

ツーリズムの影響にともなう聖地管理の課題

—Shackley, M.: *Managing sacred sites* を手がかりとして—

松 井 圭 介

- | | |
|------------------|------------------|
| I はじめに | III 聖地をいかに管理するのか |
| II 訪問者が与える聖地への影響 | III-1 訪問者のコントロール |
| II-1 聖地とは何か | III-2 マーケティング |
| II-2 訪問者の体験 | III-3 聖地管理と訪問者 |
| II-3 聖地管理の必要性 | III-4 聖地のポリティクス |
| | IV おわりに |

キーワード：聖地，管理，訪問者，ツーリズム

I はじめに

観光は21世紀の最有力産業といわれている。先進諸国では、所得の安定や生活水準の向上、余暇を重視する価値観への転換などによるライフスタイルの変化にともない、観光・レクリエーション行動はますます重要性を高めており、またその形態も多様化している。周知の通り、古来より宗教現象は、人間の観光行動と密接な関係をもっているが、わけても聖地巡礼がもたらす観光流動の実態や、それに附随する観光関連産業の発展、地域の社会構造変化などのテーマは現代社会を読み解く上でも重要な課題である。現代社会の急速な変動は当然のことながら、宗教領域においても大きな変動を促している。その中でも宗教現象に与える観光の影響を見逃すことはできない。観光化の進展に伴う聖地の変容は、観光関連産業の進出といった社会経済的な変化にとどまらず、聖地を支える宗教的リアリティーそのものの衰退をも招いている。

こうした変動を理論的に捉えようとした一つの試みとして宗教社会学における「世俗化論」があるが、従来の宗教社会学では、伝統宗教の継続的な衰退が論議され、宗教の現代社会への適応的変容の側面は過小評価されてきた（中野・岩井，1994）。

英語圏の文化地理学では、宗教をテーマとする研究は隆盛であり、1990年代以降、Kong（1990）、Park（1994）らによる宗教地理学に関する体系的な研究レビューも得られたが、なかでも場所のスピリチュアリティの生成・変容や宗教的場所の再構築といった視点をもつ研究が現れている（藤村，2004）。Lane eds.（2002）によるネイティブアメリカンの聖地景観とスピリチュアリティに関する論集やSheldrake（2001）による場所への根付きの意識と宗教的アイデンティティとの関わりを扱った研究、場所と宗教体験との問題を論じたMacdonald ed.（2003）など、宗教的に意味ある場所がどのように体験され、構築されてきたかが論じられてきた。これらの研究成果は地理学に留まら

ず、神学者や歴史学者、宗教学者、人類学者らを含めた学際的な場で議論され、宗教的な場所（聖地）の構造が明らかにされてきたが、聖地がその聖性を失って衰退・変容していく過程や、反対に新たな意味を付与され聖地性が強化されていく様態についての具体的、実践的な研究例は十分とは言えない。聖地における場所のリアリティーが変容していく様態として、教祖の死などによる教団自体の変化や観光地化の進展といった要因が指摘されるが（松井，2003；195-262）、なかでも重要な影響を与えているツーリズムの発達と聖地の変容に関する研究は、社会学、人類学的な視点から宗教と観光との関係を分析したVukonić（1996）や観光客の増加に伴う聖地の管理・運営の問題を分析したShackley（2001）による研究はあるものの、わが国の地理学では些少である。その中で、山岳宗教集落の時代変化にともなう変貌を観光地化の視点から検証している貴重な研究として岩鼻（1993，1999）がある。岩鼻は戸隠の中社集落において飲食店や土産物店をはじめとする観光関連業の増加と社会集団の変容について考察している。観光関連業者への聞き取りを基礎としたこれらの成果は重要な報告であるものの、今後さらに実証的なモノグラフを蓄積していくことが必要であるとともに、理論化が図られる必要がある。

そこで本研究では、先述したShackley（2001）による聖地の運営と管理に関する著作の解説を手がかりにして、場所の聖性が変容・再構築される過程とツーリズムとの関わりを明らかにするための予察的報告を行うこととする。

II 訪問者が与える聖地への影響

Shackley, M.は、ノッティンガム・トレント大学ビジネススクールの教授であり、文化的資源の管理、特に宗教的な聖地の管理と訪問者（visitor）が与える影響との関係を研究テーマとしている。サブ・サハラ地域や西アフリカ地域のツーリズム研究者としても知られている。本書は経営学、観光学の立場からなされた、世界各地の聖地に対するフィールドワークの成果の一端であり、そこでみられた現代の聖地が抱える問題点を指摘するとともに、聖地の管理・運営の必要性和現在講じられている対処方法を示している。各章には随所にcase studyが盛り込まれており、実証的研究の成果といえる。本書の目的は聖地管理のノウハウを示すことではなく、聖地および訪問者の特性や相互作用について考えることにあるが、観光客の増大に伴い、物理的にも精神的にも大きな影響を受けている聖地の現況を描いた本書は、本稿の目的である場所の聖性とツーリズムとのかかわりを考える上で重要な示唆を与えるものである。

本書の目次は以下の通りである。

- 1 Sacred Sites- An Introduction
- 2 Visitor Experience
- 3 Managing Visitor Impacts
- 4 Controlling Visitor Flows
- 5 Managing, Marketing and Planning
- 6 Pilgrimage, Festival and Event

- 7 Cultural Landscapes
- 8 Political and Social Contexts
- 9 Secular Sites
- 10 Reflections

聖地の訪問者をその目的から大別すると信仰者と観光客にわけられるが、両者の違いは厳密なものではなく、むしろ個人意識において共存していることが多い。本書ではまず、聖地の訪問者にとっての、場所のもつ魅力という視点からの聖地概念の検証がなされ、続いて聖地と訪問者との関係が論じられ、さらに聖地の維持と管理のあり方が示される。すなわち、聖地が生み出したもの（product）の特性が何であり、それが訪問者にどのように提供されるのか、聖地とサービス関連業者とはどのように結びついているのか、また訪問者の場所体験がどのようになされ、それが聖地にどのような影響をもたらしているのかについて考察が展開される。そこでまず本章と次章において、本書を理解する上で重要となる二つの視点、1) 訪問者が与える聖地への影響、2) 聖地をいかに管理するのか、に焦点をあて本書の内容を概括したい。

II-1 聖地とは何か

20世紀後半における旅の多様化とともに、聖地への関心は高まり、聖地への巡礼者、参拝者の数は大幅に増加している。それ以前の時代と比較して大量の訪問者を受け入れることとなった聖地は、これらの訪問者を適切に管理する必要性が生じてきた。ここでいう管理とは、聖地という場所の構造を保護するため、さらには訪問者に対して、聖地であるからこそ味わえる特別な経験を与えるためにとられるあらゆる措置が該当する。

ここでShackleyは観光学にしたがい聖地を広義に解釈し、訪問者をひきつける場所として定義している。この訪問者をひきつける魅力は必ずしも、聖地を訪問することによって与えられる霊験や御利益といった信仰上の動機に起因するとは限らない。神聖なる場所、神のメッセージや価値体系があらわになる場所、超自然的なるものに出会いをもたらす場所といった場所だけが聖地となるのではない。文化財としてすぐれた価値をもつ建造物や宗教的な雰囲気にはたれる場所も、ツーリストにとっての聖地とされる。

第1表はShackleyによる聖地の分類を示したものである。Shackleyは聖地を11の類型に分類しているが、ここでは類型にかかわらず、何らかの理由によって人びとがひきつけられる場所こそが聖地であるとされる。訪問者をひきつける場所の魅力は、自然環境の構成要素であったり、人工の建造物やテーマパークのような集客施設、特別なイベントであったりするが、現代の聖地はこれらのすべての特徴に妥当するという。場所の精神や霊的なメッセージを受け取ることを期待して、人びとは聖地を訪れるものと考えられるが、1980年代以降におけるマス・ツーリズムの台頭や余暇時間の拡大、余暇に対する嗜好性の変化、交通アクセスの改良などさまざまな要因により、聖地を訪れる理由が変化している。訪問者が聖地のどのような要素に魅力を感じるのかが大きく変化した現代

第1表 聖地の類型

類 型	事 例
1 単一の寺院・教会	カンタベリー大聖堂（イギリス）、エメラルド寺院（タイ）、ハギア・ソフィア大聖堂（トルコ）
2 考古学的な地	マチュピチュ（ペルー）、チチェン・イツァー（メキシコ）
3 埋葬地	カタコンベ（イタリア）、ピラミッド（エジプト）
4 隔絶された寺院・教会	ボロブドゥール（インドネシア）、アンコールワット（カンボジア）、アムリトサル（インド）
5 都市全体	ローマ、エルサレム、アッシジ（イタリア）、ベナレス（インド）、ベツレヘム（パレスチナ）
6 寺院・教会群	ラリベラ（エチオピア）、ポタラ宮（チベット）、聖カトリーナ修道院（エジプト）
7 大地のエネルギーの地	ナスカの地上絵（ペルー）、グラストンベリー（イギリス）
8 聖なる山	エアーズロック（オーストラリア）、エベレスト（ネパール）、泰山（中国）、アソス山（ギリシア）、富士山（日本）
9 聖なる島	ラパ・ヌイ（イースター島）、リンディスファーン島（イギリス）、アイオナ島（イギリス）、モン・サン・ミッシェル（フランス）
10 巡礼地	メッカ、メディナ（サウジアラビア）、カイラス（チベット）、サンチャゴ・デ・コンポステラ（スペイン）
11 非宗教的な巡礼地	ロビン島（南アフリカ）、ゴレ島（セネガル）、ホロコーストの地（ドイツ、ポーランド）

(Shackley, 2001より作成)

では、聖地は礼拝者・信仰者にとっての崇拜や礼拝の対象を与え、そのための施設を提供するという本来の役割は後退し、多くの観光客をひきつける場所がどのようなところかを見学するために訪問されるようになっていく。

このような聖地を訪れる動機の変化は、聖地の有する神聖性という意味が稀薄となり、聖性の衰退による聖地の変容が必然的に生じることとなる。例えば、聖なる空間の認識が欠如した観光客による不適當な服装や行動によって緊張状態が引き起こされ、聖地性がそこなわれる事態が現出している。聖地訪問の動機が宗教的動機から文化観光的なものへと変化し、聖地の神聖性が低下することによって、聖地がもつ人をひきつける魅力も減退する。したがって聖地の管理と所有のあり方は、聖地にとって非常に重要な問題となる訳である。

聖なる空間はそれが宗教的な空間であろうと、祖国や家庭、歴史的場所といった空間であろうとも、世俗から区別された場所であることが特徴であり、聖地の管理の第一義は、聖地と宗教伝統の双方の維持と保護にあるといえる。中世ヨーロッパのサンチャゴ巡礼、ローマ巡礼の例を挙げるまでもなく、宗教観光の隆盛は決して現代に限った現象ではない。しかしながら多くの聖地は、近代以降のマス・ツーリズムに対応できるようには作られていない。そこで聖地が現代の観光化に対してどう対処していくのが課題となる。

II-2 訪問者の体験

訪問者は聖地で何を体験するのであろうか。聖なる場所の体験の種類としてShackleyは、1) 聖地までの道程、2) 聖地の特徴と雰囲気、3) 管理者側による影響、4) 訪問者が利用する諸サー

ビス、5) 特別なイベントや祭礼、の5つを主要素として指摘している。訪問者が特に宗教的な動機をもっている場合、聖地へ到達するまでの事前準備は用意周到なものとなり、聖地の訪問談や各種メディアによる聖地の情報により、場所への想像と期待が大きく膨らむ。現地で受けるサービス、例えば説明や移動の便、駐車場、飲食施設や宿泊施設も体験の一部となる。特に神官や僧侶といった宗教者（管理者）による影響が大きい。

聖なる場所を訪問することは本来、それ自体が宗教的な体験であるといえるが、Shackleyは4つの段階、1) 事前の期待感 (anticipation)、2) 道程 (journey)、3) 参拝 (visit)、4) 帰還 (return) から構成されるとする。先達やメディアから情報を収集し、断食などの儀礼を行う出発前から聖地体験は始まっている。禊、断酒といった儀礼や白装束の巡礼衣装、帆立貝のようなシンボル、五体投地といった巡礼方法など、聖地探訪の道程はそこへの到達時間ではなく、到達のプロセスが重要とされる。参拝時に得られる体験が重要であることは無論であるが、帰還後の充足感、達成感、幸福感といった追体験を含めたものが聖地の体験とされる。

それでは聖地を訪れるものに満足感を与えるためには何が必要となるであろうか。ここでShackleyは「場所の精神 (sprit of place)」の重要性を指摘する。訪問者が荘厳な感覚や場所の精神ともいべき聖なるものとの遭遇を感じられるような場を保つこと、創出することが必要である。例えば、ネイティブ・カナディアンのハイダ族の場合、聖地への立ち入りを制限する watchman を置くことによって、聖地のもつ秘儀性や到達困難性、聖地で得られる異文化体験を確保し、訪問者による体験の質を高めている。

聖地での体験を質的に保証するうえでShackleyは、真正性は必ずしも必要ないという。ヨルダン川での洗礼やイスラエルにおける宗教遺跡の場所の真贋が問題なのではなく、そこで訪問者が本物としての体験を得られるかどうかが問われる。真正性は訪問者の体験を豊かにするシンボルに過ぎないのである。

聖地はそれぞれの民族や信仰者にとって重要な役割を果たす場所であり、訪問者はそれらのもつ神聖な雰囲気や非日常的な空間を味わうことを期待して訪れる。訪問者の体験の質を高めるためには、訪問者自身の服装や行動に制約が課せられる必要がある。肌の露出制限や静寂の維持、節度ある写真撮影といった聖地の場の精神を守ることが大切であり、「事前に聞いていたイメージとは違っていた」、「工事中だった」、「人ごみがひどかった」といったわずかなことで聖地訪問の体験は大きく影響を受けるのである。

II-3 聖地管理の必要性

聖地の訪問者は本人の意思とはかかわりなく、聖地に対して影響を与えることとなる。これを聖地に対するダメージという点からみると、物理的なダメージと聖地体験の質を劣化させるダメージが考えられる。物理的に聖地にダメージを与える例としては、破壊、窃盗、損傷、侵食などが挙げられる。接触や接吻のような物的接触による腐食、磨耗、変色や落書き被害、窃盗被害、環境変化による損傷と侵食など、聖地は訪問者の滞在圧により日々ダメージを受けている。大量の訪問者を

受け入れれば、建造物の床や壁など接触面はたえず摩滅し、引っ掻き傷が発生する。聖なる遺物を獲得することへの強い欲求が窃盗行為を引き起こすこともある。エジプト・古代テーベ遺跡のように水面の上昇や塩水の侵入、調査隊の出入りなどにより侵食が進行する例もみられる。

これらのダメージは聖地に対する直接的な物理的ダメージであるが、聖地体験の質を劣化させる形でいわゆる間接的なダメージも存在する。取用能力を越えた大量の訪問者の受け入れによる混雑は聖地の雰囲気や景観を阻害する。聖地は風水害などの自然災害による脅威にも常にさらされており、訪問者によるダメージがすべてではない。しかしながら訪問者を何らかの形で管理しなければ聖地の運営は不可能であり、結果的に聖地を長期的に維持することができなくなることが認識されるようになった。聖地は宗教的価値や文化的価値のみならず、経済的価値も有している。ツーリズムは、聖地にとってその運営資金を獲得する重要な手段であると同時に、聖地の価値を劣化させる両刃となる。そこで訪問者は、聖地の利益のために管理される必要がある。

Ⅲ 聖地をいかに管理するのか

Ⅲ-1 訪問者のコントロール

これまでみてきたように、聖地での場所体験をより高質なものとするためには、訪問者の流入を適切に管理し、場の精神を保ち、場の価値を保全することが必要であることを Shackley は強調する。実際に世界各地の聖地で実施されている訪問者のコントロールの方法として、以下のような方法がある。第一に、物理的に接近を制限する方法としての交通手段のコントロールである。フェリーやボート、航空便などの乗車人数や便数を制限することによって確実に訪問者を制限することが可能である。イースター島のように外界から隔離されている離島の場合には特に効果は大きい。第二に、通常の観光施設と同様に入場料金の設定や予約・キャンセル待ち制度の導入といった課金によるコントロールがある。第三には、入場待ちの行列によるコントロールである。ディズニーランドのアトラクションのように、目的の展示や施設に入場するまでの行列待ちの時間に、情報の提供や見せ物を用意したりして、待ち時間の不満を緩和する調整方法である。トリノ聖骸布の展示では、チケットを発券し入場者総数を制限するとともに、100人程度のグループごとに説明を受けながら、定められたコースに沿って見学させることによって、聖骸布を実際にみられる時間はわずかでも、訪問者の満足感が得られることを示した。

聖地や宗教的建造物の訪問者数にはそれぞれ適正な規模があり、それを超過すると訪問者の体験の質が低下してしまう。訪問者数の上限には、宿泊施設や駐車場、トイレなどの許容量といった物理的な制約と場所の精神を損なわない心理的な許容限界が存在する。シナイ半島の聖キャサリン修道院は、今日でも25人ほどのギリシア正教会の修道士が生活する修道院であり、ユダヤ・キリスト・イスラムの各宗教にとって宗教的意味をもつが、開放時間外にも多くの観光客が押し寄せ、修道士の生活や聖地の雰囲気が侵害されているだけでなく、駐車場には土産物屋が林立し観光バスの排気ガスや振動により古代の壁面が汚染されている現状がある。多くの人をひきつける魅力をもつ聖地が、人を引き寄せることによって、その価値を損なう事態が生じてくるのが現代であり、訪問

者のニーズに応えつつ調整をはかるといった難題が聖地を管理する側に要請されている。

Ⅲ－２ マーケティング

聖地で消費者に商品として提供されるものは、場のもつ雰囲気や神秘的体験といった無形で主観的なものである。訪問者は聖地の精神性に触れ、そこで得た体験を思い出やそれ以上の感情として持ち帰る。こうした場の体験に加えて、聖地周辺では、宿泊施設や飲食物、土産物、授与物などの有形サービスを受ける。これら有形・無形のサービスの対価として得られた収入と、聖地の維持費用、イベントの開催費、光熱費などの経営コストとのバランスから聖地の経済は成り立っている。

しかしながら聖地経営の現状には多くの問題が顕在化している。主観的、精神的な場であるという性格から、聖地に経済的利用価値、金銭的価値をつけることは困難である。聖地の重要性は、訪れる人の主観によって変わるものであり、信仰者からの寄進といった財源がない場合、確実な収入を上げることは難しい。一方で聖地の多くは歴史的価値が高く、建造物に使用する素材なども限定されるため、他の建造物と比較して多大な維持コストを必要とする。さらに、場の精神を保持するための周辺警備やインフラ整備などの費用も必要となる。

現代の聖地を経営的な視点で論ずるならば、多くの聖地が赤字であるが、著名な映画のロケ地になって話題を呼び、訪問者と映画会社からの収入を得る例など、新たな聖地ビジネスのあり方も注目されている。ツーリズムの対象となる聖地の多くは、観光客が信仰による参拝者の数を上回っている。聖地の側では、信仰者の数を増やし観光客をコントロールすることによって安定的な経営を模索する傾向があるが、多様なニーズをもった消費者（訪問者）の要求に応えることが重要となる。聖地経営の戦略としては、場の聖性を保持しつつ経済的な利用、すなわちツーリズムを活用することが利益を捻出する上で求められる。宗教テーマパークの成功例として、アメリカ・サウスカロライナ州のヘリテージ・ビレッジのマーケティングが有名であるが、聖地一律の方法がある訳ではなく、各聖地独自の戦術を志向する必要がある。

Ⅲ－３ 聖地管理と訪問者

聖地のマーケティングを考える時、祝祭とイベントは重要な意味を持っている。これは聖地を管理する側にとっても、訪問者にとっても同様である。管理者側からすると、日常とは異なる特別な対応が要求される。椅子の準備から飲食、宿泊の手配にいたるまで、特別なサービスの供給を準備することになる。聖地においてはその宗教性が最も強く発揮される時期である。他方、訪問者側からいえば、信仰者の場合には聖地までの道程（旅）そのものが聖地巡礼としての意味をもつし、観光目的であれば、祝祭・イベントのエンターテインメント性が望まれる。訪問者による祝祭へのかかわり方によっては、聖地の性格そのものを変容させることもありうる。教会内でのフラッシュ撮影やテーブルコーダーの使用、飲食等による聖なる雰囲気への阻害は特に祝祭・イベントのような不特定多数の観光客が訪問する際に大きな問題となる。

祝祭やイベントには、信仰を深化させることや、宗教集団の結束を強化するといった宗教的な目

的と観光客を誘致して収入を得るといった商業的な目的があり、これらは相互に関連しているものの、宗教行事と観光客の対立といった危険性もはらんでいる。宗教的な伝統に基づく行事は、一般に外部の人間には解釈が困難であり、特に外国人にとって内容を正確に理解することはきわめて困難である。スケジュールも効率的ではなく、メインイベントのタイミングも不定であり、理解不足と不便性から観光客が退屈して、神聖なる行事の雰囲気を阻害する可能性がある。

聖地の管理を考える場合、建造物などの宗教施設に限定されるものではない。反対に建造物を含まない聖地も数多くあり、山や森、泉、湖沼などの自然環境が聖地とされる場合、その範囲も広く、管理・保全の方法も多様である。Shackleyは世界各地の聖なる山、聖なる森、聖なる島といった事例を紹介しつつ、これらの景観における聖地性の宗教的、政治的な意味を考察し、聖地性を感じ信仰を強くする人びとがいる一方で、観光客の訪問やそこで生活する人びとの現実が、文化景観を変化させ、聖地の性格を変容させていくことを指摘している。聖地管理の問題は、空間的にも時間的にも大きなスパンで捉える必要があり、景観の維持と観光客、地元住民とのかかわりなどを含めて複合的にみていく必要がある。

III-4 聖地のポリティクス

聖地の管理には、これまで取りあげた訪問者の物理的なアクセス制限に加えて、社会的・政治的な支配によるアクセス制限の側面がある。そこでは、誰がどのような方法で何のために聖地を管理するのかが問われることとなる。十字軍の例を挙げるまでもなく、重要な聖地の場合、その所有が領土的・政治的に強い意味をもつことから、複雑な政治的、宗教的な権力闘争の焦点とされてきた。今日でも聖地における政治的支配の問題は存在する。

リンディスファーン島はイギリスでも最も重要なキリスト教の巡礼地であるが、島の住民が所有していた居住施設の大半は、外部資本によって観光客用の施設となり、住民の就業も生業であった漁業に代わり、観光業が卓越するようになった。夏季に集中する観光客は、島の宗教的雰囲気を変化させただけでなく、住民の生活にも多大な影響を与えており、ツーリズムによって村の本質が社会的、空間的、政治的に完全に変質してしまった。

聖地をめぐるポリティクスはこのようなローカルな範囲にとどまらない。イギリスで最も有名な観光地の一つであるストーンヘンジは、環境省が土地を所有しイングリッシュ・ヘリテージが運営・管理を委任されている。周辺の土地はナショナル・トラストの管理である。この聖地へのアクセスは厳重な管理がなされており、一般人は柵により立ち入りが制限されている。しかし研究者の他、スポンサーといった特別なステータスの人にはアクセスが認められている。ストーンヘンジでは、1985年に大量のヒッピーが逮捕されるという社会問題が発生したが、聖地の管理者によって、聖地への訪問が政治的・社会的に選別するという行為がなされているのである。

聖地が宗教的に聖なる空間であるということは、それを信じる人びとにとってアイデンティティの拠り所となる場所である。政治的な支配者が非支配者の聖地を破壊する行為は、チベットをはじめ歴史上繰り返しなされてきた。聖地の破壊や復興、観光客の受け入れの有無といった現象がポリ

ティクスに支配されていることの意味が何であるかを考える必要がある。

こうした聖地をめぐるポリティクスは、本来非宗教的であった場所が聖地化される際に最も先鋭的にあらわになる。悲劇の記念地、回想・瞑想の地、戦場・戦没者の墓場、例えば広島平和記念館やホロコースト、奴隷貿易の跡のように俗なる聖地として、巡礼の対象地とされていく現象がみられる。これらのなかには、聖堂や教会、記念館といった施設が併設されるものも多い。しかしここでは聖地を管理する主体により、誰を対象に何をみせるのかという政治的意図が大きな問題となる場合がある。人種差別や大量殺戮、特定人物の記念館などの場合、訪問者の立場や思想によって評価は大きく異なるものであり、このような俗なる聖地を運営していく上では、訪問者によって異なる場所の記憶をどのように展示するかが焦点となる。

IV おわりに

聖地にとって、大量の旅行者が容易にそして迅速に移動可能な現代社会は危険に満ち溢れている。聖地はさまざまな目的をもった訪問者の受け入れを余儀なくされている。敬虔な信仰者による巡礼・参拝による訪問は、聖地を訪れる人間の核心をしめるものではあるが、同時に訪問者全体の一部をしめるに過ぎない。メディアその他によって得られたイメージ・情報を胸に、聖地を観光地として巡り歩く人びとや、旅行者をオーガナイズする旅行代理店の添乗員、門前の土産物屋、そして喜捨を求めて物乞いをする人びともまた、聖地の訪問者なのである。

訪問者が多様であるのと同様に、訪問者が聖地に期待することも一様ではない。深刻な苦悩からの救済を求めて聖地にたどり着く人もいれば、経済的な目的の人もいる。静寂さ、深奥さ、聖地がもつ神秘的なるものに憧れる人もいれば、多くの人が集うエネルギッシュな空間に惹かれて参拝する人もいる。現代の聖地はこうした様々な目的で世界各地から訪れる信仰者や観光客に対して、訪問者のニーズを満たすサービスを提供することが期待されているといえる。

現代のツーリズムは、魅力ある場所の探究という意味で一種の疑似宗教的な特徴をもっている。Shackleyの議論にしたがえば、聖地管理においては、聖地の場所性というべき聖地を聖地ならしめている場所の精神を守ることが重要となる。小論ではShackley (2001)を通して聖地管理の方法と課題を検討したが、最後に場所の聖性が変容・再構築される過程とツーリズムとのかかわりを明らかにするための予察を行うことでむすびとしたい。

現代における聖地を考える上で、聖地が社会的に構築された象徴であることは論をまたない。中川 (2003) が整理するように、現代社会は聖地創造の試みに満ちている。ディズニーランドが聖地であれば、アテネはオリンピックの聖地であるし、原宿は若者の聖地となる。そこでは、聖地の真正性や宗教性は問題ではなく、現実の人びとの心をどこまで捉えることができるかが重要となる。このような聖地創造はさまざまな主体によって試みがなされている。地方公共団体や観光業界、地域住民に宗教界を加えて、その様相はますます複雑化している。聖地を観光資源として、観光客を誘致し地域振興に役立てたいとする動きは全国各地でみられる現象である。信徒拡大と安定収入をはかりたい宗教団体、観光客の誘致が収入に直結する観光業界、地元の動きをサポートする地元政

財界、これら三者に加えて信仰者、ツーリストらのニーズが聖地という場所を構築する主体となる。これら主体のせめぎあいにより現代の聖地は再構築され続けている。森（2001）は、高知県室戸市の御厨人窟を事例に、行政（室戸市）と教団（真言宗豊山派）という主体の競合と妥協のプロセスの検討を通して、聖地の発見・創造過程を明らかにしているが、場所の聖性の変容と再構築の過程を知ることによって、聖地をめぐる今後の観光行政や文化財の保護、地域活性化や町おこし運動などの地域振興政策に対して、大きく寄与することが可能である。

研究者は、聖地という場所がどのような主体のいかなる思惑によって創造され、それが現実にとどのように人びとに体験されているのか、注意深く見守る必要がある。それと同時にその聖地がどのような場所であるのかを理解することも要求されよう。オウム真理教事件の教訓は我々に宗教が単なるファッションではなく、人間の生き方に大きくかかわることを再認識させた。Shackleyがいう場所の精神を共感的に理解することも重要となろう。聖の実在性を重視するエリアード流の立場は決して過去のものではない（中川，2003）。聖地とは単に観光客にとって魅力ある場所というのではなく、そこを訪問することによってなんらかのスピリチュアルな体験がもたらされる場所である。ここでのスピリチュアルな体験とは狭義での宗教的な体験でなくても構わない。自然の偉大さや歴史の雄大さ、建造物の壮麗さや人類の叡智、といった聖地が喚起するさまざまな感情がスピリチュアルな感動を引き起こすからこそ、聖地は観光対象としての価値を有するのである。

観光地化にともなう宗教空間の変容という問題は、日本人と山とのかかわり、宗教と自然保護・環境保全といった問題、あるいはツーリズムや地域振興政策と宗教との結びつきといった課題とも密接にかかわっている。Shackleyが提起した聖地を管理することの問題は、ツーリズムの直接的な影響を受ける現代の聖地において、解決しなければならない問題であると同時に、聖地とは何かという問いを私たちに改めて投げかけている。小論は予察の報告の範囲を出ないが、次稿では具体的な研究事例から場所の聖性とツーリズムの問題を考えてみたい。

本稿のとりまとめにあたって、平成17年度文部科学省科学研究費基盤研究（B）（1）「課題番号16300291，研究代表者：田林 明」および同基盤研究（C）（2）「課題番号15520057，研究代表者：山中 弘」の一部を利用していただいた。記して感謝をいたします。

参考文献

- 岩鼻通明（1993）：観光地化にともなう山岳宗教集落 戸隠の変貌（第2報）．山形大学紀要（社会科学），**23**，180-198.
- 岩鼻通明（1999）：観光地化にともなう山岳宗教集落 戸隠の変貌（第3報）．季刊地理学，**51**，519-27.
- 中野 毅・岩井 洋（1994）：宗教社会学理論の展開．井上順孝編『現代日本の宗教社会学』世界思想社，51-91.
- 藤村健一（2004）：近年の英語圏における宗教の地理学的研究の動向－L・コンとR・W・スタンプを中心として－．立命館地理学，**16**，71-80.
- 中川 正（2003）：聖地とは何か．地理，**48**(11)，8-13.
- 松井圭介（2003）：『日本の宗教空間』古今書院，292p.
- 森 正人（2001）：場所の真正性と神聖性－高知県室戸市の御厨人窟を事例に－．地理科学，**56**，252-271.
- Kong, L. (1990): Geography and religion: trends and prospects. *Progress in Human Geography*, **14**, 355-371.

- Lane, B. (2002): *Landscapes of the sacred: geography and narratives in American Spirituality*. The Johns Hopkins University Press, Maryland, 310p.
- Macdonald, M. ed. (2003): *Experiences of place*. Harvard University Press, Massachusetts, 189p.
- Park, C. (1994): *Sacred worlds: an introduction to geography and religion*. Routledge, New York, 332p.
- Shackley, M (2001): *Managing sacred sites: service provision and visitor experience*. Continuum, London, 206p.
- Sheldrake, P. (2001): *Spaces for the sacred: place, memory, and identity*. The Johns Hopkins University Press, Maryland, 214p.
- Vukonić, B. (1996): *Tourism and religion*. Pergamon, Oxford, 208p.

Problems of Managing Sacred Sites in Terms of Tourism

MATSUI Keisuke

In recent years, sacred sites are one of the most attractive tourist spots in the world. The purpose of this study is to show and discuss the interrelation between reconstruction of sacred place and tourism referring to Shackley, M. (2001). She defines the concept of sacred sites as visitor attractions, which are sold to visitors. Visitors experience not only the atmosphere of sacred site but also several services including accommodation, merchandising and catering.

Visiting a sacred site is an emotive experience and managers are charged with the task of preserving that elusive spiritual quality referred to as 'spirit of place'. They may have to cope with heavy but uneven visitors flows, or with festivals and events that may attract crowds. Dr. Shackley tried to get an overview of the problems and issues faced by sacred sites that have become visitor attractions. She reflected on the nature of sacred sites and their visitors and interface between them. The nature of the product being offered by sacred sites is considered, and the difficulties experienced in promoting or developing a product that is not being sold to the customer in any commercial sense. This relates directly to the quality of the experience received by visitors, and how this can be maintained in sites with very large visitor numbers and minimal financial resources.

The motivations of visitors to the sacred sites are complex and multidimensional. Some wish to worship, others to marvel or just to explore. The managers of sacred sites have to cater for all these needs while avoiding the temptation to reduce the site to the level of a secular attraction. Visiting sacred sites should be an essentially spiritual experience.

Sacred sites are being created in the modern world. We have to closely watch the process how they are created, who managed those sites and also consider what the significance of sacred place.

Key words: Sacred sites, Management, Visitor, Tourism