

名産物を用いた地域アイデンティティの形成過程 —練馬大根をめぐる地域資料の分析から—

川久保 和音

地域アイデンティティとは、「地域を“1つの地域”として認知できる基盤」であり、その地域の独自性を示す重要な要素であると言える。その地域に独特の資源である「名産物」を活用したまちおこしがあるが、この視点での都市部における地域アイデンティティ形成に関する事例は少ない。第二次世界大戦後、日本の各地で都市化が進み、地域アイデンティティが希薄になってきた。このような現状を踏まえ、名産物を用いた地域アイデンティティの形成過程を明らかにしていくことを本研究の目的とした。様々な人々が流入してきた都市部の地域アイデンティティ形成の理解の一助としたい。

調査方法は文献調査である。研究対象には、東京都練馬区の名産物「練馬大根」を設定した。江戸東京野菜の1つであり、練馬区域で生産された複数の品種から成る大根を指している。たくあん漬けとして広まった。「練馬大根」に関する地域資料、および自治体による「練馬大根」に関する取り組みの資料を調査・分析する。

「練馬大根」の名称および由来を示す3つの資料である『武蔵演路』『北豊島郡誌』『練馬大根碑文』を調査し、「練馬大根」の歴史の変遷が明らかになった。「練馬大根」の復活に関する動きや様々な活動を示された。また、「練馬大根」に関する新聞記事の分析を行った。1980年以降の日刊6紙を新聞記事データベースにて調査した。平成に入ってから「練馬大根」および東京都練馬区に関する出来事の変遷と新聞記事の増減の傾向が一致することが明らかになった。

加えて、東京都練馬区における地域アイデンティティ形成過程を検証するため、「練馬大根」に関する取り組みを調査した。1989年、練馬区による「練馬大根」の育成を促進する練馬大根育成事業が始まった。この育成事業における「練馬大根」の位置づけは農産物からブランド品、そして地場産業のブランド品へと変化していることが分かった。また、単なる生産機能から地場産業・観光資源・教育・歴史文化の継承へと変化した。その結果、「練馬大根」の生産量は2.5倍に増加した。その契機には、伝統種の保存事業による“保全”の促進と引っこ抜き競技大会や周年記念行事による“活用”の場の拡大があることが分かった。加えて、地域の人々の意識変化も生まれた。

本研究において、「練馬大根」は地域アイデンティティとして形成することができたと評価できるだろう。地域アイデンティティの形成過程において、新たな付加価値を得て、保存と活用のサイクルを生むことによって、地域アイデンティティが産業振興からより地域に焦点を当てたものに変化していったと考えられる。

(指導教員 白井哲哉)