

京都「らしさ」をつくるもの —祭りと食—

2003年度
京都大学経済学部
岡田ゼミナール

目 次

序	1
はじめに	3
第1部 祭りにみる京都の個性	5
I はじめに	7
1節 なぜ今祇園祭か	7
2節 よさこい祭りとの比較	7
II 京都と祇園祭	9
1節 京都の三大祭	9
2節 京都らしさの社会システム	11
III 八坂神社と山鉾連合会・保存会から見た祇園祭	15
1節 はじめに	15
2節 八坂神社から見た祇園祭	15
3節 山鉾連合会から見た祇園祭	18
4節 保存会から見た祇園祭	19
IV 変わる町と住民の祭り意識	22
1節 国勢調査データからみる山鉾町	22
2節 住民アンケートからみる山鉾町 ～太子山と岩戸山を例に～	27
3節 小括	30
V 行政から見た祇園祭	32
1節 京都府と祇園祭	32
2節 京都市と祇園祭	34
VI 現状と問題点	37
1節 はじめに	37
2節 住民・行政・八坂神社 ～祇園祭に関わるそれぞれの立場～	37
3節 祇園祭の全体像 ～祇園祭は今～	38
VII 祇園祭の将来	40

第2部 野菜にみる京都の個性	41
I なぜ、いま京都の野菜なのか	43
1節 日本の食事情と野菜	43
2節 日本、そして京都における野菜	44
II 京都の野菜の歴史	46
1節 都市農業の展開	46
2節 京野菜の歴史	48
III 京都産野菜の現状について	50
1節 京都産野菜の生産・消費	50
2節 ブランド京野菜	55
IV 京都産野菜の今後の可能性	60
1節 京都市内における地元産野菜	60
2節 京都府内における野菜の生産	61
3節 京都産野菜のこれから	62
参考文献・ホームページ一覧	64
執筆分担&編集後記	66

序

今回の調査報告書のテーマは、地域の個性である。個々の地域の個性は、いかに形成され、時代を超えて維持、再生産されていくのだろうか。経済のグローバル化が進展すればするほど、「グローバル・スタンダード」の普及により世界的規模で都市の画一化、標準化が進む。だが、多国籍企業の立地点が短期間に移動するグローバル時代において都市の持続的発展をなしとげようとするならば、その都市の個性を磨き上げることが必要不可欠な政策課題となる。

これは、1200年以上の歴史をもつ京都についても、あてはまることである。この間のグローバル化は、京都の個性、すなわち「京都らしさ」の希薄化を、もたらした。1980年代後半以降、織物業をはじめとする製造業を基盤とする産業構造が、生産の海外シフトや逆輸入品の増大によって、大きく変容し、京都らしい「ものづくり」の側面が急速に失われた。それとともに、町家を中心とした伝統的町並みが崩れ、マンションや駐車場が無秩序に建設され、都市景観の側面においても、京都らしさの喪失が目立っている。

そのなかにあつて、京都らしさを持続的に作り出し、外部に情報発信しているものが、祇園祭に代表される祭りや、京料理や京野菜に象徴される食生活であるといえる。

そこで、2003年度の学生ゼミナールでは、統一テーマを「京都『らしさ』をつくるもの」とし、京都の地域的個性を生み出している祭りと食に注目し、それぞれがいかなる主体によって生み出され、現在どのような問題点を抱えているのかを調査した上で、今後の京都の持続的発展のための政策的課題を探ることにした。具体的な調査対象としては、祇園祭と京野菜を取り上げた。

調査は、祇園祭班と京野菜班の2つのグループに分かれて、実施した。事前に、祇園祭及び京野菜に関する基本的文献や情報の整理分析

を行い、予備的な調査を行った。また、比較調査対象地として、高知市を選び、9月8日から10日にかけて、高知市役所及び商工会議所、JA高知市、高知県の食を考える会をヒアリング対象とした合宿調査に出かけた。高知市は、いうまでもなく「よさこい祭り」で有名な都市であり、全国有数の野菜生産県の県庁所在地でもある。加えて、古い歴史をもつ「街路市」も、全国に知られている。

高知では、よさこい祭りの来歴や祭りイベントとの違い、行政や商工会議所のサポート体制、高知の野菜の生産と流通の仕組みなどについて、実務の専門家の立場から、有益な話をうかがうことができた。

この合宿調査の経験を糧にして、10月からは各班とも、京都市内で積極的に調査を展開した。

祇園祭班は、祭りの最も基本的な単位である山鉾町の保存会や、保存会の連合体であるとともに山鉾巡行を主催する団体でもある山鉾連合会でヒアリング調査をする一方で、祭りをサポートしている京都市や京都府の関係機関の調査も行った。さらに、山鉾町のなかから太子山町と岩戸山町を選び、住民の皆さんへのアンケート調査を実施した。太子山町はマンション建設によって新住民が増えている街であり、岩戸山町は高齢化と人口減少が進行し、祭りの担い手が少なくなっている街である。

京野菜班では、京都産野菜の生産、流通、消費の全体像を探るために、全農京都、京都府、京都市、京都府農業会議、京都市中央卸売市場、錦市場の京野菜専門店、京都生協等でのヒアリング調査とともに、上述の市内2町内の住民を対象に食生活に関するアンケートも行った。

本報告書は、以上の調査結果を集約したものである。

今年度の調査報告書も、二部構成をとることにした。第1部は、祇園祭を対象にしている。最初に、祇園祭の歴史と具体的内容を確認した

うえで、現況の祇園祭を、まず祭りの主催者である八坂神社、山鉾連合会、保存会の視点から捉えている。その上で、祭りの基本単位である保存会がよって立つ「まち」の構造変化を統計及び独自アンケートの分析によって検討している。そして、行政のサポートの現状と政策課題を指摘したうえで、今後の祇園祭のあり方を展望している。

そこでは、都心部における都市構造の変化（少子高齢化とマンションラッシュの同時展開）にともなう祭りの担い手不足問題や旧住民と新住民との祭りに対する温度差、祭りを行うための保存会レベルでの財政問題と町ごとの不均等性、観光客数の増大を第一義とする京都市の観光政策とトイレ・ゴミ問題に代表される祭りの社会的コストの分担問題などが、政策的課題となっていることを指摘している。

第2部は、京都産野菜を対象にしたレポートである。ここでは、まず近年の農産物輸入政策にともなう輸入野菜の急増と食料自給率の低下現象を指摘したうえで、京都産野菜に注目する理由が述べられている。次に、京都の野菜生産と都市農業の特質について歴史的に捉えたうえで、近年首都圏向けに生産拡大を成し遂げた「京野菜」の生産と流通の実態や京都府のブランド化事業の成果、都心部の住民アンケート結果をもとにした京野菜の地域内消費の実相に迫っている。最後に、これらの検討を踏まえて、担い手問題も視野に入れた、京都における野菜生産の持続的発展の政策的課題を提示している。

とりわけ、京野菜ブームのなかで、その生産量や消費量は急増しているものの、それは首都圏など府外市場向けの比較的高値の京野菜であること、しかも、みず菜や壬生菜などの特定品目に特化しつつあり、京都府内や市内では逆に割高感があり消費を拡大するためには生産者や行政サイドで独自の取り組みが必要であること、また京野菜ブームのなかで他県産の野菜が市場に参入しており、これへの対応も生産、

流通面で必要になっていることに注目し、食の安全性に重点をおいた地産地消の取り組みや、生産者と消費者との結びつきが求められていると指摘している。

もとより、以上のような大きなテーマを学生が実質半年の調査で完全に解明しきることは不可能なことである。調査や分析の不十分な点多々見られる。また、事実誤認していたり、異論のある記述も見られると思う。大小に関わらず、忌憚のないご意見、ご感想を頂ければ、幸いである。

本報告書は、例年通り、私が指導する3回生ゼミナールの学生が、全員で分担して執筆している。多くの学生が執筆しているために、論述の精粗や日本語表現の拙さも散見される。

とはいえ、経済学の教科書的な枠組みからは捉えきれない「地域の個性」「京都らしさ」という困難で複雑な応用問題に、敢えて挑戦し、若い素直な感性で苦勞しながらまとめた学生たちに心から拍手を送りたいと思う。

とくに、報告書の編集については、井川翔平君と相場洋介君の努力によるところが大きい。また、大学院生の三輪仁君には、校正の労をとってもらった。

また、今年度は、高知大学の上田健作先生や岩佐和幸先生のゼミ生との交流、大阪樟蔭女子大学の鎌倉健先生のゼミ生との交流ゼミを行い、そこでの議論も、本書をまとめるために大いに参考になった。

最後になったが、今年度の調査にあつては、上述したように、京都市内と高知市内の関係行政機関や組織の多くの皆さんに大変お世話になった。また、住民アンケートでは、太子山町と岩出山町の住民の皆さんのご協力を得た。調査にご支援をいただいた全ての方々に、この場を借りて、あらためて深く感謝したい。

2004年8月
京都大学大学院経済学研究科
現代経済の発展と文化 教授 岡田 知弘

はじめに

1990年代、私たちはこれからグローバリゼーションの時代を生きていくのだ、というフレーズをよく耳にした。情報通信や流通システムが発達することで、人もモノもボーダーレスに移動し、より効率的な体系が築き上げられる。そして日々の生活はより便利になるだろう、という予測が様々な分野でなされていた。しかし、それから十数年たった現在、手放してグローバリゼーションを賞賛する者はもはや少数となっている。国際的な企業活動を通じた結果、多くの地域で環境問題や貧富の差などがより明白になってきていることがその一つの原因といえるのではないだろうか。

今回、私たちはそうした流れの中で、京都というまちを「祭り」と「食」という2つの視点から考察することを試みた。現在、京都市では「安らぎ 華やぎ 京都21推進プラン」が推進されており、その計画の内容は、古都京都に住む人々の暮らしがより安心なものとなること、そして観光都市としてより多くの人に愛される都市となることを目指したものとなっている。こうしたまちづくりを推進する上で重要なのは、地域の文化と伝統を重んじながらまちの持続的発展を図ることである。また、その場に住む人々が安心して豊かな生活を送り、その魅力を伝えることでさらなる成熟を遂げた文化が多くの人を惹きつけることにもつながるであろう。

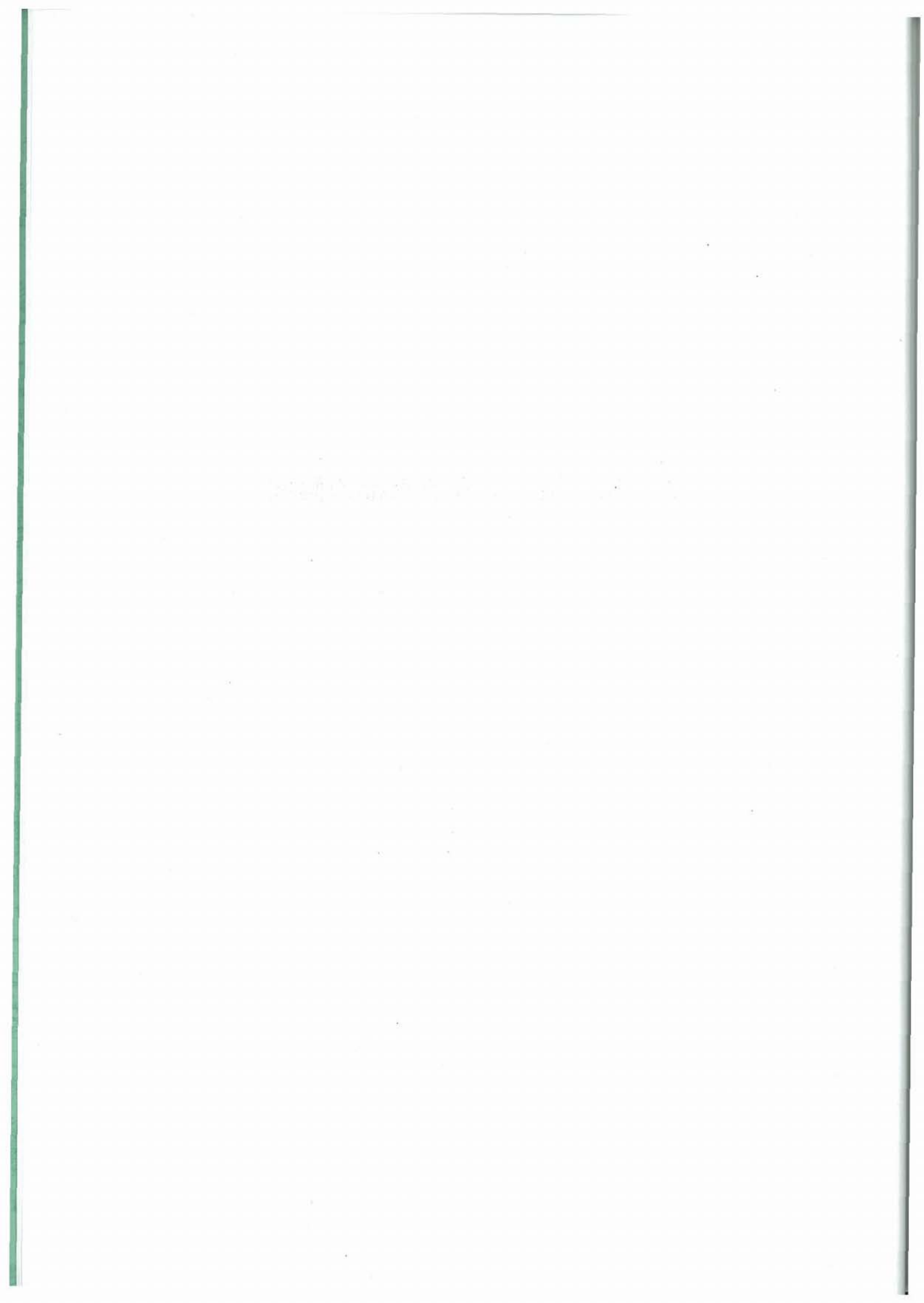
そうしたもののひとつとして、京都の祭り、特に祇園祭は長年にわたり伝統を重んじた形でおこなわれてきたものといえる。詳しくは第1部で取り扱っていくが、祇園祭は970年に始まった御霊会に端を発する祭りであると考えられている。その後、現在までの長きにわたり京都に住む人々はこれを受け継いできたのである。今回、私たちはこうした祭りを考察することで、今まで、そしてこれからも、人々が暮らしの中に息づく伝統をどう受け止め、次につなげていくか、そしてそれがどう生かされていくかという姿勢に向き合えるのではないかと考えたのである。

また、京都の食は長年にわたり、周辺地域の豊かな農業によって支えられてきたものである。しかし現在、人々の暮らしの根本ともいえる食をとりまく環境は大きく変化したといえる。食料自給率は低下の一途をた

どり、日本で口にする多くの食べ物は海外で生産されたものとなっている。その中にあって、京都の人々の暮らしを支える食はどう変化してきたのか。これを調査し、考察することで、京都の人々の生活、そして農業を通じて持続的な発展を目指すにはどうしたらいいかを探ることとした。

なお、今回の報告書作成にあたっては、固有名詞を尊重する立場から、「祇園祭」、「よさこい祭り」、「天神祭」、「神田祭」、「葵祭」、「時代祭」に関しては、上記のような表現で、また、その他の一般の祭事を表す記述としては、「祭り」という表現で統一した。

第1部 祭りにみる京都の個性



I はじめに

1 節 なぜ今祇園祭か

今祇園祭が熱い。祇園祭といえば、大阪の天神祭、東京の神田祭とともに、日本三大祭のひとつとして有名である。また、その歴史の長さ、華やかさに加え、祭事が1ヶ月にも及ぶ長期で大規模な祭りであることでも広く知られている。私たちが調査を行った2003年も、宵々山から山鉾巡行の間の4日間で120万人を超える人出を記録している。人出のピークを迎えた宵山の8月16日には43万人もの人々にぎわった。さらに、これまであまり注目されてこなかった鉾建て・山建てや、鉾曳き初め・山かつぎ初めといった行事にまで、見学に訪れる人が増えてきているという。いわば「祇園祭マニア」とでもいうべき人々まで登場してきているのである。

このように、今祇園祭がブームである。祇園祭は都市で行われる祭礼であることに大きな特徴がある。京都市は人口が100万人を超える都市であり、市内総生産額でも政令指定都市で第7位に位置する日本を代表する大都市である。その中心部でこのような大規模な祭りを行うことに祇園祭の魅力があり、また運営の難しさがある。祇園祭の運営には多くの機関、人々が絡んでいる。まず主催者である八坂神社があげられる。祇園祭は八坂神社にて毎年7月1日の、吉符入り、長刀鉾稚児のお千度から始まり、7月31日の疫神社夏越祭で終わりを迎える。その間、多くの神事を八坂神社が担当している。また、祇園祭は八坂神社の祭であると同時に山鉾町に住む町衆の祭りでもある。八坂神社が担当する神事のほかに各山鉾町が担当する行事も多い。宵山や山鉾巡行といった祭りのハイライトともいえる部分を各山鉾町が担当している。このように町衆が祭りの主体である点が祇園祭の大きな特徴である。祇園祭が1100年という長きに渡り伝承され、人々に愛されてきたのも、ひとえに鉾町に住む町衆の努力の結晶であるといっても過言ではないだろう。そしてこうした各山鉾町の潤滑油の役目を果たしている山鉾連合会の働きも忘れてはならない。山鉾連合会では、各鉾町から一人ずつの評議員を出すことによってマスコミ、行政への対応をしやすくしている。また、補助金の分

配等も担当している。

祇園祭を後方からサポートする行政の働きも頭に入れておきたい。京都府では、総務部の文教課が社寺の文化財の保護を目的に、祇園祭山鉾懸装品新調事業補助金を各保存会へ補助している。商工部の観光・商業課では観光振興と伝統的行催事の継承・発展を目的に、協賛会に伝統的行催事補助金を支出している。また京都市の観光振興課が八坂神社、山鉾連合会、協賛会、交通機関、ガス・電気会社などの各方面と連絡を取り、打ち合わせを行う仲介役を務めている。環境局の町美化推進課では、7月13日と7月18日の2日に分けて美化運動を行っている。さらに警察・消防も祇園祭期間中は臨時体制をしいて警戒に当たっている。

このように祇園祭には多くの団体が関わっている。さらに本書では詳しく触れていないがマスコミ、ホテル・旅館、露天商、飲食店なども直接・間接に祇園祭に関わっている。普段観光客の立場でしか見る機会のなかった祇園祭もそれぞれの関係者の立場から見ることによって、全体像がつかみやすくなる。幸いにも私たちは何人かの祇園祭に関わる人々に話を聞く機会に恵まれた。その話の中で、関係者の苦労と熱意を肌で感じる事ができた。さまざまな立場から見た祇園祭を考察することによって祇園祭を多角的にとらえ、その結果を踏まえて未来の祇園祭像をシュミレーションすることが第1部の目的である。

2 節 よさこい祭りとの比較

私たちは昨年の夏、高知市にてヒアリング調査を行った。その中で、よさこい祭りについての話を聞くことができた。よさこい祭りは毎年8月9日から12日までの4日間高知市内で行われ、昨年(2003年度)で50回を迎える高知県最大の祭りである。毎年踊り子のチーム数だけで150チーム以上、17,000人もの人が踊り手として参加している。昨年は136万人もの人々がよさこい祭りに訪れており、その経済波及効果は100億円を超えるといわれている。徳島の阿波踊りに触発された高知商工会議所の観光部会が祭りの発端となったという。

祇園祭とよさこい祭りには同じ祭りといえどもさまざまな差異がある。祇園祭がさまざまな伝統を守り女人禁制といった、ときに排他的とさえ言われる制約を守りながら(それが魅力のひとつであるともいえるが)継承されてきたのに対し、よさこい祭りは鳴子を手に持って参加することというルールがある以外は誰でも自由に参加することができる。また祭りに参加する人々の年代層にも違いが見える。祇園祭が担い手の高齢化が問題になっているのに対し、よさこい祭りでは多くの若者がサークルのような感覚で自発的に参加している。また、踊り手のメンバーも毎年流動的である。誰でも手軽に参加できる点によさこい祭りの最大の魅力がある。よさこい祭りは多くの人々に門戸を開くことによって、祇園祭とは違ったアプローチで人々を呼び込むことに成功しているといえるだろう。

このように祇園祭とよさこい祭りは全く違ったスタンスを取っているような印象を受ける。しかし、共通している点もある。高知市でのヒアリングの際、祭りとイベントの違いという話を聞くことができた。簡単にいえば、よさこい祭りは祭りであってイベントではないという内容の話であった。祇園祭の鉾町に対する住民アンケートの中にも同じような記述があった。単なるイベントであれば単純に流行を追い多くの人を集めれば、それで目的を達成したといえるだろう。しかし祭りという形式を取る以上、後世に恥ずかしくない姿で伝えていく必要がある。高知市でのヒアリングでは、よさこい祭りを今以上に発展させ後世に伝えていこうという熱意を感じられた。それは、祇園祭の鉾町の住民が持っているものと同じであるように感じる。祇園祭とよさこい祭り、一見対照的なふたつの祭りがともに人々に愛されるすばらしい祭りであるのは、担い手のこうした意識にあるのではないだろうか。

II 京都と祇園祭

1 節 京都の三大祭

京都には、京都三大祭と称される葵祭・時代祭・祇園祭の3つの大きな祭りが存在する。ここで、祇園祭をより正しく理解するため、他の2つの祭りと比較してみる。起源や歴史、特色を見比べることにより、京都における祇園祭の位置付けを捉えることにしよう。

〔1〕 葵祭（賀茂祭）¹⁾

①祭りの起源 京都の三大祭の中では最も歴史の古いものであり、石清水祭・春日祭と共に三勅祭の1つに数えられる。古墳時代後期の欽明天皇の時代（540年から571年）に暴風雨が続き凶作に見舞われ飢餓疫病が蔓延した時に、神様のお告げに従って、鈴を付けた馬に勅使をのせて賀茂神社の境内を走らせる「鴨の祭礼」を行ったところ、風雨が静まったという故事に基づいて始まったものである。その後、馬を走らせる行事と行列の行事が分離し、後者が葵祭になった。「葵祭」の名は行列に参加する牛車などに厄除けの葵の模様を付けることに由来する。なお、馬を走らせる方の行事は流鏝馬として、現在は5月3日に行われており、これが葵祭のスタートとなっている。祭りの日程はその後、4日が斎王代の御禊儀、5日に歩射神事、12日に神霊を迎える御蔭祭、続いてその深夜に御阿礼神事があって、15日の葵祭につながる。

②祭りの歴史 『五穀豊穡』を祈念して欽名天皇の時代に始まり、天智天皇の時代には官祭に列され、嵯峨天皇の時代に、卜占によって「斎院（斎王）」を立てた。平安時代中期には、「祭り」といえば葵祭をさすほどに重要かつ馴染みの深い祭事になり、隆盛を極めた。斎院は鎌倉初期に、35代の礼子内親王を最後に廃されるが、祭りそのものは縮小されながらも応仁の乱で衰えるまでなんとか存続していた。1694（元禄7）年に再興されたが、天皇が東京に遷都した1870（明治3）年に行列は中止となった。1884（明治17）年に政府の京都活性化策として一度は復興したが、第二次世界大戦で再び中止され、社頭の儀だけが続けられていた。路頭の儀の復活は1953年で、斎王代は1956年に登場した。ちなみに2002年は戦後の「路頭の儀」復活50周

年にあたる年だった。

③祭りの特徴 装束の着付け、もろもろの調度品などは、平安期の文物風俗を忠実に保っている。平安時代以来、国家的行事として行われたため、数少ない王朝風俗の優雅な伝統がしのばれる祭りである。本来、勅使が下鴨、上加茂両神社で天皇の祝詞を読み上げ、お供えをするのが目的の祭りで、天皇が京都に来たときは、行列の飾り馬と出立の舞を見たりした。行列は路頭の儀といい、長さは約1キロメートルにも及ぶ。行列が上賀茂神社、下鴨神社に到着すると、勅使の御祭文の奉納、東遊舞の奉納などの「社頭の儀」が神前で行われる。この社頭の儀こそが葵祭のメインの祭典であり、一般民衆は参加も見物も許されないことになっている。美しい行列を一目見ようと例年多くの人が集まるが、実はそれは祭りのために出向かれる勅使の行列の途中にすぎないのである。そして千年前とほとんど変わりのない形式の行列が、現在も同じ道を通って「葵祭の行粧」として行われている。これは葵祭が純然たる官祭で、そのための奉行が任命されてこれを指揮し、記録し、前年と変わらないしきたりを千年ものあいだ守ってきたからである。

〔2〕 時代祭²⁾

①祭りの起源 明治維新によって著しい衰退を見せた京都の町おこし事業の集大成として、平安遷都1100年にあたる1895（明治28）年3月に桓武天皇を祭神とする平安神宮が創建された。その祭りを盛大に行おうと、京都が都であった時代の風俗の変遷を表現する時代行列が提案され、その第1回が同年10月25日に举行された。初回の行列は、創建された平安神宮へお参りする姿として行われたが、その後は桓武天皇と孝明天皇の祭神二柱の神霊が京都御所から市内を巡行して、市内の繁栄を見るという初回とは全く違うコースに変わる。この神幸列にお供するというのが時代行列本来の姿である。翌年から祭りの期日は、桓武天皇の車駕が新都にはいった日とされる10月22日（これが京都の誕生日とされる）に改められた。平安神宮に寄せられた人々の熱意の象徴として、全く同じ意志のもとに創始されたのが時代祭である。その意志とは「一

目で京の都の歴史と文化が理解できるものを」、「京都をにおいて他にはまねの出来ないものを」というものであり、京都人の心意気と誇りがふんだんに織り込まれている祭りといえよう。

②祭りの歴史 祭りの開始当初は6列、人員500名と少なかった行列も、市域の拡大とともに次第に増え、1921（大正10）年に8行列、1931（昭和6）年に楠公上洛列と豊公参朝列が増え、10行列となった。戦火の拡大とともに1944（昭和19）年からしばらく中断されていたが、1950（昭和25）年に再興され、これを機に江戸時代・中世・平安時代の3つの女人行列が加わり、さらに1966（昭和41）年に幕末志士列が加えられた。

③祭りの特色 時代行列は明治維新から江戸、安土桃山、吉野、鎌倉、藤原、延暦時代の7つの時代を遡るものである。現在の行列は、18列、約2,000人、牛馬70余頭で全長約2キロメートルにおよぶ。衣装や調度品、祭具は1万2,000点にも上る。京都の工匠や染色の識者が考証研究を重ね、帯1本から糸に至るまで各時代の素材を使い、現在に蘇らせた。京都が1,000年の間、都として培ってきた伝統工芸技術の粋を集めて復元された本物で、まさに生きた時代絵巻が繰り広げられる祭りである。創建当時、平安神宮の建物の維持や祭りの挙行に、市民が1日1厘のさい銭を奉納することが提案され、市民が祭りを運営する平安講社（全10社）の組織づくりが始まった。平安講社は市内の旧学区単位で構成され、各講社がそれぞれの行列を担当し、脈々と受け継がれてきた。

〔3〕 祇園祭³⁾

①祭りの起源 およそ1,100年前の869（貞観11）年、京の都をはじめ日本各地に疫病が流行したとき、「これは祇園牛頭天王の祟りである」として、平安京の広大な庭園であった神泉苑に、その災厄の除去を祈願して日本全国の国の数の鉾66本をつくらせ祇園の神を祭り、さらには神輿をも送って、その祟りを沈めるために「祇園御霊会」を行ったのが始まりであるとされている。I章でも述べたように、祇園祭は八坂神社の祭りで、大阪の天神祭・東京の神田祭とともに、日本三大祭のひとつに挙げられており、その歴史の長いこと、またその豪華さ、祭事が1ヶ月にわたる大規模なもの

であることで広く知られている。

②祭りの歴史 はじめは疫病流行の時だけ行われていたが、円融天皇の970（天禄元）年からは、「毎年の儀」となって6月14日に行われるようになった（現在は月遅れの7月）。そしてその後、保元・平治・応仁・文明などの乱のたびに祭礼はいったん途絶えたが、すでに町衆の手に支えられていた祇園祭は、町衆の手によって速やかに復興するとともに従来にも増して創意や趣向が凝らされ、内容外観ともにますます豪華絢爛なものとなっていった。また、当時の町衆の信仰と勢力は次第に大きくなり、1533（天文2）年法華一揆に際して、室町幕府は神事停止をしたが、町衆の熱望により、「神事これなくとも、山鉾渡したし」と反抗した程である。なお、山鉾が今みられるような形になり、豪華な飾りをつけるようになったのは、桃山時代から江戸時代にかけて貿易が盛んになり、町衆の繁栄により、舶来のタペストリーや国産で最高級の西陣織などが競って用いられるようになってからである。このように、祇園祭は1,000年以上の伝統を誇り、京都の歴史とともに歩んできたといえよう。

③祭りの特徴 祇園祭は、7月1日の「吉符入り」にはじまり、31日の境内摂社「疫神社夏越祓」で幕を閉じるまで、1ヶ月にもわたって各種の神事・行事が繰り広げられる。現存する山鉾32基のうち、四条傘鉾・綾傘鉾・蟻螂山の3基を除く29基が国の重要民俗文化財に指定されている。祭礼は、神社側で行う行事のほか、氏子の住む町（山鉾町）が独自に行うもののがかなりの部分を占め、町衆を主体とするこの祭礼の特色を示している。室町時代以降、各地の大名が京都をまねた町づくりを行い、いわゆる「小京都」の出現をみる、その際、京都のシンボルとして祇園社（八坂神社のこと）が勧請され、それに伴って祇園祭も導入される場合が多く、京都の祇園祭の地方都市への伝播が進んだ。ことにその中心をなす山鉾は地方都市の祭礼に大きな影響を与え、祇園社勧請の有無を問わず、山車が出る祭りの形態を全国に普及させることとなった。

〔4〕 小括

〔1〕から〔3〕よりわかることは、京都の三大祭が伝統を重んじる祭りであるという点で共通すること、しかし、その歴史には違いがあり、継承してきた人・

担い手といったものにも大きな差異が認められる点である。

祭りというものは、神仏にまつわる行事であるので、始まりはある程度の権力をもつ公家や大名、または僧などによって行われたものがほとんどである。しかし、その運営に民衆が参加すると、祭礼は元来の意味からかけ離れ、独自に工夫を凝らして進化していくことが多い。祇園祭もその例外ではなく、むしろ顕著に表れている例だといえよう。官祭とは異なり、民衆の催す祭りにはいつも厳然たる規則もなければ、前例を踏襲せねばならないというきまりもない。むしろ、より良いアイディアを採用して世間を驚かせようとする工夫の方が賞賛される。ただ、いつも良識に従って行われたから祭りは常軌を逸脱することなく、洗練に洗練が加えられていった。それは、常に「神に対する敬虔さ」が民衆の心の根本に存在していたからである。このことは「イベント」としての祭りと「祭礼」としての祭りを区別する際に非常に重要である。

また、祭りが何度も繰り返されているうちに、いつのまにか山や鉾の源義は忘れ去られ、「山や鉾＝町のシンボル」という解釈が生まれ、町内の看板となるような装飾を山鉾に飾るようになったと考えられる。また、町衆が運営すると、「流行」というものが生まれたりもする。例えば、鯉や武士、弁慶といった何らかの説話にちなんだ像を山鉾に乗せるのが流行した時期もあったようだ。そして、現在の山鉾はその流行をとどめていて、おそらくその流行した頃の形が土台となっていると思われる。

当時、運営に資金を出していたのはその地域、とくに室町界隈の呉服商など裕福な商人達であったと考えられている。その商人達の自慢の品々が山鉾を飾り、言わばコマーシャル競争のような面持ちであったのだろう。それにより、より美しい山鉾を立てることになっていった。しかし、神事仏事である祭りが変化をするのには、やはり障害もあったようだ。例えば、山の起こりにある標山の持ち込みである。近世、神社の祭礼に山車を引き回すが、これは平安時代の標山に由来する。標山は大嘗祭の時に大嘗宮の前に据えるもので、山の形を作り、松などをたて、さらに仙人などの人形の作り物で飾る。これらは依代にしたものである。依代は天上の神にお降りをお願いするとき、降りてもらう場所

にたてる目印である。後世の山車は、神のお供をするもののように考えられて、その意味が変わった。標山はもともと天皇即位の大嘗祭に用いられるような、貴なるものであり、これを民衆の祭りに持ち込むのは何事か、と時の左大臣・藤原道長は無骨頼信を不敬罪に問うことになった。無骨頼信は逃亡したそうだが、結局その年の託宣で、「民衆が様々な工夫を凝らすのは縁起がよい」とされ、標山が容認されることになった⁴⁾。以後の山鉾の変化も、この例に倣って容認されることとなったのだろう。以上から、祇園祭は長い歴史を有し、かつ、町衆と神社側が複合的に支えてきた祭りであるという点が、他の祭りとの大きな違いといえよう。

2節 京都らしさの社会システム

次に、京都の「らしさ」を支える機能を、4つの視点から考察していくことにする。4つとは、財の生産に関わる機能（経済）、経済を達成する手段選択に関わる機能（政治）、それに支持を与える市民的合意の形成に関わる機能（自治）、そして個々の市民が満足できる価値の実現に関わる機能（文化）である⁵⁾。では、順を追って見ていこう。

〔1〕 京都の「経済」

織物の西陣、染めの室町、陶器の清水、酒の伏見など、京都は「ものづくり」の町として発展した。しかし、日本の経済的成功を生んだ大量生産システムが、地方的な伝統産業を解体したのである。巨大な近代産業は、多品種少量生産システムを担ってきた「ものづくり」の人々を吸収してしまった。これは京都に限ったことではなく、日本の各地で伝統産業が危機にさらされることとなった。しかし京都の場合、祇園祭が伝統産業の維持・発展に貢献したことは、特筆すべきことである（このことは〔4〕で触れることにしよう）。すなわち、資本主義社会の発展が、京都の特徴であった職住一体型の構造を崩してしまい、また、通勤事業主が増えることによって、町衆が担ってきた祇園祭が変化せざるを得なくなったのである。そこで見逃せないのが「町衆企業⁶⁾」の存在である。町衆企業とは、大都市の都心地域における職住複合地域を対象として、祭礼や日常時として営まれている地域住民ベースのコ

コミュニティ活動に、寄付や役員の担当の形で参加している事業所のことである。本来、経営効率を第一とする近代企業にとってみれば、愛着ではなく立地経営条件の良否として、都市を評価する。つまり、企業にとって、都市とは利用すべき対象であって、運命共同体の一員となる対象では決してないということになる。しかし近年は、企業がどのような都市に拠点をおいているのか、そこで都市の魅力形成に以下に関わっているか、といったことが企業のイメージ形成にとって有利な機会となっている。町衆企業になるための条件として、寄付行為に代表される資金援助と地域活動への従業員派遣ともうひとつ、地域社会からの信頼を得ることが重要である。そのためには、その地域での事業歴が長いことが有利である。しかし、地元地域社会側のニーズと合致し、さらに企業がこれに誠実に答えることができれば、新規参入企業でも充分「町衆企業」としてのステータスを獲得することができる。そして、祇園祭もこの例外ではなく、今では多くの町衆企業によって、京都の経済と共に支えられているのである。また、町衆企業の中でも、地域経済に多大な影響を与える金融機関が活動に最も熱心であり、今後のまちづくりにおける金融機関の役割も、興味深い点の一つに挙げられる。

〔2〕 京都の「政治」

後のV章でも触れるが、行政が祇園祭を変化させたことも重要なことである。祇園祭は神事であり、変化するということは歴史的・宗教的意義の消失につながると考えられる。しかし、京都が観光都市であるということ、祇園祭の担い手が町衆であることなどにより、祇園祭は幾度となくその姿を変えている。しかし、あくまで祭りそのものが変わってしまったり、質が劣ったわけではなく、祇園祭をより良くしよう、皆にもっと見てもらおうという気持ちの現れであると、私は思っている。例えば、1956年と1961年に相次いで巡行のコースが変更となった。理由は、道路の狭さに対して見物人の激増してきたことから事故発生の危険が予測され、また、看板の氾濫や交通状態からくる二次的な障害も増える一方だから、ということだった。この結果、御池通に有料観覧席が設けられ観光客を喜ばせたが、反面、信仰よりも観光が重んじられているとい

う不満の声も多く聞こえた。しかし、祇園祭山鉾巡行は、伝統的側面はもとより、観光面からも世界的に注目を浴びていることは間違いなく、これからも見物人の数が増えることも予想され、柔軟に対応していくことが必要である。その場合、行政が果たす役割は大きいであろう。また1923（大正12）年から、行政は山鉾の修理費用の補助金を交付している。しかし、資金面での援助だけでなく、より一層豊かな社会的基盤を生み出すよう、そして、「祭りを滞りなく行う」ことができるよう、京都という土地柄に見合ったきめ細かな諸制度を整備していくことが求められる。

〔3〕 京都の「自治」

明治中期まで32基の山鉾は、「町中（ちょうじゅう）」^{71）}と呼ばれる組織にそれぞれ属していた。そこに住む町衆は富裕で、相互扶助しつつ自力で祭りの維持に努力していた。しかし、日本の近代化と中央集権化は、町衆から法人格諸権利をことごとく奪い取り、さらに、重税化の追い打ちをかけられて、町衆の力は凋落の一途をたどった。このままでは、懸装品の新調はおろか、収蔵や宵山飾りのための町家の確保すらおぼつかない、と危機感を抱いた人々が、昭和初期に山鉾保存会の法人化運動を起こした。戦後もこの努力が連綿と継続された結果、現在では32基中23基の保存会が財団法人化されるに至った。このことは、町衆が祇園祭を支えていることの典型的なあらわれである。この、保存会の公益法人化は単に山鉾の所有権の明確化や、不動産所有権の回復を果たしただけでなく、国家や地方自治体からの財務的・社会的信用度を高め、財界をはじめとする社会諸団体の支援を受ける上での信用度をも著しく向上させることにも役立った^{81）}。

また、山鉾の運営費対策も行われている。運営費は各山鉾だけで、鉾で1,000万円ほど、山で300万円から400万円ほどかかる。ほぼ半額は、祇園祭協賛会（京都府、京都市、京都商工会議所など）から援助されるが、基本的には各山鉾町が費用を負担している。ちまきや護符の売り上げは、その貴重な収入源のひとつとして扱われおり、最近ではおおよそ500～1,000円で売られている。32基の山鉾を運営していくのに必要な資金から考えてみると、多大な費用がこの祭りの運営にかかっている。この大変な費用を手助けすることで、

祇園祭の運営に参加し、「民衆の支える祭り」として守っていったら良いのだが、ちまきや護符を全ての山鉾で買い求めることは無理がある。そうすると、長刀鉾など比較的大きな山鉾でちまきや護符を買い求める人々が多くなり、山鉾の運営の資金源であるちまきや護符の売り上げにばらつきがあらわれ、運営が厳しくなってくる山鉾が出てきてしまう。そこで、最近になって「朱印帳」というものが考案された。各山鉾の朱印を集める、いわばスタンプラリーブックで、14日の宵々々山から1部1,000円で各山鉾において販売される。この朱印帳の収益金は連合会が一括して集め、各山鉾に等しく分配され、ちまきや護符の購入の偏りによる弊害を少しでも緩和できると考えられる。山鉾町どうしの横のつながりが感じられる対策である⁹⁾。

また、個々の家族の生活や仕事も、何らかの形で祭りがうまくいくようにと「歯止め(戒め)」がかかっており、祇園祭の存在が絶えず町内に良い意味での緊張感を与えていると思われる。

[4] 京都の「文化」

祇園祭の山鉾は「疫病消除」が根本目的ではあるが、全てがその目的のためという狭いものではない。膨大な文化財の宝庫である以上、その保存もまた一つの事業となる。明治・大正のころは、山鉾は単なるお祭りの道具に過ぎず、祭礼という点では貴重であっても祭りが終われば次の年まで忘れられた存在となっていた。このころは、僅かにほころびを繕い、木部に補強を考慮する程度であった。しかし、戦後は科学的になっており、従来の方法を続けることはいたずらに貴重品を消耗させるに過ぎないと考えられるようになった。この見地から現在、山鉾連合会では現代の美術工芸家の代表的な作品を得て山鉾を飾り、従来の再生不可能な懸装品などは可及的速やかに良好な状態で保存するという方針をとっている。また、山鉾懸装品の制作費、購入費などに対して行政から補助金を得ようとする場合、祇園祭山鉾懸装品等審議会の審議を経て、その指導に基づいて行わなければならないことになっている。祇園祭の山鉾を飾る懸装品は、京都が文化的に保持していた技術と意匠が華を開いたもので、山鉾巡行が「動く美術館」と呼ばれる所以でもあり、長い祇園祭の歴史の中で、その時々「京都の文化の粋」を結集し、

作成された懸装品を保全するとともに、現在の技術の粋を集めて新調する事業は京都の伝統文化を守り育て、次代に伝える大変重要、かつ、京都らしい施策のひとつといえる。

また、1966年から始まった花傘巡行も、山鉾が出現する以前の祇園会の原始的形態を現代に再現するねらいで始められたものである。田楽風流や笠鷺鉾などの往時を再現し、また、新しい形式の祇園祭協賛の催しを創造しようと試みられており、毎年続けられていく中で確立されつつある。

その一方で、伝統として残されている女人禁制の文化がある。1996年、女性の手による鉾を作る計画が持ち上がり実行され、10月27日に「京都まつり」でこの「平成おんな鉾」が市内で初めて巡行した¹⁰⁾。この鉾は、曳き手のみならずお囃子も音頭取りも女性を公募しており、従来の山鉾とは全く性格の異なるものである。新たに建造された鉾の本体は、木造で、高さ約20メートル、重さ約10トンの規模で、函谷鉾とほぼ同じ大きさになる。お囃子の練習場所として函谷鉾ビルを提供したり、その指導などにも函谷鉾保存会の協力があり、建造費5,000万円も市民の寄付を受けたものである。しかし地元では祇園祭の正式な山鉾とは受け取られていない。平成おんな鉾は1997年の祇園祭では7月17日の山鉾巡行ではなく、24日の花傘巡行に加わる計画だったが、結局、花傘巡行には参加が認められず、その前日の23日に市役所前で独自に祭りを開くことになった。しかし、2003年の奉納囃子は初めて祇園祭中の7月26日に行われ、祇園祭参加を願うメンバーにとって一歩前進となった。これからこの祇園祭において、平成おんな鉾が認められるようになるには、まだまだ時間がかかりそうな気配ではあるが、徐々に認められつつあることもまた確かである。伝統として主張される女人禁制と、認められない新しい鉾の参加。この問題の解決が、これからの祇園祭に大きな変化を生み出すきっかけになるかもしれない。

[5] 小括

歴史的な都市「京都」に求められているものは古都のイメージである。それは、社寺仏閣・祭事であり、風景・景観・行事である。そして、これらを守り、つくり上げていくのが、住民であり、行政であり、企業

である。それらの社会的基盤が整って、さらにそれらが協力し合うことで、初めて祇園祭が成り立ち、次代への発展へとつながっていくのではないだろうか。では次章から、私たちが独自に行ったアンケートやデータを分析することにより、それぞれの立場から捉えた祇園祭像をひも解いていくことにしよう。

注

- 1) 京都新聞のホームページ『葵祭あれこれ』参照。
<http://www.kyoto-np.co.jp/kp/koto/aoi/arekore/kigen.html>
- 2) 京都新聞のホームページ『時代祭とは?』参照。
<http://www.kyoto-np.co.jp/kp/koto/jidai/2002/towa.html>
- 3) 『特集 - 祇園祭』のホームページ参照。
<http://www.geocities.co.jp/Athlete-Athene/1543/kyoto/gionfes1.html>
- 4) 同上。
- 5) 佛教大学総合研究所編、『成熟都市の研究』法律文化社、1998年、6ページ参照。
- 6) 三村浩史, リムボン編『町衆企業とコミュニティ』高菅出版、2001年、参照。
- 7) 祇園祭パンフレット『祇園祭』より、単語を引用。
- 8) 祇園祭パンフレット『祇園祭』より、3ページ参照。
- 9) 『特集 - 祇園祭』のホームページ参照。
<http://www.geocities.co.jp/Athlete-Athene/1543/kyoto/gionfes2.html>
- 10) 同上。

Ⅲ 八坂神社と山鉾連合会・保存会から見た祇園祭

1節 はじめに

1ヶ月という長い期間にわたって行われる祇園祭には、様々な人が、様々な形で参加している。祭りの見物客をはじめとして、その足となる交通機関や交通整理を行う警察や消防署、神事を中心となる八坂神社、山鉾巡行の主催者となる山鉾連合会、行政当局、祭りの中心となる各山鉾の保存会、山鉾の曳き手にもなるアルバイトやボランティア、宵山を賑わす露天商、飲食店など数えあげればきりが無い。そして、各々が違った立場や役割を担っており、祭りへの対応や意識が十人十色であるということは実に興味深い。以前、山鉾から観客にまかれるちまきをめぐって山鉾連合会と警察との間で対立があったらしい。警察は見物客がちまきを争って事故につながりかねないので、自粛を要請したのに対して、山鉾連合会は伝統行事だからやめるわけにはいかないと反論した。結局この件に関しては、その後、けが人が出たために、投げないことになったそうだが、祭りへの対応が立場によって異なるいい例であろう。

また、祭りを観光資源として捉えている行政当局と、祭りを伝統的な神事としてみる八坂神社や山鉾連合会との意識のずれは大きい。山鉾巡行のルートが変更されたことや、後祭が前祭に合同されたことがこの最たる例である。観光を基軸とした地域活性を推し進める京都市の言い分と、伝統を守ろうとする八坂神社や山鉾連合会・保存会の言い分は、どちらが正しいとか、どちらを優先させるべきかは、一概には判断できない。出来ることなら両者の意見を両立できるような施策を打ち出すことが最善であろうが、変更を余儀なくされたという事実だけを見れば、時代の流れには逆らえなかったのか、とさえ思う。そして、今後も市が祇園祭を観光事業の一環として資金援助を行っていく以上、同じようなことは十分に起こりうるだろう。そこで大事なことは、伝統を重んじることはいうまでもなく、決して妥協することなく常に最善の策を追い求め、みんなが納得する形でそういった施策を行うことだと、私は思う。少々前置きが長くなってしまったが、ここでは、以上に述べた様々な主体の中でも特に、祭りの

中心的な担い手である八坂神社、山鉾連合会、各保存会の立場から祇園祭を考察していこうと思う。

2節 八坂神社から見た祇園祭

〔1〕 八坂神社の役割

祇園祭はいうまでもなく八坂神社の夏祭りである。Ⅱ章でも述べたとおり、古くは祇園御霊会と呼ばれ、貞観11年(869)に京をはじめ各地に疫病が流行した時に神泉苑に当時の国数66ヶ国にちなんで66本の鉾をたて、祇園の神を祭りさらに神輿を送って災厄の除去を祈ってはじまったといわれている。その御神霊を祭るために、1ヶ月にわたって様々な神事や行事がおこなわれる。その主催の中心となるのが八坂神社である。また、神事の主催もさることながら、人々の信仰の対象としての役割も大きい。すべての山鉾町の神事関係者は、祭りの始めから終わりまで、様々な形で八坂神社に参拝する。神事だと思えるから出来るわけであって、とてもじゃないが、観光客を喜ばせるためになどできないと神事関係者たちはいう。京都の暑い夏の日々を、鉾をたて、山を作り、巡行する。そういった人々の無償の行為をうながすのを信仰心や伝統を守らなければならないという義務感から切り離して考えることは難しい。今や祇園祭は観光イベントとなり下がってしまったとさえ言われているが、だからこそ人々の神事としての祭りを大切にすることを重んじていくべきだろう。

〔2〕 八坂神社の神事を支える組織¹⁾

1ヶ月にもおよぶ神事には当然、行事の経費やそれ相応の人手が必要である。ここでは、八坂神社の神事を支えるいくつかの組織について簡単に触れることにする。

①宮本組(あるいは宮本講社) 宮本組というのは神社のある八坂学区の人たちの組織で、神事を中心となり、神宝類はその中の神宝組が管理する。主な役割は神事への参加であり、神輿洗い、神事済報告祭などの主催を務めることである。また、力のいる仕事はアルバイトなどを雇っている。社長1人、副社長2人、幹事が7人設けられているが、選挙で決めるのではなく、古

老たちに人選を任せるのが伝統である。行列には袴(江戸時代の武士の礼服)を着て参加するが、同組織では35着の袴を所有している。

②清々講社 清々講社は、1876年に八坂学区も含めた氏子区域全体(二条、松原間、千本通りまで)の組織として生まれた。ちなみに、「講」とは民俗的な互助会という意味である。各学区に社長がいて、分担金を集め、神事に代表として参加する。神輿洗い、くじ改め、神幸祭、還幸祭などの主催を務めるが、祭の執行費用を集めることも清々講社の大事な任務である。各学区の分担金と個人的な協賛金であるが、6対4位の比率で個人寄付が多いという。八坂神社は神社自体の経営は別として、その神事は以上述べたこの2つの氏子組織によって支えられている。

③その他 宮本組、清々講社の他に、三若神輿会、四若神輿会、錦神輿会の三つの氏子組織がある。神輿のかき手にはそれぞれ変遷があったらしいが、ここではそれ以上の記述は控えることとする。またそれ以外に、高橋町の斎竹保存会や、弓矢町の武者(つるめそ)行列の人たちや、さらに久世稚児を送り込む上久世の氏子たちが祭の担い手として参加している。

[3] 八坂神社の主催する神事

祇園祭といえばほとんどの人は、豪華絢爛に行われる山鉾巡行や、夜店のずらりと並んだ宵山を思い浮かべだろう。確かにこれらの行事は祇園祭のクライマックスではあるが、八坂神社の神事という視点から見れば、単なる一行事にすぎない。祇園祭は八坂神社の神様が神輿に乗って御旅所まで行き、1週間滞在して再び八坂神社に帰って行く祭である。御旅所に行くのが神幸祭で、八坂神社に帰るのが還幸祭である。その前に行われるのが山鉾巡行で、当初は車のようなものではあったが、山鉾ではなく、今のような山鉾巡行が行われるようになったのは南北朝の末期といわれている。ここでは、神幸祭、還幸祭、花傘巡行を中心に、八坂神社の主催する行事をみていくことにする。また、参考までに、八坂神社が関わっている行事を以下の表I-3-1にまとめておく。

表 I-3-1 祇園祭日程表

日時(7月)	行事名	場 所	主 催 者
1日～5日	吉符入り	山鉾各町	山鉾各町
1日(午前10時)	長刀鉾町お千度	八坂神社	長刀鉾町
2日(午前10時～)	くじ取り式	市役所議事堂	
2日(午前11時～)	山鉾町社参	八坂神社	祇園祭山鉾連 合会
10日～13日	鉾建て	各鉾町	各鉾町
10日(午後4時～ 9時)	お迎提灯	八坂神社⇄市 役所	祇園万灯会
10日(午後8時頃 ～)	神輿洗	四条大橋	八坂神社、宮本 講社、清々講社
12日～13日	鉾曳き初め	各鉾町	各鉾町
13日(午前9時)	高橋町社参	八坂神社	高橋町
13日(午前11時)	長刀鉾稚児社参	八坂神社	長刀鉾町
13日(午後2時)	久世稚児社参	八坂神社	久世町
13日(早朝)	斎竹建て	四条麩屋町	高橋町
13日～14日	山建て	各山町	各山町
15日(午後7時)	宵宮祭	八坂神社	八坂神社
16日(午後2時半 頃～)	護摩焚き	役行者町	役行者町
16日(午前9時)	献茶祭	八坂神社	祇園祭献茶会
16日(午後6時～)	鷺舞	八坂神社	鷺舞保存会
16日(午後6時～)	田楽	八坂神社	祇園田楽保存 会
16日(夕刻より)	宵山	山鉾各町	山鉾各町
17日 (午前9時～)	山鉾巡行	四条烏丸～新 町御池	祇園祭山鉾連 合会
17日	くじ改め	四条堀町	清々講社
17日(午後4時～)	神幸祭	八坂神社～四	八坂神社

		条お旅所	
23日(午前9時)	献茶祭	八坂神社	八坂神社煎茶会
23日(午後5時)	琵琶奉納	八坂神社能舞台	京都琵琶協会
24日(午前10時～)	花傘巡行	八坂神社⇄市役所	祇園祭花傘連合会
24日(午後5時頃～)	還幸祭	四条お旅所～八坂神社	八坂神社
25日(午後1時～)	狂言奉納	八坂神社能舞台	茂山社中
28日(午後8時頃～)	神輿洗	四条大橋	八坂神社、宮本講社、清々講社
29日(午後4時)	神事奉告祭	八坂神社	宮本講社
31日(午後4時)	疫神社夏越祭	境内疫神社前	八坂神社

①神輿洗い 7月10日午後6時ごろ、四若神輿会の若衆らが、4メートルもある大松明を担ぎ、八坂神社から四条大橋までの道のりを清めていく。この松明は神輿洗いに先立って、通り道を調べ清めていくことから、「道しらべ」と呼ばれている。松明が八坂神社に戻ってくると、いよいよ神輿洗いの始まりである。200人もの若衆が代わる代わる神輿を担ぎ四条大橋に到着する。四条大橋で、神輿は鴨川から汲み上げられた水でお清めをし、無事神輿洗いを終える。ちなみに、八坂神社の神輿は、六角形の中御座(スサノオノミコト用)、四角形の東御座(クシナダヒメ用)、八角形の西御座(御子神八柱)と他に子供用の若御座という神輿がある。これらの神輿を神幸祭に向けて清めるのがこの神輿洗いであるが、なぜか清められるのは1基だけだそうだ。

②神幸祭 神輿洗いから1週間後の17日、山鉾巡行がすべて終わると、その後を受け八坂神社から4基の神輿の行列がくだし、四条寺町の御旅所へ向かう。これが神幸祭である。午後4時、たくさんの参詣人や見物人がいる神社の境内へ、久世稚児が馬に乗って姿を現す。拝殿を一周して清々講社、宮本講社の人たちが

待っている本殿に入り儀式が始まる。儀式が終わると、今度は弓矢町を3時半に出た武者行列つるそめが到着する。乗馬武者、従者、徒歩武者、袴姿の町人など様々な衣装を着た人々が通りを練り歩く。また、境内では鷺舞が行われる。鷺舞は都から山口へ、そしてさらに津和野へ移された古風な踊りである。都では一度途絶えていたが、1955年に都に戻ってきたのである。白鷺の姿になってその舞を伝えるのは京都大学や同志社大学の狂言研究会や能楽部員など若い学生である。午後6時、三若神輿会の中御座が、6時半に四若神輿会に担がれた東御座が、6時40分に錦神輿会の西御座がそれぞれ出発する。そして、9時を過ぎた頃から、神輿が次々と四条寺町の御旅所に到着し、1週間後の24日まで八坂の神々はここに滞在されるのである。

③花傘巡行 花傘巡行は24日の還幸祭の前に行われる。1966年にさきのまつり(前祭)とあとのまつり(後祭)が合同で行われることが決まりあとのまつりがなくなった。その代わりとして、八坂神社の提唱によってはじまったのがこの花傘巡行である。この花傘巡行は祇園祭花傘連合会が主催することになっているが、京都織物卸商業組合を中心に、祇園甲部、宮川町、先斗町、東新地の各お茶屋組合、祇園万灯会、久世六斎保存会、鷺舞保存会、そして、山鉾連合会、八坂神社青年会、婦人会、清々講社の諸団体が参加している。花傘を中心に祇園太鼓、幌武者、児武者、鷺、田楽、万灯おどりなどの行列が八坂神社から寺町通り四条御旅所へと巡行する。山鉾巡行は各山鉾町という地域を主体として行事が進むのに対し、花傘巡行は織物業者や花街といった職能を中心に行っている。前者は伝統を重んじ、それを守り伝えていこうとするのに対し、後者は、新興の祭で、様々な趣向を凝らしたパレードのような印象を受ける。あとのまつりが合同される際に、神社や連合会、保存会といった祭の担い手からは大反対を受けたそうだが、こういった形で埋め合わせがなされたことは、それまでとは一味違うアクセントを生み出し、祇園祭全体にとっても良い結果をもたらしたのではないだろうか。

④還幸祭 24日の午後6時、御旅所に滞在していた神輿が帰途につく。形は神幸祭とほぼ同じである。ただ、そのコースは行きと若干異なり、観光客も少ない。9時をまわると次々と神輿が八坂神社に到着する。全基

がそろそろと儀式が始まり、神霊が本殿にもどって行く。そして、28日に再び神輿洗いをし、29日の神事済報告祭、31日の疫神社夏越祭等を経て、1ヶ月にも及ぶ祇園祭が終わる。

3節 山鉾連合会から見た祇園祭

[1] 山鉾連合会の役割、歴史、設立の経緯²⁾

山鉾連合会の主な役割は巡行の主催者となることである。理事会と、評議会という形に分かれ、各鉾町から1人ずつの評議委員を出すことによって、マスコミ、行政に対応しやすくしている。また、山鉾連合会は各山鉾町への命令機関ではなく、あくまで潤滑油の働きをするものである。したがって各山鉾町の保存会を含む他の団体との関わりは特になく、先にも述べたように、1人ずつの評議委員を出すにとどまる。山鉾連合会の歴史、設立の経緯は表I-3-2の通りである。

表I-3-2 歴史、設立の経緯

1872年	寄り町制度廃止
1873年	鉾町会ができる
1875年	清々講社設立
1904年	山町会ができる
1923年	山鉾町連合会結成
1992年	財団法人 祇園祭山鉾連合会設立

寄り町制度とは、寄り町と地の口制とも呼ばれ、寄り町が毎年「地の口」と呼ばれる寄付を集め、山鉾町の祭りの経費を補助する制度のことである。その起源は豊臣秀吉が天下統一を果たし、京都の町を区画整理し、京の町に縦町を倍加した1591年(天正19年)といわれている。この制度は1872年に清々講社ができ、毎年補助金が交付されるようになるに及んで廃止された。それ以降、山町会、山鉾町連合会を経て1992年に財団法人の祇園祭山鉾連合会が設立された。財団法人化されたのは、補助金の交渉などに財団という形でまとめる必要があったからである。

[2] 山鉾連合会の事業内容³⁾

ここでは具体的に山鉾連合会の事業内容について説明していく。

①巡行の主催 先にも述べたように山鉾連合会の一番の役割は巡行の主催を務めることである。協賛会から巡行補助金として8,000万円の補助をもらっている。

②懸装品等の新調、修理などの補助金の分配 山鉾を飾る懸装品は長年の使用により老朽化が激しくなっており、新調や修理が必要となっている。だが、山鉾町の乏しい財源では不可能で、そのため国や京都府・市が文化的価値の高く保全の必要なものに限り補助金を出している。その受け皿となるのが山鉾連合会で、各山鉾町へ補助金の分配を行っている。

③懸装品等審議会専門委員会の運営 上で述べた懸装品の新調、修理の補助に欠かさないのがこの懸装品等審議会専門委員会である。この組織はひとつひとつの懸装品が新調もしくは修理が妥当であるかを公正な立場から判断する組織である。

④研修会の開催 巡行がうまくいくように研修会を開催し、祇園祭の歴史伝統などの理解を深めている。

⑤祇園祭に関する資料室の開設公開 祇園祭にゆかりのある様々な図書を集めた資料室を開設している。約1,000点あまりの図録や歴史書、新聞記事などを所蔵しており、京都市の一般市民や京都に訪れた観光客にも公開している。なお公開日は毎週火曜と金曜である。

⑥全国山鉾町保存連合会 祇園祭は京都だけでなく、東北から九州にかけて日本各地で行われている。その全国の鉾町や保存会が集まった組織が全国山鉾町保存連合会で、京都の山鉾連合会の理事長がこの会の理事長を兼任している。

⑦懸装品等の調査報告書の作成 文化財である各鉾町のすべての懸装品を調査し、文章として記録するための報告書を作成している。

[3] 山鉾連合会の会計システムと行政側との意識のずれについて

ここでは山鉾連合会の会計システムについて考察していく。山鉾連合会は財団法人であり、金利の高い時代には一億円の基金で年間600~900万円の利子収入が得られていたが、今の低金利では、利子収入はほとんど得られず、最近では各町内から25万円ずつ計約800万円を徴収しており、これが収入の大半を占めている。

その他の事業収益としてテレビ局の協力金、ちまき、祇園祭のパンフレットでの収益、キリンビール（100万円）、京都新聞社（250万円）の協賛金等を得ており、年間収支トータル約 1,000～1,200 万円くらいの予算で運営されている。そしてそのほとんどが、職員の人件費、事務所の家賃、光熱費、その他雑費に消えていく。この収支を見る限り山鉾連合会は祇園祭で利益をあげていない。むしろ慈善事業に近く観光事業として見るにはほど遠い。ちなみに役員はボランティアでやっている。そのため祇園祭を観光資源としてとらえている行政側との意識のずれが生じている。1955 年頃に京都市は祇園祭を観光事業の一環として援助していくことを宣言し、それ以降、1956 年に狭い道から広い道への巡行ルートの変更や、1966 年に 24 日の後祭を 17 日の前祭に合同するなどの施策を講じてきた。最近では、20 日の神戸祭、25 日天神祭との「三都夏祭り」のキャンペーンを展開するために、24 日に後祭を復活させる依頼を京都市観光協会から受けていたが、神戸祭の日が替わったため廃案になるというようなこともあったという。

これらの祭の伝統を度外視した施策は、京都を訪れる観光客増加をねらったことだと思われるが、観光客数が増えることが必ずしも京都にとってプラスにならない（この点については、昨年度の岡田ゼミ報告書の中で詳しく述べられている）。特に祇園祭のように特定の日にち、そして特定の地域に観光客が集中するのは、キャパシティの上で非常に問題である。もし当日雨が降って来たら、地下に人が殺到して事故につながりかねないため、地下は閉鎖されることになっているし、何よりもトイレ・ゴミなどの環境問題に十分な対策を取らなくてはならない。宵山のゴミ処理に関しては、露天商組合と連合会が雇った清掃業者が行っている。またゴミ箱を企業から譲りうけるキャンペーンを行うなどの工夫もなされている。京都市が祇園祭を観光事業としてみなし、観光客増加を目指すなら、こうしたゴミ処理も協力していくべきだろう。連合会側も京都市の協力が不可欠であるとヒアリングに伺った際に不満をもらしていた。トイレの問題については更に深刻である。市の施設は宵山の時には閉鎖され、トイレを貸してくれるビルや飲食店も少ない。今は駅のトイレは開放されているものの、これといった解決策は

なく、立ち小便が後を絶たない。今後、近隣の施設へ開放を依頼していくなど、地道な努力が必要である。

4 節 保存会から見た祇園祭⁴⁾

山鉾町の保存会は全部で 32 あり、それぞれがそれぞれの違った形で祭りを運営している。自治会と同じところもあれば、別々に別れているところもある。また財団法人の形をとるところもあり、その形態は実に様々である。とはいうものの、全体的な流れはほぼ共通しており、吉符入り、山・鉾建て、会所飾り、清祓、会所売店、会所公開などの山鉾町行事を行っている。吉符入りは各山鉾町で、祭事の打ち合わせをし、全行事の無事を祈る行事で、神事にたずさわる心の準備をするとともに各山鉾町の具体的な運営の取り決めを行う。清祓は八坂神社の神官が各山鉾町に出向き、御神体や山鉾のお祓いを行う行事である。これらの行事も町によってそれぞれのやり方がある。以下ではアンケートを行った岩戸山、太子山を中心に保存会の抱える問題点について考察していこうと思う。

〔1〕 人手不足の問題

都市の空洞化や住民の高齢化が進む中、山鉾町の祭りの担い手不足が慢性化している。特に担ぎ手に関しては何十人という人手が必要になるので町内だけで賄えているところはほとんどない。岩戸山は町内の全世帯数は 20 戸にすぎず、うち 1 戸はワンルームマンションである。不足する人手を補うため、山鉾連合会を通してボランティア協会に申し込み、32 人のボランティアを雇っている。ボランティアといっても必要費用はボランティア協会に支払わないといけならしい。ボランティアの募集は協会の HP で行われており、集合時間や例えば長髪やピアスは禁止などの注意事項が記載されている。

一方の太子山は町内の世帯数は 144 戸、うちマンションが約 10 戸あり入居時に町内会・保存会への入会が入居条件になっているが、担ぎ手は不足しており、アルバイトに頼っている。アルバイト 23 人のうち 22 人は学生で大学の厚生課生活係に要請し、毎年同じ団体に来てもらっている。ボランティアと違って 1 回限りではないので勝手が分かっているのが利点であるとい

う。ちなみに、日給は 6,100 円である。他にも会所売店などで売り子を雇っている町もあるが、両町ともそんな余裕はなく町内の住人が手伝っている。以上のようにボランティアやアルバイトの制度が確立してきたことで、ある程度人数的な問題は解決してきている。しかし、神事などのやり方を受け継いできた住人が少なくなってきたり、それらを継承していく人をどうしていくかはいまや深刻な問題である。また、雨天時など緊急時に町内に人が少ないのも問題である。他にも夜間時の町内の人口が 0 人になるところもあり、火災や万一の時の対応ができない町があり、今後、緊急時に対応できる組織を立ち上げるなどの備えが必要である。

〔2〕 財政の問題

いうまでもなく、祭りを運営するのに費用がかかる。逆に言えば、お金がなければ祭りはやっていけない。では、どれくらい費用がかかり、どのようにして費用を捻出しているのかをここでは見ていくことにする。各町によって多少の違いはあるだろうが、祭りの運営に関する支出は巡行の人件費、懸装品やその他山鉾の部品などの新調・修理費、山鉾の組み立て解体にかかる費用、祭事諸経費、粽（ちまき）やお守りなど売店での売り物の購入費などが挙げられる。一方その費用は、独自財源（町家などの賃貸料や昨年度の繰越金など）町内各世帯から集めた保存会費、山鉾連合会からの補助金、祇園祭当日での物品売り上げ代金、その他不動産や賽銭等で捻出している。各町の財政状況は非常に格差が大きく、収支トントンの所もあれば、赤字を出している所もある。ちなみに、昨年岩戸山は約 170 万円の赤字を出している。ここまで格差が開くのは、賃貸収入の得られる町家の有無と祭り当日の会所売店での売上高の差によるところが大きい。会所売店での販売品やその販売額も各町で異なっており（表 I-3-3 参照）、その収益の差は立地条件によるものが大きいそうだ。要は人の多く訪れる四条通りにある町の方がはずれにある町よりよく売れるということだろう。また町家の賃貸収入があるかないかも、大きな収入格差を生む要因となっている。その差は保存会費となって現れ、住人の負担となっている。以上のように、町によって財政状況の格差は非常に大きくなっており、

将来費用が捻出できなくなれば祭りを続けていけない町も出てきかねない。そうならないように今後、府や市は各山鉾の維持、管理等について各町の実情を踏まえた上で、それを補助金に反映できるような制度を定め、格差をなくすよう努力していくべきである。

表 I-3-3 会所売店の販売品

山鉾名	粽	搭乗・拝観券	その他販売品
長刀鉾	¥1,000		手拭 ¥500 テレホンカード ¥1,000
函谷鉾		¥1,000	
鶏鉾	¥800		
菊水鉾	¥1,000		絵馬 ¥500 御茶席券 ¥2,000
月鉾	¥1,000		手拭 ¥1,000 扇子(大) ¥3,500・(小) ¥2,500 ミニ鉾 ¥1,500 タペストリー ¥2,500 <全て拝観券付>
放下鉾	¥500		
船鉾	¥500	¥500	御守 ¥500 御腹帯(御守付) ¥3,500
岩戸山	¥700		拝観券 ¥200
保昌山	¥600 (護符付)		御守(小) ¥300・(赤紫) ¥500 護符 ¥300 絵馬 ¥300 御茶券 ¥500
孟宗山	¥500		
占出山	¥400		御守 ¥500 御腹帯 ¥3,000 絵馬 ¥500

山伏山	¥600		手拭 ¥800
霞天神山	¥600		雷除と学問 ¥200 火除け守 ¥200
郭巨山	¥500		御守 寸志 手拭 ¥500
伯牙山	¥500		
芦刈山	¥500		
油天神山	¥500		御守 ¥500
木賊山	¥500		
太子山	¥500		御守 ¥500 扇子 ¥2,500 ミ ニ山 ¥1,500 太子山ゆかた ¥4,200
白樂天山			
綾傘鉾	¥600 (団扇 付)		手拭 ¥500
蟻螂山	¥500		手拭 ¥600
四条傘鉾	¥500		赤幣 若松入 厄除お札 ¥500 招福わらじ飾り ¥500 招福 匂い袋 ¥500
北観音山			
南観音山	¥500	¥300	
橋弁慶山	¥500		手拭 未定 弁慶の力縄 ¥500
鯉山	¥500		御守 ¥300 手拭 ¥400 絵馬 ¥500 芽の輪 ¥500
浄妙山	¥400		御守 ¥200 手拭・扇子 未 定 粽＋御守セット ¥500

			粽＋絵馬セット ¥700
黒主山	¥500		
役行者山	¥700		御守 ¥500
鈴鹿山	¥1,000 (絵馬 付)		御腹帯 ¥1,200 鈴鹿山版画(彩入) ¥2,000 鈴鹿山版画(彩無) ¥400
八幡山	¥700		御守 ¥700 手拭 ¥600 絵 馬 ¥300 団扇 ¥600 鳩笛 ¥700 鳩鈴(大) ¥600(小) ¥500

(資料) ホームページ祇園祭 [GIONMATSURI2003]

注

- 1) 米山俊直『祇園祭』中央公論社、1974年参照。
- 2) ホームページ「岩戸山鉾の歴史」参照。
- 3) 山鉾連合会へのヒアリングによる。
- 4) 岩戸山、太子山へのアンケートによる。

IV 変わる町と住民の祭り意識

そもそも祇園祭は山鉾町の住民（町衆）によって長年支えられてきた祭りであり、各山鉾町の人々が代々受け継いだ文化によって成り立っている。以前は各山鉾町には旦那衆や丁稚が常駐し、彼らが祭りの運営の中心となっていた。京都は非戦災都市であることもあり、職住共存型のコミュニティが形成され、コミュニティ活動としての祇園祭における担い手に事欠くことはなかった。

しかし、近年その山鉾町に変化が現れてきている。都市中心部の常住人口（夜間人口）が減少し、これを取り囲む周辺部に顕著な人口増加がみられるいわゆるドーナツ化現象が京都市においても発生したのである。職住共存だった山鉾町にはオフィスビルが立ち並びはじめた。常住人口（特に若年層）が減少することにより各山鉾町が維持してきた地域コミュニティが弱体化し、祇園祭において各行事の中心となる担い手となる人数が減少しているのである。また、近年マンションの建設ラッシュがあり、マンション住民の祇園祭に対する意識の低さなども問題になっている。

以上のように、現在山鉾町では祭りの継承者の不足という問題、マンションの建設ラッシュなどによる住民の祭りに対する意識低下という問題が浮き彫りになっている。そこで、1節では国勢調査のデータから、2節では、私たちが山鉾町の住民の方を対象に行ったアンケート結果から現在山鉾町が抱えている問題について迫ってみようと思う。そして3節では山鉾町の現状・問題点をまとめた上で私なりの考えを示したいと思う。

1節 国勢調査データからみる山鉾町¹⁾

この節では、2000年の国勢調査において行われた小地域集計結果の分析を中心に、山鉾町の現状に迫ってみようと思う。

〔1〕 山鉾町

まずはじめに、山鉾町がある国勢調査統計区を確認する。表I-4-1のように、山鉾町のある行政区は、中京区と下京区であり、国勢統計区でみると中京区が龍池・明倫・本能、下京区が格致・成徳・豊園である。

表I-4-1 祇園祭山鉾一覧

行政区	国勢統計区	町名	山鉾の名称
中京区	龍池	場之町	鈴鹿山
"	"	役行者町	役行者山
"	明倫	笋町	孟宗山
"	"	烏帽子屋町	黒主山
"	"	鯉山町	鯉山
"	"	山伏山町	山伏山
"	"	菊水鉾町	菊水鉾
"	"	三条町	八幡山
"	"	六角町	北観音山
"	"	百足屋町	南観音山
"	"	小結棚町	放下鉾
"	"	(衣棚町)	(鷹山)
"	"	骨屋町	浄妙山
"	"	橋弁慶町	橋弁慶山
"	"	(姥柳町)	(布袋山)
"	"	占出山町	占出山
"	"	天神山町	霰天神山
"	本能	蟻螂山町	蟻螂山
下京区	格致	風早町	油天神山
"	"	太子山町	太子山
"	"	傘鉾町	四条傘鉾
"	"	芦刈山町	芦刈山
"	"	木賊山町	木賊山
"	成徳	鶏鉾町	鶏鉾
"	"	白楽天町	白楽天山
"	"	(四条町)	(凱旋船鉾)
"	"	船鉾町	船鉾
"	"	岩戸山町	岩戸山
"	"	函谷鉾町	函谷鉾
"	"	月鉾町	月鉾
"	"	郭巨山町	郭巨山
"	"	善長寺町	綾傘鉾
"	"	矢田町	伯牙山
"	豊園	燈篋町	保昌山
"	"	長刀鉾町	長刀鉾

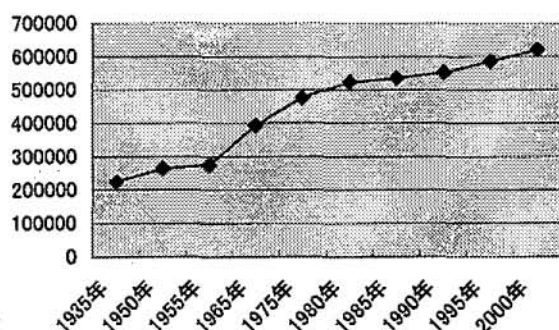
()は休み山鉾

(資料) 京都市統計情報 (平成15年1月)

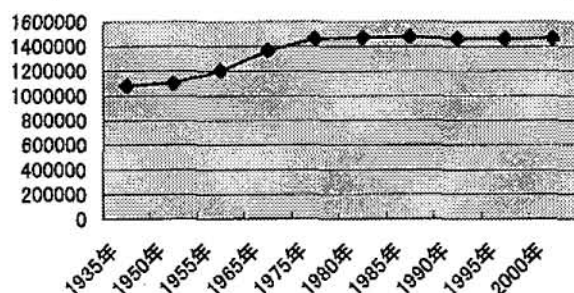
[2] 世帯数・人口

①京都市の世帯数・人口の推移 まず京都市の世帯数・人口の推移をみてみることにする。京都市の世帯数は1935年の224,663世帯から年々増加し、2000年には620,327世帯となっている(図I-4-1参照)。また、人口は1935年の1,080,593人から増加で推移していたが、1975年以降は横ばいでの推移となっており、2000年は1,467,785人となっている(図I-4-2参照)。

図I-4-1 京都市の世帯数推移



図I-4-2 京都市の人口推移

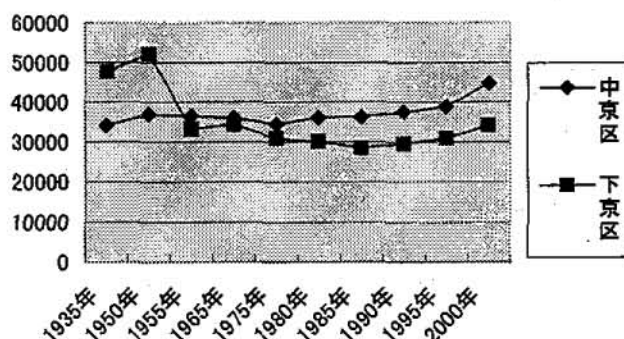


(資料) 京都市統計情報(平成15年1月)

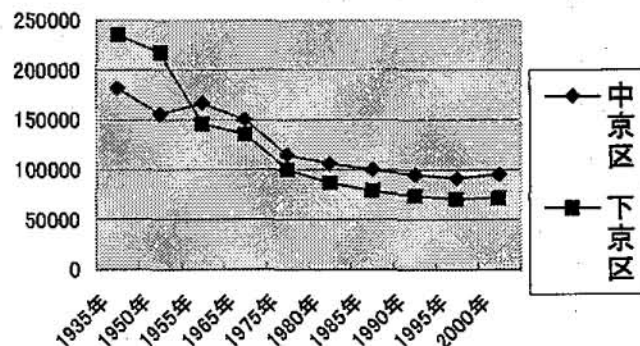
②行政区の世帯数・人口の推移 次に山鉾町のある中京区と下京区をみる。中京区の世帯数は1935年の34,023世帯から1975年の34,394世帯まで横ばいの推移となっていたが、1980年の36,079世帯以降、2000年の44,798世帯まで増加で推移している(図I-4-3参照)。中京区の人口は1935年の181,451人から減少傾向で推移していたが、2000年は95,038人と前回より増加している(図I-4-4参照)。

下京区の世帯数は1955年に減少しているが、これは南区と分区したためである。その後は減少傾向で推移していたが、1990年の29,506世帯以降、2000年の34,134世帯まで増加で推移している(図I-4-3参照)。下京区の人口は南区との分区のため1955年に145,871人と大きく減少して以来、減少傾向で推移していたが、2000年は71,212人と前回より増加している(図I-4-4参照)。

図I-4-3 世帯数の推移
(中京区・下京区)



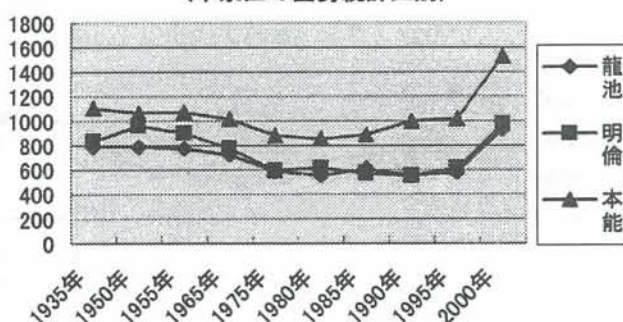
図I-4-4 人口の推移(中京区・下京区)



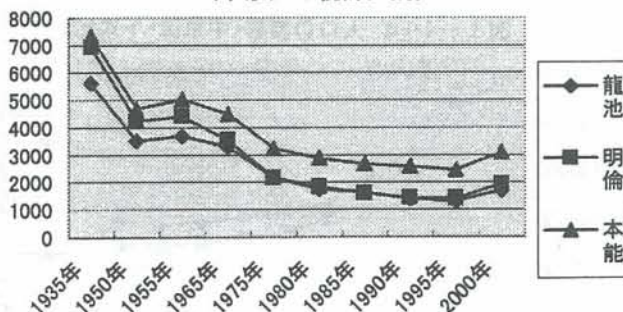
(資料) 京都市統計情報(平成15年1月)

③国勢統計区の世帯数・人口の推移 中京区の山鉾町がある国勢統計区（龍池、明倫、本能）における世帯数をみると、龍池は1935年787世帯から1980年の554世帯まで減少傾向で推移していたが1985年に607世帯と増加に転じている。その後1990年に552世帯と減少するが1995年以降は増加で推移し、2000年は935世帯となっている。明倫、本能も龍池と同じような推移をしている（図I-4-5参照）。また人口をみると、龍池は1935年の5,069人から減少傾向で推移していたが、2000年は1,693人と前回より増加している。明倫、本能も龍池と同じような推移をしている（図I-4-6参照）。

図I-4-5 世帯数の推移
（中京区の国勢統計区別）



図I-4-6 人口の推移
（中京区の統計区別）

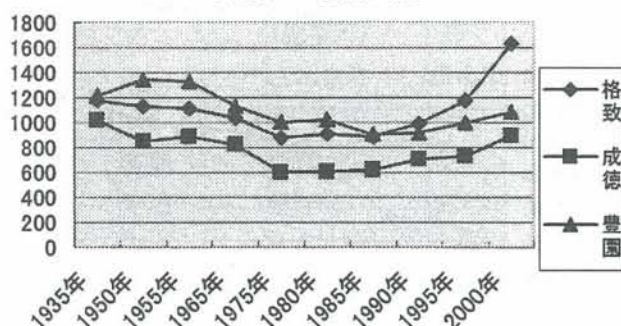


（資料）京都市統計情報（平成15年1月）

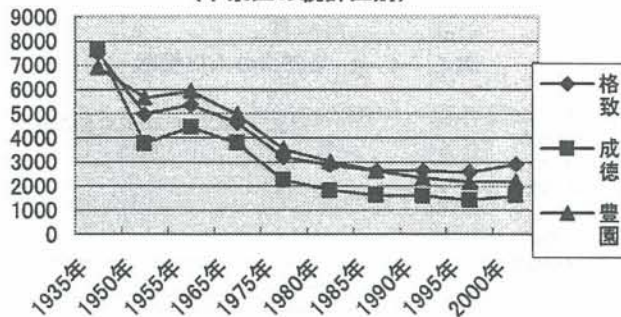
下京区の山鉾町がある国勢統計区（格致、成徳、豊園）における世帯数をみると、格致は1935年の1,177世帯から1975年の876世帯まで減少傾向で推移していたが、1980年に911世帯と増加に転じている。その後、1985年に888世帯と減少するが1990年以降は増加で推移し、2000年は1,628世帯となっている。成徳、豊園も格致と同じような推移をしている（図I-4-7参照）。また人口をみると、格致は1935年の7,059人から減少傾向で推移していたが、2000年は2,894人と前回より増加している。成徳、豊園も格致と同じような推移をしている（図I-4-8参照）。

以上のように山鉾町のある国勢統計区は近年の都心回帰現象の結果、1995年から2000年の間に世帯数、人口ともに増えていることがわかる。

図I-4-7 世帯数の推移
（下京区の統計区別）



図I-4-8 人口の推移
（下京区の統計区別）

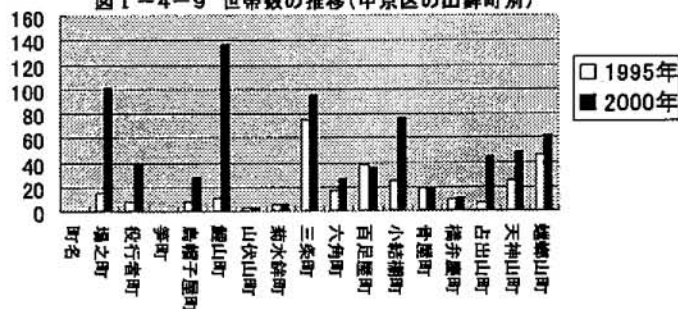


（資料）京都市統計情報（平成15年1月）

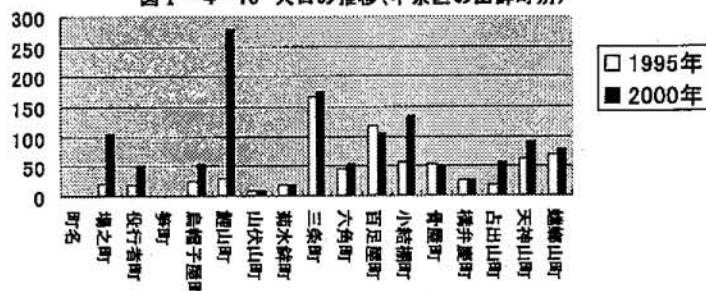
④山鉾町の世帯数・人口 中京区の山鉾町の世帯数は図Ⅰ-4-9のようになっている。場之町や鯉山町のように大幅に増加している山鉾町もあれば、筈町のように世帯がなしの山鉾町もあるが、世帯が増加している山鉾町の方が多くなっている。また、人口は図Ⅰ-4-10のようになっており世帯数と同様の傾向を示している。

下京区の山鉾町の世帯数は図Ⅰ-4-11のようになっている。太子山町や風早町のように数多くの世帯があり、かつ増加している山鉾町もあれば、函谷鉾町や長刀鉾町のように世帯がなしのところもあり各山鉾町で違いがみられる。また、人口は図Ⅰ-4-12のようになっており世帯数と同様の傾向を示している。人口が0人の長刀鉾町、函谷鉾町は祇園祭に際して以前町内に住んでいた人々が鉾の運営を行っている²⁾。

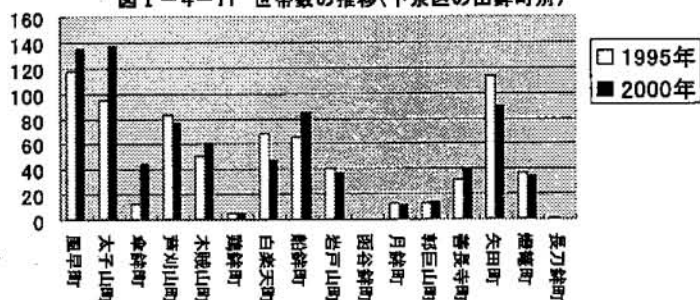
図Ⅰ-4-9 世帯数の推移(中京区の山鉾町別)



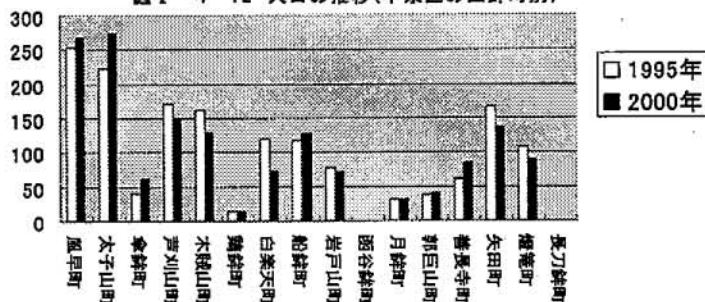
図Ⅰ-4-10 人口の推移(中京区の山鉾町別)



図Ⅰ-4-11 世帯数の推移(下京区の山鉾町別)



図Ⅰ-4-12 人口の推移(下京区の山鉾町別)

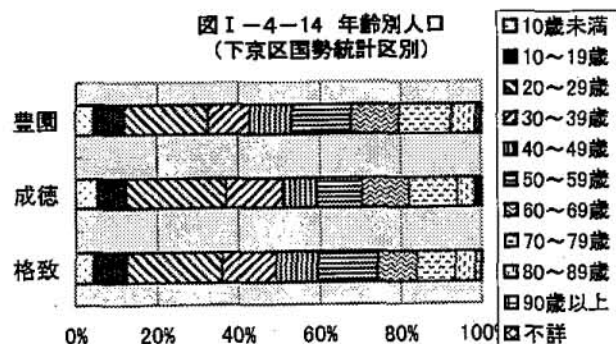
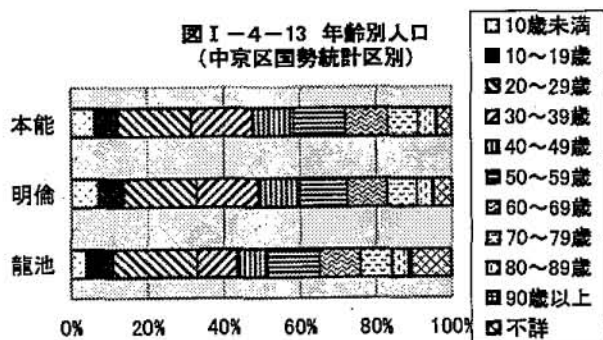


(資料)
京都市統計情報
(平成15年1月)

⑤1世帯当たり人員の推移 京都市の1世帯当たり人員の推移をみると、1935年の4.81人から2000年には2.37人となっている。中京区は5.33人から2.12人へ、下京区は4.94人から2.09人となっている。中京区の山鉾町がある国勢統計区（龍池、明倫、本能）をみると、龍池は7.13人から1.81人へ、明倫は8.34人から1.98人へ、本能は6.63人から2.02人となっている。下京区の山鉾町がある国勢統計区（格致、成徳、豊園）をみると、格致は6.38人から1.78人へ、成徳は7.52人から1.79人へ、豊園は5.69人から2.03人となっている。

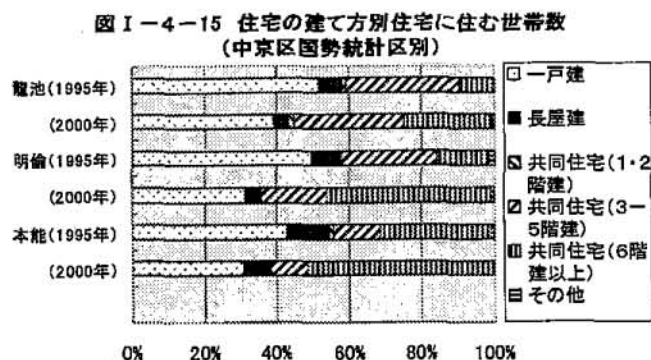
以上のように、京都市全体の傾向として1世帯当たりの人員は大幅な減少傾向にあり、その傾向が山鉾町のある国勢統計区で顕著であることがわかる。

⑥年齢別人口 山鉾町のある国勢統計区における人口の年齢別割合は図I-4-13、14のようにになっている。2、30歳代のほかに60歳以上の人口も多いことがわかる。それに対し10歳代以下が少なく、この結果からも山鉾町における後継者不足を垣間見ることができる。



(資料) 平成12年国勢調査小地域集計

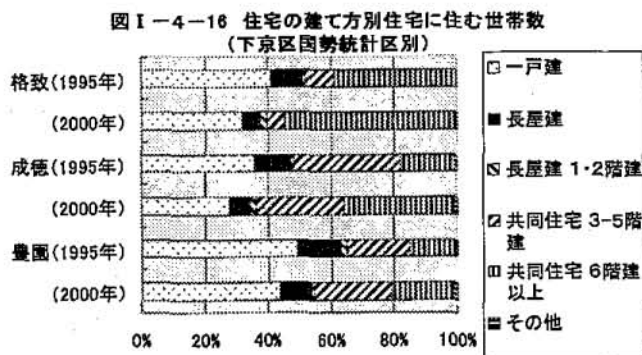
⑦住宅の建て方別住宅に住む一般世帯数 中京区の山鉾町がある国勢統計区における住宅の建て方別住宅に住む世帯数(2000年)を前回調査と比べると、龍池が184世帯(33.2%)、明倫が293世帯(50.1%)、本能が404世帯(40.4%)の増加となっており、なかでも6階建以上共同住宅が133世帯(289.1%)、311世帯(379.3%)、414世帯(137.1%)と特に増加率が高くなっている(図I-4-15参照)。



(資料) 京都市統計情報(平成15年2月)

下京区の山鉾町がある国勢統計区における住宅の建て方別住宅に住む世帯数(2000年)を前回調査と比べると、格致が483世帯(43.8%)、成徳が175世帯(25.4%)、豊園が122世帯(13.3%)の増加となっており、なかでも6階建以上共同住宅が438世帯(104.3%)、186世帯(164.6%)、66世帯(48.9%)と特に増加率が高くなっている(図I-4-16参照)。

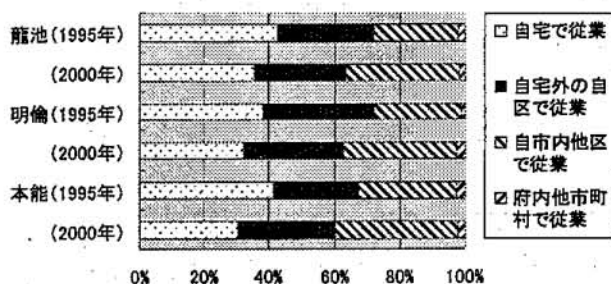
6階建以上共同住宅は主にマンションであり、山鉾町における近年のマンション建設ラッシュ、入居ラッシュによる人口の都心回帰を表す数字となっている。



(資料) 京都市統計情報(平成15年2月)

⑧常住地による従業地別 15 歳以上就業者数 中京区の山鉾町がある国勢統計区内就業者の従業地は図 I-4-17 のようになっており、自宅での従業者数が減少し、自宅外自区、自市内他区、府内他市町村、他府県での従業者数が増加している。

図 I-4-17 常住地による従業地別 15 歳以上就業者数 (中京区国勢統計区別)

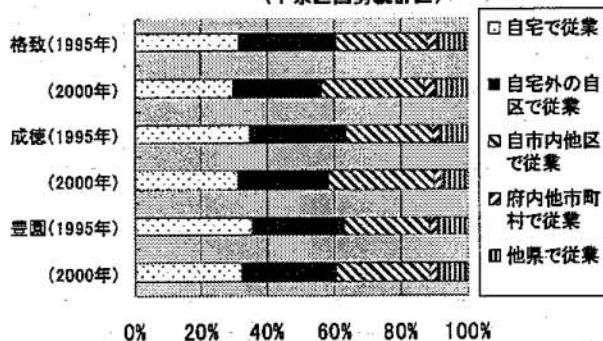


(資料) 京都市統計情報 (平成 15 年 2 月)

また、下京区の山鉾町がある国勢統計区内就業者の従業地は図 I-4-18 のようになっており、自宅、自宅外自区での従業者数が減少し、自市内他区、府内他市町村、他府県での従業者数が増加している。

以上の結果は山鉾町において、自営業の減少、自区外の会社に勤めるサラリーマンのマンション入居などが原因となっており、祇園祭の準備などに必要な職住一致型の常時在住者の減少を示すものといえる。

図 I-4-18 常住地による従業地別 15 歳以上就業者数 (下京区国勢統計区)



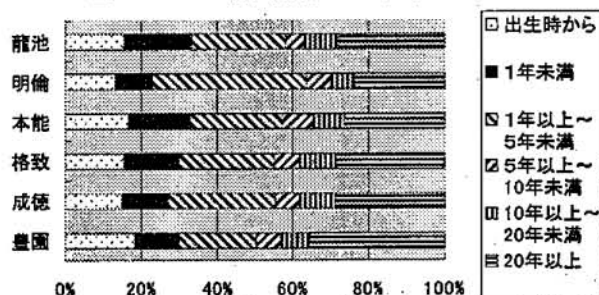
(資料) 京都市統計情報 (平成 15 年 2 月)

⑨居住期間別人口 山鉾町がある国勢統計区の居住期間別人口を見ると、1 年以上～5 年未満と、20 年以上に両極化している形となっている (図 I-4-19 参照)。この両極化は、京都市全体にみられる傾向であるが、山鉾町がある国勢統計区では京都市全体に比べ、20 年以上の構成比が低く 5 年未満の構成比が高くなっている。特に、明倫は 1 年以上～5 年未満が 721 人

(構成比 39.2%) と構成比が最も高くなっている。また、明倫以外の山鉾町がある国勢統計区 (龍池、本能、格致、成徳、豊園) は、20 年以上の構成比が最も高く、ついで 1 年以上～5 年未満の構成比となっている。1 年以上～5 年未満の層はマンション入居者が多くを占めると考えられる。

以上から、山鉾町は京都市全体に比べてもマンション等共同住宅の建設が近年盛んに行われていることがわかる。

図 I-4-19 居住期間別人口 (国勢統計区別)



(資料) 京都市統計情報 (平成 15 年 2 月)

2 節 住民アンケートからみる山鉾町 ～太子山と岩戸山を例に～

私たちは、昨年末、(財) 祇園祭山鉾連合会の深見茂理事長から紹介していただき、太子山町と岩戸山町において住民アンケートを行った。各山の保存会の方に回等用紙を渡し、住民の方に対して配っていただき、後日私たちが回収しに行くという形をとった。本節では住民アンケートによって得られた山鉾町の「生の声」を紹介、分析し、山鉾町の現状に迫ってみたい。なお、今回アンケートにご協力いただいた両町の方々に、この場を借りてお礼を申し上げる。

[1] 太子山町・岩戸山町

はじめに今回住民アンケートを行った太子山町と岩戸山町について説明したい。太子山は下京区の国勢統計区では格致にある町であり、岩戸山は下京区の成徳にある町である。平成 12 年国勢調査による太子山の世帯数は 137 世帯、人口は 274 名、岩戸山の世帯数は 36 世帯、人口は 71 人であった。今回のアンケートで太子山では 45 人、岩戸山では 18 人の方にご協力いただいた。

〔2〕住民アンケート結果および分析

①性別・年齢 まずアンケート回答者の性別、年齢データを表Ⅰ-4-1に示す。年齢層をみると60歳代以上の方の割合が多いことがわかる。このことから、両町ともに高齢者人口が多いとともに、高齢層の祇園祭に対する意識の高さがうかがえる。

表Ⅰ-4-1

①アンケート回答者の男女比

上段：人 下段：%	性別		
	合計	男	女
合計	63 100.0	31 49.2	32 50.8
太子山	45 100.0	15 33.3	30 66.7
岩戸山	18 100.0	16 88.9	2 11.1

②アンケート回答者の年齢層

上段：人 下段：%	年齢						
	合計	20代未満	20代	30代	40代	50代	60代以上
合計	63 100.0	- -	1 1.6	13 20.6	6 9.5	13 20.6	30 47.8
太子山	45 100.0	- -	1 2.2	12 26.7	4 8.9	10 22.2	18 40.0
岩戸山	18 100.0	- -	- -	1 5.6	2 11.1	3 16.7	12 66.7

(資料) 独自のアンケート (本節はすべて)

②職業 職業は表Ⅰ-4-2のようになり、自営業をされている方が多いことがわかる。また、会社員の方の人数も多い。

表Ⅰ-4-2 アンケート回答者の職業

上段：人 下段：%	現在の職業							
	合計	会社員	事業経営者	公務員	パート・アルバイト	無職	学生	専業主婦
合計	63 100.0	10 15.9	18 28.6	2 3.2	3 4.8	15 23.8	2 3.2	7 11.1
太子山	45 100.0	9 20.0	7 15.6	2 4.4	3 6.7	12 26.7	2 4.4	5 11.1
岩戸山	18 100.0	1 5.6	11 61.1	- -	- -	3 16.7	- -	2 11.1

③住まいの形態 住まいの形態は表Ⅰ-4-3のよう

になり、マンションが最も多く半数以上を占め、次いで一戸建て住宅が多くなっている。この結果は国勢調査結果図Ⅰ-4-16とも一致している。なお、岩戸山町にはマンションはなく、マンションの人数はすべて太子山町のものである。また、世代別にみるとマンション居住者は30代が多く、一戸建て住宅は高齢者の方が多い。さらに会社員のほとんどがマンション住民であることがわかる。

表Ⅰ-4-3 アンケート回答者の住まいの形態

①山別

上段：人 下段：%	住まいの形態				
	合計	一戸建て住宅	商店・事務所兼用住宅	マンション	その他
合計	61 100.0	20 32.8	6 9.8	33 54.1	2 3.3
太子山	43 100.0	9 20.9	1 2.3	33 76.7	-
岩戸山	18 100.0	11 61.1	5 27.8	-	2 11.1

②年齢別

上段：人 下段：%		年齢						
		合計	20代未満	20代	30代	40代	50代	60代以上
住まいの形態	合計	61 100.0	- -	1 1.6	13 21.3	6 9.8	12 19.7	28 47.5
	一戸建て住宅	20 100.0	- -	- -	1 5.0	1 5.0	4 20.0	14 70.0
	商店・事務所兼用住宅	6 100.0	- -	- -	- -	- -	- -	6 100.0
	マンション	33 100.0	- -	1 3.0	12 36.4	4 12.1	8 24.2	8 24.2
	その他	2 100.0	- -	- -	- -	1 50.0	- -	1 50.0

③職業別

上段：人 下段：%		現在の職業							
		合計	会社員	事業経営者	公務員	パート・アルバイト	無職	学生	専業主婦
住まいの形態	合計	61 100.0	10 16.4	18 29.5	2 3.3	3 4.9	15 24.6	2 3.3	7 11.5
	一戸建て住宅	20 100.0	1 5.0	6 30.0	- -	1 5.0	9 45.0	- -	2 10.0
	商店・事務所兼用住宅	6 100.0	- -	5 83.3	- -	- -	- -	- -	1 16.7
	マンション	33 100.0	9 27.3	4 12.1	2 6.1	2 6.1	6 18.2	2 6.1	4 12.1
	その他	2 100.0	- -	1 50.0	- -	- -	- -	- -	1 50.0

④就業・通学地 就業・通学地は表Ⅰ-4-4のようになり、京都市内他区が最も多く、次いで自宅となっている。この結果は国勢調査結果図Ⅰ-4-18とも一致している。また、京都市外への通勤・通学者のほとんどがマンション住民である。

表Ⅰ-4-4 アンケート回答者の就業・通学地

①山別

上段:人 下段:%	就業・通学の場所				
	合計	自宅	同一区内	京都市内	京都市外
合計	40 100.0	12 30.0	7 17.5	14 35.0	7 17.5
太子山	28 100.0	5 19.2	4 15.4	10 38.5	7 26.9
岩戸山	14 100.0	7 50.0	3 21.4	4 28.6	-

②住まいの形態別

上段:人 下段:%	就業・通学の場所				
	合計	自宅	同一区内	京都市内	京都市外
合計	38 100.0	12 31.6	7 18.4	12 31.6	7 18.4
一戸建て住宅	10 100.0	4 40.0	2 20.0	4 40.0	-
商店・事務所兼用住宅	8 100.0	4 66.7	1 16.7	1 16.7	-
マンション	21 100.0	3 14.3	4 19.0	7 33.3	7 33.3
その他	1 100.0	1 100.0	-	-	-

⑤居住期間 現在住んでいる家の居住期間は表Ⅰ-4-5のようになっている。15年以上が最も多く半数以上を占め、次いで5年未満となっている。この結果は国勢調査結果図Ⅰ-4-19と一致する。15年以上居住者の多くが1戸建て住宅に、5年未満居住者のほとんどがマンションに住んでいる。

表Ⅰ-4-5 アンケート回答者の居住期間

①山別

上段:人 下段:%	居住期間				
	合計	5年未満	5から10年	10から15年	15年以上
合計	62 100.0	15 24.2	10 16.1	3 4.8	34 54.8
太子山	44 100.0	13 29.5	10 22.7	3 6.8	18 40.9
岩戸山	18 100.0	2 11.1	-	-	16 88.9

②住まいの形態別

上段:人 下段:%	住まいの形態				
	合計	一戸建て住宅	商店・事務所兼用住宅	マンション	その他
合計	61 100.0	20 32.8	6 9.8	38 64.1	2 3.3
5年未満	15 100.0	2 13.3	-	13 86.7	-
5から10年	10 100.0	-	-	10 100.0	-
10から15年	2 100.0	-	1 50.0	1 50.0	-
15年以上	34 100.0	18 52.9	5 14.7	9 26.5	2 5.9

⑥祇園祭に対する意識 今回の住民アンケートでは祇園祭に関わる質問もいくつか行った。アンケート結果によって山鉾町の住民の方の祇園祭に対する意識が明らかになった。

a 祇園祭への参加度 家族も含めた祇園祭への参加度を聞いた結果が表Ⅰ-4-6である。

表Ⅰ-4-6 祇園祭への参加度

①山別

上段:人 下段:%	ご家族を含め祇園祭にはどのような形で参加していますか				
	合計	準備段階から協力している	祭りの期間中は協力している	祭りには参加しているが手伝いなどはしていない	全く祭りには参加していない
合計	63 100.0	42 66.7	18 30.2	1 1.6	1 1.6
太子山	45 100.0	31 68.9	12 26.7	1 2.2	1 2.2
岩戸山	18 100.0	11 61.1	7 38.9	-	-

②住まいの形態別

上段:人 下段:%	ご家族を含め祇園祭にはどのような形で参加していますか				
	合計	準備段階から協力している	祭りの期間中は協力している	祭りには参加しているが手伝いなどはしていない	全く祭りには参加していない
合計	61 100.0	40 65.6	19 31.1	1 1.6	1 1.6
一戸建て住宅	20 100.0	14 70.0	5 25.0	-	1 5.0
商店・事務所兼用住宅	6 100.0	4 66.7	2 33.3	-	-
マンション	33 100.0	21 63.6	11 33.3	1 3.0	-
その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-

③年齢別

上段：人 下段：%		ご家族を含め祇園祭にはどのような形で参加していますか				
		合計	準備段階から協力している	祭りの期間中は協力している	祭りには参加しているが手伝いはしていない	全く祭りには参加していない
年齢	合計	63 100.0	42 66.7	18 28.2	1 1.6	1 1.6
	20代未満	-	-	-	-	-
	20代	1 100.0	1 100.0	-	-	-
	30代	13 100.0	6 46.2	6 46.2	1 7.7	-
	40代	8 100.0	3 50.0	3 50.0	-	-
	50代	13 100.0	11 84.6	2 15.4	-	-
	60代以上	30 100.0	21 70.0	8 26.7	-	1 3.3

ほとんどの住民の方が何らかの形で祇園祭に参加しているという結果が出た。特に、50歳以上の高齢の方の参加度が高いことも明らかになった。しかし、そもそも私たちのアンケートに答えていただいた方は祇園祭に対する意識が高いと考えられ、町内全体ではまったく参加をしないという方もいるというのが現状のようである。

b 祇園祭に関する町費・保存会費に対する意識 山鉾町では懸装品等文化財を維持管理するために、町費や保存会費という形で住民が一定費用を負担するケースが多い。太子山と岩戸山でも保存会費として1世帯あたり2,500円、6,000円を負担している。このような費用負担に対する住民の方の意識を表したのが表I-4-7である。納得しているという方が半数以上を占めたものの、負担が大きいと感じる方も、特に保存会費の高い岩戸山で多かった。

表I-4-7 祇園祭に関する町費を各家庭で徴収されることについてどう思うか

上段：人 下段：%		祇園祭に関する町費を各家庭で徴収されることについてどう思われますか		
		合計	祭りの運営に必要な経費なので納得している	理解はできるが個人としての負担が大きいと感じている
年齢	合計	60 100.0	36 60.0	24 40.0
	太子山	44 100.0	29 65.9	15 34.1
	岩戸山	16 100.0	7 43.8	9 56.2

c 祇園祭期間中における行政側のごみ対策に対する意識 祇園祭において大きな問題となっているゴミに対する行政の対応への意識は表I-4-8のようになった。満足と答えた方が半数以上であったが、不満を感じている方も多かった。

表I-4-8 祇園祭期間中における行政側のごみ対策に対する意識

上段：人 下段：%		祇園祭期間中における行政側のごみ対策についてどう思うか			
		合計	満足している	気にはならないが改善して欲しい点はある	不十分であり不満を感じている
年齢	合計	61 100.0	33 54.1	23 37.7	5 8.2
	太子山	45 100.0	25 55.6	17 37.8	3 6.7
	岩戸山	16 100.0	8 50.0	6 37.5	2 12.5

d 祇園祭に関する意見 祇園祭に関して意見を自由に記述していただいたところ、行政への補助金の増額を望む声が多かった。行政からの補助金が増えれば住民各個人の負担も軽減されるのではないかと感じておられる方が多いようである。また、町内の高齢化、人材不足、後継者不足を挙げておられる方も多かった。やはり、財政面と人材面での問題が住民の方にも意識としてあるようである。その他、夜店の出店規制や女性の祭りへの参加を望む声も見られた。

3節 小括

本章でみてきたように祇園祭を支えてきた山鉾町とそこに住む住民には時代の流れとともに変化が生じている。そしてその変化とともに様々な問題が生じてきている。少子高齢化による後継者不足、住民の祭りに対する意識の低下などがあり、祇園祭のためのコミュニティ形成が難しい状況になっている。しかし、長い間にわたって町衆によって支えられてきた祇園祭を守っていくのはやはり山鉾町の住民たちに他ならない。老若男女すべての住民が自分たちの山鉾を守りたいという思いを持つということが必要不可欠であるのはいうまでもないであろう。

注

- 1) 京都市総合企画局情報化推進室情報統計課『平成 12 年国勢調査に関する小地域集計結果の概要』参照。
- 2) (財) 祇園祭山鉾連合会でのヒアリングより。

V 行政から見た祇園祭

1 節 京都府と祇園祭¹⁾

祇園祭と行政の関わりでは、まず、京都府との関わりを挙げることができる。関わり方としては、やはり補助金という形で関与が大部分を占めていると考えられる。京都府では、京都府総務部文教課と商工部観光・商業課の2つの所で祇園祭に関与している。京都府として、この2つの課がどのように祇園祭に関与し、どういった形で貢献しているのかをみていくことにする。

[1] 文教課

文教課の基本政策・施策は、人と自然が共生し、文化がいきづく京都府づくりであり、歴史と文化の香り高い健全で恵み豊かな環境を保全、また創造し、多様な文化の継承、そして新たな文化を創造してゆこうというものである。京都府内の様々な歴史的価値のある文化財を、補助金という形を中心に保護を行うのがその役割である。では祇園祭に関してはどのような形で保護を行っているのか。祇園祭に対しては、祇園祭山鉾懸装品新調事業費補助金(1,500万円)という形で補助を行っている。この補助金は直接各山鉾保存会へ渡される。祇園祭山鉾懸装品新調事業費補助金は、祇園祭山鉾懸装品新調事業費補助金交付要綱をもとに、1982年に創設された。その目的は、文化財として価値のある祇園祭山鉾を保全することである。現在使用している祇園祭山鉾懸装品のうちで、現役保存するものに代わり、新調されるべきものがこの補助事業の対象となっている。具体例を挙げると、前掛けや胴掛け、さらにはそれら以外で知事が必要であると認めたものである。しかし、ここで重要なのは、どんなものでもこの補助事業の対象となるのではなく、それが文化的価値が高いと認められるものであるという条件があることである。実際にこの補助金の事務事業評価調査には、実際の事業内容として、「美術工芸品である祇園祭山鉾懸装品のうち文化的価値が高く、保全が必要なものについての新調に対する補助」と記されている。また、文化的価値の有無についての判断は審議会に任されている。ここでいう審議会とは、祇園祭山鉾装飾品

議会のことで、その委員は大学教授、京都市歴史資料館長、京都府総務部文教課長、京都市文化財保護課長、祇園祭山鉾連合会理事長、といったメンバーで構成されている。この審議会の審議において文化的価値が高いと認められたものに対して新調事業を行うことができるのである。

この補助金は1982年に創設されたが、そのきっかけは、1980年・1981年度の懸装品の調査にある。国の重要有形民俗文化財である祇園祭山鉾を飾る懸装品は、長年の使用により老朽化が著しく、山鉾巡行にも支障が出始めたために調査が行われたのだが、その結果傷んでいる品が多く発見された。祭りの保全継承という観点から見ても問題であり、そのうち、文化的価値が高く、保全・継承する必要のある200点をピックアップし、修理を行うことが決定し、緊急度の高いものから毎年4～7件ずつ新調されている。また、約87点が新調され、祇園祭の巡行の際に披露されるなど、祇園祭山鉾の保全に寄与している。

この補助事業の対象経費は、山鉾懸装品の制作費、購入費、附帯諸経費や審議会の運営費といったものである。祇園祭山鉾懸装品新調事業補助金は、京都府のみではなく京都市でも行っているし、また、地元の負担も存在する。その補助率を表したものが表I-5-1である。

表I-5-1 祇園祭山鉾懸装品新調事業補助率

	1982年度	1983年度～2003年度
京都府	1/3	2/5
京都市	1/3	2/5
地元	1/3	1/5

(資料) 京都府総務部文教課資料

この表からも分かるように、京都府と京都市ではその補助率は同じであり、府市協調事業としての補助金であることがうかがえる。実際に京都市においても、京都府と同様に、祇園祭山鉾染色品新調事業補助を実施している。ただし、京都市文化財保護課は区・府の指定した文化財が補助の対象であるのに対し、京都府

総務部文教課では指定されていないものがその対象となっている。また、1982年度では京都府と京都市と地元で3分の1という同じ分担率であったが、1983年度から現在にかけてはその分担率は、京都府・京都市が5分の2ずつで地元は5分の1となっている。行政の負担が上昇して、地元の負担が減少している。この補助が行われた1982年度に、地元の負担が高いとの声が上がったのではないかと考えられる。

また補助事業の実績として1988年度から2003年度までの補助件数、事業額、および執行額を表したものが表I-5-2である。

表I-5-2 祇園祭山鉾懸装品新調事業補助実績
単位(千円)

年度・区分	件数	事業額	執行額
1988年	7	43,250	13,560
1989年	6	37,114	14,845
1990年	4	36,141	14,276
1991年	4	43,855	17,340
1992年	4	37,779	15,000
1993年	4	38,083	15,000
1994年	5	36,923	14,768
1995年	7	37,364	14,943
1996年	4	37,212	14,885
1997年	6	34,760	13,903
1998年	6	36,412	14,564
1999年	5	37,501	15,000
2000年	6	37,502	15,000
2001年	5	37,500	15,000
2002年	6	37,500	15,000
2003年	4	37,500	15,000

(資料)京都府総務部文教課資料

執行額を見てみると、1991年度で1,700万円を超えてはいるが、大体は1,500万円前後であり、1999年度からは一律1,500万円となっている。件数も大体が4～6件の間である。今現在では、将来10年は現状のままの補助を行う計画ができています。しかし、問題も挙がってきている。それは修理1件あたりの単価が上がってきているということである。この補助事業は祇園

祭の保全という目的の他にも、成果指標では表せない効果も狙っている。つまり、祇園祭山鉾を将来の世代に渡って継承することによって、歴史的・文化的環境を保全するだけでなく、伝統産業の発展・継承に寄与するということが期待されている。祇園祭の懸装品は、民俗文化財としての歴史の中で、各時代における優れた染織品が多数使用されてきており、懸装品の新調は、西陣織など高度な伝統技術の継承・発展や伝統産業の振興にも大きく貢献しているのである。しかし、そういった効果を狙ってはいるものの、懸装品の新調に必要な伝統産業は後継者不足など様々な理由から衰退してきている。これにより、1件あたりの単価が上がってきているのである。しかし、全体としての執行額は変わらないため件数を減らさざるを得ないのである。懸装品の傷んでいくスピードに修理の件数が追いついていないのが現状であり、このままでは200件の修理が終わらないうちに補助事業の見直しが必要になってくると考えられる。今後新調あるいは、補修が必要な懸装品が約115点ほど残っていることから、引き続きより計画的な対応策がとられるべきである。

[2] 観光・商業課

商工部観光・商業課では、地域の観光振興と伝統的行儀の継承・発展を図るための補助を行っており、その対象は京都の観光振興のためのものが中心である。この補助金でも、観光資源として魅力的なものに対して補助される、という考え方に基づいており、文教課の補助金が文化的価値の高いものと認められるもののみを対象とする、という形態に類似している。こういった条件を付属させることには、近年圧迫され、苦しい京都府の財政の状況が反映されているのではないかと考えられる。

観光・商業課ではこの補助事業は、伝統的行儀事補助金として行われていて、その予算額は約4,085万円である。表I-5-3は、2003年度における伝統的行儀事補助金の、京都市内実施分と京都市を除いた京都府域実施分の、件数とその金額を表したものである。また京都市内実施分では、祇園祭・葵祭・時代祭・五山の送り火の四大祭（この資料では祇園祭のみに関する金額は分からない）とその他に分けて表している。これを見てもわかるように、四大祭以外は件数も39件

と多いにもかかわらず、四大祭での補助金総額に比べると格段に少ないことが明らかである。やはり、行政側としても、この四大祭が経済的にも文化的にも歴史的にも重要であると位置づけているためであろう。

表 I-5-3 伝統的行催事補助金

単位(千円)

		2003 年度	
		件数	金 額
京都市内 実施分	四大祭	4	34,600
	その他	15	2,790
府域実施分(京都市を除く)		24	3,465
合 計		43	40,855

(資料)京都市商工部観光・商業課資料

この伝統的行催事補助金は 1971 年度から始まっているが、祇園祭に対して補助を行うようになったきっかけは、1933 年に資金集めのための組織である協賛会が確立し、助成金を受けるようになったとされている。この補助金は文教課における祇園祭山鉾懸装品新調事業費補助金が京都府と京都市で分担率が同じであったのとは違い、京都府と京都市とは、補助金は同額ではない。

[3] 祇園祭に対する京都府の見解

文教課では修理 1 件あたりの単価が上がったり、懸装品の傷んでゆくスピードに修理が追いついていないといった問題があったが、それに付随して、各山鉾町の住民の文化財に対する意識の低下が進んでいるといった問題も発生している。特に「維持」の意識が薄れてきているのではないかと考えられている。もともと祇園祭山鉾懸装品補助事業の方向性として、「継続」が挙げられていて、懸装品は祇園祭の巡行に必要不可欠なものとして維持・継続しようと考えられている。祇園祭の大きな変革が求められているのではなく、そのものの維持・継続が優先されるべきであるという意図が込められている。この「維持」の意識が失われていくと問題になる。本来、祭りは祇園祭だけではなく、一般的にその地域の住民のものでありあくまで住民が主体となって祭りを成功に導くものなのである。現に、

祇園祭は神幸祭・還幸祭など神事に関しては八坂神社が主体となるが、宵山・山鉾巡行などの運営主体は各山鉾町の人々であり、各山鉾保存会である。もちろん行政の補助がなければ厳しい部分も少なくはないし、実際、行政の関与は引き続いて行われるであろう。しかし各山鉾町の住民の祭・文化財への意識の低下が進むと、文化財としての祭の保護という観点から、行政の支援が必要となり、ひいては行政が祭の主体のような立場になってしまう可能性がある。そうなってしまうと、本来祭りの主宰であるべき住民の立場が薄れてしまい、本末転倒になってしまう。観光・商業課での伝統的行催事補助金に関しても、あくまで主体である住民が行うということが大前提とされていて、主体の経済状況が好転しさえすれば、好転したところからは補助を遠慮し、手を引いていくというのが理想的であると考えている。しかし、環境も激しく変わっていきななかで、町衆が減少している状況や、経済状況の好転が難しいといったことを考えると、やはり行政によるある程度の補助は必要とされてゆくであろう。

2 節 京都市と祇園祭²⁾

[1] 観光振興課と文化財保護課

京都市においては、祇園祭に関して観光振興課と文化財保護課が関わっている。文化財保護課では、京都府で観光・商業課が行っているような伝統的行催事補助金のように、国宝と指定されたものに対し、補助金を出している。この額は 2,140 万円であり、京都府に比べると多くなっている。

観光振興課では観光面での補助を行っており、祇園祭に関しては側面支援を行っている。具体的には、祇園祭に関わっている組織、八坂神社、山鉾連合会、協賛会、京阪電車・阪急電車や市バスなどの交通機関、ガス・電気会社などと連絡を取る連絡役を担っている。そして、巡行の内容や日程についての確認や前年度に行われた祇園祭での問題点などを話し合う打ち合わせ会を取り持っているのである。このような連絡・調整機能を観光振興課では十分に果たしているので、京都府でそういった機能を担う必要がなく、観光振興課のみで担っている。

②トイレ・ゴミ問題 ゴミ問題に関しては、行政だけ

の問題ではなく、様々な人に関与してくる問題であり、山鉾連合会や地域住民、さらには祇園祭に訪れた人たちからの声が後を絶つことはなく、京都市にとっても非常に頭を悩ませている問題である。昔とは違い、出店などの種類も数も増え、ゴミの種類も量もそれに応じて増えているのであろう。また訪れる人の祇園祭に対する意識の変化も関わっているのかもしれない。

現在、祇園祭において、どのようなゴミ対策がとられているのかというと、八坂神社が付近住民と清掃したり、各山鉾町でダンボール箱などを設置して処分したり、事業団やボランティア団体がゴミ袋や灰皿などを毎日回収するなどの活動が行われている。また京都市でも、環境局の町美化推進課が7月13日と7月18日の2日に分けて美化運動を行っている。このように様々な人々が祇園祭を爽やかに楽しめるようにゴミを取り除く運動を行っているのであるが、やはりゴミが消えることはない。そして今後も行政に対してゴミに対する不満の声が上がるであろう。もちろん行政による援助は重要な位置を占めるのだろうが、やはり、より重要になるのは祭りに来る人のゴミへの意識の変革、祇園祭への意識の変革なのではないだろうか。そういったことを祭りに来た人により強く呼びかけるといったことが、行政がとるべき重要な対策の一つではないかと感じられる。

トイレ問題に関しても、ゴミ問題と同様、行政に寄せられる声は非常に多数であり、行政にとって頭の痛い問題である。実際にどのような問題があるのかというと、祇園祭において、特に宵山など来客数の増加するような日に、指定されたトイレ以外の場所で用をたす人が現れてしまったりするのである。祇園祭の行われている場所は普段は付近住民が生活している場であり、祭りが終わった後でもその悪臭が残ってしまうと、住民にとって生活の支障となり、大変迷惑になってしまうのである。行政では、巡行の日のみに有料観覧席の人のために臨時トイレの設置を行っていたり、また、観光協会でも臨時トイレの設置を行っている。ここでもなぜ来客数の非常に多くなる宵山の時に臨時トイレを設置しないのか、という疑問が出てくる。それは、宵山で臨時トイレを置いたとしても、汚物は大量であり、溢れてしまい、それを処分するようなバキュームカーも宵山の日には交通規制がかかってしまっているの

入ることができないのである。よって、臨時トイレの設置は宵山に比べて人の少ない巡行の日のみに行われているのである。しかし、これではやはりトイレ問題は解決しないままであり、さらに悪化してゆくだろう。そこで、京都市では、宵山などの日に、付近の百貨店など民間に、特別に深夜営業をしてトイレを貸してほしい、というお願いをしまわっている。また産業会館の地下のトイレをあけてもらったり、地下鉄烏丸線のトイレをあけてもらったりなど、様々な場所でトイレを貸してもらえるよう取り計らっている。しかし、民間側としても、やはりその日に特別に深夜営業したり、トイレを貸したりすることを避けたいと考えていることが多い。地下などのトイレをあけた場合、そこに人が殺到してしまうと、事故の危険性もでてくる。また、公衆トイレを設置しようという案もあるのだが、公衆トイレは普通の日でも付近住民にとっては、迷惑施設的存在であるために設置は非常に厳しくなっている。トイレ問題に対する対策は、なかなかうまくいかず、非常に難しい問題となっている。

③京都市の祇園祭に対する見解 祇園祭の宵山などの日においては、葵祭や時代祭を大きく上回る観光客が訪れる。特に宵山の日では多いときには約40万人の人が訪れることもあるが、1日の来客数としてはこの数字が収容能力の限界であると考えられている。京都市では、旅館やホテルなどの宿泊施設の数を決まっているのもうこれ以上の来客数の増加の余地はないだろうと考えている。また、京都市では年間で観光客数5,000万人を達成することを目標にあげ、運動している。しかし、一日40万人という数を超えてしまうと、様々な事故がおきてしまう可能性が高くなってくる。幸い最近では祇園祭において、大きな事故はおきていない。事故の危険性を高めてまで観光客数5,000万人を達成しようとすることはおかしいので、祇園祭の招致活動はあまりせずに、京都における他の季節や観光スポットをアピールして観光客を分散させようとしている。これは祇園祭が全国でも有名であり、京都市をあげて招致活動をしなくても、自然と観光客は訪れることがあるからだと考えられる。

古くなり、痛んだ懸装品の修理・新調には新しい文化や技術を取り入れることは大切である。しかし、やはり京都府でも考えられていたように、主体である市

民の祭りとして継続されることが重要であり、そこに大きな発展はあまりいらないのではないかと考えられる。また京都市では、これからは、山鉾巡行や宵山だけではなく、1ヶ月間行われる祇園祭の幅を生かしていきたいという意向を持っている。

注)

- 1) 京都府総務部文教課、商工部観光・商業課においてのヒアリング（2003年10月28日）及びその時に頂いた資料による。
- 2) 京都市観光振興課においてのヒアリング（2003年12月8日）による。

VI 現状と問題点

1節 はじめに

ここまでⅢ、Ⅳ章において、祇園祭の担い手である八坂神社と連合会、山鉾町に住む住民の視点から、また、Ⅴ章においては祇園祭を後方からサポートする行政の立場から祇園祭をとらえてきた。本章では、これまで別々に着目してきた祇園祭に関わる人々を結びつけ、複合的に分析することを目的とする。2節においては担い手である住民がサポートをする行政、祭りの主催者である八坂神社に対してどのような印象、要望を持っているか、また、同様に行政、八坂神社が山鉾町の住民をどのようにとらえているかを明らかにしていきたい。そして3節において祇園祭の全体像、問題点をまとめた上で、Ⅶ章での未来の祇園祭のシミュレーションにつなげていきたいと思う。

2節 住民・行政・八坂神社

～祇園祭に関わるそれぞれの立場～

〔1〕住民から見た行政・八坂神社

何度も述べたが、祇園祭の担い手はやはり山鉾町に住む住民である。常住人口の減少やマンション住民の祭りへの意識の低下などの変化はありつつも担い手が山鉾町の住民であることに変わりはない。では山鉾町の住民たちは祇園祭をサポートする行政に対してどのような思いを持っているだろうか。私たちが行ったヒアリング、住民アンケートを通して得た印象として、住民は行政に対してやや不満を持っているように感じる。ひとつは補助金の額である。Ⅴ章で述べたように1983年に京都市と京都府の山鉾懸賞品新調事業補助率の引き上げが行われ、住民の負担は以前よりも軽くなった。それでもなお住民の中には負担が大きいと考えている人が多いことも事実である。住民アンケートの中でも補助金の額をもっと上げてほしいという意見がみられた。

また、行政によるサポートの方法もこれまでのような補助金によるサポートだけでなく、人の派遣も検討してほしいとの声も聞くことができた。山鉾町の住民を取り巻く環境はここ数十年で大きく変化してきてい

る。祭りを担うには多くの人手が必要だが、住民の少子高齢化、自営業者の減少とサラリーマン人口の増加、マンション住民の増加に従い、山鉾町の多くは人手不足に陥っている。学生アルバイトやボランティアに頼っているのが現状だが、行政が人の派遣を検討してくれれば住民の負担は確実に減らすことができるといえるだろう。山鉾町を取り巻く状況は大きく変わったといえるが、行政の補助金主体のサポートは変わっていない。時代の変化に即したサポートの仕方を考える時期に来ているのではないだろうか。とはいえ行政がこれまで山鉾町の住民が担ってきた鉾建て・山建て、山鉾巡行等の重要な行事を主導するようになっては本末転倒である。担い手はあくまで山鉾町の住民である。それは住民たちも同じ思いだろう。いつ、どの程度の人員を派遣するかのさじ加減が難しいが、人手不足が深刻な地域に関しては人の派遣を検討してみる価値はあるのではないだろうか。

サラリーマンの住民からは、祇園祭期間中の人手が必要なきには会社を休めるように行政から働きかけをしてほしいという意見もあった。古くから京都市内にあるような企業では祇園祭に関して理解もあり、休みを取ることもできることがあるそうだが、他府県の企業では祭りのために会社を休むことをなかなか理解されにくい。そういった企業に対して行政から呼びかけをすることによって、祭りに対する理解を深めてもらうことは可能であろう。補助金の交付だけではなく、さまざまな形でサポートを住民は行政に対して求めているように感じる。そして、可能な限りそれに答えていくのが行政の役割ではないだろうか。

では、山鉾町の住民たちは主催者である八坂神社をどのようにとらえているのだろうか。米山俊直氏が1974年に書いた『祇園祭 都市人類学ことはじめ』において、担い手である住民の声として「この祭は自分たちのもので、八坂神社はついたりだ。それが証拠に祇園さんは四条の御旅所に出張してきはる」という意見を紹介している。そして、神社の側から見ればいささか乱暴な話ではあるが、そのような心意気があるのはじめて祇園祭という大規模な祭りは実現されているのではないかと米山氏は述べている。しかし、私た

ちが行ったヒアリングにおいては、祇園祭は八坂神社の祭りであるにとらえられている方も多かったように感じる。実際、山鉾連合会へのヒアリング調査において祇園祭に対する意識を聞いたところ、あくまでも神事としてみているとの回答を得ることができた。そうでないと後世に伝えていく意味もないという。住民たちの間でも考え方に相違が見られるのかもしれない。とはいえ住民たちはおおむね八坂神社に対して愛着を持っているようである。

〔2〕 行政から見た住民・八坂神社、八坂神社から見た住民・行政

行政は住民、八坂神社をどのようにとらえているのだろうか。京都府庁・市役所でヒアリングする際に話を聞くことができた。その中で強調されていたのは、行政の役割はサポートであるということであった。神幸祭・還幸祭といった神事は八坂神社が、宵山・山鉾巡行などは各山鉾町の人々が主体となり、行政の役割はあくまでそれらが円滑に進むようにするサポートとのことだった。

八坂神社は住民、行政をどのようにとらえているのだろうか。先にも述べたように、八坂神社では、祇園祭において神事の部分を多く担当し、人々の信仰の対象としての役割を果たしている。住民たちは八坂神社を祇園祭の神事の部分のシンボリックな存在としてとらえており、これからも八坂神社は住民に対してその役割を担っていくだろう。では行政に対してはどのように感じているのだろうか。祭りを伝統的な神事とみている八坂神社と観光資源としてみている行政とではやはり明確な意識のずれが生じている。Ⅲ章でも述べたが、互いの意見がある程度認め、両者の意見をできるだけ両立できる施策を打ち出していく必要があるだろう。

3節 祇園祭の全体像 ～祇園祭は今～

祇園祭の原型である祇園御霊会の開始から千年以上の月日が流れた。その間、京都の町並みは大きく変化し、人々のライフスタイルも大きな変化を遂げた。祇園祭も少しずつ変化を続けている。1960年代には、「信仰か観光か」の論議が盛んに行われ、巡行コースの変更、花笠巡行の開始などの出来事があった。今の祇園

祭も変化の途上にあるのかもしれない。観光客の増加に伴って、祇園祭そのものも巨大化してきている。祇園祭が山鉾町の住民、八坂神社の祭りであることは言うまでもない。だが、だからといって祭りに関わる当事者のみに負担を強いるやり方には改善する余地があるのではないだろうか。長い月日の中で祇園祭は山鉾町の住民だけで担うには大きくなりすぎてしまった。祭りを楽しみに来る観光客にも負担を分担するシステムを構築できないだろうか。八坂神社、山鉾町の住民の祭という枠を超えて、祇園祭を京都全体、あるいは国を代表する祭りとして大切に支えていかなければならないように感じる。

もちろんその中でも、山鉾町の住民たちには、祇園祭を長きに渡り継承してきた町衆の心意気を忘れないでいてもらいたい。祇園祭が千年という長きに渡り伝承されてきたのも、山鉾町に住む人々の心意気によるところが大きい。住民アンケートの中でも、「マンションが立ち並ぶなど、町の様子は変わっても山鉾町の住民としての心意気は持っている」との声が聞かれた。こういった心意気を若い住民たち、あるいは市外から引っ越してきたマンション住民に対して伝えていくことが必要である。残念ながら山鉾町に古くから住んでいる人々と若い住民たち、マンション住民たちの間には祭りに対する情熱に少し温度差があるというのが現状である。その温度差を解消し、祇園祭に対する情熱を伝えていくことは、山鉾町に古くから住む人たちの役割である。そのことを山鉾町に古くから住んでいる人たちは自覚しているように感じるし、祇園祭に関して山鉾町の住民としての責任を積極的に果たそうというマンション住民の方々も多く見受けることができた。古くからの住民と若い住民たち、一定の期間で外に出て行くことの多いマンション住民たち、それぞれが山鉾町の良さを自覚しこれからも山鉾町の住民としての誇りを後生に伝えていってほしい。それが理想であるように感じるし、祇園祭の調査に少しの時間であるが関わった私の希望でもある。

観光客のモラルも問われてきている。V章でも述べたとおりゴミ、トイレの問題は長い間解決されず住民を悩ませている。ゴミ箱がすぐそばにあるのにポイ捨てをしていく観光客を嘆く声が聞かれる。また、トイレ問題にしても観光客が祭りに来る前に前に済ませて

おくように心がけておけば、裏通りで立ち小便をする人の姿も見かけなくなるはずである。これらの問題は今のところ観光客のモラルに訴えかけるしか解決策はなく、頭の痛い問題である。山鉾町の人々の努力と苦勞によって山鉾巡行は実施されている。そのことに観光客は思いをはせてほしいし、住民への感謝の心を持ってほしい。そうすればおのずと住民を悩ませる行為も自重できるはずである。

コンチキチンの祇園囃子の調べを今年も多くの人が耳にするだろう。これからの10年、20年、あるいはそれ以上先に祇園祭はどのような姿になっているだろうか。信仰の側面が強く残っていくのか、あるいは観光客向けの祭りへと変化していくのか。いずれにせよ祇園祭が人々に愛されるすばらしい祭りであることに変わりはないだろう。さまざまな問題を抱えながらも、祭を愛する人々の情熱によって祇園祭は成り立っている。私たちが祇園祭を楽しめるのも、祭りに関わる多くの人の努力と苦勞のおかげである。そのことに素直に感謝したい。山鉾町の住民、行政、八坂神社、そして観光客、祭りに関わるそれぞれの人々が祇園祭をすばらしい文化として継承していくために何ができるか、今一度考えてみてほしい。祇園祭への情熱を持った人々がいる限り、祭りは継承されていくだろう。幸いにも調査を通してそのような人々に多く出会えた。祇園祭がこれからも発展、継承されていくのだろうという希望が持てた。このすばらしい祭りを後世に人々に愛される祭りとして伝えていくこと、それは祭りに関わるすべての人の思いであると同時に、京都、ひいては日本全体の祇園祭を愛する人たちの思いではないだろうか。

VII 祇園祭の将来

ここでは、祇園祭がその歴史や、長い年月の中でどのように変化してきているか、または現在における問題点などを踏まえた上で、今後の祇園祭はどのようになっていくのか、またどうあるべきなのかを考えていきたいと思う。

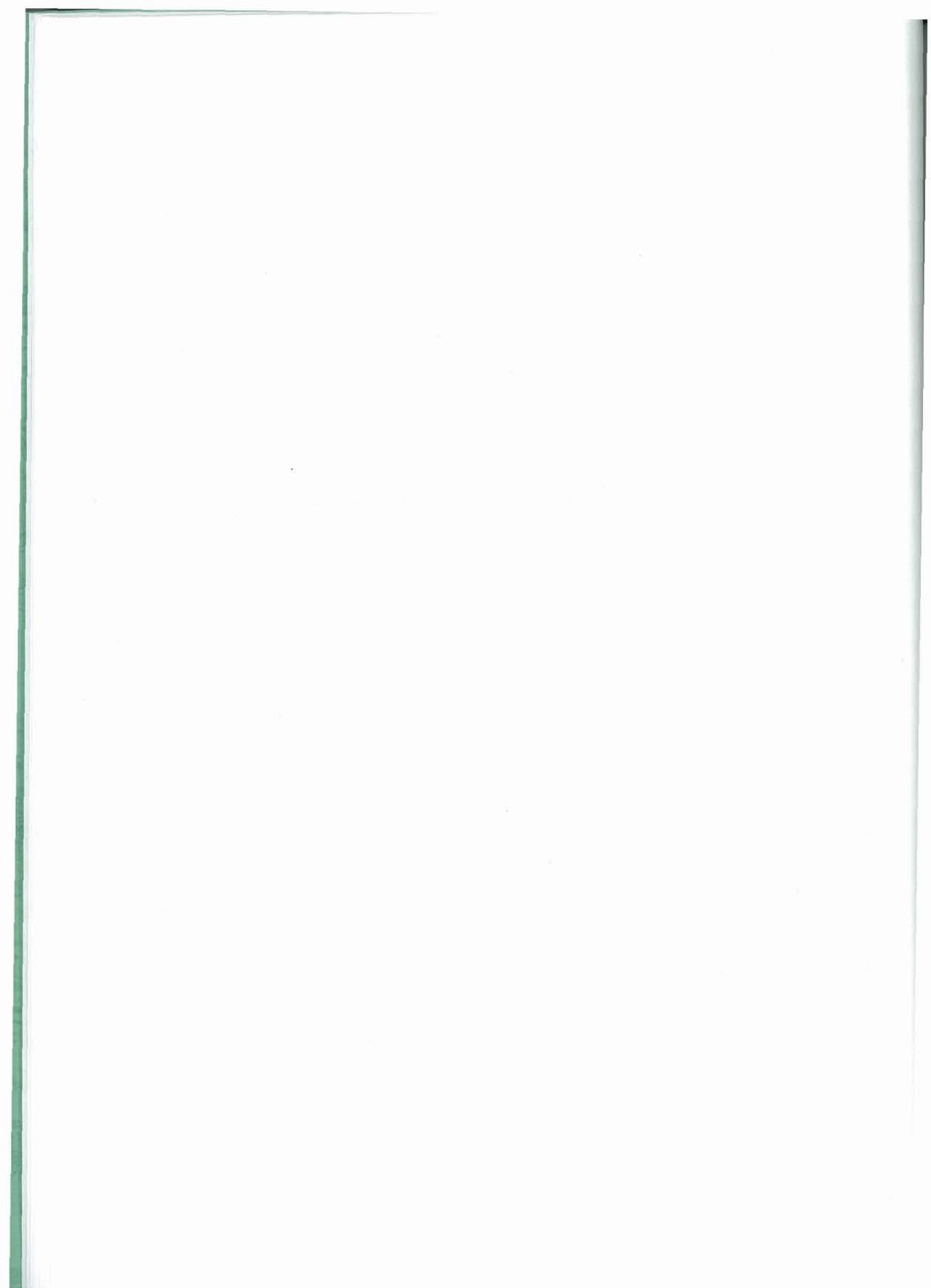
まず山鉾町の現状としての問題が後継者不足であるということを考えれば、将来が不安であるというのはいまでもない。これから増えるであろうマンション住民がゆくゆくは山鉾町において中心となり祭りの運営にかかわっていくようにならなければ、山鉾の存続さえも危ぶまれる。マンション住民をはじめ各山鉾町の人々が自分の町内の山鉾に誇りを持ち、意識を高めていくことが重要となる。また各山鉾町の後継者の問題に関しては、ボランティアや寄り人制度（寄り町制度の人版）を設けるという方法なども考えられるだろう。また、財政的な問題も多く山鉾町でみられる。行政からの補助金増額を求める声も多い。しかし、行政側としても出せる金額には限りがある。両者の意見調整のために話し合いが必要となる。話し合いのなかで各山鉾の補助金の分担などを決めていくべきである。行政、山鉾連合会、各保存会らによる意見交換が今以上に必要となるのではないかな。

さらには懸装品などの伝統産業の衰退で祇園祭の存続が危ぶまれる声もある。懸装品の問題に関してはかなり深刻である。今でも修理のスピードが追いついていないのに、雨が降ったりして、万が一濡れるようなことがあれば相当な痛手になるだろう。現在、修理、新調は府の指定する業者がおこなっているが、今後は京都や国内にこだわらず、似たような技術を持った業者、職人を探していく必要があるだろう。同時に国を挙げて伝統産業の保護に力を注ぐ必要があるだろう。

とはいえ祇園祭がその姿を消すということは考えにくい。祇園祭は、日本だけではなく世界的にみても有名なものであると考えられる。そしておのずとその来客数は増していくであろう。こういったなかで、まず考えられることは祇園祭が今後ますます、そのイベント色を強めていくだろうということである。というのも行政にとってみれば、祇園祭は観光都市「京都」を

アピールするには恰好の「イベント」だからだ。日本においてこれだけ集客力のある「イベント」も多くはないだろう。現に京都市の計画書であるおこしやすプラン21の中でも述べられているように、観光客が山鉾の曳き手を体験できるような体験型観光や、神戸市や大阪市といった他の関西の都市と連携した観光が進められている。さらに、イベント化の進展には、現代の日本人が、祇園祭に関して文化的・歴史的に価値の高いものとして捉えていないことが多い、あるいは祇園祭が他の祭りと同じようなものと捉えているのかもしれないという現状が影響しているとも考えられる。もちろん他の祭りが文化的・歴史的にみても価値が低いということではなく、祇園祭の持った独特の性格を無視してしまっているのではないだろうか、ということがイベント色を強めていく要因になっているのかもしれないということである。しかし一方、最近の潮流として、古き良き伝統を保存・復興させようとする動きも高まっている。実際にそのような動きに対して、祭りをを行う地元の人々の流出など様々な障壁が存在することも確かではあるが、この流れはいずれ祇園祭にも及び、「祭礼」としての祇園祭を将来、再び見ることができると予想する。少子高齢化によって、モラルある大人（主に高齢者層）の割合が増え、イベント化する祭りに待ったをかけるだろう。さらにはそういった高齢者層が中心となって若年層へ呼びかけられ、祭りの伝統を受け継いでいくという循環がおこるという可能性も考えられる。また日本人よりも日本の文化を理解した外国人観光客によって、日本の文化が見直されることもあるだろう。そうした動きによって「祇園祭」は本来の意義を取り戻し、新たに発展した姿に変化していく、と予想する。

第2部 野菜にみる京都の個性



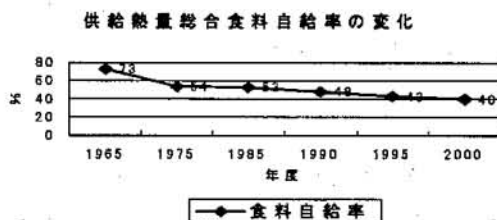
I なぜ、いま京都の野菜なのか

1 節 日本の食事情と野菜

[1] 戦後における日本での食をめぐる変化

現在、日本では食料の国内自給率が大幅に低下している。どのような経過をたどってこうした状況になってしまったのであろうか。まず、日本では第二次大戦直後こそ、敗戦の代償として大幅な食料不足に悩まされていたが、1955 年ごろまでには、ほとんどの農産物の自給率は 100 パーセント近くにまで一旦は回復していたという事実がある¹⁾。しかし、この年に GATT (貿易と関税に関する一般協定) に加入すると、やがて海外産農産物への進出が本格化していったのである。またその後、経済成長を優先する政府は、工業化政策を推し進めるようになり、特に 1960 年に池田内閣によって推進された減反政策が契機となって、日本の農業においては兼業中心の零細農家が増加してしまったのである。さらに、1980 年代以降になると、その動きはさらに加速していく。この中で大きな動きといえるものが、1988 年におけるアメリカからの牛肉とオレンジの輸入自由化である。これは、外圧に押し切られる形で決定されたが、その流れは翌 1989 年に開催された日米構造協議において、日本の慣行的系列取引が海外企業の日本市場参入の際に大きな障壁となっていることが批判されることにつながっていくのである。さらに、1993 年にはウルグアイラウンドが開催され、米の一部輸入自由化、さらには関税割り当て制度やミニマムアクセスも実施されることとなったのである。こうした流れの中で、図Ⅱ-1-1 に示してあるように日本の食料自給率は低下の一途をたどってきたと考えられる²⁾。

図Ⅱ-1-1



[2] 日本における野菜の生産と消費

では、このうち野菜に注目してみるとどうである

うか。図Ⅱ-1-2 は、重量ベースでみた野菜の国内自給率の変化を表している³⁾。

図Ⅱ-1-2

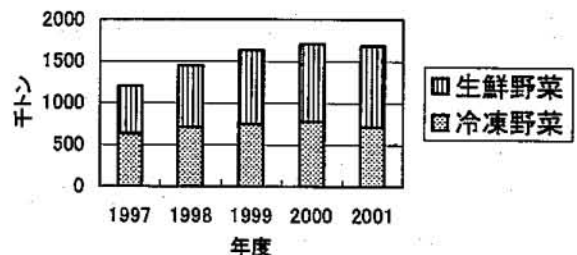
野菜の国内自給率の変化(重量ベース)



図表からもわかるように、1960 年代まで、日本の野菜はほぼ国内で供給可能であった。これは、野菜の生産が比較的農地制約を受けにくいという、現在に至るまで政府による政策の影響を受けにくい作物であったことから、(天災による一時的な影響などを除き)あまり生産量に大きな変化が無かったためではないかと考えられる。しかしながら、1985 年以降になると、野菜においてもその自給率が急速に低下している。これは、冷凍されたものを中心にアメリカなどから輸入される野菜が急増したためと考えられる。さらに 1998 年以降についての冷凍・生鮮野菜別での輸入量の変化を図Ⅱ-1-3 に示した⁴⁾。

図Ⅱ-1-3

輸入野菜量の変化



図にもあるように、特に 1998 年以降では生鮮野菜の輸入量が急速な伸びを示している。貿易システムお

よび流通の変化や、一年を通して安定的かつ安価な野菜を求める動きに合わせて、このような生鮮野菜が輸入の中軸となってきたのである。また、生鮮という性質上、これらはアジア諸国からの輸入量が多く、中でも中国や韓国からの輸入量が多い。内訳では、2001年度における生鮮野菜輸入量のうち、中国産が約438,000トン、韓国産が約42,000トンであり全体の約半数を占めている。両国からの輸入量は、五年間の間におよそ4.4倍にまで増加しているのである。こうした生鮮野菜は外見上、なんら国内産と変わらない。しかし、その栄養価や栽培方法、使用農薬は日本と異なる点も指摘されている。現在、そうした野菜が家庭の食卓に意識されることなく上ってくるようになってきているのである。

2節 日本、そして京都における野菜

〔1〕 たべものがもつ特徴

前節では日本における食料事情および野菜の流れについて概観してきた。ではここからは、食、そして野菜という作物に注目した理由について説明していきたい。まず、食を取り上げた理由としては、特に近年、食の安全性について生産者・消費者ともに意識が高くなってきていることがあげられる。これは、食の嗜好が多様化し、単に高級食材を求める傾向が強くなったために生まれてきたことがらではない。むしろ、普段の食卓に上るものに対して、人びとが安全性や信頼性を求めるようになったということをあらわしていると考えられるのである。最近では雪印牛乳問題を始め、BSE（狂牛病）問題や、それに付随した形で偽装牛肉問題も取りざたされた。さらにはアジア各国で鳥インフルエンザウイルスによる鶏肉輸入禁止措置が相次いでおり、国内に目を向けると京都で発生した鶏卵の偽造ラベル問題や鯉ヘルペスの発症なども大きく取り沙汰されている。このように、最近の食に対する問題は国際的なものから地域的なものまで実に多いのである。こうした状況の中で、消費者が自分たちが口にしているものは本当に体にとって良いものなのか、という懸念を持ちはじめているといえよう。

また、特に最近よく耳にする言葉として、スローフードがあげられる。これは、15年ほど前にイタリアで

マクドナルド第一号店が誕生した際に、ファーストフードに対抗するかたちで生まれたとされる言葉である。その後、1986年には北イタリアのブラというまちで、実際にスローフード協会が設立されるに至った⁵⁾。こうして、イタリアで始まったスローフード運動が全世界で共感を呼び、現在では広く親しまれる言葉として利用されているのである。この運動で目指されているものとは、伝統的な食を、そしてそれらを作る人を守り、食べる側はそうした味の教育を進めていくということである。日本でも様々な食の危機を目にするようになり、ますます消費者がこうした運動に目を向け、意識するようになってきたといえよう。

〔2〕 野菜がもつ特徴

では、その中でも野菜はどのような性格を持ったものなのだろうか。戸田博愛氏によると、野菜の持つ特徴は、大きく分けて3つあるとされる⁶⁾。一つ目は、野菜は食生活の中では脇役であるということである。栄養面ではたんぱく質や脂肪などのエネルギー源ではなく、ビタミンや繊維質が中心である。しかし、食のバランスを取る上では重要な役割をしている。二つ目は、野菜というものが、元来、その栽培に季節と場所の制約を大きく受けるものである点である。「旬の野菜」と呼ばれるように、野菜はその地域ごと、そして季節ごとに最適なものが生産されてきた。そのため、非常に強い地域性をもった作物であるといえるのである。最後の一つは、野菜の生産が、農地制約をあまり受けないという点である。野菜消費に必要な農地面積はおよそ80万ヘクタールとされるが、それはすべての食料消費に必要な農地面積の約5パーセントに過ぎない。そのため、国の政策などの影響を受けず、比較的自由に生産されてきたという経緯もある。また、野菜は日本において非常に多く食されてきたたべものである。1911年から1915年の平均で、日本人の野菜の一人当たり年間消費量はおよそ82キログラムであり、古くから世界でも高い消費レベルにあったといえる⁷⁾。

〔3〕 なぜ、いま京都の野菜なのか 以上のように、日本において野菜は重要な位置を占めてきたと考えられる。それは、消費量が多いことに加え、限られた農地で生産が可能なこと、また、地域に根ざした種類が

生産されてきたということからも明らかといえよう。一方、古くから都として栄えてきた京都は、現在に至るまで伝統的なものを生活の中に数多く取り入れてきたまちである。そのため、京都に残る伝統は、様々な形で他の産業とも密接な関係を保持してきた。事実、現在でも京都の野菜といえば聖護院だいこんや九条ねぎ、壬生菜に堀川ごぼうといった具合に様々な種類がある。つまり、郷土に残る伝統の一つとしてこうした野菜を考えることで、これからの京都の食のみならず、そこに住む人々の暮らしを考えることになるのではないか。そうした側面から私たちは京都の野菜をとらえ、考えていくことにした。以降では、京都市における野菜の歴史や、現在の京都における野菜の動き、そして今後の京都の野菜が目指すべき姿について考察していくことにする。

注

- 1) ジェームス・R・シンプソン『これでいいのか 日本の食料』家の光協会、2002年、23ページ。
- 2) 同上、22ページ。
- 3) 農林水産省総合食料局『食料自給表』平成15年10月9日公表分による。
- 4) 財務省『貿易統計』『日本貿易月表』による。
- 5) 日本スローフード協会ホームページ
<http://www.nt-slowfood.org/>
スローフード協会 <http://www.slow-food.com/>
- 6) 田村眞八郎・石毛直道編『食の文化フォーラム 日本の食・100年 <たべる>』ドメス出版、1998年、132-133ページ。
- 7) 同上、133ページ。

II 京都の野菜の歴史

京都市の野菜生産を歴史的に考えると、その特徴としては都市農業の展開と、京野菜生産があげられると思う。この二つの特徴を考えるにあたって、京野菜の方は昔からその存在自体は知っていたのですんなり受けとれたが、京都市の野菜生産量が京都府の野菜生産量の3分の1を占めているという事実が、この京都市に住んでいて畑をなかなか見なかったという生活からなかなかその生産量を自分自身でうけとることができなかった。この章では京都市における都市農業の展開と、京野菜を歴史的な視点から見ていきたいとおもう。

1 節 都市農業の展開

まず都市農業の定義を考えるとところからはじめたいと思う。京都産業大学の報告書『京野菜の生産・流通・消費と地域活性化に関する研究』によれば、都市農業という用語は、1960年代からしばしば使われるようになったが、当初は「近郊農業」と区別するものであったという。同書は都市農業と近郊農業を以下のように区別している。やや長くなるが以下に引用してみよう。

(1) 近郊農業は一定の広さをもった空間に立地している農業地帯であるが、都市農業は市街化進行地域に点在する、面的な拡がりをもたない農業である。

(2) 近郊農業は市街化の外にあり、都市と一定の関係をもった農業地帯であり、農産物の需要に応じて経営形態が変化し、都市の膨張に応じて立地移動する。これに対して、都市農業は市街地に立地し、基本的に消滅する方向にあり、この意味で残存農業である。

(3) 近郊農業は都市の周辺には必ず存在する永続的な農業形態であるのに対して、都市農業は市街化によって消滅する経過的な農業形態である。

(4) 近郊農業、都市農業とも市場近接性という点では類似しており、都市農業の方が、むしろ有利なはずである。そして、都市農業では高労賃・高地（高地代）という条件のもと、資本集約度および土地利用集約度水準の極めて高い経営だけが残存するのが原則である。しかし、都市農業において多数を占める第二種兼業農家は必ずしもそうではない。

(5) 都市農業は点としての存在であるため、都市公

害の原因となることが多く、近郊農業とは異なる問題を抱える。

以上の五つは経済性を中心にあげられるものであるが、経済性から離れた都市農業の捉え方として

①鮮度の高い食料の安定・安全供給

②環境の保全

③文化的・教育的あるいはレクリエーションとしての空間

④災害時の避難場所や防災としての役割

という四つの点があげられている¹⁾。

前述の京都産業大学報告書によれば、京都市の農業は消滅に向かう農業ではないと述べられている²⁾。1959年の京都市中央卸売市場第一市場の市場年報によると、京都府からの入荷数量に対して、京都市からの入荷数量の占める割合は44.3%となっており、2001年では、その割合は42%となっている。これは京都市中央卸売市場の入荷数量だけを考慮したものであるので一概には言えないが、京都市の野菜生産のウェイトは依然高い割合を保っていると言えるであろう。

このことから、都市農業と近郊農業の区別を定義した上述の(3)にあたるような、京都市の農業はやはり消滅に向かう経過的な農業であるとは思われない。では、京都市においては上述(1)にあるように、市街化が進行し限られてくる農地のなか、どのような農業を展開し、消滅に向かわないような農業、すなわち産業として成り立つ農業を確立させてきたのか考えていきたい。

表II-2-1を見てもらいたい。この表は1957年から1989年までの京都府、京都市における耕地面積の推移を表したものであるが、京都市における畑の推移をみると、減少傾向にあることはたしかであるが、1970年代半ばまでのような急激な減少はもはや見られないことがわかる（田も1970年代半ばまでは急激に減少している）。さらに田は減少のみであるが、畑は増加している年もみられ、1970年代後半からは安定した状態であることがわかるであろう。

表Ⅱ-2-1 耕地面積の推移 (単位アール)

	京都府		京都市	
	田	畑	田	畑
1957年	43,500	13,700	5,300	1,550
1960年	43,200	13,700	5,080	1,640
1965年	41,300	12,800	4,340	1,310
1970年	38,700	10,500	3,570	947
1975年	33,800	8,230	3,120	619
1976年	33,100	7,960	3,040	600
1977年	32,600	7,980	3,000	684
1978年	31,700	8,090	2,890	682
1979年	31,300	7,950	2,850	683
1980年	31,000	7,990	2,800	713
1981年	30,600	7,900	2,660	780
1982年	30,500	7,850	2,610	767
1983年	30,400	7,820	2,570	754
1984年	30,200	7,780	2,500	743
1985年	30,000	7,730	2,440	735
1986年	29,800	7,660	2,380	731
1987年	29,600	7,620	2,320	724
1988年	29,400	7,570	2,250	718
1989年	29,100	7,590	2,170	715

(資料)京都府農業会議『京都府土地・農地関連統計』

一方、前出の図Ⅱ-4-2によると、京都市の人口は1970年代半ば以降、増加傾向から横バイに転じた。

以上のように、京都市の田・畑の耕地面積の急激な減少がおさまる時期と、京都市の人口の増加が安定状態に入る時期はだいたい一致していることがわかる。このことから京都市における田・畑の耕地面積の減少は都市化に伴う人口増加と相関しているといえる。

京都府農業会議は「都市農業の実態と農家の意向」をテーマにしたアンケート調査を実施し、都市化・都市開発された時期と、その地域の農業の特徴について比較している。同書の中において、1970年代半ばに人口増加が落ち着いていた京都市・向日市・長岡京市(以下ではA地域)と、それらの地域の外周部にあり人口増加も遅くっていた宇治市・城陽市・八幡市・亀岡市(以下ではB地域)をアンケート調査に基づいて比較

している。その中から三つのデータを引用してみる。

表Ⅱ-2-2 農産物販売額第1位品目別農家数の構成

単位: %

		野菜	米	花・植木	茶
A	左京区	8.8	5.4	0.5	—
	北区	59.5	4.3	0.9	—
	山科区	25	6.7	1.5	—
	南区	49.2	5.1	0.8	—
	右京区	15.1	6.1	5.2	—
	西京区	26.2	4.8	0.7	0.2
	伏見区	26.1	18.8	0.3	0.9
B	向日市	17.7	20	4.7	—
	長岡京市	25.7	7.7	0.7	—
	宇治市	3.9	15.5	1.7	12.8
	城陽市	5.2	22.1	4.1	4.4
	八幡市	12.8	29.8	0.3	4.4
	亀岡市	9.2	42.2	0.4	—

(資料)京都府農業会議『都市農業の実態と農家の意向』1984年、28ページ。

表Ⅱ-2-3 主要品目別にみた専業農家の所有農地規模別分布

		30a未満	30~50a	50~70a	70~1ha	1ha以上
野菜	京都市・向日市・長岡京市	7.1	13.6	25.8	21.8	31.0
	宇治市・城陽市・八幡市・亀岡市	2.6	5.3	2.6	23.7	63.2
米	京都市・向日市・長岡京市	5.0	5.0	15.0	33.3	41.7
	宇治市・城陽市・八幡市・亀岡市	1.3	4.0	9.3	33.3	49.3

(資料)同上書、32ページ。

表Ⅱ-2-2によると、A地域のほとんどの地域で野菜販売農家が最も多いのに対して、B地域のすべての地域において米販売農家が最も多くなっていることがわかる¹⁾。

表Ⅱ-2-3によると野菜販売農家においてB地域において70アール以上、特に1ha以上の大規模層へ集中しているのに対して、A地域においても70アール以上層が過半であるが、それ以下の層にも広がっていることがわかる¹⁾。

表Ⅱ-2-4 野菜生産農家における専業農家の主たる担い手の年齢別構成 (単位%)

	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～64歳	65歳以上
京都市・向日市・長岡京市	2.0	16.3	29.9	44.2	7.1
宇治市・城陽市・八幡市・亀岡市	0	7.9	39.5	50.0	2.6

(資料)同上書、3ページ。

表Ⅱ-2-4からは、A地域の方がB地域に比べて若手(ここでは39歳以下)が中心になっている比率が高いことが確実である³⁾。

以上をまとめると、都市化・都市開発が進んだ地域ほど米生産から野菜生産へと、また限られた農地における野菜生産へとシフトしていくことになる。しかし、これだけでは表Ⅱ-2-4で見たようにA地域のほうが農業が若手に魅力あるものであることが説明できない。このことは野菜生産といってもA地域では、同じ農地に年に何回も作付け・収穫するようなきわめて集約的な農業が営まれ、農地規模が経営の大小を決定しないということによっている⁴⁾(これは都市農業と近郊農業の区別でみた(4)にあてはまることである)。よって京都市の農業は都市化が進むにつれて、集約的

な野菜生産にシフトし、周りの地域に比べて、若者が魅力を感じる農業になったことが説明できる。以上から京都市の農業は市街化・都市化によって限られた農地で生産する都市農業であるが、集約的な野菜生産により、若者にも魅力が感じられることに象徴されるように、消滅に向かう農業ではないとすることができるであろう。

2節 京野菜の歴史

この節では京野菜のブランド推進事業が始まった1989年までの京野菜の歴史について見ていきたいと思う。

はじめに、そもそも京野菜とはどのような野菜であるかの定義からはじめなければならないであろう。京野菜には厳密な定義は存在せず、人によって様々な解釈がある。すなわち、言ってみれば京都でとれる野菜はすべて京野菜と言えるのであるが、1987年に京都府が京野菜を五つの条件を満たすものと定めた。五つの条件を満たすものとして、京都府は絶滅した3品目を含む37品目の野菜を、京の伝統野菜に指定した(現在では38品目。なお、上述した行政側の定義による京野菜はⅢ章に譲る)。この伝統野菜の他にも、京都にはブランド産品と言われる野菜が存在する。これらの野菜は京都府のブランド推進事業の一環として、(社)京のふるさと産品価格流通安定協会により認められた野菜であり、現在21品目がブランド産品に指定されている。表Ⅱ-2-5は京のブランド産品の一覧である。

この表から伝統野菜のなかでも、ブランド産品として認められているものもあれば、そうでないものもあることがわかるであろう。

以上は行政側から定義された京野菜の定義づけであったが、そもそも京野菜の始まりは、いつごろなのだろうか。林義雄『京の野菜記』によれば、おおもとは平安京ができた794年あたりであろうと述べられている⁵⁾。また、高嶋四郎『京野菜』によれば、当時の運搬技術を考えれば、主食である米麦は遠くからの運搬も可能であろうが、鮮度を保たなければならない、海産物、野菜の運搬は遠くからの運搬は無理であり、そのため都に存在した貴族・寺院の要求を満たすために野菜生産がおこなわれたと述べられている⁶⁾。私は京

表Ⅱ-2-5 京のブランド産品一覧

		野菜名
京 都 の 伝 統 野 菜	周年物	みず菜
		壬生菜
		九条ねぎ
	春夏物	賀茂なす
		京山科なす
		伏見とうがらし
		京たけのこ
		鹿ヶ谷かぼちゃ
	秋冬物	えびいも
		堀川ごぼう
		聖護院だいこん
		くわい
準じる もの	春夏物	万願寺とうがらし
	秋冬物	花菜
伝 統 野 菜 以 外	周年物	やまのいも
	秋冬物	金時にんじん
		紫ずきん
		丹波くり
		京たんご梨
	豆類	黒大豆 小豆

(資料) 京都府農産流通課『京都府における農林水産物のブランド対策』、16 ページ

野菜ができたのは、京都が山に囲まれた盆地という地形、それにとまう独特の気候によってのみ生まれてきたものと何となく思っていたが、京野菜のルーツを考えるうえでは、そのような地理的要因だけではなく、上でみたような歴史的背景も非常に重要な要因であるのである。このような背景があり、京都において特産野菜が発達してきたといえるであろう。こうして京都では様々な野菜が作られるようになり、またその間にも他の地域から種子が入ってきたり、改良が加えられることによって独特の野菜が作られてきたのである⁷⁾。ここでは、一つ一つの伝統野菜がいつごろから栽培されてきたかという点に関しては詳しくは触れないが、伝統野菜でもありブランド産品にも指定されている九

条ねぎの例を挙げると、非常に歴史が古く、平安京ができるよりも前の 711 年に伏見稲荷神社が建てられたさいに、浪速から持ち込まれたねぎを栽培するようになったのが起源といわれている⁸⁾。

京都府農林流通課へヒアリングに行った際に聞いた話によると、ブランド産品の販売金額は 1989 年には 3,800 万円だったのにたいして 2002 年には 15 億円を超えるまでに急速に拡大している。しかし京野菜のすべての品種が伸びたわけではなく、東寺かぶ、郡だいこん、聖護院きゅうりは絶滅に至った。京都ふるさとセンター『京の旬』のなかにおいても 1970 年代半ばごろには「京のおぼんざい」がだんだんと食べられなくなり、京野菜も一部を残して消滅しかけたと述べられている。1989 年からのブランド推進化事業が始まった以後に関しては後のⅢ章に譲る。

注

- 1) 京都府農業会議『都市農業の実態と農家の意向』1984 年、28 ページ。
- 2) 同上、31～32 ページ。
- 3) 同上、33 ページ。
- 4) 同上、32 ページ。
- 5) 林義雄『京の野菜記』ナカニシヤ出版、1975 年。
- 6) 高嶋四郎『京野菜』淡交社、1982 年。
- 7) 林義雄、前掲書、22 ページ。
- 8) 同上。

Ⅲ 京都産野菜の現状について

1節 京都産野菜の生産・消費

京都の野菜は近年、「京野菜」ブランドで注目を集めることが多くなり、首都圏のデパートをはじめとする店頭やマスコミなどで目にする機会が増えている。また、最近では地産地消と呼ばれる、地元で作ったものを地元で消費していこうという運動も各地で始まってきている。そのようなこともあり、農業を改めて見つめ直す活動が各地で起きており、京都においてもそのような動きが出てきている。

さらに、京都は古くからの都であることもあり、京都独自の野菜や料理方法などが発達し、伝統的に農業が活発に行われている事実がある。このようななか、近年では京都の自治体や農協団体を中心として農業の推進が図られていて、中でも特に野菜の生産力の向上に力が注がれている。

そこで、この節では、現在の京都産野菜の現状を、生産と消費の側面から見つめることで明らかにしていく。さらに、現状に対しどのような取り組みがなされているのかについても考察したい。

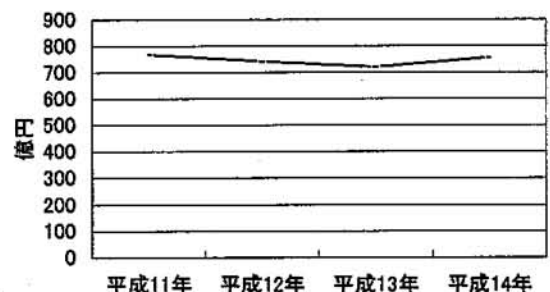
[1] 京都産野菜の生産状況

まず、京都における現在の野菜の生産状況はどうなっているのだろうか。

近畿農政局が毎年発表している「農業産出額及び生産農業所得（概算）（京都府）」2002年度版によると、図Ⅱ-3-1のように京都府の農業産出額は2001年以降ほぼ750億円程度で推移しており、近年ではほぼ横ばい状態となっている。ただし、農業産出額には野菜以外にも米・畜産・工芸農作物・加工農産物・その他も含まれており、部門別に見ていくと増減が存在している。そこで、農業産出額の部門別構成比を見てみると、表Ⅱ-3-1のように、米は減少傾向が止まらないのに対し、野菜と畜産は微増傾向にある。これは米が作付面積の減少や単価下落の影響を受けていること、野菜が価格の、畜産は出荷頭数の増加や価格の影響を受けていることによるものである。また、京都府では1998年以降、野菜の産出額が米の産出額を上回

っている。表Ⅱ-3-2のように、全国平均では2002年に逆転が起きたが、京都府では数年早く野菜が米を逆転したのである。さらに、前の二つの表を比較すると京都府では野菜生産の占める割合が全国平均よりかなり高いこともわかる。このことは、京都府における野菜生産の重要性を示している。

図Ⅱ-3-1 京都府の農業生産額



(資料) 近畿農政局農林水産統計

表Ⅱ-3-1 京都府農業産出額の部門別構成比の推移

単位: %

	野菜	米	畜産	工芸農作物	加工農産物	その他
平成9年	31.5	34.1	14.5	6.0	4.5	9.4
平成10年	34.4	31.0	14.7	5.7	4.4	9.8
平成11年	32.8	31.5	15.0	6.1	4.7	9.9
平成12年	32.2	31.6	15.7	6.2	4.7	9.6
平成13年	34.3	31.1	15.5	5.6	4.3	9.2
平成14年	34.7	29.3	16.3	5.9	4.5	9.3

(資料) 近畿農政局 平成14年農業産出高及び生産農業所得

表Ⅱ-3-2 全国農業産出額の部門別構成比の推移

単位: %

	野菜	米	畜産	果実	その他
平成9年	26.1	28.0	26.1	8.1	14.5
平成10年	24.9	25.3	24.9	9.1	14.6
平成11年	36.3	25.4	26.3	8.5	15.9
平成12年	26.9	25.4	26.9	8.9	15.6
平成13年	27.2	25.1	27.2	8.5	15.3
平成14年	28.0	24.4	28.0	8.0	15.0

(資料)農林水産省平成14年農業産出額

表Ⅱ-3-3 京都市の農業産出額

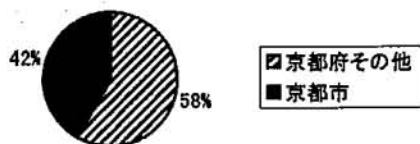
単位: 百万円

	単位: 百万円
米	1,285
麦類	0
雑穀・豆類	2
いも類	180
野菜	9,939
果実	227
花き	279
工芸農作物	3
種苗・苗木・その他	20
合計	11,935

(資料)京都市産業観光局 京都市の経済 2002

図Ⅱ-3-2

京都府の野菜生産割合



(資料)京都市産業観光局京都市の経済 2002

価格等の影響があるとしても、京都府の野菜産出額は微増傾向であることが先程の表より明らかである。

京都府の農業産出額の中で現在 35%を占めるようになった野菜であるが、地域によりこの値は異なってくる。京都市や乙訓地域では野菜の生産が盛んであり、特に京都市では表Ⅱ-3-3のように野菜生産額が農業産出額全体に占める割合が 70%程度とかなり高いが、反面中山間地域ではその割合が 15%しかなく、地域による野菜産出量の差が大きい。京都市は図Ⅱ-3-2のように府全体の野菜産出額 40%以上を産出する京都産野菜の一大産地となっている。とりわけ、京都市は京野菜の主力生産地の一つでもある。京野菜は府の方針により、1987 年よりブランドとして育成され始め、生産量の増加が起こった。当初は供給が超過する状態であったが、年々マスコミに取り上げられる機会が増えると共に京野菜のブームが到来し、京野菜の生産量は飛躍的に伸びた。近年では今まで野菜生産が少なかった府内の他地域においても徐々に生産量が増える兆しがでている。これは、府が 1991 年よりブランド産地育成対策を実施していたことや、1995 年以降には収益性を高めるためにハウス園芸総合推進対策事業等を実施し、施設園芸を後押ししたことも影響を与えている²⁾。その結果、京野菜の産出高は、2002 年に 1989 年と比較して重量では約 2 倍、金額では約 3 倍と大きく増加しており、以降も産出額が伸び続けている。結果、表Ⅱ-3-4にあるように花菜、みず菜、壬生菜、万願寺とうがらしにおいては産出額一億円以上の産地が誕生するなど、京野菜が京都での野菜生産に活気を与えている³⁾。

表Ⅱ-3-4 京野菜一億円産地

品目	達成当時の JA	
花菜	長岡京市	平成7年
みず菜	八木町	平成8年
壬生菜	日吉町	平成9年
万願寺とうがらし	京都にのくに	平成13年

しかし、京野菜以外の京都産野菜では産地間競争が激しさを増しており、根菜類や果菜類では府内の主力産地の生産力低下が懸念されている。そのため、京野菜を除く野菜では高品質、高鮮度の野菜生産へ移行し

生き残りを図ることが重要になっている。

注)

- 1) 近畿農政局資料より。
- 2) 京都市農林統計資料より。
- 3) 全農京都資料より。

〔2〕 京都産野菜の消費状況

京都府は、京都市という一大消費地を抱えていることもあり、府全体で考えると完全に生産量を消費額が上回っている状況にある。では、実際にどの程度の量を府内で賄うことができているのであろうか。

京都府の野菜消費量における府内産が占める比率は、府内生産額を京都卸売市場での平均キロ単価で割り産出した推定生産量をさらに消費量で割り約 49%と算出することができる。しかし、この結果はあくまで府内生産量をすべて府内で消費したと仮定したものであるし、他にも数値の変わる要素をいくつか内包している¹⁾。そこで、別の視点から比率を出すために表Ⅱ-3-5を見てみることにする。

表Ⅱ-3-5 京都での野菜流入比率

単位: %					
1位	京都	12.0	6位	高知	4.3
2位	北海道	10.3	7位	熊本	3.8
3位	長野	9.8	8位	愛知	3.5
4位	徳島	6.1	9位	宮崎	3.5
5位	滋賀	4.8	10位	兵庫	3.1

(資料)京都市中央卸売市場 市場入荷先トップ10

これは京都市中央卸売市場での野菜の都道府県別取扱量を金額から算出したものである。近年では大手スーパーをはじめとして京都産野菜を直接買い付ける小売店もあるため、野菜の卸売市場経由率が減少傾向にあり実態とは多少異なるかもしれないが、これによる

と京都府産の占める割合は12%にすぎない。この違いは〔1〕でも書かれている京都での野菜生産の特徴によるものである。京都市をはじめとする都市型農業と北部を中心とする中山間地域での農業のどちらにおいても、旬の野菜や鮮度を重視する軟弱野菜、それに京野菜が主力となってきたためキロ単価が高くなっていることによると推測できる。

このように、生産品目に偏りがあり府内の需給を満たしにくい上、生産量そのものが消費量と比較し圧倒的に少ないために京都府の府内自給率は低くなっている。では、家庭においては実際どのように京都産の野菜が消費されているのだろうか。

ここでは、第1部で行われたものと同じ鉢町世帯を対象としたアンケートを利用して見ていくこととする。このアンケートによると、図Ⅱ-3-3のように家庭で食する野菜のうちで京都産の利用率は2割未満である家庭が約25%を占めている。このアンケートを実施した地区では前に書いた比率を大きく上回っており、京都産を意識して買う層が多いことがわかる。

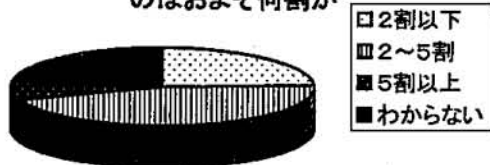
では、野菜を買う際にどのようなことに注目しているのか。図Ⅱ-3-4を見ると、京都産を選ぶ比率が高くなるほど産地や鮮度、品質を重視することが分かる。このことは、〔1〕の最後で書いたような強みが生かされていることを明らかにしている。しかし、一方で鮮度があまり気にならないものは京都産である必要がないと言うことができる。そのような野菜では、今後も京都産の野菜のシェアが減る可能性があることを示唆している。

以上の質問から、京都産野菜を利用する家庭が多いことがわかったが、一方で、京都産野菜に対する不満も存在する。生産者の顔が見えるともっと信頼性が高まるといった意見や、地元産なのに高いことに納得できないという意見があり、このような意見への対応が今後重要であると考えられる。

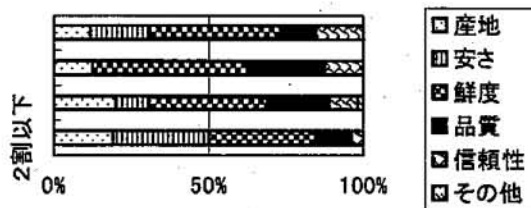
次に、京都府産の野菜を利用する家庭が多い中、伝統的な料理をどの程度食しているかを表したものが図Ⅱ-3-5と図Ⅱ-3-6である。この図によると、週に2回未満しか京都の伝統食を食さない家庭が半数以上を占めている。さらに、京都産野菜を多く購入している家庭では伝統食を食することが多いが、それ以外の家庭では少ない傾向にあることがわかる。これは、

すでに京都の伝統的な料理が一般家庭の中から失われつつあることを示している。図Ⅱ-3-7を見るとわかるように、年齢が下がっていくにしたがって伝統食を口にしない家庭が増えている。つまり、若い世代において京都の伝統食を食べる習慣が減っていくことで、京都における京野菜の需要が今後減る可能性がある。また、図Ⅱ-3-8を見るとわかるように、マンションに住んでいる世帯では伝統食を食べる機会が少ない。京都の中心部をはじめマンション建設により入居してくる住民が今後増えたとしても、京野菜の消費があまり伸びないことが推測できる。さらにアンケートでは、京都の伝統食で主に食べるものとして、漬物だけである家庭もあり、伝統食を調理する機会も減っていると考えられる。このような流れが続くと京野菜の京都での消費はさらに減少していくことになりかねない。

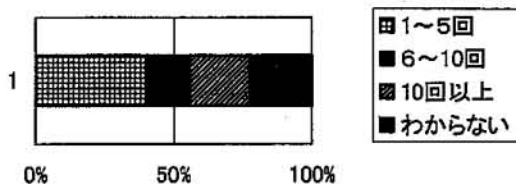
図Ⅱ-3-3
家庭で食する野菜のうち京都産のものはおよそ何割か



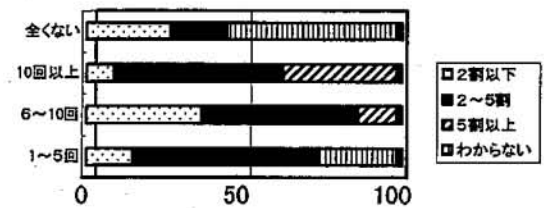
図Ⅱ-3-4
野菜を購入する際の決め手



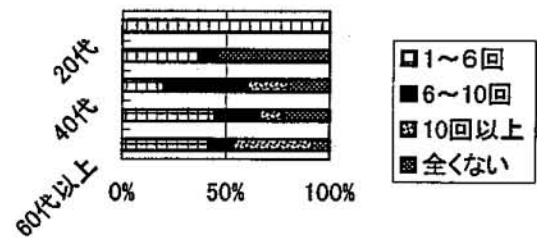
図Ⅱ-3-5 京の伝統食というものを月に何回ほど食されますか



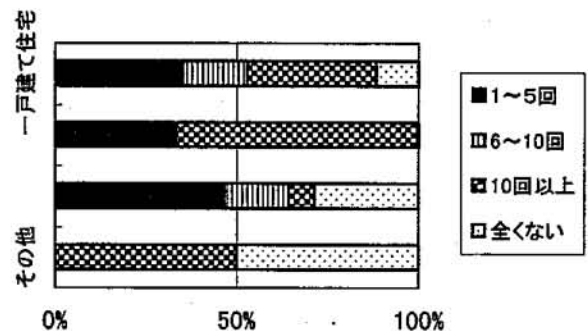
図Ⅱ-3-6
伝統食と京都産野菜の関係



図Ⅱ-3-7
伝統食を食べる回数と年齢の関係



図Ⅱ-3-8
住まいの形態と伝統食を食べる回数の関係



では、なぜ京都の伝統食が食されなくなっているのか。アンケートでは、京野菜が高すぎるので買わない、もう少し安ければ買う、といった意見が目立った。確かに、現在京野菜の生産量は増加傾向にあり、注目を浴びる機会も多くはなっているが、これは首都圏を主なマーケットとしてみた戦略であり、地元京都において消費が増加しているわけではない。つまり、農業関係者による京野菜の高級野菜戦略が京都の人たちの京野菜離れを加速していると考えられる。

注

- 1) 全農京都へのヒアリングより

〔3〕 京都産野菜の流通

以上のことから、現在の京都における野菜生産には二つの特徴が存在していることがわかる。一つは、京阪神地域という日本でも有数の大消費地への近さを利用し、鮮度や品質を生かす軟弱野菜の生産に注力していることである。そしてもう一つは、京野菜をブランド化することで、高付加価値野菜として首都圏を中心に出荷し、京野菜マーケットを拡大していることである。このことは、京都の人たちがよく食べる野菜とそうではない野菜で異なった流通の特徴がでてくることを意味している。

京都の人たちがよく食べる一般的な京都産野菜は、府外にも出荷されるが、その大半は京都府内で消費されている。これは他の都道府県で見られるものと同じような構造である。しかし、京都の人があまり食さない京野菜は、この流通の仕方とは異なっている。先程から繰り返しているように、京野菜は首都圏を主な市場として考えている。そのため、京都府・京都市・全農京都ではそれぞれ京野菜のブランド化の戦略を進めている。具体的な施策については次節で詳しく述べるためここでは省略するが、鮮度や品質に加えブランドとしての認知度の高まりによって、現在では京野菜は高級野菜としての地位を確立している。京都府によると京野菜は2001年度に初めて年間販売額が10億円を超え、今後は2012年までには京都府の野菜産出額のほぼ1割にあたる2倍の20億円を目処に売上目標を考えている。

このような戦略をとることで、野菜の産出高の増加や、京都自体に注目を集める機会が増えているものの、先程のアンケート結果からもわかるように京都での京野菜の消費が減ってしまう状況が生まれてしまっている。

〔4〕 現在の取り組み

現在、BSE問題をはじめとする食の問題により、日本では食の安全性への関心が高まっている。その流れを生かした新しい取り組みが京都の野菜生産に登場し始めた。京都の野菜生産の9割以上は京野菜以外のものであり、国内の他地域産や安価な外国産野菜との競争が年々激しくなっている。この競争に対抗していくためには、食の安全性を重視するようになった消費

者への取り組みが不可欠である。

全農京都では、この動きを先取りする形でトレーサビリティシステムを導入している。トレーサビリティとは、食品の生産、加工、流通等の各段階で原材料の出所や食品の製造元、販売先等の記録を記帳・保管し、食品とその情報を追跡できるようにすることであり、安全性に対して問題が生じた時の原因究明や回収、また、食の安全性や品質・表示に対する信頼確保をはかるものである。まず、全農京都がこのシステムへの移行に取り組んだ品目は米であった。米では2002年よりシステム構築を検討し2003年の秋から情報の公開を開始した。現在では、農協を経由する京都産の米については全量追跡可能な状況になっており、京都米100%のものについてはその証のマークをつけて販売を行っている。

さらに京都では、米を皮切りに野菜でもトレーサビリティを始めようとしている。2003年の夏以降、生産者に台帳への記帳をさせており、京野菜においても今年の生産に関しては台帳への記帳を行わせることで、トレーサビリティシステムの導入を図ろうとしている。米を始めとするこれらの施策は全国に先駆けるものであり、京都産農産物の競争力向上に大きく貢献することが今後期待されている。

以上の施策が京都産野菜全般についてであるが、京都府では京都産京野菜のさらなる推進を図るための施策を打ち出している。その背景には、近年の京野菜ブームにより、京都以外で生産された京野菜の出荷量が拡大しているという問題がある。例えば、京野菜の主力で7億円以上の出荷額があるみず菜では関東近郊の茨城県や千葉県が新たな供給先としてシェアを伸ばしている。このことを踏まえて、京都府では2002年に「ブランド京野菜等倍増戦略」を打ち出した。この戦略は、他府県産京野菜との違いを明確にさせること、京都産の京野菜に対する信頼感を向上させること²⁾、などである。具体的な施策としては、6つのこだわりから差別化を図る京野菜こだわりプロジェクトを立ち上げた。「土」・「技術」・「環境」で京都独自の農法を行い、「健康」と合わせた他府県産京野菜との差別化を図り、「信頼」にこだわり、先の二つと「地域」にこだわり京野菜のブランド力・品質を強化していくものである。このプロジェクトについては次節〔4〕で詳しく

述べることにする。

以上のような取り組みを現在行うことで、京都産野菜の生産量拡大を狙っている。

注

- 1) 農林水産省ホームページより。
- 2) 京都府庁ブランド京野菜等倍增戦略のページより。

2節 ブランド京野菜

京都の野菜には、京都の地場産の野菜とブランド京野菜とがある。1節では前者の京都の地場産の野菜について詳しく述べてきた。この節では後者のブランド京野菜について述べることにする。

〔1〕 「京のブランド産品」とは

京のブランド産品とは「京都府で生産された農林水産物の中で、特に優れた品質を有し、市場流通する程度の生産量がある産物を、有識者の審査を経て定めたもの」と京都府が定めている。京の伝統野菜との違いは、明治以後に定着したものや野菜以外も対象となること、必ずしも京都に固有の由来がなくても、現在、京都特産となっているものも含まれることである。また、一定量以上の市場流通が無いものはブランド産品からは除かれる。

〔2〕 ブランド化事業の内容¹⁾

それでは、ブランド化事業ではどのようなことが行われているかについて述べることにする。ブランド化事業には、ブランド認証事業、情報収集・提供事業、消費宣伝事業、相談・指導事業の4つの事業分野がある。これらの事業はすべてふるさと産品協会（正式名称：社団法人京のふるさと産品価格流通安定協会）によって実施されている。この4つの事業について順に説明する。

①ブランド認証事業 ブランド京野菜は、「京都府で生産された農林水産物の中で、特に優れた品質を有し、市場流通する程度の生産量がある産物を、有識者の審査を経て定めたもの」という定義に基づいて、京のふるさと産品協会に設置しているブランド認証審査会において審査が実施される。それでは、ブランド認証は

どのように行われているかについて説明することにする。

表Ⅱ-3-6 ブランド認証の基準

ブランド認証品目の選定基準	
1	イメージが京都らしいもの
2	1以外のもので、地域農林水産業の振興に不可欠で販売拡大を図る必要があるもの
3	次の要件を備えていること
	・ 出荷単位としての適正な量のまとまりを確保
	・ 品質、規格が統一
	・ 他産地に対して優位性・独自性を打ち出せる要素がある

ブランド産地の要件	
次の要件を満たし市場評価の高い産地	
1	栽培品種、出荷技術が統一
2	出荷単位として必要な量の確保
3	自主的な検査体制の確立
4	府統一出荷基準により出荷
5	出荷容器に生産者の氏名等を記入
6	苦情に対する処理体制の確立
7	積極的な消費宣伝・販売促進活動への取り組み

(資料)『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』京都府農産流通課、17ページ。

a 内容 「京都府内農林水産物（加工食品を含む）について、京のブランド産品として認証を行うとともに、ブランドマークの普及宣伝に努める。ブランド産品としての出荷にあたっては、等階級、出荷形態等に一定の基準を設けるとともに、産地を限定し、その市場競争力を強化し、有利な取引の展開と販売拡大に資する。」というものである。具体的な事業内容は、3つの段階に分けられる。第一に新規ブランド認証品目の掘り起こし、新規指定産地の確立に向けての指導・育成という企画・調査を行い、次にシンボルマークの管理、ブランド品の品質管理・ブランド認証審査会の開催というブランド認証の実施・指導を行う。ブランド京野菜のシンボルマークとしては「京マーク」が1989年から使われているが、このマークは、生産者には「も

のづくりの指標」、流通関係者には「商品力のある京都産品の目印」、消費者には「おいしさと信頼の目印」となることを目指して制定された。そして、最後に、ブランド認証事業及び認証品の普及啓発のために各種PRや初出荷イベントを行う。

bブランド認証の基準 ブランド認証の基準は表Ⅱ-3-6に示したとおりである。

cブランド認証の手続き 品目に関しては、理事会において候補品目を決定し、候補品目について、ブランド認証審査会において決定するという手順で行われる。また、産地に関しては、産地のJAが産品協会に産地指定の申請を行い、それをブランド認証審査会において決定し、指定を受けたJAは、生産者及び生産園地を特定するという手順で行われる。

②情報収集・提供事業 ふるさと産品協会では様々な情報収集・提供事業を展開している。まず毎月発行される情報誌『元気印』では、生産者と消費者の情報交流を図っていることがあげられる。また、機関紙『ふるさと活き粋』を年2回発行し、協会の方針と活動実績を紹介している。また、ホームページ「さいさい京野菜倶楽部」やマスコミ及び「旬の京野菜提供店」を通じた情報発信もしている。そして、首都圏での情報収集のためには、旬刊『京野菜首都圏販売状況レポート』で首都圏の販売動向と流通関係者の評価をレポートしている。このような活動によって情報収集・提供に努めている。

③消費宣伝事業

aあなたに京野菜キャンペーン これは京野菜の知名度をますます高めるとともに、毎日の食卓が京野菜で彩られることにより京野菜の消費拡大を図ることを目的としている。具体的には、各種消費イベントの企画や京野菜料理教室の実施・支援を行い、また、消費者向けに京野菜の料理方法を紹介したリーフレットの作成・配布も行っている。

b旬の京野菜提供店の認定と連携事業 この事業は、府内産京野菜等を食材に使用する料理店を「旬の京野菜提供店」として認定し、広く府民や府を訪れる観光客を対象に京野菜の食文化をPRし、府内産京野菜の消費の拡大と定着を通じた生産振興を図ることを目的としている。京のふるさと産品協会では、申請のあった料理店の中から、認定要件及び事業の目的に沿って

総合的に審査の上ふさわしいと認められた店に対し、認定証を交付している。認定要件は「協会が指定する旬の京野菜を常時使用し、それらを使用する料理を常時提供すること」、「京野菜について、市場、その他産地直送または自家栽培による確実な仕入れルートを有すること」、「京野菜のイメージアップを図ることができること」、「業種別の環境衛生同業組合等に参加し、食品衛生に努めていること」である。こうして旬の京野菜提供店を認定し、消費を促進している。

c販売促進事業 京野菜の販売促進のためには、京野菜アンテナショップの設置や京野菜販売協力店の拡大を行っている。アンテナショップは2店、京野菜販売協力店は117店（2002年）設置されている。また、生産者、JA、行政職員による市場流通調査、店頭販売研修も行っている。

④相談・指導事業 JA職員やブランド産地の部会長を対象とした首都圏京野菜販売促進検討会の実施や生産者技術研修の支援によってブランド産地の育成指導をしている。また、各種生産出荷対策会議への出席と指導も行っている。さらに、京都府、JA京都中央会、JA全農京都、京のふるさと産品協会の4団体により構成される特産物育成協議会との連携を推進している。

⑤特産物育成協議会の活動 ここで④で出てきた特産物育成協議会の活動について取り上げることにする。特産物育成協議会は、1990年に京都府、JA京都中央会、JA全農京都、京のふるさと産品協会の4団体がその総合力を発揮し、機能分担と協議調整を図り、生産から販売まで一貫した取り組みを行うことを目的として、設置された組織である。主な活動内容は表Ⅱ-3-7に示した。

表Ⅱ-3-7 特産物育成協議会の活動経過

1992年～1995年	京野菜生産拡大運動
1995年～1997年	京野菜生産拡大・施設化推進運動
1998年～2000年	京野菜生産・施設化アップ運動
2001年～2002年	京野菜・花き生産倍増運動

（資料）前表と同じ。

京野菜生産拡大運動では、1JA1品目1億円産地の形成と系統共販100億円の達成が目標とされた。次

に行われたのが京野菜生産拡大・施設化推進運動である。この運動ではみず菜、壬生菜、伏見とうがらしを戦略野菜と位置づけ、生産倍増を図り、施設栽培 50ha の拡大が進められた。そして、京野菜生産・施設化アップ運動では、府共販拡大品目（みず菜、壬生菜、伏見とうがらし、九条ねぎ、紫ずきん）の生産倍増、府共販体制の確立及び施設栽培の拡大が目指された。さらに、京野菜・花き生産倍増運動では、府統一推進品目（みず菜、壬生菜、伏見とうがらし、九条ねぎ、紫ずきん、コギク、トルコギキョウ）の生産倍増、府共販体制の確立及びハウス設置面積 60ha の拡大を図られた。こうした活動の結果、みず菜、壬生菜を中心として、府統一推進品目の生産が拡大し、施設面積も 1989 年から約 100ha 拡大した。各運動ともに当初目標をほぼ達成しており、特産物育成協議会は成果を収めているといえる。

[3] ブランド化事業の経過²⁾

ここまでブランド化事業の内容について述べてきた。こうしたブランド事業はどのような経過をたどってきたのかについてここから述べることにする。

①ブランド化事業のスタート ブランド京野菜に関わる主な取り組みを表Ⅱ-3-8に示した。当初は品種改良が進む中で伝統野菜が消えてしまわないように「区別できるもの」を目指して 1976 年に農業総合研究所において、伝統野菜の原種保存という形で始まった。そして、バブル期に入り、消費者の食に対する高級志向、食の多様化がすすんだ。また、このころから輸入農産物を含め、農産物の産地間競争が激化し始め、農業情勢は厳しくなっていた。そのため競争力のある農産物づくりをする必要があった。

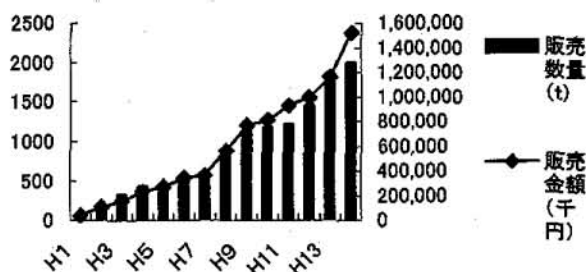
こうした消費者の動向や市場の状況に対して、1989 年ブランド化推進事業がスタートした。この取り組みは、他産地の類似品と区別するため、府内産農林水産物を高品質化、高付加価値化するとともに、積極的な消費宣伝活動を実施することにより、取引の有利な展開と販路拡大を推進するというものである。こうした活動の結果、図Ⅱ-3-9にあるように、ブランド京野菜は出荷数量・販売金額ともに順調に伸ばしている。

表Ⅱ-3-8 ブランド化推進事業の経過

年度	主な取り組み
1974	農業総合研究所で伝統野菜の原種保存を開始
1982	農業総合研究所で原種保存してきた伝統野菜などの農家でハウスカ栽培をハード面から支援
1988	京都府に農林水産物ブランド化推進協議会を設置し、ブランド戦略を構築
1989	ブランド化推進事業のスタートと 4 事業分野の確立
1990	首都圏出荷の開始、東京駐在員の設置
1991	情報誌『ふるさと活き粋き』の発行、消費宣伝資材の充実、首都圏アンテナショップの設置
1993	首都圏での京野菜販売協力店の拡大と継続的販売促進
1994	首都圏マーケットリサーチ事業
1995	首都圏での流通ネットワークの完成、「元氣印」「大川レポート」の刊行
1996	重点推進 3 品目の増加と紫ずきんの出荷開始、「京野菜宣伝販売対策強化事業」の開始
1997	主要 5 品目の順調な伸び、インターネット、旬の京野菜提供店制度、京の清水「彩菜市」
1998	京山科なすの追加認証、京野菜キャンペーンの開始
1999	京たんご梨の追加認証
2000	紫ずきんの宣伝強化、他府県産京野菜
2001	京のブランド産品 20 億円目標
2002	ブランド京野菜倍増戦略の策定、「京マーク」テレビ CM 放送の実施

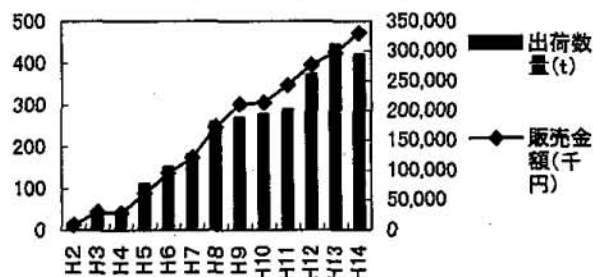
（資料）『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』京都府農産流通課、1 ページ。

図Ⅱ-3-9 ブランド認証品流通状況



(資料)『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』京都府農産流通課 2 ページ

図Ⅱ-3-10
首都圏出荷実績の推移



(資料)『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』京都府農産流通課 3 ページ

②首都圏出荷の状況 このような順調な出荷を支えている重要な出荷先は、東京の百貨店を中心とした首都圏である。首都圏市場への本格的進出は 1990 年の東京大田市場への出荷開始に始まる。首都圏への出荷や販売活動が円滑に行われるように東京駐在員を設置し、首都圏の販売動向や流通関係者の評価などを定期的にレポートさせている。また、2001 年には東京駐在員を首都圏戦略アドバイザーと名称を変更して、同様の業務を委託して実施している。こうした努力の結果、図Ⅱ-3-10 に示したように首都圏への出荷数量・販売金額ともに年々増加している。首都圏での販売金額は 2001 年には約 3 億 3,300 万円に達していて、これはブランド京野菜の全販売金額の約 20% にあたる。首都圏での販売が好調である背景には、積極的な販売促進活動だけではなく、首都圏の住民のほうが関西の住民よりも全体的に高級志向が強いということも考えられる。

〔4〕ブランド京野菜の課題と対策

ここまで述べてきたように、京都府では、農林水産業の一層の振興を図るために、1989 年からブランド化推進事業行ってきた。その結果、2002 年には販売金額が 15 億円を超え、首都圏での販売金額も順調に伸びており、ブランド京野菜の評価を高めることに成功してきた。しかし、近年、ブランド京野菜を取り巻く環境が変化し、いくつかの課題が出てきて、それに対する対策が求められるようになってきた。

①ブランド京野菜の課題

a 他府県産の京野菜の生産拡大 ブランド京野菜を取り巻く環境の変化の一つは他府県産の京野菜の生産が拡大してきたことである。これはどういうことかという、野菜を販売する際に、JAS 法により原産地表示をする必要はあるが、他府県産でも「京野菜」という言葉を使うことは可能なのである。そのため、他府県で作った野菜が京野菜として店頭に並ぶことが多くなっているのだ。具体的な例としては茨城産の壬生菜などがあげられる。このため、他府県産の京野菜と京都産の京野菜との違いを明確にすることが求められている。

b 消費者の性質の変化 ここ数年、BSE 問題や偽装問題など食への信頼を低下させるような出来事が相次いで起こっている。そのため、消費者は、以前より一層安心・安全な農作物を求めるようになり、野菜を選ぶ基準が「価格」から「質」へと変化してきている。したがって、京野菜に対する信頼感を向上させなければならぬ。

②ブランド京野菜等倍増戦略³⁾ このようなブランド京野菜の課題に対して、京都府ではブランド京野菜の新たな販売戦略となる「ブランド京野菜等倍増戦略」を策定することにした。この戦略の基本的な方向は、「こだわりある質の高い野菜を目指す」「京都こだわり農法による確かなものづくりを行い、京都産京野菜の魅力さをさらに強化し、ブランドイメージを高め、そのブランドイメージを多くの消費者・流通関係者に浸透させることにより、需要の開発と生産倍増を図り、京都府農業の振興につなげる」というものである。京都こだわり農法とは、たい肥と有機質肥料による健康な土づくり及び輪作を基本とする京都の伝統的な栽培方法と最新の技術の組み合わせにより、農薬や化学肥料

を減らしながら継続的で安定した生産をめざす栽培方法である。このような基本的な方向に基づいて、「土」「技術」「環境」「健康」「信頼」「地域」の6つの視点にこだわる「京野菜こだわりプロジェクト」を推進することになった。その内容をここから説明する。

a 他府県産京野菜との違いの明確化 他府県産京野菜との違いを明確化するためには「土」「技術」「環境」「健康」にこだわるプロジェクトの推進が図られた。具体的には土づくりコンクールの開催や畜産農家との協力により糞尿を利用した土づくりを進めるなどによって優れた土づくりを啓発するというものである。また、技術こだわりプロジェクトとしては栽培技術の研修会や普及活動を支援することによって、京都こだわり農法の栽培技術などの普及・定着を目指している。そして、環境こだわりプロジェクトとしては、京都こだわり農法の展開によって、環境にやさしい持続的な栽培を実現しようとしている。さらに、健康こだわりプロジェクトとしては京野菜の機能性や栄養性について研究を進め、健康増進につながる京野菜の料理法などを提案することによって、健康面から京野菜のブランド力強化を図ろうとしている。

b 京都産の京野菜に対する信頼感の向上 食に対する信頼感の低下に対しては「信頼」にこだわることによって、信頼感を向上させることを目指している。この信頼こだわりプロジェクトは各産地の土づくりや栽培方法等についての情報を提供したり、学校給食で京野菜を利用することで子供たちへの味覚の定着を図ることによって、消費者からの信頼を獲得しようとしている。こうした信頼回復の活動の中で注目すべきは1節で詳しく述べたトレーサビリティである。

c ブランドイメージの浸透 地域こだわりプロジェクトでは、ブランド京野菜のブランド力を強化するために京野菜と京の食文化や伝統行事との関わりなど、その結びつきの歴史や意味合いをPRに活用して、全国に向けて京野菜の魅力を発信する活動を行っている。また、修学旅行での「京野菜体験ツアー」など観光産業等と連携し、京野菜のPRを進めている。また、様々なメディアや販売協力店を通して京マークのPRをして、多くの消費者や流通関係者に京マークの知名度向上を図ろうとしている。

〔5〕まとめ

この節では京野菜のブランド化事業について述べてきた。ブランド化事業はふるさと産品協会を中心にして推進されていて、ブランド京野菜は販売を順調に伸ばす一方で、新たな課題も出てきていることが分かった。最後にブランド化事業の意義について少し考えることにする。ブランド京野菜は値段が高級であることから、京都府内での消費向けというよりは、むしろ首都圏での消費や京都にきた観光客のお土産用として位置づけられるだろう。このことから考えるとブランド京野菜はスローフード、地産地消には繋がっていないと考えられる。また、関係者もブランド京野菜が地産地消に繋がることを目指していないようである。しかし、ブランド京野菜は京都の「食」を考える際に欠かせない存在であり、京都の個性化に役立っている。これからもブランド京野菜等倍増計画を中心にして京野菜のブランド力を強めていき、ブランド京野菜を通して京都の個性、「京都らしさ」を主張していくことが京都の農業の活性化に繋がるのではないかな。

注

- 1) 京都府農産流通課『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』、参照。
- 2) 同上書。
- 3) 京都府農林水産部『ブランド京野菜等倍増戦略』2002年、参照。

IV 京都産野菜の今後の可能性

1節 京都市内における地元産野菜

〔1〕 これまでの市内における京都産野菜

前章でみてきたように、京都市内における野菜の生産量、および野菜の消費量は年々落ち込む傾向にある。特に消費に関しては、アンケート調査からも明らかになったように、住民の間に京都産野菜をブランド野菜として認識する声が多かったことが特徴的であった。しかし鮮度を重視しているのにも拘わらず、なぜ京都に住む自分たちが他産地産よりも高い価格で京都産を買わなければならないのかという意見も多くあがった。そこには無駄に高級感を煽るような過剰包装、観光客を意識した店作りと価格設定に、地元の人が違和感を覚えてしまう現状がある。そうした強い不満感というものが、京都における「地産地消」を妨げる一因となっていることは明らかなのである。しかし同時に、アンケート調査では京都産野菜はやはりおいしいといった内容の回答も多く寄せられた。これは、味としての評価が高いのだから、より安く、そしてより生産者の顔のみえる京都産野菜であれば、これまで産地を意識しなかった人々も取り込み、消費量が増大することにつながると考えられるのではないだろうか。

〔2〕 京都における地元産野菜のさらなる普及にむけて

それでは、京都市を中心として、消費者が地元産野菜を身近に感じるようにするにはどうしたら良いのか。ここでは、京都生協での取り組みを通じて考えてみたい。

京都生協は現在、府下およそ48万世帯を支える組織である¹⁾。生協では、組合員への安価で安全な食の提供を目指しているが、その一つとして、生産者と組合員やその他の消費者が交流する場の提供があげられる。これは、実際に消費者が野菜などの生産の場に参加することで、普段自分たちが口にしているものがいかに作られ食卓にまで上ってくるか、という過程を身をもって体験できる場となっている。(現在おこなわれている例

としては、聖護院大根の収穫体験などが産地研修としてあげられる。) また、生産者の側にとっても、消費者が農家に対し何を求めているのかを知る手がかりとなっているのである。その他、特徴的な試みとしては、実際の配達の際に組合員と生協担当者との間でかわされたやりとり(会話)を紙に記録し、コメントを加える形でその商品の生産者に届ける、といったことがある。これは、農家が消費者のニーズを知るだけでなく、生産者としてのやりがいにもつながることであろう。

次に、京都生協がおこなうものとして特徴的であるのが、ふぞろい野菜の買取りおよび販売である。これは、今まで廃棄処分となっていた「きずもの」(見た目にはきずがついているように見えるが、実際に食する上での安全性や栄養価などには何の問題もないもの)を、生協が一括で購入し販売するシステムである。これまで廃棄になっていたものに値段がつくことで、農家の売り上げも増大し、生協としても安くおいしい野菜の提供という理念に沿った商品を組合員に販売することができる。これは、名前や見かけにこだわるあまり、おいしさや安さという、消費者が真に求めているものへの意識が希薄となっている京都産野菜の現状に、大きく風穴を開ける手がかりとなるであろう。

なお、こうした動きは全国規模でもみられるようになってきた。たとえば、オイシックスという企業では、有機野菜・無農薬野菜の全国規模での宅配を行っているが、そのサービスの一環として、ふぞろい野菜の販売も始めている²⁾。これは、全国的にもふぞろい野菜に対するニーズがあるという証拠になるであろう。しかし、全国的な規模であるゆえ、配達する上での時間的制約を大きく受けてしまうという問題点もある。農家は、ふぞろい野菜を出すことで、自分たちの野菜に対する評価が落ちてしまうことを気にする傾向にある。こうした点からみると、全国への配達システムには、まだまだ超えねばならない障壁も多く、充実したものであるとは言い難い。

野菜に限って考えれば、地元で生産されたものを地元で消費する(地産地消)という観点に加え、生鮮も

のが多く地域性が強い食品であるという点から、生協でみられるような地域に限定された組織の方が、より細やかなニーズに対応できると考えられるのである。

2節 京都府内における野菜の生産

〔1〕 京都市近郊での農業

ここでは、京都府における農業の担い手問題と今後のあり方について、野菜に関するデータも用いながら考察してみたい。なお、モデルケースとして、今回は園部町と久御山町を例にとって考えた。というのも、園部町が京都府の北部地域に属している一方、久御山町は京都市より南部に位置し、周囲をその他の人口規模の大きな市に囲まれているという対照的な関係にあるからである。また、両町は京都市からおおよそ 30km 圏内にあり、ほぼ京都市への通勤圏と呼べる。そのため、近郊農業が比較的発達したまちとしてとらえることができると考えた。

はじめに、総農家数および農産物販売金額別での販売農家数を、京都府全体の経年変遷とともにまとめたものが表Ⅱ-4-1である。これを見るとわかるように、京都府全体での総農家数および総販売農家数が減少傾向にある。特に 100 万円程度の売り上げをもつ農家と 500 万円程度の売り上げをもつ農家の減少が著しい。これは、少額規模販売農家の多くが離農し、高額な規模で販売をおこなう農家との間にさらなる開きができるという二極分解が進行したためと思われる。また、園部町と久御山町を比較すると、前者は京都府全体と比べてもやや小規模経営が多いが、後者は 300 万円以上の販売規模をもつ農家の割合も多いという状況になっていることが特徴としてあげられる。次に、施設園芸農家の推移を、表Ⅱ-4-2に示した。ここからは京都府全体で施設化が進行している様子がみとれるが、とりわけ久御山町の施設化割合の高さが顕著である。久御山町の 1990 年時での施設割合が 23.5%であったことを考慮すると、もともと施設割合の高かった地域で、さらに野菜や花卉、種苗などを生産するための整備が進められてきたためであると考えられる。では、次に露地野菜の場合をみてみたい。表Ⅱ-4-3は、路地野菜の面積別農家数を表している。やはりこれをみても、久御山町の方が園部町よりも大規模に

野菜の生産をおこなっていることがわかるのである。

以上のようにみても、久御山町の地域では農家の規模は大きく、企業的経営が多くみられるのに対し、園部町では農産物を自給的、家族的に生産している農家を中心であると考えられる。では、こうした地域での農業の担い手は今後どのようなようになるのだろうか。表Ⅱ-4-4は、担い手構造の変化をいくつかの観点から表したものである。これによると、園部町の方が久御山町よりも農業従事者の高齢化が進んでおり、今後も若い世代の労働力確保は難しい状況にあるといえる。そのため、表Ⅱ-4-5にあるように、京都府北部地域における今後の担い手は、主に定年退職者たちになるであろうということを農業従事者たち自身も意識しているのである。

以上のように、京都府北部地域では南部地域と比べて施設を用いた野菜生産の量や、野菜の栽培規模そのものが小さいということがわかった。そのため、新たな担い手をただ若い世代ばかりに求めるのは難しい。こうした中で、耕作地の放棄などを防ぎ、近郊農業を守っていくためには、新たな担い手として注目される定年退職者たちに対してアピールをしていく必要があるのではないだろうか。

表Ⅱ-4-1 総農家数および農産物販売金額別でみた販売農家数分布

	総農家数	総販売農家数
京都府	42,374	28,857
園部町	1,181	895
久御山町	563	459

(資料) 農業センサス

(注) なお、それ以前のデータに関しては『京都府の農業構造と担い手の存在状況』(京都府農業会議)を参考にした。

表Ⅱ-4-2 施設園芸農家の推移(単位は戸およびa)

	施設園芸 農家数	施設農家率 (%)	野菜販売 目的の施 設農家数 (%)
京都府 1970 年	953	1.3	
京都府 1980 年	1,208	1.9	
京都府 1990 年	1,758	3.4	
京都府 2000 年	2,424	8.4	1,833(75.6)
園部町 2000 年	57	6.4	51(89.5)
久御山町 2000 年	135	29.4	122(90.4)

	ハウス		ガラス	
	農家数	面積	農家数	面積
京都府 1970 年	922	4,431	49	150
京都府 1980 年	1,159	8,305	88	651
京都府 1990 年	1,717	16,768	69	801
京都府 2000 年	2,393	21,950	67	761
園部町 2000 年	57	552	0	0
久御山町 2000 年	133	2,931	6	112

(資料) 同上

表Ⅱ-4-3 路地野菜の面積別販売農家数(2000 年)

作付 農家 数	0.1ha 未満	0.1 ~ 0.2ha	0.2 ~ 0.5ha	0.5 ~ 1.0ha	1.0 ~ 2.0ha	2.0ha 以上
京都府	6,844	2,306	1,666	1,759	798	259
園部町	114	65	31	17	1	0
久御山町	260	35	44	88	64	23

(資料) 同上

表Ⅱ-4-4 担い手構造の地域比較(2000 年)

	60 歳未満男子 農業就業者数 (%)	60 歳未満基幹 的男子就業者 数(%)	男子同居跡継 ぎ確保農家数 (%)
京都府	4,912(24.8)	2,661(18.5)	5,899(43.6)
園部町	106(21.6)	27(9.0)	161(53.6)
久御山町	201(45.9)	196(54.6)	73(70.2)

(資料) 同上

表Ⅳ-Ⅱ-5 農業委員が考える、担い手不在地域(京
都府北部)の新しい担い手像(1991 年、単位は集落数
および%)

全体	専門的農 家	定年退職 者や夫人	他の集落の 専門的農家	その他	不明
499	68(14.0)	311(64.0)	66(13.6)	41(8.4)	13

(資料) 『「農林地の維持管理と担い手問題に関する調査」の
結果と京都府農業会議の提案』

3 節 京都産野菜のこれから

[1] 生産者と消費者は何を目指すべきか

最後に、これからの京都野菜が目指すべき道について考察してみたい。

まずは、生産の担い手である農家の減少と高齢化問題である。前節でみてきたように、特に園部町のような京都北部地域においてこうした傾向は顕著であった。そのため、定年退職者たちに農業をアピールするためには、実際に農業がどのようなものであるかを体験してもらうことが有効と考えられる。東京でもみられるようになってきたような農業サークル団体を結成して野菜づくりに参加してもらったり、京都ふるさとセンターが実施している「京都学・ふるさと講座」にみられるような農業の魅力を語る講演会を進展させていくこともひとつの手段である。もちろん、久御山町のように施設野菜に重点的に取り組み、集約的および企業の経営を通じて若い世代を取り込むことも対策の一つである。しかし、そうした対策をとれる範囲は限られてしまうのも事実である。そのため、若い世代だけでなく、様々な世代に訴えかけていく必要があると思わ

れる。

次に挙げられるのが、京都産野菜の流通・消費体系の再考である。これには、大きく分けて2つの流れがあることが明らかとなった。1つは関東への出荷を主な目的とするブランド野菜戦略である。そしてもう1つは、京都府内に流通する、いわゆる京都産野菜である。前者は、高付加価値でおいしい野菜を求める消費者に対し提供されているものであり、販売もデパートの食品売り場や専門店などに限られた形でおこなわれている。バブル期に食の多様化や高級化志向からブームとなったものだが、近年では食の安全問題も影響して、安全でおいしく、その上見た目にも美しい野菜が人気を呼んでいるのである。こうしたニーズに対し、京都府では東京駐在員を設置して販売動向や流通関係者などの評価を適正に把握するように努めてきた。そのため、現在でも順調な伸びを示している。しかし、これが府民にとっての「過度な」ブランド化（高付加価値化）を促進してしまう部分も否定できない。そのため、京野菜のブランドイメージを下げることなく、より京都で一般に食されるものとしての理解を深めることが必要なのではないだろうか。そのためにはただ高級感を煽るだけでなく、しっかりと築き上げられた京都の農業に対するアピールも同時におこなっていく必要があると思われる。これは、ブランド野菜関係者からすれば、ブランドの高級感を損なってしまう恐れがあるとして敬遠されるかもしれない。しかし、本当の意味で食を支えるためには、見た目だけではなく、きちんと作られたものを食するという基本姿勢が重要となってくるであろう。

またその他にも、消費者が京都産野菜に対しさらなる安心・安全感を得るための工夫が必要であると考えられる。府は、これに対する方策として、前章第1節で述べたような農産物認証システム（トレーサビリティシステム）の導入を掲げている。こうしたシステムの構築によって、（アンケート調査でもみられたように）より詳細な産地名と生産者までがわかるようになれば、安心とともに親しみをもって京都の野菜を食べられるための一歩となる。また、東京など関東圏への出荷増を目指すブランド京野菜にとっても、離れている消費者に対し変わらぬサービスを提供できるという利点も考えられる。

だが、逆にそうした事実を消費者に知らせることがすべて野菜に対する安心に寄与するのであろうか。たとえばナスの生産に関して、現在使用されている防除剤は20種以上あるが、そうした防除剤の何種類かは、収穫前日までの散布が認められている。こうした事実を目の前にして、消費者が真の安心を得ることは難しい。情報公開も大事な要素であるが、まずは自信を持ってそれを開示することができるだけのシステムにすることの方が大切ではないかと思われる。

そこで、たとえ時間がかかっても、京都に本社を持つタキイといった種苗メーカーや農薬化学メーカー、農家が互いに協力することが望まれる。供給者側が信頼される野菜づくりへの新たな試みをおこなうことで、根本的なシステムの改善に取り組んでいるということを経営者に行動で示すことになる。そうすればトレーサビリティの持つ意味はより一層高まるであろう。また、京都産野菜に対する親近感、安心感を得るためには消費者側からの参加も必要となってくる。

そうした部分から生まれてくるのが、第1節でみてきたような生産者と消費者間で交流をおこなう場の存在である。これは今の京都産野菜がどのようにして生まれてきたかを知る手がかりになるだけでなく、きずものと呼ばれる野菜であっても栄養には何の問題もないこと、本当に自分にとって安くておいしく、からだにいいものは何であるのかを知る手がかりとなるのである。アンケート結果をみる限り、京都の人々が野菜を購入する際の、産地に対する認識はあまり高いとはいえない。しかしその一方で、京都の野菜をおいしいと評価している部分も当然ある。実際の体験を通じて野菜に対する理解を深めていけば、消費者は食する方法を、そして生産者は消費者からの声を通じて食に対する取り組みを再考する手がかりを得られるのではないだろうか。

注

1) 京都生協ホームページによる。

<http://www.kyotocoop.net/>

2) オイシックスホームページによる。

<http://www.oisix.com/>

参考文献・ホームページ一覧

第1部

米山俊直『祇園祭』中央公論社、1974年

京都新聞ホームページ (<http://www.kyoto-np.co.jp/>)

「特集 - 祇園祭」ホームページ

(<http://www.geocities.co.jp/Athlete-Athene/1543/kyoto/gionfes1.html>)

佛教大学総合研究所編『成熟都市の研究』法律文化社、1998年

三村浩史・リムボン『町衆企業とコミュニティ』高菅出版、2001年

京都市『祇園祭』(パンフレット)

「岩戸山鉾の歴史」ホームページ

(<http://www.eonet.ne.jp/~matsumotobankin/iwatoyama/rekishi.html>)

「祇園祭 2003」ホームページ (<http://www.kbs-media.net/gion/>)

京都市総合企画局情報化推進室情報統計課『平成12年国勢調査に関する小地域集計結果の概要』

第2部

ジェームス・R・シンプソン『これでいいのか日本の食料』家の光協会、2002年

宮崎 猛『農と食文化のあるまちづくり』学芸出版社、2000年

田村眞八郎・石毛直道編『食の文化フォーラム 日本の食・100年 <たべる>』

ドメス出版 1998年

両角和夫・村松功巳・田畑保編『日本農業の担い手問題と担い手問題』農林水産省農業総合研究所、1996年

京都府農業会議『京都府の農業構造と担い手の存在状況 —1990年農業センサス結果分析—』、1992年

京都府農業会議『「農林地の維持管理と担い手問題に関する調査」の結果と京都府農業会議の提案』、1992年

「日本スローフード協会」ホームページ (<http://www.nt-slowfood.org/>)

「スローフード協会」ホームページ (<http://www.slow-food.com/>)

京都産業大学国土利用開発研究所『京野菜の生産・流通・消費と地域活性化に関する研究』1998年

京都府農業会議『都市農業の実態と農家の意向』、1984年

林義雄『京の野菜記』ナカニシヤ出版、1975年

京都府農業会議『京都府土地・農地関連統計』、1991年

京都府農産流通課『京都府における農林水産物のブランド対策の概要』

京都府農林水産部『ブランド京野菜等倍增戦略』2002年

京都市産業観光局編『京都市の経済 2002』

京都市産業観光局農林部編『京都市農林統計資料』

「近畿農政局」ホームページ (<http://www.kinki.maff.go.jp/>)

「京都府庁」ホームページ (<http://www.pref.kyoto.jp/>)

「農林水産省」ホームページ (<http://www.maff.go.jp/>)

「さいさい京野菜倶楽部」ホームページ (<http://www.joho-kyoto.or.jp/~furusato/>)

「京都生協」ホームページ (<http://www.kyotocoop.net/>)

「オイシックス」ホームページ (<http://www.oisix.com/>)

執筆分担&編集後記

第1部

藤田 裕了(3回生) I、VI

ヒアリングに協力してくださった方々、アンケートに答えていただいた住民の方々、本当にありがとうございました。そして岡田先生、ゼミ生のみなさん、いろいろとフォローありがとうございました。千年を越える伝統を持つ祇園祭には何かロマンを感じました。これから先も人々に愛される祭りとして伝えられていくでしょう。今年の祇園祭は、またこれまでとは違った視点で見ることができそうです。ただやはり、参加して楽しい祭りであることに違いはないと思います。

高橋 祥友(3回生) II

～就職活動を控えた人たちへ～

報告書は早めに書いたほうがイイです、間違いないです。できる時にやっとかないと1月下旬から2月にかけて、後期試験&報告書&就職活動のトリプルパンチを食らいます。正直、私は食らってしまいました。いっぱいいっぱいになっちゃいました。泣きそうでした。てなわけで、みなさん参考にしてください。

清水 理貴(3回生) III

提出、遅れてすみませんでした。すべては私の怠惰とずぼらな性格が原因で言い訳の余地ありません。やればできる子、そう自負していましたが、京大に合格して早三年、私の体は鈍りきっているようです。幸いなことにあと二年大学にいれるようなので徐々に勤勉なころの私に戻っていけるよう、頑張っていきたいと悠長に考えている次第です。みなさん就職、頑張ってください。では。

井川 翔平(3回生) IV

今年度のゼミは昨年度よりも1グループの人数が少なかったためか、自発的に動けました。

また、このゼミでの活動を通じ、生まれ育った京都のことをより深く、多角的に考えることができただけでなく、自ら課題を見つけて解決する力がわずかながらついたような気がします。

2年間の編集委員としての経験も含め、来年から社会人となる私にとってプラスになることが非常に多いゼミであったと思います。

北澤 寛記(3回生) V、VII

今回、祇園祭に関して調査し、報告書を作成するにあたって、祇園祭に対するイメージがいままで抱いていたものと変わったように感じます。私は京都で生まれ育ち、幼いころから祇園祭にも触れ合ってきましたが、今回の調査でそこに様々な苦勞や、問題があることに気づかされました。このゼミでの活動なくしてはこのような経験は一生なかったように思えます。この1年で本当にいろいろな面で自分にとってプラスになるような経験をすることができました。岡田先生、ご協力してくださった方々、ゼミの皆さんに深く感謝したいと思います。

第2部

宮本章史(3回生) はじめに、I、IV

報告書を提出した後も、京都では鶏インフルエンザが問題となっています。昨日、自分が食べたものは安全だったのか…今まさにこういう想いを自らも感じています。また、今回の調査において自分で実際に野菜づくりの現場に行けなかったことが悔やまれます。これを機に、より一層「食」について考えてい

きたいと思います。最後に、今回の調査にご協力いただいた方に感謝したいと思います。どうもありがとうございました。

ことは話のネタに使わせていただきました。

潮章弘（3回生） II

私は三回生になって、はじめて大学でゼミに所属することになったのですが、そのはじめてのゼミが、この岡田ゼミでした。当初私が想像していたゼミというものは、大学のなかだけで、先生だけでなく、生徒も議論しようというものでしたが、このゼミでは議論はもちろんのこと、積極的に大学の外に出て、調査するという点で私の想像とは違うものであり、自分達で調査したいことを決め調査するというように、ほぼ0からスタートして物事を調べるという貴重な経験ができたと思います。

足立健（3回生） III - 1

今年も多くのヒアリング調査を行った気がします。ヒアリング調査は、思わぬ話を聞けたりするまたとない機会であると思います。

一年目とは違い、余裕を持って調査にいけるようになったから気づいたことです。ヒアリングの面白さはそこにあるように感じるとともに、そこでの話が調査に新しい展開をもたらしてくれると感じました。

調査に協力していただいたみなさん、どうもありがとうございました。

相場洋介（3回生） III - 2

今年は編集を担当しました。自分の担当の文章を書くことより大変でしたが、やりがいのある仕事でした。調査は今年も様々な場所にヒアリングに行きました。上手くヒアリングできない時もありましたが、いろいろな話が聞けておもしろかったですし、貴重な体験ができました。調査を終えて一番感じることは、岡田ゼミを選んでよかったということです。就職活動においても、このゼミの調査の

岡田ゼミナール既刊報告書一覧

- 1991年『リゾート開発と住民—丹後リゾート開発実態調査報告書—』
1992年『転換期の京都—産業・景観・まちづくり—』
1993年『京都市製造業のゆくえ—遷都1200年のモノづくり—』
1994年『変わりゆく産業空間と京都の選択—未来を模索する小売業・製造業—』
1995年『変わりたい街、もどきたい人—阪神大震災の被害と復興への課題—』
1996年『生活空間としての観光都市をめざして—京都市観光実態調査報告書—』
1997年『地下鉄開業の夢と現実—京都市地下鉄東西線事業とまちづくり—』
1998年『21世紀に翔けるか京都駅ビル—民営化と公共性のはざままで—』
1999年『京都2000—多機能都市京都の分析—』
2000年『変わりゆく京都—ポスト大店法時代の商業・交通・暮らし・まちづくり—』
2001年『京都マンション白書—マンションと地域社会—』
2002年『京都再生—観光と市町村合併から考える—』

岡田ゼミナールの情報は下記ホームページでも提供しています。

<http://www.econ.kyoto-u.ac.jp/~okada/>

京都「らしさ」をつくるもの

—祭りと食—

2004年8月発行

編集・発行

京都大学経済学部 岡田ゼミナール

〒606-8501 京都市左京区吉田本町

TEL & FAX 075-753-3462 (岡田研究室直通)

印刷

(株) 田中プリント

〒600-8047 京都市下京区松原通麩屋町東入

TEL 075-343-0006

