



郷土と地域文化の再構築プロセスに関する文化地理学的研究 : 台湾の「319郷向前行」活動を中心に

蘇, 紋瑾

(Citation)

兵庫地理, 58:37-49

(Issue Date)

2013-03-31

(Resource Type)

journal article

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/90003262>



郷土と地域文化の再構築プロセスに関する文化地理学的研究

—台湾の「319 郷向前行」活動を中心に—

蘇 紋瑾

1. はじめに

1-1. 地域文化の消費への研究視点

1980年代の日本では、農村の衰退や都市化に伴い、「地方の時代」という地域活性化に関する計画が出されていた。また、国の施策である「ふるさと創生」の影響を受けつつ、町や村の地域らしさを求めることが重要となっていた。つまり、地域では、地域活性化を図るため、他の地域とは異なる地域性を作ることが求められたのである。その地域性を通して、多くの観光客が訪れて、独自の地域文化を消費することは「消費されるふるさと」といわれる¹⁾。また、地域文化は地域の所与のものとして存在するのではなく、地域の人々によって発見され、生み出されるものである。つまり、人間によって、地域のシンボルとして、創り出されるのである²⁾。こうした地域文化は最初から観光客に見せる観光資源であるのではなく、人間と地域文化の間に存在する媒介を通して、再編され、価値付けられ、特徴付けられるのである。観光資源とされている地域文化は観光客に見せるために、常にある神話やイデオロギーによって、意味付けられている。媒介者によって、あるイメージが操作され、生産され、価値付けられている³⁾。このような媒介とは、観光客に情報、意味を与えるガイドブックのことである。そのため、ガイドブックというメディアによる観光地の生産・再生産について、検討することが課題となっている⁴⁾。

このような課題に対する分析の方法について先例を挙げると、成瀬厚は本来何もない地理空間が場所として記述されることに対して、記述によって場所に意味が付与されることに留意する必要があると述べている⁵⁾。これは西村と内田と同様に、主に観光メディアに関する研究であり、観光地にイメージを付与する形容詞に注目する必要があると指摘している⁶⁾。こうした場所の記述に伴って場所アイデンティティの記号化が生じる。つまり、場所は常に言説

によって、固定化され、人々がそれを受け入れるようになるのである⁷⁾。

近年、地理学では場所や文化の消費に関する議論がなされている。場所は可動性を有さない商品であるため、観光客は観光地に出かけ、観光という形で消費することになる⁸⁾。その際、観光地がメディアによって観光スポットとして紹介され、読者はそれらの情報を読んで、観光地に出かけることになる。成瀬は女性誌『Hanako』を研究対象とし、場所の消費について論じてきた⁹⁾。また、1つの街を対象とする研究においては、各主体による場所の表象を論じている。それは観光地がメディアによって情報操作されることになることである。つまり、観光地はメディアの掲載により、他所とは異なり、差異化された、ある特殊な価値が付与されるのである。このような状況で、観光地がメディアの選出によって、ブランド化され、商品化される。消費者はそれらのメディアの情報を得て、自分に合う観光地を選別し、消費するのである¹⁰⁾。ザックが自然・社会関係・意味という三つの領域から商品の消費について検討し、特に広告というメディアを取り上げ、消費者世界のメカニズムでつくられた場所を考察した¹¹⁾。濱田琢司は民芸品が民芸運動の影響で意味付けられ、新たな価値が付与され、また可動性を持つものとして、持ち運ぶことができる地域のみやげとして消費されていく過程を論じている¹²⁾。

本研究では、こうした「場所の商品化」と同じ立場に立ち、メディアによって、観光地が生産・再生産される課題を考えてみたい。特に観光メディア、メディアに関わる編集者、読者の3つの関係の中で、読者がメディアの情報を受けて、地域文化がどのように消費されるのかを明らかにしたい。つまり、場所の消費過程の中で、メディアが持つ影響力は無視することができない。以上の議論を踏まえて、観光において、台湾の郷土と地域文化の消費過程につい

て検討してみたい。

1-2. 問題の所在

台湾では、1994年に地域おこしの施策によって、郷土への関心が高まり、在地文化に注目するようになった。さらに、地域活性化や観光によって地域文化が以前とは異なった価値を獲得し、「地域性なるもの」の消費も進んでいる。こうした実態を対象とする研究はそれまでにあまりなく、そのコンテキストや推進されてきたプロセス、観光と郷土/地域文化の関係性について明らかにされてこなかったため、研究する必要がある。こうした地域おこしのコンテキストの中で地域文化が発見されてきたこと、発見に伴う付与された価値、その地域社会への影響、観光というコンテキストの中での地域文化の消費などが検討されることは決して多くなかった。

本研究が「319 郷向前行」活動を研究対象とする理由は、次の4点である。1) 1990年代台湾における郷土への関心が高まる時代の状況を紹介し、どのような文脈の中で、地域文化がどのように再構築されるのかを捉える。2) この活動に注目することで、重要人物がどのようなコンテキスト、経験の中で、雑誌を刊行したのかを理解し、特別号が台湾という郷土をどのように再構築するのかを捉える。3) 雑誌メディアを通して、読者に台湾という郷土に対してどのようなアイデンティティを持たせるのかを捉える。4) メディアの媒介によってどのような社会関係が結ばれるのかを捉える。

本研究は台湾の各地域の歴史、地域文化、産業などを紹介する雑誌を利用して行いが、その雑誌の内容は特定の記者達によって取材され、書かれたものである。また、読者が雑誌の内容を読んで、台湾という郷土へのアイデンティティを持つようになり、郷土を知るために、台湾全土へ旅行に出かけて、郷土の地域文化を消費するようになった。今までの研究では、この活動を例とした郷土の再構築や郷土の地域文化に関する消費活動について注目することはあまりなかった。

本研究の目的は、台湾の「319 郷向前行」活動を中心に、地域おこしとの関連からその活動が推進された当時の時代状況を明らかにすることである。こ

の活動に関わる主体に注目し、それらによってどのように推し進められたのかを検討する。メディアに注目することによって、雑誌が台湾という郷土をどのように再構築するのか、観光活動を通して、読者がどのように地域文化を消費するのかなどを明らかにする。資料としては地域文化に関するパンフレット、出版社が編集した雑誌の特別号、活動に関わるパスポート、各新聞社の新聞記事のほか、人気があるブロガー12人が共同出版した旅行記を使用する。

2. 郷土としての地域文化

台湾の「319 郷向前行」活動はどのような社会的コンテキストの中で推進されたのか、当時どのような時代の状況であったのかを紹介していく。また、地域おこしの推進と関連するパンフレットを一例として取り上げ、具体的に見ていく。

1980年代末の民主化とともに、台湾各地では地域文化の独自性が主張され、あるいは形成されるようになった。つまり、多民族社会において、自らの文化の主張を展開する時期であった¹³⁾。1987年以前の戒厳令期間には台湾の地域文化は抑圧されていた。そのプロセスの中で、1987年以降の民間社会では自らの歴史や地理を知りたいという意識や地域文化の振興が盛んになる。台湾の地域文化にとって、重要な転換期と言われており、中央政府が主導し、台湾の地域文化振興に力を入れたという¹⁴⁾。

1990年代の台湾社会は、グローバル化のインパクトや地域アイデンティティの強化の動きによって、地域文化への回帰や「文史工作室」（文化協会）の発足が盛んになった¹⁵⁾。1994年には「文化建設委員会」¹⁶⁾によって、地域おこしという政策が実施された。

1995年、「省政府建設庁手工業研究所」が主催した「文化・産業検討会」では、千葉大学教授宮崎清を招いて、日本のまちづくりの経験に関する講演を行った。これを契機として、「文化産業化、産業文化化」という理念が提示された¹⁷⁾。1996年には、地域おこしに関する座談会が行われ、台湾各地の「文史工作室」（文化協会）の設立者を集めた¹⁸⁾。同年には、政府側がはじめて地域おこしに関する「社区

營造学会」を設立した¹⁹⁾。また、1998年には、「文史工作室」（文化協会）の法制化が進められた²⁰⁾。さらに、1997年に学校教育で『台湾を知ろう』というプログラムが実行された。台湾に対する歴史的な再認識が進む中で、地域でも様々な「文史工作室」（文化協会）によって、自らの地域文化が掘り起こされ、地域の文化や歴史の根を探すことが目指された。

そのプロセスの中で、日常生活の中から台湾的な独自のものを見出す活動、台湾の発展に重要な人物や事業の再評価、知識人による郷土教育の重視や作成なども行われている²¹⁾。

こうした地域おこしの推進の中で、台湾各地では独自の地域文化が発見され、それを通して、地域の人々によって地域文化が再構築されたのである。1990年代には、台湾という郷土への意識が高まり、在地文化ブームという社会的な現象が生じたといえる。

このような文脈の中で、行政と地域の「文史工作室」（文化協会）と連携し、地域文化に関する刊行物を取り上げ、検討していく。先述した地域おこしの政策に関する動きの中で、文建会が二段階に分けて、「地域文化の旅」というプログラムを提出した。文建会の企画や推進について簡単な流れを概観していく。

1997年12月には、1998年から週休二日制を実施するために、文建会が一般的な観光活動と異なる「地域文化の旅」を提示した。これは「台湾常民文化学会」が主催し、文建会の地域おこしの政策と結合し、200以上の事例の中から10個を選出した。選出された10個の事例は主に漢民族の客家、台湾原住民のルカイ族、ツォウ族、平埔族などであり、親子に適する地域文化の旅コースを企画した²²⁾。1998年7月には、第二段階「地域文化の旅」が展開され、企画の内容は原住民、漢民族の特色および歴史、自然、信仰、産業、工芸など多面的な項目にわたった²³⁾。

2001年7月には、文建会は地域文化観光の観念を推し進めるために、地域をテーマとして、9県市の文化局と連携し、「文建会地域文化の旅」活動を企

画した。それらの39旅行コースは地域の「文史工作室」（文化協会）が設計したものである。それらのコースは有名な観光スポットではなく、地域の特徴を持つ文化、自然・文化景観、産業などを回るものである。これらを推進したのは文建会の地域おこしの政策であり、地域文化を活かして、人々に郷土の文化資産を認識させ、観光と地域文化を結合することを目的とした²⁴⁾。

ここでは、文建会が出版した「地域文化の旅」に関する刊行物を見ていく（第1表）。それらのパンフレットの序文によると、文化建設委員会は地域おこしの推進を通して、地域の人々と一緒に在地文化を発見することを目指している。地域おこし推進の目的は、郷土の魅力を発見し、自らの力や熱意を持ちながら、魅力ある生活空間を作ることである。こ

第1表 「地域文化の旅」に関する刊行物

番号	タイトル	出版	出版年
1	『宜蘭微醺』	文化建設委員會	2003
2	『基隆愛戀』	文化建設委員會	2003
3	『新竹悠遊』	文化建設委員會	2003
4	『苗栗采風』	文化建設委員會	2003
5	『雲林探尋』	文化建設委員會	2003
6	『嘉義品嚐』	文化建設委員會	2003
7	『臺南體驗』	文化建設委員會	2003
8	『高雄造訪』	文化建設委員會	2003
9	『台東感動』	文化建設委員會	2003

資料：パンフレットにより作成。

うした特色がある地域文化は観光スポットになる。このような地域文化観光の特徴は実際に異なる生活を体験し、現地の人々と交流を行うことである。参加者数の想定は地域を代表する39旅行コースの合計で6000人であった。それらのパンフレットの特徴は、各「文史工作室」（文化協会）によって編集されたもので、独自で設計された様式を持つことである。

また、以上の「地域文化の旅」というプログラムだけではなく、地域博物館・展示館の設立も行われている。2000年には、文建会は各県市政府と連携し、使用頻度の少ない倉庫、学校などの空間を活用し、地域文化と結びつけて、地域博物館、文化展示・演

出館などを設立することで、文化空間が一般的に広がるようにした²⁵⁾。2001 年から文建会が「一郷鎮一生活文化館」という目標を提示し、郷鎮の特色ある文化館を建立し、地域文化の特色を作ろうと示した²⁶⁾。2001 年 8 月には、文建会が「一郷鎮一生活文化館」計画の推進に協力することと、将来の経営については各地方政府や民間企業や文化協会などの協力で、共同的に推し進められることを想定している²⁷⁾。

ここでは、文建会が主導し、出版した地域博物館・展示館に関する刊行物を見ていく（第 2 表）。これらのパンフレットの序文によると、台湾では、貴重な文化資産が多く存在しているが、良い施設や新たな施設の設立がないため、永続的な保存が困難となっていた。各県市では、文化・芸術資源の調査を行う際、地域の人々から何回も意見が出されている。それは、伝統的建築物や使用頻度の少ない建造物を

第2表 地域文化に関する刊行物

番号	タイトル	出版	出版年
1	『三峡鎮歴史文物館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
2	『新竹市立影像博物館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
3	『新竹市立玻璃工藝博物館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
4	『大湖鄉羅福星烈士紀念館』	文化建設委員會	2001
5	『台中市台灣傳統版印特藏室』	文化建設委員會	2001
6	『霧峰鄉台灣菇類文化暨農村文物館』	文化建設委員會	2001
7	『后里鄉花卉產業文化館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
8	『彰化縣社區文化博覽館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
9	『梅山鄉農村文化館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
10	『白河蓮花產業文化資訊館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
11	『玉井鄉芒果產業文化資訊館導覽手冊』	文化建設委員會	2001
12	『北門鄉三寮灣東隆宮「王爺信仰文物館」導覽手冊』	文化建設委員會	2001
13	『高雄市音樂資訊館』	文化建設委員會	2001
14	『高雄縣甲仙鄉「甲仙化石館」導覽手冊：一窺海底古生物的奧秘』	文化建設委員會	2001
15	『屏東縣鄉土藝術館』	文化建設委員會	2001
16	『霧臺鄉魯凱族文物館導覽手冊』	文化建設委員會	2001

資料：パンフレットにより作成

利用し、地域の資源と結びつけて、特色ある展示館を設立しようということである。

地域博物館の設立を通して、郷土の地域文化の保存や展示を促進することができ、また、地域文化の特色を作ること、それに関わる地域産業の発展にも大きな影響を与える。近年、地域おこしの推進による地域博物館・展示館の設立が重要な計画の 1 つとされている。各地域博物館が経営や管理のために、

当地の産業・特色と結びつけて、地域文化観光を發展させようとしていることが指摘されている²⁸⁾。それを受けて、文建会は台湾各地で設立された 16 地域博物館を対象に、一連の地域文化に関するパンフレットを編集し、出版したのである。

このように 1990 年代には、民主化とともに台湾という郷土への地域意識や地域アイデンティティが高まる中で地域文化の再認識・再確認が行われていた。また、地域おこしという施策の影響で、地域の人々は郷土の独自の文化を発見しつつ、掘り起こしたのである。そして、地域の「文史工作室」（文化協会）が地域文化観光を發展させるために独自の地域文化を主張したため、本来誰も注目しなかった地域の資源が活用され、観光資源となったのである。さらに、文建会が主導した地域文化に関する一連のパンフレットの出版により、単なる地域文化の保存だけではなく、こうしたメディアを通して、人々に提示するものとして、地域文化が選出され、地域らしさが表現され、特徴付けられ、価値付けられたのである。そうして、新たな地域文化が創出され、再構築されたといえる。

こうした地域文化が再構築されるの中で、郷土の文化への関心が高まり、在地文化ブームという社会的な現象が生じた。このような社会的コンテクストの中で、民間の出版社が雑誌メディアを通して、台湾全土に発信する台湾の再発見に関する観光活動について検討していく。

3. 「319 郷向前行」活動について

3-1. 「319 郷向前行」活動と「天下雑誌」との関係

「信心台湾 319 郷向前行」活動は 2001 年から天下雑誌（出版社）が中心となって始まり、交通部観光局（中央政府）²⁹⁾と国内の旅行市場を振興するため、その他の民間企業の協力を得て、推進された観光活動である³⁰⁾。「信心台湾 319 郷向前行」（以下「319 郷向前行」と略す）とは台湾における市以外の 319 の郷鎮は、自信を持って前に進もうという意味である。

この活動と関連する人物は天下雑誌の発行者及び

総編集者殷允芃である。殷は 1941 年に生まれ、台南の成功大学外国語学科を卒業し、アメリカのアイオワ大学メディア関係の修士号を取得した³¹⁾。その後、アメリカでザ・フィラデルフィア・インクワイアラーの記者、UPI 通信社やニューヨーク・タイムズの駐台湾記者、及びウォールストリートジャーナルの特派員などの経歴を経て、1981 年に天下雑誌を創設した³²⁾。

創設の要因の 1 つとして、1978 年末、アメリカとの国交を断絶する当日、殷がアメリカのメディアの代表としてアメリカ側の車に座り、窓外で掻き立てる台湾の人々を見た時、自分は記者として、一体どこに立場があるのかということを考えさせられたことが挙げられる。こうした特異な経験の中で、殷は台湾のために、責任を持って、出版社を創設しようと決心し、天下雑誌を創刊したのである³³⁾。

殷は孫文の「天下為公」（天下は公の為のものだ）の理念をもとに天下雑誌を創設し、「積極、前瞻、放眼天下」という立場にある。それを通して、台湾の読者の耳や目となり、人々に影響を与え、人々は台湾の未来に関心を持つようになったということである³⁴⁾。

天下雑誌は創刊の 3 年目の 1983 年に「探索日本」を始め、外国の成功の経験に関する一連の報道、2001 年の「319 郷向前行」、2005 年の「微笑台湾、再訪 319」の一連の特別な報道を行った。それらのことから殷の国際的な視野や台湾に対する関心の高さが表れている³⁵⁾。

たとえば、「天下雑誌」が創設されて以来、台湾社会の変遷につれて、財政、経済といった課題だけではなく、人々の生活環境に至る多方面にわたる報道が進んでいる。最初は広い視野において、財政、経済、生活、社会の雑誌として刊行された。しかし、殷は雑誌を刊行する経験を通して、経済の発展だけではなく、社会的な発展に関わる教育、人材、政治、環境なども人々に密接な関係があるため、非常に重要であることに気付いた。また、経済が発展する際には、人々の歴史に対する記憶が同じではなく、現在の台湾がどのように歩んできたのかという共通認識がなかったために、意見の食い違いが生じた。そ

れゆえに、歴史に関する一連の分析も行い、たとえば、1991 年には『發現台灣』という歴史的な特別号を出版した³⁶⁾。

さらに、殷はもう 1 つの重要な問題点を指摘している。それは人々が台湾に住んでいるにもかかわらず、台湾のことをあまり知らないということである。人々は台湾の地名の由来について全く知らないし、台湾の玉山はどのような形なのか、どこの県に位置するのか、なども一切知らないのである³⁷⁾。

2001 年に天下雑誌が「319 郷向前行」活動を推進した理由は、当時の台湾が経済危機や自信喪失に直面した時期であったからである³⁸⁾。殷は、当時の社会にマイナスの考え方が生じている状況を見て、「319 郷向前行」活動の報道を通して、台湾への理解を深めることで、このような状況を抑えたいと述べている³⁹⁾。

この活動は台湾に住んでいる人々がこれまで関心を払ってこなかった自分たちが生まれ育った台湾をもっと理解し、また、その過程の中で台湾への誇りを持つようになり、自信を取り戻すことを目的としている⁴⁰⁾。

3-2. 2001 年の「319 郷向前行」活動の推進

2001 年には『319 郷向前行』という 4 冊の特別号が刊行されたことで、読者に台湾を知るブームを巻き起こしたという⁴¹⁾。ここでは、2001 年の「319 郷向前行」活動の推進について、当時の新聞記事に基づいて、それぞれの主体の立場から検討する。まず、天下雑誌や交通部観光局の立場を見ていく。

天下雑誌では、殷は 2001 年の台湾社会の焦りや不安を感じて、台湾の希望や未来はどこへ行くのかなどの議論にも国民の関心があると指摘している⁴²⁾。当時の台湾は経済危機に直面していたため、人々はマイナス思考の傾向にあった。殷は台湾の生命力を探し戻そうと望み、何度も考えているうちに、楽しい旅を通して、台湾を知るという方法が最も良いと考えて、「319 郷向前行」活動を開始したという⁴³⁾。

こうして『319 郷向前行』という特別号が台湾の北部、中部、南部、東部の 4 冊に分けられて刊行された。その内容は台湾の 319 郷の歴史と人文を紹介

するものである⁴⁴⁾。この特別号は天下雑誌がグローバルな展望、世界に繋がる願望を発表した後作成された大型の作品である⁴⁵⁾。雑誌にはローカルは世界に繋がるための源となるという理念に基づいて、グローバル化とローカリゼーションは1つの過程の2つの側面であるという認識があると表されている⁴⁶⁾。

しかも、グローバルな社会に進む中で、世界の各地で奮闘する企業家が心の中に温かい郷土を感じなければ、その戦う目標も失う可能性がある」と表されている。この『319 郷向前』の編集は人々が台湾という郷土を認識・了解・体験することを目的としている⁴⁷⁾。

交通部観光局については、2001年の観光年報によると、国民旅行の発展を推進するために、天下雑誌と結合し、「319 郷向前」活動を行い、国内旅行を促進するだけでなく、活動を通して、人々に郷土愛を喚起させると記載されている⁴⁸⁾。

このように、交通部観光局は積極的に地域産業を観光化していく際、天下雑誌の使命と一致したため、「319 郷向前」活動に対する協力を決意し、2001年7月20日から100万冊の郷鎮パスポートを発行し、人々に贈呈した。交通部観光局は、この郷鎮パスポートを利用して、人々が台湾の319郷を訪れ、台湾を知って、自分が生まれ育った郷土への関心を持つようになることを望んでいる⁴⁹⁾。また、この活動の推進は「一郷鎮一ストーリー」の特色を通し、観光客のまなごしを引きつけることで、観光という形で319郷を消費することを目的としている⁵⁰⁾。

次に、各主体の協力の中で「319 郷向前」活動の推進について見て行く。天下雑誌は活動の推進において、『319 郷向前』の4冊の特別号を刊行するだけでなく、人々が郷鎮に出かける行動を引き起こした⁵¹⁾。天下雑誌は活動を推進するため、まず、企業や基金会と結合し、小中学校教師と校長を対象として5000万台湾ドルの特別号18万セットを贈呈し⁵²⁾、次に、「百万郷鎮パスポート、郷鎮の希望を燃やそう」という全民が郷鎮に出かける運動を推進したのである⁵³⁾。

4冊の特別号は天下雑誌の記者達が各郷鎮に行っ

て、各郷鎮の歴史、文化、人物、観光スポットをもとに各郷鎮のストーリーを書いたものである⁵⁴⁾。小中学校に特別号を贈呈する理由は台湾を知る郷土教育としての参考資料となるからである。義務教育を通して、各郷鎮の特色、面貌、ストーリー、スポットを次の世代へ伝えていき、郷土への興味、感情、関心を喚起させようと期待したのである⁵⁵⁾。

天下雑誌は特別号の贈呈の精神や意義を表すために、原住民の郷土教育に取り組んでいる花蓮県光復郷太巴塢小学校を贈呈式の会場に選び、当時の教育部長が教師達を代表し特別号を受け取った⁵⁶⁾。行事には、有名な企業家⁵⁷⁾が出席し、多くの人が台湾を知らないことを指摘し、天下雑誌の活動で自らが住んでいる場所を理解し、美しい郷土への関心を持つようになることを望んでいると述べた⁵⁸⁾。

交通部観光局は天下雑誌の活動を支援するため、郷鎮パスポートの発行に協力した。その理由は地方政府への観光産業の発展に協力することで、人々に郷土を愛する感情を養成し、台湾を知ることができるからである。

人々は各地の鉄道駅、高速道路の休憩所、郵便局、セブンイレブンなどで無料の郷鎮パスポートをもらうことができる。活動期間は2001年7月20日から2002年7月20日までの一年間で、パスポートを持参し、各郷鎮の記念スタンプを20個集め、郵送すれば、総額600万台湾ドルの賞品の抽選活動に参加することができる。期間中、抽選は4回⁵⁹⁾行われ、319郷の記念スタンプを集め、郵送すれば、観光局から記念賞と賞品が与えられるという⁶⁰⁾。

さらに、近年は、国内旅行の振興に一層力を注いでおり、今回の活動は最大の活動であると言われている。交通部観光局は45軒の国際観光ホテル、16軒の観光ホテル、19軒の遊園地、200軒の旅館、71社の旅行会社と調整した上で、1年の活動期間中に観光客が郷鎮パスポートを持って行けば、約100軒の旅館と旅行会社から10%から50%の割引が可能となるようにした⁶¹⁾。

4. 観光的まなごしによる地域文化の消費

4-1. 雑誌の構成と推移

本章では観光において、雑誌を刊行する編集者、その内容を読む消費者、観光活動の情報を報道するメディアに注目する。ここでは特別号とパスポートの構成と推移について検討する。まず、特別号についてである。特別号は観光活動に合わせた一連の雑誌が刊行されている（第3表）。天下雑誌の記者達が特別号を編集するために、現地調査を行った。そこで、2005年の記者達の例を取り上げ、その様子を見ていく。

第3表 天下雑誌が刊行・出版した雑誌・本の一覧表

番号	雑誌名	出版社	出版年
1	『天下雑誌 郷鎮特刊:319郷向前行 台北桃園新竹苗栗』	天下雑誌	2001
2	『天下雑誌 郷鎮特刊:319郷向前行 南投台中彰化雲林嘉義』	天下雑誌	2001
3	『天下雑誌 郷鎮特刊:319郷向前行 台南高雄屏東』	天下雑誌	2001
4	『天下雑誌 郷鎮特刊:319郷向前行 宜蘭花蓮台東澎湖金門連江』	天下雑誌	2001
5	『微笑台灣319郷』	天下雑誌	2005
6	『微笑台灣-風格旅遊專刊』	天下雑誌	2007
7	『旅行台灣的25個驚喜』	天下雑誌	2009
8	『旅行台灣典藏版 特刊』	天下雑誌	2010
9	『319郷+微笑台灣 特刊』	天下雑誌	2011
本名			
1	『319郷向前行台北桃園新竹苗栗』	天下雑誌	2005
2	『319郷向前行南投台中彰化雲林嘉義』	天下雑誌	2005
3	『319郷向前行台南高雄屏東』	天下雑誌	2005
4	『319郷向前行宜蘭花蓮台東澎湖金門連江』	天下雑誌	2005

資料：博客來書店で検索した資料より作成

天下雑誌は2005年の「微笑台灣、再訪319」活動を目指す雑誌の編集のために、記者達が1チームになって作成したものである。1チームは総勢63人で、9班に分かれ、主要編集2人、経理1人、取材班36人、調査研究班3人、撮影協力班5人、美術指導班1人、美術編集召集1人、美術編集班13人、原稿と実行編集1人であった⁶²⁾。

2005年の取材班は319郷へ取材に行き、友好的、きれい、特色、醍醐味、幸せの五大指標に合う小人物、商店、旅館などを探して、微笑連盟への加入を依頼した。取材班は活動の目的と一致する店2000軒を微笑連盟に加入させた。交通部観光局も1000件の特色ある店を紹介したため、3000軒の店が微笑連盟に加入したという⁶³⁾。

2001年から特別号が刊行されて以来、5つの特集に分類することができる。その特別号の推移を見て行きたい（第3表）。1回目の『319郷向前行』は台湾の319郷に関する歴史、由来、特色が中心であった。2005年には、2001年の特別号の内容を4冊の本と

して出版した。2005年の2回目の『微笑台灣319郷』の特徴は「微笑台灣」であり、台湾の319郷の特色ある店、旅館、観光スポットを紹介することが中心であった。2007年の3回目の『微笑台灣-風格旅遊專刊』の特徴は「風格台灣」であり、各地域の名物を紹介することが中心であった。

2009年の4回目の『旅行台灣的25個驚喜』は25県市を選出し、観光コースを提供し、それに関する100軒の良い店、旅行用の地図などを詳しく紹介することが中心であった。また、25県市の春、夏、秋、冬の季節に合わせたまつり、旬の果物、花見なども詳しく紹介されている。簡単に言うと、各季節によってどのように台湾を旅行するのかという話であった。2010年には、2009年の特集が再刊され、読者の収蔵用の雑誌となっている。

2011年の5回目の『319郷+微笑台灣特刊』特徴は「体験台灣」であり、52種類の生活を提案し、52の方法を通して台湾を体験することが中心であった。52の方法というのは「吃台灣」（在地料理を食べること）、「慢生活」（スローライフ）、「樂在地」（在地文化を楽しむこと）、「迷文化」（文化に熱中）、「瘋創意」（創造される文化に夢中）の5種類に関することを詳しく紹介した52項目の方法のことである。次に、観光活動を推進するために、一連の郷鎮パスポートが発行された（第4表）。郷鎮パスポートの発行について、2001年の協力の団体を取り上げ、見ていく。天下雑誌は総企画者で、行政の交通部観光局は指導者単位で、推進団体⁶⁴⁾や協賛団体⁶⁵⁾やメディア⁶⁶⁾などは共同で行った。

第4表 交通部観光局の指導のもとで

天下雑誌が発行したパスポートの整理

番号	名称	出版社	出版年
1	『信心台灣319郷向前行一郷鎮護照』	天下雑誌	2001
2	『帶著微笑再訪319郷一郷鎮護照』	天下雑誌	2005
3	『319郷微笑護照』 『319郷+微笑護照』	天下雑誌	2007
4	『2011 319郷+微笑護照』	天下雑誌	2011

資料：パスポートより作成

1回目の「319郷向前行」活動に合わせるために、2001年の郷鎮パスポートの内容は64ページあり、パスポートの使い方、抽選活動に関する情報なども

載せている。また、郷鎮パスポートの特徴は 319 郷を地図で表現していることである。さらに、郷鎮記念スタンプを集める専用頁は春、夏、秋、冬を代表する 4 ページがあり、1 ページ 20 個ということである。4 回の抽選活動に参加することができ、20 個集めれば、このページをはがきに貼って抽選活動に参加することができる。2001 年の郷鎮スタンプの形は四角で、スタンプのデザインは、芸術家奚淞が 319 郷の地名で作成したものである。郷鎮記念スタンプを押す場所も詳しく記載されている⁶⁷⁾。

2005 年の活動は「微笑台湾」のタイトルに変わった。郷鎮パスポートの内容は 96 ページあり、微笑スタンプの笑顔の形で目のところが 319 郷の地名となっている点が 2001 年と異なる⁶⁸⁾。

2007 年には、319 郷微笑パスポートに変わり、2 回も出版した。一回目は公務員向けのパスポートで、二回目は 319 郷+微笑パスポートの 2 種類を発行した。この 319 郷+微笑パスポートは 176 ページあり、今までのものとは異なり、319 郷以外の市も入れたため、368 個のスタンプを押せるようになっている。それゆえに、都会の人も自分のふるさとのスタンプをもらえるようになった⁶⁹⁾。2007 年には、台湾の各地で旅行している架空人物「娜娜」がつけられた。人気があるブロガー 12 人が架空人物「娜娜」の旅行記を通して、台湾を紹介するのである。最初は「微笑台灣 319 郷」の専門サイトで月に 1 つの郷鎮を紹介しながら、「娜娜」スタンプも発行していた。その後、架空人物「娜娜」は「微笑台灣 319 郷」の代表人物となったのである⁷⁰⁾。

2009 年には、『旅行台灣的 25 個驚喜』というテーマとして新たな形で推し進められた。主な内容は 25 枚のはがきを指定の場所から自由に取って、25 県市が選出されたところで「娜娜」スタンプを押した後、自分、家族、友達に送る活動である。つまり、台湾を送ろうという「把台灣寄出去！」である⁷¹⁾。

2011 年には、微笑パスポートの使い方に戻って、パスポートの抽選活動だけではなく、流行しているスマートフォンを使って、3000 軒微笑連盟を探して、五大指標に合う店を選び「いいね！」を押す仕組みになった。また、以前のようにインターネットで気

になる「微笑之郷」を選抜するのではなく、直接スマートフォンで「微笑之郷」を選抜しようと呼びかけている⁷²⁾。

こうした一連の特別号は観光ガイドブックと同様に、天下雑誌の編集者たちが特別号を編集することを通して、読者に単に台湾を知ってもらうだけではなく、台湾という郷土の見どころを知ってもらうことにも重点を置いたのである。特別号は読者にさまざまな郷土の情報を提供し、編集者によって台湾という郷土のイメージが特徴付けられたといえる。こうした特別号を通して、読者は台湾を知るだけではなく、台湾という郷土を見直すことができたと窺える。つまり、台湾の各郷鎮の美、見どころの記述を通して、台湾という郷土へのアイデンティティが記号化され、固定化され、読者に受け入れられるようになったのである。

また、パスポートの発行において、台湾の各郷鎮を地図化し、郷土の認識だけではなく、実際に郷鎮に出かけるように誘導していた。その方法は、編集者が読者に様々な指示を与え、それに従った読者は何かをもらえるというものである。読者は実際に各郷鎮に出かけて、自分の旅の体験を通して、郷土へのアイデンティティを確立させたのである。

4-2. 観光活動による地域文化の消費の諸相

次は、人気があるブロガー 12 人が共同出版した『發現那麼美的台灣』という旅行記や新聞記事をもとに、人々の観光活動を通じた地域文化の消費過程の諸相を明らかにする。

まず、2008 年に出版された『發現那麼美的台灣』という旅行記から見ていく。2001 年と 2005 年の観光活動は天下雑誌らが発行したパスポートを利用して、毎回数十万人が各郷鎮へ郷鎮スタンプを押す形式で、この活動に参加したという⁷³⁾。2001 年の活動は郷土の美を発見すること、2005 年は郷土の美を再び訪れることに位置付けることができる。そして、2007 年の活動は人々が郷土を共有することに位置付けることができる。その理由は当時のインターネットでブログやアルバムなどが流行っている時期であったからである⁷⁴⁾。この活動が多くの人をひきつ

けるように、微笑電子パスポート、「娜娜」の旅行記などの活動も企画したという⁷⁵⁾。このように人気があるブロガー12人が共同出版した『發現那麼美的台灣』という旅行記が生まれたのである。

人気があるブログを持つ12人が毎月特別な郷鎮についてその地域の美やストーリーを掘り起こし、ブログで連続的に発表する形式であった。12人が選んだのは「台北貢寮」、「花蓮豐濱」、「屏東潮州」、「台東鹿野」、「宜蘭蘇澳」、「彰化鹿港」、「高雄美濃」、「南投魚池」、「嘉義新港」、「苗栗三義」、「台南白河」、「桃園大溪」の12か所であった(第1図)⁷⁶⁾。



第1図 12場所の位置図

資料：交通部観光局が出版した台湾旅行地図をもとに筆者が作成。

この旅行記の内容は、各ブログを持つ人が架空人物「娜娜」を主人公として、選んだ場所の位置、まつり、観光スポット、郷鎮の特色などを簡単に紹介するものである。ストーリーは「娜娜」のこの場所へ向かう理由、思い出、電車内のことなどから始まる。「娜娜」は目的地に到着すると、現地で出会ったこと、いい店や旅館の紹介、産業や特色に関すること、きれいな写真などを通してその場所をストーリーの形で紹介する。最後に、この旅について、筆者と「娜娜」との話し合いの内容やその場所への行き方、地図、旅館なども記載されている。

人々がこのような「娜娜」のストーリーを読み、同じ観光スポット、旅行コースへ行き、「娜娜」スタンプを押してもらう。この12郷鎮だけ、収蔵用の「娜娜」スタンプがある。つまり、パスポートのスタンプと異なり、12郷鎮へ行かないと収蔵用の「娜娜」スタンプをもらえないということである。

天下雑誌の観光活動について、各郷鎮の文化に地域性があることが価値付けられている。また、各郷鎮の地域文化は、活動の推進によって新たな意味、コンテキストが付与されたといえる。参加する人々に各郷鎮の独自の地域文化を持つ台湾の美というイメージを感じさせることに位置付けられる。さらに、「娜娜」の旅行記の推進において、人々が旅人となり、観光という形で地域文化の消費の高まりが示されることが窺える。

次に、観光活動に関する新聞記事がどのような社会関係で結ばれるのかを確認していく。2001年当時は、不景気であったが、国内旅行が流行っている。当時郷土の「文史工作室」「人文協会」(文化協会)、旅館などが設立されている状況であったために、郷土の旅行という消費市場が悪くなかったという⁷⁷⁾。

2001年7月20日に観光活動を推進した3ヵ月後、10万人以上の人が投函したはがきをもらったという。その中に、「台北醫學大學」の学生と高雄に住んでいる夫婦は319郷鎮に行ったため、交通部観光局から記念賞が与えられたということである⁷⁸⁾。「台北醫學大學」の学生は3ヶ月間で4万台湾ドルかった。郷土の旅に度々同行する先輩と共に、台湾は本当に美しいという感想を抱いたということである。彼は外国へ旅行に行ったことがきっかけで、台湾を知りたい気持ちが強くなり、郷土の旅を始めたのである。旅行後、視野が広がり、友達を訪ねながら、郷土の美を体験したという⁷⁹⁾。

1年後、活動に参加した人の統計を見ると、453人が319郷鎮を回り終わり、40万人が20郷鎮へ行ったということである。その中には、70歳の夫婦、シングルマザーと持病がある息子、准医者などもいた。活動が終了したコンサートでは当時の行政院長が台湾を知って、理解することで、台湾を愛することができ、台湾へのアイデンティティも持つよう

になると言っている。また、天下雑誌の殷さんはこの活動の目的は人々が台湾を知った上で台湾を愛するようにすることであると述べている⁸⁰⁾。

2005 年の 2 回目の活動は 2005 年 7 月 9 日から 2006 年 6 月 30 日までである。観光活動の推進の 3 ヶ月後、16 人が 319 郷鎮に行った⁸¹⁾。多くの人が旅行する際、経験したことを旅行記とし、インターネットで発表している。ある夫婦は 90 日以内に 319 郷に行き、「台湾は本当に面白かった! また 319 郷へ遊びに行きたい!」という感想を述べている⁸²⁾。1 年後、活動に参加した人の統計を見ると、595 人が 319 郷鎮に行き、20 万人が 20 個以上の郷鎮に行ったということであった⁸³⁾。その中には、失恋した学生、退職した人などもいた⁸⁴⁾。天下雑誌は、319 郷活動に熱意を持つ人々が行動力の形成や強い社会グループの結合を通して、グローバル化、産業の外国への移行に直面した台湾にこれらが台湾社会を前進させるエネルギーになることを望んでいる⁸⁵⁾。

天下雑誌は「319 郷向前行」を推進して以来、台湾社会の郷土への関心が高まることへの影響力が大きいといえる。その後、郷土に関するテレビ番組なども頻繁に出ている⁸⁶⁾。たとえば、ある旅人が活動に対して、319 郷へ遊びに行き、2 回も達成した⁸⁷⁾。交通部鉄道局も 2010 年 12 月 7 日に「鉄道旅行、幸せ 100」というスタンプ筆記書を推進した⁸⁸⁾。

観光活動が推進されて以来、多くの読者がこの活動の影響を受けて、台湾各地へ足を運んでいる。台湾という郷土は、地域文化のメディアへの紹介を通して、観光スポットとなっている。つまり、読者はメディアの情報を読んで、各地に出かけるようになったということである。このような状況の中で、郷土の地域文化が商品化され、地域らしさを体験することによって、消費されていったのである。

また、旅行記や新聞記事の紹介を通して、読者に各郷鎮の美や地域らしや観光経験の情報などを伝えた。このプロセスの中で、どこで何を見て、何を食べたかという観光経験の記述によって、台湾の地域文化の美というイメージが付与されたのである。そして、美しい地域文化のイメージやアイデンティティが生じて、台湾という郷土へのアイデンティティ

も変化してきたのであろう。

5. おわりに

本研究では、1990 年代の台湾における地域おこしの政策と関連することで、台湾という郷土の再構築と地域文化の消費過程について考察してきた。1990 年代の郷土の地域文化への関心が高まる時代において、台湾各地で、自らの地域文化を再認識し、独自の地域文化を発見し、地域らしさがつくられたのである。また、こうしたプロセスの中で、地域の知識人が地域文化を主張しながら、観光客に見せる観光資源として新たな地域文化が創出され、再構築され始める時期であった。

こうした時代の流れの中で、民間の出版社が雑誌の特別号の刊行やスタンプを収集するパスポートを通して、台湾全土に発信する台湾の再発見に関する観光活動を推進したのである。この観光活動を通して、人々が台湾を知るだけでなく、台湾を見直すこともできたといえる。なぜなら、人々の台湾という郷土に対する郷土愛が喚起され、郷土へのアイデンティティも見直されたからである。

観光活動の推進について、特にメディアに注目する点は、特別号を刊行する編集者、内容を読む読者、活動に関する情報の特別号やパスポートや新聞記事や旅行記といったメディアとの関係である。

特別号は、編集者が各地域に出かけ、実際に取材して書いたものである。記事の内容はこうした特別号の刊行を通して、地域に関する記述を編集者なりに再構成したものに過ぎない。その際には、編集者は読者の立場に立ち、旅人となる。読者にこれらの情報を発信するために、台湾という郷土へのアイデンティティを表現するのである。

情報を提供する特別号やパスポートや新聞記事や旅行記といったメディアは主に編集者が思う考え方、指示、観光経験、活動が推進された情報などである。メディアの記述を通して、台湾という郷土のイメージが再創造され、そして繰り返す中で人々に受け入れられるようになったといえる。地域空間は本来何も意味を持たないが、メディアの報道の中で、地域らしさ、地域像が形成されたわけである。しかも、地域

に存在する地域文化もメディアの報道によって、観光資源として商品化され、地域文化の美が特徴付けられ、意味付けられたのである。

読者はこうしたプロセスの中で、単なる台湾の認識だけではなく、郷土の地域文化がいかにより美しいかという表現により、美しい地域文化を発見しようと誘導されている。多くの読者がメディアの記述や写真などの観光経験を読みながら、美しい地域文化を見て、楽しい旅を体験し、地域を表象するおみやげを収集したいという気持ちになって、郷土に出かけて、地域文化を消費したと考えられる。このように読者が旅人となり、郷土の地域文化を消費する中で、郷土への記憶、思い出なども共有するようになり、台湾という郷土へのアイデンティティも変化しているといえる。

注

- 1) 安井 (1997)、(2000) を参照。
- 2) 橋本 (2011) を参照。
- 3) 西村 (1997)、pp. 185-220。
- 4) 西村 (1997)、pp. 221-271。
- 5) 成瀬 (1996)、p.219。
- 6) 内田順文の一連の研究が挙げられる。内田 (1986)、(1989)。また、滝波 (1995) を参照。
- 7) 成瀬 (1996)、p.221、また、内田 (1987) を参照。
- 8) 前掲 5)、 pp.220-221 頁。
- 9) 前掲 5)、 pp. 219-236 頁。
- 10) 成瀬 (1993) を参照。
- 11) サック (1996) を参照。
- 12) 濱田 (2006) を参照。
- 13) 若林 (2001)、pp. 173-176
- 14) 古 (2005)、p.109。
- 15) 前掲 12)、 pp.109-110 頁。
- 16) 略称は「文建会」である。1981 年に行政院によって文化に対する最高機関として設立された。
- 17) 陳 (2007)、p.300。
- 18) 前掲 15)、p.304。
- 19) 前掲 15)、p.305。
- 20) 前掲 15)、p.312。
- 21) 三尾 (2005) を参照。
- 22) 前掲 15)、p.309。
- 23) 前掲 15)、p.310。
- 24) 前掲 15)、p.325。
- 25) 前掲 15)、pp.320-321。
- 26) 前掲 15)、p.324。
- 27) 前掲 15)、p.326。
- 28) 各パンフレットの序文による。
- 29) 台湾の観光事業は 1956 年から始まり、1960 年に行政院が交通部の中に「観光事業小組」を設置した。1966 年に「観光事業委員会」に名称が変更され、1971 年に「交通部観光事業委員会」と「台湾省観光事業管理局」を統合し、「交通部観光事業局」となった。1972 年に総統によって「交通部観光局組織條例」が公布され、1973 年に「交通部観光局」の名称が変更された。台湾の観光事業を計画、実行、管理する。
- 30) 「國民旅遊市場 優惠大出擊」經濟日報、2001 年 7 月 20 日。
- 31) 「殷允芃 如何打出天下？」中時電子報 2005 年 7 月 5 日《人物專訪》天下雜誌發行人殷允芃 <http://forums.chinatimes.com/report/people/940705/index.htm> (2012/08/28 閲覧)。
- 32) 「殷允芃：希望永遠在路上」『親子天下雜誌 24 期』 2011 年 6 月 <http://www.parenting.com.tw/article/article.action?id=5019910> (2012/08/29 閲覧)。
- 33) 前掲 32)。
- 34) 前掲 32)。
- 35) 前掲 31)。
- 36) 前掲 31)。
- 37) 前掲 31)。
- 38) 「信心台灣 319 鄉向前行邀國人用腳愛台灣」聯合報、2001 年 7 月 18 日。
- 39) 前掲 31)。
- 40) 前掲 31)。
- 41) 「台灣出版界 女性搶風頭」經濟日報、2002 年 2 月 13 日。
- 42) 「天下雜誌 20 年 寫下家鄉故事 319 鄉向前行從心發現台灣之美」聯合報、2001 年 7 月 20 日。
- 43) 前掲 38)。

- 44)「新聞集錦關懷台灣天下推出 319 鄉特刊」聯合晚報、2001 年 7 月 18 日。
- 45)「天下雜誌慶 20 周年 嘉賓如雲」經濟日報、2001 年 7 月 20 日。
- 46) 前掲 45)。
- 47) 前掲 42)。
- 48) 交通部觀光局編『中華民國九十年觀光年報』交通部觀光局、2001。
http://admin.taiwan.net.tw/auser/B/Annual_2001/chinese/index_02.htm (2012 年 8 月 31 日閲覧)。
- 49) 前掲 45)。
- 50)「319 鄉向前行明全國同步」聯合報、2001 年 7 月 19 日。
- 51) 前掲 42)。
- 52) 前掲 45)。
- 53) 前掲 42)。
- 54) 前掲 45)。
- 55)「花蓮現場太巴塢國小鄉鎮特刊捐贈地 18 萬套將送給全國 319 鄉鎮市中小學教師」聯合報、2001 年 7 月 20 日。
- 56) 前掲 55)。
- 57) 天下雜誌殷允芃、永豐餘企業董事長何壽川、誠洲電子董事長廖繼誠、台積電副總經理黃彥群、世華銀行總經理董成城などである。
- 58) 前掲 55)。
- 59) 2001 年 10 月 30 日、2002 年 1 月 30 日、4 月 30 日、7 月 30 日の四回で、賞品は自動車、台北－バンコク往復航空券、オーディオセットなどである。
- 60)「國民旅遊市場 優惠大出擊『信心台灣 319 鄉向前行』串聯十餘民營單位推廣 消費者持『鄉鎮護照』可享上百家飯店旅行社五至九五折優待」經濟日報、2001 年 7 月 20 日、「鄉鎮護照集戳章中大獎」聯合報、2001 年 7 月 18 日。
- 61) 前掲 55)經濟日報、2001 年 7 月 20 日。
- 62) 天下 (2005) を参照。
- 63)「百萬冊鄉鎮護照統一超商免費拿 3000 家幸福小店 友善相迎集店章可抽休旅車」聯合報、2005 年 7 月 5 日。
- 64)「台積電文教基金會」、「台灣高鐵」、「NISSAN 汽車」、「國泰人壽」、「世華銀行」、「捷安特」、「中鋼集團」、「誠信科技」、「佑生基金會」、「永豐餘企業」などがある。
- 65)「7-ELEVEN」、「高速公路局」、「台灣鐵路局」、「郵政總局」などがある。
- 66)「華視晚間新聞」、「飛碟聯播網」、「國語日報」、「警察廣播電台」、「Taiwan News」などがある。
- 67) 前掲 38)、50)、天下 (2001) を参照。
- 68) 天下 (2005) を参照。
- 69) 天下 (2007) を参照。
- 70) 海豚飛・老夫子姊姊等著 (2008)。
- 71) 天下(2010) を参照。
- 72) 微笑台灣 319 鄉 HP「微笑台灣你我一起來推動活動緣起」
<http://www.319.com.tw/custompage/show/1> (2012/06/15 閲覧)。
- 73) 前掲 70)、p.8。
- 74) 前掲 73)。
- 75) 前掲 73)。
- 76) 前掲 70)、pp.6-7。
- 77)「『鄉土旅遊向前行』行腳鄉野欣見草根生命力」聯合報、2001 年 7 月 28 日。
- 78)「明年 7 月前 歡迎來作夥」聯合報、2001 年 10 月 25 日。
- 79)「他、騎機車花 4 萬元 319 鄉鎮走透透鄉鎮護照、滿頁每到一處赴鄉公所報到蓋章愛鄉心情、滿載東海岸迷人讚嘆：台灣真美」聯合晚報、2001 年 10 月 25 日。
- 80)「單親媽媽推著輪椅兒走過 319 鄉鎮三一九鄉向前行活動畫下句點 共有四百五十三人台灣走透透四十萬人走過廿個鄉鎮」聯合報、2002 年 8 月 25 日。
- 81)「遊台灣 319 鄉鎮 90 天 5 萬」聯合晚報、2005 年 10 月 29 日。
- 82)「319 鄉鎮他們 90 天走透透藍啓瑞夫婦組成『史上最大蓋章團』走一遭 大聲說：台灣真是太有趣、太好玩了！」聯合晚報、2005 年 10 月 29 日。
- 83)「鹿港台灣微笑之鄉天下雜誌票選彰化小鎮風情最讓台灣人心儀」聯合晚報、2006 年 8 月 12 日。
- 84)「甩開失戀 單騎遊 319 鄉鎮研究生洪崇盛瞞著家人、教授出發三天來向百餘人問路 遊歷見聞將發表在個人部落格」聯合報、2005 年 7 月 30 日、「行腳 319

宋雪好從追分開始」聯合報、2006 年 8 月 19 日。

85) 前掲 83)。

86) 前掲 31)。

87) 「孫崇文 正港全台走透透」聯合報、2008 年 10 月 27 日。

88) 「台鐵百站章戳 達人 8 天蓋完」中央社、2010 年 12 月 23 日。

参考文献

内田順文 (1986) : 都市の「風格」について—一場所イメージによる都市の評価の試み—、地理学評論 59A-5、pp.276-290

内田順文 (1987) : 地名・場所・場所イメージ—場所イメージの記号化に関する試論—、人文地理 39-5、pp.391-405

内田順文 (1989) : 軽井沢における「高級避暑地・別荘地」のイメージの定着について、地理学評論 62A-7、pp.495-512

海豚飛、老夫子姊姊等著 (2008) : 『發現那麼美的台灣』天下雜誌

古宜靈 (2005) : 文化政策與文化產業的反省、立德學報 3-1、pp.109-122

滝波章弘 (1995) : ギド・ブルーにみるパリのツーリズム空間記述—雰囲気とモニュメントの対比—、地理学評論 68A-3、pp.145-167

陳明達 (2007) : 台灣社區總體營造政策變遷之研究—歷史制度論的觀點、國立臺北大學公共行政暨政策學碩士論文

天下雜誌 (2005) : 『微笑台灣 319 鄉』、天下雜誌

天下雜誌 (2001) : 『信心台灣 319 鄉向前行—鄉鎮護照』、天下雜誌

天下雜誌 (2005) : 『帶著微笑再訪 319 鄉—鄉鎮護照』、天下雜誌

天下雜誌 (2007) : 『319 鄉+微笑護照』、天下雜誌

天下雜誌 (2010) : 『旅行台灣典藏版 特刊』、天下雜誌

成瀬厚 (1993) : 商品としての街、代官山、人文地理 45-6、pp.60-75

成瀬厚 (1996) : 「Hanako」の地理的記述に表象される「東京女性」のアイデンティティ、地理科学 51-4、

pp.219-236

西村孝彦 (1997) : 『文明と景観—フランス人文主義地理学』、地人書房

橋本和也 (2011) : 構築される地域文化観光『観光経験の人類学—みやげものとガイドの「ものがたり」をめぐって』、世界思想社、pp.153-210

濱田琢司 (2006) : 民芸と地域—民芸運動の発生と民芸ブームの諸相から—、『民芸運動と地域文化—民陶産地の文化地理学』、思文閣出版、pp.46-96

三尾裕子 (2005) : 普段着の台湾ナショナリズム、(特集 東アジアのグローバル化) アジア遊学 81、pp.48-58

安井真奈美 (1997) : 町づくり・村おこしとふるさと物語、小松和彦編『現代の世相 5 祭りとイベント』、小学館、pp.201-226

安井真奈美 (2000) : 消費されるふるさと、成田龍一・藤井淑禎・安井真奈美・内田隆三・岩田重則著『故郷の喪失と再生』、青弓社、pp.91-132

ロバート・サック著、神谷浩夫・岩瀬寛之訳 (1996) : 消費者の世界—コンテキストとしての場所—、空間・社会・地理思想 1、pp.88-109

若林正丈 (2001) : 『台湾—変容し躊躇するアイデンティティ』ちくま新書

(そうえんちん・神戸大学大学院人文学研究科博士課程後期課程)