

〈翻訳〉

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もたらす影響について—

Rural and Island Tourism in Malaysia :
A Discussion on Participation and Impact

ヤハヤ・イブラヒム*

訳 藤巻 正己**

井澤 友美***

Abstract

Tourism has been generally considered by many countries in the world as a vehicle of development since its emergence in the 1960s. Since then, many parties have looked at it as a big business. Many countries, especially the developing and less developed have started to concentrate on promoting tourism as an industry to enhance the local economies as it provides employment opportunity, increases in revenues and tax receipts, improves foreign exchange benefits and enhances community infrastructure that in turn attracts other industries.

In a rapidly developing nation such as Malaysia, tourism is deemed an effective tool for economic growth especially for the local community that forms as a part of the tourism industry. Most available and potential

* トレンガヌ・マレーシア大学教授

** 立命館大学文学部教授

*** 立命館大学大学院国際関係学研究科博士後期課程

tourism goods in this country has been managed and developed to empower tourism industry in fulfil Malaysia's vision as the main tourism destination for Asia.

Development of the rural areas and islands as tourism destinations is the act of the local communities and tourism entrepreneurs who actualized its tourism potentials. Homestay program, which is under agrotourism project, is one of the best examples of rural tourism activities. The growth of successful homestay program is due to the initiative and innovative entrepreneurship spirits amongst the local community. This program enables local community at grass-root level (small-time farmers and villagers), local entrepreneurs and the government work together to achieve the objectives in the tourism field. The cooperation between the homestay operators and the government would ensure the growth of this sector as well as expected to be benefit to the tourists, the local community and its surrounding environment.

In term of island tourism development, tourism activities contribute both positive and negative impacts on the destination community. However, this activities contribute actively to the socio-economic advancement of the local community especially to those who are directly involved in the tourism businesses. Some of the advantages gained by the island community are decreasing economic leakage to the outside, building community status and networking, providing more control of the industry to the local community, building business equity, generating job opportunities, and developing human capital.

Socio-culturally, many islanders have already developed 'new perceptions' regarding their traditional way of life and welcome tourism as a mean of gaining entry into modernity. To them, tourism does not cause

acculturation, but on the contrary ‘adaptation’ of new values. Tourism is also a part of ‘selective contact change’ and it must be seen in the context of the host’s social positions and environments. This article provides a few perspectives on the development of rural tourism by focusing its discussion on community involvement mainly in the rural homestay programs and island tourism in Malaysia.

キーワード：マレーシア、農村観光、島嶼観光、ホームステイ・プログラム、住民参加

Key Words : Malaysia, rural tourism, island tourism, homestay program, community involvement in tourism

1. はじめに

観光は産業である。世界の多くの国々が観光を開発の手段とみなしてきたが、それは特に開発途上国にあてはまる。各国は、観光を大きなビジネスと認識し、観光産業を地域経済活性化のために発展させてきた。観光は、雇用機会や市民の収入を増やすだけでなく、国家の税収、外貨収入につながり、また地元社会（local community）のインフラ設備を強化するなど、他の産業に派生するものとして期待された。Tisdell（1987）は、観光産業は一般的に通貨の両替、他の経済部門の成長の促進や発展の補完などを通じて、国家に対して貢献すると指摘している。世界的にみた場合、観光客は観光に費やす全支出額のうち35%を交通費に、40%を宿泊費と食費に、そして残りの25%を娯楽・買い物・雑費にあてているものと推定されている。

世界で最も急速な成長を遂げている産業としてのツーリズムは、その推進によって、外国に対して国家のよりよきイメージを定着させ、その結果、外国からの投資や対外輸出を増加させる可能性を秘めている。マレーシアの観

光産業は、タイやフィリピンに比べて約30年の遅れをとっており、インドネシアでの観光ブームを引き起こしたバリと比べれば約15年遅れている。これは、マレーシアにとって不利なことではあるが、観光に関する新しい競争戦略が動き出せば、有利な状況に転換できるかもしれない。実際、世界観光機関（World Tourism Organization）は、マレーシアを躍進する世界の観光目的地30のうちのひとつにあげているのである¹⁾。

マレーシアの観光政策の方針は、経済的、非経済的分野の両方の面を含んでいる。その政策は、収入や雇用を増やすことに加えて、観光地域やその周辺に住む人々の生活向上を図り、観光がもたらす社会文化と環境に対する有害な影響を最小限にするというものである。観光に適している地域は、ビーチや美しい自然環境を有する地域、そして近代化の影響を受けていない地域などであるが、それらは、一般的には都市から離れたところに位置している。したがって、観光産業には地域間の所得・雇用格差を克服するという点において期待できるのである。さらに、Caalders（2000）が指摘するように、真正なるもの（authenticity）や「手付かずの」（untouched）自然、そして特徴ある空間に対する欲求は、観光客の需要の高まりに表れている。こうして今や、農村地域はますます観光客の人気を集める目的地になりつつある。

2. マレーシアにおけるツーリズムの発展

マレーシアは熱帯のワンダーランドである。マレーシアは緑あふれる国である。この国の一次産品が1980年代半ばの世界不況により打撃を受けた時、マレーシア政府は観光産業をより重視するようになった。今日では、この産業に将来性が見出され、政府は観光を最も投資優先順位が高いものの一つに位置づけている。それゆえ、マレーシア開発プランは、ツーリズム部門、とりわけ農村観光（rural tourism）の発展に巨額の予算配分をしたほか、国際的・国内的市場に対してツーリズムにかかわる活動のマーケティングや振興

に重点を置くようになった。

伝統的な一次産品輸出の不振が問題となる1980年代半ばまで、マレーシアにおいて国際観光産業はそれほど重要な産業ではなかったが、1987年の文化・観光省（the Ministry of Culture and Tourism）の創設と観光産業部門〔主管者〕の閣僚会議への格上げは、国をあげてツーリズムを振興するための積極的なキャンペーンの開始を物語るものであった。1988年の「魅惑的なマレーシア」(“Fascinating Malaysia”) キャンペーンと1990年、1992年の「マレーシア観光年」(Visit Malaysia Year) などのキャンペーンを通して、政府は観光客がマレーシアを訪問する際に生じる障害を取り除きつつ観光客を誘致し、さらに観光産業に対する外国からの投資を積極的に受け入れた。その結果、1990年に観光客数が飛躍的に増加し、その数の多さからアジアをリードするマレーシアとしての地位を固めていったのである。

1987年5月19日、文化・観光省は、マレーシアをさらに観光地域として強く宣伝していくことを唱え、第1回「マレーシア・フェスタ」(Malaysia Fest) が、文化・スポーツ・レクリエーション・宗教活動、そして手工芸品展を奨励するために開催された。政府が率先して1990年を「マレーシア観光年」として宣言したのを皮切りに、マレーシアの観光産業は新たな時代に突入した。この目標を達成するため、政府によるマレーシアを売り込もうとする動きは予想外の成功をもたらした。当初の目標は、430万人の観光客と250万マレーシア・リング（以下、リング）の為替収入を得ることであったが、実際には、710万人の観光客がマレーシアを訪れ、447万リングという為替収入につながったのである。この成功にともない、それ以降、政府によってたびたび「マレーシア観光年」が打ち出されることとなった。

1994年から96年にかけてのマレーシアにおけるめざましい経済成長によって、マレーシアのサービス業は、製造業や建設業に次ぐ重要な産業のひとつとなった。そして、観光が製造業に次ぐ重要な産業となり、多くの関連セクターからの関心を集めながら今なおマレーシアの発展に貢献している。

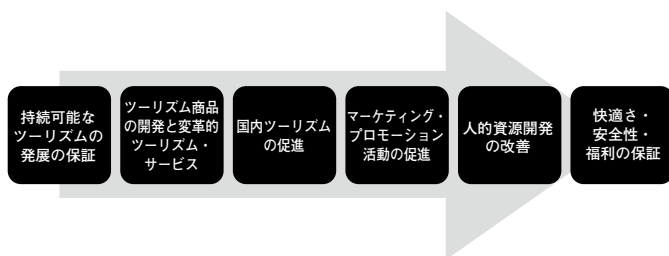


図1 ツーリズム産業振興戦略概念図

第9次マレーシア・プラン(2006~2010年)では、観光産業の強化を目指す政府の企図を具体化するため、さまざまな戦略の概要が示されている(図1)。

国際通商・産業省(the Ministry of International Trade and Industry)のMukhriz Mahathir 副大臣が2009年リーダーズ・ダイジェスト Trusted Brand Awardでの基調講演で「…『マレーシアこそ本当のアジア(“Malaysia Truly Asia”)』は、世界的に知られているブランドである。そのブランドは1999年に打ち出されたものだが、今や、それがヨーロッパ、アジア、中東、オセアニア、そして北米でも広く知られるようになった」と述べたように、マレーシアへの年間観光客数は1999年の700万人から2008年には3倍強の2200万人強を数えるに至っている(表1)。これにより、マレーシアの観光産業部門の収入は2008年には、1999年の4倍強の約500億リングを得ることとなったのである(Bernama: May 5, 2009)。

マレーシアにおける観光産業の発展は、今や頂点に達したといえる。なぜならば、アジアのなかでは他のアジア諸国と比べて、マレーシアはさまざまな意味において安定しているからである。他方、マレーシア政府はこの産業を強化し、向上させ、競争力のある持続可能な部門にするという政策を打ち出している。政府および民間の諸機関は、マレーシアをさらに主要な観光目的地へと発展させるために、そして最良のサービスを提供するために手を携えて取り組んできた。2008年には、マレーシアを訪れた観光客は約2200万人

表1：マレーシアへの観光客数および観光収入

年	観光客到着数 (100万人)	収入 (100万リンギ)
1998	5.6	8,580.4
1999	7.9	12,321.3
2000	10.2	17,335.4
2001	12.8	24,221.5
2002	13.3	25,781.1
2003	10.6	21,291.1
2004	15.7	29,651.4
2005	16.4	31,954.1
2006	17.5	36,271.1
2007	20.9	46,070.0
2008	22.0	49,561.2

(出所) Tourism Malaysia, 2009

であったが、その内訳は、100万人が中国から、20万人がインドから、7万3000人が日本から、そして6万6000人が香港から、というものであった²⁾。

観光客数を増大させるため、ひとつのイベントに対して多くの関連する活動を組織することにより、観光客の滞在日数を少しでも増やすとともに、幾度もマレーシアを訪れさせるために、品質の高い観光商品やサービス、そして店舗を供給するなどのさまざまな努力がなされてきた。また、マレーシアの観光産業を強化するために、観光商品のユニークさや優れたサービスの提供が重視された。主な観光商品や観光サービスは、以下のとおりである(Ninth Plan Malaysia Report 2006-2010による)。

- ①エコツーリズム
- ②アグロツーリズムとホームステイ・プログラム
- ③文化・遺産ツーリズム

- ④テーマイベント
- ⑤国際会議・国際集会・国際展覧会
- ⑥スポーツ・レクリエーションツーリズム
- ⑦教育・医療ツーリズム

無数にある観光商品に加えて、マレーシアはその周辺国に比べて、観光客数を左右する多くの問題から免れた唯一の国であるように思われる。観光産業を発展させ、管理し、そして強化していく上で、マレーシアには東南アジアの近隣諸国と比べてはるかに多くの利点を備えている。近隣諸国との競争に直面するなかで、外国向けに熱心に進められた“Malaysia Truly Asia”の再ブランド化は、マレーシアへの観光客数の増加をもたらした。自然の魅力に加えて、マレーシアは外国人観光客、とくに西洋からの観光客に対して「アジア」を提供できる。西洋からの観光客はマレー・中国・インド系という三大種族からなるアジア地域の文化を楽しむが、これらは東南アジアにおいてマレーシアの観光産業を競争力のあるものにするうえで強みとなっている。

今日、他の国々はマレーシアに対してブランド・キャンペーン戦略における「トレンド・セッター」(trend setter)としてみなすようになっている。マレーシアの“Malaysia Truly Asia”を除く他の国のキャンペーンには以下のようなものがある。

- “Wow Philippines” (フィリピン)
- “Uniquely Singapore” (シンガポール)
- “100% Pure New Zealand” (ニュージーランド)
- “Amazing Thailand” (タイ)
- “Yokoso Japan” (日本)
- “Incredible India” (インド)
- “The Hidden Charm” (ベトナム)

近年、観光産業はアウトバウンド・ツーリズムの振興からインバウンド・

ツーリズムへとシフトしてきた。多くの国がインバウンド・ツーリストをめぐって熾烈な競争を経験しているからである。国家政策立案者は、地域経済に貢献するとの理由からインバウンド・ツーリズムの振興にプライオリティを移してきている。

観光開発と地元社会

観光活動では、本質的に人と場所とが重要な要素となる。急速に高まる観光産業の需要は、より多くの人々をサービス提供者として観光地域に求める。つまり、関連産業の成長は、地元社会の雇用促進や起業家精神を促進させるといえる。多くの研究者は、小規模ビジネスにおいて他に類をみない特徴や「注文仕立ての」観光商品（‘tailor-crafted’ tourism products）に対する観光客の要求や要望を満たすことの重要性を認めている（Page and Getz 1997; Buhalis and Cooper 1998; Thomas 1998）。人気観光スポットの地元社会のほとんどが、観光活動への参加に対して熱心である。Tosun (2006)によれば、観光地の住人は、地元住民の多数（80%以上）が起業家として、またはあらゆるレベルにおける労働者として指導的役割を果たしたいと願うとともに、他の地元住民に対して観光産業を推進するために投資をしたり、就労したりすることを奨励したいと考えているという。

Higgins (2006) は、ツーリズムは「産業」(industry) 以上のものであると指摘している。すなわち、ツーリズムは、「市場イデオロギー」(market ideology) の束縛から自由な、ある社会的勢いとみなすべきものであり、全ての人類にとってきわめて重要な目的を達成することを可能にするという。それ以前にも、Davidson (1994: 26) は「観光はビジネスあるいは政治に帰するものではない—観光は人々に帰するものだ」と述べている。それゆえ、観光開発と観光計画の進展は、観光商品に対して短絡的で融通の効かない関心から、より包括的で柔軟性があり、状況に敏感な、参加型アプローチのものへと移行したのである(Tosun and Jenkins 1998; Tosun 2006)。この進展、

とくに参加型の開発アプローチは、持続可能な観光開発をうながすことになる。なぜならば、観光開発は地元社会にとって好機をうみだし、観光開発から大きくかつバランスの取れた利益を獲得することができる。その結果、地元民が観光開発に対してより積極的になり、ツーリズムに対してより寛容になるという態度をうみだすからである。

ツーリズムがたとえ社会文化的・経済的開発を引き起こす力をもっていたとしても、今日の観光産業が抱える課題のひとつに、観光経済において地元社会が取り残されているという問題がある。Tosun (1999) が指摘したように、途上国において立ち上げられる観光開発においてほぼ共通してみられる様式は、(地元社会によって実施されるというよりも地元社会のために実施される) 観光開発めぐる諸課題に関する決定を、観光地とみなされる地元社会がただ単に承認するだけにとどまっている。つまり、地元社会はツーリズムの実施と利益の分かち合いに参加するかもしれないが、意思決定プロセスには関与しないかもしれないのである。

地元社会は観光客を集客するという点において重要な役割を果たしているのであるから、トップダウン的、受動的そして間接的なアプローチは、地元社会の基本的な欲求を満たすために、何らかの意思をくらすことのできる参加型アプローチに取って代わられるべきである。訪れては去っていく観光客に対して、地元民はそこに住み、生計を立てていかなければならない。観光客はその地域に一時的に立ち寄るだけではあるが、観光地となっている地元社会は住民が暮らし、働き、憩い、休息し、家族を養っていく生活の拠り所にほかならない。観光開発によって地元社会にいかなる変化が生じようとも、観光開発は彼らを正当な住人としてみなすべきものでなければならない。

Farrel (1977) や Macleod (1999) などが行った観光開発に関する調査は、観光産業が地元社会のライフスタイルにどのような変化をもたらしたかを明らかにした。たとえば、スペインのカナリア (Canary) 島では、観光活動に直接かかわることで多くの漁民の生活が変わった。漁民たちは彼らの家を

観光客向けのシャレーに改造し、また、ある地元民はレストランやバー、日用雑貨店、ブティック、そしてレンタカーショップなどを開業したのである。Macleod (1999) は、多くの島の社会が直接観光産業に組み込まれていくなかで、漁民たちは徐々に元の仕事を忘れていったと推測する。そして、多くの若者は建設労働者かバーテンダーに興味をもった、という。同様に、スロベニアのイゾラ (Izola) に関する Rogelja (2002) の研究も、漁民がどのように観光関連の労働者になったかを明らかにしている。

Kadir (1993; 1995) のマレーシアのツーリズムに関する研究は、観光産業の発展が就業機会の改善や公共施設・インフラの改良といった顕著な正のインパクトをもたらすことを明らかにしている。Kadir は観光部門を「煙を出さない産業」(‘smokeless industry’) とみなし、観光部門は、「アグロツーリズム」(agrotourism) や「エコツーリズム」など、多様なプロジェクトを通して地元社会によって支援されねばならないと述べている。Yahaya ほか (2004b) による半島部マレーシアの東海岸沖合に位置するティオマン (Tioman) 島における研究も、観光産業は開発の牽引的役割だけでなく、補完産業の成長を促す要因になるという Kadir の調査と同様の結果を明らかにした。観光開発は、インフラ施設が効率の良い交通システムをもたらしたように、地元民の移動の利便性も高めた。しかし、Bird (1989) がマレーシアのランカウィ (Langkawi) 島における観光開発に関する調査で明らかにしたように、観光開発は地元社会に負のインパクトを生み出すこともありうる。したがって、地元社会への利益を確実なものにするためには、いかなる開発も着手される前に入念な計画が求められるのである。

経済的に成功した観光開発において、大規模開発はしばしばその規模経済とマーケティング戦略の観点から欠くことのできないものと考えられている。大規模プロジェクトが社会的価値に与える影響は、小規模プロジェクトに比べて大きい。その影響の程度は、観光開発予定地のコミュニティの性格 (コミュニティの規模や発展の度合)、ツーリズムの性格、観光地で提供され

る施設のタイプといった諸要因によって状況は異なる。これらの要因は、観光客の特性や観光客と地元社会とのつながりの度合いを決定づけ、影響を与えるものと考えられる。しかし最近の研究では、大規模な観光開発が負の結果をもたらすことが予測されること、効果的な計画や観光開発にかかわる組織の構築により負の影響が緩和されることが明らかにされている (Kadt 1979; Jenkins 1982; Jenkins and Henry 1982; Richter and Richter 1985)。

3. マレーシアにおける農村観光

アグロツーリズムはツーリズムのなかでも「古い」セクターのひとつといえよう。マレーシアや他の途上国では、農村観光はコミュニティ・ベースの観光 (community based tourism) に根ざしたものにほかならない。ツーリズム分野の用語として、アグロツーリズムとは、その土地や住民、そして彼らの経済活動について体験するために、農村地域に特別な関心を払う旅行と定義できる。マレーシアの農村地域は、数多くの魅力的な場所に位置している。たとえば、1万1000種以上の植物種や動物種の原生地である。農村は、日帰り旅行や長期滞在旅行双方の観光活動にふさわしい位置を占めている。農村での滞在に特別な関心をもった人々は、目的地の近隣地域を訪問したり滞在したりすることも可能であり、また農業体験もできる。このほかにも農村観光に対する欲求を満たすために、さまざまな集客要素も次第に開発されつつある。

観光産業にかかわる地元住民は被雇用者や地元起業家としてみなされ、観光客に対しては地元住民の好意が向けられるものと考えられることができる (Laws 1995; Dann 1996; Cole 1997)。農村観光は、単に観光客に対してサービスを提供する活動を意味するものではなく、農村の発展のための総合的なアプローチとして観光産業を活用することにより、農村における富を創造する新たなシステムと言えるのである。

農村観光は、訪れた土地が生み出したもの (products)〔以下、商品と訳出〕に異国情緒や伝統、ロマンあるいは日常生活からかけ離れたものを感じとる観光客に対して、そうした商品を販売することに重きを置くツーリズムとして定義することもできよう。アグロツーリズムの計画立案は、観光客が何を求めているのかではなく、当該地域がどのような商品を、どのくらいの値段で提供できるかという方向でなされるが、さらに、商品の売り込み方法や観光客を誘致する方法も探究されねばならない。

アグロツーリズム・セクター

マレーシアのアグロツーリズムは、1991年に、革新的かつ奇抜な着想をもつことで知られていた農業大臣によって導入された。第8次マレーシア・プランにおいて、ツーリズムの隙間を埋めるものとして採用されたアグロツーリズムのプログラムは、海外旅行客がマレーシアにおける農民社会の日常的な生活を体験することを可能にした。アグロツーリズムは、農村の人々の参加を促し、また地元住民の生活の質の向上を保証することにより、開発から得られる経済機会を最大化するとのみかたをもって進められた。他方、ツーリズムの発展を支え、と同時に地元社会の社会経済的状况を改善するために、この産業を補完する場面において、かなり多くの有益な機会を得ることを通じて、地元社会は重要な役割を果たす。

マレーシアにおけるアグロツーリズムを展開するにあたって、農業局や州経済開発公社 (State Economic Development Corporation)、郡役所 (district office)、地元自治体、ツーリスト・オフィス、観光協会そして民間セクターといった諸機関が関係しあうことはきわめて重要である。農業にかかわるすべての既存の観光地が一覧化され、徹底的な議論をふまえて、各観光地の集客要素や通常の観光ルートからのアクセシビリティに留意して、アグロツーリズムの開発にふさわしいところが選ばれた。

アグロツーリズムは、集客要因として農業あるいは農業的活動、そして農

村的な環境や雰囲気依存するものである。通常、少なくとも二つのタイプのパッケージが想定される。一つは、一般的な観光パッケージの一部として、農業的活動を見学するために農業地域を短期訪問するというものである。たとえば、このタイプのものは旅行代理店によって提供されるものであり、観光客をゴム農園に案内し、ゴムの樹液を採取させるといった内容からなる。もう一つのタイプは、ツーリストが終日またはそれ以上、農家か、他の農村の宿泊施設に滞在し、農業活動や村の暮らしに参加したり、見学したりする内容からなるホームステイ・プログラムである。

アグロツーリズムの目的は正の社会経済的効果を引き出すことにあるため、観光商品を提供する者の裁量は重要となる。これに関して、3つの「パートナーシップ・モデル」(‘Partnership Models’)が想定できる。

モデル1：政府が主導的立場をとる場合

モデル2：民間企業が主導的立場をとる場合

モデル3：小規模農家や村民が主導的立場をとる場合

モデル1の大きな特徴は、政府自体がホテルやモーテル、シャレー、レストラン、そして観光情報センターといった主要な観光施設を所有、運営するとともに、道路建設、水道・電気の供給、そして通信サービスといった観光開発にかかわるインフラ整備を行うところにある。このモデルは通常、政府や地元社会にとって戦略的であるとみなされる活動が、経済的観点から不可能であるとみなされる場合に採用される。

モデル2は、マレーシアでは新しいタイプであり、民間企業が主導者としての役割を果たすというものである。その大きな特徴は、主要な観光施設の開発において、主導的役割が民間の大企業によって果たされるという点を除けば、モデル1とほぼ同じような性格を有している。このモデルは、政府機関や公共企業体の事業の民営化にかかわる国家政策、また開発プロジェクト

への融資や経営管理の分野への大企業の参加を促す幅広い政策から発想を得たものである。このモデルの典型例としては、半島部マレーシアにある国立公園のタマン・ヌガラ (Taman Negara) における観光施設の開発があげられる。

モデル3では、小規模農民や村民が主導者であることに力点を置いたものである。このモデルはコミュニティ開発プロジェクトとして知られるもので、ツーリズムからの波及効果は、先の2つのモデル以上によるものより大きいことが予測される。なかでもホームステイ・プログラムが、このモデルにおいて評価の高いものとなっている。このモデルは、地元住民をモデル1や2のケースでみられるような第二次的な食事の提供者や零細事業者としてではなく、まかない付きの部屋の主要な提供者として地元住民をこの活動に参加させることができる。さらに多くの人々がわずかな投資、場合によっては投資なしでこの活動に参加でき、加えて報酬が得られることは住民にとって魅力的である。農民や村民が経済的に合理的に判断できるとするならば、彼らがこうした機会を拒んだり軽視したりする理由はない。

モデル3は、低開発な地域やコミュニティに対して雇用とビジネスチャンスのうえで期待される社会経済的利益を生み出す可能性に加えて、他の国家政策を達成するための方式としてもみなされる。すなわち、農村の不完全雇用や失業の問題を改善し、農村から都市への人口移動を減速させ、その結果、都市の過密やさまざまな問題をも抑えるという点で、このモデルには他のモデル以上に大きな可能性を秘めている。それはまた、農村の伝統工芸品産業や伝統的文化活動の持続と発展とを振興、促進するとともに、農村の貧しい人々（そのほとんどが土着の人々だが）を現代のビジネス・セクターに参入させる契機ともなる。さらに小規模なアグロツーリズムは、大型観光に付随する環境破壊や汚染を妨げることに貢献するだろう。

ホームステイ・プログラム

マレーシアにおいて、国内外の観光客の間でますます人気を集めつつある観光商品は、ホームステイ・プログラムである。マレーシアのホームステイ・プログラムは、農村観光構想のなかでは必ずしも新しいものではない。ホームステイ・プログラムは、マレーシアの農村社会に対して、コミュニティの経験を豊かなものにし、観光産業に触れる新たな道を開いた。他方、マレーシアのホームステイ・プログラムは、農村の暮らしや習慣、文化、農村コミュニティの価値観に関する特別な洞察を訪問者に約束するものである。それゆえ、地元民の共属意識の涵養と観光客に対する地元文化の提供とを統合するための方法が、ホームステイ・プログラムを通じて採られるのである。

ホームステイ・プログラムのもとで、観光客はカンポン（村：*kampung*）の家で地元の家族とともに暮らし、家族のきずなについて学び、家庭料理を賞味し、マレーシアの普通の暮らし方を理解する。ホームステイ・プログラムは、にぎやかな大都会から離れた日常生活を体験する機会を訪問客に提供し、観光客をマレーシアの自然的「財産」(assets)や文化、そして人なつっこい人々へとひきつける（Malaysia Tourism Promotion Board 2008）。

Lainer と Berman (1993: 15) は、ホームステイが行われる場所を「普段使用されていない部屋が収入を補うためや人との出会いを目的に貸し出されている民家」と述べている。観光とレクリエーションとを組み合わせたホームステイは、田舎志向の需要の増加、個人的なモビリティの向上、余暇時間の増大、新鮮な空気や気晴らしを求める需要の高まりによって成長してきた（Yahaya 2004: 66）。マレーシア観光省は、ホームステイを観光客がホストファミリーとともに滞在し、直接的間接的にホストファミリーの日常生活を体験すること、と定義している（Malaysia 2001）。

ホームステイ・プログラムでは、ツーリズムの起業家という言葉は、ホームステイ先に参加する観光客を除いた、そのプログラムにかかわる利害関係者のほぼ全員に対して言及するために使用される。通常、利害関係者とは、

ホームステイ先のホストやホームステイ・プログラムの提供者あるいは代理店、そして文化的行事や農園、お土産といったホームステイ商品の供給にかかわる住民や仲介業者があげられる。Richardson (2002) によれば、「ホームステイのホスト」とは、観光客がホスト国に滞在している間の一時期、あるいは滞在期間中の全期間、田舎に滞在している間、そうした観光客に対して自宅を提供する家族を指す。基本的にいって、もし、ある村でホームステイ・プログラムを実施することになれば、その村全体がひとつの観光関連の企業体となる。なぜならば、村の住民全員がほとんどの時間、観光活動に組み込まれることになるからである。さらに、村落外によそ者かもしれないホームステイ提供者（ホームステイ・プログラムの取りまとめ役を指す）や代理店もまた、ホームステイ観光事業の一部を担っている。ホームステイに参加する観光客は、ホームステイ先のホストとともに過ごしたい、またホストに対して彼らの生活の糧のために金銭的貢献をしたい（そうした行為はホストによって提供されるサービスに対して報酬を支払うことを意味するものとみなされよう）という意志をもつ外国からの旅人にほかならない。

ホームステイ・プログラムの実施

マレーシアにおけるホームステイ・プログラムは、1995年パハン州のトゥムロー（Temerloh）で最初に立ち上げられた。それ以降、他の州の村々でもカンボンの家で観光客をもてなすという考え方が流行するようになった。そして今や、すべての州でホームステイ体験を提供する村を選択できるという状況がみられるようになったのである。

一般的に、マレーシアにおけるホームステイ発展政策は、カンボンのすぐに利用可能な資源の活用、村の社会文化的また芸術的慣習の保全と維持、マレーシアの村落生活のユニークさを際立たせることに重きを置いている。ホームステイ・プログラムは、ホストが副収入を得る機会を、そして観光客に対してはお金のかからない宿泊施設を提供する。ホームステイ・プログラム

は農村・地方開発省 (the Ministry of Rural and Regional Development)、各州政府、そしてマレーシア・ホームステイ協会 (the Association of Homestay Malaysia) の連携によって推進されている。

現在まで全国142カ所の村で合計2808名を数えることができるホストは、観光省により講習を受け、許可証を取得している。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。2008年には、6万8000人も国内外からの観光客が、マレーシアで提供されるさまざまなホームステイ・プログラムによりカンポンのライフスタイルを楽しんだ。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人を数えた。主な送り出し国は日本、韓国そしてシンガポールであった。

ホームステイ・プログラムは小規模農家や村人によって行われる。同プログラムは、観光省や農村開発省 (Ministry of Rural Development)、地方自治体を通じて、そして民間企業の協力を得て、マレーシア連邦政府によって監督され、支援される。それぞれのホームステイ村は、観光客に対して提供できる特色あるものを有しており、そしてゲストに対してジャングル・トレッキングや、釣り、ゴムの樹液採取、果物狩り、工芸品づくりなど村固有の特別な活動を組織する。

ゲストは1日80リングからの金額で、村の家族によってもてなされ、食事とともにし、カンポンの普段の生活を楽しむことができる。宿泊施設はふつう眺めのいい庭に囲まれた伝統的な高床式の木造家屋である。基本的な施設は寝室とバスルーム (寝室に付設されているか共用のいずれか) である。このプログラムはコミュニティの社会経済的な発展に資するものとして具体化されるほか、持続可能な環境に対する貢献という意味あいをもなうものである。

このプログラムの遂行にあたっては、4つの主体がかかわっている。すなわち、ホストいいかえれば運営者、政府、調整団体、そして観光代理店のよ

うな民間部門である。ホームステイ・プログラムの成功を確実なものにするため、プログラムのあらゆる段階において政府の協力が不可欠である。

ホームステイのホストつまり運営者は家主である。全ての運営者は、プロジェクトに参入する前に、規則に従い、そして観光省に登録しなければならない。長期にわたってこの事業の発展を確実にするために、観光省はこのプログラムに参加することを希望する村が順守しなければならない一連の最低基準を設定してきた。ホストファミリーの選出は厳密な基準によって行われる。ホストとしての資格がある家族は、彼らの家が幹線道路近くに位置し、適正な基本的設備を備えていなければならない。宿泊施設として、観光客用に少なくとも2部屋の寝室と2台のベッドを備えている必要があり、また家の中に観光客を迎えるのに相応なトイレがあること、その家には水道と電気とが供給されていること、十分な安全性と高い衛生状態が保たれていること、さらに最も重要なことだが、家族の中に犯罪歴がある者や伝染病に罹っている者がいないという条件を満たさなければならない。承認されれば、観光省の免許発行局から証明書が送られてくる。そして、各州のツーリズム実行評議会（State Tourism Action Councils）や観光省の実務機関であるツーリズム・マレーシア（Tourism Malaysia：マレーシア政府観光局）の役人が、これらの条件を満たしていることを確認するため、定期的な監査を行う。

関連機関の役割

ホームステイ・プログラムの関連機関は、中央政府およびその関連諸機関、そして民間部門によって構成される。ホームステイ・プログラムにかかわる諸規則を規定し、ホームステイ・プログラム運営者が諸規則を順守しているか否かを監査することに加えて、中央政府は観光省や農村開発省を介して、ホームステイ・プログラムが実施されている地域へのアクセシビリティを確かなものにするために、道路や水道、電気、通信システムといった基本的な設備を整える責任がある。各省庁も、ホームステイ運営者に対して運営にか

かわるガイドラインを示し、ホームステイ・プログラムに関連する最新の情報やイベントを発信するために講習会やセミナーあるいはワークショップを開催する。さらに省庁は、マレーシアにおけるホームステイ・プロジェクトに役立つ住所氏名録を準備するという役割を負っている。

ホームステイ・プログラムの運営者を密接なかたちで支援する政府機関には、地方自治体や郡役所、漁業開発局、農業開発局、および地元社会の主な活動にかかわるさまざまな他の政府諸機関が含まれる。これらの機関は、省庁からの情報や支援を運営者に仲介する役割を果たすと同時に、このプログラムの進捗状況を省庁へ報告するという役割も担っている。これらの機関はまた、宣伝活動の役割も担っており、ホームステイ・プロジェクトにかかわる小冊子やパンフレット、その他の広告を制作する責務を負っている。

民間部門は、観光代理店やその他の観光に関連する企業や団体である。これらの組織の役割は、ホームステイ・プログラムにかかわる運営者をとりまとめ、観光客や海外の観光代理店などと、プログラムの価格やサービス内容、活動内容について取引をし、このプロジェクトの広報活動をおこなうことにある。

地元社会の参加

「地元社会」や「参加」という言葉は、地元住民をその活動に組み込む必要性を強調するために、決まり切ったように二つの言葉をあわせて使われる。すなわち、この二つの言葉の並置は、これまで一般的に地元住民は観光事業計画のプランニングや意思決定、運営から排除されてきたことを逆説的に含意したものであるといえよう (Mowforth and Munt 2009: 225)。アグロツーリズムの展開への地元住民の参加は、ホームステイ・プログラムを通して顕著なかたちで示される。このプログラムは、低開発な地域やコミュニティに対して、雇用やビジネスチャンスの面で期待される社会経済的利益をうみだしてきたのである。

当初、ホームステイは、大企業によって対処できないほどに観光客があふれかえるツーリズムの過剰を背景に出現した（Yahaya 2004: 67）。観光客の横溢は、観光産業に参加する人々に契機を与えることから歓迎されるものであった。マレーシアのほとんどのホームステイ・プログラムは、ホストファミリーだけではなく、学校の生徒や青年団体、女性団体などをはじめ、地元社会全体がその活動に参加することが求められる。たとえば、学校の生徒はコンパン（*kompang*：伝統的な太鼓）の演奏者として歓迎パーティに参加し、青年たちは伝統的なゲームを披露する。その結果、ホームステイ・プログラムは、地元住民の間に一体感や、共同作業という伝統的価値観の維持に貢献するとともに、コミュニティ内の社会的価値観をも育む。

通常、ホームステイの運営者は観光業に関連するビジネスにおいて小規模企業者として位置づけられる。訪問者は、民宿（the bed-and-breakfast accommodation）と同じように、家族で運営される地元の民家に滞在する（Wall and Long 1996）。これらは、ふつう地元の家族により所有される低料金の宿泊施設といってよい。そこには余分の部屋があり、基本的サービスが提供され、そして家族によって運営される。ほとんどの場合、運営者は通常どおり他の仕事に従事し、コミュニティ内での社会的、宗教的責任をはたすため、ホームステイの運営はその運営者にとっては、あくまでも副収入を得るためのものである（Dahles 2000）。ホームステイ・プロジェクトがうまくいくほど、より大きな利益につながる。ホームステイ・プログラムは地元社会に対してさらなる収入を与え、コミュニティの生活の質を高めるという大きな可能性を保証するものと断言できる。

しかし、ホームステイ・プログラムがもたらす潜在的利益があるとしても、最初の段階でいくつかの問題に直面する。Julaili（2001）によれば、問題のひとつとして、必ずしも多くではないが、地元民のなかには、よそ者であるとの理由から彼らの家を観光客に提供したとらない者がいるということがあげられる。最初期には、地元社会は外国人、とりわけリベラルで異なった社

会生活を背景にもつことから、自分たちの文化を「黄色文化」(yellow cultures)として否定的な価値観を有していると思われる白人に対して、かなり強く疑いの目を向けていたものである。

こうした誤解を解くために、最初期には、外国からの訪問客を受け入れる準備ができていたメンバー(多くは村民)がいる村にのみ、ホームステイ・プログラムが導入された。しかし、時間が経つにつれて、地元民のほとんどが心を開き、最近ではマレーシアの住民のほとんどがこの産業に対して前向きにとらえるようになった。この変化は、観光産業の需要と有益性について盛んに意見を交わしてきたメディアの助力を得ながら、政府が観光産業に対して積極的な政策を推進してきた成果と言えよう。

地元民へのインパクト

ホームステイ・プログラムは、同プログラムの参加者(players)に対して、直接的、間接的にさまざまな影響を与える。まず、ホームステイ・プログラムは地元社会に直接結びついた観光を基盤にした活動である。したがって、地元民とともに、ホームステイ・プログラムのホストは、観光活動から生じる収入など、もろもろの利益の主要な受益者である。ホストファミリーに加えて、地元社会の小規模ビジネスの多くもまた、観光客の流入から派生する直接利益を得る。なぜならば、訪問者はサービスを求め、地元の商人たちも訪問者からの要望に応えようとするからである。

事業者や国民経済に対する潜在的利益が期待されるため、ホームステイ・プログラムの推進にあたってマレーシア政府からの支援は手厚いものがある。たとえば、サラワク州全域のホームステイ施設を改善するために240万リンギもの予算が割り当てられた。サラワク州のホームステイ・プログラムは、日本やドイツ、イタリア、オランダのような国々においても人気があり、観光客は平均して4泊から1週間ほど滞在する。

社会経済的变化

通常、ホームステイの事業者は、1回につき少なくとも2名の宿泊料金と土産物の売り上げから収入を得る。他の収入源としては、地元の珍しい料理の販売や仕出し、ツアーの手配などもある。全体として、月収は600～800リングであり、地元民にとって最も重要な副業となっている。部屋数や他のサービスの提供いかんによっては、2000～3000リングを得る者もいる。その結果、ホームステイ事業者の中にはバスルームやエアコンの付いた部屋を提供できる者もいる。

多くの主婦がパンやポテトチップ、そしてマレーのお菓子や料理をつくることによって、中小規模の食産業に組み込まれる。実際、主婦たちは観光客や訪問者に対して、手作りの食べ物を販売するため、また地元外からの注文に応じた仕出しを行うため、小さな調理場や雑貨店を立ち上げることができた。主婦のなかには、乾燥させたゴムの葉を使った葉や、香りのする葉や花を使ったポップリを手作りするなど創作的な者もいる。

ホームステイ・プログラムを通して収入を増やす機会は、年齢や民族の違いにかかわらず誰にでも与えられる。ホームステイ・プログラムが実施されれば、村の手工芸品産業は成長し、籐籠を編むといったような村人の技術が役立てられる。青年や子どもも伝統音楽の演奏や踊りを演じるような文化的活動に参加することによって、こづかいを稼ぐことができるかもしれない。

ホテル産業ほど大きな収入は得られないが、ホームステイ・プログラムは外貨獲得や長期のマクロかつミクロ経済の成長にも貢献できる。その結果、ホームステイ・プログラムにかかわったほとんどの村民は今では経済的に自立し、貧困から解放されている。

放棄農地の再生利用

若い世代の都市への移住や農家の高齢化によって農業に対する意欲が低下しているため、多くの村落には広大な面積にわたって放棄された農地がある。

そこで通常、観光客を集客する際に、村のホームステイ委員会は、土地の持ち主と協力して、放棄地をバナナやとうもろこし、スターフルーツなどの農作物を栽培する農業公園へ転用するように働きかけている。村に収入をもたらしたこのプログラムの成功は、放棄農地問題を解決する実利をとまなうアプローチといえよう。

社会組織の発展

ホームステイ・プログラムの主たる成功要因は、リーダーシップとコミュニティの統一、そしてコミュニティの相互理解である。これらを熱心に支えたのは、村落開発・治安評議会（the Village Development and Security Committee）であり、Viewers, Listeners and Readers and Vision Force Movementなどの地元社会の諸団体による活発な活動であったように思われる。これら全ての団体とそれらによる取組みは、コミュニティの組織的リーダーシップや管理運営のありようを浮き彫りにした。村人の活発な取り組みは、村における活動を実践する際に彼らの理解と協力を助長する。それゆえ、ホームステイ・プログラムが実施されるとき、障害に直面することは少なくなり、成功する率は高くなる。また、ホームステイ・プログラムは、間接的にコミュニティ内におけるリーダーシップや連帯意識を育てるのに貢献してきたのである（図2）。

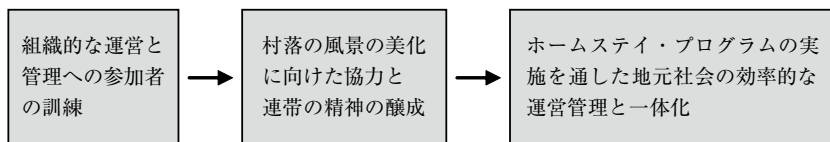


図2 ホームステイ・プログラムの立ち上げへのコミュニティの参画の流れ

農村のインフラ開発

村人は、道路の整備や電気や水の供給、また多目的集会所や、サービスセンター、コンピューターセンターなどの公共施設の提供など、政府によって提供されるインフラを享受する。また、村人は地元の文化を披露するステージや工房などの観光関連施設も提供される。さらに、州政府は通常、滝や湖の付近に観光客を惹きつける公共施設を修復する際になんらかの援助をする。

思考態度のパラダイムシフト

僻村も、ホームステイ・プログラムの名前によってグローバル化の利益を享受する可能性がある。国内外からの観光客の存在は、農村社会の思考態度に影響を与えてきた。特に観光客は、地元社会に対して負のインパクトを与え、という保守的な考え方に変化をもたらした。しかし現在では、地元社会は外国人観光客と出会うことに自信が持てるようになった。これにより、若い世代が観光客とのコミュニケーション能力を高めるため、英語などさまざまな外国語を学ぶ機会をもたらした。こうして、さまざまなかたちで地元社会は外国の開発経験や文化に触れる機会を得るようになった。たとえば、プロゴン村というホームステイ・プログラムを実践している村では、日本人観光客とのたび重なるふれあいによって、ほとんどの村民が日本語での会話を習得するようになった。また、委員会によって設立された語学教室は村人の英語の運用能力を高めた。加えて、その委員会は政府機関からの援助を受け、村民のモチベーションを高める講座も開講してきた。

生活の質の改善

ホームステイ・プログラムの遂行を成功させるためには、家族や地元社会、そしてリーダーシップの安寧と調和とが求められる。地元社会による遺産に対する見方も変わりつつある。地球社会(global community)と分かち合い、

発展されるべき遺産を保全することがいかに重要であるかに気づき始めたからにはほかならない。地元民は今や、日本や韓国、ヨーロッパ、パキスタン、そして中東諸国など世界各地の国際的なコミュニティの文化を理解するようになった。外国人、とくに時間に几帳面な日本人観光客の存在は、地元民の遺産に規律と誇りを植え付ける役割を果たしてきた。

4. マレーシアの島嶼観光

ツーリズムは、多くの小さな島々の経済に対して大いに貢献し、優位的地位を占めている。自然環境に根ざしたツーリズムは、観光産業の中で急成長している分野である。自然を楽しむために手付かずの場所への旅行として定義できるネイチャー（あるいはエコ）ツーリズムは、この10年間に観光産業のなかで推定で年間10%から30%の成長率をもって、最も急成長をとげた分野として台頭してきた（Conservation International 2002）。ネイチャー・ツーリズムにはさまざまな形態があるが、島嶼観光を含む沿岸・海洋観光が最大の構成分野である。生物多様性が、多くの島々におけるネイチャー・ツーリズムの発展の要となっており、マレーシアの小さな島々にとって主要な観光アトラクションになっている。ツーリズムの発展を考えた場合、自然に加えて、島の地元社会もまた価値あるものとして注目に値する。開発そのものは、当該の島の資源やオーナーシップの状況、そしてツーリズムにふさわしい環境を備えているか否かに配慮し、それぞれのコミュニティの意欲と能力に沿ったかたちで行われなければならない。これらの要素の組み合わせがうまくいけば、主流社会によって描かれる期待像を実現するにふさわしいコミュニティの競争力を高めることになる。

マレーシアの小さな島々のコミュニティは、本来、伝統的な漁民社会にはほかならない。その他の伝統的コミュニティと同じように、貧困と若い世代のコミュニティからの流出が、しばしば地元社会における世代を超えた問題と

して受け継がれてきた (Yahaya 2004a)。さらに、若者の多くが十分な教育も受けていないため、コミュニティはいかなるタイプのものであれ開発、とりわけ観光産業への参加を困難なものにしている。しかし、マレーシアの他の地域における観光産業による変革や近代化といった成功事例は、小さな島の地元社会にとってうらやましいものと映り (Yahaya 2001)、そして島のコミュニティの多くは、観光産業が貧困削減の解決策として地元になにかをもたらすのではないかと受けとめている。

一部の人々によって、ツーリズムは地元社会にさまざまなインパクトを及ぼすがゆえに、脅威や障害になるものとみなされている。地元社会の社会的経済的状況や生活の質を改善するための努力は、コミュニティの構成員全体の関与を求める。脅威や契機は識別されねばならない。そうすれば、コミュニティは以前と比べて、開発にともなう新たな試練に対して十分な対応ができる。

しかし、マレーシアの観光産業の成長は、生活の糧を海に求めてきた船乗りや伝統的な漁師から観光にかかわる事業者に転職するといったような、社会的経済的变化を小さな島々にもたらしてきた (Yahaya 2008)。島嶼観光において、小規模事業は、コミュニティ内の資源や場所的特性を活用することにより、島社会が抱えてきたさまざまな問題をむしろ観光資源として利益を得ようとする地元民によって担われる。

観光開発とそのインパクト：ティオマン島の場合

開発の背景

ティオマン島はパハン州に位置し、半島部マレーシア東海岸の沖合に浮かぶ地理的に有利な島の一つである。ティオマンは、南シナ海に浮かぶ他の64の島々の中で最も大きな島である。この島は本土から36海里の離れた場所に位置し、本土から船で2時間を要する。同島の面積はおよそ1万3360ha (134km²) で7つの伝統的村を含み、国内外の観光客の人気の観光スポット

となっている。

ティオマン島の開発は1970年代初めに始まり、当初は、バックパッカーに人気のある場所であった。手付かずの自然や、美しい砂浜、そして驚嘆するほどに美しい水中の眺めは、ティオマン島をシュノーケリングやスキューバダイビングで最も人気のあるスポットの一つに押し上げた。さらに、地元民の社交性や親切なもてなし、そして観光客に対する敬意にみちたふるまいも集客要因となった。

1980年代に、観光地としてのティオマン島の潜在力を具体化する動きがあり、本土からの起業家によって、島の元々の地主からおよそ25%のシャレー・ビジネスが移譲された。パハン州がティオマン島を世界クラス、もしくは抜きん出た観光地にしようと計画を立てた時、この島の観光開発が始まった。1986年、民間企業と提携したパハン州政府は、既存のホテルを5つ星ホテルへと改装することに同意した。

ティオマン島のコミュニティ

この島のコミュニティは、伝統的なマレーの海洋コミュニティである。1970年代初め、観光活動がこの島で行われる以前は、コミュニティの経済は専ら穀物生産と魚などの海産物の売買で占められていた。今日、ティオマン島の全人口は3201人であり、世帯主の大多数（86%）が観光産業で働いている。彼らは月に300～700リング（2008年5月のレート換算で7000円から1万7000円）の収入を得ている。しかし、村人の中には、シャレーのオーナーとして直接、観光産業にかかわる者もいる。同島には86のリゾートとシャレーがあり、合計で2200の部屋が用意されている。また、ボートの運転手や仲介者になり、1カ月に1000～8000リング（2万5000円から20万円）も稼ぐ者もいる。しかし、依然として45%の世帯主は、国家の貧困水準を下回っている³⁾。

ティオマン島民の教育水準はきわめて低い。これは、彼らの子どもに対する教育の重要性への認識が非常に低いためである。たいていの両親は、子ど

もが勉強を続けようが観光産業で働こうが気に留めない。子どもの教育機会を奪っているもう一つの要因は、教育施設の不足にある。7つの村に住む全ての子どもたちのために存在するのは、二校の小学校と主要村に位置する一校の中等学校だけである。それぞれの村は互いに遠くに離れた場所に位置しているため、学校のない村から来る子ども達にとって通学のための交通費が負担になる。学校を卒業しても島に職がなければ両親の負担を増やす。それゆえ彼らの多くは中学校を卒業した後、職を求めて本土に移り住む。

建設業やその他の観光活動に従事する労働力需要の急速な高まりは、本島からの移住者やインドネシア、そしてミャンマーといった外国人労働者などの流入をもたらす。ツーリズムによってうみだされる雇用機会は、地元住人だけでなく、島の経済発展に寄与する外部からの移住者にも与えられる(Norsiah and Yahaya 1998)。観光産業の発展は、地元社会の多くの住民に対して急速な経済的転換をもたらすだけでなく、若い世代の島外への流出を減らしている。観光開発によって、島の住人は近代化された施設や高い収入を享受できるだけでなく、時には外国人労働者や観光客によってもたらされる社会的な、あるいは衛生上の問題にさらされることにもつながる。

公共施設と自然資源

ティオマン島の開発は観光活動を推進するためだけでなく、地元社会のインフラ整備に対する需要にも応えてきた。地元社会は24時間利用可能な電力の供給を受け、地元の天然水を使用した水も供給されるようになった。すべての村におけるモスクや診療所、コミュニティホール、幼稚園、郵便局、交番、栈橋などの公共施設は、公共利用のために建設された。また、ツインオッター機が離着陸できる空港とターミナルビルが、ツーリズム産業が着手される20年前に建設された。

ティオマン島の魅力は、その天然資源にある。この島の約80%の地域は未だに原生林のまま残されている。他の熱帯雨林のように、ティオマンの森林

には、さまざまな種の鳥類をはじめ、きわめて多様性に富む動物が生息している（ちなみにティオマンを含む半島部マレーシアだけでも約650種の鳥が確認されている）。たとえば、100種類以上の蛇（キングコブラやニシキヘビなど）、80種もの珍しいトカゲなど、数多くの両生類がみられる。なかでもこの島で人気のある動物は、ティオマン島の手の付けられていない森林を自由に歩き回るネズミジカ（mouse deer）⁴⁾である。ネズミジカは本島では絶滅危惧種として保護されている。

地元社会の参加

地元社会が観光産業に直接組み込まれる開発の最初の段階で、地元民に対する雇用機会は第三次産業あるいはサービス業の分野でみられた。その後、リゾート経営が始まり、地元民はホテルやゴルフコースでの労働者やウェイターとして雇用され、リゾートで働く全スタッフのうち40%が地元民で占められようになった。地元の労働者のうち約60%がゴルフ場のキャディや造園職人として働き、残りの者はホテルの警備員やウェイターそして客室係として働くようになった。当時、地元民が就いた最も高位の職種は管理主任であり、その職種に就いたのはわずか2名にとどまった。

当時、地元民に払われた給料は、職種により異なるが、月額で400～800リンギ（1万円から2万円）であった。地元民にとってこれらの仕事は「金になるオファー」（lucrative offers）と信じられるようになり、観光部門は若い世代の島民にとって働きがいのある魅力的な就労部門となった。90%以上の若者が観光部門で働きたいと希望している。その理由は、農民や漁師といったこれまでの仕事や、よその土地に働きに行くことに比べて、観光部門の仕事は楽しく、魅力的な就労環境だからだという。さらに、家族との緊密な絆を保つために、遠隔地でよりも島での就労のほうが好まれたのであろう。また、高い学歴を身につける必要がない。しかし、観光産業にかかわる上で、彼らの海に対する知識や、人とふれあう能力や海洋での経験、そして観光客

に対するもてなしの仕方は、若者たちが観光産業に従事するならば、価値ある能力とみなすことができよう。

シャレーやボートの経営者として観光産業に直接組み込まれる以外にも、地元民による商売として食べ物の販売、雑貨や土産物を売る店の経営がある。海産物に対する需要は非常に高いが、住民の限られた資本のためにそれが提供できない。シーフード・レストランのほとんどが、島外の者により経営されている。その結果、快適な場所とサービスが提供できる大きな資本をもつ外部勢力が、観光客に対してこうした商品やサービスを提供する機会を島民から奪ったことがわかる。同様の制約により、外部勢力が海の恵みを素材とした手工芸品を供給する。たとえ地元民がそうした手工芸品を制作できる能力があったとしてもである。

高まる開発受容のために生じた突然の地価高騰は、地元社会に利益ではなく脅威をもたらした。土地は彼らの先祖から幾世代にもわたって引き継がれてきたものであるが、近年ではこれらの土地は貸し出されているか、外部の投資家に売られてしまった。こうした状況は、土地の所有者が彼らの土地をシャレーや他の観光産業にかかわるビジネスに転換することができないために起こった。さらに、彼らの低い経済状況もまた大きな理由である。1980年から1990年までの10年間に地元民の経済水準は倍増したが、沿岸部の地価は20倍以上も高騰した。

しかし、村民の中には彼ら独自のシャレーを建て、経営、運営するために懸命に働いてきた者がいることに注目したい。その数は増え、最近では少なくとも84%のシャレーの経営者が現地の村人である。さらに95%のシャレーの労働者が地元民であり、大多数が家族によって担われている。また、村民は成功者が快適な生活を享受している姿を見て、観光産業において小規模ながらもビジネスや起業することにますます興味を持つようになっていくことが明らかにされている。

社会文化的変化

ティオマン島のコミュニティは、マレーシアの他の観光地とは異なる。ティオマンは、他の観光地と若干異なる環境や経験を提供する。たとえば、この島のシャレーのほとんどが村のなかやその付近に隣接しているため、観光客は村民と同じ地域に滞在できるのである。それゆえ、そこでは観光客と地元民とが時間を共有し、親密な交流が可能となる。さらに、大部分のシャレーの経営者は地元民であり、経営者の家族やその他の地元民とともに運営されている。1970年代以降、地元民は観光産業を彼らの生活の柱として受けとめるようになった。教育がほとんど行われていないにもかかわらず、ほとんどの島民は、流暢な英語で会話ができるようになった。

この島において観光活動に直接かかわることは、地元民の語学力やコミュニケーション能力を高めることに貢献し、観光客側の文化的背景を理解する機会につながる。ほとんどの地元民は、親しみやすく、村を訪れる観光客を温かく迎える。彼らは、チップや追加料金を求めることなくサービスを提供する。彼らは、いかに観光文化(tourism culture)をもって観光客を歓迎し、魅了し、楽しませるかということによって生活し、経験することを学ぶ。村民は彼らの日常生活の中で、大きな価値を認識するようになった。たとえば、常に他人に対して敬意をもって対応することの重要性に関心を払うようになった。このことは、過去10年間に観光客に対する犯罪が一切起きていないことからわかる。観光客をめぐる報告事案は海での事故あるいは溺死に限られている。

不運にも、島民の開放的な心性と、離島であるがゆえに本土からの影響を受けてこなかったため、観光客がこの村に超近代的文化(ultra modern culture)をもたらしこととなった(Yahaya 2004b)。この影響は、若者や大人の日常生活の中で見ることができる。たとえば、衣服の着方をみても、村民にとってごく簡素とおもわれるスタイルでも、それは他のマレーシア人にとって「失礼」(impolite)とみなされる場合もある。

2003年にティオマン島を「免税地域」(duty free zone)とする宣言により、同島では、観光客や現地住民に対してより低価格なタバコやアルコールが販売できるようになった。ムスリムの雑貨店やレストランでもアルコール類が公然と売られている。これらの「より安価な」商品は、地元民とくに若者に何の制限もなく公の場でタバコを吸い、アルコールを飲むという問題を助長するかもしれない。政府の政策により導入された「免税地域」について若者の間で広がった誤った権利意識は、村の高齢者に深刻な問題をもたらした。免税地域の設定は、若者の間においてタバコやアルコール類の消費を助長した。端的に言えば、開発によって、ムスリム社会で説かれる教訓や価値観、神聖なるイスラームの教えが侵されようとしているのである。さらに、麻薬の常用といったその他の社会悪もまたどこからともなく広がりを見せつつある。たとえ多くの若者がそうした危険に不安を感じていないとしても、若者は常に外国と伝統の価値観やアイデンティティのはざままで混乱しているのである。

5. おわりに

観光産業は、国家に対して恩恵をもたらしうるし、あるいは災難をもたらすかもしれない。観光産業は萌芽的経済発展の触媒となりうるという意味では可能性を秘めているが、予期しない負の結果をもたらすときには脅威となるだろう。Murphy (1985) や Pearce (1981) など多くの研究者は、観光開発が農村の環境や生活の質に与える影響に対して懸念を示している。彼らは、観光ビジネスの経営において地元社会の持続的な支援と評価を含めた包括的な計画を強く求めている。グローバル化はグローバル志向を有す地方や国内のツーリズムを誘発してきたことを示している。

しかし、社会文化的次元においては、観光地の地元社会はすでに観光活動に対する「新たな見方」(new perceptions)を備えるに至っている。この変

化は、長期間にわたって地元社会が観光活動と密接に関係づけられ、さらされてきたために生じたものにほかならない。この変化は、地元民が近代化に向かう手段としてツーリズムを歓迎し、受け入れてきたことを示している。村民にとって、観光は文化変容をもたらすというよりも、むしろ「新しい価値」(new value) 体系への適応を引き起こしたものと解される。ツーリズムはまた、選択的接触変化(selective contact change)の一部であり、観光地のコミュニティの社会的状況や環境とのかかわりのなかで慎重に受容され、正当化されるに違いない。ツーリズムの進行にともない観光地でかいまみられる衣服の着方や日常生活にかかわる活動に対する観光地の受容は、奇妙もしくは異様な経験でもない。地元社会のなかにあって進行する観光客との接触を通じた社会化過程は、外国のあるいは観光客の文化を受容することを含むものなのである。

開発研究において、ホームステイ・プログラムのような地元社会を巻き込んだ観光活動は、単に農村ツーリズム・プログラムではなく、農村社会の発展に資するものであり、さらに、ホームステイ・プログラムの実施は農村社会に利益をもたらすことができるものと考えられてきた。地元社会は資源やスキル、財政面での基盤が欠けているがゆえに、州や中央政府など政府・行政機関からの支援が求められる。したがって、地元社会がそれ自体、人的・物的・財政的資源を欠いたまま全てを試みるよりは、さまざまな政府・行政機関とのパートナーシップのもとに実施することが好ましい。ホームステイ・プログラムのようなアグロツーリズム活動は、どのような方法でも実行できるというものではない。リーダーシップや能率的な経営はさておき、それは、地方社会の深い関与や結束を必要とする。しかし、その実行には、地元社会に大きな責任や理解が要求される。プログラムの成功のためには、協調と努力が必要である。これによって、ホームステイ運営者はより現実的な見識を備え、プログラムの推進のために協力して働き、地域レベルや国家レベルで生じた障害や問題に対応し、それを克服して成功につなげるのである。

ホームステイ・プログラムのような農村ツーリズム活動は、リーダーシップや効率的な管理運営だけでなく、農村コミュニティの関与や連帯なくしては実施されえない。なによりも村民の積極的な関与と理解が求められる。さらに、プログラムが成功するためには広報活動の面を中心に外部の支援も必要である。もしもホームステイの運営者がより実際的な眼をもち、プログラムを推進するのに協同し、地方や国家レベルで生ずるであろう障害や諸問題に関心を払うならば、ホームステイ・プログラムは成功するだろう。

島における観光開発の成長はしばしば、周辺の自然的・社会的環境に悪影響をともなう。島の開発は、観光施設の建設といった物的側面にかかわるだけでなく、さまざまな面で地元社会内部に急速な変化をもたらす。つまり、島嶼観光にともなう新たな次元の出現は、物理的・社会的、そして価値観のうえで地元社会に影響を与えるのである。

マレーシアの島嶼観光地となっているコミュニティは、観光化が始まる以前からすでに存在していたが、ティオマン島のコミュニティが初期段階から観光部門に参加する体制を整えていたわけではないことは明らかである。プロジェクトの初期段階では観光開発にかかわりたいという島民の切望は、観光産業が成長し、より多くの観光客が来るようになってから減退した。教育や知識、態度、意欲を支える仕組みの欠如、経済的制約、起業に必要なスキルの欠如のため、とくに観光ビジネスの分野で観光事業に参加できなかったのである。地元民は、観光開発に便乗した外部者が島から直接、または間接的に利益をたやすく搾取していると、認識するようになった。

島のコミュニティの大部分が直面するこうしたジレンマは、島が観光地として開発されることに対してコミュニティ内部、とくに高齢者に不満を鬱積させてきた。また多くの人々は、観光プロジェクトによってもたらされる資本や投資が、地元社会の所得を高めることはできても、それと同時に、コミュニティの伝統的資産が減じられていく可能性があると主張している。地元民のライフスタイルの変化や伝統的価値の減退は、社会的ネットワークや近

隣とのつながりが弱くなっていることが懸念されることから、高齢者にとって特に深刻な問題となっている。農村ツーリズムの発展と地元社会へのその影響に関する概念モデルは図2で示されている。

農村観光地域の地元社会の多くは、今なお、観光産業への参画を通して彼らの経済状態を変えようと奮闘している。しかし、教育や適切な訓練、そして十分に入念な計画なしには、地元民の夢を実現することは事実上、不可能である。そうだとしても、政府からの適切な指導や支援、協力によって、より実りあるものになるように、地元社会は観光産業に積極的に参加することができるだろう。

訳注

- 1) 外国人観光客者数からみた場合、マレーシアは2006年現在、世界第15位、アジアでは中国に次いで第2位、東南アジアでは第1位の地位を誇るに至っている（財・アジア太平洋観光交流センター『世界観光統計資料集—海外主要国目的地別アウトバウンド旅行者数（2003～2007年）』2009年）。
- 2) 2007年次における外国人観光客の主な送り出し国はシンガポール（50.1%）、インドネシア（8.6%）、タイ（7.8%）、ブルネイ（5.6%）などのアセアン諸国（小計74.5%）と、中国（3.3%）、インド（2.0%）、日本（1.7%）などその他アジア諸国からである（財・アジア太平洋観光交流センター『世界観光統計資料集—海外主要国目的地別アウトバウンド旅行者数（2003～2007年）』2009年）。以上のほかに、旧宗主国の英国などの欧米諸国やオーストラリアからの入国者も一定の割合を占めてきたが、近年注目されるのは中東諸国からの観光客の急増である。
- 3) マレーシア連邦政府の定義によれば、半島部マレーシアの貧困（所得水準）線は平均世帯月収460リンギ（2009年6月現在、約1万2000円）であり、それ未満の世帯が貧困層、さらにその半分の230リンギ未満の世帯が極貧層（貧困撲滅の対象層）とみなされている。
- 4) マレー語でカンチル（*kancil*）と呼ばれる小動物。プロトン社が生産する軽四国産車の名前にも使われている。

引用・参考文献

- Bird, B. (1989) *Langkawi: From Mahsuri to Mahathir. Tourism for Whom?*, Kuala Lumpur: Insan.

- Buhalis, D. and C. Cooper (1998) 'Competition or Cooperation? Small and Medium Sized Tourism Enterprises at the Destination', In *Embracing and Managing Change in Tourism*, E. Laws, B. Faulkner and G. Moscardo, (eds) London: Routledge.
- Caalders, J. (2000) 'Tourism in Friesland', In *Tourism and Sustainable Community Development*, G. Richards and D. Hall (eds) London: Routledge.
- Cole, S. (1997) 'Antropologist, Local Communities and Sustainable Tourism Development', in M.J. Stabler (ed.) *Tourism and Sustainability: Principles and Practice*, UK: CAB International.
- Conservation International. (2002) Ecotourism. Cited 24 April 2009. Available online at http://www.conservation.org/ImageCache/CIWEB/content/publications/factsheets/ecotourism_2epdf/v1/ecotourism.pdf.
- Dahles, H. (2000) 'Tourism, Small Enterprises and Community Development', In *Tourism and Sustainable Community Development*, G. Richards and D. Hall (eds) London: Routledge.
- Dann, G. (1996) 'People of Tourism Brochures' In *The Tourist Image: Myth and Myth Making in Tourism*, T. Selwyn, (ed.) New York: John Wiley and Sons.
- Davidson, T.L. (1994) 'What are Travel and Tourism: Are they really an industry?' In *Global Tourism: The Next Decade*, W. Theobald (ed.) Oxford: Butterworth-Heinemann.
- de Kadt, E., (1979) *Tourism: Passport to Development*, New York: Oxford University Press.
- Farrel, B. H. (1977) *The Social and Economic Impact of Tourism on Pacific Communities*, Santa Cruz: Center for South Pasific Studies, University of California-Santa Cruz.
- Higgins-Desbiolles, Freya (2006) More than an 'Industry': The Forgotten Power of Tourism as a Social Force. *Tourism Management*, 27: 1192-1208.
- Jenkins C. L. and B.M. Henry (1982) Government Involvement in Tourism in Developing Countries, *Annals of Tourism Research* 9 (4): 499-519.
- Julaili Ngah (2001) 'Adaptation and Socialisation of Foreign Tourists in the Homestay Program: Case Study of Kampung Desa Murni, Pahang' unpublished thesis. Department of Anthropology and Sociology, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kadir H. Din (1993) 'Dialogue with the Hosts: An Educational Strategy Sustainable Tourism', in V. T. King, M. Hitchcock and M. J. G. Parnwell (Eds), *Tourism in South-East Asia*, London: Routledge.
- Kadir H. Din (1995) 'Entertaining Guest in Remote Areas: Benefit and Problems', Kertas Seminar Kebangsaan Dampak Perluasan Pasaran Ke Atas Komuniti Setempat, Universiti Kebangsaan Malaysia, Cawangan Sabah.
- Lanier, P. and Berman, J. (1993) Bed-and-Breakfast Inns Come of Ages. *Cornell Hotel*

- and Restaurant Administration Quarterly*, 34 (2): 15-23.
- Laws, E. (1995) *Tourism Destination Management: Issues Analysis and Policy*, New York: Routledge.
- Macleod, D.V.L. (1999) Tourism and The Globalization of Canary Island. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 5(3): 443-457.
- Malaysia (2001) Rural Tourism Master Plan. Ministry of Culture, Arts and Tourism: Kuala Lumpur.
- Mukhriz Mahathir (2009) Keynote address at the Reader's Digest 2009 Trusted Brand Award. [*Bernama*, May 5.]
- Murphy, P. E. (1985) *Tourism: A Community Approach*. New York and London: Routledge.
- Norsiah Ahmad and Yahaya Ibrahim (1998) 'Investment Incentives and the Local Community Development', Proceeding of The Science and Technology Congress' 98, Malaysia: Ministry of Science and Technology.
- Page, S. and D. Getz (1997) *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*, London: International Thomson Business Press.
- Pearce, D. 1981. *Tourism Development*. London: Longman.
- Richardson, K. (2002) 'The Role of Homestay Hosts in International Education. Conference Proceedings, Internationalising Education in the Asia-Pacific Region: Critical Reflection, Critical Times', Annual Conference of the Australian and New Zealand Comparative: International Education Society.
- Richter, Linda K. and W. L. Richter (1985) Policy Choices in South Asian Tourism Development, *Annals of Tourism Research* 12: 210-217.
- Rogelja, N. (2002) The Ethnography of Local Tourism. Connections Between Fishery and Tourism in Izola, *Maritime Studies*, 1 (1): 85-102.
- Thomas, R. (1998) *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, London: Cassell.
- Tioman Development Association (TDA). 2006. Development Report (Unpublished).
- Tisdell, C. A. (1987) Tourism: The Environment and Profit. *Economic Analysis and Policy* 17(3): 2-6.
- Tosun, C. and Jenkins, C.L. (1998) The Evolution of Tourism Planning in Third World Countries: A Critique. *Progress in Tourism and Hospitality Research* 4(2): 101-114.
- Tosun, Cevat (1999) Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process. *International Journal of Tourism and Hospitality* 10: 113-134.
- Tosun, Cevat (2006) Expected Nature of Community Participation in Tourism Development. *Tourism Management* 27: 493-504.
- Wall, G. and V. Long (1996) 'Balinese Homestays: An Indigenous Response to Tourism

- Opportunities', in R. Butler and T. Hinch (eds), *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press.
- Yahaya Ibrahim (2001) Development Tourism and Changes in the Fishermen Community in Redang Island, *Akademika* 59: 95-116.
- Yahaya Ibrahim (2004) Homestay Program in Malaysia: Development and Prospect, *Asian Journal on Hospitality and Tourism* 3(1): 65-75.
- Yahaya Ibrahim (2004a) 'Entrepreneurship and Poverty: A Case Study on Island Community in the Tourism Sector', In *Tourism Entrepreneurship: Potential and Current Issues*. Che Ani Mad, Mohamad Amin Mad Idris, Mohd Rushdi Idrus, Muhd Iskandar Zulkairnain, Muhd Suhaimi (Eds), Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Yahaya Ibrahim (2004b) 'Tioman Island Community: Issues and Challenges', Working paper for Seminar on Coastal Resource and Tourism: Issues and Challenges. Faculty of Tourism Management, Hospitality and Environment, Universiti Utara Malaysia. (Unpublished).
- Yahaya Ibrahim (2008) *Tourism Development and Community Changes in Redang Island*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

解説

本稿は、原著者のヤハヤ・イブラヒム (Yahaya Ibrahim) 教授が立命館大学大学院文学研究科に短期交換教員として2009年5月に滞在した折に行った、大学院での講義および「立命館大学土曜講座」での講演の草稿をもとに書き下ろし、寄稿されたものである (2009年5月の土曜講座〈第2894~2897回〉では「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』」と題する特集テーマが組まれたが、ヤハヤ教授はそのうちの第2895回に本稿と同じタイトルで講演された)。原題は 'Rural and Island Tourism in Malaysia : A Discussion on Participation and Impact' である。

ヤハヤ・イブラヒム教授は観光社会学・農村開発学を専門とし、マレーシアのツーリズム研究の分野において第一人者として活躍されている (主要研究業績参照)。立命館大学に來学された当時は、スランゴール州のバンギにあるマレーシア国民大学 (Universiti Kebangsaan Malaysia) 社会科学・人

文学部に所属し、ツーリズム開発にかかわる教育プログラムのコーディネーターを担われていたが、同年8月、郷里のトレンガヌ州クアラトレンガヌに新たな4年制国立大学として改組されたトレンガヌ・マレーシア大学 (Universiti Malaysia Terengganu) の副学長補 (Deputy Vice Chancellor) として転任され、これまで以上に多忙な日々を送られている。

2009年11月7日(土)、立命館大学末川記念会館で開催された国際ワークショップ「アジアにおけるツーリズム空間の生産と地元民—外国人労働者—外国人ツーリストが織り成すインターフェース」(主催:立命館大学人文科学研究所「グローバル化とアジアの観光」研究会、後援:立命館大学人文学会)において、同氏は‘Homestay Program and Rural Development in Malaysia’ と題する報告(他一名との連名)をされたが、そのフルペーパーは他の論考とともに立命館大学人文科学研究所発行の英文ジャーナル (The Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities, No.2, March, 2010) に所収されているので、あわせて参照されたい。

ヤハヤ教授の最近の主要研究業績:

- (1) *Tourism Development and Community Change*、単著、2008年、Dewan Bahasa dan Pustaka Penerbit.
- (2) *Community, Development and Transformation*、単編著、2008年、Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- (3) *Tourism Malaysia: Development, Culture, Community and Locality*、共編著、2008年、Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.