

謹んで新年のお慶びを申し上げます。  
 本年も読者の皆様には素晴らしい年となりますよう  
 心よりお祈り申し上げます。

近年、観光を取り巻く話題とえば訪日外国人観光者の増加であろう。それに起因する宿泊業やリゾート経営・テーマパークなど観光産業の好調、さらにこれを将来に繋ぐ人材育成の問題すなわち観光教育のあり方を巡る議論へと話題は広がっている。

『観光文化』第221号（2014年4月）には英語圏の視点から日本の観光研究と教育の話題が取り上げられている。この分野で英語圏には多くの実績があり、とくにビジネスという視点から見た諸稿の指摘は妥当な意見である。さらに精読すると、日本人の教育者や研究者が彼らの教育研究フレームで学び、彼らに新しい知見を提供することを彼らが期待する理由を窺うことが出来る。その理由は、訪日外国人観光者の増加を促す「日本」が世界から注目される理由でもあり、議論の根幹は日本の若い研究者や産業人が海外とくに英語圏への興味を持たなくなってきたこととも関係しているように思える。

よく国際比較の数値から、彼らはグローバル競争に負ける人たちのように描かれるが、これも視点の問題で、もしそうならば日本の観光魅力は「敗者の国の遺産が魅力的」とされなければならないが、豈に（あはれ）らんや今世界が注目する「日本」

## 日本の観光研究のこれから

立教大学観光学部教授 立教新座中学校・高等学校校長 村上 和夫

魅力は彼らが住む街と彼らが創り出す生活文化なのである。大量消費する訪日客を除くと日本通のスノビスト達を魅了するのは、視覚的には世界各地から持ち込まれた文化の断片と日本の伝統品が織りなす雑多な「日本」の街であり、そこに潜む「日本」を感じさせる「生活の存在感」であろう。若者のファッションタウンと駅とを結ぶ渋谷駅前交差点、中国から持ち込まれ変質した餃子やラーメン、渾然一体な居酒屋と呼ばれるファーストフード店、兔小屋と言われてもハイテクな住宅。この「日本」は西から文明とともにやってきた革新が、再度練り直され向きを変えて、東からの革新として西へ発信される場所なのである。西への発信はやがて観光者を生み訪日客を増やしていく循環を生む。

ビジネスの視点では、英語圏の研究者の弁は至極妥当であるが、他方でポストモダンな魅力で注目される「日本」は、少し視座を引いて、感性や美を紐解く哲学や文学、デザインやエンタテイメントの修辭法などの方法から理解しないと分かり難い。そこに内在する正攻法と反語性の共存は、近代観光学のフレームを再構築する文化的視点の出発点となる。

日本の観光研究者が世界に出て活躍することの必要性は論を俟たない。それは同時に世界に向かって斬新なフレームで観光学の発展に寄与する使命をしっかりと自覚することが大切なのである。

（むらかみ かずお）