

平成 30 年 9 月 26 日

平成 30 年度アーバンデザインスクール前期第 3 回実績報告書

1. 前期第 3 回概要

(1) 開催日時

平成 30 年 8 月 25 日 (土) 10 時 30 分から正午

参加人数：15 名

(2) テーマ

地域文化とストーリー 日本遺産にみる物語化の手法

(3) 話題提供者

丁野 朗 (東洋大学大学院国際観光学部客員教授、観光未来プランナー、ANA 総合研究所シニアアドバイザー)

(4) 話題の概要

- 第 3 回は「地域文化のストーリーのつくりかた (ストーリー)」をテーマに「地域文化とストーリー 日本遺産にみる物語化の手法」と題して丁野氏に話題提供いただいた。
- 環境から観光へ (キーワードは「静脈」再生)
 - 学生時代から関心のあった「公害 (環境)」を志す。産業の発達に伴い、汚染された地域やモノの静脈をつくり、再生に取り組む。
 - 次に余暇研究に従事する。余暇も仕事で疲れた心身を再生するために必要である。
 - その間に 3 人の方に出会った。
 - ◇ 故佐橋滋さん (元通産省事務次官・余暇開発センター理事長) との出会い。「歴史的投資」の言葉を示して小樽運河埋立てをけん制した。その甲斐あって、小樽運河はいまや観光地として賑わっている。
 - ◇ 故木村尚三郎先生 (元東京大学名誉教授) との出会い。「ふりかえれば未来」として歴史に未来のヒントがあることを教えていただいた。
 - ◇ 須田寛さん (JR 東海初代社長) との出会い。観光資源がなかった愛知県で初めて「産業観光」を提唱。
 - 産業遺産は歴史的役割を終えた空間であり、観光として再生を図る仕事に従事。
 - このようにすべて「静脈」再生にかかわる仕事をしてきた。

- 来訪者は物語を求めて、「鳥の目」でやってくる。
 - 恣意的な行政界など無縁であり、地域全体の地形と歴史を俯瞰する編集視点が重要である。
 - 関東以北の人にとっては草津がどこにあるかは全くの謎であり、むしろ草津と言えば群馬県の草津温泉である。草津起点ではなく、琵琶湖、あるいは都（大津京、平城京、平安京等）との関係で捉えること。
 - 吉田初三郎の「近畿を中心とせる名勝交通鳥瞰図（大正 15 年）」は各地の名勝と鉄道等の交通図を組み合わせているが、正確さよりも見えないはずの地域シンボルの山や海と対照的に、細かい路地が描かれるなど、まさに旅人を誘う目である。
 - その鳥たち（訪日外国人客）は劇的に増えており、鳥たちを楽しませるためには地域文化資源の抜本的活用が大きな鍵である。特に「文化財」を観光客目線で保存優先から「活用」へ転換することである。
- 観光は「物語消費」である。
 - 富良野はテレビドラマ「北の国から」の舞台となり、一大観光地となった。なにげない風景や建物がドラマの場面を思い出させ、ドラマの物語を消費した。優れた物語そのものが地域ブランドとなる。
 - 地域産業のストーリー化として、近代化産業遺産物語とその活用として全国 1115 の施設を認定、合計 66 のストーリーとして整理した。
 - ストーリー 24 『京の都を再興せよ』は琵琶湖疎水の物語。京都への舟運とともに水力発電、灌漑に利用し、京都の産業発展に大きく貢献した。琵琶湖疎水竣工 125 周年にあたる 2015 年に社会実験として観光通船事業を実施した。2018 年から本格通運が始まった。
- 日本遺産にみる「物語化」の手法
 - 「日本遺産」とは、個々の文化財の枠を超えて、その背後にある地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーである。
 - 有形無形の文化財群はストーリーを語る上で欠かせない要素であり、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内だけでなく、海外へも戦略的に発信していくことによって、地域の活性化を図る。
 - 日本遺産は有形無形の文化財の単にストーリーをつくるのではなく、日本遺産を活かした地域づくりの将来像と実現に向けた具体的な方策、そして、日本遺産を通じた地域活性化の推進が可能となる体制が整備されていることが重要。
 - 平成 30 年 5 月末時点で、全国 67 の日本遺産がある。滋賀県関係では、8 番目に「琵琶湖とその水辺景観」がある。このように琵琶湖を中心に時代や場所を越えたストーリーである。

- その他滋賀県関係では「忍びの里 伊賀・甲賀」がある。審査委員会では「忍者」の評判があまり良くなかったが、訪日外国人客には評判のようである。
- ストーリー化で大切なのは地域「愛」アイデンティティ
 - 魅力的なストーリーは、地域の人々が自らの歴史を知り、誇り（伝えたいもの）がなければ外の人には伝わらない。つまり観光にはならない。
 - 換言すれば、他所の人々に語れる・語りたい共通の地域物語を地域の人々がもっているかどうか問われる。まずは地域の人々が地域を知り、地域を愛し、地域にプライド（市民プライド）を持ち、魅力的なストーリーで「地域ブランド」を創ること。すなわち地域「愛」アイデンティティを形成することが大切である。
- 事例1 「みんなの日本遺産!!」 「林鉄」(魚梁瀬森林鉄道)から「柚子の道」
 - 高知県安芸郡中芸地域は平安時代から林業が盛んであり、西日本一の森林鉄道(りんてつ)があった地域であるが、林業が衰退し、鉄道も廃線となった。滋賀県の神社建築は、近代であっても、その時々の技術や部材などを使いつつ、伝統的な様式を守ろうとしている。
 - 幕末、中岡慎太郎がユズの栽培を推奨。廃線後、りんてつ沿線に畑を拓き、ユズを栽培してブランド化。
 - ユズを使った郷土料理を開発。ユズの味と香りと彩を愉しみながら、森林鉄道の遺構を訪ねて歩けば、時代の変化を逞しく生きている中芸の人々の今と歴史を一度に体感できる。
 - このように森林鉄道が果たした普遍的な歴史的役割と意義を明確にしつつ、「柚子の道」として再生のストーリーである。文化財未指定である。
- 事例2 「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴」の物語～日本近代化の躍動を体感できるまち～
 - 鎮守府とは、明治政府が整備した横須賀、呉、佐世保、舞鶴の四つの軍港都市のことである。
 - 鎮守府4都市は軍港に適した共通の地形であり、軍港の写真を見ても市民もどれが自分のまちの港かわからない。また軍港建設のための共通インフラを持っている。
 - いずれの都市も海軍工廠由来のドッグ・造船があり、最先端の産業・鉱業技術が集積、そしてそれらの人材を育成する場所もある。
 - 短期間の都市建設と人口急増、碁盤目状の都市という特徴を持つ。
 - その中でも、地域ごとの固有の文化(カレー、肉じゃが、料亭文化)、ファッション(海軍制服)などが育まれている。

- 事例3 「琵琶湖とその水辺景観」～祈りと暮らしの水遺産～
 - 「水の浄土」としての「琵琶湖」、人々のくらしの場としての「琵琶湖」、米と魚を活用した鮎ずしなどの独自の食文化、これらの積み重ねとしての水辺景観がある。
 - 平成30年5月24日、草津市の芦浦観音寺とサンヤレ踊りが日本遺産「琵琶湖とその水辺景観」として追加認定された。
 - これから、いかに地域ストーリーを作り、活かしていくかが課題である。
- ストーリーを活かす手法とは
 - テーマ全体のオリジナルストーリーがあり、顧客属性（ペルソナ）ごと、地域ごとのサブ・ストーリーがある。例えば、「鎮守府・日本遺産物語」というオリジナルストーリーがあり、産業遺産、食文化などの顧客属性（ペルソナ）ごとのサブ・ストーリーや地域固有の「呉物語」があることが重要である。
 - このサブ・ストーリーが現実の観光・事業化プログラムとなる。
 - 日本遺産「呉物語」の事例
 - ◇ 呉の「鎮守府」は近代以降の物語りではなく、中世からの「鎮守」の府であったことをテーマにした地域固有のストーリー
 - ◇ 呉海軍工廠の遺伝子が生み出した様々な産業や文化にまつわるストーリー
 - ◇ 鎮守府4市共通の「ストーリーブック」、地域固有のストーリーにそった観光ガイドブックを整備
 - ◇ 鎮守府4市の周遊の促進
 - ◇ 観光ガイド育成と4市の交流によって呉のガイドが横須賀を、佐世保のガイドが舞鶴をガイドできることが目標
 - ◇ 事業を担う「ヒト」を育てる「くれ観光未来塾」の試み
- 事業を担う「ヒト」を育てる「くれ観光未来塾」
 - 2016年の日本遺産認定を機に、民間事業者の起業塾を構想し、その前に行政各課に呼びかけ、行政職員40歳以下17課25人で開講。
 - 現在の職務や立場に捉われず、公共事業に限らず、呉にとって優先順位の高い事業構想・計画を作成し、実現のための手段や課題を整理する。
 - そのうえで、現在の職務や立場で、何ができるかを考える。
 - 2018年度から「民間版」の塾が開講。行政職員はここでの議論を参考に、事業実現のための支援策を考える。
 - 即効性のある優れた事業提案と支援策は新年度政策に反映する。
- ストーリーを活かすための課題
 - 「物語」の基本は「感動」「共感」であるが、その前に「物語」は地域の人々

の「誇り」や「自覚」があることである。地域の誰でもが、ストーリーを語れる、語りたくなること。

- 広報普及とイベント事業だけではなく、民間主導による新たな事業を創造すること。
- 文化財をレストランやカフェ、ホテルなどとして活用することによって「経済財」に転換すること。
- 『歴史的投資』という言葉
 - 「投資とは本来、現在の消費を抑え、後日に喜びや恩恵を与えてくれる。それは長い年月や歴史だけが創りだせる投資で、後々まで人々に精神的喜びや感動を与えてくれるのである」（佐橋滋講演録より）
 - 「地域資源の活用」とは、地域の「歴史的投資（資源）」を活かし、次の時代の新たな産業や雇用を産み出す

(5) ディスカッション

- 日本遺産の中には負の遺産もある。その負の遺産にも向き合う姿勢が必要ではないか。
 - 日本遺産には負の側面もあることは間違いなく、負の側面にも触れているはずで、現地のガイドも説明しているだろう。
- 世界農業遺産があり、滋賀県は認定を目指している。
 - 世界農業遺産も日本遺産と同様、農林水産業を中心にしているが、産業や文化なども対象としている。日本遺産にも農林水産業をテーマにした地域もある。
- 支援のあり方、担い手について
 - 関係省庁によって助成金などの用途が異なるので、国では、文化庁と経済産業省が協力して推進している。呉市の場合も関係各課が個人の立場で参加し、事業計画作成後にそれぞれの課でできる支援策を考えている。
 - 担い手を確保するために地域リーダーやプランナーを育成する塾をつくり、人材を育成するような仕組みは必要である。
- 事業継承を進めるにはなにが必要か。
 - 広報啓発やイベントだけではなく、産業や雇用を産み出すことが事業継承には必要である。
 - 文化財は地域の歴史の積み重ねで変容してきており、どのような事業であれ、地元の事業者であれば地域の遺伝子を継承していると言える。
 - 地元の事業者は3代、京都などでは10代続けば、事業継承といえる。

(6) まとめ

今回のセミナーでは、丁野先生より全国各地の日本遺産のストーリーを事例に、物語化（ストーリー）の手法について学びました。

地域のストーリーが魅力的である条件として、

- 観光客のためではなく、地域の人々が他者に語りたい、あるいは語りたくなるストーリーであること
- 郷土史ではなく、過去から未来に続く日本の歴史という大きなストーリーの中に位置づけられていること
- 訪問する人の属性（ペルソナ）ごとのサブ・ストーリー、地域固有のサブ・ストーリーが多くあること
- 何よりも大切なことは地域づくりについての将来像と実現に向けた具体的な方策と推進が可能となる体制が整備されていること

をお話しいただきました。

歴史的遺産をストーリー化するとした場合、その歴史的遺産が最も活躍した時代を取り上げ、その時代だけに焦点をあてたストーリー（過去完了形）を考えがちですが、ここでいうストーリー化とは、地域の人々の今までの活動の積み重ね、いわゆる歴史や文化を踏まえ、未来に向けたビジョンを地域の人々がみんなで実現しようとするストーリー（未来完了形）であることを教えていただきました。

そして、このような活動を起こすためには、自分たちの地域を知り、そして、お互いを知ること、その上で様々な立場の人が、自由に気軽に議論して、地域にとって優先順位の高い将来の事業構想・計画を作成し、実現のための手段や課題を整理すること、そのうえで、参加した人々が現在の産学公民それぞれの職務や立場に戻り、事業構想・計画を実現するために何ができるかを考えることが大切であることを再確認しました。

そのためには、地域リーダーやプランナーを養成する仕掛けが必要であり、将来的には、そのような講座を開講する必要性があることを認識しました。

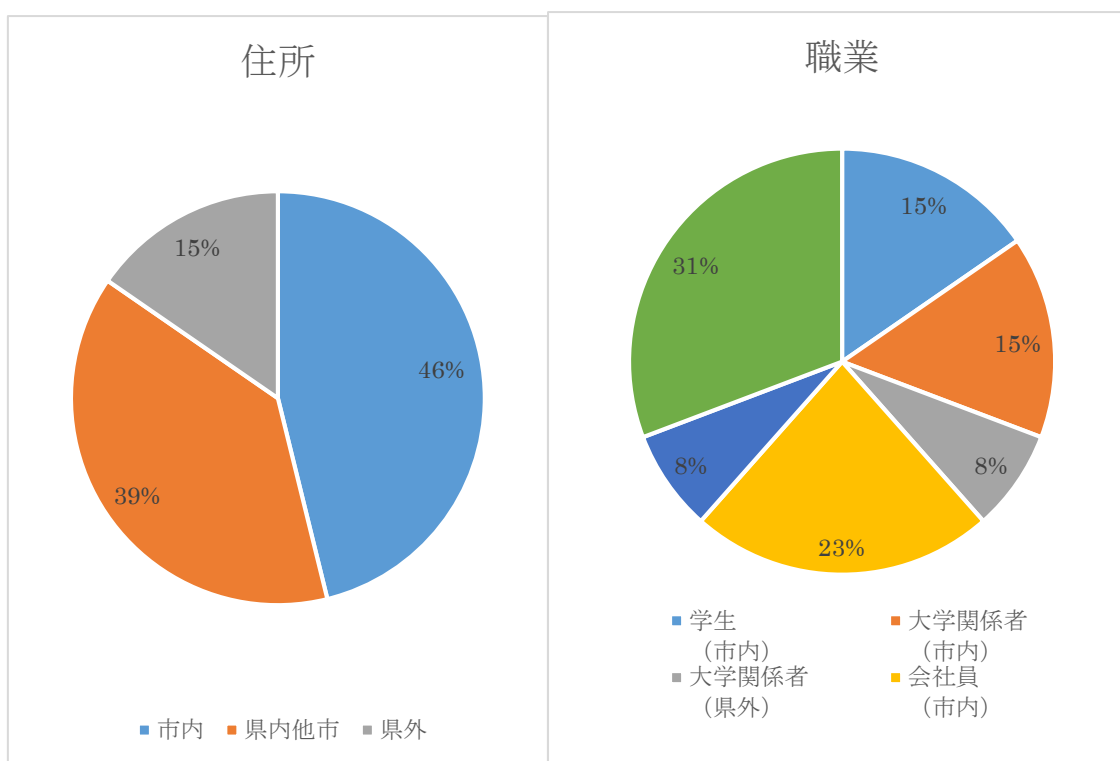
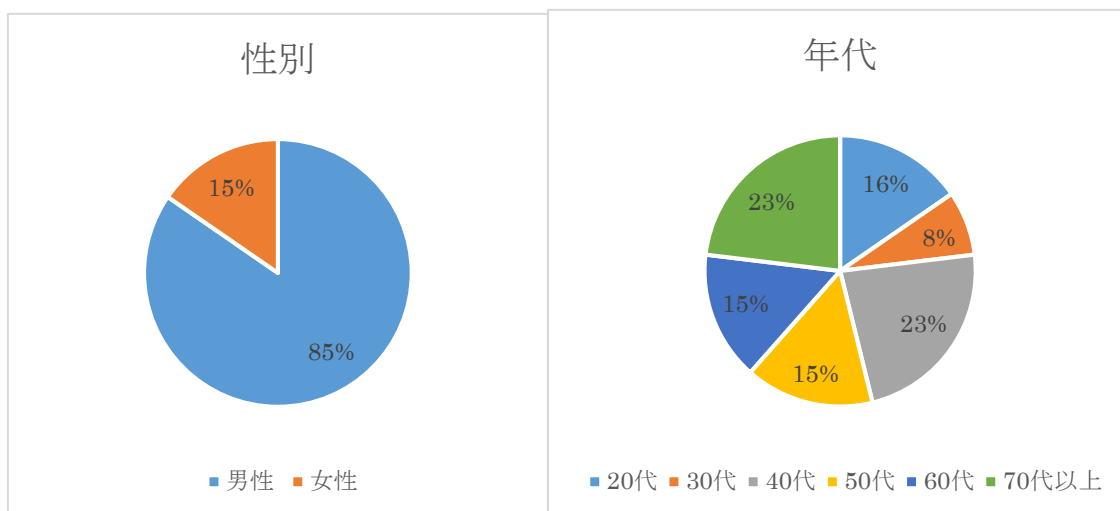
今回の第3回では、地域の人々が思わず語りたくなる未来につながる新たなオリジナルストーリーを創ると共に様々なサブ・ストーリーが派生してくる仕組みづくりが必要であることを学びました。そして、ストーリーに沿った新たな活動を創出し、ストリート、プレイスを如何に創りあげていくかが今後の課題となります。

次回第4回は、ストーリーに沿った新たな活動を創出し、ストリート、プレイスの創り方を学びます。

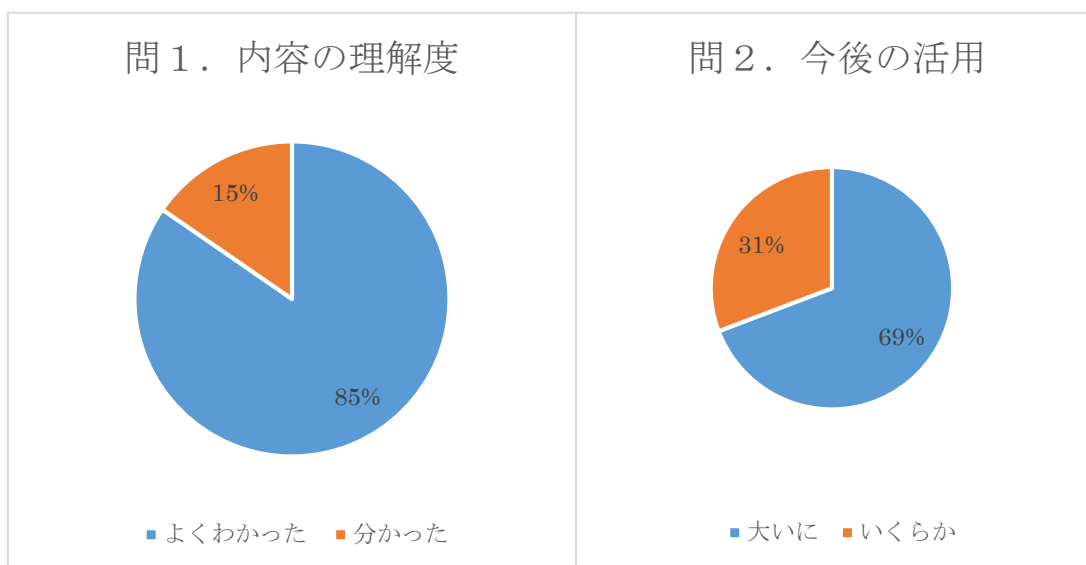
(7) アンケートまとめ

① 参加者属性

参加者 15 名のうち、アンケートに回答いただいた方は 13 名、回答率は 87 % でした。



② 内容について



③ 内容に関する自由記述

- 産業遺産
- 何気ない風景、通り過ぎってしまう資産、資源をもっと多くの地域の人たちと考えていきたい。
- ストーリーと地域活性化計画の結びつきについての指摘がよかった。
- 物語化する手段と活用。
- 自分の興味にピッタリの内容でした。たいへん勉強になりました
- 地域資源のストーリー作りの重要性を知ることができた
- 地域に「誇り」を訪れる市に「感動」「共感」を！まちづくりにの大事なキーワードを再認識させて頂きました
- 事例の中では、柚子ロードの話が印象に残りました。地域の文化をストーリー化するためには地域の人々がまず誇りをもって未来に継承していくために考えていく事が大切であると感じました。
- 地域には物活が必要であり、観光目的だけでなく産業のストーリー化も考える必要がある。またターゲットを具体的に考え、若い人に向けてか家族づれなのか外国人なのかこの中で何の用の人に向けて発信するのか考える事が必要がある。
- その地域に住んでみないと分からないことや、その人だから知ることってたくさんあると思う。そのような各個人だからこそ伝えていけることを大切にしていきたい。

以上