

リゾート空間の創出という面からみたダム建設に関する考察

立命館大学理工学部 正 員 春名 攻
 京都大学大学院 学生員 野崎一郎
 京都大学工学部 ○学生員 小川直之

1. はじめに ダムを山間部に建設した場合、下流部には治水安全度の確保・向上や水供給等々の利益をもたらすが、その反面、水没地域の発生に伴って農耕地・住宅地・道路等の生活基盤の水没や、過疎化が進むことが多い、等々の弊害をダム建設地域周辺にもたらす恐れがある。このような「ダム建設がもたらす下流部とダム建設地域周辺間の利益の不公平」を解消するため、ダム建設地域周辺の地域振興を図る必要がある。そこで本研究では、ダム湖が人工貯水湖としての機能以外に持っている機能を生かし、ダム湖の有効利用を図るためにも、地域振興の一手段として、ダム湖の持つ水と緑のオープンスペースを利用する事業に着目した。

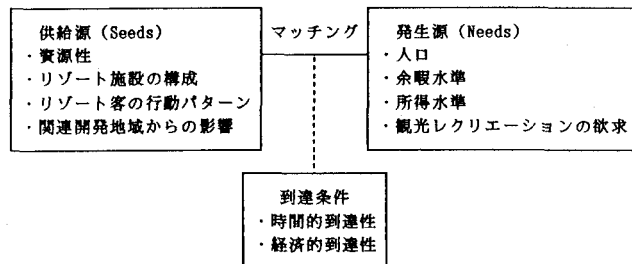
ところで近年、わが国においては、社会経済の発展に伴う社会生活の充実を目指した、リゾート活動基盤の整備が重要視されてきている。また、最近、親水空間として見直されている河川空間を利用した事業として、例えばスーパー堤防等の事業が提言されているが、まだまだ、大都市近郊の内陸部のウォーターフロントを利用した事業が少ないのが現状である。

そこで本研究では、以上に示したことを考慮し、わが国の社会・経済の発展に伴う治水面・利水面等の要請を満たすべき新規のダム整備を円滑に進める上で問題となる、地域からの反対論を解消するための一方策として、また同時に、地域にとって役に立つ可能性が強いと考えられるダム湖周辺におけるリゾート空間創出の問題を取り上げて、研究を行ない、ダム湖周辺のリゾート空間創出の方法論の開発について研究することとした。そして具体的な検討対象として、猪名川流域において治水目的で整備計画が策定され、大阪市や神戸市等の大都市近郊にある虫生地点の猪名川ダムを取り上げ、実証的にも考察することとした。

2. ダム湖周辺におけるリゾート行動に影響を与える要因とその関連構造の認識 ダム湖周辺のリゾート空間創出について分析するまでの基本認識として、まず、リゾート行動の発生構造の概略を把握するために、ダム湖周辺を訪れたリゾート客の行動が、どのような要因によって影響を受けるのか、またどのようなメカニズムでリゾート行動として実現化しているのか、等々を解明しておく必要があると考えた。そこで、ダム湖周辺のリゾート行動に影響を与える要因及びその関連構造を、図-1の模式図に表わした。この模式図は、リゾート客の行動に影響を与える

図-1 ダム湖周辺のリゾート行動に影響を及ぼす要因の模式図

要因を3つの側面で捉え、簡単なグループ化を行ない、リゾート行動実現化の構造を表わそうとしたものである。そしてこの模式図は、発生源に居住しているリゾート行動を起こす人々（個人）の条件が、自分の欲求を満たしてくれそうな供給側の条件と適合し、かつ到達



条件における時間的・経済的到達性という要因がその個人の容認範囲内にある場合には、リゾート行動が実現化するという認識を示したものである。

3. ダム湖周辺のリゾート空間創出のための問題点・課題に関する考察 まず第一の問題点としては、類似した既存のダム湖のリゾート開発があまりないため、ノウハウが少なく、また、他の湖沼リゾートのノウハ

Mamoru HARUNA, Ichirou NOZAKI, Naoyuki OGAWA

ウもそのまま生かすににくいため、一般的に行なわれているような供給側からのアプローチは困難であると判断した。次に、過去にリゾート地からの都市の規模と分布から、そのリゾート地における需要量を推定するモデルに関する研究も行なわれているが、これらのモデルは、既存のリゾート地に対するモデルがほとんどであり、本研究で取り上げているように新規にリゾート空間の創出を考える上での需要量を推定するモデルとして扱うことは不適切である。このため、ここでは既存の研究成果を使ってダム湖周辺へどれくらいの客が来てくれるのかというような、定量的な予測は非常に困難であると考えた。さらに、対象地域である猪名川ダムの近郊の都市において、どのような客がどのようなリゾート活動を、どの程度の規模望んでいるかを確実に把握できていない。そして、ダム湖周辺に来訪することを想定するリゾート客が、交通手段・時間的到達性・交通費用といった到達条件に対して、どのような条件ならば実際に来訪することが期待できるのか、さらには、短期型（日帰りOR1泊）・中期型（2泊～3泊）・長期型（4泊以上）のように分類できる滞在型としてどのようなものを考えているか、等々を判断できるような統計的資料やデータが存在しないのが現状である。

ところで、一般的に経営論では、ニーズに的確に対応したサービスの供給を行なうために、顧客の嗜好を調査したり、様々な属性を持った顧客を絞り込んで効率の良い供給を行なうのが、マーケティングリサーチの基本的な考え方の一部とされている。そこで、以上のような新規リゾート開発検討上の問題点を克服することを目的として、このようなマーケティングリサーチの考え方を応用し、アンケート調査とその結果の分析を行なうこととした。

4. 分析方法の提案とその実証的考察 まず、ダム湖周辺のリゾート空間創出に必要な施設を網羅的に把握した。そして、リゾート地としての性格を決めるキーコンセプトを設定する際に必要である情報を得るために、アンケート調査を行なった。実施したアンケートの調査項目は以下の通りである。

①個人特性（年齢、世帯収入、週休2日制、性別、結婚、職業）

②希望する到達条件（交通手段、到達時間、交通費用） ③希望する滞在型（短期、中期、長期）

④希望するリゾート活動（核となる活動、周辺となる活動）及び活動に対応した施設規模（大・中・小の 3段階）

このアンケート調査を基礎的情報として、個人特性とリゾート活動への嗜好との関係性を「数量化理論3類」を用いて分析した。ま

表－1 核となる活動に対するカテゴリー・スコア

活動	軸	I	II
1. 魚釣り		-3.4719	2.8059
2. ボート		-10.099	-1.8046
3. 登山・ハイキング・散策		0.1610	-0.6696
4. フィールドアスレックス		-10.428	6.7482
5. サイクリング		-7.4965	8.0334
6. ゴルフ		-2.9039	-2.1000
7. 遊園地		-5.6473	-1.8540
8. 乗馬		-17.398	-3.5329
9. テニス		-6.7356	-0.7566
10. 野球・サッカー		-12.644	14.6290
11. 室内スポーツ		-18.189	1.4032
12. キャンピング		0.5247	-14.641
13. 宿泊		-1.5314	-14.304
14. 食事		-5.3786	-15.444

表－2 周辺となる活動に対するカテゴリー・スコア

活動	軸	I	II
1. 魚釣り		-2.0879	-7.6002
2. ボート		-3.5288	-9.1753
3. 登山・ハイキング・散策		-2.8226	-1.1098
4. フィールドアスレックス		-6.6780	2.3504
5. サイクリング		-4.7357	0.9010
6. ゴルフ		-4.1693	0.9136
7. 遊園地		-5.3470	-2.2232
8. 乗馬		-6.0149	5.4930
9. テニス		-4.7396	7.3335
10. 野球・サッカー		-8.5183	13.7814
11. 室内スポーツ		-6.6359	10.6790
12. キャンピング		-3.9799	-7.1313
13. 宿泊		-2.2207	-4.5943
14. 食事		-2.0034	-2.5993

ず、各活動のスコアを、核となる活動とそれに付随する周辺となる活動ごとに算出した結果を、表-1、表-2に示した。次に、人間に与えられたスコアについて、核となる活動とそれに付随する周辺となる活動ごとに分析し、個人特性ごとに各カテゴリーに属す人に与えられたスコアの平均値を算出した結果をそれぞれ、表-3、表-4に示した。

表-1、表-2に示した、活動に対して与えられたスコアと、表-3、表-4に示した人間に対して与えられたスコアとを対応させることにより、ある個人特性を持つグループが、どのような活動を嗜好するかわかる。

また、上に述べたアンケート調査の以前に、以下の調査を行なっている。ここでは、まず、リゾート空間創出の可能性について考察するため、対象地域の虫生地点周辺のリゾート地としての適性を調べる上での基礎的項目として、自然的・地理的条件及びアクセス条件等の社会的条件について調査をし、また、対象地域付近である大阪圏における観光レクリエーションの動向と状況も調査した。さらに、リゾート施設等のハード面及びリゾート地の質・水準等のソフト面の内容がどのようなものであれば、リゾート客がより魅力を感じ、訪ねたいと思うのかの調査を追加アンケートし、人々のアイデアを求めた。

そして、個人特性に関する項目について対象をしぼり、到達条件に関する項目、滞在型に関する項目についても、どのようなものを設定するのかを考察した。その結果、個人特性に関する項目として、年齢層を若者層（10～20代）、及びファミリー層（30～50代）の2個を対象とすることとした。また、到達条件に関する項目として、都市近郊型、滞在型に関する項目として、日帰りか1泊程度の短期滞在型と設定した。そして、さらに、この結果に追加アンケートの考察結果を加えた内容を持つ、2つのキ

表-3 個人特性別平均スコア(核となる活動)

(1) 年齢							
軸	年齢	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	I	-5.7238	-6.4816	-4.8383	-3.9032	-3.8131	-6.3136
	II	-2.8981	-3.6236	-3.1316	-6.6140	-5.9752	-1.0519

(2) 世帯収入				
軸	世帯収入	500万以下	500万～1000万円	1000万円以上
	I	-5.8559	-5.0173	-4.1738
	II	-3.8918	-5.3493	-4.2921

(3) 週休2日制				
軸	週休2日制	完全週休2日制	隔週週休2日制	なし
	I	-5.0229	-4.5141	-5.3841
	II	-4.6366	-5.0367	-4.7698

(4) 性別			
軸	性別	男性	女性
	I	-4.8778	-5.9440
	II	-4.6279	-4.1150

(5) 結婚			
軸	結婚	既婚	未婚
	I	-4.3827	-6.2177
	II	-5.2384	-3.5308

(6) 職業							
軸	職業	会社員	学生	主婦	自営業	公務員	その他
	I	-5.3904	-5.6534	-4.7379	-3.3631	-5.0521	-3.9652
	II	-4.3150	-2.6188	-4.0930	-8.7939	-4.7063	-6.1283

表-4 個人特性別平均スコア(周辺となる活動)

(1) 年齢							
軸	年齢	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	I	-3.9893	-3.9756	-2.7913	-3.1334	-2.9841	-4.3600
	II	-0.9668	-0.0391	-3.3423	-2.9988	-1.6675	2.8564

(2) 世帯収入				
軸	世帯収入	500万以下	500万～1000万円	1000万円以上
	I	-3.7571	-3.2692	-3.3389
	II	-0.7832	-2.2398	-0.3611

(3) 週休2日制				
軸	週休2日制	完全週休2日制	隔週週休2日制	なし
	I	-3.8390	-3.1216	-3.5055
	II	-1.0206	-2.1777	-1.4059

(4) 性別			
軸	性別	男性	女性
	I	-3.3865	-3.7642
	II	-1.7441	-0.5118

(5) 結婚			
軸	結婚	既婚	未婚
	I	-3.1873	-3.8902
	II	-1.9866	-0.5962

(6) 職業							
軸	職業	会社員	学生	主婦	自営業	公務員	その他
	I	-3.5051	-3.8910	-3.4404	-2.6419	-3.4719	-2.9002
	II	-1.5942	-0.2515	-0.2411	-3.0691	-2.2334	-1.7371

ーコンセプト（キーコンセプト1、
キーコンセプト2）を設定し、表-
5にその内容を示した。

次に、設定したキーコンセプトから、個人特性とリゾート活動への嗜好に関する検討結果を利用して、まず核となる活動を決定し、それから核となる活動に付随した周辺となる

活動を幾つか決定した。そして、決定したそれぞれの活動に対応した施設について、その施設の規模に関するアンケートの調査結果を利用して、定性的な規模への提言を行なった。そして、この結果を表-6、表-7に示した。
5. おわりに 本研究においては、新規のダム整備を円滑に進める上で問題となる地域からの反対論を可能な限り解消し、事業の遂行を円滑にするための有効な手段であり、かつ、ダム建設の行なわれる地元地域にとって役に立つ可能性が強い手段と考えられる「ダム湖周辺でのリゾート空間創出とリゾート開発事業化の問題」をとりあげ、計画論的な観点から考察を加えた。そして、この問題のための一つの分析方法を提案し、この方法を猪名川ダムに適用し、実証的考察を行ない、有効と思われる幾つかの成果を得た。

今後は、この成果を踏まえ、大都市から遠くはなれた地方においてもリゾート空間創出を想定すること等について検討を行ない、研究のより一層の発展・充実を図りたいと考える。

表-5 設定したキーコンセプト

キーコンセプト1	
①若者の感覚にマッチしたハイセンスなリゾート地	
②日帰りでエンジョイでき、宿泊もできる都市近郊型リゾート地	
③ダム湖周辺の自然美を生かしたリゾート地	
キーコンセプト2	
①ファミリーで楽しめるハイアメニティーなリゾート地	
②日帰りでエンジョイでき、宿泊もできる都市近郊型リゾート地	
③ダム湖周辺の自然美を生かしたリゾート地	

表-6 キーコンセプトに対応した活動とその規模（その1）

キーコンセプト1				
核となる活動				
活動種類	規模			
	大規模 3点	中規模 2点	小規模 1点	平均点
遊園地	11	1	0	2.92
テニス	8	4	0	2.50
周辺となる活動				
活動種類	規模			
	大規模 3点	中規模 2点	小規模 1点	平均点
登山・ハイキング・散策	5	12	2	2.16
サイクリング	3	10	1	2.14
ゴルフ	6	12	1	2.27
食事	9	23	0	2.28
宿泊	11	12	1	2.42
フィールドアスレックス	4	7	1	2.25

表-7 キーコンセプトに対応した活動とその規模（その2）

キーコンセプト2				
核となる活動				
活動種類	規模			
	大規模 3点	中規模 2点	小規模 1点	平均点
ゴルフ	8	7	0	2.53
遊園地	4	1	0	2.80
周辺となる活動				
活動種類	規模			
	大規模 3点	中規模 2点	小規模 1点	平均点
登山	3	20	3	2.00
宿泊	9	26	0	2.26
食事	8	20	2	2.20
サイクリング	5	10	0	2.33