

コミュニティ・ベースド・ツーリズムに関する調査研究<ニュージーランド編>

2006年度は中国貴州省、2007年度はブータン王国におけるコミュニティ・ベースの観光についての調査研究を行ったが、2008年度は先進国の中でコミュニティの自律性が観光に魅力を与える事例として、ニュージーランドの先住民族であるマオリによる観光を研究対象とした。マオリは、19世紀以来、観光事業に主体的に関わり、その後、主導権を西洋人に握られるようになったものの、近年、再び起業や新たなイベント創出などにより、観光分野に経営者や事業者として参画するようになってきている。その数はこの5年ほどの間に急増しており、ニュージーランド全域では、300を超えるマオリの人たちによる観光関連企業が出現している。地域の文化や自然資源をどのように観光化しているのか、そこには地域のコミュニティあるいは血縁コミュニティがどのように働いているのか、主にマオリの観光関連の起業家からのヒアリングや視察を通じて考察している。

日本と同じ資本主義の先進国におけるコミュニティと観光の関係性を調査し、考察することは、コミュニティが弱体化し存亡の危機にあるとも言える日本の地域社会において、大いに役立つはずと考え、ニュージーランドを対象地を選んだのであるが、地域コミュニティにおける観光の位置づけや役割を考える多くのヒントを得る結果となった。

■ 小林英俊、相澤美穂子、緒川弘孝、黒須宏志

研究報告書の概要

コミュニティ・ベースド・ツーリズムに関する調査研究 <ニュージーランド編> 報告書

【目次】

1章 研究の目的と方法

- (1) 研究の目的
- (2) 研究の方法
- (3) 研究対象地の概要

- ニュージーランド・マオリ・ツーリズム・カウンシル
- ファカレワレワ・サーマル・ビレッジ
- フットプリント・ワイボウア代表 コロ・カーマン氏など

(4) 第2回研究会議事メモ

(5) 第3回研究会議事メモ

2章 研究結果の概要

- (1) マオリの観光の概要
- (2) 考察・検討・議論のまとめ

3章 研究実施の記録

- (1) 論文・記事・文献の検索
- (2) マオリに関する研究者(宮里孝生氏)へのヒアリングメモ
- (3) 現地調査の記録(18項目)
 - タマキ・マオリ・ビレッジ創設者 マイク・タマキ氏
 - マオリツアー社 モーリス&ヘザー・マナワトゥ氏

本研究は、北海道大学観光高等研究センターとの共同研究

1. マオリの観光の状況

1 ニュージーランドの観光の状況

海外からの旅行者数は、ニュージーランドの人口約430万人に対して、約226万人(2008年度)となっている。海外客の滞在泊数が長いこと(11日以上が約半数)もあって、総宿泊数では、国内客を海外客が上回るようになっている。海外旅行者の消費額は、約61億NZドル(約3,400億円)と国内旅行者の消費額約51億NZドル(約2,800億円)を上回り、観光におけるインバウンドの重要性は極めて高い。

なお、両者を合わせた観光収入はGDP(国内総生産)の約6%を占めており、観光がニュージーランドにとって大きな産業であると言える。

海外旅行者の上位5カ国は、オーストラリア(40%)、イギリス(12%)、アメリカ(9%)、中国(5%)、日本(4%)で、中国は10年間で7倍近くに伸びている。

2 マオリの観光の概要

マオリの観光の歴史は古く、ヨーロッパ人が到来する以前に、ロトルア地域の温泉の効能を求めて、全土からマオリの人々が訪れていた。

ロトルア地域には、当時、世界八番目の不思議とたたえられたピンクテラスとホワイトテラスと呼ばれる階段状の石灰棚があり、1830年ころからヨーロッパ人が観光に来ている。ヨーロッパ人に対して、この地の伝統的な受け入れ法が生かされることとなる。

ロトルア地域は、土地がやせていてアクセスも不便なため、他の地域と異なり、ヨーロッパ人が移住しようと思わなかった。そのため、ロトルア地域の観光の経営は、当初からマオリのファナウ(拡大家族)やハプ(準部族)が行い、このころからマオリのガイド業、宿泊業、土産物業が発展し、マオリ文化をベースとした歌や踊りなどのパフォーマンスも行ってきた。

その後、現在に至るまで、マオリ文化を資源とする観光はロトルアを中心としてきたが、近年、ガイドツアーやマオリ文化をベースとしたツアープログラムがロトルア以外の地域で行われるようになり、

図 調査訪問地



マオリ・ツーリズムは全国的な広がりをみせつつある。国内外の旅行者合わせて、毎年60万人が体験している。

2. 考察・検討・議論のまとめ

マオリの観光の成功要因は、観光政策などの観光分野からだけに求めることは難しく、マオリの社会構造や、マオリの観光リーダーたちの哲学や考え方に起因する部分も大きいと感じられた。本調査では、観光分野の現象だけにとらわれず、少し視野を広く持ちながら、マオリの観光の成功要因を分析した。

また、成功したマオリの観光の事例を見ていくと、日本の状況と対照的と感じられることが多かった。今回の調査では、マオリの観光を学ぶことで浮かび上がってきた日本の観光の課題についても検討した。

1 マオリの観光の成功要因

(1) “観光は手段”という位置づけ

今回の調査で最も印象的なことの一つは、ほとんどのインタビュー対象者が、異口同音に「ツーリズムは、ビークル(乗り物)だ」と語り、観光をな

ぜやるのかという目的をしっかりと持って、常に意識していたことである。

マオリ・ツーリズムで大成功したといわれ、国内外で事業展開するマイク・タマキ氏は、マオリ文化を伝えたいという目的がまずあって、観光はそのためのピークルだと語った。また、ワイポウアの森でエコツアーを行っているコロ・カーマン氏は、観光は地域の幸福を実現するためのピークルだと語っていた。

いずれも、観光振興より上位の目的があって、その目的を達成する手段としての観光はどうあるべきか、という考え方や哲学がしっかりしている。これは、前年調査のブータンで学んだ、経済発展も環境保全も文化保全もすべて、国民の幸福のためであるというGNH(国民総幸福量)の考え方にも似ている。

マオリやブータン人は、目の前のことにとらわれることがないよう、文化の伝承や地域住民の幸福といった観光振興の目的を明確に意識しているために、その本来の目的から外れるような方向へと観光事業が向かうことにくぎを刺すことができるし、地域住民不在の本末転倒にもならない。それは、観光への取り組み自体のモチベーションを高めることにもなる。

また、観光の奥にある地域住民に根ざした文化や生活を敏感に感じるようになった現代の観光客は、自己目的化した観光事業には魅力を感じなくなり、むしろ観光だけが目的でないものを観光することに強い魅力を感じるようになってきているのである。

(2) 観光と文化保全のバランス感覚と生きた境界線

マオリの人々は、それぞれ観光振興と文化保全のバランス感覚を持っていたが、これについては、特に共通した明確な基準を持っているようには見受けられなかった。その代わりに頻繁に聞かれた言葉が、「マナ(Mana)」という言葉である。このマナの概念は、翻訳が難しいものであるが、人間や聖なるものに宿ると信じられる超自然的な力である。威信、権威、格、精神、影響力なども意味するが、「魂」「霊」「気」などにも近い概念のように思われる。

マオリ・ツーリズム・カウンスルは、マオリ・ツーリズムの中核の価値観の一つとして「マナアキタンガ(Manaakitanga)」を掲げている。それは、お客様には最高のホスピタリティを提供する義務があるという、先祖代々伝わる精神であるが、その価値観の継承を、形式の伝承よりもはるかに優先させて

いる印象であった。いくら伝統的な形式を守っていても、マオリの中核となる価値観や精神を失ったものであれば、意味がないのである。

形式的な基準は、一度決まって明文化がなされれば、より多くの人間がその基準を参照して守りやすいという利点はあるが、時代や状況の変化に応じて臨機応変に対応することが難しい。また形式主義にとらわれ、エッセンスが失われ、死んだ文化になったり、地域で生活する住民の現実を疎外したものになりかねない。

また、往々にして、こうした形式的な“オーセンティシティ”を守るための基準は、西洋人を中心とした外来的な基準をベースにしたものになりがちであり、外在的・他律的な性格がある。

それに対して、マオリのマナによる基準は、そこに住む人々が自ら決める内在的・自立的なものであり、地域の生活に根づいた生き生きとした文化を維持し、観光魅力の維持・創造につながっているものと感じられた。

(3) コミュニティの入れ子構造

マオリ・ツーリズムのリーダーたちに共通して見られたのは、何事も“シェアする”という発想である。観光客と自分たちで、「楽しみをシェアする」「知識をシェアする」という表現がよく聞かれたし、観光事業によって得られた利益を「地域でシェアする」という言葉も、ほぼ共通して聞かれた。そのシェアをする仲間は、自分たちの親戚や部族に限らない。

例えば、ホエール・ウオッチ・カイコウラでは、経済的な利益を地域でシェアすることを会社の方針としており、ホエールウオッチング以外にも、飲食店や宿泊施設などを多角経営できる力は十分あるが、地域の他の企業が行っている事業に参入することは絶対ないという。

この、自分たちだけの利益にとらわれず、富を地域に広く還元して共有しようという公の精神とそこからくる発想は、マオリの血縁社会に起因するものではないかと我々は考えた。マオリの個人や家族は、拡大家族と訳される「ファナウ」に属する。複数のファナウから、準部族である「ハプ」が構成される。さらにいくつかのハプから、部族である「イウィ」が構成される。このような血縁コミュニティの入れ子構造である。

マオリには、血縁を重要視する血縁コミュニティが根強いが、その血縁コミュニティにも明確な入れ

子構造があるが故に、個人やグループ単位でのエゴが許容されにくいのではないかと。すなわち、自分1人や自分の身近な家族だけのことを考えるのは、ファナウの間で許されないことである。また自分のファナウの利益だけを考えるのは、その一つ上位のハブの社会では許されないことである。また、自分のハブのことだけを考えるのは、さらに上位のイウィの中では許されない、というように、公の概念も、小さいものから大きいものまで入れ子構造になっているのである。

ホエール・ウオッチ・カイコウラでは、会社の53%の株をハブで持ち、47%の株はその上のイウィで持っている。自分たちの準部族だけで分配するのではなく、もう一つの上のレベルの部族レベルでも利益を分配するという考え方である。しかも、富のシェアはマオリの血族の中に限定せず、白人やアジア人なども含めた地域住民全体と考えていた。

マイク・タマキ氏は、マオリ・ツーリズムの成功で得られたビジネスモデルを、全世界の先住民の間で共有したいという発想を持っているが、この発想も、マオリ社会の入れ子構造の“公”を敷衍した考え方なのかもしれない。

(4) “民”の自立

マオリの成功した観光リーダーたちには、国や地方の政府に頼ったり、補助金がなければ何もできないという姿勢は皆無である。主体となるのは政府ではなく、自分たちであるという意識が強く、政府にはパートナー以上の大きな役割を期待していなかった。

ホエール・ウオッチ・カイコウラも、国鉄など国の事業の民営化により、地域で多くのマオリが職を失ったことをきっかけに、地元での雇用創出を図って、マオリの若者が一族から借金をして起業したのである。

また、今回視察したカイコウラ、ロトルア、ホキアンガのいずれの地域でも、観光事業に資金を提供し収益を地域に還元する仕組みとして、チャリタブル・トラストという組織の存在が大きいことを確認したが、そのチャリタブル・トラストも、公益的な視点から事業を行うものの、政府ではなく民間の組織である。

こうした“民”の自立、さらには公益性を担う意志や動きが、観光事業の主体性や自立性を担い、また市場のニーズや変化にも対応できる魅力ある観光

の創出につながっている可能性が高い。

(5) 観光のグローバル競争への適応

マオリ・ツーリズムの中心地であるロトルアの町で驚いたことは、どの観光事業者も海外観光客の動向を強く意識していることである。タマキ・マオリ・ビレッジやミタイ・ビレッジでは、どの国から来たかを挙手させながら確認していたし、街中の土産物店でも、ほとんど出身国を聞かれた。

これは、国内人口がわずか427万人（2008年）と国内市場が小さく、必然的に海外市場を相手にせざるを得ないためである。競争相手は海外の他のデスティネーションであり、しかも、アメリカ、ヨーロッパ、日本などからも遠く地理的に非常に不利な条件にあるため、非常に厳しい競争にさらされ、国際的なスタンダードに耐え得る観光魅力の創造や品質の維持・管理に迫られている。そういう環境の中で、各観光事業者が大いに鍛えられているものと思われる。

マオリ・イン・ツーリズム・ロトルア代表のルネ・ネイサン氏は、マオリ・ツーリズムの目標として、観光事業者の提供する商品の品質を「エクスポート・レディ（Export Ready）」にすることだと述べていた。

日本では、国内市場が大きいおかげで、観光業を含めほとんどの産業で海外市場を二次的なものと考えていた部分があるが、人口減少や経済低成長の時代を迎え、マオリのグローバル対応に学ぶところが大きいのではないかと。

2 マオリの観光から学ぶ日本の観光の課題

(1) 観光を手段として成し遂げる目的の明確化

マオリ・ツーリズムの成功要因として挙げた「“観光は手段”という位置づけ」は、観光戦略や観光計画を立てる場合、不可欠の前提であるにもかかわらず、日本では、あまり意識されてこなかった部分である。観光は、あくまで国や地域の幸福を実現するための手段であるという意識がないと、観光戦略や観光計画をなぜ行うかが不明確で、どこへ向かうかの方向性もあいまいで、観光魅力や地域ブランドの形成につながっていかない。

「なぜ、地域で観光に取り組むのか？」マオリの観光リーダーたちは、地域住民の幸福やマオリ文化を若い世代に伝承し世界に伝えていくことなどを挙

げていた。観光の目的は、ただ個人や観光事業者の経済的利益だけではなく、より広いコミュニティや地域、さらには国全体や世界まで視野を広げて考えるべきものである。また、現在だけでなく将来に至るまで、持続的な社会を築くことを前提に考えるべきものであろう。

観光分野での細かい戦術や手法だけを地域全体で共有することは非常に難しいが、観光をなぜやるかという目的と、それに基づく長期的で広い視野を共有すれば、おのずから、関係者や地域住民一人ひとりが、自分のやるべきことを理解し、考え、魅力ある地域づくりへ向けて行動していくことが可能になるはずである。

(2) 情熱とロジックのバランス感覚の醸成

マイク・タマキ氏は、通常のビジネスであれば「80%のロジックと20%の感情」で対応できるが、マオリの観光事業では「80%の感情と20%のロジック」で対応しないとイケない時もあると語った。情熱だけでも、計算だけでもうまくいかず、その両者のバランスをとることが成功のために必要なのである。

マオリ・ツーリズム・カウンスルでは、マオリが、物質、自然、精神、そして文化資源などを守る伝統的な保護者たるべしという「カイティアキタンガ (Kaitiakitanga)」をはじめとした「カウパパ (Kaupapa)」と呼ばれるマオリの価値観を組織の理念として掲げ、その実現を重視しているが、その一方で、マオリがビジネスのセンスやスキルを身に着けるための支援にも力を入れていた。また、情熱的に地域での観光振興に取り組むコロ・カーマン氏も、自らがビジネスを始める前には、1年間、観光客の調査やデータ収集をし、冷静な分析を行っている。

我々が会ったマオリたちには、環境原理主義者や文化保護原理主義者はおらず、あるいは経済優先主義者もいなかった。いずれの観光リーダーたちも、熱い理念と冷静なロジックの両面を持ち合わせて、バランスをとる努力をしていることがうかがえた。

マイク・タマキ氏は、マオリ文化や道徳を伝える講演や教育活動を盛んに行い、コロ・カーマン氏は、わずかな報酬で地域の起業支援などに多くの労力と時間を割くなど、社会貢献にも熱心である。

日本では、それとは対照的に、経済的な成功は地域経済を潤し雇用を創出しているとして、それだ

けで社会貢献しているかのように捉えられる場合も多い。それは、下手をすれば、地域住民の生活を守ることを口実にした経済優先主義になりかねず、環境保護も文化保全も、経済に余裕がある時に組み込めばよいといったような、経済に従属した優先度の低い存在にもなりかねない。

しかし、本来は、その両者のバランスがとれて初めて、地域の幸福があるのではないだろうか。すなわち、ロジックの中身においても、経済と道徳のバランスが必要なのである。二宮尊徳の「報徳思想」では、「道徳のない経済は犯罪である。経済のない道徳は寝言である」と言っている。この「道徳」という言葉を、「自然保護」や「文化保全」と置き換えても十分成り立つものだと考えられる。

自然保護や文化保全を軽視し、経済を優先した観光には、観光客も魅力を感じなくなっている今日、観光事業でも、経済と道徳の両立を重視する考え方やバランス感覚を再構築していくことが求められている。

(3) コミュニティの重要性の認識と再生

自然環境や景観、文化やたたずまいなどの観光魅力を保全し、管理し、磨いていくのは地域で生活するコミュニティであり、その働きを他の手段で代替することは難しい。すなわち、観光は、コミュニティ・ベースでないと成立しないのである。まずは、その認識を共有することが求められる。

2-1. マオリの観光の成功要因「(3) コミュニティの入れ子構造」の所で述べたように、個人や観光事業者が地域や社会に貢献する意識の背景に、コミュニティの入れ子構造の存在を見たが、その前提にまず、コミュニティ組織が生きているということがある。

今回の調査では、マオリの女性たちが生き生きと表舞台で活躍している様子がうかがえたとし、白人との混血が進み、血縁コミュニティへの人の出入りが、想像以上にオープンな印象であった。

一つのヒントと思われるのは、訪れたいずれの地域でも、観光事業に出資し、利益を地域に分配する役割を担っていたチャリタブル・トラストという組織があったことである。マオリのファナウ、ハブ、イウィといった血縁コミュニティ組織とは別に、地域のチャリタブル・トラストなどの組織や、各種の住民組織やマオリ・リージョナル・ツーリズム・オーガニゼーション (MRTO) などの職縁組織、さら

には自治体といったさまざまな地域組織があり、それらが時には連携・協力し、時には組織間で協議して、異なる利害関係を調整しているように見受けられた。

このような多様な地域組織のあることが、閉塞的になりがちな地縁コミュニティや血縁コミュニティの風通しを良くし、縦糸と横糸のような関係で、互いの欠点を補ったり、チェックしたりする機能を果たしているのではないだろうか。

日本でも、京都の祇園祭などでは、地縁コミュニティだけで担い切れなくなり、地域の企業などの職場単位で参加する動きが出始めているが、そうした地縁以外のコミュニティとの補完関係の構築や、コミュニティの最小単位である「家族」や学校、趣味縁、さらにはネットコミュニティなどの複合的な組み合わせや協力などに、コミュニティ復活の可能性があるのかもしれない。

(4) 自分たちの地域や文化に対するプライドの醸成

我々がヒアリングをしたマオリの観光関係者は、マオリ民族であることや、自分たちの地域や文化へのプライドを強く持っていた。そのため、観光客を楽しませるために歌や踊りのアレンジはするものの、決して客にこびることはない。時には、ルールを破って儀式の最中に笑顔を見せた観光客を殴ってしまうという行き過ぎた事件もあったようだが、自分たちやマオリ文化へのプライドが、アトラクションの質を高めるモチベーションにもなっているし、客に迎合した見世物に飽きた観光客には、奥深い本物性を感じさせるものになっている。

また、マオリの観光関係者たちに共通していたのは、観光という産業自体へのプライドである。特に印象的だったのは、ファカレワレワ・サーマル・ビレッジの入り口に、19世紀からの観光の歴史やかつて活躍した19世紀の伝統的な観光ガイドが、写真入りの大きなパネルで誇らしく展示されていたことである。

2-1. マオリの観光の成功要因「(1) “観光は手段”という位置づけ」で述べたように、マオリにとって観光は、地域住民の幸福や伝統文化の継承など崇高な目的を実現する手段であり、さらに、世界中の人々と交流して自分たちを知ってもらえる素晴らしい手段であると強く認識していた。

観光が、マオリのプライドを育て、そのプライドが観光の質を高めてきたという好循環でもある。

(5) 情報・知識とエンターテインメント性の融合 (エデュテインメント化)

我々が見てきたマオリ・ツーリズムからは、自分たちの文化や歴史を伝えたいという思いが強く感じられたが、しかし、決して、その思いを押しつけたり、たくさんの情報を詰め込むようなことはなく、観光客にまず楽しんでもらうことを必要条件と考えているようだった。

マオリと白人の間の歴史を描いたマオリ・ヘリテージ・ビレッジでも、白人を一方向的に糾弾するようなことは避けられており、観客自身がそれぞれ自分で感じ、考えるに任せていた。

また、カイコウラのマオリツアー社のエコツアーでは、モーリス氏の自宅に参加者を招き、参加者がリラックスして歓談し、交流して楽しむ時間を重視しているが、その中で、マオリと一緒に食べるということを経験する文化なのだというのを、さりげなく体験させ、伝えていた。

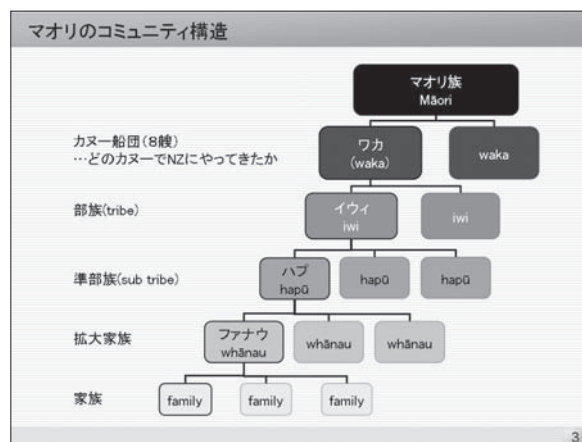
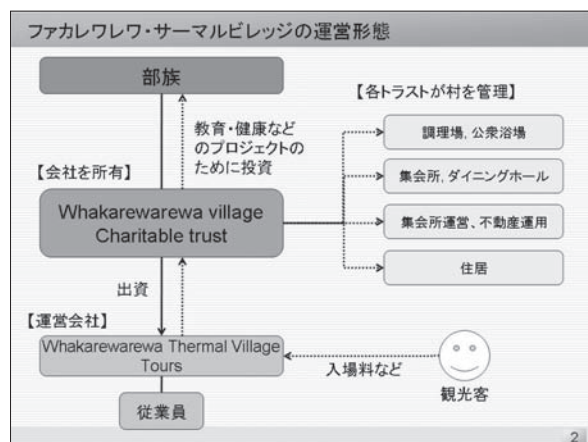
フットプリント・ワイボウアの森のナイトツアーでは、森に関する自然やマオリの民話・伝説などの解説はあるものの、より重要なのは、森の暗闇の中で、マオリ語で祈りを捧げるのを聞き、その後、ただ静けさを感じるという体験であった。何も語らずして、森への畏敬の念を参加者に伝えることに成功している。

いずれの場合も、文字にできる情報量としては多くはないが、知識を情報として伝えるよりも、はるかに多くのことを伝えることができている。また、そのエンターテインメント性や感動を与えるやり方は、人気を呼び、来訪する客を増やすことになるであろう。

まず“面白い”と思ってもらうことや感動体験は、より記憶力を強めるもので、直接的な情報伝達や主張よりも効果的であり、結果として、マオリの歴史や文化を伝えたいという思いを、最大限達成できる方法なのである。

観光には教育的側面もあり、特にエコツーリズムには、科学教育の一翼としての期待もあるが、参加者が楽しむことを感じることで、より深く伝え長く記憶されるものも多く、結果として高い教育効果が得られることを考えると、知識・情報とエンターテインメント性がバランスよく融合したエデュテインメント化も、観光の重要な課題である。

参考資料



カイコウラ 旅行者と住民の環境への負荷

表1. 住民と観光客が環境に及ぼす割合推計

	人 数	年間滞在日数(日)	1日平均滞在人数	割合 (%)
住 民	3,483	351.5	3,354	62
短時間通過滞在客	380,000	0.1	104	2
日帰り客	137,000	0.33	124	3
宿泊客	356,000	1.83	1,785	33
合 計	876,483		5,367	100

注: ニュージーランド国民は年平均13.5日居住地外へ出かける
日帰り客は平均8時間滞在する 『Lincoln University Report: Nov. 53, 2002』より作成

5



19世紀に活躍した伝説的なガイド ～ファカレワレワ・ビレッジ入口～



8

歴史の一場面を再現 ～タマキ・ヘリテージビレッジ～



9

村の中をトラムで移動 ～タマキ・ヘリテージビレッジ～



10

村に入るための歓迎の儀式 ～タマキ・マオリビレッジ～



11

カイコウラの街とマオリ・エコツアー

カイコウラの街



森の中で、マオリの人々と植物との関わりについて説明するマオリツアー社のモーリスさん



12

カヌーでニュージーランドに渡ってきたマオリ ～ミタイ・ビレッジ～



13