

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

Images Promoted by Tourism and their Influence in the Cotswolds, Britain.

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-04-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 塩路, 有子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00002114

英国コッツウォルズ地域の観光イメージとその影響

塩路 有子

(日本学術振興会特別研究員)

Images Promoted by Tourism and their Influence in the Cotswolds, Britain.

Yuko Shioji

(JSPS Research Fellow)

英国では、政府観光庁の主導で「ヘリテージ（文化遺産）」と「カントリーサイド」を強調したヘリテージ・ツーリズムが実現されてきた。とくに、自然・文化遺産が豊富に残っているカントリーサイドでは、行政や環境保護団体だけではなく、地域住民の活動によって、観光とヘリテージ保全のバランスが保たれている。本稿は、そのようなカントリーサイドであるコッツウォルズ地域に焦点をあて、案内書や観光パンフレットの分析と民族誌的資料にもとづき、同地域の観光イメージの形成過程と町レベルでの対応について、地域北部の町チッピング・カムデンの事例を通して考察し、自律的観光の可能性を探ることを目的とする。

During the 1990s, the British Tourist Authority has promoted heritage tourism by emphasising "heritage" and "countryside" as the most attractive aspects of Britain. Public administrations, environmental groups and the local residents have all maintained a balance between tourism development and heritage preservation, especially in the countryside, where a wide variety of natural and cultural heritage still exists. This paper is a case study of a north Cotswold town, Chipping Campden and considers the locally-autonomous promotion of tourism by analysing images in a guide book and official tourist brochures, and by describing local reactions to the images. The study is based on ethnographic data collected by the author from 1996 to 1997.

1. はじめに	4. チッピング・カムデンの商品化
2. 19世紀末における町のイメージ形成	4.1 町における観光推進の動き
2.1 観光客の増加	4.2 町の公式パンフレットにみられる表現
2.2 「古きイングランド」の演出	4.3 町の観光イメージの活用
2.3 案内書の出版	5. 観光推進に対する住民の認識
3. 行政がつくる20世紀の観光イメージ	5.1 観光に関わらない住民の認識
3.1 政府観光庁による文化遺産の活用策	5.2 観光によるコミュニティ外部との接触
3.2 英国の公式パンフレットにみられる表現	6. おわりに
3.3 コッツウォルド行政府による観光振興策	
3.4 地域の公式パンフレットにみられる表現	

Key Words: Britain, English Countryside, Cotswolds, Heritage Tourism, Images
 キーワード：英国、イングランドのカントリーサイド、コッツウォルズ地域、
 文化遺産観光、イメージ

1. はじめに

コッツウォルズ地域 (The Cotswolds) は、イングランドの中心部から南西に、北はストラトフォード・アポン・エイヴオン (Stratford-upon-Avon) から南はバース (Bath) にいたる160キロメートルに広がる丘陵地帯であり、明確な行政区があるわけではなく、主にグロースターシャー (Gloucestershire) 州などの5州にまたがる領域である (図1)。この地域は、中世に羊毛産出で繁栄し、19世紀末から20世紀初頭には、産業革命による大量生産ではなく、手作業による中世の創作活動を理想とするアーツ・アンド・クラフツ運動 (The Arts and Crafts Movement) の芸術家たちが移り住んだことで、文化・社会的に復興した。

コッツウォルズ地域には、現在、大小あわせて約145の町村が点在しており、約8万人が暮らしている。地域の生業は農業と牧畜業であるが、年間285万人の観光客が訪れる有名な観光地でもあり、観光関連の雇用も全体の15.7%に及ぶ。本稿が事例として取り上げるチッピング・カムデン (Chipping Campden) は、この地域の北部に位置する人口約2,000人の町であり、7月から9月の観光シーズンには、一日約250人の観光客が町の観光案内所を訪れるコッツウォルズ地域の名所である。

本稿では、主に案内書と観光パンフレット (tourist brochures) がつくる同地域の観光イメージ (tourist images) を分析するため、まずはじめに、それらを分析した観光イメージに関する先行研究を整理する。情報産業によるイメージ形成について批判的に論じたブーアス

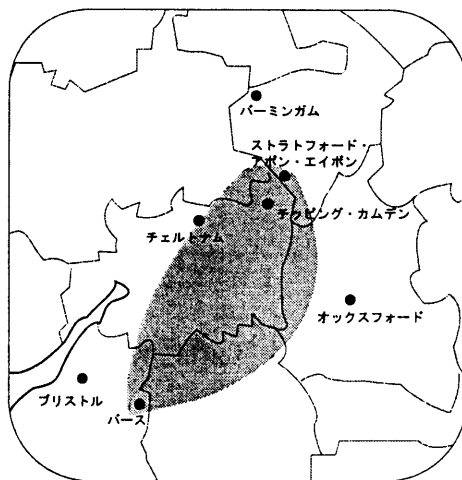
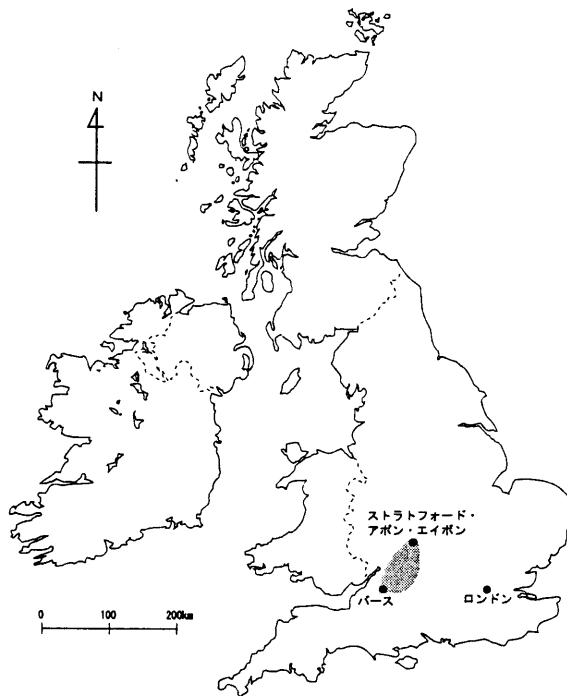


図1 英国全図とコッツウォルズ地域

ティンは、旅行者は彼らの観光地に対するイメージを再確認するために現地を訪れると述べている (Boorstin 1961)。情報産業の発達によって、人々は観光地に行く前に現地のイメージをもつようになったからである。観光パンフレットは、このような観光地のイメージ形成における最も重要な媒体であるとされ (Dilley 1986)、分析対象として取り上げられてきた。観光人類学的研究における観光パンフレットの分析には、次の3つの手法がある。第一に、パンフレットにあらわれるテーマの内容分析を通して、何らかの類型を見いだす手法をあげることができる (Dilley 1986; Dann 1996)。第二に、パンフレットにあらわれる観光イメージのステレオタイプ化に焦点をあてて、現地におけるイメージと現実とのずれを提示する手法がある (Adams 1984; Buck 1977)。この観光イメージと現実のずれに関する手法は、マッカネル (MacCannell 1976:91-105) の「演出された本物性」("staged authenticity") の概念にもとづいた分析手法といえることができる。第三に、パンフレットの構造と意味の解明を試みたセルウィンの分析手法をあげることができる (Selwyn 1990)。また、目的地の楽園イメージに関してパンフレットにおける人々に焦点をあてて分析を行っているダンには、それらの分析を本物と偽物の葛藤に収束されるネオ・デュルケーム的議論 (Buck 1977; Cohen 1993; MacCannell 1976) や記号論とそれらの手法を組み合わせたネオ・マルクスの議論として位置づけ、パンフレット分析の理論的発展の可能性を示唆している (Dann 1996: 62)。ダンの研究も含めて、観光イメージに関する人類学的研究を集めて考察しているセルウィンは、このようなイメージを分析することは現代消費社会の新しい神話を解釈することであると主張している (Selwyn 1990, 1996)。

本稿は、以上のような研究をふまえて、解釈論的な内容分析と写真や言語などの記号論的な内容分析の両方をとりいれたパンフレット分析を行う。具体的には、19世紀末に全国に伝播したコッツウォルズ地域の観光イメージと20世紀末に行政によってつくられた国や地域レベルの観光イメージ、そして住民がつくる町レベルの観光イメージについて案内書や観光パンフレットを分析し、観光イメージの形成過程を明らかにする。さらに、観光イメージに対する町レベルの反応として、チップینگ・カムデンにおける観光推進の動きやそれに対する住民の認識について、1996年から1997年にかけて行ったフィールドワークにもとづいて記述する。おわりに、以上のような記述から自律的観光の可能性に関して考察を行う。

2. 19世紀末における町のイメージ形成

2.1 観光客の増加

本節では、19世紀末に増加傾向にあったコッツウォルズ地域への観光客の来訪に伴って、

チップング・カムデンの町のイメージがいかにかに形成されたかについて歴史的資料をもとに明らかにする。

1860年に創刊された地域の新聞、イフシャム・ジャーナル (Evesham Journal) 紙上では、とくに1880年代と90年代に、コッツウォルズ地域に頻繁にやってくる観光客に関する記事が増えている。1871年にコッツウォルズ地域東南部のケルムスコット (Kelmescott) に別荘を借りたウィリアム・モリス (William Morris) は、そのはしりだったといえる。モリスの影響を受けて、1902年にロンドンからチップング・カムデンに移住したアーツ・アンド・クラフツ運動の建築家C. R. アシュビー (Ashbee) やコッツウォルズ地域南部に移住した同運動の芸術家たちは、それまでに訪れた人々や移住者の一部にすぎなかった。

辺鄙な農村だったコッツウォルズ地域に観光客が訪れるようになった背景には、第一に鉄道網の発達があった。1845年に蒸気機関の鉄道がはじめてこの地域を横断して地域の北に位置するグロースターまで開通した。1845年から1906年までに鉄道網が広がったので、この地域のほとんどの町村は鉄道の駅から荷馬車でいける距離になった。鉄道網拡大の背景には、地域の土地所有者と企業経営者が、彼らが生産する農作物の効率的な市場への運搬や乗客数の増加によって現金収入を得るために、地域各地の鉄道開通に投資したことがある。彼らは、鉄道建設の賛否を調べる委員会を立ち上げ、最適な路線を見つけるための調査を実施したといわれている (Maggs 1981: 4-5)。地域に暮らす多くの人々は、新しい鉄道路線の開通に好意的だったが、土地所有者の中には彼らの生活と眺望が乱されることを恐れて反対する者がおり、また新しい鉄道路線にその仕事の大部分が奪われることを恐れた運河所有者と既存の鉄道所有者たちも反対したといわれている (Maggs 1981: 4-5)。

しかし、第二次世界大戦後の道路交通の発達によって、コッツウォルズ地域の大きな町を通る路線以外のほぼすべての駅が閉鎖された。この地域を横断する鉄道網の中では、オックスフォードとハニーボーン (Honeybourne) をつなぐ1路線だけが残った。鉄道網は縮小したが、20世紀後半の道路交通の発達によって、コッツウォルズ地域はロンドンやバーミンガム (Birmingham) といった大都市からアクセスしやすいカントリーサイドとして定着した。

この地域を囲むように有名観光地が存在したことも、鉄道の利便性とともに関光客をひきつけた一因として考えられる。北にはシェークスピア (W. Shakespeare) の生誕地としてすでに有名だったストラトフォード・アポン・エイボンがあり、南には18世紀の温泉地で社交場のパース、東には中世以来の大学街オックスフォードが位置していた。それらの有名観光地を訪れる観光客が、コッツウォルズ地域の町村を通過したり、そこに滞在したのである。同地域北端に位置するチップング・カムデンは、このような人々が訪れた町村の一つだった。

2.2 「古きイングランド」の演出

イフシャム・ジャーナル紙は、チップング・カムデンにやってきた人々と観光産業について、この町の住民の対応を伝えている。1887年2月5日付けの町の新しい水道設備についての記事には、「この町は美しいだけでなく、自然の保養地でもあるコッツウォルズ地域の風通しのよい場所にあるために、旅行者や休暇を楽しむ人々の関心をひいている」とある。同年の5月28日の記事には、舗道や散歩道や並木道の整備などで町を改善すれば、カムデンが夏の保養リゾート地となりうる、という提案がなされている。さらに、「古くて、静かな場所を好む」人々に飲食や宿泊を提供することによって、町のすべての住民層が利益を得ることができると説明されている。

チップング・カムデンの住民が観光開発を考慮するようになった背景には、1870年代の農業不況によって周辺地域の政治的、経済的、社会的中心地であった町が、その主力を商業、観光産業に移行しなければならなかったという事情がある (Fees 1996: 127)。住民は、1880年代からの訪問客の増加に接して、カムデンが「古い」と認識され、周辺環境も含めた町自体が「美しい」と捉えられ、当時の旅行者にとって魅力的であると判断されたこと、つまり町全体の市場価値を認識したとみなすことができる。そこで、カムデンの「古さ」と「美しさ」を維持し、創造する努力がなされた。ハイストリートの沿道に木が植えられ、1890年代に建設されたカトリック教会は古いコッツウォルド石を再利用して建てられた。

1890年代半ばのチップング・カムデンでは、パレードや行事、古来のスポーツやゲームなど、産業革命以前の「古きイングランド」(the Old England)⁽¹⁾を思わせる催しを開くことで、町に観光客をひきつけようとする動きが起こっていた (Fees 1988: 98)。これは、イングランド南部の港町イーストボーン (Eastbourne) で最初に催されたイベントを参考にしたもので、町の活性化をねらう当時のイングランドの多くの田舎町にとって絶好の方策であった (Fees 1988: 100)。たとえば、1896年にカムデンで開催された花のフェスティバル (Floral Festival) では、中世からイングランドに続いている伝統的なダンスであるモリス・ダンス (morris dance) やメイポール・ダンス (maypole dance)⁽²⁾をパレードで披露することで「古きイングランド」の世界を演出したといえる。1880年代からカムデンにおいて観光への取り組みが活発化し、1890年代には住民たちが「古きイングランド」というイメージを強調する形でイベントを催したのである。

カムデンでは、1880年代と1890年代で成長した唯一の産業は観光だったことから、「古きイングランド」を想起させる観光キャンペーンは成功したとみなすことができるといわれている (Fees 1996: 127)。フィーズが指摘するように、カムデンにおける観光キャンペーンで最大の貢献を行ったのは、アシュビーと手工芸ギルドであった (Fees 1996: 127)。古くて美しい田舎町に工芸品の生産という要素が加わり、彼らの工房と展示物は町への訪

問客を増やした。当時の手工芸ギルドの工房は、現代のヘリテージ・センター (heritage centre) のような観光アトラクションの役目を担ったといわれている (Fees 1996: 128)。19世紀末の観光客の増加は、チップング・カムデンの住民に町の「古さ」と「美しさ」を再認識させる機会となった。彼らは、それらのイメージを強調するために町を整備し、「古きイングランド」を思わせるイベントを開催して、町の活性化を試みた。そのさいに、カントリーサイドで中世の職人のような手仕事生産をめざして移住してきたアーツ・アンド・クラフツ運動の建築家C. R. アシュビーたちは、まさに「古きイングランド」を再現する人々であり、彼らの存在はその工房と工芸品とともに観光客の欲求を満たし、町の活性化を図る住民の意図にも適したものであった。

2.3 案内書の出版

19世紀末以降におけるコッツウォルズ地域への観光客の増加に伴って、1905年にハイウェイズ・アンド・バイウェイズ・シリーズのオックスフォード・コッツウォルズ地域版 (*Highways and Byways in Oxford and the Cotswolds*) が出版された (Evans 1994 [1905])。ここでは、この案内書の挿し絵のエッチング画とその内容について分析し、20世紀における観光の大衆化に伴ってチップング・カムデンがいかに描かれていたかを明らかにする。

ハイウェイズ・アンド・バイウェイズ・シリーズは、1897年から1948年にかけて全36巻が出版され、英国各地を紹介して人気を博した案内書シリーズである。オックスフォード・コッツウォルズ地域版は、そのうちの1巻であり、1905年当時には数少ないコッツウォルズ地域の案内書の一つであった。当時の案内書は、現在のものよりは地誌的要素が色濃く、詳細な記述がなされているために、この版は今ではコッツウォルズ地域の網羅的な解説書の原典として認識されている (B. Smith 1976: 196)。この案内書は、オックスフォード大学出身の著者H. A. エヴァンス (H. A. Evans) が、当時の最適な移動手段として普及していた自転車でオックスフォードを出発してコッツウォルズ地域をまわり、オックスフォードとコッツウォルズ地域の100カ所の町村に関して、約400頁にわたって案内を試みたものである (Evans 1994 [1905])。

このオックスフォード・コッツウォルズ地域版には、チップング・カムデンに移住した画家F. L. グリッグス (F. L. Griggs) による72枚のエッチング画が挿し絵として掲載されている。そのうち66枚はコッツウォルズ地域の風景を描いたものである (表1参照)。オックスフォードの大教会や大学の建物、大きな宿屋などの街の風景に比べると、コッツウォルズ地域は小さな村々の牧歌的な風景が多く描かれている。なかでも最も多く描かれているのは教会 (21枚) だが、小さな村の教会のエッチング画 (15枚) が多い (絵1参照)。それに続いて、村や町並み (12枚) を描いたものも多い (絵2参照)。当然、領主の館 (7枚)

や城（3枚）のように地域の建築様式をもつ大きな建築物も描かれている。しかし、鳩舎（3枚）、農家や納屋（3枚）そして羊や牛などを含む絵（6枚）など、農村風景を描いたエッチング画が多いのは特徴的である（絵3参照）。これらのエッチング画の半数近くの25枚には、人が含まれている。村人と思われる母子や男女、少年、羊飼いや農夫、農作業をする女などが描かれ、一枚あたりに描かれる人物の数は最高で5人である。このように、挿し絵にはカントリーサイドの風景と人々の暮らしぶりが映し出されているといえることができる。

チッピング・カムデンの説明部分の挿し絵には、イングランドで最古の一般家屋とされる1340年築のグリヴェルズ・ハウス (Grevel's House) (絵4参照)、17世紀のエルム・ツリー・ハウス (Elm Tree House) の中庭 (絵5参照)、ブロード・カムデン (Broad Campden) にあるノルマン時代の小さな教会の入り口、救貧院と聖ジェームス教会の遠景 (絵6参照)、聖ジェームス教会など歴史的な建築物が精緻に描かれている。そのほかには、カムデンから見える周辺の村の丘と羊と小さな教会と農具が描かれている。グリヴェルズ・ハウスの入り口では婦人と少年が描かれ、エルムツリー・ハウスの中庭には戸口にバスケットを置いて立ち話をする男女、救貧院の前には椅子に腰掛ける老人とそれに話しかけるように立つ女が描かれている。これらの7枚のエッチング画は、いずれもコッツウォルズ地域の挿し絵の傾向と同じように、教会や家並み、羊と農具といった農村風景がそこに暮らす人々とともに描かれており、建築物の古さとカントリーサイドの牧歌的な風景が紹介されている。

チッピング・カムデンに関する記述は、挿し絵も含めて26頁にわたっている。その説明は「この本で取り上げるコッツウォルズ地域の5つの町、チッピング・カムデン、ストウ (Stow, 註: Stow-on-the-Wold の通称)、ノースリーチ (Northleach)、バーフォード (Burford)、サイレンセスター (Cirencester) のなかで、間違いなく際だって美しい」という言葉で始まる。その美しさがさすものは、「丘に囲まれてひっそりと隠れるように」、また「主な道路や鉄道から離れている」という町の地理的条件や、「長くて幅の広いストリート (ハイストリート)」の「17世紀を中心とする古い家並み」であると続けて説明されている。町の歴史として、中世に羊毛貿易で栄えた歴史と羊毛商人とその館について、イングランド随一の羊毛産地だったことが強調されている。それに続いて、町を流れる小川の水源を利用した水車による18世紀の絹産業が町を2度目の発展に導いたことが述べられている。カムデンに関する記述の後半部分には、町の教会と領主一族の歴史、行方不明になった男の帰還話というような町に言い伝えられている不思議な話など、イングランドの田舎町に共通するような内容も見られる。また、17世紀にその起源がある伝統行事「コッツウォルド競技会」(Cotswold Games)⁽⁴⁾ については、1905年当時は中止されていたにもかかわらず、

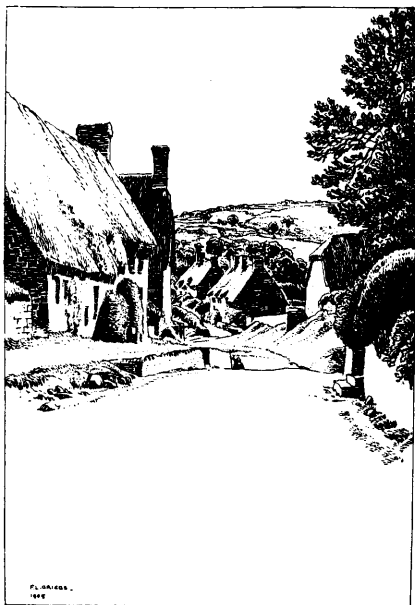
表1 案内書の挿絵（コッツウォルズ地域）に見られるモチーフ

モチーフ名	枚数
人を含む風景	25
教会（内小さな村の教会）	21（15）
村や家並み	12
領主の館	7
羊や牛などを含む風景	6
城	3
鳩舎	3
農家や納屋	3

注：挿し絵（コッツウォルズ地域）は66枚である。



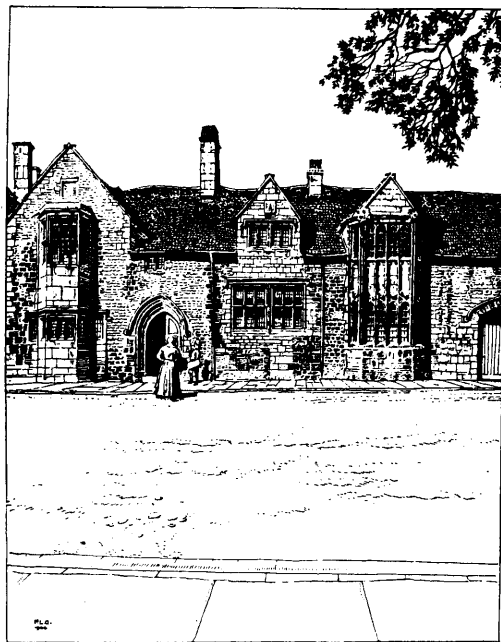
絵1 小さな村の教会（ワーミントン, Warmington）



絵2 村や町並み（エブリントン, Ebrington）



絵3 農村風景（ブロードウェル, Broadwell）



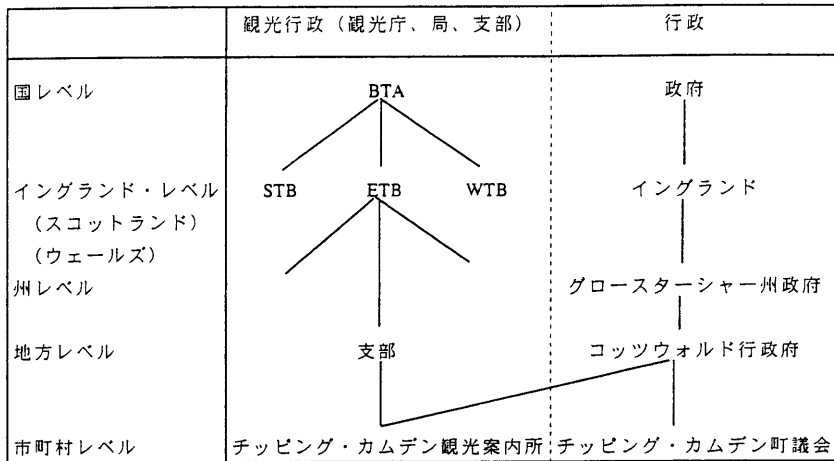
絵4 グリヴェルズ・ハウス (チップング・ガムデン)



絵5 エルム・ツリー・ハウス (チップング・ガムデン)



絵6 救貧院と聖ジェームス教会 (チップング・ガムデン)



注： BTA(英国政府観光庁)、ETB(イングランド観光局)、STB(スコットランド観光局)、WTB(ウェールズ観光局)。

図2 観光行政組織図

17世紀の詩人が競技会を褒め称えた詩を引用して詳しく言及してある (Evans 1994 [1905]: 182-207)。

1905年当時の町の状況としては、C. R. アシュビーと手工芸ギルドの活動が「町の3度目の発展」を生みだしていると紹介されている。この案内書の序文には、協力者としてC. R. アシュビーと歴史家P. C. ルシャン (P. C. Rushen) の名前が記されており、案内書の著者エヴァンスはルシャンから彼の著書である1899年出版の『チッピング・カムデンの歴史と遺物』(*History and Antiquities of Chipping Campden*) を借りたことを明記している。エヴァンスは、町の歴史についてはルシャンの本を参照し、1905年当時のカムデンの状況についてはアシュビーから話を聞いたと推測できる。

とくに、アシュビーと手工芸ギルドの活動については、職人の修業内容から演劇やスポーツなどの娯楽にいたるまで詳しく紹介されており、移住3年目のアシュビーがエヴァンスに語ったことは明白である。また、ギルドが町のハイストリートの家々に似せて新しく家を建設したり、老朽化した家を修築したりと町の保全 (preservation) に尽力していることも伝えられている。エヴァンスは、「マイル・エンド・ロード (Mile End Road) にあるアン女王時代の古い立派な邸宅エセックス・ハウス (ロンドン) での14年間の仕事の後に、アシュビー氏はカントリーサイドに移動することによってギルドの生活と仕事の両面で利点を得ることに気づいた。ジョン・ラスキンとウィリアム・モリスの理念にこれほど強く訴えてきた場所、つまり彼らの教えと理想を実践する始まりの場所は他にはなかった」と述べている (Evans 1994 [1905]: 188)。モリスは、中世イングランドとイングランドの景観を重視する審美観をもち、カントリーサイドにおける手作業生産を理想としたアーツ・アンド・クラフツ運動を提唱した人物である。案内書は、チッピング・カムデンがまさにアシュビーと手工芸ギルドが移住すべきカントリーサイドの町だったことを強調しているわけである。

アシュビーのチッピング・カムデンに対する考えが案内書に反映されているのは、手工芸ギルドの活動に関する記述だけではない。たとえば、アシュビーは1904年に出版した本のなかで17世紀に創始された「コッツウォルド競技会」について記述しており、カムデンの歴史全般にも精通していた (Ashbee 1904)。そのために、エヴァンスの案内書で歴史的かつ牧歌的な町として描かれたカムデンは、アシュビーが認識した町の状況ということができる。アシュビーは過去の町の姿を歴史的に再構成する上でエヴァンスに示唆を与え、手工芸ギルドの活動内容を伝えることによって1905年当時の町のイメージ形成に大きな影響を与えたとみなすことができる。

19世紀末のチッピング・カムデンにおける観光は、観光客の増加に伴って、住民が「古きイングランド」のイメージを利用して町の活性化を図ったことで促進された。さらに、

アシュビーと手工芸ギルドの工房がカントリーサイドの古くて美しい町における工芸品づくりを実演したことによって集客の面で大いに貢献した。同時期、出版された全国版の案内書には、ロンドンから移住して間もないアシュビーのチッピング・カムデンに関する認識が、町に住む知識人の意見として案内書に取り入れられた。案内書において、チッピング・カムデンはアシュビーの認識した歴史的かつ牧歌的な町として描かれている。とくに、手工芸ギルドの活動に関する紹介部分は、ウィリアム・モリスの理念を実現するカントリーサイドの理想の地としての町のイメージを強調している。アシュビーは、モリス同様に中世の理想郷としてのイングランドのカントリーサイドのイメージをもって、ロンドンからカムデンにやってきたのである。そのアシュビーの認識した町のイメージが、町内部から発されたものとして案内書のなかで表現され、全国に伝播したのである。つまり、19世紀末のチッピング・カムデンの人々による町づくりの動きのなかで、アシュビーのような都市から移住してきた中産階級の知識人が全国的に町のイメージを伝える役目を果たしたといえる。20世紀に入って、この案内書を元にした案内書や著書が次々と出版され (Gissing 1924; Massingham 1932; Moore 1937; Brill 1964, 1985; Lewis 1974; Smith 1976; Finberg 1977; Hill 1990; Withers 1990; Jones 1994)、観光の大衆化に伴って、この町への観光客や移住者はさらに増えることになった。

3. 行政がつくる20世紀の観光イメージ

3.1 政府観光庁による文化遺産の活用策

本節では、観光において行政がつくる20世紀の観光イメージに、いかにイングランドのカントリーサイドのイメージが投影されているかを明らかにする。具体的には、1997年現在、英国政府が打ちだしている文化遺産を活用したヘリテージ・ツーリズムの振興策とイングランドのカントリーサイドに関する観光イメージについて概観し、それがどのようにコッツウォルズ地域の行政府の政策として実現し、地域の観光イメージに浸透しているのかを分析する。

観光は、いまや英国において最も重要な産業の一つとなっている。年間370億ポンド、国内総生産の約6%を生みだしており、170万人（雇用全体の7%）の雇用を供給する国内第4位の基幹産業である。英国を訪れる外国人旅行者は、約2,374万人にのぼり、この10年間で約70%も増加している。この英国観光の発展の背景には、早い時期における政府主導の観光機関の設置があった⁽⁴⁾。図2の観光行政組織図が示すように、政府観光庁は、その傘下の各観光局を統轄し、それらが携わる重要な観光プロジェクトに助言を行っている。政府観光庁が統轄する各観光局は、それぞれの管轄における観光の促進と宿泊施設の整備・査定を行

っている。さらに、各観光局には、管轄内のそれぞれの地方に応じた支部が機能している。各観光局とその各支部は、地方行政や観光産業や環境保護団体などと協力して観光開発と環境保全のバランスをとる実質的な活動に携わっている。

英国における観光資源のなかで、文化遺産とカントリーサイドは不可欠なものである。1995年には約7,000万人が英国の歴史的な場所を訪れ、その半数以上は大聖堂や教会を訪れたという (BTA/ETB 1996: 3) ⁽⁵⁾。そのほかには、6,340万人が博物館や美術館、1,300万人が庭園、1,760万人が動物園や植物園、4,200万人がカントリー・パーク、4,100万人がレジャー・パークを訪れている (BTA/ETB 1996: 3)。政府観光庁は、海外から多くの旅行者を引きつける英国の文化遺産として、歴史的都市、大聖堂と教会、城、領主の館と庭園、歴史上の重要な考古学的遺跡、産業遺産、博物館と美術館 (とくに入場無料のもの)、文学的遺産、伝統と品格 ⁽⁶⁾ をあげている (BTA 1993: 29)。

政府観光庁は、外国人旅行者の3分の2が訪英の理由にあげている「ヘリテージ」、「カントリーサイド」、「文化」を英国の最大の魅力として、より効果的に観光に活用するための方策を打ち出している (BTA 1993: 28)。観光庁は国内600カ所の歴史的な場所をまわることができる「ヘリテージ・パス」(Heritage Pass) という共通券を売り出したり、歴史的建築物や所有地の開館時期や時間を延長するよう奨励することによって、日帰り客を増やし、観光の季節性をなくして地理的広がり の促進を図っている ⁽⁷⁾。

このような英国における文化遺産観光は、地域振興策としても実現されてきた。英国では、1960年代にはじまる英国病と称された状況 (経済の長期停滞、インフレ、外貨危機や労働紛争) などを克服する方策の一つとして、文化遺産を活用した地域振興が推進され、政府観光庁と地方行政の主導のもとで、ヘリテージ・ツーリズムの促進が図られてきた。とくに、観光を重視した地域づくりの推進のさいには、文化遺産や自然環境と観光開発のバランスを図ることが工夫されてきた。政府は、観光による経済効果の創出とともに環境保護の徹底を提言している (DNH 1995: 13)。

政府はまた、観光産業の拡大を持続可能なもの にできる唯一の方策は、旅行者のニーズと環境保護のニーズのバランスを保つことだ という認識をもっている (DNH 1995: 13)。たとえば、人口の変化が目的地自体に弊害を与えたり、それによって訪れる人のその土地での経験を損なうような地域には、イングランド観光局のような地域の公的機関が観光関連産業の開発計画に助言を行うように促している。政府の農村生活白書では、農村地帯における観光は重要な収入源である一方で、観光によってカントリーサイドの特色や農村人口の多くが依存する自然資源が損なわれないように開発していくことの必要性が強調されている (DE AND MAFF 1995: 7)。

3.2 英国の公式パンフレットにみられる表現

政府観光庁は、英国観光を奨励するために英国内と外国向けに公式観光パンフレットを発行している。それらのパンフレットは、国内ではロンドン中心部にある観光庁直轄の観光案内所、海外では観光庁の海外支部の役割も果たしている各国の英国大使館に置かれ、英国観光に関する公式情報を外国人旅行者に提供している。ディレイが公式の観光イメージについて述べているように、公式観光パンフレットは、その国に対して旅行者の抱くイメージや企業が促進しようとする観光イメージにかかわりなく、その国がどのようにみられたいかということを示すものである (Dilley 1986)。

ここでは、政府観光庁が発行している英国の公式観光パンフレットをとりあげ、観光庁がつくる英国、とくにイングランドのカントリーサイドに関する観光イメージについて明らかにする。具体的には、1992年と1996年の国内向けパンフレットと、1996年から1997年に発行されたカナダ、オーストラリア、米国、シンガポールとマレーシア、日本など5ヶ国向けの英国観光パンフレット計7種類における写真と言語を中心とする内容分析を行う⁶⁾ (Shioji 1997: 184-191)。公式パンフレットは、英国の特徴を紹介するページに始まり、英国の地図やロンドン、イングランド、スコットランド、ウェールズ (まれに北アイルランド) の各地域についての案内や英国の交通と通貨に関する旅の情報などから構成されている。外国向けのパンフレットには、イングランドを「南イングランド (the south of England)」、「中央イングランド (central England)」、「北国 (the north country)」の3つにわけて案内している。

(1) イングランドの異文化性 (異郷性) と景観

公式パンフレットに掲載されている写真数は、1992年の国内向けパンフレットでは17点、1996年版では26点あり、外国向けパンフレットでは米国向けパンフレットで58点など、国内向けよりも多い傾向がある。

まず、写真が映し出す人々と景観イメージについて分析する。1992年と1996年の国内向けパンフレットのスコットランドに関する案内には、タータン柄の民族衣装を着てバグパイプを演奏する人物の写真があり、ウェールズに関する案内には、ハーブを作るウェルッシュ職人の写真がある。同様の写真が米国、オーストラリア、カナダ、シンガポールとマレーシアのパンフレットにもみられた。また、タータン柄の民族衣装をまとった人々の間に、羊の臓物を胃袋に入れて煮込んだスコットランドの伝統料理ハギス (haggis) と特産品のウイスキーの写真もあり、ウェールズの有名な自然景勝地の木陰に置いてあるウェールズ特産のチーズの写真もある。これらの写真は、マッカネルやアダムスが観光におけるホスト文化を意味する「文化マーカー」(cultural markers) と呼ぶところのものを示している

(MacCannel 1976; Adams 1984)。これらの「文化マーカー」は、外国人旅行者にとっての異文化性や国内旅行者にとっての異郷性を表現するものである。

一方、パンフレットにおけるイングランドの案内部分には、「文化マーカー」のような異文化性や異郷性をあらわす人々や料理などの写真は含まれていない。イングランドの案内には、スコーン (scones) と呼ばれる焼き菓子、サンドイッチ、ケーキという英国全土で出されるアフタヌーン・ティーのセットとその背後で旅行者がアフタヌーン・ティーのお茶を給仕してもらっている姿を映した写真がみられる。これらの視覚イメージは、米国向けのパンフレットに最も多くみられる。そのほかには、中世の建築物のそばを流れる川をボートに乗って観光する旅行者の写真と湖や山々に囲まれたカントリーサイドを散歩する男女の写真などの景観を背景とした旅行者の写真である。このような写真がつくる観光地イメージは、Dannが定義するところの、給仕や芸人、商店主などのホスト社会の人間と旅行者の接触を制限する「制御された楽園」(Paradise controlled) に分類することが可能である (Dann 1996: 73-74)。

全写真のなかで景観のみが映っている写真数は、1992年の国内向けパンフレットで35%、1996年で30%と多い。日本向けのパンフレットでは39%、カナダ向けのパンフレットでは37%である。それらの英国の景観イメージの多くは、歴史的建造物と緑の大地や湖や山や海などの自然が組み合わせられている。歴史的建造物は、カントリー・ハウス、城、大聖堂、木造住居、石造のコテージ、城跡などである。景観を映した写真に付けられた「雄大な」という語 (magnificent, splendid, grand) はカントリー・ハウスや大聖堂に使われ、「ロマンティックな (romantic)」や「ピクチャレスクな (picturesque)」や「詩的な (poetic)」という語は、より規模の小さい木造住居や石造のコテージ、城跡に使われている⁹⁾。英国のなかでも、イングランドの景観写真は「南イングランド」の海岸の崖や「北国」の壮大な丘の写真を含んではいるが、全体としてスコットランドやウェールズの景観写真に比べて穏やかで緑が多い。とくに、「中央イングランド」の部分には、丘の多いカントリーサイドの緑の大地で白いユニフォームを着てクリケットをする人々の写真など、特徴的な景観イメージが配されている。このような緑の丘陵地帯としてのイングランドの景観イメージは、国内向けパンフレットやカナダ、米国、オーストラリア向けのパンフレットの写真にもみられる。また、すべてのパンフレットにおけるイングランドの景観をあらわす写真には、小さな茅葺き屋根の住居や石造りのコテージや木造住居などが使われている。それらは、イングランドの理想化された家々として解釈することができる。

(2) 歴史的なイングランド

すべてのパンフレットのイングランドに関する部分には、「歴史 (history)」 「歴史的な

(historic)」「16世紀の (the 16th century)」「ヴィクトリア朝時代の (Victorian)」などの歴史的な語がスコットランドやウェールズに比べて数多く使われている。これらの歴史的な語は、各地で起こった歴史的な事件などと関連する具体的な年号や世紀や国王や女王などの名前である。1996年の国内向けパンフレットには、33語の歴史的な語がイングランドに使われており、同じパンフレットのスコットランドとウェールズには各11語ずつ使われている。カナダ向けのパンフレットのイングランドの案内部分には、歴史的な語が112語も使われている。パンフレットのイングランド案内は、英国の歴史を代表して示しているといえることができる。オーストラリア向けパンフレットにおいて、「英国の真実 (Britain for Real)」とされた「北国」は、実際に工業都市が多く生活環境が貧しい地域だが、産業遺産の博物館やヘリテージ・センターの存在が強調されている。パンフレットに描かれたイングランドの中では、とくに「南イングランド」が最も歴史的である。カナダ向けのパンフレットの「南イングランド」には、「史跡の故郷 (Home to Historic Sites)」や「生きた博物館 (Living Museum)」と題され、オーストラリア向けのパンフレットには、「文化遺産の地 (Land of Heritage)」と書かれている。これらのパンフレットに作り出された「歴史的なイングランド」という神話的なイメージは、南に位置しているといえることができる。

(3) 概念化されるカントリーサイド

公式パンフレットを英国紹介のページからイングランド、中央イングランドと読み進む過程において、「カントリーサイド」は言語表現を通して、徐々に具体的なイメージを形成している。第一段階としては、米国向けパンフレットの表紙に「スタイル、ロマンス、歴史、伝統、壮観、文化、カントリーサイド (Style, Romance, History, Tradition, Pageantry, Culture, Countryside)」とあるように、「カントリーサイド」という語を英国の他の抽象的イメージをあらわす語とともにあげている。第二段階としては、1992年の国内向けパンフレットのはじめの英国紹介のページに「本当の英国は、汚れなき美しい自然の土地であり、カントリーサイドの雰囲気とリズムが地域、そして季節によって異なる場所です」と書かれている。第三段階としては、同じパンフレットと1996年の国内向けパンフレットのイングランド部分に、カントリーサイドについての具体的な案内がつぎのように始まる。

「私たちの緑の丘陵が広がるカントリーサイドの静かな美しさは、休暇に平和と穏やかさを求める人々のためのものです」。「おいしいビールの売っているパブ、豪華な邸宅と庭園、家族向けの楽しみなどがあるピクチャレスクなカントリーサイドの村々を訪れることができます」。米国向けパンフレットの「南イングランド」の見出し語には、「大聖堂のある都市やバースやブライトンの後にはカントリーサイド」と書かれている。言語による「カントリーサイド」のイメージ形成の最終段階では、イングランドのカントリーサイド

は、バースやブライトンに続く具体的な旅の目的地として設定されている。

「カントリーサイド」という名詞は、公式パンフレットのイングランドの案内部分に最も多く使われている。「カントリーサイド」の修飾語は、「ピクチャレスクな」「息をのむような (brehtaking)」「美しい (beautiful)」「喜ばしい (delightful)」「緑の (green)」「ゆるやかな起伏のある (rolling)」「土地の肥えた (lush)」「かわいらしい (pretty, lovely)」「辺鄙な (remote)」「野生の (wild)」「気ままな (unruly)」などである。このようなカントリーサイドのイメージには、農地を耕すトラクターや穀物を運ぶトラックや泥だらけの農業労働者の姿は含まれていない。パンフレットには、農業や牧畜の匂いや音が存在するカントリーサイドの実生活は描かれないわけである。このような意味で、カントリーサイドは、視覚イメージにも言語によるイメージにおいても人々を含まない概念化された景観であるといえる。

(4)「本質的なイングランド」としての中央イングランド

公式パンフレットにおける「中央イングランド」は、英国の中央に位置するイングランドの究極の中心として描かれている。それは、地理的な中心というだけではなく、イングランドの神話的要素を含んでいる。1996年の国内向けパンフレットには「低くならかな景観は、私たちにシェークスピアやロビン・フットや産業革命を与えた」と書かれている。カナダ向けパンフレットには、「そこは緑のカントリーサイドに点在するピクチャレスクな村々、本質的なイングランド (essential England)」と強調しており、コッツウォルズ地域、ストラトフォード・アポン・エイヴオン、ウォーリック城 (Warwick Castle)、ケンブリッジ (Cambridge)、産業革命の発祥地アイロンブリッジ (Ironbridge) など11ヶ所を「本質的にイングリッシュな場所 (Essentially English Sights)」としてあげている。パンフレットに描かれた中央イングランドは、文化、歴史、理想化されたイングランドの歴史的住居、概念化されたカントリーサイドという、英国の中心であるイングランドの本質を含む場所として表現されている。このようにして、英国の公式観光パンフレットにおいて、中央イングランドのカントリーサイドがイングランドの本質であるという神話的なイメージが作り上げられているといえることができる。

3.3 コッツウォルド行政府による観光振興策

ここでは、政府の観光政策と英国公式観光パンフレットから明らかにしたイングランドのカントリーサイドの観光イメージが、いかにコッツウォルズ地域の政策や観光イメージに反映されているかについて記述する。

コッツウォルド行政府 (Cotswold District Council) は、グロースターシャー行政州に統轄

される地方行政体であり、社会的、文化的、経済的に地域住民の生活向上を目的とする諸政策を実施する。行政府地域内の建築計画申請書の審議や住民の行政的な諸手続きなどを行う。コッツウォルド行政府は、1970年代に開発計画部のなかに観光課を設置し、地域開発として観光振興に対処してきた。コッツウォルズ地域では現在、旅行者が年間に6,000万ポンドを消費し、地域の観光関連の雇用は全体の15.7% (1993年) を占めている。行政府は、地域内の観光振興を図ることによって、地域の経済と文化の両面において活性化を生み出そうとしている。行政府は、歴史的町並みや点在する小さな村々や自然環境が地域の観光資源であるという認識をもっている。コッツウォルズ地域には、歴史的建築物が多く残存しており、それらを一般公開するのみではなく、宿泊施設としても活用している。コッツウォルズ地域を含むグロースターシャー州では宿泊施設の45%を歴史的建築物が占めている (BTA/ETB 1996: 15)。現在の開発計画部長によると、行政府は自然・文化遺産なしに、この地域での観光発展は望めないが、逆に観光なしに地域の自然・文化遺産の維持は難しいという現状を理解しているという。観光課は、観光を自然・文化遺産の活用と保全を実現する手段として長期的な視野をもって捉えていく方針であるという。

開発計画部の観光課は、このような観光振興策を実現するために、地域内に6カ所ある観光案内所の統轄に取り組んできた。それらは、北部からチップング・カムデン、モートン・イン・マーシュ (Morton-in-Marsh)、ストウ・オン・ザ・ウォルド、ノースリーチ、バーフォード、サイレンセスターである。そのうちのストウ・オン・ザ・ウォルドとサイレンセスターは行政府が1986年以降開設した直轄の案内所であり、その他はチップング・カムデンのように町の商工会議所や宿泊施設経営者の運営によるものから、町役場の運営によるもの、個人商店に委託されたものまで、多様である。それらの観光案内所は、イングランド観光局の指定する「ツーリスト・インフォメーション・センター」(Tourist Information Centre) を意味する「i」マークのサインを表示して、観光局をとおして国内の他地域とのネットワークに加えられている。観光局はそれらの観光案内所を情報統轄する一方で、定期的に案内所の運営方法などを講習する機会も提供している。しかし、実質的には行政府がそれらの案内所に補助金を出し、運営指導を行って統轄している。行政府の観光課は、地域内の各観光案内所をつなぐネットワークの把握によって、同地域の観光における多様な問題に行政として一貫して対応することを意図している。

そのほかに、行政府が組織する観光政策実施委員会は、他の機関や団体と協力して地域の観光の実情を検討している。この委員会は、観光課職員だけではなく、宿泊施設経営者や観光施設経営者などの地域で実際に観光産業に携わる人々と、イングランドの田園を守る会 (The Council of Protection of Rural England) やイングランド観光局支部からの出向委員などによって構成されている。1991年にはコッツウォルズ地域のなかでも観光地化が

進んでいるボートン・オン・ザ・ウォーター (Bourton-on-the-Water) 村における観光客の意識調査を行い、観光客の意識の改善と村の対応について、村の代表者を交えて討議を行った。この委員会は、観光開発と環境保全のバランスを保つという点を重視しながら、行政が打ち出した観光政策を吟味する役目を担っている。

コッツウォルド行政府は、旅行者への地域に関する情報の提供による観光振興をめざして、地域の公式観光パンフレットを発行し、各観光案内所に置いている。その地域の公式観光パンフレットには、イングランド観光局の査定を受けた宿泊施設の一覧が載っており、その一覧に従って各観光案内所の業務の一つである宿泊施設の斡旋が行われている⁽¹⁰⁾。行政府は、宿泊施設の一覧を含めて、この公式パンフレットの内容を毎年改訂して発行している。

3.4 地域の公式パンフレットにみられる表現

ここでは、コッツウォルズ地域の観光パンフレットの分析にもとづいて、コッツウォルド行政府とイングランド観光局支部が作り出すコッツウォルズ地域の観光イメージについて考察する。具体的には、コッツウォルズ地域全域の宿泊施設の一覧が載っている地域の公式パンフレット2種類における写真と言語を中心とする内容分析を行う (Shioji 1997: 191-199)。

コッツウォルズ地域の公式パンフレットとしては、行政府が毎年発行している『コッツウォルズ地域97』(*The Cotswolds 97*: 1997年発行) と、イングランド観光局の中央イングランド支部 (Heart of England Tourist Board) が毎年発行している『シェークスピア・カントリー、コッツウォルズ地域、イングランドの中心』(*Shakespeare's Country, the Cotswolds and the Heart of England*) の1997年版を取り上げる。前者のパンフレットは地域内の観光案内所に常置されており、その内容には437宿泊施設の一覧と20ページにわたる地域の自然・文化遺産と市町村の紹介が含まれている。後者は、地域内の観光案内所よりもロンドンなど地域外の観光案内所に常置されていることが多いが、コッツウォルズ地域に関する内容は61の宿泊施設の一覧を含めて12ページにわたって掲載されている。チップینگ・カムデンの観光案内所において、私が観察したなかでは、これらの公式観光パンフレットは、地域外の広告業者の出版する情報源に比べると、地域全域の詳しい宿泊施設の一覧があるために地域に根ざしたものであり、最数多く訪問客が入手していたものである。

(1) イングランドのカントリーサイド：人と景観

『コッツウォルズ地域97』では75点の写真、『シェークスピア・カントリー』では10点の写真が用いられている。『コッツウォルズ地域97』の全写真数の35%にあたる26点が人

を含み、そのうち22点がウォーキングや乗馬、地域の行事で踊ったり競走する活動的な人々を映している。活動的な人々のうち4人は、農業従事者、水路修復を行う人、行事で袋跳び競走をする人、イングランドの伝統的ダンスであるモリス・ダンスの踊り手など、カントリーサイドで生活する人々が映し出されている。また、子ども連れの夫婦が保全地域のマークがついている歩道の入り口に立っている写真もある。一方で、活動的にカントリーサイドを楽しむ人々は、ウォーキング、乗馬、サイクリング、水上スポーツをしている。そのうちの7つの写真は非常に多くの人々を映している。それらの群衆は、まるで海辺にいるようにコッツウォルド・ウォーター・パーク (Cotswold Water Park) にいたり、市場や村祭りなどのイベント、さらには村の芝生の上に座っている。少人数だがカントリーサイドの現状を示す写真がある一方で、カントリーサイドを様々に楽しむ群衆を映した写真がある。

『コッツウォルズ地域97』で用いられた写真では、地域に暮らす人々と旅行者の間の境界を見つけにくい。旅行者とは明らかに異なる存在であるモリス・ダンサーは、コッツウォルズ地域独自の文化を意味する「文化マーカー」であり (MacCannel 1976; Adams 1984)、「楽しませる人としての地元民」を意味している (Dann 1996)。これは、政府観光庁の全国版の観光パンフレットにおいて、イングランドに「文化マーカー」が現れていない点と異なる (Shioji 1997: 184-191)。『コッツウォルズ地域97』の写真による視覚イメージにあらわれるその他の人々には、旅行者と地元の人々との明確な境界線がなく、映し出されている人々は白人のみである。しかし、実際にはコッツウォルズ地域では多くの外国人旅行者を見ることができる。この意味で、コッツウォルズ地域の公式観光パンフレットに見られるホストとゲストの文化的な同質性は、外国人居住者が少ないイングランドのカントリーサイドのイメージを強調して設定しているといえることができる。

地域の公式パンフレットにおける写真において、イングランドのカントリーサイドのイメージを強調する傾向は、景観写真においても見られる。『シェイクスピア・カントリー』には、なだらかな緑の丘や歴史的建築物が、主に自然の風景や蜂蜜色の石の建物を映した写真の中に配されている景観イメージが多い。『コッツウォルズ地域97』の全写真数の65%は景観のみで、そのほとんどは歴史的建築物であり、それらは共通してコッツウォルド石で建てられたものである。さらに、そのうちの11点の写真は、人や建物抜き自然の風景であり、緑の大地、花々の野原、野生の花や草木、穀物畑、川、羊などが映されている。それらは野生の自然ではなく、耕作地としての緑の景観である。このような表現は、前述した政府観光庁の全国版の公式観光パンフレットにあらわれるイングランドのカントリーサイドの景観イメージを継承している (Shioji 1997: 189-191)。地域版のパンフレットは、それらにコッツウォルド石によるコッツウォルズ地域の独自性を加えて表現している。人

の映っていない小さな家やコテージという全国版パンフレットにおけるイングランドのカントリーサイドの景観イメージは、これらの地域レベルのパンフレットでは人と組み合わせられている場合もある。しかし、このイングランドの家のイメージは、既述したように、全国版の観光パンフレットでは人の少ないカントリーサイドに存在するが、実際には多くの人々が訪れるコッツウォルズ地域においては、常にそうとは限らないのである。

(2) 本物のイングランドのカントリーサイド

つぎに、地域の公式観光パンフレットにおける言語が生み出すイメージについて分析する。『シェークスピア・カントリー』の「イングランドの中心、豊富な文化遺産、文化とカントリーサイド」という副題は全国版のパンフレットと呼応している。このパンフレットのコッツウォルズ地域部分は、次のような文句に始まり、それに続く内容には「カントリーサイド」という言葉が6回使われている。「イングランドを想像するときには、おそらくコッツウォルズ地域を思い浮かべるでしょう・・・伝統的なイングランドの生活の良い雰囲気がある場所です。眠ったように静かな (sleepy) 村々、コテージに咲く花々、堂々とした領主の館、賑やかな市場町と息をのむほど美しいカントリーサイド、これらのすべてが、まさにあなたに見つけられることを待っています」。『コッツウォルズ地域97』は、「本物のイングランドのカントリーサイド」という言葉で始まり、羊毛生産の黄金期などの地域の歴史を詳しく説明している。例としてバイブリー (Bibury) とポートン・オン・ザ・ウォーターをあげて、世界的に有名なイングランドのカントリーサイドの光景で「本物のコッツウォルズ地域」と呼んでいる。これらは、実際には夏の観光シーズンに多くの人々にぎわう場所だが、このパンフレットではカントリーサイドの平和と静寂をコッツウォルズ地域の魅力として紹介している。

政府観光庁の全国版の観光パンフレットではイングランドの歴史性を強調することで英国を商品化しているが、地域の公式パンフレットでは歴史性も含めた地域独自の自然・文化遺産をイングランドのカントリーサイドの本質として提示しているといえる。また、全国版のパンフレットには、中央イングランドがイングランドのカントリーサイドと文化遺産を併せもつ「イングランドの本質的な場所」として神話的に描かれている (Shioji 1997)。一方、各観光案内所に置かれている行政府が発行する地域の公式パンフレットにも、観光庁の全国版のパンフレットと同様に、「本物のイングランドのカントリーサイド」と表現され、イングランドのカントリーサイドの神話的な描写が地域の独自性を加えてなされている。このように、コッツウォルズ地域においては、行政がつくる20世紀の観光イメージが、政策として国レベルから地域レベルまで浸透していることが明らかになった。

4. チッピング・カムデンの商品化

4.1 町における観光推進の動き

本節では、チッピング・カムデンにおいて、いかにして町の観光イメージが形成され、表現されているのかを明らかにし、行政のつくった20世紀の観光イメージがチッピング・カムデンでいかに展開されているかを検討する。ここでは、チッピング・カムデンにおける観光推進の現状を把握するために、1995年以降に、顕在化している観光案内所設立に向けての活動に焦点をあて、町内紙の投稿文と観光案内所を運営する人々の語りをもとに記述を行う。

チッピング・カムデンでは、1980年代以降に、町で唯一の博物館であったウールステープラーズ博物館 (Woolstaplers' Museum) ⁽¹¹⁾ の小さな観光案内コーナーにおいて、イングランド観光局の認可を得た観光案内所の業務を遂行していた。しかし、1996年の博物館の閉館に伴って、観光案内コーナーも閉鎖された。この博物館の閉館に先だって、1995年には、チッピング・カムデンにおける観光案内所の設立を主張する人々の中から、町のB&B民宿の経営者3人と博物館の建物に使われていたウールステープラーズ・ホール (Woolstaplers' Hall) の所有者の4人によってカムデン宿泊施設プロバイダー (Campden Accommodation Providers, 略称CAPS) が結成された。

観光案内所の移転場所について、コッツウォルド行政府とチッピング・カムデン町議会と商工会議所が協議した結果、住民の意見を聞くために集会が開かれた。その集会において、案内所はひとまず、町のホテルのロビーの一室に移されることになった。観光案内所はそのホテルのロビーに1年間とどまったが、その間にCAPSのメンバーと町周辺の宿泊施設経営者たちは、ホテルのロビーに設置された観光案内所の業務をボランティアとして手伝った。

当初、CAPSの会計と秘書を兼任していた女性GJさんは、観光案内所設立のためにCAPSが行った試みについて町内紙に投稿している (Chipping Campden Bulletin 1997.4: 12-13)。それによると、CAPSによって開始された観光案内所の運営は、新しい設置場所さがしにはじまったという。CAPSは、行政府に直轄の案内所をチッピング・カムデンに設立するように要請したり、町の商工会議所にも観光案内所の設立への支援を依頼したが、いずれも資金不足で実現しなかった。結局、観光案内所設立の支援団体が見つからず、CAPSは自力で観光案内所を設立することになった。

町のホテルや商店や地元の建設業などの経営者からなる商工会議所は、CAPSをその小委員会として承認し、商工会議所の会長とホテルの支配人が新しく加わった。所属団体が商工会議所になったことで、町でのCAPSの活動は孤立したものではなくなった。チッピ

グ・カムデンにおいて観光に関係する人々は、ホテル、民宿、レストランなどの宿泊・飲食施設の経営者たちと洋品店、骨董屋、土産物屋などのハイストリート沿いの店主たちで、彼らはほとんどが町の商工会議所に所属している。1997年の商工会議所の会合において、CAPSから改名した観光案内所委員会 (Tourist Information Centre Committee: 略称TIC委員会) から観光案内所の活動報告がなされたときには、TIC委員会のメンバーではない骨董屋経営者が「観光はこの町の第一産業である」という発言を行い、その会合に参加していた他の経営者たちもそれに賛同して、商工会議所がTIC委員会を応援して観光を推進する姿勢を明らかにした。観光は町の商店やレストランなどにとって大きな収入源であるために、商工会議所のメンバーは明らかな観光推進派である。また、観光振興に賛成している町議会は、1995年から2年間にわたって、補助金を出してCAPSが観光案内所を町に設立する支援を行った。

1996年には、町議会議員によって構成されているタウン・トラストの申し出で、CAPSは1年間の契約でタウン・ホールの2階の隅に安い賃貸料を支払うことで観光案内所を一時的に設置した。その後、1997年3月からは、1995年当初にロビーを使っていたホテルの別棟に賃貸料を支払って3年間の契約で落ち着くことになった。同時にCAPSは、名称をTIC委員会に改名し、常勤職員を1名雇って、同委員会はそれを監督しながら案内所を運営することになった。1997年現在、TIC委員会のメンバーは10人で構成されており、建設会社を経営する商工会議所会長以外はすべてチップング・カムデンや周辺町村のホテルやB&B民宿などの宿泊施設経営者である。

1997年に、TIC委員会と商工会議所は、町のホテルとB&B民宿の協力をえて、町の新しい紹介パンフレットを作成し、3,000部印刷した。そのパンフレットには、町の地図や歴史とともに商工会議所に入っている商店やホテルなどの広告が載せられた。また、観光案内所がタウン・ホールに移動した1996年からは、観光案内所の設立へ向けて案内所を訪れる旅行者数をカウントして毎日記録するようになった。

このように、政府観光庁やコッツウォルド行政府による観光振興とは異なるレベルにおいて、1995年から町の観光推進派である宿泊施設経営者や商工会議所の人々が観光振興を図ってきたのである。

4.2 町の公式パンフレットにみられる表現

ここでは、商工会議所がつくった町の公式案内パンフレットとカムデン協会が出版した町めぐりの小冊子の分析をとおして、町の人々によっていかにチップング・カムデンの観光イメージが表現されているかを明らかにする。これらのパンフレットは両方とも、この町の観光案内所で旅行者向けに売られているが、それらは専門業者による制作ではなく、

町に長年住んできた人々によって考案されたものである。

(1) 公式案内パンフレット『チップینگ・カムデン』

町の公式案内パンフレット『チップینگ・カムデン』は、1995年に町のパイメント建設会社 (Pyments of Campden Limited) が出資して商工会議所が制作した両面印刷で三つ折りの小さなものである。町の観光案内所で20ペンス (pence) で売られている⁽¹²⁾。パンフレット製作に出資した建設会社の社長は、商工会議所会長やTIC委員も務めるカムデン生まれ育ちの人で、会社の事務所を古い絹工場の1階に借りている。挿し絵は、同じ建物の3階で銀食器デザイナーとして約30年働いている画家が担当した。

このパンフレットは一色刷りで、17世紀の市場マーケット・ホール (Market Hall)、救貧院と聖ジェームス教会、14世紀のグリヴェルズ・ハウス、古い絹工場の4つの建物の挿し絵があり、挿し絵の他には領主の館跡、ハイストリート、ウールステープラズ・ホールなど、町の歴史的建築物について説明がなされている。町の伝統行事、ロバート・ドーバース・ゲームス (Robert Dover's Games) とスキャトルブルック・ウェイク (Scuttlebrook Wake)⁽¹³⁾ の催される時期についても明記されている。町独自の文化遺産だけでなく、「優れたコッツウォルド石の建物」「石のアーチ」「コッツウォルドの羊毛」といった地域名と地域の特産物も説明に加えられている。

表紙には、町の中心部にあるマーケット・ホールの絵が描かれ、「この島に残された最も美しい村の道」(The most beautiful village street left in this island.) という有名な歴史家トレヴェリアン (J. Trevelyan) の言葉が書いてあり、町の案内文は次のように始まる。「チップینگ・カムデンに入ると、茅葺き屋根と石葺き屋根の家々があなたを迎えてくれます。・・・蜂蜜色の壁と薔薇やよく手入れされた庭に夏季に咲く色とりどりの花・・・古風な趣のある多くの隠れた町角を見つけることができます」。パンフレットの最後には、「私たちの汚れなきカントリーサイドを散歩して、時が止まっているような静かな村々に出会ってみて下さい」と書かれている。はじめの石造の家と薔薇のイメージや「古風な趣」「汚れなきカントリーサイド」「静かな村々」という語は、全国版の観光パンフレットに見られるイングランドのカントリーサイドの表現と同じである (Shioji 1997)。

この町の公式パンフレットは、まず「イングランドのカントリーサイド」のイメージを強調し、町がそれと同じ要素を有することを示し、町の建築物の歴史性、石や羊毛などの特産物、伝統行事などで地域文化を強調することによって町の独自性を表現している。

(2) 小冊子『チップینگ・カムデン町めぐり』

一方、『チップینگ・カムデン町めぐり』(Chipping Campden Town Trail) という小冊子

は、観光案内所で旅行者向けに3ポンドで売られている。この小冊子は、1982年にチップング・カムデンの中高等学校に通っていた少女の作った町の建築物を挿し絵で紹介する小冊子が、カムデン協会の募ったゴードン・ラッセル (Gordon Russell) 賞コンテスト⁽¹⁴⁾ に優勝して、同協会によって町案内の小冊子として出版されたものである。

この小冊子は21頁から成り、町の12棟の建築物の絵と詳しい説明、手書きの町の略図が付いている。小冊子の表紙には、町の公式案内パンフレットの表紙と同様にマーケット・ホールが描かれているが、その特徴が影絵のようなデザイン画になっている。最初の頁には、町の公式案内パンフレットと同じ歴史家の言葉が引用され、「チップング・カムデンは、特徴的で魅力的なハイストリートによって知られています」という言葉で始まっている。「チップング・カムデン」の名前の由来と町の歴史の紹介の後に、1970年2月にハイストリートを含めて町が国の保全地域に指定されたことやハイストリートが「今のまま何世紀も残されるでしょう」とその歴史的建築物群の重要性を伝えている。説明の最後には「現在、チップング・カムデンは約2,000人の人口をもち、ハイストリートの外側にいくつかの現代的な宅地がありますが、それらのほとんどはコッツウォルド石との混合石で建てられているために、それほど違和感を生みだしていません」というように現代住宅の外観とコッツウォルド石の関係に言及している。

この町めぐりの小冊子に取り上げられている12棟の建築物の絵は⁽¹⁵⁾、いずれも歴史的建築物で、そのうち、グリヴェルズ・ハウス、カムデン・ハウス、救貧院、古いグラマー・スクールとマーケット・ホールの絵には建物細部の名称も記されている。とくに、グリヴェルズ・ハウスの絵には、地域の特徴的な建築様式であるガラスの仕切り石があしらわれた「出窓」や「日時計」、「ガーゴイル」(Gargoyle)⁽¹⁶⁾ が矢印で示されており、「初期イングランド様式の玄関」とその横に取り付けられている鉄の「靴の泥落とし」や「たわんだ屋根」「荷馬用入り口」というように、中世イングランドの建築細部が矢印で説明されている。カムデン・ハウスと救貧院とマーケット・ホールは、17世紀に町の領主だったバプティスト・ヒックス卿 (Sir Baptist Hicks) が建てたものであるため、その家紋なども館の各部の名称とともに矢印で説明されている。絵に描かれた建物の説明文は、主にそれぞれ建設年代や建築費用、建築目的に関してであり、名称を記した建築細部について付け加えているものもある。教会については、その内部の各部分の建設年代を示す見取り図が載せられている。

このような小冊子の描写からは、建築様式に中世イングランドや地域の特徴があったり、町の歴史と深い関係があるような建物は、町に住む人々が重要な文化遺産とみなしているものであることがわかる。とくに、町の公式案内パンフレットの挿し絵と重複するマーケット・ホール、グリヴェルズ・ハウス、教会、救貧院、カムデン・ハウスは、町に住む人々

の間で広く共通して、町の文化遺産として認識されている歴史的建築物である。また、小冊子に絵として描かれていないが、文章で説明されている建物や事柄としては、スキヤトルブルック川の水を汲み上げたポンプ、現在の中高等学校、現在の領主の子孫が住んでいるコート・ハウス (Court House)、町最古のパブ、ハイストリートの特徴、現存する一つのホテルの建物の歴史、現在の図書館の建物の歴史、ウェシントン地区の家々の歴史、タウン・ホールの歴史など、過去から現在までの町の移り変わりの歴史を示すものが多い。とくに、ウェシントン地区については、「カムデンのなかでも絵のようにとっても美しい場所」と形容され、その地区が古い農家の家屋の形態を残していることが説明されている。『チップング・カムデン町めぐり』は、町の公式案内パンフレットのように、イングランドのカントリーサイドのもつ石造の家と薔薇などの視覚イメージや「古風な趣」、「汚れなきカントリーサイド」、「眠れる村々」という言語がつくりだすイメージをチップング・カムデンにあてはめていない。むしろ、町の歴史的建築物のなかに生活が農業中心だった中世イングランド特有の建築様式が残っていることを示すことで、実際に古きイングランドの面影を残す町として提示している。また、イングランドの歴史を示しながら、建築細部に見られる地域的な特徴や町の移り変わりを建物によって伝えることで町の独自性を表現している。

町の公式案内パンフレットと小冊子における絵と内容は、町の人々が文化遺産として認識するものを示しており、それらの文化遺産によって町のイメージを表現している。パンフレットと小冊子には両方ともイングランドのカントリーサイドを歴史的、空間的に表すイメージが見受けられ、地域の特産物である石や羊毛、町の伝統行事、個々の建築物の細部という具体例を通してコッツウォルズ地域の特徴や町の独自性を示していることが明らかになった。このような傾向は、その多くが町の建物の風景とイングランドのカントリーサイドのイメージを重ね合わせた写真を使っている絵はがきにも見られる。

4.3 町の観光イメージの活用

これまで、チップング・カムデンの主に観光推進派の人々が表現する町の観光イメージについてパンフレットを通して考察を進めてきたが、ここでは町の観光イメージが具体的にどのように活用されているのかについて記述する。

歴史的建築物を利用するホテルや商店は、町の歴史的な観光イメージを活用している。チップング・カムデンのハイストリート沿いにある5軒のホテルは、その利益の大部分を宿泊客とレストラン利用客から得ている町最大の観光産業である。それらのホテルは、建物の古さや宿泊施設としての長い歴史を示すために、内装にも歴史を感じさせるように工夫がなされている。天井の梁などの木材を際だたせたり、レストランに薪をくべる暖炉を

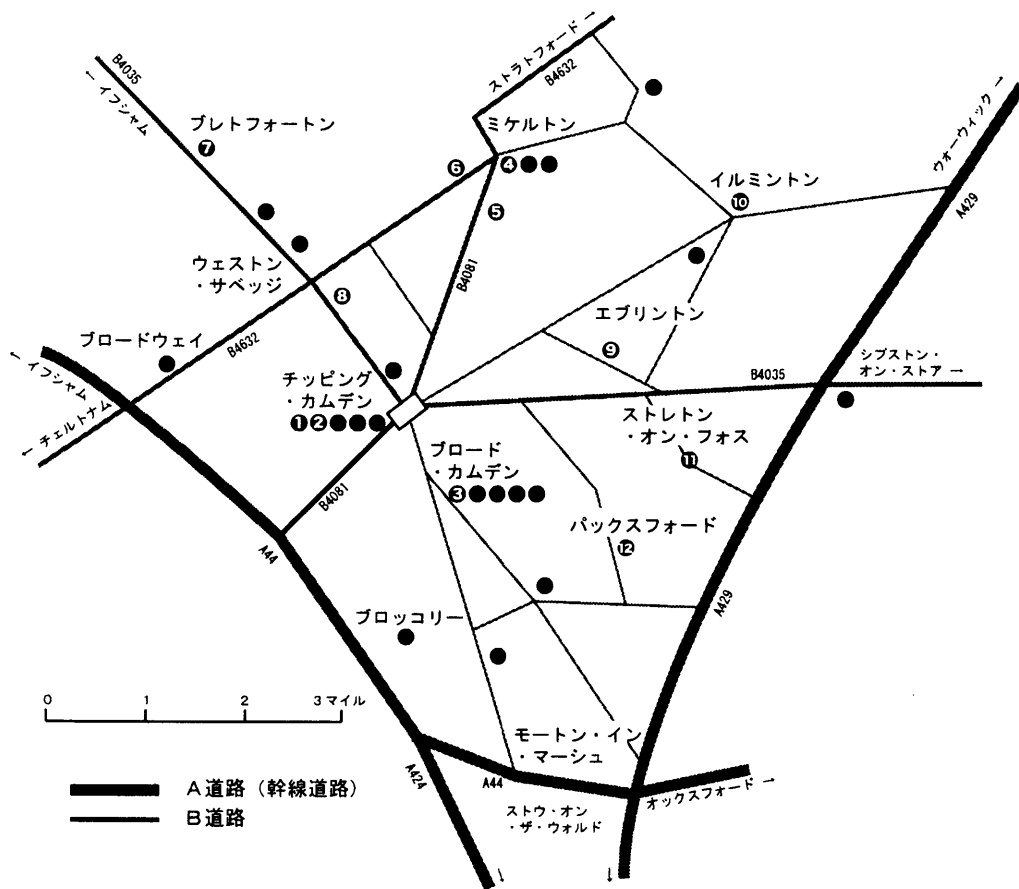
設けたり、装飾品に骨董品を置いたり、客室には天井付きの中世風ベッドを置いている。ホテルの案内パンフレットには、宿屋としての長い歴史が強調されており、ホテルに滞在することによってカントリーサイドのスポーツや狩りを行う機会が得られる点も記されている。

ハイストリートの骨董屋は、建物の古さを利用して商売をしている典型例である。そこで売られている骨董は、雑貨から陶器や家具まで多様な種類のものである。しかし、それらはチップング・カムデンに全く関係のないものばかりで、樫などのイングランド特産の木材を用いた家具や銀食器、イングランド北部で作られた陶器の人形など全国各地から集められた骨董がショーウィンドウに並んでいる。

町のホテルや商店だけでなく、文化遺産保全団体も観光イメージを利用している。1996年に、C. R. アシュビーが工房として使っていた古い絹工場の一階に展示場を開いた手工芸ギルド・トラストは、現在も2階の工房で製作されている銀細工作品などを展示している。訪れた人々が展示を通して町の伝統工芸に興味をもつことによって、現在も作られている工芸品を工房や店に行って直接買うことができるように仕掛けてある。2階の銀細工工房では、アシュビーが連れてきた銀細工職人の3代目で、手工芸ギルド・トラスト員でもあるH氏は、彼の息子と甥と弟子の4人で、約100年前のままの部屋で当時と同じ技法で銀を打っている。彼らは、注文を受けて銀製品を作り、すでにできあがった作品を工房のショーケースに飾って販売するという形態をとっている。この工房には旅行者も自由に出入りして見学ができ⁽¹⁷⁾、銀細工を買うことができる。ショーケースには、アシュビーの装身具のデザイン画をもとに作られたオリジナル作品や、町の主要な歴史的建築物でもあるマーケット・ホールを形取ったペンダントなどが販売されている。

H氏はまた、ハイストリートの観光案内所を訪れた旅行者を古い絹工場に誘導してもらうように頼んでいる。案内所には銀細工作品の入った小さなショーケースを置かせてもらっている。さらに、手工芸ギルド・トラストの古い絹工場と展示場についてのパンフレットも置かれている。1996年の展示場開設から数年しかたっていないが、手工芸ギルド・トラストの関係する活動は、H氏の工房も含めて古い絹工場全体と町の観光をとりこむ形で発展しつつある⁽¹⁸⁾。

最後に、宿泊施設経営者が運営する観光案内所の案内業務について1996年と97年に私がボランティアで手伝いながら行った観察にもとづいて述べる。図3は、1996年と97年にチップング・カムデンの観光案内所に登録している31施設のなかで、案内所を運営する人々の施設がチップング・カムデン内部よりも周辺に多いことを示している。TIC委員会のGJ委員によると、「ガイドブックの『チップング・カムデン』の宿の箇所にも宿名を連ねたら、その年はそれまでよりも多くの宿泊客がやって来た」という。彼女はチップング・カ



- ①～⑫ 観光案内所に登録する宿泊施設の中で、観光案内所の運営に携わる人々の経営する宿泊施設（12施設）
- 観光案内所に登録する宿泊施設（19施設）

図3 チッピング・カムデンの観光案内所に登録する31宿泊施設（1996年～1997年）

ムデンの観光案内所の運営を軌道にのせることで、その圏内に入る彼らの民宿の客も大幅に増えると期待している。彼らの民宿は実際にはカムデンの隣村ミケルトン (Mickelton) に近いが、チップング・カムデンのイメージを利用して集客を行っている。同じような理由で、TIC委員会の秘書を務める30代のCH委員も、その夫とともにチップング・カムデンの案内所の一般業務を頻繁に手伝ってきたという。TIC委員会のなかで中核的役割を担っている彼女たちは、いずれもチップング・カムデン内部ではなく、その周辺で民宿を営んでいる。つまり、GJ委員が述べたように、その圏内に登録してチップング・カムデンのイメージに便乗するほうが客数が増えると期待する宿泊施設経営者たちが観光案内所の設立を準備しているわけである。

さらに、観光案内所における旅行者に対する説明にも、町の観光イメージが投影されている。旅行者の対応をするTIC委員たちは、町の建物の「古さ」と「美しさ」を強調して説明し、詳しい案内は町の公式案内パンフレットや町めぐり小冊子を紹介して、それを販売している。歴史的建築物については、聖ジェームス教会とマーケット・ホールとグリヴェルズ・ハウス、「古代の美しい教会」「古代の建物」「中世の羊毛商人が建てた家」などと説明することが多く、「絵のような茅葺き屋根の家々」のある場所として旅行者にウェシントン地区を教える委員もいた。TIC委員たちは、町の周辺を散歩する道順についてもカントリーサイドの自然を感じることができる散歩道を勧め、近村までのウォーキング・コースについての数冊の小冊子を販売していた。

案内所のTIC委員たちはまた、ハイストリートに並ぶ店やレストランについて教えることも多い。町の店やレストランは、ほとんどすべてが歴史的建築物を活用して営業しているが、彼らが勧める店は、古い絹工場の銀細工工房、銀食器店、骨董屋、画廊、本屋と古本専門店など、町に関する歴史や手工芸品を見ることのできる店や町の歴史的イメージに合った骨董や絵画を買える店が中心である。彼らが小物や絵はがきを土産物として売っている店を勧めたことは見たことがない。もちろん、ハイストリートに並ぶ肉屋や八百屋など、住民の生活に必要であっても、旅行者には必要ない店を勧めることはない。町のレストランについては、彼らの多くは教会のそばにある町で最も古いパブの内装が古めかしくて良く、そこで出される料理も地元の野菜を使っていて、伝統的なイングランド風のものであることを説明して推薦していた。TIC委員会は町の商工会議所に帰属しているために、TIC委員たちは旅行者の町での買い物や食事による消費を促し、観光によって町に経済効果をもたらすように業務を行っているが、そのさい、彼らは町の観光イメージに沿って案内をしているのである。

チップング・カムデンにおける観光推進の動きは、行政主導のものではなく、観光案内所の設立に関わる町の観光推進派の人々が中心になって自発的に行われているものである

ということが出来る。しかしながら、観光案内所に置かれている町の公式観光パンフレットと町めぐり小冊子には、イングランドのカントリーサイドのイメージが歴史的、空間的記述のなかに表現されている一方で、石や羊毛などの地域の特産物の提示によるコッツウォルズ地域の特徴や、町の人々が認識する文化遺産が説明されることによって町の独自性も表現されている。町レベルでつくられる観光イメージは、政府観光庁と地方行政がつくるイメージに町の独自性が加わったかたちで表現されている。同時に、このような町の観光イメージはホテルや商店、文化遺産保全団体、観光案内所を運営する人々などによって利用され、カムデンが有する観光資源の商品化が推進されていることが明らかになった。

5. 観光推進に対する住民の認識

5.1 観光に関わらない住民の認識

これまで本稿では、行政がつくる観光イメージとチップング・カムデンにおける観光イメージの提示など、主として観光推進に関わる側について記述してきた。本節では、観光推進反対派も含めて、チップング・カムデンの住民の観光に対する認識について記述する。ここでは、町の観光案内所の設置場所や駐車場建設問題をめぐる観光推進反対派の住民や観光に直接関係しない住民の言説を取り上げる。

観光案内所が1997年3月にタウン・ホールからホテルの別棟に移動した経緯については前述したが、その移転は観光推進に反対する人々の強い主張によって実行された。TIC委員会は、発足後の約2年間にわたって、タウン・ホールの2階を借りながら町における定着場所と地位、住民の理解と援助を求めてきた。町議会は、町の観光促進に賛成し、案内所設立のための補助金を1995年と96年の2年間にわたって交付してきた。しかし、タウン・ホールの管理を行うタウン・トラストは、町議会議員で構成されているために、タウン・ホールを利用する他の住民グループの利便に影響することを理由にして、観光案内所が継続してタウン・ホールに所在することを否決した。この議決に伴って、TIC委員会はタウン・ホールの1階への移転を申し出たために、1階をすでに利用している他の団体とのあいだで軋轢が表面化した。タウン・ホールの2階を使うブリッジ・クラブや1階を利用するカメラ・クラブ、1階で週に一度手作り菓子などを売る女性協会 (Women's Institute) の会員である住民から不満の声が出た。彼らは、「タウン・ホールで行われるクラブ活動や女性協会の活動は基本的には住民のためのものであるが、観光案内所は旅行者という外部の人々のためのものであり、タウン・ホールの目的に適合しない」と主張した。これらの町の団体の意見が町議会に寄せられ、町内紙にも掲載された。その結果として、タウン・トラストは観光の恩恵を認めながらも、住民の利便を第一義とする方針をとったのである。

観光シーズンの7月から9月には、幹線道路から少し離れたこの小さな町でも、世界各国からやって来た旅行者の車で広場の小さな駐車スペースはすぐにいっぱいになり、大通りの両側に車がところ狭しと駐車される。また、朝9時から大型バスが数台連続して狭い脇道を通ることも多い。駐車スペースの問題は、長い間にわたって駐車場建設論議を呼んでいる。チップング・カムデンの住民の間では、ブロードウェイやポートン・オン・ザ・ウォーターなどの周辺のいくつかの町は駐車場を建設したことで観光地化が進み、人々が住む町ではなく旅行者が訪れるための町になったという点で意見が分かれている。そのために、駐車場をつくれば、さらに多くの車が来るので大通りの車は減らず、観光地化の促進に拍車をかけるだけというのが駐車場建設に反対する観光推進反対派の住民の意見である。彼らは、町の景観保全団体であるカムデン協会 (Campden Society) 会員、カムデン地域歴史・考古協会 (Campden and District Historical and Archaeological Society) 会員、高齢のカムドニアンたちなど、比較的に高齢の人々である。

さらに、観光案内所を運営するTIC委員たちですら、地域に暮らしている自分たちと旅行者を区別しており、そのような認識は住民が町における旅行者とは異なる空間と時間を使って生活していることにあらわれている。たとえば、TIC委員たちのほとんどはハイストリートの骨董屋や銀食器店にはあまり入ったことがないという。町の喫茶店 (tea rooms) の紅茶と菓子などのクリーム・ティー (cream tea) やアフタヌーン・ティー (afternoon tea)⁽¹⁹⁾ といったメニューも旅行者向けで値段が高すぎるといって、彼らはその種の喫茶店には絶対に入らない。町のホテルのレストランで食事をしたことがないという委員も数人いた。このように、観光案内所を運営する人々も含めて、地域に住む人々は町で旅行者が使う場所を区別している。喫茶店や骨董屋などはいわば、旅行者向けに商品化された「外」向きの場所なのである。このような空間に投影される住民の境界意識は、しばしば歴史的建築物である住宅に対する認識にもあらわれる。大型の観光バスでやってきた団体客がウェシントン地区付近でバスを降りてそれらの家々を見てまわる姿を目にしたTIC委員は、「彼らは(石葺きの家より)茅葺きの家を見に来たに違いない」といい、「絵のような茅葺き屋根の家々」の場所を個人旅行者にも教えていた。しかし、委員自身は、「茅葺き屋根の家は管理が大変だから住みたくない」と語り、コッツウォルド石の新築住宅に暮らしている。また、町には住民の時間と旅行者の時間がある。6月から9月の夏の観光シーズンには、多くの住民が食品や生活用品などのハイストリートでの買い物を開店時の朝10時頃には終えている。彼らは「午後には町は旅行者であふれ、歩きにくくなって買い物がしにくい」からだという。

チップング・カムデンでは、住民生活の利便を第一とする認識が住民の間に強く、町の観光地化に反対する傾向が主流である。そして、住民は町にやってくる旅行者の使う空間

や時間を生活者である自分たちと区別している。

5.2 観光によるコミュニティ外部との接触

つぎに、観光を通して住民が旅行者と接触する状況とその認識について述べる。

宿泊施設経営者などの観光推進派でなくても、この町の住民は町にやってくる旅行者と日常生活のなかで遭遇する機会が多い。ハイストリートを歩いていると旅行者に公衆電話や観光案内所の場所を聞かれたり、買い物の時に言葉を交わしたり、公共の散歩道を歩く旅行者と挨拶を交わすこともある。チップング・カムデンに住む人々は、町に旅行者が来ることで、彼らの生活に必要な豊富な種類の商店を維持しているという状況は多かれ少なかれ理解している。彼らの多くにとって、もし旅行者が来なくなれば、町は活気を失い、それらの商店のほとんどが消え去るであろうことは想像に難くない。しかし、住民のなかには自分たちへの直接的な観光の恩恵について否定的な見方が強く、首からカメラを下げた見知らぬ人間が庭や家をしげしげと眺めることを気にしないという人は非常にわずかである。観光産業に携わらない住民には、旅行者と積極的に接触して、彼らを知ろうとする姿勢はあまり見られない。

旅行者との接触で生計を立てている観光推進派のなかにも、町を訪れる旅行者の数よりも、旅行者の質を問題にする人々が数多く存在する。町で民宿を経営しているTIC委員のB氏は憤りをこめて、つぎのように語った。「私は『旅行者 (tourists) 』を歓迎する。しかし、30分くらいしか町にいない『日帰り客 (tripper) 』はごめんだ。彼らは大型バスでやって来て、この町の店をほんの少し見てまわるだけで、この町についてなにも知ろうとはしない。日帰り客は町でほとんど金を落とさずに、再び大型バスに乗り込んで、つぎの場所に向かっていく。大型バスは排気ガスがひどいし、そういう客ばかりだ。私はそういう客にはこの町に来て欲しくない」。このTIC委員は、カムデン協会会員であり、町の景観維持に細心の配慮をする人でもある。町の一般住民には、とくに観光推進に反対するわけではないが、この委員と同じ意見をもつ人が数多くいる。

一方で、この町には来訪者に町について教えるという活動を積極的に行っている住民もいる。コッツウォルド・ボランティア管理団体 (Cotswold Volunteer Warden) は、チップング・カムデンに住む会員数名によってガイドツアーを組織している。この団体は基本的にはコッツウォルズ地域全域の自然環境の管理を各町村に住む会員がボランティアで行なっているが、春から夏にかけては各町村でガイドツアーやカントリーウォークを企画・運営している。

チップング・カムデンを案内するガイド・ツアーは、ガイド役会員1人につき約10人の旅行者が一つのグループになってガイドの説明を聞きながら町を歩いてまわる。私が同行

したガイド・ツアーは、聖ジェームス教会を出発して、ハイストリートのウールステープラーズ・ホール、古いグラマースクール、マーケット・ホールの順番で町の建築物を見てまわり、古い絹工場の展示場を訪れた。ガイド役の住民は、町の主要な歴史的建築物について、建設時期、建設目的、その建物の住人の移り変わり、修復時期、現在の所有者などを説明していた。

現在、このボランティア団体の会員でチップング・カムデンに住んでいるのは数人である。この団体の会員でガイド役をしていた女性CJさんは、C. R. アシュビーの美術工芸学校だったエルム・ツリー・ハウスに約10年間暮らし、カムデン地域歴史・考古協会の会長もつとめている。彼女は、自宅の前で家の歴史と建築物としての特徴について説明し、古い建物に慣れることは難しかったが、大切に維持しながら暮らしていると参加者に話していた。また、同じくガイド役をつとめる会員の1人に、アシュビーの改築したハイストリートの家に暮らす80代の男性IM氏がいる。この男性は、夏のガイド役以外に、ナショナル・トラストの所有するドーバーの丘と領主の館跡の牧草地、マーケット・ホールなどの巡回をほぼ毎日のように行っている。彼の行うガイドの説明にも「このような美しい歴史的建築物や自然に囲まれたチップング・カムデンに住んでいる私たちは非常に幸運です。ですから、これらの文化遺産を維持するために努力しています」という言葉があった。コッツウォルド・ボランティア管理団体の活動を通して、旅行者と接する彼らは、人々が訪れたいと思う文化遺産の町に住んでいることを誇りに感じると語った。彼らは町を訪れた人々に町の文化遺産を正確に理解してもらうためにガイド役をつとめているといい、観光による負のインパクトと文化遺産の保全の両方について旅行者にも考えてもらいたいと話した。彼らは、町を訪れた人々を教育して、適切に誘導すべきだという活動方針をもっているために、公的な観光案内所の必要性を主張している。

チップング・カムデンの多くの住民は、積極的に観光を推進してコミュニティ外部との接触機会を増やそうとはしない。しかし、宿泊施設経営者の住民を含めて住民の側には、旅行者の質を重視する傾向が強い。とくに、コッツウォルド・ボランティア管理団体でガイドをつとめる住民は、町を訪れた旅行者である外部の人々との接触の仕方を町案内を通してある程度設定することで、外部の人々に町を少しでも理解してもらい、コミュニティをより安全に保とうとする傾向がある。

6. おわりに

本稿では、チップング・カムデンにおけるフィールドワークにもとづき、国・地域・町の観光パンフレットにあらわれる観光イメージと町の対応について、観光に関わらない住

民の認識やコミュニティ外部との関係を視野に入れて記述した。さいごに、それらをまとめて、自律的観光の可能性について考察を行う。

1) 19世紀末に、観光客の増加に伴って、チップング・カムデンの住民は「古きイングランド」のイメージを利用して町を活性化させようとした。同時期に出版された全国版の案内書には、ロンドンから移住してきたC. R. アシュビーのイングランドのカントリーサイドに対する理想が反映されていた。都市から移住した中産階級の知識人が案内書を通して、彼らの理想郷としてのカントリーサイドのイメージを投影した町の観光イメージを広く全国に伝播したといえることができる。

2) 20世紀末に、国内外に伝播しているコッツウォルズ地域のイメージは、政府観光庁と地方行政が文化遺産観光の推進と地域振興の一環としてつくった観光イメージである。政府観光庁が発行する全国版の英国観光パンフレットには、中央イングランドのカントリーサイドが「イングランドの本質的な場所」として描かれている。コッツウォルド行政が発行する地域の公式観光パンフレットには、観光庁のパンフレット同様に、地域の独自性を含んだイングランドのカントリーサイドの神話的な描写がなされている。

3) チップング・カムデンにおいては、観光案内所の設立という宿泊施設経営者や商工会議所の人々による、行政主導ではない自発的な観光推進の動きがある。しかし、町の住民側から発信される町の案内パンフレットには、行政がつくる観光イメージと同様に、イングランドのカントリーサイドの描写がある。このような町の観光イメージはホテルや商店、文化遺産保全団体、観光案内所を運営する人々などによって利用され、町全体がイングランドのカントリーサイドのイメージを活用した一種の「商品」として旅行者を引きつけている。

4) しかしながら、チップング・カムデンのすべての住民が観光を推進しているわけではない。むしろ住民の多くは観光によってコミュニティの「内」と「外」を区別し、旅行者との接触を規制していることが明らかになった。観光案内所のタウン・ホール設置問題や駐車場建設問題は、外部である旅行者が増加すると彼らの住む町が観光地化される恐れがあるという認識のあらわれである。また、喫茶店や骨董屋などは旅行者のために商品化された空間であり、それらの利用時間も住民の利用時間とは区別されていることが明らかになった。彼らの多くは、観光が彼ら自身の生活を支える町の商店を維持していることを認めながらも、積極的に観光推進を図ることはほとんどない。彼らは、旅行者の質を重視したり、ガイドツアーによって旅行者を適切に誘導することで、外部との接触によるコミュニティへの負のインパクトを制限しようとしている。このような住民の存在は、町の観光地化の防止や住民生活の優先、さらには旅行者を教育して誘導することによって、ヘリテージを維持しようとするものであるといえる。

19世紀末以来、チップング・カムデンの住民は観光による外部との接触を行ってきた。そのさい、現在の町の観光推進派による自発的な動きにみられるように、「外からのまなざし」に呼応して、イングランドのカントリーサイドのイメージを強調した町の観光イメージを創出し、それを活用していることは確かである。また逆に、それによって訪れるようになった多くの旅行者に接触することで、住民はコミュニティの「内」と「外」の区別を認識している。住民のなかには、観光推進派ではなく、ヘリテージ保全や住民生活を優先する人々も多い。このように、チップング・カムデンの住民は、政府観光庁やコッツウォルド行政府などがつくる「外からのまなざし」を町の観光に取り込む一方で、彼ら自身の生活を重視するコミュニティづくりを自立的に行っている。

チップング・カムデンでは、コミュニティ・レベルにおいて、住民による自発的な観光推進とヘリテージ保全という相反する活動が併存することで、自立的観光が可能になっている。

謝 辞

本稿は、総合研究大学院大学に提出した学位論文の一部に修正を加えたものである。学位論文執筆にあたっては、主任指導教官の石森秀三先生、副指導教官の大塚和義先生をはじめ、総合研究大学院大学の諸先生方に多くの御助言、御指導をいただいた。本稿にかかわる1996年4月から1997年10月までのフィールドワークは、旅の文化研究所研究奨励金、および大和日英基金の研究助成により可能になった。また、日本学術振興会研究奨励費により学位論文の執筆が可能になった。調査中には、チップング・カムデンの多くの方々に大変お世話になった。ここに記して感謝したい。

注

- (1) 「古きイングランド」(the Old England) は、産業革命以前の農業と牧畜中心だったイングランドを意味している。また、当時の娯楽や慣習を含めた生活様式一般も意味して使われることが多い。とくに、産業革命以前はほとんどの人がカントリーサイドで暮らしていたために、「古きイングランド」というとカントリーサイドにおける生活を指す場合が多い。
- (2) モリス・ダンス (morris dance) は、イングランドの伝統的ダンスであり、とくにコッツウォルズ地域のモリス・ダンスは、イングランド全土に存在するモリス・ダンスの原型とされている。6人組の男性が対となって足につけた鈴を響かせながら、曲に合わせて白いハンカチをふったり、棒を打ち合わせて踊る。中世の農耕儀礼に由来する

- ともいわれ、中世には各村にモリス・ダンスのチームが存在していた。一方、メイポール・ダンス (maypole dance) は、中世の五月祭に由来し、五月柱 (maypole) のまわりをまわって踊るものだが、ヴィクトリア朝時代に子供が踊るダンスとして定着した。
- (3) 1612年に弁護士のロバート・ドーバーによって創始されたスポーツ競技会である。創始当初は、「コッツウォルド競技会」と呼ばれていたが、現在では正式名称をロバート・ドーバース・オリムピック・ゲームス (Robert Dover's Olimpick Games) という。
- (4) 英国政府は、観光の促進と統轄、観光開発の合理化を図るために、1969年に観光開発法案を提出し、国会の承認を得て、政府観光庁 (BTA, British Tourist Authority) を主幹にして、イングランド観光局 (ETB, English Tourist Board)、スコットランド観光局 (STB, Scottish Tourist Board)、ウェールズ観光局 (WTB, Wales Tourist Board) の4つの機関を設置した。主幹である政府観光庁は、世界27カ国に支部をもち、海外からの旅行者の誘致を促進し、宿泊施設の供給と改良などの英国観光における旅行環境の改善を目的として設立されている。
- (5) 1995年に英国の歴史的な場所を訪れた約7,000万人の内訳については、1,950万人が大聖堂や大教会、1,540万人が個人の歴史的所有地、1,200万人が教区教会、960万人が政府の所有地、760万人がナショナル・トラストの所有地、560万人が地方行政の所有地を訪れたという報告がなされている (BTA/ETB 1996: 3)。
- (6) 旅行者を引きつけている英国の文化遺産の中にあがっている「伝統と品格」 (tradition and pageantry) については、政府観光庁は詳しい説明をしていないが、英国に存在する古い伝統的な慣習や英国王室のもつイメージなどを指しているものと思われる。
- (7) その他にも、観光政策には、交通や飲食、商店に関する旅行者向けの法改正や観光関連職種の研修制度の導入、10部屋以下の小さな宿泊業経営の補助など広範囲に及んでいる。観光大臣とともに、国家遺産局 (The Department of National Heritage) の創設は観光に高い評価を与え、英国観光の特徴である「文化」と「遺産」という側面を支援し、国家基金からの補助金申請に便宜をはかるものとなっている。
- (8) 英国政府観光庁は、外国向けの公式観光パンフレットにおいては、それぞれの国の人々に英国を訪れたいと感じさせるために、英国の特徴に関して国によって多少異なる表現を戦略的に行っている (Shioji 1997: 185)。
- (9) 英国の旅の歴史を通して、旅行者のイングランドに対する志向性の発展を研究したオーズビー (Ousby) は、景観における「ピクチャレスク」という概念の出現によってカントリー・ハウスや城跡などが注目されるようになったと述べている (Ousby 1990)。
- (10) 宿泊施設一覧に載っているベッド・アンド・ブレックファースト民宿 (Bed & Breakfast) やパブ (Public House)、ホテルなどの経営者は、イングランド観光局 (ETB) によ

って施設の査察をうけ、年間登録料をETBに支払って、施設に関する詳細をETBの査定によるランクつきで公式パンフレットに載せることができる。

- (11) チッピング・カムデンでは1970年代に開館された個人所有のウールステープラーズ博物館が町で唯一の博物館であった。その所有者は、1980年代にチッピング・カムデン初の女性町長となった人であり、駐車場建設を主張するなど観光推進に対して積極的な姿勢を示していた。しかし、1996年3月に博物館は閉館され、博物館の建物として使用されていたウールステープラーズ・ホールも売却された。私が調査を開始した1996年4月には、すでにウールステープラーズ博物館は閉館され、展示物はオークションに出された後だった。しかし、数人の住民たちの話から博物館の開館の経緯と展示内容について知ることができた。博物館の所有者は、長年にわたって人々から寄贈された夥しい数の古い品々を一般公開するために博物館を開館したという。博物館の展示物の多くは、19世紀後半から20世紀初頭にかけての日常雑貨であり、チッピング・カムデンにまつわるものは少なかったといわれている。
- (12) 1997年には、TIC委員会と商工会議所が1995年のパンフレットの改訂版をつくった。改訂版では、メンバーのホテルやレストラン、手工芸品店や骨董屋などの43件の広告を載せて、その広告代で1995年のパンフレットの内容に観光案内所の場所と古い絹工場に開設された展示場に関する一文を加え、多色刷りにして写真と町の簡略図などを載せて頁数を増やしている。この新しいパンフレットは1997年に観光案内所で町周辺の宿泊施設を予約した旅行者にのみ無料で配られ、すぐに在庫がなくなった。その期間も基本的には1995年のパンフレットが旅行者に推薦されていたため、1995年のものを分析対象とする。
- (13) ロバート・ドーバース・ゲームスについては、注3を参照。スキャトルブルック・ウェイクは、その翌日に行われる中世の五月祭の流れをくむチッピング・カムデンの伝統行事であり、五月女王を乗せた山車のパレードや広場でモリス・ダンスやメイポール・ダンスが行われる。
- (14) ゴードン・ラッセル賞は、町に長く在住していた世界的デザイナー、ゴードン・ラッセルの追悼記念として設けられ、地域の若者たちが彼らの町を知ってその価値を理解するように奨励することを目的として定期的にカムデン協会によって授賞されている。
- (15) 町めぐり小冊子の道順に従ってあげると、町の北側からグリヴェルズ・ハウス、聖ジェームス教会、バプティスト・ヒックス卿のカムデン・ハウス（残存する門塔と別館、焼失した本館を含めた全体の想像図）、救貧院、ウールステープラーズ・ホール、古いグラマー・スクール（修復前、入り口、建物全体）、古い絹工場、マーケット・ホールである。

- (16) ゴシック建築で樋に付けられた怪獣や人の顔の形をした吐水口。
- (17) 同じ建物内でもテナント制なので、1階のパイメント建設会社事務所と銀細工工房の隣の家具大工工房、3階にある銀食器のデザイナーの工房と事務所は関係者以外は立入禁止である。
- (18) 手工芸ギルド・トラストは、カムデン歴史・考古協会との提携でこの古い絹工場の建物全体を町の博物館およびヘリテージ・センターとして活用していこうという計画が将来的な展望として持ち上がっている。
- (19) クリーム・ティー (cream tea) は、英国における午後のお茶のメニューの一つで、ジャム、生クリームを泡立てて固まらせたクリームとスコーンが紅茶とともに出される。クリーム・ティーは、コッツウォルズ地域を含むイングランド西部やデヴォン (Devon) とコーンウォール (Cornwall) を含むイングランド南部などのイングランドのカントリーサイド特有のお茶のメニューとして知られている。「アフタヌーン・ティー」 (afternoon tea) は、キュウリのサンドイッチ、「クリーム・ティー」、ケーキとタルトという順番で紅茶とともに出されるのが正式な組み合わせである。とくに、サンドイッチとクリーム・ティーのみの組み合わせがより一般的である。クリーム・ティーはカントリーサイド特有のお茶のメニューであるのに対して、アフタヌーン・ティーは英国全土で出される。

文 献

Adams, Kathleen M.

1984 Come to Tana Toraja: Land of the Heavenly Kings. *Annals of Tourism Research* 11 (3): 469-85.

Ashbee, Charles. R. (ed.)

1904 *The Last Records of a Cotswold Community*. Chipping Campden: Essex House Press.

Boorstin, Daniel J.

1964 *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper.

Brill, Edith

1964 *Portrait of the Cotswolds*. London: Robert Hale.

1985 *Cotswold Ways*. London: Robert Hale.

British Tourist Authority and English Tourist Board (BTA/ETB)

1993 *Guidelines for Tourism to Britain*. London: BTA/ETB.

- 1996 *English Heritage Monitor*. London: BTA/ETB.
- Buck, R.
1977 The Ubiquitous Tourist Brochure, Explorations in Its Intended and Unintended Use. *Annals of Tourism Research* 4: 195-207.
- Chipping Campden Bulletin
1997 Chipping Campden Tourist Information Centre. *Chipping Campden Bulletin* April.
- Cohen, E.
1993 The Study of Touristic Images of Native People. Mitigating the Stereotype of the Stereotype. In D. Pearce and R. Butler (eds), *Tourism Research, Critiques and Challenges*. London: Routledge, pp. 36-69.
- Dann, Graham
1996 The People of Tourist Brochures. In T. Selwyn (ed.), *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley and Sons, pp. 61-81.
- Department of National Heritage (DNH)
1995 *Tourism: Competing with the Best*. London: DNH.
- Department of the Environment and the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (DE AND MAFF)
1994 *Rural England: A Nation Committed to a Living Countryside*. London: DE AND MAFF.
- Dilley, R. S.
1986 Tourist Brochures and Tourist Images. *The Canadian Geographer* 30 (1): 59-65.
- Evans, Herbert
1994 (1905) *Highways and Byways in Oxford and the Cotswolds*. Hereford: Lapridge. (London: Macmillan)
- Fees, Craig
1987 Maypole Dance in the Twentieth Century: Further Studies of a North Cotswold Town. *Traditional Dance* 5/6: 97-134.
1995 Tourism and the Politics of Authenticity in a North Cotswold Town. In T. Selwyn (ed.), *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley and Sons, pp. 121-146.

Finberg, Josceline

1977 *The Cotswolds*. London: Eyre Methuen.

Gissing, Algernon

1924 *The Footpath-way in Gloucestershire*. London: J. M. Dent and Sons.

Hill, Susan

1990 *The Spirit of the Cotswolds*. London: Mermaid Book.

Jones, Anthea

1994 *The Cotswolds*. Sussex: Phillimore.

Lewis, June R.

1974 *Cotswold Villages*. London: Robert Hale.

MacCannell, Dean

1976 *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

Maggs, Colin

1981 *Railways of the Cotswolds*. Cheltenham: Peter Nicholson.

Massingham, H. J.

1932 *Wold without End*. London: Cobden-Sanderson.

Moore, John

1937 *The Cotswolds*. London: Chapman and Hall.

Ousby, Ian

1990 *The Englishman's England: Taste, Travel and the Rise of Tourism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Selwyn, Tom

1990 Tourist Brochures as Post-modern Myth. *Problems of Tourism* 13 (3/4): 13-26.

Selwyn, Tom (ed.)

1996 *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley and Sons.

Shioji, Yuko (塩路有子)

1996 Myths of the English Countryside: An Interpretation of the Language and Images of Tourist Brochures. 『言語文化学会論集』8: 183-200.

Smith, Brian

1976 *The Cotswolds*. London: B. T. Batsford.

Withers, Charles W. J.

1990 *Discovering the Cotswolds*. Edingburgh: John Donald Publishers.