

## 地域における観光資源の析出・情報共有化—— ユビキタス社会におけるアーカイブズと GIS との紐付け——

安倍尚紀<sup>†</sup>

かつて、日本語を用いたブログがインターネット上のブログの 3 割以上を超えるという報告がなされた（旧テクノラティ社のデータによる）。そもそも、情報発信は、いかなる動機でなされるのだろうか。コミュニティ誌、防災無線やケーブルテレビなど、自治体において「地域情報化」は長い歴史をもっているが、これらトップダウンによる情報共有のスタイルは、インターネット接続のコストダウンや PC の普及の影響を受けて変容してきている。すなわち、純粋な行政情報を除いた、生活に密着する情報、たとえば観光情報やグルメ情報などは、市民を交えた双方向の取り組み、あるいは逆方向に市民ベースの取り組みにとって代わられつつあると言ってよい。広告料収入などを当て込んだ商業ベースのソーシャルメディア以外に、ここで注目してみたいのは、「地域のミュージアム化」という発想である。GIS（地理情報システム）技術を用い、地図ベースの仮想ミュージアムを市民主体で構築するという例もある。地域の有形・無形の歴史・文化資産、人々の記憶、その語りまで含めると、資源化の可能性は、創意工夫次第で無限大に広がることになる。スマートフォンが普及した近年、GPS の活用も有効だろう。報告者自身の海外調査やアーカイブズの活用事例をあげながら、考察してみたい。

### Extracting and Sharing Resources of Tourism in Community: Connecting Information between Archives and GIS

Naoki DN ABE<sup>†</sup>

Some time ago, it was reported weblogs using Japanese have risen up over 30% among whole blogs. What is the motivation of sending information? "Informatization in community" has long been practiced in local town e.g.

establishing a community radio, a community paper, or a cable TV network. However these all have so to speak 'Top Down' style in sharing information on the spot [based on typical mass media]. Now this 'Top Down' style in sharing information has gradually been changing at the result of cost down and prevalence of personal computer and internet. Thus here we would like to focus NOT on pure official broadcasting around regional administration BUT on bottom-up or interactive style of sharing information by citizens. The concept 'making a virtual museum from a regional information' in addition to utilizing archives as resources or GIS (Geographical Information System) technology would be discussed.

#### 1. はじめに

震災と原発事故の影響下にある現代日本において、地域振興は、以前とは比較できないほど重要なテーマとなっている。「地域のミュージアム化」など様々な試みも見られる中、地域における情報をいかに資源化し、情報共有を図っていけばよいであろうか。本稿では、社会学の視点から、情報の保存・流通・利用を軸としてこの問いを再考してみたい。

以降では、まず、観光を主題とする地域振興について整理する。さらに「資源化」に着目して、アーカイブズとデジタルアーカイブについて検討し、GIS（地理情報システム）の応用について見ていく。

##### 1.1 観光の主題化

日本の地方自治体にとってインフラ整備は、地域振興やまちづくりを追求する際の要として重要な存在である。ここで言うインフラには、電気、ガス、水道、下水道、道路や公共施設、山林や海岸、公園やダム、圃場の整備、防災無線やケーブルテレビ、光ファイバー網まで含まれる。これらのインフラ整備は、不特定多数の地域住民の生活に必要な社会資本の整備であり、市場経済のみでは供給が困難であるゆえに、公共事業と呼ばれる。公共事業の受益者は、第一には住民をはじめとするそうしたインフラの利用者であるが、第二には、事業を受注する業者や下請け、孫請けの業者であろう。自治体が政府の補助金を交えて断行する公共事業は、赤字財政の原因であると糾弾されることも多い。

さて、基本的な生活インフラ整備が行き渡った後、地域振興やまちづくりのための新しい視点としてあらゆる自治体で持ち出されたテーマが「観光」である。従来、いわゆる有名観光地を持たないほとんどの自治体において、観光はあくまでも多く存在

<sup>†</sup> 九州大学・研究戦略企画室  
Strategic Research Planning Office, Kyushu University, Japan n-abe@sp.is.tohoku.ac.jp

する産業の一つに過ぎず、表立って主題化されるような切迫度の高い問題ではなかったはずである。こうした観光の主題化をさらに加速させた契機として、とりわけ2003（平成15）年の「観光立国宣言」以後、「観光」が国家的課題とみなされるようになったことがある。さらに5年後には、海上保安庁や気象庁と同様の国土交通省の外局として「観光庁」が新設されている。

### 1.2 地域振興の第一段階「観光地づくり」

こうした観光の主題化が狙っている効果は、もちろん、地域振興に他ならない。ところが、地域振興を試みた観光関連事業の具体例をつぶさに見ていくと、地域振興の捉え方そのものにはいくつかの次元があることに気づく。たとえば敷田（2009）は、「観光地づくり」の段階と「観光まちづくり」の段階を明確に分ける必要があるという。

第1世代の地域振興、「観光地づくり」が狙ったのは、特定の観光投資とそこからの波及効果によるまちづくりであった（[1]）。これは、まさしく先に述べた公共事業の発想の延長線上にある。例えば、1990年代に多くの自治体が建設した豪華な温泉保養施設である。温泉保養施設を地元で建設してPRすることで、集客が見込まれる。観光客の絶対数が増加するので、施設と取引をする地元の業者だけでなく、相乗効果で周囲の観光施設や宿泊施設の集客が増えたり、お土産や外食といった関連産業が恩恵を受けたりするだろう。それらトータルの経済的な波及効果は、地域経済を利するだろう、という読みが背景にある。

### 1.3 地域振興の第二段階「観光まちづくり」

結論を先取りすれば、上記のようなインフラ整備を核として据えた観光地づくりの多くは、持続可能ではなかった（敷田、2009、p13）。大規模な例として、宮崎シーガイアや長崎オランダ村、ハウステンボスなどへの出資や経営赤字は、すべて自治体の財政負担となったのである。そこまで大きな観光施設建設でなくとも、明らかに大艦巨砲主義に基づいた「ハコモノ」施設の失敗例は、ふるさと創生1億円事業をはじめとするバブル期の遺産を典型として、日本全国で枚挙にいとまがなかろう。拙速さやセンスの醜悪さが強調されることが多いが、こうした事例において敷田（2009）は、以下のように失敗の原因を列挙する（[2]）。

- ・一部の地域関係者にしか観光振興のメリットがなかったこと
- ・地域外の観光関連企業の誘致に失敗したこと
- ・旅行会社に依存した開発が失敗したこと
- ・直接的、経済的な効果だけに注目していたこと

観光施設づくり、すなわち「ハコモノ」施設を作ってその恩恵に浴するという発想

は、一面で父性主義的な発想に基づいており、住民の側からすれば受動的であった。こうして「地域の主体性が失われたことへの反発」は、地域関係者主導の地域振興という第二段階の流れへとつながっている。

いわゆる着地型観光が典型例だ。すなわち、旅行代理店や観光客が所在する都市部で旅行を企画するのではなく（発地型観光）、旅の目的地（到着地）に所在する旅行業者や地元の団体が企画する地域発の観光である。地元の情報に詳しいので、独自性の高い企画を提案できるだけでなく、地域関係者主導であるため、地元業者の利益率も高い。地域の祭りやイベントなどは、観光業界に限らない、地域関係者による観光サービスの提供であるとも言える。

地元関係者の主導の下で祭りやイベントを観光の目玉にして地域振興を図るという発想は、地域関係者主導であり新しい「ハコモノ」施設を持っていくという受動的な地域振興の態度からは一線を画している。ここにおいて、地域振興は、第一段階の「観光地づくり」から第二段階の「観光まちづくり」に遷移したと言えるだろう。地元関係者が自ら「地域の自然環境や文化を資源化」（[3]）することが、地域振興の柱となっている。第二段階の「観光まちづくり」が孕んでいるさらなる問題点を見て行く前に、「資源化」に焦点を当ててみたい。

## 2. 地域における自然環境や文化の資源化

### 2.1 アーカイブズの利用

地域の自然環境や文化を資源化することについて考える際、以下では記録史料の集積体であるアーカイブズの利用を提案する。特にデジタルアーカイブの特徴である「一覧性」は、時間・空間を通じた複数次元の情報を一つのまとまりとして捉えるという点において、GISと通じるものがある。

### 2.2 アーカイブズとデジタルアーカイブ

#### (1) アーカイブズ：組織体や人間の活動の履歴として

情報の集積を指すコンピュータ用語「アーカイブ」の複数形として、近年、「アーカイブズ」という用語が一般に広まりつつある。アーカイブズとは、第一に、記録史料を管理・公開する機関のことであり（例：～県立公文書館。典型的には地域の公文書館をイメージすればよい）、第二に、記録史料そのものをも指す。

日本の公文書館は特に、「過去の考証にのみとらわれた歴史研究者、歴史好きの好事家だけを第一のクライアント、顧客である利用者と位置づけて」きた一面があるが、歴史的経緯からしてもアーカイブズは本来、すべての人々の利益に供されるものである。

A. ギデンズや大濱も述べるように、かつてアーカイブズは王や教会・寺院の権威の象徴であった。過去の記録や知を蓄積する保管庫は、少数者に独占されていたわけである。この独占は、市民革命によって終りを告げ、「アーカイブズは、国民の権利を保証する器」と意識されるようになった。「アーカイブズは、いかなる状況になろうとも、記憶の宮殿として、コミュニティの記憶、国家・民族の中で無化された記憶を蘇生し、共有する場を用意する責務」がある ([4])。

## (2) アーカイブズの範囲と可能性

このようにアーカイブズが人々の利用に供されてきた流れを念頭に置くとき、次に出てくる疑問は、どの次元の記録をアーカイブズとして残すのかということである。上記のように紙などの記録媒体が稀少だった時代には、政治・行政・司法などの意思決定や歴史的事実のように重要なものに限られていたはずである。ところが、記録媒体は、活版印刷術の普及、DTP の普及、計算機資源の普及と、劇的なコストダウンを遂げてきている。

そもそも、意思決定や何らかの活動は、履歴として記憶できる以上、必ず、その結果として記録作成の可能性を生み出すことになる。カナダ国立公文書館が 1970 年に明らかにした「トータルアーカイブズ」という概念もある ([5])。

事実、世界中に存在するアーカイブズには、公の記録（公文書）のみに限らず、組織や人が活動の結果として作り出す私的な記録（私文書）を収蔵している。また、個人のレベルで「ライフログ」という考え方も登場するくらいなので、国家、企業、学校、コミュニティなど組織のレベルで、さまざまなアーカイブズ（の可能性）が存在することになる。

多くの国においてはアーキビストという専門職があり、公文書を保管する公文書館に限らず、NPO や一般企業の活動、著名な研究者の没後などに付随して、配置される。図書館における司書（ライブラリアン）、博物館や美術館、フィルム・センター等における学芸員（キュレーター）と同様、資料の収集、整理、研究の専門職としてアーキビストが配置されることになる。日本では司書や学芸員と異なり、未だに資格の法制化はされていないため、世間的な認知も非常に低い。アーカイブズの実体は、アーキビストが念頭に置いているテーマごとの「コレクション」として把握することができる。

こうしたテーマに沿ったコレクションは、もちろん、アーカイブズ側の予算や考えによるが、必ずしも一般に判断した場合の政治的・歴史的な重要性に依存しない。もちろん、公益性や組織の理念に沿う範囲内で、コレクションのテーマ設定は、小さな組織であればアーキビストの判断に任されることになる。

以上のように（1）記録媒体のコスト低下、（2）小規模アーカイブズの可能性を考えると、アーカイブズと通常の情報蓄積活動との差異が、必ずしも決定的なものではないように思われてくる。実際のところ、前者と後者の違いは、予算・時間的資源の

有無や専門化されたアーキビストにかかっており、記述編成の方法や目録作成、記録管理の思想等を訓練すれば、理論上、既存のアーカイブズに匹敵する精確な史料群をまとめることができる。「このままだと実質的な内部的事情を伝える戦後史料は新聞しかなくなってしまう」という危機感に基づいて、オーラルヒストリーや一次資料を収集を始めた神戸市まちづくりアーカイブズなどの例もある ([6])。

## (3) デジタルアーカイブ

デジタルアーカイブは、アーカイブ全体を多くの利用者のために可視化しようとする発想に基づく。当初から文書ベースで存在するアーカイブズをデジタル化した場合と、(ポーンデジタルの文書等) もともとデジタルでアーカイブズを構築していく場合があるだろう。いずれにしても、(後に GIS について再論するが) デジタルアーカイブは「一覧性」という大きなメリットを持っている。多次元に渡る多くの史料群を、ひとまとめの史料群として目の当たりにすることができるのだ。筆者がこれまで調査してきた秀逸な例としては、University of Southern California-Annenberg Center for Communication の Labyrinth Project が制作した Cultivating Pasadena (2005) が挙げられる ([7])。彼らは人口 15 万人程度のパサデナ市について、現在と過去の写真や文書史料、そして何よりそれらの史料に加えて、ワイン農家や市場の職人、多数の市民のオーラルヒストリー・インタビュー映像によって、記憶を史料化し、生き生きとした生活感を再現しようと試みている。これらの史料群は、コンピュータ上でパサデナ市の地図上に再現され、視聴者は、マウスを使って好きな順番で好きなコンテンツを掘り下げていくことができる。

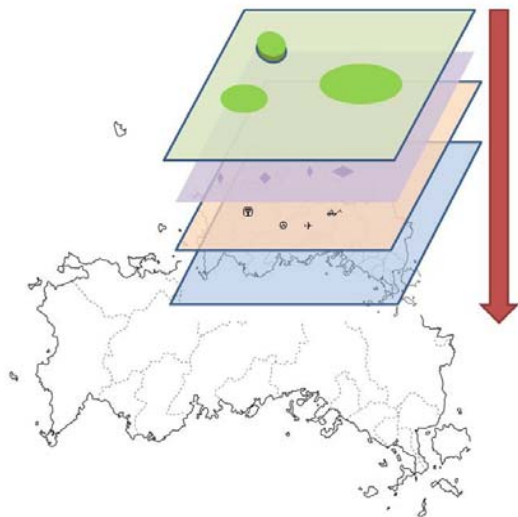
一覧性と言えば、笠羽 (2010) は、デジタルアーカイブの効用について、次のようにまとめている。

「地域に住んでいる人々にとって、そこがどんなところかを表すものは何かと考え説明することは一般にわずらわしいことも多く、またわかっていると感じているだけに、実証しつつ説明することは簡単でない」 ([8])。

デジタルアーカイブは、わずらわしい探索の作業なしに、デジタルコンテンツの力を借りて、感性に訴えて理解してもらえするというメリットをもっている。この意味で、デジタルアーカイブは、地域のアイデンティティ再認識に貢献すると言えよう。地域アイデンティティ、すなわち「地域の特色、地域ならではのものを」「地域の人たちに見えるようにし、また外部に対してそれを表現しようとするれば、地域に残る歴史資産、文化資産や産業遺産などが重要な構成要素となる」 ([10])。

また、史料の中には、個人が保持していたり、屋外にあつたりするものもある。このような場合、デジタルアーカイブという方法で一つのまとまったものを構成できる。また、分散している幾つかのウェブサイト内容やデータベースを、一つの場所でリン

クして提示することもできる。アーカイブズの対象としては、地域の有形・無形の歴史・文化資産、人々の記憶、その語りまで含めると、資源化の可能性は、創意工夫次第で無限大に広がることになる。



### 2.3 アーカイブズとGISとの紐付け

地図や教科書をはじめ、旧来の地理情報は、それぞれ別々の紙片や別のページにまとめられていた。例えば、津波警戒地域と地震警戒地域、農産物分布と小学校区という4つのまったく異なる次元の情報が手元にあったとしよう。これらを紙の地図一枚に書きこむという発想はなかなか出てこない。一覧して見難い上、人間の側の情報処理が追いつかなくなってしまうからである。

GIS (Geographical Information System)は、コンピュータの力を借りて、これらの一覧を可能にする。上記の図のようなイメージで位置情報に基づいて、さまざまなデータを重ね合わせていくと、予期せぬ関連性を見出す可能性が現れてくる。同様に、時間軸によってデータを変換することで、経年変化を把握することもできる。

時間・空間・事柄という情報を持っている点では、上記に論じてきたようなアーカイブズにおいて、テーマを持ったコレクションを地図上に表すことが可能だ。先述した *Cultivating Pasadena* では、オーラルヒストリーやぶどう畑の場所、過去の市庁舎と現在の市庁舎の写真、原住民から伝えられた伝統音楽、詩や戦争の歴史などを、地図上でインタラクティブに一覧できる。時代の変遷によって、地図を切り替えることも

可能である。これは、オーラルヒストリーを含む高度なアーカイブズであり、同時に、GIS 技術の助けを借りて（操作性、内容表現ともに非常に敷居が低い状態で）実現した、パサデナ市民のアイデンティティを再構築する娯楽コンテンツでもある。地域振興の

### 3. おわりに：ユビキタス社会におけるアーカイブズとGIS

2 節にみてきたのは、地域振興の第一段階「観光地づくり」から第二段階の「観光まちづくり」への変遷であった。「観光地づくり」で地域住民は、いわゆるハコモノと呼ばれる観光施設を作り、その波及効果で地域振興を図ろうとしていたのに対し、「観光まちづくり」では受動的な態度を脱して、住民主体によって地域の自然環境や文化に目を向けて、資源化しようとしてきた。敷田（2009）の指摘によると、この第二段階も、失敗することが多いという。成功例の影で、「集客に努力しているのに結果が出ない、創意工夫が評価されないなど、労力と時間が活性化に結びつかないと嘆く地域関係者が多くいることも事実」である([11])。

資源化という着眼点は素晴らしいものであるが、問題は、第一段階のハコモノ思考において「地域の主体性が失われたこと」への反動が過度に現れてしまったことにある。敷田の指摘によると、あまりに「自分たちで」ということを優先し「こんな地域にしたい」という思いを優先するあまり、学ぶべきマーケティングの視点を採り入れなかった結果、観光客側の視点が欠如してしまっている。マーケティングの基本は、「自分たちの提供するサービスに相手が共感し、購入が促進されること」である。本稿の例でいえば、「観光客が来てなんぼ」だということになる。ところが、「地域内の資源発掘や価値向上などの『地域磨き』に熱心なあまり、地域外の消費者のことが見えなくなる」。あるいは、「まちづくりはボランティアが基本で、営利を目的とした組織は認められない」「まちづくりは組織ではなく、結局は人だ」など流儀と異なるを受け入れてくれない。地域振興において重要な視点は、地域の流儀よりも、「地域外から来る観光客にどのように働きかけ、共感してもらうか」([12])ということになる。

本稿に検討してきたアーカイブズと GIS の利用は、こうした受け手側の視点から、地域の情報を再構成できるだけでなく、客観的な視点を採り入れながら地域のさまざまな存在を資源化することによって、いわゆる地域ブランディングにも貢献できると考えられる。オーラルヒストリーと合わせた実践を交えながら、今後も可能性を検討していきたい。

## 脚注

- [1] 敷田麻美、内田純一、森重昌之、2009、『観光の地域ブランディング』、学芸出版社、p12
- [2] 敷田他、前掲書、p13
- [3] 敷田他、前掲書、p10
- [4] 大濱徹也、2007、『アーカイブズへの眼』、刀水書房、p6
- [5] Wallot, J. P., 1991, Building a living memory for the history of our present, Journal of the Canadian Historical Association, Vol. 2, pp.263-282 (=2006、塚田治郎訳、「現在の歴史を生きた記憶として刻印する」、記録管理学会・日本アーカイブズ学会共編、『アーカイブズの世界』、日外アソシエーツ、p85)
- [6] 森本米紀、2001、「震災の記憶の発信と継承を巡って」、『地方史研究 51(5)』、90～94、地方史研究協議会
- [7] Rosemary Comella, Marsha Kinder (Labyrinth Project), 2005, Cultivating Pasadena: From Roses to Redevelopment (DVD-ROM), University of Southern California-Annenberg Center for Communication
- [8] 笠羽晴夫、2010、『デジタルアーカイブ』、水曜社、p117-8
- [9] 笠羽があげている石川新情報書府の事例では、具体的な目的は、次の3点に置かれていた。  
①多くの「伝統」資産を収集・集約し可視化すること。②地元のメディア企業（出版など旧メディアも含む）のデジタルアーカイブ、デジタルコンテンツ制作能力の向上をはかる。③伝統工芸、関連地場産業、コンテンツ制作企業、観光業界が、この書府プロジェクトを軸に『産業クラスター』を形成すること（笠羽、前掲書、p119-20）。
- [10] 笠羽、前掲書、p193
- [11] 敷田他、前掲書、p16
- [12] 敷田他、前掲書、p16-17

**謝辞** 本稿は、福岡アジア都市研究所・平成 23 年度若手研究者研究活動奨励賞、および科学研究費補助金（基盤（B））「国際比較に基づくアーカイブズと社会の関係に関する総合的研究」（課題番号：2 2 3 3 0 1 6 4）に基づく研究成果の一部である。