

平成 26 年度

修士論文

モビリティ・マネジメントの新たな可能性
—交通まち育てのあり方に関する研究—

弘前大学大学院 教育学研究科 教科教育専攻家政教育専修
住居学分野 13GP226 大野悠貴
指導教員 北原啓司

目次

第1章 背景・目的

- 1-1 研究背景
- 1-2 研究目的

第2章 既存研究の整理と交通まち育ての位置づけ

- 2-1 地域社会学から見る公共交通問題への市民・住民の主体的参加
 - 2-1-1 公共交通問題への市民・住民の主体的参加の難しさ
 - 2-1-2 「私化と制度化」の限界
 - 2-1-3 小括 一公共交通の問題における「私化と制度化」
- 2-2 まち育てに関する既存研究の整理
 - 2-2-1 まち育ての再定義
 - 2-2-2 まち育てにおける「公」と「私」の関係
 - 2-2-3 まち育てにおける「市民・住民」について
 - 2-2-4 多様な参加が創り出す共同性
 - 2-2-5 「育てる」という意味でのマネジメント
 - 2-2-6 小括
- 2-3 モビリティをマネジメントする交通まち育て
 - 2-3-1 交通まち育ての定義
 - 2-3-2 MM 施策の中での交通まち育て

第3章 大学生が主体となった交通まち育ての実践事例

- 3-1 学生団体「H・O・T Managers」の概要
 - 3-1-1 H・O・T Managers とは
 - 3-1-2 H・O・T Managers の活動内容
 - 3-1-3 取り組みの工夫
 - 3-1-4 H・O・T Managers の活動による効果
- 3-2 H・O・T Managers メンバーの「想いやこだわり」
 - 3-2-1 調査対象・方法
 - 3-2-2 H・O・T Managers に入った動機
 - 3-2-3 活動に参加しているときのモチベーション
 - 3-2-4 H・O・T Managers の活動を通したメンバー自身の変化
- 3-3 まとめ
 - 3-3-1 H・O・T Managers から見る交通まち育ての基本的なあり方
 - 3-3-2 交通まち育てにおける「学び」

第4章 商業店舗における交通まち育ての実践事例

- 4-1 駅裏ギャラリー散歩の概要
- 4-2 駅裏ギャラリー散歩にかけられた「想いやこだわり」
- 4-3 まとめ

第5章 札幌らしい交通環境学習における交通まち育て

- 5-1 札幌らしい交通環境学習の概要
 - 5-1-1 従来のMM教育が抱える課題
 - 5-1-2 札幌らしい交通環境学習の実施内容
 - 5-1-3 札幌らしい交通環境学習の実施体制における特徴
- 5-2 札幌らしい交通環境学習に参加している学校教諭の「想いやこだわり」
 - 5-2-1 調査対象・方法
 - 5-2-2 札幌らしい交通環境学習に参加している学校教諭のモチベーション
- 5-3 まとめ

第6章 結論

- 6-1 交通まち育てのあり方
 - 6-1-1 「私」の多様な参加を許容する
 - 6-1-2 「公」から始まる交通まち育ての可能性
- 6-2 交通まち育てにおける今後の展望と課題
 - 6-2-1 交通まち育てにおける今後の政策的展望
 - 6-2-2 交通まち育てにおける今後の研究課題

第1章 背景・目的・方法

1-1 研究背景

地域モビリティの衰退、とくに地域公共交通の衰退は、都市・環境・福祉など様々な分野に影響を及ぼす、早急に解決が必要な社会問題である。弘前のような地方都市においてはこの問題が顕著であり、2013年に弘南鉄道大鰐線の存廃が取り沙汰されたのは記憶に新しい。この問題は、みんなが利便性を追求して、クルマばかりを使うライフスタイルを続けるという、私たち一人一人の“ふるまい”によってもたらされていることが明らかになっている。問題解決のためには、私たちのこれまでのふるまいを見直し、一人一人の意識変化によって交通行動を変容させることが不可欠であり、その具体的な手法として、土木、社会工学の分野で近年盛んに議論されているのが、みんなが少しずつでもバスや鉄道、徒歩や自転車などで移動すること、過度なクルマ利用から“かしこく”クルマを使うことへの理解を人々に促し、意識付け、自発的な行動変容につなげる一連の取り組み、「モビリティ・マネジメント（以下MM）」である（藤井、谷口 2008）。

ところで、地域づくりやまちづくりなど、地域や都市に関わるあらゆる分野において、市民参加や住民参加が必要であるという認識が浸透し、議論、研究がなされていることは言うまでもない。政策の意思決定の際に市民や住民を巻き込む **Public Involvement (PI)** は、その代表的な手法だ。さらに踏み込んだ形としては、行政主導の限界を背景に孕みつつ、行政に替わって市民・住民や民間が都市施策や地域施策に主体として関わる取り組みも数多く存在する。エリアマネジメントやタウンマネジメント、すなわち「まち育て」はその好例といえる。

藤井（2011）はMMの主体について「その対象が「一人ひとりの移動」であるなら「一人ひとりの住民」であるし、「それぞれの地域全体の移動の様子」が対象であるなら、そのマネジメントの主体は、「その地域に関わる人々や組織すべて（たとえば、行政や企業、住民）」である」（同 p17）と述べており、市民や住民による主体的なマネジメント、「育てる」という要素が内包されていることがうかがえる。

しかし、現在の交通施策は、地域づくりやまちづくりなどと比べて、未だに行政側に主導権が偏っている。そのため、MMにおける「マネジメント」は、市民や住民が主体的に関わる「育てる」と言うよりも、コントロールに近いのが現状だと言える。

市民・住民がより主体的に交通と関われるようにすることが、できないだろうか。

1-2 研究目的

MM には、市民や住民による主体的なマネジメントの余地があるにもかかわらず、既存の MM 施策ではほとんど手をつけられていない。本研究では MM の「マネジメント」を「育てる」という意味で新たに解釈したものとして、モビリティをマネジメントする「交通まち育て」という概念を提起する。そして、「交通まち育て」の具体事例を紹介していき、交通まち育ての原動力である一人一人の「想いやこだわり」、ならびに、交通まち育ての実施主体にもたらされた変化から、MM の新たな可能性としての交通まち育てのあり方を明らかにするとともに、交通まち育ての今後の展望と課題についても明らかにしていく。

第2章 既存研究の整理と交通まち育ての位置づけ

2-1 地域社会学から見る公共交通問題への市民・住民の主体的参加

2-1-1 公共交通問題への市民・住民の主体的参加の難しさ

社会学、とくに地域社会学の分野では、近年になって共同性や地域コミュニティの議論の中で公共交通を取り上げるようになってきている。田中（2007）は地域社会学が交通を研究する必要性について次のように述べている。「交通は、各地域のもっている価値や役割を大きく規定する。（中略）従来の交通研究は、交通事業者あるいは運輸行政という立場からの研究が中心で、地域社会という観点からの研究は希薄であった。（中略）したがって、地域社会の研究を進めてゆくなかで、交通を地域に「埋め戻す」ことが必要となる」（同 pp321-323）。公共交通問題を地域が抱える問題として捉え、地域という視点に立って議論や研究を展開することの重要性が認識され始めている。

ところで、山下（2010）は、生活の様々な場面で、今は問題がなくても、手を尽くさなかったことで、将来、非常に大きな危機をもたらすかもしれない状況を、「生活リスク」という言葉で表している。生活リスクの問題は、医療、学校、買い物、雇用だけでなく、交通にもあり、地域のあらゆる場面で確認できる。

しかし、地域に散乱する生活リスク問題に住民自身が取り組むことは困難を伴う。山下はその理由として次の2つをあげている。「まず第一に、公共サービスの拡大進展は、長い期間をかけて、地域住民をサービスの「受け手」にしてしまった。（中略）第二に、この受け手の裏側にあるものだが、人々の間に潜在している無力感がある」（山下 2010 p17）。

1つ目、公共サービスの拡大進展が地域住民をサービスの「受け手」にしてしまった点については、田中（2007）が戦後日本社会における「私化と制度化」として詳細に説明している。

私化とは、公的な社会制度から「生の意味賦与」がなされず、個人個人が自らの生の意味を発見しなければならないことである。日本の私化は、家族への閉塞、家族制度の脱制度化、生活の個人化など、地域における社会関係の希薄化をもたらした。

一方、制度化は、生活の社会化を可能にする装置の整備（装置化）と、生活の諸問題を行政が「責任を引き受ける」こと（行政化）の2つに分けられる。装置化は交通をはじめとする各種インフラ、消防、ゴミ処理、教育、福祉、医療などの施設整備によって、それまで地域住民の共同の努力によって維持、あるいは問題解決されてきた課題が住民自身の直接的な関与なしに解決できるようになることである。そして、行政化によって、地域の共同の解決問題が行政的に「肩代わり」されていった。ただし、田中は行政化を「地域問題を処理すべき主体（「処理責任主体」）が、個人（あるいは家庭）やコミュニティから、行政機関へと転移したと信じられていることでもある」（同 p58）と述べており、完全に行

政が問題解決を肩代わりしているわけではないにもかかわらず、地域住民は行政によって「肩代わり」されていると信じている。

以上のように、地域における社会関係の希薄化によって市民や住民の地域社会との関わりは断たれ、加えて様々な施設整備によって地域社会と関わる理由を消し去り、行政が地域の問題を肩代わりしてくれるという住民の一種の信奉も相まって、地域住民をサービスの「受け手」にしてしまったのである。

2 つ目の、人々の間に潜在している無力感について、山下（2010）が次のように述べている。「地域公共交通の問題も、個人がどうこうできるものではなく、自治体が決め、事業者が決めるものであり、その決定の裏には国があり、市場経済があり、グローバル化がある。（中略）地域住民の中には、もはや自分たちには行政・政治・経済の変動には対応する手段はないという無力感が醸成されつつあるようだ」（同 p17）。公共交通の問題は、市民や住民にとって気軽に参加できる事柄ではなくなってしまっている。

2-1-2 「私化と制度化」の限界

田中（2007）によれば「私化と制度化」はすでに限界を迎えている。

個々人の幸福を追求してきた私化は、共同の幸福追求を軽視し、公的領域に貧困化をもたらした。「私化はもはや、私的な自助努力で「私」の幸福を実現することが不可能な地点まできている。「私」が「公」へ回路を開いていない限り、「私」の幸福は実現できない」（同 p47）。「私」が狭い生活空間に自閉することによって、公共空間・環境の質は次第に低下してきた（中略）私化は日本においては、「狭く、貧弱な」私的領域しか創りださなかった。その狭い私的領域に、さまざまなモノを「豊かに」持ち込んでも、「真の豊かさ」は実現されない」（同 p55）。「真の豊かさ」を実現させるためには、「私」が「公」へ回路を開く、つまり何らかの形で住民が地域やコミュニティへ参加することが必要となる。

制度化も、合理性の逡巡の限界、行政的費用の限界を抱え、加えて、住民の依存心の増大によって、行政化→住民の行政依存→住民自身の主体的対応の放棄という悪循環が生じ、問題解決はますます困難になっている。田中が「行政化の水準を、住民の関与により一定の範囲内にとどめることが必要」（同 p65）と述べているように、住民自身が地域やコミュニティと関わり、参加することが求められている。加えて、田中は行政側にも、住民の依存心増大の悪循環を断ち切るため、「行政的問題処理にコミュニティ型の問題処理を接続してゆくこと」「行政が「共同」への回路を求めてゆくこと」（ともに同 p65）がなされなければならないと述べている。「公」が「私」へ回路を開くこと、つまり行政は問題の解決を「肩代わり」するのではなく、地域の共同の解決問題としてコミュニティに戻すことが求められている。

私化と行政化の過度な進展に対して一定の歯止めをかけるためには、「私」が「公」へ、「公」が「私」へ、それぞれ「共同」への回路を開くことが必要なのである。

2-1-3 小括 一公共交通の問題における「私化と制度化」

公共交通問題を地域が抱える問題として捉えたとき、交通もまた、市民や住民の主体的な参加が求められている。

交通における私化はモータリゼーションであると考えられる。私化の申し子であるクルマは、個々人の幸福を追求してきた。しかし、私化は公的領域の質を低下させていった。具体的には、公共交通の衰退をはじめ、道路渋滞、環境汚染、交通事故の増加などがある。今、「真の豊かさ」を実現させるためには、共同の幸福追求を重視するという点で、住民自身が交通と関わり、公共交通の問題に何らかの形で参加することが必要となる。

制度化の中で、公共交通の「公共」という言葉は都合のいいよう解釈され、交通問題は行政・事業者によって「肩代わり」されていると住民も行政・事業者も信じていた。しかし、その神話が限界を迎えた今、住民の参加だけでなく、行政・事業者が交通問題を地域に戻すことも、合わせて求められている。

これまで公共交通は、その事業の特殊性も相まって、行政や事業者が閉鎖的に担ってきた。そのため、サービスの「受け手」である市民や住民にとってはあまりにも縁遠く、交通と関わる機会・理由だけでなく、関わろうとするモチベーションすら失われている。市民や住民が交通と主体的に関わる機会や理由、あるいはモチベーションを生み出すために、住民にも行政にも必要なのが、本研究のテーマである「交通まち育て」ではないだろうか。

2-2 まち育てに関する既存研究の整理

2-2-1 まち育ての再定義

「まち育て」には「一応の」定義は存在する。「まち育て」と「一応の」を括弧付きで記したのは、本研究ではこの定義を用いないからである。延藤（2010）による「まち育て」の「一応の」定義は、2001年度日本都市計画学会石川賞を受賞した。延藤は「まち育て」を次のように定義している。

『市民・行政・企業の協働作業により、環境（人工・自然・歴史・文化・産業・制度・情報など）の質を持続的に育み、それにかかわる人間の意識・行動も育まれていくプロセスを指す。』

しかし、この定義では、行政側の政策検討の文脈における市民参加の議論の範疇にとどまっており、従来からの **Public Involvement (PI)** などとほぼ変わらない。本当のまち育てには、プロセスだけではなく、その大前提に市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツがあるのではないだろうか。

加えて、そもそも、まち育ての明確な定義は存在しないのではないだろうか。まちづくりという言葉に明確な定義が存在しないのと同じで、まち育ても概念的な言葉であり、プロセスなどという具体内容を指し示すものではないと考える。無論、そこには普遍的な“何か”は存在するとは思う。その“何か”が、まち育ての大前提にある、市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツではないだろうか。

よって、本研究ではまち育てという言葉をもとに、北原（2009a）の説明から以下のように再定義する。まち育てとは、『人々が「公共のためなどと、大上段に振りかぶっていくのではなく、自分の周りの身近な空間への想いやこだわりを大事にして物事を進めることが、結果的に共同性を醸し出す」（同 p14）ようなまちとの関わり方のこと』である。要するに、自分たちなりのそれぞれのスタイルでまちと関わることであり、市民や住民による主体的なまちへの参加のあり方のことである。

なお、ここで言う「共同性」とは、田中（2007）の「共同」に基づくものとする。

ここからは、北原（2007, 2009a, 2009b, 2013a, 2013b）の既存研究をもとに、まち育ての再定義の根拠を明らかにしながら、まち育てのあり方について述べていく。

2-2-2 まち育てにおける「公」と「私」の関係

まち育ての再定義の根拠を明らかにする前に、まず、まち育てにおける「公」と「私」との関係について述べておきたい。

従来の日本の都市計画やまちづくりなどにおける「公」と「私」の関係は、一方的な主体—客体の関係である。図 1 は、従来のまちづくりにおける参加のあり方を模式的に表している。従来のまちづくりは、主体の行政がまちという料理をつくり、それを客体の地域住民や市民は“食べさせてもらう”という関係だった。まちづくりのイニシアチブはまちを「つくる人」にあり、まちを「食べる人」にはアンケートや落とし所が決まったワークショップなど、「形式的な参加」の機会しかない。少し踏み込んだ Public Involvement (PI) についても、それはまちづくりの主体である「つくる人」が「食べる人」の好みを探るための手法であり、根本的な図式は変わっていない。

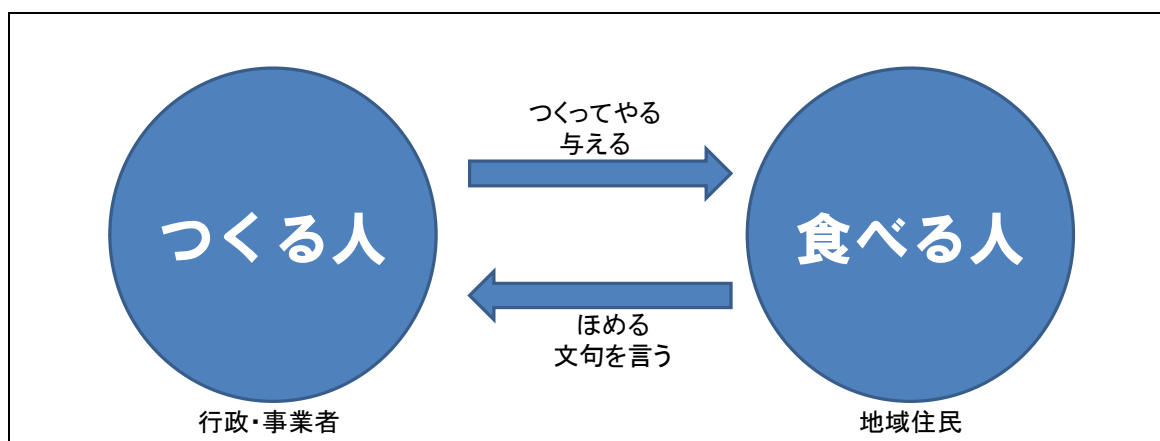


図 1 従来のまちづくりにおける「参加」

出所 青森県 2010『あおもりまち育てブック』

一方で、まち育てにおける「公」と「私」との関係は、一方的な関係ではない。図 2 はまち育てにおける参加のあり方を模式的に表している。まち育てのファースト・ステップは、「食べる人 (=市民・住民)」による素材の提供である。例えば、まちの楽しみ方、まちを楽しむライフスタイルの提案などが挙げられる。言いかえれば、まちや地域についての「物語の提案」である。次は、「つくる人 (=行政・事業者)」の出番で、「食べる人」から提供してもらった資源を活かそうと、施策を講じたり制度をつくったりする。その施策や制度を実際に「食べる人」が使ってみて (=味見してみ)、美味しければ施策や制度がより良くなるようなアクション (=受け皿づくり) を、不味ければ何がいけなかったのかつくる人と一緒に考えたりする。こうして、「つくる人」と「食べる人」の協働作業によって出来上がったまちという料理を、最後はみんなで美味しくいただくのである。

以上のように、まち育ては進展するにつれて「公」と「私」との協働作業になる。したがって、まち育てのイニシアチブは「つくる人」と「食べる人」の双方にあり、どちらも主体である。まち育てにおける「公」と「私」との間には、一緒にまちを育てていく仲間のような関係性、つまり「つくる人」と「食べる人」との双方向的な関係性が求められている。

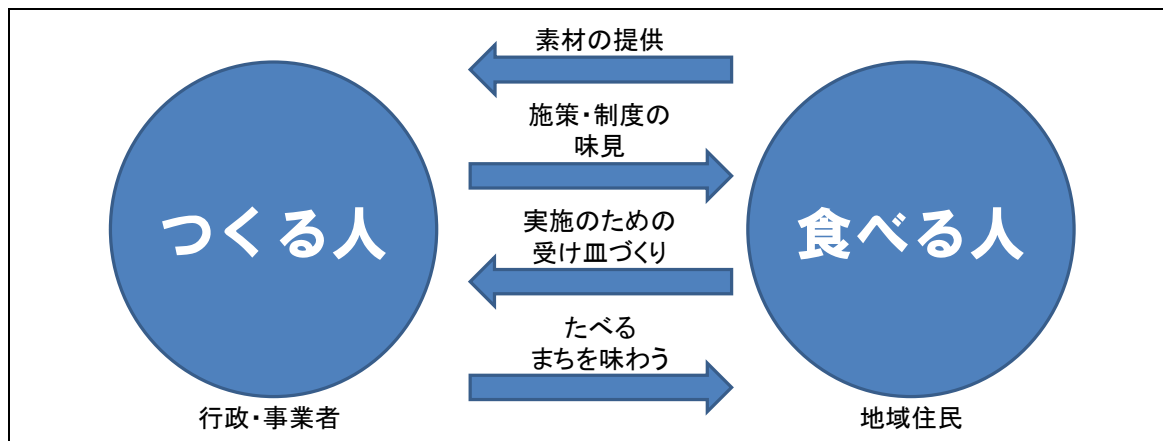


図2 まち育てにおける「参加」

出所 青森県 2010『あおもりまち育てブック』

2-2-3 まち育てにおける「市民・住民」について

さて、本研究ではまち育てを『人々が公共のためなどと、大上段に振りかぶっていくのではなく、自分の周りの身近な空間への想いやこだわりを大事にして物事を進めることが、結果的に共同性を醸し出すようなまちとの関わり方のこと』と定義した。言いかえれば、自分たちなりのそれぞれのスタイルでまちと関わることであり、市民や住民による主体的なまちへの参加のあり方のことである。ここでいう「人々」あるいは「市民や住民」とはどのような人たちのことを指すのだろうか。

図2のまち育てにおける「たべる人」について、北原(2009a)は次のように述べている。

「子どももお年寄りも、皆それぞれの立場で「たべる」プロなのです。」「けっして、「つくる」プロになるための教育を受けたわけではありません。これまで生きてきた中で、毎日の生活の中で「たべる」プロとして成長してきたのです」(ともに同 p9)。

「彼ら〔=魚屋さん、団地に住むお年寄り(同 pp2-3 より)〕はけっして「まちづくり」を学校で学んできたわけではありません。まちに住み続けてきた人々です。その延長で、自分たちの立場で「まちづくり」を担ってきた人たちなのです」(同 p3)。

まちを「つくる」プロは、従来の日本の都市計画やまちづくりなどに「公」として既に存在しているが、まちを「たべる」プロはいない。まち育てでは、「公」と「私」とが一緒にまちを育てていくことが求められているが、「私」とは誰か。まちを「たべる」プロは誰になるのか。それこそが北原の言う「これまで生きてきた中で、毎日の生活の中で「たべる」プロとして成長」したきた人、「まちに住み続けてきた人々」のことであり、そのまちや地域で生きる市民や住民のことなのである。

2-2-4 多様な参加が創り出す共同性

まち育てにおける参加とは、本研究におけるまち育ての定義から、「公共のためなどと、大上段に振りかぶっていくのではなく、自分の周りの身近な空間への想いやこだわりを大事にして物事を進めること」である。詳しくは北原（2009a）を参照されたい。

ここでは、まち育てにおける、まちを「たべる」プロの参加のあり方を簡単に説明したうえで、それがどのように「共同性を醸し出すこと」につながるのかを概観する。

青森県が発行した『あおもりまち育てブック』には、まち育てに人々が参加している具体例として、次のような例を挙げている。「毎日、家のまわりの花に水をやっているお母さんも、みんなが歩きやすいように家の前の道路の雪かきを毎朝一生懸命がんばっているお父さんも、妹と手をつないで、事故に遭わないように小学校に通っているお兄ちゃんも、みんな「まち育て」に参加しています」（青森県 2010 p4）。例えば、「家の前の道路の雪かきを毎朝一生懸命がんばっているお父さん」に注目する。家の前の道路の雪かきをする動機は様々である。「みんなが歩きやすいように」という奉仕的な動機があるかもしれないが、「ご近所の目があるから・・・」とか「家の車庫から車が出せない」といった個人的な動機も十分に考えられる。しかし、隣の家も、その隣の家も、同じように家の前の道路の雪かきを行えば、その道路一帯の歩道空間は除雪がなされ、人々は安全に、快適に歩くことができる。

まち育てにおける参加について北原（2009b, 2013b）は、青森県弘前市の田町にて、家の前を花で飾るという一人の住民の趣味が地域内で流行し、行政のものである側溝も私有化しながら、それぞれが思い思いに家の前を花で飾ることで、結果的に地域の景観が良くなった事例をあげている。このとき、住民たちは「地域の景観を良くしよう」とは思っておらず、北原によれば「私の花の方が、あの人の花よりも上手い、綺麗だ」と言わせたい（同 2013b p9）というある種の意地の張り合いが、この地域の住民たちによるまち育ての動機である。北原はこの事例について、「みんなでどっちの方向を向いているわけでもなくて、ただただ出し抜いてもいいから、自分の好きな花を飾りたいと思って結果的に、〔公的な景観〕に繋がっていく」（同 2009b p11）と述べている。

北原（2009b, 2013b）はまた、まち育てにおける参加について、青森県黒石市の「こみせ」を事例にあげている。「こみせ」は所謂「雁木造」のことで、商店や家屋の私有地である軒先を開放し、軒先同士がつながることで、屋根や雪除けの扉が付いた歩道空間として、積雪期の人々の往来を快適にしている。商店としては、雪や雨の日に間違ってもいいから店に入ってきてもらえれば、それはビジネスチャンスにつながる。商売として健全な「私利私欲」を動機として、人々の歩行空間が確保されるという、江戸時代から続く手法である。

以上の3つの事例に共通して言えることは、「個人が自分の生活の延長でちょっとやってみるという事が繋がり、それが公的なものになる」（北原 2009b p3）こと、「全体で繋がっ

ているのに、個々ではバラバラ [なベクトル] だ、でもやっぱり全体は繋がっている」(同 p4) ことである。つまり、市民や住民が、私的な理由や動機で地域やまちと何らかの形で関わることで、共同性が醸し出される。

したがって、まち育ては、人々の多様な参加のあり方を許容する。

2-2-5 「育てる」という意味でのマネジメント

近年、マネジメントという言葉が多用されている。本研究のテーマである MM (モビリティ・マネジメント) だけでなく、地域づくりやまちづくりの分野においても「エリアマネジメント」や「タウン・マネジメント」などの用語が見られる。

ところで、北原 (2009a) は「まち育て」はタウン・マネジメント」(同 p62) であると明言し、その理由を以下のように述べている。

「マネジメントという言葉が、私たち日本人にはどうもうまく伝わってきません。管理とか運営とか、なんとなく面白くなさそうな意味にと取られてしまいます。しかし、マネジメントこそ、本当の意味で育てることにつながっていく考え方なのです。なぜなら、マネージという英語は、本来「なんとかする」とか「どうにかする」という意味なのです。(中略) まるで自分たちの子どもを育てるように、まちを育てていくことを、私はタウン・マネジメントという言葉に込めたいと思います」(同 p62)。

まち育てにおいて「マネジメント」という言葉には、まちや地域をなんとかしよう、どうにかしようとする「育てる」という意味がある。

エリアマネジメントにおいても、「マネジメント」という言葉を「育てる」という意味で用いている。エリアマネジメントの特徴を説明する中で、「これからは、開発をするのであれば、ただ「つくること」だけではなく、その後の維持管理・運営 (マネジメント) の方法、つまり「育てること」までを考えた開発を行うこと、また、既成市街地等においても、維持管理・運営を行い、地域を「育てること」が必要」(エリアマネジメント推進マニュアル検討会 2008 p9) と述べている。なお、ここではエリアマネジメントもまち育てだと考えてよい。詳しくはエリアマネジメント推進マニュアル検討会 (2008) を参照されたい。

ところで、まち育て (タウン・マネジメント) が、市民や住民による主体的なまちとの関わり方であるように、エリアマネジメントも「行政主導ではなく、住民・事業主・地権者等が主体的に進めること」(同 p9) とされている。したがって、まちや地域をなんとかしよう、どうにかしようとする「育てる」ということは、市民や住民によるまちや地域の主体的な「マネジメント」だとも言える。

2-2-6 小括

1 節より、「私化と制度化」の限界を迎えている日本社会において、「私」が「公」へ、「公」

が「私」へ、それぞれ「共同」への回路を開かなければならない。そのために「公」と「私」が共有すべきベクトルが、まち育てではないだろうか。

従来のまちづくりにおける「公」と「私」との関係では、「公」が「私」に「共同」への回路を開くことは難しい。まちづくりのイニシアチブは「公」にあり、「私」はただサービスを享受するという、一方的な主体—客体の関係に止まる。しかし、1節でも述べたように、「公」は地域で解決すべき問題を「肩代わり」しているだけに過ぎない。まち育ては、「公」と「私」の双方にイニシアチブがあり、一緒にまちを育てていく仲間のような関係を実現できる。その点で、行政は問題の解決を「肩代わり」するのではなく、地域の共同の解決問題としてコミュニティに戻すことが可能となる。

一方、まちを「たべる」プロである市民・住民の参加についても、従来のまちづくりにおける「公」と「私」との関係では、「私」が「公」に「共同」への回路を開くことはできない。1節で述べたように、市民や住民はサービスの「受け手」となってしまっただけでなく、まちや地域と関わることへの無力感が醸成されている。公共交通や都市計画のように、とくに行政や事業者が閉鎖的に担ってきた事柄については、市民や住民にとってはあまりにも縁遠く、まちや地域に関わる機会・理由だけでなく、関わろうとするモチベーションすら失われている。

しかし、人々の多様な参加のあり方を許容するまち育てなら、自分たちなりのそれぞれのスタイルでまちと関わるができる。そこに、市民や住民がまちや地域と主体的に関わる機会や理由、あるいはモチベーションを生み出す活路が見出せるのではないだろうか。

従来の日本のまちづくりや都市計画の基本的な考え方は、多数決の原理による線引きであり、そこに多様性はない。例えば、「廃線で危機に陥っている鉄道のために、無人駅に花壇をつくって、住民に花を植えてもらう」という企画があったとき、従来の参加の形であれば、「つくる人」がルールを決め、「たべる人」はルールに則り、決められたお花を、決められた場所に、決められたように植えるだけになる。ルールに縛られた中では多様性は生まれにくい面白みにも欠ける。何しろ「廃線で危機に陥っている鉄道のため」という動機では長続きしない。

北原（2009b）は、「みんなのため、みんなのためって言うけど、自分の為に空間を整備していくことが、良い景観に繋がる（中略）誰かのためにやるんじゃなく、自分や自分の家族や自分の子孫たちのために力入れよう、これが一番力が発揮できる」（同 p4）と述べている。

人々の私的な理由や動機、すなわち、一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」こそが、まち育ての原動力であり、まち育ての大前提となる市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツである。この市民・住民が持つマインドやスピリッツによって、何らかの形でまちや地域と関わり、結果として共同性を醸し出すことにつながるのが、まち育てなのである。

一人一人の「想いやこだわり」は異なるため、まち育てにおける参加のあり方は多様だ。

まち育ての中身、更に主体も、多様性に満ち溢れている。この多様な参加を受け止めることができはじめて、市民や住民はまちを「たべる」プロとして、まちや地域に主体的に参加することができる。自分たちなりのスタイルで関われるからこそ、まちや地域と関わることへの無力感もない。「私」から「公」へ「共同」の回路が開かれる瞬間である。

行政・事業者も、市民・住民も、まち育てというベクトルを共有することによって、「私化と制度化」に限界を迎えている状況を、打破することができるのではないだろうか。

2-3 モビリティをマネジメントする交通まち育て

2-3-1 交通まち育ての定義

1 節と 2 節から、「私化と制度化」はすでに限界を迎えており、行政や事業者は交通の問題を地域に埋め戻すとともに、何らかの形で住民が交通の問題に関わることが必要である。「公」と「私」がそれぞれ「共同」への回路を開くうえで、両者が共有すべきベクトルとして「まち育て」を挙げた。このまち育てにおいて、「マネジメント」という言葉は「育てる」という意味で解釈されている。すなわち、まちや地域をなんとかしよう、どうにかしようとする、市民や住民によるまちや地域の主体的な「マネジメント」のことを「育てる」と言う。

ところで、第 1 章で説明したとおり、MM にも市民や住民による主体的な「マネジメント」、すなわち「育てる」という要素が内包されている。しかし、2 節で述べたように、これまでの公共交通は、その事業の特殊性も相まって、行政や事業者が閉鎖的に担ってきた。そのため、MM も行政の施策という文脈の中で出てきた言葉に過ぎず、MM における「マネジメント」は、市民や住民が主体的に関わる「育てる」と言うよりも、行政やその下請けであるコンサル等によるコントロールに近いのが現状だと言える。

そこで、本研究では MM の「マネジメント」を「育てる」という意味で新たに解釈したものとして、モビリティをマネジメントする「交通まち育て」という概念を提起する。交通まち育ては、2 節におけるまち育ての再定義から、以下のように定義する。

『人々が公共のため、公共交通のためなどと、大上段に振りかぶっていくのではなく、自分の周りの身近な空間への想いやこだわりを大事にして物事を進めることが、結果的に共同性を醸し出すような交通との関わり方のこと。』

交通まち育ては、交通を基軸としたまち育てである。したがって、まち育てと同様に交通まち育ても、「公」と「私」のそれぞれが「共同」への回路を開くことを可能にする。

交通まち育てでも、「公」と「私」との間には、一緒に交通を育てていく仲間のような関係性、「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が求められている。

そして、交通まち育ての原動力も、人々の私的な理由や動機であり、一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」であり、まち育ての大前提となる市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツである。この市民・住民が持つマインドやスピリッツによって、何らかの形で人々が交通と関わり、結果として共同性を醸し出すことにつながるのが、交通まち育てなのである。

ところで、交通まち育ては、交通を良くすることはもちろんだが、最終的にはまちや地域を良くすることを目指している。なぜなら、公共交通を育てるということは、まちや地

域を良くすることにもつながるからである。例えるなら、まちや地域というものは人体であり、交通はその人体を駆けめぐる血管である。血管を良くすることはその人の身体を良くすることにつながる。したがって、モビリティをマネジメントすることは、「交通育て」ではなく「交通まち育て」と表現する。その意味では、交通まち育ては、市民や住民による交通への主体的な参加だけでなく、まちへの主体的な参加でもある。

2-3-2 MM 施策の中での交通まち育て

MM と交通まち育てを比較したとき、もっとも異なるのは「公」と「私」との関係にある。

そもそも、MM は施策である。したがって、2 節 2 項で紹介した図 1 のように、従来のまちづくりにおける一方的な関係性の域を出ていない。前身である交通需要マネジメント (Transportation Demand Management : TDM) と同じく、MM も需要側をコントロールする施策であり、その違いはハード面からのアプローチ (TDM) か、コミュニケーションを中心とするソフト面からのアプローチ (MM) かの違いである (久保田 2002、土木学会編 2005)。

一方で、交通まち育ては、市民や住民による交通を通したまちへの主体的な参加である。2 節 2 項で紹介した図 2 のように、「公」と「私」との間には、一緒に交通を育てていく仲間のような関係性、「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が求められている。

ところで、従来の MM 施策の中にも、交通まち育ての要素が含まれる事例はいくつか存在する。表 1 は、日本モビリティ・マネジメント会議 (JCOMM : <http://www.jcomm.or.jp/>) の第 1 回～第 9 回までの発表内容から、交通まち育ての要素が含まれる事例をピックアップし、カテゴリ化したものである。事例の抽出にあたっては、行政と市民・住民等との連携がなされていることは無論だが、市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツがあること、市民や住民による交通への主体的な参加が見られること、以上 3 つの基準から判断している。

ただし、第 3 章で紹介する H・O・T Managers に関する発表は除いている。また、複数回にわたり発表している事例については、最新のものをピックアップしている。

カテゴリー	事業名・発表タイトル	発表した回	概要
マップ作り	「エコ交通マップ」の作成について	8	・住民参加によるWSにて、街歩きなどしながら、地区単位で交通マップを作成 ・WS参加者が新たな地区で自発的にマップをつくる動きもある
MM教育	小学校における札幌らしい交通環境学習推進事業	9	・小学校教員が参加するWSでの授業プログラムの検討・実施、教材の作成など
自発的なクルマ抑制	豊田市エコ通勤をすすめる会の取り組み—エコ通勤推進組織の活動と運営課題—	6	・事業者が主体的・自主的に取り組んでもらう ・勉強会やグループディスカッションを行ったり、PRしたりする ・会社内に渋滞対策委員会を設けてエコ通勤対策を検討する会社もある
利用促進	自治体・住民・事業者が一体となってMMIに取り組みきっかけとなった飯能地区の路線バス存廃問題	8	・バスの乗降客数増加へつながる地区としての取り組みを考えるために名栗地区活性化検討会を立ち上げ、利用促進策を実施。 ・自発的な取り組みとして、宿坊でバス利用を促すお寺さんもある
	茨城県日立市における鉄道廃線敷を活用したBRT導入	9	・ひたちBRTサポーターズクラブが、運行ダイヤの検討から利用促進活動まで幅広く実施 ・地域における当事者意識が醸成
	「バスさんぼ」の魅力と展望	9	・地域協働MMの展開の可能性を示唆
バス路線をつくる	地域住民主体で運営するコミュニティバスの利用促進を目的とした、高齢者対称モビリティマネジメント	5	・バス路線の廃止に伴い、地域がアンケートや勉強会を自主的に実施し、コミュニティバスを運営
	過疎高齢集落住民のモビリティ確保に向けた取り組み～福井県高須町における自治会輸送活動モデル事業～	6	・自治会が自分たちで共助型地域交通サービスを運行
	福岡外環状道路を走る新たなバス路線の開設に向けて	9	・地域住民や沿線病院、大学などそれぞれの主体的な活動によるバス路線の新設
	深夜帰宅困難者を救え—高速バスつくば号の活用を目指した学生の提案から—	9	・大学生の提案による終バスの増発

表1 交通まち育ての要素が含まれるMM施策事例

出所 日本モビリティ・マネジメント会議 (<http://www.jcomm.or.jp/>)

どの事例においても、行政や事業者からWSや協議会等の何らかの施策が仕掛けられているが、それをキッカケとして、市民や住民が一人一人の「想いやこだわり」を原動力に、交通への主体的な参加をしている。例えば、名古屋市の『「エコ交通マップ」の作成について』では、行政が仕掛けたWSの参加者が、新たな地区で自発的にマップを作った事例が紹介されている。また、東京北部・埼玉南部を運行するバス会社の国際興業グループ株式会社による『自治体・住民・事業者が一体となってMMに取り組みきっかけとなった飯能地区の路線バス存廃問題』では、バス路線廃止問題を契機に、宿坊利用者にバスの利用を促す取り組みを自発的に行っている寺の紹介がされている。

このように、「公」からのアプローチをキッカケに、交通まち育てへと発展する可能性が示唆される。2節2項で紹介した図2の矢印は「たべる人」を起点に始まっているが、その前段に「つくる人」を起点とするキッカケという矢印から、「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が始まる可能性が考えられる。

本研究では、「公」からのアプローチをキッカケとした交通まち育ての事例として、第5章にて札幌市の「札幌らしい交通環境学習」について取り上げることにする。

第3章 大学生が主体となった交通まち育ての実践事例

第2章により、交通まち育てを概念的には提起できたが、より具体性を帯びさせるために、第3章から第5章では、様々な交通まち育ての実践事例を紹介していく。

まず、第3章では学生団体「H・O・T Managers (ほっとまねーじゃーず：以下HOT)」による活動事例を取り上げ、交通まち育ての基本的なあり方と、交通まち育ての実施主体にもたらされる変化を明らかにする。

3-1 学生団体「H・O・T Managers」の概要

3-1-1 H・O・T Managers とは

HOTは、2010年9月に当時大学2年生であった筆者が立ち上げた学生団体である。

弘前大学の学生を中心に、弘前市やその周辺地域を主なフィールドとして活動しているが、最近は青森県外での活動も少しずつ増えてきている。主な活動として①電車とバスの情報誌「ほっと」の製作・発行、②イベントの企画・運営、③さらに2014年度からは子どもたちを対象とした乗り方教室の出前講座も実施している。いずれの活動においても、「キッカケづくり」というキーワードを大事にしており、人々が電車やバスを利用する、あるいは関心を持ってもらえる機会となるような活動を行っている。

こうした活動を行うに至った背景には、弘前市における大学生などの若者の移動の実態がある。弘前市は複数の大学を有する“学都”であり、全国各地から集まる大学生の数は約1万人になる。しかし、大学生の多くはクルマを持っておらず、日常生活の中で公共交通を利用したいというニーズはあるものの、いざ使おうと思っても、利用方法や料金、路線、時刻などの基本的な情報の不足により、わからないことが多く、利用できないという実情があった。そのため、大学生の主な移動手段は徒歩か自転車となり、弘前の街での移動には制約が伴う。そこで、「みんなの力で弘前の公共交通を育てよう」という趣旨のもとで立ち上げたのがHOTである。

HOTは学生有志が主体となって、他の学生や住民・市民に対して公共交通の存在をより意識してもらうとともに、利用機会の創出も行い積極的な利用へとつなげることで、『弘前で生活している者にとって利用しやすい魅力的な公共交通』を目指している。言い換えれば、HOTは公共交通と学生を含む住民・市民とを結ぶ架け橋のような役割をもっている。

HOTの構成メンバーは学部1年から修士の大学院生までと幅広い。人数は、一時的に多くなつたときはあったものの、概ね3~5人の少人数体制であり、いわゆる学生サークルとしては規模の小さいサークルである。また構成メンバーの特徴としては、女性が多いことがあげられる。したがって、HOTが行う活動は、従来の公共交通利用促進策とは一味違った内容が見られる。

学生による公共交通利用促進の主体的な取り組みは、全国的に珍しく、2014年には、第9回日本モビリティ・マネジメント会議 (JCOMM) において、「JCOMM プロジェクト賞」を受賞している。

3-1-2 H・O・T Managers の活動内容

HOT では、人々に公共交通のことを意識してもらうとともに、実際の利用にもつながるような、様々な“キッカケづくり”を行ってきた。

(1) 情報誌「ほっと」の制作・発行

HOT で最も中心となっている活動が、「人とまちをつなぐ電車とバスの情報誌」と題した情報誌『ほっと』の制作・発行である。2011年4月に試作版を製作した後、同年11月にVol.1を4,000部発行。2013年3月にはVol.2を1万部発行し、市内公共施設や観光案内所、駅、バスターミナル、店舗、大学等で無料で配布している。2013年に発行したVol.2については、弘南バスが運行する高速バスのシートポケットでも配布している。

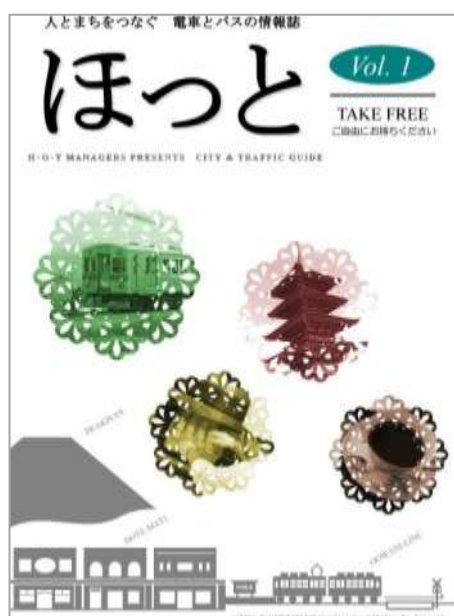


図3 情報誌「ほっと」Vol.1 表紙



図4 情報誌「ほっと」Vol.2 表紙

情報誌「ほっと」では、バスや電車の利用方法、料金、路線、時刻など、公共交通に関する基本的な情報を掲載するとともに、目的地としての地域の魅力やお店の情報を加えることによって、実際に公共交通を利用するキッカケづくりを図っている。

仮想ターゲットを「4月から弘前にはじめて住むことになった県外出身の女子の大学新1年生」に設定することで、誌面の雰囲気にも統一性を持たせている。乗り方等の利用方法を

紹介するページも見開きで大きく取り扱い、利用したことのない人でも親しみやすくわかりやすい構成を心掛けている。



図5 バス沿線のお店紹介



図6 バスの乗り方紹介ページ

記事の作成にあたっては、1つのページ、あるいは1つの企画について、関係先とのやり取りから取材、誌面作成までを、1人が主担当として担う。印刷に係る入稿データの作成など、技術的なノウハウが必要な作業は特定のメンバーに集中するが、それ以外はメンバー1

人1人が、スタートからゴールまでをそれぞれ担当する形にしている。

この他にも、2012年3月に「ひろさき電車とバスのガイドブック」(2,000部)を発行したり、イベントMAP作成の受託なども行ったりしている。

(2) イベントの企画・運営

HOTでは、公共交通に親しみを持ってもらうため、鉄道・バス事業者と市民とが交流するためのキッカケづくりの場として、イベントの企画・運営も行っている。

初めて開催したのは、2011年11月12・13日の2日間、弘前市立観光館・追手門広場で行った「第9回全国バスマップサミット in 弘前」である。バスマップサミットは全国各地で毎年開催されており、その第9回を弘前でHOTが主催した。本来は事業者や行政、ならびに交通に興味・関心がある人々による研究交流がメインだが、メンバーの発案により、交通に興味・関心がない人々でも参加しやすく、かつ公共交通の存在を意識してもらうキッカケづくりの場となるよう、弘前ではこれまで見られなかった交通系のイベントも同時開催した。このときの来場者数は2日間で約1,000人となった。



図7 研究交流部門の様子



図8 研究交流部門ポスターセッションの様子



図9 イベント部門の様子



図10 イベント部門で販売した「バス弁」

バスマップサミットの開催によって、事業者側がイベントの実施に前向きになり、弘前市内でのトランジットモール社会実験に合わせて、中心商店街内で鉄道・バス合同のイベントを主催した。それが、2012年10月20・21日の2日間に実施した「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」である。このときは、中心商店街の中央に位置する弘前市まちなか情報センターをメイン会場に、様々なプログラムを実施した。おそらく全国初の取り組みであろう「ゆるキャラ交通マナー劇場」では、「弘大ラジオサークル」の有志や地元ゆるキャラ、大道芸人に協力してもらい、寸劇形式で公共交通の利用方法やマナーなどを子どもたちにレクチャーした。前年より実施している乗り方教室では、車いすの乗降や携帯電話の使用の可否などを、スタッフが役者となって演技や実演とともに紹介する。このときは、鉄道事業者の協力のもと、会場近くの駅から電車に乗って、車庫見学と車両整備体験を行うプログラムも実施。事前予約で定員に達する盛況ぶりであった。来場者数は2日間で4,606人を記録している。



図11 ゆるキャラ交通マナー劇場の様子



図12 乗り方教室の様子



図13 乗り方教室で車いすの乗降を実演



図14 電車の車両整備体験の様子

その後も、2013年10月には弘前大学総合文化祭の一プログラムとして、バス車両へのペイントを行うイベントを2日間実施した。このときは、観光客の利用も多い中心部を走る循環バスの車両にペイントすることから、「弘前らしさ」を出すことを念頭に、誰でも描

きやすい桜の花を、大学生だけでなく、大学祭に訪れていた子どもからお年寄りまで、約200名に描いてもらった。



図 15 ペイント中の様子



図 16 ペイントされた循環バス

2014 年は 11 月に、鉄道事業者のイベント（同 1 日）と学童支援団体のイベント（同 23 日）に、それぞれ出展という形でイベントプログラムを企画・実施した。

（3）子どもたちを対象とした乗り方教室の出前講座の実施

これまでイベントの一プログラムとして行ってきた乗り方教室を、2014 年度からは出前講座として実施することにした。実施に当たっては、①「子どもたちにとっての、バスに乗る意味・目的を与えられるような仕掛けづくりとして考慮された乗り方教室のあり方を検討（とくに、小学生未満の子どもたち）」、②「実際に子どもと利用する際に不安になるであろう保護者へのフォローのあり方の検討」、③「乗り方教室の後にも連続性のある事業をパッケージングし、実際の利用につなげる方策を模索」を念頭に、企画・実施している。

これまで、以下の 2 か所で実施している。

- ・弘前市内の保育園（2014 年 6 月 21 日、4～5 才園児 17 名）
- ・鹿角市児童センター（2014 年 9 月 28 日、4 才～小 3 の親子 18 名）※秋田県

弘前市内の保育園で実施した際には、乗り方教室の事前・事後にもプログラムを設けることにした。具体的には、事前プログラムとして、紙で作った疑似通貨を入れるためのお財布づくり、事後プログラムには年下の園児にバスに乗ったことやマナーを報告する会を設けた。なお、これらプログラムの実施については保育園側に担ってもらい、内容についても負担のないよう、趣旨に沿う形で保育園側に決めてもらっている。



図 17 弘前市内保育園での乗り方教室の様子



図 18 疑似通貨を用意して、運賃支払いも体験



図 19 事前プログラムでつくった My 財布



図 20 事後プログラムとしての発表会

秋田県の「鹿角市児童センター」で実施した際には、「たんぼこまち号でいく☆かづの町たんけん バスののりかた教室&プチぐるめツアー」というイベントとして実施したこともあり、参加した親子はそのとき限りのメンバーとなっていた。そのため、事前・事後プログラムは行うことができなかったが、児童センターと鹿角市が主体となって、歴史的建造物や観光地を巡りながら、その場所ごとに美味しいものを食べてまわるツアーを同時に行った。



図 21 関係者による打ち合わせの様子



図 22 乗り方教室の様子



図 23 ツアーで訪れた神社で昔話を聞く親子



図 24 古民家で昼食をいただく

弘前、鹿角の両方で実施したのは保護者向け乗り方リーフレットの配布である。子どもと利用する際に不安になるであろう保護者へのフォローを図り、実際の公共交通利用につなげることを目的に、バスの利用方法とともに、バスを使ったお出かけプランの提案を行っている。



図 25 弘前版保護者向け乗り方リーフレット表



図 26 弘前版保護者向け乗り方リーフレット裏



図 27 鹿角版保護者向け乗り方リーフレット表



図 28 鹿角版保護者向け乗り方リーフレット裏

3-1-3 取り組みの工夫

これまでの活動全体に言えることとしては、読者や参加者、或いは公共交通利用者の目線に立つだけでなく、自分たちならどうすれば公共交通を利用しようと思うか、どうすれば利用につながるかということも念頭に、内容を考えてきた。

例えば情報誌「ほっと」Vol.2 では、メンバーの提案で、女子大生をモデルにバス利用のイメージアップを図る「Girls meet the Bus」というページを企画。バスに対するマイナスなイメージを払拭し、従来の公共交通利用促進冊子とは一線を画した斬新な企画で好評を頂いた。



図 29 情報誌「ほっと」Vol.2における企画ページ「Girls meet the Bus」

もう一つ大事にしていることは、多様な人々を巻き込むことである。

例えば、イベントでは、地元商店街による屋台の出店や、学生・市民ボランティアの協力によって成り立っている。「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」ではポスター・チラシデザインを地元在住のデザイナーにお願いしたり、「ゆるキャラ交通マナー劇場」で地元ゆるキャラの出演だけでなく地元在住大道芸人のパフォーマンスも盛り込んで行っている。



図 30 イベントにおける地元商店街の出店



図 31 学生だけでなく市民の方もボランティアに



図 32 Hirosaki Bus&Train Festival 2012 チラシ



図 33 地元在住大道芸人によるパフォーマンス

情報誌「ほっと」Vol.2の「Girls meet the Bus」のページや、乗り方教室の際に配布する保護者向け乗り方リーフレットでは、他の学生や、HOTの活動に理解していただいている市民の方にモデルになってもらったり、写真を地元のカメラマンに撮影してもらったりするなど、学生に拘らず地域の人とのコラボレーションを積極的に行っている。

こうした工夫も、公共交通と住民・市民とを結ぶ架け橋の一つになっている。



図 34 情報誌「ほっと」Vol.2の「Girls meet the Bus」に係る撮影の様子

3-1-4 H・O・T Managers の活動による効果

HOTの活動による効果が、少しずつ見えている。

活動一つ一つがもたらした効果として、例えば、情報誌「ほっと」やガイドブックは、大学生だけでなく一般市民にも活用してもらっており、「ほっと」におけるアンケートでは、回収率はよくないが、回答者からは公共交通利用に前向きな意見が寄せられたほか、口頭で情報誌やガイドブックを活用して公共交通を利用したとの声も伺っている。また、県内外の事業者や行政からの問い合わせもあり、本プロジェクトを参考にして頂けた。

イベントについて、バスマップサミットは、弘前で初の大規模な交通イベントであり、事業者側は最初は難色を示していた。しかし、バスマップサミットの実施を通して、イベントの開催に積極的になり、翌年以降のイベントや乗り方教室などの展開につながっている。「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」では、4,000人を超す来場者に恵まれ、トランジットモール社会実験における中心部への来街目的の創出に寄与できた。

イベントを実施するうえで特筆すべき点として、乗り方教室のコーナーではバス乗務員にも協力してもらっている。普段はなかなかできない現場職員と市民との交流の場としても機能しており、「公共交通に親しみを持ってもらうため、鉄道・バス事業者と市民とが交流するためのキッカケづくりの場」という目指しているところが達成された。

反響もいただいている。情報誌やイベントを実施する都度、新聞やテレビなどにも告知を行い取り上げて頂くことで、より多くの人々に認知してもらい、次につながるキッカケとなっている。



図 35 現場職員と市民との交流の様子



図 36 ガイドブック発行に伴うテレビ報道

ところで、活動一つ一つがもたらした効果はもちろんであるが、HOTの活動を続けていく中でのトータル的な効果として、事業者や行政などの「つくる人」にも前向きなムーブメントがもたらされていることも取り上げておきたい。

事業者においては、バスマップサミットの実施によってイベントの実施に前向きになっただけでなく、事業者側から企画相談を持ちかけられたり、意見交換会を実施したりする

ようにもなった。最近では、取り組みに必要な費用を事業者側で負担してもらい、企画や運営等の実施に係る部分を HOT で担うような形で、協力・連携の体制もできつつある。2014 年度から実施している乗り方教室の出前講座は、こうした変化の中で始まったという一面もある。

行政においても、2015 年度から HOT の活動に必要な予算を確保していただく予定があるほか、HOT、行政、事業者による「交通まち育てコンソーシアム（仮称）」の立ち上げなども検討している。

以上のように、HOT の活動によって、定量的に測れるものではないものの、単なる公共交通の利用促進にとどまらず、社会全体にも少なからず影響を及ぼしていることがうかがえる。

3-2 H・O・T Managers メンバーの「想いやこだわり」

2 節では、HOT のメンバーに行ったヒアリング調査をもとに、HOT に入った動機、HOT の活動に参加しているときのモチベーション、HOT の活動を通じたメンバー自身の変化について述べる。

3-2-1 調査対象・方法

調査対象は、HOT 現役のメンバー、卒業により HOT を引退した OG メンバーに加えて、在学中に途中で辞めた元 HOT メンバーの 3 種にカテゴリズされる。各インフォーマントの詳細は表 2 のとおりである。

ただし、OB・OG については、卒業から数年経過しているメンバーも多く、全ての OB・OG への調査は実施できなかった。また、途中で辞めた元 HOT メンバーについては、アポイントを取ることが難しかったため、今回は奇跡的に承諾してくれた 1 名のデータについて紹介したい。

調査方法は、前述のようにヒアリング調査である。なお、C さんと E さんの 2 名については、補足調査を電子メールによって後日行っている。

ヒアリングの項目としては、①HOT に入った動機、②活動中のモチベーション、③HOT の活動を通しての変化や気づき・発見、以上の 3 項目に大きく分けられる。

ヒアリングの際のやり取りは了解を得たうえで、録音機器を用いて記録している。

記録した音声データの文字化に際しては、基本的にそのときの声を正確に文字化している。わかりにくい言葉は〔 〕の中で解説をしている。足りない言葉や筆者の問いかけは（ ）で補い、前後の語りがつながるように配慮している。ただし、会話の中で発せられる感動詞（そうそう、あのお、ええ等）や間投助詞（ですね、わ等）など、無意味に繰り返されて煩雑に感じられる部分は、内容に齟齬がない範囲で適宜省略した。

第 3 章では、人名はすべて仮名、地名や会社名なども個人が特定される可能性があると思われるものは仮名にしている。

	学 年	性 別	区 分	在籍期間	インフォーマントのプロフィール	調査日
A	M2	女	現 役	2011年9月 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・筆者の声掛けで HOT に加入。 ・HOT 立ち上げの段階から関与。 ・筆者とは、HOT 加入前から別団体にて友人関係。 ・情報誌「ほっと」Vol.1にて、特集記事主担当。 ・以後は、イベントの当日スタッフや、事前準備時の細かな手伝い等で参加 	2014年 10月26日
B	3	女	現 役	2012年4月 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・春の新入生勧誘により HOT に加入。 ・印刷物やイベントの看板など、デザイン関係を主に担当。 ・関係各所など外部との調整等はやらないが、活動の企画段階から準備・実施に至るまで、補佐的に活動には深く関与。 	2014年 12月10日
C	M2	女	現 役	2014年5月 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・筆者の声掛けで HOT に加入。 ・筆者、E さんとは学部時代に同じ実習を受けた。 ・乗り方教室やイベント等で、積極的に参加。 ・外部とのやり取りも、多少担う。 	2015年 1月17日
D	3	女	現 役	2014年11月 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・筆者と B さんの声掛けで HOT に加入。 ・ゼミで公共交通について調査している。 ・イベントの準備やスタッフとして参加。 	2015年 1月19日
E	卒 業	女	OG	2011年10月 ～ 2013年3月	<ul style="list-style-type: none"> ・筆者の声掛けで HOT に加入。 ・筆者、C さんとは学部時代に同じ実習を受けた。 ・情報誌やイベント等、自ら企画や準備・実施、外部との調整を行うなど、活動には主体的に関与。 ・現在は岩手県盛岡市で社会人。 	2014年 11月25日
F	卒 業	女	OG	2012年11月 ～ 2014年3月	<ul style="list-style-type: none"> ・Hirosaki Bus&Train Festival 2012 にて募ったボランティアスタッフを経て、E さんの声掛けで HOT に加入。 ・情報誌「ほっと」Vol.2 で記事主担当。 ・以後は、イベントの当日スタッフ等で参加 ・現在は弘前市内で社会人。 	2014年 12月28日
G	2	女	元	2013年4月 ～10月	<ul style="list-style-type: none"> ・春の新入生勧誘により HOT に加入。 ・大学祭イベントで準備・運営を担った。 ・現在は他サークルの代表。 	2015年 1月18日

表2 インフォーマントの詳細

3-2-2 H・O・T Managers に入った動機

(1) 情報誌づくり

HOTに入った動機やキッカケについて、Aさん、Eさん、Fさん、Gさんに共通していたのが、情報誌づくりであった。

例えば、Aさんは「最初は情報誌、冊子主体（のサークル）なのかなって思った」と述べている。

Aさん： 正直な話、今さ、いろいろ考えてたら、たぶん大野君が、「こういうのやりたい、サークル作るときにこういうのちょっとやってみたい」みたいな話してたじゃん。で、そのときに、一番最初に聞いたのがさ、パト隊〔＝筆者とAさんが所属していた学生団体のこと〕いたときに部屋で、「こーゆうのやってみたい」みたいな話をチラッとほら、雑談程度にしてて、「じゃあ手伝えることあったら手伝うよー」みたいなノリだったじゃん。あのとき完全に社交辞令だったんだよね。

Aさん： で、具体的に固まってきたら、情報誌つくったことないから、「そこちょっとやってみたいなー」っていう。

Aさんと同様に、Gさんも、情報誌がHOTに入るキッカケとなっている。

Gさん： たぶん、なんかの授業で冊子配りましたよね。あれも読んだんですよ。で、とくに公共交通に興味があったわけではなかったんですけど、でもなんか面白そうだなって思って。大学にいる間になんかできたら楽しいだろうなって思って、ちょっと行ってみようかなって思ったのがきっかけですかねー。

Gさん： とくに、やってたものがなかったんで、そのとき。サークルって言っても、そんなに活動してるわけじゃないって感じだったんで。

二人は情報誌づくりというのをキッカケにHOTに加入したことがうかがえる。

(2) 地域をどうにかしたい

Eさんには、情報誌づくりだけでなく、他にもHOTに入ろうと思った動機がある。

Eさん： 大野くんが人が足りないっていうから、とくにサークル入ってるわけでもないし、やってもいいかな

Eさん： Y先生のところ〔＝筆者、Eさん、Cさんが学部2年生のときに受けていた過疎地

域の調査を行う実習ゼミのこと] にいたから、そういう意識は人より高いから。地域をどうにかしたいという意識が高いから、興味・関心はもとからあった

E さん： 具体的に公共交通をやりたいというのではないけど、漠然と地域をなんとかしたいというのはあった

E さん： Y 先生のところにいたことは、かなり大きい。

E さん： Y 先生のところにいなかったら、関心なくはないだろうけど、自分が主体となってやるかと言われたら、主体となるまでもないかなと思っちゃうかも。外野で遠くから応援してますみたいな。

E さん： 情報誌作りたいていうのも、ちょっとあった。もともと情報誌見るの好きだし、お出かけするのも好きだから。ご飯食べたりするのとか好きだし。

E さん： 順位つけるとしたら、1 番は大野くんから誘われたから、2 番は自分が意識高いから、3 番が情報誌。

E さん： 最初は情報誌作るサークルだと思ったかもしれない。思ったような気がする。さらに、公共交通の情報誌なのねってなった。

E さんは、筆者に誘われたこと、情報誌づくりに興味があったことに加えて、地域をどうにかしたいという意識が動機となっている。E さんは、交通の問題が地域の抱える問題の一つであることを、漠然とではあるが認識していた。

(3) 就職活動や大学のゼミ

F さんは、最初「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」にて募ったボランティアスタッフとして、2 日間イベントのスタッフを手伝ってもらった。そのとき、ボランティアスタッフをやろうと思った動機を次のように述べている。

F さん： ボランティア体験がほしかったんですよ。就活するのに、その、面接で必ずボランティア経験ありますかって聞かれるじゃないですか。そのボランティア経験がほしかったって言うのがあれですね。

その後、当時イベントスタッフの取りまとめを担っていた E さんの声掛けにより、F さんは HOT に加入した。情報誌をつくりたいという動機もあったというが、F さんはそれ以外の動機として以下のように話していた。

F さん： うーんとですね、またホントのことを言ってしまうと、まあ就活のためですね。必ず大学生活で一番頑張ったことは何ですかっていう項目があるじゃないですか。その項目がほしかったんですよ。あたし、とくにサークルも、まあボランティアサークルには入ってはいたけれども、でもこうバリエーションがほしいなと思

って、他に聞かれたときに。で、なおかつ公共交通ってことで、やっぱりわたし行政職に就きたかったので、んー、まあ、言い方が悪いと都合がいいというか、ちょうどピッタシハマったんですね。

F さんの場合は、就職活動が HOT に参加する動機として作用している。
同様の理由として、D さんは大学のゼミを HOT に参加する動機としてあげている。

D さん： 自分は公共交通調べて、ゼミで。したら、先生が「なんか弘大でそういうサークルあるよね」みたいな話をして、「なんか知り合いの知り合いみたいな感じでうまい具合でつながれない」みたいな感じで、したらほら、B さんいるじゃんみたいな。めっちゃ近いんですけどみたいな感じになって、(それ)が、まあキッカケで。興味を持ったですね。入るというより。サークルに入るんじゃなくて、サークルに興味を持ったほうのきっかけです。

D さん： 入ろうと思ったことは、いろいろ話して、なんか、ゼミのモチベーションがめっちゃめっちゃ低いので、やる気が無いから。で、なにもしないよりは何かした方が、その、動かないよりは動いたほうがもちろんいいと思って、んなことしてるうちに、もしかしたら上がるかもしれないなって思って、興味がわいて、そしたら自分は、「あ！ここなら公共交通のこの部分なら興味がわいたかも」、「こういう部分なら自分も使っててこうだから〜」、みたいな感じで、ちょっとでもこう広がりを見せることが出来れば、っていう感じです。実際これから就活でそれどころじゃないんですけど。

F さんや D さんに共通する動機としては、就職活動や大学のゼミなど、大学生特有の差し迫ったものが、HOT に参加する動機となっている。

(4) 自分を変える

C さんは、学年が筆者と同じであるが、HOT に加入したのは 2014 年度になってからである。C さんは HOT に参加する動機として、筆者に誘われたこと、加えて、自身のためという動機も述べている。

C さん： とりあえず、一番は、大野君と友達だったから、つながりってというか、そういうのやってるのは知ってる、そういう活動、サークルをやって、活動しているのを知っていたから、なんていうか、人が少ないのも知ってたし、助けようと言うか、そんな頻繁にいろんなこと自分が参加できるわけではないと思ったけど、それでもないよりはいたほうが、助けになるかなって思ったし。

C さん： 二つ目は、なんか、好きなことだけやるサークル以外もやってみたら面白いのかなって。別に嫌いとかじゃなくて、なんていうの、自己満以外の何かが生まれる可能性があるようなサークル活動っていうか、そういうのに時間を使っても、自分のためになるっていうか、うん。自分も変わるかなとか思ったりして、やったのが二つ目かな。

C さん： 得体の知らないものではなかったからさ。

大学生のサークルとは、その多くが仲間と好きなことをやる自己満足の活動であり、その意味で、HOTの活動は学生サークルとして異質である。しかし、Cさんにとっては、そこに自分が変わる可能性を感じ、参加しようと思うことにつながっている。

(5) 地域のお店巡り

Bさんは、他のメンバーとは少し異なる動機でHOTに参加している。

Bさん： 友達が先にHOTのほうに興味を持って、「こーゆうのあるんだけど見学行ってみない？」みたいになって、その時の友達からの説明とか、なんとなく説明を受けてからの感想だと、今思ってみると、公共交通よりも、まちのカフェとか、そういうお店の比重が大きい感じがしました。

Bさん： (前に、カフェめぐりするサークルだと思ってたって言ってたよね?) そうです。お店、地域のお店発見的な、そういうのと公共交通を使おうという二つがある、二つでいくのだと思ってました。

Bさんにとっては、友人に誘われたのがHOTに入るキッカケであり、当初は地域のオシャレなお店などを探ることへの期待が、HOTに参加する動機であったという。なお、Bさんを誘った友人は、HOTに入ったものの、すぐに辞めてしまった。

3-2-3 活動に参加しているときのモチベーション

(1) 明確な動機から、お手伝いへ

AさんとFさんに共通していたのが、HOTに入った動機が、そのまま活動に参加するモチベーションとなっている点である。

Aさんは、HOTに入る動機が情報誌づくりであったが、それ以外のイベントや乗り方教室などの活動に参加するモチベーションについては、以下のように述べている。

A さん：（情報誌以外の活動もガンガンやってたじゃない？そのときの動機の変化って、A さんの的にはあった？）そこらへんは、あんまりこう、なにか劇的に変わったわけではない。周りがやろうみたいな雰囲気になっていたから、流れに乗ったみたいな。

A さん：そこ〔＝情報誌づくり以外の活動〕にはさ、深いものはとりあえずなくて、単純に人手が足りないからっていうのだけ。

A さん：乗っかっていて嫌だったっていうわけではないけど、かといって、あそこでやりたくないと言ったからといって、その流れが止まるかという、それは止まらないだろうな一っていうのはあったから。とりあえず、やれるんだったら、まあやってみますかーみたいな。

A さん：リーフレット〔＝乗り方教室における保護者向けリーフレットの時刻表・料金表の作成作業〕はめんどくさいけど、単純に頼まれたし。別にそこに関しては、本格的にやるっていうわけでもないから、この範囲なら手伝えるかなっていうのでやったりみたいな。

A さんは、情報誌づくり以外の活動には、HOT が抱える慢性的な人で不足を踏まえて、自分のできる範囲で、お手伝いする感覚で参加している。なお、A さんが HOT に入るキッカケとなった情報誌づくりという動機は、情報誌「ほっと」Vol.1 を完成させた時点で達成できたという。

A さん：カタチとなって、つくったぶんはあるから、できた！っていうカタチでは達成したのかなって思って。

A さん：まあなんか、内容、こうしたほうがいいのかとかはあるけど、一応希望としては達成できたのかなって思って。

A さん：（次で挽回しようとかいう想いはあった？）そのとき、ほら、卒論とかで余裕なかったりしたから、そこまではいかなかったかな。

A さんは、情報誌づくりという HOT に入る動機が、そのまま活動に参加するモチベーションになっており、そのモチベーションが達成された後は、自分のできる範囲で活動に関わるというスタイルで参加するというプロセスをたどっている。

この流れは、Fさんにも同じことが言える。

Fさんは、情報誌「ほっと」Vol.2の作成にあたって、1つの記事を担当していた。そのときのモチベーションについては、HOTに入った動機と同様「志望動機と、その履歴書に書くことがほしかった」と述べている。Fさんは、情報誌の作成に参加して以降、就活の間を縫って、イベントの当日スタッフ等で時折活動に参加していた。その時のモチベーションについては、「まああのときは行ける時に行こうっていう。当日お手伝いくらいの気持ちだったので」と話している。

AさんとFさんの共通点としては、HOTに入ったときの明確な動機が達成されて以降は、「お手伝いくらいの気持ち」で自分のできる範囲でかかわるといふ、軽いモチベーションに変化していることである。

(2) 初めてのことをする新鮮さ、情報誌の作成過程の面白さ

Fさんの場合は、Aさんと異なる点として、情報誌づくりのモチベーションに、初めてのことをやる新鮮さや、情報誌作成の過程の面白さもあつたという。

Fさん：（自分が取材やインタビューをするのは）初めてだったんですよ、例えば、そういう学科にいたら、インタビューに言ったりとか、何て言うんですか？そういう・・・調査？（ヒアリング？）ヒアリング、とかもすると思うんですけど、でも全然そういうコースでも学科でもなかったし、だから楽しかったのは楽しかったです。初めてのことをする新鮮さとか。

Fさん： 情報誌を作るっていう作業の段階として、まずどういう情報誌を作るかとか、そしてたらどういうものを載せるかとか、じゃあどういうインタビューをするかとか、じゃあそこからどういう記事にするかとか、そういうのを考えるのも初めてだったし、その一個ずつ消化していく、消化していくって言ったら、なんかあんまりよくないですけど、そういうこなしていくっていう、それが楽しかったのもあるし、こう、なかなか進まない、その、もどかしさみたいな、「あーもう！」みたいなものもあるし。そんな感じですね。

Fさんには、就職活動のためという大きなモチベーションがあつたものの、初めてのことをやる新鮮さや、情報誌の作成過程を楽しむことも、彼女のモチベーションの一部になっていたことがわかる。

(3) 結果ではなく、過程を楽しむ

BさんとDさんは、活動による結果ではなく、活動の中の過程を楽しむことが、主たるモチベーションになっている

Bさんは、HOTを所謂お店巡りが主たる活動のサークルだと思って入ったが、実際の活動をやってみて、「思ったよりもこーゆうサークルなんだなーって思って、でもつくる作業は作業で楽しいなって思っていました」と述べている。

Bさん： まあ、正直人数が少ないのはあるっちゃあるんですけど、でもまあそのマップ作りの時の製作作業に、(中略) なんだろう好奇心じゃないけど・・・なんか、社会に貢献しているボランティアをするんだ！じゃなくて、興味を持った感じ。

Bさん： 奉仕するのとは違うなーって。

「社会に貢献しているボランティアをするんだ！」ではないというモチベーションについて、その例として、Bさんは関東の大学にある「農業のために！みたいなすごい活動的な活動をする」農業支援サークルを挙げ、彼女がHOTの活動に参加するモチベーションとしては「(農業のために！という動機とは) 違う動機なんだろうなって思います」と述べている。そのうえで、彼女は自らのモチベーションを次のように話す。

Bさん： なんか、活動を楽しんでる感。(活動そのものに楽しみがあって参加してるってこと?) なんか、結果より過程重視みたい。たとえば、イベントとか情報誌とか、つくったり準備したりして、その結果、あんまし人が来なかったとか、すごい余ってるとか、全然ハガキこないとかに対して、・・・っていうのを、まあ目標っちゃ目標かもしれないですけど、そこまで大きくない?それだけのためにやるんじゃないかって、結果そうだったけど、でもこういうのあったよねみたいな・・・言葉にするの難しい・・・。(来場者数や捌け具合がよくなかったっていうのは、どうでもいい?) どっちかって言ったら、どうでもいい方です。(看板作ったりとかが楽しみみたい?) うん。

Bさん： 乗り方教室とかでも、あ、なんか自分本位な気がしてきたな。なんか、終わった後の子もたちの反応とか、乗り方教室をやったことがどれぐらいの意味をもったのかって言うのよりも、実際乗り方教室の場において、子どもがこういう反応するんだーとか、運転士さんとかこういう話するんだーみたいな、そういうののほうが、より、なんだろうな、次の活動するのっていうのに繋がってる気がします。(つながる?) じゃあ、次これやったらどうなるのかな?みたいな。これやったらって、次こーゆうのがあって、それをするとき、どういう経験値が得られるのだろう、みたいな。

Bさん： すごい抽象的なんですけど、大変だけど楽しい、知ることが出来る。みたいな。(具

体的にどうということ?) 活動が、一般的なサークルと違って、例えば一般的なサークルだったら、行っても行かなくてもいいみたいな感じだし、土日の空いてるときに行けるみたいな、それ行ったら、次続けてやらなくても、やる義務っていうルールはないみたいな。割と気楽にできるほうだと思うんですよ。で、HOTのは断続的にいろいろあるじゃないですか。(中略) 例えばイベントとか情報誌とか、そーゆうのがあるから、この期間やるみたいな。空いてる時はやろう!みたいな感じ。

Bさんは、結果よりも、活動の中で子どもたちや運転士の様子・反応を見るという過程の部分に、モチベーションを見出している。「自分本位」という言葉が出てきたが、自分本位だからこそ、大変な中でもHOTの活動に参加する楽しさや意義が、彼女の中で明確に見出せている。

Dさんは、自身のモチベーションについて、次のように述べている。

Dさん：モチベーションは、だから、やっぱりあんまり高くないですよ。そんな言うほど。

Dさん：(入った時の動機がHOTの活動をしたことによって変化した?) まだ言うほど変わってないです。そんなに。なんか、オレどっちかっていうと、人と関わるのが好きなので、弘南バスとか弘南鉄道の人とか会って、話をするっていうか。だからその電車の貼り紙の作業とかもそうでしたけど、それやりながらお話ししたりするのが好きで。やってること自体に、モチベーションがあるかとか、それがしたいと思っているかっていうと、なんか、今はそういう感じではないですね。全然違うな。

Dさんも活動そのものに対してモチベーションがあるわけではなく、活動を通して人と関わったり、人と会って話をする部分に、モチベーションを見出している。

(4) どっぷりやったほうが楽しい、自分がちゃんと関わりたい、自己実現の場だから

Eさんは、情報誌やイベント等、自ら企画や準備・実施、外部との調整を担うほどまで、活動には主体的に関与していた。

筆者が、EさんとAさんとで、主体的な参加の度合いが異なる理由を尋ねたとき、Eさんは次のように答えた。

Eさん：そもそも、そういうことやりたいかやりたくないかがかなり大きいと思うし、(中略) ちょっと自分ができる範囲でやってもいいかなっていう人もいれば、まあどっぷりやりたいっていう人もいるし、その度合いがAさんとうちは違うのかなっ

て思う。Aさんはちょっと軽く自分が出来る範囲でお手伝いしたいなって言うところだと思うんだよね。(Eさんはそういう意味ではどっぷりだったの?) うん、どっぷりやったほうが楽しいって思えた。(それは一回どっぷりハマったから? それとも感覚的に?) なんだろ・・・、やらなきゃいけないこととしてやってたら、知らないうちにどっぷりつかってたって感じ・・・なのかなあ。

EさんがHOTの活動に主体的に参加していた理由として、Eさんは「どっぷりやったほうが楽しい」からだと述べている。

Eさんが主体的に参加していた具体事例として、筆者はバスマップサミットの開催を挙げた。Eさんがイベントの同時開催を発案したことについて、彼女は以下のように述べている。

Eさん： (バスマップサミットのイベントとか、自分でやりたい! って言ってたよね?) それやるべきだと思ったからやりたいって言ったの。自分がやりたいんじゃないくて、やるべきだと思って。(イベントとして?) イベントとしてやらなきゃいけないと思ったから。HOTとしてやらなきゃいけないって思ったからかな。

Eさん： あのね、大前提としてね、大野君とうちはこういう友達関係だから、HOTってなんなのかな?とか何をやる団体なのかなとかすごい話合ったじゃん。たぶんHOTってというのがどういうものかっていうのをつくるための作業を一緒にしてきたから、だからこそ自分がちゃんと関わりたいなって思ったのかもしれないし、そこを共有してなかったら、たぶんそこまではなっていないんじゃないかなって思う。(中略)だから、そういう発想が生まれるっていうのは、じゃあHOTっていったいどういう団体なのっていうのを自分の中でちゃんと落とし込めてたからだと思うんだよね。

Eさんは、HOTの形成過程に関与し、HOTとは何かを共有できていたことで、「自分がちゃんと関わりたい」とも思っていた。

ところで、EさんはHOTが「自己実現の場」であったと語っている。

Eさん： 自分にとって、HOTは自己実現の場でもあるみたいなのがすごくあって。

後日メールにて補足質問をしたところ、EさんがHOTを「自己実現の場」と考えるようになったのは、本節第4項で後述する「自分でもなんかできるんだな!」っていうのがわかった」という実感に依るといふ。加えて、HOTの活動等を通して、多種多様な人たちと出会ったこと、新聞やテレビなどに取り上げられて周りから評価されたことも、EさんがHOTを「自己実現の場」だと考えるようになったことにつながっているという。

そして、HOTが「自己実現の場」であることが、モチベーションの大半を占めているという。Eさんからの補足メールによれば、モチベーションの割合は、自己実現40%、食べ歩き20%、情報誌づくり15%、友達とわいわいする5%だという。

以上より、表層的なモチベーションとしては、Eさんの語りにあるように、「どっぷりやったほうが楽しい」から、「自分がちゃんと関わりたい」からだが、その根本には、EさんにとってHOTが「自己実現の場」であることが、HOTの活動に参加するモチベーションとなっていると言える。

(5) もったいない

Cさんは、自身の活動に対するモチベーションを次のように話す。

Cさん： 乗り方を知らなくて乗ってない人、やっぱり前も言ったけど、もったいないなと思うから。なんかほら、雪降ったりするところじゃん、地域じゃん。で、クルマなかったら、遠方まで移動するにはバスとか電車は有効だけど、とくにバスは調べれない、調べづらい、あと小さいバス停とかの時刻表が無いとかさ、インターネットでも、そういうところがあって乗りづらい、あと目的地まで行くのに、どの系統のバス乗って、どこで降りればいいのか、バス停がどこにあるのかとか、よくわかんなくて乗りづらいとか、あるじゃん。だから大人の人に関しては、そういうことを、もったいないことをしてる人を減らしたい、それで乗る人を増やしたい。

後日、メールにて補足質問をしたところ、Cさんは大学進学に伴って弘前に来た時から、公共交通を利用していない人に対して「もったいない」という感覚を抱いていたという。なお、それがHOTに入る動機にはなっていないとも言う。しかし、実際に乗り方教室を実施したり、イベントを実施したりする中でのCさんのモチベーションは、予てから抱いていた「もったいない」という想いに由来しており、「もったいないことをしてる人を減らしたい」というのが、彼女のモチベーションだと言える。

(6) 何も考えてなかった

これまでとは異なり、モチベーションを見出せなかった事例が、途中で辞めた元HOTメンバーのGさんのケースである。HOT在籍中の当時のモチベーションを尋ねたとき、Gさんは次のように答えた。

Gさん： でも、割と何も考えてなかったのかもしれない。

Gさん： (HOTの活動に) 何で行くの? って言われたら、それは活動だからですよ。私、

書類とかつくるの、好き、嫌いじゃないんで、割と好きなんで、そんなにあれ [= 大学祭イベントに係る書類作成] は嫌じゃなかったんですけど。まあ、よくわかんなかったんですけど。よくわかんないまま作ったなーとは思んですけど。

G さん： 学祭のとき自体は、考えるっていうよりも、すごい忙しかったじゃないですか。なんで、とりあえず、動かないとって感じだったんで、そこまで考えて何か行動してるってわけではなかったと思います。

G さんの、「何も考えてなかった」、「よくわかんないまま」、「とりあえず、動かない」という言葉から、彼女の中では HOT が何たるかをうまく落とし込めておらず、活動に参加するモチベーションがうまく見出されなかったことがわかる。

3-2-4 H・O・T Managers の活動を通したメンバー自身の変化

ここでは、HOT の活動を通したメンバーの変化についてのヒアリング結果をまとめた。なお、ヒアリングの際には、「変わったこと」だけでなく、HOT の活動を通して「気づいたことや発見したこと」「得られたもの」「今に反映されていること」という言葉を用いながら、話を聞きだしている。

(1) イベント活動に対する気づき・発見

C さんは、HOT の活動を通して、乗り方教室やイベントを実際の利用につなげることのむずかしさを知ったという。

C さん： 最初にやった活動が 6 月の乗り方教室で、一番最近のがヒロロのブースのやつ [= 11 月に実施したイベントのこと] だと思うんだけど、なんか変わったって言うか、6 月の乗り方教室は、うちは、さっきのモチベーションで、使うことが普通であれば、あと、そういう能力が、使う能力がつけばいいなって、一回だけじゃなくてね。って思ってやってたから。でも、(子どもたちは) バスに乗ること自体とか、バスで喜ぶみたいなのあんじゃん。それを、まあヒロロでやった時も、なんかペーパークラフトつくったり、イラスト描いたりすごい喜んでるじゃん。それを乗ることに接続していくのって、うーん、難しいって。

C さん： やっぱりなんかこう、行きたいところとかをまず見つけてもらって、それでどうやって行くかって考える機会がないと無理、無理って言うか難しそうだなって思った。で、一回そういうことがあれば、じゃあ今度ここいくときも、バス使ったらどうやって行けるだろうって調べるかもしれない。きっかけが、キッカケを何

にするかが大事。ちょっと話ずれちゃったけど、そう思って、難しいなって思った。自分たちがやってるイベントと、実際に私は使ってほしいって思ってるから、そういうところをどうつなげていくかなっていうのが、やってみるまではわからなかったから。

Dさんは、公共交通のイベントに人が集まる一方で、実際の利用者は少ない現状に疑問を持つようになったという。

Dさん： イベントいろいろやったじゃないですか。そこそこ人集まるじゃないですか。あれは意外でしたよ、オレ的には。なんか、みんな来るんだと思って。

Dさん： 田舎だと、もちろんクルマばっか乗るから、電車乗らないし。興味ないから、そういうイベント。もし自分の地元でそういうのやったら、まあ行かないわって思うんですけど、でも、弘前みたいにちょっと都会な場所だと、みんな来るものかな。でも、言うてみんなそんなにバスも電車も使ってないよねとかって思って、なんでだろうとかって思って、ていう感じはしました。

CさんもDさんも、イベントと実際の利用との間にある差を、発見している。

(2) バスや電車に対する見方の変化

Aさんは、HOTの活動を通してバスに目を向けるようになったという。

Aさん： 大きなことではないけど、バスとかっていうところに目を向けるようになった

Aさん： 地元が弘前じゃないから、バスがこーゆうふうに通っているというのは聞いていても、まだ乗ったこともなかったし

Aさん： 乗り方とかも、青森市営とは全然違ってくるわけだから、そういう細かいところから見るところは変わった

Aさん： わかんないことを知ってくという意味でもあったのかな

BさんやEさんも同じように述べている。

Bさん： なんか、バスとか電車関連の情報に目がいくようになった。今まですごいスルーしてたんですよ、結構。(たとえば、どういうときに目がいくようになったの?) ニュースとか人が話してるのとか。あと、まちでバスが走っているときに運転手さんを想像してみたりとか。なんか弘南バスの人と話していた時とか、運転士さんの愛想が悪いみたいな話題があったときがあったじゃないですか。それで、なん

か、あの運転士さんはどうなんだろうな〜とか。あと、乗り方教室で一緒になった女性運転士さんが小栗山線を運転してるって聞いて、あれ小栗山線かな？って。

E さん： 足元の話と言うか、バス見たら「あ！バスだ！」って思うようになったっていう。バスに愛着がわいてるね。盛岡で弘南バス見たりとかすると、弘南バスだ！って思ったり、秋北バス見たり。バスだけじゃなくて電車もそうだと思う。（よく〇〇バスだ！とか新幹線だ！とか言ってたから）バスとか電車の何が好きなの？って聞かれるんだけど、のりものが好きなのかっていったらまたそうでもないし、動くものとか色とか形が好きなのかって言ったらそうでもないし、なんかすごい懐かしさみたいなのがあって、たとえば秋北バスだったら自分の地元の懐かしさとか、HOT やっていたときの懐かしさみたいなものとかもあるかな。秋北バス見たら、乗ってたな〜って思うし、弘南バス見たら、あ HOT やってたな〜って思う。（京浜急行バスがぶ〜んって来てもピンとは来ない）そうそう、そういうこと。立川バスとかは、あ！リラックマバスだ〜って思うかもしれないけど。自分が乗ったり関わったりしたバスには、そう思う。たんぼこまち号とかも、この前見たから、これからは「あ！たんぼこまち号だ」って思うわけじゃん。さらに、その「たんぼこまち号」がどういう経路で走ってるとか、細かいこととかオフのことまでわかれば、もっと愛着わくわけじゃん。関わりが深ければ深いほど、そう思う。

E さん： 盛岡のバスを見ても、古いタイプ走ってる！と思って、撮ったりもする。これがご飯食べてて、このお店でご飯食べてたら、ちょうどお祭りの日で山車の車庫がちょうど目の前にあって見てたら、ちょうどバスが通りかかったっていう。少なからず愛着はあるのかもしれないね。関係が、関わりが深ければ深いほど、もっと愛着があるっていう感じかな。でもこれは不思議なんだけど、この前バス乗ったんだけどさ、駅から自分の家までのバスって、そういう対象じゃなくて、ほんとにただの公共交通っていう感覚なんだよね。一旦何年か経ってさ、一旦どっかに離れたりとかしたら、愛着みたいな感じるようになるんだろうけど。（関わりがないからっていうのもある？弘南バスにはそう思わない？）そうだね。

HOT の活動を通して、E さんのいう「細かいこととかオフのこと」を知ることで、バスに対する愛着が醸成されている。

（3）地域に対する見方の変化

（2）はバスに対する見方の変化であるが、A さんの発言からは、地域に対する見方の変化も生じていることがわかる。

A さん： 取材先の人が、施設の管理だけじゃなくて地域全体の取り組みもやっていた。取材とかで話を聞いて、施設だけじゃなくて、そういう取り組みもあったんだーというのは、自分でも発見なのかなと思う。

A さん： （高校にいた時、HOT 入る前は、まちづくりとかの取り組みは）気にしていなかった。こういう活動をやっていて、場所を作ったりとか、まちづくりの活動とか、チラシとかは目に留まるようになった。前と違って変わったところかな。

地域活性やまちづくりの取り組みの存在を知るとともに、そういったものに意識が向くようになってきている。

（４）外部とかかわることによる成長

E さんは、社会人となった今の自分に HOT での活動が反映されていることとして、行政や事業者、地域の人など、大人の人と対等に話をしてきた経験を挙げている。

E さん： 実務的なことになってくんだけど、HOT でやったことって、大人と対等に話をするわけじゃん。それがすごい貴重な経験だったと思っている。入社 1 年目でも貫禄があるって言われることがある。全然 1 年目だと思いませんでしたーって銀行の人とかによく言われる。たぶん態度がでかいただけなのかもしれないけど（笑）それがあったからかなって思う。常識的なことも勉強できた。たとえば、すごくいいレストランとかにはじめて行くと、これってナイフとフォーク外側から使うんだっけ？とか、そういう不安とかあるじゃん。緊張してカチカチしちゃうとかあるじゃん。そういうの、予習していたから大丈夫みたいな感じかな。

情報誌の取材や、イベントの実施に係る関係者との調整など、大人と対等に話をし、プロジェクトを進めていった経験が、社会人になるための予習につながっていたという。

F さんも、情報誌づくりで取材をしたことなどを踏まえて、同じことを述べている。

F さん： 得られたことっていうと、やっぱり、こう、学生・・・、学生である期間って、やっぱりこう自分の関わる範囲がどうしても友達だったり・・・、大学の中に結構限られちゃう、私はそうだったんです、あんまりこう、外と関わりがあるって言えばアルバイトとか、そのくらいで、でもこう、やっぱりやるにあたって、バス会社の人もそうだし、実際その掲載の、掲載の依頼したお店であったり、実際にインタビューしたお店であったり、そういった社会との関わりが、学生である期間に持てたことっていうのは大きかったと思いますね。

F さん： それこそ、インタビューするにあたって、そういう言葉遣いとか、そういうのはや

っぱり、社会に出る前にそういうことができよかつたなつていうのはありますね。

通常の大学生生活の範囲では、外部とのかかわりはなかなか得られない。EさんもFさんも、HOTの活動を通して外部とのかかわりを持つことで、学生から社会人に近づくような「成長」という変化が生じており、それが今の自分に反映されている。

社会人に近づくような成長という点では、Gさんからも同じ話を聞くことができた。

Gさんは、HOTを辞めた後、バスの車体にペイントを施す大学祭でのイベントの経験を振り返つて、次のような気づきがあつたという。

Gさん： 実際その交通関係のことはあんまりよくわかつてないですね。わかつてないですけど、その一事業をやるにしても、いろんなどこと、話さないといけないんだなと思つて。自分がやりたいからできるつていうわけじゃなくて、ちゃんと考えないといけないんだなつてのは思いましたね。好きなようにやつて、その、関わつてる人に利益があるのかとか、そういうのは、学生で普段考えないじゃないですか。普通に生活してて、そんなに考えないんですけど、そういうのはちゃんとしなきゃいけないんだなつてのは思いましたし。

HOTの活動においては、イベントであつても情報誌づくりであつても、バス事業者をはじめ、何らかのかたちで外部とのかかわりを持つことは避けられない。社会に出るということは、自分たちの好きなことだけをやる自己満足の世界では許されず、関係者や協力者、或いは参加者など、他者に対する考慮が必要であることを、Gさんは知つたのである。

今、Gさんは子どもたちと交流するサークルの代表になつている。そのサークルの活動の中でも、自分たちのことだけでなく、子どもたちのことも考える必要性を感じてつているという。

Gさん： 最初、そつちのサークル [=子どもたちと交流するサークル] 入つてすぐの1年生の春の頃は、何も考えないでちょろつと参加して、ちょろつと遊んでみたいな感じだつたんですけど、ちよつと運営に関わるようになってからは、そういうのもやつぱ必要なんだなつて考えるようにはなりましたね。

以上のように、Eさん、Fさん、Gさんの3人からは、HOTの活動から外部とのかかわる経験をj得ることで、学生から社会人へと近づくような成長が見られる。

(5) 主体になるという変化

Fさんは、情報誌づくりによつて、次のような変化があつたと述べてつている。

F さん： わたし今まで全てが客体だったんですよ。受ける側。何かを自分でやるっていう経験が無かったから、自分が何かをこう与える、与えるっていうか、自分が何かをするっていうのが初めてだったから・・・

F さん： バスは、100%乗客の立場からしか考えたことがなかったんですよ。「時間通りに来ないしー」、「運転士さんなんか運転荒いなー」とか、そういうのしかなかったんですけど。んー、なんだろうな。バスはバス！っていう考え方だったんですよ。バスは自分が駅から大学まで行くとか、100 円バス [=土手町循環 100 円バスのこと] 乗って中三行くとか、そういう、何て言うんですかね、自分の移動するためのものみたいな・・・、そういうことしか思っていなかったんですけど（以下略）。

F さん： 自分で交通・・・を良くしようとしている人たちがいて、で、それは交通に限った話ではなくて、何をするにしても、弘前を良くしようとしている人がいるっていうのを知ったのかな、って思います。

これまでは、利用者や客として一方的にサービスを受けるだけの客体だったのが、HOT の活動を媒介にして、自らも交通や弘前を「良くしようとしている人」の立場、すなわち主体となったことが、F さんにとっての大きな変化である。

F さんは、自らが主体となった経験が、今の自分にも反映されているという。

F さん： その経験をしたから何か新しく自分でやってみたとかではないんですけど、でもこう、なんかこう、今働くにあたって、その下支えというか、そういうものになったなとは思いますがね。社会に出る前に、予行演習じゃないですけど、そういうことができたなとは思いますがね。（客体のままではダメだと？）そうですね。まあ、仕事をするにあたって、客体であることとしてそうそうないじゃないですか。そんな感じですかね。

F さんにとっては、自らが主体となった経験も、前述の社会人に近づくような成長につながっていると言える。

(6) 自分でも何かできるという実感

E さんは、HOT の活動を通して、地域や交通の「問題の中心地に行った」と話している。

E さん： もともとその、自分がほんとに小さい限界集落みたいところで育ったから、「自分の育ったムラが消えちゃうんじゃないか？」みたいな漠然とした不安感みたい

なのと、「どうにかしなきゃな」みたいな想いはもともとあって。

E さん： で、やっぱり、まあデマンドバスの話とかあるけどさ、結局、その、問題の中心地に行ったっていうか。

E さんは「問題の中心地」に行ったことで、以下のような実感を得ている。

E さん： 自分でもなんかできるんだな！っていうのがわかったっていうのが一番大きい。今まではただ傍から見てただけで「あ、こんな頑張ってる人もいるんだなー」とか。がんばるのは市役所の人たちとか、まちをなんとかするっていう意味では行政だと思っていたから、行政だけじゃなくて個人で頑張っている人もいたとしても、自分はそのことは違うところにいるみたいな、ただ一市民、住民みたいなイメージだったんだけど、自分でも関わっていけるんだなって言うのがわかって。活動していけばしていくほど、周りがちょっとずつ動いていく感じ、全体としてみればすごく小さいことなのかもしれないけど、何かしら動かすことが出来るんだなっていう、例えばイベントやったり、情報誌発行したり、そういうことができるんだなっていう実感がすごく大きい。

E さん： 最終的にはバス事業者だだいぶ変わってきたなって、卒業するあたりではだいぶ積極的になったなって思う。HOT に対してみんながどう思っているのか、活動を持続的につづけていくことで周りからの目線が変わってくる。周りの HOT に対しての見方が変わってきてくれたと思うし、周り自体も変わってきたかなと思う。(バス事業者) 最初、消極的だったような気がする。イベントとかね。一番最初に一回やって、そのあとだいぶ感触変わったよね。(HOT に対しての見方の変化) ただの学生団体だと最初は思われていたと思うけど、何かをやってくれるやつらだな、乗っかっているといいことが起こりそうだなっていう

E さんは、HOT の活動に参加することによって、交通、或いはまちや地域など、社会に対して自分でも関わっていける、自分でも変えられるという自己効力感を感じている。

この自己効力感 H O T を卒業した今の E さんの中にも反映されている。

E さん： H O T やってなかったら、今の仕事しか見ていないと思う。たぶん、自分の仕事のことを考えて、あとは恋人のこと考えて、自分の趣味のこと考えてとか、それくらいだと思う。自分の人生を構成しているものとしては。その中にボンと社会のために何かしたいっていうのがあって。社会のためにとって言うのは漠然とだけど、地域のために活性化とか、これまで自分がやってきたことを無駄にしたくないな

って言う想いもあるし。いろいろ聞いて、いろいろ経験して、2, 3年くらいやってきたわけだから、少なくともまだ何かできるんじゃないかなっていう期待感があって、それはHOTで一回成功体験をしているからだと思う。

HOTでの成功体験によって、Eさんの中には「社会のために何かしたい」という、人生を構成する新たな要素が芽生えている。Eさんは、具体的な話として、今の仕事を活かしながら、地方でのUターン・Iターンの支援をやりたいとも話していた。

しかし、HOTで経験したことを活かして「社会のために何かしたい」と思っている、なかなか実現できないという課題に、Eさんは直面している。

Eさん： 盛岡に来てからも、岩手県交通とか、バス祭り実行委員会とかあるじゃん。そういうのに関われたら関わりたいなって思っていたんだけど、なんかこう、入口が見えない。まあ、自分、全然関係なところにいるしさ。もし、そこにピョンって入口があったら、行ってたと思うんだけど。

交通に関わりたくても、その入口が見えないという。加えて、Eさんは自分自身の状況も、まちや交通に関わることを難しくしているという。

Eさん： うち、土日休みじゃないからさ、たとえば土日休みだったとして、バス祭りとかに行き、「あ、なんかこの人たち主催者っぽいな」みたいな人たちがいたら、話しかけたりとかもできたのかもしれないけど。うち、土日が休みじゃないっていうのがすごく痛くて、それで世間とは離れているところにいるみたいなのがあって。だから、ほんと土日休みだったら、また違ったかもしれないなっていうね。だからシンポジウムとか土日に多いからさ。そういうの、ほんとほっと行きたいんだけど。

Eさんがまちや交通になかなか関われない要因としては、個人的な状況によるところもあるが、それ以上に、入口が見えないという根本的な問題のほうが大きい。Eさんは、こうした課題に直面する要因の前提として、交通に関わることの難しさも述べている。

Eさん： 交通のことって、今日やっぱり思ったけど、なんかね、やっぱり難しいんだよね〔この日、筆者とEさんは国交省主催の行政担当者向け説明会とシンポジウムに参加していた〕。バス会社の経営の話とかさ、お金のまわ・・・行政から事業者とかね〔行政からバス事業者への赤字補填のこと〕、お金の話とかもね、結構難しいし。バス路線とかね。それこそ、その路線編成とか、そういうのって、すごく難しくてとっつきにくいっていうか。すごい勉強しないとついていけない気がする。(と

つつきやすかったら、逆にやれる?) うん、とつつきやすかったら、やれると思う。だから、HOT が交通は交通でも、「バス路線の編成を考えよう!」とかさ、そういう難しいことをやっていたら、ちょっと面白くなかったかもしれない。自分が理解できないレベルに達してたら。(HOT は活動的にはとつつきやすかったのかな?) うん、かなりとつつきやすかった。イベントやったり、情報誌やったりっていうのは、すごくとつつきやすかったな。

以上のように、HOT の活動はとつつきやすかったから、E さんは交通に関わることができた。しかし、HOT を卒業して、今いるまちや地域の中で交通に関わろうと思ったとき、E さんは、やはり交通はとつつきにくいものであるということを認識したようである。

3-3 まとめ

3-3-1 H・O・T Managers から見る交通まち育ての基本的なあり方

HOTは、従来であれば交通とのかかわりがほとんどないような大学生が主体となり、情報誌づくりやイベント、乗り方教室などの実施を通して、公共交通と人々をつなぐ“キッカケづくり”を行っている。つまり、情報誌やイベント、乗り方教室などの様々なアウトプットによって、電車やバス・まちの楽しみ方、電車やバス・まちを楽しむライフスタイルの提案といった「素材の提供」をしているのである。

HOTメンバーの皆が、HOTに入った動機や、活動に参加しているときのモチベーションは、実に多様であることが明らかになった。本章は、それらを無理にまとめることは避けて列挙する形をとったが、その中では、メンバーのほとんどが、HOTに関わる理由や動機として「公共交通のために！」と考えているわけではなく、情報誌をつくりたいからであったり、就職活動や大学のゼミのためであったり、自己実現の場だからだったり、様々な私的な理由や動機を挙げていた。

以上のように、大学生が、多様で私的な理由や動機、すなわち一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」に基づき、主体的に交通と関わっている。言いかえれば、交通を「育て」ている。

加えて、HOTの活動からは共同性が醸し出されている。

例えば、情報誌では公共交通の利用機会だけでなく、地域内回遊の創出にも寄与できたと考えている。イベントでは中心部への来街目的の創出に寄与できただけでなく、「公共交通に親しみを持ってもらうため、鉄道・バス事業者と市民とが交流するためのキッカケづくりの場」という当初目的も達成された。そして、HOTの活動を続けることで、事業者や行政などの「つくる人」に前向きなムーブメントがもたらされている。

多様な「想いやこだわり」という、大学生の創発的なマインドやスピリッツに基づく交通との主体的な関わりが、交通や地域、社会全体に向けて共同性を醸し出しているという点で、HOTの活動は交通まち育てである。

ところで、HOTメンバーの「想いやこだわり」は多様性にあふれており、尚且つ、重要なのが、「公共交通のために！」ではないことである。

Bさんの語りの中で、「自分本位」という言葉があった。Bさんが活動に参加するモチベーションは、「公共交通のために！」という奉仕的なものではないし、情報誌の捌け具合やイベントの来場者数、乗り方教室の効果など、活動のよりよい結果を得るためでもなかった。活動の中で関わる人々の様子や反応を見るのが楽しくて、BさんはHOTの活動に関わっている。Fさんも、HOTの活動に関わっているのは、決して公共交通のためを思っているわけではなく、自身の就職活動のためである。Dさんは大学のゼミのためである。

このように、HOTメンバーの「想いやこだわり」は、「公共交通のために！」ではなく、

「自分のため」「自分本位」であるものが多い。したがって、「想いやこだわり」は十人十色、多種多様なのである。しかし、第 2 章でも述べたとおり、交通まち育ての原動力は一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」である。交通に関わろうとする理由や動機は自分本位であっても構わない。私的で多様な参加を許容するのが交通まち育ての基本的なあり方なのである。

HOT の活動は今や、まち育てのファースト・ステップである「たべる人 (=市民・住民)」による素材の提供から、「つくる人 (=行政・事業者)」が「たべる人」から提供してもらった資源を活かそうと、施策を講じたり制度をつくったりするセカンド・ステップへの移行が生じている。第 2 章において、まち育ては進展するにつれて「公」と「私」との協働作業になると説明したが、協働作業に必要な一緒に交通を育てていく仲間のような関係性が、HOT の取り組みでは着実に構築されつつある。HOT の活動が今後さらに進展することで、弘前のまちは交通まち育てのパイオニアになれるかもしれない。

3-3-2 交通まち育てにおける「学び」

本章 2 節 4 項では、HOT の活動を通したメンバー自身の変化や気づいたこと、発見したこと、得られたもの、今に反映されていることなどを、明らかにした。本研究では、交通まち育てによる主体的な交通との関わりの中で得られた“気づき”、“発見”、“変化”、“実感”、“成長”などを、総称して「学び」と呼ぶことにする。

HOT の活動を通した「学び」としては、例えば、公共交通に対する愛着が醸成されたり、E さんや F さん、G さんの語りのように、外部と関わることによって人間的に成長したりするという変化があった。

F さんは HOT の活動を通して、自分が何かを与える、何かをするという、客体から主体への変化を経験した。さらに、E さんは、HOT の活動によって、地域や交通の問題に対して、自分でも何かできるという実感がわいている。これらの「学び」こそ、第 2 章で述べた「私化と制度化」によって地域住民に醸成された無力感の打破を可能にするのではないだろうか。

C さんの語りからは、イベント活動に対する気づき・発見の中で、HOT の活動を実際の利用につなげるにはどうすればよいか、検討しているような語りが見られる。D さんの語りにも、イベントと実際の利用との間にある差に疑問を持ち、考えるという主体的な行為が行われているような語りが見られる。C さんも D さんも、明文化こそされていないものの、自分なりに交通とかかわっている点で、「交通にかかわれる」という事実は無意識のうちに認識していると考えられる。この無意識的な認識も「学び」であることには間違いなく、C さんも D さんも交通の問題にかかわることに対して、少なくとも無力感はない。

以上のように、交通まち育てによって、自分が地域や社会に対して何かをする、何かできるという自己効力感を得られることが明らかになった。この自己効力感こそが、「私」か

ら「公」へ「共同」の回路を開く“カギ”であるに違いない。

交通まち育ては、自分たちなりのそれぞれのスタイルで、主体的に交通と関わることが出来る。交通まち育てを通した「学び」の中で、交通やまち・地域に対して何かできるという自己効力感に気づくことができれば、「私化と制度化」によって長年人々の間に醸成され続けてきた交通やまち・地域に関わることへの無力感に打ち勝ち、交通まち育てはさらなる広がりを見せることが可能になる。

したがって、交通まち育てにおいては、その主体の「学び」も大事にする必要があると考える。

ところで、Eさんは語りの中で、HOTの活動を通した自己効力感を得たことで、「まだなにかできるんじゃないかなってという期待感」があるという。彼女は、今住んでいる地域、あるいは故郷でも、交通に限らず地域や社会に関わっていきたいと考えているようである。HOTの活動を通して「自分でも交通やまちに関われる」という自己効力感を感じている。しかし、交通やまちと関われるような入口、言い換えれば交通まち育ての受け皿となるものが、今のEさんの周りには見出せず、HOTにいた頃と同じように、交通やまちに関わるできないという。

弘前ではHOTという交通まち育ての受け皿があったことによって、Eさんは主体的に交通を通してまちとかかわることができた。しかし、交通まち育てはまだ広く浸透しているわけではなく、その入口や受け皿を他地域で見出すことが非常に難しい。せっかく得た「学び」が、他の地域に移動したことで活かされないのは非常にもったいない話であると考えられる。したがって、交通まち育てをより広げるとともに、交通やまちと関われるような入口、交通まち育ての受け皿を全国に増やしていくことが、今後の課題として挙げられる。

第4章 商業店舗における交通まち育ての実践事例

4-1 駅裏ギャラリー散歩の概要

第4章では、商業店舗による交通まち育ての実践事例として、弘前市城東地区のギャラリー2店舗による「駅裏ギャラリー散歩」の取り組みを紹介し、交通まち育てのあり方の多様さを述べていく。

弘前市の城東地区は、弘前駅を起点に、市街地がある方向とは反対方向へ広がる、所謂「駅裏」と呼ばれるエリアのことで、郊外化によって住宅地が形成されていった地域である。域内には、弘南バスの「城東環状100円バス」という循環型バス路線が、時計回りと反時計回りの双方向で、各方向ともに概ね30分ヘッドで走っている。

「駅裏ギャラリー散歩」は、弘前市城東地区にあるギャラリー「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗が製作・発行したリーフレットのことである。2012年4月に初めて発行して以来、ゴールデンウィークやお盆の時期に合わせて、2013年8月、2014年4月の計3回発行されており、弘前駅の観光案内所や市内ホテル、バスターミナルなどで配布されている。内容としては、発行主である「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗を紹介するもので、発行時期に開催する企画展のPRなどを行っている。製作作業はデザインなどの作業が可能な「CASAICO」のほうで担っており、印刷に係る費用は2店舗で負担している。

さて、「駅裏ギャラリー散歩」において、特徴的なのが、「駅裏マップ」と称したマップを設けていることである。このマップの中には、城東環状100円バスを利用した際の2店舗の最寄りバス停の位置が記されているだけでなく、弘前駅から最寄りバス停までの行き・帰りに乗車すべきバスの方面と、そのバスの時刻表が書き記されている。



図37 駅裏ギャラリー散歩 表紙・裏表紙



図38 駅裏ギャラリー散歩 店舗紹介

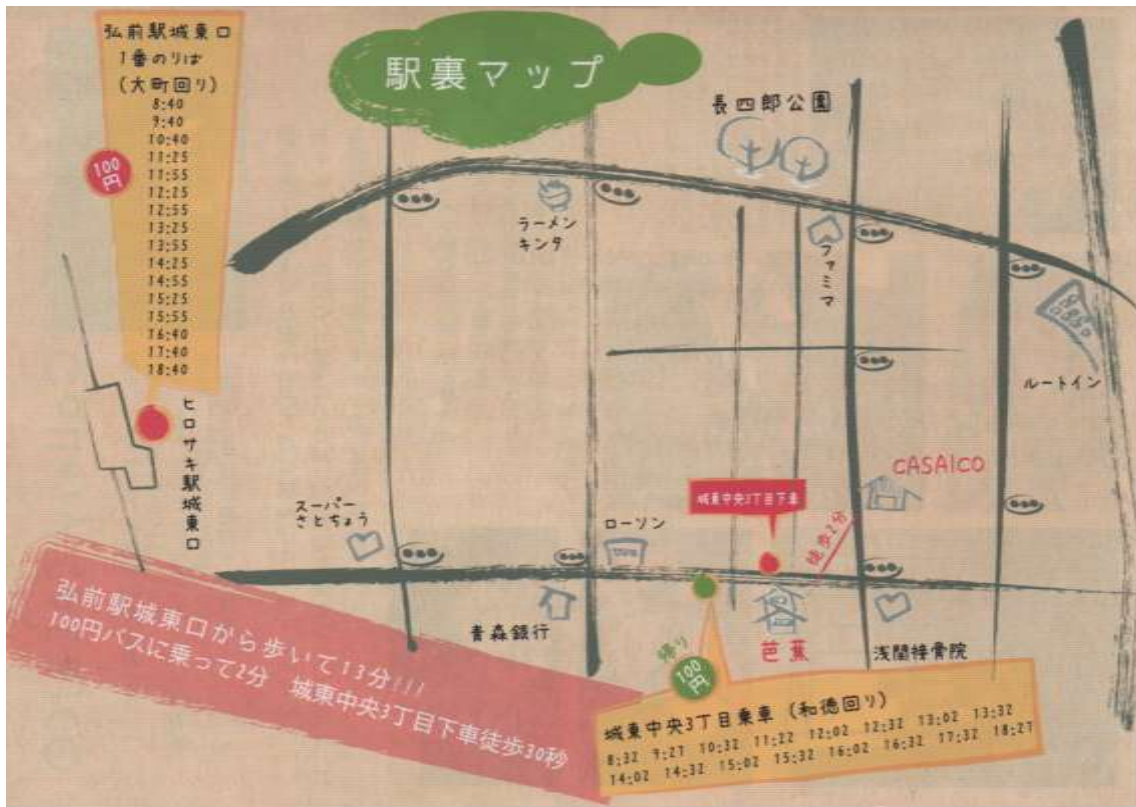


図 39 駅裏ギャラリー散歩 マップ部分拡大図

弘前のように過度なクルマ依存が進んでいる地域の場合、個人商店が発行するチラシやリーフレットだけでなく、公共施設のパンフレット等も含め、通常は、駐車場の有無や、目印となる交差点・コンビニなど、クルマを運転するドライバー向けの情報に記載内容が偏っていることが多い。「駅裏ギャラリー散歩」のように、公共交通についての情報を詳しく記載した事例は他にはなく、非常に珍しい。

4-2 駅裏ギャラリー散歩にかけられた「想いやこだわり」

「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗が、「駅裏ギャラリー散歩」という弘前では珍しい形態のリーフレットを発行するに至った経緯や動機などから、「駅裏ギャラリー散歩」における交通まち育てのあり方を明らかにする。

本研究では、「駅裏ギャラリー散歩」を製作・発行した「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗に、ヒアリング調査を行った。調査対象や方法については、表3のとおりである。なお、第3章と同様、ヒアリングの際のやり取りは了解を得たうえで、録音機器を用いて記録している。記録した音声データの文字化についても、同様の手続きを踏んでいる。

なお、第4章では人名や地名・店舗名は、各インフォーマントに了解を得たうえで、可能な限り実名を記載している。

	プロフィール	調査方法	調査日
葛西将人氏	CASAICO オーナー	ヒアリング（場所：CASAICO 店内）	2014年12月17日
大平陽子氏	ギャラリー芭蕉 企画担当	電話によるヒアリング	2014年12月27日

表3 ヒアリング調査の対象・方法の詳細

(1) 「駅裏ギャラリー散歩」を発行する動機

葛西氏は、製作に至った経緯を次のように語る。

葛西： もともとは芭蕉さんのほうの、最初の案でして、その案って言うのが、うちの嫁さんも同じことを全く考えていて、たまたま意気投合したんですよ。芭蕉さんもうちのCASAICOも同じこと考えてたと。だったら一緒に作っちゃわない？ということ。で、あの、駅裏の方にバス〔＝城東環状100円バス〕もあるし、駅からこう回ってくるじゃないですか、あの城東口からこうぐるっと。なので、そのバス利用してもらえれば来るんじゃないかなっていうことで、ああいうリーフレットをつくったんです。

葛西氏がいう「最初の案」が、「駅裏ギャラリー散歩」を発行するに至った動機にあたる。

葛西氏は、発行に至った動機を次のように話していた。

葛西： お客さんってやっぱり、弘前市に来て、駅前のほうにしか、観光客の方って行かないですよ。どうしても駅裏って、まあ魅力的ではというか、なんかこう・・・、市民は生活の場としては駅裏の方が需要があつていいかもしれないですけど、観光客の方にとっては、駅裏って、とくにホントにマニアックな方じゃないと来ないじゃない

ですか。(たとえ話、中略) 駅裏ってなかなかこう、頭に入ってこない。観光客の方に。そういうのを考えて、じゃあそういうギャラリー散歩って言うマップを作って、観光協会の方に置いてもらおうと。で、観光案内所とか。という感じで製作したんです。

駅裏である城東地区に人を呼び込む、自分たちの店にお客さんを呼び込むというのが、動機としてあることがうかがえる。

大平氏も同じような動機を述べている。

大平： 観光客の方が、全くわからないまま来るじゃないですか、弘前に。んで、あの、だいたいは弘前の駅の、駅から城までの方は細かなマップがあったりとか。んで、よくうちの店に来るお客さんが、この駅の裏の城東ってどうなってるの？っていうふうな感じに聞かれる時があって、あんまり詳しく、その、駅裏のマップがないというか。

大平： お客さんは駅周辺、たとえば駅前であったり、駅裏であったり、私たちが逆の立場だったら、知らない土地に行って、まず駅周辺を探索したいんですよね。で、あんまり離れた場所に、駅周辺だと自分たちがこう、100円バスに乗って、えーと1キロ、2キロ、3キロ以内ですよ。戻ってこれる、行って戻ってくる距離とかでないと、観光客の方、やっぱりバス利用しないと、あのタクシーだとすっごいお金かかっちゃったり、知らない土地歩くわけだから、あの、はずれもあるわけでしょ。そのここまで来て全然だめだった一みたいな。っていう(行って戻って来れるお店の)情報がほしいじゃないですか、外から来る人って。

大平： それで、あの、私たちは城東にいるから、じゃあ城東周辺の、あのこういうギャラリーもありますよっていうのを、各ホテルとか観光館の方、駅前の観光とかにおいてもらって、駅の裏に行きたいとか、駅の裏にはなんかあるの？って言われたときに、こういうふうのが見れるギャラリーもありますよっていう紹介をしてもらいたくてつくったんですけど。

弘前の場合、中心商店街や弘前公園などがある中心市街地のほうに、観光案内等は偏りがちである。店を訪れるお客さんの生の声から、自分たちが店を構える城東地区の案内があれば、城東地区にも、自分たちの店にも、人がより訪れやすくなると思ったことが、動機としてあるようだ。

(2) 外からの人の目線に立って

ところで、大平氏の「私たちが逆の立場だったら」という発言にもあるように、葛西氏も大平氏も、自分が知らない土地を訪れた時のことを考えていたという。

葛西： 自分も観光客の気持ちに置き換えた時に、やっぱそういうものあったら、なんだこれ？ 駅裏にこんなもんあるんだ。じゃあ、ちょっと、おれクラフト好きだし見に行こうかな。しかも二件近いじゃん、二つ見れる、いいかも。っていうのを、まあ、考えてつくったんです。

大平： 私も知らない土地行った時に、観光したい？とかって聞かれたりして、自分は自分の商売絡みとか、雑貨が好きだから、雑貨屋みたいな一って言って、じゃあことここ回しましょうって、友達にこうレイアウトしてもらうんですけど、あの、観光を見たい人ばかりでもないじゃないですか。ほんとに***〔聞き取れず〕***観光館〔弘前市立観光館のこと：ポータル的な観光施設〕とか連れて行きたいところなんだけど、時間無駄だからいいや一って、観光館はいいや一って人も中に入るじゃないですか。だからお客さんに、観光客の人に選択肢をたくさん持ってもらうために、食べ物巡りしたいって人もいるし、アップルパイ巡りたいって人もいるし、そうやってカテゴリー分けしてあげたいなっていう、そういう気持ちからつくったのかな一って。

自らの経験を踏まえて、「駅裏ギャラリー散歩」は、観光客のために製作したと、二人は話す。

葛西： 地元の方はあまり、あまりっていうかほぼターゲットにしてないです。やっぱ地元の人ってわかるじゃないですか。あーそこねって。それでうちらはほんとに観光客の方をターゲットにしてるんで。

大平： 私たちは観光客のためっていう目的でたぶんつくったんだと思います。あの時のマップは。ちょっと、観光客に優しいものを作りたいとか、私の頭の中では、やっぱり観光客の方に弘前の何かを持って行ってもらいたいっていうのがあるんですよ。

大平： 観光客の方がやっぱり全然わからなくて来た時に、ここにはこういうお店、ここにはこういうお店、ここにはこういうお店っていうある程度のわかりやすいマップで言うのかな、そういうのが本当は欲しいかなっていうのは思いましたね。

大平： 観光客の方に、とにかく喜んでもらいたくて、やったんですよ。で、何をやれば喜んでくれるのかな一って思って、やっぱり食べるもの、見るもの、買うもの、3つ観光の人って揃ってないと満たされないものありますよね。食も大事だし、見るのも大事だし、やっぱりそのストレス解消もあって買いたい、物も買いたいとか、何でもいいんだよね。その興味あるのであれば。だからそういうものとか、見て楽しむ、食べ

て楽しむ、買って楽しむっていう、3つの要素をバランスよくあればいいな一って思ったんですよね。（「ギャラリー散歩」は見るというか、お店巡り的なものですか？）
そうですね、知ってもらおうというか、こういうのが弘前にあるんだよっていう、アピールの感じで、弘前にはこういうお店があるんだよっていうのをアピールしたくてつくったのも、一つの考えではあります。

観光で弘前を訪れた人が、城東地区へ足を運び、自分たちのお店のことも知ってもらえるような、そんなマップをつくりたいという想いが、「駅裏ギャラリー散歩」の製作に至った動機としてある。

（3）路線バスを利活用した理由

「駅裏ギャラリー散歩」にバスの行き先や時刻を掲載した理由について、葛西氏と大平氏は次のように述べる。

葛西： やっぱ、結構観光客の方って、問い合わせ結構いただくんですね。ゴールデンウィークの時とか。で、駅裏から徒歩10分とかって聞いたんですけど、どこどう行けばいいんですかと。簡単に説明しても、やっぱり観光客の方って、うーんどの大通り？一本しかないって言うけど、たぶんこれだよって。どこでどう曲がればいいのかっていう、で、目印言ってもわかんないんですよ。なので、うちと芭蕉さんの中間にちょうど城東中央四丁目って言うバス停があるんですよ。そこで降りて徒歩1分って言う、そういうことから、観光客の方ってやっぱりバス利用するじゃないですか、結構。どこに行くでも。だったら、バス停もちゃんと入れて、バスの時刻表もダーッと入れれば、時間に合わせて来てくれるんじゃないかなって言う。そういう観点から、弘南バスさんの時刻表ですね、バーって入れて、城東周り、和徳周りでしたっけ、って言うのを書いて、こっち乗っちゃうと遠くなっちゃうよって言うのを、ちゃんと書いた上で、説明したうえで、はい、載せたんです。

大平： じゃあ、足を運んでもらうために、やっぱり、その公共の交通機関ですけど、100円バスもあり、安く、時間もわかれば動きやすいし、だから何何経由の何時何分どこで降りるっていうのがわかれば、そのままのおりに乗れば、この東口から何経由で城東中央三丁目で降りる、その通りに動けば、まあそこのお店に行けるっていうのが、すごい、こう、案内そろってますよね。

大平： （最初からバスが使えるんだっていう認識があったんですか？）自分たちが県外に言って困ることをそのまま、お客さんの立場になって考えただけで。まず交通機関、この店まで行くのにどうやって行くんだっけ？からはじまって、今だったらほら、若

い人だったらスマホ持ってるからとか、お店に電話したらタクシーなら5分ですよとかっていう、なるべく安く動きたいじゃないですか。で、100円バス通る店あったら、ここのお店で降りたらこれが食べれる見れる、ここで降りたらこれが食べれる見れる、そういうマップがあったらいいなあって。

(2) で述べたように、「駅裏ギャラリー散歩」は、観光客の目線から、城東地区に足を運んでもらうために製作している。外から来た人の目線に立ったとき、自分たちのお店までのアクセスの手段として、城東環状100円バスを利用してもらうことが良いと考えて、バスの行き先や時刻を掲載するに至った。

(4) 2店舗合同で製作・発行した理由

「駅裏ギャラリー散歩」は、「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗が、合同で製作・発行している。その理由について、大平氏は次のように語る。

大平： ひとつひとつだと、それで、お店のパンフレットでいいわけじゃないですか。だけど、2者でつくったってことははしごしてもらえるから、じゃあこっちに行ってみただけど、こっちにも行ってみようっていうふうに、してもらうためかな。近いということもあり、あと100円バス、城東中央3丁目でしたっけ、近くにあるバス、で降りると、うちを見て、カサイコさん見て、まあ戻りはこの時間に戻りましょうって、駅まで戻れる。

大平： でも、なんかこう話しできるのは、CASAICOさんのほうが話しやすいから、「どう思う？」って言ったら、「2者一緒に作っちゃおうか」って。「そのほうがコスト削減になるし、集客も上がるでしょ」って。

1店舗のみであれば、そのお店だけが目的地となってしまう可能性が高いが、2店舗合同にすることで地域内回遊が生まれ、双方の集客力のアップにつながると考えている。加えて、コスト削減にもつながるので、2店舗合同で製作・発行することにより、お互いがWin-Winの関係になれるからだと言える。

(5) 「駅裏ギャラリー散歩」による効果

「駅裏ギャラリー散歩」の効果について、葛西氏と大平氏は次のように話す。

葛西： で、二年前ですね、最初やったのは。これが結構ゴールデンウィークお客さん来たんですよ。観光客が。(実際に効果が?) あったんです、これがまた、ゴールデンウィーク。普段来ないような東京の方とか、大阪、神戸の方だとかいらしていただいて、あと三重県からも来た方がいましたね。さくら見に来て、(中略) たまたま泊まった宿に、こんなの

あったから、「あ、面白そう」って言って来てみたんですって。で、その方も駅裏から（お店までの道順が）わからないからって、弘南バス使って、中央四丁目〔城東中央 3 丁目のこと〕で降りて、って言う感じで。

葛西： そういう面ではやっぱ、バス停を使わせてもらうっていう意味合いがすごくあるのかなって。

大平： さくら〔=弘前さくら祭り〕の期間は結構バス使ったり歩いたりして来てくれた人がいて、（中略）さくら（祭りの期間中）は結構効果的でした。

「駅裏ギャラリー散歩」によって、来店者の獲得につながっただけでなく、バス利用の機会の創出にもつながっている。合わせて、葛西氏の語りからは、公共交通とコラボしたことに手ごたえを感じているようである。

（6）「駅裏ギャラリー散歩」を製作・発行したことによる変化

これまでに「駅裏ギャラリー散歩」を 3 回発行した中で、よりレベルアップさせたいという想いもあるようだ。

葛西： やっぱあの、今、芭蕉さんと CASAICO の二軒しかないわけですよ、正直あの地図に載ってるのは。だったら観光客の方って見た瞬間に、この二軒しかなくて、「ほかになんかラーメン屋さんとか飲食店とかないのかね？」って気になるじゃないですか。でも、「駅裏ギャラリー散歩」は）自分の CASAICO と芭蕉さんしか出資してないわけで、その二軒しか載せてないので、これはちょっと寂しいなと。自分がもし観光客として来たときに、他になんかこう、コーヒー飲めるところとか、飲食店とか、あってもいいんじゃないかなって。

葛西： あの、お金をいただくとかじゃなくて、地図上にもう載せてしまうとか。「美味しいですよここは」みたいに、一言コメントちっちゃく入れて。

葛西： ちょっと観光しに来て、楽しくなれるようなものをちょっとつくりたいなと。でも、あの、基本となるものはギャラリーウォークが基本なんだからっていう。芭蕉と CASAICO のまわりにはこういう食べ物屋さん、こういう見るところがあるよっていうのだけを、更にちょっと載せたいっていうそういう感じなんです。

葛西氏は、観光客により楽しんでもらうために、ギャラリーウォークを基本としつつも、城東地区にある他のお店も巻き込みたいと話している。

大平氏も、同様のことを語っている。

大平： 駅前だけでなく、駅裏も知ってもらいたいから、ここには美味しいケーキ屋さんがある、お寿司屋さんがある、パーマ屋さんもあり、みたいな。だから、もうちょっと行ったらコーヒー豆屋さんがあり、とか、そういうふうに、デパートがあり、食べ物情報とかも載せたいんだけど、やっぱごちゃごちゃになっちゃうと、お客さん、見る側としては、その、たくさん入ると細かくなりますよね。それだけ。なんか年いってる人だと目が見えないとか、あと探すとき何を見たらいいのかははっきり探しこなせないというのがあったら、食べ物は食べ物のマップ、雑貨は雑貨のマップってなったほうが、あと何か二つと絡ませるとか、ケーキと雑貨とか、こう、何て言うんだろ、ちょっと分けると、カテゴリー分けると、たぶんあのネットやる時みたいに探しやすいかなーって、思ったりして。ギャラリーのマップはあるんだけど、ほんとは城東のコーヒー豆屋さんとか、城東にある雑貨屋さんと連携組みたいっていうか。

大平： （弘前を象徴する場所やお城を）まわって、弘前のいいところも知ってもらったうえで、時間があったら城東で買い物もどうぞっていう感じかな。やっぱり、何回かやって見て、何件かやっぱり組みたいなっていう。だって、二軒だけのあれだったら、お客さんのサービスに対して、勿体ないというか可愛そう。やっぱり、「なんだここ、せっかくあっちまで行ってのに二軒しか」っていう情報しか伝わらないわけだから、それだったら、「五軒六軒あって、まわると見れますよ」ぐらい、「帰りここで美味しいアップルパイたのめますよ、コーヒー飲めますよ」っていう、そういうのも大事なかなーとか。

「駅裏ギャラリー散歩」は現在 2 店舗のみが記載されているが、駅裏を知ってもらう、時間があったら買い物してもらうためには、複数の店舗と連携することで、観光客に行ってみたいと思わせること、より地域内回遊を促すことが大事だと考えているようだ。

葛西氏は、よりレベルアップさせたいという想いのモチベーションに、「駅裏をとにかく盛り上げたいんだよね」とも話していた。

葛西： なんかとにかく、みんなで盛り上がりよっていう。(中略) そういうこともあって、うん、少し、最初の一歩として、そういう感じで今回あのリーフレットつくったんですけど。

城東という、自分たちが店を構える地域を盛り上げたいという想いが、よりレベルアップさせたいという想いのモチベーションとしてあるようだ。

しかし、葛西氏が前述の発言の中で「お金をいただくとかじゃなくて、地図上にもう載せてしまうとか」と述べていたように、複数店舗を巻き込むことによる、製作・発行に係

る費用負担の配分は、一つの課題であるようだ。大平氏はそれについて、次のように話す。

大平：（製作・発行するには）お金もかかるじゃないですか。お金出すの嫌だっていう人も結構店舗でいて。それで同じ雑貨屋だと、うちと CASAICO さんだったらお互いに知り合いだし、近くしてるんで、ライバルっぽい感じもないと思うんだけど、なんたる、仲いいから OK してくれたけど、同業者ってなるとやっぱりライバル心があるから。知らないところに「こうゆう広告一緒に作りませんか」って、「え？お金取られる」っていうか、「自分のお客さん取られる」っていう警戒心はあるから、どうだろ、快く返事してくれるかどうかわからないよねって。

「駅裏ギャラリー散歩」が、2店舗合同で製作・発行できた背景には、店舗同士の中の良さがあるようだ。したがって、他の店舗を巻き込もうと思っても、金銭的な負担が伴うと、客を取られるという警戒心から、協力を得るには困難が伴う。

加えて、複数の店舗を巻き込むことで、自身のキャパシティをオーバーしてしまうことも、大平氏は課題として挙げている。

大平： あとほら、まとめ役。まとめ役の人が、大野さんみたいな人がうちにはいないので。もう、自分の仕事でいっぱいいっぱい、CASAICO さんも。それで、たぶん雑貨屋さん入るところ全部に頭下げて行って、集金して、レイアウト持って行って、じゃあ、さて何部にしますか、どこに撒きますかみたいな、そこまで計画立てて、計画書持って行かなきゃいけないでしょ。それ***〔聞き取れず〕***ことを、誰がやるかってなったときに、なんか、たぶん将人〔=葛西氏〕も忙しいし、自分も忙しいし、まだ実現できていないところではある。

複数の店舗を、製作・発行に係る費用負担込みで巻き込もうとすると、それだけ手続きも煩雑化する。それらの取りまとめを、商店主が普段の商売の合間で行うことには、限界があるようだ。

4-3 まとめ

「駅裏ギャラリー散歩」は、「CASAICO」と「ギャラリー芭蕉」の2店舗が合同で、自費によって発行している。内容としては、店舗のPRに加えて、公共交通によるアクセス方法を詳細に記している。大平氏の話から、2店舗合同にすることで、回遊性の向上による集客力アップや、発行に係るコスト削減につながり、Win-Winの関係になっている。

「駅裏ギャラリー散歩」を発行しようと思った動機として、駅裏である城東地区に人を呼び込みたい、自分たちの店にお客さんを呼び込みたいという動機が挙げられていた。とくに、弘前を訪れた観光客を主なターゲットとし、自分たちが店を構える城東地区の案内があれば、城東地区だけでなく、自分たちの店にも、人が訪れやすくなると考えている。加えて、観光客をターゲットとしたとき、自分たちのお店までのアクセスの手段として、バスを利用してもらうことが、お客さんにとって最も良い選択であると、自分たちの経験を踏まえて考えていた。それが、「駅裏ギャラリー散歩」に、公共交通によるアクセス方法を詳細に記した動機である。

以上のように、商店主たちが、私的な理由や動機、すなわち「想いやこだわり」に基づき、自発的・主体的に交通と関わっている。加えて、「駅裏ギャラリー散歩」は、来店者の獲得に寄与しただけでなく、バスの利用機会も創出していた。自分たちの店、あるいは地域への「想いやこだわり」という、創発的なマインドやスピリッツに基づく交通との主体的な関わりが、公共交通の利用者を増やすという共同性を醸し出しているという点で、「駅裏ギャラリー散歩」の取り組みは、立派な交通まち育てである。

ところで、「駅裏ギャラリー散歩」を発行し続けていく中で、よりレベルアップさせたいという想いの変化も見られた。お客さんに喜んでもらうためには、現状の2店舗だけでなく、複数の店舗を巻き込むことが大事だと考えるようになっていく。その背景には、自分たちが店を構える地域を盛り上げたいという想いが、モチベーションとしてあることもわかった。

しかし、複数の店舗を巻き込むには、費用負担に係る協力要請の難しさ、ならびに手続きの煩雑化に伴うキャパシティの限界が、課題として挙げられている。この課題に対して、葛西氏は「お金をいただくとかじゃなくて、地図上にもう載せてしまおうとか」と述べていたように、費用負担はなしという形で地図上に簡単な紹介を載せると言うスタイルで回遊性を高めれば、城東地区により多くの人を訪れ、自分たちのお店にも、多くの人を訪れるようになると考えているようだ。ここに、「公」と「私」による協働作業への発展可能性が見出されるのではないだろうか。

複数の店舗を巻き込むことで、城東地区の回遊性が高まれば、バス利用者のさらなる増加もあり得る。交通まち育てとしての「駅裏ギャラリー散歩」の可能性はまだ十分にあり、今後の発展が期待される。

第5章 札幌らしい交通環境学習における交通まち育て

第3章、第4章では、いずれも「たべる人」からはじまる交通まち育ての事例について述べてきた。第5章では、「つくる人」からのアプローチをキッカケとした交通まち育ての事例として、札幌市における「札幌らしい交通環境学習」について取り上げることにする。

5-1 札幌らしい交通環境学習の概要

5-1-1 従来のMM教育が抱える課題

MM施策の中で、学校教育にMMの視点を取り込んだ「MM教育」の実践が、近年盛んに行われている。MM教育とは、「私たち一人ひとりの移動手段や社会全体の交通を『人や社会にやさしい』という観点から見直し、改善していくために自発的な行動をとれるような人間を育てることを目指した教育活動」（モビリティ・マネジメント教育教育宣言検討委員会 2010 p3）と定義されており、その最終目標は「『よりよい社会の形成に主体的に参画する能力』の育成」（唐木 2011 p37）とされている。

これまでのMM教育の実践事例の多くは「出前講座形式」である。行政側が学校側に「交通環境学習をやらせてほしい」と要請し、学校側は1時間～3時間ほどの授業のコマ数を確保して、行政職員や業務を請け負うコンサルタント会社の職員などが「ゲストティーチャー」として授業を実施するという流れになっている。しかし、MM教育をより幅広く展開するには、出前講座形式では限界があり、学校教諭が主体となって授業を実践することが必要になっている。

ところで、MM教育には、行政や学校だけでなく、交通事業者やバス協会、国や県の関係する行政機関、教育委員会など、関連する団体は多様である。にもかかわらず、「出前講座形式」のような行政から学校への一方的なアプローチでは、関連する団体と十分に連携が図れない。MM教育をより効率的・効果的に実施するためには、MMに係る様々な団体と連携することが求められる。

加えて、従来のMM教育では、大半の実践事例が、小学校5年生を対象に社会科や総合的な学習の時間の中での実施にとどまっている。MM教育の効果をより確かなものにするためには、各学年でMM教育を実践することも必要である。

5-1-2 札幌らしい交通環境学習の実施内容

1項で示したMM教育が抱える課題を背景に、札幌市では2011年度から、「札幌らしい交通環境学習推進事業」を実施している。2011年度から2013年度は、「公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団（以下エコモ財団）」からの支援制度を受けて3カ年計画で実

践を積み上げ、2014年度からは札幌市の予算の中で継続的に展開している。

実施内容としては、①小学校教諭を主体とするワーキンググループ（WG）による学習プログラムの検討、②教諭が主体となった授業実践を実施することで研究授業の蓄積、③指導案集や副読本の作成、④市のホームページ上にWEBプラットフォームを設け、情報提供を実施、⑤教諭を対象とした「札幌らしい交通環境学習フォーラム」などのイベントの実施、⑥民間企業との連携による公共交通について考える作文コンクールの実施や、交通事業者と連携した体験学習の実施がある。

札幌らしい交通環境学習では、小学校3年生～6年生の社会科や総合的な学習の時間、ならびに1年生の道徳で、計13回の授業実践を行い、指導案集として取りまとめている。授業内容の詳細は指導案が取りまとめられている札幌市のホームページ（<http://www.city.sapporo.jp/sogokotsu/gakusyu/program.html>）を参照されたい。2014年度には、これまでの議論を踏まえて、小学校3年生を対象とする副読本を作成し、札幌らしい交通環境学習を進めていく中での補助教材として、授業実践の中で活用している。



図40 副読本表紙



図41 副読本の内容一例（路面電車の移り変わり）

札幌らしい交通環境学習は、「札幌市学校教育の重点」の中にある“雪”“環境”“読書”という「札幌らしい特色ある学校教育」の3つのテーマのうち、とくに“環境”の部分に位置づいており、札幌市の教育行政と合致させている。現在は実施校もWGメンバーの教諭が所属する小学校に限られているが、授業実践や指導案集、副読本などの実績を積み上げていくことで、将来的には、一般の教諭が授業を行うときに参照する「札幌市小学校教育課程編成の手引き」への掲載を目指しており、札幌市内全域の小学校への広がりも見据えている。

5-1-3 札幌らしい交通環境学習の実施体制における特徴

ところで、札幌らしい交通環境学習の実施体制において、従来の MM 教育と比較してもっとも特徴的なのは、学校教諭が主体となって、学習プログラムの検討や研究授業の実践、指導案集や副読本の作成を行っていることであると言える。

このことについて、WGに参加している教諭の1人からは、2節で述べるヒアリング調査の中で、次のような語りを得られた。

H 教諭： 普通、逆なんですよね。市役所がガー！って前に出てきて、先生方に「あれやってくれ、これやってくれ」って来るんだけど、どっちかっていうと（市の担当者は）黙ってらっしゃるじゃないですか。そして、僕らの話を聞いてくれるという。この関係はね、僕結構「いいかなー」って思う。ほんとにありがたい。授業づくりをまず、私たちがやらせてもらっているっていうのは、（札幌らしい交通環境学習が）うまくいってることかなと。

札幌らしい交通環境学習において行政は、従来の MM 教育に見られる一方的なアプローチではなく、H 教諭の語りにもあるように、学校教諭の主体性を尊重している。

さて、具体的に、札幌らしい交通環境学習の実施体制は、札幌市総合交通計画部と業務の受注者である「一般社団法人北海道開発技術センター（以下 DEC）」が事務局となりながら、学識経験者や行政、関係団体、そして教育委員会と小学校教諭の学校関係者で構成された検討委員会を 2011 年度から 2013 年度の 3 年間設けて、その中で事業の方向性を定めていった。そして、より具体的な学習プログラムの検討や研究授業の実践、指導案集の作成などについては、小学校教諭を主体に、学校関係者と事務局で構成される WG によって行ってきた。

したがって、札幌らしい交通環境学習の具体内容に係る部分は、WGに参加している学校教諭たちの手によってつくられてきた部分が多い。2014 年度からは検討委員会がなくなり、WG が中心となって、継続的な授業の実践や、副読本の作成等を行っているので、学校教諭の主体度合いはより高まっている。

ところで、札幌らしい交通環境学習が始まった経緯について、事務局を担う DEC の大井元揮氏に伺ったところによると、札幌らしい交通環境学習は、DEC が教育委員会と札幌市へ MM 教育の企画提案を行ったところから始まった。エコモ財団による MM 教育実施に係る支援制度には、教育委員会との連携が条件として掲げられていたので、当時 DEC とつながりがあり、現在の WG で中心を担っている H 教諭を通して、教育委員会に企画提案を行ったという。しかし、教育委員会が直接前面に出るのは難しいとのことから、現在事務局を担っている札幌市総合交通計画部が前面に出て、その中に教育委員会が入るといった形をとることにした。その中で、先ほどの H 教諭から、札幌市社会科教育連盟に加盟している

“やる気のありそうな”教諭へ声掛けをしてもらい、それによって集まった小学校教諭が現在のWGメンバーである。

札幌らしい交通環境学習のWGは、H教諭が中心となりながら、H教諭の声掛けによって集まった小学校の社会教諭たちによって進められている。H教諭は、DECが札幌らしい交通環境学習の企画提案を行っていた当時、雪に関する総合的な学習をサポートする「北海道雪たんけん館 (<http://yukipro.sap.hokkyodai.ac.jp/>)」で、学習プログラムや指導案作成の中心を担っていた。研究授業実践のために必要なノウハウを持っているH教諭が中心となっていることは、札幌らしい交通環境学習において教諭主体の授業実践が実現できる理由の一つである。

一方で、教諭主体の授業実践を進める上で、WGメンバーと事務局である札幌市やDECとの関係性にも注目する必要がある。札幌らしい交通環境学習では、検討委員会やWGを通して、学校教諭と行政などとの間に親密な協力関係ができているのである。

例えば、小学校での授業実践にデータや資料を教諭が必要としたとき、市役所へデータの提供を気軽にお願ひできたり、DECが行政から提供されたデータを加工して資料にしてくれたりする。一般的に、教諭自身が授業づくりをする際には、周辺資料を調査し、まとめて、教材化しなければならない。しかし、学校教諭が抱える業務量の肥大化の中で、それらの作業を教諭たちだけで行うには限界がある。加えて、交通のように専門的な知識が必要であったり、資料へのアクセスが難しかったりする場合は、その作業量はさらに膨らむ。そうした限界をなくすべく、市役所やDECが全面的に学校教諭をバックアップしているのである。

副読本の作成についても、教諭たちだけで全てを賄うのは不可能であり、デザインなどの専門的な作業はDECが担い、教諭たちは内容の検討などをWGの中で行っている。

札幌らしい交通環境学習において、教諭主体の授業実践が実現できている理由には、こうした学校教諭と行政等とのコラボレーションによるところもある。

5-2 札幌らしい交通環境学習に参加している学校教諭の「想いやこだわり」

1 節より、札幌らしい交通環境学習では、小学校教諭が主体となって、学習プログラムの検討や研究授業の実践、指導案集や副読本の作成を行っていることが、従来の MM 教育とは大きく異なる点である。学校教諭主体で授業実践が実現している理由は実施体制の中で明らかにできたが、学校教諭が主体となって「授業実践をしよう!」、あるいは「WGに参加しよう!」と思うに至った経緯やモチベーションについては見えていない。2 節では、小学校教諭たちの語りに注目して、札幌らしい交通環境学習に主体的に関わろうとするモチベーションを明らかにする。

5-2-1 調査対象・方法

本研究では、エコモ財団が行った WG メンバーへのグループヒアリングに同席し、そのときの WG メンバーの発言から分析を行う。グループヒアリングの概要は以下のとおりである。

- 【日 時】 2014 年 11 月 19 日 (水) 18:30~20:30
- 【場 所】 一般社団法人北海道開発技術センター4 階会議室
- 【対 象】 札幌市内小学校教諭 10 名+札幌市教育委員会 1 名
(札幌らしい交通環境学習ワーキンググループメンバー)
- 【同席者】 一般社団法人北海道開発技術センター2 名
札幌市市民まちづくり局総合交通計画部都市交通課 3 名
札幌市交通局事業管理部総務課 2 名
筆者

調査方法としては、ヒアリング自体はエコモ財団で進めるものであったため、筆者は同席者というかたちで記録に徹している。

グループヒアリングの様子は了解を得たうえで、録音機器を用いて記録している。

記録した音声データの文字化は、第 3 章と同様の手続きを踏んでいる。

人名はすべて仮名、地名や学校名なども個人が特定される可能性があるかと判断されたものは仮名にしている。

なお、今回のグループヒアリングは、エコモ財団が MM 教育の事例集を作成するために行ったものであるが、本研究に必要なデータは十分に得られる内容であったため、この他に学校教諭への調査は行っていない。

5-2-2 札幌らしい交通環境学習に参加している学校教諭のモチベーション

1 節より、札幌らしい交通環境学習の WG は、H 教諭の声掛けによって集まった小学校教諭によって進められている。したがって、教諭たちが WG に参加するキッカケは「誘ってもらったから」で一貫していた。

ところで、グループヒアリングの中で、札幌らしい交通環境学習に取り組む学校教諭の熱意にはどういった考えがあるのかという質問があった。本節では、この質問に対する学校教諭の回答から、札幌らしい交通環境学習に主体的に関わろうとするモチベーションを明らかにする。

(1) 自分たちの社会科の授業をつくりたい・提案したい

H 教諭： 基本的なものとして、ここにいる人たちはみんな、「自分たちの社会科の授業をつくりたい」とずっと思っている人たちなんです。「なにかそういうのを提案したい」という、基本的なモチベーションで言うのは、そこに MM っていう液をポトッと入れたらバツ！と反応するみたいな。

先ほども述べたが、札幌らしい交通環境学習の WG に集まったメンバーは、H 教諭の声掛けがキッカケとなっている。そのとき、H 教諭は“やる気のありそうな”教諭へ声掛けをしていた。M 教諭も「授業するって言ったら一生懸命やりたいメンバーを H 教諭が選んでくださってる感じがある」と述べている。その「やる気のありそうな教諭」というのは、「自分たちの社会科の授業をつくりたい・提案したい」と、ずっと思っていた人のことであると言える。

実際に I 教諭は、行政から市の現状や交通、MM に関する話を聞いて、「教材化してみたい」「授業化してみたい」と思ったのが、授業づくりのモチベーションだという。

I 教諭： 自分がこの MM 教育にかかわらせていただいて授業づくりの中ですごいモチベーションになったのが、一番最初に札幌市の方から（中略）お話を最初に聞いたときに、札幌市の現状があって、人口減の中で、公共交通の、これから利用者がいなくなるとなくなってしまうかもしれないというお話とか、そういう社会の現実を見たときに「あ！これちょっと教材化してみたいな」って思える視点があって、それが僕の授業づくりの中で、小学生の時点から、そういう良さとか、そういうものの方とか、社会の現実とか、そういうものが見えるような視点で「授業化してみたいな」と思ったのが、僕の中では授業づくりのモチベーションになっています。

札幌らしい交通環境学習に参加することをキッカケに、ずっと胸に秘めていた「自分たちの社会科の授業をつくりたい・提案したい」という想いが、花開いたのだと言える。

(2) 自分も楽しい、面白い

J 教諭： やった実感としては、やっぱり、子どもも楽しいし、自分も楽しいし、それで最終的に子どもの力が伸びたり、子どもが夢中になって追求できるものが、そこにあるっていうのが一番だったかなと。電車見に行ったりとか、話聞いたりとか、ものすごい子ども楽しそうにやるんですね。自分も事前の取材とか結構楽しくて。それでハマっていったというか、価値あるなっていうふうに思ったのは一つありました。

K 教諭： いろんなところに行って勉強するのが好きなので、行けば行くほど自分自身が学べるっていうのが基本的なモチベーション。ただ、このモビリティ・マネジメントが違うのは、ふつうは先生方の集まりで先生方で授業を作るんですけども、その中に行政の方とか事業者の方とかが入って、一緒に授業づくりするっていうところが、「あ、こういうつながりもあるんだな」って。ふつうの授業づくりでは得られない裏のこととかを知れたり、そこが面白いなと思って。

J 教諭は子どもだけでなく自分も楽しめたところにモチベーションを見出している。K 教諭は、いろんなところに行って自分自身が学べることに基本的なモチベーションを見出しており、札幌らしい交通環境学習では、WG の中で行政や事業者など連携しながら授業づくりを行っていく過程での学びに、面白さを感じているようだ。授業実践や、学習プログラム・指導案の検討を通して、自分自身「楽しい」「面白い」と感じたところが、モチベーションになっている。

(3) 社会科の先生だから

L 教諭と M 教諭は、社会科の先生であるが故に、モチベーションが高いと考えている。

L 教諭： 社会科の先生だからじゃないかなと思うんですね。小学校の教師って全部教えるんですが、やっぱりそれぞれ自分の得意なもの見方があって、じゃあ、この今モビリティ・マネジメントでやっているようなことを、(中略)他の(教科の)ところに持って行ったときに、「あ！うちでそれやろうよ！」ってなるかっていうと、たぶんならないと思うんですね。(中略)なので、社会科の先生っていうのが一番大きいのかな。社会科の物の見方とやっぱり似てるところがある、合致するものがたくさんある。

M 教諭： よく言えば社会科の先生の方が探求心が旺盛で、授業いっぱい作ってみたいっていう感じですけど、まあ、基本的にちょっと病気の感じで、授業するってなるとなかなか手が抜けなくて、一生懸命作りこんじゃうっていう、その、ちょっとオタク

系な感じのところがあるのかなっていう。

社会科の物の見方と MM 教育が合致していること、あるいは、社会科の先生ならではのこだわりが、MM 教育とうまくシンクロしていることが、モチベーションの高さに繋がっていると言える。

(4) 子どもたちのため

N 教諭は、子どもたちに大人になる一歩を踏ませてあげたいという思いが、モチベーションになっている。

N 教諭： 私のモチベーションは、社会科やってる中で、世の中にいろんなものがあるんですけど、そういういろんな価値あるものとか、新聞やテレビに取り上げられはしないけども、ものづくりをしてる人とか、そういう人たちを取り上げて、子どもと距離を短くしてあげたいと思っているんですよね。そのいろんなものの価値や大事なところをしっかりと身につけて、大人になる一歩を踏ませてあげたいなっていうのがモチベーションで。その中で公共交通っていうのが、非常に社会的にも価値がありますし、子どもの生活にも身近ですし、将来にわたってみんなで大変にしていかなければ世の中が回らなくなるんですよね。そういう意味で、交通を取り上げた授業をしていくっていうところはすごく大事だと思って、3年間関わっています。

普段はあまり意識しないものに対して、価値があること、大事なものであることを教えることで、子どもたちの成長につながる。そのときに公共交通というのは身近な題材として、ちょうど良いものなのかもしれない。

O 教諭も、子どもたちに自身が学んだことを伝えたいという思いを持っている。

O 教諭： (所属している小学校のある地域が) 高級住宅街であったりして、割と裕福な家庭が多かったりするんですけど、(中略) そういう地域こそ、なんていうか、こういうバスの良さとか、あとは、なんか札幌市中(どこでも)バスや交通機関で行けるとか、バス停が 2000 (箇所ある) とか、そういういろんな情報が僕は会議の中で勉強させていただいて、そういうことをあの地域の子たちに伝えるっていうのが、ほんとにモチベーションになることだと思うので、たくさん勉強させて頂いて、そういうことをどんどん伝えていきたいなと思ってます。

子どもたちの成長につなげたい、自分が学んだことを子どもたちに伝えたいという、子どもたちへの思いがモチベーションとなっている。

5-3 まとめ

札幌らしい交通環境学習は行政からのアプローチをキッカケにスタートした事業である。事業としての大枠は行政や検討委員会の中で決めていったが、しかし、具体的な内容については、H 教諭を中心とする WG メンバーの学校教諭主体で検討・実践されており、札幌らしい交通環境学習の中身は学校教諭たちによってつくられたものだと言っても過言ではない。行政側は、従来の MM 教育のような一方的なアプローチではなく、学校教諭の主体性を尊重しつつ、取り組みを全面的にバックアップすることによって、学校教諭と行政等との良好な連携関係を実現させている。

2 節より、学校教諭のモチベーションを見ると、「MM 教育のために！」や「公共交通のために！」といったものはなく、「自分たちの社会科の授業をつくりたい」、「子どもも楽しい、何より自分も楽しい・面白い」といったものや、社会科の先生ならではの「こだわり」に基づくもの、そしてやはり、教諭としての子どもたちへの「想い」が、モチベーションとして見られた。これらの私的な理由や動機、すなわち一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」に基づき、学校教諭たちは札幌らしい交通環境学習に参加している。

札幌らしい交通環境学習は、子どもたちを通して、地域が抱える交通の問題の解決に寄与していることは間違いない。「公」からのアプローチをキッカケに「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が始まり、学校教諭が持つ「想いやこだわり」が WG への主体的な関わりを通して共同性を醸し出しているという点で、札幌らしい交通環境学習の取り組みもまた、交通まち育てなのである。

第 3 章や第 4 章で紹介した事例のように、交通まち育て、あるいはまち育てにおいても、基本的な形は「私」が「公」へ「共同」の回路を開くことから始まっている。しかし、本章における札幌らしい交通環境学習の取り組みは、「公」が「私」に、交通の問題を埋め戻すところから交通まち育てが始まる可能性を示した。したがって、交通まち育ては、市民・住民からの参加を待つだけでなく、行政側から施策として展開し、市民・住民にキッカケを与えることで始めることも可能であると考ええる。

交通まち育てには行政ができることもたくさんあるに違いない。交通政策の根本的な価値観の見直しの時が、到来しているのではないだろうか。

第6章 結論

6-1 交通まち育てのあり方

6-1-1 「私」の多様な参加を許容する

交通の問題は、地域の共同の解決問題である。戦後日本社会における「私化と制度化」はすでに限界を迎えており、行政や事業者は交通の問題を地域に埋め戻すとともに、何らかの形で市民・住民が交通の問題に関わることが必要である。しかし、市民・住民にとって、交通は受動的に享受するサービスでしかなく、交通やまち・地域に関わることに對しては無力感が潜在化している。そこで、本研究では、「公」と「私」がそれぞれ「共同」への回路を開くための切り札として、モビリティをマネジメントする「交通まち育て」という概念を提起し、そのあり方を明らかにすべく、第3章から第5章で具体事例を取り上げていった。

いずれの事例においても、「私」が様々なアウトプットによって自発的・主体的に交通と関わり、結果的に共同性を醸し出している。

第3章のHOTでは、大学生が主体となって、情報誌やイベント、乗り方教室などの様々なアウトプットによって、電車やバス・まちの楽しみ方、電車やバス・まちを楽しむライフスタイルを提案している。そして、例えば、情報誌は公共交通の利用機会や地域内回遊の創出に寄与できたとし、イベントでは人々に公共交通に親しみを持ってもらい、鉄道・バス事業者と市民とが交流するキッカケの場となることができた。加えて、事業者や行政などの「つくる人」に前向きなムーブメントをもたらした。

第4章の「駅裏ギャラリー散歩」では、商店主が店のPRリーフレットに公共交通でのアクセス情報を詳細に記し、来店者の獲得に寄与しただけでなく、バスの利用機会の創出も果たした。

第5章の札幌らしい交通環境学習の事例では、学校教諭が主体となって、MM教育の学習プログラムの検討や研究授業の実践、指導案集・副読本の作成などを行い、子どもたちへの教育を通して、地域が抱える交通の問題の解決に寄与している。

以上のように、いずれの事例でも「私」が「公」へ「共同」の回路を開いている。その根底にあるのが、人々の多様な「想いやこだわり」、すなわち「私」からの創発性を含んだマインドやスピリッツではないだろうか。

第3章で、HOTメンバーは、HOTに入った動機や、活動に参加しているときのモチベーションとして、情報誌をつくりたいからであったり、就職活動や大学のゼミのためであったり、自己実現の場だからだったり、様々な私的な理由や動機を挙げていた。

第4章では、商店主たちは「駅裏ギャラリー散歩」を発行しようと思った動機として、自分が店を構えている地域にお客さんと呼び込みたい、自分たちの店にお客さんと呼び込

みたいという私的な「想い」を挙げている。

第5章でも、学校教諭のモチベーションは、「MM教育のために！」や「公共交通のために！」といったものではなく、「自分たちの社会科の授業をつくりたい」、「子どもも楽しいし、何より自分も楽しい・面白い」といったものや、社会科の先生ならではの「こだわり」に基づくもの、そしてやはり、教諭としての子どもたちへの「想い」が、モチベーションとして見られた。

このように、いずれの事例においても、「私」の主体的な交通との関わりは、私的で多様な理由や動機、すなわち一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」に基づいている。市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツが、「私」が「公」へ「共同」の回路を開くことを可能にする。したがって、「私」が「公」へ「共同」の回路を開くために、人々の多様な参加を許容することが、交通まち育ての基本的なあり方である。

ところで、戦後日本社会における「私化と制度化」により、人々の間には交通やまち・地域に関わることへの無力感が醸成され続けてきた。この状況を打破するためには、交通まち育てを通した「学び」によって得られる自己効力感こそが、「私」から「公」へ「共同」の回路を開く“カギ”である。

第3章では、交通まち育てによって、HOTメンバーが交通や地域・社会に対して何かをする、何かができるという自己効力感を得ていることも明らかにした。この自己効力感は、客体から主体への“変化の経験”や、「自分でも何かできる」という“実感”などに加え、自分なりに交通と関わっていく中で「交通に関われる」という事実の“無意識的な認識”も含む、交通まち育てを通した「学び」の中で気づくことができる。

「私」が「公」へ「共同」の回路を開く“カギ”へとつながる「学び」を、市民・住民が得るためには、自分たちなりのそれぞれのスタイルで、主体的に交通と関われることが必要である。そして、自分たちなりに交通に関われるようにするためには、私的で多様な理由や動機、すなわち一人一人が持つ自身の「想いやこだわり」に基づく、人々の多様な参加のあり方を許容することが不可欠である。

したがって、「私」が「公」へ「共同」の回路を開くためには、「私」における「学び」も大事にしつつ、人々の多様な参加を許容することが、交通まち育ての基本的なあり方である。その意味で、交通まち育て、あるいはまち育てという概念の普遍的なものが、市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツであることは間違いない。

6-1-2 「公」から始まる交通まち育ての可能性

交通まち育ては、地域の共同の解決問題として交通を捉えたとき、「公」と「私」がそれぞれ「共同」への回路を開くための切り札である。加えて、交通まち育てにおける「公」と「私」との間には、一緒にまちを育てていく仲間のような関係性、つまり「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が求められている。したがって、「公」が「私」へ「共同」の回路を開くこと、「公」が「私」に交通の問題を埋め戻すことも必要である。

第3章のHOTの活動では、まち育てのファースト・ステップである「たべる人（＝市民・住民）」による素材の提供から、「つくる人（＝行政・事業者）」が「たべる人」から提供してもらった資源を活かそうと、施策を講じたり制度をつくったりするセカンド・ステップへの移行が生じている。第2章において、まち育ては進展するにつれて「公」と「私」との協働作業になると説明したが、協働作業に必要な一緒に交通を育てていく仲間のような関係性が、HOTの取り組みでは着実に構築されつつあることが明らかになった。

第4章における「駅裏ギャラリー散歩」の取り組みでは、よりレベルアップさせるべく、複数の店舗を巻き込むことで、地域内の回遊性を高めようと考えていた。しかし、複数店舗を巻き込むうえで、費用負担に係る協力要請の難しさ、ならびに手続きの煩雑化に伴うキャパシティの限界が、課題として挙げられており、ここに、「公」と「私」による協働作業への発展可能性が見出された。

第5章については、前述の2つの事例とは異なり、「公」からのアプローチをキッカケに「つくる人」と「たべる人」との双方向的な関係性が始まり、学校教諭による交通まち育てが進められていることを明らかにした。

第3章と第4章は、いずれも「私」が「公」へ「共同」の回路を開くところから始まり、それによって「公」が「私」へ「共同」の回路を開いた、或いは開かれる可能性がある事例である。一方で、第5章は「公」が「私」に、交通の問題を埋め戻すところから交通まち育てが始まる可能性を示した事例である。したがって、交通まち育ては、市民・住民からの参加を待つだけでなく、行政・事業者側から施策として展開し、市民・住民にキッカケを与えることで始めることも可能であると考えられる。

交通まち育ては、「公」から「共同」の回路を開くことも可能である。したがって、行政・事業者のできることはたくさんあるに違いない。交通政策の根底にある価値観を見直したうえで、施策検討することが必要ではないだろうか。

6-2 交通まち育てにおける今後の展望と課題

「私化と制度化」の限界を背景に、市民・住民による交通への主体的な参加のあり方として交通まち育てを提起した。

最後に、本研究によって明らかになった課題から、交通まち育てにおける今後の展望と課題について言及したい。

6-2-1 交通まち育てにおける今後の政策的展望

交通まち育てにおける「公」と「私」との間には双方向的な関係性が求められている。したがって、「公」が「私」へ「共同」の回路を開くことも必要である。加えて、「公」からのアプローチをキッカケに、交通まち育てが展開されていく可能性も示唆された。

ここでは、交通まち育てにおける今後の政策的展望として、「公」がどのようにして「共同」の回路を開けばよいか、その方向性を示したい。

(1) 交通まち育てのキッカケづくり

第3章2節4項(6)におけるEさんの語りから、彼女は、HOTの活動を通して「自分でも交通やまちに関われる」という自己効力感を感じ、HOTを卒業した後も、今住んでいる地域や故郷で、交通に限らず地域や社会に関わっていきたいと考えていた。しかし、交通やまちと関われるような入口、言い換えれば交通まち育ての受け皿となるものが、今のEさんの周りには見出せず、同じように交通やまちに関わることができないという。

このように、せっかく「学び」が生じて「私」が「公」に共同の回路を開いても、他の地域に移動してしまえば入口はなく、受け皿もないため、再び交通やまち・地域に関わることに對して無力感が醸成されてしまう。したがって、交通まち育てをより広げるとともに、交通やまちと関われるような入口、交通まち育ての受け皿を全国に増やしていくことが必要である

では、「公」は何をすればよいか。

まず、政策として進めるにあたって、人々が「自分たちでも交通に関われる！地域に関われる！」という自己効力感を得る必要があり、そのためには、交通まち育ての基本的なあり方でもある、人々の多様な参加を許容することが大前提である。そこから、市民や住民からの創発性を含んだマインドやスピリッツに基づく交通まち育てが展開される。これを踏まえたうえで、行政側から交通まち育てのキッカケづくりを、政策的に展開することが方策として考えられる。

さて、交通まち育てのキッカケづくりの具体例としては、第5章の札幌らしい交通環境学習の事例が挙げられる。行政側がキッカケとして受け皿(=事業の大枠)を用意し、具体的な内容については、市民・住民の主体性を尊重しつつ、取り組みを全面的にバックア

ップする。このとき、具体的な内容については、従来の「公」と「私」との一方的な関係性ではなく、双方向的な関係性のもとで展開されることが求められる。そして、繰り返しになるが、多様な参加のあり方を許容することも求められる。

ところで、前述の E さんの語りから、HOT の活動は“とっつきやすかった”から、E さんをはじめ、HOT メンバーは交通に関わることができた。情報誌づくりやイベントなど、自分たちなりに交通と関われる題材（＝入口・受け皿）だったのである。彼女の語りにあるように「バス路線の編成を考えよう！」では HOT の活動は成立しない。

したがって、もしかすると、行政側の政策的な文脈による題材は、交通まち育ての胎動へすぐにはつながらないかもしれない。しかし「私化と制度化」の限界を迎えている今、行政や事業者は交通の問題を地域に埋め戻す努力をする必要があると考える。長い目で見れば、交通まち育てを通した「学び」の中で、交通やまち・地域に対して自分たちでも何かできるという自己効力感に人々が気づくことで、交通まち育てはさらなる広がりを見ることが可能になる。E さんの言う「バス路線の編成を考えよう！」も、人々がやりたいと思うようになるかもしれない。

「公」からのアプローチは、交通やまちと関われるような入口、交通まち育ての受け皿をつくることである。そして、多様な参加のあり方を許容し、「公」と「私」との双方向的な関係性のもとで展開することが求められる。

（２）交通まち育てのセカンド・ステップとして

交通まち育て（まち育て）において、「たべる人（＝市民・住民）」による素材の提供がファースト・ステップであり、セカンド・ステップは「つくる人（＝行政・事業者）」が「たべる人」から提供してもらった資源を活かそうと、施策を講じたり制度をつくったりすることである。第 2 章において、まち育ては進展するにつれて「公」と「私」との協働作業になると説明したが、協働作業に必要な一緒に交通を育てていく仲間のような関係性は、セカンド・ステップへの移行が生じることによって、初めて実現する。「公」が「私」へ「共同」の回路を開く機会として、このセカンド・ステップへの移行が挙げられる。

例えば、第 3 章で取り上げた HOT では、学生団体であるがゆえに、活動費用の捻出が大きな課題であった。学生団体という組織の特性上、活動内容のルーティン化は継続性確保の観点からも必要だが、これまでは費用の目途が立ったときに合わせて活動するような状況であった。しかし、活動を進めていく中で、事業者側に取り組みに必要な費用を負担してもらい、企画や運営等の実施に係る部分を HOT で担うといった協力・連携の体制ができつつある。加えて、行政においても、2015 年度から HOT の活動に必要な予算を確保していただく予定があるほか、HOT、行政、事業者による「交通まち育てコンソーシアム（仮称）」の立ち上げなども検討している。「公」による活動費用の負担と、組織的な連携の強化により、ようやく活動内容のルーティン化を図ることができ、交通まち育ての安定的かつ継続的な展開の可能性が見えてきた。こうした支援も、「公」が「私」へ「共同」の回路

を開く一つのあり方であると言える。

第4章で取り上げた「駅裏ギャラリー散歩」では、複数の店舗を巻き込むうえで、費用負担に係る協力要請の難しさ、ならびに手続きの煩雑化に伴うキャパシティの限界が、課題として挙げられていた。これに対する「公」と「私」による協働作業への発展可能性として、例えば、地域の共同のプロジェクトとして発展させ、第5章の札幌らしい交通環境学習のように、行政側がキッカケとして受け皿（＝事業の大枠）を用意し、具体的な内容については、市民・住民の主体性を尊重しつつ、取り組みを全面的にバックアップするという形で、「公」が「私」へ「共同」の回路を開くことも可能である。

以上のように、セカンド・ステップへの移行に際して、「公」が「私」へ「共同」の回路を開くあり方に決まりはないが、「公」と「私」との協働作業に必要な一緒に交通を育てていく仲間のような関係性を実現するうえで、セカンド・ステップへの移行は一つの大きなチャンスとなり得る。

6-2-2 交通まち育てにおける今後の研究課題

ここでは、本研究を振りかえって、交通まち育てにおける今後の研究課題について述べておきたい。

今回は、交通まち育てが何かを提起し、そのあり方を明らかにしただけにすぎない。交通まち育てに係る、過程や手法については、まだ研究の余地が多分に残されている。とくに、人々が「学び」「育てる」というところに辿り着くための手法の検討は必要だと考えている。

本研究では交通まち育ての効果はいずれも定性的であり、定量的に把握できているわけではない。交通まち育てのメリットや優位性について、既存の交通への参加をもたらす施策や研究と量的・質的に比較して、より明らかにしなければならないと考える。

これらの研究課題については、今後のHOTにおける実践研究等を通して、明らかにしたいと考えている。

参考文献

- ・青森県 2010 『あおもりまち育てブック』
- ・エリアマネジメント推進マニュアル検討会 編著 2008 『街を育てる—エリアマネジメント推進マニュアル』コム・ブレイン
- ・延藤安弘 2010 『「まち育てを育む」対話と協働のデザイン』東京大学出版会
- ・唐木清志 2011 「モビリティ・マネジメント教育の構想」唐木清志、藤井聡編著『モビリティ・マネジメント教育』東洋館出版社 pp34-43
- ・北原啓司 2007 「能代市講演資料」
(<http://www.city.noshiro.akita.jp/upload/download/8830download.pdf>)
(<http://www.city.noshiro.akita.jp/upload/download/8851download.pdf>)
- ・北原啓司 2009a 『まち育てのススメ』弘前大学出版会
- ・北原啓司 2009b 「会津若松市講演資料」
(http://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/docs/2007080603501/files/kouen_naiyo.pdf)
- ・北原啓司 2013a 「八戸市講演資料」
(<http://www.thr.mlit.go.jp/compact-city/contents/suishinkenkyuukai/7/siryou/siryou1.pdf>)
- ・北原啓司 2013b 「恵庭市講演資料」
(http://www.ishikari.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ksd/H250911eniwa_kouen.pdf)
- ・久保田尚 2002 「都市の容量にあわせた交通負荷の制御 (TDM)」家田仁、岡並木編著『都市再生—交通学からの解答』学芸出版社 pp112-126
- ・田中重好 2007 『共同性の地域社会学—祭り・雪処理・交通・災害』ハーベスト社
- ・土木学会編 2005 『モビリティ・マネジメント (MM) の手引き—自動車と公共交通の「かしこい」使い方を考えるための交通施策—』土木学会
- ・藤井聡、谷口綾子 2008 『モビリティ・マネジメント入門—「人と社会」を中心に捕えた新しい交通戦略』学芸出版社
- ・藤井聡 2011 「「モビリティ・マネジメント」について」唐木清志、藤井聡編著『モビリティ・マネジメント教育』東洋館出版社 pp10-20
- ・モビリティ・マネジメント教育教育宣言検討委員会 2010 『モビリティ・マネジメント教育のすすめ—持続可能な社会のための交通環境学習—』交通エコロジー・モビリティ財団
- ・山下祐介 2010 「公共問題への住民参加はなぜむずかしいか—地域公共交通をめぐる生活リスクの問題から—」『公営企業』2010.10 p11-p21 (財団法人地方財務協会)

謝辞

本論文の作成にあたり、終始適切な助言を賜り、暖かく見守りながらご指導して下さいました北原啓司先生に深く感謝いたします。

H・O・T Managersの皆さんには、いつも活動をともにしてくれたこと、心から感謝しています。皆さんに支えられて今の私があります。本研究は、皆さんがいてくれなければ成り立ちませんでした。本当に有り難うございます。

2014年4月から12月までの8ヶ月間、インターンとしてお世話になりました(一社)北海道開発技術センターの原文宏氏、大井元揮氏、伊地知恭右氏をはじめとする皆さまには、快く調査の実施、資料の提供にご協力いただいたばかりでなく、業務の合間を縫って本研究に関して細部にわたりアドバイスをいただき、感謝の念が絶えません。

本研究を遂行するにあたって調査にご協力いただいた **CASAICO** の葛西将人氏、ギャラリー芭蕉の大平陽子氏、札幌らしい交通環境学習ワーキンググループの先生方には、心から感謝しております。本当に有り難うございます。

住居学研究室の皆さんの明るい雰囲気には、いつも支えられていました。有り難うございます。

そして、**H・O・T Managers**の活動等を通して、いつもお力添えを頂いている弘南バス株式会社の皆さま、弘南鉄道株式会社の皆さま、弘前市都市環境部都市政策課交通政策推進室の皆さま、そのほか今までお世話になった弘前・青森・東北・全国の皆さま、本当に有り難うございます。

最後に、何の不自由なく私が大学・大学院生活を送れるように、一生懸命養ってくれた両親・家族に感謝の意を表します。