

世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の地域価値創造戦略 —天草市立キリシタン資料館の役割—

阿部正喜*

A Regional Value Creation Strategy of the UNESCO World Heritage Site “Hidden Christian Sites in the Nagasaki and Amakusa Regions” —Focussing on the Role of the Amakusa City Christian Museum—

Masaki ABE

Abstract

This paper aims to discuss the role of the Amakusa Christian Museum in the creation of a regional value strategy for the “Sakitsu Village” in Amakusa City, as part of the World Heritage Site “Hidden Christian Sites in the Nagasaki and Amakusa Regions.” The study explores the fundamentals of museum studies, trends in museum administration, the introduction of the designated management system, and the revision of the Museum Act in 2022. The research also addresses how regional resources should be managed through museums and how eco-museums contribute to regional tourism development. Furthermore, statistical analyses related to Amakusa are examined to consider how museums are evolving in the contemporary context. Statistical data from the Amakusa City Tourism Survey by Amakusa City and “the DATASALAD” and “Odekake Watcher” by the Kyushu Economic Research Association are visualized and analyzed to explore the role of the Amakusa Christian Museum and the challenges in utilizing Sakitsu Village for regional tourism development.

Key Words : Christian Museum, World Heritage Site, Hidden Christian Sites, Statistical Analysis, Amakusa City

1. 緒言

世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産として、天草市に位置する「崎津集落」が登録されている。世界遺産の登録により国際的価値を有する崎津集落を活かした地域価値創造戦略を構築することは、天草市における観光振興による地域活性化を推進する場合、重要な課題となる。その戦略構築において地域ブランドの形成が基本となる。

観光におけるビジネスモデルを考えたとき、観光対象として捉えるのはどの領域か（ゾーニング）、観光客にどのようなストーリーを体験してもらうか（エピソードメイク）、そして関係者のアクターズネットワークによって形づくられたデザインが地域ブランドの価値となる。インバウンド観光の場合、上記に加え、提供されたビジネスモデル（商品）とソーシャルネットワークによってつくられたデザインによって価値が決まる¹⁾。

世界遺産はグローバルブランドを持ち、世界的に保証されたブランドとして捉えられる。崎津教会（図1）を中心とする崎津集落はそのブランド力を積極的に利用すべ

きである。狭地の観光地ビジネスに留まるのではなく、地域経済が潤い、波及していくことを考慮した場合、狭い意味での構成遺産としての意味付けをコンテキスト転換し、広域のグローバルビジネスに繋げることが重要となる。そのコンテキストデザインは、世界遺産の登録基準に裏づけられた真正性と完全性は地域デザインの基本となり、おもてなし側と観光客が共有する歴史文化によるデザインに他ならない。



図 1. 崎津教会、チャペルの鐘展望公園から望む（阿部原図）

*1 東海大学文理融合学部地域社会学科教授

本論に当たり、天草地方の潜伏キリシタン関連遺産の歴史文化に関わる教育研究において、天草市立キリシタン資料館の重要性を前提として確認しておきたい。さらには、世界遺産構成資産を守り継承するためには、博物館関連施設による地域資源管理の在り方を探求することの必要性について合わせて確認して論じることとする。

令和5年度天草市立キリシタン資料館セミナー「どうする資料館」が、2023年10月7日(土)に天草市複合施設ここらす1階会議室において開催された。本研究では、著者が同セミナーで講演した「博物館の役割と地域との協働」²⁾の前編を中心に、天草市立キリシタン資料館を取り巻く社会動向について観光分野を中心に考察を加える。なお、天草市立キリシタン資料館は、天草キリシタン館(本渡、船之尾町)、天草コレジヨ館(河浦町白木河内)、天草ロザリオ館(天草町大江)、及び崎津資料館みなと屋(河浦町崎津)の4館から構成されている。

まず、天草市立キリシタン資料館を取り巻く地域社会の動向について、博物館研究の基礎、博物館行政の動向として指定管理制度導入と令和4年博物館法改正、博物館を拠点とした地域資源管理の在り方、及びエコミュージアムによる観光地域づくりについて解説を加え、その上で、天草関係の統計分析に焦点を当て、現代社会の動向から博物館の在り方を考察する。主として2023年度天草市観光統計³⁾及び2023年九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」の統計データを可視化して分析を加え、天草キリシタン資料館を取り巻く社会動向について観光分野を中心に検討を加える。講演録⁴⁾では2022年の統計データに基づいているが、本論では2023年の統計データを追加して可視化し分析を行うこととする。

九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」は、観光に特化した人流モニタリングツールで、人流をモニタリングする位置情報は、140以上のスマートフォンアプリを通じて利用者から取得したデータが基となっている。他の位置情報データと比較してサンプルが年間2,500万人と多く、実際の来訪者が少ない観光スポットでも計測可能な点が大きな特徴である。なお、登録したスポットの範囲内に一定時間(10～30分程度)以上滞在した場合にみ来訪者として判定されるため、車・公共交通による通過人員は来訪者として判定されない。また、各データの集計単位は1日であり、例えば同じ観光スポットへ同月内に2日訪問した場合は、各日で来訪者数として集計され、月単位の集計でも2人分としてカウントされる⁵⁾。

この研究を遂行するにあたり、潜伏キリシタン関連遺産をテーマとした本研究全般にわたって現地視察と資料提供にご協力をいただきました天草市立キリシタン資料館の平田豊弘館長をはじめとする天草市観光文化部の関

係諸氏、並びに天草関連の観光統計データとして九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」のビッグデータをご提供いただきました(公財)九州経済調査協会研究員の渡辺隼矢氏に厚く御礼申し上げます。

2. 博物館研究の基礎

博物館は、美術館や歴史博物館、自然史博物館、さらには植物園、動物園、水族館など様々である。天草キリシタン資料館は歴史博物館であり、歴史文化の座標軸をどのように捉えるかということが重要になる。天草の地域研究としてキリシタン歴史文化を捉えたうえで、どの時代における断面においても歴史物語とそのデザインが描けるようになることがまず基本であり、教育文化、観光分野の展開においてもその基礎となる。その意味でも天草キリシタン資料館の役割は重要であり、博物館の機能である調査・研究、収集保存、展示・教育普及の点検が急がれる。

博物館「museum」は古代ギリシャ語の「museion」に語源があるとされ、学芸の女神が集う神域を指す言葉である。博物館の学問領域のなかで「博物館構成論」というものがある。博物館の場合「もの」「ところ」「ひと」という3つの要素をとる。「ところ」という要素には、どういう活動領域を持っているかという地域の活動領域、さらには屋内と屋外のどちらに展示するかという展示の領域が関わってくる。とくに、博物館の設置目的に関わる立地は重要である。そして「ひと」という要素には、博物館の館長や学芸員・職員、博物館と利用者をつなぐ教育関係者や学識経験者、利用者代表などといった人たち、さらに見学者、研究者などの来館者によって構成される。ここで重要なのは、博物館は「もの」、すなわち博物館資料を中心に行っているということである。

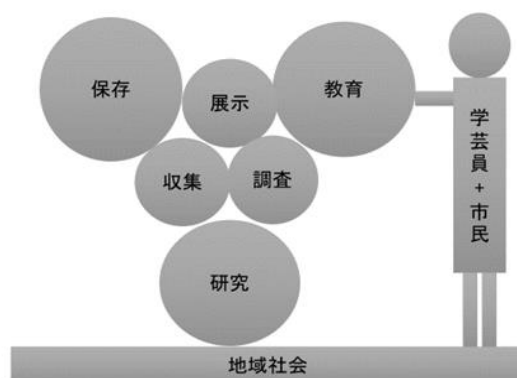


図2. 博物館機能論 出典：新井重三(1973)⁶⁾をもとに作成、阿部原図

まず地域社会があり、地域研究を基本として、研究・調査、収集・保存、展示・教育という博物館の6つの機能を、学芸員と市民が共に動かしていくというのが理想の姿である。(図2) 資料という「もの」を中心に、調査・研究活動を基盤にして普及・展示活動を行う。研究という原動力を失わないためにも、長年培っていた研究・調査のネットワークは大切にしなければならない。博物館の設置目的をこの6つの機能から見てみると、テーマを原点に、資料や情報の蓄積を積み重ね、スパイラル状に博物館の研究・調査の方向づけを行っていくことがあるべき姿として期待される。

収蔵庫は博物館の心臓部といわれている。資料は採集・発掘、購入、寄託などによって外から博物館の中に持ち込まれるが、保存科学的な処理や調査研究、収集記録、受け入れ手続き、登録・分類・整理を経て初めて収蔵庫に収められる。これらの専門分野に関わる多くの人たちの努力によって、ようやく博物館資料という形になる。また、資料によって適する環境が異なるため、それに合わせて収蔵庫の温・湿度環境を変える必要がある。さらに、温度差による結露を防ぐため収蔵庫の壁は二重になっている。

展示は博物館の鏡、或いは顔と言われている。学芸員や職員は目的をもって展示媒体を作り、そこにメッセージを込める。その展示媒体を見た来館者が、そのメッセージを受け取り感動する。このように目的と効果が一致することが望ましく、一方通行の展示にならないよう、学芸員は常に来館者とコミュニケーションをとることが望まれる⁸⁾ (図3)。

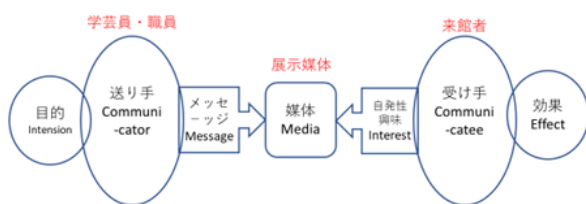


図 3. 展示を通したコミュニケーションの構造

出典：櫛田・土橋 (1988) ⁷⁾ をもとに作成、阿部原図

3. 博物館行政の転換期

2022 (令和4) 年博物館法の一部を改正する法律 (令和4年法律第24号) が成立して、法律の目的や博物館の事業、博物館の登録の要件等を見直している。同法の施行日は令和5年4月1日であり、経過措置により旧博物館法による登録博物館等は、登録博物館等と見なされる5年間の猶予期間が設けられている。第2次世界大戦後、1949年 (昭和

24) に社会教育法が制定され、翌年1950年に図書館法が、1951年に博物館法が制定された。社会教育法のもと、博物館は「社会教育のための機関」の一つとして位置づけられている。令和4年改正によって文化芸術基本法 (2017年制定) も加わり、登録博物館では他の博物館との連携や、地域の多様な主体との連携・協力による文化観光等、地域の活力の向上への寄与が努力義務となった。また、民間も登録博物館として登録を受けることができるようになり、地方自治体の長が部局をしている場合でも登録博物館に登録できる。

2011 (平成23) 年に「博物館の設置及び運営上の望ましい基準」がつくられ、指定管理を入れる場合も、設置者と管理者の連携のもとに事業を継続的・安定的に実施し、水準を維持・向上しながらこの基準に定められた事項の実施に努めるよう明確に示されている。このため、指定管理制度を入れる場合、事業計画を含めて設置者が指導する必要がある。この基準では、博物館は基本的な運営方針を踏まえて、年度ごとに事業計画を策定し公表するよう努めることも求めている。加えて自己点検評価も行い、公開・公表するよう努める必要がある。熊本市立熊本博物館のリニューアルの際も、その後の基本運営方針もこの「望ましい基準」を基に整備されている。この基準にはさらに地域社会との連携についても触れられており、ほかの博物館や図書館、公民館などの社会教育施設、学校教育関係団体、行政機関、民間との密接な連携をとるように示されている。

近年、公共施設において、指定管理制度を活用することにより民間の経営管理・運営手法を取り入れた事例が見受けられる。佐賀県武雄市にある武雄市図書館は、TSUTAYAの運営で知られるCCC (カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社) とスターバックスが連携して運営を行っている。また、長崎県立・大村市立一体型の図書館「ミライon図書館」内にある大村市直営の歴史資料館では、天正遣欧使節をテーマにしたシアターを観ることができる。チームラボのデジタルコンテンツ「南蛮屏風図 天正遣欧少年使節」では、3画面を駆使した大迫力の映像に加え、画面に表示された人物などにタッチすることで説明が表示されるなど、新しいデジタル技術を取り入れている。

指定管理のなかには、施設の設計 (Design) から建設 (Build)、運営 (Operation) までを民間に任せる「PFI方式」というものがあり、さらには既存施設の運営を民間事業者にゆだね、施設の運用収益を事業運営に利用できる「コンセッション方式」もある。公共施設は、新規施設の整備や改修等を組み合わせて中期計画を策定して、単年度の事業計画とKPI達成目標値の点検・評価を行い、

成功事例に基づいた民間による新規事業の提案を加えて事業拡大を行っている。

今まで述べてきたように、天草地方における歴史文化の座標軸として天草キリシタン資料館は重要な役割を担っており、教育文化のみならず、地域づくり、観光への更なる貢献が期待されており、天草地方の中核（コア）博物館として、登録博物館を目指して登録要件を満たすよう整備することが望まれる。天草市立キリシタン資料館は、観光文化部—文化課—世界遺産・キリシタン資料館系の所属になる。教育委員会ではなく観光文化部局に属しているのは今までの継承によるものと思われるが、文化芸術基本法が入ったことでエンターテインメント性や芸術性が問われるようになり、むしろ、教育の分野だけではできなかったより広範な分野を扱うことができるのではないかと期待している。

4. エコミュージアムによる地域資源管理と観光地域づくり

博物館の機能と役割を説明してきたように、博物館を地域資源管理の拠点として観光地域づくり展開することは有意義である。後述するように、天草地方においては各観光資源・施設の移動手段として自家用車を利用することが多いため、エコミュージアムによる地域資源管理が理論フレームとしてわかりやすい。

エコミュージアムとは、「地域の人々の生活と環境をまもり育てる博物館」とも呼ばれている。行政と地域住民が一体となって地域の生活と自然及び社会環境の発達過程を探究し、自然及び文化遺産を現地において保存し、見せていくことを目的としている。地域の資源である歴史遺産、文化財、伝統、産業、生活スタイル、自然、景観など、生活に密接に関わっているものが展示の対象となる。山形県朝日町は、日本で初めてエコミュージアムの仕組みを取り入れた地域で、総合発展計画の「まちづくり」の項目では、「自然と人間が共生し、しっかりした暮らしを築くエコミュージアムのまち」とうたっている。朝日町ではコア施設となる朝日町エコミュージアムコアセンター創遊館と、最上川中流域にある観光資源である各サテライト（自然遺産、文化遺産、産業、公共施設）を結び、歩きながら学ぶ野外展示や野外授業を行う仕組みづくりを行っている。（図4、図5）

山口県の萩市では、エコミュージアムをモデルに「萩まちじゅう博物館条例（2014年）」を制定した。市民が町中を博物館として捉え、都市遺産を大切に保存・活用し、萩にしかない宝物を愛着と誇りをもって次世代に確実に伝えることをテーマとしている。その中核施設として

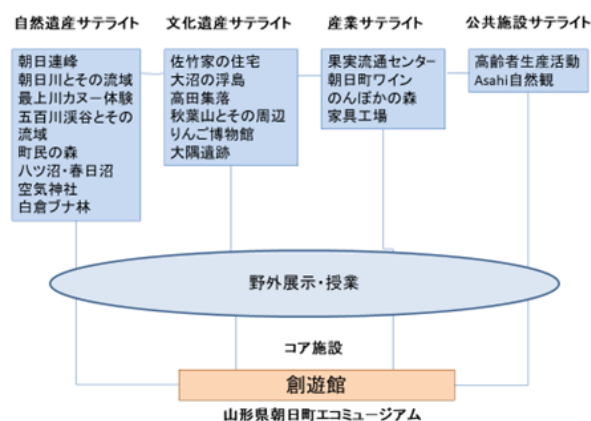


図 4. 山形県朝日町エコミュージアムの概念図（阿部原図）

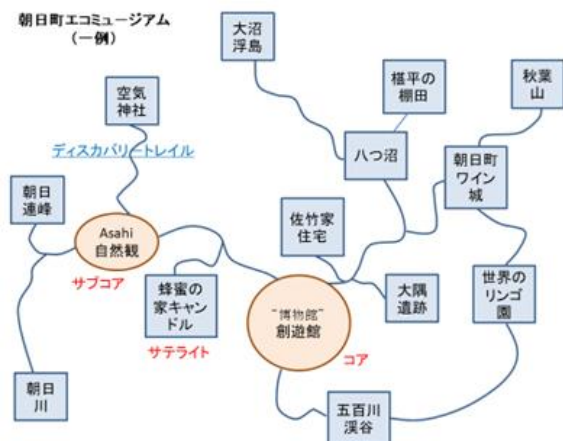


図 5. 山形県朝日町エコミュージアムマップの例（阿部原図）

萩博物館を置き、各所に散在する史跡や文化財などを、ストーリー性をもってネットワークを構築している。

天草市は、2005年の10市町合併によって現在に至るため、公共施設が分散しており、資料館を含めて公共施設、さらには観光資源への移動手段として自家用車を利用することが多い。山形県朝日町のように巡りながら学ぶために、道標と観光マップを備えた統一したわかりやすいサインが必要である。

5. 現代社会の動向から博物館を考える—天草関係の統計分析を加えて—

熊本県の出入国者数の推移を図6に示す。コロナ禍でほぼ0になっていた入国者数が復活してきていることがわかる。2024年3月には、17,846人と、2019年3月の10,102人の176.7%に達している。2024年3月の内訳を見ると、韓国4571人、台湾7587人、中国（香港）3742人、米国817

人、中国135人、その他994人である。台湾の半導体企業（TSMC）の熊本県進出に伴い、台湾からの入国者数が2023年9月以降急増している。

崎津港の場合大型船の受入は難しいため、また、オーバーツーリズムを回避するため、2024年4月に入港したフランスのクルーズ船社ポナン「ル・ジャック・カルティエ」といった小型のクルーズ船の活用が重要になる。

熊本県の施設種別宿泊施設の延べ宿泊者数を図7に示す。国内の宿泊者数はGoToトラベル事業で支えられていたことがわかる。2023年8月には66,692,610人の宿泊者数を示し、2019年8月の69,885,170人の95.4%まで回復している。リゾートホテル101%、ビジネスホテル107%、シティホテル120%であるが、旅館は88%と回復していない。

熊本県観光統計（熊本県観光連盟）によれば、天草地域（天草市、上天草市、苓北町）の宿泊旅行統計の延べ宿泊者数は、2023年8月は64,299人である。2019年8月74,182人と比較すると86.6%に留まっている¹⁰⁾。

天草市観光振興課の統計データ¹¹⁾を基に作成した「天草市の宿泊者数の推移」を図8に示す。宿泊者総数は、2020年には201,803人に減少し、2022年は236,347人と増加しているが、2019年280,180人の84.3%に留まっている。コロナ禍前は県内よりも県外からの宿泊者数が上回っているが、コロナ禍では逆転しており、典型的なマイクロツーリズムといえる。2022年には県外が県内を上回っている。ここで着目すべきは、外国人の宿泊者数はコロナ禍前から少ないという点である。コロナ禍後の展開として、2021年県内からの旅行者を維持しつつ県外からの旅行者を戻すことの必要性が認識され、2022年には県外からの観光客が増加している。天草市の観光政策としてはインバウンド観光の点検と海外へのプロモーションの展開が一つの方向性として考えられる。世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産である崎津集落を有していることから、国際的ブランド力を活かした地域価値創造戦略の研究は有意義と考えられる。

熊本県各地方自治体の年間観光来訪者数の推移（2019年～2023年）に2023年の2019年比を加えて表1に示す。九州経済調査協会からご提供いただいた、観光客がどこから来てどこへ向

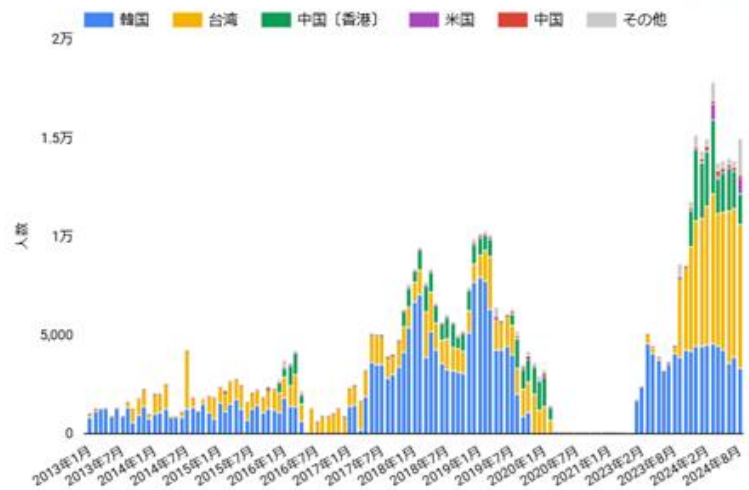


図 6. 熊本県の入国数の推移（熊本県、2013年1月～2024年8月）

出典：九州経済調査協会 DataSalad⁹⁾

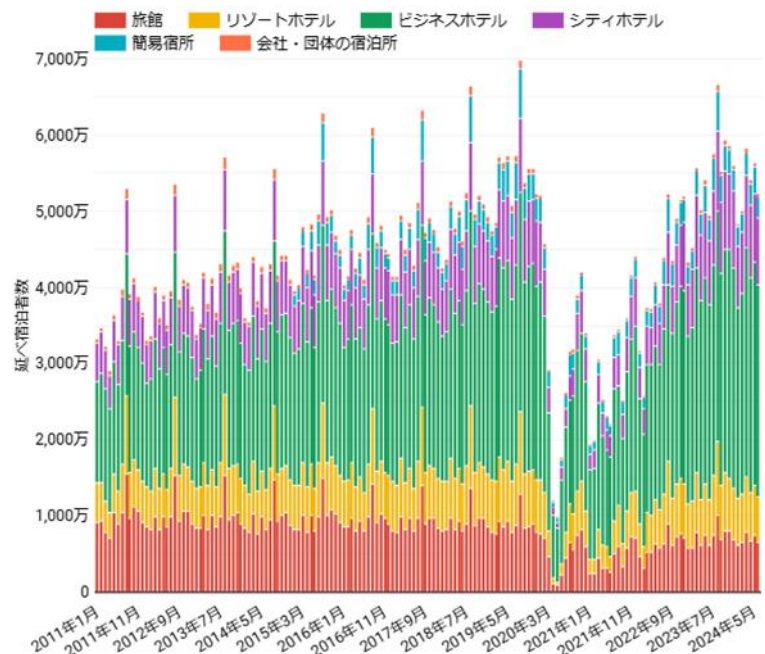


図 7. 熊本県の「宿泊施設の延べ宿泊者数の推移（2011年1月～2024年6月）」

出典：九州経済調査協会 DataSalad⁹⁾

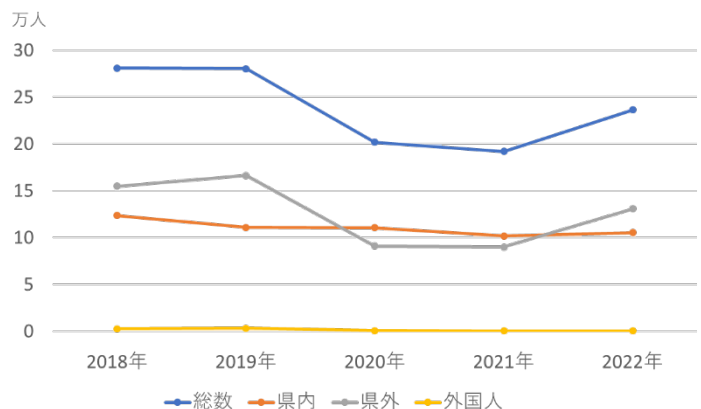


図 8. 天草市の宿泊者数の推移（2018年～2022年）

出典：天草市観光振興課¹¹⁾ 阿部原図

かうのかを位置情報で追いかけることができる「おでかけウォッチャー」を用いた入込観光客数のデータである。天草地方を中心に、比較のため熊本市中央区、阿蘇市、南阿蘇村、及び人吉市を加えている。阿蘇市は2019年比で0.96まで回復しているが、熊本市中央区の都市圏は回復が遅れている。また2016年の熊本地震による自然災害から復興が急がれる南阿蘇村は0.65、2020年の豪雨災害被害から復興が急がれる人吉市は0.66と回復が遅れている。天草地方の各自治体も上天草市0.75、天草市0.70、苓北町0.80と回復に至っていないのが現状である。2023年は上天草市が190万人、天草市が135万人とコロナ禍の前から上天草市の方が上回っていることがわかる。熊本市からの距離で比べると熊本市から離れるほど観光客が少なくなっている。熊本天草幹線道路は、地域高規格道路の計画路線として1994年12月に路線指定され、熊本市を起点として宇土市、宇城市、上天草市を経由し、天草市に至る延長約70kmの自動車専用道路である。県内の高速交通ネットワークの横軸として、熊本都市圏と天草地域を90分で結び、熊本地域と天草地域の地域連携の強化及び天草地域の地域振興の支援、さらには国道3号・57号の交通渋滞の緩和や交通の安全性確保等を目的とした事業である¹²⁾。天草地方の観光においては、特に天草下島南端に位置する世界文化遺産の構成資産である崎津集落ゾーンを訪問地とした観光には熊本天草幹線道路の整備が急がれる。

宇城・天草地方における観光スポットの年間観光来訪者数の推移(2019年ー2023年)を図9に示す。①2019年と②2023年の来訪者数を比較すると、上天草市のリゾラテラスは①91万人、②66万人、四郎が浜周辺(天草市上津浦)は①38万人、②27万人が訪れている。天草キリシタン館周辺は、①19万人、②13万人、崎津教会周辺は①25万人、②16万人となっており、リゾラテラスを訪れる観光客数が群を抜いている。

この結果は熊本市から遠くなるにつれて観光客が減っていくことの裏付けにもなっている。長部田海床路周辺を訪れた観光客が①8万人、②16万人と2倍に増加している。これは『ONE PIECE(ワンピース)』というアニメに登場するキャラクターの像が建てられたことが理由の一つにある。このように、若者の興味や関心を引くことができるような仕組みづくりによる集客効果を示した良い事例と言える。

表 1. 熊本県各地方自治体の年間観光来訪者数(2019年ー2023年)

市区町村名	年間観光来訪者数(万人)					2023年/2019年
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	
熊本県熊本市中央区	1,324	726	566	757	890	0.67
熊本県宇土市	149	115	105	119	127	0.85
熊本県宇城市	237	162	138	160	164	0.69
熊本県上天草市	255	204	176	197	190	0.75
熊本県天草市	193	142	120	132	135	0.70
熊本県苓北町	15	12	9	11	12	0.80
熊本県阿蘇市	357	292	278	349	344	0.96
熊本県南阿蘇村	196	148	130	141	127	0.65
熊本県人吉市	108	65	53	72	71	0.66

出典：九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」をもとに作成。阿部原図

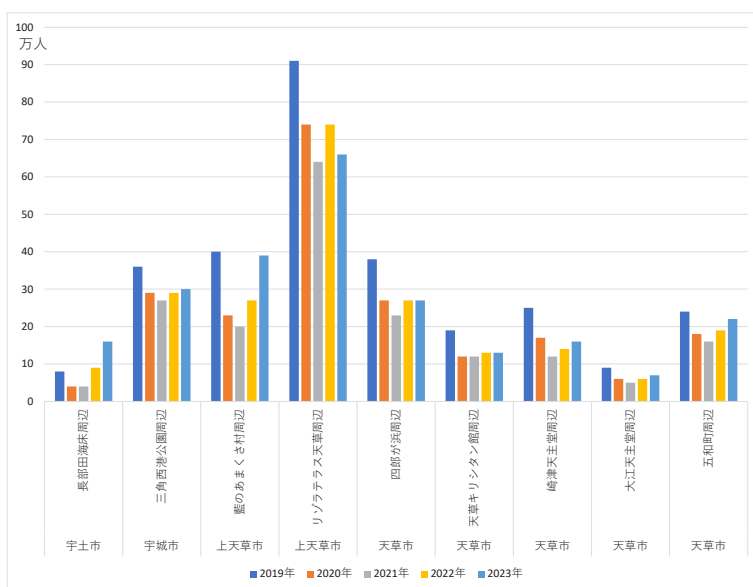


図 9. 宇城・天草地方における観光スポットの年間観光来訪者数の推移
(2019年ー2023年)

出典：九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」をもとに作成。阿部原図

天草・島原・長崎のキリシタン関連観光スポットの年間観光来訪者数の推移を図10に示す。2019年①と2023年②を比較すると、天草キリシタン館周辺の来訪者数は①19万人②13万人(2019年比0.68)、崎津教会周辺①25万人②16万人(2019年比0.64)、大江教会は①9万人②7万人(2019年比0.78)とコロナ禍前に回復していないことがわかる。南島原市の世界文化遺産構成資産の原城跡周辺では①7万人②3万人(2019年比0.43)、長崎市の同じく構成資産である大浦天主堂周辺は①58万人②35万人(2019年比0.60)、出津教会周辺は①7万人②3万人(2019年比0.43)と回復していない。都市圏から離れた原城跡周辺及び出津教会周辺は都市圏の構成資産と比較して回復が遅れている。その要因の分析が急がれる。長崎市の大浦天主堂は、筆者が2024年9月に行った現地視察においては

修学旅行及びクルーズ船入港が戻っており、回復が期待される。

天草市観光動向調査(2023年8月)³⁾に基づく、天草市への観光客のうち、県内から来た観光客の87.9%が5回以上天草に訪問しているリピーターである。県外九州からも40.2%、九州外から21.8%が5回以上のリピーターで、更なるプロモーションの強化が望まれる。天草市の観光の特徴は、コロナ禍以前より、基本的に都市圏から近郊へマイカーで旅行するマイクロツーリズムの形態である。県内からの観光客の93.6%が自家用車を利用して来訪している。また、九州外から来る観光客のレンタカー利用率は47.5%と高いが、レンタカーの予約が取りづらい現状にあるため、その充実が急がれる。

天草市内における訪問観光スポットを図11に示す。天草市観光動向調査結果の2023年8月(夏期)並びに2024年2月(冬期)を比較している。観光客の訪問先として冬期は「歴史探訪」を目的に訪れる人が多い傾向にある。実際に、冬期は崎津集落やキリシタン関連資料館への訪問が多い。冬期の「歴史探訪」の満足度を高めていくことが重要となり、天草市立キリシタン資料館の役割は大きい。

6. 世界遺産の地域価値創造と地域との協働

2040年問題(人口減少、格差、環境、食糧)が迫るなか、多くの自治体が「負け組」になるだろうと予想されている。手遅れにならないよう、「小さくても暮らしやすい地域づくり」という観点でもう一度総点検をする必要がある。しかし行政の力にも限りがあるため、協働のための信頼形成とネットワークづくり、人と人、地域と地域をどのようにつなげるか考えなければならない。また、DX(デジタルトランスフォーメーション:デジタル経営戦略)・デジタル化は当然必要である。人口減少を考慮し、産業の再構築のために、まずは観光から立て直すのが早道である。そうすると、歴史・文化の座標軸をつくるキリシタン資料館の役割がクローズアップされる。

ビジネスモデルを考えたとき、どこをゾーニングしたか、観光客にどのようなストーリーを体験してもらうか(エピソードメイク)、そして関係者のアクターズネットワークによって形作られたデザインが地域ブランドの価値となる。

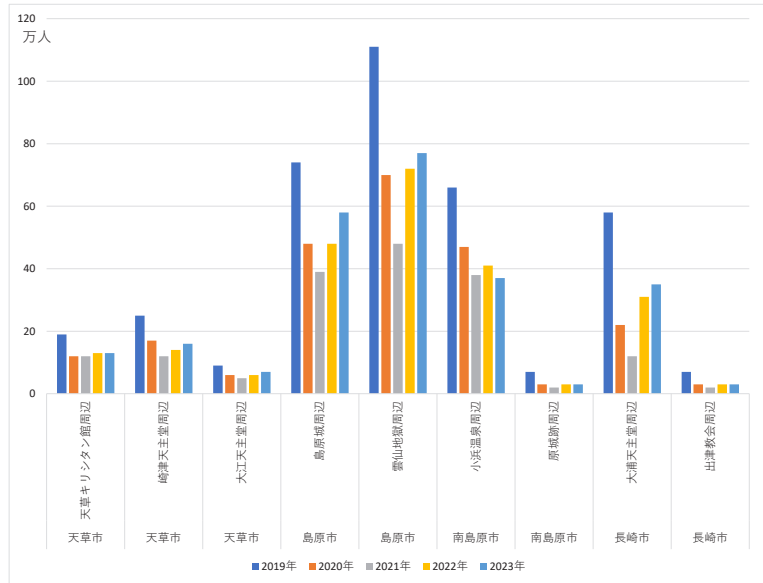


図 10. 天草・島原・長崎地方の潜伏キリシタン関連スポットの年間観光客来訪者数の推移(2019年-2023年)

出典：九州経済調査協会「おでかけウォッチャー」をもとに作成。(阿部原図)

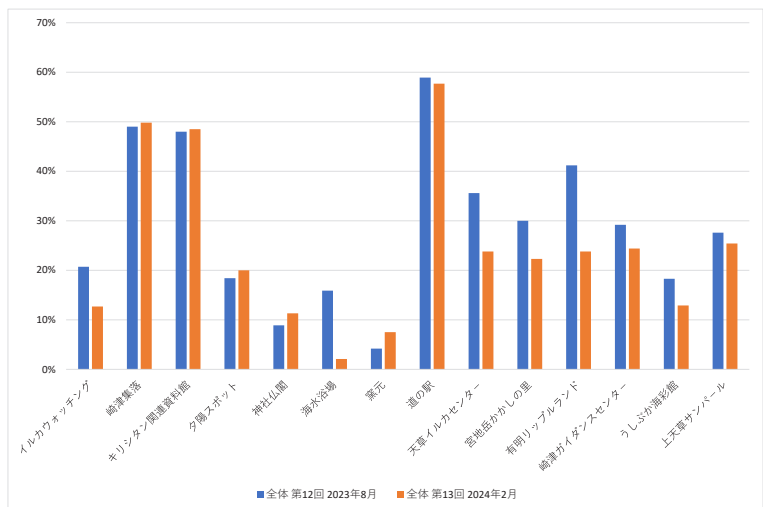


図 11. 天草市内における訪問観光スポット(2023年夏期、2024年冬期)

出典：天草市観光動向調査結果に基づき作成、阿部原図

インバウンドの場合、上記に加え、提供されたビジネスモデル(商品)とソーシャルネットワークでつくられたデザインによって価値が決まる。世界遺産はグローバルブランドを持ち、どの国でも保証されたブランドとしてとらえられる。崎津集落はそのブランド力を積極的に利用すべきであるが、狭地の観光地ビジネスに留まるのではなく、地域経済が潤い、さらには波及していくことを前提にしなければならない。狭い意味での構成遺産としての意味付けをコンテキスト転換し、広域のグローバルビジネスに繋げることが重要になる¹⁾。

例えば、熊本県の明治日本の産業革命遺産である三角西港と三池炭鉱（万田坑）は、それらがどのようなつながりをもつのかわかりづらいが、石炭輸送の経路地だった南島原市の口之津港を加えて解説すると、それらの遺産をつなぐストーリーがわかりやすくなる。各構成遺産の連携、各博物館・資料館の連携が大切である。

世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の構成資産である「崎津集落」を中心に考えたとき、連携の枠組づくりに天草市立キリシタン資料館4館は重要な役割をもっている。天草のキリシタン文化は志岐の南蛮文化の繁栄を歴史的な始点に天草全域へとストーリーがつながっていくため、志岐地域と連携して、その歴史・文化の座標軸とデザインを早急につくることが望まれる。さらには、天草圏から島原圏へ、そして長崎圏へと観光文化施設と連携して、わかりやすい南蛮文化、キリシタン文化を背景として、天草キリシタンの歴史と文化のわかりやすいストーリーづくりをもとに、国内観光、さらにはインバウンド観光の対策を講じる必要がある。

社会学的観察法にドラマツルギーというものがあるが、もとは演劇用語で「上映法」などの意味をもつ。地域デザインについて考えたとき、ドラマツルギーはゾーンデザイン、コンステレーション、トポス（舞台）の3つで構成される。劇場では役者も観客もアクター（演者）である。各博物館・資料館が来館者と感動を分かち合い、共振することでストーリーを体感してもらうことが大切である。また、地域の人たちに「おもてなし」をしてもらう際、歴史・文化への認識が共通している方が良い。それを共有する仕組みをつくるのが、トポスとしての資料館や博物館の役割である。コンステレーションとは「星座」を意味する。星の配列は偶然の産物だが、星座という形で一定の認識が投影されている。コンステレーションデザインとは、人間の心と地域を結びつけるための物語やエピソードメイクにより形成されるものである。体験や経験を通して、特定の場所や構築物に深い関心を掻き立てるための仕掛けにもなる。

人と地域を結びつける共通認識は歴史文化にある。世界ブランドである崎津集落を中心にゾーニングを行い、循環ルートを整備し、高浜の上田家資料館（私営）も含めて、各館がそれぞれ役割をもって連携を考えることが急がれる。そして、志岐麟泉の受洗からはじまる天草のキリシタン史のストーリーを構築するには、苓北町との連携が不可欠である。「天草崩れ」という一つのストーリーのなかで、崎津集落を中心に4つの地域と連携をとることができる。例えば天草ロザリオ館などは、となりの大江教会との連携や、高浜への導入、サンセットクルーズ

など天草西海岸との連携を考えるべきである。雲仙天草国立公園のブランドを活用していくことも重要であり、世界ジオパークとの連携、さらには恐竜分野を含めた自然史分野との協働も期待される。

7. おわりに（提言）

天草圏と島原圏さらには長崎圏との連携を行うためにも、天草・島原圏の南蛮文化・キリシタン文化を中心とした観光デザイン、加えて天草各地の地域デザインを捉えるとともに、天草キリシタン資料館各館における役割について再確認することが必要である。天草市立キリシタン資料館4館は、歴史文化・教育を基本に、もう一度観光産業などへの貢献がどのようにできるか、総点検の必要な時期が到来している。

各館が観光資源として磨き上げを行うことが必要で、その一環として登録博物館を目指すことが一つの方向性といえる。そのためには、中期計画や年次計画の策定や点検・評価などを公表していくことが望まれ、かつ天草市内にある博物館・資料館・ビジターセンターなどの施設が、行政や自治体を越えて連携していく必要がある。なにより学校との連携が最も重要といえる。

そして、天草のキリシタンの歴史・文化をどのようにして観光客に伝えるか考えたとき、インバウンドの人たちへの伝え方も考えなければならない。例えば、天草のキリシタンの歴史や文化をキリスト教信者たちがどう捉えるのかという観点で検証することが、一つの解決の糸口になると思われる。また、子どもたちはそれぞれレディネスが異なり理解度に違いがあるため、学芸員・職員はそのことを踏まえておく必要がある。レディネス（準備性）は学習の前提となる知識や経験、環境などが整っている状態のことである。

天草の観光・地域デザインを考えたとき、天草市立キリシタン資料館の役割は重要なものになる。そのために、研究サポートの体制を整えておく必要がある。歴史文化の座標軸を捉えた観光地域デザインには、歴史小説を執筆する勢いでわかりやすいストーリーを描く文芸力と総合力を有する人材育成も問われる。さらには教育、文化、経済、観光、都市計画、統計分析、地域づくり等々、行政分野・部局間の調整力と総合企画力を有したプロデュース力が必要となる。少子高齢化による人口問題、財源問題を抱えて、天草市の基幹産業の一つである観光産業の政策展開を考えた場合、交通問題の解決が最優先課題の一つと考えられる。

参考文献

- 1) 原田保・浅野清彦・庄司真人 (2014) 「世界遺産の統合地域戦略デザイン」『世界遺産の地域価値創造戦略』338p. 芙蓉書房出版
- 2) 一般財団法人天草宝島観光協会 「どうする資料館」～地域に根差し、世界に繋がるために！～
<<https://www.t-island.jp/event/2217>> (2024年11月8日19:33アクセス)
- 3) 天草市観光振興課 「天草市観光動向調査」
<https://www.city.amakusa.kumamoto.jp/ki_ji00310416/index.html> (2024年11月8日19:33アクセス)
- 4) 阿部正喜 (2024) 「博物館の役割と地域との協働」『天草市立キリシタン資料館年報』第5号: pp. 41-52、天草市観光文化部文化課世界遺産・キリシタン資料館係
- 5) 公益財団法人九州経済調査協会 (2023) 『2023年版九州経済白書: 九州地域の観光復興に向けて』150p. 九州経済調査協会
- 6) 新井重三 (1979) 「博物館の機能と活動」『博物館学講座1: 博物館学総論』279p. 雄山閣出版
- 7) 櫛田磐・土橋美歩 (1988) 『視聴覚教育』166p. 学芸図書
- 8) 阿部正喜 (2012) 「第5章博物館展示論: 第5節展示の在り方: 2展示の評価」全国大学博物館学講座協議会西日本部会編『新時代の博物館学』所収: pp. 229-231 芙蓉書房出版
- 9) 公益財団法人九州経済調査協会 「DATASALAD」
<<https://datasalad.jp/>> (2024年11月9日16:16アクセス)
- 10) 熊本県観光連盟 「熊本県観光統計」
<<https://kumamoto.guide/statistics/>> (2024年11月9日16:30アクセス)
- 11) 天草市観光振興課 「天草市宿泊者数推計」
<https://www.city.amakusa.kumamoto.jp/ki_ji00310417/index.html> (2024年11月9日18:29アクセス)
- 12) 国土交通省九州地方整備局八代河川国道事務所 「熊本天草幹線道路」
<<https://www.qsr.mlit.go.jp/yatusiro/road/vte/index.html>> (2024年11月9日18:29アクセス)