

富山県の天然スギを活用した体験型教育観光の提案

浦本咲

芸術文化キュレーションコース

景観研究

はじめに

近年、地域・都市ブランドの重視やインバウンドの増加により、地域活性化や文化発信を目的とした観光が全国的に盛んになっている。そして、その内容や対象も多様化している。

富山県は立山連峰に代表される自然資源を活かした観光が盛んであるが、一方で自然の基盤となっている森林自体への注目は弱い。県内の自然資源の中でも特に天然スギには特徴のあるものが多く、学術的にも価値があることから、これらを観光的に活かす方法として、「体験型教育観光」※1 を提案することを本論文の目的とした。ここでいう「体験型教育観光」とは、多様な層を対象とし、実際に自然や歴史・文化に触れ体験することで、楽しみながら学ぶことができる教育の場を提供することを目的とした観光と定義する。

はじめに県内に現存する天然スギの観光資源としての特徴をまとめ、その活用の可能性を対象者の層別に検討した。その上で、歴史や生活と関係の深い天然スギの魅力をより広く伝えるため、多様な層を対象とした新たな体験型教育観光の活用方法を提案した。

体験型教育観光への適合度比較

まず、専門誌や富山県の市町村史、論文などの資料から県内の天然スギの特徴を整理した。次に、各調査対象について文献調査、現地調査、ヒアリングを行った。主な調査対象地は、杉沢の沢スギ、魚津埋没林博物館、立山美女平、洞杉群である。さらに、各対象地の解説やアクセス性など対象者別の適合性を比較した。この比較により、各対象者に体験型教育観光を提供する際の強みと弱みを把握した。

天然スギの解説については、全体的に子供には漢字や専門用語が多いため難しく、高齢者には文字や写真が小さく分かりづらいという評価になった。一方、専門家や大学生には情報が少ないため、より詳しいガイドや調査報告書などの情報が必要となる。アクセス性が悪い場所については、ガイドツアーを組んで訪れやすしたり、イベントやスギを使ったものづくり体験といった工夫が重要となる。

対象別体験型教育観光の提案

今回主な調査対象地とした4ヶ所の天然スギと関連施設の特徴を整理したことで、この4ヶ所の組み合わせによってスギの成長過程や力強さを体感する体験型教育観光が提案できると考えた。

小中高校生向けの体験型教育観光の提案としては、その教育期間を通して上記4ヶ所を訪れ、ガイドツアーを行う。その

際、スギの草木染めやスタンプラリーを取り入れ、楽しく学ぶことができるようにする。また大学生と専門家には、2泊3日でスギの毎木調査を取り入れたガイドツアーを提案した。対象者の学びと発見の場にするともに、対象地にとっても貴重な情報収集の場として活用する。高齢者には、説明の見やすさや体力的に一番適している杉沢の沢スギと埋没林博物館での癒しを提供する観光を提案した。一般人を対象とした天然スギ巡りでは専用ガイドブックを用意し、県内の多様な特徴のあるスギを巡り、写真撮影やスタンプラリーを行って、訪れた数に応じて景品を渡すといった仕掛けが考えられる。

教育を目的としているため、全ての提案にガイドツアーや解説を取り入れるが、比較的天スギへの興味が薄い対象者には楽しむことを優先した。様々な対象者別に体験型教育観光のコースを用意することで、1人でも多くの人に富山県の貴重な資源である天然スギについて知ってもらい、興味を深めてもらうことが大切である。天然スギという特殊な自然資源を観光に生かすために教育の場を作り、さらに体験を取り入れてスギに親しみを持つ層を増やすことで、観光への応用が一層広がることを期待したい。

[引用文献]

※1 新田時也(2005)体験型教育観光についての提言、「海—自然と文化」東海大学紀要海洋学部3(3), 87-91.



写真1) 杉沢の沢スギ 撮影:浦本咲



図1) ガイドブック一例

鍾乳洞の観光開発史

飛騨大鍾乳洞を例に

大橋由希

芸術文化キュレーションコース

景観研究

はじめに

人類の祖先である猿人、原人が樹上から下りて生活するようになった100～200万年前から洞窟は利用されていたと考えられている。その後、洞窟は次第に信仰や修行の場としても利用されるようになった。近代には考古学的あるいは地学的な研究や探検の対象となったほか、キノコ栽培、農産物の貯蔵といった産業に関する新しい利用方法が生まれたが、非常にポピュラーな利用形態として観光洞としての活用がある。

観光鍾乳洞は来訪者にどのようなものを見せようとしているのだろうか。観光鍾乳洞の公式ホームページやパンフレットには、科学的・歴史的な資源としての学術的な情報と同時に、それとは一見関係の薄い俗っぽいものの情報も含まれている。つまり鍾乳洞は、学習のための場であると同時に遊山のための場としての性質もあわせもっている。これらがどのようにして鍾乳洞に取り入れられてきたのか、そういった視点で研究した事例は少ない。

そこで本論文では鍾乳洞の観光開発の歴史を明らかにし、鍾乳洞観光の特徴や求められてきたものを考察することを目的とする。日本国内の鍾乳洞のうち、代表的な鍾乳洞として日本観光鍾乳洞協会の定める日本鍾乳洞九選を研究対象とし、

その中で高度経済成長以降に観光開発が進んだ鍾乳洞のひとつである飛騨大鍾乳洞を主な事例として、他の観光鍾乳洞と比較をおこなった。現地調査、ヒアリング調査、文献調査、公式ホームページの情報をもとに分析を進めた。

鍾乳洞観光の歴史

鍾乳洞の観光開発史は大きく4つの段階に分けることができた。最初は日本各地で洞窟の探検や調査が行われ、鍾乳洞が発見される段階である。観光開発の先駆を担ったのは秋芳洞であり、鉱山の発掘を行っていた梅原文次郎らによって明治時代にはすでに開発が開始されている。飛騨大鍾乳洞は1965年に地元の実業家である大橋外吉によって発見され、1969年に観光洞としてオープンした。

2つ目の段階として、観光客の利便性を求めた整備が進化した時期がある。これによって洞内の照明、通路、エレベーターや、洞までの道路、駐車場の整備が行われ、観光客はより安全・快適に鍾乳洞を観光できるようになった。皇室の行啓が整備を促進し、知名度を向上させた面もあると考えられる。

3つ目の段階として、集客のための魅力作りや知名度をあげるために様々な付随施設の設置や取り組みが行われた期間がある。コースの新設や博物館、資料館などが設置されることが多く、秋芳洞では1959年「秋吉台科学博物館」が開館した。ほかにも様々な付随施設の新設など、遊山の場としての性格が強まっていった洞も多い。飛騨大鍾乳洞では1987年に様々な

美術収集品を取めた「大橋コレクション館」が開館している。祭りのようなイベントを定期開催するようになった洞も多い。

4つ目の段階として、現代的な観光ニーズにあわせた観光地への移行がある。プロジェクションマッピングやLEDイルミネーションなどの新しい装飾技術を取り入れたほか、通信設備の整備やSNSの活用によって、インバウンドや若年層への対応が進められている。この流れの中で恋愛の聖地に登録する洞も増加している。

鍾乳石の名付け

鍾乳洞の特徴的な生成物や場所には名前が付けられている。各鍾乳洞の名付けを抽出すると、学術名、願掛け、名所めぐり、信仰・伝説、建築、形の見立て、滝、ロマンス、その他というように系統分けでき、鍾乳洞ごとの特徴や傾向もみられた。

考察

鍾乳洞の観光開発は、初期には自然現象をそのまま見せるための開発が主として進められ、そこから観光地として観光客の利便が追求されていった。その後、集客のため鍾乳洞の学術的価値とは直接関係のない俗っぽい要素が多く取り入れられ、これらすべてが混然一体となって現在に至る。しかし、俗っぽさをもたらす個人的な願い事への功德や霊験の根源には、鍾乳洞の成り立ちや観光開発以前からの地域の信仰

や仏教的故事との関係があることも重要である。鍾乳石の名付けも遊山の場としての性格を強める仕掛けのひとつである。鍾乳石の名付けは観光客が鍾乳洞を巡る際の目印になるようなものであり、楽しみにつながるものである。その名付けには、学術名や信仰との関連などのように鍾乳洞の価値理解の一助となるもののほかに、名所めぐりや形の見立て、ロマンスなどの俗っぽい性格のものもある。遠くて行けない場所への擬似的な旅行を体験させ、宗教的なご利益や願掛けを想起させるような仕掛けによって来訪者を惹きつけようとしたのではないかと考えられる。

[参考文献]

加藤守／『日本列島洞穴ガイド』／コロナ社／1981

伊藤田直史・後藤聡／『みんなが知りたいシリーズ⑦ 洞窟の疑問30－探検から観光、潜む生物まで、のぞきたくなる未知の世界－』／監修日本洞窟学会／2018

日本観光鍾乳洞協会／<http://www.syonyudo.net/> 山口県美祿郡秋芳町 秋芳町史編集委員会／『秋芳町史』／1963

丹生川観光協会／『丹生川観光協会30周年記念誌 観光30年のあゆみ』／丹生川観光協会／2000

「一目五山」の絶景32選発掘フォトコンテストによる風景発掘と観光への応用の可能性

小幡侑花

芸術文化キュレーションコース

景観研究

はじめに

多くの人々に日本のすぐれた自然を伝え、残していくために誕生したのが国立公園である。国立公園は、多様な関係者の協力によって成り立っていることから、環境省、自治体、民間事業者などが連携できる「協働型管理運営」が求められるようになっていく。新潟県と長野県にまたがる妙高戸隠連山国立公園は、平成27年7月に新設された国立公園であり、多様な山岳景観を特徴とする。平成28年7月にモデル的な協働型管理運営を目指して「妙高戸隠連山国立公園連絡協議会」が設立された。そしてこの協議会の事業のひとつとして、公園のすぐれた風景を発掘し、地域にアピールすることを目的とする『「一目五山」の絶景32選発掘フォトコンテスト』（募集期間、平成29年9月1日～11月15日）が実施された。

本論文では当フォトコンテストに応募された写真を分析対象とし、発掘された風景の特徴を明らかにするとともに、発掘された風景を協働型管理のもとで観光活用するための可能性について提案することを目的とする。

発掘された風景の特徴

応募された写真131件を分析対象とした。写真に写っている内容の整理として、市町村、季節、天候、時間帯、山体（33座）、湖や池、方角、生活・生業との関連を明らかにした。加えて撮影対象となった山体の見え方として、撮影地点からの視距離、視点場の高さ、山頂の標高、比高、仰角を求めた。

集まった写真全体を通して、一般的に山を見上げる際の適値とされる仰角10度よりも低い場合が多く、引いて見られている風景が多かった。複数の山や地域の生活・生業の様子との組み合わせを求めることで、必然的に引いて見る構図が多くなると考えられる。地域別の風景の特徴も表れており、長野県側では畑や果樹園との組み合わせが多く、新潟県側では水田との組み合わせが多く、山とセットで写る生活・生業が地域性を反映していた。

山体別の風景の特徴については、以下の3点に整理できる。

①黒姫山は山麓の生活・生業などと相性がよいこと：生活・生業との組み合わせで写された写真や、当国立公園のパノラマのような写真が多く集まった。②妙高山は単体でも主役になれる存在感があるほか、水辺との相性もよいこと：国立公園内でも存在感を放つ山であり、遠くからも近くからも眺められる対象であった。③高妻山は脇役として多くの写真に写っていること：公園を代表する山として今後のアピールと活用が可能と考えらえる。

発掘された風景を活用した観光の可能性

以上の発掘された風景の特徴を踏まえたうえで、新たな観光への応用について検討した。一つ目は当連絡協議会でも構想されているロングトレイルへの活用である。“五感で楽しむトレイル”として通常の自然体験に加え、応募写真に現れた農産物などの食の要素も存分に楽しむことができるスタイルを検討した。それによって地域で作られている地場産の食材にも目を向けてもらい、観光消費につなげることも狙いである。二つ目はフォトゲイニング競技¹への活用である。当フォトコンテストで発掘されたフォトスポットを競技へ組み込み、参加者に当国立公園の山と人々の営みの関係を直に感じてもらう提案である。実際に市街地から山地まで走るため、自然だけでなく国立公園内の人々の暮らしにも触れることができる。本論文では国立公園内の3地域を対象として、地域の特徴に合わせたモデル的な提案を検討した(図1)。

このような観光スタイルの提案を通して、当フォトコンテストで発掘された風景が、国立公園の風景保護と観光利用に活用できることが示された。地域社会に貢献する観光スタイルが定着することで、協働型の管理運営が一層進むことを期待したい。

¹ 地図上に記載されたチェックポイント(通過証明として写真を撮影)を回り、合計得点を競うスポーツ



図1 フォトロゲイニング競技用地図の例：信濃町周辺
(国土地理院地図より作成)

1980年代以降の公園遊具の発展史

鈴木駿太

芸術文化キュレーションコース

景観研究

はじめに

本論文では公共的な公園の整備がほぼ完了した1980年代以降、現在に至るまでの期間を対象に、公園遊具がどのように姿を変えていったのかを明らかにし、なぜそのようなデザインや素材を選択するようになったのかを社会背景から考察することを目的とした。

調査方法

初めに、事故原因と現在の遊具デザインとの関係を分析するために、遊具に関する事故をリストアップし、年表を作成した。分析の対象とした公園遊具は、代表的な遊具制作会社である株式会社コトブキと内田工業株式会社の1980年～2017年のカタログに掲載されているものである。次に遊具を分類し、各種類の特徴や発展したポイント、デザインの重視しているポイントを分析した。分類にあたっては、遊具の安全に関する基準：JPFA-S：2008を参考に、滑降系遊具、砂遊び系遊具、上下動系遊具、揺動系遊具、振動系遊具、回転動系遊具、滑走系遊具、懸垂運動系遊具、登攀運動系遊具、平衡運動系遊具、跳躍系遊具、踏み段系遊具、潜動系遊具、複合系遊具の14

種類に区分した。そして、これらの14種の遊具がそれぞれどの時期にどのようなデザインになったのか、新しい遊具がいつごろ姿を現したのかを分析した。分析内容やデザインの変化の理由については、上記2社に対するヒアリングやメールによる問い合わせを行って確認した。

結果

滑降系遊具(主に滑り台)、揺動系遊具(主にブランコ)、上下動系遊具(主にシーソー)、振動系遊具(主にスプリングを使った遊具)、回転動系遊具(グローブジャングルジムなど)、踏み段系遊具、複合系遊具といった主要な遊具のほとんどで2000年代以降、引っかけりや挟み込みなど事故の原因となる隙間箇所が取り除かれていた。さらに、滑降系遊具、上下動系遊具、滑走系遊具(ケーブルやロープで滑る遊具)、揺動系遊具では安全領域を確保していない(遊具を同時に使用している子ども同士がぶつかる可能性のある)遊具がすべて姿を消している。また、滑降系遊具や複合系遊具でみられたコンクリート製遊具は、転倒の際に高確率で事故につながることを理由として1990年頃から減少傾向をたどっていた。また、滑降系遊具、揺動系遊具、登攀運動系遊具(ジャングルジムなど)、懸垂運動系遊具(鉄棒、雲梯など)、複合系遊具に用いられる素材も、1990年代からコンクリートより安価で弾性のあるFRP製やポリエチレン製、軽く丈夫で滑りにくいゴム製、指の挟み込みを防ぐロープ製に置き換わるといった変化がみられ

た。他にも、滑降系遊具、揺動系遊具、登攀運動系遊具、複合系遊具でみられた木製遊具は、劣化しやすく、地中に埋まっている部分の点検が難しいことから1990年代後半以降減少傾向にあった。

こうした安全面に関する変化の他にも、滑降系遊具、振動系遊具、上下動系遊具、回転動系遊具では、2003年以降これまでみられなかった楽しさを感じさせるデザインや抽象的なデザインの遊具が多く現れている。また、2010年頃から登攀運動系遊具や複合系遊具では、海や森、岩山などのテーマ性を持ったデザインがみられるようになり、振動系遊具や上下動系遊具では、可愛いポップな動物デザインやイラストが活用されたデザインも増えている。

一方で、遊びの機能面からのデザイン変化もいくつか現れており、揺動系遊具、砂遊び系遊具、上下動系遊具、振動系遊具、複合系遊具では、2000年代から親子で向き合っ利用できるブランコや砂場、片方の座面を幼児でも安全に利用できるボックス型にしたシーソーなど、親子の交流を目的とした新たなデザインが加わっている。

デザイン変化の背景

こうした背景には、国際的な安全基準の策定や、国内での遊具事故を受けて日本公園施設業協会によって最初の遊具の安全に関する基準が2002年に整備されたことがある。これ以降14種の遊具のほとんどで安全面による大きなデザイン変

化が生じている。

この安全基準が定められたことで遊具デザインが退屈になることを防ぎ、子どもたちが様々な刺激にチャレンジでき、楽しい遊び場を提供することを目的とした新たなデザインの遊具が、2003年以降に集中して現れた。

また2010年頃以降、ポップな動物デザインやイラストが活用されたデザイン、テーマ性を持ったデザインが現れ始めたことは、さらに子どもたちを魅了するための発展と考えられる。

さらに、2000年代に安全基準により遊具の対象年齢が明確化されたことにより、乳児用、幼児用、児童用遊具がそれぞれ充実し始めた。複数の子どもたちが同時に遊べる社会性を重視したデザインに、近年ではさらに子育ての目線を取り入れて、親子の交流を目的にした新たなデザインが加わっている。

景観計画にみる城郭景観の保全手法

濱田楓

芸術文化キュレーションコース

景観研究

研究の背景と目的

日本の城郭は外国人観光客の増加に伴い、注目が集まっている。国内においてもトレッキングの流行もあり、天守閣が残る城郭のみでなく、遺跡としての価値を残す山城跡を訪れる人も増加している。また、都市開発の面においても城郭は重要である。17世紀ごろの日本では多くの城郭、城下町が誕生した。その頃の町の成り立ちが現在の都市の骨格を形成している。現在の町の原形が城下町のころの町割りである都市は多い。地域によっては災害からの復興のシンボルとして愛されている城郭も多くある。

このような、城郭を含んだ地域の景観を保全することを目的とした法律、景観法が平成16年(2004年)から施行された。この景観法は景観を国民共有の資産と位置づけ、地域の活性化や新たな景観の創出などを基本理念としている。この理念に基づき、制限や命令の権利を景観行政団体に与えた。多くの自治体がこれをきっかけに積極的に景観保全に取り組み始め、景観法や各地域の条例に沿った景観保全の指針として景観計画が作られはじめたのである。

本論文は、城郭に関係した景観計画を収集、分析し城郭景観の保全手法について考察することを目的とした。日本の城

郭の特徴に合わせた保全手法を考察するために、城郭を天守閣タイプ、惣構タイプ、山城タイプの3つに分類する。それらの城郭に関係する景観計画の中で先進的、独自性のある景観計画を対象に、城郭景観の保全のための景観行政団体の対応や方針、規定、景観計画の内容について考察する。調査対象としたのは以下の3城に関する景観計画である。

天守閣タイプ 犬山城(愛知県犬山市、岐阜県各務原市)
「木曾川景観基本計画」
惣構タイプ 金沢城(石川県金沢市)「金沢市景観総合計画」
「金沢の景観 城下町の伝統と文化【保存計画書】」
山城タイプ 一乗谷城(福井県福井市)「福井市景観計画 一乗谷地区特定景観計画区域」

城郭景観の保全手法の分析

(1) 犬山城

犬山城は犬山市と各務原市にまたがる景観計画「木曾川景観基本計画」によって両市が共同で景観保全に努めている。自治体を越えた広域の協力体制によって作られた先駆的な景観計画である。また策定の背景には各務原市に建設された高層マンションの問題があるため、犬山城天守閣からの眺望保全を基準とした高度制限が行われている。

(2) 金沢城

金沢市については金沢市全体の景観計画で「金沢市景観

総合計画」と金沢市の主に中心市街地の景観保全のため策定された「金沢の文化的景観 城下町の伝統と文化【保存計画書】」を分析した。金沢市は景観法が制定される以前から文化的資源や景観の保全に努めてきた自治体である。その中で惣構や藩政期の町割りを骨格とし、その文化的価値を活かした都市づくりが進められていた。

(3) 一乗谷城

一乗谷城は福井市の景観計画の中で周辺の6つの集落とそれらの周囲の山の稜線が「一乗谷地区特定景観計画区域」として景観保全を行う範囲に指定されている。この範囲は他の山城に関連する景観計画と比較して考えると広い範囲までを景観計画区域に定めており、山並みとの景観の融合を考えている点からも積極的であるといえる。

考察

景観法制定以前から景観保全に積極的であった自治体の特徴としては、犬山城のように高層建築などの開発問題がきっかけであることが多い。これらの例は人間の暮らしに合わせた建築と景観とのミスマッチである。しかし、適切な景観計画を設けることによって、景観の価値を優先させることができ、都市開発との折り合いの中で人々の生活環境の向上と景観保全は両立できることが示された。

[参考文献]

国土交通省 都市・地域整備局 都市計画課/「景観法の概要」/国土交通省/2005
木曾川景観協議会/「木曾川景観基本計画」/木曾川景観協議会/2006
金沢市/「金沢市景観総合計画」/金沢市/2009
金沢市/「金沢の文化的景観 城下町の伝統と文化【保存計画書】」/金沢市/2009
福井市/「福井市景観計画一乗谷特定景観計画区域」/福井市/2011

Tahara, Miyuki *Efforts to Revive Traditional Vegetable Cultivation at Gokayama in Nanto City*

南砺市五箇山地域における伝統野菜栽培再興の取り組み

田原 美幸

文化マネジメントコース

研究の背景と目的

1995年、五箇山の菅沼集落と相倉集落が「白川郷・五箇山の合掌造り集落」の一部として世界遺産に登録された。現在、観光地化に伴う急激な変化は落ち着いたものの、かつて地域で行われていた生業、特に農林業は衰退しつつある。そのため耕作放棄地が増加しており、世界遺産周辺の景観に影響を及ぼしている。これらは、白川郷・五箇山の合掌造り集落における世界遺産としての価値を保つ上で重要な課題である。

また、近年伝統野菜を活用して地域活性化を目指す地域が増加している。伝統野菜とは「その土地で古くから作られてきたもので、採種を繰り返していく中でその土地の気候風土に合った野菜として確立されてきたもの」である。多くの活用事例から、伝統野菜は栽培から流通における過程で地域の歴史、魅力、文化を地域内外に発信する素材になり得るということが分かる。

これらの状況を踏まえ、本論では五箇山の伝統野菜「五箇山ほべら」の栽培とブランド化を目指す取り組みに注目した。五箇山ほべらは、かつて五箇山の特産品であったかほちゃで、「ポーボラ」「ポピラ」などとも呼ばれていた。皮は深い緑色で、実は濃いオレンジ色をしており、ラグビーボールのような独特の形をしている（写真1）。長い冬を乗り切るための重要な食糧でもあり、学校帰りの子供たちや農作業終わりの人々にとって五箇山ほべらを甘く煮付けた料理はとっておきのおやつであったという。昔に比べてその栽培量は減少していたが、一部の農家によって栽培され続けていた。

この五箇山ほべらに注目したのが「合掌の森再生協議会」である。五箇山ほべらの栽培が耕作放棄地の減少と農村景観の保全に貢献することや、また古茅を活用して栽培するという特徴から、古茅の価値の上昇や新たな茅場の造成にも繋がると考え、五箇山ほべらの再興を目指した取り組みを開始した。

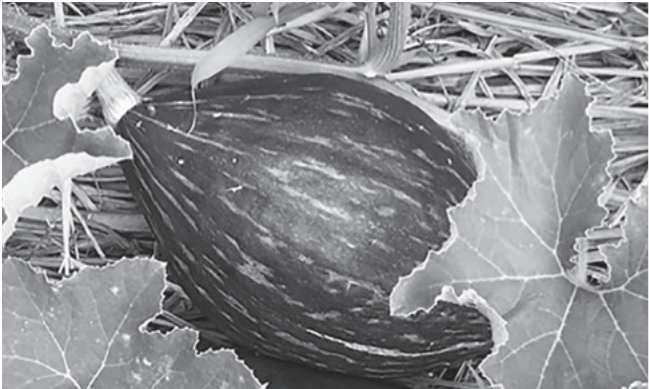


写真1 古茅の上で栽培される五箇山ほべら／copyright:筆者

本研究では、この活動が先述の五箇山の農業や景観における課題の解決に関わると考え、以下のように目的を設定した。まず現在行われている五箇山ほべらの活用について文献調査とヒアリング調査をおこない、栽培や流通、ブランド化に関する現状を明らかにする。そして、五箇山ほべらの栽培が五箇山の抱える課題に対して果たし得る可能性と今後の展望を考察する。

五箇山ほべらの栽培と活用

五箇山ほべらの栽培方法の特徴の一つとして、定植の次の段階に「古茅を敷く」という作業がある。五箇山では昔から、合掌造りの屋根を葺き替える際に発生する古茅を畑のマルチ資材として活用するという習慣があった。古茅を敷く効果としては、土が保温されること、通気性が良く、腐りにくいこと、雑草が生えにくくなること等が挙げられる。特に五箇山ほべらにおいては、古茅が土との間のクッション材となり、実に傷がつかないという点も重要である。また畑に敷かれた古茅は、収穫後耕す際に畑にすきこむことで堆肥となる。このように五箇山の農業を中心とした昔ながらの暮らしと、古茅を活用した伝統的な循環農法は、古くから受け継がれてきた五箇山の知恵とも言える。

現在では合掌の森再生協議会と五箇山農業公社、そして地元の農家を中心に、ボランティア団体とも協力し合いながら五箇山ほべらを栽培している。合掌の森再生協議会は、世界遺産の合掌屋根に使用する茅場再生活動を主目的とし、五箇山の住民によって組織された団体である。少子高齢化が進む五箇山において茅場を守るために古茅の活用、茅場再生ツーリズム等を実践しており、茅場再生に向けた支援の仕組みを確立することを目指している。2014年より五箇山ほべらの再興へ向けた取り組みを始め、現在も五箇山ほべらの栽培やそのブランド化における活動の中心を担っている。五箇山ほべらを名乗る栽培条件としては、①五箇山農業公社の種で作ること、②合掌造りで用いた後の古茅を敷いて栽培すること、③五箇山で栽培すること、④できるだけ無農薬で作ること、の4項目をルールとして取り決めている。

合掌の森再生協議会では様々な形で五箇山ほべらの商品化を進めている。コロツケのほか、ペースト状に加工し、クッキー、パウムクーヘン、アイスクリームなどを開発した。今後も様々な商品への加工、販売を目指したいとしている。2017年9月には、五箇山ほべらが県内初の「フードアルチザン・食の匠」のブランド食材として登録された。「フードアルチザン・食の匠」とはイオングループによる地域の伝統的な食文化を守る生産者を応援する取り組みで、2001年から開始されており、現在29道府県の食品が登録されている。

合掌の森再生協議会は今後もイオンとの協議を重ねる中で、インターネットによる販売や商品開発についても検討する方針である。ま

たフードアルチザン登録をきっかけに合掌の森再生協議会に加えて五箇山ほべら生産者部会、なんと農業協同組合、南砺市、富山県とイオンを構成員として「五箇山ほべら推進協議会」を設立したことにより、行政との協力体制が構築されたことで、これまで以上に活動の幅が広がった。このようにフードアルチザンによるブランド化は、これから五箇山ほべらについて研究し、より有効な販売方法を考えていくためのスタート地点であると言える。

五箇山ほべら栽培と地域との関わり

現在、平、上平地域で唯一の小学校である上平小学校では、五箇山ほべらを扱った食育活動が授業として実施されている。2014年より行われているこの活動の提案者は、元・南砺市地域おこし協力隊隊員の渡邊麻衣氏である。

上平小学校で実施した授業では、五箇山ほべらを栽培する他、調理実習を通じて収穫した五箇山ほべらをどのように料理したいか等を子供たちに考えさせ、オリジナルの五箇山ほべらのパンフレットを作成した。このような活動は現在も続いている。

一方で茅場の保全について、近年「五箇山上平茅場」の管理において国から補助金を受け取ることが可能になったことで、五箇山の民間観光企業が茅場の造成事業を開始した。そのため、今後五箇山の茅の自給率が大幅に上昇することが予想される。茅の自給体制が整うことで、古茅を使う五箇山ほべらがより地域内で循環が完結する産品となる。そのことがよりブランド力を高めることにも繋がるだろう。茅場の保全には、様々なボランティア団体や企業のCSR活動も関わっている。例えばNEXCO中日本は社員が茅場の造成や手入れ、刈り取り等を支援している。そのつながりから近年では五箇山ほべらの栽培にも協力するようになった。今後も合掌の森再生協議会は、ボランティア団体が参加するイベントのプログラムの中に五箇山ほべらの収穫等の作業を組み込む予定である。

総括

以上のような調査の結果、五箇山ほべらの活用や、ブランド化、また地域とのつながりなど、現在の五箇山における五箇山ほべら栽培の取り組みとその広がりが明らかになった。またこれらの取り組みが、五箇山の地域内外に様々なプラスの影響を及ぼしていることが示された。

まず地域内では、ここ数年で五箇山ほべらという伝統野菜の名称がブランドとして認知されると同時に、農業に対する地域全体のまとまりが高まった。地域外については、これまで以上に五箇山ほべらの名称が露出する機会が増え、ブランド力の基礎が築かれた。その結果、

今後五箇山ほべらの栽培を支える新たな仕組みができつつある。五箇山ほべらは、昔から五箇山で栽培され、地域住民の生活の一部として存在していた。現代においても、そのような風景が当然のように五箇山で見られることこそが、世界遺産の保全、そして地域住民の豊かな暮らしにとっても望ましいことと考える。

[主要参考文献、引用文献、URL]

○南砺市／「南砺市五箇山世界遺産マスタープラン-合掌造り集落と五箇山地域の価値を守り、豊かに暮らし続けるための基本計画-」／南砺市／2012

Hatakeyama, Nozomi *Technoscape in Toyama Prefecture from aspects of landscape*

富山県の工場景観

—景観異化と工場萌えの視点から—

畑山 のぞみ

文化マネジメントコース

研究の背景と目的

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年に工場写真や工場鑑賞場所を掲載した書籍『工場萌え』が出版された。それ以降、「工場萌え」は、工場の景観を愛でるという意味でメディアに取り上げられるようになった。

本論文で研究対象とする富山県内の工場も鑑賞の対象として取り上げられるようになっていいる。新聞や観光冊子でも取り上げられており、このように富山県内にも「工場萌え」の動きが取り入れられつつある。

本研究では、岡田がテクノスケープを評価する際に用いた「景観異化」の視点を援用しつつ、「工場萌え」ということばが表現する意味内容を明らかにし、それらに基づいて富山県の工場景観がどのような特徴を持つのかを明らかにすることを目的とする。

研究方法

2007年10月15日現在

まず、工場景観に関する既往の研究として、岡田による「景観異化」概念を用いたテクノスケープの評価について1)に基づいて整理した。

次に、「工場萌え」という評価の意味内容を明らかにするため、インターネット上の記述やマスメディアが、どのような形で「工場萌え」という言葉を使用し始めたのかを整理するとともに、実際にどのような形で表現されているかテキスト分析を行った。インターネット上の記述としては、Blog「工場萌えな日々」の記事・コメントを使用した。書籍『工場萌え』で写真を担当した石井が管理人を務めており、工場萌えという内容に即した内容や表現が多数記述されている。2017年7月現在で351件のコメントが掲載されている。また、マスメディアとしては、朝日新聞系の記事検索サイト朝日新聞データベース聞蔵Ⅱビジュアル、日本経済新聞系の記事検索サイト日経テレコンを使い、関連する記事の抽出を行った。上記検索の結果、抽出された記事数は、朝日新聞データベース聞蔵Ⅱビジュアルは94件、日経テレコンは41件であった。これらをあわせて、計589件の書き込みと記事を分析対象とし、「工場萌え」の視点やそこに表現されている内容、感性などを明らかにする。

分析に際しては、集めたテキストの中から工場に対する具体的イメージが述べられているテキストを抜き出した。また、同じコメントや記事でも工場に対するイメージが複数書かれている場合は、分けて分析を行った。集めたテキストから工場に対するイメージが書かれているテキストは、ブログ記事31件、ブログのコメント111件、朝日新聞37件、日経新聞3件の182件となった。これらのテキストをもとに工場に対するイメージの分類を行う。さらに、「工場萌え」が工場のどの部分を対象にしたかという分析も行い、実際の工場景観の場

面との対応関係を明らかにする。

最後に、実際の富山県内の工場景観を対象として、主要な工場の外観を観察、撮影し、以上の「景観異化」と「工場萌え」の2つの概念によって、どのように富山県の工場景観を記述できるのかを試みた。

「景観異化」の技法

2007年10月15日現在

岡田は人々がテクノスケープの景観を再発見し美的価値を見出すことを「景観異化」とした。岡田によれば、異化の方法は大きく2つに分けられる。構造物が生み出す「対象の変歪」と構造物と周りの景観・場所との関係によって生み出す「コンテクストの変歪」の2つである。「対象の変歪」をもたらす『対象の操作』はさらに6種類、「コンテクストの変歪」をもたらす『コンテクストの操作』は9種類に整理されている。

「工場萌え」のテキスト分析

2007年10月15日現在

「萌え」はアニメのキャラクターに対する感情をもとに90年代前半から使われ、インターネット掲示板とともに広がった。全体の意味や文脈から切り離して、ある特定の部分に強い感情移入を行うことという意味で使われている。「工場」と「萌え」が組み合わさって使われたのは2001年に立てられたインターネットの掲示板が嚆矢とみられる。その後インターネット上には工場景観の写真を掲載したブログや工場景観鑑賞愛好者のコミュニティが作られた。2007年に石井、大山の『工場萌え』が出版され、その後、工場景観に関する写真集も多数発売された。大きな工業地帯を有している自治体では工場景観を観光資源として活用する流れも出てきた。個人的な感性にとどまっていた「工場萌え」は、情報社会の中で価値の共有化が進むことで、社会を動かす現象になった。

ブログ・新聞のテキスト分析から、工場萌えの評価内容を(1)イメージを社会的な意味の部分からプラス評価をしているものを「形而上の異化」、(2)工場の外観に対して評価しているものを「形而下の異化」、(3)映画や未来、非日常と感連づけているものを「異世界」、工場を別のものに見立てて比喻しているものを(4)「見立て」、相反する二つの感情が両立している状態の表現を(5)「両義性」、工場の存在に力をイメージする場合を(6)「存在」、美しい・機能美として評価している表現を(7)「美」として分類することができた。それぞれに該当するテキストの件数は図1の通りである。

「異世界」ではアニメやゲームの世界観を工場景観に反映されている点を考えると「萌え」という言葉を使っている層と工場景観を魅力的に思う層とは関連性がありそうに思われる。「見立て」では、生

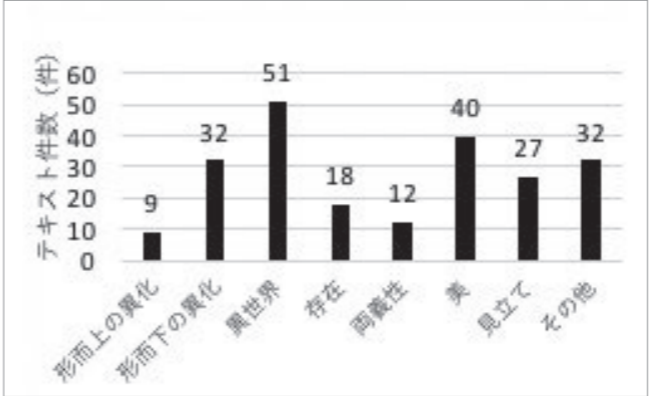


図1. 工場萌えの評価内容

2007年10月15日現在

き物や人がいるというように見立てられる様子が見られた。工場という金属質の外観が多く無機質さを感じさせる場合が多いが、生き物や人がいるというような有機性を持った表現に例えられた。

次に工場萌えの評価対象を分析した。評価している対象が①工場地域や工場地帯、工場の周辺環境を含めた内容である場合と、②工場そのものである場合、③配管やタンクなど構造物の構成要素を評価している場合、そして④視覚以外の評価を行っている場合、の4分類を行った。①は74件、②は90件、③は45件、④は5件であり、評価内容とともに見ると、見ている対象が広がる(対象分類①、②)と「異世界」的な感じ方が多くなり、見ている対象が狭くなる(対象分類②、③)と「美」が多くなる傾向があった。

③の構造物の構成要素については、具体的にどのような要素があるかを分類した。構造物の構成要素の上位3項目は、「配管」と水蒸気や火など煙突から出る「排出」と「光・照明」であった。これらの構成要素が「工場萌え」に大きく関わっていることが明らかとなった。

工場萌えは工場に対する個人の好みの集合体であり、景観異化は工場景観から美を見出す手法という意味合いが強いが、「工場萌え」の評価内容を分析した結果「景観異化」によって説明することのできるものが多く、両者の共通性は高かった。

富山県の工場景観における検討

2007年10月15日現在

富山県の近代産業は、江戸時代の売薬による資本形成の影響や豊富な水力発電事業により、近代初期から鉄鋼・化学・紙パルプなどの工場が建設され工業地帯を形成した。高度経済成長期にはアルミニウムを含む非鉄金属が伸び、その後、高度加工型の軸受け・工作機械・抵抗器・オートバイ・医薬品などが好況となった。現在では富山県の製造品出荷額の上位5産業は化学、非鉄金属、金属製品、生産用機械と

なっている。

実地調査を行うにあたり、化学、非鉄金属、金属加工、電子部品、はん用機械、プラスチック加工、鉄鋼、バルブ・紙、の各産業の工場を抽出した。

実地調査の結果から、タンクやパイプなどの装置が外から見える工場は「異化手法」や「工場萌え」の項目が多くなる。業種別にみると、化学や紙・パルプなど近代初期から操業していた業種は異化手法や工場萌えの項目が多くなる傾向がみられた。一方で、電子部品など最先端技術産業では、生産設備が上屋の中に収められてしまうことにより、異化手法や工場萌えの項目が少なくなる傾向が見られた。

大都市圏に比べれば大規模な工場地帯を有していない富山県にも、「景観異化」や「工場萌え」の要素が豊富に見られた。本論での分析のように「異化」や「萌え」の要素が強い工場をピックアップすることで、工場景観鑑賞を観光資源として活用できる可能性が様々な地域にあるだろう。

本論で対象とした工場景観はすべて昼景であったため、夜景については検証を行わなかった。工場景観は夜景にも重要な魅力が含まれているが、夜景の評価については今後の課題としたい。

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

2007年10月15日現在

Yamazaki, Ai *Analysis of Meteorological Landscape in Paintings Based on the Subject Matter of Toyama*

富山を題材とした絵画作品からみる気象景観

山崎 亜依

文化マネジメントコース

2019年12月10日

2020年12月10日

2021年12月10日

2022年12月10日

はじめに - 雨・曇り・雪・霧の気象の視点から -

富山県立近代美術館蔵『富山を描く120景』(2)

身の回りの風景には常に「気象」が存在している。富山県は日本列島の日本海側に位置し、世界的にみても湿潤な日本の気候の中でもさらに多湿である。気象庁のデータから東京地点と富山地点との比較を行うと、富山県は降水量と相対湿度が年間通して変動も少なく高いレベルにある。夏季の気温は同じ程度であるが、冬季には差が開いている。しかも多湿な気候に加えて豪雪地帯も抱えている。このような気候条件のもとでは、雪、雨や曇り、そして非常に細かな水の粒である霧などが一般的な気象現象となる。従って、これら、雨・曇り・雪・霧の4つの気象を富山の地域性をあらず気象だと考えた。

一般的に景観の分析は、空が晴れている状況を前提とし、あるいは気象条件を含まずに分析することが多い。しかし、雪景など気象と関わった景観が評価されている例も存在する。通常の景観鑑賞では悪条件として捉えられることの多い、雨・曇り・雪・霧の気象も扱い方によれば、鑑賞者の心を惹かせる方向に発揮できるのではないかと考える。そして、富山県で身近な気象の視点で景観を考察することで、富山県の新たな地域性の発見につなげることを本研究の目的とした。

研究対象と分析方法

2019年12月10日

本論において以上の4気象が現れた景観を「気象景観」と呼ぶことにした。今回の研究対象は地域を題材とした景観が描かれた絵画作品である。中でも気象景観が描かれた作品を主に分析を行った。本論で絵画作品を選んだのは、気象が扱われている景色を視覚的に調べられることに加え、現実の自然だけでなく作者の意図も絵に反映されるからである。調査対象とした画集は、富山を題材にしたものとして、富山県立近代美術館編『富山を描く―100人100景』(1)、②富山県近代美術館編『ふるさとの美 富山を描く120景』(2)、③西田亨子編『私の風景画』(3)、④西田亨子編『私の風景画Ⅱ』(4)、⑤小山正隆・下平正樹編『風景画全集美しい日本5 信州／北陸／飛騨』(5)、⑥砺波市美術館企画展『第11回至高の精神 広田郁世「在る日の風景」展』刊行パンフレット (6)、の6点である。比較対象として東京を題材とする、⑦岩崎吉一編『風景画全集美しい日本3東京』(7)を対象とした。

分析方法としては、景観の地域らしさを感じさせる対象物とそれを取り巻く気象との関係を調べた。作品の画面構成を「近景」「遠景」「背景」の3部に分け、各部ごとに描かれた対象物と気象を特定した。「背景」は画面構成上1番奥になる対象物のない部分で、主に空を指す。対象物は、「水面」「山岳」「平地」「人工物」「植物」「人」「動物」「その他」に大区分した。さらに、富山を題材とした絵画作品を基準

に「水面」は「河」「海」「その他」、「山岳」は「立山連峰・剣岳」「他山岳」、「平地」は「農地」「市街地」「空地」、「人工物」は「道」「橋」「建造物」、「植物」は「樹木」「草花」、「人」は「人だかり」「人物」の小区分に細分化した。「背景」の雲の具合を、「晴れ」と一面に曇っている「曇り」、一部分だけ青空などが見える「薄曇り」、一定の以上の暗さの曇りを「鉛空」と分類した。

2019年12月10日

風景画に描かれた気象景観の分析

2019年12月10日

収集された富山を題材とした作品は、気象景観が描かれていないものを含めて120点であった。そのうち気象景観が描かれた69点を対象とした。

近景で多く扱われた対象物は「水面」「平地」「人工物」の3つに集中した。「水面」はそのうち6割強が「河」であった。「水面」の近景は6％が降雪、35％が積雪だけの状態であった。その際の背景の気象は晴れ12％に対し曇りがかった気象は76％あった。「平地」は7割程が「農地」で次が「空地」である。近景の気象表現の割合は積雪のみと気象表現なしとで、ほぼ半分ずつに分かれる結果となった。その際の背景は、晴れが最も多く、曇り・鉛空が2番目であった。近景と背景とでの気象の組合せを見ると、気象表現なしで背景が晴れは1組にとどまっていた。一方で、近景が平地の積雪の場合、背景部分は曇りがかかっている場合が多かった。「人工物」の中では小区分「建造物」を描いたものが多く、その際の近景の気象表現は積雪43％、気象表現なし57％であった。背景は晴れが36％と最も多く、次に曇りが22％であった。

遠景にて多く扱われた対象物は「山岳」「人工物」「水面」の順であった。「山岳」のうち56％で「立山連峰・剣岳」が題材にされていた。遠景の山岳とともに描かれた気象は83％が積雪、霧が15％、雪が2％であった。山岳の場合は、霧の表現が現れることがひとつの特徴である。一方で背景の気象は晴れが42％、薄曇りが22％となり、暗い空の描写は少なかった。山の雪と空の青の対比が好まれていると考えられる。遠景が「人工物」の場合の気象は、気象表現なし46％、積雪36％、残りは不明と気象表現のあるものは多くない。しかし、背景の気象は曇りが28％で1位であり、晴れの割合は3位にとどまっていて、背景で気象景観を扱いやすいと考えられる。「水面」は近景とは異なり「海」が題材となったものが過半数であった。遠景の水面とともに描かれる気象は、積雪のみ、降雪、霧が各14％で、最も多かったのは気象表現なしであった。そして背景の気象では晴れのものがなく、曇りが57％を占めていた。遠景に「水面」が広がる主に日本海の気象景観は背景に低気圧的な地域性のある気象が扱われやすいことがわかる。

作品に描かれた主な主対象について、気象との関係を調べた。16点の作品がある「立山連峰・剣岳」は遠景に描かれることがほとんどで、遠景に描かれた気象の割合は積雪が94％と圧倒的である。しかし近景は気象表現なしが72％、背景は50％が晴れである(図)。春でも雪を冠る立山はその存在だけで気象景観の要素となる、非常にシンボル性が高い景観である。つまり、事物としての地域性と気象からの地域性が両立する存在である。10点の作品がある「水面」が主体の作品は立山とは傾向が異なっており、近景、遠景、背景いずれも地域性のある曇りや雪の気象表現が多く、背景の気象に至っては晴れの描写がない。背景の空が広くとれる水辺の景観には、富山らしい空の描写が多く使われている。

雪には対比と白色統合の景観効果がある。「白色統合」は雪が事物を一面白くすること、「対比」は雪の白さが他の事物の色味と対照的なコントラストを成すことで対象が無彩か有彩かでさらに分かれる(9)。雪を扱った作品を分析すると、白色統合部分の周り是有彩色の事物が多く配置されている。つまり、富山の雪は有彩色対比の扱い方が無彩よりも優位である。雨を扱う作品は2点のみであるが、近景側に気象表現がなく遠方の事物（主に山）を雨煙でほかすという扱い方が用いられる。霧には色とティティールを隠す効果がある。富山の霧を扱う作品は、霧を部分的に使うか画面のフレームのように扱うかで表現が分かれる。霧の作品に近景、遠景、背景が揃ったものはなく、山中の風景をフレームで切り取ったような構図をとる。

画集(1)～(4)からは作者のコメントが得られた。描かれた気象との出会いは偶然的な発見による傾向があり、一方で画題とする場所はあらかじめ富山の地域らしさを想定していた場合が多かった。富山らしさを求めて訪れた場所で気象景観と出会うことで、より地域性を感じさせる描写が生み出されていると言える。

富山と東京を比較すると、気象景観が描かれた作品の割合は富山で

2019年12月10日

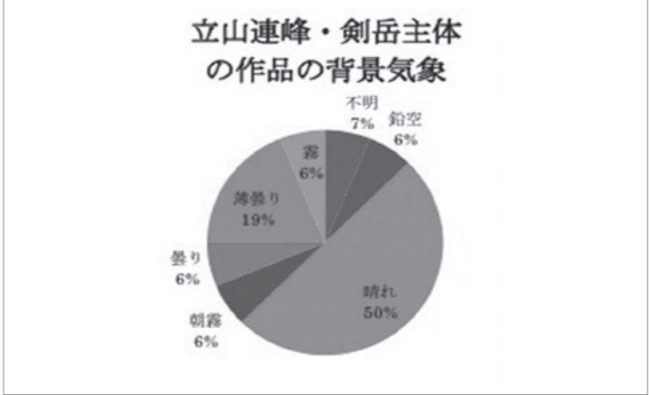


図 主対象が「立山連峰・剣岳」である作品の背景部の気象割合（分析結果の一例）

約57％、東京で約33％であった。東京の気象景観はその内7割程が灰色の空である。対象物はほとんどが「人工物」や「市街地」であり、街や人工物の無機質さと空の灰色が組み合わせられやすいと考える。

2019年12月10日

2020年12月10日

2021年12月10日

2022年12月10日

2023年12月10日

2024年12月10日

2025年12月10日

2026年12月10日

2027年12月10日

2028年12月10日

2029年12月10日

2030年12月10日

2031年12月10日

2032年12月10日

2033年12月10日

2034年12月10日

2035年12月10日

【主要参考文献、引用文献、URL】

- 富山県立近代美術館編／「富山を描く―100人100景」展／富山県立近代美術館／1983
- 富山県立近代美術館編／「ふるさとの美 富山を描く120景」展／富山県立近代美術館／2005
- 西田亨子編／私の風景画／2008
- 西田亨子編／私の風景画Ⅱ／2011
- 小山正隆・下平正樹編／風景画全集美しい日本 5 信州・北陸・飛騨／ぎょうせい／1988
- 砺波市美術館企画展／『第11回至高の精神 広田郁世「在る日の風景」展』刊行パンフレット／2010
- 岩崎吉一編／風景画全集美しい日本3 東京／ぎょうせい／1988
- 小林亨／移ろいの風景論―五感・ことば・天気／鹿島出版社／1993
- 埴生雅章／雪景画の考察からみた雪見の対象となる風景の構成方法、『造園雑誌』54(5)／日本造園学会／1991

Inami, Mayuka, Activities of local societies to make local railroad attractive

地域鉄道の魅力づくりに向けた地域社会との関わり

ー富山県内4つの鉄道をもとにー

稲見 まゆか

文化マネジメントコース

「地域鉄道の魅力づくりに向けた地域社会との関わり」は、富山県内4つの鉄道（富山ライトレール、黒部峡谷鉄道、生活・観光路線、万葉線）を軸に、地域社会との関わりを考察し、その魅力を高めるための取り組みを提案する。また、各鉄道の現状と課題を分析し、持続可能な運営モデルを提示する。

はじめに

本論文では、主に地方で運行され、地域に根差した鉄道路線に注目した。地域鉄道は人口減少やモータリゼーションの進展を受けて、経営悪化により廃止される路線が相次いだ。しかし、高齢者の移動手段の確保や環境問題等の課題によって、地域鉄道の社会的意義は見直されるようになってきている。第一に地域交通サービスの提供が重要ではあるが、第二に地域の活性化に資する可能性にも着目されるようになったのである。

本研究では、富山県内を走る地域鉄道の特徴を把握し、地域社会との関係の中で地域の魅力、鉄道の魅力がどのように創出されているかを明らかにすることを目的とした。具体的にその意義を示すため、高岡市内を走る万葉線を事例に、事業者や支援組織などの関係者へのヒアリング調査や実地調査をふまえ、過去、現在の動向を考察した。また、他県の地域鉄道の取り組みとも比較しながら、今後に向けた可能性についても論じた。

富山県内の4つの地域鉄道

国土交通省が、全国91の地域鉄道事業者を経営環境や経営状況に基づいて類型化した結果をもとに富山地方鉄道、富山ライトレール、黒部峡谷鉄道、万葉線の4つの地域鉄道の位置付けを確認した。

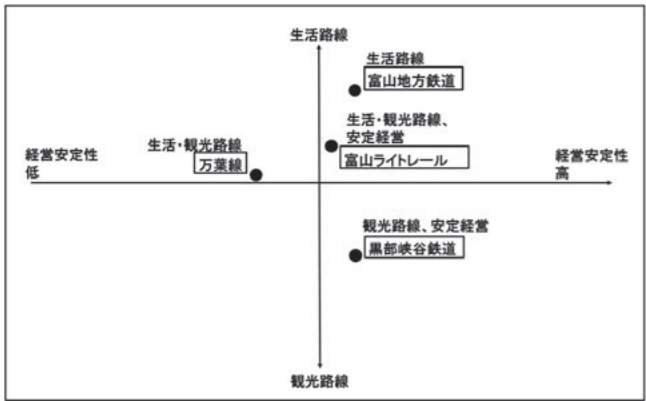


図1. 富山県内4つの地域鉄道の特徴 / 『地域鉄道の再生・活性化等研究会報告書』、国土交通省鉄道局、2013年をもとに筆者作成

富山地方鉄道は県内で最も多くの路線を持ち、環状線はオフィスビルや百貨店等がある中心市街地を走っていることから、買い物や通勤・通学での利用者が多いということが特徴であり、生活路線グループに位置付けられている。富山ライトレールは、通勤・通学・私用での日常生活での利用はもちろん、終点岩瀬浜の観光資源化の影響によ

り観光客の足としての利用もあることから、生活・観光路線、安定経営グループに位置付けられる。現在、富山駅を介して富山地方鉄道と富山ライトレールの南北接続事業が進められている。富山市が掲げる「コンパクトシティ構想」の一部として、両鉄道の路面電車を活用する施策は重要な位置づけにあり、地域社会の中での鉄道の在り方が明確化されている。黒部峡谷鉄道は、県内で唯一観光に特化した路線であり、観光路線、安定経営グループに位置付けられる。春から秋にかけてのシーズンは、アジア圏からの観光客も多い。自然資源の中にある観光列車であるため、天候やメディアへの露出度などによって、観光客の増減は左右されやすい。万葉線は、富山ライトレールと同じく生活・観光路線として位置付けられている。しかし、県内4つの鉄道の中では経営安定性が低く、過去には利用者減少により経営が悪化し、市民、行政、地域社会全体を巻き込む存続問題が生じた。一度再生した地域鉄道として、なぜ再生したかという部分が着目されてきたが、そこには万葉線を支え、利活用を考える沿線住民の活動があった。

「万葉線」の事例

万葉線の存続から15年を経て、万葉線を支えてきた地域の各種団体の連携や課題について現状把握を行った。万葉線が第3セクターとして再出発したのは、平成14年4月である。利用者は、開業以降増加し、平成26年度の125万人は過去最高であった。だが、ここ数年は定期利用者の減少もあり、減少傾向である。平成27年の北陸新幹線の開業では、高岡市にも新駅が設置されたことにより、県外、海外からの利用者が増えると予想を立てていたが、開業による効果はあまり出ていないのが現状である。事業者は、最終列車の増便やダイヤ改正、電停のバリアフリー化など輸送面での努力だけでなく、各種イベント列車や企画切符、ツアーの開催など楽しめる企画も実施している。

万葉線が存続した背景には、利用者促進や鉄道の活用を考え、支援する団体の存在があった。「万葉線対策協議会」は昭和55年に高岡、射水両市及び市議会、商工会、自治会などによって設立され、路線存続に向けた活動を行ってきた。「万葉線を愛する会」は、万葉線対策協議会をサポートする組織として、市内の個人・法人によって構成されている。高岡、射水両市の交通課担当者が事務局となり、事業者とともに利用者状況や開催する企画内容についての話し合いが月に一度行われている。どちらの団体も企画運営等は市が中心に担っているが、市民の意見や提案を直接反映する団体とはなっていないのが現状である。もうひとつの市民団体である「路面電車と都市の未来を考える会・高岡（通称、RACDA高岡）」は、路面電車を活用したまちづくりを目的として設立された。中心メンバーは25人程で、ほとんどが会員の人づてで入会している。月に2回の定例会では、それぞれ

が持ち寄った議題について議論するほか、行事前になるとその内容についての意見交換がされている。毎回同じ内容で進められるのではなく、一人一人が意見を持ち、共有する場となっている。自由に議論できる場があることで、他の団体や事業者にも提案をしていく起動力となっている。協議会と愛する会は、地元客に向けた取り組みがほとんどであるのに対し、RACDA高岡は全国への視察やサミット、シンポジウムへの参加等、市外との交流も多い。

このように、万葉線を巡っては異なる性格をもつ支援団体が存在している。これらの団体による企画も含め、万葉線の利用促進のために行われている取り組みとその企画主体を図2に示した。事業者へのヒアリングでは、イベントの内容については自治会などから一部意見をもらうこともあるといい、企画に対して、比較的自由な発想で提案され、柔軟な対応がなされていると言える。万葉線の場合、鉄道の魅力も、地域の魅力も引き出し得る支援者、組織は存在しているが、現在はその思いや熱意は一部の人々の間で留まり、その他の人々へと波及していない部分があると考えられる。

	2010年	2011年	2012年	～	2016年	2017年	
電車まつり「路面電車の日」(6月10日前後)							イベントの開催
電車まつり「鉄道の日」(10月14日前後)							
納涼ビール電車(6月～10月)							車両の魅力向上
ヌーヴォー・ワイン電車(11月)							
新潟おでん電車(1月～3月中旬)							
パルンタン電車(2月)							
越後都市宣言(5月)							地域サポートによる乗車促進
納涼まつり「ビアガーデン」(8月)							沿線地域の情報発信
七夕のつどい(8月)							
電停クリーン作戦(3月)							環境美化・駅の魅力向上

万葉線(株)
万葉線対策協議会
万葉線を愛する会
RACDA高岡

図2. 万葉線で実施されている取り組み

考察

事例

全国を見ると、沿線住民が事業者と議論をし、鉄道の活用を具体的に考え、実践している事例が存在する。茨城県のひたちなか海浜鉄道は、事業者の地道な経営努力と応援団によって支えられている事例であり、一般市民と事業者が議論や情報交換する場が設けられ、日常的な利用者の利便性をしっかり改善してきた。福井県のえちぜん鉄道は、市民の声を取り入れ、創意工夫された事業やイベント企画によって利用者が増加していた。岐阜県の長良川鉄道は、県内4つのローカル線の連携により、積極的な情報交換を行なって共同企画なども実施し、県を挙げて地域全体で鉄道を支援している。

このように市民や自治体行政がより主体性を持って地域鉄道の支援や沿線の魅力づくりを行なっている例も多い。行政側からの支援は利用促進に向けた企画やその補助だけでなく、市民が求める鉄道の需要を掘り起こすことが重要である。万葉線においても市の交通課担当者が事業者とともに経営状況やその利活用について議論する場が設けられていることは評価できる。だが、これからは万葉線を地域の中でどう位置づけるかを具体的に沿線住民や利用者に提示し、地域の活性化や交通弱者福祉の増進、公共交通以外に与える効果等も視野に入れて考えていく必要があるだろう。他県の事例をそのまま適用することはできないが、市民が意見を言える場を、自治会や婦人会、観光協会の中など小規模なところから始め、自由に発することができることでよりよい活用方法を見出ししていけるのではないだろうか。さらに地元の公共交通の在り方について活発に意見交換し、提案する場があれば、市民同士の交流になり、それは鉄道だけではなく、地域社会全体を考えていくことにもつながる。事業者と行政、そして市民の求める地域鉄道の方向性が一致し、地域社会の持つ潜在力を引き出すことができれば、クルマ社会と共存し、魅力ある鉄道であり続けられると考える。廃止か、存続か、という問題が起きたときだけでなく、市民が乗りたいたいと思う鉄道の在り方を模索し続けなければならない。

「万葉線」の事例は、地域社会との関わりを考察し、その魅力を高めるための取り組みを提案する。また、各鉄道の現状と課題を分析し、持続可能な運営モデルを提示する。

「万葉線」の事例は、地域社会との関わりを考察し、その魅力を高めるための取り組みを提案する。また、各鉄道の現状と課題を分析し、持続可能な運営モデルを提示する。

「万葉線」の事例は、地域社会との関わりを考察し、その魅力を高めるための取り組みを提案する。また、各鉄道の現状と課題を分析し、持続可能な運営モデルを提示する。

「万葉線」の事例は、地域社会との関わりを考察し、その魅力を高めるための取り組みを提案する。また、各鉄道の現状と課題を分析し、持続可能な運営モデルを提示する。

【主要参考文献、引用文献、URL】

- 国土交通省鉄道局・観光庁 / 『地域鉄道の再生・活性化等研究会報告書「観光とみんなで支える地域鉄道」』 / 2013
- 万葉線株式会社 / 「平成22年度～平成28年度鉄道・軌道安全報告書」(http://www.manyosen.co.jp/corporate/report/index.html)
- 国土交通省鉄道局 / 『地域鉄道の再生・活性化モデル事業の検討調査(平成25年度)』 / 2014

コミュニティビジネスにおけるクラウドファンディングの可能性

―内と外を繋げる場としての役割―

梅基 里佳

文化マネジメントコース

研究の背景、および仮説と目的

『第二次国土形成計画(以下、国土形成計画)』(2015)によれば、日本の総人口は2008年をピークに減少を続け、地方では生活サービス機能が著しく低下し、現在の生活水準の維持が困難となる可能性が高くなる。また、若者の流出や高齢化などによるコミュニティ構成員の高齢化と減少による、地域コミュニティの弱体化が課題となっている。国土形成計画では「対流促進型国土」を基本構想としている。地域住民が主体となり、集落生活圏の将来像の合意形成を行うことが求められ、生活サービスの不足している部分については、住民主体のコミュニティビジネスで解決することが望ましいとしている。さらに、そうした活動を続けるための資金調達の仕組みを整備する必要があるとし、その一つの手法としてクラウドファンディングの活用を提案している。

クラウドファンディングとは、法人や個人の新規事業に対し、インターネット等を活用した専用のプラットフォームを使用して不特定多数の出資者が集まって資金提供を行う仕組みである。本論文では、モノやサービスを生み出す際にクラウドファンディングを用いることが、地域の外の人間が地域と関わるきっかけとなり、地域の内と外の交流が生まれるのではないかと考え、コミュニティビジネスにおいて使われるクラウドファンディングは地域の内と外を繋げる場となる、という仮説を設定した。一般的なビジネスとは違う住民主体、地域資源中心のコミュニティビジネスにおいて、クラウドファンディングを使用しているからこそ起こる新しいつながりの実態を明らかにすることを目的とする。また、内と外を繋げる場として見たときのクラウドファンディングの課題と発展性についても考察を行う。

研究対象

本論文では地域・地方に特化したクラウドファンディングサイト「地域×クラウドファンディングFAAVO(以下、FAAVO)」を調査対象として取り上げた。運営者は株式会社サーチフィールド(本社東京)であり、地域の誰もが気軽にクラウドファンディングに挑戦でき、誰もが気軽に全国の地域とのつながりを作っていくためのプラットフォームを目指して活動している。FAAVOは購入型のクラウドファンディングサイトであり、その多くがAll or Nothing方式(定めた期間内に目標金額に達しない場合、プロジェクトが成立しない)で設定されたプロジェクトである。FAAVOのホームページトップに掲載されている情報によると2017年11月時点で、これまでに全75エリア、1402件のプロジェクトが起案されてきている。

FAAVOの特徴の一つに、起案者への支援制度としてのエリアオー

ナー制度がある(図1)。エリアオーナーはFAAVOの現地運営パートナーのことであり、エリア限定でFAAVOの名義とシステムの権限を持ち、FAAVOの一員となってプロジェクトの様々なサポートを行う。

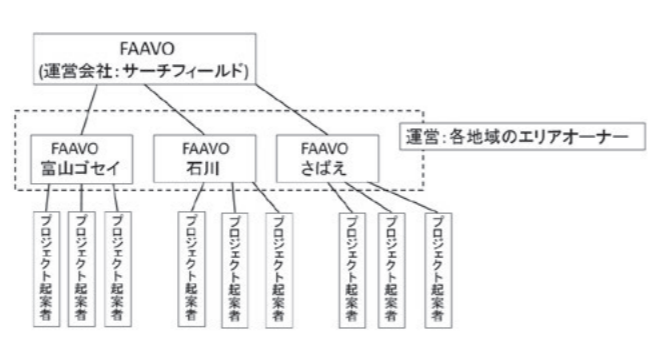


図1 エリアオーナー制度の仕組み

本論文では、運営会社の株式会社サーチフィールドに加え、北陸3県にある計5つのエリアのうち、2017年春まで富山ゴセイのエリアオーナーを担当していた株式会社地域交流センター企画と、さばえのエリアオーナーである鯖江市役所財務政策課にヒアリングを行うことで、運営主体の現状を明らかにする。また、プロジェクト起案者は富山ゴセイエリアの1名、石川エリアの2名に対しヒアリングを行った。

結果と考察

プロジェクトを起案する際にFAAVOを使用する決め手となった理由として、起案者二名がFAAVOの地域に密着する姿勢に共感したことを挙げた。FAAVOのメリットとして共通して挙げられたことは、エリアオーナー制度が整っていることである。自分の町やプロジェクトに対して持つ思いを、エリアオーナーとの打ち合わせを通してより具現化し、うまく文章化することができるという意見が共通していた。またリターン品の設定やプロジェクトの目標金額設定、効果的な広報の方法など、エリアオーナーからのサポートは多岐にわたり、起案者自身満足している様子を伺うことができた。一方、デメリットとして挙げられたのは手数料の高さである。エリアオーナーという中間支援団体を挟むため、他のサイトよりも高い手数料が徴収されることになる。手数料が高い分、エリアオーナーに対する期待は高くなるといえる。富山ゴセイのエリアオーナーを務めていた明石氏は、エリアオーナーの業務に対して利益性はないといい、鯖江市も起案者から手数料を徴収していないことから、それぞれの企業や団体がエリアオーナーとなる動機には、地域貢献の意味合いが大きいと考えられる。

支援者の割合の多くは起案者の知り合いが占めており、これまでに

関わりがなかった人からの支援はあまり多くはなかった。ただし、クラウドファンディングに内と外を繋げる力がないのかといえばそうではない。繋がりを、自治体の内か外かにとらわれず、交友関係の視点で見ると新しい繋がりは確実に生まれている。プロジェクトを始める前の起案者は、その地域住民に対し、日常の交友関係の視点から見ると外の人間である。起案するにあたり、エリアオーナーのサポートによって自分の思いが整理されていると、身近な人だけでなく、これまで関わりがなかった地域住民に対しても、町への思いやプロジェクトについてうまく伝えることが可能になり、支援の有無に関わらず応援してもらえるようになる。また、クラウドファンディングの記事がSNSでシェアされることで新しい関係性や、新たな事業につながるチャンスとなり得る。これらのことより、クラウドファンディングは地域の内と外を直結する力は無くとも、身近な交友関係からつながりを広めていく力があるといえる。

起案者やエリアオーナー達の努力は着実にプロジェクトを成功させ、クラウドファンディングを通して、これまでに多くのモノやサービスが新たに生み出されてきた。これらのプロジェクトは地域の経済循環に繋がり、旅行者や地域住民が行き交う場所づくりとして成り立っている。このことは、クラウドファンディングがコミュニティビジネスの後押しをする仕組みとして有効であることを示している。プロジェクト期間やプロジェクト成立後も続いて、地域住民やその他事業者と関わる機会が増えることで、現在各地で危惧されているコミュニティの崩壊や弱体化の歯止めとなる可能性も十分にあるといえるだろう。現在のクラウドファンディングはこのように、地域の内側の繋がりを強くする仕組みとしては十分に力を持っている。そこで満足するのではなく、さらにその外側との繋がりに目を向けることが重要である。「対流促進型国土」を目標像としたとき、クラウドファンディングの不特定多数からの支援を集める仕組みは、地域の内と外を繋げ、まさに対流を促す力を持っているに違いない。

コミュニティビジネスにおけるクラウドファンディングは地域の内と外を繋げる場となるという仮説に対し、現在、地理的な範囲としてはその効果は狭い範囲にとどまっているという結果となった。しかし、起案者を取り囲む交友範囲の観点から見れば、交友範囲の内側から外側へ着実な広がりを作り出す効果があり、内と外の関係性は新たに生まれているといえる。今後、外との繋がりをより意識することで、地域の内と外を繋げる場としての役割を担うツールとして発展性があるといえる。融資や補助金から始める一般的ビジネスとは違い、近隣住民のほか、エリアオーナーや支援者といったクラウドファンディング特有の関係性が新たに生まれることにより対流の促進につながると考えられる。FAAVOに限らず、まちづくりのクラウドファンディングへの出資には地域貢献の気持ちが根底にあり、地域のためにプロジェ

クトを考案するのが本来のあり方だろう。FAAVOの現状は、プロジェクトを起案している“人”を応援して投資する仕掛けになっていると考えられる。地域への思いを糸口としたプロジェクトとしてより支援者に伝わりやすいよう、他サイトと構成上の差別化を行うなど、新たな仕掛けづくりを考えることで、個人ではなく地域に支援をしたいという層との繋がりが新たに生まれると考えられる。現在の地域特化型のクラウドファンディングは、資金調達の面では成功しているといえるが、地域活性化の視点からすると発展の余地があるといえる。

【主要参考文献、引用文献、URL】

○佐々木敦也/『ザ・クラウドファンディング』/一般社団法人金融財政事情研究会/2016

○国土交通省政策局/第二次国土形成計画(全国計画)/2015

Fukumura, Sayaka *Is Starbucks coffee regarded a tourism resource ?*

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

福村 清香
文化マネジメントコース

Geibun Prize 2018 受賞

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

富山駅北側エリアの開発事業の一環として建設された富山県富岩運河環水公園は、富山を代表する都市公園である。また環水公園内にあるスターバックス富山環水公園店は「世界一美しいスターバックス」と評されたことで、地元の人だけでなく多くの観光客が訪れるようになった。これは世界中でチェーン展開するスターバックスが富山の特色ある観光資源となり、富山県の観光事業に影響を与えていると考えられる。そこで本論文ではスターバックスと富岩運河環水公園との関係に着目する。そして、スターバックスはなぜ人を集める力があるのか、またコンセプトストアが富山に誕生した経緯を明らかにし、チェーン店であるスターバックスが富山の観光資源となり得るのか考察していく。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

満尾は観光資源を『ヒトを旅行に駆り立てる対象』と表現し、観光施設は観光資源を観光の対象として機能させる役割を担う施設やサービスを指すと述べている（1）。一般的な公園と公園内にある飲食施設の場合は、公園が観光資源、飲食施設が観光施設となる。しかし公園自体がもつ誘引力は通常、観光資源と比べて弱いため観光対象としては機能しにくいのが普通である。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

都市公園は元々緑地保全と確保が目的であり、観光のために造られたものではなかった。しかし近年公園をまちづくりの一環として整備し、魅力あふれる都市創造のために活用する動きが高まっている。そのため、これまでただの緑地スペースだった公園では各種イベントを開催する等、街の賑わいの拠点となるべく新たな方向へ力を入れている。公園が持つ多機能性を都市・地域・市民のために引き出し、都市の新しい魅力創出のきっかけになる社会資本へと生まれ変わらせていくことが求められている。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

富山市の中心部を流れていた神通川の氾濫は、長年住民たちに甚大な被害を与えていた。そこで1890年代から河川の改修事業が開始され、市街地を蛇行していた川筋をほぼ直線で富山湾に流す工事を実施した結果、氾濫は治まり、洪水の被害は大幅に減少した。しかし旧河川跡が廃川地となり、都市計画に悪影響を与えていたため、運河を開

削し、その土砂で旧河川跡を埋め立て新市街地として整備することが決まった。運河が完成したことで駅北地区の工業化は進んだが、戦後の高度成長期から運河利用は衰退し、大量のごみや水質汚染が問題視されるようになった。そこで富山駅北地区の再開発事業が計画され、

運河周辺の土地を活用し、富山の自然と都市が共存する親水文化公園を目指して環水公園が整備されることとなった。2006年に発足した「環水公園等賑わいづくり会議」には、商工会議所や地元住民等が参加し、公園の魅力を積極的にPR、多様なイベントを開催することで賑わいの拠点となる公園づくりを目指すとともに、民間活力を取り入れ飲食施設などによって賑わいを創り出す提案もされた。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

スターバックスに多くの人が集まる理由の1つとして高いブランド力が挙げられる。スターバックス元CEOであるハワード・シュルツはブランドを築くための一番の要因は、魅力的な製品を持つことだと述べている（2）。スターバックスの目的は、上質なコーヒーを提供するだけでなく、人々に喜びを提供することだ。そのためスターバックスの情熱や思いを顧客に伝えるパートナー（従業員）の育成、「スターバックス体験」と呼ばれる店で過ごす体験の向上に力を入れブランド力の維持と強化に努めた。1995年初の海外進出としてスターバックスコーヒージャパン株式会社設立され、国内の店舗数は現在1000店舗を超え日本の第2次コーヒーブームを牽引している。各ストアは地域住民や来店者にとっての「サードプレイス」になることを目指している。サードプレイスとは「とびきり居心地よい場所」（3）と表現され、自宅や職場、学校以外の場所を指す。スターバックスは、サードプレイスを意識した店舗づくりを展開することで、多くの人の憩いの場として認知されるようになった。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

スターバックス富山環水公園店は全国に現在14店舗しか存在しないコンセプトストアのひとつである。コンセプトストアとは「いつものお店とすこし違うスターバックス体験」ができる特別なストアを指す。環水公園店は公園に広がる芝生と豊かな水辺空間を活かした店舗デザインが特徴的で、2008年スターバックスの社内コンクールにおいてストアデザイン賞最優秀賞を受賞した。これは口コミやSNSで広まり「世界一美しいスターバックス」と称され日本中、世界中から多くの観光客が訪れるようになった。このような観光客が旅行の目的として来店するストアを社内では“Destination Store”と呼んでいる。全国のコンセプトストアと比較して、その特異性をみてみたい(表1)。

	店名	所在地	コンセプト	設立日
A	京都三条大橋店	京都	鴨川納涼床で楽しむコーヒー	1999.12
	京都烏丸六角店	京都	歴史ある京の古寺とコーヒー文化の融合	2009.1
	大宰府天満宮表参道店	福岡	伝統的な木組み構造を用いたデザイン	2011.12
	上野恩賜公園	東京	緑あふれる自然と文化・芸術を調喚する	2012.4
	東急プラザ表参道原宿店	東京	緑豊かな天空のスターバックス	2012.4
	出雲大社店	島根	和と洋の縁結び	2014.4
B	表参道 B-SIDE 店	東京	都会の中のアオアシ	2001.1
	鎌倉御成町店	神奈川県	漫画家、横山隆一氏の邸宅跡地で寛ぐ	2005.10
	神戸北野異人館店	兵庫県	登録有形文化財である2階建ての洋館	2009.3
	弘前公園前店	青森	伝統と革新が共存する登録有形文化財	2015.4
C	福岡大塚公園店	福岡	環境に配慮したグリーンストア	2010.4
	銀座マロニエ通り店	東京	アート展示など、さまざまな催しを開催	2001.3
	目黒店	東京	日本ならではのおもてなしの心を表現	2013.5
D	富山環水公園店	富山	水と芝生が広がる憩いの場	2008.9

表1 分類されたコンセプトストア

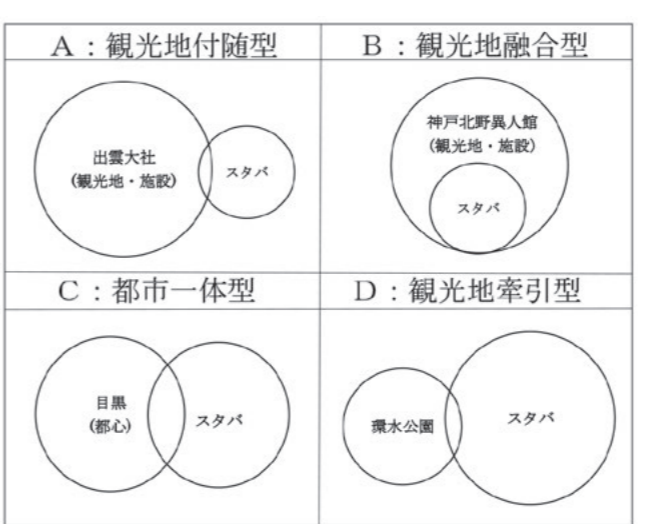


図1 4グループの誘引力の関係性

図1は分類されたグループの誘引力の関係性を図式化したものだ。円の大きさはそれぞれの誘引力の大きさを表し、大きい方がより強い誘引力を持っている。Aは、島根県にある出雲大社のような大きな誘引力を持つ観光資源と関連付けたデザインを店舗に取り入れることで、ストア自身の誘引力を高めている。つまり『観光地付随型』のコンセプトストアと分類できる。またBは、付随する観光資源の中に入り一体化していることが特徴である。兵庫県にある神戸北野異人館は登録有形文化財に指定されており、その中にスターバックスが outlet している。これは『観光地融合型』のストアであり、スターバックスと

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

福村 清香
文化マネジメントコース

Geibun Prize 2018 受賞

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

観光資源が共に1つの大きな誘引力を生んでいる。Cは、人が多く対流する都会で社会の最先端な関心事をテーマとしている『都市一体型』コンセプトストアである。また世間では注目を集めていない価値観に目を向け、関心をもたせるきっかけを与えている。しかし富山環水公園店はこれら3つのグループのどこにも該当しない。このストアは「世界一美しいスターバックス」という評判とスターバックス全体が持つブランド力により誘引力を高め、結果環水公園が付随する形で誘引力と知名度が高まった。よって『観光地牽引型』であるといえる。

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

「スターバックスは観光資源となり得るか」
「富山環水公園店を例に」

旧利賀村移住者のライフコース分析にみる農村移住の課題

川岸 真琴

文化マネジメントコース

研究の背景と目的

近年、都市部から農山村への移住希望者が増加している¹⁾ 2)。しかし、移住希望者が増加している一方で、移住後の生活に対して移住前のイメージとのギャップを感じる移住者も多くいることが分かっている³⁾。農山村への移住を希望する人が増加しても、移住先で移住前のイメージとのギャップを感じて定住を諦める人がいるのでは、新しい移住者とともに地域を維持していく必要のある地域にとっては損失になる。また、そうした移住と定住のプロセスの視点から現在の農山村への移住政策を見た時に、何かしらの政策的な課題があるのではないかと考えた。そこで本研究では、農山村へ実際に移住した人々の動向の分析を通して、移住政策の課題について検討することとした。

ライフコース分析について

本研究では農山村へ実際の移住者を対象としてライフコース分析を行う。エルダー⁴⁾によるとライフコースとは「年齢によって区分された生涯期間を通じてのいくつかの軌跡、すなわち、人生上の出来事についての動機、移行期間、間隔、および順序に見られる社会的なパターン」である。また、大久保⁵⁾によると「個人の生涯にわたる生活構造の変動過程こそがライフコースにほかならない」。これを踏まえて本研究では、移住者のこれまでの、そしてこれからの生活の変動を追う。

農山村においてライフコース分析をした先行研究には佐藤真弓の「農山村における地域資源利用の多様化と地域社会一担い手としての「Uターン者」の登場と背景―」（2015年）⁶⁾がある。農山村の新たな経済活動の担い手としての「Uターン者」の動きや現状を明らかにするため、長野県飯山市太田地区において民宿を経営している1代目から3代目の各世代の年齢や学卒時の状況、民宿経営の特徴などのライフコースの特徴や役割分担を男女別に割り出している。

利賀村について

本研究では富山県南砺市、旧利賀村地域への移住者を対象として分析を行った。利賀村は富山県の南西部に位置しており、2004年11月に周辺の福野町、福光町、井波町、城端町、平村、上平村、井口村と合併し南砺市となった。1990年には人口1137人だったが2015年には人口537人となり、高齢化率が40%を超える人口減少・高齢化の進む地域である。また、周囲を山々に囲まれており冬には積雪が1メートルを越える。主にそば祭りや演劇によって村おこしをしている。

利賀村では江戸時代以前からそばの生産が盛んだった。次第に各々そばを持ち寄り「そば会」が催されるようになり、1972年には村内外の縁故者が中心となり「豆谷そば祭り」が開催された。1982年からは「利賀そば祭り」と名称を変えて村の招待客を招くようになった。1986年からは一般客にも開放され、村の予想を超える多くの来場客が訪れた。

そば祭りや並んで村おこしの中心となっているのが演劇である。1976年に現在の劇団SCOTの代表であり、劇団早稲田小劇場の主宰であった鈴木忠志氏が利賀の合掌家屋を改装して「早稲田小劇場利賀山房」と名付けたことが、利賀に演劇が根付くきっかけとなった。当初は5年間の契約だったが、村の強い要望によりその後も公演が継続され、毎年多くの観客が村を訪れている。

南砺市、利賀村の移住政策

南砺市では減少し続ける人口に歯止めをかけるため、2014年から定住対策に重点を置いた「南砺で暮らしません課」を設置している。移住希望者に対し、移住に向けた様々な支障を解消するため、移住や定住をサポートしている国や県、市の施策を「1、知る・伝える」「2、体験する・受け入れる」「3、移住・定住へ」の3つのパッケージにまとめサポートしている。

「1、知る・伝える」では、富山県地域振興課の移住希望者向けの情報発信事業である「くらしたい国、富山」を利用して、「とやま暮らしセミナー in 東京」などで南砺市のPRをしている。

「2、体験する・受け入れる」では、移住準備事業として体験ツアーを開催している。2015年に開催した計4回の体験ツアーでは合計38組が参加している。また、より深く南砺市での生活を体験することができるよう市内3か所に体験ハウスを設置している。これらのマッチングサポートによって移住希望者はより自然に地域に馴染む足がかりを得ることができている。

「3、移住・定住へ」では、定住サポート事業として引越サポート、家賃補助、定住補助を行っている。

利賀村では昭和40年代には過疎化が深刻となったため、1967年に離村対策協議会を設置し、入村者に向けた様々な条例を制定した。これらの活動は1980年に設置された利賀村過疎対策協議会に受け継がれた。また、1992年に開催した世界そば博覧会では全国から多くのボランティアが集まった。その中に利賀村での生活に魅力を感じ、雇用と居住の基盤があれば、村に留まり定住したいと希望する者が多くいたため、1993年に青年山村協力隊推進委員会を設置した。

移住者のライフコース分析

8組（Aさん～Hさん）の移住者に対してヒアリングを行い、移住のきっかけや定住できた要因、移住後に感じたギャップ、再移住の可能性などについて、移住した時期、移住時の年齢、家族構成、現在の年齢との関係を検討した。

農村への移住を決めた要因は、大きく「都市生活への嫌気」「利賀の自然環境の魅力」「自分の生き方を変える」「趣味のため」の4タイプに分類できた。2組は「都市生活への嫌気」を移住を決めた要因として挙げており、都市部で仕事に就いてしばらく経った頃に動機として現れていた。5組は「自然環境」を挙げている。この要因はAさん、Dさんは子供が病気になったことをきっかけに、Bさん、Cさん、Fさんは仕事をしている中で徐々に動機となっていく。「生き方を変えるため」は3組が挙げ、「趣味」は1組が挙げていた。「自然環境」という理由は、移住した時期にかかわらず常に主要な移住の要因となっている。また、30歳代後半～40歳代での移住者は移住を決断した要因が多様であった。

移住後の定着要因は「住居」「職業」「周囲のサポート」「生き方」の4タイプに分類できた。とくに近年の移住者や単身の移住者にとっては、利賀に職業があることが移住後の定着要因として大きな理由となっていた。

移住後に感じたギャップは「金銭面」「働き方」「生活（寒さや過ごし方など）」「交流」の4タイプに分類できた。30歳代後半～40歳代での移住者は「働き方」が移住後のギャップとして大きかった。家族ぐるみの移住者にとっては「金銭面」で意外と出費が大きいことが移住後のギャップとして大きかった。また特にギャップを感じなかったFさんのような例もあった。

利賀から再び移住する可能性の要因は「子供の教育」「親の介護」「職業」「体力」の4タイプに分類できた。現在30歳代後半～40歳代の移住者は「職業」が再移住可能性の要因として大きかった。現在50歳代前半の移住者は「体力」が再移住可能性の要因として大きかった。

移住政策の課題

「自然環境」は移住した時期にかかわらず常に主要な移住の要因であったことから、自然環境を生かした村づくりは、将来に向けても有効であると考えられる。

南砺市では市内に基盤のない人向けに就職支援や住居への補助をしている。しかし利賀村の課題として、移住希望者が気軽に住むことのできる住居がないということが挙げられたため、移住希望者が自らの

生活スタイルに合わせて選択することのできる住居を整備、確保することが必要である。また、近年の移住者は利賀に職業があったことが定住の大きな決め手となっている一方で、職業や働き方の変化による離村の可能性も大きかった。南砺市では農業希望者向けの支援制度が手厚いが、利賀地域の場合は主要な産業となっている林業・建設業への就職に向けた技術習得支援や費用支援が有効であると考えられる。

移住後に感じるギャップを解消するために、南砺市では本格的な移住前に南砺市での生活を体験する体験ツアーや体験ハウスを運営している。それによって実際に移住した後のギャップによる離村はある程度減少している。しかし村内での役割や金銭面などでギャップが感じられる場合もあり、移住後もコミュニティとの関係にはサポートが求められる。

利賀村から再移住する可能性として、家族で移住する移住者にとって特に大きな要因は、子供の教育環境の変化や、親の介護によるライフスタイルの変化である。南砺市では介護に関連して、3世代同居への補助やバリアフリーのための工事費支援などを行っているが、周辺地域の総合病院などへの交通支援なども考えられる。また、南砺市には子育て・教育に対する様々な支援があるが、妊婦や就学前の子供、小中学生が対象の制度がほとんどである。高校のない利賀では高校進学を機に子供が利賀を離れることが避けられないが、親が利賀に残りやすい環境作りや、高校生や大学生を対象に、利賀に戻りやすい環境作りも求められるだろう。

【主要参考文献、引用文献、URL】

- 利賀村史編纂委員会／利賀村史3近・現代史／利賀村／2004
- 1) 内閣府／都市と農山村の共生・対流に関する世論調査／2005
 - 2) 内閣府／農山村に関する世論調査／2014
 - 3) 国土交通省／国土交通白書2015／日経印刷／2015
 - 4) 森岡清美、青井和夫／現代日本人のライフコース／日本学術振興会／1987
 - 5) 大久保孝治／ライフコース分析の基礎概念、教育社会学研究第46集／東洋館出版社／1990
 - 6) 佐藤真弓／農山村における地域資源利用の多様化と地域社会一担い手としての「UIターン者」の登場と背景―／農林水産政策研究所セミナー／2015

近年の女性向け観光ガイドブックにおける景観写真の使用傾向

高山 遥

文化マネジメントコース

はじめに

今日、観光は世界的にも重要な産業の1つであり成長産業としての期待が高い。北陸新幹線の開通や格安航空会社の参入など国内の観光を取り巻く環境も変化している。観光の際に必要なのが観光地情報であるが、その収集方法は様々である。インターネットが普及する以前は、旅行の情報源は紙媒体のガイドブックやパンフレットが中心であった。しかし、インターネットの書込情報がガイドブックに次ぐ存在となっていることから、ガイドブックの存在は中心的なものではなくなった。そのような状況の中で発売されヒットした紙媒体の観光ガイドブックがある。昭文社から2008年に発売された「ことりっぶ」である。2014年には累計販売数が1,000万部を超え同社の主力商品である「まっぶる」と並んで二大勢力となった。「ことりっぶ」と従来の観光ガイドブックの大きな相違点は20～30代の女性をメインターゲットとしていることである。旅行をより好む傾向があるのは男性より女性であり、ガイドブックを比較的参考にするのも若い女性である。このように国内の観光にとって若い女性が重要であることから女性向け観光ガイドブックの特徴に着目した。紙媒体の需要が減る中、女性向け観光ガイドブックが受け入れられた理由として情報量の違いやキャッチコピーの使い方、表紙のデザインや版の縮小化が挙げられているが、視覚的な情報伝達の多くの部分を占めている景観写真の使用傾向にも違いがあるのではないかと考えた。そこで、1) 景観写真が従来の観光ガイドブックと差別化を図るため、別の演出が施されている。2) 景観写真を通して20～30代女性の視点を通した新しいパブリックイメージが形成されているという仮説を立て考察することを本研究の目的とする。

研究方法

分析対象の観光ガイドブックとして、国内ガイドブックの代表的出版社である昭文社とJTBパブリッシングから、ムックタイプとして「まっぶる」と「るるぶ」、女性向けタイプとして「ことりっぶ」「ココミル」「manimani」「タビハナ」の6冊を選んだ。ムックタイプ2冊には計1664枚の写真が掲載されており、そのうち金沢市の屋外景観を撮影している写真353枚を分析対象として抽出した。女性向けタイプ4冊には計2392枚の写真が掲載されており、552枚を分析対象として抽出し、合わせて905枚の景観写真を対象とした。分析項目には1) 主景・前景・背景、2) 単体建物用途、3) 視線方向、4) 時間帯、5) 季節性、6) 構成原理、7) 掲載ページの重要性、8) 写真の大きさ、の8項目を設定した。分析項目の設定にあたっては、日高圭一郎(1998)と神谷文子ら(2000)を参考にした。抽出し

た景観写真1枚毎に8項目の指標に基づいてデータベース化し、集計結果をもとにムックタイプと女性向けタイプを比較することで、その特徴を明らかにした。

結果と考察

各項目の分析結果から、両タイプの違いは大きく3つのポイントに整理できた。

1つ目は「金沢21世紀美術館」を中心としたアート関連の扱いである。21世紀美術館を含む美術館・博物館を対象とし、かつ大きな写真で掲載されている割合は女性タイプがムックタイプを大きく上回っていた。また同美術館のアート作品の撮影方法にも違いがみられた。ムックタイプでは対象物に対してほぼ水平な状態で撮影されている平行景の構図しか抽出されなかったが、女性向けタイプでは平行景に加え、作品を上下さまざまな角度から多様な構図で作品を撮影していた。観光客が実際に現地へ訪れアート作品を見る際には、同じ場所から見続けることはなく、周囲を歩くことにより視線が動くであろう。女性向けタイプはそれを反映させ、従来のガイドブックと差別化を図っていることが読み取れる。金沢市観光調査結果報告書によると、実際の観光客の行動傾向をみても21世紀美術館は若い女性にとってより印象の残るスポットであるとされており、こうした状況を踏まえて女性向け観光ガイドブックは差別化の手段として美術館とアート作品の扱いを強調していると考えられる。

2つ目はまち並みの「ディテール」である。まちのディテールの景観写真の扱いからも、実際に観光客が足を運んだ際の行動や見え方をガイドブックに反映していることがうかがえる。ディテールとは全体に対する細部のことを指し、本研究の場合、対象の景観の一部を切り取ったような写真が該当する。女性向けタイプでは、構成上重要なページや冒頭の写真ページにおいて、一目では金沢であることが認知できないようなディテールの景観写真が多用され、また大きく扱われていた。女性向けタイプでは金沢であることがすぐわかる代表的な景観を全面的に押し出すより、観光中の移動に伴う景色の移り変わりの中から切り取られた、実際に目にする景観を重要視していることが読み取れる。また女性向けタイプは重要ページに至近景が最も使用されるのに対し、ムックタイプは至近景の使用率が最も低いということも示された。以上の分析から、女性向けタイプは金沢の全体像を認識させると同時に、観光中の移動に伴う景色の移り変わりにおいて実際に目にする切り取られた景観を重要視していることが読み取れる。

3つ目は「市場・買い物」である。主景の要素を単純集計すると「市場」の写真掲載率は女性向けタイプがムックタイプの2.5倍であった。また女性向けタイプはいずれも、買い物ページの割合がムックタ

イブよりも多かった。店舗・商業施設の写真も女性向けタイプの方が多く、「買い物」という体験を従来よりも重視し、「買い物」のための場の景観を充実させることを差別化のための一手法としていると考えられる。

女性向けガイドブックがこのような差別化によって、観光客に選ばれる工夫をしている一方で、観光ガイドブックに使われる景観写真には、社会の多くの人に共通して認識されているその地域のパブリックイメージも反映されている。女性向けタイプ、ムックタイプ共に「兼六園」「金沢城」「ひがし茶屋街」などの登場頻度は高く、それらが数多くの人に共有されるパブリックイメージとして金沢の強い印象を構成していることが分かる。しかしパブリックイメージはまちの環境や社会情勢によって変化するものであり、常に固定されているものではない。特に若い世代の視点を通して新たな共通の景観体験を読み取ることができれば、新しいパブリックイメージが形成される萌芽としてみる事が可能であり、女性向けガイドブックに見られる景観写真の特徴もそのひとつと考えられる。女性向けガイドブックから読みとれる1つ目のパブリックイメージは「現代的建物」のイメージである。主景の要素である「単体建物（現代的）」において、女性向けタイプは美術館や博物館関連の建物を大きな写真で強調していた。対してムックタイプはわずかしか使っていない。さらに2つ目として「美術館・博物館・記念館」のイメージが挙げられる。「現代的建物」のイメージでも美術館等が多く出現したこと、さらに美術館・博物館を主対象とし、かつ大きな写真で掲載されている割合は女性向けが40.0%なのに対しムックタイプは6.3%と大きな差が現れた。

金沢市は、伝統的な景観と近代的な景観の共存、さらに現代の最先端の美意識を都市が継承することを、文化的景観の維持のための重要な目標としている。女性向けタイプで近代的な美術館や記念館、博物館等の出現率が高いことには、金沢市の伝統を守り受け継ぐ姿勢が影響しているのではないかと考える。それは、金沢市の景観政策の方針がこれらの層にうまく受け止められ、新たなパブリックイメージになり始めているということになる。金沢市の景観づくりは若い女性に共感され、それがガイドブックの景観写真にも反映されているといえるだろう。女性向け観光ガイドブックには、観光客、観光地双方のニーズが取り込まれているが、従来のイメージにとらわれない新たな都市としての魅力や、景観に限らない観光行動や体験の要素も反映させて景観写真を利用していることが明らかとなった。

【主要参考文献、引用文献、URL】

- 金沢市経済局営業戦略部観光交流課／金沢市観光調査結果報告書／2015
- 金沢市／金沢市景観総合計画／2009
- 日高圭一郎ら／「観光画像情報からみた観光資源に関する一考察－北九州市を事例として－」日本建築学会計画系論文集512、p213－220／1998
- 神谷文子ら／「主題要素の写され方からみた都市景観写真の構図に関する研究 欧米10都市の観光ガイドブックを事例として」日本建築学会計画系論文集、528、p179－186／2000

金沢市大野町のまちなみ景観の成立過程

山崎 仁美

文化マネジメントコース

はじめに

近年、地域の内包する歴史文化性を保存・継承して、個性や魅力のあるまちづくりのための糧にしようとする流れがある。そのため、地域が景観計画を策定するにあたって地域の歴史性を反映させることが広く行われるようになり、まちなみに関しても現存する歴史的要素の成立過程を理解することが必要になっている。

本研究の対象とする石川県金沢市大野町は、日本海沿岸地域で藩政時代には金沢城下に物資を運搬する海運業が盛んに行われ、港町として発展した。また、麦や大豆、塩などの調達が可能であったことから、醤油醸造業が盛んになった。醤油醸造業は現在もなお行われており、明治・大正時代の醤油蔵や工場など、醤油産業に関わる建物を今でも数多く見ることができる。海運業に関しては、明治頃に衰退し、現在は役割を金沢港が担っていることから、全く行われなくなった。大野町は産業によって形作られた歴史的まちなみ景観が現存する地域である。そしてそれらを維持しようとする意識が住民や行政からも見られ、イベントや条例による景観保護などの動きがある地域である。

本研究では、18世紀後期以降の大野町におけるまちなみ景観の成立過程を明らかにすることと、それをもとに、今後の大野町のまちづくりに活かすための方向性を整理することを目的とする。

研究方法

本研究では、まちなみ景観の成立過程を調査するために、大野町のまちなみの様子がわかる古写真や絵図資料、地図などから景観の読み取りを行った。また、文献資料に記述されているまちなみに関する情報を画像資料の補足情報とした。さらに、現地踏査や住民へのヒアリングを行い、大野町のまちなみの現況を調査した。以上のように読み取った情報を年代ごとに現代の地図上に重ねて復元した。そして得られた地図からまちなみ景観に関して考察する。

また、大野町において醤油産業は主産業であり、江戸時代から現在まで継承されている独特な産業であることから醤油業者の店舗や蔵の分布の変遷をたどった。本研究では、醤油産業に携わっている業者が記されている「大野の醤油屋変動状況 醤油業賣子中間」にある醤油業者と各年代の絵図および住宅地図上にある業者とを照合した。

本研究で取り扱う年代は、調査可能な史料が多く残されており、変遷を十分に追うことができるという理由から、18世紀以降とした。また、調査対象範囲は調査年代と同様の理由から、現在の大野町の内、旧町名である、庄町・坂本町・蓮池町・鍵町・茶釜町・湊川町・船手町・稲荷町・亀齢町とその南部を調査対象範囲とした。

街区変遷

1785年に作成された「石川郡大野村絵図」では、当時の村全体は川に囲まれており、島のようになっていた。街路に注目すると、街路は村の北部にのみ存在しており、現在の街路とほぼ一致していた。住宅は街路のある北部にのみ存在している。特にその西側に住宅が集中し、東側は西側ほど住宅が見られない。住宅密集地である北西部には神社と寺が見られ、日吉神社と伝泉寺である。この2つは現在とほぼ同じ位置にあり、この頃から変わらず立地している。村の南部は水田に、そのさらに南は葦原となっており、南部は人の居住に適した状態ではなかった。

「文久2年 大野町屋敷割」は1862年作成の「大野町絵図」の部分写しで、町の北部地域のみが描かれている。この図の街路に注目すると、1785年の頃より街路が増え、現在の街路に近くなっている。住居は増加し、以前ほど東西での住居の密集度の差がなかった。また、現在は砂丘になっている町の北部にも住居が見られた。

1910年作成の「正式二万分の一地形図」では、河川の形はほぼ現在と同じであった。1862年の絵図にあった北部の街路や住居はこの頃にはなく、砂丘に侵食されていた。それに反し、茶釜町や鍵町のあたりには街路の広がりが見られ、町の広がり方としては南東部に広がっていることがわかる。しかし、そのさらに南側の旧町割に入っていない地域には道がなく、水田や畑が広がっていた。また小学校や郵便局、町役場が見られる。

1934年作成の「大野町全圖」では、南部の水田内に道路ができ、南部へと町を広げるという準備が進んでいる。また、駐在所や消防団、鉄道の線路などが見られる。

戦後のまちなみの調査には空中写真を使用した。1946年の米軍撮影空中写真では、街路や河川の動きなどに戦前との違いはあまりない。1973年には宅地がこれまで水田であった町南部に拡大し、北部の砂丘と河川の間地点にも居住地の広がりが見られる。砂丘横の地点に建物が見られるようになったのは、砂丘の奥に大野醤油醸造協業組合の工場が建設されたため、工場への道ができ、その道に沿って宅地が拡大していったものと推測される。この時点で、街区はほぼ現在のものと同じになっている。2007年には、1973年の頃より水田が住宅地化している。大野町南部の隣接地区との境界は水路であったが、この時には道路に変化している。

醤油屋の分布変遷

江戸末期～明治初期にかけて位置が確認できた醤油屋は20軒であった。この20軒の内、今でも醤油産業に関わっていることが確認

できるのは、1軒のみで「直江屋源兵衛」である。しかし、現在の所在地と江戸末期に示されている位置とは異なっている。江戸末期に示されている場所は現在、砂丘が迫っている地点であり、そこに醤油産業を営んでいた痕跡は残っていない。「金沢市大野町史」(1976)によると、「大野町絵図」(1862)には直江屋源兵衛は現在とほぼ同じ位置に位置しているという記載が見られた。それを踏まえると、江戸末期頃には直江屋源兵衛は複数の土地を所有し、ひとつは既に現在の位置にあったと考えられる。江戸末期～明治初期には町北西部の日吉神社付近に醤油屋が多く分布していた。

1963年には23軒の醤油業者が見られた。この時、町の最も大きい通りである庄町通りより南側に多く分布していることがわかり、特にその東側である川沿いに集中していた。

1972年には29軒の醤油業者が見られた。多く分布しているのは庄町通りより南側で、1963年と同じである。新たに、南側の方が規模の大きな業者が多く分布していたことが明らかとなった。

1980年には27軒、1990年には25軒の醤油業者が確認できた。2010年には19軒の醤油業者があり、減少の傾向が見られる。また、町南東部で減少が進み、2010年には町の真ん中の南北一直線上に集中して分布している。

現在はさらに減少し、醤油業者は16軒となっている。廃業により使われなくなった醤油製造の施設は、建て直すというケースと、本来の用途とは別の用途で使い、そのまま外観を残しているケースの大きく2つが見られる。また、大野醤油醸造協業組合の設立により、醤油製造の製造過程のほとんどを組合の工場一括に行うようになったため、各業者の醤油蔵は不要となった。このような廃業となって使われなくなった醤油製造施設と、組合設立のために不要となった醤油蔵は、物置や車庫といった用途で使用されていることがほとんどだが、中にはリノベーションにより、カフェやギャラリー施設などとして使われているケースが見られた。

まとめ

以上の調査から、街区変遷に関しては大きく3段階に分けられる。(図1)第1段階は江戸後期(1785)頃の形態である。第2段階は江戸末期～戦後(1850～1960)頃の形態である。第3段階は戦後～現在(1970～)の形態である。

現在私たちが見ている街区に関して、北部は江戸後期以前からのもので、南部の大野川沿いの一部は江戸末期頃からのものであることが言える。南部の内陸側は戦後からのもので、新しい街区である。大野町は地形的に、水害や飛砂の被害が多く、住むには不利な地域であった。しかし、河川の切り替えや排水によって不利な条件を克服し、現

在のように町を広げてきたのである。

醤油屋の分布は江戸末期～明治初期頃には、庄町通りより北側に多く分布し、特に、北西部の日吉神社側に集中していた。それ以降徐々に南部に移り変わり、戦後には庄町通りより南側に多く分布し、特に大野川沿いの南東部に集中していた。しかし、現在では町の中心部の庄町通りをはさんで南北に一直線という分布の仕方になっている。1980年以降、醤油業者の数は年々減少傾向にあるが、このように、醤油産業は決して、町の中の特定の場所で継承されたものではなく、時代によって町の中で動きながら継承されたものであることが明らかとなった。また、使われなくなった醤油製造施設は多くの場合がそのまま残存し、そのなかでリノベーションを行い、新たな活用方法により利用されている施設がある。醤油蔵としての本来の用途で使われたのはほとんどが組合設立の1969年より前のことで、それ以降は本来とは違う用途での使用へと移り変わっている。

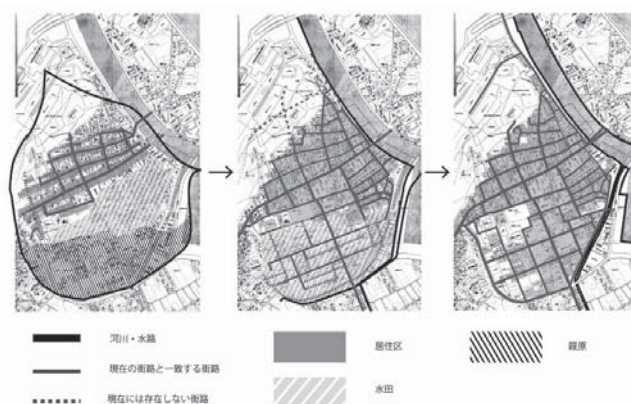


図1 大野町街区変遷／「金沢市住宅明細図 北部版 平成27年版北部」をベースに筆者が作成

【主要参考文献】

大野町史編集委員会／「金沢市大野町史」／株式会社北国出版社／1976
 金沢市(株)文化財保存計画協会／「平成21年度 金沢市文化的景観保存調査業務委託(補助)業務報告書」／2010
 刊広社／金沢市住宅明細図 北部版 平成27年版北部／刊広社／2015
 粟森長八／「大野の醤油屋変動状況 醤油業賣子中間」／2009

金沢市における夜間景観の観光資源化

吉里 紗悠美

文化マネジメントコース

研究の背景・目的

夜間景観が観光産業に与えるメリットとしていくつか挙げられる。1つ目に、夜間景観がある周辺の商業施設の利益増加に貢献することである。見所となる夜間景観があることで、夜の回遊性が高まり、交通機関が利用されると共に、周辺の飲食店や土産物店に足を運ぶ観光客の増加が期待できる。2つ目に観光客の宿泊施設の利用機会の増加が見込めることである。夜間景観は、その地域での滞在時間を夜間まで延ばすことができるため、観光客がその地域内に宿泊することが期待できる。また、宿泊施設や観光施設の多くは季節によって稼働率の偏りが生じるが、閑散期に夜間景観が見所を作り出すことで稼働率の偏りを緩和する可能性も持っている。更には、宿泊施設周辺の商業施設の利益増加にも波及していく。このように、夜間景観をうまく活用することは、観光産業を中心とした地域経済に大きな影響を与え得る。

金沢市での観光における目的のトップは「食」であり、続いて「街並み」が上位となっている。また金沢全体の観光の印象として「景観」という回答が半数近くを占めており、金沢市の観光都市としての魅力の大きな部分を、街並みが作り出す景観が占めている⁽¹⁾。更に北陸新幹線開通を機に、金沢の観光は大きく伸びた。市内の19か所の観光施設では、年間利用者総数が前年の2014年と比較して51.1%増加した⁽²⁾。しかし、逆に新幹線開通後はアクセスの改善によって日帰りが十分可能になったこともあり、宿泊客の減少がみられる。

以上の金沢の観光状況を受け、将来的にも「夜間景観」は観光資源として重要な役割を果たすと考えられる。日帰り観光客が増加傾向にある現在、観光客の滞在時間の長期化を促すには、魅力的な夜の観光資源を作り出す必要がある。金沢に足を運ぶ観光客の多くが「景観」に興味を示しており、「夜間景観」は夜間における観光資源として重要な役割を果たすことができる。

本研究の目的は次の3点である。1つ目に金沢市が夜間景観を観光資源としてどのように位置づけているのか、そして観光地としての魅力を向上させるために、夜間景観に関してどのような施策や事業を実施しているのかを、関係者へのヒアリングを通して明らかにする。2つ目に、金沢市を訪れる観光客の、金沢市における夜間景観活用やその他の取り組みについての認知度、および夜間における行動の状況を、アンケート調査によって明らかにする。最後に、金沢市の夜間景観を観光資源としてみた場合、どの程度現状から集客力を上乗せできる可能性があるのかを明らかにするとともに、夜間景観の観光資源としての魅力向上には、具体的にどのような取り組みが必要なのかを考察する。

夜間景観の観光資源活用の取り組み

夜間景観の観光活用の取り組みについて、金沢市観光協会、金沢市役所景観政策課、金沢市旅館ホテル協同組合に対してヒアリング調査を行った。行政は景観政策の一環として夜間景観整備に着手しており、夜間景観整備に積極的に取り組んでいる⁽³⁾。しかし、夜間景観整備と夜間の観光との連携にはまだ進んでいない状況にある。

観光関連団体の取り組みとしては、金沢市内の主なライトアップスポットを巡るライトアップバスの運行を実施している。利用者数は年々増加している。金沢市旅館ホテル協同組合が主体で行っており、バスの運行は北陸鉄道、金沢市役所と金沢市観光協会は後援を行っている。

夜間景観に関する観光客の認知度と動向

アンケート調査は、金沢市内の主要な観光スポットであり、多様な年代層が訪れると想定されたひがし茶屋街で実施した。2日間の調査で130件の回答を得た。そのうち石川県民を除いた県外観光客122件について分析を行った。金沢の夜間景観について認知しているのは全体の53%で認知度はあまり高くなかった。その理由としては、夜間景観イベントの開催時期が短期間であることや夜間景観の宣伝が不十分なことなどが考えられる。認知度は「10代～20代」の観光客が最も高く、「50代～60代」の観光客が最も低かった。一方で金沢の夜間景観を認知していなかった観光客に対し、夜間景観の存在を認知していた場合の事前計画の有無では「立てた」という回答が全体の62%にのぼり、潜在的な夜間景観への興味は高いことが明らかになった。この設問の回答も「10代～20代」の観光客が最も多く、若い世代の夜間景観への関心が高いことが示された。

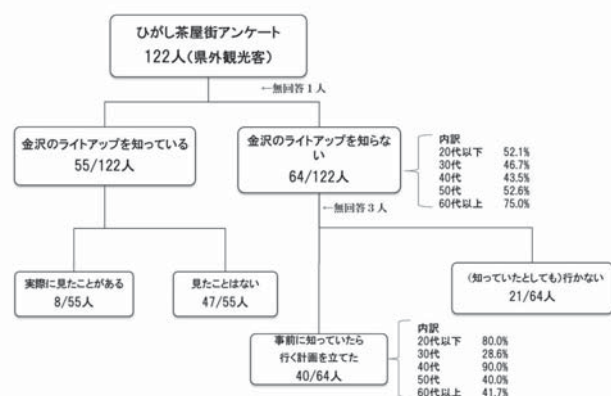


図1 金沢の夜間景観の認知度と観光行動との関係についてのアンケート結果

夜間景観の観光資源としての潜在力

アンケートからは金沢の夜間景観に対する認知度と観光行動との関係が示された。この結果に基づいて、実際の金沢への観光入り込み客数の統計数値⁽⁴⁾を使用して、金沢の夜間景観に対して潜在的な関心を持っている観光客数を試算した。結果、金沢の夜間景観に対し潜在的な興味を持っている観光客は約300万人いると推計できた。金沢の夜間景観を認知し、実際に足を運んだ観光客は55人中8人で約14%であり、これを実際の観光入り込み客数の数値に当てはめると約140万人にあたる。金沢の夜間景観の存在が十分に認知されていれば、最大プラス160万人が夜間景観に関わる活動をすることが期待できる。さらに金沢で宿泊すると回答した106人のうち、夜間に「外出する」と割合は52%であった。夜間の外出が多ければ夜間景観に触れる可能性も高くなる。実際の観光入り込み客数に当てはめると543万人に夜間景観を鑑賞するための潜在的な機会があるということになる。以上のような潜在的な関心と夜間の行動の機会を、夜間景観によってうまく受け止めることで、滞在時間の増加と宿泊機会の増加につなげることが重要であろう。

夜間景観を観光資源として活用するための方向性

金沢市では現在、インバウンド向けの夜間市内ツアーが企画されているが、日本人に向けた夜間景観イベントのツアーはない。そこで新たな取り組みとして移動・案内・食事を含めた、夜間景観イベントツアーを提案する。夜間景観に他の要素が加わることで、観光資源化に向けた強化につながるだろう。ツアーをインターネットで事前予約可能にすることで、観光客も手軽に参加することができる。さらに、飲食店側も来店客数が予想でき、収支の安定を図ることが可能である。ツアーの実現には関係者の協力体制が不可欠である。現在の金沢市の夜間景観は、それぞれ個別に開催されているため連携は十分ではない。道路などの照明と線的に結ばれる状況はまだまだ少なく、周辺施設との連携についても、商店街や飲食店の営業時間とのずれといった問題がある。今後、商業施設や交通機関・行政のバックアップにより、こうした業種との連携が強まれば、夜間景観イベントをより充実し、魅力を向上させることができるだろう。全国で成功している夜間景観イベントは共通して多種多様な団体の協力体制が伴っている。金沢市の夜間景観が観光資源としての役割を担い、観光地としての更なる魅力向上に貢献するには、他地域と同様に様々な団体の協働が不可欠である。

【主要参考文献、引用文献、URL】

- (1) 金沢市観光協会／「金沢旅物語」／金沢市観光調査結果報告書／(2) 金沢への旅行状況4) 金沢での旅行の目当て／2015年版／
<http://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/com/img/useful/exchangecity/kankouchousa-2015.pdf>
- (2) 金沢市／金沢市観光協会／「金沢旅物語」／金沢市観光調査結果報告書／観光施設利用者数調査結果／2015年版／
<http://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/com/img/useful/exchangecity/kankouchousa-2015.pdf>
- (3) 金沢市／「金沢らしい夜間景観整備計画」／1-2／
<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/data/open/cnt/3/5493/1/yakan-seibikeikaku.pdf>
- (4) 金沢市／「金沢市観光戦略プラン2016」／2. 金沢の観光の動向

南砺市五箇山の世界遺産緩衝地帯における合掌造り保存の意向

Resident's intentions of preserving Gassho-style House in the buffer zone of Gokayama World Heritage area, Nanto-city

見本 亜里沙

Mimoto, Arisa

文化マネジメントコース

はじめに

平成7年（1995）12月にベルリンで開催された第19回世界遺産委員会において、「白川郷・五箇山の合掌造り集落」は世界文化遺産に登録された。五箇山の合掌造り家屋は庄川の左右の山間に立地しており、典型的な隔絶山村として知られてきた。合掌造りには、厳しい自然で暮らすための様々な工夫がみられ、急勾配の茅葺き屋根には、強風を受け流し、豪雪による雪下ろしの作業軽減や水はけも良くするなど、風土に根ざした高い文化的な価値を有している。世界遺産区域は相倉集落と菅沼集落のみであるが、その周囲の区域は緩衝地帯に設定されている。緩衝地帯とは、世界遺産を取り巻く環境や景観を保全するために資産の周囲に設けられる、一定の利用・開発行為を制限する区域を指す。合掌造り集落を将来へ引き継ぐ上での、総合的な観点からの方針・方策を定めた基本計画として南砺市五箇山世界遺産マスタープラン（南砺市、2012）が策定されているが、このマスタープランの中でも緩衝地帯における景観の保全は重要なテーマとなっており、緩衝地帯の景観を良好に保ち、世界遺産区域とともに地域全体の歴史的・文化的価値を高めることが必要である。しかし多くの研究は世界遺産区域である菅沼集落と相倉集落に集中しており、緩衝地帯の景観保全の実態は明らかにされていない。そこで本研究では、南砺市域の世界遺産緩衝地帯における合掌造り家屋の現状について、合掌造り家屋の保存制度は整っているか、合掌造り家屋に暮らす人々に保存の意志があるのかをヒアリングを行い明らかにした上で、緩衝地帯にある合掌造り家屋の今後の在り方を考察することを目的とする。

対象地と方法

調査の対象地は、南砺市五箇山の世界遺産登録範囲を取り巻く緩衝地帯Ⅰ種、Ⅱ種（相倉と菅沼を除く）の区域である。方法としては、(1) 緩衝地帯の保全制度を把握するために南砺市文化・世界遺産課でのヒアリング、(2) 緩衝地帯に現存する個人所有の合掌造り家屋を訪問し（一部メールによる質問を含む）、保存意向に関するヒアリング、(3) 合掌造り保全に重要な役割を果たしている富山県西部森林組合へのヒアリング、を行った。

結果

(1) 緩衝地帯の合掌造り屋根の保全制度

世界遺産登録地域である相倉集落と菅沼集落では、所有者自身は合掌造り屋根の葺き替えにかかる費用の5%の金額を負担している。緩衝地帯では家屋が文化財指定を受けているかどうかで費用負担が異

なっている。国の指定重要文化財に指定されている岩瀬家、村上家、田向羽場家では、葺き替えにかかる費用の3%の金額を自己負担している。次に、県の指定文化財である五箇山の念仏道場、小瀬羽場家、旧上田念仏道場は葺き替えにかかる費用の5%の金額を負担している。文化財以外の市が指定した個人所有の建物である行徳寺庫裏と山門は所有者が葺き替えにかかる費用の5%の金額を負担している。最後に、世界遺産緩衝地帯に現存する文化財以外の個人所有の家屋は葺き替えにかかる費用の10%の金額を負担している。茅葺き屋根の葺き替えに際しては、文化財指定の有無により国・県・市の補助率も異なっている。南砺市では所有者の負担を軽減する為に、国・県の補助率に応じて事業費の5～60%を支出している。この結果、所有者の実質的な負担額は世界遺産区域で5%、国の指定重要文化財で3%、市指定の合掌造り家屋で5%、その他の未定の合掌造り家屋で10%となっている。合掌造りの茅葺き屋根をふき替える際に負担する金額は総じて3～10%であった。世界遺産区域と緩衝地帯の間での差はそれほど大きくはないと言える。

(2) 緩衝地帯における合掌造り家屋所有者の保存意向

表1に緩衝地帯に現存する合掌造り家屋を所有する住民にヒアリングを行った結果をまとめた。KMさん（80歳）の事例では、葺き替えは約20年に一度行われ、作業については県西部森林組合にすべて委託していた。古くから民宿を経営しており住み慣れた合掌造りを取り壊そうと思った時もあったが、利用客からの保存して欲しいという思い等が保存につながったという。また、屋根葺き替え時の補助が十分にあるため、次回の屋根葺き替えも十分にできると語っていた。TTさん（67歳）も合掌造りの民宿経営を続ける中で、合掌造り目当てで宿泊に来る利用客が多いことが維持につながっている。合掌造り家屋に宿泊してみたいという観光客がいる限り、合掌造りは維持したい意向を示している。

一方、MTさん（67歳）、IMさん（81歳）が住む合掌造り家屋の場合、国の指定重要文化財になったことで、維持がしやすくなったという。国の重要文化財になってからは、茅葺き屋根の管理を市の職員や森林組合の方が積極的におこなってくれたため合掌づくり家屋を保存していく流れができた。その後、茅葺き屋根の葺き替え時にかかる費用の負担が手厚くなり、維持していきやすくなったという。特にIMさんの合掌造りは、白川郷と五箇山では最大の5階建ての合掌造りであり、屋根の葺き替えには多額の費用がかかっていた。屋根の葺き替えに関する補助制度ができなければ、大きな屋根を維持していくことはできなかったという。

また、TSさん（81歳）、HMさん（90歳）、IMさん（81歳）所有の家屋では、屋根の葺き替えや茅葺き屋根の日常の補修等をすべて富山県西部森林組合が行っており、「森林組合が茅葺き屋根を管理して

くれる以上、保存は難しくないので維持していくつもり」と述べており、森林組合が茅葺き屋根の葺き替えを担ってくれることが保存意向に非常に大きく影響している。森林組合の職員に対しても、大切な屋根の葺き替えを任せられるだけの信頼関係があることが認められる。

い世代が多く、今後も所有者の合掌造り家屋を保存する意向がある限り、屋根の葺き替えを続けていく考えであった。

考察

結果から、所有者の多くは現在の茅葺き屋根葺き替えの補助制度や森林組合のサポートがある限りは合掌造り家屋の維持や管理を続けていきたいという意向を持っていた。また、そのような公的な支援は緩衝地帯の合掌造り家屋であっても世界遺産区域に比べてそれほど遜色のない状態であった。行政の立場からも五箇山にある合掌造りのすべてを保存していこうという考え方が読み取れる。南砺市五箇山の緩衝地帯にある合掌造りの保存の意向について調査したが、合掌造りが残ってきた要因は、大きく分けて3点あった。まず、合掌造り家屋の補助制度が始まった事、次に、家主や家族が合掌造り家屋に住みやすさや愛着を感じている事、さらには世界遺産指定以降、五箇山が観光地となり観光客の興味対象として合掌造り家屋に興味が見いだされるようになったことである。合掌造りを所有している住民のヒアリングの結果からも分かるように、屋根の葺き替えの度にお金がかかり維持していくことが難しいと感じていたが、途中から国の指定重要文化財になり屋根の葺き替え時には補助が出るようになったことで保存を続けられると感じたようである。補助は昔に比べ手厚くなっており、徐々に葺き替え時のお金の負担が減り維持もしやすくなったと考えられる。また、「家族みんなこの家が好き。涼しくて広いから」と、合掌造り家屋に愛着が湧いていることも保存に影響している。風土に合った造りの特徴的な合掌造りは住む人を魅了するのであろう。また、五箇山が観光地として認識されてきた頃には、合掌造り家屋を一目見ようと観光客が訪れた。茅葺きの屋根に宿泊してみたいと思う人々も数多い。茅葺き屋根の家屋が減った現在では、茅葺き屋根の民宿は珍しく喜ばれる観光客が多いと推測できよう。さらに、屋根葺き替えの補助が始まると同時に行政からも合掌造りを保存していって欲しいという強い要望があったことも重要である。屋根葺き替えに関して金銭面での補助だけでなく、こうした行政や屋根葺き作業を担う森林組合との関係においてもサポートがあったことが保存意向に影響を及ぼしている。屋根葺き替えの補助制度、愛着、観光客や地域住民との交流、行政や森林組合とのコミュニケーション等の多くの要因が、数少なくなった合掌造りを保存する意向を維持する要因になったと考えられる。

戸主	年齢	KMさん 80歳 農業者	TTさん 67歳 農業者	TSさん 61歳 農業者	MIさん 67歳 農業者	HMさん 90歳 農業者	IMさん 81歳 農業者	YTさん 83歳 農業者
住所		平地城上製	平地城上製	平地城上製	平地城上製	平地城上製	上平地城 西赤尾	上平地城 東赤尾
築年数		約350年	約300年	約350年	約400年	約200年	25年に一 度、平成2 7年7月2 1日に前 回の葺き 替え終了	15年に一 度 約300年
葺き替え	過去の実績	20年に一 度	平成24年	平成21年	18年に一 度	平成25年		15年に一 度
	主体	森林組合	森林組合	森林組合	森林組合	森林組合	森林組合	森林組合
おしがり	過去の実績			3年に一 度				平成19年
	主体			森林組合				森林組合
国伊裏の有無		現存し使用している	現存し使用している	現存するが使用せず	現存しほぼ毎日使用	現存し使用している	現存し使用している	現存するが使用せず
維持・管理を考えたもの		「家族みんなこの家が好き。涼しくて広いから。お茶を淹れるのも楽しんでほしいと言われたから。」	「合掌造り目当てで自分に合う方が多いから。」	「昔は、住んでいく気はなかった。補助がなかったから、負担が重かった。」	「昔から住んであり、途中から重要文化財になったから。」	「楽しく、眠かいたの。」	「維持して入りたいと思ったが、国の重要文化財に指定され維持しやすくなった。」	「この家で生まれ育った。維持は全体的に大変だが、行政の方が保存を熱心してきた為維持している。」
今後も茅葺き屋根を維持していくか		「負担があるが維持したい。娘が継がなくていい。息子が継がなくてもいい。」	「民宿も言われていく。息子が継がなくてもいい。」	「森林組合が管理してくれている以上、保存は難しいので維持していくつもり。」	「これから維持していきたい。」	「森林組合が欲しいなら維持していきたい。」	「これから森林組合がある限り維持していきたい。」	「これから維持していきたい。」
指定状況		無指定	無指定	無指定	国指定重要文化財	県指定文化財	国指定重要文化財	無指定

表1 緩衝地帯の合掌造り家屋所有者に対するヒアリング結果

中畑地区にある「無名舎」は、居住者移転によって取り壊されようとしていたところを武蔵野美術大学の有志である「無名会」の人たちが買い取って保存した家屋である。武蔵野美術大学の担当者へのメールインタビューによれば、「無名舎」は建築的・美的価値の保存と自然活用を目的として、学生や教職員の為に保存を続けている。当初の「民家の自然活用」の趣旨に沿うように、可能な限りこの合掌造り家屋を維持していく意向を持っていた。

(3) 森林組合の現状

世界遺産区域と緩衝地帯に現存する93軒あまりの茅葺き屋根の葺き替え作業は、すべて富山県西部森林組合が行っている。1年間に8～10軒の合掌造りの屋根を葺き替え、計画的に順番に実施されている。1棟の屋根葺き替え作業は、平均10名の作業員が2週間から20日間かけて行う。森林組合で葺き替え作業に携わっている人たちは若

[主要参考文献、引用文献、URL]

○南砺市／南砺市五箇山世界遺産マスタープラン／2012

伝統技術を観光資源化するプロセス

- 重要無形文化財「本美濃紙」を事例として -

The process to transform traditional technique into tourism resources

-A case study on the important intangible cultural property “Hon-minoshi” Japanese hand-made paper-

岡 里美

Oka, Satomi

文化マネジメントコース

はじめに

観光は地域に存在する文化資源を活用して経済効果をもたらす重要な手段であり、町並みや自然風景、温泉などの有形物や、祭りなどのイベント、地域特有の食文化などが主要な観光対象としての役割を担ってきた。こうした従来型の観光資源に加え、近年になり、漆器や陶磁器、木工、金工などの伝統産業の産地では、伝統的技術も観光資源としてとらえ、商品としての販売だけでなく、その生産技術を観光客に見てもらおうような工夫が試みられるようになった。新たな形態の観光資源として、多様化が図られている段階といえる。しかし、伝統技術を見ることが観光資源としてしっかり定着し、成功していると言える例はまだ少なく、様々な伝統技術に関する事例を蓄積した上で、その有効な方法を検討する余地がある。そこで本研究では、国指定重要無形文化財「本美濃紙」を対象事例とし、伝統技術を観光資源としてとらえ活用しようとしてきたプロセスやその活用形態を把握し、そこから今後に向けての問題点や方向性を検討することを目的とした。

本美濃紙とは

本美濃紙は、岐阜県美濃市で伝統的な技術によって生産される和紙である。正倉院に保存されている日本最古の戸籍用紙にも美濃紙が使われている。江戸時代になってからは、最高級の障子紙として評価が高まり、ほかにも様々な高級紙を生産してきた。2014年には、「石州半紙」「細川紙」とともに、「日本の手漉和紙技術」としてユネスコ世界無形文化遺産に登録されている。

現在、一般に美濃市域で漉かれている和紙は「美濃和紙」と総称されているが、昭和44年に重要無形文化財に指定された「本美濃紙」はその中でも一定の技術条件を満たしたものに限られる。重要無形文化財「本美濃紙」の指定条件は、(1) 原料は楮のみ、(2) 伝統的な製法と製紙用具を使用する、(2-1) 白皮作業を行い、煮熱には草木灰または、ソーダ灰を使用する、(2-2) 薬品漂白は行わず、填料を紙料に添加しないこと、(2-3) 叩解は手打ちまたはこれに準じた方法で行うこと、(2-4) 抄造は「ねり」にとろろあおいを用い、「かぎつけ」または「そぎつけ」の竹簀による「流し漉き」であること、(2-5) 板干しによる乾燥であること、(3) 伝統的な本美濃紙の光沢、地合等の特質を保持すること、となっている。

また、これらの技術を保持し、「本美濃紙」を漉くことができるのは「本美濃紙保存会」の会員のみである。本美濃紙保存会の会員になるための条件は、(1) 重要無形文化財指定条件に合う紙が漉ける者、(2) 「流し漉き」の技法で10年以上の経験、もしくはそれ相応の技

術を有する者、(3) 重要無形文化財「本美濃紙」の保存伝承に賛同する者、の3点である。現在会員は8名おり、会員を目指す研修生が10名、技術の研鑽に励んでいる。

伝統技術を観光資源化するための取り組み

美濃和紙を観光のための資源として積極的に活用しようという試みが始まったのは、およそ20年前の平成6年からである。その年は、市制40周年記念として美濃市観光協会主催による「あかりアート展」が開催され、また「美濃和紙の里会館」という美濃和紙の歴史や技術を見学、体験できる場所が、和紙職人の多く住む地域に開設された。その数年前の昭和63年には美濃市の伝統的市街地が「美濃市美濃町重要伝統的建造物群保存地区」に指定されており、通称「うだつの上がる町並み」として美濃市の中心的な観光資源となった時期と重なっている。現在これに加え、美濃市役所は本美濃紙が世界無形文化遺産に登録されたことを受けて、産業振興部の下に美濃和紙推進課を設置し、「美濃和紙伝承 千年プロジェクト」（以下、千年プロジェクトとする）という名称による取り組みで、本美濃紙の伝統文化の保存継承と産業振興、観光資源化による地域活性化を目指そうとしている。本稿では、「あかりアート展」と「千年プロジェクト」について、本美濃紙の伝統技術との関係を考察する。

あかりアート展

あかりアート展は、美濃和紙を利用したあかりアート作品をうだつの上がる町並みで展示するというイベントであり、毎年10月の土日2日間開催される。現在は来場者数が10万人を超えるイベントとなっており、多くの観光客が美濃和紙製品に触れることができる貴重な機会を提供している〈写真1〉。あかりアート展の作品は誰でも応募することができ、作品の素材には主に美濃和紙を利用することが定められている。しかしここで通常用いられている材料は本美濃紙ではない一般の美濃和紙であり、会場で配布されているパンフレット等や案内には美濃和紙と本美濃紙の違いについて理解をうながすような記述はされていない。2013年のあかりアート展では特別に本美濃紙の制作実演が行われたが、それ以外では明確に本美濃紙の伝統技術としての価値を伝える場とはなっていないのが現状である。また、会場であるうだつの上がる町並みと「美濃和紙の里会館」の距離がかなり離れており、イベントから会館での技術紹介へと誘導することも十分にできていない状態にはない。美濃和紙の可能性を活かすイベントとしてあかりアート展は十分な集客力を持っているので、今後はその中で本美濃紙を差別化し、無形文化財としての高度な伝統技術を意識できるような作品や展示形態を検討することが必要と考えられる。

千年プロジェクト

千年プロジェクトは大きく美濃和紙伝統文化保存・継承と美濃和紙産業活性化の2つに分かれている(図1)。観光振興は産業活性化の中に位置づけられ、美濃和紙の里会館のリニューアルと旧古田行三郎の活用が主要な事業として取り上げられている。

美濃和紙の里会館は、本美濃紙や美濃和紙の歴史や製法を知ることのできる施設であり、また、和紙製品の販売が行われているほか、紙漉き体験が実施されている。リニューアルでは、本美濃紙の展示スペースなどが新たに作られる。現状では美濃和紙の技術に直接触れられる唯一の場所であり、観光客が行う紙漉き体験が、より高度な本美濃紙の伝統技術に対する興味へとつながるような仕掛けが求められる。

旧古田行三郎は、和紙職人の紙漉き工房が併設された代表的な伝統的紙屋民家であり、和紙の里会館の近くに位置している。所有者が2015年1月に本美濃紙を活用したまちづくりに役立ててほしいと美濃市に寄付したものである。美濃市ではここを本美濃紙保存会会員による伝統技術を観光客に見てもらえる場所として整備することを構想している。しかし、保存会員は本美濃紙の制作で手いっぱいであることや、非常に繊細な工程が多いことから、実現へ向けては多くの課題を残している。しかし、伝統的な紙屋建築で実際の作業工程の一部を見る機会は観光客にとって貴重なものであり、屋外での和紙の板干しを含めた景観作りとしても大きな意味を持っている。

またいずれの施設も、うだつの上がる町並みから離れており、近年デマンドタクシーなどにより両地区のアクセス改善はみられるものの、町並み観光からの誘導が難しいという問題も残されている。紙問屋資本によって形成された美濃の町並みから、和紙職人の里をセットで見せるような、ストーリーのある仕掛けの開発が求められる。

まとめ

重要無形文化財である本美濃紙の伝統技術を観光資源として活かすためには、一般の美濃和紙との差別化や、中心部の町並みと和紙生産が行われている地区とのアクセスの改善、本美濃紙生産との優先度の検討など多くの課題があることが明らかとなった。今後に向けては、美濃市域全体で本美濃紙を軸に据えた観光ストーリーを展開することや、保存会員だけでなく、研修生なども含めた取り組みにより、どの工程が観光客への体験や景観として提供できるのかをていねいに議論していく必要があると考えられる。



写真1 あかりアート展出展作品 2015年10月11日撮影

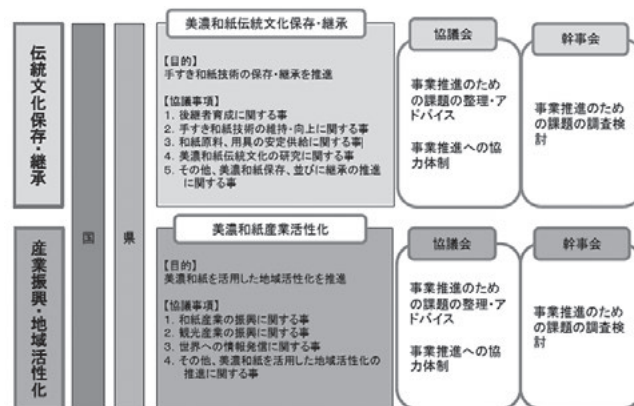


図1 千年プロジェクトの推進体制 / copyright: <http://www.city.mino.gifu.jp/pages/17209> / http://www.city.mino.gifu.jp/pages/17209/binary_files/bcc93969-bfb6-4abe-8204-c13ca6c19a12

【主要参考文献、引用文献、URL】

- 美濃紙—その歴史と展開—/澤村 守/1983
- 本美濃紙/美濃市文化遺産活用実行委員会/2013
- 広報みの/美濃市役所 総務部 総合政策課/2014.2015
- 美濃和紙伝承 千年プロジェクト/美濃市公式ホームページ <http://www.city.mino.gifu.jp/pages/17209>

金沢市の街並み景観における雨天時の色彩評価

Color evaluation in rainy condition on townscape of Kanazawa-City

池田 藍香

Ikeda, Aika

文化マネジメントコース

はじめに

金沢市は市独自のさまざまな景観関連条例を制定することを通して、現在まで魅力ある景観形成に努めてきた。金沢市が平成21年に策定した「金沢市景観総合計画」の景観形成における思想には、時間や暮らしなど移ろいの要素が景観特性として取り上げられており、人々の記憶としての景観も保存・継承の対象として重視されている。一方で、北陸に位置する金沢市の自然条件の一つの特徴として、雨の多い気候特性がある。しかし、金沢市民にとって日常であるはずの雨天時の景観は、公的な景観計画の中ではまだ注目されていない。

本研究の目的は、金沢市の代表的な街並みにおいて雨天時の色彩変化を明らかにし、これを金沢らしい景観の要素として評価・意味づけることである。そこで、調査対象地として、金沢市の代表的な街並みのうち、歴史文化的な街並みから「石川四高記念文化交流館」、「主計町」、「東山ひがし・ひがし茶屋街」、「金沢城公園・石川門」、「長町武家屋敷跡」、「寺町」の6カ所、比較として近代的な街並みから「JR金沢駅東口」、「香林坊」の2カ所、計8カ所を選択した。本研究では雨天時の色彩として景観を構成している素材の濡れ色現象に注目することとし、それぞれの調査地点において、実際の景観構成要素から晴天時と雨天時の色彩を測り出すための現地調査を行った。調査時期は2015年7月から8月の間である。さらに、同時代の人々が金沢の街並みの色彩についてどのような印象を持っているのかを明らかにするためのアンケート調査を実施した。富山大学芸術文化学部の学生を中心に50名からの有効回答を得た。

景観構成要素の色彩変化

現地調査では、対象地ごとに各景観を構成する主要な要素をいくつか選び、色見本帳を用いて肉眼で晴天時及び雨天時の色彩をマンセル表色系により測色した。現地調査の結果では、「香林坊：ビル外壁素材」、「ひがし茶屋街：出格子」、「長町武家屋敷跡：石畳・土塀・松」、「寺町：木塀・白壁・樹木」で雨天時に色彩が変化した。この結果から、金沢の街並み景観の中には、雨天時に濡れることにより色が変化する素材と変化に乏しい素材があることが明らかになった。また、雨天時に色彩が変化するものは表面に凹凸がある素材や吸湿性のある素材であり、特に自然素材において色の変化が現れやすいことが明らかとなった。一方で、「金沢駅東口」、「四高記念館」、「主計町」、「石川門」では、どの調査対象素材にも変化が見られなかった。色彩の変化が見られないものは人工物や木材であっても表面塗装が新しいもので、伝統的な街並み景観の要素でも色の変化が起こりにくいケースもあることが明らかになった。

色彩変化が見られた素材について、マンセル表色系による変化量の大きさを図1、図2に示す。雨天時の色彩の変化では明度が下がるものが多く、彩度については変化しないか下がるものが多いが、樹木については彩度が上昇する場合も見られた。

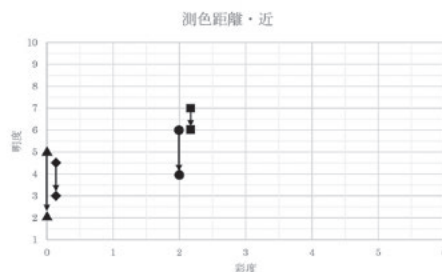


図1. 晴天時～雨天時の色彩変化 (対象に直接色見本を当てた測色による)

- 香林坊・ビル外壁素材 10YR6/2 → 5R4/2
 - ▲ 長町武家屋敷跡・石畳 N5 → N2
 - 長町武家屋敷跡・土塀 2.5Y7/2 → 2.5Y6/2
 - ◆ 寺町・木塀 N4.5 → N3
- ←の根元が晴天時の色彩、先端が雨天時の色彩を表す

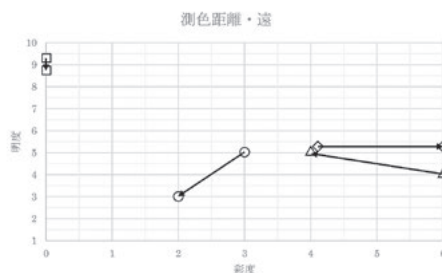


図2. 晴天時～雨天時の色彩変化 (対象から離れた位置からの測色による)

- ひがし茶屋街・出格子 5YR5/3 → 5YR3/2
 - △ 長町武家屋敷跡・松 10GY4/6 → 7.5GY5/4
 - 寺町・白壁 N9.3 → N8.7
 - ◇ 寺町・樹木 5GY5/4 → 2.5GY5/6
- ←の根元が晴天時の色彩、先端が雨天時の色彩を表す

金沢の色彩イメージと雨天時の色彩との関係

アンケート調査では、現地調査で対象とした素材の内、変化のあった6素材について晴天時及び雨天時の色彩を対で12色抽出し、これに金沢市の街並みにおいて使用が規制されている色彩(禁止色)4色を加えて16色のカラーサンプルを用意した。アンケートでは、金沢らしいと思う色彩をカラーサンプルから6位まで順位付けしてもらったとともに、その判断の理由とした色味の特徴や形容詞を選択してもらった。

金沢らしい色彩の順位について、表1に示す。

順位	色番号	得点
1位	①ひがし茶屋街・弁柄(晴天)	122
2位	②禁止色・黄緑	121
3位	⑬ひがし茶屋街・弁柄(雨天)	116
4位	⑯四高記念館・レンガ(雨天)	86
5位	⑧長町武家屋敷・土塀(雨天)	80
6位	⑬石川門・石垣(雨天)	75
7位	⑮石川門・桜(晴天)	69
8位	⑭禁止色・黄	68
9位	④石川門・桜(雨天)	65
10位	⑨禁止色・赤	54
11位	③長町武家屋敷・土塀(晴天)	52
12位	⑤石川門・石垣(晴天)	47
13位	⑪金沢駅東口・空(雨天)	35
14位	⑩四高記念館・レンガ(晴天)	34
15位	⑥金沢駅東口・空(晴天)	12
16位	⑦禁止色・赤紫	1

表 1. 金沢らしい色彩イメージの順位

1位は「ひがし茶屋街の弁柄・晴天時」、2位は「禁止色・黄緑」、3位は「ひがし茶屋街の弁柄・雨天時」であった。また、6素材の晴天時と雨天時の評価を比較すると、4素材で晴天時の色彩よりも雨天時の色彩が上位であった。

次に順位判断の基準となった形容詞の順位について表2に示す。

使用した18語のうち、1位は「落ち着いた」、2位は「くすんだ」、3位は「深い」であった。

順位	形容詞	得点
1位	落ち着いた	34
2位	くすんだ	18
3位	深い	17
4位	濃い	13
5位	柔らかい	11
6位	明るい	8
	暗い	8
8位	鮮やか	6
9位	ぼんやり	5
10位	湿った	4
	派手な	4
12位	暖かい	3
	冷たい	3
	硬い	3
15位	浅い	1
	軽い	1
	はっきり	1
	乾いた	1

表 2. 色彩イメージの順位判断に関わる形容詞

これらの結果より、最も金沢らしい色彩は晴天時・雨天時の色彩とともに上位であった「ひがし茶屋街の弁柄色」であり、金沢らしい色彩を言葉で表すと「落ち着いた・くすんだ・深い色」となることが示された。

考察

アンケート調査の結果である「落ち着いた」・「くすんだ」・「深い」という言葉が当てはまる色彩は、必ずしも雨天時の色彩のみではない。しかし、濡れ色現象の「明るさが下がり、鮮やかさは変わらないか下がる」という変化傾向は「落ち着いた・くすみ、深みが増す」色彩イメージに合致している。金沢らしい色彩イメージを表す形容詞

は、雨天時の色彩とも結びつきの強い言葉であると言える。また、アンケート回答者は50名中48名が金沢の街並みを知っており、雨の多い金沢の街並みに親しみ、金沢らしい色彩として、落ち着いた・くすんだ・深い色である雨天時の色彩のイメージを持っていると考えられる。さらに、同じ素材でも雨天時の色彩がより金沢のイメージとして高順位であることから、金沢らしい景観を演出する要素として雨天は積極的に評価できると言えるだろう。

このように、金沢らしい色彩を通して雨天時の景観を解釈することで、これから金沢の雨天を肯定的に有効活用することにも繋がるだろう。雨天時の色彩を活用することで、金沢の街並みに親しんでいる人々が感じている、日常的な街並みのイメージを表現するのである。例えば、金沢市の観光PRポスターやパンフレットには晴天時のものが使われていることが多いが、雨天時のしっとりとした色合いを用いることで、より落ち着いた、深みのある金沢らしい街並みを伝えることができるだろう。また、雨天時ならではの観光イベントの開催なども考えられる。雨天時の色彩を鑑賞する街歩きなどである。この際には、金沢の伝統工芸である「金沢和傘」を使用するなど、雨天に関係する他の文化との繋がりや広がりも期待できる。このように、雨天時の景観も積極的に活用することが、金沢らしい景観を鑑賞する際の新たな手掛かりとなるのではないかと考える。

まとめ

本研究を通して、雨天時の色彩とは明度が下がる色味の変化であることが示された。また、金沢の街並みを知る多くの人々にとって、落ち着いた・くすんだ・深い色である雨天時の色彩は親しみのあるものということが明らかになった。このことから、雨天時の色彩は金沢らしい景観の要素として十分に評価できると言えるだろう。雨天時の景観を色彩から読み解くことより、これを金沢らしい景観として意味づけすることができる。今後、金沢市ではさらに観光地化が進み、金沢の日常を知らない外部の人々との交流が増えていくと考えられる。その際には、金沢の気候特性である雨天を、金沢らしさをより深く知るために活用していくべきだろう。

【主要参考文献】

- 「金沢市景観総合計画」
- 「金沢市景観計画」
- 日本色彩学会／新編 色彩科学ハンドブック（第2版）／東京大学出版会／1998
- 吉田愼悟／景観法を活用するための環境色彩計画／丸善／2005
- 日本カラーデザイン研究所／地域イメージを活かす景観色彩計画／学芸出版社／2008

舟橋村における人口流入と ICT 活用の可能性

The possibility of population influx and /
ICT utilization in Funahashi village

富川 真利

Tomikawa, Mari

文化マネジメントコース

はじめに

現在、日本の人口は減少傾向にあり、急激な少子高齢化が重大な懸念事項となっている。そのような状況の中で、少子化や人口流出に歯止めがかからず、将来的に消滅する可能性がある自治体も多く存在していると指摘されている。

本論文では、このように日本の人口が減少傾向にある中で、人口増加率が高く、子供の人数も年々増加傾向にあるという特徴を有している富山県舟橋村を調査研究の対象地に設定した。舟橋村は、地価の安さや交通の利便性などを活かし、平成元年から開始した宅地造成によりベッドタウンとして発展し、村外から多くの人々が転入してきたことにより人口が増加した。しかしながら、現在、子育て世代や子供の数の割合は高いものの、若者世代の流出が多く見られることや、新たな宅地造成が行われていない等の理由により、今後、子育て世代の流入減少が予測されている。さらに将来的には、舟橋村の人口は減少に転じ、少子高齢化になることが見込まれており、人口減少対策が求められているのである。今後、舟橋村の人口減少に歯止めをかけるためには、舟橋村への子育て世代の流入とともに出生率を増加させることが必要である。そのためには、舟橋村では子育て環境を充実させ、子育て世代が住みやすい村づくりが喫緊の課題である。

実際に千葉県流山市では、子育て環境を充実させたことにより子育て世代が急増し、人口が増加したとの結果が出ている。このことから、子育て世代を対象にした対策を行うことにより、舟橋村でも人口を増加させる可能性を有していると考えられる。

さらに、ICTを活用した子育て支援も全国のような自治体で実施されている。例えば、三重県津市ではICTを利用し、子育て世代がいつでも、どこにいても子育てサービスを楽しむ体制を構築し、千葉県松戸市では、子育て世代が感じる不安や孤立感を解消するために、地域が主体となる子育てサービスの情報を提供し、ICTサービスの提供が子育て世代の松戸市への移住を誘引したとの結果を残している。ICTの利用者数、普及率ともに年々増加している中で、このようなICTの活用は、子育て世代のサポートや充実した子育て環境を作ることに大きな成果をもたらすことが期待されている。

そこで、本論文は、舟橋村でもICTを活用し、子育て環境を充実させることにより子育て世代を多く流入させ、人口を増加させることができるのではないか、そのためにはどのようにICTを活用することができるのかを明らかにすることで、ICTによる子育て環境の充実について新たな可能性を追求することを目的とした。

1. 21世紀における自治体の様々な変化とその背景

日本の総人口は現在、1億2,702万人（平成27年1月1日現在）であるが、平成22年10月から徐々に人口が減少している。現在の人口は前年同月に比べ22万人も減少しており、年代別に見ると、0～14歳の人口は1,627万6千人であり、前年同月に比べ16万人減少している（平成26年）。15～64歳の人口は7,803万5千人であり、前年同月に比べ114万7千人減少している。65歳以上の人口は3,281万1千人であり、前年同月に比べ109万4千人増加している。急速な高齢者人口の増加とともに、若者人口の減少を容易に読み取ることができ、今後更なる人口減少が予想される。

このような人口減少や少子高齢化の進展と更なる都市部への人口集中などから将来的に消滅してしまう可能性がある自治体が多く存在していることが指摘されている。現在日本には1718の市町村がある（平成26年4月現在）が、その中でも896もの市町村はいずれ消滅してしまうと指摘されている。

このような事態を回避するため、国は、まち・ひと・しごと創生法を制定し、日本の人口を2060年に1億人程度確保する長期の人口ビジョンと2015～2019年度の政策目標と施策の総合戦略を策定した。一方で、国から地方に対しても地方版総合戦略の策定に関する通知を行い、地方では、各地域の人口動向や将来人口推計の分析を行う地方人口ビジョンと、各地域の人口動向や産業実施等を踏まえ、2015～2019年度の政策目標と施策として、地方創生総合戦略を策定することを促した。この戦略策定では主に人口減少や東京一極集中などの人口減少問題を克服することと、各自治体の成長力を確保することを目標とし、各市町村で計画された施策は今後着実に実施していくことが求められている。なお、平成27年8月までに実施計画を提出すれば国から、計画を実施するための支援金として上乗せ交付金が支給されるため、各市町村では総合戦略や人口ビジョンに関する計画づくりを当初の計画より前倒しする動きが見られている。

舟橋村では地方創生の動きを先取り、平成26年度に行われた舟橋村官民連携モデル事業では、「官民連携による造成事業」の具体化を検討するため、事例研究を行うとともに、民間企業と産学官金連携による検討会を実施した。そこでは、舟橋村環境総合整備計画の3つの柱にある「宅地造成」「子育て世代の環境充実」「公園整備」を実現するため、住宅、保育、造園、通信、金融、大学、行政が一堂に会しての検討会がはじまった。そして舟橋村での子育て共助事業として、保育園民営化、公園整備、宅地整備の3つの取り組みがスタートし、通信業者もICT活用の可能性を模索し始めた。

2. 舟橋村における子育て世代の現状と課題

子育て世代の実情やニーズ情報を有すると考えられる子育て関連施設へのヒアリング調査と、実際の子育て世代の施設利用者へのグループインタビュー調査を実施し、ICTを活用し、子育て環境を充実させることで、舟橋村は子育て世代の人口流入を実現することができるのか、どのようにICTを活用すれば子育て世代の役に立つことができるのかを明らかにした。

「舟橋村立図書館」「子育て支援センター」「YMCA」「舟橋村保育所」の4施設を調査対象とした、ヒアリング調査結果では、子育て世代に対する取り組み内容を聞く中で、子育て世代の実情や課題を把握することができた。舟橋村立図書館では、育児や家事などの実用書を充実させることで育児や家事の悩みを解決する情報提供を行ったり、乳幼児に対応できる部屋を設置することで、授乳したり、おむつを交換したりするときなどの人目が気になる場合でも子育て世代に安心感を提供している。また、子育て支援センターでは子育て世代が情報交換や仲間作りができる場を提供しており、子育て世代の利用頻度が高いことから子育て世代から大きな支持と期待が得られていると判断することができた。

グループインタビュー調査結果では、今回、村外から訪れた子育て世代が多く、子育て支援センターを何回も利用経験のあるリピーターであったことから、舟橋村の子育て支援センターが他の地域にある子育て支援センターに比べて、スタッフの方のホスピタリティの高さ、すなわち利用者に対して親切で子育て世代との距離も近く、なごやかな雰囲気でも気軽に来ることができるためだと考えられる。また、子育て支援センターが子育てに関する情報交換やママ友を作る場になっており、このような場所があるので、子育て世代の安心につながっているとの利用者の声を顕在化することができた。

このように子育て支援センターは子育て世代から多く利用されており、その評価も高い。しかしファミリーサポートの欠如、子育て支援センター以外の面では舟橋村の子育て環境は充実しているとは言えないとの利用者の声も顕在化した。

この課題を解決するためには、ICTを活用し、子育て支援センターのような情報交換やママ友をすることのできる場をさらに作ることができるならば、子育て世代にとっても良いサービス提供をすることが可能ではないかと考える。特に、子育て世代が30代であることから、デジタルディバイドに考慮し、気軽に子育て情報が得られるICTサービスの提供が必要であることがわかった。

3. まとめ

舟橋村の子育て支援センターは子育て世代から多く利用されており、利用者からの評価も高いが、それ以外の面では舟橋村の子育て環境は充実しているとは言えないとの利用者の声を見いだすことができた。利用している子育て世代のお話によると、子育てに関する情報をICTから得ている方が多くいたが、一方でICTをあまり利用しない、または上手く利用できていないという方もいた。そのため、誰もが簡単に利用できるようなものが良い、情報が一覧となって見ることができたら良いという意見が多くあった。そこで、舟橋村でのICTの活用方法として、TwitterやFacebookなどのように利用している人しか見ることのできない媒体で情報を提供することに留めるのではなく、誰もが利用できる初歩的なICTを使用し、舟橋村あるいは富山県の子育て情報が一覧となって見ることができるといえるポータルサイトを作ることが有効である。具体的には、三重県津市の「地域ICT利活用モデル構築事業」、千葉県松戸市の「まつどあ」などの子育ての最新情報を提供し、子育てをバックアップする環境整備が考えられる。

【主要参考文献】

- 総務省統計局「人口推移」 <http://www.stat.go.jp/>
- 増田寛也著『地方消滅 東京一極集中が招く人口急減』2014年
- 舟橋村関連資料「内部資料」

町並みの構成要素に見る 八尾旧町住民の景観に対する意識

Sense of residents in Yatsuo old town about landscape observed from components of the streets

矢郷 沙織

Yago, Saori

文化マネジメントコース

はじめに

町並みとはそこに住む人の文化や暮らし、その土地の歴史が現れるものである。特にその町の風土や文化と共に暮らす人達によって作られた伝統ある町並みはそれ自体が1つの文化であり、まちづくりや観光に欠かせない重要な地域資源として保護されるべきものである。1975年には文化財保護法の改正によって重要伝統的建造物群保存地区の制度が定められ、伝統的町並みの価値や重要性が認められるようになった。1983年には、当時の建設省が地域住宅計画を策定し、それ以降、地域の持つ景観、自然、伝統、文化、産業などの特性を活かしながら、将来に継承し得る質の高い居住空間整備を進めるための取り組みが全国各地の行政や自治体、住民によって行われている。

そうした取り組みを行っている町の1つに富山市八尾町の旧町と呼ばれる地域がある。伝統的な町並みと八尾旧町の特徴的な地形である坂によって作り出される景観は非常に魅力的であり、八尾旧町を訪れる人の目を楽しませてくれる。旧町住民の一部は自主的に伝統的で美しい町並みになるように建物や通りの維持や修復を行ってきた。現在、八尾旧町での家屋の改修には『八尾地区まち並み修景等整備事業補助制度』を利用することができる。これは富山市と旧八尾町の合併後の2007年から始まった制度であり、八尾地区の伝統的家屋などの修景及び、建替・新築時の修景により、風情・情緒ある特徴的な八尾の町並みを保全、形成すること、空き家となっている家屋を店舗等として活用し、八尾地区の活性化を図ることを目的としている。しかしながら補助制度が実施されている期間中でも、この制度を利用せずに建物の修復や修景を行う住民もいる。その場合でも八尾地区まち並み修景等整備事業補助制度で定められているのと同じ色や材質を使用して修復や修景を行う人が多かったという。

協力して町並みを美しく保とうとしている八尾旧町住民は日常的に景観に対してどのような意識を持って生活をしているのだろうか。その疑問を解決するための糸口として、町並みの構成要素の1つである建物の外観に飾られているディスプレイに着目した。植物や風鈴などのディスプレイは建物の外観などとは違い、気軽に自由に装飾することができる上に、多くの人の目に留まるものでもある。そうしたディスプレイにこそ八尾旧町住民の景観に対する意識が現れているのではないかと考えた。そこで町並みに飾られているディスプレイを「町並みアクセサリ」と名づけ、その種類や装飾の仕方、町並みとの関係性を調査、分析することで八尾旧町住民が日常的に町並みに対してどのような意識を持って暮らしているのかを研究することとした。

研究方法

(1) 現地調査

まずは町並み修景がどのように行われているのかを知るために八尾旧町の住民や行政担当に修景の経緯や修景制度などについて聞き取りを行った。次に旧町を構成する10町内それぞれのメインとなる通りに面した建物の全てを写真で撮影した。その写真をもとに旧町の町並みを構成する建物の用途、構造、ファサードや町並みアクセサリの種類や配置の記録を行った。

(2) 分析方法

分析の方法としては、まず町並みを構成する建物をその用途、構造、ファサードの3つの観点で分類した。建物の用途は「民家」、「商店公共施設」、「車庫」、「寺社」、「空き地」の5種類に分類し、建物の構造は居住・店舗部分が通りに直接面しておらず、建物の正面に駐車スペースを設けている「セットバック」、家の正面部分に庭がある「坪庭」、建物の1階部分が車庫になっている「1階車庫」、この3種類に当てはまらず、通りに建物の居住・店舗部分が直接面している伝統的な構造を「通常」とした。建物の前面部分のデザインのことを指すファサードは、外観が全体的に八尾らしいデザインになっているものを「伝統的ファサード」、建物の半分以上に八尾らしいデザインがあるものを「部分修景」、当てはまらないものを「なし」とした。更に町並みアクセサリとしてディスプレイを「植木」、「鉢植え」、「吊りさげ飾り」などの10種類に分類し、その有無や配置方法を記録した。さらにおわら風の盆を模したデザインや八尾の特産品である和紙を使用したもの、おわら節の歌詞に出てくる瓢箪を用いたものなど八尾らしい特徴やデザインが認められる町並みアクセサリに関しては八尾というシンボル性があると判断し、町並みアクセサリのシンボル性の有無に関しても分類を行った。

分析結果

分類したデータの集計を元にグラフを作成し、建物のタイプや町ごとと比較することで町並みの状況を明らかにした。まず注目できるのは、八尾旧町域は圧倒的に民家の比率が高いが、それにも関わらず建物のファサードは全ての町で約5分の1以上が修景されていることである。更に民家と商店公共施設では町並みアクセサリの有無の比率に大きな差がなかった(表1)。以上のことから八尾旧町の住民は商店や公共施設など観光客が利用する建物だけが景観を意識しているのではなく、一般の民家も同じように景観を意識していることが読み取れる。

また、町並みアクセサリの中でも鉢植えと植木は同じ植物であり

	ファサードの修景	民家の ファサード修景率	商店公共施設の ファサード修景率
旧町全体	35%	37%	42%
東新町	26%	24%	100%
諏訪町	58%	60%	71%
西新町	34%	34%	50%
上新町	43%	48%	43%
東町	31%	30%	41%
西町	32%	33%	42%
今町	34%	29%	60%
下新町	19%	20%	18%
天満町	28%	26%	44%
鏡町	37%	35%	60%

表1 各町における修景を行っている建物の比率

ながらその設置の割合は旧町全体で大きな差がある。同じ植物でこれほど差が出てしまうのは八尾旧町の町並みに適しているかどうかが理由である。八尾旧町の町並みは建物が道に沿って軒をそろえ、隙間なく並んでいることが特徴であり、居住空間の前や、建物の間などに植木を設置するスペースを設けてしまうと、八尾らしい町並みの統一感が失われてしまう。植木ではなく鉢植えを設置することによって八尾旧町では八尾らしい景観の維持と植物を飾ることが両立できている。さらに鉢植えの設置比率は、部分的に修景を行っている建物において最も高いことから、鉢植えにはファサードを全て伝統的にしている建物に対して、部分的にしか修景を行っていない建物の代替行為としての意味が込められていると考えられる。また、吊り下げ飾りは他の町並みアクセサリーと比べると商店公共施設で見られる割合が高いこと、シンボル性も同じく商店公共施設で多く見られることも明らかとなった(図1)。

考察

以上の分析結果には、八尾旧町の住民が「自分たちの文化を守る意識」と、「訪れる人をもてなす意識」の2つを持っていることが関係しているのではないかと考えた。

(1) 自分たちの文化を守る意識

八尾旧町の景観には八尾の文化である風の盆の影響が強く根付いているように感じられた。それはシンボル性のある町並みアクセサリーや伝統的ファサードの建物などから感じることができる。シンボル性のある町並みアクセサリーも伝統的ファサードの家も数が多いわけではないが、どちらも旧町すべての町に見られるものであり、その存在

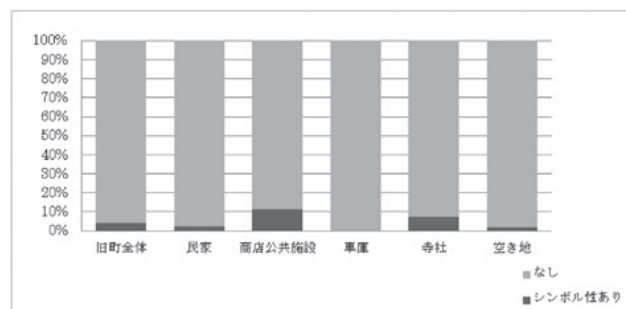


図1 建物の用途別にみた町並みアクセサリーのシンボル性の有無の比率

は町並みの中で旧町全体に統一感を持たせる役割を担っている。町並みアクセサリーやファサードを活かして統一感を持たせることで八尾旧町は旧町以外の地域と差別化が図られている。それは旧町がおわら風の盆の舞台として、おわりに合うような情緒ある町並みを形成するためでもあるが、それと同時に旧町と旧町の文化を守るためでもあるだろう。このことが「自分たちの文化を守る意識」の表れであると考えられる。

(2) 訪れる人をもてなす意識

「自分たちの文化を守る意識」でも触れたように八尾旧町には同じようなファサードや町並みアクセサリーが多くそのおかげで全体に統一感が生まれている。さらに八尾旧町のどの町でも建物の用途は民家の比率が最も高く、通常の町家の構造がどの町でも比率が最も高いことから、町自体の構成が似ていることも統一感を感じさせる要因の一つである。こうしたことから旧町の住民は八尾旧町自体を大きな一つの統一された空間として捉えているのではないかと考えられる。この統一感を保つという制約の中で、来訪者に対するもてなしの気持ちは、鉢植えなどの植物や吊り下げ飾りによってさりげなく演出されている。そういった部分に「訪れる人をもてなす意識」が現れているのではないかと考える。

日常的に景観を意識して自主的に町並みを修景する行為や、町並みアクセサリーによる適度な町並みの修飾からは、八尾旧町の住民にこの2つの意識があることが読み取れる。

【主要参考文献】

- 篠原修『景観用語辞典 増補改訂版』東京：彰国社、2007年
- 八尾町史編纂委員会 代表橋爪辰男『八尾町史』富山：八尾町役場、1967年
- 八尾町史編纂委員会 代表橋爪辰男『続八尾町史』富山：八尾町役場、1973年