

貝塚市まちづくり理念実現に向けた研究 ～参加型イベントの重要性～

阪南大学 国際観光学部 清水ゼミ
稲垣 万夢 松宮 勲旺 岩間 愛
峯松 健 井上 茜

目次

1章 はじめに

- 1- 1 研究背景
- 1- 2 研究目的
- 1- 3 研究方法

2章 事前研究

- 2- 1 貝塚市市政運営方針
- 2- 2 貝塚市観光資源調査

3章 貝塚市の定住促進を目的としたイベント

- 3- 1 貝塚市のイベント
- 3- 2 ヒアリング調査①
- 3- 3 二色の浜を活用した冬季イベント企画・提案
 - (1) 貝塚に染まる
 - (2) 心からあつたまろうフェス
- 3- 4 ヒアリング調査②
- 3- 5 地域私鉄協賛イベント企画・提案
 - (1)キャンドルホルダー教室

4章 まとめ

1章 はじめに

1-1 研究背景

貝塚市は大阪府南部に位置しており、泉州地域に分類される。手線整備推進協議会の設立総会が行われ、泉北高速鉄道と都市計画道路泉州山手線の延伸を求め、大阪府に対して早期事業化に向け取り組むよう要望書が提出された。泉北高速鉄道（中百舌鳥—和泉中央間 14・3 キロ）は計画当初、関西空港へのアクセスを予定されていたが、さまざまな事情から白紙に戻された。今回はその泉北高速鉄道と都市計画道路泉州山手線を関西国際空港までの延伸を求めたものである（図2参照）。この延伸計画が実現すれば、泉州地域には観光客の増加が見込まれ、貝塚市もその恩恵を受けることが予想される。貝塚市には魅力的な観光資源（水間寺、二色浜など）が数多く存在し、多くのイベントが開催されている。しかし、冬季は、イベントもほとんどなく観光資源を活かしきれていない印象を受けた。これらの観光資源をうまく活用することで貝塚市に多くの人を誘致できるのではないかと考えた。道路延伸計画と貝塚市の潜在的活性化の可能性という二つの要因から今回の研究地を貝塚市に決定した。

【図1】貝塚市の位置



【図2】延伸計画イメージ



1-2 研究目的

前述から、貝塚市は大きなポテンシャルを持っていることがわかった。更に貝塚市の「平成27年度市政運営方針」より、今後とも人口減少を食い止めるための取組みが大切であると考えており、シティーセールスに積極的に取り組む意向を示していることが分かった。今回私たちは、学生の視点から、貝塚市のまちづくり理念である「元気あふれる みんなのまち 貝塚」を実現させるために貝塚市の観光資源を活かした来訪促進イベントと定住促進イベントの提案をすることで貝塚市の活性化につなげることを目的とする。

1-3 研究方法

- インターネット、資料での調査、現地調査、ヒアリング調査

2章 事前研究

2-1 貝塚市市政運営方針

平成 27 年度貝塚市市政運営方針

地方自治体では、2010 年から2040 年の30 年間で子どもを産む人の大多数を占める「20～39 歳の女性人口」が5 割以上減り、急激な人口減少を引き起こすと予想されている。そして貝塚市では、2010 年からの30 年間で「20～39 歳の女性人口」が27.7%減少することが予想されている。貝塚市は、大阪府内の市の中で2 番目に低い減少率となっているが今後とも人口減少を食い止めるための取組みが大切であると考えている。

そのために、引き続き教育環境の向上や子育て支援施策の充実、雇用の場の確保に力を入れると共に、若い世代の転入者を増加させるため、貝塚市のシティーセールスに積極的に取り組んでいる。また、まちづくりの理念である「元気あふれる みんなのまち 貝塚」の実現を目指している。

貝塚市の目指すまちづくりの理念

～元気あふれる みんなのまち 貝塚～

貝塚市が目指すまちづくりの理念と目標は、貝塚市第4次総合計画に定められている。まちづくりの目標は“1. 市民の元気あふれるまち 2. 産業の元気あふれるまち 3. 自然の元気あふれるまち”である。以上を含め、私たちは将来人口に着目した。

将来人口の目標

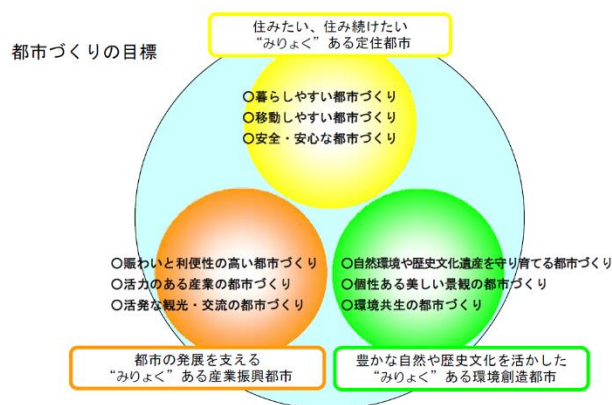
高齢化の進行や環境問題への取り組み、今後予想される人口減少などに対応して、貝塚市の『未力（潜在力）を皆力（市民力）で魅力（ひきつける力）』につなげ、定住化を促進する必要がある。それが貝塚らしい3つの“みりょく”ある都市づくりである。さらに私たちは、図3にある「住みたい、住み続けたい“みりょく”ある定住都市」と「都市の発展を支える“みりょく”ある産業振興都市」を重点に置き活動した。

(2-1/図3 貝塚市HP参照)

2-2 貝塚市観光資源調査

貝塚市は「歴史」「伝統行事」「自然」「体験・学ぶ」「レジャー」「宿泊・温浴施設」「食・買」「工芸・特産品」といった様々なすばらしい資源がある。以下は、私たちが訪れた施設や場所、貝塚市役所商工観光課の新氏へのヒアリング調査からわかった観光資源である。まず、私たちの訪れた施設は、「水間寺」「奥貝塚 彩の谷農業庭園（たわわ）」「府立少年自然の家」「二色の浜公園」「二色の浜公園海浜緑地」である。後述しているヒアリング調査結果から、「水間寺」と「二色の浜」が貝塚市の年間来客数の大多数を担っているメイン観光地であるといえる。私たちは水間寺を訪れてみて、平日でも参拝している方もおり、市民にも親しまれた観光地であるとあると感じた。また二色の浜を訪れて、風が強く冬場でありとても寒く感じた。さらに、フィールドワークで訪れた時、二色の浜には誰も来場している方はおらず閑散期であるとわかった。

【図3】都市づくりの目標



次に貝塚市だけを走る大阪府内で一番運賃の高い（距離もふまえて）水間鉄道を利用した。実際に乗車してみて、観光客というよりも地域の通勤・通学に多く利用されている印象を受けた。

最後に、ヒアリング調査から貝塚市の工芸・特産品は特に「水なす」と「つげ櫛」であるとわかった。水なすは、他の都道府県のイベントにもとても人気があり、つげ櫛をモチーフとした貝塚のゆるキャラ「つげさん」も存在する。

3章 貝塚市の定住促進を目的としたイベント

3-1 貝塚市のイベント

水間寺や遍照寺等で行われる十日戎や柴燈大護摩法要の伝統的なイベントや市役所主体の地域住民へ向けたイベントも多数行われている。二色の浜エリアでは潮干狩りや海水浴場としての利用、さらに新たな夏のイベントとして2012年よりイルミネーションイベントも行われており、貝塚への誘致を目的としたイベントが行われている。しかし、観光地化している二色の浜エリアだが、冬の閑散期には集客がほとんど見込めていないことが課題として出ている。

3-2 ヒアリング調査①

2015年11月12日（木）、私たちは貝塚市の観光と二色の浜の閑散期における活用状況について知ることを目的に、イベントの企画から実施までを行っている貝塚市役所商工観光課にてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査で分かった事は以下の通りである。

[貝塚市の観光・閑散期における二色の浜の活用]

貝塚市の観光では水間寺と二色の浜を二大観光地としている。水間寺は三大法界を主として年間約60万人の集客数、二色の浜では夏の海水浴場での集客により年間約10万人の集客数をとっており、二色の浜における海水浴場の集客数は大阪の中でも高い位置にあることが分かった。さらに、2015年は二色の浜の活用に力を入れており、閑散期を利用した「貝塚二色の浜ビーチ&パークラン」が開催される予定であることが分かった。

[水間鉄道の活用方法]

貝塚市には貝塚市内のみを走行する水間鉄道がある。貝塚駅から水間観音駅までを結ぶ片道5.5キロの水間線を15分の運行時間で走行する地方鉄道である。商工観光課では、この水間鉄道の活用方法を模索中であることが分かった。

ヒアリング調査より、閑散期の更なる活用方法の提案が可能ではないかと考え、学生目線で考える、二色の浜を活用した閑散期のイベント提案を行うことを目的とした。

3-3 二色の浜を活用した冬季イベント企画・提案

今回私たちは、貝塚市の観光地の中でも春から秋にかけてメイン観光地の役割を担っている二色浜に着目し、2つのイベント企画を提案した。二色浜は4月～6月は潮干狩りを目的に訪れ、海開きされる7月～8月は多くの海水浴客が訪れる。さらに3月から11月までの期間はBBQ場がオープンしているため、BBQを目的に訪れる方も多く見受けられる。長期間に渡りアクティブな印象を受ける二色浜だが、12月～2月の閑散期は繁忙期のアク

ティブな印象から一変して寂しげな印象を受ける。そこで、閑散期にあたる冬の二色浜でイベントを開催することで、二色浜が、1年間通して集客効果の見込める貝塚市を代表する観光地になると考えた。このイベントを企画・提案するにあたって、「貝塚市の魅力を発見し、再確認できるイベント」をテーマとし、貝塚市が地域住民から愛される仕組み、他の市町村からも誘致できる仕組みの2点を企画立案の軸とする。

(1)貝塚に染まる

イベントテーマ：主に日中の利用が多い従来のアクティブな印象の二色浜と対比して、冬の日没後にロマンチックな演出を用いたイベントにより、二色にかけて二つの印象を作り出す。名産品を用いて、地域住民の参加型にすることにより、貝塚の色を全面に押し出し、来場者を貝塚色に染める。

イベントの狙い：地域の名産品を用いた飲食ブースを設け、地域参加型のキャンドルナイトを展開することにより、市外の方には貝塚市の魅力の発信、市民には名産品や二色浜の魅力を再確認してもらえらる機会に。

ターゲット：市内ターゲットはファミリー層、市外ターゲットはOL、共通ターゲットとしてカップルとする。

開催地：二色の浜公園海浜緑地

企画内容：ロマンチックな雰囲気を出すために以下の4つの企画を導入。

1. メッセージキャンドル
2. ベストパートナー決定戦
3. オブジェデザインコンテスト
4. 手作りキャンドルホルダー

企画説明 1. メッセージキャンドル

メッセージ募集型

事前にメッセージを募集し、紙袋に印刷。

中にキャンドルを設置することでメッセージが浮き上がる。

キャンドルホルダー購入型

希望者に色とりどりのキャンドルホルダーを購入してもらい、メッセージを書き込む。定められた設置ブースに設置してもらう。

2. ベストパートナー決定戦

南大阪の名産品である、河内ワインと貝塚市や泉州地域の名産品を材料として作られたアラカルトを数種類集めた飲食ブースを設ける。その中から、参加者に河内ワインに合うベストパートナーを選び、投票してもらう。

3. オブジェデザインコンテスト

イベントの集客効果を高めるためにメインシンボルとなるオブジェを設置する。事前に応募型のコンテストを行い、オブジェのデザインを決定する。

4. 手作りキャンドルホルダー

地域の学校や児童支援施設、アーティストなどに協力を要請し、アルミ缶を用いた手作りキャンドルホルダーを製作してもらう。イベント当日、定められた設置ブースに設置してもらう。

イベント予測効果：メッセージキャンドルは普段言葉にできない気持ちや感謝を伝える手法として効果的である。よって、カップルや夫婦、子どもから両親へとといったファミリー層の集客につながるのではないだろうか。ベストパートナー決定戦は南大阪の名産品の認識を広めるために有効だと分析する。オブジェデザインコンテストと手作りキャンドルホルダーは事前準備が必要となるが学生や子どもなど地域住民の参加が期待できる。4つの企画は全て地域住民やイベント来場者が参加できるようにしており、こういった超参加型イベントを開催することによって、貝塚市の魅力発信、再確認の機会となる。

(2) 心からあったまろうフェス

イベントテーマ：冬の海水浴場の雰囲気は、寒く・暗いイメージが強くなかなか集客へ繋がらない。その雰囲気を払拭するものとして、心の中からあたたまることのできる3つの要因を含めたイベントを行い、寒さを忘れる程のあたたかさを提供する。さらに冬の海水浴場への集客率アップへ繋げることが目標である。

イベント説明：心も体も温かくさせるため、3つの要因を含める。

- 1、家族との団欒
- 2、恋人や夫婦へ向けた胸キュン
- 3、体を温める食事や暖房器具

イベント内容：1、家族との団欒

近年では家族で食卓を囲む回数が減ってきている。

そのきっかけを作り出すため、プライベートを重視した空間を提供する。

寒い中でも、食卓を囲みながら会話を弾ませ、あたたかい気持ちになってもらうことを重視する。

2、恋人や夫婦へ向けた胸キュン

カップルや夫婦には、普段なかなか言えない相手への感謝を手紙にて伝えてもらい、ほっこりとした気持ちになってもらう。

3、体を温める食事や暖房器具

以上の2つの要因に共通して利用する。

①体を温める食事

体を温める食事には貝塚の特産物を使用した屋台ブースを設ける。

貝塚市は春菊や三つ葉など冬のお鍋に相性の良い特産物がある。

貝塚ならではの食材を使用したお鍋や、体を温める辛い料理を貝塚市の特産物で調理し、貝塚市の特産物のPRを含めた屋台を提供する。

②暖房器具

暖房器具はこたつを使用。

こたつを二色の浜公園の海浜緑地に設置する。野外でも使用することができるように、湯たんぽを使用し温める。湯たんぽを使用することで電気代もかからず、火事等の危険も最小限に抑えることが可能である。

さらに、プライベート空間を作る手段として、ワンポールテントを使用。

テントにより個別の空間を演出できる上に、防寒対策にもなる。

イベント予測効果：「こたつ」「ワンポールテント」「屋台」を合わせることにより、多くの人に冬の海で、それぞれの時間を楽しく過ごしてもらえると考える。またワンポールテントと屋台では二色の浜の名にちなみ二色の特色を演出し、テント内では個別の空間と温もりを提供する。ファミリーやカップル・夫婦での時間を非日常の冬の海辺で味わってもらうことができる

以上の二つのイベントを平成27年12月3日に貝塚市役所商工観光課、新氏に提案した。イベント提案後のフローとしては、フィードバックをいただきイベントを開催するにあたっての課題点について議論した。議論の結果、備品の調達やPR、イベント開催にあたっての手続きや今年度の予算面などから今年度のイベント開催は見送られることとなり、来年度以降の開催に向け、要検討という形となった。

3-4 ヒアリング調査②

12月1日(火)、水間鉄道株式会社にてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査で分かった事は以下の通りである。

[水間鉄道の利用推移]

水間鉄道は乗客数目標を220万人としているのに対し、昨年(2014年)の乗客数は191万人と200万人にも満たないことが現状であることが分かった。その要因として挙げられるのは、マイカー利用の増加である。近隣住民のマイカー利用が増加したことにより鉄道利用者が大幅に減少したのではないかと考えられた。利用形態は主に学生と水間沿線に大阪河崎リハビリテーション大学が創設されたことにより患者の利用である。

[水間鉄道を利用したイベント]

季節ごとのイベント

- ・桜まつり
- ・サマーフェスタ
- ・秋まつり

- ・クリスマスイベント

定期的なイベント

- ・日曜えきなかマルシェ

毎月第一・第三日曜日に水間観音駅にて留置き車両を用いた参加型イベント

ヒアリング調査より、乗客数の確保が水間鉄道の問題点であると考えた。ヒアリングの際に地域住民は固定客となりうるということが分かった。そこで、私達は地域住民への水間鉄道のPRと水間鉄道株式会社応援の2つの意味を含めたイベントの提案を行い、水間鉄道の活性化に繋げる事を目的とした。

【図4】水間鉄道株式会社でのヒアリング風景



3-5 地域私鉄協賛イベント企画・提案

貝塚市役所商工観光課への2つのイベント提案は前述したとおり要検討という形で今年度の開催は困難なため、提案したイベント「貝塚に染まる」の企画の1つ、手作りキャンドルホルダーのプレイイベントとして、「手づくりキャンドル教室」を水間鉄道株式会社協力ののもと、定期開催されている日曜えきなかマルシェの車両内で開催することを提案した。「手づくりキャンドル教室」のメインターゲットは子どもである。実際に水間鉄道を利用して水間鉄道の利用者に中学生が多いことがわかった、小学生や保護者同伴の幼児をターゲットとしたイベントを駅中マルシェの車内で開催することは、将来顧客とも言える地域の小学生や幼児と水間鉄道をつなぐきっかけになると分析する。

(1) 手作りキャンドルホルダー教室

イベントテーマ : 現在、水間鉄道は地域の小中学生の利用客が多いため、地域住民を巻き込んだ教室を開き、水間鉄道の体験型イベントのイメージをつける。

イベントの狙い : 地域の子供たちが、水間観音駅で毎月開催されている「日曜駅なかマルシェ」に訪れ、今回開催するキャンドルホルダー教室に参加することにより、このイベントが水間鉄道での、ものづくりイベントの先駆けとなる。さらに、今回初の地域住民参加型イベントを開催することにより、次回の「日曜えきなかマルシェ」にも参加型のブースが設けられる可能性が広がる。今後の「日曜えきなかマルシェ」の地域住民参加に繋がり、その子供たちが中学生になり、通学などに利用も期待出来、今後の水間鉄道利用の促進

に繋がるきっかけにもなるなど、将来顧客の可能性を広げる。

ターゲット : 幼稚園児～小学生、ファミリー層

開催地 : 水間鉄道 水間観音駅構内 「日曜えきなかマルシェ」

イベント内容 : 私生活の中でありふれた空き缶を押しピンひとつで、芸術的な家に飾りたくなるようなキャンドルホルダーに変える。物づくりの楽しさを再確認できる工作イベント。

子供が参加するイベントである為、以下の点を改善した。

- ・空き缶の切り口にはビニールテープを貼り、手が切れる危険性を払拭。
- ・イベントの際に使用する押しピンは持ち手を広くする為、割り箸を用いて子供でも安全に穴をあけることが出来るよう工夫。
- ・空き缶の表面にはインテリアとして用いてもらう為、和紙等を貼り付ける。
- ・キャンドルは火を使用しない電気キャンドルを使用し、やけど等の危険性を払拭。

【図5】使用する押しピン



【図6】イベントの際に使用する空き缶



【図7】電気キャンドルを灯した場合



イベントPR方法

: PRの際に用いたポスターは学生と水間鉄道が共同で作成したものである。PRは以下の方法で行った。

- ・水間沿線の駅中へのポスター掲示
 - ・水間鉄道株式会社が運営するブログやFacebookへの掲示
 - ・山手地区公民館でのボランティア活動
- 上記の2つは比較的大人が目にすることが多い。
しかし、今回のイベントでは主に子供をターゲットとしたイ

ベントである為、3つ目に記載した山手地区公民館で毎週火曜日に開催されている「放課後子ども教室 山手げんき広場」にて子供へのPRを行った。

【図8】実際に使用したポスター



以上の企画を提案し、水間鉄道株式会社との協力のもと、2月21日（日）にイベントを開催する予定である。

4章 まとめ

今回私たちは、貝塚市のまちづくり理念である「元気あふれる みんなのまち 貝塚」を実現させるために、貝塚市の観光資源を活かした来訪促進イベントとして「貝塚に染まる」、「心からあったまろうフェス」を提案し、来訪促進イベント開催実現にもつながる定住促進イベントとして「手づくりキャンドル教室」を実施する。

イベントPRのために訪れた山手地区公民館では、イベント内容を高く評価していただき、今後同様のイベントを開催予定である。イベント開催前にも関わらず、すでに地域に広がりつつあるのだ。これは今回の活動での1番の成果といえるのではないか。このような地域参加型のイベントが少しずつ広がり、浸透していく。これは、貝塚市は子どもが生き活きと育つまちとなる要因であり、このような環境を求めて若い世代が転入してくるきっかけとなるのではないか。若い世代の増加はまちに更なる活気をもたらし、まちの魅力は高まる。今回提案し、実施するイベントは小さな一歩だが、確実に「元気あふれる みんなのまち 貝塚」に繋がっているのだ。まちづくりとは、「定住したい」と思えるまちをつくっていくことで自然と「来訪したい」まちにもなっていくことなのだ、今回の研究を通じて学ぶことができた。



【図9】水間観音駅でのフィールドワーク