

観光資源としての地域文化に関する基礎的考察

一寧波の茶禅体験を中心にー

胡 博寧

はじめに

「観光」という言葉の定義については様々な解釈が存在しているが、その語源をさかのぼると中国の古典『易経』にある一文「觀国之光、利用賓于王」（国の光を観るのは、用に立って王の賓客になることに利益があり）にたどり着く。つまり、国あるいは地域の景観、文化、風習などの「風光」を見学することが原初の意味であるが、これは物見遊山的な観光であり、「観る」という行為が強調されている。

時代と社会の変遷に伴い、観光の様相も変わりつつある。現代では国王や首脳のような統治者のためではなく、観光は「楽しみを目的とする旅行」として多くの人々に理解されている。1969年の観光政策審議会において、観光の定義は以下のように述べられた。

観光とは、自己の自由時間の中で、鑑賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行動のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の行動をいう¹。

そして1995年の観光政策審議会答申において、この定義は以下のように、より明確に示された。

余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの²。

以上の定義から、観光活動が幅広い形態を持つことが判明できる。物見遊山的な「観る」、「鑑賞する」以外に、体験あるいは参加のような何かを「する」、「感じる」ことも一種の観光目的として人々に受け入れられ、また動機として彼らの旅行先の選択に大きな影響を与えている。観光庁が訪日外国人旅行者を対象に2015年から2019年までの5年間で行った

消費動向調査の結果では、外国人旅行者が訪日前に最も期待していたことの中で、歴史的な伝統文化や日常生活、四季を感じるなどの体験の比率が自然・景勝地観光の比率にますます接近している。更に日本食・酒を飲食することの比率は自然・景勝地観光の比率に対し、ほぼ2倍になっている（表1）。この結果から、今の観光客たちがただ観光スポットを観ることだけで満足できなくなり、旅行先の文化・生活の体験への興味が高まっていることがわかるだろう。これを踏まえて、今までの観光形態を見直す必要がある。

自然・景勝地を見学する物見遊山的な観光形態に対して、本稿では地域の飲食、歴史伝統、日常生活などの物事を体験するための観光形態を「体験型観光」と捉える。その体験の対象について、観光政策審議会が指摘した観光の定義「日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の行動」から考えると、人々が求めるのは自分の生活圏と異なった旅行先の地域独自のもの、つまりその地域でしか得られない体験である。

観光庁の訪日外国人旅行者の消費動向調査報告書から見ると、「訪日前に最も期待していたこと」、「今回の日本滞在中にしたこと」と「次回日本を訪れた時にしたいこと」に関して、その三つの調査結果のどちらにも最も高い比率を占めたのは「日本食を食べること」である³。その点から、地域の独特な飲食の体験が体験型観光の一つの重要なテーマとして考え得ることがわかるだろう。なぜなら、異なる地域の飲食文化は、その土地の環境、気候、物産と人の生業などの要素によってそれぞれに大きく異なっているからである。その地域での飲食体験もまた、当地でしか得られない体験の一つなのだ。

地域の飲食と言えば一般的に、当地の独特な食材あるいは料理法が対象として注目されるかもしれないが、「飲食」には「食」だけではなく、「飲」、つまり飲むことも相当な重要性がある。また前述した飲食体験の「地域性」を考慮した上で、本稿では中国で広く普及された、各地の特徴的な喫茶風習・文化を地域の日常飲食体験の一つとして取り上げ、体験型観光における喫茶体験の活用法を考察する。茶は中国の国民飲料であり、中国も茶の原産地である。長い歴史を経て今、中国全国範囲で普及されている茶と喫茶の文化もまた、地域によって様々な個性を持っていて、そしてどれもその土地の独特な風土と歴史文化に深く関わっている。その特性に基づいて、観光客が地域の特徴のある喫茶体験を通して地域独自の文化を認識、理解する可能性、つまり地域の文

化発信における体験型観光の役割についても、本稿が検討する対象の一つである。

本稿では、体験型観光の定義、由来、対象、種類などの要素から、飲食を含めた地域の日常・暮らしを体験型観光のテーマに設定する理由と意義について分析する。次に中国における日常飲食としての喫茶の文化性と地域性のつながりについて、各地の喫茶風習を挙げながら説明する。そして、喫茶風習を観光資源として体験型観光に活用する事例の一つとして中国寧波市の茶禅体験を取り上げる。これを持って、今まで見過ごされたかもしれない日常の生活風習を地域文化として観光資源に転換するためのデザイン手法を検討したい。

第1章 体験型観光と地域の日常

第1節 体験型観光とは

体験型観光について、今まだ明確な定義はないが、成田静香氏は「地域の魅力を五感で味わう旅」の中で体験型観光の概念を以下のように述べている。

体験型観光とは従来の物見遊山的な観光に対して、その地域でしか体験できない要素を取り入れた旅行の形態を指すものとされている⁴。

つまり、体験型観光の場合には「見る」ことより、当地ならではの体験を得ることが重視されていると考えられるだろう。そしてもう一つの観点として、徐林強氏は体験型観光を以下のように定義している。

体験型観光は一種の事前に設計・組織された、観光客が積極的に時間と精力をかけて参加する環境に優しく、そして付加価値の高い観光方式である⁵（筆者訳）。

この定義によると、体験型観光は地域の観光資源に付加価値（例えば文化的価値）を付けて「体験プログラム」として計画・運営し、また観光客に参加してもらうことを目的とするとも考えられる。

それぞれの解釈があるが、従来の観光形態に関する研究において「体験型観光」は多くの場合に、「着地型観光」の一つの項目あるいは種類として見られている。その両者の関係について、観光庁ホームページの「政策について」には以下の記述がある。

旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態を「着

地型観光」と言います⁶。

ここでは体験型観光も観光地となった地域側が主導的に運営する「着地型観光」の一つと見られている。それ以外に、尾家建生氏と金井萬造氏の観点によると、1988年青森県五所川原市の地元住民団体「津軽地吹雪会」が仕立てた「地吹雪体験ツアー（冬の雪原に強風で巻き上がる地吹雪を馬ぞりに乗って体験する）」は、着地型観光の元祖と見られている⁷。

着地型観光は観光客が居住・出発する「発地」に対して、「着地」としての観光地とその住民を主体（主役）にし、地域の資源を生かして多様なプログラムを観光活動に提供することによって、地域側の独特な魅力を観光客に示す。そして体験型観光も、地域の情報あるいは文化発信という目的で、その地域ならではの体験を主要手段として観光活動・企画に取り入れた。同じく尾家氏と金井氏の研究によると、前述した津軽地吹雪体験のように、今各地にある体験型観光の多数は、その地域の住民団体（農楽団体、観光協会、行政、商工会など）に企画・運営されている。その内容についても、農林漁業体験や定住体験などの各種観光体験を含めて多様である。つまり、地域の資源を積極的に体験プログラムとして取り入れた体験型観光も実際、観光地となった地域側が主導して企画・運営した着地型観光の一種だと考えられるだろう。またその点から、両者の深いつながりも見られる。

体験型観光が出現、そして多くの人々に受け入れられた理由と背景を考えると、それは消費者（観光客）のニーズの変化あるいは成熟化に関わっていることがわかる。尾家氏と金井氏はその変化と解決策を以下のように指摘している。

最近の観光客は、観光名所や風光明媚な景色を見て、土産物を買うというだけの観光パターンでは満足しない。顧客ニーズに応じた体験や学習・交流のメニューを豊富に用意しなければ、観光地として成り立たなくなつたのである⁸。

現在、情報通信技術の発達により、インターネット上の視覚的コンテンツなどの手段を通して、観光地の名所や景色を見るのはすでに誰でも容易にできるようになった。そのため観光客もただ「見る」の物見遊山的な観光に満足できなくなり、更に視覚的コンテンツあるいは他の手段ではなく、実際にその地域に行かないと得られない独特な体験を求めてきた。つまり、効率性あるいは経済性を重視する一遍

の名所巡り観光に対して、地域ならではの体験によって「ただ見る」よりもっと地域のことを知るための「深い旅」は現在観光客のニーズの一つとなり、そして体験型観光の出現を促進した。

第2節 観光体験の種類

今各地において、様々な体験型観光が運営されている。その体験の対象が異なっているため、それぞれの体験型観光も違う個性を持っている。しかしその定義の状況と同じ、各種の体験型観光は今もまだ明確に分類されていない。前述したように、体験型観光の特徴は地域の資源を体験プログラムとして観光活動・商品に取り入れることである。その点から、体験プログラムの主体を構成した地域の資源の種類に基づいて体験型観光を分類するのは、一つの方向だと考えられる。

観光活動に用いられた地域の資源、いわゆる「観光資源」は、観光そのものを構成した不可欠な要素の一つであり、その定義と分類についても、研究者によって色々な解釈があって一定していない。谷口知司氏は彼の著書『観光ビジネス論』において観光資源と観光施設を詳細に分類、整理した⁹。またこれらと体験型観光のつながりについて、玉木欽也氏は以下のように述べている。

体験ツーリズムの主要イベントとは、「観光資源」あるいは「観光対象施設」の中から、当地ディステーションを象徴する各種の資源を組み合わせる新たなイベントを提案する場合が考えられる¹⁰。

言い換えれば、観光地の地域ブランドを作るため、その地域らしい各種の自然、文化などの観光資源が体験プログラムに取り入れられ、地域の体験型観光となったことがわかる。そのため観光資源の種類の違いも、必ず体験型観光の形式に大きな影響を与えるだろう。これは観光資源の種類に基づいた体験型観光の分類が有意義であることを示している。

様々な体験型観光（表2）に対して、消費者（観光客）側には、自分の趣味あるいはニーズから好きな体験プログラムを選ぶのは一般的であろう。しかし、地域（観光地）側にとって、玉木氏が指摘した通りに、当地ディステーションを象徴できる「地域ブランド」を観光資源で作り、観光客に発信することはきわめて重要である。そのため各種の体験型観光から、「地域の文化あるいは特徴を体験するために最も適切な体験種類とは何か」を考えることが求

められるのである。

第3節 地域文化と日常生活体験

地域の生活風習の中には、当地の独特な歴史文化・伝統（いわゆる地域の文化）が深く根ざし、残っている。日常生活の文化もまた、その地域の最も象徴的な観光資源の一つだと考えられる。日常生活、地域文化と観光それぞれのつながりについて、尾家氏と金井氏は以下のように述べている。

観光というものが必ずしも非日常性を求めて出かける行動のみを指すのではなく、日常圏内、もしくは日常圏に近いところでの体験や、そこに埋もれた歴史文化や未知の生活文化を求める行動にも目が向けられるようになっている¹¹。

つまり、地域の日常生活体験を観光活動に取り上げる可能性も十分に考えられるのである。現代の観光客も地元の住民になったような生活体験を求めている。前文にも説明したが、観光庁が2015年から2019年までの5年間に行った訪日外国人旅行者消費動向調査結果では、訪日前に最も期待していたことの中で様々な「体験」の比率が高まる傾向が見られる。更に「日本食・酒を食べる・飲むこと」という日本の「日常」に対する期待は一番高い比率を占めている。そのような、地域の人にとって当たり前の日常生活体験は、外からの観光者の視点から見ると実際一つの魅力的な観光体験だと考えられる。その動機について、まず前述した観光の定義（観光政策審議会により）から、人々が観光において「日常を離れる」ことを求めている。そこで観光客の「非日常」となったのは、観光地の「日常」である。なぜというなら、各地それぞれの歴史伝統・文化が異なるため、その地域の独特な文化が根ざした地域の日常生活も必ずそれぞれに異なっている。故に自分の日常と違う他所の「日常」は、観光客にとっての「非日常」となり、そして彼らを魅了した。

地域の日常生活を体験型観光の資源として活用することは、観光客側だけではなく、地域（観光地）側にも積極的な意義がある。それについて、金崎賢希氏は以下のように述べている。

地域と観光は相互的である。相互的とは、観光客の経験・体験の質を高める一方で、地域住民の生活の質を高めることである¹²。

具体的に言うと、まず観光客側には、その地域で

しか得られない日常体験は観光客自らの経験と旅の内容を豊かにすることができる。そして、地域側には、観光資源として地域の日常生活の質を磨き上げること、地元住民の地域に対する愛着・誇りと地域ブランドの形成に繋がっているだろう。故に本稿では、多種多様な体験型観光から地域の日常体験を取り上げ、それをベースにして地域文化と日常生活の要素が活用された観光体験の具体的なあり方に関して考察を続ける。

第2章 地域の日常としての喫茶

第1節 中国における茶文化の地域性

茶は古くから中国の「国飲（国民的な飲み物）」と言われている。そして茶の原産地である中国においては、茶の生産はもちろん、茶の消費も盛んである。中国茶葉流通協会の統計によると、2019年に中国の茶の生産量は279.9万トン（世界全体生産量の45%）、消費量も227.6万トン（世界全体消費量の38%）に達し、両方とも世界1位になっている¹³。中国茶産業の発達を促進したのは、中国人古来の喫茶習慣である。それについて、表3に示したように、2020年に中国消費者の茶飲用頻度に関する調査の結果から見ると、毎日茶を飲んでいる（一日数回あるいは一回）人は全体の50%以上を占めている。それに対して茶を全然飲まない人は全体のわずか10%だけ、他の人は一ヶ月あるいは週一回の喫茶の習慣を持っている。以上から、喫茶は既に多数の中国人の日常生活の不可欠な一部分になっていることがわかるだろう。

前述したように、地域の日常生活を当地の（観光）資源の一つとして体験型観光に活用することができる。今中国各地の日常に深く浸透している喫茶の習慣もまさにそうである。中国において喫茶の習慣が始まったのは、今から約2000年前の前漢時代である。そして喫茶が長い歳月を経て中国全国に普及する過程の中で、各地それぞれ異なる環境、気候、歴史文化などの事情に応じて、使用する茶の種類や喫茶の作法・礼儀も変化していて、やがて今各地の独特な喫茶風習が形成されてきた。その地域の風土・歴史文化との深い関わりによって、それぞれの喫茶風習は当地独自の文化あるいは観光資源としての価値も十分にあるだろう。つまり、地域の特徴のある喫茶体験を通して、その地域の独特な歴史文化あるいは暮らしを知る、感じるのも、人々が体験型観光において求めている「地域でしか得られない体験」の一つなのである。

日常の喫茶が文化・観光資源になる前提として、

地域の風土・歴史文化と当地の喫茶風習・特徴の関わりについて、以下は中国の最も特徴的な喫茶風習の中から三つの代表的な例を挙げながら説明する。

第1項 早茶（広東省）

他の地方の喫茶に比べると、早茶の最も特徴的なのは茶より、その茶と合わせて食べる点心（中華の軽食）のほうがもっと重視されていること。これについて、広東には「一盅两件」という、早茶の特徴を表す言葉がある。「一盅」は急須一つの自分の好きな茶を、そして「两件」は自分の好きな点心二種を意味している。要するに、早茶にとって「飲む」だけではなく、「食べる」のもその不可欠な一部分である。また、早朝に飲食する早茶は広東人にとって、友達や家族と雑談するなど、朝の時間をゆっくり過ごす手段の一つでもある。それについても、「嘆早茶（早茶を楽しむ）」という言葉がある。以上をまとめると、広東省における「早茶」は、朝食を兼ねた当地の社交・娯楽活動の一種である。

広東省は中国内陸の最南端に位置している。その地理条件によって、中国他の地域より広東の春が来るのが早い、それに平均気温もより高くなっている。広東の人たちは正午の高温を避けるため早起きの習慣を身につけてきた。その「早朝の時間を満喫したい」というニーズから、広東では早茶文化が形成された。また貿易港の広州を中心にして、古来広東の商品経済は栄えている。ここで往来する人たちの休憩場と、商談の社交場として使われたのも、茶だけではなく、食べ物も備えられた「宴会」の機能を兼ねたこの早茶である。

第2項 大碗茶（山東省）

大碗茶の特徴と言えばその名の「大」のように、他の地方より大きな茶碗が用いられている。そのため茶の湯の量もより多くなっている。理由は、大碗茶の場合には「喉の渇きをいやす」という目的、あるいは茶が飲み物として最も基本的な機能・効果が最も重視されているからである。この特性によって大碗茶のターゲット層も主に街路を歩き交う人に集中されている。旅あるいは行路の中で喉の渇きをいやすために一服、そして少し休憩をとるのはこの大碗茶の役割である。故に精巧な茶道・茶芸と違って、味や見た目ではなく量を重視する大碗茶は、ごく庶民的・大衆的な喫茶の一種である。

山東省は中国の北方地域に位置していて、長い間に北方の遊牧民族の生活習慣と文化の影響を受けていた。そのためこの人たちも北国特有の豪快な性格を持っている。料理、酒はもちろん、喫茶も人々の好みによって量を重視されてきた。それに、北方

の平均気温は中部と南方より低い、冬になったらなおさら寒い。大量の暖かい茶の湯を飲むのは、体を有効に温める手段の一つとして見られている。それもまたここの大碗茶文化の形成に繋がっている。

第3項 蓋碗茶（四川省）

蓋碗茶の特徴はその名の通り、蓋つきの茶器である「蓋碗」を使う。蓋碗は茶蓋、茶碗と茶船子（茶托）、この三つの部分に組成されている。蓋碗は唐代の四川で発明され、そして品茶（茶をよく味わって、品定めをすること）のために最も優れた茶器だと言われている。急須や湯のみなどの茶器と違って、蓋碗を使うことによって茶の湯の色と茶葉の形をより便利に観察できる。また蓋がついていることから水温と香りを長く保つことと、蓋で茶の湯の濃度を調整するなど、色々なメリットがある。つまり、蓋碗茶は茶をより深く味わい、楽しむための一種の精巧化した喫茶である。

四川省は中国の西南部に位置している。省都の成都を中心にして、四川の中部と東部は四川盆地に位置している。そこには温暖な気候、豊かな水と肥沃な土地があり、古来「天府之国」と呼ばれている。自然の資源に恵まれ、更に盆地・山岳の天険に守られたことによって、他の地域に比べてここは相対的な安定な社会環境になっている。そのためここに住む人たちもより悠然な性格を持って、安逸な生活を送っている。その生活を楽しむ手段の一つは喫茶である。更に四川は中国最古の茶原産地の一つで、喫茶の習慣も早くから人々の生活に浸透している。その結果として、四川の人たちが茶の湯の品質へのこだわりをより強く持つことは、茶器の進化、つまり品茶に最も適切な茶器・蓋碗と、それをを用いた精巧な喫茶の形成を促進した。

第2節 中国における「茶旅」に関する考察

以上に述べたように、中国各地にはそれぞれ特徴的な喫茶風習・文化が多く存在している。どれもその土地特有の歴史文化と風土に関わっていて、地域の独自性を示している。人々が観光において自分の「非日常」としての他所の「日常」、つまり日常の地域的差異を求めるといふ本論の観点から、それぞれの地域の日常生活にある喫茶風習は観光資源としての価値が十分にあることが考えられる。更に、茶の発祥の地である中国において、古来より発達した茶産業と豊かな茶文化はまた、茶と喫茶を積極的に観光に取り入れることの基盤と環境を整えた。そのため今中国では、「茶文化旅遊」（茶文化観光、以下は「茶旅」と略称する）という、茶と茶文化をテーマ

にした観光が提唱されている。「茶旅」の概念と種類について、張西林氏は以下のように定義している。

茶文化観光は茶と茶文化を主題とし、茶園遊覧や茶の品評、茶に関する古跡の遊覧、茶の特色ある建築の見学、茶の農耕、茶俗体験、茶芸鑑賞、茶商品買物などの多様な内容を含めて、農村観光、生態観光、文化観光、主題観光、養生観光を一体化した新たな観光形式である¹⁴（筆者訳）。

換言すれば、茶にまつわる有形・無形（文化）資源を活用した茶旅のあり方は一つとは限らず、実際多種多様な観光形態を含めている。その中にも「茶俗体験」という、喫茶風習を取り上げた体験型観光がある。それはまた本論の観点と一致し、中国各地の喫茶風習・文化が観光資源としての価値を示した。

しかし定義の内容が豊富であるにもかかわらず、今中国の茶旅の現状を振り返ると、実際いくつか問題が存在している。王京伝氏はそれらの問題を以下のように指摘している。

茶文化観光の内容と形式はただ茶園遊覧・茶摘み、茶商品買物、品茶観芸などのいくつかの方面に限られて、わが国の茶文化資源優勢に不相応である¹⁵（筆者訳）。

まず、茶園遊覧は茶畑の優美な自然・風景を見学するという、一種の「物見遊山」的な観光である。品茶観芸は、茶芸（茶の専門家が披露した茶の淹れ方・飲み方などの芸術的技巧）という演出を観賞することであり、茶商品買物も勿論、ただの買い物という経済活動にすぎない。これら三つの観光内容には、一つの共通する問題点がある。それは「形式化」である。まず茶園の景色は恐らくどこでも似たようなもので、それほど大きな区別がないだろう。そして茶芸の作法・礼儀・技巧も実際、具体的な標準に規定されている。茶芸師が国家資格の一種として育成された以上、各地で演出された茶芸の内容もほとんど変わらなかった。また茶商品が販売される場所・環境と買い物のサービス、更に商品自体のパッケージなどの物事も今、地域の差異を問わずに均質化される傾向がある。

この茶旅の「形式化」に対する解決策として、朱世桂氏は「差異化」、つまり観光体験・内容の異同を考えていて、そして以下のように述べている。

地域文化の発展の差異化により、各地域独自の文化特色が形成され、この地域文化の差異性は観光客が他地域文化を探究する需要を満たせる。茶事が異なる地域の日常生活に融合してから形成した独特な茶風習と、各地の気候と環境条件で育てられた各種の茶は、地域の茶文化に生命力を与え、そして世界に広めた¹⁶（筆者記）。

要するに、各地独自の喫茶風習は今茶旅の不足を補い、その内容を豊かにするための重要な観光資源の一つだと考えられるだろう。そして喫茶風習の「差異化」を作ったのは、正に喫茶という日常の背後にある各地それぞれの風土と歴史伝統、つまり地域の文化である。今までの茶園遊覧と品茶観芸は主に「茶」そのものの自体の文化（例えば茶にまつわる歴史・伝説、茶の効能、茶樹に関する植物学の知識など）をテーマとして強調している。その全体的・概括的な「茶文化」に対して、各地の喫茶風習あるいは茶俗の体験は地域一つ一つの風土と伝承に根ざした暮らし方の個性を強調している。それぞれ異なっている地域文化の要素で構成された「地域性」は、今茶旅の「形式化」問題を解決するための「差異化」の不可欠な一部になるだろう。観光客たちは地域の特色のある喫茶体験を通して、今まで知らなかった風習と喫茶法を知るだけではなく、当地に古来より伝わる思想と文化を身をもって体験することができる。彼らにとって、それも自分の精神を養うことに繋がっている。また特徴的な喫茶風習は「地域ブランド」の一つとして、地域の文化発信と観光客招致にも相当な意義があるだろう。地域の特色ある喫茶風習を体験型観光に活用することは、地域文化を観光客へ伝えるための有効な手段なのである。

第3章 寧波の茶禅体験

第1節 寧波の喫茶文化の現状と問題

これまで述べたように、地域の特徴的な喫茶風習を体験型観光の一種として取り上げることが、「茶旅」を含めた地域の観光活動の内容を豊かにし、地域の文化発信と「地域ブランド」の確立に役立つ。また、当地の風情豊かな日常体験は観光客に期待されるため、喫茶体験は地域観光の今後の重要な課題の一つだと考えられる。前にあげた例のように、広東、山東、四川などの地方にはそれぞれ特徴的な喫茶風習がある。しかし一方で、そのような特色のある喫茶風習がまだ形成されていない、あるいはあまり知られていない地域も多くある。その中の一つは、浙江省の寧波である。今の寧波において特徴的な喫

茶風習がないのは、決して当地に喫茶にまつわる歴史・伝統と文化がないのではなく、むしろそれらの貴重な地域文化資源が人々に見られていない、あるいは見過ごされたとも考えられる。それに対して「寧波らしい喫茶」を考案するには、寧波の風土と歴史文化を知る必要がある。ここでは丸橋充拓氏による寧波に関する記述を引用する。

中国側で窓口となった港市は、唐代は揚州だったが、五代の呉越以後、明州（寧波）に替わり、宋代には市舶司が設けられて、日本との交易管理を担当した。明州は、河口から甬江を遡って市域に入るまでの水底が深く、大型船舶が停泊可能な良港で、しかも絹や陶磁器など商品価値の高い品々を産する後背地が広がる、申し分のない商業都市でもあった¹⁷。

簡潔に言うと、寧波は古来より優れた地理的位置と発達した水運・海運業をもって、商業貿易で栄えた港町である。その貿易の主要商品を構成したのは上記の絹と陶磁器以外に、茶の関連商品も実際多くあり、中でも茶葉の貿易・輸出量が極めて多い。それについて周国富氏が以下のように述べている。

唐、宋、明、清さらに現代まで、寧波は常に中国茶葉・茶器の主要輸出港である。とりわけ近年では、毎年寧波港を経由して輸出した茶葉は12万トン前後に達し、全国茶葉輸出量の4割を占めている¹⁸（筆者記）。

寧波における茶葉輸出・貿易の莫大な量によって、寧波を中国の「茶港」と見なしても良いだろう。更に、茶貿易を営むだけではなく、中国四大茶産地の江南茶区に位置する寧波は中国緑茶の主要産地の一つでもある。そして唐代の茶聖・陸羽の著書「茶経」の中にある記述「碗、越州上」から、寧波の慈溪地方に位置する越州窯で生産された青磁茶器は唐代に茶器の最上品として見られたことがわかる。それもまた、寧波の茶器工芸・産業の優れた技術と悠久の歴史を示している。

上記を踏まえて、茶貿易と茶葉・茶器産業が発達した寧波は実際、茶文化との因縁が深い土地であることがわかる。それにも関わらず、いま寧波を含めた浙江省全省では、前にあげた早茶・大碗茶・盞碗茶のような独自の特色ある喫茶風習が形成されていない。観光活動・事業に地域の特徴的な喫茶風習体験を取り入れることの意義とメリットを既に述べた

が、一方で、寧波の茶関連産業の発展には、当地の喫茶風習という地域ブランドの確立も積極的な意義がある。生産量、品質、貿易規模より、文化的意味・内容あるいは独自のブランドこそがいま寧波の茶産業と商品の足りない部分である。魅力そして特徴的な喫茶風習を地域文化ブランドとして立ち上げて、より多くの消費者に受け入れられるのは、茶葉と茶器に対するニーズを増長させ、またその消費を増やすことに貢献できる。それに、寧波の豊かな茶文化と発達した茶産業も喫茶風習の受容の基盤となる。次節では、寧波の地域歴史文化の特色のある喫茶風習について考察を続ける。

第2節 茶の湯に浸透した寧波の禅文化

優れた青磁（茶器）工芸、大規模な茶商品貿易、発達した茶産業と歴史のある銘茶を含めて、寧波には独自の特色のある茶文化資源が多く存在しているが、本論ではその中から寧波古来の禅文化・思想を取り上げて、またそれに基づいて寧波独自の喫茶風習のあり方を構想する。なぜなら、寧波において早くから喫茶と茶の伝播に結ばれた禅の思想は、既に寧波の喫茶にまつわる貴重な歴史文化資源の一つになっているからである。

前節で述べたように、寧波は古来より中国の窓口として繁栄した国際港湾都市である。茶関連商品を含めた各種の商業・貿易活動が盛んだけでなく、かつてここで宗教（主に仏教）と思想を中心にした国際文化交流と伝播も積極的に行われていて、その思想文化自体も大きく発展した。それについて、佐藤成順氏は以下のように指摘している。

寧波は宋代に海港都市として顕著な発展をする。都市の発展にともなってこの地で独自の仏教が繁栄する¹⁹。

唐代に中国の玄関口の一つとして都市と港湾施設が整えられて以来、優れた地理的特性と便利な水上交通条件を生かして大きな発展を遂げた寧波は、宋代に入ると、海上貿易を重視する国策と当時の首都・杭州に極めて近い「京畿地方」になったことなどの好条件を持って、これまでにない繁栄の時期を迎えた。その成果として、ここの文化が高度に発展し、そして盛んな貿易と共に世界各地の人々を引き寄せて、当地での国際文化交流を促進した。寧波における禅宗の日本への伝播は正にその代表的な例の一つである。

都市の経済と社会の繁栄によって、宋代に寧波の

仏教文化も開花した。かつて衰退していた天台宗が寧波の延慶寺での再興と観音・舍利信仰の流行だけではなく、寧波の禅宗文化も高度に発達した。宋の寧宗皇帝が嘉定年間に江南の禅寺を寺格によって「五山十刹」という制度を創立した。そのトップクラスの五つの禅寺「五山」の二つ（天童山・阿育王山）が寧波にある²⁰ことから、寧波は当時中国の禅宗界の権威と中心の一つであることもわかる。

寧波では求法あるいは仏教の目的で往来する僧侶はかつて多くいた。比較的に有名なのは、日本臨済宗と曹洞宗それぞれの開祖・栄西と道元禅師が正に寧波の天童山で修業して悟りを開いた。そして最初に純粋禅を日本に定着させ、鎌倉仏教の形成に莫大な影響を与えた渡来僧・蘭溪道隆もかつて天童山の首座として、寧波港から日本に渡ってきた。ほかにも北条時宗の師たる寧波出身の無学祖元禅師と寧波で画業を精進していた禅（画）僧・雪舟など²¹、数多くの高僧たちがいたが、これだけでも寧波はいかに禅と深いゆかりのある土地であることがわかるだろう。そして寧波における喫茶と茶文化も実際に早くからこの禅宗文化に繋がっていた。その禅茶の結合と伝播について、竺済法氏は以下のように述べている。

商業的な茶貿易ルートと違うのは、最初に陸路と海路で朝鮮半島と日本へ伝播した中国の茶と茶文化が僧侶たちによって伝播された、禅茶一味のような文化交流である²²（筆者訳）。

換言すれば、寧波の茶と喫茶文化の輸出は元々、禅宗を含めた仏教文化の伝播に伴われていた。その理由は、寧波において当時から喫茶が既に僧侶たちの生活と修行に取り入れられ、そして禅と深く繋がったからである。唐代に寧波金峨寺の開山・百丈懷海禅師が制定した禅寺生活の規範「百丈清規」により、喫茶は禅寺の儀礼の一つとして規定されて以来、時間を経て宋代に成熟した寺院の茶礼・茶宴に発展して、また寧波を含めた浙江省の多くの禅寺に普及していた²³。前にあげた栄西禅師は正に寧波での修業生活の中で、禅寺の喫茶文化の影響を受けて宋の茶と喫茶の習慣を臨済宗の思想と共に日本へ持ち帰り、「喫茶養生記」という茶書を書いたことによって日本茶道の形成に大きく貢献した²⁴。以上のように、寧波には古くから禅茶文化の歴史伝統と資源があり、本論では当地の禅文化と思想に基づいた独自の喫茶風習に注目している。

第3節 寧波の茶禅体験としての「黙照茶」

「東南仏国」と呼ばれる寧波には豊かな禅文化がある。古来より寧波に伝わる各種の禅宗宗派・思想から、寧波独自の喫茶風習の文化的意義を構成する基礎理論として、寧波の禅宗文化を最も代表するのは「黙照禅」とその思想・方法である。黙照禅は宋代に寧波地元の天童寺で発祥し、そしてここを拠点として全国各地さらに海外へ影響力を広めた禅法である。

黙照禅の思想は宋の宏智正覚禅師（1091-1157）によって提唱された。宏智正覚禅師は 1129 年から入寂までのほぼ 30 年にわたって寧波天童寺の住持を務めた。その時期に彼は真の禅法について自らの理念・思想を『黙照銘』で示して、当時のもう一つの禅法・「看話禅」に対して「黙照禅」を唱えた²⁵。黙照禅法の中心思想について、梁特治氏は以下のように述べている。

中国宋代禅を二分する黙照禅の大家である宏智は「黙照」という語について、黙にあっては「無分別」、その行態としては「坐禅」であり、照にあっては「知」、その働きとしては「妙用」であるとし、それが一如となる時「黙照」として機能すると「黙照銘」・「坐禅箴」などの語録の要所で説き示す²⁶。

すなわち黙照禅の理念は正にその名の「黙」と「照」にある。もっと簡単に概括すると、まず己の行為・考え・気持ち（身心）と周囲の環境などの状況をはっきり認識するのは「照」、つまり「知」である。そしてそれぞれの身・心・環境の状況に影響されずに、一切の雑念を捨て「無分別」の心境を保つのは「黙」である。「黙」と「照」を同時に作用させる練習は正に黙照禅の修行である。また伝統的には、修行の主要方式として坐禅が用いられている。かつて天童寺で黙照禅の修行を遂げた日本曹洞宗の開祖・道元禅師はその精神と理念を「只管打坐」の4字でまとめた²⁷。

坐禅で黙照禅を修行する場合に、まずは姿勢と呼吸を整えることによって体と心を落ち着かせ、リラックスさせる。そして座る途中で「照」で見た、聞いた、感じた色々な物事あるいは雑念に対して、自らの呼吸・息を感じ、楽しむことだけに専念し、余計な考えを排除して一心不乱の「黙」を維持する。やがて禅定の状態に入り、己本来の姿を心静かに瞑想する。要するに、坐禅というのはあくまで修行者が禅定を求める手段あるいは方法の一つにすぎない。

しかし禅は自由なのである。黙照禅の修行も坐禅だけに限られていない。故に寧波古来の禅茶伝統にならって、かつて禅僧たちの日常生活と修行の一環としての喫茶に黙照禅の理念を取り入れることによって、坐禅の代わりに喫茶で修行する茶禅・「黙照茶」を寧波独自の地域（禅）文化に基づいた喫茶風習として取り上げるのも一つの可能な方法であろう。

喫茶で黙照禅を修行するには、茶の品種・産地・入れ方、茶の湯の口当たり・香り・色・温度と喫茶の環境などの要素を上記の身・心・環境の状況と同じく「照」ではっきり認識する同時に、それらのことに拘らずあるいは分別せずにただ茶を立て・入れて、そして茶の湯が口と喉に入る瞬間の感触を感じ、楽しむことに「黙」で専念する。つまりそれはひたすら茶を入れる・飲むことによって、雑念を払って自らの心を安定させる方法として、坐禅と同じく禅定三昧に入るための手段・方法の一つである。他の茶芸・茶道または喫茶風習と違うのは、この「黙照茶」に茶の湯の具体的な作法・礼法あるいは使用する茶道具・茶葉より、喫茶する時の心構え（無分別な平常心）が重視されている。故に社交性・娯楽性の強い喫茶風習に比較すると、黙照茶は個人の精神修行と人間形成の特性を持っている。道元禅師の「只管打坐」に倣って、この黙照茶の精神を「只管喫茶」でまとめる。

そして喫茶という行為で黙照禅の精神を感じる・体験する特性から、坐禅に対して「茶禅」となった黙照茶を一種の体験型観光として考えても良いだろう。その場合に、ただ寧波の有名な禅寺を巡る・見学するより、観光客たちはこの茶禅体験を通して寧波独自の禅宗歴史文化と黙照禅の精神をもっと詳しく知り、そして身をもって実感することができる。それに、寧波で発祥した黙照禅の思想を取り入れたこの黙照茶は、多くの地方に存在する「茶禅一味」の概念に対して差異化を生み出し、当地の歴史文化資源を生かして自らの特色を示した。寧波における禅茶もまた、坐禅や写経、供仏などの行事と同様に禅寺の日常生活である。故にいま観光施設の一つとなった寺院でこの茶禅体験を行うことによって、寺院本来の宗教的な機能（伝教・修行）と寺院が観光地としての機能（見学・体験）を巧みに融合させることもできる。

それ以外に、観光客たちのニーズの変化に応じて、これからの体験型観光の形態の変化も予測されている。それについて、玉木欽也氏は以下のように述べている。

また、ツーリストのニーズも移り変わる。「モノ」の提供から「コト」に変化し、さらに変化していくことも予測される。これからは心の時代が到来するといわれている。そこで「フィール（体感すること）」が次世代のキーになると考える²⁸。

つまり、今後の観光活動にはただ体験プログラムで何かの「コト」をする、あるいは地域の風土・歴史文化などのことを知るのが足りなくなり、観光客たちの「感じる」という感覚的なニーズを満たさなければならない。そして禅の精神は正に見る・聞くなどのことで姿を捉えられなく、心で感じるしかないものである。黙照茶の茶禅体験の場合にも、喫茶という「コト」で寧波の禅と茶に関する歴史文化を知る・体験するだけではなく、一つの修行方式としての茶禅で禅の穏やか・安定な心境を自ら体感するのがこの黙照茶の真意である。故に寧波の茶禅体験としての黙照茶は体験型観光これからの変化にも適応できると考えられる。

今まで見過ごされてきた地域の歴史文化資源を生かし、かつて禅宗を東へ伝播したこの寧波において当地の喫茶風習または一種の体験型観光として「黙照茶」を提唱することは、寧波における観光の質的向上と、21世紀の現代に禅の精神を人々に再び伝えることに相当な貢献を果たせるだろう。

おわりに

今の大量生産・大量消費社会では、モノと情報が溢れていて観光商品・サービスの内容は形式化の問題を抱えている。その「形式化」に対して、人々は「差異化」、つまり独特な観光体験を求めている。観光・旅行本来の意味によれば、それは己がすでに慣れた「日常」から離れ、ほかの土地でほかの物事との出会いという、今まで知らなかった「未知」あるいは「非日常」の世界への探索である。地域それぞれの風土と歴史文化が異なるため、そこに住む人たちの日常生活・ライフスタイルも必ず異なっていて、一つの様式に均一化されないだろう。地域の伝統・風習に根ざし、当地の人にとって当たり前の「日常」は、他の地域から来訪する観光客にとっての「非日常」として一種の魅力的な観光資源になる。そして当地の日常を自らで体感する同時に、その土地独自の歴史文化と暮らし方を知る・感じるための体験型観光は、地域の文化振興・発信と観光業の発展にとって大きな価値があると考えられる。

本稿では、中国各地それぞれの文化的特色のある喫茶風習を体験型観光の資源として取り上げる可能

性について検討した。早くから中国人の日常の一部になった喫茶は、常に当地の風土と人の生活習慣、文化の影響を受けていて、またそれらの要素によって使われる茶の種類や茶道具、茶の作法などにも地域独自の個性が現れる。今までただの「日常的な飲食」として見過ごされたかもしれない各地の喫茶風習は、その地域による「差異化」をもって、中国の茶と茶文化をテーマにした「茶旅」を含めた観光活動の内容を豊かにすることができる。また地域の特色のある喫茶体験を通して、伝統の物見遊山的な観光に比べて観光客たちが当地の歴史文化をより効果的に知り、体感することも期待できると考えられる。さらにその考えに基づいて、広東・山東・四川省に比べて今寧波には特徴的な喫茶風習がないという問題に対して、寧波当地で発祥した歴史の深い黙照禅の文化と思想を喫茶に取り入れることによって、体験型観光としての寧波独自の喫茶風習・「黙照茶」のあり方と論理構想の提示を試みた。

今後は、これまでに検討した中国各地の異なる喫茶風習に引き続き、地域の日常生活に注目し、それが新たな観光資源としての価値を創出するためのデザイン手法に関する研究を深めたい。喫茶風習以外に、各地の日常生活を構成した衣食住などの特徴的な風習はまだ多くある。しかし多くの場合、それらの風習には日常性があり、生活に馴染んでしまったからこそ、人々から常に見過ごされているのではない。一方で、かつて柳宗悦氏が「民藝運動」で日常の生活道具（民衆的工芸）に芸術性を見出したように、各地の民衆の日常生活、習慣、風習も実際には大きな文化的価値があり、地域独自の文化・観光資源になることが考えられる。今後の課題は、一つの地域で伝承された様々な生活習慣・風習をベースにして、地域の歴史文化に関する調査を踏まえた上で、日常の暮らしに潜む地域文化の特徴的な要素、つまり地域の「らしさ」を見出すことである。そして、それぞれの要素を組み合わせる新たな観光資源に再構築する、というデザインプロセスによって、地域の日常的な暮らしの文化的価値を活かし、「モノ」ベースだけではなく、体験型観光を支えた「コト」ベースの観光資源の多様な可能性を検証したい。（17056字）

注

- 1、観光政策審議会答申「国民生活における観光の本質とその将来像」、1969年。
- 2、観光政策審議会答申「今後の観光政策の基本的な方向について」(答申第39号)、1995年。
- 3、観光庁『訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書』、2020年、p. 24-25。
- 4、成田静香「地域の魅力を五感で味わう旅」『自治体国際化フォーラム』、342号、2018年4月、p. 2。
- 5、徐林強「我国体验式旅游开发初探」『经济地理』、26卷专辑、2006年12月、p. 24。
- 6、観光庁 HP <https://www.mlit.go.jp/kankochoko/shisaku/kankochi/chakuchigata.html> (2021年6月4日閲覧)
- 7、尾家建生 金井萬造『これでわかる！着地型観光地域が主役のツーリズム』学芸出版社、2008年、p. 7。
- 8、尾家建生 金井萬造 前掲書 p. 9。
- 9、谷口知司『観光ビジネス論』ミネルヴァ書房、2010年、p. 12。
- 10、玉木欽也『地方創生ディレクター：着地型観光の創り方』博進堂、2017年、p. 25。
- 11、尾家建生 金井萬造 前掲書 p. 13。
- 12、金崎賢希「地方創生と観光：観光を活用した持続的なまちづくり」『産研論集』46号、関西学院大学産業研究所、2019年、p. 56。
- 13、中国茶葉流通協会 <https://mp.weixin.qq.com/s/R4Y9nAZrxfQfEgcWPaETBA> (2021年6月10日閲覧)
- 14、張西林「浅谈茶文化旅游」『丝路视野』、2018年、p. 53。
- 15、王京伝「我国的茶文化旅游发展」『农业考古』、2005年、p. 3。
- 16、朱世桂「我国茶文化旅游资源现状、特性及开发思路」『安徽农业大学学报』、2008年、p. 39。
- 17、丸橋充拓『江南の発展：南宋まで』岩波新書、2020年、p. 156。
- 18、周国富「“甬为茶港”与“杭为茶都”珠联璧合」竺济法編『“海上茶路・甬为茶港”研究文集』中国農業出版社、2014年、p. 1。
- 19、佐藤成順「〈展示評〉特別展「聖地寧波」-眼で見る中国と日本の仏教史-」『奈良国立博物館だより』71号、2009年10月。
- 20、二階堂善弘「海を越える伽藍神：日中五山の伽藍神の比定」『関西大学東西学術研究所紀要』第45輯、関西大学東西学術研究所、2012年、p. 33。
- 21、福田守利「寧波(ニンポー)：日中国際交流原点の都市」『神田外語大学紀要』第25号、2013年、

p. 216-221。

- 22、竺济法「中国茶东传日本、朝鲜半岛的文化特征」竺济法編前掲書 (18)、p. 67。
- 23、釈誠信「天童茶禅文化的历史渊源」竺济法編『茶禅东传宁波缘—第五届世界禅茶交流大会文集』中国農業出版社、2010年、p. 148-149。
- 24、林士民「禅茶结缘的典型—《百丈清规》」竺济法編前掲書 (23)、p. 85。
- 25、徐劍飛『东南佛国：宁波佛教文化』寧波出版社、2014年、p. 133-134。
- 26、梁特治「「看話と黙照」統合的理解への試論：大慧宗杲の黙照禅批判を中心に」『臨濟宗妙心寺派教学研究紀要』第12号、妙心寺派宗務本所教化センター、2014年、p. 41。
- 27、福田守利前掲論文、p. 219。
- 28、玉木欽也前掲書、p. 166。

参考文献

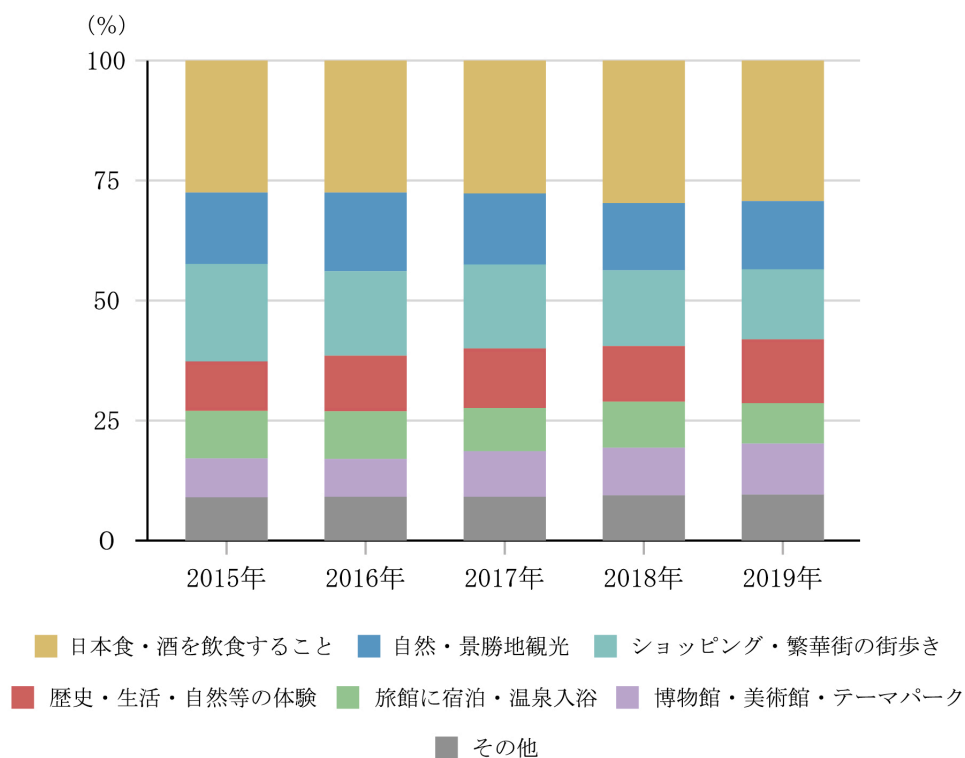
書籍

- 1、尾家建生 金井萬造『これでわかる！着地型観光地域が主役のツーリズム』学芸出版社、2008年。
- 2、大社充『体験交流型ツーリズムの手法』学芸出版社、2008年。
- 3、谷口知司『観光ビジネス論』ミネルヴァ書房、2010年。
- 4、竺济法編『茶禅东传宁波缘—第五届世界禅茶交流大会文集』中国農業出版社、2010年。
- 5、聖巖法師『圣严法师教默照禅』江蘇文芸出版社、2010年。
- 6、徐劍飛『东南佛国：宁波佛教文化』寧波出版社、2014年。
- 7、竺济法編『“海上茶路・甬为茶港”研究文集』中国農業出版社、2014年。
- 8、玉木欽也『地方創生ディレクター：着地型観光の創り方』博進堂、2017年。
- 9、丸橋充拓『江南の発展：南宋まで』岩波新書、2020年。

論文

- 1、王京伝「我国的茶文化旅游发展」『农业考古』、2005年、p. 2-3。
- 2、徐林強「我国体验式旅游开发初探」『经济地理』、26卷专辑、2006年12月、p. 24。
- 3、朱世桂「我国茶文化旅游资源现状、特性及开发思路」『安徽农业大学学报』第17卷、2008年5月、p. 38-40。
- 4、佐藤成順「〈展示評〉特別展「聖地寧波」-眼で見る

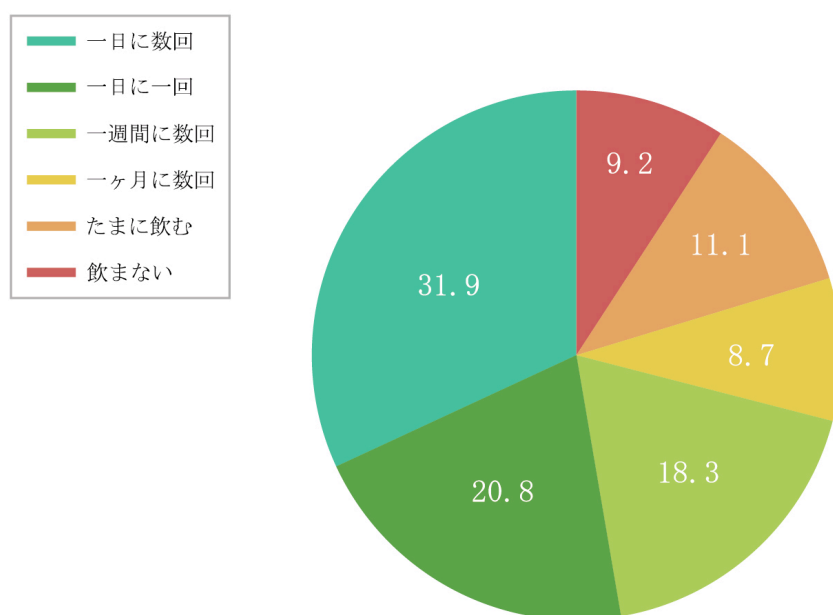
- 中国と日本の仏教史-『奈良国立博物館だより』71号、2009年10月。
- 5、林士民「禅茶结缘的典型—《百丈清规》」竺济法編『茶禅东传宁波缘—第五届世界禅茶交流大会文集』中国農業出版社、2010年12月、p. 85。
- 6、积誠信「天童茶禅文化的历史渊源」竺济法編前掲書(5)、p. 148-149。
- 7、二階堂善弘「海を越える伽藍神：日中五山の伽藍神の比定」『関西大学東西学術研究所紀要』第45輯、関西大学東西学術研究所、2012年4月、p. 33。
- 8、宗敏麗「茶文化旅游模式研究及开发策略—以浙江顾渚村为例」『中国农学通报』、2012年、p. 316。
- 9、福田守利「寧波（ニンポー）：日中国際交流原点の都市」『神田外語大学紀要』第25号、2013年3月、p. 210-221。
- 10、包威「从大碗茶和星巴克看中西饮品文化冲突与融合」『农业考古』第2期、2014年、p. 25-26。
- 11、周国富「“甬为茶港”与“杭为茶都”珠联璧合」竺济法編『“海上茶路・甬为茶港”研究文集』中国農業出版社、2014年4月、p. 1。
- 12、竺济法「中国茶东传日本、朝鲜半岛的文化特征」竺济法編前掲書(11)、p. 67。
- 13、梁特治「「看話と黙照」統合的理解への試論：大慧宗杲の黙照禅批判を中心に」『臨濟宗妙心寺派教学研究紀要』第12号、妙心寺派宗務本所教化センター、2014年12月、p. 24-29。/p. 41。
- 14、千相哲「「観光」概念の変容と現代的解釈」『九州産業大学商経論叢』第56巻第3号、2015年1月、p. 1-4。/p. 15-16。
- 15、牛黎涛「都市仏教文化の功能：寧波地区仏教旅行の文化資源について」『佛教文化学会紀要』第24号、2015年11月、p. 88-89。
- 16、王家年「盖碗与盖碗茶文化」『贵州茶叶』第43巻、2015年、p. 55-56。
- 17、成田静香「地域の魅力を五感で味わう旅」『自治体国際化フォーラム』、342号、2018年4月、p. 2。
- 18、宋爽「广东早茶文化对餐桌礼仪以及现代人生活方式的影响研究—以广州为例」『现代交际』第6期、2018年、p. 103-104。
- 19、張西林「浅谈茶文化旅游」『丝路视野』第15期、2018年、p. 53-54。
- 20、金崎賢希「地方創生と観光：観光を活用した持続的なまちづくり」『産研論集』46号、関西学院大学産業研究所、2019年3月、p. 52-54。/p. 56。



(表1) 外国人旅行者が訪日前に最も期待していたこと(全国籍・地域、単一回答)
 (観光庁「訪日外国人の消費動向年次報告書」より筆者作成)

体験の区分			体験の具体事例
自然類	自然体験	時間・期間中心型自然体験	四季体感(花見・紅葉かり)、天体観測(日食・彗星・流星)、気象体感(雪・オーロラ・樹氷)等
		空間中心型自然体験	自然散策(登山・ハイキング)、海水浴・海泳ぎ、温泉入浴等
		生物中心型自然体験	野生動植物観察、昆虫採取・捕獲体験等
人文類	歴史・伝統文化体験	有形文化体験	古社寺・史跡・文化財の拝観、歴史街道の歩き等
		無形文化体験	伝統工芸の手作り体験、伝統衣装体験、伝統芸能の参加体験、信仰に関わる体験(座禅・巡礼)等
		複合型歴史文化体験	特定の歴史時期(平安・江戸・幕末)体験、歴史人物・伝説ゆかりの地・文化財の巡り等
	日常生活体験	飲食体験	地域の名物・特産品・地酒の飲食体験、地域独自の料理法・食べ方(川床・生洲)の体験等
		居住・宿泊体験	伝統的住宅(京町家、文化住宅)の住まい体験、民宿・宿坊・旅館の住まい体験、室礼体験等
		生業体験	生業と技術の体験(伐採・漁猟・紡織・茶摘み)等
		行事・生活風習体験	地域の年中行事体験、祭り・催事の参加体験等
	活動・イベント体験	スポーツ活動体験	スポーツ参加・スポーツ観戦等
		文化芸術活動体験	文化芸術活動の参加、展示会・舞台芸術の観覧等
		社会交流活動体験	ボランティア活動の参加、地域住民との交流活動等

(表2) 体験型観光の種類
 (筆者作成)



(表3) 2020年中国消費者の茶の飲用頻度 (単位: %)

(艾媒数据中心 HP <https://www.iimedia.cn/c1061/73928.html> より筆者翻訳・作成、2021年6月9日閲覧)

Basic Research on Regional Cultures as Tourism Resources: Centering on Ningbo Zen Tea Experience

Hu Boning

Tourism, from a traditional perspective, represents visiting local scenic spots in a certain place, or more precisely, entertainment activities focused on “watching”. However, with the improvement in living standards, people are no longer satisfied with just “watching”. As a result, “experiential tourism” that focuses on personal participation in local activities has emerged and become highly valued.

Furthermore, considering the global homogeneity problem in the services and products of the tourism industry, this article argues that studying daily life culture is the key to overcome this phenomenon. As a result of their distinctive regional characteristics, influenced by unique native environment, historical and cultural factors, local customs are less likely to be homogenized.

Specifically, this article explores the possibility of using unique tea-drinking customs in various parts of China as an experiential tourism resource. Owing to its long Chinese history, tea culture has been affected by local climate, geography, culture and various factors, thus forming distinctive customs. By experiencing local tea drinking, visitors can experience the unique local lifestyle.

Compared with the distinctive and well-known tea-drinking customs in Guangdong and Sichuan, Ningbo and the province of Zhejiang, the most important tea-producing and tea-exporting regions of China, lack their own tea-drinking characteristics. In response to the current situation, this article integrates the idea of Ningbo “Mozhao-Zen” into tea-drinking and explores the specific requirements and cultural concepts of “Zen tea” with Ningbo characteristics. It is proposed as a type of experiential tourism, hoping to contribute to the development of tea-related industries and the inheritance and development of local traditional culture.