

地域観光資源に向けられるまなざしの変化と教育機関の役割

— 観光地「函館」における高等学校の取り組みを事例として —

Changes in tourist gaze that is directed to the local tourism resources
and the role of educational institutions

—A Case Study of High School Initiatives tourist destination
in the "Hakodate"—

森 雅人 難波 繁之

MORI Masato NANBA Shigeyuki

In recent years, attention has been paid to sustainable tourism. In high school and university has been practicing tourism education, there is a need for efforts to achieve this. In high school, it is necessary to operate the characteristic elective subject and comprehensive school hours.

In this paper, we organize the tourism education based on the intellectual framework of the "theory of new tourist gaze", have been made in high school. Furthermore, in case the "Hakodate" tourist destination, discussed the efforts of tourism education.

はじめに

近年、マス・ツーリズムの進展が社会に与える正負のインパクトが指摘され、持続可能な観光（sustainable tourism）に注目が集まっている。観光教育を実践している高等学校や大学においても、その実現に向けた取り組みが求められている。持続可能な観光を観光教育の目指すべき方向と措定した場合、課題となるのが観光関連産業に従事する人材育成に特化した旧来型の教育課程の再検討である。なぜなら持続可能な観光を実現するためには、観光関連産業のみならずホスト-ゲストを含むあらゆる観光関係者の連携が不可欠だからである。

新たな観光の潮流を踏まえた教育目標の設定は、とりわけ大学における観光研究において重要視されてきた。他方、高等学校においても「総合的な学習の時間や特色ある選択科目」を運営する必要から大学や企業の教育担当者とも連携して観光の発展を教育面から支え、持続可能な観光に寄与しようとする問題意識も高まっている。宍戸は「新たな観光形態が求められる時代には、観光者の知識・経験・価値観は多様化し、観光事業への人材育成を主眼とする従来型の教育のみでは十分でない」として、「観光者の行動の多様性に対応できる事業者の育成」と「観光者自身が観光の発展に寄与できるように学ぶこと」が新たな命題になると述べている（宍戸 2005）。宍戸の問題提起は、観光の主体（観光者）と観光の客体（観光資源+観光施設（含サービス）の双方の立場から、人材育成や主体的学びの重要性を指摘したものである。

移動手段や情報のような観光媒体について宍戸は直接言及していないが、観光媒体は観光の大衆化を促す機能を果たし、観光地のイメージ形成にも影響力を持っている。ジョン・アーリーによれば、近代産業社会における交通手段やメディアの発達が生産中心主義を生み出し、観光者は観光地との空間的断絶を経験することになった（アーリー 1995）。それゆえ観光地は一方的に消費の対象として生産される場所になったのである。

アーリーの観光まなざし論は、フーコーの医学的まなざしに倣って提出された概念だが、観光現象を捉える知的戦略としては不備であると指摘されている。観光まなざし論の限界を検討した安村は、新・観光まなざし論を提出して観光まなざし論の再構築化を図っている（安村 2004）。新・観光まなざし論では、主体を観光専門家、客体を観光対象に指定し、観光専門家による知的まなざしに焦点をあてる。この観光専門家による知的まなざしは、現代社会においてはモダンからポストモダンという時代背景から生み出された持続可能な観光の本質解明に向かわせる。

アーリーの観光まなざし論は、観光人類学、観光社会学、観光民俗学、観光地理学等の分野でも援用され、その影響力は看過できない。しかし、論理的探究の構成概念として、あまりに無批判に使われてきたのではなかったか。筆者は、フーコーの言説に倣って観光まなざし論を展開する場合には、安村の指摘にあるように、まなざしの主体を観光専門家に限定し、アーリーの観光まなざし論は別途再構築すべきと考えている。その上で学問としての観光がいかなる社会的歴史的構造の条件下で誕生したのかという観光のまなざし論の知的戦略が指定されなければならないであろう（フーコー 2011）。

その前提となるのは、社会現象としてグローバルに拡大している観光の規模や影響に配慮して観光の本質に迫ることだが、本論文において拙筆を尽くすことができない。そこで以下では、安村が提供している新・観光まなざし論の知的枠組みを踏まえて、まずは高等学校の観光教育で扱われている観光まなざし論に関連する内容を整理する。次に、まなざされる対象としての観光地「函館」を事例に、観光の専門教育を展開する高等学校のまなざし形成に関する取り組みについて論じたい。

1 観光のまなざしに関する取り組み

1-1 ポストモダンの空間認識

観光教育が新たな方向性を探究する上では、ポストモダ的な空間認識への理解が不可欠である。例えば、かつて貨物の荷揚げを行う水路として機能していた小樽運河は、その歴史的使命を終え、いまや近代化遺産、産業遺産として観光による再活用が行われている。煉瓦や札幌軟石で造られた倉庫群、ガス灯、散策路の整備、小樽雪あかりの路などのイベントをはじめ、運河周辺の商業施設、宿泊施設までもロマンチックな小樽を演出する装置として機能している。後述する函館においても、幕末を象徴する五稜郭や奉行所等のモニュメント、西部地区の異国情緒を

感じさせる街並み、函館港に林立する煉瓦造り倉庫等の函館という記号群は、北海道内の他の都市と差別化された空間を強烈に演出している。このような観光都市としての空間創出を理解・解釈することは観光専門家にとって課題となるべきだが、秋山は「近代社会がポストモダン社会へと移行していくにつれて、観光研究や観光教育における学問領域もポストモダン観光へと分野をスライドし、拡大する必要があったが、この領域における観光研究は社会の広がりほどには広がりを見せていない。観光教育も同様で、近代観光に関する教育の範疇を抜け出せていないのが現状である」(秋山 2008)と述べ、観光教育が新たな観光に対応し切れていない現況を指摘している。

観光にとって、小樽や函館で保存された運河や倉庫群をはじめとする建造物が、かつてどのように利用されていたのかという本物性 (authenticity) はあまり問題にならない。もちろん遺産的価値が付与されなければ観光資源としての価値は下がるだろうが、外観を保存しつつ新たな観光対象としての意味が付与されたことが重要であり、そこに非日常的楽しみを誘発する効果がある。こうした観光の新たな潮流を踏まえて観光教育を展開している高等学校においては、職業教育としての観光教育が普通教科との関連性を強めて多様化していくという傾向が見取れるものの、「教育委員会や新たに観光教育に取り組む教員達の多くは、依然として観光を『物見遊山』と捉え、観光教育は観光産業への人材育成を行うための職業教育であると考える傾向が強い」(宍戸 2008)。全国の観光系高等学校における観光教育の現状を調査した宍戸は、観光教育は人間的成長を促すという点においては、その役割を十分に果たしているが、地域貢献、就職、大学進学、生徒募集等は期待値の半数程度と指摘する。端的に言えば、修学旅行のような観光教育は人間的成長に貢献しているが、「観光を支える人材育成とその発展のための観光教育」への取り組みは不十分ということであろう。

1-2 高等学校等の取り組み

現代社会は多種多様なモノ（記号）が消費される時代であり、観光地においては日常生活空間までもが観光対象化している。ポストモダン観光に関する実践例も増えており、高校生による新たな観光プログラムは社会的にも認知されはじめている。例えば、2010年に開催された「高校生によるプレゼンテーションコンテスト」（札幌国際大学）において、北海道函館商業高等学校は「北の戦跡めぐりー戊辰戦争から太平洋戦争までの戦跡をめぐり平和を考えるー」を企画し、食、夜景、碑石、寺院、自然、商店等を組み合わせて物語性を創出しつつ、高校生がガイドするというユニークな提案をしている。いわゆる路上観察学をベースにした街歩き観光と言える内容である。同様に、第2回観光甲子園（神戸夙川学院大学）に出場した山形県立置賜農業高等学校は、下駄の上の卵をモチーフに小松のまち歩きツアーの企画・提案している。福岡県の柳川高等学校では城跡、庭園、漁港、寺社に体験を加えた「柳川観光提言」を行うなど、街歩きの類例は多い。むしろ観光教育に携わる専門家の理論（例えば、社会記号論的解読）が追いついていないのが現状ではないだろうか。

新しい観光スタイルを意識した実践が増える中で、一部ではあるが普通教科からの理論的な研究が行われている。須本は社会科教育の中で「伝統・文化」を取り上げ、新たな提言を行っている（須本 2010）。その中で須本は、地域に残る文化遺産を扱った2つの事例を紹介し、「地域に残る伝統・文化を教材化し授業の中で取り扱っても取り上げ方次第で形成される態度への捉え方は異なる」と評価した上で、観光を通して伝統・文化を再評価する効果に言及している。須本は訪日外国人観光客のまなざしを借りて、地域の伝統・文化資源を再評価しつつ、学校と家庭・地域との連携や計画的・系統的な指導の重要性を説いている。観光や旅を

含めた世界規模での移動を抜きに語れない現代社会においては、観光は現代社会の特徴そのものである(安村他 2011)。誤解を恐れずに言えば、もはや観光教育という枠組みの中で観光を論じる時代ではないのかもしれない。

岩田の論考は、小学校中学年を対象とした社会科教育における観光パンフレットの活用について論じている(岩田 2008)。視覚メディアである観光パンフレットを地域学習用としての利用可能性を問うことで、社会科教諭としてのまなざしが向けられる。この研究が秀逸なのは、パンフレットに掲載されている写真等の情報を量的尺度だけで分析するのではなく、掲載されている内容に加えて、型やサイズ等の形態面からも検討を加えていることである。写真1枚取ってみても、その大きさや枚数等によって観光地のイメージが変わってくるから、観光パンフレットは制作者がどのような社会的コンテキストと関わりを持たせようとしたのかを読み取る媒体になる。岩田が使用したのは京都の観光パンフレットであるが、地域学習用として選択的に採用するまなざしは、「社会科副読本」に準拠したテキストである。このテキストを小学校中学年の地理学習で活用するためには、「主な地名、自宅や学校や公共施設の位置、公共交通機関の位置」、「観光資源、とりわけ社寺や文化財の分布」、「警官、社寺、祭・伝統行事、伝統産業などに関する解説や写真」の3点が有効と述べている。

持続可能な観光に貢献する人材を育成する上で、総合的な学習の時間は意味のある学習機会を提供している。橋本は修学旅行の事前・事後の学習に総合的な学習の時間を活用していくことで「国際理解教育の観点から見た海外修学旅行の成果を一層引き出す取組が考えられる」と述べている(橋本 2005)。その学習指導計画案によると、中国人講師の講話、日中関係を含む中国の訪問先の資料作成、交流活動の計画・準備(事前学習)、修学旅行の状況や成果のまとめと発表(事後学習)から構成され

ており、さらに教育効果を高めるためにホームルームや教科・科目授業との連携を提案している。ただし、事前指導の資料が、どのような方針でテキスト化されるのかまでは言及していない。

藤原は教材開発を目的に総合的な学習の時間を活用してハワイのイメージ分析を行っている（藤原 2003）。その際、ハワイの総合的なイメージ、ハワイと人物、ハワイと歴史・社会・文化、ハワイへの興味関心という項目を設定して量的把握を試みている。ハワイの場合、観光人類学分野からの研究が充実しており、観光地としてのイメージと社会的コンテキストとの関連性が解説されている。観光を通して、オリエンタリズムや新植民地主義を学ぶための歴史教材にもなる。

1-3 観光専門家のまなざし

安村は観光まなざし論の再構築にあたって、①まなざしの“主体—客体”，②ある時代の政治，経済，社会の歴史的条件を，ある基準でまなざしの構成と結びつける“知的戦略”，そして③その知的戦略から解明される“まなざしの正体”を構成要素としている（安村 2005）。前述のように安村が提案する新・観光まなざし論は、フーコーの医学的まなざしに準拠して、主体＝観光専門家，客体＝観光対象と措定している。本論文では、主体は大学や観光関連産業を含む観光専門家全般ではなく、高等学校等の観光教育に関心を示す教諭及び研究者（本論の観光専門家）に限定しており、観光対象は観光地空間である。

本論文の観光専門家のまなざしによる知的戦略は、観光に関わる幾つかの教育課程と結びついている。第1に「観光甲子園」（事務局は神戸夙川学院大学）等のコンテストと結びついている。このコンテストは観光庁が後援していることもあって、主として観光教育を行う全国の高等学校から参加があり、観光分野では最も規模が大きい（表1）。同実行委員会のホームページには、高校生の「おもしろい」「そうだったんだ」とい

う感動と発見をもとに地域の自然や歴史、文化を再発見すると方向性が記されているが、参加資格は全国の高等学校であって、観光科や観光に関するコースを設置していることは条件になっていない。高校生の感性で地域を見つめ直すことで、新たな観光戦略（特に商品開発）に繋げる狙いだが、高校生の感性を磨きつつ観光地に与えられたさまざまな意味を社会的文脈で捉え直すことで、新たな学びに繋がる可能性を持っている。

表 1 観光甲子園の規模

開催回・年	応募高等学校数	応募プラン数
第 1 回・2009 年	69	157
第 2 回・2010 年	75	125
第 3 回・2011 年	72	134
第 4 回・2012 年	76	158

第 2 に本論文の観光専門家のまなざしによる知的戦略は、観光対象に関心を示す教育関係者による社会科教育と結びついている。高等学校学習指導要領（平成 21 年 3 月）では、「伝統や文化に関する教育の充実」を掲げている。具体的な改善点は、歴史教育（世界史における日本史の扱い、文化の学習を充実）、宗教に関する学習を充実（地理歴史、公民）、古典、武道、伝統音楽、美術文化、衣食住の歴史や文化に関する学習を充実（国語、保健体育、芸術「音楽」、「美術」、家庭）である。前掲の須本、岩田の論文は教材もしくは副教材の開発を目指すものであるが、体験型教育観光を取り入れることで一層の教育効果が期待できよう。この点で新田の論文は示唆を与える（新田 2007）。新田は体験型教育観光の有益な点として、①五感を総動員して歴史を体感することによって郷土理解に繋がること、②地域の文化活動に携わっている方々と触れ合うこ

とで、学生たちにチャレンジ精神を奮起させることを挙げている。この体験型教育観光は、次の総合的な学習の時間の活用とも関連している。

すなわち、第3には本論文の観光専門家のまなざしによる知的戦略は、総合的な学習の時間と結びついている。高等学校学習指導要領には「横断的・総合的な学習や探究的な学習」が目標に掲げられ、学びの内容には科目横断的な活動特性を伴っている。各高等学校の学習活動は、地域、学校、生徒の特性に応じて選択的に判断され、観光地が学びの対象となるケースもある。修学旅行をビジネスチャンスと捉える地域では、総合学習・体験学習を積極的に受け入れている。例えば、「漁業体験学習」を受け入れている寿都町漁業協同組合では、地元や近隣町村の学校・中学校・高等学校から「海を題材にした総合学習を漁業や漁村の生活を含めて学びたい」という要請が事業を始めたきっかけになったという。漁業体験学習は、地元の漁業者やその家族の理解と協力がなければ実施できない事業だが、植樹活動と漁業との関わり、漁業の付加価値の向上、新規漁業就業の促進など、現在の漁業者が抱える様々な課題について理解が促されよう。

本論文では、観光専門家（主体）を、主として高等学校において観光現象を対象として教育に携わる者とした（図1）。それは必ずしも観光に関する専門課程を開設している高等学校には限らない。また、観光地の空間的認識（客体）を観光のまなざしの対象に措定した。これまで述べてきたように、本論文における観光専門家による知的戦略（観光のまなざしの知的戦略）はコンテスト、社会科教育、総合的な学習の時間などであった。ここで留意したいのは主体・客体のそれぞれが、観光教育（教諭・生徒）と観光地（地域住民―観光者）に関わる社会関係を内包していることである。このことは観光専門家のまなざしを検証する上で、論点の一つに数えられよう。

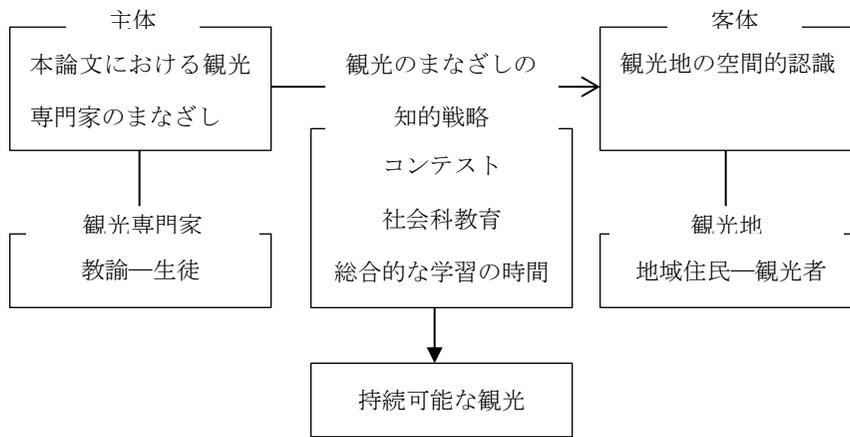


図1 本論文における観光専門家のまなざし

2 観光地「函館」における北海道函館商業高等学校の取り組み

2-1 函館の歴史

(1) 港湾都市としての歴史

歴史上、箱館（現、函館）が「港」として記録に登場するのは18世紀半ばからである。米が採れない蝦夷地では、松前藩は財政基盤を交易に頼っていたので、箱館・松前等を交易港に指定した。本州からの船が、これらの港以外で交易することを禁止し、交易の窓口を限定することによって税金を徴収しやすくする目的であった。

ラックスマンの乗ったエカテリーナ2世号は、箱館に来た最初の外国船である。日本人では、高田屋嘉兵衛が回船問屋「高田屋」を開業した。彼は蝦夷地での交易に大きな可能性を見出して、寛政10（1798）年に箱館に支店を設けた。さらに、1854年3月のペリーの日米和親条約締結や同年5月の箱館来航等、箱館には本州や外国の著名人と結びついた歴史があった。

函館は平成21（2009）年に開港150周年を迎えた。開港の基準は、米・英・仏・蘭・露との修好通商を定めた「安政の5カ国条約」の発効

年である。この条約は鎖国状態にあった日本が、5つの港(函館、新潟、横浜、神戸、長崎)を開港し、それらの港において自由貿易を行うと定めた条約のことである。条約は1859年(安政6年)に発効し、函館港はその年の6月2日に国際貿易港として正式に開港した。

(2) 観光開発の歴史

箱館の湯の川温泉の歴史は、松前藩主九代・高広(幼名 千勝丸)と関わりを持っている。「湯の川温泉の歴史」によると、承応2(1653)年、藩主が重い病気にかかり、治療も薬も効果なく悪化していったが、母の清涼院が「松前城の東にある温泉に行けば、どんな病も治る」という夢告があったという。この温泉こそ、現在の湯の川温泉である。この温泉で千勝丸の病気が治癒したため、翌年になって藩はそのお礼にと薬師堂を再建し、鰯口を奉納した。それ以来、湯の川温泉は北海道屈指の温泉地として現在でも多くの観光客を迎えるようになった。

戦後、函館市では、将来は函館山を「国際的観光地」にしようと街の再建・復興を願って様々なプランを立てていた。その第1歩を標したのが、戦時中の軍用道路を利用した頂上までのドライブウエーであった。

また、全道の他都市に先がけて、昭和27(1952)年には第1回の観光ポスターを制作し、全国の主要な駅や都市に配付して観光客の誘致を図った。全国に向けて発信した観光宣伝の効果も徐々に現れ、昭和29(1954)年に函館で開催された北洋博覧会を経て、翌30年には約10万人の観光客が訪れ、2億円ほどの経済効果があった。

函館にとって画期的だったのは、昭和32(1957)年11月、『週刊読売』が主催して、全国投票によって行われた「新日本百景」である。この投票によって函館山は第1位に選ばれた。このことを契機として、観光開発にも一層弾みがつき、莫大な費用がかかるため頓挫しかかっていた山頂へのケーブルカー敷設計画も急速に具体化してきた。翌33年、市内の政財界のメンバーで構成・出資する函館観光事業株式会社が設立さ

れた。5月にはロープウェー架設工事に着手し、31人乗りのゴンドラを取り付け、11月15日に営業開始にこぎつけた。

このように、函館の歴史には交易のための開港やインフラの整備という一面はあったが、観光都市への発展も古くから涵養されていた。それにも拘わらず、「観光学」として教育分野の歴史は浅い。地域の高等学校や大学で「函館学」たるものが学ばれ、観光教育の初歩である「地域学」がやっと芽吹いたばかりである。

しかし、歴史を紐解くと明治から連綿と続く「地域学」、「グローバルな考え」、「観光学」があった。それは、貿易や流通という商業にとって必要とされた実学であったり、創造的学問であったりしたのかもしれない。幼いながら「観光学」という学問の黎明期に位置づけたい。

2-2 函館商業高等学校の黎明期における外国語学

有数の歴史を誇る箱館では、明治期には日本の三大開港場の一つとなった機運が高まっていた。日本国内をはじめ諸外国からの人・もの・金の流通が盛んになると考えられ、その繁栄を後世に残す意味でも人材の養成が急務となった。

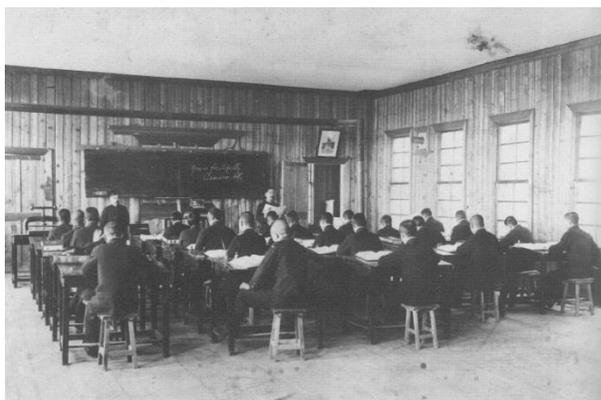
そこで、当時の箱館支庁長が商業高校の設立のために奔走し、幾多の障害はあったが、明治19(1886)年に函館商業学校(昭和25年4月1日に北海道函館商業高等学校と改称)が開校した。函館の高揚した時代に誕生した背景から、函館商業学校は当初から外国語に対する重点的に学ぼうとする指向があり、英語を皮切りに、後にはロシア語も学ぶ環境を整え、外国語に強い函館商業学校生(以下、函商生)を育成することとなった。

(1) 英語教育

「英語に強い函商生」をスローガンに、英語学を始め、英文記帳、外国貿易・為替、外国商業実践、英語マーケティング論等、全授業時数の

28.8%を英語関連科目が占めた。(写真 1)

この英語教育は後に、函商生が海外との交流を促進する時のスキルとなり、函商生が英語教育を通じてグローバルな考えを持つにいたった。函館商業高校の多くの卒業生が、地元の経済の中心的な役割を担うには少し時間がかかるが、卒業生が「函館観光」の担い手になったことは明白な事実である。



輸入英文タイプライター第1号登場

明治39年1月、函商本科3年の教室。神山和雄校長(左)と菅野修蔵先生(担任・商業担当)。神山校長が全国商業学校長会議から帰校するに際して、当時わが国に初めて輸入された2台のタイプライターの1台を買い求められたもの。
板書されている英語は Yours faithfully と Cameron Co.

写真 1 函館商業の英語の授業(明治 39 年)

(出所) 創立 120 周年記念協賛会編：函商創立 120 周年記念写真集

(2) ロシア語教育

函館は開港場という土地柄からも諸外国との交流が盛んであり、人的交流や物的な交流のためにも、英語ばかりではなく、ロシア語やフランス語、中国語等にも精通した人材が必要と言われるようになってきた。函館商業高校では、それらをすべて履修させることはなかったが、当時、特に関係が深かったロシア語の授業が明治 31 (1898) 年から始まった。

授業では 1 年生が 3 単位、2・3 年生が 2 単位を配当され、卒業時には「露語修業証書」が授与された。時代は下って、昭和 16 (1941) 年前後にはフランス語や中国語の第 2 外国語授業や特設講習も行われた。

明治 41 (1908) 年には、ウラジオ見学団がウラジオストックを見学調査した。外国の文化や商品・施設等を見学し、大いに見聞を広める機会となった。また、卒業生には、ロシア語の研究者やロシアとの交易や人的交流を進める会社を設立するものも多く排出した。



函館商業同志會浦潮見学団の出發記念撮影 (公園地ホテル前)

写真 2 ウラジオ見学団 (明治 41 年)

(出所) 創立 120 周年記念協賛会編：函商創立 120 周年記念写真集

2-3 函館商業高校の観光関連学の歩み

観光学という確立した学問を本校で行ったのはここ 2 年ほど前からであるが、観光関連の様々な取り組みは明治時代から行われてきた。観光分野は裾野が広く、ホテルや旅館、運輸業だけが観光産業ではない。観光地には「観光物産館」と呼ばれている地元の特産品を展示販売する施設があるが、函館商業高校でも明治 24 (1891) 年 6 月 1 日に「函館商業学校商品陳列所」を設置し、本道の特産品や海外からの輸入品等を陳列し、広く来場者に供覧させ、函館地域の物産の流れを PR した。おそらく「一村一品運動」のはしりとも言うべきか、見本市のはしりとも言うべきか、地域住民はもちろん、全国から函館を訪れる人々の注目の的と

なった。

このように、函館の街の活性化を願い、観光を含む経済の活性化を願う函商生の気持ちは100年の時を超えて現在にも引き継がれている。

(1) 五稜ヶ丘時代の商品陳列館の落成

昭和4(1929)年10月に完成した「御大典記念 商品陳列館」は元町校舎時代にあった商品陳列館(建物は借り物)とは違い、敷地内に堂々と立つ博物館風のモダンな建物であった(写真3)。目的は元町校舎時代の商品陳列館と同じだが、大規模な陳列館となり、全国の話題となった。

特に、落成記念式典と並行して行われた展覧会及び特産物即売会が大盛況であった。各地の特産物が販売される物産展や地元のレストランやパンの店、菓子店なども協賛し、すべて生徒が企画し、販売されたものであった。全道的にも注目された歴史の一コマである。



昭和5年5月に落成した御大典記念商品陳列館

写真3 御大典記念 商品陳列館(昭和4年)

(出所) 創立百周年記念協賛会編：函商百年史

(2) 同窓生の活躍

五稜ヶ丘校舎時代には様々な先進的教育が行われていたが、昭和6(1931)年の満州事変ごろから様子が変わってきた。そして、昭和9年

には「市内中等学校大演習」との命で、本校生も軍事訓練にかりだされた。その後は、太平洋戦争の真っ直中となり、軍事教練、査閲等が行われ、ビジネス教育や観光教育などからは大きく乖離した。

戦後、教育界は、函館も例外ではなく、教科書を墨で塗りつぶすなど、混乱と不安定な教育が続くことになる。しかし、昭和 30 年代になると、経済白書が「もう戦後ではない」と宣言した通りに函館にも高度成長の兆しが現れる。この時期から、函館商業高校の卒業生（同窓生）らが、函館経済の中心的人物となってきた。昭和 30(1955)年に創業した(株)テーオー小笠原の創業者である小笠原孝氏や函館新聞社会長の小笠原金悦氏は函館経済の立役者であり、函館の発展に大きく寄与した。また、(株)イチマスの創業者である故佐藤博氏は、湯ノ川温泉の振興や函館山ロープウエーの役員を務めた函館観光の振興の立役者である。時代は少々遡るが(株)五島軒の会長をしていた若山徳次郎も、当時はロシア料理が主流あったが、本格フランス料理店やケーキを出すなど、函館を訪れた観光客等に大いに喜ばれた。

話しは現代に戻るが、日本を代表するロックバンド GLAY のボーカルである TERU こと小橋照彦氏は、函館で数々のコンサートを開催するなど、全国から函館に人を呼び、函館の経済や観光に大きく貢献している。

(3) 現在までの観光教育

戦後の混乱から平成 22 (2010) 年まで間、函館商業高校は観光関連教育をしなかったのは事実である。唯一、平成 20 年に函館商業高校の学科改変時に「観光科」創設の協議はされたが実らず、別の学科が創設された。このように、函館商業高校は観光教育には無関心な学校であった。しかし、北海道が推進する「食と観光」の施策の下、教職員の中には観光教育の重要性を認識する者も少ないながらもいた。

平成 23 年に、筆者が函館商業高校に赴任した時は、観光教育に対する認知は皆無であり、観光教育を口にする者もなかった。そこで、着任し

た早々、観光教育に興味のある教員を探したところ、一名だけ名乗りを上げた。それは、細々と実施している科目「課題研究」の中で選択している「HAKOSHOP」というグループであった。

そこで、締め切りが近づいていた「観光甲子園」に応募するように命じ、エントリーシートが神戸夙川学院大学に送付された。惜しくも入賞は逃したが、観光教育への大きな第一歩となった。その後、もう一人の教員が「商業クラブ」を創設して、函館観光の情報を発信したいという申し出があり、1年生8名での活動が開始された。

2-4 函館商業高校での現在の観光教育

現在、本校での観光教育は課題研究の選択者と商業クラブの生徒たちで行っている。当初は自分の住む地域の地理・歴史・産業・交通・特産物等を調査研究して、地域を学ぶ活動であった。次に、ホスピタリティ・マインドを習得する学習になる。顧客や商談相手一人ひとりを大切に思い、相手の立場で考え、相手に満足いただけるように、心を込めて対応できる社会人になる勉強をする。そして、情報化社会で、自分の企画や研究成果を様々な言語で、様々な情報手段を駆使した発信技術を勉強する。また、観光学の基礎を学び、地域に貢献するための企画や開発の実習を行う。

このような学習のあと、最初に手がけたのがスマートフォンの観光案内アプリを利用した「函館観光案内」である。生徒たちが函館の観光地や特色のある商店を取材し、そのコンテンツをアプリにアップロードして、観光客に「高校生から見た函館のおすすめスポット」をテキストと動画で紹介したものである。スマートフォンはGPS機能も付属しているので、お奨めの店舗まで案内してくれるという優れものである。全国でのアクセス数も多く評判になっている。また、地元の観光協会のホームページの一部を借りて、本州からくる見学旅行生向けのコンテンツも

アップしている。取材のほとんどは「iPad」を使い、静止画や動画、現地でのコンテンツ作りに活躍している。

高大連携による観光教育も行っており、科目「課題研究」の選択者が、派遣された4人の大学教員の講義を聞き、専門的な演習とともに、研究の深化の助けとなっている。(図1)

〈ガイドンス・地域学と観光〉											
平成24年6月27日											
観光は、今や、単なる楽しみとしてだけではなく、生活の質の向上や人間的な成長につながるものとしてとらえなければなりません。また、地域の力が問われる時代に、その原動力となる地元に対する愛着をどのように醸成していくのかも重要な課題となっています。このことについて解決の糸口を見つけるために観光の視点は不可欠となっています。主要項目は①観光の積極的な意義②地域と世界が直接つながっている③地元を知ることが観光を学ぶ第一歩。											
〈グローバル教育入門〉											
平成24年8月22日											
はじめて英語圏の外国人と出会った際に必要不可欠な会話・表現を学び、ひとりで海外旅行ができるだけの英語力の基礎となる会話力を身につけます。語学習得に大切なことは、「失敗を恐れないこと」「意思を伝えようとすること」「何度も声に出して習得すること」です。主要項目は、①今までに学んだ基礎的な会話やフレーズを声に出して復習する②友人とロールプレー方式で実践する③音読の習慣を徹底的に身につける。											
〈ビジネスマナー〉											
平成24年9月19日											
社会人としての心構えや対人心理、対応の技術や話し方などを理論と実務で学び、おもてなしの心とかたちを身につけます。さまざまな企業におけるホスピタリティサービスについて、観光業におけるホスピタリティの事例をもとに、ホスピタリティについて考え理解を深めていきます。そして、自らがホスピタリティを発揮し、相手や状況に合わせて対応ができることを目標としています。主要項目は、①ホスピタリティ精神とは②ビジネスマナー(言葉づかい・応対マナー・電話マナー・クレーム対応)③企業に見るホスピタリティサービス④サービス接遇の実践。											
〈新しいビジネスのカタチ〉											
平成24年10月10日											
近年、従来の観光/旅行のスタイルにとらわれない「新しい観光/旅行のカタチ」であるニュー・ツーリズムの潮流が注目されている。ニュー・ツーリズムには、エコ・ツーリズムやヘリテージ・ツーリズム、ヘルス・ツーリズム等々多様な形態が含まれる。その中のひとつの特徴は「サステナブル」性といえるだろう。ニュー・ツーリズムが興隆してきた背景とその意義について論じ、「函館」や「北海道」から新たな可能性を発信することの意味を考えてもらいたい。主要項目は、ニュー・ツーリズム、北海道遺産、サステナブル・ツーリズム、函館。											

図2 大学による出張講義

この講義を通して、観光学だけではなくプレゼンテーション能力の育成や企画力・創造力の育成も考え、「高校生によるプレゼンテーションコンテスト」（北海道在住の高校生に、地元の良さを再発見させ、地域資源を活用した、北海道を観光で元気にするための観光プランのコンテスト）に毎年参加している。同コンテストの特色は、審査員を務めるのが北海道を代表する企業や道庁、北海道教育委員会ということである。つまり、産学官が連携をして北海道観光の活性化を目指しているところにある。そして、決勝戦の10チームのプレゼンテーション次第では企業がそのアイデアを実現してくれる、という特典がある。事実、発表チームの多くのアイデアが各企業により具現化して話題を呼んでいる。

このコンテストに参加する意義は、生徒の「企画力」と「創造力」、「プレゼンテーション力」、「表現力」の育成に成果が出ている事実にある。参加生徒の多くが、その後のプレゼンテーションを必要とする大会や事業で力を十分に発揮するとともに、進路決定にも大きな影響を残した。このコンテストは、自分の故郷の観光企画や震災のあった東北の観光企画などがテーマとなっており、優秀な企画は企業がバックアップして商品化される特典もある。

本校の観光を学んでいる科目「課題研究」の選択者は、このコンテストで大いに活躍しており、第1回大会（平成22年）と第3回大会（平成24年）には優秀賞を、第2回大会では特別賞をそれぞれ獲得した。第3回大会に提案した「鉄子の道南秘境駅探検！！」は審査員から、実現の可能性の高い企画として評価された。

本校の商品開発部門の中核である「HAKOSHOP」では、現在、大手銀行と地元企業との連携により、函館のお土産として「函館ブランドケーキ Goryogaoka（五稜ヶ丘）」を販売している。また、大手コンビニチェーンとの連携商品の開発も行っている。

3 観光教育に対する高校生の関心

先述のように、本論文における観光専門家（主体）は、主として高等学校において観光現象を対象として教育に携わる者である。観光専門家は、生徒の特性を踏まえて教授する主体でもある。そこで、観光教育と密接に関わる「地域」、「情報」、「職業」の3点から生徒側の関心を提示したい。

3-1 地域への関心

観光教育や地域学を生徒たちと行って最初に感じた疑問は「地元を知らない子供たち」であった。海沿いにある中規模校（A校）、農村部にある小規模校（B校、D校）、観光地にある大規模校（C校）と勤務してきた筆者の印象は、どこの生徒も地元への関心が薄いということである。

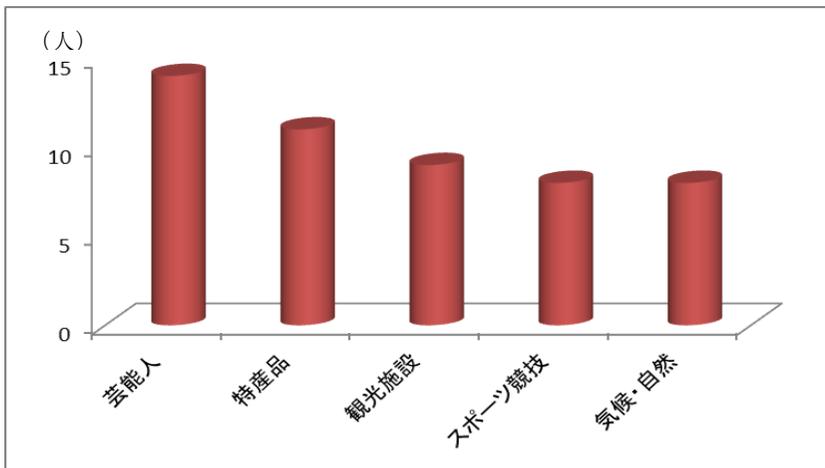


図3 D校で聞いた地域の有名なもの

図3は、生徒が住んでいる地域の将来的に有望な観光に関する施設・景観・特産品等のヒアリング結果をグラフ（横軸の実際名は固有名詞）で示したものであるが、回答したすべての項目が「誰でも知っているも

の」であった。多分、北海道在住の人間であれば、この地名を上げればこのどれかを答えるはずである。筆者の調査では、この地域には未開発ではあるが観光資源となる景観や体験施設、特産品が数多くある。しかし、地域の生徒たちは誰もが知っているものしか答えない、いや、地域に関心がないので答えられないのである。

これと同じ例がC校でもあった。科目内選択で観光コースを学んでいる生徒たちに、筆者が以前訪れた秘湯の温泉地の話しをしたのだが、全員が知らないと答えた。市内からさほど遠くなく、さらに秘湯ではあるが歩いて1分の所まで車でいける立地であるとともに、雑誌や新聞で大いに取り上げられている場所にも関わらず「知らない」そうである。そして、景観地や特産品の認知においては、A校やB校でも同じ傾向であった。

3-2 情報への関心

現代の若者はなぜケイタイに依存するのか。なぜ、Facebookに代表されるSNSにハマるのか。筆者が高校生や大学生だった頃は、家も狭く家族も多かったので、憧れといえばテレビとコンポ付きの自分だけの個室を持つことであった。一人になれる自由を満喫したかったのである。

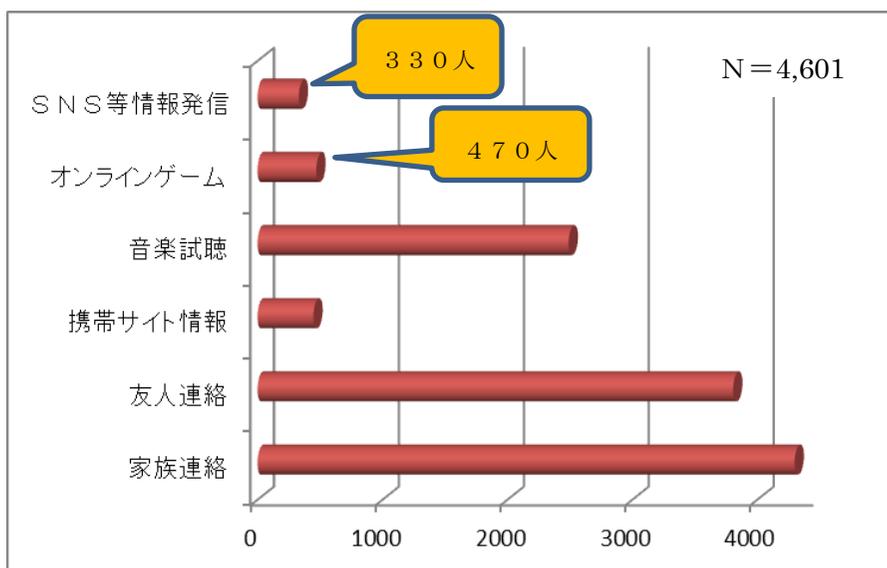
しかし、現代の若者は違う。一人部屋などは小学生の時から当たり前であり、長年自由を謳歌してきた。核家族化も進み、父母も共働きで家にいない。少子化で兄弟姉妹が少なく、一人っ子の場合も多い。そして金銭的には比較的恵まれている。

そのような環境では「寂しさ」、「人の暖かさ」を求めるのだろうか。群れたがる若者が増えた。「シェアハウス」、「シェアルーム」が都会ではブームになっている。親しい友人だけではなく、見知らぬ人々が群れて家をシェアしている。お年寄り、若夫婦、若者が一件の家をシェアしている例もある。昔の孤独な自由は流行らない。

若者たちに素晴らしい贈り物が届いた。それは 21 世紀の来と共に小型化され、メールやネットも自由に使いこなせる、いわゆる「ケータイ」が爆発的な人気を得た。ケータイ依存症とか、ケータイ＝援助交際と揶揄され非難されたが、若者たちのケータイに対する愛着は増大するばかりであった。そして、スマートフォンが登場する。ネット世界がさらに身近になり SNS の世界に自由に入り込むことができるようになった。

この図 4 のデータは 3 年前のものであるために、現在は一層 SNS による情報発信が進んでいると思われるが、逆説的に捕らえると 3 年前でも 10% 以上の高校生がオンラインゲームで他者とのゲームに興じ、7.2% の者が SNS と通して情報発信をしているのである。

図 4 道教委による携帯電話の使い方アンケート結果（平成 21 年）



函商生も例外ではない。「blog」や「Twitter」は当たり前の情報発信手段であり、さらには「Line」がコミュニケーション手段として広く使われ始めている。これは、携帯電話（スマートフォン・フィーチャーフォン）向けのインターネット電話やテキストチャットなどのリアルタイム

ムコミュニケーションを行うためのインスタントメッセージングである。

そこで、函商生に「情報携帯端末」を用意したところ、急激な「地域探求心」と「多岐にわたる情報発信」を行いはじめた。地域探求学では様々な時間をとおして地域に出向き、文化検証や名所の発見、グルメ探訪、地域資源の研究等をおこないながら、同時に企業や関係者への取材や話し合いを重ねることにより、外部の人とのコミュニケーションが図られ、地域への深い洞察が生まれた。また、情報発信においては、地域探求学で取材したコンテンツを2カ国語（中国語・日本語）で Facebook により発信している。今後は、韓国語と英語での発信も予定している。なお、日本語から外国語への翻訳指導には、留学生や企業連携により実現している。

これらの活動は「グローバル化社会」への対応である。現代の企業活動は外国の関わりが欠かせない。特に、日本にとって東アジアとの関係は観光業を含む様々な業種で今後ますます重要度を増す。

3-3 職業への関心

「車はいらない。お金がかかるから。」「誰かと繋がっていたいんだよね。寂しいから」「将来に希望が持てないの。だから、今が楽しければそれでいい。」すべて、今どきの若者の言葉である。

失業率が、全労働者については5%台、20代の若者の統計を見ると8%台である。また、非正規雇用者数も1,829万人（総務省統計：平成24年4月～6月期）と増加傾向にあり、その中でも若者の占める割合は少なくない。

年収から見ても、全労働者の平均で409万円（平成23年度厚労省統計）、若者や非正規だともっと低くなっている。このような状況では、晩婚化・非婚化→少子高齢化→経済活動の停滞ということになってくる。

「温泉とか旅行に行く？」と聞くと「あまり行かない」。理由を問うと

「疲れる」そうだ。また、旅行するよりカラオケや映画で済ます方が楽しめると感じている。旅行に興味がないのではなく、興味関心が湧いてくる旅行企画が無いと答える者も多い。

高校生において特徴的な就職に対する意識は図5のグラフにも表れているように、積極的に観光業への就職をしようとしにくい。グラフから読み取れるように、事務系が55.7%、販売系が20.5%と合わせて76%強が特定の職を希望しており、観光系はわずか5.7%にとどまる。その観光系の内訳を見てみると、「大手航空会社」や「JR」等、一見すると華やかな職種が大半を占めているのが現状である。

観光業界は一般企業と比べると、休日やお正月、お盆など、普通のサラリーマンやOLが休み・遊ぶ時間に一番多忙な時期が来る。友人や家族との関係が薄れ、また群れることができない職種は嫌われるものと推測される。

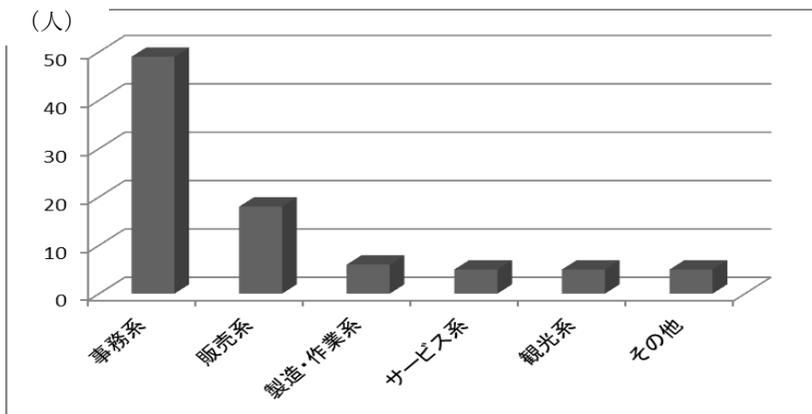


図5 E校の2学年に対する進路アンケート結果 (平成24年)

就職希望者88名の内訳

ただ、若者や高校生にも重要なことは、その職種に「誇り」を持って働くことができるか、ということである。現代の観光業に対して、若者

や高校生は「誇り」を保持し、希望を抱くことはできてはいない。しかし、外資系のホテルチェーンのRホテルの若い従業員たちは、それとは違う。自らが職務に「誇り」を持ち、自らの立場をわきまえつつ経営参画意識が旺盛である。ホスピタリティ精神も一流であるとともに、自らも紳士・淑女のようにふるまう。顧客に最高のサービスと満足感を与えるプロフェッショナル集団として業界の評価も高い。

このように、これからの若者や高校生の求められる精神や能力は、観光業に限らず、「自信」「職務への誇り」「向上心」持って社会を見る「まなざし」を持つことである。

3-4 まとめ

函館で商業に関わる教育に携わる者として、「観光教育」の重要性はわかりつつも、実際に実践する困難さを実感している。まずは、観光教育そのものが理解されていないことと、必要性がないと思われていることである。

また、若者側からも積極的に学ぼうとする意志の希薄さだけが目に留まる。観光＝温泉・ホテル・お土産屋という短絡的な思考が強い。観光産業という、広い意味での観光に関わる業界のデータで、旅行消費額 22.1兆円、生産波及効果 48兆円、雇用誘発効果 406万人という巨大マーケットに送り出す人材を育てることは、学校教育として目指す方向であるとともに、業界に有能な人材を送り出すという使命がある。

現代の若者については、失われた 20 年をはじめ、リーマンショックや東北での大震災・原発問題など、景気の低迷や暗い世相、希望が持ちにくい未来、雇用問題等の影響で、疲弊感が強い。しかし、そのような時こそ、観光分野や食関連分野、医療介護分野、クリーンエネルギー分野など、北海道だから可能な成長分野があることを広く周知するとともに、成長分野の企業が求める人材を育てるのが、北海道の教育機関としての

責任である。

おわりに

前章では、先ず既存資料を用いて観光地「函館」の概要を叙述した。そこから読み取れる観光地「函館」に関する言説は次の通りである。

- a. 本州や外国からの著名な人物と函館との関係は、函館人（地域住民の意味で使用，以下同じ）の「誇り」を表している。
- b. 湯の川温泉と松前藩との関係は、函館人による「由緒正しさ」や「権威」を表している。
- c. 『週刊読売』が主催する「新日本百景」で全国1位になったとの記述は、函館と他の観光地との「競争意識」や「対抗意識」を表している。
- d. 国際貿易港に関する記述は、①と同じように「誇り」を表している。

これら函館に関する一般的な言説や、そこから析出された函館人の観念と観光教育との文脈を解読するために、以下においては江戸時代末期から現代にいたる函館商業高等学校の社会過程を「黎明期」「衰退・停滞期」「展開期」の3つに区分して整理したい。

（1）黎明期

この時期の函館は、諸外国との「貿易」を通じた国際交流の機運に満ちており、人材育成の観点から英語をはじめとする「外国語教育」に力を注いだ時期である。この時期には、函館を学ぶことが「誇り」であった。

明治19（1886）年、函館商業学校（現、北海道函館商業高等学校）の開校、英語関連科目の重点的配置、明治24（1891）年、函館商業学校商品陳列所の設立、明治31（1898）年、ロシア語の授業開始、明治41（1908）年、ウラジオストックを見学調査、昭和4（1929）年「御大典記念 商品陳列館」の設立、昭和16（1941）年前後、フランス語や中国語（第2外国語）の授業や特設講習の実施が象徴的である。

(2) 衰退・停滞期

この時期は、戦時中の教育統制から戦後の混乱にいたる時期を経て、近年まで続く。平成3年には貿易科を募集停止とし、「国際経済科・情報処理科」が新設された。地元経済界における同窓生の活躍には目を見張るものがあったものの、観光教育は実施されなかった。

(3) 展開期

この時期は、課題研究として実施されてきた「HAKOSHOP」と函館観光情報を発信する「商業クラブ」を中心に、着任したばかりの校長及び観光教育に理解を示す少数の教員と生徒による様々な取り組みが開始された時期である。

観光甲子園や高校生によるプレゼンテーションコンテストへの出場、地域を学ぶ活動、ホスピタリティ・マインドを習得する学習、スマートフォンの観光案内アプリを利用した「函館観光案内」、観光に関する専門的教育課程を設置している大学からの出前授業の受け入れなど様々な活動が行われ、現在も継続している。

こうした観光地「函館」に対する函館商業高校の観光教育からの意味づけは、「貿易」と「国際交流」に貢献する人材の育成から、地元をはじめとする実業界への人材供給を経て、新たな観光を模索する段階へとシフトしている。黎明期の函館における社会過程は、函館商業高校の教育と深く関わっていた。現在行われている取り組みは、観光地「函館」が置かれている現在の状況を認識しつつ、新たな観光教育を再構築する途上、すなわち函館人の「誇り」を取り戻す過程)にあると言えよう。(図6) そのために克服すべき課題として、本論文で指摘したのはステレオタイプの地域イメージではなく、いかに地域の新たな魅力を引き出すか、そして観光の学びを通して新たな生徒の可能性を見出し、就業意欲の向上に繋げるかである。

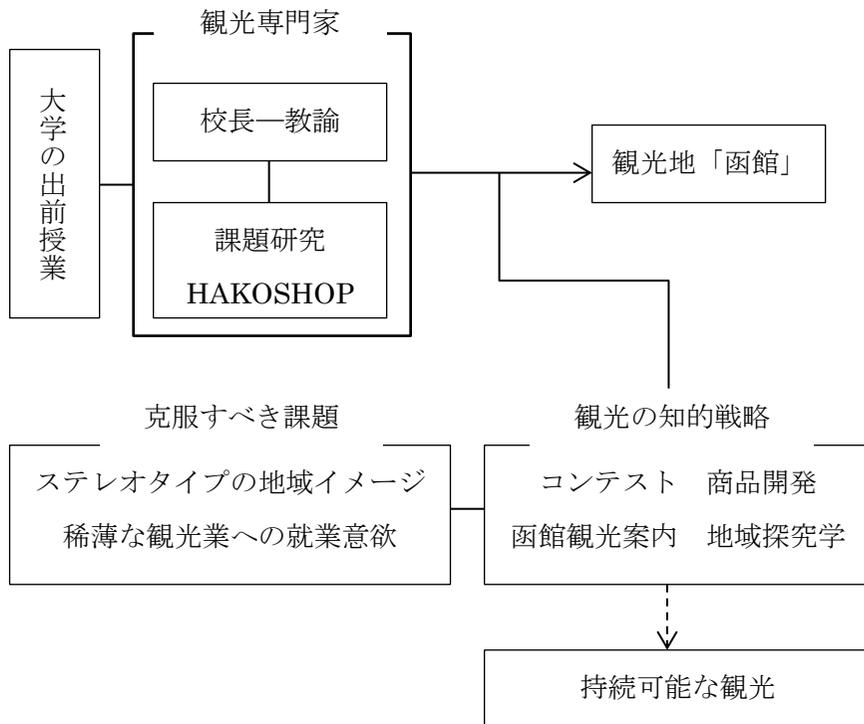


図6 北海道函館商業高等学校の取り組み

観光エリアとして見た場合には、港湾地区、湯の川地区、西部地区の3観光拠点である。これら3地区を本論文の観光教育から見ても競争優位性や対抗意識等は確認されない。そのまなざしはオール函館であるが、地域住民と観光者との社会関係を内包した観光地形成過程は知的戦略にとって必要であることから今後の研究課題としたい。

[参考文献]

- 秋山綾 2008 「観光教育における“たのしみ”の創造に関する一考察」『東京立正短期大学紀要』36, 142-152。
 岩田貢 2008 「小・中学校社会科教育における観光資料の利用の試み—京

- 都府内の観光パンフレットに関する分析」『龍谷紀要』29(2), 81-95。
- 須本良夫 2010 「社会科教育における伝統・文化を活用した観光産業学習の構想」『岐阜大学教育学部研究報告. 人文科学』58(2), 45-52。
- 宍戸学 2005 「観光における“学び”－観光者が主役の新たな観光教育」安村克己・細野昌和・平野洋平編著『観光事業論講義』(有) くんぷる, 195-205。
- 宍戸学 2008 「高等学校における観光教育カリキュラムの比較分析」『観光ホスピタリティ教育』第3号, 16-33。
- ジョン・アーリー／加太宏邦訳 1995『観光のまなざし－現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局。
- 新田時也 2007 「歴史教育における体験型教育観光の一事例－東海道を歩く－」『観光ホスピタリティ教育』第2号, 17-24。
- 函館湯の川温泉旅館協同組合編 「湯の川温泉の歴史」
参照サイト <http://hakodate-yunokawa.com/>より抜粋(許可済)
- 函館市 2002 「市民生活の諸相」『函館市史』(通説編第4巻 第7編)。
北海道函館商業高等学校, 1989「第1章 商業教育の草創 1 函館の発展」『函商百年史』, 3-10
- 橋本伸一 2005 「海外修学旅行を通しての国際理解教育の進め方－総合的な学習の時間の活用を中心として－」『愛媛県総合教育センター 平成17年度研究紀要』30-32。
- 藤原孝章 2003 「ハワイ・イメージの調査と分析：高等学校における「総合的な学習の時間」の学習プログラム開発のために」『富山大学教育学部紀要』57, 75-87。
- ミシェル・フォーコー／神谷美恵子訳 2011 『臨床医学の誕生』(株) みすず書房。
- 安村克己 2004 「観光の理論的探究をめぐる観光まなざし論の意義と限界」遠藤英樹・堀野正人編著『「観光のまなざし」の転回－越境する観光学』春風社, 8-24。
- 安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟編著 2011 『よくかわる観光社会学』(株) ミネルヴァ書房。

(もり まさと, 札幌大谷大学社会学部教授)

(なんば しげゆき, 北海道函館商業高等学校校長)