

座 談 会

アイヌ文化で広がる北海道の観光

～多文化共生で魅力あふれる北海道へ～

現在、アイヌ政策は、平成19年の「先住民族の権利に関する国連宣言」、20年の衆参両院における「アイヌ民族を先住民族とすることを求める決議」を受け、内閣官房長官の下に置かれた「アイヌ政策のあり方に関する有識者懇談会」による今後のアイヌ政策の基本的考え方等を示した提言（21年7月）に基づき、総合的かつ効果的な施策を展開してきています。

政府の「アイヌ政策推進会議」は、同懇談会報告において、アイヌ政策の「扇の要」として位置付けられた「民族共生の象徴となる空間」（象徴空間）の具体化に向けた検討体制として22年3月に作業部会を設け、23年6月には北海道白老町を象徴空間の整備地とした部会報告を受けました。また、24年3月には、国土交通省北海道局が実施した調査検討により、象徴空間の具現化に向けたイメージが公表され、同年7月には基本構想が政府決定されています。

こうした流れの中、これまでアイヌの人々がたどってきた歴史、現在を生きるアイヌの人々の暮らし、アイヌの人々の中で脈々と受け継がれている文化、加えて今後整備されていく象徴空間について、国民全体の

さらなる理解を進めていくことが、アイヌの人々の尊厳の尊重及びアイヌ文化の復興につながる取り組みとして強く求められています。

本特別企画では、こうした動きの中で、これまで北海道内で行われてきたアイヌ文化の復興に向けた取り組みを検証し、その上に立って、新たなアイヌ文化の創造及び発展、北海道全体への展開や運動につながるよう、地域振興や観光振興の視点から議論していきます。

出席者

(50音順)

大西 雅之 氏 鶴雅グループ代表、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構理事長、アイヌ政策推進会議委員

落合 周次 氏 (株)日本旅行北海道代表取締役社長

高堂 理 氏 (株)電通北海道代表取締役社長

西川 健 氏 国土交通省北海道運輸局長

村木 美幸 氏 (財)アイヌ民族博物館専務理事

コーディネーター

本田 優子 氏 札幌大学副学長、アイヌ政策推進会議政策推進作業部会委員





本田 私はウレシパ・プロジェクト^{*1}などをやってきた中で、アイヌ文化の研究はもちろんですが、どうしたらアイヌ文化が北海道に根づくか、どうしたらアイヌ文化の魅力を発信していけるかにずっと関心がありました。観光はとても大事ですが、アイヌと観光の結びつきを避けるような空気がこれまでありました。もうそろそろ打破して、次に進まないといけない。今日がそのスタートになればと思っています。

「アイヌ」は「人間」という意味の言葉



村木 私は白老町で生まれ、ほとんどを白老で暮らしてきました。祖父は、長い白髪ひげを蓄えた、皆がイメージするアイヌのエカシ（長老）そのものの風貌^{ふうぼう}の持ち主で、アイヌ語や伝統儀礼にも精通した人でした。おじいちゃん子だった私はいつも祖父のあぐらの上に抱かれているのが大好きな子どもでした。父方がアイヌの家系で、母は道南の厚沢部町出身の和人^{*2}ですから、アイヌと和人の血を半分ずつ引いているのですが周りは私をアイヌとしか見てくれませんでした。

白老町の人口は約1万9,000人で、2,700人ほどのアイヌが暮らしている、アイヌ人口の最も多い町です。アイヌという言葉はこれまであまり良いイメージで使われることがない中で育ちましたので「アイヌ」という三文字に強い拒否反応を感じていました。祖父が亡くなってからは家庭の中でアイヌを意識することもほとんどなく、どちらかというともアイヌに関するものを遠ざけていたようにも思います。

（財）アイヌ民族博物館に勤めるようになって「アイヌ」という言葉が「人間」という意味だと初めて知りました。アイヌは人間であると知っただけで、長い間心につかえていたものがとれた気がして「アイヌって悪いものじゃないんだ、アイヌって駄目なものじゃないんだ、アイヌでもいいんだ」と思えたのでした。

※1 ウレシパ・プロジェクト

札幌大学が平成22年度から行っている全国初のユニークな教育プログラム。「ウレシパ」とは「育て合う」という意味のアイヌ語。毎年一定数のアイヌ子弟を受け入れ、未来のアイヌ文化の担い手として育成するとともに、学内に、多文化共生コミュニティのモデルを創り出す仕組みを整えようとするもの。

※2 和人

アイヌの立場から見た、アイヌ以外の日本人。アイヌ語では「シサム」「シャモ」。江戸時代後期には江戸幕府が当時のアイヌに対する日本人の自称として用いている。

白老のアイヌ観光とアイヌ民族博物館

村木 白老ではアイヌやアイヌ文化は観光というイメージがあります。私の勤めるアイヌ民族博物館はポロトコタンと呼ばれ、入場料収入をもって運営しているので観光とは切り離すことのできないところです。

白老におけるアイヌ観光は、明治天皇の来道に始まるといいます。明治14年に北海道の開拓事情視察のために来道した際、白老に一泊してイオマンテ^{*3}や民族舞踊などの見学をしたことから、白老がアイヌの居住する地域として全国的に知られるようになり、大正時代には、大阪などから旅行視察団が来訪したり、新聞に白老のアイヌ見聞の記事が連載されるなど、観光産業としての広がりを見せてきました。

昭和30年代には、北海道の観光ブームに乗って一気に観光客が増え、39年には56万人を数えました。数人のアイヌの人たちが茅葺き^{かやぶき}の家を建て、アイヌ文化の紹介をするなど個人で運営をしていましたが、観光客の滞留場所などコタンを取り巻く環境から、「アイヌコタン」の機能を旧市街地から現在のアイヌ民族博物館のあるポロト湖畔に移し、40年に当館の前身ともなる白老観光コンサルタント(株)が設立されました。白老町立の民俗資料館も建てられ、土産物店50軒ほどが2列に軒を連ねてにぎわいをみせていました。

しかし、アイヌ観光はどちらかというとも見せ物的なイメージが強く、たくさんの問題を抱えていたので、民族の尊厳どころか差別を助長するものとのアイヌ側からの批判もあるなど、40年代後半から50年代はいろいろな意味でアイヌ観光が見直された時代でもありました。アイヌ観光への否定、批判がその後の「アイヌ民族博物館」開設の強い原動力となったともいえます。51年には、白老観光コンサルタント(株)を発展的に解散し、（財）白老民族文化伝承保存財団（平成2年、（財）アイヌ民族博物館に改称）を立ち上げ、59年にアイヌ文化の専門博物館をオープンさせました。

アイヌ民族博物館はアイヌ自身が運営をしており、働くスタッフも7割近くがアイヌで、自身の歴史や文化、言語を働きながら学ぶことのできる民族教育の場

※3 イオマンテ

人間の世界にたくさんの恵みを与えてくれるヒグマなどの動物神の霊を神々の世界に送り帰す儀式。

でもあります。

私が博物館に勤めるようになったのは、近所に住む博物館の会長から「3カ月だけ受付の手伝いをしてほしい」と声をかけられたのがきっかけで、アイヌ文化活動や博物館事業に興味があったわけではありませんでした。しかし、27年間の博物館勤務で私が出たものは何物にも代えることのできないとても大切に大きいものでした。アイヌでありながらアイヌ語を知らない、自分たちの文化や歴史も分からない、だけどアイヌ。そんな子どもたちからのジレンマに立ち向かう強い心を培うことができたと思っています。

当博物館では学芸部門のほかに伝承部門が主な事業を行っています。他の博物館で伝承課なんて課はないと思いますが、特に無形の文化財を保存・伝承していく上でとても有意義な課です。アイヌの歴史、文化の解説から舞踊や伝統楽器、口承文芸などの芸能、織りや編み、木彫りなどの伝統工芸も含め伝承公開事業を一手に引き受けている課で、職員一人ひとりが無形文化財の継承者として、重要な任を担っています。しかし、入場料収入だけで運営することが今、すごく苦しくなっているというか、難しくなっています。バブル期に入場者87万人を数えてから毎年のように減り続けており、昨年度は15万人に達しませんでした。自分たちで稼ぎ、学びながら、文化を支え、つなげていく博物館づくりを目標に活動していますが、難しくなっているのが現状です。

阿寒の郷土力の最大ものはアイヌ文化



大西 私はNPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構^{*4}（以下、観光協会）の理事長をしています。鶴雅グループという旅館を経営し、旅館づくりのテーマを「郷土力」と定めています。その郷土力の最も大きなものがアイヌ文化だと思っています。

私は政府のアイヌ政策推進会議の委員をしています。阿寒湖温泉の人口は約1,300人、そのうちアイヌの方々が120人ぐらいで1割です。街のさまざまなイ

ベントや組織の中でアイヌの方々の役割はとて大きくなっていて、アイヌと和人が街の運営で一体になって協力している先行事例ということで選ばれているのだと思います。

村木さんから観光客が激減したというお話がありましたが、阿寒湖も、ピークのときは74万人に乗っていたいた観光船が、今は10数万人です。

そういう中、平成10年に大手旅行社の方から「阿寒湖のマリモや山ではもうお客は集まらない」「阿寒の本物の個性が見えないと売れないよ」という話がありました。それで翌年、(財)日本交通公社の原重一さん（現在は原重一観光研究所主宰）に来ていただきました。すると、「あなたたちは、いったい何人のお客さんに来てもらったら満足するのですか。120万人ですか、150万人ですか」「数を求めれば求めるほど、大事なものを失っていきますよ」「少ない数のお客さまでも、本当のよさを知ってもらえるような街になりなさい」「例えば、滞在して、アイヌ文化に触れたり、自然に触れたりする街に」と言われました。

そして、平成12年からまちづくりが始まり、観光協会の活動も徐々にそういう方向に生まれ変わっていったことになり、その第一の柱が、アイヌ文化の発信基地になろうということでした。「我々の街をアイヌ文化で染め上げよう」というキャッチフレーズを掲げて、まちづくりを始めました。

私は子どものころからアイヌの方々と一緒に阿寒で暮らしていましたが、アイヌ文化への関心は、正直身近すぎて、ずっとありませんでした。学生時代は阿寒を離れていて、何年か社会人をしてから戻り、青年部のような形でまちの活動をしているときに、アイヌコタンの中堅の方に「一生懸命、まちづくりに頑張りますから、一緒によろしく願います」と話をしたら、「シャモ（和人）の世話にはならん」と言われました。そんなこともあり、やはり距離感はとてもありました。

阿寒湖は道東の観光の周遊の拠点で、何もしなくても100万人もの人が泊まってくれ、昼間も50万人ぐら

^{*4} NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
市町合併を踏まえ、2005年に阿寒観光協会と阿寒湖温泉まちづくり協議会を統合して発足。

いの方が観光船に乗ってくれていた街でしたので、取り立てて個性化を考えなくてもやれたのですが、先ほどお話しした旅行社のトップの方に、「阿寒は何を売りたいくて、何を知らしてもらいたくて観光をやっているのか」と言われたときに、はたと困ったのです。「北海道には歴史がない、文化がない」と言われ続け、妙に納得して「そうだよ、松前藩や屯田兵からだよね」と。自然は一流、あとは自慢できるものもなくやってきた観光業でしたが、アイヌ文化に関心を持って触れ始めたとき、こんなに素敵な文化と歴史があったと、今は自信を持って答えられます。弥生文化は海を渡ってきませんでしたが、1万数千年前から脈々と続く縄文文化があって、この文化こそ、日本を変えていける精神性を持っている。観光協会のまちづくりも、アイヌ文化を中心にしています。

私たちの町では、アイヌの方々の役割はとても大切です。観光協会の副理事長はアイヌコタンの組合長です。台湾の大使が来られたときに代表してご挨拶したのも、アイヌコタンの組合長です。10月のまりも祭りには、毎年全国のアイヌの方が200~250人来てくださるのですが、その方たちが「阿寒ではみんな『アイヌ、アイヌ』と胸を張って言っている。私たちは街へ帰ったら、言いたくても言えない人がいっぱいなのです」と言われるのです。こうした話を聞くにつれ、アイヌ文化をもっともっと中心に据えて、今は120人ですが、「200人のコタンを作ろう」と組合長と夢をふくらませています。これが阿寒におけるアイヌのポジションです。

当社はアイヌ文化のホテルづくりをえています。外部から借りてきたものであれば何らかのストーリーを後から付けなければできないのですが、アイヌ文化



阿寒湖アイヌコタン

のホテルづくりは、この地が持つ郷土力ですから、何の説明も要らない。黙っていても本物に近づけるということです。私たちはとても恵まれています。

イランカララテ^{※5}（こんにちは）

大西 アイヌ政策推進会議に参加して、実体を知るほど、アイヌ政策の遅れをととても感じます。どうやってアイヌ文化を広く国民の中に普及・啓発していくのかという話の中でとても印象に残っているのは、アイヌ文化に対して好意を持っている人、関心を持っている人は、黙っていてもホームページや文献を調べて知識も理解度も深まっていくのですが、無関心な人、逆にマイナスイメージを持っている人は端から関心がないから調べたりもしない。そういう人たちにどうやって広めていくかを、マスコミの方にも来ていただいて専門分野からのお話も聞かせていただきました。もっと大衆受けする映画や音楽で、アイヌのスターが現れて、そこから入っていけるとか、NHKの紅白歌合戦でアイヌのミュージシャンが特別出演するとか、もっと一般大衆に近いところにアイヌ文化を持っていく工夫があればと思いました。「イランカララテ」というアイヌ語に触れたときに、なんと温かい謙虚な言葉だろうとショックを受けました。これを北海道の観光やアイヌ文化発信のキャッチフレーズにしたいという発言に、国が関心を持ってくれて、具体的な検討課題になっています。世界中の空港が先住民の文化であふれているように、新千歳空港や札幌駅、地方空港などがそういうキャッチフレーズで染められて、北海道独自の文化発信やおもてなしにつながればと願っています。

「イクアン ロー^{※6}」で乾杯

落合 私の生まれは栃木県の小山市です。私が小学生のころ、父が北海道旅行に行って、大きな木彫りの熊を買ってきました。父の話では「アイヌの方が木彫りを作っているお土産屋さんがいっぱいあって、そこで一番いいのを買ってきたんだ」というわけで、アイヌの人はみんなが木彫りをして生活しているというイ



※5 イランカララテ

遠くからの客に対して使う、アイヌ語で「あなたの心にそっと触れさせてね」という意味で、日本語の「こんにちは」に相当する言葉。

※6 イクアン ロー

アイヌ語で「お酒を飲みましょう=乾杯」。

メージしかありませんでした。

（株）日本旅行に入社して最初の赴任地が札幌でした。当時の旅行会社は道外旅行を手掛けることがメインで、道内の観光にはあまり目を向けていませんでした。白老のポロトコタンも、父が言っていたのがここのかなぐらいの感覚でした。道東に行っても、屈斜路湖に行く峠でアイヌの衣装を着た人が写真を撮られているというイメージしかありませんでした。

本当に私がアイヌに興味を持ちだしたのは1年半前でした。札幌大学のウレシパクラブの皆さんと平取の山の中に山菜採りに行き、植物一つ一つにもちゃんと由来があるというお話を聞いて、だんだん面白くなってきました。今年の夏は動物園にも行きましたが、動物をアイヌの神様の形から見ていく学生さんの解説、これまた面白くてしょうがないわけです。それと同時に、大西さんからさっき話が出ましたが、日本の歴史をずっと昔にさかのぼっていくと、もともとアイヌの皆さんがいたところに私たち（和人）は来たわけです。きちんと歴史認識もしていけないといけないのではないのでしょうか。多分、道外で生まれ育った人たちは、私みたいなのがほとんどです。この人たちにどうして興味を持たせるかというのがこれからものすごく大切なことです。

それで、「イランカラテ」というアイヌの言葉も素晴らしいのですが、例えばハワイの「アロハ」「マハロ」なんて言葉を知らない人はいないですよ。アイヌでもそういう言葉をみんなで作ってもいいのではないかと。例えば、北海道の人は必ず「イクアン ロー」といって乾杯するとか（笑）。草の根じゃないですが、そういうことをやったら、けっこう面白いのではないのでしょうか。



ポロト湖畔にある白老ポロトコタン（アイヌ民族博物館）

宣伝活動よりも本当に大事なのは広報活動



高堂 私は落合社長よりもさらにアイヌ勉強歴は短いのですが、札幌大学のウレシパクラブの皆さんと旭川で動物園などの施設を見たときに、本当に面白かった。時間が経過するとだんだん慣れてくるのです。例えば、ヒグマの前でヒグマがどういうふうアイヌの人たちに捉えられているかを説明するのですが、何も前置きなしに「ヒグマは普段、森の奥で編み物をして暮らしています」と言うのです。そうした説明に、違和感なく同化していく自分自身が恐ろしい（笑）。「そう、そう、普段そんなことをしているのだよね。それで出てくるのでしょうか」。素晴らしい方々、素晴らしい企画と出会いました。

それで、勉強し出すと、昔から興味があったこととたくさん結びついていくのです。落合さんがハワイの話がされましたが、ハワイやニュージーランドの先住民は文字を持たない。文字を持たないからマイナーというのではなく、文字を持たないということがなんて素晴らしいことかということです。話（＝放つ言葉）にすべてが入っている。それが文字社会とは比べものにならないくらい高い能力としての《記憶》で伝承されている。文字になったために忘れられ、消えていったものがいかに多かったか、あらためて考えさせられる。日常の記憶だってまさにそうですよね。自分たちを考え直す素晴らしいツール、きっかけになったと思うし、3.11以降のいろいろなことで、さらに重要な「気づき」だと思いました。

広告会社は、最近「宣伝はお任せください」とは言いません。「コミュニケーションデザインをさせてください」と言います。そこにはいろいろな要素があります。例えば、お得意さまを「アイヌ観光」とするか、「アイヌ文化」とするかで、全然違います。仮に「アイヌ文化」というお得意を設定して考えていくと、普通の会社と同じですが、いろいろなことが考えられます。

一つは、プッシュしていく情報です。例えば、アイヌの匠の方が「こういうことがあります」「これはアイヌにとってとても大事なことです」と、伝えたいことをプッシュしていく。二つ目は、生活者が欲しがるといふようなものを用意することです。プルですね。見学施設等を、見る人の視点で、何が欲しいかを整えていくことです。

さらに大事なものは、一定の広報です。一定の人が一定の機関を通して「それは今、こうなっています」ときっちりお話ししていくもの。つまり宣伝活動というよりも、広報活動です。一定の冷静なコミュニケーションがとても大切です。

最近では、「自走するメディア」といわれるソーシャルメディアが、どんどん情報を発信しています。それにどう対応するか。自分が思ったように情報操作できるものではありませんが、それぞれの人の中に入ってくるスピード感が違う。アイヌ観光、アイヌ文化においても、理解を深めたり、「場」を作ったりする上でも、重要なメディアだと思えます。

アイヌ文化から考えさせられること

西川 私の出身は大阪です。アイヌとの関係は、高校の修学旅行で北海道を一周したときに、阿寒のアイヌコタンで熊の彫刻を見たという程度の経験しかありませんでした。去年10月に北海道運輸局に着任し、観光を所管していますので、「北海道らしさを打ち出すツアー」として、アイヌ文化や開拓史をテーマにしたツアーはどうかと、周りのいろいろな人に持ちかけたのですが、どうも北海道の中では評価が分かれるデリケートなテーマで前向きの反応はありませんでした。しかし、皆さんと知り合いになることができたおかげで、この2～3カ月いろいろ体験し、集中して勉強しました。

これまで道外で生活してきた人間にとっては、アイヌ文化はなじみがないだけに、いったん関心を持つと、いろいろなことを考えさせてくれる魅力があります。



高校までの歴史教育では、北海道の歴史は明治以降からしか教えられていないので、北海道の人たちも実は、明治以前の歴史をほとんど知らないのです。しかし、アイヌに関心を持って勉強すると、今まで全く教えられていなかった歴史、古代からの北方文化圏、まさに北東アジア圏での民族の形成過程や交易について、いろいろなことが分かるわけです。これは今まで全く知らなかった、こんな世界があったのかという知的興味をすごく刺激します。

アイヌが文字を持たなかったのは、拡大再生産をしない社会だからです。拡大再生産をするのに文字を持ったことで失ったことはいろいろあります。アイヌの死生観、生活感、自然との共存などは現代社会が失った価値観そのものです。そういう価値観を持っていた民族が、近代文明を体現する明治国家によって、ほとんど滅ぼされかけた歴史は、近代から現代における「先進国家における進歩」とは何であるかを考えさせられるものがありました。

大学生のときに読んだある哲学者の本では、「文明の豊かさの程度は、相対的な価値の多様性をどれだけ受容できるかによって評価される」と言っています。アイヌを知るといふことは、人種や民族、文明や文化の相対的価値を認めることです。アイヌについての知識を日本の中で普及させることは、日本社会が成熟した豊かさを持つ社会になるということだと思っています。

そうは言っても、アイヌと観光という一つのジャンルを作るのは、ニッチな客層をターゲットにすることになるので成立するかどうか難しい。むしろ、北海道の歴史・文化の一端として欠かすことのできない要素の一つとして、北海道旅行の行程にきちんと組み込むことが望ましいと思います。

アイヌ関連の展示施設が道内には40カ所以上あります。アイヌが実際に生活した場でアイヌの伝統を見せ、体験させることこそ、まさにかつてのアイヌの生活の息吹、豊かな自然、豊富な食物を感じさせるものです。白老に「民族共生の象徴となる空間」ができますが、

アイヌが生活していた空間を復元、伝承することは非常に大事であるということを感じました。

その文化的価値を分らせる取り組み

西川 アイヌの人々によっていろいろな伝承の取り組みが行われていますが、それは観光の素材にすることが主目的ではなく、アイデンティティーの再確認と継承だと思います。その伝承する作業を私たちは見せていただいているのです。観光でアイヌの人たちに触れる機会ができたとき、その文化的価値が、現代人の私たちにとってどういう意味があるのかということが分かる取り組みが必要です。儀式や歌、踊りは面白いですが、その意味を分かってもらい取り組みができていません。

アイヌの研究も同じです。専門的研究は非常に熱心に行われ、アイヌの人たちに対する施策もとられていますが、一般の人たちの関心を引きつけるには、旅行目的地で、アイヌ文化研究に基づく正しい展示や催しに加え、手ごろな資料の配付などが必要です。分かりやすい説明、読み物、映像を提供する努力が足りない。面白ければいいというレベルでは、本当のアイヌ文化の価値は分かってもえなれないと思います。

北海道立アイヌ民族文化研究センターや(財)アイヌ文化振興・研究推進機構^{※7}（以下、アイヌ文化振興財団）が発行している手ごろな資料があるにもかかわらず、あまり知られていないのではないのでしょうか（一部はサイトからPDF等でダウンロードできます）。また、こうした公的な資料以外にも、教養書や小説、映像が道外で読まれたり見られたりすることが、北海道への旅行誘因にもなりますが、既にあるそれらの資料を周知する取り組みが必要です。道外の人たちがアイヌの歴史と文化を学ぶと、従来からのメジャーな観光地以外にも興味がわいてくるので、新たな観光目的地の掘り起こしにもつながります。アイヌの文化と歴史の周知は、観光プロモーションの意味も持ちます。

道外でアイヌを紹介する文化施設は六つしかなく、一般の人がこれらに接する機会はほとんどないのです。そういう人が初めて北海道のアイヌ文化に触れて、

日本国家の形成過程におけるアイヌ民族と和人との関係や北海道開拓の歴史に興味を持つことは、文明、文化、民族、国家という現代市民として当然考えなければならぬことについて考えるきっかけになります。

北海道運輸局ではビジット・ジャパン事業で、海外のメディアの取材や番組作りを支援していますが、私は北海道らしさの要素としてアイヌに関連することを取り上げるように指示しています。できれば、日本国内で放送される番組でアイヌの文化と歴史を、北方文化・経済圏という大きな枠組みの中で捉えるようなノンフィクション作品ができるといい。そうすると、みんな「北海道に行ってみてみたい」と思います。そういうことを道外のメディアに、北海道の人たちが本気で働きかけないといけないと思います。

それから、今後の楽しみが二つあります。一つは、白老のアイヌ民族博物館に若い女性二人が大阪から来ていて、学校でアイヌの勉強をしたことがあり、興味を持っていたので来たということです。このような学校教育を受けた新しいジェネレーションがこれからの潜在層ではないかと期待しています。

もう一つは、北海道の名付け親でアイヌ民族への理解が深く、権利の確立を訴えた、幕末の探検家・松浦武四郎（1818～88年）の出身地・松阪で、6年後の平成30年が生誕200年ということで功績を顕彰する活動が始まりました。この動きが盛り上がりれば、関西地方でもアイヌの関心を持つ人が増え、「北海道へ行ってみようか」ということになる。今までなかった新しいことが起きて、北海道の可能性に非常にプラスになると思います。

本田 「発信の仕方に問題がある」と皆さんおっしゃっていましたが、具体的なアイデアやここを克服しないといけないというようなこととお話しいただければと思います。

ソーシャルメディアの活用を

大西 アイヌの言葉はショートセンテンスでものすごく心を打つ、「何それ」ということがいっぱいあるのです。そういうものに感動した多くの人たちにソー

※7 (財)アイヌ文化振興・研究推進機構
1997年に公布・施行された「アイヌ文化の振興並びにアイヌの伝統等に関する知識の普及及び啓発に関する法律（アイヌ文化振興法）」に基づく業務を行う全国唯一の公益法人として、同年6月に設立され、11月に同法による指定法人となる。略称は「アイヌ文化振興財団」。

シャルメディアで発信していただく。アイヌ文化のプロフェッショナルな方が発信するだけでなく、普段はアイヌにかかわりのない著名人がその支持者やファン層のフォロワーにアイヌ文化の素晴らしさをちょっと投げかける。これがソーシャルメディア(フェイスブック等)の魅力で、関心のない人たちにも興味が広がり強制的に情報を伝えることができます。このような自己増殖のシステム化ができないかと思います。

アイヌ文化を学ぶ機会をもっと広げて

村木 興味のない人たちにどうきっかけを作るかということです。興味がないと、だれも手を伸ばさない。そうであれば、手を伸ばさなければいけない状況を強制的に作らなければいけないという気がします。



私たちは北海道に住んでいながら、北海道の歴史を学校で学ぶことはほとんどありません。ですから、高校や大学の受験問題にアイヌ民族や歴史、文化にかかわる問題が必ず出るとか、修学旅行で北海道へ来たら、まずテーマとしてアイヌ文化を入れていただく。日本の文化・歴史と同じようにアイヌと沖縄も含めて考えていただく。そういったことが当たり前になっていくようなことが必要ではないでしょうか。好きとか嫌いとかというだけでは、なかなか難しいと思います。

本田 例えばアメリカでは、先住民に関する科目を取っていないと、地方の学校で教える教員免許がもらえないのです。ですから、日本でもそういう方法は考えたらいいいと思います。でも、そういう強制的な部分だけでなく、大西社長がおっしゃった大衆的な部分でどんどんソーシャルネットでアピールしてキャッチしてもらい、広げていくという方法がとても有効だと思いますが、どうでしょうか。

ここで生きていくということの動機

高堂 ただ興味の扉の取っ手はあっち側についているので、絶対こっちから開けられない。そういう意味ではソーシャルネットワークは最もレスポンスが早いけれども、コントロールが効かないメディアかもしれま

せん。ヒントになることがあります。

ソーシャルネットは、個人がバラバラにやりますが、例えば、「北海道ライカーズ^{※8}」というフェイスブックのサイトは、北海道のいろいろなことをあれが面白い、これがすごい



と発信しているのですが、実はサッポロビールさんがやっているのです。自分のところのビールを飲んでくださいではなくて、こういうことをやるのが自分たちの本当のお客さんを増やすという考え方なんです。何も擬装するというではありません。企業も商品もここで生きていくということはどういうことなのかを、どれだけ深く考えられるかということの発露だと思います。

旅行も団体旅行ではなく、個人旅行になってくると聞きます。個々人が興味を持ってやりたいというメニューにきちんと応えなければいけないということになっていますから、動機の正しさがすごく大事です。

正しい情報を発信するレファレンスが必要

西川 全くそうです。やはり、人は自分が関心を持つことから入っていきます。観光はそのきっかけを提供するものです。ただ、単に面白いというだけでは、次に行かないわけです。これは観光だけではなく、何でもそうです。何でそうなのか常に考えることが必要です。そこから入っていくといろいろなことが見えてくる。そのときに大事なのが、ネットやSNSなどで正しい情報がちゃんと提供されなければいけない。道庁やアイヌ文化振興財団がアイヌ文化の素晴らしい素材を作っていますが、ネットで簡単にダウンロードして読める環境ができていなければいけないのです。

私が「アイヌの人たちや文化を描いた面白い小説とか、教養書はないのでしょうか」と何人かにうかがいましたが、適切なアドバイスはいただけませんでした。ところが、図書館で調べると実際には面白い本がたくさんあることを知りました。ですから、「こういうのがあります」というレファレンスを用意しておく必要があります。知識の強制ではなく、関心を持たせるよ

※8 北海道ライカーズ (Likers)
SNS(交流サイト)のフェイスブック上でサッポロビールが運営する企業ページ。北海道が大好きな皆さんと一緒にその魅力を国内外に発信、地域活性化を目指すというコンセプトで運営。2012年6月開始後、約3か月で10万のいいね!を達成し、注目を浴びた。

うな仕掛けが北海道の人たちの中でもできていない。ましてや、道外から来た人たちに対しては全くと言ってよいほどできていないのではないのでしょうか。

「アイヌ文化大使」の任命を

大西 アイヌ協会などで「アイヌ文化大使」というのを作ったらどうでしょうか。そうしたら、東京に帰っても、文化大使の名刺を出して広報していただけます。

本田 いいですね。アイヌ協会が適当かどうか分かりませんが、函館大使みたいな、ああいう感じですね。

大西 ちょっと興味を持つと、皆さん「アイヌ文化って、むちゃくちゃ面白い」となるのです。そのきっかけを全国に発信していただける有名人を任命するということです。



札幌市がアイヌ政策のヒアリングをしてくれたときに、ホームページやアイヌの古式舞踊公演の充実という話になりましたが、「それはローカルでもできるので、札幌市みたいに大きな力があるところは、アイヌのスターを養成するといった、小さなまちではできないようなことを考えてくれませんか」と言うと、「今までそういう視点で考えたことはありませんでしたが、確かに面白い」というような話になっています。

村木 そこから興味・関心を持って深く入っていくということもありますからね。

本田 1回入れれば、けっこうはまる。勉強さえしてもらえれば「いいね」と思ってもらえるのですが、そのきっかけをどう作るかですね。

村木 アイヌ民族博物館で何が人気かという、北海道犬です。ソフトバンクのCMに登場するカイ君の息子が博物館にいるということで、結構な人気です。

大西 北海道犬は、昔は「アイヌ犬」と言いましたが、今はそう言わなくなってしまいました。

村木 現在も差別用語だから使ってはいけないという人たちがたくさんいます。

大西 むしろ「アイヌ犬」という言葉はもっと使ってもらった方がいいのではないのでしょうか。

本田 「アイヌ犬」への改称運動を起こしたらどうでしょう。私の知り合いのアイヌのおじさんは「アイヌが自信を持って育てているアイヌの犬を、『アイヌ犬』と言ってどこが悪い」とおっしゃっています。

西川 アイヌ犬を知ったのは、村木さんに「ソフトバンクの犬ですよ」と教えてもらってです。

落合 カイ君がアイヌ犬と言ったら、効果は絶大です。

西川 ソフトバンクに言ってもらえばいい（笑）。

落合 ソフトバンクが言ったら大変なことになる。

本田 ソフトバンクの商業的、アイヌ犬バージョンを作ってくればいいのにとおもいます。

アイヌ観光を変えていきたい

大西 大手企業は、そこらにはすぐデリケートです。「少数民族を取材し番組を作っているのに、なぜ日本の少数民族を取り上げないのだ」と言ったら、「それで不買運動みたいなのが起こったら困る」みたいな反応がありました。ですから、逆にアイヌ民族の側からそういうふうに言ってくれたら、いくらでも動いてくれるような気がします。

村木 「アイヌ」という言葉自体は悪い言葉ではないという認識をしていますので、自分たちの民族名称として受け入れていきます。しかし、(社)北海道ウタリ協会が(社)北海道アイヌ協会^{※9}になったと同じように、そこに至るまではいろいろな葛藤^{かつとう}があったわけです。差別がなくなったわけではありませんが、胸を張って言える言葉だと思っています。ただ、アイヌの中には「寝た子を起こすな」的のところはまだあります。

これまでのアイヌ観光は、ある意味異なもの、奇なものを見るという好奇心目線での観光というものから脱していませんでしたが、一方的に見られるばかりではなく、何をどのように見せるかということアイヌ側が主体性を持って判断するようになってきたとも思います。ですから、こうした座談会がアイヌ文化の魅力発信の機会になってくれればうれしいですね。

目からうろこのアイヌ文化学習

落合 私ども(株)日本旅行中部営業本部にはおよそ100名のセールスマンがおりますが、先日1時間半にわたり、

※9 (社)北海道アイヌ協会
アイヌ民族の尊厳を確立、その社会的地位の向上と文化の保存・伝承及び発展を図るため、1930年に設立、46年に社団法人に、61年に北海道ウタリ協会に改称したが、2009年に再度、北海道アイヌ協会に改称。「ウタリ」はアイヌ語で「人民。同胞。仲間」。



アイヌ文化の勉強会を実施しました。勉強会が終わると、中部地方の社員にとっては目からうろこが落ちるようにアイヌに関する認識がガラッと変わったようでした。この勉強会は他の地域でも実施していきたいと考えています。ただ単に観光メニューの一つにアイヌを入れたとしても、事前に学習がなければ何も分からない。博物館に寄っても何の感動もなく、帰ってしまうと思います。

私たち旅行会社サイドとしては、本当は事前に説明があるのが一番いいのですが、ないのであれば、着いたときにちゃんと見せて、説明してくれなければ厳しい。ただ通過して「何か模型があったぞ」で終わってしまう。せっかく寄ったのに、「見てきただけで、何も面白くなかった」と言われるのは、私たちも面白くないのです。どうしたらいいのか。そこに行く前に、旅行会社がバスの中できちっと説明しておくのがいいのか、説明文のようなものを出発前に渡して、アイヌに関する興味深い知識を伝えておくのがいいのか、検討していかなければいけないと思っています。

村木 (社)北海道観光振興機構のアイヌ文化部会がアイヌ文化の正しい情報を提供していこうという取り組みをしています。バスガイドさん用に北海道各地のアイヌ文化情報を掲載した教本^{※10}や、動植物の利用に関する冊子を作って渡していますし、それらの情報はホームページからもダウンロードできます。

修学旅行も、前もってアイヌ文化について自分たちで学習してくる学校もあれば、事前学習も何もしないでくる学校もありさまざまです。アイヌ民族博物館ではアイヌ文化についての解説を15分ぐらいしますが、それ以外にも学芸員を講師として歴史や文化、人権などといったテーマ学習を行うこともあるので、滞在時間が延びています。20~30人のバスツアーでは、学芸員やボランティアの解説ガイドを希望される場合もあり、とても評判がいいです。ただ見るだけだと分からないことを、ファシリテーター^{※11}の役割をするガイ

ドが資料と来訪者をつなげていくわけですからとても効果があります。人手はかかりますが、少数で時間が取れるツアーだと、文化体験などと組み合わせることでより深くアイヌ文化に興味を持っていただけるかと思います。

アイヌ文化と歴史を伝える媒体としての歌、映画

高堂 スターづくりで言えば、例えばマレウレウ^{※12}の皆さん。音楽として楽しいし、すごくコミュニケーション能力があると思います。NHK紅白歌合戦に出られるようなヒットを飛ばしてほしいと思います。また、「民謡」というジャンルに、自然に沖縄やアイヌの伝統的な音楽が入るようになればいいですね。ヒーローものでは、松浦武四郎の映画ができたと思います。そうしたら、アイヌはすごくいい形で紹介されると思います。いろいろな確執もありましたが、エカシと心が通じる場面が絶対出てくるわけです。映画は、すごくいい素材だと思います。

本田 クリント・イーストウッド監督・主演の米アカデミー賞受賞映画「許されざる者」のリメイク版が、現在、渡辺謙主演で明治時代の北海道を舞台に制作されています。アイヌがアイヌ語で語る画期的な映画ですが、なんと渡辺謙さんにもアイヌ語のセリフがあるのです。アイヌ文化と歴史を知ってもらいたい機会になるのではと期待しています。



アイヌ文化と北方圏、グローバルな見方のきっかけ

西川 私はちょっと違う見方です。明治の前ぐらいから取り上げるだけにとどまっていたら、アイヌの面白さは分からないと思います。アイヌを知るには、アイヌ前史から知らないといけない。まさに縄文から知らなければいけないのです。「縄文人は原日本人」という有力な説があります。縄文文化は北海道と東北が中心になる。南の方は弥生文化から来ている。そういうことを知ったときに、北方圏がどれぐらいの広がりを持っていたのか。12~13世紀ちょうど元寇があったのと同じ頃です。グローバルな活動が、この厳しい北海

※10 北海道観光振興機構の公式サイト「北海道ぐるり旅 visit HOKKAIDO」→ガイド教本・アイヌ民族編
http://www.visit-hokkaido.jp/commons/file/company/data/guide_ainu.pdf

※11 ファシリテーター (facilitator)
 補助役、まとめ役。

※12 マレウレウ
 アイヌの伝統歌「ウボガ」(アイヌの祝いや祭りなどで集団で座ったり踊ったりしてうたう歌。座り歌)の再生と伝承をテーマに活動する女子4人組グループ。「マレウレウ」はアイヌ語で「蝶」の意味。

道で行われていた。ここに豊かさがあったことを知ることが、どういう意味を持つかという、日本国の領土、日本国の成り立ち、要するにアイヌの人たちを統合していったわれわれ日本民族は何だろうかというグローバルなものを見方のきっかけになると思います。

落合 鎖国の中でもアイヌが北方圏で交易していたことも知らない。そういうのは歴史の一つとして系統立ってあるわけですから、きちんと伝えるのは大事だと思います。

いかに分かりやすく伝えていくか



西川 そういう素材はすでにあるのです。研究成果はいろいろなものがあります。それをいかに分かりやすく、しかも短い時間で、ほとんど興味のない人たちに、ちょっと見ただけでワクワクするようなプレゼンを

どうやるかです。ネットも映像もチラシもあるのに、それができていません。東京の八重洲にアイヌ文化交流センターがあるのを、北海道に来て初めて知りました。東京国立博物館と国立民族学博物館にもアイヌ文化のコーナーがあるのは知っていましたが、全く発信ができていません。

村木 系統立てて知るというのはすごく重要で、江戸から明治、大正という時代も必要ですが、現代というものもしっかり押さえておかないと、発信するときに弱いですね。ネットで調べるにしても、今もアイヌがいるか、いないかが分からないところがあるので、「現代のアイヌ」もクローズアップさせながら、アイヌ文化・歴史を発信していくことがすごく重要だと思っています。自分たちの文化とアイヌ文化を比較するとき、自分たちは現代を生きていて、アイヌの人たちは過去に生きているみたいなどころがあります。アイヌの人たちは自然の民であってほしいという強い願いなのかもしれないのですが、情報を得る側は、自分の好きなおとこだけ取っていくという気はします。

西川 厳然とこの大地にあった文化と価値を、伝承していくという意味は大きいと思います。

村木 そうですね。それはアイヌ民族にとって根っこになる部分です。

西川 アイデンティティーとして伝承するものを持っている幸せだと思います。戦後になって伝承活動が活発になってきたというのは、日本の文明、文化が進歩してきている証だと思います。

アイヌ文化という素材を使って新しい地域ブランドを

大西 7月に阿寒観光ブランド協議会^{※13}を立ち上げました。2年かけてアイヌ文化で地域のものづくりを復活させようという取り組みです。九州の湯布院デザインシステムは、湯布院を支えるさまざまな芸術家の一つの組織にして、湯布院を本当のアートのまちにしていこうという試みです。それにヒントを得て、アイヌ文化に造詣の深いプロフェッショナルの皆さんの力を借りて、アイヌ文化という素材を使って、新しい地域ブランドを作っていこうと思っています。これまでもアイデアは出ていたのですが、今度は具体的に販売できる商品にまで作り上げることがポイントです。

伝統的生活空間「イオル」の再生事業

村木 私どもでも国の政策として実施されている「伝統的生活空間（イオル）再生事業」の伝承者育成事業を、アイヌ文化振興財団から受託して行っています。昨年、1期目の5名が卒業して、現在は2期目の5名が研修を受けています。3年間という短い期間で、アイヌ語やアイヌ文化に関する基礎的な知識、工芸技術などを学び、自分たちでいろいろな継承活動を構築できる力を付けていくというプロジェクトです。民族共生の象徴となる空間がこうした人材を活用する場として期待していますから、早期実現について願っていますし、そういった活動を北海道だけでなく全国的に展開できる日本の社会であってほしいと思っています。

公共広告機構を活用した映像発信

高堂 ACジャパン^{※14}は、世の中の問題をテーマにして、公共広告により啓発活動を行っています。そこで「アイヌの文化をもっと学ぼう」というテーマを取り上げるのはどうでしょう。アイヌ語やアイヌの人たちの暮らしの中に、私たちがこれから生きていくヒン

※13 阿寒観光ブランド協議会

2012年4月に阿寒アイヌ工芸協同組合など4団体により設立。観光関係者や専門家て構成。2年間かけて阿寒独自のアイヌブランド新商品開発に取り組む。

※14 ACジャパン (Advertising Council Japan)

さまざまなメディアを通じた公共広告により国民の公共広告意識を高めることを目的に啓発活動を行っている公益法人。2009年に(財)公共広告機構から改称。11年に公益社団法人化された。

トがいっぱいあります。ACの広告では北海道だけで流すバージョンもあります。

西川 アイヌの歴史には不幸なこともありました、長い目で見たときに、まず北海道の人たちがまじめに勉強し、「普通の教育では教えられないかもしれないが、これはぜひ知っていた方がいい。アイヌの文化や歴史は面白いですよ」とみんなで言わないといけないと思います。

本田 そうです。

西川 ACをまず北海道でやるというのは意味深いことで、道外に発信する前に、まず北海道の人たちが変わらなければと思います。

高堂 テーマを決める過程で「何でやらなきゃいけないのですか」と言われたら、チャンスだと思います。そのくらいみんなが知らないか、古い知見からある意味タブー視している人も多いのが現状だと思います。

大西 これは本当に早く宣言しなければ駄目です。アイヌ文化を観光に使いたいという人はいっぱいいますが、かつての難しかったときのことを、強力にインプットされてしまっています。

本田 そこを変えないといけないと思います。

大西 民族の方から門戸を開いていかなとなかなか難しい。そうしたら、一挙に広がると思います。

西川 教育・体験旅行は、これからの大きな伸び代になるところです。単なる物見遊山ではない教育・体験型の旅行が、物質的に豊かな時代に精神的な豊かさをもたらす観光です。

落合 北海道の子どもはみんな、北海道に来た人も帰りにはムックリの音を出せるようになってきているということが理想です。

本田 例えば、カナダのバンクーバー空港では巨大な先住民族のモニュメントが出迎えてくれます。それで、「ああ違う国に来たのだな」とうれしくなります。でも、新千歳空港では、その空気はほとんど感じられません。北海道独自の最高の「おもてなし」は、アイヌ文化抜きには考えられないはず。バンクーバーの人たちが全員先住民族であるはずがありません。なのに、ど

うしてあいうことができるのか。それは、バンクーバーのマジョリティー（多数者）が、自らが住む土地の誇り高い文化として、先住民族文化をリスペクト（尊敬）しているからです。私は、北海道民はまだ「根なし草」、北海道の大地に根を張っていないように思います。北海道民は、アイヌ民族の文化やこの土地の歴史を学び、理解してはじめて、真の道民となることができる、そんな気がします。言い換えれば、アイヌ文化を知ること、私たち自身が、この土地で生きる者として成熟することができるのです。

今日は素敵なお話をありがとうございました。

（本座談会は2012年9月3日に札幌市で開催しました）

profile

大西 雅之（おおにし まさゆき）

1955年釧路市生まれ。79年三井信託銀行を経て、81年(株)阿寒グランドホテル入社。89年代表取締役社長。99年(株)ホテル山浦代表取締役社長、2001年(株)サロマ湖鶴雅リゾート代表取締役社長、06年(株)鶴雅リゾート代表取締役社長、08年鶴雅観光開発(株)代表取締役社長。(社)国際観光旅館連盟常務理事等公職多数。03年観光カリスマ百選認定。

落合 周次（おちあい しゅうじ）

1956年栃木県小山市生まれ。78年慶應義塾大学経済学部卒業、同年(株)日本旅行入社札幌支店配属、2010年から(株)日本旅行北海道代表取締役社長。ほかに(株)日旅開発（ホテルノルド小樽）代表取締役社長、北海道オプショナルツアーズ(株)代表取締役社長、日本旅行業協会北海道支部長。

高堂 理（たかどう おさむ）

1954年秋田県秋田市生まれ。79年北海道大学法学部卒業。同年(株)電通入社、北海道支社マーケティングクリエイティブ室、東京本社クリエイティブ局に在籍し、一貫して広告やキャンペーンの企画立案に携わる。ACC賞、広告電通賞、日経広告賞、消費者のためになった広告コンクールなど、受賞多数。2004年グラマド世界広告祭（ブラジル）審査員。11年(株)電通北海道に転出、代表取締役社長。

西川 健（にしかわ たけし）

1955年大阪府生まれ。79年東京大学法学部卒業。同年運輸省入省、米国UCLA経営管理大学院留学（修士）、海外経済協力基金（現国際協力機構）転出、OECD（在パリ）派遣、関西国際空港(株)経営企画部次長、近畿運輸局企画部長、国際観光振興会（JNTO）管理部長、国土交通省大臣官房参事官（税制）、国土交通政策研究所長、大臣官房審議官（情報政策・危機管理）などを経て、2011年から北海道運輸局長。

村木 美幸（むらき みゆき）

1959年白老町生まれ。78年北海道日本大学高等学校卒業。85年(株)アイヌ民族博物館に就職、学芸課主幹、学芸課課長、副館長、館長などを経て、2012年から専務理事。2003年から苫小牧駒澤大学環太平洋・アイヌ文化研究所研究員、06年から北海道食育コーディネーター（委嘱）。

本田 優子（ほんだ ゆうこ）

1957年金沢市生まれ。83年北海道大学文学部卒業。萱野茂氏（1926～2006）の助手として平取町二風谷に移り住む。以後11年間、アイヌ語辞典編纂に携わるとともに、二風谷アイヌ語教室講師として地元の子どもたちにアイヌ語を教える。2005年札幌大学文化学部に着任。文化学部長を経て、2011年から副学長。札幌大学ウレシクラブ会長。