

オープンガーデンマップの設計による観光情報の類別

(平成25年度学術研究助成基金助成金 基盤研究(C)に採択)



現代社会学科
土屋 薫 准教授

レジャー研究の領域では、レジャーを単なる遊びや行楽ではなく、語源から捉えて「リベラル・アーツ(教養)を身につけた人間に与えられる自由な心の状態」と定義しています。日常とは異なる世界に身を任せることではじめて、日常世界に起因するストレスから解放されて気持ちが自由になる、ということなのです。この視点に立てば、観光という行為の推進力が必ずしも経済力だけではないことがわかってきます。また、観光という言葉の語源である易経にある通り、「国の光を観る」ことが観光だとすれば、その土地が持っている価値あるものとの出会いこそが観光の本質と言えるでしょう。

観光の現場では、現在、1960年代から構築されてきたマス・ツーリズムの枠組みと気楽な個人旅行を求める観光客のニーズとの間に齟齬が生じてきていると言われています。薄利多売で売手市場のツアー・プログラムは敬

遠されるようになってきた、ということなのです。そうした状況を乗り越える視点として、出発地つまり顧客の都合を集積して展開する「発地型」ではなく、観光のリソースである地域(到着地)や地域住民のライフスタイルに根ざした「着地型観光」が注目を浴びてきています。まち全体に点在する様々な楽しみを追求「まち歩き」は、まさに着地型観光のひとつのかたちと言えるでしょう。

一方、自宅の庭を無償で公開するオープンガーデンは、国内においては2000年に11団体が開催されていたものの、2012年には広く認知されているものだけでも70以上に増加しています。地域外からも訪問者が訪れる交流をつくり出す場として、このオープンガーデンも観光のひとつのかたちとしてとらえることができます。ただ、多くの活動母体が任意団体であることとや、庭園整備・空間創出が第一義的

な目的であるため、訪問者への情報発信やホスピタリティの側面まで手が回らず、安定した観光資源として位置づけにくくなっています。

大学の位置する千葉県流山市でも、これまでの学内共同研究の成果から、趣味を通じたネットワークづくりの場としてのオープンガーデンの役割が見えてきていますが、たとえば、最短経路や順路に関わる情報、駐車場やトイレ、飲食に関わる情報等、どのような情報の提供が求められているかは特定されていません。そこで本研究では、訪問者のルートと嗜好との差異といった点から観光情報を類別化するとともに、主催者が訪問者へ向けて情報発信できるかたちに可視化して還元することで、オープンガーデンを安定的な観光資源として位置づけ、持続可能な観光のしくみづくりに資することを目標としています。