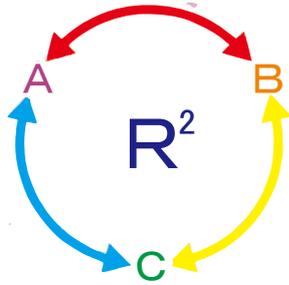


地域活性化 ニューズレター No. 9

文化とまちづくり特集





R2-3S Regional Regeneration by 3-Sectors 3セクター協働の地域活性化 教育プログラム

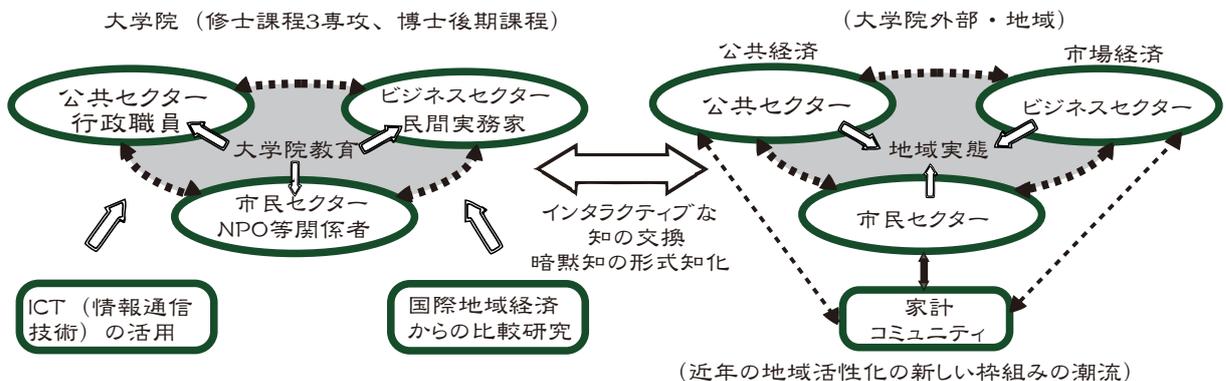
「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」について

大阪市立大学大学院創造都市研究科は、公立大学の使命のひとつとして、21世紀型都市再生モデルである創造都市の研究と、都市の地域活性化を目的として設立された、社会人向けの大学院である。2003年開設の修士課程3専攻（都市ビジネス、都市政策、都市情報学）および2005年開設の博士後期課程（創造都市）において、300人余りが学んでいる。

近年、地域の疲弊が叫ばれ、地域活性化は日本全体の喫緊の課題となっている。地域活性化の分野において、PFI・指定管理者制度など「公民協働」の方向が現れている。本プログラムは、これを更に進めて、①従来の公共（行政）対民間の2者関係だけでなく「市民主体のボランティア経済セクター」を入れた、3者の総合的戦略と（概念図参照）、②財政自立化のなかで「情報通信技術（ICT）」等を活用した効率良い戦略が中心になりつつあることに注目する。当研究科は、地域活性化・地域経営に関する全国の研究科の中でも公共・市民・ビジネスの3セクターの学生が共同で学び、かつ都市情報学専攻があるというユニークな構成をもち、個別の教育研究を行ってきた。

こうした独自性・実績を活かし、個別の取り組みを更に総合化し、地域／行政／関係機関における公共・市民・ビジネスの3セクターと大学院・研究者の3セクター（最大3×3の組合せ）が協働する融合効果とインタラクティブな知識の環流化により、地域活性化人材を育てる「地域活性化教育プログラム」を進めている。

概念図



1. 芸術祭をきっかけにした3セクター協働 — あいちトリエンナーレ長者町会場の事例 —

吉田隆之 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

1. はじめに

1980年代から1990年代初期にかけ、多くの自治体が文化施設建設や大型イベントに追随し、都市文化政策を十分に展開することができなかった。そうしたなか、2000年前後に中川幾郎（2001）が自治体文化政策の総合的な理論モデルを提唱する。都市文化政策という概念が明確に打ち出されるとともに、自治体が主体的に政策を担うことを前提にした文化資源の分布の分析ツール、いわば官主導モデルが示された。2010年前後になると、各地で芸術創造拠点が増え、それを担うNPOが台頭するなかで、松本茂章（2011）が芸術創造拠点に絞った官民協働モデルを提案する。かくして、芸術文化の分野でも官民協働に関わる研究が行われているのであるが、3セクター協働を意識した研究・議論は管見の限りない。そうした実際の取り組みもまだ多くないと思われる。

とはいえ、現場の努力により、行政主導、もしくは官民協働の変形で、結果として3セクター協働、もしくはそれに近似した事例をいくつか思い浮かべることができる。本稿では、そうした事例の一つとして筆者が関わったあいちトリエンナーレ長者町会場（名古屋市中区）の実践をとりあげたい。ちなみに、筆者は、あいちトリエンナーレ2010に愛知県職員として、それ以降は一市民として、またコーディネーターとして関わった。

2. あいちトリエンナーレと長者町地区の概要

本題に入る前に、あいちトリエンナーレの概要を紹介しよう。あいちトリエンナーレは愛知県が主体となり、これまで2010年と2013年に計2回開催された。あいちトリエンナーレ2013の決算額は約14.4億円である（国の緊急雇用事業を含む）。その主要会場は愛知芸術文化センター・名古屋市美術館・長者町会場・岡崎会場である。その他、納屋橋会場・オアシス21・広小路会場などがある。オアシス21を除き有料とされ、その入場者数は約63万人である（あいちトリエンナーレ実行委員会 2014）。本稿では、開催経緯の詳細は省略するが、有識者会議が内外のビエンナーレの成功事例があるからという理由で、都市政策と無関係に政策立案し、強引と映らないよう慎重に配慮しながら、知事がリーダーシップを発揮し、あいちトリエンナーレ開催を政策決定した。一方、長者町地区は、名古屋有数の繁華街である名古屋駅周辺と栄地区に挟まれた伏見地区に位置する。かつては、大阪の船場とならぶ日本三大織

維街の一つとして栄え、1970年代最大で織物協同組合に約90社加盟していたが、2000年前後には半減する。空きビル・空き店舗が目立ち、風俗店が進出するなか、長者町は危機感を抱く。2000年前後からあびす祭りを開催したり、あびすビルを立ち上げたり、まちづくりを始めた。前者は、年1回の衣料品の格安販売を目玉としたお祭りで、後者は、まちが主体となって空きビルをリノベーションしたのだ。そうしたところに、2004年10月まちづくり講演会で全国のまちづくりで実績を有していた延藤安弘（愛知産業大学大学院造形学研究科教授・当時）がたまたま講師を務める。講演会を契機として延藤と彼が主宰するNPO法人まちの縁側育くみ隊が、長者町のまちづくりに関わる。短歌で「まちづくり憲章」を策定するなど、彼は、これまでにない表現という切り口でまちづくりに取り組んでいくのだった。

3. 長者町会場決定の経緯

あいちトリエンナーレは、都市政策と無関係に政策立案され文化事業と位置付けられたことから、当初長者町地区を始めとしたまちなか展開を予定していなかった。しかしながら、建島哲あいちトリエンナーレ2010芸術監督が、繊維問屋街の長者町地区を会場とすることを決める。戦災で焼け、都市計画が成功し味気のないまちとなった名古屋に「パサージュ」を回復し、他者の光景を生じさせようとしたのだった（建島, 2011）。

4. 官民（企業）協働

こうして長者町地区が会場と決まったのだが、都心部ゆえ展示場所確保は困難を極めた。まちの協力が不可欠だったことから、官民（企業）の協働組織として「あいちトリエンナーレ2010長者町プロジェクト推進会議」を設立した。長者町の有力企業3社のそれぞれの代表者3名・愛知県4名・名古屋市1名の計8名をメンバーとした。加えて、実働部隊として「長者町プロジェクト推進チーム」を設立し、若手経営者7名・NPO法人まちの縁側育くみ隊6名・吉田有里アシスタントキュレーターと筆者がメンバーとなった。両組織とも展示場所確保の協力を得ることを主目的として発足したのだが、後者の「長者町プロジェクト推進チーム」は、県と民（企業）が企画を協働する組織に発展していく。

実は、他の芸術祭でもあいちトリエンナーレ長者町会場ほど官民（企業）が丁寧に協働した事例はない。モデルケースともいえるが、それは長者町の若手経営者やまちづくりNPOのメンバーらがすでに10年間まちづくりに取り組み、それに行政が引きずられる形で実現したのだった。

その象徴的な事例の一つを紹介しよう。「草間彌生オリジナルデザインのリボン」を配布する仕掛けである。まちづくりの若手リーダーである堀田勝彦（株式会社堀田商事代表取締役）は、家業でのぼりを扱っている。イベントの少ない予算の中で約30万円の広報費をやり繰りした筆者は、堀田にのぼりの購入を相談した。それに対して、堀田は家業の売り上げを捨てて、その30万円をフランスのフォンタネル社製リボンの購入に充て、会場で観客に配付するアイデアを披露する。堀田のアイデアをもとに、長者町プロジェクト推進チームがデザインを始めとした企画提案を担い、草間彌生のデザイン協力にも発展した。こうしてリボンを身につけた観客が展示会場やまちなかを回遊することで、リボンがまちと人とアートのつながりを作っていく仕掛けが作られたのだった。

こうした展示場所確保や企画を官民（企業）協働で取り組むことで、一時的ではあるが、まちづくりに批判的な人たちや無関心層の協力を得られたり、まちの提案力・行動力を向上させたりした。

さて、官民（企業）協働は継続的かつ持続可能な地域づくりへの起爆剤となっていくのだが、直接的な要因となったのが、これから紹介するKOSUGE1-16の《長者町山車プロジェクト》で、KOSUGE1-16とは車田智志乃・土谷亨の二人組によるアーティスト・ユニットである。

KOSUGE1-16は、戦争で消失してしまった長者町地区の山車に替え、あいちトリエンナーレ2010でアート山車を制作する。のみならず、あびす祭りで長者町の人たちが山車を曳くことを企図する。これに対し、長者町は、「素人が曳くのは危険だ」として、曳き手を他所から雇うことを提案する。「力を合わせたことがまちに残っていくことこそが作品の意図だ。」とKOSUGE1-16は譲らない。彼らの企図がこれまでのまちづくりの経験からも長者町にとって必要だと感じられたこともあるだろう。長者町は山車の曳き手を自ら担うことを受け入れた。

9月5日長者町通の一部を通行止めにし、山車の試運転が3時間にわたって行われた。しかし、2tもある山車を素人集団が操るのは容易ではない。上手いかなければいけないほど、個々の曳き手が勝手なことを言い出し、益々まとまらない。社長の集まりであることが災いしたのか、まさに船頭多くして舟山に登るである。

滑ればよいとばかりに路面にごさや竹をまき散らしたことがそもそも間違っていた。いつ事故が起きてもおかしくない状況だった。長老の一人である吉田俊雄（あびす祭り実行委員会テナント渉外部長、吉田商事株式会社代表取締役会長）は、山車の試運転を見て気が収まらない。翌朝、筆者の携帯電話が鳴った。長者町通での山車の練り歩きの中止を求めた。それでもKOSUGE1-16も含めた話し合いが行われ、「安全を確保できるほどの練習の成果が確認できたら」という条件付きで決着した。

山車の曳き手たちは仕事を終えてから数回にわたり練習を行う。試運転で生じた長老の事故に対する不安を解消すべく、京都の祇園祭の山車の辻回しを研究した。そうすると、息さえあえば少人数でも山車を動かせることが分かった。あびす祭り当日、例年どおり2日間で約10万人の出入となった。そうしたなか、事故を起こすこともなく、辻回しの技量も上達し、まさに観客を魅せる腕前となっていた（写真1）。



写真1 KOSUGE1-16《長者町山車プロジェクト：かたい山車》（2010）長者町通、撮影：石田亮介

こうして山車の練り歩きは多くの観客の喝采を博したが、KOSUGE1-16も、長者町の負担を考え、閉幕後山車を残すこと自体は半ば諦めていた。山車を保管できる場所が必要だし、仮に保管場所が見つかったとしても、修繕等維持・活動費が年間約50～100万円見込まれたからだ。ところが、山車の練り歩きを成功させた達成感が風向きを変えつつあった。閉幕直後、山車の曳き手を主なメンバーとして、山車の存続を議論するための話し合いの場が持たれた。もちろん山車を残したい気持ちはあるが、アイデアが浮かばなかった。議論が堂々巡りをし始めたころ、声をかけていなかった浅野隆司（あびす祭り実行委員長・当時）がたまたま顔を出す。事情を察し、その場で一本の電話をする。知り合いの看板業者に、郊外の倉庫を無償で借りられないかを相談したのだ。すぐに先方から前向きな返事をもらう。とにもかくにも、これで保管場所が決まった。

山車の維持・活動費は、後日若手経営者の1人である佐藤敦（株式会社エフェクト代表取締役）が、「山車の活動費という名目では地区全体の合意が得られそうにない。あいちトリエンナーレ2010が終わっても長者町でアートに関する活動をし、そのための寄金を集めたい」と寄金を募るアイデアを出す。こうして事業者の有志らが長者町アートアニュアル実行委員会を設立し、年間を通じて長者町界隈ならでのアートを発信し、アートイベントを継続的に実施していくこととした。

佐藤らが立ち上げた長者町アートアニュアル実行委員会は、2011年には100人を超える旦那衆から、2012年には150人を超える旦那衆から活動資金や人出などの協力をえて、山車の練り歩きを毎年継続していく。そして、2011年から「長者町スタジオ」、2012年3月から「長者町プラットフォーム」を、同年5月から「アーティスト・イン・レジデンス」のそれぞれの供用を開始した。

「長者町スタジオ」は堀田が以前から温めていたアイデアで、えびすビルの空室を電気代等実費負担のみでアーティストが借り受け、制作場所として使っている。「アーティスト・イン・レジデンス」と「長者町プラットフォーム」は、広告代理店主である佐藤が、それまで使っていたえびすビルの事務所が手狭となり、問屋だったビルを新たに借り上げたことがきっかけとなった。佐藤の事務所以外のスペースに建築家らが入居した。その建築家とはあいちトリエンナーレでアーキテクトを務め、かつ、長者町アートアニュアル実行委員会副会長を務める武藤隆である。その事務所の一部が「長者町プラットフォーム」として長者町を拠点とする様々な団体のイベントやミーティングのスペースとして利用されている（写真2）。



写真2 Arts Audience Tableロプロプ「オーディエンス筋トレテーブル#03『アートと言葉／自分らしく伝えるのって難しい～福住廉氏を迎えて～』（2012）長者町プラットフォーム、撮影：三浦一倫

こうして、官民協働の取り組みを発展させ、長者町

の事業者らは、あいちトリエンナーレ2010閉幕後も、自発的なアート活動を継続している。2010閉幕前後から2012年にかけて、山車の存続や「長者町プラットフォーム」「アーティスト・イン・レジデンス」の供用開始などなど次々と連鎖反応が起こり、大きなエネルギーを生み出す状況が生じたのだ。

5. 官民（市民）協働

のみならず、長者町では、あいちトリエンナーレのサポーターズクラブの活動などをきっかけに長者町に縁をもった若者らが次々と20～40名程度のアートコミュニティを立ち上げている。サポーターズクラブとは何なのか、本章では、官民（市民）協働の取り組みを取り上げたい。

あいちトリエンナーレ2010開催前に2009年末から会期前まで、トリエンナーレのPRとボランティア募集を兼ねて、アーティストトークなどをメニューとしたトリエンナーレスクールを毎月1回程度開催していく。終了後の茶話会などで「ボランティアの仕事は、内容が決められており面白くない。自らイベント等を企画して、トリエンナーレを盛り上げたい」との声が多く聞かれた。そこで、予算上は緊急雇用事業として、筆者が官民（市民）協働組織として立ち上げたのがサポーターズクラブだった。長年名古屋で活動していた武藤勇らにコーディネーターを依頼する。登録者数は、5,373人を数えた。期間中、彼らは、様々なレクチャー・ガイドツアー・プロジェクトを企画した。

ところが、閉幕後、サポーターズクラブが行政とは別の意思を持って活動していくことを行政側が警戒し、その支援を打ち切ったことで、徐々に活動団体としての性格が失われる。一方で、それをきっかけとして、若者らは自ら次々とコミュニティを立ち上げていった。「長者町まちなかアート発展計画」は、民間財団から助成を受け、市民自らアートプロジェクトを実施した。

「Arts Audience Tables ロプロプ」は鑑賞者の能動的な活動をコンセプトに、レクチャーや美術館ツアー等を企画する。あいちトリエンナーレでは、行政が市民の自発的活動に関心を持たなかったからこそ、市民活動が促進されたともいえる。ここに官が民（市民）を支援することの難しさを見ることもできよう。

また、市民大学としては「シブヤ大学」が有名だが、名古屋にも「大ナゴヤ大学」が作られていた。あいちトリエンナーレをテーマとしたゼミを開催し、ゼミに参加したメンバーが長者町に関わる様々なイベントを継続的に開催している。

こうしてあいちトリエンナーレをきっかけにして、いくつかのアートコミュニティが作られていくのだが、あいちトリエンナーレ2013でもその勢いは止まらない。「名古屋スリバチ学会」、「ムービーの輪」などのコミュニティが次々と生まれる。

「名古屋スリバチ学会」は、毎月1回程度名古屋の地形や建築物の探索を行う。そもそものきっかけは、「せんだいスクール・オブ・デザイン」あいちトリエンナーレ分校が会期中パブリック・プログラムとして開催されたことだ。そのワークショップ2の「環境軸」で、名古屋台地周辺の起伏を意識して歩く「名古屋凸凹地形探索」を行った。ちなみに、「せんだいスクール・オブ・デザイン」とは、東北大学の都市・建築学専攻がエンジンとなり、仙台市と連携して地域と連動する新しい教育プログラムである。この探索に参加したガイドボランティアを始めとしたメンバーが中心になり、終了後「名古屋スリバチ学会（準備会）」を立ち上げ、2014年4月には「名古屋スリバチ学会」を設立する。

代表は古橋和佳で、あいちトリエンナーレのガイドボランティアにも参加していた。それが縁で、その育成に関わっていた菊池宏子（あいちトリエンナーレ2013コミュニティデザイナー）に、「横浜トリエンナーレサポーターのように、サポーターズクラブをオフィシャルな組織として愛知県が動かしてほしい」と投げかけをした。これに対して、オフィシャルな組織が継続していくことよりも自分たちの発意でグループを作り、そうしたグループが繋がっていくことの大切さを、菊池から示唆される。そうした姿勢を、菊池がガイドボランティア育成で実践していることを間近で見ていたことから、古橋は合点がいき、「名古屋スリバチ学会」を立ち上げた。

「ムービーの輪」は、毎月1回程度長者町地区などで約30人～40人が集まり、映画&映像鑑賞会を開催している。Nadegata Instant Partyの《Studio Tube》の制作をサポートしたクルーが、Nadegata Instant Partyのメンバー山城大督をコーディネーターに迎え、活動を始めた。その活動に筆者も参加している。

こうして、サポーターズクラブやあいちトリエンナーレのコーディネーターやアーティストらの働きかけなどを一つのきっかけとして、アートコミュニティが次々と生まれ、フリンジ的にあいちトリエンナーレを市民が盛り上げる結果となっている。ただ、行政が当初立ち上げたサポーターズクラブはともかく、それ以外は明確な官民（市民）協働の意図があるわけではない。むしろ、行政の市民の自発的活動への無関心さが目立つほどである。一方で、あいちトリエンナーレ2016では、拙著「トリエンナーレはなにをめざすのか

：都市型芸術祭の意義と展望」が一つの契機となり、行政側、アートコミュニティ側双方で、歩みよりを模索する動きがある。今後の官民（市民）協働の取り組みの展開が期待されている。

6. 民（企業）民（市民）協働

民（企業）と民（市民）では、協働とまではいえないが、相互に存在を意識しながら、緩やかなつながりが芽生えつつある。

民（企業）の社長らの多くは町内会の構成員でもある。町内会としても若者らのアートコミュニティの存在が気になって仕方がない。2013年3月若者らとまちの人たちの交流の場が町内会主催で設けられた。「若者らがなぜ長者町に集まるのか知りたい」というまちの思いがきっかけとなり、吉田商事株式会社の1階を会場にして「ワカモノとまちが出会うしゃべり場企画」が持たれ、約30人が参加した。

その会では長者町に関わることになった様々なグループの活動が報告された。長者町について「顔が見える関係がある」「文化施設が近くにたくさんある」「まちの景観が面白い」などの意見が出される。小出祐弘（本重町町内会会長）は「こんなこと、なんで面白いんだろうという面もある。それなりの意義を彼らが見つけてきてくれたんだ。意外なところに目をつけるんだな」と印象を持ったという。

若者らやまちの人たちが、これまで気づかなかったまちや人の魅力を相互に知る場となった。実は、このシンポジウムは長者町地区のこれまでのまちづくりの取り組みで初めて町内会主催で開かれたのだった。

町内会が若者らを招いてシンポジウムを開いたのに対して、2013年4月には、「まちなかアート発展計画」がこれまでの活動報告会をまちの人に向けて開催した。計約30人が参加し、まちの人たちからは、「こういう人たちが住んでくれることが財産だ」と若者らの存在を歓迎する意見が出される。また、彼女らは、2013閉幕後、劇作家岸井大輔のコーディネートのもと“いまどんな感じ？長者町”と称して、長者町のまちづくりを紹介していくシンポジウムをシリーズ化している。2014年～2015年にかけて、「長者町あびす祭り」「えびすビル」等をテーマに開催する。アートに関心を持って長者町に集った彼女らが、まちの活動にも関心を向けようとしている。

7. おわりに

あいちトリエンナーレはそもそも行政主導で始まった。ところが、建島監督が長者町地区を会場としたことで、トリエンナーレ開催以前のまちづくりと結びつき、芸術祭では他に例がない官民（企業）の丁寧な取

り組みが始まった。そうしたこともあり、KOSUGE1-16の山車の練り歩きをきっかけとして、事業者らが自発的なアート活動を継続する。のみならず当初は官民（市民）協働のスタンスが垣間見えたのだが、逆にその後の行政の市民の自発的活動に対する無関心が一要因となって、若者らのアートコミュニティが次々と生まれた。

行政主導で始まった芸術祭が、民（企業）、民（市民）など現場の努力で、3セクター協働に移り変わっていく様子を概観してきた。もちろん、最初から意図した3セクター協働ではないので、3者間の協働が必ずしも強固な枠組みではない。また、3セクター協働を意識した取り組みをこれからいかに発展させていくかなど課題はある。一方で、行政が市民の自発的活動に関心を持たなかったこそ、自発的活動が促進されたこと、官民それぞれ主導の取り組みを3セクター協働に発展させるアプローチがあることなど、今

後の3セクター協働の参考になることも少なくないと思われる。これまでもあいちトリエンナーレ長者町会場の事例は、拙著などで分析してきたが、本稿では、3セクター協働の枠組みで分析を行った。今後とも、他の3セクター協働の実際の取り組み、研究に関心を持ち、自らの実践と研究に活かしていきたい。

参考文献

- 中川幾郎（2001）『分権時代の自治体文化政策—ハコモノづくりから総合政策評価に向けて』勁草書房。
松本茂章（2011）『官民協働の文化政策 人材・資金・場』水曜社。
建畠哲（2011）「アブソリュート・ビギナーズ」『あいちトリエンナーレ2010 都市の祝祭』あいちトリエンナーレ実行委員会。
吉田隆之（2015）『トリエンナーレはなにをめざすのか：都市型芸術祭の意義と展望』水曜社。

2.新潟市沼垂（ぬったり）地区における遊休不動産の活用

池田千恵子 大阪市立大学大学院創造都市研究科 博士後期課程

1. はじめに

2003年から新築ビルの大量供給が始まり、空き室率が増加する「2003年問題」や空き家の増加など、日本全国で遊休不動産が増加している。2013年総務省の調査では、総住宅数6,063万戸での空き家率は13.5%の820万戸に及び2008年よりも8.3%（63万戸）も空き家が増加している。

本稿では、遊休不動産を活用しながら、シニア支援、就労支援、地場産業の振興、福祉などまちに必要な機能を再生させた「遊休不動産の活用」を報告する。

2. 新潟市沼垂地区

新潟駅から1.5キロ程の距離にある新潟市沼垂地区では、商店街の減少や高齢化など、中心市街地の衰退が問題となっている。

かつて、新潟市の「まちの玄関口」と言われた沼垂地区は、石油会社や製糸会社などの工場の立地のもと、人々の往来も多く活気に満ちていた。しかし、1958年に新潟駅開業と同時に沼垂駅の旅客営業は廃止され、市の中心部としての機能が失われた。沼垂通り商店街の店先にはものが溢れ、生活用品はすべて購入することができたが、今は、その機能を失っている。郊外の大規模スーパーの出店や店主の高齢化による廃業により、1975年頃から衰退が始まり、1966年に162店舗あった商店街は、2008年には77店舗まで減少した。2015年段

階では43店舗と1966年当時の1/4程度の店舗しかなく、沼垂通り商店街の空洞化が進んでいる。

3. 遊休不動産活用による地域再生

この沼垂地区の地域再生に向けて、「伴走舎」や「よろてば沼垂」による高齢者の生活支援、株式会社沼垂ビールによる地場産業をもとにした地域活性化など、遊休不動産を活用しながら、各種団体の活動が盛んになっている。これら団体の活動について、報告する。

（1）なじらね沼垂

沼垂通り商店街の衰退に歯止めをかけるために、2000年になじらね沼垂が設立された（写真1）。沼垂市場の空き店舗に事務所を構え、沼垂通り商店街の店主たちが中心となり活動を行っている。

かつては、イベントを積極的に行い、沼垂通り商店街に人を呼び込む工夫を行っていたが、イベント当日は賑わうことがあっても、通常の顧客の呼び戻しにはならず、廃業を止めることはできなかった。

2016年現在では、沼垂小学校区コミュニティ協議会にイベントなどの活動を委ねつつ、独自の活動を継続している。沼垂地区を多くの新潟市民に知ってもらうために、2014年の新潟市沼垂合併100周年では、自主映画「新沼合併物語」を作成し、2015年には、水と土の芸術祭市民プロジェクトとして、コミュニティFM

「ニュー沼垂ラジオ」で沼垂の魅力を発信している。

沼垂地区は寺町に面し、昭和の雰囲気を保つ独特の雰囲気がある。また、酒、味噌など発酵食品の製造も行われ、麴を扱う企業や酒蔵メーカーなどが、独自の商品を提供している。そういった沼垂の魅力を、映像やラジオやミニコミ誌などを通じて、発信し続けている。

なじらね沼垂の事務所では、毎週火曜の夜に沼垂商店街の人々や地域の人々が肴を持ち寄り、沼垂のこれからについて、語り合う集いの場となっている。



写真1 市場の空き店舗を活用した事務所
(2階部分) 2015年7月5日撮影

(2) NPO法人 伴走舎

2009年に設立した「NPO法人 伴走舎」は、不登校、ひきこもりなど個々の事情を抱えた若者を対象に就業支援を行っている。沼垂通り商店街の中にある空き店舗を改修して、「沼垂よろずや」、「野菜村」を運営しながら地域の人々を支えている(写真2)。

沼垂地区では、商店街の店舗が閉店していく中、2006年に地域唯一のスーパーが閉店し、肉や魚などの生鮮食品を購入することが出来なくなった。このような状況を受けて、「やさい村」では、生鮮食品や生活雑貨を販売することで、高齢者の生活を支えている。また、買い物に出られない高齢者のために週に2回、生鮮品を販売する行商や買い物の代行を行う御用聞きもやっている。御用聞きでは、襖の張替や庭木の剪定など高齢者の要望に応じた日常生活のサポートを行う。こういった仕事を通じて、若者たちが社会との接点を持つことで、社会復帰を目指している。彼らは、路上の草むしりや公衆トイレの清掃などのボランティア活動も行い、高齢者の多い沼垂地域を支えている。

文化教室としては、パソコン教室や絵手紙教室の開催、居場所スペースとして、気軽にお茶ができる場所を提供し(会員無料、非会員300円でお茶とお茶菓子付き終日利用可能)、一人暮らしの高齢者が集える空間を提供している。

当初、沼垂の人々は、「祭りの時に若いひとたちが神輿をかついでくれれば助かる」という程度の受け入れであったが、今では高齢者の生活を支える地域の要となっている。



写真2 商店街の空き店舗を活用した販売所
2015年7月5日撮影

(3) 沼垂ビール

沼垂ビール株式会社の代表取締役高野氏は、味噌や日本酒などの製造が行われている「発酵の街沼垂」を多くの人々に知ってもらうために、沼垂ならではの小規模クラフトビールの製造会社を立ち上げた。地域限定ブランドとして、多くの観光客が訪れ、飲食店などで「沼垂ビール」を楽しめる場を提供するための地場産業である。

2015年2月に事業を立ち上げ、当初は高野氏が居住する東京で製造を行っていたが、沼垂地区の旧栗の木川の川船の製造修理工場を改修して、2015年12月26日にビールの醸造とパブをオープンさせた(写真3)。あえて瓶や缶での販売は行わず、地元の飲食店や地域のイベント向けに提供を行い、沼垂に飲みに来てもらうことで、地域の活性化を促進することを目指している。

平日は、先述の伴走舎で就業訓練を行っている人々がビール造りなどを行い、事業間で連携して運営を



写真3 川船の製造修理工場を再利用したブルーワリー
(改装工事中) 2015年8月3日撮影

行っている。

(4) よろてば沼垂

沼垂ビール株式会社の代表取締役高野氏が、沼垂商店街内にある、かつて両親が住んでいた空き家を、2014年10月に「地域のお茶の間」として開設した(写真4)。この施設は、普段の住まいを中心として、生活支援、介護予防、医療機関が連携し、地域の生活を支える「地域包括ケアシステム」の拠点としても計画されている。

2015年段階では、毎週金曜によろず相談会や映画会、おしゃべり会など高齢者の集う場として活用している。地域包括ケアシステムとしては、2016年からの運用を目指し、伴走舎と連携して、小規模多機能型居宅介護サービス(サテライト事業)の設置準備を進めている。新潟県在宅医療連携モデル事業にも採択され、訪問や泊りを組合せながら、従来の施設・通所型の介護から、地域密着型の通いを基本として、要介護者の希望に応じた介護サービスの提供を行う。

住み慣れた地域での生活が継続できるように、配食、見守り、地域交流、家事の支援など、既に伴走舎で実施



写真4 空き家を活用した地域のお茶の間
2015年7月5日撮影

している機能を用い、医療機関と連携して、地域全体でシニアのケアを行う。

4. まとめ

新潟市沼垂地区では、沼垂通り商店街が衰退していく中、各団体が連携して「高齢化が進む地域住民の支援」という共通のテーマのもとにまちづくりが行われていた。高齢者に対する食糧の調達や日常の家事のサポート、独居の高齢者に向けた空き家を活用した「居場所」の提供、そして要介護者に向けた「小規模多機能型居宅介護サービス」といった地域包括ケアシステムの構想など、空き家や空き店舗が活用されている。

また、「発酵のまち」の象徴となる「沼垂ビール」のブルーフリーが開業し、沼垂地区内だけで提供することで、人々に沼垂地区を訪れてもらい、活気のあるまちにしたい、という取り組みも始まっている。

さらには、2015年春に、旧沼垂市場飲み屋街の活用を目的とした「沼垂寺町プロジェクト」が発足した。発起者は、なじらね沼垂、伴走舎、よろてば沼垂、テラスオフィスという地域を支えている各団体である。終戦後、新潟市の市道上に形成された飲食店は、現在では数店舗だけの営業になっているが、これらをリノベーションし、新たな店舗を誘致することで、沼垂地区に活気を取り戻そうとしている。

このように、遊休不動産は、それを活用する人々の地域に対する想いにより、再度活用されることで、地域にとって有効な資源となる可能性を秘めている。

<参考文献>

平凡社地方資料センター編『新潟県の地名』平凡社、1986

新潟市東地区公民館編『わたしたちのまち 笹口・沼垂・万代長嶺小学校編』新潟市東地区公民館、2009

3.伊丹市のまちづくりといたみタウンセンター

村上有紀子 特定非営利活動法人いたみタウンセンター(ITC) 理事長

大阪市立大学大学院創造都市研究科修士課程 都市政策専攻

新しい町並み形成が進む、伊丹市

伊丹市は、大阪神戸の衛星都市の位置付けで、北は川西市、北西は宝塚市・西宮市、南西は尼崎市、東は池田市・豊中市と隣接しており、ブランド力のあるこれらの周辺都市に囲まれて「中途半端な とか い なか」と呼ばれるのんびりとした町である。昔から「摂津のヘソ」といわれ、近衛領の古い城下町で、堀の中に武士や町民

と一緒に住む日本最初の総構えの城であった。また、清酒発祥の地として名高く、江戸時代初期に大いに栄え、文人墨客が訪れ、俳諧文化も今に残る歴史と文化の薫りのする町でもある。近年では、阪神大震災後、蔵を生かした地ビールレストランを民間で建てたり、倒壊した阪急駅ビルを新しい商業施設にしたりするな

ど、震災をきっかけに新しい街並みの形成が進められてきた。

都市ブランドの確立を目指した伊丹市は、1999年に中心市街地活性化基本計画を策定した。この計画は、中心市街地に残る酒造りの蔵を生かした街並みを整備し、民間の協力で郷町と呼ばれる一帯に郷町長屋という町家を作り、それを市がリーシングするという官民一体の取り組みである。その結果、国土交通省から2008年度の都市景観大賞美しいまちなみ優秀賞の受賞として結実した。なお、伊丹市の中心市街地とは、JR伊丹駅と阪急伊丹駅、宮ノ前商店会（猪名野神社）とサンロード商店街の4極とそれらを結ぶ2軸を中心とした、東西南北4つの拠点に囲まれた面積約72.5ヘクタールの区域をさす。

官民協働の中心市街地活性化事業

この中心市街地活性化事業について、伊丹市は、ホームページの中で「伊丹固有の歴史・文化資源を活用し、既存の市所有地や広場等公共施設の再生などの都市基盤整備を行い、都市ブランドの形成に向け官民一体となったまちづくりを推進する」と述べている。以下、この「官民一体となったまちづくり」がどのように進められてきたのか、みてみよう。

中心市街地活性化基本計画を具体化するため、伊丹市の商工会議所、学識経験者、消費者などが集まり、「いたみTMO構想」を作成した。2001年に作成されたこの構想は、市に認められ、伊丹商工会議所が最初の「いたみTMO」になった。TMOの戦略実行部隊として、「いたみタウンセンター」のまちづくりに関する調査・研究事業部会が中心市街地ガイドマップ「もっとく伊丹」を発行。中心市街地における市民の買物利用促進や、イベント部会による様々なジャンルのダンスパフォーマンスを集めたイベント「いたみわっしょい」「冬の元気まつり」などの企画運営を実施してきた。

この活動を強化するとともに責任体制を明確にし、さらには市民参加による協働型まちづくりを展開するため、NPO法人「いたみタウンセンター」（ITC）が設立され、2005年に伊丹市からTMOの認証を受けた。NPO法人としては、全国で最初のTMO認証である。

TMOとは、Town Management Organizationの略で、中心市街地のまちづくりを管理運営する組織である。様々な主体が参加するまちづくりを横断的・総合的に調整し、プロデュースすることが役割とされている。1998年に制定された「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律（中心市街地活性化法）における目玉として導入されたものだ。

TMOによるまちづくりは、全国的に当初期待されたほどの成果がみられなかった。しかし、伊丹市においては、イベント事業を中心としたにぎわいの創出と人材育成において成果があったと評価されている。なお、中心市街地活性化法は、2006年に改正され、教育、文化、医療、社会福祉などの都市福利施設の整備やまちなか居住の推進も加えられ、さらにこれらの整備事業と一体となった公共交通機関の利便促進が盛り込まれた。

伊丹市では、中心市街地活性化法の改正に合わせて、伊丹市（都市創造部他）が中心となって、事業者（商業者他）、市民、学識経験者（専門家他）などで構成する新基本計画策定委員会が新たな基本計画を策定。また、伊丹商工会議所、伊丹都市開発株式会社、ITCが中心となり、2007年に、伊丹市中心市街地活性化協議会が設立された。現在、ITCが同協議会の事務局になっている。



(写真1) 「朝マルシェ」の様子

ITCは設立後、伊丹まちなかバル・酒樽夜市・まち歩き散策事業・朝マルシェ・ATE-1グランプリ・クリスマスマーケット・酒ワゴン事業など各事業やいたみわっしょい・冬の元気まつりなど、市からの受託事業や自主事業を実施している。



(写真2) 「いたみわっしょい」の様子

(表1) 伊丹市中心市街地活性化事業の歴史

年(月)	内容
1999年3月	伊丹市中心市街地活性化基本計画を策定
1999年8~10月	伊丹市郷町あさない勉強会を開催
1999年11月	まちづくり機関(TMO)協議会開催(2000年12月まで)
2001年2月	いたみTMO構想を策定
2001年3月	いたみTMO(伊丹商工会議所)をTMOとして認定
2001年5月	いたみTMO推進協議会発足、「いたみタウンセンター」発足
2004年6月	地域再生計画(伊丹郷町再生計画)の認定
2005年7月	TMO組織内の戦略実行部隊、NPOいたみタウンセンター組織化
2005年	全国都市再生モデル調査の実施
2006年	伊丹市中心市街地活性化基本計画改定
2007年2月	伊丹市中心市街地活性化協議会設立
2008年7月	伊丹市中心市街地活性化基本計画認定(2013年3月まで)

(出典) 筆者が作成

活導推進に向けたITCの戦略計画策定

以上のように、伊丹市は、TMOの成功事例といわれている。この成功に大きく寄与した団体のひとつが、NPO法人として全国で最初にTMOとして認証されたITCである。とはいえ、これまでもそうであったが、今後のまちづくりを考えるにあたり、ITCもさまざまな課題に直面していることも事実だ。このため、ITCは、次のように戦略計画が策定、さらなる活動の推進に向けて活動を進めようとしている。

ITCの戦略計画についてみる前に、組織の概要と事業内容を整理しておこう。NPO法人であるため、意志決定機関として理事会が設置されている。理事会の構成は、理事長(市民)、副理事長2名(ともに商業者)、一般理事6名(フリーITデザイナー、商業者、ビル管理など)である。組織の実務を担う事務局は、3名。うち1人は正社員、2人はパートだ。会員は、市民、商業者、市役所、会議所など、総勢15名である。

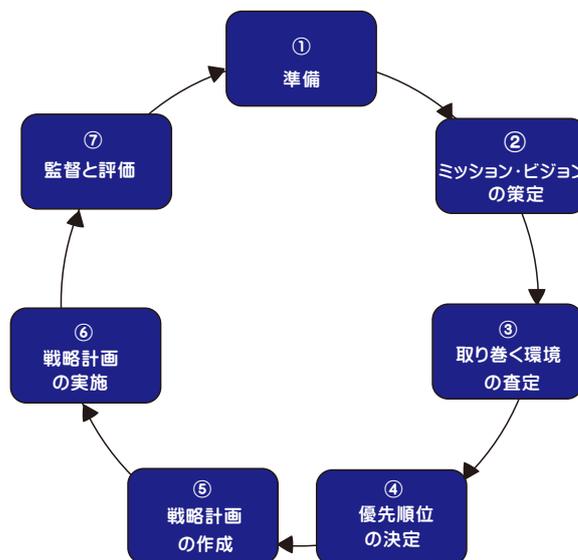
事業については、表2のように整理することができる。

(表2) ITCの主な事業の概要

伊丹まちなかバル	飲食店とまちの活性化を目指した食べ歩き・飲み歩きのイベント。年2回春と秋に中心市街地一帯で実施。
イタミ朝マルシェ	色々な世代が楽しく集まる場を目指したマルシェイベント。毎月1回朝8時から11時まで三軒寺前広場で開催。
いたみわっしょい	ダンス・踊りを通して元気なまちをつくる事を目指したイベント。年2回いたみホールなどで実施
クリスマスマーケット	物販店とまちの活性化を目指したイベント。毎年1回クリスマス時期に三軒寺前広場で実施
ATE-1グランプリ	清酒発祥の地である伊丹の酒と肴に特化し、飲食店同士が最高のアテを競い合うイベント。年1回開催
その他	酒樽夜市、伊丹まちづくり大学、通行量調査、空き店舗調査、「いたみーご」による情報発信、伊丹市観光物産協会、伊丹市都市開発のHP管理事業、など

(出典) 筆者が作成

戦略計画とは、組織の関係者が、内外の環境を分析、ミッションに基づき、将来の計画を戦略的に考える段階的なプロセスで、組織内で意思確認を行い、合意形成し、優先順位をつけて計画を実施していくことになる。なお、戦略計画に作成は、通常、図1のようなプロセスをとる。ここでは、③の取り巻く環境の査定を中心にみていくことにする。



(図1) 戦略計画のプロセス

(出典) 柏木宏、2004、NPOマネジメントハンドブック、明石書店

戦略計画における取り巻く環境の査定を行う際、しばしば用いられるのがSWOT法である。ITCも、この分析方法を活用した。SWOT法とは、組織を取り巻く環境を内部と外部にわけ、前者を強み(Strengths)と弱み(Weaknesses)、後者を機会(Opportunities)と脅威(Threats)という4つのカテゴリーで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図っていく。具体的には、強み、弱み、機会、脅威を以下の4つのカテゴリーに分類して、対応を進めていく。

- ① SxO = 投資 →強みを活かして機会をつかむ
- ② SxT = 防護 →強みを活かして脅威から防御
- ③ WxO = 判断 →弱みを克服して機会をつかむ
- ④ WxT = 回避 →弱みと脅威の因果関係を断ち切る

(表3) SWOT法によるITCの環境分析

内部環境	強み	まちづくりに関わる多数の人材 多くのイベントを仕掛け、賑わいに貢献 伊丹市に加え、他の市町村や国からも高い評価
	弱み	組織体制が脆弱(資金源が少ない) 収益性の高い事業の欠如 次の世代の育成の困難さ 子育て世代の参画が少なさ
外部環境	機会	清酒発祥の地へのブランド的な動き(清酒乾杯条例) マンションの増加に伴う若い世代の人口増加 街並み・文化施設など地域資源(ハード)の充実 住んでよかったという市民が多いまち(満足度86%)
	脅威	複数の大型店の存在 空き店舗の存在

(出典) 筆者が作成

SWOT法を用い、ITCの環境分析を行った結果、表3のような強み、弱み、機会、脅威が抽出された。これらの要素を前述の4つのカテゴリーに分類していくと、次のようになった。

- ①強みを活かして機会をつかむ
イタミ朝マルシェの充実などマンションの新住民や子育て世代が参加しやすいイベント

- 多様な「まちの居場所」作り
全国的な清酒イベントの誘致、開催
- ②強みを活かして脅威から防御
イオンと合同の宣伝戦略実施など大型店とのコラボ
近場観光の魅力を市街へ発信
地域資源や人材と空き店舗の結合
- ③弱みを克服して機会をつかむ
個店らしさのあるブランドイメージづくり
子育て世代への情報発信
まち全体のおもてなし戦略への取り組み
- ④弱みと脅威の因果関係を断ち切る
大型店に負けない個店の魅力を引き出す店づくりの支援
市外への情報発信
若手経営者の経営力強化支援

おわりに

伊丹市は、来年度、中心市街地活性化基本計画の第2期案を国に提出することになっており、その策定を進めている。この案のなかで、みなでまちの戦略計画を提出し、第2期計画におけるTMO組織の位置付けを考え直し、ハード事業中心のまちづくりを展開している伊丹都市開発株式会社とITCが、ハード、ソフトの両輪となり活動できるようになるよう推し進めてはどうかとの協議もなされているが、まだ未定である。今ある強み、弱みを知ることで、財源の確保をどのようにするか?後継者をどのように育成していくのか?何よりも、いまある賑わいをどのようにしたら継続できるのか?今後も、これらの命題に官民が連携して取り組んでいきたい。



(写真3) 「クリスマスマーケット」の様子
(9ページで紹介した「官民協働の中心市街地活性化事業」で、「朝マルシェ」「伊丹わっしょい」など多様な催しの一つです)

4. 地元団体と一体となった地域の文化資源を利用した 都市地域再生－「京都・花灯路」事業の事例から

松田 充史 大阪成蹊大学マネジメント学部マネジメント学科観光ビジネスコース 教授
大阪市立大学大学院創造都市研究科 修了生・修士

1. はじめに

イベント実施により観光閑散期対策をおこなう事例は少なくない。本稿は、京都の観光閑散期対策イベント「京都・花灯路」事業（以下、花灯路）の事例から、筆者が2012年から2014年の2年間に渡り事業に関わり、そこでのステークホルダーからのヒアリングに基づき、開催における課題と意義を考察する。

観光閑散期対策は一般的に入込み客数を増やすことに開催意義があると考えられるが、実は、観光地の各団体のステークホルダーが協力する機会であることを指摘したい。さらに京都が長い歴史で培ったマネジメントにおける調整力から、地域の文化資源を利用した観光イベントの持続性のポイントを提言したい。

2. 「京都・花灯路」とは

(1) イベント内容と開催期間

「京都・花灯路」2014年度報告書に本事業を以下のようまとめている。「京都を代表する寺院、神社をはじめとする歴史的な文化遺産や自然・まち並み等を、日本情緒豊かな陰影のある露地行灯の「灯り」といけばな作品の「花」でつなぎ、京都ならではの「雅（みやび）」を醸し出す行事『京都・花灯路』を嵯峨・嵐山地域、東山地域で実施いたしました。」

花灯路は、2002年3月から東山地域で始まり、2004年12月からは嵯峨・嵐山地域でも開催された。

開催期間について「京都・嵐山花灯路（以下、嵐山花灯路）」は12月に、「京都・東山花灯路（以下、東山花灯路）」は3月に実施される。2014年度の開催期間はいずれも10日間であったが、曜日とステークホルダーとの関係で期間が変動することもあった。

(2) 開催期間

主催は京都・花灯路推進協議会（京都府、京都市、京都商工会議所、京都仏教会、京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューロー）である。また、主管として「京都・嵐山花灯路実行委員会」と「京都・東山花灯路実行委員会」があり、地域のステークホルダーが委員として参加する。実行委員長として京都市産業観光局観光MICE推進室地域連携観光課長が実務を担い、京都市が主導して事業をおこなう。

(3) 収支

花灯路の2010年度収支決算によると、収入決算額1億625万9809円、支出決算額1億399万1254円であり、収支

差額226万8555円は平成24年度予算に繰り越された。収入の内、京都市が4794万円、京都府が1700万円、京都商工会議所350万円、京都市観光協会が350万円分担している。また協賛金・寄付金で2262万2151円を集め、地元協力金として嵐山関係が50万円、東山関係が70万円支出している。

(4) 入込客数

2014年度来場者数は嵐山花灯路が92万9000人、東山花灯路が112万8000人であった。

3. 開催の経緯

ここで、京都市の観光振興戦略を整理し、花灯路と関連付けておきたい。

1929年	国宝保存法
1897年	古社寺保存法
1919年	史蹟名勝天然記念物保存法
1933年	重要美術品等の保存に関する法律
1950年	文化財保護法 京都国際文化都市建設法
1963年	観光基本法
1964年	文化観光施設税について京都市と寺院側が覚書を取り交わす（この種の条例はいかなる名目においても新設または延長しない）
1966年	古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法（古都保存法）
1972年	ユネスコ「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」いわゆる世界遺産
1970年代末から80年代初めにかけて	古都税紛争
1978年	京都市「世界文化自由年宣言」
1980年	古都保存法改正
1983年	「京都市基本構想」「京都市基本計画」
1994年	京都の17ヵ所が世界文化遺産に登録
2001年	京都市観光推進計画－おこしやすプラン21－
2002年	「京都・東山花灯路」開催

2004年	「京都・東山花灯路」開催
2006年	新京都市観光推進計画—新おこしやすプラン21
2007年	観光立国推進基本法
2008年	観光庁発足
2009年	観光立国推進戦略会議 「国際会議誘致政策からMICE政策への展開」
2010年	「京都MICE戦略」
2011年	京都らしいMICE開催支援制度
2012年	観光立国推進基本計画 京都市観光部を観光MICE推進室に改組 「未来・京都観光振興計画2010+5」
2013年	日本再興戦略「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」 京都市「グローバルMICE戦略都市」に選出
2014年	観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014 「京都観光振興計画2020」「京都市MICE戦略2020」

【図表1】京都市の観光振興戦略（筆者まとめ）

2001年に策定された「京都市基本計画」における観光振興戦略の具体的な行動計画が「京都市観光振興推進計画～おこしやすプラン21」である。これは「5000万人観光都市・京都」の実現を目指している。2007年5月12日に、京都市は2006年度に5021万人の観光客を数えたとして、それ以降は観光客数を目標に掲げないとした。なお、翌年から観光庁が「観光入込客統計に関する共通基準」による観光入込客数の発表を求めようになった。より信頼性の高い観光入込客数へ布石を打ったといえよう。

『「おこしやすプラン21」の中核事業として企画されたのが「花灯路」である。』『花灯路の特徴は、京都府、京都市、京都商工会議所、京都仏教会、京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューローという6つの団体が共同で主体となっていることだ。こうした複数の関係者が協力することで、地域一帯がイルミネーションで照らされるだけでなく、寺社の夜間拝観や周辺の商店の営業時間延長が実現しているのである。花灯路を始める際には、夜間拝観を依頼した寺社などとの調整に困難な面もあったというが、こうした「官」「産」「寺社」が一体となった取り組みは、花灯路を実現する上で不可欠であっただろう。』（国土交通2011年「産学共同研究成果を活用したケース教

材（www.mlit.go.jp/common/000138920.pdf）」とする。

4. 京都仏教会の協力

京都市と京都仏教会は古都保存協力税（以下、古都税）で長年対立していた。1985年8月和解したが、「和解内容が条例と抵触しており、再度決裂し、結局、古都税条例は廃止されることになった（山上2000）」。

そして1999年京都商工会議所会頭を務めていたI氏の仲介により、京都市と京都仏教会は和解し、京都仏教会が観光客誘致・受け入れに協力することになる。これを機に2002年から花灯路が始まり、寺社の夜間拝観が実現する。

一方、寺社は宗教施設であり、観光資源ではないという声もある。まして、夜間にライトアップする、観光客が押し寄せるなど課題は多い。現在、インバウンド振興でMICE戦略に期待が集まる。その中、「ユニークベニュー」として寺社をパーティ会場に使用し、誘致を促進しようとする事業者が多いが、これらの背景を良く理解する必要がある。つまり、寺社はイベント会場ではないのだ。

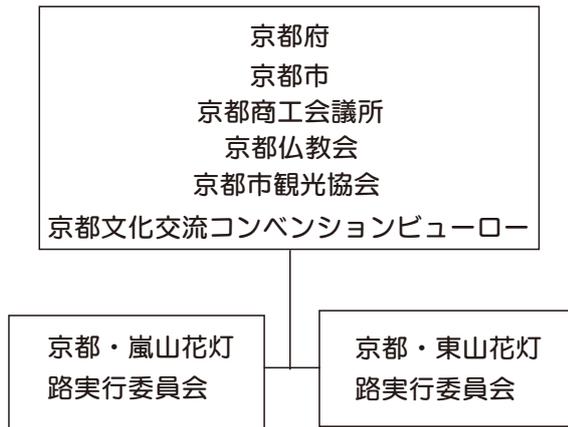
5. ステークホルダーの協力

花灯路は、京都府、京都市、京都商工会議所、京都仏教会、京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューローから組織される京都・花灯路推進協議会が主催する。自治体及び外郭団体、そして京都仏教会である。その中心を京都市が担う。

さらに主管として、嵐山・東山で各実行委員会が組織されている。実行委員会の構成団体には「保勝会」という「観光景勝地の美化の維持、観光地としての魅力向上のために、地域住民の方々によって自主的に組織され、地域の個性を活かしたイベントや清掃活動など」を行う団体の会長が実行委員会会長を務め、副会長に京都市の観光政策監と商店街や旅館団体の会長が名前を連ねる。

来場者が増えることで観光事業者は経済的恩恵を受けると考えるが、筆者のヒアリングによると、そうでは無いと観光事業者は口を揃えて言う。その理由として、①来場者の飲食や買い物は限られていて、消費額が少ない、②夜間みの営業は人件費がかさむ、③開催時期である閑散期に予定したい店舗のメンテナンスや従業員の休暇などが組めない。京都は、紅葉の時期、桜の時期は最繁忙期を迎える。つまり花灯路の開催前と開催後に最も観光客を多く迎えるのである。また、ルートによっては、店舗の位置が歩道の右か左で来店者数が大きく違い、店を開けたくない事業者も少なくない。

京都・花灯路推進協議会



【図表2】花灯路組織図（筆者作成）

6. 京都の観光振興とは

京都は歴史・文化・芸術、それに現代産業においても日本を代表する企業を多く擁する。米大手旅行雑誌「Travel+Leisure（トラベル・アンド・レジャー）」誌が、2014年2015年と2年続けて、世界の魅力的な都市とする「Top Cities」ランキングで京都を第1位に選出した。外国人観光客に京都は人気があるばかりでなく、日本のイメージとしてその存在価値は計り知れない。

一般的に京都は寺社をはじめとした文化資源を多く有し、観光振興に困ることは無いと思うかもしれない。山上（2000）は次の指摘をする。「とくに京都市は、多数の大学が立地する大学・学生の町であり、かつ仏教各宗派の総本山、本山が集積する寺院の町であるが、そのような宗教法人・学校法人は、市民税と並んで地方自治体の税収源となる固定資産税が非課税となっている。宗教法人・学校法人の税制はそれら特有のものではなく、公益法人全体に共通する税制の優遇措置である。」ので、「京都における国際文化観光を振興するための財源の確保が課題」なのである。

7. 花灯路の運営

花灯路の運営には1億円を超える金額が必要である。また、観光事業者は経済的メリットが無いという。「観光振興は地域振興のための手段である（白井2013）」が、経済面では無く地域振興に寄与する要点は何か。筆者は、花灯路の運営プロセスに注目した。

主催である京都・花灯路推進協議会は、京都府、京都市、京都商工会議所、京都仏教会、京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューロー及び、入札により決定された事業者により毎月行われる。

開催間近になると毎週のように開催され、そこでの作

業を通し一体感を持つようになる。更に、地元関係者の挨拶回りなどを行う。寺社や観光事業者を回るが、その訪問先を回ることが京都という観光地であるので楽しい。主催者間も連帯感が出る。そして、主管とされる「京都・嵐山花灯路実行委員会」と「京都・東山花灯路実行委員会」が開催される。いずれの観光イベントも地元の理解が必要だと思われるが、花灯路の場合、京都という場所の魅力が、このプロセス自体に非日常的高揚感があると感じられる。

8. まとめ

一般社団法人日本イベント産業振興協会（2015）は、イベントの概念的な定義として「イベントは、何らかの目的を達成するための手段として行う行事・催事のことである。」とする。本稿では、文化資源を利用した観光イベントを京都の花灯路を事例に考察した。

観光閑散期対策は一般的に入込み客数を増やすことに開催意義があると考えられるが、観光地のステークホルダーが協力する機会でもある。開催前には数度にわたる会合を重ね、地域の文化資源を利用した観光イベントを検討する機会を創出し、そのマネジメント力が必要である。更に、オープニングイベントなどの華やかな場にステークホルダーが来賓として参加し、絆を深めることにも調整力が必要である。誰を来賓として呼び、席順をどうするかなどである。京都は長い歴史で培った調整力として、ステークホルダーの、①組織作り、②運営プロセス、③来賓として招待する非日常の場作りを通じて、地域の文化資源を利用した観光イベントを持続させている。これらが地域の文化資源を利用した地域再生のポイントといえるのではないだろうか。

【参考文献】

- 一般社団法人日本イベント産業振興協会[2015]、「基礎から学ぶ、基礎からわかるイベント」、株式会社UDジャパン
- 京都市産業観光局観光MICE推進室[2015]、「京都観光振興計画2020」
- 京都市「オフィシャルサイト京都観光Naci」保勝会のページ
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/area/hoshokai/index.html>
- 小長谷一之・前川知史[2012]、「経済効果入門—地域活性化・企画立案・政策評価のツール」、日本評論社
- 白井冬彦・(株)富士通総研[2013]、『「観光」を切り口にしたまちおこし 地域ビジネスの進め方』、相模書房
- 山上徹[2000]、「京都観光学」、法律文化社

Contents

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」について

1. 芸術祭をきっかけにした3セクター協働—あいちトリエンナーレ 長者町会場の事例

吉田隆之

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

2. 新潟市沼垂(ぬったり)地区における遊休不動産の活用

池田千恵子

大阪市立大学大学院創造都市研究科 博士後期課程

3. 伊丹市のまちづくりといたみタウンセンター

村上有紀子

特定非営利活動法人いたみタウンセンター(ITC) 理事長

大阪市立大学大学院創造都市研究科修士課程 都市政策専攻

4. 地元団体と一体となった地域の文化資源を利用した 都市地域再生—「京都・花灯路」事業の事例から

松田充史

大阪成蹊大学マネジメント学部マネジメント学科

観光ビジネスコース 教授

大阪市立大学大学院創造都市研究科 修了生・修士

地域活性化ニューズレター 第9号

2016年（平成28年）2月15日 発行

大阪市立大学大学院創造都市研究科

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」編集委員会編

発行人：柏木宏

編集人：柏木宏

〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 大阪市立大学大学院創造都市研究科

URL: <http://www.gsccl.osaka-cu.ac.jp/>