

地域資源としての土木遺産の利活用に関する研究

秋田大学 学生会員 ○星 祐樹
秋田大学大学院 正 会 員 鈴木 雄
秋田大学大学院 正 会 員 日野 智
秋田大学大学院 正 会 員 後藤 文彦

1.はじめに

秋田県内には現在 4 つの選奨土木遺産があり、その 1 つが男鹿市の『船川港第一船入場・第二船入場防波堤』である。土木遺産は歴史的・技術的価値を後世に伝える役割を担うとともに、地域資源としての役割も有している。しかしながら『船川港第一船入場・第二船入場防波堤』を含め、多くの土木遺産は利活用されているとは言い難い。地域資源としての利活用を促進するためには、地域住民と土木遺産との関係が重要と考えられる。本研究では、地域資源の利活用につながる地域資源に対する住民の意識の調査と分析を試みる。

2.男鹿市における意識調査の実施

(1)船川港第一船入場・第二船入場防波堤の概要

『船川港第一船入場・第二船入場防波堤』（以下、船川港土木遺産）は、男鹿市南部に位置する船川港に存在し、平成 23 年度に選奨土木遺産に選定されている。この土木遺産の特徴として以下が挙げられる。

1. 竣工当時の面影を残す、石積みでできた間知石積み工法の防波堤である。
2. 工法の詳細のみならず、多岐にわたる情報が記載された膨大な量の図面が残っている。

(2)調査対象地域と意識調査の概要

調査対象とした秋田県男鹿市は男鹿半島の大半を占める市である。秋田の代名詞の 1 つである「なまはげ」の里として知られている。その他にも男鹿水族館 GAO や寒風山をはじめとするジオサイト群など、市内には様々な地域資源が点在している。

船川港の周辺地域である男鹿市南部に位置する船川地区と、男鹿市北部に位置する北浦地区の 2 地区に調査票を配布した。2 地区で 500 世帯に 1000 票配布し、159 世帯から 220 票の回答を得た。調査では 1)男鹿市に対する満足度と地域資源に対する意識、2)船川港土木遺産

キーワード：土木遺産、地域資源、意識調査分析

産と他の地域資源に対するイメージなどを質問している。また、土木遺産について知識がない被験者が多いと考え、調査の補助と土木遺産の広報を目的とした参考資料を調査票に同封した。

3.土木遺産の認知度と意識・イメージの比較

調査では、船川港土木遺産の認知度などを調査した（図 1）。存在を知っている被験者や行ったことがある被験者が約半数を占める一方で、選奨土木遺産への選定を知っていた被験者や土木遺産とはどういうものかを知っていた被験者は少ない結果となった。

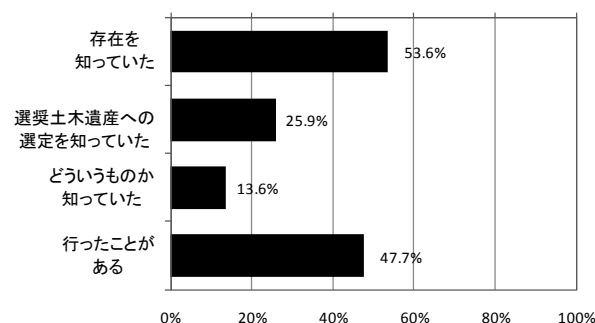


図 1 船川港土木遺産の認知度

次に、船川港土木遺産を含む男鹿市の 4 種類の地域資源に対する、「残したいと思う」「愛着を感じる」などの意識の 4 項目の結果を図 2、「明るい」「個性的」などのイメージ調査の結果を図 3 に示す。なお、地域資源の選定基準を表 1 に示す。

表 1 選定の要素と該当地域資源

	知名度が高い	知名度が低い
自然的	寒風山	白糸の滝
歴史的	赤神神社五社堂	船川港土木遺産

地域資源に対する意識は、全体的に高い評価となった。男鹿市に対して愛着を感じている被験者が多く、自分の住む地域にある地域資源に対して悪い評価とする被験者が少ないことが考えられる。その中でも、知名度の高い「寒風山」や「赤神神社五社堂」の評価が

高い結果となった。一方で「船川港土木遺産」の評価は、4つの地域資源の中ではさほど高くない。

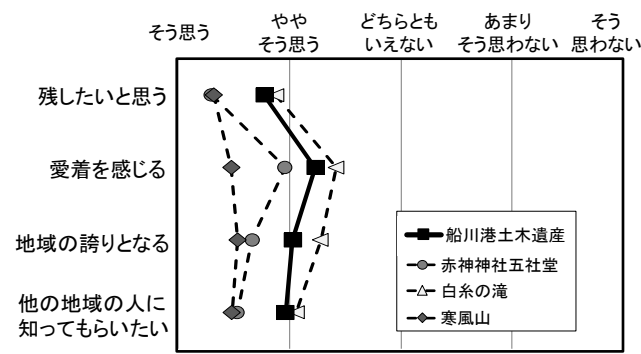


図2 各地域資源に対する意識

次に、各地域資源へのイメージを見ると、地域資源によって被験者の持つイメージが異なることがわかる。船川港土木遺産以外の3つの地域資源は、イメージの各項目で「非常にそう思う」と「どちらでもない」の間で振れ幅が大きく、より明確なイメージが持たれていると考えられる。一方で、船川港土木遺産は「どちらでもない」に各項目の回答が集中し、被験者が明確なイメージを持っていない可能性が考えられる。また、船川港土木遺産以外の3つの地域資源を比較した場合も、知名度の高い地域資源の方が振れ幅は大きい。

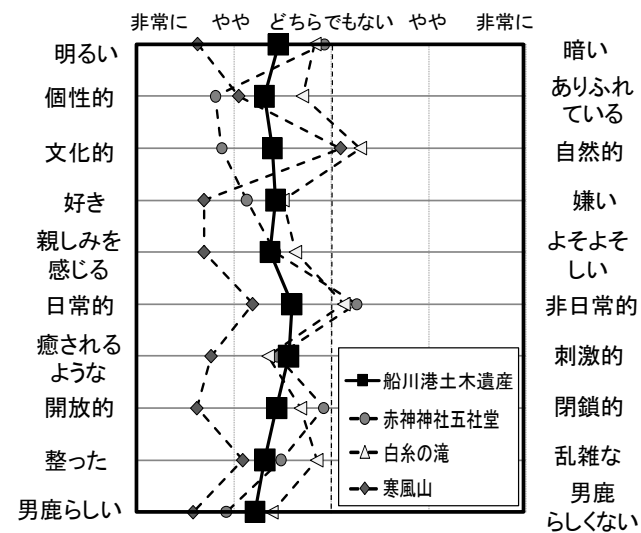


図3 各地域資源に対するイメージ

4.地域資源に対する意識やイメージへの影響要因

船川港土木遺産を例に、地域資源に対する意識やイメージに影響を与える要因の分析を行う。船川港土木遺産の存在を知っている被験者と知らない被験者とのイメージの比較を図4に示す。両者を比較すると、知っている被験者の方が全体的に強いイメージを持っていることがわかる。特に「個性的」や「親しみをを感じる」の項目において、両者の差が大きい。

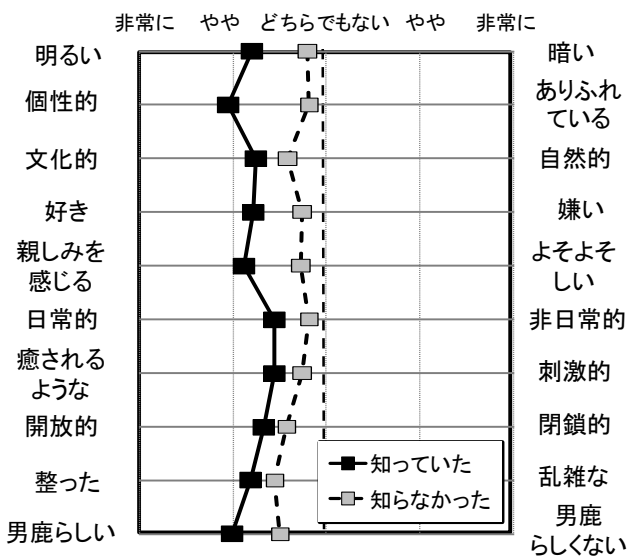


図4 地域資源の認知によるイメージの違い

次に、地域資源に対する愛着を、地域資源を知っている被験者と知らない被験者として比較した結果を図5、その他の意識の比較を表2に示す。その地域資源を知っている被験者の方が知らない被験者よりも、愛着を感じている割合が非常に高い。また、愛着を含む全ての項目で同様の結果となった。知っている被験者と知らない被験者との間に統計的に有意な差がみられたことから、その地域資源を知っているかが、地域資源への意識に大きく関わっているといえる。

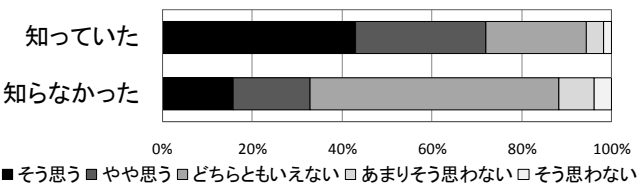


図5 地域資源の認知による愛着の違い

表2 地域資源の認知による意識の違い

	知っている			知らない			t値
	n	M	SD	n	M	SD	
残したいと思う	110	0.87	0.33	77	0.65	0.48	3.75 **
愛着を感じる	107	0.72	0.45	76	0.33	0.47	5.66 **
地域の誇りとなる	109	0.81	0.40	77	0.55	0.50	3.97 **
他の地域の人に知ってもらいたい	109	0.81	0.40	77	0.55	0.50	4.11 **

n:サンプル数 M:平均 SD:標準偏差 **P<0.01

5.おわりに

本研究では男鹿市の地域資源を対象に、住民が持つイメージや意識の違いを分析した。各地域資源でイメージは異なるものの、全体的に地域資源に対する愛着などの項目は高い評価となった。また、地域資源を知らない被験者は、愛着などがどちらでもないとの回答が多かったが、地域資源を知っている被験者は高い場合が多かった。このことから、まずはその地域資源を知ってもらうことが重要だといえる。