

平成30年度学生による地域フィールドワーク研究助成事業
研究成果報告書

- ・機関及び学部、学科等名：富山大学 都市デザイン学部 都市・交通デザイン学科
- ・所属ゼミ：新設学部・学科のためゼミ未配属
- ・指導教員：阿久井康平、堀田裕弘、矢口忠憲、春木孝之（都市・交通デザイン学科）
- ・代表学生：小森周
- ・参加学生：上埜由美子（都市・交通デザイン学科1年）、小森周（都市・交通デザイン学科1年）
鈴木志歩（都市・交通デザイン学科1年）、平井真琴（都市・交通デザイン学科1年）

【研究題目】地域の魅力をサインアートでつなぐ

1. 課題解決策の要約

高岡市は、魅力ある施設・街並み・店舗・生業等が多様に存在している。しかし、それぞれが点在しており、地域や来訪者が回遊、観光するという観点で、つながりや連動が希薄であると考えられる。そこで、本研究では点在する地域の魅力発掘を行う。合わせて、これらの回遊性や連動性を高める1つの仕組みとしてサインアートによるアプローチのデザイン検討を行う。

2. 調査研究の目的

本課題では、高岡駅から重要伝統的建造物群保存地区の山町筋や金屋町、旧市街地の路地空間などを主なフィールドに、(1)現地調査やヒアリングを踏まえ地域の課題や魅力を発掘する。(2)対象フィールドにおけるイベントや地域アンケートを行い観光や地域の現状分析を行う。あわせて(1)との関連性を考察する。(3)(1)(2)で明らかにした魅力や課題要素のレイヤー分析を行い、幾つかのコンテンツに体系化を行う。(4)(3)で明らかにしたコンテンツのうち、主要なケーススタディを行い、課題解決や魅力向上につなげる1つの手掛かりの媒体としてサインの形・規模・デザインを検討することを目的とした。

3. 調査研究の内容

(1)現地調査やヒアリングを踏まえた地域の課題や魅力の発掘

高岡には具体的にどのような魅力や課題があるのか調べるために現地調査とヒアリングを行った。

まず、現地調査については、重要伝統的建造物群保存地区の山町筋や金屋町、古城公園周辺をはじめとする旧市街地の路地空間などをフィールドに、観光や地域コミュニティに関する可能性や魅力資源となり得る主要な施設等について把握・抽出を行った。また、富山銀行本店を訪問し、歴史的建築物の活用可能性についてヒアリングも行った(写真1～7)。



写真1 富山銀行本店でのヒアリング



写真2 山町筋



写真3 重要伝統的建造物群保存地区・山町筋



写真4 高岡市旧市街地の路地空間



写真5 高岡市旧市街地・高岡大仏周辺



写真6 高岡市旧市街地・古城公園周辺



写真7 高岡市旧市街地・古城公園周辺

(2)対象フィールドにおけるイベントや地域アンケートに基づく観光や地域の現状分析

高岡市で実施されている朝市でアンケートを行い、住民の高岡に対する観光や地域の実状に関する意識調査を実施し、分析を行った(図1~3)。

「Q1: 普段商店街で買い物をするか」という質問に対して、「しない」が最も多く全体の約4割(44.2%)を占めることが分かった。次いで「あまりしない」が約3割(25.0%)、「時々する」が約2割(19.2%)、「よくする」が約1割(11.5%)であることが明らかとなった。

「Q2: ショッピングセンターができてよかったか」という質問に対して「はい」が約6割(60.8%)を占めることが分かった。一方で約1割(7.8%)が「いいえ」、約3割(31.4%)が「わからない」と答えていることが明らかとなった。Q1の問いと合わせて考えると、商店街からショッピングセンターへの購買行動が変化しているとともに、その嗜好についても変化が表れていると言えよう。

「Q3: 高岡の不便なところはあるか」という質問に対して「あまりない」「ない」がそれぞれ約3割(34.6%、25.0%)と多いことが示された。また「ある」が約2割(15.4%)、「少しある」が約1割(11.5%)であることが分かった。

「Q4: 高岡は観光地であるか」という地域の意識に関する質問に対して「とても思う」と「思う」が合わせて約4割(39.2%)、「あまり思わない」と「思わない」が合わせて約6割(60.8%)であることが示された。

「Q5: 高岡が栄えている理由として観光資源が関係しているか」という質問に対して「とても思う」と「思う」が合わせて約6割(56.8%)、「あまり思わない」と「思わない」が合わせて約3割(33.4%)、「栄えてない」が約1割(9.8%)であることが示された。

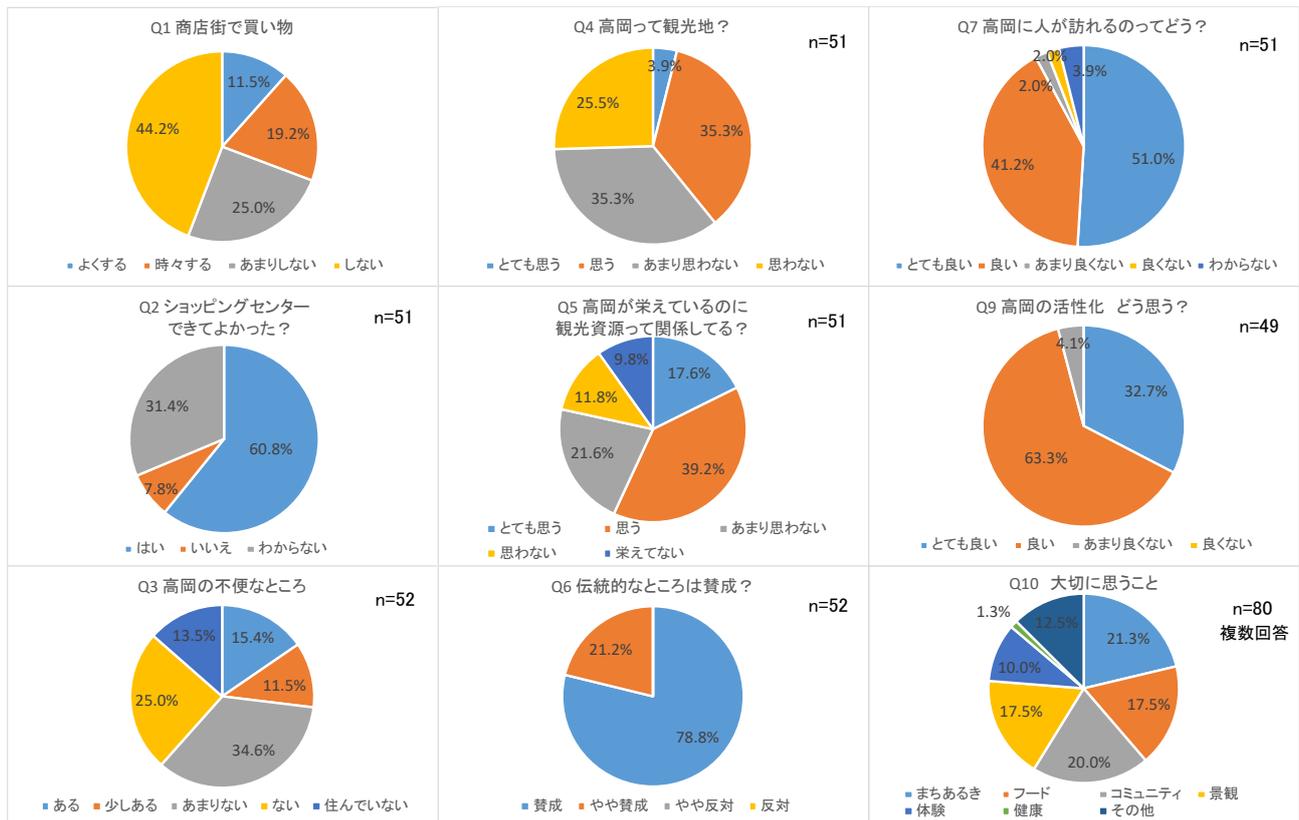


図1 観光や地域の現状に関するアンケート調査結果

「Q6:高岡の伝統的なところは賛成か」という質問に対して、本調査での回答者の全てが賛成を示しており、「賛成」が約8割(78.8%)、「やや賛成」が約2割(21.2%)を示していることから、伝統的な資源を有するところについては誇りを感じている一方で、Q4・Q5の分析結果と合わせて考えると、こういったところが観光地、観光資源としての確立、認知・共有にまで行き届いていない可能性が示唆できる。

「Q7:高岡に人が訪れるのはどうか」という質問に対して、「とても良い」と「良い」が合わせて約9割(92.2%)であることが分かった。

「Q8:高岡の活性化についてどう思うか」という質問に対して、「とても良い」と「良い」が合わせて全回答者のほとんど(96.0%)を示すことが明らかとなり、Q7の分析結果と合わせると、来訪者の増加、地域活性化について大半が前向きな意見を示していることが分かる。

特に、Q4～Q8の分析結果を総合的に見ると、高岡の強みである伝統的・歴史的資源が十分な活用に至っていないこと、またこれらの資源のみならず来訪者の増加や地域活性化に向けては、新たな観点から施策を講じることも必要になると考えられる。

「Q10:高岡で大切に思うこと」についての質問は、今回の調査を踏まえた魅力資源として体系化できそうなコンテンツの仮設を立てて分析を行った。その結果、「まちあるき」「フード」「コミュニティ」「景観」がそれぞれ約2割(21.3%、17.5%、20.0%、17.5%)、「体験」が1割(10.0%)を示すことが明らかとなった。

加えて、自由回答の質問として、「Q8:高岡駅周辺の魅力や隠れた魅力」「Q11:高岡をより魅力的に・活性化につながるアイデア」についても調査を行った(図2～3)。

自然に恵まれている
下町 うら
食べ物がおいしい
(有)佐野政製作所
瑞龍寺
周辺にグルメスポットが多い、もっと発信できたらいいと思う
落ち着いたところ
昔ながらの土地環境
お店が多い
古いものを活かした活動を
大仏
万葉線
曳山会館等
伝統文化がある
大仏が、古城公園がいい
瑞龍寺がある
駐車場

図2 Q8:高岡駅周辺の魅力・隠れた魅力(自由回答)

芸術(広い範囲)で覚えて行く事
尺八横笛、で音のある空気を染めたい。
まつりのたんしゆしか
拠点が良い、体験物を増やすべき
空家の再利用
ふるさと納税(工芸品)収入があることを考えるべき
リノベーションをいくつかする
投資
細かい発信を
学校を高岡駅周辺にもってくる 部活もよく* 送り迎えもしやすい
駐車場
北陸・・・自然がいっぱい 立山 瑞龍寺 五箇山 チューリップ畑 水見 トロッコ 黒部 称名滝
散策
公共交通の面をより良くする
駐車場
マラソンに来るのにマラソンコースにある大仏を知らない人がいる
中途半端にしないこと 観光にするのか、商業にするのか
店やコミュニティの活性化
自営の中で人の集まり・・・を考えて6月から駄菓子コーナーを設けました
イベントを一過性にしない
何回も訪れたいように
独自(各々)で活動を行う事
高齢化
大仏・古城公園をもっと生かしたい 金屋のイベント

図3 Q11:高岡をより魅力的に・活性化につながるアイデア(自由回答)

(3)地域の魅力や課題要素のレイヤー分析

現地調査やヒアリングを中心にして得た高岡の魅力や課題要素を把握・抽出した結果、さらにアンケート調査Q10の分析結果を踏まえて、それぞれをレイヤーに分け、体系化した(写真8)。

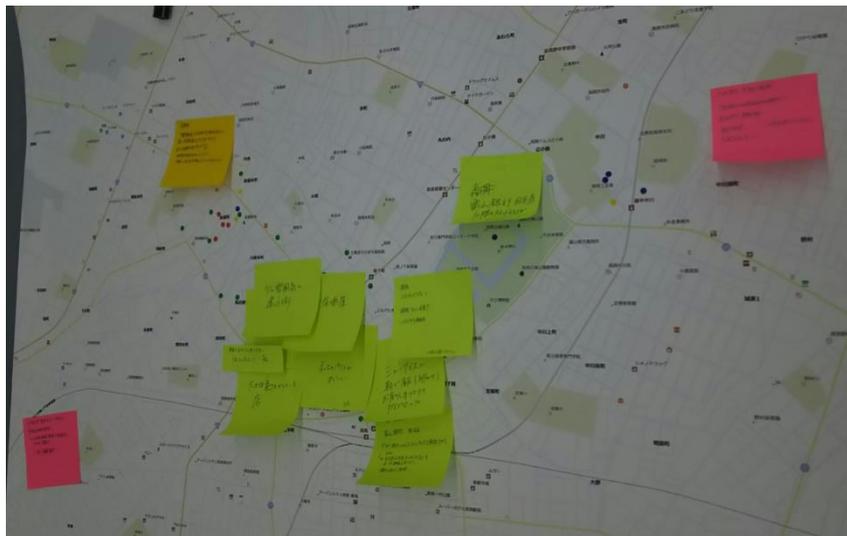


写真8 地域の魅力や課題要素のレイヤー分析の一例

(4)サインアートのデザイン検討とケーススタディ

レイヤー分析で抽出・体系化したコンテンツのうち、今回の調査研究ではこのうち代表的なケースに焦点を絞り、課題解決や魅力向上につなげる1つの手掛かりの媒体として、「点」を「線」「面」へとつなげるサインアートの形・規模・デザインを検討した。

4. 調査研究の成果

(1)現地調査やヒアリングを踏まえた地域の課題や魅力の発掘

現地調査やヒアリングを踏まえた地域の課題や魅力の発掘により、主に以下のような課題や魅力が明らかとなった。

【課題】

- ・「フード」のコンテンツや数が少ない。
- ・お金を落とす施設や店舗が乏しいと感じる(数・認知)。
- ・老朽化が進み、倒壊寸前の建物が散見される。
- ・店が開いているのか、閉まっているのかが分かりにくい。
- ・車道が広く歩道が狭い箇所が多く、歩行者にとっては歩きにくい道路空間がある。
- ・カフェなどふらっと休憩できる場所が少ないと感じる。
- ・高岡駅の北側と南側にキーとなる観光地があるが、それぞれが駅から離れている。

【魅力】

- ・入り組んだ路地に魅力を感じる。
- ・大きな鳥を飼っている店は人を惹きつける魅力がある。
- ・富山銀行旧本店2階のステンドグラス。
- ・金屋町には体験工房が多く、ツーリズム化の可能性が感じられる。
- ・ミュージアムのお店では店主(女性)が独自でまちあるきのガイドマップを制作、まちあるきのガイドも実施している。
- ・高岡駅周辺の観光地は新高岡駅に対してすべて北側にあり、自転車で行ける距離感にある。

(2)対象フィールドにおけるイベントや地域アンケートに基づく観光や地域の現状分析

アンケート調査により、主に以下のような意見や考察が得られた。

- ・高岡は観光地であると考えている人が多い。
- ・外から人が訪れることに対してプラスの意見が多い。同時に、現在の高岡にも危機感を抱いている。
- ・個人としても高岡のまちに対する意識が高い人が多い。
- ・アンケート調査と現地調査の結果より、地元の方が気づいていない魅力がたくさんあると感じた。
- ・強い地元愛を感じた。一方で変わることに対する不安もありそう。
- ・「見る」ことに対する魅力を挙げる人が多い一方で、「フード」に関する魅力を挙げる人は少ない傾向にあった。
- ・思った以上に「駐車場を増やすべき」という意見が多く、依然とした車社会が背景にある。
- ・高岡駅に新幹線が来なかったから高岡は衰退したという意見も挙がった。裏を返せば、高岡の中心地は高岡駅を拠点として捉えていることであると考えられる。

(3)地域の魅力や課題要素のレイヤー分析

現地調査やヒアリングを中心にして得た高岡の魅力や課題要素を把握・抽出した結果、またアンケート調査による分析結果を踏まえて、地域の魅力や課題要素のコンテンツは主に以下の通りに分類できた。

【景観】:街並み、歴史的建造物、石碑をはじめ、路地や生活景などを観賞、体験するコンテンツ

【フード】:食べ物や食事処にまつわるコンテンツ

【体験】:鋳物体験など体験にまつわるコンテンツ

【コミュニティ】:高岡のおもしろい人、地域コミュニティの形成に寄与しそうなコンテンツ

【健康】:健康に興味のある人が気になりそうなコンテンツ

【伝統・文化】:高岡の伝統や文化にまつわるコンテンツ

【怪】:「高岡の人は信じているけどこれって本当なの?」というコンテンツ

【伝承】:高岡ならではの歴史・文化や技術の伝承にまつわるコンテンツ

(4)サインアートのデザイン検討とケーススタディ

レイヤー分析で抽出・体系化したコンテンツのうち、今回の調査研究ではこのうち代表的なケースである【景

観】【体験】に焦点を絞り、課題解決や魅力向上につなげる1つの手掛かりの媒体として、「点」を「線」「面」へとつなげるサインアートの形・規模・デザインを検討した(図4)。合わせてサインアートを用了まちあるきルートについて検討を行った(図5)。

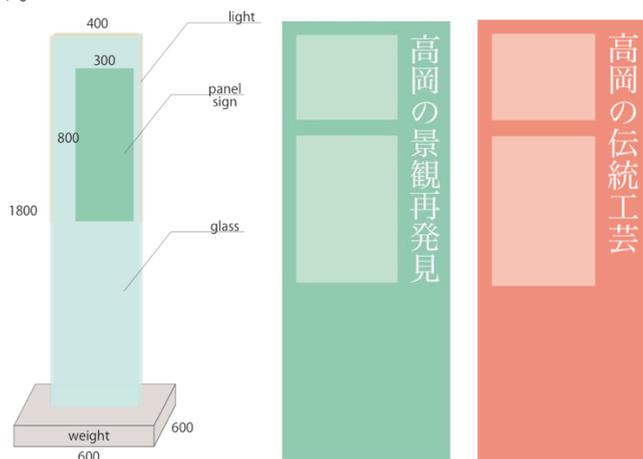


図4 サインアートのデザイン検討案(左:姿図・中【景観】・右:【体験】)



図5 サインアートを用了まちあるきのルート案(赤ルート:【景観】・青ルート:【体験】)

5. 調査研究に基づく提言

本調査研究に基づく主な提言を以下に示す。

1. 高岡の強みである伝統的・歴史的資源が十分な活用に至っていないこと、またこれらの資源のみならず来訪者の増加や地域活性化に向けては、新たな観点から施策を講じることも必要になると考えられる。
2. 高岡には様々な魅力がある一方で、地元の人にはそれに気づいていないことが多く、県外から来た大学1年生のように他の地域から高岡を訪れた人を積極的に活用するべきであると感じた。
3. 高岡は、他の地域と比べても地元愛の強い人が多いと感じられ、個々で高岡の活性化を考えている人がとても多いが、分野を跨いで活性化に向けた施策を講じるための指導者や機関が希薄であると感じた。そのため、活性化を行っている人同士が将来ビジョンを構築・共有することや、相互にコミュニケーションを図るための仕組みや活性化を考えている人たちが集まる場が必要であると感じた。

6. 課題解決策の自己評価

【成果】

- ・高岡の魅力や実情を深く知ることができた。
- ・県外生を積極的に取り入れる意義が見いだせた。

【課題】

- ・時間が足りず、調査不足な部分が多かった(行政や市民団体への聞き取りも実施したかった)。
- ・サインアートのデザインは富山大学芸術文化学部の先輩とも意見交換や議論が必要である。