

観光地における道路整備事業の 合意形成に果たすオープンハウスの役割

古川 のり子¹・森山 昌幸¹・黒田 耕一³・西村 成人²・
藤原 敏弘²・佐々木 洋³・竹原 正友³・藤原 章正⁴

¹正会員 (株)バイタルリード (〒693-0001 島根県出雲市今市町396-1)
E-mail: furukawa_n@vitallead.co.jp (代表)

²非会員 島根県土木部都市計画課 (〒690-8501 島根県松江市殿町8)
E-mail: nishimura-nari@pref.shimane.lg.jp (代表)

³非会員 島根県土木部出雲県土整備事務所 (〒693-8511 島根県出雲市大津町1139)
E-mail: sasaki-hiroshi@pref.shimane.lg.jp (代表)

⁴正会員 広島大学大学院 (〒739-8529 東広島市鏡山1-5-1)
E-mail: afujiw@hiroshima-u.ac.jp

本研究では、観光地における道路整備事業の合意形成手法として、出雲大社門前の神門通りに継続的に設置したオープンハウスが果たした役割や効果について検証を行った。この結果、スタッフが中立的な「第三者」として住民や店舗と行政との架け橋となり、円滑な合意形成を実現できたことが確認された。また、工事期間中であることを活かしたイベントの実施などが、事業PRとしての大きな役割を果たしたことがわかった。さらに本研究では、島根県・出雲市の土木技術者を対象にアンケート調査を行い、上記のようなオープンハウスが他事業においても活用の可能性があることを確認した。

Key Words : *open-house, consensus building, tourist destination*

1. はじめに

今日、合意形成は事業規模の大小に関わらずその重要性が指摘されて久しい。その理由として、人口減少・少子高齢化の進行による財政的な制約下で円滑な事業推進が必要であること、公共事業に対する不信の解消のため、事業の説明責任や透明性の確保が求められていること、市民の価値観が多様化する中で、多くの人が納得のいく公共事業を進める必要があること、さらには事業後の施設等の利活用や管理などの観点からも重要であること等があげられる。

道路整備事業に関しても、広範囲にその影響が及ぶ広域道路の計画等に関して、PIによる住民参加のプロセスや手法を扱った研究などが蓄積されており、たとえば、PI事業の経過に伴う住民意識の変化からPI導入の効果を検証した研究¹⁾や、PIへの評価とその要因や影響を分析し、PI実施の上での留意点を整理した研究²⁾などが行われている。また、市民生活に直結する生活道路に関して、交通安全のためのコミュニティゾーン形成において

合意形成を図った事例³⁾や、防災空間確保、生活環境改善などに向けて生活幹線道路を整備する際の住民参加の要件などを検証した研究⁴⁾が行われている。

一方、観光地での道路整備事業においては、電線類の地中化や歴史的建造物保全のような、景観への配慮などが特に求められる。この際、観光客が求める「まち歩きを楽しむ空間」としての機能と、住民が求める「生活道路」としての機能はトレードオフの関係にあり、観光地特有の利害関係が生じる。このような観光地における合意形成について扱った研究としては、歴史的建造物保全の観点などから拡幅が困難な道路整備事業について、住民との合意形成の促進要因や阻害要因を抽出した研究が行われている⁵⁾。一方で、工事期間中も含めて、観光地の道路整備事業における合意形成を扱った研究はほとんど行われていない。とりわけ観光地においては、工事期間中の交通規制などによる生活交通への影響に加えて、遠方から訪れる観光客に対して「観光地としての魅力」を損ねることなく、工事への理解を得る必要があり、工事期間中の合意形成を図ることも重要である。

以上のような背景のもと、本研究では、出雲大社門前の神門通りを対象として、工事期間を含めた道路整備事業に関する合意形成において、継続的に設置したオープンハウスの果たした役割や効果、その活用可能性について考察を行う。

オープンハウスは一般に、ダムなどの大規模なプロジェクトにおいて、PIを推進する場合に単発的に用いられてきた手法である。その特徴として、正確な情報を直接的に伝達し意見収集も可能であること、また、関心の薄かった住民等との意見交換を図ることができることなどがあげられている⁶⁾。一方、本研究で取り上げたオープンハウスは、行政が継続的に現地に設置し運営することで、中立的な「第三者」として、住民や店舗、観光客と行政の架け橋となり、合意形成を円滑にしたことが特長である。また、このような手法に関して、島根県、出雲市の土木技術者を対象に実施したアンケート調査から、他事業における活用可能性などについても考察を行った。

2. 対象地域における道路整備事業の概要と合意形成上の課題

(1) 対象地域における道路整備事業の概要

出雲大社の参詣道である神門通りは、およそ100年前に整備されて以降、門前町として栄えてきたものの、近年ではモータリゼーションの進展に伴う通過型交通の増加などにより、通りの安全性や賑わいが失われてきている。特に、通りの両側には松が並び景観を演出しているものの、歩行空間を二分するように松があるため、観光客などが二列で歩きにくいという問題も生じていた。また、周辺には代替となるような幹線道路がなく、住民にとっては生活道路としても機能しており、自動車交通量が平日5,729台/12h、休日5,975台/12hと比較的多い状況にあった。

こうした状況を受けて、当該道路の整備においては、「観光客がまち歩きを楽しむ空間」と「住民の生活道路としての機能」の両立を図るためにシェアド・スペース（共有空間）としての道路構造がワークショップ（WS）等を通じて検討され、車道幅員の縮小や電線類地中化、石畳舗装、デザイン照明の新設などの計画・整備が進められてきた（表-1、表-2）。また、このような道路整備に加えて、自動車の規制速度の引き下げ（時速40km→時速30km）や大型車の自主的な北進一方通行などの対策も行われている。

工事は平成25年5月の出雲大社本殿遷座祭に向けて、急ピッチで進められ、平成23年6月から電線類地中化工事に着手、平成24年5月からは石畳工事に着手された。

交通規制は、特に通りの大部分について石畳化工事の

表-1 神門通りの道路整備に関するWS等の経緯

取組	内容	実施時期
神門通り整備に関する住民アンケート調査	既存の幅員12mから16mに拡幅する都市計画に対して住民の反対意見が多くあり、現道幅員のままでの整備を進める方針に変更された	平成21年10月～11月
第1回道づくりワークショップ	まち歩きを行い、現況の課題や気づきを抽出	平成22年7月25日
第2回道づくりワークショップ	シェアド・スペースとしての考え方に基づく整備を行う方向で、道路幅員や白線の必要性などについて意見交換	9月6日
第3回道づくりワークショップ	通りの現状の景観や景観整備の方向性、舗装の方法などについて意見交換	10月4日
第4回道づくりワークショップ	沿道建物修景のためのガイドラインについて、方向性を議論	11月1日
神門通り交通社会実験	車道幅員を7.0mから5.0mに縮小した場合の、安全性の確認と住民・観光客の評価の把握	11月～12月
第5回道づくりワークショップ	これまでの振り返りと、賑わい創出に向けた取り組みについて意見交換	11月29日
第6回道づくりワークショップ	島根県、出雲市より、事業成果の報告と今後の予定について説明し意見交換	平成23年3月29日
第1回デザインワークショップ	デザイナーより舗装・照明等のデザイン計画案の説明を行い、意見交換	6月24日
第2回デザインワークショップ	石畳舗装と照明の試験施工を実際に現地で確認し、意見交換	8月27日
第3回デザインワークショップ	最終案の提示と、2ヶ年にわたるワークショップの成果報告	12月10日

表-2 神門通りの道路整備事業の概要

<ul style="list-style-type: none"> ・現道幅員約12mで処理（車道幅員5.0m、歩行空間（路肩）の幅員片側3.5m） ・歩行空間と車道間は段差なし ・外側線は白線を設置（最終的に白御影石による白線となった） ・歩行空間の舗装パターンを車道に滲み出させたデザイン

表-3 工事に伴う神門通り交通規制の概要

期間	工事内容	主な交通規制
平成23年6月～平成24年3月	・地盤改良、擁壁の設置 ・電線共同溝等の設置など	神門通りの一部工事区間において片側交互通行
平成24年5月～平成24年7月	・石畳化工事（坂道部・一般部）など	・一般部：終日片側交互通行 ・坂道部：夜間車両通行止め
平成24年11月～平成25年3月	・石畳化工事（坂道部） ・松の植栽・信号機・照明の設置 など	神門通り一部工事区間において片側交互通行

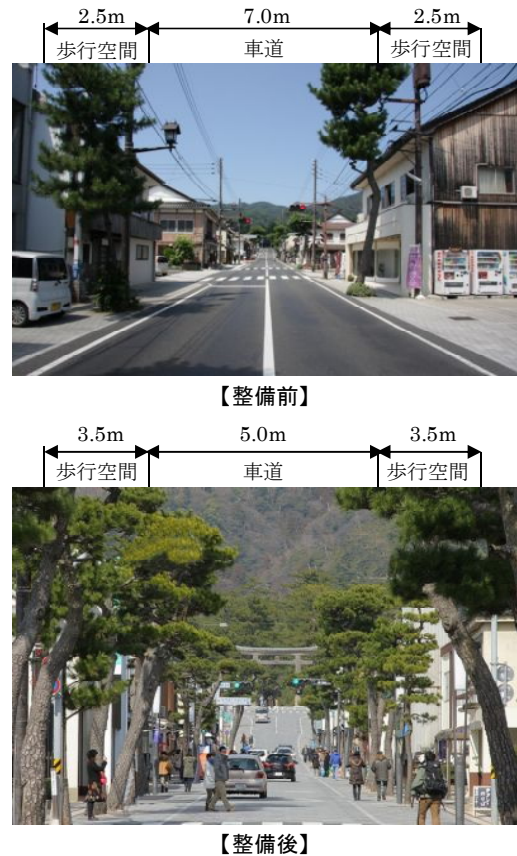


図-1 整備前と整備後の神門通り

行われた平成24年5月～平成24年7月の約2ヶ月間に、一般部で「終日片側交互通行」、坂道部で「夜間車両通行止め」という大規模な交通規制が行われ、またその後も照明や植栽柵の設置などのため区間ごとに交通規制が行われた。このような道路整備事業を経て、平成25年3月には延長330mに及ぶ第一期工事が完了した（表-3、図-1）。

(2) 合意形成上の課題

神門通りの道路整備事業における合意形成上の課題としては、a)住民、b)生活者向け店舗、c)観光客向け店舗、d)観光客、それぞれについて、以下のような課題があげられた。

a) 住民

シェアド・スペースとしての考え方に基づく道路整備により、これまで生活道路として当該道路を利用してきた住民にとっては、歩行者の飛び出しによる危険性増大や自動車の走行性悪化に対して合意を得る必要があった。また、石畳化工事に伴い行われた大規模な交通規制によって、日常生活に支障が生じる状況であった。

b) 生活者向け店舗

沿道の生活者向け店舗では、顧客の多くが車で来訪し、店舗内敷地に駐車、または店舗前に路上駐車をしていた。このため、a)で述べたように、シェアド・スペース化により住民が利用しにくい道路となることが、顧客減少に繋がるという懸念をもっていた。また、整備前においても、松並木によって店舗内敷地への車の出入りや、店舗前の路上駐車がしにくい状況であったため、デザイン照明が新設されることに対して、店舗前に照明を設置しないでほしいという意見があげられていた。

c) 観光客向け店舗

大規模な交通規制や、店舗前で行われる工事によって、観光客などの顧客が減少することに対する懸念があった。

d) 観光客

遠方よりわざわざ訪れた観光客にとっては、工事によって歩行環境や景観が悪化しており、観光満足度の低下が懸念された。

3. オープンハウスの運営

(1) オープンハウスの運営概要

2であげたような計画・工事が進められる中、住民との合意形成を図るための意見・要望の受け入れ拠点、道路整備事業のPR拠点として、さらには観光案内やまち歩き促進の拠点として、沿道の空き店舗を活用したオープンハウス「神門通りPR館」が平成23年7月より開設された。この神門通りPR館は、島根県と出雲市の共同で

表-4 神門通りPR館の運営概要

開館時間	平日9:00～16:00／土日祝9:00～17:00 (イベント等に応じて延長)
運営内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日報の作成 ・ デジタルサイネージによる工事情報・観光情報の紹介 <p>【島根県】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道路整備事業のPR (模型やパネルの展示、アンケート調査) ・ 工事情報 (スケジュール等) の提供 ・ 意見、苦情への対応 ・ 月に1回「神門通り工事がわら版」を発行 (周辺住民には市報に併せて配布) <p>【出雲市】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光案内 ・ ブログやツイッター等による観光情報の発信 ・ 観光モビリティ・マネジメント



図-2 神門通りPR館の運営状況

表-5 日報記載内容の例

観光客	<ul style="list-style-type: none"> ○ 松江/30代夫婦、2才息子：石畳にメッセージを書いてくださいました。ネットでのイベントについて知られたそうで、3人で書いてくださいました。ケーブルテレビの取材にも答えてもらっていました。 ○ 埼玉/60代女性2人：2泊3日、出雲市駅前にて宿泊。「一畑薬師へ行きたいが、どうやって行ける？」→一畑電車の時刻表、乗り換えをご案内しました。「地元にも薬師さんがあるのだけれど、一畑薬師へ行ってみたい」とおっしゃっていました。電車の時間が迫っており、あまりお話できないまま急いで行かれました。 ○ 奈良/20代カップル：1泊2日で車で来てお越し。昨日はしんじ湖温泉に宿泊されたそうです。「これからサンドミュージアムへ行って来ます」とおっしゃっていました。石畳にもたくさんメッセージを書いてくださいました。
住民	<ul style="list-style-type: none"> ○ 地元町内(昭布町)・70代・女性：散歩中に来館。神門通りの工事で、商売のお店の方々の苦情を見聞きするよ。と、教えて下さいました。アンケートは希望されず、ただ、世間話をされて、帰宅されました。 ○ 大社で仕事をしておられる30代の女性：ワークショップにも参加しておられたそうで、アンケートも記入していただきました。前回のワークショップで、照明が明るいとの指摘があったが、女性としては明るいほうが安心して歩けると思う。また他の街灯が点いている状態だったのでよけ 明るく感じたのでは？実際にまの照明を消した状態でないとわからない、との感想でした。 ○ 地元/40代女性、小学生娘：通りがかりにお声掛けし、来館。石畳にメッセージを書いてくださいました。「これは書いた面が表になるんですか？」→裏になることをお伝えすると、「それは良かった」とご安心されたようでした。 ○ 近所のお店の方2人：昨日のWSに参加された方々で、色々なお話をしました。

運営されており、館内には事業PRのためのパネルの他、観光パンフレットも豊富に取り揃え、常時ナビゲーター2～3名が勤務している（表-4、図-2）。また、来訪者とのやり取りや沿道の状況については、ナビゲーターが毎日、日報を作成し、メールによって関係者に報告が行われる（表-5）。

(2) 石畳に残す100年のメッセージ記入イベント

神門通りPR館では(1)のような通常運営に加えて、石畳化工事の行われた期間中に、工事期間中であることを活かして、来訪者に石畳（裏面）にメッセージを記入してもらいイベントを開催した。各種報道にも取り上げら

れ、記入者数は周辺住民や店舗関係者、観光客など、延べ3,031人に達した（図-3、表-6）。



図-3 石畳に残す100年のメッセージ記入イベントの様子

4. オープンハウスが果たした役割と評価

(1) データの概要

神門通りPR館が果たした役割について評価するにあたり、本研究では表-7のようなデータを用いた。①日報については、神門通りPR館に勤務するナビゲーターが毎日メールによって報告したもからキーワードを抽出し、集計を行っている。

表-6 石畳に残す100年のメッセージ記入イベントの概要

実施期間	第1回：平成24年5月10日～平成24年6月17日 第2回：平成24年12月7日～平成24年12月24日
記入者数 (記入された石の枚数)	第1回：2,207人 (576枚) 第2回：824人 (399枚) 合計：3,031人 (975枚)

(2) 住民・周辺店舗による日常利用

住民アンケートより得られた、住民の神門通りPR館への来訪状況および来訪目的を図-4、図-5に示し、日報より得られた出雲市内居住者・神門通り周辺店舗からの来館者の道路整備事業に対する意見及び来館理由の変遷を図-6に示す。

図-4、図-5より、周辺住民の半数以上がPR館に来館し、複数回訪れている者も7割近くに達していること、また、来訪目的としては情報収集や発信などが多いことなどがわかる。また図-6より、平成23年8月の開館当初は「反対・苦情」意見をもつものが複数名見られるものの、その数は徐々に減少し、石畳化工事の行われた期間にも関わらず神門通りPR館へ寄せられた苦情は0人であった。さらに、神門通りPR館の訪問理由としても、工事情報や観光情報の収集、店舗の場合は、店舗で開催するイベント情報や休業日を伝えるなど、「情報発信拠点」としての利用が徐々に増加しており、会話や世間話をしに立ち寄った件数も増加する結果となった。なお、平成24年10月以降は、より観光案内所としての機能を充実させた「神門通りおもてなしステーション」を沿道に新たに建設し移転したことから、こうした住民による情報収集や世間話などの利用は減少している。

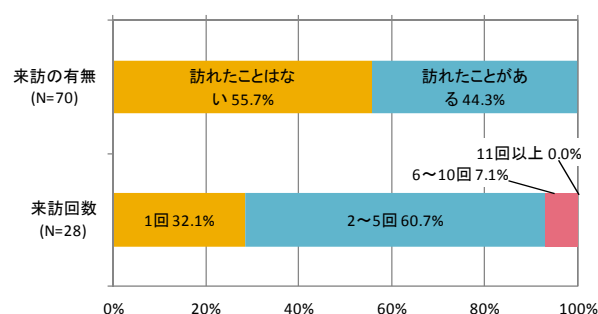


図-4 住民の神門通りPR館への来訪状況(住民アンケート)

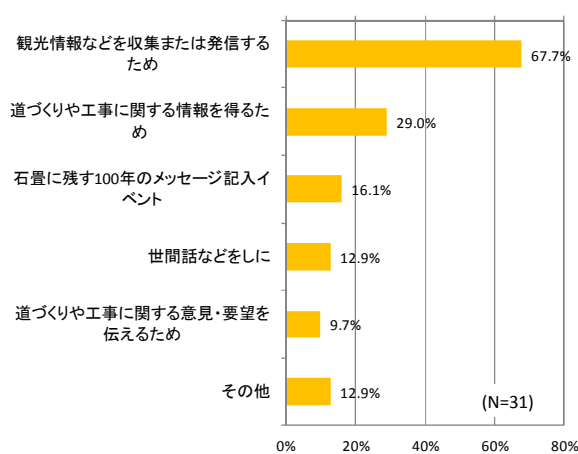


図-5 住民の神門通りPR館への来訪目的(住民アンケート)

表-7 オープンハウス「神門通りPR館」の評価に用いたデータ概要

調査	調査期間	サンプル数	内容
①日報	平成23年8月1日～平成25年2月28日	住民：1,762グループ 観光客：6,949グループ	神門通りPR館に勤務するナビゲーターが、毎日報告した日報をもとにキーワードを抽出(※すべての来館者に関するデータではない)
②住民アンケート	平成25年2月20日～平成25年3月1日	71(回収率16.1%)	神門通りの周辺に居住する441世帯を対象にして、かわら版に添付し町内会による配布、郵送回収
③店舗アンケート	平成25年2月21日～平成25年2月28日	64(回収率95.5%)	神門通り周辺の店舗(生活者向け・観光客向け)67軒を対象に、ナビゲーターによる配布、郵送回収
④行政関係者アンケート	平成25年2月20日～平成25年3月10日	28(回収率32.9%)	PR館からの日報配信先の関係者(島根県・出雲市の神門通りの道路整備事業関係者及び観光関係者)85名に対してメールによる配布・回収

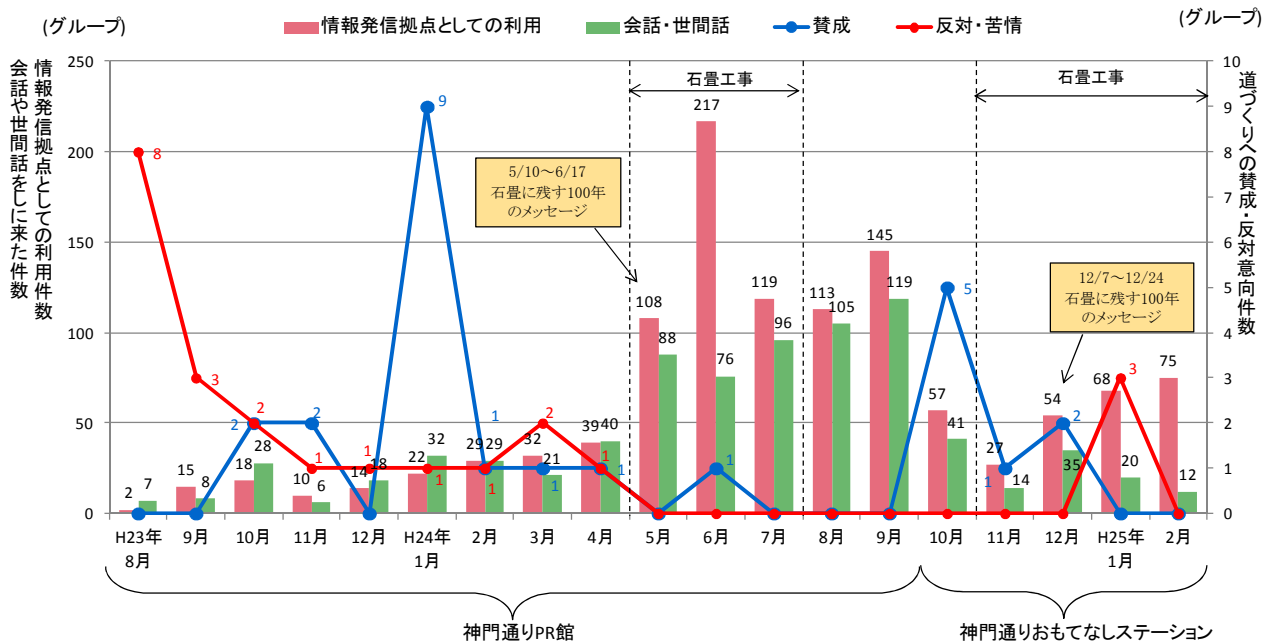


図-6 出雲市内居住者・神門通り周辺店舗来館者の道路整備事業に対する意見及び来館理由の変遷(日報より)

(3) 整備に反対意向をもつ生活者向け店舗の意識変容

神門通り沿線では、数は多くはないものの、上述したような理由から道路整備事業に対して反対する生活者向け店舗が複数見られた。このような店舗に対しては、神門通りPR館が仲介役となって、一時対応するとともに、必要に応じてナビゲーターが迅速に出雲県土整備事務所へ連絡を行った。

ナビゲーターによる対応の例として、表-8に沿道の生活者向け店舗A店を取り上げる。A店は道路整備事業に対して強い反対意向をもっていたが、神門通りPR館に何度も足を運び、当初は反対意見を伝える目的であったものが、徐々にイベントや工事に関する情報収集の目的へと変化した。また、館内に設置していたデジタルサイネージによって店舗を紹介したことも効果的であった。

(4) イベントを通じた道路整備事業のPR

日報より集計した、ナビゲーターによる道路整備事業の説明件数の変遷を図-7に示す。これより、「石畳に残す100年のメッセージ記入イベント」を開催したことが、道路整備事業についてPRするきっかけとなったことがわかる。イベント期間中には、報道や口コミでイベントの存在を知り、そのためにわざわざ来たというような人も多数見られた。

(5) 神門通りPR館の評価

住民・店舗による神門通りPR館に関連した活動に関する評価の結果を図-8に示す。これより、行政の橋渡しとしてのナビゲーターの活動や観光振興役としてのナビゲーターの活動、石畳に残す100年のメッセージ記入イ

表-8 神門通りPR館を介した生活者向け店舗A店への対応

平成23年8月18日	◆A店店主が神門通りPR館に来館する A店店主より「道づくり事業の詳しい説明が必要」との要望 → ナビゲーターより、直接説明の必要な個人として出雲県土整備事務所へ連絡が入る。
平成23年8月19日	◆出雲県土整備事務所担当者がA店へ電話をする A店店主より、「道づくり事業について、観光客からは意見を聞いているが、地元の意味をもっと聞いたり説明するべきではないか」との意見 → これについて、担当者より、神門通りPR館で意見を収集するためのアンケートをしていること、一昨年から説明会も数回実施しており、案内文は町内会長から地元の方へ回覧してもらっていること、WSも行っていること等を説明 → A店店主は「仕事の関係で説明会には出席できず、回覧もよく見ていなかったかもしれない」との回答
平成23年8月29日	◆A店店主が神門通りPR館に来館する A店店主がアンケート調査に回答し「827に開催されたWSに参加して、観光客の道ということを優先しすぎて、地元生活者の道という道ということが考慮されていない。神門通りは観光客の道であると同時に地域の生活の道ということを忘れてはならない。石畳にすると、夏場はアスファルトより暑くなるのではないかと、商店や家の前には照明灯を置かないでほしい。」といった意見が寄せられる。
平成23年9月7日	◆A店店主が神門通りPR館に来館する 「店の前のスペースは、車で来るお客様にとって重要なスペースなので、そこに車止めや街灯を置かれると困る。」との意見
平成23年9月24日	◆A店店主が神門通りPR館に来館する 地域の商店で開催されるイベントについて問い合わせ
平成23年9月27日	◆デザイナー、島根県・出雲市関係者で、照明灯位置の仮決めのため現地確認 A店婦人より、車の出入りがあるため店舗前への設置は避けたいと要望 → A店前には照明を設置しないことが決定
平成23年10月22日	◆A店店主が神門通りPR館に来館する デジタルサイネージを使用し、周辺店舗を紹介したコーナーを見学(A店の内容も掲載) → 「すごい！」と大変喜んだ様子

イベントなど、いずれにおいても高く評価されていることがわかる。

また、行政関係者による神門通りPR館の評価の結果

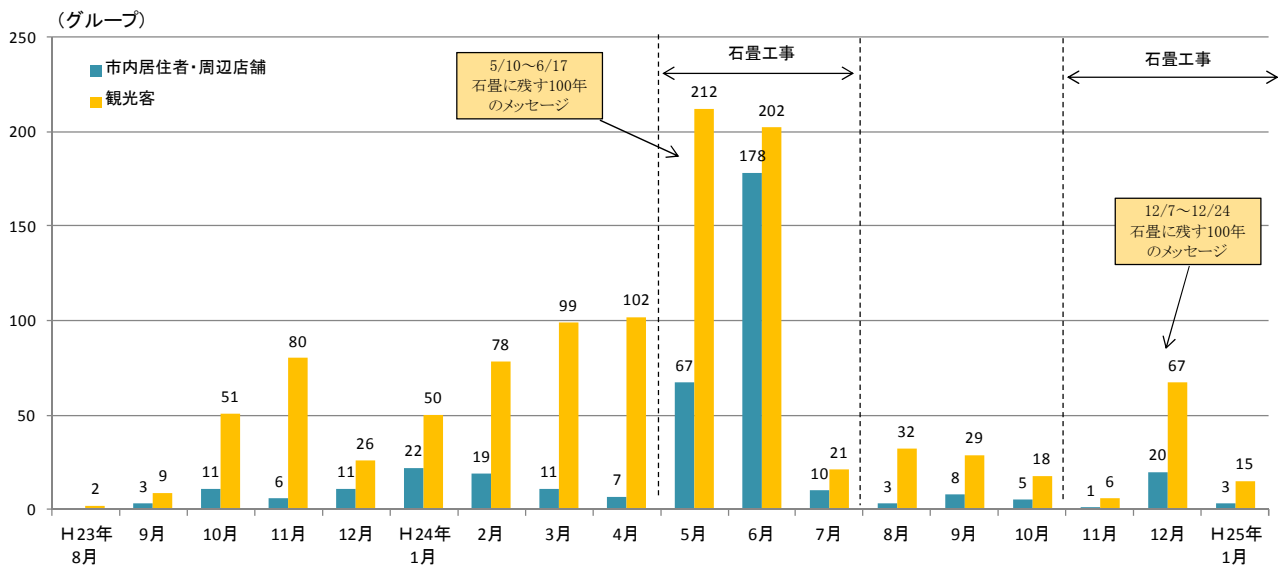


図-7 ナビゲーターによる道路整備事業の説明件数の変遷(日報より)

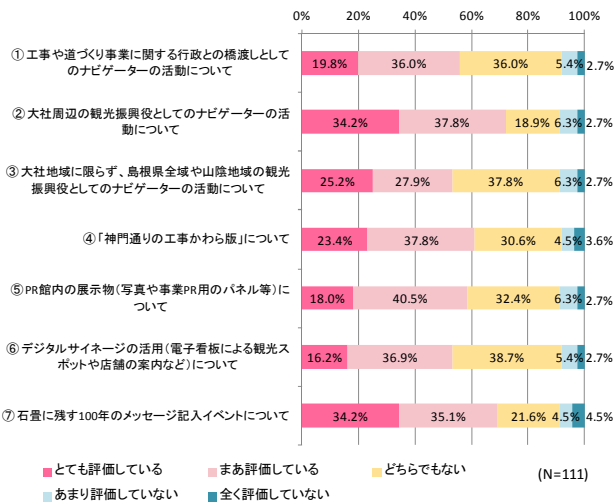


図-8 住民・店舗による神門通りPR館の評価
(住民アンケート・店舗アンケートより)

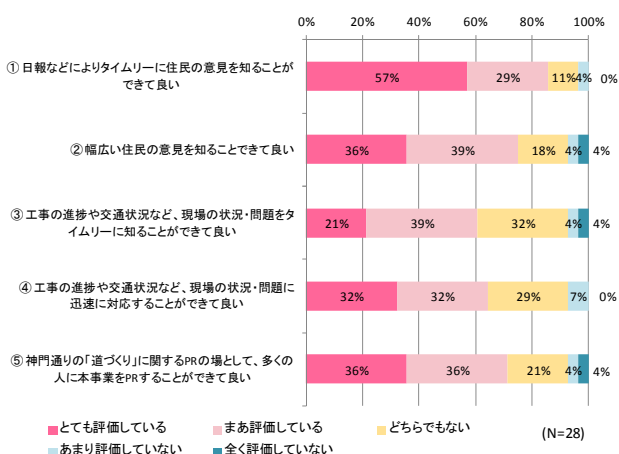


図-9 行政関係者による神門通りPR館の評価
(行政関係者アンケートより)

を図-9に示す。これより、特に日報などにより住民の意見をタイムリーに知ることができること、また、特定の住民だけではなく、観光客も含めた多くの人に事業PRできることなどについて評価されている。

5. 他事業における活用可能性

神門通りPR館のようなオープンハウスについて、島根県・出雲市の技術関係職員を対象にアンケート調査を実施し、その活用可能性について検証を行った。

(1) アンケート調査の概要

調査の概要を表-9に示す。調査は島根県及び出雲市の技術関係職員を対象にメールを通じて行い、事前に神門通りPR館での取組概要のちらしに目を通した上で、webアンケートへの回答を依頼した。

(2) 他事業におけるオープンハウスの活用可能性

技術関係職員がこれまでに携わった事業において、「合意形成が難しい」と感じた経験の状況を図-10に示す。これにより、「ある」「少しある」を合わせて、半数近くの46%が合意形成が難しいと感じた経験があると答えた。

次に、合意形成の手法として思い浮かべるもの、また神門通りPR館のような手法を今後他事業でも導入すべきかについて尋ねた結果を、図-11、図-12に示す。図-11より、合意形成の手法としては、説明会や意見交換会、WSなどが想定されやすく、オープンハウスについて思い浮かべる者は少ないものの、図-12のように、神門通りPR館のような手法については、「とても思う」「少し思う」を合わせて、58%が導入すべきと回答した。神門通りPR館のように、現地に設置する継続的なオープンハウスについて、他事業における活用可能性が期待される。

表-9 島根県・出雲市の技術関係職員を対象としたアンケート調査の概要

調査方法	メールに『神門通りにおけるオープンハウス【神門通りPR館】の運営概要』を添付し、web上でのアンケート調査を依頼 ※調査にあたっては、島根県および出雲市の技術関係職員対象に、「あなたご自身の個人意見を聞くために配信」することを明記
調査対象	・島根県 技術関係職員：440名 ・出雲市 技術関係職員：125名
調査実施時期	平成25年2月28日～平成25年3月11日
回収票	島根県：167（回収率38.0%）／出雲市：45（回収率36.0%） 計：215（回収率38.1%）

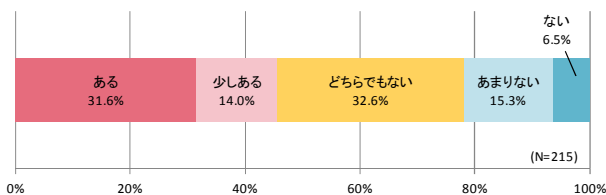


図-10 携わった事業において、合意形成が難しいと感じた経験

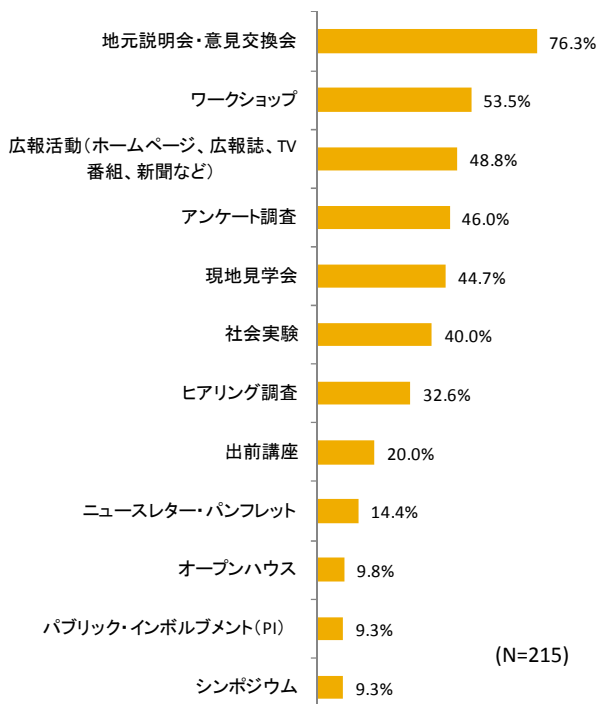


図-11 合意形成の手法として思い浮かべるもの

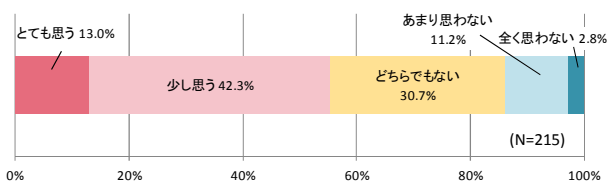


図-12 神門通りPR館のような手法を今後他事業でも導入すべきか

6. おわりに

神門通りPR館に関する取組・評価等を踏まえて、神門通りPR館のようなオープンハウスや関連する活動が果たした役割、その際のポイントについて考察を行う。

(1) 現場での一時対応と速やかな報告

神門通りPR館では、毎日の日報によって現場の状況や来訪者とのやり取りの報告を行い、行政関係者は住民の細かな意見や場合によっては認識の違いなども知ることができた。また、意見や苦情などの一時対応としての機能も果たし、必要に応じて担当者にその場で連絡をするなど、円滑な対応を可能とした。このように、現場の状況の速やかな報告、また神門通りPR館が「第三者」として、行政と住民・店舗との橋渡し役を担ったことで、円滑な合意形成が可能となったと考えられる。

この際、神門通りPR館では、聞き上手な女性がナビゲーターとなったことや、来館者にお茶を出すなど、来訪しやすい場をつくったことが重要であったと考えられる。また、常時変化する工事スケジュール等の情報に関して、ナビゲーターが常に現場の施工業者、警備員、行政担当者等とのやり取りを行い、最新の正確な情報を入力し来訪者に伝えたことも重要である。

(2) 観光客への道路整備事業のPR

観光客に対しては、目の前で工事が行われている中で、工事の行われている背景や目的、経緯等のPRを行った。また、石畳に残す100年のメッセージ記入イベントのように、工事期間中であることを活かしたイベントも実施することで、PRを行う機会をつくった。このような取組により、観光地としての魅力を下げずに、「迷惑な工事」を「通りが生まれ変わる瞬間に立ち会えた」という意識変容に繋げることができ、さらには今後のリピーターとしての来訪も期待されることとなった。

このイベントについては工事関係者の協力が大きかった他、様々なメディアを活用した広報活動の効果が大きかった。また、ナビゲーターは観光客に対して、通りまで出てパンフレットを配布するなど、積極的な声かけを行ったこと、そのときどきの来訪者のニーズに沿ったきめ細やかな対応を行い、観光に関するコア情報を伝えたことなども、観光満足度の向上に繋がったと考えられる。さらに、島根県や出雲市の観光行政と密な連携を行い島根県内外の観光に関する最新情報等を手に入れた他、神門通りの商店団体とも連携していたことなどが重要であったと考えられる。

謝辞：本取組は、出雲市産業観光部観光交流推進課、出雲市まちづくり推進課の方々にもご尽力いただきました。

記して謝意を申し上げます。

参考文献

- 1) 宮川愛由・高山純一・中山晶一郎・沈振江：PI 事業を対象とした住民意識変化に関する調査研究－大沢野・富山南道路 PI 事業を対象として－，都市計画論文集，No.39-3，pp.409-414，2004.10
- 2) 前川秀和・高山純一・埜正浩：PI を用いた道路計画における市民参加水準とその要因および影響について，土木学会論文集 D，Vol.62，No.3，pp.430-439，2006.7
- 3) 江夏量・外井哲志・坂本紘二・菊池康昭・梶田佳孝・末久正樹：住民参加方の道空間づくりにおける合意形成のプロセスについて，土木計画学研究・論文集，Vol.22，No.1，pp.231-238，2005.10
- 4) 末久正樹・外井哲志・坂本紘二・鳶那幸治・中原圭太：生活道路空間整備における住民参加の一形態と住民の評価－北九州市生活幹線道路整備事業を事例として－，土木計画学研究・論文集，Vol.23，No.1，pp.155-162，2006.9
- 5) 梅宮路子・佐野育実・岡崎篤行：住民意見と集団の変容に着目した歴史的市街地における目標都市像の合意形成過程－新潟県村上市における都市計画道路の見直しを事例として－，都市計画論文集，No.42-3，pp.337-342，2007.10
- 6) 国土交通省：公共事業の構想段階における計画策定プロセスガイドライン（解説），平成 21 年 3 月

(2013.5.5 受付)

A ROLE OF OPEN-HOUSE IN CONSENSUS BUILDING FOR ROAD IMPROVEMENT PROJECT AT TOURIST DESTINATION

Noriko FURUKAWA, Masayuki MORIYAMA, Koichi KURODA,
Narihito NISHIMURA, Toshihiro FUJIWARA, Hiroshi SASAKI,
Masatomo TAKEHARA, Akimasa FUJIWARA