

地域「らしさ」がまちにもたらすもの

——佐世保の景観選定から——

柳 澤 めぐみ

一、はじめに

景観を利用したまちづくりは、二〇〇五年に景観法が施行されるなど、ますます注目を集めている。そのような中、まちづくりの対象とされる景観も幅広い意味を持つようになってきた。景観に関するまちづくりの対象について、「容易に読みとれる可視的な形で、いわゆる特別な町並みだけでなく、なにげないけれど問題意識をもって注意をこらせば次第に見えてくる町並み、普段は気づかないがその気になって注視すれば浮かび上がってくる地域の固有性へと守り育てる対象は広がっていった」と述べられる（全国町並み保存連盟、一九九九、一九二頁）ように、以前は歴史的町並みのような景観が取り上げられることが多かったが、近年では生活に密着した身近な景観にも注目が集まっており、それぞれの個性を活かしたまちづくりが各地で進められている。

本研究で取り上げる長崎県佐世保市は、長崎県の北部に位置し、以前は軍港として栄えたまちであるが、現在は米軍基地、自衛隊などにその名残を残しながらも、自然豊かな港湾都市として、またハウステンボスや九十九島を有する観光都市として新たな都市づくりに挑んでいる。その一環として佐世保市は景観選定事業に取り組んでいる。これは、「させほ三景」として佐世保を代表し全国に誇れる景観を選定するとともに、「景観一〇〇選」として市民が大切にしている身近な景観を選定する取り組みである。この景観選定において「佐世保らしい景観」や「佐世保らしさ」が強調されているように、地域「らしさ」とはまちづくりにおいてたびたび掲げられるものであり、重要な意味を持つものと考えられる。本研究では佐世保の景観選定に表れる「佐世保らしさ」に注目し、「させほ三景」と「景観一〇〇選」という二つの景観選定事業を取り上げる。「佐世保らしさ」という言葉は、

景観事業に限らず観光事業等においても佐世保の特徴を語る上でたびたび使われているが、その実体について明言されることはない。この「佐世保らしさ」の創出過程として「させば三景」と「景観一〇〇選」を取り上げ、市のまちづくり課と観光課における聞き取り調査の結果と資料¹⁾をもとに選定の流れを捉えるとともに、景観選定による「佐世保らしさ」の創出という観点に基づきそれらを比較、分析することで「佐世保らしさ」について、ひいては地域「らしさ」について考察する。その際、筆者独自に市民を対象として行った街頭アンケート「佐世保らしい景観についてのアンケート」²⁾の結果を補足として参考にしながら分析を進めていくこととする。

論文の構成としては、二章において佐世保市の歴史を取り上げ、佐世保の景観の成り立ちや、それをもとにした佐世保の景観行政を概観する。本研究ではその中でも景観選定を取り上げることとし、三章において「させば三景」、四章において「景観一〇〇選」の選定過程を追い、景観選定において「佐世保らしさ」や「らしさ」がどのように活用されているか、またどのような意味を持つかについて明らかにする。五章では、景観選定にみる「佐世保らしさ」についてふまえた上で、環境のイメージやランドマークに関する文献をもとに、「らしさ」の性質や、ランドマークと「らしさ」の関係性、「らしさ」が「まち」において持つ意味などについて考

察する。

このように、本研究では佐世保の景観選定の事例をもとに、「佐世保らしさ」がどのように形成され、どのような性質を持っているのか、また市民、行政、まちづくりといった「まち」としてどのような意味を持つのかを考察していき、ひいては地域「らしさ」の成り立ちや性質、地域「らしさ」が「まち」に何をもたらすのかについて明らかにしていく。

二、佐世保市の歴史と景観形成

佐世保市は長崎県の北部に位置する人口約二五万人の港湾都市であり、一九〇二年に市制が施行され、二〇〇二年に市制一〇〇年を迎えた都市である。

佐世保の歴史を振り返る中で欠かせない要素となっているのが、軍港都市としての発展である。そのきっかけとなったのが、一八八六年に「第三海軍区佐世保鎮守府」設置が交付されたことであり、それに伴い各施設の建設や軍港を中心とした市街地の形成、各種産業や交通の発達など、軍港設置は佐世保の都市形成に大きな影響を及ぼした。しかし、この発展に歯止めをかけることとなったのが第二次世界大戦であり、一九四五年六月、佐世保市はアメリカ軍機による空襲を受け市街地の大半を焼失し、さらに終戦後の同年九月にはアメリカ

カ軍が上陸し、軍事施設を占領したことで、佐世保の中心を担っていた海軍は解体された。これによって軍港都市としての役割は失われたものの、一九五一年日米安全保障条約によって米軍基地の恒久化が図られ、一九五三年には現在の海上自衛隊が設置されるなど、佐世保市は現在でも軍港都市の面影を残している。

その一方で、軍港都市としての発展に変わり、佐世保の景観形成に影響を与えたのが、観光産業である。そのきっかけとなったのが、一九五五年の九十九島を含む地域の西海国立公園の指定であり、これを機に九十九島は注目を集め、展望所や観光の拠点となる「西海パールシーリゾート」が建設された。また、一九九二年にはオランダの街並みを再現した観光リゾート施設であるハウステンボスがオープンし、佐世保の景観に色を添えている。

このような佐世保の歴史からわかるように、都市景観は歴史の移り変わりを通して形成されるものであり、普段何気なく見ているものだからこそ歴史の語り部として重要な役割を果たすものといえる。歴史は都市の個性を支えるとともに、市民の都市や地域に対するアイデンティティともなることから、それを伝える景観に関しても各地で様々な取り組みが行われている。

三、させば三景

(一) 選定の目的

させば三景（以下、三景）は、「市民の都市景観への関心を高めるとともに、佐世保を代表し、佐世保らしさを誇れる景観として全国に発信していただくだけでなく、佐世保らしさを守り、育んでいく」（させば三景パンフレットより）ことを目的としたもので、「港・まち・佐世保」、「九十九島」、「ハウステンボス」の三つが三景に選ばれている。パンフレットの中で「佐世保らしさ」という言葉が多用されていることからわかるように、三景は佐世保を代表し、佐世保の景観の象徴としての重要な意味を持つものと考えられる。

本章では、三景・パンフレット、各選定過程における議事録、選定過程において佐世保市が実施した二つのアンケート結果等を中心に考察を進める。その中でも二つのアンケート結果を取り上げ、「佐世保らしさ」の性質を説明するという筆者の立場からそれらを改めて比較・分析する。補足として筆者が行ったアンケート調査の結果も参考にする。

(二) 選定までの流れ

させば三景は当初「平成させば八景」として選考が進められており、最終選考の段階で八景から三景に変更された。こ

表1 「佐世保らしい景観についてのアンケート」(筆者実施)のアンケートにおいて「佐世保らしい景観とは何だと思いますか」という質問に対する回答結果

景	得票数
九十九島	10
九十九島の夕日	5
海と島のある景色	4
山と海と夕日	3
自然に囲まれている	2
海	2
佐世保港	2
米軍基地	2

その他1票のもの

外国人がたくさんいる
 ハウステンボス
 教会、ニミッツパーク
 アルバカーキ橋
 鯨瀬、佐世保駅
 島・山・家並みとのバランス
 軍港、弓張岳からの眺め
 自然・地域・歴史の調和がある場所

の間、市は市民の景観に対する思いや関心を捉えるため二つの市民アンケートを実施した。はじめに実施されたのが、二〇〇〇年九月二〇日から二〇〇一年一月三一日にかけて行われた、十九の景勝地等と「その他」という選択肢から「好きな風景、人に伝えたい風景」を選ぶアンケートである。アンケート全体では五七一票の応募があったが、最も多くの得票数を得たのは九十九島であり、九四票を獲得した。これに次いでハウステンボスが六二票を獲得しており、八幡岳公園、弓張岳の展望台と続いている。ちなみに筆者が行った街頭アンケートで「佐世保らしい景観」について尋ねた結果が表1であり、九十九島の得票数が多いことは共通している。

その後、景観アドバイザーと都市景観づくり委員会により

八景選出の視点や活用方法が検討された。当初は観光を重視する考えが強かったが、徐々に市民やまちづくりの視点が加えられ、市民と外部双方の視点に立って八景を選定することが確認された。このような視点に基づき、八景候補として十二の景が選出された。それぞれの景の中にいくつかの景観が細かく設定されたため、総数四〇の景観が候補に含まれることになった。

この候補をもとに二つ目の市民アンケートが実施された。八景を絞り込むに際し市民の意見を聞くため、四〇の景観の中から「八景にふさわしいと思われる景観」に丸をつける(複数回答可)という形式で行われた。この結果、最も多くの得票数を得たのは西海橋と瀬戸のうず潮で、アンケート総数五九五票中、四四〇票を獲得している。つづいて烏帽子岳が三二四票、ハウステンボスが三二二票を獲得した。

また、このアンケートでは同時に、自由記述形式で「佐世保らしさを感じさせる景観」が問われたが、回答として最も多かったのは九十九島で、山と海といった自然を挙げる人も多く見られた。また、八景の候補には含まれていなかった米軍基地が九十九島について多くの回答を得ている点特徴的であった。

当初はアンケート結果を参考にしつつ、八景を選定することが予定されていたが、検討の結果「平成させば八景」は

「させば三景」へと変更されることとなり、「港・まち・佐世保」、「九十九島」、「ハウステンボス」の三つの景観がさせば三景として選定された。

(三) 市民アンケート結果の比較

三景選考過程において佐世保市が行った二つの市民アンケートを分析することは、市民の景観に対する思いや行政の三景選定の意図を捉えることに役立つと考えられる。本節では、「好きな風景、人に伝えたい風景」からハウステンボス、「佐世保らしさを感じさせる景観」から米軍基地、「八景にふさわしい景観」から西海橋と瀬戸のうず潮に注目する。

① 「好きな風景、人に伝えたい風景」―ハウステンボス

ハウステンボスは、オランダの街並みを再現した滞在型テーマパークとして一九九二年にオープンし、佐世保観光の目玉として一九九六年には四二〇万人の入場者数を記録している。しかし、その人気は長くは続かず、二〇〇三年にはピーク時の半数ほどの二三七万人にまで落ち込み会社更生法の適用を申請した。現在も経営再建の途上にあるが、二〇〇五年の佐世保市の施設別観光客数の四五%をハウステンボスが占めており、日本交通公社による観光資源のランク付け³⁾では、九十九島とともに「その誘致力は全国的で、観光重点地域の

原動力として重要な役割をもつもの」という評価を受けるなど、現在も佐世保観光の柱として大きな地位を示している。

次にランドマークとしてのハウステンボスの特質を考えてみると、ハウステンボスは佐世保市中心部から外れた南東部の端に位置するため、日常的に目にする機会があるのは一部地域のひとに限られている。また佐世保市観光統計によると、佐世保市の観光客の内訳では八四%が県外客であり、ハウステンボスを訪れる人の大部分は県外客と考えられ、市民にとって日常的な景観とはいいたくない。しかしながら、他に見られないオランダの街並みの特異性や形態の美しさからランドマークとして認識するひとも多く、また、全国的な知名度が高く、市内においても宣伝・広告等の情報が飛び交っていることなどから、市民によってランドマークと認知されていると考えられる。

② 「佐世保らしさを感じさせる景観」―米軍基地

佐世保の米軍基地は一九五〇年アメリカ軍が旧海軍施設を接収し、翌年の日米安全保障条約によって基地の恒久化が図られたものである。一時は原子力潜水艦の入港によりデモ隊と機動隊の衝突が起ころなど米軍に対する反発も強かったが、徐々に共存の空気が創り出されてきた。街頭アンケートで佐世保らしさを尋ねたところ、「米軍やその文化との強調」や

表2 「佐世保らしい景観についてのアンケート」(筆者実施)において「佐世保らしさとは何だと思いますか」という質問に対する回答結果(1票のものは省略)

景	得票数
和と洋がマッチした町	6
海あり山あり	5
海がきれい	4
佐世保バーガー	3
米軍との協調	3
自然	3
住みやすい	3
都会すぎず、田舎すぎず	2
都会的でなくのんびりしたところ	2
山が多い	2
軍港	2
国際色豊か	2
米軍基地	2
魚がおいしい	2

「和と洋がマッチした町」などというように、米軍との共存の空気をあげる声も多くよせられており(表2)、米軍やその文化はいまや佐世保市のひとつの個性として認知され、佐世保を語る上で欠かせない要素となっている。

次に米軍基地のランドマークとしての特質を考えてみたい。旧日本軍施設上につくられた現在の米軍基地は市の中心部に位置する。また、近辺に大きな公園や病院があることや、現在は開催されていないものの以前は米軍基地内であることや、「リカンフェスティバル」が開催されていたことなどから、な

じみのある市民も多いと考えられる。そして何よりも、佐世保の歴史は旧海軍や軍港とともに歩んできたものであり、それを引き継いでいる米軍基地に対しても市民は様々な感情を抱いていると考えられ、物理的な意味だけでなく、心理的にも市民にとって大きな存在感を持つ景観と考えられる。米軍基地はそのような歴史や施設等の特殊性、また地理的条件からランドマークとして多くの人々に認識されている。

③ 「八景にふさわしい景観」―西海橋と瀬戸のうず潮

西海橋は佐世保市と西海市の間に位置する伊ノ浦瀬戸に架かる橋として一九五五年に建設された。伊ノ浦瀬戸は日本三大急流のひとつで、旧暦の三月三日のうず潮観測会や、西海橋近辺は桜の見物などに県内外から観光客が訪れる。しかし、施設別観光客の割合では全体の8%と、ハウステンボスの45%や九十九島の35%とは大きな開きがあり、また先の日本交通公社の観光資源のランク付けでも、西海橋は「県民及び周辺地域住民の観光利用に供するもの」、伊ノ浦瀬戸が「地方スケールの誘致力を持ち、地方のイメージ構成の基調となるもの」と評価されているように、周辺地域からの観光に供するものといえる。

次にランドマークとしての特質を考えてみると、西海橋は佐世保市の南部、西海市との境目にあることから、ハウステ

ンボスと同様、市民にとって普段目にする機会は少ない。しかしながら、春にはうず潮の観測会があり、桜の名所でもあることや、西海橋公園といった市民が集まり触れ合うことのできる環境があることから、市民にとってなじみの深いランドマークともいえる。また、後述の景観一〇〇選に選定されており、その際の市民の推薦理由として「孫と花見に行き、アーチの橋をバックに写真を撮り、潮風にあたり、芝の中を走り回る」、「桜、干潮会ができるので」といった理由が多かったことから、市民が愛着を持って接している景観であることがうかがえる。

④ 「好きな風景、人に伝えたい風景」と「佐世保らしさを感じる」
じさせる景観——ハウステンボスと米軍基地の比較

米軍基地や自衛隊は、「佐世保らしさを感じる景観」に関するアンケートで、二四六票中、三〇票とトップの九十九島に次ぐ得票数を得ていた。しかし、米軍基地は「好きな風景、人に伝えたい風景」ではあらかじめ選出された十九の景観に入っておらず、「その他」で二票を獲得したのみであった。一方のハウステンボスは、「好きな風景、人に伝えたい風景」に関するアンケートでは九十九島に次ぐ得票数で一七票中、六二票を獲得しているが、「佐世保らしさを感じさせる景観」では二四六票中、二一票とほとんど回答が得られ

なかった。このように二つのアンケートからハウステンボスと米軍基地に際立った特徴が見られたが、最終的に三景に選出されたのはハウステンボスであった。さて三景は「佐世保らしさ」を強く意識した景観といえるが、ではなぜ「佐世保らしさ」を感じる景観である米軍基地ではなくハウステンボスが選ばれたのだろうか。

その理由として、米軍基地は佐世保の文化や景観に根付いていることからランドマークとして認知されているものの、必ずしも良いイメージを与えるものとは言い難く、ましてや市外の人々に向けて発信する場合はさらに難しいところである。一方のハウステンボスは、テーマパークとしての性質や美しい街並みから好意的に受け止められているようで、「好きな風景、人に伝えたい風景」でも好評価を得ている。米軍基地とハウステンボスはそれぞれ異なるランドマークとしての特質を持っているが、ハウステンボスのほうが広く市内外の人々に受け入れられやすいことから三景に選定されたと考えられる。三景として示された「佐世保らしい景観」とは、真に市民にとって佐世保らしさを感じる景観ではなく、今後「佐世保らしい景観」として市民に受け入れられていくことが期待される景観であるといえる。

⑤ 「好きな風景、人に伝えたい風景」と「八景にふさわしい

景観」→ハウステンボスと西海橋と瀬戸のうず潮の比較

次にハウステンボスと西海橋と瀬戸のうず潮を比較する。西海橋と瀬戸のうず潮は、「八景にふさわしい景観」に関するアンケートでは五九五票中、四四〇票と最も多くの票を獲得し、「好きな風景、人に伝えたい風景」では五一七票中、三九票で五位であった。一方「好きな風景、人に伝えたい風景」として注目するハウステンボスは、同アンケートでは五一七票中、六二票を獲得して二位となっており、「八景にふさわしい景観」では五九五票中、三三二票を獲得して三位であった。これらの結果をふまえて三景に選定されたのはハウステンボスであり、「八景にふさわしい景観」で最も多くの票を獲得した西海橋と瀬戸のうず潮は景観一〇〇選に選ばれたものの、三景には選定されなかった。

ハウステンボスと西海橋のランドマークとしての特質を比較してみると、両者とも市の中心部から離れたところに位置し、現実的なランドマークとしての認識は一部の人に限り、多くの人にとっては、心理的なランドマークとなっていると考えられる。ハウステンボスは、佐世保観光において圧倒的な存在感を誇っているものの、「佐世保らしさを感じさせる景観」ではほとんど支持が得られていない。これはハウステンボスは市民にとって直接接する機会が少ないことから、

愛着や親しみのようなものが薄いためではないだろうか。それでも「好きな風景、人に伝えたい風景」として支持を得ているのは、「佐世保の景観」としてというより、ひとつの「全国区の景観」として評価を得ている結果と考えられる。一方の西海橋は、広く市民に受け入れられているからこそ「八景にふさわしい景観」としてトップに位置づけられたものであり、市民それぞれの経験による愛着や親しみに基づいて支持される景観といえる。

ハウステンボスが三景に選定された理由として、ハウステンボスの全国的な知名度の高さが考えられるが、それに加えて、ハウステンボスを「佐世保らしい景観」として市民の意識の中に位置づける目的があったと考えられる。ハウステンボスは佐世保から独立したひとつの景観として評価されるため、三景選定にはそのような雰囲気を一押し、全国の人々にハウステンボスをアピールするだけでなく、市民にも「佐世保らしい景観」という認識を持たせることで、市としての一体感の創出や市自体をアピールする目的があったのではないだろうか。

(四) 三景の選定にみる「佐世保らしさ」の性質

ハウステンボス、米軍基地、西海橋と瀬戸のうず潮の中で、ハウステンボスのみが選定された理由として、二つの行政側

の意図がうかがえる。まず、米軍基地との比較からみえる「佐世保らしさ」の創出があげられる。「佐世保らしさを感じさせる景観」で大きな支持を得ていた米軍基地でなく、同アンケートでほとんど支持を得られなかったハウステンボスを選定されたように、三景で強調されている「佐世保らしさ」とはつくられた地域イメージであり、市内外の人々を行政の望む地域イメージに誘導する作用があるものと考えられる。市民は両景観にそれぞれのイメージを持っているが、直接接する機会のない市民以外の人々にとっては、経験以外から得られる情報が全てであり、そこからイメージ形成が行われる。そのため、三景によって佐世保のよりよいイメージ形成を促すためにはハウステンボスを選定するほうが妥当であり、佐世保らしいかどうかはさほど問題ではない。ハウステンボスは佐世保のよりよいイメージを創出するために「佐世保らしい景観」として三景に選定されたものであり、三景によって掲げられた「佐世保らしさ」とは、地域イメージを誘導し、定着させるために創出された地域イメージといえる。

もう一つは、ハウステンボスと西海橋の比較からみえてきたように、選定された景観を市民の中に定着させることである。市民にとってハウステンボスは、観光地としてのイメージが強いが、観光は経済効果として社会的有用性はあるが、人間と環境を結び付けるものではなく、「景観の理解は、人

間的な出来事の記憶と混じり合う時、もっと個人的で、もっと長続きするものになるのだ」(トウアン、一九九二、一六五頁)と述べられているように、ハウステンボスを観光地としてアピールされるよりも、「佐世保らしい景観」として提示されるほうが身近に感じることができ、愛着がわくと考えられる。このようなことから、ハウステンボスを選定し「佐世保らしい景観」として掲げること、市民にハウステンボスへの愛着を感じさせ、「佐世保の景観」として浸透させ、市との一体感を創出する作用が期待されている。

このようにして創出された「佐世保らしさ」は、多くの人に伝播されることによってさらなる効果を生む。三景が多くの人に伝わることによって多くの人が共通した「佐世保らしさ」を持つこととなる。そのことで「佐世保らしさ」はより確かな情報となつて、市内外の人々のもとに届き、個人のもつ地域イメージもさらに確かなものとなる。また人々は地域イメージをもとに行動し、それを基準として情報を受け入れるため、外部から与えられる地域イメージと相俟つて、地域イメージはさらに強固なものとなり、これを繰り返すうちにつくられた「佐世保らしさ」は固定化される。

以上のように、「佐世保らしさ」は市内外問わず多くの人々に地域のよりよいイメージを持たせるために、行政によってつくられた地域イメージを出発点とし、人々のイメージを誘

導し、伝播されていく中でそのイメージは固定化されていく。また、「佐世保らしさ」として掲げることで選定された景観を市民の中に定着させ、一体感を創出する作用を持つていることから、「佐世保らしさ」とは、まちづくりにおいて直接的な効果を及ぼすものというより、人々の意識を行政の意図する方向へ誘導し、まちづくりを進めやすくする間接的な作用をもたらすものと考えられる。

三、景観一〇〇選

(一) 選定の目的

景観一〇〇選は、大切にしたい特色のある身近なまちの景観を選定するもので、その目的は市民の都市景観への関心を高めることと、地域の魅力ある景観を再認識することにある。市民の都市景観への関心を高めるといふ点では三景と変わりないが、三景と比べて地域に焦点を合わせているところが特徴である。この景観一〇〇選は特に「佐世保らしさ」ということが掲げられているわけではないが、地域の魅力ある景観を再認識するという目的から、「地域らしさ」を創出する目的があると考えられる。この「地域らしさ」とは、身近にある何気ない景観であるものの、まちの魅力を高めるものであり、それを守り育てていくことは、その地域だけでなく

都市全体に影響を及ぼす可能性を秘めているものと考えられる。

本章では、まちづくり課から入手した景観一〇〇選パンフレット、市民の選出候補とその推薦理由に関する資料、検討段階における事務局、都市景観づくり委員会それぞれの景観の評価に関する資料をもとに、一〇〇選の選出過程を明らかにし、一〇〇選による「らしさ」の創出と、そこに表れる「らしさ」の性質について明らかにする。また、筆者による街頭アンケートの結果も参考にする。

(二) 選定までの流れ

三景では、あらかじめ事務局で候補地を挙げた上でそれに対して市民の意見を求めたが、一〇〇選では市民からの応募によって候補地を選出した。募集は二〇〇〇年九月から三次にわたって行われ、応募の形式は専用の応募はがきにより身近な愛着のある景観を推薦するというものであった。また、推薦理由も添えるようになっており、ここから市民の景観に対する思いが見て取れる。このような市民からの応募に加え最終的な候補地には、市の事務局推薦の候補が加えられた八八の候補が選出されている。

これらの候補は、「自然」、「歴史」、「都市」、「人・暮らし」の四つの「くくり」に振り分けられることで整理されている。この「くくり」を設定し整理することは、以降の選出の視点

を確認するという目的があるが、それとともに「くくり」によって様々な景観を選定していることを市民に示し、市民の景観を捉える目を養う作用も備えているものと考えられる。市民にとって見慣れた生活空間は、身近であるからこそ意識されないものであり、景観とは捉えがたい。このような状況において「くくり」を設定し景観を整理することは、身近にも様々な景観が存在することや、そのような幅広い意味で景観を捉えていることを示すことでもあり、市民の景観の見方を変え、視野を広げる作用を持っている。

このように「くくり」によって整理された候補は、続いて事務局と都市景観づくり委員会による検討を経て選定に至るが、その選定の基準として「大切にしたい」、「特色のある」、「地域の歴史、生活、文化が感じられる」の三つが設定された。この選定基準をもとに、二〇〇三年三月事務局、都市景観づくり委員会それぞれによって各候補が基準を満たしているか判定するための検討作業が行われ、検討の末、四六の景観が景観一〇〇選として選定された。

(三) 景観一〇〇選にみる「らしさ」

① 候補地の選出傾向とその比較

景観一〇〇選の候補地は市民からの応募と事務局による推薦から成り立っており、両者を比較するとそれぞれの選出傾

向がみえてくる。

まず市民の選出傾向として、候補の推薦理由をみてみると、自然の美しさのように景そのものの良さを挙げる声もあるが、「家族そろって出かけるのを楽しみにしている」、「景色を見ながら歩くのを楽しみにしている」など、個々の体験に基づいた理由が多くよせられており、実際に景観にふれ体感することでその良さを享受し、その景観に対する親しみがわいているものと考えられる。

一方、事務局の候補の傾向としては、佐世保や地域の歴史、文化を伝える景が多く選出されている点が挙げられる。これは神社や旧海軍の痕跡、焼き物の皿山など、現在まで歴史を伝える貴重な景であるものの、市民の「まちのお気に入り」の風景」では選ばれていない景などが推薦されている。実際に一〇〇選に選定された景の「歴史」のくりに挙げられているもののうち、およそ半数は事務局の推薦による候補から選定されたものであり、他のくくりでは、「自然」に含まれる串の浜の岩脈、「人・暮らし」に含まれる三つの皿山を除いてはすべて市民の推薦によるものであることから、事務局の推薦から選定されたものが歴史のくりに集中していることがわかる。また、同じことから市民は自然や公園、通りなど実際に接して身近に感じることでできる景に愛着を感じていることがわかる。街頭アンケートの中で調査した一〇〇選選

表3 街頭アンケートより得られた景観100選の認知度（左表：認知度が半分以下のもの、右表：認知度が9割以上のもの。○のついた景観は事務局推薦による景観）

景	得票数	景	得票数
扶老坂	3	西海橋コラソンホテル	39
八幡岳からの眺め	5	きらきらフェスティバル	39
○ 串の浜の岩脈	7	佐世保朝市	39
○ 木原皿山	8	さるくシティ403アーケード	39
黒島天主堂	10	白浜の海浜	40
高後崎	12	西海橋と瀬戸のうず潮	40
江橋池	12	国際通り	40
○ 江永皿山	12	佐世保よさこい	40
上木場の棚田	12	戸尾市場	40
○ 穴妙見（須佐神社）	13	展開峰	41
相浦川と飛び石	15	佐世保公園	41
○ 早岐の平戸往還	17	西海パールシーリゾート	41
浅子教会	19	巨大クレーンが建ち並ぶ港の風景	41
○ 早岐神社参道	21		

定地の認知度をみても、認知度の高い景は市民の推薦によるものがほとんどであるが、認知度の低いものは半数近くが事務局の推薦によるものであることから（表3）、市民の推薦によるものは実際に多くの市民に根付いた景であり、事務局は認知度は低いものの市にとって重要と考えられる歴史などの景を推薦していることがうかがえる。

以上のことから、市民は実体験に基づいて身近に感じることでできる景を選出しており、それらの景は市民の認知度も高く、市民の生活に根付いた多くの人に共通した景といえる。一方事務局により選出された候補は、歴史や文化に関わるものが多く、認知度も低い傾向にあることから、多くの市民の関心は引きにくいものの市の景として重要であり、ひいては都市やまちづくりにとって重要と考えられる景を選出しているものと考えられる。

② 評価の傾向とその比較

一〇〇選候補は、四つの「くくり」に整理された後、事務局と都市景観づくり委員会の検討を経て選定に至るが、検討段階で事務局と都市景観づくり委員会の景に対する評価は微妙に異なっている。両者の評価の高い景を比べてみると、自然、暮らしから歴史まで様々な景が評価されているが、事務局の評価では歴史、文化を伝える景が多く高い評価を受けている。これに加え、検討前の「くくり」設定の段階ですでに

「歴史」という「くくり」を設定していることから、事務局は地域を表す景として歴史、文化という要素を重視していると考えられる。これは、市民のなじみの低い「歴史」という「くくり」の景を市民に伝え浸透させるとともに、歴史を含めた様々な分野の景を選定することで、佐世保の様々な魅力をも市民に伝え、多くの市民の景観への関心をひく目的があったものと考えられる。

さらに検討段階で、事務局では評価が高いが都市景観づくり委員会ではそれほど評価が高くない景を見てみると、早岐の景や三川内皿山⁵など郊外に位置するものが多く、事務局は選定にあたって景の分野のバランスだけでなく、より広い地域における景を選定するため地域のバランスも考慮していたものと考えられる。事務局は検討の基準として、景観を伝える、生かすといった景観に関するだけでなく、景観を通じたまちづくりということが考えられていたため、景の分野や地域など全体のバランスを考えて評価する必要があったのだろう。

また、景観一〇〇選として「一〇〇」という数字を制定した背景には、様々な分野の景観やより広い地域の景観を選定することで市民の認識を得るとともに、二〇〇六年に市町村合併を迎えるにあたって、それを想定した数字であったとも考えられる。実際に今後二・三年のうちに景観一〇〇選の追

加募集が行われる予定であり、新たに加わった地域を佐世保の一地域として市民の認識を深めるねらいがあったのではないだろうか。

このように、景観一〇〇選の選出は単に大切にしたい、身近にある景観を選出するだけでなく、多くの市民の関心を集めるために景観の分野や地域などにおいて配慮がなされている。このことから、景観一〇〇選は各地域における地域の魅力の再発見、すなわち「地域らしさ」の創出だけでなく、それらを市全域における共通の「らしさ」に昇華させることをねらったもので、市民が共通の「らしさ」を持ち都市のものとして認識することによって、地域間のまとまりや様々な魅力を持つひとつの都市としてのまとまりを創出することができる。このように、「らしさ」は地域のまとまりを創出する働きを持っており、景観一〇〇選は景のバランスをとることでこの働きを高めたものといえる。

四、おわりに―地域「らしさ」とまち

(一) 環境のイメージと地域「らしさ」

① 環境のイメージと地域「らしさ」の成り立ち

地域「らしさ」は、リンチやレルフのいう環境のイメージ、場所のイメージとよく似た性質を持っている。リンチは環境

のイメージについて、「市民はだれでも、自分の住む都市のどこかの部分に長い間親しんでいて、彼らの抱くイメージは記憶と意味づけに満たされている」(リンチ、一九六八、一頁)と述べている。環境のイメージは、その親しんでいる部分における過去の経験と現在の知覚による意味づけから生まれる。「らしさ」はこの点で共通しており、景観一〇〇選の候補選出では、市民がそれぞれの経験に基づくエピソードを添えて推薦していることが多く、また歴史、文化などに関するものよりも、身の回りの自然や街路など親しみのある身近な景観から選出している人が多く見受けられた。このように、市民は環境に対して、特に日ごろから親しんでいる部分に対して、それぞれの経験に基づく意味づけを行っており、それが個人にとつての地域「らしさ」といえる。

ところが、個人にとつての地域「らしさ」と環境のイメージは同様の性質を持っているものの、集団の単位になると少々異なってくる。環境のイメージは観察者と観察されるものの相互作用によって生まれるものであるが、一方の地域「らしさ」の形成は、三景において観察者である市民と、観察されるものである景観の相互作用による地域イメージを利用して、行政によりイメージの形成が促されていたように、観察者と観察されるもの間にある意図を持った人、あるいは集団が介入してつくられた地域イメージなのである。しか

しながら、集団における環境のイメージと地域「らしさ」は、成り立ちは異なるものの、地域「らしさ」は環境のイメージをもとに形成されているため、その性質はそのまま受け継いでいるものと考えられる。

② 環境のイメージと地域「らしさ」の性質

そのイメージの性質のひとつに、情報を解釈して人間の行動を導く作用がある(レルフ、一九九一、一〇一頁)。これは「らしさ」でも同様であり、三景においてハウステンボスを選定することで創出された「らしさ」は、行政にとつて好ましい佐世保のイメージを形成するように人々を誘導する作用を備えていた。すなわち、ここで創出された「らしさ」とは、本来市民が持っているイメージとは異なるものであり、イメージの誘導性を利用して行政が意図する方向へ誘導するためのイメージなのである。このように、地域「らしさ」とは、意図に基づいて市民やそれ以外の人々が持つイメージを誘導する作用を持っており、それによって人々の行動を導くことを目的に構成されたものといえる。

また、市民はこのようなして誘導されながら自己の中に形成された「らしさ」に従って、対象となる景観や地域と向き合うようになり、そこで得られた経験をもとに再び地域イメージを形成する。このような観察者と観察されるものの相互

作用によってイメージは市民の間に定着していき、固定化される。また、「らしさ」が発信・伝播され、市民以外の人々にも「らしさ」を伝えることで、それらの人々は与えられた地域イメージにより対象地域と接するようになる。それによって市民の地域イメージは影響を受け、外部からのイメージに後押しされることでさらに強固なものとなる。

「らしさ」の性質には、地域のイメージだけでなくその地域自体を人々に発信し、関心を集める作用や、それによって人々が共通のイメージを持つことで地域のまとまりを創出する働きを持っているが、これらの働きを高めるために重要なのが場所の選定である。三景においてハウステンボスを選ばれたように、不特定多数の人に向けて「らしさ」を発信する場合、すでにある程度の認知度があり、また、地域に対する知識を持っていることは期待できない状況であるからこそ、場所自体にイメージを意図した通りに伝えるためのわかりやすさが求められる。

また、対象が市民である場合は、地域に対する知識だけでなく、親しみを持って地域と接していると考えられるため、その地域における経験と結びつくような景観を選定する必要がある。レルフはイメージについて垂直構造と水平構造という捉え方をし、垂直構造を経験の濃さや深さの構造であり、水平構造を個人や集団、およびその相互間での場所の知識の

社会的分布の構造であるとしているが（レルフ、一九九一、一〇二頁）、これは地域「らしさ」を考える上でも同様に捉えることができる。景観一〇〇選では、「らしさ」の垂直構造と水平構造の両面から景観をうまく選定し組み合わせることで、広く市民の経験に訴えかけている。

「らしさ」の二つの構造がもたらす作用として、垂直構造に関しては、景観を地域「らしさ」として提示することで、場所に対する新たな意味づけが行われ、場所への愛着や親しみを引き出すとともに、個人々の経験に結びつくことで、経験の濃さや深みを増す作用をもたらすことが期待された。一方、水平構造に関しては、行動を誘導するためには対象となる人々に地域「らしさ」が広く知れ渡る必要があるため、より広域な地域における景観を提示し、広範囲にわたる場所のイメージの浸透、固定化を図っている。「らしさ」を発信する際に、このような場所の選定は重要であり、このような構造を生かすことによって、地域の魅力が再確認され、地域のまとまりが創出されるなど、さらなる効果が望まれる。

(二) 地域「らしさ」とランドマーク

人間が日常生活において利用している情報の八〜九割までが視覚系であるといわれている（津川、二〇〇三、一三三頁）。筆者実施の街頭アンケートの分析からも見受けられたように、

人間は地域イメージを形成するにあたって、多くの情報を視覚的情報から得ており、また景観的な特徴から得られるところも大きい。その中でも、地域イメージは視覚的情報であるランドマークの意味づけを解釈することで多くの情報を得ており、ランドマークの意味づけは地域イメージの形成に大きな影響を及ぼすものといえる。人々は日常の中で、生活空間や経験などに基づきランドマークに対して意味づけを持って接しているため、それだけに親しみを感じていることも多い。そのような意味づけや親しみからその空間や地域に対して「らしさ」が形成される。

ランドマークは、「認知・記憶の蓄積や情報の伝播等により、景観に特別な意味が付与されたり、シンボル化されることにより、社会的イメージへと昇華・定着していく（津川、二〇〇三、一三七頁）」というが、地域「らしさ」はこの性質を活かしたものであり、三景のように都市の象徴となるランドマークを定め、特別な意味を付与することで、社会的イメージの創造を促している。また、一〇〇選でみられたように、スケールや象徴性の低いランドマークでも、情報の伝播を促すことは認知・記憶の蓄積につながるきつかけとなり、それが多くの市民の間で共有されることで地域イメージの生成につながる可能性ももっている。このようにランドマークのスケールや象徴性によって地域イメージの形成に及ぼす影

響は異なるものの、ランドマークを提示することはイメージの伝播、共有化を促すことであり、地域「らしさ」の醸成につながる。

(三) 地域「らしさ」がまちにもたらすもの

以上、地域「らしさ」の性質やランドマークとの関係性についてみてきたが、個人にとつての地域「らしさ」や同じ都市に居住し、共通の背景を持つ市民が共有する地域「らしさ」とは、潜在的なものであって普段特に意識されない。では、なぜこのような地域「らしさ」をあえて示す必要があるのだろうか。

津川は「らしさ」の構成要素であるランドマークの中でも顕著な視覚的特徴をもつシンボルについて、「当該地域のアイデンティティを醸し出す重要な要件を担うことも多い。それらは個人レベルにおいては、故郷意識回帰や出身地ないしは深く関わりをもった地域への原風景の醸成の対象となったり、社会的には地域イメージの確立を促すものとなったりもする」（津川、二〇〇三、一九一頁）と述べている。これは例えば三景として都市のシンボルを選定することで、行政は市民の都市への関心や愛着を呼び起こすとともに、行政の求める地域像を市内外の人々の意識の中に確立させることを目指したことに表れている。すなわち、地域「らしさ」を提示

することは、市民にとつては潜在的な地域への愛着を呼び起こしたり、新たに醸成したりすることにつながるものであり、行政にとつては行政が考える地域像を市民に提示し、浸透させることで地域像の実現を目指すということである。もし行政の思い描く地域像に反発する市民がいたとしても、それは市民が地域に対して関心を抱いているからこそその行為であり、そこから市民と協同して新たな地域を形成していくことも可能となる。「地域づくりは人づくり」とよく言われるが、行政にとつて地域「らしさ」を提示することは、行政の考える地域像を浸透させることで、景観の創造・保存などのハード面での地域像を実現しやすくするとともに、共に地域づくりを行っていける人材を育成するというソフト面を強化することにもつながる。

市民にとつての地域「らしさ」とは、地域に対する愛着や関心を呼び起こさせるものであり、行政にとつての地域「らしさ」とは、地域イメージの誘導、創出によってそこから人材の育成や景観の創造を促すものといえる。これは官民一体となったまちづくりを目指していくにあたって、市民をまともめるためにも、よりよい地域を創出していくためにも有効に働くものと思われる。近年のまちづくりにおいて、特に地方では独自の個性を活かしたまちづくりに積極的に取り組む自治体が増えているが、地域「らしさ」を提示することは、

地域の内外に対してその個性を明確にすることであり、市民の地域に対する愛着や関心を強めることで、まちづくりに対する姿勢を育てていくことである。まちづくりにおいて地域「らしさ」が担う役割は大きい。

注

(1) 「佐世保市総合計画書」(佐世保市、一九九八)、「個性豊かな佐世保の景観づくりのために」(佐世保市都市整備部まちづくり課、二〇〇三)、「させほ三景」(佐世保市都市整備部まちづくり課、二〇〇二)、「景観一〇〇選」(佐世保市都市整備部まちづくり課、二〇〇三)および選定過程上の内部資料等である。

(2) 二〇〇六年九月二〇～二二日にかけて佐世保の中心商店街である「さるくシティ四〇三アーケード」において実施したもので、主に佐世保の景観や景観一〇〇選に関する質問に対して、最終的に四三名の方の回答をいただいた。主な質問項目としては、「佐世保らしい景観」とは何だと思えますか、「佐世保らしさ」とは何だと思えますか、景観一〇〇選選定地の中で知っている場所を教えてください、などである。

(3) 日本交通公社は日本全国の観光資源をSA級～E級の六段階にランク付けを行っており、

SA級・日本を代表する資源で、世界にも誇示しうるもの
A級・全国的な誘致力を持つもの

B級：地方スケールの誘致力を持つもの

C級：県民及び周辺地域住民の観光に供するものなどというように評価されている。佐世保市では九十九島、ハウステンボスがA級、伊ノ浦瀬戸がB級、西海橋ほか11の資源がC級にランク付けされている。

(4) 早岐は佐世保中心部とハウステンボスの間に位置し、早岐瀬戸、早岐神社参道、早岐茶市などが選定されている。

(5) 三川内は佐世保中心部より東部、佐賀県との県境付近に位置し、三川内皿山、江永皿山、木原皿山の三皿山が選定されている。

引用文献

イーファー・トゥアン著、小野有五・阿部 一訳（一九九二）『トポフィリア——人間と環境』せりか書房

エドワード・レルフ著、高野岳彦・阿部 隆・石山美也子訳（一九九二）

『場所の現象学——没場所性を越えて』筑摩書房

ケヴィン・リンチ著、丹下健三・富田玲子訳（一九六八）『都市のイメージ』

岩波書店

佐世保市（一九九八）『佐世保市総合計画画書——ひと・交流創造都市』

佐世保市都市整備部まちづくり課（二〇〇二）『させほ三景』

佐世保市都市整備部まちづくり課（二〇〇三）『景観一〇〇選』

佐世保市都市整備部まちづくり課（二〇〇三）『個性豊かな佐世保の景観づ

くりのために』

全国町並み保存連盟（一九九九）『新・町並み時代——まちづくりへの提案』学芸出版社

津川康雄（二〇〇三）『地域とランドマーク——象徴性・記号性・場所性——』古今書院