

## 北海道への旅から： ツーリズムとストーリーメイク

酒 井 俊 行  
(財)商工総合研究所  
(主任 研究員)

この8月の末から9月の頭にかけて北海道を旅した。私は道産子であり北海道にはしばしば出かけるが、今回は稚内を起点として久しぶりに大きく動いてみた。旅程としてはまず稚内に飛び、宗谷岬等最北端の地を探索しつつ利尻島にも渡った。次いで列車で旭川を經由して富良野、帯広へ。そして最後が札幌であった。そうした旅の空からツーリズムに思いを馳せた。そのことを書く。

稚内での経験である。出発前に某大手のレンタカーを予約した。低料金で1日乗り放題というプランにひかれた。だが羽田からの第一便が着くのは昼少し前で、実際に使用できるのはおよそ半日でしかない。しかもエンドは17時だという。稚内は夕陽の名所である。黄昏時、利尻富士をシルエットに浮かび上がらせながら朱に染まる夕海は絶景である。だが17時に返却するのはそれに間に合わない。またその晩はホテル近くの居酒屋で夕食をとった。店に入ると開口一番、カウンターの中にいた大将が「うちは焼き魚だけどいいかな？」と聞いてきた。私が「いいけど、刺身はないの？」と聞き返すと、大将から「少しならあるよ」との返事。テーブルについてメニューを開くと、確かに焼き魚に比べれば少ないかもしれないが、私の目には十分な種類の刺身がそこには並んでいた。結局焼き魚も刺身も頂いたが、さすがにどちらも美味かった。

レンタカーの場合は、旅した時期の日の入りは18時前である。追加料金を徴求してでも、せめて1時間か2時間返却時限を延長してくれれば私の欲求は満たされた。居酒屋の場合には、「うちは焼き魚が売りだけど、刺身も美味しいよ」。そう言ってくれば無用な混乱を感じずに済んだであろう。私も道産子だけに彼らの心情が分からないわけではない。彼らは、彼らにとって当たり前のことを当たり前にやっているだけなのだ。そして、彼らは彼らなりに親切であるかもしれないのだが…。

風土的にユニークであることは、観光要素として大きなアドバンテージをもつ。ツーリズムにとって重要な要素ということである。稚内は本土の最北端に位置する最果ての地である。観光要素としてみる自然的環境としては、そのことだけで十分な意味がある。地元の人々は、そこに住むだけで豊かな観光資源をもっているということだ。加えて、そうした自然的環境によって企まずして形成される精神的環境も大事な観光資源となる。やや分かりにくいかも

しれないが、それらの総体が風土的ということである。

北海道のイメージを歌謡曲に拾ってみよう。「北へ帰る人の群は 誰も無口で 海鳴りだけを 聞いている」(津軽海峡冬景色)、「えりもの春は 何もない春です 寒い友達が訪ねてきたよ えんりよはいらないから 暖まってゆきなよ」(襟裳岬)、「お酒はぬるめの 爛がいい 肴はあぶった イカでいい 女は無口な ひとがいい」(舟歌)。最北の地の草木も育たない荒涼たる自然環境にあって、吹雪の中で前のめりに歩く男も女も一様に無口で我慢強い。そして暖かい。

観光要素として風土的ということ売りをする場合は、自然的環境と精神的環境が2つながらに一体化されなければならない。ただしそのパターンは唯一無二というわけではない。倉本聰さんの『北の人名録』では、倉本さんが富良野で出くわした、厳しい自然の中で逞しくもユーモラスに生きる群像が描かれる。しっかりと訛っているのに標準語だと言い張り、如何にも見え見えの幼稚な嘘で煙に巻き、そして短い夏を送る筏レースに狂喜する。同書ではそんな富良野の人々の日々が紹介される。歌謡曲の世界が「陰」とすれば、これは極めつけの「陽」の世界である。それも道産子、あれも道産子ということであろう。

編集工学研究所所長である松岡正剛さんは、世の中の森羅万象は編集(一種の企み)によって創造されると言う。編集は、数多の情報を取捨選択して組合せ、一定のジェネレーター(これこそが編集術の要)を機動させることによってハーモニーを奏で、1つのストーリーに昇華させるころの行為である。ツーリズムを成功させるためには、私は、こうした編集の術が必要と考えるのである。観光は自然なら自然、人情なら人情、あるいは歴史なら歴史といった単品では決して成立しない。編集術を活用することによって、自然・人情・歴史・名産といった「情報」を取捨選択して組合せ、それを有機的に結合し、そこから普遍性の高いストーリーを生み出す。要は、稚内のケースでとり上げた2つの不協和音や、イメージとしての「陰」と「陽」2つの対立概念を単純に切り捨てるのではなく、ストーリーメイクにおいて如何に昇華させるかが編集者の腕の見せどころということである。

観光立国に名乗りを上げるのだとすれば、ツーリズムというのは本当はそこまで考えて展開されなければならないものである。売りになる物理的条件が整っているからといって、それだけで成功が収められるほどツーリズムは甘くはない。観光地のメッカとされるローマやハワイを見てみよう。彼の地では文化遺産や自然環境をベースに、そこに住む人々のホスピタリティーが綾をなし、訪れると、ツーリストを惹きつけてやまないストーリーに巻き込まれる。そのストーリーはもしかしたら虚構であるかもしれない。だが虚構であったとしても構わない。訪れた人がただただその世界に浸り満足できればよいのだ。そして難は難として、満足できるからこそリピーターがひきもきらない。北海道はとりわけ拓銀の破綻以降未だ経済は復興途上にあると言ってよい。北海道経済復興の起爆剤を本気でツーリズムに求めるのであれば、より一層真摯かつ新たな視点に立つ対応が必要ということである。