

**第 16 回長崎国際大学国際観光学会
研究発表会要旨集**

目 次

	頁
日本の陶磁器博物館の歴史的背景に関する研究-----	1
鐘ヶ江 幹（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年）	
日本刀の逸話とその観光活用に関する研究-----	3
西浦 日菜乃（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年）	
故宮博物院のミュージアムグッズ開発に関する研究-----	5
顧 思儀（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年）	
清朝から民国時代の博物館教育思想-----	7
牛 夢沈（長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻3年）	
韓国のポピュラー音楽 K-POP の歴史と聖地巡礼行動-----	9
劉 敏知（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年）	
江戸時代における八景と旅の関連性に関する研究-----	11
鐘ヶ江 樹（長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年）	
佐世保市における外国人の安全・安心に関する考察—行政の多言語対応を中心に—	13
李 載宇（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年）	
西九州の観光地における言語景観の研究の意義-----	15
劉 超（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年）	
京都市における言語景観及びサインの施策と特徴-----	17
濱口 順子（長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年）	
中国の大学における日本語専攻と日本語学科（学部）に関する考察-----	19
魏 佳寧（長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年）	
訪日中国人観光客を対象とする QR コード決済の利用に影響する日本側と中国側の要因	21
黄 嘉欽（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年）	
長崎外国人居留地の洋館の現状と課題-----	23
蔣 沈凱（長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年）	
ホテル新規開発事業に潜む経営リスク～ナガサキ・ホテルを事例として～-----	25
安徳 勝憲（合同会社HRエンゲージメント）	

日本の陶磁器博物館の歴史的背景に関する研究

人間社会学研究科 観光学専攻 鐘ヶ江 幹

Motoki KANEGAE

キーワード： 陶磁器博物館， 南宋官窯， 栗田美術館， 九州陶磁文化館

1. はじめに

陶磁器は、一般的に「やきもの」と呼ばれ、「陶器」と「磁器」に分類することが出来る。やきものは縄文時代に作られた土器から始まり、時代が進むにつれ陶磁器や炆器など異なる性質を持ったものが焼成されるようになった。室町時代から安土桃山時代にかけては、「茶の湯」の流行から焼き物文化はさらに発展した。現在でもやきものは、世界中の人々の生活において不可欠なものとして、暮らしや産業などを支えている。さらに、陶磁器の特徴ともいえる造形や文様、釉薬の色など、創造性や美的感性を生み出し、多くの芸術作品が生み出されている。

本発表は、九州域における陶磁器博物館を対象として、その設立経緯と、窯業地における博物館の役割や観光活用について考察するものである。

2. 陶磁器博物館の概要

現在、日本には136館の陶磁器博物館があり、地域特有の陶磁器を展示する博物館が多く存在している。

世界的に見ると磁器の起源は中国であり、その中でも浙江省は磁器の故郷と呼ばれている。浙江省は考古学的視野からも中国磁器の発祥の地とされ、中国の陶磁器博物館の嚆矢である南宋官窯博物館が設立された。

南宋官窯博物館は中国で古い窯の遺跡をもとに建設された陶磁器を専門とした博物館で、敷地内には南宋官窯遺跡が保存されている。他

にも蓮池や多くの樹林があり、野外を楽しむ来館者も多く、地域文化資源の伝承を担う役割を果たしている。

1962年に杭州市人民政府から第1回杭州市重点文化財保護部門として公布を受け、1986年まで考古学の発掘調査が行われた。中国の歴史文化遺産の保護や古代陶磁器文化の展示、杭州歴史文化名城として発展させていくための博物館として1991年に開館したものである。

発掘で明らかになった南宋官窯の生産プロセスを証明する遺構が保護、展示され、遺構が公開されたことにより10数年の間に、30万人もの来館者が国内外から訪れている。¹⁾

次に日本で最初に設立された陶磁器博物館は、栗田美術館である。栗田美術館は栃木県足利市の郊外に存在し、創立者である栗田英男の収集した伊万里、鍋島の作品を1万点以上展示する世界最大級の陶磁器博物館である。栗田美術館は3万坪の広い土地を有し、敷地内には本館、歴史館、無名陶工祈念聖堂、陶磁会館、工房など大小30もの建造物が建っている。この美術館は江戸時代肥前鍋島藩で生産された鍋島、伊万里のみを展示する館であり、一貫した理念により運営される美術館である。²⁾

3. 九州の陶磁器博物館

佐賀県立九州陶磁文化館は、1980年に佐賀有田町に開館した陶磁器博物館である。肥前の陶磁器をはじめ、九州における各地の陶磁器に関して、文化遺産の保存や陶芸文化の発展に寄与し、歴史的・美術的・産業的に重要な資料収

集・保存・展示を行い、あわせて調査研究や教育普及の活動を行うことを目的として設立された。

九州陶磁器文化館の建設構想は、1977（昭和52）年6月に佐賀陶芸文化センター（仮称）建設計画案が作成されたことから始まった。同年12月に、佐賀県陶芸文化センター建設送信協力会が設立されると、2年後には起工式が行われた。その後、1980（昭和55）年に建設工事費1,745,100千円をもって、佐賀県立九州陶磁器文化館が開館した。開館10周年や20周年には記念展や特別企画展などが行われている。

常設展示は、5つの展示室に分かれており、第1展示室は個展やグループ展に使用される展示室と茶室があり、茶会や茶陶の展示の際に使用される。第2展示室は、九州各地の重要文化財や芸術院会員をはじめとし、日本工芸正会員、日本美術展覧会において入選された、優れた陶芸家の作品を展示している。展示構成は県別になっており、各地域の特色を把握することが出来る。第3展示室は、古唐津や初期伊万里をはじめ、柿右衛門様式や鍋島藩窯の名品を展示しており、九州における古陶磁をたしなむことが出来る。第4展示室は、九州陶磁について基本的な知識を得るための資料を展示し、九州陶磁の源流である中国・朝鮮陶磁の絵年表や、日本陶磁の歴史パネル、古伊万里とオランダ貿易の特色など多くの資料により分かりやすい展示となっている。第5展示室は、江戸時代に作られた有田磁器(古伊万里)を中心とし、柴田明彦・祐子夫妻により九州陶磁文化館に寄贈された約1,000点を展示している。屋外には、マイセン磁器で出来た鐘が25個あり、やきものの町ならではの音を演出している。

当館は、風鈴に好きな絵を描く、オリジナル風鈴作りや、粘土でキャラクターを作るイベントなど子どもを中心としたイベントの他、ギャラリートークや楽器のコンサートなど幅広い年齢層を対象とした様々なイベントを行っている。現在では、「白磁のひなまつり」が開催さ

れており、有田伝統の技を結集させ、世界最大の磁器製の白磁びな七段飾りが展示されている。³⁾

有田では毎年、陶器市が開催されている。明治29年に深川栄左衛門の主催により陶磁器品評会が開かれ、その後品評会と同時に開催されていた蔵ざらえ大売出しが有田陶器市の始まりである。観光客は九州を中心として、全国から約120万人が訪れるイベントとなっている。

4. まとめ

本発表では、陶磁器博物館の例として中国の南宋官窯博物館、また佐賀県有田町の九州陶磁文化館の沿革や展示内容について述べてきた。今後の研究予定も引き続き九州に位置する陶磁器博物館に焦点を当て、現地調査や聞き取り調査などを行う。陶磁器博物館の来館者状況や活用方法を調査し、陶磁器博物館の今後の発展の一助となるものを見出したい。

【参考文献】

- 1) 落合知子・波佐見町教育委員会（2020）：『地域を活かすフィールドミュージアム 波佐見焼窯業地のまちづくり』、雄山閣。
- 2) 栗田美術館公式サイト
<http://kurita.or.jp/index.html>（令和2年9月17日取得）
- 3) 佐賀県立九州陶磁文化館 HP
<https://saga-museum.jp/ceramic/>（令和2年9月17日取得）。

日本刀の逸話とその観光活用に関する研究

人間社会研究科 観光学専攻 西浦日菜乃
Hinano NISHIURA

キーワード：日本刀，刀工，逸話，観光活用

1. はじめに

本研究は九州圏内の日本刀の逸話と刀工について、観光活用の観点から考察するものである。近年、日本刀は様々なメディアから注目され、空前の日本刀ブームとなっているが、注目されるのは、主に著名な人物が使用していた日本刀に限定されている。これまでの日本刀の評価は、武器としての価値と美術的な価値に対するものが多く、日本刀の由来や逸話などに対してはあまり注目されてこなかった。しかし、日本刀に関する逸話には様々なものがある。例えば「鬼や幽霊を切った」という非現実的なものや、「青銅の燭台を切った」というような刀の頑丈さを示すような逸話もある。本発表は武器や美術品としての視点だけではなく、九州圏内の日本刀の由来や逸話、刀工について観光の面から考察するものである。

2. 佐賀県と長崎県の著名な刀工

佐賀県と長崎県は明治時代の廃藩置県まで肥前国として1つの国であった。

佐賀県で生産された日本刀は、新刀が多く「肥前刀」と呼称される。また、新刀の刀工の中でも肥前忠吉が著名であるが、この肥前忠吉は後に肥前忠広と名を改め活動した刀工である。忠広が作成した日本刀は、後に「人斬り以蔵」として名高い岡田以蔵の愛刀でもあった。肥前一門はその後、明治時代まで続いた¹⁾。

次に長崎県の刀工のうち古刀の平戸左が著名である。織田信長が所有したとされる日本

刀「宗三左文字」を作成した左文字の弟子である盛広が平戸で開いた一派で、「平戸左」と呼ばれているが、刀の銘には「左」とは切らず、「平戸七郎三郎」と切られている²⁾。新刀では平戸藩の藩工であった土肥正則の子の土肥真了が著名である³⁾。

3. 佐賀県と長崎県における逸話のある日本刀

佐賀県と長崎県の逸話のある日本刀は、松浦氏が代々受け継いでいる日本刀の「寒暄刀」がある。寒暄刀は「寛永16(1639)年8月のある夜、夢中に何かが顔に触った為、枕刀で4回押し退けた。翌朝刀を見ると物を切った痕跡があり、あたりに奇妙な足跡が残っていた。それで妖怪を切ったと評判になり、慶安5(1652)年翠巖和尚が寒暄と命名した」とある。寒暄刀はその後「挺丸」と改められた⁴⁾。

4. 日本刀の観光活用

近年、日本刀が女性を中心としてブームとなったのは、2015年に運用が開始されたウェブブラウザゲーム「刀剣乱舞」の登場がきっかけである。このゲームは同年の秋にミュージカル化され、翌年にはアニメ化と舞台化され、2019年には実写映画化もされた。更にこのゲームをきっかけに、日本刀はNHKを始め、様々なメディアに注目されるようになった。

先述した「刀剣乱舞」の影響で、日本各地の博物館で所蔵されている様々な日本刀や、個人所蔵の日本刀、美術館での展示や寺社の

宝物殿に所蔵されていた日本刀も公開された。また、これによる経済効果は大きく、刀剣乱舞に登場する日本刀山姥切国広が 2017 年に足利美術館で公開された際には、入館者数が 3 万人を超え⁵⁾、周辺の宿泊施設を始め飲食店や菓子店などもその恩恵を受けた。その、経済効果は 4 億円前後にも上った⁶⁾。

他にも焼失した日本刀や、戦乱期や GHQ による刀狩りによって行方不明となった日本刀を復元するためのクラウドファンディングが行われ、その結果巨額の資金が集まり、焼失あるいは行方不明となった日本刀の復元が実現した。このように経済効果だけではなく、日本刀の技術の継承という実績も残している。

日本全国には日本刀だけではなく、京都にある鍛冶神社や相槌神社のように、刀工に関わりのある寺社がある。鍛冶神社は刀工の三条宗近と栗田口吉光を祀る神社で、相槌神社は境内にある井戸水を使用し、日本刀が作成された⁷⁾。この 2 つの神社も「刀剣乱舞」のゲームに登場する刀に関係するとして聖地として注目されている。他にも様々な神社などにおいて日本刀をモチーフにしたグッズや日本刀の名が書かれた御朱印などが登場し、若い女性を中心に参拝者が増えている。

そして、佐賀県と長崎県の刀工は、著名な歴史的人物が所蔵していた刀を作成していた点の特徴である。長崎県や佐賀県には著名な人物が所有していたとされる日本刀は少ないが、刀工として著名な人物は多く、また、先述した刀工達はそれぞれ鍋島氏、松浦氏に見い出されており、佐賀県には肥前忠吉の墓や石柱、看板などが残っている。

佐賀県は日本刀だけではなく、肥前忠広の一派が作成する「肥前刀」と肥前忠広の墓や屋敷跡の石柱などもあり、肥前刀に関する特別展示が開催された⁸⁾。2018 年に壱岐私立一支国博物館で「平戸藩の名刀展」が開催され、実物資料も存在し保存されている。⁹⁾

5. まとめ

日本刀の価値は著名な人物が所持していた刀、本阿弥などによる折り紙付きの刀、著名な刀工による作品あるいは、その日本刀の切れ味が良いという点で評価されている事が多い。ゲームが流行した事により逸話にも注目されているが、やはり日本刀の観光活用には刀工や日本刀本体に関することが多く、日本刀の逸話に関するものでの活用は少ない。これは日本刀に関する逸話が非現実的なものである場合が多く、真実性に欠けるということが理由である。更に、逸話のある日本刀は数が極めて少なく、現存していない史料や物語でしか存在を確認できないこともある為、活用の方法は見い出せないのが現状といえる。

そのような日本刀をどのように観光活用の資源にするか、現存する日本刀の中から逸話のある日本刀を如何にして見つけ出すかが今後の課題である。

【参考文献】

- 1) 常石英明 (2016) :『日本刀の歴史新刀編』, 金園社, 369 頁。
- 2) 常石英明 (2016) :『日本刀の歴史古刀編』, 金園社, 458-459 頁。
- 3) 常石英明 (2016) :『日本刀の歴史新刀編』, 金園社, 270-271 頁。
- 4) 日本刀の世界～日本の様式美～HP
- 5) 足利市公式 HP
- 6) 産経ニュース
- 7) 相槌神社公式 HP
- 8) 西日本新聞
- 9) 壱岐市立一支国博物館 HP

故宮博物院のミュージアムグッズ開発に関する研究

人間社会学研究科 観光学専攻 顧 思儀
siyi GU

キーワード：ミュージアムグッズ、故宮博物院、クリエイティブ産業、文化産業

ミュージアムグッズは博物館の展示や文化教育活動の延長である。ミュージアムグッズは来館者が博物館学習を体験する重要な手段である。ミュージアムグッズを活用することにより、博物館はより一層社会に近づき、市民の精神文化を満足させることができる。また、社会的に大きな影響を与える手段となるのである。博物館に合理的な経済効果をもたらし、経営の活力を高める手立てでもある。また、優秀なミュージアムグッズの開発は、博物館や所蔵品などに対する来館者の関心を高めることもできる。

1. 故宮博物院のグッズ

故宮博物院は冬の雪景色や故宮猫、建築物、特別展覧会からミュージアムグッズを開発している。今では単なる博物館という存在ではなく、こうしたミュージアムグッズを通じて故宮文化を暮らしに溶け込ませる存在になっている。

600年の歴史を有する、文化のシンボルとも言える故宮博物院は、皇室の建築群や様々な文化財を有し、中国の伝統をアピールする象徴となっている。そして最近では、クリエイティブ産業の成長に伴いインターネットで人気を高め、2018年12月までに開発されたミュージアムグッズは1万1000点を数え、売上高は一昨年で15億元に達している¹⁾。

2013年8月に、アイデアを一般募集する「故宮の文化を持ち帰ろう」というコンテストが開催された²⁾。このコンテストの結果、若者向けのネームタグや扇子などの商品が開発されて人気を呼んでいる。

また故宮博物院のミュージアムグッズは、インターネット上でも影響力を広げ、ネットショップ

を6社も経営している。このうちショッピングサイト最大手である「タオバオ」の店は、「故宮博物院クリエイティブ館」で、若者を中心に一般の人々も気軽に使える商品を扱っている。

2. 故宮博物院ミュージアムグッズの成功理由

(1) 伝統文化の大衆化

初期の頃の故宮博物院のミュージアムグッズは、単なる書画や磁器などの単純なレプリカで、価格も高く創意に欠けており、購入する人は少なかった。ミュージアムグッズは単に文化財を複製するのではなく、日常生活と結びつけて、実用性と審美性を持たなければならない。故宮博物院は伝統文化の要素を実用的なグッズとして開発することで、消費者はまさに「故宮文化を家に持ち帰る」ことができるようになったのである。

(2) 多様な形式による消費者ニーズ

故宮博物院は様々な年齢層に対応したミュージアムグッズを開発している。現在、故宮博物院のミュージアムグッズは青少年向けのノート、テープ、大人用のアクセサリ、カバン、ラゲッジタグなどがある。人々の消費水準に対して、低い価格の猫のキャラクター、携帯ケース、冷蔵庫用マグネットなど、中価格の陶磁器、バッグやスカーフなど、收藏資料の高価なレプリカもある。

また故宮博物院のミュージアムグッズは一つのコレクションをシリーズ製品として開発し、消費者の多様なニーズを満たしている。

(3) オンラインショップの構築

インターネットの時代において、故宮博物院はソーシャルメディアとオンラインショップを利用して、インターネットでの同時販売を実現した。

故宮博物院のオンラインショップは、故宮博物院にかつてない利益増をもたらした。オンラインショップは収益を上げると同時に、情報収集にも大きな役割を果たしている。故宮博物院文創旗艦店は、主に創意的な生活用品を販売している。故宮博物院の特別展覧会に合わせて、千里江山シリーズ、清明上河図シリーズなどの製品を開発した。そのファンは 373 万人にもものぼる³⁾。

故宮博物院に設置されたミュージアムショップは文化创意体験館とポップアップショップ⁽¹⁾である。文化创意体験館には絹、服飾、紫禁書院などのエリアがあり、故宮博物院が開発した各種のミュージアムグッズを中心に販売している。大型デパートに入っているポップアップショップは、グッズを販売する以外に、様々なインタラクティブ活動を行い、人々に商品を買う時に面白い文化を体験させている。

(4) テレビによる宣伝効果

ここ数年来、故宮博物院のミュージアムグッズはクロスオーバーマーケティングにより、テレビ番組を通して故宮博物院を立体的に観衆の前に現わし、視聴者にもミュージアムグッズの設計に参加させてきた。2016 年に「私は故宮で文化財を修理している。」というドキュメンタリーが放送された後、視聴者は文化財修復師の職人精神に感動を受けて、故宮ブームを巻き起こした。2018 年の文化番組「上新了・故宮」は、俳優がミュージアムグッズの開発者に扮し、故宮の専門家に故宮博物院を案内してもらい、故宮博物院の貴重な文化財と深い歴史文化に触れ、著名デザイナーと大学のデザイン学科の学生たちとアイデアを出し合い、毎回ユニークなグッズを生み出している。これにより視聴者と故宮文化の新しい結びつきを生み、より多くの若者に故宮文化に対する理解を深めることができた。それと同時に「上新了文創」という名の天猫旗艦店を創立したのである。

3. 地方博物館に対するミュージアムグッズ開発の啓発

各博物館は独自の特色を有しており、ミュージ

アムグッズは一律ではなく、他の博物館と区別しなければならない。観覧者によって購買の動機は様々であるが、多くの観覧者は購入したグッズを実際の生活に利用したいと考えている。そのため、実用的なグッズは、より多くの観覧者を魅了することができる。面白く芸術的なミュージアムグッズは一般的によく売れるが、博物館の主な機能は文化の普及であり、ミュージアムグッズの設計は博物館の文化資源を尊重しなければならない。

博物館のブランドイメージを確立し、ブランドの認知度を拡大して、同時にブランドのサービス意識を強化する必要がある。ミュージアムグッズを博物館のイメージキャラクターにして、観覧者はミュージアムグッズを通して博物館の歴史、文化背景と意義を理解することができる。

4. まとめ

ミュージアムグッズは伝統文化を伝播する重要な媒介物であり、地方博物館はグッズを販売するだけでなく、文化資源を利用して中国の歴史を伝えている。ミュージアムグッズに対する人々のニーズにおいて、「実用性」と「品質」は最も重要な点である。ミュージアムグッズは、伝統文化や美学教育の普及という重責を負うべきであり、ミュージアムグッズを、真の意味で、「持ち歩ける文化」に昇華することが求められる。

【補注】

(1) ポップアップストアやポップアップショップとは、短期間のみ出店する期間限定の店舗のことである。

【参考文献】

- 1) 張沢炎 朱玥怡 (2019 年 02 月 20 日)「故宮文創 15 億營收の背後：クロスボーダー+IP+インターネット セレブリティ」新京報 B-07 頁。
- 2) 王亜民 (2018)：「故宮文創記」故宮出版社 第三章 第四節 61-66 頁。
- 3) TianMao のオンラインショップ 2020 年 9 月 1 日のデータ

清朝から民国時代の博物館教育思想

地域マネジメント専攻 1813D02 牛 夢沈
NIU MENGCHEN

キーワード：清朝，民国，博物館，教育，社会教育

1. 清朝中国における博物館の認識

1840 年に、アヘン戦争以降、中国と西洋の交流が頻繁になり、最初の私費留学生や清朝政府の公費調査官僚が、初めて近代博物館を実見した。

清朝末期の中国における博物館教育機能に対する概念は、3 つの時期に分けられる。19 世紀中頃から 1898 年までは、中国人の博物館に対する認識はまだ初期階段に留まっており、博物館の教育機能に対する認識も曖昧であった。1898 年から 1911 年の辛亥革命頃までは、一部の先進者が博物館の教育機能に注目し、博物館による新式教育の発展の可能性を見出した。この時期の知識人は、中国における博物館建設を提唱した。1900 年以降は、戦争によって欧米など先進国に対する見方の転換によって、中国人自身が主導して設立した最初の博物館である南通博物苑が誕生するに至る。

辛亥革命以降、社会教育思想は広く一般社会に浸透し、博物館教育は学校教育の補助としてのみならず、社会教育機能を有している点において、社会的普遍価値として重視されるようになった。この時期に博物館は、重要な社会教育機関であると認識されたのである。

2. 博物館の教育機能に対する認識の発祥

近代博物館は、西洋から伝来したものであるため、清朝時代における中国人の博物館とその教育機能に対する認識は、多くが西洋学問から大きな影響を受けたものであった。この時期の中国人は、博物館教育に対する理解も深まり、博物館の教育機能は人材の育成や国家の発展に繋がるようになっていった。

アヘン戦争の頃は、海外に訪問した官僚による客観的な記録が出現することによって、それ以降は博物館

の教育機能に注目が集まるようになった。清朝末の知識人は、博物館の教育効果や人材育成に及ぼす影響と、国家の発展との関係性を認識して、博物館教育思想は高度なものとなった。

3. 博物館による新式教育と科学技術教育

1990 年代以降、中国における民族危機は深刻になり、多くの中国人は改良変法思想に傾斜していった。改良変法は、欧米諸国の科学技術や生産方式を学び、中国伝統の農耕社会を改革する思想である。この時期に中国人の博物館に対する認識が高まり、西洋学問に対する知識も向上した。

変法維新派の代表康有為と梁启超は、博物館の教育機能を強調した。博物館を利用し、学校教育の一部である実学を実践するための補助施設として、新世代の若者の見聞を開拓し、国家の人材育成に寄与させることを期待した。1895 年、康有為は上海強学会を設立する際に、学会要旨の中に博物院の建設について、「古今中外あらゆる兵、農、工、商各種新器、例えば新式鉄鑑、汽船、砲弾及び電気学、化学、光学、物理学、天文学、地学、医学諸機器各種、鉱物や動植種類、全て買備え、博覧兼収、智力と思力の助益になる。」と論じている。

清朝末の知識人は博物館教育機能に対する認識を発展させ、科学技術教育と学校教育の補助的効果に注目した。学校教育の補助施設として博物館の教育機能を推進する以外にも、専門的な教育博物館がこの時期に導入された。

中国人が最初に創設した博物館は、南通博物苑である。創設者の官僚、実業家であった張謇は、康有為の博物館教育機能に対する認識を継承し、博物館の実物

コレクションを用いて学校教育を補助することを主張した。張が南通博物苑を創設した目的は、私立南通師範学校に対する教育の参考にすることにあった。また、南通博物苑は創設初期の1904年から1911年までは、師範学校に所属していた。1904年、清朝政府は国内に統一学制章程「奏定学堂章程」を配布し、中国近代教育の基礎を定めた。その中には、「学校建築模型図式、学校用品、教育道具、学生成績品、授業統計規則、教育書籍などを広く収集、陳列し、本学の学生に参考させ、また外部の者に観覧させ、教育の普及と修正を期待する」と記載されている。

このような思想は、教育博物館を建設することにより、初期の新式学校と新式教育を強化する目的から生まれたものであった。また、東洋と西洋の書籍、図録、標本資料を収集し、学校教育の実践材料としての儀器図書館も開設された。儀器図書館は、教育博物館の性質を有し、学生のみならず外部参観者も受け入れていたことが最大の特徴である。新式教育を通じて、人材を育成し、科学技術を発展させ、国家の進歩を推進することが期待された。

4. 社会教育の重要施設としての博物館

民国時代の中国では、博物館は重要な教育施設として認識されていた。1912年（民国元年）12月、社会教育司の職能に博物館、図書館部を増設し、博物館を社会教育の重要施設として、国家行政の管理下に納めた。1914年、民国政府教育部は、社会教育司の職能に「博物館に関する事項」、「通俗博物館、通俗図書館各種に関する事項」を明確に規定した。民国の知識層は、当時の社会教育を重視する思想に影響されて、博物館が学校教育を補助する機能を有していることを認識し、博物館の社会教育機能は普遍的に重視されるようになった。つまり博物館は社会教育を実践する重要な施設として認識されたのである。

社会教育を推進する為に中央博物院は、博物館の社会教育機能を強化する目的で、厳密な計画を設定した。①科学的な方法で系統的、長期的な展覧を作成する。②当時の需要に対応し、展覧会の数を増加する。③講演会、映画などの活動を充実させる。④中学校、小学校と十分な連携を展開する。⑤移動展示を開催する。⑥野外の標本について、簡単かつ趣味性の高い説明を制作する。¹このような記録からも、博物館の社会教育機能は普遍的に承認され、重視されたことが理解できるのである。

民国時代の博物館の社会教育機能は、科学器械、動植物標本、鉱物化石などを主要な陳列品にするなど、実学と科学技術の進歩を目標にすることから転向した点である。博物館の新しい使命は、民族文化の象徴である服装、古器物などを重点に展示し、民族の一体感、愛国主義などを培養する場所になったのである。

5. まとめ

清朝末のアヘン戦争の時代に、中国では、世界の先進知識に対しての注目が高まった。1860年代以降の知識人は、改革をしなければ、中国の存続が危険であることを意識するようになった。このような思想に伴い、博物館は中国の知識人に認識され始めたのである。

博物館を振興することにより、中国の新式教育の進歩を支援し、科学技術の発展に連結することが期待されたのである。この頃から中国では、博物館は重要な教育施設として注目されるようになった。学校教育を補助し、社会教育を推進することは、博物館の最も重要な教育機能として承認されたのである。学校教育と社会教育の内容は時代の変遷によって変化しているが、学校教育と社会教育を支援する機能は、博物館の基本機能として現在まで存続し、博物館の核心的な社会価値の一つになっている。

¹ 教育部 1936「国立中央博物院暫行組織規程」『教育法令匯編』（第1巻）、商务印書館

韓国のポピュラー音楽 K-POP の歴史と聖地巡礼行動

人間社会学研究科 観光学専攻 劉 敏知

YU Minji

キーワード：観光、芸能、K-POP、 K-POP 聖地巡礼

1. 観光と芸能

観光資源とは、観光対象(人の観光意欲を満たすすべてのもの)から観光事業体の供給する財貨とサービスを取り除いたものをいう。日常生活圏を離れた、どこか遠いところに行ってみいたいという観光行動の動機をもたらし、何らかの魅力ある存在が観光資源になる。観光資源は、自然的資源、文化的(人文的)資源、社会的資源、産業的資源という4つの種類に分類することができる。

社会的資源には、有形社会資源(都市、都市公園、教育・社会・文化施設、テーマパーク等)と、無形社会資源(人情・風俗・民話・行事など、国民性・民族性、衣食住・生活、芸術・芸道・芸能・スポーツ)がある¹⁾。その無形社会資源の一つである芸能にK-POPがある。つまりK-POPは、観光の無形社会資源の一つであると考えられる。

2. 訪韓日本人観光客の動向

訪韓日本人総数は、2003年の180万人、2004年の244万人から徐々に増加して、2012年には351万人と大きく増加した。

日本ではバブル崩壊後、「安い」という理由と、「癒し」という時代のキーワードが要因となり、食事やエステを女性同士で楽しむアジアブームが到来した。アジアブーム期の1994年、韓国では日本人のビザなし観光が許可された。その10年後に到来した韓流ブームの時代には、若い女性だけではなく中高年の女性たちが姉妹や友人同士で、韓流ドラマのロケ地を訪ねるようになった²⁾。

2010年から2012年までは、韓流ブームの時期と呼ばれており、訪韓日本人数が最も多かった。

2013年～2015年までは、訪韓日本人総数が減少していく時期であった。2013年は274万人、2014

年は228万人、2015年には前年対比-10.2%の183万人であった。

その原因として、2012年の韓国の李明博大統領の獨島(竹島)訪問の影響で日韓関係が悪化したことを挙げられる。李明博大統領の獨島(竹島)訪問は、日本人の韓国に対する親近感の退潮と日韓関係に対する否定的な評価が高まった。こうした事情を反映し、日本人の韓国訪問者数も急減した³⁾。これに加え、円安も訪韓日本人数の原因になった。

2016年からは日韓関係が改善し、為替も円高に戻った⁴⁾。訪韓日本人総数は再び増加傾向に転じ、2019年には300万人を超えた。2018年の平昌オリンピック開催と、日本の若年層を中心に人気が高まったK-POPをはじめとする韓流の影響も、増加の原因だと考えられる。

3. K-POP の歴史

K-POPは、オックスフォード英語辞典で「コリア・ポップ・ミュージック(Korean pop music)」と定義されている。1990年代後半に日本でJ-POPとの対比で使われはじめ、2000年代に入ってから韓国国内でも用いられるようになった。K-POPの原型は、1987年ごろまでにさかのぼることができる。当時のK-POPには、日本のアイドル音楽の影響が色濃く表れていた。その後こうした影響は1990年代を通じて徐々に姿を消し、アメリカ型音楽「ブラックミュージック」の影響を強く受けるようになった⁵⁾。

5人組ボーイバンドH.O.Tが登場した。1990年代半ばに活動したアイドルグループは、K-POPの第1世代と呼ばれている。K-POPの頂点であった2010年から2012年は、「K-POPブーム」や「第二次韓流ブーム」と呼ばれている。日本では、2011年NHK紅白歌合にKARA、少女時代と東方神起が出演した。

2012 年は、PSY の「江南スタイル」がアメリカのオバマ大統領や世界中のメディアに言及されるほど有名になった⁶⁾。

2017年には防弾少年団(BTS)が K-POP 歌手初の「2017 AMAs (American Music Awards)」の舞台に立った。2018年にはアメリカのBillboardチャートで1位を獲得した。防弾少年団(BTS)の世界での人気は一時的なもので終わらず、2020年9月にはデジタル・シングル「Dynamite」がBillboard「Hot100」で2週連続1位を達成した。

4. ファンによる K-POP 聖地巡礼の現状

宗教での聖地巡礼とは、宗教を信仰する人が、宗教の誕生との関係、または聖人が生活した歴史の場を訪れて確認し敬拝する過程のことを指す⁷⁾。巡礼は、宗教的な目的で行われる儀礼行為であるが、その過程は旅行的な属性を持っている。物理的な移動の動機が聖なることであれば巡礼であり、世俗的な知識に基づいていけば観光といえる⁸⁾。

1990 年代前半から聖地巡礼という言葉が、宗教的に聖なる場所への訪問だけではなく、自分が好きな場所を訪ねて行く旅行的な属性としての意味で使われることがみられるようになった。その現象として、日本ではアニメ聖地巡礼が知られているが、韓国では 2010 年半ばから K-POP に関わる聖地巡礼がみられている。

K-POP 聖地巡礼は、宗教的な意味は持っていない。しかし、好きなスターの足跡や、コンテンツの舞台・場面を探しまわるファンの気持ちと姿勢が、宗教的な動機の巡礼と似ているように感じられることから「聖地巡礼」という言葉が使われている。最近ファンダム（ファンの集団）の間で、この「聖地巡礼」が活発に行われている⁹⁾。

韓国観光公社が 2019 年に外国人を対象に行った人気投票「BTS (K-POP アイドルグループ) の足跡を追って行ってみたい韓国観光名所 TOP10」の結果によると、ファンが行ってみたい場所の第 1 位がアルバムジャケット撮影地であった。2 位と 3 位は、メンバーが個人的に訪問した場所である。グッズなどを販売するストア、ミュージックビデオ撮影地、メ

ンバーの追憶と関係ある場所(母校、昔利用した食堂)なども、TOP10 に含まれていた。

このように BTS と関わりのある場所を追っていく旅行を BTS 聖地巡礼と呼び、韓国内で話題になっている。これまでの観点からは観光的価値のない場所であっても、スターと関係があればファンにとっては意味が付与され、聖地となる。ファンは、聖地を訪問してスターと同じ角度で写真を撮ったり、SNS などに載せたりする聖地巡礼行動を行っている。

このようなファンによる K-POP 聖地巡礼は韓国のファンだけではなく、各国のファンの間でも行われている。日本でもブログや SNS で BTS の聖地巡礼の経験話が多数みられる。韓国ドラマロケ地ツアーサイトである「Storykr TOUR」では日本人を対象にした「BTS 聖地巡礼ツアー」が行われていた¹⁰⁾。したがって、日本人ファンによる K-POP 関連聖地巡礼の現状を研究する必要があると思う。

¹⁾ 足羽洋保(1997)：『観光資源論』中央経済社。

²⁾ 櫻坂英子(2008)：「韓流と韓国・韓国人イメージ」『駿河台大学論叢』36 号、29-47 頁。

³⁾ Lee Sung Hwan(2015)：『일본의 독도정책과 한일관계의 군열：2012 年 이명박 대통령의 독도방문을 중심으로(「日本の獨島政策と韓日関係の亀裂：2012 年李明博大統領の獨島訪問を中心に」)』한국정치사논총(『韓国政治史論叢』)，137-166 頁。

⁴⁾ 韓国観光公社(2016)：
<http://kto.visitkorea.or.kr/kor/biz/invest/news/board/view.kto?id=437305&instanceId=432> 2020 年 9 月 14 日取得。

⁵⁾ 金成玟(2018)：『K-POP 新感覚のメディア』岩波書店。

⁶⁾ 吉光正絵(2015)：「K-POP ブーム期の韓国メディアとファン―「見えるラジオ」の調査結果から―」『東アジア評論』7 号、63-76 頁。

⁷⁾ Lee Byung Won(2009)：『성지순례관광에 관한 연구(「聖地巡礼観光に関する研究」)』로고스경영연구(『Logos 経営研究』) 7 卷 2 号、1-20 頁。

⁸⁾ Song Hyeon Dong(2019)：『성지순례의 관광사적 의미 고찰(「聖地巡礼の観光史的な意味の考察」)』종교문화연구(『宗教文化研究』) 32 卷、47-68 頁。

⁹⁾ Shin Kwang cheol(2019)：『성지순례 개념의 확장성에 대한 연구 - 콘텐츠 투어리즘의 사례를 중심으로 - (「聖地巡礼概念の拡張性にかんする研究 - コンテンツツーリズムの事例を中心に」)』종교문화연구(『宗教文化研究』) 32 卷、69-92 頁。

¹⁰⁾ Storykr(2020)
http://www.storykr.com/special/explain.php?menu_idx=3&category=75&idx=557&page=1 2020 年 9 月 14 日取得。

江戸時代における八景と旅の関連性に関する研究

人間社会学研究科 地域マネジメント専攻 鐘ヶ江 樹

Tatsuki KANEGAE

キーワード： 八景， 金沢八景， 旅， 浮世絵

1. はじめに

瀟湘八景とは、中国の洞庭湖周辺の8カ所の景観を選定したもので、洞庭湖周辺の地域の季節、時間、気象などの要素により形成された美しい8カ所の景観である。

「瀟湘」とは、現在の中国の湖南省を流れる瀟水と湘水の二つの河の名称に基づく地名であり、「瀟なる湘水」（清らかな湘水）という意味がある。8カ所はそれぞれ、江天暮雪、平沙落雁、瀟湘夜雨、煙寺晚鐘、遠浦帰帆、山市晴嵐、漁村夕照、洞庭秋月と言われている。また、八景は景観の様子などを表す漢詩と、景観を描いた水墨画や浮世絵などから構成されている。

このような中国で発生した八景思想は日本には、鎌倉時代ごろに伝来したが、日本の八景の嚆矢は福岡県の博多八景とされている。その後、近江八景、金沢八景などをはじめとする八景が日本全国に選定されていった。

本発表は江戸時代に描かれた浮世絵などの史料から、八景と旅の関係を明らかにするものである。特に、江戸時代に観光地として発展した金沢八景に焦点を当て、金沢八景絵図や浮世絵、『新編鎌倉志』や『三浦紀行』などの史料から考察を試みるものである。

2. 金沢八景

金沢八景は、神奈川県横浜市に位置し、洲崎晴嵐、瀬戸秋月、小泉夜雨、乙艦帰帆、称名晚鐘、平潟落雁、野島夕照、内川暮雪の8カ所から構成されている。また、現在では金沢八景駅の周辺を指す名称にもなっている。八景には瀟

湘八景を真似て制作された八景型、瀟湘八景を真似て作られているが一部を変化させている変形型、瀟湘八景に共通する季語や熟語がなく、選定された景観が8カ所でない、若しくは少ないのを特徴とする名所型がある。

金沢八景は八景型に分類され、平潟湾を洞庭湖に見立てて選定されている。しかし、瀟湘八景の水墨画とは異なり、金沢八景の浮世絵は霧が描かれることがなく、晴れた風景が描かれている。これは、杭州の西湖十景をモデルとしているのがその背景にある。

金沢八景の漢詩は江戸時代初期に成立しているが、現在の名称になったのは南明頃（1644～1683）に心越という亡命僧が鎌倉を訪れた時期とされており、能見堂が、心越の詠んだ漢詩を金沢八景絵図に刷り込んだことで広まった。能見堂で制作された八景図は、江戸時代前期の金沢の様子を伝える案内図として数多く印刷され、金沢八景絵図を代表するものとなっている。江戸時代には、金沢八景が観光地として発展するが、それは江戸幕府が人の移動を厳しく制限する中で、移動の許可が取りやすい社寺参詣の順路に金沢八景が入っていたことが要因にある。「江戸→大山→江ノ島→鎌倉→金沢→江戸」を順路とする参詣のコースは、江戸近郊の人々に人気を博し、多くの旅人が訪れた。また、1868（明治元）年に移動の制限が無くなると、横須賀軍港と金沢八景を組み合わせた周遊旅行が成立した。海軍の需要に応えたハイカラな商品が並ぶ繁華街がある横須賀に東京から汽船で入り、見物した後に遊覧船で金沢八景に

移動するものであった。その後、東京に船や汽船で帰るのが新しい観光ルートの 1 つとして成立していった。1919 (大正 8) 年には、横須賀海軍航空隊が設立され、金沢の観光名物に飛行機が加わったことで、金沢八景は横須賀軍港北隣の観光地として発展をとげた。¹⁾

3. 八景と旅

旅が余暇として受け入れられるようになったのは近世に入ってからで、街道が整備されたことが背景としてみることができる。その中でも、お伊勢参りに多くの人々が訪れた江戸時代は、旅が文化として根付き、現代の旅の概念が生まれた時代と言える。

江戸時代に旅が受け入れられた理由としては、民衆の生活レベルの向上、街道整備による交通状況の好転などがあげられ、重要な要素として名所記や名所案内図、旅を題材とした滑稽本、絵図などの「情報文化の発達」があげられる。

近世の村方文書には、ごく稀に 1 つの家の文書に大量の寺社境内図や名所案内図が発見されることがあるが、これは何年にもわたり摺られ続けて、宣伝のために安価に販売されていたものである。また、年代表記がないものもあり、仮に年代表記があってもその年代に摺られたものかは不明である。それらの多くは伊勢参宮に関係するものが多く、近世の伊勢参宮は西国札所をめぐるか、奈良や大阪、京都、高野山を訪れていた。

しかし、時代が進むと市街図の性格が強い絵図も、名所図絵の様式を含むものが多くなる。例えば、奈良図は 1778 (安永 7) 年頃から、東大寺大仏殿や興福寺が大きく描かれるようになり、さらにお土産や行程の情報が書き加えられ、持ち運びやすいように半分ほどの大きさになっている。

『新編鎌倉志』には、「金沢は(中略)景勝秀美にして、閒人墨客の鎌倉を過ぐるは、以て金沢に遊び、壮観となす」と記されており、後世

の参詣者に影響を与えている。また、紀行文『三浦紀行』や名所案内記『相州大山順路之記』にも同様の記述があることからその影響力は明らかであったと言える。しかし、近世初頭には鎌倉を訪れていた江戸の文人が、江ノ島や金沢を訪れる三ヶ所巡りを行っていたが、伊勢神宮などの参詣者を含む農漁山村部からの参詣事例では、鎌倉、江ノ島、金沢八景の全てを巡らず、ほとんどが鎌倉、江ノ島のみ参詣であった。したがって金沢八景は、寺社参詣が大衆化した中でも影響を受けなかったものと考えられている。

旅行先の情報をすぐに調べることができる現代と違い、旅の道中や旅自体に不安を抱えていた江戸時代では、旅先の情報は大変重要なものであった。

江戸時代において名所図絵や地誌は、情報量と完成度の高い挿絵というよりは、1 つの名所や 1 つの地域などに特化して制作された。また、多くの知識人は、名所図会にも描かれていない名所に自分の知識を頼りに訪れ、その行動力の高さを誇示していたとされている。²⁾

4. まとめ

八景の成立において重要な要素である浮世絵や水墨画についてさらなる調査を行い、八景の成立における芸術の重要性についての明確化を図る。

【参考文献】

- 1) 永井 晋 (2008) : 「金沢八景の歴史と変遷」『中国文化学会』 53～57p
- 2) 原 淳一郎 (2013) : 「江戸の旅と出版文化 寺社参詣史の新視角」『三弥井書店』 204p
- 3) 倉本 一宏 (2015) : 「「旅」の誕生 平安—江戸時代の紀行文学を読む」『河出ブックス』 230p

佐世保市における外国人の安全・安心に関する考察

—行政の多言語対応を中心に—

人間社会学研究科 観光学専攻 李 載宇

Lee Jaewoo

キーワード：佐世保、外国人、安全、安心、多言語対応

1. 在留外国人の現況

令和元年の在留外国人数は、日本全体で2,993,137人であった。長崎県では10,995人、佐世保市では2,096人である。

長崎県の在留外国人の国籍・地域別の内訳は、中国が2,514人、韓国が1,225人、ベトナムが2,664人、フィリピンが1,151人、ブラジルが39人である。在留資格別の内訳は、永住者が1,863人、特別永住者が591人、技術・人文・国際が694人、技能実習（1号～3号）が3,226人、留学が2,379人、日本人の配偶者などが513人、定住者が161人である。

佐世保市の在留外国人の国籍・地域別の内訳は、中国が477人、韓国が312人、ベトナムが300人、フィリピンが370人、ブラジルが11人である。在留資格別の内訳は、永住者が457人、特別永住者が178人、技術・人文・国際が124人、技能実習（1号～3号）が299人、留学が564人、日本人の配偶者などが112人、定住者が57人である¹⁾。

2. 多文化共生施策の概況

グローバル化の進展により、多様な外国人住民を受け入れている現代の日本で、国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的差異を認め合い、対等な関係を築きながら、地域社会の構成員として共に生きていくためには多文化共生に関する施策が必要である。その施策の枠組みと担当組織は、次のようになっている。

(1) 総務省「多文化共生推進プラン」

総務省は平成18年「多文化共生推進プラン」

を公表した。目標の項目はコミュニケーション支援、生活支援、多文化共生の地域づくり、多文化共生施策の推進体制の整備である²⁾。このプランを公表した際、総務省は、多文化共生推進のための指針の策定を、各自治体に要請した。ただし強制力はない。

(2) 日本全国の策定状況

令和2年4月1日現在、全国に47の都道府県、1,741の指定都市・市・区・町・村がある。この中で多文化共生の推進に係る指針・計画を策定しているのは47都道府県（100%）、827指定都市・市・区・町・村である。未策定の自治体であっても、外国人施策は実施している。

(3) 国際交流協会の役割

各自治体の国際交流協会が、外国人施策、具体的には国際親善と多文化共生の実質的な担当者である³⁾。

3. 長崎県と佐世保市の多文化共生施策

(1) 多文化共生施策

長崎県の総合計画「長崎県総合計画 チャレンジ2020」には、交流を生み出し活力を取り込む戦略として、海外の活力を取り込むことで地域を元気にするため国際交流の拠点づくりや地域で活躍する国際人材の育成・活用を進むと記載されている⁴⁾。

佐世保市の総合計画「第7次佐世保市総合計画」はキャッチコピーを「海風薫り世界へはばたく“キラっ都” SASEBO」として、活力あふれる「国際都市」を目指していることを総合計画に明示していて、下記のような多文化共生の実現

に向けた施策を設けている。

- ・多様な文化に対応できる人材を育成するための教育政策（学校教育の充実）
- ・多文化が交流する共生社会を築くための市民生活政策（地域コミュニティの活性化の推進）
- ・多文化交流を進めるための行政経営（的確な分析による戦略的な行政経営の推進）⁵⁾

(2) 国際政策の担当部局

長崎県では文化観光部国際課、佐世保市では企画部国際政策課が、国際政策ないし外国人施策を担当している。

(3) 国際交流協会

国際交流事業を実際に行う組織には、長崎県は公益財団法人長崎県国際交流協会、長崎県日韓親善協会などがある。佐世保市には、佐世保日米協会、長崎県日中親善協議会佐世保支部などがある。

4. 佐世保市在住外国人にとっての課題と取組

佐世保市在住外国人の数は、平成 30 年度末では 1,793 人であり、令和元年 9 月末には 1,940 人まで増えた。ただし、令和 2 年に入り、新型コロナウイルス感染症の影響により、在留外国人の増加ペースが急激に低下していくことが予想される上に、日本に住んでいる外国人たちも生活基盤が弱くなり、今まで以上に多くの不安を抱えながら生活していると予想されるため、佐世保市在住外国人にとっての課題と取組について把握することが今まで以上に求められる。

(1) 課題

暮らしの便利帳やゴミカレンダー、町内会などに関する事など、地域住民の一人として生活できる情報提供を積極的に行うべきであるが、各外国人に対応できる言語で準備されていない、もしくは準備されていても情報の在り処が分からず、もしくは、情報の存在自体が伝えられていない場合も少なくない。在住外国人への情報提供のため主に対応される言語は英語、中国語、韓国語のみであり、このいずれかの言語を母国語としていない外国人としては情報の習得が更に容易ではない。

また、市民意識調査（平成 30 年 4～5 月実施。調査対象：満 16 歳以上の市民 3,500 人。有効回答数：1,138（32.5%））では、佐世保市が取り組む「地域国際化・戦略的な国際交流の推進」に関する満足度は全体で 18.6%であるため、第 7 次総合計画に明示したように、姉妹都市などのパイプを活用しながら市民への国際交流機会の機会を創出し、また、講座やセミナーなどを通して多文化共生意識を高める必要がある。

(2) 取組

市役所の窓口で外国語翻訳機があり、外国語で市役所手続きをする窓口で、話す言葉を外国語に言い換えることができるので、日本語があまりできない外国人の人も、心配なく話すことができる。

また、コロナ 19 の影響により相談がある際にも、英語、中国語、タガログ語、韓国語、ベトナム語、ネパール語、ミャンマー語、インドネシア語、タイ語、ポルトガル語、マレー語、ロシア語、スペイン語、クメール語、モンゴル語、ドイツ語、イタリア語、フランス語などで通訳支援ができる。

地域における国際理解の促進及び国際交流の促進を図るため、平成 9 年度から国際交流員を招致している。市の事務に係る翻訳や通訳、国際交流団体の支援などの業務を行うほか、依頼に応じて市民向けの文化講座などを行っている。令和 2 年度はコロナの影響により 3 密を避けるため、ZOOM を活用した「韓国料理リモート教室」を実施するなど、様々な方法を通じて市民の多文化共生意識を高めるため取り組んでいる。

【参考文献】

- 1) 総務省統計局 e-Stat。
- 2) 小川大和(2017)：『総務省施策説明資料（平成 29 年 8 月 26 日（土））』。
- 3) 柏崎(2014)：「自治体による多文化共生推進の課題」藤原良雄編『なぜ今、移民問題か』藤原書店、209-217 頁。
- 4) 長崎県(2020)：『長崎県総合計画チャレンジ 2020』。
- 5) 佐世保市(2020)：『第 7 次佐世保市総合計画』。

西九州の観光地における言語景観の研究の意義

人間社会学研究科 観光学専攻 劉 超

LIU Chao

キーワード：言語景観，ツーリスト，地域住民，西九州，観光地

1. はじめに

2003年に「ビジットジャパン事業」が開始されて以降、「観光立国」を目指してさまざまなインバウンド観光促進政策が展開された。訪日外国人観光客数は2013年までの10年間で倍増し、2013年に1,000万人、2016年に2,000万人を突破した。日本政府は2020年までにインバウンド観光客数を4,000万人規模とすることを目標としている¹⁾。

この中で、中国（香港と台湾を含む）、韓国や東南アジア諸国からのインバウンド数の全体に占める割合は2000年の64.1%から2017年に86.1%に上昇した。2019年は84.1%であった。日本のインバウンド市場において重要な地域であることがわかる²⁾。

筆者は、西九州の観光地に見られる中国語の言語景観についての研究を行っている。この報告では、このような研究が持ちうる意義について考察したい。言語景観の定義、言語景観の研究が注目することがら、研究対象について述べる。

2. 観光学の研究と言語景観

(1) 言語景観の定義

言語景観とは、「道路標識、広告看板、地名表示、店名表示、官庁の標識などに含まれる可視的な言語の総体」と定義できる³⁾。

一方多言語景観は、「公共の場においてさまざまな形で知覚される、外国語が複合的に形成する景観」と定義できる⁴⁾。

(2) 言語景観は観光学の研究においてどのように位置づけられるか

観光資源は、自然的資源、文化的資源、社会的資源と産業的資源の4つに分類することができ

る。このうち社会的資源は、有形社会資源と無形社会資源の2つに分けることができる。さらに有形社会資源は、都市、都市公園、教育・社会・文化施設の3つに分けられる。一方、無形社会資源は、人情・風俗・民話・行事など、民族性・国民性、衣食住・生活と芸術・芸道・芸能・スポーツの4つに分けられる。

したがって言語景観を研究することは、観光資源の中の社会資源、社会資源の中の有形社会資源についての研究であるといえる⁵⁾。

(3) 言語景観の研究が注目する人間関係

遠藤（2007）によると、観光に関わる人たちの立場には、観光客（観光を消費する人）、プロデューサー（観光を創作する人）と、地域住民の3つがある。言語景観の研究は、ツーリストと地域住民の关系到、まず注目する。

遠藤によると、観光社会学の視点は個人的に形成されるのではなく、社会的に編成されてくる。社会学や他の学問領域における諸理論のネットワークの中で、社会のあり方と交差しつつ、社会性・制度性・歴史性を帯びて形成されてくる。観光現象を観察するということは、その観光現象を観察する視点が社会的に編成されているコンテキストと深くかかわっている。そのため、自らの観察する視点が社会的に編成されているコンテキストそのものをつねにリフレクシブに問い続けていくことが、観光研究にとって重要である⁶⁾。

3. 言語景観の研究対象

(1) 構成要素

言語景観を構成する要素は、文字を用いた表示である。こうした表示は、次のようにいくつかの

視点から分類できる。

- ①表示物の形態では、プレート、看板、チラシ・パンフレット、ポスター、地図などがあげられる。
- ②メッセージの内容では、社名・施設名、商品広告、警告・注意の喚起、広報、施設・機関等の利用案内、道路・地名表示などがある。
- ③上記②のメッセージが二次的に担う、装飾、存在あるいは権威の誇示、認知、連帯、あるいは対立や排除の機能などがある。
- ④設置場所では、道路・通路、建物外壁窓、公共施設・公共交通機関内、店内、車両などがある。
- ⑤使用言語種、数、表記順、文字の大きさ、情報の送り手・受け手によっても分析できる⁷⁾。

（２）表示されている外国語と目的読者の関係

言語景観にみられる表示の中に、外国語が使われている事例がある。このとき、メッセージの発信者と読み手の関係は、バックハウス（2011）が次に示すように多様である。

- ①「西洋化」日本人から日本人に向けて発信されている。日本語以外の言語、特に英語の可視性に対する好意的態度である。
- ②「国際化」日本人によって、外国人に向けて発信されている。1980年代に始まる東京の国際化を目指した公的言語政策が一例である。
- ③「多民族化」現在日本に暮らす外国人から、外国人に向けて発信されている。いくつかの地域における外国人住民コミュニティが該当する。
- ④「アジア化」外国人によって、日本人に向けて発信されている。2000年代に入って日本社会においてアジア隣国、特に韓国に対する人気が高まった時期がある。例えば新大久保増加したハングルの可視化の一つの要因として解釈できる⁸⁾。

言語景観を実際に研究するときには、上記（１）の要素に注目し、また上記（２）のいずれの関係が該当するかも考察する。

4. 観光学の観点からの言語景観の研究

観光地における言語景観の研究として、これまでに磯野・上仲（2014）、高他（2015）、猿橋（2016）、劉他（2012）、中村他（2013）、山本（2016）を調べた。これらの研究の対象地域は明治神宮（東京都渋谷区）、金沢市、大阪市、済州島と青島市である。研究の対象となった言語は、日本語、英語、中国語、韓国語、フランス語、タイ語、ポルトガル語とドイツ語である。

筆者は、西九州の観光地における中国人観光客を対象とする言語景観の調査を計画している。観光地の言語景観の研究において、西九州の観光地ならびに中国語を対象とした研究は、現時点では未見である。

言語景観の研究は、表示から読み取ることができるメッセージの発信者と読み手の関係、つまり観光客と地域住民の関係に注目することである。西九州の観光地における中国語の言語景観の研究はまだ少ないと思われ、研究を行う意義があると考えられる。

【注および参考文献】

- 1) 日本政府観光局（JNTO）『訪日外客統計の集計・発表』（各年度）
- 2) 日本政府観光局（JNTO）『国籍/月別訪日外客数』（2003－2020）
- 3) ペーター・バックハウス（2005）「日本の多言語景観」真田真治・庄司博史編『事典 日本の多言語社会』岩波書店，53頁。
- 4) 庄司博史（2009）：「多言語化と言語景観一言語景観からなにがみえるか」庄司博史他編『日本の言語景観』三元社，17-52頁，18頁。
- 5) 足羽洋保（1997）：「観光資源論」中央経済社，65-76頁。
- 6) 遠藤英樹（2007）：『観光社会学の歩き方』春風社。
- 7) 庄司（2009）：「多言語化と言語景観」，26頁。
- 8) ペーター・バックハウス（2011）：「言語景観から読み解く日本の多言語化——東京を事例に——」内山純蔵監修『世界の言語景観 日本の言語景観』桂書房，122-128頁。

京都市における言語景観及びサインの施策と特徴

人間社会学研究科 地域マネジメント専攻 濱口 順子

Junko HAMAGUCHI

キーワード：言語景観，サイン，観光案内標識アップグレード，京都市

1. はじめに

京都市の観光地における言語景観とそれを規定するサイン、すなわち観光案内標識は、古都の景観保全と観光振興を両立させるために試行錯誤を重ねてきた。日本を代表する観光都市京都の先進的な言語景観及びサインを研究することは、地方の観光地におけるサインの整備に寄与するものと考ええる。

本研究は、京都市が策定した「観光案内標識アップグレード指針」¹⁾の内容と、それに基づく観光地のサインの現状及び課題を明らかにすることを目的とする。そのために、京都市産業観光局観光 MICE 推進室に対する聞き取り調査の結果と、観光地の観察結果を用いる。

2. 京都市の観光案内標識アップグレード指針

(1) 指針の内容と特徴

2010 年に観光案内標識アップグレード検討委員会が発足し、観光客と市民の視点に立った「わかりやすい」、「京都の町並みに調和した」をうたい文句とするサインの検討が行われた。翌 2011 年には、「観光案内標識アップグレード指針」が策定された。

この指針では、「シンプルで、わかりやすく」をキャッチフレーズに掲げ、4 種類のサインが提示された。それは、①観光地と周辺施設を地図表現した「案内サイン」、②観光名所や公共施設、最寄り駅などの方向と所要時間を矢印で表現した「誘導サイン」、③市街地の地名や名所を表現した「通り名サイン」、④通り名と誘導を組み合わせた「複合型通り名サイン」である。さらに、公共交通機関と連携して、鉄道駅やバス乗り場のサインを決

定した。これらのサインの特徴は、表示する情報を絞り込み、各地区の歴史・文化が反映されて機能性に優れた点にある。

(2) サインの内容と課題

京都市のサインは、観光客が迷いやすい公共交通機関の乗降口や通りの入口を重点的に約 1,000 基設置してある。サインの表記は、以前の日本語・英語・中国語・韓国語の 4 カ国語表記を改め、わかりやすい日本語と英語の 2 カ国語表記を原則とし、京都市独自のピクトグラムを併用している（写真 1）。

また、目的地までの交通手段と所要時間、方位が示されており、QR コードが掲載され、GPS 対応の複数のマップを読み込むことも可能である。

課題としては、サインが周辺の景観に馴染んでいる反面、観光客からは気づきにくいという意見もある。また、機能性が劣る経年劣化のサインの点検整備が必要である。



写真 1 景観に配慮した誘導サイン

(2020 年 8 月 筆者撮影)

3. 文化・観光施設等のサインの現状

市内の主要な文化・観光施設等を巡り、サインの現状を観察した。その結果は、以下のとおりである。

(1) 歴史的建造物のサイン

①寺院

金閣寺、高台寺など観光客に人気の 10 カ所の寺院では、施設名とその由来等の説明が書かれた木製の駒札が多く使用されている。半数以上の寺院は、木造建築ゆえに説明よりも禁煙、火気厳禁など禁止事項のサインが多い。それらは 2 カ国語、あるいは 4 カ国語で表示され、ピクトグラムも併用している。また、ユニバーサルデザインを意識して、車いすのピクトグラムを用いた寺院もある。

②神社

八坂神社、伏見稲荷大社など 4 カ所の神社は、各神社の特性に合わせたサインが設置されている。前記の寺院に比べて全体的に禁止事項のサインは少ないが、八坂神社については禁止事項が施設の説明よりも多く、全ての出入口に禁止事項のサインが設置されている。また、境内には複雑な経路がないので、誘導サインは日本語と矢印のみである。

伏見稲荷大社や貴船神社では、QR コード付きのサインを設置し、多言語での様々な情報入手を可能にしている。また、伏見稲荷大社では、他の観光地への誘導サインがあり、市内観光の結節の役目を果たしている。

③城（二条城）

京都市で唯一現存する城郭の世界文化遺産の二条城は、京都市から受託した民間企業が改札・案内・出札などの業務を行っている。サインは、4 カ国語表示やピクトグラムによる案内及び誘導が基本であり、黒地の背景に白字で書かれたわかりやすいサインである。なかには、押しボタン式 4 カ国語音声ガイドの機器も設置されている。また、要所に見られる車いすや授乳施設のピクトグラムは、二条城がユニバーサルデザインの文化・

観光施設であることを証するものである。

(2) 京都国立博物館のサイン

京都国立博物館の収蔵数は、国宝や重要文化財をはじめとして 8,130 点に及び、寄託品も 6,520 点ある。2019 年の入館者数は約 37 万人を数える。

館内のサインは、文字にふりがなを付けて可能な限り大きくし、ピクトグラムも併用してわかりやすい。展示品の説明は 4 カ国語表示が基本であり、デジタルサイネージも各所に設置し、情報更新を容易にしている。デジタルはカラー表示でわかりやすいが、経費がかさむのが難点である。

入館者のマナーに関して、写真撮影禁止の是非が問われている。京都国立博物館は上記のように社寺等からの寄託品が多く、作品の著作権・肖像権保護の理由から、展示室内では撮影禁止のピクトグラムが表示されている。入館者の撮影希望にどの程度添えるかが課題である。

4. まとめ

京都市の観光案内標識アップグレード指針の内容と、それに基づく観光地のサインの現状及び課題を整理すると、以下のとおりである。

観光案内標識アップグレード指針では、4 種類のサインが示され、市内の観光地では観光客にわかりやすく、しかも古都の言語景観に配慮したサインが整備されている。

サインは、ピクトグラムを併用した多言語表示に特徴がある。また、歴史的建造物では禁止事項のサインが多くあり、観光客のマナー啓発に取り組んでいる。

そして、このようなサインの構成要素である QR コードやデジタルサイネージ等の ICT の導入は、母語または英語で様々な最新情報の入手を可能にし、安全・安心な京都観光の誘客に寄与していると言える。

【参考文献】

- 1) 京都市産業観光局（2011）：『京都市観光案内標識アップグレード指針』45 頁。

中国の大学における日本語専攻と日本語学科(学部)に関する考察

上海海洋大学 魏 佳寧
Jianing WEI

キーワード：日本語専攻，日本語学科，地域マネジメント

1. はじめに

鄭舜功の『日本一鑑』によると、中国における政府主導の日本語教育の始まりは明の時代まで遡る。日本語教育は、約 500 年の歴史を有するものの、具体的には日本語教育の興起は清の末期であった。その後紆余曲折を経て、両国関係の影響から中国における日本語教育は極めて複雑な局面を迎えた。1949 年 10 月 1 日に中華人民共和国が建国され、日本語教育はそれまでの複雑な局面を一掃し、国家の需要に応じて大学で教育が成されるようになった。日本語専攻、日本語学科そして日本語学部など日本語教育に関する専門用語が出現したが、これは、中国語における日本語教育の独自性を示している。中華人民共和国建国以来、すでに 70 年を経て、その中で日中関係は二転三転しながら、新しい関係を築く時代を迎えた。日本語教育の黄金期が過ぎた現在、再度日本語教育の役割を担う大学の日本語専攻と日本語学科（学部）に関する研究が求められている。

本研究は中国における日本語専攻と日本語学科（学部）の歴史的な事実を踏まえ、日本語専攻の始まりと日本語学科（学部）の設置経緯、教育の特徴を整理し、各大学が日本語専攻と日本語学科（学部）を設置した目的や教育理念を明確にする。さらに、日本語教育における問題や課題を分析し、グローバル化に対応しながら、日本語教育の今後の動向を見出すことを目的とする。

2. 中国の大学における日本語専攻と日本語学科(学部)

(1) 大学における「専攻」と「学科(学部)」との関係

中国において、高等教育を行う教育機関は主に大学を指すが、世界の先進国、例えばアメリカ、英国、フランス、ドイツ、そして日本などと比べて、中国の大学はその設立の歴史は浅いと言える。近代の中国における最初の国立大学は、1898 年に清の政府が設立した北京大学の前身である「京師大学堂」で、それ以後、国立、公立、私立の学校が相次いで設立された。当時は歴史的背景が複雑であったため専門学校が多く、大学の規模は小さく、その数も少なく、資金と人員に乏しかった。大学には学科が設置されておらず、「専攻」と「学科」は中華人民共和国建国以後に出現したものである。「専攻」と「学科」の関係については中華人民共和国建国後、それぞれの定義が徐々に定められながらも、両概念は混同される場合があった。このようなことから、まず「専攻」、「学科」、「学部」についてその定義を定め、「専攻」、「学科」、「学部」の関係を明確にすることが求められる。

(2) 大学における日本語専攻教育の始まりと日本語学科(学部)の設立経緯

中国の大学における日本語教育に関しては、「日本語専攻」と「日本語学科」という用語はよく混同されるが、両者の内容は違うものである。その為、日本語専攻教育の歴史と日本語学科（学部）の設立経緯はそれぞれの歩みがあった。古代中国においては他国の言葉を学ぶことは珍しく、特に日中交流の歴史では中国人は中国語と日本語は「同文」とであると意識していた。すなわち、同じ言葉で、特に学ぶ必要がないと考えられていたのである。この状況を変えたのが、1870 年代の日中国交であった。当時清政府であった中国側は、この日中国交の波に乗り、

はじめて日本を訪れた中国人は、日中の言葉が違うことに気づいたのである。両国はお互いに「公使館」、「領事館」を設置し、日本に赴任した二人目の中国公使は、公使館の東側に「東文学堂」を開館した。これが近代日本語教育の始まりである。しかし、この「東文学堂」は日本にあり、公使館の付属機関の施設であったため、独立した日本語学校ではなかった。日清戦争後は、当時の状況に応じて、外国語専門学校の「京師同文館」、「広東同文館」が相次いで「東文館」を設置し、中国における日本語専攻教育の発端となった。その後「上海広方言館」も日本語に関する教育を始めた。

その一方で、日本語学科の設立ははるかに日本語専攻の開始より遅れていた。清の時代が終わり、中華民国（国民政府）が建国され、中国の封建社会が去り、近代化の時代が到来した。国民政府は教育部を設置し、教育に関する法律を定め、小中高大学の学制を規定し、大学を四年制とし、清の時代の「～学堂」、「～館」は「～学校」と改称された。大学において日本語教育は選択科目や第二外国語として扱われていたのである。1928 年になり、魯迅の弟周作人は「京師大学堂」から「北京大学校」に改称された北京大学に「日本文学科」を設立した。これは中国における「日本語学科」の嚆矢であり、北京大学の日本語専攻教育の始まりでもあった。

（3）大学における日本語専攻と日本語学科(学部)の発展と改革

国民政府の時期は、日中関係の影響から各地において日本語教育がされたものの、日本語学科の一専攻としての高等教育は北京大学のみであった。日本語専攻と日本語学科(学部)の発展と改革は、戦乱の国民政府時期には困難を極め、ほぼ中華人民共和国建国後に集中していた。中国の情勢と日中関係により、その発展と改革は①継承と発端期(1949－1963 年)、②停滞と復興期(1964－1980 年)、③安定と成長期(1980－1999 年)、④黄金期と新時代(2000

年－)の四つの段階に分けられている。

各時期の背景と国家の需要に応じて、日本語専攻と日本語学科は大きく発展を遂げた。各時期の問題に対しては、国のレベルから政策・方針そして指導意見を出し、各大学は実際の状況を踏まえ、全般的な改革に取り組んだのである。

（4）大学における日本語専攻と日本語学科(学部)の問題点

中華人民共和国建国から 70 年が経ち、大学における日本語教育も同じく 70 年を経た。長い年月の中で、日本語専攻と日本語学科(学部)に関する数々の問題が発生している。たとえば、教育理念の時代遅れ、国家・学習者の需要のずれ、資金・人員・施設の不足不完備、教材の時代遅れ、教授法の不適当多くの問題が発生した。このような問題に対して、解決する策を見出すことが日本語教育界の責務と言える。

3. おわりに

中国における高等教育の道のりは世界の国々とは違い、独特の道を歩んできた。特に日本語に関する日本語専攻と日本語学科は独自の道を開いた。

全世界のグローバル化の中で、そして時代が激しく変化した現在においては、今後、地域マネジメントの視点から日本語専攻と日本語学科(学部)の動向を見ることが重要であり、地域マネジメントという新しい理論を踏まえ、国家の需要、社会の要請、学生の要求に対応した日本語専攻と日本語学科(学部)を推進することが求められている。

【参考文献】

- 1) 徐海華(2007):「清末官办日本教育之研究」(修士論文), 11-16 頁
- 2) 伏泉新(2013):「中国日语高等教育历史研究」(博士論文), 33-59 頁
- 3) 田中祐輔(2015):『現代中国の日本語教育史』国書刊行会, 37-146 頁

訪日中国人観光客を対象とする QR コード決済の利用に影響する 日本側と中国側の要因

人間社会学研究科 観光学専攻 黄 嘉欽
Huang Jiaqin

キーワード： キャッシュレス決済、QR コード決済、ランドオペレーター、寄港地観光ツアー

はじめに

訪日中国人観光客を対象とする QR コード決済の現状と課題の調査の一部として、当発表では、次のことを報告する。まず日本のキャッシュレス決済の中での QR コード決済の位置づけと、日本の店舗が同決済を導入する際のコストについて述べる。次に、訪日観光客がどの店舗に行くかは、QR コード決済の利用頻度に影響すると考えられる。クルーズ客の行動にはランドオペレーターの行程づくりが関係するため、訪日中国人の観光におけるランドオペレーターの役割について、述べる。

1. 日本でのキャッシュレス決済の普及状況 (2019 年後半～2020 年)

経済産業省は、キャッシュレス・ポイント還元事業（以下「ポイント還元事業」）を、2019 年 10 月から 2020 年 6 月まで実施した。この期間中にキャッシュレス推進協議会（以下「協議会」）は、ポイント還元事業に関するウェブアンケート調査を 3 回実施した。回答したのは消費者約 27,000 人、事業者約 6,600 社であった。この調査結果の概要を、次に示す。

まずキャッシュレス決済（以下「キャッシュレス」とする）の普及の程度である。アンケートに回答した消費者のうち、還元事業をきっかけにキャッシュレスを始めた、またはその支払い手段を増やしたのは、全体の 5 割超であった。次に還元事業参加店舗では、キャッシュレスの導入率が、事業開始前の約 27%から約 36%に増えた。

次に決済手段別でみると、利用頻度が多いのはクレジットカード（71%）である。QR コード／

バーコード決済は 32%であった。ただし利用頻度の増加が多かったのは、QR コード／バーコード決済である。年代別では、クレジットカードの利用が多いのが 50・60 代であり、QR コード／バーコード決済が多いのが 20・30 代であった。

第三に、キャッシュレス導入の効果である。店舗のうち、売上増に効果があったと答えたのは約 40%、業務効率化については約 46%であった。

第四に、店舗の売上全体に占めるキャッシュレス決済の比率は、2019 年 9 月の約 26%が、2020 年 4 月には約 33%に増加した。

第五に、ポイント還元事業終了後の見通しである。消費者のうち約 8 割は、事業終了後もキャッシュレスを利用すると回答した。店舗の 9 割は、事業終了後もキャッシュレスを続けると回答した。

その一方、事業終了後にキャッシュレス支払い手段の提供を縮小すると回答した店舗がある。理由として最も多かったのは、決済手数料などの費用が当初想定よりも割高だったというものである。さらに、キャッシュレス導入に伴い、入金サイクルが変化する。これに起因した資金繰りの困難を経験したのは、回答した店舗全体の約 2 割である。

なお協議会は、決済手段ごとの利用の内訳を、次の通り公開している。

表 ポイント還元事業の対象となった決済金額と
決済回数に占める決済手段ごとの内訳
(2019.10.1～2020.3.16)

	クレジ ットカード	QR コ ード	その他電 子マネー 等
対象決	約 4.6 兆	約 0.5 兆	約 2.1 兆

済金額	円 (約 64%)	円 (約 7%)	円 (約 29%)
対象決 済回数	約 9.9 億 回 (約 29%)	約 5.4 億 回 (約 16%)	約 18.7 億 回 (約 55%)
決済単 価	約 4600 円	約 900 円	約 1100 円

(出所キャッシュレス推進協議会 (2020))

以上を整理すると、2020 年 6 月の時点での日本のキャッシュレス決済について、次のことが言える。

(1) ポイント還元事業の結果、日本におけるキャッシュレス決済の利用は増加した。

(2) 決済手段別では、クレジットカードと電子マネーが、QR コードよりも多い。

2. ランドオペレーターは訪日ツアーの中でどのような役割を果たすか

(1)ランドオペレーターの定義

ランドオペレーター (以下 LO) とは、ツアーの参加者を募集する旅行会社の依頼を受けて、海外旅行の食事、交通、宿泊などの手配を行う会社を指す (清水 (2007))。

(2)LO の役割

業務の種類のみ注目すると、LO は日本滞在中の食事、交通、宿泊等の手配を行う (嘉瀬 (2018)、清水 (2007))。

中国人観光客が利用するクルーズ船観光での LO の役割は、次のようなものである。まず中国の旅行会社は、クルーズ船観光を顧客に販売する。この観光商品の中に、寄港地観光ツアーがある。LO は、この寄港地観光ツアーを、中国の旅行会社に提供する。

(3)訪日ツアーの典型的な行程例

寄港地観光ツアーの行程は、無料で行ける観光地 1～2 か所、免税品店 1～2 か所とすることが一般的である (嘉瀬 2018)。

寄港地観光ツアーの特徴には、寄港地での滞在時間に制限があり、上陸から出航まで 8～10 時間

程度であることと、ツアーの中に免税品店に行くことが不可欠であること、の二つが含まれる、といえる。

3. LOの働きは、ツアーの関係者にどのような効果をもたらすか

LO は、免税店からキックバックを受け取ることが多い。このことは、寄港地観光ツアーの関係者にプラスとマイナスの影響をもたらす。

まず中国の旅行会社には、プラスの影響がある。LO はキックバックを財源として、寄港地観光ツアーを、安い価格で中国の旅行会社に販売する。その結果中国の旅行会社は、ツアー全体を安価にして利用客に提供できる (嘉瀬 2018:106)。

次に訪日中国人観光客には、プラスとマイナスの影響がある。上述の通り、寄港地観光ツアー、ひいてはクルーズツアー全体の価格が安くなる。これはプラスの影響である。一方、あらかじめ決められた免税品店に連れていかれた観光客は、必要でない品物や、満足できない品物を買うことがある。こちらはマイナスの影響である。

上述のように行程が概ね決まっており、無料の観光地と免税品店以外の観光対象のある場所に行く可能性は小さい。結果として、寄港地の地域経済への経済的な貢献が小さいことが、指摘されている (九州クルーズ振興協議会 2017、酒井・湧口 2016、千 2016、劉 2018)。

おわりに

以上を、次のように整理できる。まず 2019 年から 2020 年にかけて、日本でのキャッシュレスの利用は増えた。なお多く使われるのは、クレジットカードや電子マネーである。次に寄港地観光ツアーは、訪問地がほぼ決まっている。訪日中国人クルーズ客が寄港地の地元商店街等に行く可能性は、ゼロではないが小さい。訪日中国人観光客を対象とする QR コード決済の普及の可能性を考察する際、これらの状況を考慮に入れることが可能である。

長崎外国人居留地の洋館の現状と課題

人間社会学研究科 観光学専攻 蒋 沈凱

Shenkai JIANG

キーワード：洋館（歴史的洋風建造物）、長崎外国人居留地、観光活用

1. はじめに

幕末の1859（安政6）年の長崎開港によって、東山手地区に最初の長崎外国人居留地が形成され、南山手地区がこれに続いた。居留地は、3回の埋立工事で1864（元治元）年に造成し、上等地、中等地、下等地の3種類に区分された。外国の領事館や貿易商社は東山手地区に集結し、洋風住宅は南山手地区に集中していた。1899（明治32）年に居留地制度が廃止されたが、現在でもわずかに歴史的洋風建造物、いわゆる洋館が残っている。

長崎市は長年にわたって旧居留地に現存する洋館の保存・修復を続け、2020年5月現在、東山手地区には国指定重要文化財の東山手十二番館をはじめとする洋館が19棟、南山手地区には世界文化遺産・国宝の大浦天主堂、世界文化遺産・国指定重要文化財のグラバー邸など34棟の洋館があり、美術館や博物館、資料館や喫茶店として観光活用されている。

そこで、本研究では長崎外国人居留地の洋館の現状と課題を明らかにすることを目的とする。そのために、長崎市文化財課における洋館の保存と利用および観光活用の問題点について聞き取りを実施した。また、長崎さるくの居留地まち歩きの参与観察を実施するとともに、SD法による主な4棟の洋館の外観測定を行った。

2. 長崎外国人居留地の洋館の現状

長崎市文化財課が保護対象にする東山手・南山手地区の文化財は、洋館53件（東山手地区19件、南山手地区34件）および居留地時代の暮らしを反映する石畳、石段、石垣、石溝、石標類、樹木などの環境物件である。現在実施されている洋館



写真1 国指定重要文化財東山手十二番館

（2019.4.6 筆者撮影）

の保護活動は、次のとおりである。

まず、国指定重要文化財の旧英国領事館は、1908（明治41）年に大浦海岸通りに建築されて以降、大規模な修理がなされておらず、地盤沈下、建物傾斜、外壁劣化があり、2015（平成27）年から2025（令和7）年までの10年間に耐震補強を含める建物の修理工事を実施している。

次に、2018（平成30）年からは南山手地区の旧グラバー住宅をはじめ、旧オルト住宅、旧リンガー住宅3件の国指定重要文化財、旧杠葉本館、マリア園などの洋館に対する環境保全、防災対策を順次に展開している。

また、東山手と南山手の両地区の町並み保存会による教育活動、大浦青年会の長崎居留地まつり、活水学院が主導して開発したQRコード介入のデジタルマップなど様々な取り組みが行われている。

さらには、統一デザインによる多言語併記の観光案内板、洋館のライトアップも推進している。

東山手と南山手の町並み保存センターは、市民の講座、会議、音楽合唱のリハーサル、結婚式、

成人式の写真撮影など多目的に利用されている。会議室と研修室の利用料金は、1 部屋 1 時間 104 円、冷暖房設備は 1 部屋 1 時間 52 円である。

東山手町並み保存センターには会議室 2 部屋があり、利用は約 10 件／年である。2019 年度に隣の大浦地区公民館が工事のため、一部のイベントは東山手町並み保存センターで行われた。南山手町並み保存センターは会議室 2 部屋と研修室 2 部屋が設けられ、利用は約 150 件／年である。

3. 長崎外国人居留地の洋館の課題

東山手・南山手地区の主要な施設の保存状態は良好であり、いずれの施設も国内外から観光客が来訪して賑わっている。しかし、施設内の見学順路の案内標識や建物・展示品の解説は、外国人観光客にも理解できるように多言語併記が必要である。さらには、洋館が文化財に指定されており、現状変更には制限があることからバリアフリーの対応が不十分であり、身体の不自由な観光客の見学に課題がある。

SD 法による東山手・南山手地区の洋館の外観評価は総じて良好であり、とりわけ南山手地区の旧グラバー住宅と香港上海銀行長崎支店の評価が高いことが明らかになった。また、5 つの評価項目については、「形状」、「美観」、「情緒」は評価が高く、「色彩」と「愉快」も良好であった。このことから、東山手・南山手地区の洋館は、長崎外国人居留地時代の社会情勢を後世に伝える貴重な文化財であるとともに、観光客が異国情緒を味わうことができる観光資源としての価値も高いことが実証できた。

南山手地区の「通さるく」コースは、2 つの世界文化遺産大浦天主堂と旧グラバー住宅を中心に設定されている。洋館の潜在的な魅力を見出すために、東山手・南山手地区の洋館の評価を行うとともに、現在はオプションコースである南山手地区のレンガ道、つくる邸、マリア園、どんどん坂を巡る新たなコース整備のために調査を実施すべきである。また、観光客は各施設の入場料を個別に支払っているのが現状であり、利便性の観点

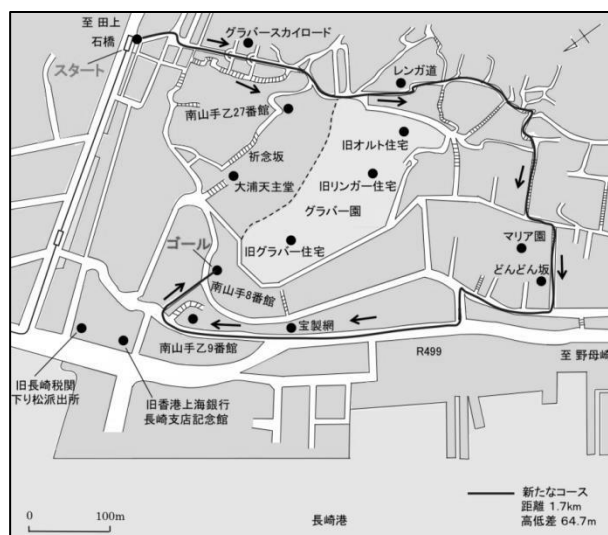


図1 南山手地区の新たなコース

(筆者作成)

からは共通入場券の整備が必要である。

1870 (明治 3) 年から数件の洋風ホテルが居留地に建てられ、長崎外国人居留地の変遷とともに失われた。現在、東山手と南山手の両地区には、居留地時代の洋館を宿泊施設として利用している 2 棟の洋館がある。東山手地区の東山手 12A は、内部を和室に改装した民泊である。南山手地区のマリア園は、高級宿泊施設に整備して稼働させている。居留地時代の洋風ホテル盛衰物語の整備も課題として指摘できる。

4. まとめ

東山手・南山手地区の主要な施設の保存状態は良好であり、美術館や博物館、資料館や喫茶店として観光活用されている。いずれの施設も国内外から観光客が来訪して賑わっている。

両地区のまち歩き観光を充実するために、建物や展示品の解説の多言語併記、コースや施設内順路のバリアフリー化、共通入場券の導入、居留地時代の洋風ホテル盛衰物語の創作が必要である。また、洋館の潜在的な魅力を一層見出すために、現在はオプションコースである南山手地区のレンガ道、つくる邸、マリア園、どんどん坂を巡る新たなコースを整備することも重要な課題であると考え。

ホテル新規開発事業に潜む経営リスク

～ナガサキ・ホテルを事例として～

(同) HRエンゲージメント代表 安徳 勝憲

Katsunori ANTOKU

キーワード：外国人居留地、植物産業、立地戦略、資金調達力、顧客戦略

1. はじめに

現在、観光業は人口減に直面する我が国の将来を担う基幹産業の一つとして位置づけられており、なかでもホテルの新規開発には観光客受け入れ枠の拡大以外にも設備投資需要や新規雇用促進など多くの経済効果が期待されている。長崎県においても「長崎の観光振興には富裕層対象のホテルが必要不可欠である」という声を聞くことが多いが、120年ほど前の長崎に一軒の富裕層向けホテルがあった。明治31年(1898)年に現長崎市松が枝町の海岸通りに開業した赤レンガ造りのナガサキ・ホテルである。ホテル開発者は英国商人フレデリック・リンガー（以下 リンガー）を中心とした外国人投資家グループ。56室の客室（我が国初めての全室電話完備）、フランス人シェフが腕を振るう120名収容のダイニングルーム、自家発電機設置など、ホテル開業当初から東洋一の高級ホテルとして評価された。しかし明治41年(1908)に倒産し、建物、家具、食器類、ワインなどの在庫品一切が競売にかけられている。本研究の目的は、ナガサキ・ホテルを10年たらずで倒産させた経営リスク要因を明らかにし、今後新規ホテル開発を企図する事業者に慎重なリスク防止策の構築を促すことである。

2. 立地戦略

ホテルの新規開発には、意思決定時点から開業時点までの間に通常3～5年程度のタイムラグがある。また開業後も初期投資の回収まで10年以上の長期間を要する不動産事業である。その間に経営環境の変化が起こり、立地特性（ロケーシ

ョン）や顧客層（マーケット）にどのような変化が起ころうとも、その地で耐え忍ばなければならない。ホテルが植物産業と言われるゆえんである。ナガサキ・ホテルの開発が開始された時点では、欧米五カ国通商条約にもとづく国際貿易港（条約港）としての長崎港の地位は横浜港や神戸港に劣後となりつつあり、長崎で活躍したトーマス・グラバーやウィリアム・オルトなどの冒険商人は長崎を去っていた。しかしリンガーは、長崎居留地のバンド（岸壁遊歩道）に面する一等地が入手できたことと、ロシア極東海軍基地の冬季母港化、日本郵船国際定期客船の寄港決定などをよすがとして、念願の「東洋一のホテル」建設に踏み切った。ところがホテル開業翌年に欧米五カ国通商条約の改正により長崎港は条約港としての特権を失い、5年後には日露戦争によりロシアとの交流がほぼ途絶した。またホテル隣地の香港上海銀行長崎支店ビル（1904年竣工）の建設工事も開業直後のナガサキ・ホテルの営業に大きな支障となった。ナガサキ・ホテル営業期間前後の長崎居留地内主要国居住者数は下表1.のとおりである。

表1. 長崎居留地内主要国居住者数（人）

	英・米	仏・独	露	計
1899年	223	131	105	459
1907年	196	83	69	348

3. 設備投資予算管理

「東洋一のホテル」を目指すリンガーは、鹿鳴館などを手掛けた英国人建築家 J.コンドルに設計を委嘱した。しかし長崎港を見下ろす客室数を増やすために当初の二階建てから三階建てに変

更され、別棟で従業員宿舎や機械室が追加された。加えて既存ビルの解体工事費用 1 万 2 千円が予算計上されていなかったことも判明し、最終的に総事業費は当初予算 1 3 万円から 3 0 万円にまで膨れ上がった。コメの価格をもとに購買力平価方式で当時の円の現在価値を算出すると約 9 千円という結果となった。3 0 万円を換算すれば約 2 7 億円となる。比較のため国際ホテルチェーンの開発担当者に当時のナガサキ・ホテルの規模・設備をもとに今日同等グレードのホテルを建設した場合のコスト（土地代除く）推定を依頼した、客室面積 50 m²、収益面積率 40%、延べ床面積 9,000 m²、什器備品費込みの建設費 2,800,000 円/坪として 76 億円前後であろうとのことであった。

4. 資金調達力

リンガーはホテル開発会社を興して自ら会長に就任し、当初の事業予算 1 3 万円全額を居留地内外の外国人投資家に引き受けさせることに成功した。しかし、以降の資金調達は困難を極め、最終的には二回に分けて満期 1 0 年、金利 7 % の社債総額約 26 万円を発行せざるを得なかった。この金利負担がホテル会社の毎年の事業収支にとり大きな障害となっていた。なお 1890 年に開業した帝国ホテル（60 室）も開業 6 か月間の宿泊客数が 600 人に満たないという状況であったが、発起人が井上薫、筆頭株主が宮内省（現宮内庁）であったために資金調達力が高く、立ち上がり時の難局を無事乗り切っている。

5. 顧客戦略

ナガサキ・ホテルは膨れ上がった初期投資を回収するためにも高単価施策をとらざるを得ず、客室料金（食事代込み）は最低 4 円としたが、この価格で利用する日本人は極めて限られていた。そのうえ国際貿易港としての長崎港の地位が下がるにつれて外国人ビジネス客の宿泊が下降線となり、保養を目的とするアジア駐在欧米人やその家族が中心となっていた。また日露戦争後、ロシア海軍の寄港がなくなったことも大きな打撃

であった。「すべての卵を一つのカゴに入れるな」はリスクヘッジの原則であるが、インバウンド客にのみ依存した顧客戦略の典型的な失敗事例となった。

6. ホテル運営体制

H. ウィリアムス著『The Story of Holme Ringer & Co., Ltd.』に、“Holme Ringer & Co., Ltd. acted as general managers” という記述がある。意識すれば「ホーム・リンガー社がホテルの運営を担当した」となる。しかし、ホーム・リンガー社は茶品質検査官出身のリンガーが綿織機技師 E. ホームと興した商社であり、高級ホテルの運営能力が十分にあったとは考えにくい。このため同社はフランス人のホテル総支配人とフランス人調理長を採用して高級ホテルとしての体裁を整えたが、彼らだけでホテルの経営悪化を食い止めることは出来なかった。

7. 終わりに

ナガサキ・ホテルは開業直後から営業不振が続いた。ホーム・リンガー商会も様々な支援を続けたが、1907 年 11 月にリンガーが死去すると数か月後にホテルの閉館が発表された。現在、ホテル跡地はガソリンスタンドとなっている。

2017 年、すぐ近くにある赤レンガ造りの洋風建築「マリア園」を不動産開発大手の森トラストが買収し、外観を保ちつつ富裕層向けホテルに改装するという計画が発表された。「マリア園」はイエズス会修道院としてナガサキ・ホテルとほぼ同年に竣工している。現在の新型コロナ禍により予断は許さないが、将来、リンガーの夢が彼の死後一世紀を経て再現するかもしれない。

【参考文献】

- 1) Harold S. Williams (1968) : 『The Story of Holme Ringer & Co., Ltd.』
- 2) ブライアン・パークガフニ(2014) : 『リンガー家秘録 1868-1940』
- 3) 浜崎国男(1994) : 『長崎異人街誌』

長崎国際大学国際観光学会 第16回研究発表会

開催日：令和2年10月3日(土)、会場：長崎国際大学1101教室

9:00～ 受付(1号館1階)

9:20～ 会長挨拶 池永 正人(国際観光学科教授)

第1部 研究発表

※研究発表は、発表15分、質疑応答4分で行います。

9:30～ 研究発表(1)

座長：川上 直彦

「日本の陶磁器博物館の歴史的背景に関する研究」

鐘ヶ江 幹(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年)

「日本刀の逸話とその観光活用に関する研究」

西浦 日菜乃(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年)

「故宫博物院のミュージアムグッズ開発に関する研究」

顧 思儀(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年)

「清朝から民国時代の博物館教育思想」

牛 夢沈(長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻3年)

11:00～ 研究発表(2)

座長：山内 美穂

「韓国のポピュラー音楽K-POPの歴史と聖地巡礼行動」

劉 敏知(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年)

「江戸時代における八景と旅の関連性に関する研究」

鐘ヶ江 樹(長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年)

「佐世保市における外国人の安全・安心に関する考察—行政の多言語対応を中心に—」

李 載宇(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻1年)

「西九州の観光地における言語景観の研究の意義」

劉 超(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年)

「京都市における言語景観及びサインの施策と特徴」

濱口 順子(長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年)

12:40～ 昼休み

13:30～ 研究発表(3)

座長：大井田 かおり

「中国の大学における日本語専攻と日本語学科(学部)に関する考察」

魏 佳寧(長崎国際大学大学院人間社会学研究科地域マネジメント専攻1年)

「訪日中国人観光客を対象とするQRコード決済の利用に影響する日本側と中国側の要因」

黄 嘉欽(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年)

「長崎外国人居留地の洋館の現状と課題」

蔣 沈凱(長崎国際大学大学院人間社会学研究科観光学専攻2年)

「ホテル新規開発事業に潜む経営リスク～ナガサキ・ホテルを事例として～」

安徳 勝憲(合同会社HRエンゲージメント)

第2部 講演・パネルディスカッション「ウィズコロナ時代の九州観光」

司会・コーディネーター：森尾 真之(国際観光学科 講師)

15:00～ 講演：西本 恵子(一般社団法人MICE総研 上席研究員)

「新しい国際会議・MICEが長崎にもたらすもの」

15:45～ パネルディスカッション：西本 恵子(一般社団法人MICE総研 上席研究員)

今村 安規子(一般社団法人五島市観光協会事務局長)

井上 英也(国際観光学科 教授)

16:30～ 副学長講評 木村 勝彦(社会福祉学科 教授)

16:40 終了