

ヴェローナの都市特色とイメージ形成

杜 国慶

立教大学観光学部

本研究は、イタリアのヴェローナを事例として、都市の特色とイメージ形成を分析する。事例都市のヴェローナはイタリア北東部のヴェネト州に属し人口およそ26万人の都市である。2000年以上の歴史をもつ要塞都市として発展してきた中心部には円形闘技場など古代ローマの遺跡が現存し、中世の町並みがよく保存されており、2000年に「ヴェローナ市街」として世界遺産に登録された。また、シェイクスピア作品の舞台としても名高い。ミラノとヴェネツィアの間立地するため、両都市から容易に日帰り旅行ができる。1913年に始まった世界最大規模の野外オペラ祭、イタリア最大のワイン祭り Vinitaly の開催地として、短期滞在観光者も多い。人口規模では小都市にしか過ぎないヴェローナは、歴史基盤と芸術作品、芸術活動、大型コンベンションなどの集客力で観光産業が発展してきた。近年、情報技術の進展に伴い、観光者の情報発信も活発になり、都市のイメージ形成にも影響を及ぼしている。

キーワード：アリーナ、オペラ、コンベンション、ヴェローナ、イタリア

I はじめに

ヴェローナ (Verona) 市はイタリアの北東部に位置し、ヴェネト (Veneto) 州に属するヴェローナ県 (Provincia di Verona) の県都所在地である。2000年以上の歴史をもつ重要な要塞都市として発展してきた旧市街地には円形闘技場など古代ローマの遺跡があり、中世の町並みがよく保存されており、2000年には「ヴェローナ市街」としてユネスコの世界遺産 (文化遺産) に登録されている。イタリア北部の重要な大都市ミラノとヴェネツィアの間立地するため、両都市から日帰りで訪れる観光者も多く、観光都市として知名度が高い (Capitello et al., 2013)。

ヴェローナ市はイタリアにおいて中小都市であるが、世界遺産としても注目され、多くの観光者が訪れている。都市の発展と観光化の進展において、立地や自然条件、文化、観光開発など多様な要因が存在している。本研究は都市観光の視点からヴェローナ市の特色とイメージ形成を分析する。

II イタリアの行政区画とヴェローナ市の概況

ヴェローナ市を理解するためには、まず、イタリアの行政区画を理解する必要がある。

イタリアの行政区画は、国のすぐ下には州 (regione) が置かれ、さらに県 (provincia) と大都市 (città metropolitana) が並列して第2層に入り、コムーネ (comune) が末端の自治体として3階層構造になっている。現在、20州、93県と14大都市、7,000を超えるコムーネが設置されている (図1)。

大都市は1990年に初めて法律で規定されてから、2001年には憲法上の地方団体と見なされた。当初、大都市はおおむね人口100万人超の都市化の進んだ地域で県に代わる地方団体であると意識された。2014年の「大都市、県、コムーネの連合および合併に関する規定」によって、2015年に県レベルの広域自治体として大都市が発足した。2015年1月に9の大都市 (トリノ、ミラノ、ヴェネツィア、ジェノヴァ、ボローニャ、フィレンツェ、ローマ、バーリ、ナポリ) が設置されて



図1 イタリアの行政区画と大都市の分布



図2 ヴェローナ県の位置と行政区画

以来、2017年1月にはレッジョ・カラブリア大都市が加わり、結果として大都市の数は14となった。大都市の人口は最小がカリヤリの約43万人、最大がローマの約435万人、平均人口は約157万人（芦田、2017）である。

本稿では、ヴェネト州のすぐ下に置かれた *Provincia di Verona* をヴェローナ県、コムーネとしてのヴェローナをヴェローナ市と称する。

ヴェローナ市はアディジェ川（Adige）沿い、アルプス山脈のレッシーニ山（Monti Lessini）の麓に位置し、ヴェネト州の州都ヴェネツィアから西へ105kmの距離にある。市から西へ約30kmにイタリア最大の湖ガルダ湖がある（図2）。2019年12月31日現在、人口はイタリア人221,435人と外国人38,173人で合計259,608人であり、2011年より2.8ポイント微増した。面積は207km²で、人口密度は1,254人/km²である（City Population, 2020）。

2000年以上の歴史をもち重要な要塞都市として発展してきたヴェローナは、地理的な要因すなわち立地に強く関係している。ヴェ

ローナは4本の重要なローマ街道が通る交通要衝であり、イタリアの北部と東部の玄関口となる（Drăgulănescu et al., 2014）。沖積平野と起伏の程よい丘陵の地形を有するこの地に、イタリアで2番目に長い河川アディジェ川が流れ、市の西部にはイタリア最大の湖ガルダ湖に面しているため、水資源が豊かで農業が発達している。農産物がヴェローナ市の一大特色であり、市の周辺にはブドウ畑が広がり、有名なワインのブランドが生産されている。イタリア最大そして世界でも重要なワイン見本市 *Vinitaly* が毎年ヴェローナで開催されている（Capitello et al., 2013）。

紀元前1世紀に、アディジェ川沿いの集落がローマの植民地として支配された。ヴェローナは重要な立地を持ち急速に発展した。そのため、ローマの小さな要塞都市にしか過ぎなかったヴェローナには、いくつかローマ時代や歴史を記録する重要な建築物が存在している。うち、最も有名なのは都市のシンボルでもある円形闘技場のアレナ（Arena）（図3）では毎年、夏季野外オペラ祭が開催される。もう一つ重要なランドマーク

は1830年に発見され紀元前1世紀に造られたローマ劇場（Teatro Romano）である。このローマ劇場でも毎年「ヴェローナ夏季劇場祭」など一連のイベントが開催されている。第3に、ローマ時代に建設され2000年以上の歳月を経て生き残ってきたピエトラ橋（Ponte Pietra）（図4）がある。この石造橋は1945年にドイツ軍に爆破されたが、川に残っていた石とレンガを回収して復元された。中世に入ると、ヴェローナの教会建築は数多く建設されピークを迎えた。うち、San Zeno教会、ドゥーモ、St. Anastasia教会、St. Fermo教会が代表作として挙げられる。そして、近代に入ると、外国の軍隊が建設した大規模な防衛施設として、オーストリア軍が造ったSan Pietro Castleがあり、現在は街を眺望する観光名所となっている（Drăgulănescu et al., 2014）（図5）。

ヴェローナ市はヴェネト州において、州都のヴェネツィアに次いで2番目に大きい都市である（Baratta et al., 2017）。図6で示す人口の変化を見ると、ヴェネト州で最初に行われた国勢調査の1871年の67,080人から1921年の92,536人までは着実に増加してきた。1930年代に入ってから、人口増加率が高まり、その急増傾向は1971年まで続き、266,470人と史上最高値を残した。1980年代からは増加率がマイナスとなり、1981～91年の増加率が-3.8%と最低値となった。以降、増加率が引き続きマイナスであるものの、徐々に回復し始め、2001～2011年の増加率は-0.3%まで上がった。人口増加が著しい1931～71年の期間において、中心歴史地区の人口割合がほぼ90%以下に低下したことから、人口増加は郊外の拡大に起因すると推測できる。また、中心歴史地区の人口割合が1971年以降95%台に安定していることから、中心歴史地区では増築・改築および居住に対して規制が厳しくコントロールされていることが分かる。

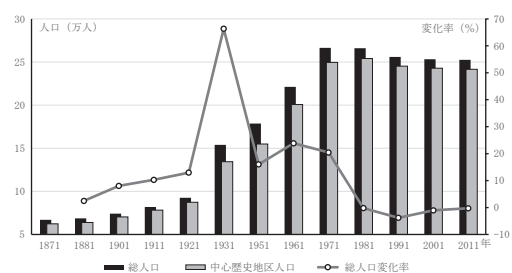


図6 ヴェローナ市の人口（1871～2011年）
（ISTAT（2020）をもとに作成）

現在、ヴェローナ市の主な産業として観光が注目されている。2016年の観光者数は1,725,908人、延べ宿泊数は3,618,193泊である。観光者数は2006年から2016年まで77.66%も増加した（Baratta et al., 2017）。ミラノとヴェネツィアの間立地するため、両都市から日帰りで訪れやすい立地にある。観光資源として数多くの観光者を引き付けるのは、世界遺産に登録されているローマ時代の建築・建造物と中世の町並みだけでなく、シェイクスピアの戯曲「ロミオとジュリエット」の舞台としても名高く、世界から観光者が訪れる（Capitello et al., 2013）。この並外れた文化遺産とガルダ湖の魅力が組み合わさることで、ヴェローナ県はローマ、フィレンツェ、ヴェネツィアに次いで、イタリアにおいて観光者数が多い（Comune di Verona, 2014）。

また、年間を通して様々なイベントを開催することで、イタリアの文化に憧れる観光者に加えて、ビジネス訪問者などイベント参加に集まる短期滞在観光者も少なくない。主なイベントとして、以下のものが挙げられる（Drăgulănescu et al., 2014）。

- i) 夏季野外オペラ祭（1913年から）
- ii) カーニバル（1531年から）（図7）
- iii) 夏季劇場とシェイクスピア祭（1948年から）
- iv) 国際伝統ゲーム祭（2003年から）
- v) ジャズ音楽祭

- vi) 国際映画祭 (1969年から)
- vii) ワイン見本市 **Vinitaly**
- viii) 大理石見本市 **Marmomac**

以下、ヴェローナの都市の特徴について分析する。

III 都市の歴史基盤

ヴェローナは古代の部族によって建設され、紀元前1世紀にローマ帝国の植民地となつてから、その重要性が急速に高まった。以降、オストロゴト・テオドリック1世 (5世紀)、ロンバルド、シャルルマーニュ (774年) に占領され、支配下に置かれた。12世紀初頭、ゲルフとギベリーンの戦争に苦しんでやがて独立した。スカリガー家 (ロミオとジュリエットの時代) の支配下、そして追放された詩人ダンテを保護したカングラデ1世の下で繁栄した。1405年にヴェネツィア領になり、1797年からオーストリア帝国に併合され、1866年にイタリア王国の一部になった (UNESCO, 1999a)。

アディジェ川の湾曲に囲まれたローマ時代に築かれた市街地は、スカリジャーズがより広い範囲を囲む城壁を再建したが、都市の範囲は20世紀まで安定して維持された (*Sistema Siti UNESCO Veneto*, 2006)。ユネスコの世界遺産に登録された「ヴェローナ市街」 (*City of Verona*) の範囲は、この城壁に囲まれている旧市街地 (452.9ha) であり、城壁の外にさらに緩衝地帯 (325.4ha) を合わせて、合計778haの面積を有する保存地域となる (*Comune di Verona*, 2014) (図8)。

ヴェローナ旧市街地は、ローマ時代の都市概念を反映していると言われる。人間の創造性の傑作と称賛される多数のランドマークは主に以下の通り時代区分ができる (UNESCO, 1999a)。

- i) ローマ時代 (紀元前1世紀～5世紀) : アレーナ闘技場, ローマ劇場 (図9), ピエトラ橋,

防衛システムの一部である城門ボルタ・ボルサリとボルタ・デイ・レオーニ。

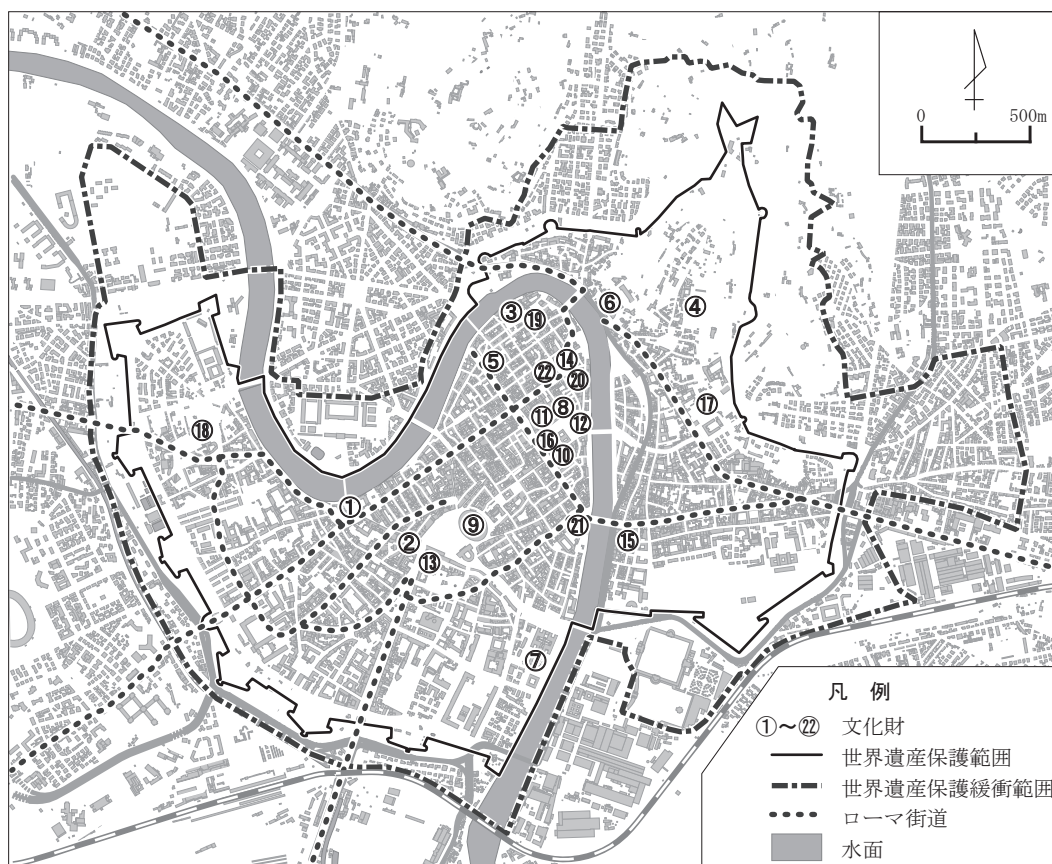
- ii) スカリガー時代 (1250～1380年) : ヴェローナ旧市街地の範囲を規定するカングラデ1世の時代に建設され、ヴェネツィア共和国とオーストリア帝国の時代に補完された城壁; カングラデ2世の住居と拠点であるカステルヴェッキオ (図10); 中世の傑作のカステルヴェッキオ橋 (図11)。

- iii) その他の時代: 文化・芸術的価値をもつ宮殿, 教会, 塔, 鐘楼など。

ここでは、円形闘技場アレーナを事例として、都市の歴史的な価値を解説する。紀元前30年から、まだアウグストゥスとクラウディオの支配下に建設が始まり、今まで1990年の歴史をもつ円形闘技場アレーナは、ヴェローナを代表するシンボルと言われている。この闘技場はローマのコロセオとカプアの円形闘技場に次いで、規模で言えばイタリアで3番目にあるものの、保存状態は最も良く、現在も大規模なイベントに活用されており、遺跡として観光名所でありながら現在も機能している都市施設でもある。

円形闘技場アレーナは高さ31m、長径140mと短径100mの楕円形、30,000席の収容力を持ち、現在も使用されている世界最大のローマ円形劇場である。1117年の大地震で外枠の客席が倒壊し、残存した一部が市民に「アレーナの翼」という愛称で呼ばれている (*Drăgulănescu et al.*, 2014)。

都市の最も重要なシンボルとしての存在と役割は、訪問者数のデータで確認できる。2006年には、円形闘技場への入場者数は317,553人でヴェローナにおいて入場者数の最も多い施設である (*Comune di Verona*, 2009)。2009年の入場者数は654,904人で前の年よりわずかに減少したものの、2006年よりは倍増した。2009年より21.8%と著しく上昇した2013年の入場者数797,855人



- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| ① Museo di Castelvecchio | ② Museo Lapidario Maffeiano |
| ③ Museo Canoniale | ④ Museo Africano dei Padri Comboniani |
| ⑤ Fondazione Museo Miniscalchi Erizzo | ⑥ Teatro Romano |
| ⑦ Tomba di Giulietta | ⑧ Scavi Scaligeri |
| ⑨ Arena | ⑩ Casa di Giulietta |
| ⑪ Torre dei Lamberti | ⑫ Arche Scaligere |
| ⑬ Gran Guardia | ⑭ Chiesa di san Giorgetto |
| ⑮ Museo Civico di Storia Naturale | ⑯ Galleria d'Arte Moderna |
| ⑰ Giardino Giusti | ⑱ San Zeno |
| ⑲ Duomo | ⑳ Sant'Anastasia |
| ㉑ San Fermo | ㉒ AMO - Arena Museo |

図8 ヴェローナ市における世界遺産保存範囲と文化財の分布

(Comune di Verona (2014) により作成)

は、ヴェローナの博物館や記念碑的な建物の入館者総数の55.4%を占め、市内で最も訪問者数の多いスポットである。このような結果は、アレーナを会場として利用する重要な音楽イベントによるものでもある。さらに、メンテナンス作業中にい

くつかの考古学的な発見があり、観光者のみならず地元の人々の好奇心と関心を集めた。年間月別入場者数(図12)の傾向として、春と夏に2つのピークが存在する。春はイースター(教会暦中最重要な祝日の1つ。春分後の最初の満月の次の日

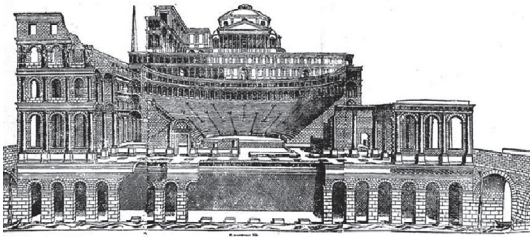


図9 ローマ劇場
(UNESCO (1999b) より引用)

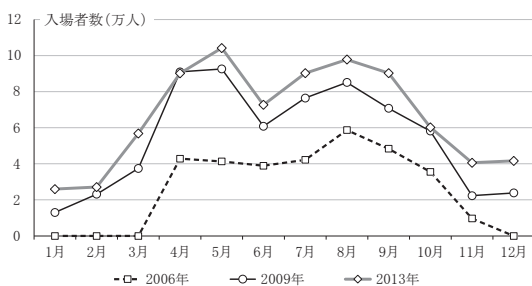


図12 円形闘技場アリーナ月別入場者数
(2006, 2009, 2013年)
(Comune di Verona (2009, 2014) により作成)

曜日に行われる。復活祭とも言う)など宗教祝日による短期休暇があり、短時間で到達できる都市への訪問そして短期滞在を誘発する。夏は長期休暇による観光である (Comune di Verona, 2014)。2009年からは冬季の入場者数も増える傾向にある。ただし、2009年も2013年も5月の入場者数が8月のピークを越えた最多であることから、アリーナは野外オペラ祭の会場として音楽による魅力より、イタリアで保存状態の最も良いローマ時代の遺跡としての価値が観光者に評価されていると理解できる。

IV ロミオとジュリエットにまつわる「愛の都」

ヴェローナと言えば、まず「ロミオとジュリエット」の物語が有名である。この物語はヴェローナ観光の看板と宣伝材料ともなっていると云える。

14世紀のヴェローナを舞台としたシェイクスピアの戯曲「ロミオとジュリエット」は16世紀末に初演されてから、人気の演目として観客に受け入れられた。以降、様々な演出家と俳優によって上演され、世界各国に知られるようになった。また、オペラやバレエ、ミュージカル、映画にも翻案され、時代や文化背景を越えた普遍性のある構図で、世界で最も人気のある作品となった。

シェイクスピアの戯曲はほとんど既存の文学作品に基づいて改編したものであり、「ロミオとジュリエット」も例外ではない。この物語は実在したものではなく架空のものである。多くの観光者を惹きつけるため、市街地の中心部に「ジュリエットの家」と「ロミオの家」、「ジュリエットの墓」という観光スポットまで造られた。「ジュリエットの家」と称された家屋にはジュリエットの銅像と作品の名場面に出たバルコニーまで設置された。このように架空の物語を基に造られた施設にも多くの観光者が訪れ、「ジュリエットの家」がヴェローナにおいて知名度の最も高い観光スポットとなった。

ジュリエットの家の入館者数は2006年に109,643人、2009年には192,176人とわずか3年間で倍増し、2013年に247,783人と上昇が続き、架空で造られたものにも関わらず観光者は途絶えない。また、入館者数がヴェローナ市を訪れた観光者数に占める割合は2006年の18.6%から2009年の32.0%まで増え、2013年にも31.4%と高い水準を維持している。図13で示す通り、年間を通して入館者数には4月と8月の2つのピークが現れており、市の観光者数の月別変動と一致している。冬の数ヶ月は、イタリア人がスキーを楽しむため高山リゾートを利用する、または暖かさを求めて南部へ行く慣習によって、ヴェローナを訪れる観光者が減少する (Comune di Verona, 2009)。2013年には月別入館者数がいずれの月にも1万人

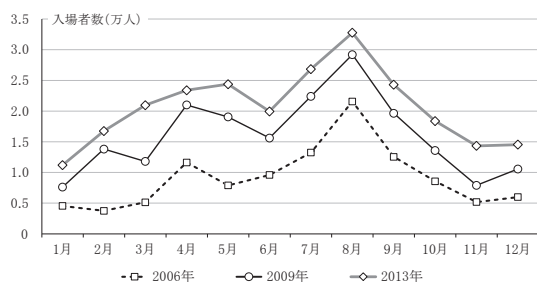


図13 ジュリエットの家 の月別入館者数
(Comune di Verona (2009, 2014) により作成)

を超えた。

このように、「ロミオとジュリエット」の物語に纏わって、ヴェローナは「愛の都」というイメージが観光者そして市の観光プロモーションによって醸し出された。近年、この「愛の都」というイメージを利用して、結婚式などのブライダル産業も発達してきた。イタリアでは毎年約7,000組の外国人カップルの結婚式が行われ、主なブライダル目的地はヴェローナ、ヴェネツィア、フィレンツェ、ローマ、アマルフィ海岸、カプリ島である。Del Chiappa and Fortezza (2013) によると、ヴェローナは人気観光都市のフィレンツェとヴェネツィアと並んで、イタリアで最も重要なブライダル目的地として選ばれている。2012年、ヴェローナで挙げられた941の結婚式のうち、124は別の地域そして多くはヨーロッパからのカップルであった。11の会場と宿泊施設、レストラン、ケータリング、ミュージシャン、旅行代理店、イベント企画、エンターテインメント代理店などのいくつかのサービスを含むウェディング・ツーリズム商品が開発された。同じ2012年に外国人観光者がフィレンツェで行った結婚式数は159で、比べてヴェローナの124は都市規模の割には相当多い。

V 音楽都市としての成り立ち

ヴェローナで毎年開催される「夏季野外オペラ

祭」は世界で類のない大規模なイベントで、世界最大のオペラ祭と言われている。その「最大」とは、開催年数、会場の規模、運営スタッフ数、観客数、上演作品数いずれも世界の頂点を極める。例えば、2019年に開催された第97回野外オペラ祭は、初回から106年が経ち、平均として各シーズンには1,236人の大人数のスタッフがオペラ公演に参加する。うち、世界で有名なオペラ歌手80人、オーケストラ奏者160人、合唱団158人、児童合唱団32人、同伴者15人、ダンサー54人、パントマイムとアクロバット30人、エキストラ200人、児童エキストラ25人、舞台管理5人、アシスタント監督4人、舞台技術者70人、電気技師22人、衣装担当60人、セッティング担当48人、メンテナンス技術者10人、運搬担当12人、客席案内係143人、バックステージ案内係48人、管理事務60人である。シーズンごとに舞台衣装4,500着と化粧325時間、公演125回で、40万人以上の観客が動員される (Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2019b)。

アリーナで開催する「夏季野外オペラ祭」は、著名な作曲家ジュゼッペ・ヴェルディ (Giuseppe F. F. Verdi, 1813年10月10日～1901年1月27日) の生誕100周年を祝うため、1913年から始まった。以降、世界大戦によって1915～18年と1940～45年の開催が休止され、2020年もCOVID-19パンデミックで11回のコンサート公演にプログラムが変更されたことを除いて、毎年開催されてきた。この闘技場は音楽鑑賞を目的に建設したわけではないが、大理石で造られたため音響が優れ、オペラなどクラシック音楽のコンサートではマイクとスピーカーを一切使用せず、歌手と奏者の実力と音楽本来の魅力が伝わる。また、大理石遺構そして天井のない野外会場が独特の雰囲気醸し出し、公演の魅力を増強する。

音楽による町おこし効果は、オペラ祭のデー

タからみることができる。第96回の野外オペラ祭は2018年6月22日～9月1日に、47夜の公演と5演目のオペラ作品、2つの特別イベントを行い、約39万人の観客が来場した。チケット販売額は2,400万ユーロを超え、2017年より6.07%増加した。公演平均収入は510,710ユーロ/回で、2017年の471,460ユーロ/回より8.32%増加し、その増加率は前年の増加率(3.00%)を倍増したものである。平均観客数は8,361人/回で、2017年の7,934人/回より5.39%増えた。総観客数は392,990人で2017年の380,822人より3.20%増加した。アリーナの客席総数は13,576席で、稼働率は2017年の58.4%から2018年の61.6%へ上昇した。第96回オペラ祭は多くのマスコミに注目され、新聞やラジオ、テレビ、ブログに3,200件を超える報道があった。うち、印刷物30%、ウェブサイト31%、テレビ28%、ラジオ11%の構成である。報道したメディア構成を見れば、現地66%、国17%、地域10%、外国7%となる(Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2018)。

初回の1913年から、最も上演された作品はヴェルディ作曲の「アイダ」と「ナブッコ」、「リゴレット」、「椿姫」、「イル・トロヴァトーレ」、ビゼー作曲の「カルメン」、プッチーニ作曲の「トゥーランドット」と「トスカ」、「蝶々夫人」、「ラ・ボエム」などの作品が挙げられる。うち、「アイダ」は最多の上演シーズン数と回数を持ち、2019年6月22日に700回目が上演された(Fondazione Arena di Verona, 2019)(図14)。

近年、このオペラ祭はヴェローナ市の一大イベントであり、大型化と観光化が著しく現れてきた。人気バレエダンサー Roberto Bolleの特別イベントの観客数が13,374人で、チケット販売額が654,512ユーロで、観客数もチケット販売額もオペラ作品の平均値を大きく上回った。

このイベントを運営する Fondazione Arena di

Verona財団は、地域への貢献を図り、様々な施策で地域コミュニティとの連携に努力している。若い観客を育成するために、学校に特別な割引を提供する。2018年、この学校割引を利用したチケットは21,663枚で、販売額が343,815ユーロである。若年層のオペラへの関心を喚起するために、ヴェローナ市と連携して Pagelle d'Oro (ゴールドデン・カード) という制度を設け、中学校3年生(13歳)であればシーズン中すべての公演から2枚の無料チケットを選べることができる(Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2018)。2020年はロックダウンが解除されてから、「約束通り、夏には一声も発しないわけにはいかない」というキャッチフレーズで11回のオペラコンサートを速やかに企画した(Fondazione Arena di Verona, 2020a)。加えて、財団は4～14歳までの児童に1ユーロの特別チケットを提供し、34ユーロを追加してさらに2枚のチケットを購入して両親とコンサートを鑑賞できるような制度を設けている(Fondazione Arena di Verona, 2020b)。また、運営側が7月31日にモーツァルトの「レクイエム」(鎮魂曲)を演奏するコンサートを開催し、ヴェローナ住民のパンデミック犠牲者の家族全員が無料で鑑賞できる機会を提供した(Fondazione Arena di Verona, 2020d)。さらに、財団がヴェネト州住民専用の特別割引チケットを提供し、11公演の1つを34ユーロ、最多3人の友人にこの料金が適用される制度を設けた(Fondazione Arena di Verona, 2020a)。医師、看護師、ソーシャル・ヘルス・ワーカー、病院および特別養護老人ホーム(行政機関を含む)、薬剤師、病院の心理学者、患者輸送労働者、在宅ケアオペレーター、関連協会のオペレーターを含める医療従事者はわずか10ユーロで、象徴的な価格で1人2枚のチケットを購入できる制度がある。このような特別価格は、ホームレスとリハビリ労働者にも適用される



図3 円形闘技場アリーナ（2020年7月撮影）



図7 カーニバルで踊る市民（2020年2月撮影）



図4 ピエトラ橋（2020年4月撮影）



図10 カステルヴェッキオ（2019年9月撮影）



図5 アディジェ川と市街地（2020年7月撮影）

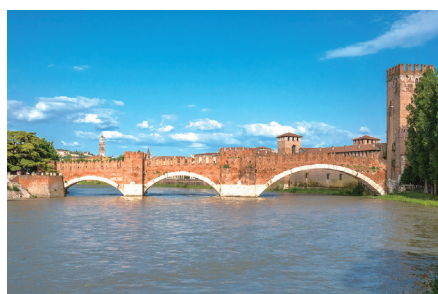


図11 カステルヴェッキオ橋（2020年5月撮影）



図14 オペラ「アイーダ」を上演するアリーナ会場（2019年9月撮影）

(Fondazione Arena di Verona, 2020c)。

近年、通信情報技術の発達によるスマート・ツーリズムが顕著化することを意識して、財団はソーシャル・ネットワークとデジタル世界でもイタリアにおいて最上位に置かれるように努力してきた。世界レベルではシドニーのオペラハウスとニューヨークのメトロポリタン・オペラに次いで3番目に多いフォロワーを持つ。公式サイトの訪問数は2018年一年間で2,678,833回にのぼる。フォロワーの構成はFacebookが388,845人、Twitterが26,874人で、5,000の反応（つぶやき、返信、いいね、コメント）があった。2018年以来、Instagramで12,390人のフォロワーが集まった（Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2019b）。他方、通信情報技術の発展に伴って、観客側にも大きな変化が生じた。2018年、半数を超えた52.73%の観客がオンラインでチケットを購入した。伝統的なボックスオフィスを利用する割合は20.91%まで減少し、他に11.52%が代理店、10.68%が提携施設（ショッピングモール、商店、旅行会社など）、3.61%が電話予約、0.55%が提携銀行を利用した（Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2018）。

チケットをオンラインで予約した観客の国籍構成は、イタリア、ドイツ、英国、スイス、オランダ、アメリカが上位6位に入っている。近年、オンライン予約と電子チケットのサービスが観客に便宜を提供し、オペラ祭の国際化に拍車をかけた（Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2018）。オペラの真の世界的な広がりを示すのは観客だけでなく、もはやオペラ歌手である。オペラは西洋文化の特権ではなくなり、むしろ中国やロシアなどの多くの新興国の歌手も観客も情熱を持ち、アリーナを最も国際的な会場に仕上げていく（Press Office of Fondazione Arena di Verona, 2019a）。

VI 産業都市に由来するコンベンション機能

ヴェローナはビジネスと観光を融合した都市である。市の西部にはイタリア最大の湖ガルダ湖があり、奥地には山と平野が広がる。市が所在するヴェローナ県の農業が非常に発達しており、ワインの輸出量はイタリアの上位で、農産物の輸出量はイタリアでは3位に入る。また、企業数を見ればヴェローナ県はイタリアにおいて12位である。そして、大理石やファッションなどほかの産業も、イタリアにおいて重要な位置を占める。ヴェローナ県都所在地のヴェローナ市では、地域産業を促進するために、イタリア最大のワイン見本市ビニタリー（Vinitaly）と大理石見本市マルモマック（Marmomac）が開催される（Veronafiere, 2020）。

現在、ビニタリーは95,000m²以上の展示面積を有し、年間4,000を超える出展企業が参加し、約15万人の訪問者が登録したヴェローナ市の一大イベントである。ワインの展示と売買だけでなく、ワインやオリーブ、アグリフードと言われる農産物の生産者、輸入業者、流通業者、飲食店経営者、技術者などが集まって情報交換の貴重な機会となっている。イタリアのワイン農場従事者は推定で31万人、ブドウ畑面積は650,774ha、農場当たり面積はわずか2haである。2018年のワイン生産量は2017年より29%増え、ヨーロッパのワイン生産量の約41%を占める。近年、欧米諸国のみならず、アジア市場の開拓も順調に進んでいる。東アジアのワイン需要は輸入額が64億5000万ユーロで、北米（カナダと米国）の69億5000万ユーロにほぼ相当する。2018年まで中国は5年間でイタリア産ワインの輸入量をほぼ80%増やした（Vinitaly, 2019）。

ヴェローナでのワイン見本市は遡れば早くも1867年にアリーナでのヴェローネゼ・ワイン展

が開催されたと言われる。ただし、ビニタリーが正式に発足したのは1967年で、1969年には130のワイナリーが参加し、規模を拡大した。発足してから10年後の1978年には外国企業の参加も受け入れ、国際化が図られてきた。発足後20年の1987年にはワインに加えて、イタリアの特産品オリーブの展示も開始した。1990年代末から経済力が上昇し始めた東アジアと東南アジアの需要を見合わせて、展示会は中国とシンガポールへ進出した。2018年に、143カ国から32,000人の外国人、参加者総数は128,000人にのぼった。2019年、最新の情報技術を利用して専用アプリを開発し、オンラインカタログVinitaly Directoryはイタリア語、英語、中国語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、ロシア語、日本語、ポルトガル語など9言語に増やし、より多くの外国人参加者に利用しやすい環境を提供している (Vinitaly, 2019)。

もう1つ産業と関わるイベントはマルモマックと称される大理石の国際見本市である。大理石の加工と設計、建築技術に関するコンベンションとして、毎年9月にヴェローナで開催する。開催歴史はまだ短い、130以上の国から参加者が集まり、規模が大きい。このコンベンションは展示場での開催のほかに、「Marmomacc & the City」というイベントも企画し、ヴェローナ市の主要な広場や中庭で石の彫刻やオブジェを展示することで、地域との連携そして地域の活性化を図って参加者を市街地の回遊に誘導する。

Ⅶ 世界遺産登録に伴う観光の変化

ヴェローナ市のシンボルになっているローマ時代の円形闘技場のほか、中世の町並みも保存状態が良く、2000年に「ヴェローナ市街」としてユネスコの世界遺産（文化遺産）に登録された。世界遺産登録に当たって、ヴェローナ市街は世界遺産（文化遺産）登録基準の以下の(2)と(4)の

条件を満たすと評価された。この評価から見れば、ヴェローナの建築物と都市景観が評価ポイントであると理解できる。

- (2) ある期間を通じてまたはある文化圏において、建築、技術、記念碑的芸術、都市計画、景観デザインの発展に関し、人類の価値の重要な交流を示すもの。
- (4) 人類の歴史上重要な時代を例証する建築様式、建築物群、技術の集積または景観の優れた例。

1979年から世界遺産登録を始めたイタリアにおいて、2000年の世界遺産登録はかなり遅く、シェイクスピアの作品で早くから世界に名を知られたヴェローナではすでに観光化が進んでおり、観光産業が都市の主要な産業として位置づけられていた。イタリアを全体で見れば、世界遺産登録と観光化の進展は関係がなさそうに見える（図15）。ホテルの延べ宿泊数は1956年の1,700万泊から2013年の8,600万泊までほぼ同じ勢いで増加し続けてきたが、世界遺産は1979年に1件の登録から始まり、1995～2000年に件数が急増した。とくに、1995年（13件）と1997年（27件）の増加が目立つ。ただし、影響力の強い世界遺産登録は個別の地域には効果があることは変わらない。ヴェローナ市においても世界遺産登録に伴い、知

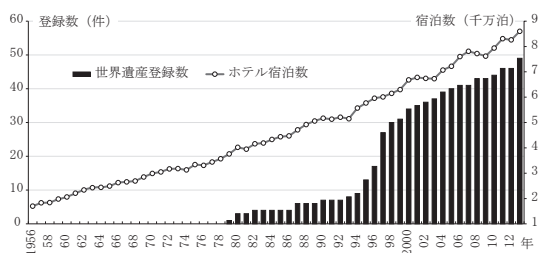


図15 イタリアにおける世界遺産登録数とホテル宿泊者数（1956～2013年）

(Ribaudo and Figini (2017) により作成)

名度がさらに高まり、都市そして周辺地域にも影響と効果が現れた。

時系列でイタリアの世界遺産登録効果を考察する先行研究（Ribaudó and Figini, 2017）は、世界遺産登録直前の5年間と世界遺産登録年、世界遺産登録直後の5年間の11年間のデータを用いて、観光者の総数と宿泊数、平均滞在期間でその効果について分析する。世界遺産登録後5年間に、ヴェローナの HOTEL 価格上昇率は価格全体平均より7.2%も高かった。ヴェローナにおいて、世界遺産登録の2000年には、観光者総数が548,129人、宿泊施設のベッド数が8,845床、人口が253,208人で、観光の飽和指数（（観光者延べ宿泊数／人口）×100で計算した比率）が1.34である。16の中小都市の事例で、飽和指数が最も低いFerraraの0.41と最高のAssisiの12.19と比べれば、この飽和指数が低く、都市規模に比べて観光の負荷が大きいとは言えない。まず、全体の傾向を示す合計では、観光者総数、宿泊数、滞在期間の3項目いずれも世界遺産登録後5年間の変化率が登録前5年間より増加し、観光者数が増加し滞在期間も延び、とくに、世界遺産登録年の変化率は登録前後よりも特段に高く、世界遺産登録による効果が著しいと言えよう。全体の観光者数変化率で登録後5年間がマイナスであるものの、登録前5年間よりは増加し、上昇傾向にある。同じような傾向は国内観光者と国際観光者、そしてランク付けホテルとランク付けでない宿泊施設でも確認できる。次いで、登録年の変動では国内観光者より国際観光者の変動が激しく、世界遺産登録は国際観光に与えた影響が強いと理解できる。第3に、ランク付けホテルより民泊やB&B、貸し部屋などの民間リソースを活用する宿泊施設の成長と増加が著しい。

2009年、世界遺産保護活動を支援するユネスコ事務所の取り組みの一環として、ヴェローナ市

とヴェローナ大学が連携して「文化観光観測所」を設立した。翌年、市を訪れる観光者に関する「報告2009—ユネスコ都市ヴェローナ」が発行された（Comune di Verona, 2010）。

Ⅷ 都市のイメージ形成

近年、情報通信技術の発達に伴い、利用者の個人経験が作り出すユーザ生成コンテンツ（UGC: User Generated Content）も急増し、重要な口コミ情報源として注目されている。観光のような消費者の経験に大きく依存する経済活動において、個人の意思決定は既存の他人の経験すなわちオンライン投稿に大きく影響される。観光者は観光地や観光事業者の宣伝のみから情報を得る従来の状況から、ユーザ生成コンテンツに高い関心を持つことへと変化してきた。他方、観光地のイメージ形成には国籍に差異が存在し、国籍が観光地イメージ形成の共通変数として考えられると指摘されている。

ここでは、ヴェローナについて世界最大の旅行サイトTripAdvisorに掲載された27の言語の投稿数を用いて、観光スポットに関する言語別の異同と分布を分析し、観光者のヴェローナ認識とイメージについて分析する。

ヴェローナについて観光スポットは261カ所が掲載されている（2020年6月6日、7日記録）。うち、237カ所は投稿があり、24カ所は投稿が皆無である。投稿数最上位はアレーナの17,870件で、次いでジュリエットの家11,813件、エルベ広場9,159件、ブラ広場5,719件、カステルヴェッキオ博物館3,380件、スカリジェロ橋3,104件、サンゼーノ聖堂2,881件、ランベルティ塔2,822件、ピエトラ橋2,529件、サンタナスターシア教会2,510件の順に上位10位を占める。続いて旧市街地、ドゥオーモ、サン・ピエトロ城、マツィーニ通り、カスカテ公園、ローマ劇場、シニョーリ広場、

ジャルディーノ・ジュステイ庭園の順で第18位まで投稿数1,000件を超えるスポットが並ぶ。

投稿は27の言語があり、最も多いのはイタリア語の39,835件で、最少はタイ語の7件である。掲載件数上位10位に入っているのは、第2位の英語に次いでポルトガル語、スペイン語、ロシア語、フランス語、ドイツ語、オランダ語の順で、アジアの日本語と中国語（簡体字）がそれぞれ第8位と第10位になる。言語別のスポット数と投稿数は大体比例している

中国語（簡体字）と中国語（繁体字）は投稿数の割に数少ないスポットに割と均等に分布する。イタリア語は突出してスポット数が最多であるものの、スポット数2位のロシア語とは投稿数が比較的均等に分布していることが共通する。対照的に、英語とドイツ語とくにドイツ語の投稿は特定のスポットに集中している。この4つの言語の投稿数上位4位はアレーナ、ジュリエットの家、エルベ広場、ブラ広場の順であり、上位1位の投稿数が投稿総数における割合はイタリア語とロシア語が19.1%と17.0%に対して、英語とドイツ語が24.4%と30.3%と高いことから状況が理解できる。次いで、日本語、ポルトガル語、フランス語、スペイン語は全体の傾向に最も近い分布を示す。そして、スポット数が平均より低いのはポーランド語、オランダ語、デンマーク語、スウェーデン語、ノルウェー語の5言語である。スポット数はノルウェー語の32からポーランド語の56まで変動するが、いずれもヨーロッパの国々で、やや少ない観光スポットに集中しているのが特徴である。さらに、スポット数が平均値以下であるのはトルコ語、韓国語、ギリシャ語、チェコ語、フィンランド語、ハンガリー語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、ヘブライ語、スロバキア語、インドネシア語、アラビア語、セルビア語、タイ語で、数少ない観光スポットに均等に分布してい

るのが特徴である。

スポット別にみると、観光スポットの投稿数で最も多いのはアレーナ（17,870件）とジュリエットの家（11,813件）である。投稿数上位30位の観光スポットにおいて、5点満点の5段階評価でほぼ4.00以上の良い評価が得られているものの、ヴェローナ観光で知名度の高いロミオとジュリエットにまつわる施設は、ジュリエットの家が3.46、ジュリエットの墓が2.79、ロミオの家は2.92とすべて低い評価に陥っている。ヴェローナはロミオとジュリエットの物語で世界に知られているが、現地観光において架空の観光スポットに対する満足度は低下している。

IX おわりに

都市観光が観光者に注目される理由は、都市の多種多様な機能に由来すると言われる。約26万人の人口しか有しないヴェローナ市は、規模からみれば小都市に過ぎないが、歴史を基盤とする建造・建築物と街並み、そして名高い舞台作品による知名度の高まり、歴史長く大規模な芸術活動による集客力、さらに産業に基づく大型コンベンションによって、観光産業が発展してきた。

このように、ヴェローナの都市発展には、立地と歴史、文化などの要因が働き、芸術作品と音楽祭の宣伝効果によって観光化が進展してきた。地元産業に依存したコンベンションによる集客効果、そして世界遺産登録も観光化に拍車をかけ、都市の特色をより豊かにさせ、都市のイメージが時代によって変化してきた。観光は都市を変化させるだけでなく、情報通信技術の進展に伴い、観光者の情報発信も都市のイメージ形成にも影響を及ぼしている。

【付記】

本研究は立教大学在外研究補助金を使用した。

文献

- Baratta, R., Cassia, F., Vigolo, V. and Ugolini, M. (2017): City Image: Comparing Residents' and Tourists' Perceived Image of Verona. *20th Excellence in Services International Conference Proceedings*, 47-62.
- Capitello, R., Agnoli, L. and Begalli, D. (2013): A New Approach to the Analysis of Visitor Perception towards a Tourism Destination: The Role of Food and Wine Experiences. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, **13**(1), 57-64.
- City Population (2020): Verona (in Veneto). https://www.citypopulation.de/en/italy/veneto/verona/023091__verona/ [Cited 2020/09/10].
- Comune di Verona (2009): *Verona città Unesco Report 2009*.
- Comune di Verona (2010): *Verona città Unesco: Motivazioni e condizioni della visita*. Verona: Cierre Grafica.
- Comune di Verona (2014): *Verona città Unesco Report 2014*.
- Del Chiappa, G. and Fortezza, F. (2013): Wedding-Based Tourism Development: An Exploratory Analysis. *5th Advances in Tourism Marketing Conference Proceedings: Marketing Place and Spaces*, 412-416.
- Drăgulănescu, I.V., Stanciulescu, G.C., Ion, A. and Stan, T.A. (2014): European Cultural and Touristic Heritage: Sighisoara vs Verona. *Amfiteatru Economic Journal*, **16**, 1160-1177.
- Fondazione Arena di Verona (2019): 700 volte Aida all' Arena di Verona. <https://www.arena.it/arena/it/news/cartolina-opera.html> [Cited 2020/09/19].
- Fondazione Arena di Verona (2020a): Biglietti speciali per residenti verona e provincia. <https://www.arena.it/arena/it/news/tariffa-residenti-verona-provincia-2020.html> [Cited 2020/09/19].
- Fondazione Arena di Verona (2020b): Bravo bravissimo! Ferragosto in Arena per grandi e piccini. <https://www.arena.it/arena/it/news/promo-rossini-gala-bravo-bravissimo.html> [Cited 2020/09/19].
- Fondazione Arena di Verona (2020c): Il nostro GRAZIE agli angeli del nostro tempo. <https://www.arena.it/arena/it/news/tariffa-speciale-operatori-sanitari-medici-infermieri.html> [Cited 2020/09/19].
- Fondazione Arena di Verona (2020d): Il Requiem di Mozart dedicato a tutte le vittime veronesi del Covid. <https://www.arena.it/arena/it/news/requiem-mozart-dedicato-vittime-del-covid.html> [Cited 2020/09/19].
- ISTAT (2020): Tavola 2.20 - Popolazione residente totale e popolazione residente dei centri abitati dei grandi comuni ai censimenti 1861-2011 e anno 2014, ai confini dell'epoca. http://seriestoriche.istat.it/index.php?id=1&no_cache=1&tx_usercento_centofe%5Bcategoria%5D=2&tx_usercento_centofe%5Baction%5D=show&tx_usercento_centofe%5Bcontroller%5D=Categoria&cHash=5dc94093f50e10c9e55a034d4c6ba123 [Cited 2020/09/19].
- Press Office of Fondazione Arena di Verona (2018): Great Success for the 2018 Opera Festival at the Arena di Verona.
- Press Office of Fondazione Arena di Verona (2019a): 97th Arena di Verona Opera Festival.
- Press Office of Fondazione Arena di Verona (2019b): The Figures of the World's Largest Opera Theatre: The Arena.
- Ribaldo G. and Figini, P. (2017): The Puzzle of Tourism Demand at Destinations Hosting UNESCO World Heritage Sites: An Analysis of Tourism Flows for Italy. *Journal of Travel Research*, **56**(4), 521-542.
- Sistema Siti UNESCO Veneto (2006): Sistema Siti UNESCO Veneto: Itinerari didattici per le scuole.
- UNESCO (1999a): Verona (Italy) No 797rev.
- UNESCO (1999b): Verona Romana.
- Veronafiere (2020): Why choose Verona. <https://www.veronafiere.it/en/organise-with-us/why-choose-verona/> [Cited 2020/05/04].
- Vinitaly (2019): Cartella stampa Vinitaly 2019 manifestazione.
- 芦田 淳 (2017): イタリアにおける「大都市」設置等の地方団体の見直し - 2014年法律第56号を中心に - . 外国の立法, **274**, 28-49.

Urban Features and Image Formation of Verona DU, Guoqing
College of Tourism, Rikkyo University

Keywords: Arena, Opera, Convention, Verona, Italy