研究論文

観光が伝統文化の真正性に与える影響についての考察
ー茶道・いけ花・能の伝統文化従事者の視点よりー

The impact of tourism on the authenticity of Japanese traditional culture through the perspective of practitioners of chanoyu, ikebana and noh.

丸本 加寿世
Kazuyo Marumoto
和歌山大学大学院観光学研究科博士後期課程

キーワード：真正性、正統性、伝統文化、商品化、文化体験
Key Words：Authenticity, Legitimacy, traditional culture, commodification, cultural experiences

Abstract：
This paper explores how tourism has influenced the authenticity of Japanese traditional cultures such as chanoyu , ikebana and noh, defined as “geido”, due to the rapid increase of the inbound tourism. Before the COVID-19 outbreak, an increasing number of tourists from overseas visited Japan and experienced such traditional cultural practices. However, many of the facilities catering to the tourists were run by amateurs without deep understanding of the traditional practices in question, commercializing the practices seen unauthentic or wrong in the eyes of the expert practitioners. Such commodification challenges the authenticity and continuation of traditional practices undertaken by expert practitioners.
This paper explores how the practitioners of traditional culture cope with the commodification of their practices while aspiring to preserve their tradition and authenticity. To discuss commodification and authenticity, the paper uses the key concept of “fueki-ryūkō" described by Basho. This concept divides the culture into fueki, the part that is continuous and the principles of which do not change over time, and the ryūkō, a dynamic part that gradually evolves to reflect the socio-cultural environment of the corresponding era. This paper presents the result of a semi-structured interviews with the expert practitioners of chanoyu, ikebana and noh. The result shows that adhering to the principles of "fueki-ryūkō" promotes the preservation of traditional Japanese culture and helps to co-exist with the commodification.

Ⅰ．はじめに

「能は観客に消費されるものではなく、客を意識した演技や、流行り廃りを意識しないこと、お客の反応を考えないことが重要。能が商品として消費されれば、やがて飽きられて捨てられてしまう」[1]。

この言葉は、訪日外国人に能体験を提供している能楽師によるものである。茶道、いけ花、能など、「芸道」と呼ばれる伝統文化は、若い世代の伝統文化離れ、流派の会員の高齢化などを理由とし、衰退の一途を辿っているが（文化庁文化財部, 2016）、新型コロナ感染症発生前に起きていたインバウンドブームをきっかけに、伝統文化従事者が観光客向けに伝統文化体験を提供するようになった。「芸道」とは、茶道、いけ花、能などの日本の伝統文化のなかでも特に精神性を重視する芸の道のことを意味し、自己修練的な性格を持つ。芸道については後に詳述するが、本稿では伝統文化のなかでも芸道についてのみ論じる。また、伝統文化従事者とは、流派組織、あるいはこれと同等の権限と権威を持つ組織及び指導者のもとで修道し、その組織ないしは指導者より許状（免状）[2]と呼ばれる正式な指導資格を取得した者を指す。従来、伝統文化活動は伝統文化従事者によって行われてきたものであるが、近年のインバウンド客の急増により、「まがいもの」と呼ばれる伝統文化の体験施設が現れ、指導資格（許状･免状）を有していない者によって体験が提供されるという事態が起きている。観光が、伝統文化の普及と経済的恩恵をもたらすものとして期待される一方で、伝統文化に商品的価値づけがされることにより、まがいもの体験施設が横行するなど、質の低下を引き起こすものとして、問題視されるようになった[3]。こうし

た問題は、茶道体験に特に顕著に現れている。表向きは茶道体験の参加を装い、実際は体験のノウハウを盗みにくるというもので、体験の参加後に、茶道体験施設を開設するといった事例が報告されている[4]。まがいものと呼ばれる体験施設の乱立という状況に直面し、伝統文化の質の低下を危惧する声が多くの伝統文化従事者から聞かれるようになった[5]。伝統文化が観光を通じて商品化され、消費されるという状況下において、伝統文化従事者は伝統文化の商品化をどのように捉えているのだろうか。また、彼らが真正とみなす体験とはいかなるものなのか。

観光と文化の商品化の関係を考えるにあたって、これまで議論の中心となってきたのが真正性である。真正性とは、観光と文化をめぐる問題を判断するのに使われる概念だが、文化の真偽や、正統性の有無といった包括的概念であり、主に、観光が文化に及ぼす負の影響について議論されてきた（Boorstin, 1961; Greenwood, 1989; MacCannell, 1976）。 これまで約半世紀以上にわたって重ねられてきた観光研究における真正性の主流となる議論は、概ね次の三つである。伝統文化に核心的・本質的なものを客観的に想定する本質主義の立場（Boorstin, 1961; MacCannell, 1976）、真正性は社会的に構築された概念で、折衝可能（Negotiable）なものであり、観光対象物の真正性を判断するのは誰かというポストコロニアルな批判を含んだ構築主義的な議論（Bruner, 2005）、観光客個人の経験に焦点を当てる実存主義的議論（Cary, 2004; Taylor, 2001; Wang, 1999）である。しかし、これらの真正性をめぐる議論は、主に西洋的価値観の視点においてなされてきた背景があり、真偽を問う二元論的議論にとどまるものであった。

本稿ではまず、観光対象とされる文化の商品化と真正性との関係について、これまでなされてきた一連の議論を概観し、伝統文化の商品化と真正性を考察するのに有用となる見解を提示する。次に、近年のインバウンドブームに伴う観光における伝統文化体験の状況を概観し、観光が伝統文化及び伝統文化従事者に与えた影響について見ていく。観光と伝統文化を取り巻く状況を把握した後、日本の伝統文化の独自性である芸道の概念、家元と正統性、そして宗匠と稽古の概念について述べる。なぜならば、観光と日本の伝統文化との関連について議論する際、日本における伝統文化の特殊性を十分に踏まえた上で検討される必要があるからである。伝統文化の独自性を視野に入れた上で、訪日外国人に伝統文化体験を提供している伝統文化従事者を対象に実施したインタビュー及びフィールドワーク調査を基に、伝統文化従事者は伝統文化の商品的価値づけについてどのようにとらえているのか、真正な体験をどのように定義づけているのか、また、伝統文化の質の維持のための判断基準とはいかなるものなのかについて、観光が伝統文化に及ぼす影響とその実態を浮き彫りにしながら、これらの課題を検討することを試みる。

本研究の特徴として、従来の観光研究が観光客の視点によるものがほとんどであるのに対して、伝統文化従事者の視点を通して検討する。

Ⅱ．文化の商品化と真正性

観光と文化の商品化の研究において、これまで議論の中心とされてきたのが商品化と真正性との関係である。商品化とは、モノ、サービス、文化的行為や、宗教儀礼、儀式などが交換価値として相対的に評価される過程のことを言う（Appadurai, 1986）。つまり、商品が、金銭の支払い対象として生産され、販売・流通し、交換されるようになる過程のことである。この場合、交換対象となる商品に経済的価値があるかどうかが重要とされる（Appadurai, 1986）。したがって、文化が観光客の消費対象となり、観光資源として利用され、さまざまな文化の要素に価格が付けられ、観光商品として消費の対象とされるのである。

観光の文脈において、文化の商品化を扱った初期の研究に、Greenwood（1977）のアラーデの祭りの事例がある。スペインのバスク地方で毎年恒例であったアラーデの祭りが観光化されることで、その祭りが人びとの歴史的アイデンティティを高揚させる目的から、観光産業や議会、地方自治体の利益のために商品化されたが、地元住民の参加者は次第に祭りへの熱意を失っていった。これについて、Greenwood は「本来的な意味を失った。」と言い、文化が観光商品の対象となることで、祭りの担い手に否定的な影響を及ぼすものとして批判した。かつては真正な儀式であった祭りは、本来の意味を失い、見せ物用の「表舞台」となり、文化の商品と化したのである。

また、観光が文化に及ぼす影響をネガティブにとらえたものに、Boorstin（1964）の「擬似イベント」がある。彼は、現代の観光客は本物の文化体験を求めておらず、作られたイメージを経験することで満足する現代観光を「擬似イベント」であるとし、観光空間で展示される文化を「まがいもの」であると主張した。一方の MacCannell（1976）は、現代の観光客に見せるのは観光用に演出された「表舞台」であり、正真正銘の真正性は外部者には制限される「裏舞台」にあるとし、観光客は擬似体験を希求しておらず、真正性を求めていると述べた。両者の相反する見解には、いずれも本質主義的観点が土台にある。

観光がもたらすネガティブな効果について、Cohen（1988）は、観光による文化の商品化が必ずしも破壊的な要素をもたらすものではないと述べ、Greenwood による、文化の商品化は消費されることによって意味が失われるという議論が過度に一般化されすぎたものだと指摘した。その例として、フォークミュージシャンが外部の聴衆に向け、お金を得るために演奏したとしても、自身の音楽性を表現する機会を得て、そこに意義や誇りを感じていると述べ、Greenwood の立場と異なる見解を示した

（Cohen, 1988）。さらに、文化商品は、地元住民だけでなく、外部の観光客にも開かれるべきであり、商品化の過程で新たな意味が加えられる可能性があるとも言及している。そして、文化が商品化されたとしても、文化が本来持つ意味は失われず、むしろ、商品化の過程において文化の持つ本来的な意味を保持したまま、文化商品を観光客に提供することによって、新たな意味やアイデンティティが加わる可能性があると主張した（Cohen, 1988）。

これに加え、観光における文化の商品化が地域文化や真正性に対してポジティブな影響を及ぼすとする見解がある。山下（2007）は、観光開発が伝統文化を破壊するというこれまでの議論に対して、文化を太古から連綿と伝わってきた本源的な実態として理想化する誤りを犯していると指摘し、観光が文化創造に果たすポジティブな役割を強調した（山下, 2007）。

これらの議論は、文化が観光商品として観光客に消費されることで、真正性や文化それ自体に、否定的な影響を及ぼす危険性がありながらも、一方で、文化の存続や継承、再創造を促す肯定的な役割を果たす可能性を示唆している。

さて、これまでなされてきた文化における真正性を見出そうとする議論は、主に西洋文化や資本主義経済下で搾取され続けた植民地やホスト社会の主権回復と連動してきた背景がある。Hobsbawm&Rangerによる『創られた伝統』（1983）において、伝統文化が近代になって西洋文化や資本主義搾取のなかで歴史的に捏造・創造されたことが非真正性のテキストとして明るみに出されたが、これまでの真正性の探求は、西洋的価値を体現したものであり、西洋のまなざしなくしては存在し得ないものであった。

また、Bruner は、観光地の文化は生産と再生産の終わりなきプロセスにあり、社会的な相互作用を通して常に構築され続けていると述べている（Bruner, 2007）。そうなると、真正性は社会的に構築された概念であり、所与のものではなく、折衝可能（Negotiable）なもの、すなわち場や状況において適宜変更するものであるため、真正性に関する認識がいかに構成され、意味付けられているのか、この一連のプロセスを把握することが重要となってくる。

Zhu（2012）は、中国の少数民族ナシ族の伝統儀式における真正性の研究において、司祭=実践者の視点から個人の内面に着目し、実存主義的アプローチに新たな視座を提示した。司祭の個人的経験・記憶・自己アイデンティティへの追及が、外部社会（ホスト社会・政治環境・文化環境）と相互関係を持ちながら、観光の場における身体的パフォーマンスを通して、真正化されていくというものである（Zhu, 2012）。つまり、外部世界と切り離して真正性を検討することは、真正性の判断を下すのに不十分であるとする見解である。そうなると、何が真正なのかに対する判断は、各時代の異なる環境のなかで、社会や文化をめぐる環境を念頭に置いた上で検討されなければならない。すなわち、日本の伝統文化との関連において検討するには、日本独自の文化状況を十分に反映した上で議論される必要がある。

上述の視座と課題意識に基づき、まず、近年のインバウンドブームの最中、伝統文化体験が人気となったその背景を概観し、次いで日本の伝統文化における独自性について述べる。

Ⅲ．日本における観光と伝統文化体験を取り巻く状況

近年の日本における観光の状況を見てみると、新型コロナ感染症発生以前の 2019 年まで、訪日外国人は年々増加傾向にあり、政府による「観光立国」の旗印のもとで、インバウンド誘導ブームが起きていた。特に、日本の観光業に与えた訪日外国人のインパクトは大きく、2003 年に政府が「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を打ち出して以来、国を挙げて観光の振興に取り組み、観光立国を目指す方針を示した。2013 年には、訪日外国人客数が目標であった年間 1000 万人を突破すると、新たに 2020 年までに 4000 万人、2030 年までに 6000 万人にするという目標が掲げられた。2015 年には訪日外国人客数 1973 万 7000 人を記録し、大阪万博が開催された 1970 年以来 45 年ぶりに、入国者数が出国者数を上まった。2019 年の訪日外国人旅行者数は、3,180 万人（前年比 +2.2%）となり、2年続けて 3,000 万人を突破し、7年連続で過去最高を更新した（観光庁, 2021）。国連世界観光機関（UNWTO）が発表した 2020 年の国際ツーリズムの統計では、日本は 2019 年の海外旅行者数（国際観光客到着数）で世界 11 位、アジアでは中国、タイに次ぐ 3 位であった。

インバウンドが目覚ましい勢いで伸びるなか、訪日外国人の間で茶道などの伝統文化体験の人気が高まり、伝統文化体験を提供する観光客向けの体験施設が現れてくる。東京都内では雑居ビルの一室に茶室が作られ、京都では町家を利用した文化体験施設が次々とでき、伝統文化体験は訪日外国人の間で人気コンテンツとなっていった。2018 年の Trip Advisor（旅行に関する世界最大の口コミサイト）によると、訪日外国人に人気の体験コンテンツの上位5位に着物着付けと茶道体験がランクインしている[6]。また、2019 年の観光庁の「体験型観光コンテンツ市場の概観」調査によると、JNTO の訪日グローバルキャンペーンにおいて設定している、海外旅行者の志向に基づき設定された「7 つのパッション」を中心とした 15 セグメントのうち、訪日旅行者のセグメント別傾向において、伝統文化体験は上位5位に入っている。伝統文化体験志向の旅行者の特徴として、本物に触れたり自身の教養を増やすために学びを求める傾向があると記されている。20 カ国を対象に行われた旅行時の志向性については、欧米からの旅行者は他地域と比べ、伝統的・文化的資産巡りの志向性が強いと報告されている。

日本政府が発信する訪日プロモーションでは、伝統文化が日本の魅力を海外へ伝えるイメージとして利用されている。例

えば、JNTO の日本の文化体験を紹介する英語サイトには、「おもてなし」というタイトルとともに抹茶のイメージが掲載されており、「おもてなし」の文化について次のような説明が付けられている。「心を込めてゲストをもてなすことは、気遣うことに集中する日本人のホスピタリティのあり方を表しており、それは茶道の考え方に由来している。」[7]。これは、茶道における「主客一体」の概念とされるもので、ホスト（亭主）とゲスト（客）が一体になり双方が気遣うなかで生まれる共感を意味している。このように「主客一体」の概念を日本特有の歓待の仕方である「おもてなし」と結び付けながら、茶道が日本文化を代表するイメージとして発信され、茶道が日本文化を世界へ説明する上で一つのモデルとなっている[8]。

こうした背景のなか、商業的な目的で文化体験を提供する体験施設が現れる一方で、伝統文化従事者が、観光客に体験を提供するようになっていったのである。

では、日本の伝統文化の成り立ちや概念、「芸道」「家元」「流派」「稽古」といった言葉に象徴される芸道とはいかなるものなのか。これらは、後述する伝統文化従事者へのインタビュー調査と分析に関わる重要な要素となるため、日本の伝統文化の独自性について詳しく見ていきたい。

Ⅳ．日本における伝統文化の独自性

1．伝統と芸道

まず、伝統文化と呼ばれるもの、伝統とされるにはどのような基準があり、それはどのように作られてきたのか、その歴史的・社会的背景を概観する。『広辞苑』第 7 版（2018）によると、伝統とは、「ある民族や社会・団体が長い歴史を通じて培い、伝えて来た信仰・風習・制度・思想・学問・芸術など。特にそれらの中心をなす精神的在り方。」とある。また、『社会学中辞典』（ミネルヴァ書房、2005 年）によると、「（省略）伝統の内容はきわめて多岐にわたるが、典型的には社会集団の共有財産の一部とみなされる文化要素である。伝統はしばしば、社会的安定と＜正当（統）性＞の源泉としてとらえられる。しかし、現状を変革するために伝統に依拠することもある。（省略）」とある。日本の法律では、1974 年（昭和 49 年）に施行された「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」があり、高度経済成長下の伝統的な工芸品を再評価する動きのなかで定められたものである。ここでいう「伝統」とはおよそ 100 年間以上継続されているものを指している（伝統的工芸品産業振興協会，1974）。

次に、「伝統」という語彙について見ていきたい。日本において、「伝統」が史料で見られるのは平安時代中期で、貴族である三善清行が記した『意見封事十二箇条』であり、「我朝家神明伝統」と記されている。ここでいう「伝統」とは、「血筋が伝わっている」という意味がある（野村，2018）。しかし、これ以降は、少なくとも日本においては明治時代までほとんど用いられることはなかった。その後、明治期になると、「伝統」は、英語とフランス語の tradition の訳語として登場し、日本で普及していくことになる。西洋語で tradition という場合は、理念に近い部分に力点が置かれ、日本語で伝統という場合は慣習に近い部分に力点が置かれる（西山，1984b: 20）。

では、伝統がどのような価値形態として受け入れられていたのだろうか。文化史研究家の西山松之助は『藝道と伝統』において伝統を次のように定義付けている。「伝統は個人的なものではなく、社会的、歴史的なものである。」、「伝統が伝達され保存されるためには、新鮮な現代人の意識によって再体験・再評価されるものである 。」（西山，1984b: 25）。すなわち、伝統は単に古くから続いてきたものではなく、受け継いできた人々の意志や働きがあり、歴史や社会的状況のなかで変遷しながらも受け継がれ、今日まで存続してきたものだとする見解である。

一方で、伝統には、近代以降、ナショナリズムの高揚とともに新たに「創られた伝統」がある。Hobsbawm らは、1870 年から 1914 年までのヨーロッパにおいて伝統が大量生産されたと論じている。そこには、現在イギリス王室で行われている宮廷儀式や、スコットランドのハイランド地方における氏族ごとに異なるタータン文様のキルトの着用は近代の産物であったことが論証されている（Hobsbawm, 1992）。「創られた伝統」は、本質主義を批判する立場として、不変的で本質的な真実だと信じられていたものの多くが、実は、近代になって新たに創出、発明され構築されたものであることを提示している。Hobsbawm は、「創り出された伝統」と「旧来の伝統」を区別しており、前者が近代になって新たに創出された伝統を意味しており、「真正さ」が欠けていると考えている（Hobsbawm, 1992）。

さて、芸道の概念について、西山松之助は、「芸道は根本的な思想や美学の点においても、西洋諸国や東洋の各国における古典芸術とかなり違ったものがある（省略）」と述べている（西山，1984b, p.41）。その内容は、日本の伝統的な武芸、芸能、芸術の世界を含む文化のなかで精神性を重視する芸の道のことを意味しており、自己修行的な面を持っている。芸道という言葉は、世阿弥が書いた『花鏡』に見られるのが最も古い用例で、15 世紀の室町時代から使われていた（西山，1984a）。芸道とは、師匠からの型の伝授を基本としており、その徹底した繰り返しのなかから自ら悟って上達するのが稽古である。したがって、芸道の習練は、個性的な創造を目的とするのではなく、古典的な型を身につけることであった。江戸時代の初めには多くの芸道の領域で理論が整理されていき、禅宗や儒教、さらに道教や神道思想の影響を受けながら発展し、日本の美意識を代表するものとなっていったのである（西山，1984b）。

このように、近代以前まで、ほとんど用語として使われることのなかった「伝統」、「伝統文化」は、明確な意味が与えられることがなく、曖昧な概念として日本に取り入れられること

になった。芸道を「伝統文化」と呼んだことは、欧米に対抗するために日本文化を権威付ける意図があり、その用語のために、芸道が古来変わらぬ日本の文化であったかのような印象を与えている。しかし実際には、今日に至るまで、芸道は、現代人によって再体験・再解釈され、時代や社会に応じて新しい要素が加わり、変化してきたのである。そうなると、伝統文化の真正性は、歴史的・社会的に構築される概念と言える。再構築される伝統文化について、西山松之助の伝統論に依拠しながら、さらに詳しく見ていきたい。

2.「不易流行」と不断に再創造・再構成される伝統文化

西山松之助は、「伝統論」のなかで、務台理作の論文「伝統」（岩波講座『倫理学』第6冊所収、昭和16年）を紹介しながら、伝統の概念の要点を紹介している。これは、T.S. エリオットの『文芸批評論』の「伝統と個人の才能」で論じられている伝統論に大きく啓発を受けたものだ。「どんな芸術家でも過去の芸術家と対照し比較してはじめて価値評価ができ、そのため、過去が現在によって導かれるのと同じように、過去が現在によって変更される。」というエリオットの考えを引用しながら、発生原初のものが再体験され、それが再評価されること、それは現代人の意識によってなされるという考えと同調するものであると言及している（西山, 1984b）。

また、芭蕉の俳諧における伝統の理念を表す言葉に「不易流行」があるが、西山松之助は、務台が「伝統」のなかで述べている「不易流行」が伝統の本質とその展開のすべてを解明していると言い、古典的規範を示しているものが「不易」であり、再体験され、自己解釈を示す部分は「変化流行」であると説明している。さらに、海外の文化、過去の文化の影響によって、現代の矛盾性を克服し、新しい伝統を創造することによって、今を超克し未来を開発することの重要性を説いている。例えば、いけ花草月流の創始者、勅使河原蒼風は一見、伝統を破壊したかのように見えるが、それはいけ花の創生期の「不易」なるその芸の論理をしっかしりと見据えた上での行動であり、みだりに旧文化を破壊したのでないと指摘する。しかし、日本文化のなかには、現代の矛盾と対決せず[9]、それを完全に超克しないで、文化をより高次なものへ昇華発展させていくのではなく、古いもの、別のものとして既成のものは避けるという方法に依ってきたものもあるという。そうなると、近代になって「創られた伝統」のように、こうした伝統文化は西洋文化や資本主義経済のなかで歴史的に捏造・創造されてきたものと何ら変わりはない。片や、旧文化体系のなかのどういうものを客体化してそれを超克、昇華し、発展させるべきなのかを慎重に検討し、不易なるものを守りながら、新しく創造された伝統は、伝統の継承・存続を支えるものとなり、かつ革新的発展をも可能にする。Hobsbawm が近代に創り出された伝統と旧来の伝統とを区別して、後者は真正さを有していると指摘したように、「不易流行」の行動原理をしっかりと柱に据えて展開される伝統文化には、真正性が備わっていると言えるであろう。

ここで重要な視点として考えなければならないのは、伝統文化の旧文化体系のなかから取捨選択されたものが、現代人の意識によって再体験・再解釈され、「流行変化」するものと、保存・継承される「不易」に分けられる際、時代的環境や文化事情を考慮して、慎重に取捨選択されなければならないということである。もしこれをおざなりにしてしまえば、観光は文化要素を選ぶプロセスに非常に深く関わっているため、観光がもたらす経済効果を優先するがゆえに、伝統文化の真正性よりも、商品として魅力的なものを真正なものとして採用するような事態に陥ってしまう可能性がある。これを回避するためには、観光対象として適切か否かについて、真正な文化要素の取捨選択における判断基準が重要となってくる。そうなると、当然ながら、誰が判断するのかという問題が浮上する。

誰が真正性を判断し、決めるのかという議論は、これまで真正性めぐる論争のなかで繰り広げられてきた。この問題に対して重要な視座を提示したのが Cohen（2007）である。彼は、Leite&Grabun（2009）の見解を引用しながら、次のように述べている。真正性を客観的に決定する権利を有するのが、あらゆる分野の権威者や、学芸員、考古学者、美術史家、民族学者、そして文化人類学者といった専門家たちで、彼らは真正か否かを判断するのに十分な知識を持っているとされている。そのため、専門家らの判断基準のもとで、真正性が決定されてきた背景があり、これは権威主義の力の行使を容易にするものだとして批判した。そしてこのような状況を Cohen は、「知識人のヘゲモニーの一形態」と呼んだ（Cohen, 1988）。言うなれば、構築主義の観点においては、文化は社会において創り出されたものであるから、真正性を判断するのは、専門家から観光客に至るまで、誰しもが判断の基準を持っているということになる。しかしながら、日本の伝統文化、芸道の独自性を考えると、必ずしも適用可能な概念であるとは言えない。そうなると、真正性の判断は誰に委ねられるべきなのか、その正統性について考える必要がある。次に、芸道の独自性の一つである、家元と正統性について詳述する。ここで言う正統性とは、ある社会における政治体制、政治権力、伝統などを正しいとする一般的観念のことを指す。

3. 家元と正統性

芸道組織の伝統的形式として家元を論じた研究書に西山松之助の『家元の研究』があり、家元研究の基本書として今日まで参考とされている（西山, 1984a）。その書のなかで、そもそも家元や家元制度とはなんであるかについて、その概念を次のように規定している。伝統芸能諸流派において、その代表人物がそれぞれみずから家元を称し、その家元を核として組織構成されている社会を家元制度と呼んでいる（西山, 1984a）。家元の起源は、桃山時代から江戸時代への移行期

にさかのぼるが、中世において武士は、自らの家格を高貴な家柄と結びつけ、掌握した権力を正統化した。身分制度が厳しく格式化された江戸時代には、武士は家を制度化し、家父長系制度が階級社会の基礎となった。血統的には正統ではなかった徳川家康の幕府は、最高権威者として正統であるために、源家の嫡流であるという伝統が必要であった。こうした正統意識は一般社会のすみずみまで浸透していき、17 世紀には芸能諸流においても正統な権威をあおぐ風潮が生じ、あらゆる家元の家芸正統の系譜が整備された。「家」を基礎にした、家父長的な師弟関係のヒエラルキー構造を持ち、これにより、家元は文化的権威の維持と知識の伝承を独占したのである。

西山松之助は、家元という呼び名は江戸時代の化政期以降にはすでに普及していたと言及しながら、芸能諸流の集団社会の組織の頂点に立つ家元について、共通する家元の性格を分析し、整理を試みた。その特徴は以下である。

（一）、流祖以来の代々にわたり、伝統的な家芸または芸能血脈の正統を伝え、その家芸または血脈の正統たることによって保有する一切の権利を独占している家である。

（二）、二人以上の集団を必要とするような文化領域で、教える者すなわち師匠と、教えられる者すなわち弟子とが存在し、（中略）そしていかにぼう大な家元社会を構成しても、それはきわめて恒久的な封鎖性を持っている。

（三）、知性による理論によって解明され、それが公開された共有の文化材となりうるような文化領域ではなく、経験的感性によって練磨する技能を主体とする芸能文化の領域で、しかもその技能を秘密にすることができ、かつそれが無形文化であるところに成立する（西山, 1984a）。

（一）については、家元の独占する権利のなかに、「技能に関する権利、たとえば秘匿権・上演権・種目と型の統制ならびに改訂権」と述べている。基本的に流儀の技能は完全に秘匿することを原則としているため、（二）のように家元社会では常に他に対して恒久的に強く封鎖性を堅持している。（三）については、理論的なものは秘伝化することは困難だが、完全に個人の経験によって体得された技能（カン・コツ）や眼・鼻・舌などの感性による、直感的な感覚練磨を要するものは秘伝伝承が可能であると述べている。このように、個別経験による感性の練磨を至上とする、封鎖的孤立的な技能の場こそ、家元の存在する文化領域となったのである。

アメリカ人社会学者のクリステン・スーラックによる研究書に『日本らしさと茶道』があるが、著書自ら 10 年の歳月をかけて日本で茶道を学び、その体験に基づいて、茶道と国民国家の関係を論じた書である。一貫して本書を貫いているのは、文化ナショナリズムとしての茶道についての議論である。スーラックは、茶道における家元の権威の拡大を体現するものとして、茶道の点前=技術に着目し、点前が定まった知識体系として規範化、標準化されてはじめて、家元は点前に対する統制を強化することが可能になったと述べている。このような特権的な専門知識の所有権を主張できるのは家元だけであり、秘伝の神秘性が家元の価値を高め、秘伝主義は正統性の基となったと指摘している（スーラック, 2018: 126）。

上述したように、家元は、特権的な専門知識を独占することで、その地位を強固なものにし、秘伝の神秘性を正統性の基礎としながら、その権威は今日まで続いている。

4．宗匠と稽古の概念

先述したように、日本の芸道は自己修行的側面をもっており、「稽古」に重きをおく。したがって、伝統文化従事者が費やす大半の時間は、修道、すなわち「稽古」である。また、「宗匠」とは、日本の文化集団における文化指導者のことを指す。日本における宗匠の萌芽は、12 世紀頃に歌道の世界で誕生し、その後、鎌倉時代から南北朝時代頃になると連歌[10]の世界において宗匠が現れ、徐々に宗匠の機能や社会的役割が決まっていった。時代の進展とともに、連歌宗匠の先蹤にならって茶道、香道などの芸道の分野にも宗匠が出現した。芭蕉も俳諧において宗匠と呼ばれた一人である。連歌や茶道、香道のような芸道は、それらの理論を体系付ける指導書が公にはされていなかったため、何を学ぶにしても、師匠につく必要があった。そのため、実践の場で体得する以外に方法がなく、文化の伝承や芸道の習得において、宗匠という存在を絶大な権力にまで押し上げたのである。そして、弟子たちは、宗匠と呼ばれる指導者のもとで、「稽古」と呼ばれる習得のための修練を積むのである。

このように、日本の芸道において「稽古」は不可欠である。それは、「道」を求める全人的な求道という性質を持つもので、宗教的側面が強い。大正時代に仙台に滞在し、華道を学んだドイツ人女性のグスティ・L・ヘリゲルが著した『華道と日本精神』に鈴木大拙が序文を寄せている。その内容は、「日本では芸術の研究は、たんに芸術のためではなくて、精神の証明（悟り）を得る為に行われるのである。（中略）芸術と宗教とは日本文化の歴史のなかではそれ程内面的に結びついておるのである。」というものである。つまり、日本の芸道は、西洋のように単なる美の追求のみならず生そのものと深い関連を持ち、宗教性を持っているということである（ヘリゲル, 1972）。また、「稽古」という言葉の由来についても触れているが、「古を稽ふ」という意味から、「稽古」は元来模倣であるという。そしてこの模倣の元となるのが「型」であり、稽古とは師匠を媒体として「型」=「格」を学ぶことから始まり、守る→破る→離れるという「守破離」の修行階梯を経て、最終的に「型」を極めた芸境に至ることが、「稽古」の段階の目的とされる。「守破離」の修行階梯の「離」の芸境は「さとり」に至ったものであり、この「さとり」とは全人的なものである。つまり、芸道を行う者が目指すのは、芸の頂点ではなく、宗教的人格である。こうした宗教性を内包することで、特権的な専門知識と幅広

い権限を有する家元・宗匠は、正統性の権威をより高めていったのである。

Benjamin（1986）の「アウラ」という概念があるが、これは、伝統的な芸術作品がいま・ここに結びつきながら一回的に現象する際の特有の輝きのことを意味する（Benjamin, 1986）。Urry（1995）は、近代の文化はこの「アウラ」を持っており、社会性から完全に切断され、固有の起源、唯一性を保有していたと述べている。しかし一方で、ポストモダン文化には「アウラ」がないとし、これをアンチ・アウラと呼んだ（Urry, 1955）。これについて、日本の状況に即して考えてみると、家元、流派組織には、未だ前近代的システムが作用しており、家元は神聖な「アウラ」をまといながら正統性を体現する存在であり続けている。このことから、伝統文化、芸道における真正性の判断が、正統性を体現する家元と、家元を頂点とする流派組織にあることは明らかであろう。

では、観光客に体験される伝統文化について、伝統文化従事者が考える質の維持とはいかなるものなのか、真正であると判断する体験とはどのようなものなのか。観光を通じて伝統文化体験を提供している伝統文化従事者へのインタビュー及びフィールワーク調査を基に、「不易流行」の原理を援用しながら、さらに詳しく検討していく。

V．伝統文化従事者へのインタビューとフィールドワーク調査　―茶道・いけ花・能―

1．方法論

本稿の主な目的は、伝統文化従事者の視点において、観光対象として商品化される伝統文化をどのように捉えているのか、真正とみなす文化体験とはどのようなものなのか、質の維持はどのようにすべきかを明らかにすることである。本章では、これらについて、伝統文化従事者と商業的体験施設へのインタビュー及びフィールドワーク調査を基に検討していく。

インタビューは、定性調査を手法とし、semi-structured 形式にて行った。フィールドワーク調査は、筆者の在籍している茶道・いけ花・能教室、旅行会社を拠点としながら、訪日外国人向けに行っている体験現場の見学を行い、実際に筆者自らが、訪日外国人らとともに参加者として、また関係者として参加した。

伝統文化の芸道のうち、茶道・いけ花・能を取りあげた理由として、茶道は先に示したように訪日外国人にとって人気の文化体験であること、いけ花は茶道とともに提供される文化体験であることに加え、後述する主要ないけ花流派が訪日外国人向けの体験を開放しているからである。能に関しては、能の諸流派が本拠地とする東京と京都において能楽師が積極的に訪日外国人向けに体験を行っていること、大阪の能楽堂については国内外に向け能の上演において新たな試みを行なっていることが選定理由である。

調査を実施した期間は、新型コロナウィルス感染症発生後の 2020 年 6 月から 11 月にかけてである。

調査対象とした地域は、主に、東京・京都・金沢である。東京と京都については、訪日外国人の訪問率が高い地域である[11]。そのため、商業的文化体験施設が他地域と比べ比較的多く存在している（TripAdvisor, 2019）。また、茶道、いけ花、能の諸流派が本拠地とする地域が京都と東京である。これらの地域は伝統文化従事者人口の占める割合が高く[12]、伝統文化体験が日本ツアーの行程に組み込まれる確率が高い。

主に、欧米豪からの訪日客を受け入れている体験施設及び流派組織などを調査対象とした。対象を欧米豪に絞ったのは、他の国からの旅行者と比べ、日本で体験したいことの上位に、日本の歴史・伝統文化体験をあげているためである（観光庁, 2019）。インタビューを行った伝統文化従事者や文化体験施設の担当者の談話によると、アジア地域と比べ、欧米豪からの観光客は、日本の文化に対して高い関心を持っている人が多く、マナーも良いという印象を持っていた。観光客の語る個人的経験の内に真正性があると論じた Cary の「ザ　ツーリスト　モーメント」（Cary, 2004）があるが、彼女は同書において、『観光の起源』の著者 Adler が 16 世紀イギリスの教師が書き遺した史料を引用し、近代以前のヨーロッパにおける世俗の人々の旅行に真正性を求める姿勢がすでに存在していたとする指摘を紹介しながら、現代においても西洋の旅行者は、旅を通して知識や真正性を求めていると述べている。

調査を実施した伝統文化従事者は次の通りである。茶道は、茶道流派家元（2 名）及び若宗匠（1 名）、茶道流派の担当者（2 名）、茶道家（6 名）、寺院僧侶（4 名）、お茶企業の担当者（2 名）である。いけ花は、いけ花流派家元（1 名）、いけ花流派の担当者（3 名）、華道家（5 名）、能では、観世流・宝生流・金剛流に所属する能楽師（7 名）である（図 1）。このうち、茶道家、華道家、能楽師は、流派に属している伝統文化従事者であり、正式な指導資格（許状・免状）を有する人たちである。寺院に関しては、寺での修行あるいは儀式として茶道を行っているか、自ら茶道流派に所属し茶道を学んでいる僧侶を対象とした。以後、呼び方を特定する場合を除き、芸道諸流派に所属する家元及び指導者を総称して伝統文化従事者と呼ぶ。

文化体験施設については、TripAdvisor（2019 年 5 月時点）において、“Tea Ceremony”、“Ikebana”、“Flower arrangement” で条件を指定し、検索結果において上位 10 位にランクインした体験施設（茶道体験施設 10 件、いけ花体験施設1件、文化体験施設1件）である。

インタビューは、あらかじめ決めておいた質問をもとに対面にて行った。主な質問内容は、観光における伝統文化の商品化をどのように捉えているのか、伝統文化において変わってもよいもの・変わってはいけないものとは何か、伝統文化の質の維持などについてである。

現在、芸道諸派には、日本各地に数多くの流派が存在しているが、調査対象としたのは、数多ある流派の一部である。芸道における各流派には異なる流儀や見解があることは事実だが、本研究においては、各流派による流儀・見解の違いには触れず、芸道に一貫して共通する概念及び事象に着目して検討する。

2．調査結果

調査を行った対象者は大きく2のタイプに分けられる。ひとつは、伝統文化体験を主な収入源として拠り所としていない、家元、流派組織、伝統文化従事者、僧侶である。もうひとつは、収益を目的としている商業的文化体験施設である。

伝統文化従事者が費やす大半の時間は実際には稽古である。したがって、主な収入源は、稽古指導や舞台公演である。彼らが、実生活の上で最も優先しているのが、自身の稽古と修行、舞台公演、僧侶は寺の勤めや修行である。

「能楽師が最も優先していることは、舞台のために稽古を積むこと。その次はお弟子さんへの稽古指導。主な収入源は舞

項目	都道府県	概要	回答者	所属組織名/施設名	形式	実施年月日
茶道	東京	茶道流派本部	若宗匠	匿名	個別面接	2020.8.26
		茶道体験施設	代表者/茶道家	翡翠流		2020.6.26
			代表者	茶禅		2020.6.27
			広報担当者	八方園		2020.8.26
	京都	茶道流派本部	家元	織部流		2002.6.17
		茶道体験施設	代表者	Juan		2020.8.10
			代表者	和		2020.8.3
			代表者	カメリア		2020.8.5
			代表者	古都		2020.8.5
			代表者	暗香庵		2020.8.31
			代表者	和文化協会		2020.8.11
		茶道教場	茶道家	茶道裏千家		2020.10.10
			茶道家	武者小路千家		2020.11.5
		寺院	僧侶	高台寺塔頭		2020.8.27
			僧侶	妙心寺塔頭		2020.8.28
			僧侶	建仁寺塔頭		2020.7.29
			僧侶	大徳寺塔頭		2020.6.17
		日本茶専門店	取締役	丸久小山園本社		2020.9.7
		日本茶等製造販売	広報担当者	一保堂茶舗本店		2020.9.1
	金沢	茶道教場	茶道家	茶道裏千家		2020.9.5
		茶道体験施設	代表者/茶道家	匿名		2020.9.6
			代表者	匿名		2020.9.5
いけ花	東京	いけ花流派本部	家元	一葉式いけ花		2020.6.27
			国際部担当者	小原流本部		2020.6.25
			広報担当者	草月流		2020.8.27
	京都		国際部担当者	華道家元池坊		2020.7.27
	東京	華道家	代表者	Masashi Kaki Design		2020.6.26
	京都/兵庫		代表者	草月流		2020.7.23
	京都		代表者	西村花店		2020.7.29
			代表者	嵯峨御流		2020.7.30
			代表者	小原流		2020.8.23
能	東京	文化体験施設	代表者	宝生流		2020.7.29
		能楽師	能楽師	宝生流		2020.7.29
			能楽師	観世流		2020.6.27
			能楽師	喜多流		2020.8.27
	京都		能楽師	金剛流		2020.8.19
			能楽師	金剛流		2020.8.19
			能楽師	観世流		2020.11.2
		能楽堂代表者	代表者	観世流		2020.11.2
	大阪		代表者	観世流		2020.9.3
	金沢	能楽師	能楽師	宝生流		2020.9.5

図１　フィールドワーク調査・インタビュー実施対象者表（筆者作成）

台公演と稽古指導によるもの。観光客に能体験を提供することに意味があるとすれば、それは能に興味を持ってもらい能楽堂に足を運んでもらえることだ。」[13]（能楽師）

日本の古典芸能のなかでも最も古い能は、室町から江戸時代にかけては幕府の庇護があり、第二次世界大戦前までは財閥の力添えがあったが、現在では強力な後援におもねることはなくなり、能楽師の数も減るなか、能楽堂に足を運ぶ観客は減少傾向にある（日本芸能実演家団体協議会，2008）。文化庁によって、茶道 94 流派、華道 336 流派程度に対して行われた「伝統的生活文化実態調査事業報告書」（2016 年 3 月）によると、茶道・華道（いけ花）に共通する実態として、生活スタイルや価値観の変化による若者の伝統文化離れ、会員の高齢化と指導者及び会員数の減少、流派組織・教室の財政難が報告されている。そのため、各流派では会員の育成と増加を図る活動の一つとして、海外展開などを予定している。

日本に流派本部を置き、海外支部においても活動を展開しているいけ花流派のうち、華道家元池坊、草月流、小原流、一葉式いけ花では、流派のホームページ上で、海外のビジター向けのいけ花体験クラスを開放している。

「海外からの観光客に、観光を通していけ花を紹介したい。旅行会社は、旅行客のニーズを熟知しているので、協力していきたい。観光は無視できない存在。」[14]（いけ花流派・担当者）

「インバウンドは経済効果があるので重要だと思っている。観光でのいけ花体験をきっかけにいけ花を学ぶ人が増えて欲しい。いけ花を教える私たちは、次世代に伝わってきた精神性を伝える使命がある。伝統文化はとても脆弱なもの。今この瞬間にも消えてしまうかもれない。だから私たちは頑張らないといけない。」[15]（いけ花家元）

このように、伝統文化従事者は、経済的側面において観光に過度に依存はしていないながらも、会員や観客の減少という厳しい状況に直面し、観光が経済的恩恵をもたらすものにつながることへの期待感がある。

一方、商業目的のために伝統文化を提供している体験施設は、他施設との競合による差別化を意識しており、自社の体験により付加価値をつけるため、スタッフのスキル向上や顧客満足度を上げるための工夫を行なっている。

「観光客の前でお点前を披露するのはスタッフ。人を通じて茶道や日本文化を伝えることになるので、体験の質はスタッフの良し悪しにかかっている。スタッフのモチベーションを向上させるために、社内で意見交換をしたり、スタッフの意見を体験に反映させたり、伝統文化の勉強会を定期的に開催している。」[16]（茶道体験施設・京都）

調査を受け入れてくれた文化体験施設に共通しているのは、商業目的であることを前提としながら、日本文化を伝える使命感をヴィジョンに掲げ、提供している体験の質の高さを強調している点である。体験を提供するスタッフは、師範以上の指導資格を持つ者などに限定しており、各芸道流派の規範・流儀に倣いながら体験を行なっていた。

このように芸道流儀の規範に従い、質の向上と維持に努める文化体験施設がある一方で、質の低い文化体験を提供する、まがいものと呼ばれる文化体験施設が存在することも事実である。

「きちんと茶道を学んだことのない人がやる茶道体験施設が増えてきた。お点前も滅茶苦茶、襖の開け方、歩き方などの基本的作法も身についていない、正しい着物の着方も分かっていない、こんないい加減なことをやっているとは嘆かわしい。海外からの観光客だからといっていい加減なことをしてはだめ。海外の方に本物、真髄を見せて、伝えなければならない。」[17]（茶道家元）

「生けた花を見れば、上手いへた、技術の程度はすぐに分かる。いけ花の基本的技術も身についておらず、日本のしきたりについても仕込まれていない人が指導し、体験を提供するのはよくないこと。ビジネスコンセプトが基本にあるのではなく、技術の向上と維持が重要。」[18]（いけ花流派・担当者）

「いけ花をビジネスとして捉え、儲けの手段とするのではなく、いけ花を通じて、何かを伝えるということが大切。人生で花に触れる機会を作って欲しい。」[19]（華道家）

伝統文化従事者にとって、観光を通じて伝統文化を提供することに対して、概ね肯定的でありながらも、一方で「まがいもの体験」と呼ばれるような伝統文化体験が存在することへの懸念も高まっている。では、「まがいもの」とされる体験とはどのように特定されるのだろうか。また、伝統文化従事者が考える真正な体験とはどのように判断されるのか。つまり、真正性の基準がなければ、「まがいもの」を決定づける根拠もないことになる。では、伝統文化従事者の考える真正性とは何か、その判断の基準について、「不易流行」の原理を使って検討していく。

3．「不易」とは何か？変えてはならないところ

不断に再創造・再構成される伝統文化について西山松之助は次のように説明している。「伝統は形式化した、固定したもののように考えられるきらいがあるが、伝統はその時代に応じて新生してゆくものである。だが、どんなに世の中が変貌し

ようと、時代の隔たりを超えた不変のもの、不動のものがまた一面にはある。」（西山, 1984b: 61）。この見解は芭蕉の「不易流行」の概念に依拠するものだが、伝統が存続・継承されるには、不変なる「不易」の部分を守りながら、「流行変化」するものがあり、この「不易流行」の行動原理をしっかり見据えて展開される伝統文化には、真正性が備わっているとされる考え方である。この概念は、インタビューを行った伝統文化従事者にとって、当然のこととして共有されている認識であった。

では、観光を通じて提供される体験において、伝統文化従事者が考える「不易」と「流行」とはいかなるものであろうか。

「茶道で絶対に変えてはいけないところは、精神性、そして家元と口伝（口頭で伝授される点前の奥義秘伝）。茶道とは、修行であり、自己の心を鍛えること。自分を見つめること。家元は代々受け継いできたものを守り、継承していく責任がある。」[20]（茶道流派家元）

「茶道は、仏の心を感じること。外国人だからといって手抜きをせず、真剣勝負で一期一会の出会いを大切にしている、本気で伝えることを心がけている。」[21]（茶道流派代表）

「精神的なものを重視したいので、体験を受ける場合は、1日1組にしている。」[22]（茶道家）

茶道において「不易」なるものとは、家元と精神、そして口伝である。いけ花においても、守り伝えていかなければならない不変なるものは、家元、伝書（流派の奥義や秘伝を記した本）、口伝、精神性であった。

「家元、伝書、花の口伝はなんとしてでも守り伝えていかなければならない。」[23]（いけ花流派・担当者）

「流派として守り伝えていかなければならないのは、初代家元（勅使河原蒼風）の哲学―花はいけたら人になるーという考え方である。生けた花は、その人自身を映している。」[24]（いけ花流派・担当者）

能において「不易」なるものとは、家元、舞台における「一期一会」、能面の神聖性、神秘性、重厚さである[25]。

「能楽師にとって、舞台で演じる演目は、ほぼ一生に一度しか演じることができない一期一会の舞台。この一度きりの舞台へ挑む気迫、精神性こそ、能のすごさであり、変えてはならないところ。」[26]（能楽師）

「神聖な能面を粗野に扱うことは絶対に許されないこと。能面の目的は変身。この変身は神懸かりのことで、能面に憑依する。」[27]（能楽師）

茶道、いけ花、能の各芸道に共通する「不易」は、正統性を体現する家元の存在であり、口伝と呼ばれる秘伝知識の伝承、そして、不可視的な精神性である。これらは、伝統文化を維持していく上での根幹となっている。精神性は、日々の稽古を通して教授されるため、継続的な稽古が必要となってくる。口伝は各芸道流派で受け継がれており、流派の歴史や理念が表されているのが、型や技であり、芸道を学ぶ者にとっての道しるべとなる一方で、継承する者にとっては流派の誇りや存在意義となっている。これらは、伝統文化従事者にとって、伝統文化を継承、存続させていくために欠かせないものと認識されている。

4.「流行」とは何か？変わっていくものとは

では、「不易」に対して、「変化流行」するものとはなんであろうか。茶道においては、インタビューを行った全員が「点前」であると答えた。その例として、「立礼」と呼ばれる点前があげられる[28]。これは、明治5年（1872年）に開催された京都博覧会の際に、裏千家十一代家元によって考案された新しい点前で、訪日外国人のために卓と椅子を用いて西洋化する生活様式に対応したものである。

「点前は、時代状況や生活様式の変化に応じて、柔軟に変えていかなければならない。複数人で、一碗のお茶を回し飲みする点前があるが、コロナ以降は、客同士の接触を避けるため、各服点てと呼ばれる作法で、一人につき一椀ずつ出している。」[29]（茶道家）

いけ花における「変化流行」するものは、時代のニーズや生活様式の変化に応じた新様式の花型（花材も含む）、指導方法、Social Networking Service（以下 SNS）や動画配信などの普及手段である[30]。

「伝統が続いていく条件とは、その時代に合わせること、流行が大切。いけ花が誕生した室町時代に、床の間に軸を掛け、香炉を置き、花を飾るという空間コーディネートが生まれた。これが時代を経て伝統となっていった。なかには継承されず廃れて消滅した文化がたくさんある。新様式の花型や、SNSも取り入れていかなければならない新しいアイデアだ。」[31]（いけ花流派・担当者）

新型コロナウィルス感染症発生後、多くの流派が、動画配信によるオンライン・デモンストレーションや稽古を試みている。しかし、インタビューを行った流派によると、動画配信の実施は、パンデミック以前まではあり得ないことだったと述べている[32]。

能において、変化するものは、時代に応じた新しい見せ方で、文楽や落語、講談といった他の伝統芸能と一緒に上演したり、演目のハイライト部分をダイジェストに公演することなどである[33]。

「訪日外国人向けに、見せ方の工夫をしている。能・文楽・狂言・落語・講談などのハイライト部分を上演したり、英語での上演も行なっている。いわば、日本の芸能のショーケース的な公演。そのなかで、自分の気に入った興味のある芸能を見つけて欲しい。」[34]（能楽堂代表者）

一公演のなかで、異なる芸能を上演することで、それぞれの芸能の違いや、魅力が鮮明に分かるという仕掛けとなっており、鑑賞しながらスマートフォンやタブレットで字幕や解説なども見ることができる。従来、能楽堂において、能と他芸能（文楽・落語・講談など）を同じ舞台で同時に上演するなどあり得ないことであった。こうした新しい取り組みについて、すべての流派が受け入れている訳ではなく、流派によって見解の違いがあることも事実である[35]。能を含めた芸道の諸派の特徴と問題として、流派間における横断的組織の不在が挙げられ、情報共有、情報発信が流派の課題となっている[36]。

「変化流行」していくものは、茶道の点前、いけ花の型・様式、能は見せ方といった、可視的なものである。各芸道の伝統文化従事者に共通するのは、時代のニーズや生活様式の変化に臨機応変に対応してきたからこそ、各時代の転換期を乗り越え、今日まで存続してきたという認識であった。

5.「不易流行」の原理と真正性

「不易流行」の原理について、西山松之助は、古典的規範である「不易」と、時代に応じて変化してく「流行」をしっかりと見据えて、今を超克し、未来を開発することの重要性を説いている。海外の文化や社会状況の影響によって、現代の矛盾性を克服し、この原理を守りながら展開される伝統文化は、文化をより高次なものへと昇華発展していくとも述べている（西山, 1984b）。しかし、古いものを避け、現代の矛盾性を克服することなしに、新たなものを作るという方法をとるならば、伝統文化の破壊、凋落は免れない。

本稿で取り上げた伝統文化従事者に共通するのは、芸道における「不易」なる部分をしっかりと見極め守りながら、「変化」する部分を慎重に検討し臨機応変に対応していく責任を担っているという認識である。この「不易」と「流行」の要素を判断するのは、正統性を体現する家元、あるいはそれと同等の権限と機能を持つ伝統文化従事者や流派組織である。したがって、観光客に伝統文化体験を提供する際、「不易流行」の要素が何であるかを把握し、実践される体験には真正性があると言え、これこそが伝統文化従事者が容認するものなのである。つまり、ここが、真正性が備わっているかどうかを判断する基準となり、「まがいもの」を顕在化させるボーダーラインとなるのである。

6. 伝統文化体験における問題と課題

近年のインバウンドブームという観光現象が、まがいものと呼ばれる文化商品を作り出すきっかけとなり、観光がもたらすネガティブな効果を露呈した。インタビューに協力してくれた茶道体験施設[37]の談話によると、体験の参加者を装い、実際は体験のノウハウを盗みに来るケースが多々起きているということであったが、筆者が東京都内と京都の文化体験施設に取材協力の依頼を行った際、体験内容を窃取するのではないかと怪しまれ、訪問を断られた施設が何件かあった。こうした事態に対処する必要があるという意見が、伝統文化従事者や文化体験施設からあがった。

「伝統文化体験を提供するのに、何らかの基準を設けるべきではないか?例えば、指導資格を持っているかどうかなど。そうしなければ、質の低い伝統文化体験が増え、歯止めが効かなくなってしまう。なんとかして食い止めなければ、技術の向上に向けて真剣に取り組んで頑張っている人たちが淘汰されていく。これは恐ろしいこと。」[38]（いけ花流派・担当者）

また、調査のなかで、特に、伝統文化従事者と流派組織から、旅行会社の対応や姿勢に対する厳しい意見が多く出たが、インタビュー対象者 41 名のうち、20 名に及んだ。それは、旅行会社の担当者にも基本的な日本文化や伝統文化の知識を持って欲しいという内容である。

「いけ花には興味を示さず、講師の説明を聞かないで、記念の写真撮影が目的だけのゲストもいる。流派本部には家元がいるという意識を持って来て欲しい。サンダルや T シャツのような服装や、マナーの悪いゲストもいる。旅行会社は事前にお客様へきちんと説明をして欲しい。」[39]（いけ花流派・担当者）

「旅行会社から2千人規模の依頼があり、仲間の能楽師に協力を依頼した直後に、突然旅行会社の担当者からキャンセルが入った。何十人という数の能楽師にお願いした矢先だった。それ以来、インバウンド・アレルギーになってしまった。」[40]（能楽師）

観光が与えるネガティブな影響について、是正策を検討するためには、まず現状を把握するための情報共有が必要となってくる。しかしながら、芸道の諸流派間で横断的な連携がとれておらず、流派間を横断する旗振り役の不在などの理由から、情報共有が十分になされていないことが、今回の調査で明らかとなった。筆者が訪問した流派組織の担当者から、他流派の状況を聞かれることがしばしばあった。

「新型コロナ感染症前までは、海外の旅行客向けに頻繁にワークショップを実施していたが、参考となる成功事例のモデルがないため、試行錯誤しながら行なっていた。他流派の状況を知りたい。」[41]（いけ花流派・担当者）

今後、国際的な人の往来が再開し、インバウンドが復活すれば、パンデミック以前と同様に、ネガティブな事態が引き起こされることが懸念される。観光がもたらすダメージにどう対処していくのか、伝統文化を提供する者に対して何らかの基準をもうけるなど、旅行会社側の対応の改善も含め、芸道、流派を超えた横断的連携が今後の課題となってくる。

Ⅵ．おわりに

2015 年の国連世界観光機関（UNWTO）のデータによると、パンデミック以前までは観光産業は世界の GDP の 10%（直接的・間接的および誘発的影響含む）を占める成長産業であったことを示している。こうした観光のインパクトは、伝統文化従事者にとって、衰退する伝統文化の保存や再創造を促す作用を望めるものとして期待されるものであった。一方で、まがいものと呼ばれる文化体験施設が現れ、経済効果を優先させる行為が横行し、伝統文化従事者によって、伝統文化の凋落や質の低下が懸念されるようになった。

本稿では、芸道という伝統文化が時代を経ても保存・継承される静態的な「不易」と、不断に再構成・再創造を繰り返している動態的な「流行」の姿について、「不易流行」の原理に立脚しながら、芸道の独自性を踏まえた上で、伝統文化従事者の視点において描くことを試みた。今日まで芸道諸流派が保存、継承してきたのが不可視的な精神性、そして家元と口伝である。これらの要素が流派を支える根幹となり、時代に応じて可視的な型や様式を変化させながら、今日まで存続してきた。流派組織の頂点に立つ家元は、特権的な専門知識と一切の権限を持ち、正統性の基とされる。

本稿で取り上げた伝統文化従事者に共通している認識は、「不易」を守りながら、「変化」する要素を慎重に検討し対応していく責任を担っているという点である。この「不易」と「流行」の要素を判断するのは、家元、ないしはそれと同等の権限と機能を持つ伝統文化従事者や流派組織である。観光客に伝統文化体験を提供する際、「不易流行」の要素が何であるかを把握し、実践される文化行為には真正性を見出すことができ、これこそが伝統文化従事者が容認する文化体験である。ここが、真正性が備わっているかどうかを判断する基準となり、「まがいもの」を顕在化させるボーダーラインとなる。

観光は、伝統文化の普及、流派や伝統文化活動を支える財源をもたらす契機になる一方で、経済効果を優先させるあまり、伝統文化の真正性よりも、文化商品として魅力的なものを採用することで、伝統文化の質の低下を引き起こす恐れもある。言うなれば、観光という経済活動と伝統文化は相克関係に陥る危険性を孕んでおり、この双方で揺れ動く葛藤が、冒頭にあげた「能は消費されてはならない。」という言葉に集約されている。

しかしながら、観光がもたらす経済的恩恵もまた、伝統文化の保存と継承のためには必要不可欠である。さらに、観光は、グローバルな場において伝統文化の普及を促す導入的役割を果たすと同時に、伝統文化の再構成・再創造を促す契機ともなっている。そのため、観光と伝統文化の質の維持とのバランスを図ることが重要となってくる。

「僕の一つの使命として、茶道を学んだ以上は還元したい。観光を通して茶道を伝えることが僕の使命であり、辿り着いたこだわり。理想的な形は、茶道体験を通して、観光客が日本のファンになって、また来たいと思えるような体験にすること。観光を通して伝統文化を伝えることは可能だと思う。[42]」（茶道家）

この茶道家の言葉にあるように、今後も観光と伝統文化が相利共栄していく道を模索し続ける必要があるであろう。そのため、本稿を基礎的研究としながら、日本における国際的な人の往来の再開を見据え、今後も継続して伝統文化従事者及び文化体験施設へのインタビューとフィールドワーク調査を行う。これらの調査を基に、観光が伝統文化の真正性に与える影響について、伝統文化従事者の内面に焦点を当てた実存主義的観点によるミクロからのアプローチと、「不易流行」の原理に基づいて、観光を契機に伝統文化が不断に再構成・再創造を繰り返すメカニズムについてマクロからの検討を今後の研究課題とする。

謝辞

本論文を作成するにあたり、多くの助言とご指導を頂いた和歌山大学観光学研究科の加藤久美教授に心より感謝いたします。また、コロナ禍という大変な状況の中、本調査にご協力頂きました伝統文化従事者、ご僧侶、文化体験施設、企業の皆様方に、心より感謝の意を表します。皆様がインタビューを快く受けて下さったおかげで、本論文を執筆することができました。

注

1　金剛流能楽師の談話より。（インタビュー実施日：2020 年 8 月 19 日）

2　許状（免状）とは、流派によって差異はあるが、点前の作法をはじめとした知識や秘伝について学ぶこと（相伝）を家元が許可した証書であり、各段階の稽古を履修し終えて指導者として活動することを許可する際に発行されるのが講師や教授といった資格となる。稽古の段階を進めるためには家元の許可が必要となる。この相伝に関する仕組みは家元の権能で あり、家元を頂点とする流派組織を確立させる基盤となっている。

3　2020 年 6 月～ 11 月にかけて筆者が実施したインタビューの際に、伝統文化従事者、伝統文化体験施設、お茶関連企業、寺院僧侶にヒアリングした情報を基としている。
4　同上。
5　同上。
6　国土交通省 観光庁 観光資源課 ,「体験型観光コンテンツ市場の概観」世界のコト消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果 , 2019 年 3 月
7　https://www.japan.travel/en/au/experience/culture/omotenashi/
8　岡倉天心（2021）『茶の本』 講談社学術文庫 , 2012. 『茶の本』は、岡倉天心がニューヨークで行った英語公演が基となっている。彼は同書においてこう述べている。「われわれの住居と習慣、着物と料理、陶磁器、漆器、絵画、文学ですら、あらゆるものが、茶道の影響を蒙ってきた。」。岡倉は西洋と日本の芸術について、その性質は異なるものだと言及する。その内容は、西洋とは対照的に、日本では絶対性より相対性を崇拝し、物質より精神を重んじ、日本の自然はヨーロッパのように消費されるものではなく尊重されるものだというものである。岡倉が提示した茶道を日本文化の真髄とする考えは、茶道を理解する上での共通認識となって社会に浸透し、日本を世界の人々に説明する上でモデルとなっていった。
9　1895 年に小原流の流祖･小原雲心によって考案された「盛り花」は、西洋のフラワーアレンジメントの要素を取り入れ、口の広い水盤に剣山を置き、花を盛るという様式。いけ花の天地人の三才格の花型の基本は守りつつ（不易の部分）、明治の近代化に伴い、当時の生活様式と空間に合わせて考案された様式で（変化流行の部分）、不易流行の原理を見据えた上での行動であり、決して伝統を破壊したのではない。
10　連歌とは、和歌から派生して中世に広く流行し、近世の俳諧（連句）へと移行する詩歌の一形態で、筑波の道と呼ばれた。個人的詠作の和歌や俳句と違い、複数作者による共同詠作を原則とし、五七五の長句と七七の短句を交互に連鎖して百句に至る百韻を基本形式とする。（国史大辞典）
11　日本旅行業協会（2019）,「数字が語る旅行業 2019」
12　文化庁（2020),「令和2年度生活文化調査研究事業（茶道）」,「令和2年度生活文化調査研究事業（華道）」
13　金剛流能楽師の談話。（インタビュー実施日：2020 年 8 月 19 日）
14　華道家元池坊国際部担当者の談話。（インタビュー実施日：2020 年 7 月 27 日）
15　一葉式いけ花家元の談話。（インタビュー実施日:2020 年 6 月 27 日）
16　茶道体験カメリアの談話。（インタビュー実施日 :2020 年 8 月 5 日）
17　織部流家元の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 6 月 17 日）
18　いけばな小原流国際部の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 6 月 25 日）
19　華道家・京都の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 7 月 29 日）
20　織部流家元の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 6 月 17 日）
21　東京の茶道体験施設･茶道流派･翡翠代表の談話より。（インタビュー実施日：2020 年 6 月 25 日）
22　茶道家・京都の談話。（インタビュー実施日：2020 年 9 月 5 日）
23　華道家元池坊国際部担当者の談話。（インタビュー実施日 :.2020 年 7 月 27 日）
24　いけばな 草月流広報担当者の談話。（インタビュー実施日 :.2020 年 8 月 27 日）
25　金剛流能楽師の談話。（インタビュー実施日：2020 年 6 月 25 日）
26　金剛流能楽師の談話。（インタビュー実施日：2020 年 8 月 19 日）
27　観世流能楽師の談話。（インタビュー実施日：2020 年 6 月 27 日）
28　「立礼式」は、裏千家 11 代玄々斎家元が創案した茶法。明治 4 年に開催された第一回京都展覧会の際、正座な苦手な外国人向けに卓と椅子を使用した点前。
29　茶道家・京都の談話。（インタビュー実施日：2020 年 11 月 5 日）
30　華道家元池坊国際部担当者の談話。（インタビュー実施日：2020 年 7 月 27 日）
31　同上
32　同上
33　大阪の能楽堂代表者の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 9 月 3 日）
34　同上
35　同上
36　文化庁文化財部（2016）「平成 27 年度伝統的生活文化実態調査事業報告書」
37　茶道体験施設・古都の談話。（インタビュー実施日：8.5.2020 年 8 月 5日）
38　いけばな小原流国際部の談話。（インタビュー実施日 :2020 年 6 月 25 日）
39　華道家元池坊国際部担当者の談話。（インタビュー実施日：2020 年 7 月 27 日）
40　金剛流能楽師の談話。（インタビュー実施日：2020 年 8 月 19 日）
41　いけばな 草月流広報担当者の談話。（インタビュー実施日 :.2020 年 8 月 27 日）
42　茶道家・京都の談話。（インタビュー実施日：2020 年 11 月 5 日）

参考文献

Appadurai, A.（1986）*The Social Life of Things: Commodities in Social Perspective.* Cambridge: Cambridge University Press.

Benjamin, A.（1986）. The decline of art: Benjamin's aura. *Oxford Art Journal*, 9（2）,
30–35.

Boorstin, D, J.,（1961）. *The Image: or, What Happened to the American Dream*, New.York: Atheneum paperbacks.

Bruner,E.（2005）. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel,* Chicago: University of Chicago.

文化庁文化財部（2016）「平成 27 年度伝統的生活文化実態調査事業報告書」

Cary, H. S.,（2004）. "The Tourist Moment", *Annals of Tourism Research*. 31（1）, 61-77.

Cohen, E.,（1988）. "Authenticity and Commoditization in Tourism", *Annals of Tourism Research*,15（3）, 371-386.

Cohen, E.（2007）. "Authenticity in Tourism Studies: Aprés la Lutte", *Tourism Recreation Research*, VOL.32（2）,56-54.

T.S. エリオット（1964）『文芸批評論』, 岩波文庫 .

Greenwood, D.（1989）Culture by the Pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In V. Smith（Ed.）, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 2nd edn. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 171–185.

グスティ・L・ヘリゲル（1972）『華道と日本精神』 福村出版 .

ホブズボウム ,E.& レンジャー , T. 編 （1992）『伝統は創り出される』 創られた伝統（前川啓治　ほか訳）紀伊国屋書店 .

観光庁（2019）.『体験型観光コンテンツ市場の概観』 最終閲覧日 2021 年 8 月 9 日, https://www.mlit.go.jp/common/001279555.pdf

観光庁（2021）.『令和 3 年版観光白書』日経印刷 .

国際世界観光機構（2021）.『Tourism Highlights 2020（日本語版）』最終閲覧日 2021 年 8 月 9 日 ,
https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2021/05/Highlights_2020_low.pdf

MacCannell, D.（1976）. *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class,* Schocken Books, University of California Press

西山松之助（1982a）『家元の研究』 第 1 巻 吉川弘文館 .

西山松之助（1984b）『藝道と伝統』第 6 巻 吉川弘文館 .
日本芸能実演家団体協議会（2008）.「伝統芸能の現状調査―次世代への継承・普及のために―」最終閲覧日 2021 年 8 月 9 日 , https://www.geidankyo.or.jp/img/issue/dentou.pdf
日本旅行業協会（2019）,「数字が語る旅行業 2019」
野村朋弘（2018）『伝統文化』淡交社 .
Olsen, K.（2002）Authenticity as a concept in tourism research: The social organization of the experience of authenticity. *Tourist Studies,* 2（2）, 159–182.
Steiner, C., & Reisinger, Y.（2006）Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33（2）, 299–318.
スーラック .K.（2018）『日本らしさと茶道』（廣田吉崇監修、井上治・黒河星子翻訳） さいはて社 .
TripAdvisor（2019）. 最終閲覧日 2019 年 5 月 1 日 , https://www.tripadvisor.com/Search?q=tea%20ceremony%2C%20ikebana%2C%20noh&searchSessionId=917DA6D3E5E96DD84DB7B5046A5D86B21657523751108ssid&sid=78F802E24E884544BE9CBCA0FFFA1FDC1657523853847&blockRedirect=true&ssrc=A&geo=298564
Urry.J.（1995）『観光のまなざし』（加太宏邦訳）りぶらりあ選書 / 法政大学出版局 .
Wang, N.,（1999）.“Rethinking Authenticity in Tourism Experience” *Annals of Tourism Research*, 26（2）, 349-370.
Zhu.Y.（2012）. Performing Heritage: Rethinking Authenticity in Tourism, *Annals of Tourism Research* 39（3）, 1495–1513.

受理日　2022 年 7 月 7 日