

住民ワークショップによる地域協働のまちづくり活動支援と地域情報整備

原悠樹・稲葉佳之・横山夏来・本迫晋・巖網林

Support for machizukuri on local collaboration and maintenance of local information by residential workshop

Yuki HARA, Yoshiyuki INABA, Natsuki YOKOYAMA, Shin MOTOSEKO, Wanglin YAN

Abstract

Web or Local SNS is an efficient tool for Machizukuri with local collaboration. It enables the Machizukuri to share the information in an area, and to create the relationship between many different subjects. But it also has many problems which are in developing technical problems, limited Machizukuri aims with Local SNS, and limited subjects participating in the Local SNS. This literature explored the efficiency of collaborating residential workshop on Local SNS to accomplish the Machizukuri with local collaboration. The literature shows two results which are local collaboration and 5 appeal experience courses in an area through two methods above.

Keywords: 地域協働のまちづくり(Machizukuri with Local Collaboration)、住民ワークショップ(Residential Workshop)、WebGIS

1.はじめに

全国では地域協働のまちづくりが盛んである。地域協働のまちづくりは、経済、産業、自然、観光、環境等、様々な分野で活動する市民が「地域」と「まちづくり」を核に、連携して地域活性化を図る作用を指す。地域協働のまちづくりは重要な 3 要素を情報として管理している。1.各市民団体のまちづくり活動を情報として発信すること、2. 発信情報と関係市民団体の活動を結び付け

原;〒252-8520 神奈川県藤沢市遠藤 5322・慶應義塾大学政策・メディア研究科修士一年・Tel:090-5492-8427・Email: satty@sfc.keio.ac.jp

る受信・応答方法を工夫・整備すること、3.市民団体の役割分担と連携により、総合的なまちづくり活動を広く深く進展させることである。

情報化されたまちづくりのコネクションには、人とワークショップ(以下、WS)がある。WSでは地域の市民団体と、対面で活動の分担・連携を決定してきた。昨今のIT技術の進展は、簡便・安心な情報プラットフォームとして地域SNSを開発し、地域活性化に繋がるまちづくりの道具として、全国に浸透・整備されつつある。

しかし、まちづくりの情報化には、1.市民団体毎のプラットフォーム乱立、2.市民団体ネットワーク化のインセン

ティブ・プラットフォーム欠如、3.市民団体の情報を受信・応答形式で結ぶコネクション部分の弱化乃至欠如、4.市民団体間にインセンティブ争奪、無関係の構築、と言った問題がある。

そこで本研究では、地域協働のまちづくりを情報化するWSと地域SNSの問題を再検討し、地域内の市民団体が独立且つ連携した地域協働のまちづくりを実現する情報戦略を模索する。

2. 研究手法

2.1. 情報システム

まちづくりと情報の関係を図1に示す。情報は「主体」「発信＝出力」「受信」「応答＝入力」の4つの要素から成るシステムとして捉えることができる。本研究では、具体的なまちづくり活動を情報システムの4要素を指標に分類し、これまでの活動の整理と今後のまちづくりを、地域特性を考慮しつつ検討する。

情報ネットワークは或主体の情報発信に始まり、情報の受信・応答に重点を置き、発信に対する受信の基盤、簡単・簡明な応答の提供した上に、「ネットワーク化された情報」として完成する。

まちづくりにおける情報には「自治主体」と「まちづくり活動」がある。「自治主体」とは具体的なまちづくり活動を情報として利用する者である。本研究では「情報」「産業」「広報」「観光」「事業」「自然」「流通」という視点からまちづくり活動を捉える。

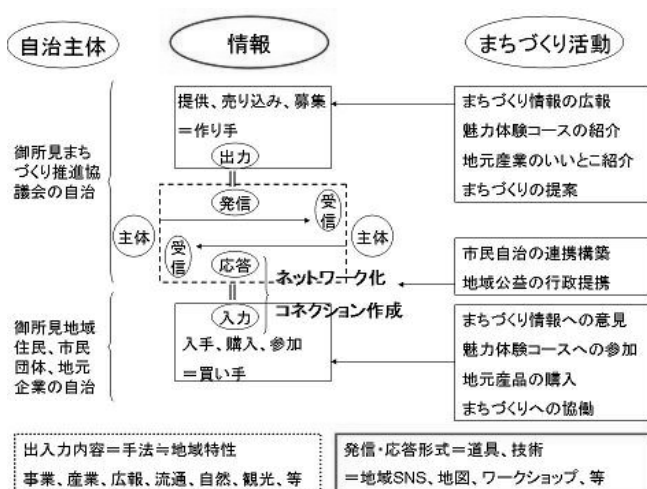


図1 まちづくりと情報の関係

「まちづくり活動」とは情報の利用目的や内容であり、情報システムの4要素を規定する。それは主体は各市民団体、出入力は地域情報の発信と反応、情報の出入力を実装するコネクション構築、まちづくりの目的や対象地域の範囲、参加する市民団体を限定するネットワークである。

このようにまちづくりと情報の関係を捉えた上で、本研究ではまちづくりの情報化ツールとして、WS、地域SNS、地図を用いる。

2.2. まちづくり情報化ツール

2.2.1. WS

WSは多様な市民の持つ情報を集積し、地域の魅力を集めた地域資源地図の作成、地元ビジネスの新創等の新たな情報を作成することができる、コネクションツールの一つである。先行事例には、相模川流域の市民連携(木下, 2002)、滋賀県近江八幡市の農村計画立案(落合, 2007)等がある。

2.2.2. 地域SNS

地域SNSは一プラットフォーム上で、多くの主体とやり取りする情報のネットワーク化を、出入力も簡単なコネクションにより実現している。その結果、多くのイベントや事業が提案・評価・実施されている。既往事例としては、兵庫県の「ひよこむ」(NPO法人はりま, 2006)、埼玉県の「あついぞっと com」(立正大学, 2008)等がある。本研究で作成した地域SNSサイトは、「ふるさと御所見」と名付けられた。

2.2.3. 地図

地図は地域SNSの一コンテンツであり、広報活動のチラシでもある。今回のまちづくりイベントでは、ワークショップ等で参加主体から集積した地域の魅力情報を、現地調査等で検討し、洗練させた情報を用途・効果に従い、地域SNSへの掲載やチラシとして配布する。

2.3 本研究の対象地域

2.3.1. 地勢

本研究の対象地域である御所見地域は、神奈川県藤沢市の西北部、東京から1時間強の首都圏外縁部に位

置する。台地と谷戸の入り組んだ地形に農地と住宅地が混在している。

近年の都市化、高齢化、農業の集約化の煽りを受けて、産業・景観・土地利用が衰退しつつある。しかし農地と樹林地が地域の 6 割を占めている。それ以外にも神社仏閣、史跡、景観スポットと言った文化的価値もあり、地域活性化のポテンシャルはある。

一方で、地域の重要な自然景観を担う河川は、後背湿地性低地での田園利用が多いものの、上流域での河川水利用と下水処理による水質汚濁が原因で、生産性の低下、廃農者の増加、耕作放棄による河川景観の荒廃対策に、県の市民農園利用が展開されている。

表 2 御所見まちづくり参加主体と情報利用

主体	情報の利用	情報システム	問題
事務所	目標: 藤沢市の興隆、市全体の独立と統一 手法: 観光、産業の整合、地域分割、まちづくり 活動: マップ作り、多地区連携イベント、まちづくり事業	主体の育成 ネットワーク作り	人材・技術不足 連携不足 相互理解不足 主導権争奪
協議会	目標: 地域活性化、協議会の基盤整備 手法: 情報収集・発信、まちづくり 活動: HP作成、各部会イベント、WS	出力の整備	知識・技術不足 連携不足 内部関係不足
住民	目標: 地域産業の興隆 手法: 広報、良質品の製造、地区の差異化 活動: 各地区イベント、HP	出力の整備 ネットワーク作り コネクション作り	協働関係不足 団結力不足 協議会との不和
大学	目標: 有効なまちづくり手法の確立、研究室・学生の成長 手法: 技術開発、現地調査、基盤整備、まちづくり 活動: 地域課題のデータ化、マップ作り、WS、地域SNS	全過程における 技術開発・整備	情報不足 詳細データ不足 主導権争奪 手法未確立

2.3.2. 御所見まちづくりの参加主体と情報の利用目的

御所見まちづくりには、4 団体が参加している。参加主体と情報利用目的とシステム構成、問題点を表 2 に掲載する。御所見まちづくりの各主体は、まちづくり情報化の戦略を出力形式やネットワーク構築に偏らせている。しかしこの目的も、WS や地図作成が進むにつれて、変化が生じ始めていることを、次章で述べる。

3. 研究内容

本章では、これまでの御所見まちづくりにおける WS、地域 SNS、地図の進展経過を表 3 に掲載し、その意義を検討する。

3 者協働の御所見まちづくりの形態は、大きく 3 種類に分けられる。3 月 27 日までが第一段階、7 月 12 日までが第二段階、それ以降は第三段階である。第一段階は、各主体の当初の利用目的に従い、情報システムの出力、主体間のネットワーク構築に着目した「ふるさと御

所見」の整備を進めてきた。また、出力情報である地域魅力は、以前からの先入観として形成された、自然・富士山・寺社といった平凡な記述内容であった。

第二段階の契機には、5 月 4 日の「れんげの里まつり」において、地域内外からのお客を対象にアンケートを実施した。アンケート結果は重要な概念が認識されるようになった。それは「地図を利用した地域魅力の有効性認識」「地域魅力の受信・応答機能の整備」「地元住民の生活に潜む御所見の魅力発見」「出力情報の整理からまちづくり事業までの戦略の萌芽」等である。このような認識の萌芽により、WS・現地調査による地図作成から多様な価値が生じた。まず地図作成の目的は「御所見地域の魅力を体験する観光ツアーの基礎」という目的が定められた。その為地図には、情報の公平性、HP とチラシでの情報量の違いによる目的・手法の差異化、地元住民の先入観による地域特性と観光客の認識との差異に関する認識の萌芽、地域魅力の実体験による価値観の再生、等の意識変化を与える契機が備わっていた。

第三段階では、現地調査から地域魅力のランドマークの探索、まちづくり事業の必要性と言った、地域の観光産業に対する意識の変化が生じた。次にこの地域魅力を宣伝する有益な広報ツールの戦略を考えるきっかけとなった。最も重要なことは、このような情報の作成・整備・管理の段階を経る中で、協議会が地域市民としてまちづくりの中心主体となり、情報システムを管理する役割の委譲という意識が再認識されたことである。

4. 考察

地域協働のまちづくりの情報化が進む中で、まちづくりを担う地域主体たる地位獲得の前段階までの過程を見てきた。地図を作成することが地域を見ることと同義となり、主体の意識に情報の利用者・受信者の存在を認識させるに至った。更に情報からまちづくりの事業への展開に結び付けられることになり、まちづくりの戦略を考え、情報の管理主体と管理手法に及ぶことになった。今後の課題としては、情報プラットフォームの整備や魅力体験ツアーの実施により、まちづくりの主体の意識、構造が変化の中で情報の果たす役割を詳細な経過記録に基づいて検討する。

参考文献

1. 木下勇吉 (2002) 流域環境の保全 朝倉書店
page. 24-31
2. NPO 法人はりまスマートスクールプロジェクト 2006
ひよこむ <http://hyocom.jp/>
3. 落合基継・横張真 (2007) 農村地域における景観
法の活用 滋賀県近江八幡市での景観農業振興地
域整備計画策定を通じて 農村計画学会誌 vol.26

page.245-250

4. 牧慎太郎 (2007) ひょうご情報交流戦略の展開
情報学会通信誌 vol.25 no.2 page.5-13
5. 和崎宏 編 (2008) OpenSNP Episode 1 地域 SNS
における連携・協働・創発のエピソード集
6. 立正大学 2008 あついぞホッと com
<http://kumacom.jp/>

表3 これまでの御所見まちづくりの経過と結果の意義

月日	参加者	テーマ	結果	意義
1月16日	協議会 6 事務所 4 大学 3	地域SNSのシステム構成 コンテンツ収集方法 デザイン構成	まちづくり情報、地図、情報交換、カレンダー、その他 樹林地調査結果、史跡情報を特集 協議会、事務所、大学が分担して情報収集 デザインは親しみやすさ、人のアクティビティ、自然	出力内容の選定 情報発信の役割分担 情報ネットワークの構築 コネクション方法の選定
2月26日	協議会 5 事務所 4 大学 3	ウォーキングイベントの企画 地域SNSのコンテンツ・構成	ウォーキングの目的確認;HP用写真撮影、写真撮影講習 会、地元とSFCの交流 御所見見所ウォーキング;富士山、かわせみ、田園、寺社 HP構成;史跡・名所、カレンダー、樹林地報告書・前市長との 活動写真	情報発信、出力内容の選定 情報ネットワークの構築
3月17日	協議会 8 事務所 4 大学 3	ウォーキングイベント開催 地域魅力情報の収集 地域協働の連携作り	地域魅力写真撮影、撮影講習、HP登録方法講習 参加者同士の交流・顔合わせ	ネットワークの構築 出力内容の取得 出力方法の講習
3月27日	協議会 5 事務所 2 大学 2	HP開設までのプロセス議論	HP試作版の公開 れんげの里まつりの記事に対するコメント書き込み許可 まちづくり総会、中心拠点意見交換会の写真・記事掲載	地域情報に対する受信・応 答装置の必要性認識
5月9日	協議会 6 事務所 3 大学 6	アンケート結果 地域SNSのコンテンツ整備	HPコンテンツ要望;れんげの盛り、ブルーベリー園、夏祭り、 イベント会場の地図作成 地図の利点;御所見の魅力を知ることができる 地域魅力の地図情報化;おいしいお店、野菜の直売所、かわ せみ、季節毎の自然、 情報整理→情報公開→交流の糸口→まちづくりへの参加 WS手法;気軽・簡単、航空写真に魅力を付箋貼り、健康マッ プを基礎データにする	地域魅力の発信に対する受 信・応答の必要性を認識 出力としての地域魅力の再 発見 ネットワーク構築方法の発 見 コネクション技術の提案
6月13日	協議会 8 事務所 2 大学 5	自治体HPの討議 体験ツアー魅力情報収集 体験ツアー基礎地図作成	自治会内でのHP調整 見所MAP;公平な情報公開の為に、「作成中」と断り、随時掲 載要望を募集する HPの役割;回覧板の詳細版にしてHP閲覧のメリットを作る 御所見魅力体験ツアーベースマップ作成	ネットワーク内の主体の公 平性の確保を提案 情報の目的・用途分類 情報ネットワークの選択
6月27日	協議会 7 事務所 3 大学 4	体験ツアーコース作成	ベースマップ、既存魅力マップ、御所見樹林地重ね合わせ 御所見魅力体験ツアー 5コース 作成	出力内容の魅力再発見 出力内容の変更;先入観の 魅力とツアーとしての魅力の 差異を認識
7月12日	協議会 7 事務所 6 大学 6	体験ツアーコース下見	御所見魅力体験ツアー かわうその里コース 現地調査 現地で、より良いコースヘルート変更 評価シートによるコース評価と評価シート回収	魅力体験ツアー用地域魅力 の性質を認識 先入観の魅力と実際の魅力 の格差を認識
7月24日	協議会 5 事務所 3 大学 1	コースの評価 コース再検討	御所見魅力体験ツアーコース かわうその里、彼岸花作成 藤沢市からの助成金に関わる活動 御所見まちづくりの今後の方針確認 ツアー広報作成・発表の予定	地図作成・情報収集による まちづくり事業の必要性を認 識拡大 受信主体を認識;住民の認 識と観光客の認識の差異を 認識
8月20日	協議会 8 事務所 3 大学 2	協議会・事務所のHP作成 意義の確認 コースの再評価 広報用チラシ・HP評価 今後のまちづくりの予定	御所見まちづくりの協議会・事務所・大学の関係再確認 かわうその里コースの名称、コースの再検討 広報用チラシに、手洗い、コンビニ、バス路線、距離と所要時 間、橋、川、樹木を追加 コースのチラシ・HP構築を有効活用する為にツアーの参加募 集と評価を求める 大学によるHP管理技術の勉強会の開催要求	まちづくり参加主体の役割 分担確認 受信主体を認識;住民の認 識と観光客の認識の差異を 認識 情報技術の移行;協議会の 意識成長