

観光パンフレットにみる城下町を題材としたテーマ化による街のイメージ形成

The Image of Japanese Castle Town by Theming Through an Analysis of Sightseeing Brochures

奥山研究室 23M50190 佐藤 晃太 (SATO, Kota)

1.序 近年、テーマ別観光による地方誘客事業¹⁾をはじめ、特定の観光資源に注目した地域主体の取組みが活発化している。特に、アニメやドラマの聖地を巡るといった新たな物語性を地域に設定する、テーマ化²⁾と呼ばれる観光まちづくりが実践されている。そうした事例のひとつとして、城下町という歴史的経緯をもつ自治体の観光パンフレットでは、当時の景観や風俗の保存・再現や、武将のキャラクター化による既存の価値を越えた脚色がなされている。これは観光施策において、歴史を題材としたテーマ化によって街のイメージを再構築する試みであると考えられる。そこで本研究では、旧城下町の自治体が発行する観光パンフレット³⁾の構成と言語表現から、歴史的価値の位置付けやテーマ化の方法を分析することで、街における物語性をういたイメージ形成のメカニズムの一端を明らかにすることを目的とする。

2.パンフレットの構成にみる歴史的価値の位置付け

2-1. 歴史要素の抽出 資料とした観光パンフレットの紹介文では、城や武家屋敷、偉人、工芸品など城下町に関連する内容が言語表現により示されている(図1)。これらを

歴史要素として抽出し、町割りや地形などの【街並み】と城郭や構築物などの【建造物】といった【空間】、個人や集団などの【人物】と史実や所蔵品などの【風俗】といった【文化】から捉えた。また、各市町村で最も重複してみられた歴史要素を頻出要素とし、各小分類ごとに抽出した(表1)。

2-2. 歴史関連の内容にみる見出しグループの分類

観光パンフレットの構成において、大見出しと小見出しのまとまりを見出しグループとした。また、紹介文に歴史要素を含む見出しを歴史関連の見出しとして捉え、その組合せにより見出しグループを4つに大別した(図2)。

【全体】は見出しが全て歴史関連のグループであり、地域において重要な観光資源が紹介されていると考えられる。

【中枢】は大見出しと小見出しの一部が歴史関連のグループであり、城下町と関連性の低い内容まで歴史観光の一部として包括的に紹介しているといえる。

【末端】は小見出しの一部が歴史関連のグループであり、お土産や駅前など、城下町と関連性の低い内容において歴史的価値が参照されているものである。

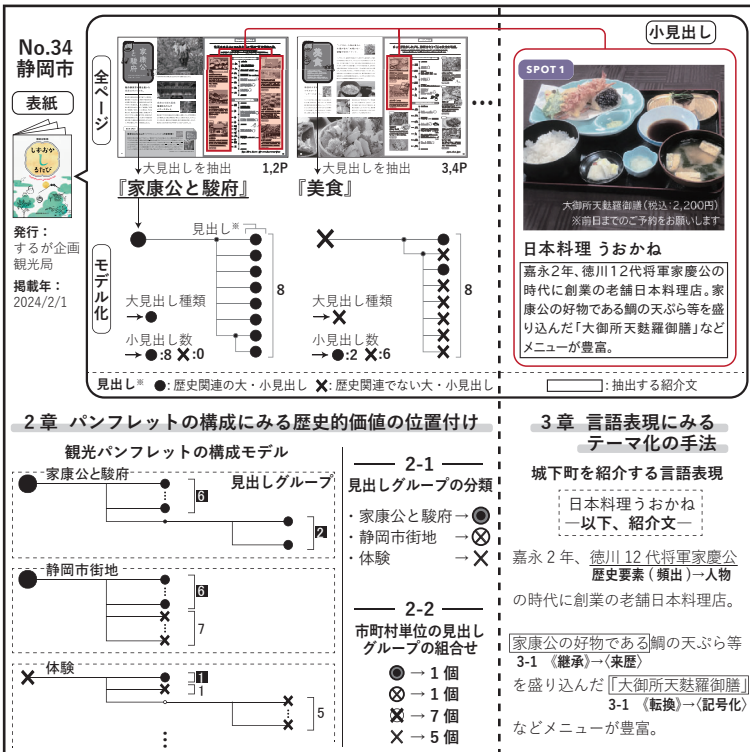


図1. 分析例

表1. 歴史要素の分類

歴史要素の分類	小分類	頻出要素：市町村数		
街並み【Ur】	a 町割り 城下町、寺町 etc	444		
	b 旧地名 ～藩、駿府 etc	308		
	c 地形 海、山、川 etc	142		
建造物【Bu】	d 城郭 ～城、石垣 etc	915		
	e 構築物 武家屋敷、兼六園 etc	829		
	f 建築部位 白壁、門塙 etc	216		
	g 植栽 桜、松、梅 etc	123		
人物【Pe】	h 個人 徳川家康 etc	821		
	i 集団 ～家、武士 etc	547		
風俗【Cu】	j 史実 参勤交代、戦争 etc	232		
	k 伝統 祭、舞踊 etc	127		
	l モノ 刀、織の品 etc	384		
記号	(全体) : 58 ●	(中枢) : 114 ⊗	(末端) : 210 ⊗	(なし) : 333 ⊗
構成モデル例	● 大見出し ● 歴史関連 ○ 小見出し ○ 全て歴史関連	● 大見出し ● 歴史関連 ○ 小見出し ○ 歴史関連を含む	● 大見出し ○ 歴史関連でない ○ 小見出し ○ 歴史関連を含む	● 大見出し ○ 歴史関連でない ○ 小見出し ○ 歴史関連でない

図2. 見出しグループの分類

のランドマークとして機能しているほか、城郭自体も城泊や御城印など新たな用途開発が試みられていることを背景として指摘できる。また、e構築物とf建築部位は〈称号〉〈時代性〉が頻出要素以外で多くみられ、特定の建築や様式によって街のアイデンティティを表現しているためといえる。

【人物】では《継承》《強調》の割合が高く、《転換》では〈メディア利用〉〈記号化〉が多くみられる。故事が場所の価値を形成することや、偉人をモチーフにしたお土産や漫画が作られるなど、人物の多岐にわたる側面が参照されていると推察される。また、i集団では〈シンボル性〉〈時代性〉が多くみられ、支配が長期に亘った城主家系の名前や忍者といった名称が時代を象徴する言語として用いられているといえる。

【文化】では《継承》《強調》の割合が高い。k伝統では〈再現〉〈周遊〉〈時代性〉が多くみられ、川下りや人力車など当時の交通手段が活用されやすいといえる。また、lモノでは〈展示〉以外に〈商業化〉〈来歴〉〈時代性〉が多くみられ、これは藩への献上品であった事実や、現存する製法などが魅力として提示されているためである。

4. テーマ化による街のイメージ形成

前章で捉えたテーマ化の手法について市町村単位で検討し、《転換》の割合、《継承》《強調》の比率⁴⁾によって4つの型に位置付けた。また、これらと2章で捉えた歴史的価値の位置付けによる市町村の分類を組合せたのが図6である。

①の市町村では《転換×強調型》《強調型》と《継承型》で対照的な傾向がみられた。前者では頻出要素にa町割りりとd城郭の組合せが多く、国宝・重要文化財の天守閣が大半の地域でみられる。これは彦根城(No.42彦根市)、松本城(No.30松本市)、備中松山城(No.54高梁市)などの社会的に評価の高い資源の真正性をもとに、城下町エリアの観光地化を推進しているものと考察される。また、後者では頻出要素にd城郭が多くみられ、名古屋城(No.37名古屋市)、小田原城(No.20小田原市)、高田城(No.21上越市)、などの著名な城郭の保存や再現を中心として紹介をしているものと考えられる。

②の市町村では《転換×強調型》《強調型》に同様の傾向がみられ、頻出要素にa町割りりとd城郭の組合せやk伝統が多くみられる。また、小江戸(No.17川越市、No.42彦根市)や小京都(No.39西尾市、No.55津山市、No.66人吉市)などの別称を持つ市町村が大半を占めており、城下町である歴史や伝統文化を基軸とした周遊的な観光形態を土台に、建物の〈現代化〉や〈時代性〉を強調するテーマパーク的な開発がされているものといえる。

③の市町村では、《転換×継承型》《継承型》《強調型》に同様の傾向がみられ、頻出要素に【建造物】と【人物】の組合せが多くみられる。これは、徳川家康(No.34静岡市、No.38岡崎市)、赤穂義士(No.47赤穂市)のような特定の個人、集団を基軸とした地域において、有名人物が活躍した場として建造物が〈再現〉〈展示〉することで、その人物の紹介を行っているためと推察される。また、《転換×継承型》では《継承型》《強調型》に対して、頻出要素にh個人が多くみられる。これは、水戸黄門ラーメン(No.16水戸市)、花の慶次(No.10米沢市)など特定の人物を扱った多種多様な転換が行われやすい傾向があるためと考えられる。

④の市町村では、《転換×継承型》においては山形五堰(No.9山形市)の商業施設への転用や、伊達政宗(No.12伊達市)のメディア利用など、特定の要素に制約を受けない脚色がなされており、《継承型》《強調型》においても、武家屋敷(No.18佐倉市)や和歌山城(No.49和歌山市)のような残存した資源に重点を置くものがみられる。

テーマ化の手法についてみると、《転換×強調型》と《強調型》では同様の傾向が複数みられるが、《転換×継承型》《継承型》では異なる傾向がみられた。これは差別化のメカニズムとして用いられるテーマ化において、街の独自性が《転換》のみによって作り出されるのではなく、《継承》に重点を置くことでも創出されうるといふ、歴史を題材としたテーマ化の特徴を示していると考えられる。

5. 結 以上、観光パンフレットの構成と言語表現から城下町を題材としたテーマ化による街のイメージ形成を検討した。その結果、城郭や建造物の称号、街並みや建築様式の時代性を街の独自性として強調する一方、それらに関与しない領域で商業化を進めるもの、歴史を重要視せずに残存する資源への自由な活用をするものといった、テーマ化のあり方を捉えることができた。これより、城下町という歴史的価値を題材としたテーマ化は街のイメージ形成において、有形・無形の資源を保存修景することや価値を引き立たせることで真正性を確保する一方、従来とは異なる価値へ改変することや保存修景を追求することで独自性を獲得する2つの対照的なメカニズムを指摘できる。

註1) 観光庁が2016年度に開始した取り組み。「特定の観光資源に魅せられて日本各地を訪れる「テーマ別観光」のモデルケースの形成を促進し、地方誘客を図る。」

2) 「対象となる施設や物体をそれとはほとんど無縁のナラティブ（物語）で表現すること…対象となる物体に見せかけの意味と象徴性を与えること」

3) 江戸時代における幕藩体制下で認可されていた藩のうち、その城下町エリアを持つ284市町村を対象に観光パンフレットを収集し、内容を通覧した。その結果70地域の観光パンフレットで城下町の紹介がみられ、これを資料とした。

4) 《転換》《継承》《強調》の数値を標準化し、データのばらつきを整理することで比較した。また、《転換》の割合の平均との比較、《継承》《強調》の比率で4象限に区分した。

参考文献

1) アラン・プライマン：デイズニー化する社会，明石書店，2008

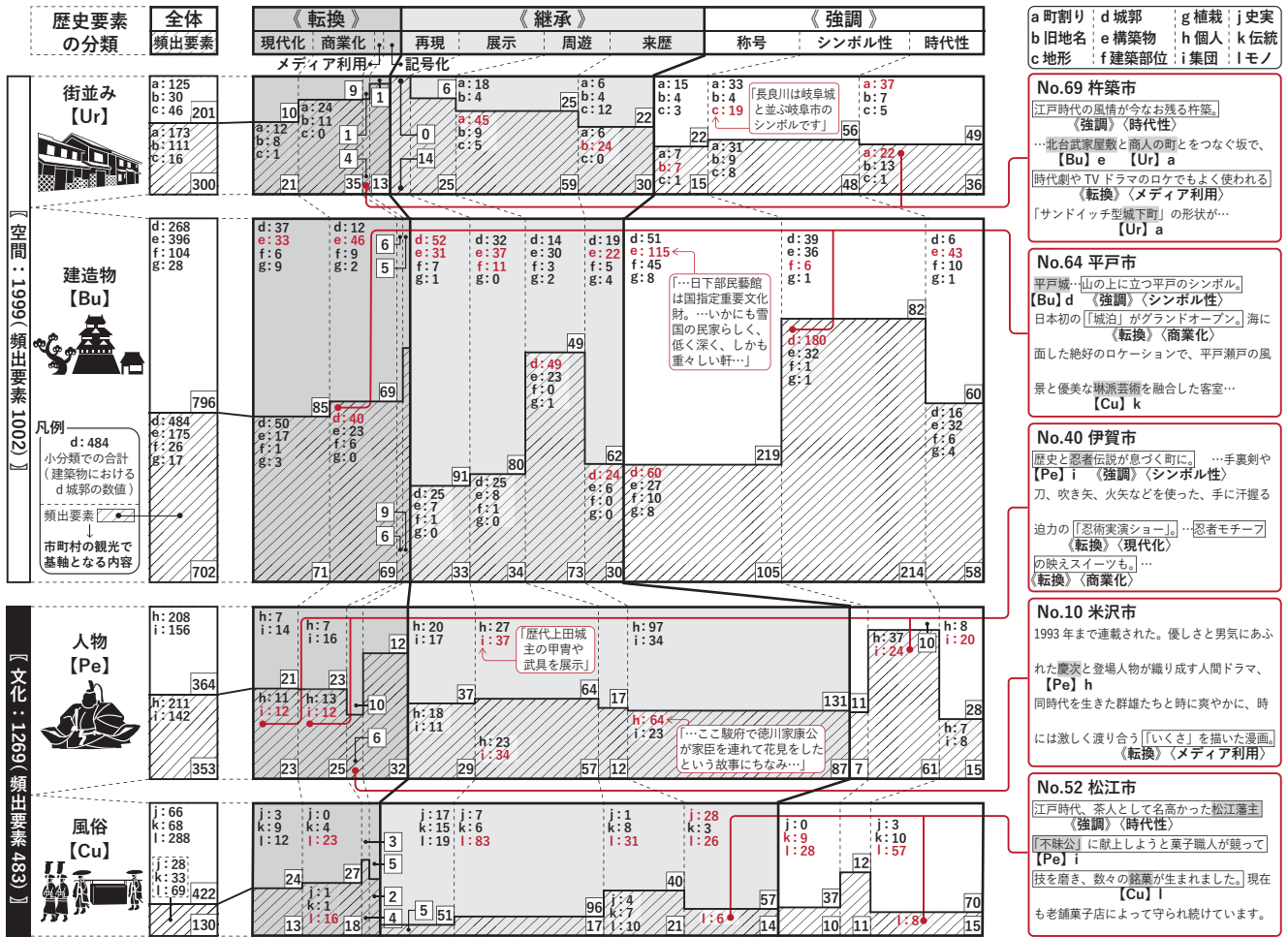


図5. 歴史要素とテーマ化の手法の関係

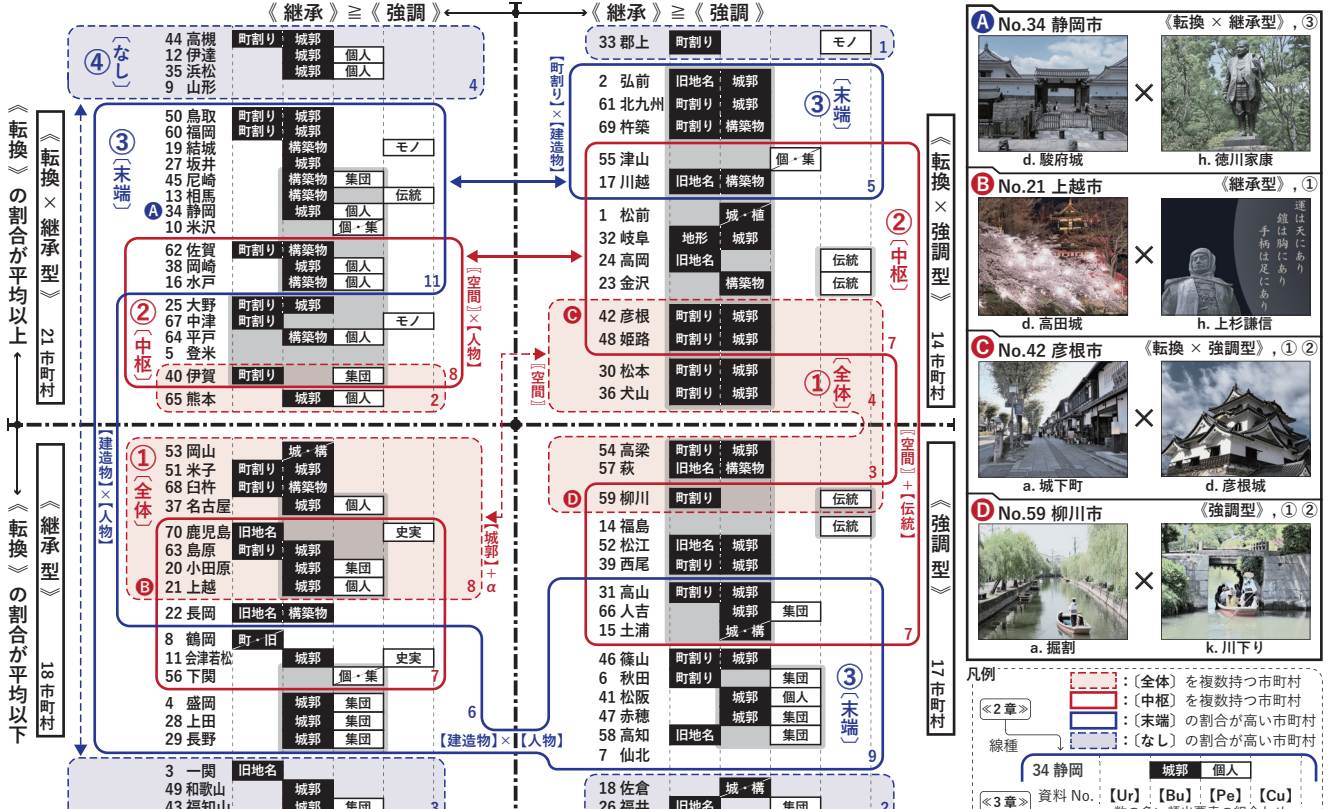


図6. 観光における歴史的価値の位置付けとテーマ化の手法の関係にみる街のイメージ形成