

韓国と日本における「文化」を利用した地域活性化政策に関する研究

論文審査の結果の要旨

上記の論文は、韓国と日本における「文化」、特に祭りを利用した地域活性化政策について、その経済効果をめぐる問題と祭りの性格の変化をめぐる社会・文化的問題を、文化地理学における「場所マーケティング」の視点から分析しようとしたものである。

序論では、1970年代以降の世界規模での産業構造の転換や技術革新を背景として、さまざまな文化が観光資源として評価されるようになった過程を概観したうえで、文化や場所の変容過程とその社会関係に着目する現代文化地理学の問題設定について論じている。

第I章では、「場所マーケティング」論の研究動向を検討して、本論文の研究視点を提示している。そこでは、従来の研究の問題点を指摘して、地域活性化政策を行政のみならず、地域住民や観光客など多面的な視点から評価するためには、経済効果に関する分析と祭りと場所のアイデンティティに関する分析をできるだけ関連づけて論じることの重要性を主張している。

第II章は、韓国と日本の九州地方における近年の祭りの開催状況とテーマ、経済状況、地域分布の特徴などを概観したもので、基幹産業に乏しく財政的にも厳しい「周辺地域」において、祭りによる地域活性化の試みが活発であることなど、両国における地域社会と祭りの状況を論じている。

第III章では、韓国春川市の「春川マイム祭り」を事例として、民間の芸術団体によって運営されてきた芸術色の強い祭りが、行政の地域活性化政策に組み込まれることで被った変化を、主催団体、行政、地域住民の関係に着目して検討している。春川市役所が新たな場所イメージの構築と経済効果を期待して、マイム祭りの観光化を推進しているのに対して、主催団体は行政に部分的に協力して観光客向けの行事を導入しながらも、マイム祭りを地域社会に定着させるための試みを実践することによって、自らの芸術性の維持に努めていることを明らかにしている。

第IV章では、韓国江陵市の「江陵端午祭」を事例として、ユネスコの「人類の口承及び無形遺産の傑作の宣言」への登録をきっかけにして、1,000年余の歴史を有する祭りに対する地域住民の評価がどのように変化したかを検討している。住民は、傑作の宣言への登録を通じて端午祭を再評価し、従来よりも積極的に祭りに参加する一方、観光化のもたらす「出店」の混乱状態に不満を募らせているなど、祭りの観光化が地域社会に相反する影響を及ぼしていることを明らかにしている。

第V章では、長崎県の「対馬アリラン祭」について、厳原町(対馬市)が地元の祭りを韓国社会への宣伝に利用するようになった過程を論じている。行政と主催団体が、地域住民の感情に配慮しながら、祭りを韓国人向けの内容と名称に変更してきたことによって、韓国での対馬の知名度の向上と韓国人観光客の増加につながったことを明らかにしている。結論では、本研究において得られた知見をまとめたうえで、祭りを利用した場所マーケティングの課題を整理している。

本論文は、韓国と日本におけるフィールド調査に基づき、異なったタイプの祭りが地域活性化政策に利用されることによって生じた経済的かつ文化的な諸問題を、二つの文化の類似点や差異にも注目しつつ、実証的に明らかにした。経済と文化の複雑な関係について、検討の余地は残されているもの、この成果は、祭りにとどまらず多様な文化資源が地域活性化に利用されている今日の状況において、地域住民のための地域活性化政策のあり方を考えるうえで、重要な意義を有する。

以上のことから、本調査委員会は、本論文の提出者が博士(文学)の学位を授与されるにふさわしいと認めるものである。