

IV-69

エコミュージアムおよび道の駅の地域振興効果に関する比較分析

岩手大学 正 員 安藤 昭
 岩手大学大学院 学生員 ○大泉 剛
 岩手大学 学生員 新田慎也

1. 研究の背景と目的

エコミュージアムとは、地域住民と行政の手により、自然、文化、産業に関する地域遺産の保全を行い、それら保全された地域遺産のネットワーク化し、野外博物館として体系化されたものをいう。このエコミュージアムは、大規模な開発を伴わず、外部からの大きな資本の導入も特に必要としないことから、環境保全型、内発型の地域振興策として採用する自治体が近年見られるようになった。

しかしながら、わが国におけるエコミュージアム研究は86年に始められたに過ぎず、活動の実践は10年にも満たない。そのため、具体的な立ち上げの手法に関する知識や技術の蓄積が乏しく、理念や計画の段階から進捗せず、実施に至らないまま計画が休止状態にあるエコミュージアムも見られる。

そこで我々は、エコミュージアムの効果的な展開手法として、既に地域振興施設として実績のある道の駅との連携を提案するものである。

本研究はその基礎研究であり、両者の地域振興機能上の特性を明らかにすることを目的に、地域振興効果の比較分析を行うものである。

2. 研究の方法

1) 調査の内容

本研究は、地域振興効果を計測することを目的として、全国のエコミュージアム、および道の駅に対して調査を実施した。

地域振興効果の計測の手順は次の通りである。まず、地域振興に関連が深いと思われる項目を設定するが、これは岩手大学建設環境工学科の教官2名、技官1名、大学院生10名の、合計13名によるブレインストーミングにより、地域振興に関わりがあるとして挙げ

表1 分析に用いた17項目

1	道の駅の普及
	エコミュージアムの普及
2	伝統・郷土文化の保全
	3 自然環境の保全
	4 環境教育の促進
	5 郷土愛の育成
	6 遺産への関心の高まり
7	雇用の創出
	8 地域所得の向上
	9 特産物の消費拡大
	10 地場産業の活性化
	11 新規産業の創出
12	住民参加の促進
	13 人材の確保及び育成
	14 後継者不足の緩和
15	交流人口の増加
	16 地域の知名度の向上
	17 グリーンツーリズムの需要の増加

られた50項目を、さらにプレテストを経て最終的に25項目に絞り込んだものを使用した。

これらの項目が他の項目にどの程度直接的影響を及ぼしているかを「全く与えない」から、「非常に強い直接的影響を与える」までの6段階で回答してもらう。

得られた回答結果をDEMATEL法を用いて解析を行い、エコミュージアムおよび道の駅の普及が最終的に、いかなる部分に効果をもたらすのかを明らかにする。なお本稿においては、解析初期の結果から、他の項目との関連が希薄であることが明らかとなった項目を除き、地域環境の保全、産業・経済の活性化、人材の育成、地域間交流の促進に関する項目、およびエコミュージアム、道の駅の普及の計17項目について分析を行った（表1）。

2) 調査対象について

道の駅は、道路休憩機能、情報交流機能、地域連携機能を兼ね備えた施設であり、既に全国に470もの施設が誕生している。外観も地域の個性を生かして設計されたものが多く、単なる休憩施設ではなく地域の顔として活用が進んでいる。

一方、エコミュージアムはフランスで生まれた地域環境保全の手法であり、地域住民の参加が求められる点、保全される地域遺産を観光資源、および地域環境学習の場として活用することから、環境への負荷の少ない地域振興策として注目されている。既述の通り、わが国においてエコミュージアムに関する本格的な研究が開始されて十数年が経ち、安藤らによる北上川銀河博物館構想のような大規模な計画も見られるようになった。

3. 調査実施概要

エコミュージアムには道の駅のような登録制度が存在せず正確な数の把握は難しいため、資料、文献等で確認ができた国内68事業の所在地の役所、または役場に既述の内容から構成される調査票を送付し、当該事業の担当者に回答してもらった。調査実施時期は平成9年11月1日から14日、有効回収数は35票、有効回収率は51.5%である。

また道の駅に対しては、エコミュージアムに送付したものと同様の調査票を、全国の道の駅に対して郵送し、回答者は道の駅駅長または自治体の道の駅担当者とした。調査実施時期は平成10年10月15日から平成10年11月5日、調査票配付数は470票、有効回収数は267票、有効回収率は56.8%である。

4. 結果および考察

1) 項目間構造の分析

ある項目が与える影響と受ける影響の和は、その項目の重要度と定義され、当該問題構造の中でどの程度中心的な役割にあるかを示す指標として利用され、中心度と呼ばれることもある。

各項目の重要度を縦軸にとり図示したものが図1および図2である。なお、重要度が最大の項目を100としている。視認性を考慮して、直接影響と間接影響の和である総合影響が5および4の影響のみを図示し、それ未満の影響については図示を省略した。

エコミュージアムにおいては、「①エコミュージアムの普及」が「②伝統・郷土文化の育成」、「③自然環境の保全」、および「⑤郷土愛の育成」に強い影響を与えている。その他の強い影響としては「⑤郷土愛の育成」から「③自然環境の保全」、「⑥遺産への関心の高まり」から「②伝統・郷土文化の育成」、および「②伝統・郷土文化の育成」と「⑤郷土愛の育成」の相互影響が見られ、主に地域環境保全に関する項目間に強いつながりを見ることができる。

道の駅においては、「①道の駅の普及」が「⑨特産物の消費拡大」、「⑩地場産業の活性化」、「⑮交流人口の増加」および「⑯地域の知名度の向上」に強い影響を与えてい

る。「⑮交流人口の増加」は「①道の駅の普及」、「⑨特産物の消費拡大」、「⑩地場産業の活性化」との相互影響が確認でき、エコミュージアムの場合よりも項目間構造における重要な位置を占めている。また、エコミュージアムの場合には他の項目と大きな関連がなかった「⑧地域所得の向上」に影響が集中している点が注目される。

2) エコミュージアムおよび道の駅の普及による効果について

次に、エコミュージアムの普及、および道の駅の普及の効果に絞って分析する。図3および図4に「エコミュージアムの普及」および「道の駅の普及」が及ぼす全影響に占める各項目に対する影響の大きさの割合を示す。

エコミュージアムの普及による効果としては、「②伝統・郷土文化の保全」、「③自然環境の保全」、「⑤郷土愛の育成」、「④環境教育の促進」といった地域環境保全に関する項目が見られ、この4項目で既に全効果の3割以上となっている。その他、「⑯地域の知名度向上」、「⑮交流人口の増加」といった地域間交流に関する項目も上位に見られた。

道の駅の普及の普及による効果としては、「⑯地域の知名度向上」、「⑮交流人口の増加」といった地域間交流に関する項目に加え、「⑨特産物の消費拡大」、「⑩地場産業の活性化」、「⑧地域所得の向上」、「⑦雇用の創出」といった産業・経済の活性化に関する項目が上位に見られた。

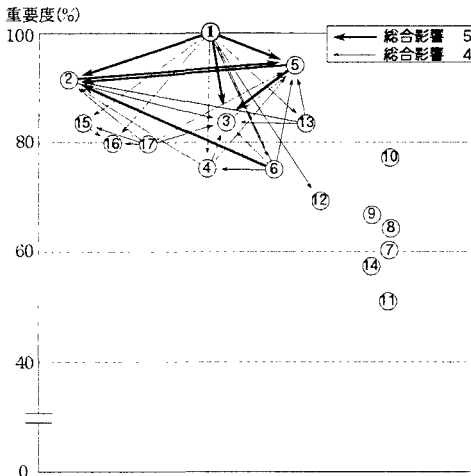


図1 エコミュージアムの項目間構造図

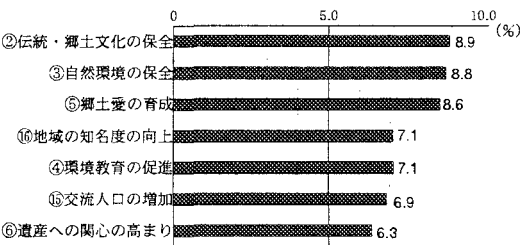


図3 「エコミュージアムの普及」が各項目に与える影響

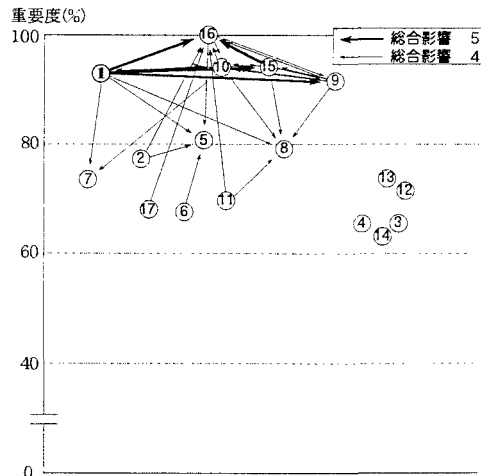


図2 道の駅の項目間構造図

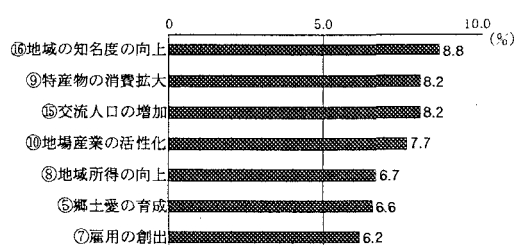


図4 「道の駅の普及」が各項目に与える影響