

森ゼミ

『まちづくりによる地域活性化の
現状と課題』

一七日町に関する調査を基にして一

目次

第一章 私たちの研究概要

- (1) 背景
- (2) まちづくりの意義・目的
- (3) 問題点
- (4) 研究目的
- (5) テーマ選定理由
- (6) 研究方法
 - 研究の手順
 - 調査方法
 - a) 七日町街来者アンケートの方法
 - b) まちづくり市民調査の方法
 - 分析方法

第二章 市民参加のまちづくり

- (1) ソフト化時代の市民参加型まちづくり
- (2) 住みよいまちと行ってみたいまちの一致
- (3) 市民参加の必要性
 - 市民が意識すること
 - 自分の住んでいるまちの歴史と文化をよく知る
 - 継承と創造
- (4) 市民主体のまちづくりの仕組み

第三章 海外まちづくりの事例

- (1) 各国のまちづくり
- (2) ヨーロッパ
 - ドイツなどのまちづくり
 - 「ナショナルトラスト運動」によるまちづくり
- (3) アメリカ
 - アメリカ独自のまちづくり
 - アメリカのまちづくりの原則

第四章 観光とまちづくりの結合

- (1) 観光まちづくりとは
- (2) 観光まちづくりの実現へ

森ゼミ

第五章 七日町通りのまちづくり

(1) まちの衰退原因

まちづくりの契機

七日町通りまちなみ協議会

(2) 七日町通りまちなみ協議会事業計画

第六章 来街者アンケートと住民アンケートの分析

(1) まちづくり市民調査の重回帰分析結果

(2) まちづくり市民調査の回帰分析結果

(3) 七日町来街者アンケートの重回帰分析結果

(4) 七日町来街者アンケートの回帰分析結果

(5) 単純集計の分析

性別

年齢

家族構成

職業

国内旅行で印象に残っている地名

趣味、興味、関心のあるもの

七日町通りにおける10年間の取り組みの評価

大変よい、ややよいの理由

まちなみ協議会への意見

七日町通りの問題点、改善点

望む店

空き店舗の活用方法

気に入っている場所と店

イベント参加の有無

お気に入りのイベント

しゃなりウォークの改善点

大骨董市の改善点

ストリートミュージックフェスタの改善点

観光客からの質問の有無

質問内容

21 対応の仕方

22 観光客増加の問題点

23 活性化についての意見

24 行ってみたいまちにするには

25 景観整備についての意見

26 あなたの望む七日町

27 その他の改善点

(6) クロス集計の分析

森ゼミ

性別と10年間の取り組みの評価

年齢と10年間の取り組みの評価

- 大変よいと答えた人と年齢の相関

職業と10年間の取り組みの評価

趣味、興味、関心と10年間の取り組みの評価

- 園芸が趣味の人と年齢の相関

第七章 結論・提案

1. 結論

2. 提案

森ゼミ

第一章 私たちの研究概要

1. まちづくりの背景

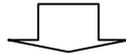
国際化・高度情報化の進展

人、物、情報の移動に要する時間的、距離的な制約が克服され、グローバルな交流により、社会経済の様々な局面においてボーダレス化が進んでいる。中でも、急速な技術革新を背景とした情報通信分野の発展は目覚ましく、市民生活や都市活動における重要性はますます高まっている。

こうした国際化と高度な情報通信基盤によって築かれるネットワーク型社会へのダイナミックな転換を支え、生活環境の質、自然や文化の豊かさ、知的資本の充実度、生産基盤の効率化、交流基盤の質の高さなど、改めて多面的な魅力が問われることとなるため、それらに適応したまちづくりを進める必要がある。

少子・高齢化の進行

約130年間で4倍に増加した我が国の人口は、2年後くらいをピークに減少に転じ同時に高齢化はさらに進展していくと見込まれている。



経済成長率の低下、投資余力の減少が進む可能性が高いとされ、人口増加のもとで機能していた雇用システム、年金・医療などの社会保障制度、都市・国土の基盤整備施策を現行のまま維持することは難しくなっている。

このような人口動態や世帯の変化は地域に整備された学校などの公共施設利用を非効率にするばかりかコミュニティの崩壊などの問題を引き起こすため、今後は地域における高齢者対応のまちづくりが求められるとともに、これ以上の減少をくい止め逆に増加させることが求められる。¹

コンパクトシティの必要性

コンパクトシティの必要性は郊外化を抑え、都市機能を充実させていくことで「歩いて暮らせるまちづくり」を目的とする。

少子高齢化の面から・・・人口が確実に少なくなるので市街地は縮小する。市街地が拡大することで道路や下水道などインフラ整備が必要になる。しかし国も自治体もこれからは財政的余裕が無くなるので規模の追求ではなく、コンパクトな質の高いまちづくりをしていくべきだと考える。

地球環境の面から・・・現代は自動車で移動することが当然のようにになっている。しかし、人間一人しか運ばないのに重い鉄の固まりを動かすのはエネルギーの無駄遣いであるだけでなく、亜硫酸ガス、微細粒子状物質、二酸化炭素、騒音、振動問題からも、もう一度歩いて通勤や買い物、そして散歩が楽しめるまちづくりを目指し、郊外のむやみな開発も規制して緑や農地を守っていこうという考え。

地方分権と市民参加の地域づくり

平成7年「地方分権推進法」成立

「地方分権の推進は、国と地方公共団体とが共通の目的である国民福祉の増進に向かって相互に協力する関係にあることを踏まえつつ、国及び地方公共団体が分担すべき役割を明確にし、地方公共団体の自主性及び自立性を高め、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図ることを基本とする。」

¹ http://www.thr.mlit.go.jp/compact-city/contents/what_is/what_is.html

森ゼミ

平成 11 年「地方分権整備法」成立

国から地方自治体へ権限を移し、「上下・主従」から「対等・協力」の関係に転換することを柱とする地方自治法等、計 475 の法改正を行っている。財源手当なしの権限委譲は課題が多く早期改善が必要だが、今後、推進計画を基礎に権限の委譲が進むことはほぼ確実で、自治体の主体性が問われることとなる。

しかし、このことは、情報公開の流れとともに、地域が自らの選択と責任で地域づくりを行う条件が整備されたことでもあり、長期的に見れば地域の多様な市民の積極的な参加を保障し、個性的で魅力的な地域づくりへの取組みを支えるものとなる。²

2. まちづくりの意義と目的

近年、地域を取り巻く環境は著しい変化を遂げている。

「行政」に関しては、地域間競争の激化、地域財政の窮乏などの厳しい状況の中、財源確保が大きな課題となっており、地域の自立化・個性化が求められている。

「住民」の側でも、ゆとり・豊かさが実感できる生活環境を望むために、会社人間から地域人間へと変化し、コミュニティの重要性が再認識されつつある。また、NPO、NGO等、地域や自分の興味の中で社会貢献をしたいという人々が増加しており、こうした働きは、地域づくり・まちづくりの観点からは新たな担い手となって現れてきている。

「産業・企業」においても、グローバル化の進展、低成長時代の到来などの厳しい変化に加え、ベンチャービジネス、なかでも地域社会への貢献を中心課題とするコミュニティ・ビジネスやSOHOなどのこれまでとは異なる個人事業者が出現してくるなど前向きな新しい動きが出てきている。こうした動きは、新たなビジネス観、産業観、労働観の誕生といえ、地域社会との関わりが以前とは比べものにならないほど深くなってきているといえよう。

さらに、地域全体としても、コミュニティの再生・創造、環境保全・リサイクル、高齢化対策、福祉の充実など新たな使命が課せられてきている。

こうした、地域を取り巻くさまざまな変化に対応できるように地域づくり・まちづくりにおいても変化が求められてきている。その変化とは、国の施策・方針に応じた外発型・ハード偏重型の振興から、地域や自治体が主体となりその地域固有の文化などを生かした内発型・ソフト中心の活動への変化である。また、コミュニティの意識を育てるということも含めて、ハードとソフトの「つくり」が一緒という形態である。地方分権、地域の時代の到来により、中央の支援施策の受け売りだけでは産業振興に限界があることが多くの地域で認識されてきている。これは、地域に存在する資源を有効に活用し、かつ効果的にその資源を配分する「地域経営」という考え方である。このことより、市民が自分たちの問題として地域を総合的に考え、新しいものや価値をつくっていきこうという積極的な活動を心がけることで必ず地域によって違いが生まれ、愛情や誇りを増大させることができる。

私たちが取り上げるまちづくりとは、中心市街地活性化の改善を持続的に行う住民主導の活動である。

3

² <http://www.geocities.co.jp/Berkeley-Labo/5472/machidukuri.htm>

³ <http://www.ccn.aitai.ne.jp/~saint/works2.htm>

森ゼミ

3. まちづくりの問題点

自治体による補助金獲得偏重の画一的なインフラ整備と民間事業者による事業性偏重・ハード中心の箱ものづくりが多く地域において行われている。多くのケースで多角的視野と専門的知識の欠如が見られ、暮らしそのものの本質を見据えた“まちづくり”は残念ながらあまり行われていない。

住民への情報の開示、参加機会への提供も十分ではなく、まちに関わる全ての人々の参加・議論を通じた空間づくりの機会は極めて限られている。

住民の問題意識・当事者意識は希薄で、まちの担い手としてのコミュニティによる継続的まちづくり活動が十分でないため、まだ一部の地域、一部の市民の動きで全市的なものにはなっていない。参加者が一部で、なおかつ同じ人々である。

住民・自治体・企業・専門家が一体となってまちづくりを推進していくシステムが確立されていないように思われる。

行政主導の色彩が強く本来の自主的なもの、住民のものになっていない。もちろん、地域によっては、これまでの行政主導型から地域主導型へと変わってきているところもあるが、一般的には住民意識が低いせいか住民は施設整備のみ要求し、行政依存が高い。

都市化のスピードが速く、文化や伝統をチェックする余裕がなく、まちの個性が失われた。

来街者の「ごみのポイ捨て」等のモラルやマナーの問題、「大量消費」と「大量廃棄」というシステムが社会やコミュニティのあり方を変質させ、地域への帰属感や愛着心の希薄化を招いてきた。

モーターゼーションの進展と生活に対する価値観の変化から、豊かな生活を保障する都市基盤の整備が遅れ、機能が低下している。一般的には、増大する交通量に対応できない道路問題、駐車対策、そして歩行者優先道路の確立が求められている。しかし、これからは中心市街地内の交通量を抑制することに重点を置く必要がある。

豊かな住環境を求めて郊外へと拡散する住宅圏と、それに伴う定住人口の減少、高齢化が商業集積のさらなる分散を招く。

現在の物質的文明の対極にあるもてなしの心を大切にしたいまちづくりが必要。

商店街を担う人材の育成と商店街活性化事業の支援ということで、空き店舗の活用法が求められる。
⁴このようなまちづくりは過度の車社会の進行や交通渋滞、地域文化や歴史の消滅、まちなみ景観や環境の破壊、中心市街地の空洞化、コミュニティの崩壊など様々な問題を生み出している。

4. 研究目的

私たちのゼミがまちづくりを取り上げる目的は、中心市街地と関わる地域活性化に向けてどのような取り組みが必要かを研究するためである。

会津地域では郊外への大型店進出による商店街の空洞化や地域雇用の停滞、伝統工芸の継承問題が深刻化しつつあることなどが重要な課題として考えられる。個性を活かしたまちづくり運動で地域を活性化させるとともに、観光客や来街者など外部からの交流人口を増加させることも必要不可欠である。まちづくり運動によってまちを改善することは、外部者との交流を活発化させるだろうという考えから、私たちは地域活性化を目標としたまちづくりを研究テーマとして取り上げた。今回、七日町における来街者調査と市民意識調査の結果を分析することで、まちづくり運動の現状と課題を明らかにする。

⁴ <http://www3.ocn.ne.jp/~seisuke/situmon/ippan9.htm>

森ゼミ

5. テーマ選定理由

私たちの出身地である、弘前、大館、水沢、郡山、相馬、喜多方を始めとし、全国各地でまちづくりに取り組んでいる。しかしながら、その成果が現れているまちは、多くはない。七日町は、数少ない成功例として全国にその名を知られている。10年間のまちづくり運動によって景観が統一されつつあり、その成果として来街者数は確実に増加している。

したがって七日町のまちづくり運動の現状と課題を明らかにすることは、全国各地のまちづくりに役立つモデルを提案することである。そこで私たちは、このテーマに取り組むことにした。

6. 研究方法

研究の手順

< 一年次 >

まちづくりに関する文献研究

地域活性化に関する文献研究

< 二年次 >

七日町の現状分析(4月)

(まちづくり運動参加事業者に対するヒアリング調査、景観調査)

先輩の既存調査の分析(5・6月)

来街者調査用アンケートの作成と実施(5・6月)

3大学合同ゼミ合宿の準備と中間発表(7・8月)

市民調査用アンケートの作成と実施(10・11月)

・市民調査アンケートと来街者アンケートの分析(11・12・1月)

調査方法

a)七日町来街者アンケートの方法

・面接法(滞在時間が短いため、面接法を用いた)

・6月後半～7月中旬にかけて七日町通りで実施

・アンケート回答総数85枚

b)まちづくり市民調査の方法

・留め置き法と郵送法の折衷型

・11月中旬～後半にかけて、新市内、旧市内、旧北会津村で実施

・アンケート配布総数1044枚、回収数472枚、回収率45.2%

分析方法

多変量解析(重回帰分析、数量化 類)

単純集計分析

相関分析(クロス集計)

森ゼミ

第二章 市民参加のまちづくり**1. ソフト化時代の市民参加型まちづくり**

まちづくりとは、お役所や一部の政治家だけがやるべきことではなく、様々に生きているひとりひとりの市民が、それぞれの暮らしに根差して、自分自身の生き方に基づいて担っていくべきである。人々の個性豊かな暮らしの営みの場こそがこれからの時代の経済活動の中心となる。

近年の公共事業の大半は、あまり人々の役に立たずに自治体の赤字だけをふやすだけという結果になっている。企業を誘致しようとしても、高度成長時代の花形製造業は時代遅れになるだけではなく、近代的産業は海外に進出し産業の空洞化が進んでいる。ひとりひとりの市民を離れたところで行われてきた地域振興が、行き詰まっているのが現在の状況と言える。⁵

これからの時代は、どこに力を入れたまちづくりを目指していくべきか



「高度成長時代の行政主導型地域復興」から

「ソフト化成熟時代の市民参加型まちづくり」へ

2. 住みよいまちと行ってみたいまちの一致

住民から見たまちづくりとは「住民が住みやすく、落ち着いた生活のできるふるさとづくり」である。住んでいる人たちが一番暮らしやすく気持ちよく生活できる場所こそが、来街者にとっても気持ちの良い場所であり、訪れて良かったと思える場所である。つまり、住んでいる市民が気持ちよいと思えるまちにしてゆくことが、来街者にとっても魅力的な観光地をつくっていくことになる。⁶

3. 市民参加の必要性

歴史文化を活かしたまちづくりのように、個性あふれるまちづくりを教育委員会や市役所の企画課まかせにするのではなく、これを市民主体で進めることが重要である。

都市計画を論じる際にはしばしば、計画への市民参加ということがうたわれる。法定計画という官製の手続きをいかに市民に開いていくかは、たしかに大きな行政課題ではある。しかし、歴史や文化を語る時には市民が参加するのではなく市民が主役なのである。市民の外側に歴史や文化があるのではなく、市民生活のまっただ中で都市の歴史や文化が生まれ、育ち、花開いてきたのである。

< 市民が意識すべきこと >

自分の住んでいるまちの歴史と文化をよく知ること

各地のまちづくり人とも呼べる人に共通した特長は、通りの隅々まで歴史の経緯から故事来歴まで、さらには現時点での動向まで非常な情報通であることだといえる。ふだんなら見過ごすようなささいなことも、歴史や文化のなかで何か重要な役回りを演じているかもしれない。少なくとも、そうしたものの見方をすることによって個々の事象への愛着は確実に深くなっていく。この愛着がまちづくりエネルギーの源

⁵ 市民参加のまちづくり / 8 頁

⁶ 市民参加のまちづくり / 102 頁

森ゼミ

泉である。すなわち知は力なのである。

歴史や文化は、みずからが動いて継承していくことによってはじめて生き生きとしたものになっていく
 祭りや民間伝承、風俗などは、私たち自身が受け手となって、あるいは語り手となって次代へ受け継いでいくことによるのみ、継承されていくのであって、外側から鑑賞していればよいというものではない。個人個人のコミットメントが求められているのである。

継承と創造

市民は、市民生活に潤いと豊かさをもたらす自然の恵みや歴史の継承、さらに伝統文化の保護に努める。人・モノ・情報の「交流」によってまちの活力を高め、そこに生まれる出会いやコミュニケーションから新しいビジネスチャンスや地域文化を「創造」していくことが重要である。

第三章 観光とまちづくりの結合

1. 観光まちづくりとは

近年、「観光まちづくり」が叫ばれるようになってきた。観光の側からまちづくりに対象を広げる動きがある一方、まちづくりの側からも観光への関心が高まっている。

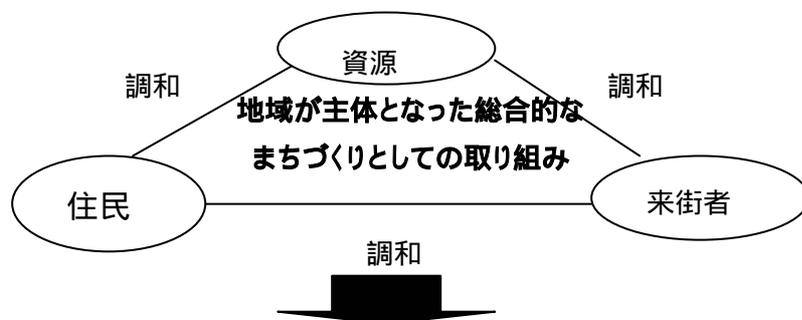
「観光まちづくり」とは、地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を進め、活力あるまちを実現するための活動であるといえる。

まちづくりの基本は生活基盤としての「まち」であり、まちに住む生活者である。観光まちづくりは、ある意味で、観光産業が主導する従来型の観光地整備や観光商品開発とは一線を画す、地域の生活者に主眼を置いた新しいまちづくりの努力なのである。

観光客数が着実に延びる地域は歴史や文化、自然が感じられる個性あるまちなみや美しい風景が残されていることもあるが、それ以上に、まちが全体として住みやすそうで、住み手の人情が感じられ、まち自体も個性を感じさせることである。まちが持っている固有性を見出し、磨き、光らせることによって、訪れる人にとっても住む人にとっても、良いまちになっているのである。

観光まちづくりには地域の住民、地域の資源、来街者の3つの要素があり、これらの調和ある発展が基本となるのである。⁷

【観光まちづくり】



「住み続けたい」「訪れてみたい」と思わせる、魅力と活力あふれる、持続的な地域の実現

出典：[監修]国土交通省総合政策局観光部「観光づくり研究会新たな観光まちづくりの挑戦」ぎょうせい / 23 頁

⁷ 新たな観光まちづくりの挑戦 / 2 1 頁

森ゼミ

しかし、これらの調和を実現することは容易ではない。

< 地域住民と来街者との利害の対立 >

・観光シーズンの道路の渋滞やゴミだけを残していく観光客への不満はどこにでも見られる。居住者のプライバシーの侵害や地域モラルの低下なども心配の種である。

・来街者の増大によって地域の資源が劣化することも考えられる。逆に資源の保全が優先されると、来街者にとっても地域住民にとっても十分な活用が制限されることになる。

キャリング・キャパシティ(収容力)の問題。

つまり、観光客のお目当ての資源が地域の住民と何の接点も持たない場合は住民にとって来街者は迷惑以外のなにものでもないことになる。このように住民・資源・来街者の三者は容易に対立してしまうことになる。

2. 観光まちづくりの実現へ

地域の資源は地域住民のまち自慢のもとであるとする、そこに来街者がいることは住民にとっても自慢しがいのあることだということになる。住民の生活がまちづくりの中心であるとする、それを尊重する人こそが来街者だということになる。また、来街者が交流相手だとする、住民との間の摩擦もずっと少なくなり、また地域のまちづくりの結果として来街者が増えるのである。

まちづくりの視点からすると、自分のまちが知られることは基本的に歓迎できることであり、他者の好意的な眼や双方の交流の積み重ねがまちに活力をもたらすことになる。

つまり、地域社会を中心に考えることによって住民・資源・来街者の三者の調和への取り組みの方策がおのずと見えてくるのである。これこそ観光まちづくりの目指すところである。

第四章 七日町通りのまちづくり

1. まちの衰退原因

七日町通りは、街の中心である大町四つ角から西に JR 七日町駅までの約800mの通りで、藩政時代には、会津五街道のうち日光、越後、米沢街道の主要道路が通り、城下の西の玄関口として問屋や旅籠、料理屋が軒を連ねていた。江戸時代には街道沿いのまちとして栄え、明治以降も中心市街地で最もにぎわいのある商店街の1つに数えられていた。

しかし、市街地をとりまくバイパスの開通、道路事情の変化により消費者は中心市街地商店街から郊外店へと消費者の購買地点が移動してしまった。それによって、七日町通りも次第にさびれ始め、空き店舗が目立つようになってきた。空き店舗が駐車場に変わり、まちなみそのものが消失し始めた。また七日町通りは幹線道路のため、車の交通量は多いものの買い物客はめっきり減り、ついには七日町通り商店会も市の商店街連合会を脱退せざるを得なくなってしまった。

2. まちづくりの契機

このような状況の中で、まさに起死回生を目指すまちづくりの取り組みが開始されることになった。その契機となったのが商業近代化地域計画によるまちづくりネットワーク協議会の提案と景観条例の制定である。

これらの刺激を受けた有志たちが、93年夏、通りの建物の調査を実施した。

この結果、歴史的な建物が多く残っていることが明らかになった。

森ゼミ

彼らは歴史的建物を活かして、城下町らしい特色ある商店街再生を図ることを目指すようになり、地域の商業者達に説いてまわった。

こうした熱意に旧商店会の年配者達も賛同し、94年3月、七日町通りまちなみ協議会が任意組織として発足した。

3. 七日町通りまちなみ協議会

七日町通りまちなみ協議会は、まちづくり会津のTMO構想策定時やその後の運営に商業者側の中心メンバーとして活躍するなど、会津若松におけるまちづくりの先進的組織として知られている。TMO 構想策定のワークショップなどを通じてまとめられたまちづくりの基本的コンセプトは、行政との協力関係に基づく、歴史的建物の保存やまちなみの修景といったハード事業、イベントなどのソフト事業を通じて、より多くの市民、観光客がまちに魅力を感じ、訪問してくれるようになることであり、それによってコミュニティの再構築も図りたいとしている。

TMO 構想・・・Tとは「Town=街」、M「Management=管理・運営する」、Oは「Organization = 組織・団体」の略で、中心市街地の活性化のためにいろいろな活動を行う組織であり、具体的には、様々な主体が参加する街の運営を横断的・総合的に企画調整する組織のことである。

七日町通りまちなみ協議会事業計画

	ソフト事業	ハード事業	進行状況
	まちなか観光に対する意識向上	住民協定地区内の建物修景作業の推進	進行中
	空き店舗への誘致活動	通りの無電柱化	決定
	会津浪漫調のイメージに合った看板、のれんなどのサイン計画の策定	統一イメージによる通りの街路灯の設置	未定
	イベントの開催	ポケットパークの設置と植栽	済み
	商店街活性化のための研修会の実施	駐車場の設置	未定
	住民協定地区の拡大	七日町駅舎の設備(例えば B&B 方式のホテル)	未定
		地ビール工場とピアホールの開設	済み

「出典：中小企業総合研究機構『地域経営・まちづくり』同友館 37頁」

ソフト事業は積極的にまち全体で行われている。イベントを開催することで、そこを訪れる市民や来街者の数が増えている。また、空き店舗への誘致活動は行われているが成果がまだ表れていない。

ハード事業では、住民協定地区内の建物修景作業が現在行われ、今年の4月からは通りの無電柱化が開始される。ポケットパークというのは七日町通りにあるコンビニエンス・ストアの隣にある広場のことである。地ビール工場とピアホールはアイバッセの中に開設された。それ以外の進行状況は未定という状態である。

森ゼミ

第五章 来街者アンケートと住民アンケートの分析

1. 数量化・回帰分析・重回帰分析の説明

数量化

数量化とは、顧客の心の中の反応を、感度よく質的なデータとしてつかまえて、有用な情報を汲み出すものである。たとえば、顧客が商品の購入に際して、その決め手となるものは、店舗のイメージ・商品の品揃え・鮮度・品質・価格・サービス等である。しかし、これらの中には数値として取り扱えない質的な現象が多く含まれており、そのままでは数量化できない。数量化理論では、その分析目的に応じて、はい・いいえのアイテム・カテゴリー要因で、多数の人々の回答を反応パターンとして集め、得点を与え評価するものである。この数量化には ～ 類までの四つがある。⁸

(数量化の活用)

今回の卒業研究では、数量化 類を使用。

類・・・重回帰分析

(数量化の方法)

質的回答を数値に置き換える

(例) (ア)男 (イ)女 という質問において、(ア)と答えた人は1、(イ)と答えた人は2 というように、数値に置換

(数量化の概要)

数量化の重要性

マーケティングでは、イメージ、購買態度、嗜好等の質的な現象が多く、量的なデータを分析を得意とする従来の多変量解析では、処理することが不可能な場合が多い。これに対して、数量化理論では、質的現象をアイテム・カテゴリーによりつかむため、比較的容易にデータの解析ができる。

数量化理論では、質的なデータだけではなく、量的なデータもカテゴリーに変換して対応することにより、一般的な多変量解析と同じように解析処理をすることができる。

量的なデータを扱う多変量解析は直線(一次)の方程式であり、極端に歪曲したデータの解析はできない。しかし、数量化理論では数値に強さがなく、複雑な現象でも、アイテム・カテゴリーの要因を、類似的に反応するパターンとして組み合わせ数量化するため、複雑なデータも比較的容易に解析できる。⁹

⁸ マーケティングのための多変量解析 / 242 頁

⁹ マーケティングのための多変量解析 / 245 頁

森ゼミ

数量化 類・重回帰分析

複数項目の因果関係を統計的に分析する有力な手法のひとつである。原因と考えられる数量(説明変数)と、結果となる数量(従属変数)との間に一方的な因果関係があると考え、結果となる変数の変動は、一個あるいは複数個の説明変数によって説明される。

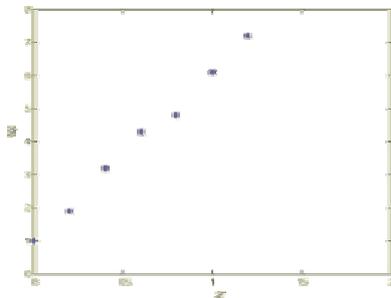
回帰分析において、ある一つの項目の分析をするには、その項目の回答結果を説明できるような多項目を推定する必要がある。このとき、分析の対象となるある一つの項目を**従属変数**とよび、複数の多項目を**説明変数**とよぶ。

単純回帰分析...説明変数が一つの場合

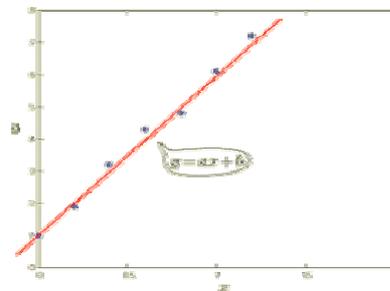
重回帰分析...説明変数が複数の場合

(結果)

(単純回帰分析の場合)¹⁰



y 軸は従属変数を表し、x 軸は説明変数を表している。各回答データをグラフにすると、上のような散布図が得られる。



分散したすべての点から平均的な距離に線を引く。

このときの方法を最小二乗法とよぶ。この平均的な関係をあらわす直線が回帰線である。

得られた直線は一次関数なので、 $y = ax + b$ とおける。傾き a が1に近くなるほど、説明変数の影響力が大きいと言える。

(重回帰分析の場合)

重回帰分析では、説明変数が複数になるのでグラフが三次元、四次元となり複雑化していく。よって重回帰分析の場合、因果関係を明らかにするうえで偏回帰係数・決定係数・残差に注目する。

偏回帰係数とは、説明変数の従属変数に対する影響力を表す係数である。

決定係数とは、作られた重回帰式のモデルが、実際にどのくらい有効であるかをみるための指標である。これは求めた重回帰式のモデルが実際の多変量データに対してどのくらいあてはまっているかの寄与率を評価するものである。(寄与率とは、データから得られた回帰モデルの相対的な説得力を示すものである。)決定係数の値は、0~1.0 の範囲であり、値が大きいほど回帰モデルがあてはまっているといえる。0.8~1.0だと非常に精度が良いといえる。

¹⁰ http://www12.plala.or.jp/ksp/comput_phys/least-square/

森ゼミ

残差とは実績値と理論値の差であり、有意水準を決定する数値である。(実績値とは、実際の数値であり、理論値とは解で得た式を用いて計算した結果である。ここでは解を省略)従属変数に対して影響力を持つ説明変数を取捨選択する基準が有意水準であり、回答の中に異常値がどの程度含まれているかを示す。一般的にこの数値は 1% ~ 5% というような小さい確率が選ばれる。確率の小さい事象は実際には滅多に起こらないのであって、もしそのような結果が起こったとしたら、それは偶然ではなく、理由があって起こったと考える。仮説検定の場合、「理由があった」ということは、「仮説が正しくなかった」ということを意味するのである。この有意水準を求める方法が残差分析である。

ダーヴィンワトソン比・・・残差はランダムでなければならない。残差に法則性があるかどうかは、残差とそのひとつ前の残差系列相関を見ることによって把握することが出来る。これを公式化したものが、ダーヴィンワトソン比である。この値が2に近いとランダム性があり、2からはなれるとランダム性が失われる。

11

自由度修正済み決定係数とは、個体数が少ない場合の精度を表す。

偏回帰係数とは、説明変数の目的変数に対する影響力である。例えば、売り上げを目的変数にし、広告費とセールスマンを説明変数にしたとき広告費を X 円つかい、セールスマンを一人投入することで売り上げが Y 円増える。このように係数から説明変数の目的変数に対する影響力がわかる。

標準偏回帰係数・・・説明変数間で単位が異なるときには、単位の影響を受けるので、単純に偏回帰係数の大小比較して決めることはできない。単位の影響を除くには、標本データを標準化する。データを標準化することにより、平均 = 0・分散 = 1となり単位の影響を受けなくなるので、標準化したデータから偏回帰係数を求めるようにする。このように標準化したデータから得られた偏回帰係数を標準偏回帰係数という。¹²

《重回帰分析の活用》

例 円高問題に関して、何が原因なのかその本質はわからない。果たして貿易黒字だけがその要因なのだろうか。要因を探るために、円高問題を従属変数としてその回帰関係を明らかにする。

私たちの調査の分析において

- (1) 観光客調査では、観光客の七日町を訪れるリピート回数を決定する要因は何かを導出する。
- (2) 市民意識調査では、10 年間におよぶまちづくりに対する評価の度合いを決定する要因を導出する。

¹¹ 多変量統計分析 / 145 頁

¹² <http://gucchi24.hp.infoseek.co.jp/MRA1.htm>

森ゼミ

2. 来街者調査の分析

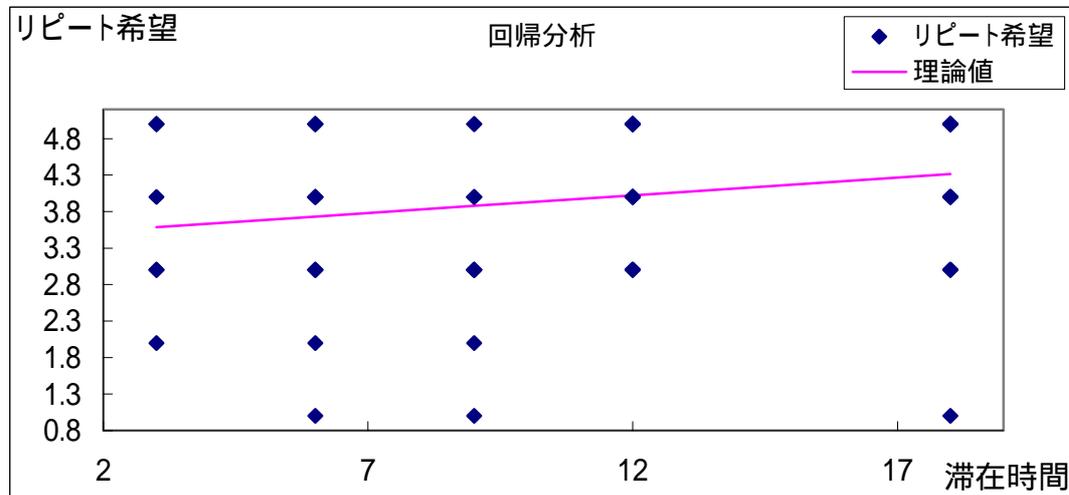
来街者アンケートの回帰分析結果

目的変数: リピート希望

説明変数: 滞在時間

式の係数	a =	0.04847
	b =	3.440348
精度	決定係数 R ² =	0.050691
	重相関係数 R =	0.225148
	修正済み決定係数 R ² ' =	0.038675
	修正済み重相関係数 R' =	0.196659
	ダーヴィンワトソン比	1.909484

[グラフ]



来街者アンケートの重回帰分析結果

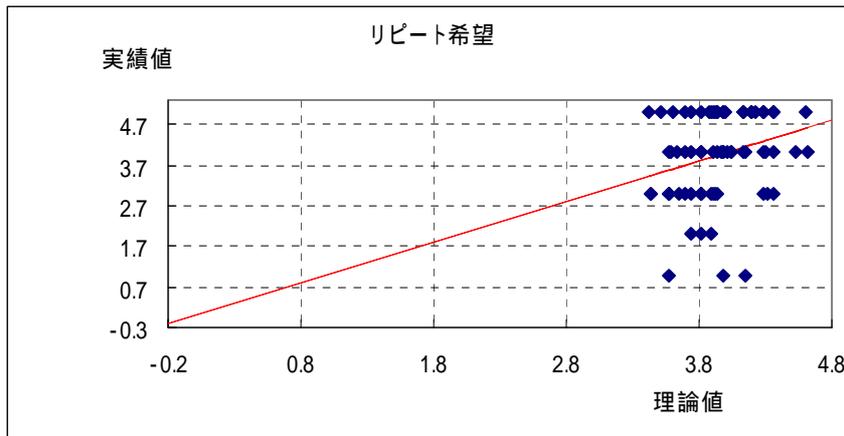
目的変数: リピート希望

説明変数: 来街回数、滞在時間、趣味や興味・関心の数、来街目的の数

決定係数 R ² = 0.0701	説明変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数
自由度修正済み決定係数 R ² = 0.0177	来街回数	-0.0394	-0.0613
重相関係数 R = 0.2647	滞在時間	0.0519	0.2429
自由度修正済み重相関係数 R' = 0.1329	趣味や興味、関心の数	-0.0678	-0.0638
ダーヴィンワトソン比 DW = 1.9602	来街目的の数	0.3110	0.1444
残差の標準偏差 $\sqrt{Ve} = 1.0667$			

森ゼミ

[グラフ]



3. 市民意識調査の分析

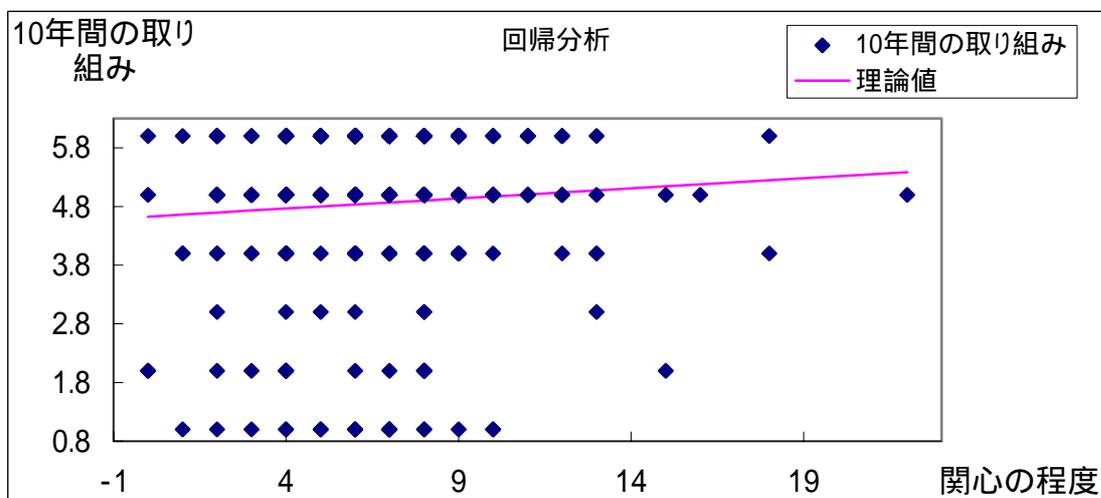
市民意識調査の回帰分析結果

目的変数: 10年間の取り組みへの評価

説明変数: 市民に対する関心の程度

[式の係数と精度]	
関数式名	直線
式の係数	a = -0.03983
	b = 4.97666
精度	決定係数 R ² = 0.003036
	重相関係数 R = 0.055098
	修正済み決定係数 R ² ' = 0.000656
	修正済み重相関係数 R' ² = 0.02562
	ダーゲイツワソン比 = 2.082183

[グラフ]



森ゼミ

市民意識調査の重回帰分析結果

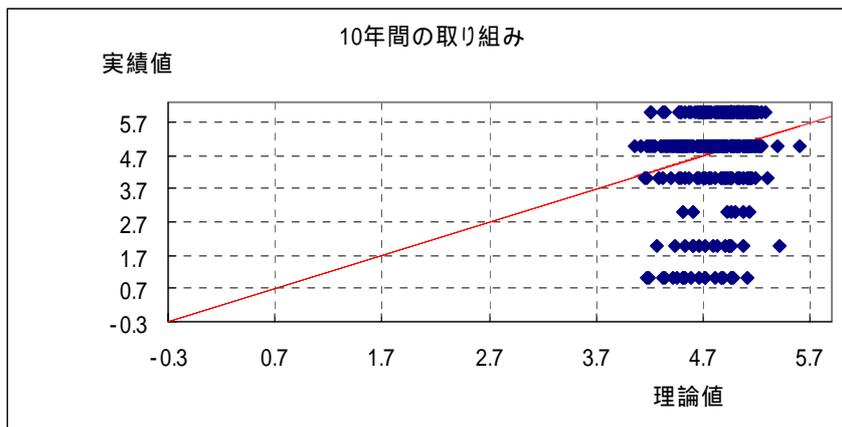
数量化のできない項目が多かったため、重回帰分析では結果がでなかった。

目的変数: 10年間の取り組みへの評価

説明変数: 関心の程度、家族構成、年齢

[精度]	説明変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数
決定係数 $R^2 = 0.0422$	関心の程度	0.0354	0.0781
自由度修正済み決定係数 $R'^2 = 0.0352$	家族構成	0.0141	0.0197
重相関係数 $R = 0.2054$	年齢	0.1984	0.1977
自由度修正済み重相関係数 $R' = 0.1876$	定数項	3.6058	
ダーヴィンワトソン比 $DW = 2.0490$			
残差の標準偏差 $\sqrt{e} = 1.2560$			

[グラフ]



回帰分析および重回帰分析において相関があるという結果が得られなかった理由

今回の調査に基づき試した分析において、決定係数がいずれも非常に低い値にしかならず、失敗した。原因は次のように考えることができる。

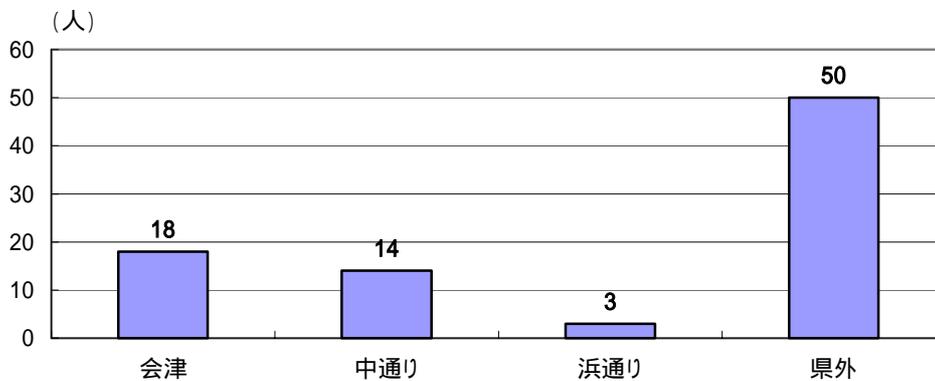
各回答の数量化ができなかった。というのもアンケートを作成した時点では、まちづくりの問題点や改善点を明らかにすることを目的としており、質的なことを求める内容で作成した。はじめから数量化できる項目の設定を行わなかったため、回帰分析・重回帰分析の対象とならなかった。統計的分析を行うために作成されたアンケートではなかったために、数量化するのに限界があった。従って、相関がありそうな項目でも統計分析することができなかった。

森ゼミ

4. 来街者調査の単純集計分析

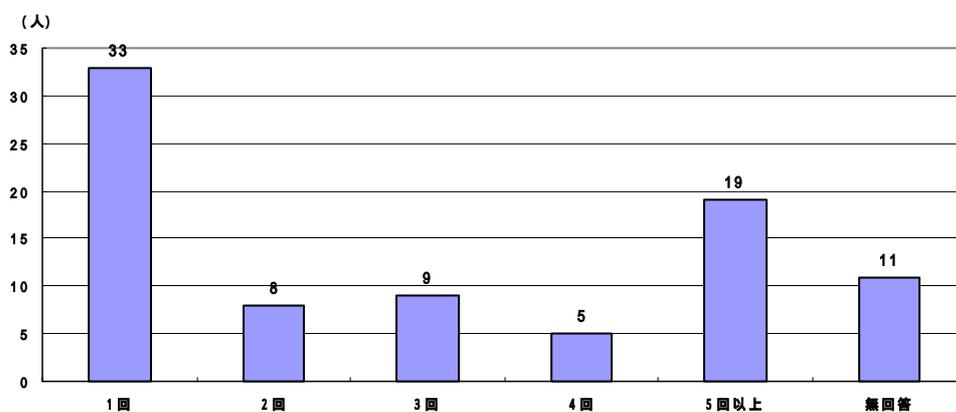
・来街者について

・住所



七日町の観光客85人を対象にアンケートを実施し、出身別にグラフにしたものである。このグラフをみてわかるように、85人中50人という多くの人が県外から観光に訪れていることがわかる。

・来街回数

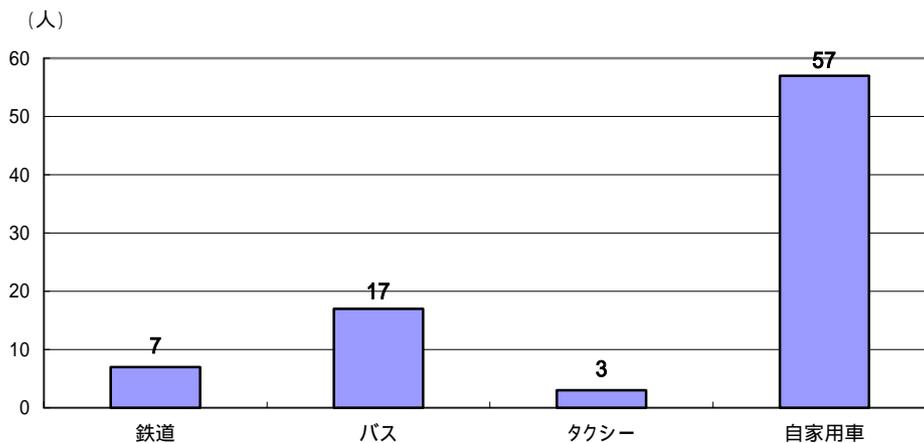


七日町にはどの程度訪れたことがあるのか来街回数を聞いたところ、初めて七日町を訪れたという人が33人と多かった。また、一回七日町にきてみてお店やまちの雰囲気が入って再び三度来たという人もおり、もうすでに5回以上訪れているというリピーターも少なくなかった。

まちづくりにおいて積極的にまちを宣伝し、多くの人に知ってもらうことはとても重要なことであるが、一度でも足を運んでくれた人々に対していかに満足度をあげることができるかということもリピーター確保の鍵である。

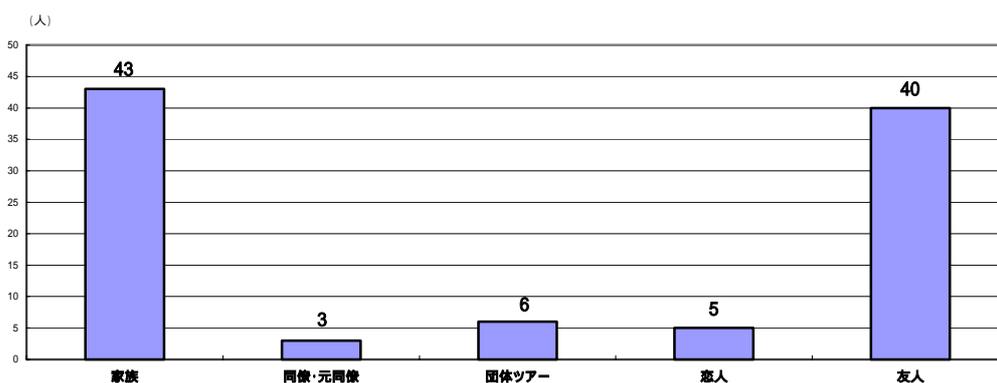
森ゼミ

. 七日町までの交通手段



観光客が七日町を訪れるための交通手段を聞いたところ、自家用車を利用していた観光客が多かった。また、会津若松市内の観光地をまわる観光バス「ハイカラさん」に乗って七日町を訪れたという観光客もいた。「ハイカラさん」は、会津にしか存在しないバスであることから関心を持っているという観光客も多い。この「ハイカラさん」の乗車率をあげることが、観光客を増やすことへと結びつくのではないかと考えられる。移動のための交通手段として自家用車を利用している観光客がほとんどであり、このことから交通環境の整備が重要なポイントとして考えられる。

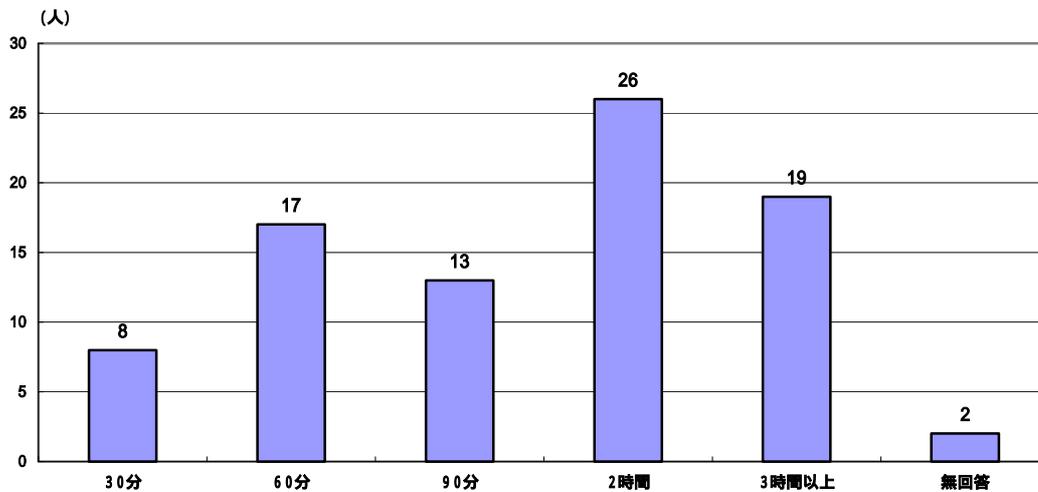
. 同行メンバーの関係



観光の同行メンバーの関係についてのグラフである。圧倒的に家族でくるとい人と友人同士でくるとい人が多かった。また、アンケート調査をお願いした中で、団体ツアーによる観光客も多かった。しかしながら、団体ツアーでは観光時間が限られていたため、時間を費やすアンケート協力は難しく、調査は不可能だった。

森ゼミ

. 七日町の滞在時間



七日町を訪れてどのくらいの時間になるかを聞いてみたところ、多くの人が一時間以上滞在した。アンケート調査を行った時間帯が午後一時からの調査だったために、昼食をとってから観光をするという人が多かった。おいしいものを食べてから観光しようと考えている人が多かったことから、飲食店の存在は重要になってくるだろう。

. 旅行ルートを教えてください。

今回の旅行で、会津のみを観光していると答えた人は13人いた。会津以外も旅行していると答えた人は12人で、ルートは次のようになっている。

蔵王(2)、郡山(2)、東山(2)、猪苗代、栃木、米沢、吾妻富士、高田、青森

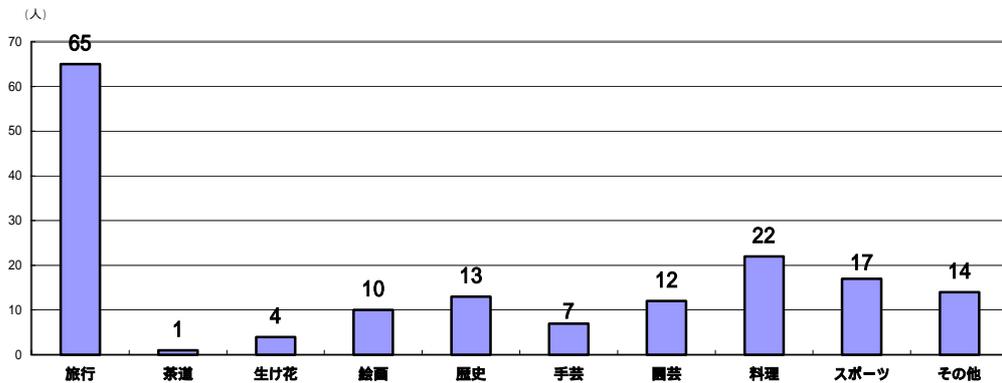
. 会津のまちなか観光ルートを教えてください。

会津で訪れたところでは、次の場所があげられた。

伊佐須美神社、武家屋敷、東山温泉、天寧寺、酒造、柳津、大内宿、本郷、猪苗代、塩川、長山、会津若松

森ゼミ

. 趣味や興味、関心



観光客に趣味や興味、関心のあることを聞いた。複数回答も可能とし、どういった分野に関心があるかを調査したところ、観光客の中の8割もの方が旅行に関心があるということがわかった。旅行への関心が高いということは、自発的に様々な観光地へ足を運んでいるであろうことが予想される。

そのため、多くの観光客を呼ぶために、やはりまちづくりにおいてはほかの観光地の真似をしたり、どこにでもあるような観光のかたちをとっていたりしてはならない。その土地だけにしかない名産物、その土地でしか体験できないようなことを明確に打ち出し、アピールしていく必要があるだろう。

また、料理やスポーツなどに関心を持っている人も少なくなかった。このような、何かを自分ですという体験型の観光が、多くの観光客の関心を集めるのではないかと考えられる。

. 国内旅行で印象に残っているところはどこですか。

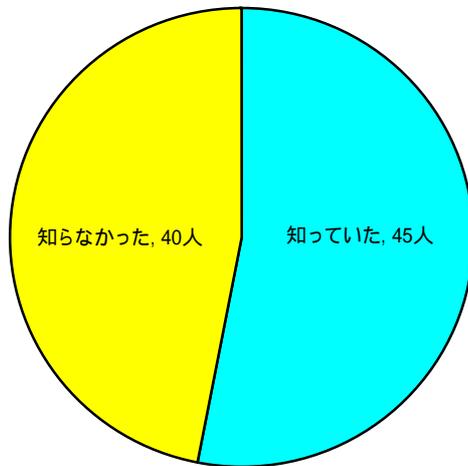
観光客に、今まで訪れたところで印象深いところを聞いたところ、次のような結果になった。()の中の数字は答えた人数を表している。

北海道(5)、京都(4)、九州(4)、長崎(2)、東京(2)、松本(2)、長野、黒部、草津、群馬、青森、小樽、盛岡、富山、八尾、秋田、奈良、高山、日光、佐賀

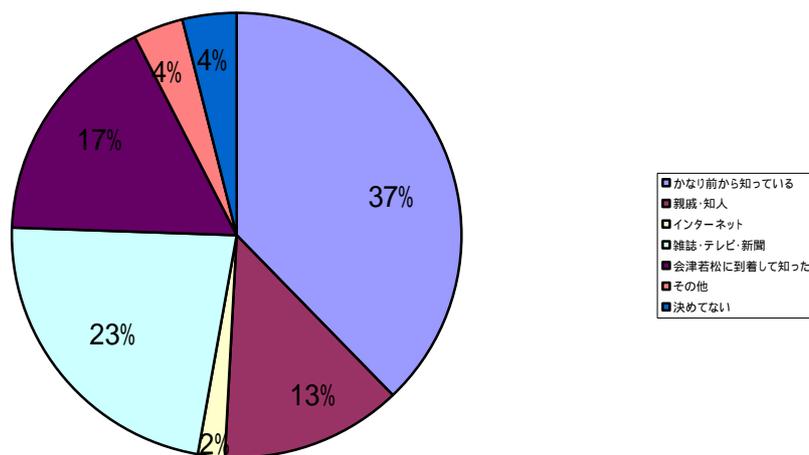
森ゼミ

・七日町通りについて

・七日町を知っていましたか。



・七日町を知った方法



「かなり前から知っている」という人が 25%以上上った。このことから、七日町を意識している人やリピーターが増加していることがわかる。また「雑誌・テレビ・新聞」で知ったという人が多いことから、七日町を宣伝している効果が上がってきていることが分かる。

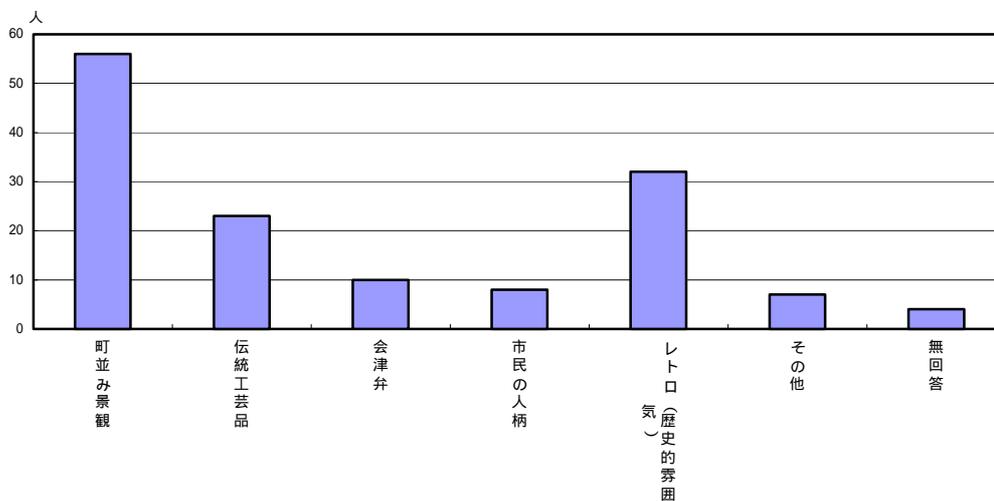
森ゼミ

・来街目的

見学・散策	52				
(場所)	御薬園(1)	花ぬりや(1)			
買い物	27				
(場所)	えびや(1)	太郎焼き(1)	骨董倶楽部(1)	ほしばん口一ソク店(1)	もめん糸(1)
(品物)	うなぎ(1)	ラーメン(1)	太郎焼き(1)	木綿(1)	
飲食	25				
(場所)	満田屋(2)	アガペ(4)	中華料理屋(1)	玉梨とうふ茶屋(1)	
決めてない	3				
無回答	2				
その他	研修				

見学・散策が半数以上を占めた。このことより、特定のものを求めて来るといより、観光コース内の一環として七日町を巡るという形の観光客が多いことが分かる。買い物や飲食と答えた人は、何度も来街しているリピーターに多い。

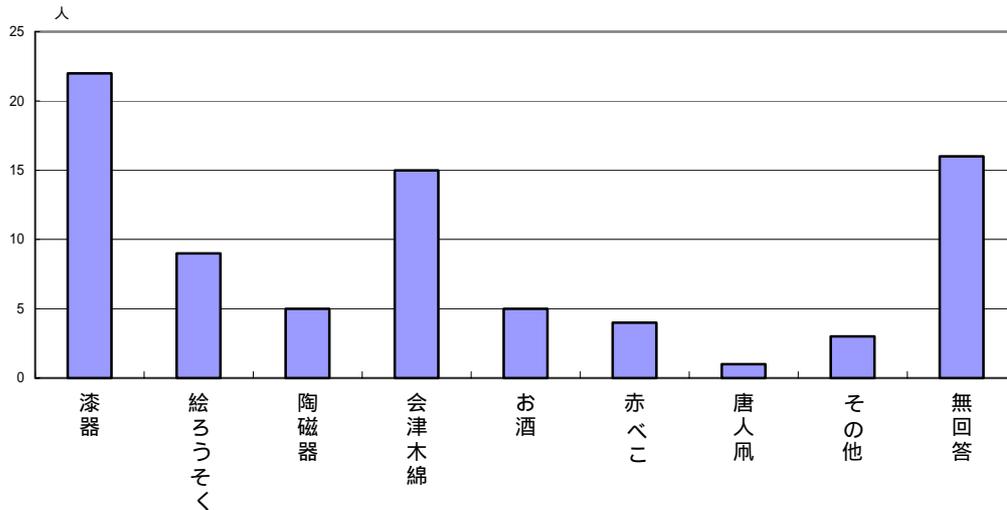
・七日町通りの魅力



七日町はレトロな雰囲気(歴史的雰囲気)の景観を意識して整えていることもあり、町並み景観を良いと指摘する人が多い。観光客のニーズと、整備の向かう方向が一致している。やはりまちづくりには、テーマに合った景観整備が必要だ。

森ゼミ

. 魅力的な伝統工芸品



会津の代表的伝統産業である、漆器が一番人気であった。無回答が多かった原因は、会津の伝統工芸品を目的にして来街する観光客が少ないからだと考えられる。伝統工芸品の PR が少なく、知名度が低いいため、その良さを知ってもらう機会が少ないことが問題だ。

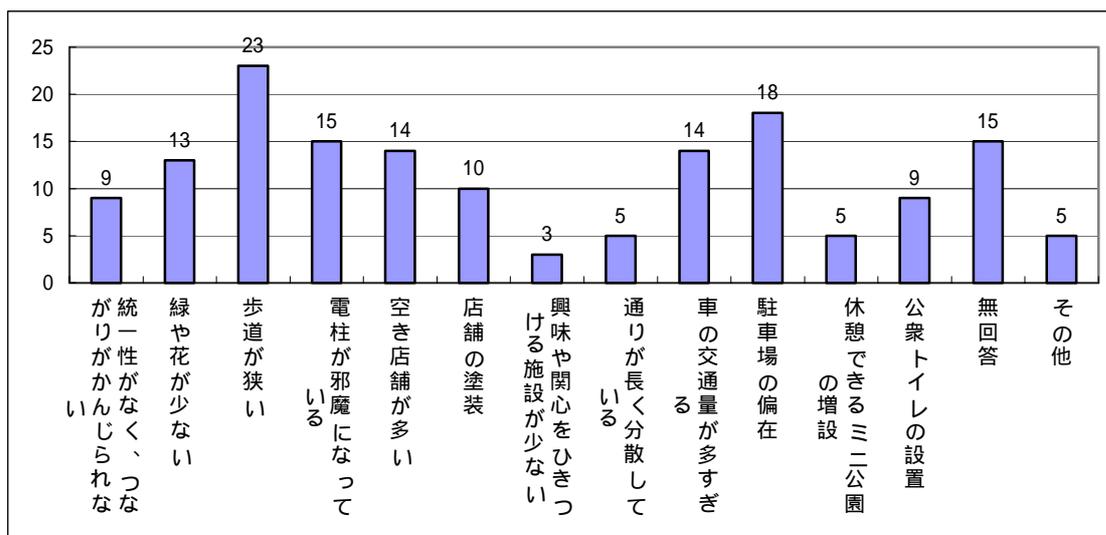
. 魅力的だった店舗

店名	理由	店名	理由
太郎焼	落ち着く	アガペ	おいしかった・やすい
きよ彦花	おいしかった	アイバッセ・地ビール館	
満田屋	おいしい・雰囲気が良い・店構え・店内がきれい・会津独特	もめん絲	
渋川問屋	会津料理	駅カフェ	美術的な伝統工芸品
アカベコ マリアージュ	紅茶がとてもおいしかった	壺番館	
二八ラーメン	人柄	蔵	
さわら	くつ、品物が良い	鈴正	
末廣酒造	野口英世の直筆掛け軸があった	サカモト	
花ぬりや	友人の知っている店だから	ほしばん	
昭和なつかし館	レトロな雰囲気が良い・今では味わうことのできない雰囲気が良い		
玉梨とうふ茶屋	うまい・気分がいい・雰囲気がよい		

森ゼミ

一番観光客に名を挙げられたのは「満田屋」である。会津弁での接客、店構え等は大正ロマンを感じさせる店である。観光客の中にはリピーターが多かった。いずれの店も、会津の伝統文化を感じさせる店である。また、まちづくりの一環として設置された「駅カフェ」や「アガペ(喫茶店)」も、工芸品の展示コーナーを併設することで、観光客の心を掴んでいる。観光客が求めているものは、近代的な雰囲気ではなく、やはり会津の伝統文化に触れる体験なのである。

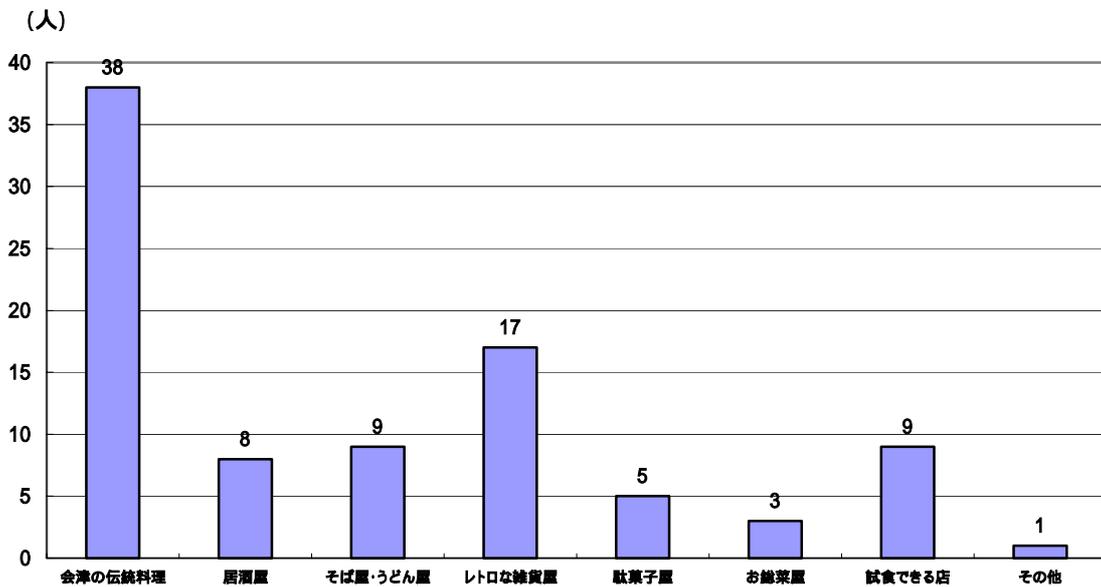
七日町通りの問題点、改善点



数多くの観光客が、歩道の狭さを指摘している。実際に我々が歩いてみたときも、確かに道が狭すぎて不便と感じた。同時に電柱も邪魔になっており、観光客の交通を妨害する要因となっている。車の交通量が多いことも、歩く際に「怖い、道路を横切れない」と不評。駐車場の偏在・公園の少なさ・公衆トイレがないことは、観光を迎える側としての配慮のなさが原因だと考えられる。また、空き店舗が多くては観光地として成り立っていかない恐れもある。そして、現在七日町は景観整備が中途半端なため、その点を指摘する観光客が非常に多い。

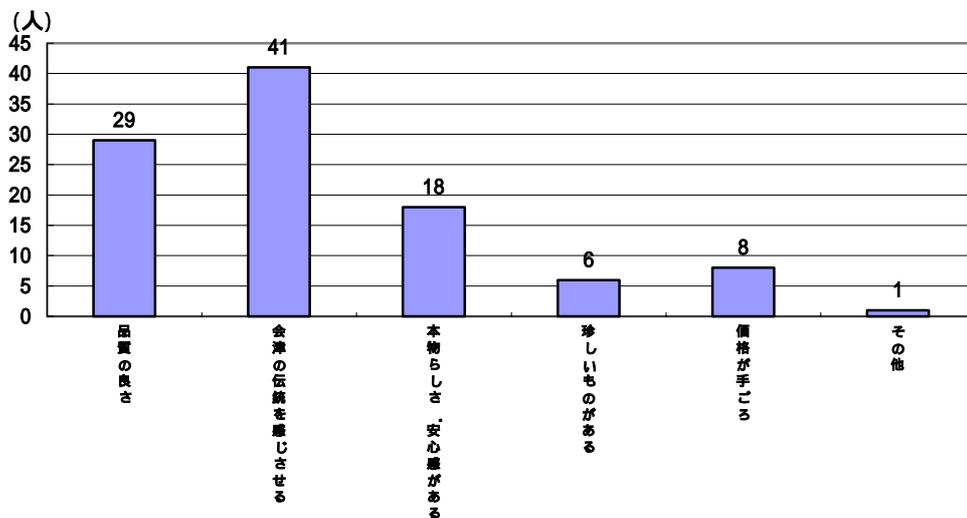
森ゼミ

・充実を希望する店舗の種類(複数回答)



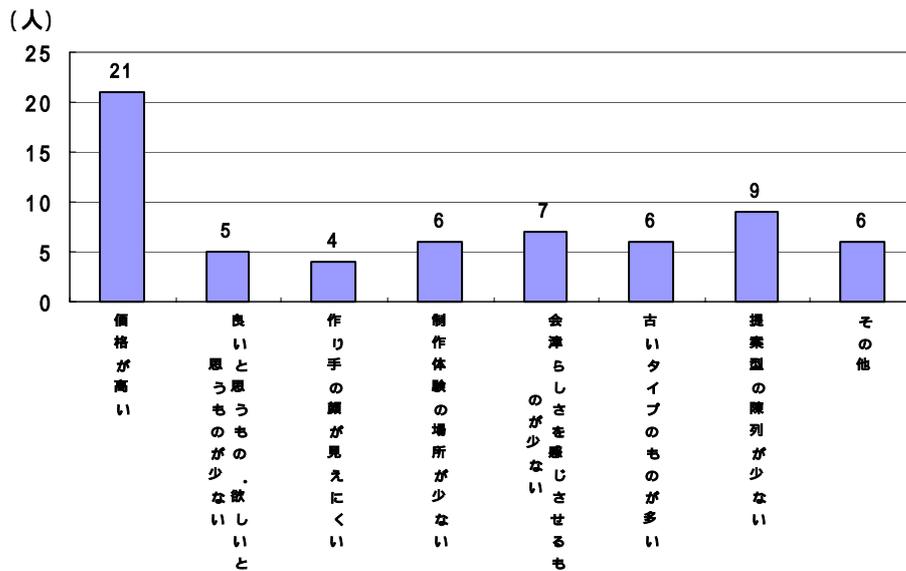
観光客が一番求められているのは、会津の伝統料理の店である。確かに、七日町通りには伝統料理の店が少ない。伝統料理の店がないと、観光客を七日町につなぎ止める時間が短くなってしまふ。(昼食は別の町で・昼食後に七日町へという観光客が多い)やはり食事も七日町でしてもらうことが望ましい。また、レトロな雑貨屋が望まれている。レトロな雰囲気を提供ができる店が増えることによって、店舗の統一感やテーマに対する統一感も出てくる。

・伝統工芸品の魅力・問題点(複数回答)



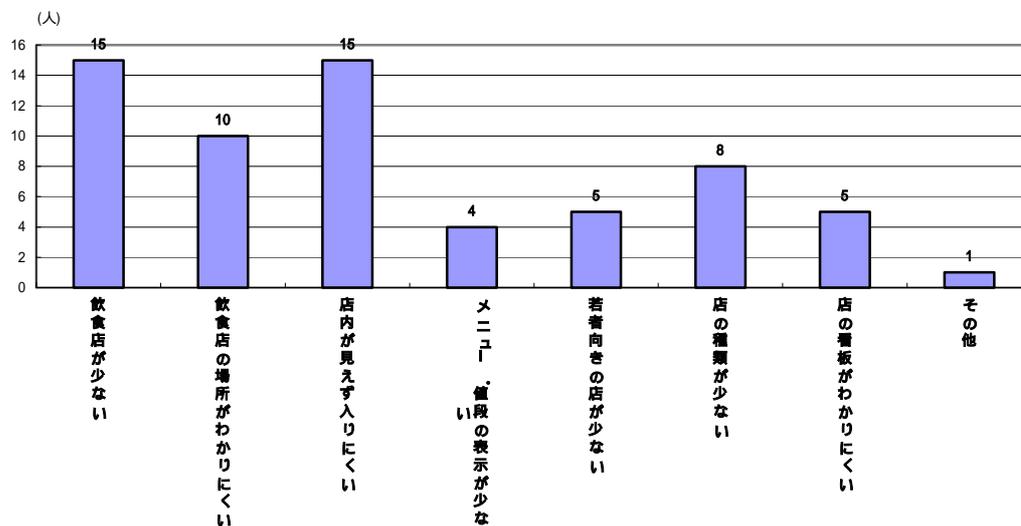
観光客は伝統工芸品に会津らしさを感じると評価している。品質の良さについても評価は高い。

森ゼミ



問題点としてその価格の高さが挙げられる。つまり、観光客の商品に対する価値観と、売り手の価値観が一致していないのだろう。消費者は商品にそれなりの価値を見いだせば、多少高価格でも買うのだ。しかし、会津漆器が高すぎると言われる原因は、知名度の低さと付加価値の低さにある。

飲食店の問題点(複数回答)

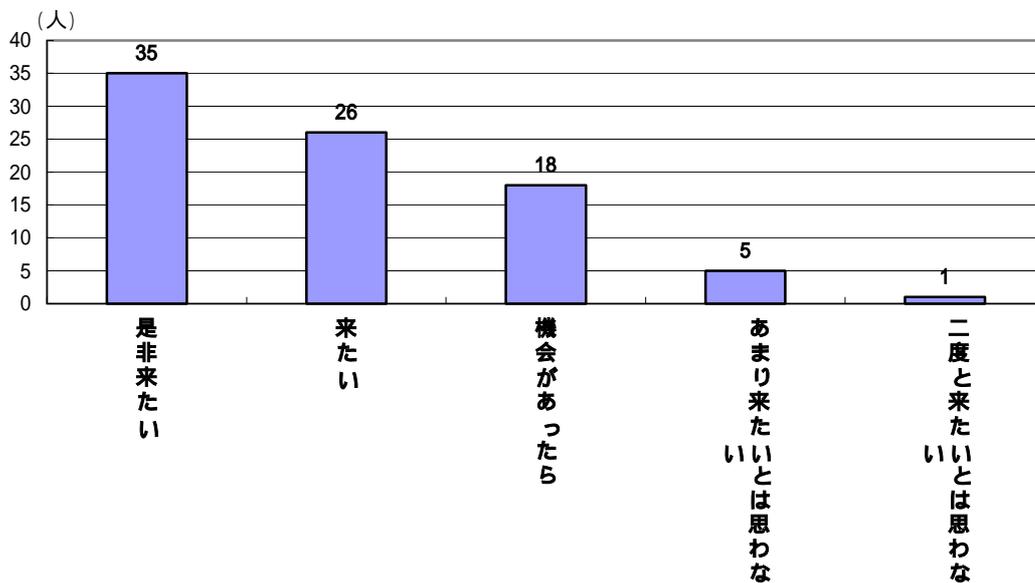


飲食店については、数の少なさ・店内が見えず入りにくいという指摘が圧倒的である。閉鎖的な店構えなのは会津独特の雰囲気ではあるが、現代の観光客からは不審さや不安感を募らせる原因となっている。さらに七日町通りを歩いてみると、店の看板がなく所在地がわからないといった問題が見える。このことは店にも観光客にも大きなデメリットとなる。

森ゼミ

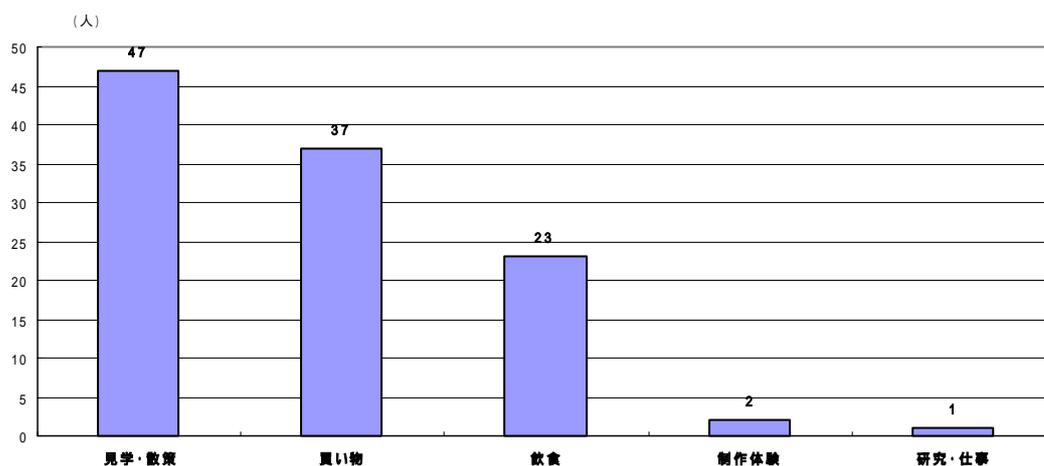
・次回の七日町訪問

・リピート希望



是非来たいという人は、リピーターもしくはそうな可能性が高い人たちである。来たいと答えた人たちを、いかに是非来たいと感じさせるかが今後の課題となる。

・次回の来街目的(複数回答)

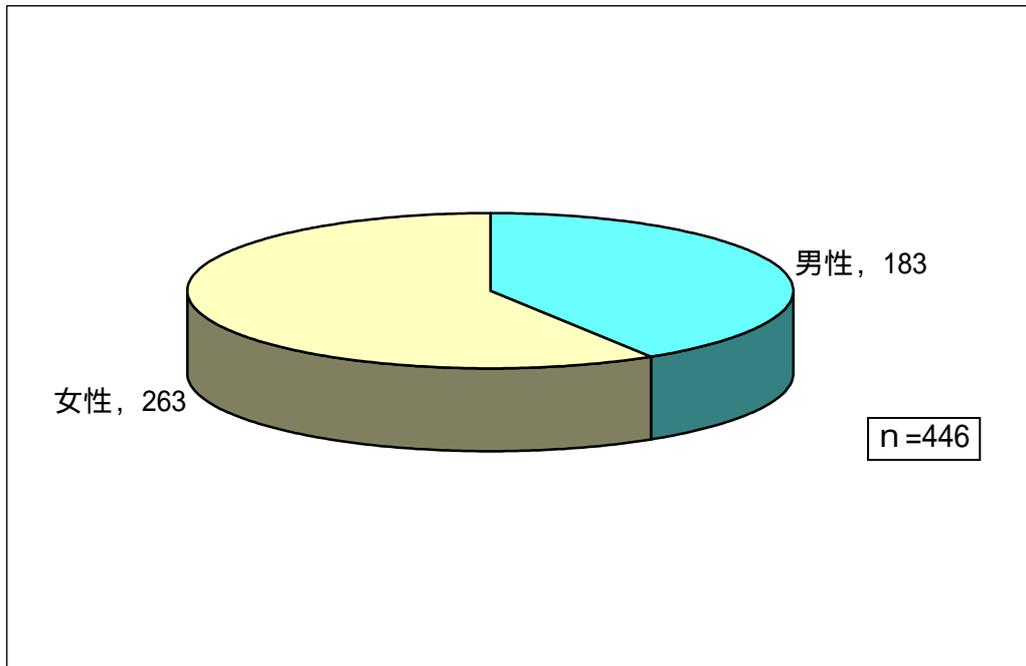


見学・散策を目的として来街する観光客が多いということは、今後の七日町の展開が期待されているということだ。特定のものを買いに来るリピーターも増加傾向にあり、新商品の開発が今後必要とされるだろう。また、観光客にとっては観光の醍醐味とされる制作体験できる店がないため、まちづくりの大きな課題として「する観光の提供」が挙げられる。

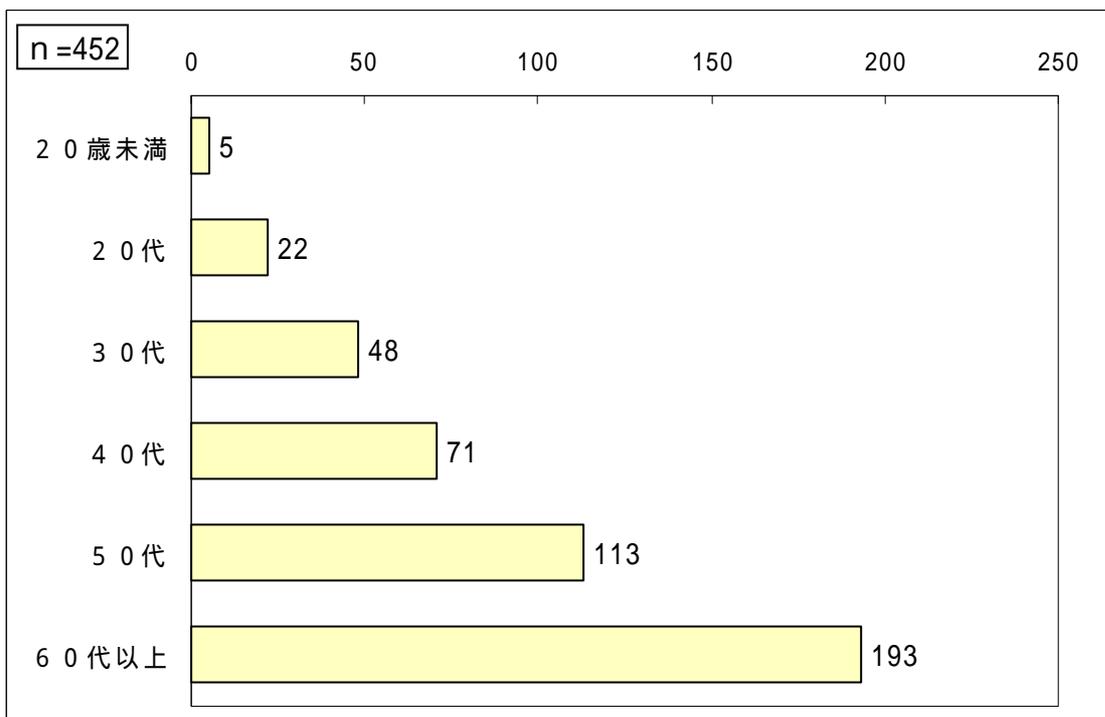
森ゼミ

5. 市民意識調査の単純集計分析

性別

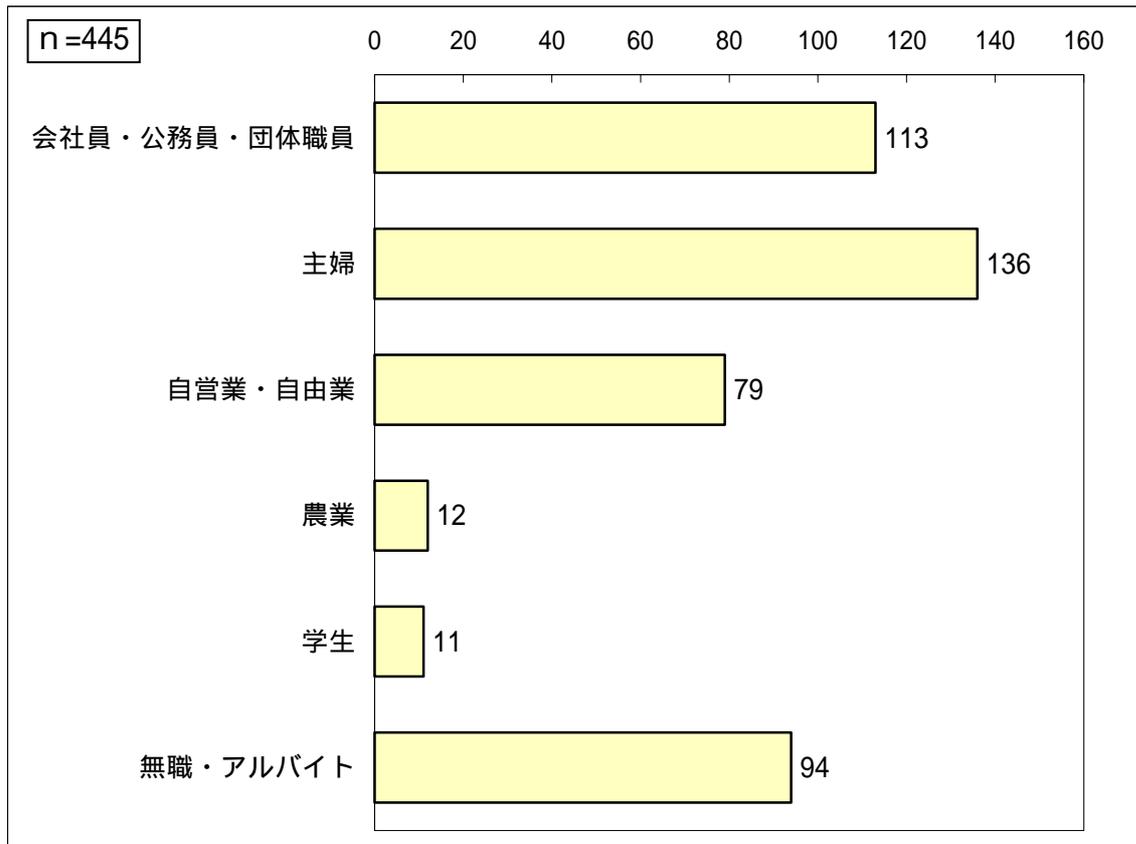


年齢



森ゼミ

職業



森ゼミ

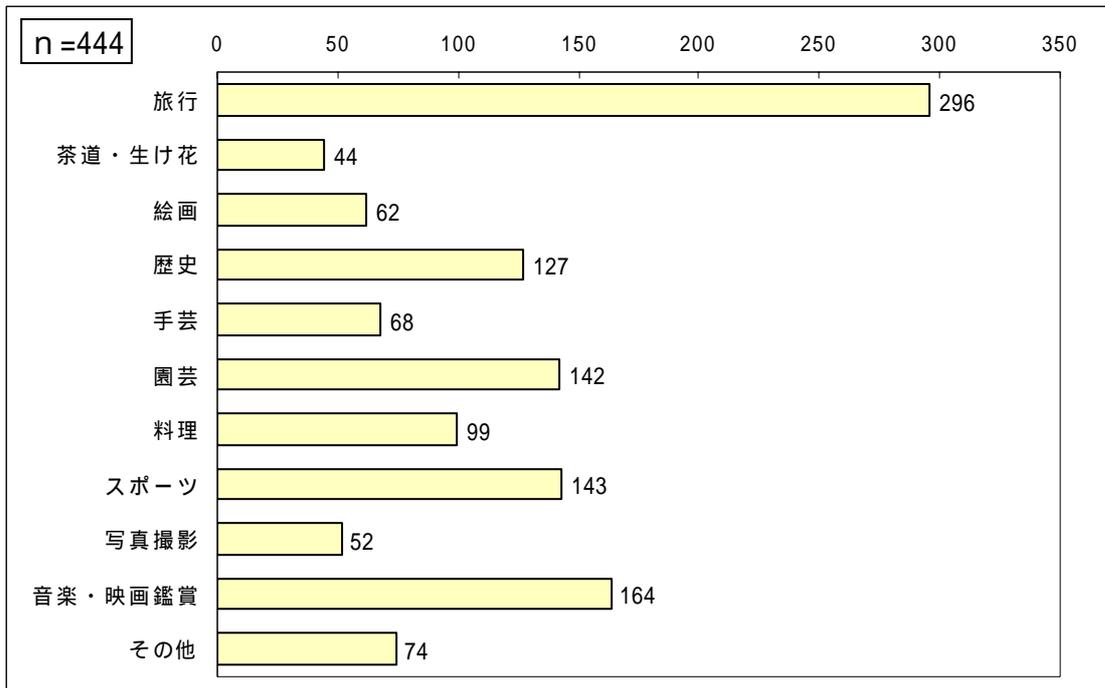
国内旅行で印象に残っている地名(複数回答)

多かった順に、京都140名、北海道125名、沖縄59名・・・という結果になっている。

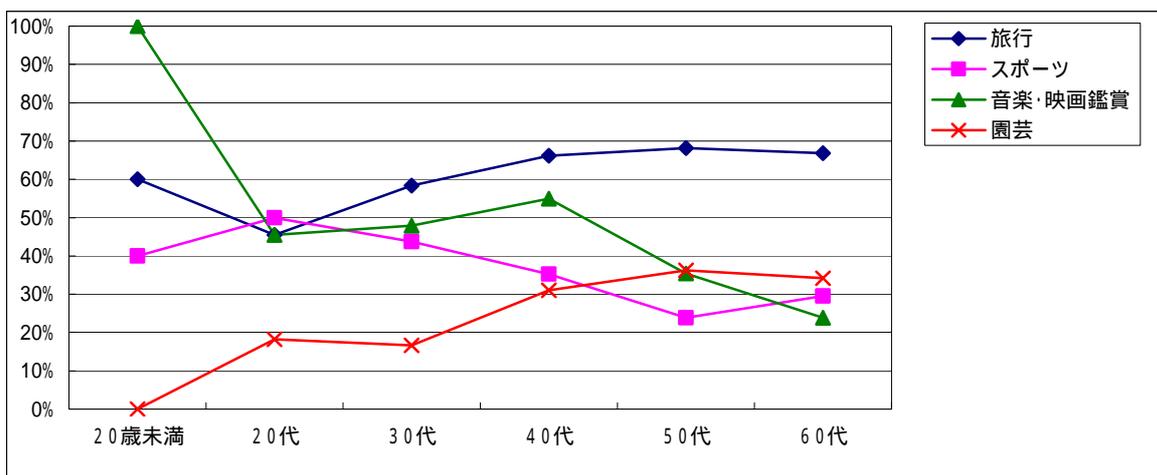
京都	140	津和野	5	福岡	2	相馬	1
北海道	125	宮島	4	別府	2	草津	1
沖縄	59	熊本	4	立山	2	対馬	1
金沢	51	弘前	4	和歌山	2	袋田	1
奈良	32	静岡	4	いきのしま	1	大仁	1
長崎	31	日光	4	いわき市	1	大分	1
仙台	30	箱根	4	けい浜	1	大歩危・小歩危	1
東京	28	姫路	4	ほなみ	1	丹後半島	1
九州	20	岡山	3	伊東市	1	男鹿半島	1
四国	20	荻津和野	3	茨城	1	長浜	1
伊豆	17	岩手(花巻)	3	宇治	1	天の橋立	1
高山	16	宮城	3	羽黒山	1	田沢湖	1
札幌	16	軽井沢	3	浦安	1	島根	1
神戸	15	黒部狭谷	3	遠野	1	徳島	1
広島	14	鹿児島	3	屋久岳	1	奈良(郡山市)	1
秋田	14	小豆島	3	温海	1	那須	1
倉敷	14	小布施	3	下北半島	1	那智の滝	1
函館	14	松山	3	会津若松城	1	南紀	1
岩手	13	瀬波	3	吉野蔵王堂	1	南紀白浜	1
松島	13	長崎	3	宮古島	1	南九州	1
佐渡ヶ島	12	鳥取	3	恐山	1	南信州阿智の里	1
山形	12	尾瀬	3	銀座	1	熱海	1
小樽	12	輪島	3	銀山温泉	1	白石市	1
青森	12	お台場	2	江ノ島	1	八甲田	1
大阪	12	奥入瀬	2	甲府能美の浜	1	斑尾高原	1
飛騨高山	12	岐阜	2	高松	1	尾道	1
鎌倉	11	岐阜県五箇山	2	高千穂峡	1	姫路	1
熊登	11	五島	2	黒部ダム	1	富士山	1
長野	11	吾妻	2	山陰山陽	1	福井	1
伊勢	9	高知	2	酒田	1	福島	1
岩手(平泉)	9	三重	2	秋吉台	1	兵庫	1
千葉	9	山梨	2	女川	1	宝塚市	1
新潟	8	松本	2	勝浦	1	北陸方面	1
萩	7	上高知	2	小笠原	1	万座温泉	1
角館	7	水戸	2	松江	1	名古屋	1
宮崎	7	盛岡	2	松山	1	鳴子	1
房総	7	石垣・宮古	2	上諏訪	1	木曾(中仙道)	1
横浜	6	石川	2	浄土ヶ浜	1	耶馬溪	1
十和田湖	6	浅草	2	神奈川	1	野沢温泉	1
北陸	6	大島	2	瀬戸大橋	1	野付半島	1
岡山	5	知覧	2	西表島	1	米沢	1
三陸海岸	5	天童市	2	静岡	1	利尻	1
山口	5	道東	2	川越	1	陸中海岸	1
倉敷	5	栃木	2	川治温泉	1	礼文島	1
白川郷	5	富山	2	和倉	1	合計	1126
富良野	5	立石寺	2				
裏磐梯	5						

森ゼミ

趣味、興味、関心(複数回答)



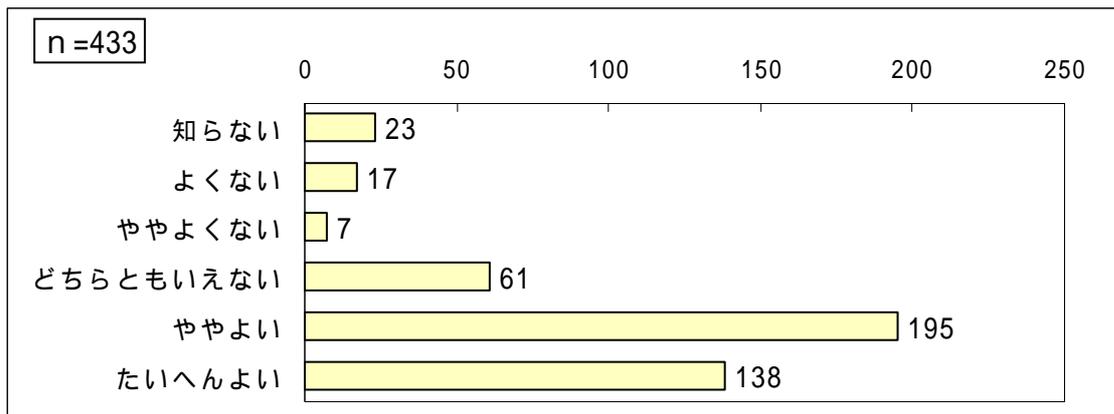
- 2 特定の趣味(複数回答)と年齢の相関



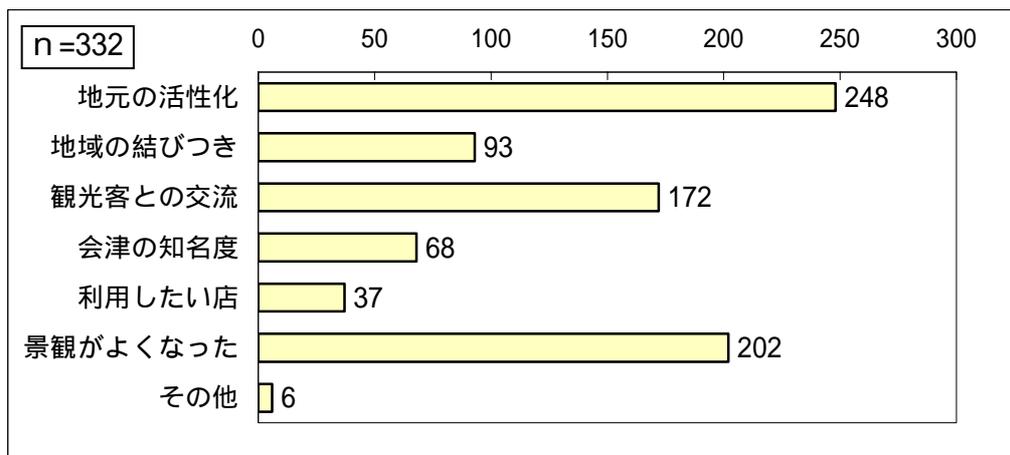
園芸以外の項目は年齢とあまり相関関係がないといえる。20歳未満は統計的に優位でない標本数であるが、音楽はある程度は逆相関である。

森ゼミ

10年間の取り組みへの評価



「大変よい」「ややよい」と回答した理由(複数回答)



地元の活性化につながる、景観がよくなった、観光客との交流につながると答えている人の割合が多い。またその他の意見で観光地としての特殊性を出すためには七日町の取り組みが大変よいという意見もあった。10年間の七日町におけるまちづくりの成果が具体的に認識されているということがわかる。

【その他】

観光地としての特殊性を出すためには大変よい。

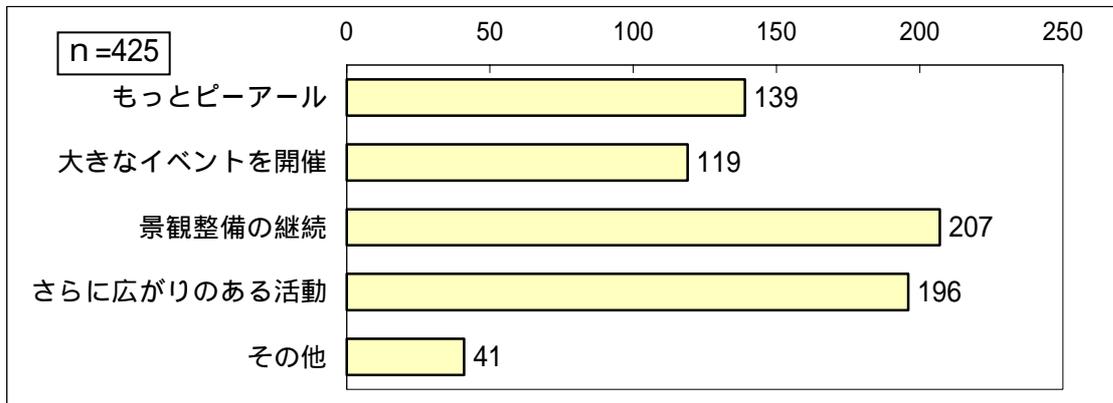
会津若松市全体の運動(交通手段をもっと増やす)

七日町商店主の協力・考えが実行され、行政が加わることで誘客ができた。

若い人たちが中心となって活動している。

森ゼミ

まちなみ協議会に対する要望(複数回答)



ここでは、景観整備の継続と現状よりも広がりのある活動を望む意見が多かった。しかし、中には七日町に関心がない人や、協議会そのものの内容が解らない人もいる。市民参加型のまちづくりを行う上で市民の理解を高める必要がある。

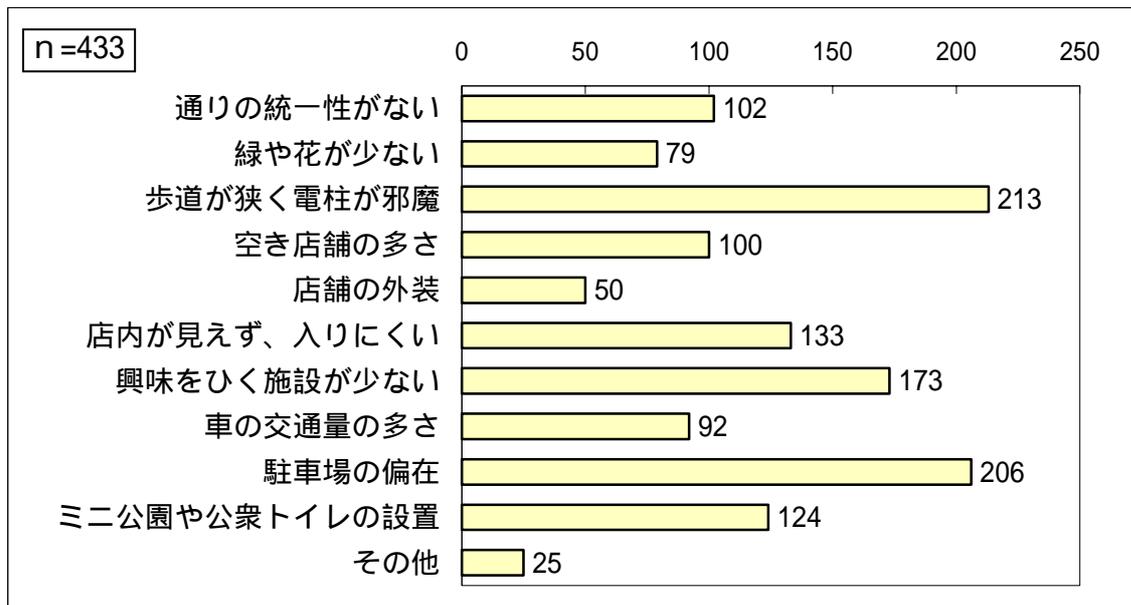
【その他】

旧市内にもっと夜営業している店がほしい。
 まちなみ協議会そのものの内容がわからない。
 七日町通り設立記念日を設け、祭りを盛大に行ってみてはどうか。
 伝統工芸品などを安く提供することが第一だと思う。
 欲しい物が入手できるような店作りをしてほしい。
 まちなみ協議会の存在と活動を知らない。
 観光客の無断駐車・路上駐車が迷惑である。
 古い物も壊さないで残して欲しい。
 あまり実感できない。
 駅前から旧大通りから七日町につながる活性化が必要。
 会津全体を考えてほしい。
 会津らしさを活かし全体的なことを考えて欲しい。
 今の時代には、旅で心を癒したい人、歴史にふれたい人が多いと思う。

日曜休業の店舗が目立つ。これでは観光地として成り立たず、まちづくりの意味がない
 土曜から日曜は歩行者天国にしてほしい。
 駐車場不足。
 老人も参加できるイベントが欲しい。
 七日町専用のガイドが必要。
 車を締めだして欲しい。安心して歩けない。日常の買い物ができるような店がほしい。
 トイレの設置を急いで欲しい。
 市民の「観光地」としての意識を向上させるような活動から始めて欲しい。
 食べ物に関するイベントを通じた地域交流。姉妹都市の提携。
 神明通りの活性化も必要(駅付近も)
 コンセプトを誰も知らない(住民も)
 渋川問屋さん等一部事業者に偏りすぎている。

森ゼミ

七日町通りの問題点・改善点(複数回答)



道

路交通に関する問題点が特に多い。来街者アンケートでは自家用車でまちを訪れる人が多かった。駐車場の設置により来街者にとっても市民にとっても、まちを訪れやすくなる。つまり駐車場の設置は今後まちづくりを継続する上で大変重要であると言える。まちの通り全体にまだまだ改善の余地がある。店内が見えず、入りにくいや興味を引く施設が少ないという意見もあった。確かに通りを見ても案内板や看板が少なく初めて訪れる人や市民でも何の店かわからないため入りづらいということがわかる。

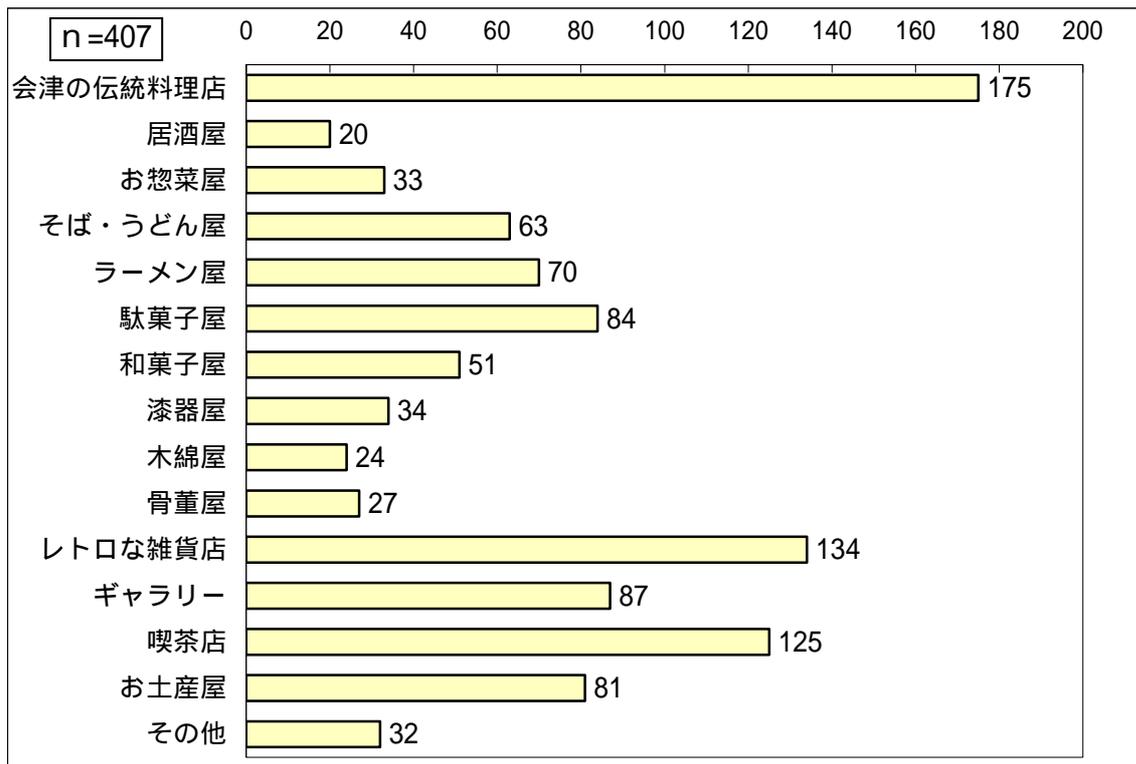
【その他】

昔の商店街は隣から隣と店が続いていた。川越のような感じがほしい。
 道幅が狭い。信号が多い。
 店が少なすぎる。地元の人も行きたくなる様な店舗が欲しい。
 歩道の整備。
 通りの中間がさびしい。
 駐車場が少ない。
 歴史的な寺・建造物が多くあるが、市民の生活から遊離している。
 渋川問屋付近ばかりにお金がかかっているような気がする。
 土曜から日曜は車両通行止めにする。
 会津として何の意味もないような気がする。
 通りの一貫性がないと思う。
 店に気軽に入ることができない。
 イベントの広場に屋根をつけて欲しい。
 個人的な利害を感じる。特定の人意見だけ通

っているのではないか。
 「いらっしゃいませ」など元気な声がほしい。笑顔も必要。
 その場限りのような雰囲気強い気がする。
 交通規制を行ってほしい。
 市民としては入りにくい店が多い。観光客しか入っていけないような雰囲気。
 除雪をしっかりとしてほしい。
 公衆トイレの設置。
 一方通行が不便。
 まち全体を見渡せる所がない。
 平日は人手が少なく入りにくい。
 通りに魅力がない。
 建物がいくら大正ロマンでも、関わる人々の意識が目先だけで悲しくなる。
 飯盛山の二の舞にならぬよう希望する。
 PRが必要。

森ゼミ

希望する店舗の種類(複数回答)



圧倒的に多いのは伝統料理店、レトロな雑貨店や喫茶店である。どこにでもあるような店舗を設けるより、その場所でしか味わえない料理や、その場所でしか買えない魅力ある店を望む人が多いと言える。

【その他】

観光客だけでなく一般市民が行きたくなるような店。

土曜、日曜、朝市を出す。(フリーマーケット)

そのまちが昔どんなまちで、町名の由来を考えてまちなみを考えてほしい。

夜でも出入りのできる商店(料理店)が少ない。

地産地消型の店舗が必要。

おいしくて安くて駐車場がある店。

美味しいラーメン屋。

酒屋。青果物、鮮魚等の朝市を定期的に。

書店。

町の売り上げに寄与するものを(気軽に買い物できる店。

女子中高生向けの雑貨店。

レトロなコンビニ。

・ 洋服店

買い物できる店舗

森ゼミ

七日町で気に入っている場所と店舗(自由記入)

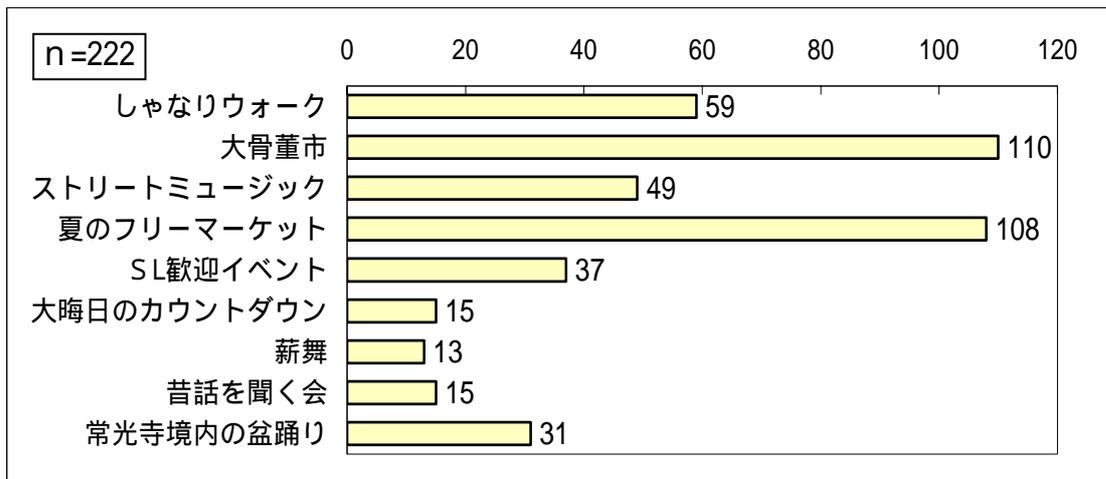
渋川問屋...26人 七日町駅...17人 七日町広場(ポケット・パーク)...9人
 白木屋...6人 骨董倶楽部・昭和なつかし館...5人 玉梨豆腐店...4人
 アガペ...3人 駅カフェ...3人 熊野屋...3人 満田屋...3人

観光客調査では、非常に多くの観光客が気に入った店舗として満田屋さんを挙げていた。しかし、市民意識調査においては、気に入っている店として満田屋さんを挙げる人が少ない。実際に私たちが満田屋さんを訪れた時も、店内は観光客で賑わっていた。普段から観光客が多いため、地元の人から見るとまるで別世界のようなものであると思われがちなのだろう。このように観光客用の店として繁盛しているため、地元の人が入りにくくなっている。満田屋さんに地元の人をもっと入るようになれば、観光客と市民との交流の場が生まれる。これは、観光とまちづくりを結びつける上で、大変重要なことである。では、どうすれば地元の人の方が来るようになるか。それは営業時間の延長によって、夜は地元の人が落ち着いて入ることができるようにすることである。このまま昼の営業だけでは観光客向けの店になり、市民から遠ざかってしまうということが、二つの調査の違いから明らかになった。

渋川問屋	26	会津料理	1
七日町駅	17	太郎焼きの店	1
七日町広場	9	ファミリーマート	1
白木屋	6	もと第四銀行	1
レトロ雑貨店	5	池田易次商店	1
玉梨豆腐店	4	渋川問屋付近	1
アガペ	3	渋器店	1
駅カフェ	3	そば屋、うどん屋	1
熊野屋	3	インターロッキングの歩道	1
満田屋	3	鞆屋	1
寺	3	きよ彦	1
会津ブランド館	3	藤崎商店	1
スローバン	2	喫茶店	1
鶴乃江酒造	2	七日町駅周辺	1
レオ氏郷南蛮館	2	ドッグハウス	1
アイバッセ	2	双月(お好み焼き)	1
地ビール館	2	昭和なつかし館	1
じねん亭	2	不綿屋	1
やまでら店	2	一三食堂	1
レンガ道路	2	ほしろうそく店	1
甘太郎	2		

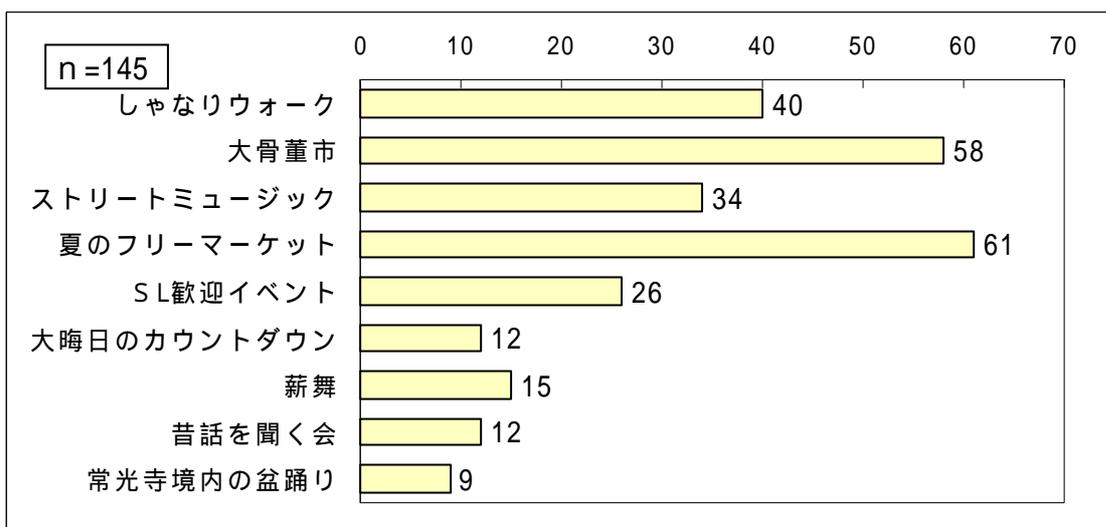
森ゼミ

イベント見物・参加経験(複数回答)



全体の回答数は少数であった。つまりイベントの参加度が低いと言えるため、もっとイベントのPRをする必要がある。しかし、大骨董市や夏のフリーマーケットに参加した人が多い。

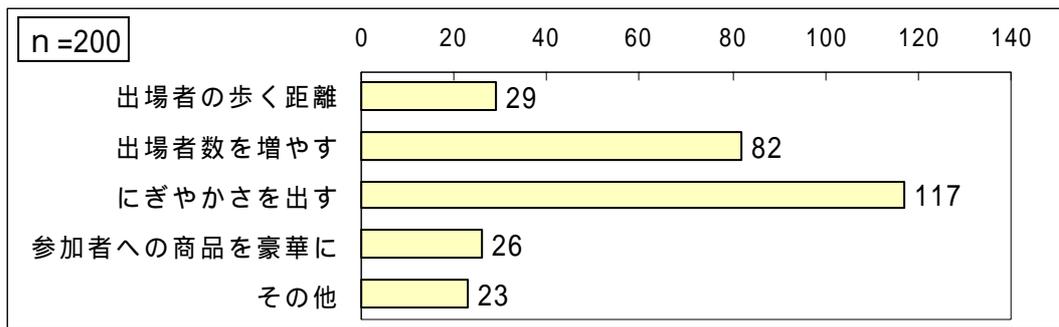
お気に入りのイベント(複数回答)



イベントを気に入っている人は、約半数である。その理由は以下の意見に表されている。

森ゼミ

しゃなりウォークの改善点(複数回答)



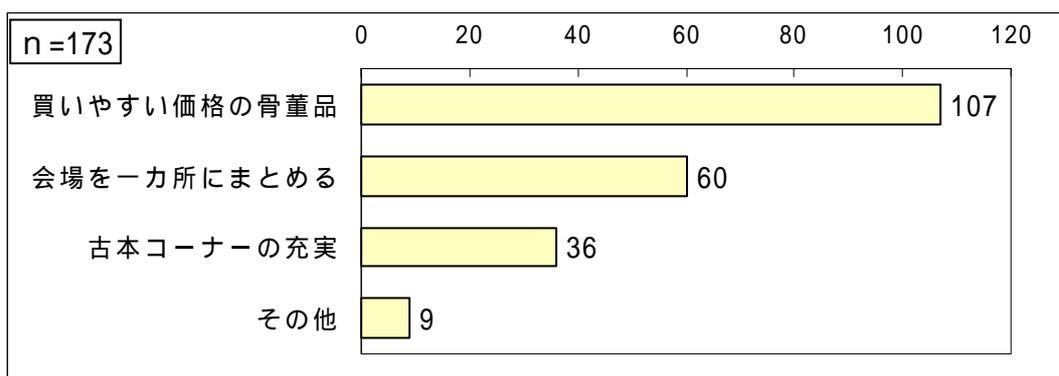
しゃなりウォークは着物を着てまちを散策するイベントである。しゃなりウォークの知名度をあげるには出場者数を増やし、イベントのにぎやかさをだす必要がある。

【その他】

もっとPRして人を沢山集める。
 完全に通行止めにして欲しい。
 出店の食べ物がどこも美味しくなかった。
 年配者のイベント来場者が多く家族、特に子供、若い人があまりいない。
 駅から七日町駅までのシャトルバスがあれば助かる。
 出店を多くもっとほかの町にPRしたらよいと思う。
 華やかさを出す。

歩行者天国にする等、のんびり参加できるようにする。
 どうすれば出場できるのかわからない。
 ただ歩くだけではなく、何かパフォーマンスをするべきだ。
 イベントそのものが市民のためか観光客のためかわからない。
 にぎやかさを出す。
 町内対抗、団体対抗の募集をしてほしい。
 なるべく安く楽しい店を出して欲しい。

大骨董市の改善点(複数回答)



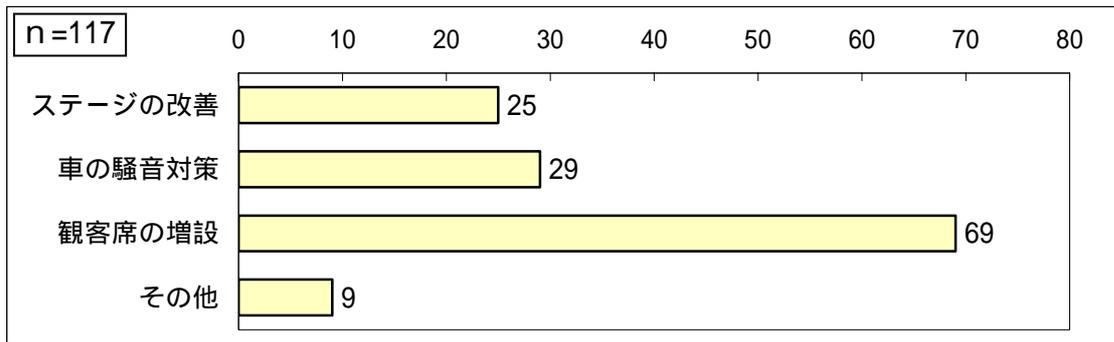
骨董品を見にくる参加者は多いが、価格が高いため買わずに帰る人が多いことがわかる。つまり安価で購入できる骨董品を増やした方が参加者も満足してイベントに参加することができる。また、会場を一カ所にまとめることにより、効率よくたくさんの品物を見ることができる。

【その他】

・開催者だけが楽しんでいるように感じる。全体的に企画を見直した方が良い。

森ゼミ

ストリートミュージックフェスタの改善点(複数回答)



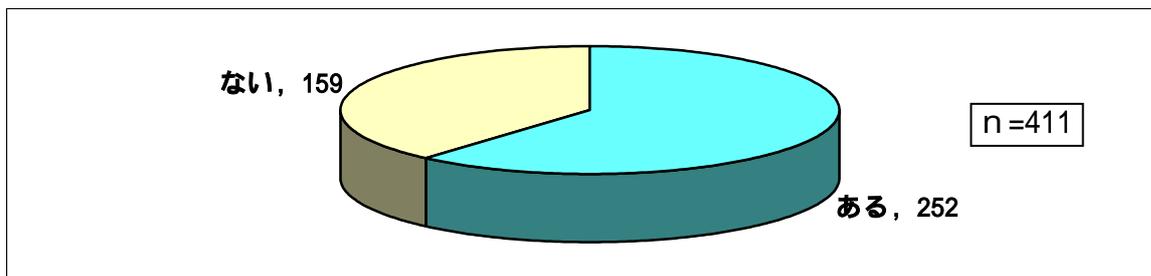
改善点として、観客席の増設を求める人が69人という結果がわかった。現状では、観客席が少ないことが問題で客足を減らしていると考えられる。今年から臨時的にもっとたくさんの席を確保するべきである。

【その他直接書き込みの意見】

若者や老人が行きやすい工夫が必要。
 ブラスバンドの演奏を依頼したら良い。

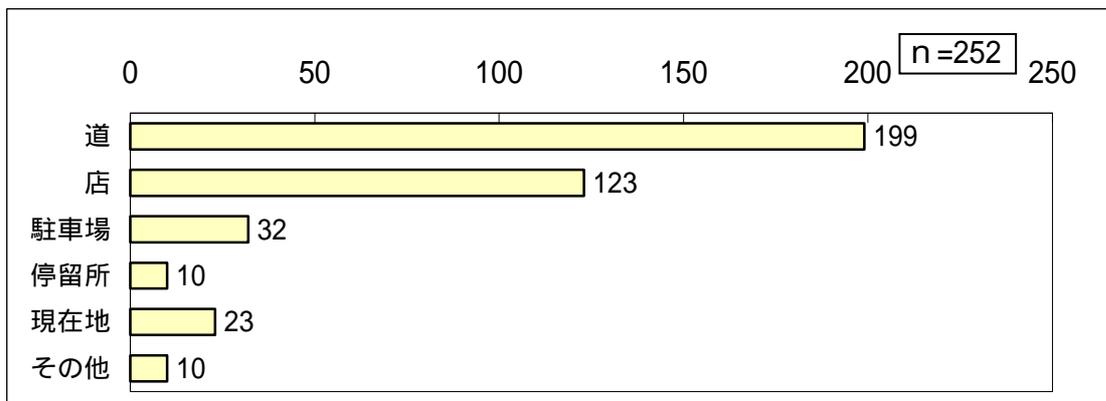
市内小・中・高一般のバンドを順番制にしてほしい。
 ステージを明るく、客席は暗く。

観光客から質問されたことがあるかどうか



6割以上が観光客から質問をされたことがあるようだ。

質問内容(複数回答)



199人が道順を聞かれている。次に多いのは店舗所在地に関する質問である。この結果より七日町には、観光案内をできる人や看板表示が少ない、またはあってもわかりにくいという状態であることがわかる。これは観光地としては大変大きな問題である。どんなに良い店やスポットであっても、観光客に足を運んでもらえないことになる。

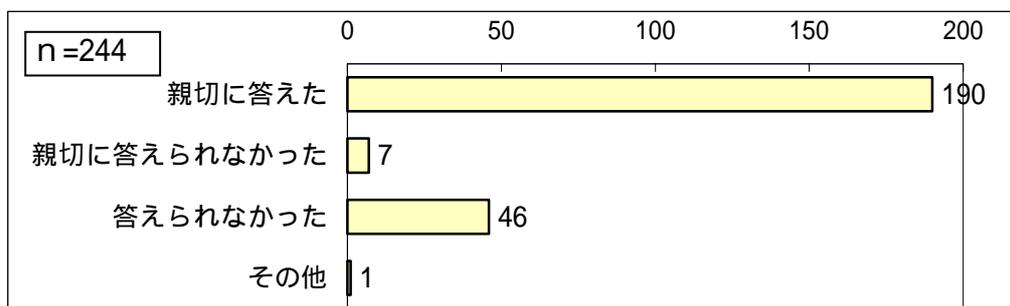
森ゼミ

【その他】

会津観光案内をあげた。
 精一杯答えたが、はっきり答えることができなかった。
 会津の人は親切だと言われた。
 喜多方方面。
 会津の一番自慢できる観光地。
 ラーメン屋。

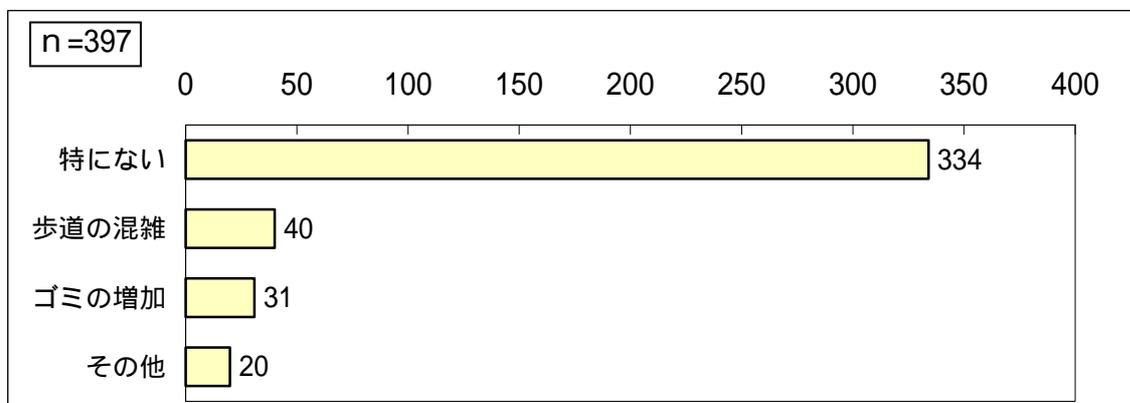
美味しい飲食店。
 目的地までの所要時間。
 お城や駅の方角。
 遠いところだったので途中まで教えた。
 何か探している様な観光客には積極的に話しかけている。

対応の仕方



ほとんどの人が、親切に答えられたようだ。十分に答えられなかった理由として、近年郊外の新興住宅地に引っ越してきたために居住年数が少ないので、市内をよく知らないということが考えられる。

観光客が増えて困ったこと(複数回答)



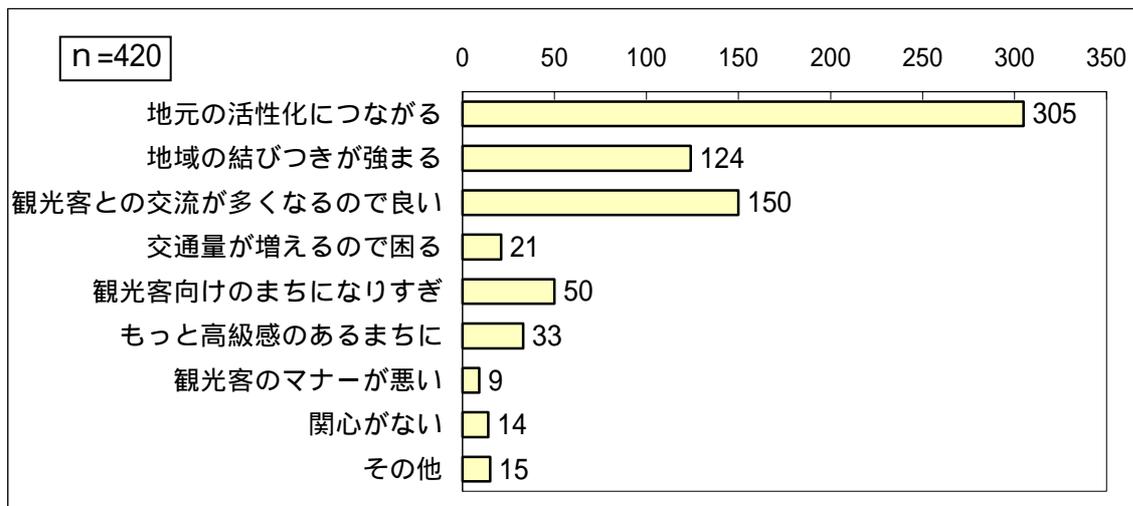
困ったことはないと答えた市民が圧倒的に多い。しかし、市民は七日町に住んでいるわけではなく、七日町を訪れる機会がなく、観光客が増えてきている実態を知らないということがいえる。よって、市民自身は観光客の増加を困と感じることはない。七日町は、観光客を中心にまちづくりを進めており、観光客用のまちになりすぎていると考えられる。

【その他】

道路の混雑。
 地元の間人がなぜ観光客に対して遠慮がちに歩かなくてはならないのか疑問。
 交通マナーの悪さ。
 交通事故。
 観光客はそんなに増えているとは思えない。

森ゼミ

21 七日町通りの活性化に対する意見(複数回答)



「地元の活性化に繋がるので良い」、「地域の結びつきが強まる」、「観光客との交流が多くなるので良い」という肯定的意見が半数以上を占めた。やはり市民は地元の活性化に関心を持ち、それを強く望んでいるということがわかる。一方で、「交通量が増えるので困る」、「観光客向けのまちなりすぎている」、「もっと高級感のあるまちにしてほしい」、「観光客のマナーが悪い」、関心がないという否定的意見を持っている人が127人いる。観光客に焦点を置きすぎて、住民が利用しにくくなるというまちづくりの問題点があることを忘れてはならない。

【その他】

若松市全体で考えるべきだと思う。

一部地域だけの考えでは発展は望めない。

若松市全体で関心を持って取り組むこと。

川越のようにまとまりあるまちなみ。

関心の持てるイベントやマーケットがあれば出かける。

本物の会津を売りにして欲しい。

地域住民はあまり協力性がない。

休憩所の不足。

PRが足りなさすぎる。

行政の後押しがあれば良い。歴史を大切に作る町になれば観光客は集まる。

七日町の商店街と一般市民の考え方の差を埋める努力も必要なのではないか。

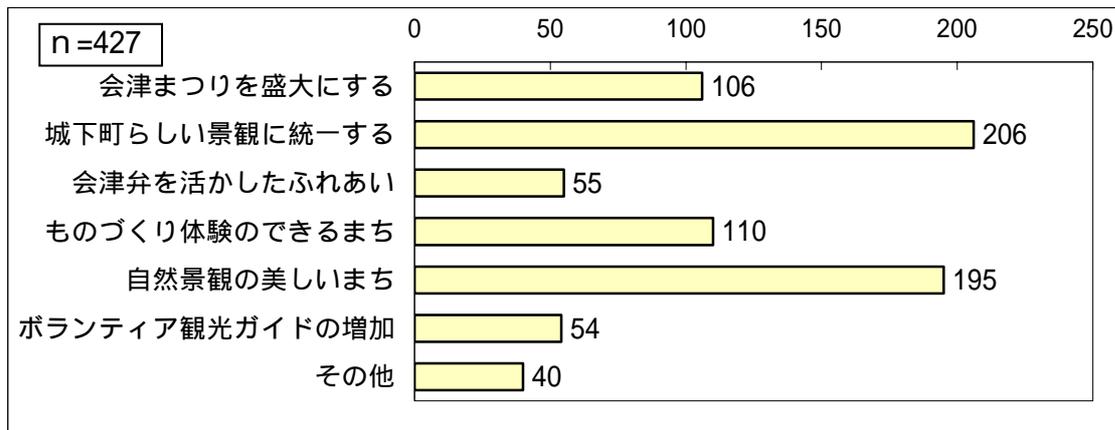
町並み景観をさらに良くする(統一する)ことを望む。

七日町だけではなく市全体の活性化が必要である。

ハイカラさんを修学旅行の時期に本数を多くして欲しい。

森ゼミ

22 会津をもっと行ってみたいまちにするには何が必要か(複数回答)



「城下町らしい景観に統一する」と「自然景観の美しいまちにする」という意見が目立って多い。やはり、『城下町会津』というように鶴ヶ城を中心とした緑豊かなまちづくりの推進が求められているようだ。また、会津祭りを盛大に開催することにより、会津の知名度をより上げると同時に、祭りを通して市民自身も盛り上がり、地元を愛する気持ちを育てることができる。

ものづくり体験は観光の醍醐味であるので、観光客が自らものづくりを体験することができる場所の開発や、PRの強化が必要である。私たちは、二年間を通しての文献研究で、方言はまちづくりにおいて大切な要素の一つだと学んだ。そこで「会津弁を活かしたふれあい」という項目を設定したところ、予想に反し、市民はそれほど会津弁をまちづくりに活かしたいとは考えていないようだ。会津弁を活かした触れ合いが少ないのが原因である。しかし、一流の観光地となるためには美しい会津弁をもっと使って親しい関係を築いていくことが必要である。方言も貴重な観光資源であり、このようなレトロな観光資源に自信を持つべきだ。

ボランティア観光ガイドは、お金をかけず、市民の自発的な気持ちで行なうことに意味がある。アンケートを受け取らなかった人が多かったことから、市民にはまちづくりに対してまだ第三者的な意識があるのだと推測できる。更なる景観整備の動きが見られれば、市民の『観光地会津』に対する意識が強まるのが期待できるのではないか。

【その他】

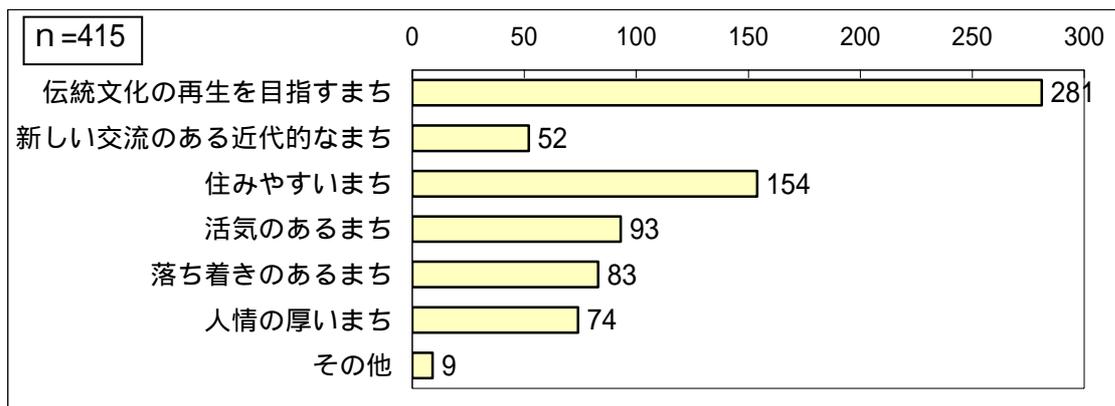
- マナー化して少しも面白みがない。
- 観光客や地元の人を楽しめるような場所をつくる。
- 会津の風土、伝統、地場産業が活かされたまち。
- 会津まつりは毎年同じなので、少し変える。またCMも多くして欲しい。
- それぞれの店で観光ガイドができるようにする。
- 会津人の心の暖かさを伝えるまちが一番うけると思う。
- 子供連れの観光客を大切に。子供にプレゼントをあげる。
- 駐車場を立体にする。
- 強引さや、ごまかしのない真心のこもったおもてなしの心を育てる。
- 東山温泉の活性化。盆踊り、会津民謡、白虎隊踊り等。
- ハイカラさんの女性ドライバーは良い。
- 観光以前の問題として、地元市民が会津

森ゼミ

- に定着するようにしないといけない。
- 大企業、有名店舗などもっと誘致し、若者が就職しやすく流出しないようにする。
- 電柱を無くし、四季折々の樹木などが植えられ、安らぎを感じる落ち着きあるまちなみ創造を希望する。
- 住民意識のみ(観光客への態度が有名地とまるで違う)
- 鶴ヶ城、飯盛山のガイドは下品な活動をしながらガイドや呼び込みをしている。歴史を感じさせるような上品なガイドを望む。
- 地元の人も行きたくなるような店を。
- 郷土料理の店があまりにもお粗末と観光客から言われた。
- 駐車場をつくる。
- 人づくり。
- 飯盛山の客引きを絶対にやめてもらう。
- 静かなまちにしてほしい。
- 電線の地中化。
- 汚れた空き店舗等、店舗の統一をして欲しい。
- ゴミのない綺麗なまち。
- 会津ならではの料理を味わえる。
- イベントをもっと派手にすること。
- 会津人全体が観光客を大切にする。
- 店の本気度が足りない。ごまかしの店が多い。店のセンスがない。汚い。
- お城の中のホテルはやめて欲しい。
- PR が足りない。
- 駅前通の活性化(個人商店を大切に)
- 交通の便が悪い(JR)
- 徒歩で観光している人は大変だと思う。一カ所でいろいろ体験できると良い。
- 道路の整備、駐車場を見やすくわかりやすくしてほしい。
- 会津まつりの踊りをもっと徹底的に練習してきちんとやり、見応えのあるものにする。
- 会津まつりの夜が寂しい。観光客対象の行事になりすぎている。
- 会津ブランドの確立。
- 飯盛山のような激しい客引きをしないこと。
- 観光客に対するやさしいまちづくりをしてほしい。
- トイレ、ベンチ、水など無料で提供できたら良い。
- 磐梯山の盆踊りを全国的に PR する。
- 市民もまちづくりに参加できるまち、観光客にも魅力的なまちにしたい。
- 「会津は良いところ」などというのはきれいごとである。
- ・ 住民が経済的の面も含めて住みやすいと感じなければ、観光も成長しないと思う。

森ゼミ

23 七日町をどのようなまちにしたいか(複数回答)



半数以上が「古い建物を残し、伝統文化の再生を目指すまち」にしたいと答えている。伝統的建造物が数多く残る七日町にしかない魅力を活かし、重みあるまちづくりをしたいということだ。表通りは観光客も多く、店も活気があるにぎやかな様子で、それ以外の通りは落ち着いたある昔ながらの人情深いまちにしたいという望みが市民にはあることがわかった。それは結果的に若者から高齢者まで住みやすいまちにつながり、観光客が行ってみたいと思うまちとなる。近代的なまちなみを求める声は少なく、七日町のまちづくりの方向性は現時点で市民の気持ちと一致しているといえる。

【その他】

観光客も地元の人も行ってみたくなるまち。

今のままで良い。

地元の人観光客も気軽に入れる商店づくり。

敷居がないのが多い。

ゆったりと安らげるまちに。

レトロを遊び感覚で強調する。

裏通り、観光客がぐるりと廻りたい店があるよう

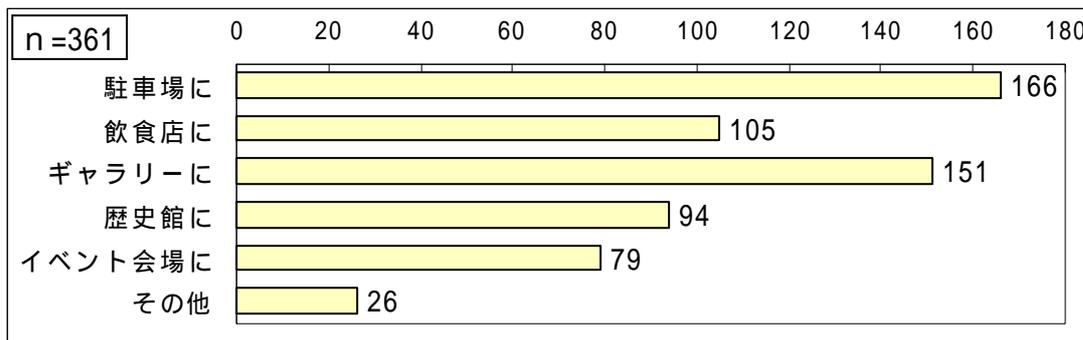
なまち

子供から高齢者まで楽しく集まることができる施設があるまち。

まちを古い建物で統一景観にすべき。(この一角だけでも)柳を通りに植える。

森ゼミ

24 空き店舗の活用方法(複数回答)



私たちが事前に七日町調査を行ない、必要だと思ったものを項目として挙げた。その中でも市民は駐車場を望んでいる。しかし現在の空き店舗の場所に駐車場を設置してしまうと、通りの空洞化が起こり、景観を統一することができない。従って駐車場は表通りには設置しない方が良い。市民は次にギャラリーを入れることを望んでいる。会津の伝統工芸品を展示している場所でものづくりを体験し、休憩もできる店舗を入れることによって、さらに強い集客力を発揮できる。飲食店・歴史館・イベント会場はやはり現状のままでは不十分で、市民はさらなる充実を求めている。

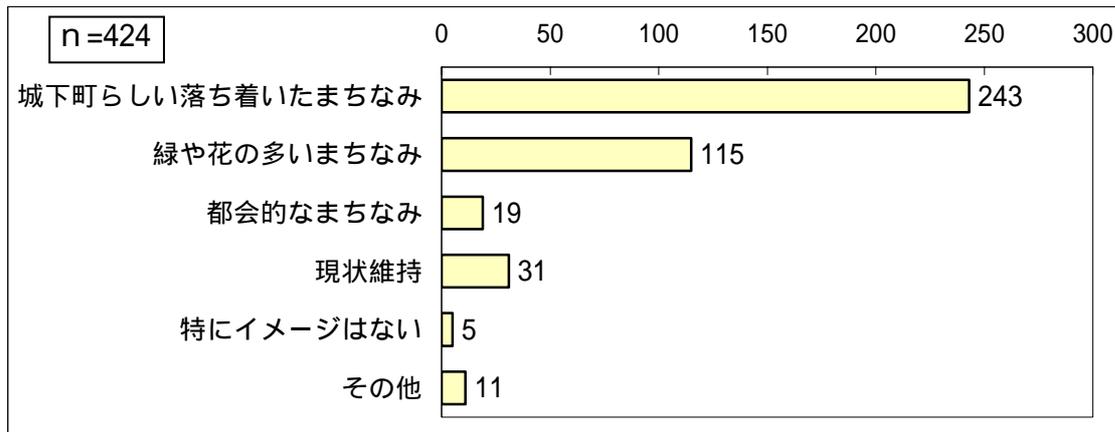
【その他】

地元の人にも楽しめるような店を入れる。
 トイレを利用できる土産物店。
 緑のある公園。
 空き店舗をもっときれいにしておく。壊れたままにしておくのはよくない。
 雨やどりをする場所。ゆっくりと休める場所が必要。
 マンションにする。
 市民ギャラリー。
 漆器の伝統工芸館、展示館。

空き店舗の位置によっても活用の仕方は変わる。
 無料休憩所。
 体験学習の場。
 七日町は気軽に入れるラーメン屋がない。
 まちなみに合う店舗を入れる。
 静かに座れて休めるところ。
 歩行者が休める空間、屋根付きだが公園のような感じの場所。
 お店を持ちたい人に安く貸店舗にする。

森ゼミ

25 居住地域の将来像(複数回答)



ほとんどの人が、「城下町らしい落ち着いたまちなみ」や「緑や花の多いまちなみ」を希望している。ここでもやはり会津全体のまちづくりは、城下町らしさに重点を置くべきだとわかる。

【その他】

子供が遊べる広場が近くにあるまち。
 城下町らしい建物の色を出すようにする(新しく出す。)
 ちょっと行けば安心して休める空間がある所。
 トイレがある所。
 安全で住みよいところ。
 緑や花も多く交通の便もよく大変住みやすいと思うが、道路が狭くて困っている。
 市の定例により建造物の高さの制限、色の制限を整備して欲しい。
 早く通りの電柱をなくす。
 道路の拡幅。
 店の並び(空き店舗を利用して)

老人が安心して歩けるまち。
 ごみのないキレイなまちづくり。ごみ収集は早朝にしないこと。観光客は汚れたイメージが残る。
 仏教文化を彷彿とさせるまち。
 古い物を残しながら新たな居住空間と共有ユーティリティを取り入れた町並み。
 名所がない。歴史の価値が少ない。
 古いものを大切にすまちにしたい。
 城下町らしく、都会的なまちなみ。
 七日町は車が通る限り無理。
 他人本願にならないように

森ゼミ

26 七日町に対するその他の意見

・ あまり手を加えないで自然のままでの活性化を望む。

七日町の古くからあるものを残して欲しい。

駐車場の裏通りに、ちょっとした休憩所とトイレを増やし、通りはあまり虫食い状態にしない。

徒歩での観光をメインに考え、歩道を広げて車いすなども通りやすく車はあくまでも裏通りを使用して安全を確保(ハイカラさんは別)

市内全体の祭りの時、通行止め等コース変更されるが変更後のコースが分からず、聞かれても答えることが出来ない。観光地なのでもっと観光客に親切な表示をしなければならない。

もっと若松市全体の研究が必要。頑張っって若い人の考えを実行できるようにしたい。

観光客の意見をどのようにつかむのかが一番大事である。それがなければ自己満足で終わってしまう。

駅前の阿弥陀寺のPRがほしい。

喜多方はラーメン・倉のまち・太極拳というイメージのつながりがあるが若松市にはない。

七日町通りは通り過ぎるだけ。駐車場もわからないし、交通渋滞になるかと思い、ゆっくり車を走らせる気にもならない。

他の観光地のまちなみと比べると中途半端で外装だけの統一のように感じる。

活気が感じられない。買って下さいではなくて、売ってやるという風を感じる。

阿弥陀寺をまちづくりの中心にし、重みのある活動にしてほしい。

アイバッセから旧髪見町を通り、七日町につながるU型も活性化してほしい。

昭和のなつかしい音楽を流す。

七日町通り共通のハッピを着る。

観光資源をフルに活用することは、この市にとって大変有意義なことである。それに伴い、職業人口を増す工業の誘致設立が責務だと思う。伝統産業と観光だけでは現代の都市は何か行き詰まる感じがしてならない。地域文化育成の拠点となる集会所の貧困さに落胆している。

除夜の鐘は静かにつきたい。

駐車場は観光客にとって大切。七日町は両方もしくは片方に、大駐車場を設置して欲しい。まちの通りは歩行者天国になるとよい。軽井沢や鎌倉のように歩くことを楽しめるようにしてほしい。また、通りの一部にギャラリーの設置を望む。

ポイ捨てや落書きは地元の人がやっている。観光地としての自覚がない。いくらまちづくりを担当している人や組織が頑張っても、ベストにはならないだろう。観光では食べていけないまちである。京都のようにレベルを高くしたい。

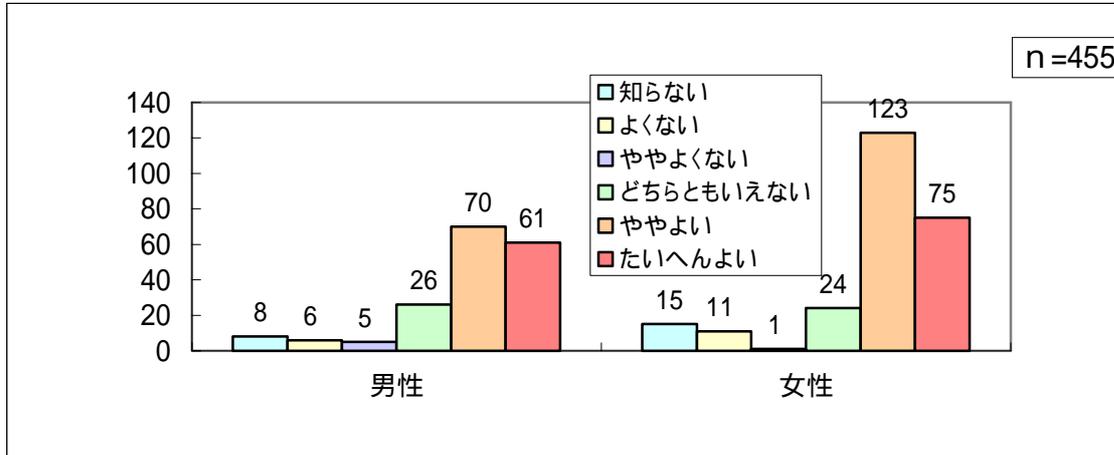
神明通り活性化、駅付近の活性化もしてほしい。

みせかけのまちづくりはいらない。中高層建築物の規制を厳しくし、城下町らしいまちなみを作ること。高層建設は郊外とか路線バスの通るところから見えない所へ作らせるように規制すべきである。

森ゼミ

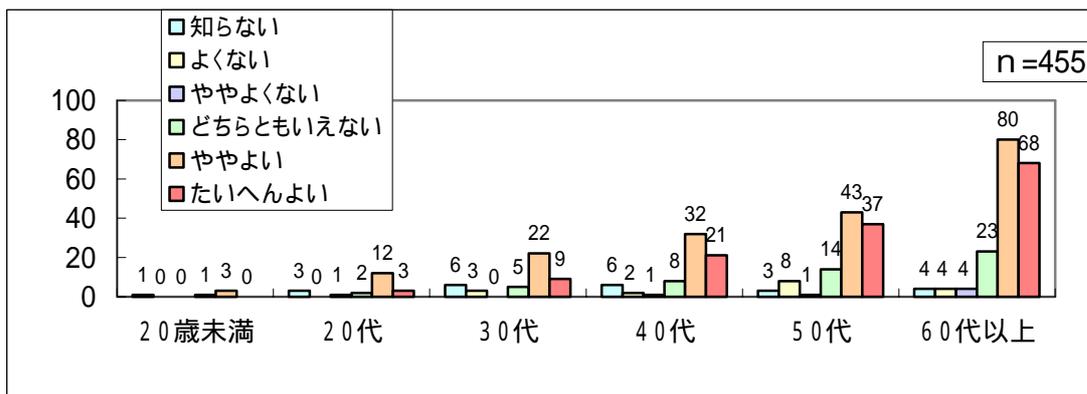
6. 相関分析

性別と10年間の取り組みへの評価



男性の方が女性より「大変よい」の割合が高い。マイナス評価には男女に差はあまり見られない。

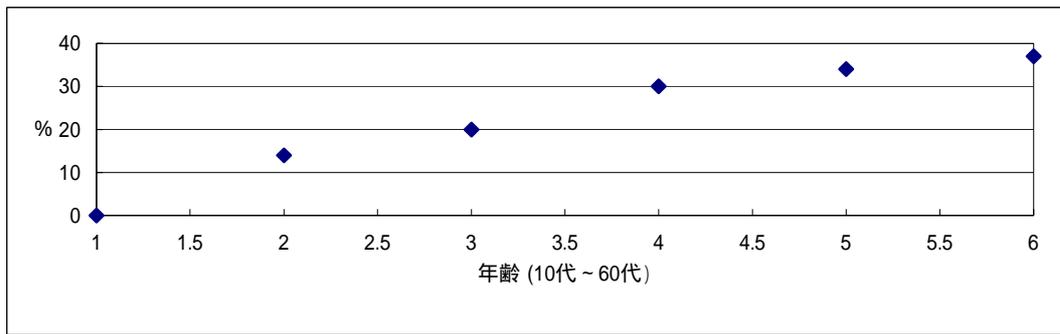
年齢と10年間の取り組みへの評価



「大変よい」を中心に見た時、年齢を重ねるごとにその割合が高い。

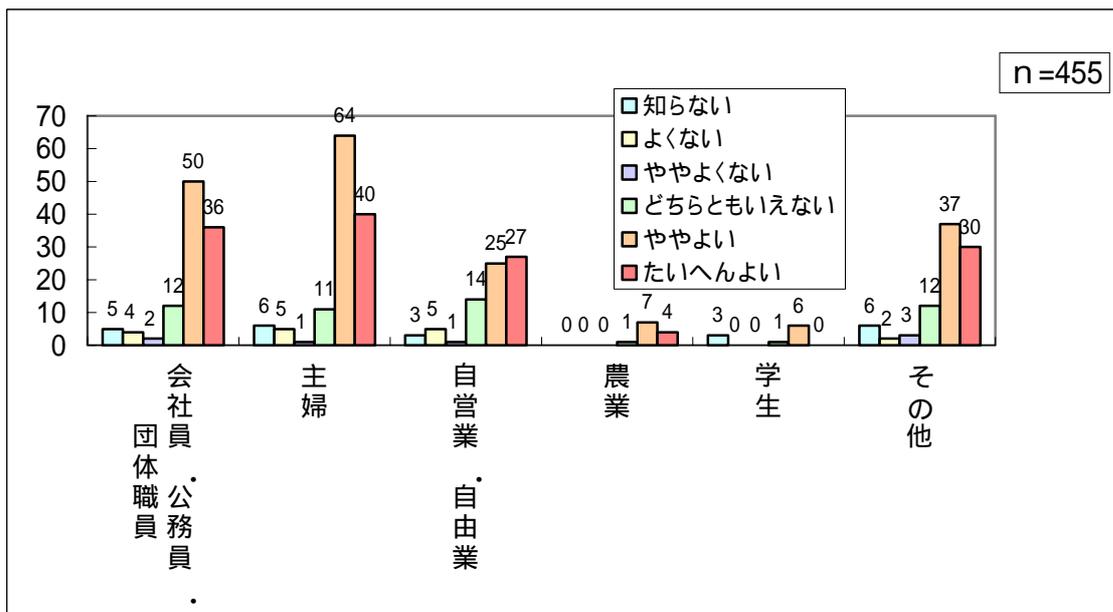
森ゼミ

- 2 「大変よい」と答えた人の割合と年齢の相関



年代別にみた10年間の取り組みに対する評価で「大変よい」と回答した人の割合をみたものである。高年齢層になるほど、10年間の取り組みを高く評価している。

職業と10年間の取り組みへの評価



自営業・自由業の人々は評価が高いといえる。これは自ら商売をしているので、直接関わる分野の取り組みであるから積極的に評価をしているといえる。

森ゼミ

第六章 結論・提案

1. 結論

七日町を訪れる観光客は年々増加しており、現在では年間約20万人にもものぼっている。私たちが夏に実施した七日町来街者調査の結果、七日町通りの魅力はまちなみ景観や歴史的雰囲気だと答える人が圧倒的に多かった。すでに5回以上訪れているリピーターも多く、約7割の人が是非また来たいと答えている。これは10年にわたるまちづくりによって築きあげた成果により、観光客にとって魅力あるまちになりつつあることを示している。しかし歩道が狭いことや、駐車場の偏在、車の交通量が多すぎるなど、道路交通事情が不十分であるため、観光客の満足感をまだ十分に満たしていない。

一方、秋に実施した市民意識調査では、45%を超えるアンケート回収率になった。アンケートの結果、10年間のまちづくりの取り組みを高く評価している市民が多かった。その理由として「まちづくりによって地域の活性化が導かれる」「景観がよくなった」と答えていた。このことからまちづくりに対しての市民の関心が高いことが分かる。具体的には七日町の伝統文化の再生を目指すまちを望んでいる。また回答者自身の居住地域を将来、城下町らしい落ち着いたあるまちなみにすることを望む人も多かった。すなわち大正浪漫調まちづくりコンセプトと市民が望むまちなみ景観が一致しているため、このまま景観整備を継続するとともにさらなる充実を図る必要がある。

しかし、七日町に関する具体的な質問項目に回答する人が少なかった。このことから市民の七日町に対する具体的な関心が薄いということがわかる。また観光客に焦点を置きすぎたまちづくりになっていると感じている市民もいた。つまり地域住民にとっても観光客にとっても満足のできるまちにすることが、まちづくり活動には不可欠なのである。

以上のことから来街者調査と市民意識調査の両方において高く評価されている点は、景観整備、七日町駅の改装、ポケットパークなど、まちづくりのハード事業の面である。景観は建物修景事業の推進により、除々に整備されてきた。七日町駅の改装は、平成14年に大正浪漫調の洋館に改修され駅カフェとして開店した。また休憩場所、且つイベントの開催場所としてポケットパークが設置された。これまでの10年間のまちづくりハード事業に対する評価が大変高いことが明らかになった。

しかし、七日町のまちづくりで問題となっているのは、ソフト事業の面である。魅力あるイベントの開催や地域全体のもてなしの心、まちづくりに対する意識向上に向けての働きかけなどのソフト事業の面が充実しなければ来街者と市民は共に満足しない。実際、市民意識調査におけるイベントに対する回答率はきわめて低く、また回答者の中でもその評価は非常に低い。したがって開催されているイベントの企画を見直す必要がある。また、観光客と市民が共通して望む店舗の種類として、「会津の伝統料理店」や、「レトロな雑貨店」を挙げる人が多くいた。会津ならではの個性を活かした店舗を充実させることによって、満足度を引き上げることができる。

森ゼミ

2. 提案

結論をもとに、以下のことを提案する。

もてなしの心や言葉遣いを洗練されたものに引き上げる

個性ある会津の方言を恥ずかしがらず、もっと会津市民であることに誇りを持って方言を使うべきである。訪れる人は会津らしい落ち着いた空間や雰囲気期待して来るので、方言は重要な資源になる。景観に合わせてレトロな空間を創るために、方言をもっと活用する必要がある。例えば、訪れた店先で、方言を交えた会話を聞きながら食事をすることによって、食事も会話も楽しいと感じ、また来たいと思う人が増えるであろう。

来街者だけでなく、市民がもっと訪れるような機会を創造する

まず、店舗や空き店舗の活用方法として客層の重点を昼は観光客に、夜は市民に置くことによって両者とも満足できるような商店街の活用方法を考える。昼の時間帯に観光客でにぎわっている店舗は、地元市民が「なじみにくい」「観光客用の店になっている」と感じ、入りづらいという意見があった。これを解消するためには、営業時間を夜まで延長し、お酒を置くなどして夜は市民も気軽に訪れ、賑わいのある店舗にすることが効果的である。そのような店舗を増やすことによって、昼も夜も観光客も一般市民も楽しめて、活気のあるまちとすることができるであろう。

中心市街地全体での共同開催による会津の伝統文化を活かしたイベントの開催

イベントに関しては、大骨董市やフリーマーケットは市民の生活に密着したものであり、実際に市民が買い物を楽しむ場の提供ができています。したがって気に入っているイベントでこの2つを挙げる市民が多かった。しかしその他のイベントにおいては、七日町だけで開催することに限界がある。宣伝力が不足しているために、イベントの規模が小さくなり、その結果として集客力が落ちている。ここで私たちは、七日町通り、野口英世青春通り、大町通り、神明通りとの共同開催による、「大民謡流し」を是非提案したい。市民になじみのある民謡に合わせて盆踊りをするので、七日町を始めとした中心市街地に来街者および一般市民を幅広く呼び込むことができる。それによってイベント自体は賑わいを増し、よりインパクトのあるまちのPRとなり、薄れつつあるといわれる地域コミュニティのつながりを強化することができるであろう。

伝統的景観を活かしたイベント

骨董のお宝を飾るのにふさわしい舞台として、伝統的景観の利用が効果的である。会津若松市に古くから伝わる漆器、陶磁器、人形、屏風、掛け軸などのお宝を店舗に飾り展示することで交流人口が拡大しまちが活性化する。補助金や資金を使わなくても、既存の資源に光を当て店先に並べることにより、来街者や市民を誘致できる。そして七日町が発起人となりイベントを企画して、中心市街地全体で共同開催することで商店街の人々のもてなしの心を一層高めることができるであろう。

森ゼミ

PRおよび情報発信による七日町サポーターづくり

市民の七日町に対する具体的な関心が薄いということを指摘したが、その原因は市民への七日町に関する情報提供が少ないことが考えられる。情報提供を増加させる手段として、以下のことが挙げられる。

a)無料情報誌への掲載

地元の新聞紙や全国紙での掲載費用が高いため、地元の無料情報誌でまず地域住民へ情報提供を図る。

b)インターネットによる宣伝

インターネットでホームページを作り、こまめに更新し、常に最新の情報を提供する。また、市役所、商工会議所、まちづくり運動に取り組んでいる地域などのホームページにリンクを設けることにより、利用者の拡大を図る。掲示板を設けることで、いろいろな地域からの書き込みにより情報を交換し、会員登録をした人には常に最新の情報がメールによって配信される仕組みをつくるべきであろう。

c)口コミによる宣伝やネットワークの形成

七日町を訪れて気に入ったファンの人たちは、七日町のサポーターとなって、まちづくりを支えていく。七日町の情報を友人や知人に口コミで提供することにより、まちづくりの情報ネットワークが広がる。また、会津市内にある店舗と連携して店同士のネットワークの間で通用する割引券を発行する。

「住みよいまちは行ってみたいまち」と言われるように市民が住みよいと感じるまちには自然と観光客も訪れる。つまり、市民も観光客も共存しあえるまちにするためにハード事業の推進を継続しつつ、今後はソフト事業を強化し、見直していくべきである。観光客の楽しむ姿を見て市民が誇りに思うと共に、市民がまちを積極的に利用することによってまちを活性化していく必要がある。

森ゼミ

参考文献

- (1) 戸所隆『地域政策学入門』古今書院 2000年
- (2) 中小企業総合研究機構『地域経営・まちづくり』同友館 2002年
- (3) 大久保昌一『都市論の脱構築』学系出版社 2002年
- (4) 石原武政、石井淳蔵『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社 1992年
- (5) 中原秀樹『私たちは消費者』岩波書店 1995年
- (6) 佐和隆光『豊かさのゆくえ』岩波ジュニア親書 1990年
- (7) 田村明『まちづくりの実践』岩波新書 1999年
- (8) 内橋克人『共生の大地』岩波新書 1995年
- (9) 田村明『まちづくりの発想』岩波書店 1987年
- (10) 東海自治体問題研究会『自立と共生の地域産業』自治体研究者 1998年
- (11) 西村幸夫『町並みまちづくり』古今書院 1997年
- (12) 工場立地及び工業用水審議会工場立地調査部会『よみがえれ街の顔』紀伊國屋書店 1998年
- (13) [監修]国土交通省総合政策局観光部『観光づくり研究会新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい 2002年
- (14) 計画システム研究会『協議型まちづくり』学芸出版社 1994年
- (15) 西川芳昭・松尾匡・伊佐淳『市民参加のまちづくり』創成社 2001年
- (16) 里俊行『住民セクター』(社)民間活力開発機構 1998年
- (17) 阿部成治『大型店とドイツのまちづくり』学芸出版社 2001年
- (18) 原田英生『ポスト大店法時代のまちづくり』日本経済新聞社 1999年
- (19) 宇治弘文・薄井充裕・前田正尚『都市のルネッサンスを求めて』東京大学出版会 2000年
- (20) (財)中小企業総合研究機構 編『米国の市街地再活性化と小売商業』同友館 2000年
- (21) 高見沢実『イギリスに学ぶ成熟社会のまちづくり』学芸出版社 1998年
- (22) 中沢孝夫『<地域人>とまちづくり』講談社現代新書 2003年
- (23) 小林重敬・山本正堯『既成市街地の再構築と都市計画』ぎょうせい 1998年
- (24) 清水功次『やさしいマーケティングのための多変量解析』産能大学出版部刊 1998年
- (25) 本田正久・島田一明『経営のための多変量解析法』産能大学出版部刊 1995年
- (26) 菅民朗『多変量統計分析』現代数学社 1996年
- (27) 石田正次『データ解析の基礎』森北出版 1989年
- (28) 田口玄一『統計解析』日本規格協会 1980年
- (29) 鈴木義一郎『例解多変量解析』実教出版株式会社 1983年
- (30) 中村慶一『応用多変量解析』森北出版 1982年
- (31) 柳井晴夫・岩次秀一『多変量解析入門』講談社 1983年
- (32) 森田優三『統計概論』日本評論社 1966年
- (33) 木下栄蔵『多変量解析入門』啓学出版株式会社 1987年
- (34) 有馬哲・石村貞夫『多変量解析のはなし』東京図書株式会社 1991年
- (35) 脇本和正・後藤和昌・松原義弘『多変量グラフ解析法』朝倉書店 1990年