



観光の視点から神戸・南京町春節祭を見る

方, 園

(Citation)

海港都市研究, 13:49-62

(Issue Date)

2018-03

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCOI)

<https://doi.org/10.24546/81010152>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81010152>



観光の視点から神戸・南京町春節祭を見る

方 園

(FANG, Yuan)

I. はじめに：問題意識

神戸南京町において、毎年中国の旧正月一日から三日までの三日間、「春節祭」というイベントが開催されている。第一回の一九八七年から今日まで、すでに三〇年の歴史を持つこの祝祭を対象に、本論では観光社会学の概念を用いながら、春節祭の主催者及び春節祭の出し物を巡り、それがどのように大勢の観光客を惹きつけているのか、またその社会的意義について考察してみたい。

周知のように、中国において「春節」は中国人が伝統的に重視する旧正月を祝う祭りである。漢民族だけではなく、壮（チワン）族、回族、朝鮮族などの少数民族もまた、こうした祭りを盛大に祝う。このように「中国で年間最大の祭礼として位置づけられており、伝統的な年中行事の中で最も期間が長く、その中で実施される祭祀慣習や芸能も最も多い」（王 2001:317）とされる春節の祭礼の期間中、除夜、守歳、爆竹、拜年（新年の挨拶回り）などのさまざまな行事が行われる。地域によって行事の形式は異なるものの、春節の重要性は中国各地で同様であり、一年間で最も重要な祝日の一つとされている。春節における主要な習俗は中国において長い間実践されてきたものと認識されており、人々の心の中に深く根ざしている。春節は全ての中国人にとって比べ物がないほど特殊な意味を持っている行事だとされる。

祖国から離れた異国に生きていたとしても、中国人にとって春節が持つ特殊な意味は変わらない。例えば、日本の華僑社会においても「長崎新地中華街」、「横浜中華街」、「神戸南京町」という三つの地域で代表的な春節祭がとりおこなわれている。本論ではそのうち、神戸の南京町春節祭についての考察を行う

まず、神戸市春節祭の発足と発展の経緯を説明しておきたい。神戸市春節祭の発足は南京町の発展と深く関連している。王維は『日本華僑における伝統の再編とエスニシティ』の中で、春節祭の発展過程を紹介したうえで、以下のようにまとめた（王 2001）。

一九八〇年代までは、神戸における観光拠点はほぼ北野異人館周辺に集中しているのが実状であった。さらに一九八五年に地下鉄が三宮まで開通すると、人がより一層三宮に流れるようになり、観光地としての元町は相対的に活気を減じる傾向にあった。そうした状況のもと、一九八三年の春にオープンした臨海メリケンパークをはじめ、北野町、トアロード、元町などを含めた地域全体を活性化し、観光ルートとして市内だけではなく市外からの訪問者や観光客に対しても、その魅力をアピールすることが神戸市における観光政策の一つの課題となった。こうした背景を踏まえ、一九八一年にまとめられた「南京町復興環境整備事業実施計画」をもとに、南京町でも観光整備の取り組みが行われてゆく。一九八五年の時点で、中華門やロータリーなどの完成とともに、ハードの面でも町並みが中華街らしく作り変えられた。しかし、観光ルート上の元町に位置しているにもかかわらず、その認知度は低く、依然として町に来る客が少なかったという。そこで、有志が一九八五年の秋から南京町の各店舗を一軒一軒回り、振興組合青年部の結成を呼びかけた。その結果、一九八六年四月、南京町で商売をしている華僑や日本人の二代目、三代目の店主や新たに南京町で商売を始めた人々を中心とした約四〇名で青年部が結成された。こうした取り組みの過程で、南京町の知名度を高め、観光地としてより人々にアピールするために、一九八六年に中国の伝統行事である春節を祝う行事の実施が決定された。中国では旧正月は単に「春節」と呼ばれているが、もっと日本人になじみやすくするため、「春節祭」と名付けたのである。

こうして一九八七年に「第一回神戸南京町春節祭」が開催された。通りには中国食材や中国物産などの出店が並び、有線放送で中国の民族音楽などが賑やかに流された。イベントとしては「西遊記パレード」、獅子舞、中国舞踊、太極拳などが実施され、この第一回目の春節祭では実に二七万人の来街者数を記録した。それ以降も、春節祭は南京町の最も盛大なイベントとして毎年開催されている。さらに、一九九七年にはこの春節祭は神戸市地域無形民俗文化財に指定された。

上述の春節祭の発展経緯から見ると、これは「伝統的」な祭礼、あるいは移民コミュニティの文化的実践といった意味合いよりもむしろ、地域活性化に関連した観光戦略の一環としての性格が強いといえる。一九八七年からすでに三〇年の歴史を持っている神戸市春節祭の目的の一つは南京町の知名度を高めることにあるが、その一方で、それを観光活動としてとらえる研究は現時点で多くはない。

ところで、現代社会において、必然性のない財やサービスを消費する機会が多い。休暇、観光、旅行にみられるように、現代社会における生活ではこうした消費が重要な役割を果

たしている。社会学者の須藤廣が指摘するように、観光は「我々の日常生活に浸透してきている」（須藤 2012:83）わけである。

しかし、「観光」という社会現象に対しての批判がなされることもしばしばである。例えば社会学の領域においては、「主に産業化された観光における、『本ものらしさ』をめぐる観光文化に対する『虚構性』批判」（須藤廣 2012:85）がこれまで多くなされてきた。また、筆者が研究対象とする春節祭に対しても、「これはただの観光活動で、研究する意味はあまりない」という声も実際に数人の研究者から聞かれた。これに対して、須藤は以下のように述べ、観光研究の重要性を強調する。

現代においても、観光をととして人々が非日常経験を追求するという基本的な生活は変わらないどころか、より強化されている。このような視点から観光を分析しようとした時には特に、観光を「近代的市民」の単なる消費行動とし、観光現象を移動を伴う「一時的な楽しみ」の市場に限定するのでは、ポストモダン社会における観光現象の変容とその奥行きを見失ってしまう。（須藤 2012:84）

すなわち、現代社会の人間にとって観光は彼らの生活に浸透し、生活の一部になっているわけであり、ひとつの社会現象として注目しなければならない。

そこで本稿では、先述した神戸南京町の春節祭に着目し、観光社会学の視点から、神戸市春節祭が毎年三〇万人の観光客をひきつける原因の一端を明らかにしようと思う。そのために、観光社会学における「非日常性」、「本物らしさ」などといった概念を踏まえつつ、神戸市春節祭の主催者、出し物などを扱いながら、春節祭の特質の一面を分析する。さらに、観光活動としての祭礼の意義を検討し、理論的な分析のための予備的な考察も行う。このような春節祭の再解釈は、これまで見過ごされがちであった、観光と結びついた伝統の創成に光を当てる点で、現代の華僑文化の分析に有益であると考えられる。

II. 春節祭の魅力-観光の非日常性

ここでジョン・アリーの『観光のまなざし』におけるいくつかの概念を援用して検討する。アリーは観光について以下のように解釈する。

こういうものが消費されるのは、日常生活で普段取り囲まれているものとは異なる遊

興的な経験をこれが作り出すと思われているからであるが、一方、すくなくともこの体験の一部は、日常から離れた異なる景色、風景、町並みなどにたいしてまなざしもしくは視線を投げかけることなのだ。私たちは「出かけて」、周囲に関心とか好奇心をもって眺める。(アーリ 1995:2)

言い換えれば、観光は日常・非日常の二項対立を横断する行為として検討される。非日常性は観光活動に不可欠な要素である。観光客が求めるのはこの横断の経験であり、その過程に含まれる非日常性は、彼らの日常における体験との差異から経験される。したがって、分析される対象は非日常性の有無やその作用であり、それを離れて観光という行為を論じることはできない。

例えば、南京町に入ると、中華料理の商店が軒を連ね、広場とメインストリートを中心に中国提灯が並び、賑やかな雰囲気が漂っている。その入り口に立って写真を撮る人々は後を絶たず、また小籠包専門店といった有名店舗の前には長い行列がいつも見られる。外観による「中国らしさ」を演出された南京町は、観光客が日本の日常生活で見慣れた風景とは異なっている。この異なる体験は一般的に、日常・非日常という枠組みの移行として考えられる。南京町の入口の中華門は異文化の入り口のように、外の世界と鮮明に境界線を引いている。

「非日常性」について、加太宏邦は「観光客が求める観光空間における非日常とは、基本的には視覚による風景環境の差である。観光の欲求は環境差が基本になくしては生じない」と述べる(加太 2008:38)。すなわち、観光とは日常生活と異なる風景を求める欲求に根ざす行為である。

こうした点に関連して、「神戸南京町振興組合イベント部会」のメンバーへ筆者が行った聞き取りでは、以下のような発言が聞かれた。

日本の方のお客さんはとても多くて、中国人より多いと思います。もちろん、中国の方もいらっしゃいますけど、日本人の方のほうがリピーター、毎年見に来てくれる方がほとんど。小さい広場なんで、場所が限られてるんですけど、最前列で、あの人前にも見たことがあるかな、みたいな方が多いですかね。それも日本人です。だから、割合で言えば日本人のお客さんの方が9割くらいかな。毎年そうですね。

「日本人の方のほうがリピーター、毎年見に来てくれる方がほとんど」という彼の発言

からもわかるとおり、春節祭の観光客の「リピーター」は特に日本人が多い。日本人にとって南京町は「異質」な空間であり、南京町の訪問は観光活動の一種であると言える。

アーリが提起したように、人間が非日常性を求めるのは「日常生活の決まりきった繰り返しの行為から、限られた期間であるが、切断することも含んでいる。その人の気持ちを日常とか世俗性とかと対照的なある種の刺激に係るようにしてあげる」(アーリ 1995:4)からである。この日常からの切断は、本稿で取り上げる春節祭でも見受けられる。春節祭の期間になると、地元社会の人々は日常生活と異なる風景を感じ、異なる世界に入り、あまり見られない出し物を楽しみ、独特な記憶を残すと思われる。

また、時間の転換による非日常性の生成とも南京町は関わっている。米山俊直は都市の盛り場について検討を行った。米山は「休日の盛り場は、いわばハレの盛り場として、ケの日、つまり普段の盛り場から変身をとげているのである。そこには新鮮な緊張と興奮があり、快適なカタルシス、気持ちのよい疲労が用意されているといっていよう」(米山 1986:104)と述べた。南京町は春節祭を通して、ハレの舞台に変わり、人々が日常性から離れ、そこでは「まったく異質の祝祭性」(米山 1986:102)が満ちていると言える。

春節祭の時期、南京町の雰囲気は平日よりさらに賑やかである。例えば、毎年春節祭の三日間、各商店では限定商品セットである「迎春餐&福袋」の販売が華々しく告知され、街路には金色で「福」と書かれた赤い灯笼と小旗が掲げられることにより、濃厚な祝祭の雰囲気が演出される。



図1 2018年第30回南京町春節祭(筆者撮影)

言い換えると、本来非日常性を持つ南京町は春節祭の期間において、さらにハレの盛り場になり、賑やかな雰囲気と日本社会ではあまり見られない中国的な出し物を通して非日常性の体験を観光客にもたらす。

まとめると、春節祭は二重の非日常性を持つと考えられる。一つには、アーリが言うように観光地という非日常性である。つまり、南京町という観光地は日本社会の日常の風景とは異なる雰囲気を創出したそれを保持している。二つ目は、米山が言うような、祭り（ハレ）という非日常性である。すなわち、春節祭というハレの場が、普段の南京町とも異なるという雰囲気を醸し出している。春節祭は空間的・時間的な二重の非日常性を通じて、人々に異なる体験をもたらしめているといえる。このような非日常の有する魅力が、多くの人を惹きつけていると考えられる。

III. 春節祭の非日常性の構築過程

春節祭はその非日常的で独特な魅力を提供しているわけだが、本節では観光業者がそれをどのように呈示しているのかということを検討する。アーリは観光の共通の特質を提起する際、以下のように述べる。

観光のまなざしは人々の日常体験から区分されるような風景や町並みの様相へと向けられている。こういう景観を人が観るのは、これがありふれたものからある意味で遊離しているとみなすからである。このような観光的な風景を観るという時にはちがった社会的なパターン認識をもつことが多い。つまり風景や町並みの視覚的要素にたいして通常日常生活で見ているより過敏になるのだ。人々はそのようなまなざしで目を楽しませるのである。（中略）まなざしというのは記号を通して構築される。そして観光は記号の集積である。ツーリストが、パリでキスをしている人を観た場合、そのまなざしにとらえられとものは「永遠のロマンチックなパリ」となる。イギリスの小さな村を観る場合、ツーリストがまなざしをむけているのは「本物の古き英吉利」である。（中略）並みいる観光の専門業者が、次から次へと出現することで観光のまなざしの対象の再生産を求める人たちの後押しをしている。（アーリ 1995:6）

観光客の視角から見れば、楼門や獅子舞などは、すべて中国文化を語る記号であり、ここから観光地としての性質が解釈される。また、観光業者はこのような記号を利用し、観

光客に提示することにより、その非日常体験を構成する。南京町の楼門、あづまやなどは中国文化を代表する記号として人々に認識されている。さらに、獅子舞、龍舞、変臉など神戸の日常生活ではあまり触れられることのない「伝統」要素が、春節の時期を特徴付ける記号として観光客の前に提示される。観光、観光業者と記号という三者は密接に関連し、観光活動を構築しているものであり、春節祭の成功はこれらの要素を離れて論じることとはできない。以下ではその三者の関連について考察してゆく。

3.1 観光業者の「印象操作」

春節祭においては、獅子舞、龍舞と中国音楽などの記号の集積を通じて中国の「伝統文化」を宣伝する。ここでこの記号を利用する主体として、観光の専門業者を強調しなければならない。春節祭開催にあたって、それを組織運営するのは主に南京町振興組合のイベント部会の成員である。

大橋健一は『神戸南京町』の再構築過程において中心的役割を演じてきた地元商店主らの組織である南京町商店街振興組合の諸活動には、外部からの『まなざし』をむしろ流用しつつ、都市社会内部にみずからを主体的に位置づけてゆくための様々な戦略が見て取れる」（大橋 2004:109）と観光業者の主体性を強調する。一九九七年に春節祭が神戸市地域無形民俗文化財に指定されたことに対しても、大橋は「もちろん、ここで、市による文化財指定の政治性という問題をさらに考えなければならないことも現象の動態を考察するうえでは重要であるが、少なくともその前提としての『南京町』関係者たちの主体的な創造的努力が忘れられるべきではない」（大橋 2004:109-110）と春節祭の組織者の重要性を指摘している。このように、春節祭の主催者は、ここ数十年来の春節祭の維持、発展、開催において中心的な役割を果たしていると考えられる。

次に、南京町春節祭の開催の悩みについて、同部会に所属するある責任者は以下のように述べた。

出し物も結構ね、なかなか毎年悩みますね。今年もある、変臉は結構人気があるんです。今年は何がいつもと違うかという、だいたいいつも一人しかこないんですよ。ただ、今年は三人呼んで、同じステージで三人が一斉に変臉するっていう。これが今回の春節祭の目玉、一番の見どころなんですね。この見どころね、毎年考えるのも結構大変ですね。去年も変臉だった。その前は雑技だった。例えば、二五周年ときは世界一の獅子舞と龍舞の団体を呼んだりっていうのを毎年考えて、何かしらウケる、特別なことを

やる。もちろん、獅子舞と龍舞をやる日本の団体は毎年いるんですけど、それとは別に招聘団体、海外の方を特別ゲストとして、じゃあなにをしてもらうかってことを毎年考えて。考えなきゃいけないわけじゃないですけど、やっぱり祭りにスペシャルがないと、なかなかPRもしにくくて、それを考えると結構大変ですね。

このように、どのように観光客を惹きつけ、彼らにとって面白くて人気の出し物を提供できるかということを軸に、春節祭の実行責任者たちは春節祭の構成を考えている。

観光活動を構成する人々の考えは、以下の過程で説明できると考えられる。まず、主催者は観光活動の主題を決定し、次に、自分たちが前提とする祭りの「印象」に基づいて、観光客が好んで求めるであろうことを想像し、最後に具体的なイベントや事象を企画作成し、提示する。春節祭は中国の「伝統文化」を宣伝し展示する場であるとされているが、実際にそれを企画する地元の商店街者は自分自身の中国への印象に基づきながら、観光客にとって、どんな出し物が「ウケる」かを想像しながら演目を決定している。簡単に言えば、想像上の記号を作り、必要とされる印象を提供するために「伝統を作る」といえる。例えば、神戸で百年の伝統を誇る老舗「老祥記」の豚饅頭は中国の「天津包子」をベースにしながらも、そこに日本人好みの醤油味を効かせることによって、受け入れられやすい「中国本場の味」を作り上げているが、これも同じ理由によるものである。

また、春節祭における獅子舞と龍舞は典型的な例である。日本においては、獅子舞と龍舞は中国の代表的な伝統文化だと見なされ、また多くの観光客はそうした要素を求めて南京町を訪れる。そのため、獅子舞と龍舞は神戸春節債において主役の演目として位置づけられており、今年（二〇一八年）の春節祭イベントスケジュールでも、企画本番の二月一六日から一八日までの三日間、毎日獅子舞が上演される。また、十一日のプレイイベントにおいては、類似した演目として南龍游行、獅子舞演舞も企画されている。実際に、現場で行われた日本人の観光客へのインタビューでは、「龍舞が好きなので春節祭にきた」「獅子舞が大好き」などの評価が多いという。こうして、一九八七年の第一回目春節祭から行われてきた獅子舞と龍舞は、祭の発展とともにその主役として定着していった。

この要素は南京町の他の活動にもあらわれている。例えば、南京町では、毎年十二月月上旬から南京町広場とメインストリートを中心に、約四百個の中国提灯を並べ、「南京町ランターンフェア」が開催されている。今年からは、さらに雰囲気盛り上げるために、広場にある東屋の屋上にも、三百万円の経費を投じて提灯が飾られるようになった。また、開催第一回の二ヶ月前のエピソードとして、「（龍舞に使用する）龍がなかなか届かなくてハラハラしました。苦肉の策として、ほうきやモップをひもでつないで練習」した、という

ものがあるが、ここからも観光客が期待する要素を企画側がどれだけ重要視していたかがみてとれる。

このように、主催側は春節祭で展示する出し物がいかに観客の興味を煽るかに知恵を絞り、どのように春節祭に人々を集め企画を成功に導くかに腐心している。もちろん、その動機は経済的利益に関係しているが、その企画や実施の過程において、主催者はその場に応じた主体性を発揮しながら、中国の伝統的な文化要素やイメージを抽出し利用しながら、観光客をより惹きつけるような「伝統的文化」を創造している。例えば、獅子舞と龍舞のような活動の上演の他に、関帝廟の前で西遊記の人物に扮して演者たちと写真撮影をすることもできるが、こうした行為は中国では見られることはない。このように、創造的に構成された「中国的」要素の集合を通して、「中国文化」は観光客の前に提示されている。

3.2 新しい伝統の構築

今日、観光地及び観光活動で上演する出し物は批判される傾向が強い。実際、中国人観光客からは、「これはただの観光で、本当の伝統的な活動ではない」、「あそこの中華料理は本物ではない」といったマイナスの評価も多く聞かれた。

しかし、春節祭のある責任者は獅子舞について以下のように強調した。

上演のときは、何千人もの観客が広場をとり囲んで、外からは全然見えない。毎年そういう感じだ。毎年これを見て泣く人さえもいる。現場で見ても本当に感動する。福建省出身のある留学生は「自分の故郷でこんな伝統的なイベントはもうなくなった」と言っていた。「ここで初めて中国の獅子舞を見た」と言った中国人も多い。あなたもし見たら、絶対感動するよ。

このように中国国内においては見られなくなりつつある「伝統的なイベント」は春節祭という舞台を通して復興され、日本人観光客を引きつけているだけではなく、さらに中国人にまでも感動をもたらしている。

しかしながらこうした実践は、「華僑の伝統文化の『形骸化』や『興行化』を促進し、『真正な文化』を消滅させるマイナス要素であるとする視点からのみ論じられ」（張玉玲 2008:11）、「真正な文化」をめぐる否定的な評価がなされることがしばしばであった。ところが、何が「本物」「真正性」であるかという問題そのものも曖昧で、初代の獅子舞を見たことがない世代にとっては、現在見る獅子舞が「本物」であるか、「偽物」であるかを判

断できない。少なくともここで確認できることは、この実践は単なる「偽物」として処理してしまえるようなものではないということだ。例えば、神戸華僑総会舞獅隊隊長のインタビューによると、当初は広東省の獅子舞の専門業者に教えを請い、さらに横浜の中華学校で見学し、また、コーチが香港で見学し成員を教え、次第に今日の華僑総会の獅子舞となったという。さらに実践の過程で、「伝統的」な獅子舞の中に存在しなかった、新しい形式を作り出していったことも認めた。提示しているものが、中国の獅子舞の「真正な」様式であるか否かといった問題については、中国人にとっても答え難いのが事実である。また、祭の人々は「本物」を志向し、観光のまなざしを意識しながらも伝統を創り出しているわけである。



図2 春節祭で上演する神戸華僑総会獅子舞（筆者撮影）

もう少し深く考えてみるならば、「観光空間においては、本物や正統は観光者には不要である、『らしさ』で十分である」（加太 2008:43）と捉える視点もありうるだろう。観光客は、労働からのリラックスや、好奇心、あくまで快樂と満足感などを求めているわけであり、「本物」の「伝統文化」を求めるために、春節祭を訪れているわけではない。本物であるかどうかは見る人にとっての最重要課題ではないのだ。

一方、春節祭を通してより多くの人たちに中国文化を感じさせているという事実も否定できない。日本で留学しているある中国人学生は「何年間も日本で春節を過ごしたけど、今年の春節祭を見て、初めて春節らしい雰囲気を感じた」と述べた。また、ある日本人観光客は「テレビで春節祭が文化財と認定された報道を見て、実際に見たくなりました。これは中国にも日本にもない、南京町だけのものですね」と話した。このような観光客の話

から見ると、少なくとも春節祭が中国文化を展示する1つの舞台であると見ることもできる。ここでは「中国」の雰囲気を感じることができる。さらに、このような場面は中国にもなかなか見当たらない。

中国では衰退してしまったいくつかの芸能は、「観光化が進むなか再び発掘されて新たに創造されていった」（張玉玲 2008:190）。観光活動としての春節祭こそ伝統を復興するとさえいえるかもしれない。

IV. 春節祭の社会的意義

上に述べたように、春節祭の成功は主催者の営為と密接につながる。本節は上述の内容と調査内容を踏まえて、観光業者の視点から、春節祭の意義を検討する。以下のようにまとめる。

まず第一に、経済発展と地域連携を促すことがある。アーリは「創られた観光の見世物が発達したのは、ツーリストのまなざしの対象にどのように応えていくかということの結果でもあるが、自分自身の生活の舞台裏への侵入からの自己防衛の結果でもあり、またこの儲けにつながる絶好の投資の機会に優位に立とうという結果でもあったのだ」（アーリ 1995:16）と述べ、観光活動の経済機能を指摘した。神戸市春節祭は毎年三十万人程度の観光客をひきつけ、当地に大きな経済利益をもたらしている。また、春節祭を行うために各方面の支援が必要である。毎年地元の企業からのスポンサーだけではなく、開催する際の日本人の参加度も高い。新聞記事によれば、南京町獅子舞のメンバーは「華僑だけでなく、近隣の商店主や教員らで結成し、日本人も多い」という（『神戸新聞』2018年1月29日）。また同記事によれば、南京町商店街振興組合理事長は、「南京町だけではなく、他の商店街とも連携し、一緒に地域を盛り上げたいという思いがあった」と語る。さらに、「南京町春節祭と日本人団体の連携は双方にとって有利だ。彼らとの連携を通して、補助金、広告など春節祭に必要なサポートを得る。同時に、私たちは春節祭の開催を通して兵庫県と神戸市の発展にも役立つ」と述べる運営側役員もいる。言い換えると、春節祭を通して、南京町の業者と日本人団体、企業を連携させ、双方に経済的な利益をもたらし、地域の発展も促進されている。

第二に、文化発信の側面があげられる。南京町の企画側メンバーへの聞き取りでは、「日本にはね、横浜と、南京町とあとは長崎の中華街が三つあるんですよ。でも三つしかないですよ、中国のそういう文化的なものを発信できるイベントとか、祭りとかは。少し

違う国の文化を感じられるものをもっとお客さんはみたいんだなと、僕は思いますけどね」と述べる。南京町の華僑たちは、日本人関係者と協力しながら、春節祭という舞台を通して、観る人に対して中国の文化を発信している。

この文化発信という要素は二つの側面を含んでいると思われる。一つは文化伝播であり、もう一つは文化伝承である。ここでは獅子舞と龍舞を例にして説明する。

現在、神戸において注目すべき中国獅子舞団体は、「神戸市立神港橋高等学校龍師団」である。一九八七年、神戸市立兵庫商業高等学校のある教師は神戸市春節祭で素晴らしい獅子舞を見た後、自分で龍師団を作りたいと決意し、翌年の一九八八年に「龍師団」が結成された。この龍獅団の成員は日本人の高校生であるが、女性の獅子舞への参加を許さないという中国での慣習とは異なり、成員の九割は女子生徒である。さらに神戸の代表的な龍師団として国際的な試合で脚光も浴びている。獅子舞を代表するような活動は春節祭という媒介を通じて伝統文化を展示し、さらに地元の人々に伝播し、逆に、観光客に感動をもたらしている。

ちなみに、今年で三十回目を迎える神戸・南京町春節祭に際して、南京町龍舞を第一回で初めて舞った初代メンバーが再び集結し、披露することになった。この獅子舞に参加する最高齢の参加者は「一緒に祭りを立ち上げたメンバーと再び繋がり、演舞できてうれしい。三十年以上たって再び踊る私たちの姿を見て、若者と交流し、次の世代に意欲を伝えていきたい」との希望を語った。また、華僑総会舞獅隊の隊長は自分の獅子舞に対して、「これを通して、日本人に私たちの伝統文化を展示するだけではなく、若い華僑に文化を伝承したい」と述べた。すなわち、獅子舞と龍舞など神戸に定着した伝統は世代間の紐帯として、文化伝承という役割を果たしていることが分かる。

まとめると、最初から観光客を引きつけることを目的とする春節祭は、華僑文化の宣伝と再構築の舞台となっていることが分かる。

V. 終わりに

以上の記述で、神戸市・南京町の春節祭の空間的で時間的な二重の非日常性を明らかにし、春節祭の独特な魅力を明確にし、観光社会学の視点から春節祭が毎年数十万人の観光客を引き寄せる原因について検討した。南京町で行われる春節祭は、人々に一時的に日常生活から離れられ、雰囲気異なる場所で異なる文化を経験し、人々にとって楽しくて面白い体験だと思われる。また、観光業者の努力と出演者の創造は「中国」らしさを呈

示し、春節祭の創発性という特徴を明らかにした。観光業者はイメージを利用し、自分の創造に基づいて観光客を惹きつけるイベントを作り、このイメージがいくつかの記号を通して表現され、記号の集合として非日常を提示する。一方、上演される伝統的文化も観光活動の発展にしたがって維持され、更新され、発展する。すなわち、本稿では観光業者、記号、観光客の三者に注目することで、観光活動の形成とその影響について検討した。また最後に、これまでの考察から春節祭の地域連携、経済発展、文化発信への促進などの意義を説明した。

張玉玲によると、「文化の担い手としての華僑と、華僑文化の源となる中国、文化継承の場である日本社会、そして文化の消費者である日本人（観光客）など、さまざまな関係要素が相互作用する中で、華僑の文化活動の条件は整えられ、そしてその性質が定まっていたのである」とされている（張 2008:44）。主催側の努力とイベントの本物らしさは、観光客に特有のイメージを呈示し、定着し、イメージを生成するための結びつきを形成する。春節祭は単なる観光現象だけではなく、神戸市の新しい伝統となった。

一方、春節祭には運営スタッフの減少、新・老華僑の隔たり、どのようにイベントの多様性を増加するかなど様々な問題が存在する。今後はいかにこの観光活動を維持するかが、解決を迫られる重大な問題となるだろう。

本論は主に観光業者及び出し物に注目し、検討を行ってきた。そのため、今後さらに日本人側の視点に着目して、これらの記号の受け手の側面を考察したい。春節祭に参加する日本人の出演者が持つ考えと呈示されるイメージに対して、日本人の観光客の感じ方などから春節祭をより深く把握し、春節祭の意義を検討する。また、春節祭と地域社会の関連について研究を続けていきたい。

参考文献

- アーリ J, (加太宏邦訳) 1995, 『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行』, 法政大学出版局
- 大橋健一, 2004, 「観光のまなざしと現代チャイナタウンの再構築」, 遠藤英樹・堀野正人編, 2004, 『「観光のまなざし」の転回:越境する観光学』 春風社
- 王維, 2001, 『日本華僑における伝統の再編とエスニシティー祭祀と芸能を中心に—』 風響社
- 加太宏邦, 2008, 「観光概念の再構成」, 『社会志林』 54 (4) : 27-62, 法政大学社会学部学会

須藤廣, 2012, 『ツーリズムとポストモダン社会-後期近代における観光の両義性-』 明石書店

張玉玲, 2008, 『華僑文化の創出とアイデンティティ: 中華学校・獅子舞・関帝廟・歴史博物館』 ユニテ

米山俊直, 1986, 『都市と祭の人類学』 河出書房新社

(神戸大学大学院人文学研究科)