

観光における「伝統の転移」

——「合わせ鏡」に映る鏡像としての地域アイデンティティ——

遠藤英樹

I. はじめに

地域にあっては、これまでに存在していた伝統を利用しながらであれ、地域の新しい伝統行事やイベントが観光との関連で創りだされてくることがある。観光においては、地域における伝統が変容したり、新たな伝統が創造されたりすることがかなり頻繁に見受けられるのだ。しかし、もう少し丁寧に見ていくと、「伝統の変容」や「伝統の創造」といった議論だけではとらえられない、興味深い事例も見てとれる。それは、「伝統の転移」とも言うべき現象である。ここでは、こうした現象について考えてみたい。

以下ではまず、観光における「伝統の変容」と「伝統の創造」について考察し、伝統が客観的な事象ではなく、人びとの意味・欲望・利害関心などが投影され社会的に構築されるものであることを主張する。次に「伝統の転移」といった現象があることを「よさこい祭り」を事例にしつつ述べる。そのうえで、「伝統の転移」が投げかけている問題とは何かを論じ、地域アイデンティティがモバイル化しつつあることを指摘する。

II. 観光における「伝統の変容」と「伝統の創造」

E. ホブズボウムによれば、「伝統の創造」とは「ある時期に考案された行事がいかにも古い伝統に基づくものであると見なされ、それらが儀礼化され、制度化されること」であるとされている¹⁾。ホブズボウムは、「伝統の創造」について、国民国家が形成されるプロセスを問う文脈において議論しているのだが、観光の文脈においても「国民国家の形成」と時に共鳴しつつ、「伝統の創造」の現象が頻繁に見受けられる。

たとえばバリの伝統舞踏と観光客に見なされているケチャダンスは、よく知られているように、1930年代に画家で音楽家でもあったロシア生まれのドイツ人、W. シュピースたちと共同で観光芸能として創造されたものである(図1)。最初はストーリー性をもたず、単純なリズムに合わせて合唱しながら激しい身振りをつけるだけだったが、次第にラーマヤナ物語に結びつけられ、観光用のスペクタクルに仕上げられていった²⁾。また私たちが観光において鑑賞しているハワイのフラダンスも、ハワイのイメージにあわせて創られていった伝統であると言われている³⁾。

さらに京都の「大文字五山送り火」は、京都祇園祭りとともに京都の夏を代表する風物詩の一つであるが、現在目にしている「大文字五山送り火」も観光との関連で創造され、変容してきた伝統であると言えるだろう。これは、東山如意ヶ嶽の「大文字」、金閣寺大北山(大文字山)の「左大文字」、松ヶ崎西山(万灯籠山)および東山(大黒天山)の「妙法」、西賀茂船山の「船形」、嵯峨曼荼羅

山の「鳥居形」の送り火をたく行事であるが、こうした送り火は精霊がふたたび冥府にかえるのをお見送りするという宗教的な意味を持つものであった。しかし現在、この行事では、たとえば「大文字コンサート」を開催したり、百貨店が「大文字セール」を行ったりしており、観光イベントとして再創造され再定義されており、その姿をつねに変容させつつある⁴⁾。

奈良市で毎年行なわれているイベント「なら^{とうかえ}燈花会」も同様に、創られ変容している伝統である(図2)。「なら燈花会」は、奈良市で毎年8月初旬から中旬にかけて行なわれているもので、夏の夜に奈良の街並みをろうそくの灯りで照らし出すという「光と闇のイベント」である。

このイベントが行なわれるようになったのは、1999(平成11)年からのことで、奈良商工会議所青年部・奈良県経営者協会青年経営者部会・社団法人奈良青年会議所が中心となって、これまで10年間行なってきた「ならまつり」を中止し、それに代わって、新しい奈良のイベントを創出しようと企画されたものであった。2000(平成12)年には第2回燈花会が行なわれたが、その際には燈花会を定着させるために、任意団体「なら燈花会の会」が創設されている。その後、2001(平成13)年には環境省の『かおり風景100選』に選出されたり、2003(平成15)年には国土交通省から全国地域づくり団体・国土交通大臣賞を受賞したりしている。そして2016(平成28)年、第18回「なら燈花会」は8月5日から8月14日にかけて開催されている。

ここには、奈良市民や奈良の大学に通う学生たちをはじめ、実に多様な地域の人びとが数多くボランティアとして参加している。その数は「当日サポーター」と言われるボランティアだけで毎日300名程度である。このように地域の人びとが数多く関わることで、イベントを通して、奈良の夏を彩る「伝統」として次第に人びとに表象されるようになっていく。

ただしこのイベントにあっては、これまで存在していた伝統を利用しつつ展開されていることも見逃せないだろう。例えば、2002(平成14)年には東大寺の大仏開眼1250年を記念し、「なら燈花会 in 東大寺」を開催したりして



図1 「ケチャダンス」

資料出典：<http://find-travel.jp/article/3754> (2016.08.18 アクセス)



図2 「2015年なら燈花会ポスター」

資料出典：<http://www.toukai.jp/group/archive.html> (2016.08.20 アクセス)

いる。神社や仏閣が近代観光において消費されるようになったのは明治期以降のことで、特に奈良においては、明治20年代には神社や仏閣が観光対象として観光客のまなごしを受けていた。東大寺をはじめ古くから観光客のまなごしを受けていたものを利用することで、「燈花会」を新しい伝統として地域に根づかせることが可能となっているのである。このことは、2003（平成15）年の「春日若宮御出現一千年祭」において「春日万燈祭」に参加していることから分かる。「春日万燈祭」は、春日大社の伝統的行事である「万燈籠」に「なら燈花会」を融合させたイベントである⁵⁾。

また今後の展開によっては、石川県金沢市の湯涌温泉街で行われている「湯涌ほんぼり祭り」もまた、「伝統の創造」の例として挙げ得るようになるかもしれない(図3)。これは、2011（平成23）年4月から11月にかけて放映されたアニメ『花咲くいろは』で描写された祭りをもとに創作されたイベントで、「地域に根ざす伝統行事」となることを目指して行われているものである。数年後、観光客や地域住民によって

「伝統」として認識・表象されるようになれば、これは、アニメというポップカルチャーが「伝統の創造」を誘発させるドライブとなる興味深い事例を提供してくれることだろう⁶⁾。

以上の事例でも分かるように観光の文脈において、伝統は創造され変容していくものであり、その中で人びとに「伝統」として次第に表象されるようになるのだ。したがって、ある伝統行事が地域に本来存在していた本物であるかどうかは、それほど重要なことではない⁷⁾。そうではなく、ある行事が地域に本来ずっと根ざしてきたものであると人びとが「表象」するようになることが問題なのである⁸⁾。このことについて足立は、岐阜県郡上郡八幡町における「郡上おどり」を事例として取りあげ、この地域の踊りが「昔から地域にある伝統なのだ」というリアリティを人びとが語りを通して構築していくあり方こそが問題であると主張している⁹⁾。伝統とは客観的な事象ではなく、人びとの意味・欲望・利害関心などが投影され、多様な言説によって社会的に構築されるものである¹⁰⁾。

しかしながら、観光においては現在、もはや「伝統の変容」や「伝統の創造」を指摘するだけでは不十分な事例が見てとれるようになってきている。伝統が創造され、変容することを指摘するだけでなく、私たちはもっと先へと議論を進めていかななくてはならなくなっているのである。それが「伝統の転移」とも呼ぶべき現象である。



図3 「第5回湯涌ほんぼり祭りポスター」

資料出典：<http://gajeanism.blog.jp/archives/36719770.html> (2016.08.18 アクセス)

Ⅲ. 「伝統の転移」とは何か——「よさこい祭り」を事例に

では「伝統の転移」とは何か。このことを述べていくにあたって、「よさこい祭り」を事例に考えてみたい。

「よさこい祭り」は毎年8月9日（前夜祭）、10日、11日（本番2日）、12日（後夜祭・全国大会）の4日間、高知市内の競演場・演舞場で、山車に華やかな飾り付けをして、鳴子を持った踊り子がおどる土佐のカーニバルである。この祭りは、1954（昭和29）年8月に商店街振興を促すため高知商工会議所が中心となり発足した。その意味では、現在では高知県の伝統行事として地域の人びとにも表象されるようになっていく、この祭りも「創られた伝統」であると言える。

1954（昭和29）年の第1回の参加人数は750人、参加団体は21団体であったが、その後、第30回時には踊り子人数1万人を突破するほどの規模となった。それにともなって次第に、音楽、髪型、衣装も派手さを増し、振り付けもサンバ調、ロック調、古典の踊りと工夫を凝らし、多くの観光客を呼ぶ高知県の一大イベントとなっている。こうした点においても、伝統が観光との関連で変容していることがうかがわれるだろう¹¹⁾。

だが「よさこい祭り」を分析する際には、「伝統の創造」や「伝統の変容」という概念だけに回収し得ない問題が存在している。「よさこい祭り」にあっては、その伝統行事が本来存在していたはずの場所から離れ、別の場所へと移植されるという「伝統の転移」といった現象が見られるのだ。

たとえば「よさこい祭り」は北海道札幌に転移することで、「YOSAKOI ソーラン祭り」となっている（図7）。「YOSAKOI ソーラン祭り」は、高知県のよさこい祭りとは北海道のソーラン節がミックスされて生まれた祭りであり、これを最初に始めたのは、当時、北海道の大学に通う学生たちであった。学生の一人が高知県で「よさこい祭り」を見て感動し、自分たちの地



図4 「第62回よさこい祭り よさこいガイドマップ表紙」

資料出典：『第62回よさこい祭り よさこいガイドマップ』



図5 「よさこい祭りの風景」

資料出典：筆者撮影（2005.08.11）

域にもこうした祭りを創ろうと仲間呼びかけたのが、始まりとされている（坪井・長谷川 2002）。

第1回 YOSAKOI ソーラン祭りは、1992（平成4）年6月、10チーム1000人の参加者、20万人の観客に支えられ開催され、2016（平成28）年第25回 YOSAKOI ソーラン祭りでは280チーム、28,000人が参加し、観客動員数は約205万4,000人を数えている。この祭りは毎年6月に開催され、北海道・札幌の初夏を彩る行事として定着してきており、地域の人びとによって次第に伝統として「表象」されるようになってきている¹²⁾。



図6 「よさこい祭りの風景」

資料出典：筆者撮影（2006.08.12）



図7 「YOSAKOI ソーラン祭り公式サイト」

資料出典：<http://www.yosakoi-soran.jp/>（2016.08.18 アクセス）

また「よさこい祭り」は奈良にも転移しており、「バサラ祭り」と呼ばれるものになっている（図8）。「バサラ祭り」は、21世紀の奈良ににぎわいと活気と元気を呼ぶことをスローガンに8月下旬に行われている祭りで、1999（平成11）年に始められ、2016（平成28）年で第18回を数え、高知県の「よさこい祭り」をモチーフに、各チームがアイデアを凝らした衣装を身につけ踊りを繰り広げている。

現在、奈良の新しい夏祭りとして、地元の人びとはもちろん、夏の奈良を訪れる観光客をひきつけるようになっており、地方紙でもよく取りあげられている。指定曲となるバサラ祭りの踊り歌「踊る・なら、そらっ!」をはじめ、ポスター、チラシの制作から、鳴子のデザイン、衣装、振り付けのモデル・パターンの制作まで、すべて、近鉄奈良駅周辺商店街の若手経営者や地元有志で結成さ

れたバサラ祭り実行委員会が担当し、祭りを運営している¹³⁾。

このように「伝統の転移」とは、ある地域の伝統と「表象」されていたものが別の場所に移植され、別の場所の文脈において再定義されることを意味しているが、北海道や奈良に移植され、再定義された伝統、それこそが「YOSAKOIソーラン祭り」や「バサラ祭り」なのだと言えよう。その他にも、高知県「よさこい祭り」は様々な場所に転移し、北は北海道から南は沖縄県まで、ほぼ全国で「よさこい祭り」が行われるようになってきている。



図8 「バサラ祭りの風景」
資料出典：筆者撮影（2005.08.27）

IV. 「合わせ鏡」に映る鏡像としての地域アイデンティティ ——S.フロイトやJ.ラカンの議論を手がかりに

「YOSAKOIソーラン祭り」にしる、「バサラ祭り」にしる、それらは、もともとある地域の伝統と「表象」されていたものが別の場所に移植され、別の場所の文脈において再定義されたものであり、本物性 (authenticity) とは何の関わりもない。こうした「伝統の転移」が投げかけている問題とは何か。

それは、地域のアイデンティティをめぐる問題である。「伝統の転移」においては、本来、地域に特有の伝統行事として創造され表象されるべきものが、他地域の伝統行事のかたちをとって表象される。「YOSAKOIソーラン祭り」や「バサラ祭り」の事例では、本来、北海道札幌や奈良に内在する地域の文脈に根つき、表象・創造されるべきであったイベントが、高知の地域アイデンティティとして表象されている「よさこい祭り」のかたちをとって現れているのである。それはすなわち、ある地域の伝統行事に投影される人びとの意味・欲望・利害関心が、他地域の伝統行事に投影される人びとの意味・欲望・利害関心のかたちをとって現れることでもある。これこそが「伝統の転移」が投げかけている問題ではないだろうか。

そもそも「転移」とは、S.フロイトやJ.ラカンをはじめとした精神分析学者たちが中心に据えた概念で、自己の感情や想いが他者の感情や想いとシンクロナイズ (同調) する現象を言う¹⁴⁾。ラカンはエメと名づけた女性のパラノイア患者について考察を展開しているが、そこでは精神分析の治療にあたってラカンの感情と欲望が、エメの感情や欲望とシンクロナイズ (同調) し、ラカンはエメの息子になろうとする感情を、エメはラカンの母親になろうとする感情を相互に持つにいたったことが報告されている。

またフロイトやラカンの理論を用いて精神分析学を日本で展開している新宮は、自らがあつかった症例から、「イギリスへ留学したい」という自己の欲望が、治療の過程で「フランスへ留学したい」というクライアント (患者) の欲望とシンクロナイズ (同調) し転移し、新宮自身は結局フランスへ留学することになり、クライアント (患者) はイギリス文化論へと専攻を変更した事例について述べ

ている¹⁵⁾。クライアント（患者）が父親に対する愛情や憎しみを、精神分析を行う者に転嫁させるのも、感情や思いがシンクロナイズ（同調）した現れである。

「自己の欲望は他者の欲望である」というラカンの有名なテーゼに引き寄せるなら、私たちはみずからの思いや思惑や欲望が自分の内から自然と湧きあがってくるように思っているが、私たちの思いや思惑や欲望は、自分の内からではなく、他者からもたらされているのである。私たちが言葉によって媒介される社会の中で相互に他者と結ばれているかぎり、他者の思いや思惑や欲望を自分のものとしてみずからの中にとりこんでしまう。

地域アイデンティティにおいても、これに類似したことが生じていると言えないだろうか。北海道や奈良という地域の伝統行事に投影される人びとの思いや思惑が、高知という他地域の伝統行事に投影される人びとの思いや思惑とシンクロナイズ（同調）し、他地域の伝統行事を自分たちの地域のアイデンティティとして考えてしまう。

私たちが地域の伝統行事に投影している思いや思惑は、私たち自身の内にその起源を持っているかのように見えながら、実はそうではなく、図9において示したように、他者や、他地域の人びとによって「合わせ鏡」の中で形づくられるのである（図9）。2006（平成18）年度の「よさこい祭り」で出演していたあるチームは、そのことを象徴的に表現していた。そのチームは香川のチームであったが、徳島の阿波踊りの振付けをしながら、高知で「よさこい」を踊っていたのである。

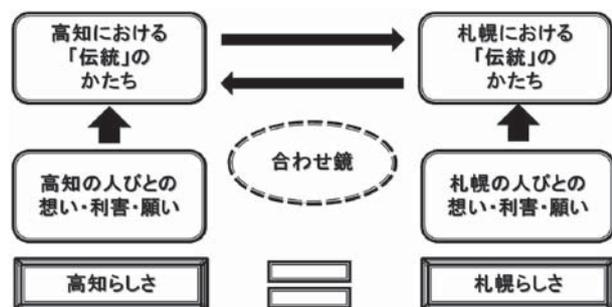


図9 「合わせ鏡に映る鏡像としての地域アイデンティティ」

資料出典：筆者作成



図10 「高知『よさこい』で徳島『阿波踊り』の振付けで踊る香川チーム」

資料出典：筆者撮影（2006.08.12）

もちろん他地域に移植された伝統行事が逆に、本来存在していた地域の伝統行事に影響を与え、そのあり方を変えることもある。たとえば北海道の「YOSAKOIソーラン祭り」が、高知の「よさこい祭り」のあり方に影響を与えたりもしている。「伝統の転移」の議論にあっては、どちらがオリジナルな伝統であるのかということや、オリジナルな伝統がいかにして「模倣」され「伝播」されていくのかということが重要なのではなく、各地域のアイデンティティがまるで「合わせ鏡」に映る鏡像として形成されているということが重要なのである¹⁶⁾。

V. 地域アイデンティティのモバイル化 ——「オリジナルなき世界」を拡張する観光

このように、現在、観光の文脈においては、地域アイデンティティが「合わせ鏡」に映る鏡像として現れているケースが数多く見てとれる。

たとえば先にも挙げたように、奈良の古都の夜をろうそくで照らすイベントとして「なら燈花会」があるが、この「なら燈花会」が始まった後、奈良と同様に「古都」イメージで売っている京都でも「京都・花灯路」というイベントが行われるようになった¹⁷⁾。両者はともに古都の夜をろうそく（「京都・花灯路」の場合はろうそくを模した電灯）で照らし出していくもので、非常に似通ったイベントとなっている。これらは、いまや地域住民の中にさえ、昔からあった「伝統」行事なのだと認識している人も少なからずおり、その意味で、「創られた伝統」であると言えるのだが、それにとどまらず「伝統の転移」の事例として考えることもできよう。2つのイベントはまるで、「合わせ鏡」の中に自らの地域アイデンティティを映すかのように、それぞれが〈古都らしさ〉をアピールしているのである（図11・図12）。

また神戸では「神戸ルミナリエ」が、1995（平成7）年の暮れから毎年開催されている。これは、神戸三宮「南京町」付近から「旧居留地」付近にかけてイルミネーションのアーケードの下を歩いていくイベントであり、〈神戸らしさ〉を表象するうえで不可欠なロマンチックな雰囲気醸成するものである¹⁸⁾。この「神戸ルミナリエ」が1999（平成11）年に東京丸の内に移植され、「東京ミレナリオ」として実施されるようになった。現在このイベントはその名前を変え、「東京ミチテラス」として続けられ、〈丸の内らしさ〉を表象するうえでなくてはならない行事となっている¹⁹⁾（図13・図14）。

このように、観光では、地域アイデンティティが「合わせ鏡」の中に映る鏡像として形成される場合が少なからず存在する²⁰⁾。地域アイデンティティは地域の固有性という文脈を剥ぎとられ、ま



図11 「なら燈花会の風景」

資料出典：筆者撮影（2004.08.13）



図12 「京都・花灯路の風景」

資料出典：筆者撮影（2014.03.16）



図 13 「神戸ルミナリエの風景」

資料出典：筆者撮影（2007.12.15）



図 14 「東京ミチテラスの風景」

資料出典：http://blog.goo.ne.jp/uripapa_as/e/64ed214dc5450b27c29a96282ea249a9（2016.08.20 アクセス）

さに「デラシネ（根無し草：déraciné）」となって漂流し始めているのである。

観光は、他の地域から移動する観光者（他者）の想いや思惑や欲望をつねに基軸にして、それに向けて自分たちの想いや思惑や欲望をシンクロナイズ（同調）させ、地域アイデンティティを形成するよう要求する。それゆえ観光の文脈では、地域アイデンティティのモバイル化が進展し、「オリジナルなき世界」が拡張していくのだと言えよう。

VI. むすびにかえて——「地域で生きる」新たなかたちをめざして

本稿で見てきたように、観光は、伝統を創造し、転移させ、そのことを通じ、地域アイデンティティを「合わせ鏡」に映る鏡像として形成するにいたっている。

だが、その際に重要となるのは、そうした世界を単に拒絶し、目を背けようとするのではない。そうではなく、みずからの内側から沸き起こってくる「アイデンティティ」、すなわち、みずからの内に起源（origin）をもつような「アイデンティティ」が“本来”存在しているはずだという私たちの思考を徹底的に問い直し、現代のモバイルなグローバル世界において、「地域で生きる」新たなかたちを模索することだろう。

他地域（他者）との「合わせ鏡」の中に乱反射しながら映し出されてくる「鏡像」を、したたかに、そして柔軟に「アイデンティティ」として利用していく——そうした「ポストモダン」風の振る舞いから、私たちはもっと多くを学んでもよいのかもしれない。

〔付記〕

本稿は、総合観光学会編『競争時代における観光からの地域づくり戦略』同文館出版に掲載された論文を加筆修正したものである。

注

- 1) ホブズボウム、E. 著、前川啓治・梶川景昭他訳『創られた伝統』、紀伊国屋書店、1992。

- 2) ①山下晋司『『楽園』の創造——バリにおける観光と伝統の再構築』、(山下晋司編『観光人類学』、新曜社、1996、所収)、104-112頁。②山下晋司『バリ 観光人類学のレッスン』、東京大学出版局、1999。
- 3) 山中速人『イメージの〈楽園〉——観光ハワイの文化史』、筑摩書房、1992。
- 4) 和崎春日「都市生活のなかの伝統と現代——民俗の変貌と創造」、(藤田弘夫・吉原直樹『都市社会学』、有斐閣、1999、所収)、177-192頁。
- 5) ①遠藤英樹「地域のかたち——地域社会学からの視点」、(奈良県立大学地域創造研究会編『地域創造への招待』、晃洋書房、2005、所収)、13-20頁。②「なら燈花会」公式ホームページ <http://www.toukae.jp/> 2016年8月18日閲覧。
- 6) 遠藤英樹「伝統の創造」、(大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田孝治編著『観光学ガイドブック』、ナカニシヤ出版、2014、所収)、114-119頁。
- 7) 観光の本物性 (authenticity) をめぐって、どのような議論が観光社会学や観光人類学において展開されてきたのかについては、次の論文を参照してもらいたい。遠藤英樹「観光のオーセンティシティをめぐる社会学理論の展開」、(山上徹・堀野正人編著『現代観光へのアプローチ』、白桃書房、2003、所収)、197-210頁。
- 8) ①遠藤英樹「観光のオーセンティシティをめぐる社会学理論の展開」、(山上徹・堀野正人編著『現代観光へのアプローチ』、白桃書房、2003、所収)、197-210頁。②ブルーナー、E. 著、安村克己・遠藤英樹他訳『観光と文化——観光の民族誌』、学文社、2006。③Bruner, E.M.,: *Tourism, Creativity, and Authenticity, Studies in Symbolic Interaction*, 10, 1989, pp.109-114.
- 9) ①足立重和「伝統文化の発明——郡上おどりの保存をめぐって」(片桐新自編『歴史的環境の社会学』、新曜社、2000)、132-154頁。②足立重和『郡上八幡 伝統を生きる——地域社会の語りとりアリティ』、新曜社、2010。
- 10) ハンドラー、R. & リネキン、J.、岩竹美加子訳「本物の伝統、偽物の伝統」(岩竹美加子編訳『民俗学の政治性——アメリカ民俗学100年目の省察から』、未来社、1996、所収)、125-156頁。
- 11) ①坪井善明・長谷川岳『YOSAKOI ソーラン祭り——街づくりNPOの経営学』、岩波書店、2002。②「よさこい祭り」ホームページ <http://www.yosakoi.com/jp/index.html> 2016年8月18日閲覧。
- 12) 「YOSAKOI ソーラン祭り」公式ホームページ <http://www.yosakoi-soran.jp/> 2016年8月18日閲覧。
- 13) 「バサラ祭り」ホームページ <http://www.basaramatsuri.com/> 2016年8月18日閲覧。
- 14) ①中山元『フロイト入門』、筑摩書房、2015。②新宮一成・立木康介編『フロイト＝ラカン』、講談社、2005。③福原泰平『ラカン——鏡像段階』、講談社、2005。
- 15) 新宮一成『ラカンの精神分析』、講談社、1995。
- 16) 「伝統の伝播」「伝統の模倣」という言葉ではなく、精神分析学の用語を借りて「伝統の転移」という言葉を私が用いている理由は、ここにある。地域アイデンティティが「鏡像」の中のみ存在し、つねに／すでに“ゆらぎ”を含みこんだものでしかないということを表現する言葉、それが「伝統の転移」なのである。
- 17) 「京都・花灯路」公式ホームページ <http://www.hanatouro.jp/> 2016年8月18日閲覧。
- 18) ①須藤廣・遠藤英樹『観光社会学——ツーリズム研究の冒険的試み』、明石書店、2005。②「神戸ルミナリエ」公式ホームページ <http://www.kobe-luminarie.jp/> 2016年8月18日閲覧。
- 19) 「東京ミチテラス」公式ホームページ <http://www.tokyo-michiterasu.jp/> 2016年8月18日閲覧。
- 20) その際には、別の問題も生じることがある。それは、行事やイベントをめぐる「覇権」の問題である。現在、「伝統の転移」においては、どの地域のイベントが「オリジナル」なのかといった覇権をあらそう動きが生じるようになっている。「よさこい祭り」を例にすると、高知県「よさこい祭り」以上にメジャーとなった北海道「YOSAKOI ソーラン祭り」に対し、高知県は、自らが「オリジナル」であることを示すために「よさこい全国大会」を主催するようになっている。また「なら燈花会」と「京都花灯路」においても、緩やかではあるものの、それぞれが「オリジナル」であることを主張し、覇権の争奪をしていることを見てとることができる。「伝統の転移」は先にも見たように観光の本物性 (authenticity) という議論から最も遠く、本物であるオリジナルと模倣であるコピーという区分もあまり意味をなさなくなるはずの現象であるが、そこにおいて逆に「オリジナル」をめぐる覇権の争奪が生じてしまっているのである。観

光による地域づくりにおいて、「オリジナル」をめぐる覇権（ヘゲモニー）は地域アイデンティティの問題と深く関わっているのかもしれない。

（本学文学部教授）