

(研究ノート)

クラフトツーリズムにおける伝統工芸作品の位置づけ

谷口重徳¹

1. はじめに

本稿は伝統工芸をテーマとした観光における工芸作品の位置づけを検討することを目的としている。なお、本稿は具体的な事例研究ではなく、理論的な視点をめぐる考察にとどまることをあらかじめ断っておきたい。

現代の観光において観光客の関心はマスツーリズムから観光客による現地でのさまざまな個別の体験を重視するニューツーリズムへと移行してきた。この傾向は、消費社会の成熟による消費者の意識の変化と連動しているため、今後もさらに加速してゆくものと思われる。須藤（2012）は、観光社会学の視点から現代の観光文化が現代社会（後期近代社会）のありかたと深く関わる点を指摘する。すなわち、現代は社会の様々な領域において基盤となる前提を再帰的に問い直し続けることにより、一方で共同体の解体を進め、他方で個人の自己承認やアイデンティティの希求へと促すところにその特徴がある。現代の観光文化もまたこうした現代社会の文脈の中にあるため、その自己言及性、不確定性、流動性と同時に創造の自由という特徴を強く持つことになる。もちろん観光は経済のサービス化によってもたらされ、観光対象は重要な経済的資源であることと相まって、現代社会においては世界遺産からマンガ・アニメ文化、さらにはボランティア体験まで含めた様々な経験が観光という枠に吸収されるとみるのである（須藤 2012:16f.）。このように現代の観光は次々と新たなテーマを観光資源として組み込む動きにあるのだが、このことは観光客を受け入れる側にとっても重要な意味を持つ。すなわち、観光客に対して印象深い個別の体験を提供することができれば、必ずしもマスツーリズムを前提とするような観光名所や大規模な観光インフラがなくても観光地として成立しうる。それゆえに地域振興の方策を模索する各地域は、観光に大きな期待を寄せているといえる。

以上のような現代日本の観光をめぐる文脈の中で、近年、伝統工芸をテーマにした観光をクラフトツーリズムとして再編する動きが見受けられる。伝統工芸をテーマとした観光自体は、例えば陶芸分野では愛好者が各地に遍在する陶磁器の産地を探訪するという旅のスタイルが見られたり、マスツーリズムの行程に大規模な窯業地が組み込まれ、土産物として陶磁器を購入するというスタイルが見られたりした。しかし、伝統工芸が現代のツーリズムとして成立するためには、伝統工芸を通じて観光客に固有の経験を提供することが不可欠となる。そこでは、単なる土産物としての工芸品を販売し購入するという関係を越えて、工

¹ 甲南女子大学文学部日本語日本文化学科准教授

芸作品を介して作り手と使い手の間の交流が行われたり、伝統工芸に対する観光客の理解がいつそう深まったりする経験が求められるだろう。さらに各産地において産み出される工芸作品にはその地域性が色濃く表象されているため、観光客が工芸作品を通じて地域性を体感できることも求められるだろう。また工芸作品はその用途から日常生活に用いられることを前提としてモノであり、同時にそれは日常性の表象にもなりえる。本稿では、クラフトツーリズムにおけるこうした多義的な伝統工芸の位置づけを検討しながら、観光における「モノ」を理解する視点を得る手がかりとしたい。

2. 日本における伝統工芸の位置づけ

伝統工芸をテーマにしたツーリズムのあり方を検討する前に、日本における伝統工芸の位置づけを概観しておきたい。だが、これは非常に困難な試みでもある。というのも、「工芸」概念や「伝統工芸」概念が、概念規定の上でも非常に多義的であるのに加え、社会においても複雑な関係性の中に置かれている。冒頭で現代の観光は現代社会に特徴的な再帰性を有していると述べたが、伝統工芸もまたそれと同様である²。このように日本における伝統工芸は、概念上は近代化の過程を通じて再帰的に見出されたものであるとしても、実態としては江戸時代に各地の手仕事（手工業）として発展してきた。こうした留保をつけつつ、伝統工芸の位置づけを概観しておきたい。

日本における伝統工芸は、文化芸術としての位置づけと伝統的産業としての位置づけ、さらに観光資源としての位置づけという側面が重なり合っている。現在、それらは国の政策とも結びつき、それぞれ文化庁（文化芸術として）、経済産業省（伝統的産業として）、観光庁（観光資源として）の所管と連動しながら、複雑な構造を有している。

まず、文化芸術としての伝統工芸の位置づけは次のように概観できる。日本の近代化に伴う生活様式の変化や手仕事による技法の消失に対する危機感を経て、伝統的な技法を保護する制度が作られていく。まずは建築物や美術品、工芸品などの形のある重要な文化財の保護が目指されてゆく³。そして第二次世界大戦の激動期を経て、国の文化政策として演劇、音楽、工芸技術などの「形のない」文化的所産であっても歴史上又は芸術上価値の高いものを無形文化財や重要無形文化財として保護するしくみができていった⁴。1950年には「現状のまま放置し、国が保護しなければ衰亡のおそれのあるもの」を「選定無形文化財」として保護するために文化財保護法が制定される。これにより「無形文化財」が法的に位置づけられた。その後、1954年の文化財保護法改正により、「選定無形文化財」（「衰亡のおそれ」が

² 北澤(2013)や山本(2022:234ff.)の指摘によれば、日本における工芸概念の形成は明治初期にさかのぼる。この時期に「美術」概念や「工業」概念が成立したことに対応し、再帰的に「工芸」概念が成立したとされる。また「伝統」という概念も近代化の進展と並行して見出された営みであることが指摘されている (Berger,P.L.,Berger,B., Kellner,H 1974=1977)。

³ 1871年の太政官布告古器旧物保存方、1897年の古社寺保存法、1929年の国宝保存法などがそれにあたる。

⁴ 日本伝統工芸展史編纂委員会(1993:16-29)。

あるもの)に代わり、伝承された工芸技術の中で芸術上、工芸史上などの観点から判断して「無形文化財」の中で重要なものを「重要無形文化財」に指定した。ここでの工芸技術は、陶芸、染色、漆芸、金工、木竹工、人形、和紙、その他(七宝、ガラス、硯、玉、截金、木版画等)の分野に及ぶ。それを受け、1955年の重要無形文化財技術指定制度により、いわゆる人間国宝が指定されることになる。この制度において重要無形文化財の対象として指定を受けるのは、形のない「わざ」(技術)である。この「わざ」(技術)を高度に体得、知悉した技術者、集団が認定を受け、国からの助成を受けることとなった。1955年の第一次指定内定では工芸技術関連14件18名が指定された⁵。

この重要無形文化財の制度とともに日本工芸会と日本伝統工芸展も成立する⁶。様々な工芸分野に取り組む個人や団体の中で、特に優れた技能を持つ者は日本工芸会の正会員として認められ、その工芸分野および日本工芸会の各地方支部において指導的役割を果たすことが期待された。また日本工芸会によって日本伝統工芸展が毎年開催されるようになった⁷。

以上の重要無形文化財の制度は、文化芸術としての工芸において重要な意義を持つといえる。ここではとくに二点を指摘しておきたい。第一の意義は、各地の古い技法を復活させ、それを現代の工芸・芸術の水準に高めたことである。例えば、陶芸においては中世から近世の「名品」が伝えられてきたが、各窯業地ではその時々を社会的需要に応じた生活用具や工業製品としての陶磁器を製作していたため、その技法は順次失われた。こうした中で1930年代前後から1950年代にかけ、失われた陶磁器の技法を復興させる取り組みが各地で見られるようになった。岐阜県的美濃での古窯跡の発掘研究から志野焼の技法を復活させた荒川豊蔵が後に人間国宝に認定されたように、これらの活動の積み重ねが重要無形文化財の制度へとつながってゆく。第二の意義は、この一連の制度が伝統工芸における後継者の育成と評価システムにもなったことである。この日本伝統工芸展を通じて、伝統工芸作品の表現を常に同時代性を有するものへと発展させるとともに、ここでの評価が、この分野での社会的評価となり、作品の値段などの市場的评价に直結するようになっていった。そしてこのシステムの頂点がいわゆる人間国宝であるといえよう。

さて、伝統工芸の概念についてはもう一つの重要な視点がある。それは、現在の産業として伝統工芸を捉える視点であり、伝統工芸は、経済産業省によって「伝統的工芸品」や「伝統的工芸品産業」と表現される⁸。そこでは伝統工芸品産業が地域資源・技術等を基盤に、ものづくり産業を形成し、長く地域産業・経済の発展と雇用の創出に貢献してきたとみて、

⁵ 芸能関係の認定者と合わせるとこのとき30人が指定された。

⁶ 日本伝統工芸展史編纂委員会(1993:30-58; 59-64)。

⁷ 日本伝統工芸展への応募は当初は日本工芸会の正会員、支部会員および推薦者であったが、その後、一般公募となった。

⁸ 以下の記述は、経済産業省公式サイト「伝統的工芸品産業への支援」2020年10月による(2023年1月31日閲覧)。

https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11722578/www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyo-densan/densan-seminar/R2densan.hoiokin.pdf

その文化性に着目した技術・技法の保護・保存をすることのみを目的とせず、産業活動として維持・発展することがめざされている。伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法、1974年）に基づき経済産業省が定める基準を満たすと、経済産業大臣によって伝統的工芸品に認定され、製品に伝統マークをつけて販売することが可能となる。また、伝統的工芸品産業に携わる人は「伝統工芸士」と呼ばれる。

伝統的工芸品産業の認定基準（伝産法第2条）は次の通りである。一、主として日常生活の用に供されるものであること。二、その製造過程の主要部分が手工的であること。三、伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。四、伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること。五、一定の地域において少なくない数の者がその製造を行い、又はその製造に従事しているものであること、とされる。なお、基準三と四で言及される伝統的な技術や技法、原材料とは、具体的には100年以上の歴史を有すものであることとされる。

伝統的工芸品としての指定品目は全国で235品目（2019年11月20日時点）であり、それらの産地は広範囲にわたる。また、その対象が「日常生活の用に供されるもの」であるため、伝統工芸として一般的にイメージされやすいのもこの分野であると思われる。経済産業省によれば伝統的工芸品産業全体の生産額は、1998年の2,784億円から低下し、2010年代には1,000億円前後で推移した後、2016年には927億円にまで低下している。従事者数全体でも、1998年の11万5千人から2016年には5万8千人にまで減少している。さらに従事者層のうちで中心的役割を担う伝統工芸士も2008年の約4,700人から2016年には4,000人を割り込むまで減少している。こうした状況に対して経済産業省は、各産地における伝統的工芸品の原材料確保対策事業や若手後継者の創出育成事業のほか、観光など異分野との連携や他産地との連携事業、国内外の大消費地等での需要開拓などに対して支援を行っている。こうしたことから観光との連携に対する期待がうかがえる。

3. クラフトツーリズムにおける伝統工芸作品

以上、日本の伝統工芸は近代化以降の工芸品の製作と流通、製作者の育成と評価、生産地の整備などを通じ、文化振興と産業振興という両面から「制度化」されてきたことが見て取れる。このような背景を持つ伝統工芸は日本の各地域において非常に大きな存在感を有するために、それぞれの地域において早くから観光資源としても活用されてきた。そして近年は観光において観光客個人の体験を重視するニューツーリズムにおけるクラフトツーリズムの文脈の中で新たな観光資源として再編されるようになっている。たとえば、陶芸の分野では、以前から陶磁器愛好者や観光客による産地探訪という観光形態が一般的に見られたが、近年は各産地間の競争だけでなく、産地同士の連携などの新たな動きも見られる。陶磁器の産地が集積する九州北部において佐賀県の唐津、伊万里、武雄、嬉野、有田と長崎県の佐世保、平戸、波佐見の8地区が「肥前やきもの圏」として2016年に文化庁により日本遺

産として認定を受けた。それにより各産地の広域連携による観光の取り組みが見られる⁹。また窯業地の中で中世から現代まで持続している産地のうち、六古窯と称される瀬戸[愛知県]、常滑[愛知県]、越前[福井県]、丹波[兵庫県]、信楽[滋賀県]、備前[岡山県]では、2017年の日本遺産認定を契機に六つの産地が連携しながら「六古窯」のブランド化に取り組んでいる¹⁰。これらの取り組みによって、産地を横断した形での周遊型観光の提案や広域連携による相乗効果によって（伝統工芸と関連づけることが可能な）観光資源を拡充することができるようになっている。このように近年の伝統工芸の産地では観光が産地のあり方に新たな展開をもたらすなど、その影響力は大きい。

クラフトツーリズムは、新しい概念であり、現在も実践を通じて変化している途中である。ここでは観光庁の事業の一環として民間企業により取り組まれている活動を紹介する「LOCAL CRAFT JAPAN : CRAFT & JOURNEY」という Web サイトを参照し、クラフトツーリズムがテーマとする「クラフト」と「旅」についての定義を確認しておきたい¹¹。なお当該サイトでは幾分広告的表現がなされているため、次のように要約する。すなわち、クラフトについては、①その土地の自然や風土、生活文化を背景とした地域固有のものづくりの歴史的継続性を有するもの、②現代の感性と価値観を生かしつつ手仕事によって産み出されたもの、③現在の人々の暮らしの中で用いられるもの、である。また、クラフトツーリズムの旅（ツーリズム）の部分については、①伝統的なものづくりの現場・起源を訪れる、②その地域に暮らす人やものづくり取り組む人と出会い、対話をおこなう、③長い時間を積み重ね、連綿と続く産地の日常の中での今日という一日を味わう、というものとされる。さらにこうしたクラフトツーリズムの特徴として、作り手・産地の人々・旅行者の三者に利益をもたらすことにつながるとしていること¹²にも注目しておきたい。

これらから工芸作品（クラフト）が地域の自然や風土、生活文化、さらには地域の歴史的連続性を表象するコンテンツとしての性格を持つと同時に、現在の生活の中で用いられる生活用具である¹³という意味において日常性をも表象しているといえる。そしてここでは、

⁹ 「肥前やきもの圏」（「肥前窯業圏」活性化推進協議会）（2023年1月31日閲覧）

<https://hizen400.jp>

¹⁰ 「旅する、千年、六古窯」（六古窯日本遺産活用協議会）（2023年1月31日閲覧）

<https://sixancientkilns.jp>

¹¹ 本事業は、観光庁の観光DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による新たな観光需要の創出や来訪意欲の増進を図る「来訪意欲を増進させるためのオンライン技術活用事業」として実施され、「LOCAL CRAFT JAPAN : CRAFT & JOURNEY」というサイトが運営されている（2023年1月31日閲覧）<https://localcraftjapan.com/definition/>

なお、クラフトツーリズムの定義については、竹田(2021)において産業観光に含まれるものとした上で、クラフト（＝手仕事）に焦点を当てた観光としている（竹田2021:296）が、本稿ではより包括的な観光庁の定義を参照した。

¹² 「LOCAL CRAFT JAPAN : CRAFT & JOURNEY」「旅の特徴・ポリシー」（2023年1月31日閲覧）

<https://localcraftjapan.com/for-agency/>

¹³ 日々の暮らしの中で用いられる工芸というテーマは、当然ながら柳宗悦によって提唱された民藝運動という大きな問題系につながる。これについては、機会を改めて検討したい。

従来の観光において見られたような土産物（商品）としての工芸作品の販売者と購入者という関係を超え、地域性と日常性を合わせ持つ工芸作品（クラフト）を媒介に、観光客と作り手、地域の人々の交流が目指されているのである。

4. ニューツーリズムが抱える課題～コンテンツツーリズムの視点

ニューツーリズムは、観光客の体験に焦点を当てることに特徴がある。そのため、クラフトツーリズムにおいても工芸作品を媒介として作り手と現地の人々、そして観光客の三者の関係性の構築と深化がめざされている。この理念がうまく実現できた場合には観光客に印象深い体験を提供することができるだろう。しかし、同時にここには観光客の体験を重視するニューツーリズムが抱える課題もまた存在するように思われる。

このことについて、同じくニューツーリズムの一種としてのコンテンツツーリズムの視点が考察の補助線になると考えられる。2000年代以降、各地域において地域コンテンツを一種の観光資源とするコンテンツツーリズムが普及したことにより、作品と地域の関係について可能性と課題が数多く論じられてきたからである。そこでは作品が地域と出会うことにより、作品が一種の観光資源として機能することや地域コンテンツ作品で表現される地域性をどのように捉えるかという課題、さらにはコンテンツツーリズムにおいてゲスト・ホスト・作り手の関係性に生じる葛藤などの課題などが検討され続けてきたのである¹⁴。ここには、クラフトツーリズムと同型の問題を見出すことができるだろう。

以下では近年のコンテンツツーリズム研究の文脈における作品と地域に関する論点を整理しておく。コンテンツツーリズムはコンテンツ作品に描かれた地域を作品のファンが訪問し、地域の側が観光客として迎え入れる観光形態である。これらの動きは、文学、映画、テレビドラマ、流行歌などで古くから見られたが、2000年代の中頃からは、とりわけアニメーションやマンガ、ゲームなどのいわゆるポップカルチャーの分野においても作品の中に地域の景観や生活文化の諸相が精密に描写される傾向が見られるとともに、コンテンツツーリズムが大きな存在感を持つようになった。さらに近年はYouTubeなどの動画SNSにおいて発信される地域情報もそこに加わる。必ずしも知名度のある観光地ではなくても、作品の人気によっては、多くのファン＝来訪者を期待できる。そのため各地域がいくつかの先進的な成功事例の地域を研究しながら、コンテンツツーリズムを地域活性化策の一つとする方策に取り組んでいる。

このとき、作品と地域の関係については、作品を媒介としつつ地域を訪れるファン（観光客）とそれらを迎え入れる地域、そして作品の製作者の三方が相互に配慮しながらいずれもが利益を享受するというトライアングル・モデル（山村 2011）が理想とされる。また、コンテンツツーリズムにおいては作品の人気の持続性という点も重要になる。時間の経過とともに作品の人気の減じると地域への来訪者も減少するからである。そのため、地域の活性

¹⁴ 一連の論点については（谷口 2019）を参照されたい。

化を目指す側にとっては作品のファンという存在を地域そのもののファンへと転ずる取り組みが不可欠である。その際、地域を訪れたファンが地元の人々との間で「サードプレイス」(Oldenburg1991=2013)のように情緒的な交流が行える場をいかに作るかということも鍵となる。地域にとってはこうした取り組みを通じ、一時的な来訪者を長期的に地域との関わりを持つ「関係人口」にしていこうとすることが目指される。これらの論点は、各地の事例研究を通じて一つの理想的な成功モデルにもなっている。

コンテンツツーリズムが観光客の体験を重視するニューツーリズムの一種であるがゆえに、コンテンツツーリズムが理想とする成功モデルは、クラフトツーリズムにおいても同型であると考えられる。先ほど参照した観光庁による「LOCAL CRAFT JAPAN : CRAFT & JOURNEY」で表現されていたように、作り手・産地の人々・旅行者の三者に利益に言及している点などは、まさにコンテンツツーリズムの成功モデルに重なる。

しかしながら、コンテンツツーリズムにおいて理想的モデルの実現が容易でないこともまた指摘され続けてきた。風呂本武典は、各地のコンテンツツーリズムの現状を検討しつつ、いくつかの課題を指摘している(風呂本2019)。風呂本の指摘はコンテンツツーリズムがテーマとする作品の構造に起因するものと、作り手・ゲスト・ホストの関係性に起因するものに大別できるが、ここではまず後者について触れておきたい。

風呂本は広島県竹原市の事例研究を通じ、ゲスト(ファン、観光客)とホスト(地域)、そして製作者の認識の相違を指摘している。コンテンツツーリズムの場合、ゲスト(ファン、観光客)の関心は多様である。作品に描かれる舞台を見つけ出して探訪することに関心を持つ層もいれば、現地の人々との交流体験を通じ、現地への理解を深めることに関心を持つ層も存在する。現地の人との交流を望む層にとっては、地域の人々と一緒になってイベントの運営に参加することは、ゲストという立場を超えて、ホストによる地域活性化の現場に居合わせることへの関心といえるだろう。

ディーン・マキアーネル(MacCannell 1976→1999=2012)は、観光客が観光地にしつらえられた「表舞台」だけでなく、部外者に閉ざされているような「舞台裏」に立ち入ることに関心を持つこともあると指摘している。現代の観光客は必ずしもメディアコンテンツによって描かれた場所イメージを体感することだけに関心があるわけではない。地域の「真」の姿に触れたり、地域の人々と親密な交流を深めたりすることを望む観光客にとって、現地の人しか知らないような区域に足を踏み入れる機会は得難い体験になるだろう。

しかし、それが本当に現地の人にとっての舞台裏であるのかどうかよりも、観光客にとって現地の真の姿に触れたという感覚の方が重要である。そのため、「舞台裏」自体もまた「演出された」ものになってゆくとマキアーネルは指摘する。現地の人々が観光客を受け入れるために、観光客にとって「真正」のように経験される「舞台裏」が現地の人々によって演出されていく。このとき、ゲスト(観光客)とホスト(現地の人々)との間で観光体験をめぐる表舞台と舞台裏が再帰的に反転し続けるのである。

風呂本のこの事例の場合も同様である。ゲストがイベント運営の舞台裏そのものへ立ち

入ることはホスト（地域）の側からも製作者の側からも歓迎されておらず、むしろゲストはイベントの「客」として参加することが期待されているにすぎないという。コンテンツツーリズムのゲストの中でも、とくに地域のホストとの交流を望む層にとっては、現地でのイベント運営への参加が地域活性化の現場という「舞台裏」に居合わせる機会となる。しかし、ゲストによるイベントへの参加という体験それ自体がホスト（地域）の側やコンテンツ製作者にコントロールされた形での地域イベントに回収されうる。ここにおいて風呂本は、コンテンツツーリズムの理念的な成功モデルが提示するようなファン（観光客）、地域、製作者の三者による理想的な「三位一体の地域協業」関係の構築は実際には容易ではないとするのである。そしてこれらの構図は、コンテンツツーリズムだけでなく、ニューツーリズムが共通して抱える問題であるといえる。

クラフトツーリズムにおいて観光客が工芸作品の製作現場を間近に見学したり、実際に製作体験を行ったりすることは、伝統工芸の世界をより深く知る機会になる。しかし、観光客に対応する作り手は、元来、伝統工芸作品の製作を専門とする者であり、クラフトツーリズム（ニューツーリズム）によって観光客と直に接する機会が増えるようになったのである。ワークショップ形式によるものづくり体験のような場において、基本技能を持たない観光客が限られた時間の中でその世界の魅力を体験できるようにすることが求められる。そのため、あらかじめ工程を簡略化し、管理されたかたちでの製作現場（舞台裏）を観光客に対して用意しておくことになろう。このことは観光客の体験に焦点化するニューツーリズムに生じるジレンマといえるだろう。

以上のように、コンテンツツーリズムの論点を補助線にすると、クラフトツーリズムにおいて想定されているような観光客、作り手、地域の人々の関係性を深化させようとする際に生じる課題が浮かび上がる。

先ほどコンテンツツーリズムの課題を指摘した風呂本は、さらにコンテンツ作品そのものの構造に起因する課題についても指摘している（風呂本 2019:158-169）。風呂本によればコンテンツツーリズムの観光客はコンテンツ作品に描かれた場所を訪れ、メディアによって描かれた場所イメージという「非現実性」を体感して楽しむ。しかし同時に、そこは地元の人々にとっては日常生活が営まれる場所でもある。テーマパークのように隔離空間の中に厳密に管理・構築された「非現実性」と異なり、描かれた場所イメージは、地元の人々の生活が紡ぎ出す日常性＝現実性によって絶えず侵食されるのである。このとき、観光客と地元の人々の間で場所についての「非現実性／現実性」をめぐる葛藤が生じている。

また風呂本は、コンテンツツーリズムにおいて観光資源とするコンテンツは必ずしも地域性と結びつかないというとも指摘する。コンテンツツーリズムに取り組む地域にとって、自らの地域の特性を組み込んだ地域コンテンツは他の地域との差別化を図る意味でも重要な要素である。ところが現状において観光客を誘引する地域表象としての作品には、地域の景観、生活様式、文化だけでなく登場人物としてのキャラクターが描かれる。とくにアニメーションやマンガ、ゲームなど二次元作品の場合、当然、キャラクターの設定に地域の特性

が込められるのだが、このときキャラクターの外見そのものの描写は「超地域的」にならざるを得ない。メディアコンテンツ作品の製作、流通においてコンテンツビジネスやキャラクタービジネスの要素は不可欠である。一定のファンを獲得するためには、キャラクターの外観の描写において同時代のアニメーションやマンガ、ゲームなどで支持される要素が採り入れられる。さらに現状ではコンテンツ／キャラクタービジネスの製作、流通の基盤は首都圏を中心とした大都市圏にある。そしてそれによってコンテンツビジネスの側面での製作者と地域の間での複雑な利害調整をめぐる葛藤も生じることになる。地域でコンテンツツーリズムによる地域活性化に取り組もうとする主体にとって、首都圏のコンテンツ製作者との間で作品の利用やグッズ製作、イベント運営などに付随する著作権や利害の調整には非常に大きな苦心を伴うのである。

こうしたコンテンツツーリズムが抱える課題は、上で述べたような現代社会における観光の再帰的（自己言及的 self-reflexive）な特徴に起因すると考えられる。観光客と地元の人々の間で地元という場所についての「非現実性／現実性」をめぐる葛藤や地域コンテンツ作品における地域性の表現をどのようにとらえるかという課題などは、いずれも作品という表象を通じて再帰的に見出された地域イメージの解釈の相違によってもたらされたものといえる。

5. 工芸作品のモノ性とクラフトツーリズムの可能性

しかし、このとき浮かび上がるのは課題だけでない。コンテンツツーリズムを補助線にすることで、クラフトツーリズムの可能性もまた明確になると思われる。端的に言えば、それは工芸作品のモノ性である。クラフトツーリズムの場合、3節で確認したように工芸作品は、モノ（物体）でありながらも地域性と日常性を合わせて表象している。そうした表象であると同時にモノ（物体）としての日用品であるという伝統工芸作品の性質は非常に重要であると考えられる。

実際にクラフトツーリズムで工芸の産地を訪れた観光客は、その地域で体験型観光を楽しむと同時にその地域の工芸品を購入する。竹田(2021)は、陶磁器の波佐見焼（長崎県）の産地における観光の現状を分析し、絵付け体験や波佐見陶器まつりなどへの参加を通じて波佐見町のファンになった消費者が、波佐見焼などを購入することで、いわゆるモノ消費につながっている現状を指摘している。竹田(2021)に示されたデータとグラフの目盛りを読むと、波佐見町の観光客数は1999年の約50万人から2018年の104万人へと増加し、観光消費額も1999年の約10億円から2018年の46億円へと増加している。そして観光客一人あたりの波佐見焼購入費は2009年の1,521円から2018年の2,929円へと増加している。なお、竹田は家計調査年報の家計収支データに着目し、この時期の一世帯あたりの食器購入額と個数が1996年の3,828円、6個から2018年の1,323円、3個へと減少していることと比較して、観光を通じた波佐見焼の消費の伸びを評価している。さらに波佐見町のふるさと納税額は2016年の0.5億円から2018年には14.0億円と急増していることも指摘されて

いる。同時期のふるさと納税総合サイトで扱われた波佐見町のふるさと納税返礼品の86%が波佐見焼であったことから、竹田は観光を通じた関係人口の伸びにつながっている可能性も指摘するのである。

上で概観したように伝統的産業品として認定される工芸品は100年以上にわたりその地域で用いられてきた素材や技法を使い、その地域で作られたものであった。作品そのものに地域性が色濃く付与されている。それと同時に、クラフトツーリズムが対象とする工芸作品は、現在の人々の暮らしの中で用いられるものであり、そこには日常性が表象されている。そうした表象であると同時にモノ(物体)としての日用品であるという伝統工芸作品はコンテンツツーリズムにおいて様々な当事者たちが直面した困難、すなわち地域イメージに対するゲスト、ホスト、コンテンツ製作者それぞれの解釈の相違によって、ツーリズム体験そのものに葛藤を抱え込むという問題を解消する手がかりになると考えられる。クラフトツーリズムにおいてはモノ(物体)としての伝統工芸作品が、様々な当事者によるツーリズム体験の解釈をつなぎとめる係留点として機能する可能性があると考えられる。

以上、本稿では、クラフトツーリズムにおける伝統工芸の位置づけを検討してきた。今後、クラフトツーリズムの現場においての事例研究を通じて、モノとしての伝統工芸作品の位置づけについてさらに探究を深めたい。

参考文献

- Berger, Peter L., Berger, Brigitte, Kellner, Hansfried, 1974, *The Homeless Mind: Modernization and Consciousness*, Penguin. (=高山真知子、馬場伸也、馬場恭子訳 1977『故郷喪失者たち—近代化と日常意識』新曜社)。
- 風呂本武典 2019「外来型開発によるコンテンツツーリズムの課題」地域コンテンツ研究会編『地域×アニメ コンテンツツーリズムからの展開』成山堂 158-169頁。
- 北澤憲昭 2013『美術のポリティクス—「工芸」の成り立ちを焦点として』ゆまに書房。
- MacCannell, Dean, 1976, 1999, *The Tourist*, The Regents of the University of California. (=安村克己、須藤廣、高橋雄一郎、堀野正人、遠藤英樹、寺岡慎吾訳 2012『ザ・ツーリスト—高度近代社会の構造分析—』学分社)。
- 日本伝統工芸展史編纂委員会 1993『日本伝統工芸展の歩み』、社団法人日本工芸会。
- Oldenburg, Ray, 1991, *The Great Good Place. : Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, New York: Marlowe & Company (=忠平 美幸訳 2013『サードプレイス—コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」みすず書房』)。
- 須藤廣 2012『ツーリズムとポストモダン社会—後期近代における観光の両義性』、明石書店。
- 竹田英司 2021「なぜいまグリーン・クラフト・ツーリズムなのか—波佐見焼生産地のツーリズム化」児玉盛介・古河幹夫・竹田英司・山路学編著『笑うツーリズム HASAMI CRAFT TOURISM』石風社。
- 谷口重徳 2019『「コンテンツと地域の出会い」を再考するために』地域コンテンツ研究会編『地域×アニメ

コンテンツツーリズムからの展開』成山堂 32-48 頁。

山本浩貴 2022 『ポスト人神世の芸術』美術出版社。

山村高淑 2011 『アニメ・マンガで聖地巡礼～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法～』東京法令出版。