

# 街を行く

第48回 倉敷 Kurashiki

## 美観地区の新たな展開

倉敷の街の代名詞といえば、かつては「美観地区」と「チボリ公園」だったのですが、今や美観地区だけとなりました。閉園したチボリだけでなくテーマパークという業態の生き残りは本当にむずかしいですね。その成否はリピーター客をいかに呼び込むかで、カギは何度来園しても飽きないナショナルブランド、いや世界ブランドを抱え込めるかにかかっています。東京ディズニーランドや大阪のUSJなどがよい例で“それだけで人を呼び込める魅力”が不可欠ということです。よって、ただ「倉敷に来た次いでに立ち寄ろう」程度の存在感ではテーマパークとして生き残る生命力が弱すぎます。その点から美観地区は完全にナショナルブランドですし、ここを目的に倉敷を訪れるという人がほとんどでしょう。

その美観地区ですが…、何度訪れても良いですね。まさしく世界に引けをとらない魅力、ブランドあるテーマパークでしょう。何とも落ち着く雰囲気というか、明治・大正のロマンやカルチャーを想わせる佇まいというか、（小生だけかもしれませんが）これぞ世界に対して挑んでいく日本の心意気とか、日本古来の伝統に近代的西欧文明を受け入れた新しい日本文化の幕開けを感じるのですよ。頑なに過去を引きずり排他的となるのではなく、無闇に新しい物へ飛びつき迎合するでもない独自の価値観。今の日本人にも必要といえる考え方（思想）ではないでしょうか。

当時のそうした文化を表したものは「大原美術館」でしょう。建物はクラボウ創設者大原孫三郎の旧本宅と別宅。巨万の富があってこそ生まれた建築で、桁違いのス



風格ある大原美術館と、いまや駅前アウトレットとなった旧チボリ公園



ケールと創造力はヨーロッパ貴族や大富豪と比べても決して引けを取りません。大原家の商いであった紡績産業が日本経済を大きく列強の仲間へと導いたわけですが、この街全体がそれに向けていきいきと動いていたのでしょう。もちろん当時が本当に現代よりも良いものかは議論あるところ。タイムスリップして本当のところをちょっと経験してみたいところですが（生活の厳しさにすぐ弱音を吐くかもしれませんが）。

ところで今後、観光立国を目指していく日本ですが、地方都市再生は観光振興の他にあってはならないのでしょうか？ 安倍内閣の第三の矢の重要項目が地方経済の再生と発表されすぐに倉敷を訪れたのも何かの因縁でしょう。この街で第三の矢が当たる先はどこでしょうか？ 意外と「美観地区」で付加価値をつける新しい展開なの

かもしれません。見せるだけの物が多い歴史的な観光地から、体験型のテーマパークへと変わっていく。当時の生活そのものが体験できるとか、1日だけ大原孫三郎翁になれるような体験です。そんなおどろきの話のような街があっても良いのではないのでしょうか。

### 南 一 弘



1982年大学卒業後、三井不動産販売に入社。ローンスター・ジャパン・アクイジションズを経て、2001年エートス・ジャパン・エルエルシーを設立。同代表に就任。2005年4月MID都市開発（旧松下興産）の代表取締役役に就任。2006年ジャパン・アセット・アドバイザーズを設立。同代表取締役役に就任。