

「観光化」に対する湯布院住民の解釈フレーム分析

須藤 廣

- I. はじめに
- II. 調査の方法と結果
- III. 町長リコール、再選挙運動とフレームとの関係
- IV. 結論 —ホスト/ゲストとロマン主義的まなざし
- V. おわりに

観光地住民の観光化に対する意識の分裂はどのようにして起こるのか。地域住民が持つ解釈フレームと文化的、社会的、経済的葛藤との関係について、湯布院の例を取りながら考察する。1970代から続く一連の社会運動の中でできあがった「外部資本から湯布院を守る」という基本的なフレームが、現在どのように使われ、またどのように解釈されているのかをインタビューによる質的調査を使って分析する。その際、町村合併反対運動がフレームの解釈に果たした役割についても考察する。

キーワード： 観光化、フレーム分析、地元住民、文化的葛藤、町村合併

I. はじめに

一般的に観光地は、観光客、観光業者、地元住民の3つのプレイヤーの集合で成立している。その中でも観光業者と地元住民の集合は、地域外から流入した観光業関係者、地域内観光業関係者（その多くが地元住民でもある）、観光業と関わりのない地元住民という3つのプレイヤーの集合と言うこともできる。そして、この3つのプレイヤーは必ずしも利害が一致しているとは言えない。地域内の観光業者あるいは地元住民対地域外から流入する観光業者の対立という図式は多くの観光地で見られ、観光研究者、マスメディア等によっても数多く発表、報道されてきている。本稿ではこれをさらに進めて、観光地は地元住民間であっても、観光化の評価の解釈に関してある種の葛藤を孕んでいることを指摘する。観光は一つの近代産業であり、観光地化した地域は他地域からの人口の流入を伴うため、他の近代産業同様古くから持ってきた伝統的な関係性を（そこが古くからの観光地であった場合には、伝統的な観光地としてのホストとゲストの「人格的」関係性をも）変容させる。観光地がそれなりに地域として収益を上げ発展している間はその葛藤は目立たないか、あるいは地域外からの業者との対立のフレームの内に埋没し、かき消される。しかし、観光業の発展が飽和点に達し、地域のテーマが他のフレーム（例えば福祉行政、市町村合併等）に向けられた時に、葛藤は表面化する。

筆者は2000年より湯布院温泉の観光客及び観光業者の調査を、主に質的方法を使っておこなってきた。その結果、観光客においてはJ・アーリの言う「ロマン主義的まなざし」と「集散的まなざし」による解釈フレームが混在していること、観光業者においては主に、「集散的まなざし」による解釈フレームに対する許容度をめぐって温度差があること、そして観光業者間の温度差にもかかわらず（単に営利目的で店を開く県外の業者でさえ）「湯布院らしさ」の崩壊、喪失を嘆くというフレームが支配

していることを確認してきた〔須藤、遠藤 2005：第6章〕。これに引き続き筆者は、由布院温泉住民にインタビュー調査を行い、地元住民の観光化に対する解釈のフレームがどのようなものであり、それらが観光客のフレームと観光業者のフレームとどのように調和、又は葛藤しているのか検証しようと思う。

本稿ではこれらを、社会運動の意味形成を誘導する「フレーム」の概念を使って分析する。「フレーム」の概念は、1970年代にアーヴィン・ゴッフマンの心的相互作用論を始めとして、主に認知心理学や精神医学の分野においても使われてきた〔Snow and Benford 1992:p136〕が、現在では社会運動分析、メディア分析等においても幅広く使用されている。この概念は学問的に特に定義されたものではない。本稿では「フレーム」の概念を、成員達が社会的世界を意味づける時に使う「解釈図式（シェーマ）」という意味で用いる。「フレーム」あるいは「フレーミング」については、一般的にはデヴィッドA・スノーとロバートD・ベンフォードが用いた社会運動論的概念として用いられている。彼らを始めとする社会運動論に用いられる「フレーム」の概念は、集合的行為によって導かれた、あるいは集合的行為を引き起こす社会問題等の意味づけ、あるいは彼ら自身のアイデンティティに関するものであり、集合的なものを前提としている〔Hunt, Benford and Snow, 1994〕。筆者は、彼らが社会運動研究分析で使う社会運動や社会問題を意味づける「フレーム」という意味よりも、一般の人々が自分の環境や行動を説明する時に使う「個人的」な（厳密に言えば社会的なのであるが）「解釈枠組」という意味でこの概念を使用しようと思う。社会運動論においては、抵抗運動の主体あるいはその反対者は、問題状況認識の単純化、運動主体、傍観者も含む定義の類型化により、問題状況を自らが掲げた「図式」で支配したいと考える。そして、一定の「解釈図式」が支配したとき、その運動あるいはその反対者は、自らの主張の正統性を獲得できると考える。社会運動の成否はこういった正統性の獲得によることが多い。社会運動とはまさに「意味づけの政治」なのである。しかし、いうまでもなく運動の担い手、あるいは傍観者、あるいは反対者は、与えられた「フレーム」をそのまま使用しているわけではない。人々は自分の利害状況や、コミュニケーションの文脈に合わせて、それを変形し再利用している。また、人々によって使用される「フレーム」は、一人の人間のなかにおいても一貫したものではなく、一人の人間が複数の「フレーム」を使い分けている場合も多い。

社会運動論のなかで応用された「フレーム」概念は、もともとアーヴィン・ゴッフマンが『フレーム分析』のなかで用いた概念によるものである。ゴッフマンは、「フレーム」概念について、人々が権力の力学的方向付けのために使用している点にはあまり重きを置かなかった。彼は、人々が「フレーム」という前意識的な「解釈図式」使いつつ、現実をどのように「経験」しているかに注目する。もちろん行為者に日常世界を類型化し、意味づけることを促す「フレーム」が、第一義的には文化的、社会的に決定され、個人の前にあらかじめ準備されているとゴッフマンも考えてはいる。しかし、彼の興味の焦点はむしろ、人々が既存の「フレーム」をいかに利用しているか、あるいは相互作用の中でいかにそれを変形したり、溢れ出したりするのかにあった。例えば、ボクシングの試合において、ボクサー、そして観客は「ボクシングの試合でありケンカではない」という「フレーム」において場を意味あるものとしているのであるが、ヒートアップしたボクサーが試合という「フレーム」を超え出でることもままある。またサッカーのサポーターのようにヒートアップした観客が、スポーツの試合見物という「フレーム」から「喧嘩」あるいは「戦争」というフレームへと「チャンネル」を切り替えることもありうる（プロレスのようにむしろ「フレーム」からの「逸脱」自体を「フレーム」の中に隠し持っている場合もある〔トンプソン1986〕）。我々は、日常生活において、このように「フレ

ーム」を変更したり、逸脱したりしつつ行為することにより、「フレーム」自体も多層で多重な意味を持ちうる。

本稿においては、「フレーム」概念を、人々が日常生活の場で個人的、あるいは集合的に用いる可変的な解釈図式という意味に用い、その意味においてはゴッフマンの概念に近く、必ずしも社会運動等集合的行為を通して得られたり、あるいはそのために用いられるものに限定しない。しかし、ゴッフマンが「フレーム」を無意識あるいは前意識的な「認知的構造」としているのに対し、この点において本稿では、「フレーム」を問題状況の解釈における一定程度「論理的」な図式というようなベンフォードとスノーによる概念で用いた。

また本稿では、以上のような「フレーム」の概念を、人々によって持たれた「イデオロギー」（ここでは「虚偽意識」という意味ではなく、真偽概念を超えた意味で「イデオロギー」概念を指す）がいかなる社会的文脈からもたらされるのかを解明するために用いる。背景の違う行為者たちによる観光を巡る「意味づけ」が、どのような文脈のもとになされ、観光以外の事象とどのように絡み合い、どのように変容するのか、湯布院の事例から見ていきたい。

II. 調査の方法と結果

調査時期は2004年6月及び8月であり、筆者とゼミの学生が合計約60人の由布院地区在住の住民に対しインタビュー調査を行った。インタビューは家に直接訪問しておこなったものもあるが、多くは戸外でおこなった。インタビュー対象者は湯布院町に住む者に限定したが、観光業に関係しているかどうかは問わなかった。調査は、調査員と対象者が「近年の湯布院の観光地化について」を中心に、「湯布院らしさについて」「観光客に自慢できるものについて」「何でも言いたいこと」といった大まかなテーマで、雑談する形でおこなった。その結果、以下に上げたような、観光化に対する4つのタイプの解釈フレームが存在していることが分かった。前述したように、解釈フレームは一人の人間が複数持っている場合もあるため、一人の語りを二つ以上のフレームに分けたものもある。以下4つのフレームについて、例を上げながら述べよう。

<フレーム1> (問題はあるものの) 町の観光化を評価する。

語り1「土日、人が多くて地元の人が外に出にくいこととかあるけど、観光の宣伝効果が普及してきて湯布院がブランド化されたことはいいこと」(湯布院生まれ60代男性)。**語り2**「よい方向に変化したと思う。発展したけど、古いものはあるし、私は好き。若い人が多いし、若い人の前向きな姿勢が、他のところと比べて・・・」(湯布院生まれ50代女性)。**語り3**「新しい店はみなよその資本だけだけど、それがないとやっていけないもんね。それでいいと思う。田舎じゃ食っていけないから、大いにやっていいよ。別に自然は壊してないし・・・」(60代男性) **語り4**「お客さんは増えてきてると感じる。活気付いてる。観光の面ではね。2、30年前に比べたら。」(大分市出身50代女性)

<フレーム2>外 (多くは「県外」を指しているが、「外」と「地元」あるいは「地」の境界はあいまい) からの資本が町の景観や人間関係を壊している、

語り5「ちょっと油断してると新しい店ができたり、無くなったりしてる。お店が多いのはいいと思うけど、あれは地元の人のお店じゃない。とりあえずお店がぐちゃぐちゃになってる。昔の静かな雰囲気は無くなってきてる」(50代女性)。**語り6**「ホテルでも何でもそこあたりのお店でも、県外資本が入って来てね。ほたもうことで、心を失っとるんですよ。」(70代男性) **語り7**「便利がよくな

った割には人（人口）が少ない。店ばかりできてるけど、よその人ばかりだから。地元の人はいないよ。」(70歳代女性、湯布院に来て40年)。**語り8**「今は県外の、外の人がやってお店ばかりで・・・地元の人安くておいしいものを提供してくれるけど、県外の人高く提供してる。外の方は、ばーっと儲けてすぐどっか行くから、地元の人作っていくようなところをしたい」(60代女性) **語り9**「湯の坪街道のお店の人たちはほとんど地元の人いないんだよ。県外の人ばかりだからね。だから店を出すのはいいんだけど、湯布院町に市民税払ってない人ばかりだから、何もメリットない。そういう人が多いんだ、非常に。その人たち本人はプラスかもしれんけど、私たちにはプラスにならん。」(湯の坪街道沿いの店も実際には1/3程度は地元の人が経営している店である)

<フレーム3> (観光化のおかげで) 暮らし難くなった

語り10「車が多い、観光客が多い、多すぎて(地元の人)車も思うように走れない。ぞろぞろ道の真ん中歩くから・・・」(50代女性)。**語り11**「人(観光客)が多すぎ。観光客が増えた。困る。学校に通うときに人が多くて・・・。湯布院らしさ?わからん・・・ほんとにわからない。自慢できるもの?あるっけ?特に無いよね・・・」(15才男性二人組、湯布院生まれ)。**語り12**「観光客来ると物価が高い。年間何十万って来るけど(約400万の間違い)、最近の観光客は泊まらない。ものを買わない。地元の人働くところが無いよ。」(80代女性) **語り13**「クローバー摘みとかしても手がそんなに汚れることはなかったんだけど、手が真っ黒になるんですよ。公害で排気ガスが・・・やっぱり。～ね。だからそういう面で、あまり良いところはないですね。」(60代男性) **語り14**「マナーが悪い。特に車に乗るとる人、歩いとる人、歩行者ね、もうこんなね、マナーの悪い人はいわね。うーん。あの一、日本人の特徴?あ、旅の恥はかき捨て。」(70代男性)

<フレーム4> (地域外の観光業者ばかりでなく)、地域内の観光業者、関係者も住民の対立を作り出してきた

語り15「地元の人に対してはあんた、観光は、なーんも、役立たんのやけん。ただもうその旅館とか、商売人が、もうその、観光、観光ちゅって・・・。それに観光客は何もないのに宣伝にだまされて来ている。物価も高いし・・・。観光するのも、商売するのもかまわんけど、勝手にやってくれ」(80代男性)。**語り16**「もう、あの、(外の資本が)入り込んで、金儲けするから、地の人は追いやられるから、土地を売ってでもなんとかね、金をかせぐっちゃうようなことで。土地を売れば買う人がまた。ね、悪循環ですよ。」(60代男性) **語り17**「映画祭だって、あの・・・地元の人がしとるんやない。湯布院には文化人はいらないうちゅう」(60代男性) **語り18**「住んでいるのにお互いに顔が見えていない。で、そういうところから例えば、観光と根っから暮らしている人の間に溝があったりとかがあるのかなと。同じものを目指してたとしても、そういう顔が見えないからお前らとは言うことが違うんだという状況になってるんじゃないのかなとは感じる。」(30代男性)

<フレーム1>、<フレーム2>は観光化自体に反対するものではなく、地元の観光業者のリーダーシップで地元独自の観光化を進めて行こうとする考えにつながる。湯布院では観光協会、旅館組合を中心に行政や地元住民を一部巻き込みつつ、1950年代のダム建設反対運動、1970年代のゴルフ場建設反対運動等、地元観光業者を中心に外部からの「開発」に一貫して対抗し、古くからの素朴な由布院を「守る」運動を展開してきた。また、1970年発足した「由布院の自然を守る会」は、1971年には「守る姿勢」から「創る姿勢」へと変貌を遂げ、「明日の由布院を考える会」に改組していることから分かるように、反対運動の過程で映画祭のようなイベント立ち上げ等をとおして、手作りのまちづくりの取り組みが、運動による人的資源動員の延長線上でなされて来た。特に80年代以降は、温泉ブ

ームの追い風を受けながら、独自の温泉地づくりの理念と実践を、テレビ等に数多く露出させるという形で、メディアを大きな資源として動員してきた（最近ではNHKの『プロジェクトX』で大きく取り上げられ、また、朝の連続ドラマ『風のハルカ』の中でもその理念は顔を出している）。1987年に施行されたリゾート法以降、外部の業者によるホテルの建設計画、土地の買い占め等が起り、これに対抗するために湯布院町は1990年「潤いのあるまちづくり条例」を制定し外部の業者による大型の開発を規制してきた。1970年代からのゴルフ場開発、サファリランド開発反対運動、リゾート法施行以降の外部の業者による土地買い占めを規制する運動をとおして、湯布院独自のまちづくりの理念、その実践への共感と、それを理解しない外部の資本に対する批判から〈フレーム2〉が醸成されてきた。環境、文化、人間関係破壊をする外部の開発業者から住民の利害を守る「良き観光地」づくり、まちづくりを目指すという方向性が「湯布院らしさを守る」というマスターフレーム（下位の論理を導き出す基本的「フレーム」、あるいはgood reason）[Snow and Benford1992:p142]となっていた。しかし、〈フレーム2〉は観光化そのものの批判するものではなく、また「良き観光」と「悪しき観光」との線引きも実は曖昧なものである。したがって、〈フレーム1〉と〈フレーム2〉との合成こそが湯布院の観光化の方向性を決めてきたと考えた方がよいだろう。さらに、この運動があくまでも観光に関するものが中心であったため、観光業とはあまり関係のない地元住民を十分巻き込んできたとは言えない。また、観光を第一に考えることが、過疎による第一産業からの脱却、農業主体から観光主体への産業転換が必須であったことから、避けられなかったことであるにしても（兼業も含めた農業人口はこの20年で35%減少し、現在約10,000人の人口のうち約2,600人である）、観光化から取り残された人々の意識（あるいは無意識）が特に〈フレーム4〉の論理を次第に作り出して来たと考えられる（現在では年間の観光収入170億円に対して、農業収入は13億円でしかない）。ダムやゴルフ場といった大手の「開発」反対運動はほぼ成功し、湯布院を「守る」運動は、ある種の正統性を獲得し、各種条例という形で法的にも制度化された。その過程で、従来の「開発」型とは異なるオルタナティブな観光を推し進める論理の共有も進められてきた。「湯布院らしさを守る」という「マスターフレーム」の使用は「守る」運動成功で1サイクルを終え、「創る」運動へと2サイクル目へと引き継がれていった。そういったオルタナティブ型、住民参加型の「創る運動」は、「守る」運動（多くは反対運動という形を取る）に比べ、運動の下位「フレーム」を分かりやすく持続的に提示し難しい。特に新しいオルタナティブな価値や目標は、都会から来る観光客にはある程度理解されても、農業が主体であった「地」の住民（当時でも農業世帯数は町全体の1/3から1/4程度であったと思われるが）や1,000人程度はいるといわれる自衛隊関係者には、分かりやすいものであったとは言えない。その後も、リゾート法(1987年)直後のリゾートマンション締め出し運動（これも1990年に「潤いのあるまちづくり条例」制定で一定の成功を見る）等、「守る」と「創る」のサイクルは続き、「守る」運動としての「合併反対運動」へとつながるのであるが、もともと「守る」運動として出発した一連の運動は「創る」運動への「地」の住民の動員に必ずしも成功しなかったゆえに、サイクルを重ねるごとに次第に自閉化せざるを得なかったのではないだろうか。それに加えて、観光客数が飽和状態に達し、観光による町全体の収益が伸び悩んだことも、観光業者と地元住民との微妙な意識の断絶を次第に浮き彫りにしてきているように思われる。

Ⅲ. 町長リコール、再選挙運動とフレームとの関係

以上のことは例えば、2004年冬から2005年春にかけての町長リコール運動から町長再選挙の結果

等にも現れているのではないか。湯布院町では、庄内、狭間町との合併を進めようとする佐藤町長に対し、長年の間湯布院の地域内結束を保ちつつ湯布院ブランドを作り上げてきた地元の観光協会を中心とする住民達はこれに反対し、町長のリコールに必要な町民の三分の一以上の署名獲得に成功した。これに対し町長はリコール成立前に自ら辞職し、出直し町長選に打って出た。リコール派の住民代表は合併反対派と条件付き賛成派の二手に分かれ、二人が立候補しこれに対抗する。しかし、結果はリコール派二人の票を集めてもはるかに届かない前職の佐藤町長の圧勝であった（佐藤氏約 4,570 票、合併反対派 U 氏約 1,851 票、条件付き賛成派 S 氏約 1,080 票）。もちろんこの町長選の表面上の焦点は町村合併の結果における行政の効率と自治の問題であり、観光政策ではない。しかし、インタビューからも、町民は合併問題の解釈の焦点を、観光ブランドとしての湯布院を守る集団対、観光ブランド以外の利点を強調する集団との闘いという〈フレーム 4〉に持っていく傾向が見受けられた（例えば：語り 19「由布院を有名にしたけど、有名にして何にも良いことない。・・・そういう連中が、〈合併に〉反対してる。最初から勝つめどはないちゅうわかつとるけどね。」語り 20「町長のリコール運動あったやろ。あれは、合併したら旅館組合が湯布院の名前が使えなくなる、ここだけで、それだけでね。」）。

湯布院に引っ越してから十数年という 40 代の男性は次のように分析している（完全に「地」の住人ではないので客観的なまなざしで見ている）。

語り 21

調査員：先ほどから話を伺って、湯布院は悪くなっているというお考えのようですが、その原因は何だと思われますか？

男性：今までね、みんなで話し合って決めるという仕組みが出来上がっていなかったと思うんだよね。この町は、20 数年観光の発展と平行して、だんだんみんなの仲が悪くなってきて、こんな小さな町に、そういうしごらみがあるんだ。それが解消されずにきたから、リコール問題とか、合併問題とかで、それが決定的になってしまったね。

調査員：観光協会などの方々と住民の方で考え方に違いがありますか？

男性：俺はあると思う。それで、本当にいろいろ論争になったんだ。だけど、論争といっても、みんなが正面からばんばん話し合えばいいんだ。田舎の人だから、背中を向け合って話し合いしてる。君らからすれば、変なことだと思うけど、観光（関係者）自身もこの問題で分裂してしまって、リコールとか、合併とか反対するのは、ぐっと少数派になってしまったね。

全国で争われた町村合併の争点は主に、地域の自治、自立か、広域行政による効率かといった問題である。湯布院町の自主財源率は 46% と大分市に次いで高い。今まで手作りで作ってきた草の根民主主義的話し合いの土壌もある。しかし、この町長選では、観光ブランドを守ることが大切か、観光とは別の自分たちの生活（学校、病院、農政、ゴミ、下水処理等生活インフラの問題、過疎、少子高齢化対策や合併に伴う特別債や交付税当）が大切か、といった図式の方に争点の流れが流れていったように思われる（反町長陣営はさかんに地域の自治をそのフレームにしようと努力してはしたのだが）。合併推進派のフレーム（行政の効率化や生涯学習、福祉等サービスの広域化と効率化、国と県の財政的支援を強調するもの[合併協議会 <http://www.d-b.ne.jp/gappei17/faq/index.html>]) と反対派のフレーム（住民自治、大分市の郊外である狭間町の影響力に対する湯布院町の影響力低下、合併に伴う財政支援

のまやかしを強調[ともに生きる風のがっこう・合併問題研究会 <http://www.coara.or.jp/~yufukiri/gaппei/>]にもかかわらず、合併問題に関する住民の解釈図式のなかにもやはり、〈フレーム3〉及び〈フレーム4〉が、入り込んでいたということが確認できる。

IV. 結論 ―ホスト/ゲストとロマン主義的まなざし

観光地におけるホストとゲストの文化的対立については、観光人類学、観光社会学の分野でも数多く報告されている。ホストにとって観光地の文化は、生活者が生活実践の歴史の中から作り出し、日々の暮らしの中で支えているものである。しかし、ゲストにとってそれは消費の対象であり、観光客は「よく知られたものの確認(または発見)」[橋本 1999 : p16] し、その場所のイメージを消費しようとする [アーリ 2003]。ホストはゲストのために、生活の中で培われた文化を彼らに容易に分かるようなイメージで提示しなくてはならない。観光地ブランドとはこういった商品化のための文化の再解釈、再提示という中で作られてくるものである。湯布院のイメージに嘘が多いというのはこのインタビューからも多く聞かれた(『プロジェクト X』や『風のハルカ』の虚構性についても住民の多くが指摘していたし、『風のハルカ』は観光業者とのタイアップで制作されていることも「イメージ性」が強いことの要因かもしれない<注1>)。「有名観光地」としての歴史が長いわけではない湯布院地元住民にとって、地元イメージはそれほど明確なものではない。このことは、湯布院の誇れるものについて聞かれ時、「美しい自然」と答えるものが多いのであるが(この回答は、観光調査に限らず農村における他の調査においても多いのである)、それ以外は「名所や名物があるわけではない」「特になにもない」と答えた住民が多くいたことから分かる。また、今から 35 年前、1970 年に「湯布院の自然を守る会」が発足した当時、観光の見地から藁葺き屋根等の農村的景観を守ろうとなったときに、住民の間から「他所者の見せ物になってまで俺たちが、貧乏たらしい暮らしをせにゃらんか」という意見が出たことが報告されている[花水木 No8, 1973 年 p19]。このような、観光客が持つ「非日常的」観光イメージと観光地住民が持つ「日常的」イメージの乖離は、観光化が住民の集合的アイデンティティを鼓舞し、観光客も増え、雇用も増え、さらに町自体が経済的にも活気づいている時には、存在しないか、存在しても目立つことはない(1970 年から 2000 年までの 30 年間に入込み観光客数は 4 倍の約 400 万人になった)。しかし、前述したように、観光客数も飽和状態になり、観光収入も伸び悩み、観光がそれほど多くの収入を町民全員にもたらすわけではないことがはっきりした時、住民が湯布院ブランドのために演じていたイメージが、日常の自分たちのイメージとあまりにかけ離れていたことが浮き彫りになってしまう(2000 年以降入込み客数は約 400 万人で伸び悩んでいる)。

筆者は以前の調査から湯布院が「ロマン主義的まなざし」で成立している町であるのに、観光客のまなざしは「ロマン主義的」なものばかりでなく、カーニバル的な「集合的まなざし」も含まれていることを指摘した[須藤、遠藤、2005:第6章]。観光業者の多くは「ロマン主義的」なイメージを商品化しようとするのだが、観光客の需要がある以上、当然「集合的なもの」もまた提供されている(こうした混在は日本の観光地の特徴とも言える。例えばイギリスでは「ロマン主義的」な湖水地方やコッツウォルド等と「集合的」なブラックプール等とはっきりと住分けが行われている)。一方、湯布院住民のほとんどは「集合的」なものを歓迎しない(「うるさい」「けばけばしい」「じゃま」等、人が多く集まることを積極的に歓迎している住民はインタビューの中では一人もいなかった)。しかし、「ロマン主義的」なものについての評価は現在二手に分かれている。「手作り」を売り物にする「ロマン主義」もまた、観光客のための高級なイメージ商品の一つにしかすぎないとする見方(「観光客が広告イ

メージに騙されている」という住民の言説に代表される)が観光化から疎外されてきた住民のあいだに存在する。「ロマン主義的まなざし」は観光業者の中では合意が成立しても、湯布院住民の中においては成立しているとは言えないのである。

当研究はあくまでも言説研究であり、このようなフレームの対立の社会的あるいは物質的要因を深く掘り下げて分析するものではない。しかし、ここで特に〈フレーム4〉を成立させる要因について簡単にまとめておこう。一つは、地縁血縁にもとづく伝統的人間関係と伝統的な人間関係にはもとづかない市民的な人間関係、あるいはそのどちらにも含まれないものとの対立である。湯布院であった戦後いくつかの反対運動やそこから生まれた保存保護運動が都市的、選択的、個人主義的な連帯を作り出したのに対し、その運動のなかに地縁、血縁にもとづく伝統的、農村的な連帯の形がうまく馴染むことができなかつたことが考えられる。〈フレーム4〉を使用する住民の多くが高齢者であることからそのことは裏付けられる。観光化が生み出す雇用が旅館やホテルで雇用される比較的短期の労働者等未熟練労働であることが多く、特に観光客が増え続けている観光地は「外」から入り込む労働人口も多い(2000年の時点で129軒の旅館に湯布院町全体の従業員数1/3の約1700人がホテル、旅館に雇用されている)。「観光客」から転じて住民になるものも湯布院では少なからずいる。戦後の一連の運動は主に地元出身者によって担われたものであるが(Uターン組が多いのであるが)、運動自体が市民運動的なものであったために、非常に開放的なものであり、外部からのニューカマーも参加しやすかつた。特にゴルフ場建設に対する反対運動からその後の外部資本によるリゾートマンションへの規制運動に至るまで、外部の業者に対する敵対心が醸成されるのであるが、それらの運動にはニューカマーの一部もまた参加している(まちづくり運動に対する観光業者の参加意識の温度差については、須藤、遠藤2005第6章参照)。従って、湯布院の「地」の住民にとっては、一連の反対運動が作り上げた市民主義的な連帯のあり方は「都会的な」洗練された観光化のあり方(「都会的」であるからこそロマンティックな農村風景を求めると一体であり、リゾート開発業者とは別物であるにしても、やはり「外」からもたらされたものであるという意識があるのではないだろうか(語り16の「文化人」という言い方にそれが表れていないか)。

もう一つは、観光化に伴う物質的利害の問題である。「地」の住民であっても、一連の観光化が自分たちの利害に叶うものである限りは反対はしない。しかし、観光を生業としていない住民や、土地の高騰等の利益に預かれなかつた住民等が、観光化が自分たちの利害とは関係がないと知ったとき、観光化に関連のあるまちづくり運動のフレームから彼らが離反しがちになることは容易に想像できる(例:語り21「自分はバブルで土地が動いたおかげで儲けがあつたからそんなには言えんけども、観光業に従事してない人たちはしらけた目で見よる」50代農業男性)。

将来、湯布院温泉が急速に衰退しない限り、外部からの流入人口が「地」の住人の人口を圧倒することも考えられる。また、世代の交代により、地縁や血縁にもとづく連帯のありかたも変化するであろう。住民の組織化のあり方に関する新旧の対立は次第に減少することも予想されるが、住民組織自体を嫌う若い住民の「フリーライダー」化が、懸念材料として今後また新しい「フレーム」を作つてゆくかも知れない。

<注1>NHKの連続テレビドラマ「風のハルカ」では、湯布院の観光PRを意図的になされている。番組最後に流される土地の「名物料理」やJR九州とのCMタイアップ(写真参照)を見れば明らかである。日銀大分支店は「風のハルカ」による経済効果を126億円と見込んでいる。



JR九州とタイアップする『風のハルカ』

V. おわりに

観光とは、場所の「イメージ」を商品化することである〔アーリ 2003〕。このため、観光地は「イメージ」のあり方を巡って分裂が起こりやすい。それを解決するのに、観光地の「偽のイメージ」化を止めることをもってすればいいのだろうか。筆者はそうは思わないし、そもそも観光地のイメージに対して「真/偽」を問題にすることが生産的であるとは思えない〔須藤、遠藤 2005〕。都市のイメージ化（＝観光化）、農村のイメージ化（＝観光化）は情報化と消費社会化（またはその結果としてのグローバル化）の結果であり、恐らく止めることはできないであろう。前近代において観光が信仰と深く関わってきたことから分かるように、観光は「信仰」が「脱魔術化」という強大な敵の前に消滅しようとする現在においてさえ、日常と非日常を分ける集合表象（「幻想」といってもよからう）の体系抜きには存在できない（須藤、遠藤 2005：第2章）。現代においては、その信仰の多くは消費社会の様々なメディアが作り出していると言えるのであるが、重要なことは、「イメージ」を一人歩きさせないことであり、住民が（一部の住民であったとしても）疎外感を感じない程度に（すなわち住民自体にも「信じられる」程度に）、自らの手で上手くコントロールし、消費され尽くされないように制御することである。強いられた「演技」が疎外感を生むのに対し、自らの手でコントロールされた「演技」は、住民自身をも楽しくさせるものであるのだから。

湯布院町は「イメージ」を作り出すノウハウを持っている。また、数々の反対運動や保護、保存運動の中、住民自治への訓練を長い間積み重ねてきた人材も数多くいる（1973年には既に「明日の湯布院を考える会」が第三回「あすの地域社会を築く住民活動賞」を受賞している）。映画祭、音楽祭等の観光行事があまり地元の住民を巻き込んで来なかったとはいえ、それらの行事をはじめ観光総合事務所を中心とした様々なグループによる会合等は、湯布院のコミュニケーション資源、人的資源等を醸成してきた。また、湯布院には地域自治のガバナンスを支える信頼（対立しつつも信頼するという気風「対立的信頼関係」があるとまちづくり運動のリーダーである中谷氏も言う〔2000年3月沖縄県名護市での中谷健太郎氏講演〕）、住民参加への意欲、正義感といった「社会関係資本（ソーシャル・キャピタル）」〔R.D パットナム 1994〕や社会的ネットワーク資源が豊富に存在する。このような市民的連帯は、地縁、血縁にもとづくような伝統的な連帯とは異質なものであったかも知れない。しかし、もう一度住民自治の原点に立ち返り、伝統的な人間関係も包含するような身の丈にあった連帯とイメージづくりによって、湯布院の集約的アイデンティティを再生させる底力を、美しい自然という宝と

もに、まだまだこの町は持っていると思う。

最後に、見落とされがちであるが最も切実で現実的な問題を指摘しておかなければならない。現在、湯布院周辺の大分県の山村の多くは、激しい過疎高齢化のなかで集落の維持もままならなくなり地域社会が急速に衰弱していく「限界集落」を数多く抱えている。高齢化率だけ見ても、湯布院町と同時に由布市の一部となった庄内町は約31%、湯布院町に隣接する安心院町が約35%（湯布院町はまだ良い方で23%）と軒並み3割を超えている。80年代に一時的に青壮年層の人口流出が減ったものの、90年代からはまた人口流出が激しくなっている。雇用と「やりがい」をもたらす広い意味での観光の振興、あるいはグリーンツーリズムを推進している安心院町（宇佐市）のように農業と観光業の連携は、この地方においては急務の課題なのである（安心院町のグリーンツーリズムの成功に触発されて、安心院町周辺においては実に多くの町村がグリーンツーリズムの試みを始めているが問題点も多い）。湯布院町もまた、農業人口の急速な減少の問題は深刻である（1980年には961戸あった農家戸数は2000年には646戸に減少し、専業農家は72戸しかない）。農業の衰退も問題であるが、湯布院の観光自体も実は農村風景という「借景」があって始めて成立しているのであるからさらに深刻である。しかし、ジレンマをかかえつつも観光に頼る湯布院という現状を後戻りさせることは現実的にはもうできない。大きくなり過ぎた「観光」という竜（幻想が作り出したものではあるが）は、小さく萎めようとすれば、それは消えてなくなってしまうであろう。巨大な竜をなんとか住民のコントロールのもとに置くための知恵が求められている。

（兼任所員 本学文学部教授 須藤 廣）

【引用文献】

橋本和也、『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方』世界思想社、1999年

アーリ・J、吉原直樹他訳年、『場所を消費する』法政大学出版局、2003

須藤廣・遠藤英樹『観光社会学—ツーリズム研究の冒険的試み』明石書店、2005年

トンプソンL.O.「プロレスのフレーム分析」in『叢書 社会と社会学3 身体の政治技術』栗原 彬ほか編集委員、新評論、1986

Scott. Hunt, Benford. Robert D., and Snow. David A., “Identity Fields’ Framing Process and the Social Construction of Movement Identities” in Larana, Enrique, Hank Johnston, and Joseph R. Gusfield, eds., *New Social Movements; From Ideology to Identity*. Philadelphia: Temple Univ. Pr., pp.185-208, 1994

Snow, David A., Benford. Robert D., “Master Frames and Cycles Protest”, in *Frontiers in Social Movement Theory*, New Heaven, Yale Univ. Pr., pp133-155, 1992

Goffman, Erving, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* Frame Analysis Northeastern Univ Pr. , 1986

Putnam. Robert D., Leonard. Robert, Nanetti. Raffaella, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* Princeton Univ Pr. , 1994