

都市イメージと都市活性化
— 「小京都」から「ゆるキャラ」まで —
上野 裕

City image and revitalization
— Symbol of ‘Little Kyoto’ and ‘Character loose’—
UENO Hiroshi

ABSTRACT

Local cities are looking to revitalize with a hierarchical structure in the metropolis center. Under such circumstances, the direction in Osaka/Kyoto model and its own character has shown. It's easy to understand as a symbol, just to understand the appeal of the city entrance. The issue should be attached to city image and symbol. It is characteristic of the city, it also means you how to take advantage of diversity.

Key word: city image, Kyoto/Osaka model, character loose, revitalization

[洞窟環境NET学会 紀要1号][Cave Environmental NET Society(CENS) 、Vol.1(2010)、 18-21pp]

1. はじめに

東京への一極集中が言われて久しい。この流れの中にあつて、近年地方にスポットを当てた「ご当地もの」が取り上げられている。「富士宮焼きそば」「宇都宮餃子」など地域に根ざしたローカルフードがB級グルメとして定着し、日本一を決めるB1-グランプリなどイベントが全国に発信され、地方に活力を呼び込んでいる。また、2009年10月には全国の「ご当地キャラ」が彦根市に集結し第二回目の「ゆるキャラまつり」が開催され2日間で7万人以上の観光客を集めた。こうした動きはまさに地方ブームの観を呈する。戦前における「北陸の大阪」や「四国の大阪」そして今日の「小京都」や「小江戸」を名乗る都市が多く存在し、これもまた個性的な大都市を発展モデルとして活性化を図ってきた一例といえよう。このことは、都市を発展させる政策の推進役としての都市イメージやシンボルは重要な意味をもつことを示す。

経済・情報が集中する東京を代表とする大都市とその影響下のある地方都市という階層構造の中で、地方都市再生や活性化が模索される現代社会にあつて、都市政策のイメージやシンボルの果たす役割について再考することも必要であろう。小論では、とくに「小京都」を柱にこの間ブームをなつた「ゆるキャラ」そして戦前の「大阪」についてそのもつ意味を検討し、地方都市と大都市との関わりと地方都市のあり方の一端を明らかにしたい。

2. 地方都市の活力とシンボル

2-1. 「ゆるキャラ」のもつ意味

「ゆるキャラ」ブームは、彦根築城400年記念のイベントキャラクター「ひこにゃん」が火付け役となり全国に広がり、ゆるキャラサミット協会も結成され、2009年の「ゆるキャラまつり」には138体が集まった。まつりの様子は中央メディアによって取り上げられ、宣伝費をほとんど使わずに全国に発信された。これは、中央の発信力を活用することによって地方に活力を呼び寄せられる一例ともいえよう。

「ゆるキャラ」は「ひこにゃん」のようにイベントにとどまらず都市シンボルとして使われる場合も多い。わかりやすさ、インパクトの強さはメディアを通してそのシンボルやイメージを短時間で広範囲に多くの人々に伝えることができる。しかし、そのことは必ずしも人々のその都市への興味に繋がるとは限らない。都市イメージと現実の都市空間は一致しないことが多い。同様にローカルフードの場合も、ネットで取り寄せることができ、その意味では都市の名称はブランドとしての意味をもつが、生産地たる都市の実像に強い関心をもたせるまでにはいたっていない。

とすれば、このブームはTVなどメディアとネットによって生まれたといえよう。この中で、地方都市は個性ある地域として扱われるが、わかりやすく切り取られた情報によって語られる従順な存在として単純化されやすく、むしろメディアやネットを通して大都市の階層化に組み込まれつつある。中央との関係が固定化されるともいえよう。シンボルは都市の魅力を発信する役割を担うことは間違いない。しかし、わかりやすさやインパクトのみでは都市のもつ多様性、魅力を語ることは難しい。キャラクターが担うのは、それに至るまでの入口としての役割である。

2-2. 「大阪」とよばれたまち

現在「大阪」を名乗る地方都市はない。しかし明治から昭和初期にかけて全国に存在し、大阪イメージは都市発展のシンボルとして扱われていた。東北の大阪・郡山市(福島県)、北陸の大阪・高岡市(富山県)、山陰の大阪・米子市(鳥取県)、四国の大阪・今治市(愛媛県)、伊予の大阪・八幡浜市(愛媛県)、西の浪花・牛津町(現、佐賀県小城市)、関東の大阪・下館市(現、茨城県筑西市)などである。

郡山市は戦前から製糸、紡績、安積疏水を活用した化学工業が発展し、大正13年には市制を施行した。その際の記念として建てたのが大阪の中之島公会堂を模した郡山市公会堂(写真1)で現在も当時のままの状態を活用されている。米子市は古くから山陰の陸海交通の要地で早くから鉄道も開通し(山陰線・明治45年、伯備線・昭和3年開通)、物資の集散地として発展した。加えて製糸・鉄工・醸造などの工業も盛んで、明治・大正期の地元発行のガイドブックにも「山陰の大阪」「山陰の浪華」と紹介されていた。今治市は瀬戸内海運の中心で四国最初の貿易港でタオルや造船業で知られた都市である。大正9年の市制施行記念の市勢案内には、商業地から綿織物業の勃興による商工業地へ、さらに機業地として発展し、煙突濛々たる黒煙が発展の象徴で「四国の大阪」と称されるようになったとある。



写真1.郡山市公会堂

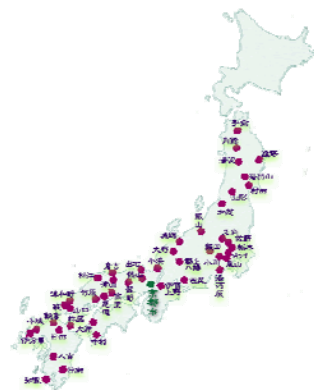


図1. 下の小京都の分布

これらの都市に共通するのは、県庁所在地とはなっていないが、交通の要地として商業が栄え、次いで工業を積極的に導入し地域中心として発展したことである。「東洋のマンチェスター」といわれた大阪は東京と比肩する大都市として、それら地方都市の発展モデルとなっていた。人々の行き交う物資の集散地そして煙突の林立する景観は、戦前とりわけ大正、昭和始めにおいては肯定的に捉えられていたことがわかる。しかし、戦後の高度成長期を通してその名称はほとんど使われなくなった。工業化は確かに都市を発展

させたのであるが、反面公害というマイナスイメージを強めていき、それと比例するように「大阪」は消えていくこととなる。今日、郡山市は「音楽都市」、今治市は「タオルのいまばり」、高岡市は「万葉のふるさと」など新たなシンボルのもとで独自の町おこしを展開している。工業化という一元的なイメージで都市発展が語られた時代を経て多様な価値観をもつ都市、個性のある都市への転換が求められているといえよう。このことは、かつて持っていた圧倒的な個性、発信力が弱くなった大阪のあり方を問う現象でもある。

3. 「小京都」都市は何を発信するのか

「小京都」といわれる都市は、自称も含めれば100以上にもなる。「小京都」ということばが一般的に使われるようになったのはいつ頃からかといえば、第2次大戦後それも高度成長期に入ってからのことである。経済的発展とともに拡大してきた旅行ブームと対応しつつ「小京都」都市が増えてきた。故郷性の再発見ともいべき「ディスカバー・ジャパン」のスローガン、さらに観光雑誌などでの小京都特集の発行などの中で、古い町並みの残る、ひなびた都市へ多くの人々が訪れるようになった。1970年代の後半には「小京都連合」という組織が生まれ、20数都市がこれに加わった。そして、1985年には、京都市の観光協会主催下で第1回全国京都会議が京都を含め26都市の参加をえて開かれた。以後、毎年、参加都市持ち回りで会議が開催され、1997年には52市町が参加するまでになった。現在は金沢市、盛岡市、松本市などが不参加で46市町とわずかながら減少傾向にある。

全国京都会議への加盟基準は、①京都に似た自然景観、町並み、たたずまい、②京都と歴史的なつながり、③伝統的な産業、芸能のうち最低一つの条件を満たすことで、歴史の古い都市には決して厳しいものではない。これは結成の主な目的が観光の振興にあることと関わろう。歴史学でいう「小京都」は中世後期の領国文化の拠点で京都との関係が深い都市、山口、土佐中村、一乗谷などを指すが、それよりは明らかに観光概念あるいは情緒的な概念でとらえられる。したがって、今日「小京都」ということばは、歴史的都市にとってその歴史性を認知されるシンボルとして、またそれらの都市の本山としての京都の中心性を高める点で、双方にプラスの影響が大きく働いているといえよう。寺社、華道、茶道などの本末制度における京都と地方都市の関係に類似する。

「小京都」都市の多くは、城下町を起源とし、かつては地域中心としての役割を担っていた。しかし、明治以降、政治・交通における中心性を喪失し、それにともない経済力をも低下させていった。それは人口面にもみてとれる。5万人未満の都市が55%(28都市)、10万人未満のそれは80%(41都市)を占めることとなる。これ市町の多くは、その立地から資本主義経済の空間的なネットワークの中で結節性をもつ都市とはなりにくかったことによるといえよう。逆にそのことが、古い町並みなどの景観、伝統的な祭事や産業を残してきた。こうした伝統的要素は過去の遺産として残っているだけでなく、観光や伝統産業などそれぞれの都市の存立基盤の一つとなる有利な条件でもある。そして何よりも、歴史・文化が生きづくあるいは故郷性のある都市は、これまで経済性、効率性を追求し発展してきた近代以降の東京型都市(東京とその支社経済都市、企業城下町、コンビナート都市など)に対峙するシンボルともなっている。

4. おわりに

都市とりわけ地方都市のシンボルは発展、活性化のための政策やイベントを進めるうえで重要な役割を果たし、戦前の「大阪」都市、高度成長期以降の「小京都」都市、今日の「ゆるキャラ」ブームと繋がってきた。以下「小京都」の要約から地方都市のあり方を考えてみたい。

何故「小京都」、あるいは京都型都市なのか。明治以降とくに高度成長期以降、都市は生産と消費の拡大再生産の場となりその規模を大きくしていく中で、土地問題、交通渋滞、公害など自己矛盾を生み、そのあり方が問われてきた。都市がもつ本質の一つであるが、これまで二次的な位置にあった「都市は快適な生活の場」という観点の再認識が、人間的スケールの都市「小京都」へ私達を向かわせているように思える。さらに「小京都」の伝統的な要素を、残されたという消極的ではなく創造の源とすることが、今求められている個性的で魅力ある都市更新につながる。

「大阪」都市は商工業の経済発展が都市発展に繋がるという一元的な価値観の中で生まれ、戦前の都市のあり方をよく示すと同時にそこで培ってきたものをどのように生かすか課題ともいえよう。そして「ゆるキャラ」は都市魅力のわかり易いシンボルとして全国メディアとネットによって広域的に発信されるが、それは都市のもつ奥行きへの入口に過ぎないことを認識すべきである。それを契機に人々の創り上げてきた歴史性、社会性など都市のもつ多様な魅力にどう繋げていくのが課題となる。

(2010年1月30日受稿、2010年2月5日掲載決定)

参考文献

- 1) 黒田勇編『送り手のメディアリテラシー』世界思想社教学社、2005年。
- 2) 船越幹央「「大阪」と呼ばれた街」橋爪節也編著『大大阪イメージ』創元社、2007年。
- 3) 二場邦彦「京都と小京都都市」二場邦彦編著『京が甦る』淡交社、1996年。
- 4) 全国京都会議監修『小京都を訪ねる旅』講談社、1991年。