

## 地域交流型イベントへの住民参加プロセス ～越前おおの小京都物産五番まつりを例に～

関西大学 学生員 ○瀧谷 大登

関西大学 正会員 北詰 恵一

### 1. 研究の背景と目的

多くの地方都市において若者の都市圏への流出が加速化しており、地域の衰退が懸念されている。その解決策として住民参加型の地域活動や中心市街地を活性化させるためのイベント・祭りが重要な手法<sup>(1)</sup>として位置づけられているが、地域活動やイベントに参加し住民参加する一連の段階の中でどのようなきっかけで参加に至るかのプロセスについて述べられている研究は必ずしも十分ではない。そこで本研究では、地域活動に不参加の住民がどのようなきっかけで参加するようになり、その後どのようにして定着していくのか、その過程・要因を明確にし、それぞれの段階に応じた参加までの働きかけ方を提案することを目的とする。

### 2. 本研究における住民参加の考え方

住民参加の段階を表現した初期のものとして、米国の社会学者シェリー・アーンスタインによる「住民参加のはしご」がある。しかし、日本における住民参加と照らし合わせたときには必ずしも適切な段階であるとは言えず、また、時代も経過して現状にはそぐわなくなってきた。さらに、実際には、地域活動に参加するまでに至っていない住民も存在し、一連の段階とすることで、不参加から参加への過程・要因を捉えやすくなる。そこで、本研究では、表1に示すように、2段階の「不参加」を加え、改めて8段階とした<sup>(2)</sup>。

表1 本研究で用いる住民参加の考え方

本研究での住民参加の分類			
行政<住民	8	住民によるコントロール	住民を行政が支援する
	7	住民主導	住民がまちづくり活動の主体となり行政を牽引している
行政=住民	6	パートナーシップ	住民と行政との協議・決定権の共有
	5	行政主導の住民参加型	住民参加型のイベント
行政>住民	4	意見可能	住民に意見を聞いてくれる場がある
	3	意見不可	形式的住民参加
不参加	2	不参加	住民に参加願望有り
	1	不参加	住民に参加意思・願望無し

その上で本研究では、住民参加の取り組みに不参加の住民が、参加・定着に至るまでの表中1～5の段階である「不参加」、「行政>住民の参加」を対象とした。

### 3. 住民参加実態を知るための調査方法

住民参加の最初の段階は、地域への関心を持つこと

であると考え、その重要なきっかけとして地域イベントなどへの参加を想定した。そこで、住民が身近に参加できるものとして、平成30年11月3日(土)、4日(日)に福井県大野市で開催された越前おおの小京都物産五番まつりをとりあげ、その来場者に対してヒアリングによる実態調査を行い、来場きっかけや次回以降参加意向を聞いた。この祭りは五番通り商店街で行われ、住民と地域、イベントが交流することで地元の良さを再発見するイベントである<sup>(3)</sup>ことからここでは「地域交流型」のイベントと呼ぶこととする。

### 4. 来場回数別の参加理由からみた過程・要因

ヒアリング調査の結果2日間で110サンプル取得し、男性が45人(40.91%)、女性が65人(59.09%)であった。

(1)来場回数による来場きっかけの違い

イベントに来場するきっかけを来場者に回答を求めたところ、図1に示すように、来場回数が増加するにつれて来場きっかけに変化が生じることが分かった。

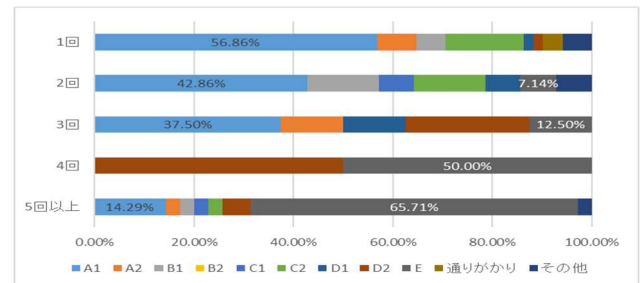


図1 来場回数別イベント来場きっかけ

回答数の多かったものは、A1「活動の存在を知った」、A2「活動の内容を知った」、B1「活動に対する興味を持った」、E「毎年来ているから」である。来場回数が3回までの来場者は活動が行われていることを外部から知って来場に至るケースが多いが、4回以上の来場者は毎年来ているからと回答し、習慣化していることがわかった。この結果から、初めて来場した人を「初回」、来場回数が2～3回の人を「複数回」、来場回数4回以上の人を「習慣化」として、来場回数に基づく分類を行った。

キーワード 住民参加, 地域社会, イベント, 福井県大野市

連絡先 〒564-8680 大阪府吹田市山手町 3-3-35 関西大学環境都市工学部 E-mail: k102518@kansai-u.ac.jp

## (2)参加から定着に至るまで

本研究の調査では、次回以降参加意向を「全然そう思わない=1」、「そう思わない=2」、「どちらでもない=3」、「そう思う=4」、「とてもそう思う=5」の5段階とし、次回以降参加意向1, 2を「離脱」、5を「定着」とした<sup>2)</sup>。「不参加」から「初回」に至るまでは、活動の存在を知ることや知り合いに誘われて来場することが大きな要因となっている。

表2 習慣化に至るまでそれぞれの確率

	初回から複数回	複数回から習慣化
離脱確率	3.92%	9.10%
定着確率	31.37%	54.55%
複数回,習慣化 来場理由	1.A1(40.91%) 2.B1, C2, D1, D2, E(9.09%)	1.E(64.86%) 2.A1(13.51%) 3.D2(8.11%)

表2に示すように、「複数回」から「習慣化」に至る流れでの定着確率は54.6%であり、「初回」から「複数回」に至るまでの31.4%と比較して増加しており、この範囲においては、来場回数が増加するにつれて次回以降参加意向が増加することが分かる。また、年齢が高まることでも定着率が増加することを確認している。一方で、離脱確率についても、定着確率ほどではないが来場回数に応じて増加しており、その相対的な関係が定着総数に影響を及ぼすことが考えられる。なお、年齢などその他の属性では離脱に関する傾向は見当たらなかった。

初回から複数回に至る流れでは来場回数はばらついており大きな傾向はなかったが、定着を選択した住民から定着理由を聞くと「普段来ない街の雰囲気に着かれた」など商店街が持つ特性が参加を促すきっかけになっていることが分かる。しかし離脱を選択した住民は「別の目的のついでに来た」ため次回以降が不明瞭であり、こういった来場者をどのように定着させるかが1つの課題と言える。

複数回から習慣化に至る中ではE,A1に次いでD2「健康のためなど外に出るきっかけとなった」が多く、習慣化している来場者はイベントの内容よりもイベントに参加する気軽さに重きを置いていることが分かる。習慣化からその後でも同じことが言え、離脱確率が2.70%、定着確率は86.49%と高く、外出のきっかけとなることが定着理由となっている。

出店者との情報交換や会話等の交流、散策や雰囲気を楽しむ場として認識されているフリーマーケット<sup>4)</sup>や、イベント終了後に商店街利用店舗の拡大が期待出来るバルイベントも「地域交流型」イベントと同じくイベント参加への気軽さが来場きっかけとなっていると言える。大野市は他イベントにて高齢者に偏った年齢層を、若年層やファミリー層を増やすために企画を変化させた過去があるため、「地域交流型」というイベント種類を変えずに来場者層を変えるにはこれらを参考にすることも有効である。

## 5. 結論

地域交流に触れることによって住民参加の初期のきっかけとなるイベントへの継続的参加要因をその回数による分類することができ、それぞれに特徴が存在する。「習慣化」の先には年齢層の変化や家族構成の変化に伴う離脱も考えられるが、大野市はそういった離脱に対し、新しい層を入れることでイベントの衰退を防ぐことを考えており、来場への気軽さが「地域交流型」イベントの強みであることから地域活動参加者に他の「地域交流型」イベントを紹介することや、住民層の変化に応じてイベントを変化させることが重要である。イベントへの集客アプローチが明確になったことでイベントや商店街の衰退を防ぐきっかけにはなるが、イベントへの参加が住民参加段階を上げるきっかけになるかは不明であるため、今後イベントへの参加が「行政=住民」、「行政<住民」の住民参加に繋がるかの検討を行う必要がある。

## 参考文献

- (1) 高秀賢史, 高岡耕子, 永井護: 来訪者からみた祭りの便益に関する比較分析, 日本都市計画学会, 都市計画論文集, No. 39-3, pp. 241-246, 2004.
- (2) 瀧谷大登, 北詰恵一: 地域資源型イベントにおける住民参加プロセス～九頭竜湖紅葉まつりを例に～, 土木学会関西支部年次学術講演会講演概要集, CD-ROM(登稿中), 2019.
- (3) 一般社団法人大野市観光協会: えちぜんおおの観光ガイド, 2019. 2 取得<<https://www.ono-kankou.jp/>>
- (4) 朝倉真一, 野嶋政和: 地域活性化を目的とした社寺境内地におけるフリーマーケットの特性と課題に関する研究, ランドスケープ研究 66巻(2002)5号