

地域協働による情報発信プラットフォームの構築とまちづくり支援

原悠樹・稲葉佳之・巖網林

The research on maturity of MACHIZUKURI acts for realization of public self-government

Yuki HARA, Yoshiyuki INABA, Wanglin YAN

Abstract

This literature explores the effective tools for the Machizukuri. There are many methods, the work shop, the questionnaire, the quantitative analysis, and the reference to many magazines, to discover the appeals by the residents in our towns. On the other hand, the researchers study an area image by calculating the relation between land uses and subjective images to the area. The literature tried to write the activities of Machizukuri in an area, take a questionnaire for the residents, and draw an image at the area to support the Area Informationaizing Machizukuri, in Goshomi area.

Keywords: まちづくり(Machizukuri)、土地利用(Land Use)、地域イメージ(Area Image)

1. はじめに

全国で多様な活動が「まちづくり」を冠し、行政・住民・企業・学識者・NPO は活動の主体、協働の相手として、自身の地域社会の問題解決・活性化に向けて日々邁進している。

まちづくりにおいて重要な事は、活動の初期段階において住民が自地域の価値を再発見できるか否かである。地域の魅力に気づき、魅力の保存・活用方法を討議する内に住民の積極的参加が生じる。積極的参加は新たな主体との連携・ネットワーク構築、新規参加者との互酬・信頼構築、信頼を介した協働諸活動の展開と続き、経済効果や組織設立・規範制定が生じる。これは Putnam(1993)の社会資本醸成の流れであるが、この流れを応用して、まちづくりの進展を考える。

社会資本の初期形成の為に、地域魅力を発見し、住

民意識を向上させる手法には概ね 4 種類ある。様々な主体の活動と対話の記述から魅力や学習効果を発見するワークショップ(以下 WS と称す)(倉原、1998 ; 倉原、1999 ; 落合・横張、2007)、数量的手法により魅力の特性を住民が評価・発見する一対比較法(倉ら、2002)、地域魅力への広い視点を獲得できる雑誌記述の参照(大友・桜井、2007)、魅力に関連する活動への住民意識の実態を明確にするアンケート(中島ら、2001)、がある。

一方でまちづくり活動の主体を定量的に把握し、地域イメージを作成する研究もある。大佛・小川(2004)は建物名に付けられた地名から、地域ブランド力のイメージ図を作成し、稲坂ら(2008)は SD 法によるイメージ抽出と地域の土地利用との関係を可視化した。これらの手法を用いれば、地域へのイメージを簡便に作成する事ができる。しかし建物の命名とまちづくり活動との関係は薄いと考えられる。また SD 法によるイメージ抽出も、建築系の学生が対象となり、或程度固定されたイメージとなると考えられ、且つ地域のまちづくり活動に参加している者ではない。

そこで本研究では WS によりまちづくり活動の履歴を定性的に評価し、アンケートにより活動成果の評価を観察し、その評価値から地域イメージを作る。研究対象には御所見地区でのまちづくり活動を事例に取り上げる。筆者が参加したまちづくり活動は HP による情報活動を主な道具としており、活動の評価と共に情報ツールの有意性も WS とアンケートの中で評価する。

2. 御所見地区のまちづくり活動

2.1. 御所見地区の地勢

御所見地区は神奈川県藤沢市の西北部、首都圏郊外地域に位置する市街化調整区域である。未だ地域の 6 割を農地・樹林地が占めている。この良好な里山景観の中で農業、花卉業、植木業等の地域産業が盛んである。また社寺・史跡といった地域資源も多数存在しており、地域活性化のポテンシャルは高い。

しかし近年の都市化・高齢化・農業の集約化の流れを受けて、工業用地の増加、圃場整備による景観・環境悪化、公共用地の粗放化、土地利用の乱雑化など、様々な要因が重なり、多くの問題が混在している。

また市街化調整区域の縁辺部に多くの住宅地が整備され新規居住者が増加した。地区の問題解決の為に住民同士の交流を深める必要が生じているが、その契機をつかめぬ、と言う問題も抱えている。



図 1 御所見地区の里山景観

2.2. 御所見地区のまちづくり組織

御所見まちづくりは、住民組織である御所見まちづくり推進協議会が主体となり進められている。協議会は地域の様々な問題を、住民自らの手で解決する為に 30 年程前に組織された有志者の参加団体である。協議会と共に、藤沢市西北部総合整備事務所、御所見市民センターが支援役として、様々なまちづくり活動に参加している。

斎尾(2005)はまちづくり組織の分類と活動傾向を調査し、郊外都市型の地域の問題として、1.人口の流入が激しい上、各活動組織の範囲は一致せず、地域内での組織の役割分担が難しい事、2.地元内住民の相互交流を重視し、地域外住民の活動参加率が低い

事を挙げた。御所見地区は郊外都市型に属し、地区内組織の必考項目である。

今回のまちづくり活動は協議会の下部組織である広報情報部会と事務所・センターの活動に、大学が支援機関として参加した。この活動の目的は地域の情報化である。具体的には、以前に構築した HP の改訂を行い、1.地区の新規情報を増やし、地区内外の住民に最新の御所見地区を知る足掛けとなる情報共通基盤こと、2.様々な主体と連携した議論を通じて、地区の問題解決を図る情報共通基盤を作成すること、3.広報情報部会部員が自力で地域情報化を推進することができる技術を修得する事、の三点である。

2.3. 本研究の手法

本研究は、地域情報化のまちづくりを推進するという目的の下、2007 年 11 月から 2008 年 12 月までに展開された四者協働の活動を、WS の観点から記述する。そして活動への参加者から得られた地区の魅力に対する評価をまとめる。同時に地区の土地利用構造を把握し、地区の魅力評価値を利用して、地区の魅力構造を算出する。

3. 四者協働の WS

地域の情報化では、作り手・受け取り手が情報に興味を抱き理解できるような、発信情報の存在と形態に注意を払う必要がある。事前準備では、住民自身が関心を抱く様な情報の存在と形態を議論した。準備に基づき、続く WS は第一段階;地域魅力を考える WS 準備、第二段階;魅力情報デザイン、第三段階;魅力情報の改善、第四段階;地区の魅力情報発信、第五段階;地区の魅力体験イベント開催、第六段階;省察、に分類して、活動を展開した。

3.1. 事前準備

事前準備では、1.発信情報の項目立て、2.情報システムの作業の流れ、3.システム試験運用を議論した。また初めての四者協働である故、主体同士の顔合わせの意味も含んでいた。

情報の項目は、1.まちづくり活動、2.協議会活動、3.地域の見所、4.情報交換、5.住民との交流、の五つを扱う事に決めた。

地域情報を発信する HP は「ふるさと御所見」と題し、地域 SNS のプラットフォームには「Xoops」を採用した。情報作成は協議会と事務所、情報収集は協議会、地

域情報への質問対応は事務所、情報掲載や表紙のデザイン等のシステム保守管理は大学が担当した。そして HP は 2008 年 4 月に正式公開し、各項目は順次整備してゆく事に決定した。

システム試験運用では、協議会・事務所・センター・大学の合同写真撮影会を 2008 年 3 月 18 日に開催し、取得した写真と記事をシステムに掲載する流れを確認した。そしてシステムに適した情報形式を確認した。

正式なシステム運用が開始され、実際に地域の情報を協議会・事務所が収集し、大学が発信した。正式公開から一ヶ月たった 5 月に、地区内住民に対し HP への意見と、彼らが必要とする情報の項目を聞き取り調査し、両者の乖離を調べた。

この調査結果を議論にかけて、HP による情報発信の意義は、1.地区内の交流を活発にする、2.地区外住民を呼び込み地区内住民が魅力を再発見する、契機であると言う意識が生じるに至った。

3.2. 第一段階：地域魅力を考える WS 準備

事前準備で認識された意識から、協議会は単に発信する為に情報を収集するのではなく、収集する情報の詳細な項目を立て、地区の魅力ある情報を効果的な形式で発信する事が活動目的として掲げられた。

そこで地区外住民が御所見に遊びに来る魅力とはどのようなものか、を話し合う場としての WS を開催する事が決まり、本段階より議論が始まった。

本 WS の成果としては、既存の観光やイベントに用いられた魅力の情報を参照・更新しつつ、地区外からの需要と、地区内における自慢を組み合わせ、季節性、購買、景観と言った項目に適した新たな魅力を選出する事が決定した。

また、これらの魅力を地区内外の住民が体験する機会を作る必要が認識され、ウォーキングイベントを開催する事が決まった。

そして次 WS に向けて、協議会が地域魅力情報を収集する事、HP の地図ページにウォーキングコース掲載する整備を大学が進める事となった。

3.3. 第二段階：魅力情報デザイン

本 WS では地区の魅力を列挙し、コース毎に整理する事にした。まず WS 参加者を 3 班に分け、協議会が収集した魅力を付箋にし、御所見地区の航空写真の上に貼り付け、魅力を地図上に抽出した。次に地区の魅力と想起される主題を決め、主題に適った魅力を選



図 2 大学における WS 風景

出し、コースとして纏めた。

本 WS でコースを作成するに当たり収集された地区の魅力は、既存の観光やウォーキングイベント・地図に同様なものが多かった。そこで大学は、新規の魅力として協議会のメンバー自身が楽しいと思う魅力日々の生活から見た魅力が抽出されるように誘導した。

本 WS の成果としては、地区に散らばる 103 ポイントの魅力が抽出・集約され、5 つのコースが完成した。コースはそれぞれ歴史、自然、購買等の主題が設定され、その主題に因み命名された。



図 3 ウォーキングコース作成 WS 風景

3.4. 第三段階：魅力情報の改善

本 WS では、前 WS のコースの内、ウォーキングイベントで活用する一コースの現地調査とコース改訂、方針確認を行った。この段階の WS は、現地調査とコース改訂を二度繰り返した。

現地調査の目的は、前 WS で選出した魅力のイベント開催予定時期に合わせた季節度とイベント適合度を評価する事であった。

現地調査の結果、季節度とコースの距離・魅力に再考が必要になった。またイベント適合度の低い魅力の削除と魅力領域の連続による飽きが問題となった。このような評価を基に、コースで体験する魅力の再選出と、今回調査したコースに季節性を特出させた派生コースを作成するに至った。

現地調査の再考察過程で、諸関連事項が議論され

た。議題はイベントの目的再確認、大学によるコースガイドマップの電子版・紙版作成の決定、広報活動方針、地区内連携拡大の可能性等が話し合われた。

3.5. 第四段階:地区の魅力情報発信

本WSでは、イベント開催日程と予備日、地域内外の住民への広報活動、地元の協力要請、イベント時に必要な四者の準備に関して議論した。

本WSの成果としては、2008年11月30日(日)に、御所見まちづくり推進協議会主催によるイベントを開催する事が決定した。この日程に合わせて、各種広報、協力要請、準備の段取りが設定された。

WSの議題は、紙版と電子版のガイドマップ形式を統一する事、電子版はガイドマップ以上に地域情報を追加掲載する事が決定した。また協議会によるガイドマップの掲載情報添削と大学による改訂を繰り返し、ガイドマップの魅力を高めた。広報媒体は、地元誌広報・公民館へのポスター掲示・ロコミにし、広報文章を大学、広報依頼を協議会と大学、ポスターを事務所、ロコミを四者、に決まった。

協力を要請した地元住民には、多少施設利用に変更が生じたものの、快く引き受けていただいた。イベントに向け役割分担をし、協議会がイベントの挨拶とお土産調達、大学がイベントに対するアンケート作成、センターが自動車配備、事務所がアンケート印刷、と決まった。アンケート項目は、参加者属性、情報化活動への期待、地区魅力・HP・ウォーキング評価である。



図4 紙版ガイドマップ体裁



図5 電子版ガイドマップ体裁

3.6. 第五段階:地区の魅力体験イベント開催

2008年11月30日(日)に本WSは、御所見地区の魅

力を体験するウォーキングイベントを開催した。参加した人々は総勢39人、天候快晴、出発時刻09:30、帰還時間12:30であった。

本WSでは、ウォーキングに先駆けてアンケートを配布した。先に配布した理由は、ウォーキングの感想が鮮明な間にアンケートに答えてもらう為である。アンケートでは主に、御所見地区への期待、イメージ、魅力を特定する事を主眼に置いた。それらの質問は、主催側が分類した魅力と、自由回答により参加者から抽出する事を想定した魅力の二種類に分けた。

3.7. 第六段階:魅力イベントの反省

本WSでは、ウォーキングイベントで参加者をお願いしたアンケートを大学が纏め結果を報告した。この報告を受けて、イベントでの反省点と次期まちづくり計画を討議した。

イベント活動の反省では、イベントの目的、魅力とその他項目に関して議論された。イベント目的の議論では、まちづくりの目的から考えて、ウォーキングイベントの形式を変更する必要がある事が認識された。

魅力に関して、天候を考慮してコース上の里山景観を変更する必要性、その他に関して、地区のインフラ整備による地区魅力・コースの改訂の必要性、人数と直売所の関係を考慮したコース魅力のイベント化への適合度、目印の設置と他部会との連携の可能性、等が話し合われた。

次期地域情報化まちづくり活動は、1.協議会の情報技術の修得、2.ウォーキングコースの充実と魅力再発見の促進、3.活動記録の一般公開、4.御所見地区の魅力情報発信特設ページの開設、5.HPへ掲載する情報収集体制の構築、等が必要であると議論された。

4. WS活動成果の分析

事前準備からWSが開催され、地区の魅力情報の収集に始まりイベントの反省と進み、四者協働のWSはどのような成果を生み出したか。以下ではWSを中心に様々な産物と関連活動を観察してゆく。

4.1. アンケート結果から見る地区の認識

御所見地区は里山空間であるという認識が、協議会のみか、参加者一般にも当てはまるのかを知る為に、アンケート項目を里山空間と、ウォーキングに二分し、比較を試みた。アンケート項目は協議会の仮設に基づく選択式と、参加者の直接自由記述式があり、選択式と

記述の間の関連を見ることにした。

4.1.1. 里山空間としての期待

イベントへの参加目的は、里山への期待としては、「秋の里山景観」が群を抜いており、御所見地区がやや多く、直売所での購買、史跡、おまけ、はおよそ同列であった。この目的意識から、健康と景観を両立させたウォーキングコースの必要性がわかる。また御所見地区への期待よりも、里山景観への期待が大きく、購買や歴史はウォーキングの目的と認識されなかった。

御所見のイメージに関して、「農村」と言う村落形態、「田舎」「のどか」「のんびり」「空気が良い」のような形容詞、「田園」と言う土地利用・景観、「自然」「緑」と言う抽象風景、「富士山」と言う固有名詞が挙げられた。

4.1.2. 魅力向上要因の認識

イベントで楽しかったものは、田園景観が群を抜き、花直売がやや多く、野菜直売・植木、社寺となった。御所見に期待されていた里山景観は田園であった。この結果から御所見地区は、イベント参加前と参加後において、参加者の期待通りの魅力を提供する事ができたと考えられる。

次にイベントに関する自由意見を、先の御所見地区のイメージと「その他」に分類した。自由意見から抽出した、先の参加者の期待に追加すべき魅力要因には、「天候」「農道・あぜ道」「会話・交流」である。「天候」は、ウォーキングイベントや里山景観の魅力を向上させる因子の一つであるが、同時に田園景観の構成要素追加

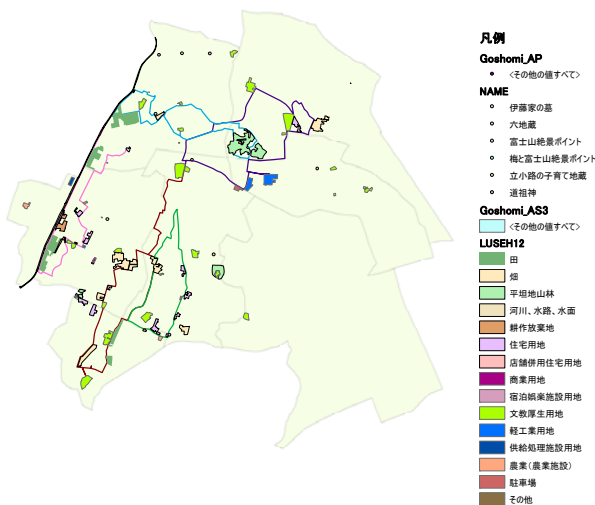


図6 地区の魅力とコース

因子であると考えられる。「農道・あぜ道」は魅力素であり、天候に最も左右される因子である。つまり雨天時には迂回すべきイベント阻害要因の一つでもある。「会話・交流」はイベントの効果を向上させる追加因子である。交流により地区魅力の話、ニーズ情報、イベントに対する生の声を聞く事ができる。交流による効果はまちづくり活動への意見もあり、活動への反省や継続意欲向上を促す要因の一つとも考えられる。

その他の意見からは、ウォーキングそのもの、ガイドマップ・コース目印等ウォーキングに使う道具、地区の魅力、等に関して様々な提言が得られた。

4.2. 魅力情報の分析

前節で見たように、今回の御所見地区ウォーキングでは田園への期待が高かった。本節では、御所見地区の空間構造を把握し、その特性を生かしたコース作成になっていたか、今回のコースで歩いた地区の魅力派適したものだったか、今後コースを作成する際どのような魅力が隠れているか、を客観的に指摘することを目的とする。今回基礎データとして用いたデータは、都市計画データ(2000)である。

4.2.1. 御所見地区の空間構造

当初地区の魅力は103ポイント抽出されたが、いくつかに関してその場所が特定できず、現在93ポイントを保持する。WSで抽出した御所見地区の魅力の存在箇所とコースの関係を図6、地区毎の魅力構成を図2に掲載する。図7のグラフにはエリアとしての魅力のみを掲載している。ポイントとしての魅力は、存在の依拠する土地利用が特定されず、面積計算が不可能である為

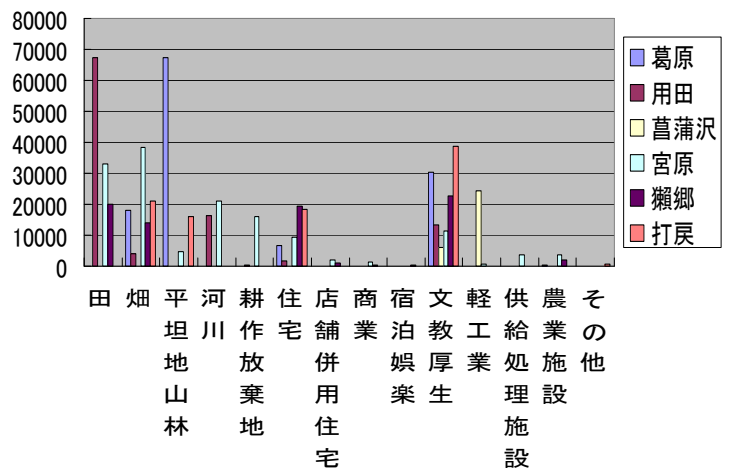


図7 御所見地区各地域の魅力構成

図からは削除した。WS で抽出された御所見地区に存在する魅力は、協議会の認識する地区の特性である。彼らの認識に拠ると、御所見地区には田や畑、平地地差山林に農業施設と言った、いわゆる「自然」の魅力が多く存在している。グラフ中で耕作放棄地とあるのは、協議会取り組む耕地整備委員会により、ブルーベリー園としての活用が試みられており、その活動を評価したものである。御所見地区の対部分が市街化調整区域である事も加えて、商業用地や宿泊娯用地は皆無である。これは第二次・第三次産業の加工品や流通品の販売ではなく、あくまで第一次産品が、地区の魅力の特色であると考えられる。

図中の軽工業用地とは、お菓子工場の直売所が立地している為である。供給処理施設用地は、残念ながらWS で魅力としての意義付けがなされておらず、目印としての意味のみ保持すると考えられる。

4.2.2. イベントコースの空間構造

続いてアンケート結果を鑑み、「秋の里山景観」を表す土地利用の分析方法として、ウォーキングコースからバッファを取り、土地利用を考察する。コースから 10m、20m、30m、40m、50m、60m のバッファを作成し、周辺土地利用を抽出した図を図 8 に掲載する。バッファで抽出した土地利用は、面積の 90%を占めていた上位 5 位までを利用した。この図より、田の面積が 20m から 30m にかけて変化しなかった。この値が変化しないバッファ距離は 35m まで伸ばす事が可能であった。同時に 35m から 40m までの間に、幅員 4~12m の道路面積が変化しない範囲でもあった。田はコースの田園景観の主要素であり、この指標を用いる事は妥当と考える。かように一定の空間構成要素が維持される範囲は、本コース景観のまとまりとして考えられる。そこでこれ以後は、35m バッファの土地利用を基本構造として、分析を進める。

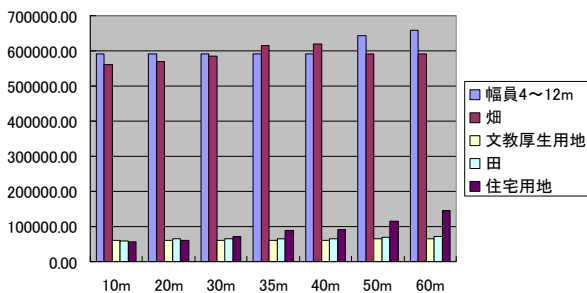


図 8 各バッファの上位 5 位の土地利用構成

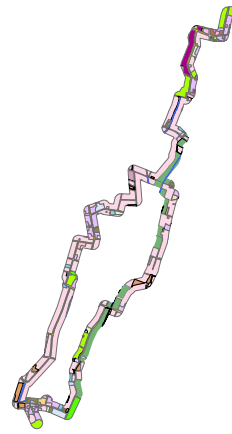


図 9 土地利用

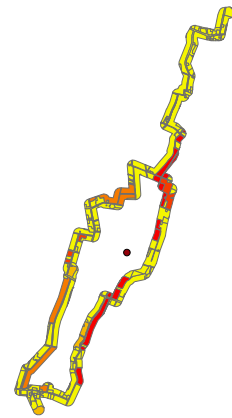


図 10 参加者による評価地図

4.2.3. 土地利用への評価

本コースの 35m バッファ圏内土地利用は、図 9 の様になる。土地利用区分は図 6 と同じである。

アンケートでは、参加者にとってどの魅力が最も楽しかったかを聞いた。その魅力と人数は表 1 に掲載する。本研究では、この人数から逆比を算出したものを、魅力に対する評価値として用いる。但し、いずれの項目にも当てはまらない外れ値として、2 名の評価を除外した。

表 1 最もおもしろかった魅力と評価値

項目	人数	比率
花直売所	10	0.222222
野菜直売所	5	0.111111
神社仏閣	3	0.066667
田園風景	27	0.6
植木	5	0.111111

アンケート項目から全ての土地利用を判読する事は困難である為、上記項目の該当する田、畑、農業(農業施設)、文教厚生用地に逆比の点数を付けた。評価値を有するポリゴンは全部で 22 箇所であり、残りの 240 箇所は値無しに設定した。次にコース上の全ポリゴンの重心を求めて、その評価値の代表点とした。この代表点を用いて、クリギングによる空間補間をかけた。その図を図 11 に掲載する。

クリギングの各種設定としては、手法を Ordinary、セミバリオグラムを Spherical、検索半径タイプを Variable、検索半径のポイント数を 12、セルサイズを 0.5 で算出した。

かわうその郷 コース 土地利用評価値

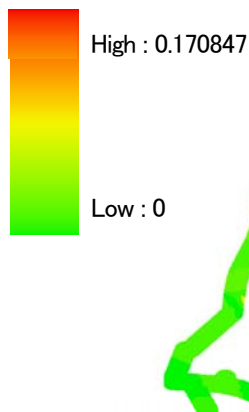


図 11 クリギングによる魅力評価

5. 考察

これまで、御所見地区における情報化活動として、情報発信、WS、イベントと言う一連の流れを見てきた。そしてイベントから得られた評価を基に、コース上の魅力評価を算出すると言う定量的解析を試みてきた。本章でこれらの分析の結果を考察する。

5.1. 地区活動への再考

地域情報化を進展させる為にWSやイベントを開催して、住民の意識変革を誘引させてきた。初めより住民は情報技術の修得に意欲がある事も追い風となり、次期まちづくりにおいて、住民が技術の学習を通して自立する為に、情報化活動を活性化させる方針が打ち立てられた事は、大きな成果である。

WSは地域の魅力を再発見する機会であり、情報発信は地域の魅力を作り出し、集客力を上げる情報発信方法を考える機会ともなった。

そしてイベントを通してウォーキングに適したコースや魅力情報の取捨選択を考えるに至り、地区の魅力特性を考慮する、と言認識が生じたと考えられる。

しかし協働のまちづくりは、未だ緒に着いたばかりである。Putnamが述べたような社会資本の形成には遠く、未だ信頼関係を構築し始め、対等な関係のまちづくり活動になるには、年数を必要とする。

地域情報化の観点から見ても、協働で作成したにも

関わらず、閲覧者は少ない。情報整備や収集体制構築の前段階として、活動の最初に認識した様に、どのような情報発信が必要とされているのか、HPの目的は何かを、立ち返って見る必要があると考えられる。

5.2. 情報発信の主体

御所見まちづくり推進協議会は地域情報化活動を進める主体であるが、活動に参加しているのは協議会の中の広報情報部会のみである。斎尾・三重野(2005)は、この現象を活動の分業化と専門家による効率向上と言うよりも、ネットワークの接続困難によって引き起こされる組織の乱立と指摘している。

これは協議会と他組織の問題のみならず、協議会内部にも当てはまる。これまでHPに発信されてきた情報は、協議会全体の活動、地域のイベント、都市計画事業等、事務所やセンターの公共に関する案件か、地域住民としての公の案件に偏っている。広報情報部会がHP作成と情報発信活動に従事している事は周知であるが、協議会の他部会から情報発信依頼が来た事は無い。この事から、他部会は情報発信には興味が薄いか、まちづくり活動が小さい事と考えられる。いずれの場合でも、協議会として分裂或いは縮小している事が想定され、部会同士のネットワークすら小さなものとなっている。今後の地域情報化まちづくり活動で、組織の問題を認識し、連携を生み出す活動が提案されるように支援する必要があると考えられる。

5.3. 魅力評価の効果

アンケート結果を重みとして、コース上の魅力の得点に換算し、全体の評価に仕上げる事ができた。この図によれば、コースの始点終点の一本道に魅力は少なく、前半に比べると後半は魅力がかなり少なくなっている。折り返し地点には植木があったが、今回の分析ではその土地への評価がかなり低い事になっている。このようなコース設計では、後半における参加者の飽きや不満が生じる可能性が高まる。この結果を用いて、地区全体のコースへ適用し、魅力再考への手がかりとしたい。

しかし、この手法にはあまりに多くの課題が残っている。手法に関すれば、重み付けをした数値の妥当性である。大佛・小川(2004)や稲坂ら(2008)のように、土地利用以外の活動データやSD法による主観データを利用せず、アンケートの一結果を単純に利用した事に、妥当性があるのか検証する必要がある。

また同じ花卉産業に携わるものの、周辺土地利用の影響を受けて、全体の評価が下がっている。この評価

が花卉業同士の比較ではなく、周辺の魅力に吊り上げられての評価である。このような誤差が耐えられるものなのか、耐えられないならばどのような改善を行うべきか、検討する必要がある。

そして、より多くの魅力とその因子を考慮する必要がある。今回のウォーキングイベントでは、「秋」の季節の「里山景観」を題材にした。この特殊性の存在するコースで計測した魅力評価値が、他の時期、他のコースで利用できるものとは考えられない。

目下、桜の季節に向けたウォーキングコースの作成が検討されている。そのコース作成に際して、同類の評価が役立つかどうか、検証し改善する必要があると考えられる。

5.4. 今後に向けて

以上、WSを通じて住民の認識が変化した事、情報ツールを通して組織の問題が浮き彫りになった事が活動の一成果である。情報化まちづくり自体未熟な活動であり、どのような手法で進展させる事が成功に繋がるか、様々な団体が模索している段階である。今後も本研究を進める事で、地域情報化まちづくりの成功手法を構築する一助としたい。

また地域情報化活動と並行して、地区の魅力構造を分析し、住民が地域の魅力を再発見する手法を開発したい。

謝辞

本研究は、巖網林教授の多大なる指導の下に、進展を見ることができた。ここに甚大なる感謝を陳述いたす。また稲葉佳之氏は共にまちづくりを進める上で大いなる助けをいただいた。ここに感謝の念を示す。そして御所見まちづくりを共に進めてきた御所見地域住民の皆様並びに藤沢市西北部総合整備事務所の政井氏、吉

田氏、御所見市民センターの渡邊氏に感謝する。そして私の存在を笑いつつも認めてくださった研究室並びに大学院棟の皆の厚誼に感謝する。

*注

本研究は、森基金の助成を受けた。森基金により、地図作成、ガイドマップの作成・修正、大会参加による研究発表をつつがなく進める事ができた。ここに多大なる感謝の意を表する。

参考文献

- Robert・D・Putnam (1991) 哲学する民主主義 NTT 出版株式会社 page.74-144, 200-231
- 倉原宗孝 (1998) 住民主体のまちづくりのための「内発型観光」に向けたマップづくりの意義と評価 日本建築学会技術報告集 No.6, page193-198
- 倉原宗孝 (1999) 市民的まちづくり学習としての住民参加のワークショップに関する考察 日本建築学会計画系論文集 No.520 page.255-262
- 中島正裕・千賀裕太郎・齋藤雪彦 (2001) 都市農村交流活動に対する住民の評価に関する研究 農村計画論文集 No.3, page25-30
- 俞炳強・廣瀬牧人・渡久地朝明 (2002) 沖縄における観光資源の評価情報に関する数量化分析 産業総合研究 Vol.10, page.81-99
- 大佛俊泰・小川健一 (2004) 建物名称の空間分布からみた地域イメージの魅力度分析 日本建築学会計画系論文集 Vol.576, page101-107
- 斎尾直子・三重野暁寛 (2005) 農村地域における地域運営型まちづくり組織の特性と役割 農村計画論文集 Vol.7 page.217-222
- 大友洋卓・桜井慎一 (2007) 漁業に関連する産業観光資源の魅力要素に関する研究 日本建築学会計画系論文集 No.620, page243-248
- 落合基継・横張真 (2007) 農村地域における景観法の活用 農村計画学会誌 Vol.26, page.245-250
- 稲坂晃義・貞広幸雄・古谷知之 (2008) 土地利用と地域イメージとの相関関係の分析と可視化 GIS—理論と応用 Vol.16, No.1, page.69-76