

ツーリズム [in] マレーシアの心象地理
 —ツーリズムスケープの政治社会地理学的考察—

An Imagined Geography of Tourism [in] Malaysia:
 A Consideration from the View Point of Politico-Social
 Geography on ‘*Tourismscape*’

藤巻 正己*

要 約

マレーシア政府は ‘Malaysia Truly Asia’ キャンペーンのもと、マレーシアが「自然豊かで／マレー人・中国人・インド系など多様な民族・歴史文化を育み／治安がよく／公共施設が整備されており／英語圏の／穏健なイスラム国」であることを海外に向けて広報宣伝するとともに、エコ、農業、歴史文化、エスニック、教育、医療などの名前を冠した多様なツーリズム商品を打ち出してきた。こうした観光振興政策により、同国への外国人入国者数は1995年には750万であったのが、2009年には2365万人を数えるまでに急増し、今やツーリズム部門は同国において製造業に次ぐ外貨獲得部門となっている。

同国のツーリズム振興政策は、単に上位所得国あるいは先進国への到達をめざす経済的浮揚策としてだけでなく、国民に対してマレーシア[再]発見、「マレーシア人意識」のさらなる涵養を促す国民統合政策の一環として推進されていることに留意したい。これまで国民のツーリズムへの参加をよびかけてきたキャンペーンの標語である ‘Cutti-Cutti Malaysia’ (ホリデー・マレ

* 立命館大学文学部教授

ーシア)は、ナジブ・トゥン・ラザク第6代首相が2009年4月の首相就任演説で‘1 Malaysia’コンセプトを打ち出して以来、‘Cuti-Cuti 1 Malaysia’に変更され、長期の学校休暇中にはTV各局で、マレーシア政府観光局によるコマーシャル・ビデオが頻繁に流されたほどである。

本稿では、こうしたマレーシアにおいて生成されるツーリズムスケープ(*tourismscapes*)の心象地理的記述を試みるとともに、あたかも国土全体を観光空間化し、観光立国に向けてあらゆる地域・階層・エスニックグループの国民を総動員しようとする国家的企図について政治社会地理学的観点から読み解き、検討を加えるものである。

Abstract

The government of Malaysia has been advertising this country as ‘Malaysia Truly Asia’ which is blessed with the untouched nature, the diverse histories and cultures of ethnic groups such as the Malays, Chinese, Indians and others, and what’s more, Malaysia is a modern and moderate Muslim country where is safe and secure with well administrated public service and widely English spoken. Furthermore, the government has implemented various kinds of tourism, including eco, rural, agro, historical, ethnic, educational and medical. As a result of such tourism promotion policies, the number of foreign tourists into the country has exploded, from 7.5 million in 1995, to 23.65 million in 2009. The tourism sector has now become second only to the manufacturing sector in terms of Malaysia’s foreign currency earnings.

It should be noted that tourism-promotion policies are encouraged not only as an economic stimulus package for turning Malaysia into a high-income, developed country, but also as part of a national integration policy to stimulate further cultivation of [re] discovery of Malaysia and

Malaysian consciousness among the whole nation. In the past, the advertising slogan “Cuti-Cuti Malaysia” (Holidays Malaysia) has urged Malaysian to participate in tourism. After 6th Prime Minister Najib Tun Razak announced the concept of “1 Malaysia” in his inaugural speech in April 2009, this slogan was changed to “Cuti-Cuti 1 Malaysia.” During the school holiday season, a commercial by Tourism Malaysia was frequently shown on TV channels.

This article aims to describe an imagined geography of “*tourismscapes*” in Malaysia which have been generated by the government and Tourism Malaysia, and also to read and consider national projects to deploy the whole nation forward building a tourism country from the view point of politico-social geography.

キーワード：ツーリズム・マレーシア、ツーリズムスケープ、国民統合政策、心象地理、政治社会地理学

Key Words : tourism Malaysia, tourismcape, national building policy, imagined geography, politico-social geography

1. はじめに

ここ数年来、‘Yokoso Japan’ が日本への外国人観光客誘致のための標語として広く使われるようになった。また、2008年10月に国土交通省所管といえども、日本にも独立した行政機関として観光庁（Japan Travel Agency : JTA）が設置されるに至った。20世紀末における国際ツーリズム（観光）の高まりのなかで、日本政府もようやく長期不況が続く日本経済にとってインバウンド・ツーリズムが経済浮揚にとって効果的であること、新たな外貨獲得セクターとしての重要性を再認識したからにはほかならない。

実際、日本におけるツーリズムは日本国民による国内旅行そして海外旅行（アウトバウンド・ツーリズム）は盛んに行われてきたが、海外からのツーリストの呼び込みという点では立ち遅れをみせており、外国人集客数からみれば日本は観光先進国とは言いがたい。2006年現在、日本は第30位であるからだ¹⁾。第1位はフランス、第2位はスペイン、第3位がアメリカ合衆国、そして第4位が中国となっているが、アジアにおいて中国に続くのは第15位のマレーシアである。そして同国は、日本では知名度が高いタイやインドネシアよりも多くの外国人ツーリストを集客し、東南アジアでは第1位となっている。

このように外国人ツーリストの入込客数からみると、マレーシアは日本以上の観光先進国となっていると言わざるをえない。その差は観光関連の所管官庁の位置づけからも明らかである。日本では、上述のように観光「庁」がようやく設置されたのに対して、マレーシアの場合、すでに閣議に大臣を参画させることのできる観光「省」(Ministry of Tourism Malaysia) が設けられている。それだけ、マレーシアにおいてツーリズムが国家的に重要な政策分野として意識されており、本腰を入れて「観光立国」を目指していることを示唆している。

本稿は、こうした「ツーリズム・マレーシア」、あるいは「ツーリズム・マレーシア」によって生成される「ツーリズムスケープ」の心象地理的記述を試みるとともに、あたかも国土全体を観光空間化し、観光立国に向けてあらゆる地域・階層・エスニックグループの国民を総動員しようとする国家的企図について検討を加えるものである。なお、ここでいう「ツーリズムスケープ」(*tourismscape*)とは、*tourism* (観光) と *scape* (景観あるいは風景) との合成語であり、しいて日本語表記すれば「観光景観」となろう。それは、ツーリズムが生み出す物質的でリアルな土地景観 (*physical / real landscape*) であると同時に、それらをめぐる行為主体による言説の読み解き、洞察などを通じて幻視される観念的想像的な心象風景 (*imagined*

landscape) をもあわせもった造語であり、概念である²⁾。

2. 観光立国をめざすマレーシア

(1) マレーシアのツーリズムの動向

マレーシアは1972年にマレーシア観光開発公社 (Tourist Development Corporation of Malaysia) が貿易産業省内に設立されて以降、観光振興政策に取り組んできたが、観光立国を本格的にめざし始めたのは同公社が1987年に新設された文化・芸術・観光省 (Ministry of Culture, Art and Tourism) の一部局になったころからであろう。1988年には 'Fascinating Malaysia' (「魅惑的なマレーシア」) キャンペーン、1990年・92年の「マレーシア観光年」 (Visit Malaysia Year) などのキャンペーンを機会あるごとに展開し、外国からの集客につとめてきた。その後、1992年にはマレーシア観光振興局 (Malaysia Tourism Promotion Board : 通称 Tourism Malaysia [日本では「マレーシア政府観光局」と訳されているので、以下それにならう]) が設けられて以降、有望国にランチ・オフィスを開設するなど、集客に向けての国際的な宣伝広報活動を本格化させた。その後、観光省として独立した組織に格上げされ、その一部局としてマレーシア政府観光局が引き続き、国内外向けに実務業務を遂行している。

20世紀末以降、1997/98年のアジア通貨危機、2001年の「9.11」同時多発テロ、2002年の「10.12」バリ爆弾テロ、2003年のイラク戦争と SARS、2004年の「9.9」ジャカルタ爆弾テロ、「12.26」スマトラ沖大地震とそれにともなうアンダマン海大津波といった、国際ツーリズムに冷水を浴びせるできごとが頻発したが、マレーシアへの外国人ツーリストは全体として右肩上がりに急増してきた (表1)。とりわけ、独立50周年を迎えた2007年の 'Malaysia Visit Year' (「マレーシア観光年」) は (写真1)、観光立国マレーシアを内外に印象付けるものとなり、その成功を受けて、「2008年マレーシア観光年」

表1 マレーシアにおける観光入込客数と観光収入の推移

年次	入込客数 (百万人)	観光収入 (十億リング)	ツーリズム関連の主な出来事
1995	7.5	9.1	
1996	7.1	10.4	
1997	6.2	9.7	アジア通貨危機
1998	5.6	8.6	アジア通貨危機、クアラルンプル新国際空港開港、 コモンウェルスゲーム(9月)・APEC(11月)開催、 'Show Case Malaysia'
1999	7.9	12.3	'Malaysia Truly Asia' キャンペーン、マレーシア・ メガセール開始
2000	10.2	17.3	グヌング・ムル国立公園、キナバル公園(UNESCO 世界遺産登録)
2001	12.8	24.2	「9.11」同時多発テロ、「Cuti-Cuti Malaysia」キャン ペーン
2002	13.3	25.8	「10.12」バリ爆弾テロ
2003	10.6	21.3	イラク戦争、SARS、イスラーム諸国会議(OIC)(10 月)開催
2004	15.7	29.7	「9.9」ジャカルタ爆弾テロ、「12.26」スマトラ沖大 地震・大津波
2005	16.4	32.0	「10.1」バリ爆弾テロ
2006	17.5	36.3	
2007	20.9	46.1	独立50周年
2008	22.0	49.6	マラッカとジョージタウン：マラッカ海峡の古都群 (UNESCO 世界遺産登録)

(出典) マレーシア政府観光局 URL による。

に引き継がれ、2008年度の外国人入込客数は2200万人、さらに2009年度は過去最高の2365万人に達した。1995年当時、外国人観光客数がわずかに750万人であったことからすれば、その10年余りの間に3倍増したことは驚嘆に値する。

2007年時におけるマレーシアへの外国人観光客の主な送り出し国は、マレーシアと国境を接するアセアン諸国であるが(74.5%)、第1位のシンガポールだけで約50%を占める(表2)。これは、旧英領マラヤ、旧マレー



写真1 「マレーシア観光年2007」のキャンペーン・ボード
ブキメラ・レークパークにて（藤巻撮影：2007年8月25日）

表2 マレーシアへの観光客送り出し国上位10カ国：2006/2007年

順位	国名	2006年（人）	2007年（人）	増減率（%）
	総計	17,546,863	20,972,822	19.5
1	シンガポール	9,656,251	10,472,692	8.7
2	インドネシア	1,217,024	1,804,535	48.3
3	タイ	1,891,921	1,625,698	-14.1
4	ブルネイ	784,446	1,172,154	49.4
5	中国	439,294	689,293	56.9
6	インド	279,046	422,452	51.4
7	日本	354,213	367,567	3.8
8	フィリピン	211,123	327,140	55.0
9	オーストラリア	277,125	320,363	15.6
10	英国	252,035	276,213	9.6

<参考> 西アジア 186,821 245,302 31.3

（出典）マレーシア政府観光局URLによる。

シア連邦に属していた(1963~65年)シンガポールの住民にとって、マレーシアは同根の国であるとともに[したがって両国間に親族がいる場合が多い]、自国と比べて物価が安く、小さな島でしかない自国とは異なって魅力的な観光目的地や行楽地が多く、高速自動車道が整備されているため手軽な渡航先となっているからにはほかならない。以下、インドネシア(8.6%)、タイ(7.8%)、ブルネイ(5.6%)、そして中国(3.3%)、インド(2.0%)、日本(1.7%)など、その他アジア諸国が続く。

かつて第5位にあった日本は第7位に順位を下げ、それに代わり、かつてマレーシアへの移民送り出し国であった中国とインドが第5・6位を占めるようになった。両国ともいわゆる新興経済大国(BRICs)として、近年、急速な経済成長をとげていることを反映したものである。両国の人口規模からすれば、今後、より上位の送り出し国となることは確実であろう³⁾。

ちなみに、表2には表れていないが、サウジアラビア、アラブ首長国連邦、オマーン、イエメンなど中東・アラブ諸国からの観光客の急増が目される



写真2 アミューズメントパークのアラブ人観光客
クアラルンプール郊外サンウェイ・ラグーンにて(藤巻撮影：2003年8月7日)

(写真2)。一国単位では必ずしも大きくはないが、西アジアという地域単位でみると11.7%を占め、しかも前年度の2006年(10.6%)に比べると31%増となっている。2000年当時2万2000人程度だったが、2001年の「9.11」事件の翌年には15万人に急増し(NST: 31 August 2003)、そして2007年には24万5000人となっている⁴⁾。この数字の推移から、「9.11」以降、中東の人々が旅行先として欧米諸国への渡航を回避し、その代替先としてマレーシアが選ばれたであろうことは想像に難くない。しかし、マレーシアがイスラーム国であるとともにアジア的要素が凝縮された、緑濃き、ショッピング天国であるとの‘Malaysia Truly Asia’のキャンペーンが効を奏したのもとも考えられる。

(2) ツーリズム・マレーシアのプロモーション戦略と多彩なツーリズム

観光立国をめざしてきたマレーシアのツーリズム振興政策はきわめて入念かつ戦略的に推進されてきた。マレーシア政府観光局がそのエンジン部分を担っているわけであるが、圧倒されるのは、そのマーケティングとプロモーション戦略の積極さとち密さであろう。日本を含め世界の主要国に支局を開設し(日本の場合、東京と大阪の2カ所)、各国版のホームページを立ち上げ、きめ細かさ高い頻度で内容を更新し、宣伝広報につとめてきた⁵⁾。

マレーシア政府観光局による外国向けのキャンペーン・ブランドは1999年来‘Malaysia Truly Asia’(「マレーシアこそ本当のアジア」)である⁶⁾。それは「手付かずの自然の豊かさ、マレー・中国・インド系の三大種族のほか数多くの先住民族による多様な歴史文化を育んできた、しかも、東洋(インドと中国)と西洋の文明のクロスロードとして16世紀以来、ポルトガル、オランダ、イギリスによる長きにわたる西洋植民地経験をもつマレーシアにこそ、アジアが凝縮されている」ことを含意したものであろう。2000年にボルネオ島のキナバル自然公園とグヌン・ムル国立公園が、また2008年にマラッカとジョージタウン(ペナン)が「マラッカ海峡の古都群」として

UNESCO 世界遺産に登録されたことは、この国が国際的に観光目的地として広く認知されるためのはずみをつけたばかりでなく、集客力を高めたことはあらためて述べるまでもない。

こうした自然的、歴史・民族・文化的観光資源の多彩さを強調するとともに、同政府観光局は、観光目的地としてのマレーシアがいかに社会的に安定しており、治安も高く、自動車道・モノレール・LRT などの近代的交通施設が整備され、ローカルな市場や屋台のほかに快適なショッピングモールでの買い物もできるショッピング天国であること、さらに英語が広く流通する、穏健なイスラーム国であることを謳ってきた⁷⁾。

さらに注目したいのは、目的意識を持つツーリストの増加に対応して、さまざまな名前を冠したツーリズム商品を打ち出してきた点である。たとえば、リゾート（島嶼・高原）、エコ、ネーチャー、農村（rural）、農業（agro）、歴史、文化、エスニック、教育、医療などに加え、遺産、ショッピング、グルメなどの名前を冠した多様なツーリズム商品が生産されてきている。少なくとも1999年当時、観光省の前身である文化・芸術・観光省は、マレーシアにおける将来の観光商品は、エコ、学生、スポーツを冠したツーリズムであり、歴史（遺産）ツーリズムの展開のためにも遺産の保全・保存にも努めるべきだと言明するなど（NST: 23 June 1999）、多彩なツーリズム商品の開発と展開こそが、観光立国をめざすマレーシアにとって欠くことのできない戦略であることを熟知していたものとみられる。

また、長期滞在を希望する外国人シニア層を対象にした「マレーシア・マイ・セカンド・ホーム」(MM2H) プログラム⁸⁾ や、外国人生徒・学生の研修旅行向けのホームステイ・プログラムも同国のツーリズム・セクターの安定成長を支える分野であるとみなされ⁹⁾、マレーシア政府は、ホームステイ・プログラムを促進するため、外国大使館の大使や駐在員を招いて説明会すら行っている（NST: 24 February 2009）。さらに、観光省大臣は、ホームステイ・プログラム利用者の大半を占める外国人に対する ‘1 Malaysia’ [マ

レーシア語で Satu Malaysia と呼ぶ] のショーケース (Showcase) として、これまでマレー農村に限られていたプログラム先に華人の「新村」も含める計画があることを公表している¹⁰⁾ (*Star*: 19 December 2009; Homestay programme to include Chinese new villages)。ちなみに、'1 Malaysia' コンセプトとは、後述するように、現・第六代首相ナジブ・トゥン・ラザク(以下、ナジブ) が2009年4月の首相就任演説の際に打ち出した指針であり、これまでマレーシアが追求してきた国民一体化政策の強化と、それへの国民の結集を呼びかけた標語にほかならない。

こうして、マレーシア(政府観光局)が10年ほど前から、とくに力を入れているのは、短期間に多くの集客が期待できるさまざまな観光商品の開発であり、国際的なイベントの開催であった。年間を通じて集客力を保持し増加させることが期待できる国際的イベントの開催を絶やすことなく演出することにより、巨額の資金を投入して自然破壊や土地開発をとまなうことなく、「持続可能な開発」、「二酸化炭素排出削減」という国際社会の動きに沿うものとみなされたからであろう。

たとえば、1998年のAPEC、2003年のOIC(イスラーム諸国会議)総会などの国際会議やランカウイ国際海洋航空宇宙博(LIMA: 1997年より隔年開催)、食博、花博、花火博、見本市などのMICE(Meeting, Incentives, Conference and Exhibition)、さらに1998年のコモンウェルス・ゲーム(Commonwealth Game: 英連邦総合競技大会)、半島部マレーシアを縦断する自転車競技ツール・ド・マレーシア(1996年より毎年開催)、クアラルンプル国際空港(KLIA)近傍のセパンでのF1グランプリ(1999年より毎年開催)などの国際的なスポーツ・イベントの開催が好例である。

こうした「イベント・ツーリズム」への傾斜は年々深まり、機会をとらまえ、あるいは創り出して、ツーリズム振興をはかっている。さらに、多民族国家マレーシアのメリットともいえる、民族・宗教文化の多彩さを背景に、マレー、中国、インド系の三大種族のみならず、ダヤクやイバンなどのサバ、

サラワクの先住民族、ポルトガル人などのエスニックマイノリティ社会に伝わる祭りを、国をあげてツーリズム「商品」として組み込もうとする動きも顕在化してきている。ごく最近の事例としては、クアラルンプルのチャイナタウンでのランタン・フェスティバルがあげられよう。

ナジブ首相は、クアラルンプル [のチャイナタウン] で催された「2009年クアラルンプル1マレーシア灯籠祭り」が今後、毎年恒例の行事となるだろうと語った。同首相によれば、政府は観光省を通じて、この灯籠祭りの企画運営にたずさわる NGO に対して25万リンギ [約700万円] の資金を助成するという。…同首相は、マレーシアにはさらに観光[につながる]商品が必要だと付言。「われわれは、マレーシアの名を高らしめるわれわれの文化、自然の美しさ、温かなもてなしのころを [外国人ツーリストに] 提供しなければならない。…これ [灯籠祭り] をもって、これからの新たな一連のツーリズム・イヴェントのスタートとしたい」と語った (Star : 3 January 2010)。([] 内の記述、と下線は筆者による)

州レベルでも観光客誘致に力を入れていることは、あらためて述べるまでもない。たとえば、2008年7月、マラッカとともに「マラッカ海峡の古都群」として UNESCO 世界遺産登録されたジョージタウンを擁するペナン州政府 (州観光開発文化委員会) は、2007年の観光客入込数が520万人だったのが2008年には630万人へと増大したことをふまえて、‘has it all’ (「ペナンにはすべてがそろっている」) をキャッチフレーズに、‘Visit Penang Year 2010-2012’ キャンペーンを打ち出している (Star : 2 January 2010)。すなわち、「東洋の真珠」(Pearl of the Orient) と称えられてきたペナンを世界により広く知ってもらうために、1月30日のタイプサン (Thaipusam : ヒンドゥー教徒の祭儀)、2月14日の中国正月、3月13・14日のペナン・ゴークートおよび食博など40以上のイヴェントやフェスティバルを繰り広げるとともに、

世界各地での広報宣伝活動を展開するというのである (*Star* [Metro] : 14 January 2010; Out to lure the Tourist/ Activities aplenty for Visit Penang 2010-2012)¹¹⁾。

こうした多彩なツーリズム戦略や「マレーシア観光年」が打ち出され、‘Malaysia Truly Asia’ や ‘Cuti-Cuti Malaysia’ キャンペーンが開始されるようになったのは、第四代首相マハティールの政権時代（1981～2003年）においてであることはよく知られているが（藤巻2009a）、とくにアブドゥル・カディールが文化・芸術・観光省（Ministry of Culture, Arts and Tourism）の大臣を務めた時期（1999～2004年）である。これら一連のマレーシアのツーリズム（ツーリズム・マレーシア）政策はどのように解されるべきであろうか。次章において、3つの観点から読み解きを試みてみたい。

3. 国家的ビジョンと戦略のツールとしてのツーリズム

マレーシア政府によるツーリズム振興の積極的かつ多彩な取組みは、メディアを通じて報じられている。誤解を恐れずに言えば、「ツーリズム」がマレーシアの日常生活のなかに完全に組み込まれているという状況にある。実際、TV ニュースや新聞紙上に、観光省の大臣が頻繁に登場し、観光省あるいは政府観光局の取組みを紹介するなど、ツーリズムに関する新聞記事が連日のように掲載され、TV ニュースでも話題としてとりあげられている。

大きさに言えば、マレーシアの国民は毎日、起床してから就寝するまで「ツーリズム」ということばを繰り返し、見聞きしているということになる。こうしたツーリズムに沸騰するマレーシアの風景は、どのように解されるべきであろうか。ツーリズム・マレーシアの展開とそれをめぐる政治社会的風景を俯瞰したスケッチ図1・2にもとづきながら、以下、現時点における私見を粗描してみたい。

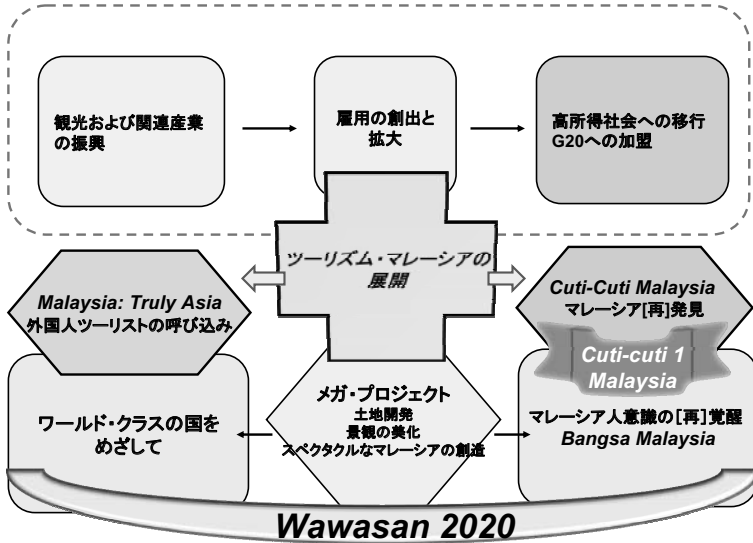


図1 ツーリズム・マレーシアのビジョンおよび戦略

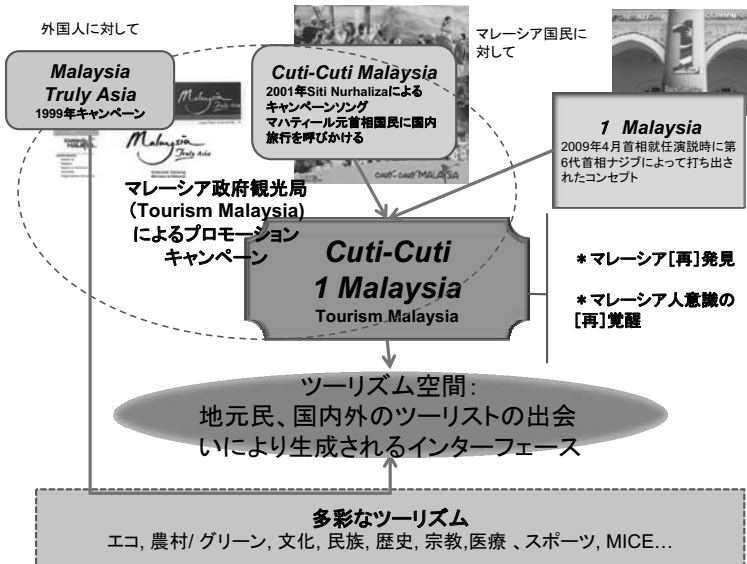


図2 'Cuti-Cuti 1 Malaysia' の背景

(1) 高所得社会実現のためのツーリズム・マレーシア

マレーシアは、1980年代半ばにNIEs段階に、そして1990年代には新興産業国家あるいは中所得国の段階に到達したが、マハティール元首相は1991年に公表した‘Wawasan 2020’（「ビジョン2020」）¹²⁾において、2020年までに先進国の仲間入りを果たすことを目標に掲げた。マハティールが2003年10月末に首相を退任して以降、第五代アブドゥラー首相（2003年11月～2009年3月）そして第六代アジブ首相も引き続き、‘Wawasan 2020’の目標達成に向けた取り組みを行ってきた。とくに2020年まで残すところ10年となったナジブ首相は、高所得社会の実現、G20¹³⁾と同格のプラットフォームへの参加を目指して、多面的な経済政策の打ち出しを図ろうとしている。

すなわち、中国およびインドへのオイルパーム、インドへの国産車プロトンやモノレール・システム、世界のムスリム向けのハラール食品¹⁴⁾など、「メイド・イン・マレーシア」の輸出拡大政策などはその一環である。これまでマレーシア経済を支えてきたオイルパームのような一次産品の輸出を継承、拡大しながらも、より高度な知識と技術にもとづいた、しかも先進工業国に比べて安価な工業製品の販路を新興経済大国やイスラーム圏諸国、あるいはアジア・アフリカの後発途上国に求めようとしている。

その一方で、マレーシア政府はツーリズム部門を製造業や一次産品輸出産業部門に比べ、安定成長してきた外貨獲得セクターであるとみなし、それへの依存度を強めようとしてきている。「貧困克服のためのツーリズム」(pro-poor tourism)という言葉が示すように、観光セクターはすそ野の広い雇用創出源であり、高い学歴や高度な技術がなくとも、また、金銭的にも貧しい層でも比較的参入しやすいだけに、国際ツーリズムの高まりのなかで経済成長にやっきとなっている発展途上国にとって、ツーリズム振興は貧困状況脱出のための万能薬とみなされてきた（高寺 2004）。1970年当時49%、1990年には17%であった貧困世帯比率が2000年には5%台までに減少したマレーシアにとって（NSUNT: 2 May 2004）、ツーリズムはすでに「貧困克服の

ための」産業とはいえなくなったかもしれないが、世界経済・金融の好況・不況に直接影響を受けやすい製造業や一次製品の生産・輸出を補完するセクターとして重要視されている。‘Malaysia Truly Asia’ キャンペーンが始まったのは、1997/98年のアジア通貨危機の後であったことから、そのことがうかがわれる。そして、マレーシアの貧困世帯比率は大幅に低下したものの、貧困線より10%上の所得幅に位置する脆弱層（near-poor）が厚いだけに（国際協力銀行 2000）、雇用機会供給源としてのツーリズム・セクターへの依存度はよりいっそう高まっていくことだろう。

（2）国家ブランド発信戦略としてのツーリズム・マレーシア

しかし、同国におけるツーリズム振興政策は、高所得・先進国への到達をめざす経済的浮揚策としてだけでなく、国際的に広く「ワールドクラスの国」（一等国）として認知してもらうための手段として企図されたものであると言ってよい。すなわち ‘Malaysia Truly Asia’ キャンペーンも、外貨獲得源としてのツーリズム産業促進のためだけでなく、G20と同格の国になることを悲願としているマレーシアにとって、より広く、より多くの外国人観光客を呼び込むことにより、この国の認知度と評価を高め、世界地図にその名を刻印してもらう、という構想と深く関連付けられていることに留意したい。マレーシアは観光資源に富んでいるばかりでなく、庭園のように美しく／治安がよく／医療水準も高く／LRTやモノレール、高速自動車道など、快適で近代的な交通手段が発達し／近代的なショッピングモールが各地に立地する「ワールドクラス」の国である、と。

そのショーケースとして首都クアラルンプルの本格的な大改造・美化が始まったのは、マハティール政権の時代、とくに1990年代以降のことである（藤巻 2009a）。すなわち、1990年の全国規模での「浄化・美化キャンペーン」（‘Cleanliness and Beautification Campaign’）を皮切りに、以後、機会あるごとにさまざまな標語を掲げたキャンペーンを通じて、国民にもこれらの取

組みに参加するよう呼びかけたのである。「クアラルンプルを観光客や地元民のために庭園都市にする」(NST: 24 August 1993)、ひいては「この国が世界で最初に‘Landscaped Nation’あるいは‘Garden State’呼ばれるように」、彼の構想は国土景観の美化にとどまらず、植樹、清潔な公衆トイレの整備、河川の浄化などにまで及んだ¹⁵⁾。

とりわけ、コモンウェルス・ゲームとAPECの開催が重なった1998年には、「外国人観光客にマレーシアの美しさや多様性を紹介することを通じて、この国のことを知り、好きになってもらうことをねらったイヴェントである」(Sun: 29 August 1998)として、‘Showcase Malaysia’キャンペーンが実施された。世界各国からの賓客と数多くの関係者、そして外国人ツーリストの到来が期待されるこれらの国際的大イヴェントを、マレーシアを世界に「博覧」するための絶好の機会とするため、外国からの訪問客が行きかう道路沿いの「見苦しい」スクォッター集落の撤去、老朽化したショップハウスの壁の修復や塗り替えすらも指示されたのである¹⁶⁾(藤巻 2000; 2001)。近代的な機能を備えた都市へと大きく変容させる建造環境の改変プロジェクト、スペクタクルでピクチャレスクなランドスケープの生産が集中したのも「1998年の二大イヴェント」に向けてのものだったと言えよう(藤巻 2003; 2009a; 2009c)。たとえば、クアラルンプルのランドスケープを一変させた建造物として1996年、1997年にそれぞれ完成をみたムナラ・クアラルンプル[ムナラとはマレー語で「タワー」の意]、ペトロナス・ツインタワー、そして1998年に開業、開港したLRTとクアラルンプル新国際空港があげられよう。

1998年の二大イヴェントの成功を受けて、その後も2006年アジア大会、2008年オリンピック開催地の指名を目指し「結果的に、候補地とはならなかったが」、「熱帯のメトロポリス」クアラルンプルの改造・美化プロジェクトはさらに推進された。そして2020年に先進工業国入りすることを目指す国家の首都にふさわしい都市建設をめざして策定された基本計画“Draft

Structure Plan Kuala Lumpur 2020 : A World-Class City”において、あらゆる面でクアラルンプルを「ワールドクラス・シティ」の水準に高めるべく、「安全な都市」「都市の緑化」「衛生的な都市」「川の浄化」に重点を置くことが宣言されたのである（Kuala Lumpur City Hall 2003）。

こうして、「マハティールの都市」クアラルンプルの改造・美化プロジェクトは、国民に対しては首都の偉容と庭園都市の美しさを誇示することにより、自国の繁栄に誇りを抱かせる（政府指導者の力量を知らしめる）とともに、外国人に対してはマレーシアが「ワールドクラス」の国と呼ばれてしかるべきことを印象付ける、という示威的意味をはらんだものであった（藤巻2009a）。かつて老朽化し非衛生的な街区として眼差され、再開発の対象となったチャイナタウンなど旧植民地都市的猥雑さを残す地区を修景・保存しつつ、ペトロナス・ツインタワーやムナラ・クアラルンプルという双峰が屹立するゴールデントライアングルやKLCC（Kuala Lumpur City Center）、そしてモノレールやLRTが摩天楼化する繁華街の「空中」を快走するという、スペクタクルでピカレスクな「ウルトラ・モダン」¹⁷⁾な建造環境を生産することにより、街全体のツーリズム空間化をも促した（写真3）。

このような建造環境の改変や浄化・美化プロジェクトの経験はクアラルンプルに限らず、サバのコタキナバルやサラワクのクチンなど東マレーシアを含め、次第に全国、全土に拡大していくこととなり、今や、国全体がツーリズム空間化していくさまをみてとることができるのである。

（3）国民統合政策のツールとしてのツーリズム・マレーシア

マレーシア政府は、外国人向けには1990年代終わりから‘Malaysia Truly Asia’キャンペーンにより呼び込みを図る一方で、国民に対しては‘Cuti-Cuti Malaysia’キャンペーンを通して、ツーリズムへの参加を呼びかけてきた。それは、1997/98年のアジア通貨危機、2001年の「9.11」事件による国際経済、国際ツーリズムの低迷を打開するためのものであったといわれている。実際、



写真3 クアラルンプルの新都心 KLCC 俯瞰
ムナラ・クアラルンプル展望台より望む
(藤巻撮影：2007年9月10日)

2001年「9.11」事件後、マハティール元首相自らが国民に対して外国旅行よりも国内旅行を優先せよ、ハリラヤや中国正月、長期のスクール・ホリデーなどの休暇時期、郷里に帰省する〔マレー語で *balik kampung* という〕の代わりに、半島マレーシアの住民はサバ、サラワクを、東マレーシアの住民は半島マレーシアを訪れよと呼びかけたものである。

この点だけをもってすれば、いわば内需拡大・景気対策のための‘Cuti-Cuti Malaysia’キャンペーンであると解せられる。しかし、それは単にツーリズム産業の発達がGDPを高め、結果として国民生活を豊かにするとの理由からだけでなく、国民統合政策の一手段として企図されたものであるとみなすこともできる。

すなわち、自然豊かで、多種多様な民族・言語・宗教集団や歴史的経緯を

異にするさまざまな地域の歴史・文化から成り立っている、世界に稀なる(ユニークな)「わが国」を国民に[再]発見させること(ディスカバー・マレーシア)を通じて、「ディスカバー・マレーシア以上のものを探しあて」させることにより、あらためて国民意識の醸成、マレーシア人の意識の覚醒を促すねらいがあったことにも留意すべきであろう¹⁸⁾。

ナジブ現首相が2009年4月の首相就任演説で‘1 Malaysia’コンセプトを打ち出して以降、‘Cuti-Cuti Malaysia’が‘Cuti-Cuti 1 Malaysia’に変更されたことから読み取れるように、ツーリズム振興を国民統合政策に活用する企図はますます鮮明になってきている。実際、2009年末の長期の学校休暇期間中には(11月末から年明けの第1日曜日まで)、マレー語、華語(マンダリン)、タミール語、英語各言語のニュース番組では連日連夜、マレーシア政府観光局による‘Cuti-Cuti 1 Malaysia’のプロモーション・ビデオが流されたほどである。

それは、美しいマレーシア各地のリゾートや歴史都市などを映し出しつつ、若者や家族連れが、マレーシア各地の自然の豊かさや多彩な民族・歴史文化を「観光する」ツーリズムスケープを描くというものであり、若者たちによる地方のマレー農村でのホームステイ・プログラム体験の素晴らしさも、一つのテーマとして映し出されたものとなっている。そして最後に「ディスカバー・マレーシア以上のものを探しあてよう」というナレーションで締めくくられるのである。

これまでみてきたツーリズム・マレーシア戦略の背景には、政府による綿密な企図が働いていたことは、2004年における文化・芸術・観光(Culture, Arts and Tourism)省大臣のアブドゥル・カディールによる以下のスピーチからも明らかである(下線と[]は筆者による)。

[文化・芸術・観光省は] さまざまなイベントを組織し続けることにより、ツーリズム産業を強化していく。イベントに投資する額以上

の収益が期待できるからだ。Mega Fam (familiarisation) を通じて、外国のメディアがマレーシアの魅力を宣伝してくれることは大いに期待できよう。

国内観光戦略もきわめて重要であり、全国の人々が参加するさまざまな国家的イベントを全国各地で組織することにより、経済効果だけでなく、‘Bangsa Malaysia’ (マレーシア人) の実現という ‘Wawasan 2020’ の大きな柱の一つでもある国民形成のためにも大きな貢献をはたすことになる。

サバ、サラワクと半島マレーシアとの結びつきを強めることにもなるし、国民統合に貢献するという側面をもっている。ハリラヤ、中国正月、ディーバパリそしてクリスマスといった宗教的民族的祭事の期間、各地でさまざまなオープンハウス (open house)¹⁹⁾を展開するのも、そうした目標実現のための戦略なのだ。また ‘Colours of Malaysia’ (showcase of a potpourri of Malaysian culture)、食・果物博…独立記念祝賀月間、国際芸術月間 ショッピング・カーニバル (メガセール) の開催もそうした意図のもとに進められてきた。

世界クラスのスポーツ・イベントを例にとれば、F1グランプリ、ツール・ド・ランカウィがある。このほか国際的な集会・会議・博覧会 (MICE) プログラムも重要な分野であり、マレーシアをアジアの MICE のハブにするという方向性を打ち出してきた。

これまで進めてきた ‘Cuti-Cuti Malaysia’ プログラムは2004年、2005年にも継続される。これにより 国民の心の中に、休暇 (holiday) のもつ意義を認識してもらい、旅行がぜいたくなものでないことを理解してもらいたいと考えている (NST: 11 February 2004)。

1957年の独立以降マレーシアは、憲法のもとマレー人中心主義を、そして1969年5月13日の民族衝突事件以降、マレー人およびその他先住民族をさま

ざまな分野で優遇するブミプトラ政策を採ってきた。しかしその一方で、民族の調和、国民の団結、異なる宗教・文化への寛容さを唱える独特の国民統合政策を展開してきた。Wawasan2020は、そうした国民統合政策の仕切り直しを図ったものにほかならず、既述のように2020年までに単一の国民意識を備えた「マレーシア人」(Bangsa Malaysia)の創造を謳いあげているのである²⁰⁾。

8月31日のムルデカ・デー(独立記念日)当日やその前の約1ヵ月間は、TVや新聞などのマスメディアは、国民の団結、マレーシア人意識の高揚を呼びかける政府広報、そして企業や各種団体などによる愛国キャンペーン協賛広告で埋め尽くされるばかりでなく、全国各地でのコミュニティー、学校、家族単位での愛国への取組みが紹介されてきたものである。しかも、こうした風景は決して一時的なものでない。さまざまな契機をとらまえて、政府首脳は遊説先であれ、諸会議や集会でのスピーチにおいてであれ、マスメディアを通じて²¹⁾、また街頭広告(写真4)によっても、日常的に国民に対して愛国と団結を呼びかけてきた。

この国は「キャンペーン国家」ともいうべき性格を備えており、TV・新聞のみならず街頭や高速道路、ビルの壁面をもメディアとして、政府が定めた方針をキャンペーン化し、日常的に国民を唱導するところに特徴があるが²²⁾、その真骨頂ともいえるキャンペーンこそ、マハティールの時代に生まれた‘Malaysia Boleh’(‘Malaysia Can’)であり、国民の愛国心を求めた‘Keranu Malaysia’(‘Because of You Malaysia’)であった。そして、2009年以降、ナジブが打ち出したのが再三、述べてきた‘1 Malaysia’コンセプトなのである(写真5)。

2009年8月31日、首相就任後初めて迎えた第52回独立記念式典において、ナジブはマレーシア国民に対して「ひとつのマレーシア」の堅持を呼びかけ、すべての国民が多民族の共生する国家の建設、民族的出自の差異を超えた「マレーシア人」(Bangsa Malaysia)の創造に向けた取り組みに参加すべきこと



写真4 クアラルンプルのチャイナタウン入口の電光掲示板 '1 Malaysia' の標語が映し出されている (藤巻撮影：2009年9月13日)



写真5 さまざまに表象される '1 Malaysia' イポーのミュージアム記念館入口にて (藤巻撮影：2009年12月30日)

を訴えたが²³⁾、この‘1 Malaysia’は今や、あらゆる分野のタイトル、ブランド名にまで使われるようになってきている。仮に‘Malaysia’がタイトルにあれば、必ずと言ってよいほど‘1’が付記され、‘**1 Malaysia’もしくは‘1 Malaysia **’となる。たとえば、‘1 Malaysia Clinic’（「1 マレーシア診療所」）である。これは、ナジブ首相が提唱する‘1 Malaysia’の精神をふまえ、あらゆる人種の国民に分け隔てなく、医療を行き渡らせることを目標に開設された初期診療費、わずか1リンギ(30円)の診療所を指す。全国で50カ所開設予定であるという(Star: : 8 January 2010)。「Cuti-Cuti Malaysia」が‘Cuti-Cuti 1 Malaysia’に代わったのも、そうした背景がある。いな、むしろ‘Cuti-Cuti Malaysia’に本来込められていた政府の企図が‘1’の挿入によって、より鮮明になったとも言えよう。

ところで、ナジブ首相がクアラルンプルのランタン・フェスティバルのように、華人社会の民俗行事に対して、国を通じて活動資金を補助するとの話題はすでにとりあげた。その理由として彼は、民族文化を商品としてツーリズム振興にも活用でき、加えて「マレーシア」という名を少しでも世界に広く知らしめるよい機会になるからだと述べている。しかし、そこには同時に、‘1 Malaysia’コンセプトの提唱者である同首相からのマレー人以外の民族への配慮の姿勢、政府からの民族・宗教の差異を超えて国民の団結を求めるメッセージが込められていると読むことは容易であろう。

また先に例示したように、観光省が、1969年の「5.13」民族衝突事件と同様に、マレーシア近現代史のなかで華人抑圧という負の遺産の象徴として、これまでタブー視されてきた華人「新村」をもホームステイ・プログラムのなかに組み込もうとする構想を打ち出せたのも、‘1 Malaysia’コンセプトを追求する限りにおいて、華人社会のなかで広がりつつあるマレーシアにおける華人社会史を回顧する動きを軽視あるいは牽制できない、むしろ政府はそうした華人社会の取組みに対して肯定的であるとの姿勢を示したものと推測できるのである(注10参照)。

しかし、2009年4月以降、政府が懸命になって‘1 Malaysia’コンセプトを国民に浸透、定着させていこうとするさなか、その運動に冷水を浴びせ、民族間の調和に亀裂をもたらしかねない事件が少なくとも2回起きている。

一つは、2009年8月28日、スランゴール州の州都シャーアラムで起きた事件である。これは、イスラーム教徒が多数派を占める地区へヒンドゥー教寺院を移転させるという州政府の計画に反対するイスラーム教徒のグループが、市内のモスクから州政府庁舎に向けて抗議デモを行った際、ヒンドゥー教徒が聖なる動物として崇める牛の生首を掲げてデモ行進をしたため、ヒンドゥー教への冒瀆だとするインド系住民とイスラーム教徒とが小競り合いをおこしたというものである。違法デモをきびしく取り締まってきた治安当局や政府は、他宗教を侮辱する行為は断じて許されない、法的手続きをとるとの強い姿勢を示した。とはいえ、これまでも常にマレーシア国民に対して民族の違いを超えて愛国心や国民の団結を呼びかけてきた8月31日の独立記念日の直前に起きた事件だけに、政府は強い衝撃を受け、独立記念日の演説において、ナジブ首相はよりいっそう国民に対して連帯と団結とを訴えざるをえなくなったのである (*Star* : 1 September; 6 September 2009)。

二つ目には、カトリック系週刊誌が神を意味する言葉として「アラー」を用いたことの是非をめぐって争われていた裁判で、高等裁判所が12月31日に合法とする旨の判決を下したことに対して、一部のイスラーム教徒の反発が強まり、抗議デモが各地で行われるとともに、クアラルンプルやペタリンジャヤ、タイピンなど各地で、キリスト教会やキリスト教系中学校などへの放火、投石騒ぎが起こった、という事件である。同事件後、民族対立がエスカレートするのを回避すべく、ナジブ首相ほか政府高官や警察当局は連日、マスメディアを通じて、ムスリムによる過激な行動に対しては厳しい態度で臨む姿勢を表明する一方で、各宗教集団の指導者による対話の機会を設け、国民に対しては携帯電話などによる流言飛語に惑わされないよう冷静な対応を要請した (*Star* : 1-14 January 2009)。その後、放火犯のグループ (イスラ

ーム教徒)が逮捕されるに至ったが、続いてジョホール州で2件、イスラーム礼拝所(スラウ)が放火され、事態は好転の兆しをみせていない(*Star*: 23 January 2010)。

これまで治安の良さや他宗教に対する寛容さ、つまりは平和国家であることをアピールしてきたマレーシアにとって、これらの宗教をめぐる事件の勃発は大きな痛手となったことは明らかである。外国からの投資、外国人ツーリスト集客への影響が懸念されたからにはほかならない。政府は国民に対し、違法行為には厳罰を下すことを告知するとともに、あらためて‘1 Malaysia’コンセプトのさらなる徹底を図らざるをえなくなったと言えよう²⁴⁾。

4. ツーリズム・マレーシアのジレンマ

2009年は国際ツーリズムにとって、多難な年であったと言えよう。2008年にはいわゆる米国のサブ・プライムローン問題に端を発した9月のリーマン・ショックと、それにとまなうグローバルな金融危機と経済不況、そして2009年4月以降、A型(H1N1)インフルエンザがツーリストの送出し国であれ受入れ国であれ、世界各地で猛威をふるったからである。2008年度に2200万人以上もの過去最大の外国人ツーリストを集客したマレーシアも、経済不況やH1N1の拡大をふまえ、入込客目標数を1900万人に下方修正をおこなったが、しかし結果的に、前年度を7%上回る2300万人台に至った(*Star*: 13 January 2010)。観光大臣は、国や州を含め、あらゆるツーリズム・セクターによる多彩なマーケティング・プロモーション戦略の有効性を自画自賛したが、それとは引き換えに、数多くの社会問題に直面してきたことに、あらためて目を向けなければならないだろう。

第一に、ツーリズム空間の生産と拡大にとまなう「土地をめぐるせめぎあい」があげられよう(図3)。たとえば、マレーシアにおけるツーリズム空間の結節点はクアラルンプルにほかならないが、ツーリズム・マレーシアの

ゲートウェイとして1997年に開港したクアラルンプル新国際空港や空港に至る高速自動車道の建設にともない、これらの開発地域に長年にわたって暮らしてきた先住民族のオランアスリ（アスリムラユ系のトゥムアン人）や油ヤシのプランテーション労働者であるインド系家族を追立てることになった（Cartier 2002；Bunnell and Nah 2004；藤巻 2006）。また、高原リゾートのキャメロンハイランドと中央山地のタマン・ヌガラ国立公園や東海岸のリゾート地とを結ぶバイパス道路の建設により、キャメロン高原の密林地帯を生活領域としてきたオランアスリ（セノイ系セマイ人）の立退き、再定住計画が進められるなど（写真6）、ツーリズム空間の拡大、延伸は必然的に住民との間で「彼らの土地」をめぐる対立をうみだすこととなった（Nicolas 2000）。開発予定地は、計画推進者の視線からすれば「構想・計画の実践のための空間」にすぎないが、長年にわたって当該地域に暮らしてきた住民からすれば「生きられた／生きられる空間」にほかならないからだ。1990年代

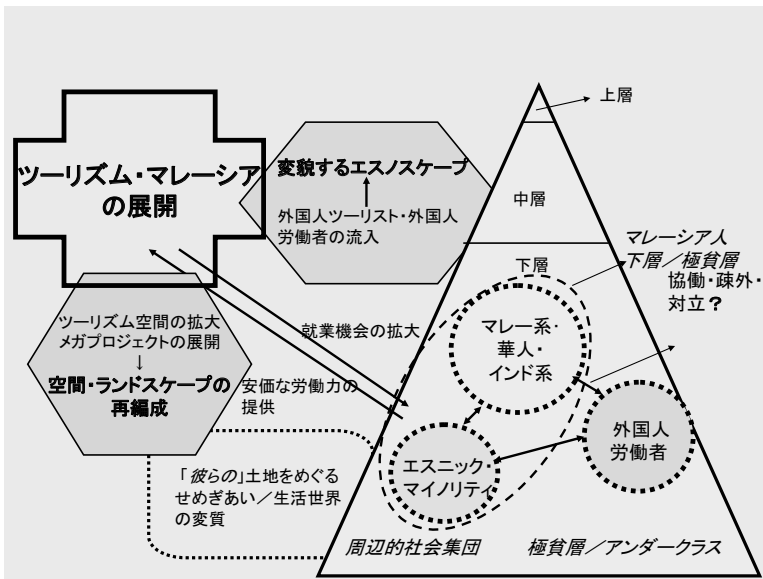


図3 ツーリズム・マレーシアをめぐる政治社会地理学的課題（概念図）

におけるメガプロジェクトの時代、マレーシア各地、とりわけ都市地域でこうした「土地をめぐるせめぎあい」あるいはスクォッターの立退き問題が頻発したが(藤巻 2003:2006)、ツーリズム・マレーシアの全国的拡大は今や、企図する者からは辺境の「無人の地」「(開発のための)土地空間」と眼差されてきた、しかし「生身の人間が暮らす生きられる空間」を呑みこもうとしているのである²⁵⁾。



写真6 バイパス道路建設が進むキャメロンハイランド
右手にオランアスリの再定住村がみえる。(藤巻撮影：2010年1月16日)

第二に、外国人観光客による不法滞留・不法就労者問題があげられる。外国人観光客数が年々増加し、近年、中国やインドからの観光客の増大が注目されるようになったことは既述のとおりであるが、政府は手放しでこうした状況を歓迎しているわけではない。観光目的で入国しながら、不法滞在・不法就労する者があとを絶たないからである。

たとえば、マレーシア出入国管理局によれば、2009年6月の時点で3万9000人もインド人が観光ビザの期限が過ぎても出国しておらず、マレーシアに滞留したままであり(Star: 13 January 2010; Missing Indians

Abroad)、不法滞留者の多くは工場や建設現場で就労している可能性が高いとみられている (Star : 14 January 2010)。出入国管理局は、現在、マレーシアで合法的に就労している外国人労働者は約130万人だが、少なくともほぼ同数の不法滞留・就労者がいるものと推定している。これには2006年9月から2008年9月までの2年間導入されたマレーシア入国時にビザを取得する (visa-on-arrival) 制度により、インド、パキスタン、バングラデシュ、中国、スリランカ、ミャンマー、ネパール、台湾などから入国した約24万8000人のうち7万6000人の不法滞留者が含まれていたという。ちなみに、マレーシア政府観光局によれば、2009年にインドから観光・友人訪問・会議出席を理由に入国した者は前年度に比べ7%増の59万人を数えた。こうした事態をふまえ、政府は外国人不法就労者の雇用者に対する取り締まりを強化する方針である、という (Star : 14 January 2010; Govt acts to curb visa abuse by Indian nationals; Crackdown on errant bosses)²⁶⁾。

また、マレーシアではしばしば、寺院や街角、市場などで物乞いする人々を目にするが、新聞の読者投稿欄で、外国人観光客にこうした見苦しいさまを見せるべきではないと、福祉局など当局の対応の立ち遅れを批判する声が寄せられている。こうした人々のなかには外国人の身体障害者が含まれている場合も多く、なかには、観光ビザでマレーシアに入国後、ホテルに宿泊しながら、物乞いをして多額の収入を得ていた中国人男性もいるという (NST : 19 July 2008)²⁷⁾。

マレーシアのツーリズム空間のなかには、ホテルやリゾート、屋台や食堂、レストランやラウンジの従業員、フットマッサージ店のスタッフ、ショッピングモールやホテルのセキュリティ、観光農園の労働者などとして、数多くの外国人労働者が就労している。フローする観光客の視線のなかで識別されないまでも、実際には数多くの外国人不法滞留者との出会いを経験しているのかもしれない。つまり、外国人不法滞留者もマレーシアのツーリズムスケープのなかに埋め込まれているということである。

第三に、ツーリズム（の風潮）の急速な拡大が地元の伝統的価値観やライフスタイルに混乱をもたらすなど、ネガティブな影響をもたらしているのではないか、というツーリズムのあり方に対する批判の声もおこっている²⁶⁾。反政府の立場をとるマレー・イスラーム系野党の汎マレーシア・イスラーム党（PAS：Parti Islam Se Malaysia）のある議員は、「ツーリズム産業は地元の文化、若者に悪影響も及ぼしている」として、下院議会で政府に対し以下のように問いただしている。

観光産業は外貨をもたらすだけでなく、地元文化や若者を墮落させるものである。最近、[...] 若者はアルコールを飲み、みだらな行為をするようになってきている。「我々は、自分達の文化を観光客に伝えていると考えているが、その代わりに観光客は我々に彼らの文化をもたらしている。[...] それにより、我々の文化は汚染されるに至っている」

同議員は、観光プロジェクトは地元住民や地元文化の感受性を考慮することなく推進されてきた、と政府を批判した。「たとえば、ランカウイ島に観光客誘致のために免税地区を造ることは、間接的に若者をして安価なアルコールが手に入りやすくし、飲酒を促すようなものだ。こうしたプロジェクトはランカウイ島の農民や漁民の生活を危うくもしている」と語った（*Star*：28 March 2000）。

2000年当時、連邦（下院）議会においてPASは少数野党でしかなかったが、半島部マレーシア北東部のクランタン州においては州議会第一党であり、州政府を掌握していた。そのためクランタン州では他州に比べツーリズムは抑制されていた。しかし、2008年3月の総選挙において、与党連合・国民戦線（BN）が議席数を大幅に減らし、PASおよび華人系の民主行動党（DAP：Democratic Actions Party）、人民公正党（PR：Parti Keadilan Rakyat）からなる連合野党（PR：Pakatan Rakyat）が躍進するとともに、クランタン

のみならず、ケダ、ペナン、ペラ、スランゴールの4州でも州政権を奪取したことは、ツーリズム・マレーシアの今後の展開に大きな影響を及ぼすこととなった（藤巻 2009d）。逆に、野党 DAP が州議会で第一党を占めるペナンでは、ペナン第二架橋の建設や UNESCO 世界遺産地区の保全・維持費に対する連邦政府からの資金交付が滞るなど、同じく UNESCO 世界遺産都市に指定され、政府与党の中核 UMNO が州政権を掌握しているマラッカとは対照的に、ツーリズム振興計画の遅滞が懸念され始めている。こうして、ツーリズムはこの国において政争の影響を強く受けつつあるのだ。

[付記] 本稿は、2009年5月に開催された立命館大学土曜講座（第2894～2897回：特集「観光立国をめざすマレーシア：ツーリズム・マレーシアの『風景』」）のうちの第2894回での講演原稿をもとに、最新の現地の動きを書き加えるなど大幅に加筆し、まとめたものである。

また、この小稿は、2009年度立命館大学学外研究（後期・B）制度により、マレーシアのペナンに滞在中、執筆されたものである。ペナン滞在中、筆者を客員教授として受け入れていただいたマレーシア科学大学人文学院（院長：Dato' Abu Talib Ahmad 教授）、とりわけ Tarmiji Masron 主任をはじめとする地理学セクションの友人たちには、気ままな研究生活を送ることができる環境をつくっていただいたことに対して、心よりお礼申し上げたい。

本稿を含め、ここ数年における拙稿は、以下の補助金の活用によるものである。関係機関および江口信清教授に対し、謝意を表したい。①文科省科学研究費基盤研究（A）「社会的弱者と観光のグローバルイゼーションに関する地域間比較研究」（平成18～20年度、課題番号18251005、研究代表者：江口信清）、②文科省科学研究費基盤研究（B）「マレーシアにおける貧困問題の地域的・民族集団的多様性に関する研究」（平成18～20年度、課題番号18401008、研究代表者：藤巻正己）、③立命館大学人文科学研究所学内公募型プロジェクト研究「貧困の文化と観光研究」（平成18～20年度、研究代表者：

江口信清)、④立命館大学2009年度研究推進プログラム(基盤研究)「アジアのツーリズム空間の生成過程とトランスナショナルな人の移動に関する学際的総合的研究」(研究代表者:藤巻正己)。

注

- 1) 世界観光機関(UNWTO)『2005年国際観光概観』による(<http://nippon.zaidan.info/library/>)。国際観光収入ではマレーシアは第20位である。
- 2) ちなみに、Air Asiaをはじめ、Fire Fly、Silk Air、Tiger Air、Srivijaya Airなど東南アジア各地を拠点とする格安航空会社の就航は、よりいっそうマレーシアへの入込客数の増大に貢献している。とりわけAir Asiaは中国、インド、オーストラリア、イギリスなど東南アジア以外の国々への路線を拡大しつつあり(日本への就航も検討されている)、このことがマレーシアへの観光客の呼び込みに大きく影響を及ぼすであろうことは想像に難くない。たとえば、Air Asiaは、2008年12月からマラッカ州のバトゥ・ベレンダム空港とインドネシア・スマトラ島のパレンバン、メダンなどを結ぶ路線での就航を開始したが、それは近年需要が増えているスマトラからマラッカへの医療観光客をターゲットにしたものといわれている。
- 3) 可視的、非可視的を問わず、景観や風景を意味する‘scape’を付した用語には、地理学の分野でも‘soundscape’(音の風景)のような例がすでに定着をみている。このほかには、人類学者のアパデュライ(A. Appadurai 2002<1990>)による造語がよく知られている。彼はグローバル化をめぐる議論を、国家という枠組みを超えるグローバルな(あるいはトランスナショナルな)5つの次元の文化フローにかかわる言及を通して行おうとした際に、エスノスケープ(*ethnoscapes*)、テクノスケープ(*technoscapes*)、ファイナンスケープ(*financescapes*)、メディアスケープ(*mediascapes*)、イデオスケープ(*ideoscapes*)という5つの「-scape」を提示している。たとえば、「エスノスケープとは、今日の変転する世界を構成している旅行者、移民、難民、亡命者、外国人労働者など諸個人のランドスケープのことである」と。また、カルチエ(Cartier 1998: 2002)は、テーマパークやアミューズメントパークのように、その土地の社会とは深くかわりや意味を持たない、しかし観光客によってローカリティの消費を引き起こす、観光客が共鳴する意味を帯びたリアルな場所に対して「レジャースケープ」(*leisurescape*)という用語をあてている。
- 4) マレーシアは年間を通じて外国人観光客が訪れるため、目立ったハイシーズン、オフシーズンはみだされませんが、全国でディスカウント・セールが繰り返られる「マレーシア・メガセール・フェスティバル」の期間(毎年7~9月の8週間)に、6~9月の間の3カ月に及ぶ長期の学校休暇の期間を利用し家族連れでサウジアラビアや湾岸諸国など中東からの観光客が集中して訪れるため、同時期はマレーシアのツーリ

ズム・セクターにとって重要視されている（藤巻 2003）。アラブ諸国からの観光客は推定で他の国の観光客より10倍も消費するからである（NST: 13 April 2009）。したがって、同時期を「アラブ・シーズン」とみなし、マレーシア政府観光局やマレーシア観光旅行代理店協会（Matta: The Malaysian Association of Tour and Travel Agents）は、ホテル、飲食店、商店のみならず、タクシー運転手から屋台業者に至るまでツーリズム・セクターにかかわる人々に「アラブ人到来」（NSUNT: 15 August 2004）、怠りなく接客するようにと呼びかけるのである（NSUNT: 4 August 2005）。実際、中東諸国からの観光客に対する歓迎の声は、以下の新聞記事の見出しで伝わってこよう。「クアラルンプルのアラビアンナイト」（Star: 17 August 2002）、「アラブ人が大金をそそいでくれるおかげで観光産業が急成長」（Sun: 24 August 2002）、「マレーシアに観光天国を発見」・「アミューズメントパークはアラブ人の家族連れで大賑わい」（NST: 10 September 2002）、「アラブ人さまさま」（SUNM: 8 August 2004）、「新手の『インヴェーター』にマレーシア [商品] を売ろう」（NST: 28 August 2004）（藤巻 2003; 2007）。

- 5) 日本での同観光局の公式サイトは <http://tourismmalaysia.or.jp/>
- 6) Yahaya Ibrahim によれば、このブランドは欧米諸国でもCMソングとともに広く流通しているという（ヤハヤ 2010）。日本でも時折、テレビを通じてプロモーション・ビデオが流されてきたし、You Tube 上でもマレーシア政府観光局によるプロモーション・ビデオが配信されている。
- 7) マレーシアがイスラーム国であることが、中東からの観光客の呼び込みにとってメリットとなっていることはあらためて述べるまでもない。しかし同時に、非ムスリム、とりわけキリスト教徒の多い欧米圏からの集客を念頭に置いた場合、マレーシアが穏健なイスラーム国であることを強調することは、観光立国をめざすマレーシアにとって重要なスタンスであると言えよう。イスラームという記号と爆弾テロとが結びついた事件が、2001年の「9.11」事件以降、かつてマレーシアにとって観光先進国であったインドネシア（バリやジャカルタ）、フィリピン（南部）、タイ（南部）といった隣国で頻発、常態化しているなかで、マレーシアが異なる宗教にも寛容な、東南アジアで稀なる平和国家であるというメッセージは伝え続けなければならないからだ。それゆえに、マレーシア政府は、イスラーム主義を唱えるマレー・ムスリム系野党のPAS（汎マレーシア・イスラーム党: Parti Islam Se Malaysia）や、東南アジアの急進主義勢力ジエマ・イスラミア（JI: Jemmah Islamiyah）と結びついた勢力の動きを牽制してきたのである（藤巻 2009d）。
- 8) MM2H プログラムへの申請者の国籍は、日本、シンガポール、米国、韓国、インド、英国、中国、パキスタン、スウェーデン、オランダ、オマーン、インドネシアなどとなっており、キャメロンハイランド（ノバン州）などの高原リゾート地やベナンのような海浜リゾート地を擁する州を中心として、全国的に同プログラムへの誘致が積極的に行われている（Star: 6 June 2008）。日本人の間では、マラッカ海峡に浮かぶ

- ナンとキャメロンハイランドが長期滞在先として知られており、MM2H 利用だけでなく、3カ月間有効の観光目的であるならばビザ不要の制度を利用し、とくに1～2月に避寒目的で入国、滞在するケースが多い。
- 9) ホームステイ・プログラムは1995年にパハン州で始まり、2009年10月現在、全国で約140カ所の村で合計約3300世帯のホスト・ファミリーを数えるという。ホストになるためには観光省により講習を受け、許可証を取得しなければならない。ホームステイ村の多い上位5州は、パハン、サバ、スランゴール、ジョホールそしてサラワクである。2006年にはホームステイ・プログラムに参加した外国人観光客数は1万38人だったのに対して、2007年には1万8891人を数え、2008年は日本や韓国、シンガポール、欧米などから4万8700人（マレーシア国民を含めると6万8000人）がホームステイ観光客としてマレーシアを訪れたという。また2008年1～8月の期間、ホームステイ参加者は5万7600人だったのが、2009年同期で10万2900人に、また330万リングの収入が650万リングへと倍増したという（NST: 24 February; 21 October 2009）。なお、マレーシアにおけるホームステイ・プログラムの現状については、ヤハヤ（2010）の論考が詳しい。
- 10) 華人の新村とは、1948年から60年までの間、半島部マレーシア（1957年にマラヤ連邦として独立するまではイギリスの統治下にあった）を非常事態宣言下に置かせた反政府共産ゲリラ対策のために、同勢力への顕在的潜在的協力者とみなされた華人住民を強制的に移住させた計画村を指す。全国に合計約400カ所の新村が設けられたが、それらは周囲を有刺鉄線や壁によって囲繞された監視施設付きの集落であった。非常事態宣言解除後も集落として存続したが、建造物や生活環境の劣悪化が問題視されるとともに、貧困撲滅対象層に新村住民も含まれてきたことからもうかがわれるように、社会問題の集積する地区として、あるいはマレーシアがたどった負の歴史を物語るものとみなされてきた。しかし近年、華人社会の間では、新村の歴史的意味や価値を回顧する動きが出てきている。元マラヤ大学の地理学教授で、現在、マレーシア華人研究所所長を務める Voon Phin Keon 氏もその一人である（Voon 2009）。この構想は、現在の観光省大臣が政権与党の一翼を担う華人政党 MCA（馬華公会：Malaysia Chinese Association）出身の Ng Yen Yen 女史であることからか、遺産ブームが沸騰するマレーシアにおいて、これまで外国に対して一般に知られることのなかった新村も歴史遺産ととらえなおし、ホームステイ・プログラムとリンクさせることによって、ツーリズムに動員しようとの企図が働いているのではないかと推測される。
- 11) また、その一環として、ペナンの浜辺、ツーリスト・スポット、トイレ、屋台街の美化計画の実施を盛り込んだ基本計画の策定が進められている（Star: 4 January 2010; Master plan to clean up dirty spots in Penang）。そして、日本人を含め、外国人観光客を数多く集めてきた海浜リゾートのバトゥ・フェリンギにおいて、かつてのにぎわいをとりもどそうと、ゴミで汚れた浜辺の美化、新たな集客施設の開設、無許可で営業している屋台や悪徳業者の一扫などの取組みがなされつつある（Star: 12 January

- 2010 : Move to restore Batu Ferringhi's charm)。
- 12) 'Wawasan 2020' とは、2020年までに同国を経済社会的に先進国の水準に到達させるとともに、多様な民族からなるマレーシアの人々がそれぞれの生活慣習、宗教、文化を守りながら、一つの国民としての帰属意識を持つ「マレーシア人」(Bangsa Malaysia) の創造をめざす、というものである。
 - 13) G20とは先進8カ国・1地域 (EU) と、中国・インドなどの新興経済国11カ国から成る首脳会合および財務大臣・中央銀行総裁会議の参加国・地域を指す。東南アジアからはインドネシアだけが参加している。
 - 14) 「ハラール」(halal) 食品とはイスラーム教徒にとってアッラーによって許された食べ物を意味する。マレーシア政府は、世界18億人のムスリムに対するハラール食品の生産・輸出拠点とすべくヌグリスンピラン州や東マレーシアのラブアン島 (連邦直轄領) などでの工場建設を計画している (NST: 16 August 2004; Malaysia ready to play role as global 'halal' hub)
 - 15) マハティールは、首相就任直後の1981年9月頃にはすでに、'town and city clean' 構想 (全国規模の美化キャンペーン) を打ち出していたという (NST: 25 May 1995)。しかし、そうした構想は、第三代首相フセイン・オン政権の副首相であった時期 (1976~1981年)、東京やロンドンなど先進国の主要都市を訪問したところからあたためられていたようである (Ziauddin 2000)。
 - 16) クアラルンプル市庁は、コモンウェルス・ゲームにかかわって、壁の色の塗り替えがおおむね好ましい成果を得ていることをふまえ、5年ごとに建造物の色の塗り替えを持ち主に義務づける条例策定の考えを示した (MM: 28 August 1998)。しかし、「クアラルンプルを庭園都市に、という政府の呼びかけにもかかわらず、なかなか市民の反応はにぶい [記事に付されている写真のブドウ通りの老朽化したショッピングハウスの屋根や壁から大きな樹がはえ、突き出している光景を例に市庁は家主にコモンウェルス・ゲームが近づいている今、見苦しいので伐採するよう命じるべきだ、と記者はコメント]」(MM: 27 August 1998) とあるように、官製美化運動は必ずしも国民の間に浸透し、理解が得られてはいなかったようである。同様に、「クアラルンプルから蚊を一掃し、清潔にしようキャンペーンにもとづき、クアラルンプル各地で一斉に、市庁職員、清掃会社従業員、またNGOメンバーによるゴトンロヨン [gotong-royong: マレー語で「助け合い」の意] 活動が行われたが、肝心の住民達は窓越しにその様子を眺めているだけだった、という (Star: 24 August 1999)。他方、政府の取組みを支持するとしても、単なる街並みの浄化や美化にとどまらず、「物乞い」がいなくなるような手厚い社会福祉政策も徹底して図られるべきだと読者の声もある。「コモンウェルス・ゲームは単にスポーツのためだけに開催されるものではない。これを契機にクアラルンプルという私達のメトロポリスが美しい街になり、物乞いがない風景が当たり前になるような、より適切な福祉制度が確立されなければならないのだ。[...] コモンウェルス・ゲームは国際社会が私達に注目する機会だ。だからこそあらゆ

- る面で、よりよくなるようなスプリングボードとして活かさなければならない」(MM: 10 August 1998: Clear city of beggars)。
- 17) 1993年8月に当時のクアラルンプール市長は、クアラルンプール・ツーリスト協会の集会でのスピーチで、クアラルンプールをウルトラ・モダン都市にするべく、美化キャンペーンを推進していくべきだ、と述べている。
 - 18) たとえば、若者たちの国内観光についてみた場合、2001年2月24日、教育省との連携により文化・芸術・観光省(現・観光省)が「学生ツーリズム・プログラム」構想を打ち出している。同プログラムの主な目的は以下のものである。①学生たちに対して、歴史的文化的場所やエコツーリズムが盛んな地域への旅行を促し、ツーリズム文化の精神の涵養を通じて国内観光活動を促進すること。②学生たちの余暇を賢明かつ建設的に活用させることにより、彼らの間に広がる社会的病理を抑制すること。③適切に計画された観光活動や旅行を通して若者世代のなかに民族的連帯・統合意識を促すこと。その受け皿あるいは活動を組織・推進する機関として、「学生ツーリズム・クラブ」が全国の中高等学校に創設され、2009年5月現在1344を数えたという(Ministry of Tourism Malaysiaの公式サイト記事による[閲覧日: 2009年12月26日])。下線は筆者による。
 - 19) 「オープン・ハウス」とは、異なった宗教的民族的背景をもつ者どうしが、それぞれの祝祭時に、おたがいに招待しあう行事である。たとえば、マレーシアには華人の中国正月(2009年の場合、1月26・27日)、断食(ラマダン: Ramadan)月明けを祝うムスリム最大の祭事ハリラヤ・プアサ(Hari Raya Puasa: 9月20・21日)、光の祭りといわれるヒンズー教徒のディーババリ(Deevapali: 10月17日)、そしてキリスト教のクリスマス(12月25日)など、各民族固有の宗教行事あるいは祭儀があるが、そうした祝祭の時期に、互いに「隣人」を招き合い、異なった宗教や文化を尊重し、理解し合う、という試みを政府指導者が率先して唱導し、それに企業や諸団体、コミュニティー、さらには個人のレベルでも協賛するというイベントが全国でくり広げられてきた。
 - 20) ‘Wawasan 2020’を含め、政府による国民統合政策に対する疑念、批判の声も強い。たとえば、Fong Chin Wei and Yin Ee Kiong eds. (2008) に所収されている Farish A. Noor: ‘In Search of a Malaysian Identity, Still’、Khoo Kay Kim: ‘The Road to Nationhood and Nation Building’、Steven Gan: ‘Virtual Democracy; The Malaysian Experience’そして Yin Ee Kion: ‘Moving Race Tinted Glasses’などの論考が好例である。
 - 21) マレーシアのTV・新聞が政府・与党によって支配されており、国の広報機関と化しているとの指摘はしばしばなされてきた。こうした状況に対して、独立系のWebサイト(<http://www.malaysiakini.com/>)や個人が開設するブログ(例: <http://www.othermalaysia.org/>)に対する需要は高いといわれている。
 - 22) 政府指導者が唱導する官製キャンペーンは、川や浜辺そしてトイレの浄化、緑化、街

並みの美化、信号機・公衆電話・エレベーターの表示板など公共施設の破壊行為 (vandalism) の禁止、にまで及ぶ。

- 23) 従来ならば、「マレーシアはマレー人・華人・インド系の三大種族からなる多民族国家である」と、マレーシアの特徴が語られてきたが、近年では「マレー人・華人・インド系の三大種族」のあとに「サバ人 (Sabahan)、サラワク人 (Sarawakian)、ユーラシアン (Eurasian)、そしてその他の先住民族」という言葉が付け加えられるようになりつつある。これは、東マレーシアで多数を占めるダヤクやイバンなど三大種族以外の先住民族やエスニックマイノリティを意識したものにほかならない。また、独立式典など国民の団結を訴える場面や、'Malaysia Truly Asia'、'Cuti-Cuti 1 Malaysia' キャンペーンでは、非可視的な周辺の社会集団ともいえるサバ、サラワクの先住民族のほかに、オランアスリなど「その他」プミプトラ、ババ・ニョニヤ、ポルトガル人 (ユーラシアン) など「その他」のエスニックマイノリティも「すべての国民」として動員されるようになってきた (江口 2009: 藤巻 2010)。しかし、サバ、サラワクにはそれぞれ約30もの先住民族が暮らしているものであり、サバ人、サラワク人というのであれば、半島部に暮らすマレー人、華人、インド系は「半島部マレーシア人」という名称でくくられねばならなくなる。もちろん、そうした呼称はない。
- 24) 同運動の推進役を果たす情報・通信・芸術・文化省 (Ministry of Information, Communication, Art and Culture Malaysia) が携帯電話を使って行った調査によれば、回答者の60%が '1 Malaysia' コンセプトの意味と意義を理解している、という (Star: 16 January 2010)。しかしこの数値は、国民の間で政府が推進する運動が未だに広く浸透しているわけではないことを示唆するものともいえる。マレーシア科学大学のある教員によれば、「この国はキャンペーン国家である。毎年のように、政府はさまざまな新しい標語を創り、国民に向けて流布しようとしてきたが、実態としてどれだけの効果があったかどうかは疑わしい」とコメントしている。
- 25) マレーシアには、2000年に海洋公園が開設されて以来、年間50万人以上の観光客を呼び込んできた海洋公園 (marine parks) が現在全国で42カ所あるが、それをさらに32カ所追加登録することになったという (Star: 12 January 2010)。ますます同国のツーリズム空間が拡大の一途をたどっていることをよく表しているが、地元社会とのかわりがどのようであるかが不明なまま、このような報道が垂れ流されている。
- 26) こうした状況は少なくとも2000年代初めころには、すでに問題視され、以下のような報道がなされている。「両国からの観光客誘致のために当時、中国人に対しては2週間、インド人については1ヵ月の滞在を無査証による入国を認めた結果、2002~03年の2年間で中国人の入国者数は100万を越えたが、約30万人が未出国、インド人の場合、入国者80万人のうち、15万人が出国しておらず、20%以上が不法滞留しているとみなされている (インドネシア人も同様もしくはそれ以上)。[...] 入国後、不法滞留者はレストラン、簡易食堂・屋台、安価なホテル、洗車場、ヘアサロンなどで就労しているとみられている。[...] 中国人やインド人、またインドネシア人は地元民と識別す

るのが困難であるため、当局による一斉手入れのときにはじめて不法入国者であるか
いなかを知るきっかけになる (MM: 20 February 2004: Tourists who came to stay/
Immigration Dept tracing 450,000 Indian and China nationals)。中国人女性の場合、
売春婦として不法滞留するケースが後を絶たず、TV や新聞を通じて、摘発されるシ
ーンが報じられることが多い。「マレーシアに入国する中国人女性が増えているなか、
売春で摘発される中国人女性も2008年に入りこれまでに1352人にのぼっている。出入
国管理局によると、マレーシアに入国する中国人女性は1日平均1286人になっており、
大部分は純粋な観光旅行目的だが、売春目的も多数含まれている。中国人売春婦は1
カ月の観光ビザで入国し、1カ月間経つと隣国に移動し、再入国後、売春で稼ぐ、と
いったことを繰り返し行っている。売春で得た収入は多い時期で1日300リング、少
ない時期でも200リング、月当たりの平均収入1万リングは、ホワイトカラーの管理
職並みである」(Sun: 24 November 2008)。しかし、以下の記事にみるように、なか
には悪徳シンジケートの罠にはまり、中国人のみならずアジア各地から女性たちがマ
レーシアに連れてこられるケースもあり、こうした人々もこの国のツーリズムスケ
ープのなかに組み込まれていることにも留意しておきたい。「恋愛と金持ちになる話で
かどわかし、中国から女性たちをマレーシアに連れてくるマレーシア人男性がいる。
しかし彼女たちのビザが期限切れになると、捨て去るかシンジケートに売られるとい
う事例が多い。このような問題は、彼女たちがオーバースティの罪で逮捕され、収容
されている拘留所や外国人刑務所を訪れ聞き取り調査をした Suhakam [マレーシア
人権委員会]により指摘された。[...]こうした女性たちの中には、ウズベキスタン人、
モンゴル人、タイ人、カンボジア人、フィリピン人、ロシア人、ベトナム人も含まれ
ている。[...] 過去3年以上で、1万2888人の外国人観光客や留学生が悪徳の罪で
逮捕されている。2002年には5000人以上が収監された後本国に強制送還された。その
内訳は、インドネシア人2155人、タイ人946人、ベトナム人298人、フィリピン人189人、
ウズベキスタン人138人、カンボジア人125人であり、このほかにロシア、インド、ラ
オス、バングラデシュ、ポーランド、カザフスタン、スリランカの出身者がいる (NST:
12 August 2004: Chinese girls lured by tales of love, riches)。[下線は著者による]

- 27) 人身売買などのかたちでマレーシアに運び込まれてきた人々に物乞いをさせ、多額の
金を得ているシンジケートの暗躍をめぐる問題は、しばしば新聞でもとりあげられて
きた。ひと月で数千リングの収入を稼ぐとみられる物乞いはミャンマー、パキスタン、
カンボジア、中国、ベトナム、インド、タイなどから連れてこられ、バンに乘せて市
場など人通りの多い場所に配置し、数時間後に再びバンに乘せて別の場所に移動する
ということを繰り返している。物乞いはいずれも手足が無かったり顔がひどく爛れて
いたりしているが、通行人の同情を引くように故意に切断したり強酸で爛れさせた可
能性もあるとの見方がある (Star: 12 December 2009)。
- 28) ノリザン (2010) およびヤハヤ (2010) はそれぞれ、キャメロンハイランドのオラン
アスリ・ツーリズムやティオマンにおける島嶼ツーリズムにかかわる論考で、そうし

た状況が看取されることを指摘している。しかし、住民に対するインタビュー調査の結果をふまえてみると、ツーリズムにともなう生活環境の整備・改善、就労や現金収入の獲得の機会の増大、また外部者（社会文化）との接触がもたらす刺激など、住民の生活全般の近代化に寄与する面がむしろ強いとしている。ただし、ツーリズムを導入する場合、地元住民の声を十分に反映させた、あるいは地元住民参加型のプロジェクトであるべきことを強調している。

参考文献

- アルジュン・アパデュライ（2002）門田健一 訳「グローバル文化経済における乖離構造と差異」『思想』933: 5-31.（原著 Arjun Appadurai, "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", *Public Culture* 2-2, 1990, 1-23; Chapter 2 in *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, 1996）
- 江口信清（2009）「マラッカの観光化とポルトガル系住民の苦悩」藤巻正己・江口信清編著『グローバル化とアジアの観光—他者理解の旅へ—』ナカニシヤ出版, 164-180.
- 宇高雄志・山崎大智（2001）「マレーシアの現代建築の成立過程におけるナショナルリズム」『国際協力研究誌』7(1)（広島大学大学院国際協力研究科）: 1-17.
- 国際協力銀行（2000）『貧困プロファイル マレーシア』.
- 高寺奎一郎（2004）『貧困克服のためのツーリズム』古今書院.
- ノリザン・モハマド・ノール（2010）藤巻正己 訳「マレーシア・パハン州におけるエコツーリズムの展開—オランアスリの参加, オランアスリ社会へのインパクト—」江口信清・藤巻正己 編著『貧困の超克とツーリズム』明石書店, 187-213.
- 藤巻正己（2000）「1990年代クアラルンプルのスクォッター問題と再定住政策」大阪市立大学経済研究所監修, 生田真人・松澤俊雄編『アジアの大都市 [3] クアラルンプル・シンガポール』日本評論社, 91-120.
- 藤巻正己（2000）「クアラルンプル大都市地域における外国系スクォッター」『立命館地理学』12: 19-42.
- 藤巻正己（2001）「クアラルンプルの都市美化政策とスクォッター—新聞記事に描かれたスクォッター・イメージ—」藤巻正己編『生活世界としての「スラム」—外部者の言説・住民の肉声—』古今書院, 60-93.
- 藤巻正己（2003）「熱帯のメトロポリス クアラルンプル断章—スクォッター都市から世界都市へ?—」『地域研究論集』国立民族博物館地域研究交流企画センター編集・平凡社刊, 5(2): 79-93.
- 藤巻正己（2006）「グローバル化するクアラルンプル周辺地域のオランアスリー半島マレーシア先住民社会の現在と彼らの場所をめぐるせめぎあい—」『立命館文学』593: 69-91.
- 藤巻正己（2007）「トランスナショナル都市化するクアラルンプル—変貌する熱帯のメト

- ロボリスの民族景観—』『立命館地理学』19:1-19.
- 藤巻正己(2008)「マレーシアにおけるツーリズムの展開とオランアスリ社会—キャメロンハイランド中間調査報告—」『立命館大学人文科学研究紀要』91:171-200.
- 藤巻正己(2009a)「『マハティールの都市』クアラルンプル—生産されるスペクタクルなツーリズムスケープ—」『立命館大学人文科学研究紀要』93:25-53.
- 藤巻正己(2009b)「キャメロンハイランドのオランアスリ・ツーリズムの可能性—貧困克服のための半島部マレーシア先住少数民族観光をめぐる—」藤巻正己・江口信清編著『グローバル化とアジアの観光—他者理解の旅へ—』ナカニシヤ出版,147-163.
- 藤巻正己(2009c)「グローバリゼーション時代の都市のランドスケープ・エスノスケープ—『マハティールの都市』クアラルンプルを読み解く—」春山成子・藤巻正己・野間晴雄編著『朝倉世界地理講座—大地と人間の物語—3 東南アジア』朝倉書店,308-319.
- 藤巻正己(2009d)「モザイク国家マレーシアにおける対立の構図／仕切り直される国民統合政策」(同上)370-378.
- 藤巻正己(2010)「ツーリズム・マレーシアに動員されるオランアスリ—必要に応じて可視化されるマレー半島の先住民族—」江口信清・藤巻正己編著『貧困の超克とツーリズム』明石書店,217-250.
- ヤハヤ・イブラヒム(2010)藤巻正己・井澤友美訳「マレーシアの農村観光と島嶼観光—観光への住民の参加と観光のもたらす影響について—」『立命館大学人文科学研究紀要』95:73-112.
- Azm Zehadul Karim *et al.* (1999) *Foreign Workers in Malaysia: Issues and Implications*, Utusan Publications and Distributions, 44-46.
- Bunnell, T. and Nah, A. M. (2004) Counter-global Cases for Place: Contesting Displacement in Globalising Kuala Lumpur Metropolitan Area', *Urban Studies* 41(12): 447-2467.
- Cartier, C. (1998) Megadevelopment in Malaysia: from Heritage Landscapes to "Leisurescapes" in Melaka's Tourism Sector, *Singapore Journal of Tropical Geography* 19(2): 151-176.
- Cartier, C. (2002) Placing Development: Landscape Transitions in Malaysia, in Hazin Shah *et al.* ed.: *Malaysia at a Crossroads: New Perspectives in Malaysian Studies*, The Malaysian Social Scirncr Association and Penerbit UKM, 300-315.
- Fong Chin Wei and Yin Ee Kiong eds (2008) *Out of the Tempurung: Critical Essays on Malaysian Society*, East West Publishing.
- Jeshuran, C. (2004) Kuala Lumpur: The City that Mahathir Built, in Welsh, B. ed.: *Reflections: The Mahathir Years*, Johns Hopkins University, 388-397.
- Kuala Lumpur City Hall (Dewan Bandaraya Kuala Lumpur) 2003 *Draft Structure Plan Kuala Lumpur 2020: A World-Class City*.
- Lee Guy, M. W. Y. (2004) Globalization Dilemma; Immigrants in Malaysia, in Welsh, B.

- ed.: *Reflections: The Mahathir Years*, Johns Hopkins University, 417-425.
- Low, G., 'Making Spirits' <http://www.kakiseni.com/articles/features/MTA4Mw.html#top> (閲覧日：2009年9月16日)
- Nicholas, C. (2000) *The Orang Asli and the Contest for Resources: Indigenous Politics, Development and Identity in Peninsular Malaysia*, Centre for Orang Asli Concerns.
- Voon, Phin Keong (2009) The Chinese New Villages in Malaysia: Impact of Demographic Changes and Response Strategies, 藤巻正己編『マレーシアにおける貧困問題の地域的・民族集団的多様性に関する研究』平成18年度～20年度科学研究費補助金 基盤研究(B)研究成果報告書, 立命館大学文学部, 53-84.
- Welsh, B. ed. (2004) *Reflections: The Mahathir Years*, Johns Hopkins University.
- Ziauddin Sardar (2000) *The Consumption of Kuala Lumpur*, Reaktion Books.

*文中で略称した新聞紙名は以下の通りである。MM : *Malay Mail*, NST : *New Strait Times*, NSUNT : *New Sunday Times*, SUNM : *Sunday Mail*, Star : *The Star*, Sun : *The Sun*