

# 文化・自然遺産の保存に関する社会心理学的研究

—遺産の保存を可能にする心性の探索—

## A Social Psychological Study about Conservation of Cultural and Natural Heritage

卜部 敬康\*

Hiromichi Urabe

### 【目的】

世界遺産の保存に関する研究・教育は、特に本学においては、世界遺産コースを取り入れたカリキュラムなどに見られるように、積極的に行われている。当初から全学的な取り組みを目指していたものの、人間関係学科（現・心理学科）における当該コース科目の開講は2007年度を待つことになったことから分かるように、「遺産の保存」と「心理学」を直接に結びつけることは容易ではない。筆者はかつて、心理学を専門としない研究者から、「地元の遺産がユネスコの世界遺産に登録されることによって「癒される」などの心理的効果が見られるのか、という研究をしてはどうか？」という問いかけをされたことがある。こうしたテーマは一見、心理学の立場から遺産の保存について考察しているかのように映るかもしれないが、必ずしもそうとはいえない。なぜなら、あるものが世界遺産登録されることによって満足感や幸福感を得る者がいたとしても、それは個人が自我関与ないしコミットメントを強く寄せる対象が社会的に高く評価されることに伴う「同一化」の結果であって、世界遺産登録それ自体によって生じる現象ではなく、ごく一般的な現象の一例に過ぎないからである。さらに、世界遺産への登録が人々の満足度を高めたり幸福感をもたらしたりすることが仮にあったとしても、それによってある特定のものの世界遺産への登録の可否が左右されるとすれば、それは本末転倒といわざるを得ない。

では、(世界)遺産をめぐる諸現象に、心理学の視点はいかに寄与し得るのであろうか。先に述べたように、「世界遺産への登録」という短期的かつ限定的な場面に対して心理学の知見を適用することは適切ではない。また、「(世界)遺産の保存」という場面においても、その技術的な側面への貢献はなし得ないであろう。しかし、保存に関わる人々や遺産を見学する人々の活動に着目すれば、遺産の保存に社会心理学の視点を生かすことは可能であると思われる。遺産を保存するには「遺産を保存しよう」という人々の意志や「遺産を保存したい」という欲求ないし願望

が必要であり、その価値が多くの人に共有される必要がある。そうした遺産の保存につながる心性がどのような心理学的変数とかわっているのか、それを育むには何が必要であるかという問題や、そのことによって遺産を含めた「まちづくり」の可能性を考えることは、すぐれて社会心理学的な問題関心であるといえる。より具体的には、遺産の効果的な保存を行うために必要不可欠となる人々の態度とは何かを考察すること、そしてそれを「まちづくり」に具体化するための理論の構築を、その例として挙げることができる。その端緒として、本研究においては遺産の保存に際して必要となる心性ないし態度について、町並み保存事例に関わった人々への聞き取り調査から探索的に追求することとする。

ところで、遺産の保存に向けて必要な人間の心性ないし態度は、大きく分けて

①遺産を保存することの価値を理解すること

②保存された遺産の価値を損ねないような観光・見学を行うこと

の二点を挙げることができ、その両方が存在してはじめて文化・自然遺産の有意義な保存が可能となると思われる。①については、私たちの日常的な生活の中で自覚している価値観と究極的には矛盾する価値を認めることが必要となる。遺産は言うまでもなく「古いもの」であるから、原則として前近代的な価値観を前提にその存在価値が受容されるものである。すなわち、文化遺産はそれが作られた時代において高く価値づけられたものが現在に残っているのであり、自然遺産は現代社会の生活価値観の延長線上にある開発によって消滅の危機にさらされている。このことは、われわれの日常生活に直接には役にたたないものを「わざわざ残す」ことに対する積極的な価値が社会の構成員に広く共有されなければ、遺産の保存活動への理解は得られないであろう。また、同時に②を多くの人々が心がけなければ、世界遺産を中心にさまざまな遺産への人々の関心が高まったとしても、観光客や観光業者による遺産の破壊が進行することとなる。本研究においては、古くから町並み保存に取り組む集落の人々を対象とした聞き取り調査と観光客および観光業者の行動を観察し、その結果から上記の①および②の点からどのような問題点があるかについて考察するとともに、そうした問題点を克服して遺産の効果的な保存のために社会心理学の立場から何ができるかについて考察することを目的とする。

## 【方法】

わが国で古くから町並み保存に積極的に取り組んできた地域において観光業に携わっている人々および古い建物等の設備をあえて残して旅館等を営む人々を対象に聞き取り調査を行った。あわせて、そこに訪れる旅行者について、特に保存された町並みや建造物の見学方法を中心に観察した。

## 【結果と考察】

上記の聞き取り調査から、遺産の保存を困難にする方向に寄与する行動が、双方の当事者（旅行者および町並み保存に携わる者）に見られた。その中には、観光客のマナーの問題に代表され

るように、「その行動は望ましくない」という態度が社会的には共有されていて、一部の者による「問題行動」に悩まされる、という性質の問題もあった。この問題の対策に関しては、環境保護行動の促進要因について考察した多くの社会心理学的研究を参照することができる（例えば、高橋，1996；林・久保，1997など）ため、ここでは言及しない。ここでは、多くの人が日常生活の中で「そうすべき」、「それが普通」というようにポジティブに捉えている行動が、長期的にみれば遺産の保存にとってネガティブな結果をもたらす方向に寄与すると考えられるものを挙げることにする。したがって、その解決のためには一部の人々の行動変容という水準の対策は意味がなく、むしろ大多数の人々の「脱・常識的な」意識の変化と、それを可能にするための制度的な裏づけが不可欠である（ト部・林，2002）。

### （1）週末・祝日への観光客の集中：「平日に休める社会」の実現が必要

国内のほぼすべての観光地にあてはまることであるが、観光客が土曜日と休日に集中して訪れることが遺産の保存を含め観光地の維持を困難にしている要因であると考えられる。週末に観光客が集中することそれ自体は、現地調査を実施するまでもなく明らかなことである。観光関連産業に従事する人の話からは、そのことのもつ問題の深刻さをうかがい知ることができた。日中に膨大な観光客が訪れる場所にある飲食店では、土曜日と日曜日の昼食時間帯は満員で対応し切れないことが多い事態が恒常的に発生するため、「せっかく来てくれたのに（さばききれずに）断らなければならない」「ゆっくりしてもらえない」など、観光客に申し訳ないと思いつながりながら営業している実態を話す関係者が多かった。宿泊施設では、やはり休前日（金・土曜日および祝日の前日）に宿泊客が集中するため、予約経路によっては料金が倍ほども異なることも少なくない。換言すれば、平日は大幅に値引きしてもなお、利用客が少ないのである。

こうした利用客の極端な偏りはさまざまな文化・自然遺産の保存と活用にとって悪影響をもたらす。まず、宿泊施設や飲食施設を含めた観光資源の開発は、土休日に集中する旅行客の数にあわせてなされるが、平日に訪れる観光客が極端に少なく、全体としての採算が合わなくなりやすい。平日の観光客数も考慮に入れた施設規模と人員配置では土休日の観光客に対応することは不可能であるから、どこの観光地でも大きな駐車場や飲食施設を建設するが、平日には観光客よりも地元の関係者の方が多いということも少なくない。大型の施設を作ればその維持に大きな費用がかかることは自明である。土休日の客をさばききれなければ「快適に見学できなかった」として非難されるが、それに対応できるだけの施設と人員を用意すれば長期的には破綻する、という構造になっているのである。このような構造は、文化的価値があるとされる遺産を有する観光地にとっては非常に望ましくないといえる。遺産の保存には観光客の支払う入場料などによって維持・修繕のための費用を捻出する必要があるが、そのためには遺産を保存する価値を多くの人に共有されることが必要となる。しかし、現状では、観光客の集中する土休日には遺産をゆっくり見学して関心を強めてもらうためのゆとりを提供することは不可能であり、平日には解説する職員の人件費も捻出できないほどの客数であることも少なくない。こうした状況では、例えばある観光地が世界遺産登録によって一時的に注目されたとしても、長期的にはその遺産への関心が失われるとともに維持が困難になりかねないのである。

こうした「観光客数の偏り」の根本的な原因は、わが国の労働環境にあるといっても過言ではない。労働基準法に定められた通りに有給休暇を取得できる環境にある人は現状では少ない。本来、有給休暇は「労働者の指定する」日に取得できるのが原則である（労働基準法第39条）が、周囲に遠慮しながら取得するか、有給休暇などほとんど取得できないとあきらめている人も少なくない<sup>1)</sup>。遺産の保存は、それに直接携わる者のなすべき努力との関連で論じられることがほとんどであるが、それを支えるには、きわめて恒常的な労働問題の解消が前提であり、時々では平日に気兼ねなく休暇を取得できる労働環境が現実のものとなる必要がある。

## （2）観光資源開発の画一化：「万人受け」を目標としないこと

一方、観光に携わる側の問題点として、観光資源の開発が画一的なものになりがちであることが聞かれた。その理由については、旅行者から「苦情が出ない」サービスを目指す過程で、「他の観光地で成功した取り組みを踏襲」しがちになるのだという。他の場所での取り組みを踏襲すれば「画一化」し、画一化とは「どこでも同じ」状態に近づくことであるから、個々の観光地の存在意義を乏しくすることにはほかならない。また、「苦情が出ない」ことを目指すことと、その場所特有の「特徴を出す」ことは原理的には両立しない。「特徴」とは日常的になじみがないからこそ「特徴」と言われるわけであるから、その「特徴」に驚きと新鮮さを感じて高く評価する人もいると同時に、戸惑ってネガティブな評価を下す人も必ず存在する。だから、苦情を避けようとするれば「特徴を水で薄める」ことにならざるを得ない。反対に、特徴を十分に生かそうとするならば、「万人受け」を目指すのではなく、その特徴を好まない人には利用を避けてもらうこと、端的には「客を選ぶ」ことが必要となる。

このことは遺産の価値のある「古いモノ」をあえて残すには、重要な視点であると思われる。その例を湯治場の温泉宿や宿場町に残る旅籠、地方の特徴的な料理などに見出すことができる。

【写真1】はある宿場町に今も残る旅籠の客室であり、【写真2】はある湯治宿の旅館棟・旧館の客室である。両者とも客室にトイレはなく、廊下とは襖または仕切り戸のみで区分されている。



写真1

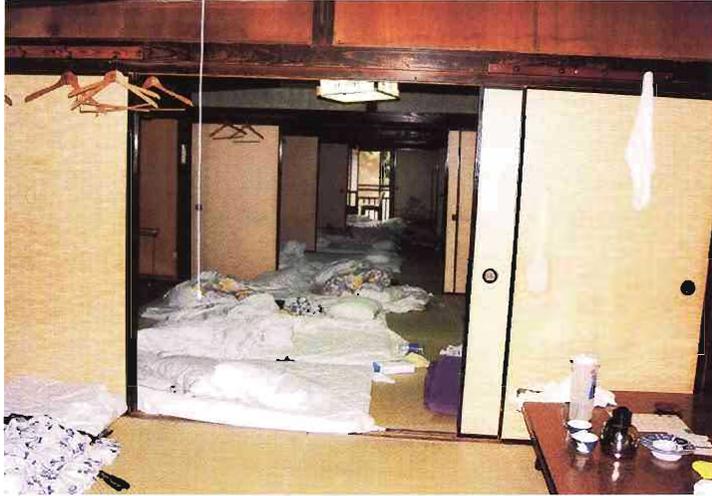


写真2

後者は隣の客室の間も襖1枚である。プライバシーが確保された現代のわれわれにとって、客室にトイレがないことや仕切り戸に鍵がかからないことなどは非日常的なことであり、その珍しさに価値を認めない人にとっては「苦情の理由」になり得ることである。ここですべての宿泊客を想定して「苦情が出ない」ことを目指すならば、こうした客室をすべて改造するしか方法がないが、それをすれば数十年から百年を経て残っている建物の価値を損なうことは明らかである。ところが実際のところ、古い建物の外観を残しているものの客室を大幅に改造してしまい、当時の面影をまったく残していないような旅館も少なくない。むしろ、こうした建物の価値を知ったうえで、あるいはその珍しさに惹き付けられて、あえてそれを選択する客に提供することが遺産的建物の保存という視点に立てば重要であり、そのためにはその価値や珍しさを積極的に知らしめていくための活動が必要であろう。

また、【写真3】は山菜料理等を得意とするある小さい旅館の山菜シーズンのある日の夕食で



写真3

ある。一皿の刺身だけを例外に、熊鍋を含めてすべて山でとれるものばかりである。この旅館の食事を見て「食べる物がない」と酷評した宿泊客もいたそうだが、「この土地ならではの」物を求めて宿泊する人にとっては山菜だけで10品目を軽くこえるという「すばらしい特徴」であるはずである。反対に、日常から食べ慣れているものを求めた人にとっては、「何も食べるものがなかった」という結果になるのであろう。各々の土地の特徴を生かした観光開発にとって必要なことは、後者のような客を想定して苦情を防いで特徴を希薄化させるのではなく、前者のような客の発掘と誘導である。そのためには、苦情を減らすための一律の取り組みや客の平均的な好みを測定するための規格化されたアンケートの単純集計結果を盲信するという昨今のマーケティング戦略を再考し、その場所に固有の特徴を生かすための取り組みを考えるとともに、特徴的なものを見分けるための旅行者の目を養うという、いわば「客の育成」が必要であるといえる（林・ト部, 2001; ト部・林, 2001）。

### 【注】

- 1) 私用で有給休暇を多く取得する人に対して同僚から「あの人は職場のことを考えない自分勝手な人だ」という圧力がかかることも多い。しかし、この場合でも、本来は「一部の労働者が有給休暇を取得したことによって業務に支障をきたすような人員配置を行った使用者側に責任がある」と考えられるべきなのである。その程度には、「労働優先社会」から「私生活優先社会」への転換が必要である。

### 【引用文献】

- 林理・久保信子 1997 環境保護行動が継続して実行される理由と条件 社会心理学研究, 13, 33-42.  
林理・ト部敬康 2001 被災地は「お客様」を鍛えよう 日本社会心理学会第42回大会発表論文集560-561.  
高橋直 1996 ある商店街におけるごみ捨て行動への介入の試み 心理学研究, 67, 94-101.  
ト部敬康・林理 2001 観光地の被災地支援と社会心理学 日本社会心理学会第42回大会発表論文集562-563.  
ト部敬康・林理 (編著) 2002 常識の社会心理:「あたりまえ」は本当にあたりまえか (北大路書房)