

〔学術論文〕

国際観光地 Nagoya のイメージに関する基礎的考察・その 1

—アレックス・カー、ミシュラン、ウィーン博物館—

The image of Nagoya as a international tourist city:

Alex Kerr, Michelin, Wien Museum

谷口 幸代

Sachiyo Taniguchi

要旨 海外における名古屋のイメージを掘り起こすことは、国際的な観光地をめざす名古屋の現在と今後を考える上で不可欠な作業となる。本稿は手始めにジャパノロジストの日本論、海外で出版された旅行ガイドブック、海外の博物館の展覧会を例に、それぞれに表現された名古屋像を明らかにする。

まず日本論ではYÔKOSO! JAPAN大使のアレックス・カーの著書に注目する。彼の著書*Dogs and Demons*で、名古屋は京都と同様に土建国家日本の象徴である。観光に関する講演では広告が乱立する視覚公害の街と紹介される。この厳しい助言への対応が名古屋の課題となる。

旅行ガイドブックではミシュランのガイドブックを取上げる。名古屋は本質的な観光地ではないと明言されるが、名古屋城や熱田神宮だけでなく産業観光関連施設を積極的に紹介し、名古屋港水族館の設備や展示を高く評価している。

海外の展覧会ではウィーン博物館の名古屋展を取上げる。都市計画、人口統計、余暇、移民など多様な観点からの見解には、名古屋が自動車産業などモノづくりのイメージだけではなく、正統的な観光地のイメージとはまた別の新たな魅力をもち得る可能性が示されている。

キーワード 名古屋、インバウンド・ツーリズム、アレックス・カー、ミシュラン、ウィーン博物館

はじめに

2003年に小泉首相(当時)は2010年までに訪日外国人旅行者を1000万人に倍増させてインバウンドとアウトバウンドの不均衡を是正することを方針に掲げた。これ以降「観光立国」実現のために様々な活動が実施される。観光地としての魅力を海外へ発信する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」、国際的な競争力のある観光地づくり「観光ルネサンス事業」、観光立国推進基本法施

行等を経て、2008年10月に観光庁が発足する。

中でも「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が基本方針の一つに掲げたのが、2005年開催の「愛・地球博」との連携だった。万博開催と中部国際空港の開港を控えた中部地域でも、政府の一連の動きを好機ととらえ、「中部の観光を考える百人委員会」のもと「ビジット・ジャパン・キャンペーン推進協議会」が設立された。その結果、「愛・地球博」を訪れた外国人105万人のうち旅行者は87万人にのぼり、これは国土交通省が前年に発表した万博その他の効果による目標100万人増の約87%を達成するものだった⁽¹⁾。名古屋圏では万博後も万博開催による知名度の向上や観光客を迎え入れる環境・設備の充実を活かしながら一層の観光振興をめざした。

この間、名古屋圏の観光の柱として推進されたのが、モノづくりの伝統を活かした観光モデル、「産業観光」だった。「産業観光」は2007年の観光立国推進基本計画で「ニューツーリズム」の一つに位置づけられ、名古屋圏はこの新しい観光モデルの中心地として注目を集めている。また2010年開催の生物多様性条約第10回締結国会議、いわゆるCOP10を見据えての環境をテーマにした「環境観光」、同じく開府400年を見据え、三英傑を輩出した歴史と伝統を活かして戦国武将ゆかりの城や寺社、古戦場跡地をめぐる「武将観光」の可能性も並行して検討されている。

インバウンド観光推進を考える場合、こうした観光振興の可能性の検討と共に外国人観光客のニーズに関する本格的な調査と分析の充実が望まれる⁽²⁾。加えて名古屋の海外での紹介のされ方を多様な資料から探ることも欠かせない作業だろう⁽³⁾。

そこで、名古屋がどう海外で受けとめられているのか、それは名古屋が発信しようとするイメージとどのように重なり、また異なっているのかを考えてみたい。ただし、差異があったとしてもそれを単純に否定すべきだと考えているのではない。観光客が想像を超える新鮮な魅力にふれることは旅の最上の喜びだろうし、逆に迎える側が観光客の反応から思いがけない土地の魅力を知ることもあるだろう。観光地と観光客の間にある差異をみつめることこそ、新しい魅力を発見する契機となる。以上のような考えに基づき、ここでは手始めに、ジャパノロジストのアレックス・カーの日本論、ミシュランの旅行ガイドブック、ウィーン博物館のカタログというジャンルも言語も超えた多様な表現の中のNagoyaを訪ねてみよう。

1. アレックス・カーのNagoya

国土交通省は2008年1月にインバウンド推進の民間大使「YÔKOSO! JAPAN大使」を任命した。17名の1人がアレックス・カー (Alex Kerr) で、任命は「京都の町家再生等に取り組み日本文化を体感できる観光資源創出に貢献」したことによる。

1952年にアメリカ・メリーランドで生まれたアレックス・カーが、横浜の海軍基地に弁護士として着任した父と共に初めて来日したのは1964年、12歳の時だった。帰国後はイェール大学の

ジョン・ホール (John Hall) のもとで日本学を学び、在学中の1972年に慶応大学に交換留学生として再び来日した。イエール大学の卒業論文は徳島県の祖谷がテーマだった。

彼は1973年に祖谷で購入した築200年の農家の茅葺屋根の葺き替えを88年に完成させ、「^{ちいおり}簾庵」と名付けてその再生と維持を行いながら、自然体験や地域の活性化をめぐる活動を続けている。「簾」は竹の横笛を意味し、「簾庵」、つまり竹の横笛の家という屋号である。2004年には京都の町家の保存と再生をめざす株式会社「庵」を立ち上げた。修復された町家は旅行者に宿として利用され、格子窓、虫籠窓、坪庭などの日本的な趣を味わいながら京都で暮らすように旅ができるよう考えられている。

また「YÔKOSO! JAPAN 大使」に続き、2008年2月に長崎の離島にある小値賀町の「おちか観光まちづくり大使」に任命され、講演や執筆活動を通して観光分野の提言を精力的に行っている。外国人観光客のニーズという点では、日本の観光戦略は観光とは大型バスの駐車場を作って高齢者の団体旅行者を迎えることと誤解しており、全くニーズを掴んでいないと批判する⁽⁴⁾。

彼の最初の著書は自伝的エッセイ『美しき日本の残像』である。これは「新潮45」に日本語で連載された後、1993年に新潮社から単行本として出され、第7回新潮学芸賞を受賞した。外国人で初の受賞だった。選考委員の司馬遼太郎は選評でカーの文章を、彼と親交があり同書に序文を寄せた坂東玉三郎の「鶯娘」や「藤娘」の舞踊にたとえ、「矛盾、二律背反、相反する感情の両立という二つの要素が縋い交ぜられて進んでゆく」ユニークな日本語表現の文章の創造が受賞の理由だと語った⁽⁵⁾。同書は1996年に“Lost Japan”のタイトルで英訳されてオーストラリア等を拠点とする Lonely Planet Publications から出版された。99年にイタリア語版 *Il Giappone e la Gloria*、ポーランド語版 *Japonia utracona* が続いた。

同書が自身の成長とその間の日本の変化を記したものだとするれば、2冊目の著書 *Dogs and Demons: tales from the dark side of Japan*. 2001, Hill and Wang は日本の現在を論じたものとなる。こちらは英語で書き下ろされた後、日本語訳『犬と鬼—知られざる日本の肖像—』（講談社、2002・4）、韓国語訳『치명적인 일본』(Hong-IK Co, 2002)、中国語訳『犬与鬼』（中信出版社、書藝出版社、2006）が出された。オリジナルは“remarkable portrait of modern Japan” (New York Times, 2001.4.15, by Richard J. Samuel) と注目されると共に、司馬遼太郎が『美しき日本の残像』の批判の裏側に愛情を感じ取ったように、この本も “a product of tough love” (Newsweek, 2001.6.25, by Andrew Nagorski) と紹介された。また複数の大学で日本の現在を知るためのテキストとして活用されている⁽⁶⁾。日本語版は2002年末の「朝日新聞」書評委員が選ぶ「今年の3点」にも選ばれた。

“Dogs and Demons”、この題名はカーが師事した白洲正子宅で見た短冊の言葉に由来し、その出典は『韓非子』の一節「犬馬難、鬼魅易」だという。皇帝から絵の題材の難易を問われた宮廷画家が「犬馬難、鬼魅易」と答えた。身近な犬は描くのが難しく、想像上の鬼はかえって易しいと

いうのだ。カーはこれを日本が直面する問題のメタファーとする。つまり、現代の諸問題の基本的な解決は地味なだけに困難で、それに対して派手なモニュメントに資金をつぎ込むのは容易であり、土建国家日本の近代化はこの「鬼」への道を突き進んできたと主張する。さらにその結果、日本では美しい風景も快適さも期待できなくなり、そのため観光事業でフランスなどはもとよりアジア諸国にも遅れをとることになったと述べる。“Japan has very nearly fallen off the tourist map”とまでいう。日本にエキゾチシズムを求めてきたジャパノロジスト達と一線を画すこの鋭い論調が同書の特色である。カーが最初の本は文学であるのに対して2冊目は日本が世界の流れから外れた理由を明らかにするジャーナリズムだと述べた⁽⁷⁾のもそれによる。

カーはこの日本論を外からではなく内側からの視点で書いたとも述べているが、内と外の複眼的視点を併せ持つ著書と言った方がよいだろう。また「YÔKOSO! JAPAN大使」の著書である点、そして前述のように海外でも広く読まれている点でも、同書の中で名古屋がどのように描かれているのかを見過ごすことはできない。同書において名古屋は、京都の景観が“one of the drearier sights of the modern world”と述べられた後、その景観の向こうに姿を現す。それは建築の面でも文化の面でも興味のわかない空間だった。

Across the hills and to the east lies another jumble of concrete boxes called Yamashina, and the same landscape continues interminably, past Yamashina to the drab metropolis of Nagoya, home to millions of people, but very nearly devoid of architectural or cultural interest. And on it goes for hundreds of miles, all the way to Tokyo, which is only mildly more interesting to look at than Nagoya.

また「共生」のスローガンのもと自然破壊・環境破壊が公然と行われていると批判する箇所でも、本質的なものを隠蔽するスローガンの危険を示す例に名古屋が取上げられる。藤前干潟保全問題に揺れる名古屋で、「自然の叡智」をスローガンに万博が開かれることが次のように揶揄される。

For example, the city of Nagoya made plans to wipe out Fujimae, Japan's most important tidal wetland (after the loss of Isahaya), and use it as a dump, site. Faced with local opposition, the Fujimae project is now on hold - although the future of the wetlands is far from secure. Yet Nagoya plans to host Expo 2005 based on the theme “Beyond Development: Rediscovering Nature's Wisdom.” How many foreigners will attend Expo 2005, visit charmingly designed pavilions, listen to pious speeches about Japan's love of nature and about “rediscovering nature's wisdom,” and never guess the devastation Nagoya plans for the wetlands right outside Expo 2005's gates?

名古屋は万博後もCOP10の開催を控えて「環境首都」のイメージを押し出そうとする一方で、「地域ブランド調査2006」(ブランド総合研究所)の「環境にやさしい」市のランキングで全国779都市中761位にとどまり、2008年に政府が公募した「環境モデル都市」の選にも漏れた。カーの揶揄は

環境と観光をめぐる依然として混沌の中にある名古屋に辛辣さを増して突き刺さる。

さらにカーは先に述べたように講演活動を通して、こうした自然、環境、景観、文化、観光など多方面に渡る主張や提言を精力的に続けているが、そこでも名古屋は批判的となる。たとえば、2009年2月の講演「観光の場として見た日本の魅力」⁽⁸⁾で「観光立国」の実現を掲げる日本の景観がいかに美的なものから程遠いのかを豊富な画像を実際に示して聴衆に訴えた。まず京都の三十三間堂のすぐ前に電線が張り巡らされている1枚が示され、続いてスクリーンに映し出されたのが名古屋圏の景観を写したものだ。看板が乱立した道路を写した2枚の画像は、看板の文字から知多半島方面と推測されるものだったが、問題は名古屋圏で珍しくない風景だという点にある。講演後、名古屋から来たことを伝えた私に彼は「ごめんね。名古屋だけが悪いわけではない」とあたたかい言葉をかけてくれた。彼の日本論は言及の量と内容から京都への批判が中心に見えるが、名古屋も土建国家にして観光立国に程遠い日本のシンボルとなっているのだ。

しかし、注意しなければならないのは、彼が古いものに固執し新しいものを単に否定しているわけではないことだ。彼が進める「簾庵」や「庵」のプロジェクトにしても伝統を活かしながら快適に暮らすことができる空間の創出をめざしている。このことは彼が「鬼」の対極として挙げる事例をみてもわかる。それはたとえば屋根の美しさとイルミネーションの力を効果的に活かした中国雲南省北部の麗江であり、また新しい建物を見事な統一感で見せる上海の事例である。

こうした彼の視点は名古屋の景観の現状と課題を否応なく浮かび上がらせる。たとえば旧東海道筋にある有松は有松絞りの発祥地として知られると共に、卯建や虫籠窓、鬼瓦、海鼠壁、連子格子等の伝統的な造りの建造物が風情ある町並みを形作り、1984年に名古屋市の「町並み保存地区」に指定されている。その一方で以前から電線や電柱が美観を損なうと問題視されてきた。2008年に漸く有松線東側の区間を対象にした電線共同溝整備、「有松東海道無電柱化事業」が着工されたが、市の計画では完成は2010年までかかるとされ、第二期工事の西部区間の計画は2011年度以降としか決まっていない。

私は2009年3月に有松を実際に歩いて、カーのまなざしを借りて改めてこの町並みを眺めてみた。名鉄名古屋本線有松駅の知多方面行きのプラットホームに降りると、まず目に入る風景はショッピングセンターであり、英会話学校や携帯電話会社の広告の看板である。これらや高架橋は旧東海道筋に出てからも建物の間から見え隠れし雰囲気や調和を壊すことになる⁽⁹⁾。たしかに有松郵便局、有松小学校等は屋根や塀、壁などが地区景観との調和を考えた造りになっており、また高層建築や屋根の上の広告も見当たらないが、電柱や電線は至るところで嫌でも目につく。カーのいう“visual pollution”、視覚公害である。「町並み保存地区」であることを示す標識さえ電柱と並んでいる。加えて自動車やバイクが二車線で行き交い、散策の楽しみを奪う。

こうした現地の姿はガイドブックやパンフレットでも消しようがない。たとえば2009年3月現在、市の観光案内所で外国人観光客向けに配られている英語版観光リーフレット“LIVE MAP

NAGOYA 2008-2009”での“Arimitsu”のカラー写真には何重もの電線が写り込んでいる。

アレックス・カーは“Dogs and Demons”や『「日本ブランド」で行こう』（ウェイツ、2003・12）で、「日本には「ソフト」イコール「技術」という考えがなくて、生産ラインから出てくるモノづくりの技術だけが先端技術だと頭から思い込んでいる」（『「日本ブランド」で行こう』）と発言し、これが元凶で日本の観光産業が遅れたという見方を示す。つまり、日本では観光は経済的に立ち遅れた国が行うことで、経済大国日本が行うべきはモノづくりだとの思い込みが根深くあったというのだ。これは日本全体のあり方の問題として指摘されていることだが、名古屋圏の観光を考える場合、モノづくりでめざましい発展を遂げた反面、観光地としてどう見られるのかという本質的な点を疎かにしてきた名古屋に対する助言として響いてくるのではないだろうか。

2. ミシュランの旅行ガイドブックのNagoya

フランスのタイヤ・メーカーのミシュランが発行するガイドブックには、レストランやホテルの情報を紹介するものの他に観光旅行案内のシリーズがある。いわゆる“Le Guide Vert”である。2009年3月現在、このシリーズの合計刊行点数は325件、使用言語は9言語にわたる。

日本に関するものは、まず“MICHELIN Voyager Pratique Japon”が、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の一環で、ミシュラン、国土交通省、JNTO、国際観光サービスセンターの連携のもと、2007年4月に訪日外国人旅行者向け実用旅行ガイドブックとして刊行された。その後、“Le Guide Vert”が2009年3月に出され、日本ではプレスリリースの段階から話題を集めている。最高ランクの評価を得た高山は2009年4月からパリに職員を常駐させ国際観光都市振興の足がかりにするという。“MICHELIN Voyager Pratique Japon”はフランス語版のみであったが、今回は2009年9月に英訳の刊行も予定され、より多くの読者が手にとることが予想される。“MICHELIN Voyager Pratique Japon”と“Le Guide Vert”の異同も興味深い問題だが、詳細は別稿に譲り、ここでは“Le Guide Vert”を中心に取り上げる。

ミシュランのガイドブックの看板とも言えるのが星による格付けだ。“Le Guide Vert”の場合の基準は、直接的な旅行先としての価値をもつ場所（Vaut le voyage）、が三つ星、寄り道をして訪れるべき場所（Mérite un détour）が二つ星、興味深い場所（Intéressant）が一つ星と説明されている。星がついていない名所も掲載される。

名古屋は“MICHELIN Voyager Pratique Japon”、“Le Guide Vert”とも一つ星である。予め他の地域や都市の結果を概観すると、“MICHELIN Voyager Pratique Japon”で、三つ星の主な観光地は東京、京都、奈良、富士山、日光、高山、白川郷、同じく二つ星は鎌倉、金沢、高野山、松山、大阪、長崎、一つ星は横浜、長野、神戸、広島、仙台、札幌などだった。“Le Guide Vert”では高野山が三つ星に昇格し、名古屋圏でも“MICHELIN Voyager Pratique Japon”で一

つ星だった犬山がもう一つ星を加えた。また四国の欄では、アレックス・カーが日本の原風景を見出した祖谷が“La vallée de l'Iya”として新しく一つ星で追加されたことが目を引く。そこでは西祖谷が二つ星を得たほか、彼が再生した「簾庵」も一つ星の評価を得ている⁽¹⁰⁾。

“Le Guide Vert”の地域別の説明欄に入ると、ここでは大見出しに中部が挙げられ、名古屋はその筆頭に取り上げられている。伊勢志摩、高山、日本アルプス、金沢、佐渡島が続く。しかし、中部全体の説明では必ず訪れるべき所に伊勢神宮、高山、金沢、白川郷、木曽谷、白馬、野沢温泉、松本城、善行寺が列挙される中、名古屋に関する言及は中部国際空港がこの地方の出入り口となることのみである。

名古屋圏全体に関する説明は、“Quatrième ville du Japon, fief de l'empire Toyota, la prospère Nagoya s'affirme désormais comme l'un des plus puissants moteurs de la croissance nipponne”とトヨタが牽引する経済産業の強さを印象付ける一文で始まる。ついで自動車、陶磁器、パチンコ等の産業、震災と復興、特に道路建設、そして愛知万博にふれる。

次に観光地として見た名古屋圏について、本当の観光地ではないと断った上で見所を紹介する。聖地とは熱田神宮、水族館は名古屋港水族館を指すのだろうが、城とあるのは第一に名古屋城ということではないのかもしれない。というのは、その後に必ず訪れるべき場所として徳川美術館、名古屋港水族館と共に犬山城を挙げる文章が続くからだ。

名古屋城は個別の施設、名所の説明欄で一つ星が付けられており、決して評価されていないわけではない。説明文では築城の事情から現代の本丸御殿復元計画まで歴史がたどられる。眺望の素晴らしさ、狩野派の障壁画の豪華さ、特に桜の時期の二の丸庭園の美しさ、茶会の催しなども紹介されている。しかしその一方で、第二次世界大戦で焼失したことを残念だと述べ、現在の名古屋城は再建された鉄筋コンクリートの複製であること、素晴らしい眺望もエレベーターによって与えられることが明記される。これは徳川美術館の説明欄で、「源氏物語絵巻」が特別展以外の時期に複製やイメージビデオで提供されるのが貴重さゆえだと記されるのとは意味合いが異なる。ちなみに徳川美術館は二つ星で、「源氏物語」自体は最高の三つ星である。また前掲した“LIVE MAP NAGOYA 2008-2009”で列挙される金の鯨、石垣、駕籠に乗る体験コーナーにふれていないのも、複製に対するミシュランの姿勢の表れと見ることができる。

この点对照的なのが名古屋周辺地域のページにおける犬山城の説明である。犬山城も初めて国宝だと記された後に、木曽川の壮大な流れと恵那山と濃尾平野が見渡せる眺望について記す。ついで建築様式の説明が加えられた後に、戦争や火事や地震を超えて現存する奇跡が賞賛される。この決定的な差が前述のように必ず訪れるべき場所に犬山城のみが挙げられた要因と推測される。犬山城は二つ星で、城下の庭園「有楽苑」、茶室「如庵」もそれぞれ一つ星を得ている。さらに名古屋と犬山の説明欄の比較対照でもう一つ付け加えるなら、犬山城の説明欄では江戸期のからくり人形の展示と実演を行う「からくり館」が非常に大きな喜びを味わえる場所だと高評価

を得ているが、同じくからくり人形の歴史と伝統をもつ名古屋の欄ではこの点にふれられていない。

また“Le Guide Vert”の名古屋城の説明は、江戸と京都を結ぶ東海道との関係に関する説明から始める点も特徴といえる。このガイドブックでは旧東海道は箱根の項目に二つ星で挙げられ、歴史的な意味の説明と共にそこを自然や食べ物を楽しみながら歩く魅力が説かれている。広重の「東海道五拾三次」も別にスペースを割いて紹介されている。名古屋城の説明で旧東海道が出てくるのもこの部分との照応と考えられる。こういう旧東海道への注目の高さに反して、名古屋の欄で有松が取り上げられていないのは前述のような状況が評価の低さに結びついただろうか。

続く徳川美術館は先に述べたように二つ星が付けられている。武具や「源氏物語絵巻」を中心にした尾張徳川家のコレクション約1万点の所蔵を紹介する。

ついで熱田神宮が取上げられる。評価は一つ星である。伊勢神宮、出雲神社に次いで第三の位置にある聖地と紹介されている。この点について、“LIVE MAP NAGOYA 2008-2009”、同フランス語版⁽¹¹⁾共に伊勢神宮に次ぐと紹介し、重要地だとの認識では一致するとはいえ、序列に差が見られる。“Le Guide Vert”のガイドブックで伊勢神宮は全体で三つ星、内宮、外宮共に二つ星、さらに「おはらい町」が一つ星を得ている。説明に割かれるスペースも熱田神宮の約三倍である。前述の高山、犬山、白川郷に続いて伊勢という近郊の観光地が高評価を得ていることは名古屋圏にとって広域観光戦略を展開する上では望ましいことといえるが、交通上の玄関に終わらないためにどうすべきかという課題がなお残るだろう。また出雲大社にしても“MICHELIN Voyager Pratique Japon”では取上げられていなかったが、“Le Guide Vert”ではいきなり二つ星の評価を得て、説明文も熱田神宮の二倍以上の分量である。前述の名古屋城の場合と同様に熱田神宮も戦後に再建された建物であることが明記されており、この点が評価に影響を与えていることが窺える。同じように“reconstruit”、“reconstruction”と再建を意味する語を用いても、伊勢神宮の方は式年遷宮に関する説明だという違いがある。

その一方で熱田神宮の自然の豊かさ、特に大楠に賞賛されていることが印象に残る。前述した旧東海道の説明文では並木道自体が太字で強調して記された上で二つ星を与えられており、伊勢神宮の説明でも老木が紹介される。これらの記述は観光資源としての大楠の可能性を感じさせる。

実は星は付けられていないが、こうした歴史的・伝統的な建造物に先立って“Le Guide Vert”で取上げられているのが、JR名古屋駅周辺、ノリタケの森、トヨタテクノミュージアム産業技術記念館の三箇所である。このうちJR名古屋駅周辺では1999年完成のツインタワー、同じく2006年完成のミッドランド・スクウェア、2007年完成のルーセントタワー、2008年完成のスパイラルタワーといった新しい高層建築を通して名古屋の現在が紹介される。また2001年にオープンした陶磁器関係の複合施設ノリタケの森や1994年に開館した繊維機械と自動車の記念館トヨタテクノミュージアムが見出しとして名古屋城に先立って最初に取り上げられているのは、名古屋の

「産業観光」への取り組みが浸透した結果と考えられる。

同じく近代的な訪問地では名古屋港が一つ星で取上げられている。南極観測船ふじには星は付けられていないが、現役時の活動や現在の展示の様子が説明されている。また名古屋港水族館は2001年の拡張後は日本で最も素晴らしい水族館になったと高く評価され、星も二つである。具体的には鯨の進化の過程など海洋性生物の生態がホログラムやIMAXといった映写システムで鑑賞することができ、教育上も効果が高いことが紹介されている。東山動植物園や藤前干潟といった自然環境をめぐる場所が取上げられていない中、この名古屋港水族館の健闘は注目に値する。

3. *Nagoya: Das werden der japanischen Großstadt* の Nagoya

名古屋市博物館はウィーン博物館と姉妹館の提携を結んでいる。2008年2月7日から5月4日にかけてウィーン博物館で開催された“Nagoya: Das werden der japanischen Großstadt”は両館の4回目の交流展となる。カタログに掲載されたウィーン博物館館長ヴォルフガング・コース(Wolfgang Kos)の序文にあるように、ウィーンと名古屋との交流では1873年のウィーン万博開催時に名古屋城の金の鯨が日本館の展示品として出掛けたこともある。そのウィーン万博が浮世絵を中心とした日本文化ブーム、いわゆるジャポニズムをヨーロッパに巻き起こしたことはよく知られているが、この名古屋展は、日本の大都市の発展を意味する副題に明らかなように、そういうクラシカルな日本の美しさについて美術品を通して紹介する展覧会とは全く異なるものだ。城下町として栄えた街が伝統と西洋からの影響との間で揺れ動きながら近代的な都市へと発展する道筋を紹介するもので、このように日本の一つの都市の歴史と発展をテーマにした展示がヨーロッパで開催されるのはほぼ初めての試みだという⁽¹²⁾。

この展覧会は“Die Presse”、“Kronen Zeitung”、“Kurier”などウィーンの地元紙でも大きく取り上げられた。たとえば“Die Presse”は開催初日にAnne-Catherine Simonによる紹介記事を掲載した。侍階級の文化から近世の小説の発展、北斎漫画、アメリカ的価値観の影響まで様々な新しい発見がもたらされ、一都市の展覧会でありながら100の物語が語られているような名古屋の多面性が感じられると紹介した。

また展示閲覧室のノートには“interessant”、“schön”、“super”といった感動と賞賛を表わすドイツ語と、ウィーンで名古屋展が開催されていることへの驚きや懐かしさを表わす日本語が入り混じって記され、来場者の熱気が率直に伝わってくる。これを機に現代日本に関する展示をさらに望むドイツ語の感想もある。ドイツ語は当地の人々、日本語は当地在住、或いは旅行で訪れた日本人のものであろう。日本語を学習している人が書いたと思われる文章もある。

この展覧会では総頁数279頁のカタログが刊行され、展示の模様やウィーン側が名古屋をどうとらえ、どう紹介したのかを知ることができる。両館の責任者による序文に続いてヴォルフガン

グ・コースが“Keizô Kitajima PORTRAITS + PLACES 1992-2007”で取上げるのは、タイトルにある写真家北島敬三のプロジェクト“PORTRAITS + PLACES”だ。このプロジェクトの撮影地に名古屋も含まれているが、名古屋の特色が映し出されているわけではない。コースが説明するようにむしろ匿名性によって街の個性は消し去られる。つまり、このカタログは一都市の歴史と発展をテーマにしながら、ブランド化を拒む試みを取上げることから敢えて始まるのだ。

こうした展覧会のテーマとカタログの構成との前衛性に対応して、カタログに収録された各論考は多彩な観点から新鮮な名古屋イメージを打ち出す。ウィーン博物館側からの寄稿では、ヴォルフガング・コースが“Gewachsen in schnellen Schüben: Nagoya und die Geschichte der japanischen Großstadt”を寄せている。これは観光地名古屋にとって厳しい一節から始める。

Beim Durchblättern von Japan-Reiseführern vor der Abreise stellt sich Irritation ein. Fast alle Guides widmen Nagoya nur wenige Stein. Typische Einleitungssätze: „Es gibt nicht unbedingt viele Gründe, warum man seine Zeit ausgerechnet in Nagoya verbringen sollte. Die Stadt ist zwar nach Tokio, Yokohama und Osaka viertgrößte des Landes, doch ist sie nicht gerade mit Sehenswürdigkeiten gesegnet.“

ここではガイドブックから与えられる名古屋イメージが呼び起こされる。それは見るに値する美術や建築は殆んどない都市だという。コースはこうした名古屋のイメージに新しい見方を付け加える。歴史的建造物や景観を無視して進んだ発展から自然環境保護への転換に、東京や京都以上に現代の日本を代表する都市の姿を見る。また名古屋の都市化のプロセスの急進性と推進力の強さは注目すべきだとすると共に、明治期のダイナミックな成長と第二次世界大戦での被害からの再建を“Palimpsest”、つまり書いてあった文字を消して再利用した写本にたとえることで名古屋に潜在する可能性を提示する。

次にゼップ・リンハルト (Sepp Linhart) の“Die Megalopolis Nagoya”では、江戸時代から現在までの人口の推移から考察が行われた。リンハルトは日本社会学を研究するウィーン大学の教授である。彼は流行歌「大名古屋大行進曲」(中山晋平作曲、西条八十作詞)を取り上げ、その歌詞の中で繰り返される「伸びる」という動詞に、「濃尾平野」との語呂合わせと共に、1930年に100万都市に成長した発展のダイナミズムの凝縮を読み取る。また2005年の人口統計の産業別構造からポスト産業都市の側面を浮かび上がらせ、モノづくりとはまた別の名古屋の可能性を提示する。さらに人口の増大が余暇行動の幅を広げたとの観点は、別稿の“Freizeit und Unterhaltung im Nagoya der Moderne”へと展開する。

こちらでは、都市の発展とは単に経済的な側面だけではなく余暇の面からも追求されるべきだとの立場から、江戸から現代までの名古屋の余暇と娯楽の歩みが辿られる。男性にとっての伝統的な娯楽として日本酒を取上げる際は、名古屋城の御豊奉行だった朝日文左衛門の日記『鸚鵡籠中記』を紐解き、江戸の人々が酒を楽しんだ様子が語られる。挿図には酔った人々を中国風に描

いた18、19世紀の絵皿や同時期の酒燗器が挙げられる。そしてこうした侍の後継者としてサラリーマンを位置付け、ボトルをキープするシステムは行きつけの店との関係を深め、大都市に暮らす人々の抱える疎外感を埋める役割を果たすと文化的意味付けがなされる。同じくパチンコが名古屋発祥の娯楽と紹介され、この遊戯を楽しむ精神性が群集と孤独の関連から分析される。この展覧会には戦後まもなくの正村商会製のパチンコ台や現代のパチンコ店の広告が展示された。一方、女性の娯楽では観劇を挙げる。また演劇の盛んな名古屋の土地柄を江戸の歌舞伎から現代のミュージカルやウィーンフィルハーモニーの公演まで紹介する。この他、からくり人形から産業ロボットへの道のりや近代の野球やサッカーにもふれられる。

リンハルトはこの文章の中で大須観音地区の遊郭としての歴史に言及したが、大須観音地区の現在を自ら探索したのはオーストリア出身の作家ザビーネ・ショル (Sabine Scholl) だ。彼女の“Kimono, Ausländer und Gothic Lolitas: Die Gegend um den Ōsu-Kannon-Tempel in Nagoya”は、2003年に名古屋市立大学の客員教授として名古屋に滞在し、その後、2007年に再び名古屋を訪れた時の体験が下敷きとなった。

冒頭では地下鉄の車内でブラジル・アクセントのポルトガル語が耳に入ってくる。ショルは彼らの言葉と顔つきから1920年代にブラジルへ移住した日本人の子孫だと想像しながら大須に降り立つ。ショルの目に映じた大須は、名古屋圏の産業界の国際的競争力を支える外国人労働者のたまり場であり、彼女はそこにいる自分を外国人の中の外国人と認識する。また大須は着物やその他の衣服を安価で販売する場所でもあった。そこでは京都のような土産物も売られていなければ、ティファニーやジミー・チュウのような高級ブランドも見当たらない。そしてコスプレやゴシック・ロリータの格好をした少女たちの活動場所でもあった。この点からは少子化社会の影響とドレスコードに表れた所属意識が導き出される。ショルはこういう大須を“Kleidung, Verwandlung, verschiedene Identitäten”の場と意味付ける。衣服、変身、様々なアイデンティティの場とすることを通して、一旦は外国人観光客に必然性のない場所だとした名古屋を様々な文化的・歴史的考察が可能な異国へと読み替えるのだ。なお、日系ブラジル人の問題はショルを通して関心をもったという Termini, Isabel. “Flug Nr. LH737 Nagoya-Frankfurt: rückwärts gelesen”でも言及される。

ドイツ・ルール大学のウタ・ホーン (Uta Hohn) の“Stadtplanung in Japan am Beispiel Nagoyas”は、徳川家の城下町として形成された名古屋が現代までに辿った発展を都市計画の観点から考察する。防火と商業のために四間の幅で造られた道路、いわゆる四間道が1986年に名古屋市の町並み保存地区に指定され、現在も文化的な観光資源の意味を担っていると、名古屋の観光にも目が向けられる。名古屋圏を訪れる人にとっての滞在のクオリティーが向上することが必要だとし、そのためには広小路大通りの再建が必須だと述べられている。さらに名古屋圏は既に発展の時期を終えたと見極め、今後は経済的な再構造化、グローバル化を背景により複雑な都市

計画がなされるべきであり、そのためには日本・ヨーロッパ間で経験と知の交換が行われることが重要だと主張する。

このようにウィーン側の名古屋観は多種多様な観点から、名古屋がモノづくりのイメージだけでは括れない複雑な要素を併せ持ち、そのためにすぐれて現代日本を代表する場であることを具体的に表している。このカタログは名古屋が国際的な共同研究対象に成り得ることを示すと共に、正統的な観光地のイメージとはまた別の魅力を海外に伝えることの可能性をも示している。

※

以上、アレックス・カーの日本論、ミシュランのガイドブック、ウィーン博物館の名古屋展を取り上げ、それぞれの名古屋像を検討してきた。前述したミシュランのガイドブックの異同に関する分析をはじめ、今後も名古屋の国際的なイメージを掘り起こす作業を継続して行いたい。

注

- ¹ 2005年10月26日付の中部運輸局のプレスリリースを参照した。
- ² たとえば「東海観光交流圏形成推進モデル調査報告書」(経済産業省中部経済産業局、2005・3)で産業観光に関する「外国人ユーザーニーズ」を探る調査が行われ、都市センターでもアンケート調査「外国人がみた名古屋のまちづくり」の結果が発表されている(「名古屋都市センター機関紙」1993・11)が、どちらも在日外国人を対象としている。日本政府観光局(JNTO)の外国人向け総合観光案内所ツーリスト・インフォメーション・センター(TIC)では訪日外国人観光客を対象にアンケート調査が2006年から行われているが、名古屋圏でもこうした地道な調査と分析がより積極的、かつ継続的に行われることが望まれる。
- ³ 観光地のイメージの市場的価値の高さは注目を集めており、この分野の研究動向はNaoi Taketo, "The Image of Japan as a Tourist Destination as Perceived by British Residents", Journal of OKAYAMA SHOKA UNIVERSITY, 37(2), 2001.10:43-70に整理されている。
- ⁴ 「voice」2009年1月号のインタビューでの発言。また立教大学「観光教育イニシアティブ」主催シンポジウム「これからの旅行者像ともしなす方—観光立国実現に向けた人材育成—」(2009年2月20日)で、日本のもてなしの文化は繊細な心配りが魅力だとすれば、外国人観光客にとってはメニューが決まっていること、そこに含まれないことを頼んだ時に融通が利かないことがマイナスポイントだと発言した。
- ⁵ 「新潮45」1994・7
- ⁶ Temple University の2006年の「Asian Studies」やSan José State University の2008年の「Japanese Culture」等。
- ⁷ 「東京新聞」2002・7・7
- ⁸ 注4のシンポジウムでの招待講演。

- ⁹ 名古屋市立大学・日本政策投資銀行連携シンポジウム「名古屋の観光まちづくり」(2007年12月12日)で藻谷浩介も近代的建物が見えることが有松の景観の問題だと指摘した。
- ¹⁰ カーの活動や*Lost Japan*の主張が紹介され、彼の警鐘が「麓庵」に結実していると評価の所以が説明されている。
- ¹¹ 2009年3月現在、市の観光案内所ではフランス語版は2006年版が配布されている。同案内所によれば、フランス語版は需要が少ないため2006年版以後改訂されていないという。
- ¹² 「名古屋市博物館だより」180号、2008・2・1

※ 名古屋市博物館の田中青樹学芸課長に“Nagoya: Das werden der japanischen Großstadt”に関するウィーンでの報道資料や展示閲覧室のノートのコピーなど貴重な資料を頂いた。記して深謝の意を表します。

※ 本稿は名古屋市立大学人間文化研究所共同研究プロジェクト「名古屋の『観光まちづくり』に関する人文社会科学分野からの学際的研究」(研究代表者：山田明)による。