

鞆の浦の商業と将来のまちづくりに関する面接アンケート調査

日本大学 学生員 ○野武 卓哉
 日本大学 学生員 能登 健輔
 日本大学 正会員 田中 絵里子
 日本大学 正会員 伊東 孝

1. はじめに

広島県福山市鞆の浦は、古い町並みと歴史的港湾施設が現存するまちで、多くの観光客が来訪している。しかし古い町並みゆえに車の通行が困難な箇所も多く、交通環境改善のため港湾の一部埋立、架橋計画が進んでいる。これに対し、景観と環境保全の観点から計画反対の声が上がり、今後どのようなまちづくりを進めていくか議論が続いている。

本研究は鞆の浦のアンケート調査の一環として経営者を対象に面接アンケート調査を行い、鞆の浦の現状と将来のまちづくりについて、どのような意識を持っているのかについて検討する。

2. 面接アンケート調査の概要

平成 20 年 8 月 26 日から 28 日までの 3 日間、18 名の学生が直接訪問で、面接アンケート調査を行った。調査対象は、鞆町の全店舗 94 軒で、業種別に商店、飲食店、宿泊施設、土産物店・酒造蔵の 4 種に分類した。計 57 軒(60.6%)から回答が得られた(表 1)。

主なアンケート内容は、店舗の概要・規模、鞆の浦の世界遺産登録や今後のまちづくりに対する意見などである。

3. 調査結果

ここでは回答数の多かった飲食店と商店を中心に叙述する。

3-1. 店舗の概要と規模

従業員 1 名の「商店」が 37.5%、従業員 3 名以下でみると 75.0%になり、従業員規模の少ない商店が多く、全体の 9 割が従業員に家族を含んでいる。来客数は一日 50 名以下が 87.5%で、主な客層は 75.0%が「80%以上が地元客」と回答しており、地元住民向けの小規模商店がほとんどである。

「飲食店」は従業員 1 名が 43.8%、一日の利用客が 50 名以下の店舗が 93.8%と、商店と同様、小規模

な飲食店が多かった。しかし年間来客数における観光客の割合が、80%以上と答えた飲食店が 43.8%、60~79%と答えた飲食店が 18.8%なので、観光客向けの飲食店が多いことがわかる。

創業年で比較すると、飲食店は 2000 年以降創業が 43.8%であるのに対し、商店は 1950 年以前が 65.6%であった。絶対数でみると商店は飲食店の倍(回答数)である。飲食店の創業は、鞆の浦への観光客数の増加(広島県ホームページ)と正比例の関係にある。

3-2. 経営者としての今後の展望

「経営者として今後どのようなことに挑戦していきたいか」と自由回答で尋ねたところ、「店をいつ閉めるか考えている」「後継者がいないので自分の代でやめてしまう」という意見が多かった。商店では 33 軒中 15 軒が閉店を示唆しており、後継者問題、少子高齢化、過疎化問題で悩んでいる経営者が多い。

一方、少数だが、「観光客向けの事業展開を計画している」「観光客をもっと増やしていきたい」などの前向きな意見もあり、30 代、40 代の若い経営者に多く見られた。

3-3. 世界遺産への期待と不安

鞆の浦では現在、世界遺産によるまちづくりを進める動きがある。その是非について尋ねた。

全体ではほぼ半々の回答が得られたが、業種により経営者の意見が大きく分かれている(表 2)。世界遺産登録以外のまちづくりをあげた意見(自由回答)では、「架橋計画をすすめる」が最も多く、他に「子供からお年寄りを含め、地元の方に鞆の浦のよさを認めてもらう」「ごみ問題、道路環境問題など身近な問題の解決が先決」などがあつた。

鞆の浦が世界遺産登録された場合の最も良い点を尋ねたところ、飲食店は「観光客の増加による経済効

果」「埋め立て・架橋計画の中止」(各 30.8%)が最も多く、また商店でも、「観光客の増加による経済効果」「孫の代まで美しい景観を残すことができる」(各 26.9%)が最も多い回答になった。このことから、観光客の増加は望むが、鞆の浦の景観も守りたいと考えている。

鞆の浦が世界遺産登録された場合の最も悪い点について、商店は「観光地化による交通渋滞の増加」が40.0%と最も多く、比較的住民の視点に近い懸念を抱えていることがわかる。

一方、飲食店は、「無秩序な観光開発の進行」(35.7%)が最も多く、面接アンケートでは「外部から参入してきた新規店舗が鞆の浦の雰囲気や、景観を損ねてしまっている」という意見も聞くことができた。

3-4. 鞆の浦の今後のまちづくり

鞆の浦のまちづくりについて必要なことを尋ねたところ、表3の結果となった。

商店は「鞆の浦の景観や伝統を守り続ける」「道路などの交通環境の整備」(各 23.1%)が最も多い。

表1. ヒアリング調査対象の業種別店舗数

	飲食店	商店	土産物	宿泊	合計
対象店舗数	30	51	8	5	94
調査店舗数	16	33	4	4	57
割合(%)	53.3	64.7	50.0	80	60.6

表2. どちらの方法によるまちづくりが、鞆の浦にとってよいと思いますか？

サンプル数	14 / 16		22 / 33		2 / 4		3 / 4		41 / 53	
業種	飲食店		商店		土産物		宿泊		総合	
カテゴリ	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
世界遺産登録に向けてまちづくりを進める	9	64.3	10	45.5	0	0.0	2	66.7	21	51.2
そうでない方法でまちづくりを進める	5	35.7	12	54.5	2	100.0	1	33.3	20	48.8
合計	14	100.0	22	100.0	2	100.0	3	100.0	41	100.0

表3. より良いまちづくりをするには、どうしたらよいと思いますか。

サンプル数	16 / 16		26 / 33		4 / 4		4 / 4		50 / 57	
業種	飲食店		商店		土産物		宿泊		総合	
カテゴリ	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
商店街を盛り上げる	1	6.3	2	7.7	0	0.0	0	0.0	3	6.0
若者が地元で就職できる環境を作る	1	6.3	4	15.4	2	50.0	0	0.0	7	14.0
観光客むけの施設、イベント、行事などを増やす	2	12.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.0
漁業・産業・観光業をより活性化させる	3	18.8	2	7.7	0	0.0	0	0.0	5	10.0
店・娯楽施設を増やす	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
道路などの交通環境の整備	1	6.3	6	23.1	0	0.0	0	0.0	7	14.0
公共施設(公民館やリハビリ施設など)を増やす	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
鞆の浦の昔からの景観や伝統を守り続ける	3	18.8	6	23.1	2	50.0	2	50.0	13	26.0
静かで穏やかなまちの環境を守る	1	6.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0
鞆の浦のよさをアピールしていく	2	12.5	0	0.0	0	0.0	1	25.0	3	6.0
少子高齢化対策	1	6.3	4	15.4	0	0.0	1	25.0	6	12.0
中小企業の補助	0	0.0	1	3.8	0	0.0	0	0.0	1	2.0
上下水道の整備	0	0.0	1	3.8	0	0.0	0	0.0	1	2.0
その他	1	6.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0
合計	16	100.0	26	100.0	4	100.0	4	100.0	50	100.0

表4. 今後の鞆の浦を、どのようなまちにしていきたいと思いますか？

サンプル数	16 / 16		29 / 33		4 / 4		3 / 4		52 / 57	
業種	飲食店		商店		土産物		宿泊		総合	
カテゴリ	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
お年寄り・子供が安心して暮らせるまち	2	12.5	9	31.0	0	0.0	1	33.3	12	23.1
産業で栄えるまち	0	0.0	4	13.8	0	0.0	0	0.0	4	7.7
歴史・文化を生かしたまち	10	62.5	6	20.7	2	50.0	1	33.3	19	36.5
観光でにぎやかなまち	2	12.5	4	13.8	2	50.0	1	33.3	9	17.3
静かで穏やかなまち	1	6.3	2	6.9	0	0.0	0	0.0	3	5.8
緑あふれるまち	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
現在のままでよい	0	0.0	3	10.3	0	0.0	0	0.0	3	5.8
その他	1	6.3	1	3.4	0	0.0	0	0.0	2	3.8
合計	16	100.0	29	100.0	4	100.0	3	100.0	52	100.0

つまり、今日問題となっている「景観の保護」と「道路環境の整備」の 2 つをあげている。次点は「若者が地

元で就職できる環境を作る」「少子高齢化対策」(各 15.4%)で、若者の回帰が重要視されている。

一方、飲食店は、「漁業・産業・観光業をより活性化する」「鞆の浦の昔からの景観や伝統を守り続ける」が各 18.8%、次点が「観光客むけの施設、イベント、行事などを増やす」「鞆の浦のよさをアピールしていく」で各 12.5%となった。飲食店は、経済効果や、観光業の活性化に重点を置いていることがわかる。

「今後の鞆の浦を、どのようなまちにしていきたいか」の間では、商店は「お年寄り・子供が安心して暮らせるまち」(31.0%)が最も多く、次に「歴史・文化を生かしたまち」(20.7%)という結果が得られた(表4)。

飲食店で最も多かったのは「歴史・文化を生かしたまち」(62.5%)で、次点が「観光でにぎやかなまち」「お年寄り・子供が安心して暮らせるまち」(各 12.5%)という結果になった(表4)。

商店・飲食店で共通しているのは、「歴史・文化を生かしたまちづくり」が大切だと考えている点である。商店は地元住民向けで営業を行なっているためか、住民の視点に近い意見が多く、一方、飲食店では歴史文化を生かし、観光でにぎやかなまちにしていきたいと考えていることがわかった。

4. おわりに

今回の調査で、主に住民を対象としている商店と、観光客を対象とする飲食店で調査結果に違いが出る結果となった。また全体を通して、鞆の浦の景観は守っていききたいが、道路環境の改善や観光客の増加を望むという回答が得られ、鞆の浦の経営者のなかでも意見が大きく分かれているのがはっきりとみうけられた。

今回は単純集計のみの比較となったが、今後はクロス集計の結果を検討していくとともに、同時に行なった住民向けアンケートや、観光客向けアンケートの結果とも比較を行い、経営者と住民、そして観光客ではどのような意見、意識の違いがあるのか、分析を進めていきたい。