

# みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

## The Possibility of Autonomous Tourism through the "Kyo-Machiya" System

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-04-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 黒見, 敏文 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.15021/00002106">https://doi.org/10.15021/00002106</a>

## 京町家システムによる自律的観光の可能性

黒見 敏文

(岐阜女子大学家政学部)

### The Possibility of Autonomous Tourism through the "Kyo-Machiya" System

Toshitake Kuromi

(Gifu Women's University)

本稿は、京都都心の京町家とその景観を「ヘリテージ」（文化遺産）としてとらえ、観光活動との関係性あるいはその観光活動をホスト社会が自律的にコントロールしつつ持続的な発展を遂げることのできる可能性を探ることを目的としたものである。近年の都市型観光への回帰現象、京町家の保存・継承と都心商業活性化に貢献している町家活用型店舗の出店動向を足がかりに、京町家という空間装置を通じた生活（居住や商い）のシステム—京町家システム—を保存・継承し、現代の生活との関係の中でこのシステムを発展させることによって、自律的観光へとつなげることのできる可能性を示している。

This article aims to search the possibility of autonomous tourism in downtown with "Machiya" and the townscape, Kyoto. Recently, the revival of urban tourism and the commercial reuse of "Machiya" is observed in downtown, Kyoto. Preserving, inheriting and developing of the living system through "Kyo-Machya" on these phenomena, realization of autonomous tourism is possible.

#### 1. はじめに

- 1.1 ヘリテージ（文化遺産）としての京町家・町並み景観の位置づけ
- 1.2 ヘリテージ・ツーリズム（文化遺産観光）の意味
- 1.3 本報告の着眼点と構成

#### 2. 京町家・町並み景観の変容と

- 観光活動との関係性の系譜
- 2.1 京町家・町並み景観の変容
- 2.2 京町家・町並み景観の変容と観光活動との関係性
- 2.3 まとめ

3. 京町家・町並み景観の現状と 観光活動との関係	3.2 観光活動の都心回帰と 京町家・町並み景観への影響
3.1 京都観光と京町家・町並み景観の 現状	4. 結語

Key Words: heritage tourism, Kyo-Machiya, townscape, urban tourism, hosts and guests  
 キーワード：ヘリテージ・ツーリズム, 京町家, 町並み景観, 都市型観光, ホストと  
 ゲスト

## 1. はじめに

### 1.1 ヘリテージ（文化遺産）としての京町家・町並み景観の位置づけ

20世紀に台頭したマス・ツーリズム（大衆観光）に代わるオルタナティブ・ツーリズムが1980年代に提唱され、エコ・ツーリズム（生態観光）やヘリテージ・ツーリズム（文化遺産観光）などの新しい観光のあり方が論議されるようになってきている。本稿では特に歴史的建築物及びそれらが創り出す町並み景観を「ヘリテージ」（文化遺産）としてとらえ、観光活動との関係性あるいはその観光活動をホスト社会が自律的にコントロールしつつ持続的な発展を遂げることのできる可能性を探ることを目的としている。そのため、まず「ヘリテージ（文化遺産）」及び「ヘリテージとしての歴史的建築物とその町並み景観」－特に本報告においては京都の歴史的都心地区の「京町家とその町並み景観」－の概念規定を試みたい。

「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」第1条において、「文化遺産」とは、「記念工作物：建築物、記念的意義を有する彫刻及び絵画、考古学的な性質の物件及び構造物、金石文、洞穴住居並びにこれらの物件の組み合わせであって、歴史上、芸術上又は学術上顕著な普遍的価値を有するもの。建造物群：独立し又は連続した建造物の群であって、その建築様式、均質性又は景観内の位置のために、歴史上、芸術上又は学術上顕著な普遍的価値を有するもの。遺跡：人工の所産（自然と結合したものを含む。）及び考古学的遺跡を含む区域であって、歴史上、芸術上、民族学上又は人類学上顕著な普遍的価値を有するもの」と定義されている。

また、世界遺産リストに掲載される遺産は、世界遺産委員会が定めた基準－1988年に改訂された運用ガイドラインに基づいて選定されているが、このガイドラインにおいて「文化遺産」とは、以下のいずれかを含むことが求められている。①比類のない美術上の業績、創造的天才の傑作を現するもの、②ある期間を通じ、またはある世界文化上の

地域において、建築、記念的美術、または、都市計画および造園の発展に大きな影響を及ぼしたものの、③消滅した文明の唯一のまたは少なくとも希な証拠を示すもの、④歴史上重要な時代を例証するある様式の建物または建築物集合の優れた見本となるもの、⑤ある文化を代表するような伝統的集落であって、回復困難な変化の影響に対して無防備な状態にあるもの、⑥顕著な普遍的な意義を有する事件、思想または信仰と、直接にまたは明白に関連するもの。

以上のことから分かるように、「ヘリテージ（文化遺産）」とは、一般にイメージされるマヤ遺跡やボロブドゥール遺跡などといったような過去の一定時期に創造され、使用されていた遺物を指すだけでなく、過去から現在そして将来にわたって使用され、変容しうる可能性を持った文化の物的表象をも含む二面性を有していると言える。京町家とその町並み景観は、当然、後者に帰属するヘリテージであり、その中で商売等の事業や居住といった生活行為が将来にわたって展開されるという点で前者のヘリテージとは性格が大きく異なる。また、前者のヘリテージは凍結的な保全策を講じることが可能であるが、京町家とその町並み景観を含む後者のヘリテージにおいてはそれが困難であるとともに、事業や居住のスタイルの時代的变化などにより変容していくことが当然であるという特殊性を十分に認識しておく必要がある。

## 1.2 ヘリテージ・ツーリズム（文化遺産観光）の意味

新たな観光活動の形態としてヘリテージ・ツーリズム（文化遺産観光）が注目されているが、観光対象として見た場合、これまでの観光活動においても主たる観光対象は地域固有の文化遺産や自然遺産であった。それでは、なぜ改めてヘリテージ・ツーリズムなのであろうか。

この疑問を解く鍵は、観光活動におけるホストとヘリテージの関係にあると考える。ヘリテージを観光対象として見るということは、ヘリテージとゲストの関係のみを見ているということであり、現実の観光活動においても、ホスト社会にとってのヘリテージの意味とは関係なく、エージェントを仲介者としてゲストをヘリテージまで誘致したり、大量のゲストを受け入れるための宿泊施設等をヘリテージの近傍に開発することで観光活動が成立していたと考えることができる。

しかしながら、ヘリテージはホスト社会の歴史的文脈の中において意味をもっていることでその存在が観光対象となりえているはずであり、ホストが十分にそのことを認識し、ヘリテージの保存、継承、活用のあり方を主体的に構想した上で、観光活動の中にヘリテージを組み込むべきである。つまり、ホストがヘリテージを維持・管理しつつ、ゲストにそれをどのように見せるかといった演出を含めた観光活動をデザインし、主体

的にコントロールする（自律的観光への転換）ことが求められているのであり、それがヘリテージ・ツーリズムを今日の問題たらしめていると理解できる。

特に、歴史的建築物とその町並み景観を対象としたヘリテージ・ツーリズムでは、ホストの生活空間とヘリテージ、ホストの生活活動とヘリテージの維持・管理、活用が一致しており、この点でヘリテージ・ツーリズムの特殊なケースであるとともに、ゲストを迎え入れることによる矛盾や問題が顕在化しやすいケースと言える。

以上のヘリテージ・ツーリズムの諸形態を模式的に示したのが図1である。

### 1.3 本報告の着眼点と構成

以上のことを踏まえ、本報告においては、ヘリテージであるとともに観光資源である京町家とその町並み景観と、そこを舞台とした観光活動が、どのように影響しあい、それぞれがどのように変容するのかという側面に着目し、以下のように論を進める。

まず、2章では、京町家とその町並み景観が平安京建設以来どのように成立し、変容してきたか、またその変容過程に合わせて観光活動がどのように変容してきたかを整理し、両者の関係性を考察することで京町家とその町並み景観を舞台とする観光活動の本質を探る。

3章では、両者の関係がどのような現状にあり、将来的にどのような方向に向かいつつあるのかを考察する。

4章では、3章までの結果を踏まえ、ヘリテージである京町家とその町並み景観を観光資源とした観光活動によって京都都心が自律的かつ持続的発展を遂げうるのか、つまり自律的観光の可能性について考察を行う。

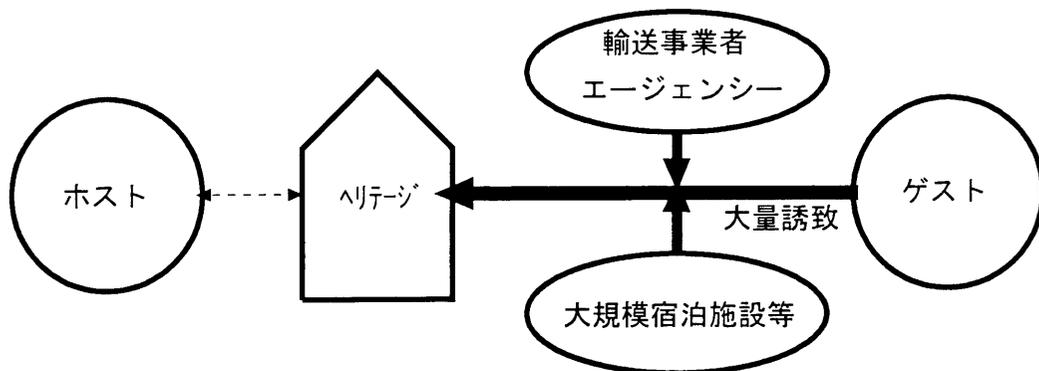
## 2. 京町家・町並み景観の変容と観光活動との関係性の系譜

### 2.1 京町家・町並み景観の変容

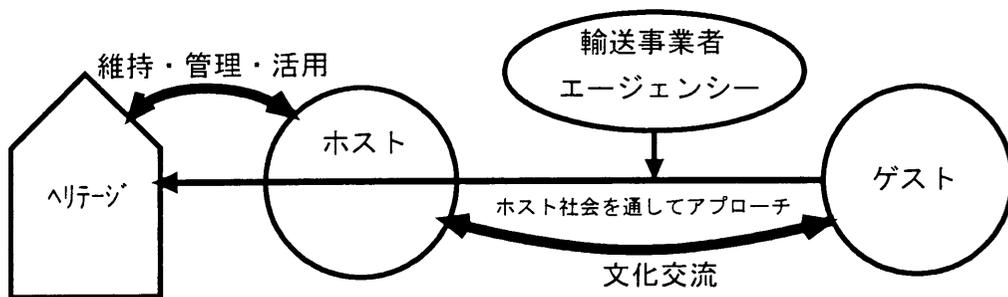
今日、京都都心部に残る京町家の中で最古のものは近世末期に建築されたものであり、一文字瓦葺きの屋根と庇、京格子（千本格子）、虫籠窓などの要素によって構成されたファサードを持った京町家とその町並み景観が完成したのも近世中頃と言われている。

しかしながら、この京町家とその町並み景観の形成基盤となっている町衆の町の成立、両側町の成立などは古代末から中世までさかのぼることになる。

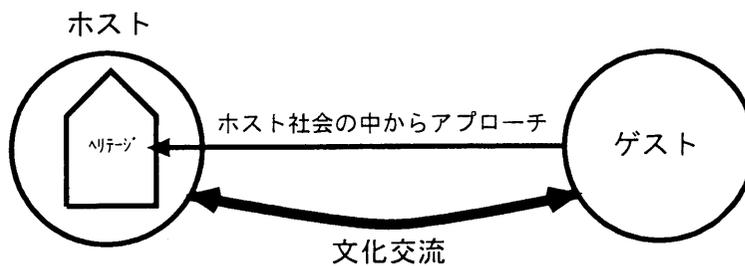
平安末期になると、宮城を中心とした律令体制が衰退し、それまでの商業の拠点であった市にかわって、現在の新町通りに三条町、四条町、七条町といった町座が生まれ、



マス・ツーリズムにおけるハリテージ・ツーリズム



自立的観光におけるハリテージ・ツーリズム



町並みを資源としたハリテージ・ツーリズム

図1 ハリテージ・ツーリズムの諸形態

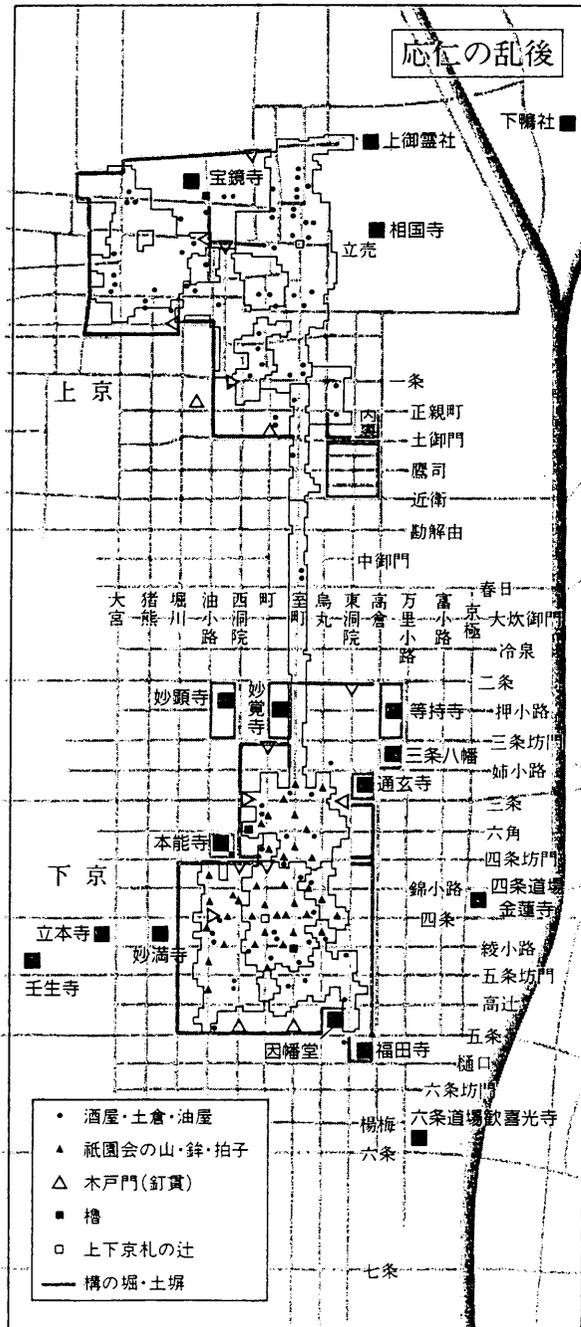


図2 応仁の乱後の京都の「町」

(出典 吉野 1994)

これらの町座が線状に並ぶ「町」という商業地区が誕生した。またこれらの商業機能の担い手も貴族や京戸から京童（没落した京戸や移転者、解放された奴婢など）と呼ばれる新しいタイプの都市生活者へと替わった。つまり、朝廷や貴族の政治的諸活動を基盤とする都市から、商工業者経済活動を軸とした独立の生活基盤を持った生活者のための都市へと変容したのである。職住一致の空間装置である京町家の原型誕生の時期と考えることができる。

応仁の乱（1467年）により京の大半が焼け、多くの都市住民が地方へ離散するなか、京に残った住民が、武家や公家の住居や寺社が建ち並ぶ政治的性格の強い上京と町衆が住み働く経済的性格の強い下京とに別れた二極型の都市を創り上げ、戦乱に対する自衛手段として、堀や土塀をめぐらした「構（かまえ）」を築くとともに、街路の両端に「釘貫（くぎぬき）」という町口の木戸を設け、その中に都市住民が高密度に集住するようになった（図2参照）。この都市づくりの過程で、平安京以来の街路で囲まれた街区をコミュニティ単位とする条坊制の町が終焉をむかえ、街路を挟んで向き合う両側をコミュニティ単位とする「両側町（りょうがわちょう）」が成立し（図3参照）、街路を軸とした両側の町並み景観の形成が意識されるようになったと考えられる。

中世末から近世初めにかけて描かれた「洛中洛外図屏風」を見ると、屋根や庇が板葺きであることや格子の精緻なデザインが確立していないことを除くと、この時期にほぼ京町家の基本的特徴である平入り2階建てであること、ウナギの寝床状の敷地形状などが確立し、またこれら京町家が軒を連ねて並ぶ独特の町並み景観が形成されたことが分かる（図4参照）。

その後、享保年代（近世中期）になると町家に瓦葺きが導入され、寛政の大火（近世後期）による「武家・町家も総て瓦屋根以外は禁止」の令で一文字瓦葺きの屋根・庇が完成するとともに、職業ごとにデザインが分化した精緻な格子や商品の見世棚、バツタリ床几、暖簾など、商売を行うために必要な京町家のファサード構成要素が近世後期までに確立されたと考えられる。現在、われわれが実際に見て感じ取ることのできる京町家及びその町並みの原型の完成である。また、各町「町の定め書」等の町規を定め、居住者自身が自律的に業種やファサード構成要素をコントロールし、統一感ある町並み景観の形成に努めることとなった。しかしながら、幕末の蛤御門の変により、当時洛中の京町家のほとんどすべてである約28,000軒が消失した。

近代に入ると、消失した京町家の再建が急ピッチで進められるとともに、東京遷都による危機を克服するために「京都策」として積極的な近代化政策がとられた。その代表的な事業が、教育・文化施設の整備、琵琶湖疎水事業、路面電車の敷設等であった。これらの事業は、公共・公益施設を中心とした洋風建築の導入、主要道路の拡幅、電柱・

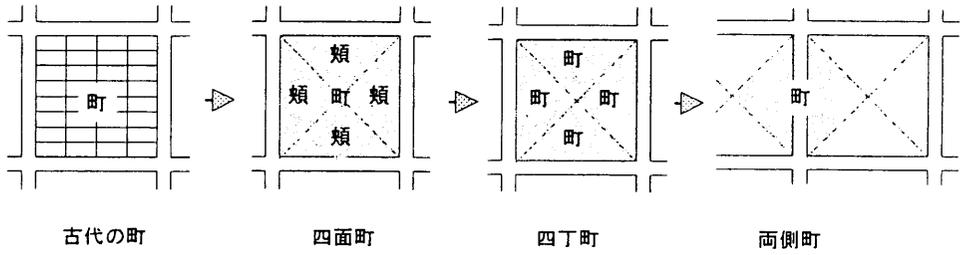


図3 両側町の成立の過程

(出典 京都市 2000)

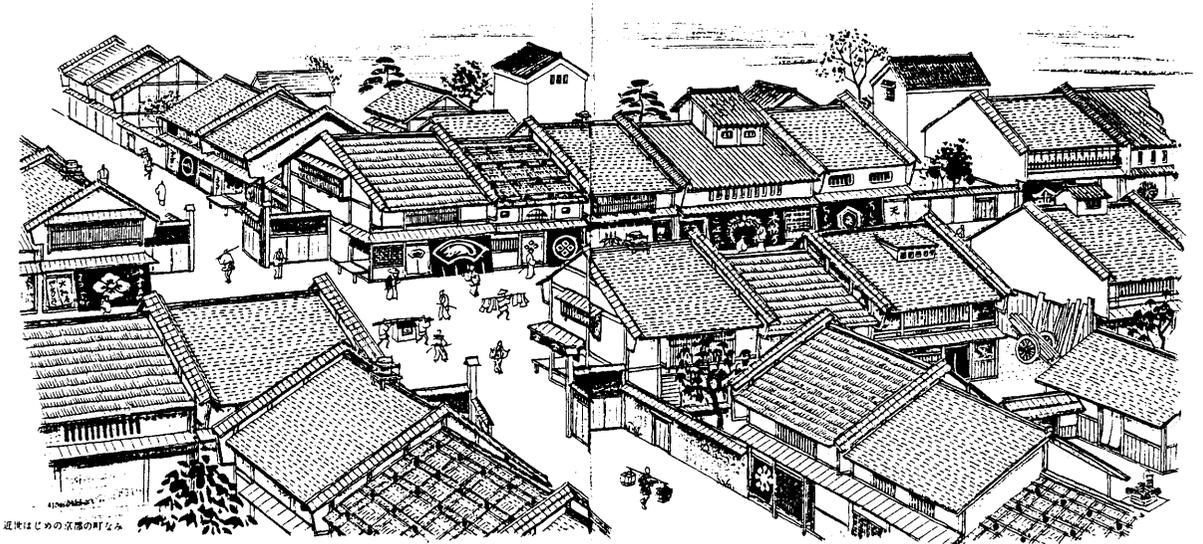


図4 中世末～近世初めの京町家とその町並み

(出典 西川・高橋 1999)

電線の敷設などの面で近世までにつくられ、明治に入って再興された京町家の町並み景観に影響を及ぼしたと考えられる。

昭和に入ると、生活の洋式化や商売の形態の変化、新しい建材の開発などにより、京町家自体のファサードにも、腰壁やガラス窓などの新たな要素が組み込まれるようになった。また、戦後のモータリゼーションにより車庫なども町家に組み込まれるようになり、看板建築も登場するようになる。さらに、コンクリートや鉄骨、新建材等を使用した3階建て以上の全く新しい建物が京町家の町並み景観の中に点在するようになり、近年では中高層の商業ビルやマンション、駐車場等へのドラスティックな更新が目立つようになってきている。

このような京町家及びその町並み景観の変容は、物理的な変容だけを意味しているのではなく、その使われ方の大きな変容もともなっている。京町家は元来、職住一致の基盤装置であったわけだが、近年、住居専用や事業専用として使用されるケースが増えていることにも留意する必要がある。

## 2.2 京町家・町並み景観の変容と観光活動との関係性

京都観光の原点は寺社・名所めぐりにある。平安時代には西国三十三カ所めぐり（京都は、清水寺や六角堂など7カ寺）や洛陽三十三カ所観音の巡礼などがはじまり、「西国三十三カ所名所図絵」等の案内書が出版されるようになると、伊勢参りと結びついて多くの人々が京を訪れるようになった。また、同時期より、貴族の遊宴の地として離宮や山荘が造営された嵯峨野などの名所めぐりもはじまったとされている。

しかしながら、この時期はまだ庶民の旅行は一般化しておらず、また町も京町家も確立していないことから、京町家とその町並み景観と観光活動との関係性は希薄であったと考えられる。とは言え、この時代においてもゲスト（京都の生活者を中心とした客）に対して商売等を行いながらホストが居住していたわけであり、都市居住装置であるとともに都市型観光装置でもある京町家の原型が誕生していたと考えられる。

江戸時代も中期になると、街道や宿場が整備され、道中も安全なものとなったこともあり、旅行者は増え、旅が娯楽の性格を持ち始めた。「都名所図絵」をはじめとする京都を紹介する観光ガイドブックが一般に浸透し、名所旧跡の多い観光地として京都がひろく知られるようになった。

このように、京都における観光活動が本格化してくると、従来の社寺・名所めぐりとどまらず、町中でのホストとゲストの接触・交流も活発化し、周遊型観光に加えて都市型観光も本格化したと考えられる。そして、都市型観光の舞台となったのが、洗練された京町家とその町並み景観であった。また、西陣織や京友禅、京焼きなどの「京物」

をつくる伝統産業が京町家という装置を基盤として発達し、その洗練された技法とデザインが多くの人を魅了したことも、京都の観光活動を活発化させる要因となった。

京町家でのホストとゲストの交流形態も中世から近世にかけて大きく変化している。中世では戦乱の世相を反映し、「みせ」の開口部には粗い格子や連子(れんじ)が組み込まれ、その前に見世棚を構えて商品を並べて商売が行われた。つまり、商品は通りに置かれ、ホストとゲストは太い格子で仕切られるといった極めて交流しづらい形態となっていたが、中世末になると「みせ」の開口部から格子や連子が消え、「みせ」の床面と見世棚が同レベルに設置されるようになり、「みせ」に座るホストと通りを行き交うゲストが直接に面する極めて開放的な形態に変化する。近世になると、商品は「みせ」の中に入り込み、ゲストがバッテリー床几に腰掛けて「みせ」に座るホストと会話をしながら買い物をするという、開放感と緊張感を併せ持ち文化の接触をとまなう交流形態になる。つまり、京町家とその町並み景観が精緻なデザインレベルに洗練された近世においては、京町家の通りとの境界空間がホストとゲストの交流空間として機能し、重要な都市型観光装置であったと考えられる。

この近世に確立された京町家とその町並み景観を介したホストとゲストの交流形態は戦前まで引き継がれたが、戦後になると商売のスタイルが一変し、多くの商品が店内の陳列棚に並べられ、ゲストは店内に入って商品を選択し、購入するようになった。これは、町家と通りの境界空間が交流空間としての機能を失うことを意味しており、格子やバッテリー床几などの京町家のファサードと町並み景観を構成する重要な要素も消失し、代わって大きな開口部が開けられるようになった。いわゆる看板建築が増えたことも、このあたりに理由があるのではないかと思われる。また、ホストとゲストの関係も、販売者と消費者という関係の意味合いが強くなり、文化の接触とは異なる次元の関係になった。

時期を同じくして、マス観光が到来し、ゲストは観光バスで町(都心部)の縁辺部に立地する社寺・名所をあわただしく巡る周遊型観光へ、つまり中世以前の観光活動形態へと逆戻りした。このことが、町中でのホストとゲストの交流の希薄化に拍車をかけ、近世の京町家とその町並み景観の完成にあわせて成熟した都市型観光も一時影をひそめてしまうことになる。

その後、町中(都心部)は、過度な商業・業務地化へと向かい、京町家の町並み景観の中に中高層のビルが出現し、中世以降の長い歴史の中で完成し、成熟した京町家とその町並み景観の空間スケールの秩序に大きな混乱を招くことになる。しかし、そのような状況の中であって、今また観光活動が町中の残された歴史的環境に回帰しつつある。この回帰現象については次章において述べる。

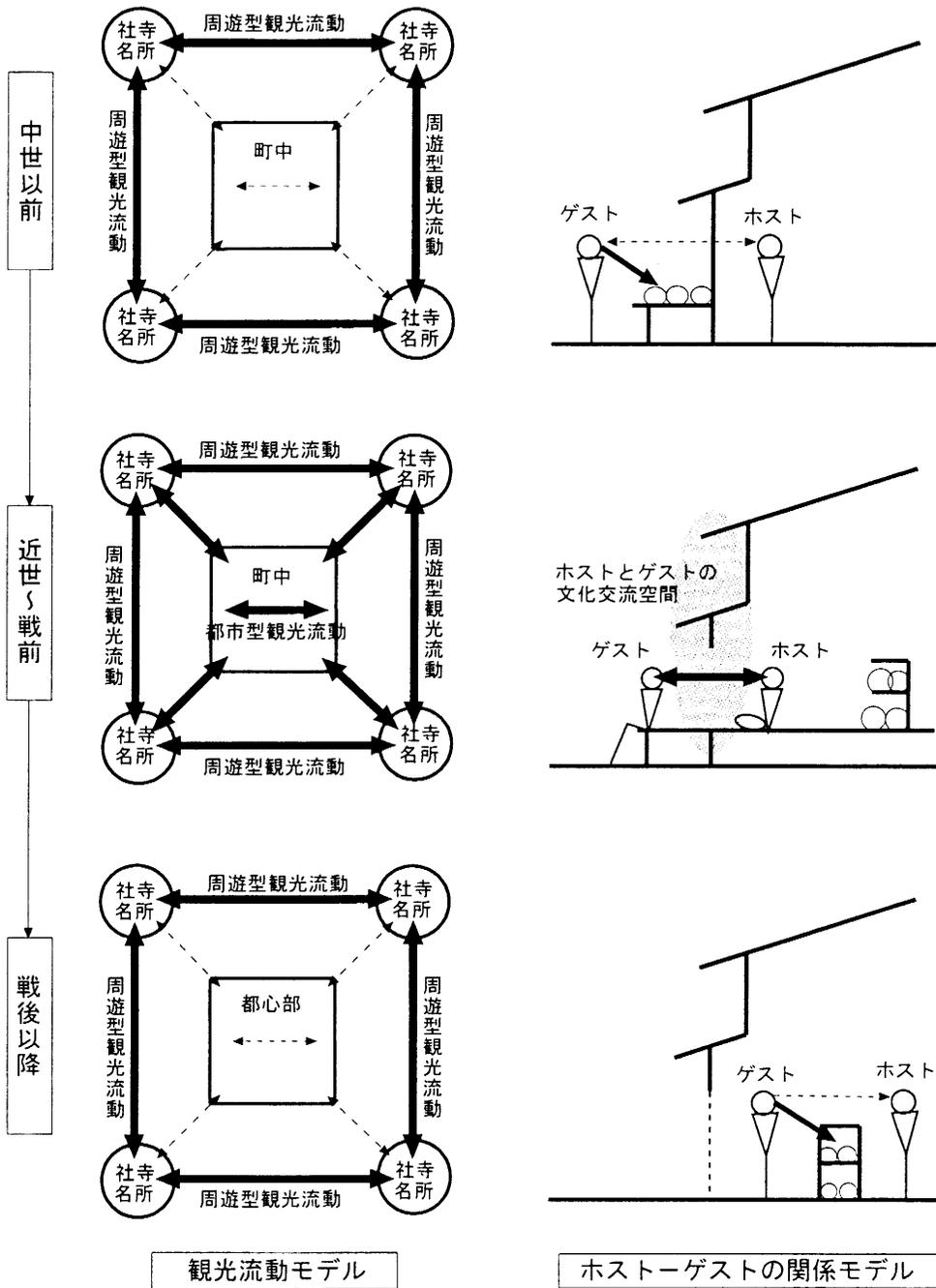


図5 京町家とその町並み景観と観光活動の関係の系譜

## 2.3 まとめ

以上のことから、京町家とその町並み景観の変容と観光活動との関係の系譜を以下のように整理できる。

- ①平安末期に誕生した京町家＝職住一致の空間装置は、中世の「町衆の町」の成立によって町並み景観を形成し、その町並み景観は近世において洗練され完成した。また、この統一感ある町並み景観は町衆により自律的にコントロールされていた。
- ②この町並み景観の洗練過程の背景には、周遊型観光に加えて都市型観光が発達し、それが京町家とその町並み景観を介してのホストとゲストの活発な交流があった。
- ③近代から現代にかけては、京町家とその町並み景観の衰退の時期であると同時に、京町家とその町並み景観を介してのホストとゲストの交流を軸とした都市型観光の衰退期であった。

以上の系譜を模式的に示したのが図5である。

歴史的な町並み景観は、大きく分けると、京都の京町家の町並み景観に代表される都市型の町並み景観と、白川郷に代表される集落型の町並み景観があるが、都市型の町並み景観は、都市の成立当初から観光活動と深く結びついていたのであり、この点において農林業等を軸とした生活に近年になって唐突に観光活動が組み込まれた集落型の町並み景観とはヘリテージ・ツーリズムの意味が大きく異なると言える。

## 3. 京町家・町並み景観の現状と観光活動との関係

### 3.1 京都観光と京町家・町並み景観の現状

#### (1) 京都観光の現状

京都市は、我が国有数の観光都市として国内外から多くの観光客が訪れているが、国内観光地間さらには海外旅行との競争激化の中で、その地位は相対的に低下しつつある。

入洛観光客数は、大阪で「国際花と緑の博覧会」が開催された平成2年に4,085万人、平安建都1200年記念事業が実施された平成6年に3,967万人を記録したが、平成7年には阪神・淡路大震災の影響で3,534万人まで落ち込み、その後平成8年は3,699万人、平成9年は3,892万人と伸び悩んでいる（図6参照）。

この伸び悩みの原因として、海外旅行との競合、各地でのテーマパークの建設等による目的地の多様化、鑑賞型から参加体験型への観光行動のシフトなどがあげられると京都市では分析している。

特に、修学旅行生の減少の影響は大きく、ピークであった昭和59年の146万人から、平成8年には101万人へと大幅に減少している。

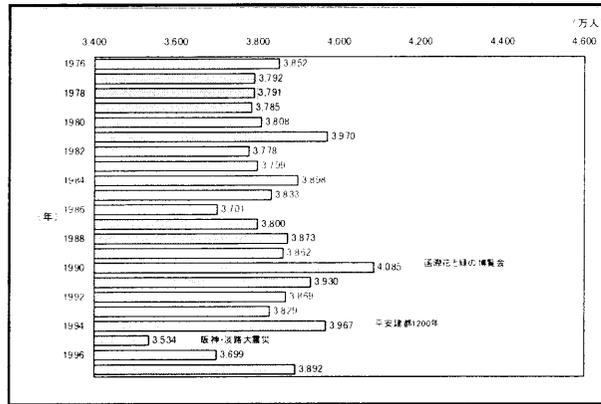
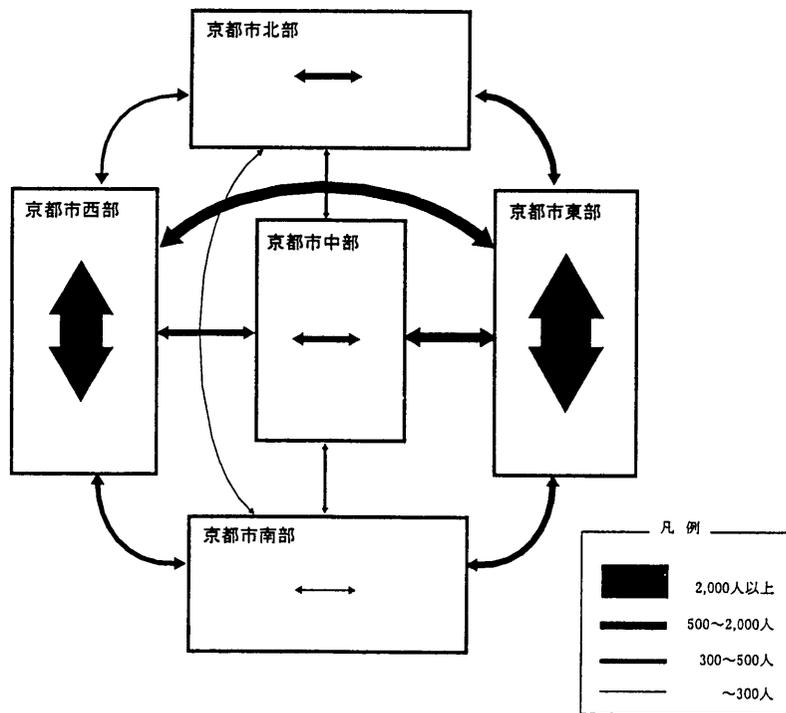


図6 入洛観光客数の推移

(出典 京都市 1997)



数値は回答者数

(移動に関する回答者数の全数は5,010人)

図7 休日における観光客の流動状況

(出典 京都市 1998a)

今後、少子・高齢社会が進展し、我が国の人口は減少へと向かう中で、入洛観光客数の大幅な増大を見込むことは難しいが、「京都市観光振興基本計画」（平成 10 年、京都市）では、2000 年に観光客数を最盛期の 4,000 万人に回復させるとともに、2010 年には観光産業の市内総生産に占める割合を 30%とすることを目指している。

一方、京都における観光客の流動状況を見ると、清水寺や銀閣寺を含む東部地域、嵐山や金閣寺を含む西部地域における地域内々での流動が圧倒的に多く、これらの地域と都心部との間での流動や都心部内々の流動は小さくなっている（図 7 参照）。つまり、先にも指摘したとおり、周遊型観光の流動が活発である一方で、都市型観光の流動が占める割合は非常に小さいのが現状といえる。

## (2)都心商業の現状

第 2 章で見たように、京都都心部における都市型観光は、職住一致の空間装置である京町家の集積による都心商業と不可分の関係にある。そこで、京都の都心商業の現状についてその概要を見ておこう。

全国的な傾向でもあるが、京都においても、モータリゼーションの一層の進展、人口の郊外化、観光客数の減少等を背景として、小規模な小売店の急激な減少とともに小売店の大型化が進む傾向にある。88 年～94 年の間に、京都市全体の小売店舗数は 23,713 から 21,815 へと約 1,900 店の減少をみており、専門スーパーやコンビニエンスストア、専門店が大きく増加している一方で、小規模小売店を中心とした一般小売店は約 9,000 店の減少を示している。一般小売店の減少は、都心部の中京区や下京区などで著しい。

京都の都心商業の原型は、「京町家」という職住一体型の建築物において営まれていた零細・小規模な商業形態であり、その高密度な集積により、地域住民及び観光客にとって魅力的な地域が形成されていた。これが、都心人口の郊外への流出と零細・小規模小売店舗の淘汰により、根本から崩壊する危険性をはらんでいると言える。

また、消費者が「歩いて」訪れることを前提に道路、建物が形成されてきたわけだが、モータリゼーションを前提とした消費形態への移行と集積性の崩壊による歩行空間の魅力減退により、悪循環的に商業空間としての魅力を失いつつある。

以上のような状況にある京都市都心商業を取り巻く政策的環境は大きく変化している。

まず法制度面において、大規模小売店舗法が廃止され、大規模小売店舗立地法が制定されるとともに、都市計画法の改正、中心市街地活性化法の制定がなされ、都市における商業集積の都市計画的誘導・規制手法の構築に向けた第一歩がしるされるとともに、都心商業の再生を含めた中心市街地の活性化に向けた議論が本格化している。

また、京都市においてもサービス化時代に対応した都市経済の構築を基本的な考え方とした「京都市基本構想—グランドビジョン 21 世紀の京都」（1999）をはじめ、都市型

観光（アーバン・ツーリズム）の推進（新たな観光魅力として「まちなか観光」の拡大）等を柱とした「京都市観光振興基本計画」（1998）、空き店舗の需要・供給をマッチさせるシステムの確立や都心商業にふさわしい総合的な交通体系の確立、商店街を含めた住み良いまちづくりの推進などを盛り込んだ「京都市商業振興ビジョン」（1998）、『町家を重要な要素とし、歴史が凝縮された京都らしいまちなみをできる限り保存・再生しつつ、新たな建築活動との共存を図り、魅力ある定住環境と特徴ある産業環境を確保し、住み続けることによって暮らしの中に新しい価値が生まれていく』とうたった「都心再生まちづくりプラン・職住共存地区ガイドプラン」（1998）、『京都のまちの歴史・文化の表象であり、今日もなお多くの市民の都心居住を支えている京町家の現代的役割を評価し、その再生を促進することにより、個性ある京都のくらし・空間・まちづくりを継承・発展させる支援策』としての「京町家再生プラン」（2000）など様々な分野でのマスタープランが策定されている。

### (3)京町家・町並み景観の現状

京都市住宅審議会答申によれば、京都市の木造住宅は21.6万戸で住宅戸数全体の39%を占めており、他の政令指定都市と比較しても木造住宅比率が高い。特に都心4区と呼ばれる上京、中京、下京、東山区では木造住宅比率が60%を超えている。

また、京都は第二次世界大戦の戦災をまのがれたため、戦前期に建てられた木造住宅が多く、京都市全体では全住宅ストックに占める戦前木造住宅比率は11.8%、都心4区では25%前後と高くなっている。

宗田等は、1996・1997年度において丸太町通り、五条通り、大宮通り、河原町通りに囲まれた都心地域を対象として、その後都心4区(上・中・下京、東山の各区)で、木造建築類型調査を行った。この調査では、調査員が木造建物一軒一軒を訪ね、目視により建物類型、建物状態等をチェックした。

調査結果の分析より、調査対象地区全体で7,771戸（全建築物の約6割）の木造建築が存在し、そのうち約9割が広義の京町家であることが分かっている。

また、建物状態としては、①今すぐ修理が必要が10%、②何らかの修理が必要37%、③そのまま今後も使えそうが53%となっており、修理等によりファサード構成が変化する可能性のある木造建築が半数近くあることが分かっている。

以上のように、質的には近世に完成した京町家の原型を保ったものは少ないものの、近代以降にバリエーション豊かに変容しながらも京町家は都心部に多く残っている。しかしながら、将来にわたってこれらの京町家が残っていくかといえば非常に困難な現状にあると言わざるを得ない。バブル崩壊後、比較的沈静化していたマンション建設が再び活発化してきたこと、相変わらずの高地価にとまなう固定資産税や相続税の重い負担、

過度な最高限容積率の指定や防火地域指定など町家街区の空間的特性と乖離した都市計画規制など、このことを裏付ける側面は枚挙にいとまがない。

### 3.2 観光活動の都心回帰と京町家・町並み景観への影響

#### (1) 京都観光の最近の傾向：観光活動の都心回帰

京都観光をマクロに見ると、先に述べたように、全体的に停滞傾向にあり、都市型観光が衰退し、周遊型観光に特化している。

しかしながら、都心部での観光活動を詳細に見ていくと都市型観光の再興の動きが見られるようになってきている。この動きは最近の観光情報誌に端的に見てとれるが、「歩く」「町家」「京の生活体験」といったキーワードに集約できる動きである。以下、これらのキーワードが示す京都観光の動きを見ていく。

まず「歩く」であるが、観光情報誌には「〇〇散策」「〇〇ウォーキング」「歩いてみたい〇〇」といった言葉があふれており、その散策ルートが紹介されている。散策ルートでの見所も、従来のような社寺だけでなく、その界隈の生活文化や町並み景観の特徴、隠れ家的なお店などが詳細に紹介され、“通の観光”を求める観光客のニーズを満たすように工夫されている。実際、銀閣寺を訪れる観光客に対するアンケート調査（1998.11実施）から、銀閣寺を訪れる観光客の7割以上が哲学の道の散策を行っている。

「町家で〇〇」という言葉も頻繁にでてくる。従来のような文化財的価値を有する本格的な京町家だけでなく、京町家を活用したり再生したりした現代的な店舗も主要な情報となっている。京町家の歴史的な雰囲気の中で買い物をしたり、飲食したりすることが観光客の京都観光の重要な記念的行動であり、京都への憧れの心を満足させるのであろう。町家活用型店舗については次項において詳しく述べる。

最後に「京の生活体験」であるが、この最も典型的な例が舞妓体験であろう。最近京都の町を歩いていると、舞妓さんの格好をした女性観光客を目にする。観光情報誌にもこの手の広告がやたらと目に付く。また、舞妓さんの格好をしないまでも和服姿で観光する女性も多い。これらは、入浴した女性観光客の着つけからメーキャップまでを行う業者の手によるものであるが、京都の町並み景観を舞台に京都女性を演じたいという観光客のニーズに対応した動きである。先述の「町家で〇〇」もこういったニーズの一つの現れと考えられる。

#### (2) 京町家・町並み景観への影響

前項に示した京都観光の最近の傾向を考えあわせると、観光客はただ単に社寺・名所を見るだけでは満足できず、より深く京都の人の生活や文化に触れたい、京都での生活者を演じてみたいと考えており、その舞台としての京町家とその町並み景観に対して非

表1 町家活用型店舗業種別一覧

		単位:件	
業種	都心地区	事例全体	
飲食系	日本料理	10	12
	蕎麦屋	1	2
	定食屋	5	5
	おばんざい	5	7
	洋食	4	5
	イタリア料理	4	4
	フランス料理	1	1
	スペイン料理	0	1
	タイ料理	2	2
	中華料理	3	3
	無国籍料理	1	1
	シーフード	1	1
	お好み焼き	1	1
	居酒屋	16	16
	バー	5	6
喫茶店	9	11	
小計	68	78	
物販系	小物	11	11
	本屋	1	1
	和菓子	1	1
	漬け物	1	2
	園芸	1	1
	弁当・パン	1	1
	小計	16	17
その他	美術館・博物館	2	2
	ライブハウス	3	3
	エステ	1	1
	ギャラリー	2	2
	小計	8	8
合計	92	103	

表2 伝統的構成要素の活用状況

No.	業種	業種類型	庭(坪庭・奥庭)	座敷	床の間	縁側	通り庭	格子	木枠窓・虫籠窓	土壁・漆喰壁
1	居酒屋	飲食系	×	○	×	×	●	○	○	○
2	居酒屋		○	×	○	×	×	×	○	○
3	居酒屋		○	○	○	×	×	×	○	○
4	居酒屋		×	×	×	×	×	○	○	○
5	夕ア料理		●	×	×	×	×	×	○	○
6	夕ア料理		●	×	×	×	×	×	○	○
7	豆腐料理		○	○	○	○	○	○	○	○
8	貸席		○	○	○	○	×	○	○	○
9	喫茶店		×	×	×	×	×	×	○	○
10	喫茶店		○	×	×	×	×	×	×	○
11	喫茶店		○	×	×	×	○	○	×	○
12	中華料理		×	○	○	○	×	○	○	○
13	定食屋		○	○	○	○	○	×	○	○
14	日本料理		○	×	×	×	×	○	○	○
15	旅館・京懐石		○	○	○	○	○	○	○	○
16	ワインバー		○	○	○	○	×	×	×	○
17	化粧品・エステ	物販系	○	×	○	○	●	×	○	○
18	小物		●	×	×	×	×	×	○	○
19	小物		○	×	×	×	○	○	○	○
20	花屋		×	×	×	×	×	×	○	○
21	宝石販売		○	×	×	×	●	○	○	○
22	弁当販売		×	×	×	×	×	×	○	○
23	仏具店		×	×	×	×	●	×	○	○
24	邦楽器製造卸	卸業	○	×	×	×	×	○	○	○
25	ギャラリー	その他	○	×	×	×	×	○	○	○

○:残っている, ●:コンセプトとして残っている, ×:残っていない

常に大きな関心を抱き、より京都らしい町並み景観を望んでいることが分かる。現代になって観光客を目当てにした店舗が並ぶようになった銀閣寺の門前商店街に対しても、観光客が歴史的な雰囲気や町並み景観を強く求めていることなどもこれを裏付けていると言えよう。

このように考えると、京町家とその町並み景観を保存・継承し、より京都文化を観光客に空間として伝えることができる町並み景観へと洗練していくことが、今後の京都観光の持続的発展の鍵になると言える。つまり、近世に成立しその後衰退していった都市型観光への回帰現象としてしっかりと認識することが必要である。

現実には、最近の観光の傾向に対応して、京町家の伝統的建築構成要素を生かしながら店舗を改装する事例（以下「町家活用型店舗」と呼ぶ）が増えてきている。1998年度までに、103件の事例を確認し、調査してきている。この内89.3%にあたる92件が都心地区において確認されている。

町家活用型店舗の業種を見ると、新規に出店したレストランや居酒屋等の非伝統的業態を中心とした飲食系の事例が多く、他にも少数ではあるが、新規開店の繊維関係の流通・製造業のアンテナ店もある（表1参照）。また、その分布は、都心地区の中でも御池通り、四条通り、烏丸通り、河原町通りに囲まれた地区に多く、特に堺町通りや富小路通りに集中している（図8参照）。

都心部に立地する町家活用型店舗92件中25件について、京町家の伝統的構成要素が、店舗としての改装後にこれらの要素が残されているどうかを目視調査したところ、外観を構成する要素（格子、木枠窓・虫籠窓、漆喰壁・土壁）は残される傾向にあることが分かった（表2参照）。これは、新しいもの（現代的商売）と古いもの（京町家）のミスマッチによる客へのアピール、京都らしい雰囲気の中での買い物の演出、京町家による街並み形成が自らの商売にも好影響を与えるといったことからくるものであることが別途実施したヒアリング調査の結果から分かっている。

このような町家活用型店舗に対する客の反応としては、歴史を感じさせる京都らしい外観や木の質感に惹かれるケースが多いようであり、経営者も京町家は集客効果があると感じている。

以上のことから、町家活用型店舗は、京都らしい歴史・文化の重層性をもった町並み景観の形成に貢献していると評価でき、店舗経営者は、京町家の個性や京都らしさの演出といった観光客に対するアピール性を通じた集客等の営業上の魅力、京都の町並み景観を自ら保存し創造しているという自負心に高い価値を見いだしていることが分かる。つまり、都市型観光への回帰－観光活動の都心回帰が、ホストによる京町家とその町並み景観の自律的な保存・継承・発展に貢献し、それが都市型観光のさらなる発展をもた

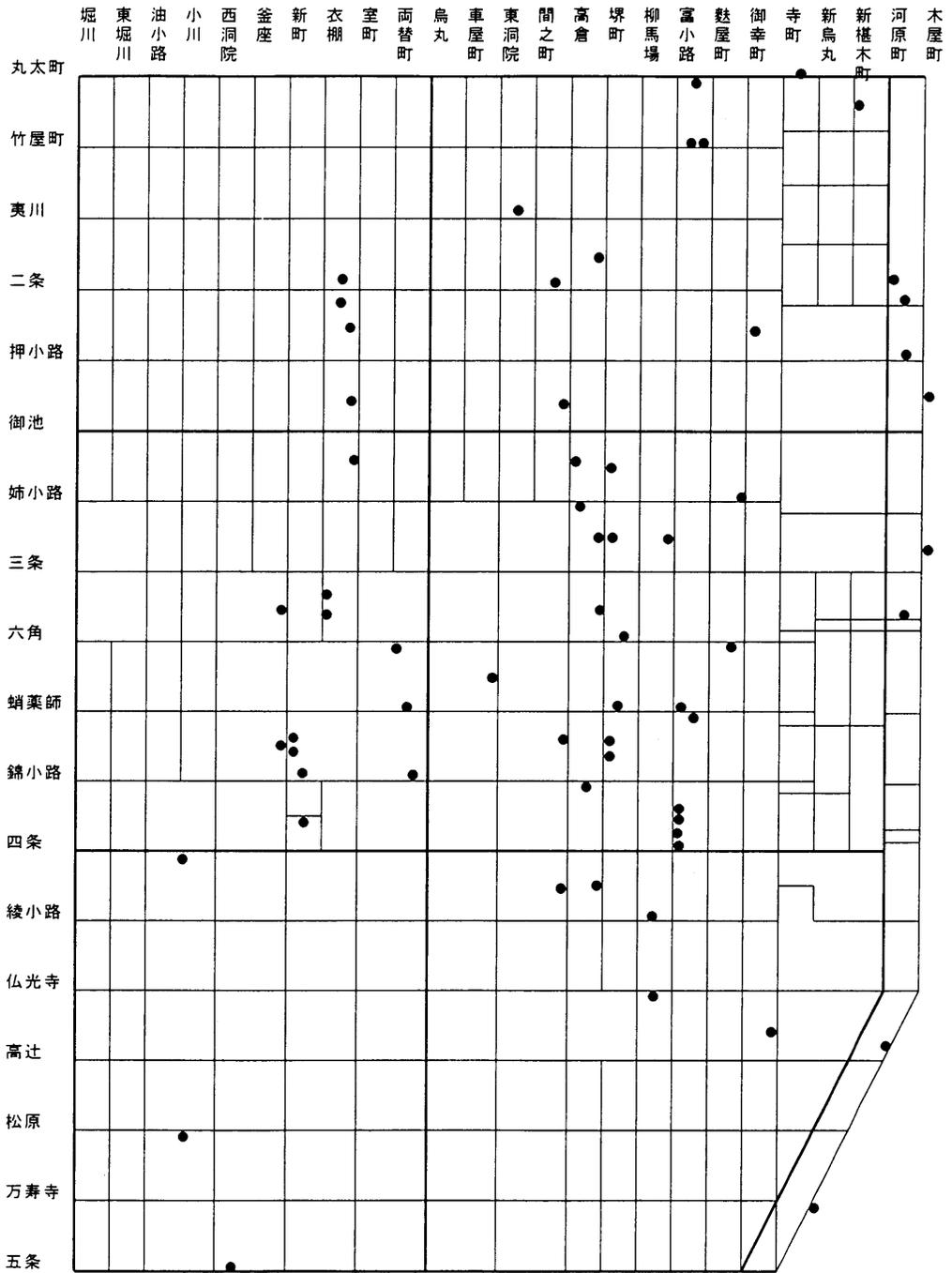


図8 町家活用型店舗分布図

らず持続発展的な好循環をつくる可能性が伺える。

#### 4. 結語

3章までで見てきたように、京都観光は本来の観光形態である都市型観光と周遊型観光の複合形態へと回帰しつつある。この回帰動向を確実なものとする最大の鍵が、ホストによる主体的な京町家とその町並み景観の保存・継承・発展への取り組みを基盤とした自律的な観光活動のコントロールである。

3章で述べた町家活用型店舗の出店事例は、都心商業の活性化、京町家の保存・継承を通じての都市型観光の再活性化を実現する上での重要な要因となりうる。しかしながら、これらの事例は、現時点においては、まだ個々の店舗経営者や設計を依頼された建築家の京町家に対する思い入れとデザイン感覚に基づく京町家の再生である。京町家の保存・継承を行いということは、単に「京町家風」の外観を残せばよいのではなく、京町家という空間装置を通じた生活(居住や商い)のシステムー京町家システムーを保存・継承し、現代の生活との関係の中でこのシステムを発展させることである。このことからすると、京町家において商売を行うことの意味を問い直す必要性をはじめ、そこから導かれるホストとゲストの現代的文化交流形態とそれを実現できるファサード及び内部空間のデザイン構成の開発の必要性、その中で伝統的ファサード及び内部空間構成要素の保存・継承のガイドラインの開発の必要性など、今後の課題は多いと言える。

また、都市型観光活動の舞台が京町家という建物単体ではなく、その町並み景観であり、さらには京都都心という面的拡がりをもった空間であることを考えると、各通りのレベルから都心全体レベルまでの、居住者及び事業者における京町家システムの保存・継承・発展の理念及び方策に対する価値観の共有化も重要な課題である。特に、町家活用型店舗は都心への新規出店のケースが多く、これら新規出店者と従来からの事業者や居住者間で価値観を共有化できる仕組みを創造し、各通り及び都心全体の両レベルにおいて事業者及び居住者が自律的に町並み景観をコントロールしていけるようにする必要がある。幸いにも、京都においては、バブル期以降に市内各所で見られる住民組織によるまちづくり憲章に基づいた建築・町並み景観のコントロールや京町家再生研究会をはじめとする京町家の保存・再生に取り組む多様な組織の展開が見られる。このような既存の市民を中心とした組織的活動を基盤としつつ、新しい京町家システムの保存・継承・発展活動の展開が期待される場所である。

さらに、京都観光の最近の傾向として「歩く」観光をあげたが、都市型観光で考えた場合、必ずしも歩きやすい都心部となっているとは言い難い。既往調査において、京都

都心の細街路では、自動車交通量の60%前後が通過交通であり、自動車交通量(15分間)を100台減らすと歩行者通行量(15分間)が26.4人増えるという試算結果を得ている。自動車交通のコントロールなども含めた総合的な京町家システムの構築が求められる。

「tourism」は、旅行を意味する「tour」に主義を意味する「ism」が結びついた言葉であり、「tourism」の現代的意味をホスト社会が自らの生活システムの主義・理念をゲストの接触を通じて表現する活動であると解釈したい。このように考えると、京都都心におけるヘリテージ・ツーリズムとは、京町家とその町並み景観の保存・継承・発展を柱に、ホストである居住者及び事業者が京町家システムの構築と実践を自律的に展開し、それをゲストに対して演出し、インタープリテーションしていくことに他ならない。この意味で、京都都心の現状は、今後課題となる点が多いものの、まさにこのようなヘリテージ・ツーリズムの段階に踏み込みつつある。つまり、ヘリテージ・ツーリズムが自律的な観光と直結できる可能性があると言える。

## 文 献

佛教大学総合研究所

1998 『成熟都市の研究－京都のくらしと町』法律文化社。

チェントロ・ストリコ研究会(主査:三村浩史)

1990 「歴史的都心地区における町家・町並みの保存と継承の具体策(1)」『住宅総合研究財団研究年報』No.18, 住宅総合研究財団。

1990 「歴史的都心地区における町家・町並みの保存と継承の具体策(2)」『住宅総合研究財団研究年報』No.19, 住宅総合研究財団。

第2次チェントロ・ストリコ研究会(主査:宗田好文)

2000 「町家・町並み景観整備による都心商業・商店街活性化手法の研究」『住宅総合研究財団研究年報』No.26, 住宅総合研究財団。

日向進

1998 『近世京都の町・町家・町家大工』思文閣出版。

JTB

1999 『'99 るるぶ京都』JTB。

1999 『'00 るるぶ京都・奈良』JTB。

京阪神エルマガジン社

1999 『シティマニユアル'99 京都』京阪神エルマガジン社。

1999 『旅の手帳情報版 京都・奈良'99 秋→'00 春』弘済出版社。

黒見敏丈

- 1990 『観光開発をともなう地域計画の方法に関する研究－観光活動にともなう地域変容の分析を通して』京都大学修士論文。

京都市

- 1997 『京都市観光調査年報』京都市。  
1998a 『京都の休日交通を考える』京都市。  
1998b 『京都市観光振興基本計画』京都市。  
1998c 『京都市商業振興ビジョン資料編』京都市。  
1999 『社寺観光地における商店経営のあり方について－銀閣寺門前推進会の活性化方策に関する調査研究報告書－』京都市。  
2000 『京町家再生プラン』京都市。

西川幸治・高橋徹

- 1997 『京都千二百年（上）』東京：草思社。  
1999 『京都千二百年（下）』東京：草思社。

大蔵省印刷局

- 1998 『木の国 日本の世界遺産 古都奈良』大蔵省印刷局。

巽和夫+町家型集合住宅研究会

- 1999 『町家型集合住宅－成熟社会の都心居住へ』学芸出版社。

山本良介

- 1999 『京都－建築と町並みの＜遺伝子＞』建築資料研究社。

吉野国夫

- 1994 『タウンリゾートとしての商店街』学芸出版社。

全国町並み保存連盟

- 1999 『新・町並み時代－まちづくりへの提案』学芸出版社。

