都市文化研究　Studies in Urban Cultures
Vol. 17，13-25頁，2015

◇論　文◇

観光の枠組みと地域の文化・社会的コンテクスト
――　高野山「ろうそく祭り」を中心として　――

池田　一城

◆要　旨

本稿の目的は，観光と地域文化の関係について，実際の地域と個人といったローカルな現実に関連させながら検討することである。ディスカバー・ジャパンなど，主に都市部から発せられる観光のまなざしが顕著になった1970年代において，観光は地方の地域文化の創出に際して，どのような作用を及ぼしたのか。この問いに答えるためには，地域文化が創出される段階から，担い手の意識や地域の社会・文化的現実を詳細に検討することにより，観光と地域文化の関係を具体的に抽出する作業が必要とされる。このことについて本稿では，1974年に高野山で創出された「ろうそく祭り」を事例として取り上げ，観光の枠組みといった大きな社会的背景を頭に留めつつも，地域の社会・文化的現実に注目し，祭りの創出と現在の様相における観光の影響を詳細に検討した。その結果，地域文化の創出に際して観光という要素は，担い手自身の手によって，自己が所属する地域の社会的現実に沿った形に再翻訳され，逆利用されていることが明らかとなった。また現在の様相については，進展する観光化によって多少なりとも祭りの内容が変容してはいるものの，観光化によって認知度が高まり，より一般性を獲得することによって，逆説的に，離町者の同郷意識が喚起されていることがわかった。つまり，観光と地域文化の関係は，観光が一定の社会的背景として存在しているなかで創出された地域文化でさえ，より大きなシステムとしての観光の枠組みに埋没していると単純にいえるものではなく，トランスローカルな枠組みとして語られる観光が，よりローカル性を強化する可能性をそなえていることがわかった。

キーワード：高野山，聖地，観光，地域文化，都市化

（2014年9月5日論文受付，2014年11月7日採録決定　『都市文化研究』編集委員会）

1　問題の所在　－観光と地域の力学－

(1) 先行研究の概要と本稿の視座

本質主義的な文化観が揺らいだ1980年代以降，観光は人類学における主要な研究対象になったが，そこで必要とされた視点は，グローバル・フォースとしての観光という「引き受けざるを得ない」状況において，実際の観光地としての地域と住民は，どのようにして観光に対して主体性を獲得していくべきであるかというものであった。例えば太田は，観光が無視しえない社会現象となっている状況について，観光を「ホスト」と「ゲスト」間に存在する力関係の不均衡を土台として成立していると捉えたうえで，力関係の行使に抵抗する可能性がホスト社会にも残されていると主張し，観光の文脈において「まなざされる者」である地域・住民は，自らが担う文化を意識的に選択・操作することによって，他者である「まなざす者」に提示することにより，観光という回避しがたい現実のなかにおいてさえ自己と地域を繋げるアイデンティティの構築が可能になると主張する（太田1993：383-406）。

この太田の主張を受けて人類学では，地域に「押し付けられた」観光を理論的な前提として，そのなかでホスト社会が観光とどのようにして主体的な関係を構築しているのかについての事例研究が盛んとなる。川森は，観光が地域社会に対して外部から「押しつけられる」ものとしたうえで，地域社会で生活する個々人がどのように

対応するのかという問題を提示した。そして，岩手県遠野において観光客向けに行われる昔話の語り手を事例に取り上げ，「ノスタルジア」[3] という必ずしも実際の遠野と関係のない観光イメージを浴びせられるなかにおいても，ホストである昔話の語り手は，今日では実際に使用されていないが，過去の実体験のなかで獲得した方言を観光の場で意識的に用いることにより，観光を通して自己と地域を繋ぐアイデンティティを形成していると分析し，観光の場を意識的な自己成形の場として解釈することが可能であると論じている（川森　2001：68-83）。

このように，近年における観光人類学においては，「ホスト」と「ゲスト」，「まなざす者」と「まなざされる者」の間には不均衡な力関係があるとされ，次のような一連の議論がおこなわれている。ひとつは，地域にとっての観光および観光文化は，なかば「押しつけられた」「抑圧的な構造」を前提として存在している，というものであり，そのうえでもうひとつ発展的な議論として設定されるのが，そのような観光の文脈上における社会・文化的な力関係をいったん認めたうえで，当事者の個人的文脈に留意することにより，押しつけられた状況に埋没した自己がどのような方法を用いて観光との主体的な関係を構築しているのかを考察する，というものである。前者は巨大システムとしての観光と地域・住民といった「大きな構図」を視点とするものであり，後者の場合は川森がいうように，その大きな構図を前提とした「引き受けざるを得ない状況」と自己との交渉の仕方を探るものである。後者についてはとくに観光という文脈上に位置する地域と住民にとってのアイデンティティに関わる議論と言い換えることもできる。

これら一連の議論においてはそれぞれ，あらかじめ押しつけられた観光という現象が共通点となっており，その理論において地域社会およびホストにとっての観光は，様々な力関係のなかで押しつけられたものであるという前提は変わるものではない。

本稿においても以上の理論的展開は非常に重要な役割を担うものであり，常に参考にすべき理論として傍に置いてある。そのうえで本稿では，観光が地域にとって「押しつけられた」ものであるという前提それ自体に対して批判的検討を試みる。

(2) 地域の文化・社会的コンテクストからみる観光と地域文化

先行研究において筆者が考える具体的な問題意識は，次のような点にある。「ホスト」と「ゲスト」による相互作用のなかで展開される観光は，すでに地域を超えた枠組みであることは理解できる。しかしだからといって，地域社会にとっての観光は，本当に一方的に押しつけられたものといえるのだろうか。このような前提的な語りは，地域を超えたより大きな枠組みとしての観光と，より小さな地域という構図をもとに設定した結果，地域側の視点に立った詳細な考察を欠落させたまま，グローバル・フォースとして拡大し続ける観光だけが強調され，回避不可能な抑圧的な構造という一枚岩的な語りに陥っている可能性があるように思えてならないのである。まさにそのために，観光文化についての議論では，押しつけられた構造のなかに一点の光を求めるというような，ポジティブなのかネガティブなのかわからないような語りの中においてしか，地域や個人と観光の関わり方について，その主体性を語れないという状況に陥っている可能性が指摘できる。

以上のような問題意識のもと，本稿では宗教上の聖地であり，観光地としても有名な高野山で創出された「ろうそく祭り」を事例として取り上げる。高野山の夏を彩る一大イベントである「ろうそく祭り」は，昭和 49（1974）年から始められ，その時期だけを考慮すれば，1970 年から巻き起こったディスカバー・ジャパン[1] など，都市部から発せられた観光の「まなざし」[2] が，祭りの創出の大きな背景となっていると推察することができる。しかし，祭りの創出の様相を，地域の文化・社会的現実を考慮しつつ詳細に読み解いていくと，祭りは主に都市部を中心とする地域外部から訪れるゲストに用意される観光のコンテクストだけを意識して始められたといえるものではなく，そこには，進展する都市化に伴う地域人口の流出など，生々しい社会的現実が大きな比重を占めていることがわかる。簡潔にいえば，祭りは，「ゲスト」としての外部他者ではなく，担い手自身をも含めた「ホスト」としての地域住民のために用意されたという意味合いを認めることができるのである。このような祭りの内実は，従来までの観光人類学において提示されてきた理論的前提と意を異にする。そのため，本事例を採用し，祭りの創出段階からホストとしての地域の文化的・社会的現実を詳細に考察することにより，先述したような観光人類学において提唱されてきた，地域にとっての観光は「押しつけられた」ものであるとする理論的前提を批判的に検討することが可能となるのである。

観光と地域文化の関係を考察するためには，地域文化が創出されるまさにその段階から，当事者の意識を含めたローカルな文脈を注意深く分析する必要がある。そのため本稿では，観光という現象がひとつの地域に留まらないグローバルな現象であるということを踏まえたうえで，その「大きな構図」を頭に留めつつも，実際の地域と個人というローカルなレベルに焦点を当て，観光と地域文化の関係について考察を試みるものである。

2　ろうそく祭りと観光の枠組み・地域文化

(1) ディスカバー・ジャパンとの関係

1970年から始まったディスカバー・ジャパンは，国鉄によって始められた全国的な観光キャンペーンである。ここで用いられた「ディスカバー」は，米国旅行業界が1960年代から1980年代にかけて展開した観光キャンペーン“DISCOVER AMERICA”のロゴをヒントにしており［尾家　2008：28］，“DISCOVER”「ディスカバー」という用語の使用からも明らかなようにキャンペーンでは，従来まで盛んであった特定の観光地を周遊するという観光形態から，観光者自らの選択に基づいて観光地・観光名所を「発見する」というテーマが設定されていた。

ディスカバー・ジャパンと地域文化の関係についてはこれまでも多少の研究の蓄積がある。そこでいわれる内容は，日本全国を巻き込んだ一大キャンペーンとしてのディスカバー・ジャパンは，様々なメディアを効果的に用いながらそれぞれの地域に浸透し，当該地域は必然的にキャンペーンによって都市部から発信される観光のまなざしを一方的に受信するという立場にまわった。その結果，キャンペーンへの反応としてそれぞれの地域では，観光イベントや祭りなどが創出されることになったのだが，それらは結局のところ，都市と地方といった権力関係を内包した観光の枠組みのなかで創出され存在している，というものである。例えば川森は，現在の遠野の地域文化は観光という枠組みのなかで『遠野物語』がイメージ化されることによって形成されているが，それをもたらした具体的な要因としてディスカバー・ジャパンを取り上げている。つまり，遠野の地域文化は，遠野という具体性や個別性を超えた「日本のふるさと」というノスタルジックなイメージに埋没する危険性を常にそなえているが，その安易な一般化をもたらすものがディスカバー・ジャパンなど巨大システムとしての観光の枠組みであるという指摘である［川森　2001：73］。

ここでひとつの疑問が沸く。ディスカバー・ジャパンと時を同じくして創出された地域イベントなどがキャンペーンの影響を多分に受けたものであったと仮定したところで，そのような大きな構図としてのディスカバー・ジャパンという観光の枠組みは，実際の地域で祭りやイベントが創出されるに際して具体的にどのような作用を及ぼしたのか。「ディスカバー・ジャパン」と「地域」という構図は，「観光」と「地域」と同様に大きな構図のなかで語られているため，そこにどのような具体的な関わり方があるのかについて詳細な構図がみえてこない。その影響は先行研究が示すとおり，創出段階から都市と地方といった権力構造を内包した観光の枠組みに一方的に埋没しているのであろうか。それとも影響は部分的なものにとどまるのか。さらにいえば，そもそも支配的システムとしての影響は本当にあったのだろうか。それらを考察するために，ろうそく祭りがどのような背景のもとで創出されたのかについて，当時のローカルな文脈に注意しながら考察を試みたい。

(2) ろうそく祭りの概要

具体的な考察に入る前に，祭りの概要について述べる。ろうそく祭りとは，高野山で毎年8月13日に開催される祭りである。現在では夏を彩るイベントとしてだけでなく，年間を通して最大のイベントとして知られる。祭りの内容は奥院[4]へと続く参道入り口である一の橋[5]から奥院燈籠堂までの約2キロメートルにわたる参道に参加者自らがろうそくを立てながら歩くというシンプルなものであるが，約2万人の参拝客や観光客で賑わい，ろうそくの数は10万本を数える。

真言密教の修行道場である高野山は，廃仏毀釈など時代によって衰勢を繰り返してはきたものの，現在でも参拝・観光を問わず多くの人間が訪れる場所であることに変わりはない。とりわけ金剛峯寺[6]，壇上伽藍[7]，奥院は，そこで大々的な宗教法会の多くが執行されることを考えても，信仰の中心的役割を担っている。祭りの舞台である奥院には，弘法大師空海の御廟へ続く参道に沿って20万基以上の墓石が林立し，宗派や歴史的因習を超えて存在する墓石景観は，「天下の霊場」や「宗教サロン」などと呼ばれ，夏の盆時期になると全国から自家の墓所参りをする人々で賑わう。そのような背景のなかで行われるろうそく祭りは，開催時期が8月13日で，その内容が参道に10万本のろうそくを立てるというものであるため，仏教行事の猛蘭盆と迎え火という構図に容易に結びつく。そのため，祭りはいわゆる「お祭りめいた」ものではなく，高野山という地域の特色を反映した盆行事・宗教行事としての性格が強い。

1）実行組織

祭りは昭和49（1974）年から始められ，創出当時の実行組織は高野町青少年団体連絡協議会（以下，青連協）である。青連協とは昭和48（1973）年に高野町内で活動する各青少年団体の連携・協力を築くために設立された組織である。つまり，祭りは青連協が設立されてわずか2年目に行われたものであり，組織を挙げて行う最初の大々的な行事であった。

この青連協という組織は高野町に限らず，全国組織としての中央青少年団体連絡協議会（中青連）が世界人権宣言に基づいて昭和26（1951）年に設立された後，徐々に各都道府県，各市町村へと設立の波が拡がっていった。組織の主目的は，中青連によると「全国組織を有する健

全な青少年の育成を図る団体相互の連絡協力を図るとともに，青少年教育に関する調査研究，青少年団体に関する情報の収集提供等の事業を通じて青少年団体活動の発展を図り，もって生涯学習の振興に寄与することを目的とする」となる。当然，各市町村の同団体もこの目的をもとに，ときには再解釈などを試みながらそれぞれの地域で活動を行ってきた。具体的には，地域に根ざした諸々の活動を通して地域青少年の育成を試み，まちづくりに寄与するというものであり，そこには「地域づくり」，「まちづくり」，「青少年育成」が三位一体となって意識されている。高野山のろうそく祭りについても同様に，町内に存在する青少年団体を連絡協議会として束ねることにより，より規模の大きい地域づくり活動を地域の青少年が主体性をもって推進し，またそれによって地域を担う青少年を育成するということが目的のひとつとして掲げられていた。当時の高野町青連協のスタッフ構成は，①商工会，②青年団，③伊都青年会議所，④グリーンクラブ，⑤ボーイスカウトの 5 団体が加盟していた。構成 5 団体のうち，③伊都青年会議所は，個人経営商店の経営者によって組織されているため，①商工会とスタッフ構成が重複し，また①，②ともに③の青年団に所属していたのも事実である。

2）創出の経緯

祭りが発案された経緯は実にシンプルなものである。高野山に限らず 8 月の盆時期には日本各地で猛蘭盆に因んだ仏教行事が行われる。東大寺の万灯供養会，四天王寺の万灯供養法要，壬生寺の万灯供養会などが代表的だが，それら以外にも様々な寺院において同様の行事が行われている。それら行事がどのような歴史的経緯を経て創出されたのかについては本論で明らかにするところではないが，高野山のろうそく祭りの発案については，化野念仏寺（京都・浄土宗）の千灯供養を偶然，観光客として眼にした青連協の一会員が，同組織の行事として奥院での開催を提案したことに端を発する。そのため祭りは，他所の祭りをモデルとしたものであるといえる。また祭りを開催するにあたっては，主催者である青連協による数度にわたる協議によって，「我が郷土を見直そう」というテーマが設定された。

祭りは第 1 回目より約 1 万人以上の集客を迎えることになる。それは主催者である青連協にとっても意図しなかったことであった。それ以降も多くの集客を集め，高野山を代表する夏の風物詩として知られるようになり，現在に至っている。

3）祭りの経費予算の負担と捻出先

次に祭りの経費予算の負担と捻出先についてであるが，発足したばかりの青連協では，寺院や行政の協力などは皆無であったため，特に補助金などもなく，そのため祭りは，定まった資金のないところから始まった。ではどのようにして資金を捻出したかというと，各構成員がそなえる人間関係のなかで，寄付を募るという方法を採用している。例えば，寺院に勤めている者が，寄付をしてくれそうな信者の情報を共有し，それらをリスト化し，交渉を行うなど，各構成員による個人的な人間関係を活用している。祭りに必要な物資はさほど多いとはいえず，ろうそく，ろうそくを立てるための竹串，提灯など，単体としては高価なものではなかった。提灯については，現在の某県会議員がまだ出馬していなかったときに話を持ちかけ，結果として提灯 500 個の寄付をもらっている。しかしそれら提灯にはそれぞれ，某県会議員の名札が張られていたため，青連協の構成員による今後の政治的協力を約束したうえで，名札は外すことになった。ただ，提灯 500 個は獲得したものの，取っ手がなかったため，青連協の構成員が自費で竹を購入し，自作している。また，ろうそくについては，ある戦没者慰霊団体が寄付してくれたが，その団体は，本当は高野山での戦没者慰霊祭を寺院にかけあったのだが，小規模のため叶わず，その話を聞いた青連協が，ろうそく祭りは奥の院全域を慰霊するようなものであるという説明とともに寄付を呼びかけた結果である。それら以外にも，高野山内の大手土産物店への寄付の呼びかけなどが行われた。ろうそくの竹串についても，お金を出し合い購入した。

このように，今でこそ行政などからの補助金によって成り立っている部分もある祭りであるが，創出時の資金については全くストックのない状態からスタートしており，多大な苦労があった。

3　創出の様相にみる観光と地域文化

筆者は昭和 49（1974）年の祭りの創出に実際に関わったメンバー数名に対して数度にわたるインタビューをおこなった。そこでは，創出に関わった主催者全員がほぼ同様の意見を述べたが，この事実に関しては，前述したように，祭りは青連協を設立してわずか 2 年目に行われた，組織として初めての大々的な行事であり，そのために構成員の熱意が非常に強く，実施に至る期間までに十数回の協議をもち，そこで祭りに対する意図やテーマが共通認識として培われたことが大きく影響していると考えられる。結果として創出に携わった主催者の話は重複するため，ここでは A 氏（男性・61 歳）へのインタビューを中心に記述をすすめていく。A 氏は当時，青連協の加盟団体であった伊都青年会議所の会員であり，祭りの創出に際しては奥院の総責任者の役を担っていた。A 氏は現在でもボーイスカウトとして祭りに参加しており，

創出時から今日まで途絶えることなく祭りに関与してきた数少ない人物のひとりである。

さて，創出の様相において考えるべき点はいくつかあるが，まず注目すべきは，祭りを創出するに際して主催者がどのような意識をそなえていたのかということである。このことについてA氏は，以下のように語る。

「第1回目のろうそく祭りの前年の昭和48（1973）年に高野町青少年団体連絡協議会（以下，青連協）が設立された。青連協というのは，そのテーマが青少年育成だった。青少年を育成するために青少年に関係した団体を集めて，それぞれの地域で青少年団体連絡協議会をつくった。しかし，高野町の場合は「官製」と違う。ほかの地域，和歌山県下でも時期は前後しながらも，いろいろ青少年団体連絡協議会がたくさんつくられたが，それはお上の指示があってつくったのも多い。それらは県の青少年関係部局が主導でやり始めたことが多いようだが，高野町の場合は先に出来ていた伊都青年会議所があって，そのメンバーが伊都橋本青少年団体連絡協議会をつくって，その後，そこに所属していた高野町の住民が青連協をつくった。だから青連協は上からではなく下からできているわけだが，それは，我々と同じように青少年を扱っている団体を集めて，自分たちの手でまちづくりをしていこうじゃないかという理念のもとで高野町の住民の手で昭和48（1973）年につくられた。そして，ろうそく祭りはその翌年，青連協設立の2年目である昭和49（1974）年から始められた」

A氏だけでなく他の主催者も同様に，インタビューにおいては，祭りの具体的内容を説明するに先立って，高野町青少年団体連絡協議会について細かな説明をしてくれた。そして，それを受けたうえで祭りの目的に話が至った。つまり，主催者の祭りについての考えのなかには，祭りを説明するに際して決定付けられた一通りの順序のようなものがあるわけだが，それはろうそく祭りの創出は，その主催者の存在と同義的な関係にあることを示している。A氏が祭りの創出において強調する主催者は，簡単に説明すれば，民主主義という土台のもとに住民の手によって行われるまちづくりという考えが，「地域における青少年育成」というテーマをそなえた青連協につながり，そして青連協が行事の一環としてろうそく祭りを考えた，という流れのなかに不可分なく存在している。では，祭りが創出された当時，担い手としての主催者が意図していた目的とはどのようなものであったのだろうか。このことについてA氏は以下のように説明する。

「観光のためとは違う。だから，最初に言ったように，青連協ができたのが青少年を活性化するため。まちづくりの担い手をつくるため。それを実際に青少年の手でおこなうイベントなんかをとおして意識を育んでいくということ」

このように，主催者が意図した祭りの目的には，青少年連絡協議会という全国組織が当初からそなえる共通の目的が根底にあったことは確かであろう。そしてその目的を基本としながらも組織はそれぞれの地域を舞台としながら諸々の活動を行っていくわけである。そのため，ろうそく祭りの創出に際しては，組織として当初から備え持っている全体的な目的を意識しながらも，地域を考慮したローカルな現実が加味されていると考えられる。

「ろうそく祭りがおこなわれるのは細かい日時は置いておいたとしても，夏休みで，しかもお盆でしょ。お盆だから，町を離れた者とか，町を離れて大学に行っている者とか，嫁いでいった人とか，高野町の出身者がいっぱい帰ってくるじゃないか。そんな奴らを奥の院で会わせたかった。再会の場をつくりたかった。それもできれば，ショートカットがつくられてしまってからは顧みられていなかった一の橋から始まる参道で出会って欲しいという思いがあった。」

その地域の現実とは，同郷者という存在である。つまり，組織としての基本的な姿勢に沿いながらも，祭りの創出にあたっては，地域と同郷者という枠組みを強く意識したものとなっていることがわかる。そこで対象とされた同郷者とは，在町者としての住民だけでなく，家ごと離町した者，学業のために離町した者，嫁いでいった者など，すべての離町者と在町者が同郷者・出身者という括りのなかに含まれたものとなっている。つまり，祭りの創出にあたって第一に対象化されたのは，地域または同郷という枠組みのなかに位置する在町者と離町者の双方を含みこんだ「同郷者」であり，その根底には都市化という社会的背景のなかで，都市という巨大な存在に自らの地域を対比させる意識があった。これについては当時の高野町の実情と照らし合わせるとより理解がしやすい。表1は大正9（1920）年から平成21（2003）年までの高野町の人口推移を表化したものである。

注目すべきは，昭和30（1955）年から現在までの人口の推移である。大正期より増加傾向にあった人口は，昭和30（1955）年から昭和35（1960）年，昭和40（1965）年から45（1970）年にかけて大幅な減少となっている。その後は減少傾向が加速し，平成21（2009）年の人口は昭和40（1965）年の約半数にまで落ち込んでいる。ろうそく祭りが創出されたのが昭和49（1974）年であったことを考えれば，当時，創出に携わった担い

表 1　高野町の人口推移（1920－2009）

年	合計
大正　9 年	9,339
大正 14 年	9,903
昭和　5 年	10,821
昭和 10 年	10,521
昭和 15 年	9,973
昭和 22 年	10,263
昭和 25 年	9,786
昭和 30 年	10,202
昭和 35 年	9,322
昭和 40 年	9,165
昭和 45 年	7,604
昭和 50 年	7,521
昭和 55 年	7,236
昭和 60 年	7,054
平成　2 年	6,611
平成　7 年	6,386
平成 12 年	5,355
平成 15 年	4,702
平成 21 年	3,974

典拠：大正 9 年～昭和 60 年は『こころのふるさと高野町 21 世紀計画』［高野町 1987］，平成 2 年は『和歌山県町村自治名鑑』［和歌山県町村議会議長会 1992］，昭和 7 年～平成 12 年は『第 3 次高野町長期総合計画』［高野町 2009］，平成 15 年～平成 21 年は『平成 21 年度高野町教育要覧』［高野町教育委員会 2009b］にもとづく。なお，昭和 3 年，昭和 33 年には近隣村落と合併しているが，昭和 30 年までの人口は，現在の行政区域に組み替えて計算している。

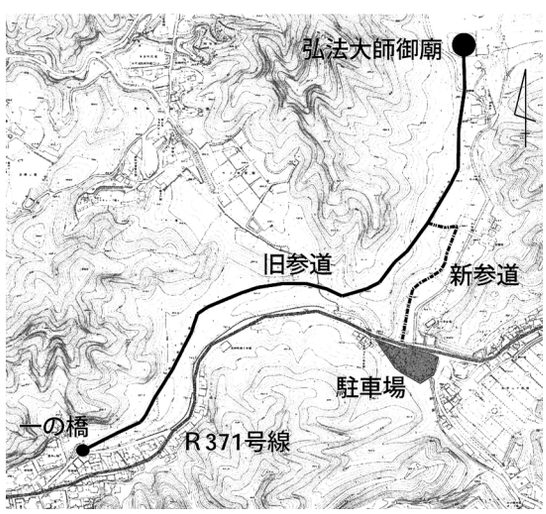
手たちは，このような人口減少をその前後期において実感として肌で感じ取っていたに違いない。そのため，祭りの創出においては地域と同郷者という枠組みが生々しい現実のなかで強く意識されたことは明らかであり，そのため自らが所属する地域が観光地としての性格をそなえていたとしても，このような目的意識のなかでは，そこに観光客という外部他者が入る余地はなかったといえる。また仮に祭りの創出に際して観光客という存在が意識されていたとしても，それはあくまで二次的な目的に沿うものであって，祭りの主体でもありゲストでもある同郷者のために用意された舞台に賑わいを付与するオプション的な要素でしかなかったはずである。

また，主催者の説明からは地域的な現実を反映したもうひとつの目的意識がみえる。それは，地域のなかで忘却されつつある場所の再確認とでもいうべきものである。誌面の都合上，割愛したが，近代以降の高野町では近代化と観光化の過程のなかで多くの開発がなされてきた。代表的なものとしては自動車道や鉄道の敷設など各種インフラ整備を挙げることができるが，それら開発に伴い地域では，ある空間が浮き上がり，別の空間が廃れていくという選別作業が生じ，その結果としてわずか東西 6 キロメートル，南北 4 キロメートルの地域内において中心と周辺というべき構造が生まれてきた。

ろうそく祭りの舞台である奥院については，昭和 25（1950）年に奥院御廟へのショートカットとして機能する新参道[8]が整備され，その目前には昭和 35（1960）年に大規模な駐車場が建設された。それ以降は，その新参道がショートカット道として機能し，その利便性からも観光客にとってメイン参道となった。駐車場付近には飲食店やみやげもの店などが入った商業施設が建設され，団体バスの観光者・参拝者などは，この新参道入り口で団体記念撮影を行う。それに伴い，本来の入り口である一の橋は往時の賑わいを失うことになった（図 1）。

祭りの創出にあたっては，一の橋を祭りの中心的な空間に設定することにより，このような観光化と近代化に伴う地域の変化について再考を促すという意識があった。当然，そこで考えるべき主体として対象化されたのも在町者・離町者を含めた同郷者という枠組みであったが，それは新たなメインロードが主に観光客によって利用され，消費されていることを踏まえれば当然の結果であったといえる。

図 1　奥院地区　旧参道・新参道概略図



このように考えると，祭りの創出に際しては，3 つの柱とも呼ぶべき意図が存在していたといえる。

一つ目は，青少年団体連絡協議会がそなえる目的のもとに，地域の青少年の手によってイベントを発案・実行し，それによって地域づくり・まちづくりに関わる担い手を育てていくこと。二つ目は，都市化という当時の巨大な社会的潮流とその渦中にある自らの地域を強く意識しながら，離町者を含めた同郷者という枠組みを祭りの主役として設定することにより，離町者と在町者の再会の場をつくりだすことによって，故郷や郷土への意識を高めること。三つ目に，近代化や観光化に伴うインフラ整備など開発の結果，忘却され，観光の枠組みのなかで選別化・固定化されつつあった空間を，地域の同郷者を主体として再考を促すというものである。

つまり，創出時において祭りの主催者・担い手が向け

ていた視線の先にあるのは，あくまでも自らが所属している地域・郷土であっただけでなく，そこには都市化や観光化といった大きなシステムを認めながらも，そのような状況に対して，地域を主体とした内発的ともいえる方法を模索している様子がみてとれるのである。

では，そのような意識のなかで創出された祭りにおいて，組織の共通認識として設定された「我が郷土を見直そう」というテーマはどのように理解されるべきなのであろうか。A 氏は創出された祭りのテーマについて以下のように語っている。

「地域の青少年育成はまちづくりにつながるものだった。青少年育成が青連協につながり，青連協が行事の一環としてろうそく祭りを考えた。だから祭りのテーマは「我が郷土を見直そう」というものだった。このテーマは我々が考えたものではなく，どこかから引っ張ってきたものだった」

インタビューの最中に筆者が感じたのは，この「我が郷土を見直そう」というテーマが「日本の（再）発見」としての「ディスカバー・ジャパン」と酷似しているというものであった。A 氏がいうには，テーマは別の場所から借りてきたもので，オリジナルのテーマ自体にはディスカバー・ジャパンの影響があったかもしれないということである。しかし，これまでの考察をもとにテーマについて考えてみれば，本事例を考察するにあたっては，ろうそく祭りで採用されたテーマが，そのオリジナルな段階においてディスカバー・ジャパンという現象を受け取っていたかどうかについては特に問題とはならない。これまでみてきたように，祭りの創出においては，その舞台を観光というシステムのなかでは忘却されつつあったローカルな空間に設定し，そのうえで在町者・離町者を含めた同郷者という存在が主役に据えられたわけである。そのため仮にオリジナルな段階においてテーマがディスカバー・ジャパンと深く関係するものであったとしても，ろうそく祭りの創出にあたっては，ディスカバー・ジャパンを内在化した「我が郷土を見直そう」というテーマは，完全にローカルな社会的現実を反映した意味合いに再翻訳され，アウトプットされている。そのため，祭りを創出した担い手にとっての「ディスカバー」とは，外部他者である観光客によって「発見」され「消費」される地域ではなく，あくまで同郷者を主体とした故郷の「（再）確認」という意味合いをもつものであったといえる。

以上のように考えれば，ろうそく祭りについては，それが昭和 49（1974）年におけるディスカバー・ジャパンという巨大な観光の枠組みをそなえたなかで創出された地域文化であるものの，それが単純に観光の枠組みのなかで創出されたものとはいうことができないだけでなく，そこに見えてくるのは，地域を超えたより大きなシステムとしての観光は，地域の実情を反映したローカルな意味合いに再翻訳され，地域文化の創出に際してホストによって利用されているという構図である。

4　現在の様相にみる観光と地域文化

次に現在の様相について述べていく。現在の様相については，平成 20（2008）年および平成 21（2009）年の祭りを実際に観察しながら，それぞれの担い手に話を聞いたことに加えて，現在の担い手のひとりである B 氏（男性・31 歳）にインタビューをおこなった。高野山で飲食店を営む B 氏は，青連協の一員として最近 10 年間の祭りに担い手として参加を続けている。B 氏とのインタビューは数回にわたった。平成 20（2008）年，平成 21（2009）年の祭りの当日に加えて，それらを補足するために同年に彼の仕事場で再度インタビューをおこなった。以下ではインタビューの内容を集約し，分析の材料としたい。

まず，現在の祭りの担い手である B 氏は，祭りの現状について次のように語っている。

「この祭りが創られたときのテーマは現在でも皆が知っている。町民のため，町民の再会の場所をつくるというものでしょ。でも今はどうだろうか。観光パワーに負けている気がする。だって 3 万人ですよ。休日とかに当たればもっと増える。だから自分たちも祭りの担い手としての責任は，観光客を常に意識してやっている気がする」

現在の担い手である B 氏にとって祭りは，3 万人の観光客という目に見えるインパクトが大勢を占めており，そのため祭りは，担い手不足という現実と重なり合いながら，観光客のためという意識に変容しつつある。また B 氏は，仮に祭りがなくなると仮定したときに申し訳なく思うのも，観光客に対してであると語る。さて，このような現在の様相が，すでに第 1 回目の結果に基づいていることは言うまでもないだろう。このことについて再び創出に関わった A 氏をはじめとする主催者の言葉を借りると，以下のように当時を振り返る。

「とにかく，なんであろうが，もう皆が集まってきた。スタートはすごくローカルなものだったのに，それが突然，市民権を得たようなものじゃないか。みんながびっくりしたわけだ。当初の目的とは別だけど，ある意味ではそれが 2 回目以降も継続していく自信になったことは事実だ。観光イベントというよりも行事として」

地域と同郷者という枠組みのもとで創出されたろうそく祭りは，第１回目から既に１万人の集客を呼び込むことになった。それはA氏を含む創出に携わった主催者としては意図していなかったことであり，驚くべき予想外の結果を迎えたということになる。そしてその驚きとはつまり，蓋を開けてみた結果が，自分たちが創出時に設定していた地域と同郷者という枠組みとは異なる別の内容によって占められていたことに起因しているといえるのだが，その別の内容こそが観光という巨大な枠組みであったということができる。

その結果，創出時に意図されたローカルな物語は，あやふやな結末を迎えることになる。それ以降，現在に至るまで，祭りにおける観光の枠組みは更に強化され，観光のインパクトだけを印象付けなから今日まで継続されてきたといえる。それはＡ氏がいうように，地域の行事としては成功したと捉えることも可能で，またＢ氏が言う「観光客のため」という表現からわかるように，今ではその経済的利潤を考慮すれば地域にとって重要な行事に発展したともいえる。

このような現在の様相についてＡ氏は「マンモス化」と表現しており，Ｂ氏は「3 万人」を強調する。しかし考えてみると，確かに観光という文脈上において３万人の観光客が一斉に到来するということは，担い手としての仕事量という物理的なレベルに大きな影響を及ぼしているのは確かである。しかし，「マンモス化」というほどに祭り自体は，その内容自体を拡大化・巨大化しているわけではなく，その基本的な形式は創出当初から大きく変わるものではない。つまりＡ氏がいうような「マンモス化」とは，大勢の観光客の到来とその可視的な光景を指して語られているのであって，Ｂ氏がいうところの「3 万人」のインパクトこそが，現在の様相において担い手が対象化する祭りの実像になっているということができる。そしてそのような物理的な光景は創出時に意識されていた地域と同郷者という枠組みを，担い手個々人の視界から洗い流し続けており，そのため，ある意味において祭りは，担い手個々人のなかにも「観光」と「地域」，「ホスト」と「ゲスト」といった大きな構図に基づいた語りの形式に収まってきていると考えることができるのである。

３万人の観光客と祭りという構図が現在の担い手の口からは多く聞かれるため，結果として祭りは，創出時には意図しなかった観光の枠組みに呑み込まれているという理解の仕方は可能であろう。しかしその構図は，たとえインタビューの結果として聞かれたものであったとしても，ある意味において現状を，そのインパクトから，より理解が容易な「観光」と「地域」といった大きな構図に安直に集約してしまっているのではないかという危惧をおぼえる。そのような語りだけをもって，祭りは観光の枠組みのなかに埋没してしまっていると結論付けていいものだろうか。それは，３万人の観光客という，いかにもなインパクトをそなえた現在の様相のなかで，創出時に設定された「同郷者」というテーマは本当に消滅してしまっているのかという疑問につながる。観光化によって祭りは，創出時に設定された意味内容さえも完全に変容させてしまったのだろうか。この問いを明らかにするために，ここでは分析の途中であることを断りながらも，祭りにおける２人の離町者についての事例を組み込んでみたい。

以下で紹介する事例は，平成 20（2008）年度のろうそく祭りに観客として参加したＣ氏（女性・36 歳）と平成 26（2014）年の祭りに参加したＤ氏（男性・37 歳）についてのものである。

Ｃ氏は高野町の商家で生まれ育ったが，県外の高校，大学に進学し，その後は県外で就職，結婚を境に再び他県の都市部に移り住んだ。Ｃ氏の両親は現在でも高野町に在住しており，その意味においてＣ氏は，故郷との関わりが完全に消滅してしまったわけではない。しかしＣ氏がろうそく祭りに参加した背景には，本事例を考察するにあたって重要な示唆が含まれている。

またＤ氏は，大学卒業を契機に他県で就職し，職場で出会った女性と結婚，現在は養子として妻の両親が経営する会社で働いている。

以下は，Ｃ氏とのインタビューを著者が再構成したものである。

「ろうそく祭りの思い出は，中学生ぐらいまでだと思う。それも毎年参加していたわけじゃなくて，当日はお客さんが多いから，店の手伝いをしていたこともよくあった。

両親は今も高野町にいるが，私が県外に出てからは 8 月の盆時期を外して帰省することがほとんどであった。その理由は，（私自身の）仕事の都合もあるけど，実家が商家だから，一年のなかでも高野山の繁忙期にあたる 8 月の盆時期に帰省しても家族との時間を十分にとることができないばかりか，結局は家族にも迷惑をかけてしまうという考えがあったからだ。だから，ろうそく祭りは長い間行ってなかったが，あの祭りが自分の子供にも楽しまれるものだろうとは思っていた。

結婚をして子どもができて以来，数は少ないが知り合う人も増えた。幼稚園で出会った人たち，ほとんどは子どもをきっかけに知り合った自分と同じ母親連中であり，皆が色々な場所から来ているので，やっぱりどこから来たのかという話題になる。その都度，高野山について説明をするのだが，高野山はそれなりに有名だけど，いまいち伝わりにくいのが本音である。どう伝えればいいのかわからないし，単に田舎というわけでもない気がする

し，そう受け取られても，もったいないように思う。私自身は故郷の歴史とか文化については特別興味があるわけではなく詳しくもない。でも，会話のなかでは地域の歴史とかを話しても逆に伝わらない気もする。だから，この前（2008）は，実家に頼んで青葉祭の写真を撮影して印刷して送ってもらい，ろうそく祭りは夫と娘を連れて参加して写真を撮影した。青葉祭りにしても，ろうそく祭りにしても，難しい歴史などは置いておいても，それらの写真などを実際に見せることによって，自分の思い出と一緒に故郷の姿を伝えやすい。こんなことしている場所，こんなことが似合う場所という感じで。だから写真は町並みが少し写っていて，祭りの綺麗で賑やかなものがあればそれでいい。家族に写真を頼んだときも，綺麗で，高野山らしいのが欲しいと説明した。

ろうそく祭りは一度，夫と娘に見せてあげたいと思っていた。3人で帰っても（実家は）忙しいだけだから，できるだけ避けるようにしていたが，いつかは行きたいと思っていた。自分の思い出もあるけど，それ以上に夫や娘，他人に見せても喜ばれると思う」

C氏は新しい環境のなかで，自らの故郷について話をする機会を得た。そこで自らの故郷について説明するにあたってC氏が想起し，有効な方法として取り上げたのが，青葉祭とろうそく祭りというふたつの祭りであった。C氏が語る内容からその理由を考えてみると，まず挙げられるのが「高野山らしさ」の追求というものである。C氏は故郷を説明する媒体として写真を用いているが，そこで実際にピックアップされるのは，祭りのなかでも部分的な光景であって，表現されている内容が単体として何であるのかは特に求められていない。そのため写真によって語られる内容は必ずしも故郷の全体といえるものではなく，祭りを通した故郷の賑わいのなかで表象される美的な部分に限定されている。つまりその内容は，たとえば観光パンフレットに描かれるような，不特定他者の視線を意識したものであって，そこで行われる作業は，離町者としての意識をそなえながらも，ゲスト的な立場に立つという，観光のまなざしのなかに自らの地域を位置付け，それによって自らの故郷を他者に伝えるというものであるといえる。だからといって，離町者であるC氏もまた，故郷を想起するにあたって一般的な観光イメージの消費者となっているのであろうかというと，必ずしもそうではない。

「どう伝えればいいのかわからないし，単に田舎というわけでもない気がするし，そう受け取られても，もったいない」

この語りの内容から垣間見えるのは，C氏が故郷を想起するにあたって一般的なふるさとイメージを回避しようとする意識である。つまりC氏は，自らの故郷を説明するにあたって，「単なる田舎」という一般化された構図を避けようとしており，まさにそのためにC氏は，祭りの賑わいのなかに故郷を位置付け，それを他者に説明することによって，自己と故郷を交感させ，両者の関係を構築しているのである。またそのような作業を新しい環境のなかで行うことによって，自らの生活世界を再確認しているということも確かであろう。

つまり，現在のろうそく祭りは，実際の担い手にとっては観光のインパクトという可視的な光景のなかに存在しているといえるが，祭りが観光化に伴いその認知度を上げつつ，地域を超えた賑やかさを産み出していくなかで，現在の離町者にとっては故郷を代表する祭りという意識が一定の自負とともに生まれつつあるといえる。ろうそく祭りは地域を超えた観光という文脈に置かれることによって，外部他者のまなざしを集め，またそれに耐えうるものになったということにより，創出当時の担い手の意識とは裏腹に，同郷者である自己以外の人間にも魅せるに足りるものになっているという意識が生まれているのである。

他者に対して自らの故郷を説明し，またそれによって自らも故郷と交感を果たす，そのための手法としてろうそく祭りが取り上げられるという事実は，そこで取り上げられる事象が他者のまなざしに耐えうるものであるという自負とともに，その美化された自らの故郷のなかで自分の立ち位置を確認するという新たな作用をもたらしている。

次にD氏とのインタビューについてみていく。以下はD氏とのインタビューを著者が再構成したものである。

「高野山に実家があって，両親も健在で，しかもお盆の時期ということもあるけど，僕にとっては，ろうそく祭りは，もう年中行事みたいなもので，今年だけじゃなくて結婚後は毎年参加している。子供が産まれる前は，まずは自分の故郷がどんな場所なのかということを，奥さんに見せてあげたい，知ってもらいたいという思いがあったし，子供ができてからは，奥さんだけじゃなくて子供にも見せてあげたいと思って参加している。なんといっても美しいというか，他にはない光景だし。だから，祭りへの参加の動機は，まずは家族に自分の故郷を知ってほしいということがひとつと，もうひとつは，子供の頃（まだ高野山に在住していた頃）は，友人と夜店に行くのだけが楽しみだったけど，今もどこかにそんな気持ちがあって，祭りに参加すれば，当時の友達や知り合いが今は祭りのスタッフなんかになっていたりして，誰かしらに出会うことができる。夜店でも偶然とはいえ知り

合いと出会えたりする。今年は（離町者／在町者関係なく），誰それに出会えたなあ，というのが話題のひとつになる。そういう意味では，ろうそく祭りはやっぱり地元意識が働く祭りだと思う。例えば花火大会なんかは大小の規模があるけど，どこでもやっている。そういう祭りとろうそく祭りは，僕にとってはまったく別物っていう意識がある」

このＤ氏の語りからは，祭りに対する 2 つの動機を読み取ることができる。ひとつは，高野山というＤ氏自身にとっての故郷を，妻，子供という新たな家族に見せたいという意識であり，もうひとつは，Ｄ氏がいまだ在町者であった頃の祭りの楽しみ，それは友達と夜店に行くという行為であるが，その余韻のような感情がいまだ存在しており，現在でも祭りにさえ参加すれば，友人や知人と出会えるという意識である。その感情を明確に表現しているのが，Ｄ氏による他所の祭り（花火大会）と，ろうそく祭りとの比較であろう。とりわけ注目されるのは，2 つ目の意識である。Ｄ氏はろうそく祭りについて「地元意識」という用語を明確に用いており，友人や知人と出会えるという意識は，まさに祭りの創出時に設定された「同郷者と離町者の再会の場」というテーマが現実化しているといえるのではないだろうか。

以上のような離町者の語りから読み取れるのは，祭りは観光というインパクトによって創出当時の意味合いが変容してしまったわけではなく，逆説的ではあるが，観光化されることによって，故郷と離町者をつなぐという創出時に意図されたローカルな文脈へと，部分的ではあるが，揺れ戻しが生じているという一面をみてとることができるというものである。

5　おわりに

以上，近代の高野山で創出された，ろうそく祭りについて，観光と地域文化の関係について考察してきた。

本論で提示された問題意識は，先行研究にみられるような，地域にとっての観光が，「押しつけられた」構造のなかに存在しているのかというものであった。このことについて本論では，観光という事象が地域を超えた枠組みとして様々な影響力をそなえていることは事実であるが，そのため，観光と地域の関係について語る際には，地域を超越した巨大な力としての観光と，より小さな地域という二項的区分にもとづく大きな構図が前提的に想定されている可能性を指摘した。

地域にとっての観光が「押しつけられた」ものとする理論的前提は，グローバリゼーションが世界を均質化するという語りに似ている。しかし，両語りにおいて共通的に矛盾しているのは，多様な要素を内包した単体的な力として表象化されるグローバリゼーションと同様に，そこで対比される地域と世界というものも，単体的な存在として扱われているということである。このような構図における比重が，より大きな力としてのグローバル・フォースとしての観光にかかっていることは明らかである。そして，そのような語りにおいて決定的に欠落しているのは，巨大な力に対峙する地域側についての視点である。

このような問題意識のなかで，第 3 節では，観光が社会的な背景として存在している時期において創出された祭りについてローカルな視点から考察を行った。そこで試みられたのは，実際の観光地である地域と地域文化に関与する個々人といったローカルな視点から，地域を超えた観光という大きな事象を逆照射することにより，観光と地域文化の重層的な意味を探っていくことであった。

考察の結果，明らかになったのは，地域文化の創出に際して担い手が向ける目線の先には，まず自らが帰属する地域があり，そこではローカルな文脈こそが最も優先されるべき事項として取り上げられているということであった。ろうそく祭りでは，地域人口の急激な減少という生々しい社会的現実が優先的な事項として取り上げられ，祭りの創出における実際的な背景として組み込まれていることが明らかとなった。つまり，祭りの創出の段階においては，地域に観光という社会的な背景がありながらも，そこで対象化されたのは，外部他者である「ゲスト」ではなく，「ホスト」としての「我々」に他ならなかったわけである。

さらに，祭りと観光の関係については，より興味深い事実が明らかとなった。ローカルな現実を考慮した祭りの創出過程において，ろうそく祭りでは 1970 年代という，より拡大化する観光化の影響によって環境が変化し，地域内において観光の文脈上における中心と周辺という構図が生まれているという現状を担い手が認識し，その波に抗うように祭りの開催場所が設定され，変容する地域について住民と同義的に扱われる離町者を含む同郷者を主体として地域への再考を促すという意図が込められていたことがわかった。

このような本論における事例を通して明らかになった観光と祭りの関係は，地域を超えた観光という現象が現実的な社会背景として横たわっていた時期においてさえ，ホスト社会としての地域住民は，ただ受動的かつ一方的に，観光という枠組みに沿って地域文化の創出を試みたものではないというものであった。それどころか，観光という枠組みは，ゲストという外部他者ではなく，同郷者を主体として，進行する観光化とは逆の方向性が求められているのである。つまり，本事例において地域側に

おける意味を詳細に探っていくことによって明らかとなったのは，地域を超えた力としての観光は，地域社会に対して，ただ一方的に「押しつけられる」という状況ではないということである。

以上の議論からあきらかになったことは，従来までの観光人類学において前提とされてきた，「押しつけられた」観光という語りは，対象として設定される地域側の視点に立てば，必ずしも一般化され，抽象化されて扱われるべき前提とはいえないというものである。

一方，現在の様相では創出時とは別の意味が明らかになった。現在の様相ついては，「観光化」がひとつのキイワードになっている。ろうそく祭りにおいては，祭りの内容自体に大きな変容はなかったものの，担い手が意図しないレベルにおいて，ゲストの大量訪問が観光化の具体的な影響として明らかになり，それによって創出時に設定された祭りの主体となるべき同郷者という枠組みは，大量の観光客という可視的な光景に埋没することになった。そのような現状に対して現在の担い手は，仕事量と責任の増大とともに観光に埋没している自己を認識しており，また創出時において設定された，離町者を含む同郷者を主体とした祭りのテーマは，外部他者であるゲストによって埋め尽くされる祭りの光景のなかで，その意味を失ってきていると意識されていた。しかし，テーマの主体である実際の離町者にとって現在の祭りは，観光化によって知名度が上がり，観光のまなざしに適合する一般性を獲得することによって，故郷の祭りとしての一定の自負を抱くことが可能となり，地域外という新たな環境のなかで，自己と地域を結びつける文化的な媒体として機能している側面があることが明らかになった。その過程は，祭りが観光化されることによって，創出時に設定されたローカルな意味内容が，逆説的に意識化されているというものであり，その意味においては，創出時に設定されたテーマが，たとえ部分的であれ，現実化しているという一側面も認めることもでき，観光と地域文化の関係は，観光という文脈においても，決してネガティブな内容だけをもたらすものではないことが明らかになっただけでなく，トランスローカルな性質が強調される観光という事象が，よりローカル性を志向する作用を及ぼす可能性があることを示唆するものであるといえる。

以上の議論から明らかなように，現在の様相における祭りは，観光化による作用として，一方で可視的な光景を変容させるも，もう一方では意味内容の再生ともいえるべき現象が生じている。そのように考えると，地域文化と観光の関係は，必ずしも一般化された前提のなかに収まりきるものではないといえる。

観光という現象は，いまや現代世界を特徴づける現象のひとつである。しかもこの流れは，今後ますますその勢いを強めていくことが予想される。現代社会においてそれぞれの観光地は，地域がそなえる歴史・文化・自然などにもとづく独自性を強調し，それらを自らが所有する資源として，世界を舞台として競売にかけるという状況のなかにあるといってよい。そこでひとつ明らかなのは，観光の文脈における地域とは，観光地と括られるなかにおいてさえ，独自の地域としての意味合いを当初から多分に含んでいるということである。その意味において観光とは，地域を舞台にしている以上，安易な一般化を拒むという性格があらかじめ付与されているとさえいえる。観光と地域，観光と地域文化の関係を理解するためには，本論において試みられてきたような，対象化される地域にとっての観光という構図において，地域文化に関与する個々人の具体的実践に示される微妙な意識や地域の実情といったローカルな文脈を，地域を超えた観光という巨大な背景に照らし合わせながら，具体的な事例のなかから読み取っていくような作業こそが必要とされるべきであると本論では考える。

注

1．国鉄（日本国有鉄道）による観光推進キャンペーン。「ディスカバー・ジャパン」は昭和45（1970）年から展開され，山口百恵の「いい日旅立ち」などメディアによる広報戦略や個人旅行客の増大などの社会的背景とも適合して一定の成功をおさめた。昭和59（1984）年からは後続として「エキゾチック・ジャパン」が推進された。

2．ここでいう「まなざし」は，J. アーリが論じたような，「社会的に構造化され組織化されている」ツーリストのまなざしを示す［アーリ　1995：2］。

3．一般的には「望郷」や「郷愁」の意味であるが，観光の文脈上においては，「ふるさと観光」など，その地域とは必ずしも同義とはいえない一般化された観光イメージを付与するものとして理解される［川森　2001：70-72］。

4．高野山のなかでも聖域とされる弘法大師御廟を指す。御廟までは約2キロメートルにわたる参道で繋がれ，参道沿いには30万基ともいわれる墓石群が立ち並ぶ。金剛峯寺境内（奥院地区）として国指定史跡となっているとともに，世界遺産のコアゾーンでもある。

5．弘法大師御廟へ至る正式な参拝道は，一の橋から中の橋を渡り，最後に御廟橋を渡る。これについては仏教民俗学的な視点から，橋を渡るという行為があの世とこの世を隔てる機能を果たしていると説明される［日野西　1990：10-49］

6．高野山真言宗総本山である寺院。元々，金剛峯寺は高野山全体を示す総称であったが，明治2（1869）に青厳寺と興山寺が合併し，金剛峯寺としての寺号を有することになった。

7．真言密教の思想を具現化するために9世紀初頭より造営が開始された密教伽藍。奥院とともに二大聖域とされる。

8．奥院参道は，一の橋から中の橋，御廟橋を越えて最奥の弘法大師廟へ至るのが本来であるが，昭和25年に奥院東側に新たな墓地区画が造成され，昭和35年には大規模駐車場が建設され，それに続く新参道が整備された。この新参道は，一の橋に比べて御廟に至る距離が短く，車社会化の到来と共に，利便性から多くの観光客に利用されるようになったが，本来の参道入り口である一の橋を利用するゲストは次第に減少していった。

参考文献

アーリ，J
1995『観光のまなざし－現代社会におけるレジャーと旅行』加太宏邦（訳），法政大学出版局
2003『場所を消費する』吉原直樹，大澤善信訳，法政大学出版局
安藤直子
2001「観光人類学におけるホスト側の「オーセンティシティ」の多様性について－岩手県盛岡市の「チャグチャグ馬コ」と「さんさ踊り」を事例として－」『民族学研究』66（3），pp. 344-365
尾家建生
2008「町並み保全型まちづくりから見たツーリズム発展論」『政策科学』15（3），pp. 27-37，立命館大学政策科学部
太田好信
1992「沖縄・八重山の〈ウミンチュ体験〉コース考」『中央公論』8 月号，pp. 333-339
1993「文化の客体化－観光を通した文化とアイデンティティの創造－」『民族学研究』57（4），pp. 383-406
1998『トランスポジションの思想－文化人類学の再想像』世界思想社
川森博司
1996a「ノスタルジアと伝統文化の再構成－遠野の民話観光」『観光人類学』山下晋司（編），pp. 150-158，新曜社
1996b「ふるさとイメージをめぐる実践－岩手県遠野の事例から－」『思想化される周辺世界』（岩波講座文化人類学 12）青木保（編），pp. 155-185，岩波書店
2001「現代日本における観光と地域社会－ふるさと観光の担い手たち－」『民族学研究』66（1），pp. 68-83
2008「旅と観光」『日本の民俗 3　物と人の交流』川森博司，山本志乃，島村恭則，pp. 128-204，吉川弘文館
高野町教育委員会
2004『わたしたちの高野町』高野町教育委員会
2009『平成 21 年度高野町教育要覧』高野町教育委員会
高野町
1928『高野町町勢要覧』高野町
1930『高野町町勢要覧』高野町
1984『高野町町勢要覧』高野町
1987『“世界にひらけゆく高野文化のまち”をめざして　こころのふるさと高野町 21 世紀計画』高野町
1992『和歌山県町村自治名鑑』和歌山県町村議会議長会
2009『第 3 次高野町長期総合計画（平成 21 年度～平成 30 年度）』高野町
手島廉幸
2008「マスツーリズムの歴史的変遷と今後の行方－マスツーリズムに終焉はない－」『日本国際観光学会論文集』15，pp. 11-17，日本国際観光学会
土佐昌樹
2008『アジア海賊版文化－「辺境」から見るアメリカ化の現実』光文社
永渕康之
1996「観光＝植民地主義のたくらみ」『観光人類学』山下晋司（編），pp. 35-44，新曜社
橋本和也
2001『観光人類学の戦略－文化の売り方・売られ方－』世界思想社
日野西眞定
1990『高野山民俗誌 奥の院編』，佼成社，pp. 10-49
藤田光寛
2006「高野山の年中行事」高野山大学選書刊行会編『高野山と密教文化』（高野山大学選書第 1 巻），pp. 48-63，小学館スクウェア和歌山
ホブズボウム，E・レンジャー，T
1992「序論－伝統は創り出される」『創られた伝統』前川啓治他訳，ホブズボウム，E＆レンジャー，T（編），pp. 9-28，紀伊国屋書店
山下晋司
1996a「序　南へ！北へ！」『移動の民族誌』（岩波講座文化人類学講座 7）,青木保（編），pp. 1-59，岩波書店
1996b「「楽園」の創造－バリにおける観光と伝統の再構築－」『観光人類学』山下晋司（編），pp. 104-112，新曜社
1999a「バリ　観光人類学のレッスン」東京大学出版会
1999b「創られる地域文化－バリと遠野の事例から」『情報化社会の文化 I －情報化とアジア・イメージ』青木保（編），pp. 87-111，東京大学出版会
和歌山県
2008『和歌山県統計年鑑』和歌山県

Tourism and Local Festivals in Socio-cultural Contexts: from the Case of “Rousoku-Matsuri” in Koyasan, Japan

Kazuki IKEDA

The aim of this paper is to analyze the relationships between tourism and local culture focusing on the performers of the *“Rousoku-Matsuri”*, known as the Candle Festival, and residents in consideration of the reality of society and culture in the community. In the 1970’s, how did tourism have effects on local communities and culture? In order to answer this question, I examined how a specific local festival has been developing and improving in the context of tourism.

In this paper, the analysis is based on ethnographic research into the case of the *"Rousoku-Matsuri"*, which was produced as an annual festival in 1974, in Wakayama Prefecture, one of the most sacred places in Japan. Importantly, I analyzed both of the creation of the festival and the current situation of the festival in terms of the development of tourism.

In conclusion, tourism as part of the creation of the festival was re-translated into a local significance for performers and hosts. Compared to the period of the creation of the festival, the contents of the current festival have been changed a little because the festival has become much more popular among guests. However, people who left Koyasan have improved the sense of local attachment. Thus, the festival acquiring popularity and in the context of tourism has made the hosts, including departed residents, re-consider their own community positively.

Keywords：Koyasan, Sacred site, Tourism, Local culture, Urbanization