

# 「歴史」を資源とした観光まちづくりの再考 -犬山城下町地区を事例として-

Reconsideration of sightseeing town planning with “history” as resources  
-Case study of Inuyama castle town-

学籍番号 47-176770  
氏名 安田真子 (Yasuda, Masako)  
指導教員 清水亮 准教授

## 1. 問題の所在

### 1.1. 研究の背景

愛知県犬山市にある犬山城下町地区は、1960年代に賑わいの全盛期を迎えた。犬山城下町地区のシンボルである犬山城には、年間40～50万人以上の人々が訪れていた。しかし、2003年には、城下町地区全体が衰退し、過去最低の17万人を記録した。その後、地域の特性である「歴史」を資源とした観光まちづくりに着手した結果、2018年には、過去最高の60万人を記録した。犬山城下町地区は、観光客の獲得に成功した。その一方で、観光客全体の訪問目的の割合をみると、写真撮影や食べ物を目的とした観光客が増加し、「歴史」に触れることを目的とした観光客が減少した。また、一部の場所では交通・ゴミ問題が課題となっている。今後、観光を考えていくにあたって「歴史」の保存と「観光客の獲得」の方向性が二分される。このような状況の中、犬山城下町地区では、どのように「歴史」を資源として、観光まちづくり<sup>1</sup>を展開していくべきか、改めて

<sup>1</sup> 観光まちづくりとは、本研究では、「まちを訪れる人々をリソースとして、まちの関係者（行政だけでなく当該まちに関わる内外のステークホルダー）

考えていく必要がある。

### 1.2. 先行研究

片柳(2013)は、「歴史」の保存と「観光客の獲得」の共存は、容易ではないことを指摘している。西村ほか(2009)や国土交通省(2016)は、観光まちづくりにおける外部の重要性を明らかにしている。

### 1.3. 本研究の視点と目的

本研究では、「歴史」の保存と「観光客の獲得」の共存は容易ではないこと、観光まちづくりにおいて外部が重要な位置づけであることを踏まえた上で、犬山城下町地区における観光まちづくりを再考する。フィールドワークを通して、犬山城下町地区のまちづくり関係者が考える「歴史」に着目し、犬山城下町地区を形成する商店街の変化、「歴史」の変化とその理由を明らかにし、観光まちづくりに今後求められることは何か、考えることを目的とする。

### 1.4. 研究方法

研究方法は、研究対象事例地である犬山城下町地区において、2017年9月～2018

が自らの手で、自立的/持続的に営んでいくまちづくりの一手法」のことである。(国土交通省(2018)「観光まちづくり」国土交通省ホームページより)

年12月の間、フィールドワークを実施した。インタビュー調査では、2017年に、犬山城下町地区におけるまちづくりの関係者(Aさん～Vさん)である人物、合計22名を対象としている(表1)。

表1. インタビュー対象者の立場(2017年時点)

立場	名前
犬山市	R,S
(観光まちづくり以前から関わりのある)昔からの住民	D,E,F,K,L,M,N,O, P,Q,T,U,V
まちづくり団体・コミュニティ	F,K,L,M,N,O,P,Q, S,T
(観光まちづくり以後の)新しいテナント・住民	A,B,C
観光客	G,H,I,J

※ まちづくり関係者の立場に重複あり

## 2. 研究対象事例地

### 2.1. 犬山城下町地区の概要

研究対象事例地は愛知県犬山市の中心市街地である犬山城下町地区である。犬山城下町地区のシンボル、国宝犬山城の麓に、江戸時代の町割りがそのまま残る城下町地区がある。犬山城のすぐ南に、メイン通りがあり、メイン通りから犬山駅にかけて、多数のお店が立ち並ぶ商店街となっている(図1)。犬山城下町地区の古い<もの>として、犬山祭、犬山城、犬山城下町地区の町割り、文化財、木曾川、日本ライン川などがあげられる。

### 2.2. 犬山城下町地区の観光まちづくりの現状

2000年頃から、犬山城下町地区では、「歴史」を資源とした観光まちづくり事業を実施している。事業は大きく分けて3つある。1つ目は、空き店舗活用事業である。歴史的建造物の空き家・空き店舗を用いたサブリ

ース事業とチャレンジショップ事業、また費用支援をする犬山市空き店舗活用事業費補助金制度と景観助成金制度がある。2つ目は、観光客誘致事業・宣伝事業である。犬山キャンペーンとSNSの利用がある。3つ目は、イベント事業である。「歴史」に関わる酒祭りなどがある。

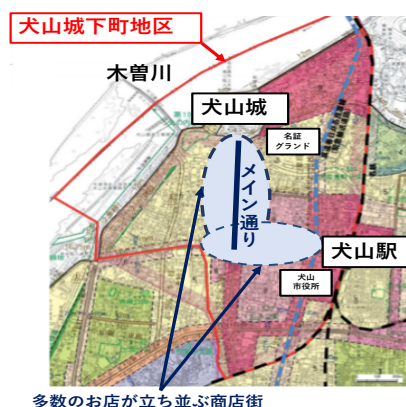


図1. 犬山城下町地区の様子

(出典:愛知県犬山市(2018)「都市再生整備計画(第4回変更)犬山城下町地区」P.5 犬山市ホームページより筆者加筆)

### 3. 観光まちづくり以前から続く犬山城下町地区を形成する商店街の変化

犬山城下町地区の商店街は、観光まちづくり以前、住民が販売する住民のための生活用品を販売していたが、観光まちづくり以後には、住民は空き家・空き店舗を貸し、外から来た新しいテナント・住民が販売する観光客向けの食べ物やお土産を販売するようになった。それに伴い、まちづくり関係者や観光客も変化した。まちづくり関係者は、犬山市、(観光まちづくり以前から関わりのある)昔からの住民、まちづくり団体・コミュニティが中心であったが、(観光まちづくり以後の)外から来た新しいテナント・住民、観光客が加わり、多種多様となった。観光客は、「歴史」を目的としたお年寄りか

ら、食べ物や写真撮影を目的とした若い女性・カップルや家族連れへと変化した。

#### 4. 犬山城下町地区におけるまちづくり関係者が考える「歴史」

##### 4.1. 「歴史」とは何か

本論文では、多様な論点があるので、「歴史」における〈物語〉と〈もの〉に着目する。「歴史」とは、住民に地域への帰属意識を生み、心を豊かにしてくれるものである。フィールドワークを通して、〈物語〉には、個人的・集団的なく物語〉(心理的範囲)、地域的・全国的なく物語〉(地理的範囲)があり、〈もの〉には、新しい〈もの〉と古い〈もの〉があるとことがわかった。犬山城下町地区におけるまちづくり関係者が考える「歴史」とは、古い〈もの〉と集団的・地域的なく物語〉が組み合わさったものである。また、古い〈もの〉とは、観光まちづくり以前から存在するもので、新しい〈もの〉とは、観光まちづくり以後から存在するものである。

##### 4.2. 「歴史」における〈物語〉と〈もの〉の質の変化

観光まちづくり以後、〈物語〉と〈もの〉の質は変化した。Tさん、Uさん、Vさんによると、観光まちづくり以前、「歴史」とは、古い〈もの〉と、集団的・地域的なく物語〉が組み合わさったものであった。犬山祭や犬山城といった古い〈もの〉に、周知の事実である〈物語〉・犬山城下町地区で生まれ根付いた〈物語〉が組み合わさったものが、犬山城下町地区の「歴史」であった。

観光まちづくり以後、〈物語〉に、集団的・地域的なく物語〉だけでなく、個人的・全国的なく物語〉が加わった。例えば、Kさんは、犬山城下町地区の〈物語〉(=地域的

なく物語〉)だけでなく、他の地域の〈物語〉(=全国的なく物語〉)を加えて、10年前から酒祭り(=新しい〈もの〉)を企画し、開催するようになった。〈物語〉の範囲が、地域的なく物語〉から、全国的なく物語〉まで拡大した。また、Bさんは、自身のお店の周辺を「レトロ風な雰囲気になりたい」といった個人的なく物語〉から、自ら犬山城下町地区に、昭和時代をイメージしたレトロなもの(=新しい〈もの〉)を制作していた。この制作に至った〈物語〉は、周知の事実の〈物語〉でなく、個人的なく物語〉である。また、〈もの〉も、古い〈もの〉だけでなく、例えば、酒祭りや、昭和時代をイメージしたレトロなものといった新しい〈もの〉が生まれた。〈物語〉の心理的範囲・地理的範囲に加え、〈もの〉の時間的範囲も広がった(表2)。

また、観光客が訪問する目的も、観光まちづくり以後、古い〈もの〉から、新しい〈もの〉へとシフトしていった。

表2. 〈物語〉と〈もの〉の質の変化内容

質	質の範囲	観光まちづくり以前の質	観光まちづくり以降の質
〈物語〉の質	心理的範囲	集団的なく物語〉	個人的なく物語〉の追加
	地理的範囲	地域的なく物語〉	全国的なく物語〉の追加
〈もの〉の質	時間的範囲	古い〈もの〉	新しい〈もの〉の追加

質の範囲拡大

##### 4.3. なぜ個人的・全国的なく物語〉と新しい〈もの〉まで範囲が拡大したのか

なぜ、個人的・全国的なく物語〉と新しい〈もの〉まで範囲が拡大したのだろうか。大きく分けて2つの理由が考えられる。

1つ目は、外との関わり合いにより、他の地域の「歴史」が流入し、犬山城下町地区で新しい<もの>となったからである。2つ目は、以下の理由である。外との関わり合いにより、高い誇りと強い愛着が生まれた。昔からの住民であるDさんとKさん、Qさんは、外との関わり合いは、地元への誇りが高くなり、愛着が強くなると語っていた。LさんとPさんの語りからも、高い誇りと強い愛着により、地元をよりよくする活動が活発化し、新しい<もの>が生まれたことがわかる。また地元をよりよくする活動の活発化によって、多種多様な人々が活動に加わり、個人的・全国的な<物語>まで拡大した。その結果、個人的・全国的な<物語>と、犬山城下町地区の「歴史」(集会的・地域的な<物語>と古い<もの>)、他の地域の「歴史」(集会的・地域的な<物語>と古い<もの>)が様々な形で組み合わせたり、新しい<もの>を生産することに繋がった(図2)。

## 5. 犬山城下町地区の観光まちづくりに今後求められるもの

### 5.1. 観光客の古い<もの>への直接的なアプローチ

昔からの住民であるKさんとSさんによると、新しい<もの>は、観光客を呼び、古い<もの>に興味を持ってもらうきっかけづくりとして機能することを期待している。そのためには、観光客に新しい<もの>が生まれる過程などを、古い<もの>の背景にある集会的・地域的な<物語>と共に、観光客へ具体的に説明することが求められる。

### 5.2. 新しい<もの>から古い<もの>への転換

SさんとRさん、Uさんによると、「本

物を求めて犬山へ」といったキャッチフレーズのもと犬山城下町地区が目指している姿と、まちの雰囲気(景観とニオイ)が一致していない現状を語ってくれた。この課題に取り組むためには、新しい<もの>から古い<もの>へ転換することが必要である。つまり、まちの雰囲気(景観とニオイ)を形成している新しい<もの>を、生産するだけでなく、維持し、語り伝えていくことで、長い年月を経て、古い<もの>に転換させる。集会的・地域的な<物語>と共に、古い<もの>に転換することができれば、新たな「歴史」が誕生し、「本物を求めて犬山へ」といったキャッチフレーズのもと、犬山城下町地区が目指す姿に近いまちを形成することが実現できるだろう。

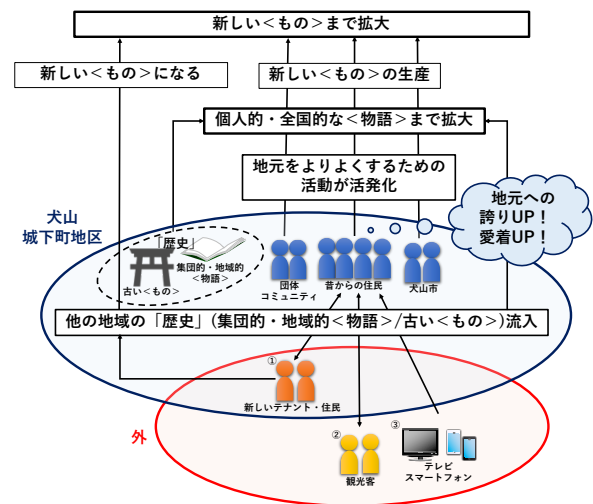


図2. なぜ個人的・全国的な<物語>と新しい<もの>まで範囲が拡大したのか

#### 参考文献

- 国土交通省(2016)「観光まちづくりガイドライン」
- 片柳勉(2003)「歴史的町並みの保全と認識の変化—長野県須坂市を事例として—」地球環境研究
- 西村幸夫(2009)「我が国における「観光まちづくり」の歴史的展開・1960年代以降の「まちづくり」が「観光」へ接近する側面に着目して」観光科学研究