

文化遺産ガイドングに関する実態調査 ～歴史的建造物の事例から（その1）～

Factual Survey of Cultural Heritage Guiding,
A Case Study Research on Historical Buildings, Part 1

齊藤 理*

Tadashi SAITO

Abstract :

The purpose of this study is clarifying; first, how we can enrich the guiding content for the cultural tourism, namely by visiting heritage, seeing historic buildings and so on. And the second, showing a beneficial way of town planning, particularly well suitable with cultural tourism.

To accomplish these ends, the author of this paper has tried to do hearing investigation to the tourism authorities in Germany, one of the exemplary country doing pioneering practices of the cultural tourism field.

This time I analyzed questionnaire results done in two German local cities, Luebeck and Hildesheim, the both are well known as the World heritage city, in the summer 2011.

It was found; first, it might be effective, if we associate cultural tourism with his city promotion strategy itself. The second, involving experts in the planning of guiding contents and methods is also valuable for the tour guides.

And the third, building dense networks between tourism associations, tour guides and experts of cultural property protection or city planning have also the advantage for constructing coming sustainable cultural tourism.

The data suggest the necessity of making such networks also for Japanese cities and they are very suggestive from today on for cultural tourism, activities of volunteer-guides and also community development because similar conventional data are still lacking in Japan.

キーワード：文化遺産, 文化観光, 歴史的建造物, ボランティアガイド

Keywords : Cultural heritage, Cultural tourism, Historic buildings, Volunteer-guides

1. 本研究の背景

1-1 問題の所在

近年、とりわけ20代後半から30代前半の女性層や、いわゆる団塊の世代の夫婦などを中心に、「まちを歩きながら建物を観て愉しむ」という層が増えつつある。なかでも第二次大戦以前に建てられた「洋館」の見学を中心とした歴史的建造物への関心は倍加の勢いで増しているように見受けられる。地方都市においても、こうした建造物を案内するボランティアガイドが活躍し、まちを歩いて散策する「文化観光」、「都市観光」という言葉も一般にかなり浸透してきているよ

うだ。

これは、建造物を対象としたガイドのみの数字ではないが、近年における観光ボランティアガイドの発展は凄まじく、2003年から2008年までの5年間に、全国における登録ガイド数は、2万308人から3万870人へ5割増、登録団体数も895組織から1,087組織へと2割増を記録している¹。こうした動向の背景には、おおよそ以下(a), (b)のような淵源が指摘できるだろう。

なお、本論における「文化遺産」とは、文化財のみを指すのではなく、将来の世代へと伝承していくべき価値のある文化的な諸創造物全般を前提としている。

* 山口県立大学国際文化学部准教授

Assoc.Prof., Faculty of Intercultural Studies, Yamaguchi Prefectural University, Dr.Eng.

また「歴史的建造物」には、20世紀に建てられた近代建築の類も含まれるものとする。

1-1 (a) 観光形態の変化

主に1980年代以降、それまでの団体旅行から女性の小グループ、中高年夫婦の旅行が増加してきたことが指摘できる。こうした層の特徴はおおむね次のようだ。歴史的建造物の見学を例に挙げると、従来行われていた専門家による視察見学の方法とは異なり、建造物の詳細を専門的に習得するというところに目的があるのではないが、しかしいわゆる観光名所として表層的に建造物を見学するだけでは満足しない。彼らは街を散策しながら、自らの興味関心に応じて建造物の鑑賞を試みるという新しい見学スタイルを創り出しつつある。しかも、単に「趣味のため」というよりも、知的好奇心を追求しながらの「自己開拓の機会」と捉えている場合が多く、その興味関心の度合いは深いといえるだろう。

このように建造物を見学対象とする層が拡がりを見せてくると、交流人口に占めるこの層のシェアも大きくなり、とくに歴史的建築物の存在が都市のイメージそのものを創り出すというケースが、これまでも増して見受けられるようになるのではなかろうか。

限られた専門家が集まって行う従来の「サーヴェイ型」の建物見学から、参加対象者を広く一般に開き「建造物を文化観光資源として観る」という方向へ、明らかに状況は展開してきているといえる。こうした状況を踏まえ、建物見学を伴う文化観光・都市観光の問題を具体的なニーズに対応する形で捉え直す必要があるだろうと感じているⁱⁱ。

1-1 (b) 文化財法制度の変化と

文化遺産の総合的把握の必要性

わが国の文化財保護法は、1996年に大きな改正があり、登録文化財制度が導入された。これは、所有者が自ら文化財への登録を申し出ることができるという従来なかった発想に基づく制度で、これにより文化遺産と市民との距離も近くなり、歴史的建造物の柔軟な活用にも繋がっているⁱⁱⁱ。

しかしながら、その活用の具体的手法、見学・公

開の在り方については、なお検討していかなければならない上、何より大きな課題は、現実に取り壊されていく文化遺産の数があまりに多いことである。

例を挙げると、文化遺産の多く見られる東京の台東区谷中地域においては平成11年までの13年間に168棟の戦前建物が、また萩市の旧城下町地区においては平成16年までの6年間の間に170棟もの歴史的建造物が失われ、金沢市中心部においても平成19年までの8年間に全体の2割に相当する2,200件の歴史的建造物が壊されていた。

これらの数字は、歴史的建造物の保存・活用がもはや表層的な景観の問題だけを扱うのでは不十分であり、それらを維持する人的ネットワークや観光活用を具体的に促すための観光ガイドの育成がなお必要であることの証左といえるだろう。こうした事態を踏まえ、近年、文化庁、国交省、農水省の共管による「歴史まちづくり法」(2009年)が整備されているが、このような局面を迎え、文化遺産ガイディングの必要性はますます高まっていくと認識している。

1-2 研究目的・手法

本稿で扱う内容は、歴史的建造物のガイディングに関する継続研究の一部を成し、ここでは文化遺産ガイディングをめぐる現状を整理・分析し、以下の3点を明らかにすることに主眼を置く。

- 1) 解説内容の充実化など、ガイディング全体の質向上に繋がる取り組み手法について明らかにしたい。
- 2) 文化遺産のガイディング事業を軸とした内発的観光まちづくりを実現する上での課題を明らかにしたい。
- 3) 市民参画型のガイディングプログラムを山口県はじめ全国的に展開する上でのネットワーク構築の有効性について検証したい。

上のような研究目的を満たすため、本研究においては、関連する文献調査の他、観光大国を目指すドイツにおける先駆的な取り組みについて、同地の観光関係者へヒアリング調査・分析を行い、最後に、山口県下における観光資源化されつつある歴史的建造物の事例に少し触れ、纏めとしたい。

なお、山口県におけるガイディングの実態については、後日、本格的なアンケート調査を実施予定であり、その成果は改めて別稿において論考したい。本稿は、当該アンケート調査のパイロット調査に位置づけられる。

2. なぜ文化遺産ガイディングは必要か

2-1 オルタナティブ・ツーリズムの時代へ

上に指摘したように、昨今のまち歩き関心層のタイプは、「専門家向けの研修」ほどには専門性を追求しないが、しかし、いわゆる「マス観光/Mass Tourism」のような名所めぐりを目的とする訳でもない、という新しい中間層に位置づけられると言える。

これを観光分野の言葉で示せば、一般的な観光だけではなく、文化観光や体験を盛り込みつつ、テーマ性・趣味性の高い観光「SIT/Special Interest Tour」の一種ということになり、これは建物見学のみならず、観光全般において目下大きな潮流を形成しつつある。これは従来の「マス観光」との対比から「オルタナティブ・ツーリズム」とも呼ばれている。

さらにこれと並行した動きとして、街並み保存とといったまちづくり事業の動きの中でも、建造物を文化観光資源として開拓していく意識が年々高まりを見せている。それにしたいが、観光の視点を持ちながら建造物の文化的、歴史的背景を的確に評価・解説（ガイディング）できる人材の育成が求められているといえるだろう。

2-2 ボランティアを中心とした解説内容の問題点

近年、建造物を含む地域の文化資源を見直し、文化観光資源として利活用する動きが盛んになっているが、これに伴い、各地において建造物を市民向けに公開・見学する機会も増えつつある。例えば、横浜市、佐原市などでこの類のガイディングツアーが盛んである。

こうした見学プログラムの多くは、地域ボランティアの手で開催されており、地域コミュニティの結びつきを強める上で非常に有益な結果をもたらしているが、一方で、その解説の内容には課題点もあり、建築的素養の不足から不正確な部分が見受けられたり、あるいは見学者の期待する解説内容との齟齬が生じたりするケースも指摘されているiv。多くの場合、ガイドプログラムを企画

する際、専門家の関与がなく、ボランティアメンバーのみの知悉を頼りにしている点や、ボランティアグループが、十分とはいえない予算の中で団体の維持、ツアー参加者への広報、受付など数多くの課題を抱え、解説内容の質を高めていくことに時間を割く余裕がない、などの問題が背景にあるようだ。

したがって、先ず建物見学の機会をいわゆる観光事業とはやや一線を画した、市民向けの「学びの機会」と捉え、専門家による学術的な視点からサポートしていくことが社会的に求められているのではなかろうかと認識している。既に、欧州の諸都市においては、市民を対象とした大規模な建物公開事業が教育プログラムの一環として展開されているが、これは文化遺産、わけても歴史的建造物の専門知識を持ち合わせていない人々の間に、文化遺産の保存・記念物保護、景観、観光まちづくり等への関心を喚起する上で有効に働いている。わが国においても今後、歴史的建築物の利活用を図る上でも、あるいは建物を軸とした文化観光促進を図る上でも、正確で有益な文化遺産ガイドプログラムの創出が求められているといえよう。

2-3 誰が文化遺産ガイディングの

担い手となり得るか

上の2-2で指摘したように、従前のマス観光とは異なるオルタナティブ・ツーリズムへの関心が高まる中であって、文化遺産ガイディングそのものの手法や、これまでよく見られた中高年層を中心としたガイド（解説）の担い手についてもそのあり方が今一度見直されていくことが求められていると認識している。

2-3 (a) どのような人々が歴史的建造物の見学に

関心を寄せているのか

筆者自身、「建築物の文化観光資源化」の方法を模索しつつ、8年前より一般の参加者を迎え入れながら実践的に歴史的建造物を見学する催しを実施してきた（平成16年度文化庁文化ボランティア推進モデル事業）。これは月に一回、市民の方を対象とし（インターネットを通じて申込／定員は20名ほど）、東京都内の歴史的建造物を歩いて回るツアーである。威風堂々とした古典主義建築から趣のある和風建築まで、あるいは著名な建築家による建物から名もなき作り手

による市井の商店まで、あくまでも一般の方が興味を持ち、理解できる内容であることを重視しながら企画し、実証的にその効果について検証してきた。

参加者の多くは、「街に対する見方が大きく変わった」という知的満足感を伴う感想を残していかれる。筆者自身もこの活動を通じ、日本の街にはまだまだ知られざる魅力があることを毎回思い知らされるとともに、一般の方が街並みを観て素朴に発する「素晴らしい」という積極的な評価を拾い上げ、観光まちづくりに繋げていけないだろうか、と模索する好機を得ることができたと感じている。

さて、こうした文化遺産ツアーの参加者は、おおむね30～50代の勤労者層であるが、この層の文化観光に対する興味関心の度合いを知るため、2009年、筆者が解説役を務め、都内での建造物見学ツアーの参加者に対してアンケートを実施した。

「今後、機会があればこうしたイベントに主体的に関わりたいか」との問いに対し、「ボランティアガイドとして案内したい」、あるいは「ガイドブックの作成等に関わりたい」といった、「参加者」から「文化観光の担い手(企画側)」に挑戦することに積極的な意見はのべ7割強を占めた(N=60)。

むろん、この結果だけを以って傾向を論ずることは難しいが、少なくともわが国においても、文化観光をめぐる、近年新しい動きが活発化していることが指摘できる。では、今後、この流れを適切に活かしつつ、文化遺産を活用した観光まちづくりへと繋げていくためにはどのような課題があるのだろうか。

2-3 (b) 歴史的建造物の文化観光資源化に

積極的な欧州

今のところ、建造物の文化観光資源化というテーマで先駆的なのは、欧米の諸都市であろう。専門家や建築を学ぶ学生が解説・誘導する建築ツアーが数多く提供され、シカゴ等、これらが都市観光プログラムの目玉になっている地域もあるほどである。ウィーン建築センター主催のプログラムも特色があり、じつに数千万円相当費やして改造したというデラックスバスにスチュワーデスを同乗させてツアーを行うという企画まであり、建築ツアーの充実ぶりをうかがわせる。

加えて特徴的なのは、これらの事業を観光関連業者

のみが関与する領域とは考えず、解説ガイドをはじめ建築・都市計画・記念物保護の領域からの積極的なアプローチが見られることで、「文化観光を通して都市をブランディングしていく」あるいは「都市観光をデザインする」といった認識のもとに、周辺領域を連携させ、まちづくりへと展開させることにに対し積極的である。

3. 観光大国ドイツにおける事例

3-1 増加する文化観光プログラム

そうした欧州の一国ドイツにおいては、文化遺産の一形態であるユネスコ世界文化遺産の登録数も多く、ケルン大聖堂、エッセンのツォルフェアアイン炭鉱業遺産群やヴァイマルおよびデッサウのバウハウスとその関連遺産群など、その30件強(2010年)の登録数は、フランスと並び欧州で4番目に多い。文化遺産への関心の高さがうかがえる数字であるが、その背景には、文化遺産ガイディングを充実したものになっている社会ネットワークの存在があり、このあり方は、わが国において大変参考になるとと思われる。

そこで、以下にはドイツにおける地方都市の取り組みについて2011年8月、ヒアリング調査を実施した結果ならびに関連する文献調査の結果を記したい。

調査は、日本の観光協会に当る、リューベック・トラヴェミュンデマーケティング有限会社、ヒルデスハイムマーケティング有限会社にて実施した。

3-2 リューベックの事例

リューベックはドイツ北部に位置する人口21万人、面積およそ200平方kmの都市で、おもに13世紀以来の長い歴史を有している。ハンザ同盟のなかでも、「バルト海の女王」と呼ばれるほどに繁栄を見た都市であり、それに伴い、13～17世紀建造のものを中心とした美しく貴重な歴史的建造物がこの街の景観を成している。

ちょうど川に挟まれた中洲全体に広がる旧市街地が世界遺産に登録されている。来訪者に対しては、おおむね1時間半～2時間程度、市中心部を徒歩で見学するツアーが提供されている。旧市街地の入口に建ち5世紀以上の歴史を持つホルステン門、マルクト広場に面して建つ黒色煉瓦造りの市庁舎、ゴシック様式のマ

リエン教会など、中世以来の歴史的建造物を探訪できる徒歩ツアーが多い。

3-2 (a) ガイディング手法の特色

リューベックでは、1987年の世界遺産登録後、およそ2倍程度来訪者が増加したという。ただ、その流れを一過性のものとしないうちに、また表面的な見学に終始しがちなマス観光ばかりでなくSIT層にも対応できるように、観光公社が中心となって、広報やガイドのあり方に戦略が立てられてきたという。

つまり、登録当初は、対外的にリューベックが世界遺産の都市であることを前面に打ち出す広報手法が取られていたが、歴史的建造物群が成す景観の美しさばかりに関心が集まり、あたかも「（日常に利用されていないという点で）博物館のような」都市として認知されるくらいがあったという。そこで、むしろ今なお昔ながらの路地や建物を日常的に使用している市民の姿をも目に留めながら、じっくりと「感動を伴って（emotional）」文化遺産を見学してほしいとの考えから、パンフレット等に声高に世界遺産と表示することを敢えて止めたという。



(写真) リューベックでの徒歩ツアーの様子

このような経緯から、文化遺産ガイディングの手法そのものも、リューベック市街地の住民が歴史的建造物をいかに大切に保存し、また現代的に適切に活用しているかを紹介する内容を加えている。

実際に解説を行うガイドの方に伺ってみると、一般向けの文化遺産ツアーにおいても、歴史的建造物について建築の専門的視点に比較的詳しく言及しながら、解説を進めているようだ。例えば、マリエン教会などは、ゴシック様式であるという内容だけでなく、こ

れが特に「バックシュタイン・ゴシック（Backsteingotik）」と呼ばれる、赤色の煉瓦をむき出しにした様式で、とりわけ北方ドイツ特有の建築様式である点にまで言及し、この地域の風土性・文化性を深く考える緒を与えてくれている。

またルネサンス期に盛んに建設された「木組みの建造物（Fachwerkhäuser）」に関する解説も、当時のリューベックの情勢や、現代においても市民の多くに親しまれている様式であるといった、やはり地域性に言及した内容になっている。

加えて、解説するに際しては、ドイツ国内からの来訪者と外国からの来訪者向けとで、見学コースや解説内容に適宜変化をつけながら対応しているという。特に前者のターゲット層については、今日、どのような組織が文化遺産保存・活用の担い手になっているか、といった専門的に踏み込んだ内容まで扱うこともあるという。いずれにしても、リューベックにおける歴史的建造物ガイディングの手法からは、建造物を見学することを通し、地域の文化・歴史を率直に伝えようとしている姿勢が看取できる。

3-2 (b) 日常空間まで含めた文化遺産のとらえ方

リューベック中心部の旧市街地では路地が入り組んだ都市構成を持っているが、これは数百年に亙る人々の暮らし方そのものを代弁しているという点で極めて興味深い空間である。

わけでも、通りから各街区中央部へと多数の路地が引き込まれ、「ガング（gang）」と呼ばれる中庭空間を形成していることが特徴的である（次頁写真参照）。この中庭には、各家庭の玄関やリビングの窓が面し、当該街区住民のプライベートな空間である。通常であれば外部からの見学者を受け入れることに躊躇いを感じるような場所であるが、リューベックでは、「そうした日常の生活空間も含めて街の歴史を伝える文化遺産である。リューベックの世界遺産は著名な歴史的建造物だけを指すのではない」との見解から、ガイドが同行する徒歩ツアーにて見学できるようになっている。また一年に一回ほど、20程度のガングを住宅内部まで含めて公開・見学できる機会も設けているほどだという。

実際にツアーにおいては、例えばガング傍において

住民が洗濯物を干している様子や、近隣の主婦同士が談笑したり、あるいは老夫婦が庭いじりをしたり梯子を掛けて外壁の修理をしたりしている、といった光景に接することができるのである。



中世以来の人々が暮らしてきたありのままの日常風景を通して、街の歴史・文化を直接的に知ることができる。このように、市民の暮らしぶりそのものに触れながら歴史的建造物を紹介する解説手法は、近年日本においても藤木庸介らによる最近の研究成果にも指摘されている、生きた形での歴史遺産の活用「リビングヘリテージ」を求める動向に近いといえるだろう^v。

しかしながらわが国の多くの現状と照らして考えると、例えば同様に路地が入り込む東京の下町地域で見受けられるケースとして、地域外からの来訪者が増えたことにより日常生活が阻害されるとして、住民側が見学者の一切の立ち入りを禁止したという。むろん、リューベックにおいてもそうした懸念はあったそうだが、旧市街地の住民が抱く「文化遺産に住んでいることへの誇りの感情」が勝っているということである。

リューベックの例のように、適切なガイド（解説）が実施されていれば、わが国においても来訪者—地域住民との間の相互理解を十分に築くことができるのではなかろうか。

3-2 (c) ガイド間の連携、ネットワークの構築

現在、リューベックでは主に2つの主たる観光ガイドの組織があるというが、同地のマーケティング有限会社は、年に数回の予定でガイドの方々との交流会を企画し、信頼関係を構築するとともに、相互に今後の都市イベント等に関する最新の情報を共有したりして

いるという。

このように、ガイドを単に「知識の伝達役」に留めることなく、来訪者と身近に接する「都市の広報役」として位置づけているという^{vi}。

3-3 ヒルデスハイムにおける事例：

ヒルデスハイムはドイツ中部に位置する人口約10万人の比較的小規模な都市である。ユネスコの世界文化遺産を有することで知られている。リューベックが旧市街地を面的に世界遺産に登録させているのに対し、この都市の場合は、聖マリア大聖堂と聖ミヒャエル教会という2つの歴史的な教会堂が世界遺産である。いずれも11世紀に建てられたロマネスク様式の会堂であり、原則として厳粛なる宗教空間であることから、観光目的の来訪者に対しての公開は極めて限定的である。例えば、ミサの様子を礼拝堂外部から見学するという程度に限られるという。この点でも、プライベートな領域まで見学対象としているリューベックの場合とは対照的な事例といえるだろう。

ただ、見学は限定的であっても、世界遺産に登録された1985年以降は来訪者の増加が見られ、ドイツ全国での平均伸び率が3パーセントであるのに対し、毎年9パーセント近い伸びを記録している。「両教会堂は、登録以前は観光資源としては認識されていなかったほどであったが、近年はヒルデスハイムの観光まちづくりに計り知れない影響を与えている」という。

3-3 (a) 都市の文化広報とガイドツアーとの連携

今日、文化遺産ガイディングを含むヒルデスハイムの観光施策については、「ヒルデスハイム・マーケティング有限会社」が主導し、解説ガイド組織のプラットフォームを成している。この有限会社は現在のところ、市当局の完全子会社の形を取っているが、将来的には、観光情報のインターネット発信、パンフレット作成配布、テーマツアーの提供等により、民間資本率を上げていく構想もあるという。

ヒルデスハイムの場合、現在のところ30名ほどのガイドが常時活動しているという規模のガイディングが行われているとのことだが、先のリューベックに見られたように、このヒルデスハイム・マーケティング社も、ガイドの方々との繋がりを大切にしているとい

う。解説ガイドとの交流機会を密に持ち、例えば、ガイド向けに都市広報に関する最新情報を盛り込んだニュースレターを発信し、情報訴求に努めているという。また、ガイドの誕生日のリストを作成し、機会あるごとに誕生日会も開き、親睦を深めているという。

上にも指摘した通り、このような定期的なコミュニケーションの機会を設けることで、ガイドイングの内容を一義的に固定化せず、相互に常に新しい情報を共有しながら都市の魅力を高めていく態勢ができてくることである。

3-3 (b) 文化遺産ガイドを養成する手法

ヒルデスハイムでは、観光ガイドに対する資格を設けて、文化遺産解説者の水準を保っている。資格取得に際してきわめて重要視しているのが、単に知悉を問う課題だけでなく、来訪者との何気ない会話のやり取りができるか、親しみが持てる人物か、あるいは、実際に見学者グループを誘導する力があるかなど、実践的な対応力の有無であるという。

さらにヒルデスハイムにおいて特徴的なのが、こうしたガイド育成のためのカリキュラムを地域の高等教育機関と協働で開発・展開していることである。1から2セメスターに互るガイドング講座を有し、毎年10から20人程度のガイドを輩出しているという。このような工夫により、文化遺産ツーリズムを持続可能な事業として維持していく試みがなされているのだ。

解説ガイド志望のメンバーの中には大学生も含まれており、外国語を話す機会として遣り甲斐を感じたり、一つの社会経験として参画したいとの希望があるという。わが国においては、観光ボランティアガイドの高齢化と世代交代が進まないことが持続可能性を削いでいるケースも間々見られるが、これとは対照的である。

3-3 (c) ガイドイングをめぐる専門家の関与

ヒルデスハイムの事例を見ると、観光ガイド育成等の活動が都市の規模に比較して極めて活発であるとの印象を持つが、その原動力の一つには、専門家の関与が挙げられるだろう。

例えば、歴史的建造物の観光資源化には、行政組織の中の記念物保護セクションとの連携が欠かせない

が、ヒルデスハイム・マーケティング社では同課の専門家との連携を重視しているという。具体的には、歴史的建造物に関する観光パンフレット作成時や、メディア発信など対外的広報を行う際には特に連携を強めるのだという。また歴史的建造物に関する専門的な質問が来訪者から寄せられた際にも、記念物保護の専門家に回答してもらう、という連携もあるようだ。



今一つ、文化遺産ガイドイングに関しては、都市計画部門との連携も模索されており、歴史的イメージを活かしながら旧市街地を新たに開発していくといった将来的ビジョンについても解説内容に織り込めるような流れを創り出しているようだ（上記写真参照：じつは復元建物である）。この面においては、文化遺産ガイドイングが、都市の広報戦略（ブランディング）とも密接に関わっている。

このように、ガイドのあり方を一義的に規定することなく、周縁の関連分野の専門家を介在させることで、正確な情報をガイド内容に盛り込むことができ、また見学対象も解説内容も常に更新されていくという利点をもたらしているようだ。

4. 結：

4-1 ドイツにおける文化遺産ガイドイングの特色

以上のヒアリング調査の結果から、ドイツにおける取組みについてはおおむね以下のようにまとめることができるだろう。

1) 観光を都市の広報戦略の一つとして位置づけている。

観光ガイドは市民生活をも含めた文化遺産を紹介するなど、来訪者との間の一種のコミュニケーターとし

での役割を担っている。

2) 専門家の関与

正確な情報をガイドにもたらず体系を有している。

3) 市民団体相互の密接な連携

ガイドの組織を効果的にリンクさせることで、連携メリットが生まれ、小さなガイド組織であっても、集客や組織運営に気を取られることなく、解説内容の充実化に時間を割けるという利点を生んでいる。

特に、3番目の事項であるが、ドイツにおいてはガイドの団体の多くが該当する「登録協会 (eingetragener Verein)」といった民間組織が数多くあり、社会活動の担い手として今後も期待されている。2005年時点での調査では、全国で約59万の非営利団体が登録されており、わが国のNPO登録数およそ3万件(2006年)をはるかに上回り、社会の原動力として作用している^{vii}。

4-2 山口県における展開可能性

以上、先駆的事例を中心に、今後の方向性について考察を試みてきたが、山口県内における展開可能性について少し触れ、本稿の纏めとしたい。

筆者は、現在、山口県内における文化遺産ガイドイング、ならびに歴史的資源を活かした観光まちづくりの可能性を探るべく、各地の観光ガイド組織の実態調査を進めている。具体的には、明治33年に建てられ、なお現役で郵便局舎として使用されている「下関南部町郵便局」(下関市)、大正9年に建設された「山口銀行旧本店」(下関市)、明治12年に建てられた国の重要文化財「四階楼」(上関町)、さらに伝統的建造物群保存地区に該当する柳井市街地等を事例とし、4-1で指摘した項目の適用可能性を分析している。紙幅の関係から、詳細は別稿において述べることにしたい。

周知のように山口県は明治期以降の近代化遺産が多く見られ、また戦災被害が比較的少なかった地域である。駅舎や工場・倉庫建築などの中には、登録文化財になり得る資源も多くある上、世界遺産暫定リストにおいても九州地方とともにノミネートされており、今後、歴史的建造物を含めた近代化遺産に関するガイドイングのあり方が問われてくると思われる。筆者による継続研究が、そうした活用の一つの緒となればと期待している。

謝辞：

ヒアリング調査ならびに資料提供にご協力いただいたバルバラ・シュヴァルツ氏(リユーベック・トラヴェミュンデマーケティング有限公司)、ブリッタ・フランケ氏(ヒルデスハイムマーケティング有限公司)に感謝申し上げたい。

-
- ⁱ 横山秀司「観光ボランティアガイドとは」, in: 「地理」2009年9月号, p.24
 - ⁱⁱ 本論前半においては、拙稿「方法としての〈まち歩き〉～まちづくり、人材育成、復興へむけて」 in: 「10+1」, 2011年11月号, LIXIL Corporation の一部をベースとしつつ、新たな知見を加えつつ、大幅な修整・加筆を試みた。
 - ⁱⁱⁱ 拙稿「身近な町の建築を残すための、登録文化財制度」, in: 「東京人」, 2010年7月号, p.76 f.
 - ^{iv} 同様の指摘は、下記拙稿のなかにおいても行った。
 - ・拙稿「文化観光を視野に入れた建築史教育の試み」日本建築学会第9回建築教育シンポジウム建築教育研究論文報告集(2009), pp.37-42(文化観光・地域観光の充実化という今日の社会要請に即し、実践した人材育成カリキュラムの一案を提言した)
 - ・拙稿「建築めぐりイベントの企画手法について その実践的試みから」日本建築学会九州支部研究報告集, No.47(2008), pp.601-604(建築物の文化観光資源化について考察し、特に新しいSIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)層を対象とした企画プロセス(コース設定、時間配分、解説法等)を具体的に提言した)
 - ^v 藤木庸介編著『生きている文化遺産と観光 住民によるリビングヘリテージの継承』, 2010, 学芸出版社に詳しい。
 - ^{vi} これに関してはわが国においても、麦屋弥生による「ボランティアガイドは、ガイドというよりもコミュニケーター」という指摘が増えている in: 西村幸夫編『観光まちづくり』, 学芸出版社, 2009, p.234
 - ^{vii} 室田昌子, 『コミュニティ・マネジメント』, 学芸出版社, 2010, p.13