

〔学術論文〕

## 国際観光地 Nagoya のイメージに関する基礎的考察・その2 －ミシュランガイドの中の名古屋－

The image of Nagoya as a international tourist city (2):

*MICHELIN Voyager Pratique Japon and Le Guide Vert Japon*

谷 口 幸 代

Sachiyo Taniguchi

**要旨** 近年、ミシュラン社から2冊の日本旅行ガイドブックが出版された。「ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック」と「ギド・ヴェール」という二つのシリーズの日本版である。名古屋に関しては高山や伊勢など近郊に比べて評価が低く、観光地としての特色がない都市だと記されている。賛否両論あるとはいえ、国際観光地をめざす名古屋にとって無視できない評価の一つであろう。

「ボワイヤジェ・プラティック」の記述から浮かび上がるのは、オリエンタリズムやエキゾチズムへの期待の一端を満たし、日本の歴史や伝統文化を追体験する場としての名古屋像である。いっぽう、名古屋の側では、プライドとパワーのシンボルとして観光資源を紹介する姿勢である。文化的コンテクストの違いによって生じた二つの名古屋像の差は、2年後の「ギド・ヴェール」の段階になると、産業観光関連施設が前面に押し出されることで小さくなっている。この変化には名古屋の観光推進のための努力が少しずつであっても確かに報われていることが表れている。以上から、官民協働の観光地づくりを積み重ねていくことが大切だと考えられる。

**キーワード**：名古屋、観光、ミシュランガイド

### 1. 「ミシュラン狂想曲」と名古屋

2009年10月18日、東海地方で日中韓の観光担当大臣の会合が開かれた。その二日前に「朝日新聞」名古屋版夕刊に「観光 影薄いナゴヤ ミシュラン「特色ない都市」」という記事が掲載された。ミシュラン社のガイドブックの名古屋に対する評価の低さに言及し、今度の会合が観光地としての名古屋をPRする絶好の機会となるかと問題を提起した。この記事は、名古屋がその是非は別としてミシュランガイドをめぐる狂騒の蚊帳の外に置かれている様を伝えている。

近年、ミシュランガイドが相次いで日本を対象とし、その刊行の度にさながら狂騒曲のような

状況が展開されてきた。その間の経緯を振り返ってみると、まず『東京2008』は2007年11月に発売され、レストラン・ガイドの「ギド・ルージュ」(Le Guide Rouge) シリーズ初のアジア版となった。日本語版と英語版が出されたが、日本語版は発売初日に9万部を売上げ、4日で初版12万部完売、累計27万部となった。好調な売行きの方で、友里征耶「驕るな、ミシュラン」(『文芸春秋』2008・1)のように格付けの客観性に対する疑問や批判も噴出したが、それすらも話題の一部となり、ミシュランブームが加速した。初日9万部とはミシュランガイド108年の歴史で初めてのことであったという。昔から日本人は外国人に評価されながら不思議な人々だと揶揄されてきたが、ミシュランガイドもそういう日本人の心をくすぐるのか、何よりもまず日本国内の反響にさまざまなものがあった。

翌年2008年11月に出された『東京2009』の場合も、発売初日にいち早く入手しようとする人々が整理券をもって並んだ。これに対し、40年の歴史をもつ『東京いい店うまい店2009-2010年版』(2008・10)は「フランス人にはわからない」と際どい宣伝文句で対抗し、結果、売上は前年度の版よりも30%増となった。

この東京版は2009年11月にも3冊目の刊行が予定されているが、それに先立つ10月16日に『京都・大阪2010』と『Kyoto Osaka 2010』が加わった。格式を重んじる土地柄だけに老舗料亭は掲載拒否の態度を表明したといった噂がささやかれたりした。そういう話題性も手伝い、発売開始日にはこちらも書店に行列ができた。発売後3日で3万8,301部を売上げ、22日発売のオリコン本ランキング(10月26日)で1位となった。その中でたとえば渡辺淳一「あとの祭り 270回 情けないミシュラン騒ぎ」(『週刊新潮』10月29日号)は、日本料理店とレストランの違いすら認識しておらず、「たかがフランス人ごとき」に評価されたからといってマスコミも騒ぎすぎだと嗜める姿勢を見せた。また「福田和也の世間の値打ち 369回」(同前)も、星つけ適正度は80点だが、ガイドとしての読み応えは55点とした。

このように東京版、京都・大阪版ともに賛否両論を巻き起こしながら、結果的には外国人観光客の増加をあてこむ日本の飲食業界、かたや日本市場に活路を見出したいミシュラン側、世界的な不況に喘ぐ双方が、2008年で150周年を迎えた日仏交流の名目のもとに手を結ぶことになった。

いっぽう、旅行ガイドシリーズでは、まず2007年4月、実用的旅行ガイドブックをうたう「ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック」(MICHELIN Voyager Pratique) シリーズから日本版が出された。フランス語版のみの刊行だったが、全488頁に820の実用的な場所が紹介され、19.90ユーロ(税込価格3,785円)で発売された。ついで2009年に、より本格的な旅行ガイドブック「ギド・ヴェール」(Le Guide Vert) シリーズに日本版が登場する。こちらは4月にフランス語で出された後、9月にその英訳版が続いた。発売額はフランス語版の方が19.90ユーロ(税込価格2,350円)、英語版の方は19.9ユーロ、21.99USAドル(税込価格2,310円)だった。英語版は近年のアジア各国の日本旅行ブームを反映して、日本だけでなく中国、東南アジアで発売され、英米での発売も予

定されている。「ボワイヤジェ・プラティック」「ギド・ヴェール」とも日本語版は発売されていない。

この旅行ガイドシリーズも日本国内で大きな反響を呼んだことでは同じだった。発売前に星の格付け結果がプレスリリースで発表されると、メディアがこぞって取上げた。発売後はさらに「ミシュラン効果」をめぐって様々な波紋が広がった。

たとえば高山市では2007年に同市を訪れた観光客が434万5千人と過去最高を記録した。外国人観光客の宿泊者も前年より2万5,100人の伸びを示し、13万2,300人の最多記録となった。これに関して市の観光課は三つ星に選ばれたことによる効果だという見解を示した<sup>(1)</sup>。一つ星評価の広島市でも、2007年の観光客数が過去最高の約1,062万人を記録し、同じく市の観光課が「ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック」に紹介された結果だとした。外国人観光客が前年比で約6%増の約31万人にまで伸びたことが大きく、中でもフランスからの観光客は約1万6千人で、これは対前年比50%増にあたるという<sup>(2)</sup>。また高尾山口駅では2007年の利用者数が前年度比約12%増の110万人となり、外国人観光客が大幅に増加した。これについても同駅が玄関口となる高尾山が「ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック」で三つ星を得た影響だとする見方が報じられた<sup>(3)</sup>。日本人にとって週末のハイキングコースのイメージが強かった高尾山が世界的な観光地と評価されたことには驚きの声があがった。

このように各地の「ミシュラン効果」が具体的な数値を伴って伝えられる中、名古屋の場合は効果どころか、全く逆に評価の低さが取り上げられたのだった。賛否両論あるにせよ、反響の大きさからいえば、過熱する「ミシュラン狂騒曲」の埒外に置かれた現状は、国際観光地をめざす名古屋にとって無視できない問題であろう。私は拙稿「国際観光地Nagoyaのイメージに関する基礎的考察・その1－アレックス・カー、ミシュラン、ウィーン博物館－」（「名古屋市立大学人間文化研究」11号、2009・6）で、「ギド・ヴェール」に記述された名古屋像の報告を試みたことがあるが、ここでは前稿で省略した「ボワイヤジェ・プラティック」における名古屋の記述のされ方について補足したい。

## 2. 『ミシュラン・ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン』の名古屋

ミシュランの旅行ガイドでは、最高ランクの三つ星がわざわざ旅行する価値がある場所（À voir absolument）、星が二つ星で寄り道する価値がある場所（Très intéressant）、一つで興味深い場所（Intéressant）という格付けを示す。三つ星に選ばれたのは東京、京都、奈良、富士山、日光、高山、白川郷等で、名古屋は一つ星である。

一つ星自体は決して低い評価ではない。それにも関わらず、前掲の記事は近郊の高山や白川郷、伊勢・志摩の例を引き合いに出して、名古屋の場合は観光地としての特色がない都市だと記されていると警鐘を鳴らす。また外国人観光客でにぎわう高山の写真の下に名古屋城の写真を載せ、名古屋を象徴する名古屋城でさえ一つ星だと歎く。愛知万博開催を観光推進の好機と捉え、ポス

ト万博後も一層の推進をめざす名古屋市の方針と現状の落差が指し示されている。日本の経済・産業界をリードする名古屋が周辺地域に遅れをとり、ましてやシンボルとして君臨する名古屋城の評価が一つ星などあってはならないとする地元の誇りが透かし見える。

とすれば、ミシュランガイドの記述にはフランスの見た名古屋の姿が、それに対する反発には名古屋の自画像、もしくは理想像がそれぞれ表れていることになる。以下、このような観点から適宜、名古屋観光コンベンションビューローが外国人観光客向けに発行する「LIVE MAP NAGOYA 2009-2010」と比較参照しながら、文化的コンテクストの差から生じる名古屋像の両面を検討したい。

ミシュランガイドのうち「ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン」は実用版をうたうだけにコンパクトな編集方針をとっている。そのため詳細版の「ギド・ヴェール・ジャポン」よりも何を選び取られ、何が棄てられたのか、という点で鮮明な像を結ぶ。

「ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン」では名古屋城、徳川美術館、テレビ塔、名古屋市美術館、名古屋ボストン美術館、熱田神宮、名古屋港の順に7箇所が取上げられる。三つ星に選ばれた施設はなく、二つ星が徳川美術館、一つ星が名古屋城、熱田神宮、名古屋港の3箇所、その他4箇所に星は付けられていない。

いっぽう、「LIVE MAP NAGOYA」に紹介されているものを名古屋の側が発信したい名所・観光スポットとするならば、こちらは両面一枚のリーフレットで、各施設の紹介文は5行から10行程度(50～100ワード程度)に過ぎないが、名古屋城をはじめとする計36箇所をすべて写真付で紹介する。6つに区分されたゾーンごとに列挙すれば、名古屋城ゾーンでは、名古屋城、名古屋市市制資料館、名古屋能楽堂、名古屋駅ゾーンでは食器メーカー・ノリタケの総合施設ノリタケの森、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館、ガラス工芸の大一美術館、名古屋駅のランドマークビル群としてミッドランド・スクエア、モード学園スパイラルタワー、J Rセントラルタワーズ、名古屋ルーセントタワー、栄ゾーンでは名古屋テレビ塔、バスターミナルと商業施設が複合したオアシス21、久屋大通公園、名古屋市科学館、名古屋市美術館、愛知芸術文化センター、ランの館、大須観音、でんきの科学館、東山・覚王山・八事周辺では東山動植物園、東山スカイタワー、名古屋港周辺では名古屋港水族館、名古屋海洋博物館・展望台・南極観測船「ふじ」、藤前干潟、名古屋港ワイルドフラワーガーデン・ブルーボネット、熱田・金山ゾーンでは熱田神宮、徳川美術館、徳川園、名古屋ボストン美術館、名古屋国際会議場、名古屋市美術館、ナゴヤドーム、白鳥庭園、文化のみち二葉館、三菱東京UFJ銀行貨幣資料館、有松ゾーンとして有松が取り上げられている。このようにあらゆる観光関連施設を総覧して紹介しようとする「LIVE MAP NAGOYA」に対して、「ボワイヤジェ・プラティック」の方はテレビ塔や名古屋港水族館を除いて、ほぼ伝統文化の観点から名古屋の施設をしばって紹介しようとする。

個別の事例として名古屋城、熱田神宮、徳川美術館、以上の3つの名所を取り上げて比較して

みる。まず名古屋城の場合、「ボワイヤジェ・プラティック」、「LIVE MAP NAGOYA」はどちらも家康による築城から紹介を始めるが、「LIVE MAP NAGOYA」は名古屋のプライドとパワーのシンボルだと強調した後、金の鯱、領主の暮らしぶりや歴史を物語る文物の展示、駕籠に乗ったり、石垣のための石を引いたりする体験コーナーについて記す。それに対して「ボワイヤジェ・プラティック」が太字で強調するのは名古屋のシンボルとしての機能ではなく、街を見渡す眺望の素晴らしさである。城の機能では、名古屋のシンボルではなく、旧東海道を守護した歴史的な役割について記述する。また第二次世界大戦で爆撃を受けた後に再建されたことに言及するのは「ボワイヤジェ・プラティック」の方のみで、伝統や歴史を重視してオリジナルを尊重するミシュランの姿勢が透かし見える。駕籠や石引体験への言及がないこともその裏返しと捉えることができる。このように同じ名古屋城をめぐるすれ違う記述から、名古屋のシンボルとして名古屋城を発信したい名古屋側の名古屋像が浮かび上がる。それに対してミシュラン側から発信される名古屋像は、旅行者が日本の歴史や伝統を追体験する場である。

ついで熱田神宮の場合は、両者とも三種の神器の一つとして名高い草薙剣が収められていることを紹介する。しかし、アマテラス大神を祀ることを記すのは「ボワイヤジェ・プラティック」の方だけである。「ボワイヤジェ・プラティック」ではそれに続けて参道の楠の美しさを賞賛し、その楠の根元に卵が並んでいると注す。そしてその卵が楠に住む神蛇への捧げ物であると結ぶ。今更、オリエンタリズムでもなかろうが、神話から樹木や蛇といった自然崇拝へという展開から期待される名古屋像が浮かんでくる。

これに対して「LIVE MAP NAGOYA」の方は、伊勢神宮に次ぐ第二の大宮であり、年間650万人が訪れることを記し、名古屋城の場合と同様に、地元の誇りを根底に置いて紹介する。また「ボワイヤジェ・プラティック」が神話やアニミズムの方向へ向かうのに対して、こちらは信長が寄進したいわゆる信長塀や二十五丁橋を紹介し、また刀など数々の宝物が収められていることを記す。

徳川美術館の場合は、両者とも徳川家のコレクションについて紹介する点では共通する。コレクションの柱となる「源氏物語」を取り上げるのも同様である。ただし、「LIVE MAP NAGOYA」の方が国宝指定を受けていることで価値を説明し、「ボワイヤジェ・プラティック」の方は国宝指定にはふれず、日本文学の歴史を紹介したページの参照を促し、日本の伝統の中でこの所蔵品の位置づけを示そうとする。また保存上の事情から複製での展示が通常であることを注記してオリジナルを期待する来館者に配慮するとともに、それだけ古く貴重な美術品であることを伝えようとする。さらに「LIVE MAP NAGOYA」では同じ敷地内にある蓬左文庫を徳川家伝来の書籍を収蔵する施設と紹介するが、「ボワイヤジェ・プラティック」はこの点は紹介していない。貴重な書籍であっても一般の外国人旅行者には専門的過ぎる情報だという判断だろうか。代わりに紹介されるのは、尾張徳川家の合印が名古屋市シンボル丸八の由来であるという他の

ガイドブックではあまり紹介されない点である。

以上、3つの事例に基づいて比較してみると、「LIVE MAP NAGOYA」の記述から浮かび上がる名古屋像は誇りと気概をもって発信しようとする名古屋の自画像である。いっぽう、「ボワイヤジェ・プラティック」の記述から浮かび上がるのは、時に古めかしいオリエンタリズムやエキゾチズムに陥るきらいはあるが、外国人旅行者の期待する日本の姿を投影した名古屋像である。

### 3. 結びに代えてー「ボワイヤジェ・プラティック」から「ギド・ヴェール」へー

最後に「ボワイヤジェ・プラティック」と2年後に発行された「ギド・ヴェール」、それぞれで記述された名古屋の姿とその変化について概観して結びに代えたい。ミシュラン側と名古屋側とですれ違う名古屋像は、「ギド・ヴェール」の段階になると、その間の溝が狭まったように感じられる<sup>(4)</sup>。

たとえば、「ボワイヤジェ・プラティック」が名古屋は観光面での特色はあまりないと述べていたのに対して、「ギド・ヴェール」の方では、本当の意味での観光地ではないとした後に城や水族館は貴重であることを書き添えている。

取り上げられる名所や施設の配置にも変化が認められる。「ボワイヤジェ・プラティック」では名古屋市美術館と名古屋市ボストン美術館が取り上げられていたが、「ギド・ヴェール」になると掲載が見送られている。その代わりにJ R名古屋駅周辺、ノリタケの森、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館が新しく追加された。

J R名古屋駅周辺では1999年完成のツインタワー、2006年完成のミッドランド・スクウェア、2007年完成のルーセントタワー、2008年完成のスパイラルタワーに言及する。またノリタケの森は2001年開館、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館は1994年開館と、こちらも新しい施設であり、かつ産業観光の施設でもある。しかも、これらが名古屋城に先立って最初に取り上げられたことも顕著な変化である。

さらに「ボワイヤジェ・プラティック」でも評価の高かった名古屋港は、「ギド・ヴェール」ではさらに星を加えて二つ星である。つまり、「ボワイヤジェ・プラティック」が文化・芸術面を軸にして編集していたのに対して、「ギド・ヴェール」の方では、徳川美術館所蔵の「源氏物語絵巻」を三つ星を選んで伝統文化を重視する姿勢を保ちながらも、より柔軟に名古屋の新しい名所を積極的に紹介し、また名古屋の産業観光への取り組みに理解を示していることが窺われる<sup>(5)</sup>。

ただし、産業観光の核の一つとなる体験型観光の試みはまだミシュランガイドには取り上げられていない。ノリタケの森では来館者が実際に絵付けを試みることができ、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館でも本物の自動車製造機械にふれて「ものづくり」が体験できるコーナーが設けられている。また有松はこれまでミシュランガイドに掲載されていないが、有松絞会館で

有松絞りのオリジナルハンカチ作りが体験できる。

以上のように「ボワイヤジェ・プラティック」から「ギド・ヴェール」への推移を確かめてみると、名古屋の観光推進のための努力は少しずつ報われているように感じられる。既に関係方面では相応の努力をされているが、これからも官民一体となって創造的な旅の提案と魅力の発信を積み重ねていくことが大切だと考える。外山滋比古は『観光文化と「奥の細道」』（誠文堂新光社、1986・6）で、次のようなエピソードを引く。ある旅行者が見ず知らずの土地の人から「おはようございます」と声をかけられた。彼にはそのことだけでもその旅がいつまでもよい思い出として残るだろうと思われたという。何気ない一言に表れた住民のおもてなしの心がいかに大切かを物語るエピソードである。

## 注

<sup>(1)</sup> 2008年5月15日「朝日新聞」岐阜版

<sup>(2)</sup> 2008年6月13日同紙中国版

<sup>(3)</sup> 2008年11月28日同紙東京版

<sup>(4)</sup> 政府観光局によると2008年のフランス人観光客は前年比14%増の約9万人で、この背景にはミシュラン社のガイドブックを始め、フランス語のガイドブックが増えたことがあると考えられるという。

<sup>(5)</sup> その他の変化では「ボワイヤジェ・プラティック」でも取り上げられていたパチンコが、「ギド・ヴェール」ではさらに扱われ方が大きくなり、独立した別枠のコラムで取り上げられている。また「ギド・ヴェール」では日本を理解するための章でパチンコをカラオケと並ぶエンターテインメントとしても紹介する。なお、テレビ塔は地上デジタル放送の開始で電波塔の役割を終えることが理由であろう、「ギド・ヴェール」では取り上げられていない。

※ 本稿は名古屋市立大学人間文化研究所共同研究プロジェクト「名古屋の『観光まちづくり』に関する人文社会科学分野からの学際的研究」(研究代表者：山田明)による。