼肉が食べられる」と

いうもので、工場ツアーの食事場所として取り入れられる程度である。コリアンタウン周辺は未だ賑わっている状況とは程遠いものの、テレビや雑誌等で取り上げられることによって、徐々に「本格派の焼き肉が食べられる」として知名度が上がっている。

今でこそ一定の知名度を誇る川崎の産業観光であるが、人気を押し上げた最大の要因はメディア露出にある。市の担当者や観光協会が一丸となってメディア戦略を進めることで、夕方のニュース番組や雑誌等様々なメディアに取り上げられ、それが人気の爆発に繋がった。以降も担当者が定期的なメディア露出を企図したイベントを行なうなど、活発なメディア戦略が行われている。

その中でも最も効果的だったのは、おそらく工場夜景の幻想的な写真や動画であろう。川崎の工場群の人気に火をつけたのは、2007年ごろから認知されるようになった、いわゆる「工場萌え」ブームである。「工場萌え」は工場の景観や幻想的な雰囲気消費するブームであるが、このブームを受けて、今まで負のイメージが先行していた工場群を取り巻く環境に変化が生じた（八馬2008）。川崎の工場群はその代表的なものであり、これがメディアの取り上げ方に接続している。従来の工場見学や生産技術の見学などのわかりにくい魅力とは違い、写真や動画を中心にした取り上げられ方は、視覚に訴えるテレビや雑誌というメディアでは非常に効果的であった。観光資源の特徴を活かし、メディアを通じて幻想的な「工場萌え」としての魅力を一般にも効果的にPRできたことが、現在の人気を支えている。

VI イメージ消費とコンテンツ・ツーリズム

1 テクノスケープの表面的消費

このように、川崎の産業観光は現状では知名度も高く、商業的には一定の成功を収めている。しかし、そのブームは未だに「幻想的な工場夜景」や「安く美味しい焼肉」といった、極めて表面的な消費に支えられていることも事実である。

岡田（2009）は、工場などの「テクノスケープ」の評価体系について、地域の歴史性のような「景観の背後に見いだされる”意味”の評価」と、色彩や形の美しさなど「背後に具体的な意味を必ずしも伴わない”表層”の評価」に大

別しており、近年のテクノスケープ・ブームでは、もっぱら特有の雰囲気や質感を目的とする「”表層の嘆賞”」にとどまっていると指摘する（岡田 2009: 16-17）。

また、川崎市職員である伊藤（2009）は、ハンナ・アーレントを引きつつ、テクノスケープが「現れの空間」へと展開していく可能性に期待しながらも、現状の川崎産業観光の課題として、「表層的な美として、公害問題などの歴史的経緯や工場で作業する人びとの存在、製造された製品の価値の有無など」を「全て捨象」し、テクノスケープの景観だけを愛でる「表象の空間」に留まっているという現状を指摘している（伊藤 2009: 20-21）。

これらの課題は、筆者が産業観光の現場で活動した実感とも一致する部分が多い。産業観光の取組みは、今のところ多くの人々がテクノスケープの成り立ちや歴史的背景を学び取る機会を作り出したり、あるいは今までそれを阻害していた負のイメージという心理的な障壁、忌避の感覚を解体するために大きな役割を果たした。かつて工場労働者の存在や公害の問題は川崎の負の歴史として捉えられていたが、現在では大勢の観光客が川崎の工場地帯に訪れていることを考えれば、産業観光は「汚い」「公害」「治安が悪い」といった否定的イメージの解体には明らかに貢献しているといえる。

しかし、未だに「幻想的な工場夜景」が川崎産業観光の代名詞となり、その景観を背景に用いた野外イベント等が盛り上がりを見せるという現状を見ると、川崎の歴史に興味を抱いたとしてもそれ以上の活動には展開せず、大多数はそれ以前の段階である「景観や味覚を楽しむ」状況に留まっているように思われる。背後にある「他者の物語」への興味を通じて、実際に他者と出会い、その姿を認知していく段階には至ってはいない。

2 動物的消費と物語消費

以上を踏まえて、現状の「地域の固有性」及びそれを代表する産業観光、産業遺構等の消費のされ方について、以下の二つに整理したい。

一つ目は、産業遺構等の見た目や、それらによって構成される景観、その地域の特色あるエスニックフードに代表されるような「動物的な消費」である。東（2001）は、ポストモダンにおける消費文化について「ポストモダンの人間は、『意味』への渴望を社交性を通して満たすことができず、むしろ動物的な

欲求に還元することで孤独に満たしている」(東 2001: 140) と指摘しているが、岡本(2013)は、山口(2010)が「買い・食い」が中心となり、他者との交流を回避するような観光を「孤人旅行」と呼んだのを引きつつ、それらの共通性を指摘している。これは、特に「コリアンタウンの焼き肉」や「幻想的な工場夜景」が中心となる、川崎の産業観光の現状に当てはまるといえる。

2つ目は、その産業遺構等がどのような歴史を歩んできたのかという物語性を重視する「物語消費」である。この「物語消費」を重視する観光の流れとして、「コンテンツ・ツーリズム」がある。国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部による「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」では、「コンテンツ・ツーリズムの根幹は、地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての『物語性』『テーマ性』を付加し、その物語性を観光資源として活用すること」と定義されている。「物語性」「テーマ性」というポイントは、産業観光や「地域旅」でも指摘されてきたところである。この三者の違いは、その「語り部」の違いである。即ち、産業観光で強調されるのは地域のものづくりに関わる物語であり、一方、「地域旅」はより広い視点で地域に生きてきた物語を発掘し、魅力としていくものである。対して、コンテンツ・ツーリズムでの語り部は小説や映画、アニメ等のコンテンツであり、実際に起こった「歴史的事実」とは異なるフィクションを含む語りである。いずれにせよ、現実の地域に「物語」のレイヤーをかけることで魅力創出を試みるのが、これら物語消費的視点である。

しかし、「動物的消費」と「物語消費」に留まる時、多様なリアリティとの出会いと相互交流は望めない。動物的消費では、ある場所を動物的欲求を充足させるための「機能」として理解してしまいかねず、「何をしているかということが、どこでそれをしているのかをおおい隠してしまう」(Relph 1991=1999: 135) ことが多い。一方で物語消費に関しても、その語り部が大企業や行政等に固定されることによって、多様な歴史が不可視化されてしまうおそれがある。これはお台場と豊洲の再開発計画を検討していく中で明らかになった問題点とも重なるところである。

再開発計画の変遷や近年の観光の流れからは、「物語」というものが大きな魅力として注目を集めつつあることがわかる。それらは負のイメージを解体し、新たな魅力を創り出すことに成功したが、そうして創り出されたイメージもま

た、新たなスティグマとして地域を束縛し、多様性を不可視化する危険性をはらんでいる。

しかしながら、観光という視点で考える時、現代の消費類型は新たな可能性を示している。それは、「物語」が実際の場所を「舞台」としていること、そして新たな情報通信技術に支えられ、現代の消費では多様な解釈や二次・三次創作が作り出されていくという特徴に由来する。

VII n次創作観光の可能性

1 リトル・ピープルの時代

宇野（2011）は、現代の消費の特徴を「ビッグ・ブラザーからリトル・ピープルへ」という言葉で表している。国家や大きな物語のように外部から人々を抑圧するような「ビッグ・ブラザー」は、グローバル化が世界を覆った現代ではもはや成立しない。人々を規定・抑圧するのは、自らがその一部であるところのシステム（＝リトル・ピープル）であって、世界に「外部」が存在しなくなった今、もはや人々はくここでない、どこかへ逃走することはできない。

その中で残された唯一の戦略は、くいま、ここへにとどまり、それを多重化、重層化していくことである。それに呼応し、消費の欲望も消費者に全く別の世界を夢見させるような架空年代記やファンタジーではなく、虚構を用いて現実を楽しむようなスタイルに変貌した。宇野はその例として、サブカルチャーにおける「半現実」キャラクターの消費を挙げている。架空年代記でのキャラクターは、自ら歴史を紡いでいく主体とならねばならず、リアルな「人間」としての身体が与えられた。しかし、ゼロ年代以降定着する「日常系」というジャンルでは、キャラクター同士のコミュニケーションそれ自体を楽しむことが目的化され、恋愛や家族形成など、特定の物語を生じさせる描写を避ける傾向があると宇野は指摘する。こうして、架空年代記で生まれるような「正しい歴史」から解き放たれたキャラクター達は様々な形で解釈され、消費者はそのキャラクターを用いて、特定の物語に制限されない、自由なコミュニケーションの描写を再創作していく。インターネット上におけるいわゆるMAD動画（パロディ動画）などが二次創作、三次創作…という形で連鎖しながら盛り上がりを見せるのが、その一つの例である。（宇野 2011）

そうしたn次創作の流れは、近年盛り上がりを見せる「聖地巡礼」の流れの中で、実際の地域にまで及ぶことになる。これは、作品のファンが物語の舞台となった地域を訪れる観光類型である。そもそも、日本では古くからこのような動きが見られた。増淵（2010）は、歌枕の時代から、和歌に詠まれた地名などを巡る旅が存在していたこと、戦後には映画の舞台めぐりなどが行われていたこと等を指摘している（増淵 2010）。

しかし、ここで検討する「聖地巡礼」で特徴的なのは、メディアの関わり方と、それらに支えられた観光における「ホスト-ゲスト」の関係の変化、個人の情報発信能力の高まりである。

2 n次創作観光とは

岡本（2013）はこれらの変化を受けた近年のアニメ等の舞台めぐり型観光としての「聖地巡礼」を「n次創作観光」と表した。「n次創作」とは、ある原作を様々に解釈したり加工したりすることで、それが二次創作・三次創作……と連鎖するような現象を表す概念であるが、それらが観光の場においても現れていると岡本は指摘する。

まず、岡本は「n次創作観光」における情報の双方向性を指摘する。「聖地巡礼」が行われるような作品においては、作品の舞台は必ずしも明記されておらず、そもそもの舞台はどこなのか、このシーンはどこの風景なのかといった情報を探索するところからスタートする。これらの情報は企業や地元自治体から提供されることもあるが、観光客や当該地域住民によって発見され、発信されることも多い。そうして蓄積された情報をもとに出かけた観光客は、自らの発見や体験などを再びインターネット上で発信する。こうしてある作品の舞台に関する情報がデータベースに蓄積されていくことになる。

これは一見極めて閉じたコミュニティであり、そのような観光客は今まで観光の対象になっていなかったものを観光しようとするため、当該地域の住民の理解を得られず、トラブルになることもある。

しかし、その一方で、観光客との出会いから作品に興味を持つ住民や、偶発的なコミュニケーションを経て地域住民の中にポジティブなイメージが醸成されることも少なくない。その中で、地域住民と観光客の協働によって新たなイベント等が企画され、交流が深まっている例も多いと岡本は指摘する。例え

ば「聖地巡礼」が注目されるきっかけにもなった「らき☆すた」の舞台になった埼玉県鷲宮町（現埼玉県久喜市）では、地元業者がアニメ関連の神輿を地元の祭に登場させることを発案し、作品のファンと地元の祭礼組織との協働によってこれを実現した。

このように生み出された新たな価値や情報は再びデータベースへと蓄積され、更に観光客を呼び込んでいく。ここでは多くの人々が「語り部」としてn次創作を行い、また語り部同士が出会う中から新たな価値が生み出されるという構造が成立している。これを可能にしたのは、現代の情報技術に支えられたn次創作やデータベース化という流れと、作品が「舞台としての地域」という物理的な位置に基礎づけられており、作品への消費の欲求が高まるほど、消費者が実際の地域に導かれるという構造である。

ここには、主にインターネット上で行われているようなn次創作が、具体的な地域との関わりの中で、より「リアルな」歴史性や固有性と対話しつつ、実際の地域で拡大していく可能性をみることができる。

岡本はn次創作観光について、大澤（2008）の「ランダムな線」という概念を用いつつ、大きな物語を失った個人が同質性に基づく共同性を求めて「島宇宙化」する現代で、むしろ趣味的な「島宇宙」を追求する中で、予期せぬ出会いという「ランダムな線」が引かれることで、同質性の低い「他者性を持った他者」と出会い、互いに交流していく可能性を指摘している。

また、本論の視点からさらに加えるならば、インターネット上ではもはや誰もがクリエイターであるように、n次創作と具体的な地域を結びつけた「聖地巡礼」においては、誰もが「語り部」として物語を改変・創作する機会を得る可能性も合わせて指摘できる。力のない小さな個人が、自らの地域への思いや、自らの地域との物語を発信していくことも、もはや難しいことではない。

3 「無自覚な越境」の可能性

このように、自らが「楽しい」と思うことを追求する、趣味的な消費の中で他者との出会いが生まれる「聖地巡礼」には、自らの「島宇宙」を相対化することを求められる「他者への想像力」や、他者を理解する「覚悟」といった、コストの高い概念によらない「無自覚な越境」による、「他者性を持った他者」との出会いの可能性を見出すことができる。

川端（2013）は越境という視座について、「自分が慣れ親しんだ場所から移動して、改めて他地域から自分の出自へと向き合う視点」であり、「自分が所属していた時空間の中で共有されるリアリティから解き放たれることにより、かつて埋め込まれていたその場所や、様々な関係性を相対化することが可能になる」（川端 2013： 6）と述べている。作品の消費は日常的な行為だが、作品の中で語られる物語は消費者を没頭させ、スムーズに日常を相対化し、新たな視点を提供する。そうして、消費者は今までは興味を持たなかった地域に導かれたり、見知った土地を新しい視点から再び訪れたりすることになる。例えば工業地帯についても、「工場萌え」「工場夜景」という商品を経由することで負のイメージを打破し、今までその地域を知らなかった多くの人々を誘い、地域住民の目を向けさせることもできた。現代の消費の回路を用いることで、極めて違和感の少ない形で人々を日常から引き離し、生活に染み付いた日常性を取り除くことで、新たな視角を提供することが可能になる。そうして導かれた地域で出会う人々と作品の消費者は、「舞台」としての具体的な「地域」という基盤を共有しており、それを手がかりに両者は交流し、相互変容を通じて新たな価値を生み出していく。

一方で、川端は「家族や友人といった具体的な他者との非接触領域」を考察することで、自らの周りに広がる時空間への認識を変容させ、さらにそれを受けて「自分自身の世界観を変えてみようという好奇心」を持つことの必要性を示している（川端 2013： 254-255）。

しかし、現代の「島宇宙」的状况においては、他者の非同質的側面は避けられる傾向にある。上野（2003）は、保守系運動「新しい歴史教科書をつくる会」の神奈川支部である「史の会」のフィールドワークを行い、そこでは「『価値観を共有している』ことを示すためにある特定の言葉が繰り返し用いられて」おり、「異質な言葉」を話す人はおらず、従来の右派団体との間でかなりの温度差があることを指摘している（上野 2003）。また、小熊（2003）は、この状況を「『切羽詰まった利害関係がない』『自分の生活』には関係のない人』と快い距離を保ったままで、安心できる空間を楽しむため」と分析している（小熊 2003： 201）。

このような現代の島宇宙的状況の中でのナショナリズム、いわゆる「不安型ナショナリズム」では、周囲との同質性を確認し、それを保ち続けるための「ネタ」として右派的な言説が用いられており、その「最大公約数」を越える言説

は、左右を問わず忌避される傾向にある。そして、それは「国威の問題でも歴史の問題でもなく、むしろ国内における「社会流動化」と「高度消費社会化」の進行に伴う、先行き不透明感」（高須 2006： 141）に由来するものである。

そのような不安感を伴う現代において、他者の「非接触領域」へ直接目を向けることは難しい。しかし、n次創作観光は、むしろ島宇宙的・趣味的な消費を深めることで他者と出会う可能性を示している。物語を媒介とする視点の変化は、それが具体的な地域に向けられることによって偶然の出会いとコミュニケーションを生む。そして、その出会いやそこから生み出されたイベントは、現代の情報技術に支えられ、力のない個人でも「語り部」として、容易にインターネット上に発信することが可能であり、データベースに蓄積されたそれらの情報は、再び観光資源となって人々を地域に導く。このような生態系の出現によって、地域が連鎖的に多文化化していく可能性を指摘することは、極めて重要だと考える。

4 n次創作観光の課題

しかし、これには多くの困難も予想される。第一に、社会の周縁に追われている人々にとっては、マジョリティ側の流れを受けて新たな活動に踏み出すことは必ずしも簡単ではない。情報通信技術の低コスト化など、従来に比べてそれらのハードルは下がってはいるが、依然としてマジョリティ-マイノリティ間の格差は存在している。また、マイノリティの活動は当然マジョリティに比べて規模が小さいため、協働制作などの過程でも、マジョリティの意見に埋もれてしまう危険性も指摘できる。

これらの点に関しては今後の課題であるが、並行した多文化主義その他の取組みによるエンパワメントを行いつつ、その中でn次創作観光が地域にポジティブな可能性を与えるという視点を常に意識する必要がある。

また、最大の問題として、マジョリティの日常の不安や鬱憤の身代わりとして可視化され、やり玉に上がっているような「語り」は、そもそもそれを扱った商品自体が避けられることが考えられる。

ここで重要になるのは、n次創作における「寛容さ」という問題である。これは必ずしもマジョリティ-マイノリティという視点だけで生じる問題ではない。例えばどれだけ多くの人々が「聖地巡礼」をしたくとも、地域の側が交流

を拒否し、観光インフラの整備や協働による創作が行われない場合、対話の可能性は失われてしまう。

そもそも、今までとは全く異なる視点を持ち込む「巡礼者」は、地域にとっては極めて異質な存在である。岡本（2013）は、現在「聖地巡礼」が異質な他者の訪問を受けた地域住民との交流の中でポジティブな影響を与えられている一つの要因として、「地域住民に迷惑をかけてはならない」というルールがデータベースのなかに蓄積されている点を挙げている（岡本 2013: 73）。自らが地域住民にどう捉えられるのかという想像力、そして決して自らの解釈を押し付けないという姿勢が、結果的に多くの人々との出会いの機会を生んでいる。

また、地域の側も同様に「寛容さ」を持つ必要があるだろう。鷺田（2013）は、京都という町が多くの「奇人」を許容する理由として、「見て見ぬふりする。遠ざけながらもその存在を許容する」という「成熟した都市が育んだ寛容の精神」が根付いている点を挙げている（鷺田 2013: 61）。ここで言う「奇人」とは「効用とか意義とかいった「合理」とは無縁の行動をとったり、「意味のないことに全財産を注ぎこんだり」するも「確実に一本筋が通っている」（鷺田 2013: 59）人だという。自らと相容れない価値観を持ちながら同じ地域に存在する他者と共に生きていく上で必要な態度として、他者の姿を認知しつつも、価値観を押し付け合うことのない「寛容の精神」がある。出会いを強制されず、しかし幅の広い表現を許す寛容の精神を持つことで、やがて多くの人々が集まり、その中で積極的な出会いが生まれてくるのが期待できるのではないか。

VII おわりに

ある場所に固定化された意味を見出し、それを共有することはもはや不可能であって、場所には多様な解釈が重層的に重なり合っている。現代では、経済活動を通じて場所は操作され、そこに何が表現されるかは、グローバルな都市間競争などの社会経済的文脈に翻弄されてきた。

しかし、バブル崩壊以降、都市固有の魅力を創り出す手段として地域が持つ歴史性や固有性の活用が重視されるようになり、実際に再開発にも過去の歴史の物証となるような産業遺構が積極的に取り入れられ、多くの人々を集めて

いる。

以上の流れについて、第二章では、近代化における場所解釈の変遷を俯瞰しつつ現代の場所性のあり方を明らかにし、その上で、第三章前半ではお台場の再開発の事例を通じてバブル崩壊以前に求められていた都市像を示し、後半では豊洲の再開発の事例から、地域の固有性が魅力として求められている現状を明らかにした。

しかし、再開発は多くの場合開発主体の企業が大きな発言力を有している。そこで、より小さな主体が「語り部」となる可能性について、第四章では「産業観光」に着目し、観光という視点においても同じく地域の固有性や歴史性を用いる流れが広まりつつあることを確認し、新しい観光の流れが従来の負のイメージの解体に貢献したことを川崎の例から確認した。

しかし、観光における消費の現場では極めて動物的な消費にとどまっていたり、物語が消費されてもそれが新たにスティグマとなる危険性を指摘し、第五章ではそれが筆者が参加した実際の地域における活動でも見られることを説明した。

それを打破する一つの可能性として、第六章では「コンテンツ・ツーリズム」および「聖地巡礼」について検討した。聖地巡礼においては、消費者が物語の消費を通じて新たな地域を訪れたり、新たな視点を持って身近な地域を訪れることを示した。そのような新たな観光類型の中で、地域の人々と消費者が出会い、誰もが「語り部」として新たな価値を創作していくような「n次創作観光」とも呼べる生態系が成立していることが明らかになった。

現代では個人が同質性の高い小さなコミュニティに留まる「島宇宙化」が進んでいるが、n次創作観光ではむしろ島宇宙的な消費の中で実際の地域に誘われ、そこで他者性を持った他者との出会いが生まれる。その出会いは協働の創作に繋がり、さらに連鎖していく可能性を秘めている。ここには、自らの日常に染み付いた視点を自覚的に相対化するという現代において極めて困難な方法ではなく、同質性を求める島宇宙的消費の中で、逆に物語への没頭を通じたシームレスな相対化に繋がり、違う視点を持ちつつも共有される「舞台としての場所」という基盤を足がかりに他者へと越境するという、新たな方法の可能性を示している。しかし、既存の社会構造から生まれるマジョリティ-マイノリティ間の非対称性は大きな障害になり、また両者の「寛容さ」も不可欠なことを今後の課題として最後に指摘した。

これまでの多文化共生の言説では、自らの日常的視点という「あたりまえ」を解体し、他者が置かれている状況やそれを取り巻く社会構造を想像する重要性が強調されてきた。しかし、これは現代において極めてコストの高い概念であり、また、想像的であるつもりでも、常にそれがスティグマへと転化する危険性もある。例えばマジョリティ-マイノリティと区別したとき、マジョリティのマイノリティ性とマイノリティのマジョリティ性は不可視化されやすい。そのような明確な線引きを拒否し、「想像力」によってグラデーショナル的状况描き出そうとしても、社会が複雑化する中で、それは極めて困難な作業であり、その限界に際して新たな線引きが自覚されないままに形成されていく可能性も否定できない。

そのような困難を乗り越えようとする画期的な概念や先進的な取組みも多数存在するが、本論ではまた別の視点から、即ち現代において人々を島宇宙的状况に留めているように感じられる消費社会、消費文化自体のポジティブな側面を描き出すことを目的とした。本論の視点は極めて図式的であり、現実に存在する困難に対してはあまりに理想論的ではあるが、いくつかの事例では「n次創作観光」が実際の地域社会に貢献していることが示されている。本論で指摘した構図が、都市開発や観光の文脈を越えて取り入れられ、既存の多文化共生の取組みと結びつきながら発展していく可能性を願って、本論の結びとしたい。

[注]

[文献]

Relph E. C., 1991, *Place and placelessness*, London: Pion (高野岳彦訳, 1999, 『場所の現象学』筑摩書房)

- 相澤学, 1993, 「東京レポートタウンにおける情報通信基盤の整備 (〈小特集〉情報ネットワークのプランニング 5. 都市計画と情報ネットワーク 5-2)」『電子情報通信学会誌』76(2): 154-158.
- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会』, 講談社.
- 井坂昌博, 1996, 「臨海副都心開発の基本方針について」『土地総合研究』4(3): 30-42.
- 伊藤久雄, 2009, 「臨海開発の財政構造 (特集 東京臨海副都心開発のこれまでとこれから)」『地域開発』538: 17-20.
- 伊藤 良・大野繁・中村良夫・岡田昌彰・駒崎文男, 2009, 「テクノスケープの美学と社会的可能性」『土木學會誌』94(1): 26-29.
- 伊藤毅, 2006 「都市再生と歴史的な文脈(4-建築界の動向と展望, 〈特集〉建築年報2006)」『建築雑誌』121(1551): 38-39.
- 宇野常寛, 2011, 『リトル・ピープルの時代』幻冬舎.
- 遠藤哲人, 2004, 『これならわかる再開発』自治体研究社.
- 大澤真幸, 2008, 『不可能性の時代』岩波書店.
- 大西隆, 2009, 「臨海副都心開発と土地利用—失敗の教訓と課題 (特集 東京臨海副都心開発のこれまでとこれから)」『地域開発』538: 10-16.
- 岡田昌彰, 2009, 「テクノスケープの諸相」『土木學會誌』94(1): 16-17.
- 岡田昌彰, 2003, 『テクノスケープ : 同化と異化の景観論』鹿島出版会.
- 岡本健, 2009, 「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」『CATS 叢書 : 観光学高等研究センター叢書 = CATS Library』1: 31-62.
- 岡本健, 2013, 『n次創作観光 アニメ聖地巡礼/コンテンツツーリズム/観光社会学の可能性』北海道冒険芸術出版.
- 奥田裕之, 2009, 「東京臨海副都心開発に関する年表 (特集 東京臨海副都心開発のこれまでとこれから)」『地域開発』538: 39-51.
- 小熊英二・上野 陽子, 2003, 『〈癒やし〉のナショナリズム : 草の根保守運動の実証研究』慶應義塾大学出版会.
- 川崎市, 2005, 「かわさき観光振興プラン—「都市観光地・かわさき」をめざして—」(2013年12月28日取得, http://www.city.kawasaki.jp/280/cms_files/contents/0000009/9084/plan.pdf).
- 川崎市, 2005, 「川崎市シティセールス戦略プラン」(2013年12月28日取得, <http://www.city.kawasaki.jp/250/cmsfiles/contents/0000001/1018/00>

_c splan-all.pdf).

川崎市総合企画局,「川崎市 シティセールス推進調査報告書～他都市市民から見た“川崎”のイメージ～(速報版)」(2013年12月28日取得, http://www.city.kawasaki.jp/200/cmsfiles/contents/0000033/33231/10_shiry01.pdf).

川端浩平, 2013,『ジモトを歩く——身近な世界のエスノグラフィ』御茶ノ水書房.

隈研吾・清野由美, 2008,『新・都市論 TOKYO』集英社.

桑子敏雄, 2005,『風景のなかの環境哲学』東京大学出版会.

江東区, 2008,「江東区の将来人口の推計について 報告書(概要版)」(2013年12月27日取得, http://www.city.koto.lg.jp/kusei/keikaku/10199/25_359/file/15933_shiry09-2.pdf).

国土交通省総合政策局・経済産業省商務情報政策局・文化庁文化部,「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」(2013年12月30日取得, <http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/12eizou/12eizou.htm>).

斎藤明子・佐藤喜子光・平居謙, 2011,『観光の目玉 : 物語を生かした地域旅』学芸出版社.

佐藤喜子光・椎川忍, 2011,『地域旅で地域力創造 : 観光振興と it 活用のポイント』学芸出版社.

首都圏整備協会, 1985,『首都改造計画 多核型連合都市圏の構築に向けて』.

須田寛, 1999,『産業観光 観光の新分野——産業中枢「中京圏」からの提案』交通新聞社.

須田寛・徳田耕一・安村克己, 2002,『新・産業観光論 : 近代化産業遺産の活用と「交流の世紀」への歩み』すばる舎.

須田寛, 2005,『産業観光読本』交通新聞社.

須田寛, 2009,『新産業観光』交通新聞社.

高原基彰, 2006,『不安型ナショナリズムの時代 : 日韓中のネット世代が憎みあう本当』.

竹下惟利, 1995,「東京臨海部開発の抜本的見直しの提唱-1-」『都市問題』86(5): 89-105.

- 竹下惟利, 1995, 「東京臨海部開発の抜本的見直しの提唱-2 完-」『都市問題』86(6): 93-109.
- 立澤芳男, 2013, 「日本のSC見聞記 第4回 アーバンドックららぼーと豊洲」(2013年12月30日取得, <http://www.hilife.or.jp/datafile2013/04.pdf>).
- 辻利夫, 2009, 「臨海副都心開発と市民参加 (特集 東京臨海副都心開発のこれまでとこれから)」『地域開発』538: 28-34.
- 東京都, 2001, 「豊洲1~3丁目地区まちづくり方針」(2013年12月27日取得, <http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kanko/toyosu/toyo.pdf>).
- 東京都, 2002, 「豊洲二・三丁目地区地区計画」(2013年12月27日取得, http://www.city.koto.lg.jp/seikatsu/toshiseibi/7722/7736/file/toyosu23k_eikakusyō.pdf).
- 東京都港湾局, 2002, 「豊洲・晴海開発整備計画一再改定(豊洲)案一」(2013年12月27日取得, http://www.shijou.metro.tokyo.jp/pdf/gyosei/07/siryō/141001_1.pdf).
- 東京都港湾局, 2013, 「港湾局事業概要(平成23年度版)」(2013年12月27日取得, <http://www.kouwan.metro.tokyo.jp/jigyo/jigyougaiyou/H23jigyougaiyou.html>).
- 豊洲地区運河ルネサンス協議会, 2009, 「豊洲地区運河ルネサンス計画書」(2013年12月27日取得, <http://www.city.koto.lg.jp/seikatsu/toshiseibi/46042/46134/file/t.pdf>).
- 豊洲2・3丁目地区まちづくり協議会, 「2・3丁目地区まちづくりガイドライン」, (2013年12月30日取得, <http://www.toyosu.org/gline/index.html>)
- 豊洲2・3丁目地区まちづくり協議会, 「豊洲2・3丁目地区まちづくり協議会TOYOSU Project」(2013年12月30日取得, <http://www.toyosu.org/>).
- 日経BP, 2005, 「東京・豊洲の造船場跡地に水上バスが乗り入れる親水型商業施設」(2013年12月30日取得, <http://www.nikkeibp.co.jp/archives/417/417536.html>).
- 畑山弘, 2009, 「臨海副都心開発をその推進体制から見て (特集 東京臨海副都心開発のこれまでとこれから)」『地域開発』538: 21-27.

- 八馬智, 2009, 「観光資源化する工場景観((1)工場萌え, Iv ドボク・エンタテイメント, 新景観)」『建築雑誌』124(1584): 15.
- ハーグ・リチャード／岡田昌彰, 2009, 「テクノスケープ利活用事業の嚆矢 : ガスワークスパーク」『土木學會誌』94(1): 18-19.
- 平本一雄, 2000, 『臨海副都心物語——「お台場」をめぐる政治経済力学』中央公論新社.
- 増淵敏之, 2010, 『物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社
- 水鳥川和夫, 1997, 「再び来るオフィス不足時代とその対応 (特集 ポストバブル期の都市・住宅開発の課題)」『日本不動産学会誌』12(1): 43-50.
- 三井不動産株式会社・ららぽーとマネジメント株式会社, 2012, 「三井ショッピングパーク アーバンドック ららぽーと豊洲」大規模リニューアル実施を決定」(2013年12月30日取得, http://www.mitsuifudosan.co.jp/corporate/news/2012/0612_01/).
- 山口誠, 2010, 『ニッポンの海外旅行』, 筑摩書房.
- 若林幹夫, 2010, 『<時と場>の変容 ——「サイバー都市」は存在するか?』NTT出版.
- 鷺田清一, 2007, 『京都の平熱 : 哲学者の都市案内』講談社.