

氏名	Monticha Jamjun
学位の種類	博士(観光学)
報告番号	甲第491号
学位授与年月日	2018年9月19日
学位授与の要件	学位規則(昭和28年4月1日文部省令第9号) 第4条第1項該当
学位論文題目	Consuming “Nostalgia Tourism”: A case study of domestic tourism in Thailand
審査委員	(主査) 豊田 三佳 (立教大学大学院観光学研究科教授) 毛谷村 英治 (立教大学大学院観光学研究科教授) 高岡 文章 (立教大学大学院観光学研究科准教授) 稲垣 勉 (ベトナム国家大学ハノイ社会人文大学 観光学部客員教授)

I. 論文の内容の要旨

(1) 論文の構成

Abstract

Acknowledgement

Contents

List of Tables

List of Figures

List of Maps

Chapter 1 Introduction

1. Background of the Study
2. Significance of Study
3. Purpose of the Study

Chapter 2 Methodology

1. Methodology
2. Research sites
3. Data Collection

Chapter 3 Literature Review

1. The Concept of Nostalgia in Thai context
2. “Nostalgia” from postmodernism perspective
3. Imagined community and “Nostalgia tourism”
4. Invented tradition and “Nostalgia tourism” in Thailand

Chapter 4 The Construction of “Nostalgia tourism” in Thailand

1. Thai tourism policy after 2001
2. Crisis of Thainess and desire for “Nostalgia tourism”
3. The mechanism of the construction of “Nostalgia tourism” in Thailand
4. The markets and floating markets in Thailand

Chapter 5 Fieldwork: Findings and Analysis

1. The tourist behaviors toward “Nostalgia tourism”
2. Online questionnaire

3. Interviews

Chapter 6 Conclusion

1. Supply side of key actors
2. The crisis and the escape towards nostalgic imagined community
3. Demand side of key actors
4. Experiencing “nostalgia tourism”

References

Appendix

(2) 論文の内容要旨

本論文は、近年、タイ中央部地域において水上マーケット、百年市場が、タイ人の都市中間層の観光客を対象に「ノスタルジア・ツーリズム」の週末の観光地として構築されている現象に着目し、なぜ、都市部で育ち、田舎を持たない世代の若者たちから支持を得て、どのように消費されているのかを明らかにすることを目的とする。研究の目的を達成するため、「ノスタルジア・ツーリズム」を構築する要素を需要と供給の両側面から分析した。

第1章では、先行研究の整理をした上で、本研究の目的と方法について述べている。観光研究においてノスタルジアという概念がどのように扱われてきたのか、なぜ近年、タイの国内観光政策においてノスタルジアが重要視されるようになったのかを説明し、Cultural tourism, Rural tourism, Community based tourism という既存の枠組みではなく、「ノスタルジア・ツーリズム」という概念的枠組みを使ってこの現象を分析することにより、アイデンティティの拠り所としての「ノスタルジア・ツーリズム」が構築され、消費されるメカニズムを明らかにする意義を述べている。

第2章では、方法論を述べている。本研究は文献研究に加えて、参与観察を含む現地調査を2013年から2016年まで3回実施した。まず2013年のパイロット調査ではタイ中央部地域に位置する10箇所の「ノスタルジア・ツーリズム」の目的地を訪れ、参与観察を行った。その後2014年の本調査では Amphawa Floating Market ・ Khlong Lat Mayom Floating Market ・ Taling Chan Floating Market という3箇所の水上マーケットを主な調査地として選定し、タイ人の観光客200名を対象にアンケート調査を行った。また、本調査では、ノスタルジア観光に携わる地域の観光事業者、政策関係者、教育関係者を含む25名を対象に聞き取り調査も実施した。その後、2016年に35歳以下の若い世代80名を対象に、Nostalgia tourismをどのように体験し、消費しているのかを検討するためにオンラインで調査を行った。

第3章は、既存の研究を対象とした文献研究である。まず、タイ社会において「ノスタ

ルジア」という概念はどのように認識されてきたのか、特にタイの観光においてどのように位置付けられてきたのかを明らかにすることが試みられている。次に、ポストモダンの視座からは「ノスタルジア」という概念がいかに認識されているのかに言及し、アンダーソンの「想像の共同体」の概念を現代のタイ社会におけるノスタルジア・ツーリズムの文脈で応用することを試みている。タイ国家は政治的に危機的な状況の中で、国民国家統合の政治的な手段として「ノスタルジア・ツーリズム」が構築されているということを指摘している。つまり、タイにおけるノスタルジア・ツーリズムは「創られた伝統」としての役割を果たしていることを論じている。

第4章では、2001年以降、タイの観光政策がどのように変遷し、「ノスタルジア・ツーリズム」(タイ語で *Hooi Ha Adid* という概念)が創出されたのかを詳細に記述している。タイの近年の急速な近代化、都市化を推進する経済開発国家政策の中で生み出され、拡大している都市中間層たちの間で、アイデンティティクライシスが蔓延している背景が説明され、そこでは「ノスタルジア・ツーリズム」への希求が促されているという理解が示されている。つまり、ノスタルジア・ツーリズムが構築されるメカニズムは、タイ人中間層の希求し、消費する側の論理と、国家政策、コミュニティーや投資家の意図や権力性などの供給側の論理の両側面がいかに絡み合っているのか分析することにより明らかになることが議論されている。そしてその文脈においてタイの「水上マーケットの伝統」が創られていることを記述した。

第5章は現地調査で得たデータに基づき、「ノスタルジア・ツーリズム」がいかに都市の中間層に評価され、体験され、消費されているのかを詳細に記述している。第4章では「ノスタルジア・ツーリズム」が構築されたことが指摘されたが、第5章ではそのようにして「創られたノスタルジア」がどのように経験され、消費されているのかという分析および考察が試みられており、この論文のタイトルである *Consuming Nostalgia tourism* の革新的な議論に発展させることを試みている。

第6章は結論の章として、模式図(図3 *Nostalgia Tourism in Thailand*)を使って、ノスタルジアツーリズムという概念的枠組みを提示し、「ノスタルジア・ツーリズム」を創出させるメカニズムを供給側と需要側の要素を表した。タイ社会における中間層の収入増・自家用車の所有に伴う国内観光のニーズが拡大する中で、王制の危機、*rurality*の希求と都市の日常からの逃避・イメージの消費という現代的な嗜好が合わさってノスタルジアが消費される需要側の構造と、国内の政治的な分断への危機感から国家を再統合する推進力として「タイ的なもの」を喚起させる「ノスタルジア・ツーリズム」政策は現政権の正当性を打ち出す文化政策としての供給側の構造的側面もあることが論証された。

II. 論文審査の結果の要旨

(1) 論文の特徴

本論文は、タイ中央部地域において「ノスタルジア・ツーリズム」の目的地として創出された水上マーケット、百年市場が、近年、なぜタイ人の都市中間層の観光客に選ばれる週末の観光地として成立し、支持を得ているのかに注目し、タイにおける「ノスタルジア・ツーリズム」が、どのように構築され、消費されているのかを明らかにすることを目的とする。研究の目的を達成するため、「ノスタルジア・ツーリズム」を構築する要素を需要と供給の両側面から分析した。

供給側からの要素としては、まず、2001年以降のタイ政府の観光政策の中で、“ノスタルジア”（タイ語で *Hooi Ha Adid* という概念）を利用した国内観光政策がとられた背景として、タクシン政権以降のタイ国内の政治的分断状況を説明し、タイ国民国家の再統合化と現政権の正当性を打ち出す文化政策の手段として、「タイ的な Rural Past」としての表象が創出されていることを解説した。つまり「想像の共同体」や「創られた伝統」という概念を観光研究において応用し、タイ国家が推し進める「ノスタルジア・ツーリズム」政策の政治性を明らかにした。そして、トップダウンの国家政策のみならず、さらに地域コミュニティの地域振興としての意向や、ローカルな投資家の評価がそこに重なり、「ノスタルジア・ツーリズム」が供給されているメカニズムを分析した。

さらに、需要側（タイ国民の消費者側）がなぜ今ノスタルジアを求めているのかの説明においては、タイ国民の精神的な拠り所の象徴的存在であったラーマ9世国王の崩御がもたらした喪失感と現状の閉塞感、さらに将来に対する不安定な社会状況の認識を取り上げている。アムパワー、クローンラットマヨム、タリンチャンの水上マーケットにおける現地調査（2013,2014,2016年に実施）によって得られた独自のデータには参与観察、インタビュー調査、質問票が含まれており、特に都市在住の若い世代において「ノスタルジア・ツーリズム」がいかに消費されているのかを詳細に記述した。既存の研究においてタイの水上マーケットにおける観光は、文化観光あるいはヘリテージ観光として分析されてきた。これに対して「ノスタルジア・ツーリズム」という新しい分析概念を使ってそのメカニズムを構造的に分析しようと試みたところにこの論文のオリジナリティーがある。

(2) 論文の評価

本論文は、タイにおいて近年急速に発展している国内観光「ノスタルジア・ツーリズム」において中央部地域の水上マーケットがいかに再構築され、都市中間層に週末のレクリエーションとして消費されているかを扱っているが、「ノスタルジア・ツーリズム」という観光現象の分析を通して現代のタイ社会の理解を深めている点において観光社会学研究とし

て貴重な成果であると言える。

「ノスタルジア・ツーリズム」構築メカニズムの分析枠組みは、タイ国家の事例を超えて、近年急速に近代化・都市化し発展した他の東南アジア諸国においても応用できるものであり、その近代化・都市化の歪みが生み出した新しい形の観光形態として捉えることができよう。

さらに、本研究は特に都市在住の若者に焦点を当てることにより、**authenticity** がなくとも都市在住の若者が現代のソーシャルメディアやイメージ消費の中で新しく創出された「**rural past**」に対して「ノスタルジア」を感じ、消費する価値のあるものとして認識している現象を捉えている。つまり、水上マーケットの商品化に止まらず、若者の消費者自身による「五感」や「体験」が SNS を通じて、近年の観光社会学研究で指摘されている「パフォーマンス的転回」に通じる消費行動をも生み出していることを示唆している点は観光研究として興味深く評価に値する。この点においては今後の研究でさらに磨き上げていくことができる領域であろうことが指摘された。

以上から、審査委員会は、本論文の観光研究としての独自性と研究上の貢献を評価し、博士の学位に相当するとの見解で一致した。