

着地型観光におけるニーズのマッチングに関する基礎的研究
 千葉県流山市におけるオープンガーデンを事例として
 土屋 薫 [江戸川大学]
 キーワード：コミュニティ、緑化、地域資源

1. はじめに

江戸川大学のある千葉県流山市では、5年前にガーデニングクラブが組織された。またそれ以来、毎年オープンガーデンが開かれている。2009年の状況を見てみると、会期は平日の3日間（5月6日水曜日～8日金曜日）で雨が降ったり止んだりしていた。それにもかかわらず、のべ6900名を超える来場者を記録している。さしたる観光資源も無く、また産業化されておらず、決して交通の便が良いともいえない地域の数十軒（2009年は35軒）の一般家庭の庭に、どうしてこれほどの人間が訪れたのであろうか。ここにこそ「着地型観光」のひな形、ひいては観光の原点が見出せるのではないだろうか。

このような観点から、本研究は、「着地型観光」の事例として流山市のオープンガーデンに着目し、オープンガーデン参加者（見せる側）と訪問者（見る側）の双方から取ったアンケートを比較検討することで、両者のニーズの結節点について明らかにすることを目的とする。

2. 問題の背景：「流山グリーンチェーン戦略」によるコミュニティ形成の限界

2005年8月につくばエクスプレスが開業したことにより、東京都心との時間距離が30分未満と大幅に短縮され、そのことで流山市の開発は大規模に進んでいる。人口と世帯数の推移から見てみると、一貫して人口が増えているものの、この数年の数値からは、それがつくばエクスプレス開業を契機とした開発によるものであることがわかる（表1）。

表1 流山市の人口および世帯推

年(4月1日現在)	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
人口	150706	150910	152791	155382	156073	158426	161258
対前年増減数(人)	3	204	1881	2591	691	2353	2832
世帯	57090	57844	59403	62047	62288	63985	65792

平成21年度流山市統計書より作成

流山市は、「流山グリーンチェーン戦略」と称して、景観形成及びヒートアイランド現象の抑制に関わる緑化を進めようとしている。その動機づけに際して、コミュニティ形成によって得られる個人的利益から誘導しようとしている。各戸が生活環境として「自分の家の庭」の改善に向けて最大限に努力していくとき、自分の家だけで出来ることには限界があることを自覚する。そして、必然的に近隣と連携を図っていく必要を感じる。そして、自分の家の庭およびそれに連続する隣家の庭や街路樹、近隣緑地を一種の共有物として協力しあうとき、緑化による生活環境の改善は最大効果をあげる。またそれに伴って、コミュニティ形成も促進される、というのである。

それでは実際に、流入する「新住民」を巻き込んだコミュニティ形成が功を奏しているかということ、現実的には厳しい壁に直面している、と言わざるを得ない。

具体的な施策として、「流山グリーンチェーン戦略」とは、接道部緑陰化・敷地内緑化・敷地内通風といった条件に適合した物件を「グリーンチェーン認定」物件として認定し、前述のプロセスでコミュニティ形成を図るものである。ただ先行研究によれば、「グリーンチェーン認定」を受けた物件に居住する住民のうち、6割以上の人々がグリーンチェーンについて「よく知らない」と答えているという。ま

た、自分の家が認定物件であるかどうか「知らない」と答えた人が 54.7%にも及んでいる。これは政策が住民に十分認知されていないことを意味しているし、認定制度がインセンティブとして自覚されていない。つまり、緑化の動機づけとして誘因する力を持っていないことになる。

今のところ、定住人口をベースにした、すなわち地縁によるコミュニティ形成に関して、「流山グリーンチェーン戦略」は必ずしも有効に機能しているとは言いがたい。

3. 流山市のガーデニングクラブとオープンガーデン

千葉県流山市にある「ながれやまガーデニングクラブ『花恋人（カレント）』」は、2005年5月、事務局を流山市公園緑地課（現在の「みどりの課」）に置いてスタートした。市長発案のガーデニングコンテストへの参加者を中心に、旧公園緑地課が支援する形で組織化されたのである。

この「花恋人（カレント）」は、「まちづくりはふるさとづくり」をモットーに、定例会・講習会・バスツアー・ガレージセールなどを展開している。また、ゴールデンウィークに開かれる「グリーンフェスティバル」（流山市）におけるインフィオラータ（花絵）の作成・解体販売、市内各種イベントへの参加、他地域のオープンガーデン見学や流山市のガーデニングコンテストへ審査員を派遣している。

このように、今やクラブの活動は多岐に渡るが、2005年11月に千葉県で初となるオープンガーデンを催して以来、やはりその活動の中心にはオープンガーデンが位置する。クラブのもうひとつの謳い文句「定年を迎える人の地域デビュー受け皿」という表現もそれを示していると言っていこう。

「花恋人（カレント）」会員自身によるカウントによれば、2009年にオープンガーデンを実施した35庭の来場者の単純合計は6907人であった。また、土屋・新井によれば、アンケート調査からわかるオープンガーデン訪問者（見る側）のプロフィール（2009年実施）は以下のようにになっている（留め置き法による）。すなわち、有効回答数423人のうち90.5%が女性、81.8%が50代から60代、流山市に居住する人が53.2%となっている。また、2人連れが一番多く41.8%、ついで3人連れが24.1%となっていた。来訪のきっかけは、「知人から聞いた」が49.4%と最も高く、ついで「広報ながれやま」からの情報摂取が36.2%であった。

それから、来訪者のうち、ガーデニング経験者が80.1%（表2）、来訪理由の第1位が「興味があるから」（344名、回答者423名の81.9%）となっている（表3）。このことからすると、ガーデニングを介した情報交換および交流がこの動員力の背景にあると思われる。もちろん、流山のガーデニングクラブの会員は、観光客誘致のために庭の手入れをしたり公開している訳ではない。つまり、既存の観光客向けのサービスとは一線を画している。したがって、この状況は交流人口をベースにしたコミュニティ形成の萌芽として捉えることができるだろう。言い換えれば、ガーデニングという行為・活動が、趣味縁・情報縁の核としてコミュニティづくりと大きく関わっていることを示唆している。またこのことが「着地型観光」の資源として着目される所以である。

表2 ガーデニング経験はありますか

	回数	パーセント
はい	339	80.1
いいえ	78	18.4
無回答	6	1.4
合計	423	100.0

表2・表3 土屋薫・新井正彦（2010）：『緑化と地域コミュニティ構築の担い手に関する研究』2009年度学内共同研究成果報告書 より作成

表3 来訪理由

	総数	
	件数	パーセント
来訪理由：1興味があるから	344	60.8%
来訪理由：2友人に誘われて	107	18.9%
来訪理由：3偶然に通ったから	6	1.1%
来訪理由：4昨年来て良かったから	69	12.2%
来訪理由：5知人のガーデニングだから	33	5.8%
来訪理由：6その他	7	1.2%
合計	566	100.0%

（ケースのパーセント）
（有効423）

4. オープンガーデン訪問者（見る側）の状況

「花恋人（カレント）」は、会員の増加に伴って、今やブロック別の運営（連絡・合議）体制を敷いている。2010年4月1日現在、①江戸川台東地区（町名：江戸川台東・東深井・こうのす台）、②江戸川台西地区（町名：江戸川台西・富士見台・中野久木・平方）、③初石・豊四季地区（町名：西初石・若葉台・市野谷・駒木・野々下）、④宮園地区（町名：宮園・名都借・松が丘・向小金・前ヶ崎）、⑤平和台・加地区（町名：平和台・加・流山）、⑥南流山地区（町名：南流山）、という6つのブロックからなっている。

2009年の調査によれば、会員自身による来訪者のカウント数もアンケートの回収率も江戸川台東地区が最も多くなっている（来訪者数のべ4268名＝全体の61.8%、アンケート回収数177＝41.8%）。ただし、オープンガーデン全体の状況を捉えるには、交通アクセスやピーク時対応、地区全体を通したルート設定も含めて、詳細に捉える必要がある。そこで、2010年の調査では、江戸川台東地区10軒のオープンガーデンのうち、地区全体の丁度半ばに位置するK邸に焦点を当て、その状況の把握を試みた。K邸は、2006年には266名、2007年には398名、2008年には572名、2009年には623名の来訪者があり、流山のオープンガーデンの中でも多くの来訪者を抱える庭のひとつである。ただ、2010年の会期は5月8日（土）～10日（月）であったため、9日（日）のみを調査対象日とした。

会期中のK邸来訪者全体のうち、9日（日）の来訪者は45.6%（340名：8日は173名、10日は233名）であるが、アンケートの有効回答数は145で回収率は42.6%となる。その回答によれば、来訪者の78.6%が女性で69.7%が流山市内に居住しており、50歳～60歳代が中心ということになるが（図1）、来訪理由（表4）やガーデニング経験（表5）からすると、ここに来るのは趣味縁・情報縁による集団として位置づけることができる。

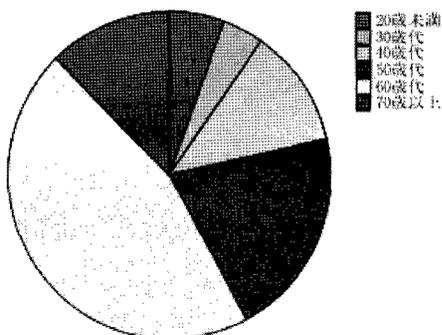


図1 来訪者の年齢

表4 来訪理由

	度数	パーセント
興味があるから	117	80.7
昨年良かったから	7	4.8
友人に誘われて	12	8.3
知人の庭だから	1	.7
家族のつきあい	2	1.4
偶然に通りがかった	1	.7
その他	5	3.4
合計	145	100.0

表5 ガーデニング経験

	度数	パーセント
自宅でやっている	102	70.3
やっていない	43	29.7
合計	145	100.0

5. オープンガーデン参加者（見せる側）の状況

「花恋人（カレント）」は現在会員が70名であるが、オープンガーデンに関する意識を捉えるため、会員全員を対象として留め置き法による質問紙調査を行った（2010年7月4日～25日）。

有効回答数は35で回収率は50.0%となるが、回答者のプロフィールは以下の通りである（表6～9、図2）。

表6 性別

	度数	パーセント
男性	3	8.6
女性	32	91.4
合計	35	100.0

表7 家族員数

	度数	パーセント
単身	2	5.7
2人	19	54.3
3人	10	28.6
4人以上	4	11.4
合計	35	100.0

表8 居住年数

	度数	パーセント
5～10年未満	1	2.9
10～20年未満	5	14.3
20年以上	29	82.9
合計	35	100.0

表9 出身地

	度数	パーセント
流山市	2	5.7
その他	33	94.3
合計	35	100.0

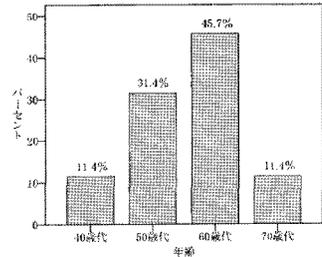


図2 参加者の年齢

これによれば、女性の比率が91.4%、60歳代が45.7%、2人世帯が54.3%と半数を越えている点が際立っている。また、居住年数20年以上の回答者が82.9%に及ぶが、流山市以外の出身者が94.3%を占めている。また、クラブへの加入理由について自由記述で回答してもらったものをコーディングして集計した結果、「友人に誘われて」が34.3%と最も高く、ついで「交流がしたくて」が25.7%であった(表10)。オープンガーデンで庭を公開している会員が48.6%なのに対して、よその庭を見学している会員が94.3%となっていることと合わせると(表11・表12)、あらためて地縁に依らないコミュニティ形成の重要性を感じさせる。

表10 加入理由

	度数	パーセント
参考にしたくて	7	20.0
友人に誘われて	12	34.3
交流がしたくて	9	25.7
地域のため	5	14.3
その他	2	5.7
合計	35	100.0

表11 見学経験

	度数	パーセント
ある	33	94.3
ない	2	5.7
合計	35	100.0

表12 公開経験

	度数	パーセント
毎年している	17	48.6
何回かしたが今はしていない	4	11.4
一度ある	7	20.0
全くない	7	20.0
合計	35	100.0

6. むすび

きわめて限定的ではあるものの、オープンガーデン参加者(見せる側)と訪問者(見る側)の双方の意向を調べてみると、流山市の事例では、参加者と訪問者のどちらも自分の趣味を通じたネットワークづくりを求めていることが確認された。これはコミュニティ形成志向とも言えるし、交流人口創出の核とも言える。その意味で地域づくりの資源とともに「着地型観光」の大きな資源として捉えられる。今後この資源をより大きな実りあるものとするためには、性別や年齢に大きく偏りのある状況をどのように是正するか、という観点から条件整備を整えることが望まれるだろう。

7. 参考文献

- 相田明・鈴木誠・進士五十八(2002):「英国ナショナル・ガーデン・スキームによるオープンガーデンの発祥と活動」『ランドスケープ研究』65(5)
- 赤石浩美(2007):「深谷市のまちづくりにみるオープンガーデン活動の役割」『Komazawa Journal of Geography 駒澤地理』No.43
- 島川崇(2008):『観光につける葉 サステイナブル・ツーリズム理論』同友館
- 高橋一夫・大津正和・吉田順一編著(2010):『1からの観光』中央経済社
- 多摩大学総合研究所・大和ハウス工業生活研究所(1993):『レジャー産業を考える』実教出版
- 土屋薫(2010):『流山グリーンチェーン戦略』に見られる住民参加の課題『コミュニティ政策学会資料集』
- 土屋薫・新井正彦(2010):『緑化と地域コミュニティ構築の担い手に関する研究』2009年度江戸川大学学内共同研究成果報告書