

# 成熟化する観光都市における 地域資源を活かした中心商業地のあり方 —三重県伊勢市を事例に—

703-001 稲垣昌茂 指導教員 戸所 隆

A Whole Concept of the Central Commercial Area with  
Utilizing the Regional Resources in the Maturing Tourist City  
: A Study Case Of ISE-City

Masashige INAGAKI

## I はじめに

現在のわが国は「交流の時代」を迎えている。その背景には、情報社会化や地方分権の推進、人々の価値観の変化など、社会・経済の変化がある。その変化が、地域間の交流を促進し、新たな地域の秩序体系を構築していくと考える。それ故、地域は交流時代に即した地域性・独自性を創造し、情報発信をする必要がある。

交流の時代には、交流活動の中核を占める観光も変化を迫られると考える。すなわち、近年の観光は、国内観光の空洞化や観光に対するニーズの多様化、そして観光地間の競争の発生などにより転換期を迎えている。このような潮流に対し、従来からの観光地、とりわけマス・ツーリズムに対応してきた観光地は、多くの問題に遭遇しつつある。従来型の観光地は、この変化に対応した観光地へと転換していくのか、対応できずに停滞化・衰退化するのか、その岐路に立たされている。

本研究では、伊勢神宮を擁する観光都市・三重県伊勢市を例に、従来型観光地の問題点を明らかにし、交流時代における空間構造のあり方について検討する。門前町起源の観光地は、典型的な従来型観光地の一つである。観光が変化する中で、従来からの観光地は観光空間の再構築をおこなう必要がある。その再構築の方向性として、中心商業地の地域資源を活かした空間の創出と地域の独自性と魅力、そして拠点性の強化が考えられる。

研究では伊勢市における現在までの構造変化を明らかにした。その上で、中心商業地の観光対象

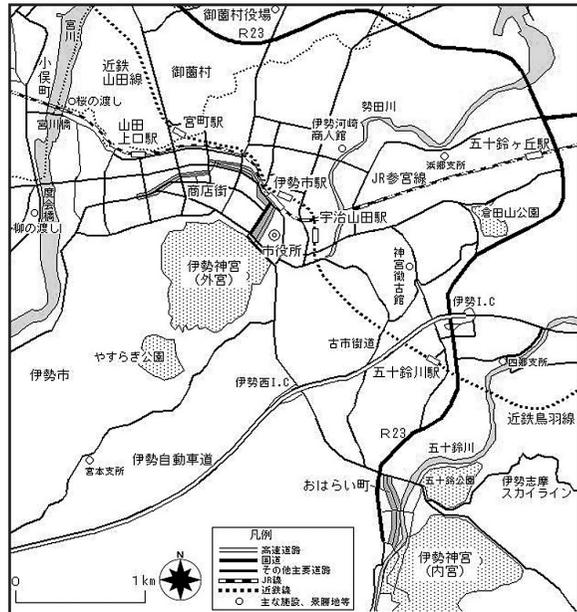
化、すなわち都市観光地化による活性化策を検討する。中心商業地を新たな交流空間としてみなし、まちなかの観光対象化による、観光都市における中心商業地の再構築策の方向性を提示することを目的とする。

## II 研究対象地域の概観・研究の視点

伊勢市は人口約10万人、三重県南部の中心都市である。伊勢市は伊勢志摩観光の玄関口であるだけでなく、広域行政圏の中心都市としての性格を有する。交通は、伊勢自動車道、国道23号線、国道42号線や、JR・近鉄各線により良好な環境にある（第1図）。

伊勢神宮には内宮と外宮が存在し、それぞれが門前町を形成している。内宮の門前町を宇治地域、内宮の門前町を山田地域と呼ぶ。本研究では、中心商業地としての都市集積がみられる内宮の門前町を対象に検討をおこなった。

これまで観光都市は、観光資源による観光客の吸引で都市的發展をしてきた。そのため、観光者の交通手段が自動車中心へと変化し、観光行動も広域化することにより、観光都市の構造は大きく変化した。すなわち観光者の中心商業地への来訪が減少し、生活者の中心商業地の利用頻度が低下している。また観光者と生活者、両者の中心商業地の利用形態や行動範囲が変化してきた。これらの過程を明らかにすることを中心に、観光都市における都市構造の変化を捉え、その考察結果を基に、地域資源を活かした空間整備方策を検討したい。



第1図 研究対象地域の概観 (稲垣作成)

## III 研究の結果

### (1) 転換期を迎えた伊勢の中心商業地の構造変化

#### ① 移動手段変化に伴う観光地構造の変化

伊勢は、神宮の門前町を起源とする都市である。近代以前から、伊勢は宗教行為の対象としてだけでなく、観光の対象として存在していた。

近代化を迎え、伊勢は鉄道敷設や鉄道資本による観光地開発がなされ、志摩地域を含めた広域的な観光地域が形成された。そのため、早い段階から観光地化が進んだ伊勢は、マス・ツーリズムにいち早く対応し、一大観光地としての地位を築き上げた。

しかし、自動車の普及や志摩地域の相対的な地位向上は、観光者の行動を変化させ、伊勢を通過型の観光地へと変化させた。鉄道交通が主流の移動手段であった1980年ごろまでの観光者行動は、「鉄道駅→外宮（門前町）→内宮（門前町）」というものであった。その後、自家用車利用による移動が主流になると、「自動車（インターチェンジ）→内宮（門前町）→他の観光地」と観光者行動が変化した。そのため、内宮では観光客が多く訪れているのに対して、外宮の門前町である中心商業地では、宿泊機能が縮小し、また来街者が減少した。それに加えて、国内観光の停滞も影響し、伊勢への観光者数は減少傾向にある。

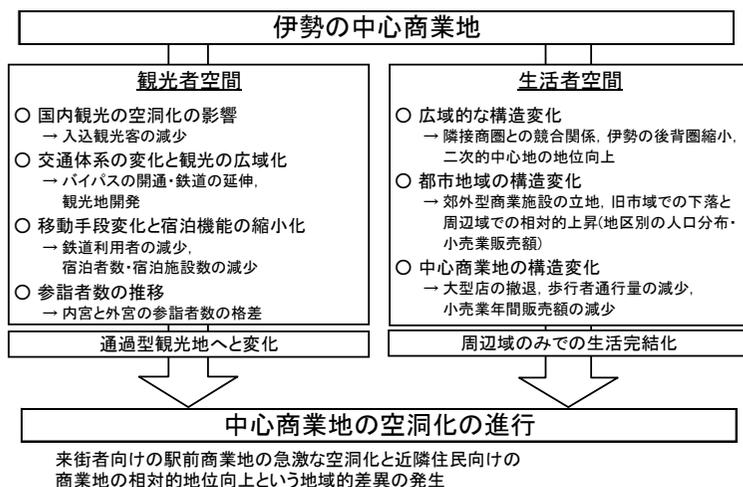
以上、伊勢のように自動車が普及する以前から形成されている観光都市では、これらの変化による影響は大きい。この変化により、中心商業地では交通体系変化による通過型の観光地へと変化し、観光者に対する商業機能が縮小したと考えられる（第2図）。

## ② 生活者空間としての都市構造変化

生活者の視点から伊勢の構造変化について、都市圏・都市地域・中心商業地という3段階の空間スケールから検討した（第2図）。

広域の空間スケールにおいて、購買行動では伊勢の広域行政圏の構成市町村でも隣接する松阪市への流出が認められ、また二次的な中心地の吸引力が上昇するなど、伊勢の後背圏が縮小する傾向がみられた。伊勢の都市地域における構造について、地帯別にみた小売業年間販売額の推移をみると、旧市区域での落ち込みと、周辺区域での相対的な上昇がみられ、近年においては旧市区域よりも周辺区域の方が大きい状態にある。このように、伊勢市に流入する購買客でも郊外型の商業施設での購買であると推測される。

中心商業地の構造をみると、大型店の撤退があった伊勢市駅前区域、駅前から外宮までの神宮



第2図 観光都市・伊勢の中心商業地の空洞化過程

(稲垣作成)

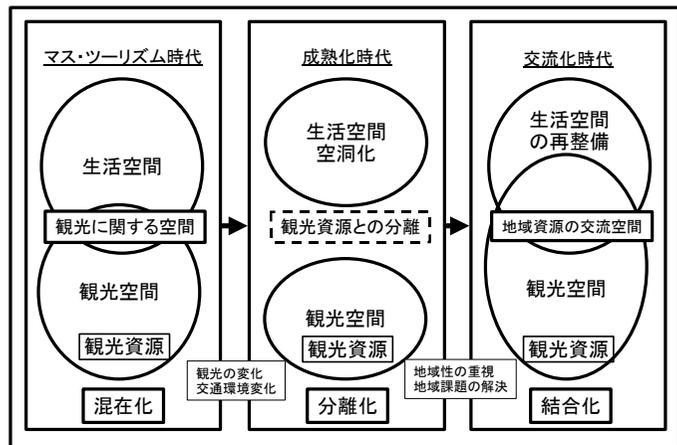
参道の区域など、主に来街者を対象とする商業区域では小売業年間販売額が半減しているのに対して、鉄道駅から離れた近隣住民を対象にした商業地では減少傾向にあるものの、駅周辺区域ほどの減少はみられなかった。中心商業地内の衰退化過程に地域的差異が認められた。

以上のように、観光都市・伊勢の中心商業地は、観光者・生活者から利用されない空間となり、中心商業地の空洞化が進行したと考えられる。

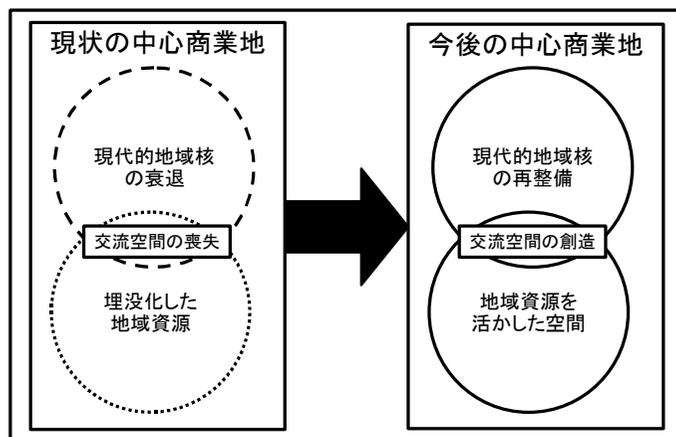
## (2) 都市観光地化へ転換する中心商業地の空間整備方策

観光都市・伊勢は、転換期を迎えている。従来、伊勢は観光資源である神宮の存在によって発展してきた。しかし、外宮は観光客に通過されるようになり、観光による中心商業地への波及効果が弱まったことにより、衰退化が進行したと考えられる。このように、伊勢のまちは観光資源との主従関係にあり、従来型の観光都市であったといえる。この状態では観光資源単体で、観光客を吸引できたとしても、都市としては不十分なものになる可能性がある。長期的視点からみれば、この状態は望ましいものではない。

このような観光都市を活性化させる方策として、都市観光の要素を取り込むべきであると考えられる。都市観光は、現在のところ明確な定義は存在しないが、都市にあるモノやコトが、あるきっかけで価値をもつようになり、外部の人々を吸引しはじめ、観光対象化したものである。このように都市観光（地）においては、観光資源を支えるためのまちではなく、まち自体が観光



第3図 観光都市における中心商業地の空間モデル



第4図 交流時代に求められる中心商業地モデル

(稲垣作成)

対象となるものであるといえる。まちの観光対象化により、観光資源の動向により左右される、現在の観光都市から転換を図るべきであると考える。

これを踏まえて、伊勢という地域ブランドを活かしつつ、地域性を打ち出す仕組みや都市観光地的要素を織り込んだまちづくりが必要である。都市観光地化を施し、まちへの観光の波及効果を大きくするための戦略が求められる。それには地域資源や既存の施設することや、中心商業地の拠点性を高める都市軸・都心軸の再構築が必要である。

伊勢においては、この地域の起源である「門前町」をひとつのキーワードにまちづくりをおこなう。そのための手段として、街道筋や河川、旧来からの建築物など地域資源の活用をすべきである。そして、これら点在する地域資源を結び付ける都市内のネットワーク化を行う。

このようにして伊勢の都市観光地化を図り、都市全体をフィールド・ミュージアム的な空間として整備する。このように旧来の軸や伊勢の歴史性・文化性を活かしつつ、中心商業地の拠点性向上を図り、交流時代に対応した観光都市を創造する。

新たな交流空間の存在により、観光者の滞在時間を増加させることで波及効果を大きくし、また生活者には地域への知識を深めることなど地域アイデンティティの醸成などの社会的な効果を生み出して、活力のある都市空間を創造するべきである。観光資源に従属した中心商業地から脱却していくには、まちの観光対象化を図り、新たな交流空間を形成する戦略が必要である。このような交流空間を創造するには地域資源が重要であり、そのネットワーク化が必要である。

このようにして生活者と観光者を結ぶ交流空間を構築し、新しい時代の観光都市として活性化を図る。新しい交流空間を創出して生活者と観光者と分離化した中心商業地から脱却させるべきである（第3図）。

伊勢は今まで信仰の場として、観光の対象として、生き続けてきた地域である。当然、地域資源の蓄積も大きい。その歴史性や文化性の地域資源を活用した、新しい時代における伊勢の観光・都市政策のシナリオが求められる。

## IV 結論

交流の時代を迎えた現在、従来型観光都市は大きな転換点にさしかかっている。その変化に対応した観光都市を再構築する方策として、中心商業地を「観光者と生活者の両者が交流する空間」を構築すべきであると筆者は考える。このような空間創出は、「都市全体で観光地を体感できる空間」を観光者に提供する意味があり、「付加価値のある購買空間」を生活者に提供する意味がある。また、このような空間整備の考え方は、観光都市ではない都市の中心商業地の活性化策に応用できると考える（第4図）。以上、交流時代を迎える現在、地域資源を活かした中心商業地の空間整備方策が必要であると考える。