

地域社会特別研究室  
研究生報告書 2008

～奈良から犬山への提案～

名古屋経済大学経済学部  
地域社会特別研究室

## 謝辞

私たち名古屋経済大学経済学部 地域社会特別研究室研究生を中心とするメンバーは、昨夏、奈良市の「ならまち」へまちづくりの研修に行きました。そこでは、まちづくりに携わる人々のお話を聞くばかりでなく、「なら燈花会」というお祭りに当日サポーターとして参加しました。奈良での体験は大変興味深いものでした。それと同時に、ここで学んだことを私たちが通う大学がある犬山のまちづくりに生かせるのではないかと考えました。

こうして私たちのまちづくり研究は始まりました。今回は、ならまちのまちづくりや、なら燈花会の在り方や魅力について調べてまとめました。また、ここで学んだことをもとに犬山のまちづくりに対する提言も行っています。

この報告書を作成する過程で、多くの方々にご指導をいただきました。

まず、「NPO 法人なら燈花会の会」元会長の朝廣佳子さんには、なら燈花会についての特別講義を本学で行っていただきました。これがきっかけで私たちの奈良に対する関心が高まりました。また、「奈良観光ボランティアの会『朱雀』」の方々には、暑い中ならまちをガイドしていただき、その歴史を教えてくださいました。「財団法人 ならまち振興財団」の林啓文さんには、ならまちのまちづくりの現状を現地でお話いただきました。さらに、こちらの要望に快く応じてくださり、後日まちづくりにかんする詳細な資料を送っていただきました。「NPO 法人 さんが俵座」からは、町家の改装費用等にかんする資料を送っていただきました。「NPO 法人なら燈花会の会」からも、各種資料を送っていただきました。そして、株式会社地域活性局の藤丸正明さんには、研修当日に奈良町情報館を訪れた際に、若者が行うまちづくりの一例を教えてくださいました。加えて、報告書作成の際には、こちらの無理なお願いにも熱意をもって応じてくださり、当日は聞けなかった活性局の活動経緯を詳しく丁寧に教えてくださいました。

犬山にかんしても多くの方々にお世話になりました。広報いぬやま編集長（犬山城下町在住）の山田絃一さんには、私たちが犬山城下町おどりで灯りアートを企画・実行できるように、さまざまな配慮をしていただきました。また、犬山城下町おどり実行委員会および犬山まちづくり株式会社の方々には、われわれの申し出を快く受けていただき、灯りアートの準備から実行までサポートしていただきました。犬山市市長公室企画政策課の日比野正樹さんにはお忙しい中、市役所の各部局に声を掛けていただき、犬山城下町のまちづくりにかんする資料を集めていただきました。さらに、「犬山しみんていの会」からも多くの資料をいただきました。

最後に、実際の報告書作成にあたっては、荻田誠一先生、岸野澄子先生、原田裕治先生がご指導くださいました。

お世話になったすべての方を記すことはできませんが、みなさまにこの場を借りて厚くお礼を申し上げます。

なお、みなさまに教えていただいたこと、あるいはいただいた資料をできるかぎり生かして報告書を執筆したつもりですが、思わぬ誤りがあるかもしれません。それらはすべて私たちの責任であることを申し添えます。

平成 21 年 3 月 31 日

名古屋経済大学経済学部

地域社会特別研究室報告書執筆者一同

# 総目次

- 第1部** 若者・よそ者が拓くまちづくり  
ーならまちのまちづくりスタイルを犬山へー 1
- 第2部** 灯りアートを通した犬山活性化への取り組み  
ーなら燈花会の参加型観光に学ぶー 23

# 第1部

若者・よそ者が拓くまちづくり

～ならまちのまちづくりスタイルを犬山へ～

## はじめに

昨年 2008 年の夏に、私たち名古屋経済大学経済学部地域社会特別研究室は、まちづくりを現場で体感するために、奈良市のならまちを訪問しました。ならまちは、奈良市の中でも伝統的建造物が立ち並び、都市景観形成地区に指定されている地区です。ならまちでは、そのまちづくりに貢献している「さんが俵座」や「地域活性局」などの民間団体を訪れました。これらの民間団体は、衰退していたならまちに活気を取り戻そうと様々な活動を起こし、ならまちスタイルのまちづくりを展開しています。

私たちはこうした活動を見学するうちに、このならまちでのまちづくりが新しいまちづくりなのではないかと思い、これを研究することにしました。また、研究をしていく中で、これらの活動のもとにある考え方は、本学のある愛知県犬山市の犬山城下町におけるまちづくりでも生かせるのではないかと思いました。

こうして犬山城下町にも関心を広げた私たちは、ならまちと平行して犬山城下町についても研究を進めました。

2つのまちのまちづくりを研究していく中で、それぞれのまちづくりの違いが明らかになりました。また、ならまちで行われている活動のいくつかは、犬山のまちづくりの参考になると思いました。特に「奈良町情報館」を運営する藤丸さんら若者の活動は、これからの犬山城下町に必要なものだと思います。

レポートは次のように構成されます。ならまちと犬山城下町のまちづくりを知るために、まず両者の歴史を知ることから始めます。そうすることで、もともとその地域にあった文化、生活等の時代背景を知り、どのようなきっかけでまちづくりが行われてきたかを理解しやすくなると思ったからです。そのうえで、両者のまちづくりの比較を行います。その際、行政の取り組みと民間の取り組みという2つの視点からまちづくりを見ていきます。最後に、ならまちのまちづくりについての考察から、犬山城下町に生かせるポイントを探ります。そして犬山城下町のまちづくりに対する私たちなりの提案を行います。

この報告書が、犬山城下町の活性化に少しでもお役にたてば幸いです。

## 第1部目次

1. まちの発展と衰退 .....	1
1-1 ならまちの発展と衰退	
1-1-1 ならまちとは	
1-1-2 ならまちの歴史	
1-2 犬山城下町の発展と衰退	
1-2-1 犬山の中心市街地	
1-2-2 犬山の歴史	
2. まちづくり活動の比較 .....	7
2-1 ならまちのまちづくり	
2-1-1 行政の活動	
2-1-2 民間の活動	
2-2 犬山のまちづくり	
2-2-1 行政の活動	
2-2-2 民間の活動	
3. 新しいまちづくりのあり方 .....	15
3-1 ならまちから考える	
3-1-1 ならまちにおけるまちづくりの進展	
3-1-2 まとめ	
3-2 犬山城下町を考える	
3-2-1 犬山城下町におけるまちづくりの進展	
3-2-2 ならまちのまちづくりから犬山城下町を考える	
3-2-3 今後の課題	

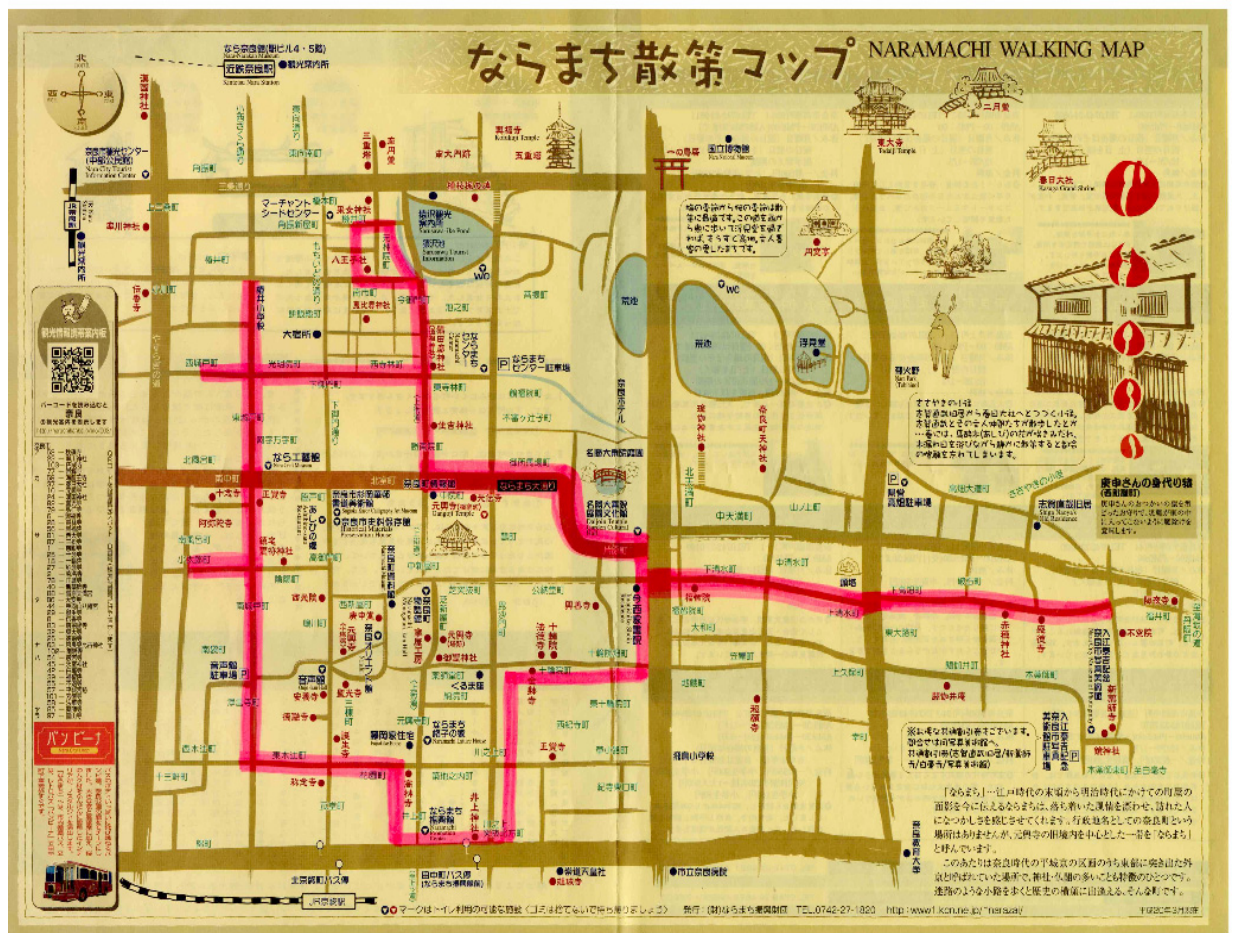
# 1. まちの発展と衰退

この章では、「ならまち」と「犬山城下町」の歴史について取り上げます。この報告書のテーマは、2つのまちのまちづくりに関する比較です。そのためには、それぞれのまちが、どのような歴史を辿ってきたのか知る必要があります。

以下では、「ならまち」と「犬山城下町」の発展と衰退を見ていきます。

## 1-1 ならまちの発展と衰退

### 1-1-1 ならまちとは



出所) (財)ならまち振興財団HP <http://www1.kcn.ne.jp/~narazai/map.html>

図1 ならまちマップ

奈良市によって都市景観形成地区として指定を受け、町並み保全が進められている地域の中で、行政区画としては存在しません。近年「ならまち」として親しまれているのは、近鉄奈良駅から南下し、猿沢池のあたりから元興寺を中心とした一帯です(図1 ピンクの



線で囲まれた地区)。

平城京遷都以来まちづくりがはじまり、宗教都市から産業都市へ、産業都市から観光都市へと様々な時代背景の中で盛衰をくり返してきたまちでもあります。江戸時代の末期から明治時代にかけての町屋の面影を今に伝えるならまちは、訪れる人々にやすらぎと潤いを与え、時には懐かしささえ感じさせてくれる古い町並みです。

中心となる「元興寺」とは、飛鳥の地に創建されたわが国最初の本格的寺院である「法興寺」が「平城京」に移され、寺の名を法興寺から元興寺と改められたものです。元興寺の創建時の領域は南北に細長く、南北四町（約 430 メートル）、東西二町（約 215 メートル）を擁しており、敷地面積は約 96,800 平方メートル(約 29,333 坪)という巨大寺院です。

現在のならまちは、主として江戸時代以降の白壁の土蔵、格子の家など古風なたたずまいの中に、最近では現代風のものを取り入れたギャラリーやカフェなどの個性的な店が集まり、散策に最適の場所となってきています。

ならまちな観光にかんする特徴は、遠方だけでなく、関西都市圏の女性、若者や熟年層が来る落ち着いた日帰り型の新しい観光スポットになりつつあるということです。また、戦災をまぬがれた世界に誇る歴史都市として国内はもとより遠く海外からも多くの人々が訪れています。

ならまちなまちづくりの特色は、行政はもちろんのこと、社団法人やNPO法人など、いろいろな団体が活発に活動していることです。特色あるキーパーソン（後ほど触れる奈良町情報館の藤丸正明さん、燈花会の朝廣桂子さんなど）も輩出し、「まちづくり系NPO」のメッカといえる興味深い地域です。

### 1-1-2 ならまちな歴史

ならまちは元々奈良の都・平城京の外京として多くの社寺が置かれたことに始まり、平城京から長岡京に移って以降、権力をもっていた東大寺や興福寺・春日大社の門前町としてに活況を見せるようになってきました。

平安時代には宗教都市として栄え、寺社支配の「郷」という町が生まれました。1180 年に、朝廷軍により門前郷を含む南都の大半は焼き尽くされ、現ならまちな中心にあたる元興寺は北半分を失いました。その後、領主支配は徐々に崩れ、門前郷は消滅しました。

鎌倉時代に入ると寺の保護のもと、市が開かれるようになり、室町時代には自治意識が高まり、市などの商業のほか、寺や神社と結びついた手工業が発展し、それとともに郷民と呼ばれる町民の経済力が増加しはじめました。そのうえ、寺や神社の支配が緩んだため、町民が自分自身で町を治めるようになりました。

安土・桃山時代には、ならまちな商人のなかに茶・能楽・連歌をたしなむものができて、暮らしにゆとりができました。茶道の祖といわれる村田珠光は、奈良の称名寺という寺院でお茶を始めたといわれています。

江戸時代に入り、奈良奉行が置かれると、ならまちは晒・酒・墨・甲冑・一刀彫りなど

の産業都市として繁栄しました。産業の町としての発展は、江戸時代中頃で止まってしまいましたが、そのかわり寺や神社に参詣する人々が増え、門前町としての性格が明確になってきました。また、江戸時代の住民は早起きだと言われています。しかし、それは早起きをして住民の活力を示すものではなく、当時家の前で神の使いとされているシカが死んでいるところを役人に見つかると罪となり、重罪または三文の罰金となりました。それ故、朝早く起きて役人が見回りに来る前にシカが家の前で死んでいないかを確認するようになったという事から「早起きは三文の得」ということわざが生まれたとされています。

明治初年、廃仏毀釈により奈良の寺院が衰退しました。元興寺も明治、大正、そして昭和 18 年までは無住の寺となり、「お化け寺」と呼ばれるくらい荒廃し、寺域内に住宅が建ち並び宅地化が進みました。

大正 13 年に大阪と奈良を結ぶ大阪電気軌道が開通し、好景気を背景に修学旅行や団体見物客は、東大寺や興福寺に殺到するようになりました。この鉄道敷設によって、人の流れは現在の中心市街地である東向通りや、三条通りへと移っていきました。したがって、元興寺およびならまちには人の流れが向かうことはありませんでした。

また、戦後には商業都市としての機能を失い、ならまちの産業は衰退していきました。その理由として、以下のことが考えられます。

#### ①ならまち以外の経済復興

戦後、駅を中心とした三条通りや東向き通りの復興が進みましたが、駅から離れたならまちを含む旧街道沿いの商業施設の衰退が目立つようになりました。

また、昭和 40 年代にダイエー奈良店や近鉄百貨店などの大型商業施設が進出したことによって、更にならまちの商店街の衰退が進みました。

#### ②高度経済成長期の郊外開発

働き口の少ない奈良では大阪や京都に働きを求める人が増え、それに応えるように郊外の住宅地開発が始まりました。また、奈良県の戦後の住宅地開発も奈良市西部郊外に集中したため、中心市街地在住の若年層の人たちが都市部の職を求めて、郊外の住宅地に引っ越すようになりました。これが奈良の若年層の中心市街地の人口減少に繋がっていったと考えられます。特に若い人たちが中心市街地から抜けたことにより、人口の減少と中心市街地の高齢人口の比率が増加したと思われます。

#### ③中心市街地住民の高齢化

郊外の住宅地開発により、中心市街地の高齢化が進みました。これにより、ならまちの空き家が目立つようになり、家屋の老朽化が見られるようになりました。また、使わなくなった土地にアパートや駐車場などの歴史的景観を無視した建物が建てられるようになり、歴史的景観の破壊が進みました。

以上の理由からならまちの人口の高齢化、そして空き家の増加と一部の民家の取り壊し、マンションなどの歴史的景観を無視した建造物の建設が進み、ならまちの産業が衰退した

と考えられます。

## 1-2 犬山城下町の発展と衰退

### 1-2-1 犬山の中心市街地

犬山市の中心市街地は、旧犬山城下町の外堀内を中心とした範囲で、面積 94.7ヘクタールのエリアのことをいいます。中心市街地の北には木曾川を背にして、国宝である犬山城がそびえています。その前面にある市街地は、古くから犬山市の中心的な商店街を形成しており、かつての城下町の町割りの形態を残しています。

中心市街地の大部分は、商業を営む町屋建築です。平成 19 年 2 月 15 日現在犬山城下町地内には 16 箇所、55 件の登録有形文化財に指定されている建物がありますが、大半は明治 24 年の濃尾地震以降に建てられたものです。そのため江戸時代の建物は残されていませんが、歴史的・文化的遺産には恵まれている町といえます。

三万五千石の城下町として繁栄したこの町は、町家を含む城下町全体が外堀で囲まれ、小規模ながら日本では数少ない城塞都市（総構え）を形成していました。城の総構えとは、城の外側を囲む外壁のことをいい、武士の居城と城下町の町家全体を囲うことです。

犬山城下町は、かつては犬山祭りをはじめとする町衆文化が花開き、多くの人や商品・情報の集まる場所でした。しかし、近年は中心市街地の空洞化が進み、城下町や犬山祭りという犬山市独自の歴史的・文化的資産や、これを支える地域のコミュニティが衰退してしまい、犬山市そのものの衰退につながりかねない状況でした。

そこで平成 13 年 3 月に、中心市街地活性化基本計画（城下町再生計画）が策定されました。過去の町並みの復元などカタチだけの継承（再生）ではなく、かつての城下町と町衆の心意気や精神を受け継いだ「人が主役の暮らし」を実感できる城下町をつくろうというものです。

まちの将来像は「歩いて暮らせるまち」です。車を気にせず、安心して歩け、毎日の買い物など必要なものは、すべて歩いて行ける範囲で手に入るまちです。

幸い犬山城下町には、「歩いて暮らせるまち」を実現するうえで貴重な資産となる古い町並みが、まだ数多く残されています。

### 1-2-2 犬山の歴史

犬山は古くから尾北地方における物資の集散地として尾北地方、中濃地方、東濃地方などと常に需給関係を保ってきました。それに加え江戸時代には綿布の生産、販売、木材の市場が開かれ、商業の面にも力を注いでいました。

1723 年頃には、問屋や会所が出現しました。問屋というのは、領主に運上を納めて営業の独占権を認められた商人のことを言います。問屋の中には荻問屋、竈石問屋、麦会所の株などをあわせもつ豪商もいました。米会所は、問屋株をもつ数人の商人（株仲間）が共同で経営していました。しかし 1749 年には大曾根の商人の手に移り、同年には年 50 両の運

上を条件に大曾根に引き移されました。麦会所は少数の商人が始めたところ、小株の仲買人が40人余りも加わり、大繁盛しました。麦会所とは名目で、実質は米、綿、雑穀を扱い、蔵米の取引も許されていました。しかし、1818年には休場を命じられ、元株はそのままにし、小株は取り上げられました。

明治時代後期には、銀行や各種組合などによって金融機関が充実し、大正時代には鉄道敷設などが観光事業と関連して商業活動に一層の活力を与えました。

犬山は日本ラインの中心地や桜、紅葉の名所として有名で、観光・行楽客が多く、料亭も昭和初期には40軒を上回るほどありました。また犬山は名古屋に近く、交通も比較的便利のため、ライン下りの観光客などで旅館も繁盛しました。

戦後間もない1950年代から60年代にかけての犬山は、岐阜も含めた近隣のまちや村の人々が買いものにやってくる一大商業地でした。あらゆる業種の店が通りにビッシリと軒を並べ、とても賑わったとされます。

また、鍛冶屋町から練屋町にかけては三・八市が開かれており、毎月3と8の付く日には露店で古着・布切れ・日用雑貨品・駄菓子・野菜などを売っていました。

商店街は夜でも煌々と灯りがとまり、多くの買い物客が渦を巻くように歩いていたと言われています。しかしこの賑わいは、高度成長期に入った1960年代後半には急速にさびれていきました。その理由として以下の事情が原因だと考えられます。

#### ①高度経済成長期のモータリゼーションについていけなかった

高度経済成長期を機に日本にモータリゼーション（自動車の普及）が起きました。それは、犬山にも影響を与えました。城下町商店街には、駐車場が少なく、道幅も狭いので、このモータリゼーションによる悪影響を大きく受けました。結果、城下町の商店街としての機能が衰退していきました。このモータリゼーションによって、商店街の利用客が減る→継続が困難となり、閉める店が増加する→商業地としての魅力が薄れる→さらに利用客が減少する、というように「減少スパイラル」に陥ってしまいました。

#### ②犬山駅東に大型商業施設を建設

モータリゼーションについていけなくなり、商店街としての機能が衰退しました。それに追い打ちをかけるように、昭和59年に犬山駅東に大型商業施設ができ、駅東の整備が進みました。これによって、人の流れに変化が生じ、更に商店街を利用する人が減少しました。

#### ③市外に大型商業施設が建設

犬山市外に大型商業施設が建設されたことにより、客の流れがそうした大型商業施設に向かい、城下町の衰退は更に進んだと考えられます。

#### ④名鉄の観光戦略と公共交通網の発達

犬山には、モンキーパーク、明治村、リトルワールドなどの名鉄が経営する施設があります。また、犬山城周辺にも名鉄犬山ホテルなどの名鉄の施設があります。これをうまく利用すれば城下町の観光産業発展に繋がったと考えられますが、名鉄の施設と犬山駅をバ

スで結ぶことにより、犬山城下町への来客数が減少したと考えられます。また、遠方からの観光客も犬山城に訪れるだけで、城下町まで訪れなかったことから観光産業の発展につながらなかったと考えられます。さらに、鉄道や道路などの交通網が発達することで、犬山の城下町を利用するよりも都市部の名古屋に行くのが容易になり、商店街の利用者数が減少したとも考えられます。

## 2. まちづくり活動の比較

前章では、奈良と犬山の歴史について扱いました。そこで、2つのまちとも昭和40年代のモータリゼーションで衰退していった、という点で共通しています。

それまで衰退してきたならまちのまちづくりに歯止めをかけようと行政のほうも様々な計画や条例を出して、まちの発展として歴史あるまちづくりを進めてきました。これらは衰退していたならまちを、現在の観光地へと変えた重要な取り組みです。

この章では、衰退から脱却しようとする市民や行政のさまざまな活動を見ていきます。

### 2-1 ならまちのまちづくり

#### 2-1-1 行政の活動

一時は衰退していったならまちですが、行政は大和都市計画道路などをきっかけにさまざまな取り組みをしていきました。この取り組みを通して、古い町並みを大切にするという考え方に変わっていきました。その取り組みは、具体的には次のようなものになります。

#### ①大和都市計画道路

最初の取り組みとして挙げられるのは、大和都市計画道路です。この大和都市計画道路は、ならまちを含めた奈良市全体の交通を市民にとって快適なものにしようとしたものです。

昭和50年に都市計画が決定・開始されましたが、完成は平成7年と、構想から10年以上かかっています。

ならまちにおいては、杉ヶ町・高畑線（図2の水色線部）の道の幅を5～6メートルから16メートルに拡張しました。

この計画が始まったことで、古い町並みや景観が懸念され、ならまちの住人が自分たちの町を意識し始めました。そして、行政も市民と一緒に自分のまちを見直していくよい機会になった事業であったと考えられます。



出所) (社) 奈良まちづくりセンターHP  
<http://www4.kcn.ne.jp/~nmc/>

図2 杉ヶ町・高畑線の位置

## ②ならシルクロード博覧会

次に挙げられることは、ならシルクロード博覧会です。これは 1988 年（昭和 63 年）に奈良市が主催した奈良とシルクロードの関係をテーマにした博覧会です。平城宮跡となら公園周辺で開幕されました。来場者数は 1600 万人と、多くの人を集めました。赤字を出してしまった地域万博という位置づけになっています。一方行政は、このシルクロード博覧会をきっかけに歴史あるまちづくりに関心を持ち、ならまちを含めた町並み保全事業を開始しました。さらには、町並みだけでなく、交通の便宜も図り、観光客が奈良に来やすくなるように考えて、事業が行われています。このようにシルクロード博覧会が行政の観光意識を刺激したものになっています。

## ③奈良市都市景観条例（平成 2 年）

ならシルクロード博覧会を機に行政は、奈良の歴史的建造物の保存に力を入れるようになりました。その最初の取り組みが奈良市都市景観条例です。この条例はならまちを含めた奈良市の歴史や文化、緑のある風格を持ったまちづくりをしていくという目的で作られたものです。また、必要事項を決めることによって奈良の町並みをよりいっそう愛着と親しみのあるものにするのも目的としています。奈良市はこの条例に基づいて、事業の計画・実行・支援・推進を先導的に進めています。

この奈良市都市景観条例により、ならまちは、もとの古い町並みを活かしていくことに成功しました。もちろんこの計画は、ならまち住民の協力なしでは行うことができないため、市は助成金など資金面での援助も行っています。

補助対象は、奈良市が指定している道路に面する建築物、門、塀等の修復（屋根工事を含む）にかかる費用です。その補助率は 8/10 で最大 1000 万円のお金が出ます。ちなみに、犬山市の補助率は 2/3 で最大 300 万円の補助金が出ます。

### 2-1-2 民間の活動

民間で運営されている組織は、ならまちを「住民にとって住みやすいまちにしよう」「観光客を集めよう」という 2 つの目的から出てきたと思われます。

まちづくりには、まちに観光客を集める以前に、住民がいなければいけません。そのため、行政に任せきりにするのではなく、市民が立ち上がる必要があります。その例を実際の市民団体を挙げて見ていきたいと思えます。

ならまちのまちづくりに関わっている市民団体（振興団体を含む）は、主に 4 つあります。

#### ①社団法人奈良まちづくりセンター（NMC）

先ほども説明しましたが、昭和 40 年代より都市計画道路杉ヶ町・高畑線（7 ページ図 2 参照）の話がもちあがり、昭和 50 年に事業決定をしました。そこで拡幅の問題や補償交渉の

問題が出てきました。これを契機として、社団法人奈良まちづくりセンターが設立されました。活動のフィールドは、奈良市の旧市街地であるならまちです。住民による自主・自立の住み良い地域の推進を通じて、まちづくりを行うことを目的としています。

活動の内容は、まちづくりの担い手としてのリーダーの養成、全国各地のまちづくり活動への支援、奈良に根ざした提案・調査研究活動などです。これらを日常的に行いながら、歴史的町並みや歴史的風景・景観の保全・再生活動を進めています。この時行政は、市民の活動を支援する形でまちづくりに参加しています。そのような意味で、市民と行政とのパートナーシップによるまちづくりが目指されています。

## ②財団法人ならまち振興財団

2-1-1-②で述べたシルクロード博覧会をきっかけに、行政は奈良市町並み保存補助事業を開始しました。その事業が今の財団法人ならまち振興財団の元となりました。同財団は、平成4年に奈良市が100%出資して正式に設立されました。具体的には、奈良市から委託を受けて、5つの文化施設（ならまちセンター、音声館、名勝大乗院庭園文化館、なら工藝館、入江泰吉記念奈良市写真美術館）を運営しています。その目的は、古い歴史的町並みを保存しつつ、ならまちの活性化をはかり、市民文化の総合的な発展に寄与するということです。

## ③さんが俵座

「さんが俵座」は、ならまちの活性化を目的として平成12年に設立された特定非営利活動法人（NPO）です。ならまちは、間口の狭い町家が軒を連ねる地域ですが、ならまちの歴史で先に触れたように、近年は、若年層の流出に伴い、高齢化が進み空家が目立ってきました。このような諸問題の解決を行政に任せきりにするのではなく、地域住民も検討し、住民の立場からも納得のいく解決策の提案を目指しています。そこで平成15年7月、空家となっていた江戸末期の建物を改修し、奈良町家文化館「くるま座」として再生しました。

奈良市でこのような修復を行う場合には、市から補助金が出ます（8 ページ 2-1-1-③参照）。

他に、市民啓発に関する事業や交通渋滞・環境保全対策として自転車の活用を推進する事業、月1回の定期市「楽市楽座」などがあります。

先に紹介した3つの組織が民間（市民）と行政との連携で形成されてきたのに対して、それらと協力しつつも、独自の活動を行っている組織もいろいろあります。その中でも、ならまちに特徴的なのが、以下で紹介する「奈良町情報館」です。



#### ④奈良町情報館

純粋な民間組織である地域活性局が運営する奈良町情報館は、ならまちの生活や文化を伝える観光案内所として平成19年10月5日にオープンしました。

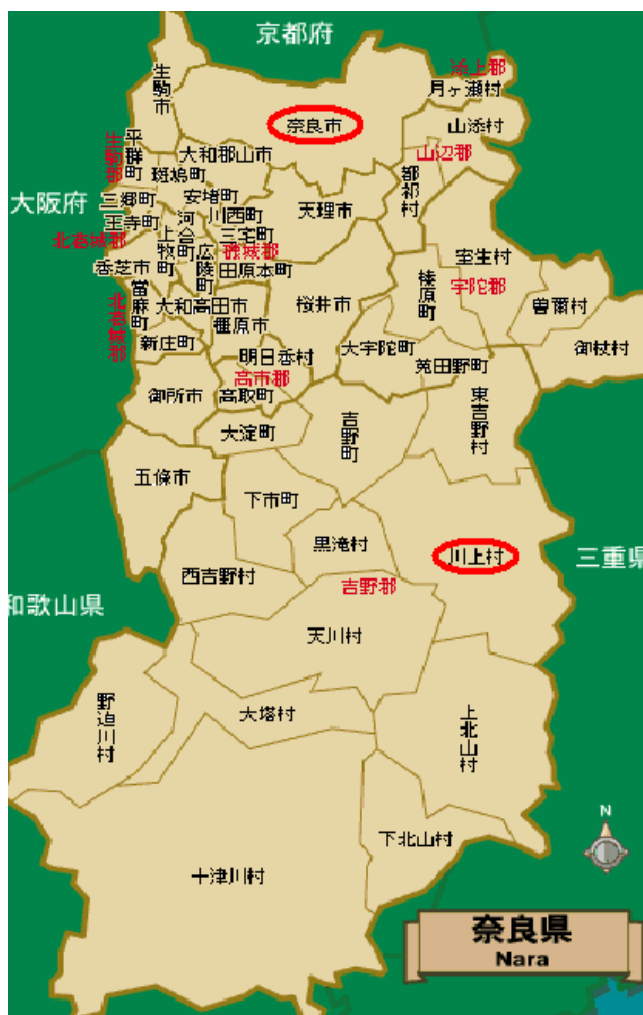
以下、地域活性局代表藤丸正明さんとのメールでのやりとりからです。

藤丸正明さんは、福岡県太宰府市の出身で、大学1年生の時に地域活性局を設立しました。その活動に大学は一切関与しておらず、終始学生だけで活動してきたそうです。

学生が8名集まり、4年間で一定の成果があがるような活動をしようと決め、小さな組織(村・地区)に飛び込んでいきました。「8人いればどうにか小さな成果を得ることができるかもしれない」と考えたそうです。そこで県内の自治体(県内のすべての行政機関)に一斉に「地域の活性化を目指し、活動を行いたいので、受け入れてもらえないか」といった内容で問い合わせを送ったそうです。しかし残念ながらどの自治体からも無視され、1年目の6月に吉野郡西吉野村に飛び込んでいきました。しかし9月にその地域は合併し、話はなくなってしまいました。

2年目の4月に現在取引のある川上村に行きました(図3参照)。前回の失敗をいかして事前に周囲に根回しをしておいたそうです。例えば教授・顧問等(社会的影響力があり、責任能力のある人)の手紙を持参したり、役所に行く前に地域の情報を掴んでおき、また事前に役所の担当者の名前を覚えておくなどの工夫をおこなったそうです。そして、地域の方を紹介してもらい、活動が開始されました。活動メンバーは全て学生(奈良大学)であるため、資金面などで苦労が多々あったと聞きました。

17年10月には、川上村高原地区の農家(11戸)と野菜や加工品の委託販売提携を開始しました。19年3月には配達事業と飲食店への領収証の発行の必要から株式会社として発足しなりました。標高650mにある川上村高原地区産の野菜や加工品を、ならまちで一般



出所) 奈良県PTA協議会

<http://narakenpta.seesaa.net/category/3852934-1.html>

図3 川上村の位置

消費者に販売しているほか、19年6月からはならまちの飲食店2店と提携し、そこへの配達業務も開始しました。委託販売の主力商品は、川上村で生産された野菜や花の他に、こんにゃくやゆず味噌、干しいたけなどの加工品です。

ならまちの飲食店も、農薬を使用せず山間地で生産された新鮮な食材を使用した料理を提供することで、観光地としてのならまちのPRにつなげていきました。

商品は同社の社員である学生が運び、月に2度ならまちの街頭で販売するほか、県内のイベントなどにも出店しています。配達業務では、提携店から木曜日に注文を受け、土曜日の早朝に収穫したものをその日の昼に飲食店に届けます。配送は学生自身が行うことから「こんなにも孫ができた！」と喜ぶ仕入れ先の農家の方も多そうです。このように同局は消費者と農家の仲介役となり、地域振興や都市と農山村の交流に一役買っています。

また、将来的には県内の多くの地域が参加する「ならまち朝市」を企画するなど、県内の新たな流通経路や販売形態の開拓を行い、地場産野菜の振興に貢献したいと考えているそうです。

「奈良町情報館」は、産地の形成、消費地での販売、消費地にて飲食店との連携、飲食店への観光客の集客、というような地域活性局がこれまでおこなってきた活動計画の最終部分です。観光案内とともに地域の提携飲食店の紹介事業を行い、飲食店の回転率を上げ、地場産野菜等の消費を促進しています。

藤丸代表は卒業後も事業を継続し、農家や消費者の交流を支援しています。「奈良町情報館」は開館3日にして来館者数が1000人を突破、9日目には3000人を突破しました。平日は150人の来館を目標としています。実際に平日約160人の来館があるそうです。休日には300人から400人の来館者があるそうです。そんな時は町の案内がおろそかになることもあるそうです。平成20年4月12日付けの奈良新聞では1日に約205人が来館したと記されています。そして8月15日には、来館者数が5万人を突破しました。

## 2-2 犬山のまちづくり

### 2-2-1 行政の活動

犬山では、道路拡幅をやめてまでまちづくり重視の行政に着手してきました。ならまちとは違ったまちづくりの方法を、犬山の行政は展開しています。

#### ①犬山都市計画道路

道路の拡幅計画自体は、昭和25年6月に都市道路計画として決定していました。さらに、昭和46年3月に市内の道路は再編成されました。この道路事業計画で道路拡幅が計画されました。具体的な拡幅は今まで4.3~5.5メートルだった道幅を16メートルにするものでした。これに対し、住民の中から城下町の歴史的景観が損なわれるのではないかという懸念が生まれ、反対運動へと発展しました。その結果平成9年、新町線と本町通線での道路拡幅計画は中止になりました。

住民の運動により道路拡幅を中止にした結果、道路を拡幅しないまちづくりが始まりました。

## ②犬山市都市計画マスタープラン

歴史的景観による魅力付けや城下町の産業企業の充実による城下町活性化を図るとともに、住民組織の自主的な活動を支援し、住民と行政が一体となった地区形成の計画を策定し、それに基づき建築物、門、塀、道路、ポケットパークなどの整備を進めることにより活性化を図っています。奈良にも同じような奈良市都市計画マスタープランというものがあります。それは「世界遺産をはじめとする歴史的な世界遺産をまちづくりのそれぞれ核とし、人と自然と文化を大切にすまちづくり」というものを基本理念としたもので、犬山は城下町とそれを含む歴史的景観、奈良は世界遺産指定を受けた歴史的建造物等をそれぞれ核にしていこうというものです。実際に比べてみると、やはりならまちと城下町の本質は似ており、双方とも歴史的景観を軸に町の活性化を進めているようです。

## ③犬山市都市景観条例

平成 2 年に計画が持ち上がった城下町地区東部のマンション建設に対して市民・住民が反対運動を起こしました。そうした中で、平成 5 年に犬山市都市景観条例が制定され、景観の基準が設けられました。翌年の平成 6 年には重点地区指定や都市景観形成助成金制度が始まりました。これにより、城下町地区は「都市景観重点地区」に位置づけられ、建築物を新築する際は届出制になりました。また平成 17 年には都市計画道路の見直しが行われました。これは、住民が犬山の歴史を守っていききたいという強い気持ちがあっこそ成り立ったものです。こうした思いを受けて、行政も犬山の風情を生かすようなまちづくりを住民とともに進めていく姿勢ができてきました。

## ④都市再整備計画（犬山城下町地区）

犬山市は平成 16 年よりまちづくり交付金を受けています。まちづくり交付金は全国の都市再生を推進するために平成 16 年度に創設された制度で、地域の歴史・文化・自然環境などを活かした個性あふれるまちづくりを実施する市町村に交付金を交付するものです。

犬山市は歴史的資産を活かしたにぎわいやふれあいのある『歩いて暮らせるまち、歩いて巡るまち』を目標として、都市再生整備計画を策定しています。これに基づいて、景観条例の見直しや本町通線の整備事業（電線の地中化）などが行われています。

### 2-2-2 民間の活動

犬山市の城下町は、200 年前の江戸時代の町割り（基本的な町並みのつくり方）がほぼ一致するほど、城下町がそのままに保存されています。犬山の城下町は日本に唯一残された本物の城下町なのです（4 ページ 1-2-1 参照）。その歴史ある町並みをふま

えた上でのまちづくりを見ていきたいと思います。

犬山市の民間事業の多くは「都市道路計画」がきっかけで発展していきました。

### ①犬山城下町を守る会

犬山城下町を守る会は、昭和 59 年「犬山の町並みを考える会」として創立し、平成 13 年 2 月 12 日に「犬山城下町を守る会」と名称を変更しました。

創立のきっかけは、昭和 59 年名鉄犬山駅東に計画された大型ショッピングセンターの建設の是非を巡って行われた市を二分する議論でした。当時、町会長会の会長であった奥村正一氏は、駅東は開発し、駅西は旧城下町の古い町並みを活かして活性化を図ると考えて「犬山の町並みを考える会」を設立しました。

この会は、それまでの「国が決めた道路計画に反対しても無駄」という常識を打ち破り、「犬山市の都市計画道路の廃止決議文」の提案や「犬山旧城下町地区の道路拡幅による町並み破壊の中止要望書」の提出などの活動を行い、その結果、都市道路計画の廃止に至りました。この会の活動が市民に新たな発想を与えました。

この会は、国宝犬山城を擁する城下町の歴史的風致を守り、地域の活性化をはかり、環境文化の創造に貢献する事業を行い、地域の発展に寄与することを目的としています。主な活動としては、まちづくりに関する情報の提供と学習、まちづくりに関する講演会・見学会・交流会の開催、町並み保存のための建物修理・修景・相談事業（古建築の修理についての相談は無料）があります。

### ②犬山まちづくり株式会社

犬山まちづくり株式会社は、あたらしい城下町をつくる「まちを元気に！みんなの会社」を理念としています。同社の株式の半数は、犬山市が所有しています。

具体的な事業としては、以下のものが挙げられます。

**レンタサイクル事業**……………自転車の貸し出し事業で、現在は採算の面から中止されています。

**テナントミックス事業**……………テナントミックスとは、町を活性化するために、その町に合ったテナント（業種業態）の組み合わせを実現することです。犬山まちづくり株式会社では、所有している町屋を改修し、FM放送局と彫金工房の 2 テナントで家賃収入を得ています。

**空き店舗・空き家活用事業**……………市役所の農林商工課と連携して行っている補助事業でいくつかのテナントが出店し、商業活動を開始しています。同社は、犬山の城下町の空き店舗を改築して式番屋 1 号館 2 号館と名付けてテナントとして提供しています。

**チャレンジショップ事業**……………この事業は、犬山市が犬山駅西地区の新たなにぎわいを出すために犬山商工会議所に「犬山駅西地区にぎわい創出事業」を委託したものです。平成 16 年 7 月から運営は商工会議所から犬山まちづくり株式会社に委託先が変更されました。

チャレンジショップの契約終了後の現在では、当時営業していた店舗が犬山市内に 6 つ残っています（城下町地区では 0 店舗）。

**イベント企画運営事業**……………毎週火曜日に下本町で「どんでん朝市」を開催したり、他のまちづくり組織とともに「秋祭り」を運営したりしています。

さらに、奈良町情報館のように朝市（どんでん朝市）も開いています。このどんでん朝市は平成 18 年 4 月から毎週火曜日に開催されています。

### ③犬山しみんていの会

この会は、この地域における民間非営利組織（NPO）活動の発展を目指している特定非営利活動法人の組織になります。

「犬山しみんていの会」は、犬山市市民活動支援センター（通称：しみんてい）の運営管理を犬山市から任されており、施設は公設民営になります（犬山市市民活動センターは公共施設であるため、誰でも利用できます）。

この会は、民間非営利の市民活動・ボランティア活動を支援し、NPO（市民）と企業や行政とのパートナーシップの形成を促進することを目的とし、まちづくり活動・子育て活動など、犬山を活性化するために活動を行っている団体・グループを応援し、またそこに関わりたいと思っている人々に情報を提供したり、相談にのったりしています。しみんていの会に登録している団体（正会員）は、平成 21 年 2 月現在で 39 団体になります。

一方、「しみんてい」は活動の場であり、様々な情報の交換やグループの交流が行われる「拠点」として利用されています。しみんていの会に所属している団体は小さなものもありますが、みんなの集まる場所があるため、協働がしやすくなっています。実際、この拠点のおかげで、しみんていの会に所属している団体は、しみんていの会と協働して県の多文化推進事業の資金が得やすいなどの利点があります。

### 3. 新しいまちづくりのあり方

ならまちと犬山城下町は、「住民主体のまちづくり」という点が共通しています。しかし、ならまちのまちづくりと犬山城下町のまちづくりでは、大きく異なった点があります。

それが、ならまちのまちづくりの成功した理由だと考えられます。その点を考えてみましょう。

#### 3-1 ならまちから考える

##### 3-1-1 ならまちにおけるまちづくりの進展

ならまちの観光エリアとしての発展は、行政と民間のパートナーシップに基づくまちづくりが発端だと言えます。そもそも、ならまちは観光エリアとして存在していたのではなく、住民の住まいとしての古い町並みとして存在していました。しかし、高度経済成長期の郊外開発事業によって奈良の中心市街地の人口が減少し（次ページ図4(1)）、それによって、ならまちの町並みも廃れていきました。その後、行政は昭和50年に大和都市計画道路事業を決定しました（図4(2)）。これに対し、住民たちの中に、この道路計画がならまちの歴史的景観を破壊するのではないかという懸念が生じ、道路計画と歴史的景観を含めたならまちのまちづくり研究が始まりました（図4(3)）。それまでならまち住民のまちづくりに対する意識は必ずしも高くはなかったようですが、この道路計画がきっかけでまちづくり研究が始まったと考えられます。この研究を実践に移すべく、昭和54年に奈良まちづくりセンターが設立されました。この団体の取り組みが先頭となって、まちづくりの研究と実践が行われていきました。先の道路計画は実行されましたが、歴史的景観を考えた道路整備事業と共に行われました（図4(4)）。

行政は、昭和63年に行われたシルクロード博覧会（図4(5)）を機に歴史的建造物の保護を意識し始め、ならまちを観光拠点に見直す整備案やまちづくりに対する構想を発表するなどの動きを始めました（図4(6)）。

結果、住民や行政のまちづくりに対する意識が高まっていき、まちづくり系民間団体ができ、ならまちの歴史的景観を残したまちづくりは、更に活発化していきました。それにともなって、ならまちでは観光客も増え、次第に注目されるようになりました。

また、奈良町情報館の藤丸代表のような若い世代や他県から来た人の意見や活動をまちが取り入れ（図4(7)）、活用していった結果、ならまちの魅力が再発掘され、新しいまちづくりに繋がったと考えられます。

若い世代の意見を聞くことで、今まで無かったような新しい形のまちづくりが出現すると考えられます。また、他県から来た人たちの意見を聞くことは、客観的な視点でまちづくりを考えることができ、住民や観光客が魅力を感じるようなまちづくりに繋がると考えられます。

ならまちのまちづくりは、まちづくり系民間団体などを中心とした住民団体が主体とな

り、その上に若い人や他の土地から来た人が、まちづくりに積極的に参加したことが大きなポイントになったと思われます（図4(8)）。

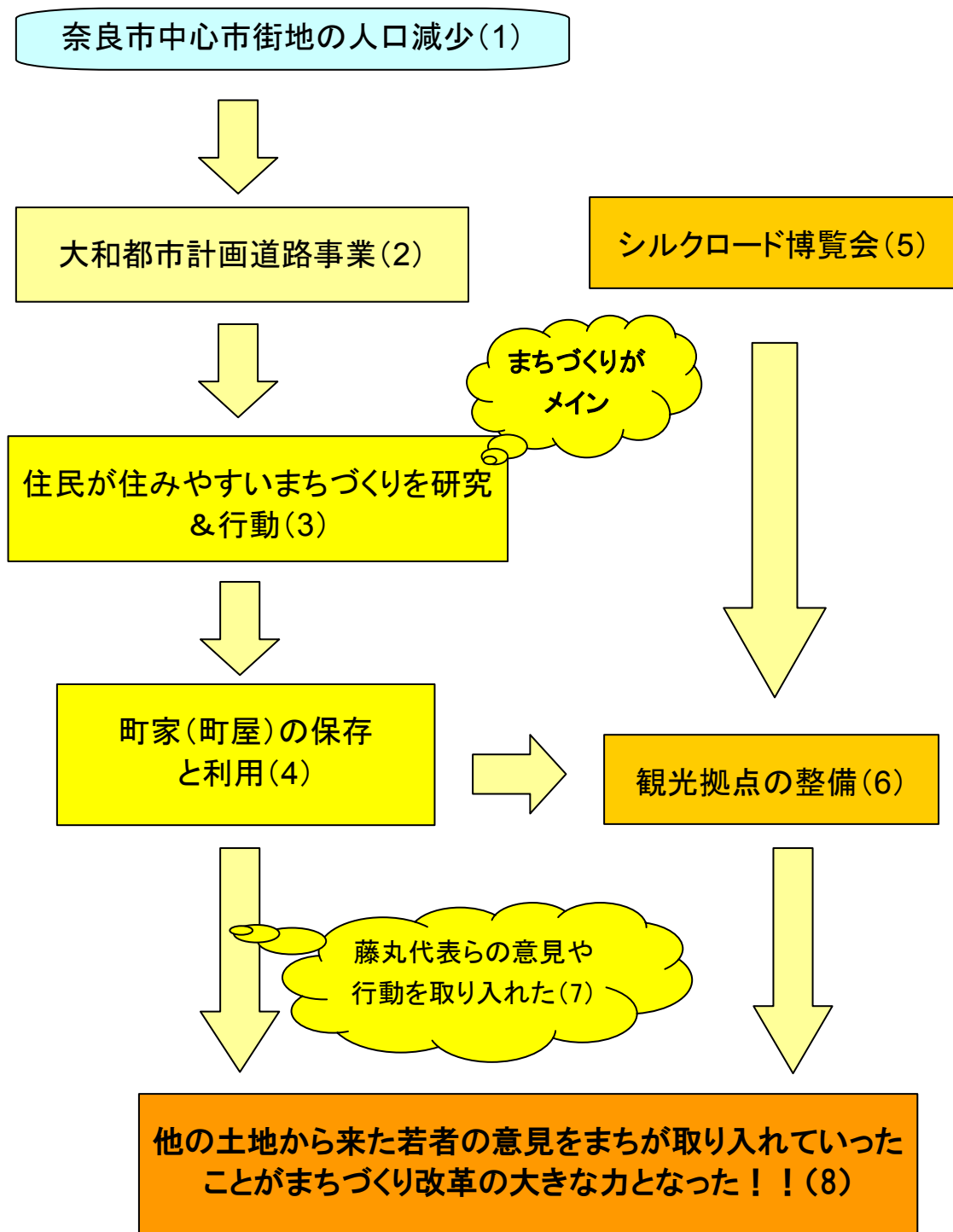


図4 ならまちのまちづくりの変遷

### 3-1-2 まとめ

以上のことから、ならまちがまちづくりで成功した理由をまとめてみましょう。

#### ① 住みやすいまちづくりが目的である

第2章にあるようにその土地を愛している人たちが立ち上がって、「観光地づくり」ではなく、「住みよいまちづくり」として、研究・運動を行ったことが「ならまち住民としての意識」を向上させ、ならまちの活性化に繋がったと考えられます。また、まちづくりを基本に歴史的景観を取り入れることによって、歴史を生活と融合させた「生きた歴史」を眺めることができ、それが人の住むまちとしても観光エリアとしても魅力を放つようになったのではないかと思います。

#### ② まちづくりは、行政が主体ではなく、住民が軸となる

行政任せではなく、住民が軸となる運動こそが、まちづくりを成功させた主たる理由だと言えます。何故ならば、行政視点の場合は、トップダウンの政策に走りがちであり、住民が感じる「すばらしいまちづくり」とはすれ違いを起こしやすいものです。一方、住民が主体となるまちづくりは、住民視点でのまちづくりができ、住民たちの思うまちづくりに繋がりがやすいと考えられます。

#### ③ 「まちづくり系NPO」の活躍

ならまちは、まちづくり系NPOが実に活発な場所だと言えます。「さんが俵座」をはじめとした「まちづくり系NPO」と民間団体がまちづくりの先頭を走ることによって、住民と行政を結びつけ、単独のまちづくりではなく、パートナーシップに基づくまちづくり運動がおこなえると言えます。互いが協力し合った体制が、行政の意見と住民の意見を上手に融合させ、より良いまちづくりができる。だからこそ、この「まちづくり系NPO」の役割が重要なポイントだと考えられます。

#### ④ 他の土地から来た人たちや若い人たちの声や力を積極的に取り入れる

奈良町情報館の藤丸代表のような若者、他県から来た「ならまちに魅力を感じた人たち」の意見や力をまちが積極的に受け入れたことによって、今までになかったようなアイデアが生まれやすくなり、革新的なまちづくりがならまちに起こったと考えられます。これが観光客に魅力を感じさせるようなまちづくりを可能にしたと言えます。

このような理由が、ならまちにまちづくり改革を引き起こし、歴史的景観を残しつつ、住民が主体となる観光エリアをもたらしたと考えます。

## 3-2 犬山城下町を考える

### 3-2-1 犬山城下町におけるまちづくりの進展

歴史的な城下町と国宝犬山城を残す犬山。その犬山を今回調べた「ならまちのまちづくり改革」という視点から考えてみます。

犬山城下町は、高度経済成長期のモータリゼーションに対応できず、商店街利用客が減少しました（次ページ図5(1)）。そのため、商店街機能が衰退し（図5(2)）、更に利用者が



減少するという「減少スパイラル」に陥ってしまいました。これに追い討ちをかけるように、昭和 59 年の犬山駅東に大型商業施設ができ、更に中心市街地の商店街は衰退しました。昭和 40 年の都市計画道路拡幅事業計画（図 5(3)）が立ち上がった時、一部の住民から歴史的景観を失うことが懸念され、反対運動が起きました。その結果、都市計画道路拡幅事業は新町線・本町通線の拡幅計画は中止されました（図 5(4)）。これをきっかけに、住民は城下町の景観を考えたまちづくりを始めました（図 5(5)）。そして、市は城下町のあり方を考え直し、歴史を感じさせる景観整備によって地区の魅力を高めようとなりました（図 5(6)）。それに基づいて、建築物や道路などの整備が進められました（図 5(7)）。この点は、ならまちの「大和都市計画道路」事業の発端からまちづくりに対して民間や行政が動き始めたことと似ていると言えます。

また、「犬山まちづくり株式会社」と「しみんてい」が城下町の活性化事業に力を入れています（図 5(8)）。その例の一つに犬山まちづくり株式会社の空き店舗の活用が挙げられます。この事業は、城下町の店舗を貸し出し、援助するというものになっています。これは、犬山以外の人たちもまちづくりに参加する大きなチャンスであると言えます。また、行政はこれらの民間団体を支援しています（図 5(9)）。

このことから、犬山は城下町地区住民によるまちづくりから始まり、行政は後からそれに協力していったことが分かります。行政は、城下町の景観を守る事業などのハード面でのまちづくりを積極的に取り組み、まちづくり株式会社などの民間団体はソフト面でのまちづくりを取り組んでいます（図 5(10)）。

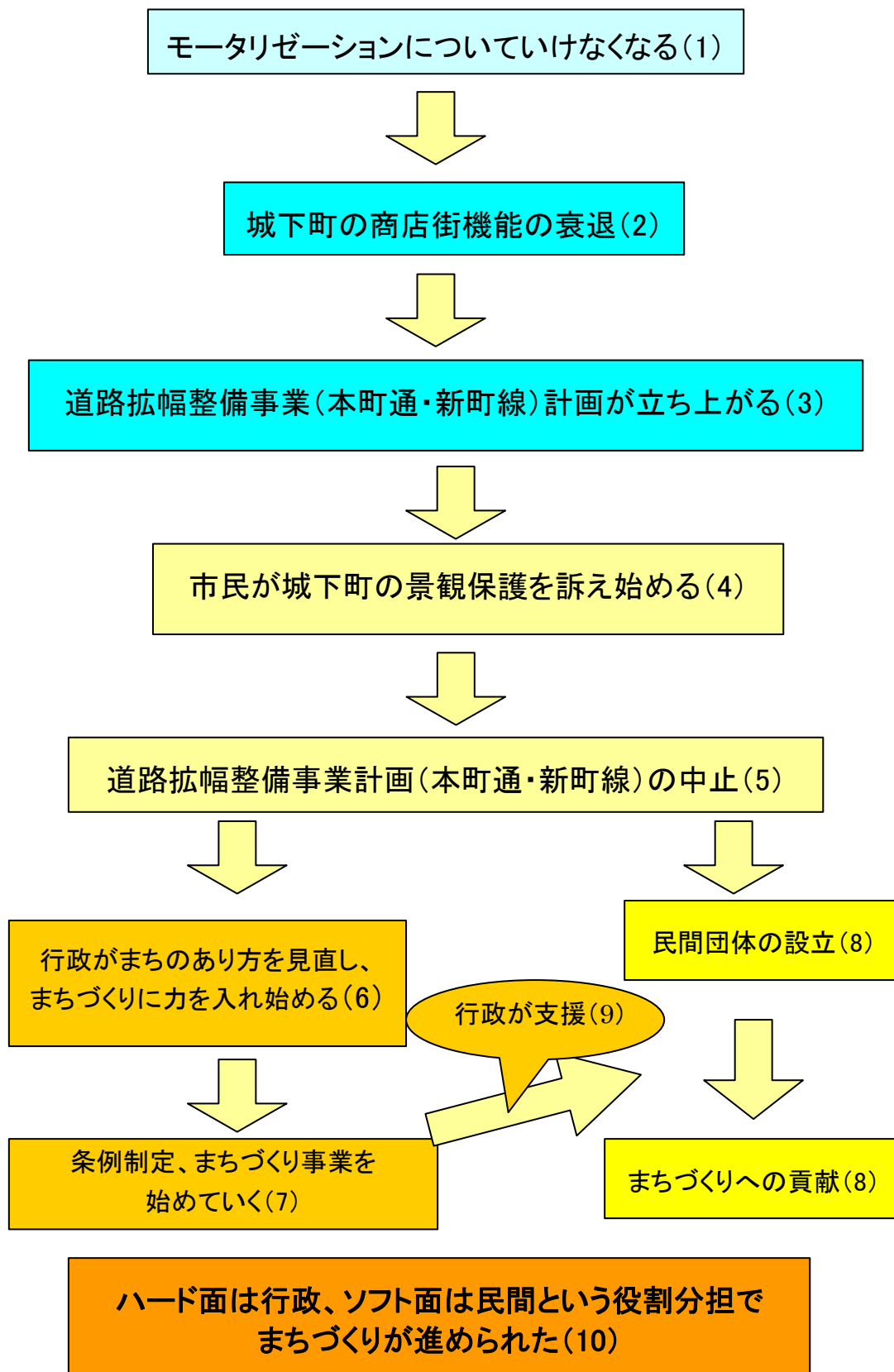


図5 犬山城下町のまちづくりの変遷

### 3-2-2 ならまちのまちづくりから犬山城下町を考える

ならまちと犬山城下町の違いは、犬山のまちづくりは、城下町在住の人たちが主として行っており、その上若者が少ないということです。一方のならまちは、奈良町情報館の藤丸代表のように若く、他の土地から来た者がまちづくりに参加しています。この点が大きな違いだと言えます。他の土地から来た人は、その土地に住む人たちとは違った視点でまちづくりを考えることができ、若い人は今までなかったようなまちづくりのアイデアを持っているというメリットを持っています。このような理由から「他の土地から来た若者」が新しいまちづくりに必要な人材なのだと思います。

こうしたならまちの特徴を犬山城下町で活用するためには、例えば、愛知・岐阜の大学生にまちづくりの意見を募ったり、大学生が活用・利用できる場所を作ってみたりするのが良いと考えます。

これからのまちづくりでは、行政と民間が手を取り合っていくことが大切と考えられます。そして、他の土地から来た若者の意見を取り入れてみることで新しいまちづくりへと繋がると考えられます。

### 3-2-3 今後の課題

今後の課題としては、犬山の城下町のことをもっと調べるのが第一だと思います。確かに、若者や住民以外の声を取り入れたまちづくりを犬山に取り入れていきたいのですが、今回の報告書では犬山に関する調査は緒についたばかりです。今後はさらに犬山におけるまちづくりの組織構成、歴史および問題点について調べ、その結果とならまちのまちづくりから分かったことを照らし合わせて、より具体的な提言を行っていききたいと思います。

## 参考文献およびホームページ (HP)

### (ならまち関連)

上田恵美子『都市型コミュニティと観光地形成』『第7回 観光に関する学術研究論文』一席入選論文 (日本財団) 2001年.

<http://nippon.zaidan.info/seikabutsu/2001/00354/contents/00004.htm>

小長谷一之「奈良市・ならまち」『都市研究』第2号, 2002年.

[http://www.sanomachiba.jp/sanomachiba\\_konagayaronbun.pdf](http://www.sanomachiba.jp/sanomachiba_konagayaronbun.pdf)

元興寺 HP <http://www.eonet.ne.jp/~kotonara/gankouji.htm>

近畿農政局 HP

[http://www.maff.go.jp/kinki/soumu/suishin/sensin/jikyuritsu/0709\\_3nara2.html](http://www.maff.go.jp/kinki/soumu/suishin/sensin/jikyuritsu/0709_3nara2.html)

財団法人ならまち振興財団 HP <http://www1.kcn.ne.jp/~narazai/>

社団法人奈良まちづくりセンターHP <http://www4.kcn.ne.jp/~nmc/>

特定非営利活動法人さんが俵座 <http://www.sanga-kurumaza.com/>

奈良県 PTA 協議会 HP

<http://narakenpta.seesaa.net/category/3852934-1.html>

奈良市役所 HP

<http://www.city.nara.nara.jp/www/toppage/000000000000/APM03000.html>

ならまち-Wikipedia <http://ja.wikipedia.org/wiki/>

奈良町情報館 (地域活性局) ブログ「奈良町 観光案内所より」

<http://blogs.yahoo.co.jp/bmtbq254/MYBLOG/yblog.html>

ならまちと歴史 HP <http://www1.kcn.ne.jp/~narazai/history.html>

yahoo ブログ「日々ほぼ好日」

[http://blog.goo.ne.jp/tetsuda\\_n/](http://blog.goo.ne.jp/tetsuda_n/)

### (犬山城下町関連)

愛知県犬山市『城下町新生計画～犬山市中心市街地活性化基本計画～』2001年.

愛知県犬山市都市整備部監修『よみがえれ城下町 犬山城下町再生への取り組み』風媒社, 2006年.

愛知淑徳大学 榎田ゼミ「あなたのパワーで、まちを元気に!!」

犬山市教育委員会・犬山市史編さん委員会編『犬山市史』犬山市, 1979-98年.

犬山市教育研究会編『犬山: 中学校社会科資料集』犬山市教育委員会, 1978年.

鈴木常夫『犬山市のまちづくりの研究(二): -中心市街地活性化と空き店舗活用-』現代社会研究科研究報告(愛知淑徳大学)第2号、2007年.

<http://www2.aasa.ac.jp/graduate/gsscs/reports01/PDF/02-011.pdf>

NPO 法人犬山城下町を守る会『犬山城下町を守る会創立20周年記念誌』2007年.

「キーパーソンに聞く: 犬山市都市整備部都市計画課 課長 奥村照行氏—反対運動からま

ちづくり運動へ」『自治体チャンネル』（三菱総合研究所）93号，2007年．

[http://www.mri.co.jp/REPORT/LOCAL/2007/01/20070101\\_bsc02.pdf](http://www.mri.co.jp/REPORT/LOCAL/2007/01/20070101_bsc02.pdf)

犬山市民活動支援センター「しみんてい」<http://www.inuyama-shimintei.com/>

犬山市役所HP <http://www.city.inuyama.aichi.jp/>

犬山城下町見て歩きHP <http://www.crec.jp/katudou/report/report148.htm>

犬山まちづくり株式会社HP <http://www.inuyama-tmo.com/>

#### （執筆者紹介）

経済学部現代経済学科3年 鈴木清久（2-1-2④）

経済学部現代経済学科2年 安藤友美（1-1-1、1-1-2、1-2-1、1-2-2）

同 大村香澄（2-1-2、2-2-2）

経済学部現代経済学科1年 山矢遼太郎（2-1-1、2-2-1）

同 加藤秀一（3-1-1、3-1-2、3-2-1、3-2-2、  
3-2-3）



## 第2部

# 灯りアートを通じた 犬山活性化への取り組み

～なら燈花会の参加型観光に学ぶ～

## はじめに

昨年6月、私たちは、「なら燈花会の会」の会員である朝廣さんに大学へおいでいただき、なら燈花会について講義を受けました。内容は、奈良で行われている燈花会そのものと燈花会の成り立ちについてでした。講義を聞いて、私たちは燈花会のノウハウを犬山の活性化に役立てたいと考えました。

そこで、なら燈花会グループでは、研修旅行に行っておもてなしとして参加したうえで、なら燈花会のどのような部分に注目し研究したらよいかという課題が持ち上がりました。話し合いの結果、3つの班に分けて3点について詳しく研究することが決まりました。

3点とは、なら燈花会の魅力・なら燈花会の組織・なら燈花会による経済効果 についてです。以上の3点に注目した理由は以下の通りです。

なら燈花会の魅力…ならの燈花会を行うことで何故たくさんのお客が集まるのか。燈花会が行われることによって、どのような魅力が引き出されているのか。鹿以外の魅力は何なのか。また、お客を引き付けるために行われている企画について。

このようなことを調べることで、燈花会の魅力について研究し、犬山でお客を集めるための魅力作りに役立てようと計画しました。

なら燈花会の組織…燈花会のような大きな事業を行うためにどのような組織を作っているのか。その組織を維持していくためにどのような努力をしているのか。大きな組織を作るためにはどのような努力をしてきたのか。

このようなことを調べることで、組織作り・維持について研究し、犬山での組織作りの参考にしようと思いました。

なら燈花会の経済効果…燈花会を行うことで、どのような地域からのお客が多いのか。日帰りか宿泊か、どの地域からのお客が、どのような交通手段に金銭を使用しているのか。また、燈花会の影響がどれほど大きいのか。今後、燈花会をさらに発展させるためにどのようなことを考えているのか。

このようなことを調べ、経済効果について研究することで、犬山でどのようなお客をどのように集めるのか、また犬山を発展させるためにどうしたらよいかを考える際の参考になると思いました。

この3点について詳しく研究することで、犬山活性化の役に立てたいと思いました。

奈良では、灯りをともすためのカップを並べたり、点灯したり、片付けたりしました。

研修旅行を終えて、犬山で燈花会を灯りアートとして、実験的に行いました。その結果、犬山では、地理的条件をはじめ奈良とは異なる点があり、活かせる部分と活かさない部分があると思いました。そ



の点は、犬山の灯りアートを担うこれからの組織の中で話し合い、解決していく必要があると思います。  
犬山発展のために、この報告書を参考資料としていただければと思います。

## 第2部目次

1. 魅力について .....	23
1-1 4つの魅力について	
1-1-1 アートの大きさ	
1-1-2 サポーター	
1-1-3 一客一燈	
1-1-4 奈良のシカ	
1-2 犬山灯りアートへの提案	
2. 組織について .....	28
2-1 ならまつりの失敗	
2-2 なら燈花会誕生	
2-2-1 運営方法	
2-2-2 市民サポーター	
2-2-3 なら燈花会の概要	
2-3 なら燈花会の財政について	
2-3-1 補助金について	
2-3-2 協賛金について	
2-3-3 事業収入について	
2-3-4 組織を維持するために	
2-4 犬山城下町おどりの組織運営への提案	
3 経済効果 .....	34
3-1 なら燈花会の来場者	
3-1-1 年間を通して観光客数を見る	
3-1-2 平日・休日の違い	
3-1-3 昨年の集計結果	
3-2 来場地域について	
3-2-1 どの地域から来場者が来ているのか	
3-2-2 奈良県内と県外の比較	
3-2-3 鉄道各社のタイアップ事業	

- 3-2-4 何回参加しているか
- 3-3 観光客の宿泊率・シーズン別来場者
  - 3-3-1 日帰りか宿泊か
  - 3-3-2 シーズン別の観光客と2008年の奈良市の潤い
- 3-4 交通機関について
  - 3-4-1 利用交通手段は何か
  - 3-4-2 月別にみた交通利用数
- 3-5 生産波及効果について
- 3-6 今後の対策のポイント
  - 3-6-1 来場者増加対策
  - 3-6-2 受け入れ対策の強化
  - 3-6-3 更なる魅力の構築
- 3-7 犬山城下町おどりにおける灯りアートについて

## 4 犬山灯りアートへの参加 ..... 46

- 4-1 犬山での灯りアートの安全性
- 4-2 灯りアート開催場所の課題
- 4-3 交通規則に伴う開催規模の問題
- 4-4 灯りアートの形状
- 4-5 犬山城下町おどりでの一客一燈
- 4-6 一客一燈の事業収益について
- 4-7 犬山灯りアート参加型観光の提案
- 4-8 まとめ

## 5 犬山城下町おどりへの提案 ..... 50

- 5-1 市民主体の組織
- 5-2 魅力ある参加型観光

# 1. なら燈火会の魅力について

なら燈火会（とうかえ）は、比較的新しいお祭りで、平成 11 年から主に行政が主導していた‘ならまつり’に代わる、民間による新たな行事として始まったものでした。祭りの内容は、ろうそくの灯りを、大量に並べてアートを作るというものです。一見すると簡単そうに見えるお祭りです。なぜここまで規模を大きくして開催することができるのでしょうか。人々は何に対して注目するのでしょうか。また、奈良市以外にも地元の人々によって県内の各地や三重県名張市などの県外でも行われ、さらに NPO 法人なら燈花会の会は国外にまで活動の場を広げていますが、何が人々の目を引き付けるのでしょうか。以下では、「なら燈花会の魅力」とも言える点を大きく 4 つに分けて考察しようと思います。

## 1-1 4つの魅力について

### 1-1-1 アートの大きさ

まず「会場の大きさにおける利点」が考えられます。会場である、奈良公園の広大な土地（参考資料①）が確保できたことにより、大規模な絵（アート）を描くことができます。ろうそくのひとつひとつは小さな光ですが、それが何万と並べられて光を発すれば、とてもきれいに見えます。2008 年度のアートは、漫画家の手塚治虫生誕 80 周年にちなんで、彼の代表作のひとつである「火の鳥」をモチーフにしたアートが会場いっぱいに描かれました。

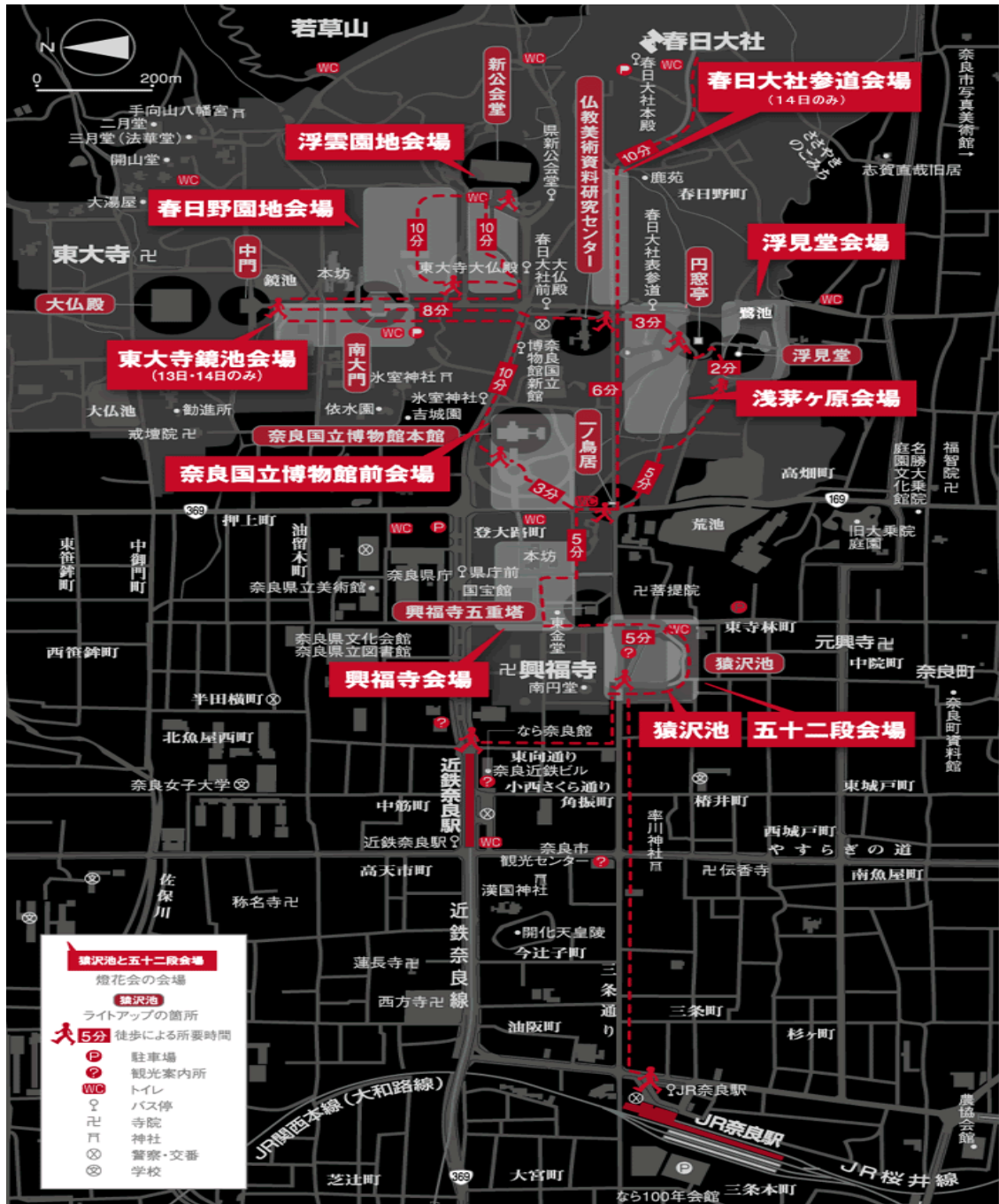
さらに周辺には東大寺・興福寺・春日大社など、国宝指定や世界遺産登録済の歴史的建造物が多数あり、全国でも屈指の観光スポットです。また、実際に燈花会が行われた場所は奈良公園内でいくつかに点在しています。詳細は参考資料②を参照してください。

### (参考資料①) 奈良公園の基礎データ

- ・名称 奈良県立都市公園 奈良公園
  - ・開設年月日 明治 13 年 2 月 14 日
  - ・総面積 502.38ha （内、平坦部 39.82ha ・ 山林部 462.56ha）
- 平成 17 年 9 月改正告示
- ・観光客数 年間約 13,000,000 人
  - ・主な動物 シカ（約 1200 頭）、タヌキ、イノシシ、ムササビ、リスなど
  - ・主な植物 マツ、サクラ、モミジ、ナンキンハゼ、アセビ、スギ、サルスベリ、ウメ、クスノキ、ヒノキなど（平坦部 87 種、約 10,000 本 ・ 山林部 207 種、本数不明）
  - ・主な施設 奈良公園館（管理事務所）1985 m<sup>2</sup>、休憩所 21 カ所、ベンチ 140 カ所、池 3 カ所、便所 17 カ所、県営観光自動車駐車場 3 カ所、野外ステージ 1 カ所、等

出所) 奈良県公式ホームページ [http://www.pref.nara.jp/dd\\_aspx\\_menuid=5751.htm](http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid=5751.htm)

(参考資料②) なら燈花会の会場図



出所) NPO 法人なら燈花会の会 [http://www.toukae.jp/index\\_what.html](http://www.toukae.jp/index_what.html)

### 1-1-2 奈良のシカ

奈良公園といえばシカが非常に有名です。(参考資料③) シカを目当てにして奈良公園を訪れる観光客も多くいると思われます。奈良のシカは国の天然記念物にも指定され、財団法人「奈良の鹿愛護会」によって保護されています。

奈良のシカは祭りの副次的な魅力として、シカと触れ合う家族連れなども多々見られました。これは、燈花会の持つ魅力の一つであるのかもしれませんが。

奈良公園を訪れた人の心を和ませるシカですが、卑劣な事件も一方で起きています。2008年8月、シカが漁具のヤスで刺されるとい痛ましい事件が起きました。また、シカの保護の主体である財団法人「奈良のシカ愛護会」の財政難などの問題が出てきています<sup>注①</sup>。

注①) これに関しては『奈良新聞』(2007年1月28日付)を参照してください・

<http://narashikanko.jp/j/whatsnew/aigo/news.html>

### (参考資料③) 天然記念物「奈良のシカ」

- ・1957.9.18(昭和32年)本指定
- ・文化財保護法(昭和25年法律第214号)第69条第1項

1 種 別	天然記念物
2 名 称	奈良のシカ
3 指定地域	地域を定めず指定したものである
4 備 考	主な生息地奈良県奈良市一円
(指定基準)	動物の部

出所) 財団法人「奈良の鹿愛護会」 <http://naradeer.com/profile-deer.htm>

### 1-1-3 サポーター

3つ目に、祭りを支える「サポーター」の存在があります。元来、お祭りと呼ぶものは、年配の方々や、官主導のものが多く、なおかつその内容は毎年同じようなものが多いと思います。しかしながら、この燈花会は、20～30代の比較的若い世代の人によって支えられているのです。また、このサポーターは、県や市の職員が担当している祭り実行委員ではありません。サポーターの中には県内に住んでいない人も少なからずいます<sup>注②</sup>。これは燈花会の会の「会員サポーター」や「当日サポーター」と呼ばれる人たちです。県外からの参加も認めているため、我が大学のように、近隣の都府県から参加することもあれば、飛行機などを利用して来る人もいます。燈花会は、この会員サポーターや当日サポーターを中心に進んでいきます。

祭り当日は、5時頃から、アートの組み立てが始まります。当日サポーターは、いくつかのユニットに分かれて、大きなアートを形作っていきます。燈花会の会員サポーターは、そのユニットのリーダーをつとめ、当日ボランティアたちに、次々と指示を飛ばします。その指示に従い、組み立てられた絵(アート)は、毎日同じように出来上がります。奈良公園のような広い場所では、全体に対して指示を出すよりユニットごとに対して指導者をおいた方が効率は良いです。

遠くからの参加者は、そのお祭りにとって、一緒に祭りを組み立てていく戦力であると同時に、交通費・飲食費・宿泊費等のお金をその地域に落としていってくれる観光客でもあります。このように当日サポーターは、観光客でありながら同時に、実際に祭りに参加し、祭りの実行を可能とする独特の「参

加型観光」を実践できるシステムだと言えます。

注②) ここに関しては読売新聞

[http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/nara/feature/nara1217600747181\\_02/news/20080802-OYT8T00761.htm](http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/nara/feature/nara1217600747181_02/news/20080802-OYT8T00761.htm)を参照してください。

#### 1-1-4 一客一燈

4 つ目は、祭りの実行中、希望者に対してカップとろうそくのセットを販売し、点火してもらう「一客一燈」と呼ばれるサービスです。当日サポーターに登録していない観光客でも、その場で祭りに参加ができるという「参加型観光」システムで、揺れる灯の光を見に来た人の中には、「自分も参加してみたい」と思う人も少なからずいるようで、好評を得ています。

一客一燈に代表される「参加型観光」は、観光客にとっては自らがイベントを体験でき、なおかつイベントを楽しむことができるシステムです。またイベント主催者にとっては、そのイベントを広く知ってもらいきっかけになり、何度でも来たいと思えるようなものになっていると考えます。

またこのシステムは、行政に頼らずに民間の手によって祭りをつくるという、燈花会のコンセプトを象徴していることから、燈花会という祭りを「自分たちの祭り」として、より身近に感じてもらえるという効果があるように思えます<sup>注③</sup>。

注③) ここに関しては『平成 12 年度 協働のまちづくりフォーラム「仕掛人(キーパーソン)」がまちを創る』<http://www.city.kishiwada.osaka.jp/kyoudou/kensyukai-kouza/gaiyou.pdf>を参照してください。

#### 1-2 犬山灯りアートへの提案

最後になりましたが、上記で述べた「なら燈花会」の魅力をもとに、犬山灯りアートへ提案をしたいと思えます。

まず、「犬山」という地域の魅力は何でしょうか。国宝犬山城は、奈良にある数々の文化財と並ぶ歴史的建築物であり、観光地としての犬山の価値は非常に高いと思えます。犬山城を積極的にアピールすることで観光客を呼び込んでみるのはどうでしょうか。

また、そのような場所で行われる犬山灯りアートはどうあるべきでしょうか。なら燈花会はサポーターや一客一燈などのように、「行政」よりも「民間」によって運営されている面が強いです。民間による運営のメリットは、祭りの参加者に「自分たちがつくる祭り」という意識を強く与え、それによって地元の人に限らず、そこを訪れた観光客にも気軽に参加してもらえるということがあります。このような祭りは、観光客にとって魅力のあるものとなり、観光の大きな目玉となるでしょう。

犬山灯りアートにおいても、なら燈花会で実践されている「民間主導の祭り」を目指すことで犬山観光の目玉となることができるでしょう。市外から来た観光客が犬山城を観光して、灯りアートに参加すれば、今とは違った犬山のイメージを観光客は持つことになるでしょう。しかし結論として言えば、犬

山の魅力を一番良く知っているのは、犬山に住んでいる住民の方々自身であると思います。住民の方々が犬山に来た観光客に何を見てもらいたいのかを今一度考えてみる必要があると思います。灯りアートや犬山城などを観光にどのように生かすかは、住民の方々自身にかかっていると思います。



## 2. 組織について

### 2-1 ならまつの失敗

「なら燈花会の会」は、正式名称、特定非営利法人「なら燈花会の会」と言います。1999年に「なら燈花会」という祭りが誕生し、2000年に「なら燈花会の会」という組織が創設されました。2004年にNPO法人として認可されましたが、当時の会員は約300人で、2004年に実施された燈花会では当日サポーターは延べ4500人でした。なら燈花会という祭りが始まる前に、その前身として、1988年より1998年までの間、来場者数20万人規模の「ならまつり」という祭りが行われていました。この祭りは奈良商工会議所青年部、奈良県経営者協会青年経営者部会、奈良青年会議所などを中心として奈良の諸団体十数団体でスタートしました。しかし、ならまつりは失敗に終わりました。

失敗の原因は以下の3点にまとめられます。

一つ目の原因は、祭りをつくる組織の責任者が単年度で変わることでした。一年に一回の祭りをつくる団体のトップと下部の各担当部会の責任者が全部変わるということで、翌年の組織はまた全てを一から始めなければならず、何をしようか、何をしたらよいかというとまどいがありました。

二つ目の原因は、次の組織の責任者が困るので、祭りの企画の内容を全部企画会社に頼るしかありませんでした。企画会社が作る祭りの企画は世界遺産にも登録されている平城宮跡の朱雀門にイルミネーションを施し、その朱雀門の前にステージを作り、タレントを呼んで人を集めたり、市民たちに順番に出ていただくというものでした。ほかに市民たちに模擬店を出していただいたりもしました。市民たちは確かに、非常に喜び楽しみましたが、観光客は、あまり市民たちのステージを観には行きませんでした。そういう祭りはちっとも奈良らしい祭りではなかったからです。

三つ目の原因は、行政が主導し、県や市から補助金をもらっていたことです。補助金をもらうと、県や市が口も出してくれます。当時は、行政からこんな祭りにしてくれといった意向が強かった時代だから、自分たちがやりたい祭りや奈良らしい祭りにはなっていきませんでした。そこで、1998年に奈良市市制100周年を迎えるにあたり、さらにたくさんの観光客を誘致する祭りについて検討するために、「祭りを考える会」を作りました。そして、この「考える会」で奈良にふさわしい祭りや奈良らしい祭りについて真剣に議論しました。その結果、「考える会」は新たな祭りでは「なららしい」を追求するめに、団体にこだわらず、**市民主体の運営、独立自主運営**の方針をかかげて1999年に「なら燈花会の会」を創設しました。

### 2-2 燈花会誕生

1999年に誕生した「なら燈花会」。古都奈良に蠟燭の灯りがとけ込み、人々の心にさまざまな感動を与えてきました。なら燈花会。「とうかえ」と読むこのイベントは毎年8月の初旬から中旬に実施されています。約10日間、奈良公園一帯の9つの会場で2万個を超えるロウソクが灯されます。これらのロウソクを並べたり、後片付けをしているのはボランティアの方々です。なら燈花会は地元の青年団体と市民によって提案され、始まりました。ここではまず、1999年に誕生した燈花会の運営方法と運営の重要な要素である市民サポーターの2つについて、以下で説明します。

### 2-2-1 運営方法

市民が中心の祭りを目指して市民は市民のサポーターによる「燈花会の会」を作っています。その会のメンバーが祭りを企画・運営してきました。市民サポーターを募集するに当たって、初めのうちは「燈花会の会」となら市民との仲は上手くいきませんでした。その理由は、「燈花会の会」のメンバーに祭りは自分たちが作ってきたのだという自負、誇りがあるので市民が「燈花会の会」のメンバーになることにあまり賛成しなかったのです。市民側は、慣れていないこともあるので、最後まで責任を負うことをしませんでした。

以上の理由から、きちんと責任を負って、「燈花会の会」の会員サポーターとして活動してくれる人を募集しました。そしてその人たちが当日サポーターのリーダーとなる今の運営方法が取られるようになりました。

### 2-2-2 市民サポーター

市民サポーターには、2種類あります。会員サポーターと当日サポーターです。会員サポーターは(18歳以上)、1年を通して、イベントの企画・準備を行い、当日サポーターのリーダーとなります。約290人の会員は大学生や地元の企業経営者、定年退職した熟年層など様々です。月1回の全体集会のほか、協賛企業を募る「企業企画」やオリジナルグッズ販売の「販促」など8つの部会に分かれて活動しています。

当日サポーターは(年齢を問わず)、小学生から70代まで、幅広い年齢層が参加してみんな楽しみながら会場の手伝いをします。なかには年中行事として3世代で手伝ってくれる家族や、海外からの旅行者もいるそうです。ただ観光だけではなく、訪れる誰もがイベント創出の当事者となることもある、いわば典型的な参加型観光といえます。

参加型観光としての燈花会のメリットのひとつは、希望日を選択できるので参加しやすいことです。また、当日サポーターを募ることで大規模な祭りが可能となり、そして多くの人に参加してもらうことができます。

### 2-3 なら燈花会の概要

燈花会を運営する「なら燈花会の会」は奈良商工会議所青年部などが核となり1999年に任意団体として発足しました。翌2000年に「なら燈花会の会」という組織が創設されました。

このときは、まだ特定非営利団体(NPO)では、ありませでした。しかし、創設当時からNPOにするという方針でした。「なら燈花会の会」は2004年にNPO法人として認可され、現在はNPOとして活動しています。会員は、約300人です。

2001年には、第3回目の燈花会が行われ、環境省『かおり風景100選』に選ばれています。

その後も、毎年順調に開催され、年々燈花会の規模も大きくなり、来場者数・組織の規模も大きくなっています。組織運営が順調なために、燈花会は成功し続けているのです。

そして、燈花会を運営する「なら燈花会の会」は奈良商工会議所青年部などが核となり1999年に任

意団体として発足しました。

ここでは、その運営方法・企画・発展の取り組みについてまとめます。

#### ・組織概要

団体名称：特定非営利活動法人 なら燈花会の会

代表者氏名：山本 源生

主な活動分野：なら燈花会の運営

活動地域：奈良市

設立年月日：2004年5月

活動内容：8月5日から8月14日まで、奈良公園9会場における2万個に及ぶロウソクイルミネーションの実施と運営、警備、広報、販促、企業、催事建設、サポーター募集、一客一燈、会員、事務局、会場、各部会担当ごとに分かれて会議、折衝、検討し月2回の、理事会、運営会議を実施。月1回の会員全体集会、使い残しのロウソク再生事業

これまでの活動の歩み：

1999年 県観光課と青年3団体、市民サポーター延べ1000人で始める。

2000年 年越し世紀超えの燈花会を行う。販促、一客一燈を始める。

2001年 障害者を対象に早咲きの日近隣地区にも協力を得る。ロゴ名称の登録商標

2002年 国立博物館会場新設。韓国慶州燈花会。東大寺大仏開眼1250年奉納燈花会。

2003年 NPO法人申請。国土交通大臣賞、ふるさとイベント大賞受賞。事務局開設。

2004年 NPO法人取得。興福寺会場新設。11日間で70万人の動員。

2005年 春日野園地会場新設。リサイクルロウソクなど環境問題への取り組み開始。

2006年 10日間で70万人動員。9会場で一日22万個延べ20万個のロウソク使用。

2007年 10日間で68万人動員。

2008年 9日間で70万2千人動員。手塚治虫(故人)生誕80周年を記念した「火の鳥」燈花会。

出所) [http://www.naranpo.jp/group/2006/09/post\\_38.htm/](http://www.naranpo.jp/group/2006/09/post_38.htm/)

当初は県や市、企業、寺院、商店街、みやげもの店、鉄道の支援は少なかったのですが、今や全面支援が受けられています。来場者のデータを収集し懸命に説得してきた成果です。なら燈花会は本物志向、高いクオリティーを目指しました。組織(団体)ボランティアよりも一般ボランティアの活動によって長

続きさせてきました。入念に練られたスケールの大きい企画によって成功したと言えます。

これが大きな経済効果や参加型観光の魅力を生み出しています。

## 2-4 なら燈花会の財政について

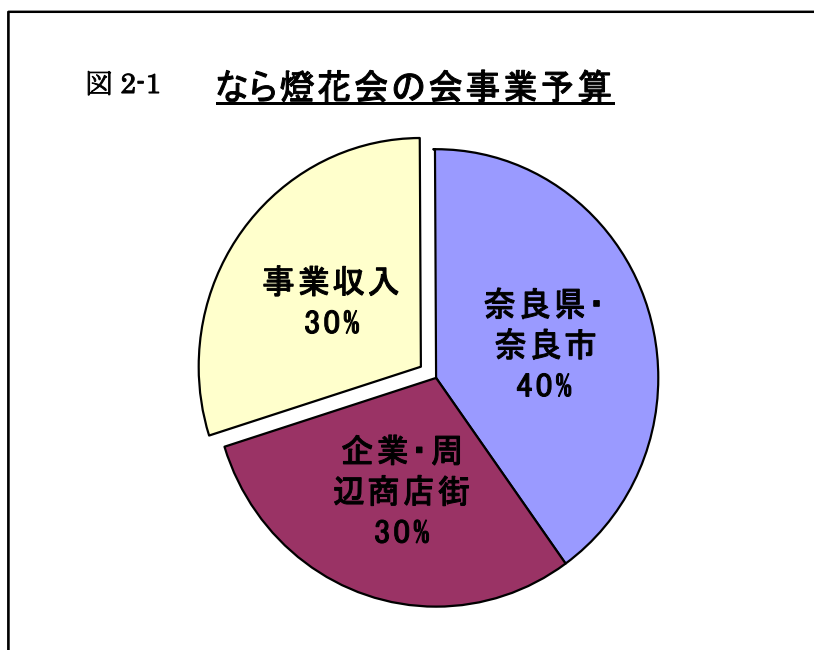
### 2-4-1 補助金について

なら燈花会の会は、以前のならまつりの失敗を生かし、補助金だけに頼るのではなく、自主事業収入により収益を生み出し、それを祭りの運営に利用しています。

以前行われていたならまつりの時は、行政から補助金を受け取り、その資金で運営を行っていました。しかし燈花会を始める時に、独立自主運営を目標としていたので、少しでも補助金を減らし、事業収入を増やそうという考え方で運営しています。

図 2-1 にみられるように、燈花会の会の予算は、約 4000 万円で、そのうち 1600 万円が奈良県と奈良市からの補助金で、全体の 40% を占めています。企業や周辺商店街からの協賛金が 1200 万円で、全体の 30%、そして残りの 1200 万円の 30% が、事業収入で作り出した資金です。事務局の家賃、事務局常駐の人件費、水道光熱費が 250 万円で、残りの 3750 万円が燈花会本体の事業費です。

奈良県と奈良市からの補助金は、以前から出ていますが、最初の頃よりは減っているようです。



出所)『民間のイニシアティブを重視した地域振興方策に関する調査』第 2 回検討委員会議事録(2006 年 12 月 22 日)より作成

### 2-4-2 協賛金について

奈良は伝統行事が多いので、最初の頃は燈花会に対して前向きな賛同が得られず、企業からの協賛金は出していただけませんでした。しかし、会員サポーターが地道に何回もお願いに行ったり、パンフレットなどで燈花会の良さを説明したりと、粘り強くアタックしたおかげで協賛金が得られるようになりました。

燈花会創設 5 年目には、さらに多くの企業からの協賛を得るため、パンフレットだけでなく、本物の燈花会を見ていただいて燈花会の良さを分かってもらうために企業の方を呼び、レセプションを開くなどのデモンストレーションを行いました。そこで、燈花会に対する理解を得たことにより、JR や近鉄などの協賛やタイアップ事業をしてもらえるようになったそうです。

商店街なども最初から理解を得られたわけではないのですが、行政の方と一緒に熱心にお願いしとこ

ろ、協力してくれるようになったそうです。そして、協賛してもらった企業や、商店街の店の名前をホームページに掲載したり、当日配布している燈花会のパンフレットなどに掲載するなどしているようです。

協賛金をお願いするときも、燈花会の良さを理解してもらうには自分たちの工夫など努力が必要だったのです。ただ「素晴らしいですよ」と言うだけでは伝わりにくいので、実際に見てもらおうなどの工夫です。

実際に、企業や商店街の協力を多く得られた6年目には、5年目の35万5000人から70万4000人へ大幅に来場者数が増えました。このように企業や商店街などの理解を得ることができれば、燈花会を多くの人に宣伝することができ、来場者にとっては、商店街で飲食・休憩をしたり、奈良の名産品や土産物を購入するなど奈良を訪れる魅力を高め、より多くの観光客を呼び寄せることができ、祭りの規模も広がります。このような協賛金を出してもらった交通機関、商店街の利用などは燈花会の会にとってのみではなく、企業や地元の商店街にとってもメリットがあり、大きな経済効果にもつながってくるのです。

### 2-4-3 事業収入について

事業収入は、一客一燈とオリジナルグッズ、カップ、ロウソクなどの販売の収入です。

一客一燈は、魅力のところでも紹介しましたが、当日サポーター以外の一般観光客が協力金として500円でロウソクに火をつけることができ、希望でカップやロウソクを持ち帰ることができる仕組みです。一日約1000人が参加し、一日50万円、10日間で約500万円の収入になります。500円を払っても灯をつけてみたいという人がたくさんいるということです。

それほど、燈花会は実際に見た人を引き付ける魅力があり、そして、一客一燈を行った人が、次の来場につながったり、会員サポーターや、当日サポーターとして参加してもらえるようになるのです。

グッズの販売は、2年目から行われています。燈花会で使われているものと同じカップやロウソクは、他の地域で燈花会を行うときなどに、燈花会の会から購入、利用されています。カップやロウソクは、燈花会の会のWebページで通信販売もしています。

オリジナルグッズは、絵葉書、ちょうちん、扇子、布巾着、携帯ストラップ、グラスカップなど、約15種類あります。

### 2-4-4 組織を維持するために

なら燈花会の会は、ならまつりの失敗を生かし、そしてNPOとして活動し、行政の補助金などに頼るのではなく、協賛金、事業収入などで祭りの運営を行っています。これを行うのは、とても難しいことだと思います。

この仕組みを維持できる一つの要因として、燈花会を行うことによって、観光客だけでなく周辺の商店街やJRや近鉄などの公共交通機関も観光客が利用するのでその分利用客が増加しますし、約10日間行うので、ある程度まとまって利用客増加が見込めるからではないかと思います。それに参加型観光なので一回見れば終わりというのではなく、毎年参加してもらえば大きな経済効果につな

がります。それによって企業や商店街の協賛金が得られるので行政の補助金に依存することなく運営していけるので、ならまつりとは違う市民主体の奈良の魅力を十分に生かせる燈花会が行えるのだと思います。

**参考** 『民間のイニシアティブを重視した地域振興方策に関する調査』第2回検討委員会議事録  
(2008年12月22日)

## 2-5 犬山城下町おどりの組織運営への提案

犬山城下町踊りは、犬山に観光客を呼び寄せ、犬山を活性化することを目的として行われています。奈良でも燈花会が行われる前は、ならまつりで観光客を呼び、活性化することを目的としていました。しかし、ならまつりのように自分たちが楽しむ祭りには、観光客を呼び寄せることはできなかったのです。

犬山城下町おどりも自分たちだけが楽しむ内輪の祭りをを行うのか、観光客が多く来訪するような祭りにするのか、はっきりと方向性を決めることが重要だと思います。

必ずしも自分たちの祭りがよくないというわけではないのですが、犬山を活性化させるためには、経済効果や来場者の増加などとの連携を考えねばなりません。

なら燈花会を参考に考えると、魅力、組織運営、交通機関、宿泊者数増加、など改善しなければならない課題が犬山城下町おどりには多くあります。

ならまつり失敗の原因の一つでもある組織のあり方というものはとても重要だと思います。

行政に左右されたり、特定の団体だけで企画・運営を行えば祭りの規模も場所も携わる人間も限られてしまいます。一番大切なのは、**市民ひとりひとりが主体**となって行うことだと私は考えます。

市民主体で行うことにより、犬山を知っている市民が多く参加し、企画運営を行えば犬山らしい祭りを行うことができ、特定の地域だけでなく大きな規模で行うことが可能になり経済効果や観光客増加につながると考えます。

市民主体で行うには、行政に頼らない運営方法を取らなければなりません。燈花会の会も行政から補助金をもらっているのに金銭的には、完全に独立運営を行っているわけではないのですが、祭りの企画運営は完全に独立運営を行っています。行政から注文をつけられてしまうと自分たちが企画した祭りが行えないなど問題がおきるからです。

### 3. 経済効果

経済効果を考察するに当たって、燈花会の集客状況を、資料を用いて確認したうえで、経済効果を3つのポイントに分けて考察しました。3つのポイントに分けた理由は、視点を明確にし、短期間でより効率よく資料収集をし、考察をすすめるためです。

第一のポイントは、どのような地域から来場者が来ているか。第二のポイントは、宿泊か日帰りか。また、交通手段は何か。第三のポイントは、今後の対策について。

このような3点にした理由

- ①どの地域から来場者が来るのかについて…これによって、どのような面でお金を使っているのか。また、奈良では以下のようになるが、犬山で実際に灯りアートを続けていくために、どのような地域の客数を増やすことを目的にするのかで、宣伝方法に相違点が出てくることになります。犬山をどのように活性化させていくのかにも作用する点となります。
- ②宿泊か日帰りか……この区別により、奈良経済への波及効果の違いを示すとともに、燈花会の影響力の大きさを見ることが出来ます。
- ③今後の対策について……これは、ならの燈花会に対する対策についてです。このことを踏まえて、犬山の灯りアートに対する提案を考えていきたいと思います。

#### 3-1 燈花会の来場者

##### 3-1-2 年間を通して観光客数を見る

表 3-1 は年間を通して、どの行事に観光客が来場しているのかを表しています。

表 3-1 年間行事別観光客数

行事名	月 日	1999年	2002年	2006年
春日大社初詣	1月 (3が日)	570,000	585,000	510,000
南市初戒	1月 5日	20,000	15,000	10,000
若草山焼	成人の日の前日	100,000	120,000	130,000
大安寺光仁会	1月 23日	28,000	13,000	18,000
興福寺鬼迫	2月 節分	3,000	5,000	2,000
元興寺 紫燈護摩会	2月 節分	2,000	4,500	1,000
東大寺 お水取り	3月 12日	25,000	22,000	30,000
薬師寺 花会式	4月 5日	2,000	800	700
平城遷都祭	4月下旬土・日曜日	28,000	75,000	85,000
興福寺 薪御能	5月 11・12日	7,000	9,500	3,100

唐招堤寺うちわまき	5月 19日	3,000	2,000	1,300
率川神社三枝まつり	6月 17日	3,000	2,000	3,000
大安寺竹供養	6月 23日	2,000	4,000	3,000
なら燈花会	8月 6～15日	170,000	390,000	702,000
猿沢池の盆おどり	8月上旬金・土曜日	120,000	45,000	休止
高円山大文字送り火	8月 15日	45,000	110,000	200,000
采女神社采女まつり	9月中秋の名月の日	中止	50,000	10,000
唐招堤寺観月会	9月中秋の名月の日	3,000	2,000	2,000
鹿の角きり	10月 日曜・祝日	20,200	14,700	9,700
春日若宮おん祭	12月 17日	150,000	200,000	200,000

出所) 奈良市役所 『統計なら』2004年版、2007年版より作成

この表を見ると、1999年の初回では、来場者は17万人と少なかったですが、2002年には39万人と、22万人の増加となっています。また1999年と2006年の人数を見ると53万2千人の増加となっています。このことから、なら燈花会は、春日大社に続いて観光客を呼び込んでいることがわかります。そこで、なら燈花会が更に来場者数を増やすことが、観光客増加に対して重要な役割を担うことがわかります。

また、2006年になると、なら燈花会の観光客数は、春日大社初詣の人数を19万2千人も上回ります。今後、燈花会の観光客が増加することによって、春日大社初詣を上回る経済効果が得られることとなります。

### 3-1-2 平日・休日の違い

来場者数を平日と休日に分けて特性を検証しました。表3-2にみられるように「平日」の来場者は2004年の時点で、255,000人、「休日」の来場者数は449,000人となり、休日は平日の約2倍の人が訪れています。また、1日あたりの平均をみても、平日の42,500人に対し休日は2倍強の89,800人となります。

詳しい数値をみると、開催してはじめてのうちは少数で、日にちが経つにつれて来場数が増加しています。

この理由は何でしょうか。人々の口伝えにより、しだいに噂が広まっていくことによって増加しているのではないかと考えられます。

平日		休日	
5日(木)	26,000	7日(土)	38,000
6日(金)	35,000	8日(日)	45,000
9日(月)	42,000	13日(金)	84,000
10日(火)	35,000	14日(土)	125,000
11日(水)	52,000	15日(日)	157,000
12日(木)	65,000		
平日合計	255,000	休日合計	449,000
平日平均	42,500	休日平均	89,800

出所) 南都経済センター『古都奈良の夏を演出する「なら燈花会」を分析する！:Part2』『センター月報』2004年10月号



### 3-1-3 昨年の集計結果 {報道資料として発表された数値より}

2008年のなら燈花会は、8月5日～8月14日の10日間行われました。

会場：奈良公園（浮雲園地、春日野園地、浅茅ノ原、浮見堂、猿沢池・五十二段、興福寺、国立博物館）東大寺鏡池周辺（13・14日）春日大社参道（14日）

表 3-3 第 9 回 2007 年（燈花会入り込み客数）

		入り込み数
8月5日	日曜日	83,000
8月6日	月曜日	30,000
8月7日	火曜日	32,000
8月8日	水曜日	36,000
8月9日	木曜日	42,000
8月10日	金曜日	50,000
8月11日	土曜日	105,000
8月12日	日曜日	78,000
8月13日	月曜日	82,000
8月14日	火曜日	150,000
合計		688,000

表 3-3 は、2007 年の燈花会の入り込み客数を表したものです。日数別でみると、休日に客数が増加しています。また、最終日（東大寺周辺や春日大社参道で燈花会が行われた。）にも客数が増加しています。

休日に客が集中しているのは何故かと考えると、家族連れが車で、日帰りで参加している観光客が多いのではないかと思います。

また、最終日に多い理由は、東大寺鏡池周辺や春日大社など、今までに行っていなかった場所でどのような灯りアートが行われるのか、興味が引かれるのではないかと思います。

出所) NPO 法人なら燈花会の会 報道資料

表 3-4 第 10 回 2008 年（燈花会入り込み客数）

		天候(奈良公園内)	入り込み客数	昨年対比
8月5日	火曜日	荒天	中止	-83,000
8月6日	水曜日	曇り	28,000	-2,000
8月7日	木曜日	曇り	36,000	4,000
8月8日	金曜日	曇り	46,000	10,000
8月9日	土曜日	曇り	72,000	30,000
8月10日	日曜日	曇り	75,000	25,000
8月11日	月曜日	晴れ	64,000	-41,000
8月12日	火曜日	曇り	77,000	-1,000
8月13日	水曜日	曇り	142,000	60,000
8月14日	木曜日	晴れ	162,000	12,000
合計			702,000	14,000

出所) 表 3-3 と同様

表 3-4 は、2008 年の燈花会の来場者数を示したものです。08 年の来場者数と前年を比較すると、全体で多少の増加が見られます。08 年は、天候が悪く来場者の出足がよくなり、増加数が伸びていませんが、天候がよければ、もっと増加していただろうと考えられます。

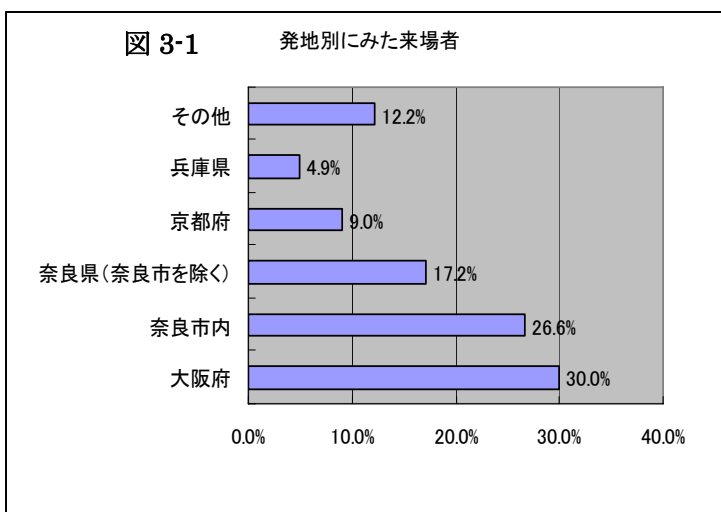
また、08 年の来場者数は、初めは悪天候のため、前年より減少していますが、前年と同様に、休日と 13・14 日に集中しています。すなわち、前年と同様に、東大寺鏡池周辺・春日大社参道で燈花会が行われる日は、来場者数が期間中で最も多いことがわかります。またお盆の影響も考えられます。

### 3-2 来場地域

#### 3-2-1 どの地域から来場者が来ているのか

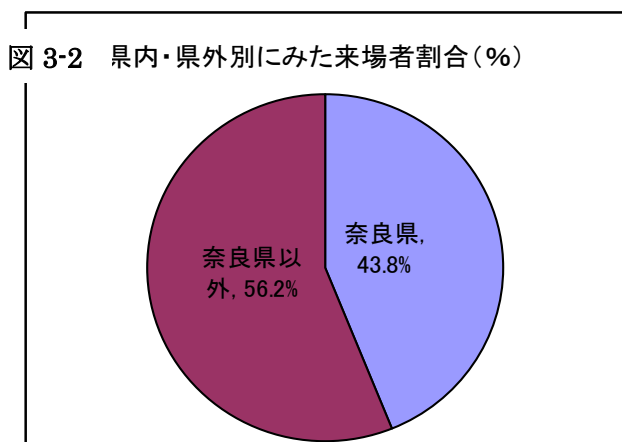
来場者がどの地域から来ているのかについては、2004 年に燈花会で行われたアンケート結果が詳細に出ているため、その結果をみていきます。

図 3-1 から分かるように、最も多かったのが大阪府の 30.0%で、地元である奈良市内を上回りました。以下、奈良市内の 26.6%、奈良県（奈良市を除く）の 17.2%、京都府の 9.0%、兵庫県の 4.9%と続いています。上記以外の地域では、北海道・東海地方から四国・九州地方まで来場者がいます。このことから全国各地からの観光客が訪れていると推測されます。また、多くの外国人観光客も訪れていると推測されます。



出所) 南都経済センター 『古都奈良の夏を演出する「なら燈花会」を分析する！:Part1』『センター月報』2004年9月号

#### 3-2-3 奈良県内と県外の比較



出所) 図 3-1 と同様

図 3-2 は、発地場所を奈良県と奈良県以外に分けてみたものです。県内の割合が 43.8%であるのに対して、県外が 56.2%となっており、奈良県以外からの来場者が県内からの来場者を上回ります。

県外からの来場者が県内からの来場者を上回っている理由は、宣伝の仕方によって影響されているのではないかと思います。そのほかの理由としては、奈良周辺地域のほうが少し外出するのに、燈花会のイベントは打って付けだと思います。

また県外の、こと大阪府をはじめとする京阪神からの来場者が多いのは、鉄道会社とのタイアップ事業によるところが大きいと思われます。

### 3-2-4 鉄道各社のタイアップ事業

燈花会は、鉄道会社（近鉄・JR 西日本）の協力を得て、車内広告やポスターなどで以下の宣伝を行っています。鉄道会社は、燈花会の期間中、利用者数が増加しています。鉄道会社にも利益がある為、鉄道会社は、かなりの部分を自社負担で行ってくれています。

また、なら燈花会の会は、鉄道会社の協力によって宣伝が行える為、その他の宣伝（遠方での講演の際等）を会員が行うことによってより大きな宣伝ができます。

鉄道会社の主な取り組みについては次の通りです。

#### ●近鉄の主な取り組み

- ・ほぼ全線の駅にポスターを掲示
- ・車内吊り広告をほぼ全車に掲示
- ・燈花会のオブジェを難破駅、鶴橋駅、京都近鉄百貨店に設置
- ・近鉄と阪神電鉄のポスター交換制度により一部阪神電鉄にもポスターを掲示

#### ●JR 西日本の主な取り組み

- ・京阪神のほぼ全線でポスターを掲示
- ・京阪神の普通列車、快速列車に吊り広告を掲示
- ・大和路快速にヘッドマークを搭載
- ・燈花会のオブジェを大阪駅、天王寺駅、奈良駅、神戸駅、京都駅に設置
- ・奈良市観光協会とタイアップして事前に大阪駅にてチラシを配布

### 3-2-5 何回参加しているか

図 3-3 によると「燈花会に何年（何回）来ているのか」という質問に対して、今年「初めて」が 61.9%、2 年目 20.9%、3 年目 7.8%となっています。以上より、年数が増えるほどに率は下がっていきます。

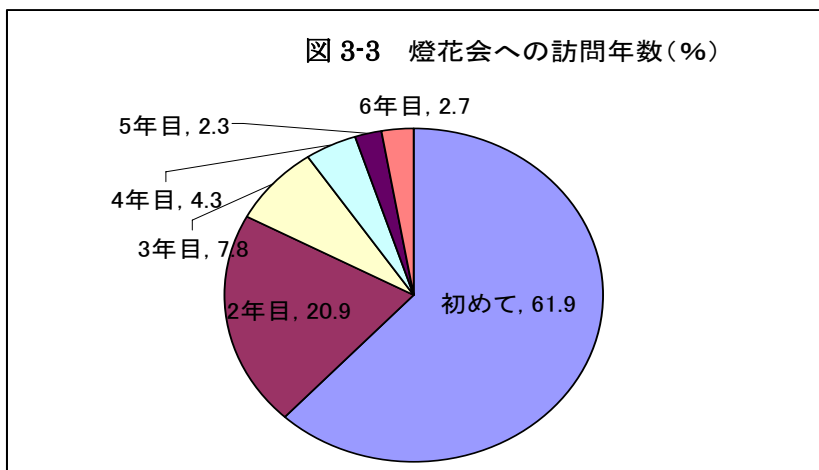
ただ、1 年目から毎年来場していて 6 年連続の人が 31 人（2.7%）もいることも見逃せません。

また発地別に来場回数をみると、

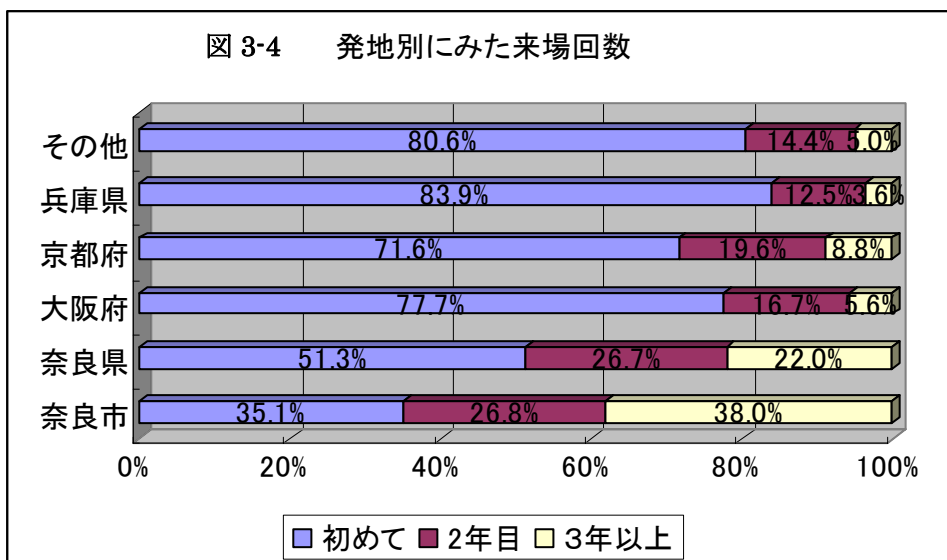
図 3-4 から分かるように奈良市では「初めて」の人は 35.1%と他の地域に比べると小数です。2 年目は 26.8%、3 年目以上は 38.0%です。

奈良市は燈花会の地元であるため、認知度が高く、3 人に 2 人（64.8%）がリピーターとなっています。

大阪府をみると「初めて」の割合は奈良市や奈良県に比べて高く 77.7%ですが、「2 年目」は 16.7%、「3 年以上」は 5.6%と少数となっています。京都府・兵庫県などについても同じ傾向が見られます。



出所) 図 3-1 と同様



出所) 表 3-2 と同様

### 参考資料

表 3-1 ⇒ 奈良市役所 『統計なら』 2004 年版、2007 年版

<http://www.city.nara.nara.jp/>

図 3-1,2,3 ⇒ 南都経済センター『古都奈良の夏を演出する「なら燈花会」を分析する！:Part1』『センター月報』 2004 年 9 月号

<http://www.nantoeri.or.jp/geppou/backno.html>

表 3-2、図 3-4 ⇒ 南都経済センター『古都奈良の夏を演出する「なら燈花会」を分析する！:Part2』『センター月報』 2004 年 10 月号

<http://www.nantoeri.or.jp/geppou/backno.html>

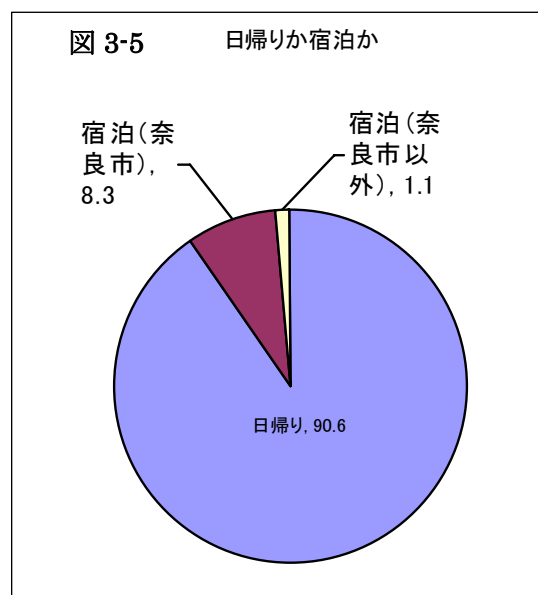
表 3-3,4 ⇒ NPO 法人なら燈花会の会

### 3-3 観光客の宿泊率・シーズン別来場者

なら燈花会の宿泊・交通機関がどのような経済効果を生み出したか。このことに注目することで、どのように集客するのがよいのかについてみる事が出来ると思います。

#### 3-3-1 日帰りか宿泊か

2004 年のなら燈花会の観光客の宿泊率は図 3-5 にみられるように 9.4% (うち奈良市内の宿泊 8.3%) で日帰りされる方は 90.6% でした。2004 年の燈花会の来場者は 70.4 万人であるので、宿泊率が 8.3% だったことから、奈良市内での宿泊数は 58,432 人 (70.4 万人 × 8.3%) と推測されます。



出所) 図 3-1 と同様

### 3-3-2 シーズン別の観光客と2008年の奈良市の潤い

奈良県内の観光客数は春・秋シーズンにピークを迎え、夏・冬の時期は比較的少ないのですが燈花会の影響で夏のオフシーズンでの観光客増加がみられます。

奈良県内からの燈花会の来場者数が43.8%で奈良県外からの来場者数が56.2%と奈良県内からの来場者数を上回っています。奈良県外からの来場者で一番多い都道府県は大阪府でした。

奈良市中心市街地活性化協議会の調べでは、2008年の燈花会開催中の日曜日、奈良市中心市街地の主要9地点（花芝商店街・東向北商店街・東向商店街・小西通り商店街・橋本商親会南都銀行前・もちいどのセンター街・下卸門商店街・三条ショッピングダイエー・三条ショッピング観光センター前）における1日の通行量は9万2877人で、昨年の調査時の8万3577人より11.1%の大幅増となりました。特に通行量最大の近鉄奈良駅を基点とする東向商店街は、2001年以来17年ぶりに2万人代を突破しました。

同協議会はなら燈花会の開催などの影響であるとしています。（『奈良新聞』2008.10.27付）

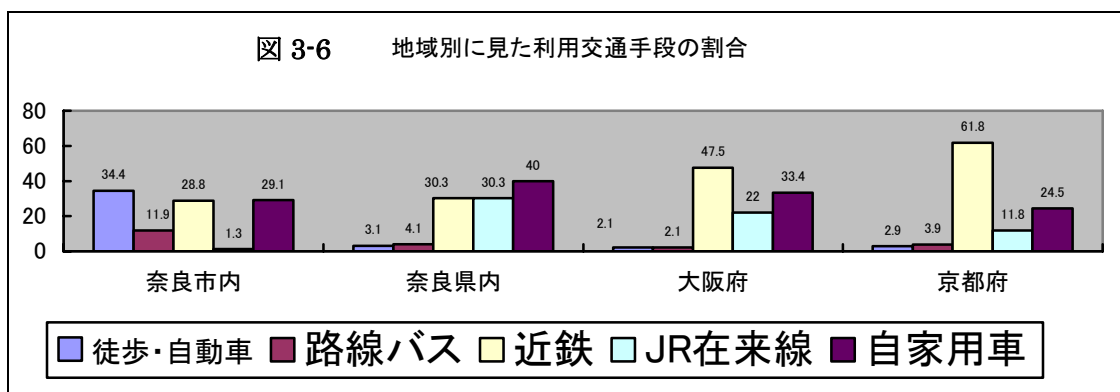
以上のことから奈良市の経済効果を高めるには燈花会会場付近の宿泊施設の整備、旅行会社と連携した燈花会の宿泊プランなどについて一層の工夫が必要だと私たちは思いました。

### 3-4 交通機関について

#### 3-4-1 利用交通手段は何か

来場客全体の交通手段は近鉄の利用者が一番多く37.1%、自家用車34.6%、JR在来線17.3%と続きます。

これを地域別にみると、図3-6からわかるように、奈良市内の人々は会場に近いことから徒歩・自転車の利用客が一番多くなっています。また奈良県内からの来場者は自家用車の利用が最も多く、次いで近鉄とJRが同じ数字で並んでいます。大阪府からの来場者をみると近鉄の利用者が一番多く、これは近鉄奈良線の鶴橋・上本町・難波駅が地下鉄・JR等との乗り換駅であるという便利さが大きな要因であると思われます。



出所) 図3-1と同様

### 3-4-2 月別に見た交通利用数

次に燈花会をもたらす交通機関への効果を、まず公共交通機関の月別利用状況についてみていきます。

表 3-5 から分かるように JR 奈良駅、近鉄奈良駅ともに夏の7, 8, 9 月の中で燈花会が行われる8月の利用者だけ急激に増えているのがわかります。

JR 奈良駅は7月の 140,600 人から 8 月の 158,900 人と約 20,000 人の増加がみられます。

近鉄奈良駅では7月から8月にかけて25%以上、約 100,000 人の増加となっています。

どの地域から来られる来場者の方も公共交通機関の利用者が多いので、燈花会は交通機関に関しても大きな経済効果をもたらしているといえます。

また自家用車の利用者が多いことから、駐車場の利用客も多いことがわかります。表 3-6 を見てもわかるように、燈花会の行われる8月は普通車の利用客が大幅に増加しています。7月は3駐車場を合わせても13,501台の利用ですが、8月には登大路の駐車場だけでこれを上回る13,625台、3箇所合計で

は25,086台と、85%以上の増加です。私たちも燈花会に参加させていただいたのですが、そのときはバスの駐車場がいっぱいで駐車するのが困難でした。駐車場によっては規模の拡大が必要なところもあるのではないのでしょうか。また臨時駐車場や、パークアンドライド等の工夫も必要かと思います。これについては後に再度、触れたいと思います。

表 3-5 月別交通機関別利用者数

	JR 奈良駅	近鉄奈良駅
1月	142,700	447,200
2月	123,500	353,300
3月	167,700	459,900
4月	165,500	453,900
5月	163,100	482,300
6月	137,800	401,400
7月	140,600	378,500
8月	158,900	473,000
9月	142,800	389,600
10月	155,200	422,400
11月	179,500	521,200
12月	142,500	402,800

出所) 奈良市観光経済部観光戦略室観光企画課

『平成19年奈良市入込観光客数調査報告』

表 3-6 観光駐車場利用状況

	普通車			バス		
	大仏前	高畑	登大路	大仏前	高畑	登大路
1月	4,784	3,524	12,969	1,280	4	155
2月	4,028	746	8,814	1,356	7	210
3月	5,352	2,214	14,436	1,647	5	513
4月	2,178	2,950	12,927	4,542	28	1,104
5月	1,585	3,562	13,356	6,417	87	1,789
6月	1,247	1,412	8,734	4,304	16	1,168
7月	4,623	950	7,928	1,695	17	420
8月	8,207	3,254	13,625	1,309	5	230
9月	4,175	1,830	9,850	2,260	26	582
10月	1,585	4,400	14,621	5,740	87	1,226
11月	984	5,510	16,023	5,799	32	1,495
12月	3,689	1,250	8,601	2,051	8	570

注) 燈花会の期間中、バスが利用可能な駐車場は大仏前駐車場のみとなります。

出所) 表 3-5 と同様の資料より作成

### 3-5 生産波及効果について

2004年の生産波及効果の推計

2004年には燈花会の来場者が支出した観光消費額（直接効果）は総額で約15億8,307万円でした。この観光消費額（15億8,307万円）から導き出される全体としての生産拡大効果、すなわち燈花会の開催によって2004年に奈良市の潤った額を計算すると、直接効果を含めた第一次生産波及効果が19億7,395万円、第二次生産波及効果が8億9,410万円となりました。したがって、全体では28億6,805万円の生産波及効果があったと推測されます。

生産波及効果とは、ある産業の生産額や価格（単価）に変化が生じたとき、産業間の取引を通じて他の産業の生産額や価格（単価）に次々と影響を及ぼす効果のことをいい、大きく生産誘発効果と価格波及効果に分けることができます。ここでは来場者による支出がもたらした生産誘発効果が大きいと思われる。

また観光消費額の内訳は、宿泊費が3億8,141万円、飲食費が8億2,354万円、交通費が2億2,493万円、土産代などが1億5,319万円です。ここからわかるように、わずか8.3%の宿泊客のもたらす宿泊費が全体の観光消費額の24%強を占めています。また飲食費や土産代等も、日帰り客より宿泊客の方が多と考えられます。燈花会の経済効果を考えるとき、宿泊客の増加が大変重要であるということがわかります。

### 3-6 今後の対策

燈花会の更なる発展を目指した『報告書』（参考資料①）を基礎に、その後とられた対策を含めてみていく中で、報告者自身の燈花会発展のための提案と犬山灯りアートが燈花会対策から何を学べるかについて、考えていきたいと思います。

燈花会が地域にもたらした経済効果は大きいと言えます。その経済効果を今後、更に大きくするためにはどのようにするのがよいのか考えていきたいと思います。

今後の燈花会発展のための対策について前述の『報告書』では、三つに分けてありましたが、それらについて検討し、報告者の提案を付け加えたいと思います。

#### 3-6-1 来場者増加対策

燈花会開催により、奈良への来訪者が増加したことにより、奈良の経済に大きな直接効果がありました。来場者が増加した理由を考えると、ポスターによる広告宣伝の効果が大きいと思われる。特に、奈良県以外からの来場者が見たのは駅のポスターや車内のつり革広告であると思われ、近鉄とJR西日本の多大な協力による影響が大きいと考えられます。そのことから、今後もこの二社の宣伝は重要だと言えます。

これらはさらに宿泊客増加対策と日帰り客増加対策とリピーター増加対策に、分けられます。まず宿泊客増加対策について考えていきます。

図3-5で示したように、燈花会は日帰り来場者の割合が高いことから、宿泊客をいかに取り込むかが第一の課題です。

この対策としては、遠方からの来場者を増やす事です。遠方の人は駅や車内で燈花会のポスター・広告を目にする機会が少ないので、旅行エージェントのパンフレットが最大の広告媒体です。(旅行エージェントとは、観光を折り込んだ旅行を計画し、旅行者に薦める仕事をしている人のことです。)

この旅行エージェントに燈花会の魅力をより深く理解していただくことによって、旅行者へ燈花会の魅力をPRしてくれると思われまます。そのため、旅行エージェントへのこれまで以上の働きかけを行うことが必要だと思われまます。

例えば、旅行エージェントに燈花会の魅力を伝えることのできるビデオを使った、プレゼンテーションを行って貰うなどが考えられます。

また、インターネットでの宿泊施設や交通機関の予約などを利用する旅行者も増えています。そのため、インターネットの有効活用をはじめ、新たな方策を考えていく必要があると思われまます。

その例として、2006年より、燈花会期間中県内の旅館・ホテルでは、インターネットの総合旅行サイト「楽天トラベル」とのタイアップによる大体的な事前広報を行っています。楽天トラベルのトップページと近畿エリアページなどで、燈花会が大きく取り上げられ、表3-7に示した燈花会の企画を組み込んだ旅館・ホテル20施設への宿泊が募られました。この結果前年度と比べ、県内141の楽天トラベルと契約している旅館で、期間中の予約が38%、プロモーションに参画した20施設では78%も増加しました。楽天トラベルと契約していない施設は、前年度とほぼ変わっていません。このため、楽天トラベルの影響は大きいとみられます。ここから、インターネットの有効活用は、来場者の増加、ことに宿泊者の増加の大きな効果があることが分かります。(『イーナラ』インターネット新聞2006.9.19)

表3-7：楽天トラベルとタイアップ、燈花会の企画を組み込んだ旅館・ホテル

奈良ホテル、奈良ロイヤルホテル、ビジネスホテルたかまど、 ホテル日航奈良、ホテルフジタ奈良、ホテルサンルート奈良、 ホテルアジール奈良、ホテルアジール奈良アネックス、ホテル美松、 ホテルワシントンプラザ、ホテル葉風泰夢、魚佐旅館、飛鳥荘、 奈良簡易保険保護センター、グリーンホテル馬酔木、 さるさわ池よしだや、奈良春日奥山月日亭など
---

出所) 参考資料②より作成

このような、インターネットの有効活用を高めるために、ホームページの更新などの早さも求められてくるでしょうし、英語版をはじめ多言語化することにより、内外に大きく燈花会の魅力を伝えていくことも必要かと思ひます。さらに、他のイベント、観光地等と組み合わせた海外からの旅行者のバックに参画していくことも良いのではないのでしょうか。

次に、日帰り来場者加対策です。

日帰り客増加対策としては、燈花会に来場した事のない人の掘り起こしが挙げられます。次に、日帰り観光客が多い中、その日帰り観光客を期間中・または来年も参加してくれるリピーターにするためには、どうしたらよいのか考えていく必要があります。この点では、奈良県周辺の大阪・京都府南部からのリピーターを獲得する事が、全体リピーター来場者の増加に繋がると思われ、増加の方策を検討して



いかなければなりません。そのためには、この2つの地域を中心にした、PRの強化が考えられます。例えば、電車の広告だけでなく、新聞などを使った、皆が目にする所へのPRを考えるのもよいと思います。

単なる観光としてのPRだけでなく、中学・高校などの、夏休みの課題や、研修旅行にも使われるようになったらよいと思います。なぜならば、燈花会は、参加型観光、NPOとして、位置づけているからです。そのために、近隣の中学校・高校へ配布物の一つとして、チラシを作成するなどの対策もよいと思います。

更に、周辺の県の中で、比較的来場者の少なかった三重県・滋賀県は、交通アクセスが悪いとは思えません。三重県からは、近鉄電車や、名阪国道などを利用して、あまり時間をかけずに来ることができます。滋賀県ならば、京滋バイパス、京奈和自動車道を通れば、日帰り圏内です。従ってこれらの地域は、日帰り圏内として、今後のPR方策によって来場者の増加が期待できる地域ではないでしょうか。PR効果の高いポスター提示に関しては近畿地方を中心としたJR、近鉄以外の鉄道会社への協力依頼も今後行っていく必要があると思われます。また、2009年には、阪神電車が阪神西九条駅から近鉄難波駅まで延伸し、相互乗り入れができるようになります。したがって、神戸からの来場者の増加も、望めると思われるため、阪神鉄道には更なるPR協力を要請することが必要と思われます。

その他にも、日帰りツアーを組むなど、旅行エージェントに協力してもらうのも良いと思います。一客一灯を行った来場者に城下町エリアで使えるクーポン券を渡すなどもよいと思います。

#### リピーター増加対策について

燈花会の来場者の中には、何年も訪れている方がたくさんいます。しかし、来場回数が1回目・2回目と増えてくると、その割合は、減っています。長期のリピーターを増やす事も重要だと思われます。その為には、参加する魅力や観光などもっと魅力に感じる対策が必要だと思われます。

具体的には、年ごとに異なるイベントを加えたり、何か得点のようなもの（何回か参加したら何かがあるというようなもの）を考えてもいいのではと思います。

### 3-6-2 受け入れ対策の強化

期間中は、周辺道路が混雑する為、駐車場の確保が困難な状態です。奈良県・奈良市では、来場者に公共交通機関を利用するようPRを行っています。しかし、他県の来場者には十分に浸透せず、全般的に自家用車での来場者が多いようです。

この対策としては、公共交通機関利用促進の徹底と駐車場、道路整備の対策が必要となると考えられます。その為、パークアンドライドを実践する必要があると考えられます。現在、燈花会開催時には、パークアンドライドは実施されていません。実施されれば、交通アクセスの悪い地域からの来場者も増やすことが出来ると思います。パークアンドライドが実施されるためには、交通機関の便利な箇所に駐車場を作ることあるいは、郊外駐車場と燈花会会場との間の送迎体制の整備や、有料パーキングを開放するなどの検討の必要があると思います。

また、公共交通機関にも、臨時列車、臨時バスの増発や拠点ターミナルへの普通列車の増発などが求められます。

### 3-6-3 更なる魅力の構築

いつも同じことを行っているのは、来場者の増加が望めません。先を見据えた、新しいイベントや展開も必要と思われます。現在は最終日近くに開催当初には行われていなかった場所（東大寺鏡池周辺・春日大社参道）で、燈火されていますが、当初にしかないイベントを考えていくのもどうかと思われます。

また、2008年に初めて火の鳥が描かれましたが、燈花会のデザインの公募をすることなども来場者の増加対策につながるのではないのでしょうか。

### 3-7 犬山城下町おどりにおける灯りアートについて

まず試験的に行われた2008年のアートについて。

成功だったとは、言い難い部分もあります。ロウソクの数が多かったことも挙げられると思います。検討すべき点を4つのポイントにまとめました。

第一のポイントとして、場所の問題があります。

第二のポイントは、一客一燈の問題です。

この二点については、4-1の犬山での灯りアートの安全性で検討をしたいと思います。

第三のポイントは、宣伝にあると思います。観光客については、日帰り客か宿泊客か、どのような地域や、年齢層を対象にするのかを定める必要があると思います。それに応じて、どのような宣伝を行っていくのか、何処で宣伝していくのかを決めて、徹底的に行っていく必要があると思われます。

第四のポイントとして、準備段階のときに、イベントの内容や、資金について入念な計画をたて、調整・決議することが必要ではないかと思われます。

今回、初めて灯りアートを行った際は、急な決定だったのでなかなか準備段階で要員が集まらず、実際に試して燈火のカップを置いてみることもできませんでした。試しにカップを置いてみることも重要なことだと思われます。

以上の4点が、今回犬山で行った灯りアートで得た、検討すべき大切なポイントであり、提案事項だとも思います。

今後、どのような形で行われるのかわかりませんが、初めて行った経験を生かして、組織作りや来場者獲得などを行っていく必要があると考えられます。

#### 参照

①南都経済センター 『古都奈良の夏を演出する「なら燈花会」を分析する！:Part2』『センター月報』2004年10月

<http://www.nantoeri.or.jp/geppou/backno.html>

②『イーナラ』ニュース：なら燈花会 楽天とのタイアップで宿泊者数大幅増加に成功

<http://e-nara.co.jp/article/2006/Daily/0919/0002.html>

## 4. 犬山灯りアートへの参加

私たちは、8月23、24日に行われた犬山城下町おどりに参加させていただきました。夏休みに奈良へ研修に行き、当日サポーターとして体験した「なら燈花会」を実際に犬山で行うためです。

犬山城下町おどりは、昨年からはまったお祭りで、犬山城に近い本町通りを使った、盆踊りや、犬山市民の団体による出店などを行い、犬山城下町を活性化するために行われています。

実行委員会は、犬山の市民団体が集まり企画、運営していました。

私たちは、新しい試みとして燈花会を「灯りアート」と名づけて行うことになりました。奈良での研修を終え、実行委員会の会議に参加させていただき、どのように灯りアートを行うかなど議論し、実際に現場を見に行ったりして企画していきました。

犬山で燈花会を行うのは初めての試みだったので、様々な問題をクリアしていかなければいけませんでした。安全性や、カップを置く場所や配置などです。特に安全面では、あまり神経質にならなくてもよいのですが、実行委員会の方の中には、火を使うので心配されている方が多かったようです。

### 4-1 犬山での灯りアートの安全性

灯りアートは、火を使うので全く危険性がないわけではないのですが、カップの中に水を入れてロウソクを浮かせるので、倒れてもすぐに消えるのです。私たちは、実際に奈良の燈花会を見て、体験しているのでよく理解できるのですが、実物を見ていない方に口頭で説明するだけで安全性を伝えるのは限界があるようでした。次の実行委員会の会議に現物を持ち込みデモンストレーションすることによって、実行委員会の方にも安全性を理解していただけました。火を使うということは、安全面を考えなければいけないので十分な説明や、実物を見てもらい納得していただくことは重要なことだと思いました。

図 4-1



この問題は、なら燈花会を初めて行うときにも問題になったようです。開催会場になっている奈良公園は本来、火気厳禁なのでどのように行うかという問題が出たようですが、消防局に実物を持って行き安全性を認めてもらい許可が出たそうです。

ただ、奈良公園の場合は、とても広い敷地で行っており、なおかつ火が燃え移るようなものが周辺にないのですが、犬山の場合は町の中に設置するうえ、本町通り(図 4-1)は、道幅が5メートルほどしかなく、お祭りのときは人の数が多くなるので、蹴っ飛ばしたり、つまずいたりなどの危険性があります。

実際に行ったときでも知らずに倒してしまうことが多く見られました。

## 4-2 灯りアート開催場所の課題

次に起きた問題が、明かりアートを行う場所です。

最初の計画では、盆踊りが行われている反対側の通りに2列で設置するということができたのですが、商店や露天商の屋台のある明るい場所では燈花会の良さを十分に出すことができません。そこで実際に通りを歩いてみて周りに電気などの明かりがなく、静かな場所を探しました。候補にあがったのが通りから外れる細長い小路でした。

そして実行委員会の会議で提案しました。しかしその通路は、許可を取っていないので設置することができないということになりました。

燈花会の良さは、暗く静かな場所に置くことです。犬山で行うにしてもなるべく静かで暗いところがよいと私たちは考え提案したのですが、開催日まで日にちが迫っていたので、残念ながら実現できませんでした。

そして色々検討した結果、一日目はどんでん館駐車場、二日目は、青木人形店のご好意により、前の駐車場と道路を使用して行うことになりました。

## 4-3 交通規制に伴う開催規模の問題

図 4-2 犬山城下町市街地図

犬山城下町おどりは、本町通を使い開催されています。通りに入る本町の交差点からなつかしやまで交通規制して開催しています。図で示すと、図 4-2 の赤い円で囲んだ部分です。盆踊りのやぐらや屋台なども道路を使用して行われています。本町通りは、通行量が割と多く、なつかしやよりも先を封鎖してしまうと車の通行に支障をきたしてしまうので、この範囲が限界だそうです。本町通り周辺は、道路の幅も狭く一方通行などもあり封鎖できる範囲が限られています。



出所) 犬山観光マップより

なら燈花会の魅力や組織の方向性のところでも提案したように開催会場の規模の大きさも灯りアートの魅力に関係してくると思います。

ただ大きいだけでは意味がありませんが現在の規模では、どこの地域でもあるような『町内会の祭り』レベルだと思います。現在でもやぐらを囲んで踊ると通路がいっぱいになってしまいます。とても観光客を呼び寄せて楽しんでもらうような状態ではないと思います。灯りアートに関しては一客一燈などを開催するならば、現在の規模では小さすぎますし、盆踊りの屋台などまわりが明るい中で、灯りアートを行っても魅力を十分に出すことはできません。盆踊りや灯りアートを行っていくには、開催場所に関しては計画的に戦略を立てることが大切だと思います。そのためには周辺の住民や商店街などの協力を得ることが必要になってきます。

#### 4-4 灯りアートの形状

灯りアートの形は、並べるだけでもきれいですが、いろいろな形を作ってもきれいです。下の図は、今年のなら燈花会の写真です。図 4-3 は、カップを等間隔に並べているの

図 4-3



図 4-4



ですが、幻想的で魅力的です。図 4-4 は、ハートの形を作ったもので大きささまざまなものが一帯にあります。ハート以外にも火の鳥などさまざまな形が作られていました。ハートの場所は、記念写真を撮る人や子供たちにとっても人気がありました。犬山城下町おどりの灯りアートでもハートの形を作り、ハートの中の一客一燈のカップを置いてもらうという試みをしました。計画の段階では、犬山城や、犬山市のマスコットキャラクターのワンマル君などの案が出ましたがカップで作るときにはなるべく簡単な形のほうが作りやすく、誰が見てもわかりやすいものができるということがわかりました。

#### 4-5 犬山城下町おどりで一客一燈

なら燈花会で行っている一客一燈を、犬山城下町おどりで灯りアートと共に実践しました。

なら燈花会での一客一燈は、祭りの魅力でもありますし、収益源でもあります。燈花会では協力金という形で、一回 500 円で行われていますが、犬山では試験的に行うことになったので協力金は頂かずに無料で行ってもらうことにしました。灯りアートのカップは 300 個用意しましたがそのうち 50 個を一客一燈用にしました。数が少ないので対象を子供たちだけにしました。

燈花会では、一客一燈の受付を設けてそこで申し込む方法ですが、犬山では通路に設置した灯りアートの入り口でカップを配布し、青木人形店前でつけ方を説明してつけてもらいました。対象は子供たちですが大半が親と同伴で来ていたので火をつけるときも安心して行えました。予想してい

たよりも評判がよく、予定の 50 個のカップはすぐに終了していました。灯りアートや盆踊りをただ見るのではなく、一客一燈を行うことによって祭りに参加できる参加型観光が可能になります。なら燈花会のように参加型観光であれば普通の祭りとは違う魅力があり、多くの観光客を呼び寄せることができ、リピーターが増えることも期待できます。将来的に祭りの規模を拡大するときのサポーターとしての役割も期待できるのです。

#### 4-6 一客一燈の事業収益について

犬山城下町おどりで一客一燈を行っていくことは参加型観光を行っていくうえで重要であると思います。しかし、この先もずっと今回のように無料で行っていくのは望ましくないと思います。今後の資金調達の方針によると思いますが、行政に頼らない祭りにするには自主事業による収益を出すことが今後の運営などにも大きく影響してきます。

ただ奈良の燈花会のような大規模で魅力がある祭りならば協力金の 500 円を払っても一客一燈をやってみたいと思う人が多いですが、まだカップの数が 300 個しかない犬山では、協力金を支払ってまでやってみたいと思う人がどの程度いるのかが問題です。それに灯りアートを行うためのカップの数も 300 個では十分ではありません。その中から一客一燈用にカップを使ってしまっただけで数は足りなくなってしまうのです。

カップやろうソクを増やし、また参加型観光として発展させるためにも、毎年持続的に一客一燈を行っていくことが大切だと思います。

#### 4-7 犬山灯りアート参加型観光の提案

魅力のところでも燈花会の参加型観光と他の参加型観光との違いは、参加者が祭りの運営を担っているということです。ぶどう狩りのような普通の参加型観光は、参加者がおもてなしを受けて楽しむというものです。燈花会や犬山灯りアートのような参加型観光は、サポーター(参加者)がおもてなしする側になり、サポーターがいなければ祭り自体が成り立たなくなってしまうのです。企画などは、会員サポーターなどが行っていますが、なら燈花会ほどの規模の祭りを行っていくには、大勢の人手が必要なのです。すなわち会員サポーターだけでは到底人手が足りず当日サポーターの存在はとても重要なのです。祭りの運営にとっても観光という意味でも燈花会の参加型観光は、他の参加型観光とは異なる魅力がある観光なのです。

#### 4-8 まとめ

以上のように、犬山城下町おどりに向けた提案やこれからの課題など様々なものがありますが、一番に提案することは、組織の在り方です。祭りの一番重要なものは運営する組織です。組織がしっかりと機能していれば、祭りの魅力を出すこともできますし、経済効果を引き出すことができます。

## 5. 犬山城下町おどりへの提案

### 5-1 市民主体の組織

これまで城下町おどりへ参加して気付いた今後の課題や問題点などを挙げましたが、これらの問題を解決していくのは灯りアートの運営組織自体です。

そのためには、市民ひとりひとりが参加し、ひとりひとりの力を発揮できる**市民主体の組織**をつくることを提案します。

### 5-2 魅力ある参加型観光

市民主体の組織をつくることと同時に、2-5で述べたように祭りの方向性を定めることが重要であると思います。

他の地域と同様の祭りや参加型観光を行っていても犬山を活性化することはできません。

県内からも県外からも多く観光客に参加してもらえるような祭りにすることが重要です。さらに持続的に参加してもらえるようになれば大きな経済効果を出すことができ、犬山を活性化させることが可能です。

従って、観光客に毎年犬山に來訪してもらえる祭りを実現させるため、魅力ある他の地域にはない**犬山独自の参加型観光**を行っていくことを提案します。

#### (執筆者紹介)

経済学部現代経済学科 2年 大嶽 雅利 (1-1-1、1-1-2、1-1-3)

同 加藤 俊誠 (1-1-4)

同 孟 凱 (2-1)

経営学部経営学科 2年 謝 歆周 (2-2-1、2-2-2)

経済学部現代経済学科 2年 金井 創 (2-2-3、2-3、2-4、2-5、2-6、4-1、4-2、4-3、4-4、4-5、4-6、4-7、4-8、5-1、5-2)

経済学部現代経済学科 3年 多島 彩香 (はじめに、3-1、3-2)

同 2年 伊藤 圭 (3-3、3-4、3-5)

同 3年 早瀬 友梨 (3-6、3-7)

地域社会特別研究室研究生報告書 2008 ー奈良から犬山への提案ー

2009年3月31日 発行

編集・発行

名古屋経済大学経済学部地域社会特別研究室

484-8504 愛知県犬山市内久保 61-1

電話 0568-67-0511 (代表)

E-mail [community@nagoya-ku.ac.jp](mailto:community@nagoya-ku.ac.jp)