

光環境を考えるイベントによる街の活性化に関する研究

-豊後大野市三重町市場通りを対象として-

201824075 江越研究室 若林 幸隆

光環境 意識調査	イベント まちづくり	ワークショップ 地域活性化
-------------	---------------	------------------

1. はじめに

「地元」に対して人々が抱く意識が「地元意識」であり「自分の出生地、居住地あるいは勢力範囲である地域に対してもつ意識」という辞書的な意味を持つ。

「地元」はどの程度の空間的な広がりを持つのかは個人により異なると考えられるため、「地元」という言葉から連想される場所や範囲は非常に多様かつ曖昧である。

また、地元意識とまちづくりの関係をみると、地元と考える地域に愛着を有する人が多く1)、さらに地域に愛着を持つ人は地域の協力的活動に積極的であることが指摘されている2)。ここで、住民の地元に対する意識や姿勢は物事を通して変化するののかという部分に着目した。

本研究では、ひとつは豊後大野市三重町の市場通りものがたりプロジェクトにおいて、光に関連したイベントを行い、住民の意識改革の効果を調査することを目的とする。ふたつは市場通りにおいて地域住民を対象に夜の街歩きWSを行い、通りの問題点を発見、再認識、共有し、住民の意識の向上性の変化を調査することを目的とする。

2. 研究の構成

I. 研究を行うにあたり、まずは研究対象地となる豊後大野市三重町の市場通り商店街(日向街道)の課題を調査した。それから地域住民に事前アンケートを実施した。

II. 豊後大野市三重町の市場通りものがたりプロジェクトにおける、光に関連したイベント「かたるみえ」の際、イベントに参加された方を対象にアンケートを実施した。アンケート結果から街を活性化させるために必要なことを見出す。

III. 市場通りにおいて地域住民を対象に夜の街歩きワークショップを行い、その際にアンケートを実施し、通りの問題点を発見、再認識、共有できているかを図る。

3. 市場通り商店街の課題

地域住民の方々を対象に暮らしの場に対する項目と地域に対する項目についてアンケートを実施した。商店街を代表するの方々にお集まりいただき、日頃感じて

いることを率直に回答していただいた。回答総数は8名である。ここでは回答の主要部分を挙げる。

- ・全員がこの地域に活気がないと感じている。(100%)
- ・大半がこの地域に若者が多く来てほしいと思っている。(87.5%)
- ・大半が三重町市場通り商店街(日向街道)における空き家、空き地、照明、街灯を気にかけたことがある。(87.5%)
- ・少数ではあるがこの地域に愛着を感じていない。(12.5%)



図1 宿場町の風情の残る町並みと会議の様子

三重町で生活することになったきっかけはそれぞれだが、大半がこの地域での生活に満足していたり、愛着を感じていたり、これからも住み続けたいと思っているといった、暮らしの場としてはかなり好印象を持ち合わせていた。しかし、この地域は活気がないと感じており、通りにおける空き家・空き地や照明・街灯を気にしたことがあることから、地域や通りに対して不満まではいかないものの、改善の余地を感じていることが読み取れた。また、地域住民はこの街を興したい気持ちはあるものの、高齢化などが原因で機会を作れないことがあらわになった。以上のことから市場通り商店街において、担い手づくりや、ひとが訪れる目的づくりにつながるきっかけを創出していくことが、必要な課題と考えられた。

4. 光イベントによる地域活性効果の検証

地域活性化イベントに合わせ、夜の部を開催し、光環境について考えるイベントを実施した。かつて宿場町として栄えた当時の屋号記した「屋号提灯」の設置や人々が提灯を持って街を練り歩くイベントを企画し、イベントに参加されたの方々を対象に、イベントや地域に対するアンケートを実施した。回答総数は73名であ

る。ここでは回答の主要部分を挙げる。

- ・地域を活性化させるためには、このような町を挙げて行うイベントは毎年、もしくは定期的に行うべきだと大半は思っている。(77%)
- ・今回のイベントがまたあるとしたら来たいと思う。(70%)
- ・この地域に対して、イベント前まではあまり良くないイメージを持っていた。(14%)
- ・イベントの体験後の、この地域に対するイメージは比較的良くなった。(84%)



図2 イベント当日の屋号提灯とキャンドルアート

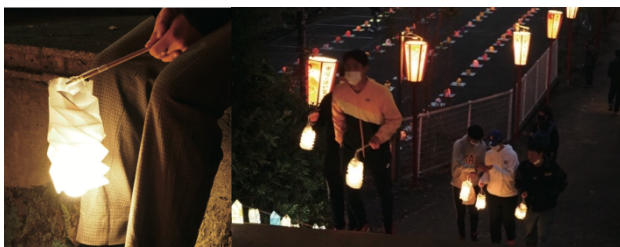


図3 イベント当日の様子

また、以下のアンケート結果を得た。

問1. この地域に対して、イベント前までどのようなイメージをお持ちでしたか。

問2. イベント体験後の、この地域に対するイメージを教えてください。

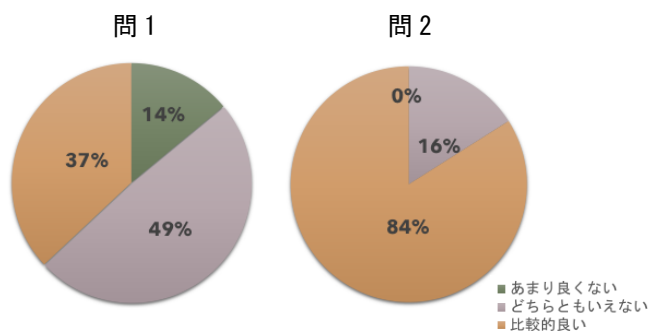


図4 アンケート集計結果

問1ではイベント前の、問2ではイベント後の地域に対するイメージの変化を調査したところ、良い印象が37%であった結果が、84%まで伸びた。また、このイベントの継続を求める声や、工夫や改善点を求める声もあった。以上のことから街を活性化させるためには、町を挙げて行うイベントは毎年、もしくは定期的

に行う必要があるということ。そして、若い人たちの力も必要だとわかった。

5. 夜の街歩きワークショップの効果

地域住民の方々にお集まりいただき、夜の街歩きワークショップを開催した。ワークショップの最後に、市場通りの照明環境に対する項目についてアンケートを実施した。回答総数は6名である。ここでは回答の主要部分を挙げる。

表1 ワークショップのアンケート結果

アンケート内容	どちら				全く
	とても比較的	とも	あまり		
街路灯の明るさを気にしたことはあるか	2	2	1	1	0
明るさからによる恐怖心や周囲の警戒を感じたことはあるか	1	3	0	2	0
市場通りは明るいと思うか	0	0	0	5	1
足元が見えにくいと感じたことはあるか	2	4	0	0	0
夜間の景色・風景がよく見える感じたことはあるか	0	0	1	4	1
この街道に対して満足しているか	0	0	1	4	1

ここでは地元住民が通りの光環境の悪い点に注目・認識できているかを調査した。アンケート結果や議事録から注目・認識していたことは明確になった。しかし、問題点を共有する機会がなかったため、そのような場を作ることが必要だとわかった。

6. まとめ

街を活性化させるには1、町を挙げて行うイベントは毎年、もしくは定期的に行う、2、若い人たちの力が必要、3、地域の問題点を発見、再認識、共有する機会や場が必要、ということがわかった。

瞬時には街を活性化させることはできないため、以上の三点を長い時間をかけて行って必要があるということ。そして最終的には、外部の力を借りずに地元住民の方々が自分たちで街おこしが行えるようになる必要がある。

<参考文献>

- 1) “地域への愛着”研究会 東北大学大学院医学系研究科保健学専攻 “地域への愛着”という概念 2. 地域への愛着の性質
- 2) 鈴木春菜・藤井聡 (2008) : 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究. 土木計画学研究・論文集, 25 (2), 357-362