

コミュニティ活性化のための地区ナビコンテンツの作成と実地調査・分析

大阪市立大学大学院工学研究科 学生員 ○關野英俊
 大阪市立大学大学院工学研究科 正会員 内田 敬
 大阪市立大学大学院工学研究科 正会員 日野泰雄

1. はじめに

近年の社会的な問題の1つとして、都市部において近隣商業の衰退、住民の高齢化・空洞化により地域コミュニティが崩壊し、地区に活気がなくなっていることが挙げられる。そこで地区に再び活気をもたらすきっかけとして、住民参加型のまちナビゲーションに注目が集まっている。これは、進歩が著しいIT技術を活用して地区が有している魅力を、携帯電話でナビコンテンツとして提供するものである¹⁾。本研究では、以下の手順によって、導入対象地区を仮設定して、人の回遊を導くためのナビコンテンツ作成プロセスを具体化する。

- 1) 類似システムの特徴・課題の把握
- 2) 来街者の観点から地区資源の発掘と着眼点の分類
- 3) ナビコンテンツの試作と実地アンケート

2. 類似システムの特徴・課題

類似システムである尾道ケータイ観光ナビ²⁾をレビューしたところ、その長所として、地区住民がナビコンテンツ作成に関与し、小学生による観光案内や地元住民の推薦というコンテンツ群の提供が挙げられることが分かった。しかし運用面では、ナビコンテンツの更新が滞りがちであり、また来街者が書き込んだ内容がどの程度他の来街者に利用されているかが不明であるという課題が残されている。

3. 来街者の観点からの地区資源の発掘

(1) 対象

大阪市北区長柄地区(大阪駅から北東へ約1.5km)を対象とする。ここは歴史的資源が多いにも関わらず、それが活用されていない住商混合地区である。そこで、来街者から見た長柄地区にある面白いと思う対象物とそれに対する着眼点を知るために、本学の講義³⁾におけるレポート(表-1)を活用した。また長柄地区の地図と地区内資源は図-1の通りである。

(2) 着眼点の分類

各学生が記したコメントを比較すると、同じものを

表-1 大阪地理学レポートの概要

講義名	大阪の地理学(大阪市立大学にて開講)
実施場所	大阪市長柄地区
課題	面白いと思うものを2つ見つけて撮影 撮影したものにコメントを記す
所持品	現在および明治18(1886)年の長柄地区の地図
サンプル数	201件(114人)



図-1 長柄地区

撮影していても着眼点異なることが分かり、これらは概ね次の4つに分類できた。

- a) 対象物そのものが有する魅力
建物が綺麗、規模が大きいといった対象物一点に焦点を当てたもの。
 - b) 対象物の周辺環境とのギャップ(空間的対比)
対象物と周辺の様子を比較することで、対象物がその場所に存在することに興味を示すもの。
 - c) 対象物の現在と過去の姿を比較(時間的対比)
過去の姿が分かる資料(今回は古地図)を用いた現在との比較により興味を示すもの。
 - d) 他の人や書物などから得た情報(逸話)
地区住民からの推奨やその対象物に関する言い伝えなどで関心に示すもの。
- このことから、一つの対象物に対して、これら4つの着眼点から記述することで、ナビコンテンツの魅力・有用性を高めることができると考えられる。

キーワード：まちづくり、歩行者回遊、携帯ナビゲーション、地域コミュニティ、ITS

連絡先 〒558-8585 大阪市住吉区杉本 3-3-138 大阪市立大学大学院工学研究科 TEL: 06-6605-2731

(3) ナビコンテンツ案の試作

実地調査に向けて、ナビコンテンツを作成した（以下、ナビコンテンツ案とする）。ここでは、ナビコンテンツ案に採り上げる対象事物を観光地と呼ぶ。ナビコンテンツ案は訪問者の感想、観光地の写真と解説の3要素で構成した。さらに（2）を踏まえ、時間的対比を可能にするために、明治18年の長柄地区の地図を活用し、地図上にはナビコンテンツ案として抽出した観光地の場所を記した。

4. 実地アンケート

(1) 概要と手順

図-2 に示す調査シート（ナビコンテンツ案を一つにまとめたもの）を用いて実地調査を行った。調査概要は表-2 に示す通りである。被験者は場所と観光地の名前が明記されたページ（以下、トップページという）より観光地を選択し、興味がなければトップページに戻り、興味があれば読む。その後、実際にその観光地に行きたいか尋ね、行きたい場合はナビコンテンツ案のどの部分で決めたかを指摘してもらった。これを、被験者の興味がある観光地がなくなるまで繰り返した。

(2) 結果

実地アンケートの結果、全被験者 14 人のうち半数近くは、実際に行きたいと思う観光地が少なくとも 1 つ以上あった。これら被験者についてまとめると表-3 のようである。行きたい観光地を決めた要素に着目すると、観光地の写真で決めた被験者が多数を占めており、視覚的に観光地の様子が分かる写真が重要であると言える。

また、ナビコンテンツ案には改善すべき点も多いが、改善に繋がる被験者が指摘した点および意見を表-4 にまとめた。これより、一見観光地とは思われない対象事物がナビコンテンツ案に採り上げられていて、被験者の興味を引き付けたことが分かった。その一方で、地区ナビ利用者の来街目的によって異なると考えられる 4 着眼点の重みを考慮した観光地情報の仕方や分類など改善すべき点が明らかになった。

5. おわりに

地区資源の発掘、試作、実地調査を経てナビコンテンツ作成プロセスを確立した。これを踏まえて今後は、地区住民・組織と連携したワークショップを実施し、主体となる地区住民が有する情報を取り入れることによって、より充実したナビコンテンツを作成する予定

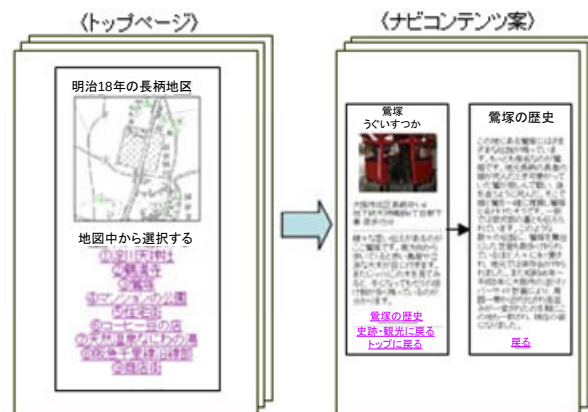


図-2 調査シート

表-2 調査概要

実施期間	2007年1月19日、20日、22日
実施目的	行きたいと決めた要素を把握 具体的な改善案に繋がる意見を取得
実施場所	大阪市長柄地区
対象	当日長柄地区を訪問した来街者
被験者数	14人

表-3 調査結果

被験者 No	選択した 数	読んだ 数	行きたい 観光地の数	決めた要素		
				感想	写真	解説
1	2	2	1	0	1	0
2	9	9	6	0	5	1
5	2	2	1	1	0	0
6	2	2	1	0	0	1
8	3	2	1	0	1	0
13	2	2	2	0	2	0
合計	20	19	12	1	9	2

表-4 被験者の指摘による問題点と改善案

案内機能の必要性	
問題点	観光地への行き方に関する情報が不足
改善案	観光地周辺の地理的情報の取り入れ
解説文の工夫	
問題点	意外と思われる観光地にあった面白さが欠落
改善案	その場所にしかないものを発掘・強調
カテゴリー分類の必要性	
問題点	利用者の訪問目的を想定すると不十分
改善案	利用者の実態を把握したうえでのカテゴリー分類

である。またそのような活動を通して、2 に示した運用上の課題を解決する方策を探っていく。

参考文献

- 1) 内田敬：まち歩き支援ナビゲーションシステムの開発経緯と実運用への展望，第5回 ITS シンポジウム 2006 Proceedings, pp.407-412, 2006.
- 2) 尾道市：尾道ケータイ観光ナビ どこでも博物館、バーチャルマップ観光，<http://www.dokohaku.net/pc/index.htm>, (2007 年 3 月確認)
- 3) 大阪の地理学
http://www.lit.osaka-cu.ac.jp/geo/mizuuchi/japanese/2006_class/osaka_chiri_2006.htm