

『るるぶ台湾』シリーズの懐古言説の変化：
九份とリノベ系の記述を中心に

Change of Nostalgic Discourse in “Rurubu Taiwan” Guidebook Series:
The Cases of Jiufen, Renovated Architecture and Other Attractions

岩田 晋典

IWATA Shinsuke

愛知大学国際コミュニケーション学部

Faculty of International Communication, Aichi University

E-mail: shinskito@gmail.com

Abstract

The aim of this paper is to examine the text in terms of nostalgic expression in Japan’s foremost travel guidebook series, Rurubu Johoban for Taiwan, which has been well known as a “nostalgic country” for the Japanese public. The main object of the study is the discourse with the terms of *natsukashisa* (懐かしさ), *nostarujia* (ノスタルジア) and *retoro* (レトロ) used in the last 20 issues published since 1999. The text analysis reveals three points. First, the nostalgic expression has grown consistently in amount, especially in the last five years. It is fair to say that this shift is caused by the fact that the pages of the popular site Jiufen was increased and renovated architecture started appearing in special features during this period. Second, the terms are mostly used in proper meaning, but they are also frequently mixed together in a single introduction of an attraction. It is not always easy to distinguish the meanings of the three terms. That is, attractions are often expressed as nostalgic in a multiple way. Third, the terms with connotations of strong reminiscence, such as *aishu* (哀愁), are also favored in the series. This change in the Rurubu Taiwan series indicates the same features as another major travel guidebook series, *Chikyu-No-Arukikata-Guidebook*. However, the former shows more orientation toward nostalgic expression to such an extent that one may call it exaggeration. This excess of nostalgia arises supposedly from the decorative representation that the series utilizes to encourage tourists’ consumption.

1. はじめに

本稿の目的は、旅行ガイドブック『るるぶ情報版』海外シリーズの『るるぶ台湾』（以下、『るるぶ台湾シリーズ』）に焦点を当て、そこで用いられる懐古表現の変化を分析することにある。

旅行ガイドブックは、単にツーリストを案内するものである以上に、ツーリストにとって何が重要かを私たちに教えてくれる資料でもある。ガイドブックは売れる必要があるために、読者の期待に沿わなければならない¹⁾、メジャーなものであればあるほど、ツーリストのニーズを幅広く反映したものになる。

本稿は、懐古をめぐる生起するツーリズムを理解するための一環として、日本でメジャーな旅行ガイドブックに焦点を当て、そこに記載された懐古表現を明らかにすることを目指す。ここでいう懐古表現とは、旅行ガイドブックに頻出する“懐かしき”・“ノスタルジック”・“レトロ”・“愁”という四つの語彙を中心に現れる言説を指す。

筆者はすでにこうした研究を『地球の歩き方ガイドブック』シリーズの台湾編を通じて行った（岩田、2020）。本稿では、そこで得られた知見と照らし合わせつつ、『るるぶ台湾』シリーズの懐古言説の変化について論じたい。

『るるぶ情報版』海外シリーズは、海外旅行ガイドブックの中で『地球の歩き方ガイドブック』シリーズと双璧をなすと言っても過言ではない。前者は1987年に『るるぶ香港マカオ広州桂林』でスタートし、後者は1979年に「アメリカ編」と「ヨーロッパ編」で始まったというように、両シリーズともにすでに30年以上の歴史を持つ。その間出版対象地域は拡大し、また、各地域編の改訂は毎年が基本となっている。両シリーズは、日本のアウトバウンドツーリズム（『るるぶ情報版』の場合は国内旅行も）における重要な一部分を構成してきたと言っても過言ではない。

ところで「るるぶ」という名称は、広く知られているように「見る”、”食べる”、”遊ぶ”の語尾をつなげたものである。これらの行為は狭義の「観光」（学術的用語としてではなく、日常的な意味合いにおける、いわばカンコー）という行動様式の中核をなすものである。したがって「るるぶ」という名称は、狭義の「観光」についての実用的かつ豊富な情報を読者に提供するという本誌の趣旨を的確に表現したものと言える。

1) たとえば『るるぶ情報版』を出版する JTB パブリッシング出版事業本部国内情報部長宇佐美睦氏（当時）は、2013年のインタビューの中で次のように語っている。「毎年更新しているエリア版で言えば、今年、その観光地に行く人に何を紹介すべきかが編集のベースです。年によって違うでしょうし、それが読者のニーズに合うのかを一生懸命考え取材しています。これがビジネスの根幹です。」（『トラベルニュース at』「るるぶ」創刊30周年 旅への役割を聞く(3)」2013年11月19日 (<https://www.travelnews.co.jp/closeup/tokusyuu/1311191020.html>、2020年8月30日閲覧)

この『るるぶ情報版』シリーズのあり方は、さまざまな点で『地球の歩き方ガイドブック』シリーズと対照的である。前者のターゲットは、本論で述べるように、女性である。それに対して後者は、若者個人旅行者（現在言うところのバックパッカー）を対象に始まり、2002年前後の大幅リニューアルを経て²⁾、今日では特定の旅行スタイルや世代、ジェンダーに限定しない（あるいは限定しているとは言い難い）オールラウンドなガイドブックになっている。

これら対照的かつメジャーな旅行ガイドブックの分析は、日本の“海外旅行”をより一般的に理解することを可能にする。そこで本稿では、すでに別稿（岩田、2020）で取り組んだ『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編の分析に続く第二段階として『るるぶ台湾』シリーズを取り上げ、その懐古言説を検討したい。

『るるぶ台湾』シリーズがいつから刊行されているのかということ、国立国会図書館の検索システムから判断すれば、初版は1992年である³⁾。『るるぶ台湾』の姉妹編『るるぶ台北』は2008年に初版が出版されている。さらに2018年には、『るるぶ 台南・高雄・屏東・澎湖島』も刊行されている。

なお以下本論に入る前に二点について断っておきたい。まず、本稿の分析対象についてである。『るるぶ情報版』にかぎらず旅行ガイドブックは普通逐次刊行物として雑誌のように扱われ、史料としての散逸が甚だしい。このたびのコロナ禍で国立国会図書館などの施設の利用にも限度がある。このため本稿では実際に入手し得た1998年版以降の『るるぶ台湾』シリーズのみを分析の対象としている。

第二が各年版の表示形式である。『るるぶ情報版』シリーズは、たとえば2019年発行の『るるぶ台湾'20』のように、出版年の次の年を表紙のタイトルに加えている。本稿で各巻に言及する際もタイトルにある西暦を使い、たとえば「20●●年版」というように記載することにする。また、『るるぶ台湾』シリーズに関して出典を示す場合は、著者名は省略し⁴⁾、『るるぶ台湾'20』の45ページであれば単に（2020年版：45）というように年版とページ数のみを記載することにした。これらは見づらさを考慮してのことである。

2) リニューアルについては（山口・山口、282-283）に詳しい。

3) 『るるぶ情報版』とは異なる『交通公社のるるぶガイド』シリーズとしては、1988年に「台北・高雄」編が出版されている。

4) 『るるぶ台湾』シリーズの出版者は、1997年版まで日本交通公社出版事業局、2004年版までがJTB、そして2005年版以降はJTBパブリッシングとなっている。

2. 『るるぶ情報版』シリーズ

(1) シリーズの展開

本章ではまず『るるぶ情報版』シリーズの概要について述べておきたい。

『るるぶ情報版』は1984年に『るるぶ京都』としてスタートしている。これとは別に「るるぶ」と名の付いた出版物であれば1973年の月刊誌「旅」（日本交通公社、現在のJTBパブリッシング）の別冊、あるいは1976年の月刊誌「るるぶ」にまで遡ることができる。これらは、「アンノン族」と呼ばれた気ままな旅を楽しむ女性向けであった。とはいえ、主な対象を女性に設定している点は、現在も変わらない。

2016年10月12日の朝日新聞記事「[ロングセラーの理由] るるぶ 発行数世界一 旅を提案」によれば、スタート時の『るるぶ情報版』が画期的であったのは、まず、それまでのガイドブックが基本的に文章中心の書籍的なものであったことに対して、ビジュアルを重視した雑誌のような体裁にした点、そして、単に名所旧跡を並べるだけでなく、「デート必勝コース」など提案型の内容にした点にあったという。さらに、2019年3月10日の朝日新聞記事「[平成 MONO 図鑑] 旅行ガイドブック「るるぶ情報版」によると、編集部は、当時増えつつあった個人旅行者をターゲットに、「写真をふんだんに使う、新しい旅の情報誌を作りたい」という方針であった。

1987年には、同シリーズに大きな変化が生じている。まず、前章でも触れた『るるぶ香港マカオ広州桂林』という『るるぶ情報版』海外シリーズのスタートである。そして第二に、『るるぶ埼玉』として、観光地ではなく一つの県を扱ったものが刊行され、新たなデスクティネーションを提案するタイプの『るるぶ』が始まっている⁵⁾。その後拡大を続け、2010年には通巻4000号を達成し、「発行点数で世界最多の旅行ガイドシリーズ」として「ギネス世界記録」に認定されている。

2015年には、台湾、香港、シンガポール、マレーシアの各出版社と提携し、『るるぶ情報版』シリーズで初めてとなる多言語版（英語と中国語繁体字）を訪日旅行者向けに発売している⁶⁾。また同じ2015年には、持ち運び易さを重視した一回り小さなサイズの『るるぶ ちいサイズ』シリーズも開始した。第一弾は『るるぶ台北'16』である。

翌2016年には、Google Map との連動開始、表紙デザインの一変、無料電子版会話集の付録という『るるぶ情報版』海外シリーズのリニューアルを行っている。日本経済新聞

5) 『トラベルニュース at』「『るるぶ』創刊30周年 旅への役割を聞く (1)」2013年11月1日 (<https://www.travelnews.co.jp/closeup/tokusyuu/1311011157.html>、2020年8月30日閲覧)。

6) 『PR TIMES』「『るるぶ』多言語版（英語・中国語繁体字）の第一弾を発売！ るるぶ『OMOTENASHI Travel Guide 九州 日本』、るるぶ『OMOTENASHI Travel Guide 香港マカオ』」2015年3月24日 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000438.000005912.html>、2020年8月31日閲覧)。

2016年9月7日付記事「JTB パブリッシング、旅行ガイド「るるぶ情報版海外シリーズ」をリニューアル発売」によれば、JTB パブリッシングは、新たな表紙には国や街ごとにイメージカラーを用いて「インパクト大！カラフルで楽しい表紙」にすると同時に、メインのキャッチコピーも大きく強調し、「今年一番のオススメ」や「どこでなにをすべきか」がすぐに分かる構成にしたという。たしかに、リニューアル以前と以後を比べると、すっきりし分かりやすい表紙となっていると言える。

こうした『るるぶ情報版』シリーズの累計発行部数は、2019年の時点で4億6600万部超となっている⁷⁾。

(2) 『地球の歩き方ガイドブック』シリーズとの比較

前章で『るるぶ情報版』シリーズと『地球の歩き方ガイドブック』シリーズの違いをごく簡単に述べたが、ここではもう少し詳しく比較してみたい。

まず、読者層についてである。『地球の歩き方ガイドブック』シリーズが今日ではオールラウンドなガイドブックになっているのに対し、『るるぶ情報版』シリーズが創刊から主なターゲットを女性にしてきたのは、すでに述べたとおりである。2013年、JTB パブリッシング出版事業本部国内情報部長（当時）は旅行情報サイト『トラベルニュース at』とのインタビューの中で、「編集スタッフは女性が圧倒的に多く、ほとんどが20代」であること、読者も「圧倒的に女性」であること、したがって「編集側にも女性の感覚や感性がすごく大事」であることを述べている⁸⁾。

事実『るるぶ台湾』シリーズでも、“エステ”や“スパ”、“癒やし”、“きれいで健康になる”、“ごほうび”などの女性向けと言える言葉は毎年のように表紙に現れている。ただし、内容すべてが女性向けかと言うと、けっしてそうとは言い切れない時期もあった。たとえば、2000年版から2004年版までの5巻には、ゴルフの特集が設けられている。記載内容を見ると、唯一2002年版のクラブハウスのキャプションにかろうじて小さく「クラブハウスへと続く植木もアニマルシェイプでかわいい」（2002年版、p. 126）という記述が見えるくらいであり、それ以外に女性的なものを伺わせる要素は存在しない。むしろ、写真に映ったゴルファーはいずれも中年男性を思わせる人物であり、そこに表れているゴルフは男性スポーツとしてのそれである。たしかに2005年版以降ゴルフは広告以外に本文で扱われることはなくなるのであるが、たとえ数年間だとしても『るるぶ台湾』でゴルフ特集が組まれた事実は、同シリーズに非女性読者向けの記述内容が盛り込まれる余地が

7) 朝日新聞2019年3月10日記事「[平成 MONO 図鑑] 旅行ガイドブック「るるぶ情報版」より。

8) 『トラベルニュース at』「『るるぶ』創刊30周年 旅への役割を聞く(3)」2013年11月19日 (<https://www.travelnews.co.jp/closeup/tokusyuu/1311191020.html>、2020年8月30日閲覧)より。

あったことを示している。

このような読者像は、いくら編集部が「個人旅行者」と言っても、『地球の歩き方ガイドブック』シリーズが想定する航空券や宿泊施設を自分でアレンジするような個人自由旅行者ではない。むしろ、同じ自由でも、パッケージツアーのフリータイムに自分で行動する旅行者とみなすべきであろう。それは、モデルプランが2泊3日などの短い日数であることや、“空き時間にすべきことの推薦”という趣旨の記述がしばしば見られること、あるいは『るるぶ情報版』海外シリーズ巻末でJTB主催・現地発のオプションツアーが紹介されていることなどからも分かる。

つぎが、ガイドブックの内容である。『るるぶ情報版』で中心となるのは、どこで何をどのような料金で見るか・食べるか・遊ぶか（こういってよければ“るるぶ”するか）に関する情報である。メディア研究者の山口が『るるぶ情報版』を「カタログ型」と評しているように（山口、2010：207-208）、観光対象が商品カタログのように散りばめられ、それらを消費できる場所と金額がエリア情報と連携して記載されている。つまり、こうした“るるぶ”するための情報は、その略語に含まれていない“買う”という行為を中心に、体系化されている。それは、台湾の最も重要な観光資源として『るるぶ台湾』シリーズでもつねに特集の対象になりつづけている故宮博物院も免れない。たとえば2017年版は、故宮博物院の全景写真とわずかな歴史紹介そして見学ポイントからなる1ページ目、肉形石などの有名な所蔵品を紹介する2ページ目、展示室以外の見どころと院内の“グルメ情報”（価格情報つき）の3ページ目、そして、ミュージアムショップの商品紹介の4ページ目という構成になっており（2017年版、pp. 52-55）、“買う”ための情報が大きな部分を占めていることが分かる。

たしかに“るるぶ”的情報は『地球の歩き方ガイドブック』シリーズにも少なからず存在しているが、『るるぶ情報版』シリーズの特徴は、お土産広告を含む大量の消費情報が中心となっている点にあると言ってよい。対照的に『地球の歩き方ガイドブック』シリーズは、海外渡航のためのノウハウ、対象地域の地理情報や社会的文化的背景、個々のエリア情報にも多くのページを割いているレファレンス的なガイドブックとなっており、より広範囲で一般的な情報をカバーしている。

さらに『るるぶ情報版』シリーズの特徴として派手さ・大仰さを指摘する必要がある。『地球の歩き方ガイドブック』シリーズやその他のガイドブックと比べて同シリーズの表紙は（ライバル誌である『まっぷる』シリーズとともに）、絵と文字両方の情報量が多く、色彩もきらびやかである。また、感嘆符が頻出するほか、コピーなどの文言も強い語感のものや大仰な表現が好まれる。

こうしてみると、『るるぶ情報版』シリーズは、ツアー参加の女性をターゲットに、 destinations を派手に謳い上げ、多種多様な消費に誘うメディアであるとまとめるこ

とができる。ここで、いわゆる“F1層”と呼ばれる女性像——20代から30代の消費意欲が高く海外旅行が好きな女性——を思い浮かべてもあながち的外れではあるまい。

3. 懐古表現の変化

(1) 一貫した増加

本章では、『るるぶ台湾』シリーズにおける懐古表現の変化について論じてみよう。表は、2000年版から2020年版までの計5巻における懐古語彙数の推移を示したものである。懐古語彙とは“懐かしさ”、“ノスタルジア”、“レトロ”そして“愁”の三者のことであり、“懐かしさ”と“ノスタルジア”については、格変化した表記を含めてカウントしている。また、“愁”は「哀愁」や「旅愁」、「郷愁」をまとめたものである。

一般のガイドブック同様、『るるぶ台湾』シリーズ（そして『るるぶ情報版』シリーズ全体）ではテキストが、冒頭の特集、観光地のリード文、観光地の紹介文、観光スポットの紹介文、それに付随する写真のキャプション、コラム、レストラン・宿泊施設などの紹介文というように、複数に範疇化・階層化している。しかしながら、この統計ではそうした違いは考慮に入れず、単に、『るるぶ台湾』各巻の中で上記懐古語彙が用いられた回数を計算した。

一見して分かるように、その数は増加し続けており、とくに2015年版から2020年版では2倍の急増ぶりである。また語彙の中では“レトロ”の増加が激しい。

こうした懐古表現はさまざまな項目で増加し続けている。たとえば懐古表現が多用される領域の一つに雑貨がある。「雑貨」という文字が目次の買い物の箇所に現れるのは2005年版からである。当初は「チャイナテイスト」（2005年版：28）や「シノワ・テイスト」（2007年版：64）という表現が特集タイトルに用いられ、シノワズリ的な商品が雑貨特集の中心にあったが、2010年代中頃からシノワズリの商品は雑貨の一カテゴリーという扱いになり、それに替わって「台北雑貨」（2014年版：72）や「メイドインタイワン MIT 雑貨」（2016年版）という台湾を指す表現が雑貨特集のタイトルに用いられるようになって

表：『るるぶ台湾』シリーズにおける懐古語彙数の推移

	懐かしさ	ノスタルジア	レトロ	愁	計
2000年版	9	1	3	2	15
2005年版	7	2	13	2	24
2010年版	9	10	14	3	36
2015年版	15	10	15	3	43
2020年版	22	16	48	2	88

いる⁹⁾。

懐古表現が増加した項目の中でも無視できないのが、台北北部の観光地・九份、ならびに台湾各地に出現してきたいわゆる“リノベ系”空間である。以下、順に検討してみよう。

(2) 数ある懐古対象の一つにすぎなかった九份

1990年代に台湾社会内ですでに観光地となっていた九份が、『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編で紹介されるようになったのは1994年版からであるが(1994年版:130)、『るるぶ台湾』シリーズの場合はそれがいつだったのか正確に確認できていない。1998年版ではすでに台北近郊の一エリアとして写真入りで1ページが割り当てられており、映画『悲情城市』で有名になったことや「レトロな茶藝館」があること、そして「観光客でごった返す」ことが紹介されている(1998年版:71)。ただし懐古対象は九份の街というよりも、むしろ近郊の平溪線に向けられており、「初めてなのに、なぜか懐かしいローカル線の小さな旅」という特集の中で平溪線が集集線とともに計8ページを割いて紹介されている。

しかし1998年版から1999年版にかけて、小さいながらも大きな変化が現れる。九份の写真のキャプションは、1998年版では「山の斜面にへばりつくように街が広がる九份は情緒たっぷり」(ibid.) というものだったが、翌1999年版になると「斜面にへばりつくように広がる九份の街。ここでは時間がゆっくりと流れているような懐かしさがある」というようにはっきりと懐古が盛り込まれるようになる(1999年版:75)。

また、1999年版からは、『るるぶ台湾』シリーズ各巻の末尾で宣伝される現地発着オプションツアーに「郷愁あふれる」九份へのツアーが加わるようになる(ibid.:129)。

さらに、2002年版からは九份の割り当てが2ページに増えている。「台北発1DAYトリップ っておきのBest 6 Course」という特集の一部であり、紹介順に淡水、新北投温泉、十分、九份・金瓜石、鶯歌・三峡・大溪、烏來の六コースの一つとしてである。烏來のみ1ページであり、他の5コースにはそれぞれ2ページが当てられている。

この特集で九份は「観光地となった今も、レトロ感覚あふれる坂の街情緒は感じる事ができる」とのみ説明されており(2002年版:96)、それ以外に懐古表現は見られない。むしろ懐古を感じる場として同巻が勧めるのは金瓜石の方である。「週末になると坂道が渋滞してしまうほど有名になってしまった九份に比べるとはるかに静かで、遠い日のノスタルジーに暮れるにはむしろおあつらえ向きといえる」と言っている(2002年版:97)。

また、新北投温泉は「懐かしい日本を垣間見る」として、十分は「平溪線のレトロな汽車旅」として、懐古表現が使用されている。両者と比べて九份の懐古表象が控えめだった

9) こうした変化は、別稿で論じた観光資源の台湾化の表れと解釈できる(岩田、2016)。

事実は、このあと九份が懐古と同義のような地位を獲得していく展開を思うと、興味深い。たしかに十分は九份ほどではないとしても懐古的観光地であり続けるが、新北投温泉を“懐かしい”と形容するケースを見つけるのは現在では困難である。

2002年版のこの特集は翌2003年版では「台北周辺ぶらり旅」と名称を変えて、7つのコース（深坑・猫空が追加）を紹介するようになる。九份は、「古きよき時代が薫るノスタルジックな坂の街」として、見開き2ページを用いて最初に紹介されている（2003年版：96-97）。十分には前年同様懐古表現が用いられているが、新北投温泉からは「遠い昔の日本の香り」というコピーを残して懐古表現が消えている（ibid.：99）。

2005年版からは、表紙に九份の風景写真が用いられるようになる。その後は、明確には九份の風景が認められない2008年版や2010年版の表紙をのぞいて、最新版に至るまで、つねに九份の風景（坂や夜景）は表紙で使われ続けている。そしてそれらの写真とともに「九份ノスタルジア散歩」（2007年版）、「レトロな街を訪ね、感動の美味に出会う」・「人気のノスタルジックタウン 九份 淡水」（2009年版）というような懐古表現が伴っていく。2010年版では九份の夜景が中心に置かれ、メインコピーに「郷愁の古都」、サブコピーの一つに「話題のノスタルジック・タウン九份」という言葉が用いられている。こうした懐古表現を用いたコピーや懐古的風景のいずれかもしくは両方が表紙に用いられる傾向は2020年版まで続いている。

(3) 九份、懐古の代名詞に

2007年版からは、本文の中での取り扱いが大きく変わる。同年版では、「持ち時間別街歩きプラン」として九份や淡水のほかに故宮博物院、夜市、バーなどでのプランが計12個紹介されているが、九份は「九份ノスタルジック散歩 映画『悲情城市』の舞台を訪ねて」として最初に取り上げられている（2007年版：38-41）。「郷愁漂う石畳の街。レトロな茶芸館に憩う」というコピーがあり（2007年版：39）、「『千と千尋の神隠し』にインスピレーションを与えたといわれる」風景や、『悲情城市』に関するコラム、そして茶芸館の「徹底比較」が掲載されている。

2009年版からは九份がいよいよ巻頭特集に登場する。特集のタイトルは「台北発！いま人気のノスタルジック・タウン CLOSE UP！」であり、九份に4ページ、淡水に2ページという割り当てである。九份についての記述内容は基本的に2007年版のものと変わらないが、茶芸館を紹介するページのタイトルが「郷愁を誘う憩いの2大茶藝館」となり、リードに「ノスタルジックな気分に浸ろう」という言葉が加えられているように、懐古表現が強まっている（2009年版：8）。

九份の観光地ぶりが新聞などでも取り上げられるようになるのも、この頃である。2008年10月30日の朝日新聞記事「(アジアズームイン) 一青姉妹と顔家：3 金鉾の街、観光

で再び灯」には次の一節がある。

昨年は台湾の内外から170万人が観光に訪れ、日本人が最も好きな台湾の訪問先の一つに数えられる。

山の斜面にへばりつくレトロな街並み。天候次第でがらりと変わる景色。太平洋から吹き上げる心地よい風。九份の何かにひかれ、多くの画家や陶芸家が居を置く。宮崎駿監督が映画「千と千尋の神隠し」の街や登場人物の着想を得たとも言われる。

また、2009年4月13日の毎日新聞記事「訪ねたい：銀幕有情 悲情城市（台湾・九份）」では、

90年代初頭に映画を見た人々がそのノスタルジックな雰囲気に魅せられ押し寄せるようになった。レトロ調の喫茶店、中国茶を楽しむ茶芸館などが建ち並び、週末には台北市などから、若者を中心に多くの観光客が訪れ、日本からのツアー客の定番コースにもなっている。

という。

さらに、2010年3月11日の中日新聞記事「『千と千尋』のモデル？ 廃鉱の街 映画で復活 台湾・九份 『湯婆婆の屋敷』邦人客ドット」では、

「あっ、ここ、ここ」。日本人団体客から大きな声がわいた。カメラを構える中年女性。レンズの先には、窓が広い木造三階建ての日本家屋。各階の軒先には赤いちょうちんが並んでいる。2001年公開の「千と千尋〜」の舞台となった温泉旅館を、ほうふつさせる建物だ。

とある。

いずれの記事も、九份のかつての繁栄ぶり、映画『悲情城市』の撮影による復活、日本人観光客からの人気、そして映画『千と千尋の神隠し』とのかかわりを触れる内容となっている。そしてこの構成は、『るるぶ台湾』シリーズにおける九份の説明と多かれ少なかれ一致するものである。

九份はその後数年間巻頭特集に位置し続けるが、2013年版からかつての居場所、すなわち台北周辺エリアを紹介するパートに戻る。とはいっても、懐古の場所としての九份の重要性は変わらない。周辺エリアの中で第一に紹介される点、淡水や新北投温泉など他のエリアが1、2ページの扱いなのに九份には4ページが使われる点、そして九份のページ

に懐古表現が多用される点は前年までと同じような重要さである。いや、懐古表現の多用について言えば、むしろ懐古表現はパワーアップしていると言うべきかもしれない。見開きの夜景写真とともに描かれる九份は「郷愁漂う世界」、「まるで時間が止まってしまったかのような街」であり、「ノスタルジックな散策」が楽しめる街である（2013年版：102）。「定番モデルコース」は、「戦前に建てられたレトロな街並みを散策し、郷愁漂う茶芸館でのんびり過ごそう」というものだ（ibid.）。豎崎路の「日本統治時代の面影を色濃く残した街並みはどこか懐かしく、見るものにノスタルジーを感じさせる」という（ibid.：103）。さらに「ノスタルジック茶芸館」、「ノスタルジック空間」、「レトロモダン」、「ノスタルジックな気分」という言葉がたった1ページの中に散りばめられている（ibid.：105）。

つづいて九份の扱いが大きく変わるのは2017年版である。九份は本体からの取り外しが可能な特別付録の中で紹介されるようになる。2017年版の次に刊行された2019年版の特別付録は、「①台湾スイーツBOOK」、「②九份完全ガイド」、そして「③台北便利MAP」という三部からなり、九份は9ページを用いて紹介されている。インスタ映えを求めるツーリストを意識して「フォトジェニック」という言葉が目立つ一方で¹⁰⁾、「ノスタルジックな石段」、「レトロな茶芸館」、「ノスタルジックな街並み」、「レトロな商店街」というように、懐古表現の豊富さはこれまでと大きく変わらないものとなっている。お土産についてのページも充実し、「レトロな商店街」や「レトロテイストな商品」という言葉も確認できる点は以前との違いと言えるであろう。

(4) “リノベ”の出現

次に、近年“リノベ系”として頻繁に取り上げられる観光資源の記述を見てみよう。台湾の“リノベ”の現象について学術研究と呼ぶるものは存在しないようであり、ジャーナリズムが扱う段階に留まっているようだ¹¹⁾。

いうまでもなく“リノベ”とはリノベーションの略である。さまざまな“リノベ系”と呼ばれる事例から考えると、古い建築を改装し、新たな文化施設や商業施設、多くの場合はその複合体としてオープンすることと理解してよい。ただし古いと言っても、それは改装して再利用するのに耐える近代建築なのであり、自ずと台湾における植民地近代の時代、つまり日本統治期の建築・建造空間が中心になってくる。

以下は、2016年版の「意外と知らない？ ローカルカルチャー即習講座」というペー

10) 九份の人気とSNSへの写真投稿との密接な関係については（栗原、2016）の分析が参考になる。

11) たとえば台湾で日本の神社が「懐日ブーム」の一つとして報告しているウェブ記事「「リノベ」で復活する台湾の日本神社——歴史のなかの「自分探し」が背景に」（野嶋、2016）。

ジの中の「全国的に「リノベ」がブーム！」という説明文である。

台湾では近年、日本統治時代の木造家屋やレトロな洋館をおしゃれに改装したカフェやショップ、カルチャースポットが続々と誕生するリノベーションブーム。特に台湾の小京都とよばれる台南はクリエイター系の人々が多く集まり、リノベ系カフェ、アートスポットなどが話題を集めている。(2016年版：6)

かつての『るぶ台湾』シリーズで日本統治期などの建築物を再利用した施設を紹介する際は、普通単に「改装」といった言葉が用いられていたが、2011年版で初めて「リノベーション」という言葉が使われるようになる。同年版で高雄市のレストラン「鼓波洋樓」が「日本統治時代の1932年、地元資産家の住宅として建てられた2棟続きの和洋折衷建築をおしゃれにリノベーション。」(2011年版：118)と紹介されている。

つづいて「リノベ」という省略形が初出するのは、2013年版である。同年版に「レトロナチュラルな気分で過ごす 隠れ家カフェ」(2013年版：56-57)という特集が設けられている。リードは、「緑あふれる一軒家レストランから、ケーキやベーグルがおいしいカフェ、歴史建築を使ったリノベ系の店など、わざわざ足を延ばしてみたくなる個性的なレストラン&カフェを厳選してご紹介！」(ibid.：57)となっている。この特集で紹介されている施設は、ほとんどが“リノベ系”に含んでもかまわない改装空間であるが、四四南村(後述)にあるカフェ「好,丘」だけに「リノベ系」のラベルが貼られている。同カフェの説明は、次のようなものだ。

かつて中国大陆から渡って来た人々は自らのコミュニティ“眷村”を作って暮らした。その一つ“四四南村”の古い建物をリノベートしたのがこの店。広い店内は国産素材を使ったベーグルが人気のカフェと、雑貨販売スペースに分かれている。(ibid.)

先に引いた2016年版の「意外と知らない？ ローカルカルチャー即習講座」の前年2015年版には「台湾早わかり」(2015年版：7)という特集があり、その中で「2013年8月 変わりゆくレトロ街・迪化街の3大リノベスポットに注目」として「迪化街の街並みが変わっている。レトロ建築を利用した複合リノベビル、小藝埕、民藝埕に続き、2013年には眾藝埕がオープン」いうニュースが報じられている。

また、同年版の台南についての特集「台湾の地方都市を巡る 台南 オーナーのこだわりが詰まったカフェ&ショップがいっぱい 古民家カフェ&ショップ」には、「個人経営のカフェが多い台南。日本統治時代の建築を使ったリノベ系古民家カフェも続々。」というリード文が見られる (ibid.：122)。

その特集の中で林百貨も「昭和のデパートが再オープン」として紹介されているが (ibid. : 123)、まだ“リノベ”とは形容されていないのは目を引く。林百貨は2019年版と2020年版においてそれぞれ1ページが割かれ、「レトロでキュートな林百貨でお買い物」(2019年版 : 116)、「レトロなデパートで雑貨探し」(2020年版 : 132) と懐古表現が用いられている。

同様に、台中市の宮原眼科も2015年版から紹介されているものの、「歴史建築をリノベしたスイーツショップ」というように“リノベ”の言葉が使われ始めるのは2017年版からであり、2020年版から「レトロな建築」への言及も始まっている (2020年版 : 134)。

(5) “リノベ”の定番化

“リノベ”がリードではなく特集のタイトルそのものに盛り込まれるようになるのは、2016年版からである。街歩き特集として「“文創”エリアおしゃれクルーズ カルチャー & ファッション リノベ建築」というページが組まれている。また、文化創園区について

台湾のカルチャーやアートシーンで注目を集めるキーワードが“文創”。“文化创意”の略語で、台湾にもともとあった良いものを見直し、新しい芸術・文化・産業を創造していこうというムーブメントだ。リノベビルはその代表格といえる。旬の5エリアで“文創”を体感していこう。(2016年版 : 78)

という説明が加えられ、松山文化創園区、華山1834文化創園区、大稻埕、赤峰街、富錦街が順に紹介されている。

こうした“リノベ”の特集は、2020年版まで4巻連続して設けられている。

2017年版では表紙に「懐かしくて新しいリノベカフェでほっこり」というコピーが見られ、「台湾でしたい10のこと」のうち「したいこと5」が「最旬を知るならリノベスポットめぐり」(2017年版 : 6)となっている。対象は松山文化創園区、宮原眼科、迪化街である。中でも迪化街は「リノベスポットめぐり」(ibid. : 74-75)、「問屋街でレトロショッピング」(ibid. : 77)とされ、後続の巻でも、“レトロなりノベ”の地区の常連となっていく。

続く2019年版の表紙にも、「台湾茶でほっ リノベカフェ」というコピーが添えられている。それができるのはどうやら迪化街のここのようで、同区を紹介するページは「これがしたい！おしゃれなりノベショップめぐり」として迪化街の複合施設やその中のカフェの紹介となっている。(2019年版 : 64-65)

2020年版の「台湾やりたいベスト10」でも5番目に「リノベスポットでショッピング」がランクインしている。ここにも“文創”の説明が加えられている。

リノベ POINT 文創とは？ 文化創意の略で、古き良き文化を見直して新しい芸術・文化・産業を創業する動き。クリエイティブ空間に生まれ変わった施設が続々登場中！（ibid.：15）

紹介される場所は、華山1914文化創園区、松山文化創園区、迪化街である。迪化街は「レトロな雰囲気」や「レトロでシック」となっている（ibid.）。

さらに10番目に「リノベホテルに泊ってみる！」という項目もあり、111ページで「リノベホテルに泊まろう！」という詳しい紹介となる（ibid.：111）。

5番目の「リノベスポットでショッピング」の詳しい紹介ページでは、「レトロ&モダンの進化系台湾 注目のリノベスポット」という特集タイトル（2020年版：86-87）になっており、松山文化創園区と華山1934文化創園区に加えて、四四南村が紹介されている。同区の建物は「どこか懐かしさを感じる四四南村の集合住宅」であり、眷村博物館と先述のカフェ「好,丘」の紹介が見える。眷村博物館には「昔ながらのレトロな生活用品や台所用具など」が展示されていることが紹介されている（ibid.：87）。

2020年版の特別付録「最旬 CAFE BOOK」には、カフェを説明する複数のカテゴリーの中に「古くて新しい落ち着く空間 リノベカフェ」というカテゴリーが設けられており、その説明は「古い建物を改装したリノベーションカフェなら、時間の流れも不思議とゆっくり。ノスタルジーなムードに包まれてのんびりしたいときにぴったり。」（ibid.：4-5）というものになっている。紹介カフェの中には、龍山寺駅そばのスターバックスカフェもあり、「日本統治時代に建設された和洋折衷な建物をリノベーション」「歴史ある町にたたずむレトロモダンスタバ」（ibid.：5）とのことである。

(6) リノベ建築と“リノベ”の不確かな関係①：四四南村

以上“リノベ”の扱われ方の変化を見てきたが、迪化街などの典型的な“リノベ”空間がある一方で、林百貨や宮原眼科の箇所でも触れたように、同じ対象でも“リノベ系”と形容されたりされなかったりすることがあること、つまり対象の属性によって自動的に“リノベ”か否か決まるというわけではないことを確認しておきたい。

四四南村は“リノベ”と呼ばれうる資格を持ち続けていたのにもかかわらず、2020年版まで「リノベスポット」に加えられなかった場所の例である（2020年版：86-87）。

同村は日本統治期に陸軍倉庫であった場所にできた眷村であり、2003年に台北市から「歴史建築」の指定を受けた後、公民館、眷村博物館、カフェ（好,丘）、雑貨店、イベン

トスペースなどからなる複合施設となっている¹²⁾。

『るるぶ台湾』シリーズにおける四四南村の初出は2014年版である。「台北101のお膝元に残る眷村」という小さい記事があり、「壊されゆく眷村とその文化を後世に伝えるため、文化財に指定、保存活用されている」(2014年版：15)との説明がある。“リノベ”の文字はない。また、眷村博物館と好,丘が「おすすめ SPOT」になっているが、ともに懐古表現も用いられていない。

翌2015年版には台北101の特集記事があるが(2015年版：16-17)、四四南村の紹介はなく、大きく扱われるようになるのは、2016年版からである。「信義区・東区」エリアの紹介の冒頭で「注目のカルチャーゾーン四四南村へ」として1ページが割かれている。いわく「「眷村」とよばれたレトロな居住区が歴史&カルチャースポットとして台北の若者や旅行者の注目を集めている」のであり、「レトロな集合住宅を活かした複合スポット」となっている。眷村博物館では「かつて眷村で使用されていたレトロな生活用品や台所用品なども見ることができる」し、好,丘は「レトロ可愛いが◎」の「レトロ可愛いインテリアのカフェ空間」というように、“リノベ”という言葉は用いられていないものの(ibid.：88)、懐古表現を多用した紹介文になっている。

なお、2016年版では「食べる」というカテゴリーの中で眷村菜が小籠包や中国四大料理などと並ぶ一つのジャンルと位置づけられ、1ページを使って、「レトロ食堂で“眷村”の家庭料理を 眷村菜」という特集タイトルで紹介されている(2016年版：32)。四四南村が注目された流れの一環として眷村の食文化も取り上げるようになったのであろう。リードには「眷村という居住区の雰囲気を再現した食堂が、密かに人気を集めている。ノスタルジックな雰囲気を楽しみながら、ほっこり家庭的な料理を味わおう」(ibid.)と記されている。

翌2017年では、目次に「台北101 & 四四南村」として同スポットの名称が入っている。当該のページでは、写真のキャプションに「四四南村はレトロ建築と台北101と一緒に写せる絶好の撮影ポイント」、「どこか懐かしい四四南村の風景」(78)という言葉が見られ、同村の存在感の増加の背景にインスタグラムなどのSNSの流行があったことが分かる。

そして、2020年版では、前述のとおり「レトロ&モダンの進化系台湾 注目のリノベスポット」の一つとして紹介されるに至っている(2020年版：86-87)。

(7) リノベ建築と“リノベ”の不確かな関係②：西門紅樓

こうした“リノベ”の地位を獲得するまで何年もかかった四四南村とは異なり、西門紅

12) 台北市信義区公所 HP (<https://xydo.gov.taipei/Default.aspx>) 内のウェブサイト「信義公民會館 本館簡介」(2020年8月3日閲覧)より。また、保存と地域活性化の活動については(小室・他、2013)が詳しい。

樓は“リノベ”性にもかかわらず、いっこうに“リノベ”と呼ばれることがないケースである。紅樓は1908年台湾初の公営市場として竣工したレンガ造りの建築物であり、戦前戦後を通じて台北市の繁華街であり続けている西門町に位置する。1990年代、廢墟のような状態であったものが公共空間として整備されはじめると、1997年には「三級古蹟」の指定を受け、現在では演劇やコンサートなどの各種イベントが開かれ、飲食・買い物ができるおしゃれな場所として若者に人気の場所となっている。こうした、「文化創意発展の重要な拠点」、「都市の記憶空間」という活動内容が評価され、2008年には第七期【台北市都市景観大賞】歴史空間活性化賞などの各賞も受賞している¹³⁾。

この紅樓が初めて『るぶ』に登場するのは2003年版であり、ページの片隅で、「布袋戲（人形芝居）や音楽演奏などが開催される「紅樓劇場」として蘇ることになった。西門に新しいみどころが登場する」と紹介されている（2003年版：69）。

翌2004年版では、紅樓劇場として「2階が劇場になっており、1階には紙風車 cafe と、紅樓劇場購買所があり、劇中で使用される人形のレプリカやみやげ品も販売されている」とさらに詳しく紹介されている（2004年版：79）。紅樓内の階段の写真のキャプションには、「紅樓劇場の2階へ上がる階段にもどこかレトロな雰囲気漂う」という記述が見える（ibid.）。

こうしてみると紅樓が、文化・食・買い物からなる複合空間に改築・改装された施設であり、現在“リノベ”と形容される要素を十分に有していることが分かる。しかしながら、この間は、日本統治期の建築であることが簡潔に触れられていたり、キャプションの中に「日本と深い関わり」という言葉が添えられている程度である（2005年版：70）・（2007年版：78）。

2008年版からは、大きく扱いが変わる。特集「台北最新街歩きプロジェクト」の第4番目として西門町が取り上げられ、「今と昔が交錯する台北の原宿 西門町でレトロな街並み散歩」（2008年版：24-25）というおすすめスポットの一部を紅樓が構成している。西門町には、「レトロなチャイナ靴をゲット」できる専門店と「昔懐かしい喫茶店といった趣」のコーヒーショップがあり、それに続いて訪問すべき場所として「郷愁さそう昔ながらの赤レンガ建築」、つまり紅樓が位置づけられている。

けれども、2009年版から2013年版まで、紅樓紹介には懐古表現が見られなくなる。小室らによれば2007年11月に紅樓で大規模なイノベーションがあったとのことであるが（小室・他、2013：37）、その改装によって懐古表現を用いる要素が無くなったのではなく、むしろ「若者シンボルとなり得るような『レトロ・モダンな文化発信地』に生まれ変わった」という（ibid.）。したがって、上記時期に紅樓の記述から懐古表現が消えた

13) 西門紅樓のHP (https://www.redhouse.taipei/info_ja.html、2020年8月31日閲覧)より。

要因は、懐古表現が別の注目エリアである迪化街において用いられるようになったことにあると考えるべきである（2009年版から）¹⁴⁾。この時期はまだ後年のような懐古表現が頻用される状況でなく、紅樓は迪化街に懐古の形容を奪われた形になったと考えることができる。

紅樓の紹介に懐古表現が再登場するのは2014年版からである。「レトロな外観が目を引き西門町のランドマーク」として、内部の雑貨ショップで「レトロ」な商品を購入できることが言及されている（2014年版：32）。この図式は2020年版まで続いている（ただし2017年版では西門町の紹介自体がない）。

4. 懐古表現の変化

(1) 懐古志向の強まり

本章では、別稿（岩田、2020）で行った『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編（以下『歩き方』）における懐古言説の分析をもとに、『るるぶ台湾』シリーズ（以下『るるぶ』）の懐古表現の変化について考察を加えてみよう。

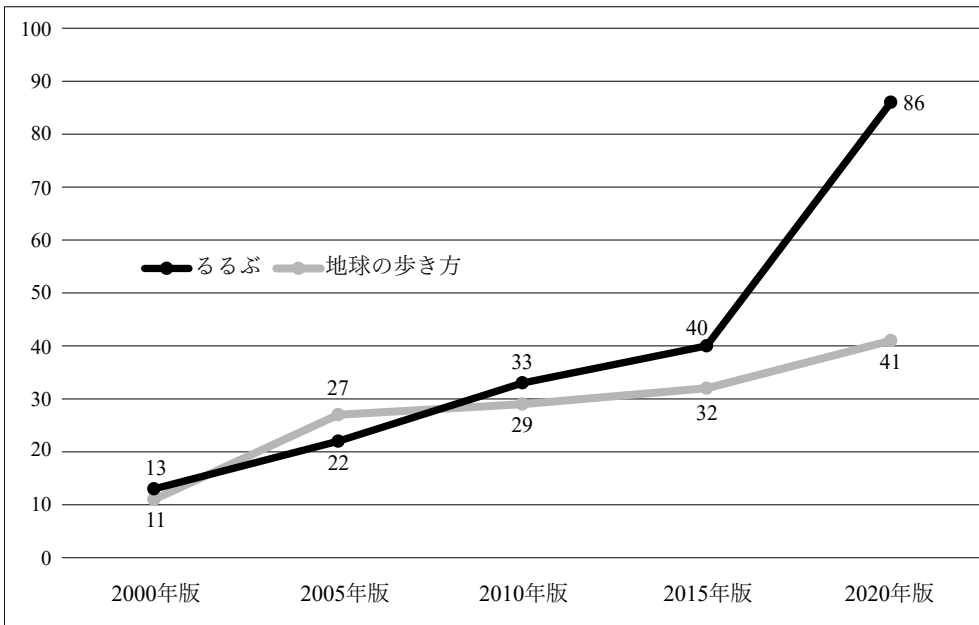
まず量的な推移についてである（図）。2010年代に入ってから『るるぶ』の方が多く、さらに2015年版以降は『るるぶ』の増え方が著しいことが分かる。これは、前章で論じたように、2016年版から“リノベ”が定番化したことと2017年版から九份の扱いが増大したからである。

次に語彙についてである。『歩き方』の懐古言説では、“懐かしさ”、“ノスタルジア”そして“レトロ”という語彙が一般的であること、また語彙が一つの紹介分野の説明文において同時に混在して用いられていること、そして、語彙が混在する記述の中でも語彙がある程度は使い分けられていることが確認できた（ibid.）。

こうした語彙の混在と使い分けは、『るるぶ』にも当てはまる。“懐かしさ”は食べ物や味、おもちゃ、縁日に関わる場面での使用が目立つ。対照的に“レトロ”はモノを形容するために用いられることが圧倒的に多い。そして“ノスタルジア”は“懐かしさ”の言い換え表現として機能——たとえば「街並みはどこか懐かしく、見るものにノスタルジーを感じさせる」（2013年版：103）という記述——があり、かつ“レトロ”のようにモノに多用される側面も持つ。

以上のような共通点を見ることができる一方で、相違点としては『るるぶ』では懐古表現がより好まれる傾向にあることを指摘できる。九份の記述で“愁”が頻出するのはその

14) 2000年に台北市の景観保護区域の指定を受けた迪化街も、2000年代から2010年代にかけて、景観の整備や古い建築のリノベーションが進んだ地域である。



図：『るるぶ台湾』と『地球の歩き方ガイドブック』台湾編における懐古語彙数

良い例である。懐かしさを表すための言葉として“郷愁”や“旅愁”、“哀愁”は、“レトロ”や“ノスタルジア”はもちろん、“懐かしさ”と比べても、過去を愛しむ意味合いが強い言葉である。これらの言葉は『歩き方』ではそう簡単に見つかるものではない。

あまり一般的と言えないような懐古表現が現れることがあることも、『るるぶ』における懐古の程度の強さとして考えることができるであろう。たとえば、上述の2016年版の眷村菜特集では、レストラン陸光小館の紹介箇所に雙醬麵の写真があり、そのキャプションに「眷村レストランならではのレトロな味わい」（2016年版：32）とある。『るるぶ』でも『歩き方』でも、味には普通“懐かしさ”が当てられる。食について“レトロ”や“ノスタルジア”が用いられることがあっても、大抵は「レトロな雰囲気のお店（中略）懐かしい味わい」（2020年版：27）や「ノスタルジックな雰囲気が漂う老舗」で「素材の持ち味が特徴の、懐かしい味わいが人気」（ibid.：81）というように、味とそれ以外について使い分けがなされている。“レトロな味”という言い回しがたとえ限られた例だとしても紙面に出現する背景には、『るるぶ』の懐古表現の強さ、あるいは過剰があると言ってよい。

このように、『るるぶ』は、基本的な部分で『歩き方』と共通し、全体として同じ様相を示しているものの、懐古志向が過剰という言葉を使いたくなるほど強い。そしてそれはとくに過去数年において著しい。

(2) 外来語化ではなく増大化

次に、別稿で指摘した懐古表現の外来語化について見てみよう（岩田、2020）。それは第一に“懐かしさ”が使われなくなる、第二に“懐かしさ”が使われていた箇所ですれに替わって“ノスタルジア”や“レトロ”というカタカナ語が用いられるようになる、そして第三に懐古表現がなかった箇所ですれに新たにカタカナ語が使われるようになる、という三つのパターンからなっているものであった。

第一の“懐かしさ”が使われなくなるパターンについてであるが、観光対象の説明文中で懐古表現が使われ、そのうちにそれが消えてしまう例は枚挙にいとまがない。たとえば新北投温泉の例がある。同温泉は台北周辺エリアの特集でよく取り上げられる地域であるものの、懐古表現が使われるケースは稀である。先に触れたように、2002年版では紹介ページのタイトルが「懐かしい日本を垣間見る 新北投温泉にさまよう」になり、リード文に「日本の面影が色濃く残り、懐かしい風景に出会える街でもある」という一節が加えられている（2002年版：92）。また幽雅路を「どこか懐かしい、どこか幼いころを思い出す、ふるさとを感じる風景がそこに広がる」（2002年版：93）と描いている。しかし、翌2003年版以降2020年版にいたるまで、「古きよき時代」という文言が用いられることがあったとしても（2016年版：116）、新北投温泉について懐古表現が用いられることはない。北投温泉博物館はレンガが用いられた日本統治期由来の“リノベ”系建築であり、“レトロ”とでも形容されそうな施設なのであるが、そういうことはないようだ。

第二の“懐かしさ”が使われていた箇所ですれに替わって“ノスタルジア”や“レトロ”というカタカナ語が用いられるようになるというパターンの良い例は、九份であろう。1999年版では「時間がゆっくりと流れているような懐かしさ」（1999年版：75）と形容されていたが、今日では「ノスタルジックな石段が繋ぐフォトジェニックな街」（2019年版特別付録②：2）や「提灯が照らす幻想的なレトロタウン」という（2020年版特別付録①：1）という位置づけになっている。

第三の懐古表現がなかった箇所ですれに新たにカタカナ語が使われるようになるというパターンについては、高尾市の打狗英國領事館の例がある。同館は2010年版以来紹介されるようになってきているが、「1865年建造のレトロな赤レンガ造りの洋館」（2020年版：126）として懐古表現が用いられるのは、2020年版になってからである。これは、打狗英國領事館自体に変化があったというよりも、むしろ同館の描写が『るるぶ』上の懐古ブームの影響を受けて変化したと見るべきである。

こうしてみると、『るるぶ』でも外来語化はある程度確認できると言えるのかもしれない。けれども、“懐かしさ”が減少しているわけではなく、むしろ逆に、増加傾向にあり、また“郷愁”や“哀愁”などその他の和語も好んで使われている点は注目に値する。

また、近年の“リノベ”系観光資源の記述の増加を反映して、カタカナ語自体の増加も

著しい。2000年版では“ノスタルジア”と“レトロ”はそれぞれ3箇所と1箇所であったものが、2020年版では両方とも15倍ほどにまで増加している。なお、1998年版を確認しても、“懐かしい”が8箇所であるのに対して外来語二語の存在は確認できない。

こうしてみると、『るるぶ』に起きた変化は、懐古表現の外来語化というよりも、むしろ増大化と呼ぶべきであろう。

観光対象を多様な懐古表現で美化するやり方は、先に示した『るるぶ情報版』シリーズの派手で大仰な傾向に合致する。また、同シリーズの特徴、すなわちツアー参加の女性をターゲットに、デスティネーションを派手に謳い上げ、多種多様な消費に誘うというあり方からすれば、当然の展開と言えるのかもしれない。

おわりに

以上本稿では、別稿で行った『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編との比較をとおして、『るるぶ台湾』シリーズにおける懐古表現の変化について検討した。

検討の結果明らかになったのは、懐古表現が一貫して増加してきたこと、増加は過去5年間に特に著しいこと、また“懐かしさ”・“ノスタルジア”・“レトロ”という語彙が混在して用いられる一方で各語彙が使い分けられてもいること、そして“哀愁”や“郷愁”、“旅愁”といった強い語感を持つ懐古語彙も好まれることである。以上をまとめると、『るるぶ台湾』シリーズにおける懐古表現は、基本的な部分で『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編のそれと共通し、全体として同じ様相を示している一方で、懐古志向が過剰なほどに強いと指摘できる。

こうした変化は、『るるぶ情報版』シリーズ一般に見られる派手・大仰な記述によると考えるのが妥当であろうが、そうだとすると、ではなぜ『るるぶ台湾』シリーズでこれほどまでに懐古が利用されているのか、という問いも残る。また、そもそもこうした懐古が愛しむ過去とはどういうものなのか、過去のうちでどの部分がどのように記憶されるべきものと設定されているのか、といった問題も重要である。これらの問題は、『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編と『るるぶ台湾』シリーズという二つのメジャーかつ対照的な旅行メディアの比較を通して取り組まれるべきである。今後の課題としたい。

[謝辞]

本研究は、ドイツ研究振興協会 (DFG) の研究プロジェクト「Russian-Language Poetry in Transition: Poetic Forms - Addressing Boundaries of Genre, Language, Culture, and Society across Europe, Asia, and the Americas」(FOR 2603、トリーア大学) の助成を受けた。記して感謝したい。

〈参考文献〉

*『るるぶ台湾』シリーズ各巻の数は大量になるので、ここでは2020年版のみ記しておく。

岩田晋典 2016 「茶のアイデンティ：『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編における表象分析」『文明21』第37号、63-80頁。

岩田晋典 2020 「懐古論メモランダム：『地球の歩き方ガイドブック』シリーズ台湾編における懐かしさ、ノスタルジア、レトロ」『立教大学観光学部紀要』(22)、pp. 4-20。

栗原美紀 2016 「観光対象選択における SNS の役割—台湾・九份を事例として—」『年報社会学論集』29号、pp. 128-139。

小室達章・中村岳穂・高橋和文 2013 「台湾台北市における歴史建築物の保存と地域活性化への活用について」『金城学院大学人文・社会科学研究所紀要』(17)、pp. 31-46。

JTB パブリッシング 2019 『るるぶ台湾'20』JTB パブリッシング。

山口さやか・山口誠 2009 『「地球の歩き方」の歩き方』新潮社。

山口誠 2010 『ニッポンの海外旅行：若者と観光メディアの50年史』筑摩書房。