

**立教大学学術推進特別重点資金（立教 S F R）**  
**大学院生研究**  
**2004年度研究成果報告書**

<b>研究科名</b>	立教大学大学院	観光学	研究科	観光学	専攻
<b>指導教員</b>	所属・職名		氏名		
	観光学部・教授		安島 博幸 印		
<b>自然・人文の別</b>	自然	・ <input checked="" type="radio"/> 人文	<b>個人・共同の別</b>	<input checked="" type="radio"/> 個人	・ 共同 名
<b>研究課題</b>	伊豆高原地域の観光地域としての形成過程における美術施設の成立と集積				
<b>研究代表者</b>	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
	観光学研究科・観光学専攻・博士課程後期課程4年		古本 泰之 印		
<b>研究組織</b>	在籍研究科・専攻・学年		氏名		
	観光学研究科・観光学専攻・博士課程後期課程4年		古本 泰之		
<b>研究期間</b>	2004	年度			
<b>研究経費</b>	200	千円			

**研究の概要** (200~300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

日本の観光地域における美術施設は、その存在はよく知られ、論じられるにもかかわらず、観光研究においてはきわめて蓄積が少ない状況にある。

一方で、観光地域の形成過程についての研究は多くなされてきたが、その背景におけるコミュニティの動きという点に着目しているものは少ない。

本研究では、この両者を、美術施設の設立者や移住者が持つ、地域への「意思」という点で結びつけ、双方の研究に新しい視点を提供するものである。

まず、観光地域における美術施設の現状について把握すると共に、美術施設の集積が著しい静岡県伊豆高原地域の状況を地理学的視点から捉える。その後、伊豆高原地域におけるコミュニティの動きを把握する。

**キーワード** (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[ 伊豆高原地域 ] [ 美術施設 ] [ コミュニティ ]

## 研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究では、まず、わが国の観光地域に非常に多く観られる、美術施設についてその現状を把握した。

わが国の観光地域における美術施設は非常に多く、その集客力・文化発信効果について大きな期待が寄せられているが、その一方で、「単なる箱もの」、「質が悪い」、「どこに行っても同じものがあり、観光地の無個性化の要因」といった批判も少なくない。

そこで本研究では、このような施設のうち、ある特定の展示内容の施設が、わが国の観光地域の多くに共通して存在しているという点から、これらの批判の背景を明らかにすることを目的とした。そのため、広く使用されている旅行ガイドブックと考えられる、JTB 出版の「るるぶ」を基礎資料とし、施設を抽出、その成立場所、年代、展示物、運営主体について時系列的な分析を行った。

その結果、①関東地方・中部地方を対象としたるるぶ情報版において、博物館が特に多く扱われていた県は長野県、山梨県である、②取り扱われた博物館は、大都市地域よりも大都市から離れた中小都市ないしは町・村に立地しており、多く取り上げられている地域はいずれも既存の有名観光地である、③展示物が一種類の施設が多く、同一地域内に類似した展示物を置く施設が見られる。特に「絵画」「ガラス」「人形」は重複して見られた、④長野県・山梨県の博物館は私設のものが多く、特に多く紹介されている地域の博物館のほとんどが私設であり、既存の有名観光地に、個人ないしは企業が何らかの意図を持って設立した、という点を明らかにした。その結果から、観光型博物館に特化した研究の必要性、来館者研究の必要性、観光地域形成過程と美術施設とのかかわりの所在について、示した。(観光研究学会第 19 回全国大会、発表論文)

次に、前述の成果を元に、観光地におけるミュージアム(博物館、美術館などの施設を包摂する用語として)の集客効果、地域全体のイメージ向上効果といった点、さらには観光事業全体の展開とのかかわりについて論じた。(観光事業論講義第 7 講)

その上で、観光地域の形成過程と美術施設とのかかわりが強いと考えられる、静岡県伊東市伊豆高原地域について、その観光地域としての成立過程とさまざまな主体のかかわりの推移、美術施設の集積という 3 点を明らかにすることを試みた。

「伊豆高原」という地名は、ガイドブック・パンフレットなどを通じて広く知られているが、行政区分あるいは旧地域の名称ではなく、東京急行系列の伊豆急行による鉄道敷設に伴う別荘・リゾート開発の過程で付与された地名である。したがって「伊豆高原」という地域に対して厳密な区域を指定することは難しく、開発者側のイメージ戦略に依存している部分があることは否めない。その中心は静岡県伊東市八幡野、大室高原であるとされているが、富戸、吉田、十足、池までブランドネームが拡張し、開発が進められてきた。

伊豆高原地域には、1975 年に池田 20 世紀美術館が設立され、その後も工房やまざきなどいくつかの施設が設立されるが、その集積が目されることはなかった。しかし開発が一定の成熟期を迎えていた 1992 年以降、急速に美術施設の設立ラッシュが起こっていった。現在では大小 60 程度の施設がこの地域に密集しており、他に類をみない密度の濃い美術施設の群が形成されており、「芸術村」と評されることもある。

一方で、各施設の利用者数は年々減少しており、軒並み入館者数が前年度を割る(対前年度比 70~100%)という状況が続いている。

施設の運営形態を見てみると、発表者がアンケート・ヒアリングを行った施設のうち、64.5%が個人運営であり、オーナーも東京など大都市から移住してきた人物であることが多い。企業運営とされている場合でも、実質個人オーナーの小規模企業の所有物となっている施設が少なくない。また、東京・名古屋・栃木県那須町といった地域に本拠地を置いており、伊豆高原では美術施設のみ(伊豆ティンバエミュージアムなど)運営しているケースもある。

諸資料やヒアリング、アンケート調査から明らかになった伊豆高原地域における芸術に係わる主要な出来事を時系列的に整理すると、以下ようになる。

詳細は別稿で述べているが、伊豆高原地域における美術施設の集積は、以下の 4 期に分けられる。

## ① 原初形成期

伊豆高原地域に、「自然の豊かさ」「しがらみからの解放」といった理由で、芸術家が拠点をもち始め、彼らの関わり合いからコミュニティが生まれる。

## ② 萌芽期

いくつかの美術施設が見られるようになり、その施設と芸術家たちとの活動が、展示会などを通じて顕在化してくる。

**研究成果の概要 つづき****③ 開花期**

このコミュニティが拡大し、具体的な活動（伊豆高原アートフェスティバル）を展開していく。その結果、伊豆高原地域が「芸術の地域」として定着し、観光者の施設利用が増加する。そのことによって、美術施設のさらなる設立が進む。

**④ 成長期**

開花期における設立ラッシュ・利用者増加がさらなる設立ラッシュを起こす。その結果、美術施設は観光施設として認識されるようになり、有力な観光地として伊豆高原地域は成長した。一方で、施設間の競合や、利用者数の施設ごとの差が見られるようになり、個々の施設の経営は難しくなる。また「質」や「俗化」という批判的な指摘を受けやすくなる。

伊豆高原地域の観光地域・リゾートとしての開発の過程における美術施設の成立・集積過程を俯瞰的に見ると、当初は別荘所有者で構成される「芸術」コミュニティの動きが、伊豆高原地域に何らかの観光資源を提供し、それに反応する観光者が現れていたが、アートフェスティバルの成功や、特定の美術施設の集客面での成功を通じて、「美術館の地域」というイメージが定着する一方で、さまざまな美術施設が一挙に集積し始め、その中には各観光地で「どこでも見られる」「観光客ねらい」の施設が含まれていることから、「俗化」がすすみ、「正当な」観光者や当初の芸術コミュニティの活動が退化するという流れを見て取ることができる。

すでにいくつかの研究が指摘しているように、多くの別荘地・リゾートは、そこに拠点を置く人の「意思」や「理想」といったものを、投影させながら成立してきた。伊豆高原地域において、特に地域外から移入してきた個人運営の施設などにおいては、施設による収入の獲得を目的とするのではなく、「美しい自然の中で活動したい」「自身のコレクションを展示したいだけ」といったものも多い。そのため、一定期間活動し、運営が困難だと判断した時点で廃館するというケースもみられる。

一方、近年多く論じられるようになった、いわゆる「まちづくり」「観光地づくり」、具体的には内発的発展や住民参加型開発といった議論の中で共通して見られるのは、ある特定の地域内コミュニティが提示する「規範」が色濃く投影されている地域ほど、「すぐれた」観光地として捉えられている点である。大分県湯布院町では、美術施設の質の問題について、町ぐるみで議論が行われているが、これは地域が示す「規範」と、施設設立者の「意思」とのせめぎ合いが起きているととらえることができる。

つまり、伊豆高原地域はその成立過程の性質上、ある特定のコミュニティの意思＝規範といったものが成立せず、移入者の「意思」をそのまま投影する形で形成されてきたため、現在のような状態になっていると考えられる。ただ、その流れを食い止めようとする動きとして、近年、当初の芸術コミュニティの活動に共感を持つ一部の施設運営者が、新しく設立される施設を訪問し面接を行い、伊豆高原地域に対する貢献について直接問いただすといった活動を行っている。これは伊豆高原地域における「規範」の構築、といった動きとみなすことができる。

これらの議論をまとめると、伊豆高原地域には、移入者、移入施設、在住者、従来からの地域住民、観光者といった、複数の伊豆高原に対する「意思」が錯綜した状態を内包したまま、発展していったといえ、その一つの表れが美術施設の過剰な集積に現れていると考えられる。(観光研究学会分科会発表)

以上の研究成果は、観光地域における美術施設の成立と集積は、集客施設の増加とそれにとまなう観光地域の環境の悪化（いわゆる俗化）といった単純な問題の範囲を超えて、観光地域の形成過程におけるさまざまな主体の動き、といったより広範囲な現象の側面をあらわしているといえ、その現象をより明らかにするためには、既存研究に見られるマーケティングの視点だけではなく、より詳細なフィールドワークに基づいた研究を必要としていることを示している。