

調査報告

「一身田寺内町来訪者調査（非イベント時分）」を基にした

一身田寺内町地区再活性化への考察

中畑 裕之

高田短期大学キャリア育成学科

1. 一身田寺内町地区の現状について

一身田寺内町地区は真宗高田派の本山である高田本山専修寺（以下高田本山）の寺内町を中心に江戸時代より商業の街、醸造業や木綿製品などのものづくりのまちとして栄えてきた。しかし現在では、醸造業や木綿製品などのものづくり事業者の多くが廃業し、商業においてもモータリゼーションの進展、大型小売店との競争、在住者の減少・高齢化を受けて、空き店舗となったり住宅やアパートに変わってしまった所が少なくない。高田本山の祭事や寺内町まつり、七夕などのイベントがない日には人通りが少なく閑散とした状況となっている。

しかしながら、高田本山専修寺には年間約30万人の参拝者があり、平成29年11月に御影堂、如来堂が国宝に指定されたことから鉄道会社などが催すウォーキングイベントへの参加者や観光バスの立ち寄りも増えていると聞く。また、風情のある街並みも残されており、平成28年には津市の景観計画対象区域として一身田寺内町地区「まちなみルール」が策定され、街並み保全のためのルールや助成制度などが定められるなど、環境整備への動きも進みだしている。

高田本山への参拝者が安定的に見込めること、風情ある街並みが残されていることは、一身田寺内町地区の再活性化のための大きな基盤となりうる。また、寺内町まつりや七夕などのイベントがある際には多くの人出で賑わうことから、ハレの場として一身田のまちは周辺地域の人々に今も認知されており、忘れられてはいないと考えられる。

2. 一身田寺内町来訪者調査、及び、本調査報告の目的

平成30年度より中畑ゼミでは一身田寺内町来訪者調査（以下来訪者調査）を開始した。津市との連携協力協定に基づき一身田寺内町の再活性化に一身田商工振興会などと協力して取り組んでいるところであるが、どこから、どのような目的で、どのような人が、何をきっかけに来訪されているかといった基礎資料が無かったことから来訪者調査を行うこととした。

来訪者調査は毎年11月に開催される「寺内町まつり」、高田本山のお祭りで1月上旬から中旬に行われる「お七夜」の会場にブースを設けて行った。また、イベント時以外の来訪者のデータ（非イベント時分）を集めるため、平日に学生が寺内町に出向いて調査したり、寺内町の歴史や文化を紹介する施設である寺内町の館、飲食施設である高田会館、ぼんぼりに配置したりして来訪者に記入いただいた。

本調査報告ではその中から非イベント時分を中心に報告をとりまとめた。イベント時には賑わうがそれ以外は閑散としているまちの状況から、イベント時以外の来訪者の状況を把握することがまず重要と考えたためである。なお、イベント時のものを含めた全体としての集計、報告は今後学生ととりまとめを行い、結果は地域の方々に向けて発表する予定である。

2-1. 非イベント時の来訪者の実施概要

実施方法 寺内町の館、高田会館、ぼんぼりに配置を依頼し記入されたものを回収

平日に学生が一身田に出向き来訪者を対象に調査を実施

実施期間 平成30年11月～令和2年1月

回収数 101

2-2. 回答者属性

回答者の性別を見ると男性47.5%、女性48.5%とほぼ半々となっている(表-1)。年代別では60代が28.7%を占め最も割合が高く、以下50代21.8%、40代13.9%、70代12.9%などとなっている(表-2)。お住まいの地域別では、津市内が32.7%で最も割合が高く、次いで愛知県(18.8%)、近畿圏と関東・東北・北海道(いずれも11.9%)となっている(表-3)。30年度の寺内町まつりでの調査では津市内が82.0%、お七夜では71.2%が津市内からの来訪者であったことと比べると、津市外、特に県外からの来訪者が多くなっている。また、来訪頻度は「初めて」が45.5%を占め(表-4)、30年度の寺内町まつりやお七夜の調査では1割にも満たない割合であったのと比べ、高い割合となっている。

表-1 回答者属性 男女別

性別	回答数	割合(%)
男性	48	47.5
女性	49	48.5
無記入	4	4.0
回答者数	101	100.0

表-2 回答者属性 年代別

年代別	回答数	割合(%)
10代	8	7.9
20代	3	3.0
30代	10	9.9
40代	14	13.9
50代	22	21.8
60代	29	28.7
70代	13	12.9
80代以上	1	1.0
無記入	1	1.0
回答者数	101	100.0

表-3 回答者属性 お住まいの地域別

お住まいの地域	回答数	割合(%)
津市内	33	32.7
鈴鹿市・亀山市	2	2.0
松阪市	3	3.0
県内四日市以北	3	3.0
その他県内	3	3.0
県内地域不明	1	1.0
愛知県	19	18.8
愛知県を除く中部圏	9	8.9
近畿圏	12	11.9
関東・東北・北海道	12	11.9
中国・四国・九州	3	3.0
海外	0	0.0
無記入	1	1.0
回答者数	101	100.0

表-4 回答者属性 来訪頻度別

来訪頻度	回答数	割合(%)
初めて	46	45.5
何回か来た	21	20.8
年数回	10	9.9
それ以上来ている	7	6.9
在住者	9	8.9
無記入	8	7.9
回答者数	101	100.0

### 2-3. 来訪の目的ときっかけとなった媒体

来訪の目的は「高田本山へのお参り」が74.3%と最も割合が高いが、次いで観光(43.6%)、街の散歩(40.6%)となっている(表-5)。「祭り・イベント」の回答は寺内町まつりやお七夜の際に書いていただいた方もあるとみられるが、それ以外にもウォーキングや撮影会など様々なイベントが開催されておりその際に書いていただいたものもあると考えられる。一方、飲食や買い物を主目的とする来訪者は少数という結果となった。

来訪のきっかけとなった媒体としては、「以前から知っていた」の42.6%が最も割合が高く、この多くは以前に来たことがある方である。「その他」の29.7%の内訳としては、クラブ活動のためやエッセイを読んで、近くなので一度回ってみようと思ったなどの記述があった。新聞・雑誌(27.7%)、観光協会や観光施設のHP(23.8%)という回答割合も比較的高くなっている(表-6)。

一方、近年効果的な情報発信ツールとして活用が進むSNSについては回答割合が3.0%と低くなっている。回答者の年齢層が40代~70代が多いということもあるが、SNSでの情報発信が十分か、適切に出来ているかは検討が必要である。

表-5 来訪の目的

来訪の目的(複数回答)	回答数	割合(%)
高田本山へのお参り	75	74.3
祭り・イベント	12	11.9
観光	44	43.6
飲食	6	5.9
買い物	1	1.0
街の散策	41	40.6
ビジネス・研修	3	3.0
その他	23	22.8

表-6 来訪のきっかけとなった媒体

来訪のきっかけとなった媒体 (複数回答)	回答数	割合(%)
雑誌・新聞	28	27.7
テレビ・ラジオ	10	9.9
チラシ・行政の広報	9	8.9
観光パンフレット	19	18.8
観光協会や観光施設のHP	24	23.8
旅行会社	2	2.0
知人友人の口コミ	8	7.9
SNS	3	3.0
以前から知っていた	43	42.6
その他	30	29.7

## 2-4. 同行者と交通手段、一身田寺内町以外の訪問予定の有無

同行者については、「同行者なし」が35.6%で最も割合が高くなった。以下は、「夫婦・恋人」22.8%、「家族・親戚」21.8%などとなっている(表-7)。このことから「同行者なし」の単独で来訪されている方が相当数あるとみられ、単独の方が過ごしやすい、楽しめる工夫が来訪者増には重要と考えられる。

交通手段としては、「自家用車」が52.5%で最も割合が高いが、県外など遠隔地からの来訪者も少なくないことから「電車」も37.6%を占めている(表-8)。自由記述では、「駅からの案内がない」「駅からの道が狭くて、車が多くて怖い」「駅から遠い」「駅にコインロッカーが欲しい」などがあり、遠隔地からの来訪者の満足度を上げるには、「電車」との連携、案内を含めたアクセス改善は重要と考えられる。

また、一身田寺内町以外の訪問予定の有無を聞いたところ、「あり」が41.6%、「なし」が46.5%であった。(表-9)他に訪問する先として道の駅や直売施設、県立美術館・博物館、関宿、斎宮、伊勢神宮、伊勢志摩などの記述があったことから、これらの施設、地域と連携することも重要と考えられる。

表-7 同行者

同行者	回答数	割合(%)
家族・親戚	22	21.8
夫婦・恋人	23	22.8
友人・知人	12	11.9
会社・仕事関係	4	4.0
趣味・旅行仲間	4	4.0
団体旅行	0	0.0
同行者なし	36	35.6
その他	0	0.0
無記入	0	0.0
回答者数	101	100.0

表-8 交通手段

交通手段(複数回答)	回答数	割合(%)
電車	38	37.6
バス	2	2.0
自家用車	53	52.5
自転車	4	4.0
徒歩	8	7.9
無記入	2	2.0

表-9 一身田寺内町以外の訪問予定の有無

一身田寺内町以外の 訪問予定の有無	回答数	割合(%)
あり	42	41.6
なし	47	46.5
無記入	12	11.9
回答者数	101	100.0

## 2-5. 買ったもの、食べたものの有無

買ったものの有無については、「あり」が20.8%、「なし」が58.4%、「無記入」が20.8%となった(表-10)。また、食べたものの有無については、「あり」が25.7%、「なし」が58.4%、「無記入」が15.8%となった(表-11)。無記入が多くなったのは、主にはまだ旅行の途中で、これから買ったり食べたりするかどうか分らなかったためと考えられる。

買ったり食べたりした割合が高いのか低いのかは判断しにくいですが、この割合を上げていくことが必要である。自由記述の中に「飲食店が無くて津駅まで食べに行き戻ってきた」や「お店が少ない」といった記述があり、商店や飲食店(商店街)にたどり着けなかった方もあるとみられる。

表-10 買ったものの有無

買ったものの有無	回答数	割合(%)
あり	21	20.8
なし	59	58.4
無記入	21	20.8
回答者数	101	100.0

表-11 食べたものの有無

食べたものの有無	回答数	割合(%)
あり	26	25.7
なし	59	58.4
無記入	16	15.8
回答者数	101	100.0

## 3. 風情ある街並みを生かしてまちを活性化している事例

江戸時代から明治、大正、昭和の初めの風情ある街並みをまちの活性化に生かした例としては、妻籠や馬籠が有名であるが、近隣の関宿や奈良県橿原市の今井町などが成功事例としてよく挙げられる。今井町は浄土真宗本願寺派の称念寺の寺内町であった歴史があり、環濠の復元なども行っており、特に参考にできる事例と考える。

関宿や今井町は国の「重要伝統的建造物群保存地区」に指定され、伝統的な建物と街並みが質・量ともに充実している。また、まちの紹介、案内が分かりやすく、かといって雰囲気を壊さないように配されている。まちを歩く人が学んだり休んだりする場所も各所に設けられている。

街並みを生かしたまちの活性化と言うと観光・誘客といった経済的な面がクローズアップされやすいが、関宿や今井町では、まず伝統的な街並み、建造物の保全に地域住民が積極的に取り組んだ歴史がある。また、いずれも商売を含めてそこで暮らしながらまちを保全していくという考え方に立っており、一身田寺内町地区の再活性化にあたって重要な論点となると考えられる。



図-1 今井町の街角の案内板



図-2 今井町の復元された環濠



図-3 今井町の街並み





図-4 関宿の街並み



図-5 関宿の案内板

#### 4. まとめとして

非イベント時の来訪者調査からは、一身田寺内町に県外含め遠隔地からも来訪者があり、初めて来訪される方も多いことが分かった。また、単独で来られている方が少なくないこと、新聞・雑誌やHPが主要な来訪のきっかけになっていることが分かった。

交通手段としては自動車だけでなく電車も主要な手段として考える必要があり、非イベント時の来訪者からはまちの案内やまちとのアクセス強化が求められていることも分かった。一身田寺内町と併せて立ち寄ることがある近隣の物販や文化施設、周辺の観光地との連携が重要と考えられることも分かってきた。

また、一身田寺内町地区を来訪しても買い物や飲食をする方はあまり多くない結果となったが、お店にたどり着けない来訪者もあるとみられ、商店や飲食店なども含めたまちの案内が重要なことなどが見えてきた。

これら見えてきたこと・課題を一身田商工振興会や津市に提起し、他地域の取り組みも参考として、今後の一身田寺内町地区の再活性化を一緒に考えていきたい。

#### 参考文献

亀山市 (2018年) 「亀山市関宿 (三重県)」 (亀山市作成資料)

寺内町整備推進委員会 (2016年) 「一身田寺内町地区 まちなみルール&解説」 津市都市計画部都市計画課

津市教育委員会 (2019年) 「一身田寺内町と国宝専修寺」 (パンフレット)

三重県雇用経済部観光局観光政策課 (2019年) 『平成30年三重県観光レクリエーション入込客推計書』 三重県雇用経済部観光局観光政策課

八甫谷 邦明 (2006年) 『今井町 甦る自治都市 街並み保存とまちづくり』 今井町並み保存会