ウェブサイトの言語表現にみる海外の地名を借用する街の価値形成

奥山研究室　11_24388 宮村 萌子（MIYAMURA,Moeko）

１．序

「東洋のナポリ」「日本のベニス」のように海外の地名を冠して呼称される街（以下、海外の地名を借用する街）が日本各地に存在している（表１）。これらの街では、赤レンガの町並みや湖畔の景観、古くからの人々の生活、姉妹都市交流など様々なものに海外の国や都市のイメージとの関連性が見出され、そのイメージが街の価値として転用されている。このようなイメージの転用において、海外との関連性を示すために提示された要素の内容や、類似性を基本とする関連付けの方法に注目することで街の価値の形成に関する多様な構造を読み取ることができる。ここでは、海外の地名を借用する街の行政や観光協会の製作するウェブサイトを資料とし、その言語表現[1]を分析することで、場所のイメージの価値を形成する枠組みの一端を明らかにすることを目的とする。

２．海外の地域との関連性をもつ価値の内容

資料としたウェブサイトの言語表現には、「東洋のモナコと称される美しい熱海の景観」のように、街のどのような要素（以下、**価値対象**）が、地名を借用した海外の国や都市（以下、**参照エリア**）との関連性を伴って提示されているかを読み取れる（図１）。

価値対象は、街の特徴的な風景を示す【景観】と、単一の建物やサービスの提供の場である【施設】、イベントや産業などの非実体的な内容を示す【活動】で捉えた（図２）。さらにこれらの価値対象と参照エリアとの関連性を参照表現として検討した。その多くが価値対象の見え方や価値対象にまつわる状況が似ていること（以下、類似性）を示すものであり、さらに姉妹都市交流や海外の地名にちなんだ名前を街路や橋につけるなど参照エリアとの接点があること（以下、隣接性[2]）を示すものもみられた（図３）。

以上で捉えた価値対象には、参照表現を伴わずに提示されるものもみられたため、その関係を検討した（図４）。【景観】は参照表現のあるものの割合が比較的高く、【施設】は参照表現のないものの割合が高かった。【活動】は参照表現の有無に関わらず一定数みられたが、その内容の内訳をみると、参照表現のある場合は食文化や気候などの暮らしに関するものの割合が高いのに対し、参照表現のない場合はお祭りやスポーツといったイベントが比較的多いという傾向がみられた。

表１　資料リスト

1. 東洋のサンモリッツ	北海道 虻田郡 倶知安町
2. 北のウォール街	北海道 小樽市
3. みちのくハリウッド	岩手県 奥州市 江刺
4. 日本のブラジル	群馬県 大泉郡
5. 日本のカルチェラタン	東京都 御茶ノ水, 神保町エリア
6. 一丁ロンドン	東京都 千代田区 丸の内エリア
7. 東洋のガラパゴス	東京都 小笠原諸島
8. 東洋のハリウッド	東京都 調布市
9. 東洋のアマルフィ	神奈川県 真鶴町
10. 東洋のマイアミビーチ	神奈川県 藤沢市
11. 日本のベニス	富山県 射水市
12. 日本のイタリア	石川県 能登半島
13. 東洋のスイス	山梨県 精進湖エリア
14. 日本のチロル	長野県 遠山郷
15. 東洋のスイス	長野県 諏訪地方
16. 東洋のコートダジュール	静岡県 松崎町 岩地海岸
17. 東洋のナポリ	静岡県 熱海市
18. 東洋のモナコ	静岡県 熱海市
19. 日本のデンマーク	愛知県 安城市
20. 東洋のマンチェスター	大阪府 大阪市
21. 東洋のベニス	大阪府 堺市
22. 日本のエーゲ海	和歌山県 由良町 白崎海岸
23. 日本のエーゲ海	岡山県 瀬戸内市 牛窓
24. 瀬戸内のハワイ	山口県 大島郡 周防大島町
25. 東洋のローマ	長崎県 長崎市
26. 東洋のチロル	大分県 由布市 由布川峡谷
27. 東洋のハワイ	鹿児島県 指宿市
28. 東洋のナポリ	鹿児島県 鹿児島市
29. 日本のフロリダ	鹿児島県 大隅半島
30. 東洋のガラパゴス	沖縄県 竹富町 西表島

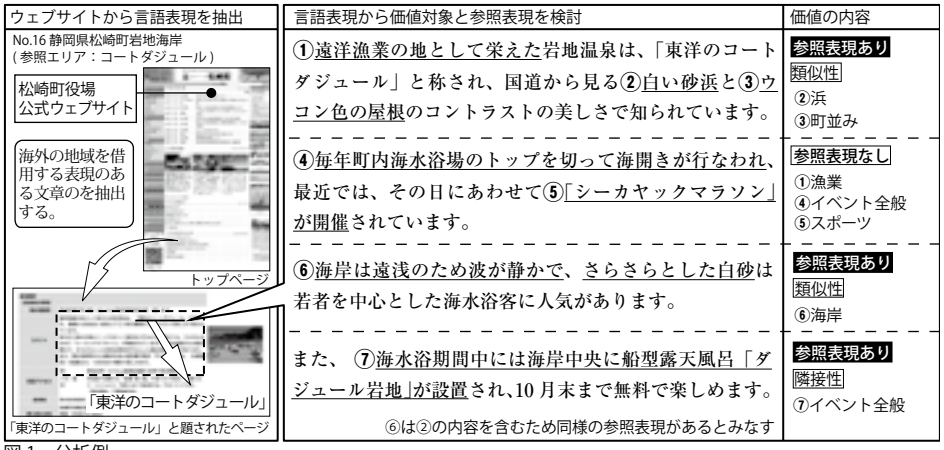

図１　分析例

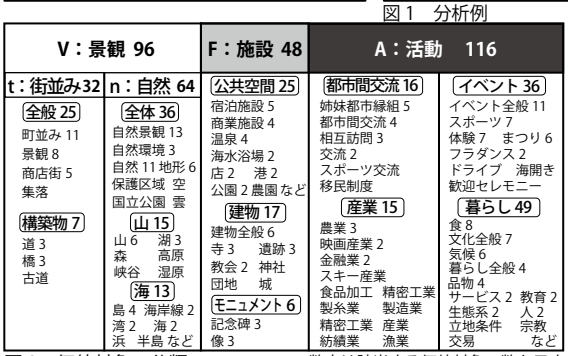

図２　価値対象の分類

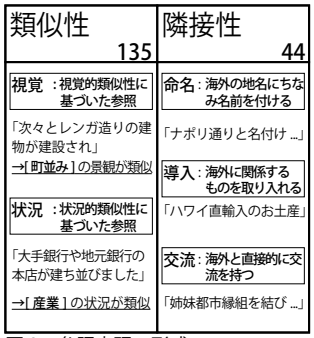

図３　参照表現の形式

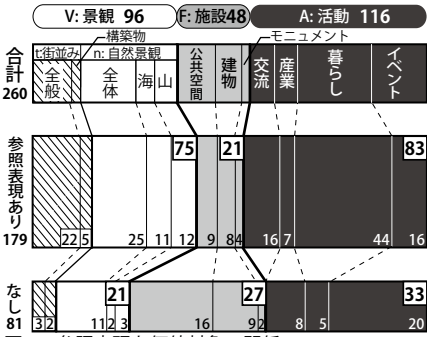

図４　参照表現と価値対象の関係

３．参照エリアにみる価値構造

海外の地名を借用する街の価値形成について、参照表現のある価値対象の組合せから資料を整理し、参照エリアの立地及び範囲との関係を検討したものが図５である。資料の分類については、特に【景観】と【活動】に注目し､【活動】を含まないものを景観型､【景観】を含まないものを活動型とし、【景観】【活動】の双方を含むものについては【施設】を含まないものを景観･活動型、全種類を含むものを全種型とした。参照エリアの範囲については､〈国〉､州や国をまたがる〈地域〉、ひとつの街やその中の区域の〈都市〉に分類した。参照エリアは、そのすべてが欧州もしくは北米・南米に位置し、さらに同一の国でも〈国〉や〈都市〉といった異なる範囲での参照がみられ、特にイタリアは最も多くの参照がみられた。次に、資料の分類と参照エリアの立地の対応をみると、まず景観・活動型と全種型が全体の過半を占めており（19/30 資料)､【景観】と【活動】を基本とした価値対象の組合せの典型を見出した。また、その多くが北米・南米に集中しているため、【景観】と【活動】に関する内容は北米・南米のイメージに強く結びついているといえる。一方で、景観型と活動型は欧州に多くみられたため、欧州は限定した分野での類似でも参照エリアとの関連性を提示できる地域であるのに対し、北米・南米ではいくつかの分野の複合で価値を提示する必要があることがわかった。さらに、参照エリアの範囲別の資料の分類をみると、〈地域〉〈都市〉ではそれぞれ景観･活動型と全種型が多く、地域の範囲が限定されるほど提示される価値は多様化していく傾向が読み取れる。また、〈国〉は分類に偏りがみられなかったが、〈国〉に該当する資料のうちの大半が隣接性の参照表現をもっており（5/6 資料)、類似性に限らない多様な参照表現の形式がみられた。

４．結　以上､海外の地名を借用する街について､ウェブサイト上の言語表現から街のイメージの転用に関する価値形成の枠組みを検討した。その結果、北米・南米の地域のイメージを転用する場合は景観と活動の双方の内容を伴って提示され、また都市や地区などの限定された地域のイメージを転用する場合は、景観や活動と併せて施設などの詳細な内容も提示されるなど、海外の地名を借用する際の典型的な街の価値形成の枠組みの一端を見出すことができた。

注1）日本各地の自治体、観光協会が製作しているウェブサイトを通覧し、各街の魅力を提示する言語表現の中で海外の地名を借用した街の価値形成が読み取れるものを資料として収集した。ただし、観光情報雑誌『るるぶ』『まっぷる』の 2014-2015 年版から海外の地名を借用する表記のある街を限定した。

2）佐藤信夫：レトリック感覚、講談社、1978 年

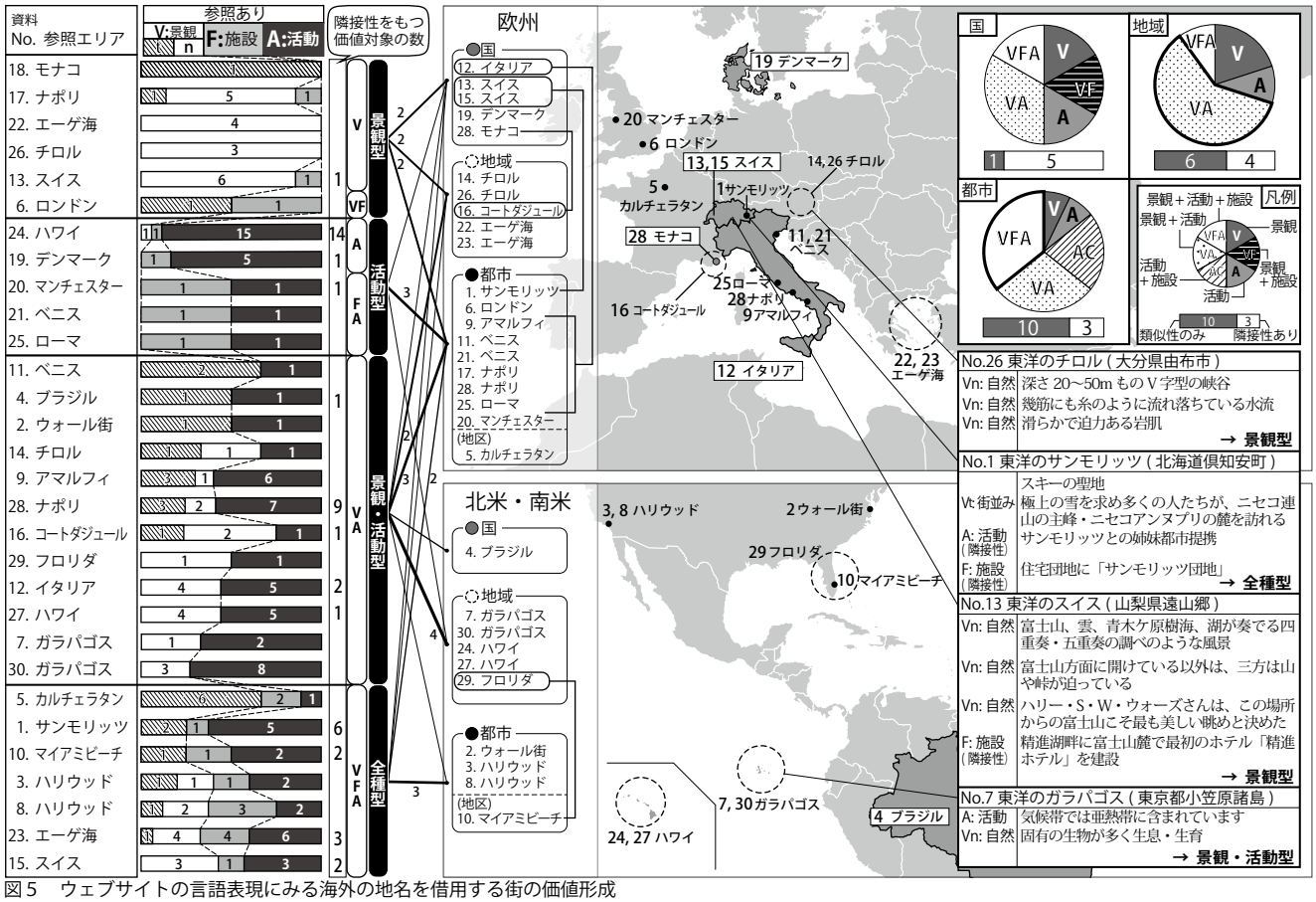

図５　ウェブサイトの言語表現にみる海外の地名を借用する街の価値形成