

伝統的祭礼の観光化に対する地域社会の対応とその実態

—愛知県犬山市「犬山祭」を事例として—

高木将志

第 1 章 はじめに

祭礼は絶えず変化しながら今日に至っている。特に伝統的祭礼は人々や組織、地域社会に深く根ざしており、時代や地域が変化すると祭礼の意味や性質もまた変容する。すなわち、祭礼をみることは地域をみることにつながるのである。近年では行政が中心となって伝統的祭礼の観光化を推進している場合もある。伝統的祭礼の観光化は地元地域への経済効果をもたらす一方で、地域社会にとっては祭礼に関する維持・管理の負担が増すという一面も持つ。そのため、観光化される伝統的祭礼と地域社会による対応のあり方に着目することで、その地域が直面している実態を明らかにすることができるのである。

それらを踏まえ、本論文では愛知県犬山市の伝統的祭礼である「犬山祭」を対象として、地域の伝統的祭礼である犬山祭の観光化を推進する犬山市が地域社会にどのようにアプローチし、一方で犬山祭の担い手である地域社会（町内会）が祭礼の観光化にいかに対応しているのかを明らかにしたい。

第 2 章 対象地域と犬山祭の概観

犬山市は愛知県の最北端に位置する人口約 7 万 5000 人の中核都市であり、市の北側を流れる木曾川を境にして岐阜県と接している。犬山祭はおよそ 380 年の歴史を有する伝統的祭礼であり、旧城下町地区に位置する 13 の町内会が担い手となっている。犬山祭では楽器を演奏する「お囃子方」と車山（犬山祭における曳山）を曳く「テコ」が参加者の中心となる。お囃子方は小太鼓を演奏する「子供連」と笛・大太鼓を演奏する「若衆」からなる。現在では町内外を問わず町内在住者に縁のある者を積極的に車山に乗せている。テコにおいてもお囃子方と同様に町内外問わず参加が可能であるが、お囃子方が町内在住者の血縁を中心に集められるのに対して、テコは友人等の関係であっても参加できる。一部を除くほとんどの町内会で参加者の人数不足が深刻な問題となっている。

第 3 章 観光化される犬山祭

犬山祭の観光化において重要な出来事は、2005 年の愛知万博への出展及びその翌年の国の重要無形文化財への登録である。万博への車山の出展が決定して以来、「秋のお城まつり」というイベントにおいても車山を曳きだすようになった。秋祭りにおける車山の曳きだしは集客効果が大きいため、行政としては今後とも実施していきたいものであるが、担い手である町内会側にとっては負担が大幅に増加するという結果をもたらした。一方で国の重要無形文化財への登録は、行政の犬山祭への姿勢を変化させることとなった。行政は文化

財登録がなされるまでは犬山祭を単なる集客イベントとみなしていたが、登録以後は文化財としての犬山祭の価値を通じて伝統文化の営みをアピールするようになってきている。

たしかに、万博出展と文化財登録は犬山祭における観光客数の大幅な増加につながった(図1)。しかしながら、それに比例して祭礼時の運行ルートやスケジュール管理の厳格化などの決まりや規則も同時に増えるなど、祭礼自体の性質に変化をきたすようになってきている。

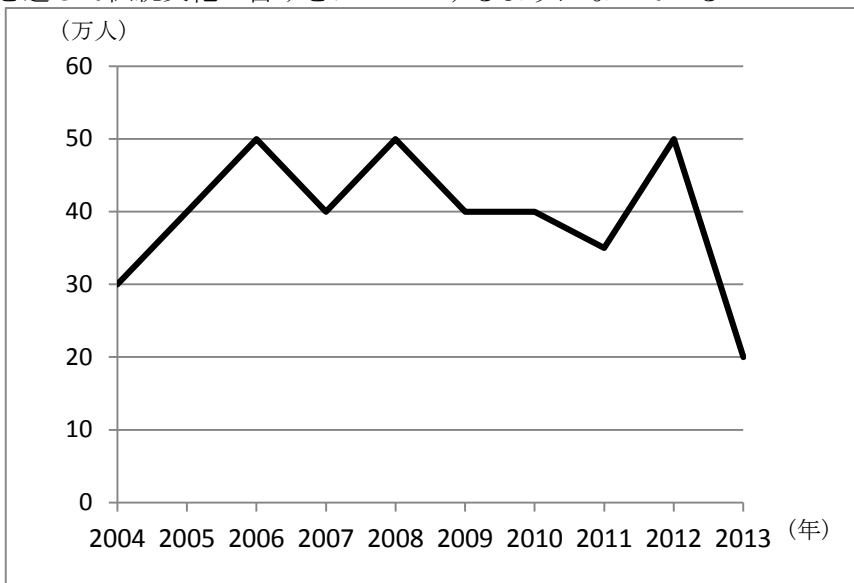


図1 犬山祭の観光客数の変化

また、観光化の影響は祭礼だけでなく担い手である町内会にも及んでいる。その主なものが、文化財への登録による修繕費の大幅な増加である。車山の修繕費は文化財登録以前に比べて10倍程度にまでなっており、負担割合も大きくなるなど町内会への財政的負担が増えてしまった。そして、このような犬山祭の観光化とその負担増に対応することのできる町内会とそうでない町内会との地域差が、近年顕著にみられるようになってきた。

第4章 犬山祭の担い手としての町内会の対応

表1 町内会の資本と行政への態度の関係性

	資本に余裕がある			資本に余裕がない		
	魚屋	余坂	外	新	本	練屋
祭礼に参加している世帯数	38	60	40	19	45	29
人的資本力	○	◎	○	×	△	△
金銭的資本力	△	○	◎	△	×	△
町内所有の着物	△	○	×	○	○	◎
現在の犬山祭に対する考えや姿勢	△	△	△	△	△	△
秋祭りに対する考えや姿勢	○	△	○	×	×	×
行政への感情	○	○	×	△	△	×

犬山祭の担い手である町内会関係者に対する筆者の聞き取り調査によれば、町内会が持つ行政に対する考え方や態度は大きく2つに分けられる。1つは積極的ではないが行政に協力しようとする町内会と、もう1つは自分たちの町内会のことに精一杯で行政を気にかける余裕などない町内会である。これらの違いは各町内会に内在する人的・金銭的資本力の

差から生じているものである（表 1）。とりわけ、金銭的資本力より人的資本力の方が町内会の考え方や態度に及ぼす影響が大きいという結果を得ることができた。人的資本力の差とは、祭礼時に中心となる 40～50 代の参加者がどの程度町内に在住しているか、祭礼時に町外に出て行った若者が帰ってきて参加するかという点である。

それらの要因は、子供連の時代に自分の家庭の着物を着て参加した経験があるか否かということに起因している。すなわち、子供時代の経験は犬山祭への愛着を強くするだけでなく、同じ経験を自分の子供にもさせてあげたいという考え方につながり、たとえ町外に住んでいても犬山祭に合わせて帰ってくる人が多いからである。

また 13 町内会の地理的な位置関係から考えたとき、人的資本力がある余坂町と外町は旧城下町地区の端に、資本力がない町内会は旧城下町の中心部に位置していることが明らかとなった。旧城下町地区の中心はかつて商店街として栄えていたが、現在では衰退し、若者が多く流出している。それに対して、職人町や明治期以降に発達した周辺部の町内会は旧城下町地区の中心に位置する町内会よりも衰退が遅いという特徴がある。各町内会の人的資本力を端的に示す若者層の存在や、その反対の高齢化の状況は、このように旧城下町の歴史的な、ひいては現代の犬山市中心市街地における都市構造とも関係しているのである。以上のような要因が働き、各町内会の犬山祭や行政による観光化への対応に地域差が生じていることが明らかにできた。

第 5 章 おわりに

本論文では犬山祭の観光化を進める行政とそれに対応する町内会の実態について迫ることができた。しかしながら、今回の調査では聞き取りが旧城下町地区の商店街であった北部地域に偏ってしまい職人町の南部地域における調査が不十分であること、町内会が若者の流出に対してどのような考え方を持っているのか、そして実際にいかなる対策を実施しているのかについてまでは迫ることはできなかった。今後の課題としていきたい。

本論文の成果にもとづいて、行政に対しては祭りの在り方を再考するなどして町内会の負担を軽減し、参加者と観光客がともに「楽しい」と感じられるような犬山祭を目指していくことを、一方の町内会に対しては変化を嫌うばかりでなく、行政とともにより良い犬山祭を目指すように努力していくこと問題提起したい。

指導教員：
阿部亮吾
（地域社会システム講座）