

「日本の文化聖地・三重」を

未来に生かすために

－ C I 戦略・ブランド戦略としての展開－

三重県戦略企画部

目次

| | | |
|-------------------------------------------------|-----|---------|
| 1. 趣旨 | ・・・ | 1 |
| 2. 「日本の文化聖地・三重」 | ・・・ | 2 |
| 3. 「日本の文化聖地」を形づくってきた三重の文化 | ・・・ | 3 |
| 4. 「伊勢志摩サミット三重県民宣言」 | ・・・ | 8 |
| 5. 「日本の文化聖地」を三重県の未来に生かす取組方向 (参考) CI戦略とブランド戦略 | ・・・ | 9 10 |
| 6. CI戦略としての「日本の文化聖地」 | ・・・ | 11 |
| 7. ブランド戦略としての「日本の文化聖地」 | ・・・ | 12 |
| 8. ご意見をいただきたいポイント | ・・・ | 13 |

1. 趣旨

- 伊勢志摩サミットでは、G7各国首脳が伊勢神宮訪問や、三重県の優れた文化・歴史、食材、伝統工芸品などの魅力が発信され、「**日本の文化聖地**」としての三重が内外に強く印象付けられました。
- 平成28年11月に発表された「伊勢志摩サミット三重県民宣言」では、三重県民一人ひとりが、これまでの歴史の中で実践してきた経験や、サミットを成功に導いた自信とともに、「**日本の文化聖地**」としての誇りを持ち続け、三重の新たな未来を築くために取り組んでいく決意が示されました。
- 「**日本の文化聖地**」のコンセプトは、内外の観光誘客をはじめ三重県における交流の拡大に向けた取組にも生かすことができると考えます。
- 「**日本の文化聖地**」が、三重県のアイデンティティとなるとともに、交流の拡大などを通じて自立的、持続的な発展につながるようになるために大切なことは何か、また、県としてどう取り組んでいくべきか、ご意見をいただきたいと思っております。

- 三重は、伊勢神宮や熊野三山への巡礼の道・熊野古道を有するとともに、国学を極めた本居宣長や俳諧の芸術性を高めた松尾芭蕉らを輩出してきました。
- 日本列島のほぼ中央に位置し、伊勢神宮に向けた数々の街道が発達したことから、古くから街道による人・モノ・情報の交流が盛んとなりました。
こうした歴史的・地理的な条件から、三重の人びとには外部の人や文化を懐深く受け入れる寛容さや、おもてなしの精神が芽生え、根づきました。
- 「文化とは、人類が自らの手で築き上げてきた有形・無形の成果の総体である(*1)。それぞれの民族・地域・社会に固有の文化があり、相互の交流によって発展する。そして、時代を超えて伝承されていく。日本人を象徴する文化が三重で育まれてきたことは、いわば、三重が「**日本の文化聖地**」であることを示すものである。」(*2)

(*1) : 大辞泉による。

(*2) : 「伊勢志摩サミット三重県民宣言」より引用

3-1. 「日本の文化聖地」を形づくってきた三重の文化

日本を代表する精神文化

- 思想や信仰、価値観などの日本人の精神性に関わる文化

地域に根ざした伝統文化

- 街道を通じて活発な交流などが育んだ地域に根ざした伝統文化

人と自然の共生文化

- 豊かな自然を大切にするとともに、その恵みを活用することで、発展させた産業や暮らしに関する文化

日本の精神文化の源流

★伊勢神宮

- ・日本人の心のふるさとであり、伊勢詣で多くの人々が訪れた。
- ・20年に一度の式年遷宮に象徴される「常若（とこわか）」(*3)。
- ・ありのまま、自然のままを大切にしようという「生なり文化」(*4)。

★熊野古道・伊勢路

- ・伊勢神宮から、紀伊山地の霊場である熊野三山に通じる“祈りの道”。
- ・平成16年、「紀伊山地の霊場と参詣道」としてユネスコ世界遺産に登録。



江戸時代の伊勢詣の様子

(*3): 常若（とこわか）とは、「いつも若々しいこと。いつまでも若いさま。」を表現する言葉。

(*4): 「生（き）なり」とは、「生地のまま」「ありのまま」「自然のまま」という意味。「生なり」の文化は、日本の白木の建築や素材美をたいせつにする工芸や、材料を自然のままに食する刺身や寿司等の食文化など、日本の文化全般にわたる特色であるといわれている。

3-3. 日本を代表する精神文化②

日本人の精神性を探求

★本居宣長

- ・日本人古来の世界観や価値観を探求するため、「古事記」を解説。その成果を著した「古事記伝」は、吉田松陰の松下村塾の必読書となった。
- ・源氏物語は「『もののはれをしる』という一言に尽きる」と説き、「もののはれをしる」とは物の心をしることであり、例えば人の容姿や立ち居振る舞いはもちろん、四季の移ろいなどに接することで、自分の心に何らかの感慨がわき起こることとされた。



本居宣長
(本居宣長記念館所蔵)

★松尾芭蕉

- ・俳諧の芸術性を高め、幽玄・閑寂を旨とする蕉風を確立、後の俳句につながる文化を作り上げた。
- ・「不易流行」は、蕉風俳諧の理念の一つであり、いつまでも変化しない本質的なものを忘れない中にも、新しく変化を重ねているものをも取り入れていくこと。また、新味を求めて変化を重ねていく流行性こそが不易の本質であることをいう。



松尾芭蕉

★松浦武四郎

- ・北海道の命名者。
- ・多様性を尊重し、アイヌ民族と共生するという信念のもと、強制労働という形でアイヌ民族を苦しめていた「場所請負制度」の廃止に尽力。



松浦武四郎
(松浦武四郎
記念館提供)

街道交流

- ★東国と西国の結節点として、伊勢街道などの街道が整備され、近世には「お伊勢まいり」や「熊野詣」が広がり、全国から多くの人びとが訪れ、沿道沿いの宿場町が発展した。東海道の宿場町として栄えた関宿（亀山市）は、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定（昭和59年）され、民間による保全活動が行われている。
- ★桑名から伊勢までの参宮街道は別名「餅街道」とも呼ばれ、街道沿いには旅人をもてなす地域毎の名物餅店があった。今も「赤福」をはじめ、なが餅、へんば餅など数多くの餅を楽しむことができる。
- ★伊勢神宮のエージェントとして、御師（おんし）は、御札や伊勢暦、伊勢白粉などを持ち全国の檀家を巡り、伊勢参拝を勧誘するとともに、太夫屋敷で参宮客を泊め、食を供し、もてなした。
- ★美しく染め上げられた絹糸が織りなす“組み”独特の風合いを持つ「伊賀くみひも」や、柿渋により和紙を加工し、着物の文様等を丹念に彫り抜いた「伊勢型紙」などの伝統工芸品。



なが餅（北勢地域）



上野天神祭のダンジリ

伝統行事

- ★「桑名石取祭の祭車行事」「鳥出神社の鯨船行事」「上野天神祭のダンジリ行事」が平成28年10月にユネスコ無形文化遺産に登録。

3-5. 人と自然の共生文化

自然の恵みを生かす産業や暮らし

- ★志摩の国は、地域の人びとが自然に感謝しながら、多くの海産物を守り、朝廷や伊勢神宮に貢進したことから、古代から御食つ国（みけつくに）とよばれた。現在もその伝統は継承されている。
- ★尾鷲市・紀北町の急峻で痩せた土地において、緻密な年輪が形成された高品質なヒノキを持続的に生産する独自の伝統的技術が継承されている尾鷲ヒノキ林業（H29.3 日本農業遺産認定）。
- ★鳥羽・志摩の女性による伝統的な素潜り漁を現代まで継承している海女漁業と高品質な真珠を生産してきた真珠養殖業（H29.3 日本農業遺産認定）。
- ★公害の歴史と経験を内外に伝え、生かす「四日市公害と環境未来館」や「国際環境技術移転センター」の取組など、環境の保全に向けた多様な活動。



アワビ



尾鷲ヒノキ



海女漁業

私たちはこれまでの三重県の歴史の中で「多様性への寛容や交流」、「自然との共生」、「伝統・文化の創造と発展」、「安全で平和な社会への祈り」を実践してきた。また、G7伊勢志摩首脳宣言で示されたような世界的課題に対しても果敢に取り組んできた。こういった経験と、サミットを成功に導いた経験や自信、そして「日本の文化聖地」としての誇りを持ち続けながら、私たちの手で、三重の新たな未来を築き上げるのである。

(「伊勢志摩サミット三重県民宣言」前文より抜粋)

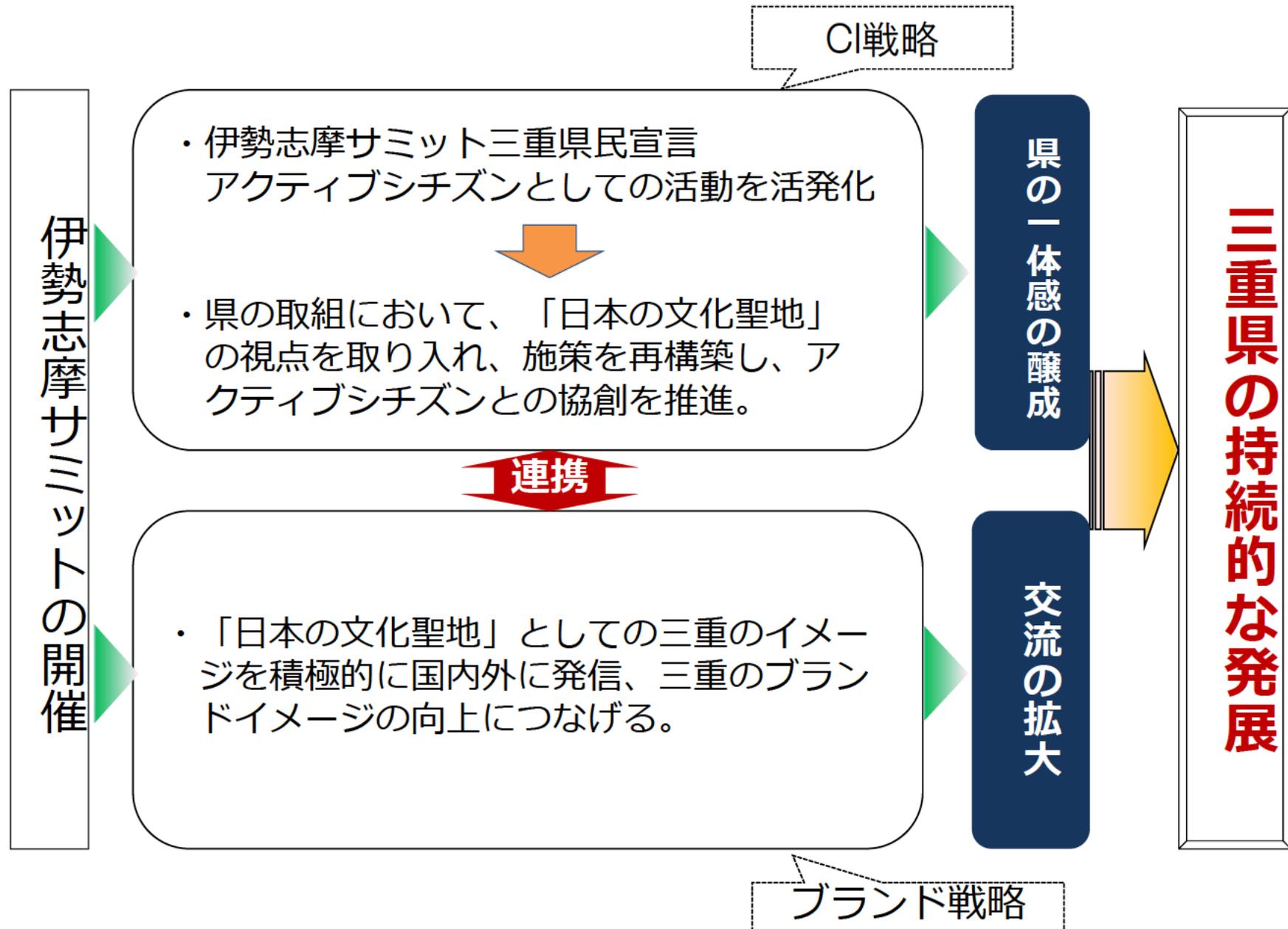


県民活躍シンポジウム

【4つの決意】

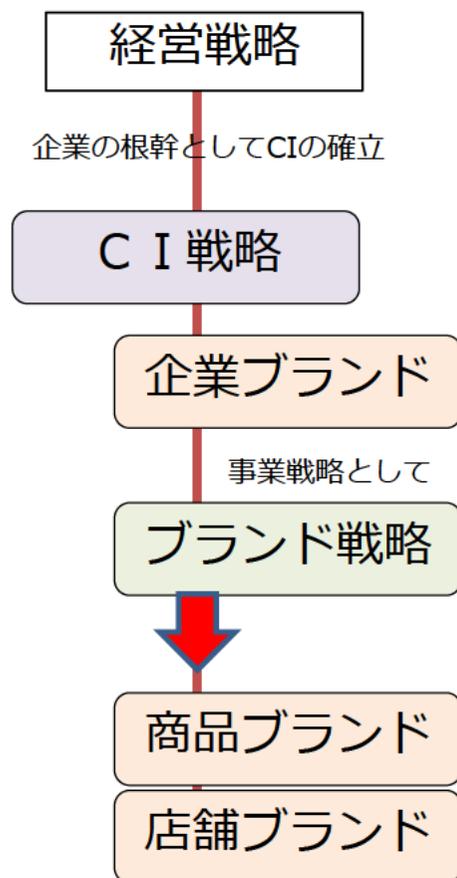
- 1 自分とは違うことを価値と認め合い、国内にとどまらず、さまざまな国のさまざまな立場の人たちとつながって、誰もが挑戦、活躍できる社会にします。〔親和〕
- 1 美しい自然をはじめとする豊かな環境を守り育み、共生して、持続可能な社会にします。〔調和〕
- 1 三重の伝統・文化を、学び、伝え、創造し、発展させ、心豊かな社会にします。〔和の文化〕
- 1 安全・安心な社会をつくりながら、平和を強く希求していきます。〔平和〕

5. 「日本の文化聖地」を三重県の未来に生かす取組方向

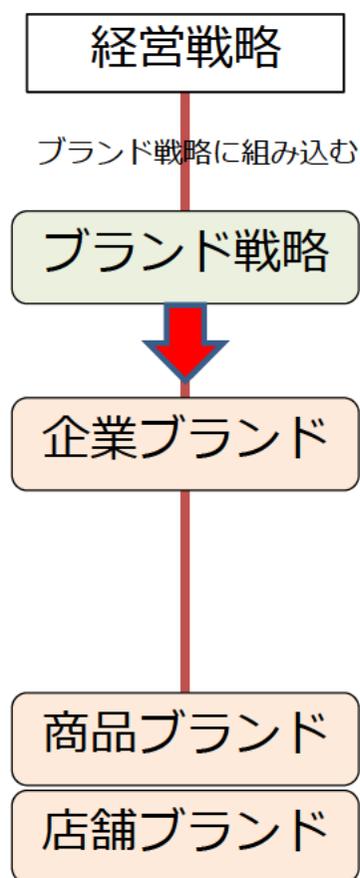


CI戦略とブランド戦略は異なるものです。その概念には共通する部分があり、たとえば企業経営においては、次のような3つのパターンが考えられますが、今回は、3のパターンによる展開をイメージしています。

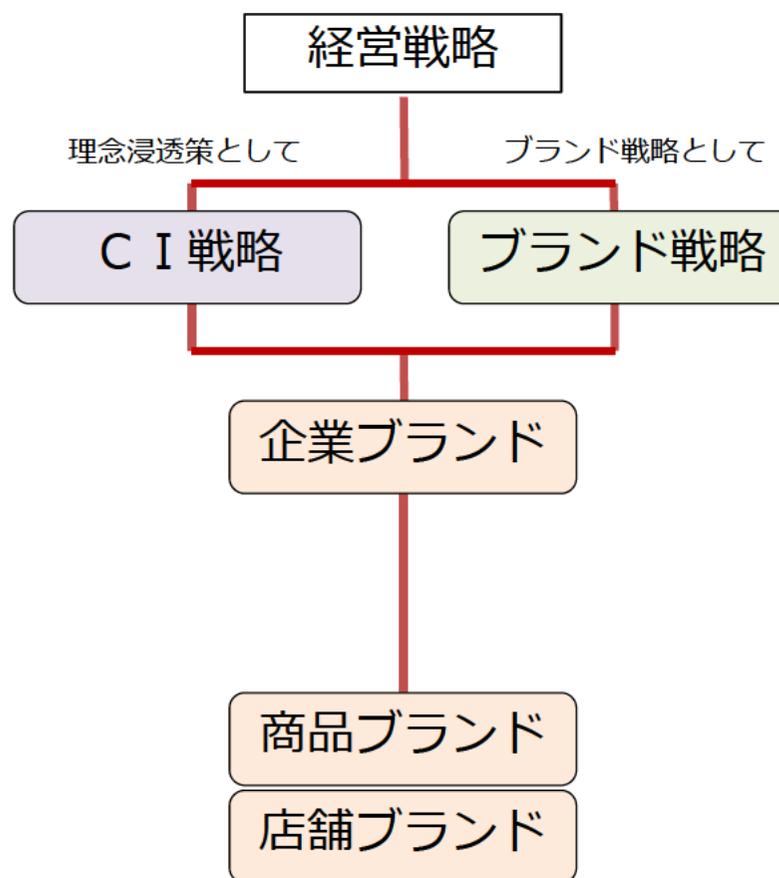
1 : CI戦略として扱う



2 : ブランド戦略として扱う



3 : CI戦略とブランド戦略は別のものとして扱う



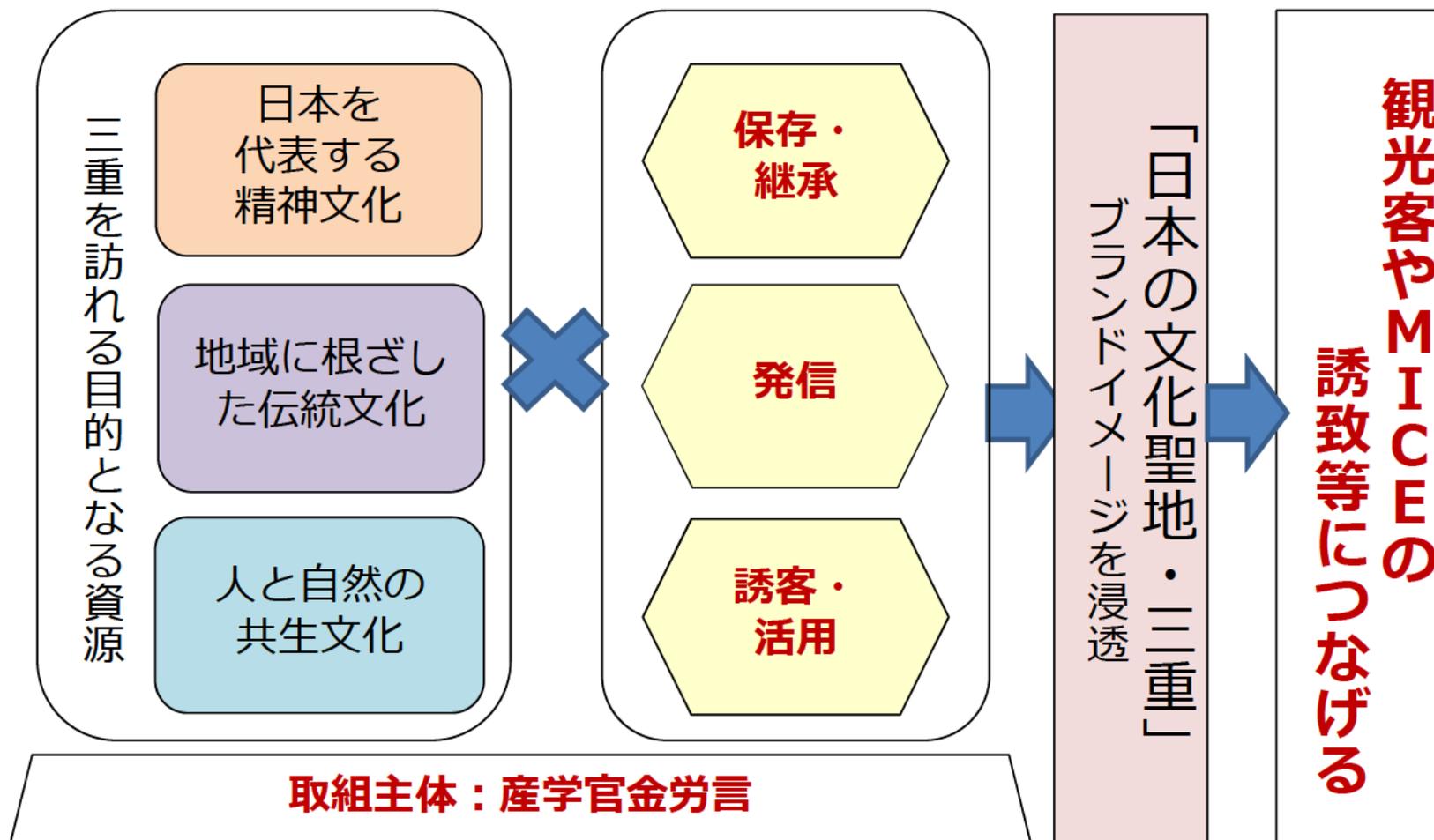
6. CI戦略としての「日本の文化聖地」

- 伊勢志摩サミット三重県民宣言で打ち出した、「**日本の文化聖地・三重**」というコンセプトには、悠久の歴史の中で三重の地に暮らす人びとは、外部との交流の中で多彩な文化を創造・伝承し、暮らしを豊かにするとともに地域の産業を発展させてきており、今を生きる県民の皆さんも、未来に向けて自らの手で、新たな文化を創りあげ、次世代に継承していく使命があるとの思いが込められています。
- 三重県は多様性が大きな特色であるものの、一体感に欠けるところがあり、これが三重県の一つの弱みになっていると考えられます。
- 三重県が「**日本の文化聖地**」であることを県民の皆さんが誇りとして共有することで、県の一体感（≒アイデンティティ）を醸成し、県民力の結集につなげます。
- 県としても、「**日本の文化聖地**」の視点をさまざまな分野で施策の中に取り入れ、県民の皆さんとの協創を進めます。

7. ブランド戦略としての「日本の文化聖地」

12

- 対象（ターゲット）：国内（首都圏など）
：国外（アジア・欧米の富裕層など）



8. ご意見をいただきたいポイント

- ・「日本の文化聖地・三重」のコンセプトをCI戦略として活用することを考えているが、その際留意すべきことは何か。
- ・「日本の文化聖地」が三重県のアイデンティティとして県民の皆さん一人ひとりに意識され、対外的に共感を得るためには、県としてどのような取組が有効か。
- ・三重県が「日本の文化聖地」として今後もあり続けるために、三重に暮らす県民に課せられた使命は何か。そのために、県は何を促していくべきか。
- ・「日本の文化聖地・三重」のコンセプトを生かす具体的な取組として、交流の拡大に向けたブランド戦略が考えられるが、どのような取組が有効か。