

新選組を利用した地域活性化 ―東京都の郊外から―

1. 華やかさと長閑さを持ち合わせる東京

「東京都」と聞くと新宿のような大都市であったり、原宿のような若者の流行の発信地を思い浮かべる人が多いだろう。だが、そんな東京都のイメージとは対照的な所謂ベッドタウンと言われる郊外が存在し、その中に日野市という自然豊かな小さな市が存在する。

日野市の人口は17万人ほどでJR中央線や京王線、モノレール、バスが市内の主なインフラで、電車で30分ほど揺られれば都心に行くことができる。日野市には日野自動車やユニカミノルタなどの企業、また、首都大学東京の日野キャンパスといった公立大学も存在するのだが、東京の中でも知名度は低いように思われる。東京と言っても市歌の中に「緑の町」と入れるほど木々や田畑が多く存在し、秋には地元の幼稚園児たちが楽しげに芋掘りをする光景が多々見受けられる。

このような郊外特有の性格を持つ日野市だが、他の地域との差別化を図れるとしたら、それは「新選組のゆかりの地」であるということだろう。そこで本論文では日野市と新選組の関わり方を論じるのと同時に、新選組を地域資源とした日野市の取り組みについて考察する。

2. 視覚で感じる新選組

ここからの議論の中心となる新選組とは、江戸時代末期に反幕府勢力を取り締まる警察活動に従事した組織である。新選組の副長である土方歳三、六番隊隊長の井上源三郎は日野市で生まれ、市内にも多くの新選組と所縁があった建造物が存在していることから「新選組のふるさと日野」というキャッチフレーズを中心とした地域活性化を官民共に取り組んでいる。日野市と言ったら新選組、と多くの人が結びつくようになるべく、市内には様々な工夫がされている。その例をいくつか紹介する。

まず、市内にある大通りの至る所に「ようこそ！『新選組』のふるさと日野へ」という文字が書かれた看板が設置されており、市民のみならず市外から来た人たちへの印象付けを行っている。また、このような看板には2003年に放送されたNHK大河ドラマ「新選組！」にあわせ、「幕末チャレンジャー選之介」という今でいうゆるキャラも当時から見受けられる。選之介は日野市内の至る所で登場するのだが、例えば市内の学校の入学式や卒業式に配られる記念品にこのキャラクターが印刷されている。これは選之助がかわいらしいから、という理由にとどまらず、市民に日野市が新選組と係わりが深い市であることを潜在的に植えつけることにもつながっているのではないかと予測できる。なぜならば、子どものときはただの侍の格好をしたキャラクターという印象しか抱かないかもしれないが、市民の中でも日野市を紹介する際の第一声に「新選組と所縁がある地」と紹介している人を多く見かけるからである。

日野市の新選組を利用したまちおこしはこれだけではない。以前までは「ふるさと博物館」と称していた博物館が「新選組のふるさと歴史館」と名称を変え新選組に特化したものになったのだ。このことにより、日野市における新選組の位置づけを高めるとともに観光客を集めるようにしたのだ。この歴史館では定期的にイベントが開催され魅力度を上昇させようとしつつ、リピーター獲得を狙っている。この歴史館は駅から離れた位置に存在

しており、初めて来る人にはややわかりづらい場所にある。したがってこの歴史館の目の前に館名と同じ名前のバス停が存在し、観光客に配慮したことが見受けられる。観光客目線と関連するのだが、日野駅や市役所、歴史館といった施設の場所を示すポールに新選組の旗に書かれていた「誠」の文字が刻まれている。このような小さな工夫が市のイメージづくりの貢献に寄与していると言える。

3. 肌で感じる新選組

前節まででは視覚的な訴えを中心に論じてきた。歴史は目で見て楽しむのもいいが、インターネットが発達した現代において視覚で楽しむだけでは現地に赴く必要性が薄れてしまう。日野市が行うもっとも大きなイベントの1つとして5月上旬に「ひの新選組まつり」が行われる。このお祭りでは、武道体験やスタンプラリーが催され、今年この武道体験には420名もの人が集まったと報告されている。このお祭りの中でも新選組隊士パレードがメインであるのだが、パレードでは道路を一定時間通行止めし、自治会や学生、国際交流協会などの人々が代官や茶屋娘など当時をイメージした衣装を身にまとい行進するのである。この隊士になりたいという思いからコンテストの参加者は全国から集まるほどマニアの間では人気なのだ。

このような大きなお祭りが催されることにより市外の人のみならず、地域住民の交流も活発になり、お祭りの運営に関し行政も市民と生の声を交わすことができる。具体的に、ごみの分別が厳しい日野市では、お祭りに出店している屋台から出たごみや来場者に対して分別を呼びかけが行われていた。その場で指導を受けることにより市民に分別やリサイクルの必要性を訴えることができるのであった。

4. 新選組から得られる郷土愛

これまで新選組を中心とした日野市の地域資源の活用例を挙げてきた。上記のことから日野市の取り組みは、市民・行政・市外からの訪問者、という三者を明確に意識したまちおこしが行われていると言える。それも大げさな告知を行わず、背伸びをした取り組みではなく、あくまでも等身大のまちおこしである。無理をしないからこそ市民も快く参加し続けられるのだ。もしここで大々的な広報活動を行い訪問者を増加させたのなら、規模が大きくはないこの市では対応困難となり個人の満足度を下げたしまい、逆効果となる恐れも否めないからだ。

地域活性化とはその対象となる土地の経営がうまくいったり知名度が上がることに重きが置かれがちだが、地方自治とは本来その土地に住む住民の暮らしをより豊かにするために行われるのであるのではないか。東京都の中の数ある郊外の中でもこのような地域資源に魅せられ人々が集い、これを官民が一体となって継続していくことが地域資源の価値をさらに高めるのであると考える。