

「信頼による観光」と私たちの働き方

信頼によるやりとり

物やサービスを手に入れるとき、私たちは3つの方法を使い分けているように思います。1つ目は「見知らぬ人から貨幣で購入する」という方法です。例えば、インターネットでの買い物、旅先のコンビニエンスストアでの買い物、家電量販店での買い物などです。この方法だと、購入後も見知らぬ人のままとすることが多いでしょう。

2つ目は「顔見知りの人から貨幣で購入する」という方法です。私の場合、自宅の家賃を支払っている大家さん、散髪してくれるスタイリストさん、疲れた身体をもみほぐしてくれる整体の先生などは顔見知りの関係であり、「**あの人から購入したい**」

とお付き合いしている相手です。もちろん、毎日通うコンビニエンスストアの店員や、頻繁に買い物するインターネットストアの店長とも同様の関係になることができるのかもしれませんが、私の場合は顔見知りであるかどうかは結構重要です。私が出張先でお土産を購入して整体の先生に渡したり、大家さんから自宅で採れた柿を大量に頂いたりします。ここには貨幣でのやりとりだけでなく、**貨幣抜き**の**信頼**によるやりとりもまた生まれているように感じます。

3つ目は「知り合いの人から信頼で入手」というものでしょう。お互いに小売商売をしているわけではない友人や親戚から、ものやサービスを手に入れるような方法です。自分が収穫した野菜、果物や、手作りの品々を季節ごとに送ってくれる知り合いがいます。逆に私も、出張



先で「あの人欲しがっていたな」とか「喜んでもらえそうだな」というものを見つけてプレゼントしたり、「いつもお世話になっているな」と思う人に自分がつくったものや書いた書籍を差し上げたりします。プロジェクトの相談にのったり、事例を紹介したりすることもあります。

「**見知らぬ人**」とは**貨幣のみ**でやりとりし、「**顔見知り**」とは**貨幣や信頼**でやりとりし、「**知り合い**」とは**貨幣を介さず信頼**でやりとりすることが多い。そして、都市的な暮らしをすればするほど、見知らぬ人と貨幣のみでやりとりすることが多くなる。そんな傾向があるように思います。1940年頃までの日本は、総人口の8割が農村部で暮らしていまし

studio-L代表。コミュニティデザイナー。社会福祉士。工学博士。

やまざき りょう
山崎 亮



建築・ランドスケープ設計事務所を経て、2005年にstudio-Lを設立。地域の課題を地域に住む人たちが解決するためのコミュニティデザインに携わる。まちづくりのワークショップ、住民参加型の総合計画づくり、市民参加型のパークマネジメントなどに関するプロジェクトが多い。著書に『ふるさとを元気にする仕事(ちくまプリマー新書)』、『コミュニティデザインの源流(太田出版)』、『縮充する日本(PHP新書)』、『地域ではん日記(バイインターナショナル)』など。

た。その頃までは、知り合いとの信頼関係でやりとりすることが多かったでしょう。ところが戦後は都市部への人口流入が急増し、現在では総人口の8割が都市部で暮らしています。こうなると見知らぬ人と貨幣のみでやりとりする割合もまた急増するはずです。高度経済成長は、団塊の世代が消費世代になったことに関係していると語られることが多いのですが、その世代が「**貨幣を介さないやりとりが主流の農村部**」から「**貨幣を介したやりとりが主流の都市部**」へ移動したことによって拍車がかかったともいえます。生活のなかに貨幣でのやりとりが増えれば増えるほど、経済は成長していることになるのですから。

しかし、「見知らぬ人と貨幣のみでやりとりする割合が高まっていく生活は充実しているのか」と問われれば微妙な気持ちになります。知り合いとの信頼を介したやりとりを減らし、見知らぬ人と貨幣でやりとりする割合を増やす生活では、生活の満足度はなかなか高まらなかったのかもしれませんが、都市部で生きていくためには貨幣を稼がねばなりません。信頼だけで生きていくのは相当難しい。だから人々は、なんとなく虚しい気持ちになりつつも、知り合いとの信頼関係を高めることに時間を使うのではなく、貨幣を稼ぐために時間を割こうとするのでしょう。信頼関係が少ないと将来の生活に対する不安は増大し、その結果さらに**貨幣を増やすために時間を使う**。

すると信頼を醸成するための時間は減っていく。生活に必要なものはほとんど見知らぬ人から貨幣を介して購入するのが当たり前という生活、相対的に貨幣の重要度が増した人生を歩むことになります。

そんな人たちが旅に求めることは何でしょうか。旅もまた、見知らぬ人から貨幣を介して入手する体験であるべきでしょうか。「**非日常**」を**味わう旅**こそは、できれば顔見知りや知り合いと、貨幣以外の方法でやりとりできる時間をつくりたいも

のです。なぜなら、都市部で生活する人たちにとって、貨幣を介したやりとりは「日常」になってしまっているからです。

そのためには信頼が必要になります。都市部からの旅行者と旅先の地域で暮らす人たちとの間にどうやって信頼関係を構築するのか。観光に携わる人と地域の人との信頼関係をどうやって醸成するのか。まちづくりや地域づくりの視点から取り組んだ、いくつかの事例についてご紹介したいと思います。

これまでの取り組み

いえしま地域(2005-2009)

兵庫県いえしま地域のまちづくりに携わったのは、島の主幹産業だった漁業と採石業に陰りが見えてきた時期でした。我々が開催したワークショップに、島のお母さんたち約10人が参加してくれました。彼女たちと、島民目線のガイドブックをつくり、逆に旅行者目線のガイドブックを作ったりしました(「探られる島プロジェクト」や「しまはがきプロジェクト」)。当時は、都市部から来る人たちが島のどこに魅力を感じるのかについて、島民が学ぶための時間が必要でした。5年ほどかけて前述のガイドブックづくりに取り組んだり、コンシェルジュ養成講座を開催したり

しました。その結果、お母さんたちがNPO法人いえしまを設立し、地元の漁業組合と協力して特産品を開発したり地元の語り部になってくれたりしました。また、島外からの参加者を対象としたコンシェルジュ養成講座を開催し、卒業生のひとりが島で観光コンシェルジュを、ほかのひとりが姫路市でゲストハウスをそれぞれ創業しました。彼らは、多くの観光客が訪れ過ぎて島の人たちが疲れてしまわない程度の観光を実現するために試行錯誤を繰り返しています。



いえしまガイド



● 海士町のコミュニティラベル (2005-2009)

島根県隠岐郡海士町の総合振興計画づくりに携わったことがきっかけで、島の観光のあり方を考えたことがあります。今後10年間の島のあり方を考えるワークショップを開催した際、行政職員や住民が80人ほど参加してくれました。3年ほど地域の人たちとお付き合いさせていただいた結果、多くの知り合いに恵まれました。そこで、名所旧跡を巡るだけの旅ではなく、島に住む人に会いに来る旅を提案するため、仲間たちとともにコミュニティラベルガイド『海士人』という冊子をつくりました。3年間に知り合った人たちの物語や特技を掲載したガイドブックであり、**島に知り合いを増やす旅**を薦める媒体でした。一度きりの旅にするのではなく、何度も訪れて知り合いを増やしていってほしいのが理想的です。スタンプラリーのように、ガイドブックに登場している人にひとりずつサインをもらって回る旅行者も現れました。いずれ島の生活に興味を持ってもらい、知り合いが増えたら移住を考える人が出てくるといいなと思いながらガイドブックを作りました。

● 広島県の「しまのわ2014」と「さとやま未来博2017」 (2013-2018)

「人に会いに行く旅」を提案していたら、広島県庁から瀬戸内海の離島にも多様な人たちがいるので、その人達を巡る旅を実現させる博覧会を開催したいと相談がありまし



コミュニティラベルガイド「海士人」

た。そこで我々は瀬戸内海の島々を周り、興味深い市民活動をしている人たちと知り合い、1年間かけて都市部からの観光客をおもてなしする方法を検討しました。150以上の団体が観光客をおもてなしする活動を展開し、そのなかには山頂から狼煙を上げる人たちが、手作りの手芸作品を家中に展示する民家の美術館を開放する人たちが現れました。この人達は、博覧会「しまのわ2014」が終わった後も活動を続けており、それぞれの地域における重要なまちづくり団体になっています。また、2017年には島だけでなく山でも博覧会を開催したいという意向があり、「さとやま未来博2017」を開催しました。このときも1年間かけて、市民活動が観光客をおもてなしする方法について準備しました。今後は、**島と山の活動団体が連携**して新たな活動へと発展することを期待しています。



狼煙リレーの様子

● 台東デザインセンター (2017-2018)

台湾の台東県政府から依頼を受けて、台東県の南に位置する南迴地域でワークショップを開催しました。先住民族が多く住む地域なので、観光客が地域の人たちに出会うことができる活動を展開してみてもどうかと提案したところ、ワークショップから3つの取組みが生まれました。ひとつは、地域の高齢者から郷土料理のレシピを聞き出して、それを地域の若い人や観光客に紹介する活動。もうひとつは、高齢者、子ども、犬など多様な視点から見つけた地域の魅力を掲載する地図づくり。そして、3つ目は先住民族の生活様式を失わないような未来を、集落の住民とともに話し合う活動。こうした活動を通して、南迴地域の魅力を減じないようにしつつ、**観光客との関係性を醸成**していくような方



台湾・台東県南迴地域でのワークショップ

法を見出したいと話合っています。ワークショップ参加者の何人かは、2018年に開催される「南迴芸術祭」にも参加する予定です。

● その他

これまで、コミュニティデザインの実践として200地域でワークショップなどを担当してきました。関わったことのある地域には、それぞれ数十人ずつ知り合いがいることになります。数年前から、高校生の修学旅行や海外からの研修旅行として、我々が関わった地域を巡る旅行を企画させてほしいという依頼を受けるようになりました。コミュニティデザインの現場を知ってもらえることは我々としても嬉しいことなので、可能な限り協力して、地域の人たちに連絡し、現地を案内してもらいながらこれまでの活動を語ってもらうことにしています。また、地域に住む人たちの活動と、彼らが薦めてくれた食事とを合わせて紹介する『地域ごはん日記』という書籍を刊行し、**食べ物とその背後にある地域コミュニティ**のあり方を合わせて味わう旅のあり方を提案しました。



海外からの研修旅行

「信頼による観光」と私たちの働き方



● まとめ

以上のような事例において、重要な役割を果たしているのは行政の職員です。また、地域でまちづくり活動を実践している団体の方々です。こうした人たちの協力がなければ、「信頼に基づく観光」を企画したところで実現させるのは難しいでしょう。さらに、こうしたプロジェクトを進めるためには「貨幣」だけでなく**「時間」が重要な資本**になります。どれだけの時間を確保することができたか。それが少ないと地域の人たちとの信頼関係を構築するのは難しくなるでしょう。地域での仕事を始める際、よそ者である我々はいつもの怪しい目で見られます。まちづくり活動を実践している団体の方々、面白い商売をされている方々、新しい活動に興味を持つ方々など出会うまで、じっくり地域の方々と話をします。何度も地域を訪れたり、仕事を手伝ったり、食事を頂いたりします。一定期間住み込むこともあります。そうやって地域に住む人たちの間に信頼関係を構築し、新しい観光のあり方を考え、無理のない事業を計画し、訪れる人たちとの交流を楽しむ準備を続けます。そのために必要なものはたっぷり確保した「時間」という資本です。

貨幣を介した観光と信頼を介した観光は、どちらがいいという話ではないと思います。貨幣を介した観光のなかに、信頼を介した体験をど

のように埋め込むことができるかが重要です。そのためには、地域の人に貨幣を支払って短時間で対応してもらおうという方法よりも、じっくりと地域と付き合いながら信頼を介した体験プログラムを設計していく必要があると思います。地域が持っている信頼を介した関係性を「貨幣を介した取引」で壊してしまうのではなく、信頼を介した関係性こそが地域の魅力であり新しい観光の資源であることを認識したうえで、時間をかけてそれを観光プログラムに内在させる方法を探る必要があるでしょう。

そのとき、プログラムを開発している本人もまた、これまでとは違う働き方をしていることに気付くはずです。都市部で観光関連の仕事に従事している人もまた、貨幣を介した関係性の比率が高い生活をしていることが多いのではないのでしょうか。そのままの人生を歩むこともできるとは思いますが、観光関連の仕事をするほど、日本各地の**「知り合い」が増え、「信頼を介した関係」が増えていく**ことになれば、将来に対する不安が少しずつ減っていくことになるでしょう。「東京での仕事が嫌になったら、いつでもうちの町においで」、「困ったことがあったら相談しなさい」と声をかけてくれる知り合いが増えていくことは、「どれくらいの貯金があれば老後の心配が無くなるだろう」と考えながら暮らすよりも安心した生活を実現させてくれるように思います。