大学生による交通まち育ての挑戦

多様な意識・行動の変容を促した交通まち育てとしての大学生による自発的MM

みんなの力で弘前の公共交通を育てよう！

H・O・T Managers

発表者：大野悠貴

（弘前大学大学院教育学研究科修士２年）

弘前市の概要

地理　青森県西部に位置し、藩政時代から城下町として栄えた津軽地方の中心都市

人口　178,434 人（平成 26 年 7 月 1 日現在）

交通　鉄道は JR と弘南鉄道の弘南線・大鰐線、バスは弘南バス一社のみ

背景と目的

モビリティの問題

弘前の公共交通機関は利用者の減少に歯止めがかからずにいる。一方で利用者の立場としては、基本的な情報の不足によって利用に際する不安感を払拭できなかったり、根本的に利用する機会が見出せなかったりして、地域の公共交通は馴染みの薄い存在となってしまっている。

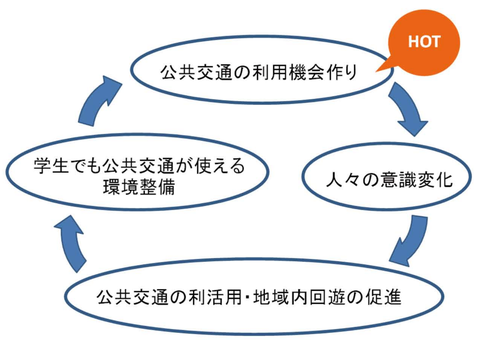
私たち大学生の多くはクルマを持っておらず、極端なクルマ依存社会の中で公共交通の利便性も低い状況下では、学都弘前における約 1 万人の学生のモビリティは十分とは言い難い。

モビリティの問題から生じる、自分の暮らし・生活の問題

- モビリティが十分でなければ、まちを楽しむことができない
- つまらない大学生活

⇒既存のストックを活かして、クルマがなくてもまちを存分に楽しめるようにしよう

公共交通を最も必要としている学生が主体となって、上記問題を解決すべく、学生サークル「H・O・T Managers」を 2010 年 9 月に組織した。



交通まち育てとは？

「まち育て」とは、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ことになるような、まちとの関わり方のことである。まち育てに参加するということは、今あるストックをどう使っていくか？どう育てていくか？地域で味わう物語（＝こだわり）を市民・住民が提案することである。「私たちの場所」「地域の生き生きとした場所」とし続けるためには、物語が続かなければならない。したがって、まちに住みながら、まちの生活を育てることが大切で、その意味で「まち育て」はエンドレスに続くものとされている。

タウンマネジメントやエリアマネジメントでは、まちや地域を管理・コントロールするのではなく、まちや地域を「育てる」という意味で、マネジメントという言葉を解釈するようになってきている。H・O・T Managers では MM のマネジメントを「育てる」と捉え、かつ目指す先には地域をより良くしたいという想いがあることから、「交通まち育て」という表現を用いている。

参考資料

北原啓司 2009『まち育てのススメ』弘前大学出版会

北原啓司 2013『中心市街地の「空間」を「場所」に変えるコンパクトシティ戦略』東北発コンパクトシティ推進研究会 in 八戸市 講演資料

（http://www.thr.mlit.go.jp/compact-city/contents/suishinkenkyuukai/7/siryou1.pdf）

大玉英史ほか 2014「北海道における人口減少・高齢社会の地域づくり」『開発こうほう』第 612 号 9 頁〔北原啓司発言〕

活動内容

プロジェクト全体を通して、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。

キーワードは「キッカケづくり」であり、それを通して電車やバスを利用し、あるいは関心を持ってもらえれば、公共交通は変わっていくと考える。

情報誌「ほっと」

沿線地域の情報やお店の情報も掲載して、公共交通を利用するキッカケづくり

Vol.1　2011 年 11 月 14 日　4,000 部発行　【助成金＋自己負担】

Vol.2　2013 年 3 月 31 日　10,000 部発行　【助成金＋協賛（掲載費として）】

※派生版「ひろさき電車とバスのガイドブック」 2012 年 3 月　2,000 部発行　【協賛のみ】

- 情報誌「ほっと」では、公共交通の利用に際する不安や恐怖感を払拭するための基本的な情報を提供するとともに、目的地としての地域の情報を加えて、地域内回遊促進による公共交通の利用機会創出を図っている。
- 仮想ターゲットを「4 月から弘前に初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た。

- 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」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。
- 発行回数を重ねるごとに、誌面のデザイン性が向上しただけでなく、掲載店舗から協賛をいただけるようにもなり、今後の自立した発行に向けた進展も見られる。

「交通まち育て」の輪を広げる工夫

各事業の中身をより多様性あふれたものにすべく、プロジェクトの進展とともに、交通とは無関係な人々も巻き込むようになった。イベントでのボランティアスタッフにはじまり、「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」のポスター・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、同イベント内「ゆるキャラ交通マナー劇場」で地元在住大道芸人のパフォーマンスを盛り込んだり、情報誌「ほっと」Vol.2 では「Girls meet the Bus」のページの写真撮影を地元のカメラマンに依頼したりするなど、学生に拘らず地域の人材とのコラボレーションを積極的に行っている。こうすることで、本プロジェクトが交通やまち、地域に関わるキッカケとなり、それぞれのスタイルで交通やまちに関わる「交通まち育て」の輪を広げる一助になればと考えている。

◀「Girls meet the Bus」の撮影の様子

地元のデザイナーに作成していただいたイベントポスター

イベント

「公共交通に親しみを持ってもらう」、「鉄道・バス事業者さんと市民の人たちが交流する」キッカケづくり

第 9 回全国バスマップサミット in 弘前

2011 年 11 月 12・13 日／弘前市立観光館・追手門広場／来場者数 約 1,000 人

「バスマップサミット」の開催に際しては、交通に興味・関心のある人々に参加者が限られてしまうフォーラム等だけにとどまらず、家族で遊びに来られるようなイベントも同時開催し、より公共交通に親しむキッカケを広げることができた。

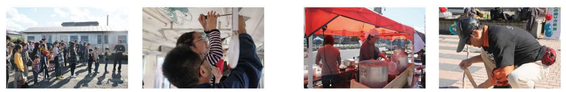
Hirosaki Bus&Train Festival 2012

2012 年 10 月 20・21 日／弘前市まちなか情報センター 等／来場者数 4,606 人

「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、弘前市中心市街地でのトランジットモール社会実験に合わせて、イベントを実施した。

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」の有志や地元のゆるキャラ、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供たちにレクチャーした。

乗り方教室では、車椅子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。



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。

地元商店街や学生ボランティア、市民ボランティアの協力によってイベントは成り立っている。これも「交通まち育て」の一つであり、活動に対する周囲の理解や社会的認知度の向上にも寄与していると考える。

B☆U☆S（弘前大学総合文化祭の一プログラムとして）

2013 年 10 月 26・27 日／弘前大学文京キャンパス内／参加者数 約 300 人

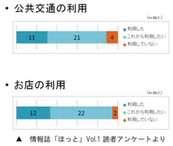
「B☆U☆S」では大学祭という特殊空間での開催となるため、中心部を走る循環バス車両へのペイントを行った。観光客の利用も多いことから“弘前らしさ”を出すことを念頭に、誰でも描きやすい桜の花を描いてもらうことにした。

ペイントする前の車両で乗り方教室も実施した。今回は大学内で実施することから、留学生向けの乗り方教室も試験的に実施した。

効果

情報誌

- 情報誌「ほっと」やガイドブックは市民にも好評で、「ほっと」におけるアンケートでは、回収率は良くないが、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。



▲ 情報誌「ほっと」Vol.1 読者アンケートより

イベント

- バスマップサミットでは、クイズラリー参加者を対象としたアンケートの感想欄から、市民・住民に楽しんでもらえた様子がうかがえ、公共交通に親しみを持ってもらうキッカケづくりの場として、当初目的が果たされた。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、翌年の「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」につながった。
- 「Hirosaki Bus&Train Festival 2012」ではトランジットモール実施に合わせて開催し、中心部への来街目的の創出に寄与できた。
- イベント内で開催する乗り方教室では、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、乗務員のモチベーションアップにもつながっている。

▲ イベント来場者と談笑するバス乗務員（右）

反響

- 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。

▲ NHK の夕方のニュース番組では、ガイドブックが取り上げられた

▲ 情報誌が取り上げられた際の紙面（東奥日報 2013 年 4 月 29 日 11 面）

活動全体を通して

- 事業者や行政、さらには市民にまで、公共交通に対する前向きなムーブメントを巻き起こすことができた。

例えば、初回イベント時は消極的であった事業者の姿勢が変わり、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なった。行政も公共交通フォーラム等を開くようになった。最近では、事業実施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 H・O・T Managers で担うような形で、協力・連携の体制もできつつある。

特筆すべきは、情報誌「ほっと」で取材した店舗が、これまで弘前では見られなかった公共交通の利用を念頭に置いたチラシを自発的に製作した点である。H・O・T Managers の活動をキッカケに、「交通まち育て」の輪が市民にも広がった一例と言える。

▲ 情報誌の取材協力店舗による公共交通の利用を念頭においたチラシ

結論

公共交通をメインとした情報誌やイベントなどは、これまで弘前のまちではほとんどなされていなかったため、最初の頃は、事業者や行政、地域の方々などに理解してもらうのは大変であった。しかし、結果として事業者や行政側に対しては、積極的な動きへとつながるキッカケづくり的な役割を果たすことができ、協力・連携の体制もできつつある。

市民側においては、単に本プロジェクトによって電車やバスを利用するだけにとどまらず、公共交通の利用を念頭に置いたチラシをつくったり、本プロジェクトにボランティア等で協力したりするなど、それぞれのスタイルで交通やまちに関わろうとする「交通まち育て」の萌芽が見受けられる。マネジメントを「育てる」と捉えたとき、専門家でなくてもできる、もう一つの MM の可能性が示唆される。今後も、「交通まち育て」の仕掛け役として引き続き活動を行っていく。

弘前大学学生活動団体　H・O・T Managers（ほっとまねーじゃーず）

【WEB サイト】http://hotmanagers.blog.shinobi.jp/　【E-mail】hot_managers@yahoo.co.jp　（代表：大野悠貴）