

交流の可能性の観点から見た地域住民・観光客双方に好まれる ローカル線駅舎の研究

秋田大学 学生会員 ○佐藤 禎晃
秋田大学大学院 正 会 員 木村 一裕
秋田大学大学院 正 会 員 日野 智
秋田大学大学院 正 会 員 鈴木 雄

1. はじめに

鉄道等を利用した観光において、その魅力は観光地の自然や歴史、食事、文化などさまざまであるが、その一つにその地域における人々の生活や、住民の人柄に接すること、すなわち直接的あるいは間接的な交流が考えられる。

本研究では観光の魅力としての交流に着目し、駅やその周辺において、観光客が地域に対して共感を抱き関心を持つ要因や要素(施策)を把握するとともに、駅舎のイメージと交流可能性の関係について考察することを目的とする。

2. 分析方法

本研究において直接的または間接的な交流とは、観光客が駅舎等でその地域に対して肯定的なイメージを持ち、さらに興味を抱いたり、直接交流してみたい、などと感じるようになることと設定した。

駅舎や駅舎周辺に対して、どのような要因において、肯定的なイメージ(共感)を、どのようなことで持つのかを明らかにするため、観光客の立場からの評価として大学生 50 名を対象としたアンケート調査を行った。

主な調査項目は次の通りである。①鉄道駅とその周辺において、どのような状況において「その場所へ来た」と感じるのか、またその中には地域の生活の様子や人柄等から交流を感じる要素はあるのか、②地域の人の生活や人柄等を印象づけると思われる要素のうち、どのようなものに交流や共感を感じるのか、③さまざまな駅舎の外観、内観のうち交流や共感をもたらす駅舎のイメージについて、である。

3. 観光における交流的状況への反応

表 1 には「その場所へ来た」と感じる状況として使用した項目を示している。

分析の結果、表 2 上段の地域固有の文化に関する項目を重視した人と、地域の人の心配りに感動したり、直接交流する状況の多くに肯定的に反応するグループに分けられた。

前者を「交流型の人」(以下：交流型)、後者を「観光型の人」(以下：観光型)と呼ぶことにする。その内訳としては交流型が 20 人で全体の 40%、観光型が 30 人で全体の 60%である。

以下では交流型、観光型の認識の相違から交流の可能性について考察していく。

表 1 「その場所へ来た」と感じる状況

地域固有の文化(食・伝統工芸・行事・歴史など)に触れる状況の設問
1 その駅、その地域でなければ得ることができない地域の情報があるとき
2 その駅、その地域でなければ得ることができない産品や食べ物に出会ったとき
3 地域の歴史や伝統がわかるものが駅においてあって、それを見たとき
4 駅舎内部に来訪者のための情報や施設があるとき。

地域の人の心配りに感動したり、直接交流する状況の設問
5 地元の市場など、その地域ならではの生活の様子が感じられたとき
6 駅内部に、手作りの来訪者のために作ったものが置いてあるのを目にしたとき
7 地域の人と会話したとき
8 地域の人々がを大切にしている様子がうかがえたとき

3. 具体的な要素(施策)についての反応

交流や共感をうながす要素(施策)として表 2 に示す 10 の要素に対して、表 3 の項目をどの程度感じるかを分析した。交流や共感を覚える要素として評価が高かったのは朝市などのイベントや、その駅の名物となる人や動物がいることであつた。これらは、交流型はもちろんのこと、観光型についても評価が高かった。

交流型と観光型で評価に違いが見られたものを図 1 に示している。「駅が花で飾り付けられている」状

キーワード：交流、共感、駅のイメージ

連絡先：〒010-8502 秋田県秋田市手形学園町 1-1 TEL(018)-889-2368 FAX(018)-889-2975

表2 交流を感じる要素

具体的な施策
① 地域の文化がわかる休憩施設
② プランター・花壇で飾り付けられている
③ 朝市など、地域のイベントが行われている
④ 地域の人や、駅に座布団を用意してくれている
⑤ 地域の小学生が手作りした、読み物がある
⑥ 手書きのパンフレットが置いてある
⑦ 地域のお祭を駅でも見ることができる
⑧ その駅の名物となる人・動物がいる
⑨ 地域の産品が駅にあること
⑩ 駅で、自然を楽しむツアーにいつでも申し込める

表3 交流が進展する可能性の表現

評価項目
1 地域の人と休んでいたら話しかけたい ①
2 管理している人に会ったら、話しかけたい ②
3 何を売っているのか聞いてみたい ③
4 場合によっては買ってみよう ③
5 どんな人が作ったのかを、地域の人にたずねてみたい ④、⑥
6 一生懸命さに感心する ⑤
7 書かれてある観光スポットに行ってみよう ⑥
8 どんな行事なのかを、地域の人にたずねてみたい ⑦
9 家に帰ってから、お祭についてくわしく調べてみたい ⑦
10 一緒に写真を撮ってもらいたい ⑧
11 売っている場合、食べてみたい・購入してみよう ⑨
12 作っている所を見てみたい ⑨
13 時間があれば参加してみよう ⑩

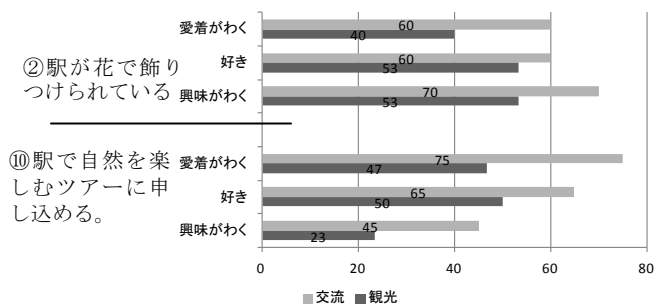


図1 交流型と観光型で評価が異なる要素

況や「駅で自然を楽しむツアーに申し込める」状況については、交流型で「好き」、「愛着がわく」、「興味がわく」とする反応が多く見られた。

これらの要素以外でも、全体的に交流型の方が観光型よりも「愛着がわく」、「好き」、「あたたかみがある」に肯定的に答えた人の割合が高かった。また、それらの設問において「そう思う」という強い肯定をした人の割合合いも、交流型のほうが多かった。

交流が進展する可能性(要素独自の項目)についても違いが見られた。特に、「地域の産品が駅舎にあること」(要素⑨)の「売っている場合食べてみたい・購入してみよう」の肯定的な評価の割合はいずれも高かったが、「作っているところを見てみたい」では交流型が30%ほど高い評価となった。このように交流型の方は、全体的に交流の進展にも高い感心を持っていると言える。

他方「一緒に写真を撮りたい」(要素⑧)や「一生懸命さに感心する」(要素⑤)では、観光型も交流型も同程度の評価をしている。したがって、要素(施策)の内容や組み合わせによっては、観光型の人でも交流要素への共感によって観光の価値を感じられるのではないかと考えられる。

4. 駅舎イメージと交流可能性について

駅舎の雰囲気やイメージは交流の可能性と関連性があるか、について駅舎の外観と内観を提示し、そのイメージの把握を行った。



駅舎1



駅舎2



駅舎3



駅舎4



駅舎5

写真1 イメージ調査に用いた駅舎の外観

駅舎の好ましさについては、観光型では駅舎2を好む人が多いのに対して、交流型では駅舎1を好む人が多く占められていた。これに対して内観に対する評価では、図2に示すように全ての駅舎において交流型が高い評価をしており、直接的または間接的な交流の可能性のある場である駅舎内部への関心が高いことがうかがえる。

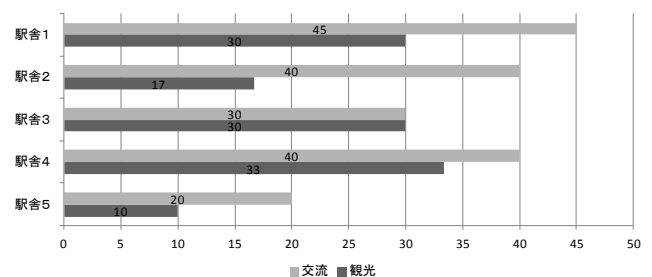


図4 駅舎内部が好きな人の割合

5. まとめ

本研究では「交流型」と「観光型」の2つのタイプの評価特性を対比して分析することにより、交流の可能性が生じる状況や要素(施策)の特徴について明らかにすることができた。交流に対してさほど関心が高くないと思われる観光型の人にも交流を感じる可能性が示されたが、具体的な施策については、今後更に検討する必要があると考える。