観光パンフレットの言語表現にみる 「小京都」を掲げる街のイメージ形成の枠組み

場所のイメージ形成の枠組みに関する研究 その2

THE FRAMEWORK OF THE IMAGE OF TOWNS PROMOTING AS *SHOKYOTO* THROUGH AN ANALYSIS OF SIGHTSEEING BROCHURES

Research on the Framework of the Image of Places in Contemporary Society Part 2

香月 歩*, 奥山 信一**

Ayumi KATSUKI and Shin-ichi OKUYAMA

This paper aims to clarify the framework of the image of places in contemporary society through the analysis of words on sightseeing brochures of the towns which promote themselves as *Shokyoto/Koedo* (little Kyoto/Edo). These towns attempt to enhance their historical value by borrowing the image of Kyoto/Edo, both old Japanese capital cities. They have obtained unique historical images which have transformed from those of Kyoto/Edo. We extracted the contents of historical attraction of *Shokyoto* from the words on sightseeing brochures, and considered them in comparison with the contents of historical attraction of *Koedo*, which were investigated in the previous report.

Keywords : *Shokyoto, Koedo, image of places, sightseeing brochures, words, historical value*

小京都, 小江戸, 場所のイメージ, 観光パンフレット, 言語表現, 歴史的価値

1. 序

1.1. 研究の背景と目的

場所のイメージ^{注1)}に関する人々の思考の形式のひとつに、他の場所からの価値の転用がある。このような思考は、特にわが国においては「あやかり」や「見たて」といった概念に代表されるように、特定の場所に意味が付与される型のひとつとして位置づいているといえ^{注2)}、そこには他の場所からの類推と変容という輻輳化したイメージ形成のメカニズムを見出すことができる。

このような観点から、前報³⁾では「小江戸」といった江戸に関連するキャッチフレーズを提示することで近世都市江戸の歴史的価値を転用する街（以下、「小江戸」を想起させる街）に着目し、それらの街のイメージ形成の枠組みを検討した。つづく本報では、「小京都」を掲げる街^{注3)}に着目する。「小京都」を掲げる街は、古都京都の名をキャッチフレーズとして転用することで街の歴史的価値の向上が試みられており、「小江戸」を想起させる街との共通性を指摘できる。「小京都」、「小江戸」それぞれの街では、京都や江戸に関連する歴史性と、京都や江戸とは直接関連のない街固有の歴史性とは魅力として提示されることで、転用元の都市が有する歴史的価値からは変容した独自のイメージを形成していると考えられる。しかしながら、江戸は履歴としては現在の東京に接続しているが、都市の呼称とし

ては特定の時代に限定されるのに対して、京都は平安時代から現代にわたる長大な履歴を有する都市であり、現在でも世界的な歴史都市としてその呼称が広く流布されていることから、「小江戸」を想起させる街とは異なる歴史的価値の転用のメカニズムを見出すことができる^{注4)}。

さらに、人々が抱く場所のイメージには、その場所に住む或いは訪れるといった経験を通して直接的に形成されるイメージと、その場所についての情報を見聞きすることで間接的に形成されるイメージが存在する^{注5)}と考えられるが、書籍、テレビ、インターネットといった様々なメディア^{注5)}が環境化し、それらを通して場所についての情報に受動的にも能動的にも接することのできる現代社会においては、後者の間接的に形成されるイメージがより支配的であると考えられる^{注6)}。このようなメディアにみられる場所についての情報を通して、人々の建築あるいは都市空間のイメージの枠組みを構造的に明らかにすることは、あらゆる場所が消費の対象と化した今日の状況において^{注7)}、社会における建築や都市空間のあり方を考察するという点で建築意匠論における新たな視座を与えるもの^{注8)}と考える。

先に述べたように、場所についての情報を発信するメディアには様々なジャンルが想定しうが、「小京都」を掲げる街の自治体や観光協会が発行する観光パンフレット^{注9)}には、街の魅力が言語、写真、

本論文は2012年度日本建築学会大会学術講演会で発表されたものを修正してまとめたものである。

* 東京工業大学大学院 博士課程・修士(工学)

** 東京工業大学 環境・社会理工学院 建築学系 教授・博士(工学)

Doctoral Student, Tokyo Tech., M.Eng.

Prof., Dept. of Architecture and Building Engineering, School of Environment and Society, Tokyo Tech., Dr.Eng.

地図などによって提示されており、街が主体的に発信するイメージ形成の枠組み^{注10)}を読み取ることができる。そこで本報では、「小京都」を掲げる街の観光パンフレットの言語表現から、それぞれの街が提示する歴史的価値の内容を抽出、検討し、さらに前報で得られた「小江戸」を想起させる街の観光パンフレットの言語表現の分析結果との比較を通して「小京都」「小江戸」それぞれの特性を相対的に考察することで、現代社会における歴史的価値の転用による場所のイメージ形成の枠組みを明らかにすることを目的とする。

1.2. 既往研究と本研究の意義

本研究に関連する既往研究には、「小京都」を掲げる街に関する研究として星野、越野らによる「小京都」を掲げる街の特性をその成立背景や特徴的な要素から検討したもの¹²⁾が挙げられ、京都の都市イメージに関する研究として藤原、川崎らによる京都の歴史的な建物や史跡に関するアンケート調査から京都の歴史的イメージの形成要因を考察したもの¹³⁾が挙げられる。これらは街の歴史的価値が形成される背景や要因に着目し、都市計画学的観点から考察した研究として成果をあげているが、「小京都」を掲げる街にみられるイメージ形成のメカニズムに着目し、その枠組みについてメディアを対象に意匠論的観点から検討した研究は見受けられない。

また、人々が抱く都市や建築のイメージに関する研究には、岩岡、坂本らによる商品化住宅の外形に関するアンケート調査をもとに人々の住宅についてのイメージを類型化し意匠論的観点から考察したもの^{14) 15)}、呉、後藤らによる東京の商業地のイメージと居住者の生活実態との関連を調査し今後の都市型観光の施策を考察したもの¹⁶⁾などがある。その中でもメディアにみられる都市や建築のイメージ形成の枠組みを研究したものとして、住宅の新聞広告上の画像と言語表現から広告にみられる住宅のイメージ形成の枠組みを類型化した劉、北川による研究¹⁷⁾、歴史的街並みを残す観光地についての旅行雑誌の記述内容を検討し、それらの街のイメージ形成の枠組みを都市計画学的観点から考察した倉澤、十代田らによる研究¹⁸⁾、明治から昭和初期の大阪の都市計画に関する雑誌記事を検討し、近代大阪の都市イメージの変遷を考察した吉本、篠野による研究¹⁹⁾などが挙げられる。これらに対して本研究は、「小京都」というキーワードを掲げる複数の街について、それらの街が主体的に提示する言語表現に着目し、その中で街の価値がいかなる意味内容および意味の構造を伴って示されるかを総体的かつ相対的に検討することで、現代社会における歴史的価値の転用による街のイメージ形成の枠組みの多様なあり方を捉えることを目的とするものである。

1.3. 研究の方法

資料とした「小京都」を掲げる街の観光パンフレットでは、街の沿革、見所、名物などが言語表現によって示されており、これらの内容を街の魅力として示される価値と捉えた^{注11)}。言語表現は図1のように、あるテーマについて紹介する見出しと説明文から構成され、それらをひとまとまりの分析単位として抽出できる^{注12)}。本研究では歴史的価値の転用による街のイメージ形成の枠組みを明らかにするため、これらの分析単位のうち街の歴史性に関する内容を含むものに限定した^{注13) 注14)}。

以上の方法で抽出した言語表現について、まず2章ではそこで提示される街の価値の意味内容を検討する。例えば図2の分析単位No.7-Aからは、「北陸の小京都」と呼ばれる「風情をもつ越前大野城」、そのふもとに広がる「碁盤目状の町割り」、その街に住む「地元の人たち」が、No.13-Bからは、「明治期に足立順道が宇治より茶種を導入したことに始まる」という歴史をもつ名物の「抹茶」が街の価値として提示されていると読み取れる。これらのうち「越前大野城」、「碁盤目状の町割り」、「地元の人たち」、「抹茶」などを価値対象として抽出し^{注15)}、さらに価値対象を形容する表現の中でも「北陸の小京都」と呼ばれる」や「明治期に足立順道が宇治より茶種を導入したことに始まる」のように歴史性を示すものを歴史属性として抽出し^{注16)}、それらの内容を検討、整理する^{注17)}。続く3章では、価値対象同士の階層関係に注目することの重要性を指摘し、それを検討することで、言語表現に提示される街の価値の階層的性格を捉える。そして4章では、価値対象同士の階層関係を資料単位で比較し、「小京都」を掲げる街のイメージ形成の枠組みを考察する。さらに5章で、前報で得られた「小江戸」を想起させる街の分析結果との比較を行い、「小京都」および「小江戸」それぞれの特性を考察する。

2. 言語表現に提示された街の価値の意味内容

本章では資料とした観光パンフレットの言語表現に提示される街の価値の意味内容を、価値対象およびその歴史属性から検討する。

2.1. 価値対象の分類

街の価値を構成する価値対象について、表1のように分類、整理した(表1)。それらは街の特性を示す名称で街全体を示すもの(《全体像》^{注18)})、および街の周辺の自然要素(《周縁部》)もみられたが、多くは街を構成する要素として示されるものであり、これらは街の空間を構成する要素(《空間》)と街の生活を構成する要素(《生活》)に大別できた。さらに《空間》は街並や道など線状に広がる一定の

図1 分析単位の抽出例

図2 分析例(2章)

注) 歴史属性が複数の価値対象にかかる場合はそのつど数を集計した。

範囲の空間（〈線的空間〉^{注18)}）と、建物や史跡などの街に点在する空間（〈点的空間〉）に分類でき、《生活》は祭りなどの人々のアクティビティを示すもの（〈活動〉）と、特産品などの実体的な要素（〈物品〉）に分類できた。それぞれの具体的な内容を概説すると、《全体像》には街の履歴に関する特性を含むものと含まないものがあり、特に「城下町」が大半を占めた。〈線的空間〉は「街並」、「道」、「川」などで大別され、その中には格子状の町割や賀茂川といったように、京都の地理的特徴との関連性を示すものもみられた。〈点的空間〉は最も多く（全646の価値対象中253）、「建物」、「建物部位」、「史跡・公園」などで大別され、特に「建物」では城や武家屋敷といった城下町の履歴を想起させる内容が多くみられた。〈活動〉は「祭礼」、「体験」、「歴史上の人物」、およびそれにまつわるイベントといった内容に、〈物品〉は街の特産の「食品」、寺社や博物館にある「所蔵・展示品」、陶芸品や和紙などの「工芸品」、山車や神木などの「祭礼用品」などに大別された。《周縁部》としては大半が「山」に関する内容であり、そのほかに「海」、「溪谷」、「森林」、「湖」などがみられた。

2. 2. 歴史属性の分類

歴史属性^{注19)}は価値対象に付加的な意味を与える表現であり、その内容には、京都との関連を見出せるもの（〔京都の歴史属性〕^{注18)}）と、京都との関連は見出せないが何らかの歴史性を読み取れるもの（〔その他の歴史属性〕）の2種がみられた（表2）。前者は街が「小京都」を掲げる直接的な根拠を形成するものであり、それに対し後者は街の古さを示すことで間接的に「小京都」性を補完するものといえる。

〔京都の歴史属性〕は、盆地の地形や格子状の町割といった京都の地理的特徴との関連性（「京都との地理的関連性」）、祭礼や工芸品といった街の文化的特徴における京都との関連性（「京都との文化的関連性」）、公家や京都所司代といった京都に所縁のある人物との関連性（「京都に関連する人物との縁故」）などがみられたが、大半は「小京都と呼ぶにふさわしい趣ある一角」（No.26）^{注18)}）というように、京都との結びつきが明確には示されず、漠然とした「小京都らしさ」が示されるものであった。

〔その他の歴史属性〕においても、具体的な歴史性を示すものと漠然とした古さのみを示すものがみられた^{注20)}。前者では古代から近代まで幅広い時代に関連する来歴や歴史上の人物との縁故がみられ、なかでも江戸時代に関する内容が最も多くみられた。

以上で示した歴史属性は、図2下段の分析例中の「抹茶」で鎌倉時代の履歴と明治期の京都に関連する履歴の二つが示されるように、1つの価値対象に対し異なる内容が重ねて示される場合もみられた。

2. 3. 価値対象と歴史属性の関係

前々節および前節で抽出した価値対象と歴史属性の対応を検討した（図3）。《全体像》および〈線的空間〉では〔京都の歴史属性〕を含むものが過半を占めたのに対し、〈点的空間〉〈活動〉〈物品〉では2割以下と著しく少なく、これより「小京都」を掲げる街では、街に点在する空間、人々のアクティビティ、特産品といった要素は、その多くが街の古さを補完するものとして提示されることがわかった。

3. 価値対象同士の階層関係にみる街の価値の階層的性格

1章でみたように、資料の観光パンフレットから抽出した言語表現は原則複数の分析単位から構成されており、前章で検討した価値対象は、1つの分析単位を構成する文章中から複数抽出することができ

表1 価値対象の分類

街の全体	《全体像》 46	街の履歴を含む 38	城下町 25 商家町 5 宿場町 3 温泉町 2 港町 2 寺町 2 荘園 公方領地 守護領 武家町 忍者集落（重複6）
街を構成する要素	構成する空間を要素 《空間》 338	〈線的空間〉 85	履歴なし 8 山間地区 6 浜海地区 河川流域
			街並 26 城下町の街並 6 町家・商家の街並 4 格子状の町割 3 家並 など
			道 25 通り 7 街道 5 小路 4 坂 4 石畳 2 路地 遊歩道 市場
			川 24 川 22（賀茂（加茂）川 2）水路 割堀 その他 林 10（桜3）
	街の生活を要素 《生活》 227	〈点的空間〉 253	建物 163 城 41（城7 城址7 石垣4 天守4）住宅 33（武家屋敷 14 町家・商家6） 寺社仏閣 32（寺院7 神社5）資料館 16 蔵 8 飲食店 7 体験施設 6 など
			建物部位 49 漆喰壁 8 門 7 格子 5 瓦屋根 4 茅葺屋根 3 石垣 2 海鼠壁 土塀 黒板塀 煉瓦壁 格子窓 縁台 欄間 障子 いろり 釜戸 など
街の周辺	街の生活を要素 《生活》 227	〈活動〉 119	史跡・公園 23 史跡 15（庭園 2 石仏 2）公園 8 その他 樹木 5 岩石 3 池 3 橋 3 など
			祭礼 45 祭礼 25（行列 3 七夕祭 2 火祭 2）舞踊 4 囃子 3 曳山 2 民謡 童謡 鶴飼い 漁法 かるた 苗木市 大衆演劇
			体験 31 工芸教室 10 渡し船 2 機関車 2 座禅 川下り 観音巡り 鉄道 など
			歴史上の人物 26 江戸時代の人物 7 戦国時代の人物 5 職人 職人 武者行列 など
			その他 伝説・神話 4 サービス 4 地名 方言 汽笛 文様
街の周辺	街の生活を要素 《生活》 227	〈物品〉 108	食品 33 酒 5 菓子 4 茶 4 蕎麦 3 麵 3 米 2 果物 2 郷土料理 湧水 など
			所蔵・展示品 29 仏像・仏具 4 書画 4 書物 2 武具 5 彫刻 神祭具 棟札 など
			工芸品 20 和紙 2 曲物 2 絹 2 仏壇工芸 陶芸 鉄器 人形彫刻 建具
			祭礼用品 14 山車 5 神木 2 傘鉾 山鉾 灯籠 竹飾り など その他 生物 5 温泉 3 帆
			《周縁部》35 山 23 海 4 溪谷 2 森林 2 湖 2 湧水 地

表2 歴史属性の分類

〔京都の歴史属性〕 115	〔その他の歴史属性〕 386
京都との地理的関連性 11 地形の共通性（盆地、基盤目の町割） 京都の地名との共通性（町名、川、橋） 領主が京都を模して町づくりをした史実	具体性あり 231 具体的な歴史性を示すもの 特定の時代からの来歴 187 江戸 144 戦国 14 昭和 8 近代 4 大正 4 鎌倉 4 明治 室町 奈良 白鳳 近世 中世 古代
京都との文化的関連性 27 京都の文化との名称や特徴の共通性 京都から伝来したという史実	歴史学上または物語上の人物との縁故 43 小村寿太郎 西岡 森鴎外 横山大観 葛飾北斎 松尾芭蕉 喜多川歌麿 沢庵 維新の志士 藩主 徳川家康 藤堂高虎 織田信長 森蘭丸 武田信玄 伊賀忍者 里見八犬伝 吾妻鏡
京都に関連する人物との縁故 15 公家 平家の落人 渡辺綱 河合公方 雪舟 京都所司代 狩野派絵師 松花堂 小堀遠州 本阿弥光悦 石川丈山 千家十職 かぐや姫	価値対象自体が示す具体的な歴史性 8（重複6）
価値対象自体が示す京都との関連性 3	具体性なし 155 漠然とした古さを示すもの 伝統の 22 文化財登録 12 歴史ある 11 昔の 古い 8 今も残る 7 懐かしい 5 価値対象自体が示す歴史性 61
小京都らしさ 83（重複69）	

注1) 1つの価値対象に同じ種類の歴史属性が伴う場合は1つの歴史属性として集計した。
〔その他の歴史属性〕の具体性なしは、単独で価値対象に示される場合に限り抽出した。

図3 価値対象と歴史属性との関係

た^{注21)}。本章ではこれらの言語表現に示される街の価値を総体的に捉えるために、価値対象同士の意味的な関連性について検討する。

3. 1. 言語表現にみられる価値対象同士の階層関係

価値対象同士の意味的な関連性について、ここでは特に価値対象同士の階層的な関係に着目し、以下の2つの水準から検討した。

まずひとつは、価値対象の内容それ自体が文脈上階層的な関係を想定できる場合である。例えば、図4上段の分析単位 No.11-D に示される「寺の町いいやま」およびその内部に存在する「寺社群」 「雁

このように、1つの資料から抽出された複数の価値対象は、上記のような階層関係により構造化されるまとまりの集合として捉えることができる。そこで言語表現にみられる階層関係を整理して価値対象のまとまりを抽出し、これらのまとまりを価値グループと定義

以上で導いた価値グループの階層構造の複雑性の指標として、価値グループの階層について上位から一次、二次、と順に次数を設定し、階層が二次からなるものを単純階層、三次以上からなるものを複合階層として大別した^{注23)}(図5)。

次に、価値グループの意味内容を代表するものとして、階層の最上位に位置づく価値対象（一次の価値対象）の内容と歴史属性を検討した。一次の価値対象の分類内容（表1）から価値グループを【全体像型】^{注18)}、【空間型】、【生活型】、【周縁部型】として位置づけ、さらに【空間型】、【生活型】は、それぞれ「線的空間系」^{注18)}と「点的空間系」、【活動系】と「物品系」に分類した（図6）。また図6では、階層の形式を縦軸とし、全ての価値グループを位置づけ、一次およ

注) 2つの階層関係が重複してみられる場合は複数の分析単位から見出せる階層関係(下段)を優先した。

図 5 価値グループの階層の形式

び二次以下に位置づく価値対象の内容と歴史属性を併せて示した。

これより多くみられたのが【全体像型】および【空間型】で、それぞれ全体の4割弱を占めた。【空間型】の内訳をみると、「線的空間系」が約7割と多く、表1で示した価値対象全体の《空間》の内訳では「点的空間」が「線的空間」の3倍近くみられたのに対して、意味的な階層構造の上位に位置づく価値対象ではその比率が逆転することがわかった。また、一次の価値対象に「京都の歴史属性」を含むもの（図6中、一次の価値対象の欄が■）はほぼ全てが【全体像型】または「線的空間系」であった。以上から、「小京都」を掲げる街では、価値対象の結びつきは街全体や線状に広がる空間といった街を広範囲に印象づけるようなネットワークとして示される傾向にあり、さらにそれらに街の「小京都」としての歴史的価値が直接的に投影される傾向にあるといえる。

さらに【全体像型】について、階層の形式を検討すると、複合階層ではその約3分の2が四次以上の階層からなるものであり、他の型の価値グループに比べて高い割合を占めた。また一次の価値対象の内容は半数が「城下町」としての履歴を示すものであり、そのほとんどが「京都の歴史属性」を含むものであった。城下町と京都は一見相反する性格と思われるが、城下町には領主が京都を模して整備した履歴を有するものもあることなどから、城下町としての履歴が「小京都」を想起させる特性として位置づいていると推察される。

【空間型】については、「線的空間系」は一次の価値対象の内容の6割が「街並」で、「道」「川」は少数しかみられず、表1で示した価値対象全体の「線的空間」の内訳では「街並」「道」「川」が同程度であったのに対して異なる傾向がみられた。ここから「小京都」を掲げる街では、道や川のように街の空間構造の基軸として示される要素よりも、街並のように建物が建ち並ぶ現象的な有様として示される要素が価値対象のネットワークの基点となる傾向を確認できる。[点的空間系]は、[線的空間系]に比べて二次以下の価値対象に《全体像》「線的空間」はほとんどみられず、これより「小京都」を掲げる街では、街に点在する空間を基点としたネットワークには広域的なスケールの内容は結びつかず、建物の部位、そこで行われる体験、展示品といったその空間の中で完結する内容に限定される傾向を確認できる。

【生活型】は、価値グループ全体の2割弱しかみられず、表1で示した価値対象全体では《生活》が《全体像》および「線的空間」よりも多かったのに対して、異なる割合を示した。これより「小京都」を掲げる街では、街の生活を構成する要素は、価値対象の階層関係においては従属的な内容となる傾向にあることがわかった。

4. 価値グループの組合せにみる「小京都」を掲げる街の価値の総体
前章で指摘したように、資料とした観光パンフレットの言語表現に示される街の価値の総体は、価値グループの集合として捉えられる。そこで本章では価値グループの資料単位での集合を検討する。

各資料の価値グループの集合を、前章で位置づけた階層の形式、一次の価値対象の内容および歴史属性を含めて示したものが表3である。価値グループの数から、全資料を単数の価値グループからなるもの（{集約型} 注18）と複数の価値グループからなるもの（{分散型}）に大別した。さらに、各資料における価値グループの内容の組合せを【全体像型】【空間型】【生活型】【周縁部型】から整理し、該当する資料数の多い価値グループの集合を、「小京都」を掲げる街の

価値の類型として位置づけた注24）。以下、ア～オの類型を概説する。

類型ア、イは「集約型」の類型で、このうち類型アは【全体像型】によるものであり、そこに含まれる価値グループは全て一次の価値対象の歴史属性に「京都の歴史属性」を含むもの（表3中、価値グループの枠内が■）であった。これは例えば、京都の公家と所縁のある城下町の履歴が示された上で、その履歴に由来する建物や工芸品が示される岩出山（No.2, 表3下に記載）のように、京都に関連する街の特性を基点とした緊密な意味の連鎖によって街の空間的な要素や生活的な要素が包括的に階層化されるものである。

類型イは【空間型】によるもので、そこに含まれる価値グループには「点的空間系」はみられなかった。これは例えば、武家屋敷の街並が詳細に示される知覧（No.29, 表3下に記載）のように、街の広域的な空間の有様を示すネットワークにより街の価値が階層化されるものである。

表3 価値グループの組合せからみた「小京都」を掲げる街の価値の総体

類型ウ～オは「分散型」の類型で、このうち類型ウは同種の価値グループの組合せ、類型エ、オは異種の価値グループの組合せによるものである。類型ウは【全体像型】の組合せによるもので、一次の価値対象の内容には「城下町」や「山間部」といった特性が多くみられた。これは例えば、飯山（No.11, 表3下に記載）で「雪国の小京都」と呼ばれる城下町と、霊場としての歴史をもつ山間部が同時に示されるように、街の歴史的価値が異なる特性を基点とした階層関係により構成されるものであり、京都の歴史的な特徴と地理的な特徴の双方との関連性が推察される。

類型エは【全体像型】と【空間型】の組合せによるもので、これは例えば、中村（No.23, 表3下に記載）で京都から下向した公家が整備した履歴を有する城下町と、街を流れる四万十川周辺の歴史的景観が同時に示されるように、街全体の特性と街の空間的な要素という異なる領域的な観点から街の価値が階層化されるものである。

類型オは【空間型】と【生活型】の組合せによるもので、【空間型】の内訳をみると「点的空間系」が「線的空間系」よりも多くみられ、価値グループ全体の傾向（図6）と異なる比率を示した。これは例えば、津山（No.19, 表3下に記載）で商家の街並み、街に残る城址、近代の古い駅舎が点在する鉄道路線が同時に示されるように、街の空間や生活文化を構成する様々な水準の要素を基点として街の価値が階層化されるものである。

また、以上のタイプのいずれにも含まれなかった【周縁部型】を含む資料群（P）は、その他の価値グループとの組合せにおいて資料の集中がみられなかったものの、【周縁部型】の一次の価値対象の内容に「山」が多い傾向がみられた。これらの資料は、例えば街の周縁を囲む山を基点として古い山城や情緒ある自然の風景が示される津和野（No.16）のように、山に囲まれた京都の地理的特徴とその歴史的景観が矮小化されたものとしての「小京都」のイメージを示すものと捉えることができ、アからオの類型に準ずるものとして位置づけた。

以上の価値グループの集合について、価値グループ全体の約8割を占めた【全体像型】【空間型】の有無と資料の地理的分布との対応をみると（表3右下）、【全体像型】を含むものは15資料中10資料が京都市の東側の地域に集中しており、一方【空間型】を含むものは16資料中11資料が京都市の西側の地域に集中していた。【全体像型】の多くが一次の価値対象に「京都の歴史属性」を含むものであったことを鑑みると、わが国の東側と西側の地域における京都のもつ意味の違いを推察することができる^{注25)}。つまり、東側の地域においては、鎌倉幕府や江戸幕府による武家を中心とした政治体制による歴史的な影響が強いと考えられ、京都との関連や京都に似た雰囲気は稀少価値をもつために、「小京都」という街全体の特性によって街の価値を統合する傾向にあり、一方西側の地域においては、朝廷を中心とした政治体制による歴史的な影響が強いと考えられ、東側の地域に比べて京都との馴染みが深く、空間という街の視覚的な側面を形成する要素に街の価値を統合し、「小京都」としてのより具体的な視覚イメージを形成しようとする傾向にあると考えられる。

5. 『小京都』と『小江戸』の街のイメージ形成の枠組みの比較

本章では、前章までの分析結果と、前報で得られた「小江戸」を想起させる街の観光パンフレットの言語表現の分析結果との比較を

行うことで、「小京都」と「小江戸」それぞれの街のイメージ形成の枠組みの特徴を相対化して考察する。なお以降、本章では「小京都」を掲げる街、および「小江戸」を想起させる街を、それぞれ『小京都』^{注18)}、『小江戸』と略記する。

5.1. 価値対象と歴史属性の比較

まず価値対象について内容の割合を比較すると（図7）、『小京都』は「点的空間」および「物品」の割合が『小江戸』よりも幾分高くみられたが、その他は数の割合に大きな違いはみられなかった。

次に歴史属性については（図8）、『小京都』では「その他の歴史属性」が全体の約4分の3を占めたのに対して、『小江戸』では「江戸の歴史属性」と「その他の歴史属性」が同程度であり、異なる割合を示した。さらに、「京都の歴史属性」と「江戸の歴史属性」の内容をみると、前者は大半が漠然とした「小京都らしさ」を示すものであるのに対して、後者は大半が江戸との関連を具体的な内容を伴って示すものであった。江戸は現代では存在しない歴史上の都市であるため、『小江戸』において江戸との関連性は想像を含んだ比較的自由な解釈により示される傾向にあり、それに対して京都は現在まで存続する都市であることから、その特徴が人々の間で共有されているため、『小京都』においては京都との関連を明確に示すことが難しいものと考えられる。

5.2. 街の価値の階層的性格の比較

次に、価値グループにみられる街の価値の階層的性格を比較した（図9）。価値グループの内容の割合をみると、『小京都』『小江戸』と

	《全体像》		《空間》 〈線の空間〉 〈点の空間〉		《生活》 〈活動〉 〈物品〉		《周縁部》	総数	
『小京都』	46	85	253		119		108	35	646
『小江戸』	88	139	289		165		102	54	837

図7 『小京都』『小江戸』の価値対象の比較

	《京都の歴史属性》	《その他の歴史属性》	総数	京都との地理的関連性	京都との文化的関連性	京都に関連する人物との縁故	小京都らしさ
『小京都』	115	386	501	:11	:27	:15	:83
	《江戸の歴史属性》	《その他の歴史属性》	総数	江戸時代からの来歴	江戸時代の人物との縁故	近世都市江戸との関連性	小江戸らしさ
『小江戸』	323	340	643	:221	:80	:48	:4

図8 『小京都』『小江戸』の歴史属性の比較

注) 一次の価値対象の内容は該当数が3以上みられたものを示している。

図9 『小京都』『小江戸』の価値グループの比較

もに【空間型】が高い割合でみられたが、次いで『小京都』では【全体像型】が、『小江戸』では【生活型】が多かった。さらにそれぞれの一次の価値対象の内容をみると(図9の点線枠内に記載)、『小京都』の【全体像型】では「城下町」が、『小江戸』の【生活型】では【活動系】の「人物」が多いことがわかる。これより、『小京都』では街全体の特性を基点とした価値対象のネットワークが、『小江戸』では街の生活を構成する要素を基点とした価値対象のネットワークがそれぞれ特徴的であり、特に前者では城下町という街の形式、後者では徳川家の人物や幕末の志士といった江戸時代に活躍した著名な人物が、街の歴史的価値を代表するものとして位置づけられていることがわかる。

まず【集約型】では、【全体像型】による類型アおよび類型Ⅰ、【空間型】による類型イおよび類型Ⅱは、『小京都』『小江戸』に共通してみられたが、【生活型】による類型Ⅲは『小江戸』独自のものであった。これより、水戸（No.3）における水戸徳川家や、上松（No.17）における尾張藩の保護のもと育てられた歴史をもつ名産の檜材といった、江戸や江戸時代を想起させる人物や特産品を基点としたネットワークにより街の価値を集約的に階層化するのが『小江戸』に特有であることを確認できる。

歴史的なスポットが多くあり、そうした街の断片的な印象を形成する個々の空間が『小京都』においても重要性を有するものと考えられ、『小京都』と『小江戸』の空間的なイメージの違いを示唆するものと捉えることができる。

6. 結

本研究では、他の場所からの歴史的価値の転用による場所のイメージ形成の枠組みについて、「小京都」を掲げる街の観光パンフレットの言語表現に提示される街の価値の内容を検討し、さらにその結果を前報において得られた「小江戸」を想起させる街の観光パンフレットにおける言語表現の分析結果と比較、検討した。

まず「小京都」を掲げる街において提示される街の価値の内容については、街の価値を構成する価値対象とその歴史属性とから捉えた上で、価値対象同士の意味的な階層関係を2つの水準から検討し、「小京都」を掲げる街の価値の総体を、階層関係により構造化される価値対象のまとまりの集合として捉えた。

これらの価値対象のまとまりの内容を検討した結果、街の魅力を構成する価値対象の結びつきは、街を広範囲に印象づけるようなネットワークとして提示される傾向にあり、なかでも街全体の特性を基点として価値対象を階層化する場合は、城下町の履歴に対して街の「小京都」としての歴史的価値が直接的に投影される傾向にあることを見出した。

次に、上記の価値対象のまとまりの資料単位での集合をその内容から整理し、「小京都」を掲げる街の価値の類型として位置づけた。さらにこれらの価値グループの集合について、資料の地理的分布との対応を検討したところ、京都から東側の地域では、「小京都」という街全体の特性によって街の価値が統合される傾向にあるのに対して、京都から西の地域では、空間という街の視覚的な側面を形成する要素に街の価値が統合される傾向にあり、わが国の東側と西側の地域において京都の有する意味に違いがあることを見出した。

これらの分析で得られた結果を、「小江戸」を想起させる街の分析結果と比較、検討した。価値対象のまとまりの内容について検討した結果、街の魅力を構成する価値対象の意味的な結びつきにおいては、「小京都」を掲げる街では城下町という街全体の特性を基点とした価値対象のネットワークが、「小江戸」を想起させる街では徳川家の人物や幕末の志士といった江戸時代に活躍した著名な人物にまつわるエピソードを介して結びつく価値対象のネットワークが、それぞれ特徴的であることを確認した。

そして、「小京都」「小江戸」双方の資料単位での価値グループの集合から位置付けた街の価値の類型について比較した結果、「小京都」を掲げる街では、街全体の特性に特化した価値対象のネットワークにより街の価値を階層化するもの（Ⅲ）と、街の周縁を囲む自然環境を基点とした価値対象のネットワークにより街の価値を階層化するもの（Ⅳ）が特有であり、「小江戸」を想起させる街では、江戸や江戸時代を想起させる人物や特産品を基点としたネットワークにより街の価値を集約的に階層化するもの（Ⅲ）と、街の空間的特徴に特化した価値対象がネットワークの基点となって街の価値を階層化するもの（Ⅳ）が特有であることがわかった。

以上より、「小京都」を掲げる街のイメージの枠組みの特徴は、俯瞰的な視点から街全体の雰囲気や京都と結びつけて示すものであり、

一方「小江戸」を想起させる街のイメージの枠組みの特徴は、江戸に結びつく街の空間的特徴もしくは文化的特徴のいずれかに特化し、それを街に入り込むような視点により示すものであるといえる。

これらの特徴から、前者は京都が有する漠然としたイメージとしての歴史的価値を転用するもの、後者は江戸の断片的な記憶としての歴史的価値を転用するものと捉えることができ、ここで特に「小江戸」における部分（断片的な歴史的価値）と全体（江戸）という関係を、隣接的な関係のひとつと捉えると^{注26)}、双方の街における歴史的価値の転用について、「小京都」は類似性に基づくもの、「小江戸」は隣接性に基づくものと捉えることができる。これらを修辞学における比喩の形式に当てはめれば、「小京都」は京都全体が矮小化された、京都の隠喩としての性格、「小江戸」は江戸の断片的な記憶を示す要素が抽出、展開された、江戸の換喩としての性格を有するものとして位置づけられると考える。

以上のように、歴史的価値の転用によるイメージ形成のメカニズムにおける異なる2つのあり方を見出した。

注

注1) 本論では人々の知覚的経験を介して形成される主観的認識の総体をイメージと呼んでいる。K・ボウルディングは参考文献1において、イメージを人々の世界に関する知恵の総体とし、個人の経験を介して社会的かつ私的に形成されたイメージが人々の行動を決定づける基底を成すと論じている。

注2) 例えば多木浩二は参考文献2において、日本人の場所に対する認識の一つに「名所」の概念を挙げた上で、「名所が意味を獲得する過程は、特に場所の命名法のなかによくあらわれてくる。それには既成の（したがって紋切型の）象徴を借りてくるあやかりや、物なり動物なりに似ていることからくる見たてなどがあるが、いずれも「名所」が、結局は慣習的な認識を媒介するメディアとして、環境のなかで機能するようになることを示している。」と述べ、ある慣習的なものからの「あやかり」や「見たて」が、日本人にとって場所に意味を付与する際の一つの型として存在することを指摘している。

注3) 「小京都」という言葉の意味について、例えば広辞苑（参考文献4）には、「古い町並みが残り、京都のような趣きをもつ、小都市」とあり、また「小京都」と「小江戸」というキーワードを民俗学的観点から考察した参考文献5には、「小京都」の定義の一例として1985年に京都市及び京都との所縁を掲げる全国の街で結成された「全国京都会議」の加盟基準が挙げられ、そこには「京都に似た自然景観、町並み、たたずまいがあること」「京都と歴史的な繋がりがあること」「伝統的な産業、芸能があること」とある。本論では「小京都」が有する意味の構造を問題とするため、上記の定義に挙げられるような実体的な水準に関わらず、「小京都」を街のキャッチフレーズとして掲げるという言語的な水準から歴史的価値の転用を指定し、資料を選定した。

注4) 「小京都」と「小江戸」の違いについては、京都と江戸の違いとともに、両者が全国的に知られるようになった時期及び社会背景の違いについても指摘することができる。例えば参考文献6では、「小京都」が1970年代の「ディスカバリー・ジャパン」キャンペーンに代表される国内旅行の活性化に伴い全国的に広まったものであり、それに対して「小江戸」は1980年代の「東京論」ブーム及び1990年代の都心回帰の風潮などに伴う東京および江戸に対する注目の高まりとともに取り上げられたものであるとして、両者が社会的に注目を集めるに至った背景の違いが論じられている。

注5) ここでのメディアとは、新聞、書籍、雑誌、テレビ、インターネットなどの情報伝達媒体を指す。

注6) 例えば参考文献7においてJ・ボードリヤールは、メディアの機能を「互いに意味を補完し合い指示し合う同質な各種のメディアからなる多次元的世界で現実の世界をおきかえてしまうこと」と述べ、メディアにより発信される情報が現実の有様を超えて人々の事物への認識を形成している状況を記述している。本論では、このようなメディアからの情報を通して得られる事物への認識が、現代社会における人々のイメージ形成に支配的な影響を与えていると考える。また参考文献8においてD・プー

アスティンは、「われわれの興味の大部分は、われわれの印象が新聞・映画・テレビに出てくるイメージに似ているかどうかを知りたいという好奇心から生まれる」と指摘し、近代以降の人々の場所に対する経験が未知のものに対する開拓的経験ではなく、メディアからの情報を通して事前に形成されるイメージを前提とした追認的経験へと変化したことを指摘している。

- 注 7) 例えば社会学者の J・アーリは、「観光のメディア化が膨張するにつれ観光地は世界中で増殖し、ふだんの活動の場も、テーマ化された環境として「観光」モードに衣替えしてしまう。」(参考文献 9) と述べ、あらゆる場所がテーマ化された環境として人々に消費される現代の状況を指摘している。
- 注 8) 意匠論とは、建築の設計に関わる事柄を扱う分野であり、本論のような社会において建築や都市がいかなる意味を伴って存在しているかを問う建築 / 都市の認識論は、社会との関わりを常に求められる建築の創作と思想の構築に有用な視座を与えるものとして、広義での意匠論に位置づけられるものとする。
- 注 9) 本研究は拙稿 (参考文献 10、11) をもとに、分析方法などを修正し発展させたものである。その過程において、資料とした観光パンフレットの記載内容に変化が見られたものがあったため、2014 年 6 月時点で確認できた「小京都」を掲げる街の観光パンフレットを再調査し、ここでの資料とした。資料の選定に際しては、2014 年 6 月から過去 15 年以内に発行された歴史をテーマとした観光案内書籍 (別表 1 に示す) に掲載のある街および「全国京都会議」に加盟している街について、その観光パンフレットを総覧し、「小京都」というキーワードが街全体を形容する表現として表紙や紙面の見出しに記されているものを選定した。全 29 資料のうち 4 資料が前報での資料と重複した。
- 注 10) 資料とした観光パンフレットは、下記に示す主体により制作されたものであり (詳細を別表 2 に示す)、雑誌やテレビに比べて街の内部の人々の視点から街の魅力を発信するメディアといえる。またこれらの資料は全て現地の観光案内所や交通機関などで無料配布されるほか、希望者への送付やインターネットへの掲載などもあり、不特定多数の人々に入手されることを意図して制作されたものである。以上のような資料の性格から、本研究では資料に記載された情報を街が主体的に発信するイメージ形成の枠組みとして位置づけた。

資料の制作主体の内訳

市町村自治体の商工観光系の部局	14 資料
市町村の観光協会	9 資料
自治体 / 観光協会 連名	6 資料

- 注 11) 本報は「小京都」を掲げる街のイメージ形成の枠組みについて、前報で得られた「小江戸」を想起させる街のイメージ形成の枠組みとの比較を行うことを目的のひとつとしているため、「小京都」の観光パンフレットの言語表現の分析は前報の分析方法に基づいたものとした。
- 注 12) ここでは観光パンフレットに提示された街の価値の大枠を把握するために、各ページにおける見出しや説明文のうち、主要な内容として提示されていると捉えられるものを文字のサイズや紙面のレイアウト等から判断し、分析単位として抽出した。
- 注 13) 本論では特定の年代からの履歴や古びた雰囲気などによって示される事物の古さを総じて歴史性と呼んでいる。また、歴史性を根拠として示される事物の記号的価値を歴史的価値と呼んでいる。
- 注 14) 言語表現には、地名や地形といった京都との地理的な空間特性との関連を示す内容もみられた。本研究では言語により成立する場所のイメージ形成を問題とするため、京都の世界的な歴史都市としての性格を鑑み、京都との関連を示す内容は具体的な履歴の有無を問わず、街の歴史性を示す内容として分析対象に含めた。
- 注 15) 価値対象は言語表現中に示される名詞のうち、文脈から街の魅力として提示されていると読み取れるものを抽出した。
- 注 16) 歴史属性は必ず価値対象に付随するものとし、複数の価値対象に意味がかるものはそのつど数を集計した。
- 注 17) このような定義のもと、本研究の資料対象を検討すると、29 の観光パンフレットから全 176 の分析単位を抽出でき、そこから 646 の価値対象と 501 の歴史属性を抽出することができた。これらを次章以降の分析対象とする。
- 注 18) 本論では下記のように括弧を使い分けている。
《 》: 価値対象のカテゴリー。
〈 〉: 価値対象の下位カテゴリー。

- []: 歴史属性のカテゴリー。
【 】: 価値グループの型のカテゴリー。
[]: 価値グループの系のカテゴリー。
{ }: 価値グループの総数からみた資料のカテゴリー。
(): 資料番号。
『 』: 資料の名称を略記する際に『小京都』、『小江戸』と記す。

- 注 19) 歴史属性は、価値対象を形容する記述として示される場合と、価値対象の語句そのものに歴史性が含まれる場合がある。後者は、例えば「祇園祭り」や「加茂川」、「伊達政宗」や「奥の細道」などのような京都や特定の時代との関わりをもつ固有名称を伴う場合、「京都所司代」や「武家屋敷」などある時代特有の事物が示される場合などが挙げられる。また特定の時代との関わりはみられないものの、「城」や「海鼠壁」のような伝統的な建物や建物部位、「寺」「街道」「忍者体験」「御興」のような日本古来から伝わる文化に関連した事物などについても歴史性が含まれるものとしてその内容を検討し、歴史属性として集計した。
- 注 20) [その他の歴史属性] のうち漠然とした古さを示すものについては、単独で価値対象に示される場合に限り数を集計している。
- 注 21) 全 29 資料中 27 資料の言語表現において複数の分析単位が抽出された。全 176 中 153 の分析単位において複数の価値対象がみられ、その結果全ての資料で複数の価値対象がみられた (最小 8、最大 51)。
- 注 22) 価値グループの抽出にあたり図 4 で示した階層関係の水準が重複してみられる場合は、複数の分析単位から判断できる階層関係を優先した。
- 注 23) 価値グループの階層の次数を集計したところ、二次が 17、三次が 19、四次が 16、五次が 4 みられた。ここでは三次以上からなるものを階層構造における意味の連鎖の緊密性が強いものと判断し、四次以上からなるものについては図 6 に対応を記載した。
- 注 24) 表 3 において、資料単位での価値グループの集合を検討した結果、該当する資料数と価値グループの集合との対応は、以下の通りであった。

資料数	1	2	3	4	5
価値グループの集合の数	5	1	0	3	2

- これより、資料数 3 となる価値グループの集合 (該当数: 0) と、資料数 4 となる価値グループの集合 (該当数: 3) との間に資料分布の偏りが認められることから、4 以上の資料の集中がみられたものを類型としている。その結果、類型 A～O には全 29 資料のうち 22 資料が含まれた。
- 注 25) 歴史学者の網野善彦は参考文献 20 において、わが国を東西二つの地域として捉える試論を行い、双方の地域の慣習、民俗文化、履歴の相違を指摘し、特に中世から近世にかけて幕府を中心とした東国と、朝廷を中心とした西国という二つの文化圏が顕在化したと述べている。
- 注 26) 隣接性 / 類似性および換喩 / 隠喩に関する本論の解釈は参考文献 22 による。

参考文献

- 1) ケネス・E・ボウルディング著、大川信明訳：ザ・イメージ、pp.1-21、誠信書房、1962
- 2) 多木浩二：生きられた家 経験と象徴、pp.173-174、青土社、1984
- 3) 香月歩、奥山信一：観光パンフレットの言語表現にみる「小江戸」を想起させる街のイメージ形成の枠組み、日本建築学会計画系論文集 726、pp.1809-1818、2016.8
- 4) 新村出編：「小京都」、広辞苑、第六版、p.1371、岩波書店、2008
- 5) 松崎憲三編：小京都と小江戸 ―「うつし」文化の研究、p.15、岩田書院、2010
- 6) 荒山正彦：小京都から小江戸へ ―都市にそそがれるまなざし、地理 45-3、pp.66-71、古今書院、2000.3
- 7) ジャン・ボードリヤール著、今村仁司、塚原史訳：消費社会の神話と構造 普及版、pp.175-175、紀伊国屋書店、1995
- 8) ダニエル・J・ブーアスティン著、星野郁美、後藤和彦訳：幻影 (イメージ) の時代、p.126、東京創元社、1964
- 9) ジョン・アーリ、ヨナス・ラースン著、加太宏邦訳：観光のまなざし 増補改訂版、pp.44-45、法政大学出版局、2014
- 10) 香月歩、奥山信一、塩崎太伸、四ヶ所高志：「小江戸」を掲げる街の観光パンフレットにみられる言語表現、日本建築学会大会学術講演梗概集 F-2、pp.605-606、2012.9
- 11) 香月歩、奥山信一、塩崎太伸、四ヶ所高志：観光パンフレットにみる「小江戸」を掲げる街のイメージ、日本建築学会大会学術講演梗概集 F-2、pp.607-608、2012.9

12) 星野貴, 越野武, 角幸博, 池上重康: 「小京都」考, 日本建築学会北海道支部研究報告集 69, pp.593-596, 1996.3

13) 藤原篤, 福永太郎, 川崎清: 京都の都市イメージにおける伝統的要素の想起要因, 日本建築学会計画系論文集 462, pp.107-116, 1994.8

14) 岩岡竜夫, 坂本一成: 商品化住宅の外形における図像的イメージ, 日本建築学会計画系論文報告集 380, pp.145-155, 1987.10

15) 岩岡竜夫, 坂本一成, 加茂紀和子: 商品化住宅の外形における言葉, 日本建築学会計画系論文報告集 383, pp.141-149, 1988.1

16) 呉家瑋, 後藤春彦, 佐藤宏亮: 国際観光に影響を与えるファッションタウンの生活像 - 台湾人女性から見た生活のイメージと代官山における居住者のライフスタイルを通して -, 日本建築学会計画系論文集 622, pp.153-159, 2007.12

17) 劉陽陽, 北川啓介: 1961年から1985年までの新聞広告における住宅像, 日本建築学会東海支部研究報告書 51, pp.469-472, 2013.2

18) 倉澤知久, 十代田朗, 津々見崇: 旅行雑誌にみる町並み観光地のイメージの変遷と地域特性との関連に関する研究, 都市計画論文集 48, pp.1095-1100, 2013.10

19) 吉本憲生, 篠野志郎: 大阪都市協会の機関雑誌『大大阪』の記事にみる大阪駅周辺の地域像 - 近代大阪の都市像形成に関する研究 -, 日本建築学会関東支部研究報告集 83(II), pp.705-708, 2013.3

20) 網野善彦: 東と西の語る日本の歴史, そして, 1982

21) 武光誠, 大石学, 小林英夫監修: 江戸時代の交通と旅, 地図・年表・図解でみる日本の歴史 (下), pp.28-29, 小学館, 2012

22) 佐藤信夫: レトリック感覚, 講談社, 1992

別表 1 資料の選定における参考書籍

書籍名	著者名	出版社	出版年	書籍名	著者名	出版社	出版年
歴史の散歩路-小江戸紀行―〇八巡り	池田直樹	東洋書院	2001	小さな町小さな旅/九州・沖縄	宮川透	山と溪谷社	2007
歴史遺産日本の街並み108選を歩く	吉田桂二	講談社	2001	小さな町小さな旅/中国・四国		山と溪谷社	2007
地図で歩く城と城下町100選		平凡社	2001	この道歩こうベスト40関西周辺		山と溪谷社	2008
城下町を歩く 中部編	内田和浩 他	世界文化社	2005	この道歩こうベスト44関東周辺		山と溪谷社	2008
城下町を歩く 四国編	内田和浩 他	世界文化社	2006	関東むかし町歩き	JTB 「バブ リアツグ」		2008
小さな町小さな旅/関東版		山と溪谷社	2006	関西むかし町&古街道を歩く	JTB 「バブ リアツグ」		2010
小さな町小さな旅/東海版		山と溪谷社	2006	遠くへ行きたい 特選の旅		実業之友社	2010
小さな町小さな旅/関西版		山と溪谷社	2006	東海の城下町を歩く	中井均	風媒社	2010
小さな町小さな旅/関東・甲信越	亀井千歩子	山と溪谷社	2006	日本の街道を旅する	佐々木節	学研 「バブ リアツグ」	2011
小さな町小さな旅/東海・北陸	与泉日出夫	山と溪谷社	2006	日本の町並み250		山と溪谷社	2013
小さな町小さな旅/関西周辺		山と溪谷社	2006	街道散歩	自然環境研究 オフィス	東方出版	2013
小さな町小さな旅/東北・北海道		山と溪谷社	2007				

別表 2 資料リスト

資料 No.	地域名	都道府県	観光パンフレット名称	制作 主体	発行年	分析 単位 総数
1	盛岡	岩手県	盛岡&いわて観光ガイド 盛岡いいとこどり	観	2014	5
2	岩出山	宮城県	伝統と未来を旅するまち 伊達な小京都 岩出山観光ガイドマップ	自	記載なし	7
3	村田	宮城県	村田浪漫 村田町観光案内絵図	自	2014	6
4	角館	秋田県	角館観光プレス 角館まるごと観光ガイド 2014年夏号	連名	2014	7
5	加茂	新潟県	北越の小京都 雪椿のまち 加茂	自	記載なし	5
6	城端	富山県	越中の小京都 自然と人が共生する癒される街 城端で休もう	観	記載なし	7
7	大野	福井県	結の故郷 越前おおの 人を結び、時を結び、地域を結ぶ	連名	2014	8
8	古河	茨城県	古河市観光ガイドブック 歴史浪漫の街古河	自	2013	15
9	栃木	栃木県	栃木市観光ガイド ぶらりのんびり栃木へようこそ	連名	2014	5
10	小川	埼玉県	和紙のふるさと おがわまち ロードマップ&タウンガイド	自	2010	9
11	飯山	長野県	日本のふるさと 信州いいやま 飯山市公式観光ガイドブック	観	記載なし	8
12	森町	静岡県	遠州の小京都 森町 森町観光案内	自	記載なし	4
13	西尾	愛知県	城下町歴史小径散策マップ 三河の小京都 愛知西尾	観	2012	5
14	伊賀上野	三重県	伊賀観光パンフレット 魅力発見感動旅路 奥義の書	自	記載なし	7
15	出石	兵庫県	出石観光便覧 出石行楽絵図	観	2013	8
16	龍野	兵庫県	播磨の小京都 龍野	自	2012	2
17	津和野	島根県	山陰の小京都 津和野	連名	記載なし	3
18	高梁	岡山県	高梁市ガイドマップ	自	2013	4
19	津山	岡山県	美作の国 歴史と文化の城下町 津山	観	2013	7
20	竹原	広島県	竹原市観光ガイドマップ 歴史情緒と潮風が薫る町 たけはら	連名	2012	5
21	山口	山口県	ぶらり山口 山口市観光ガイドブック	自	2012	10
22	大洲	愛媛県	城下町 大洲 ～ぶらり町並快遊～	観	記載なし	8
23	中村	高知県	夢のながれ 四万十川 観光ガイドブック	観	記載なし	3
24	秋月	福岡県	筑前秋月 国重要伝統的建造物群保存地区 秋月城下町	観	2014	1
25	小城	佐賀県	小城里 春夏秋冬観光コース ジャンル別観光コース	自	記載なし	7
26	人吉	熊本県	また来ちゃった 人吉日記	連名	記載なし	8
27	杵築	大分県	時と和が紡ぐ物語 杵築城下町	自	2013	9
28	臼杵	宮崎県	臼杵城下町めぐり	自	記載なし	1
29	知覧	鹿児島県	今、ひらく歴史の息吹 ちらん	自	記載なし	2

制作主体の凡例) 自:自治体の商工観光系部局 観:観光協会 連名:自治体/観光協会連名

THE FRAMEWORK OF THE IMAGE OF TOWNS PROMOTING AS *SHOKYOTO* THROUGH AN ANALYSIS OF SIGHTSEEING BROCHURES

Research on the Framework of the Image of Places in Contemporary Society Part 2

*Ayumi KATSUKI** and *Shin-ichi OKUYAMA***

* Doctoral Student, Tokyo Tech., M.Eng.

** Prof., Dept. of Architecture and Building Engineering, School of Environment and Society, Tokyo Tech., Dr.Eng.

This paper aims to clarify the framework of the image of places in contemporary society through the analysis of words on sightseeing brochures of the towns which promote themselves as *Shokyoto* (little Kyoto). These towns attempt to enhance their historical value by borrowing the image of Kyoto, old Japanese capital city. They have obtained unique historical image which have transformed from that of Kyoto. Local governments and tourist offices of these towns have published sightseeing brochures to express their historical attractions. Therefore, the framework of their image can be read from them.

Firstly, the contents of historical attraction of each town were examined from two aspects of words on sightseeing brochures; Value Objects and their history (Fig. 1, 2 and 3, Table 1 and 2). Hierarchical relations between Value Objects were considered to capture the whole historical attraction of each town, which are composed of all Value Objects in each sightseeing brochure. These relations were analyzed from the context and the appearance frequency of Value Objects in the text, we found 56 groups of hierarchically-linked Value Objects (Value Groups) (Fig. 4 and 5). Consequently, a set of Value Groups can be recognized as the whole historical attraction of each town from words on the sightseeing brochures.

Secondly, according to the content of Value Object which is on the top of hierarchy, the characters of each Value Group were classified into following four categories; whole-of-town type, space-of-town type, life-in-town type, and periphery-of-town type. Space-of-town type and life-in-town type were classified further into four categories; linear-space type, spotted-space type, activity type and article type (Fig. 6).

Thirdly, in order to capture the whole historical attraction of each town, the set of Value Groups in each sightseeing brochure was considered, and 6 patterns were extracted (Table 3). We found characteristic relations between combinations of Value Groups and geographical distribution of the towns; towns located to the east of Kyoto tend to include whole-of-town type, and towns located to the west of Kyoto tend to include space-of-town type. These results suggest the difference of the meaning of Kyoto between eastern and western part of Japan.

Finally, all the results above were compared with those of *Koedo* (little Edo), which were investigated in the previous report (Fig. 7, 8, 9 and 10). As a result, characteristic frameworks of the image of *Shokyoto* and *Koedo* were found relatively: The pattern which consists of several whole-of-town types (pattern Ⅰ), and the pattern which includes periphery-of-town type (pattern P) were peculiar to *Shokyoto*. Meanwhile, the pattern which consists of single life-in-town type (pattern Ⅲ), and the pattern which consists of several space-of-town types (pattern Ⅳ) were peculiar to *Koedo*. These results suggest distinctive frameworks of the image of *Shokyoto* and *Koedo*: The framework of *Shokyoto* is a metaphorical image of Kyoto, which overlook the whole character of the town. On the other hand, the framework of *Koedo* is a metonymic image of Edo, which highlights either spatial or cultural character of the town.

(2016年6月8日原稿受理, 2016年9月28日採用決定)