論文

都市における観光とまちづくり
―― 奈良町の観光空間をめぐって ――

堀　野　正　人

はじめに

都市において観光の空間はますます人工的に、意図的に作られるようになっている。東京ディズニーリゾートやお台場はその典型であるし、全国に巨大ショッピングモール、アウトレット、フードテーマパーク、昭和レトロの商店街といったものが生み出されている。こうした諸現象には、都市空間をめぐるいくつかの大きな社会的な力動が働いている。1980年代以降、経済構造の高度化にともなって、都市機能の転換が進んできた。中枢管理や生産の機能だけでなく、商業・娯楽・文化などを対象とする消費の機能が比重を増してくる。こうした機能転換は、空間の質的変化を必要とする。対人サービスを重要な要素とするこれらの業種では、空間がサービス生産の場として必要なだけでなく、空間そのものが商品としての価値を持たなければならない。換言すれば、消費者を取り囲む空間が演出的なものとなり、そこに生み出された記号やテクストに依拠して消費が成り立つ。大都市の再開発を契機に、新たな観光スポットが形成され、注目を集めるようになった。神戸のハーバーランド、お台場、横浜のみなとみらい21、大阪天保山ハーバービレッジ、福岡のシーサイドももち、六本木ヒルズ等々。これらの大規模再開発事業は、おもに都市行政と中央の大資本の手によって計画、建設されてきた。そのため、市民個々人のレヴェルから、ましてや、外部の観光者の立ち位置から直

接的に関与することは困難であったし、ほぼ一方的に作り上げられた空間や環境が、彼らの現前に次つぎと提示されていったと言っていいだろう。その限りにおいては、人びとは新たに生み出された都市の空間を、受動的に読み解く立場に置かれていることになる。1980年代以降に展開した、こうした大都市の観光地や、テーマパーク、ミュージアムなどの演出的な空間・施設における記号やテクストの創出と解読や、それをめぐる問題については、筆者は別の機会にすでに議論を展開してきた（堀野2007、2010）。ここでは大都市行政や大資本が主導権を握る空間形成とは異なる都市の観光空間のありようについて考えてみたい。

先にふれたような、大都市の再開発によって生まれてきた観光スポットとは一線を画して、都市の歴史的な背景をもった町あるいは街の観光が活発になっている。たとえば,東京では谷中、神楽坂、築地、吉祥寺、下北沢などが、大阪ならば堀江、空堀、鶴橋といったところがあげられよう。これらの場所は、一定の歴史性をもっており、住宅や小さな商店、飲食店の混在する空間が何がしかの非日常性を含んでいるために、観光スポットとして認知されるようになった大都市の一部分である。この変化の過程で重要な鍵となるのは、比較的小さな都市域を再評価し、活性化しようとするまちづくりの動きが観光の活発化とかかわっていることである。このような都市の一部を構成する町・街をめぐる近年の観光は、関係する事業者・行政・諸団体・住民や、メディアの表象との相互作用のなかでどのような変化・発展を遂げているのだろうか。

本論では、まず都市観光論のなかでも、まちづくりと観光を連接させて都市の活性化を図ろうとする議論について簡単にみてみる。その後で、奈良市の奈良町を事例として、まちづくりと観光のかかわりのなかで奈良町という都市空間がどのように形成され、変化しつつあるのかを考える。とくに、まちづくりによってその地域の生活空間が観光空間としての性格を帯びていくなかで、両者が共生、共存している様相を照らし出し、それを可能にした要因を考えてみる。

ところで、地域の生活空間が観光空間として機能するには、来訪者がどの

ようにその空間を読み解くのかが問題となる。その際にメディアの提示する観光地のイメージは一定の役割を果たすが、観光者はそれぞれが背景にもつ文脈に規定されながら、観光のまなざしを対象となる空間に向けていく。こうした空間の表象はまちづくり側の空間認識と演出にも作用していく。ひとたび観光と結びついた空間を持続していくには、まちづくりに取り組む人々が、その方向性をふまえながらも演出的に自らの空間を構築することが必要となってくるが、こうした問題にもふれてみたい。

1. 都市の観光とまちづくり

1990年代に入ってから、都市観光に関する議論が活発になってきた。先行する研究では都市観光の概念について次のような点が指摘されている。まず、都市観光の魅力を構成する基本的な要件として、ショッピング・飲食・娯楽等の消費の中心、近代建造物、芸術鑑賞、スポーツ観戦、イベントなどの施設や機能の集積に加え、祝祭性、伝統と変化の両面性、情報・文化の中心などの性格があげられている。

また、こうした要件が成り立つような都市を具体的に考えるならば、一定の歴史をもち、複合的な機能とその集積を有する大都市に限定されてくるだろう[1)]。したがって、その例としては、東京、大阪や札幌、仙台、横浜、神戸、広島、福岡などがあげられることになる（北條2001：9）。

さらに、都市観光の議論の多くが政策論的なアプローチをとっていることが注目されよう[2)]。大都市空洞化の対応として再開発が行われた結果、娯楽・文化・商業などの複合的な集積地域が生まれて観光地として発展してきた。都市行政も経済的効果を目的に、戦略的にそうした空間の形成を推し進めるようになった。「都市観光」はこのような背景の下に登場してきたため、政策的な志向の強い概念であるということができる。

しかし一方で、こうした大都市を対象にした政策論としての都市観光論とは異なる都市観光論が一部で展開されていることも見落とすわけにはいかない。それは、各地域の過疎化や産業活動の低迷や財政難といった社会経済的

な背景の下に、地方の中小都市を対象に展開される議論である。そこでは、観光の成立条件に関して歴史を有する大都市の優位性を指摘しつつも、規模や性格を異にするすべての都市に都市観光の可能性を認める主張がみられる。たとえば本保芳明は次のように述べる。

> 現代の旅人は、ますます「本物」と「地域らしさ」を求めて旅をするようになっている。「どこにでもあるもの」ではなく、「きらりと光る」ものさえあれば、交流人口を増やすことは可能である。どんな小さな普通の町にも、その地域らしい、きらりと光るものがあるはずであり、その意味であらゆる都市に都市観光の可能性は開かれているのである（本保2003：65）。

また、井口貢も同様に、「一般に観光都市といわれる街でなくとも、都市観光の空間や機会は存在するはず」であり、「人口わずか数万人の地方都市でも、素晴らしい都市観光の場は存在し得る」という（井口2002：65）[3)]。

こうした都市観光論の主張は、まちづくりを基軸に観光を発展させていこうとする論の構成をとっている。つまり、都市＝まちと解釈し、都市の観光とは、魅力あるまちづくりを進めて、それに共感を示す人たちが訪れることによって成り立ち、その結果として経済的・文化的等の諸効果も達成できるという議論が展開されることになる[4)]。

そこで、中小の都市も含めて、まちを観光とかかわらせる議論について簡単にふれておこう。おおむね1990年前後から、観光とまちづくりが連動しつつ発展をみる事例が顕著になってきた。湯布院はその先駆的な事例であるが、ほかにも、小樽、川越、小布施、飛騨古川、三州足助、長浜、境港、琴平、内子、綾などを挙げることができよう。こうした地域の観光の新たな動きを理論化して表現しようとするものとして、地域主導型観光、自律的観光、内発的観光開発、まちづくり型観光、観光まちづくり、などがある[5)]。そこに共通するコンセプトは、地域の住民、企業、行政、NPOなどが主体となること、地域の歴史、自然、文化、産業、生活等の魅力を発掘・創造して個性を発揮すること、地域の自然・社会の環境と共生できるような持続可能な発

展をはかることなどである。またそれらの議論は、まちづくりの過程で、地域の魅力を掘り起こしたり創り出したりすることが、地域の外の人々との共感や交流につながり、同時に、外部の目を通して地域の魅力を見出し、まちづくりを進めて行くというように、地域と観光の相互発展的な関係に着目するものでもある。こうした観光の議論を一括して、ここでは「まちづくり観光論」と呼んでおく。

まちづくり観光論では、東京を典型とする大都市と対照的に、地方において経済的な発展から取り残された中・小都市が事例として多くあげられる。そこに見られる一定の共通性は、歴史的には地方の商業の中心地として発達し、独自の文化を育んできた都市が、地域の諸資産をアレンジし、観光を通してそれらを活用することによって都市の活性化を図っていることである。しかし、こうした都市＝まちの活性化と観光の関係は、地方の中小都市に限られるわけではない。大都市（圏）においても、それを構成している地域としての都市は存在するし、とくにそれが商業地区としての歴史性をもつ場合、まちづくり観光の対象となる可能性が出てくる。また、別の見方をすれば、都市の観光を分節化したとき、地元の住民や事業者、非営利団体等が関与する「まち」のレヴェルで、まちづくりと関連しあう観光を見出すことができよう。

さて、このように都市においてまちづくりと連動させた観光の展開をみることができるとして、そこから生成発展する観光空間の様相はどのように捉えることができるだろうか。

都市空間の表象の仕方や空間的な記号の解読のありようは、観光固有の構造と特質を帯びている。つまり、非日常の楽しみを誘発する何がしかの差異と、それがメディアを通して記号化され、社会的に認知されてこそ観光の空間は成立する。だが、その過程において、小規模の都市あるいは町・街では、多元的な主体が関与するために、それらの異なる空間認識や、その望む方向の多様性によって、錯綜した空間表象と実際の観光地形成が進むことになるものと推測できる。まちづくり型の都市観光も、多様な因子の相互作用のなかで、つねに構築され続けており、そのプロセスの終端として現在の姿があ

るに違いない。そして、考察の基本スタンスをこのように取るならば、都市を舞台とするまちづくり観光を一様に公式化・理想化して、静態的に捉えるのではなく、個々の事例の具体的な変化の過程を通じて、都市＝まちの観光を捉え返すことが必要になってくるだろう。

こうした問題意識を背景にもちながら、以下では奈良町を事例に取り上げて考察してみたい。奈良町は中世に成立し、商業都市として発展を遂げてきた地域であるが、近年では古い町並みや個性のある店、あるいはレトロな雰囲気を楽しむ人々が訪れ、観光地として注目を集めている。その背後には、1970年代からのまちづくりの過程が潜んでおり、観光空間の形成におおきくかかわってきた。その結果として、観光が生活圏を変質させてしまうのではなく、相互に連関しつつ、バランスをとって共生してきた姿がそこにはある。しかし現在、そうした調和も崩れつつあり、今後、まちづくりに関与する諸主体が奈良町をどのように表象し、具体的に空間を構成し、どのような観光者をひきつけていくのかが問われている。

2. 奈良町におけるまちづくりの進展と観光空間の形成

奈良町は、もともとは旧市街地全域をいうが、現在では猿沢池のあたりから南に広がる、元興寺の旧境内を中心とする地域をさす。まず、その歴史をごく簡単にふり返ってみよう（近代までの歴史的概略は永島1963に依拠している）。奈良町は平城京の外京にあたり、遷都後も寺院を中心としたこの周辺は「南都」と呼ばれ宗教都市として生き残った。鎌倉時代になると寺院の周りに職人などが集まり、「郷」と呼ばれるまちが形成され、元興寺の境内地を侵食するように商業都市として発達をみたのが奈良町である。室町後期には領主支配が崩れて郷民は町人となり、自治を行い町衆の文化を培っていく。江戸時代には特産の奈良晒で栄えるが、中期から奈良見物が盛んになった。また、伊勢への街道が地域を縦断していたことから、沿道は旅籠や遊郭でにぎわい、観光都市としての性格を色濃くしていった。近代以降は、廃仏毀釈の影響を受け一時沈滞するが、蚊帳の生産など商工業が再び盛んになる。

大正に入ってからは、奈良への観光者の増加が奈良町の復興と発展の原動力となる。しかし、戦後高度成長期には奈良町周辺の都市化が進み、1980年頃から人口の流出・減少が顕著になり、衰退の方向をたどりだす。

現在では、奈良町は東大寺、興福寺、奈良公園などと並んで、ガイドブックでも独立したエリアとして扱われるような観光スポットとなっている。衰退しかかった奈良町の観光地化はどのようにして進んできたのだろうか。それは1980年頃からはじまったまちづくりとおおきくかかわっている。

1979年、奈良町を横断する道路を拡幅する事業をきっかけに、市民が奈良地域社会研究会を設立し、歴史的環境や地域の特性を生かしたまちづくりの方策を問うことになる。その後、同研究所は奈良まちづくりセンターへと発展し、シンポジウムの開催、自主研究、まちづくり団体とのネットワークの形成などを活発に行っていく。また、80年代後半から奈良町には、奈良町座、さんが俥(くるま)座、奈良コミュニティFM、なら･町家研究会といった新たなまちづくり団体が発足していった。

一方、奈良市は、まちづくりセンターから提案された「奈良町博物館構想」を引き受ける形で、1992年に奈良町の振興を目的とした「ならまち賑わい構想」を打ち出す。そこでの課題は、人口の減少と高齢化が進行し、古い町家が取り壊された跡地が駐車場やマンションに転用され、歴史的町並みが損なわれつつある奈良町の現状に対して、「活性化」と「町並みの保存」に同時に取り組むことであった。まちづくりの基本方針として、住環境の整備、新しい文化の創造、観光と地域産業の活性化が掲げられた。

1994年に奈良市は奈良町を都市景観形成地区に指定し、修理・修景の事業助成によって歴史的町並み景観の維持を図るようになる。また、町並みに調和した公共施設の建築に積極的に着手していった。具体的には、写真美術館、ならまち格子の家、史料保存館、なら工藝館、杉岡華邨(かそん)書道美術館、ならまち振興館、音声(おんじょう)館、名勝大乗院庭園文化館などの文化施設である。これと平行して、奈良町資料館、オリエント館、時の資料館などの民間人による小さな博物館が開設されるようになった。

このように、地域に関心をもつまちづくり団体と行政が連携しつつ、「な

らまちわらべうたフェスタ」などのイベントの開催を契機にして住民も巻き込みながら、奈良町という空間を形成していった。

一方で、奈良町は全国的な町並み保存運動の高まりを背景に、メディアを通じて徐々に外部にも知られるようになった。また、90年代に入ると古布を利用した雑貨などを扱う店も開業し始め、中高年層の女性を中心に人々が訪れるようになり、徐々に観光地化が進んでいった。近年では、カフェ、レストランの増加と対応して若い女性が来訪者の主流となっている。

3. 奈良町という観光空間とその多様な表象

奈良町の空間の特徴はおおむね次のように捉えられる。まず、平城京までさかのぼる古い町割りが現在も存続し、狭い路地が張り巡らされ、迷路のようになっている。うなぎの寝床と呼ばれる敷地を単位に伝統的町家が残り、それらが構成する町並みが景観のひとつの基調をなしている。また、元興寺をはじめ多くの社寺が存在している。民俗的な信仰の表れとして庚申堂が存続し、地蔵尊も辻々に見受けられる。庚申信仰にもとづく赤い身代わり猿のぬいぐるみは、家々の軒先を飾って町の空間に一体感を与えている。さらに、このような歴史的に形成された空間の中に、さきに述べた博物館・美術館等の公共の展示施設と私設の小さな博物館が点在している。

だが、町家や社寺の景観だけが奈良町を特徴づけているわけではない。それらと混ざり合って、昭和から現代にかけての住宅や、こじんまりした個人商店が並び、昔の看板や木製の電柱が古めかしい眺めを作り出している。酒屋や米屋や銭湯といった生活に密着した商売と、それらを日常的に利用する地元の生活者の営みは、現在ではあまり見られない情景となっている。

当地の知名度が上がるにつれ、雑貨や飲食を扱う店舗が増加していき、それが奈良町の空間を形作るひとつの要素となってきた。店は古くからの町家を使って営業しているものばかりでなく、戦後の一般的な木造和風建築を改造したものや、現代的に設えたデザインのものまで多様である。

このような諸要素の、いわば掛け合わせたものが奈良町の空間と考えられ

る。しかし、まちづくりによって形成されてきた奈良町の空間は、そのまま観光の空間となるわけではない。来訪する人びとにとって、非日常的な差異のある、なんらかの楽しみを誘発するものに観光のまなざしが注がれ（アーリ1995）、彼らの欲求を充足したときに、はじめてそこが観光空間となるからだ。言い換えれば、奈良町という空間を観光の楽しみを与える記号やテクストとして解読していく観光者の行為が欠かせない。観光メディアはこうしたまなざしを形成し、再生産していく上で大きな役割を果たしている。実際、ガイドブックを見れば、格子戸の古い町並み、庚申さんの身代わり猿、町家を再生した食事処やカフェや雑貨店、ユニークな博物館といった、奈良町の観光空間の典型的なイメージが並べられている。

たしかに、メディアの与える影響は大きいにしても、実際に奈良町を訪れた観光者は、何を見て、どんな関心を寄せ、どのように記憶し、そして語るのだろうか。ここでは、インターネットのブログにおいて、奈良町の空間がどのように読み解かれ、描かれているのかを参照してみよう[6)]。そこに掲載された写真や旅日記の文章から、観光空間としての奈良町の様相をかいまみることができよう。

ブログのなかで古い町並みと並んで多く記されているのは、食事処やカフェないし甘味処に関する感想や紹介である。食事処では古い民家を再生し、和風の趣向で設えられた店がよく取り上げられている。カフェはガイドブックに掲載されていないものも多く紹介されている。

奈良町の写真を撮りに来て、その作品を掲載している例がいくつか見られるが、被写体としては必ずしも有名な社寺や文化財級の町家が取り上げられるわけではない。むしろ、特別ないわれのない町並みや路地裏がフレームの中に収められることが多い。そこでは、眼科医院や銭湯の古びた建物や路地裏の飲み屋、とうに本来の意味を失った看板や蔦のからまる民家といったものが好んで選ばれ、レトロな雰囲気のある対象にまなざしが向けられていることがわかる。

近年のペットブームが背景にあるものと思われるが、犬や猫にまつわる記事も目につく。犬の同伴が可能なカフェや、店で飼われている10匹ほどの猫

と時間をすごせるカフェのことが綴られ、写真も犬や猫が主役として撮られている。このほかにも自転車でのツーリングを趣味としている人たちがとらえる奈良町がある。それは、走ることで風にふれる空間としての奈良町である。

もう一つ注目されるのは、2008年に放映されたテレビドラマ「鹿男あをによし」のロケが行われた古い町家や店が、見るべき対象として語られていることである。この場合には、ドラマの登場人物やストーリーを介して空間が解読されている[7)]。

このように、一言で観光空間といっても、観光者の背後にある異なる複数の文脈や位相から奈良町はとらえられ、解読されていることがわかる。物理的な空間は単一でありながら、意味論的な空間としては一つには収束されず、さまざまに成り立っているともいえよう。

こうした複数の解読や楽しみ方が可能となったのには、先にふれたように、奈良町という空間の混在性や雑多な性格が強くかかわっているだろう。それは、長い歴史の積み重ねの上に、現代の生活をめぐる環境の変化に対応しながら、徐々に形作られた町の姿そのものにほかならない。

4. 生活空間と観光空間の共生

ここまで見てきたように、まちづくりによって形成されてきた生活空間と、観光のまなざしを注ぐ人々が描く奈良町は、微妙にずれながらも大きな軋轢やひずみを生じることはなく、いわば両立してきた。では、生活地と観光地のこうした共生の状況はどのような要因によって可能となっているのだろうか。

観光地化の進展とともに商業活動が盛んになり、それまでの奈良町の雰囲気や景観、コミュニケーションの取り方などに影響を及ぼす。つまり、地元で観光にかかわる事業(者)と生活空間との関係が問題となる。これに関して上田恵美子は、奈良町のまちづくりの過程で生まれてきた新旧のコミュニティ――外部から入ってきた事業者やまちづくり団体のコミュニティと古く

からの地縁的組織――の連携による、ゆるやかな管理があったことを指摘している。たとえば店を営む場合、派手な看板を出さない、路上に商品を広げない、音を出さない、呼び込みをしない、といった空間の秩序は、暗黙の慣習として守られてきた。また、奈良町の事業者の間に、観光と距離を置く意識が共通にみられるという。事業者の多くは観光者を相手にした商売をしているとは考えていないようだ。観光化が進んでもそれに同調するのではなく、店の空間や品揃えにこだわりをもった個性のある経営が志向されている（上田2003：72-73）。こうした距離感が、生活と観光の適度のバランスを維持してきたひとつの要因である。

奈良町の生活空間としての性格は、観光者のアクセスにも影響を及ぼしている。奈良町のほぼ中央に位置している奈良町情報館では観光案内を行っているが、そこで受ける最も多い質問は「奈良町ってどこですか？」というものである[8)]。奈良町は行政区画としては存在しないし、出入り口も範囲も不明な観光地である。このわかりにくさは外部からみれば不親切と評され、明確な案内表示を求められる原因となってきた。たしかに、明瞭なゲートやランドマークもなく、境界性もはっきりしないのは観光地としては不備かもしれない。しかし、この場所がわかりにくいがゆえに、観光者を容易には寄せつけなかったのであり、急激に観光地化することを間接的に防いできたのだろう。

では、地元住民は観光地としての奈良町と、どのような距離をとってきたのだろうか。都市景観形成地区として奈良町が指定されたころは、地元住民のなかに観光に対する警戒や反発があったという。しかし、その後、古い町並みや個性のある店、あるいは懐かしさを感じさせる町の雰囲気に惹かれて観光者が増加するにつれ、地域の側も徐々に観光に対する理解を深めていった。観光者の流入の増加とともに、町家を店舗として貸し出したり、自ら開業したりすることが増え、経済的な実利が上がるようになったことも観光の許容とつながった。また、奈良町が全国的に知られ、映像作品の舞台としても用いられることは、住民にとって、ある種の誇りを感じさせるようになった。かつて旧市街に住んでいることは決して自慢にならなかったというが、

今では奈良町という名前を進んで使うようになったのはその現われだろう[9)]。

ところで、奈良町におけるまちづくりと観光の関係は、この空間を表象する「奈良町」という呼び名に象徴的に表れている。「奈良町」は1898年の奈良市制施行とともに使われなくなっていった。地域の人々に再び用いられるようなったのは、実はこの30年ほどのことなのである。奈良地域社会研究会での勉強会をきっかけに、まちづくりを進める人たちが積極的に用いだし、かつてこのあたりが「奈良町」と呼ばれていたことが知られるようになった。つまり、地元の人びとに奈良町という概念が浸透していく過程と、観光地として奈良町が評価されていく過程とが重なり合っていたのだ。したがって、現在の奈良町という空間認識は、まちづくりと観光の両面から形成されてきたといえるだろう。

5. まちづくりによって構築され続ける観光空間

観光地化が進展するにつれて、当該地の空間はまちづくりのコンセプトを離れていき、町並み景観の乱れや、店や商品の内容の非個性化が進み、いわゆる俗化を招くことは、まちづくり型の観光地といえども避けられない傾向である。今、まちづくりの主体が観光空間をいかにしてコントロールするかがいろいろな地域で問われている。

奈良町においては、新規の事業者のみならず、地域住民がまちづくりと観光地化の過程を調和的に進めてきた。それは必ずしも意図された計画的なものではなく、どちらかといえば、自然の成り行きに任せた事後的なバランスのとり方であったかもしれない。しかし現在、奈良町を訪れる人のなかには、マナーを欠く者や、話題の店のみを目指し、町には関心を示さない者もいる。また、事業者の中にはこれまで維持されてきた暗黙の慣習や規範を守らない者も出てきた[10)]。さらに、大手チェーン店やキャラクターグッズを販売する店舗が参入してくる可能性も否定はできない。

空間の構成や質を変えてしまうであろう、こうした状況に対して、奈良町のまちづくりはどのような展望をもちうるだろうか。町に招きたい観光者を

招くためには、奈良町の空間をそのように演出していくことが必要になるだろう。上に述べたように、この町を楽しむための鍵は、生活地であるがゆえの多元的な要素の並存であった。奈良町では、飲食、物販といった商業だけでなく、地域の歴史性や、そこに住まう人たちの生活と連動している文化を提示していくことが模索されている[11)]。たとえば、芸術家の創作活動、伝統芸能の活性化、職人の技の継承などを、町家の再生活用と連動して図っていくことである。すでに、こうした方向を意識した実践の例として、町家での邦楽演奏会や、お寺などを会場にした落語会の開催がある。また、奈良町振興財団は、2008年から「ならまちナイトカルチャー」というイベントを開催し、狂言・雅楽の鑑賞や握り墨・奈良筆づくり体験などの機会を提供しはじめた。

また、最近の興味深い事例に、地元の大学生によって作られた楽生座の取り組みがある。彼らは、奈良町を訪れる若い世代に歴史文化とは違う町のおもしろさを伝えるため、既存のメディアの視点とは異なる町のマップを作っている。たとえば、かつて芸妓の写真の撮影スポットとして定番となっていた松の木や、墓石が組み込んである路地の石壁といった、地元の人ですら知らない情報を提供している。将来的には観光者が町を散策して探し出したことを、自ら書き込んでマップを完成させていくものにしたいという[12)]。

奈良町の空間の混在性に根ざしたこれらの戦略的な文化提示は、外から来る観光者にとって奈良町らしさを実感させ、観光空間の再構築に作用していくことになろう。

奈良町が、ひとたび観光地としての評価を受けた以上、そこから退行することは難しい。まちづくりに観光(者)の存在が前提となってきた今、どのような人々を招き、どのような空間の魅力を提示するのかを、より自覚的・意図的に考えねばならない段階にきている。

むすびにかえて

全国でまちづくりと観光を相互に関連づけながら発展させている地域が増

えてきている。奈良町の1970年代以降の変遷も、そのひとつの事例としてあげられる。また、こうした動きを捉えて、都市＝まちと解釈し、まちづくり観光論の視点から都市の観光が論じられている。

まちづくり観光の要諦のひとつは、地域が主体的、自律的に、その社会・文化に根ざした観光の推進を図ることであり、したがって、地域における観光と生活が共存できていなければならない。

奈良町の観光空間の成立には、その歴史性を背景にしつつ、諸要素の混在性や雑多な性格が強くかかわっていた。また、こうしたホスト社会側の空間形成と同時に、観光者の空間の解読も不可欠の条件である。観光者の背後にある異なる複数の文脈や位相から奈良町はとらえられ、解読されていることを示した。奈良町という物理的な空間は単一でありながら、意味論的な空間としては一つには収束されず、さまざまに成り立っている[12)]。つまり、奈良町における、観光者、行政、事業者、住民はそれぞれに奈良町の表象を生み出してきたわけだが、それらが対立・矛盾するのではなく、併存・調和するかたちでこれまで観光地空間が形成されてきた。

しかし、これまでの観光地の展開が示すとおり、商業主義の前景化や外部資本の参入、観光行動の消費志向といった現象が進む時、観光の生命線である「差異」が薄れ、結果的にはまちづくりの動向や地元住民の生活との乖離を引き起こす。むろん、現実は単純な二項対立では説明しえないが、あえて現在の奈良町をめぐる表象の対抗軸を描くならば、一過性の観光者が大挙して訪れる、おしゃれなカフェが点在する町というマスメディア的な表象と、歴史と生活に根付きつつ、新たな文化を創造する町として、個々のまちづくり組織や事業者が発信する表象とのせめぎ合いということになろう。

本文で示したように暗黙の規範も弱まりつつある今、「奈良町」の表象は、これまでにはない力関係の配置の中で進められるであろう。まちづくりを基軸に据えた、生活と観光が共存できる多様性のある観光地として構築できるかどうかは、「奈良町」の表象と符合する文化提示を進めることで、「差異」を持続しうるか否かにかかっている。

本稿は2008年度県費共同研究助成（テーマ：「古都」における観光と景観の相関性に関する史的考察）を受けて作成されたものである。

注

1）van den Berg,Lらは、都市観光の成長が見込める欧州の大都市の事例として、アントワープ、コペンハーゲン、エジンバラ、ジェノバ、グラスゴウ、ハンブルグ、リヨン、ロッテルダムをあげている（van den Berg,L 1995）。
2）例としてロー1993、金澤1998、前田2002、堀川2003、溝尾2003、太田2004、淡野2004などがあげられる。
3）この他にも、梅川智也の次のような指摘がある。「いわゆる地方都市といわれる都市でも、まちづくりの総仕上げとして、観光が意識されるようになってきたし、これまで観光とは縁のなかったいわゆる「企業城下町」、工業や製造業など第二次産業に特化した都市も、近年は魅力ある都市づくりの一環として観光を正面からとらえようとしている」（梅川1994：52）。
4）本保は、都市観光を活かしたまちづくりの効果は、交流の活性化および観光産業の振興であり、都市景観の向上、生活の質・知恵の充実、自信と誇りの醸成など、都市生活の豊かさを向上させることである、としている（本保 2003、pp.63-72）。
5）石森 2001、西村 2002、井口 2002、上田 2003、堀野 2003、安村 2006などを参照。
6）分析の対象としたのは、2008年11月1日から12月30日までに更新されたブログ（Yahooによる検索）で、奈良町への来訪に関して記していた103件である。
7）2009年10月には奈良町で「鹿祭りあをによし」というイベントが開催された。ドラマのロケ地マップの作成や劇中で使用された鹿ロボットの展示などが行われた。映像作品の中の奈良町という表象が繰り返し確認されているといえるだろう。
8）奈良町情報館での聞き取り（2009年３月）による。
9）田中宏一氏（奈良町座）からの聞き取り（2009年３月）による。
10）上田恵美子氏（奈良まちづくりセンター）からの聞き取り（2009年３月）による。
11）三井田康記氏（さんが俥座）からの聞き取り（2009年３月）による。
12）水野幸子氏（楽生座）からの聞き取り（2009年３月）による。

［参考文献］

アーリ・ジョン（加太宏邦訳）1995『観光のまなざし』法政大学出版局［John Urry 1990, ***THE TOURIST GAZE : Leisure and Travel in Contemporary Societies,*** Sage Publications Ltd..］。

井口貢 2002「アーバンリゾート再考―都市観光って何だろう？―」井口貢編著『観光文化の振興と地域社会』（第5章）、ミネルヴァ書房、pp.65-80。
石森秀三 2001「内発的観光開発と自律的観光」石森秀三・西山徳明編『国立民族学博物館調査報告21 ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』国立民族学博物館、pp.5-19。
上田恵美子 2003「まちづくりと観光地形成　―奈良市奈良町の事例より―」山上徹・堀野正人編著『現代観光へのアプローチ』白桃書房pp.63-78。
梅川智也 1994「都市観光の時代」財団法人日本交通公社調査部編『観光読本』（第Ⅱ章2）、東洋経済新報社、pp.52-62。
太田修治 2004「都市文化の集客・観光力についての一考察」『日本観光学会誌』第45号、pp.41-55。
金澤成保 1998「都市の観光振興」長谷政弘編著『観光振興論』（第12章）、pp.149-161。
淡野明彦 2004『アーバン・ツーリズム―都市観光論―』古今書院。
永島福太郎 1963『奈良』吉川弘文館。
西村幸夫 2002「まちの個性を活かした観光まちづくり」観光まちづくり研究会編『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい、pp.16-32。
van den Berg L., van der Borg J., van der Meer J.,1995, *Urban Tourism,* Ashgate Publishing Limited.
北條勇作 2001「都市観光」長谷政弘編著『観光学辞典』同文舘出版、p.9。
堀川紀年 2003「観光と都市政策／「都市型観光」を考える」堀川紀年･石井雄二･前田弘『国際観光学を学ぶ人のために』（第4章）、世界思想社、pp.88-107。
堀野正人 2003「まちづくり型イベントと観光―“大和さくらい万葉まつり”を事例として―」山上徹・堀野正人編著『現代観光へのアプローチ』白桃書房、pp.79-90。
――― 2007「都市における演出空間と観光」『奈良県立大学研究季報』第17巻第3･4合併号、pp.83-94。
――― 2010「観光の都市空間の創出と解読」『奈良県立大学研究季報』第20巻第3号pp.5-30。
前田武彦 2002「京阪神・三都観光からみた神戸」太田修治・中島克己編著『神戸都市学を考える―学際的アプローチ』（第8章）、ミネルヴァ書房、pp.207-223。
溝尾良隆 1994「都市観光地」『観光を読む』古今書院、pp.40-63。
――― 2003「隆盛の都市観光地」『観光学―基本と実践』（第4章3）古今書院、pp.71-89。
本保芳明 2003「都市観光でまちづくり」都市観光でまちづくり編集委員会『都市観光でまちづくり』（第3章）、学芸出版社、pp.61-84。
安村克己 2006『観光まちづくりの力学　観光と地域の社会学的研究』学文社。

ロー・クリストファー（内藤嘉昭訳）1997『アーバン・ツーリズム』近代文芸社［C.M. Law,1994, *Urban Tourism : Attracting Visitor to Large Cities,* Mansell Publishing Limited.］。