

平成 18 年度国土施策創発調査

京都を中心とした歴史都市の総合的魅力向上調査報告書
集成版

平成 19 年 3 月

国土交通省 近畿地方整備局

【 目 次 】

I . はじめに.....	1
1 . 調査の背景.....	1
2 . 調査の目的.....	1
3 . 調査の対象地域	1
4 . 調査の実施体制	1
5 . 調査フロー（検討経過）.....	3
II . 歴史都市が抱える構造的な問題と魅力創出の方向性	4
1 . 歴史都市の現状	4
2 . 歴史都市における魅力創出の方向性.....	5
III . 総合的魅力向上のための取り組み	6
1 . 「総合的魅力向上」に向けた基本理念	6
2 . 「総合的魅力向上」のための基本戦略	8
3 . 基本戦略実現に向けた調査の実施	9
4 . 東山地区におけるケーススタディ	10
5 . 個別調査の成果	13
IV . 「歴史都市の総合的魅力向上」の手法の提案	15
1 . 個別調査からの示唆	15
2 . 歴史都市の総合的魅力の向上のための手法	16
3 . 今後の推進上の課題	17
V . 各個別調査の概要.....	18

1. はじめに

1. 調査の背景

「古都京都(京都市, 宇治市, 大津市)」は, 平安京以来, 日本文化の中心地としての歴史を重ねてきた地域であり, 世界文化遺産「古都京都の文化財」の 17 社寺をはじめ, 国宝の 24%, 重要文化財の 17% を占めるなど, 日本の財産が集積しているといえる地域である。また, 例えば源氏物語では主たる舞台は京都であり, 宇治十帖の舞台は宇治, また, 作者の紫式部が執筆したとされる石山寺は大津市であるなど, 歴史的にも縁が深い地域である。

このため, これら3都市では地域の歴史や文化を活かした観光振興のために, 歴史文遊回廊事業に取り組むなど, これまでから様々な連携事業を行ってきた。

しかしながら, 近年, 国際化の進展や生活様式の画一化により, これら「古都京都」を構成する3都市の歴史的な町並みや伝統的な文化が急速に失われていくという危機的な状況を迎えている。例えば京都では歴史的な町並みを構成する京町家が, 平成 10 年度に 28,000 軒あったものが, 7年間で 13%, 年間 500 戸を超えるペースで減少するとともに, その跡には, 全国画一のマンションや業務用ビルが乱立するなど景観破壊の問題が生じ, 一自治体だけの努力では歯止めが効かない状況にある。このままでは, 国家的財産である「古都京都」の景観や伝統文化が消滅するおそれがあり, 「時を超え光り輝く京都の景観づくり審議会」において, 「京都の景観問題に対する緊急提言」が本年3月に出されるなど, 「古都京都」の歴史的景観や文化財の保全・再生, 伝統文化の継承は, 喫緊の課題となっている。

2. 調査の目的

国家的財産である「古都京都」をモデルに, 国及び「古都京都」を構成する3都市が連携し, 歴史都市の景観の保全・再生, 歴史都市の文化財の活用, 歴史都市の魅力発信, 観光客等による歴史都市の魅力の再発見, (~ の結果としての)日本人の意識向上による歴史都市の景観の保全・再生の一層の進展, といった歴史都市の魅力を向上させる循環システムの構築を図ることを目的とする。

3. 調査の対象地域

京都市, 大津市, 宇治市

4. 調査の実施体制

(1) 調査の実施主体

国土交通省近畿地方整備局

京都市(発案者), 大津市, 宇治市

(2) 調査の参加主体

国土交通省住宅局市街地建築課, 国土交通省都市・地域整備局都市計画課,
国土交通省総合政策局観光地域振興課, 国土交通省近畿地方整備局建政部都市整備課,
国土交通省近畿運輸局企画振興部観光振興課, 文化庁文化財部参事官

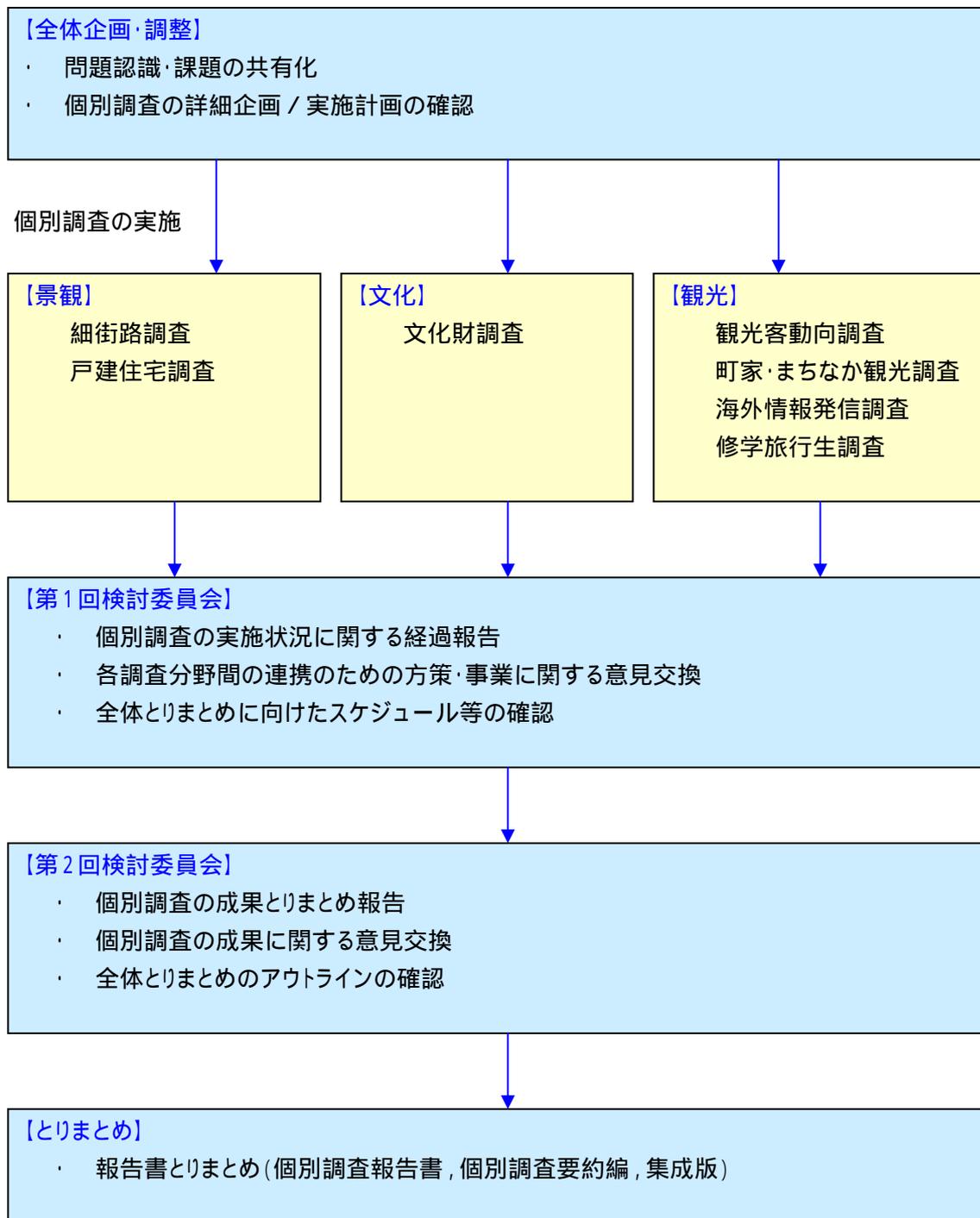
(3) 調査検討委員会名簿

「京都を中心とした歴史都市の総合的魅力向上調査検討委員会」名簿

委員長	清水 宏一	平安女学院大学人間社会学部教授
委員	重田 雅史	国土交通省総合政策局観光地域振興課長
〃	井上 俊之	国土交通省住宅局市街地建築課長
〃	苅谷 勇雅	文部科学省文化庁文化財部参事官
〃	水口 重忠	京都市文化市民局文化芸術都市推進室長
〃	永井 久美子	京都市産業観光局観光部長
〃	畑中 政治	京都市都市計画局建築指導部長
〃	西島 篤行	財団法人京都市景観・まちづくりセンター専務理事
〃	秋山 勉	大津市都市計画部長
〃	木下 賢二	宇治市市民環境部産業政策室長
オブザーバー	勝又 賢人	近畿地方整備局建政部住宅整備課長
〃	田雑 隆昌	近畿地方整備局建政部都市整備課長
〃	堀田 良幸	近畿運輸局企画観光部観光地域振興課長
事務局	京都市総合企画局京都創生推進室	

5. 調査フロー（検討経過）

図 1 調査フロー



II . 歴史都市が抱える構造的な問題と魅力創出の方向性

1 . 歴史都市の現状

歴史都市は日本の歴史・文化を色濃く残す貴重なまちとして、これまでも多くの人々が訪れ、その魅力に触れてきた。特に、観光の目的地としての人気は高く、中でも、本調査の目的地である京都市・大阪市・宇治市エリアは、日本を代表する一大観光圏域となっている。

しかしながら、観光分野における国際間競争、都市間競争の中で、今後は、従来型の観光商品の魅力が相対的に低下していくことも懸念されている。特に、近年増加している、アジアからの観光客に対して、訴求力のある観光商品を提供することができず、東京や九州といった、近・現代的な都市に観光客が流れる傾向も指摘されている。

そもそも、歴史都市自体の都市としての魅力自体も、現代における市場原理などの影響により、失われつつある傾向にある。特に、歴史都市を象徴するまちなみや、文化材、ソフトとしての風習・風俗、伝統芸能、伝統産業などが急速に失われつつあり、それは、歴史都市としてのアイデンティティが希薄なものとなっていくという危機的な状況である。

こういった歴史都市としての魅力を構成する要素が失われていくこと背景として、まず、魅力自体が歴史都市に住む人々や事業者にとっての関心領域からはずれているということが指摘される。例えば文化財となりうるような住宅に住んでいたとしても、居住者自身にとってはあくまで生活の手段としての住宅であり、文化面での価値、あるいは観光面での価値が意識されることは少ない。そのため、こういった、文化的な価値、観光的な価値が見出されていない資源について、市民や事業者との意識疎通を図りながら活用していく方策を考えることも必要と考えられる。

また、歴史都市は、概して有名な観光資源(例えば、有名な神社仏閣、景勝地、繁華街など)に注目が集中し、観光産業自体もそのような集客性の高い資源に頼り切っているという面もある。そのため、訪問客に対する歴史都市のイメージが画一化されたものになりがちであり、その確立されたイメージを消費し続けるという構造的な問題が存在する。

そういった歴史都市の危機的状況を打破していくためには、歴史都市における魅力の発見・創出・情報発信などの戦略について、従来の考え方を改めた実効性のあるものとしていくことが必要と考えられる。

2. 歴史都市における魅力創出の方向性

前述の通り、歴史都市の危機的状況を打破していくためには、これまでの歴史都市の魅力を消費する環境からを脱して、生産的な都市の魅力を高める循環を構築する必要があると思われる。

この循環とは、景観、文化、観光の連携によって、効果的な「人」「物」「資金」「情報」が相互に連携しながら回っていくというサイクルである。

歴史都市の「総合的な魅力」とは、神社仏閣や景勝地にとどまらない、都市を構成するあらゆる分野の要素が、その相乗効果として醸し出す魅力であり、いわばまち・地域が一体となった魅力である。その創出に向けては、魅力資源となりうる要素の範囲・分野を広げて考えていくとともに、文化や観光面でのテーマの重層化を図ることが必要である。

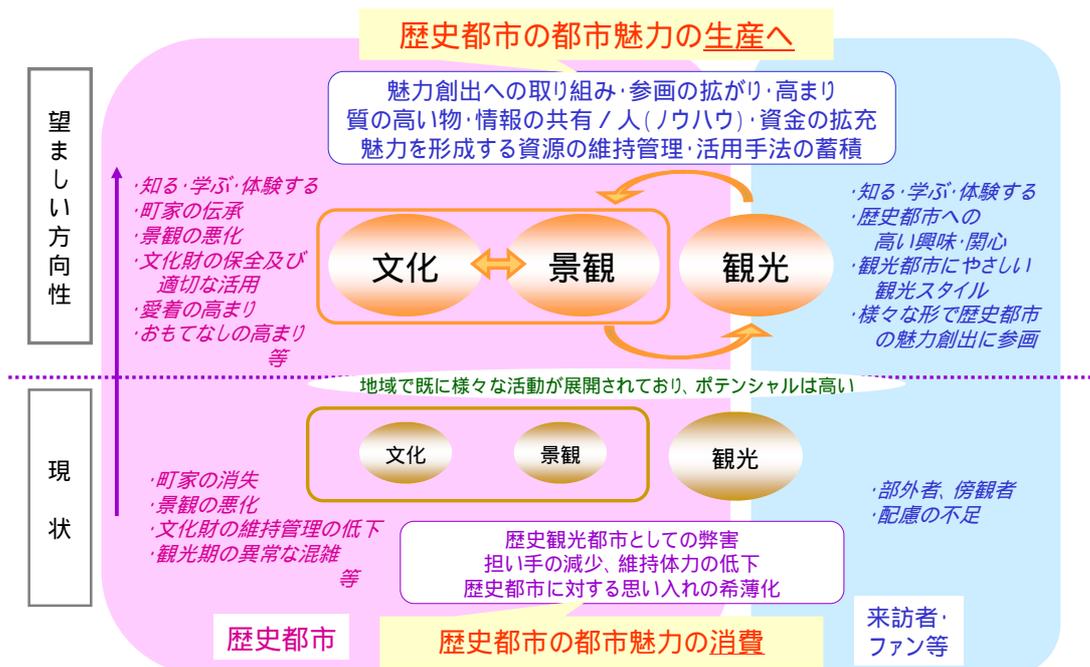
総合的な魅力が創出された後は、その魅力をしっかりと情報発信し、訪問客への訴求性を高めていくことが必要である。この際、これまでのような一方方向の情報発信では、訴求性に乏しく、せっかく新たな魅力が創出されたとしても、その魅力の消費を繰り返すだけになる可能性がある。

そのため、「文化・景観」分野と「観光」分野との循環を創出・強化する必要がある。特に、訪問客が歴史都市に対して従来よりも近い立場となって、歴史都市の様々な魅力を体験し、都市での活動に参画し、その都市での生活文化自体を疑似所有することで、新たな歴史都市の価値を創出していくことが期待される。

図 2 課題設定

歴史都市(三都市)が抱える構造的な問題と都市魅力創出の方向性

消費され続ける循環(現在抱える構造的な問題)を脱して、
生産的な(都市魅力を高める)循環を構築しなければならない。
文化・景観・観光の連動によって、効果的な「人」「物」「資金」「情報」の循環を促進する。



III . 総合的魅力向上のための取り組み

1 . 「総合的魅力向上」に向けた基本理念

(1) 歴史都市の魅力とは

前述の通り、歴史都市の魅力は、神社、寺院をはじめ歴史的な建造物などが形成する景観が重要であるがそれだけではない。都市に住む人々の生活の中から生まれてくる風俗や文化、地域の産業も重要な要素である。路地裏の井戸端会議も、広い意味で歴史都市の魅力である。そのような意味で、歴史都市には、魅力資源となりうる数々の「シーン」がある。

そういった歴史都市の細かな魅力を引き出し、向上させていくためには、他都市にはない、ものまねではない、その都市独自の個性を打ち出す必要がある。また、新たな観光資源の発掘と活用は、集中する観光地を分散化するとともに、魅力自体を重層化させるという意味でも有効である。

魅力ある都市は、観光客にとっても魅力があり、それが観光振興のための源泉である。しかし、都市の生活自体に依拠する面が大きい「総合的な魅力」の創出は、観光客誘致のみを目指したものではなく、生活者からみても魅力的な地域づくり・誇りの醸成につながらなければならない。

その意味で、総合的な魅力が創出された歴史都市とは、都市資源と住民と観光客の3者にとって、高度な快適性が確保された場所である、ということができる。

(2) 魅力を向上させるために

魅力を向上させる手段として、今後重要になってくることは、単なるハードの保全だけでは限界が見えてくるということである。

例えば、美しい景観を形成する歴史的な建造物を守るだけでは景観を維持していくことはできない。市場原理の中では、建物の更新はある意味で普遍的な必要性を有している。そのため、歴史的な町並みと不調和に建築されている戸建住宅を、町並みと調和しつつ、新しい都市居住にふさわしいものへと誘導する必要も出てくる訳である。また、文化を生きたものとして継承していくためには、文化財についても単に保存するだけでなく、適切に公開、活用しながら多くの人々の目に触れることができるようにする必要もある。

このように、その都市独自の個性とは、文化財といったお宝的なものだけではない。その都市の日常生活の中にあるものであっても、視点を変え、うまく連携することによって見つけ出していくことができる。その意味では、歴史都市だけでなくどの都市でも魅力を向上させることは可能である。

魅力あふれる持続可能なまちを実現していくためには、都市の資源と住民と観光客の3つをうまく調和させることが重要である。そのためには、住民や観光客の一方だけが満足しても不可能であり、両者が共にお互いを理解し、協力できるような環境をつくっていく必要がある。

(3) 魅力向上システムの構築

歴史都市における総合的な「魅力向上システム」とは、まちと人が生き生きと活動するシステムと言える。

歴史的細街路を防災性、安全性を担保しつつ適性に維持するとともに、建替えに際して周辺の町並みに調和した新たな住宅を供給する仕組みをつくることは、歴史的な町並み景観を保全するだけでなく、地域のコミュニティを持続することにつながる。

新たな観光資源の開発は、季節、地域に集中する観光客の分散に有効であり、結果として交通渋滞の緩和など住民にとってもメリットが高い。

情報発信は、観光客に対して情報を流すだけでなく、企画事業者も含めて正しい情報を流すことにより訪問者としてのマナーも含めできるだけ住民とのトラブルをさけることが可能となる。

体験型観光を促進することにより住民と訪問者との交流を促進し、相互理解をより一層深めることが可能となる。

文化財の保存と活用が一体となり、地域の底力が発揮できる仕組みである。

保存した町家等を活用した新たな観光メニューの開発や歩いて楽しい体験型の観光を開発することは、住民にとっても優しいはずである。

このように、「魅力向上システム」とは、生活者と訪問者の両面を意識しながら、双方が共有化できる都市としてのブランド・誇りを高めていくための仕組みであると言える。

2. 「総合的魅力向上」のための基本戦略

以上を踏まえ、歴史都市の「総合的魅力向上」に向けた基本戦略を示す。

単なる形態としての歴史保全ではない、生活文化・風習を含めた歴史性の継承と創生

神社仏閣やまちなみ、建物、文化財といった視対象としての魅力資源のみならず、市民の生活文化（風習）や、不可視なもの（地域のいわれ、ならわし）をも、歴史性を象徴するものとしてとらえ、それらの総体としての「総合的魅力」を向上していく。

多面的かつ双方向の情報交流

海外旅行者や修学旅行生等の戦略上重要な顧客への訴求力を高めるとともに、歴史都市に住まい、活動する市民や団体、事業者への情報提供と参画の働きかけを強化していく。

多様な主体の参画を促す仕組みづくり

地域市民や事業者が誇りを持って積極的に参画することで、底辺を拡大していく。

「魅力」資源としてとらえる範囲の拡大

「まち自体が観光・集客の資源」として考え、歴史都市の魅力を「重層的なもの」ととらえる。

海外旅行者や修学旅行生等の戦略上重要な顧客への訴求力を高めるとともに、歴史都市に住まい、活動する市民や団体、事業者への情報提供と参画の働きかけを強化していく。

弾力的な運用を促すための制度上の対応

魅力を高めるために必要となる柔軟な仕組みづくり・制度運用に向けて、法制度等の見直し等を検討・提案していく。

3. 基本戦略実現に向けた調査の実施

上記の基本戦略を検証するとともに、具体的な取り組みのイメージを深度化させていくために、以下のテーマによる個別調査を行った。

(個別の内容は各調査報告書を参照のこと。)

(1) 歴史都市の景観の保全・再生

美しい町並み環境の整備に向けた細街路の実態調査・分析を行い、美しい細街路の維持・保全のための事業手法についての検討。(細街路調査)

美しい町並み環境と調和した歴史都市にふさわしい新しい戸建住宅の誘導を目的として、事業者等と共同で具体的な住宅供給モデルの構築の検討。(戸建住宅調査)

(2) 歴史都市の文化財の活用

文化財を地域に活かすための支援組織の構築に向け、基礎データの収集、条件の整理、組織の実効性について検証し、組織及び制度のあり方についての検討。(文化財調査)

(3) 歴史都市の魅力発信

景観・文化を活かした新しい観光システムの構築に向け、町家の観光活用及びまちなかにおける観光情報提供に関する研究。(町家・まちなか観光調査)

海外への観光情報発信に関する研究。(海外情報発信調査)

修学旅行生に対する体験プログラムの発掘と情報発信に関する研究。(修学旅行生調査)

GPSを利用した観光客の動向調査。(観光客動向調査)

4. 東山地区におけるケーススタディ

(1) 個別調査における調査概要

個別調査においては、特に京都市の東山区エリアを対象としたケーススタディを行っている。その取り組みの内容は以下の通りである。

(個別の内容は各調査報告書を参照のこと。)

細街路調査（粟田地区，六原地区）

- ・ 粟田地区及び六原地区をケーススタディ地区設定し、当該エリアの細街路の状況を詳細に調査するとともに、地元関係者にヒアリングを行った。
- ・ その結果に基づいた施策の提案を行っている。

戸建住宅調査（粟田地区）

- ・ 粟田地区の敷地を活用したモデル住宅の建設による実証実験を行っている。その他、東山エリアを対象とした、すまいづくりに関するアンケート調査及び聞き取り調査を行っている。

観光客動向調査

- ・ 東山周辺における交通動線上の課題抽出や、バス交通の問題点把握等を、GPSを使用した新しい手法によって行っている。

町家・まちなか観光調査

- ・ 東山にある観光客向けの店舗を活用した実験的観光案内拠点の設置や、観光案内版の設置、サインに関するガイドラインの設定提案などを行っている。

(2) 東山地区における総合的魅力向上のイメージ

個別調査におけるケーススタディを踏まえて、東山地区での総合的魅力を向上させるためのイメージを示す。

東山地区においては、著名な神社仏閣が多く立地しているほか、祇園、石塀小路など、京都を象徴する歴史的な空間が残っており、多くの観光客が訪れる地域である。その一方で、古くからの木造住宅も数多く残っており、防災性の向上なども課題となっている。

また、東山地区における道路交通網に関しては、観光シーズンを中心に渋滞が多く発生しているほか、非常に入り組んだ路地が多く、観光客が歩くルートの再整備なども課題となっている。

こういった課題を解決しながら地区の魅力を上昇させるためには、個々の対策を有機的に連携させることが重要と考えられる。

東山地区における総合的魅力向上のための取り組みとしては以下のようなことが考えられる。

景観面での取り組み

細街路に面したまちなみの適切な保全と更新

- ・ 4m未満の細街路における、歴史風情を保全するための仕組みづくり
- ・ 袋路などにおける地域コミュニティによるまちづくり活動の促進 など

老朽化した木造住宅の適切な再生

- ・ 防災性を確保した、歴史都市にふさわしい木造戸建住宅の誘導
- ・ 耐震改修等による防災性の向上
- ・ 空家等を活用した都心居住の促進 など

文化面での取り組み

地域にある「ちょっとした」文化財を地域で保全・活用する取り組み

- ・ 有名な神社仏閣以外の「地域文化財」へのクローズ・アップ
 - ・ 特に、保全上危機にある文化財の適切な保存・継承を促す支援の仕組みづくり など
- 文化財を活用したイベント・体験学習等の促進
- ・ 工芸品や伝統芸術などに親しめる機会の創出 など

観光面での取り組み

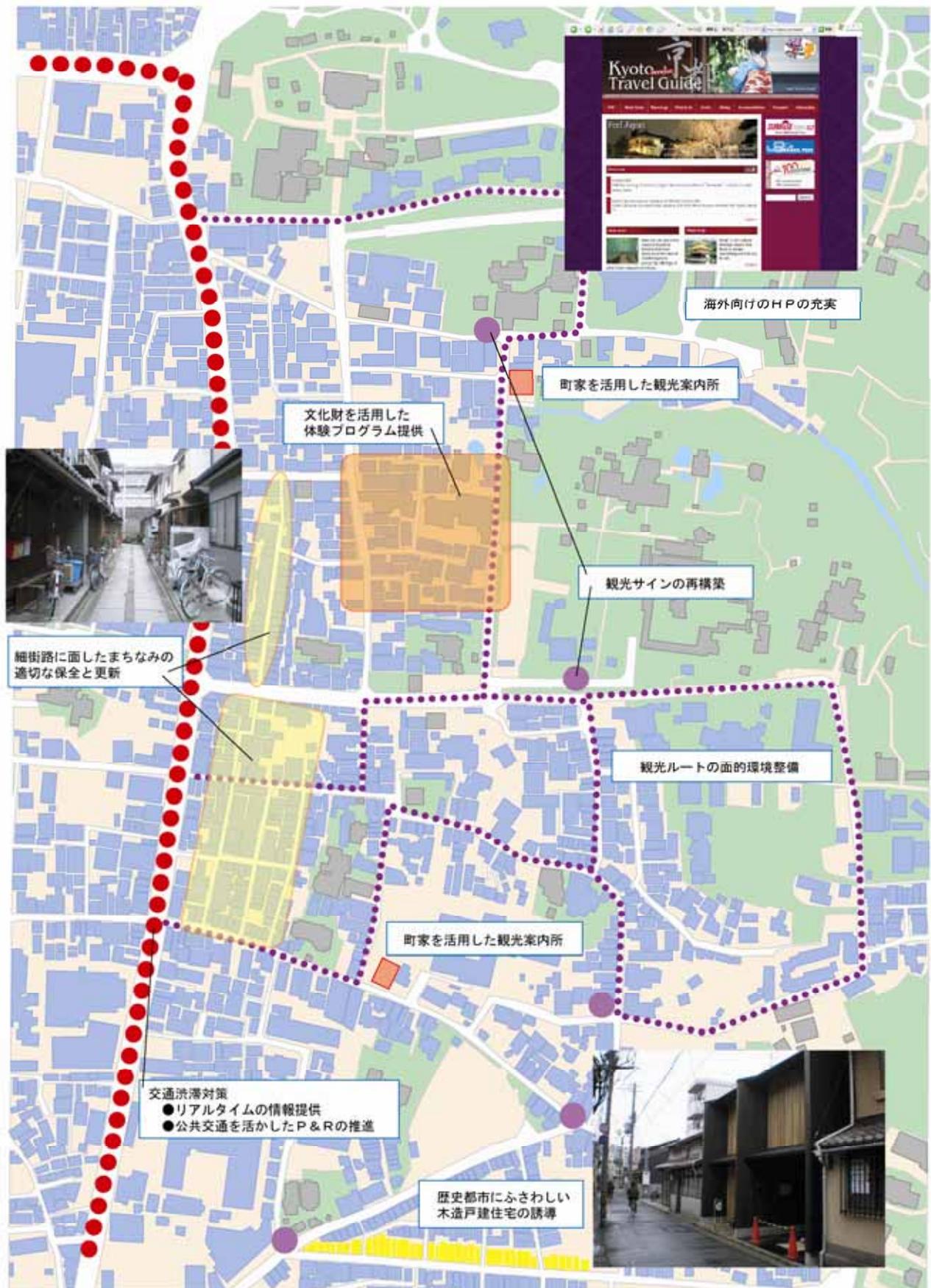
神社仏閣以外の観光資源の魅力付け

- ・ 地域全体としてそぞろ歩きできる都市環境の充実
- ・ 観光客が求める情報をリアルタイムで情報提供できる仕組みの構築
- ・ 観光客の動向を踏まえた、観光商品マーケティングの展開 など

交通アクセス等の改善

- ・ 町家等を活用した、観光案内機能のきめ細やかな提供の推進
- ・ 観光ルート等における道路案内・施設案内の体系化と充実
- ・ 渋滞情報等をリアルタイムで提供できる仕組みの構築 など

図 3 東山地区における総合的の魅力向上の取り組みイメージ



5. 個別調査の成果

それぞれの個別調査からの知見や提案について以下に整理する。

(個別の内容は各調査報告書を参照のこと。)

(1) 細街路調査

- ・ 実態調査に基づくデータ収集とその活用 ~ データを活かした指標の提案
- ・ 細街路の類型化の提案 ~ 歴史的細街路・一般的細街路・危険細街路
- ・ 細街路の区分に応じた施策展開の提案
- ・ 細街路対策における住民発意の尊重の提案 ~ 地域での維持・保全を考える仕組みづくり
- ・ 総合的な観点からの細街路の防災性評価 ~ ソフト面の防災力の評価を踏まえた施策展開

(2) 戸建住宅調査

- ・ 現代的な生活上のニーズに適合した「歴史要素」のある住宅のデザイン提案
- ・ モデルハウス建設事業の実施による、供給システムや経済性の検証の提案
- ・ 歴史都市における「景観まちづくり」への市民関心の高さを活かした施策の展開
- ・ ハウスメーカー等による、地域ごとの文化に根ざしたエリア戦略の重要性

(3) 文化財調査

- ・ 地域に多様なはたらきを及ぼしている文化財としての認識 ~ 地域で支えることの重要性
- ・ 新たな関係者の文化財支援参画促進モデルの提案
- ・ 多様な関係者の多様な参画手法の開発 ~ 地域の実情、資源によって組み合わせ
- ・ 地域の文化財支援の骨格づくり
- ・ 求められる文化財支援策と制度のあり方の提案

(4) 町家・まちなか観光調査

- ・ 町家の観光活用の促進に向けた施策提案 ~ 法制面の要件クリア、改修コスト負担、事業体制、町家取り扱い上の注意点喚起などの諸課題に対応した仕組みづくりの必要性
- ・ まちなか観光案内所設置に関する実証実験による検証 ~ 協力店舗との連携策等
- ・ 観光案内板のネットワーク化 ~ 公共交通機関利用への誘導、観光客の分散、観光案内図板等の相互連携などの重要性
- ・ 地域を挙げての観光案内を充実させる取組として発展させるための、「東山版ガイドライン」の作成の提案
- ・ 鉄道会社や飲料会社等民間事業者と連携して案内板を設置することでのモデル発信

(5) 海外情報発信調査

- ・ インバウンド観光を対象とした、有効なコミュニケーションツールの開発の提案 ~ 歴史都市への旅行の「動機付け」に焦点をあてたツールの提案
 - 「京都ハイライト」：京都の魅力を直感的に伝え、京都旅行を動機付け
 - 「京都ツアープランニングガイド」：旅行企画担当者に詳細情報を提供
 - 「Memorable Experience in Kyoto」(再構成)：京都での体験観光紹介
- ・ スポンサー方式による、観光施設・宿泊施設の序列掲載

- ・ サイト利用者の予約リンクを宿泊施設及び旅行会社とともに設置することでの、予約・訪問への円滑な誘導の実現
- ・ 行政と観光関係団体による協議会の設置するウェブサイトとすることでの、商業的情報の付加の提案

(6) 修学旅行生調査

- ・ 修学旅行に必要なあらゆる情報を体系的に分類したHPの提案
- ・ 事前学習などに必要な情報をワンストップで収集できるHPの提案
- ・ HPや体験学習冊子における、マナー喚起策の盛り込み
- ・ 体験学習プログラムの発掘支援策の提案 ~ 受け入れ側の不安を解消するための支援
- ・ 携帯電話を活用した、旅行時の「安全・安心」の確保システムの提案

(7) 観光客動向調査

- ・ 観光客の移動経路などの行動パターンに応じた実効性のある観光情報の提供方策の提案 ~ GPS携帯端末の活用による、詳細な情報把握手法の
- ・ TDM(交通需要管理)施策の展開 ~ パークアンドライドの実施と利用促進, 観光地案内情報の効率的な提供, 観光地アクセスの向上, バス交通への体系的情報提供

IV. 「歴史都市の総合的魅力向上」の手法の提案

1. 個別調査からの示唆

歴史都市における総合的魅力を向上させるためのポイントとして、それぞれの個別調査からは、以下のような示唆が与えられた。

きめ細やかに、魅力資源を発掘し、保全し、活用すること

きめ細やかに、情報内容と情報提供の手法、情報提供の対象などを検討し、実践すること

きめ細やかに、市民・事業者・行政相互の推進体制を構築していくこと

こういった示唆は、実は、歴史都市を商品(あるいは、その原材料)としてとらえ、その商品を構成する要因のそれぞれにきめ細やかな対応をしていこうとするものである。

観光商品として考えた場合、「きめ細やかに、魅力資源の保全と活用を図る」とは、従来の観光商品を構成する要素(目的地など)の範囲を広げるとともに、魅力自体を磨いていくことであり、それはまさに商品の品質(= **Product**)そのものである。

また、商品自体のイメージやブランド力を高め、訪問客への訴求性を追求していく上では、テーマの重層化や多様化によって、訪問客のニーズに的確に応える仕組みづくりが必要であり、それはまさに、ブランド化などを活用した販促戦略(= **Promotion**)である。

ブランド化された魅力ある商品を、顧客にアピールするためには、各種の情報メディア等を活用しながら、情報発信を行う必要があるが、その対象は、従来の訪問客のみならず、新たな戦略的顧客、さらには歴史都市自体に居住する市民や事業者をも含むことが考えられる。情報発信の対象の多様化により、洗剤顧客層の掘り起こしとともに、総合的な魅力に対する人々の認識・誇りを高めることができることが想定される。これはまさに市場(= **Place**)の拡大である。

さらに、総合的魅力の創出による商品の価値(= **Price**)を保持・発展していくためには、一部の観光関連事業者や行政のみの取り組みでは不十分である。特に、総合的魅力の構成要素は、都市の生活文化全体とも言えるため、歴史都市に住まい、活動する市民、事業者等の参画・連携が必須である。その意味で、多様な主体の協働(= **Partnership**)が非常に重要になってくる。

2. 歴史都市の総合的魅力の向上のための手法

前述の通り、歴史都市における総合的魅力の向上に向けた取り組みは、まさに事業活動におけるマーケティング手法の基本要素である「4つのP」(Product, Promotion, Place, Price)で考えることができる。ただし、従来で言う「Price」(値段)については、商品自体の価値を創出する重要な力である「Partnership」としてとらえ、分野横断と市民との連携によって、都市の付加価値を向上させていくとの考え方とすることが望ましいと考えられる。

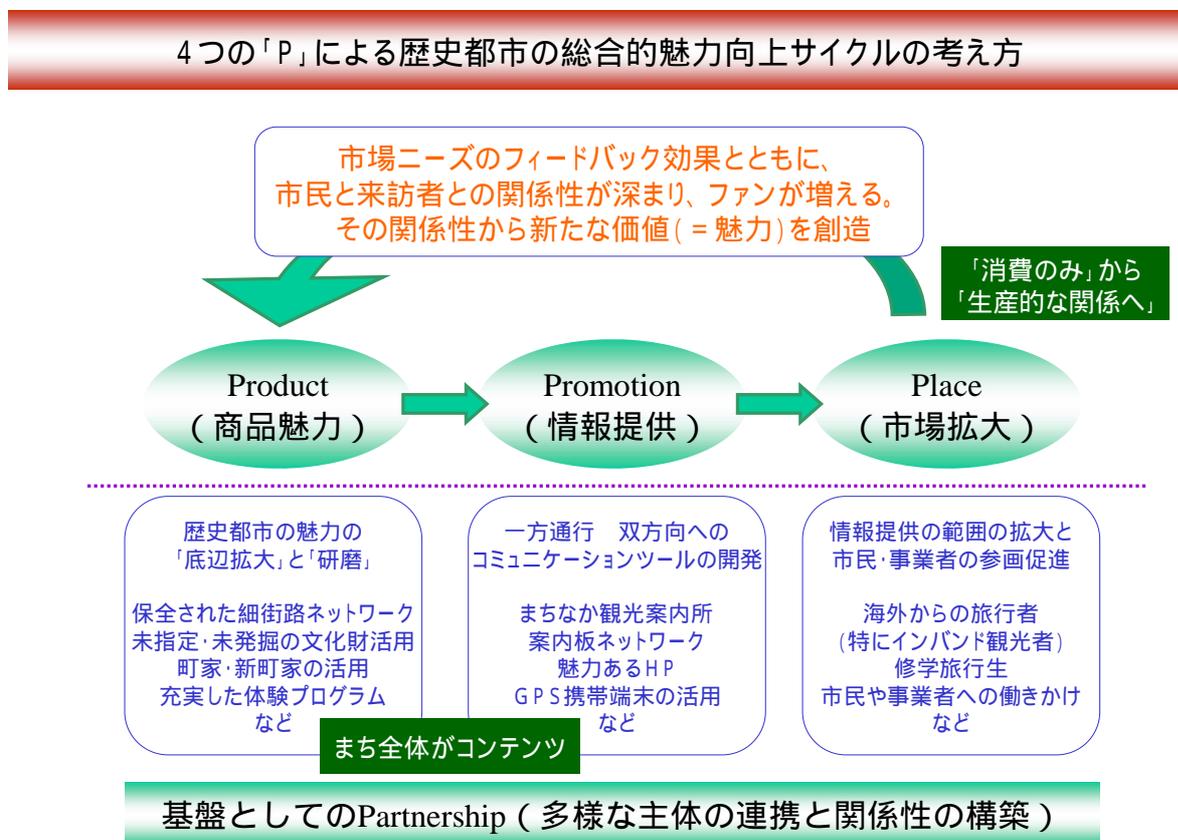
この「4P」の考え方によれば、総合的魅力を向上させていくプロセスとして、

Product	:商品 = 魅力資源の底辺拡大と魅力自体の向上
Promotion	:情報発信手法の有効性の向上
Place	:市場の拡大 = 観光客とともに、市民をも対象に巻き込むこと
Price Partnership	:多分野の連携と市民参画による歴史都市の価値の向上 (市民と来訪者との関係をより深いものとしていく)

といった流れが考えられる。このプロセスは、商品化を図る上で、歴史都市西しかない小さな魅力資源を活用しながら、市民や事業者との参画によって商品魅力を高めていくことが重要である。

特に、このプロセスは、市民や事業者、訪問者が、都市の魅力を「消費」しているという現状を脱却し、魅力の「生産」活動へと参画できる仕組みに立脚したものである。

図 4 歴史都市の総合的魅力量上のサイクル



3. 今後の推進上の課題

これまでに見た、歴史都市の総合的魅力を向上させるための方策について、施策をより実効的にしていくために求められる事項を、課題として以下に整理する。

(1) 歴史都市としての資源の再発見

これまでに見たように、歴史都市の魅力は神社仏閣や著名な建造物・文化財のみで形成されているのではなく、都市における各種の要素が渾然一体となった、いわゆる「界限性」に依拠するものである。

そのため、その都市の魅力を向上させていくためには、これまで知られているような著名な観光資源だけでなく、ちょっとした風情のあるまちなみ、あまり知られていない文化財、商店街のにぎわいなど、まちなかに散在する都市要素を、魅力向上に向けたポテンシャルのある資源として再発見していくことが重要である。また、歴史都市における市民の生活風習や、産業活動なども、広い意味での「都市の文化」を形成するものであり、それらの要素についても、魅力資源として考えていくことが求められる。

(2) 市民との協働の推進

上記のように、都市としての魅力資源を広く市民の生活や産業活動にまで広げて解釈し、それらの資源を観光振興に活用していこうとする場合には、なにより市民の協力と積極的な関与が必要である。

観光振興を単なる事業活動ベースで考えるのではなく、歴史都市としての品格を高めていくための取り組みとして、市民がその必要性を認識し、実際の活動に参画していけるような取り組みを、今後も積極的に推進していくことが重要である。

具体的には、細街路沿道のまちなみ保全における地域住民活動の促進、地域文化財の保全・活用を促すイベントへの市民参加、観光案内などにおけるボランティア制度の積極的展開などを強化していくことが想定される。

(3) 分野横断型の施策展開

都市の「総合的」魅力を創出していくためには、当然ながら、推進主体の「総合性」が重要になってくる。今回の調査対象とした分野においても、建築行政・文化行政・観光行政がそれぞれに施策を展開してきた面が強い。

今後は、都市の魅力創出という大きな命題のもとに、関係する主体・部局がこれまで以上に連携を津もめていくことが重要である。

例えば、文化財を地域で守る取り組みを行っている地域において、景観保全を促すような細街路対策メニューを講じながら、当該地域の観光情報発信を図っていくという試みを、同時期に相互連携しながら進めていくことなどが考えられる。

(4) 法制度等の整備

歴史都市としての性格上、現行制度の下では「既存不適格」となる要素が多くある。例えば、細街路の風情を継承しようとした場合には、建築基準法による道路幅員の規定などがハードルとなることがある。また、古い町家を宿泊施設として改修・活用しようとする場合でも、建築基準法や旅館業法などのハードルがある。また、現行の文化財制度の下では、指定・登録から漏れてしまう文化財への対策が十分にとられず、次第に失われていくという問題もある。

こういったハードルや課題に対して、地域の実情に応じながら、より機動的・柔軟的に制度運用できるような仕組みづくりが求められる。

V. 各個別調査の概要

次頁以降に、各個別調査の概要を示す。