

外国人による街の魅力の評価 埼玉県川口市の旧宿場町を事例として

研究代表者：小瀬博之（総合情報学部総合情報学科 教授）

研究分担者：尾崎晴男（総合情報学部総合情報学科 教授）

齋藤伊久太郎（客員研究員）

1. 研究の背景と目的

地域の景観資源は、地域住民のアイデンティティ創出の一助となるだけでなく、観光資源に昇華することもできる。しかし、それらの多くは古くから身近にあるため、地域住民にとっては、当たり前存在として価値が見出されていないばかりか、新しい環境を手に入れることと引き換えに喪失してきた歴史がある。

川口市は、人口減少下の我が国において人口増加を続け、2018年に中核市となった。川口駅を中心に超高層の集合住宅が林立し、地元によく存在する工場等や首都東京へ通う労働者の居住地となっている。その一方で、江戸時代に栄えた川口宿や鳩ヶ谷宿などの歴史的な景観資源を擁する街としての一面もある。

本研究では、2018年度に川口宿と鳩ヶ谷宿を対象地に街歩きを行い、街の魅力や課題を地図に集約するワークショップを行った（写真1）。その結果、川口宿では50個の魅力と11個の課題、鳩ヶ谷宿では38個の魅力と16個の課題を抽出することができた¹⁾。2019年度は、その魅力の保全や課題の改善を実現させるための検討として、2018年度に実施したワークショップの一部の参加者を対象にヒアリング調査を行った（写真2）²⁾。その結果、地域住民の活動が活発化する傾向にあり、街の魅力や課題が共有されれば、保全や改善が期待できると結論付けることができた。

今年度は、2018年度に川口宿と鳩ヶ谷宿で行ったワークショップで抽出された街の要素のうち、「魅力」として認識された要素を用いて、より客観的な視点に基づく知見を得ることを目的として、外国人がどのように評価をするのかに着目する。また、この評価を明確化する意味で、日本人による評価も同時に行い比較検討する。得られた知見を考察することによって、実地で魅力とされた要素が、写真やその他の情報ではどのように判断されるのか、また、どのような観光情報であるべきなのかを明らかにすることを目的とする。



写真1 2018年度に実施したワークショップ



写真2 2019年度に実施したヒアリング

2. 研究の方法

本報ではまず、2018年度に実施したワークショップで得られた知見から、川口宿、鳩ヶ谷宿において、ワークショップ参加者が、より多く魅力と認識した要素をいくつか抽出した。川口宿では、川口神社、鍋平邸、福田屋洋品店、増幸産業、本町1丁目5の邸宅、古い街灯柱の6か所を

評価対象とし、鳩ヶ谷宿では、氷川神社、地蔵院、市神社、豊田家の蔵、旧船津眼科医院の5か所を評価対象とした(図1)。

評価には、アンケートを用いた(表1)。本報は、実空間で評価された要素に対し、これを経験していない被験者がどのように評価するのか、とりわけ外国人がどのように評価をするかに焦点があるため、Webを用いて評価を行った。Webによる評価には、Googleフォームを用いた。しかし、これへのアクセスは、中国本土からはVPNを使用するなど、個別に対応が必要なため、PowerPointで中国語翻訳したアンケート票を作成し、メール送信する方法も併用した(図2)。

アンケート項目は、個人属性、観光と歩くことについて、あなたの好きな街のイメージ、11か所の景観要素に対する評価で構成した(表2)。観光と歩くことについては、「観光の頻度」「街歩き的好嫌」「散歩の頻度」について設問した。11か所の評価については、画像と文字による簡単な説明をつけた上で、「興味」「直接見てみたい気持ち」「歴史を感じる気持ち」「自然を感じる気持ち」「後世に残してほしい気持ち」について設問した。

日本政府観光局(JNTO)³⁾によると、2019年における訪日外国人は、多い順に中国、韓国、台湾、香港となっている。このことから、被験者は、アジア在住の外国人を主として研究を進めることにした。また、評価対象の要素に対し、未経験者である日本人も比較対象として加えることにした。

2021年2月1日～5日を調査期間とし、筆者らの知人を伝としてWebによる回答を求めた。その結果、外国人14人を含めて合計36人から回答を得ることができた。得られた知見を次にまとめる。



図1 評価に用いた画像

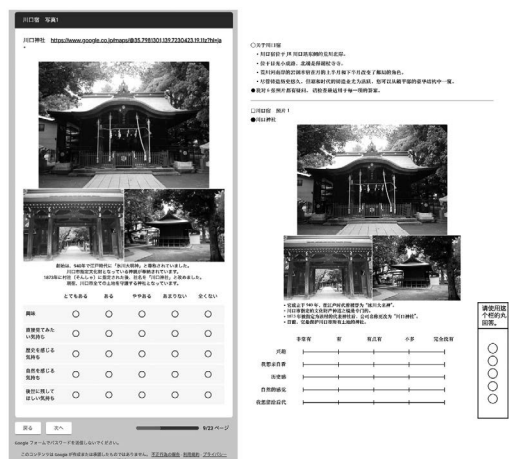


図2 作成したWeb版および中国語版アンケート票

表1 アンケートの概要

アンケート名	川口市の景観資源に対する意識調査
実施期間	2021年2月1日～5日
アンケートの対象者	東洋大学学生、その他社会人
回答者数	36人(うち日本人22人、外国人14人)
アンケート方法	Webアンケート
言語	日本語または中国語

表2 アンケートの質問項目

No.	質問項目	選択肢
1~4	個人属性[出身地(国籍)、(外国人のみ)日本での滞在または訪問期間、性別、年代]	
5~7	観光と歩くこと(観光の頻度、街歩き的好嫌、散歩の頻度)	各5段階評価
8	あなたの好きな街のイメージ(個人経営の商店、マンション、寺社仏閣、森林、公園、歴史的な町並み、スーパーマーケット、ショッピングモール、100m幅の大きな通り、路地、広場、田畑、工場、水辺)	とても当てはまる、当てはまる、やや当てはまる、あまり当てはまらない、全く当てはまらないの5段階評価
9~14	川口宿の景観要素[川口神社、鍋平邸、福田屋洋品店、増幸産業(砲台)、本町1丁目5の邸宅、古い街灯柱]	興味、直接見てみたい気持ち、歴史を感じる気持ち、自然を感じる気持ち、後世に残してほしい気持ちの5段階評価
15	川口宿の景観資源についての自由意見	
16~20	鳩ヶ谷宿の景観要素(氷川神社、地蔵院、市神社、豊田家の蔵、旧船津眼科医院)	興味、直接見てみたい気持ち、歴史を感じる気持ち、自然を感じる気持ち、後世に残してほしい気持ちの5段階評価
21	鳩ヶ谷宿の景観資源についての自由意見	

3. 被験者の街に対する選好

まず、観光と歩くことに対する回答に着目すると、観光については、72.7%の日本人、64.3%の外国人がよく観光をする傾向にある。また、街歩きについては、86.4%の日本人、64.3%の外国人が好きだと回答する傾向にある。さらに、散歩については、59.1%の日本人、42.9%の外国人がよく散歩をする傾向にある（図3）。

好きな街のイメージに着目すると、「歴史的な町並み」は、日本人、外国人ともに共通して最も該当する傾向にあることがわかった。その他、共通する項目としては、「森林」「マンション」「工場」が挙げられるが、「マンション」「工場」は、好きな街のイメージには該当しない傾向で一致している。そのほか、やや一致する項目としては、「公園」「路地」が挙げられる。「水辺」や「寺社仏閣」については、日本人は好きな街のイメージとして上位に該当する傾向にあるが、外国人は、中位に該当する傾向にある。その一方、外国人は「公園」や「広場」が上位に該当している（表3）。

4. 景観要素に対する評価

外国人と日本人の被験者の、提示された画像と文字による説明の情報に対する興味や来訪の意思の差異について分析する（図4）。

外国人の「興味」「直接見てみたい気持ち」に対し、「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答者に着目すると、氷川神社がそれぞれ78.6%、85.7%と最も高い。次いで地蔵院が双方ともに、78.6%、鍋平邸が双方ともに71.4%となっている。いずれも歴史的な文化財であるため、「歴史を感じる気持ち」に着目すると、「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答者は、氷川神社で100%となっており、地蔵院では、85.7%、鍋平邸では、78.6%となっている（図4）。

これに対し、日本人の氷川神社、地蔵院、鍋平邸に対する「興味」「直接見てみたい気持ち」に着目する。「とても当てはまる」「当てはまる」とした回答者の割合を合わせると、氷川神社に対する「興味」は72.7%、「直接見てみたい気持ち」は77.3%となっている。また、地蔵院に対する「興味」は63.6%、「直接見てみたい気持ち」は72.7%、

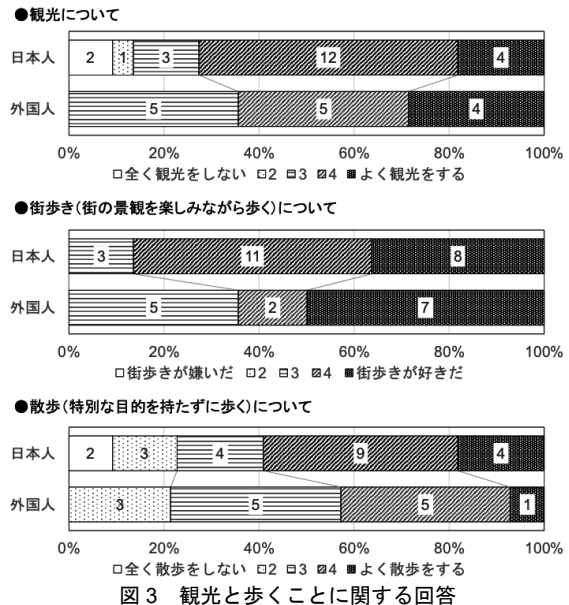
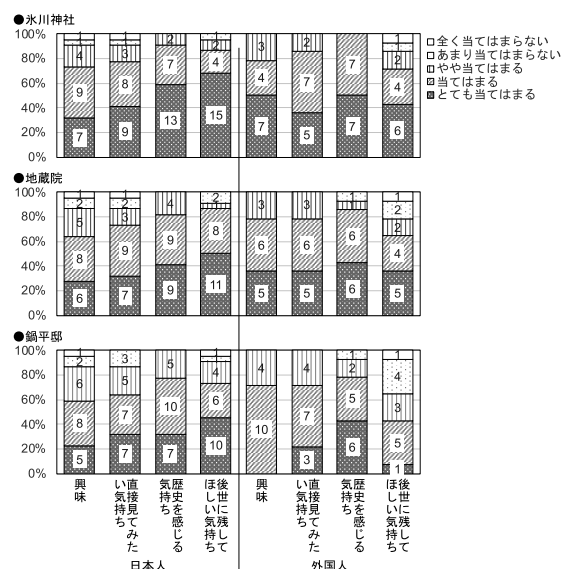


表3 あなたの好きな街のイメージに対する回答の平均値と項目別の順位

順位	項目	日本人		外国人		外国人と日本人の順位差
		平均	順位	平均	順位	
1	歴史的な町並み	1.68	1	1.71	1	0
2	公園	2.05	5	1.86	2	3
3	水辺	1.82	2	2.36	7	-5
4	森林	1.91	4	2.29	4	0
5	寺社仏閣	1.86	3	2.43	8	-5
6	広場	2.36	6	1.86	2	4
7	路地	2.36	6	2.29	4	2
8	個人経営の商店	2.68	9	2.57	10	-1
9	田畑	2.36	6	3.29	12	-6
10	スーパーマーケット	3.18	11	2.29	4	7
11	ショッピングモール	3.14	10	2.43	8	2
12	100m幅の大きな通り	3.23	12	3.07	11	1
13	マンション	3.32	13	3.36	13	0
14	工場	3.55	14	4.21	14	0



鍋平邸に対する「興味」は59.1%、「直接見てみたい気持ち」は63.6%となっている。これらの割合は、外国人の回答率と比較すると、いずれも低い値となっている。さらに「歴史を感じる気持ち」に着目すると、「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答者は、氷川神社で90.9%となっている。地蔵院では81.8%、鍋平邸では77.3%と、いずれも外国人よりも低い回答率となっている。しかし、「後世に残してほしい気持ち」に対して「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答者に着目すると、外国人は、氷川神社では71.4%、地蔵院では64.3%、鍋平邸では42.9%となっている。その一方、日本人は、氷川神社と地蔵院では86.4%、鍋平邸では72.7%となっており、いずれも日本人の方が高い割合となっている。

その他、寺社仏閣以外の要素について着目したが、「興味」「直接見てみたい気持ち」に対し、「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答率で、顕著に高い割合を示した要素はなかった。しかし、そうしたなかでも「後世に残してほしい気持ち」に対して「とても当てはまる」もしくは「当てはまる」とした回答者の割合は、外国人よりも日本人の方が高い傾向となっている。

5. 考察と結論

本報では、埼玉県川口市の川口宿、鳩ヶ谷宿において、2018年度に行ったワークショップで抽出された街の要素のうち、「魅力」として認識された要素に対し、より客観的な視点に基づく知見を得ることを目的として、Webによるアンケートを筆者らの知人を伝とした外国人や日本人に対して行い、得られた知見をまとめた。その結果、いくつかの寺社仏閣や歴史的建築物に対し、日本人よりも外国人の方が興味や訪れてみたいとする傾向を得ることができた。しかし、後世にまで残したい気持ちについては、日本人の方が強い傾向にあることがわかった。また、古くから保全されてきた商店や医院、民家および民家の蔵などについては、外国人、日本人問わず、興味や来訪の意思に関する顕著な傾向は見られなかった。

これらのことから、現在の川口宿や鳩ヶ谷宿は、住宅地としての側面が強いが、寺社仏閣や歴史的文化的財が観光資源となる可能性があることがわかった。しかし、街を構成する要素としての魅力は、それ以外にもあり、それらの保全は、住民や街を知る人に委ねられていることもわかった。前年度の研究では、川口市の地域住民の活動が活発化する傾向にあり、街の魅力や課題が共有されれば、保全や改善が期待できるとしたが、そうした活動に帰結させるためにも、ワークショップや街歩き活動など、実空間で認知していくことが重要であることがわかった。

6. 謝辞

本研究の調査において、アンケートにご協力いただきました皆様にはまことにありがとうございました。この場を借りてお礼申し上げます。

参考文献

- 1)小瀬博之・尾崎晴男・齋藤伊久太郎：埼玉県川口市における歴史的景観・文化の保全と景観形成のあり方、東洋大学地域活性化研究所報（16）、pp.9-16、2019.3（<http://id.nii.ac.jp/1060/00010781>）
- 2)小瀬博之・尾崎晴男・齋藤伊久太郎：埼玉県川口市の既成市街地における歴史的景観・文化の保全方法の検討、東洋大学地域活性化研究所報（17）、pp.9-13、2020.3（<http://doi.org/10.34428/00012078>）
- 3)日本政府観光局：国籍/月別 訪日外客数（2003年～2020年）（Excel）、（https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_visitor_arrivals.xlsx）（2021.2.9閲覧）