

2023 年度 学位論文（博士）

文化遺産を活用した地域活性化に関する研究

－日本遺産事業の課題と可能性－

(A Study on the Regional Activation by using Cultural Heritage

- Challenges and Possibilities of Japan Heritage Project -)

京都芸術大学大学院

芸術研究科芸術専攻

小山 龍介

第1章 序論	6
第1節 研究の背景	6
第2節 研究の目的	7
第3節 用語の定義	7
第4節 研究の方法	10
第5節 本論文の構成	11
第6節 先行研究の検討.....	11
第1項 文化財保護の観点から.....	11
第2項 観光の観点から	12
第3項 地域活性化の観点から.....	13
第4項 先行研究の整理	15
第7節 問題意識と仮説.....	16
第1項 未指定文化財の保護に関する問題.....	16
第2項 文化財活用に関する問題.....	17
第3項 持続可能な取組に関する問題.....	17
第8節 研究対象	18
第2章 日本遺産事業以前の文化財活用	20
第1節 文化財保護における文化財活用の展開.....	20
第1項 文化財保護から町並み保存への展開	20
第2項 総合的な保護とストーリー	25
第3項 産業振興と文化創造.....	31
第2節 観光振興における文化財活用の展開.....	33
第1項 観光振興のハードからソフトへの転換	33
第2項 インバウンド対応のための広域観光圏	35
第3項 地域活性化の担い手としてのDMO.....	37

第3節	日本遺産事業創設の経緯	43
第3章	日本遺産事業	47
第1節	日本遺産の認定	47
第1項	申請者の要件と申請内容	47
第2項	審査基準と審査プロセス	53
第3項	認定地域	57
第2節	日本遺産の取組	67
第1項	情報発信	69
第2項	人材育成	72
第3項	普及啓発	73
第4項	調査研究	74
第5項	公開活用のための整備	76
第3節	日本遺産プロデューサー等派遣事業	77
第1項	2016年度	77
第2項	2017年度	90
第3項	2018年度	115
第4節	第三者から指摘された課題	126
第1項	日本遺産フォローアップ委員会	126
第2項	行政事業レビュー	132
第3項	財務省予算執行調査	134
第5節	事業内容の変更	139
第4章	日本遺産事業の課題	141
第1節	未指定文化財の保護の課題	141
第1項	認定制度がもたらす疎外	141
第2項	固定化された認定ストーリーによる疎外	142

第2節	文化財の活用の課題.....	142
第1項	公開活用中心の整備.....	142
第2項	近視眼的な取組.....	143
第3節	持続可能な取組に関する課題.....	144
第1項	硬直した計画主義.....	144
第2項	民間の巻き込み不足.....	145
第5章	日本遺産事業の地域活性化事例.....	146
第1節	小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会.....	146
第1項	日本遺産を契機とした産業創出.....	147
第2項	キーパーソンを巻き込みながら再構築される御食国.....	148
第3項	ローカルヒーローの発掘と「共」の文化創造.....	151
第2節	ゆずと森林鉄道日本遺産協議会.....	153
第1項	住民による地域の価値の発見.....	158
第2項	ライバルとの共創とエリアの一体感.....	166
第3項	空間の別の用途での転用.....	168
第6章	日本遺産事業の可能性.....	172
第1節	未指定文化財の保護の可能性.....	172
第2節	文化財の活用の可能性.....	173
第3節	持続可能な取組の可能性.....	173
第7章	結論.....	175
第1節	未指定文化財の保護の可能性.....	175
第1項	ストーリー生成・維持・強化の契機.....	175
第2項	文化財に対する享受能力の養成.....	178
第3項	逸脱から生まれる多様なサブストーリー.....	180
第2節	文化財の活用の可能性.....	184

第1項	観光客による二次創作.....	184
第2項	観光のデータベース消費と真正性.....	186
第3項	未目的な場が二次創作を促進する.....	188
第3節	持続可能な取組の可能性.....	192
第1項	事業創出のエコシステム.....	192
第2項	インプロビゼーションと創造の場.....	197
第3項	文化資本の循環モデル.....	202
第4節	研究の発見事項のまとめ.....	206
第5節	本研究の限界と今後の課題.....	208

第1章 序論

第1節 研究の背景

近年、持続可能な文化財保護のために、文化財の活用が不可欠であるとして、各地でさまざまな取組が行われている。ここでいう文化財活用とは、文化財の公開活用にとどまらない、観光資源としての活用など経済的な収益につながるものを指す。その収益を文化財保護に利用するのだ。こうした文化財活用を通じて文化財を保護していこうという点において、従来の活用とは一線を画している。

その背景には地域の衰退がある。2017年の文化審議会の第一次答申では、「過疎化・少子高齢化の進行による地域の衰退が、文化財の滅失や散逸等の危機を招いている。未指定を含めた文化財をまちづくりに活かしつつ、文化財継承の担い手を確保し社会全体で支えていく体制づくり等が急務である」と指摘された¹。たとえば寺社が檀家によって支えられたり、祭りが地域住民の手によって継続されたりするように、日本の各地に残る地域色豊かな文化財は、地域全体の活力によって維持、保護されてきた。しかし、その地域が衰退してしまうと、文化財の保護もままならなくなる。芭蕉の詠んだ「国破れて山河あり」ではないが、地域が衰退してしまうと、文化財もまた儂く、滅失、散逸してしまう。

こうした問題に対応するため、2016年には「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」を策定、そこでは、投資リターンを見据えたうえで観光資源としての文化財へ戦略的投資し「文化財をコストセンターからプロフィットセンターへと転換させる」と記された²。2019年には文化財活用を重視する改正文化財保護法が施行され、文化財保存活用地域計画作成等を担う協議会の組織や文化財保存活用支援団体の指定などが行えるようになった³。文化財の総合的な保存・活用を推進するためにも、文化財を活用して収益を上げていく必要があり、民間も含めた文化財活用を進めていく支援団体を組織する仕組みが導入された。このように、これまでとは異なる新しい文化財活用のあり方が模索されていた。

第2節 研究の目的

本研究の目的は、地域活性化につながる新しい文化財活用モデルを提示することを通じて、各地で進められる文化財活用による地域づくりに貢献することである。

第3節 用語の定義

① 文化財

1950年の文化財保護法の制定時に初めて使用された文化財（Cultural Property）という概念は、その後の保護法の改定に合わせてその範囲が拡張されていった。本論文では、本論文執筆現在の文化財保護法が対象とする、歴史上・芸術上・学術上・観賞上等の観点から価値の高い有形文化財・無形文化財・民俗文化財・記念物・文化的景観・伝統的建造物群を、指定、未指定関わらず文化財と呼ぶ。

② 未指定文化財

個々の文化財の価値が一定基準に達しない場合でも、その総体としての重要性が認められる場合に、文化財保護の対象としていくという「総合的な保護」であり、その対象となったものを未指定文化財と呼ぶ。また、未指定文化財の把握の重要性が顕在化したのが、阪神淡路大震災であり、指定されていない文化財についても把握、アーカイブ化しておくことの重要性が認識された⁴。未指定文化財の保護には、災害対応の意味合いもある。

③ 文化財保護

文化財保護については、文化財保存と活用の両方を含むものとして定義する。これは、文化財保護法制定当時から、「公共のために大切に保存するとともに、できるだけこれを公開する等その文化的活用に努めなければならない。」（文化財保護法第4条第2項）と記されている⁵。ただし、当時の活用はいわゆる公開活用にとどまるものとして捉えられるものであり、活用の領域はその後、大きく広がった。本論文では、文化財保存の資金を獲

得するための収益事業への活用も含めた概念として、文化財保護と呼ぶ。

④ 文化遺産

文化遺産（Cultural Heritage）の定義については、世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約（「世界遺産条約」）において、(1) 記念工作物、(2) 建造物群、(3) 遺跡という3つの分野が文化遺産とされている。ここでは広く、無形文化遺産等も含んだ概念として捉える。文化遺産は、「遺産」と呼ばれるように、過去から現在、そして未来へと引き継がれていくべきだと考えられている文化であり、有形のものに限定されない。本論文では、そうした広義の文化を対象とした用語として使用する。

⑤ 文化資産

文化庁は、ユネスコ世界遺産一覧表への文化遺産の記載に至っていないものを含め、文化資産と呼び、「原則として複数の資産で構成され、共通する独特の歴史的・文化的・自然的主題を背景として相互に緊密な関連性を持ち、一定の場・空間に所在する一群の文化財」と定義している⁶。その後、「地域ゆかりの文化資産」というように、地域の独自性、魅力などを伝える文化財群を指して使われている⁷。文化財を対象としていることから、ある程度の歴史的背景（登録有形文化財であれば50年以上など）を持つことを前提としているように見えるが、「資産」という言葉からは、そのニュアンスが伝わりにくい。本論文では、あくまで世界遺産認定などの文脈に限定して文化資産を使用する。

⑥ 文化資源

文化資源（Cultural Resource）という言葉は、2002年に設立された文化資源学会の設立趣意書に登場する。そこでは、「文化資源とは、ある時代の社会と文化を知るための手がかりとなる貴重な資料の総体であり、これを私たちは文化資料体と呼びます。文化資料体には、博物館や資料庫に収めきれない建物や都市の景観、あるいは伝統的な芸能や祭礼な

ど、有形無形のもが含まれ⁸⁾」ると説明されている。この言葉が対象としているものは、文化遺産のように過去から継承されてきたものだけにとどまらず、その時代独自の文化を知るための手がかりをも含むものである。

一方、2007年に文化審議会文化財分科会企画調査会が提唱し、その後、各地域で策定が進んだ歴史文化基本構想では、「指定・未指定にかかわらず幅広く捉えて、的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて」、文化資源と呼んでいる⁹⁾。ここでいう周辺環境とは、「例えば、城郭跡を中心とした旧城下町区域、庭園と借景となる区域、歴史的な建造物とその保存のための資材を供給する区域、祭りや民俗芸能とそれらが行われる集落等」が想定された¹⁰⁾。つまり、空間的周辺ではなく、保存のための資源や活動までを含めた概念として定義されている。文化財は、あくまで文化財保護法で対象となるものに限定していたが、ここではそうした限定はない。本論文では、歴史文化基本構想が示したように、こうした周辺環境まで含め文化資源と呼ぶ。

⑦ 文化資本

文化資本 (Cultural Capital) は、ブルデューが社会的な階級によって文化的素養などが異なっていること、それが承継されていることを指摘した際に用いられた。ここでは、故人や階級だけでなく、地域において蓄積されたものを指し示す。また資本とは、経済資本がそうであるように、なにかしらの価値を生み出し、またその剰余価値が蓄積して自己増殖するようなものである。文化資本においても、その蓄積によって文化的な価値を生み出し、その価値の剰余によって増殖していくものとして捉えることが可能である。

日本においては、福原義春が資生堂の企業経営を文化資本経営と呼んだり、また地域の文化資本を活用した地域活性化が議論されたりと、経済的な価値創出に紐づけて用いられている。本論文では、地域に蓄積された文化資源のうち、地域活性化に寄与し、地域が活性化することによる剰余価値によって自己増殖していくものを、文化資本と呼ぶ。

⑧ 文化遺産を活用した地域活性化

地域が活性化するということには、複合的な要素がからみあっている。これまでの歴史まちづくりなどの活動では、文化遺産を活用することにより住民のアメニティ向上や地域への愛着が議論され、観光まちづくりの文脈においては、観光・産業振興などの経済的な側面が強調されてきた。日本遺産事業を議論するにあたっては、両方の観点からの地域活性化を考えていく必要がある。本論文では、人口流出に歯止めをかけたり、関係人口を増やすといった社会的な活性化、観光や地場産業などが繁栄し、人々がなりわいを維持することができるようになるといった経済的な活性化、そして芸術に触れたり、豊かな食文化を享受したりといった精神的に生活が豊かになっていくという文化的な活性化の複数の側面からの地域活性化を取り扱っていく。

第4節 研究の方法

文化財を活用した地域活性化の新しいモデルを検討するにあたり、先行研究の整理から本研究の問題意識を設定し、その問題意識に対応する研究対象（日本遺産事業）を選択する。研究対象である日本遺産事業以前の文化財活用取組の変遷および日本遺産事業の創設の経緯を、各種資料を踏まえて整理する。日本遺産事業について、日本遺産事業の制度設計、事業内容、第三者の評価について検討し、文献に基づく二つの事例調査を行う。その上で、日本遺産事業の可能性について考察を行い、地域活性化につながる新しい文化財活用モデルを提示する。

本論文執筆者は文化庁嘱託の日本遺産プロデューサーとして、2016年度～2018年度の3年間、研究対象である日本遺産事業に関与した。本論文では公開情報に加え、日本遺産プロデューサーとして作成した資料を、公開に問題のない範囲で採録した¹¹。本論文の内容は原則として執筆者である小山龍介が行っているものであり、日本遺産プロデューサーである小山龍介が作成した文章、図表については、日本遺産プロデューサー小山龍介作成と明示した。

第5節 本論文の構成

本論文は全7章で構成される。第1章では、研究の背景、研究の目的、用語の定義、研究の方法、先行研究の検討、問題意識を述べる。第2章では、研究対象である日本遺産事業以前の文化財活用の流れについて、文化財保護、観光振興のふたつの観点から整理したうえで、日本遺産事業がどのような経緯で創設されたのかを見ていく。第3章では、日本遺産事業についての事例研究として、制度設計と事業内容、日本遺産プロデューサー派遣事業、第三者からの評価について整理する。それを踏まえて第4章では、日本遺産事業の課題を指摘する。第5章では、小浜市・若狭町および中芸地域の地域事例を分析し、第6章では、第5章で示された日本遺産事業の可能性について、ストーリーによる未指定文化財の保護の可能性、創造性を引き出す文化財の活用の可能性、場を通じた持続可能な取組の可能性という3つの観点から整理する。第7章では、第6章で整理された可能性について考察を加え、文化財活用の文化財活用モデルを提示する。

第6節 先行研究の検討

第1項 文化財保護の観点から

岡村祐、野原卓、西村幸夫によれば、観光まちづくりに至るまでの変遷として、1960年代後半は過疎化・空洞化への対処、1980年代後半は持続的な地域環境保全、1990年代は生活の質の向上が課題となる3つの段階があり、1990年代の段階においては、地域での伝統行事や習俗などの生活における文化資源が重要になると指摘する¹²。そうした歴史文化資源の保護の担い手として、海老沢結らは民間アーカイブズの重要性を指摘した¹³。西井亨は、尾道市が創設を進める「尾道市民遺産登録制度」が広範な歴史文化資源の保護を目指しており、整備・活用のための文化遺産パートナーの育成を進めていることを報告する¹⁴。未指定文化財の保護には、民間の力が欠かせないことを指摘する。文化を体験させるミュージアムとしてまちを活用しようというアプローチが、エコミュージアムの取り

組みである。村上佳代は、地域全体を博物館と見立てるエコミュージアムをまちづくり手法のひとつと捉え、エコミュージアム概念を使った文化資源マネジメントの手法を提案する¹⁵。一方、雪村まゆみは、世界遺産登録にかかるオーセンティシティ（真正性）の捉え方の変化を追いながら、世界遺産を頂点とした文化資源の序列化の問題を指摘する¹⁶。韓準祐は、これが中央政府による「新たな選択」と「支援の集中」の仕組みを作り出していると指摘する¹⁷。既存のヒエラルキーに取り込まれている現状を指摘するものだと言えよう。

第2項 観光の観点から

安村克己によれば、先進諸国で 1960 年代から始まった観光の大衆化＝マスツーリズムは、1970 年代には現地の生活や文化を破壊するものとして、弊害が指摘されるようになった。1980 年代に入ると、「新たな観光のあり方（alternative tourism）」が模索された¹⁸。ヴァレン・L・スミスによって編纂された『ホスト・アンド・ゲスト』は、文化を破壊するものとして批判された観光を、文化人類学的な観点から捉え直した¹⁹。ブーアスティンは、変容した観光体験を「疑似イベント」と否定的に捉えたが²⁰、ジョン・アーリ、ヨーン・ラスンは、観光客のまなざしがもたらす影響を価値中立的なもの捉えた²¹。ミッシェル・ピカールは、バリにおいてさまざまな儀礼や芸能がオリジナルと観光によってもたらされた変化との区別がつかない状況を指して、「文化観光（Cultural Tourism）」から「観光文化（Touristic Culture）」への転換が起こっているのだと指摘する²²。アーリ、ラスンは、観光客のまなざしによって生まれる「観光の場」を、異文化的な相互作用の生まれる場と指摘する²³。

長尾洋子は、日本遺産などにおけるコンテンツ・ツーリズムにおける物語の効果を分析し、地域が自律的、持続的に物語を創出・維持・展開していくためのシステムやマネジメントの重要性を指摘する²⁴。丁野は、大きな物語だけでなく、魅力の異なるエリアごとにサブストーリーが必要だと指摘する²⁵。さらに、「物語の見える化」、つまり「物語を伝え

る仕組み」を整備することの重要性を指摘する²⁶。こうしたストーリーの活用に対しては批判もある。須賀忠芳は、日本遺産のストーリー認定の制度に対し、「幕末会津」の物語のもたらした功罪を事例にあげ批判する²⁷。金子享は、日本遺産におけるストーリーについて、単純化による弊害を指摘する。特定の物語が選び取られ、制度的に承認されてしまう日本遺産の「支配的な語り」は、解釈の余地のないきわめて固定的な物語となってしまう。こうした弊害を克服するためにも、博物館は、「大きな物語」を個人が「修正」し「語り直す」機会を提供する必要があると指摘する²⁸。奥野耕平は、真正性をもつ文化財の継承だけでなく、地域の誇りやアイデンティティといった文化財保護の取組にかかる人々が持つ心意性の継承の重要性を指摘する²⁹。岡本真生は日本遺産認定に向けたストーリー作りのプロセスを、地域文化デザインの観点から分析している³⁰。森重昌之は淡路島を事例としてあげ、観光資源の利用の観点から分析、観光資源化は観光客だけでなく住民にも効果を及ぼし、ストーリーによって住民と観光客とのつながりが生み出されることを指摘している³¹。江口真理子は、石見神楽の題材に、ストーリーのある動画がインバウンド観光振興に一定の効果があることを明らかにしている³²。赤池慎吾は、学生たちによる地域住民へのインタビューを通じたサブストーリーの発掘を報告している³³。

第3項 地域活性化の観点から

山下祐介は、地域活性化を推進するにあたって地域外も含めた幅広い開放的なネットワークの方が強く関係していることを明らかにした³⁴。敷田麻美は、よそ者が地域づくりにおいて果たす役割について、過剰な期待を排しつつ地域がよそ者をうまく使う「よそ者使い」の重要性を指摘した³⁵。岡田知弘は、持続可能な地域発展のためには地域経済の拡大再生産が欠かせないとし、そのためには地域であげた収益を地域内で再投資する地域内再投資力をつくりだすことが重要であると指摘する³⁶。またこれは、経済的な再投資に限らない。2008年には、「資本アプローチ」と呼ばれる、自然資本を含めた資本ストックの維持増進によって持続可能な発展を診断する方法がOECDによって示され³⁷、さらにそれを

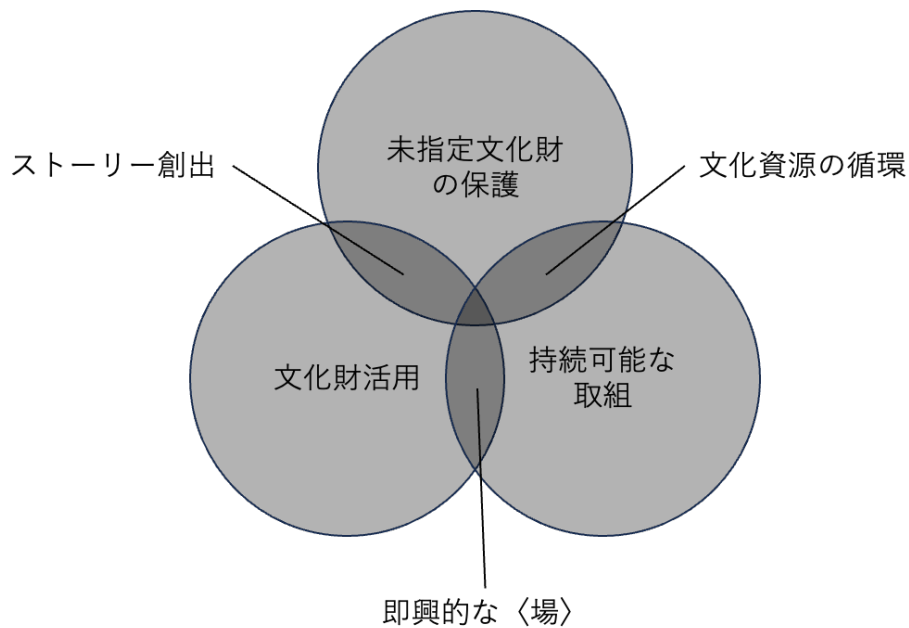
地域に適用した鳥越ほかによる「地域資本」の考え方³⁸、知識や文化などの非物質的な資本を対象とする諸富徹の議論に展開した³⁹。そうした議論を踏まえ清水万由子は、兵庫県豊岡市コウノトリと共生する地域づくりの事例研究をもとに、素材的な自然—人工ストックと、主体的な人材—文化ストックの間の相互作用を明らかにした。豊岡市では、水田という自然—人工ストックが生産の場としてだけではなく、教育や交流の場として機能し、人材—文化ストックへの新しい投資へとつながっていたという⁴⁰。岡安麗奈は日本遺産について、集客効果、地域の経済活性化などの外部効果は認められないものの、「文化の形成・継承」、「住民生活の向上・維持」といった社会活性化にはつながっていると結論づけた⁴¹。

発展する都市における即興性について指摘したのが、ジェイン・ジェイコブズである。ジェイコブズは、国民経済のように経済活動を国家単位で捉えるやり方を退け、さまざまな特徴をもつ中規模都市の経済に注目した。ジェイコブズによれば、発展する地域に共通していたのは、他の都市から輸入する商品を、地場産業の技術を組み合わせて置き換えていく輸入置換のイノベーションであった。そこでは、もともとある技術やリソースを臨機応変に活用、改良を加えていくインプロビゼーションがおこっていると見た⁴²。渡邊としえと渥美公秀は、臨機応変な対応がまちづくりの〈臨床の知〉として働いていることを示す。渡邊と渥美は、地域活性化の原理として「集合的即興ゲーム」という概念を提案する⁴³。清水博は、社会の動態を即興劇と見立てた「社会の即興劇モデル」を提唱する。人々は舞台の上で即興的に演技をする役者となり自己表現を行うが、その結果、舞台が変化していく。この作用を相互誘導合致と名付け、場の根本原理のひとつとして位置づけた⁴⁴。場のはたらきについては、伊丹敬之は、「人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互を観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組み」と定義し、主に経営学の領域において場の役割を明らかにした⁴⁵。野中郁次郎・竹内弘高は、暗黙知と形式知の相互作用からおこる組織的知識創造という観点から、暗黙知を組織内で共同化するためには場作りが重要と考え⁴⁶、さ

らに野中、ラインメラ、柴田は、企業のような組織と異なり、独自の目的を持って自律的に活動する主体が存在する地域発展においても、知識創造のための場が重要であることを明らかにした⁴⁷。また八田典子は、特定の場所や空間において初めて成立する芸術サイト「サイトスペシフィック・アート」を取り上げ、芸術の存立基盤および芸術の受容の場の重要性を示した⁴⁸。アートプロジェクトは、場や歴史的な文脈から切り離されてきた芸術が再び、そのつながりを求めて行われているのではないかと八田はいう⁴⁹。及川裕子は、地理学的議論に基づき、サイトスペシフィック・アートが制度や構造の外部である地域的な偶有性から生まれる差異を取り込むことによって、動的に変化する相互作用的空間を生み出していることを指摘した⁵⁰。

第4項 先行研究の整理

以上の先行研究を整理する。文化財保護の観点からは、未指定文化財について民間の力も借りながら地域全体で保存活用を進めていくことの重要性が指摘されている。観光においては、観光と文化財保護を対立させるのではなく、相互作用に着目し、ストーリーによる創造的な文化観光が議論されている。地域活性化の観点からは、文化財活用が地域活性化につながるような環境＝〈場〉をどのように準備するのかということが議論されている。この3つの観点は相互に重なり合っており、たとえば文化観光に欠かせないストーリーは同時に、面的な保護という点で未指定文化財の保護にも関連している。観光客という他者の関与は、地域活性化のプレイヤーにも重なっているし、地域活性化に欠かせない場の議論は、地域住民と観光客とが邂逅する観光の場ともつながる。これを図示すると、次のようになる（図1）。三つの論点が三つの鍵概念によって重なり合っているのである。この三つの論点をそれぞれ関連させ、包括的に取り扱った研究は存在しない。



(図1) 文化財活用に関わる三つの論点とそれらをつなぐ鍵概念 (筆者作成)

第7節 問題意識と仮説

先行研究の整理を踏まえ、三つの論点についてそれぞれの問題意識を整理し、仮説を提示する。

第1項 未指定文化財の保護に関する問題

文化財保護にかけられるリソースも限られている中で、無制限に未指定文化財を保護することはできない。将来、指定される文化財という基準で選ぶのだとしたら、従来の文化財のヒエラルキーを拡張しただけになってしまう。従来の文化財の概念にとらわれない多種多様な文化資源が、その活用可能性という基準において選ばれていくことも必要だろう。従来の価値基準ではない、活用する人たちの視点で文化財の価値を見直す必要がある。

また、こうした未指定文化財は量も膨大であり、行政の力だけで保護していくことは難しい。地域全体で文化財保護に保存に取り組むことが重要になるだろう。そのためにも、地域住民によって文化財の価値が理解されていることが前提となる。

ここでの仮説は、地域住民によって未指定文化財の価値が発見されることが、未指定文化財の保護につながる、というものである。

第2項 文化財活用に関する問題

文化財活用でまず考えられるのが観光への活用であろう。まず問題となるのが、不適切な活用による文化財の毀損などの問題だ。物理的な毀損の問題はもちろん、過度な脚色は歴史や文化の真正性を損なう。真正性と演出の間の対立をどのように調停するかという問題がある。

地域活性化へとつながるロジックも重要だ。文化財をどのように活用すれば地域活性化へとつながるか、まだ手探りの状態である。地域活性化は、人の活性化である。関わる人たちが活発に活動し始めるためには、文化財をどのように活用すべきかという議論が必要だ。

ここでの仮説は、真正性の概念を広げることによって、文化財活用による人々の創造活動を活性化でき、それが地域活性化につながる、というものである。

第3項 持続可能な取組に関する問題

文化財保護を進めていくためには、民間活力を生かした取組は欠かせない。そのためには民間を巻き込んだ組織づくりが重要となる。国土交通省を中心に観光地域づくり法人（DMO）の組成も進められている。文化財を活用するための組織づくりがどうあるべきか考える必要がある。また、こうした組織を運営するに当たって、行政の硬直したマネジメントは障害となる。計画変更が難しい従来の行政組織では、民間からよいアイデアが上がってきてもそれを活かすことができない。状況の変化に合わせた柔軟なマネジメントをどのように行うのかという問題がある。

組織の担い手であるプレイヤーの問題も重要だ。人材育成によってプレイヤーを育てることもひとつの方法だが、もうひとつこうしたリーダーとして、地域とも関係の深いよそ

者＝関係人口から獲得する方法もある。関係人口とは、定住人口でもなく、交流人口でもない、地域との多様な関わりを持つ人口のことである^{51 52}。そうした人材をどのように惹きつけていくのかという問題がある。これは経済の問題と表裏一体だ。人が集まる時、そこには経済的な循環が生まれているし、経済的な循環がなければ、人は生活できず、人を集めることもできない。文化財を活用して経済が回っていくような場をどのように作りだすかが重要である。

ここでの仮説は、柔軟な組織運営をし、活動によって得られた資源を循環させることで民間のプレイヤーを巻き込んだ持続可能な取り組みが実現する、というものである。

第8節 研究対象

近年、活発に議論されるようになった未指定文化財の保護、文化財活用、持続可能な取組に関する仮説を検証するための研究対象は、必然的に 2010 年代以降の事業が対象となる。その候補として、クールジャパン戦略と日本遺産事業が考えられる。クールジャパン戦略は、アニメなどの新しい日本文化を対象としていることもあって、歴史を経た文化財への取組は相対的に弱い。また、海外へのマーケティング活動が主であり、地域活性化という観点も十分でない。日本遺産事業を研究対象とすべきであろう。以下、研究対象候補と問題意識・仮説との対応関係を表に整理した（表1）。

	未指定文化財の保護	文化財活用	持続可能な取組
クールジャパン戦略	△	△	△
日本遺産事業	○	○	○

（表1）研究対象候補と問題意識・仮説との対応関係（筆者作成）

日本遺産事業は、本論文執筆現在もさまざまな変更が加えられ進められている事業であ

る。本論文において研究対象とする期間については、後述するように、2019 年度から大きく制度の変更が行われており、2018 年度までを検討対象とする。2018 年度までの取組に日本遺産事業の課題が如実に現れており、その分析が今後の文化財活用に有益だと考える。

第2章 日本遺産事業以前の文化財活用

日本遺産は、文化財保存から活用へとかじを切った施策であった。文化財活用については、文化財保護法制定当時から、文化財保護の両輪は保存と活用にあるとされていたものの、あくまで公開活用にとどまるものであった。この章では、日本遺産事業以前の文化財活用について、文化財保護における展開（第1節）、観光振興における展開（第2節）を整理したうえで、日本遺産事業が創設された経緯（第3節）を見ていく。

第1節 文化財保護における文化財活用の展開

第1項 文化財保護から町並み保存への展開

戦後、法隆寺金堂の火災⁵³に代表される損傷や紛失、また相次ぐ海外流出を防ぐための措置として、火災から1年という短期間のうちに文化財保護法が整備された⁵⁴。戦後の混乱期にもかかわらず、対処療法的な対応にとどまらない、実に本質的な法整備であった。それを象徴するのが、「文化財」という統合的な概念の創出である⁵⁵。これは当時、世界的に見てもまだ広くは認められていなかった無形文化財の法的保護を含む先進的な概念であった。

それにしてもなぜ、この時期に無形文化財を含む広い範囲をカバーする先進的な取り扱いが可能になったのだろうか。このことについては、たとえば箴島、真鍋が皇室との関係を指摘している⁵⁶。それまで皇室の公務によって支えられていた国家的な祭祀や雅楽、舞楽を維持していかなければならないという強い危機意識が、特に議員の側にあった。文部省は指定制度を導入する意図はもっていなかったものの、議員たちが積極的な保護を主張した。その結果、皇室の公務に含まれない能楽、文楽などを含む、形を持たない無形文化財というカテゴリーが設定された。

またその際、文化国家としての日本をアピールするためにも古典芸術の保護が欠かせないという主張が議員からなされたことにも注目したい。単なる文化財保護にとどまらない、軍事国家としてのイメージの払拭により、国際的な地位の回復という目的があった。その

ため、文化財保護の意識は中央政府のみならず、地域にも広く浸透させる必要があると考えられ、民芸、郷土芸能、祭礼行事、さらには民俗資料の保護が主張された。民俗資料はその後、文化財保護法の二度の大きな改正を経て民俗文化財へと格上げされていくが、才津祐美子はその間に「地域文化」を「国民文化」へと再編していく一貫した視線があることを指摘する⁵⁷。文化財概念のこうした拡張は、文化国家というイメージ戦略を受けて進められたのである。文化財保護法の第一条「この法律は、文化財を保存し、且つ、その活用を図り、もつて国民の文化的向上に資するとともに、世界文化の進歩に貢献することを目的とする⁵⁸。」という文言は、そうした国家のイメージ戦略という文脈も踏まえて理解されるべきものであり、文化国家としての宣言とも言うべきものであった。

一方、文化財概念の拡張により指定される文化財が増加すれば、当然、ひとつひとつの文化財の保護は手薄になってしまう⁵⁹。実際、戦後の財政難の中で、建造物などの修復が思うように進められない状況があった。文化財保護法制定当時、GHQ からも国宝・重要美術品等の件数が多すぎると指摘されていたものの、日本の関係機関はできるだけ多くの文化財を指定して保護したいという意向を持っていた⁶⁰。文化財を活用した啓蒙についても、全国的に取組を進めていかなければならない。敗戦によって失った自信を回復し、戦前とは異なるかたちで郷土愛や愛国心を醸成するための活用こそが重視されていた⁶¹。

こうした広範な保存と活用を実現するために導入されたのが、段階的な保護制度である。まず国の指定では、重要文化財の中でもさらに重要なものを国宝指定するという二段階の指定制度を定め、文化財保護の濃淡を付けて対応した。こうした段階的な指定という方針はさらに広げられ、国指定されないものについては地方自治体による文化財指定によって守っていくという、文化財保護の階層が設計された。これを受けて地方自治体は、各地で文化財保護条例を制定し、地域が主体となって文化財保護の取組を進めた。これは、文化財概念の拡大とも並行する。国宝が、地域によらない普遍的な価値基準、それも芸術的な価値基準によって行われたのに対して、地方自治体で行われる文化財保護は、その地域の独自性や民俗的な価値を反映しやすいものであった。

こうした段階的な指定制度は弊害も生んだ。市町村の指定文化財から県指定、そして国指定重要文化財からさらに国宝へという文化財における価値のヒエラルキーを生んでしまうのである。文化財保護の予算も、指定が上に上がれば上がるほど大きな額になっていく。保存するためにも、より上位の指定制度において価値を認めてもらう必要があるのである。文化財保護の現場ではよく、「価値づけ」という言葉が使われる。これは、地域の人たちではその価値を認識できない文化財について、その価値を他人に認めてもらうことによって価値を認識するという文脈で使われる。ここでは、価値を付ける主体は住民ではなく、国を含めた権威ある第三者であった⁶²。日本遺産審査委員による日本遺産の認定も、この構図に収まるものであった。

もちろん、文化財保護がただ国の意向だけを受けて進められたわけでは、もちろんない。町並み保存を中心とした地域の文化財保護において、その文化的価値を見出すのは、あくまで住民であった。国がお墨付きを与えたところで、地域住民に支持されない文化財は、その保存・活用を進めていくことは難しいだろう。近代建築の文化財的価値の評価に取り組んだ稲垣栄三は、1955年の時点ですでに、文化財としての価値を持つ民家の保存にあたっては「民衆の参加と支持のない形で「文化財」を押しつけるならば、文化財としての民家はただちにその生命を失うことになるだろう」と書いている⁶³。生活に密接する民家や町並みという文化財の保護には、草の根での価値の発見が欠かせないのである。

実際、その後の文化財保護は、各地域が先導することになった。たとえば、1960年代の高度経済成長期、急速に進められる開発の中で失われていく埋蔵文化財や古い町並みをどのように保護するかという問題が浮上した。宅地造成が持ち上がった百舌鳥古墳群を構成するいたすけ古墳、近鉄の車両車庫の建設が計画された平城京跡地などの埋蔵文化財の保護、さらには1963年の京都タワー建設や1964年には、鶴岡八幡宮の裏山での宅地造成などにおいては、景観保護の観点から町並み保存の活動が盛り上がった。

こうした動きを受けて、1966年には建設省（現・国土交通省）所管で「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法（古都保存法）」が制定され⁶⁴、1975年の文化財保

護法改正では、伝統的建造物群保存地区（伝建地区）制度が創設された。文化財保護が文化財行政単体で完結するものではなく、建設省などとも連携したまちづくりの文脈で位置づけられるようになった。これは、住民の主体的な価値発見の取組であり、1970年代以降の文化財活用につながるものであった。

1960年代までは無分別な開発に反対する立場からの異議申し立てとしての文化財保護活動が行われたが、1970年代なかばからは、開発と保存を両立させるような取組が始まった。梅棹忠夫は、高度経済成長時代に文化が犠牲になってきたことを指摘し、「文化開発」の重要性を説いた。梅棹は文化を「心のたべもの」と表現し、都市における「心のたべもの」の供給の少なさを問題とした⁶⁵。文化供給施設としての美術館や博物館、劇場とといったハードだけでなく、どのような文化を供給するのかというソフトの議論に及んだ。こうした状況の中、文化財の活用という概念も変化を余儀なくされる。経済的な開発との対立を解消するためにも、ハード、ソフト両面から、より積極的な活用が求められることとなったのである。

文化財活用の取組はまず建築物を中心に始められた。というのも、文化財としての建築物を高度経済成長に伴う開発から守るためには、ただそのままの状態に凍結保存するのではなく、経済的にも活用することが必要になってきたからだ。その嚆矢である旧近衛師団司令部庁舎（重要文化財）は1977年に内部が改装され、東京国立近代美術館工芸館として活用されることになった。

1980年代以降の町並みを中心とした文化財活用について西村幸夫は、「古いものの保存と新しいものの創造を同一平面で考えようとする動きが活発化してきた」と指摘する⁶⁶。景観保存を核としつつ、新しい景観形成を目指す動きが起こり、それが国・自治体によって制度化されたのがこの時期であった。環境庁（現・環境省）は、1984年度から快適環境整備事業（アメニティ・タウン）をスタートさせる。「アメニティ」とは快適な環境を意味するが、それは単に生理的に快適であるという衛生面や、交通などの利便性にとどまらない、歴史的、文化的な蓄積に基づく生活環境を意味している。イギリスの都市計画に

において特に、こうしたアメニティが重視されてきた。1970年代までのシビル・ミニマム（生活の最低基準を満たす）運動に続く、質的な環境づくりを目指す運動であった。

文化財行政の側もこうした動きに呼応し、1996年には、文化財指定までは至らないような建造物を対象とした登録文化財制度⁶⁷が設けられた。この登録制度においては、築50年以上の建築物で、①国土の歴史的景観に寄与しているもの、②造形の規範となっているもの、③再現することが容易でないもの、という、重要文化財指定に比べると格段に緩やかな登録基準が設定された。また現状変更についても、外観については「通常望見できる範囲」の4分の1以下の変更であれば、また内装に限定する改装については、届け出が不要とされた。これにより、建築物の再生・活用へのハードルが下げられた。

1990年代は、バブル経済の崩壊もあり、文化財を保存する資金を捻出するためにも文化財の活用が求められるようになった。同時に、少子高齢化や地域経済の行き詰まりなど、文化財保護を支える地域の課題も抜き差しならない状況になった。こうした地域課題に対応するために、2007年には、文化審議会文化財分科会企画調査会は報告書において、地方公共団体による歴史文化基本構想（以下、「歴文構想」）を提示した。この報告書は、「文化財を総合的に把握するための方策」と「社会全体で文化財を継承していくための方策」のふたつの柱から構成されており、総合的把握と社会全体での文化財の継承が両輪であることを示していた⁶⁸。翌2008年には、地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（愛称「歴史まちづくり法」）が成立した。この法律は、文部科学省（文化庁）、農林水産省、国土交通省の共管で制定され、文化財行政とまちづくり行政の連携が図られることとなった。同時に2008年から3年間にわたり「文化財総合的把握モデル事業」が行われ、のちに日本遺産に認定される足利市、上越市、佐渡市、高岡市、加賀市、葦崎市、高山市、高砂市、篠山市、津和野町、尾道市、太宰府市、小浜市・若狭町など20件が採択された。日本遺産に申請する条件として、単独の市町村で申請する地域型の場合、その市町村がこの歴文構想を制定していることが条件とされたことから、日本遺産と歴文構想が密接に関わっていることがわかる。

2014年には日本創成会議において、2040年には全国896市区町村が「消滅可能性都市」に該当するとされた。消滅可能性都市とは、少子化や人口移動に歯止めがかからずに、将来に消滅してしまう可能性のある地域のことで、具体的には2010年から2040年にかけて20～39歳の女性の数が半分以上減少する自治体のことである。日本遺産に認定された地域の多くは、都市圏から離れた、まだ観光地としても未知数な地域が多く選ばれた。そこでのシビックプライドの議論は、アメニティで議論された住民の快適さというだけでなく、人口流出を防ぎ移住を促進するための取組として、1980年代とはまた異なる、新たな危機感に対応したものなのである。シビックプライドとは、同じイギリスにおいて、19世紀、それまでの支配層であった王侯貴族に変わり、産業の隆盛により富裕層となった市民が、美しい公共建築、文化施設などを通じて新しい都市空間を作っていたときの、拠り所となった精神である。「郷土愛」とも訳されるが、それよりも市民としてまちづくりに主体的に関わっていくニュアンスが強い。アメニティよりも、より精神的で、より主体的な関与を示すこのキーワードは、アメニティ＝快適さという言葉では対応しきれない地域の課題がその背景にあった。日本遺産は、文化財がそうした社会課題の解決の資源として期待された事業と捉えることができるだろう。

第2項 総合的な保護とストーリー

この時期の文化財行政は、世界遺産の登録の強い影響を受けていた。以下、国際動向からの影響関係を整理し、新たに登場する「総合的な保護」という概念への影響関係を見ておきたい。

1994年の世界遺産委員会は、「世界遺産一覧表における不均衡の是正及び代表性・信頼性の確保のためのグローバル・ストラテジー」（以下、「グローバル・ストラテジー」）を採択し、新たな分野として文化的景観、産業景観、20世紀の現代建築の三つがあげられた。また、2005年の世界遺産委員会では、31項目からなる「歴史性を持つ都市景観の保存管理を踏まえた世界遺産と現代建築に関するウィーン・メモランダム」（以下、「ウィー

ン・メモランダム)が採択された。ウィーンにもちあがった高層ビルの建設に端を発したこのウィーン・メモランダムでは、歴史的都市景観の概念を、それまでの「歴史的地区」「建築群」「周辺環境」だけでなく、より広い区域と景観を含むものとした。その上で、その歴史的な文脈に沿った開発の重要性を指摘した。つまり、都市の一部の地区だけを文化遺産として保存するだけでなく、都市全体がその歴史的な文脈に基づいて開発されていくべきだとされたのである。

こうした世界遺産における動きに呼応するように、まず 2004 年には文化財保護法が改正され、文化的景観は「地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で我が国民の生活又は生業の理解のため欠くことのできないもの」⁶⁹と規定された。そのうえで、まずは農林水産業に関連する文化的景観が調査、保護され、さらに都市や鉱工業に関連する文化的景観がその保護の対象として取り扱われた。建造物など、有形文化財というハードだけでなく、そこで行われている「生業」という、いわばソフト面も対象となっていることが特徴である。町並み保存というだけでなく、地域経済も含めたさまざまな活動そのものを保護していくのである。また 2006 年には、世界遺産暫定一覧表への追加記載にむけての地方自治体からの提案を文化庁が公募し、24 件の提案のうち 4 件が一覧表に記載すべき文化資産として選定、20 件を継続審理とされた。継続審理にあたっては、文化庁から課題が提示され、たとえば佐渡金銀山に対しては、金銀山と関わる生業に関する文化的景観などの構成資産の見直しが課せられるなど、世界遺産の動向を踏まえたものであった⁷⁰。翌 2007 年には、前年からの継続審議の 19 件に加えて、新規提案 13 件の合計 32 件の提案があり、5 件が一覧表に記載され、残りの 27 件については、「世界遺産暫定一覧表 候補の文化資産」として整理された⁷¹。世界遺産暫定一覧表に記載された文化資産と、世界遺産暫定一覧表 候補の文化資産であることは、日本遺産の申請条件のひとつとされた。

すでに触れた 2008 年の「歴史まちづくり法」で対象となった歴史的風致とは、「地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の

高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境」(第1条)と定義されている。文化財そのものだけでなく、また文化財によって生み出される良好な市街地の環境(アメニティ)だけでなく、「地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動」までもが対象となった。これは文化的景観の考え方とそのまま適用されている。

文化財そのものから文化財によって生み出される環境、そしてさらにそこでの人々の活動までもが保護の対象となった。指定も登録もされない文化財を包括的に保護していくための「総合的な保護」という概念が新たに提示された。総合的な保護の概念については、次のように整理されている⁷²。

(1) 複数の文化財を総体として保護しようとするもの

(a) 相互に関連性のあるものを総合的・一体的に保護しようとするもの

(a-1) すでに指定されているもの(又は指定されるべきもの)で相互に関連性のあるものを一体的に保護しようとするもの

(a-2) その文化財自体の価値は指定に満たないが、指定文化財との関連で一定の価値を持つものも一体的に保護しようとするもの

(b) 相互に関連性を有する文化財で個々の価値が一定基準に達しないものを一括して保護しようとするもの

(2) 文化財の周辺環境を含めた保護

この総合的な保護とは、まず1996年での審議会において、文化財の種類枠を超えて保護すべきであること、文化財周辺の自然的・歴史的環境の保全を図り、広く歴史文化地域として面的な整備をすすめるべきであるという報告がなされた。それがさらに2001年には、文化財の種類だけでなく、文化財の類型(有形文化財、無形文化財、民俗文化財、記念物、文化的景観、伝統的建造物群の6類型)を超えて集まった総体を一括して把握し

て保護の対象とすることが示された。具体的には、歴史的関連性を持つ一定地域に集積する複数の文化財や作家の作品とその資料、祭礼行事における芸能・儀礼的所作などの無形文化財と衣装や用具、史跡や建造物と関係古文書や絵図といったものを指す。指定文化財と関連するものが保護されることはもちろん、そうではない個々にはその価値が一定基準に達していない文化財についても一括して保護すべきだとされたことは、大きな意味を持っていた。こうした文化財を未指定文化財と呼び、総合的に価値づけして保護するのだとされた。これは文化財にとどまらず、文化財を取り巻く周辺環境も、文化財との関係の中で積極的に保護していく方針が示された。こうした総合的な保護は、世界文化遺産制度の動きとも連動している。世界文化遺産に登録推薦されるためには「完全性」という条件を満たしていなければならない、文化財単体が残っていたとしても登録されないという事情に対応するものでもあった。

日本遺産においても、ひとつにはインバウンド対応という点で海外動向の影響を受けていたが、同時に世界遺産登録などの文化財保護の動きにも対応したさまざまな取組が進められていたのである。未指定文化財を含めた保護を進めようとした日本遺産の取組の背景には、実はこうした文脈もあったのである。

こうした個々の文化財、文化財を取り巻く環境、そしてそこでの人々の活動までを含めた保護を進める具体的なアプローチの一つとして、ストーリーで文化財同士を連携させるという方法が採用された。ストーリーという概念が登場する契機としてまず触れておきたいのが、2007年から進められた近代化産業遺産の認定である。産業景観の保存を目的に、海防や造船、製鉄などをテーマに、産業の近代化に寄与した複数の遺産が「近代化産業遺産群」として認定され、初年度に33ヶ所が認定、その2年後にはさらに33ヶ所が認定された。こうした遺産群は、地域史・産業史の観点から作られた「ストーリー」としてまとめられた。ストーリーとは、遺産がどのような歴史的な役割を果たしてきたのかという歴史的背景のことである。文化財と違いそれそのものに芸術的価値があるとは限らない。その遺産の価値は、その遺産そのものに内在するものではなく、その文脈に大きく依存する

からだ。また、このストーリーは、産業内のいわゆるサプライチェーン（調達、製造、配送、販売など、産業を成り立たせるための一連の供給連鎖）を示すものでもあった。各産業はお互いに密接に関連しており、その関連性がストーリーとして描かれたのである。

また、経済産業省地域経済産業グループでは、2014年10月～2015年1月にわたって地域ストーリー作り研究会が実施された。この地域ストーリー作りとは、ストーリーを軸にした観光戦略のことであり、「地域の自然・文化・生活・産業が持つ独自のストーリーを見つけ出し、顧客にとって経験可能なものへと具体化させ、そこで生まれた十人十色の感動を新たなストーリーとして紡ぐというプロセスを辿りながら、地域と都市の人々の共創が生み出す持続可能な『循環』⁷³と定義された（図2）。そこにはオリジナルストーリーと、それを体験するための経験ストーリー、さらにストーリーの追体験という3つの循環が描かれている。また同時期の2015年6月には、余暇ツーリズム学会において第一回「観光地域ストーリー研究部会」が開催されるなど⁷⁴、観光におけるストーリーの重要性についての認識が高まっていた。

地域と都市をつなぐ 地域ストーリー

～顧客の感動と地域の活力を共創させるために～



地域ストーリーとは、地域の自然・文化・生活・産業が持つ独自のストーリーを見つけ出し、顧客にとって経験可能なものへと具体化させ、そこで生まれた十人十色の感動を新たなストーリーとして紡ぐというプロセスを辿りながら、地域と都市の人々の共創が生み出す持続可能な「循環」です。ストーリー作りのプロセスを通じて、地域アイデンティティの共有、顧客満足に資するマーケティング手法の取り入れ、未来に向けた戦略の明確化等を促進し、魅力的な観光地域づくりを応援します。

問い合わせ先

経済産業省 地域経済産業グループ 地域新産業戦略室

☎ 03-3501-8794 (平日 10:00-17:00)

経済産業省

地域ストーリー 検索



(図2) 地域ストーリー作りのイメージ

(経済産業省地域経済産業グループ地域新産業戦略室)

第3項 産業振興と文化創造

日本遺産事業につながる文化財活用のもうひとつの流れとして、ユネスコの新しい文化政策である「遺産保護と創造性育成 (Protecting Our Heritage and Fostering Creativity)」がある。これは、文化遺産を保護しつつも同時に、「創造性、革新、ダイナミックな文化セクターの出現を支援することを目的」としたものであり、単なる保護にとどまらない、新しい文化財を生み出し、文化セクター、すなわち文化に関する産業創出を目的とした文化政策であった。第3項では、文化財行政の中でも産業振興との関連を見ていきたい。

この「遺産保護と創造性育成」という方針は、2002年のユネスコの「文化多様性に関する世界宣言」に遡ることができる。この宣言では、創造性の源泉としての文化多様性の重要性が指摘され、文化遺産についても創造性の源泉であると位置づけられた⁷⁵。これを受けた具体的な動きとして、「創造都市ネットワーク」事業があげられる。

創造都市ネットワークとは、文学・映画・音楽・工芸・デザイン・メディアアート・食文化の創造産業7分野において特色ある都市を認定する制度であり、2004年に開始された。創造性の源泉である各都市がもつ多様な文化を守るためのものであり、同時に、創造産業の成立の経緯だけでなく、経済性や中長期的な展望など、産業としての持続可能性も審査の対象となった。ここにあるのは、文化財がそのまま収益を生み出すプロフィットセンターになるというよりも、それが創造産業としての地域の生業を持続可能なものにしていくという考え方である。また、対象となる創造産業は、メディアアートが加わっていることからわかるように、歴史的な長さを必ずしも必須とするものではなかった。新しい文化の創造と過去の文化遺産の保護とを関連付ける取組として、これまでの文化財保護の考え方を刷新するものであった。2020年現在、世界で246都市が認定されており、日本においても神戸市(デザイン)、名古屋市(デザイン)、金沢市(工芸)、札幌市(メディアアート)、鶴岡市(食文化)、浜松市(音楽)、丹波篠山市(工芸)の7都市が認定されており、このうち、神戸市、名古屋市、金沢市、鶴岡市、丹波篠山市の5都市は日本遺産にも認定されている。また2011年には、都市部に限定するイメージの創造都市という言葉

葉に対して「創造農村」という概念が一般社団法人ノオトによって提唱され、創造農村ワークショップが文化庁の文化芸術創造都市推進事業として各地で実施された⁷⁶。一般社団法人ノオトは日本遺産に認定されている丹波篠山での古民家活用の事業に長年取り組んでいるだけでなく、代表である金野幸雄は、日本遺産フォローアップ委員会委員としても関わっており、その活動は日本遺産事業での取組とオーバーラップしている。

こうした動きに合わせて法改正も行われ、2001年に制定された「文化芸術振興基本法」が2017年に「文化芸術基本法」と名称を変えた上で改正された。前の文化芸術振興基本法では、文化振興の取組についての地方自治体の役割が明確化されたが、この文化芸術基本法では、文化芸術の振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業といった関連政策が取り込まれたことが大きな改正点である。日本においても、文化財保護と文化振興とが、こうした観光やまちづくりなどの要素を通じてつながることになった。日本遺産事業における活用も、さまざまな用途での活用であり、文化財保存のための資金を捻出するための収益事業につながる活用であると同時に、さまざまな領域への波及効果をもたらす活用であり、日本各地に残る文化多様性を保護することによって、新しい文化の創造に寄与することを目指したものであった。

従来、文化財保護と創造都市に関係する文化振興とは、個別の取組として行われ、必ずしも融合してこなかった。こうした創造都市や文化創造に対する文化行政上の取組や認定、また法的な位置づけにおいて、文化財保護の取組が急速に接近したのは、2000年以降である。例えば、2000年に第一回が開催された越後妻有トリエンナーレ「大地の芸術祭」に代表される農村地域でのアートフェスティバルなどによって、単なる景観保存ではなく、そこに創造的な付加価値を与えるようなアート表現の場を見出す取組がある。ここでは、その地域にある景観や文化的な資源をインスピレーションの源泉として、新しい価値が創造されている。

第2節 観光振興における文化財活用の展開

第1項 観光振興のハードからソフトへの転換

文化財行政がまちづくりとつながり「歴史まちづくり」へと展開したように、観光もまたまちづくりと近接し、「観光まちづくり」の活動へとつながっていった。2000年には、観光まちづくり研究会によって、「地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」と定義された⁷⁷。

1980年代後半、個々の事業者に対する支援が中心であった観光行政が、地域全体の面での支援へと変化する中で、滋賀県長浜市の黒壁などに代表されるような地域のNPOやまちづくり会社ができ、地域全体の環境づくりが進められた。一時的な観光のもりあがりではなく、持続可能な地域の環境保全、すなわち持続的なまちづくりの観点が加わった⁷⁸。ここでの取組は一定の成果をあげた。長浜は地域全体の魅力を高めることに成功し、町並みの保存も進んだ。こうした動きは、歴史的な町並み保存と軌を一にするものであった。1980年代は、文化財の保護とそれを活用した観光事業とが、町並み保存という共通項を通じた共同作業を始めた時代であった。

1990年代に入ると、日本の観光業は大きな曲がり角を迎える。それまでの団体旅行が減少、個人旅行のニーズが高まるなかで、観光で求められるものも多様化した。こうしたニーズの変化に対応するために、見過ごされていた地域資源の見直し、意味的な深化が進められていった。その具体的な取組例として、地域住民による地域ガイドなどの取組があげられる。別府で行われていた「別府八湯ウォーク」は、地域住民が別府の街歩きを案内する取組である。当初は地域住民で行われていた地域ガイドは、その後、地域外からのガイドも加わるようになった。「別府八湯ウォーク」の取組はさらに、2001年に別府八湯温泉泊覧会（オンパク）として発展を遂げ、その手法はオンパク手法としてフォーマット化されることになった⁷⁹。オンパク手法とは、一定の開催期間の中でさまざまな体験プログラムを実施する仕組みである。単体のプログラムを個々に実施していたのでは集客できな

いものであっても、ひとまとまりのイベントとして告知、訴求することにより、多くの参加者を集めて盛り上げていくことのできるものである。パートナーと呼ばれるプログラム主催者を集めてまち歩きを始め、ものづくり体験や学習コンテンツ、農業体験など、さまざまな体験プログラムを実施する。ひとりひとりのパートナーが主体となってプログラムを行っていくのである。観光拠点の点としての整備にしても町並みという面の保存にしても、それまでハード中心だったのに対して、このオンパクはソフトを創造する取組であった。ハードとしての町並み保存は、文化財行政が主導したのに対して、こうした地域住民を主体としたソフト開発は観光行政が先行した。町という面的な展開を、ソフト・ハード両面から進めていったのである。

また、2020 年に向けて取り組まれたユニークベニューもこの流れに位置づけられる。ユニークベニューとは、文化財や博物館・美術館、迎賓館などの特別な会場を、本来の用途と別の目的、例えばイベントや会議、式典、レセプションなどに利用することである。これは、ハードとしての文化財を、ソフトの面から議論することでより積極的に活用することを目的としていた。2016 年 3 月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」（以下、「観光ビジョン」）では、文化財について観光客目線での「理解促進」、「活用」という改革の方向性が示され⁸⁰、それを受け同年 4 月に文化庁は「文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020」を策定した。そこでは、文化財を修理・美装化し、「真に人を引きつけ、一定の時間滞在する価値のある観光資源」として活用していくことで、文化財をコストセンターからプロフィットセンターへと転換させていくことを目的としたプログラムであり、得た収益が修理につながる循環型の文化財保存・活用事業の確立を目指していた⁸¹。このプログラムにおいて、文化財の新たな用途への活用としてユニークベニューとしての活用があげられた。文化財活用・理解促進戦略プログラム 2020 では、次のようなアクションプログラムが提示された。

- ・ 宿泊施設やユニークベニュー利用に適した文化財等をリストアップし、観光庁と連携

してPRする。

- ・ 国宝・重要文化財を会議レセプション等のユニークベニューとして積極的に活用するための設備・施設等を整備する。
- ・ 文化財をユニークベニューとして活用した文化イベントを積極的に実施する。

たとえば、2015年には世界遺産でもある姫路城で、「ボローニャ歌劇場フィルハーモニー」のオペラ公演が行われた。文化庁の国際芸術交流支援事業の一環として実施され、この公演のために姫路城の前にある広場には、オペラ用のステージが特別に設置された。従来、こうした活用やステージの設置は好ましいものではなかったが、その半年前に平成の大改修を終えた姫路城のお披露目のイベントとしてこのような企画が実施されたのも、これからの文化財活用の方向性を示すものであった。同じ2015年、お遍路の世界遺産登録へ向けての取組として、四国八十八カ所霊場第75番札所である総本山善通寺においてAKB48のライブが行われた。オペラのように歴史のある文化活動だけでなく、こうしたアイドルのライブなどが行われた。ユニークベニューは、こうした幅広い活用を想定した取組でもあった。

第2項 インバウンド対応のための広域観光圏

文化財保護が個々の文化財という点の保護から面の保護へと展開したように、観光振興もまた点から面へと展開した。しかもこの面的展開は、一市町村にとどまらない広域へと広がった。この要因となったのが、2000年代から急増するインバウンドへの対応であった。2002年、観光政策審議会答申が行われ、2003年には「2010年に訪日外国人を1000万人にする」という観光立国宣言、2006年には「観光立国推進基本法」が制定された。そこには、観光による経済効果だけでなく、住民にとって誇りと愛着の持てる、活気にあふれた地域社会を築いていくことが目的とされた。2008年には国土交通省の外局として観光庁が設置された。同年、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関す

る法律」(観光圏整備法)が制定され、「自然・歴史・文化等において密接な関係のある観光地を一体とした区域であって、区域内の関係者が連携し、地域の幅広い観光資源を活用して、観光客が滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進する」ことを目指した。広域に旅行をすることの多い外国人観光客のニーズを満たす観光地を整備するため、個々の地域ごとの観光整備だけではなく、従来の市町村といった行政区分を超え、それぞれの観光地を結びつけた観光圏として整備することになったのである。

こうした観光圏の整備は、それまで観光拠点という点での整備から町並みという面での整備という流れの、さらに先にある複数の観光地を意味によってネットワークとしてつなげていく取組であった。たとえば新潟、群馬、長野県の3県7市町村によって設立された雪国観光圏は、スキーリゾートとして有名な観光地などが含まれているが、それらの観光地をつないでいる概念は「雪国」という風土から生まれたライフスタイルである。雪国観光圏は、「8000年前から続く雪国文化」というブランドコンセプトをつくり、そのコンセプトに基づいて雪国文化を体感する旅行商品を作っていた。スキーリゾートという枠組みを超えて、雪国ならではの食文化や、織物や酒造りなどの生業をつないだ、雪国ならではの価値を提案するものであった。雪国観光圏では、ブランド価値を「テーマ」、地域旅行商品を「ストーリー」、そしてツアーを提供する事業者を「役者」として位置づけ、そのコーディネートを行った⁸²。

また2010年代に入ると、広域観光周遊ルート造成の取組も始まる。2012年には、中部運輸局企画観光部国際観光課による昇龍道プロジェクトがスタートする。昇龍道プロジェクトとは、中部北陸の9県(愛知県、岐阜県、静岡県、三重県、石川県、富山県、福井県、長野県、滋賀県)の自治体、観光関係団体、観光事業者等が協働して、インバウンド向けに観光ルートを整備するもので、2005年に開港した中部国際空港を起点として、能登半島を龍の頭に見立てた。特に中国において龍は縁起のよいものとされ、中華圏からのインバウンドを狙ったものであった。こうしたルート整備の成功を横展開するために、観光庁は2015年より広域観光周遊ルート形成促進事業を開始する。2015年には昇龍道を含めた

7つのルートが認定され、そのうち「スピリチュアルな島～四国遍路～」は日本遺産としても「『四国遍路』～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～」として認定された。広域観光周遊ルート以外にも、「1400年に渡る悠久の歴史を伝える『最古の国道』～竹内街道・横大路（大道）～」、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道」、「森林鉄道から日本一のゆずロードへ」「旅人たちの足跡残る悠久の石畳道一箱根八里で辿る遥かな江戸の旅路」など、さまざまなルート＝道が日本遺産として認定されることになった。

第3項 地域活性化の担い手としてのDMO

このような広域での展開は、従来の組織ではなかなか対応できない取組であった。各観光協会は、狭い地域での観光プロモーションを担っており、観光圏や広域観光ルートのような広いエリアでのプロモーションを行うことは難しい。商工会や商工会議所、旅館組合なども同様で、所属する会員を代表しての活動となるため、会員のいる地域を超えての活動については積極的には取り組めない。観光圏の活動においては、そうした各地域の組織を束ねる協議会を設立し、まず地方自治体が観光圏整備計画を策定、その後協議会において観光圏整備実施計画を作成し、国土交通大臣に認定されると国からの総合的支援が受けられるという建付けになっている。そうすることによって、そのエリアの中のさまざまな立場の団体を束ねたのである。また、先の雪国観光圏の取組ではさらに、雪国観光圏推進協議会からの事業委託を受ける一般社団法人雪国観光圏を設立し、地域プロモーションなどのノウハウを内部に蓄積する組織体制をとった。それまでは外部の広告代理店などに依頼しており、主体的な取組ができていなかったのである。日本遺産においても、こうした観光圏の考え方が導入されている。たとえば、複数の、ときには直接隣接していない地域をもつなげていくシリアル型での認定が行われたが、その背景にはこの観光圏や広域観光ルートの取組があった。また、協議会を作り、ときにはその外部にプロモーションなどの実行組織をつくることでノウハウを蓄積し、持続可能な取組にしていこうというのも、やはり日本遺産で目指した方向性であった。

こうした観光に関するさまざまなプログラムを開発する中で、観光の概念も大きく変わってきた。2000 年以降、国土交通省は「観光まちづくり」の取組を始めた。観光業のための観光振興ではなく、地域住民の住むまちづくりにつながる観光振興への転換であった。住民をないがしろにするのではなく、住民にとって魅力的な町にすることによって、地域の暮らしぶりそのものが観光となるという、新しい観光の概念が提示された。そこでは、これまでのキラキラした観光地のあり方ではなく、住民にとって心地のよい地域のあり方がそのまま観光客にとっても素敵に見えるという地域観光のあり方である。すなわち、地域の暮らしの魅力こそがもっとも重要な観光資源だという考え方にシフトした。これは文化財行政における文化財概念の展開とも対応している。芸術的な価値といったキラキラした文化財だけではなく、地域の生業や生活といった日常にこそ、文化の魅力がある。こうした魅力を国や自治体が公に「指定」をするのは無理がある。文化財においても、未指定文化財含めた総合的な保護を進めた流れがあったように、観光においてもそうした価値の転換が同時並行的に起こっていったのである。

また、そうした新しい価値を発見していくためには、地域に住む住民やその地域に関係する人たちが主体として取り組む必要があるのだという問題意識にたどり着いた。その価値は、そうした主体によって認識されるもので、他の人には無価値に見えるかもしれない。少なくとも文化財的な価値といった客観的な指標からすれば価値にならないようなものに価値が認められていった。客観的な価値から、主観的な意味の創出ともいえる転換があったのである。ここからは当然、こうした取組や意味の創出を担うような地域の人材をどのように組織していくのかという問題意識が起こった。1998 年に施行され 2006 年に改正された中心市街地の活性化に関する法律（以下、「中心市街地活性化法」）は、タウンマネジメント機関の設立を促し、またまちづくりだけに限らないが 1998 年には特定非営利活動促進法（以下、「NPO 法」）によって新しい活動法人の枠組みが作られた。こうした流れの中で、その後、観光まちづくりを担う DMO（Destination Marketing/Management Organization）の組成につながっていく。観光まちづくりの展開は、常にその担い手の議

論と同時に行われていった。この点について言えば、歴史まちづくり法にしても歴史文化基本構想についても、その担い手は基本的に地方自治体を想定しており、その担い手となる組織の議論は行われていなかった。

こうした動きが起こった結果、2010年代になると、観光推進の組織をどのように刷新していくかという議論が進んだ。2015年には、観光まちづくりを行う組織として観光地域づくり法人（DMO）の登録が行われ、登録DMO⁸³と呼ばれるようになった。登録DMOは地域の観光資源を総合的にマネジメントする組織で、地域の「稼ぐ力」を引き出しながら、地域への誇りと愛着を醸成する、観光地域づくりを行う舵取り役となる組織であり、次のような役割・機能をもつべきとされた。

- (1) 観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション

また2016年には、観光まちづくりガイドラインが制定された。観光まちづくりガイドラインでは次の5つの着眼点が示された。

- 1 「外からの視点／都市全体を見渡す視点」～地域資源・既存資産を活用する～
- 2 「担い手」～創発人材が中で変化を起こし続ける～
- 3 「ビジョン」～内外の人を惹きつける、ありたい姿を掲げる～
- 4 「民間資金・ノウハウ」～事業性を確保し、持続可能な活動を目指す～
- 5 「仲間」～共通する課題を持つ仲間を見つけ協働する～

ここで指摘しておきたいのが、この5項目のうち3項目が人材や人に関わる項目であることである。2の「担い手」や5の「仲間」はもちろん、3の「ビジョン」においても、内外の人を惹きつけるためのものであるとされた。観光商材という「モノ」ではなく、それを支え、活用する「ヒト」にこそ注力すべきだというのである。

ここでいうヒトとは、地域に住む、担い手としての人材に限らない。2000年代以降のインターネットに代表される通信技術の発展により、観光まちづくりのあり方も大きく変わってきた。それを象徴するキーワードが、雑誌『ソトコト』編集長の指出一正や高橋博之らが使い始めた関係人口という言葉である。従来、そこに住み続ける定住人口に対して観光などで一時的に訪れる人たちを交流人口と呼び、その人口を増やすということが目的とされた。実際に地域を訪れることで地域に経済効果をもたらし、地域活性化につながるという論理であった。しかし、インターネットが登場しそこでさまざまなサービスが遠隔で提供されるようになって、必ずしも現地に訪れる必要がなくなってきた。たとえば、インターネット通販で産地直送での販売を行う事業者も大幅に増え、クラウドファンディングでは、全国から支援者を募って資金を集めることができるようになった。その方法に批判もあるが、ふるさと納税制度もそのひとつだろう。その地域を訪れなくとも、その地域にさまざまな貢献をすることができるようになったのである。従来、地域の物理的な境界線を境にして、内部と外部と分けて捉えていた従来の地域活性化の考え方に対して、その境界が仮想的に広がっているのが、現在の観光まちづくりの特徴であろう。

この登録DMOは観光産業のみならず、地方創生を担う組織としても期待されていた。2014年、第二次安倍改造内閣において、「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」（以下、「長期ビジョン」）が閣議決定され、地方創生が重要な政策課題として位置づけられた。その際のKPI（評価指標）として、訪日外国人旅行消費額8兆円、年間の地方移住あっせん件数11,000件、住民の活動組織（地域運営組織）形成数3000団体などの数値が設定された。2015年には「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」が閣議決定された。そのな

かで、地域の「稼ぐ力」を引き出すこと、「地域の総合力」を引き出すこと、「民の知見」を引き出すことなどを軸としたローカル・アベノミクスの方針が定められ、その担い手として登録DMOが想定されていたのである。

この長期ビジョンのタイトルの中に「まち・ひと・しごと」とあるように、ここでのテーマはまちづくりだけでなく、そこでの生業としての仕事、そしてそれらを支える人材の問題であった。観光行政において課題としてあげられたように、地方創生においても地域を支える人材の育成は大きな課題であり、それを解決するために、2009年度より地域外人材の定住・定着促進の事業として地域おこし協力隊事業が開始されている。人材の募集は地方自治体が行い、採用された人材は地域おこし協力隊の隊員として、地域の地場産業の活性化や移住促進、そのほか地域活性化の取組を行う。総務省から隊員への報償費、活動費が特別交付税として措置される。活動の範囲は広範で、地域の観光事業支援や、祭りや伝統芸能などの無形文化財保護支援なども含まれていた。こうした取組は、文化財行政も観光行政も、そして地方創生の取組とは分かちがたく密接に絡んでいるのである。

もうひとつ、担い手となる組織の自走の問題についての議論に触れておきたい。日本観光振興協会の登録DMO候補法人に対する調査によれば、法人運営において課題とされたのは、第1位が「安定的な組織運営のための財源の確保」、第二位が「事業運営費の確保」と、いずれも財源に対するものであった⁸⁴。その財源は大きく、国・県・市町村からの補助金、指定管理・施設運営収入、業務委託収入、そして自主事業からの収益という4つに分けられる。登録DMOの登録要件として安定的な運営資金の確保があげられているが、この要件がもっとも大きなハードルであった。

DMOがどのような財源を確保するかというのは、個々の事情によるところが大きいですが、マクロの視点で見れば、どのように地域が潤うかということが重要になるだろう。DMOの活動によって地域の観光産業が収益を上げることができれば、その一部を使って運営を続けることができるはずである。そうした議論につながるのが、地域内資金循環である。地域内資金循環とは、地域で稼いだ資金がどのように地域内部に留保され、循環している

かを見るものである。2014年に経済財政諮問会議の専門調査会「選択する未来」委員会によって出された報告書「未来への選択―人口急減・超高齢社会を超えて、日本発成長・発展モデルを構築―」において、「地域の資金循環の定量的な提示」が提言された。こうした提言を受けて、まち・ひと・しごと創生本部は、地域経済分析システム（RESAS）の運用を開始し、こうした資金の循環や流出が公表されるようになった。地域外の企業による事業は、その収益が外部に流れていってしまうことになり、地域の活力につながらない。どのように地域の産業を盛り上げていけばよいのか議論するのに、このRESASの情報は重要であった。こうした観点は、観光産業については直接的に関係するものであった。観光産業の担い手である地域の事業者をどのように育成していくかという課題が改めて浮かび上がる契機となった。また文化財行政においても、この議論は無関係ではない。文化財を保護するためには地域内に資金が循環して文化財保護にかかる資金を蓄積する必要がある。文化財を活用した産業活性化によってあげられた売上が外部流出することなく、地域、しかも文化財保護へと循環しているかというかたちで、地域内資金循環の議論は文化財行政にも関係するものであった。

このように、1990年代以降、文化財行政がその後取り組むことになる課題を、観光行政は先んじて取り組んできた。日本遺産事業は、こうした観光領域での先行事例から大きな影響を受けていた。第一に、ハード整備からソフト整備の議論である。オンパクなどのように、地域の住民が主体となって開発するプログラムという形で実践されてきた。日本遺産事業も、従来のハードの保存から文化財の活用というソフトに関する事業であった。第二に、地方自治体の枠組みを超えた広域での地域間連携である。これは日本遺産事業におけるシリアル型の認定という仕組みとして取り入れられた。第三に、担い手の議論である。多くの組織や複数の地域をコーディネートする人材や組織をどのように構築するのか、またそれをどのように自走させていくのかという議論である。日本遺産事業も、受け皿となる協議会の自走が強く求められ、登録DMOの設立も視野に入れた取組が推奨されたのである。

第3節 日本遺産事業創設の経緯

このように文化財行政だけでなく、観光行政、産業行政の面からも、日本遺産につながるさまざまな取組が行われてきており、そうした複数の文脈が重なり合ったところに生まれたのが、日本遺産事業であった。

とはいえ、日本遺産事業が創設されることとなった直接のきっかけといえば、鎌倉に対する世界文化遺産登録の不記載勧告であろう。2013年4月30日、ユネスコ世界遺産委員会の諮問機関であるイコモスは、「武家の古都・鎌倉」を、世界文化遺産登録に不記載とする勧告を行ったが、その要因として、物的証拠が不足している、価値の説明が不足している、世界的普遍性を訴える説明が不足しているという3点と結論づけた⁸⁵。このことは大きな衝撃を持って受け入れられ、菅官房長官はその対応策として、2013年5月14日の記者会見で日本遺産の創設を検討していることを明らかにした⁸⁶。翌週5月28日には、第一期クールジャパン推進会議（第4回）において日本遺産が取り上げられ、世界遺産の暫定リストに掲載されている地域や文化財を対象に、日本の伝統や文化を海外にPRしてインバウンド観光を推進するための「クールジャパン」戦略の一環とするアクションプランとして示された。

この段階では、世界遺産への登録を推進するための施策として導入が検討され、その対象となる地域は当然、ユネスコの暫定リストに掲載されている地域と想定されていた。暫定リストとは、5年から10年以内に世界遺産リスト登録のために推薦しようとしている遺産のリストであり、このリストに載っていない限り、世界遺産には推薦することができない。世界遺産に登録される可能性のある地域や文化財に対して、国からお墨付きを与えて登録への機運を高めるための事業として構想されたのである。また、インバウンドを推進するためにも、外国人にもわかりやすいストーリーを各地域で作成し、文化芸術創造都市機能の強化等につなげる措置を講じる目的もあった。そこでは文部科学省におけるアクションプランとして、「国宝、重要文化財の呼称も含めた検討のほか、世界文化遺産を目

指すものについて「日本遺産(仮称)」として位置づけるなど、文化財の保存・整備や活用・発信、伝統芸能・工芸を含む文化芸術の創造・発信を通じて、インバウンドを推進するためのストーリーが各地域において作られ、文化芸術創造都市機能の強化等につながるような措置を講じる。」とされた⁸⁷。アクションプランには、「トータルコーディネート」「きっかけ」「みんなで」といった取組のキーワードが設定されていたが、日本遺産には「ストーリー」というキーワードが付された。このように、日本遺産は世界遺産登録を推進する目的ではあったものの、文化財行政が主導ではなく政府主導のクールジャパンの取組のアクションプランとして構想されたものであったのである。

これを受けて文化庁では、2014年度の新規事業として「世界遺産普及活用・推薦のための事業推進」の予算を計上し、その内容について「世界遺産暫定リストに記載された文化遺産等を「日本遺産 (Japan Heritage)」という呼称で、国内外に発信するにあたり、その手法等について調査研究を行う」と記載された⁸⁸。事業名に「世界遺産普及活用・推進」とあり、またその具体的な内容について、「世界遺産暫定リストに記載された文化遺産等」とされたように、少なくとも2014年度の事業予算が確定した段階まで、日本遺産はあくまで世界遺産の対象となる地域を中心とした施策として位置づけられていた。それが、この事業で行われた「日本遺産」調査研究事業報告書では、世界遺産への登録に向けてという条件は取り払われ、わざわざ「日本遺産としての認定が今後の世界文化遺産推薦の前提となるものではなく、世界文化遺産への道を閉ざすものでもない」とも記載された。またこの調査の目的としても、「今後の地域活性化方策につなげていくため」であるとされた。世界文化遺産の認定を目指す地域は少なくないものの、その暫定リストには文化遺産6件のみとなっており、世界遺産の認定を目指すためとってしまうと、対象となる地域を相当狭めてしまう。それよりも、地域活性化事業としての性格が強調されることになり、事業の対象地域は格段に広がった。

また具体的な制度設計に向けた調査研究として、文化財のパッケージ化及びストーリー構築等に関しての「実態調査」、「課題研究」、3回に渡る「委員会」が実施された。実態

調査においては、10ヶ所の先行事例を取り上げ、「文化財のパッケージ化」「ストーリーの有無と地域への定着」「情報発信」「人材育成・普及啓発・継承」「環境整備」という5項目で課題が整理された。この課題を踏まえて、(1)地域に点在する文化財を把握し、ストーリーによりパッケージ化する、(2)地域全体として一体的に整備・活用する、(3)国内外へ積極的かつ戦略的・効果的に発信する、という日本遺産事業の3つの方向性が設定された。また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックにむけて、「旅行者が日本全国を周遊し、地域の活性化に結びつくためには、観光客の受け皿となる日本遺産が日本各地にバランス良く存在することが理想的」であり、また「日本遺産としてのブランド力を保つため」には、2020年までに100件程度認定するべきであるとされた⁸⁹。100件という件数から想定されるのは、世界遺産認定のためのものというより、地域の活性化を目的とした事業として設計されることを意味した。こうした調査結果が最終的な日本遺産事業の設計に反映された。

こうした調査と並行して、2014年7月24日に行われた第14期文化審議会第2回総会においても日本遺産が話題にのぼった。そこでは、日本遺産がその構成文化財に未指定文化財も含むべきこと、地域に根ざして地域の人たちが主体的に行う取組であるべきことなどの意見が出ており、それを受けて、指定物件だけでなく地域の人たちが大切と思っているような文化財をグルーピングすること、またその中で物語を作ったり、歴史性を見出したりすることで、地域の人々が誇りに思い、その誇りに魅力を感じて人々が訪れるサイクルをつくりたい旨の青柳正規文化庁長官（当時）の発言が残っている⁹⁰。つまり、この7月の時点において、すでに国などが価値付けしたものだけでなく、地域が主体となって未指定のものも含めた文化財群を、ストーリーによりパッケージ化していくこと、それをいわゆるシビックプライドと呼ばれるような地域の人たちの誇りにつなげていく方針は固まっていたといえよう。その後、2014年12月27日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」のなかで、地域の歴史・町並み・文化・芸術・スポーツ等による地域活性化の取組として、日本遺産が位置づけられた。そこでは、観光・産業資源としての魅力

向上といった「地方創生の起爆剤」として、文化・芸術が捉えられていた⁹¹。2013年の世界遺産登録を目指すための取組という発表から、クールジャパン推進会議での海外発信という位置づけを経て、2014年には地方創生を目的とする事業へと方向転換をしながら事業設計がなされていったのである。

第3章 日本遺産事業

この章では、日本遺産事業の制度設計（第1節）と実際に行われた事業内容（第2節）、日本遺産プロデューサー派遣事業（第3節）、第三者からの評価（第4節）について分析する。

第1節 日本遺産の認定

第1項 申請者の要件と申請内容

① 申請者の要件

申請者は市町村であり、都道府県教育委員会を經由して文化庁に申請を提出する。シリアル型の場合は、市町村の連名が原則ではあるが、当該市町村が同一都道府県内に所在する場合は、当該都道府県が申請者になることもできる。

日本遺産の構成文化財については、ストーリーを構成する文化財のひとつが、国指定・選定のものであることが条件とされた。

認定申請を行うにあたって、地域型での申請については、歴史文化基本構想または歴史的風致維持向上計画が策定済み、もしくは世界文化遺産の構成資産や暫定リストに掲載されている構成資産を持っていることが条件とされた。ただしシリアル型の場合、これは必須ではない。「世界文化遺産の構成資産や暫定リストに掲載されている構成資産をもって」という条件は、当初の世界遺産の登録につなげるための施策として発表されたときの名残であろう。この条件には、暫定一覧表に掲載された文化資産以外に、2007年に整理された「世界遺産暫定一覧表 候補の文化資産」27件も含まれた⁹²。

② 申請の内容

申請には、ストーリー、構成文化財、日本遺産を通じた地域活性化計画の提出が求められた。

1) ストーリー

まずストーリーだが、文化庁によって日本遺産に認定されるためには、次の三つの要素が必要とされた。

- (1) 歴史的経緯や地域の風習に根ざし、世代を超えて受け継がれている伝承、風習などを踏まえたものであること。
- (2) ストーリーの中核には、地域の魅力として発信する明確なテーマを設定の上、建造物や遺跡・名勝地、祭りなど、地域に根ざして継承・保存がなされている文化財にまつわるものを据えること。
- (3) 単に地域の歴史や文化財の価値を解説するだけのものになっていないこと。

たとえば、2015 年度に認定された「近世日本の教育遺産群－学ぶ心・礼節の本源－」では、茨城県水戸市の旧弘道館、栃木県足利市の足利学校跡、岡山県備前市の旧閑谷学校、大分県日田市の咸宜園跡などを構成文化財とする次のようなストーリーが認定されている。

「我が国では、近代教育制度の導入前から、支配者層である武士のみならず、多くの庶民も読み書き・算術ができ、礼儀正しさを身に付けるなど、高い教育水準を示した。これは、藩校や郷学、私塾など、様々な階層を対象とした学校の普及による影響が大きく、明治維新以降のいち早い近代化の原動力となり、現代においても、学問・教育に力を入れ、礼節を重んじる日本人の国民性として受け継がれている。」

地域の教育という歴史的経緯や風習に根ざし、しかもそれが現代まで継承されている点（要素 1）、藩校の建造物などの地域で継承・保存されている文化財にまつわるものである点（要素 2）、当該地域の歴史、文化財の価値の解説だけでなく日本全体の文化や歴史、

国民性に関連して記述されている点（要素 3）において、日本遺産のストーリーとしての要件を満たしていると言える。

2) 構成文化財

日本遺産の構成文化財については、ストーリーを構成する文化財のひとつが、国指定・選定のものであることが条件であった。これは逆に言えば、国指定・選定のものがひとつでもあれば、ほかは各自治体が指定したものはもちろん、未指定文化財であっても問題はなかったし、むしろそうしたものを総合的に保護していくことを意図していた。

構成文化財に関する資料として、様式 1-2 構成文化財の位置図（地図等）、様式 3-1 構成文化財一覧表、様式 3-2 構成文化財写真一覧があり、様式 3-1 の一覧表には、文化財の名称、指定等の状況、ストーリーの中の位置づけ、文化財の所在地（シリアル型の場合）を記入するようになっていた。指定等の状況については、注で「指定・未指定の別、文化財の分類を記載すること（例：国史跡、国重文（工芸品）、県史跡、県有形、市無形、市史跡、未指定(建造物)、等）。なお、未指定であっても文化財保護の体系に基づいた分類を記載すること。」（下線、太字は原文ママ）と記載があり、未指定文化財も構成文化財として含めることができる点が強調されていた。

3) 地域活性化計画

地域活性化計画は、将来像（ビジョン）、地域活性化のための取組の概要、自立的・継続的な取組、実施体制、地域活性化計画における目標と期待される効果などの提出が求められた。

提出が求められた地域活性化計画は、

- (1) 将来像（ビジョン）
- (2) 地域活性化のための取組の概要
- (3) 自立的・継続的な取組

(4) 実施体制

(5) 地域活性化計画における目標と期待される効果

の5つから構成される計画で、この計画を実現するために日本遺産事業における補助事業を行うという関係性になっている。これが具体的にどのようなものなのかは、2020年度新規認定にあたっての「書類の作成・提出に当たって」という、書類作成上の注意点をまとめた書類を少し詳しく見ていこう⁹³。

まず、(1) 将来像（ビジョン）は、「日本遺産という資源を活かした地域づくりを行うことにより実現したい、中長期的（20～30年）な見地に立ったあるべき姿」と、「地域の長期構想（総合計画等）への日本遺産の位置づけの考え方」を記載する。これは、(2)と(3)の内容を踏まえたものとなっていなければならなかった。この長期構想は、地域型であれば歴史文脈構想が該当する。シリアル型の場合は歴史文脈構想が必須とされていないため、それにかわる総合計画等のなかで日本遺産がどのように位置づけられているか、その考え方を記載することが求められた。行政においては、総合計画の中で位置づけられない限りは、長期的な事業に結びつかず、結果、短期的な取組に終わる可能性が高い。文化財を活用した地域活性化に本気で取り組もうとしているのかは、こうした総合計画の中での位置づけで判断できるのである。総合計画は通常、10年単位で作成されるものであり、日本遺産に認定されたタイミングで都合よく書き入れることのできるようなものではないため、位置づけの「考え方」となっている。理想的には、日本遺産認定後に行われる総合計画の改訂のタイミングで、日本遺産の位置づけをはっきりとさせておくことが、長期的な取組を行う上では非常に重要であった。

続く(2) 地域活性化のための取組の概要は、日本遺産認定から「6年間で地域全体で取り組むべき方策について、地域の現状を踏まえた取組の柱及び柱立ての説明」を、取組の目的、得ようとする成果、関係機関等との連携方法の視点を持って記載することになっていた。このときの方策は、日本遺産以外の事業も含むもので、観光やまちづくり、地方創生などのさまざまな取組を総合して記述することになっていた。中長期的なあるべき姿

へ向かう6年という期間での具体的な取組を示したものである。日本遺産事業のみならず他の取組も含めてというのは、まさに総合的な歴史まちづくりの文脈を押さえたものである。

(3) 自立的・継続的な取組では、日本遺産の補助事業が終了したあとも、自主財源によって持続的に事業を実施することができるようにするために行う取組を、補助事業期間の3年間を含めて記載することが求められた。このときの視点として、①認定された日本遺産ストーリーがどのように地域に浸透するか、②インバウンド整備・観光地の面展開、③地域の担い手の育成、④民間事業者の巻き込み、といったものがあげられた。これは一見すると、(2)の取組と重複するようにも見える。しかし、これは(2)の取組を持続可能にするための取組という、もう一段高い階層の取組の記載を求められていた。

ちなみに、あげられた4つの視点のなかで、①と②については、「地域活性化のための取組」そのもののように見えるが、①は日本遺産ストーリーの地域への浸透をさせるという普及啓発の側面であり、日本遺産事業に対する地域の理解・支持がなければ、自治体の自主財源を使った事業継続はありえないからである。また、ストーリーの浸透によりさまざまな活動が地域から草の根で起こってくるような環境をつくっていくためにも重要な点である。②については、観光事業面での環境づくりである。バラバラに活動しがちな各観光地をどのように結んでいくかというのは、登録DMOなどが取り組んでいる課題である。観光地同士が連携し、面として広がっていかなければ、特に広域にまたがるシリアル型の日本遺産事業は継続しないだろう。この項目はいわば、登録DMOの活動内容を想定した内容だと言ってよい。③と④については、事業を主導する主体をどう育成、巻き込むかという観点であり、まさに取組を持続させるための取組である。ここでわざわざ取組を継続させるための取組を記載させるというのは、このことを重要視していた証拠であろう。

(4) 実施体制については、二段階の記載が必要であった。まずは形式的に、補助金を受け取る補助事業者の名称及び構成団体を記載する部分である。この補助事業者は、「申請自治体関係部局、NPO、文化財保存団体、商工会議所、民間事業者等によって構成さ

れ、補助対象事業を実施するために必要な運営上の基盤を有する、次の4つの要件を満たす協議会等」とされた。要件さえ満たせば、既存の組織がそのまま補助事業者となることもできた。4つの要件とは、①定款等に類する規約をもっていること、②団体の意思を決定し、執行する組織が確立していること、③自ら経理し、監査する会計組織を有すること、④活動の本拠となる事務所等を有すること、であった。

しかしこうした形式的な条件よりも重要なことは、実質的にこの体制が自立的、継続的に事業を進めることができるかどうかである。そのためにもう一步踏み込んだ二段階目の記載が設けられた。それは、「補助事業者が取組を円滑に行うために必要な体制整備」である。具体的には、①地域活性化のための取組を総括して推進するプロジェクトリーダーの決定、②民間主体の取組に応じた分野別のワーキンググループの設置、③ワーキンググループを取りまとめるグループリーダーの決定、④行政の関係者およびグループリーダーが定期的に意見交換する連絡会議の設置、⑤定期的な連絡会議の場等を通して形成されるボトムアップや地域連携の仕組み、についての「現在の状況（考え方を含む）」がわかるような内容である⁹⁴。

(5) 地域活性化計画における目標と期待される効果においては、日本遺産事業の事業設計の調査の段階から、PDCAを回すということがうたわれていた。2014年に実施された調査では、「地方自治体は、支援事業の実施に当たり、明確な成果目標を設定する」こと、そして、その「成果目標の達成状況を適切に把握し、更なる改善につなげていくPDCA体制を導入する等、本事業を通じ、確実に地域が自立的に活性化に取り組んでいける仕組みを構築していく」ことが重要だと指摘されていた。ここで求められた効果測定は、地域活性化計画の6年間において、毎年度達成状況を把握して文化庁に報告し、計画期間終了後の翌年には、全期間を通じての総括評価を行うこととされた。この設定目標は、以下に指定された項目から近いものを選択して設定するよう求められた⁹⁵。具体的には以下の通りである。

設定目標Ⅰ：日本遺産を活用した集客・活性化（必須）

- ・観光客入込み数（必須）
- ・外国人観光客（必須）
- ・宿泊者数
- ・滞在時間
- ・経済効果
- ・広告換算効果

設定目標Ⅱ：日本遺産を核としたコミュニティの再生・活性化（必須）

- ・地域の文化に誇りを感じる住民の割合（必須）
- ・日本遺産の認知度
- ・日本遺産を活用した取組数（協議会による取組を除く）

設定目標Ⅲ：日本遺産に関する取組を行うための持続可能な体制の維持・確立

- ・日本遺産のためのふるさと納税額
- ・日本遺産のための寄付額
- ・日本遺産関連で開発された商品・サービス数
- ・日本遺産への協力団体数
- ・日本遺産への協力者数

こうした目標値は、認定初年度を基準値として、6年後の目標値を記載するようになっていた。そこでは、その目標設定の妥当性も十分に吟味するよう求められた。また、こうした定量的に計測可能なもの以外に、定性的な効果の記載が求められていた⁹⁶。

第2項 審査基準と審査プロセス

① 審査基準

日本遺産に認定されるためのストーリーの審査基準として設定されたのは、次の三つで

ある。

1. ストーリーの内容が、当該地域の際立った歴史的特徴・特色を示すものであるとともに我が国の魅力を十分に伝えるものとなっていること。

興味深さ 人々が関心を持ったり惹きつけられたりする内容となっている。

斬新さ あまり知られていなかった点や隠れた魅力を打ち出している。

訴求力 専門的な知識がなくても理解しやすい内容となっている。

希少性 他の地域ではあまり見られない稀有な特徴がある。

地域性 地域特有の文化が現れている。

2. 日本遺産という資源を活かした地域づくりについての将来像（ビジョン）と、実現に向けた具体的な方策が適切に示されていること。
3. ストーリーの国内外への戦略的・効果的な発信など、日本遺産を通じた地域活性化の推進が可能となる体制が整備されていること。

日本遺産の特徴となる「ストーリー」に対する評価は、5つの要素で評価されることになった。ここでは評価されている要素よりも、ここで評価から外れている要素から考えるほうがわかりやすいであろう。重要文化財の指定基準と照らし合わせてみよう。国宝及び重要文化財指定基準によれば、部門ごとに若干の違いはあるものの、重要文化財に指定されるためには大きく、1) 各時代の遺品のうち製作が特に優秀なもの、2) 文化史上貴重なもの、3) 顕著な特異性を示すもの、4) 歴史的又は系統的にまとまって伝存し、学術的価値の高いもの、5) 渡来品で我が国の文化にとって特に意義のあるもの、という基準が示されている。このうち、構成文化財の製作の優秀さや文化史上の貴重さ、学術的価値などが評価の対象とならないのは、日本遺産の成り立ちからいって当然である。一方で、評価された要素の特徴として、たとえば「興味深さ」にあるように、地域を訪れる人が興味深く思うかどうかという主観的な判断によっている。「斬新さ」についても、従来の文

文化財の評価軸で言えば、これは他の文化財に比べたときの斬新さが評価されるところが、ここでは一般に「知られていなかった」ことや、一般の人から見て「隠れた魅力」をもつかどうか基準にされているのである。「訴求力」などは、「専門的な知識がなくても理解しやすい」という、これまで文化財を見るものがその価値を読み解かなければならない立場に置かれていたのが、まったく逆転してしまっているのである。いわば、評価のコペルニクス的転回ともいえる、文化財行政においてはある意味、画期的な基準であった。国や文化財の専門家による客観的なお墨付きではなく、文化財に詳しくない一般人の目線からの主観的なお墨付きなのである。

② 審査プロセス

審査は、文化庁に設置する外部有識者で構成される日本遺産審査委員会が行った。まず、この日本遺産審査委員会は、文化審議会の下には置かないこととされたが、これは「未指定も含めた文化財の積極的活用を図ることを意図しているものであり、文化財保護法に基づく制度として実施するものではないため」⁹⁷であった。これは評価基準とも一貫しており、文化審議会で行う客観的な価値判断ではない審査を行うための、当然の位置づけであった。

また審査委員には、文化財専門家だけでなく観光分野からも委員が選ばれ、大学関係者からは、文化財保護を専門とする稲葉信子（筑波大学大学院教授）、景観と観光を専門とする下村彰男（東京大学大学院教授）、専門家としては、文化観光を専門とする丁野朗（公益社団法人日本観光振興協会常務理事・総合調査研究所長）、文化財活用と経済政策を専門とするデービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）という4名に加えて、文化財や観光の専門家ではない小山薫堂（放送作家・映画脚本家）、里中満智子（漫画家）が加わった。文化審議会にもたしかに非専門家が参加している。たとえば日本遺産事業が開始された2015年度の文化審議会には女優の紺野美沙子、作曲家の都倉俊一（一般社団法人日本音楽著作権協会会長でもあった）、川柳作家のやすみりえが参加して

いるが、20名のうち3名という割合である。日本遺産の審査委員の6名のうち2名が非専門家という割合はかなり大きいといえる。その後、2017年度の認定には、田村明比古（観光庁長官）と広瀬和雄（国立歴史民俗博物館名誉教授）が加わり、観光と文化財の観点からの評価が強化され、また2018年度にはさらに、ロバート・キャンベル（国文学研究資料館長）、山田拓（株式会社美ら地球代表取締役）が加わった。キャンベルは文化財の専門家であり、同時に外国人ということで海外からの視点で審査が可能であった。また、山田は美ら地球でSATOYAMA EXPERIENCEという、外国人向けの里山の生活体験のプロジェクトを行っており、地域活性化の観点に加えて海外への情報発信の観点からの審査が強化された。ちなみに2019年は、田村明比古の観光庁長官退任にともない田端浩（観光庁長官）が、またロバート・キャンベルが抜けマリサ・リンネ（京都国立博物館学芸部調査・国際連携室専門職）が入ったが、全体のバランスとしては2018年からの変化はなかった。この体制は審査の最終年度である翌年2020年度も踏襲された。こうした非専門家も交えた日本遺産審査委員会における審査結果を受けて、文化庁による日本遺産認定が行われた。

この審査、認定のプロセスは、少なくとも2017年度までは、双方向でのやりとりのあるインタラクティブなものであったことがわかっている⁹⁸。関西学院大学の岡本は、「播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる 73 km の轍～」の認定に向けての担当者の生々しい苦闘の様子について詳細に報告している⁹⁹。落選した場合には、なぜ落選したのか、何が足りなかったのかということについて、審査委員会からの指摘がフィードバックされ、次の申請に向けてストーリーをブラッシュアップするにあたっては、文化庁の担当者からの指摘や提言があり、何度も文化庁に足を運びながらストーリーを磨き上げるプロセスがあった。具体的には、「ブラッシュアップに地元高校生の意見を取り入れてはどうか」という提案や、「ストーリーは、魅力を可視化するものであるべき。日本遺産のタイトルは、ストーリーを体現する独自のキーワードにすべき」という指摘、申請締め切り一ヶ月前には、「一つ一つの表現に対して、「これはどういう意味か」と尋ねら

れ」、さらに「“銀の馬車道です”。さらに明延鉱山・中瀬鉱山へと“鉱石の道”が続きます。」とした方がよい、といったような具体的な文章表現までアドバイスを受けたという。申請されたものをただ審査して当選、落選を決定するのではなく、ストーリーを魅力的なものにしていくために文化庁も地域と共同作業を行っていた。

第3項 認定地域

認定地域は、当初から 2020 年度までに 100 程度という目標が定められており、その目標を想定しながら認定が進められた。結果として、各年度において 13 から 21 地域が認定されることになった。各年度の認定数は、2015 年度 18 件、2016 年度 19 件、2017 年度 17 件、2018 年度 13 件、2019 年度 16 件、2020 年度 21 件であった。年度ごとに認定される地域数は変動があった¹⁰⁰。また数だけではなく、認定された地域の傾向についても、年度ごとに特徴があった。

この認定は永続的なものではなく、認定地域を対象に総括評価・継続審査が行われ、審査の結果によっては認定が取り消され、「候補地域」に認定された地域が 3 年間の準備期間の後、入れ替えで日本遺産に認定されることになった¹⁰¹。

① 認定地域のエリア

2015 年度の認定は、18 地域であったが、そのうち地域型は 7 件（2020 年に追加認定があり、6 件）、シリアル型は 11 件であった。2016 年度は、地域型 4 件、シリアル型 15 件、2017 年度は、地域型 6 件、シリアル型 11 件と、常にシリアル型のほうが多く認定された。2020 年までの認定で、追加認定による変更も含め、地域型は 33 件、シリアル型は 71 件となった（表 2）¹⁰²。

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	合計
地域型	7(6)	4	6	4	5	8	34(33)
シリアル型	11(12)	15	11	9	11	13	70(71)
合計	18	19	17	13	16	21	104

○ は、のちの追加認定によってシリアル型になった地域を考慮した数字。

(表2) 地域型・シリアル型の認定件数 (筆者作成)

シリアル型の認定にもいくつかのバリエーションがある。かたまりとしてのエリアを認定するものの他に、インバウンド誘致で成功を収めた昇龍道プロジェクトのように、長距離のルートを認定する事例が多いも特徴の一つだ。2015年の四国遍路に始まり、2017年には海路の北前船寄港地、「最古の国道」竹内街道・横大路、播但を73kmに渡って伸びる銀の馬車道・鉱石の道、高知県中芸地域のゆずロードなどが認定された。

また、『近世日本の教育遺産群－学ぶ心・礼節の本源－』のように、水戸市（茨城県）、足利市（栃木県）、備前市（岡山県）、日田市（大分県）という距離が離れた地域で構成されるものもあった¹⁰³。2016年度には、『鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～』¹⁰⁴が、『荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～』が、こうした遠隔地域の連携による認定であった。

エリアの傾向としては、西高東低の傾向が続いた。初年度である2015年は、北海道・東北・関東の認定件数はたったの2件であり、近畿・中国・四国・九州・沖縄の14件と大きな差があった。そのこともあってか、2016年には認定のなかった東北地方から『政宗が育んだ"伊達"な文化』（仙台市、塩竈市、多賀城市、松島町）、『自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2446段の石段から始まる出羽三山～』（山形県鶴岡市、西川町、庄内町）、『会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して見た往時の会津の文化～』（福島県会津若松市ほか）、『未来を拓いた「一本の水路」－大久保利通"最期の夢"と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代－』（郡山市、猪苗代町）が選ばれるなど、全国でのバランスが取られた。その後もこのようにバランスをとろうとする傾向が見られる。

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	合計
北海道	0	0	2	1	1	1	5
東北	0	4	2	1	1	1	9
関東	2	4	1	3	1	3	14
中部	4	4	2	4	3	7	24
近畿	5	4	8	1	6	6	30
中国	4	4	5	2	2	3	20
四国	1	1	1	0	2	0	5
九州・沖縄	4	2	3	2	2	2	15
合計	20	23	24	14	18	23	122

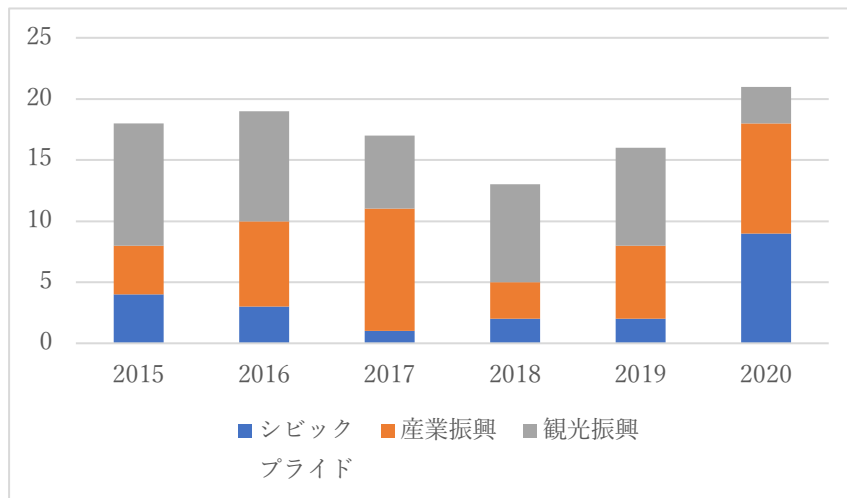
※シリアル型の認定地域を複数計上しているため、合計は認定件数よりも多くなっている。

(表3) 認定地域のエリア別件数 (筆者作成)

② 認定地域の地域課題

地域課題の傾向については、第2章での議論に基づき、シビックプライドを高めることを主眼とする「シビックプライド型」、地場産業の振興を主眼とする「産業振興型」、観光まちづくりを主眼とする「観光振興型」の3つに分類して考察した¹⁰⁵。その結果、各年度でばらつきがあることがわかった。意図的に地域課題のバランスを取っているようには見えなかったものの、たとえば、2017年には産業振興のテーマが10件を越えていることと、認定の最終年度である2020年には、シビックプライド型の認定が大きく伸びていることがわかった。観光振興中心だった認定が、産業振興、シビックプライド型へとシフトしたとみることもできよう。

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	合計
シビック プライド	4	3	1	2	2	9	21
産業振興	4	7	10	3	6	9	39
観光振興	10	9	6	8	8	3	44
合計	18	19	17	13	16	21	104



(表 4) 認定年度別の地域課題 (著者作成)

1) シビックプライド型

まず、シビックプライド型の地域を見ていこう。認定されたストーリーが、産業や観光ではなく、地域に残る独自の生活文化にフォーカスしているものを選んだ。シビックプライドと観光振興は厳密に分けられるものではないが、軸足をどちらにおいているか、テーマの中心が地域の生活文化に焦点を当てているか、ということを経験的に判断したうえで分類している。

たとえば 2015 年に認定された丹波篠山市¹⁰⁶の『丹波篠山 デカンショ節 - 民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶』において、デカンショ祭りはすでに 7 万 5 千人 (2015 年) の参加者を集めていた。篠山城内の空間にそれ以上集客することは、物理的に限界があった。そうした状況も含めて考えると、テーマとなっているデカンショ節によるデカンショ祭りの、市外からの集客という観光振興のために日本遺産の認定を目指したのではなく、デカンショ節を誇りに思う市民を増やす地域活性化の目的であったと言えよう。丹波篠山市が同時期に、ユネスコの創造都市の認定を受けたように、観光活性化よりもシビックプライドの醸成と移住促進などによる地域活性化が主要な目的であったのである。

一方、同じ祭りに関する認定で言えば、『灯り舞う半島 能登 ~熱狂のキリコ祭り~』

(七尾市、輪島市、珠洲市、志賀町、穴水市、能登町)は、すべての市町において観光体制が整っているとはいいがたく地域活性化の側面も強いものの、7月から10月にかけて大小100以上のキリコ祭りへの集客による活性化を目指していたことをから、観光振興型と判断している。

2) 産業振興型

続いて産業振興型を見ていこう。地場産業をテーマにした日本遺産で、産業振興を目的としている地域である。たとえば、高岡市の『加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡 一人、技、心』においては地場産業にスポットが当てられた。ストーリー上では、「城下町から商工業都市への転換」から、さらに「高岡の近代化」において培われた高岡市の鋳物や漆工などの伝統技術、さらに、現代までつながる「ものづくりの職人魂」がテーマとなった。『かかあ天下 ぐんまの絹物語』も高岡同様、地場産業である絹産業にフォーカスしたものである。先に指摘したように、認定後半に向かうに従って産業振興型の地域の認定数は増加する傾向にあった。

2015年度

かかあ天下 ぐんまの絹物語

加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡 一人、技、心

海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国（みけつくに）若狭と鯖街道～

日本茶 800年の歴史散歩

2016年度

『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～

飛騨匠の技・こころ 木とともに、今に引き継ぐ 1300年

木曾路はすべて山の中～山を守り山に生きる～

鯨とともに生きる

出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～

鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～

日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～

2017 年度

江差の五月は江戸にもないーニシンの繁栄が息づく町ー

サムライゆかりのシルク日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ

和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田

300 年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊

播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる 73km の轍～

「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅

一輪の綿花から始まる倉敷物語～和と洋が織りなす繊維のまち～

きっと恋する六古窯ー日本生まれ日本育ちのやきもの産地ー

森林鉄道から日本一のゆずロードへーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化

米作り、二千年にわたる大地の記憶～菊池川流域「今昔『水稻』物語」～

2018 年度

山寺が支えた紅花文化

宮大工の鑿一丁から生まれた木彫刻美術館・井波

葡萄畑が織りなす風景ー山梨県峡東地域ー

2019 年度

本邦国策を北海道に観よ！～北の産業革命「炭鉄港」～

みちのく GOLD 浪漫ー黄金の国ジパング、産金はじまりの地をたどるー

江戸時代の情緒に触れる絞りの産地～藍染が風にゆれる町 有松～

海女(Ama)に出逢えるまち 鳥羽・志摩～素潜り漁に生きる女性たち～

「日本第一」の塩を産したまち 播州赤穂

藍のふるさと 阿波～日本中を染め上げた至高の青を訪ねて～

2020 年度

「鮭の聖地」の物語～根室海峡一万年の道程～

”奥南部”漆物語～安比川流域に受け継がれる伝統技術～

日本ワイン 140 年史～国産ブドウで醸造する和文化の結晶～

かさましこ～兄弟産地が紡ぐ“焼き物語”～

甲州の匠の源流・御嶽昇仙峡～水晶の鼓動が導いた信仰と技、そして先進技術へ～

「伊丹諸白」と「灘の生一本」下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷

「ジャパンレッド」発祥の地ー弁柄と銅の町・備中吹屋ー

砂糖文化を広めた長崎街道～シュガーロード～

八代を創造した石工たちの軌跡～石工の郷に息づく石造りのレガシー～

3) 観光振興型

地域課題別に見ていくと、すでに観光地として多くの観光客を集めている飛鳥地域（明日香村、橿原市、高取町）、津和野町、尾道市、そして近年インバウンドの観光客が増加している四国のお遍路などは、日本遺産の認定を契機に観光地としての魅力を高める目的が明確だと言えよう。

一方で、必ずしも観光地として整備されていない地域も選ばれた。たとえば『祈る皇女 齋王のみやこ 齋宮』の認定を受けた三重県明和町の齋宮跡地は、一大観光スポットである伊勢神宮から 15km ほど離れた場所にあり、またあくまで跡地であって観光スポットとして十分に整備されていなかった。日本遺産に認定された年の 10 月 24 日、齋宮跡地に整

備を進めていた平安時代の建物復元施設「さいくう平安の杜」が完成したが、観光客誘致はまさにこれからという状況だったと言えよう。日本遺産の認定というのは、文化財活用による観光地として完成された地域を認定するだけでなく、文化財活用を推進する上でそのポテンシャルを秘めた地域を認定し、観光促進していく助成という意味合いがあったのである。

2015 年度

灯り舞う半島 能登～熱狂のキリコ祭り～

「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜

祈る皇女斎王のみやこ 斎宮

日本国創成のとき－飛鳥を翔た女性たち－

六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～

津和野今昔～百景図を歩く～

尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市

「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～

国境の島 壱岐・対馬・五島～古代からの架け橋～

相良 700 年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里－人吉球磨～

2016 年度

政宗が育んだ“伊達”な文化

自然と信仰が息づく『生まれ変わりの旅』～樹齢 300 年を超える杉並木につつまれた

2446 段の石段から始まる出羽三山～

会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た往時の会津の文化～

「北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み」－佐倉・成田・佐原・銚子：百万

都市江戸を支えた江戸近郊の四つの代表的町並み群

「いざ、鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまちへ～

江戸庶民の信仰と行楽の地 ～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～

『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～

地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市

"日本最大の海賊"の本拠地：芸予諸島ーよみがえる村上海賊"Murakami KAIZOKU"の記憶

ー

2017 年度

忍びの里 伊賀・甲賀ーリアル忍者を求めてー

1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路（大道）～

絶景の宝庫 和歌の浦

日が沈む聖地出雲～神が創り出した地の夕日を巡る～

関門“ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～

やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく

2018 年度

地下迷宮の秘密を探る旅～大谷石文化が息づくまち宇都宮～

明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫譚～

星降る中部高地の縄文世界—数千年を遡る黒曜石鉱山と縄文人に出会う旅—

旅人たちの足跡残る悠久の石畳道—箱根八里で辿る遥かな江戸の旅路—

「桃太郎伝説」の生まれたまち おかやま～古代吉備の遺産が誘う鬼退治の物語～

瀬戸の夕凧が包む 国内随一の近世港町～セピア色の港町に日常が溶け込む瀬の浦～

鬼が仏になった里「くにさき」

古代人のモニュメント—台地に絵を描く 南国宮崎の古墳景観—

2019 年度

400 年の歴史の扉を開ける旅～石から読み解く中世・近世のまちづくり 越前・福井～

1300 年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～

旅引付と二枚の絵図が伝えるまち—中世日根荘の風景—

中世に出逢えるまち～千年にわたり護られてきた中世文化遺産の宝庫～

日本海の風が生んだ絶景と秘境—日本海の風が生んだ絶景と秘境幸せを呼ぶ霊獣・麒麟が舞う大地「因幡・但馬」

神々や鬼たちが躍動する神話の世界～石見地域で伝承される神楽～

薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～

琉球王国時代から連綿と続く沖縄の伝統的な「琉球料理」と「泡盛」、そして「芸能」

2020 年度

日本初「旅ブーム」を起こした弥次さん喜多さん、駿州の旅～滑稽本と浮世絵が描く東海道旅のガイドブック（道中記）～

京都と大津を繋ぐ希望の水路 琵琶湖疏水～舟に乗り、歩いて触れる明治のひとつき～

「葛城修験」—里人とともに守り伝える修験道はじまりの地—

第2節 日本遺産の取組

ここから日本遺産で取り組まれた事業の内容を具体的に見ていこう。日本遺産事業を行うにあたっては認定地域に文化庁から補助金が支給された。補助金の額は、認定された年度によってばらつきはあるが、初年度が4,000～5,000万円程度、二年目は2,000～3,000万円、3年目は1000万円と段階的に減っていく。4年目以降は、協議会の自主財源による自走が期待されていた。補助金は10/10の支給であり、認定地域は出費のリスクなく事業を進めることができた。

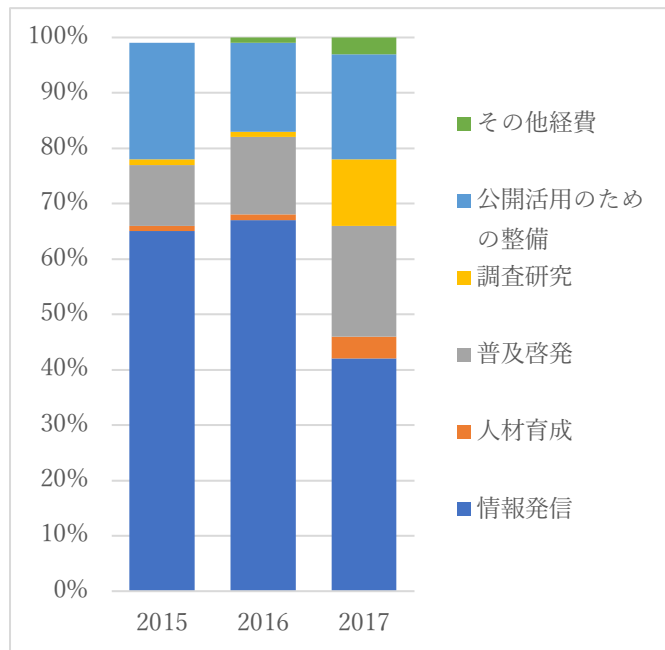
文化庁からの補助金の対象となったのは、(1)情報発信、(2)人材育成、(3)普及啓発、(4)調査研究、(5)公開活用のための整備、という5つの取組であった。具体的には、(1)情報発信については、総合的な情報を発信するためのホームページ、映像、パンフレットなどの制作、(2)人材育成事業については、ボランティア・日本遺産コーディネーターなどの人材育成、(3)普及啓発事業については、発表会、展覧会、ワークショップ、シンポジウムなど、(4)調査研究事業については、日本遺産の情報発信・普及啓発に必要な未指定文化財の資料収集、日本遺産の情報発信・普及啓発に必要な嗜好性などの調査、日本遺産認定ストーリーを充実させるための調査研究、(5)公開活用のための整備に係るについては、事業案内板・説明版の設置・案内施設、展示施設の改修・便益施設などの設置といった内容が想定されていた。こうした内容は、一見すると日本遺産ならではの取組というよりも、従来の文化財行政の延長線上での取組に見えなくもない。しかし第2章で見てきたように、日本遺産事業はさまざまな文脈の上に成立した事業であり、従来の文化財行政の延長線上の取組では、日本遺産として取り組む意義が失われてしまう。ここでは、具体的な取組を見ていくことに加え、各項目がどのような目的で設定されたのかということもあわせて議論していく。

また、認定されてから事業開始までのプロセスも、事業計画に少なからず影響があった。4月下旬～5月に日本遺産の認定が発表されたあと、認定された地域は協議会を設立し、5つの領域での取組を計画、事業の見積もりを文化庁に提出し、それが確認できてから事

業を始めることができた。そのため事業が開始できるのは早くても7月であった。そこから翌年3月までの9ヶ月間で、もっとも金額の多い初年の事業をすべて行うのは、協議会にとって大きな負担となっていた。後述するように、調査に基づいて事業の計画を練り直す時間は少なく当初の再検討することなく事業を進めなくてはならなかった。また、100万円を超える契約については入札の手続きも必要となるため、その期間も想定しておく必要があった。企画競争の場合、提案のための仕様書を作成し企画案を募集する。提出された企画書を審査して契約に至る。この手続きだけでも、一ヶ月は必要となる。こうした短時間での事業推進は、認定に伴う補助金給付の構造的な問題であった。

こうして行われた初年度の事業は、結果としてかなり偏りのあるものになった（表5）。比較的大きな予算を消化しやすいということからも、2015年度認定地域では初年度の事業費の65%が、2016年年度認定地域では67%が情報発信に使われた。一方、人材育成、調査研究にはそれぞれ、1%というありさまであった。2017年度の認定地域については、情報発信の割合が42%まで減る。これは後述するように、文化庁からの指導や日本遺産プロデューサーによる関与があったからである。2017年度認定地域は、認定されたあとに日本遺産プロデューサーからのアドバイスを受けて計画を組み立て直し、日本遺産プロデューサーの承認を得てから文化庁に申請することになった。そのため、極端な計画はその段階で修正されることになった。

	2015	2016	2017
情報発信	65%	67%	42%
人材育成	1%	1%	4%
普及啓発	11%	14%	20%
調査研究	1%	1%	12%
公開活用のための整備	21%	16%	19%
その他経費	0%	1%	3%



(表5) 各年度認定地域の初年度の事業費実績の推移

(日本遺産フォローアップ委員会資料¹⁰⁷をもとに著者作成)

第1項 情報発信

大きな偏重を見せた情報発信の取組について、その具体的な中身はどうだったろうか。インターネット、印刷物、映像、広告宣伝、番組・記事、アプリ、その他に分類して計算を行ったところ、ここでも事業費の偏りが見られた¹⁰⁸。その偏りの規模感がわかるように、情報発信事業内での割合ではなく、日本遺産事業全体の事業費に対する割合を併記した。

まず2015年度を見てみよう(表6)。まず目につくのが、一部の認定地域において映像費用が突出していることである。「『信長公のおもてなし』が息づく戦国城下町・岐阜」(以下「信長公のおもてなし」)では82%、「加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡」(以下、「町民文化が花咲くまち高岡」)では54%もの事業費を、映像制作に投じている。「信長公のおもてなし」では翌年もさらに、「CG映像等を用いた番組作成」に4014万円を投じて、2年で合計9000万円近い事業費をかけている。)一点豪華主義ともいえる予算執行であった。

		インターネット	印刷物	映像	広告宣伝	番組・記事	アプリ	その他						
1	近世日本の教育遺産群～学ぶ心・礼節の本源～	0	3,323,812	7%	6,534,000	13%	15,887,080	31%	5,000,000	10%	8,532,000	17%	49,896	0%
2	かかあ天下～ぐんまの絹物語～	291,600	1,552,500	6%	432,000	2%	0	0%	0	0%	0	0%	342,792	1%
3	加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡～人、技、心～	0	890,400	2%	27,743,688	54%	10,517,216	21%	0	0%	1,684,800	3%	0	0%
4	灯り舞う半島 能登～熱狂のキリコ祭り～	13,996,800	4,873,749	11%	0	0%	14,000,000	30%	0	0%	0	0%	0	0%
5	海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食園（みけつくに） 若狭と鯖街道～	4,903,200	7,073,704	19%	6,398,568	17%	2,160,000	6%	5,000,000	14%	0	0%	0	0%
6	「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜	0	3,481,920	7%	40,217,940	82%	5,393,342	11%	0	0%	0	0%	71,591	0%
7	祈る皇女斎王のみやこ 斎宮	0	3,550,752	9%	2,160,000	6%	0	0%	17,496,000	45%	14,435,280	37%	0	0%
8	琵琶湖とその水辺景観～祈りと暮らしの水遺産	4,360,500	27,853,632	47%	7,300,000	12%	4,788,720	8%	7,160,000	12%	0	0%	0	0%
9	日本茶800年の歴史散歩	0	17,994,096	29%	0	0%	1,416,744	2%	7,303,400	12%	0	0%	0	0%
10	丹波篠山 デカンショ節～民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶	0	736,992	1%	0	0%	0	0%	3,456,000	5%	11,279,553	17%	0	0%
11	日本国創成のとき～飛鳥を翔た女性たち～	9,752,400	12,025,605	23%	13,000,000	25%	0	0%	7,160,000	14%	0	0%	0	0%
12	六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のランド景～	5,198,580	10,997,640	35%	4,320,000	14%	0	0%	5,000,000	16%	0	0%	0	0%
13	津和野今昔～百景園を歩く～	2,554,200	5,828,760	16%	739,800	2%	0	0%	5,000,000	13%	5,130,000	14%	0	0%
14	尾道水道が訪いだ中世からの箱庭的都市	5,511,780	10,591,804	25%	5,511,780	13%	0	0%	8,640,000	20%	5,511,780	13%	0	0%
15	「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～	10,315,080	496,800	1%	0	0%	26,537	0%	0	0%	0	0%	0	0%
16	古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～	9,787,500	0	0%	0	0%	0	0%	5,000,000	18%	9,787,500	36%	0	0%
17	国境の島 奄岐・対馬・五島～古代からの架け橋～	4,499,998	11,453,123	25%	0	0%	0	0%	5,382,860	12%	4,499,998	10%	2,992,680	7%
18	相良700年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里～人吉球磨～	5,840,000	6,976,220	20%	0	0%	0	0%	0	0%	6,523,200	18%	0	0%
	合計	77,011,638	129,701,509	25%	114,357,776	22%	54,189,639	10%	81,598,260	15%	67,384,111	13%	3,456,959	1%

(表6) 2015年度認定地域初年度の情報発信の事業費実績と全事業費に占める割合

(日本遺産フォローアップ委員会資料をもとに著者作成)

こうした一部事業への偏重は、2016年度認定地域においてさらに加速する(表7)。2015年認定地域同様、映像制作に事業費の40%以上を投じる地域が4件あるのに加え、この年は番組・記事への偏重が特徴である。番組・記事を通じた情報発信とは、BS-TBSによる番組『日本遺産』と雑誌『一個人』の日本遺産特集への出稿であり、これらは文化庁によって各認定地域に紹介されたものであった。

番組『日本遺産』は2016年11月に開始されたもので、日曜日の朝9時より放送された。制作費・放送費として500万円ほどを協議会が負担することにより認定地域を取材し、15分ほどの番組が制作・放送された。2016年11月から2017年1月のシーズン1では22地域、2017年12月から2018年1月では12地域、2018年12月から2019年1月のシーズン3では14地域、2019年から2020年はシーズンというかたちでの放送ではなく、

新春スペシャルとして4地域のみが放送された。

雑誌『一個人』による日本遺産特集も、番組同様500万円ほどの費用で、『一個人』の編集部が地域の取材を行い、特集記事として雑誌『一個人』に掲載された。地域の特性に合わせて、作家や歌舞伎役者、写真家などがナビゲーターとして地域を紹介する体裁が取られることもあった。この特集記事はその後、書籍『日本遺産を旅する』へと再編集されて発行された。

いずれも映像の再利用や記事の抜き刷りなどを行うと追加料金が発生した。番組と雑誌記事の両方を発注すれば基本料金だけで1000万円、いくつかのオプションを選択すると1500万円近くなり、結果4000万円の事業費の25～35%を占めることになった。

	インターネット	印刷物	映像	広告宣伝	番組・記事	アプリ	その他							
19 故宗が育んだ「伊達」な文化	10,040,760	26%	7,498,440	19%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
20 自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』～樹齢300年を超える杉 屋木につつまれた246段の石段から始まる出羽三山～	2,468,880	6%	6,640,920	17%	17,303,220	44%	2,715,120	7%	0	0%	0	0%	377,946	1%
21 会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して輝いた会津の文化～	3,586,140	9%	8,281,699	22%	0	0%	2,541,944	7%	10,485,728	27%	0	0%	0	0%
22 未来を拓いた「一本の水路」～大久保利道「暮朝の夢」と開拓者の 軌跡 郡山・猪苗代～	0	0%	695,520	2%	0	0%	8,400,240	21%	14,788,799	36%	0	0%	1,260,360	3%
23 『北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町歩き』～佐倉・成 田・佐原・韓子：百万都市江戸を支えた江戸近郊の四つの代表的 町歩き～	7,344,000	18%	6,339,600	16%	16,512,120	41%	0	0%	0	0%	7,344,000	18%	0	0%
24 江戸産民の信仰と行業の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」 ～	0	0%	7,984,440	19%	6,480,000	16%	831,600	2%	6,121,040	15%	0	0%	5,279,169	13%
25 「いざ、鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまちへ～	0	0%	11,350,800	44%	0	0%	0	0%	14,180,000	55%	0	0%	0	0%
26 「なんだ、コレは！」信濃川流域の火槍型土器と雪國の文化	2,916,000	8%	3,669,732	9%	680,400	2%	2,343,686	6%	0	0%	12,199,682	32%	3,202,200	8%
27 『珠玉と歩む物語』小松～時の流れの中で磨き上げた石の文化～	516,240	1%	3,046,814	8%	0	0%	1,512,000	4%	5,184,000	13%	8,532,000	22%	137,700	0%
28 水筒路はすべて山の中～山を守り山に生きる～	3,218,400	8%	3,398,544	8%	0	0%	0	0%	10,184,000	25%	0	0%	744,120	2%
29 飛騨の技・こころ・木とともに、今に引き継ぐ1300年～	0	0%	1,528,260	8%	605,400	3%	0	0%	12,813,600	71%	0	0%	235,000	1%
30 『古事記』の冒頭を飾る「国生みの鳥・渡瀧」～古代国家を支え た海人の営み～	4,482,000	11%	13,684,456	33%	147,420	0%	0	0%	11,048,000	27%	0	0%	0	0%
31 森に育んだ人々の暮らしとこころ～美林産なる産林産物の地「吉野」 ～	4,467,960	11%	7,685,928	19%	0	0%	0	0%	13,640,000	33%	0	0%	0	0%
32 樹とともに生きる	9,143,119	22%	9,143,119	22%	0	0%	1,479,600	4%	5,184,000	12%	0	0%	0	0%
33 地震信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市	4,499,000	14%	874,800	3%	18,309,240	58%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
34 出雲國たたら黒土記～飲づくり千年が生んだ物語～	1,401,192	4%	8,723,916	22%	16,200,432	41%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
35 調子府 横須賀・長・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感でき るまち～	0	0%	12,582,607	32%	0	0%	4,808,680	12%	5,000,000	13%	0	0%	1,148,840	3%
36 『日本最大の海産物の本拠地：莒子諸島』よみがえる村上海産 『Murakami KAZOKU』の記憶～	20,096,000	52%	1,458,000	4%	0	0%	108,000	0%	6,523,200	17%	0	0%	498,960	1%
37 日本稲穂のふるさと 肥前～百花繚乱のやまも敷歩～	0	0%	7,992,000	19%	0	0%	13,167,770	32%	5,198,580	13%	0	0%	0	0%
平均	74,179,691	16%	122,579,595	26%	76,238,232	16%	37,908,640	8%	125,534,947	26%	28,075,682	6%	12,884,295	3%

(表7) 2016年度認定地域初年度の情報発信の事業費実績と全事業費に占める割合

(日本遺産フォローアップ委員会資料をもとに著者作成)

こうしたアンバランスな情報発信も、2017 年認定地域では解消される（表 8）。地域ごとにと取組の違いはあるが、極端な予算の集中はなくなった。これもまた、前述の日本遺産プロデューサー事業による影響があった。

	インターネット		印刷物		映像		広告宣伝		番組・記事		アプリ		その他	
	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合
38 江差の五月は江戸にもないーニシンの繁栄が息づく町ー	0	0%	0	0%	0	0%	1,382,400	3%	5,702,400	14%	0	0%	0	0%
39 荒涼を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～	6,400,000	15%	20,000,000	48%	7,100,000	17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
40 サムライゆかりのシルク 日本近代化の原風景に出会うまち鶴岡へ	3,515,400	12%	918,000	3%	0	0%	0	0%	5,346,000	18%	0	0%	435,240	1%
41 和装文化の足元を支え続ける足袋職のまち行田	8,921,880	22%	2,111,400	5%	8,921,880	22%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
42 忍びの里 伊賀・甲賀ーリアル忍者を求めてー	8,640,000	23%	1,015,200	3%	0	0%	300,000	1%	5,184,000	14%	0	0%	0	0%
43 300年を紡ぐ緋が織り成す丹後ちりめん回廊	6,137,705	15%	3,867,043	9%	0	0%	0	0%	6,355,800	15%	0	0%	0	0%
44 1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路（大通）～	2,570,400	7%	0	0%	0	0%	0	0%	5,745,600	15%	0	0%	0	0%
45 播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる73kmの縦～	3,000,000	7%	4,000,320	10%	3,996,000	10%	3,600,720	9%	4,320,000	10%	0	0%	0	0%
46 絶景の宝庫 和歌の浦	4,989,006	12%	7,484,994	18%	0	0%	0	0%	5,184,000	12%	0	0%	0	0%
47 「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅	5,669,352	14%	5,669,352	14%	0	0%	0	0%	5,702,400	14%	0	0%	0	0%
48 日が沈む聖地出雲～神が創り出した地の夕日を通る～	2,667,600	7%	4,309,200	11%	0	0%	10,000,000	25%	6,015,600	15%	0	0%	0	0%
49 一輪の綿花から始まる倉敷物語～和と洋が織りなす繊維のまち～	0	0%	4,833,000	11%	0	0%	0	0%	5,983,200	14%	9,810,000	23%	0	0%
50 きっと恋する六吉窯ー日本生まれ日本育ちのやまもとの産地ー	8,424,000	21%	4,790,340	12%	0	0%	2,500,000	6%	5,184,000	13%	0	0%	0	0%
51 森林鉄道から日本一のゆずロードへーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化ー	2,484,000	6%	6,492,620	16%	3,467,960	9%	0	0%	4,490,640	11%	0	0%	0	0%
52 関門「ノスタルジック」海峡～時の停車場、近代化の記憶～	12,000,000	28%	0	0%	0	0%	300,000	1%	0	0%	0	0%	0	0%
53 米作り、二千年にわたる大地の記憶～菊池川流域「今昔『水稲』物語」～	3,535,310	11%	4,183,293	13%	0	0%	0	0%	4,968,000	16%	0	0%	0	0%
54 やばけい遊覧～大地に描いた山水絵巻の道をゆく	0	0%	3,616,360	9%	1,686,960	4%	2,145,096	6%	5,832,000	15%	0	0%	0	0%
平均	78,954,653	29%	73,291,122	27%	25,172,800	9%	20,228,216	7%	76,013,640	28%	9,810,000	4%	435,240	0%

（表 8）2017 年度認定地域初年度の情報発信の事業費実績と全事業費に占める割合

（日本遺産フォローアップ委員会資料をもとに著者作成）

第2項 人材育成

人材育成は、日本遺産事業においてもっとも手薄な部分のひとつであった。2015 年、2016 年に認定された地域での事業費は、全体の 1%であった。2017 年度認定地域は、文化庁の指導や日本遺産プロデューサーの介入があり事業費は全体の 4%まで上がった¹⁰⁹。

文化財行政における人材育成の定石は、ガイド育成である。日本遺産事業においても、

人材育成に取り組む地域の多くが、ガイド育成を行っていた。一方、文化庁は、こうしたガイド育成に加えて、取組例として「日本遺産コーディネーター等の育成」をあげた¹¹⁰。日本遺産コーディネーターがどのような役割を果たすものなのかは明示されていなかったが、コーディネートが調整するという意味を持つ語であること、また日本遺産認定と同時期の2019年に開始された「京都府文化財支援コーディネーター養成講座」において、「歴史的建造物をはじめとした貴重な文化財を保存・継承していくため、特定非営利法人古材文化の会、京都府建築士会、京都府教育委員会と協働・連携し、文化財の専門的な知識を有する人材」¹¹¹という定義がなされていた。またこうした動きのさきがけとなったのは、第2章でも触れたが、2001年に兵庫県で行われたヘリテージマネージャー（地域歴史文化遺産保全活用推進員）の講習会であり、「地域に眠る歴史的文化遺産を発見し、保存し、活用し、まちづくりに活かす能力を持った人材」と定義されていた。こうした流れから推測するに、さまざまな立場の人たちと協働して、日本遺産事業において文化財活用を推進する役割が期待されていた。

しかし、コーディネーター養成に取り組んだのは、「出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだモノ語り～」における「たたらコーディネーター養成講座事業」のみであった。事業費が増えた2017年認定地域についても、実態としてはガイド育成育成がほとんどであり、コーディネーターやプロデューサーの育成に取り組む地域は、2地域にとどまった。文化財活用の担い手育成に対する認定地域の意識は高いとは言えなかった。

第3項 普及啓発

普及啓発事業として多くの地域が実施したのが、認定を記念したシンポジウムやモニターツアー、日本遺産勉強会や講座の開催、日本遺産の内容を伝える教材の製作・提供などの取組である。シンポジウムが情報発信ではなく普及啓発に位置づけられているのは、外部への情報発信ではなく、あくまで地域の住民に向けた認知向上が目的だからだ。

しかし、日本遺産における普及啓発の目的は、単に地域における認知向上だけが目的で

はなかった。普及啓発の事業評価する指標として、日本遺産の知名度の他に、日本遺産に関する商品開発数、日本遺産に関する旅行商品などが例示されていたことからわかるように¹¹²、これは、地域活性化計画にある「自立的・継続的な取組」との関連で捉えるべきものであった。

地域活性化計画については第6項で詳しく触れるが、計画の中で「自立的・継続的な取組」として、日本遺産の補助事業が終了したあとも事業が継続できるよう、①認定された日本遺産ストーリーがどのように地域に浸透するか、②インバウンド整備・観光地の面展開、③地域の担い手の育成、④民間事業者の巻き込みという4つの視点から記載が求められた。普及啓発は、単なる認知向上だけではなく、最終的には民間事業者の巻き込みまでを目的とした取組が求められていた。しかし、多くの地域では、そこまでの問題意識は共有されていなかった。

第4項 調査研究

調査研究という項目で当初想定していたのは、構成文化財の詳細調査などを行って、未指定文化財の資料収集などさらに多くの文化財を把握することであった。しかし実態としては、そうした意欲は低く、2015年度、2016年度認定地域について、調査研究に使われた費用は全体予算の1%でしかなかった。2015年認定地域の中で実施したのは3地域、2016年度はやや増えて7地域であった。

この傾向に変化が現れたのが2017年度であった。この年の認定地域について言えば、2地域を除いて14地域で調査研究が実施され、金額も全体予算の12%をかけて行われた。また、その具体的な調査内容は、2015年度、2016年度とは変わっていた。それまでが文化財に関する調査であったのに対し、「日本遺産の情報発信・普及啓発に必要な嗜好性などの調査」といったいわゆるマーケティング調査が中心となった。2015年度認定地域、2016年度認定地域が行ってきた取組、特に情報発信について一市場のニーズを調査しないままの大きな予算をかけた事業が乱立したことが理由である。調査の結果を踏まえて、

地域のニーズに即した事業を行っていくことが強調された。2017 年度に行われた調査研究の内容は、具体的には以下のとおりである（表 9）。

内容	金額
外国人観光客受け入れ事業	4,882,000円
ターゲットリサーチ業務	3,400,000円
地域資源潜在力調査	5,039,280円
足袋蔵等再生活用のマーケティング・リサーチ	2,320,272円
マーケティング調査	7,711,200円
観光に関する現況調査	3,033,796円
嗜好性調査事業	2,346,300円
二次交通実証調査事業	6,741,900円
マーケティング調査	5,000,400円
日本遺産潜在力等調査業務	5,899,800円
観光動態等調査	5,500,000円
マーケティング調査、テーマ・コンセプト設定、テーマ別観光コンテンツ制作	7,781,400円
マーケティング調査事業	2,197,800円
旅行商品開発に向けた嗜好調査	1,994,014円
専門家によるマーケティング調査	4,790,000円
嗜好性等に関する調査分析等事業	5,000,000円
潜在力等調査	4,438,800円

（表 9）2017 年度認定地域が初年度に行った調査研究

（文化庁の資料に基づき著者作成）

しかしこの取組にも、ひとつ構造的な問題があった。先述の通り、認定の発表が4月下旬～5月に行われた後、実際に事業を開始できるのは7月以降であった。調査研究も、実施は7月以降となる。調査の入札から、調査の設計を経て、調査の結果が出るまでは、二ヶ月以上はかかる。そうすると、調査に基づいて情報発信や普及啓発に取り組もうとすると、その取り掛かりは10月以降ということになり、とても年度内に事業が完了しない。つまり、日本遺産事業の構造上、調査は行うものの、その結果を待たずに他の事業を進めざるをえず、結果として調査を反映した取組を行うことは難しかった。

第5項 公開活用のための整備

公開活用のための整備は、案内板や説明板、展示室の整備、音声ガイドなど、文化財を公開活用するための取組である。この項目には「公開活用」とあるため、ここで議論しているような活用ではなく、あくまで公開のための活用のためのものであり、訪れた人に構成文化財を深く理解させたり、快適に見てもらうための整備が進められた。具体的には、案内板や説明板の設置、音声ガイド、無線 LAN やトイレの整備などが行われた。5 つある取組の中で、公開活用のための整備は従来の文化財行政の流れに沿ったかたちで取り組まれたものだと言えよう。しかし、日本遺産の文化財活用の文脈から言えば、公開活用にとどまらない幅広い活用への使用を認めていくべきものであっただろう。

第3節 日本遺産プロデューサー等派遣事業

日本遺産プロデューサー等派遣事業は、日本遺産事業2年目となる2016年度から2018年度までの3年間にわたり実施された事業である。各認定地域の「日本遺産」のブランド化や各専門領域（芸術・芸能・文化財活用、産品、観光、PRなど）を総合的に指導・助言などを行うプロデューサーなどを派遣し、認定された地域が抱える個別の課題やニーズを踏まえて取組の支援をする事業である。これは地域ごとに異なる課題やニーズが存在しており、個々の状況にあわせた支援体制が必要であるという問題意識があった。具体的な取組は、①プロデューサーの派遣、②相談窓口の設置、③モデルとなる取組事例の共有の実施、④プロデュースできる地元の人材の育成、⑤日本遺産の知名度を高めるための「ブランド戦略」の構築の5つから構成された¹¹³。

企画競争入札の結果、本事業は一般社団法人フュートゥラディションワオ（WAO）が受託した。日本遺産プロデューサーは、WAOからの推薦を受け、その後文化庁から嘱託された。本論文執筆者もWAOの推薦を受け、文化庁から日本遺産プロデューサーとしての嘱託を受けた。

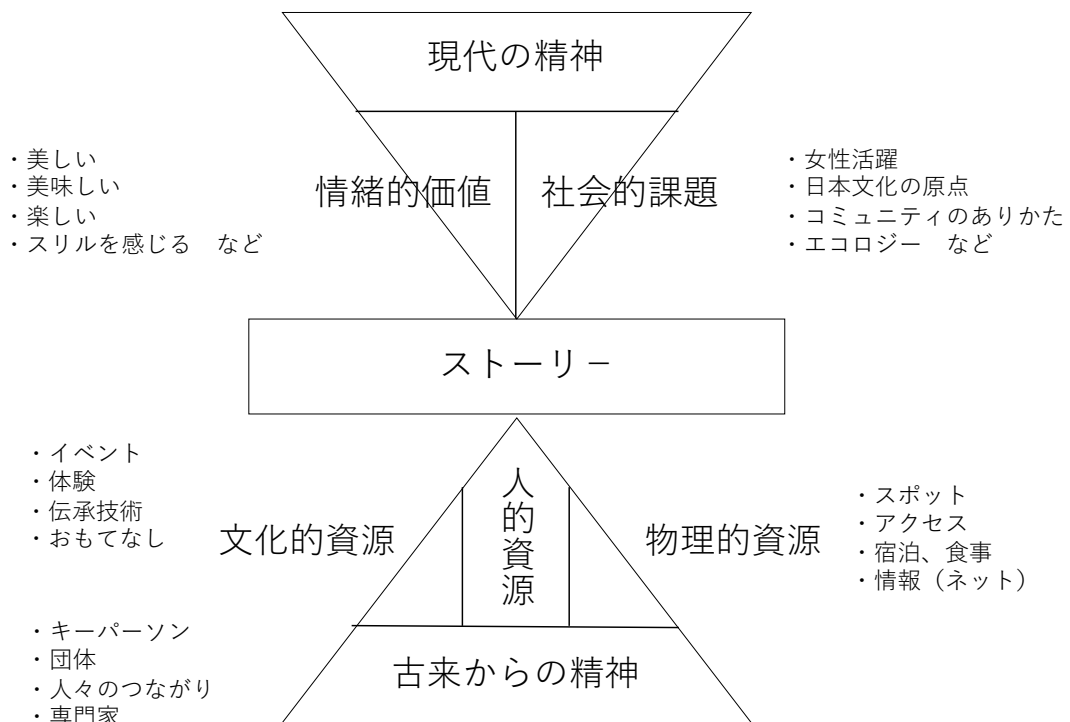
第1項 2016年度

2016年度は、4月25日に19件の新規認定地域の発表が行われた。前年の18件と合わせて、合計37件が認定されたことになった。この37地域を2回訪問し、アドバイスを行った。日本遺産プロデューサーは、生駒芳子、本田勝之助、浅雄一、小山龍介の4名がWAOから推薦され、文化庁からの嘱託を受けた。

① ヒアリングフレームワークの作成

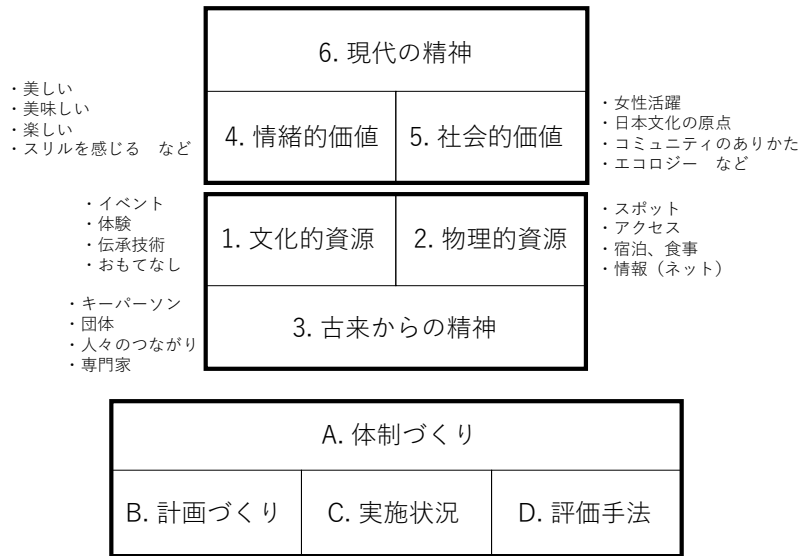
まず、地域を訪問する前に、地域のもつ課題やニーズのヒアリングを行うためのカルテづくりが進められた。まず2016年6月24日に作成したのが日本遺産フレームワークであった（図3）。現代の精神に基づく今を生きる人々の情緒的価値と社会的課題があり、そ

れが古来からの精神に基づいて地域に存在する文化的資源、人的資源、物理的資源が存在し、その接点に日本遺産のストーリーが生まれているという図である。



(図3) 日本遺産フレームワーク (日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

このフレームワークに、さらにヒアリングの際に聞く必要のある体制づくりや計画づくり、実施状況、評価手法という要素を加えたのが、日本遺産ヒアリングフレームワークであり (図4)、その具体的な質問項目を列挙した (図5)。



(図4) 日本遺産ヒアリングフレームワーク

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

1. 文化的資源
 - 祭りなどの体験型イベントはありますか？
 - 伝統芸能、伝統工芸の技術、民間風俗の無形文化はありますか？
 - 若者による文化の伝承活動はどのようなものがありますか？
2. 物理的資源
 - 観光スポット、文化施設（博物館、美術館など）はありますか？
 - 観光スポット
 - 文化施設
 - 宿泊施設、食事処、アクセスなど外部受け入れ施設は十分ありますか？
 - 宿泊施設
 - 食事
 - アクセス（駐車場、公共交通機関）
 - コミュニティスペースなど地域内部の交流を促す施設はありますか？
 - コミュニティスペース
 - 情報を集約する事務局
 - 情報を発信するインフォメーションセンター
3. 古来からの精神
 - 今に残る精神的な資産をひとことという、何ですか？
4. 情緒的価値
 - 訪れた人が感じる情緒的価値（美しい、楽しい、スリルを感じる、すがすがしい、美味しいなど）はどのようなものがありますか？
 - その価値は、どのような人にとって一番、高い価値がありますか？（ターゲット：富裕層、シニア、歴史好き女性、マニアック男子など）
 - その価値はどのような体験を通じて、どのタイミングで得られますか？
 - 再び訪れたいと思うタイミングはどのような瞬間ですか？
5. 社会的価値
 - 訪れた人が感じる社会的価値（女性活躍、日本文化の原点、コミュニティのありかた、エコロジーなど）はどのようなものがありますか？
 - その価値は、どのような人にとって一番、高い価値がありますか？（ターゲット：富裕層、シニア、歴史好き女性、マニアック男子など）
 - その価値は、訪れた人の生活にどのような影響を与えますか？
 - その価値は、現代の人々の価値観にどのような影響を与えますか？
6. 現代の精神
 - 現代に通じる精神的な価値をひとことという、何ですか？
- A) 体制づくり
 - 地域をまとめるリーダーは存在しますか？
 - 地域の価値や新しいアイデアを形にするプロデューサーやデザイナーはいますか？
 - 民間や関係団体を交えた組織体制はどうなっていますか？
 - 実行するに十分な組織体制となっていますか？（丸投げになっていませんか？）
 - プロジェクトを進めるためのコミュニティづくりをどのようにおこなっていますか？
- B) 計画づくり
 - 課題の把握はできていますか？
 - 3カ年の計画はどうなっていますか？
 - 長期的な目標や目的は設定されていますか？
 - 計画の地域内共有はどのようにおこなっていますか？
- C) 実施状況
 - 日本遺産に関連付けて、どのような商品やサービスを開発していますか？
 - 日本遺産に関連付けて、どのようなイベントを実施していますか？
 - 日本遺産に関連付けて、地域ブランディングをどの程度、実施していますか？
 - 日本遺産に関連付けて、広報・PRをどのように実施していますか？
 - 日本遺産に関連付けて、ふるさと納税などのメニュー開発をしていますか？
- D) 評価手法
 - 評価基準を設定していますか？
 - 人材育成基準
 - 広告換算効果
 - 観光客の入込数
 - ふるさと納税
 - ウェブサイトのPV、SNSのいいね！数
 - ブランディングの実行レベル評価
 - 評価を地域内でどのように共有していますか？
 - 評価を受けて計画を変更するPDCAサイクルは確立されていますか？

（図5）事前質問項目（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

② 日本遺産プロデューサーによるアドバイス業務

第一回の日本遺産プロデューサー派遣は、8～10月に行われた。この派遣ではまず、現地の視察を行い、事前質問項目への回答も参照しながら各認定地域が抱えている課題をヒアリングし、アドバイスを行った。2015年度認定地域については、前年度に二年目である2016年度に行う取組がすでに確定し、訪問時には事業が開始されていた。そのため、取組の変更は原則としてできなかった。一方、2016年度に新規認定された地域についても、訪問前の7月の段階で取組内容はすでに決まっており、訪問した8～10月の段階ではすでに事業が進んでいたため、こちらも大きな計画変更は事実上、難しかった。第3章で見えてきたように、2016年度まで情報発信に過大な事業費が当てられていたことを日本遺産プロデューサーは認識していたが、それを追認せざるを得ない状況であった¹¹⁴。

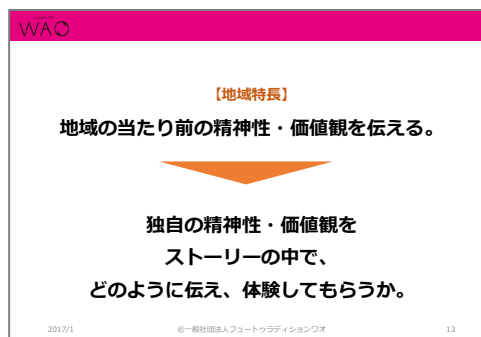
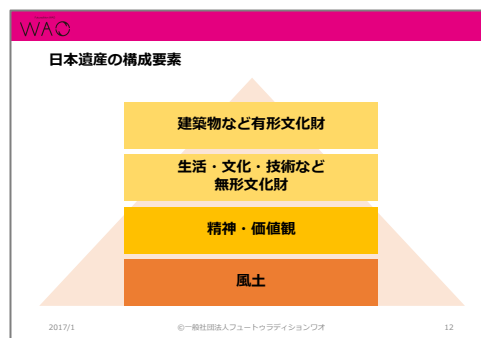
第二回目の訪問は、11月～1月に行われた。翌年度の事業はまだ確定していないため、変更は可能であった。日本遺産プロデューサーからは、一回目のヒアリングの情報を踏まえて、さまざまな取組の提案を行った。一部地域においては、取組アイデアを出すためのワールドカフェ形式のワークショップを実施した。

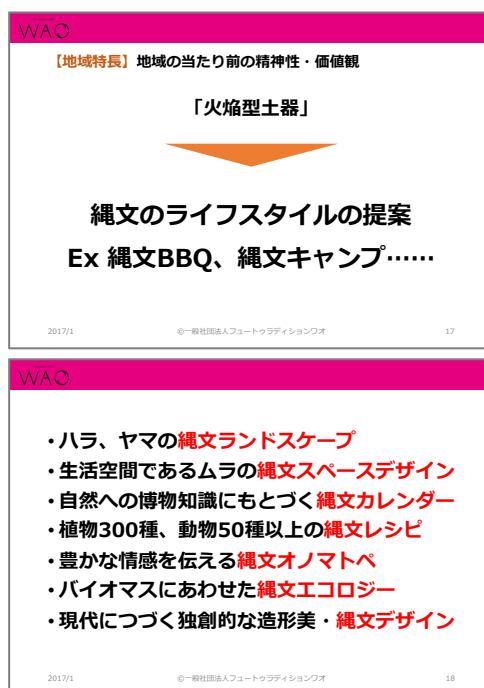
たとえば、「なんだ、コレは！」信濃川流域の火焰型土器と雪国の文化（以下、「火焰型土器」）の認定地域では、第一回目のヒアリングを2016年9月9日に行い、このときには、津南町のエリアを中心に構成文化財の視察を行うとともに、新潟市、長岡市、十日町、津南町の担当者から課題のヒアリングを行った。その後、日本遺産プロデューサーから他の地域の取組を紹介したり、日本遺産の考え方として構成文化財の根底にある精神性や価値観、風土といったものに基づいて、柔軟に発想することの重要性を指摘した。

具体的には、日本遺産プロデューサーは次のような発言を行っている。「火焰土器だけで人を呼ぶのは難しい。そこから派生させて、縄文の精神、縄文文化の抽象的なメッセージにして広げる必要がある。争いがなかったと言われる平和な縄文の哲学や精神性を、現代にも有効な知恵として伝えていくことが必要。その際、入口をどう工夫するかが重要で、

入口はできるだけ多くの人に伝わるようにし、その後、奥行きを伝えていくことが重要だ¹¹⁵。」

第二回目の訪問は2017年1月16日に開催、このときには長岡市役所のあるアオーレ長岡において、ワールドカフェ形式のワークショップを行い、翌年度以降にどのような取組を行うべきかを検討した。ワールドカフェとは、四人一組の島に分かれた参加者が自由にアイデアを発言し、メンバーをときおりシャッフルして、アイデアの他家受粉を促す会議手法である。まるでカフェのような雰囲気では話をすることで、制約なくアイデアを引き出し、メンバーが入れ替わることでアイデアの交換も促進するのである。このときには、「火焰型土器」から縄文のライフスタイル提案を行うことの重要性を指摘した上で（図6）、2050年の縄文体験をテーマに行った。このワークショップには23名が参加したが、メンバーには自治体の日本遺産担当のほかに、地域の重要なプレイヤーである民間企業からも参加があった。





(図6) 第二回訪問時の資料の一部 (日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

このワールドカフェの参加者によって模造紙には数多くのアイデアが書き込まれ、そこから66個の「縄文体験」のアイデアを抽出した。さらにそれらを17の領域にマッピングした「縄文体験マップ」ができあがった(図7)。ここから最終的に、23の縄文体験のコンセプトシートが生まれた(図8)。



(図7) ワールドカフェによって生まれたアイデア群「縄文体験マップ」¹¹⁶

(日本遺産プロデューサー小山龍介撮影)



(図8) アイデアをもとに作成された具体的な縄文体験コンセプトシート¹¹⁷

(日本遺産プロデューサー小山龍介撮影)

このコンセプトシートの一部のアイデアは、翌年度以降に実際に実施に向けて取り組ま

れた。日本遺産認定地域にある企業に訪問し、縄文体験を提供するためのイベントの実施やプログラムの開発などの相談を行った。日本遺産プロデューサーからの一方的なアドバイスではなく、このように地域の担当者や地域の民間企業からのボトムアップによるアイデア創出によって行われた。

ただし、この年のアドバイス業務には限界もあった。補助金の6割近い約4000万円がすでに使われていたため、2015年度認定地域については3年目の約1000万円、2016年度認定地域については2年目の約2000万円、3年目の約1000万円についてのアドバイスにとどまった。取組初年度からのアドバイスは、次に見ていく2017年認定地域以降の課題となった。

③ 評価手法の確立

この二回目の訪問では、もうひとつ重要な役割が日本遺産プロデューサーに与えられた。それが地域の評価であった。すでに触れたように2021年度からは認定取消制度が実行されているが、こうした取り消しについては、たとえば2004年に世界遺産に登録されたドレスデン・エルベ溪谷が、ヴァルトシュレスヒェン橋の建設によって文化的景観が損なわれたとして2009年に抹消されたケースや、日本ジオパーク認定地域に対して、4年に一度、活動がしっかりと行われているかどうかを判断する再認定審査制度を実施するなど、さまざまな前例があった。そのため、2016年の段階においてすでに、取組が不十分な地域については認定取消制度を導入する検討を行うことは、当然のことだろう。そのため、ここで行う日本遺産プロデューサーの地域の評価は、認定取り消しの判断にもつながる可能性のある、重要な意味をもつものであった。

訪問する中で浮かび上がってきた地域の課題をもとに、各地域の日本遺産の取組を評価する活動評価基準を作成した(図9)。最初の1-1~1-7までは、経営コンサルティング会社のマッキンゼー&カンパニーが提唱した組織の7Sと呼ばれるものがベースとなっている(図10)。これは組織を作る上で重要となる、戦略(Strategy)、組織(Structure)、

制度 (System)、価値観 (Shared Value)、人材 (Staff)、スキル (Skill)、運営スタイル (Style) の頭文字 S をとったものである。協議会の活動を評価するのに、まずは組織としての課題をみていく必要があるという問題意識から設定された。後半の 2-1~2-4 までの 4 つの評価は、バリューチェーンと呼ばれる価値を生み出す連鎖を意識して作られている。通常の企業であれば、仕入れ、製造、出荷、マーケティング・販売、アフターサービスなどの一連のプロセスを通じて顧客に価値を提供しているが、日本遺産事業においては、主な文化財活用目的である観光事業を念頭に、サービスを提供するためのインフラ、実際のサービス内容とその品質管理手法やノウハウ、そうしたサービスを企画・発信するためのマーケティング、マーケティングに必要な PR の素材・コンテンツという 4 つの指標で評価を行った。こうした評価指標は、いずれも一般企業の経営を評価するためのものをベースとしている。それを協議会にも適用したのは、持続可能性のある事業とするためには、こうした経営視点での協議会運営評価が欠かせないという考えからであった。

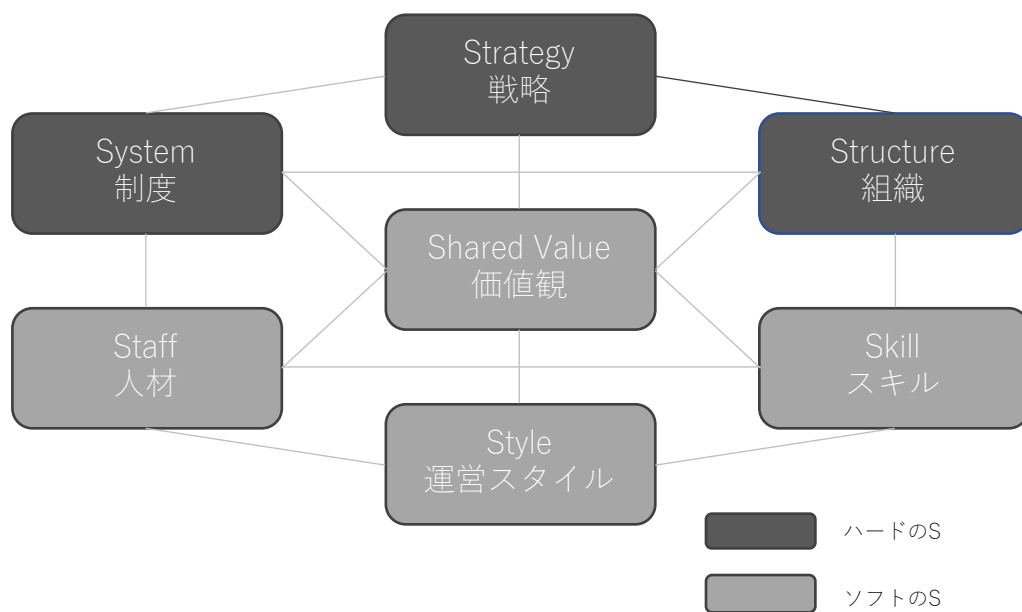
1. 組織的資源

- 1-1. 戦略 長期的計画
- 1-2. 組織 継続に向けた組織づくり、地元企業の巻き込み
- 1-3. 制度 継続に向けた制度の導入
- 1-4. 価値観 (精神) 共有すべき精神の可視化・文章化
- 1-5. 人材 プロデューサー人材の育成、ガイドの育成
- 1-6. スキル 企画、実施、プロモーションなどにおける組織的スキル
- 1-7. 運営スタイル 意思決定プロセス、実施プロセス、情報発信プロセスなどの整備

2. バリューチェーン上の資源

- 2-1. インフラ 宿泊施設、駐車場、看板などの充実
- 2-2. サービス サービスの標準化、品質向上のためのノウハウなど
- 2-3. マーケティング 情報発信メディアの整備、メディア関係者とのコネクションなど
- 2-4. PR素材 ロゴや写真などのビジュアル素材、文章・外国語化などのテキスト素材

(図 9) 活動評価の基準 (日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

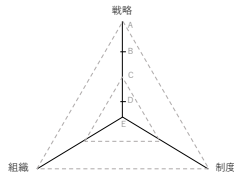


(図 10) マッキンゼーの 7S

これをもとに作成されたが、活動評価シートであった (図 11)。このシートを元に各地域の状況を文化庁へ報告した。この活動評価シートは、次の 11 の指標からなるもので、それぞれについて A~E の評価をし、現状と次年度以降の対策、プロデューサーからのコメントを付した。

地域名

■戦略・組織・制度



戦略 長期的計画
組織 継続に向けた組織づくり、地元企業の巻き込み
制度 継続に向けた制度の導入

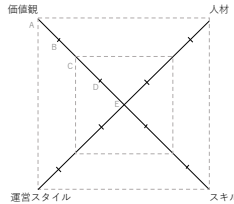
現状

次年度以降の対策

コメント

地域名

■価値観・人材・スキル・運営スタイル



価値観（精神） 共有すべき精神の可視化・文章化
人材 プロデューサー人材の育成、ガイドの育成
スキル 企画、実施、プロモーションなどにおける組織的スキル
運営スタイル 意思決定プロセス、実施プロセス、情報発信プロセスなどの整備

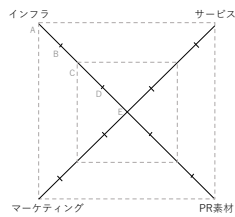
現状

次年度以降の対策

コメント

地域名

■価値をうみだすための資源



インフラ 宿泊施設、駐車場、看板などの充実
サービス サービスの標準化、品質向上のためのノウハウなど
マーケティング 情報発信メディアの整備、メディア関係者とのコネクションなど
PR素材 ログや写真などのビジュアル素材、文章・外国語化などのテキスト素材

現状の資源

次年度以降に獲得する資源

コメント

(図 11) 活動評価シート (日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

④ 地域間ネットワークとノウハウ共有

2016年11月には、ブロック会議と呼ばれる、認定地域が抱えている課題を協議会同士が共有し、取組事例を共有する取組が行われた。この会議の目的は、地域の課題とその解決策の共有を行いながら、日本遺産認定地域同士の連携の促進を図ることであった。そのため、3つのエリアに分けて東京で2回、福岡、京都で各一回の全4回実施され、近隣の認定地域が集まって行われた。

ブロック会議の中では、最初に自己紹介を兼ねて各地域の担当者が抱えている課題を発表し、その後、日本遺産事業を推進する上で欠かせないノウハウを提供。その後、先進事例を参考に2年目以降、補助金事業終了後の4年目までの取組を時系列に整理するワークショップ等を行った。



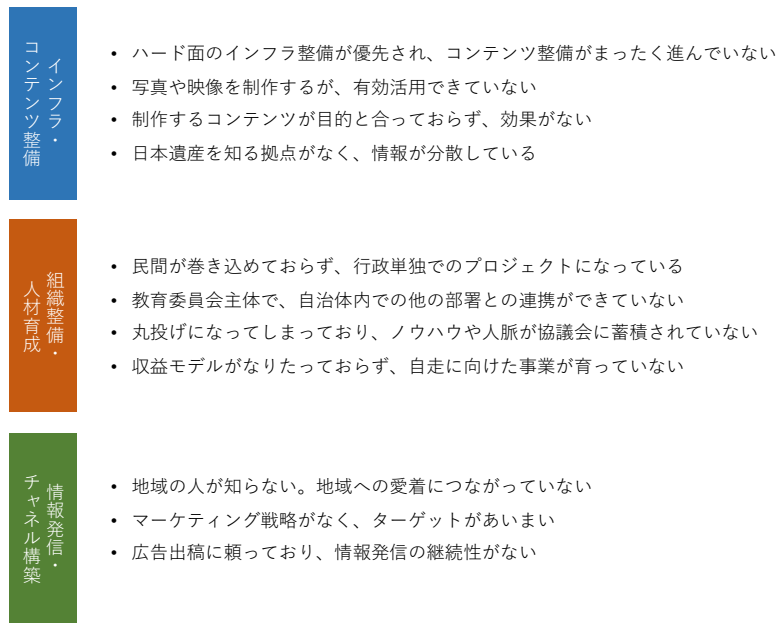
(図12) ブロック会議の様子

第2項 2017年度

2017年度は、4月28日に17件の新規認定が発表され、すでに認定されている地域をあわせ、認定地域数は54件となった。2年目となる日本遺産プロデューサー等派遣事業も2016年度同様、企画競争入札を経てWAOが受託した。2016年度は7月から開始となった本事業は、2017年度は4月からの開始となった。2016年度の活動で得られた知見を踏まえて、より充実した事業にしていくための取組が行われた。認定地域も増えたため、日本遺産プロデューサーは、2016年度から引き続き担当する生駒、本田、小山の3名に加え、2017年度から木場かおり、小川和が加わった。2016年度の経験があるということで、2017年度の新規認定地域は、生駒、本田、小山が担当することになった。

① 3年間の取組モデルと事業スケジュールモデルの確立

2016年度のプロデューサー派遣を通じて、認定地域の抱えている課題がある程度共通していることがわかってきた。そこで日本遺産プロデューサーの地域訪問に先立つ4月に、取組の領域を「インフラ・コンテンツ整備」「組織整備・人材育成」「情報発信・チャンネル構築」の3つの領域に分け、それぞれに課題をリストアップした(図13)。



(図 13) 地域の抱えている課題の整理 (日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

そして、この課題を解決するための3年間での取組モデルを作成することになった。まず2017年3月21日の段階では、3つの課題領域に対して、1、2、3年目に行うべき取組を時系列に整理し、その進捗を評価するための指標の例を示した(図14)。日本遺産プロデューサーの一回目の地域への訪問においては、このモデルを参照しながらアドバイスを行った。

■ 3年間の取り組み（モデルプラン）

	1年目	2年目	3年目
コンテンツ整備 ・ インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域コンセプトづくり ■ 指標策定と調査実施 ■ 地域リソースの可視化 ■ ハード面の最低限のインフラ整備 ■ 最低限のウェブサイトの製作 ■ 情報の多言語化対応（基本情報） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ コンセプトに基づくモデルルート策定 ■ 映像・写真・ロゴ開発 ■ ウェブサイトの追加コンテンツ作成 ■ 情報の多言語化対応 	<ul style="list-style-type: none"> ■ モニターツアーの実施 <p>指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客やモニターツアーへの満足度 ・ 日本遺産ストーリーへの理解度 ・ 観光客の入込数
組織整備 ・ 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ■ 協議会運営の活性化 ■ 日本遺産活用ワークショップの実施 ■ 地域魅力の可視化と協議会内での共有 ■ 個人サポーターの組織化・教育の実施 ■ 法人パートナーの組織化・協業の開始 ■ 地域プロデューサー候補の探索 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本遺産を活用した事業の支援 ■ 収益事業のトライアル ■ 個人サポーターの活躍の場の提供 ■ 地域プロデューサーの育成 ■ 個別ノウハウ（PR、情報編集、事業化等）の獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自走に向けた収益事業の開始 <p>指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関連する新規事業・商品の案出件数 ・ 日本遺産サポーター、パートナー数 ・ 協議会の収益額（ふるさと納税額等）
情報発信 ・ チャネル構築	<ul style="list-style-type: none"> ■ マーケティング戦略の立案 ■ 地域への認知向上施策の実施 ■ 小中学校での普及啓蒙 ■ 大学生や若者の巻き込み ■ マスコミの巻き込みとネットワーク化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ PRツールの作成 ■ SNSなどの情報発信チャネルの整備 ■ マスコミを通じた情報発信の実践 ■ ニュースになるようなイベントの実施（ただし継続性のある企画） 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光誘客のPR活動 <p>指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域を誇りに思う人の率や認知度 ・ PVやいいね！数などのエンゲージメント ・ 媒体での露出（広告換算効果）

（図 14）3年間の取組モデル初期（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

その後、2017年9月には、さらに7つの領域ごとに11～12の取組を例示した詳細版へとアップデートされた（図 15）。初期のものに加えて、必須で行うべき取組、推奨される取組といった優先順位も加えられた。また、各年度の取組のテーマも示され、たとえば組織整備においては、1年目の「実行力のある協議会の組織化」という段階から、2年目には、「協議会の自走に向けた活性化」、さらに3年目には「協議会の自走」というふうに、各年度の目標が設定された。

	1年目	2年目	3年目
1 組織整備	実行力ある協議会の組織化 ★プロジェクトリーダーの決定（熟慮ある人、できれば専任） ★民間主体のテーマ別ワーキンググループの設置 ★関係する部局・地域による定例の連絡会議の設置 <input type="checkbox"/> 個人サポーターの組織化（ガイドを含むが、限らない） <input type="checkbox"/> 法人パートナーの組織化（協賛による資金調達）	協議会の自走に向けた活性化 ■サブリーダーを設置し次期リーダーを育成 ■ワーキンググループ提言の実行（責任者を明確化する） <input type="checkbox"/> 収益事業の実施（ふるさと納税含む） <input type="checkbox"/> 個人サポーターの活躍の場の提供 <input type="checkbox"/> 法人パートナーとの協業	協議会の自走 <input type="checkbox"/> 民間主導での協議会運営と事業の実施 <input type="checkbox"/> 事業収益による自走 指標 ・個人サポーター、法人パートナー数 ・協議会の収益額（協賛金、ふるさと納税額等）
2 戦略立案	仮説の立案と調査の実施 ★地域の未来の姿を可視化し協議会で共有（20-30年後） ★地域の長期的構想への組み込み（歴史文化基本構想含む） ■マーケティング調査の実施 <input type="checkbox"/> 競合となる地域の調査と分析 <input type="checkbox"/> コンセプトを実現する中長期戦略の策定	調査を受けてのコンセプト確定とブランド戦略立案 ■調査にもとづき地域コンセプトを確定 ■マーケティング戦略策定と成果指標の設定 <input type="checkbox"/> 地域コンセプト実現のための各種ガイドライン作成 <input type="checkbox"/> 地域ブランド力・認知度調査（ブランド戦略確立が前提）	3年目の現状把握と戦略の柔軟な更新 <input type="checkbox"/> 成果測定とマーケティング戦略の見直し <input type="checkbox"/> コンセプト実現のための中長期戦略の改定 指標 ・ブランド力、ブランド認知度 ・地域コンセプトの浸透度（地域内、外）
3 人材育成	地域プロデューサーの育成と事業化の推進 ★地域プロデューサーの探索・組織化（多職種から複数名） ■地域プレイヤーの探索・組織化（ガイドを含む） <input type="checkbox"/> プロデューサー育成のための研修・視察等への派遣 <input type="checkbox"/> 日本遺産活用の民間事業者向けワークショップの実施 <input type="checkbox"/> 民間による関連事業の支援（広報支援、各種調整など）	地域プロデューサーの活躍と民間事業の支援 ■地域プロデューサーの活動の活性化 ■地域プレイヤーの育成（日本遺産ガイド育成を含む） <input type="checkbox"/> 地域内の成功事例の吸い上げと共有（勉強会など） <input type="checkbox"/> 民間による関連事業の支援（広報支援、各種調整など）	地域プロデューサーによる事業 <input type="checkbox"/> 地域プロデューサー主導の事業立ち上げ <input type="checkbox"/> 地域プレイヤーの活躍の場の設定 指標 ・地域プロデューサー数 ・地域プレイヤー数 ・地域活性化の活動の頻度（ワークショップ数など）
4 整備	ストーリーを伝える整備の実施 ■ストーリーを体験するための説明版・案内板の設置 ■ストーリーを支えるサブストーリーの抽出 ■構成文化財を後世に引き継ぐための取組 <input type="checkbox"/> 民間施設・事業所などによる日本遺産の盛り上げ <input type="checkbox"/> 他の部局（まちづくりなど）の整備計画とのすり合わせ	ストーリーを体験できる整備の実施 ■日本遺産センター（コーナー）などの拠点づくり <input type="checkbox"/> センターのソフト充実（サブストーリー紹介等） <input type="checkbox"/> ガイド紹介などマッチング機能の実装 <input type="checkbox"/> 体験プログラムなどの申込機能の実装	自律的な整備の仕組み化 <input type="checkbox"/> 日本遺産センター（コーナー）の自走 <input type="checkbox"/> ストーリーの継続的な磨き上げ 指標 ・観光客の満足度 ・観光客の滞在時間の増加

	1年目	2年目	3年目
5 観光事業化	第三者評価に基づく観光商品化 ■モデルルートの作成（地域コンセプト、調査に基づく） ■ワーキンググループでの観光化施策の取りまとめ ■駐車場・宿泊インフラの課題抽出と対応（民泊活用など） <input type="checkbox"/> 旅行業者等による視察ツアーの実施（事業者を厳選） <input type="checkbox"/> 関連商品（サービス・物販）開発を民間へ依頼	観光事業化の実行とガイドライン策定 ■モデルルートの磨き上げ（体験プログラムの導入） ■ワーキンググループの観光化施策の提言の実行 <input type="checkbox"/> 体験プログラム・商品開発のガイドライン作成 <input type="checkbox"/> 関連商品・サービス販路拡大（道の駅、アンテナショップ等）	広域連携による観光の魅力度向上 <input type="checkbox"/> 近隣の観光地・日本遺産認定地との周遊ルート形成 <input type="checkbox"/> 自走できるイベント・情報発信の継続 指標 ・観光客の入込数・滞在時間・消費金額（客単価） ・観光客の周遊エリアの拡大
6 普及啓発	教育活動を通じた地域の巻き込み ■小・中学校での普及啓蒙（総合学習、ガイド育成、体験など） ■地域・民間を巻き込むための普及啓蒙 <input type="checkbox"/> 高校・大学生、若者、留学生等巻き込み（大学ゼミの協業等） <input type="checkbox"/> 民間向けアイデアワークショップの実施（文化財の活用等） <input type="checkbox"/> 商品・事業アイデアコンテストの実施	教育プログラムの自走 ■教育体験プログラムの整備 <input type="checkbox"/> 社会人向け体験プログラムの提供 <input type="checkbox"/> 地域を巻き込んだ継続型イベントの実施 <input type="checkbox"/> 文化財を活用した民間事業の実施	教育プログラムの外部展開 <input type="checkbox"/> 教育プログラムの地域外・観光客への提供 <input type="checkbox"/> 民間からのプログラム開発の仕組み化 指標 ・学習体験をした生徒の数 ・日本遺産の認知度 ・民間主導のイベントの数
7 情報発信	情報の集約と効果的発信の仕組みづくり ■更新可能なウェブサイトの作成（モバイルを最優先） ■SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備 <input type="checkbox"/> マスコミ関係者などへの情報発信リストの整備 <input type="checkbox"/> 画像・動画など魅力発信の素材の集約・製作 <input type="checkbox"/> SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備	継続的情報発信と自主メディアの整備 ■定期的な情報発信の組織内プロセス整備 <input type="checkbox"/> コンテンツの多言語化・多文化化対応 <input type="checkbox"/> 民間の情報発信を支援するための講座の開催 <input type="checkbox"/> フォロワー数などを増加させる施策	民間の情報発信の仕組み化 <input type="checkbox"/> 民間からの情報発信の仕組み化（コンテンツの自然増） <input type="checkbox"/> SNSなどの継続的・双方向の活性化施策 指標 ・ウェブサイトのページビュー ・更新回数、投稿数 ・フォロワー数などのエンゲージメント数

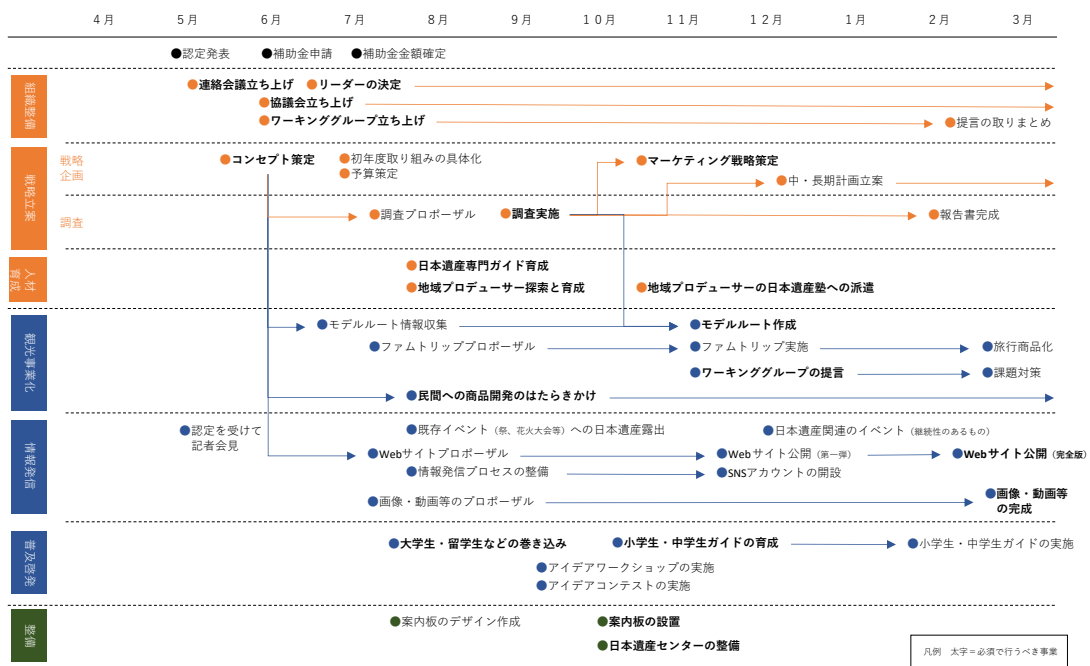
凡例 ■必須で行うべき事業 □実施が推奨される事業 ★認定前に実施しておくことが望ましい

（図 15）3年間の取組モデル詳細版（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

また、認定初年度については、かなり慌ただしいスケジュールで事業を進めなくてはならず、その段取りは工夫が必要となる。そのため、取組の前後関係を図示したスケジュール例も提示した（図 16）。特に重要なことは、コンセプト策定から調査実施、その調査結果に基づいてさまざまな取組に展開していくための段取りである。先述の通り、ほとんどの認定地域で、市場ニーズなどに関する調査研究が行われたが、その結果を事業に反映さ

せるには、スケジュールは限られていた。事業開始となる7月に、いち早く調査に関するプロポーザルを実施することで、その結果を事業に活かせるスケジュールを提示した。こうした現場で起こりうる課題に基づいた、詳細なスケジュール例になっているのは、実際に2017年度の事業を、認定地域と一緒に検討していく中で作成したスケジュールをモデルとして作成しているからであった(図17)。

2016年度においては、日本遺産プロデューサーの地域訪問の準備としてヒアリングフレームワークを用意したが、2017年度はこのように、さらに具体的な取組について議論できるモデルとして提示した。



(図16) 認定初年度の事業スケジュールモデル

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

② 取組事例のパターン・ランゲージの作成

3年間の取組モデルは、標準的なモデルということで、認定地域が抱える個別の課題に事細かく対応するようなものではなかった。そのため、取組モデルよりもさらに詳細な取組事例も用意することとした。ここで採用したのがパターン・ランゲージという考え方であった。パターン・ランゲージとは、建築家のクリストファー・アレグザンダーが提唱した建築・都市計画の理論で、さまざまなパターンと呼ばれる建築・都市の要素を組み合わせることで、誰もが設計できるようにする、いわば建築や都市設計業務の民主化を目指したものである。これまで日本のまちづくりにおいても、真鶴町の『美の基準』や川越市の『川越一番街 町づくり規範』などでも採用され、実績を上げていた。それを日本遺産にも適用しようというものであった。

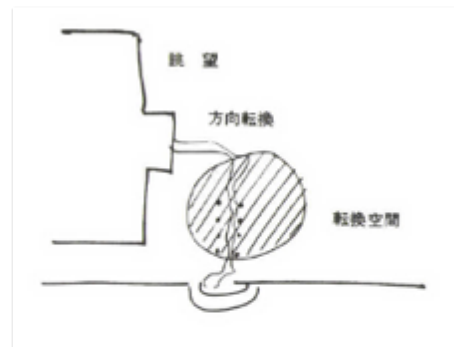
パターン・ランゲージにおいて重要なのは、パターン同士を無作為に結びつけるのではなく、一定の文脈に沿って結びつけることである。アレグザンダー自身が執筆した書籍『パタン・ランゲージ』のなかには253ものパターンが紹介されており、その組み合わせ方はほぼ無限である。建築や町の状況に合わせてパターンを選択していくことが重要であり、そのためアレグザンダーは、どういう場面でこのパターンが必要となるかという文脈や、どのようなパターンと組み合わせるとよいかということに合わせて記述している（図18）。

112 入り口での転換

街路から内部に優雅に転換する建物、それも特に住宅では、街路にじかに開いた建物より落ち着いた佇まいになる。

街路と玄関ドアとのあいだに転換空間を設けること。街路から入口への通路が、この転換空間を通りぬけるようにすること。さらに光の変化、音の変化、方向の変化、路面の変化、高さの変化、場合によっては囲いの変化を生み出す門口、とりわけ眺望の変化などによって転換空間を明示すること。

遠くを垣間見せることにより、転換空間を明示する瞬間的眺望を強調すること——**禪窓**(134)。入口を明示するために、門口や簡単な庭門を設けること——**庭園い**(173)。さらに光の変化を強調すること——**明暗のタビストリー**(135)、**格子棚の散歩道**(174)。転換は玄関ドアの鼻先さ、つまり**玄関室**(130)まで続け、**親密度の変化**(127)の開始を明示すること……



(図 18) パターン 112 入り口での転換¹¹⁸

それまでの知見を日本遺産パターンとして整理し、「魅力発見パターン」「組織化パターン」「魅力発信パターン」「拠点運営パターン」の 4 領域 30 項目のパターンを提示した (図 19)。そのひとつひとつに、そのパターンを採用すべき「状況」、その状況をどのように打開すべきかという「対策」、その対策によって期待できる「結果」、このパターンと関連のある別パターンを紹介する「参照項目」からなる要素で記述されていた。どんな優れた施策であっても、文脈を無視して適用すれば、それは効果を発揮しない。どのような状況において採用すべきかという文脈を整理した上で、モデル事例を紹介したのである (図 20)。

この日本遺産パターンは、2017 年 4 月 28 日に認定が発表されたあと、5 月 1 日に認定地域の担当者を集めた「平成 29 年度日本遺産魅力発信推進事業に向けた研修会」(以下、「日本遺産研修会」)において、認定地域に公表された。

③ 日本遺産プロデューサーによるアドバイス業務

このように、さまざまな取組モデルを準備した上で日本遺産プロデューサー派遣が行われた。認定地域を訪問するタイミングについても、2016年度から変更を行った。新規認定地域については、第一回の訪問を7月の日本遺産事業開始の前5～6月に行い、その年の取組内容、予算編成についてアドバイスできるようにした。また、翌年の事業計画を検討する11～1月に二回目の訪問を行い、次年度以降に対しても適切なタイミングでアドバイスできるスケジュールを設定した。

一方、既存の日本遺産認定地域については、2016年度に2度訪問し、その際、2017年度の取組についての指導・助言をすでに行っていることから、訪問は11～1月の一度のみとし、次年度以降の取組へのアドバイスを行うことに特化した(図21)。このように、2017年度は、メリハリをつけた派遣事業の設計となっていた。

2017年度スケジュール

凡例 ■ 会議 ■ 施策

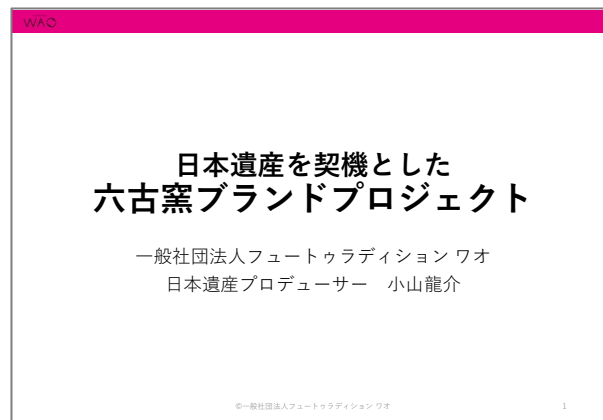
	4月	5月	6月	7月	8月	9月
認定初年度地域	<ul style="list-style-type: none"> ■モデルケースのすり合わせ ■指標設定のすり合わせ 	訪問（1回目） <ul style="list-style-type: none"> ・地域コンセプト作成 ・モデルプランの提示 ・予算立案の支援 		<ul style="list-style-type: none"> ■地域課題の共有 ■課題に対する具体的解決策の議論 		
2・3年目地域	<ul style="list-style-type: none"> ■課題のある地域の抽出 ■課題に対する具体的解決策の立案 課題 <ul style="list-style-type: none"> ・自走のための収益事業の立案 ・民間の力を利用した盛り上げ方 など 共有ブロック会議の案内		共有会議		訪問 <ul style="list-style-type: none"> ・実施状況の確認とアドバイス 	
集合研修		<ul style="list-style-type: none"> ■日本遺産塾のコンテンツ案の共有・議論 ■日本アカデミーのコンテンツ案の共有 塾・アカデミーの案内	<ul style="list-style-type: none"> ■日本遺産塾のコンテンツ確定 ■日本アカデミーのコンテンツ確定 	日本遺産塾（月1回×5回 2か所） <ul style="list-style-type: none"> ・地域プロデューサーとして必要なスキル・ノウハウの習得 日本遺産アカデミー(1) <ul style="list-style-type: none"> ・商品開発 		日本遺産アカデミー(2) <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信
認定初年度地域	<ul style="list-style-type: none"> ■地域課題の共有 ■課題に対する具体的解決策の議論 訪問（2回目） <ul style="list-style-type: none"> ・実施状況の確認とアドバイス 		個別支援 <ul style="list-style-type: none"> ・実施へのアドバイス、予算立案の支援 		補助金申請ヒアリング立会	<ul style="list-style-type: none"> ■次年度への課題の整理と対策
2・3年目地域	<ul style="list-style-type: none"> ■地域課題の共有 ■課題に対する具体的解決策の議論 訪問 <ul style="list-style-type: none"> ・実施状況の確認とアドバイス 		個別支援 <ul style="list-style-type: none"> ・実施へのアドバイス、予算立案の支援 		補助金申請ヒアリング立会	<ul style="list-style-type: none"> ■次年度への課題の整理と対策
集合研修		日本遺産アカデミー(3) <ul style="list-style-type: none"> ・事業化 		集合研修の報告		

(図 21) 平成 29 年度日本遺産プロデューサー等派遣事業スケジュール

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

具体的にどのようなアドバイスを行ったのか、「きっと恋する六古窯」（越前町、瀬戸市、常滑市、甲賀市、丹波篠山市、備前市）を見ていこう。六古窯と呼ばれる、日本古来の窯業が盛んな地域をシリアルでつなげた地域であり、典型的な産業振興型の地域である。

第一回目の訪問は2017年6月13日、場所は大阪市内にある岡山県事務所であった。日本遺産プロデューサー小山龍介は訪問に先立って取組の仮説となる「日本遺産を契機とした六古窯ブランドプロジェクト」という提案書を作成（図22）、当日はこの資料を見せながら、日本遺産で達成したい目標の共有、組織体制の在り方、具体的な取組のアイデアなどをディスカッションした。この議論は13:00~17:00と4時間にわたって行われ、提案書はブラッシュアップされた。取組案をベースに、最後は日本遺産プロデューサーから予算案を提示した（図23）。



WAO

六古窯をめざすところ

- 六古窯だから〇〇、六古窯を使っている人は〇〇というイメージをつくる
- 六古窯だから歴史があり、日本古来の精神性を伝えている→これを可視化
 - 和の精神、自然との調和（エコロジー）、季節感、スピリチュアル、歴史を継ぐ etc.（具体的なデザインではなく抽象的な価値を定義）
- 六古窯を使っている人は、本物がわかっている、生活を大切にしている、自然の中で自分らしく生きている、日本の伝統をたいせつにし次世代に伝えている
- 物見遊山の観光から、日本のものづくりに宿る精神性に触れる旅という新しい概念を定着させる

©一般社団法人フェードラデザイン工房 5

WAO

組織体制（例）

```

graph TD
    A[常滑焼] --- B[プロジェクトリーダー]
    A --- C[備前焼]
    A --- D[瀬戸焼]
    A --- E[丹波焼]
    A --- F[信楽焼]
    A --- G[越前焼]
    C --- C1[情報発信・P・S・N・S]
    D --- D1[イベント実施]
    E --- E1[写真・映像制作]
    F --- F1[案内板整備・ポスター整備]
    G --- G1[ガイド作成・学習教材作成]
  
```

©一般社団法人フェードラデザイン工房 5

WAO

イベント実施

- 巡回展の実施
- アンテナショップや協力してくれる小売店を通じて、「六古窯フェア」を各地で実施する
- 自走できるイベントを企画し、来年度実施に向けて準備する

©一般社団法人フェードラデザイン工房 7

(図 22) 「日本遺産を契機とした六古窯ブランドプロジェクト」
(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

マーケティング調査	3,000,000
ブランディング	1,500,000
クリエイティブディレクター	1,000,000
ウェブサイト	7,000,000
写真（6地域）	1,500,000
ものづくり映像	5,000,000
リーフレット・のぼり	4,500,000
看板	7,160,000
企画展	7,820,000
パネルディスカッション	1,250,000
事務経費	1,000,000
	40,730,000

(図 23) 第一回訪問時に作成した予算案

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

このときの取組案に基づいて、たとえばクリエイティブディレクターによるリーダーシップが発揮できる体制が整えられた。無印良品のインハウスデザイナーとして生活雑貨の企画・デザインを行った実績を持ち、2016年から常滑市陶業陶芸振興事業推進コーディネーターを務めていた高橋孝治が、六古窯日本遺産活用協議会クリエイティブディレクターに就任し、ウェブサイト、パンフレット、ドキュメンタリー映像など、制作物の統括を行うことで、統一性のある情報発信を行うことができた。その成果のひとつが、6つの地域を窯の火に立てて作られた、六古窯のロゴである（図 24）。千年の歴史を持ち、今なお活発に活動する焼物の産地の風景を想起させる世界観が、このロゴによって示された。

ひとつ指摘しておきたいのは、申請時の「きっと恋する六古窯」というタイトルは、この段階で「旅する、千年、六古窯」へと修正されているという事実である。申請時のストーリーやそのタイトルが、実際に日本遺産の取組を行っていくなかでそぐわなくなるということは、現実的に起こりうる。それは、民間プレイヤーも巻き込みながら地域活性化を議論していく中で、たとえばマーケット調査の結果、ストーリーやタイトルが十分に地域の魅力を伝えていないということが判明することもある。六古窯はそうしたケースのひとつであった。



旅する、千年、六古窯
火と人、土と人、水と人が出会った風景

(図 24) 六古窯のロゴ (六古窯日本遺産活用協議会)

もうひとつ、「森林鉄道から日本一のゆずロードへ」というストーリーで認定された高知県中芸地域（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）のケースを見てみよう。規定の2回の訪問以外にオンラインミーティングを組み合わせることによって、日本遺産プロデューサーが取組内容により深く関与することのできたケースである。

一回目の訪問は2017年6月2～3日だった。初日は、認定地域の構成文化財を訪問し、そのまま馬路村に宿泊、2日目は打ち合わせを通じてアドバイスをを行った。この地域は、もともと森林鉄道の保存活動が盛んで、日本遺産に申請するにあたって特産品であるゆずに脚光をあてたという経緯があった。そのため、森林鉄道を軸にするのか、ゆずを軸にするのかという点で、十分合意が取れている状況ではなかった。そうした協議会内での合意形成を意識しながら、次のようなアドバイスをを行った。（ここに記載している内容は、文化庁に提出した訪問内容報告書の内容を、表現を一部わかりやすく書き換えたものである。）

- ・ ゆずと鉄道の位置づけを最初にはっきりさせる。入り口として、ゆずは魅力的で入り

やすい。森林鉄道はその後、奥行きとして提供する。コンテンツの役割分担が重要である。

- ・ 鉄道はまだ観光ルートとしては手付かず。落石の危険もあり、入れない場所もある。そのなかで来てもらうための魅力ポイント、スポットを整備する必要がある。
- ・ 風景を楽しむ、ゆずカフェを点在させ、巡ると地域ごとに違う風景が楽しめるような工夫ができるだろう。ゆずカフェは大掛かりなものでもなくとも、ベンチだったり、ゆずの自動販売機（無人）があってもいい。設備より、魅力的な「名前」が重要。鉄道はこの風景の一部になる。足水カフェ（川の冷たいせせらぎに足を浸しながらゆずジュースを飲む）とか。
- ・ ゆずロードの定義。ブランドの定義が共有されることが必要。ゆずロードはどんなキャラクター？ やさしい？ 素朴？ そうしたブランド要素についての議論をする必要がある。なぜなら、ゆずは幅広い可能性を持っているからだ（食、化粧品や美容、宿泊）。ブランドの観点から、やらないこと、やってはいけないことを決めることも大切。

また、協議会の組織運営についても、次のようなアドバイスをを行った。

- ・ シリアル型は地域ごとにばらつきがある。ここに大きな場を作るのが重要。隣同士の足の引っ張り合いではなく、誘客装置として機能するような場作りが必要。
- ・ 協議会の中でプロデューサーを決める。
- ・ テーマごとの分科会活動を推進する。分科会は、「ゆず部会」「りんてつ部会」（森林鉄道保存会）など、部会の名前をつけたときにメンバーが思い浮かぶようにする。

このときのアドバイスした内容は、たとえば2017年11月16日に、高知大学地域連携推進センター特任講師であり地域コーディネーターでもある赤池慎吾が日本遺産協議会プ

ロデューサーに就任するなど実行されたものも多かった。赤池は、中芸5町村の調整や現場の意見の吸い上げ、高知大学の学生の巻き込みなど、精力的に活動した。たとえば、高知大学の「国際社会実習（国内調査実習）」として、「中芸地域の日本遺産のサブストーリーを発掘しよう」というプログラムを開催、高知大学の学生たちによる地域の物語の発掘にも取り組んだ¹¹⁹。

第一回の訪問一ヶ月後には、協議会の主要メンバーと7月4日に1時間、7月11日に2時間の2回、オンラインミーティングを行った。これは、日本遺産プロデューサー派遣の枠組みにはないものではあったが、具体的に取組を決定していくのに必要だという判断のもと、行われたものである。このミーティングでは多くの実質的な取組案が決定されていた。たとえば7月4日のミーティングで、日本遺産プロデューサーである小山が紹介したオンパク手法に協議会メンバーが興味を示すと、翌週の7月11日のミーティングでは、実際にオンパク手法を能登半島で実践した谷内博史を交えて打ち合わせを行うなど、日本遺産プロデューサーの支援を受けて短期間のうちにさまざまな取組を進めた。その成果については、第5章日本遺産の地域活性化事例で詳しく紹介する。

いずれのケースも、2016年度に比べて日本遺産プロデューサーの関与する範囲が広がり、またその関与度合いも深まったことがわかる。その結果、すでに見てきたように過度の情報発信偏重の予算配分が改められるなどの一定の成果を上げた。

④ 取組状況の評価観点

さて、第二回目の日本遺産プロデューサーの訪問では、2016年度同様、各認定地域の取組状況に対する評価を行った。後述するが、2017年度はフォローアップ委員会が行われ、そこで認定地域へフィードバックが行われることが決まっていた。この年の評価は、そこでの資料として使われることがわかっていたため、評価基準が日本遺産プロデューサ

一ごとにバラバラなものにならないよう、より具体的な評価の観点を示した。それぞれ2～3の観点をもつ7つの領域で構成されている（図25）。

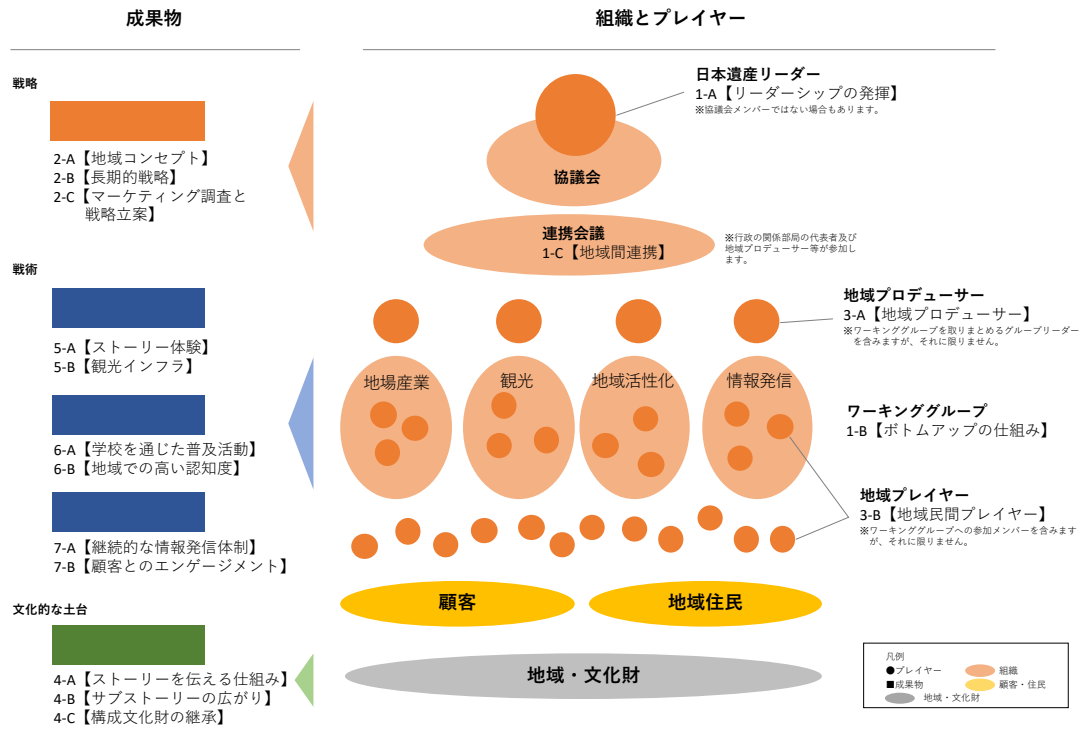
1 組織整備	<input type="checkbox"/> 1-A【リーダーシップの発揮】 協議会に事業を進めるリーダーがおり、迅速で大胆な意思決定ができています。また、リーダーがリーダーシップを発揮できる環境が整っており、積極的な取り組みをしています。 <input type="checkbox"/> 1-B【ボトムアップの仕組み】 民間主体のワーキンググループや部会が組織されており、ボトムアップの仕組みが整備されている。民間主導でさまざまな事業が動いている。 <input type="checkbox"/> 1-C【地域間連携】 自治体内での他の事業との連携がされており、シリアル型であれば認定地域間での連携による取り組みが行われている。連携会議などの情報や課題共有の仕組みが整っている。	4 整備	<input type="checkbox"/> 4-A【ストーリーを伝える仕組み】 日本遺産のストーリーを伝える案内が十分行われており、訪問者が深く理解できている。ストーリーに基づいた案内板整備、日本遺産センター（コーナー）の整備ができています。 <input type="checkbox"/> 4-B【サブストーリーの広がり】 ストーリーが深掘りされており、個別の具体的なストーリー（サブストーリー）が抽出できている。また、メインのストーリーもブラッシュアップされている。 <input type="checkbox"/> 4-C【構成文化財の継承】 日本遺産を体感するための構成文化財を後世に引き継ぐための取り組みが進められている。また、民間の協力の下、官民一体となって取り組んでいる。
2 戦略立案	<input type="checkbox"/> 2-A【地域コンセプト】 明確な地域コンセプト、ターゲット顧客の絞り込みが行われており、目的に適した計画が立てられている。 <input type="checkbox"/> 2-B【長期的戦略】 長期的な戦略が立てられており、地に足付いた取り組みが行われている。まちづくりや地域振興の視点も取り入れ、地域振興のなかに日本遺産が位置づけられた長期的戦略が策定されている。 <input type="checkbox"/> 2-C【マーケティング調査と戦略立案】 戦略立案の前提となるマーケティング調査がしっかり行われており、的確な戦略を立てられている。ターゲット顧客と地域の魅力の源泉が何なのか把握できている。	5 観光事業化	<input type="checkbox"/> 4-A【ストーリー体験】 ストーリーが説得力ある形で体験できる仕掛けがある。ストーリーを中心に据えたモデルルート作成、体験プログラム提供ができています。 <input type="checkbox"/> 4-B【観光インフラ】 宿泊、食事、交通などが整備され、立体的な観光体験を提供するためのインフラ上の課題を民間と共有し、解決への取り組みが積極的に行われている。
3 人材育成	<input type="checkbox"/> 3-A【地域プロデューサー】 プロジェクトを主体的に実行できる地域プロデューサーがおり、地域プレイヤーを兼ね、民間の活動が活性化している。 <input type="checkbox"/> 3-B【地域民間プレイヤー】 日本遺産を活用する地域の団体や個人が多く、ボトムアップの取り組みが行われている。日本遺産事業に主体的に取り組む地域プレイヤー（ガイド含む）を掘り起こせている。	6 普及啓発	<input type="checkbox"/> 6-A【学校を通じた普及活動】 小・中学校や高校・大学での日本遺産に関連する取り組みが行われており、地域での認知が高い。体験学習などを通じて、日本遺産に触れる機会が提供できている。 <input type="checkbox"/> 6-B【地域での高い認知度】 地域への働きかけが行われており、地域での日本遺産の認知が高く、関心も高まっている。民間の知恵を募集するなど、地域を巻き込む仕組みがある。
		7 情報発信	<input type="checkbox"/> 7-A【継続的な情報発信体制】 継続的に情報発信する仕組みができており、情報のアップデートができています。協議会内外の情報更新プロセスも整備されている。 <input type="checkbox"/> 7-B【顧客とのエンゲージメント】 顧客との継続的・双方向の関係（エンゲージメント）を獲得、維持できる情報発信ができています。SNSなどの運営体制が整い、顧客との継続的な関係が構築されている。

（図25）取組状況の評価観点（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

評価は、日本遺産プロデューサーが一方的に地域を評価するのではなく、まずは地域自身が自己採点してもらった。最終的には、日本遺産プロデューサーが評価を行ったが、認定地域がどのように自己認識しているかということとずれも意識しながら、アドバイスをを行った。

また、こうした評価観点から取組を進めるためにどのような組織を構築すべきかということについても、組織とプレイヤー、成果物の関係図として図式化した（図26）。協議会を率いる日本遺産リーダーを決め、協議会の下には連携会議と呼ばれる地域間の連携を円滑にする会議体を置く。その下には、ワーキンググループと呼ばれるテーマごとに取組を議論するグループをもうけて地域からのアイデアを吸い上げていくボトムアップの仕組みを整えている。そのワーキンググループを率いるのは地域プロデューサーと呼ばれるリーダーである。ワーキンググループには、地域の住民や事業者などのさまざまなプレイヤーが参加し、地域が一体となって日本遺産事業を進めていく、地域活性化組織としての日本遺産組

織であった。



(図 26) 組織とプレイヤー、成果物の関係図

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

⑤ 教育プログラムの拡充

このように取組モデルとそれを実行するための組織図を提示したものの、しかし協議会側でこれらを進めるだけの力がないところも多かった。そのため、都市部の大手企業に一括して発注するといったことが起こっていた。その場合、協議会に事業運営の経験が残らないばかりか、地域の事業者にも仕事がいらず、資金的にもノウハウ的にも、事業継続ができない状況も起こった。こうした取組は基本的に難易度が高く、さらに従来の文化財行政でも取り組むことのないものであるため、2017年度は前年のブロック会議に加えて、教育施策を充実させた。日本遺産の運営についての具体的なノウハウを共有するための日本遺産アカデミーや、協議会を運営できるリーダーを育てるための日本遺産塾というふたつの取組を行った。日本遺産アカデミーでは、協議会が悩んでいるテーマを取り上げて、その解決策を提示する内容でセミナーを行った。

1) 日本遺産アカデミー

第一回 「観光商品づくりの5つのステップ～日本遺産を活用して収益を作る方法～」

日時：2017年7月21日 10:30～17:00

講師：成瀬純一（クラブツーリズム株式会社 テーマ旅行部 課長）

小川和（日本遺産プロデューサー）

第二回 「効果的な情報発信～地域の魅力を多くの人に伝える情報発信の方法～」

日時：2017年9月7日 10:30～17:00

講師：青木優（株式会社 MATCHA 代表取締役社長）

小山龍介（日本遺産プロデューサー）

第三回 「プロジェクトマネジメント～日本遺産事業自走のためのプロジェクト管理～」

日時：2017年11月7日 10:30～17:00

講師：小山龍介（日本遺産プロデューサー）



日本遺産アカデミー Vol.1

観光商品づくりの5つのステップ

～日本遺産を活用して収益をつくる方法～

日時: 2017年7月21日(金)
10:30-17:00 (開場10:15)

場所: TKP品川カンファレンスセンター
(〒108-0074 東京都港区品川3丁目26番33号 京急東10ビル)

参加費: 認定地域関係者: 無料 (認定地域外 108,000円)
※日本遺産関係者メンバーおよび協賛者より推薦を受けた関係者

定員: 100名 (1地域2名まで)

申込方法: 参加講座名、地域名、参加者名を記入の上
academy@tkp-wao.com までお送りください。

申込締切: 2017年7月14日(金)



日本遺産アカデミー Vol.1

日本遺産を活用して収益を創る ～観光商品づくりのステップ～

日本遺産の取り組みを持続可能なものにするために欠かせないのが、事業による収益化です。日本遺産を活用した収益事業をどのように立ち上げればよいのか、どのような視点で観光商品を作っていけばいいのか、具体的にどのようなステップで企画をし、実施していけばよいのか、具体的な観光商品づくりのノウハウをお伝えします。

1. 地域が知っておきたい観光のトレンドと観光商品化

- ・トレンドキーワード、ターゲット層と観光の現状
- ・アジアニケーションが観光商品にも新たな価値を生み出すポイント

2. 地域マーケティング (Destination Marketing)

- 1) 3つのD: Distinctive (イメース) / Differential (差別化) / Desirable (ターゲットと商品の共感喚起)
- 2) カスタマージャーニー
- 3) ターゲットとKPI

3. 着地型観光の商品化～5つのステップ

- 1) 準備作業: 行政と民間の協業、役割分担
- 2) 商品企画:
 - ・マーケットとターゲット
 - ・独自の「文化性」: 顧客ニーズとトレンド
 - ・顧客のペネトレーション・利用シーン設定
 - ・収益目標: 1年目標+取組以外のKPI
- 3) 商品開発: 協力事業者の選定、商品原価、価格設定、モニターツアーの実施と評価・改良
- 4) 販路開拓:
 - ・顧客ターゲットの検討
 - ・PR方法
 - ・リピーターを導くサブファンクトリ: SNS+ファンサダー化
- 5) フランチャイズ化:
 - ・顧客の声を踏まえた商品設計
 - ・KPIと連携した、POCAサイクルの運用

講師: 小川 和



平成29年度文化庁嘱託 日本遺産プロデューサー
神奈川県生まれ、慶応義塾大学総合政策学部卒業
2001年 スターバックスコーヒー/ジャパン高級販売員ディレクター (～2008年)
2008年 日本アグリマネジメント販売マネージャー (～2009年)
2009年 東プロデュース企業 / スプロダクター兼 取締役 (～2012年)
2015年 一般財団法人日本生涯学習振興会 専務役員 (～2016年)
2016年 本田屋本舗有限会社 観光プロデューサー

日本遺産アカデミーとは

日本遺産アカデミーとは、日本遺産の取り組みを円滑に進めたいための具体的なノウハウをお伝えするセミナーです。協議会構成メンバーだけでなく、日本遺産に関心するさまざまな関係者に参加いただけます。セミナーは一回ごとに完結するので、必要なノウハウのセミナーだけを選択して受講することができます。

今後の日本遺産アカデミーの予定

9月 情報発信とクリエイティブのノウハウ (第1回)
11月 効果的なプロモーションのノウハウ (第2回)
※詳細は後ほどご案内いたします。テーマは変更になる可能性があります。

(図27) 第一回日本遺産アカデミーのフライヤー
(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)



(図28) 第一回日本遺産アカデミーの様子

一方の日本遺産塾は、地域プロデューサーとして活躍できるような協議会のリーダーを育てるという目的のもと、5回をシリーズで展開した。参加者は、原則5回すべて出席することが求められ、ひとつひとつのプログラム内容を理解した上で、最終回には、参加者が作成した日本遺産事業計画の発表会を行った。

2) 日本遺産塾

テーマ：日本遺産の構想と実行

日本遺産による地域振興の構想をつくり、具体的な実行プランへと落とし込む五日間

第一回「地域コンセプト作りと顧客インサイト」

日時：2017年7月28日 10:30～17:00

講師：本田勝之助、小山龍介

第二回「地域ブランディングとクリエイティブマネジメント」

日時：2017年8月25日 10:30～17:00

講師：生駒芳子、小山龍介

第三回「観光事業プランニングと地域マーケティング計画」

日時：2017年9月22日 10:30～17:00

講師：本田勝之助、小山龍介

第四回「地域事業のビジネスモデル」

日時：2017年10月27日 10:30～17:00

講師：小山龍介

第五回「日本遺産事業計画作成と発表」

日時：2017年11月24日 10:30～17:00

講師：生駒芳子、本田勝之助、小山龍介

場所：コープイン京都会議室（11月24日のみ京都社会福祉会館）

平成 29年度日本遺産プロデューサー派遣事業

日本遺産塾



日本遺産による地域振興の構想をつくり、
具体的な実行プランへと落とし込む五日間



日程：2017年7月28日(金)、8月25日(金)、9月22日(金)、
10月27日(金)、11月24日(金) ※5日間すべて受講することが前提です。

時間：10:30-17:00 (開場 10:00)

場所：コープイン京都会議室 ※ 〒604-8113 京都府京都市中京区西馬場橋通上9丁目西馬場町411
※ 11月24日のみ、京都府会議事堂 ※ 〒604-8143 京都府上京区堀川通九条町(二条橋北側)となります。

参加費：日本遺産認定地域からの参加無料 (認定地域以外 全5回 一人324,000円)

参加人数：各地域3名まで (できるだけ立場の異なるメンバー(民間・行政など)でご参加ください)

対象者：日本遺産に関わる方 (協議会メンバー、地域の民間企業など)

申込方法：協議会名、参加者を記入の上 juku@f-wao.com 宛にメールでお申込みください。

申込締切：2017年7月21日(金) 17:00

日本遺産の構想と実行

日本遺産の取り組みを、効果的で持続可能なものにするためには、長期的な構想と具体的な施策が欠かせません。日本遺産認定によってどのような地域づくりをしていくのか、それを具体的にどのように実現していくのか、構想と実行のプランをワークショップを通じて形づくっていく講座です。三年間の補助金で助夫をつけて、事業を履修させていくために必要な考え方と具体的な施策を学んでいきます。

講師



生駒芳子 日本遺産統括プロデューサー、ファッションジャーナリスト
VOGUE ELLEでの副編集長を経て、2004年よりマリナ・クレム日本代表編集長に就任。2008年11月独立。日本の国際化を推進するプロジェクト「E-Global Ventures(WAG)」の総合プロデューサーを務め、パリ、ニューヨーク、東京で、ファッションがデザイン、アート、デザイン、文化、エンターテインメントで国際化を推進。グローバル・ジャパン審議委員会、公益財団法人三宅一生デザイン文化財団理事、JFW(東京ファッションウィーク)委員会委員等。



本田勝之助 日本遺産統括プロデューサー、地域プロデューサー
全国30地域の地域・都市ブランド戦略を牽引する地域プロデューサー。第1次産業から観光産業、ものづくり、まがづくり、スマートシティまで幅広い専門職から地域ブランドアップのための戦略を構築する。産品の企画はもたらぬ。市民意識や地域内の人材の育成促進、育成など見える成果とセットでプロデュース事業を展開することが特徴。さらに、それを地域内で持続可能な地域振興を実現することが地域オフィスの高いリポート率を持っており中長期的に地域振興を行っている。内閣府地域活性化推進課、脱着地域創造推進センター、内閣府クール・ジャパン地域プロデューサー など。



小山龍介 日本遺産プロデューサー、コンセプトクリエイター
京都大学文学部経済学系経済学専攻。次亜高専代理教員を経て、サンシャイン国際経営大学院でMBAを取得。卒業後、総合株式会社経営者プロデューサーとして東武東上線をテーマにした開発事業に立ち上げた。2010年、株式会社ブルームコンセプトを設立し、環境、観光を軸とした「ビジネスモデル・ジェネレーション」に基づくビジネスモデル構築ワークショップを実施。多くの企業で新商品、新規事業を考案するためのフレームワークとして採用されている。2015年からは京都府立大学大学院准教授。ほかにもビジネスモデルの考案事業、啓蒙する一輪社団法人ビジネスモデルイノベーション協会代表理事、龍峯の普及活動を行う一輪社団法人龍峯協会理事をつとめる。

講義スケジュール

- 第一回 (7月28日) 地域コンセプトづくりと顧客インサイト
- 第二回 (8月25日) 地域ブランディングとクリエイティブマネジメント
- 第三回 (9月22日) 観光事業プランニングと地域マーケティング計画
- 第四回 (10月27日) 地域事業のビジネスモデル
- 第五回 (11月24日) 日本遺産事業計画作成と発表

(図 29) 日本遺産塾のフライヤー

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)



(図 30) 日本遺産塾の様子

⑥ ブランド戦略会議

さらにこの年は、日本遺産の認知度の低さという課題に対する対策を講じるために、日本遺産というブランドをどのように確立すればよいかを議論する「ブランド戦略会議」を5回行った。戦略委員には日本遺産プロデューサーである生駒芳子、本田勝之助に加え、日本遺産審査委員である丁野朗、小山薫堂、さらにトリップアドバイザー株式会社 代表取締役の牧野友衛の5名が任命され、生駒芳子が委員長となった。

このブランド戦略会議では、第一回に日本遺産ブランドの現状を把握し、第二回には各委員からブランディング提案を受けた。第三回以降で提案を取りまとめた基本戦略を作成した。そこで提案されたもののうち、実際に実行されたものが、マスコミを集めて行われた2018年度の日本遺産認定証交付式や日本遺産カフェなどの取組であった。

⑦ 日本遺産の循環の体系（サイクル）

2017年度の終わり、2018年2月には、取組の相互関係をふたつのサイクルによって構成される循環モデルとして整理しなおした（図30）。

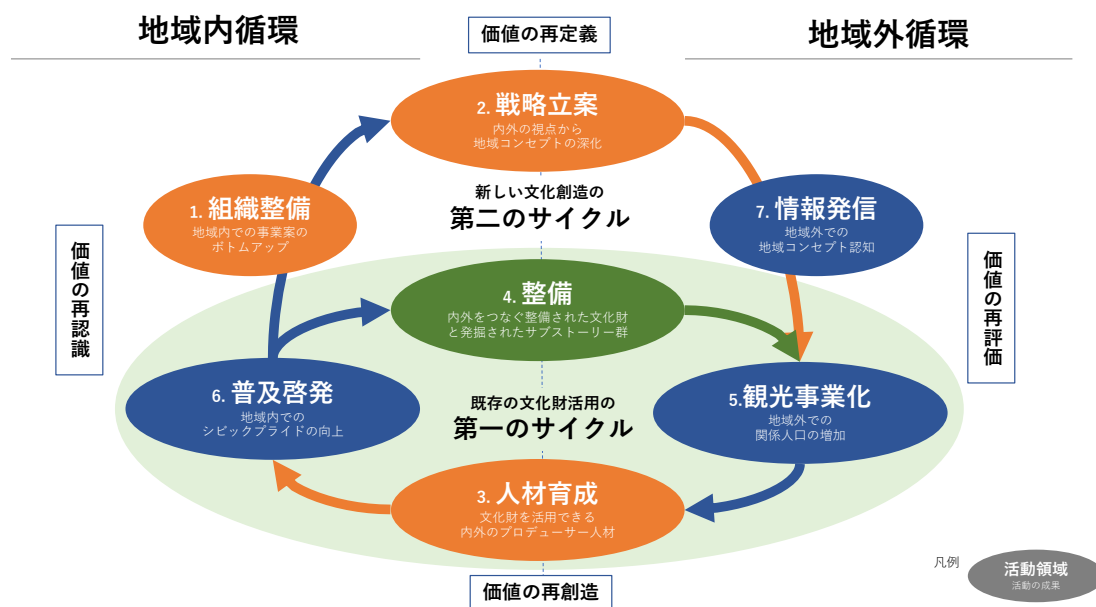
日本遺産事業による地域活性化の循環はまず、地域内だけで完結するものではなく、地域外まで巻き込むかたちの循環を描く。まず文化財やサブストーリーなどの「整備」を行うと、それに興味を持つ外部の関係人口が増加するような「観光事業化」が進んでいく。地域住民と関係人口の中から文化財を活用できる人材を増やす「人材育成」の取組を進めると、今度は地域での「普及啓発」が進み、シビックプライドが醸成されていく。それがまた、文化財とサブストーリーなどの整備につながっていくという「既存の文化財活用」というのが、第一のサイクルである。2016年度は、この第一のサイクルのみが意識されていた。

そこに、2017年度を取組を通してもうひとつのサイクルの重要性が浮かび上がってきた。それが「新しい文化財創造」の第二のサイクルである。地域の民間プレイヤーなどを巻き込んで「組織整備」をすることでトップダウンではないボトムアップでの事業案がで

きあがる。その作業は、全体の「戦略立案」につながり、地域コンセプトは深化／進化をとげる。「情報発信」という活動はこの深化／進化した地域コンセプトをこそ発信する事が重要で、それが外部における地域の魅力認知につながるというサイクルである。

地域コンセプトを議論しているときに起こっているのは「価値の再定義」であり、日本遺産プロデューサーは、この価値の再定義にしっかりと関与していかなければならないということを自覚するようになっていた。日本遺産で言えば、認定ストーリーの深化／進化である。認定されたストーリーを金科玉条のように守るのではなく、それをさらに深化／進化させていく。その活動が地域外における「価値の再評価」につながり、そこから「価値の再創造」につながっていく。地域内ではこうした外部からの再評価と再創造を受けて、「価値の再定義」が行われていくという循環である。

2018 年度の日本遺産プロデューサー派遣事業ではこのモデルを受けて、第二のサイクル、そのなかでも特に端緒となるボトムアップ型の組織整備に力を入れていくことになる。



(図 30) 日本遺産の循環体系 (サイクル)

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

第3項 2018年度

2018年度の日本遺産プロデューサー等派遣事業は「日本遺産ブランド推進事業」と名称を変え、事業規模が大きく拡充される。具体的にはその事業内容に、(1)平成30年度日本遺産魅力発信推進事業に関する事務局等業務、(2)平成31年度日本遺産認定に関する事務局等業務、(3)日本遺産プロデューサー派遣事業、(4)マスメディアを活用した情報発信イベントの開催（①平成30年度認定証交付式の開催、②日本遺産サミットの開催）、(5)「ツーリズムエキスポジャパン 2018」への出展、(6)企業間連携事業の開催が盛り込まれた。この年も企画競争入札によりWAOが受注することになった¹²⁰。

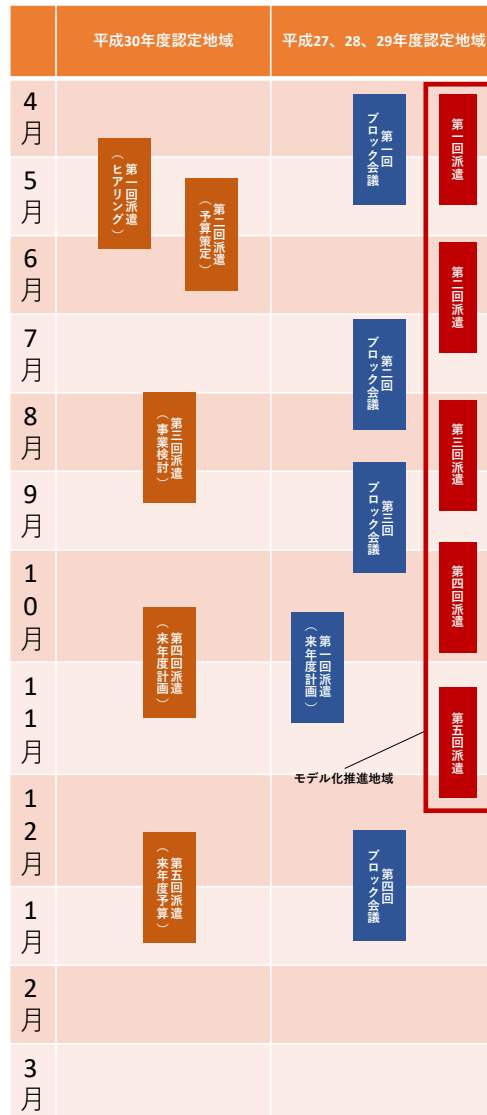
2018年度の日本遺産プロデューサーは、2017年度から継続の生駒、本田、小山、木場、小川に、新規プロデューサーの彦田和詳、手柴史子2名を加えた7名となった。

① 日本遺産プロデューサーによるアドバイス業務

プロデューサーの訪問についても大幅に拡充した。前年同様、既存の認定地域への訪問は1回であったが、新規認定地域の訪問回数は前年の2回から3回へ、さらに遠隔での打ち合わせ2回を加えた合計5回となるミーティングを行い、従来よりもより深く指導・助言が行える態勢をとった。これは、2017年度中芸地域へのアドバイス業務のように、オンラインミーティングによってより深く取組内容にアドバイスを行うことができたという経験を踏まえたものであった。

スケジュールも見直された。認定が行われた5月24日から間をおかず6月に初回の訪問を行い、そこで協議会の組織設計と初年度の年間の予算を確定、7～9月には事業の進捗とアドバイス、さらに11～1月には翌年以降の取組を含めたアドバイスと支援を行うというものであった。その間に、ZOOMなどのテレビ会議システムを使った打ち合わせによるフォローアップを行った。特に初回となる6月の訪問では、日本遺産申請時に出した地域活性化計画の見直し、計画変更を行った。特に、申請時に情報発信偏重の取組を計画していたところについては、2017年度に作成した「3年間の取組モデル」を参考に、大

幅な変更をするようアドバイスを行った（図 31）。



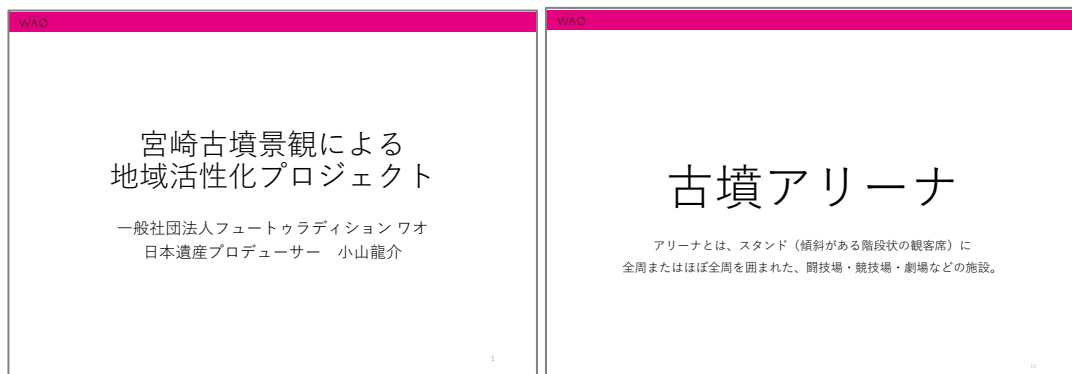
（図 32）2018 年度の日本遺産プロデューサー派遣スケジュール

（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

具体的に見ていこう。2018 年度に認定された「古代人のモニュメント 一帯地に絵を描く 南国宮崎の古墳景観」（西都市、宮崎市、新富町）では、次のようなスケジュールで訪問、打ち合わせを行った。

2018年6月29日 第一回訪問
7月19日 第二回訪問
11月9日 オンラインミーティング
2019年1月15日 オンラインミーティング
3月4日 オンラインミーティング

第一回の訪問では、古墳の視察を終えたあとに打ち合わせを行った。その後、日本遺産プロデューサーより、取組のたたき台として「古墳アリーナ」という事業アイデアを提示した（図 33）。「古墳」という文化財は、どうしても間口が狭い、興味のある人しか届かないものになってしまいがちである。そのため、古墳そのものにとどまるのではなく、古墳が意味しているもの、すなわちその存在を周囲に誇示し、そこで祭祀を行う舞台として捉えてみてはどうかという提案であった。具体的には、野外フェスの実施とコミュニティスペースとしての活用を軸としたものであった。

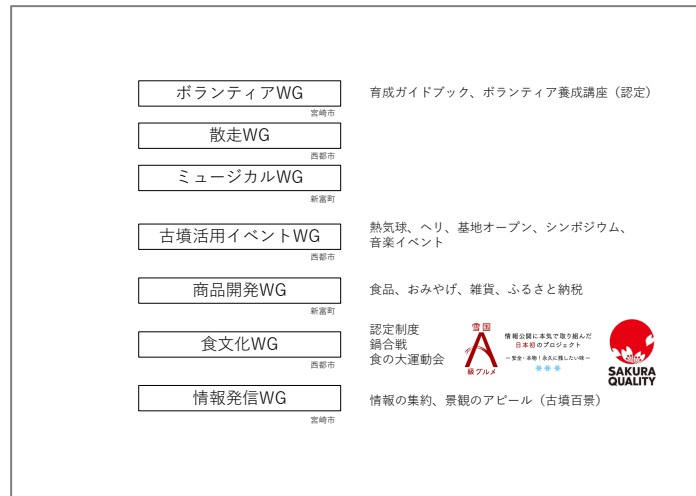




(図 33) 第一回訪問時の提案資料の一部

(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

2017年の日本遺産プロデューサーの派遣と異なる点があるとすれば、取組のアイデアにとどまらず、組織体制の構築に力を入れた点だろう。第二回目の訪問では、ワーキンググループの設計や、日本遺産協議会の役割についてのアドバイスを行った(図34)。民間企業やNPOなどの組織をどのように巻き込み、持続可能な活動にしていくかということも議論した。アイデアのアドバイスは短期的には効果が上がっても、長期的には持続しない。組織づくりを進めることで、長期的に骨太な活動が継続できるようにしようというのが、2018年のテーマであった。



(図 34) 第二回訪問時に提示したワーキンググループ案
(日本遺産プロデューサー小山龍介作成)

最終的に 8 名のメンバーからなる 4 つのワーキンググループ（文化財、旅行商品、商品開発、イベント）が発足し、そのメンバーは文化財ワーキンググループのみ文化財担当者が入ったものの、ほかはすべて民間のみで構成されることになった。3 回目以降の打ち合わせはすべてオンラインミーティングで行ったが、その都度進捗を確認しながら、細かな取組の内容に関与するというよりは、事業全体の方向性についてアドバイスをする役割を果たした。

② 日本遺産型 DMO 組織のモデル化推進

このように、2018 年の課題は持続可能な組織づくりだった。この課題を解決するために、既存の認定地域に対しても、優れた取組を行っている地域を「モデル化推進地域」として選抜し、日本遺産プロデューサーをあらためて 5 回派遣することとした。これについては、後で述べるように実施されないまま中止となってしまったものの、優れた地域の、特に組織づくりについてモデル化を進めることによって、日本遺産事業の持続可能性を高めていこうというものであった。

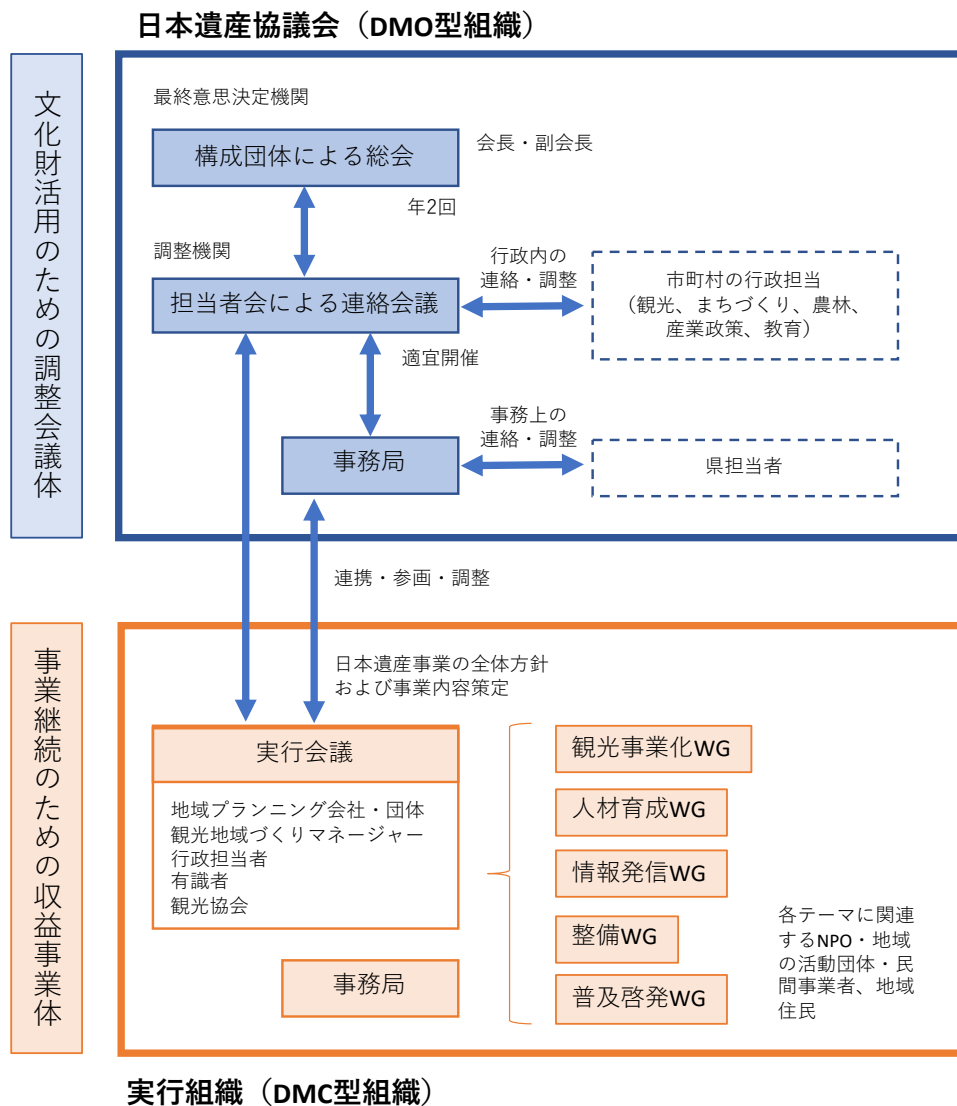
そのため、ここでのモデル化とは、「3年間の取組モデル」のような具体的取組についてのモデル化にとどまらない、「自走するための組織」のモデル化であり、次に紹介する「日本遺産型DMO組織」の実行を想定していた。

というのも、2018年は、2015年度認定地域の補助金事業が終わる年であり、いよいよ自走というタイミングであったからだ。この時期、実際には多くの協議会が自立できない状況が現実の問題として浮かび上がっており、自走するための組織がどのようにあるべきかを改めて検討し、新たな2階建て自走モデルと呼ぶ組織図を設計したのである（図35）。

この図では、日本遺産協議会をDMO型の組織とし、その下に実行組織としてDMC型組織をおいていた。DMCとは、Destination Management Companyの略であり、Companyという言葉のとおり、営利団体として事業を行う主体としての組織である。協議会は、地方自治体の行政部局も参加する組織であり、その組織が収益を上げるということについてさまざまな問題が浮かび上がってきた。ひとつは、収益を上げることによって税務申告しなければならなくなるが、協議会がそうした業務を行うことを、地方自治体が想定していないため、対応が難しいということがあった。もうひとつには、多くの構成団体によって組織されているため、実際に事業を実行に移す際に、意思決定に時間がかかるという問題もあった。

そこで、日本遺産協議会を「文化財活用のための調整会議体」として、もう一方の実行組織を「事業継続のための収益事業体」として位置づけることで、その役割分担を明確にすることにした。実行組織の方には、地域プランニング会社や団体、観光地域づくりマネージャーなどによる実行会議が組織され、その下に地域のアイデアや要望を吸い上げるワーキンググループがぶら下がるという構図であった。文化財行政という公益性が高く収益事業にそぐわない事業部分と、とはいえ自走するために収益をあげなければならないという制約の中、自走のための収益を上げる事業部分とを分離したのである。

こうした組織設計が本当に機能するのかどうかについては、日本遺産プロデューサー等派遣事業の中で検証する機会は失われたが、課題としては未解決のまま残されている。



(図 35) 自走のための組織モデル（日本遺産プロデューサー小山龍介作成）

③ オンライン学習の機会の提供

2017 年と同様に日本遺産塾を開催、地域プロデューサーとしての人材育成を行うと同時に、この年の日本遺産アカデミーはオンラインでの提供とし、遠隔で参加できない人も視聴できるようにした。一回 30 分、各回のテーマに合わせてゲストを呼んで行われ、全 10 回配信した。旅行商品化から情報編集、地域活性化のコツ、商品開発による地元創生、クラウドファンディング、映像表現、生活文化の発掘というテーマについて、それぞれの

専門家からの日本遺産に合わせたアドバイスを配信した。

Lesson1 日本遺産地域における旅行商品化のポイント

講師：成瀬純一（クラブツーリズム株式会社 テーマ旅行部 課長）

リンク：<https://youtu.be/RQN6ZiluVAQ>

Lesson2 日本遺産の魅力を引き出す情報編集

講師：清水賢二（KK ベストセラーズ 戦略プロモーション室 室長）

リンク：<https://youtu.be/7W5stBfB3WU>

Lesson3 日本遺産をインバウンドに活かすヒント

講師：株式会社 MATCHA 代表取締役 青木優

リンク：<https://youtu.be/nSyu3cELdJI>

Lesson4 住民を主人公とした地域活性化術 前編

Lesson5 住民を主人公とした地域活性化術 後編

講師：谷内博史（金沢市市民活動サポートセンター チーフコーディネーター）

森大樹（中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会 オンパクリーダー）

リンク：前編 <https://youtu.be/SNpAVB0Lcl4>

後編 <https://youtu.be/Rj59F4t3ZZc>

Lesson6 地元創生のための日本遺産

講師：村岡浩司（有限会社一平 代表取締役）

リンク：<https://youtu.be/4fhWVxtc0SU>

Lesson7 日本遺産におけるクラウドファンディング活用

講師：坊垣佳奈（株式会社 Makuake 共同創業者 取締役）

リンク：https://youtu.be/ahzmI8Qe_UU

Lesson8 日本遺産の魅力を伝える映像表現

講師：永川優樹（映像作家）

リンク：<https://youtu.be/66XBfWKvCWw>

Lesson9 地域に埋もれた生活文化を発掘する

講師：保阪太一（南アルプス市教育委員会 文化財課 文化財担当）

リンク：<https://youtu.be/gae4DK71YX8>

Lesson10 日本遺産と地域づくり

講師：小山龍介（日本遺産プロデューサー）

リンク：<https://youtu.be/LTHMbBzs358>

④ ブロック会議の拡充

また、ブロック会議も拡充した。年1回の開催だったものを4回に増やし、各回についてテーマを設けて実施した。各回とも、東京、京都、福岡で一回ずつ開催し、近隣の日本遺産認定地域同士の交流も図りながら、課題に対する解決策の共有を図った。テーマは次のとおりであった。

第一回「モデル地域に学ぶ体制づくり」

第二回「選ばれるためのブランディング手法」

第三回「情報発信の体制づくりと発信の仕方」

第四回「マーケティング起点の文化財整備」

⑤ 事業者連携の模索

2018年度は、日本遺産事業に関わる旅行会社、雑誌社、テレビ局などの事業者を集めて情報交換を行う日本遺産カフェを4回実施し、それまでバラバラであった事業者の取組について、連携を模索する機会を設けた。各回のテーマは次のようなものであった。食やストーリーの情報発信、事業化といったテーマを設けて、日本遺産事業に関連する企業が情報交換を行った。

たとえば、地域にある建物の1階部分に着目して、町に賑わいを取り戻す「グランドレベル」の活動を行っている田中元子さんの地域活性化事例を聞き、それをヒントに日本遺産の取組をどのように地域活性化へとつなげていけばよいかということについて、ディスカッションを行った。

第一回 2018年7月30日 「美味しい日本遺産」(場所 ミナガワビレッジ)

第二回 2018年9月6日 「物語をメディア発信するには」(場所 ミナガワビレッジ)

第三回 2018年11月20日 「株式会社日本遺産～日本遺産を事業化する」(場所 ミナガワビレッジ)

第四回 2018年1月16日 総括(場所 ORANGE BRAINERY)



(図 36) 講師に田中元子氏を呼んで行われた第3回日本遺産カフェ

⑥ イベントによる情報発信の強化

2018年度は、2017年度に実施したブランド戦略会議での提案を受けて、日本遺産認定証交付式の規模を拡大して行われた。場所は、重要文化財でもある東京駅にある東京ステーションホテルの会場で、司会には富永愛を起用し、BS-TBSの番組『日本遺産』でナレ

ーションを務める草刈正雄の VTR 出演、日本遺産大使であるマーティン・フリードマン（ギタリスト）、三國清三（料理人）、村田吉弘（料理人）、中村時蔵（歌舞伎役者）の4名が参加するなど華々しく行われた。このイベントにはテレビ局を始めとしたマスコミも呼ばれ、午前 11 時～12 時と、その夜のニュースに取り上げられる時間帯に開催された。日本遺産の認定の発表日こそが、もっとも日本遺産の注目を集めるべき日であるという考えのもと、日本遺産のブランド認知を高めるための施策であった。そうした事情もあり、発表は例年よりも遅い 5 月 24 日の発表となった。

ブランド向上の施策としてはほかにも、例年行われていたツーリズム EXPO ジャパンへの出展についても、日本遺産プロデューサー派遣事業のなかに組み込まれ、企画性のあるものになった。

こうした取組をしているなか、6 月に行政事業レビューが行われた。内容については第 4 節で詳しく触れるが、そこで「プロデューサー派遣事業を含む入札プロセス、事業の執行方法等について適正化及び透明化を図る必要がある」という指摘が行われた。その結果を受けて、2018 年度の途中ではあったが、文化庁の判断により日本遺産プロデューサー派遣事業の縮小が決定された。たとえば、モデル化推進地域の支援は中止となった。

第4節 第三者から指摘された課題

2017年度から2018年度にわたって、第三者による日本遺産の公的な検証が行われ、さまざまな課題が指摘された。フォローアップ委員会、行政事業レビュー、財務省予算執行調査がそれである。ここでは、それぞれの内容を見ていく。

第1項 日本遺産フォローアップ委員会

文化庁は、「各認定地域の取組には温度差もあり、取組の評価を行い、その評価に基づき改善を図ることによって、メリハリをつけた事業を促進する等、各認定地域が地域活性化を行っていく事業イメージと改善プロセスの共有化を図る必要¹²¹」があることから、外部有識者による日本遺産フォローアップ委員会を立ち上げた。

平成29年度日本遺産フォローアップ委員会は、2017年10月16日（2時間）、12月21日（2時間）の計2回4時間にわたって行われた。委員には、受田浩之（高知大学副学長、地域連携推進センター長 地域協働学部地域協働学科教授）、金野幸雄（一般社団法人ノオト代表理事）、下村彰男（東京大学大学院教授）、丁野朗（東洋大学国際観光学部客員教授）、デービッド・アトキンソン（小西美術工藝社代表取締役社長）、中尾謙吉（一般社団法人日本旅行業協会国内・訪日旅行推進部部長）、矢ヶ崎紀子（東洋大学国際観光学部准教授）が選ばれ、丁野朗が委員長を務めた。

審議事項は次の3項目であった。

- (1) 認定地域における既実施又は実施予定事業に関すること
- (2) 認定地域が定める目標及びその達成状況に関すること
- (3) その他、PDCAサイクルに基づく事業の促進を図るために必要な事項

評価方法として、次のようなプロセスで行った。

- (1) 評価項目の整理（図37）

(2) 認定地域が行う取組の整理 (図 38)

(3) 各認定地域において改善すべき事項及び優良な取組事例の整理

認定地域の取組状況について、「日本遺産魅力発信推進事業実績・予定」「日本遺産魅力発信推進事業以外の事業実績・予定」「協議会構成メンバー」「地域活性化計画指標」および日本遺産プロデューサーからの意見を踏まえて委員が確認し、取り組むべき内容が行われていない認定地域が参考とすべき「改善すべき事項」を整理し、7つの評価観点の領域に基づいて、2015～2017年度の3年間に認定された54地域を評価し、各地域の改善が必要な観点が指摘された。その結果は、改善点通知として発表された。

1 組織 整備	1-A【リーダーシップの発揮】 迅速で大胆な意思決定ができるよう、協議会に事業を進めるリーダーをおく必要がある。また、リーダーがリーダーシップを発揮できる環境を構築する必要がある。
	1-B【ボトムアップの仕組み】 民間主導で事業を動かすため、民間も参加したワーキンググループや部会を組織し、ボトムアップの仕組みを構築する必要がある。
	1-C【地域間連携】 自治体内での他の事業（及び認定地域間）との連携による取り組みを行う体制を構築する必要がある。また、連携会議等、情報や課題を共有の仕組みを構築する必要がある。
2 戦略 立案	2-A【地域コンセプト】 地域の魅力を伝える明確な地域コンセプトを設定するとともに、ターゲットとする顧客の絞り込みを行う必要がある。
	2-B【長期的戦略】 まちづくり計画や地域振興計画、観光振興計画のなかに日本遺産を位置づけ、長期的戦略を策定する必要がある。
	2-C【マーケティング調査】 ターゲットとする顧客や地域の魅力の源泉を把握するため、マーケティング調査を実施する必要がある。
3 人材 育成	3-A【地域プロデューサー】 民間による活動を活性化するため、地域プレイヤーを束ね、プロジェクトを主体的に実行する地域プロデューサーを巻き込む必要がある。また、協議会が地域プロデューサーを組織化する必要がある。
	3-B【地域民間プレイヤー】 ボトムアップの取り組みを行うため、日本遺産事業に主体的に取り組む地域の団体や個人からなる地域プレイヤー（ガイド含む）を掘り起こす必要がある。
4 整備	4-A【ストーリーを伝える仕組み】 訪問者がストーリーを深く理解できるようにするため、説明板・案内板、日本遺産センター（コーナー）等を整備する必要がある。
	4-B【サブストーリーの広がり】 ストーリーを深掘りし、個別の具体的なストーリー（サブストーリー）を抽出する必要がある。また、メインのストーリーもみがきあげる必要がある。
	4-C【構成文化財の継承】 民間の協力の下、官民一体となって日本遺産を体感するための構成文化財を後世に引き継ぐための取り組みを進める必要がある。
5 観光 事業 化	5-A【ストーリー体験】 ストーリーを中心に据えたモデルルート作成、体験プログラム提供等、ストーリーを説得力ある形で体験できる仕掛けを構築する必要がある。
	5-B【観光インフラ】 宿泊、食事、交通等、立体的な観光体験を提供するためのインフラ上の課題を民間と共有し、解決への取り組みを積極的に行う必要がある。
6 普及 啓発	6-A【学校を通じた普及活動】 地域の歴史・文化を理解するため、体験学習により日本遺産に触れる機会を提供する等、小・中学校、高校、大学で日本遺産に関連する取り組みを行う必要がある。
	6-B【地域での高い認知度】 地域での日本遺産の認知、関心を高めるため、民間の知恵を募集する等、地域を巻き込む仕組みを構築する必要がある。
7 情報 発信	7-A【継続的な情報発信体制】 情報を更新する手順を決め、継続的に情報発信をする仕組みを構築する必要がある。
	7-B【顧客とのエンゲージメント】 SNS等の運営体制が整え、顧客との継続的・双方向の関係（エンゲージメント）を獲得、維持できる情報発信を行う必要がある。

(図 37) 7 の評価観点の領域（評価項目）

(日本遺産フォローアップ委員会資料より)

3年間の取組モデル

	1年目	2年目	3年目
1 組織整備	<ul style="list-style-type: none"> 実行力ある協議会の組織化 <ul style="list-style-type: none"> ★プロジェクトリーダーの決定 (熟練者あり、できれば専任) ★民間主体のテーマ別ワーキンググループの設置 ★関係する部局・地域による定例の連絡会議の設置 □個人サポーターの組織化 (ポイドをもちが、限らない) □法人パートナーの組織化 (協賛による共同推進) 	<ul style="list-style-type: none"> 協議会の自発に向けた活性化 <ul style="list-style-type: none"> ■サブリーダーを設置し次期リーダーを育成 ■ワーキンググループ推進の発行 (責任者を明確化する) □収益事業の実施 (ふるさと納税含む) □個人サポーターの活躍の場の提供 □法人パートナーとの協業 	<ul style="list-style-type: none"> 協議会の自走 <ul style="list-style-type: none"> □民間主導での協議会運営と事業の実施 □事業収益による自走 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・個人サポーター、法人パートナー数 ・協議会の収益額 (協賛金、ふるさと納税額等)
2 戦略立案	<ul style="list-style-type: none"> 仮設の立案と調査の実施 <ul style="list-style-type: none"> ★地域の未来の姿を可視化し協議会で共有 (20・30年後) ★地域の長期的構想への組み込み (歴史文化基本構想含む) ■事業に沿ったマーケティング調査の実施 □数値となる地域の調査と分析 □コンセプトを実現する中長期戦略の策定 	<ul style="list-style-type: none"> 調査を受けてのコンセプト確定とブランド戦略立案 <ul style="list-style-type: none"> ■調査にもとづき地域コンセプトを確定 ■マーケティング戦略策定と成果指標の設定 □地域コンセプト実現のための各種ガイドライン作成 □地域ブランド力・認知度調査 (ブランド戦略確立が前提) 	<ul style="list-style-type: none"> 3年目の現状把握と戦略の柔軟な更新 <ul style="list-style-type: none"> □成果測定とマーケティング戦略の見直し □コンセプト実現のための中長期戦略の改定 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランド力、ブランド認知度 ・地域コンセプトの浸透度 (地域内、外)
3 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 地域プロデューサーの育成と事業化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ★地域プロデューサーの探索・組織化 (多業種から複数名) ■地域プレイヤーの探索・組織化 (ポイドを含む) □プロデューサー育成のための研修・視察等への派遣 □日本遺産活用民間事業者向けワークショップの実施 □民間による関連事業の支援 (広報支援、各種調整など) 	<ul style="list-style-type: none"> 地域プロデューサーの活躍と民間事業の支援 <ul style="list-style-type: none"> ■地域プロデューサーの活動の活性化 ■地域プレイヤーの育成 (日本遺産ガイド育成を含む) □地域内の成功事例の扱い上げと共有 (勉強会など) □民間による関連事業の支援 (広報支援、各種調整など) 	<ul style="list-style-type: none"> 地域プロデューサーによる事業 <ul style="list-style-type: none"> □地域プロデューサー主導の事業立ち上げ □地域プレイヤーの活躍の場の設定 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・地域プロデューサー数 ・地域プレイヤー数 ・地域活性化の活動の頻度 (ワークショップ数など)
4 整備	<ul style="list-style-type: none"> ストーリーを伝える整備の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■ストーリーを体験するための説明板・案内板の設置 ■ストーリーを変えるサブストーリーの抽出 ■構成文化財を後世に引き継ぐための取組 □民間施設・事業所などによる日本遺産の盛り上げ □他の部局 (まちづくりなど) の整備計画とのすり合わせ 	<ul style="list-style-type: none"> ストーリーを体験できる整備の実施 <ul style="list-style-type: none"> ■日本遺産センター (コーナー) などの拠点づくり □センターのソフト充実 (サブストーリー紹介等) □ガイド紹介などマッピング機能の実装 □体験プログラムなどの申込機能の実装 	<ul style="list-style-type: none"> 自律的な整備の仕組み <ul style="list-style-type: none"> □日本遺産センター (コーナー) の自走 □ストーリーの継続的な磨き上げ 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・観光客の満足度 ・観光客の滞在時間の増加
5 観光事業化	<ul style="list-style-type: none"> 第三者評価に基づく観光商品化 <ul style="list-style-type: none"> ■モデルルートの作成 (地域コンセプト、調査に基づき) ■ワーキンググループでの観光化施策の取りまとめ ■駐車場・宿泊インフラの課題抽出と対応 (乗込送迎など) □旅行者者等による視察ツアーの実施 (事業者を推進) □関連商品 (サービス、物産) 開発を民間へ依頼 	<ul style="list-style-type: none"> 観光事業化の実行とガイドライン策定 <ul style="list-style-type: none"> ■モデルルートの磨き上げ (体験プログラムの導入) ■ワーキンググループの観光化施策の推進の実行 □体験プログラム、商品開発のガイドライン作成 □関連商品・サービス販路拡大 (道の駅、アンテナショップ等) 	<ul style="list-style-type: none"> 広域連携による観光の魅力度向上 <ul style="list-style-type: none"> □近隣の観光地・日本遺産認定地との周遊ルート形成 □自走できるイベント・情報発信の継続 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・観光客の入込数・滞在時間・消費金額 (客単価) ・観光客の周遊エリアの拡大
6 普及啓発	<ul style="list-style-type: none"> 教育活動を通じた地域の巻き込み <ul style="list-style-type: none"> ■小・中学校での普及啓発 (総合学習、ガイド育成、体験など) ■地域・民間を巻き込むための普及啓発 □高校・大学生、若者、留学生等巻き込み (大学ゼミの協業等) □民間向けアイデアワークショップの実施 (文化財の活用等) □商品・事業アイデアコンテストの実施 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムの自走 <ul style="list-style-type: none"> ■教育体験プログラムの整備 ■社会人向け体験プログラムの提供 ■地域を巻き込んだ継続型イベントの実施 □文化財を活用した民間事業の実施 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムの外部展開 <ul style="list-style-type: none"> □教育プログラムの地域外・観光客への提供 □民間からのプログラム開発の仕組み化 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・学習体験をした生徒の数 ・日本遺産の認知度 ・民間主導のイベントの数
7 情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 情報の集約と効果的発信の仕組みづくり <ul style="list-style-type: none"> ■更新可能なウェブサイトの作成 (モバイルを重視) ■SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備 □マスコミ関係者などへの情報発信リストの整備 □画像・動画など魅力発信の素材の集約・製作 □SNSなどの継続的・双方向の発信手段の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 継続的発信と自主メディアの整備 <ul style="list-style-type: none"> ■定期的な情報発信の組織内プロセス整備 □コンテンツの多言語化・多文化化対応 □民間の情報発信を支援するための講座の開催 □フォロワー数などを増加させる施策 	<ul style="list-style-type: none"> 民間の情報発信の仕組み化 <ul style="list-style-type: none"> □民間からの情報発信の仕組み化 (コンテンツの自然体) □SNSなどの継続的・双方向の活性化施策 指標 <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブサイトのページビュー ・更新回数、投稿数 ・フォロワー数などのエンゲージメント数

■ 必須で行うべき事業 □ 実施が推奨される事業 ★ 認定前に実施しておくことが望ましい事業

(図 38) 3年間の取組モデル (日本遺産フォローアップ委員会資料より)

認定年度	ストーリー	タイトル	1. 組織整備			2. 戦略立案			3. 人材育成		4. 観光事業化		5. 情報収集・発信		6. 普及啓発		7. 整備		合計
			A	B	C	A	B	C	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	
2015	1	近世日本の教育遺産群～学ぶ心・礼節の本源～		○			○		○										3
2015	2	かかあ天下～ぐんまの絹物語～		○									○						2
2015	3	加賀前田家ゆかりの町民文化が花咲くまち高岡～人、技、心～																	0
2015	4	灯（あか）り舞う半島 能登～熱狂のキリコ祭り～		○					○								○		3
2015	5	海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国（みけつくに）若狭と鯖街道～		○															1
2015	6	「信長公のおもてなし」が息づく戦国城下町・岐阜																	0
2015	7	折る皇女斎王のみやこ 斎宮					○		○						○				3
2015	8	琵琶湖とその水辺景観～折りと暮らしの水遺産		○															1
2015	9	日本茶800年の歴史散歩		○															1
2015	10	丹波森山 デカンショ節～民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶～															○		1
2015	11	日本国創成のとき～飛鳥を翔（かけ）た女性たち～															○		1
2015	12	六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～																	0
2015	13	津和野今昔～百景園を歩く～																	0
2015	14	尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市																	0
2015	15	「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～																	0
2015	16	古代日本の「西の都」～東アジアとの交流拠点～		○									○				○		3
2015	17	国境の島 志岐・対馬・五島～古代からの架け橋～	○						○										2
2015	18	相良700年が生んだ保守と進取の文化～日本でもっとも豊かな隠れ里～人吉球磨～			○														1
2015	19	政宗が育んだ“伊達”な文化		○			○										○		3
2016	20	自然と信仰が息づく『生まれかわりの旅』～樹齢300年を超える杉並木につつまれた2,446段の石段から始まる出羽三山～	○					○		○									3
2016	21	会津の三十三観音めぐり～巡礼を通して観た住時の会津の文化～							○										1
2016	22	未来を拓いた「一本の水路」～大久保利通“最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代～						○		○									2
2016	23	北総四都市江戸紀行～江戸を感じる北総の町並み～	○		○				○										3
2016	24	江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～									○								1
2016	25	「いざ鎌倉」～歴史と文化が描くモザイク画のまち～		○						○									2
2016	26	「なんだ、コレは！」 信濃川流域の火焔型土器と雪国の文化		○	○		○												3
2016	27	『珠玉と歩む物語』小松 ～時の流れの中で磨き上げた石の文化～																	0
2016	28	木曾路はすべて山の中～山を守り 山に生きる～		○	○		○												3
2016	29	飛騨匠の技・ころも木とともに、今に引き継ぐ1300年～		○														○	2
2016	30	『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～																	0
2016	31	森に生まれ、森を育んだ人々の暮らしとところ～美林連なる造林発祥の地「吉野」～		○				○					○						3
2016	32	鯨とともに生きる																	0
2016	33	地蔵信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市																	0
2016	34	出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～						○											1
2016	35	銀守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～																	0
2016	36	“日本最大の海賊”の本拠地：芸予諸島							○										1
2016	37	日本磁器のふるさと 肥前 ～百花騒乱のやきもの散歩～																	0

第2項 行政事業レビュー

2018年6月には、日本遺産事業に対して行政事業レビューが行われた。行政事業レビューとは、「行政事業の総点検」として、国の行う事業について、Plan（計画の立案）、Do（事業の実施）、Check（事業の効果の点検）、Action（改善）のPDCAサイクルが機能するように行うものである。日本遺産事業に対する判定として、事業全体の抜本的な改善が必要と指摘した委員が5名、事業内容の一部改善が1名であり、全体の評価として「事業全体の抜本的な改善」が必要だとされた。事業全体の抜本的な改善を求める5票のうち1票は、限りなく廃止に近いという附帯意見も付いているという、厳しい内容であった¹²²。指摘内容としては、次のとおりである¹²³。

- ・ 成果指標の設定とその検証方法、事業全体としてのアウトカム指標の設定とも不適切であり、将来に向けて抜本的な改善の必要がある。
- ・ 事業の設計、執行ともゼロベースから検討し直す必要がある。
- ・ 事業終了後の成果の継続性の確保のための制度設計を構築する必要がある。
- ・ プロデューサー派遣事業を含む入札プロセス、事業の執行方法等について適正化及び透明化を図る必要がある。

最初の「成果指標の設定とその検証方法、事業全体としてのアウトカム指標の設定」ということでは、まずその成果指標の設定の仕方が曖昧と指摘された。まず3年間のアウトカムについて、2015、2016年度と、2017年度とでは異なる指標を用いていたことが問題視された。2015、2016年度には、各協議会が自由に指標を設定できたため、観光に関する指標を組み込んでいない協議会もあった。2017年度からは成果指標について「日本遺産を活用した集客・活性化」（具体的には観光客入込み数）と「日本遺産を核としたコミュニティの再生・活性化」（具体的には地域の文化に誇りを感じる住民の割合）とい

うふたつの成果指標を計測することを義務付けた。こうしたことから、事業当初からロジックモデルが十分検討されていないことが委員より指摘された。ロジックモデルとは、事業のアウトカム（成果）に至るまでの道筋を因果関係で描いたものである。ヒト・モノ・カネといった資源をインプットし、それに基づいて活動を行い、その結果アウトプットがあり、その効果としてアウトカムが生まれるという一連のロジックである。たとえば、日本遺産事業に補助金（インプット）が投入され、その結果、各地域でさまざまな取組が行われ（活動）、それによりウェブサイトが作成されたり、シンポジウムが実行されたりする（アウトプット）。その結果、観光客入込み数が増えたり、地域に愛着のある人が増えたりという成果が生まれる（アウトカム）。このロジックモデルについて、地域の中であるべき姿を考え、そこへどのように向かっていくロジックモデルを考えた上で成果指標を設定すべきであり、これは協議会ごとに異なるはずである。そのため地域が抱えている課題ごとにモデル化し、それぞれの協議会に対して個別にアドバイスすべきであるという指摘がされた。また別の委員からは、観光客入込み数を成果指標の設定の仕方が協議会ごとに異なっていたり、日本遺産に関係ない要素で大きく変動する指標が混在していたり、数字の記述についても生の数字が見えないような記述があり評価できないといった指摘がなされた。その結果、「成果指標の設定とその検証方法、事業全体としてのアウトカム指標の設定とも不適切であり、将来に向けて抜本的な改善の必要がある。」というコメントが付されることになった。

事業の設計については、事業の目的が議論された。文化庁の事業として観光振興と地域活性化の両方を目的として事業を進めることへの疑問の呈された。観光振興は観光庁の領域であり、文化財活用が結果的に観光振興につながるような取組であっても、その手前には地域にあるものの価値を認識するといった部分を文化庁が担うべきだという指摘があった。また、フォローアップ委員会での評価の視点が事業開始時にはなく、あとから設定されたことなどから、事業開始時に事業の目的が十分に固まっていなかったのではないかと指摘された。こうした指摘に対して文化庁は、日本遺産事業の目的は観光振興と地域活

性化の両方である旨の回答を行っているが、そうした回答に対して委員が不満を漏らす場面もあった。また、協議会の事業が自立的に継続するかどうかについても指摘がされた。

フォローアップ委員感の在り方についても議論があった。最終的に100地域が認定される日本遺産において、7人の委員で構成されるフォローアップ委員会で十分な評価ができるのかどうかということに疑問が呈された。また、委員の審査をサポートするために日本遺産プロデューサーが各地の情報を整理してフォローアップ委員会に提出しているが、事業に関わっている日本遺産プロデューサーの情報に基づいているとチェック機能を十分に果たせないのではないかという点も指摘された。地域の事業の進捗は、日本遺産プロデューサー等派遣事業への評価にもつながるからだ。そのため、フォローアップ委員会が正しくあるのかというチェックも必要だと指摘された。こうしたことから、「事業の設計、執行ともゼロベースから検討し直す必要がある。」「事業終了後の成果の継続性の確保のための制度設計を構築する必要がある。」というコメントがなされた。

また日本遺産プロデューサー等派遣事業についても、派遣するときの単価がいくらなのかを文化庁が把握しておらず、行政事業レビューにおいて返答することができず、派遣単価の妥当性が検証されているのかという疑義が出された。また、日本遺産プロデューサーの選定について、一般社団法人フュートゥラディションワオ（WAO）が推薦した日本遺産プロデューサー候補全員がそのまま文化庁によって任命されており、任命プロセスが形式化しているのではないという指摘や、派遣事業を担うWAOの理事がそのまま日本遺産プロデューサーにもなっているということの不透明性に対しても指摘がなされた。その結果、「プロデューサー派遣事業を含む入札プロセス、事業の執行方法等について適正化及び透明化を図る必要がある。」というコメントとなった。

第3項 財務省予算執行調査¹²⁴

2018年7月には、「日本遺産魅力発信推進事業」に関する予算執行調査の結果を公表した。財務省予算執行調査とは、財政資金の効率手・効果的な活用のために、予算の

PDCA 機能を強化するために行われる調査である。予算執行による効果を Check し、次年度以降への予算への的確にフィードバックして改善の Action するためのものである。

日本遺産に対する予算執行調査の対象となったのは、事業内の 1. 情報発信・人材育成の取組、2. 訪日外国人旅行者の増加に関する取組、3. 事業の自立性・持続可能性という 3 点であった。

情報発信についてはすでに触れたように、74%の協議会において日本遺産の認知が低いと捉えている結果を踏まえ、その「非効率的、非効果的な事業内容」から、協議会の情報発信に関する取組の凍結を検討すべきとした。また、人材育成についても、育成したボランティアのうち 46.4%ほどしか実際に活動をしていない点や、一人あたりの人材育成費用が高額になっている点を指摘し、費用対効果を勘案して、効率的な手法で実施すべきだとした。

1. 情報発信・人材育成の取組

- 非効率的・非効果的な事業内容となっており、速やかな改善を要する。定量的な目標を掲げ、費用対効果を勘案した効率的な手法で実施し、その結果を検証していく必要がある。
- 特に情報発信については、認知度向上が喫緊の課題であり、まずは文化庁において「日本遺産プロモーション事業」の一環として実施する日本遺産全体の PR イベントを改善しつつ、認知度の動向を定期的に把握する必要がある。現状では、協議会が実施する情報発信の取組による効果が期待できないことから、協議会の取組の凍結を検討すべき。

特に人材育成の取組について、次の 3 つの指摘がなされた。

- ① 目標値が定められてない。育成人数や稼働人数の計画目標を定めている協議会は、こうした人材育成に取り組んだ 34 協議会のうち、15 協議会にとどまっていた。

- ② 育成した人材が十分に活用されていない。教育プログラムを修了またはボランティア登録された 1,299 人にうち、実際にボランティア活動に参加したのは 603 人（46.4%）にとどまっている。
- ③ 育成費用が高い。無料で提供されたプログラムにおいて、一人あたりの費用を計算すると、一人あたり 10～40 万円もの費用がかかっていた。しかもこうした費用をかけた地域においても、目標値が定められておらず、活用人数も少なかったと指摘された。

続いて、「訪日外国人旅行者増加に関する取組」も、目標値の設定がされていない地域が多く、また目標値も、市町村単位ではなく施設単位で外国人観光局入込数を設定するなど、将来的に活用できる数値を計測するよう指摘している。

2. 訪日外国人旅行者の増加に関する取組

- 訪日外国人旅行者に関する目標値の設定を補助の要件とすべき。
- その際、市町村単位での「外国人観光客入込数」などではなく、将来的に活用できるものとなるよう、施設単位にすべき。

事業の自立性・持続可能性については、「官」中心になってしまっている協議会に営利企業や金融機関を参画させるよう指摘し、また民間資金の活用が進んでいる地域には補助金を増額するなどのインセンティブの必要性が指摘されている。補助金の金額は、1 年目 4000 万円から 2 年目には 2000 万円、3 年目には 1000 万円と徐々に減額されて履いたものの、補助率については 100%の補助であるため、協議会側で自己資金がなくとも事業ができた。もし補助率が下がれば、事業を行おうとすれば、補助率に応じた自己資金を用意しなくてはならなくなる。当然、事業の持続のための資金調達の議論が活発になると想定される。また、自立性・持続可能性がないと判断されれば、地域活性化計画の再提出または改善が確認されるまで補助金交付の停止をするべきであるという踏み込んだ指摘がなさ

れた。逆に言えば、現状は民間資金を活用する努力をわざわざしなくとも補助金を全額受け取れ、また地域活性化計画についても、申請時に提出が義務付けられているものの、その後の検証を受けることのない制度設計になっていたのである。そうした問題に対する改善の指摘がなされたのである。

3. 事業の自立性・持続可能性

- 「官」中心となってしまう協議会に営利企業や金融機関の参画を促し、多様なアイデアを取組に反映すべき。
- 自立性・持続可能性を高めるため、3年の間に段階的に補助率を減じていく仕組みや補助事業の成果や民間資金の活用状況を評価し、補助事業の成果が認められない場合や民間資金の活用が進んでいない場合には補助金を減額する一方、大きな成果が認められる協議会には補助金を増額するなどのインセンティブを付与する仕組みに改めるべき。
- 自立性・持続可能性が無いと判断された場合には、地域活性化計画の再提出又は改善が確認されるまで補助金交付を停止すべき。

この3つの事業評価の論点は、次の2点に集約できるであろう。第一に、費用に対して効果が十分に出ていないという点である。特に財務省予算執行調査は費用対効果をチェックするための調査であり、厳しいフィードバックが行われた。行政事業レビューでは、成果指標そのものの恣意性や妥当性も疑問視された。これはそもそも、事業の成り立ちにも由来する問題であった。世界遺産を目指す地域への支援策と同時に、クールジャパンなどの観光施策のアクションプランとして立ち上げられた経緯から、さらに従来の文化財行政の文脈である地域活性化による歴史まちづくりの流れが組み込まれ、結果として行政事業レビューでも指摘されたように、観光振興策なのか地域活性化のための事業なのか、その性格が曖昧となってしまった。結果、行政事業レビューのロジックモデルが十分に組み立

てられないまま事業が開始され、あとから事業評価の視点が策定された。本来は事業開始時点で、地域活性化の観点からの取組の精査が必要であった。

第二に、事業の自立的・継続可能性を促す仕組みとなっていないということである。フォローアップ委員会でも、継続可能な仕組みになっているかという評価が行われた。その評価のもととなっている「3年間の取組モデル」では、そのための道筋も示された。また、行政事業レビューでも、事業終了後の成果の継続性の確保が指摘された。財務省予算執行調査では、自己収入等の確保ができていない状況を把握したうえで、具体的に補助金のインセンティブや補助率の変更といった具体策が提示された。

第5節 事業内容の変更

第三者からの指摘を受けて、2019年度から、補助金の仕組みが大きく変更された。まず補助金の構成が大きく、「文化芸術振興費補助金」と「文化資源活用事業費補助金」とに分けられた。「文化芸術振興費補助金」は従来の日本遺産魅力発信推進事業の補助金と同様、全額補助となるが、その補助対象事業が(1)人材育成事業(2)普及啓発事業(3)調査研究事業の3つに絞られた。(4)情報発信事業、(5)活用のための整備に係る事業については、2018年度に実施した実施した事業と連動して実施する補助事業者の事業に限り認められたが、それ以外は対象とならなかった。もうひとつの「文化資源活用事業費補助金」は、(1)情報コンテンツ作成事業、(2)活用整備事業、(3)上記の事業を構想するために必要な経費が対象となり、補助金の額も補助対象経費の1/2を限度とされた。この割合は、いくつかの条件を満たすことで2/3まで引き上げることができたが、そのハードルは高く、文化財保存活用の計画が整っている場合や、補助事業者の財政規模が低い場合、登録DMOが参画している場合、国際観光旅客税を充当する事業と連携している場合などの条件が設定されていた。こうして、これまで多額の事業費が支出された情報発信について、広告出稿をその対象から外し、ホームページやアプリ、パンフレット映像制作といった情報コンテンツの制作についても自己負担分を設定することで、無駄な事業を抑制したのである。その結果、補助金の額は、従来の1年目4,000~5,000万円程度から2,000万円程度に大幅に減額となった。

また、既存の認定地域に対する交付についても、新たな制約が設けられた。対象とならない取組の例として、従来、補助金対象となっていた事業が不採択と判断されるようになったのである。たとえば情報発信については、多額の費用をかけて行われていたVRやARといったコンテンツ開発に歯止めをかけたり、成果の見込めない事業の抑制、また実行委員会が直接行わない講座など、持続可能性に疑問のつくような取組が補助対象外と明記されることになった。この結果、従来の野放図な情報発信事業が原理的に不可能となった。

以下、補助対象とならない取組の例として挙げられたものを列挙する¹²⁵。

補助対象とならない取組の例

○情報発信について

- ・特定の文化財単体の AR 開発やパンフレット等の作成(特定の文化財の情報発信は補助対象外)
- ・アンケートを実施するだけのモニターツアー(成果の活用や効果が見込めない)
- ・地域の特産品や商品などの開発(商業行為)
- ・実行委員会が直接実施せず、全部委託して実施する連続講座(団体に主体性がない)

○普及啓発について

- ・俳句コンテスト(優劣をつける取組)(一過性イベント)
- ・構成文化財等で実施される地域性を伴わない公演や演奏会(一過性イベント)(日本遺産との関連性が認められない)
- ・文化財建造物等におけるプロジェクションマッピング(一過性イベント)
- ・文化財のライトアップ(一過性イベント)
- ・美術館・博物館の企画展や展示コンテンツの作成(美術館・博物館の本来の事業)

また、取り消し制度も重要な制度変更ではあるが、本論文執筆時点では再審査となった地域はあるものの、実際に取り消しとなった地域はなく、どのような運用がなされるかは未知数のところが多い。そのため、本論文では取り扱わない。

第4章 日本遺産事業の課題

この章では、日本遺産事業の課題を指摘する。本論文の問題意識として提示した3つの観点に従って、課題を整理する。

第1節 未指定文化財の保護の課題

第1項 認定制度がもたらす疎外

日本遺産事業が目指した未指定文化財を含めた保護の課題について見てみよう。日本国内の文化財保護はもともと、地方自治体の指定から国指定、さらに国宝というヒエラルキー構造をもち、そこに登録文化財や未指定文化財という概念が加えられた。そこにさらに、世界遺産という国際的な登録制度が屋上屋として積み上がり、世界遺産を頂点とするヒエラルキーの中で文化財の価値を捉えていく構造ができあがった。日本遺産の認定は、そうしたヒエラルキーの中で、世界遺産登録に向けたひとつのステップとして位置づけられ、また未指定文化財という文化財保護からこぼれ落ちた文化財の保護という意図を持って設計された。こうした構造は、地域の自律的な取組よりも、認定する権威からの指示を優先することにつながる。文化財の調査事業も行われたが、その多くはすでにストーリーに組み込まれている未指定文化財について、文化財としての価値を確認するためのものであり、あくまで従来の文化財認定の価値基準に沿ったものであった。

文化財を地域活性化につなげていくには、権威からの認定による価値付けに頼るだけでなく、地域住民による価値の発見が重要になる。日本遺産の認定がゴールではなく、認定を契機に、新しい未指定文化財の価値の発見を進めていく必要がある。しかし実際には、そうした地域住民のボトムアップによる未指定文化財の発見、構成文化財への追加の取組は、日本遺産事業の補助金事業としてはほとんど行われなかった。2017年度以降活用されるようになった調査研究についても、あくまで既存の構成文化財に関するマーケティング調査が中心であり、新たな未指定文化財の調査を進めるようなものではなかった。

第2項 固定化された認定ストーリーによる疎外

新たな未指定文化財の発見には、実際には認定ストーリーの変更を伴う。日本遺産事業を各認定地域で進めていくにあたって、日本遺産の認定ストーリーの構成文化財について、その精神性や価値観、その土地の風土にまでさかのぼり、新たな価値を見出していくことが不可欠である。しかし、一度、日本遺産審査委員により認定された制度を変更することはハードルが高い。日本遺産という制度的に承認されてしまう「支配的な語り」は、それ以外の物語に対して抑圧的に振る舞うことになる。認定ストーリーは一部の文化財を価値付けする一方で、それ以外の文化財を疎外することになった。

そうした権威的な語りを相対化するためには、認定ストーリーを住民の側からナラティブとして語り直すことが重要だが、それも十分には行われなかった。少なくとも、補助金対象となる事業としては、記録が残っていない。丁野がサブストーリーと呼んだストーリーの掘り起こしこそが、認定ストーリーの地域浸透と、外部への発信のキーとなるはずであったが、そうした活動は主要な取組とはなっていなかった。日本遺産の認定が、ストーリーづくりのゴールとなってしまうのであった。本来は、さまざまなストーリーが自然発生的に創作されてくるような仕掛けが必要であった。認定ストーリーが固定化されている以上、その認定ストーリーを構成する未指定文化財の陣容も大きく変わることがなかったのである。

第2節 文化財の活用の課題

第1項 公開活用中心の整備

日本遺産においても、文化財活用は十分に進まなかった。高額な VR 動画などに代表されるように、あくまで文化財の公開を進めるための取組にとどまることが多かった。当初目指していたような保存のための資金を調達するような事業性のある活用は、文化庁の補助金による取組を見る限りにおいては十分に行われていなかった。日本遺産事業の設計自体にも、公開活用中心の姿勢がすでに反映されていた。文化庁は、補助金の活用施策のカ

テゴリーのひとつとして「公開活用のための整備」を設定したが、ここでいう活用は文字通り、「公開活用」にとどまっておらず、それ以上の活用に向けた整備は含まれていない。これは、日本遺産がもともと、世界遺産登録に向けた支援という性格からきているものである。日本遺産の目的からすれば、公開活用という枠組みにとどまらない幅広い用途を、整備の対象とすべきであった。

これには、日本遺産の認定プロセスにも問題があった。認定の審議はストーリーへの評価が中心で文化財をどのように活用していくのかということまでは十分評価されていなかった。そのため、具体的な文化財の活用方法については、認定された後に議論することになったのだが、日本遺産に認定されてから予算の執行開始までは2～3ヶ月と、非常に短い時間であった。このような短時間では、十分な議論は期待できない。活用について本格的な取組ができないまま、もっとも予算の多い初年度を無為に過ごすことになった。

第2項 近視眼的な取組

日本遺産事業の問題のひとつに、情報発信への多額の予算配分があった。クールジャパン戦略のアクションプランとして位置づけられたこともあって、観光誘客を目的とした、多額の費用をかけた情報発信が各地域で行われたが、文化財保護を担当する部局中心の組織がこうした慣れない事業を行うのでは当然、成果は期待できなかった。日本遺産の知名度は、認定地域外はもちろん、認定された地域内でさえ、低いままの状態のところも少なくなかった。財務省予算執行調査でも、その「非効率的・非効果的な事業内容」に対する批判が行われた。投資に対するリターンの考え方もあまく、広告宣伝の取組の殆どが、補助金がなくなれば自年度以降、自主財源で継続できないものであった。

こうした拙速な取組が行われたことは、日本遺産事業の設計にも原因があった。日本遺産の認定において提出が求められた地域活性化計画のなかで、「地域活性化計画における目標と期待される効果」として観光入込客数の増加などを設定させたが、そのことはかえってこうした短期的な成果を求めるような取組を促した。これまでの文化財活用の文脈を

踏まえるのであれば、地域活性化が達成された結果、観光地としての魅力も高まっていくというような因果関係を想定して目標設定するべきであった。日本遺産事業は、観光振興を目的とした文化財プロモーション事業ではなく、まずは文化財によって地域が活性化されたことによって観光地としても魅力が高まり、最終的に観光振興にもつながるという、時間軸の長いロジックモデルを採用すべきであった。

文化財保護は、地域の中で文化財保護の機運が高まる中で、国の制度に先駆けて地方自治体レベルで保護活動が行われ、それを他の自治体に横展開するかたちで広がってきた。しかし日本遺産事業は、インバウンド観光や地域活性化などへの活用を国が主導してトップダウンで実施した珍しい事業であった。当初、自治体の負担のない補助率 100%の補助金が設定されたこともあって、地域のニーズを十分に把握しないままに日本遺産に認定され、事業が進むことも起こる仕組みであったのである。

第3節 持続可能な取組に関する課題

第1項 硬直した計画主義

日本遺産事業においては、補助金が打ち切られる4年日以降も事業を継続するための自主財源の確保が求められていた。しかし残念ながら、十分な収益を上げられるような取組は少なく、補助金が打ち切られた後のイベントや事業は打ち切られるか、自治体の負担で行われることが多かった。

持続可能な取組にしていくために、2017年には調査研究の取組として「日本遺産の情報発信・普及啓発に必要な嗜好性などの調査」等のいわゆるマーケティング調査を行うよう推奨された。しかし、この調査も有効活用できたとは言えなかった。というのも、認定が決定してから実施する調査の結果を待っていては、とても年度内に事業を終えることはできないからだ。そのため、調査結果を待つことなく事業を進めなくてはならなかった。マーケティング調査だけでなく、住民や民間からの意見を吸い上げとしても、それを反映するだけの柔軟性を協議会がもちあわせていなかった。文化財活用はさまざまな試行錯誤

を行っていく中で見出していくものである。たとえば歴史的建造物の活用ということであれば、宿泊に活用すべきか、飲食サービスに活用すべきか、それともイベントスペースとしての活用がいいのかといったことは、数度のイベントを実施していくなかでユーザーのニーズを把握し、最終決定していく必要がある。そのような臨機応変な対応をするには、日本遺産協議会は組織としての柔軟性を欠いていた。

第2項 民間の巻き込み不足

日本遺産の申請主体は地方自治体（市町村）であり、どうしても行政主導で進むことになる。また、日本遺産認定の申請のプロセスも岡本が報告するように¹²⁶、文化庁はストーリー構築を中心にアドバイスを行っており、地域活性化に関係する民間プレイヤーが関わる余地が少なかった。その結果、多くの地域で、日本遺産に認定され事業が開始されるタイミングでワーキンググループを準備、民間プレイヤーの巻き込みを進めることになった。この時期にワーキンググループを立ち上げて、初年度の予算の使い道を考え合意形成を行う時間は残されていなかった。この問題を解決するには、日本遺産認定の申請前から民間プレイヤーを巻き込む必要がある。さらに柳澤による事業実施主体の研究によれば、リアル型において長期戦略を策定する主な担当部署である企画振興部局が含まれておらず、自治体内での体制も十分でなかった¹²⁷。

第5章 日本遺産事業の地域活性化事例

ここで、日本遺産事業の課題を乗り越え、日本遺産事業の持つ可能性を示唆する2つの事例を紹介したい。ひとつは小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会（第1節）、もうひとつはゆずと森林鉄道日本遺産協議会（第2節）の取組である。

第1節 小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会

2015年に認定された「海と都をつなぐ若狭の往来文化遺産群～御食国若狭と鯖街道～」(以下「鯖街道」)は福井県小浜市と若狭町の隣り合う市町によるシリアル型の認定地域で、日本遺産という資源を活かしながら食文化を再生・創造する、積極的な産業振興に取り組んだ事例である。人口3万人ほどの小浜市は、2009年にアメリカのオバマ大統領が就任した際、同じ「オバマ」ということもあってそのことを地域PRに活用して成功を収め、名前は全国的に知られる要因あった。しかしその実態が伝わったかといえばそうではなく、地域の魅力と合わせて情報発信していかなければならないという課題を認識するようになった。その切り口のひとつが文化観光を推進するための日本遺産事業への認定であり、食の産業振興と文化観光地としての観光整備の課題を持った地域であった。

この小浜市・若狭町が位置する若狭湾は、昔から京都の食文化を支える食材を生産・献上する、いわゆる「御食国」と呼ばれる地域であった。タイトルにある鯖街道は、若狭で採れた鯖を運んでいたことから名付けられた街道で、古来さまざまな文化的交流が行われており、小さな地方都市ではあるが数多くの国宝・重要文化財が存在する、文化財エリアであった。その分、文化財の活用方法には、いろいろな可能性を秘めている場所であり、その分、取組が総花的になってしまい焦点が絞れなくなる可能性もあった。日本遺産を申請するに当たっては、街道沿いに残る民俗行事などの無形文化財も含め多様な文化財を組み込みつつ、実際の事業においては食にテーマを絞り、京都の和食文化を支えていた聖地として打ち出すことにした。そして、もっとも近い大都市であり、文化的交流も深かった京都からの観光客誘致というポイントに絞り、まずは京都でのマーケティング調査を展開

した。そうしたところ、京都の有名料理人や料理研究家、美食家たちが、小浜というところ「小浜鯖」などの食材にブランド的な魅力を感じているということが分かってきた。そこで、一年目はこの小浜の代名詞となっている鯖と鯖街道をフックにして事業を行うことにした。

第1項 日本遺産を契機とした産業創出

しかし、その天然の鯖が、現在の若狭湾ではほとんど採れなくなってしまっていた。かつては3万トンの水揚げを誇っていたが、認定前年の2014年には1トン弱にまで減少してしまっていた。このままでは、「鯖街道」を訴求するのに大きな問題となることは明らかであった。そこで日本遺産に認定されてまずやらなければならないことは鯖の復活であると考え、小浜市は2016年に鯖を養殖することで、鯖の産地としての実態を取り戻す「鯖、復活」プロジェクトを開始する。このプロジェクトには先進的な通信技術も取り入れられ、総務省の「地域IoT実装推進事業」にも採択され、センサーやアプリケーションなどをつかったスマート漁業を実現した¹²⁸。1000匹の養殖から始まったこの事業は、当初小浜市直営でやっていたが、3年目には1万匹の養殖を実現し民間事業となった。この事業は、鯖の養殖というだけでも注目を集めたが、事業の説明をする際に必ず御食国若狭の鯖街道の説明することで、日本遺産に関連する歴史的背景を持つ事業として訴求した。

ただ、こうして生産した養殖の鯖は天然物よりも高く、その活用や販売経路も考えなければならなかった。ひとつには、鯖を使った伝統料理である「へしこ・なれずし」を訴求したり、観光・住民まちづくりイベントとして全国鯖サミットを開催、小浜と京都を結ぶ鯖街道ウルトラマラソンと連携するなど、さまざまな取組を同時展開した。また、鯖専門の居酒屋「SABAR」を展開する株式会社鯖やと連携し、既存店での鯖の利用はもちろん、SABAR 鯖街道店をオープンするなどして、鯖のいわゆる六次産業化を果たしていく。六次産業とは、二次産業である食品加工と、三次産業である流通・販売を組み合わせた産業のことで、食材としての鯖を生産するだけではできないような高い付加価値をつけること

ができるのである。こうした六次産業化を行政単独で進めるのではなく、民間と協業しながら進めたところに、小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会の日本遺産事業の高い実行力をみることができる。

日本遺産認定地域の中では、地域に残る伝統工芸がテーマになっているところも少なくない。たとえば「一輪の綿花から始まる倉敷物語」「和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田」「きっと恋する六古窯」といった地域は当然、地場産業の振興に取り組むことになる。しかしこの小浜市・若狭町においては、ストーリー上の柱はあくまで食文化であり、産業振興は副次的な要素であった。にもかかわらず、鯖の復活という軸でここまで産業創造に取り組んだ地域はなかった。産業に新しい息吹を吹き込む取組によって、過去の文化の冷凍保存ではなく、まさに今、生きている文化であり、新たに創出されようとしている文化を体感できるような地域づくりにつながっていった。

第2項 キーパーソンを巻き込みながら再構築される御食国

二年目に入ると、「鯖街道」からさらに、「御食国」としての小浜・若狭の訴求へと事業を進めた。そのための取組のひとつが、2018年2月に立ち上げた「御食国アカデミー」である（図39）。これは、京都の有名料理人と連携し、御食国という歴史に裏打ちされた食文化の情報発信や、食文化体験プログラムなどのいわゆる着地型の観光商品を造成、発信する事業である。京都の料理人や若狭ファンの著名人を「名誉教授・客員教授」、小浜の食や文化財にかかる市民が「教授・准教授」となって、こうした取組に関わっていく仕組みとなっている。京都で行われた御食国アカデミーの創設記念シンポジウムでは、京都の料理人やホテルのコンシェルジュ、交通事業者などを集めて、御食国として的小浜の情報発信を行い、日本遺産大使でもある祇園の老舗料亭「菊乃井本店」の料理人・村田吉弘が「京都の和食文化を支えた御食国若狭」というタイトルで基調講演を行った。また日本遺産プロデューサーで食の専門家である本田勝之助もこのシンポジウムに参加している。このように影響力の大きな料理人や専門家を巻き込み、御食国・若狭、そしてその食材に

ついでストーリーを共有、伝播させていくこうした手法は、いわゆるインフルエンサー・マーケティングと呼ばれている。人を通じて情報を伝えていくのである。

～京と若狭をつなぐ～
御食国アカデミー
創設記念シンポジウム
 Miketsukuni Academy

日時 **2018年2月12日**(月・祝)
 14:00~16:30 (開場13:30)

会場 **京都烏丸コンベンションホール**
 京都市中京区烏丸通六角下る七瀬寄町634
 ■市営地下鉄烏丸線「四馬」駅 21番出口 徒歩3分
 ■阪急京都線「烏丸」駅 21番出口 徒歩3分
 ■市営地下鉄東西線「烏丸御池」駅 5番出口 徒歩4分

先着順・要事前申込
※座席の都合上、ご参加の希望が満席の場合はご遠慮いたします。

PRIGRAM

第1部 **基調講演**
「京都の和食文化を支えた御食国若狭」
 古来から現在に続く御食国若狭と京都との歴史的なつながり、若狭の食文化の魅力等について講演いただきます。
 株式会社兼の井 代表取締役
 NPO 法人日本料理アカデミー 理事長
 若狭町ふるさと大使
村田吉弘氏

第2部 **パネルディスカッション**
「京と若狭をつなぐ御食国アカデミーの役割を考える」
 食文化のルーツ、学び・体験等を提供していく「御食国アカデミー」に求められる役割、今後の展開等について意見交換します。

コーディネーター
 日本遺産開発プロデューサー
 一般社団法人フューチャードキュメントオオサカ理事
 本田理本店有会社 代表取締役
本田勝之助氏

パネリスト
 京都料理総会長
 山辺なほ八景屋取締役会長
關部平八氏

パネリスト
 若狭おばな野食助大使
 藤崎なかりがし代表
中東久雄氏

パネリスト
 立命館大学 経済学部教授
 食マネジメント学部
 学務委員会事務局長
井澤裕司氏

パネリスト
 小浜市企画部
 食のまちづくり課
 主任・政策専門員(食育)
中田典子氏

※基調講演やパネルディスカッションのタイトル、内容は予告なく変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。

主催：小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会

(図 39) 御食国アカデミー 創設記念シンポジウム チラシ
 (小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会作成)

また 2017 年 11 月に、立命館大学で開設されたばかりの食マネジメント学部と食科学分野の発展および教育・研究活動の推進とした連携協定を締結、2018 年 6 月には、1 回生全員となる 355 名の学生が、一泊二日の「小浜フィールドワーク」に参加した¹²⁹。学生たちは「食のまちづくり」に関する 6 つの分野に基づいて設定されたテーマについて、60 以

上のグループに分かれてフィールドワークを通じて学んでいく¹³⁰。そのフィールドワークでは、さきほどの御食国アカデミーの「教授」に認定された地域の人たちが、学生たちに食についての体験を提供しながら話をする。こうして生まれたプログラムは学生向けだけでなく、一般の観光プログラムとしても仕立て上げていく。さらに、この市民教授の育成を行う日本遺産大学を定期的に開催、歴史分野や観光まちづくり分野、産業活性化分野という3つの分野において、日本遺産のストーリーを活かしたまちづくりのできる担い手育成に取り組んだ。

また、鯖は大衆魚のイメージがある。そこで、御食国らしい高級志向の食事を提供するため、にっぽん A 級グルメのまち連合に参加し、A 級グルメが食べられる場所を整備した。地域住民が出資して設立した民間企業と地域DMO とが連携して海辺の古民家で食事を提供するレストランや¹³¹、国宝指定の本堂・三重塔を持つ明通寺の近くにある宿泊施設でオーベルジュとして提供されている。明通寺でも、阿字観瞑想や精進料理の提供、明通寺の境内でのヨガなど、さまざまな体験プログラムを提供している。ほかにも、まちづくり会社が運営する古民家をリノベーションした分散型ホテル「OBAMA Machiya Stay」では、古い町並みの中で宿泊をしながら、市民教授に食文化を教えてもらいながら体験プログラムを楽しむといった観光が提供されている。ほかにも、シーカヤックや SUP などの海のレジャーと組み合わせたり、伝統工芸である若狭塗の箸の研ぎ出し体験などさまざまなプログラムを用意している。

この小浜市・若狭町の取組は、すべて人を通じての取組になっている。地域の魅力を伝える広告宣伝をするのではなく、魅力を理解したインフルエンサーである料理人が小浜の食材を、その歴史とともに語って伝えるようにしているし、地域の活性化についても、そうした担い手となる人材を市民教授というかたちで育成し、その人たちが活躍することを通じて、地域が活性化していくのである。人材育成はもちろん、観光客へ提供する体験プログラムにしても、あらゆる事業の根底には、人を通じた教育がある。それが、この小浜市・若狭町の日本遺産事業の特徴なのである。

第3項 ローカルヒーローの発掘と「共」の文化創造

同じ 2017 年からは、地域のキーパーソンを発掘、発信するためのローカルラーニングツアーを実施した。これは、キーパーソンをローカルヒーローと見立てて、ツアー参加者が直接会って関係性を築き、取材をする。ローカルフォトツアーでは写真、フォトライティングツアーでは写真と文章、ムービーシューティングツアーでは動画を作成し、SNSなどで発信する上での技術を身につけるものだ。観光という文脈では、食を支える漁師やシェフ、無形文化財の放生祭を支える人々、若狭塗箸の作家などに直接話を聞く機会はない。それを取材という文脈に置き換えることによって、これまでになかったコミュニケーションが実現する。このコミュニケーションは、観光コンテンツとして演出されたものではない本物の体験ということになる。

このうち、ローカルフォトツアーはこの若狭だけでなく他の地域でも実践されてきたプロジェクトであった。写真家の MOTOKO によって立ち上げられたこの活動は、地域の魅力を再発見し伝えていく活動である。2013 年に小豆島に暮らす女性 7 名によって立ち上げられた写真グループ「小豆島カメラ」がその発端である。その後、長浜を始め、さまざまな地域で活動が広がっていき、地域の人たちが地域の魅力を写す活動として、さまざまな地域へと広がっている。

地域の写真を撮るといって、観光地となっているような寺社仏閣や絶景などを撮影するように思われるが、ローカルフォトの撮影対象は、先に触れたように地域の人々である。そしてその地域の人々は、かならずその地域の暮らしや生活を背景にして写真に収まることになる。人々が生き生きと暮らしている地域こそが魅力的な地域なのであるという、観光まちづくりの考え方にもつながるものだ。長浜ローカルフォトアカデミーのメンバーは、次のように語っている。「普段当たり前だと思って過ごしている日常が、撮ること、撮られることで“宝物”だと気づく。長浜ローカルフォトアカデミーはそうやって“まちの宝物”を市民のみなさんが見つけて外へ発信することで、長浜の魅力をたくさんの人に伝える活

動です¹³²。」

MOTOKOはこの活動について、アートのような自己表現（private）でも、商業的なような公共（public）でもない、その間にある表現を目指すものだという¹³³。この指摘は非常に重要である。これまで、私と公共という対立軸で語られがちだったが、私と公のあいだに共という空間を考えていく必要がある。文化財というのは、たとえば私有のものであっても、公共性を帯びている。それはプライベートでもなくパブリックでもない、その中間的な存在である。ローカルフォトは、地域の魅力があって初めて成り立つものであり、カメラマンと被写体、そして地域の風土による「共の表現」であると言える。

これは、地域での創造活動においてもそのまま適用しうる概念だろう。官主導で指定されてきた文化財は公の領域に属しており、一度指定されてしまうとそうそう個人の思惑で手を加えることのできない、強制力によって保護されるべき存在になる。一方でそうした指定を脱がれたものは個人の判断の中で処分が可能となる。これまでの文化財行政は、この官の権力をどこまで広げて強制力をもたせるかということに、どうしても重きを置きがちであった。しかし、観光まちづくりや歴史まちづくりの議論の中では、そうした指定を受けないような文化財をどのように保護していくのかという議論が行われ、たとえば町並み一体を保護していくための地域の中での連帯が模索されていった。ローカルフォトは、そうした公私の対立では回収できない領域をカバーする共の創造活動なのである。ローカルフォトで撮影された地域の小さなお店や公園などの空間、何気ない田園風景は、そこにいる人と一緒に撮影されることによってその価値を再発見される。再発見された価値は、公に文化財として指定されることもなく、また個人の芸術作品として提出されることもなく、ただ地域の人たちにとって価値あるものとして「共」の領域に置かれるのである。被写体に人をいれ、その関係性をつくることにこだわるローカルフォトの意図も見えてくる。対象と撮影者が一対一で向かい合うなかでの表現は、最終的には私に回収されてしまう。そうしたことを前もって防ぐためにも、その場所において被写体と私との共同制作物としての性格を残す仕掛けを施している。ここで行われているのは、共の文化創造なのである。

TOUR1 まちの見つけ方と写真を学ぶ ローカルフォトツアー
 小浜のまちをつくるローカルヒーローを撮影しよう！歴史的町並みで暮らし、まちの景色をつくる人、小浜の名産品をつくる人、その暮らしと産業の現場にお邪魔して、お話を聞きながら、一緒に旅をするのは、各地で『ローカルフォト』という写真と地域をテーマにした活動を写真家のMOTOKOさん。まちの見つけ方や宝物の見つけ方、カメラを使用したまちとのコミュニケーションを通し、出会った時の思いを写真で表現し、発信する方法をいっしょに学びましょう。

TOUR2 まちの編集術と文章を学ぶ フォトライティングツアー
 小浜のまちを代表する産業の現場取材しよう！国内で生産される漬り著のシェア80%を誇る若狭漬り著生産の現場と、伝統的な食文化を守る地域にお邪魔して、お話を聞きながら、一緒に旅をするのは、国内外問わず様々な地域を訪れ、その魅力を伝える井上英樹さん。初めて訪れた場所でのインタビューとコミュニケーションの方法や、魅力的な文章の書き方をいっしょに学びましょう。ツアー終了後、みなさんに取材記事を制作いただき、その場で井上英樹さんよりアドバイスをいただきます。

TOUR3 まちの記録と編集・映像を学ぶ ムービーシューティングツアー
 小浜にしかない魅力を映像で表現しよう！重要伝統的建造物群保存地区にも指定される歴史的町並みや、四十物(あいのもの)と呼ばれる名産品は小浜だからこそ産まれたモノ。その町並みや名産品に関わる人たちにお会いし、お話を聞きながら、一緒に旅をするのは、地域に深く入り込み、映像で地域を表現する松平直之さん。まちを効果的に伝える撮影のポイントや、情報量の多い記録の編集方法をいっしょに学びましょう。ツアーでは泊まり込みで編集作業などを直々に教わるすることができます。

開催テーマ (一人では会いに行くことが難しいローカルヒーローや、普段は入ることのできない現場に出会い、直接お話を聞くことができるとても貴重な機会！)

#1 10月22日(日) 『歴史的町並みとその景色を守るヒト』
#2 11月25日(土) 『小浜の笹漬りの現場と小浜の暮らし』

#1 11月11日(土) 『若狭漬り著と伝統工芸士に出会う旅』
#2 12月17日(日) 『へしこ・なれずしを守る地域の暮らし』

#1 12月2日(土)～3日(日) 『歴史的町並みとその景色を守るヒト』
#2 1月20日(土)～21日(日) 『四十物(あいのもの)の現場』

ツアースケジュール (ローカルフォト・フォトライティングツアーは日帰り。ムービーシューティングツアーは一泊二日のツアーです)

Day1 10:30 小浜駅集合 12:15 講座1 15:00 取材1 16:30 昼食・講座2 18:00 取材2 19:30 取材3 19:30 講評会 解散

Day2 10:30 小浜駅集合 12:15 講座1 15:00 取材1 16:30 昼食・講座2 18:00 取材2 19:30 執筆・講評会 解散

募集内容 【小浜市民の方は、特別価格でご参加いただけます！詳しくは『であうWA』をご覧ください】

募集人数：20名 最小催行人数：4名
参加費：6,000円(税込) 昼食代、資料費込み
 持ち物：カメラ(スマホは不可) ※カメラの無償貸し出しあり

講師紹介
写真家 MOTOKO
 大阪芸術大学美術学科卒業。1992年より2年間渡米後、1996年より東京で写真家としてのキャリアをスタート。2006年滋賀の農村を舞台とする『田舎ドリーム』をスタート。2016年社団法人ローカルフォトラボラトリーを設立。キャリアをスタートさせた時からテーマは一貫して『自然と人間』。近年では、『地域と写真』をテーマに、滋賀県長浜市、香川県小豆島、神奈川県真鶴町、など日本各地で活動している。おもな作品に『Day Light』『京都』など

ライター・編集者 井上英樹
 兵庫県尼崎生まれ。学生の頃からアジア、欧州、アフリカを旅し、その地に住む人の「普通の暮らし」に興味を持つ。大学在学中、黒田征太郎氏のルポを書いたことがきっかけで、「訪ねて、尋ねて、書く」ことを始める。『Yahoo!ニュース』『Viva!』(本誌)『響の王国』(全日空)『フンドレミアム』(マガジンハウス)などで紀行文、人物ルポを中心に執筆。ノーベル賞受賞者、ロックスター、宇宙飛行士など数多くのインタビューを行う。

映像作家・監督 松平直之
 大阪府生まれ。ドキュメンタリーに軸を置きながら、ファッションムービーやミュージックビデオなどにコマercial分野で活躍中。近年では、神奈川県真鶴町、滋賀県長浜市の鬼山まつりドキュメントなど地方地域を題材とした作品制作も手がける。デザインプロダクション DENBAK-FANO DESIGN 所属

図 40 各種ツアーの概要

(小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会作成)

第2節 ゆずと森林鉄道日本遺産協議会

舞台は高知県東部、人口 12,000 人あまりの中芸地域と呼ばれるエリアである。高知県安芸郡の安田町、田野町、奈半利町、北川村、馬路村の 5 町村からなるこの地域は、魚梁瀬杉を始めとした良質な材木を日本全国各地へと送り届けていた。魚梁瀬の山奥から切り出された木材は、明治末から敷設が始まった魚梁瀬森林鉄道によって港まで運ばれ、その路線はディーゼル機関車が運転されるほどの隆盛を誇った。しかし木材の需要低迷による林業の衰退や、1963 年に完成する魚梁瀬ダムによって、森林鉄道の一部が水没することになり、森林鉄道は廃止され、その後、鉄道の一部は道路へと作り変えられ、木材の輸送はトラックへと切り替わった。

その森林鉄道には隧道と呼ばれる小さなトンネルが点在し、廃線になった後も往時を偲ぶ存在としてその遺構が残されていた。線路の一部は自動車道に変わっているが、車を運転しているとこうした隧道を通り抜けながら山奥へと向かっていくことになる。森林鉄道の遺構は、この地域の暮らしの一部として存在しているのである。それらを保存・活用しようと、2005年に「中芸地域森林鉄道遺産を保存・活用する会」（以下、「森林鉄道保存・活用会」）が発足する。その取組の結果、2009年には魚梁瀬森林鉄道遺産の9件が近代化産業遺産群（経済産業省）に認定され、同年18か所が国の重要文化財の指定をうけることになった。この森林鉄道保存・活用会では、ボランティアガイドの養成なども行い、地域住民の手による文化財の保存・活用が進められた。こうした活動は行政主導ではなく、地域主導の草の根の運動が主体であり、地域の力によって文化財が保護された事例の一つであった。

そうしたなか、文化庁による日本遺産事業が開始されると、森林鉄道保存・活用会は日本遺産の認定を目指した取組を始める。そうして当初、森林鉄道単体でのストーリーを作成し申請したのだが、森林鉄道だけでは認定されるに十分ではないという指摘を受けた。他の地域にもこうした森林鉄道は残っており、ストーリーの審査基準の一つである「希少性」が低いと見られたのである。そこで、林業が衰退したあとにこの地域の産業を支えることになったゆず生産をストーリーに加え、その独特の景観と食文化をテーマにすることになった。ゆずの生産は林業に代わる産業として取り組まれ、かつての森林鉄道の沿線に広がるゆず畑の風景は、この地域の風物詩となっていた。生産量としても、今では日本一を誇るまでに成長し、質の高いゆずの一部は海外まで輸出されるようになった。こうした産業の変遷を、「森林鉄道からゆずロードへ（以下「ゆずとりんてつ」）」と題して日本遺産のストーリーとしての奥行きを加えたのである。こうした工夫もあって、2017年に「森林鉄道から日本一のゆずロードへーゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化ー」として日本遺産に認定された。ストーリーの軸となるのはもちろん、森林鉄道とゆずであった。そこに、森林とゆず畑の独特な景観と、ゆずを使った食文化が横糸として物

語が紡がれた。「鰹の土佐造り」や「鰹のタタキ」、大きな浅皿に料理を盛り込んだ「皿鉢料理」が振る舞われる、土佐独特の食と酒による宴会「おきやく」という食文化は、今でも色濃く残っている。ゆずを組み込むことによって、産業遺産ではなく、その地域の風土や暮らし、なりわいや人間関係まで含めた重層的なストーリーが生まれた。

しかしこの地域は、馬路村温泉や北川村温泉などの温泉や、北川村「モネの庭」マルモッタン¹³⁴などの観光地は点在していたものの、観光地として十分に整備されているとはいえない難かった。森林鉄道の遺構も、近代化産業遺産群として保存には取り組まれていたものの、十分に活用されていなかった。またゆずについても、あくまで産地として機能しており、農業体験や農家民宿、農家レストランなどのいわゆるアグリツーリズムなどへの対応はできていなかった。地域住民の間でこれから観光振興について合意が取れているわけでもなかった。主要な産業はゆずを中心とした農業や沿岸部の漁業であり、観光産業に力を入れる経済的な動機もなかった。つまり、このまま日本遺産事業を進めようとしても、観光振興という軸ではとても地域を巻き込んだ事業展開は望めなかった。少子高齢化に伴う人口減少にも悩まされているこの地域において、観光振興よりもまずは、地域活性化を軸とした取組が必要であった。

そうした課題を持つ地域に対して、オンパク手法を導入することになった。町歩きのコンテンツづくりとして始まったオンパクとは、その地域に住む人が当たり前だと思っている日常生活のなかから、ユニークな体験プログラムを生み出す手法である。中芸地域のように独自の生活文化を持っている地域において、相性はよい。また、狭い隧道や一面に広がるゆず畑といった独特の空間は、プログラムを実施する舞台に事欠かない。さっそく、能登半島でのオンパクを実践し、金沢市市民活動サポートセンターでチーフコーディネーターをつとめる谷内博史を招聘し、まず実験的な試みとして、認定から5ヶ月後の2017年10月1日に行われる日本遺産認定記念シンポジウム「中芸みんなの日本遺産」に向けて準備を開始した。シンポジウムでは体験ブースを開設して、ゆずバスソルトづくりやゆずの花ピンブローチづくり、オリジナルコースターづくりなどの体験プログラムを実施し

た。このときの協議会側のキーマンは、安田町教育委員会文化振興企画員の中村茂生であり、またその呼びかけに応じてオンパクリーダーを務めることになった地域側のキーマン、森大樹であった。森は、他の機会にこのオンパク手法に触れており、ぜひ中芸地域にも導入したいと思っていたところであり、まさに渡りに船であった。このシンポジウムでのプログラムを呼び水に、2018年2～3月に実施する第一回「ゆず FeS」に向け、体験プログラムを提供するパートナーを募集した。その結果、第一回「ゆず FeS」には次の17のプログラムが集まった。

- 01 庭園責任者に学ぶ睡蓮植えかえ体験（北川村）
- 02 「星空からの贈り物」～星に見る、私たちの暮らしと宮沢賢治文学～（北川村）
- 03 ぷるんぷるんコンニャク手作り体験！（安田町）
- 04 地産地食！ 冬の奈半利を食べ尽くす（奈半利町）
- 05 海援隊解散150周年記念 石田英吉研究サイクルツアー！（安田町）
- 06 古民家アロマレッスン（田野町）
- 07 豆電球ライブ&「旅する映写機」特別上映（安田町）
- 08 桃の節句と月の世界～私たちの暮らしと月の文学～（奈半利町）
- 09 廃墟探検ツアー（北川村）
- 10 [女性限定] 町家ひなまつり着物おさんぽ（奈半利町）
- 11 魚梁瀬ダム見学ツアー ダムカレー昼食付き（馬路村）
- 12 [女性限定] 3酒蔵の限定酒を味わう会～蔵元のお話付～（安田町）
- 13 北川村のオバチャン直伝！ゆずジャム・佃煮作り（北川村）
- 14 魚梁瀬森林鉄道「聖地」見学ツアー（馬路村）
- 15 東日本大震災から私達が学ばないかん事（田野町）
- 16 ジャングルトマト狩り体験ツアー（安田町）
- 17 三宝山でおさんぽ&ゆずバーガーを食べよう！（馬路村）

2018年秋には、ゆずの収穫時期に合わせて第二回が計画された。第一回の17プログラムを超える22プログラムが計画された。残念ながら台風などのために中止になったプログラムもあったが、第一回の経験を踏まえ、さらにプログラムが広く展開された。たとえば、「ふるんふるんコンニャク手作り体験!」のような料理体験プログラムは、「本格ゆずうどん作り体験」や「秋じゃが収穫と手作り料理」「むかご収穫&味わい体験」などへと広がった。また、魚梁瀬ダム見学ツアーは、「森林鉄道遺構と奈半利川3ダムを巡るツアー」「魚梁瀬ダム湖遊覧ツアー」を加えた3プログラム構成となった。さらに、「庭園責任者に学ぶ睡蓮植えかえ体験」のような職業体験プログラムは、「杉の間伐作業体験」「杉苗の植林体験」などへとつながっている。

- 01 魚梁瀬杉の歌がモネに響く夜（北川村）
- 02 憧れの歌謡曲を隧道カフェで in 河口隧道 vol.6（馬路村）
- 03 森林鉄道遺構と奈半利川3ダムを巡るツアー ダムカレー昼食付（馬路村）（中止）
- 04 杉の間伐作業体験&森林散策（馬路村）（中止）
- 05 初めての方でも参加できる合気道教室（奈半利町）（中止）
- 06 向学の道ウォーキング 生家での昼食付き（北川村）（中止）
- 07 完全天日塩と柚子アロマのバスボム作り体験（田野町）
- 08 魚梁瀬ダム湖遊覧ツアー ダムカレー昼食付（馬路村）
- 09 古民家アロマレッスン（田野町）
- 10 古民家で安岡のおばちゃんと本格ゆずうどん作り体験（田野町）
- 11 国重文・金林寺見学ツアー お茶のお接待付き（馬路村）
- 12 親子 de 安田唐浜ビーチコーミング体験（安田町）
- 13 ～ミステリアス仏頭の謎解きツアー+『カンバ餅』～（田野町）
- 14 龍馬も愛したシャモをイタリアンでどうぞ！（奈半利町）

- 15 土佐郎（とさお）とめぐる安田をぶらりまち歩き（お弁当付）（安田町）
- 16 杉苗の植林体験&木の鞆加工工場見学（馬路村）
- 17 ゆずロード温泉サイクリング A GO GO（北川村）
- 18 ちゃっとトマトの収穫&ジュース作り体験（安田町）（中止）
- 19 魚梁瀬ダム見学ツアー ダムカレー昼食付（馬路村）
- 20 秋じゃが収穫と手作り料理を「たの」しもう（田野町）
- 21 森林鉄道・インクライン乗車体験&遊歩道散策（馬路村）
- 22 今しかとれないむかご収穫&味わい体験！！（安田町）（中止）

第1項 住民による地域の価値の発見

さて、個別のプログラムについてどのようなことが行われ、どのような効果があったのか見ていこう。まず、第二回の料理プログラムへの呼び水となった「ぶるんぶるんコンニャク手作り体験！」はどのような成功を収めたのだろうか。このプログラムは、コンニャクを手作りし、さらにできたてのコンニャクをネタに地元のゆず酢による五目寿司を作って食べるというプログラムである（図 41）。プログラムを提供するパートナーの 80 歳を超えるおばあちゃんたちは当初、地域の人たちにとっては平凡な日常でしかないコンニャクづくりが、どれほど興味関心と呼ぶのか、また参加者に満足してもらえるのか不安であった。しかし実際に開催してみると、定員を超える参加者が集まり、参加者の満足度も非常に高いものになった。コンニャクづくりだけでなく、おばあちゃんたちとのふれあいが楽しかったという反応であった。パートナーのおばあちゃんも当初の不安はすっかり払拭されて、「楽しかった、次は何をやろう」と乗り気になって、すぐに次回のプログラムを考え始めた。地域の側に、未来に向かって新しいことに取り組む意欲が生まれたのである。

03 味覚・触覚で楽しむ昔ながらの味
ふるんふるん
コンニャク手作り体験!



安田町の山間部にある中山集落。その地で生活の営みを続けて来たオンちゃん・オバちゃん達が昔から味わって来たふるんふるんの手作りコンニャク。コンニャク芋から一緒に作りましょう。刺身で食べるコンニャクは最高です!お昼には、作り立てコンニャクと中山産ゆず酢香る五日寿司で中山を味わいましょう。

日時 2.18(日) 10:00-13:00
 毎月決行

会場 安田町集落活動センターつどいのやかた(安田町正弘566)
 ※林工所じねん敷地内

参加費 2,000円(小・中学生1,000円)

定員 9名(最少催行人数3名)

締切 2月9日(金)

備考 エプロン・三角巾持参
 未就学児参加不可(見学可)

案内人 小坂 薫子・小坂 光雄・岡 純男・東 理香



特典 コンニャクのお持ち帰りできます。五日寿司がつきます。

(図 41) ふるんふるんコンニャク手作り体験!の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会作成)

コンニャクづくりは全国各地で行われているものであり、文化財として登録されるようなものではない。現状では、将来指定される可能性があるということを含意する未指定文化財とも呼べないものだろう。しかし、そうした指定文化財や未指定文化財のみを取り上げて、地域活性化は可能なのだろうか。地域の当たり前が、実は他の地域から見れば特別なものであり、日常こそが観光になるという新しい観光の形を実践することになった。地域活性化に活用する際に、指定されていることや未指定文化財として指定される可能性があるということが、本当に重要なのだろうか。また、そうした文化財がない地域はどうすればよいのだろうか。日本遺産に認定された地域であっても、その地域を細かく見ていけば、文化財の集中しているところと文化財がないところと、当然分かれる。文化財があるエリアだけが地域活性化の恩恵を受けるというのは、この事業の成果として適切なのだら

うか。日本遺産による地域活性化というのは、そうした文化財行政では見逃されていた日常の文化をこそ見直すことから出発するべきではないだろうか。そしてそれを支えている人にこそ、勝ちがあるのではないだろうか。

オンパクリーダーの森は、次のように言う。

「実は中芸の中でも、「このゆず Fes って、日本遺産、関係ないじゃないか」という声はあったんですよ。ただ、先ほど小山さんがおっしゃったように、日本遺産ってストーリーにつけられているものなんですよ。そのストーリーを創ってきたのは誰なのかといたら、人だと思えますよ。だから、このおじちゃんも、これからのストーリーを創っていくし、実際にこれまでも創ってきた人なんですよ。だから、このオンパクというのは、けっこう人にスポットを当てているという要素が大きいと思うんですよ¹³⁵。」

「豆電球ライブ&「旅する映写機」特別上映」もまた、そうした文化財行政からこぼれ落ちる地域の文化の魅力に詰まったプログラムである（図 42）。これを提供する場所は、地域に残る唯一の映画館「大心劇場」。大心劇場は、昭和レトロな雰囲気映画館で場内には昔の映画のポスターが所狭しと貼られている。また館主である小松秀吉はシンガーソングライターとしても活躍しており、プログラムタイトルの「豆電球」は館主のミュージシャンとしての名前である。上映と合わせて場内でライブを行うという異色の映画館として全国的にも名前を知られており、遠方からはるばるこの劇場を訪れる人も多い。この大心劇場は、国や県の指定はされていないことはもちろん、日本遺産の構成文化財としても組み込まれていない。建造物としての文化的価値は高いとはいえ、コンニャクづくりと同様、未指定文化財でさえないかもしれない。しかし、林業で栄えていた頃にはこの地域に何軒もの映画館が存在していた。そうした時代を追体験する場所として、貴重なものであることはかわりない。今でも月に一作のペースで映画上映をしているが、こうした活動が続けられているのも、上映技師であり看板製作もこなし音楽ライブまでこなすという多才な館長がいてこそである。こうした極めて属人的な取組であるという意味でも、文化財という取り扱いはできないし、かといって民俗芸能のように継承して保存するというこ

もかなわない。こうした、文化財でも狭義の未指定文化財でもないものを取り上げることに
 ついては、協議会の中でも賛否両論が出た。しかし、ゆず FeS 運営側からは、これこそ
 が地域の文化であるという文化財を地域活性化に活用するという日本遺産事業の取組は、
 文化財行政における未指定文化財も含めて総合的に守っていくという方向性から、さらに
 一歩踏み出した、今そこに生きている生活文化の価値を、今そこに生きている人を通じて
 再発見するプロセスなのである。

07 懐かしい昭和の劇場で観て観る!
豆電球ライブ & 「旅する映写機」特別上映



「日本で一番古い映写機を尋ねてみたい!」自の映写機を使って
 行われる「探し込み」という神楽を踊りたい!映写機のメンテナ
 スを見てみたい!思いを形にするべく、映写機を尋ねる旅が始ま
 りました。そして、映写機を尋ねる旅は、映画館を尋ねる旅にな
 り、映画館のある町を尋ねる旅になりました…。」「旅する映
 写機」公式ウェブサイトより)。映画には、中芸、安田町が誇る昭
 和レトロの映画館大心劇場も登場します。豆電球こと店主小松
 秀吉さんのミニライブと合わせてお楽しみください。

日時 2.25日 14:00-17:30
週末大行

会場 大心劇場(安田町内京坊992-1)
 参加費 1,500円(小学生以下無料)※申込不要
 定員 50名
 練習 2月22日(木)
 案内人 小松 秀吉

特典 1ドリンク付き



(図 42) 豆電球ライブ&「旅する映写機」特別上映の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会作成)

こうした生活文化の再発見のプロセスは受動的なものではなく、主体的なものであることも指摘しておきたい。「庭園責任者に学ぶ睡蓮植えかえ体験」では、北川村「モネの庭」マルモッタンで年に一回行われる、池の水を全部抜いて睡蓮の植えかえをする体験プログラムである（図 43）。この「モネの庭」マルモッタンは、フランス・ジヴェルニーにあるモネの邸宅にある庭をモデルに作られたもので、本家モネの庭の庭園管理責任者ジルベール・ヴァエのアドバイスを受けながら作られた本格的なものである。この庭の維持管理は、そこにかけられる多大な労力だけでなく、さまざまなノウハウの蓄積があってはじめて可能となるものである。その意味で、この庭の周辺には有形無形の文化が蓄積されている。事実、この「モネの庭」マルモッタンの庭園責任者である川上裕は、2015 年にフランスの芸術文化勲章シュヴァリエを受賞もしている。この植えかえ体験は、そうした文化に触れられる貴重な機会であったが、重要なことは、鑑賞ではなくその維持管理に伴う植えかえという作業を通じて触れる、ということにあった。作業に参加しているとき、その人はいわゆる「観光客」という立場なのだろうか、それとも「文化の担い手」という立場を感じているのだろうか。作業のやり方を教えてもらい、恐る恐る植えかえを始めたときには観光客であったのが、そこから熱中して、一心不乱に作業に没頭するときには、観光客という立場を離れ、同じように庭園文化を支える担い手としての意識が芽生えているのではないだろうか。また、逆の立場でも考えてみたい。文化の担い手として、観光客などの鑑賞者に文化的体験を提供していたのが、今度は観光客と一緒にその作業を行うのである。コンニャクづくりがそうであったように、睡蓮の植えかえという作業に新しい価値を見出す観光客に、新鮮な驚きを感じていたのではないだろうか。ここには、価値の提供者とその受容者という立場を超えた価値の共創が起こっていると言える。

01 モネの庭の裏側探検！
庭園責任者に学ぶ
睡蓮植えかえ体験




睡蓮の咲く池の水を抜いて行う「睡蓮の植えかえ作業」は冬期休園中の一大作業です。普段は絶対に踏み入る事のできない水を抜いた池で行う睡蓮の手入れは、世界でフランスと北川村の2ヶ所にしかないモネの庭においても非常に貴重で、重要な作業です。モネの愛した庭を創作しましょう。夏にはあなたが手入れをした睡蓮の花を是非観に来てください。
【案内人紹介】フランス芸術文化勲章「シュヴァリエ」を授けられた庭園責任者・川上 和氏

2.11 10:00-12:00
少人数制・大人数制

会場 北川村「モネの庭」マルモッタン(北川村野友甲1100)
参加費 2,500円
定員 10名(最少参加人数1名)
締切 2月9日(金)
備考 1年で一番寒い時期ですので、防寒対策はご自身でしっかりお願いします。作業着(カッター・長靴・ゴム手袋)をご用意ください。子どもの見学は可能。参加は小学3年生以上。2年生以下見学可能。

特典 入園チケット・オリジナルグッズ

(図 43) 庭園責任者に学ぶ睡蓮植えかえ体験

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会作成)

こうした地域に眠る価値について、大学生との連携も行われた。高知大学人文社会科学部では、地域連携コーディネーターとして高知県中芸地域の日本遺産申請のためのストーリー作成に関わった赤池慎吾らのリーダーシップにより、「国際社会実習（国内調査実習）」において、学生たちによる地域住民へのインタビューを通じたサブストーリーの発掘が行われた。



高知大学 人文社会科学部 人文社会科学科 国際社会コース 専門科目

「国際社会実習（国内調査実習）Ⅰ」説明会

中芸地域の日本遺産の
「サブストーリー」を発掘しよう！



高知県東部の中芸5町村（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）は、2017年4月、「森林鉄道から日本一のゆずロードへ：ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化」と題したストーリーが日本遺産に認定されました。

本実習では、この日本遺産に認定されたストーリーを出発点に、そこには十分に描かれていない「地域住民の個別具体的な経験（サブストーリー）」のインタビューを実施し、人文学・社会科学の中心的な調査方法の一つである「インタビュー調査」のやり方について学びます。

フィールドワークや社会調査に興味のある方、地域活性化に興味のある方、説明会にぜひご参加ください！

担 当： 岩佐光広・赤池慎吾

問合せ： 国際社会コース事務室（人文社会科学部棟3階）

2017年度「国際社会実習（国内調査実習）Ⅰ」企画

岩佐 光広

I 実習の趣旨

「中芸地域の日本遺産のサブストーリーを発掘しよう」

高知県安芸郡の中芸5町村（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）は、2016年から日本遺産¹に申請のための協議会を発足し、2017年4月、「森林鉄道から日本一のゆずロードへ：ゆずが香り彩る南国土佐・中芸地域の景観と食文化」と題したストーリーが日本遺産に認定された。本実習では、この日本遺産に認定されたストーリーを出発点とし、そこには十分に描かれていない地域住民の個別具体的なストーリー（サブストーリー）の聞き取り調査を実施する。それを通じて、以下の3点について学ぶことを目指す。

- ① 文化人類学・社会学・民俗学等の中心的な調査方法の一つである「聞き取り調査」の方法論について学ぶ。
- ② 地域住民の「生きた経験の語り」を通じて、中芸地域の暮らしとその歴史を学ぶ。
- ③ 日本遺産認定に伴う地域活性化の取組みについて学ぶ。

II 実習の概要

- 担当教員： 岩佐光広（人文社会科学部）、赤池慎吾（地域連携推進センター）
- 開催科目名： 国際社会実習（国内調査実習）Ⅰ
- 該当プログラム： 総合文化プログラム／アジア・オセアニア地域プログラム
- 対象学年： 人文社会科学部1～4回生を中心に広く募集
- 実施期間： 2017年度2学期
- 実施地域： 高知県安芸郡中芸5町村（奈半利町、田野町、安田町、北川村、馬路村）

III 実習の経費

- 教員費用：なし（COC+経費²で実施）
- 学生費用：約2千円（1回）（内訳：昼食代1千円、雑費1千円）（移動のバス借上げ費等の費用はCOC+経費から捻出化の予定）

¹ 日本遺産（Japan Heritage）とは、地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを対象として文化庁が認定するものである。従来の個々の遺産を「点」として指定・保存する文化財行政とは異なり、点在する遺産を「面」として活用・発信することに力点を置いた事業である（文化庁HP「日本遺産（Japan Heritage）」についてより）。

² 平成29年度「学生の県内定着または雇用創出に係る研究経費」採択課題「生活史を基調に安田町集落活動センターなかやまを魚梁瀬森林鉄道保存・活用の拠点として整備し、中芸5ヶ町村の観光雇用を創出・拡大するための研究」（代表：吉尾寛、30.5千円）の事業の一環として実施予定。

(図44) 高知大学人文社会科学部「国際社会実習（国内調査実習）Ⅰ」説明会チラシ

第2項 ライバルとの共創とエリアの一体感

こうした立場の違いを越えた価値の共創という点で、「3酒蔵の限定酒を味わう会～蔵元のお話付～」のプログラムは、興味深い効果を生み出した（図45）。このプログラムは、中芸地域に存在する土佐鶴酒造・南酒造所・濱川商店という3つの酒造会社が協力して実施したことに大きな意味があった。同じ中芸地域に根ざしながら、だからこそ普段はライバル関係にある企業同士がこうした協力関係を構築するということは、普段ではありえないものであった。しかし、これを一社だけで実施してもプログラムの面白さは半減してしまう。限定酒を飲み比べる楽しみ、それぞれのお酒の個性の違いを味わう楽しみは、3酒蔵が一緒になってプログラム提供したからこそ生まれる価値なのである。



12月 20歳以上の女性10名様限定!
3酒蔵の限定酒を味わう会～蔵元のお話付～

大正ロマンあふれる安田まちなみ交流館・和を会場に、中芸地域の3酒蔵、土佐鶴酒造・南酒造場・濱川商店のお酒と地元食材を使ったおつまみを味わう会。お酒は、究極限定大吟醸「土佐鶴」、純米吟醸「南」、土佐宇宙酒、大吟醸「美丈夫」、金賞受賞酒などの限定酒のほか数銘柄を取り揃えます。おつまみは、安田川の天然鮎など。

また、土佐鶴酒造より、酒造りのこだわりなどについてお聞きします。さらに、南酒造場の酒蔵見学ができるかも。3酒蔵の限定酒をいっぺんに味わうことができるのは、この機会だけ!

12月 3.7日 13:20～17:00
開演

会場 安田まちなみ交流館・和(安田町安田1674-1)
参加費 6,000円
定員 10名
締切 3月2日(金)
備考 20歳以上の女性限定
南酒造場の酒蔵見学は都合により中止になる場合があります。
案内人 土佐鶴酒造・南酒造場・吟醸BAR KOMATSU

特典 南酒造場の酒蔵

(図45) 3酒蔵の限定酒を味わう会～蔵元のお話付～の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会作成)

こうしたライバル関係は酒造会社にとどまらない。中芸地域においてはそもそも、構成自治体の馬路村と北川村が、ゆずの生産地としてライバル関係にある。ゆず関連の加工商

品のヒットによって有名になっていた馬路村に対して、北川村はそうした一般的な知名度では馬路村ほどではないものの、ヨーロッパへ輸出するなど、ゆずの品質に絶大な自信を持っていた。同じゆず産業で競い合うライバルであり、両者の関係は必ずしも良好とはいえなかった。たとえば、秋のゆずの収穫祭である馬路村の「ゆずはじまる祭」と北川村の北川村の「慎太郎とゆずの郷祭り」は、お互いが避けるようにしてそれぞれ別の日程で行っていた。ふたつの祭りを楽しむには、二度、中芸地域に足を運ばなくてはならないということである。また、馬路村の宿泊施設である馬路村温泉には、北川村に関する観光案内はされておらず、また一方で北川村でも馬路村の観光情報は提供されていなかった。相手の地区へ積極的に送客するような関係性ではなかったのである。ゆず FeS は、そうした地域感のライバル関係を超えて、それぞれの地域で行われている体験プログラムを同時掲載し、告知することができた。互いに送客し合う協力関係を作り出すことができた。

こうした隣の地域同士での非協力的な関係は、行政においても起こりうる。その場合はライバル関係よりも、行政区分を超えて業務を行うことへのハードルである。日本遺産認定地域、それもシリアル型で認定された場合、その業務は当然、行政区分を超えた内容になってくる。結果として自分の所属する地方自治体のメリットになることであったとしても、地方自治体の職員として、自分たちの所属する地方自治体の行政区分を越えた活動を行うことには、当然抵抗感を感じる。もともと中芸地域では町村同士の協力体制が構築されており、1998 年からは中芸広域連合として、消防やごみ処理、介護や保健福祉などさまざまな分野の行政サービスについて連携がなされてきた。しかしそれでも市町村合併することなく各町村が独立独歩で行政を行ってきた。そうした環境下において、シリアル型の日本遺産は一带どのように事業を進めればよいのかというヒントを、ゆず FeS は与えてくれる。それが、観客の設定である。

ゆず FeS には、中芸地域以外から参加者が訪れる。地域の外から見れば、中芸の 5 町村は、一体のものである。高知県全体、四国全体、さらには日本全体で見たときに、馬路村と北川村の違いなどは、ほとんど意識されることはないだろう。過去に林業が栄え、そし

て今はゆずの産地として有名なエリアとして、一体的に捉えられるはずである。そうした一体感は、地域に住む人たちや自治体の職員たちだけで交流しているときには生まれない。地域外の観光客の視線によってこうしたエリアとしての一体感が意識されるのである。こうした外部からの視線は、先述したように地域の価値が再発見されるだけでなく、そのエリアにいる人たちの関係性をも変えていくのである。

第3項 空間の別の用途での転用

こうした外部からの視線はそこにいる人たちの関係性を変えるだけでなく、その場の意味も変えていく。もともと、森林鉄道であった場所が道路に変わり、林業の地からゆず生産地へと変貌した中芸地域は、地域外の市場のニーズの変化によってその役割を大きく変えた経験をもっていた。その空間が、日本遺産に認定されたことによってまた新しい役割が与えられることになった。場の役割という観点からゆず FeS のプログラムを見ていこう。

まずわかりやすいのが、「廃墟探検ツアー」である（図 46）。過去には役割を果たしていた昭和初期の発電所が、その役目を終えて廃墟となっている。その廃墟を参加者が探検するとき、本来の発電所という役割から、探検するのに魅力的な場所へと変貌している。崩壊の危険もあるような廃墟は負の遺産であるが、それが人々を引きつける場所に変わっている。同じように負の遺産ということでいえば、ダム湖もそうである。ダムができたことによって魚梁瀬地区が水没し、森林鉄道も廃線となった。そのダムにできた湖を遊覧する「魚梁瀬ダム遊覧ツアー」は、単なる見学プログラムではなく、「遊覧」の場所へと転換している。

09 廃墟はなぜ美しいのか？昭和初期の発電所跡。
廃墟探検ツアー【お弁当付き】



中芸地域の暮らしと産業をかつて支えた発電所が、その存在をほぼ忘れ去られたまま廃墟となって森の中にたたずんでいます。森林鉄道支線遺構探検もあわせ人数限定で見学ツアーを開催します。路線バスを利用します。

3.3 12:00-17:00
12:00-17:00

会場 北川村集会所
 集合場所/道の駅 田野駅(田野町1431-1)

参加費 2,500円

定員 10名(最少参加人数1名)

締切 2月28日(水)

備考 廃墟は私有地にあります。
 参加者は所在地について公表しないでください。
 路線バス乗車費が別途かかります。

案内人 中村 茂生

(図 46) 廃墟ツアー【お弁当付き】の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会作成)

こうした場所の役割の変化は、「憧れの歌謡曲を隧道カフェでin 河口隧道 vol.6」でも起こっている(図 47)。木材を載せた森林鉄道が通るために設計された隧道は、もちろんそれ以外の目的を想定されたものではなかった。石を積み上げて作られた天井の高くない、湿気でひんやりとした空間は秘密基地のようである。そこに集まってカフェを開き、さらに歌謡曲を歌おうという企画である。移動するための経路でしかなかった隧道が、人々が憩う場所へと役割を変えるのである。そこで歌われる曲は「A 列車で行こう」。過去、隧道を通っていた森林鉄道を偲びながら、カフェ空間として楽しむのである。さらに、森林鉄道のルートを辿る「ゆずロード温泉サイクリング A GO GO」は、かつての路線をサイクリングロードに見立てている(図 48)。そして、(昔の職人がそうしたように)サイクリングを終えた後には温泉で疲れを癒やし、ゆずを効かした昼食を楽しむ。

このようにゆず FeS により外部の視線にさらされることで、地域の場所がもっていた役割、そしてその意味が転換していくのである。

02
馬路村

**歌うのはサンドイッチバーラーと皆さんです！
憧れの歌謡曲を隧道カフェで
-河口隧道 vol.6-**

魚梁瀬森林鉄道が走っていた隧道(トンネル)。中に入れば汽笛の音が聞こえそう。そんな隧道で「A列車で行こう」「見上げてごらん夜の星を」など昭和に流行った歌謡曲のリストから皆さんが選び、一緒に歌います。リードして歌ってくれるのはサンドイッチバーラー！ゆずなど馬路ならではのグルメや飲み物もご用意。夕暮れ時の石積みみの隧道で、歌声喫茶のようにみんなで歌いましょう！

9.23日 17:30~19:30(開場17:00)
[台風等の悪天候や落石等の場合は中止]
[中芸ゆずと森林鉄道遺産を保存・活用する会]のフェスブックで案内

[会場] 河口隧道(馬路村大字馬路1551番6先)
駐車場/馬路木材加工協同組合(馬路村大字馬路2107)

[参加費] チケット1,800円(ワンドリンク付)/中学生以下:無料
[チケット購入先] 道の駅 田野駅屋・馬路村ふるさとセンター・まかいちよって家
[定員] 購入チケット持参
[備考] (当日販売あり/予約者は当日チケット代とチケット交換)
[出演者] サンドイッチバーラー、魚梁瀬ふるさと劇団杉ぼっくり

特典 一緒に歌える






(図 47) 憧れの歌謡曲を隧道カフェで-川口隧道 vol.6-の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会 作成)



北川村にドッブリ浸かってみませんか!?

ゆずロード温泉サイクリング A Go Go

ゆずが実り、森林鉄道の遺構や中岡慎太郎の生家が佇む田野駅屋から北川村温泉までのロード。道中各ポイントをご案内しながらのゆったりサイクリング(ゆるやかな登り坂18km/約2時間のコース)です。サイクリングで疲れた身体は、今HOTなスポット・北川村温泉でリフレッシュ。温泉の後は、地元北川村のゆずを効かした昼食に舌鼓! せっかく、汗を流したので、帰りは路線バスで田野駅屋までゆっくり帰りましょう。自転車は田野駅屋まではトラックで運ぶのでご心配なく。

10.28 @ 9:30~15:00 [雨天中止]

- [会場] 田野駅屋~北川村温泉
集合場所/田野駅屋(田野町1431-1)
- [参加費] 2,500円/子供:2,150円(10歳~12歳/小学生)
- [定員] 10名(最少催行人数3名)
- [締切] 10月26日(金)
- [備考] 田野駅屋にてレンタサイクル利用できます(別途料金)。
電動有 400円/無 200円+保証金(預り金)1,000円
- [案内人] 内藤明信、中村茂生、森大樹
- [紹介] 今年6月にオープンしたばかりの北川村温泉。その温泉とゆずロードを存分に楽しんでいただけるプログラムです!



(図48) ゆずロード温泉サイクリング A GO GO の案内

(中芸のゆずと森林鉄道日本遺産協議会 作成)

第6章 日本遺産事業の可能性

この章では、ふたつの地域活性化事例を踏まえ、日本遺産事業の持つ可能性について議論する。ここでも問題意識に合わせて、①ストーリーによる未指定文化財の保護の可能性（第1節）、②創造性を引き出す文化財の活用の可能性（第2節）、③場を通じた持続可能な取組の可能性（第3節）という3つの観点から整理する。

第1節 未指定文化財の保護の可能性

日本遺産事業におけるストーリー認定という制度設計は、従来の文化財の指定・登録制度に比べ、自由度が大きいものになっていた。構成文化財には未指定文化財を含むことができ、またストーリーに関わるさまざまな文化資源について、日本遺産事業に取り込むことが可能であった。

鯖街道の取組では、「鯖街道」というストーリーの中で、鯖の養殖とその活用を進めたが、その漁法や料理方法について過度に過去の文化的背景にとらわれることなく、現代的なテクノロジーも活用しながら鯖産業の復興に取り組んでいる。ゆずとりんてつでも、コンニャクづくりなど、どの地域でもあるような、文化財として認定されない地域の食文化にスポットライトを当て、地域活性化につなげている。日本遺産事業だからこそ、こうした従来のヒエラルキーにとらわれない未指定文化財の活用が可能になっているのである。

また、ストーリーについても柔軟な拡張が行われた。鯖街道では御食国アカデミーの「教授」＝地域に住む人々が、さまざまに地域の物語を語る。さらに、ローカルヒーローへの取材を行うツアーでは、そうした物語を写真や文章、動画などの表現によってストーリーを可視化していく。認定ストーリーによってこうした個々に語られる小さな物語＝サブストーリーについての語りを誘発しているのである。そうして、観光客や学生たちの視点から発見される地域の文化資源の価値を、地域の人たちも再認識することになるのだ。地域住民とよそ者とのダイナミックな相互関係が生まれるのも、日本遺産事業ならではの風景であろう。

第2節 文化財の活用の可能性

文化財の活用についても、日本遺産事業ならではの可能性を見ることができる。鯖街道では、御食国アカデミーによって鯖という食材の活用が進められた。海辺の古民家で食事を提供したり、オーベルジュとして提供される鯖は、地域の活動をつなぐものとして活用されていると言えるだろう。またゆずとりんてつでは、隧道という文化財が、当初のトンネルとしての役割から逸脱し、コンサート会場として活用された。森林鉄道の軌道は、サイクリングロードに変貌した。森林鉄道という役割を終えた文化財が、新たな役割を得たのである。

こうした文化財の活用は、すぐに観光客を呼び込み、入り込み数を増やすといった短期的な目的で行われているものではない。御食国アカデミーは、鯖の活用を推進することによって中長期的な成果を目指したものであった。京都の料理人が鯖に関するストーリーを共有し、その活用方法を議論するという御食国アカデミーの企画は、一見すると悠長にも見える。しかし、そうした腰を据えた取組でなければ、地域にも浸透しない。ゆずとりんてつにおいても、ゆずFeSというイベントを継続的に行うことによって地域浸透を図っていく点で同じであろう。単発的な話題作りの取組ではないのだ。

第3節 持続可能な取組の可能性

日本遺産事業の主人公は、文化財ではなく、地域である。鯖街道もゆずとりんてつも、そのことが徹底された事例であるということが言える。あくまで地域活性化という目的のために文化財を活用するのであって、文化財を保護するために日本遺産事業に取り組むということではないということだ。そしてそのことが地域活性化につながり、文化財の保護に結果的につながっていくのである。地域がなければ文化はない、という当たり前だけれども忘れがちな事実立脚しているのが、日本遺産事業なのである。

鯖街道のローカルフォトなどの取組の対象は、文化財だけではない。文化財を理解する

ためのものではなく、参加者が地域を理解するためのものであり、もちろん取材対象の中には伝統的工芸品の作家など構成文化財に関わる人もいるが、しかしあくまでその地域の生活文化を体現する人である。文化財を単体で取り上げるのではなく、地域という文脈の中で捉えるのである。これは、ゆずとりんてつも同様だ。

ゆずとりんてつで興味深いことは、中芸地域という地域を主人公とすることによって、ライバル関係にあるような三つの酒蔵が協力することができたということである。地域という場を共有することにより、その場にいるプレイヤー同士の共創関係が生まれるのである。これは地域住民同士だけでなく、地域とよそ者との関係にも関わってくる。ローカルフォトツアーやゆずFeSなどにおける住民とよそ者のつながりも、文化財ではなく地域を主人公にする日本遺産事業だからこそ生まれるものなのである。日本遺産事業が地域活性化を目的とすることによるもっとも重要な効果は、このようなプレイヤー同士の共創関係を生み出すことにあるのだ。そうした地域を主人公にした取組だからこそ、地域に経済的、文化的な資本が蓄積し、新たな循環を生み出していく。こうして持続可能な取組が実現するのである。

このように、同じ日本遺産事業であっても、認定地域によってその取組は大きく異なっていた。これは、日本遺産事業に対する理解度の差が根底にあった。従来とは異なる新たな価値判断による未指定文化財の保護、従来とは異なる創造的な文化財活用、そして従来とは異なる地域を主人公とした持続可能な取組。文化財に関するパラダイムシフトとも言える大きな転換を理解しておくことが重要なのである。

第7章 結論

最後に、第6章で整理された可能性について考察を加え、文化財活用の文化財活用モデルを提示する。ここでも、①ストーリーによる未指定文化財の保護の可能性（第1節）、②創造性を引き出す文化財の活用の可能性（第2節）、③場を通じた持続可能な取組の可能性（第3節）という3つの観点から考察し、研究の発見事項をまとめ（第4節）、本研究の限界と今後の課題（第5節）を指摘する。

第1節 未指定文化財の保護の可能性

第1項 ストーリー生成・維持・強化の契機

まず、文化財のもつ価値について再考したい。文化庁は、2016年ごろから「文化GDP」という言葉を使い始めた¹³⁶。フランスを始め多くの文化大国が文化財を活用して外貨を稼いでおり、日本もそれを見習って稼ぐべきである。文化財は経済的収益を上げるために活用されるべきだという考えを表したものである¹³⁷。この文化GDPという言葉が使われたのは、時期的には日本遺産事業が開始されたあとではあるが、日本遺産事業における文化財の価値の捉え方を理解する上で有益であろう。日本遺産認定の申請にあたって求められた地域活性化計画の成果指標（観光入込み客数の増加）なども、この文化GDP拡大のための成果指標だといえる。日本遺産ではこうした文化GDP拡大の成果指標が達成するために、情報発信への非効率的な出費に代表されるようなムダを生み出し、行政事業レビューや財務省予算執行調査を始めとする第三者からの批判を受けることになった。岡安が指摘するように、たしかに日本遺産地域の地価の変化を測定することで地域の経済活性化などの外部効果を検証が、残念ながら地価の上昇は認められなかった¹³⁸。岡安の研究は、2015年度、2016年度に認定された地域での2020年までを対象としており、長期的な効果はこれからの検証となるであろう。ただ少なくとも、短期的な外部効果は認められなかった。しかし、日本遺産事業を評価する上で妥当なのだろうか。

まず検討すべきなのが、文化財のもたらす外部効果だろう。文化財そのものが生み出

す直接的な経済的価値だけではなく、文化財の外に生まれる価値の外部性でこそ評価すべきだというのは、W.J.ボウモル、W.G.ボウエンによって議論の端緒が開かれた。ボウモル、ボウエンは芸術に由来する便益として、(1) 国家に付与する威信、(2) 周辺のビジネスへの実利的メリット、(3) 将来の世代への芸術鑑賞能力の訓練機会、(4) 教育的貢献の4つを上げ、芸術は公共財であり、単なる劇場チケットの売上以上の便益があることを指摘した¹³⁹。こうした4つの価値は、日本遺産においても同様であろう。文化財が生み出す経済的価値—文化 GDP—だけではなく、それによりもたらされる外部性の観点から、日本遺産事業の価値を議論するべきだろう¹⁴⁰。

長期的に、日本遺産事業はどのような成果をもたらさうのだろうか。その鍵となるのがストーリーである。長尾は、日本遺産についても言及するかたちで、コンテンツ・ツーリズムにおける物語の効果を分析している。物語は、地域で得られる経験に意味をもたせるフレームとして機能するが、地域が自律的、持続的に物語を創出・維持・展開していくためのシステムやマネジメントの重要性を指摘する¹⁴¹。長尾は、富山県八尾町の「民謡おわらの街」という物語が、ただ自然発生的に生まれたのではなく、さまざまな取組の結果、作られていったことを指摘、その取組をマネジメントと呼んだ。前夜祭の開始、観光拠点の建設、運営の強化などが行われ、なかでも1980年代以降に加わった町並み整備などの建造環境の整備において、行政と民間が関わり合いながら物語の強化を進めた。さらに、民謡おわらの継承のための担い手育成、演技形態の変更などがなされた。こうした物語マネジメントの取組があってこそ物語の形成、維持が可能となるのだという。日本遺産認定地域もまた、このようなストーリーを生成・維持・強化していくマネジメントが求められていたのであり、日本遺産認定は、物語マネジメントの契機として活用できるはずである。

海老沢結らは、「歴史文化資源」と呼ぶ幅広い未指定文化財の保護の担い手として民間アーカイブズ、特に偉人子孫が行っている民間アーカイブに注目する¹⁴²。行政の行う文化財保護と違い、その動機は「先祖の史料を後世に残したい」という極めて個人的で主観的なものだ。そこで語られる物語は、制度的に承認されていない伝承である。しかし、だか

らこそ、そこには客観的な事実にはないような生き生きとした魅力が存在する。学術的な正確さを要求される行政ではできない、子孫資料館の魅力であると指摘する。

西井が報告する、尾道市が創設を進めている「尾道市民遺産登録制度」では、文化財保護法第 2 条に定義される 6 種類の文化財に収まらない、方言、暮らしや自然の音、地割、町割、小径などを歴史文化資源として登録を行う。重要なのは、こうした歴史文化資源やストーリーを、市民が提案し、市民、学識経験者、行政等による審査、ワークショップを経て市民遺産として認定されるという仕組みである。西井はこうした官民協働の取組こそが文化財の活用であると指摘している¹⁴³。尾道市はさらに、こうした歴史文化資源の保護のために文化遺産パートナーの育成を進めているが、彼らもまた物語の語り手として期待されているのである。

この議論を補強するのが、丁野の「物語の見える化」、すなわち「物語を伝える仕組み」の整備という議論である。丁野が委員長を務める日本遺産フォローアップ委員会が最も重視するのが、「訪問客が物語を知り、頭の中でイメージした通りの景観が広がり、現地では物語を感じ・体験できるような仕組みやガイドンス施設等が整備されているかどうか」なのだと丁野は言う¹⁴⁴。

一方で、ストーリーづくりという手法に対しては批判もある。須賀は、「幕末会津」を例にあげる¹⁴⁵。「白虎隊の悲劇」の物語は、観光振興やシビックプライドの醸成にはつながったものの、1930 年代以降に国家総動員態勢が進められていく中で利用された過去は触れられることはない。不都合な情報を排除して作られる物語は、当時の実相とは遊離した歴史認識をもたらす危険性をはらんでいる。日本遺産の認定ストーリーもまた、同様である。金子もまた、日本遺産の認定ストーリーについて、単純化による弊害を指摘する。認定ストーリーは、金子の言葉を借りれば「観光政策に駆動されるマクロレベルの「物語」」である。字数の限りのある、誘客を目的とした認定ストーリーでは、極度な単純化や前後即因果の誤謬が含まれるし、観光に不利になるような暗い歴史は語られない特定の物語が選り取られる。認定ストーリー作成のプロセスにある危うさは、金子が指摘すると

おりである。さらに、制度的に承認されてしまう日本遺産の「支配的な語り」が、解釈の余地のない、きわめて固定的な物語として抑圧することを懸念する。この問題については、第3項にて改めて議論する。

第2項 文化財に対する享受能力の養成

この問題を議論するにあたって、文化財保護活動の嚆矢であるジョン・ラスキンによる固有価値の議論に立ち戻ろう。ラスキンは、当時の古典派経済学者が経済活動の中で交換価値しか捉えていないことに不満を持っていた。物がもっている価値はしかし、交換されなくとも価値があることは明確である。たとえば自然の風景は、それ自体、経済的に交換不可能なものではあるが、そこからインスピレーションを受けて芸術を生み出すこともできる。風景画家ウィリアム・ターナーの作品批評によって名を挙げたラスキンは、自然をありのままに表現することに価値を見出していたが、当時の経済学者はそうした交換経済に組み込まれないものの価値についてまったく無頓着であった。ラスキンは、そうした物が交換されなくとも固有にもっている価値を固有価値と呼び、生活や人生といったものに欠かせない「生を支える絶対的な価値」として捉えたのである¹⁴⁶。

池上惇は、ラスキンが土地や地域の固有性について触れていることに着目し、固有価値の議論はそのまま、文化政策やまちづくりにも適用できることを指摘する¹⁴⁷。芸術文化も地域の環境も、まさにこの固有価値を持ち、私たちの豊かな「生を支える絶対的な価値」なのである。文化 GDP が対象としている交換価値の総計ではなく、この固有価値に軸足を置くところから、文化財の活用は始めるべきなのではないか。それは消費ではなく、その遺産が固有にもっている価値を最大限に引き出す行為である。こうした価値は、その文化財の市場価格という交換価値はもちろん、文化財がもたらした経済的価値のみによらない。日本遺産事業というのは、文化財の売買によって文化 GDP を高めることはもちろんなく、文化 GDP に現れるような直接的な付加価値を生み出すだけでもない。文化財がもたらす環境によって、地域の魅力を高め、地域住民の生活を豊かにし、そのことによって

移住促進やさまざまな産業の活性化を図っていく複合的な取組なのである。

ラスキン風に言えば、地域活性化というのは、地域に内在する固有価値を最大限に発揮させることなのである。その固有価値は、地域の自然や風土、景観や暮らし、そしてひとりひとりの生き様すべてに内在し、そうしたものと同列に文化財が存在する。どれも固有価値を持つものとして、平等である。どれが国指定で、県指定で、どれが未指定文化財なのかというヒエラルキーはない。「総合的な保護」とは、固有価値を有するものすべてを対象としたものであるべきなのだ。

ラスキンはさらに、固有価値を受け取る側の能力によって、その有効価値が左右されると考え、享受する側の状態や能力—享受能力—の重要性を指摘した。有効価値とは、固有価値がそれを享受するものの能力によって実体化したものである。たとえば麦は、そのままでは麦としての価値しかないが、酒造の能力を持っていれば、麦芽を使ったビールという価値を引き出すことができる。これが有効価値である。より多くの有効価値を引き出すためにも、それを受け取る側の享受能力が欠かせない。文化的価値が外部によって認定される指定制度の中では、享受能力はそこまで重要ではない。重要だと第三者が判断したものについて保護を進めていけばよいのである。しかし日本遺産事業においては、未指定文化財のような第三者の評価を受けていないものについての価値を見極めることが求められている。

ラスキンは有効価値を引き出すための享受能力を身につけてもらうため、労働者大学においてボランティアで素描のクラスを提供した。労働者がものを見る力をつけることで、対象からさらに高い有効価値を引き出すことができる享受能力を身につけられると考えたのである。自然のもつ固有価値を有効価値に変えるには、ありのままに捉え表現する享受能力—見る力—が欠かせない。これがラスキンの考えであった¹⁴⁸。たとえば、美の規範からは外れるヴェネツィアのいびつなゴシック様式から、事細かな指示に従うのではない、創意工夫にあふれた職人たちの情熱を見て取った¹⁴⁹。こうしたゴシック様式は、ラスキンにとってまさに「生を支える絶対的な価値」としての固有価値をもっていたが、それは職

人たちがその享受能力を発揮して、固有価値を実体化させたからである。さらにスロスビーは、生の充実が移転したものこそ固有価値であると考えた¹⁵⁰。こうした生の充実という観点から文化財を見直したときに、従来の指定文化財のヒエラルキーとは異なる価値体系が見えてくるはずである。

日本遺産の構成文化財は、むしろこうした現代に息づく地域文化をこそ取り入れていくべきである。具体的に言えば、中芸地域の生活に根付く手作りこんにゃくや地元のゆず酢による五目寿司、地域のエンターテイメント文化を支えた大心劇場などの未指定文化財こそが、その対象となるべきなのである。そして小浜市・若狭町の御食国アカデミーは、料理人などのインフルエンサーや、地域の市民教授たちが地域の食文化に内在する固有価値を理解し、それをどのように受け取るかという享受能力を地域住民や観光客に身につけてもらう取組として捉えることができるのである。

この議論の中であらためて強調したいのが、こうした活動は、従来の文化財行政の普及啓発—文化財について正しく理解する—にはとどまらないということである。地域活性化における享受能力の享受とは、「無知な人が、文化財の正しい価値を理解できるようにする」という啓蒙的な取組ではない。むしろ、文化財に内在する固有価値から、人それぞれのやり方で「生を支える絶対的な価値」を受け取る。人それぞれの趣味嗜好が違うように、人の人生がそれぞれ異なるように、その受け取り方もさまざまである。そして、そこから生まれるストーリーもさまざまである。こうした多様なストーリーを生み出す環境づくりと人材育成こそが、日本遺産が目指すべきストーリー化なのである。

第3項 逸脱から生まれる多様なサブストーリー

ラスキンがヴェネツィアの職人によるゴシック様式に、制度からの逸脱を見てとった。佐々木雅幸はこうした職人仕事を人間の自由な創造的活動としての仕事 work（ラテン語でオペラ）と呼び、他人から強制された労働 labor（ラテン語でラポール）と区別した¹⁵¹。規範から逸脱に、職人たちのあふれる創造性を見て取るような鑑賞は、国指定の文化財と

いう権威によって裏付けされた作品を再確認する見方とは、本質的に異なる。日本遺産における未指定文化財とは、それらが将来的に文化財指定される可能性があるということだけではない。未指定文化財とは、現在の文化財保護の制度では捉えられない有効価値が見いださる固有価値を内在しているということである。

この点において、構成文化財に未指定文化財を含むことのできる日本遺産の制度は、従来の文化財行政から逸脱を促すものでもある。そうした逸脱から、ヴェネツィアの職人が行ったような創造活動（オペラ）が生まれるのであり、日本遺産事業はそうした逸脱の余地をもった制度であった。地域活性化のエネルギーの源泉は、このオペラにあり、日本遺産とはこのオペラをもたらし仕掛けとして捉えるべきなのである。このとき、未指定文化財は、指定するに十分でないというような価値の低い文化財ということではなく、また将来指定されうるという既存の価値体系の中に収まる文化財ことでもなく、生き生きとした固有価値をもつ文化財として捉え直すことが可能となるのである。

ゆず FeS において地域住民がパートナーとなってプログラムを生き生きと提供する様子は、まるでゴシック様式に取り組む職人のようである。もし日々の生活のためだけにコンニャクをつくるのであれば、それはラボールにとどまるだろう。しかし日本遺産事業によって、そこに普段の労働とは異なるスポットライトが当たる。日本遺産認定をきっかけに行われたゆず FeS によってコンニャクづくりの固有価値に気づき、その価値を引き出す享受能力を身につけ、参加者に提供する。洗練されていないかもしれないが、それこそが地域住民によるゴシック様式なのである。

ただし、日本遺産のような権威による認定制度は、こうした逸脱を抑圧する方向に向かいやすい。雪村は、世界遺産登録に向けた日本遺産認定制度を用意するといったように、世界遺産登録の動向に合わせて日本国内でもそれに対応する認定制度をつくる「認定の連鎖」が起きており、その結果、世界遺産登録を頂点とする文化資源の序列化が起きていることを指摘している¹⁵²。こうした序列化は、世界遺産登録を目指すべきであり、その基準にあわせていくべきだという規範意識にもつながっている。韓はさらに、認定制度同士

の相互関係に着目し、地域間の格差を論じている。財政的な支援を得られる認定・登録制度は、一度そうした財源で整備が進められると別の申請において優位になりやすく、認定・登録が一部地域に重複して与えられやすい。結果として、中央政府による「新たな選択」と「支援の集中」の仕組みを作り出していると指摘する¹⁵³。文化資源の序列化を促すような認定制度に、さらに中央政府による「新たな選択」と「支援の集中」が行われることによって、未指定文化財への抑圧の構図が強化されているのである。

金子はこうした抑圧を避けるためにも、認定ストーリーのような「大きな物語」を個人が「修正」し「語り直す」機会を提供することが重要だと指摘する。そして、「大きな物語」とは異なる位相の「小さな物語」を紡ぎ出す装置という役割を博物館が果たし、「物語のイデオロギー化」を防ぐというのである¹⁵⁴。同様に、認定ストーリーから逸脱するサブストーリーは、認定ストーリーのイデオロギー化を防ぐためにも重要な役割を果たす。

日本遺産におけるこうした語り直しの実践としては、赤池慎吾の実践と報告に触れておきたい。地域連携コーディネーターとして高知県中芸地域の日本遺産申請のためのストーリー作成に関わった赤池慎吾は、高知大学人文社会科学部「国際社会実習（国内調査実習）」において、学生たちによる地域住民へのインタビューを通じたサブストーリーの発掘を行い、地域の文化資源の発見を推進した。そこでは、交流型の地域連携活動をきっかけにして、価値発見型、課題解決実践型から、さらに専門的な調査研究活動である知識教養型の活動へと展開し、「オーラル・ヒストリー調査研究」と「日本遺産」認定という成果を生み出した。その結果、特定の地域の範囲や特定の関係者内で完結するのではなく、地域外、関係者外への情報発信や、地域での「知の蓄積」につながっていったという¹⁵⁵。こうしたゆずと森林鉄道における学生たちによる地域住民へのインタビューを通じたサブストーリーの発掘は、まさにそうした「小さな物語」の収集を目的としたものであった。認定ストーリーにはないリアリティのある物語には、人々を感情的に巻き込んでいく力があった。

そうしたサブストーリーは、認定ストーリーのように公式のメディアによって伝達され

るのではなく、各地域での観光の場面場面において伝達されるものである。たとえば、文化財を説明するガイドの語る物語は、まさにサブストーリーである。教科書通りの説明よりも、その地域に長年住んできたガイドによる個人的な裏話にこそ、人々を引き付ける魅力がある。その話の中には、認定ストーリーから逸脱した内容も含まれているかもしれない。しかしだからこそガイドの熱量も高まり、聞く人を魅了するわけである。コンニャクづくりのワークショップを提供するおばあちゃんが謙虚に語るサブストーリーもまた、「小さな物語」として、地域の素晴らしさを高らかに語る認定ストーリーのイデオロギーを無効化する力を持っている。地域住民にとっては特別なものではないコンニャクづくりを紹介する語り口は、この地域の文化財がどれだけすごいのかというPRとは対極にあるものだからだ。観光客にとっては、日常の生活に根ざした強烈なリアリティを感じさせる話として響くだろう。

これらは、文化財指定の文脈で言えば、本物とはとてもいえない、いかがわしさを含んだものである。そして規範から外れているという意味で、ヴェネツィアのゴシック様式と同様である。しかし、そこには情熱的な生の表現があった。観光客は、地域という場において、実際の地域の人々の口から語られるサブストーリーによって、認定ストーリーでは十分に語り尽くせない地域の生活文化を体感することになるのである。奥野は、文化政策的視座から民俗学的知見・思想を援用かつ批判的に継承することで、文化観光を通じた文化財保護の意義の再考を試みた。そこでは真正性をもつ文化財の継承だけでなく、地域の誇りやアイデンティティといった文化財保護の取組にかかる人々が持つ心意性の継承が重要であり、文化観光を通じた文化財保護の意義を、単に経済効果を高める観光だけでなく、心意性の継承という文化的波及効果について指摘した¹⁵⁶。ここで重要なことは、文化財の真正性からは逸脱するサブストーリーであり、そのサブストーリーを語る人々が心意性を継承することなのである。

日本遺産認定地域のひとつである南アルプス市では、ふるさと〇〇博物館という事業を行っている。この博物館では、南アルプス市全体を博物館として捉え、地域の文化資源や

それを語る地域の人たちの語るストーリーをオンライン上で公開している。

〇〇博物館では、地域にある文化資源を「歴史資源」と呼び、次のように定義する。

「歴史資源は何も指定文化財のような「お墨付き」の与えられたモノだけをさすのではなく、何気ないモノやコトの中に、その地域ならではの「物語」が潜んだモノがあり、それらすべてが歴史資源だと考えています。

場所や建物、樹木はもとより、道具などのモノや、その道具の使い方のコツや風習、行事など、さらにモノの呼び名も地域の独自性があらわれますし、方言、音、匂いや香り、景観、雰囲気、そしてそこに暮らす方の記憶などもその地域の歴史資源といえるのです。それらの全てのものはその風土に根ざしたものであり、そこに至った背景や理由が必ずあって、それがその地域のオリジナルの物語と言えます¹⁵⁷。」

ここでいう未指定文化財という概念は、ここでは決して、「将来、文化財指定されうるから保護する」というようなものではない。むしろそうした価値基準から逸脱するからこそ人々が熱く語る、生き生きとした文化資源のことなのである。そうした資源を掘り起こし、創造し、蓄積していく。既存の文化財の範囲から逸脱することによって、こうした未指定文化財の保護が可能となる。日本遺産はこうした逸脱への契機なのである。

第2節 文化財の活用の可能性

第1項 観光客による二次創作

ここから文化財の活用、特に観光振興の観点から、日本遺産事業の可能性を探っていきたい。そのためには、ジョン・アーリ、ヨナス・ラースンの「観光のまなざし」の議論は有効であろう。観光は、かつてブーアスティンが「疑似イベント (pseudo-events、pseudo とは「人をあざむくための」というギリシア語から)」と否定的に呼んだように、あらかじめ流通しているイメージを確かめるために行う、表層的な体験にすぎないと捉え

られていた¹⁵⁸。たとえば、バリ島の舞踊儀式は、観光客の要請によって本来の儀式としての意味を失って、見世物として演じられるようになった。しかしアーリ、ラーソンは、こうした観光のまなざしによる文化変容を価値中立的なものとして議論した¹⁵⁹。見世物として演じられることによって、ある種の洗練が起こってくるのである。ここにあるのはイメージを消費する観光ではなく、イメージを創造するような観光なのである。ここでの観光客は、地域と密接なかわりあいがなくとも、そのまなざしの力によって人々の関係性や地域の空間を変えてしまうような存在であり、創造の触媒となるような存在だ。実際、認定ストーリーを作成するときには、こうした外部からのまなざしが大きく関与することになった。岡本の研究によれば、外部の広告代理店関係者の関与によって、申請したストーリーは五感を刺激するような魅力的な書き換えられ、認定を勝ち取った。岡本は、内部の力だけでも、外部に依存するのでは不十分で、両者の協同が必要だと結論づけたが¹⁶⁰、これもまた外部からのまなざしによって、新しい価値が顕在化し、地域に変化をもたらした例だと言えよう。

東浩紀は、こうした観光客のあり方を二次創作者と比較して次のように議論する。まず、「観光客」を、特定のコミュニティに属する「住民」、特定のコミュニティに属さない「旅人」に対して、特定のコミュニティに属しながらときに他のコミュニティを訪れる存在として捉える。観光客は住民にとっては観光公害やオーバーツーリズムと言われるように、経済的な恩恵をもたらす程度にだけ歓迎される存在であり、それを超えてあまりたくさんの人に訪れてもらおうと迷惑になるような他者である。東はそうしたつかずはなれずの関係が、アニメなどにおける原作と二次創作と関係性と類似していると指摘するのだ¹⁶¹。二次創作者はただの興味関心でもって原作を改変し、原作に対して責任を負わない。それは、地域に対して責任も追わずに地域を楽しむ観光客と同じである。原作者にとって二次創作者は迷惑な部分もあるが、しかし原作が売れるためにはそうした二次創作が盛り上がってもらわなくてはならない。二次創作を著作権違反として厳しく取り締まるのではなく、絶妙なバランスのもと共存共栄を図っていくそのあり方は、まさに観光客と同じである。

ここでいう観光客が行う二次創作は、たとえば地元のスーパーマーケットに、自分の住んでいる地域にはない食材や料理を見つけて楽しむ、なにげない風景をインスタ映えスポットとして発見する、といったことがあげられる。地域に住む人たちにとっては当たり前で見逃していたようなことを発見し、別の文脈で取り上げるのだ。重要なことは、二次創作の原作はあくまで地域の文化にあり、地域の人たちの「小さな物語」という原作があるからこそ可能となるのである。

第2項 観光のデータベース消費と真正性

二次創作の議論は、ストーリーの議論とも密接に関係する。大塚英志は、ビックリマンチョコのブームについて、おまけのシールに語られる断片的な「小さな物語」を受け手が積分していくと出現する「大きな物語」に魅了されたと指摘。「大きな物語」ではなく「小さな物語」を次々に消費していくことを「物語消費」と呼んだ¹⁶²。たしかに、日本遺産事業の当初の目論見は、こうした「大きな物語」としての認定ストーリーを、さまざまなサブストーリーを通じて体験し、それを積分することで理解してもらう。それを丁野は、「物語の見える化」「物語を伝える仕組み」と呼んだが、しかし、このように「大きな物語」に回収される「小さな物語」という構図は、金子の危惧したように、物語のイデオロギー化の危険性をはらんでいる。ここまで議論してきたように、「大きな物語」から逸脱するような「小さな物語」にこそ、可能性がある。しかし、逸脱した「小さな物語」を、観光客はどのように受容するのだろうか。このヒントになるのが、「データベース消費」という消費のあり方である。

大塚の「物語消費」に対して、東は「データベース消費」という概念を提示する。大きな物語が背景にあるのではなく、物語世界から切り離しデータベース化されたさまざまな属性を自由に組み合わせてオタクたちがキャラクターを二次創作していることに着目し、「データベース消費」と呼んだ¹⁶³。「データベース消費」では、「物語消費」のような「大きな物語」は不要となる。観光地で起こっていることもまた、「データベース消費」のよ

うな象徴的で断片的な情報の消費であり、認定ストーリーのような「大きな物語」を必要としていない。たとえばインスタ映えは観光行動に大きな影響を与えているが、そこには「大きな物語」は不在である。鈴木は、シンボリックな属性情報によって探索されるインスタ映えスポットの真正性は、観光地のマテリアリティ（物質性）だけではなく、ソーシャルメディア上のコミュニケーションが生み出すコードとの相互作用によって生み出されていることを指摘した¹⁶⁴。観光地のマテリアリティとは、いわゆる観光名所のような観光のまなざしの対象となるような「場所」「景観」「ランドマーク」を指す。鈴木に関心は、そうしたマテリアリティがなくとも観光の対象となるのかということであった。インスタ映えのスポットにおいては、観光地のマテリアリティが欠落していても、観光地としての真正性を獲得しているように見える事例が多くある。このときの真正性は、コミュニケーションが生み出すコードによって支えられているというのである。ここでいうコードとは、インスタ映えする投稿に対して他のユーザーに評価されることによって再帰的に構築される、人々が美しいと評価しているという社会学的基準である。観光においても、観光地のマテリアリティだけでなく、コードの相互作用によってもまた、観光地の真正性は生み出されるのである。

この意味で、真正性とは文脈に大きく依存する概念である。たとえば、文化財の真正性は世界遺産登録の条件のひとつとされているが、真正性の条件も時代により変遷している。1964年に国際記念物遺跡会議(イコモス)によって採択されたベニス憲章において修復について厳しい条件をつけていたが、それは石造建築の多い欧米では妥当だとしても、頻繁な修復やときには建て替えによる再現を必要とする木造建築の文化には相容れないものであった。そのため、1994年に採択された「オーセンティシティに関する奈良ドキュメント」において、各文化の文脈において真正性の概念が異なるということについて確認をしている。一方で、世界遺産登録の選考プロセスが無批判に受け入れられ、文化資源の序列化が起こっているのではないかというのが、さきほどの雪村の議論であった。

近年、二次創作者の役割が認められてきているように、疑似イベントという観光の二次

創作を担う観光客の役割も認めるべきであり、二次創作としての疑似イベントをも含む概念へと広げていくべきであろう。それはマテリアリティに支えられてきた従来の真正性とは異なる論理の真正性を備える。地域には地域の真正性があり、それが本物ではない、偽物であると認定することは、ときに暴力的ですらある。日本遺産というのは、この点で、玉石混交、真偽不明の観光のコミケ¹⁶⁵なのだ。名称は似ていても、世界遺産登録の制度とは切り離して捉えるべきものであり、雪村が懸念するように、世界遺産登録とつなげることで文化資源の序列化を行うべきではないのだ。

東はさらに、二次創作が盛んに行われるようになると、原作側も無視できなくなり、二次創作の可能性を織り込んで再帰的に創作を進めていくようになることを指摘する¹⁶⁶。訪問を促す観光的なデータベース的要素、社会的に構築されたコードにより生まれるインスタ映えスポット、そして文化財保護の取組にかかる人々の心意性。そうした文化財の外部的な要素が増えていくと、文化財活用にも当然、影響を与える。インスタ映えを想定してスポットを作る、といったことは、集客を考えるビジネスであれば日常的に議論されているだろう。日本遺産の認定地域においても、中が、八尾の観光振興において高安千塚古墳群を観光のブランドとして活用することの重要性を指摘し、日本遺産認定がそれに寄与することを指摘した¹⁶⁷。日本遺産認定地域における具体的な取組の報告としては、根尾が有松における灯りオブジェをともすことで夜の町に賑わいを作る実践を報告している¹⁶⁸。こうした観光ブランド化や灯りオブジェをともすイベントは、まさに観光客のシンボリックな属性情報を提供するものとなり、来訪を促そうとしている。こうした観光客のまなざしを先取りする再帰性のループに、認定ストーリーのような「大きな物語」は登場しない。むしろ、「大きな物語」がないからこそ、さまざまな二次創作が可能となっていると見ることができる。

第3項 未目的な場が二次創作を促進する

「大きな物語」のない二次創作としての観光。この事態を理解するために、アーリ、ラ

ースンの「観光の場」という概念を取り上げたい¹⁶⁹。観光の場とは、ハードとしての都市とソフトとしての文化を統合するものであり、地域住民と観光客という他者とのインタラクションを捉えるための概念である。すでに指摘したように、地域住民と観光客は、必ずしも直接コミュニケーションがあるわけではない。それでもなお存在する相互関係は、場を通じて行われると考えることによってのみ、捉えることができるだろう。こうした「観光の場」は日常生活の場と異なり、生活上の目的が取り払われた非日常の場である。

生活する者にとって、決まりきった役割を持った場所としての「まち」ではなく、日常の役割が取り払われた「まち」を作ることで、さまざまな二次創作が創発されていく。こうした空間を「未目的な場」として、そこで起こる創造性について指摘したのが青木である。青木は「原っぱと遊園地」という比喻で次のように説明する。遊園地はそこにいる者に先立って目的が設定されており、我々はその目的をなぞって楽しむほかない。こうした、存在より先に目的があるような建築を、青木は徹底的に避ける。その対比として置かれた原っぱとは、まったくのただっ広い空間ではなく、住宅用に区画整備されながら空地となっているような、いわゆる空き地のことである。そこには住宅用の区画という目的のために決められたルールがあり、しかしそのルールは空き地として目的が達成されないまま、未目的なままに宙吊りになっている。こうした空間においては、そこに存在する人の行為を前もって縛ることもなく、一方で人が空間を自由にできるわけでもない。そういう空間がもつ質をなまなましく感じながら、人が表現を行う。空き地での遊びに没頭する子どもたちに、青木は建築の可能性を見る。一方、この原っぱと比較する例として、美術館をあげる。あるとき、廃校になった牛込原町小学校を使って美術展の展示が行われた。廃校は、効率のよい教育空間として設計されたもののもはや教育という目的が失われた未目的な空間である。その空間の質を捉えて、たとえば通常の展示では歓迎されない教室の窓も展示の一部に取り入れながら、アーティストたちは各々に表現を行っていた。一方、同時期に行われた横浜美術館での奈良美智の展覧会では、たしかに美術館らしいおおげさな導入の先、ホワイトキューブ空間にいかにも美術品として展示されている奈良作品が、むしろ窮

屈に見えたのだという。

こうした空間の質と、そこに存在する者たちが相互に関係し合うような建築を実現するために、青木はふたつの方法を提示する。ひとつは、目的とは直接関係のないようなルールを建築に課すというものだ。フランク・ゲーリーのビルバオ・グッゲンハイム美術館での、鱗を林立させるというルールは、美術館を作るという目的のために構想されたわけではない。しかし、結果としてそうした空間が魅力的な美術館空間を作り出している。また、青木自身の作品である表参道のルイ・ヴィトン店舗では、実際の店舗設計という目的においては必ずしも適さない、トランクを重ねたような建築というルールを定めて設計を行った。トランク内部空間という制約の中で売り場をつくることで、いかにも売り場として作られた空間よりもより一層、販売するという行為が際立つことになった。もうひとつが、さきほどの空き地や廃校の例にあるように、本来別の目的でルールが設定されていたものの、その目的が失われたあと、役割を失ってしまったそのルールだけが貫徹されている空間の、別の利用という方法である。住居用だったものが店舗空間に姿を変えた表参道の同潤会アパートや、住居を美術館に転用した例などをあげて説明する¹⁷⁰。

さて、地域活性化で活用できるのは、特に後者であろう。地域には未目的となってしまった文化財空間が多数、眠っている。こうした未目的な場所が、住民と観光客が遭遇する「観光の場」として機能し、これまでにない新しい価値が生まれるのである。原っぱのような未目的な場所での創造は、もともとその場所がもっていたはずの目的（隧道であれば森林鉄道が通るための通路）があり、そこにはルールがあった。隧道は、森林鉄道が通る幅でつくられており、その「線路の幅」というルールは、上流から下流まで一貫している。そしてその幅は、たとえば一般の自動車で移動するには狭すぎるが、自転車で楽しむのにちょうどよい幅になっている。我々は、観光に適するように道を拡幅して自動車が入れるようにルール変更するのではなく、そのルールをあえて引き受け、そのルールの中で隧道を楽しむ工夫、たとえば隧道の自転車ツアーなどを提供していくべきなのだ。未目的な場によって、地域内外の多くの人に関与できる余白ができたということもできる。

隧道の自転車ツアーは、もちろん森林鉄道そのものではない。本来は鉄道を復活させて走らせる、ということが本当であり、それ以外は疑似イベントでしかないであろう。しかし、過去の役割を失った文化財を一度未目的な場所へと戻し、そこから活用・再生を考えることで、新しい創造の可能性が広がるのである。この文脈で、たとえばユニークベニユーの取組も理解が深まるだろう。場所がもっている従来の目的を一度、取り除き、別の目的で活用するというユニークベニユーという取組が文化財活用の可能性を広げるのは、単に場所が活用できるということだけではなく、未目的な場所となった空間をどのように見立て、どのように活用するのかという、利用者の想像力を刺激するからなのだ。かつて〇〇であったが、現在はその役割を失った場所。それを原作にして行う観光客の二次創作こそ、文化財を活用するもっとも効果的なアプローチなのだ。

観光客と、原作たる文化資源を遭遇させる仕組みのひとつが、エコミュージアムである。エコミュージアムでは、文化財を体験させるミュージアムとして地域全体を活用する。村上は、地域全体を博物館と見立てるエコミュージアムをまちづくり手法のひとつと捉え、エコミュージアム概念を使った文化資源マネジメントの手法を提案する。ここでいう文化資源マネジメントとは、「継承したい地域の自然・歴史・文化を、保存・保全するだけでなく、新たな物差しで発見し、再生し、創造しようとする」としてそれらを伝えることで生活や生産活動、観光や景観形成などに活用すること、さらには、そうしたサイクルをしっかりと監視(モニタリング)すること」である¹⁷¹。村上はエコミュージアムの役割を、ただ生活文化を保護するだけでなく、まちづくりの活動の中で文化資源を発見、再生、創造していくところまで想定する。ここで重要なのは、まちを一度、ミュージアムという未目的な場所に変換した上で、文化財の体験を設計することにある。そのことによって「新たな物差しで発見し、再生し、創造しようとする」二次創作が誘発されていくのである。

第3節 持続可能な取組の可能性

第1項 事業創出のエコシステム

しかし、目的を定めないうまま宙吊りにしておくということは、行政の執行プロセスにおいては非常に難しい。最初に目的を定め、その目的に向かって事業を進めていくやり方が当たり前となっており、目的が確定しないまま事業を進めたり、事業途中で目的を柔軟に変更するといったことは、行政のやりかたとは相容れないものがある。しかし、これはたとえば新事業創出の領域ではごく当たり前に行われていることでもある。サラス・サラスバシーは、熟達した起業家が行っている意思決定の原理について、実証的な研究を行った。彼女の行った実験はこうだ。「ベンチャリング (Venturing)」と名付けた起業ゲームを販売するにあたっての意思決定の問題を、熟達した起業家たちに解いてもらい、その意思決定における共通点を導き出したのである¹⁷²。最終的に 27 名の起業家の意思決定を分析した結果、たとえば「熟達した起業家は、マーケットリサーチを信用しない」というような驚くべき結果が浮かび上がってきた。サラスバシーの研究成果は、こうした起業の領域だけでなく、マーケティングや経営戦略などの領域へも応用が進んでいる。

サラスバシーは、そこでの発見を5つの原則にまとめた。(1)「手中の鳥」の原則、(2)「許容可能な損失」の原則、(3)「クレイジーキルト」の原則、(4)「レモネード」の原則、(5)「飛行機の中のパイロット」の原則である¹⁷³。

原則	内容
手中の鳥	目的を達成するためにリソースを集めるのではなく、既に手元にあるリソースで始める。手元にいない青い鳥を探してさまようようなことはしないという意味。
許容可能な損失	期待利益を計算して投資するのではなく、許容できる損失についてコミットする。
クレイジーキルト	さまざまなステークホルダーと関わり、そこから事業の目的を編み出していく。クレイジーキルトとは、模様の異なる生地のパッチワークを示す。
レモネード	不確実な状況を避けるのではなく、むしろ予期せぬ事態を活用する。レモンが傷んだらレモネードにして提供すればよい、という例え話から。
飛行機の中のパイロット	予測のできない外的環境ではなく、コントロールできることに集中する。コントロールできない外部環境については、前提条件として受け入れる。

表 11 エフェクチュエーションの 5 つの原則

(サラスバシーの記述¹⁷⁴をもとに筆者作成)

日本遺産事業に関連付けてみると、次のような原則になるだろう。まず、地域に既に手元にあるリソースで可能なことから始める。ときには、リソースをさまざまに捉え直しながらか活用していく（「手中の鳥」の原則）。そのうえで、多くはない自主財源の中で、許容可能な損失を見極めながら、事業を進めていく。大きな予算をかけて大掛かりな失敗を招くようなことはせず、小さな予算で致命傷とならない失敗を受け入れていく（「許容可能な損失」の原則）。その際、地域のさまざまなステークホルダーと関わり、そこから事業の目的を編み出していく。具体的には、さまざまなワーキンググループを組織しながら、そこからボトムアップ的に目的を見出していく（「クレイジーキルト」の原則）。そうした事業においては、想定外のことが起こりうる。そうした予期せぬ事態をむしろ活用しながら、新しい取組へと展開していく（「レモネード」の原則）。そのうえで、たとえばコロナ禍のような予測のできない外部環境については柔軟に受け入れつつ、あくまで自分たちがコントロール可能なことに集中して事業を進めていく（「飛行機の中のパイロット」の原則）。このように表現することができるだろう。

これらは、結果がわかっている予測をもとにした戦略 (predictive strategy) ではなく、非予測的コントロール (non-predictive control) のテクニックであり、こうした原則の総体を「エフェクチュエーション (effectuation)」と呼んだ。エフェクチュエーションとはコーゼーション (causation) の反意語である。求める結果から逆算して手段を考えるのではなく、今手元にある手段を用いて予期しない効果を生み出していくアプローチである¹⁷⁵。

論点	コーゼーション	エフェクチュエーション
未来の捉え方	予測	創造
コミットメントの根拠	〇〇すべき	〇〇できる
行動指針とステークホルダー獲得の根拠	目標	手段
計画	目標達成に向けた約束	選択可能なオプション
リスクに対する傾向	期待利益	許容可能な損失
外部企業への態度	競争相手	パートナー

表 12 コーゼーションとエフェクチュエーションの違い

出典: Read et al.(2005)を基に筆者作成¹⁷⁶

このエフェクチュエーションはさらに、次のダイアグラムで表現されるダイナミックプロセスへと展開している。コーゼーションは、「ゴールはなにか」という問いからスタートするのに対して、エフェクチュエーションは「私は何者で、なにを知っているのか、誰を知っているのか」という、自身の持っている手段に対する問いから始めるのである。そして、新しい手段を獲得すると同時に、新しい目的を事後的に創出し続けるという構造を

取っている。ここが、あらかじめゴールが決まっていたそれを変えることのできないコースーションと大きく異なる点である。

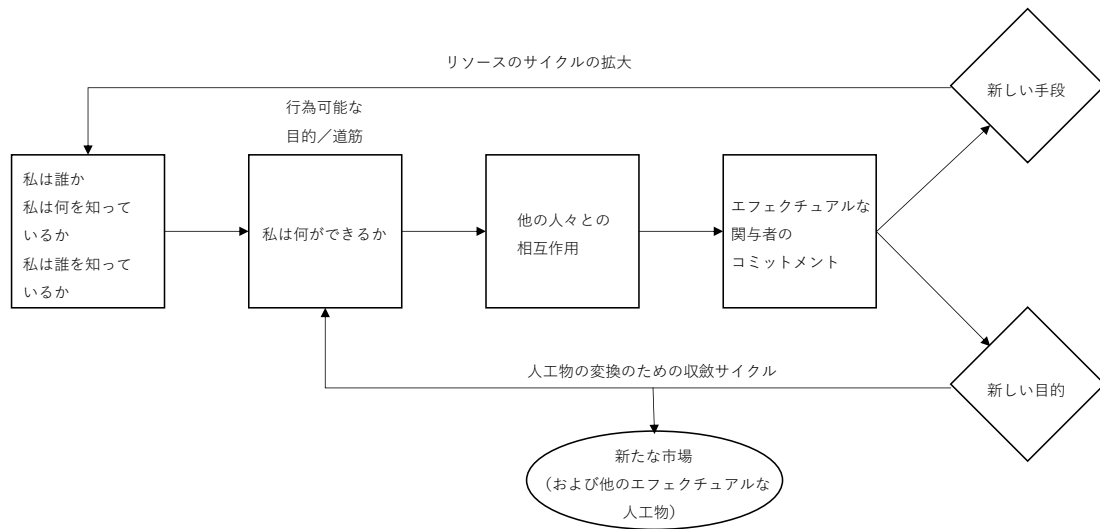


図 49 エフェクチュエーションのダイナミックプロセス¹⁷⁷

これまでの議論と関連付けるのであれば、次のように言えるだろう。制度のなかで、より価値の高い指定を目指すという目的を逸脱し、そこに別の新しい目的を見出し、その新しい目的に向かって生き生きと活動にのめり込んでいくオペラ的な事業こそが、日本遺産事業が目指すべき方向性である。そのためには、未目的な場所から二次創作を即興的に生み出すことが重要である。これはまさに、この非予測的コントロールであり、今手元にあるその地域の風土や文化、そして人的ネットワークの中から創発的に事業を展開し、足りないリソースがあれば自分だけで解決するのではなく、リソースを持つ他者との協業を積極的に模索していくやりかたは、まさにエフェクチュアルなものである。地域の草の根的な文化財活用を進めていくためには、こうしたエフェクチュエーション的アプローチが適しているということは、言うまでもないだろう。

このことは、たとえば小浜市・若狭町の御食国アカデミーの取組を想起させるだろう。京都の料理人をネットワークする試みは、まさにダイナミックプロセスにおける「他の

人々との相互作用」を狙ったものであり、そこから「エフェクチュアルな関与者のコミットメント」を獲得するものだろう。限られたリソースで取組を限定するのではなく、外部のパートナーを巻き込むことによって活動の可能性を広げていくのである。興味深いのが、このパートナーは従来の経済的な概念から言えばライバルとされる企業も含まれるということである。ゆずと森林鉄道の事例でもみたように、従来は競合同士であった酒蔵が、日本遺産という旗印のもと協力し合うことができた。エフェクチュエーションにおいては、外部企業はライバルではなく、むしろパートナーとして同じエコシステムを支える、利益を共有するパートナーと見ることになる。そのとき日本遺産は、まさにエコシステムを名付け、可視化させる機能を果たすわけである。

また、このときエフェクチュエーションの観点から重要なことは、目的そのものも変化していくということである。小浜市・若狭町の当初の目的としては、御食国、特に鯖街道という歴史を現代に復活させるための鯖の養殖にあるわけだが、そこだけにこだわってパートナーとの共通の目的を見出すことは難しいだろう。関与者のコミットメントを引き出すためには、関与者にとってのメリットも重要であり、協業の目的を探っていく中においては、当初の目的にこだわらず柔軟な発想が求められるであろう。

従来、文化財保護の活動の目的は、文化財の保存という揺るぎない目的があった。これは変わらずとも、巻き込みたい関与者によって柔軟に目的を変化させていく契機として、日本遺産事業は機能するのである。固定された目標に向かって計画を実施するというのではなく、外部の関与者から手段を獲得することを通じて、目的を変えていく、ある種の即興性が必要になるのである。

しかし、日本遺産事業に対する運営体制は、これとは逆のコーゼーション的なアプローチであった。ロジックモデルにおいては、結果から逆算して手段が設計されており、結果が予測可能であるという前提に立っていた。そのことによって、情報発信への偏重を始めとしたいびつな取組につながった。日本遺産事業は、地域の実態に即したエフェクチュエーション的なアプローチによる文化財活用に変換する機会にすべきだろう。日本遺産の運

営体制の問題については、柳澤による事業実施主体の研究がある。柳澤は、日本遺産認定地域を①地域型、②市町村シリアル型、③都道府県シリアル型の3つの類型に分け、シリアル型において長期戦略を策定する主な担当部署である企画振興部局が含まれておらず、自治体内での体制を整えないまま事業に取り組んでいることを指摘した¹⁷⁸。柳澤が指摘するように、少なくとも長期戦略のなかに組み込み、長期的なロジックの中で実施する必要がある。そのための事業実施主体を検討することが重要であろう。日本遺産事業は、文化財保護の枠組みに収まらない事業だからこそ、そうした実施主体の構築が可能となるはずなのである。

第2項 インプロビゼーションと創造の場

このように、二次創作による創造や未指定文化財の発掘、活用といったことは、事前に計画できるものではなく、思わぬところから創発されてくるものである。こうした創発を生み出す場として、創造都市の文脈から整理を試みたい。

ジャーナリストであり都市思想家とも言われたジェイン・ジェイコブズは、それまで主流であった国民経済のように経済全体を大きく捉えるやり方を退け、さまざまな特徴をもつ都市経済に注目、中規模の都市を題材に、高い労働の質をもった中小企業によるイノベーションのメカニズムを解き明かした¹⁷⁹。発展する地域に共通していたのは、他の都市から輸入する商品を地場産業の技術で置き換えていく輸入置換のイノベーションであった。たとえば日本の自動車産業では、トヨタが自動織機の技術を転用して自動車を開発、他の都市からの輸入に頼っていた自動車を輸入置換して、大きく発展した。自動車を生産する技術がすでにあったわけではなく、もともとある技術やリソースを臨機応変に活用、改良を加えていくインプロビゼーション（即興）がおこっているのだと見た。ジェイコブズは、発展する都市の創造性は計画されたものではなく、都市間の交易による相互関係から起こる輸入置換のような即興なのである。そのため、当時の米国で行われていた計画的な大規模な再開発は、都市を衰退させてしまうのだと警告した。日本遺産事業における地域活性

化もこのようなダイナミックな都市発展として捉えることが重要であろう。

日本遺産において、大都市と地域の間で行き交うのは製品ではなく、観光客である。観光客は地域にどのような刺激を与え、どのような発展をもたらす可能性があるのだろうか。そこで起こっているのは、輸入品を自前の製品で置き換える「輸入置換」ではなく、原作である文化財を現代の経験へと置き換える「原作置換」なのである。輸入置換が輸入品の模倣であったのに対し、原作置換は原作の模倣、さらにその模倣をするにも、既存の技術やリソースを自在に転用しながら行うインプロビゼーションがおこっているのである。そしてこのとき、観光の場とは、こうした原作置換を誘発するような創造の場として機能しているのである。こうした創造の場として、文化財として本来の役割を失ったあとの未目的な空間が機能するのだ。

ジェイコブスから始まる創造都市の議論を踏まえて、佐々木雅幸は、地域の文化と産業が結びつけることにより「創造の場」を作り出すことが重要だと指摘する。そこでは、芸術家と市民が結び付けられ、新しい価値が生み出される¹⁸⁰。こうした「創造の場」がもつ要素として、佐々木は3つ挙げている。第一の要素は、芸術家と企業や市民を結びつけるコーディネーター。第二に、人間的信頼関係を基礎にしたネットワークの結び目の機能。そして第三に、グローバルな異文化との交流や伝統工芸や芸能と現代のハイテクや芸術と出会いを推し進める機能だという。

これを日本遺産の文脈で捉え直せば、日本遺産事業には次のような機能が期待されると言える。(1) 地域住民や外部の人たちと文化財を結びつけるコーディネート機能、(2) 観光客などの外部の人々と地域住民の、信頼関係を基礎にした出会いの機能、(3) 異質な専門領域との出会いの機能ということになる。小浜市・若狭町の取組で言えば、(1) 料理人やインフルエンサーに鯖街道や御食国について知ってもらう、(2) 御食国アカデミーの市民教授と学生や観光客との接点をつくる、(3) テクノロジーを使った鯖の養殖や鯖専門レストランとの協業、といったことがあげられるであろう。そうした取組は、実際に収益を上げる事業を生み出し、地域における新しい創造産業を創出している。日本

遺産事業を通じて地域を創造的にしていくためには、地域をこのような「創造の場」として設計することが求められており、そこでさまざまなイノベーションとインプロビゼーションを誘発していくことができる。佐々木はこの議論に、さらに次のように付け加える。こうした創造を刺激するにはなにも新しい施設を作る必要はない。伝統的町並み空間や近代産業遺産といったものがむしろ有効で、こうしたものから「地域固有の環境」が生まれるのだ、と。日本遺産がまさにこの「地域固有の環境」をストーリーとして描き出そうとしていることは、言うまでもない。

こうした環境を構成する重要な要素として、人的ネットワークがある。山下は、地域活性化を推進するにあたって社会的ネットワークが重要な役割を果たしていることを明らかにした¹⁸¹。地域活性化に関する指標と近隣、友人（地区内）、友人の3つのネットワークの相関を分析したところ、地域内外問わずネットワークに強く関わっている人ほど、活性化への意欲・協力度が高いのだという。ただ、実際に地域活性化に関わっているかを調べると相関は弱く、意欲のあるネットワーク型人材の活用ができていないことがわかったという。敷田は、よそ者が地域づくりにおいて果たす役割について、過剰な期待を排しつつ地域がよそ者をうまく使う「よそ者使い」の重要性を指摘した¹⁸²。よそ者使いとは、よそ者に過剰な期待を寄せるのではなく、またよそ者のもたらす異質性を地域に取り込みながら再編集し、新しい文化へと昇華させていくやりかたである。敷田は、よそ者によって地域が変わりながら、同時によそ者も変わっていく相互変容が重要だと指摘した。

ここに場という概念を導入すると、よりの確に起こっている事態を記述できるだろう。清水の提唱する「社会の即興劇モデル」は、社会の動態を即興劇と見立てて説明する¹⁸³。人々は「舞台」の上で即興的に「演技」をする「役者」となり自己表現を行うが、その結果、「舞台」が変化していく。そして今度は、変化した「舞台」に合わせて新たな「演技」が行われる。この作用を相互誘導合致と名付け、場の根本原理のひとつとして位置づけた。よそ者使いを清水のモデルで説明すれば、次のようになるだろう。よそ者が地域という「舞台」を変化させる。その結果、その変化した「舞台」に合わせて地域の人々の「演技」

が変わる。しかしそれは同時に、地域という「舞台」にいるよそ者の「演技」も変えていくことになるだろう。よそ者と地域の人々が相互変容するのは、場との相互誘導合致によるものなのである。

こうした場のはたらきについての議論を少し整理しておこう。伊丹敬之は、「人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互を観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組み」と定義し、主に経営学の領域において場の役割を明らかにした¹⁸⁴。伊丹の定義する場は、密度の高い情報的相互作用が継続的に生まれる状況的枠組みであり、最終的には経営的な意味を持つ情報に軸足が置かれている。やりとりされる情報のうち、暗黙のうちに共有される暗黙知が知識創造に寄与することを明らかにしたのは、野中・竹内である¹⁸⁵。野中・竹中にとっての場は、暗黙知を組織内で共同化するためのものであり、そこでは暗黙知と形式知の知識のダイナミックな転換が起こり、組織的知識創造が進んでいく。こうした場はもちろん、企業内に限ったことではない。野中、ラインメラ、柴田は、企業のような組織と異なり、独自の目的を持って自律的に活動する主体が存在する地域発展においても、知識創造のための場が重要であることを明らかにした¹⁸⁶。地域の中に、暗黙知を共有する「共感場」、集団的考察を行い、暗黙知を形式知化していく「対話場」、形式知からさらに新しい形式知を構築する「サイバー場」、形式知を実践し内面化していく「実践場」といった異なる場が地域の文化として制度化されていることが重要だと指摘する。これまで触れてきた「観光の場」や「未目的な場」、「創造の場」といったものは、こうした場の議論とも馴染むものだろう。ただ、日本遺産の認定地域が生み出そうとしているものは、単なる情報でもなく、また知識でもなく、文化であるという点は強調しておきたい。

その意味で、場に根ざしたアート、サイトスペシフィック・アートの議論をおさえておくことは無駄ではないだろう。八田は、越後妻有大地の芸術祭のアート作品を例に上げ、特定の場所や空間において初めて成立する芸術サイトスペシフィック・アートにおける芸術の存立基盤および芸術の受容の場の重要性を示した¹⁸⁷。芸術は確固とした「存在の根拠」

が必要で、固有の場との結びつきがその根拠となるのだという。作家は場から創作のヒントを得、それを場においてかたちにし、鑑賞者はその場を共有するかたちで鑑賞する。その制作過程においても、地域の人々やボランティアスタッフなど、その場にいる人たちの助けを借りながら進められていく。八田はこのようなアートプロジェクトにおいて、近代において場とのつながりや歴史的な脈から切り離されてきた芸術作品が、ふたたび場や人とのつながりを求めているのではないかと指摘する¹⁸⁸。また及川は、地理学的議論に基づき、サイトスペシフィック・アートが、制度や構造の外部である地域的な偶有性から生まれる差異を取り込むことによって、動的に変化する相互作用的空間を生み出していることを指摘した¹⁸⁹。場は固定的でなく、そこで起こるなかば偶然におこる偶有性によって変化し続けている。場所に単一のアイデンティティなど決してなく、外部とのつながりの中で絶えず生産され続ける開かれた社会的相互作用のプロセスであるという地理学者のマッシーの空間概念に及川は言及する。この意味で、サイトスペシフィック・アートは、固定的な場に対して親和性の高い表現をするというようなものではなく、むしろそうした社会的相互作用のプロセスを構成するひとつの要素として、場に投げ込まれるものでもある。サイトスペシフィック・アートにおいても、場とそこに存在するものとの相互変容のプロセスが存在し、清水の言葉を借りれば、即興的な相互誘導合致が起こっているのである。

こうした即興劇は、即興的だからといって方向性がまったくない訳ではない。認定ストーリーのような第三者が承認した方向性とは違い、場の変化の中から一定の方向性が生まれてくる。そうした即興的に進むドラマの方向性を決めるのに、「観客」が決定的な役割を果たしていると清水は言う。「役者」は「観客」に向かってドラマを演じ、そのドラマに対し「観客」は反応する。その反応が、ドラマをある方向へと導いていくというのである¹⁹⁰。問題は、誰を「観客」として意識するのかということである。国内観光客とインバウンド観光客のどちらを「観客」とするかによってドラマは変わっていくだろうし、偉人子孫が行う民間アーカイブのように祖先を「観客」として使命感をもってドラマをつむぐ人もいるだろう。日本遺産認定地域の「観客」は、その地域そのものであり、その地域の

歴史と文化、それを支えてきた人たちということになるだろう。清水は究極には、地球を一個の生命体として宿る全体的な生命＝純粹生命が「観客」として存在していると指摘する¹⁹¹。

こうした「観客」を前にすると、ライバル関係も解消される。ゆず FeS で行われた「3 酒蔵の限定酒を味わう会～蔵元のお話付～」のイベントは、本来は競合である 3 つの酒蔵が協力して行ったイベントであった。日本遺産の旗印のもと、普段の競争関係からともに価値をつくり出す共創関係へと発展した。もし、日本酒を購入する従来の顧客を観客としていたら、こうした共創は難しかっただろう。日本遺産認定地域を「観客」とすることによって、ともに地域を盛り上げていくための行動が生まれ、ドラマの新しい方向性が示されたのである。

固定的な認定ストーリーは、地域をまとめるビジョンとして期待されていたが、権威付けされたストーリーはむしろ即興的な取組を妨げかねないことは再々指摘していた。では何をビジョンとして地域をまとめていけばいいのか。その答えのひとつが「観客」の設定にあるのではないだろうか。

第3項 文化資本の循環モデル

さまざまな「役者」がネットワークされるエコシステム、そしてそれが場において即興的なドラマを演じる。こうした社会的な「即興劇」が継続的に行われるためには、どうしても経済的な裏付けがなければならない。

岡田知弘は、持続可能な地域発展のためには地域経済の拡大再生産が欠かせないとし、そのためには地域であげた収益を地域内で再投資する地域内再投資力をつくりだすことが重要であると指摘する¹⁹²。またこれは、経済的な再投資に限らない。2008 年には、「資本アプローチ」と呼ばれる、自然資本を含めた資本ストックの維持増進によって持続可能な発展を診断する方法が OECD によって示され¹⁹³、さらにそれを地域に適用した鳥越ほかによる「地域資本」の考え方¹⁹⁴、知識や文化などの非物質的な資本を対象とする諸富徹の

議論に展開した¹⁹⁵。そうした議論を踏まえ清水万由子は、兵庫県豊岡市コウノトリと共生する地域づくりの事例研究をもとに、素材的な自然—人工ストックと、主体的な人材—文化ストックの間の相互作用を明らかにした。豊岡市では、水田という自然—人工ストックが生産の場としてだけでなく、教育や交流の場として機能し、人材—文化ストックへの新しい投資へとつながっていたという¹⁹⁶。日本遺産事業以前の議論であり、当然日本遺産には言及されていないが、日本遺産事業の持続可能性の議論につながるものである。いずれも、地域内で産出したさまざまな資本を再び地域へと投資することで好循環を生み出すというロジックである。

文化振興と文化財保護は、地方自治体においては前者が主に知事部局・首長部局、後者が教育委員会で行われるなど、縦割り行政のなかで融合されずに行われてきた。いまだ多くの地域で教育委員会と知事部局とで文化財行政が二分されている状況である¹⁹⁷。本来同じ「文化財」であるはずの現代作家の作品は、そのほとんどがいわゆる文化財保護の対象ではない。公による指定・登録が行うためには評価が定まっていなければならない、融合は難しい。登録有形文化財制度でも、50年以上経過していることが条件のひとつとなっている。文化振興における文化支出の原則が「お金を出すが口は出さない」¹⁹⁸のとは対照的で、文化財保護には行政による価値判断が前提となっている。

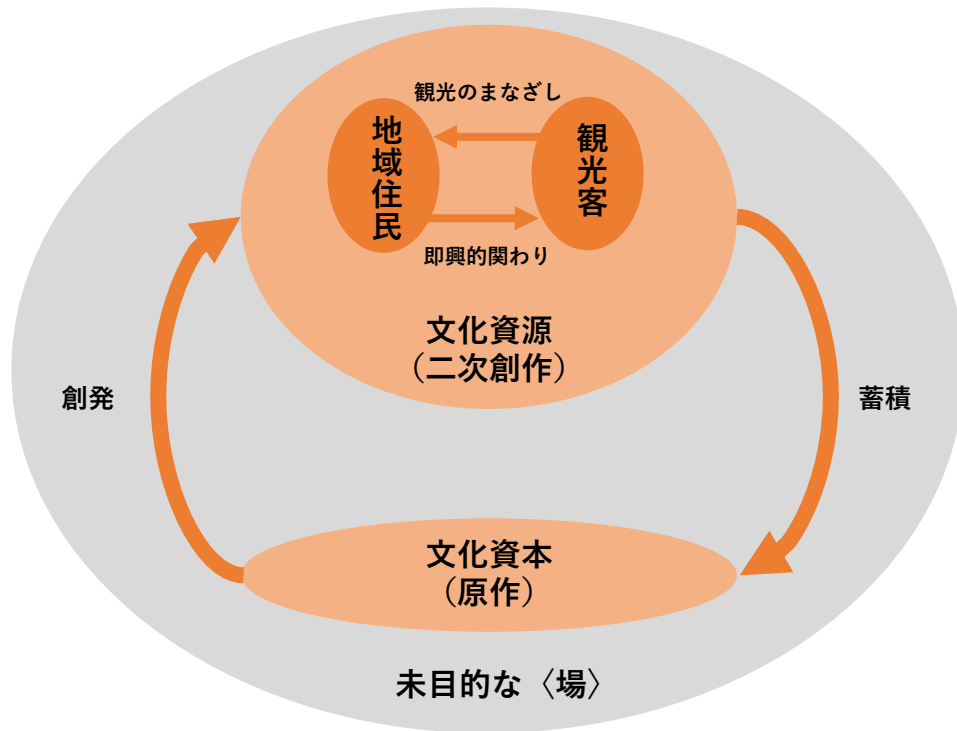
そこで、文化財という、財となりうるかどうかという価値判断を含んだ言葉ではなく、文化にまつわるさまざまな資源を、価値中立的な「文化資源」と捉えることが必要である。また、二次創作を生み出す原作となる文化財は、新しい文化資源を生み出す「文化資本」として捉え直すことが重要であろう。スロスビーは、こうした文化資源を生み出す源泉としての文化的な蓄積を、文化資本と呼んだ¹⁹⁹。新しい創造を促進する文化資本について、池上は、(1) 自然の固有性、(2) 地域社会の固有性、(3) 職人の技や文化という3つがあると指摘し、それらを活用するプロデューサー的人材の重要性を指摘する²⁰⁰。日本遺産における文化財活用というのは、正しくは、「文化資本」活用であり、そこから文化創造につながるようなプロデューサー的な取組なのである。

こうした文化資本が蓄積するためには、場が必要になるということである。地域は、文化資本を蓄積する場であり、地域に蓄積された文化資本からのインスピレーションを受けながら、地域の人々は「小さな物語」を語り直し、観光客は即興的に二次創作を行い、そしてアーティストはサイトスペシフィック・アートを生み出している。このとき生み出された文化資源は、プライベートでもなく、パブリックでもない、「共の表現」として地域の中に蓄積されていく。それがさらに文化資本として蓄積されて次のさまざまな創作を引き起こしていくのである。

文化資本による地域経営とは、そうした創造活動によって生まれる文化資源と、文化資本の場への蓄積という循環のデザインである。そしてその場は、ある役割に固定化されることなく、未目的な場所であり続ける。役割が固定化された「美術館」にしてしまうのではなく、観光のまなざしを受けて役割を臨機応変に変化させるインプロビゼーションを行う「原っぱ」としてあるべきなのである。文化庁によるストーリーの認定は、一步間違えるとそうした即興性を否定してしまうことにもつながりかねない。日本遺産認定地域は、多様な創作に開かれた場として、人々のオペラを引き受けていくべきなのである。

地域住民は、それが原作とは異なる擬似イベントであることを認識しつつ、観光客の二次創作を促すような体験イベントを提供する。そこで生まれる多様なできごとが、また「小さな物語」として地域に蓄積される。これが文化財を活用した観光における創造行為なのである。

これを図示したものが次の文化資本の循環モデルである（図 50）。地域にある文化資源は二次創作の原作として、その固有価値を発揮する。その結果、観光の場において新たな文化資源が生まれ、それが文化資本として蓄積される。この循環によって、地域が活性化していくのである。



(図 50) 文化資本の循環モデル (著者作成)

最後に、本論文のタイトルに記した文化遺産という言葉について説明したい。第一章で定義したように、ここでの文化遺産は文化財という言葉とは区別をして使っている。通常、遺産という言葉は「遺されたもの」という意味を含むことになる。つまり過去の事物で、それを継承していくというニュアンスで使われる。本文中、世界文化遺産などの領域で一般に文化遺産と表記しているケースを除き、文化財と表現してきた。それは、文化遺産という言葉にまつわるこうしたイメージをできるだけ混入させないようにという配慮であった。にもかかわらずタイトルを「文化遺産を活用した地域活性化に関する研究」としたのは、過去の事物というニュアンスをもつ文化遺産という言葉に新しい息吹を吹き込みたいという思いからだ。本論文のタイトルにある文化遺産とは、文化資本として場に遺された文化という意味を含めた。それは、所有 (Property) のニュアンスを持つ文化財 (Cultural Property) とも離れて、誰の所有ということでもない、場に遺された文化資本なのである。文化遺産はときに本来の目的を失いながらも、未目的のまま、その内在する

固有価値が有効価値として引き出されることを待っている。もしかしたら、私たちが文化遺産を活用するのではなく、逆に文化遺産が私たちを活用して世に出ていこうとしているのかもしれない。そう捉えるとき、過去の時代を真空パックしたタイムカプセルのような文化遺産が、急にアクチュアルな意味を帯びた新しい装いで目の前に現れてくる。そのとき私たちは、自身の能力が活用されるようその身を喜んで投げ出すだろう。それが、ヴェネツィアでラスキンが目の当たりにしたことであり、日本遺産地域で起きている地域活性化の姿なのである。

第4節 研究の発見事項のまとめ

日本遺産事業は、従来の文化財保護行政の流れを受けて、文化財活用の新しい事業として開始されたが、その目的は地域活性化から観光振興まで多岐にわたり、しかも短期的な目標達成が期待されていた。しかしさまざまな制約のなかで、十分な成果を挙げられなかった。第2章では、文化財保護、観光振興、日本遺産事業創設の経緯をたどり、当初のボタンの掛け違いについて分析を行った。文化財保護の文脈では、未指定文化財を含めた総合的な保護を民間活力も活用しながら進めるためのストーリー認定というアプローチと、ユネスコ創造都市ネットワークなどに見られる産業振興とのつながりというなかに位置づけられていた。観光振興においては、インバウンド対応のための広域観光圏の造成およびそのためのDMO組織の組成という位置づけ、また直接のきっかけとして世界遺産に認定されなかった地域への救済から地域活性化への期待を受けて創設されたという経緯を整理した。

第3章では、日本遺産事業においてどのような取組が行われたのか分析を行い、問題点を指摘した。あまりにもさまざまな目的が設定された事業であったために、認定においての基準も目的と合致していなかった。また、取組についても短期的な成果をあげるための情報発信に偏るなどの問題があった。日本遺産プロデューサー等派遣事業では、取組の正常化、DMO組織の組成などのアドバイスを行ったが、それも十分に成果を上げたとは言

いがたい。その結果、第三者機関から厳しい批判を受けた。日本遺産の具体的な取組については、文化庁から公開されている情報には限界があったが、今回、日本遺産プロデューサー等派遣事業の取組、関連する資料を公開することができた。

第4章では、日本遺産事業が抱えていた課題を、①認定ストーリーによる未指定文化財の保護、②地域活性化に向けた文化財の活用、③民間活力を生かした持続可能な取組という3つの観点から整理した。続く第5章では、こうした課題を乗り越え、一定の成果を上げている小浜市・若狭町日本遺産活用推進協議会、ゆずと森林鉄道日本遺産協議会のふたつの事例を紹介した。小浜市・若狭町の事例では、外部のキーパーソン、内部のローカルヒーローを巻き込みながら、効果的に産業創出を進めていた。ゆずと森林鉄道は、未指定文化財を発掘し、また構成文化財を他の用途に転用、活用しながら、地域活性化を進めていた。いずれも第4章であげた課題を、日本遺産事業という仕組みをうまく活用することによって乗り越えようとしている。

続く第6章では、ふたつの事例を踏まえて日本遺産事業の可能性について、議論を展開した。その議論を踏まえ、第7章において、(1)未指定文化財の保護の可能性については、認定ストーリーのもたらす功罪を整理した上で、それを語り直して「小さな物語」を創出することこそが、日本遺産が目指すべきストーリー化であるということを指摘した。そのことによって、これまで取りこぼしていた未指定文化財が保護できるのである。このときの文化財の価値について、固有価値、享受能力、制度からの逸脱といった観点から、語り直しのあり方を提示することができた。つづく(2)文化財の活用については、観光客の役割を観光文化の観点から見直し、さらに二次創作的な消費のありかたを取り入れた観光のあり方、観光の(文化財保護とは異なる)真正性について議論を行った。文化財活用を進める上で、過去の目的を失った空間を創造的な未目的な場として捉え直す考え方は、ユニークベニューなどの取組の新しい捉え方になるだろう。最後に、(3)持続可能な取組の可能性については、エフェクチュエーションの考え方に基づくエコシステム構築を踏まえ、地域発展におけるインプロビゼーションの重要性と場の議論、さらに地域の文化資

源が文化資本となって新たな文化を生み出すという文化資本の循環モデルを提示した。

第5節 本研究の限界と今後の課題

本論文は、文化財保護における大きなパラダイムシフトを指摘するものとなっている。ひとつの論文で描き切るにはかなり大掛かりなものであり、ラフスケッチにとどまる部分も多い。未指定文化財の保護の議論においては、民間プレイヤーによる具体的な保護の取組のあり方について、より詳細に分析することが必要であろう。とくに、指定文化財のような一種の公共財の取り扱いについて、民間と公共の役割分担については、より緻密な研究が待たれるところである。認定ストーリーのありかたについては、観光のまなざしなどの議論を踏まえ必ずしも史実に基づかないような演出について評価する立場で議論を展開したが、真正性については、ベンヤミンのアウラなどさまざまな議論が蓄積されており、本論文では十分な検討ができていない。また、さまざまなイデオロギーによる利用も想定すべきであり、そうした政治的な議論は本論文ではほとんど展開されないままであった。

文化財活用については、未目的な状態にあるものに対して、新たな役割を発見するというところに、創造的な文化財活用の可能性を見出す議論を行ったが、これは半分、制作論の議論に足を踏み入れている。既存の文化財からインスピレーションを得て新たな作品を制作するという点について、アリストテレスのポイエーシスの議論を始め、美学、哲学分野で豊かな議論が行われてきた。本論文は、文化財保護の側から制作の接点を指摘したというものであり、制作論のほうからのより深い議論が待たれるところであろう。

持続可能な取組については、エフェクチュエーションや場の理論など、経営学を中心に展開されている理論を参照したが、これもまた文化財保護と経営の接点を指摘したところにとどまっている。この領域では、地域の経営という観点からのさらなる研究が可能であると同時に、近年、企業文化の議論などが経営学においても行われている状況を踏まえれば、文化政策から経営学がインスピレーションを得るようなことも考えられるだろう。

文化資本の循環モデルについては、あくまで理論モデルであり論証が不十分である。著

者の立場としては、研究者であると同時に、実務者でもある。仮説の検証については、理論面はもちろん、実務での活動を通じて引き続き検証していきたい。(128,164字)

¹ 文化審議会「文化財の確実な継承に向けたこれからの時代にふさわしい保存と活用の在り方について(第一次答申)」、2017年12月8日、https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/pdf/r1391804_01.pdf (2021年9月3日閲覧)。

² 文化庁「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020」
https://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/hodohappyo/pdf/2016042601_besshi01.pdf
(2020年9月29日閲覧)。

³ 文化庁「文化財保護法及び地方教育行政の組織及び運営に関する法律の一部を改正する法律等について」概要、https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/pdf/r1402097_01.pdf
(2021年9月3日閲覧)。

⁴ 文化財保存修復学会「文化財の保存と修復14『災害から文化財をまもる』」クバプロ、2012年

⁵ 文化財保護法(昭和25年5月30日法律第214号)。

⁶ 文化庁、世界遺産暫定一覧表追加のための手続き及び審査基準、
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/bunkazai/sekaitokubetsu/01/shiryo_5.html
(2023年7月17日閲覧)。

⁷ たとえば、「地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業」といった使われ方をしている。(文化庁、令和2年(2020年)度日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業 地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業、https://www.bunka.go.jp/shinsei_boshu/kobo/92280601.html (2023年7月17日閲覧)。

⁸ 文化資源学会、文化資源学会設立趣意書、<https://bunkashigen.jp/about.html> (2023年7月17日閲覧)。

⁹ 文化庁、「歴史文化基本構想」について、
<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/rekishibunka/index.html> (2023年7月16日閲覧)。

¹⁰ 文化庁文化財部、「歴史文化基本構想」策定技術指針、2012年2月、p.6

¹¹ 本論文執筆者が日本遺産プロデューサーとして作成した資料を引用することについては、当該年度の日本遺産プロデューサー等派遣事業を文化庁より受託した一般社団法人フューチャラディションワオの許諾を得ている。

¹² 岡村祐、野原卓、西村幸夫「我が国における「観光まちづくり」の歴史的展開—1960年代以降の「まちづくり」が「観光」へ近接する側面に着目して—」『観光科学研究』第2号、2009年3月、pp.21-30。

¹³ 海老沢結、川原普、平田徳恵、「歴史文化資源の保全・継承と観光活用における偉人子孫と行政の取組み比較—東京都日野市における新選組の子孫が運営する資料館に着目して—」、日本観光研究学会『観光研究』第33巻、2021年、pp.75-84。

-
- 14 西井享「日本遺産と尾道市民遺産 尾道市の歴史まちづくり」、『尾道型ディスティネーション・マネジメントってなに？～多様な地域遺産を生かす観光まちづくり戦略』、CATS叢書第10号、北海道大学観光学高等研究センター、2016年、pp. 23-28。
- 15 村上佳代「エコミュージアム概念に基づいた文化資源マネジメントに関する研究」九州大学博士論文、2010年。
- 16 雪村まゆみ「世界遺産登録運動と文化資産の認定制度の創設―「認定の連鎖」をめぐって―」、関西大学社会学部紀要48巻1号、2016年、pp. 91-112。
- 17 韓準祐「地域観光に関連する認定・登録制度がもたらすもの」、立命館大学人文科学研究紀要125号、pp. 251-284。
- 18 安村克己「観光の歴史」『観光学入門：ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣、2001年、pp. 48-53。
- 19 "Hosts and Guests: The Anthropology of tourism.", Valene L. Smith ed., University of Pennsylvania Press, 1989, (『ホスト・アンド・ゲスト 観光人類学とはなにか』ヴァレン・L・スミス編、市野澤潤平、東賢太郎、橋本和也監訳、ミネルヴァ書房、2018年。)
- 20 D.J.ブーアスティン、星野郁美・後藤和彦訳『幻影（イメージ）の時代―マスコミが製造する事実』東京創元社、1964年、p. 17。
- 21 ジョン・アーリ／ヨナス・ラースン、加太宏邦訳『観光のまなざし [増補改訂版]』、法政大学出版局、2014年、p. 16。
- 22 Michel Picard, "'Cultural Tourism" in Bali: Cultural Performances as Tourist Attraction. " *Indonesia*, vol. 49, Cornell University Southeast Asia Program, 1990, pp. 37-74.
- 23 アーリ／ラースン前掲書 (39)、pp. 186-187。
- 24 長尾洋子「地域伝統芸能にまつわる物語、地域振興、マネジメント―「民謡おわらの街」八尾の事例から―」、観光学評論 Vol.7-2、2019年、pp. 155-168。
- 25 丁野前掲資料 (6)。
- 26 丁野朗「日本遺産ストーリーの活用と地域活性化」『月刊文化財』第682号、第一法規、2020年、pp. 10-13。
- 27 須賀忠芳「ストーリー化された歴史観光素材の功罪を巡って～「幕末会津」をめぐると言説を中心に～」『観光学研究』17巻、2018年3月、pp. 161-173。
- 28 金子淳「博物館を取り巻く「物語性」をめぐって～「観光立国」政策と日本遺産を中心に～」、桜美林論考人文研究11巻、2020年、pp. 80-96。
- 29 奥野耕平「文化観光を通じた文化財保護の意義：文化政策学的視座からの考察」、『同志社政策科学研究』第22巻1号、2020年、pp. 17-31。
- 30 岡本真生「「日本遺産」のつくりかた―地域文化デザインの現場にて―」、関西学院大学社会学部紀要第130号、2019年、pp. 75-87。
- 31 森重昌之「観光資源論から見た資源の「利用」の考え方―日本遺産を活用した兵庫県淡路島の取組を事例に―」、阪南論集 人文自然科学編、2020年、56巻1号、pp. 19-32。
- 32 江口真理子「日本遺産を題材としたインバウンド動画のあり方：「ストーリー」のある動画は石見神楽鑑賞意欲を向上させるか」島根県立大学総合政策学会 総合政策総合政策論叢43巻、2022年、pp. 1-13。
- 33 赤池慎吾「地域連携活動の発展プロセス―コーディネーターの役割に着目して―」、赤池慎吾、大崎優、岡村健志、梶英樹編著『地域コーディネーションの実践 高知大学流地方創生への挑戦』、晃洋書房、2019年、pp. 55-90。

-
- 34 山下祐介「社会的ネットワークと地域活性化」『弘前大学人文社会論叢 人文科学篇』第9号、2003年、pp. 171-184。
- 35 敷田麻美「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」、国際広報メディア・観光学ジャーナル9号、2009年、pp. 79-100。
- 36 岡田知弘『地域づくりの経済学入門：地域内再投資力論』自治体研究社、2020年。
- 37 OECD, *Sustainable Development: Linking Economy*, Paris, OECD, 2008
- 38 鳥越皓之、藤村美穂、家中茂『景観形成と地域コミュニティ—地域資本を増やす景観政策』、農山漁村文化協会、2009年。
- 39 富岡徹『地域再生の新戦略』中央公論新社、2010年。
- 40 清水万由子「持続可能な地域発展の分析枠組み—兵庫県豊岡市コウノトリと矯正する地域づくりの事例研究から—」『環境社会学研究』第18巻、2012年、pp. 112-125。
- 41 岡安麗奈「文化的社会資本の価値と評価：日本遺産を中心とした実証分析」青山学院大学博士論文、2021年。
- 42 ジェイン・ジェイコブズ、中村達也訳『発展する地域 衰退する地域』ちくま学芸文庫、2012年。
- 43 渡邊としえ、渥美公秀「阪神大震災の被災地における「まちづくり」に関するフィールドワーク—西宮市安井地域の事例—」実験社会心理学研究 40(1)、2000年、pp. 50-62
- 44 清水博『場の思想（新装版）』東京大学出版会、2003年、pp. 165-173。
- 45 伊丹敬之『場の論理とマネジメント』東洋経済新報社、2005年。
- 46 野中郁次郎、竹内弘高『知識創造企業』東洋経済新報社、1996年。
- 47 野中郁次郎、パトリック＝ラインメラ、柴田友厚「知識と地域—イノベーションのプラットフォームとしての地域」、オフィス・オートメーション 19 巻1号、1998年。
- 48 八田典子「芸術作品の成立と受容における『場』の関与」島根県立大学総合政策学会『総合政策論叢』第8号、2004年、pp. 143-172。
- 49 八田典子「「アート・プロジェクト」が提起する芸術表現の今日的意義：近年の日本各地における事例に注目して」島根県立大学総合政策学会『総合政策論叢』第7号、2004年、pp. 133-147。
- 50 及川裕子「サイトスペシフィック・アートの空間性をめぐる地理学的意義」お茶の水地理 60 巻、2021年、pp. 11-20。
- 51 差出一正『ぼくらは地方で幸せを見つける ソトコト流ローカル再生論』、ポプラ社、2016年。
- 52 高橋博之『都市と地方をかきまぜる 「食べる通信」の奇跡』、光文社、2016年。
- 53 1949年1月26日、奈良県斑鳩町の法隆寺金堂から出火し、国宝の十二面壁画の大半が焼損した事件。
- 54 戦時中に停止されていた重要美術品等の認定および名勝天然記念物の指定に関する事務は、終戦直後1945年10月には再開され、1948年には文部省と国立博物館の関係者によって新しい法律制度も成案していた。しかし、連合国総司令部（GHQ）からは部分改正で進めるべきだという程度の消極的な反応があっただけで、法律の成立は見送られていた。そんな中、国宝であった十二面壁画の大半を焼損する事態となった。この火災はメディアにも大きく取り上げられ、国会でも大きな問題として取り上げられた。世論の強い後押しもあり、翌年1950年5月には、超党派での賛成を得て文化財保護法が成立した。
- 55 塚本學は「文化財」と呼ぶことになった経緯について、それまで日本の教養の中心であったヨーロッパ、なかでもドイツの「Kultur Güter」（英語の「Culture Goods」）という芸

術的価値判断を含む言葉ではなく、アメリカ軍による占領下において、それまで使用例のない英語の「Culture Properties」由来の言葉を採用したのではないかと指摘する（「塚本學「文化財概念の変遷と史料」国立歴史民俗博物館研究報告第35集、1991年、pp. 274-276）。

⁵⁶ 箴島大悟、真鍋沙由未「戦前における皇室による保護から戦後の法的保護へ 無形文化財における保護概念の成立過程 その1」、日本建築学会計画系論文集 第83巻、第751号、2018年、pp. 1801-1808。

⁵⁷ 才津祐美子「民俗文化財」創出のディスコース」、待兼山論叢 日本学篇 30、1996年、p. 47-62。

⁵⁸ 文化財保護法(昭和25年5月30日法律第214号)。

⁵⁹ 「国宝・重要美術品等の件数が多すぎると連合国総司令部から指摘されており、また、このことにより全般にわたる保護の手当が不十分になっているという反省があった」。(文化庁『文化財保護法五十年史』ぎょうせい、2001年、p. 20)。

⁶⁰ 青柳憲昌、岩月典之、藤岡洋保「文化財保護法制定後の国宝建造物指定方針と戦後の「国宝」概念の形成」『日本建築学会計画系論文集』第77巻 第678号、2012年8月、pp. 1997-2005。

⁶¹ このことは、特に無形文化財の保護において主張されたことは、改めて指摘しておきたい。文化財保護委員会無形文化課長の佐藤薫は、重要無形文化財制度の意義について次のように述べている。「日本民族の自信を回復し、独立の精神を旺盛にし、正しい意味の愛郷心、愛国心をその内奥にたぎらせる大きな契機になるであろう。」(佐藤薫『『姿なき国宝』の保護』、『日本文化財』第1号、1955年)。

⁶² 「価値づけ」という言葉が地域の文化財保護の文脈で使われている例は、たとえば「これまで価値づけがなされていなかった、庭や樹木の保存や補助制度の拡充、修景モデルの作成などについて、調査を進めながら検討していく。」といったような使われ方がある(弘前市「弘前市歴史的風致維持向上計画(第2期) 第5章 文化財の保存又は活用に関する事項」、2019年、pp. 178)。日本遺産事業に直接関わる資料では、日本遺産事業創設の前年に実施された調査研究事業において、北九州市門司麦酒煉瓦館館長の市原猛志が次のように述べている。少し長くなるが、地方における文化財保護に、第三者の権威が不可欠である状況が見えてくるだろう。「建造物は美的価値が取り上げられる傾向にあり、見た目がありふれている産業遺産については自分たちで価値付けするのが難しいし、文化財だと思われたい。産業考古学会では1980年代あたりから推薦産業遺産制度を作って、文化財に指定されていないものを学会で価値付けを図ってきた。鹿児島で「世間遺産」というものもあり観光資源として評判になっている。文化財担当が嫌がるようなものを観光資源化している。ある意味では方便だが、外部が位置付けることが重要。赤煉瓦番付というものもある。こういった指定・未指定を問わず、地元が活用したいものを発信していくということが求められると思う。」(ランドブレイン株式会社「文化財の効果的な発信・活用ガイドブック」、『平成26年度文化財の効果的な発信・活用方策に関する調査研究事業報告書』、2014年、p. 119)。

⁶³ 稲垣栄三『都市のジャーナリズム 文化遺産をどう受け継ぐか』三省堂、1984年、p. 17。

⁶⁴ この法律の対象となる市町村は「我が国の往事の政治、文化の中心等として歴史上重要な地位を有する京都市、奈良市、鎌倉市及び政令で定めるその他の市町村(古都保存法第2条1項)」と、政令によって指定される「古都」に限定されたものではあったが、国が

指定する歴史的風土保存区域において、歴史的風土に影響を及ぼす建築や土木工事などに対して届け出や許可が必要となった。まずは古都保存法の枠組みの中で、天理市、橿原市、桜井市、斑鳩市、明日香村、逗子市、大津市が古都として指定され、それ以外にも1968年には金沢市で制定された「伝統環境保存条例」を始め、自治体において景観条例などの町並み保護を法的に位置づける動きも始まった。

⁶⁵ 梅棹忠夫『梅棹忠夫著作集 21 都市と文化開発』中央公論新社、1993年。

⁶⁶ 西村幸夫『環境保全と景観創造 これからの都市風景に向けて』鹿島出版会、1997年、pp. 154-157。

⁶⁷ 1996年の文化財保護法改正。

⁶⁸ 文化審議会文化財分科会企画調査会「文化審議会文化財分科会企画調査会報告書」<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/bunkazai/kikaku/h18/hokokusho/pdf/hokokusho.pdf>、2007年（2022年7月20日閲覧）。

⁶⁹ 2004年改正の文化財保護法第二条第1項第五号。

⁷⁰ 新潟県教育庁文化行政化世界遺産登録推進室「世界遺産暫定一覧表記載資産候補提案書を提出しました」https://www.sado-goldmine.jp/towards/particular_20071226/（2021年1月9日閲覧）。

⁷¹ 文化庁「我が国の世界遺産暫定一覧表への文化資産の追加記載に係る調査・審議の概要について」

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai_8/47/pdf/shiryo_4_3_1.pdf、2008年（2023年7月17日閲覧）。

⁷² 「文化審議会文化財分科会企画調査会 第2回企画調査会 資料6」

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/bunkazai/kikaku/h18/02/shiryo_6.html、2006年（2022年7月20日閲覧）。

⁷³ 経済産業省地域経済産業グループ地域新産業戦略室「地域と都市をつなぐ地域ストーリー～顧客の感動と地域の活力を共創させるために～」

https://www.meti.go.jp/main/infographic/chiiki_story/chiiki_story.pdf（2020年10月18日閲覧）。

⁷⁴ 余暇ツーリズム学会「第一回「観光ストーリー研究部会」のご報告」

<http://www.leisure-tourism.com/news/#20150617d>（2021年1月10日閲覧）。

⁷⁵ 文化庁「文化的多様性に関する世界宣言（仮訳）」

<https://www.mext.go.jp/unesco/009/1386517.htm>（2020年9月28日閲覧）。

⁷⁶ 創造都市ネットワーク日本 沿革、<http://ccn-j.net/about/history.html>（2020年10月19日閲覧）。

⁷⁷ 観光まちづくり研究会『観光まちづくりガイドブック地域づくりの新しい考え方ー観光まちづくり実践のために』、一般財団法人アジア太平洋観光交流センター、2000年。

⁷⁸ 岡村祐、野原卓、西村幸夫前掲論文(35)。

⁷⁹ 国土交通省「健康長寿社会の実現に向けた地域滞在型観光等の推進方策に関する調査報告書」p. 128-136、<http://www.mlit.go.jp/common/000023158.pdf>（2020年11月3日閲覧）。

⁸⁰ 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたくなる日本へー」、2016年3月30日、

<https://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>（2020年9月29日閲覧）。

⁸¹ 文化庁文化財部伝統文化課「文化財活用・理解促進戦略プログラム2020の策定

-
- ～文化財の観光資源としての開花に向けて～』『文部科学広報 2016 年 7 月号ナンバー 200』 https://www.koho2.mext.go.jp/200/voice/200_06.html (2020 年 9 月 28 日閲覧)。
- ⁸² 観光 Re:デザイン「地域文化に根ざしたツアーデザインのかくり方」、2016 年 1 月 16 日 <https://kankou-redesign.jp/pov/262/> (2020 年 11 月 3 日閲覧)。
- ⁸³ 当初は日本版 DMO と呼ばれていたが、登録基準の厳格化に伴い、登録 DMO と呼び方を変えた。
- ⁸⁴ 公益社団法人日本観光振興協会「DMO 候補法人の現状と課題について」、2017 年 3 月調査 https://www.nihon-kankou.or.jp/dmo/topics/pdf/questionnaire_results_20170526.pdf (2020 年 10 月 14 日閲覧)。
- ⁸⁵ 神奈川県・横浜市・鎌倉市・逗子市世界遺産登録推進委員会「武家の古都・鎌倉」に対するイコモス勧告の検証の結果概要、2013 年 <https://www.city.zushi.kanagawa.jp/global-image/units/74549/1-20140620090307.pdf> (2019 年 8 月 19 日閲覧)。
- ⁸⁶ 日本経済新聞「『日本遺産』の創設検討 政府、世界遺産登録へ後押し」、2013 年 5 月 14 日 https://www.nikkei.com/article/DGXNASDG1403J_U3A510C1CR8000/ (2019 年 8 月 19 日閲覧)。
- ⁸⁷ 内閣府「クールジャパン推進会議 (第 4 回) 別紙 4: アクションプランの実施について (詳細実施計画)」 https://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/suishin/4/pdf/siryous3_3.pdf (2020 年 10 月 17 日閲覧)。
- ⁸⁸ 文化庁「平成 26 年度文化庁予算の概要」 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyousei/yosan/pdf/h26_yosan.pdf (2020 年 10 月 17 日閲覧)。
- ⁸⁹ ランドブレイン株式会社「『日本遺産』調査研究事業報告書」 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/nihon_isan//pdf/nihon_isan_hokoku.pdf (2020 年 10 月 17 日閲覧)。
- ⁹⁰ 文化庁「第 14 期文化審議会第 2 回総会 (第 62 回) 議事録」 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai_14/62/gjjiroku.html (2020 年 10 月 17 日閲覧)。
- ⁹¹ 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」 <https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/20141227siryous5.pdf> (2022 年 8 月 18 日閲覧)。
- ⁹² 暫定リストに記載されるための審査基準は、緊密な関連性を持ち、一定の場・空間に所在する一群の文化財をもっていることや、その保存管理・整備活用に関する考え方 (基本的な理念、基本方針等) と包括的な保存管理計画及び個々の構成資産についての保存管理計画の策定する旨が明言されていることが示されていること、さらにその保存管理・整備活用に関する考え方に、周辺環境とも一体的な保存の方向性が示されていること等があげられている。歴史文化基本構想や歴史的風致維持向上計画も同様の要素を含んでいることを考えれば、これが、地域型での日本遺産申請の条件を設定する上での基本的な方針と考えてよいだろう。(文化庁「世界遺産暫定一覧表追加記載のための審査基準」 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/bunkazai/sekaitokubetsu/shingi_kekka/besshi_3.html (2020 年 10 月 18 日閲覧))。
- ⁹³ 文化庁「書類作成・提出にあたって」 https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/img/about/shinsei_yoshiki.pdf、(2020 年 10 月 21 日閲覧)。
- ⁹⁴ こうした具体的な記載を求めようになったのは、後述する日本遺産プロデューサー等派遣事業において、地域活性化における実施体制の問題が浮き彫りになったためであっ

た。実施体制の問題を解決するためのモデルが日本遺産プロデューサーにより提示され、ここに反映されていた。

⁹⁵ 日本遺産事業が開始された当初は、こうした具体的な指定はなかったが、令和2年の申請の段階では、かなり事細かく指示が行われた。

⁹⁶ こうしてみると、この地域活性化計画の記載は、申請にあたっては非常に負担の大きい、本質的な内容が求められていたことがわかる。ここに記載されたことが着実に実行されるのであれば、大きな成果が見込めるはずである。しかし実際には、このあと見ていくように、実行された事業は地域の活性化に寄与する内容だとはいえなかったし、その効果も十分ではなかった。問題は、この地域活性化計画の提出が求められた一方で、審査においてこれだけの内容を十分精査する時間はあったとはいえなかった。

⁹⁷ 文化庁『『日本遺産(Japan Heritage)』事業について』https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/img/about/nihon_isan_gaiyo.pdf (2019年8月19日閲覧)。

⁹⁸ ここで指摘している双方向のやり取りは制度化されたものではなく、文化庁の日本遺産担当の方針によって変化する。

⁹⁹ 岡本前掲論文 (29)。

¹⁰⁰ これは、年度ごとに認定する定数が決まっていたわけではなく、一定の基準を超えた地域を認定していたことを示すものだろう。最終年度については21地域が認定され、当初の100程度という数字を超える104地域が認定されたが、これは2021年度から始まった認定取り消し制度を見越した上での数字だったと考えられる。実際、2021年度に認定取り消しのある「再審査」とされた地域は、『信長公のおもてなし』が息づく戦国城下町・岐阜、「六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～」「津和野今昔～百景図を歩く～」、「古代日本の『西の都』～東アジアとの交流拠点～」の4地域であった。

¹⁰¹ 2021年には、2015年度認定の18件について総括評価・継続審査が行われ、14件が認定継続、そのうち4件が他の地域のモデルとなる地域として「重点支援地域」に選定された一方で、4件については再審査されることになった。また、3件が「候補地域」として認定された。

¹⁰² 広域の観光圏の形成という文脈からも、シリアル型が多く認定されることは自然なことであった。

¹⁰³ これは広域観光圏の流れではなく、創造都市ネットワークなどのテーマによる連携の流れと見ることができる。

¹⁰⁴ 構成する4市(広島県呉市、神奈川県横須賀市、長崎県佐世保市、京都府舞鶴市)は、軍港を平和産業港湾都市に転換するために1950年に施行された旧軍港市転換法の対象地域であることから、長年協力関係にあった。たとえば日本遺産に認定される以前から旧軍港市振興協議会事務局を東京に構えるなどの連携体制をもっていた。

¹⁰⁵ ただこれは、厳密に分類できるものではなく、重なり合うものであることも注意したい。

¹⁰⁶ 2015年当時は「篠山市」だったが、2019年5月に「丹波篠山市」へと市名変更した。

¹⁰⁷ 文化庁「平成29年度日本遺産フォローアップ委員会 審議結果について」https://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/hodohappyo/_icsFiles/afieldfile/2018/03/29/a1403167_02_1.pdf (2021年11月3日閲覧)。

¹⁰⁸ 地域によっては、「日本遺産PR事業(ウェブサイト・リーフレット・ポスター)」というような複数の項目にかかる取組をひとつにまとめて事業費を計上しているところがある

たが、その場合は均等に振り分けた。上記の場合であれば、ウェブサイトにも50%、リーフレット・ポスターにも50%というように振り替えている。

¹⁰⁹ ただし、日本遺産に認定される以前からガイド育成等の人材育成を行っていた地域では、今回の補助金の事業としては行わないという判断をする地域もあり、この数字だけで人材育成を行っていないという判断をするのは早計である。

¹¹⁰ 文化庁、「書類の作成・提出にあたって」https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/img/about/shinsei_yoshiki.pdf (2021年10月22日閲覧)

¹¹¹ 京都府「京都府文化財支援コーディネーター養成講座」<https://www.pref.kyoto.jp/bunkase/202002bunkazaisiencoordinator.html> (2021年10月22日閲覧)。

¹¹² 文化庁「書類の作成・提出にあたって」https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/img/about/shinsei_yoshiki.pdf (2021年10月22日閲覧)

¹¹³ 文部科学広報2017年6月号No.211。

¹¹⁴ 本来は、アドバイスに基づいて計画をし、その計画についてのチェックを行った上で実行に移す、というのが理想であったが、行政の事業は原則、単年度会計で進められることもあって、アドバイスよりも先行して事業が進められることは致し方なかった。

¹¹⁵ 日本遺産プロデューサー（小山龍介）の発言メモより。

¹¹⁶ 参加者によるアイデアについて、モザイク処理を行っている。

¹¹⁷ 参加者によるアイデアについて、モザイク処理を行っている。

¹¹⁸ クリストファー・アレグザンダー『パターン・ランゲージ 町・建物・施工』平田輪那訳、鹿島出版会、1984年、p.290。

¹¹⁹ 高知大学人文社会科学部人文社会科学科国際社会コース専門科目「国際社会実習（国内調査実習）I」<https://www.kochi-coc.jp/info/dtl.php?ID=992> (2021年11月2日閲覧)。

¹²⁰ 地域の日本遺産事業と直接関係しない(1)、(2)の事務局等業務、および主催地域が主導的に実施した(4)②日本遺産サミットについては、本論文では言及しない。

¹²¹ 文化庁「平成29年度日本遺産フォローアップ委員会 審議結果について」https://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/hodohappyo/_icsFiles/afieldfile/2018/03/29/a1403167_02_1.pdf (2021年11月3日閲覧)。

¹²² 文部科学省「平成30年度行政事業レビュー『公開プロセス』 2日目 議事録」https://www.mext.go.jp/a_menu/kouritsu/detail/1406167.htm (2020年11月2日閲覧)。

¹²³ 内閣官房行政改革推進本部事務局「平成30年度行政事業レビュー『公開プロセス』結果」<https://www.gyokaku.go.jp/review/kokai/img/30process.pdf> (2020年11月2日閲覧)。

¹²⁴ 財務省財務省主計局「日本遺産魅力発信推進事業 総括調査票」、2018年7月
https://www.mof.go.jp/budget/topics/budget_execution_audit/fy2018/sy3007/18.pdf
(2020年6月29日閲覧)。

¹²⁵ 文化庁「令和2年度文化資源活用事業補助金観光拠点整備事業（地域文化財総合活用推進事業）募集案内【令和元年度認定日本遺産対象】」https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/nihon_isan/pdf/91993510_01.pdf (2021年10月22日閲覧)。

¹²⁶ 岡本前掲論文(29)。

¹²⁷ 柳澤前掲論文(56)。

-
- ¹²⁸ KDDI「第1次産業をIoTで変革「IoT×鯖×養殖」日本遺産「鯖街道」復活へ」
<https://biz.kddi.com/beconnected/feature/190626.html> (2020年10月22日閲覧)。
- ¹²⁹ 立命館大学、～「御食国」小浜市を舞台に355名の学生が食のまちでくりを学ぶ～
食マネジメント学部「小浜フィールドワーク」実施。
<http://www.ritsumei.ac.jp/file.jsp?id=382656&f=.pdf> (2020年11月3日閲覧)。
- ¹³⁰ 立命館大学「小浜市でのフィールドワーク学習を実施」
<http://www.ritsumei.ac.jp/gast/info/detail/?id=31> (2020年11月3日閲覧)。
- ¹³¹ につぼんA級(永久)グルメのまち連合「かつて多くの観光客で栄えた漁村の新たな挑戦」
<https://a-gourmet.jp/chiiki-k/bosyu-obama> (2020年11月3日閲覧)。
- ¹³² 西村祐子「写真で伝えたいのは三歩先の未来。人と地域を輝かせる『長浜ローカルフォトアカデミー』が起こすカメラのマジックとは?」。
https://greenz.jp/2018/03/08/nagahama_localphoto/ (2019年8月19日閲覧)。
- ¹³³ 中島彩「『写真が街を元気にする』MOTOKOさんインタビュー」
<https://reallocal.jp/49420> (2019年8月19日閲覧)。
- ¹³⁴ フランス・ジヴェルニーにあるモネの庭をモデルとしてつくられたもので、クロード・モネ財団の指導を仰ぎながら、整備されている。
- ¹³⁵ 『日本遺産アカデミー』
<https://www.japan-heritage-academy.com> (2020年11月3日閲覧)。
- ¹³⁶ 2016年4月4日実施の第16期文化審議会第1回総会(第67回)において、三木調査官が「文化GDPというのを今回、初めて言い出しました」と発言している。(文化庁「第16期文化審議会第1回総会(第67回)議事録」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai_16/67/gjjiroku.html (2020年1月18日閲覧))。
- ¹³⁷ 議事録には三木調査官の言葉として、「これを目指して必要な予算というのはしっかりと確保していきたいと思っておりますので、そのためにもやはり文化がしっかりと我々の生活、経済生活に貢献している、つまり、コストセンターではなくて、ちゃんとプロフィットを生むものなので、投資といいますか、必要な予算も必要であるということを我々しっかりと見せていきながら、必要な予算を確保していきたい」とある。(文化庁「第16期文化審議会第1回総会(第67回)議事録」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/sokai/sokai_16/67/gjjiroku.html (2020年1月18日閲覧))。
- ¹³⁸ 岡安前掲論文(57)。
- ¹³⁹ ボウモル、ボウエン前掲書(24)、pp.496-499。
- ¹⁴⁰ こうした文化遺産のもたらす副次的な効果を測定する方法として、文化サテライト勘定がある。ユネスコ基準の文化GDPは、産業によって生み出された付加価値によって計算されるもので、GDPの内数となる。そのため、GDPにあらわれてこない、たとえば「生活文化」と呼ばれる茶道、華道、書道などのお稽古ごとや食文化、地域の祭りが生み出している価値が評価されないという課題がある。そうした課題を解決するため、文化サテライト勘定と呼ばれる、文化GDPに含まれないものを対象とする補完的な評価方法が模索されている(藤川清史、川村匡「文化芸術の経済評価の試み:文化GDPの推計」環太平洋産業連関分析学会 Input-Output Analysis 29(1)、2021年、pp.39-52。)。民謡おわらの事例はまさにこうした文化サテライト勘定で評価しうるものであるし、日本遺産認定地域においても中芸地域における「ゆずFeS」などは、生活文化の価値を見直し、地域住

民の活発な活動を引き起こしている事例であろう。日本遺産事業を評価するためには、こうした経済的価値測定の外に置かれているものまで検討する必要がある。

¹⁴¹ 長尾前掲論文 (30)。

¹⁴² 海老沢ら前掲論文 (19)。

¹⁴³ 西井前掲論文 (20)。

¹⁴⁴ 丁野前掲論文 (32)

¹⁴⁵ 須賀前掲論文 (33)

¹⁴⁶ ラスキンの前掲書 (25)。

¹⁴⁷ 池上前掲書 (26)。

¹⁴⁸ 横山前掲書 (28)。

¹⁴⁹ ジョン・ラスキン『ヴェネツィアの石』井上義夫訳、みすず書房、2019年、pp. 149-152。

¹⁵⁰ ものそのものが持つ固有価値と、こうした人の行為により生み出された固有価値とはすこしズレがあるが、スロスビーは、このように生の充実が移転したものをこそ固有価値と考え、固有価値の概念を拡張させた。(デイヴィッド・スロスビー『文化経済学入門—創造性の探究から都市再生まで』中谷武雄・後藤和子訳、日経新聞出版社、2002年)

¹⁵¹ 佐々木雅幸「文化による創造都市づくりにむけて」国際交流基金『クリエイティブ・シティ～都市の再生をめぐる提案』、pp. 4-12、2003年。

¹⁵² 雪村前掲論文 (21)。

¹⁵³ 韓前掲論文 (22)。

¹⁵⁴ 金子前掲論文 (34)。

¹⁵⁵ 赤池前掲本 (36)。

¹⁵⁶ 奥野前掲論文 (35)。

¹⁵⁷ 南アルプス市、南アルプス市ふるさとメール「「ふるさと〇〇(まるまる)博物館」スタートアップ連載「〇博(まるはく)」への道(2) 掘り起こし-育み-伝えるプロジェクト」、<http://sannichi.lekumo.biz/minamialps/2017/03/post-7275.html> (2023年7月15日閲覧)。

¹⁵⁸ ブーアステイン前掲書 (39)、p. 17。

¹⁵⁹ アーリ、ラーソン前掲書 (40)、p. 16。

¹⁶⁰ 岡本前掲論文 (29)。

¹⁶¹ 東前掲書 (42)、pp. 71-73。

¹⁶² 大塚前掲書 (43)。

¹⁶³ 東前掲書 (44)、pp. 76-78。

¹⁶⁴ 鈴木前掲書 (45)。

¹⁶⁵ コミックマーケットと呼ばれるイベントで、3万2000サークルが出展し、参加者75万人(2019年12月)を集める大規模な同人誌即売会である。会場となる東京ビッグサイトでの混乱は、毎回ニュースを賑わしている。(コミックマーケット公式サイト「コミックマーケット97アフターレポート」<https://www.comiket.co.jp/info-a/C97/C97AfterReport.html> (2020年11月6日閲覧))。

¹⁶⁶ 東前掲書 (46)、p. 73。

¹⁶⁷ 中前掲論文 (47)。

¹⁶⁸ 根尾前掲論文 (48)。

¹⁶⁹ 「場は、そういう観光者の種々のまなざしのかたちによって作られ、作り直されたも

のなのだ。事実、私たちに興味あるのは、場における、また場にかんする発現力を（他の場との比較から）生み出し再構築していくシステムを通じて、以下にして場所と人との関与しあうのかという点である。（中略）場は、期待、実際の現れ方、思い出の円環の中に描きこまれて初めて「観光の場」として姿を現す。場は、資本、人間、モノ、記号、情報の網目状の運動を通して、経済的、政治的、文化的に生産される」（アーリ、ラースン前掲書（39）、pp. 186-187）。

¹⁷⁰ 青木前掲書（51）。

¹⁷¹ 村上前掲論文（52）、p. 33。

¹⁷² サラスバシー前掲書（54）、p. 30。

¹⁷³ サラスバシー前掲書（54）、pp. 19-20。

¹⁷⁴ サラスバシー前掲書（54）、pp. 19-20。

¹⁷⁵ サラスバシー前掲書（54）、pp. 20-21。

¹⁷⁶ Read, Stuart and Saras Sarasvathy, "Knowing What to Do and Doing What You Know: Effectuation as a Form of Entrepreneurial Expertise," *Journal of Private Equity*, 9(1), 2005, pp. 45-62.

¹⁷⁷ サラスバシー前掲書（55）、p. 134。

¹⁷⁸ 柳澤前掲論文（56）。

¹⁷⁹ ジェイコブズ前掲書（57）。

¹⁸⁰ 佐々木雅幸『創造都市への挑戦』岩波現代文庫、2012年、p. 233。

¹⁸¹ 山下前掲論文（59）。

¹⁸² 敷田前掲論文（60）。

¹⁸³ 清水博前掲書（61）、pp. 165-173。

¹⁸⁴ 伊丹前掲書（62）、pp. 103-107。

¹⁸⁵ 野中、竹内前掲書（63）。

¹⁸⁶ 野中、ラインメラ、柴田前掲論文（64）。

¹⁸⁷ 八田前掲論文（65）

¹⁸⁸ 八田前掲論文（66）

¹⁸⁹ 及川前掲論文（67）。

¹⁹⁰ 清水博前掲書（61）、pp. 50-52。

¹⁹¹ 清水博前掲書（61）、pp. 200-202。

¹⁹² 岡田前掲書（68）。

¹⁹³ OECD, *Sustainable Development: Linking Economy*, Paris, OECD, 2008

¹⁹⁴ 鳥越前掲論文（70）。

¹⁹⁵ 富岡前掲書（71）。

¹⁹⁶ 清水万由子前掲論文（72）。

¹⁹⁷ 文化庁「地方における文化行政の状況について（平成29年度）」

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/chiho_bunkagyosei/pdf/r1393030_02.pdf（2020年4月24日閲覧）。

¹⁹⁸ イギリスのアーツ・カウンシルの行動原理として、「アームズ・レングスの原則」として知られる。（河島伸子「文化政策形成の仕組みづくりのために—海外比較研究と論点整理—」社団法人日本芸能実演家団体協議会、2002年9月）。

¹⁹⁹ 文化資本という概念をピエール・ブルデューは、文化的再生産による階級格差の議論に使ったが、ここではスロスビーが議論したような地域の文化資本の蓄積と活用という文

脈で使う。(スロスビー前掲書 (170))。

²⁰⁰ 池上惇『文化資本論入門』京都大学学術出版会、2017年、pp. 35-36。