

上海における観光の

選好性

東 美晴

はじめに

近年の中国国内旅行者数の増加は著しく、二〇〇〇年には七億四四〇〇万人であったものが、二〇〇四年に一一億人を超え、二〇〇五年には一二億一二〇〇万人、二〇〇六年には一三億九四〇〇万人に至っている〔劉二〇〇七：一〇五〕。

筆者は、二〇〇五年一月～二月にかけて上海において行ったアンケート調査のデータをもとに、中国・上海における社会階層と旅行の選好性に関する分析を行った。本稿は、二〇〇五年度調査結果の分析を、最近の変化を踏まえて再度まとめなおしたものである。

筆者において、二〇〇五年度調査の目的は中国におけるモダニティを観光の側面から切り取って見せることにある。ちょうど、二〇〇四年、二〇〇五年頃には、新中間層の台頭が指摘されるようになり、若い成功者のライフスタイルが社会的関心を集めるようになっていた。調査の企画は、このように出現した新たな社会層のライフスタイルと意識の傾向を、量的調査を通して把握することが中国におけるモダニティの研究につながると考えたためであった。また、調査地として上海を選定したことは、比較的に高収入層の動向を捉えるには最も相応しい場所であろうとの認識においてであった。

分析枠組みの設定においてはアーリの「観光のまなざし」を念頭に置き、現代中国に即した形を構想することを

心がけた。本稿では一章において分析枠組みの概要を、二章、三章では分析結果と、そこから導き出された中国社会における観光の選好性における傾向を示す。

一 分析の視点

本稿における分析は、ジョン・アリーの『観光のまなざし』を下敷きにしたものである。アリーの『観光のまなざし』は、ミシェル・フーコーの『臨床医学の誕生——医学的まなざしの考古学』の方法を踏襲し、近代において娯楽や観光という、いわば必然性のない行動が社会的に構造化され、組織化される過程を詳述することを試みたものである。

本稿においては、特にアリーが導き出したツーリストのまなざし、すなわち「ロマン主義的まなざし」および「集合的まなざし」を借用した。そして、「ロマン主義的まなざし」と「集合的まなざし」について触れておく。

「ロマン主義的まなざし」の誕生は、近代において観光という行動・現象が創出される上で、決定的に重要な価値観の変容である。アリーはイギリスにおけるその状況を以下のように記述する。

一八世紀末から一九世纪初頭にかけて、ある価値の変容がでてきた。それは「ロマン主義運動」とある部分

で関係があつた。力点が置かれる場所が、感動とか感覚とかの激しさに、また知的な明晰さより詩的な神秘性に、さらに個性的な享樂的表現にと移り変わつてきたのである。英国のロマン主義の最高の布教者といえばシェリー気取りやバイロン脚気取りやワーズワース気取りであつた。このロマン主義の効能は、人はだれでも自然に対し感動できるのだという暗示を与え、風景は喜びをもつてまなざしを向けることができる（何ものか）であるという暗示を与えたことである。各個人人の楽しみは、印象にうつつたえる天然の名所の觀賞から生まれるはずだという。ロマン主義には、新興の産業都市の住人たちは、そこから短期間でも離れて自然を眺めて時間を過ごさせて、大いに得ることができると、という意味が含まれていたのだ。ロマン主義のおかげで「物見遊山」が発展しただけでなく海岸線の延長のすばらしさの觀賞も進歩した [Urry 1990=1995: 36-37]。

また、コルバンは、渚すなわち海および浜辺を対象に、それが觀賞に価する風景と捉えられていく過程を詳述している。一八世紀中葉に新たな読解や行動様式が生まれてくるまで、渚は「厭わしいイメージのとばりがおきる」場所であつた [Cohn 1988=1992: 23]。渚の風景観の変容には、近代ツーリズムの一つの母胎となるグラランドツアーの

経験が影響するのだが、一九世紀にはロマン主義的な言説が溢れかえる。

ヨーロッパの近代観光において、この価値の変容は、フーコーが示した一八世紀末に分類学的医学が姿を消し臨床医学に取って代わられる過程と同様に大きな変化なのである。これらは、いわば近代的人間の感性、あるいは認識の基盤を形作るものであった。

ところで、アリーの『観光のまなざし』『場所を消費する』等の著作における観点は、近代ツーリズムの誕生よりも、むしろ近代社会が進展していく過程におけるツーリズムの組織化および展開であり、現状の分析である。このため、ツーリストが観光対象に向けるまなざしについても、近代の過程において分化する社会層との関わりで論じられる。

具体的には、例えば『場所を消費する』において、ツーリストを三種（厳密には二種とポスト・ツーリスト）に分類している。それはすなわち、「ロマン主義的まなざし」で特定の空間を眺めようとするサービスマン階層、集まること自体が重要となる「集合的まなざし」の所有者、遊ぶことができるゲームがたくさんあることに喜びを感じ、そこには本物の観光体験などないことを知っているポスト・ツーリストである。その上で、サービスマン階層がそのロマン主義的まなざしをもって、位置的財としての本物の静かな環

境、審美的風景を求めても、受け入れる側は人工的に演出を加え観光空間を構築していく。そのイタチごっこの中で、サービスマン階層は人工的改編を嫌い、まなざしを別の場所へ向けていく。しかし、集合的まなざしの所有者は別にその対象が人工的であろうとなかろうとかまいはしない。またポスト・ツーリストははなから本物の観光などなくそれはゲームだと割り切っているところ（Urry, 1995=2003: 229）。アリーは以上のような形で現代の観光の状況を端的に示す。

実際、ここで提示されたサービスマン階層とその「ロマン主義的まなざし」、より大衆的な「集合的まなざし」、そして観光地の整備とサービスマン階層、大衆の関係は、ある程度普遍性を持つものである。

本稿では、以上の認識のもとに「ロマン主義的まなざし」と「集合的まなざし」の概念を分析において借用した。

なお、中国は風景観においてヨーロッパ社会とは異なる伝統を持っている。中国において海や山などの自然は決して「厭わしいイメージのとばりがおきる」場所ではなかった。特に、ある種の山岳は仙郷あるいは洞天福地、すなわち理想郷であり聖なる場所であった。これらの山岳には文人墨客が好んで訪れ、その風景を称賛してきた。この価値観は現代の観光においても継承されている。そのため、分

析においては、新たに導入された近代的風景観に対し、伝統的風景観があることにも留意した。

二 階層と旅行の選好性

(一) 調査概要

二〇〇五年度調査におけるサンプル数は男性二九六人(四七・九%)、女性三三二人(五二・一%)であった。また、年齢層分布は二〇歳代一一〇人(二七・八%)、三〇歳代八五人(二三・八%)、四〇歳代一九六人(三一・七%)、五〇歳代一六九人(二七・三%)、六〇歳代五八人(九・四%)であったが、その学歴分布は六〇歳代・五〇歳代では小・中学校卒が最も多く、四〇歳代では高校卒が最も多く、三〇歳代・二〇歳代では大学・大学院卒が最も多くなった。これに伴い収入に関しても、若年層に高学歴・高収入が多く、中高年層に比較的低い学歴・低い収入が集中していた。以上のようにサンプルには、若年・高学歴・高収入、中高年・低学歴・低収入の形で二極化する傾向があった。

なお、若年・高学歴・高収入層と、中高年・低学歴・低収入層の間には、消費態度や日常生活の価値観にも大きな違いが見られた。この二極分化傾向が観光の選好性にも影

響を与えるかどうかが、本稿の分析の中心である。

(二) 選好性の分析

選好性分析に用いた設問は、「兵馬備・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地」「延安・井冈山・韶山など革命記念地」等一五の選択肢をあげ、次に行くとするばどんな場所に行きたいかを複数回答で尋ねたものである。この設問の回答に関して、二つの処理を行った。一つはそれぞれの選択肢を個別の項目として取り扱い、年齢、学歴、家庭収入でクロス集計を行った。もう一つは、全体の中でそれぞれの選択肢の占める割合を算出し、年齢、学歴、家庭収入別にランキングを作成した。ここでは、その結果として表1〜表3に、年齢層別、学歴別、家庭収入別のランキングを示した。

得られた結果には、やはり二極分化が比較的顕著に現れた。すなわち、高収入・若年・高学歴の中間層の極に最も高く評価される観光地は「麗江・香格里拉・怒江など少数民族観光地」であり、「雲南・青海などでの登山活動」は中間層予備的な若者に、「九寨溝・張家界など自然風景区」は低学歴層、高年齢層において特に評価が低いという意味で、どちらかと言えば中間層の趣味の側に含まれるものであった。

一方、「九華山・五台山など仏教聖地」は、むしろ中高

表1 年齢層別行きたい場所の順位

項目	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
海南島・青島など海辺のリゾート	1 (21.2)	1 (21.0)	1 (16.0)	1 (17.8)	3 (13.3)
九寨溝・張家界など自然風景区	2 (13.6)	2 (14.0)	3 (13.0)	2 (15.9)	5 (9.3)
麗江・香格里拉・怒江など少数民族観光地	3 (13.1)	5 (10.2)	5 (9.3)	4 (8.9)	8 (5.3)
桂林・黄山など風景名勝地	4 (11.1)	3 (12.1)	4 (10.5)	3 (11.6)	4 (12.0)
兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地	5 (10.1)	4 (11.5)	2 (15.4)	4 (8.9)	2 (14.7)
雲南・青海などでの登山活動	6 (9.6)	6 (5.7)	10 (3.7)	8 (5.8)	7 (6.7)
北戴河など避暑地のリゾート	7 (4.5)	13 (1.3)	12 (2.8)	12 (1.6)	11 (2.7)
九華山・五台山など仏教聖地	8 (3.5)	8 (5.1)	6 (7.1)	4 (8.9)	1 (17.3)
スキー・ゴルフなどスポーツリゾート	8 (3.5)	11 (2.5)	13 (1.5)	14 (0.4)	12 (1.3)
新しいテーマパーク	10 (3.0)	15 (0.6)	15 (0.3)	15 (0.4)	14 (0.0)
蘇州・杭州などでの園林観光	11 (2.5)	7 (5.7)	7 (5.9)	7 (7.4)	6 (9.3)
王府井など最先端スポット	12 (2.0)	14 (1.3)	8 (5.2)	9 (5.8)	13 (0.0)
延安・井岡山・韶山など革命記念地	13 (1.0)	10 (2.5)	9 (4.9)	13 (1.2)	10 (2.7)
レジャー村・農村観光など	13 (1.0)	12 (2.5)	14 (0.9)	11 (1.9)	15 (0.0)
烏鎮・周庄など江南古鎮観光	15 (0.0)	9 (3.8)	11 (3.4)	10 (3.5)	9 (5.3)

注：()内は%。少数点以下第2位の四捨五入のため、合計が100%とならない場合がある。
各列のN数は20歳代198、30歳代157、40歳代324、50歳代258、60歳代75である。

表2 学歴別行きたい場所の順位

項目	小・中学校	高校	短大	大学・大学院
海南島・青島など海辺のリゾート	1 (18.2)	1 (19.7)	1 (16.8)	2 (15.9)
兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地	2 (12.6)	3 (14.1)	5 (9.8)	5 (9.1)
九華山・五台山など仏教聖地	3 (11.9)	6 (7.1)	8 (4.9)	10 (4.0)
九寨溝・張家界など自然風景区	4 (11.1)	2 (15.2)	2 (13.6)	3 (14.2)
桂林・黄山など風景名勝地	4 (11.1)	4 (11.4)	3 (12.0)	4 (10.2)
麗江・香格里拉・怒江など少数民族観光地	6 (6.3)	5 (8.3)	4 (11.4)	1 (16.5)
蘇州・杭州などでの園林観光	6 (6.3)	7 (4.8)	7 (7.6)	8 (5.7)
雲南・青海などでの登山活動	8 (5.5)	8 (4.5)	6 (8.2)	6 (7.4)
王府井など最先端スポット	9 (4.7)	9 (4.3)	11 (3.3)	12 (1.7)
烏鎮・周庄など江南古鎮観光	9 (4.7)	10 (2.5)	10 (3.8)	15 (0.6)
延安・井岡山・韶山など革命記念地	11 (3.6)	13 (1.5)	14 (0.5)	7 (6.3)
レジャー村・農村観光など	12 (1.6)	14 (1.5)	15 (0.5)	13 (1.1)
北戴河など避暑地のリゾート	13 (1.2)	11 (2.0)	9 (3.8)	9 (4.5)
新しいテーマパーク	14 (0.8)	15 (1.0)	13 (1.1)	14 (0.6)
スキー・ゴルフなどスポーツリゾート	15 (0.4)	12 (2.0)	12 (2.7)	11 (2.3)

注：()内は%。少数点以下第2位の四捨五入のため、合計が100%とならない場合がある。
各列のN数は小・中学校253、高校396、短大184、大学・大学院176である。

表3 家庭収入（年収）別行きたい場所の順位

項目	20,000元以下	20,001～30,000元	30,001～50,000元	50,001～80,000元	80,001元以上
海南島・青島など海辺のリゾート	1 (15.7)	1 (15.6)	1 (20.3)	1 (21.3)	1 (16.5)
兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地	2 (14.0)	2 (13.9)	3 (12.4)	3 (12.1)	5 (7.6)
九寨溝・張家界など自然風景区	3 (11.8)	3 (13.3)	2 (15.7)	2 (12.6)	3 (13.5)
蘇州・杭州などでの園林観光	4 (11.2)	12 (2.8)	8 (5.2)	7 (5.7)	9 (4.7)
桂林・黄山など風景名勝地	5 (9.6)	4 (11.1)	4 (10.5)	3 (12.1)	4 (12.9)
九華山・五台山など仏教聖地	6 (8.4)	5 (10.6)	7 (5.6)	7 (5.7)	6 (7.6)
麗江・香格里拉・怒江など少数民族観光地	7 (7.9)	6 (8.3)	5 (8.2)	5 (9.8)	1 (16.5)
王府井など最先端スポット	8 (5.6)	8 (4.4)	9 (3.9)	9 (3.4)	14 (1.2)
烏鎮・周庄など江南古鎮観光	9 (5.6)	9 (3.9)	13 (2.3)	10 (2.9)	15 (0.6)
雲南・青海などでの登山活動	10 (3.4)	7 (7.8)	6 (5.9)	6 (7.5)	7 (5.3)
延安・井岡山・韶山など革命記念地	11 (2.2)	10 (2.8)	11 (2.6)	13 (1.1)	8 (4.7)
北戴河など避暑地のリゾート	12 (2.2)	11 (2.8)	10 (2.9)	11 (2.3)	11 (2.4)
レジャー村・農村観光など	13 (1.1)	14 (1.1)	14 (1.3)	14 (1.1)	12 (1.8)
スキー・ゴルフなどスポーツリゾート	14 (0.6)	15 (0.6)	12 (2.6)	12 (1.7)	10 (2.9)
新しいテーマパーク	14 (0.6)	13 (1.1)	15 (0.7)	15 (0.6)	12 (1.8)

注：（ ）内は%。少数点以下第2位の四捨五入のため、合計が100%とならない場合がある。各列のN数は2万元以下178、2～3万元180、3～5万元306、5～8万元174、8万元以上170である。

年、低学歴の下層的極で支持が高い項目であった。同様の傾向を描くものとして「兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地」があった。また、「蘇州・杭州などでの園林観光」「烏鎮・周庄など江南古鎮観光」も若年層、高収入層において評価が低いという意味で、むしろ下層・大衆的趣味の範疇と言える。

両者を対比すると、中間層の極には中西部地域や自然に関連するものが集中し、大衆層の極には歴史性の高いものが集中した。

これらに対し、「海南島・青島など海辺のリゾート」は全体に広く支持される項目であった。

三 現代中国における「観光のまなざし」

(一) 模式図

前章においては「次に旅行へ行きたい場所」の分析結果を通して、実際に階層ごとに異なった趣味があることを示してきた。それを模式図に落としたものが図1である。

図の作成においては、「新奇なもの」と「なじんだもの」の軸を縦軸に置いた。これはアンケート調査において見られた次の二つの傾向を基にした。すなわち、ひとつには、その生活意識において中間層では新しいものを取り入れる

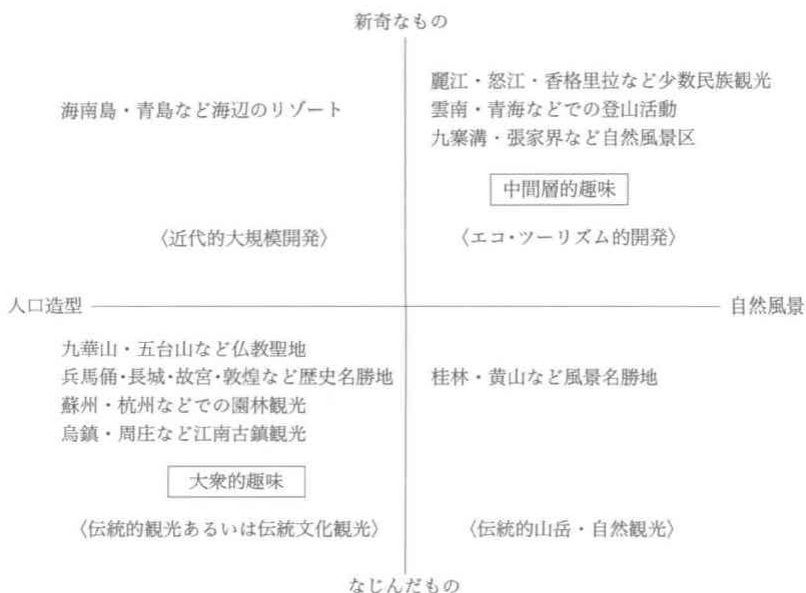


図1 観光選好の傾向

傾向が強く、下層では過去に対するノスタルジアや伝統文化に対する志向が強く見られたことである。もう一点は、実際に観光に求めるものとして中間層では「新奇なもの」に対する欲求が高かったことである。また、横軸には人工造型と自然風景の軸を置いた。これは、先の分析結果において中間層では中西部地域や自然に関連するものが集中し、下層側においては史跡、歴史的建造物、歴史的町並みなどが集中していたことをそのまま当てはめた。

ここでは、中間層がなぜ観光の対象として雲南省や四川省などの西部地域を好み、大衆がなぜ歴史伝統を資源とする観光地を好むのか、また桂林や黄山のような伝統的な山岳・自然観光地および海南島のような新しい海浜リゾートがなぜ特定の階層に結びつきにくいのかについて、「ロマン主義的まなざし」「集合的まなざし」の概念を用いて、さらに考察を行う。

(二) 中間層と雲南・四川

雲南省、四川省等の西部地域の観光開発が加速するのは比較的近年のことである。

例えば、雲南省の場合、省の政策として観光整備を考慮し始めるのは一九九三年である。そして、一九九五年に省の基幹産業の一つとして位置づけられ、本格的観光開発が始まる「劉二〇〇一・二五二」。その後、一九九七年麗江

古城の世界文化遺産登録、一九九九年昆明にて世界園芸博覧会の開催、二〇〇三年三江併流の世界自然遺産登録等の形で雲南の風光明媚さを世界的に発信しつつ、もともとは不便な山間の小さな町であった場所を次々に新しい観光地としていった。例示した香格里拉や怒江も、二〇〇五年度時点では、ようやくガイドブックに掲載され始めたばかりの、山間の少数民族地区に位置する場所である。

また、これらの場所はチベット高原に続く山脈地帯に位置する標高が高く険しい場所であり、観光対象も高山中の湖や氷河など、自然そのものの美しさと静けさである。例えば、香格里拉は標高三二〇〇メートルに位置する盆地であり、その観光は香格里拉の町や周囲に広がる草原を散策するとともに、そこを拠点に高原湖である碧塔海や香格里拉峡谷など手付かずの自然を訪れるというものである。「克二〇〇四・一〇三一・一〇八」。そのため、特に近年の開発では、観光開発対象とされた湖や特別な景観を持つ地域において、散策道を整え見物ができるようにするが、散策ルートまでのアクセスには電気自動車を用いるなど、ある種のエコ・ツーリズム的な手法も用いられている。

アーリはロマン主義的まなざしを「孤独。没我の状態の持続。幻視、畏敬、アウラを伴うまなざし」とするが、中国の中間層のまなざしがロマン主義的なものだとなれば、雲南省、四川省等の山間部の観光地はその格好の対象とな

りうる [Ury, 1995=2003: 318]。すなわち、まだ多くの人が訪れることによって俗化していない新しい場所であるため、その環境を独占できる状態で神秘的な高山の自然の美しさに耽溺することができるのである。付け加えるならば、観光の拠点となる町の住民の多くは少数民族であり、町には漢族の目にはエキゾチックに映るであろう建築、衣装、装身具、生活用品などが溢れかえっている。この意味でも新奇さにおいて申し分がない。

(三) 大衆と歴史・伝統文化観光

大衆的趣味と見なされるものとして「九華山・五台山など仏教聖地」「兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地」「蘇州・杭州などでの園林観光」「烏鎮・周庄など江南古鎮観光」を抽出した。

これらの項目のうち「烏鎮・周庄など江南古鎮観光」以外は、比較的古くから観光対象となっている場所である。王は民国期において行われた観光として、山川名勝地の遊覧、辺境地域の遊覧、庭園観賞、寺廟参拝、ダム・温泉町など当時の新しく行われた開発の成果を上げている。その最も主たるものが山川名勝地の遊覧であったというが、多くの山川名勝地は仏教・道教の聖地ともなっていた[王二〇〇五・二三一―二三八]。王は以下のように仏教・道教聖地の様子を記述している。

五岳、仏教四大名山、鷄足山、龍虎山、齊雲山、茅山、青城山、武当山など、仏道名山と有名な寺廟では毎年廟会が開かれた。廟会期間にはあちこちから参拝客が訪れ途絶えることがなかった。彼らの大多数は農民であり、とりわけ女性が多かった。民国時期の旅行者の中で名山古刹を参拝する客が相当の比率を占めていた。〔王二〇〇五・二三七〕

また、民国期には多くの皇家および私家の園林（庭園）が一般公開され、新たに公園として整備されたものも少なくなかった。この時期に蘇州の獅子林、留園、西園など現在著名な園林も一般公開された〔王二〇〇五・二三六〕。このように、蘇州園林は一九九七年に世界文化遺産登録されているが、その前史として民国期にそれまでの特権階級の専有物から誰でも鑑賞できる観光対象となったことがわかる。

さらに、長城、故宮、兵馬俑は一九八七年に世界文化遺産登録されている。中国の世界遺産条約の批准は一九八五年であり、その第一陣として登録されたものである〔陶二〇〇一・四六―四七〕。また、故宮と長城については、中国國務院が一九六一年に「文物保護管理条例」を公布したその年に第一陣の全国重点文物保護単位とされたものである〔陶二〇〇一・一〇〇―一〇一、一三三―一三八〕。兵馬俑は発見が一九七四年であるため、当然この第一陣からは洩れる。だが、

発見のその年から七七年にかけて第一次発掘が行われ、それから二年後の七九年には一般公開されている〔陶二〇〇一・一二七〕。

ところで、一九八七年に第一陣の世界遺産として登録されたものは、長城、故宮、秦始皇帝陵および兵馬俑以外に、莫高窟、周口店、北京人、遺跡、泰山であった。この後、二〇〇〇年までに八回の登録が行われ、二〇〇一年時点で二七の世界遺産が登録されている〔陶二〇〇一・四八〕。第一陣に登録された六か所は国際的あるいは中国国内における知名度において、その後に登録されたものとは明らかに異なっており、中国の歴史性を語る上でシンボリックなものとなっている。

以上から、「九華山・五台山など仏教聖地」「兵馬俑・長城・故宮・敦煌など歴史名勝地」「蘇州・杭州などでの園林観光」などは、多くの中国の人々にとって古くからある、あるいは非常に有名である等の点において、新規性の対極にある慣れ親しんだイメージを与えるものである。また、誰でもが「見る価値があるもの」「観光とはこうしたもの」といったイメージを抱けるという意味で、大衆的趣味となりうる。

アーリは大衆的な「集合的まなざし」を「コミユナルな活動。一連の共有された出会い。親しんだものへのまなざし」とまとめているが、これらの対象はまさにこのような

まなざしを向けやすいものである。[Ury, 1995=2003, 318]。

なお、「烏鎮・周庄など江南古鎮観光」については、観光化こそ近年のことであるが、その風景は上海を含めた江南の人々にとって馴染み深いものであったことを付け加えておく。

(四) 海南島と黄山

海南島はビーチリゾートであり、中国においては新たに開発された観光地のひとつである。海南島が四川や雲南の山間部の観光地と異なるのは、その開発が大規模開発であるという点をあげることができる。三亜市のビーチには高級ホテルが立ち並び、スパ、ゴルフ場、射撃場などの娯楽施設も多い。この意味で、海南島のビーチは美しい海という豊かな環境のもとに作られた街であり、静かで美しい自然を独占するといった雲南・四川等の山間部の観光のあり方とは大きく異なっている。このため、ここはまだ中国においては新奇なものである。ゴルフやマリンスポーツなどのレジャーと、人が集まるにぎやかさの両方を兼ね備えることになり、中間層・大衆のどちらの層からも支持されやすくなる。

また、黄山はその自然風景の美しさがたたえられる山であるが、雲南・四川の山岳地帯とは異なり古くから名山と

され、多くの文人墨客が訪れてきた[東二〇〇五a・四一六]。言い換えると、山に遊ぶ伝統が、杜甫や李白の時代から民国期の山川遊覧や現在の観光にまで継統されている場所である。この意味で、黄山の自然は自然といっても山水画などに文化的に解釈され続けてきた馴染みの深い風景である。この点で新奇なものには抵抗感を感じる層にも、「ロマン主義的まなざし」を自然に投影したがる中間層にも受け入れやすい観光対象になりえるのであろう。

おわりに

二〇〇五年に行った調査からは、比較的是っきりと社会階層と観光における選好性の関係を抽出することができた。しかし、観光のまなざしによって照射される対象地は必ずしも固定的ではない。すなわち、当初「ロマン主義的まなざし」を通して好ましい場所とされたものも、多くの人が訪れることにより誰もが知る観光地として定着するかわりに、「集合的まなざし」によって支えられる大衆的観光地へと変貌する。

以上のような変化は現代の中国では容易く生じる。中国各省における二〇〇六年の観光客数の増加率は平均して一五・〇%であった。西部の山岳地域・少数民族地域に目を向けると、四川二六・〇%、雲南二二・五%、西藏二六・

〇%、青海二八・〇%であり、雲南の増加率は平均にも満たなかった「劉二〇〇七・一〇六」。このことは、人々が憧れる場所、すなわち「ロマン主義的まなざし」が最も投影される場所が、雲南からより西、より深い山岳地帯へ移動したことを物語っている。その対象地は、具体的には西藏、青海であろう。西藏、青海の観光客数の伸び率は、直接的には北京—ラサ間の鉄道開通に支えられるものであるが、この鉄道の開通は雲南以上に辺境の、ロマンティックな場所への観光の可能性を開いたに過ぎない。

なお、「ロマン主義的まなざし」のさらに西、あるいは奥地への移動は、観光開発のフロントニアの移動とあいまっている。このような観光は観光客個人の気分としてのロマンティックさを保証するものであるが、その一方で、対象となる場所においては経済発展および近代化の手段であることは、現代ではすでに了解済みのことである。この点で観光は、他の産業において十分に結びつきを作ることができない辺境地域を、場所を商品化し消費対象とすることによって、グローバルな経済へがっちり組み込む装置である。より現実的には、観光は数値上、中国西部貧困地域の経済水準を上げる効果が期待できるものである。

多分、我々が最後に立ち返らねばならないのは、商品化され消費されるその場所が持つ意味であろう。マス・ツーリズムに対応する観光地づくりを含めた一律の経済主義的

開発と消費が、果たしてその場所がそれ以前から所有してきた意味や価値と矛盾しないか、である。少なくとも西藏・青海は中国のみならず、インド、東南アジアに注ぎ込む大河の源流となる地域である。河川が流れることによる程度度の自浄作用を持つものであるとしても、経済主義・開発主義の行きすぎに対し、ある種の慎重さをもって監視することは短期的にその地域の経済成長を高めることよりも重要であるかもしれない。

近代の経済システムは需要と呼ばれる欲望を喚起することによって、永遠に拡大再生産し続けることを希求する。観光の経済において「ロマン主義的まなざし」は需要を創出する欲望の装置でもあろう。

注

〔1〕 調査結果は東「二〇〇五b」としてまとめた。また、本調査は平成一五年度〜一七年度科学研究費研究「グローバル下におけるアジア諸国の観光に関する包括的研究」(研究代表者・根橋正一)の一環として行ったものであり、その実施は上海社会科学学院社会学研究所徐安琪教授に委託した。また、この調査結果の分析は東「二〇〇六」にまとめた。

〔2〕 中国における伝統的山岳観については東「二〇〇五a」にまとめた。

〈3〉 詳細は東「二〇〇六」参照。

〈4〉 二〇〇五年八月に碧塔海を訪れたところ、アクセスには電気自動車を導入し、現場では散策道を付け周囲の湿原への立ち入りを禁止するなどの取り組みを行っていた。また、四川省の九寨溝においても、人が集中するゴールデンウィーク等の時期の入場制限、風景区内でのバスの使用は天然ガス利用のもののみとするなど、環境への配慮を行っている「地球の歩き方編集室 二〇〇四・二二一―二二二」。

〈5〉 海南航空国際旅行社「ようこそ海南島へ」<http://www.hainankurabu.com> (二〇〇七年二月二十五日参照)。

参考文献

- 東美晴 二〇〇五a 「中国における山岳観光の変容——上海市民の観光・レジャーを通して」『流通経済大学社会学部論叢』Vol.15, No.2.
- 東美晴 二〇〇五b 「上海市民の旅行消費とライフスタイルに関する調査」『流通経済大学社会学部論叢』Vol.16, No.1.
- 東美晴 二〇〇六 「中国における社会階層と観光——上海市民の選好性分析」『流通経済大学社会学部論叢』Vol.16, No.2.
- 地球の歩き方編集室編 二〇〇四 『地球の歩き方 04〜05 雲南・四川・貴州と少数民族』ダイヤモンド社。

克勤 二〇〇五 『雲南之旅』広東旅遊出版社。

劉鋒 二〇〇一 『中国西部旅遊發展戰略研究』中国旅遊出版社。

劉德兼 二〇〇七、二〇〇六、二〇〇七 中国国内旅遊發展分析与趨勢預測」張広瑞他編『二〇〇六〜二〇〇七年

中国旅遊發展・分析与予測』社会科学文献出版社。

陶偉 二〇〇一 『中国「世界遺産」的持続旅遊發展研究』中国旅遊出版社。

王淑良 二〇〇五 『中国現代旅遊史』東南大学出版社。

Corbin, Alain 1988 *L'Occident et le désir du ravage (1750-1840)*.

〔浜辺の誕生〕福井和美訳、藤原書店、一九九二年)

Foucault, Michel 1963 *Naissance de la clinique*. (『臨床医学の誕生』神谷美恵子訳、みすず書房、一九六九年)

Urry, John 1990 *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. (『観光のまなこ』加太宏邦訳、法政大学出版局、一九九五年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)

Urry, John 1995 *Consuming Places*. (『場所を消費する』吉原直樹他監訳、法政大学出版局、二〇〇三年)