

旅行ガイドブック・ブログの中のイギリス産業遺産 —観光のまなざし論からのアプローチ—

Industrial heritages of UK to be introduced in Japanese travel guidebooks and blogs -For thinking the tourist gaze from role of the media-

加藤 裕治

文化政策学部文化政策学科

Yuji KATO

Department of Regional Policy and Management, Faculty of Cultural Policy and Management

本稿では、イギリスの産業遺産—特に世界遺産でもある7つの遺産が—日本の旅行ガイドブックとインターネット上の個人ブログにおいて、どのような情報や関心に基づき、その遺産が紹介されているかを見ていく。観光のまなざし論では、ある対象が観光地として認知され、イメージ形成されていく過程において、メディアの影響が大きいと論じられてきた。海外にある遺産の認知やイメージ形成には、特にこうしたメディアの影響が大きいと考えられる。また近年は、インターネットによる個人的な情報発信が盛んになり、遺産の観光地化のプロセスにおいて、旅行ガイドブックと異なる情報や関心で観光地が紹介されている可能性が高い。こうしたメディア環境の変化が観光のまなざしに与える影響を考察するためには、各メディアにおける情報発信の視点や関心の違いを対比し、各メディアの役割について考えていくことが必要である。

This paper considers the difference in information between Japanese travel guide books and blogs about industrial heritages (especially 7 world heritages) of UK. The aim of this investigation is for reconsidering the tourist gaze theory. In the theory, it is thought that media have important role in the process of being regarded as tourist spot for a certain place. When getting to know especially an overseas tourist spot, the influence of media is important. Recently, It can be said that private blogs are forming the alternative tourist gaze. Thus, I think that it is required to consider the influence of a change of media environment and the different role of each media in order to reconsider the tourist gaze.

1：はじめに～メディアと世界遺産について

本稿では、日本の一般的・大衆的な旅行ガイドブックとインターネットのブログにおいて、イギリスの産業遺産—特に世界遺産でもある7つの遺産（コーンウォールと西デヴォンの鉱山景観、アイアンブリッジ峡谷、ダーウエント峡谷の工場群、ソルテア、ブレナヴァン産業景観、ポントカサステ水路橋と運河、ニュー・ラナーク）が一どのように紹介され、どのような情報が提供されているのかをみていく。またその事例をもとに、世界遺産でありかつ産業遺産・本来観光とは別途の位置づけを与えられて成立する近代的な遺跡—が、ツーリズム的な関心から、現時点でどのように紹介され、意味付けられているかという「観光のまなざし」とメディアの関係について考える。

ところで、まず最初に世界遺産の概要について簡単に確認しておきたい。周知のように世界遺産とは1972年の第17回 UNESCO 総会で採択された世界遺産条約（正式には『世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約』⁽¹⁾）に基づいて世界遺産リストに登録された物件のことを指す。そのため本来、世界遺産とはその条約の名の通り遺産の保護 (conservation and protection) のための枠組みである（この段落は山村 2011、佐滝 2009 参照）。

しかし、多くの論者が指摘しているように、世界遺産は単に保護の対象物ということだけではなく、観光の資源としても大きな位置を占めていることは、日本にある世界遺産を見ても明らかだろう。現在、世界遺産は極めて大きな「経済的仲介物」(Audrerie, Souchier and Vilar 1998=2005:8) となっている。それは別の言い方をすれば、「世界遺産ブーム」ともいべきもの、つまりある対象が一旦、世界遺産となると、一躍、観光地とし

て多くの人々の注目を集めるものになるということである。

ところで、このように観光対象として世界遺産が認知されていくことに、大きく貢献しているのはメディアの力であろう。佐滝剛弘は伝搬力のあるメディアの影響が世界遺産のブームに大きな力を持ったと論じている。特に日本において世界遺産を紹介するエポックとなったのが、1996年4月から放映されたTBS系列のテレビ番組「世界遺産」であると推察している。またNHKでも数多くの世界遺産関連の番組が放映され、さらに「シリーズ世界遺産100」は、DVDマガジンのシリーズとして刊行されている。またテレビだけでなく、各種の旅行ガイドブックは世界遺産をこぞって紹介し、また一般雑誌、旅行系会員誌、ムック、あるいはインターネット上の旅行サイトやブログにおける口コミなどでも、盛んに世界遺産が紹介されている⁽²⁾（この段落佐滝 2009：19-24 参照のこと）。

このように人々が観光地として世界遺産の情報を取得し把握する際には、メディアによる認知形成や情報紹介による「啓蒙」が大きく関与している。そのなかでも、特に本稿で取り上げるイギリスの7つの遺産は、海外の世界遺産であることに加え、近代の産業遺産という、比較的近年になって、急速に観光の視点から取り上げられはじめた遺産のため⁽³⁾、特にメディア上での紹介が、その遺産の認知や理解に大きな役割を果たしていると考えられる。

そのため、本稿ではこうした海外（イギリス）の産業遺産の紹介や情報提供の状況を把握するために、多くの人が一般的に入手しやすく、通常市販されているマス向けの旅行ガイドブック（雑誌）と、近年、旅行情報や観光地情報を入手する際、個人的な見地から観光の体験が語られているインターネット上のUGCサイト、特にブログを事例として具体的な内容を分析する。またその結果にもとづき、

メディアと観光のまなざしに関する考察を深めることを目的とする。

ところで、こうした具体的な調査、分析に入る前に、まず既存の理論において、観光とメディアがどのような関係にあると論じられてきたのかを簡単に整理し、今回、マスの旅行ガイドブックとインターネットのブログを具体的に对比させたことが持つ意味を、観光のまなざしというキーワードを軸に簡単に整理しておきたい。

2: 「観光のまなざし」論におけるメディアの位置づけ

周知のように「観光のまなざし」は J.Urry によって提唱された概念である (Urry 1990=1995)。この概念はさまざまな批判にさらされつつも⁽⁴⁾、観光を捉える際のキーとなる概念として重視されてきた。Urry は観光のまなざしを「日常から離れた異なる景色、風景、町並み」に対して投げかける視線として定義する。ただし、それは個人的な主観に留まるのではなく、「社会的に構造化され組織化 (Urry 1990-1995: 2)」されたものであるという。つまりこのまなざしは誰か特定の個人に帰属するものというより、社会的、集合的なものとして形成される。

さて、こうした集合的な観光のまなざしの形成において、大きな役割を果たすものがガイドブックである。Urry によれば、近代的な観光の誕生、いわゆる 19 世紀に生じた (トーマスクックに代表されるような) パッケージツアーにおいて重要であったのは、旅行のガイドブックの出現であるという⁽⁵⁾。「旅行体験の視覚化ということが生じた、というか「まなざし」の発展が生じたというべきで、これを助長し支えたのがガイドブックの発達であった。ガイドブックは新しい見方を奨励していくのである。(Urry 1990-1995: 8)」Urry のこうした指摘のように、ある場所を観光地とする際、旅行用のガイドブック (=メディア) はまなざしの形成に非常に大きな影響を与える。つまり、それはある場所の観光地としての見方や楽しみ方の枠組を与え、その場所の観光地としての意味を人々に構築していくのである。

ただし一方で、こうした近代的な観光のまなざしの出現は、その場所の捉え方を固定化してしまい、旅行者はそれに対し受動的にしか反応できず、メディアが創りだすイメージ通りに場所=観光地を見て、ただ消費するだけの存在になってしまうという批判がなされてきた。特に Boorstin による「疑似イベント」の概念は、こうした「観光=近代ツーリズム」が、旅行(者)の主體的な経験の契機を奪うと論じている (Boorstin 1962=1964)。故に、観光のまなざし概念において、メディアの位置づけは、両義的なものであるといえる。つまりある場所を「観光地」として形成する際の重要な媒介物であると同時に、その場所が「どのような観光地」であるかということ固定化してしまうものとなるからだ。

しかし、こうした観光のまなざしとメディアの関係の両義性について、遠藤英樹 (2005) は、送り手=「メディア」による観光地の意味付けに対し、受け手=「旅行者」がその意味付けの受動的受容だけでなく、自ら能動的に意味を作り出す微細な「変換作業」をしていることを観光客に対

する具体的な調査から指摘している。多くの旅行者は、観光ガイドが創りだす観光地のイメージを、そのまま体験=消費するだけでなく、そこから「交渉的」(S. Hall) な読解をすることにより、イメージ化をすり抜ける契機をもっているという。

こうした遠藤の指摘からすれば、ある観光対象に対するまなざしは、ある場所を観光地として意味づける送り手イメージの生産/再生産に基づいて形成されつつも、それを受容した受け手の変換作業との集積として形作られていくものといえる⁽⁶⁾。

本稿で産業遺産をとらえる際にも、こうした観光のまなざしが含む送り手の情報発信と受け手の変換作業の集積 (=相互作用) が、「観光地という場所」としての意味付けやイメージを創り出す、という観点に立つ。そのため、まずは送り手側の視点として、マス向けの旅行ガイドブックの記述内容を見ていく。またもう一方で、実際に観光をしたと思われる旅行者=受け手が、産業遺産にどのような意味付けや変換作業を与えるかについての契機を捉えるために、インターネットのブログに注目して、産業遺産への書き込みをみていくこととした。

そしてその具体例をもとに、イギリスの産業遺産が日本の(観光)メディアにとってどのような位置づけにあり、どのように理解され、そしてどのようにイメージされているかについて、送り手/受け手の情報形成の違いを確認していきたい。特に、インターネットのブログという、近年、観光の情報収集にとって欠かせないメディアが⁽⁷⁾、観光のまなざしの形成—産業遺産をどのような場所として捉えているのか—に対して、どのような役割を担っているかを考える。

3: 調査の方法について

具体的な調査として、今回はイギリスの世界遺産の中の産業遺産の7つ(コーンウォールと西デヴォンの鉱山景観、アイアンブリッジ峡谷、ダーウェント峡谷の工場群、ソルテア、ブレナヴォン産業景観、ポントカサステ水路橋と運河、ニュー・ラナーク)に関わる旅行ガイドブックとインターネットのブログ上の紹介記事を収集し、各産業遺産がどのように紹介されているかを比較、検討した。

まずマス向けの旅行ガイドブックは、日本国内で市販され日本語で読めるイギリス(およびスコットランド)関連タイトルの旅行ガイドブック、および世界遺産関連誌の中から上記7つの遺産が紹介されているものを選んだ。そしてその中で産業遺産が雑誌内のどのようなコーナーで紹介されているのか、そのキャッチコピー、紹介・説明文の内容を比較検討した⁽⁸⁾。

なお、今回はそれぞれの旅行ガイドブックで記載されている内容の特徴を比較できるようにするために、世界遺産検定の公式テキスト(『世界遺産大事典<下> 世界遺産検定公式テキスト』NPO 法人世界遺産アカデミー監修 2012)において、7つの産業遺産が説明されている項目のキャッチコピーと紹介情報を参照軸として選んだ。これにより一定の「常識」といえる情報に対し、各旅行ガイドブックが、どのように情報を縮減したり、逆に付加しているのかを、この参照軸の情報をもとに比較することとした。

次に個人による産業遺産へのまなざしを調査する際に、適当と考えられるものとしてインターネット上の個人ブログを調査対象とした。

ただしブログはインターネットの特性上、検索することで、無数のブログがヒットする。また内容についても、玉石混交の状態である。そのため閲覧者が多く日本のポータルサイトの代表でもあるYahoo! JAPAN サイト内のページを参照することとした⁽⁹⁾。Yahoo! JAPAN ドメイン内にあるYahoo! トラベルの「世界遺産ガイド」において、該当する7つの産業遺産情報を選択した際、その観光地を紹介する口コミ情報として同一画面に掲載されている(リンクが張られている)個人ブログを調査対象として設定した。(ただし、これらのブログはYahoo! JAPAN と協力関係にある旅行サイト、フォートラベルのドメイン内のものである。) またブログは、容易に変更、削除等されるため、調査開始後、2012年9月27日においても現存していたものを、調査対象のブログとして選んだ。

また、上記以外にGoogleにて各産業遺産名を検索した際、上位30位までに検索結果として出てくるサイトやページをすべてチェックし⁽¹⁰⁾、単なるリンクのみのサイトや、ユネスコ等の情報がそのまま記載されている情報ページは除外し、一定の情報量(個人的な文章記述)があるものを選んで調査対象のブログとした。この際、各ブ

ログの記述(文章として書かれているもの)に何が書かれているかを把握するため、内閣府が平成15年8月に調査した、「自由時間と観光に関する世論調査」から海外旅行先の目的として調査項目に上がっている項目等を検討し、最終的に14項目の指標を設定し一覧表にまとめた(表1参照)。そしてこの表1をもとにブログ情報の傾向を把握した⁽¹¹⁾。

4: 旅行ガイドブックにおけるイギリス産業遺産の位置づけ

(1) 旅行ガイドブックの全体概要/産業遺産の取り上げられ方

まず、イギリスを紹介する一般的な旅行ガイドブックを見ると、イギリス観光の注目すべきポイント=「見どころ」として「コッツウォルズ」「湖水地方」「ロンドン」の三つが中心として取り上げられているものが目立つ⁽¹²⁾。特に「コッツウォルズ」であれば「田園風景」、「湖水地方」であれば「詩と物語」、また「ロンドン」であれば「王室」や「ショッピング」がテーマとして紹介されている。この組み合わせは表現がやや違うものの、3つの出版社の旅行ガイドブックにおいてイギリス観光の基軸として取り上げられている。例えば『まっぴる イギリス・ロンドン』では、「旅のプランニング」「充実のルート」として、この3つの

調査対象ブログ名	URL	ブログに記述してある内容(項目の記述があるものは○)													写真枚数		
		訪問の経緯	遺産の保存状況など	遺産周辺の景観への言及	自然景観への言及	歴史情報	博物館・施設についての言及	イベント見学	レストラン・食事への言及	ショッピング・土産物関係への言及	ホテル・宿泊施設などの言及	遊ぶ・ウォーキングなどの言及	現地の人との交流	交通・ルート・所要時間などの情報		主観コメント(気持ち、感想など)	
■アイアンブリッジ峡谷																	
英国~アイアンブリッジ峡谷	http://4travel.jp/traveler/morimitu/album/10455306/	○	○	○	○				○		○						14
アイアンブリッジなどの橋です	http://4travel.jp/traveler/the0041/album/10429915/		○	○	○												3
Ironbridge	http://4travel.jp/traveler/m20ka/album/10420603/														○		5
世界遺産 Ironbridge の路面は舗装されていた	http://4travel.jp/traveler/nomonomo_sant_europe/album/10346938/		○	○												○	22
Telford の町で産業革命の歴史の一端をみる	http://4travel.jp/traveler/nomonomo_sant_europe/album/10348941/		○	○													10
(25)イギリス旅行	http://4travel.jp/traveler/tabi-jin/album/10182503/	○			○	○	○										1
Wonder's World-Wide (WWW)	http://blog.goo.ne.jp/wonderthunder/e/1429733b2b2c3c3d491b2b42239f	○	○	○	○	○	○		○		○				○	○	15
■コーンウォールと西デヴォンの鉱山景観																	
ベンザンス、コーンウォール	http://4travel.jp/traveler/antoniofox/album/10484089/	○	○	○												○	1
イングランド【レヴァント・マイン】	http://4travel.jp/traveler/andre3000/album/10348445/	○	○	○	○	○									○		16
■ソルテア																	
チャイネスクエアの欧州世界遺産巡礼日記 PART11-11	http://4travel.jp/traveler/7ocean7seas/album/10346616/	○	○	○	○	○	○				○				○	○	17
ソルテア	http://4travel.jp/traveler/fururununu/album/10199054/	○	○	○	○	○	○									○	26
Japan + England (日本とイギリスいろいろDiary)	http://yaplog.jp/12whiteroses/archive/134	○	○	○	○	○	○				○						5
イギリスからの旅日記	http://ameblo.jp/lemoni-na/entry-11246585845.html	○	○	○	○	○	○										5
■ダーwent峡谷の工場群																	
「天空の城ラピュタ」のモデル地を訪ねて	http://4travel.jp/traveler/pochumi/album/10311437/	○	○	○	○	○	○									○	44
世界遺産旅行記(89)ダーwent峡谷の工場群	http://4travel.jp/traveler/classical.city/album/10220300/	○	○	○	○	○	○									○	14
■ニュー・ラナーク																	
チャイネスクエアの欧州世界遺産巡礼日記 PART7-15	http://4travel.jp/traveler/7ocean7seas/album/10346670/	○	○	○	○	○	○									○	7
スコットランド【ニュー・ラナーク】	http://4travel.jp/traveler/andre3000/album/10269647/	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	30
グラスゴー紀行(3)	http://4travel.jp/traveler/giosblue/album/10271645/	○						○									5
世界遺産旅行記(61)ニュー・ラナーク	http://4travel.jp/traveler/classical.city/album/10135160/	○	○	○	○	○	○										11
世界遺産旅行記(61)ニュー・ラナーク	http://4travel.jp/traveler/gokurakucho/album/10042555/	○	○	○	○	○	○				○					○	8
スコットランド放浪記2	http://4travel.jp/traveler/sa2sasaki/album/10065484/	○	○														5
ホワイトチョコレート飲む?	http://white-hot-chocolate.com/archives/4052354.html	○	○	○	○	○	○			○						○	22
ロンドン留学後「まえあいらいふ」	http://london2000.exblog.jp/11099858/	○	○	○	○	○	○									○	9
大阪【無名】レトロビルディング案内	http://blogs.yahoo.co.jp/tamsze_building/22273434.html	○	○	○	○	○	○			○	○	○				○	49
■ブレナヴァン産業景観																	
世界遺産旅行記(80)ブレナヴァンの産業景観	http://4travel.jp/traveler/classical.city/album/10163867/	○	○	○	○	○	○									○	12
かさこワールド	http://www.kasako.com/1005londonfoto5.html																52
■ポントカサステ水路橋と運河																	
ポントカサステ水路橋	http://4travel.jp/traveler/adeka12905/album/10483803/	○	○	○	○	○	○			○	○					○	37
世界遺産 ポントカサステ水路橋 他 3日	http://4travel.jp/traveler/meiroo/album/10486916/	○	○	○	○	○	○										19
塩たらず	http://salinelake.blog91.fc2.com/blog-entry-218.html	○	○	○	○	○	○									○	9
カーディフキッチン	http://cardiffkitchen.blogspot.jp/2011/06/blog-post-15.htm																13
運河の海外旅物語	http://blogs.don.ne.jp/abram1863in/archives/10377345.html	○	○	○	○	○	○									○	0
日々の暮らし	http://yaplog.jp/xiaosjp/archive/1209	○	○	○	○	○	○								○		11
ポントカサステ水路橋	http://blogs.yahoo.co.jp/yutabond/51843560.html																10
■複数遺産																	
はぎいのサラダ感	http://cozy-haggy.jp/whucornwall1.htm	○	○	○	○	○	○			○						○	23

表1: 調査対象としたブログとその記述内容の一覧

ポイントを中心に、旅のプランが提出されており、観光ガイドの中ではイギリス観光の定番ルートとなっている。

このように旅行ガイドブックには定番ルートの情報がフォーカスされやすいため、観光地や世界遺産はそうした定番ルートの中に存在すると、情報としての取り上げも多くなる。例えば「コッツウォルズ」ルートであればストーンヘンジ、「湖水地方」ルートであればリヴァプールなどが取り上げられている。これらの定番ルートの存在は、遠藤が指摘するようにイギリスの観光地イメージを一定の枠組において提示する「再生産」が行われているものといえる（遠藤 2005）。

こうした安定的な観光地イメージの「再生産」が存在する一方で、産業遺産は上記の3つの定番ルートに含まれることはなく、各雑誌において7つの産業遺産の取り上げられ方は「世界遺産」という括りで紹介されることが多い。

各旅行ガイドブックは世界遺産を特別なまとめページで紹介しているものが多いが、その中で産業遺産は遺産名のみで、コピーや紹介記事が無いこともある。ただし、『わがまま歩きイギリス』（実業之日本社 2012）のように、「英国をもっと深く味わう 3つのテーマで英国を掘り下げる」として、先にあげた「湖水地方」「コッツウォルズ（イングリッシュガーデン）」に加え、「世界文化遺産」を見どころとして取り上げているケースもあった。そのサブテーマは「産業革命の軌跡をめぐる」と名付けられ、産業革命の歴史という観点から産業遺産が取り上げられている。

その際、この旅行ガイドブックの中では「イタリアやフランスと比べれば、英国の世界遺産は決して多くはない」とされる一方、イギリスの独自性として「世界に先駆けて起こした産業革命」があったために産業遺産の価値は高いと説明される。そして産業遺産は観光地としては「遠隔地」にあり「華やか」ではないものの、「世界的な変革」を物語る遺跡としての価値があると紹介されている。つまり、この旅行ガイドブックの記述から読み取れるのは、産業遺産は観光地として些か利便や魅力に欠けるが、歴史的な位置づけからは重要であるという指摘である。ただし、詳細を交え紹介されている遺産は「ダーwent峡谷の工場群」「ポントカサステ水道橋」「ソルテア」「アイアンブリッジ峡谷」そしてあとは「リヴァプール」となっており、「ブレナヴォン産業景観」「コーンウォールと西デヴォンの鉱山景観」、またスコットランドにある「ニュー・ラナーク」の情報は取り上げられていない。

また、旅行ガイドブックの中でも、『地球の歩き方』は、観光地の取り上げ方に特徴的な編集視点がある。これは山口誠が指摘しているように、『地球の歩き方』が1970年代のバックパッカーブームの際に成立し、「ひとりで旅行を続ける方法を提供する」ガイドブックであったことが（山口 2010:112）影響しているといえるかもしれない⁽¹³⁾。『地球の歩き方 イギリス』は冒頭に「イギリス 旅のヒント」というコーナーを設けており、イギリスを5つの地区（ロンドン、南海岸地方、イングランド中部・北部、ウェールズ、スコットランド）と四季を掛け合わせたイベントカレンダーから紹介し、そこに観光のテーマをすすめる特集（保存鉄道の旅、スポーツの聖地を尋ねて、など）を掲載している。『地球の歩き方』は、おすすめプランを勧めるテーマ型の記述ではなく、地名と見所、交通アクセスを伝える

情報提供型の体裁をとっている。そのため世界遺産や産業遺産は、他の観光地と同じ体裁で紹介され、その情報は他の遺跡と並列的に提供されている（世界遺産としての特別な取り上げ方はされていない）。特に、その中では「アイアンブリッジ」への言及がかなり手厚くなっている。また「コーンウォールと西デヴォンの鉱山景観」が、「イングランド南西海岸に行く」という「旅のヒント」のルートに組み込まれ、もう一つの世界遺産であり自然遺産である「ドーセット及び東デヴォン海岸」とあわせて取り上げられている。他の旅行ガイドブックと比較し『地球の歩き方 イギリス』は、産業遺産に関する情報が詳細である場合が多い。

このようにイギリスの観光地を紹介する旅行ガイドブックにおいては、産業遺産は僅かな例外を除き、イギリスの定番化した観光ルートに組み込まれて紹介される事は少ない。ただし、『地球の歩き方 イギリス』『わがまま歩きイギリス』などに見られるように、「産業革命」という視点から観光対象としての価値付けを与えられる。つまり、産業遺産はイギリス観光の「定番とは異なった」旅のあり方として紹介され、情報が掲載される傾向にある。

(2) 各産業遺産の紹介について

次に、産業遺産の個々の紹介記事を見ていく。ここでは、「ニュー・ラナーク」「アイアンブリッジ」「ブレナヴォン」の3カ所について、それぞれガイドブックの中で、どのように取り上げられているのかを見ていきたい。これらの施設は世界遺産という背景に加え、博物館や見学施設、またアトラクション等の観光資源が取り上げられることで、「観光客に人気」であることが強調される傾向がある。

ニュー・ラナークは、ロバート・オーウェンによる理想的な産業コミュニティとして形成されていく歴史的経緯の説明が、旅行ガイドブックの定番の説明となっている。その一方、例えば『旅名人ブックス スコットランド』（日経BP社 2006）では「博物館としてテーマパーク化した紡績工場」、また『まっぴる イギリス・ロンドン』（昭文社 2012）では「アトラクションとしても有名」といった、一種の娯楽性を喚起させるような視点から遺産を取り上げている。これはニュー・ラナークが「アニー・マックラウド・ストーリー」というホログラムの少女による解説の視聴覚プレゼンテーションや「マジカル・ニューミレニアム体験」という2人乗りのライドにのって23世紀の未来からやって来た少女によるニュー・ラナークの過去、現在、未来を説明するというアトラクションがあり、また多数のショップやレストラン、ホテルがある、集客施設面でも充実したものとなっている事実を踏まえたものと考えられる（根本 2006）。

またアイアンブリッジは、1986年に世界遺産に登録されたこともあり、「世界最初の鉄橋」という観点から取り上げられることが多い。また旅行ガイドブックによっては、その周辺がテーマパーク化した現状を取り上げているものもある。例えば『地球の歩き方 イギリス』では「産業革命にスポットを当てた一大テーマパーク」として紹介されている。確かにアイアンブリッジ周囲には製鉄業関連の多数の産業遺産があり、また多数の博物館や、プリッツ・ヒル・ビクトリアン・タウンというイギリス最大規模の屋外博物館があり、産業革命当時の町が再現されている（根

本 2006)。またそれに加え、数多くの集客施設や教育効果をねらったアトラクションがあり、相当の「見どころ」がある。『地球の歩き方 イギリス』ではそのため、橋そのものに加え「峡谷博物館」「鉄博物館」「ダービーハウス」「プリッツ・ヒル・ビクトリアン・タウン」が見どころとして取り上げられ、またプリッツ・ヒル・ビクトリアン・タウンはおみやげ選別に最適な場所であることが紹介されている。

また『わがまま歩き - イギリス』は「もうひとつの旅」というコーナーにおいて、アイアンブリッジに「9つの博物館とアトラクション」があることを紹介している。ただし、このガイドブックに特徴的なのは「時間があるならばここ（コールブルックデール鉄博物館）と橋だけでも見れば、「産業遺産の歴史」が知る事ができる」という示唆情報が提供されていることである。このガイドブックにおいて、アイアンブリッジは「産業革命」の歴史を知るための、「もうひとつの旅」＝「定番と異なる旅」をする場所として位置づけられているのである。

またブレナヴォンもアイアンブリッジと同じように、製鉄所の遺構をはじめ、ウェールズの炭坑として有名なビッグピット (Big Pit) や、ビッグピットの見学ツアーなど体験型のプログラムもある場所となっている。しかし、これらの情報は、ほとんどの旅行ガイドブックでは触れられていない。しかし例外的に『地球の歩き方 イギリス』には、こうした一連の炭坑に関係した博物館や坑道体験などの情報が記載され、「観光客に大人気」の地であることが強調されている。

5：産業遺産を紹介する個人ブログの内容と役割

では、個人的な旅行記が記述されているといえるインターネットのブログにおいて、イギリスの産業遺産はどう紹介されているのか。まず今回閲覧したブログ全体の傾向(表1)からみると、「遺産の保存状況」、また「遺産周辺への景観」、および「歴史説明・情報」は、多くのブログで記述されている。また他に、「交通・ルート・所要時間」を説明しているブログも多かった。ただし、これらの情報の量にはブログごとによりばらつきがあり、1行で情報提供が終わっているものもあれば、数行にわたって書き込まれているものもある。また交通情報を例にとれば、大半が通常の旅行ガイドブックほど明確に記述されているわけではなく、情報としての有用性は低いといえる(なお、上記のすべての項目の情報の真偽はわからない)。また個人の主観的なコメント(面白い/楽しい/迫力がある、など)は個人ブログということもあって記述が多い。

ただしその一方で、その遺産に併設される博物館や観光要素となりえるショップ、お土産、食事、また宿泊などに関する情報はあまり言及されていない。特に「アイアンブリッジ」では、実際には先にも述べたように、各種の博物館や商店、飲食店、パブが集積する場所であり観光地化が進んでいる。しかし、パブやホテルに言及したブログは見つかったが、博物館について言及しているブログは調査対象の中には無かった。ただしニュー・ラナークについてはビジターセンターやアトラクションについて簡単に触れているものが若干存在している。

こう見ていくと、個人ブログは「有用な情報」を提供するという側面については、情報不足や情報の真偽が不明確なものが多い。これには確かに当然といえば当然ではある。撮影の禁止箇所の問題、実際の現地の状況、時間の制約、観光した場所の限定性、ツアーか否か等々、各ブログ執筆者の旅行の条件による制約で、伝えることのできる内容は異なる。そもそもブログは、各個人の関心から記述されているといえるため、正確性や情報性を意識しているわけではないだろう。しかし、そうだとすると、こうした各個人のブログとは観光のまなざしにとって、旅行ガイドブックに劣るか、せいぜい補完的なものとして扱われるに過ぎないのだろうか。

ここで改めてブログの特徴を見てみると、注目すべきものとして写真の存在があることに気付く。各ブログは記述だけでなく多くの写真が掲載されている(先に述べたように記述がほとんどなく、ほぼ写真のみのブログもある)。この写真の量は、マス向けの旅行ガイドブック以上の分量である⁽¹⁴⁾。

ここで指摘しておきたいのは、こうしたブログの特徴こそが、観光のまなざしにとって非常に重要なものであるということである。Urryは(観光の)まなざしの鍵となる要素として、写真をはじめとした視覚的要素を重視していた。Urryによれば、こうした視覚的要素は「通常日常生活」から「異なる社会的なパターン認識」を与える重要性を持つという(Urry 1995=2003:217)。

つまり視覚的要素とは「観光地」と「日常生活」の間の差異を表出する。写っている対象は「日常」と異なる「観光地であればこそ」のものとして扱われる(例えば、観光地の道路の表面は、写真に撮られるとそれは家の前の道路の表面と違うものとして扱われる)。Urryは、もともと視覚的要素を、観光地を日常生活と異なる場所であることを限りなく再生産してしまう批判的な対象として論じていた。しかし、このUrryの見解を受け入れれば、逆に旅行者の(ブログ)写真とは、その旅行者が普段の見慣れた日常の景色と異なる観光地として認められた特徴が現れている視覚的な証拠ということになる。つまりブログ写真は、その個人が遺産とその周辺の特徴と感じたもの＝その観光地ならではの主観的に感じた特徴の風景・情景を伝達しているのである。

例えばダーwent峡谷の工場群を紹介するブログは⁽¹⁵⁾、著名なアニメ「天空の城ラピュタ」⁽¹⁶⁾のモデルの地であるとして、そのアニメのシーンと絡ませて遺産を説明する。しかしそのアニメと遺産の対応は個人的な思い込み(ブログの当事者も、スタジオジブリでは、ウェールズがモデルの一つと言っているに過ぎないことに触れている)で記述されており、当然これは情報という観点からすれば、限りなく「偽」に近い。しかし、それはその産業遺産を訪問する動機や、ブログ記者の個人的な「情景」が投影された産業遺産紹介になっているといえる。

またアイアンブリッジを紹介したブログでは⁽¹⁷⁾、例えば「近くにあるゴミ箱もアイアンブリッジの絵が描いてありました。」というキャプションとともに、そのゴミ箱の写真が掲載されていたり、パブの店の紹介でも、その壁にアイアンブリッジの絵が描かれていることが写真つきで掲載されている。これらは、マス向けの旅行ガイドブックで

は掲載されていない細部の事柄にすぎず、歴史性や交通情報のような有用な情報を伝えてはいない。しかし、こうした何気ない細部が、その地域の情景を伝えるまなざしを与えるものになっている。またニュー・ラナークを紹介するブログ⁽¹⁸⁾は、ラナーク駅から遺産に至るまでの道にある道路案内の看板写真をいくつか掲載している。それは道案内にとって有用な情報とはいえないのだが、その駅から遺産までの道筋の雰囲気伝える写真として機能している⁽¹⁹⁾。

このように、イギリスの産業遺産を紹介したブログへの調査で明らかになってきたのは、ブログが「情報」や「知」による新しい見方を補完するというより、日常と異なる「これが産業遺産の特徴である」という風景／情景によって、マスのな旅行ガイドブックによる「情報」や「観光の見方」では伝わらない産業遺産やその周囲の「情景」や、周囲の「雰囲気」というべきものを伝える機能をもっているということである。このように、有用な情報といえないものを伝える機能は、旅行ガイドブックが創り出す観光地のイメージ通りの体験＝消費をするだけでなく、「交渉的」な読解の結果であり、微細なイメージを利用した観光地イメージの「変換作業」を通して、遺産やその周辺地域の魅力を伝える要素になっている可能性がある。

6：まとめ～遺産紹介とメディアの役割

今回の調査から、マス向けの旅行ガイドブックでは、イギリスの産業遺産がイギリスの定番観光ルートからはずれるものの、「世界遺産」「産業革命」の二つを紹介のポイントとしながら、歴史的な重要性を持つ観光対象といった位置づけから紹介することが多いことがわかった。

しかし一方で、「アイアンブリッジ」や「ニュー・ラナーク」のように、そうした歴史性からの紹介だけでなく、現在の遺産周辺の状況（各種の博物館の存在など）が取り上げられ、「テーマパーク」的な観光資源としての扱ひも見受けられた。

一方、個人ブログは、そのメディア的特性により、各産業遺産の情報紹介という面では、非常にばらつきが大きい。またアイアンブリッジを例にとれば、旅行ガイドブックで取り上げられている博物館などへの言及は少なく、有用な情報提供という面では、旅行ガイドブックを超えるとは言いがたい。しかし、ブログは写真の掲載などを通して、その遺産周辺の現状の景観や雰囲気といったものを伝えている。これらは正確な情報としては「有用」なものと言えないが、その遺産の場所の魅力を伝える一端として機能していることがわかった。

それ故に、こうしたブログの役割は、橋本和也が指摘しているようなツーリズムに不可避に生じてしまうこと、つまり個人々が観光対象に勝手な思い込みを投げかけ、観光対象を「ものがたり」化し意味付けしてしまう態度に対して（橋本2011:19）、親和性が高いのではないだろうか。というのも、ブログによる遺産の紹介は、その情報の確実さや真偽が曖昧ではあるが、思い思いの産業遺産のイメージを喚起させるものであった。こうしたブログの写真という素材は、そのブログの受け手達に、旅行ガイドブックだけでは想起できない遺産への意味づけを引き起こす資源を

提供するからである。

しかしこうしたブログによる産業遺産／観光対象の変換作業には注意を払う必要もある。こうしたブログといった新たなメディアの紹介は、産業遺産に対して旅行ガイドブックでは伝えきれない、個人的なイメージを喚起させるものとなる。それは観光地の魅力や良いイメージを伝える啓蒙機能を果たしているといえる。しかし一方で、ブログはその掲載情報の真偽の曖昧さや主観的な情景化により、産業遺産の真正性に関わる情報への誤解や、観光対象としての魅力を逆に失わせてしまう可能性もある。こうしたブログの両義的な役割の影響はインターネットでの情報収集が増加する中で注意すべき点と言える。

本来、こうした点を論じるためには、旅行ガイドブック／ブログ情報に接した受け手への質的調査・量的調査といった、実証的な検証作業も必要となるはずである。しかし、本稿では、まずメディアごとの記述や機能の違いを整理し、日本語で読めるイギリスの産業遺産紹介の状況を見てきた。今回のこのようなマスメディアとブログの観光地紹介の対比は、観光地の紹介や広報におけるメディアの利用法や、その情報提供の在り方の一つのヒントになるのではないかと考えている。

注

- (1) <http://whc.unesco.org/>, <http://www.unesco.or.jp/isan/about/> (2012年9月27日現存) 参照のこと
- (2) TBSの「世界遺産」は2008年で終了し、その後「THE 世界遺産」として放映されている。イギリスの7つの産業遺産を取り上げたメディアでテレビは大きな役割を果たすと思われるが、映像とナレーションで遺産を紹介する動画は、雑誌やネットなどとメディア特性が異なるため、別の方法論にてその内容を取り上げる必要がある。またインターネットでいえば、2012年5月よりGoogleはストリートビューを利用し世界遺産を見ることのできる「World Wonders Project」を立ち上げている。この概要については、国立国会図書館カレントアウェアネスのページを参照のこと。(http://current.ndl.go.jp/node/21000 2012年10月1日現存)、また実際のページは<http://www.google.com/intl/ja/culturalinstitute/worldwonders/>を参照のこと。ただしこうしたGoogleをはじめとするAR（拡張現実）技術の観光情報提供についても今回は扱っていない。これらの技術が観光のまなざしにとってどのような役割を果たしているかは、今後検討が必要な課題といえる。
- (3) 欧州先進国において、鉱山や工場の跡地、運河や鉄道などの産業関連の敷地、建物、工作物が、単なる歴史遅れの遺物ではなく、「西欧の発展の歴史を象徴的に残すかけがえのない貴重な遺産」としての動きが起こり始めたのが1970年代後半から80年代のことであるという（根本2006：pp.1-2）。
- (4) 例えば安村克己（2004）はFoucaultが『臨床医学の誕生』において指摘した「医学的まなざし」の概念と、Urryの「観光のまなざし」の概念を比較し、後者の「知的戦略」の不備を指摘し、その概念の意義と限界を論じている。
- (5) 遠藤英樹（2005）は、そもそも「ある場所」が、「出かける場所」としての「観光地」として意味付けられていなければ、そこに向かう「観光行為」が発生しないことを指摘し、その際、「ある場所」が「観光地」としてイメージ形成されていく過程において、メディアが果たす役割の重要性を論じている。また、有山輝雄（2002）は、観光における「期待や願望」の形成において、旅行のガイドブックやパンフレットの重要性をはじめ、メディアやそれを利用した宣伝が、重要な役割を果たすことを指摘している。また中西裕二（2011）もマストツーリズムにおけるメディアの重要性、また逆にメディアが観光地化を促す点を指摘している。
- (6) このことはつまり、観光資源について「見てほしい意味・内容」と観光客にとっての「見方」にズレが生じていることを示唆する。ただしそのために、ある意外な対象が観光地の魅力につながるという

た、観光地の「供給」と「受容」のズレを考える契機となる、ということでもある。

- (7) 平成15年(2003年)8月の内閣府大臣官房政府広報室による「自由時間と観光に関する世論調査」において、国内旅行が対象ではあるが、「国内旅行のための情報入手方法」が調査されている。<http://www8.cao.go.jp/survey/h15/h15-jiyujikan/index.html> (2012年9月27日現存) この調査によれば、最近(この1年くらいの間)、観光、レクリエーション、スポーツなどのための1泊以上の国内旅行に行ったとした者(1,142人)のその旅行情報の入手先は以下の通りである。「家族、友人、知人等の紹介(口コミ)」44.8%、「旅行業者のポスター、パンフレット、案内書等」(35.8%)、「旅行雑誌、ガイドブック等」(23.2%)、「インターネット等の旅行情報」(15.1%)、「新聞、一般雑誌」(14.5%) (複数回答、上位5項目)。
- またこの調査の4年前の平成11年の調査と比較すると「インターネット等の旅行情報」(3.5%→15.1%)が4倍以上の伸びを占めているという。このため平成15年から現在までの間には、さらに利用者が増えていると想定される。
- (8) 今回は、特に一般でも入手しやすい市販の雑誌を対象としたため、航空会社等の会員誌や旅行代理店のパンフレット、また世界遺産を学術的に探求した著作は、今回の分析の対象から除外した。また産業遺産に触れていない雑誌もあったためそれらも分析の対象からは除外した。結果下記の8誌からの情報を取りまとめた。「旅名人ブックス58 スコットランド 歴史と文化、自然を満喫する」日経BP社2006 / 『マップルマガジン まっぴる イギリス・ロンドン』マップル2012 / 『新個人旅行 イギリス』マップル2010 / 『あるが情報版 るるるイギリス』JTBパブリッシング2011 / 『地球の歩き方 イギリス』ダイヤモンド社2011 / 『地球の歩き方 スコットランド&湖水地方』ダイヤモンド社2010 / 『わがまま歩き イギリス』実業之日本社2012 / 『ワールドガイド イギリス』JTBパブリッシング2009
- (9) Yahoo! JAPAN (<http://www.yahoo.co.jp/>) は年間推定接触人数が年間5311万人に上るとされ日本における推定接触人数が第一位のサイトである(電通総研2012)。また年間の一人当たり平均滞在時間は20時間40分で、推定接触者上位20社の中でも、10時間以上の滞在時間があるのはYahoo! JAPANのみとなっている。
- (10) インターネットコムとメディアインタラクティブ(アイリサーチ)による、2009年11月「検索エンジンに関する定期リサーチ」<http://japan.internet.com/wmnews/20090811/2.html> (2012年7月29日現存)によれば、ユーザが検索結果に対して何ページ目まで調べるかという調査では3ページまで調べるというユーザが、調査対象の7割になるという。そのため、今回は検索結果で3ページ目までのサイト(1キーワードあたり30サイト)を閲覧して調査対象とするブログを捜す際の参考とした。
- (11) なお、インターネットのブログは執筆者が不明確なことに加え、掲載情報や記載内容の真偽が検討しにくい。またそこに記載されている文章や掲載されている写真も、どこまでが「そのブログ執筆者のオリジナルの記述であるか、また撮影した写真」なのか不明確である。そのため、今回の調査では、産業遺産についてどのようなカテゴリーの情報や文章が記述されているのか、またどんな写真を掲載しているのか、内容の真偽は関係なく、そのブログの記述内容を指標化し、それを把握した。しかし、こうしたインターネット情報を事例としてどのように扱うかについては、そもそも「ネット上の情報とは何か」という問いとして検討を要する。
- (12) コッツウォルズはロンドンの北西200kmあたりの丘陵地帯一帯で、ガイドでは主にパイプリー、ポートン・オン・ザ・ウォーター、ブロードウェイなどが紹介されることが多い。また湖水地方はイングランド西北部に位置するウィンドミア湖を中心とした一帯。ガイドではピーターラビットの故郷、ウィリアム・ワーズワースゆかりの地であると紹介される。
- (13) なお『地球の歩き方』の成立から現在までの経緯については、山口さやか・山口誠(2009)が詳細なインタビューをもとに論じている。また今回の資料として使用した「るるる情報版」のような写真を多

用した雑誌サイズの大型ガイドブックは日本特有のものであり、こうした旅行ガイドブックによる情報提供と日本人の観光行動のつながりを考えることが重要なテーマであることを山口誠(2011)が論じている。

- (14) ただし、注意しておかなければならないのは、先の註(11)でも述べたように、これらの写真が、遺産周囲のどこなのかなどの正確な表記がないものもあり、どこまでが遺産周辺の情報であるのか検証できない場合がある。だが、この曖昧さこそが個人ブログの特徴ともいえる。
- (15) 「天空の城ラピュタ」のモデル地を訪ねて <http://4travel.jp/traveler/pochumi/album/10331437/> (2012年9月27日現存)
- (16) 天空の城ラピュタは、1986年スタジオジブリ制作、宮崎駿監督によるアニメーション作品。
- (17) 「Wonder's World-Wide (WWW)」 <http://blog.goo.ne.jp/wonderthunder/e/1429735db0b03ec3e84491b0b4a223f5> (2012年9月27日現存)
- (18) 「ホットチョコレート飲む?」 <http://white-hot-chocolate.com/archives/4052354.html> (2012年9月27日現存)
- (19) この他にも、例えば「世界遺産を示すプレートがある」とか、「現地看板にはウェールズ語表記がある」と書かれているなど、「情報」としては何気ないものではあるが、現地で体験した一端が垣間みれる写真などが掲載されている。これらは旅行の「ものがたり」を語るものであると共に、現地の「痕跡」を私達に伝え、それ故に旅行記述のリアリティが増す機能を果たしていると推察される。

参考文献

- 有山輝雄. 2002『海外観光旅行の誕生』吉川弘文館
- Audrerie, Dominique, Souchier, Raphaël, and Vilar, Luc. 1998 "Le patrimoine mondial" P.U.F., Paris=2005『世界遺産』水嶋英治訳 文庫クセジュ白水社
- Boorstin, Daniel. 1962 "The image; or, What Happened to the American Dream", Atheneum=1964『幻影の時代』星野郁美、後藤和彦訳 東京創元社
- 電通総研. 2012『情報メディア白書2012』ダイヤモンド社
- 遠藤英樹. 2005『観光という「イメージの織物」奈良を事例とした考察』『観光社会学 ツーリズム研究の冒険的試み』須藤廣、遠藤英樹著 明石書店
- 橋本和也. 2011『観光経験の人類学 みやげものとガイドの「ものがたり」をめぐる』世界思想社
- 中西裕二. 2011『メディア - 観光地の創造』『観光学キーワード』山下晋司編 有斐閣双書
- 根本敏行. 2006『研究の概要・研究の背景と目的』『イギリスの世界遺産(産業遺産)と地域整備』『都市・地域研究 003』静岡文化芸術大学 文化政策学部 文化政策学科 文化政策研究科 都市・地域学研究室
- 佐滝剛弘. 2009『「世界遺産」の真実』祥伝社新書
- Urry, John. 1990 "The Tourist Gaze", Sage=1995『観光のまなざし』加太宏邦訳 法政大学出版局
- . 1995 "Consuming places", Routledge=2003『場所を消費する』吉原直樹、大澤善信監訳 法政大学出版局
- 山口誠. 2010『ニッポンの海外旅行』ちくま新書
- . 2011『ガイドブック その変遷と可能性』『よくわかる観光社会学』安村克己、堀野正人、遠藤英樹、寺岡伸悟編著 ミネルヴァ書房
- 山口さやか・山口誠. 2009『地球の歩き方』の歩き方 新潮社
- 山村高淑. 2011『世界遺産 - その理念とツーリズムにとつての意義』『観光学キーワード』山下晋司編 有斐閣双書
- 安村克己. 2004『観光の理論的探究をめぐる 観光まなざし論の意義と限界』『「観光のまなざし」の転回 越境する観光学』遠藤英樹、堀野正人編著 春風社

