

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⁽¹⁾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. 住民参加の分類

住民参加の段階にはこれまでに多くの分類がなされてきた。最も初期のものとして、米国の社会学者シェーリー・アーンスタインによる「住民参加のはしご」があり、表1のように住民参加を8段階に分けた。

表1 アーンスタインの住民参加のはしご(1969年)

「住民参加のはしご」の8段階		
住民の力が生かされる 住民参加	8	住民によるコントロール 住民主体の活動に行政を巻き込む
	7	委任されたパワー 住民主体の活動
印としての住民参加	6	パートナーシップ 住民と行政との協働、決定権の共有
	5	懐柔 行政主導で住民の意思決定のある参加
	4	意見聴取 与えられた役割の内容を認識した上での参加
住民参加とは言えない	3	お知らせ 形式的住民参加(限定された参加)
	2	セラピー お飾り住民参加(利用された参加)
	1	操り 操り参加(趣旨や役割の不明確な操られた参加)

しかし実際には、地域活動に参加するまでに至っていない住民も存在し、これらと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2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。

表2 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 住民と行政との協働・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

住民参加を行っている住民も最初は、地域に対する関心を持つところから開始しており、住民参加の初期段階としては地域で行われているイベントなどへの参加が考えられる。そこで、平成30年10月27日(土)、28日(日)に福井県大野市で開催された九頭竜湖紅葉まつり来場者に対し住民参加段階の実態調査として、ヒアリング調査を行った。このまつりは福井県内で最も人気のある紅葉スポット(九頭竜国民休養地)で行われるイベントで、郷土芸能や自然と触れ合う体験コーナー、大野市で採れた新鮮な野菜や特産品の市場など地域資源と触れ合う機会が多い⁽²⁾ことからここでは「地域資源型」のイベントと呼ぶこととする。

質問項目は、①基本項目、②来場きっかけ、③観光イベント参加度合い、④次回以降参加意向、⑤イベントへの発言、⑥大野市の良いところ悪いところとした。

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218サンプル取得し、男性が82人(37.6%)、女性が136人(62.4%)であった。また約4人に1人が大野市内からの来場者であり回答者の年齢層に大きな偏りは無かった。

(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。

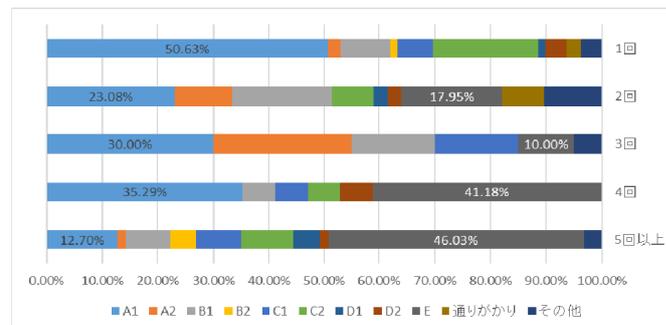


図1 来場回数別イベント来場きっかけ

図1は来場きっかけの変化を表している。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、来ることが習慣になっていることがわかった。この結果から、来場回数での分類を、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」とした。

(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。「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。大野市では秋のイベントの多い時期にHPでそれぞれのイベントをリンクするなどを行っているため、情報を目に付きやすくするための効果的な策をすでに行っている。

表3 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	7.60%	3.39%
定着確率	20.25%	45.76%
複数回来場理由	1. A1(25.42%) 2. B1(16.95%) 3. A2,E(15.25%)	1. E(45.00%) 2. A2(17.50%) 3. C2(8.75%)

「複数回」から「習慣化」に至る流れでの定着確率は「初回」から「複数回」に至るまでと比較して増加しているため、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り、年齢が増加することでも定着率は増加している。しかし、離脱確率に関しては来場回数に応じて変化するのか判断出来ず、年齢などその他の属性でも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理由はばらついており大きな傾向は無かったが、定着を選択した住民から定着理由を聞くと、「イベントにて販売されている食べ物や紅葉などの自然に魅力を感じた」などが多数を占めたため、初めて来場したことで知ったイベントの魅力が定着を促すことが分かる。しかし、離脱を選択した住民の意見に「PRとの相違」があったため、内

容を誇張すること無く事実を伝えることが集客として重要と言える。

複数回から習慣化に至る中ではE「毎年来ているから」、A2「活動の内容を知った」が最も多く、定着理由の中には「子供が体験出来るコーナーがある」といった意見も多数あったため、複数回参加者には明確な来場目的を持っている人もいる。また、このようなコーナーは大野市がイベントに若年層やファミリー層を増やすために入れたという経緯があり、その結果高齢者が多数であったイベントに変化をもたらした。

習慣化からその後では離脱確率が0.00%、定着確率が63.75%と高く、その理由として景色や自然、特産品といった来場することで触れることが出来る地域資源が定着を促す要因となっており、大野市内に存在する他の地域資源型イベントでも地域資源をアピールすることでイベントへの定着を促すことが期待出来る。

5. 結論

今回の調査で地域活動への参加度合いは、来場回数によって「初回」、「複数回」、「習慣化」と分けることが可能であり、それぞれに特徴が存在することが分かった。「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、地域活動参加者に他の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。また、イベントを変化させる要因となる地域活動から離脱する住民や、無関心層の意見は今回のような調査を行って初めて知ることになる。そのため大野市は住民が行政に対して意見を言うことが出来る場の提供が重要である。

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) 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/>>