

江戸川大学国立公園研究所から

執筆担当・土屋 薫

はじめに

本稿は、国立公園を「享受する」「味わい楽しむ」手法について検討するものである。

前々回の原稿（二〇一九年十二月号No七七九）では、景観が組み込まれている「文脈」こそが重要な要素である点を指摘した。また前回の原稿（二〇二一年一月号No七九八）では、それを受けて、日常生活やその合間に点在する音楽・ゲーム・動画配信といった細切れのコンテンツではなく、それらのあり方や選び方自体に見直しを迫るような「大きな非日常」の場として、国立公園をどう位置付けられるか、という論点を掲げた。

そして「ウィズコロナ」時代の観光として、これまでのマスツーリズムの枠組みに囚われない「まちなあるき」という手法を参考に、「利用者が共感できる場として、利用者のライフストーリーの中に

位置付けられる『出来事』の一部になる要素を組み込んで環境を整える」という視点に沿って、施設配置やサービスの提供・演出を進めていく方向性を提案した。さらに具体的な展開を探るのが今回のテーマである。

練習問題としての
上高地

上高地と言えば、言わずと知れた中部山岳国立公園に位置する山岳景勝地で、この国立公園のゲートウェイとも呼べる観光地である。もちろん上高地が中部山岳国立公園全体の代表と呼べるわけではないのだが、今回はこの上高地を「練習問題」として、前回より少し具体的に検討を進めてみたい。

なぜ上高地なのか。周知のとおり、中部山岳国立公園は一九三四年の十二月一日に日本で二番目に古い国立公園の一つとして指定されたが、近代登山の聖地としての位置付けだけでなく、大正池や

河童橋からの見事な景観を有し、マイカー規制、観光バスの通行規制の実施といったオーバークースに対する取り組みを実現し、北アルプスに臨む山岳観光地域として長年に渡ってその命脈を保っている。今どきの表現で言えば「持続可能性を達成してきた」という見方もある。そこでその秘訣を探ることのできるヒントとしたい。

曖昧さという
上高地の強み

上高地に訪れるのは誰なのか。先行研究においては、登山者像について積み重ねられてきているが、一方では上高地の来訪者が「登山者」なのか「観光者」なのか、その境界が極めて曖昧である、という意見もある^①。

ここで、コロナ前後の上高地の利用者数（観光入込客数）の変化を見てみたい（図1・松本市の観光統計データより作成）。

ここに文化観光資源としての松本城と自然観光資源としての上高地の違いが現れているが、底値が四〇万人前後と近いところからすると、ここが観光者の母数で、二〇一九年から二〇二〇年に落ち込んだ上高地の観光入込客数のうち、図中のAの部分（三〇万人近く）がコロナの影響による登山者の減少分、

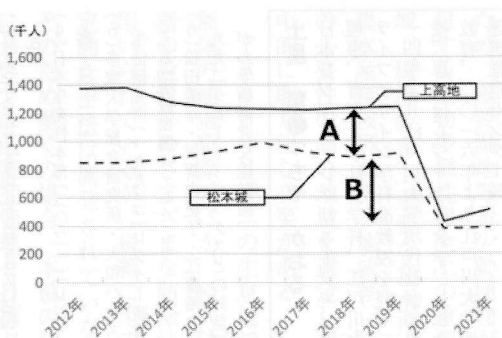


図1 観光地延利用者数(観光入込客数)

またこの間、上高地の観光入込客数は一二四万人から四二万七、〇〇〇人に減っているが（約六六%減）、長野県観光部による登山計画書から整理した北アルプスの届出登山者数は、二〇万三、〇〇〇人から一一万八、〇〇〇人への減少となっている（約四二%減^③）。さらに全国における登山への参加人口を見ると、六五〇万人か

ら四六〇万人への減少に留まっている(約二九%減^①)。これは「動機付けられ意識的に山に関わっている層ほど減少率が少なくなっている」ということを示しているのではないのだろうか。

それから装備や費用、滞在日数、必要な技術といった条件面も考慮に入れると、「登山者」と「観光者」の連続性は、「観光者から登山者へ」と不可逆的に進んでいくものとしてとらえるのが常識的であろう。

山岳リゾートの条件

そこで次の課題は、観光者を動機付けるための仕組みである。

冒頭で述べた「山岳観光地域」という言葉の中には、長年培われてきた「山岳リゾート」というイメージも含まれているだろう。クラブメッドやアメリカのコロラド州にあるアスペンリゾート^②のような世界的な事例を見ていくと、リゾートとは総合保養地域整備法に見られるような開発行為の集積ではなく、「①自然の恵みを惜しみなく与えてくれる場があり、②世界を肯定的に感じられるような人や自然とのつながりを軸としたソフトプログラムがあり、③長期滞在が可能な環境が整った場所」と

して整理することができるといえる。

国立公園という枠組みの中でいたずらに商業化せず自然景観の魅力が保たれて

いること、英国山岳会のような伝統的なクラブ文化に連なる日本山岳会という組織の設立に関わる伝説の地であること、また上高地帝国ホテルを筆頭

に格式と伝統のある宿泊施設が存在していること、これらはいず

れもリゾートを構成する「真正性(オーセンティシティ: authenticity)」を有していると言える。

「つながり」をつくる場と山の図書館

リゾートという観点から見たとき、今、上高地に一番必要なものは「②世界を肯定的に感じられるような人や自然とのつながりを軸としたソフトプログラム」であろう。このソフトプログラムの目的が「山の魅力や価値に気付いてもらって、登山に参加してもらう」ためのもの



岳沢湿原



上高地帝国ホテル

であり、その対象者が登山すなわち自然と直にふれあうところまでまだ至っていない「観光者」だとすると、その動機付けのステップはどのように構築されるべきだろうか。ここではその可能性をアスペンリゾートにならって「図書館」ないし「資料館」という形の中に見出したい。

前回の議論とつなげるならば、求められるのは「目を見張る景観」としての山だけではなく、利用者のライフヒストリーの中の「出来事」として、利用者同士が語り合い共感するきっかけをつくることである。先にあげたアスペンリゾートでは、アスペン人文研究所がつくられ、グレートブックセミナーという古典名著を介した語らいの場が設けられている^③。

上高地という山の「現場」に山に関わる本や資料があるだけではなく、すべての本に山のもつ価値について語り合うための論点に関するレファレンスが付けられ、それらを媒介にして語り合う場がつけられ継続的に運営されていくこと。これができるのと派生的・継続的に山を楽しむためのプログラムが開発され、拡がっていくのではないか。既にウエストン祭等において実践されていることを、意識的に系統立ててアーカイブとして残しながら現在進行

形で進めることがねらいである。

もちろんこの考え方は、福岡や岡山、静岡にあるような、各地の山の麓にその地の山々や人と結びついた図書館とネットワークでつながることを妨げるものではない。大事なものはその場所、その場所の価値を知る人たちと共感を紡ぎそれを拡げていくことなのである。

註

① 猪股泰広・坂本優紀・奥羽正昭・山下亜紀郎(二〇一七)「登山者からみた山岳観光地域「上高地」の意味―登山者の来訪特性分析を通じて―」筑波大学人文地理学研究三七(二)松本市観光統計(二〇二二)松本市観光地延利用人数(年別H七〜R三)J(二〇二二年九月二〇日取得、<https://www.city-matsumoto.nagano.jp/soshiki/76/70854.html>)

② 長野県観光部(二〇二二)「令和二年度の登山計画書の届出状況」(二〇二二年九月二〇日取得、<https://www.pref.nagano.jp/kankei/kozajorei/documents/2021press.pdf>)

③ 日本生産性本部(二〇二二)「レジャー白書二〇二二」

④ 多摩大学総合研究所・大和ハウス工業生活研究所(一九九三)「レジャー産業を考える」実教出版

⑤ 松田義幸・須賀由紀子・江藤裕之(一九九九)「グレート・ブックスの対話」かながわ学術研究交流財団

土屋 薫●つちや かおる

日本レジャー・レクリエーション学会理事、青森大学社会学科、江戸川大学ライフデザイン学科准教授を経て二〇一四年より江戸川大学現代社会学科教授。専門はレジャー社会学、レジャー教育。二〇一六年より江戸川大学地域連携推進センター長。