

# 徳島県神山町における住民理解を促進する町民町内バスツアー事業の評価

○三木裕子・舟橋星那(東京都市大学)・高田友美(神山つなぐ公社)・坂倉杏介(東京都市大学)

Keyword：住民理解の向上、地方創生、情報発信

## 1. 研究の背景

### 1.1 背景と課題

中山間地域の活性化の発端には、地元のリーダー層や移住者が中心となった先導的な地域イノベーション(\*)が重要である。しかし、活性化が起き始めてからは、一部の先駆的な担い手と旧来の一般的な住民の意識に乖離が生じることが多い。内閣府の地方創生第2期における新たな視点としても「誰もが活躍できる社会をつくること」が示されているように、地方創生の取り組み姿勢が地域の一般的な住民にも受容され、ともに実践していけることが持続的展開にとって不可欠である。しかし、一般的な住民にとっては、新しい活動や拠点に接点が少なく説明会等への参加動機は低く、そうした層をどのように情報共有、参加促進、共感的理解につなげていくかは、難しい課題である。

### 1.2 既存研究

地方創生の施策評価に関する先行研究は、先導的な事象やステークホルダーが対象とされているものが多く、先に課題として挙げたような地方創生の持続的展開のために次のステージに不可欠な、多数を占める一般的な住民に向けた施策の成功事例及び先行研究は少ない。

## 2. 研究の対象と目的

### 2.1 研究の対象

徳島県神山町が2016年10月から行っている「町民町内バスツアー」を研究対象とする。

神山町は、IT企業のサテライトオフィスやクリエイタークラスの誘致・移住支援で注目されている地方創生の先行的成功事例といわれる町である。その支援を先導したのはNPO グリーンバレーであったが、その流れに町としての創生戦略「まちを将来世代につなぐプロジェクト」(2015年制定)が重なり、住まいづくりやしごとづくりなど各領域での公共施策が相互に関連しながら展開されることとなった。そのような状況の中で、メディアで取り上げられたり町外からの視察者が訪れる機会も多くあるのに、町民が新しい拠点を知る・訪れる機会はなく、「町外の知り合いに最近の神山のことを聞かれても答えられない」「行く機会がない」という声が役場職員の耳に届くようになった。

そこで町の事業として「町民町内バスツアー」(以下、バスツアー事業)を企画した。地域イノベーションの現場を

巡る見学ツアーで、通常の広報手段(広報誌や回覧板、HP)で報告会やイベントの案内をしても参加(\*)につながっていなかった層を中心に多くの住民が参加している。参加者の感想からは新しい取り組みに対する理解や共感、主体的活動への意欲といった反応がみられている。

### 2.2 研究の目的

本研究では、バスツアー事業の「地方創生施策を地域の一般的な住民に伝え、理解と主体的参加につなげる施策」としての有効性を明らかにすることを目的とする。

実務の現場で感じる課題(伝えにくさ)に対して、バスツアーというフォーマットがどのようにデザインされていて、その結果、参加者がどのような体験をし、どのような意識変化を遂げているかを客観的に特定するとともに、バスツアー事業のプログラム構成の分析から、地方創生施策に対する住民理解と主体的参加の促進施策として有効に機能している要因を抽出する。

## 3. 研究方法

### 3.1 町民町内バスツアーの実績の整理

バスツアー事業は、2020年2月現在、53回開催されており、のべ672人が参加している。このうち、1回目から30回目までの実施記録をもとに、参加者属性、参加経緯、訪問先等を時系列に地理的情報と合わせて整理し、バスツアー事業の基礎的情報を網羅的に把握する。

### 3.2 フィードバックシート(FS)の分析

バスツアー事業では、参加者全員に対してツアーの最初と最後にマイクを回し、最初は参加動機を、最後には参加した感想を話してもらっている。この音源を文字起こししたものをフィードバックシート(以下、FS)として分析対象とする。このFSに対してコーディングとカテゴリー化を行い、参加者の体験を整理する。その結果を、「行動変容の5段階モデル」の枠組みを用いて分析する。このモデルはマーケティングや企業研修などで実践的に使われているものを参考にして設定したものである。

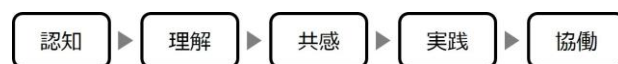


図1 行動変容の5段階モデル



バスツアー出発時の発言		
大分類	小分類	説明
バスツアーという形式の親しみやすさ	参加障壁の低減	ちょうどいい誘われる機会があった
	行楽的な楽しさ	前日から楽しみしており、外におしゃれをして出かけられる
	親しい仲間との体験の共有	ひとりがわかるよりみんなでわかって話せるようになるという
関心の幅	消極的な参加	団体の行事として、軽い気持ちで来た
	変化についての関心	新聞やテレビでよく目にして、どのような場所なのか、最近の町の変化について知りたいと思う
町の変化に対する複雑な感情	町の変化に対する疎外感や不安	町の変化から取り残された感じがする
	知らないことへの恥ずかしさ	聞かれたときにわからない/新しい動きに乗れていないのが町民として恥ずかしい
普段行けないところに行ける機会	遠出の機会	普段外に出ることもなく、奥の方へは行かないという、地理的に行く機会がない
	縁のない場所への訪問の機会	タイミングもなく、職場、住んでいる地域以外を知らないことにより近づけない
	普段と違う交流・体験の機会	いつものメンバーでも違う場所で1日同じ時間を過ごし、交流や体験ができる

バスツアー終了時の発言		
大分類	小分類	説明
バスツアーという形式の親しみやすさ	参加障壁の低減	個人では行けないところに、知り合いと行楽としていける仕組みだったので参加できた
	行楽的な楽しさ	ツアー自体が楽しく、行った場所も気に入った
認知・理解・共感の促進	町の変化への理解	実際に訪れ、当事者から話を聞くことで自分の知らなかった今の神山の動きを知る
	活動への共感	活動に対して感激し、肯定的になる
	リピーターの創出	訪れた場所にまた行きたい バスツアーにまた参加したい
	町の今後への期待感	町で起きていることや町役場に対して期待感を持ち、応援的になる
実践・協働の予兆	活動者になることへの意欲	見学した活動や聞いた話に触発され、自分自身もなにかやりたいという気持ちになる
	二次的な広報	見たり聞いたことやバスツアーの制度自体を知り合いや町全体に広げたいこうとする
	前向きな姿勢に触発	見学した人々の前向きな姿勢に触発され、明日への活力となる

桜が織り交ぜられていた。

## 4.2 FSの分析

FS に対してコーティングとカテゴリー化を行った結果を表2に示す。

事前の分析からは、事後でも見受けられたバスツアーという形式の良さによる参加者誘引が見受けられた。また、参加者の関心にも幅が見られ、まちを知りたいという前向きな関心からの参加だけではなく、団体の行事だから軽い気持ちで参加したというケースも見られた。さらに、町の変化に対しても複雑な感情を抱えており、変化についていけないことやそれによって町外の知り合いからの質問に答えられない恥ずかしさなどを感じていることが明らかになった。他方、実際に見学に向かう場所に対しては、知らない場所としての心理的な壁はあるものの、遠出ができる楽しみや普段と違う体験や交流への期待感といった前向きな印象を読み取ることが出来た。

事後の分析からは、参加の要因だけではなく参加した際の状況についての語りを得ることが出来た。

中でも認知・理解・共感については、実際に訪問し、当事者からの話を聞くことでよりリアルな活動に対する熱量を感じることにつながり、それが活動に対する理解や共感につながっていると考えられる。そこで得られた共感が、「訪問先にまた行きたい」「バスツアーにまた参加したい」というリピーターの創出や、町の今後に対す

る期待につながっているといえよう。また、実践や協働の予兆として、共感したことを知り合いや町全体に伝えようとする動きや、自身もなにかしようとする意識の芽生え、さらには、日常生活自体への活力といった前向きな意識変化も見受けられた。

## 4.3 プログラムデザインの分析

バスツアー事業の基本構成は表3のとおりである。バスツアー事業の始まりは町の創生戦略を担当する総務課と、創生戦略を町とともに実行する機関として設立された一般社団法人神山つなぐ公社（以下「公社」と略す）の担当者の課題意識に端を発している。言葉ではなかなか伝わりにくい町の新しい動きを、実際に場所を見て人と話すことで理解してもらおうと考え、役場内の各課と公社の両輪で戦略を検討するために隔週で開かれていた会議体で基本構成のアイデア出しを行い、「町内の地域間をまたいで訪問するのは案外ハードルが高い」という町民感情や、「グループで誘い合わせると参加しやすそうだ」といった提案を参考にした。新しい活動拠点が集中している神領地域ではない徳島市寄りの広野地域の町民を対象

表3 バスツアー事業の基本構成

車両・運転手	町営バス・スクールバスと同じ枠組みで確保
参加人数	町民5名より催行 事務局含め20名以内で運行
参加の単位	個人ではなくグループでの申込み
添乗員	総務課と公社の職員が1名ずつ事務局として添乗
コース	半日で昼食をはさみ10ヶ所程度を訪問
費用負担	運行にかかる経費(人件費・燃料費)は地方創生交付金 参加者は昼食代実費として1500円程度を負担

にテスト走行を行い、基本構成ができていった。以後、毎回の企画、調整、アテンドを総務課と公社で担っている。

プログラムデザイン上の意図や工夫について、運営担当者へのヒアリングを行った。

参加者の募集は、町の広報紙、回覧板、HP といった既存の広報手段以外に、個別に声かけも行っていった。まず町内各地域から偏りなく参加してもらえることを重視し、その上で既に活動しているグループに着目し、長寿会など地縁系組織や趣味のサークルといったグループの種類にも偏りがないように配慮して、グループのキーパーソンに案内をしていた。参加が決まれば、キーパーソンと事務局とで詳細の行程を相談する流れとなり、そこでコースがカスタマイズされることとなる。体験者からの口コミで同窓会での利用にもつながっている。

バスツアー当日は、参加者全員にマイクを回し、初めには参加の動機や今の気持ちを、最後には感想を、それぞれ話してもらっている。お互いの発言を聞き合うことで、単に楽しいだけでなく認知に対して自覚的になる。

また、訪問先の店主やリーダーに活動や神山町への思いを語ってもらう時間を取っている。新しく活動を起こした移住者らにとっても「町の人々に理解してもらえるのは嬉しいこと」で、バスツアー事業の意義に賛同して無償で協力してもらっている。

毎回の参加者の発言音源は文字起こしされ、写真とあわせて事務局から訪問先と役場内関係各課に報告を行っている。バスツアー事業に協力してくれるところにきちんとフィードバックを行うことが、4年以上50回以上にわたりバスツアー事業が基本構成を大きく変えることなく続けられている要因といえる。

以上のプログラムデザイン上の工夫を表4にまとめる。まず一般的な住民の参加を誘引するための工夫があり、理解を促進し行動変容につながるポイントとなるツアー内容、そして継続のための仕組みが総合的に組み立てられたプログラムデザインであることがわかった。

表4 プログラムデザイン上の工夫

参加の誘引	① バスツアーという形式 ② グループでの参加 ③ キーパーソンへの声かけ
ツアーの内容	④ 参加動機と参加後の感想を互いに聞き合う ⑤ 訪問先の主に活動への思いを語ってもらう ⑥ グループごとにコースをカスタマイズ
継続の仕組み	⑦ 関係者(訪問先、役場内)へのフィードバック

## 5. 考察とまとめ

### 5.1 考察

FS の分析から、バスツアー参加者の多くが地域の新しい動きに対して、5段階モデルでいう「認知」から「理解」、「共感」へと行動変容を遂げていること、また「実践」、「協働」にもつながりそうな予兆が客観的に把握されたこの変容は、プログラムデザイン上の工夫によるところも大きいといえる。

また、「町の将来が楽しみ」「長生きしたい」といった人生や地域に対する前向きなビジョンも得られた。5段階モデルに当てはめるとこうした段階を踏んで実践、協働につながっていると見えそうだが、他の人の姿勢に触発されて一人ひとりの意識が変わっていくこと自体が地方創生にとって非常に重要である。これは全国どの地域でもあてはまるといえよう。

### 5.2 まとめと今後の課題

バスツアー事業の意義を総括すると、運営担当者の創意工夫を織り込んだプログラムが、一般的な住民に対して町の新しい動きを伝え地方創生施策への理解と主体的参加を促進する施策として有効であり、地方創生の持続的展開に資する枠組みといえる。

これから入手する31回目以降の開催分データについても同様の分析を行い、時点変化を含めて客観的な把握に努めたい。運営担当者へのヒアリングによると、近年の開催回では、以前の参加者の中からツアーの企画に提案を持ち込むといった実践の様子もみられるため、その実態の把握を進める。また、視察先へもインタビューを行い、多角的にバスツアー事業の分析を進めていきたい。

#### 【引用・参考文献】

- (1)内閣府地方創生推進事務局, 2019年、地方創生の現状と今後の展開
- (2)佐野淳也, 2020年、内発的発展としての地域イノベーションとエコシステム, 同志社政策科学研究, p87-100
- (3)福田充男ら, 2019年、地域イノベーション急速普及の要因に関する研究, 計画行政. 日本計画行政学会 p34-47

#### 【注記】

(\*)1)地域イノベーションの定義は様々であるが、ここでは佐野(2020)による「単なる技術革新や産業創出ではなく、地域社会における課題に対する革新的な取り組み全体」を指すものとする。

(\*)2)説明会や視察の場に出席するという意味での物理的な「参加」と、意思をもって行動を起こすという意味での「参加」を区別するために、本論では後者を指すときには「主体的参加」と表現している。

(\*)3)2020年7月

【謝辞】神山町役場総務課のみなさまには、資料提供やインタビュー対応など、多大なご協力をいただきました。ありがとうございました。