

文化遺産の活用とコモنزの形成に関する実態調査 ～ SL を活かした文化観光の事例から～

Factual Survey on Formation of Commons around Cultural Heritage, A Case Study Research on Heritage Tourism of Steam Locomotive

齊藤 理*
Tadashi SAITO

Abstract :

The purpose of this study is clarifying; first, how tourists and local residents can cooperate satisfactorily for the cultural tourism, namely by visiting heritage, supporting and preservation them. And the second, showing a beneficial way of forming commons, particularly well suitable with cultural tourism.

To accomplish these ends, the author of this paper has tried to do hearing investigation to some railroad enterprise companies, operating the historical steam locomotives in Europa and in Inside of Japan, Shizuoka, Gunma, Kyushu-area, and Yamaguchi, some of the exemplary regions, doing pioneering practices of the cultural tourism field.

This time I also analyzed questionnaire results done in the autumn 2012 in Yamaguchi, where was well known as the area the SL was beneficial used for regional promoting.

It was found; first, it might be effective, if we associate cultural tourism parallel with forming some commons, supporting heritage as so called fan groups. The second, it might be important for the maintainable and sustainable regional development to construct bridges and to connect between different commons and sectors systematically.

キーワード： 文化遺産, 文化観光, 保存鉄道, コモンズ

Keywords: Cultural heritage, Cultural tourism, Heritage Railway, Commons

1. 本研究の背景

1-1 問題の所在

昨今、地域振興事業の一つとして、歴史的建造物などの文化遺産を活用した観光促進の試みが全国各地で展開されるようになってきている。こうした動向は、地域住民にとっては自らの地域文化を見つめ直し、新たな文化的付加価値を増し加えるという点で、また来訪者にとっては、地域で長い時間を掛けて醸成されてきた文化遺産に直接的に触れる機会が増しているという点できわめて有益であると思われる。

とりわけ、文化遺産を大切に守り観光資源として活用することに尽力している地域市民団体の方々と直接触れ合うような機会があると、文化観光の質や密度を

一層高めることに繋がっているようである。加えて、グローバル化時代の進展とともに、来訪者が海外からも訪れるような場合は、国全体のインバウンド観光の促進に繋がるケースもある。

上の動きは、総じて歓迎すべきもので、今後の地域振興の促進に資するものであると大いに期待されるが、一方で、適切な形で外部のネットワークとの関わりを形成しなければ、逆に外部からの来訪者によって静穏な地域環境が阻害される可能性もあるといえよう。したがって本論では、地域コミュニティと域外のネットワークとの良好なバランス関係をいかに構築できるか、という課題を考察することとし、その際、「コモنز」という形態を中心におきながらこれを検証し

* 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.

つつ、今後、全国に水平展開可能なモデルを模索したい。

「コモンズ (commons)」と言えば、そもそも近代以前のイギリスで牧草地の共同管理を行ってきた制度として知られる言葉だが、近年では転じて、「公」でも「私」でもない「共」としての、つまり地域住民レベルでの自主的な地域資源の保全を指す概念としても定着しつつある。その際、文化遺産も、地域における貴重な資源として共有し、様々なセクターが協働参画しながら維持・管理していかなければならないという点でひとつのコモンズと言えらる。

ここでは、このコモンズの一形態として文化遺産を位置づけることができるのか、また、わが国において、どのような方策の下にこの形態を機能させながら交流人口の拡大に繋げていくことができるのか、について一つの試みとして検証してみたいⁱ。関連する従前の研究成果としては、地域学や観光学の分野においてそれが見られるものの、文化遺産の活用に関し「コモンズ」の形態にまで言及した体系的成果に乏しいのが現状である。

1968年、生態学者ギャレット・ハーディン (Garrett Hardin: 1915 - 2003) が、「コモンズの悲劇 (The Tragedy of the Commons)」なるフレーズを「サイエンス」誌に掲載し、統制のない共有資源が乱獲されることによって枯渇していくことへの警句としたが、ことほど左様に、文化遺産の観光活用においても、これに関わる人々に「共」の意識が浸透することにより、より良好な地域振興に展開するものと思われる。そのためパスの一つをここに提示していくことは有益であると考えている。

1-2 研究の方法

本論では、地域コミュニティが積極的に関与しつつ維持運営され、文化観光を通じた地域振興に繋がっているSL活用の諸事例を取り上げ、欧州はじめ、静岡県大井川鐵道、群馬県横川、JR九州、SLやまぐち号などへの視察調査およびアンケート調査結果を基にこのテーマを考察していく。

2. コモンズの形成～欧州の事例から～

2-1 保存鉄道というコモンズ

文化遺産の価値を地域コミュニティ自らが十分に認識し、実際に活用している例の一つに「保存鉄道」という形態がある。「保存鉄道」とは、古くから維持されてきた鉄道路線の継承、あるいは廃止路線を復活さ

せながら主として観光目的に運行している鉄道を指す。とりわけ欧州各地において保存鉄道の数は多く、すでに19世紀半ばから保存鉄道が誕生していたという。

わが国でも人気を博したW. オードリー著の絵本「機関車トーマス」シリーズも、ウェールズにあるタリスリン鐵道という保存鉄道を題材に扱っており、欧州における保存鉄道普及の一端を見るようである。

ところで、保存鉄道の多くは、文化遺産の維持・継承を主軸としており、収益性において必ずしも盤石ではない。ボランティアが関与しなければ維持できないケースが多いが、むしろ、こうした支え手の参画によって、文化遺産の周辺にこれを支えようとするコモンズが形成され、地域コミュニティの基盤を形成する上で有益な効果をもたらしている。文化遺産には、このようにコミュニティ内の新たな連携をもたらしたり、既存の結びつきを強めたりする効果があると言えるだろう。

また、実際に運行には至らないレベルであっても、静態保存という形で、SLという文化資源がボランティア相互の関係性、あるいは管理事業者とボランティア・コミュニティとの関係性を高める場合もある。例えばドイツ・ベルリンにあるドイツ鐵道博物館では、ボランティア・グループが、修復技術者による金属の手入れに関する技術的レクチャーを受けた後、実際に専門的な工具を使ってSLの修繕に当たっている。博物館は資金不足のため、ボランティアの力を頼りにし、一方、ボランティアで参加するファン層にとっては、SLの修繕を行う体験は何にも換えがたい楽しみでもあるし、作業の末、一つ展示品が増えることは、ファンにとっての総体的利益にもなる、という意識構造が既に浸透している。

このように文化遺産をボランティアが持続可能な形で支える仕組みづくりは極めて重要である。とくに肝要なことは、専門家との繋がりを築くことで、これによって高度なタスクが成し遂げられ、保存・修復事業の一プロセスに位置づけ得るという点である。また高次のタスクであれば、参画する市民にもそれだけ充実感を与えることができている。

2-2 保存鉄道の事例～アッヘンゼー鐵道 (オーストリア)

では、実際にSLの運行が継続されている事例を見てみよう。ドイツ南部の中心都市ミュンヘンから電車で2時間ほど南部に下ると、チロルの山岳地帯に至る。

この地域はチラー溪谷と呼ばれ、行先の異なる2系統のSLが現役で運行されている観光地として知られている。

1889年より営業運転するアッヘンゼー鉄道は、起点となる幹線沿いのイエーンバッハ駅から標高差400メートル以上もあるというアッヘン湖との間を小さな蒸気機関車が片道ゆっくりと約45分かけて往復している鉄道線である。特に、レールの幅が狭い狭軌鉄道であること、それから通常の2本のレールの間にラックレール(歯軌条)と呼ばれる歯型のレールが設置されていることでファンの人気を集めているという。この鉄道の模範とすべきところは、SLファンを満足させる様々な仕掛けを実践している点である。

a. ファン限定のサービス～機関庫などの公開～

アッヘンゼー鉄道では、イエーンバッハ駅に併設する蒸気機関庫(図1)を公開し、音楽の演奏会場、オペラの舞台として、あるいは時にファン同士の結婚式場としても貸出しているというから興味深い。実際に訪れると、同鉄道が所有する蒸気機関車が数車両並び、中の1両では「保火」と呼ばれるSLの温度、圧力を維持する作業の最中であった。庫内には石炭の炊かされている匂いが漂い、時折、蒸気が吐き出される音が聞かれる。床面も油の汚れが露わになったまさに現役の倉庫そのままである。

また、倉庫奥に歩を進めると、車両整備のスペースがあり、分解されたSLの細かな部品が整然と棚に並べられ、作業員たちが時おり見学者に微笑みかけながら作業に当たっていた。こうした、実際に高温で火を焚いている機関車を間近に観たり、鉄の塊を相手にした作業中のスペースを直に見学できたり、という趣向はいわゆる展示型の博物館では決して体験できないこ



(▲図1)

とであり、この地域へわざわざ足を運ばせる大きな磁力となっているように思われる。

b. ファン層が運営の支え手になる

こうした迫力に満ちた臨場感は、愛好家の人々にとっては最高の見学先であり、そうした層にとって他に換えられない文化的付加価値があるといえるだろう。実際、この鉄道では、ファンという特定のコミュニティにとって最高の付加価値を持ったこの空間の魅力を十分に自認し、この鉄道の維持・運営費の捻出に繋がっている。上述のように、機関庫をファンが貸切り、飲食するという「パーティー会場」として使用できるようにしている他、折りに触れて地元有力者ⁱⁱやファン向けにパーティーを催し、寄付者を募っているという。

この鉄道の場合も他のSL運行事業者同様、SLの保全費の比重は大きく、毎年解体整備する費用におよそ10万ユーロほど要する。徹底的な人員の合理化と燃料費の抑制、また欧州におけるSL運行業者間の連携を密にし、鉄道資材の共同購入ⁱⁱⁱ等で経費を抑える一方、ファン層へのサービスを充実させ、旅客収入の確保に努めている。

観光船運行事業者など周辺の旅行事業者と提携し、日本なども含む世界130のサプライヤーに対して旅行商品を販売するなど、地域の枠を超えて精力的にネットワークを拡げている^{iv}。こうした事業展開には、地域・州・国それぞれのレベルの観光局がマーケティングまで含めて全面的に協力しているという。

また、富裕層のSLファン向けに現役のSL機関士たちが研修を行い、最終的には実際にSL運転体験もできるという限定セミナーも開催し、これにはヨーロッパ中から参加者があるという。やはりファン層の興味関心は強く、この「支え手」としての主体的意識は文化遺産の活用事業にとって大きな動輪となろう。ファンレイジングの対象を、ある限られた地域の「コミュニティ」の範囲内だけに留めず、地域を超えたファン層のネットワークに繋げていく手法は大いに参考とすべき点である。

総じてここでは、ファン向けの催しを単に一過性のイベントとして終わらせるのではなく、維持運営の担い手として、鉄道事業者とファン層との間の具体的なパスを想定し発展させている。ここに大きな特色がある。

2-3 異なるセクター間のブリッジ形成

アッペンゼー鉄道のように、欧州の事業者の多くは、支え手となるファンというコモンズとの効果的な連携を図りつつ、この層が秘めている内発的行動意識を具体的に誘客へと結びつけることに成功している。この点が欧州における事例の特色として挙げられよう。

また一方で、各都市、各地域の観光局等、マーケティング部門との協働が図られていることも、広報戦略の面で理想的であり、こうしたセクター間の効率的連携を十分図っていくことが日本でも求められている。わが国の課題としては、コモンズ内の連携だけでなく、ネットワーク間のブリッジを実効性のある形で強めていくこと、この辺が指摘できるのではないだろうか。では、以下に、日本の事例を挙げつつ、その点を分析してみよう。

3. コモンズの形成～日本の事例から～

3-1 SL 活用の嚆矢、大井川鉄道

静岡県の山間部を走る大井川鉄道は、日本におけるSL復活運転の嚆矢として知られている。今日、全国各地で展開されているSL運行と観光振興のモデルは、この鉄道にこそ源流があるといえるだろう。

ここでは、鉄道事業者が沿線自治体と協働しつつ、地方ローカル線衰退のダメージが決定的になる前の比較的早い段階で「観光路線」にシフトしたことが奏功したと言われている。現在、SLファン層を軸とする地域振興がより充実し、またフィルムコミッションでも成果を上げ、これは自然・歴史豊かな風景、景観という文化遺産を守っていく強いインセンティブになっている。

a. 産業のための鉄道から、文化観光へのシフト

大井川鉄道は大正14年に、大井川に沿ったダム開発、森林開発を目的に創設された。鉄道を用いて、上流からは材木を、下流からはダム建設に必要な建設資材を運んでいたといい、こうした貨物輸送が主流の時代が昭和30年代まで続いた。その後、ダム建設もひと段落した頃に、モータリゼーションの波が押し寄せ、その後は坂道を転げ落ちるように貨物輸送、乗降客数が減少していった。国の電力政策が水力から原子力にシフトしていく、という時代背景も関係したという。

数値データでもそれは明らかで、例えば、昭和42年の乗降客数はおよそ346万人であったが、わずか8年後の昭和50年になると、これが245万人まで一気に100万人も減少している。

そこで、SLを走らせるという、当時としては大変独創的で、しかも国鉄の無煙化政策を受けて全国の鉄路からSLが消えて行った当時、一見その時代に逆行するような方針で大転換したのである。

昭和40年代、岐阜県大垣市にて解体間近だったSLを大井川鉄道が購入し、大井川鉄道の一部区間（千頭～川根両国間の1.1km）で運転を始めたという。

無論、この提案に反対する向きもあったというが、当時の経営陣の頭の中には大井川鉄道を、先に挙げたような「保存鉄道」にしようという明確なビジョンがあったのだという。世界の保存鉄道の実態について、実際に欧州各地を視察し、その理念、および手法を習得して大井川に適用していった。

従前の、沿線住民のための輸送を主とした事業者の姿勢から、SLという文化財に関心のある層を中心としたファン層にターゲットを換えたという、この経緯は大変に示唆的である。機能性・収益性の面で「時代遅れ」となっていたSLのむしろ「文化的付加価値」に着目し、結果的に地域外へもターゲットを拡大させることに成功している。人々の文化に対する想いを磁力とするネットワークが、文化遺産の保存・活用のメインプレーヤーになり得るといふ、時代の変化を先取りしていたと言えよう。

b. SLファン層が形成する緩やかなコモンズ

大井川鉄道では、小型SLの試験的な運転に引き続き、昭和51年からは、本格的に、同鉄道の金谷～千頭駅間にてSL運行を開始させた。SLの本格営業運転後、徐々に観光客数を伸ばし、沿線に受け入れられていったという。飲食店などは、そもそもダム建設関係者用に沿線にあったため、そうした施設が観光用に転換されていった。

SLの定着は、SLの乗客数にも表れており、30年前、7万4千人だったSL利用者は、平成22年では当初の3倍の22万5千人にまで増えている。

一方、この間、大井川鉄道全体の旅客数は、沿線地域の過疎化、モータリゼーションの影響を受けながら減少し続けてきた。これに伴い、全体の利用者数に占めるSL利用者の割合は、この30年間で、おおよそ0.3割から3割へと10倍に上昇している。この数字を見ると、昭和40年代から大井川鉄道が進めてきた観光路線へのシフトが功を奏していることが分かる。

他の地方鉄道と同様、大井川鉄道も経営は容易ではなく、大手鉄道会社から購入する中古車両の使用や、駅の無人化などで合理化を進めると共に、SLを中心

とした観光に軸足を置くように方針を転換したことによって会社の経営が救われたという。

例えば、近鉄の珍しい電車など中古車両の利用や、SLの運転などが話題を呼び、結果的に、いわゆる鉄道ファンが喜ぶ旅を提供できてきた。

さらに2012年4月には機関車庫の見学コースを新設している。新金谷駅の構内にある機関車庫を内部まで含めて見学できるコースを新設し、大好評だという。

機関車の間近で、実際に整備に当たっている様子を目の当たりにすることができ、ますますSLファンを増やす効果があるようだ。入場料は500円だが、これも新たな収入源となる。オープン後、半年間で1万人が訪れる好評ぶりだという。

ファンのために配慮する、という大井川鐵道の積極的な姿勢が功を奏している。

c. 異なるセクター間のブリッジ形成

①沿線自治体等との協力

大井川鐵道では、沿線住民が地域ごとに駅の清掃等を行う任意団体を組織し、駅の管理を自発的に進めてくれているという。下泉駅、田野口駅などでは、清掃や花植えなど自発的に実施している。全駅ではないものの、いずれの団体も「駅は地域の顔だから」という想いで活動されており、まさに駅施設を「共」の空間と捉えたコモンズとして機能している例と言えるだろう。

②財団法人日本ナショナルトラストとの協働

「トラストトレイン」と呼ばれるナショナルトラスト所有のSLと客車を、年に5回程度、大井川鐵道の路線を使って運転させているという。

トラストトレインが走る日は、親子ボランティアが



(▲図2)

SLを磨いたり、転車台を手で回したりするイベントを開催している。とくに子供たちにSLの設備等を実際に触れさせるなど、様々な体験のできるイベントになっている点が評価されているのだという。SLや機関車の定期検査等は、大井川鐵道が負担し、その代り、繁忙期において客車が不足した際などにナショナルトラストより客車を借りているのだという。

③沿線自治体の島田市との協働

島田市が観光庁との連携で「家族と地域の時間づくり推進事業計画」(休暇取得・分散化促進実証事業)を始めたことに起因し、平成22年から「SLフェスタ」と題する子供向けイベントを行政、大井川鐵道ほかとの協働で実施している。これは、市内の小中学校を休みにすることに合わせ、SLの重連運転を実施したり、千頭駅に機関車をずらりと並べた撮影会を行ったり、新金谷駅でSLとの綱引きを実施したりと、盛りだくさんの催しで、なかでも1000人の親子をSLに無料招待(行政が乗車賃負担)する企画は好評だという。

「地元に住んでいるのにSLに初めて乗った」という声も少なからず聞かれ、この乗車を機に、「鉄道のまち、SLの走るまち=島田市を誇りに思う」市民も増えていくのだという。また、乗車体験した人々からの「口コミ」で、SLの広報にもなっている。

そのような流れの中で、秩父鐵道や真岡鐵道でのSL運転のように、沿線自治体と運行事業者が協働するにはあり得るのではないか、という認識も出てきているという。因みに島田市では、新たに転車台を整備するための行政支援(図2)や、大井川鐵道沿線の川根温泉(SLを眺められる露天風呂がある)に新しい宿泊施設を建てる事業にも着手している。将来的に、SLを軸とした観光振興はますます広がりそうだ。

④「ファンクラブ」を組織する

大井川鐵道では、平成21年から大鉄メディアクリエイトという子会社を中心となって関連グッズのweb通販事業に参画したが、その際、ベースとなる客の確保が課題となり、ファンクラブの仕組みを作った。

ファンクラブの年会費は2,800円であるが、定期的な会報誌を受け取れるほか、オリジナル名刺も作成でき、また普通切符が1割引き、webにて商品購入時も会員割引が1、2割程度あり、さらに年2回、鉄道ポスターや沿線の特産品も送られてくるというから盛

りだくさんだ。会社側では、会員証を持って実際に乗りに来てくれることが何よりうれしいという。

単に通販だけではなく、ファンクラブの形態を導入することにより、物（の売り買い）だけの関係ではなく、実際に訪れてもらい、「鉄道を支える」という意識を持ってもらうきっかけとなっているようだ。

こうした「ファン層」を、SL 運転をサポートする中核として位置付ける考え方は、寄付文化の浸透が遅れている日本においては、極めて現実的な選択肢といえるだろう。

また会員は全国各地に広まっているといい、SL を支える人的ネットワークはじつに広範囲に展開可能であることを示唆している。

3-2 SL ファンが集まる民宿「奥大井」

このような大井川鉄道による、ファン層をターゲットとした鉄道事業者の様々な試みは、沿線の事業者にも良い形で影響を与えているという。

大井川鉄道のSLの終点、千頭駅からバスで20分ほど分け入った山間に佇む民宿「奥大井」は、従前、ダム建設従事者等の利用する宿泊施設だったが、今日では鉄道ファンが立ち寄る民宿として知られている。そもそもジオラマ好きの板長が、大井川鉄道を利用する泊り客と趣味の話をしているうちに鉄道ファンの輪が大きくなっていったという。

とくに、鉄道模型（ジオラマ）制作の専門家が宿泊に訪れてからは、インターネット上の口コミで民宿のことが知られるようになったという。こうした専門家が関与した形でのインターネットの広報力は絶大で、これまで宿泊することのなかった層への浸透や、沖縄や北海道など遠方からの来訪者も見られるようになってきたという。加えて「母子鉄」、「女子鉄」などの女性のファンが目立ってきたこともこれまでになかった傾向だという。

こうしたことから、沿線住民の意識としては、「SLを遺しておいて良かった」と、SLの動態保存に肯定的な意見が多いという。この民宿のような成功事例が増えていくにつれ、文化遺産の保存・活用に対する市民意識は変容していくことだろう。

3-3 各地で広がるファン層を中心とした交流人口の増加

a. 鉄道文化村（群馬県碓井峠）

群馬県の西部、碓氷峠とはいえば、かつては鉄道の要所であり、鉄道のまちとして知られた地域である。

長野新幹線開通後は要所としての機能の一切が無くなり、代わりに積極的な行政支援の下、「鉄道文化」に視軸を変換し、「鉄道のまち」づくりが進められている。鉄道文化村はその一環として運営されているものだ。

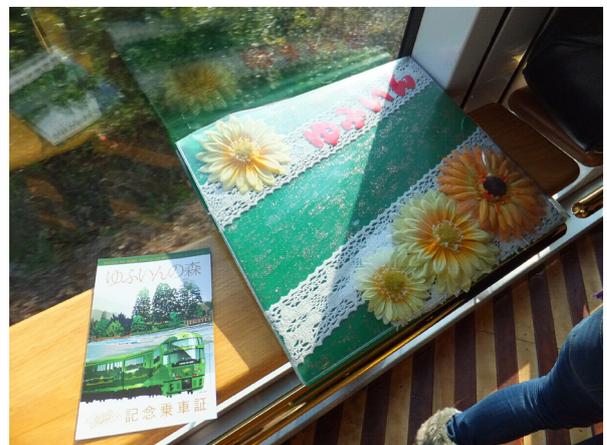
この施設のユニークなのは、実際に機関車を線路上で運転できるというファン向けの研修コースがある点だ。日本で唯一のサービスだといい、運転手OBによる指導・添乗の下、施設外周の軌道上約400mの距離を往復運転できる。この機関車運転体験に参加するためには、学科、実技（約1日）の講習を受講する必要があるという本格派である。じつに3万円以上の費用が掛かるにも関わらず人気を博しているという。ファン層が同地の地域振興の一翼を担いつつある。

b. 特色ある観光列車の運転（JR九州）

JR九州では、社長唐池恒二氏とデザイナーの水戸岡鋭治氏が日々沿線をくまなく回りながら、新しい観光列車の企画を検討し、「SL人吉号」や「ゆふいんの森号」などファンの心をつかむ形で事業化に成功しているという。

国内からの誘客のみならず、外国からのインバウンド観光にも力を入れている。特に中国、韓国をターゲットとし、前者には海外事務所を設置しPRを強めているほか、韓国の旅行代理店などにも積極的にアプローチしているという。外国人用、留学生用のフリーパスも発売し、「九州と言えば鉄道の旅」というイメージを定着させつつある。

特筆すべきは、観光列車を担当する社員が定期的に地域の方とコンタクトをとって、イベント等の情報を交換しているという点である。鉄道事業者が地域コミュニティと直接連絡を取り合うことにより、来訪者のニーズに的確に応える態勢が整っている。また乗務



(▲図3)

するスタッフも自発的に地域に出向き、乗客に紹介できる観光資源を探しているのだという。観光列車の車内には、こうしたスタッフが自らの足で収集した地域の手作り観光マップ等が置かれ(図3)、沿線の文化観光を一層魅力的なものに昇華させているのである。

その他、SLが通った時に沿線住民が手を振ってくれるという「手をフレール」プロジェクトや、各駅での地域によるおもてなしイベントの開催、特色ある弁当製造、グリーンツーリズムとの連動といったフィードバックの開拓等々、鉄道事業と地域コモンズとの有機的な連携が図られ、文化を軸とした持続可能な地域振興へと展開中である。これは範とすべき事例と言えるだろう。

4 文化遺産を支えるコモンズ形成の可能性と課題

4-1 SL やまぐち号の事例

上に、ファン層を直接間接の支え手として想定する文化遺産活用の事例を見てきたが、いずれも地域の内発的なアクティビティを引き出している点で今後の大きな可能性を感じる。

では、そうしたファン層という一つのコモンズ形成を促す要因について整理しつつ、本論の最後に、わが国でのSL復活運転の先行事例の一つであるSL「やまぐち号」を挙げ、その意識調査結果の分析等を通し、地域コモンズが文化遺産の支え手となる上での課題点等を分析してみたい。

やまぐち号は、全国の国鉄路線に先駆けて昭和54年よりSLを復活運転していることで知られる。だが、かつてSL運転の嚆矢であった分だけ、全国的に同様の運行が拡大した今日、相対的に差別化が難しくなっている他、年を重ねるごとにSL運転に必要な資金確保も大きな課題となってきた。とくに前者については、乗客のリピーター率が平均2割程度と低いことから課題点が明らかである。

そこで、このSL「やまぐち号」の運転をめぐる2012年に行われた以下3つの調査結果を手掛かりとして、上のテーマを考察したい。

a. 乗客に対する意識調査の結果より(記述アンケート)

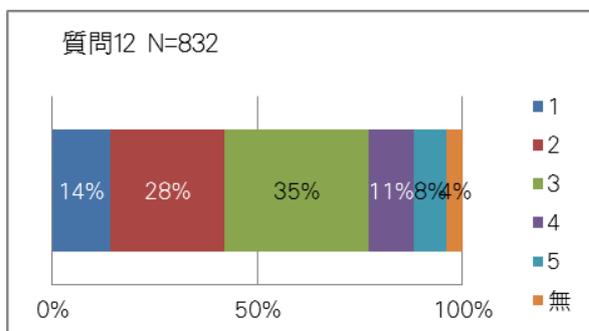
乗客の意識については、2012年に行われたアンケートの結果が示唆的である^{vi}。

例えば、「今後、SL「やまぐち」号にあったら良い、と思うサービスは何ですか?」という問いには、自由記述の回答に、「転車台や機関庫見学等」、「沿線の歴史的解説の車内放送」、「運転室の映像の車内放送」な

ど、ファン向けのサービスの充実化を挙げる声が多かった^{vii}。

では、そうしたサービスを求めている人の割合は、おおよそどのくらいなのだろうか。

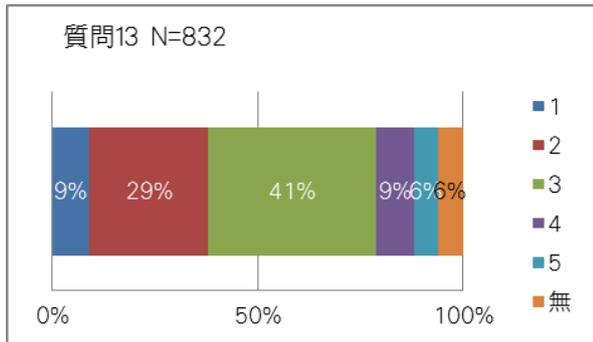
「今後、SLファンのためのイベント(特別見学会・撮影会等)が開催されたら、積極的に参加したいですか?」という問いに対する回答を見ると、①強く思う(14%)、②どちらかと言えばそう思う(28%)、③どちらとも言えない(35%)、④どちらかと言えばそうは思わない(11%)、⑤全く思わない(8%)という結果になっている^{viii}。積極的な思考を持っている層は、その強弱併せて42%であり、一定程度、ファン層が確立していることが分かる。



このファン層が、具体的な支え手として緩やかなコモンズを形成できれば、文化遺産としてのSLやまぐち号の基盤は安定するのだが、それを確かめるため、今度は、自らが催しの「参加者」としての立場から、より主体的に、これを創っていく立場になる意識があるかどうかを尋ねた結果を見てみよう。

「近年、国内外において、SLの運行をサポート(沿線地域のPRなど)する市民活動が盛んになってきていますが、こうした活動に積極的に参加したいですか?」という問いに対しては、①強く思う(9%)、②どちらかと言えばそう思う(29%)、③どちらとも言えない(41%)、④どちらかと言えばそうは思わない(9%)、⑤全く思わない(6%)という結果になった^{ix}。

どちらとも言えないという回答が目立っている。ファミリー層の乗客も多いことから、あくまでも観光利用の乗客が多く、SLの運行を主体的にサポートしていく、という考えには至らなかったのかと思われる。ただ、基本的にSLファンの乗客は多く、今後、周知活動などが伴えば、意識が主体的なものに変わってくるものと推測される。



さらに、上に関連して、具体的な関与の在り方について訊いた質問結果を見てみると：

「この（質問13）ような活動に、どのような形であれば参加できると思いますか？」との問いに対しての回答では、「スタッフとして参加（パンフレットの配布や案内等）」、「地域の人々と触れ合いながらの活動」、「沿線の清掃活動」、「遠くからでも協力可能なインターネットでの情報発信やサークル活動」、「機関車や客車の清掃」、「勉強会等あれば子どもに参加させたい（子ども連れで参加出来るイベント）」、「JR九州新幹線のCM イベントのように、手を振る等誰でも簡単に参加できるもの」、「資金的な貢献、宣伝活動」などが挙げられた^x。

九州を走るSL人吉号沿線自治体が発行している「手をフレール運動」などを知っている層が散見されることが興味深い。今日においては、いわゆるファン層がSLを媒介とし地域間を横に繋いでいると言えよう。

b. ワークショップの結果より

上のアンケートの結果からは、やまぐち号を支えるコミュニティの意識内容は明確ではなかったが、これを補足するため、2012年に並行して実施された次の2つのワークショップの結果が示唆的であると考えている。

①第一に、SLの愛好家に集まってもらって実施したワークショップでは、「これからすべきことは何か」との問いに対し、以下のような提案が出ている。

「沿線を桜並木にして撮影ポイントをつくる」、「花を植える（例：コスモス、しょうぶ、すすき）」、「沿線の風景を美しく見せる場所を整備する」、「SL撮影地でのカメラマンのマナー向上、イメージアップ」、「地域住民と連携して環境美化に努める」、「撮影用に古い信号機を設置する」といった、極めて具体的な提案が挙げられた^{xi}。

②さらに、愛好家ではなく、子供を持つ一般主婦層を中心としたグループを対象に行ったワークショップでも：

「SL運転を支えるために、自分で関わられることは？」との問いに以下のような回答が出ている。

「SLやまぐち号に乗って魅力探しをして、自らが広報マンになる」、「まずは1度乗ってみて、SLの魅力をお口コミで広げる」、「小学校、幼稚園を訪問して子供たちに興味を持ってもらい、取り込んでいく」といったように、子供のアクティビティを視軸としつつ、自らも「乗客」の側から「支える」側へと立場を換え、主体的な提案が出された。

さらに、SL運転の維持継続にはファンドの形成が不可欠であるとの意識から：

「SLやまぐち号オリジナル“銘菓セット”をつくり、BOXに入れて販売する。様々な企業、店舗から宣伝費、広告費をもらい、寄附も募る」、「SL弁当+大人用カフェセット」をつくる。弁当箱が使えて、裏に「この1割が〇〇に使われます」といった支援キャンペーン表示を載せる」といった提案も出ている^{xii}。

c. 寄付に関するヒアリングの結果より

「SL「やまぐち」号が走る山口線沿線の環境整備等をするために寄附金を募集した場合、あなたは寄付しますか？ 寄付するとすればどの位ですか？」と問うたところ：

「する」との回答が6割で多く、「しない」「わからない」との回答を上回っている。

また「具体的に幾らくらいまで寄付をするか」との問いかけには、「500円から1,000円まで」との回答が42%で最多であった。

これらのことから、寄付によって文化遺産を支えることについては概ね好意的であり、比較的手頃な額であれば実際に寄付行為につながる可能性は十分に考えられるようだ^{xiii}。

4-2「支え手」の意識はあっても、具体的活動に集約しにくい現状

上のa.～c.の結果からは、SLの運行事業者であるJRに対して、きわめて具体的な提言、要望を持っている方が多いことが分かる。中には一度も乗車したことがない場合でも、かなり主体的な提言が出されており、こうした積極的な層が地域コモンズを形成し、文化遺産の支え手となる活動に広がっていく素地は十分にあるように思われた。

ただ、現状は、平素、異なるセクター間の意見交換の場があまりなく、市民が有している知恵の数々が表面化しないのは勿体無い。今後、関係者が集い、相互連携できるためのラウンドテーブルが必要であると指摘できる。

4-3 コモンズを軸とした地域振興へ

以上の事例分析を総括すると以下の様に纏められるだろう：

1) 文化遺産を活用したパーティーの開催や「ファンクラブ」の創設など、文化遺産に関心を寄せる人々が集うラウンドテーブルの存在が重要である。欧州の事例、大井川鐵道の事例などがそれを示している。

やまぐち号の分析で明らかになったように、乗客の中にも3割から4割程度、支え手としての前向きな意識や、文化遺産活用に関する独創的で実効性のあるアイデアを持っているファン層が認められる。こうした内発的意識を意識内にとどめることなく、コモンズという可視化されたフレームの中で発揮できるように工夫することが必要であろう。

2) 協議会の設置などを通し、文化遺産の活用事業等、観光まちづくりに対する行政の具体的なサポート方法、および専門家が関与する手法を確立することが重要である。島田市の事例のように、文化遺産が観光資源として認知されれば、「観光振興」という視点から行政支援が行い易くなるケースもある。

3) 文化遺産の主たる管理組織とサポートする地域団体相互の密接な連携を生み出しながら、いわゆる「コモンズ（ここでは、おもに地域で協働参画しつつ文化遺産を守る活動を指す）」の形成を促す仕組みの確立が重要である。その際、異なるセクター間のブリッジ形成がとりわけ重要なプロセスであることが明らかになったが、この手法については、なお分析を要する項目として今後取り組んでいかなければならない。

ⁱ 文化遺産の活用に関して筆者が取り組んできた以下のような拙稿が本論のベースとなっている。

- 1) Tadashi SAITO, "Japan-Europe Comparative Study of Architecture Observation Programs To the Public", The Proceeding of the 9th International Symposium on Architectural Interchanges in Asia, 2012, pp. B681-4.
- 2) 齊藤理, 「文化遺産ガイディングに関する実態調査～歴史的建造物の事例から(その1)～」, 山口県

立大学学術情報第5号[大学院論集通巻第13号], 2012年3月, pp.41-48

- ⁱⁱ 自治体の首長や企業幹部など、協賛、寄附に繋がりそうな層を想定したという。
- ⁱⁱⁱ 特にSLという、量産が終了し部品を特注にて入手しなければならない対象に対して、こうした事業者間が連携しての共同購入はコストを下げる上で有効である。
- ^{iv} とりわけファン層に人気を博しているのが、「アッヘンゼー鉄道往復チケット+アッヘン湖遊覧船」のバック切符の販売で、日本からの観光客も多いという。
- ^v 大井川鐵道でのヒアリング結果については、以下を参照。本論の一部は、当該資料をベースに新たな知見を加えつつ「コモンズ形成」の視点からまとめ直したものである。
「平成24年度SLやまぐち号動態保存トラスト等調査事業報告書」, 山口商工会議所, 山口県立大学地域文化創造論研究室編, 2013年3月, pp.51-55
- ^{vi} 前掲「保存トラスト」, pp.8-39
- ^{vii} 前掲「保存トラスト」, pp.21-24
- ^{viii} 前掲「保存トラスト」, p.26
- ^{ix} 前掲「保存トラスト」, p.26 f.
- ^x 前掲「保存トラスト」, p.27 f.
- ^{xi} 山口県内に住む「SLやまぐち号」愛好家、その他関係者(16名)が集まって実施された「SLやまぐち号座談会」(2012年9月)での記録から引用。前掲「保存トラスト」pp.F2-F7
- ^{xii} 山口県内に住む一般女性7名が集まって実施された「観光資源としてのSLやまぐち号を考える」ワークショップ(2012年11月)での記録から引用。前掲「保存トラスト」pp.F8-F12
- ^{xiii} 山口市内で行われたイベント会場でのヒアリング結果(2012年11月)から引用。前掲「保存トラスト」p.7

