

# 「バブル誘発型」の観光開発による社会空間の生産

—デヴィッド・ハーヴェイらによる論考を中心として—

小野塚和人<sup>†</sup>

## Creating a Touristic Landscape through Investment Bubbles: An Interdisciplinary Analysis from Sociological and Economic Geographical Perspectives

Kazuhito Onozuka

What kind of socio-spatial formation is produced as a result of tourism development that is initiated by the influx of capital investment? Although there has been proliferating research on the social changes that occur in a tourist destination, theoretical analysis on the production of a touristic landscape has not been developed sufficiently. This article contributes to the theoretical understandings of tourism development by applying the sociological and economic geographical argument developed by David Harvey and related thinkers. This paper specifically deals with a development initiated by the surge of investment bubbles in non-urban places, and it argues the following points. First, social changes initiated by tourism development reflect the characteristics of a post-Fordism production system, which emphasises the production of signs and images. Each place is obliged to participate in intra-place competitions to recover its 'territorial autonomy' in the absence of major industries that would provide local citizens with employment opportunities. Second, tourist destinations experience similar transitions as commodities. Although the development would be successful, a constant renewal of content within tourist attractions is necessary to keep attracting tourists. Third, it is possible to explain the reactions of local citizens by applying the concept of 'the spirit of place' (Genius Loci) and 'the eye of power'. Development changes local citizens' perception of a place and is subject to opposition from them. The production of a touristic landscape proceeds reflexively among developers and local citizens.

### 1. 問題の所在

バブルという語に集約される投機熱の高まりが誘発する観光開発は、受入社会において、いかなる社会空間を生産するのか。観光開発の生む社会空間の編成は、理論的にどのように説明できるのか。本稿は、非都市部において開発推進側が「未開地」とみなす場所に、主に投資の集中によって生み出される新興の観光地造成事業を対象として、観光開発がいかなる社会空間の編成を生むのかについて、社会学と経済地理学の理論的な視座から考察を行う。こうした事例には、オーストラリアにおけるケアンズやゴールドコースト、北海道のニセコ地域など、多数存在する。本稿は、観光開発の受入

---

<sup>†</sup> 早稲田大学アジア太平洋研究センター助手

社会側からの今後の分析に向けて、理論的な基盤を形成することを目的とする<sup>1</sup>。

これまでの観光開発をめぐる議論の多くは、消費者側からの考察や、各事例の記述に集中してきた(小野塚 2011a, 2011b, 2013)。観光研究において、受入社会側の社会変容の考察が本格化したのは近年のことである<sup>2</sup>。確かに、観光客(消費者)の側に関する理論的考察は存在する。しかし、政治経済的な視点からの受入社会の変容に関する考察の蓄積は浅く、Britton (1991) や Shaw and Williams (2002), Hajdu (2005), Oppermann and Chon (1997), Telfer and Sharpley (2008) のような成果に限定される。こうした例外的な成果を除いて、観光開発の受入側の社会空間の変容について、社会学や経済地理学をはじめとする各分野からの理論的考察は展開の余地を残している。

観光開発の生む社会空間の理論的考察に際して、有用な示唆をもたらすのが、地理学と社会学、歴史学を架橋しながら考察を展開するデヴィッド・ハーヴェイ (David Harvey) による論考である。ハーヴェイの研究関心は、以下のように大別できる：

- 1) 資本の循環過程が、都市空間にいかなる形態をとって出現するのか。その過程をいかにして理論化できるか (Harvey 2010, 1996, 1982 など)。
- 2) 資本の動きが、帝国主義的な行動をとる国家の対外進出をいかに規定し、いかなる世界秩序を生んでいくのか (Harvey 2005 など)。
- 3) 資本の動きが、土地や共同体を「創造的に破壊」し、資本の論理で場所が組み替えられる中で、いかにして社会正義を取り戻していくか (Harvey 2009, 2000 など)。

一連の問題関心を通底するものとして、資本主義の発展が都市空間にいかなる具体的形態を取って現出し、時間と空間のあり方がどのような展開を遂げたかが主題になっている。

ハーヴェイによる研究成果は、観光開発の文脈では援用されることがこれまでなかった。ハーヴェイの議論は広範な影響を与えており、関連する諸理論と併せて考察することで、観光開発の生む社会変容に関して、より有用な知見を得ることができる。観光開発は、受入社会全体に広範な影響を及ぼすものであり、その社会経済的な影響は明確に切り取れるものでは必ずしもない。同時に、観光開発は世界の社会経済的な情勢を密接に反映する。従って、単一の理論で観光開発を説明することは不可能である。本稿では、ハーヴェイの成果に依拠しつつ、社会学と経済地理学の領域における関連する理論的成果を、観光開発の文脈に接近させ、援用する方法を採用する。

本稿では以下の構成をとる。第一に、観光開発による地域活性化策が採用される理由を説明する図式として、フォーディズムからポストフォーディズムへの移行にみられる資本主義の編成の変化を説

<sup>1</sup> 観光開発は、複数の類型化が可能である。第一に、本稿で扱うバブル誘発型の観光開発がある。この他に、第二に、災害・惨事誘発型の観光開発が挙げられる。これには、Klein (2007) の指摘するようなスリランカとモルジブの沿岸地帯、東日本大震災によって被災した地域が挙げられる。第三は、国家主導型の観光開発である。これには、カンクーン (メキシコ) や沖縄が挙げられる。このほかにも、様々な類型化が可能である。観光地は場所によって様々な特徴を持ち、歴史的に政治経済的に象徴的な役割を果たしてきた都市や自然景観が観光対象となることは多い。

<sup>2</sup> 受入社会の側からの分析には、第一に、世界各地の観光地を題材に、質問紙調査による観光客の受入に対する地元住民の持つ態度の測定と分析が試みられている。代表的な研究には、韓国のカジノ開発を事例とした Lee and Back (2003)、トルコを事例とした Tosun (2002) などが挙げられる。第二に、経済学の視座から、観光開発のインパクト評価が試みられている。代表的成果に、インドネシアを事例とした Sugiyarto et al. (2003)、モーリシャスを事例とした Gooroochurn and Sinclair (2005) などがある。第三に、地元住民に対して質的な参与観察が行われており、主に少数民族ないしマイノリティとされる人々の社会への影響が考察されている。代表的な成果に Ishii (2012) などがある。

明する。この移行の過程の中で、生産体系や社会編成において多様な変化が経験される。資本主義における恐慌といった危機（crisis）に対する傾向は加速化し、その結果として、観光開発は行われる。従って、観光開発は資本主義の編成の変化と不可分であることを示す。第二に、ポストフォーディズム的な社会編成の拡大の中で、観光地となる場所が商品化する過程を考察する。ここでは、観光地ライフサイクル論の知見をもとに、観光開発を通じた場所の卓越化によって生起する空間編成の特徴と、観光地の盛衰について考察を行う。第三に、観光開発による社会変動に対する受入社会の反応を「場所の神聖性」と「権力の目」という概念に従って考察を行う。ここでは、観光開発を推進する国家や資本が、自らの構想に従って人々の生きる空間を書き換えていく一方で、現地住民の側からの訴えかけを通じて再帰的に社会空間が生産されていくことを示す。

## 2. ポストフォーディズム的な社会編成の拡大と観光開発の台頭

### 2-1. ポストフォーディズム下における記号の取引

観光業が拡大し、各政府が観光業の国際貿易における重要性を認知し始めたのは1970年代以降のことである。1970年代以降では、過剰生産ともいうべき状態において、観光業が代替産業として広く用いられるようになった。同時に、観光開発の持つ環境的、社会的、地域的な影響や効果に対して、各政府の認識が高まり、国家は観光開発に立ち入らざるを得なくなった（Shaw and Williams 2002: 135-6）。観光は工業とは異なり、記号で価値が計られ、実質的価値は問題にはならない。短期的な、実質的な生産を伴わない分野が、大きな収益を生む産業となった。1965年から1987年までの観光業によって生まれた貿易収入は、同期間の世界全体の輸出額の成長と一致しているとされる（Shaw and Williams 2002: 137-8; Waters 2001）。

記号の取引を軸とする観光業と観光開発の世界的な興隆は、Harvey（1990a=1999）やBrenner（2003）が示すフォーディズムとポストフォーディズムにおける社会・経済構造の変化と密接に結びついている。フォーディズムという語自体は、T型フォードの生産において用いられたテイラーシステムに代表される「科学的」管理法と分業体制にその語源を持つ。フォーディズムは徹底した分業の下でも労働意欲を保てるよう、高い賃金を支払い、労働者に対するインセンティブを与えると共に、その賃金による労働者の消費活動を促進させる。フォーディズムの時代においては、この生産と消費のサイクルを通じて、資本主義が発展していったとされる。フォーディズム的な生産体系の特徴には、工業生産を通じた財の大量販売と、継続的な人口と税収の増加に支えられた均質な発展が挙げられる。

こうした生産体系は単に企業内にとどまらず、国土開発といった政府の施策にも反映されている。国土開発の文脈において、フォーディズム的な生産体系では、垂直統合的な組織・運営形態をとり、トップダウン式に中央政府が一連の開発事業を推進し、均質な領土形成を行おうとする。これに対して、ポストフォーディズム的な生産体系は、水平的な組織・運営形態を志向する<sup>3</sup>。1970年代に至るまでの間、各自治体は「自治（managerialism）」にだけ集中していれば良かったとされる（Harvey

<sup>3</sup> ただし、このような水平的な組織・運営形態に完全に移行するのではなく、ポストフォーディズムとフォーディズムの特徴は併存する。

1990b=1997, 1989=1997)。フォーディズム的な生産が主流となる時代では、都市部に対する人口流入が発生し、都市は自生的な発展を遂げる。フォーディズム的な生産体系が主流であった 1970 年代までは、周辺部 (rural-periphery areas) の衰退による地理的に不均等な発展は都市への政治経済的な機能の集中によって引き起こされるものであり、周辺部の衰退は再配分によって埋めるべきものとして認識されていた (水岡 2002: 134-5)。

しかし、オイルショック、ブレトンウッズ体制の終焉、世界的な分業の進展に伴って、フォーディズム的な生産体系は、具体的な財生産を基盤とする産業体系からの転換を余儀なくされ、存続が困難になった (Swyngedouw 1989; Brenner 2009, 2003)。先進国から途上国に生産拠点が移行したことによって Lipietz (1985=1987) のいう「周辺フォーディズム」が国外で発生するようになり、本来のフォーディズム的な成長を実現させる回路が海外に移転するようになった。1970 年代からのフォーディズム的な生産体系の危機的状況から、ポストフォーディズムの時代へと移行していくこととなる<sup>4</sup>。

ポストフォーディズムの時代において各自治体は、資本の誘致に向けて、高い比較優位を得るための競争へと仕向けられる。フォーディズムにおける政策的特徴を「協奏」とするのならば、ポストフォーディズムでは「競争」となる。中央政府は都市計画の舞台からは退き、市場に任せた都市・地域開発へと移行する。中央政府による開発事業は、民間企業とパートナーシップ (「官民協力体制 [public-private partnership]」) をとりながら進行する (Harvey 1989=1997: 41)。中央政府に代わってさまざまな主体が統治 (governance) に参入を始める。そして、ポストフォーディズム的な生産体系下においては規制緩和が進行し、フォーディズム特有の再配分構造が弱体化する。これまで、採算部門の収益を非採算部門に再配分する内部補助によって保護される対象となっていた自治体における衰退は、自己責任とされるようになり、自助努力によって克服されるべきものとなる (水岡 2002: 138-42)。投機資本が到来するように、各自治体は直接間接に競争に参入するように仕向けられる。中央政府による資本投下も、均等にはなされず、「見込み」のある自治体や事業に集中するようになる。

1970 年代から 80 年代におけるポストフォーディズム的な生産体系の浸透の中で、各自治体の政治機能の焦点は、「自治」から「起業家主義 (企業家主義, 町おこし, 地域活性 [entrepreneurism])」へと変化していった (Harvey 1989=1997: 37-9)。Harvey (1989=1997: 37) によれば、この動きは「各国の国境ばかりか、政党やイデオロギーの差異を遙かに越える形で成立している」とする。完全雇用を実現しようとするよりも、新規企業誘致など、投資と取引活動上の好適地を探し求める商工業的な利害関心を当該社会へと引きつけることが、より優先度の高い政策となる傾向が強まっていった (Harvey 1989=1997: 38)。ここでは、「極度にローカルなものであり、また即時的でないにしても極めて急速な資本の回転期間によって特徴付けられた類いのサービスの生産こそが、都市企業家主義的営為の上では最も安定的な基盤として登場して」くる (Harvey 1989=1997: 48)。ポストフォーディズム的な生産体系では、過剰蓄積の問題を、より可動的な蓄積のメカニズムに移行することで解決しようとする。

<sup>4</sup> このフォーディズム以降をめぐっては、都市立地政策 (urban locational policy; Brenner 2003)、ネオリベラリズム (水岡 2006)、ネオフォーディズム (Waters 2001) といった概念が付与されているが、意味するところにほとんど差異はない。

このような特質を持つポストフォーディズム的な生産体系において、観光開発を誘致しようとする動きが高まる。仮に、ある自治体における企業が海外に移転してしまった場合、あるいは、在来産業が衰退し、存続が困難になった場合には、その場所における「領域の自律性 (territorial autonomy)」は危機的な状況に陥る。「領域の自律性」自体は、Harvey and Kreisler (2004) によって唱えられた試験的な概念であり、明確な定義は存在しない。「領域の自律性」は、安定した雇用、産業の存在、人口の継続的な増加など、様々な構成要素 (assemblage) から成立すると筆者は考える。その構成要素である就業機会が存在しない状況では、人口の流出、失業者の増加、貧困世帯の増加、治安悪化など、社会的に不安定な状態が発生する。フォーディズム的な生産体系において、資本の流動性が相対的に固定されて保たれていた状態 (例えば、固定相場制、高額な通信と移動費用の存在) においては、資本の移転は比較的困難であった。しかし、ポストフォーディズム的な生産体系の進展により、資本にとっての移動範囲は一国内にとどまるものでは必ずしもなくなる。在来産業は、他地域との競合関係に置かれることによって、しばしば価格の逡減を経験する。それぞれの場所を統括する各政府は、企業の生産・経営活動を領域内にコントロールできなくなる。元来、資本にとって、財の生産拠点となる場所は点であり、比較優位によって計測される。仮にある場所の比較優位が低下し、企業の生産拠点が他の場所に移ってしまった場合、あるいは、競合相手に市場での優位を譲ってしまった場合において、具体的な財生産を伴わない業種による「領域の自律性」の回復が、自治体にとっての最後の手段となる。

「領域の自律性」を喪失しつつある場所において余剰労働力を吸収する最も効果的な手段の一つとなるのが、観光業やコンベンション産業である。観光業やイベントの開催といった「見せ物」では、資本の回転期間が最短となるため、効率的に収益を上げられる (Harvey 1989=1997: 42-4)<sup>5</sup>。観光業やコンベンション産業は、数名のプランニング担当者を除いては、非熟練労働者の集積で成立する。特殊な技能は不要であり、労働力もここにおいて吸収される。既存の設備を用いることができるなど、投機資本も必ずしも必要ではない。Goldman (2009) が指摘するように、ポストフォーディズムの時代で生み出される財は記号的な価値に重点を置くとともに、「記号価値が最も強く置かれる産業は、競合する財との差異化が困難な分野、そして、財それ自体に多大な社会的投資が必要な分野において発生」するとされている。ポストフォーディズムでは、記号やイメージの生産が基軸となる。余剰資本を吸収する場所が消失していく中で、断片的なイメージの商品化が主流となる (Harvey 1990a=1999: 369)。

## 2-2. 観光開発を通じた場所の卓越化

より移動性の増した資本に対する良好なビジネス環境の維持と、より短期間で利益の生まれる投機事業の実現のために、場所間の競争は投下資本を誘致するだけでなく、(とりわけ裕福な) 消費者を誘引することへと展開している。そのために、文化のセンター (cultural centre) や快適な都市・地域の景観が生産される。消費のスペクタクル、場所のイメージの売り込み、消費者を誘引するため

<sup>5</sup> 観光業の他にも、クリエイティブ産業が「領域の自律性」の回復手段として挙げられるが、研究施設や人材の誘致といった点において、これまで集積点や結節点として機能してこなかった自治体にとっては、必ずしも現実的な選択肢とはならない。

の「伝統」の再生が、場所間の競争において組み込まれる (Harvey 1996: 297)<sup>6</sup>。とりわけポストモダンな建築、都市デザインは、商品文化 (commodity culture) のなかで、場所の売り込みと販売に携わる。売れる (marketable) 場所を構築し、差異化を試みる結果として、かえって類似した場所が生まれるようになる (Harvey 1996: 298)。

このような場所の同質化に向けた傾向にもかかわらず、場所の卓越化に向けた動きは存在し、場所の重要性は依然として存在する (Harvey 1990a=1999: 381-2)。その理由は、より空間の障壁が低くなるにつれて、場所の多様性に対し、資本はより敏感になるからであると説明される。現地住民 (特に地元エリート) は、資本にとってその場所が魅力的になるように、「町作り」をしていくことになる。確かに、空間的な障壁の克服 (「時間を通じた空間の絶滅 (annihilation of space through time)」) により、世界中の風物や情報がテレビに映し出され、ローカルなものは世界中に拡散している。世界の地理はシミュラクル (擬似的に形成された「現実」) として、実際に自分が行かなくとも想像的に経験されうようになった。しかし、このような空間的な障壁の崩壊は、場所と空間の重要性を減じるものではないとハーヴェイは説明する<sup>7</sup>。

都市間競争の生存条件に関して、Harvey (1985a) をもとに、Mullins (1989) は以下の命題を導いている：

- 1) 消費による都市化、とりわけ「観光による都市化」を達成すること<sup>8</sup>。
- 2) 政府活動や主要企業の本社／支社機能といったコントロール機能を誘致すること。
- 3) 中央政府の支出を引き寄せること。
- 4) 需要のある商品を生産すること。

このうちのどれか、あるいは複数を満たしていることが都市の生存条件となると説明される。このなかで、多くの自治体にとって実現可能性が比較的高いのは、第一の選択肢である消費による都市化、とりわけ「観光による都市化」である。ポストフォーディズムの時代においては、記号やイメージの生産による地域活性が広く採用される手段となる。

### 2-3. メンタルマップの書き換え

こうした社会経済的文脈において生起する観光開発では、場所のイメージを構築する必要がある。

<sup>6</sup> これは Harvey (1990a=1999, 1996) の表現を用いれば、「スペクタクル (往々にして中身のないスペクタクル)」が横行する事態となる。ポストフォーディズムの時代に差異、断片性、ファッション性が強調され、文化の商品化が強化される。不確実性 (移ろいやすさ [volatility]) の生産では、新たな記号システムと発想が必要になる。そのためには、市場をイメージで満たしておき、飽和状態にしておく必要がある。広告とメディアイメージは文化の創出過程において、中核的かつ統合的役割を果たし、資本主義の発展では欠かすことが出来なくなる (Harvey 1990a=1999: 366, 371-2)。Harvey (2005, 1996, 1985a, 1985b=1991, 1982) は、こうした資本主義における諸変化は場所において明示的に現れるとしている。

<sup>7</sup> 観光地の立地は、空間ネットワークの不均等な関係性と関連を持っている。Christaller (1964) と水岡 (2002: 168) は、観光地の立地は、密な空間ネットワークからは外れた場所で、かつ、ネットワークの結節点から比較的に近接した場所に立地しやすい傾向があると指摘している。空間ネットワークや産業集積から外れた地点では、都市部と比較して異質な景観が広がっていることがある。ここが「癒やしの場所」として用いられることがある。

<sup>8</sup> 「観光による都市化」をめぐるのは、Mullins (1991) で問題提起がなされ、小野塚 (2013) で発展的な考察が展開されている。

場所のイメージの構築は、人々間のメンタルマップの書き換えを通じて行われる。メンタルマップとは、各人における地理的な心象を反映した地図のことである。それは現実の地図と一致することはない。その人のおかれた社会経済的な状況に応じて、ある都市や町の景観は、異なった描かれ方をする（水岡 2002: 198-9, 399）。ここで、水岡（2002: 198-9）はメンタルマップを以下のように説明する：

建造環境は地表だけではなく、人間の心理にも刻み込まれ、固着化する。建造環境という地物と自然地理の地形や植生は、総体として心理学のゲシュタルトにも似た構成物となり、その場所で生活する人々、ないしかつて長時間生活した経験を持つ人々の心理に、共通の、場所の記号を付与する。〈中略〉建造環境の象徴性の共同主観性は、現実の地物・地形・植生の客観的な反映とはかぎらない。われわれは、自分に最も関心の強いこと、快いこと、あるいは自分がしばしば経験していることを強く脳裏に刻み込みがちである。脳裏に刻み込まれた地物・地形などの要素相互の結びつきもまた、客観的に存在する空間統合のネットワークを反映しつつ、その有様は個人ごとに歪められている。こうしてできあがった、頭の中の地図、つまりメンタルマップの構成要素は、正や負の価値付けを伴う。〈中略〉多くの人が正ないし負の価値付けを共同に抱くと、そこは「希望の場所」ないし「スティグマの場所」となる。〈中略〉ある商業集積が飛躍的に発展するには、さまざまな再開発プロジェクトを一気に実現させ、その強いインパクトで、人々のメンタルマップ自体を書き換えなくてはならない。

観光開発においては、人々のメンタルマップをいかにして書き換え、新たな場所のイメージを植えつけるかが、大きな課題のひとつとなる。メンタルマップは「人々の建造環境に関わる経験から生まれ、また、人々が行為空間を形成するときの基準となる地図という実体」であり、メンタルマップをめぐる議論は「空虚な主観的観念論ではない」と、水岡（2002: 199）は追加的に説明する。

メンタルマップの書き換えに向けた観光開発は、開発時点ではその成功を保証するものではない。「スペクタクル的な都市開発」の一形態である観光開発を行う主体は、「損失覚悟の呼び水」として、開発を行うことになる（Harvey 1989=1997: 49）。仮に観光開発が成功したとしてもその自治体は安泰なわけではない。Brenner（2003: 264, 304）や Brenner et al.（2010, 2009）、Peck（2004, 2001）が指摘するように、そのような競争は決して予定調和あるいは収斂、均衡をもたらすものでは必ずしもなく、計画（planning）の欠如による無駄（waste）の発生と「底辺へのレース」（a race to the bottom; 貧困の拡大、雇用情勢の悪化など）をもたらすことにもなりうる。あくまで、こうした方策は、開発が成功した場合に、その場所の諸問題を一時的に回避するのに役立つという方が正確である。

### 3. 観光地化による新たな「現実」の生産とその帰結

#### 3-1. 観光地ライフサイクル論と場所の商品化

こうした社会経済的背景によって生まれる観光地はいかなる盛衰を辿るのか。観光地でのサービスはその場で生産され、消費されなくてはならず、一般の有形財とは異なる。ここで、観光地という場所は、それがあたかも一つの商品であるかのような様相を呈する。Butler（1980）は、商品としての観光地の性質を「観光地ライフサイクル（Tourist Area Cycle of Evolution）」モデルによって説明す

る。このモデルはプロダクトサイクル理論と近似した構造を持っている（Vernon 1966）。多くの観光研究はこのモデルに対して批判や改良を加えようとしてきた。しかし、このモデルを打倒するような枠組みは依然として出ておらず、現在も強い説明力を持っている。このモデルを要約すると以下のようになる：

観光地は、1) 探索期 (exploration stage), 2) 参入期 (involvement stage), 3) 開発期 (development stage), 4) 固着期 (consolidation stage), 5) 停滞期 (stagnation stage), 6) 衰退期 (decline stage), 7) 再復興期 (rejuvenation stage), という過程を経る。

1) 探索期では、観光客は少なく、観光関連インフラも稀少である。従って、地元の人々の所有する設備が観光客に用いられるケースが多い。そして、観光客のもたらす地域経済への効果や地元住民の社会生活への影響は少ない。観光地としてのこの場所の知名度は低く、観光客のいない場所を好む、先駆的な消費行動をする観光客がこの地を訪れる。

2) 参入期では、観光において地元の人々の所有する設備が依然として使われ、地元住民と観光客の交流は高いままに保たれる。この時期に、観光地として観光客を誘致する広報活動（マーケティング活動）が画策され、その第一候補地 (an initial market area) が決められる。観光業の発展に向けた諸組織の結成がなされ、政府諸機関に対して、観光関連インフラの向上を意図した請願がなされる。

3) 開発期では、重点的な広報活動がなされ、観光地の知名度は飛躍的に拡大する。観光業の進展によって、地元住民や団体の観光開発における発言力や参加の度合いは低下する。かつて地元の人々が運営していた設備は姿を消し、外部からの参入企業によって、より新しい施設が作られる。ホテルの新築はその典型的な事例である。また観光地らしさを増幅するような設備（テーマパークなど）も建設される。このような活動によって、場所の景観は大きな変化を遂げる。地元住民の感情も観光業に対して必ずしも肯定的ではなくなってくる。

4) 固着期では、観光客の数が地元住民の数を上回るようになる。広報活動はより広範になり、オフシーズンを作らないような、観光客市場の拡大が画策される。外部からの企業の活動が大きな影響力を持ち、地元住民からの反発や不満も強くなりうる。

5) 停滞期では、観光客数は最高を記録し、観光開発に関連した諸問題（環境問題やその他の社会的・経済的な問題）が顕在化する。具体的には、観光業と観光客のもたらす環境破壊や、新たに生まれた観光地としての場所の特色やアイデンティティをめぐるコンフリクトが挙げられる。また、この時期にはメインの観光地から離れたところに、新たな観光名所を作る試みがなされる。このほかに、Harvey (2000, 1990a=1999, 1990b=1997, 1989=1997) の知見を応用するならば、多くの観光客を捌くことによる資本の回転期間の縮減と高速化による資本蓄積の促進策が採用される。また、投資側は、利潤の逓減に対して、他の観光地へと移転ないし撤退（空間的回避）をはかる場合がある。

6) 衰退期と7) 再復興期では、その場所は「魅力」を失い、多くの企業はその場所の観光業から撤退を開始する。外部企業の活動が弱まる結果として、地元の人々の観光業全体に対する発言力が再び高くなっていく。観光開発の過程で作られた諸施設は他の目的へと転用されることもある。例えば、ホテルがマンションとして分譲されるといったことが起こる。観光地においては、これまで用いられてこなかった自然資源が新たな「商品」として売り出されたり、郊外に追加的な観光施設が作られたりして、再生が図られる。もちろん、再生を図ることのできる観光地は多くはない。全体のコー

ディネートの刷新，すなわち，Baudrillard (1970=1995) のいう「パノプリ」の刷新を通じた場所の更新によって，観光地は再興隆を迎える可能性を持つ。

場所を商品であるかのようにする性質を持つ観光業は，地域経済を不安定にする。まず観光地は上記のライフサイクルに影響されるため，それ自体としてパーマネントな雇用を生み出すことが難しい。観光地としてのブームが去れば，その場所の労働者にとっての雇用機会は減少する。また，観光業の成長によって，外部企業に対する依存が強くなっていく場合は少なくない。観光業の興隆によって，その場所の経済構造は単一的になる可能性もある。外部からの企業への依存の後には，代替産業が存在しないという状況におかれ，企業が撤退すれば，その観光地は大きな打撃を受けかねないことにもなりうる。

また，その場所は同じ「観光地」として分類される場所との比較検討に常にさらされ，各観光地が不安定な競争にさらされる。観光地の相互比較が可能になることによって，観光地同士での国際分業とも言うべき事態が発生する (Urry 1990=1995: 85)。たとえば，一方で，ある場所は陳腐な，大衆的な観光地とされ，他方で，ある場所は洗練された，限られた富裕層にしか訪れることのできない場所としてのイメージを持たれることが挙げられる。場所ごとに分業化した観光地において提供される記号やイメージの消費は，人々の新たなステータスともなる。観光地とされる場所は，資本主義社会での人々の差別化と序列化の道具として使われることにもなる (Bourdieu 1984)。

### 3-2. 競争的使用価値とシミュラクルの創造

観光地化によって辿られる場所の運命は，商品と同じである。リゾート地として売り出される観光地は，「競争的使用価値」を持つ。リゾート地は，一定期間は「競争的使用価値」の効果に依存して成長することができる。「競争的使用価値」とは，「人間の消費・実践が対象に内在する具体的属性・有用性を媒介として，抽象的欲望に具体的な形態を与え，具体的欲望に昇華させる」と定義される (石原 1982: 44)。すなわち，消費者は，言葉に表現できない，曖昧な欲望を有している存在であり，供給者側がある製品を市場に提供することによって，これまで曖昧に存在していた消費者側の欲望が明示的な形態を取って消費されるようになると説明される (松井 2007: 41-2; 2004)。消費者にとっての使用価値を，供給者側は交換価値として創造し，人々にとって新しい経験としての使用価値を提供する。この発想に従えば，どこかを観光したいという欲望が，人々の間に言葉にできない形態で存在することになる。観光の文脈では，リゾート地を大々的に販売することによって，消費者の観光に対する欲望は明示的な形態を取る。観光行動により，新たに生まれた使用価値は消費され，消費者にその効用が行き渡ることとなる。

この文脈において，観光広報の役割は，いかにして競争的使用価値を生み出し，数多くの「デステイネーション」の中から，その場所を消費者に選択させるかという点にある。初めてその地を訪れる観光客が判断材料とするのは，旅行パンフレット，書物，テレビなどのメディア，口コミなど，いずれもイメージ的なものに限定される。ここで最も重要となるのは，実際に足を運ばせたいような状況と記述，イメージである。その幻想こそが観光客を誘引する一つの要因となる。そこで広報される場所の姿は，現実と一致している必要はない。幻想を幻想として喧伝することで，自己準拠的な循環図式によって，ある種の「現実」が構築される。このプロセス自体は，Baudrillard (1981=1984) の

いう「シミュレーション」であり、ある場所に観光地としての付箋（目印）を貼り、その場所というシニフィエに対して、シニフィアンを過剰に投与していくプロセスでもある。この結果、パンフレットやメディアにおける場所に対して、多数の意味が膨らんでいく。こうして生まれる「現実」は「シミュラクル」となる（Baudrillard 1981=1984）。そのような幻影に基づいて、観光客は少なくとも一回はその場所に赴くこととなる。

#### 4. 観光開発がもたらす住民の空間認識の変化

##### 4-1. 「場所の神聖性」を取り戻す動き

一連のプロセスを経ながら進行する場所の商品化に対して、住民の間からは、場所らしさ、あるいは、「場所の神聖性（Genius Loci; the spirit of a place）」を取り戻す動きが高まり、対抗運動が発生することがある（Harvey 1996: 306-10）<sup>9</sup>。1970年代からの多様な利益集団（interest groups）の台頭は、資本蓄積の力による場所の均質化や土地の改良に対する、場所のアイデンティティを基盤にした反動であると、Harvey（1990a=1999, 1990b=1997）は説明する。観光業の成長と拡大を可能にした「時間-空間の圧縮」の近年の急速な進展は、ある種の脅威を人々にもたらしている。観光開発が成功すればするほど、住民にとってのメンタルマップは、現実にかかる急速な場所の性質の変化に追いつかなくなる。

それまでに存在し、そして、新たに生産される場所の性質は、「場所の神聖性」として定義される。「場所の神聖性」は、必ずしも資本主義的な生産様式によってうまれた性質には限定されない。それは Harvey（1996: 306）によれば、場所の神話的な質（mythic qualities of a place）であるとされる。この神話的という語にも現れているように、「場所の神聖性」は、「物質的、言説的」な形態を取った「神話、宗教、集合的記憶、国家的あるいは地域的アイデンティティ」といった様々な要素から構成される。特に、建築物やモニュメント、宗教施設、著名な（歴史上の）人物が、こうした場所のあり方に相互作用を与える（Harvey 1996: 307-8）。Relph（2007: 19）や MacCannell（1976）も指摘するように、観光開発との関連では、真正性（authenticity）は「場所の神聖性」と緊密な関係性を持っており、真正性はその「場所の神聖性」を構成する要素の一つである。観光開発をめぐる反対運動は、住民自身のメンタルマップにおける「真正性」を守ろうとする試みである<sup>10</sup>。その場所においては、住民からの勢力と資本の勢力の間で、再帰的な社会過程が発生していくこととなる。

##### 4-2. 「権力の目」にみる住民と開発推進側の社会過程

観光開発のもたらす社会への影響と住民の反応は「権力の目」の図式を用いて説明できる。Gregory（1994: 399-403）はアンリ・ルフェーブ（Henri Lefebvre）の都市論をもとに、「権力の目（the

<sup>9</sup> ポストフォードイズムにおける場所の商品化と、一時的で断片的なものの拡大の一方で、絶対的であるかのようにみえる真理、確実さへの希求が高まる。それには、宗教的な言説やナショナリズムの興隆、各自の歴史的起源の探究、永遠にみえる価値の探索が含まれる。ここにおいて、家庭は時間と空間の圧縮から身を守るための「私的な博物館」になる（Harvey 1990a=1999: 376）。

<sup>10</sup> 観光地化に対する反動は、MacCannell（1976）のいう「演出された真正性（staged authenticity）」を造り出すような場所になることから、本来の場所を守ることを意図するものであると解釈できる。MacCannell（1976）は、「真正性」を観光客側の経験するものとして説明しているが、この「真正性」は住民の生活世界にとっても同様に当てはまる。

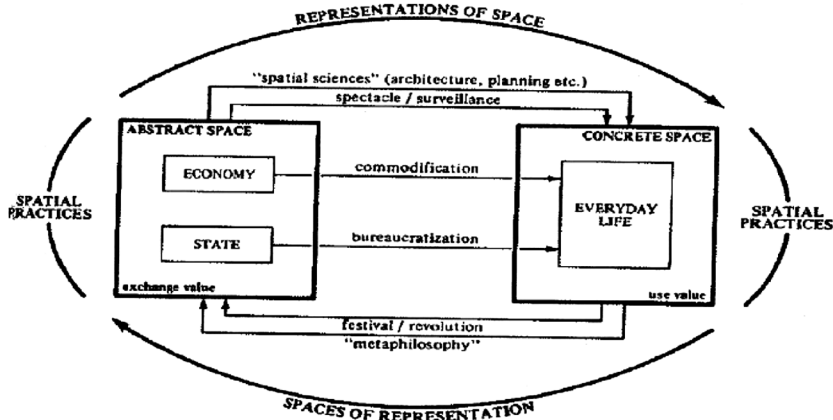


図1 「権力の目 (the eye of power)」

(出典：Gregory 1994: 401)

eye of power)」とするモデルを提示している（図1を参照）。Brenner and Elden (2009) と Gregory (1994) は、このルフェーブルの空間概念を展開させた考察において、社会空間は「抽象的空間 (abstract space)」と「具体的空間 (concrete space)」との対置で表されるとする。

「抽象的空間」とは、国家や資本が活動する場である。そして、この「抽象的空間」は「具体的空間」に対して影響力を行使する。「抽象的空間」は、「国家 (modern state) によって生成され管理されてきた社会空間の編成における新しいマトリックスを質的に表現するもの」となる (Brenner and Elden 2009: 358)。そして、「抽象的空間」は「単一 (homogenous) であるかのように見え、それゆえに、差異が取り払われているかのように」認識される (Lefebvre 1991: 240, 285; Brenner and Elden 2009: 358)。この「均質に見える、あるいは、見せかけの単一性という点が国家と資本にとっては重要な要素となり、差異をかき消し、白紙 (tabula rasa) を創り出すことに貢献」する。従って、「これまでに存在した (歴史的な) 状況を消去し、それ自身の (内的な) 差異、いかなる種類の創発的なもの (the emergent) を破壊するために、『抽象的な単一性 (abstract homogeneity)』を創り出す (括弧内原文, Brenner and Elden 2009: 358; Lefebvre 1991: 327, 370; Brenner 2001: 785, 792-3)。そうした作用によって、「国家となる原型の領域 (the realm of state craft) と、(政府機能といった) 包括的な統御 (機能)、生産、市場取引の領野においては、合理的な経済的計算が可能となり、(他地域と同じ規準を導入することによって) 世界の一部に組み込まれ、資本蓄積の過程に組み込まれる (括弧内筆者, Brenner and Elden 2009: 358; Lefebvre 1991: 278-82, 349)。

「具体的空間」では、人々の日常生活が営まれる。この「具体的空間」は、「抽象的空間」による特定の空間編成の押しつけと、「植民地化」の脅威にさらされる (Gregory 1994: 399)。「具体的空間」では、優位 (dominant) な社会編成（「抽象的空間」）において「主流」とされる言説や空間編成とは異なった、「空間編成にまつわる痕跡と記憶」が存在する。それゆえに、人々の生きる「具体的空間」には「抽象的空間」とは異なった種類の実存形態が展開される。「具体的空間」には現行の空間編成に対抗するような、地理的想像力 (geographical imaginations) が眠っている。この「具体的空間」

から、対抗運動への動きが生まれる。

「抽象的空間」から「具体的空間」への働きかけは、「物質化 (commodification)」と「官僚制化 (bureaucratization)」によって起こる (Gregory 1994: 401; 図 1 を参照)。第一に、「物質化」は、空間管理を通じてなされる。具体的には、資産市場の形成を契機とする。第二に、「官僚制化」は、「空間の官僚制化」を通じて起こる。そして、国家による体系的な監視と統制 (図 1 では、スペクタクル／監視 [spectacle/surveillance] に対応) は、社会生活を囲い込む法的、政治的な空間を作り上げる。具体的には、地図の作成による政治経済的な要衝の把握、さらに、「空間科学 (spatial sciences; 都市計画など)」によってなされる。このような過程によって個人の具体的な生活圏 (「具体的空間」) は「抽象的空間」によって、交換価値によって測定されるようになる (Lefebvre 1991: 25, 1980: 153, 1970=1974: 14)。Brenner and Elden (2009: 363) は、こうして生まれる社会空間の編成に関して、ルフェーブルの知見を借用しながら、領域はそれ自体として存在するというよりも、特定の方法と社会的文脈で生産されること、そして、国家的、政治的なもの (state craft) の形態との関連によってのみ理解が可能であることを示している。

このような人々の生きる空間への植民地化 (「空間の表象 [representations of space]」) に対して、「具体的空間」から「抽象的空間」への訴えかけ (「表象の空間 [spaces of representation]」) が起こる。これは社会生活の深層から生まれる、対抗的空間を創造しようとする空間的实践である。社会編成は「抽象的空間」と「具体的空間」とのせめぎあいのなかで再帰的に再編され続ける。「空間の表象」は「知覚されるもの」であり、「空間的实践を論じるアカデミックな諸学 (工学, 建築学, 地理学, 都市計画, 社会生態学など) の往々にして理解困難なジャーゴンといったそうした物理的实践が語られたり理解できるような記号と意味, つまりコードと知のすべてを包括」すると定義される (Harvey 1990b=1997: 22; Lefebvre 1991: 15)。「表象の空間」は、「想像されるもの」であり、「空間的实践の新しい意味または可能性を引き出す社会的発明 (コード, 記号, 象徴空間, 特定の建造環境, 絵画, さらに、博物館のような物質的構築物)」である (Harvey 1990b=1997: 22; Lefebvre 1991: 16)。こうした「物質的な空間实践」は、「経験されるもの」であり、「生産と社会的再生産を保証する空間の内に、そして空間にまたがって現れる物理的・物質的なフロー」であり、「移動, 相互作用に関係」する (Harvey 1990b=1997: 22; Lefebvre 1991: 15)。

特に、観光開発の文脈でいえば、住民の生きる「具体的空間」は、資本や政府といった開発推進側 (「抽象的空間」) がイメージする空間へと書き換えられる。そして、投資家や開発業者の思い描く空間編成が、在来町の景観に具体的な形を取って刻み込まれていく。開発による場所の景観の変化によって、その場所のこれまでの意味づけは変容を迫られる。同時に、都市景観の変化は産業構造や雇用形態の変化と並行し、住民の生活形態にも大きな変化が生じる。人々の生きる「具体的空間」は、「抽象的空間」を支配する資本や政府といった諸力によって規制され、形を変えられていく。日常空間は、資本の論理によって取りかえられ、その場所はいつの間にか別の観光地や都市と比較され、競争させられるようになっていく。その場所は外部に急速に開かれ、世界の資本主義の潮流が一举に押し寄せる。「抽象的空間」から住民の生活する「具体的空間」への作用において、住民は新たな規範を受け入れ、内面化することを迫られる。新たに「抽象的空間」から生まれた規範は、時間と共に自明性を獲得し、新たな「伝統」が創り出されていく。

「権力の目」の図式において、現地社会の住民は、自らの世界を単に一方的に抑圧され、疎外される存在として描かれるのではなく、再帰的に社会に投企できる可能性を宿す存在として描かれる。Giddens (1991, 1984) は、主体の行為作用 (agency) と社会との関係性をフィードバック・ループ (feedback loop) として説明する。つまり、主体は、構造によって規定されるとともに、その構造が主体の行為作用を支配する。しかし、個人の側もその社会での活動によって、社会構造の側にも影響を与えていくとされる<sup>11</sup>。この図式では、社会は主体の行為作用と社会構造の側での循環によって成立する。住民は社会構造の被害者というわけではなく、主体が構造に対して参画できる可能性を有する存在として描かれる。

## 5. 結論

本稿では、観光開発を受け入れる側に注目し、バブルという語に代表される投資活動の集中によって進行する観光開発が、いかなる社会空間の編成を生むのかをめぐって、観光研究の分野で取り上げられることのなかったデヴィッド・ハーヴェイと、関連する理論的考察を中心として、主に社会学と経済地理学領域の成果を観光開発の文脈に援用して考察を行った。観光開発は世界経済の動向を反映し、多様な分野への影響を現地社会に及ぼすため、単一の理論で説明することはできない。従って、社会空間の生産という観点から、理論の複合により観光開発の文脈に接近させ、援用する方法を採用した。

第一に、本稿では観光開発の生起をめぐる社会経済的な背景に関して、フォーディズムからポストフォーディズム的な生産体系への変遷という区分図式に拠って説明を行った。観光業は場所の景観やサービスの消費を特徴とする。フォーディズムにおいては、具体的な財の大量生産と大量消費が特徴となるのに対し、ポストフォーディズムでは、記号やイメージの消費が主流になる。フォーディズムにおける社会編成は、中央政府に代表される一元的な権力による均質な領土形成を志向していた。これに対して、ポストフォーディズム的な生産体系では、統治をめぐる権力が多元化するとともに、中央政府は、均質な領土形成からは手を引き、民間とパートナーシップを結びながら、「自治」よりも「企業家主義」的な発想によって、各自治体を競争させ、それによって見込みのあるところのみ資本投下を行う形式へと変更していった。この資本主義の編成の変化により、資本に対する場所の過敏性は拡大する。

ポストフォーディズム的な生産体系の浸透による産業移転や在来産業の衰退によって、各自治体は「領域の自律性」を別の手段を講じることで維持しなくてはならなくなった。この文脈から、観光開発への道筋が開かれる。各自治体はそれぞれに「魅力」を持つことが求められ、観光開発の推進に向けて、その場所を卓越化していく。観光開発の実現には、メンタルマップの書き換えを大規模かつ包括的な開発事業によって実現することが必要となる場合がある。しかし、それは「損失覚悟の呼び水」であり、常に失敗の危険性を伴う。

第二に、本稿では場所同士による卓越化に向けた競争によって、場所は商品と同じような宿命を辿ることを示した。観光地は「パノプリ」を商品と同じく定期的に刷新していく必要がある。それが行

<sup>11</sup> 「社会での活動」は、社会運動だけを意味するものではなく、日常的な社会生活や諸行為も含まれる。

われていない場合は、時間の経過と共に、観光地も「流行遅れ」となってしまう可能性を持つ。観光広報において生起する観光地の姿は、必ずしもその場所の現実を反映している必要はなく、イメージ操作としての「シミュレーション」を通じて、「現実」としての「シミュラクル」を創り出すことで、一定数の観光客の訪問を期待できる。

第三に、本稿では、観光開発における投資推進側と住民との間での関係性を「場所の神聖性」という概念と「権力の目」という図式に依拠して説明した。多国籍企業や投資家、各政府による開発事業は、住民の間での生きられた空間に対して、改変を迫ることになり、時に抑圧的な影響をもたらす。そして、住民の側からは、そのような社会変容に対して、対抗的運動が生起する場合がある。住民と開発推進側の間での再帰的な過程を経ながら、観光開発を通じた社会変動は進行を続ける。

本稿で展開した理論的な観点は、「バブル誘発型」の観光地を比較検討していくことによって、より精緻な理論化を期待できる。また、異なった社会経済的要因で観光開発が進展した事例に関する理論的考察は、不十分なままである。観光業の比較的短い歴史との関連性の中で、観光開発を記述し、分析し、その成果を評価し、理論化を継続することが、筆者の今後の研究課題となる。

## 参考文献

- Baudrillard, Jean. 1970. *La Société de Consommation : ses mythes, ses structures*. Paris: Denoel. (=1995. 今村仁司, 塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店)
- . 1981. *Simulacres et simulation*. Paris: Galilee (=1984. 竹原あき子訳『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局)
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* (trans into English by Nice, Richard). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brenner, Neil. 2009. 'Open Questions on State Rescaling' in *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. (2) pp. 123–39.
- . 2003. *New State Spaces: Urban Governance and the Rescaling of Statehood*. Oxford: Oxford University Press.
- . 2001. 'State Theory in the Political Conjuncture: Henri Lefebvre's "Comments on a New State Form"' in *Antipode* 33 (5) pp. 783–808.
- Brenner, Neil., Peck, Jamie. and Theodore, Nik. 2010. 'Variegated Neoliberalization: Geographies, Modalities, Pathways' in *Global Networks* 10 (2) pp. 182–222.
- Brenner, Neil., Marcuse, Peter. and Mayer, Margit. 2009. 'Cities for People, not for Profit: Introduction' in *City* 13 (2–3) pp. 176–84.
- Brenner, Neil. and Elden, Stuart. 2009. 'Henri Lefebvre on State, Space, Territory' in *International Political Sociology* (3) pp. 353–77.
- Britton, Stephen. 1991. 'Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism'. in *Environment and Planning D: Society and Space*. (9) pp. 451–478.
- Butler, Richard. 1980. 'The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources'. in *Canadian Geographer*. 24 (1) pp. 5–12.
- Christaller, Walter. 1964. 'Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions-Underdeveloped Countries-Recreation Areas' in *Papers in Regional Science* 12 (1) pp. 95–105.
- Giddens, Anthony. 1991. *The Consequences of Modernity*. Palo Alto: Stanford University Press.
- . 1984. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Goldman, Robert. 2009. *Contradictions in a Political Economy of Sign Value*. URL: <http://legacy.lclark.edu/~goldman/contradictions/poleconsv1.html> (アクセス日: 2014年1月5日)
- Gooroochurn, Nishaal. and Sinclair, M. Thea. 2005. 'Economics of Tourism Taxation: Evidence from Mauritius' in *Annals of Tourism Research* 32 (2) pp. 478–98.
- Gregory, Derek. 1994. *Geographical Imaginations*. Oxford: Blackwell.
- Hajdu, Joseph. 2005. *Samurai in the Surf: The Arrival of the Japanese on the Gold Coast in the 1980s*. Canberra: Pandanus Books.
- Harvey, David. 2010. *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. London: Profile Books.

- . 2009. *Cosmopolitanism and the Geographies of Freedom*. New York: Columbia University Press.
- . 2005. *New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- . 2000. *Spaces of Hope*. Berkeley: California University Press.
- . 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Oxford: Blackwell.
- . 1990a. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell. (=1999. 吉原直樹監訳『ポストモダン性の条件』青木書店)
- . 1990b. 'Flexible Accumulation through Urbanization: Reflections on "Post-modernism" in the American City'. in *Perspecta* (26) pp. 251-272. (=1997. 加藤政洋, 水内俊雄訳. 「都市空間形成を通じてのフレキシブルな蓄積—アメリカ都市における『ポスト・モダンズム』に関する省察—」『空間・社会・地理思想』(2) pp. 19-35.)
- . 1989. 'From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism'. in *Geografiska Annaler*. 71 (B) pp. 3-17. (=1997. 広松悟訳. 「都市管理主義から都市企業化主義へ—後期資本主義における都市統治の変容—」『空間・社会・地理思想』(2) pp. 36-53.)
- . 1985a. *The Urban Experience*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- . 1985b. *The Urbanization of Capital: Studies in the History and Theory of Capitalism Urbanization*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. (=1991. 水岡不二雄訳. 『都市の資本論—都市空間形成の歴史と理論—』青木書店)
- . 1982. *The Limits to Capital*. Oxford: Basil Blackwell.
- Harvey, David. and Kreisler, Harry. 2004. 'A Geographer's Perspective on the New American Imperialism' in *Conversation with History*. The Institute of International Studies, University of California, Berkeley. URL: <http://globetrotter.berkeley.edu/people4/Harvey/harvey-con0.html> (アクセス日: 2014年1月5日).
- 石原武政. 1982. 『マーケティング競争の構造』千倉書房.
- Ishii, Kayoko. 2012. 'The Impact of Ethnic Tourism on Hill Tribes in Thailand' in *Annals of Tourism Research* 39 (1) pp. 290-310.
- Klein, Naomi. 2007. *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Metropolitan Books.
- Lee, Choong-Ki. and Back, Ki-Joon. 2003. 'Pre- and Post-casino Impact of Residents' Perception' in *Annals of Tourism Research* 30 (4) pp. 868-85.
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space* (trans into English by Nicolson-Smith, Donald). Oxford: Blackwell.
- . 1980. *Une Pensée devenue monde*. Paris: Fayard.
- . 1970. *La Revolution Urbane*. Paris: Gallimard (=1974. 今井成美訳. 『都市革命』晶文社).
- Lipietz, Alain. 1985. *Mirages et Miracles: problemes de l'industrialisation dans le tiers monde*. Paris: Decouverte. (=1987. 若森章孝, 井上泰夫訳. 『奇跡と幻影—世界的危機と NICS—』新評論)
- MacCannell, Dean. 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- 松井剛. 2007. 「デザインにおける創発と制度化—雑貨業界の事例研究—」『マーケティングジャーナル』27 (2) pp. 41-52.
- . 2004. 「象徴的消費における主体的行為能力と構造」『マーケティングジャーナル』24 (2) pp. 59-68.
- 水岡不二雄. 2006. 『グローバリズム』八潮社.
- 水岡不二雄編. 2002. 『経済・社会の地理学—グローバルに, ローカルに考えそして行動しよう—』有斐閣.
- Mullins, Patrick. 1991. 'Tourism Urbanisation' in *International Journal of Urban and Regional Research* 15 (3). pp. 326-42.
- . 1989. *Pathways in Sociology: Urban and Regional Development in Australia*. Melbourne: Deakin University.
- 小野塚和人. 2013. 「『観光による都市化』の考察の発展に向けて—ケアンズにおける産業再編による人口変動と住民の所得格差をめぐる動向—」『ソシオロギス』(37) pp. 154-169.
- . 2011a. 「観光地ケアンズの生成と日本企業—イメージ戦略をめぐる政治過程と地域社会変動—」『オーストラリア研究』(24). pp. 40-55.
- . 2011b. 「グローバルとローカルの交錯する『場』としてのゴールドコースト—『波に乗るサムライ (Samurai in the Surf)』からの視座—」『書評ソシオロギス』(7) pp. 1-16.
- Oppermann, Martin and Chon, Kye-Sung. 1997. *Tourism in Developing Countries*. London: International Thompson Business Press.
- Peck, Jamie. 2004. 'Geography and Public Policy: Constructions of Neoliberalism' in *Progress in Human Geographies* 28 (3) pp. 392-405.
- . 2001. 'Neoliberalizing States: Thin Policies/Hard Outcomes' in *Progress in Human Geographies* 25 (3) pp. 445-55.
- Relph, Edward. 2007. 'Spirit of Place and Sense of Place in Virtual Realities' in *Techné* 10 (3) pp. 17-25.
- Shaw, Gareth. and Williams, Allan. 2002. *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell.
- Sugiyarto, Guntur., Blake, Adam. and Sinclair, Thea. 2003. 'Tourism and Globalization: Economic Impact in Indonesia' in *Annals of Tourism Research* 30 (3) pp. 683-701.
- Swyngedouw, Erik. 1989. 'The Heart of the Place: The Resurrection of Locality in an Age of Hyperspace' in *Geografiska Annaler B* 71 (1) pp. 31-42.
- Telfer, David. and Sharpley, Richard. 2008. *Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge.

- Tosun, Cevat. 2002. 'Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study' in *Annals of Tourism Research* 29 (1) pp. 231-53.
- Urry, John. 1990. *Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications. (=1995. 加太宏邦訳. 『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行—』法政大学出版局).
- Vernon, R. 1966. 'International Investment and International Trade in the Product Cycle'. in *Quarterly Journal Economics* (80) pp. 190-207.
- Waters, Malcolm. 2001. *Globalization*. London: Routledge.