

日本百選における大阪の観光地について

萩原 理史

【目的】

官公庁が選定したものから、本や雑誌等が取り扱っているものなど、様々な「日本百選」がある。選定対象や選定基準は様々であるが、日本国中から百例に絞って選出されるものであるため、百選に選出されたものを分析することには、それなりの意味があると考えられる。全国的なレベルで、大阪を代表するものとして選出されたものにはどのようなものがあるのかを分析し、分析結果により、これからの大阪の観光はどうあるべきかを検討することが、今回の私の拙論の目的である。

【内容】

日本の観光の変遷が、日本百選の変遷にも影響を与えている。当初、新聞社により選定された日本百選は、まさに当時の日本人の観光の概念の反映であり、定番の観光地であった。その後、深田久弥による日本百名山の選定や秋田書店による「100選シリーズ」の刊行等があったが、日本の観光の流れが大きく変わったのは、日本のバブル経済とその崩壊により、日本が工業国から第三次産業へと産業の重心を移し、観光立国を目指した頃であると考えられる。官公庁等の公的機関が様々な百選を選定し、新たな観光資源を創出するようになると、それに従うかのように日本人も観光の目的や対象を多様化させていった。その後も様々な選定主体により、百選が選出されるようになるが、その対象は益々多様化・細分化されることになる。大阪から選出される対象も棚田や近現代建築物等、従来あまり注目されていなかったものに拡大され、大阪の魅力が再認識されることにもなった。近年、日本の観光の概念は新たな変化を迎えているといえる。それは、映像撮影・情報発信のツールの進化により、各個人が情報の受身的な立場から発信する主体となり、自身で対象を探し出し、その情報を他人に発信・共有するようになったことである。これにより、観光の対象として絶景等インスタ映えするものが注目を集めている。

【結果】

以上、日本百選及び選出された大阪の観光地の変遷を分析することにより、これからの大阪の観光はどうあるべきか検討したい。まずは日本人の誰もが知っている定番の大阪を活かすことである。日本一の石垣を誇り、大坂の陣という歴史的な大事件の現場でもある大阪城の「日本一の名城」としての復権を目指したい。また、2025（令和7年）の大阪・関西万博を控え、新旧2つの万博の開催地として、万博のノスタルジーやレガシーを融合した観光のアイデアを多くの人々の発信力に期待したい。次に絶景の観光について、大阪の地は歴史的には四天王寺の日想観が有名であり、地理的には夕陽の沈む西側に大阪湾があるため、夕陽の観光利用にはうってつけの地である。多くの自治体によるイルミネーションの観光利用の競争が激化する昨今、地理的優位性を活かせる夕陽は観光資源としてより経済的でもある。また、2024年（令和6年）の設置が予定されている安威川ダムは吊り橋はバンジージャンプもでき、星のブランコとクライミングウォールの組み合わせと併せてアトラクション感覚も楽しめる観光地としてアピールしたい。

1. 日本の観光の流れ

日本の観光の流れを簡単に表すと、江戸時代以前は参詣を主目的とする集団での周遊が中心で、出発前には餞別を受け、そのお返しにお土産を買ってくるというものであった。明治以降は鉄道の発展や道路網の整備等により、交通事情がよくなり、1回の観光に必要な時間が短縮される代わりに、回数が増加した。また、それに伴い観光の目的・対象も多様化し、団体旅行からグループ・個人旅行が中心となる。さらに、バブル経済の崩壊後は、工業国としての地位の低下により、観光立国を目指すようになり、新たな観光資源の発掘に努めるようになる。さらに、映像通信技術の進化により、個人が情報を発信できるようになると、自身で絶景等の対象を探し出し、自らが情報発信の主体となるような観光へと変化しつつある。

2. 日本百選の変遷

次に本題である日本の百選の変遷と大阪から百選に選出される対象がどのようなものであるかを分析し、日本の観光がどのように変化し、大阪の観光の対象がどのように変化していったかについて、検証していきたい。

1927年（昭和2年）に大阪毎日新聞社・東京日日新聞社主催、鉄道省後援により、日本新八景が選定され、その際にハガキ投票により日本百景も選定された。この選定により、日本の典型的な観光の概念がつくられ、定番の観光地が定着したといえる。少し時代が下るが、1950年（昭和25年）に毎日新聞社主催で選定された「新日本観光地百選」では、観光地は山岳・平原・温泉・瀑布・海岸・河川・都邑・湖沼・渓谷・建造物に分類されており、当時の日本の観光地の概念といえば、このようなものであったと考えられる。ちなみに、大阪から選出された観光地は、1927年と同様に箕面滝のみであった。その後、日本が観光立国を目指すようになると観光の概念も多様化するようになり、2009年（平成21年）読売新聞社主催で選定された「平成百景」では、大阪からは大阪城・中之島・通天閣が選出されており、これがまさに現在の大阪の定番の観光地と考えられているようである。

次に、1964年（昭和39年）に登山家である深田久弥により、新潮社から『日本百名山』が刊行されると、百名山ブームが起り、よりアクティブな観光を求めている人々が、百名山の全山登頂を目指すことになる。現在でも、書店に行けば百名山関連の書籍が書棚に数多く並んでおり、根強い人気を誇っていることがわかる。ただ、日本百名山は深田久弥という個人が自身の経験に基づいて選定したこともあり、関東中心に選出されており、大阪からは選出された山はない。自然の地形という、人為ではいかんともし難いものが対象であるため、この百名山ブームは大阪の地には、観光面ではほとんど効果をもたらさなかったといえる。

1970年代には、雑誌『歴史と旅』を出版していた秋田書店が城や寺社等歴史関係をテーマにした「100選シリーズ」の本を刊行することになる。このシリーズは、1990年頃に新・シリーズとして再版されることにもなる。また、1990年頃には淡交社からも「100選シリーズ」が刊行されるが、このシリーズの多くは、鉄道

関係の著書で有名な南正時氏によるものとなっている。これら「100選シリーズ」は、著者個人の基準により選定されており、後の官公庁等により選定される100選のような各県から原則1以上選出されるような配慮はされていない。

1980年代後半～1990年代のバブル経済期からバブル崩壊期にかけて、長らく工業国として君臨していた日本が、サービス業等の第三次産業へと産業の重心を移すようになり、観光立国を目指すようになる。この時期は、また国民の価値観も多様化し、それに従って観光目的・対象も多様化するようになり、国も各県等が国内の新たな観光資源を創出すべき、日本百選の主催・後援を務めることになる。1985年（昭和60年）の環境庁により選定された「名水百選」に始まる、官公庁等公的機関が中心となって選定された百選によって、名水や近現代の建築物や産業遺産など、今まで観光の対象とされてこなかったものや観光の主たる目的地とされてこなかったものが、観光資源として注目されるようになった。大阪からも水無瀬離宮の水、下赤阪の棚田など、今まで観光地として、ほとんど注目されていなかったものが選出されている。この官公庁等公的機関により選定される百選は、原則各県から1以上が選出される等、全国的に恩恵をもたらすことになるが、大阪の観光にとっても従来の在り来たりのイメージから、江戸時代の学問の盛んな地としての大阪、近現代建築が多く存在する都市的な景観を誇る大阪、活気溢れる商店街等昭和の下町風情が残る大阪等、大阪の新たな魅力を大阪人自身が認識し、さらに全国に発信できたという点から非常に効果的であったと考えられる。

そして、この官公庁等の公的機関による百選の選定の影響を受け、様々な百選が選定されるようになるが、中でも日本人に人気のある城・温泉・鉄道に関する様々な百選が選定されるようになる。まず、歴史好きを中心とした城ブームにより、多くの関連本が出版され、城に関する評価の基準が多様化した。そのような状況の中で日本城郭協会による「日本百名城」が選定され、城の評価に関する標準的な基準が提出された。その後も様々な城の百選が選定されているが、山城以外では大阪からは大阪城が選出されるのが定番で、大阪城とそれ以外の城の差が大きいのが現状である。次に日本人の幅広い層に人気のある温泉と鉄道についても、多くの百選が選定されている。温泉・温泉旅館については、残念ながら大阪からの選出は非常に少ないが、これが逆に大阪人の銭湯やスパの人気に繋がっているのかもしれない。一方、鉄道については、関心の対象が多様化し、車窓・駅舎・駅弁はもとより、最近では私鉄のターミナル駅や豪華特急等への注目が集まり、その点では鉄道ファンの大阪への関心はより高まったといえる。それ以外にも、観光目的の多様化・細分化により、マニアックとも思える百選が選定されており、灯台やダム、さらにはマンホール等の本来実用目的で造られたものが、観光資源として注目されるようになってきている。その中には梅田スカイビルのような世界的に高く評価されるものも出てきた。

最近では、映像撮影や情報発信のツールの進化により、個人が手軽に自身で撮影したものを発信できるようになった。そこで、新たな観光の形態として、自身が見出した対象を撮影し、インスタ映えするような映像にして発信してネット

の向こうの不特定多数の人々と共有するというものが現れてきた。そこで、有名無名を問わず、全国各地の様々な絶景百選を特集した雑誌が書店やコンビニに並び、各自治体も観光客を集められる絶景スポットを創出するために力を入れているような状況である。これらの絶景百景として大阪から選出されたものとして、大阪国際空港に離発着する航空機やなみはや国体の際に設置された星のブランコという図らずも絶景スポットになったものもあるが、一方で御堂筋や中之島のイルミネーションや舞洲の新夕陽ヶ丘など意図的に作り出されたものもある。

3. これからの大阪の観光について

さて、以上の日本百選の変遷と大阪から選出された観光地の分析を通じて、これからの大阪の観光について検討してみたい。まず、大阪の強みとしては、大阪城や通天閣や万博公園等の日本中の誰もが知っている定番の観光地が存在するという点である。大阪城については、大阪大学名誉教授で日本を代表する城郭研究者である村田修三氏の総監修『日本名城百選』では日本一の名城に選出されている。将軍の城江戸城を圧倒する日本一高い石垣と大坂の陣の戦場という歴史的な重大事件の背景を持つ大阪城はまさに日本一の名城である。模擬天守や城下町の名残がないこと等から城好きの人から不当に低く評価されている大阪城を是非とも「日本一の名城」として復権させたい。1970年（昭和45年）に開催された大阪万博については、YouTube等の動画によって、当時まだ生まれていなかった人々にも昭和のノスタルジーを感じさせるイベントとなっている。2025年（令和7年）開催の大阪・関西万博については、レガシーづくりにも自身も参加できるのである。この二つの万博を組み合わせ、多くの人々に受身ではなく、主体的に興味深いものを作り出すアイデアを発信してもらっても面白い試みだと思われる。太陽の沈む西側に大阪湾がある大阪は、「日本の夕陽百選」に最多の10ヶ所が選出されており、歴史的にも四天王寺の日想観が有名である。多くの自治体がイルミネーションの観光スポットづくりに競争を激化させている中、この地理的優位性は、東京や横浜でもいかに難しく、まさに夕陽は大阪の観光の強みとして大いに活用できると考えられる。最後に、大阪には登山家が好む高い山がないという弱点を逆手にした観光スポットづくりとして吊り橋がある。2024年に大阪・関西万博開催に合わせて茨木市に設置される予定の安威川ダムの吊り橋は、バンジージャンプもできるといわれている。交野市にある星のブランコとクライミングウォールの組み合わせと併せて、絶景とアトラクション感覚の観光が楽しめる、大阪の観光スポットとアピールしていくのも面白いと考えられる。

参考文献等

- 白幡洋三郎 『旅行ノススメ』(1996) 中央公論社
- 山本志乃 『団体旅行の文化史』(2021) 創元社
- 箱谷真司 『観光立国・日本』(2022) 光文社
- 大蔵省印刷局 『日本の100選データ・ブック』(1998)
- 辻原康夫編著 『「日本100選」旅案内』(1998) トラベルジャーナル

