

歴史文化遺産の再評価と地域観光の振興

権 俸 基*

A reevaluation of the historic cultural heritage and promotion of the regional sightseeing

Kwon Bong Ki

In this study, I want to identify possibility of the promotion of the regional sightseeing by the effective transmission of information and the excavation of regional cultural heritage. The regional cultural heritage have various form and character. In addition, it has a characteristic very much. And it existed in the area from old days. For promotion of regional sightseeing and the regional activation, this regional cultural heritage must be utilized positively. In the following, I want to suggest some effective policies about the reevaluation and the effective transmission of information.

- ① The excavation of the regional cultural heritage is necessary. In addition, the reevaluation of regional culture resources is more important.
- ② Computerization and the Internet are the most advantageous means of advertising regional information.
- ③ The differentiation of the form of contents and the information is necessary. Besides, the characteristic of a person getting information should be considered.
- ④ As a content to send, the story planned well is recommended. In other words, original storytelling is the most effective.

Key Words (キーワード)

Cultural Heritage (文化遺産), Regional Sightseeing (地域観光), Regional Activation (地域活性化), ICT: Information and Communication Technology (情報通信技術), Storytelling (ストーリーテリング)

1. はじめに

近年、地域の観光振興や地域活性化のために当該地域社会に存在する様々な文化的な価値ある遺産の発掘や活用が盛んである。例えば現在、政府レベルで進めている「文化遺産を活かした観光振興・地域活性化事業」¹がその代表的な一例である。

各地域における歴史文化遺産²は、時代別、分野別に多岐にわたるものが点在しているが、産業の発達と情報化の進歩に伴い、地域文化における

重要なコンテンツとしての歴史的事実や文化遺跡の価値は、さらに高く評価されつつある。

新しいモノ作りや創造的なアイデアによる経済の活性化が最重要視されている現状ではある。しかし、地域が潜在的に持っている文化遺産の価値と意義を再発見・発掘し、現代へ受け継がせる行動もまた、今後の地域振興・経済活性化への重要な要素だと思う。

そして、このような地域の歴史的文化遗产の再発見と商品化は、町おこしや町づくりの一環とし

* 広島文化学園大学 社会情報学部 (Faculty of Social Information Science, Hiroshima Bunka Gakuen University)

て、従来から用いてきた手法でもある。

本稿では、広島県呉市にある下蒲刈町地域を取り上げ、当地域に存在する歴史的な文化遺産の再評価と地域観光の活性化への可能性を模索してみたい。具体的には、下蒲刈町の朝鮮通信使関連施設に対する周辺地域別の認知度と関心度の格差を調査することによって、より効果的な地域文化情報発信を用いた地域観光活性化の対応策を提案したい。

2. 地域の歴史文化遺産の現状と経済振興

内閣府の「文化に関する世論調査」³（平成21年11月）の調査結果から、文化芸術振興に関する意識や要望をみると、「文化への様々な支援が社会の活性化や経済振興に貢献すると思うか」という問いに、「そう思う」と答えた割合が78.7%、「そう思わない」が13.1%となっている。このことから、地域における様々な文化遺産を活用した社会の活性化・経済振興に対する期待は高いと推測できる。

本稿での調査対象地域である呉市の下蒲刈島には、朝鮮通信使宿館跡と蒲刈島御番所跡、三ノ瀬御本陣跡の県史跡がある。これらの史跡は、現存する構造物ではなく、「跡」として広島県史跡に指定されているものである。また、当時の現存するものとしては、宿館へ通ずる石段が残されているのみであり、三ノ瀬御本陣跡には当時の御番所を復元した建物がある。

以下では、このような歴史的文化遗产を持っている下蒲刈地域において、その中でも朝鮮通信使関連の文化遺産を取り上げる。そして、それが近隣地域や全国においてどのように認知されているのかを確認し、地域観光の更なる活性化の為の、より効果的な当該遺産の活用と、対象者への情報伝達方法を模索してみる。

まずは、下蒲刈町の朝鮮通信使関連施設とその歴史的経緯について概略する。

下蒲刈町の松濤園には、朝鮮通信使関連施設として、「御馳走一番館」がある。この施設は、別

名「朝鮮通信使資料館」とも呼ばれており⁴、朝鮮通信使関連の様々な資料や展示物などから、当時の朝鮮通信使の様子を知ることができる場所となっている。

また、当地域では現在、島の最大の行事として「朝鮮通信使再現行列」が行われている。このイベントは、地域の歴史文化の継承と経済的側面での地域振興のために推進されており、2003年に下蒲刈町が呉市へ合併されて以来続けられている。そして、この行事には、毎年およそ5千人余りの来場客がある。

下蒲刈町の概要を見ると、人口は2011年現在、1,800人余りであり、主な産業は、みかん栽培を主とした農業である。そして現状においては、主たる観光資源や文化的遺跡に恵まれているとはいえない。しかしこの地域は、古くから地理的利点により朝鮮通信使による日韓交流の重要な役割を果たした特色ある歴史を持っている。本稿では、この点に注目し、地域観光の活性化への活用の可能性について考察してみたい。

ここで少し、朝鮮通信使と下蒲刈島との歴史的関係について概説しておきたい。

朝鮮通信使⁵は、1607年～1811年まで12回来日し、その内、下蒲刈島へは11回立ち寄り、もてなしを受けている。その規模は、日本国側の護衛部隊や接待人員を合わせると、総勢約2,000人に上ったといわれている。また、朝鮮通信使の下蒲刈島への立ち寄りのために、当時の広島藩が行った準備や接待に要したもてなしの内容は、極めて豪華であったと言われている。想像を絶する規模の物流や人の移動、建築などが伴われ、下蒲刈島は勿論、広島藩にも大きな影響を及ぼしたとされている⁶。

例えば、朝鮮通信使の来航に備え、通信使一行の上位三人の宿所となる御茶屋は、来日の都度新築し、更に往路と復路とは違った雰囲気になるような改修が施された。上官・中官・下官の小屋や下行人小屋もその都度新築された程だったと言われている。

以上のようなことから、下蒲刈島における歴史

的文化遺産として、朝鮮通信使の寄港の歴史的事実は、大変意味深いものであり、今後も受け継がれるべき歴史的文化的価値が高いものと考えられる。

このような朝鮮通信使にまつわる無形の歴史的な地域の遺産は、松濤園が建設されるまでの長い間、活かされてこなかったとも言える。しかし、現在のように、その歴史的文化的経緯を表す具体的な建造物の復元、および「御馳走一番館」の完成によって、その価値を可視化した努力は高く評価できよう。

そして、今後の課題は、下蒲刈島の歴史的文化遺産として蘇らせた遺産を最大限に活用し、地域社会と経済・地域観光振興への実質的な貢献に結び付けることであろう。

以下では、上述した下蒲刈島地域の歴史的文化遺産に関するアンケート調査を行い、地域文化遺産に対するより効果的な情報の発信によって、地域経済・地域観光振興への可能性を模索したい。

3. 地域文化遺産に対する認知度調査と集計結果

(1) 調査期間および調査対象・調査方法・内容

下蒲刈島の朝鮮通信使関連文化遺産に対する認知度調査は、次のような方法、対象、内容で行った。

1) 調査期間：2011年7月1日～31日

2) 調査方法：

- ① 質問票によるアンケート調査を実施し（広島および呉地域の大学生、一般市民を対象に対面配布と回収）、750件の回答を得た。
- ② インターネットによるアンケート調査を実施し（インターネット上でのアンケートフォーム入力）、269件の回答を得た。

3) 調査内容：

アンケート調査の主な内容は次の通りである。

- ①年齢②出身地③生活における情報入手手段④朝鮮通信使の認知度⑤松濤園（朝鮮通信使資料館）に対する認知度など

(2) 質問票による調査の集計結果

呉地域と広島地域で、750名にアンケートをとった結果、集計件数の年代別割合は、10～20代が636件（85%）、30～40代が45件（6%）、50代以上が69件（9.2%）、無記入2件（0.2%）となった。また、回答者の出身地域別構成は、呉市58件（7.7%）、広島市341件（45.5%）、呉・広島市以外の広島県内が152件（20.3%）、広島県外163件（21.7%）無記入36件（4.8%）であった。

ここでは、特定の地域の文化的遺産（広島県呉市下蒲刈町の朝鮮通信使関連遺産）に関する情報に対して、認知している割合を中心に見ていきたい。

1) インターネット利用の有無

まず、地域の観光情報の伝達と情報の受け入れ側の特徴を明確にし、今後の地域情報の発信のあり方を検討するため、インターネット利用の有無について調べてみた。その結果は、図1の通りで、年代別に見ると、世代を問わず生活の中でインターネットを利用する割合が高いことが分かった。特に、50代以上での約70%の人がインターネットを利用していることに注目すべきである。この結果は、本稿の後半での地域の文化遺産情報発信における主な手段として、インターネットの活用が期待される重要な理由の一つとなる。

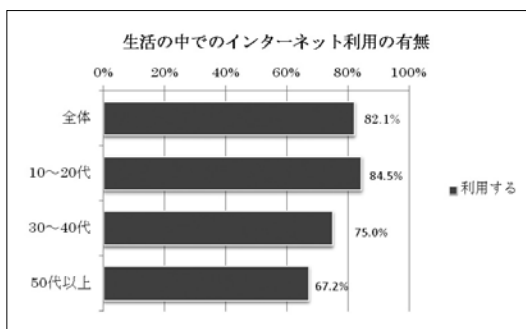


図1

2) 朝鮮通信使の認知度

次の図2は、「朝鮮通信使」という歴史的事実がどの程度認知されているのかを調べた結果であ

る。

図2からは、全体的に、80%を超える人が「朝鮮通信使」について「知っている」と答えており⁷高い認知度を示している。さらに、年代別に見ると、図3のように、20代以下が30代以上よりも認知度がやや低いものの、認知度に大きな差はないことも興味深い。

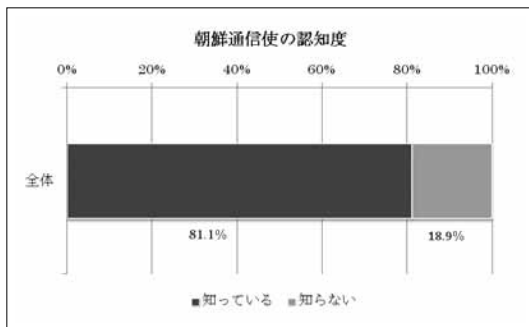


図2

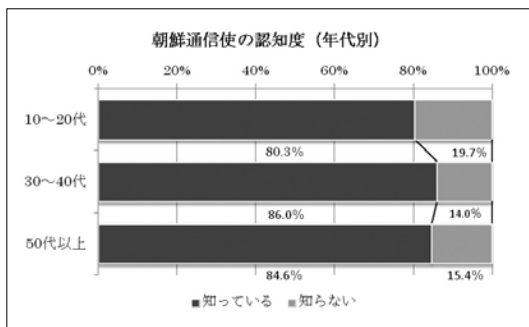


図3

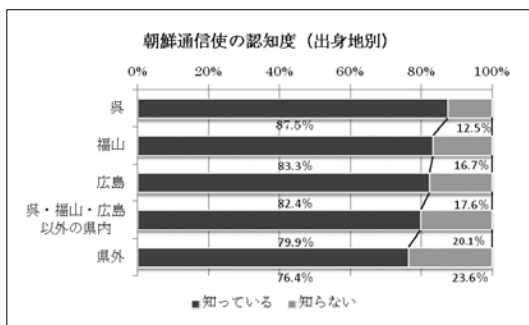


図4

また、出身地域別に見た場合、図4のように、呉市では87.5%と、最も高い水準となり、呉市の近隣都市、そして県外に行くほど認知度は低くなっている。このことは、一般的な傾向と考えられる。

3) 松濤園の認知度と訪問経験の有無

次に、朝鮮通信使資料館のある「松濤園」が、どの程度認知されているのかを調べた。その結果は、図5のようである。

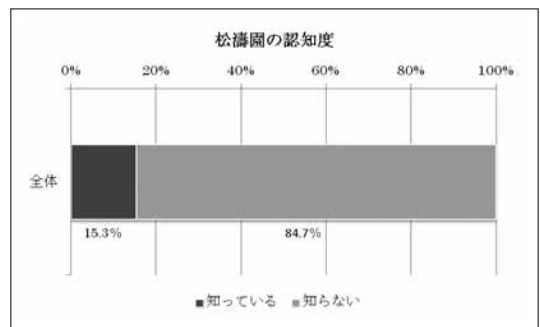


図5

図5を見ると、「松濤園」について、「知っている」と答えた人は、全体の15%程度であり、前述の朝鮮通信使の認知度（80%超）に比べると、極めて低い水準と考えられる。

また、調査対象者の出身地域別の認知度から見ると、図6のように、松濤園の所在地である、呉市の出身者では半数以上が知っているが、その他の広島県内地域の出身者は、12%前後、県外出身者の場合、5%弱の認知度にとどまっている。

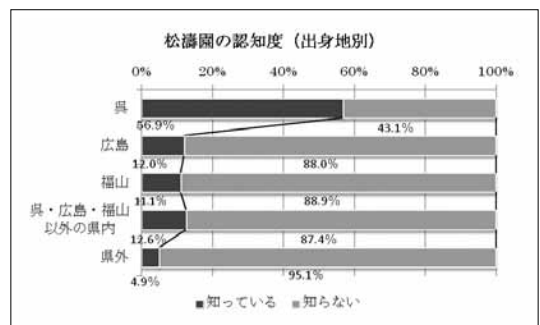


図6

このことから、地域にある歴史的文化遺産の広報が、潜在的観光客（特定の歴史的事実を知っており、将来訪問する欲求を持つ可能性が高い対象者）に対して、十分には届いていないことが伺える。

さらに詳しく見てみると、松濤園について、「知っている」と答えた人の中で、訪問経験があると答えた人の割合は、全体で48%であり、出身地別に見ても、何れも30%を超える訪問率を示している。（図7、図8）

このことは、松濤園の特徴を認知している人の実際の訪問率が高いことを示しており、松濤園の認知度を上げることによって訪問客の増加が期待できると考えられる。

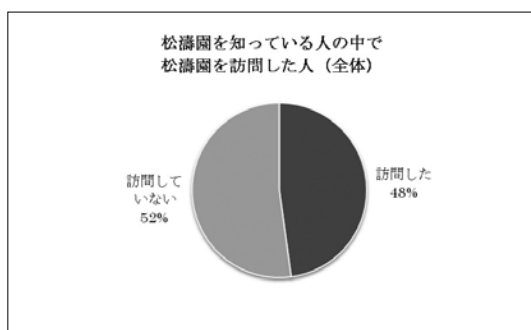


図7

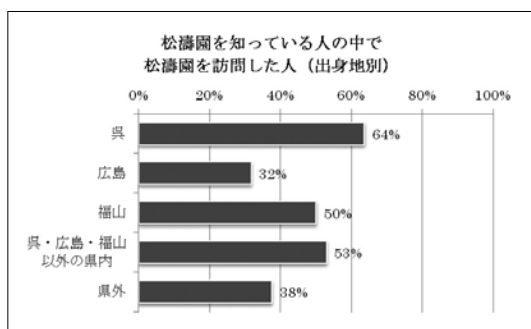


図8

4）松濤園訪問者の満足度

ここでは、朝鮮通信使関連施設としての「松濤園」が今後、地域の主たる観光資源となる可能性について検討したい。そのために、以下では実際に松濤園を訪問した経験がある人の満足度を調べ

てみた。

その結果、図9、図10のように、訪問した人（55人）の70%以上が「とても良かった」、もしくは「良かった」と答えており、満足度が非常に高いことを示している。

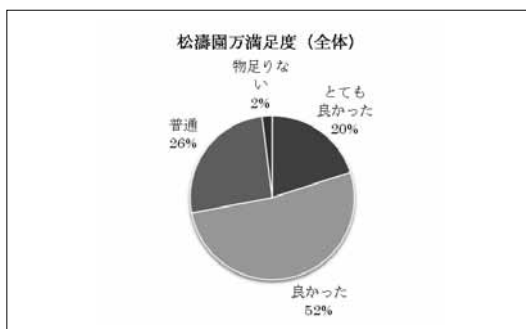


図9

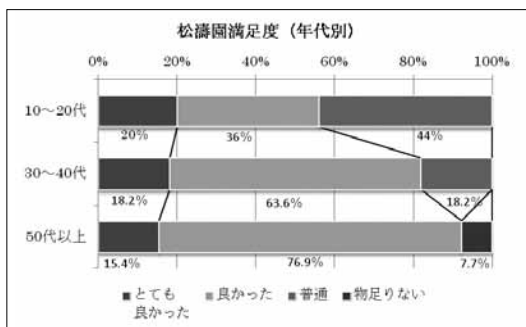


図10

特に注目すべき点は、年代別に見ても、どの年代も50%以上の人が「良かった」と、評価していることである。このことは、この施設が世代を問わず受け入れられる大変優良な観光資源であることを示している。なぜならば、将来まで続く継続性と、老若男女を問わない幅広い市場を兼ね備えているからである。さらに、満足度が30～40代では、80%超、50代以上での評価は90%を超えており、年齢が高くなるほど、より満足していることも特徴的である。

(3) インターネットによる調査の集計結果

ここでは、日本全国での認知度を知るために、インターネットを利用したアンケート調査を行い、その集計結果を前述の広島・呉地域における調査票によるアンケート調査と比較してみる。

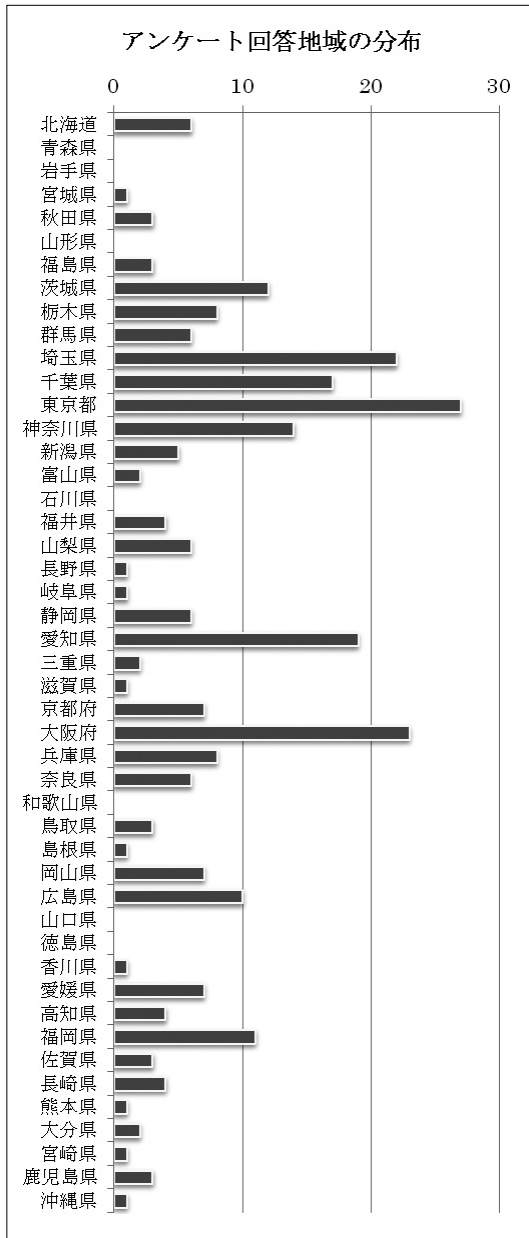


図 11

インターネットを利用したアンケート調査を行った理由としては、日本全国において、広島県呉市下蒲刈町の朝鮮通信使関連遺産の情報が、どの程度認知されているのかを明らかにするためである。ここでは、インターネットを活用した情報の効果的伝達による地域文化遺産の再認識と、これによる地域振興の可能性を模索してみたい。

調査は、韓国の情報を発信するインターネットサイトを利用し、韓国に興味のあるインターネットユーザーを対象にアンケートを実施した。

実施の結果、調査期間中（2011年7月1日～31日）にインターネット上で日本全国から収集できたアンケート総数は269件であった。寄せられたアンケートの年代別構成は、10～20代35件（13%）、30～40代151件（56.1%）、50代以上83件（30.9%）となった。

アンケートに答えた人の地域別分布からは、図11のように、人口の多い東京などの大都市とその周辺地域からの回答が多かったが、何よりも概ね、日本全国から回答が得られたことに意義があるだろう。

1) インターネット調査による朝鮮通信使の認知度

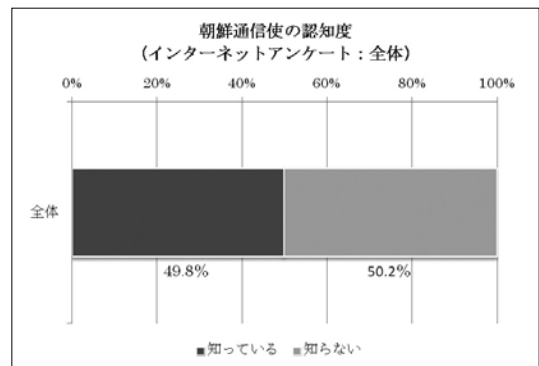


図 12

全国的に見たときの「朝鮮通信使」の認知度は、図12のようである。図12からは、回答者の49.8%が「朝鮮通信使」について知っており⁸、前述の広島・呉地域での質問票によるアンケート調査結果の81.1%と比べると、低い認知度となって

いる。

地域別に見ると、図 13 のように、広島県での認知度は 80% を示しており、呉・広島地域で行った質問票によるアンケート調査とほぼ同じ結果が得られた。

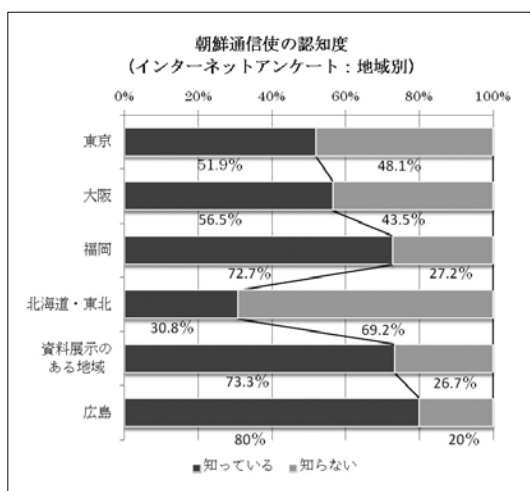


図 13

さらに、詳しく見ると、朝鮮通信使の認知度について、大都市（東京、大阪）でも概ね、全体と同じ傾向を示しており、大都市と地方での大きな違いは見受けられなかった。しかし、朝鮮通信使と関連性の希薄な地域（北海道、東北）では 30.8% と、相対的に低い認知度であった。また、朝鮮通信使ゆかりの地で、資料館などで朝鮮通信使が紹介されている施設を持つ地域（岐阜、滋賀、京都、岡山、広島、長崎）では 73.3% と、相対的

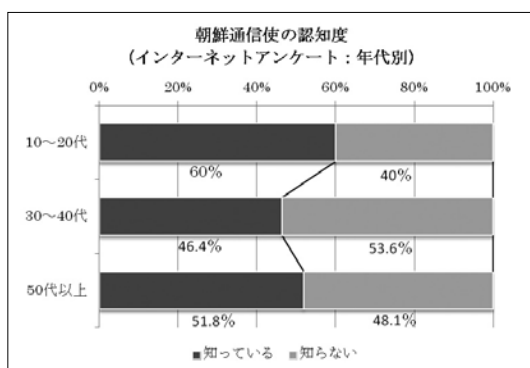


図 14

に高い水準であることも興味深い点である。

年代別に見ると、図 14 のように、20 代以下が 30 代以上よりは認知度が高いものの、質問票によるアンケート結果と同様に、年代別に認知度に大きな差はないことが確認できた。

2) インターネット調査による松濤園の認知度と訪問経験の有無

次に、「松濤園」について、全国的にはどのように認知され、実際に訪問されているのかを調べた。松濤園についての認知度は、図 15 のように、「知っている」と答えた人が 24.5% であった。

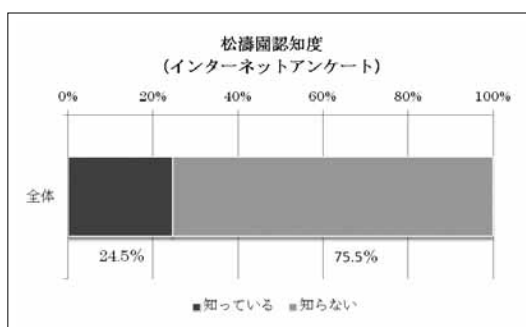


図 15

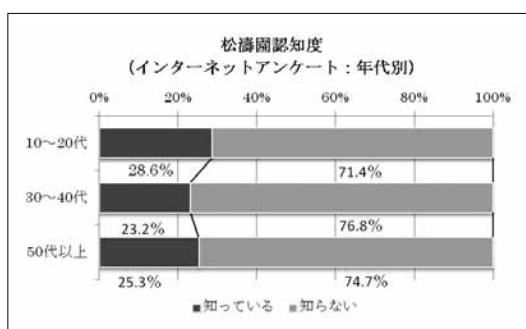


図 16

この値は、前述の質問票によるアンケート調査結果の 15.3% に比べると高い認知度である。このことは、インターネットによる自主的な回答者であるため、韓国や朝鮮通信使に少なからず興味や知識を持っている人からの回答によるものとも考えられることから、正確な背景については更に検討が必要となる。

また、年代別にみると、図 16 のように、年代による認知度の差はほとんどない。

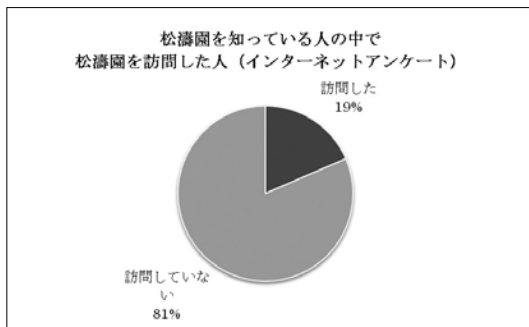


図 17

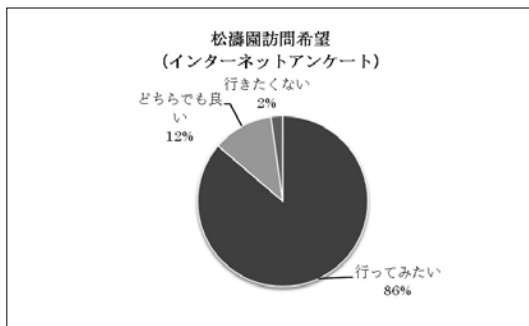


図 18

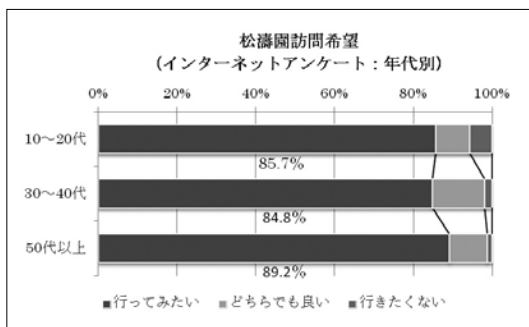


図 19

さらにここで、松濤園の訪問率について詳しく見てみた。松濤園を知っている人の中で、実際に訪問した経験があると答えた人は、図 17 のように 19%であり、訪問率においては、質問票による広島・呉地域でのアンケート調査結果（48%）に比べて低いものの、地理的条件などを考慮すれば、決して低い水準とは言えない。

そして図 18、図 19 は、インターネットによるアンケートにおいて、松濤園の施設概要と歴史的経緯を説明した上で、松濤園を訪れてみたいかを尋ねた結果である。その結果、「行ってみたい」と答えた人が 86%と、非常に高い水準であった。特に、この結果を前述の図 17 での実際に訪問した訪問率（19%）と関連付けて考えてみると、今後の地域文化遺産としての「松濤園」が持つ、情報発信による他県や遠距離居住者の潜在的な訪問者増加の可能性が伺える。

即ち松濤園は、優秀な観光資源を持っており、多くの潜在的訪問希望者がいるにも関わらず、現実的には、その存在が知られていないということが問題なのである。そして、その実質的な改善策が求められている。

4. 地域文化情報の発信とインターネット導入

これまでの結果からは、地域の持つ優秀な文化資源の情報が、十分に伝わっていない問題が明らかになったと言える。ここでは、その問題の実質的な改善のために、インターネットによる情報発信を考えてみる。

以下では、今までの地域文化遺産に関するインターネットによる認知度調査結果と、図 1 での質問票によるインターネット利用状況調査結果の両方を踏まえ、地域文化情報のインターネット発信による認知度向上と、情報伝達範囲の拡大の可能性について考えてみたい。そして、このような地域文化遺産に関連する情報の伝達や広報における最も効果的な手段として、インターネットによる広報活動の導入を強く勧める一方、その根拠を明確にしたい。

（1）広報の現状

これまで、地方のそれほど有名でない地域文化遺産に関連する情報発信と、観光地の広報は、主にパンフレットや広報物などの媒体に依存せざるを得ない状況であった。その理由としては、これらの観光地では、経済的な事情から、莫大な費用

を要するテレビ放送や有名雑誌などでの広報活動ができない点にあるだろう。しかし最近では、コスト面で比較的安価な広報活動ができるインターネットを利用した広報が行われるようになった。その一例としては、ホームページを開設し、そこで広報を行う方法があり、多くの地域が取り組んでいる。情報化の飛躍的な進展により、インターネットを利用した広報・情報伝達の方法は、ますます安価で活用しやすくなりつつある。

(2) 情報入手手段としてのインターネット

インターネットによる広報活動を最優先すべきと考える根拠の一つとして、現在の全世代におけるインターネット利用率の高さをあげることができ。

前述の図1のように、現在の生活におけるインターネット利用は、年齢を問わず、一般化されつつある。また、このような傾向は、今回のアンケート調査において、「韓国に関する情報を得る手段」を聞いた設問、図20、図21のような結果

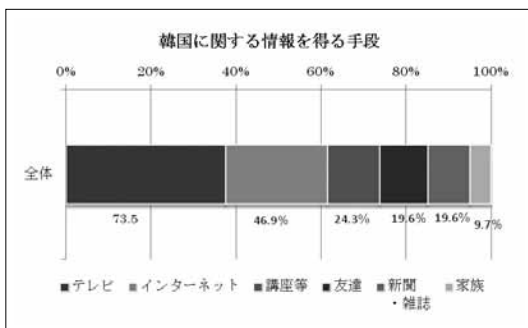


図20

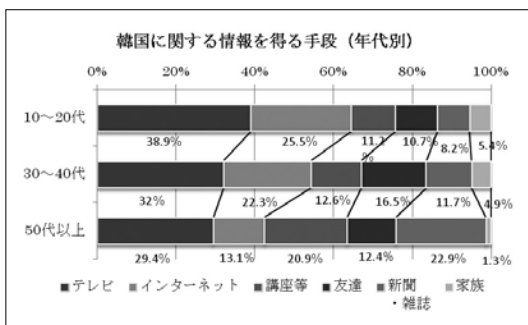


図21

からも伺える。

図20の全体を見ると、最も情報を得る手段として多かった答えは、テレビ（73.5%）で、2番目にインターネット（46.9%）が続いている。

次に、図21のように、年代別にみると、50代以上においては、予想通りインターネットがやや低めの順位（4位）となっているが、4位として取り上げられているという事実だけでも、昨今の情報化の進展が実感できる。

また、テレビから韓国の情報を得る人の割合が多かったことは、最近の日本での韓流ブームによる影響も考えられる。例えば、地上波における韓国ドラマの放送や、韓国音楽の流行、韓国関連情報番組の増加に伴い、情報入手手段として、テレビが大きな役割を果たしていると言える。そして、同様にインターネットを利用して、様々な情報を自発的に入手する人が増加しているとも考えられる。

次に、「朝鮮通信使」に対する認知と韓流ブームとの関連性について考えてみる。

2011年にNHKにおいて大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」が放送され、その話の中で、わずかではあるが「朝鮮通信使」が登場した。

これに関連した設問として、この大河ドラマを見ているか否かでの朝鮮通信使の認知度を見てみた。すると、図22のように、大河ドラマを見ている人の方が、約10%程度認知度が高いという結果となった。しかし、その差がわずかであったことから、朝鮮通信使に対する関心が高まっているわけではなく、テレビ番組から得られた情報の

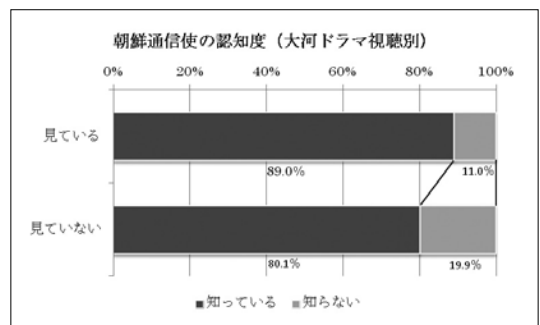


図22

一つとして認知されたと考えられる。

なお、図 23 では、韓国を訪れたことがあるか否かで朝鮮通信使の認知度を見てみたが、関連性は見受けられなかった。

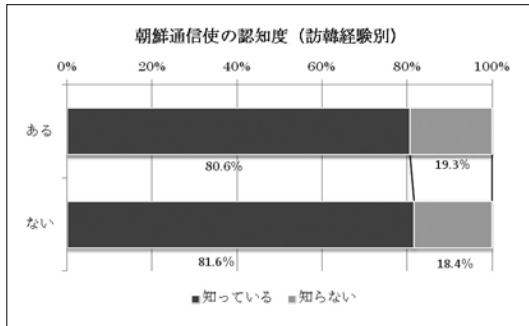


図 23

これらのことから、朝鮮通信使に関する認知度は、韓流ブームや韓国に対して興味を持っているか否かとはい、少し異なることと思われる。

情報に対する認知は、テレビなどの従来のマスメディアによって強く影響されることに変わりはないが、情報を自発的に得る手段としてのインターネットの活用度が高まっていることに注目すべきである。そして、このことは、質問票による調査とは別途に実施した、インターネットによる調査においてさらに明らかとなった (図 24)。

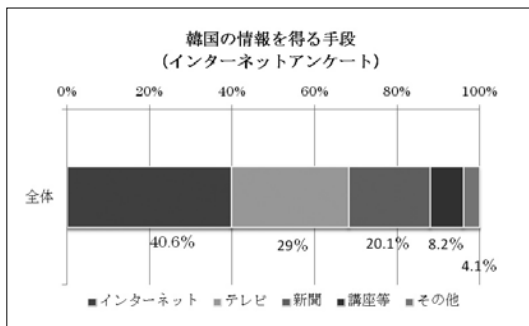


図 24

また、図 25 のように、インターネットユーザーにおいては、質問票による調査結果 (図 21) とは大きく違って、年齢を問わず、全ての年代でインターネットが 1 位を占めていることに注目した

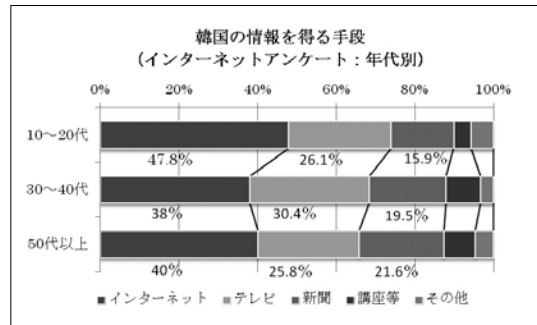


図 25

い。

これまでの結果を考慮すると、インターネットによる広報は、重要視すべき広報活動方法であり、今後、最も優先すべきメインの伝達・広報手段へと転換していくべきであろう。

しかし、このようなインターネットによる情報発信にも、考慮すべき重要な点がある。これまで、インターネットによる広報は、一般的には、従来の媒体物や広報活動と並行して推進されている現状であり、あくまでも補助的な役割を果たしている側面が強かった。それ故、ホームページを作成するだけで、その効果は検証されず、実質的な改善を続けていくまでには及んでいないケースが多い。この点については、本稿の後半において、具体的な若干の提案を行いたい。

5. 新しい地域文化資源の発掘と情報発信

これまで、呉市の朝鮮通信使に関連する文化的遺産として「松濤園」を取り上げ、より効果的な地域文化遺産の情報伝達と広報の手段について模索してきたが、ここでは、呉地域においてのその他の地域文化遺産の発掘と具体的な情報発信について考えてみたい。

(1) 遣唐使関連文化遺産の再評価

呉市には松濤園の他にも多くの歴史的遺産がある。その一つとして、倉橋島にある「長門の造船歴史館」があげられる。倉橋島は、遣唐使ゆかりの地で、その昔、遣唐使船が建造された場所であ

る。遣唐使は、小学校の教科書にも登場するほどの有名な史実であり、高い認知度が期待できる。

質問票によるアンケート調査の結果（図 26、図 27）でも、「遣唐使」については、極めて高い認知度（89.1%）を示している。しかし、図 28 のように、倉橋島の「長門の造船歴史館」について 80%が「聞いたことがない」と答えており、その認知度は極めて低い。以上のことから見て、「長門の造船歴史館」も前述の松壽園の「御馳走一番館」と同様に今後、呉市において期待できる文化的遺産の一つと言えるだろう。

地方にある文化資源の掘り起こしは、地域観光資源開発の原点であり、その地域が持つ最も魅力的な商品となりうる。そして、現在、あらゆる地域における地域の「宝探し」⁹に象徴されるように、「地域観光資源の再発見」が地域観光振興のキーワードとなっている。

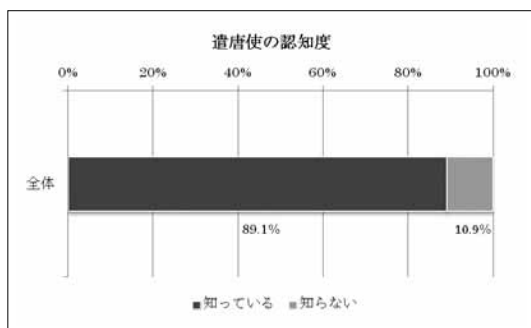


図 26

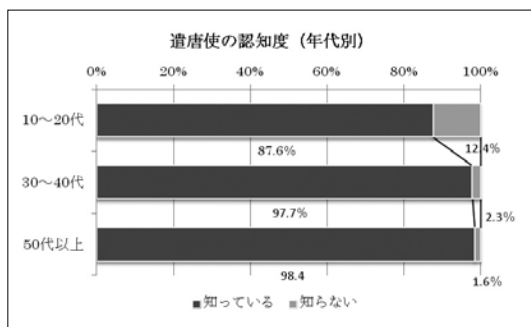


図 27

このように、地域に点在する文化的遺産は、その関連情報の適切な加工と発信によって、地域観光振興への実質的な貢献と地域活性化に結び付く大きな可能性を秘めている。

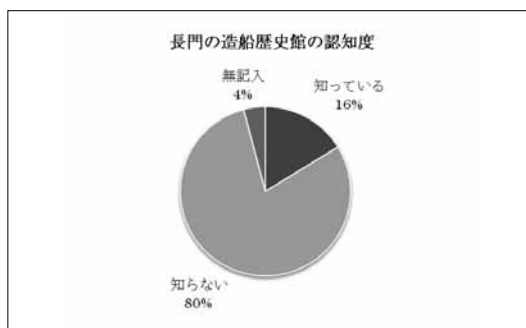


図 28

（2）地域文化遺産情報の発信内容と対象者

ここでは、地方で新しく発掘した観光資源や、これまで有名ではなかった地域文化遺産の情報を発信・広報する際に、どのような内容や手段に特化し、どのような対象者に差別化された情報の伝達を試みるべきかについて考えてみたい。

1) 情報伝達対象者の特定

まず、今回の調査結果から、インターネットによる情報発信が、全年齢層に効果的な情報伝達の手段になり得ることが確認できた。下蒲刈町においては、すでに朝鮮通信使に関してその歴史的背景を認知している全国の人々へ、下蒲刈町の朝鮮通信使関連施設や観光情報を提供すれば、最も現実的な効果が期待できると思われる。すなわち、対象者の世代別嗜好にマッチするように、その内容（コンテンツ）を差別化し、提供することが望ましい。

また、伝達手段の差別化について少し具体的に考えてみると、インターネットでの人とのコミュニケーションに慣れている若い世代への情報伝達は、一方的な情報伝達ではなく、SNSなどを利用した情報伝達方法を用いるべきである。即ち、情報の共有の和が広がり、「口伝（口コミ）」効果が期待できる方法などが検討されるべきである。

そして、今回の調査でも確認できたように、年齢が高くなるほど従来のメディア、特にテレビのような視覚的な情報が効果的である点を重視する必要がある。すなわち、インターネットによる情報発信においても、文字情報のみならず、画像や動画などの映像を重視した情報コンテンツの発信がより必要であると考えられる。そして、このようなことは、近年注目されている情報通信技術（ICT¹⁰）を活用する観光 ICT 化促進プログラム¹¹からも、その重要性が伺える。

2) 発信情報における内容の特化

地域にある様々な観光地や文化遺産に関する情報を発信するとき、その対象者への配慮のみならず、発信内容についても工夫すべきである。

図 29 では、呉市下蒲刈町の松濤園と蘭島閣美術館への入館者数の推移を表している。図でのように、設立後、各施設への来館者は、年間 1 万人程度であったが、2000 年には、各施設への来館者が大きく増加した。

このことは、2000 年に開通し、本土と下蒲刈島を陸路で結んだ安芸灘大橋の効果と思われる。また、2005 年にも一時的な各施設への来館者数の増加が表れているが、これは、同年、呉市の中心部に開館した大和ミュージアムの効果であると考えられる。勿論、このような増加は、当地へのアクセスの改善や近隣地域での新たな観光施設のオープンによる波及効果と考えられる。

しかし、ここで注目したいことは、2000 年の安芸灘大橋開通の後には、朝鮮通信使に関連する資料が展示された朝鮮通信使資料館を含む松濤園への入館者数が、蘭島閣美術館への入館者数のほぼ 2 倍の規模になっていることである。

そして、このような 2 つの施設の入館者数において格差が生じた理由としては、次のようなことが考えられる。即ち、交通アクセスの改善により、遠方からの来客が増えたことである。しかも遠方からの来客であるほど、美術館よりも朝鮮通信使資料館により高い興味を示しており、これが格差となって表れたのである。

蘭島閣美術館は、日本式建築物と日本の有名画家作品の展示が魅力ではあるが、日本国内の観光においては、差別化された競争力があるとは言い難い。一方、朝鮮通信使資料館には、松濤園の朝鮮通信使を紹介するコーナーが大変良く整備されており、その資料の多様性と充実した再現内容が、全国を見てもこれに勝るものはないと言われてるほどである。この点からも、下蒲刈町の朝鮮通信使関連遺産は、当地域の最も重要な観光資源として、その価値が再評価されるべきである。

以下では、下蒲刈町としての観光情報発信の内容について考えてみる。

現在、下蒲刈町の主な文化施設や観光施設に関する情報は、これらの施設を管理している蘭島文化振興財団のホームページで詳しく紹介されている。このホームページを見てみると、町内の文化施設や観光施設が網羅され、大変見やすくなっている。そして、現在のホームページでの紹介は、どの施設も情報量としては、ほぼ同じように紹介されている。

しかし、図 29 での各施設ごとの来館者数の格差を考慮する場合、朝鮮通信使関連の資料館を、他の施設よりも、もっと前面に出して、目立たせるべきである。



図 29 蘭島閣美術館と松濤園の入館者数の推移

すなわち、全体のバランスよりも、情報の受け側が求めている情報や差別化された印象深い特徴を与えるためには、政策的に朝鮮通信使資料館を重点的にアピールする内容を考慮すべきである。

また、財団では、これまで朝鮮通信使関連の書籍や資料などを数多く発行している。このような書籍や資料に関する情報の積極的な発信や訪問者への対応も、新たな訪問客の拡大に繋がると考えられる。この点においても、前述した ICT 化と共に、SNS の導入と活用が効果的であると考えられる。

3) 発信情報のストーリーテリング

近年では、日本国内のみならず、世界各地域において、各地方の歴史的文化遺産を世界遺産に登録することを競い合っている現状である。

それぞれの地域にある、地域文化遺産の活用という側面から、世界遺産への登録が、国際的な競争力を生み、地域への莫大な経済効果を生み出すと期待されていることは明らかである。

現在、地域の重要な文化財や有名な観光資源に、より高い付加価値を付け加える手法として、一般的にストーリー化（ストーリーテリング¹²⁾）という手法が用いられている。例えばそれは、関西広域連合が推進している「関西観光・文化振興計画¹³⁾」や、広島県が推進している「瀬戸内 海の道構想¹⁴⁾」からもこの手法が伺える。

このように、地域の魅力づくりにおいては、観光客を呼び込むためのテーマを明確にすることと同時に、ストーリー化を組み合わせることが大変重要な要素と認識されつつある。そして、世界的にも、地域観光振興策として、各地域の独創的なブランドとイメージ作りのための地域のストーリー化（地域に伝わる物語や伝説の具体化）が広く取り入れられている。最近、流行となっている地方のキャラクター作りやご当地ブームからも、その傾向が伺える。

ここで、従来から企業の経営や広報の手段としてよく用いられているストーリーテリング

(Storytelling) を観光情報の発信に置き換えてみる。そうすると、地域の歴史文化遺産の情報を発信する際には、伝えたい言葉（内容）をただの情報の羅列（従来の文字や画像のみの情報）ではなく、このストーリーテリングの手法を用いて、情報を受ける側（将来の観光客）の心に響き、記憶に残り、そして訪問の意欲を高めるような、個人的なストーリー（物語り）、即ち「地域の物語」にすべきであることが分かる。

以上のようなことから、地域における新しい観光コンテンツの開発には、その地域の歴史的文化的遺産のストーリーテリング（ストーリー化すること）が最も重要な要素と言える。

6. おわりに

本稿では、主に広島県呉市の下蒲刈島に関する歴史的な事実と「朝鮮通信使資料館」をとりあげて、地域文化情報のインターネット発信による地域観光活性化の可能性を模索してみた。そして、地域文化遺産に対する認知度調査を行い、その結果と現状を中心に考察を行った。

調査結果から得られた特徴や問題点、及び提案は、これまで述べたとおりであるが、ここではまず、情報伝達における手段として、インターネットをより積極的に導入すべき根拠や期待・効果についてまとめ、そして今後の対応について提案したい。

(1) 現代において、一般的に風化されていると思われる歴史的文化的コンテンツに関する潜在的な需要は大きい。

①朝鮮通信使は、過去の歴史的事実だが、知っている人も多い。

②性別や年齢を問わず、幅広い人々が、下蒲刈島の朝鮮通信使資料館に興味を示しており、実際の訪問者の満足度も高い。

(2) インターネットによる情報伝達が地域文化情報伝達における最も効果的な手段である。

①コストの節約：現在運用しているホームページを活用し、内容に工夫を加えるだけで簡単に対応でき、効果が期待できる。

②時間的、空間的障壁が克服でき、最大の市場への広報が可能である。：地域・国を超えて、松濤園の情報を朝鮮通信使に興味を持つ人へ届けることができ、遠距離の潜在的来訪客へのアピールが可能となる。

③関連分野との相乗効果が期待できる：知識サイトとのリンク、関連商品の開発、関連分野のみならず、異種分野とのコラボレーションなど、広い経済効果が見込める。例えば、日本における最近の歴史ブームや韓流ブームなどとの相乗効果が期待でき、既存のコンテンツと明確なイメージにより、関連グッズの開発が容易である。

これらのことから、下蒲刈島の朝鮮通信使関連の歴史的遺産は、その価値の再評価が行われるべきである。そして、より効果的な情報伝達手段と考えられるインターネット活用し、その文化遺産情報を積極的に発信することが、地域観光の活性化に最も実質的な効果をもたらすと考えられる。

そして、発信する情報の内容と情報受け入れ対象についての工夫が急がれる。即ち、対象者の年齢や情報入手環境等を考慮した差別化された情報の発信が必要である。更に、最も重要な要素として、地域の特色を強くイメージ化できるようなストーリーテリング手法の積極的な導入を提案したい。

平成 24 年から NHK の大河ドラマとして「平清盛」が放送される。平清盛ゆかりの地である広島地域や呉地域においても、その波及効果を狙い、それぞれの地域において関連施設の整備や設置を計画している。平清盛のゆかりの地としての呉市のイメージは、まさにストーリーテリング手法の一例と言える。同様に、呉市の倉橋島にある「長門の造船歴史館」も清盛と関連付けることができ、上手くストーリー化ができれば、観光振興効果が

期待できるのではないだろうか。

これまであげた場所の他にも、呉地域には、探せばまだまだ沢山の文化遺産があるだろう。地域活性化の為には、前述した「宝探し」のように、地域に潜在する文化遺産に対する積極的な発掘と効果的な発信が急がれる。

「昔ばなしが金になる」と言われるように、郷土に伝わる神話や伝説、民話などの物語が地域観光振興のカギとなっている時代なのである。

謝 辞

本論文での調査において、ご協力いただいた対象者の皆様と、蘭島文化振興財団の関係者の方々に感謝します。

注

- 1 詳しい内容は、(http://www.bunka.go.jp/bunkazai/shinko_kasseika/index.html) 文化庁ホームページの「文化遺産を活かした地域振興・地域活性化事業」を参照されたい
- 2 ユネスコ総会(1968)の定義によると、「文化遺産」は、すでに確定されたものと予定された建築的考古学的歴史的場所や構造物のみならず、芸術的、若しくは、歴史的に重要な場所、構造物はもちろん、予定されていない、若しくは分類がなされていない過去の痕跡までも含む。
- 3 詳しくは、内閣府ホームページの資料 (<http://www8.cao.go.jp/survey/h21/h21-bunka/index.html>) を参照されたい。
- 4 松濤園の中には「御馳走一番館」以外にも「陶磁器館」「あかりの館」「蒲刈島御番所」があるが、本稿では、最も特徴的な「御馳走一番館」を松濤園の主たる施設とみなし、考察する。
- 5 江戸時代に新将軍の就任のお祝いなどのために朝鮮から日本に送られた使節団のこと。朝鮮からの通信使は、室町時代からの始まりで、江戸時代まで行われていた(韓国では高麗王朝、

朝鮮王朝時代にあたる)。しかし、江戸期に派遣された通信使を特に朝鮮通信使と通称している。

- 6 朝鮮通信使の往来は、下蒲刈島に広島藩の役人 700-800 人が島に駐在し、接待などの準備で近隣から 500 人を超える人々が集まり、これに通信使 500 人、同行してきた対馬藩の警固 500 人を加えると、総勢 2000 人を超える人がこの島に集まる大イベントであった。(柴村敬次郎, 1977)

- 7 「よく知っている (9%)」, 「少しは知っている (32%)」, 「聞いたことはある (40%)」の答えの合計

- 8 「よく知っている (11%)」, 「少しは知っている (17%)」, 「聞いたことはある (22%)」の答えの合計

- 9 山口一美・椎野信雄 (2010) p176 では、有形・無形にとらわれず、今日ある「まち」を作り上げてきた文化の源を根本から見つめ直してみようとする活動を「宝探し」と呼ぶ。目の前にあるものからまちをさがす「あるものさがし」に対し、見えないものまでをとらえるのが「宝探し」である。

- 10 ICT (Information and Communication Technology) とは、情報・通信に関連する技術一般の総称。従来の IT に代わる表現として、IT に情報の共有化という意味が強化されたと考えられる。総務省でも 2005 以来、ICT 政策大綱と改称されている。

- 11 2010 年観光庁の ICT を利用した情報のリアルタイムの入手、共有、発信、蓄積、解析、活用などを容易にし、利便性を向上させ、観光産業の促進を図るプログラムのこと。「観光 ICT 化促進プログラム」観光庁ホームページ (<http://www.mlit.go.jp/common/000132697.pdf>) を参照されたい

- 12 様々な意味で用いられてはいるが、ここでは、「コンセプトや思いを、それらを想起させる物語を通して伝える。語り手の体験や身近な出来事をベースに物語を作ると、より効果的に聞き手の心に響かせやすくなる」(日経情報ストラテジー 2008.9) という意味で用いている。

- 13 関西を魅力ある観光圏としていくため、関西が一体となって戦略的に取り組むべき重要分野、事業、目標などを定めており、その中でテーマとストーリーのある広域観光ルートを提案している。(http://www.kouiki-kansai.jp/contents.php?id=39)

- 14 広島県において、2010 年から推進されている事業。広島県圏域である瀬戸内海の地域資源の再評価等による魅力ある広域観光ルートづくりのための構想で、瀬戸内の魅力を発揮する資源や人材を結ぶストーリーを描き、世界に発信して、瀬戸内海の認知度とブランド力を高めて国内外からの観光客の増大を目指している。また、朝鮮通信使に関連する町としての下蒲刈町も含まれている。(http://www.pref.hiroshima.lg.jp/category/1289798025654/index.html)

参考文献

- 1) 柴村敬次郎, 朝鮮通信使と蒲刈, 1977, 下蒲刈町
- 2) 野澤伸平, 広島県の歴史散歩, 2009, 山川出版社
- 3) 山口一美・椎野信雄, はじめての国際観光学, 2010, 創成社
- 4) 吉本哲郎, 地元学をはじめよう, 2008, 岩波ジュニア文庫
- 5) 観光庁, 観光白書 (H23 年度版), 2011, 国土交通省観光庁