

柏原市の地域活性化について

中3-C-36 山本 菜月

目次

はじめに

第1章 柏原市について

第2章 地域内でのコミュニティ作りや地域交流の促進

第1節 をかしわらマルシェ

第2節 かしわらスマイルこどもマルシェ

第3節 亀の瀬ウェルカメフェスタ 2024

第3章 地域の歴史や文化の伝承

第1節 柏原地区夏祭り

第4章 柏原市が行っている地域活性化に関すること

第1節 ガンダムマンホール

第2節 その他行っていること

第5章 まとめ

おわりに

参考文献

はじめに

私は生まれた時から大阪府^{かしわら}柏原市に住んでいて、幼い頃から地域の祭りに参加したり、近所の人と遊んだりしていたことから、地元が大好きである。また、私の母がイベントに取材に行き SNS などでも柏原について広めたり、母自身がイベントを企画して市を盛り上げようとしている姿をみて、わたしも柏原市をより楽しく過ごせるようにしたいと思った。その為、課題研究 J のテーマを「柏原市の地域活性化」に決めた。

地域活性化の取り組みには、「地域の特産品や資源を生かした事業の育成」や「インフラストラクチャーの整備」、「地域住民の生活や福祉の向上」、「地域内でのコミュニティ作りや地域交流の促進」、「地域の歴史や文化の伝承」などがある中で、今回は主に「地域内でのコミュニティ作りや地域交流の促進」と「地域の歴史や文化の伝承」に着目した。

「地域内でのコミュニティ作りや地域交流の促進」については、3つのイベントに実際に足を運び、来場者に Google フォームを活用してアンケート調査をした。また、「地域の歴史や文化の伝承」については、柏原駅周辺で毎年7月に行われる地車祭りの参加者、観客に Google フォームを活用してアンケート調査をした。

アンケート調査の結果をもとに地域活性化の取り組みについての具体策を考察した。

第1章 柏原市について

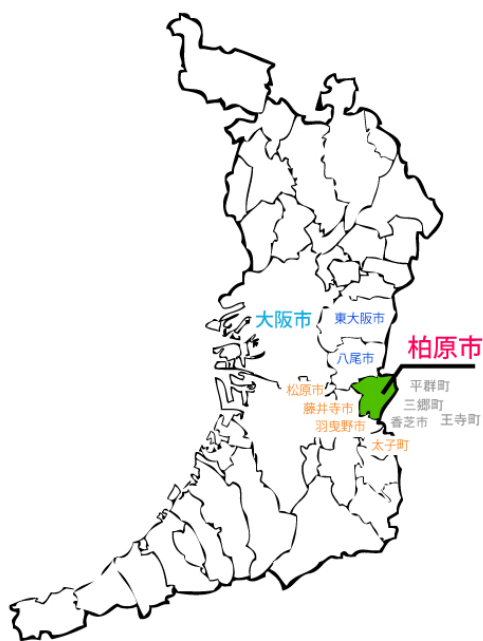


図1

柏原市は図1のように大阪府南東部に位置している。1958年(昭和33年)中河内郡柏原町と南河内郡国分町が合併し、現在の柏原市となった。

(1) 歴史

大和川は江戸時代ごろまで洪水に悩まされており、人々の嘆願により1704年に堺方面へと付け替えがなされた。

大和川だった地域では新田づくりなどが行われ、河内木綿の栽培が盛んになった。明治時代に入ると紡績業も興り、現在も晒や手ぬぐいなどの綿織物、綿実油、柔道着などをつくる産業が残っている。

(2) 名産品

柏原市の名産はぶどうである。また、そのぶどうを原料としたワインづくりも行われている。明治以降は50社ほどワイナリーが存在していたが、現在、本格的な醸造を行うワイナリーは1社残っている。

(3) 交通

柏原駅～大阪駅までは30分程度で行くことが可能である。柏原市にはJR関西本線(大和路線)や近鉄大阪線、近鉄道明寺線が通っており、交通の便が良い。また、国道25号線・165号線、その南には西名阪自動車道が通っている。

第2章 地域内でのコミュニティ作りや地域交流の促進

第1節 をかしわらマルシェ

毎月第2日曜日に柏原駅西側の大正通り商店街にある駐車場とネストと呼ばれる場所で行なわれている(図2)。をかしわらマルシェの魅力のひとつは毎月違うテーマが決められていることだ。マルシェの開催時間とアンケートの回答数もあわせてまとめたのが表1である。

今回は5月～12月の8ヶ月間来場者に私が事前に作ったGoogle formのQRコードを配ってアンケートをとった。

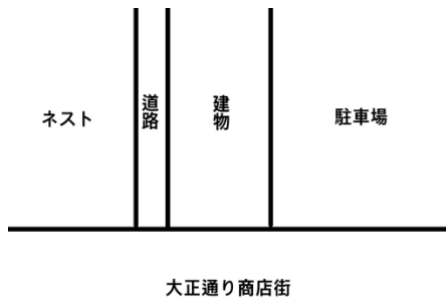


図 2

月	テーマ	開催時間	回答数
5月	をかしわら運動会	10時~15時	23
6月	をかしな本の交換会	10時~15時	13
7月	スプラDEをかしわら	16時~20時	14
8月	フードフェス	16時~20時	14
9月	Music!	16時~20時	16
10月	ハロウィン	10時~15時	13
11月	coffee&sweets	10時~15時	15
12月	クリスマス	10時~19時	11

表 1

(1) 主な質問内容

- ・ 職業、学生
- ・ 年齢
- ・ 住んでいる場所
- ・ 性別
- ・ 来場人数
- ・ 同行者との関係性
- ・ 来場回数
- ・ マルシェを知ったきっかけ
- ・ マルシェに来た目的
- ・ また行きたいか+その理由
- ・ マルシェの何が楽しかったか
- ・ マルシェを楽しむにあたっての要望

(2) アンケート

5月から12月までの合計8回のイベントのアンケート結果をもとに比較したり総合的に考察する。

まず、住んでいる地域から考える。

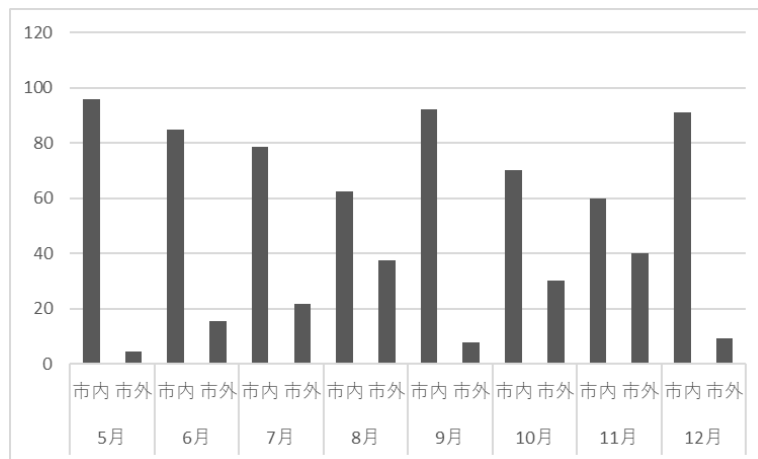


表 2 (縦軸の単位は%)

表 2 より、大半は柏原市内からの来場で、その他にあたる地域でも近隣の市であることがほとんどであることがわかる。その中で、柏原市内からの参加が6割ほど他の月に比べると少ない月がある。それは8月と11月だ。8月の柏原市内の来場の割合が小さく、他の地域に住んでいる来場者が多くなっている理由のひとつは夏休み期間だからであろう。8月の初出店は1店舗しかない。平均して考えると少ない方だ。しかし、夏休みであることにより、次の日のことを考えなくて良いし、帰省した人が行ってみよ

う、となるのである。11月の考えられる理由は初出店の店舗が5つもあることだ。5月から12月までの8回で、初出店の数の平均は1.6店舗である。また、この8回の中で1番合計の出店数も多いのである。初出店の5店舗のうち4店舗は柏原市内の店だったが、1店舗は奈良県の店だった。11月、柏原市外から来場した人がどんな目的できたのかをみてみると、次の通りであった。

住んでいる場所	きっかけ	目的
大阪府大阪市	知人の紹介	買い物
大阪府羽曳野市	知人の紹介	プリンを作りに来た(アート体験)
大阪府東大阪市	知人の紹介	出店者に会いに来た
大阪府東大阪市	知人の紹介	コーヒーとスイーツというテーマに興味を持った
大阪府八尾市	知人の紹介	色々な珈琲屋の珈琲を飲みにきた
奈良県香芝市	Facebook	癒しを求めて

私は、初出店の店が多いから、柏原市外の来場者が多いと考えた。もちろん、初出店した人の紹介でマルシェに訪れた人もいたが、初出店の店が多いから、柏原市外の来場者が多いのだ、とは言えなかった。

次にマルシェに来た目的と楽しかったことについて、8ヶ月間の結果を通して考える。各回のテーマを目的にマルシェに来ている人が多く、そのマルシェのテーマに関わっている出店やアクティビティなどが楽しかったという人も多かった。また、マルシェで色々な人たちと話すことが目的で、楽しかったことに入っていた。さらに、気になっている、またはお気に入りの店舗が出店した際、この店舗が目的で来場し、楽しかったことに入っていた。その店舗が定期的に出店していれば、その店のファンも定期的にマルシェに行くことになるので、マルシェ自体のファンになることも少なくない。

第2節 かしわらスマイルこどもマルシェ

柏原市に住む育児中のお母さん2人が「こどもも大人も楽しめるマルシェ」を今までで3回開催している。場所は全て柏原市役所の中と駐車場で行われた。このイベントは3回開催されている。3回とも2部制で行われており、子どもたちが、第1部ではお金に関する勉強を、第2部では実際にこどもたちがお店やさんで働いたりするマルシェである。「お店やさん」とは、柏原市役所の駐車場でキッチンカーやテントが設置され、その場所で子どもが出店者と一緒に販売をする。また、市役所の中でも同様に販売し、子どもたちが利用しやすいように主に金券を使用して購入や販売できる店のことを指す。

(1) 主な質問内容

- ・ 職業、学生
- ・ 年齢
- ・ 住んでいる場所
- ・ 性別
- ・ 来場人数
- ・ 同行者との関係性
- ・ 来場回数
- ・ マルシェを知ったきっかけ
- ・ イベントに来た目的
- ・ また行きたいか+その理由
- ・ イベントの何が楽しかったか
- ・ イベントを楽しむにあたっての要望

(2) アンケート

6月にとったアンケートの結果と12月の結果を比較して考察する。

表3・4より、このイベントに来た人たちのほとんどが柏原市内に住んでいることが分かった。また、その中でも南側に住んでいる人が全員であった。アンケートに答えなかった人のなかには柏原駅周辺から来た人はいたかもしれないが、柏原駅周辺の人が少なかったことが考えられる。

また、表5・6より、家族全員で参加する人や、出店者に会いに1人で来る人が多かった。

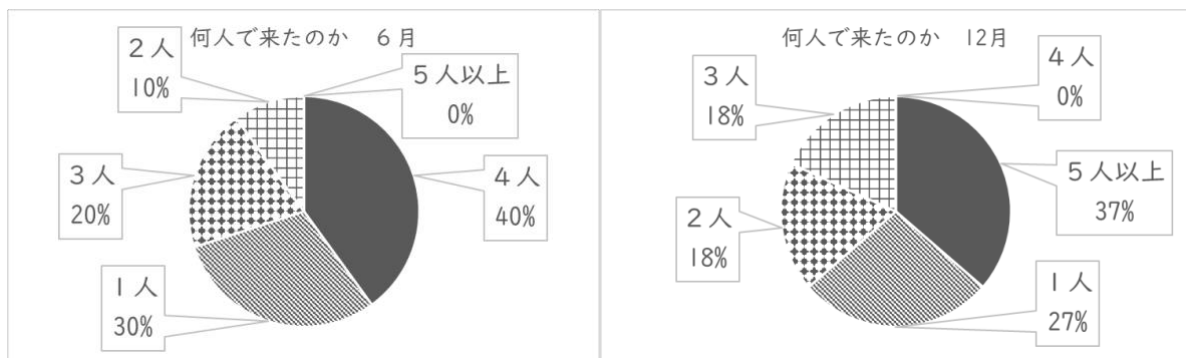


表3

表4

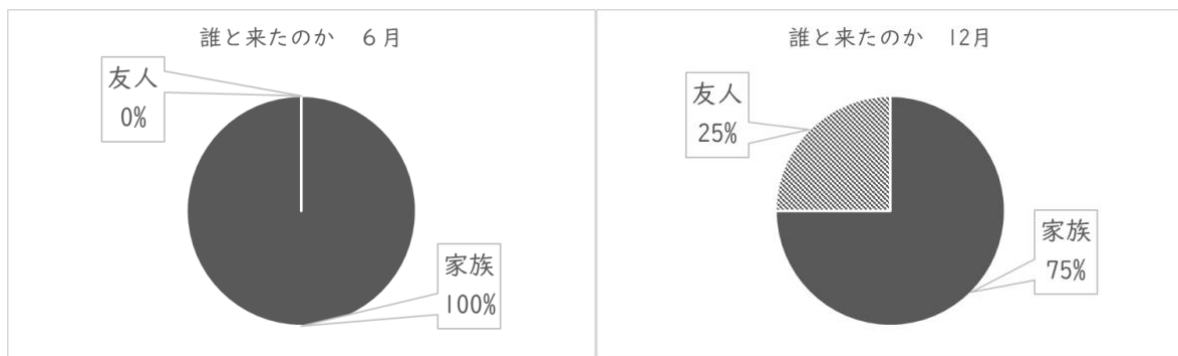


表5

表6

また、表7・8より、このイベントに来たのは何回目かという質問に対してどちらの月も初めての人が6割程度だったことがわかった。それに対し、3回とも来た人はいなかった。下のグラフより、新規来場者の呼び込みができており、初めて参加した人のなかでもイベントの存在を知ったきっかけは表9・10のように、知人の紹介、小学校で配られたチラシ、SNS (Instagram) が多い。

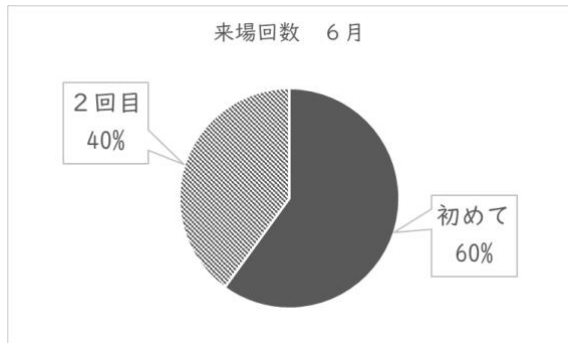


表7

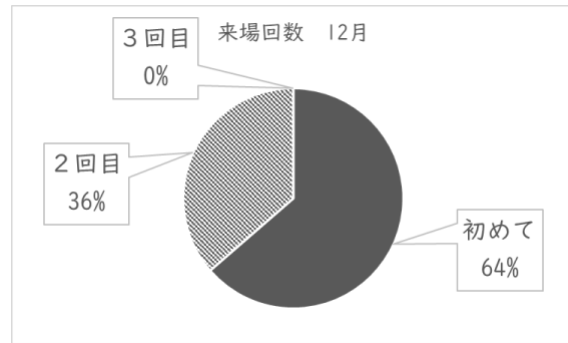


表8

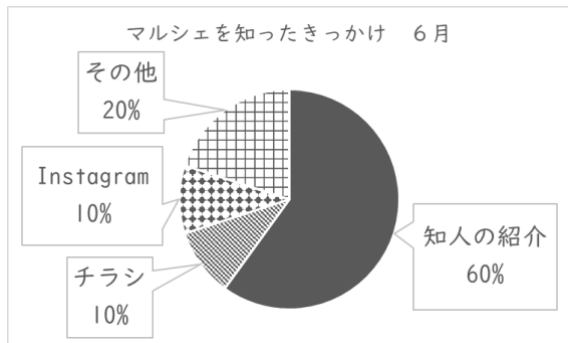


表9

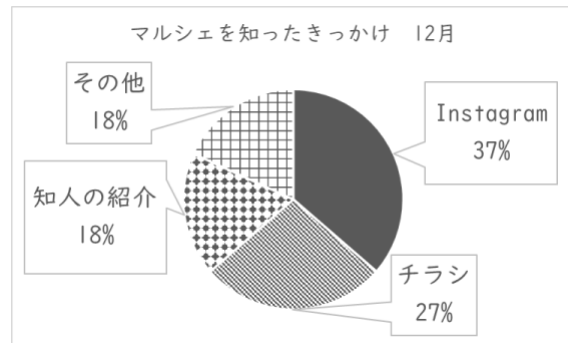


表10

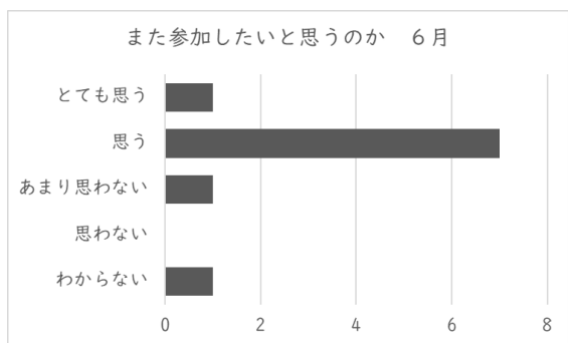


表11

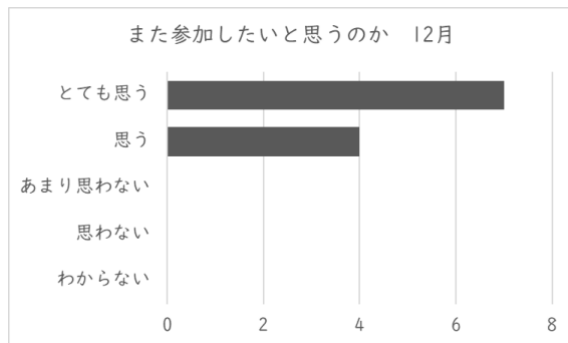


表12

表11、12共に横軸の単位は人

反対に、リピート率は低いように感じる。表11よりたしかに、6月にまたこのイベントに参加したいかを聞いたときは、「とても思う」「そう思う」「あまり思わない」「思わない」「分からない」の評価のなかで「そう思う」が7割も占めていた。それなのに、表12より12月でのアンケートで「2回目」と答えた人は4割にも及んでいない。ま

た、1回目のイベントに参加して12月のイベントで2回目である人もいると考えられるので、6月に初めてきて、12月が2回目だという人は円グラフの数値よりも少ないと考えられる。よってリピート率が低いように感じるのだ。

第3節 亀の瀬ウェルカメフェスタ 2024

2024年11月24日に行われたイベントである。亀の瀬エリア周辺で行われた、普段は予約必須である亀の瀬トンネルの自由見学や、体験・物販ブースに加え、災害対策車両の展示や防災教育ブースなど盛りだくさんのイベントである。

(1) 亀の瀬について

大阪府柏原市と奈良県三郷町の境に位置する亀の瀬は、地質的に脆弱な地盤により古くから地滑りが多発してきた地域である。1889年の大規模地すべりでは大和川の流路が変わる被害が発生し、昭和以降も鉄道や道路に影響を与える災害が起きた。これを受けて、地すべり対策工事が1962年(昭和37年)に始まり、2011年(平成23年)に完成した。現在も亀の瀬は地すべり危険地域として監視が続けられ、日本全体の地すべり対策技術の向上にも寄与している。

(2) 主な質問内容

- ・職業、学生
- ・年齢(子連れの場合子どもの年齢も)
- ・住んでいる場所
- ・性別
- ・何人で来たのか
- ・誰と来たのか
- ・交通手段
- ・イベントを知ったきっかけ
- ・イベントに来た目的
- ・楽しかったこと
- ・また行きたいか+その理由
- ・イベントを楽しむにあたっての要望

(3) アンケート

表13より住んでいる場所に関しては大阪府柏原市が1番多く、次に多かった地域は奈良県三郷町であったことがわかる。どちらの地域もこのイベントに関わっており、PRができていたからこそこの2つ地域から来た人が多かったのではないかと考える。

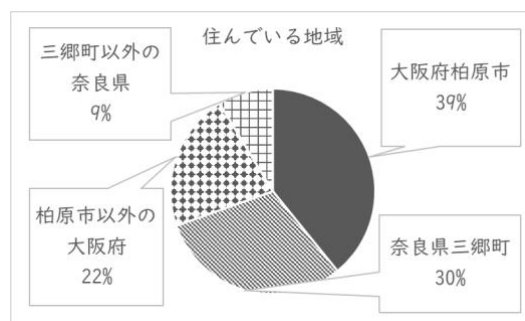


表13

また、この二つの地域に住んでいる人の交通手段を見てみると表 14 のようになる。※臨時バスは柏原駅と三郷駅から亀の瀬までを結んでいた。自家用車は駐車場には限りがある、と伝えていた。

大阪府柏原市	来場人数	交通手段	奈良県三郷町	来場人数	交通手段	都市名	来場人数	交通手段
	4人	臨時バス		4人	臨時バス	大阪府茨木市	5人	自家用車
	3人	臨時バス		4人	臨時バス	大阪府茨木市	5人	自家用車
	3人	自家用車		4人	臨時バス	大阪府枚方市	1人	自家用車
	3人	自家用車		2人	臨時バス	大阪府藤井寺市	1人	自家用車
	2人	臨時バス		2人	臨時バス	大阪府八尾市	2人	臨時バス
	2人	臨時バス		2人	臨時バス	奈良県香芝市	1人	電車
	1人	自家用車		2人	臨時バス	奈良県斑鳩町	2人	自家用車
	1人	自転車及びバイク						

表 14

幼児を連れて来場した人は比較的自家用車の使用率が高く、反対に夫婦であったり小学校高学年より上の学年の子どもを連れて来場した人は臨時バスの使用率が高かった。大変交通の便が悪く、行きにくいとの声が多かった。バスの本数は1時間に1本程度だったので、バスの本数を増やし、運行間隔を短くしたり駐車スペースの確保ができたならもう少し良かったのではないかと考える。

また、これらの地域以外でも大阪府民は5組、奈良県民は2組であった。これら7組の交通手段を見てみた。7組中5組は自家用車、あとの2組は臨時バスと電車で来たようだ。

また、上の表より亀の瀬から距離がある地域から来た人の自家用車の使用率が高い傾向にあることがわかる。

このイベントを何で知ったのかという質問に対して最も多かったのは「チラシ」と「知人から聞いた」というものである。チラシは出店者の店舗においていたり、小学校に配布したものである。ウェルカムフェスタとかしわらスマイルこどもマルシェのどちらにも「チラシ」が上位には入っていることがわかる。SNSの効果も大きいですが、それと同じくらいチラシによる集客の効果も大きいことがわかる。

そして、このイベントに来た目的を尋ねると、「プロジェクトマップをみに来た」という回答が圧倒的に多かった。また、「地元について知るため」という回答もその次に多かった。さらに、「資料館のリニューアル後、興味はあったが、訪れていなかったなのでそのきっかけに来た」という回答も一定数あり、亀の瀬に来るきっかけとなったならイベントをした甲斐があったのではないかと考える。

さらに、またこのイベントもしくは亀の瀬を訪れたいか、を尋ねると、表 15 の結果となった。

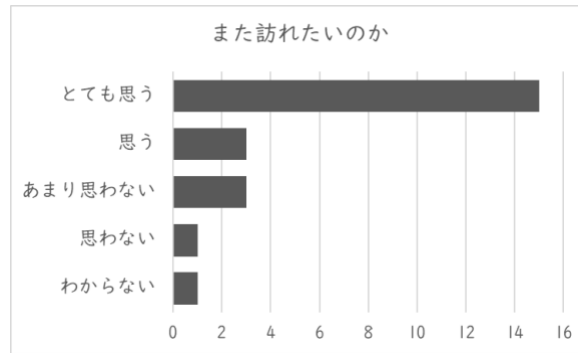


表 15(横軸の単位は人)

「そう思う」と答えた人は6割以上おり、その理由としては「地元を知ることができた。次回来たときにまた理解を深めたい。」という声や「楽しかった。」という声が多かった。また、「柏原市長の言う柏原市の知名度アップが着実に進められていて自分も参加したい。」という声もあった。「思う」と答えた人の理由は「季節別のプロジェクションマッピングを見てみたい」とのことだったので、亀の瀬自体PRもできたと考える。「あまり思わない」と答えた人の理由は「店舗、催し共に小規模。」また「スタンプラリーで、小さい子どもを連れて急な坂道を歩き回るのがしんどかった。」ということだった。今回のイベントのメインは特別決められていなく、種類が盛り沢山すぎてひとつひとつが小規模だったのでもう少し種類を抑えてその中身を濃くできたらより楽しめたのではないだろうか。

最後に、このイベントをより楽しく過ごすための要望、意見を聞いた。「日本遺産関係のことがほぼなく残念だった。」という意見があった。今回のほとんどの出店者は、柏原市、三郷町を主とした日本遺産「竜田古道・亀の瀬」推進協議会認定ブランドを扱う事業者であった。なので、本当は日本遺産関係のことがほとんどだったのである。また、「地元の食べ物、飲み物も売ってくれるともっと楽しくなる。(地ビールやワインなど)」という意見もあった。だが、先述した通り、今回の出店者は地元で作られた商品を買っている店舗がほとんどだった。この2つの意見より、日本遺産関連及び地元に関わっている出店だったことが周知されていなかったことがわかる。それが周知されていたら、より地域活性化につながったのではないかと考える。さらに、「亀の瀬トンネルの見学を事前予約にし、効率化してほしい」との声もあった。事前予約にすると普段と変わらなくなるのでイベントでトンネルツアーをするのは意味がなくなってしまう。だが、番号札を配っていた割には並んでいる人が随分多く、効率が悪いように見えた。なので、来場者の不満もなしで、笑顔でこのイベントを楽しんでもらうためにツアーの時間に余裕を持って見積もってツアーの本数を減らしてのツアーの案内をしていけばより良いイベントであった。

第3章 地域の歴史や文化の伝承

第1節 柏原地区夏祭り

(1) 柏原地区夏祭りとは

大阪府柏原市で毎年7月の3連休の土曜日と日曜日に開催される夏祭りのことである。本郷、古町、今町、大正、上市などの地区でだんじりやふとん太鼓を2日間曳行する。その中でも今回は、1日目の夜や2日目の昼に全てのだんじりとふとん太鼓が柏原駅西口に集まるパレード・セレモニーについて調べた。だんじりは本郷、古町、今町、大正東、大正西、上市の6台、ふとん太鼓は本郷と今町の2台が集まった。

(2) アンケート

アンケートは夏祭りの参加者と、参加者が小学生の場合は保護者を対象とした。回答数は78である。データは全て小数第1位を四捨五入しているため、全て足しても100にならないことがある。

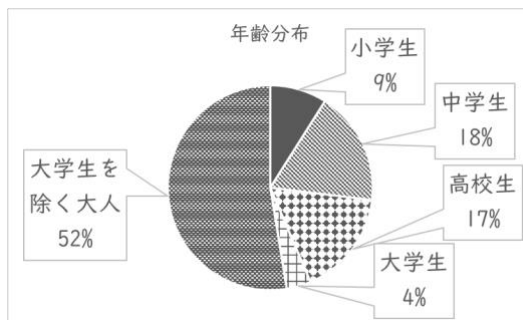


表 16

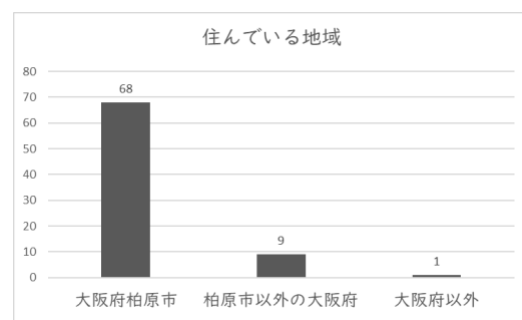


表 17

私は3歳から祭りに参加したり見て楽しんでいましたが、年齢比としては学生が圧倒的に少ないイメージだった。このイメージは私が青年団に入っている今もなお感じていることだったが、そんなイメージとは裏腹に学生対大人で考えると半々であることがわかった（表 16）。また、表 17 より、やはり大阪府柏原市に住んでいる人が68人で87%であることがわかった。柏原以外の大阪府に住んでいる人は9人で12%だったが、そのうち7人は隣接している市に住んでいる人である。その7人のほとんどは助っ人としての参加なので柏原市について知ってもらえる機会になっているのではないかと考える。そして、柏原市から市外に引っ越した人の意見に内輪ノリになってしまいがちであることや祭りをすることだけに意識が向いてしまい親切さが欠けていることが多いので参加しにくいとの声があった。確かにお祭りのためだけの団体ではなく、地域の活動と共に祭りを全員で楽しむことが目的であるはずなので、より過ごしやすい団体にすることによってよりたくさんの方の参加者も観覧者も気分を害すことなく楽しむことができるのだ。

また、祭りに参加したり見たりして何が1番楽しいか、という問に対しては、

- ・鳴物
- ・みんなで騒ぐこと、またそれを見ること
- ・一体感、達成感が感じられること

の3つの意見が多かった。

それに対し、不満や要望は

- ・マナー全般
- ・鳴物以上の大きな音は控える
- ・主に地域の人により参加できる祭りに

の3つの意見が多かった。せっかく市民が集まる一大イベントなのにも関わらず、マナーがきちんとしていないと次の年から観覧者が減る。また、祭りに参加したいと思う人がいなくなって神事が続けられなくなる。これらは地域活性化につながっていないので少しずつでもやめていくべきだ。また、今回は祭りが比較的好きな人へのアンケートだったので意見として出てこなかったが、私は長時間の交通規制や鳴物以外の騒音も課題だと考える。多少の交通規制や騒音であれば理解できるが、1日の中で交通量の多い昼や夕方に大通りを4時間程規制するのは日常生活を送っている人からすると大迷惑である。なので、パレードを開催するのにあたって考え直すべきである。また、だんじりやふとん太鼓において鳴物は必要不可欠な存在であるが、それでも大きな音である。その上鳴物以上に大きな音を発して曳行するのは過ごしにくい環境なのでやめるべきだと考える。この騒音問題に関しては、アンケートでも多い意見だったので考えるべきだ。

第4章 柏原市が行っている地域活性化に関すること

柏原市役所市民部にぎわい観光課に勤めている向山氏に話を伺った。柏原市役所のホームページを見てみると、にぎわい観光課の業務内容については、次の5つが示されている。

- ・地域の活性化に係る企画及び立案に関すること。
- ・観光振興の企画及び立案に関すること。
- ・サンヒル柏原に関すること。
- ・国際交流に関すること。
- ・空き家バンク制度に関すること。

と書かれていたが、その中で向山氏が担当している且つ地域を活性化させるために行ってきたこと、そして現在進められていることを尋ねた。向山氏の取り組みとして、以下がある。

第1節 ガンダムマンホール

(1) 経過

向山氏は3年前に、にぎわい観光課が設立されたときからにぎわい観光課に所属して、初めは何からすれば良いのかわからなかったそうである。だがその時、ポケふた(ポケモンの絵が描かれたマンホール蓋のこと)という存在を知り、柏原市に設置したいと考えたが、すでにその時には各自治体からの問い合わせが製造予定数を大幅に上回ってしまったため、新規設置希望の受付が一時停止されていた。そんな時、バンダイナムコグループの「ガンダムプロジェクト」が企画する「ガンダムマンホールプロジェクト(全国の自治体と協力し、国内の活性化と全国の世代を超えたガンダムファンとの絆を表す取り組み)」を知り、向山氏は企画書を送った。全く返事が返って来ず、「これは落ちたな」と思っていた矢先、大阪府初の柏原市へのガンダムマンホールの寄贈が決まったのである。

(2) グッズ

元々、デラウェア版(写真1)とシャインマスカット版(写真2)のマンホールカードを配布していた。そして、2024年7月26日から柏原ぶどうとガンダムがコラボしたマンホールのカード(写真3)を配布した。



写真1



写真2

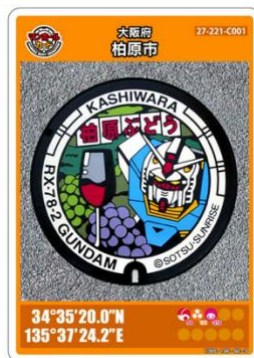


写真3



ガンダムマンホールカードを配布した初日～3日で2000枚、12月現在で9000枚もの数が配布された。

また、2024年12月下旬ごろから大正通り商店街(柏原駅西)の店舗で条件(例えば1000円以上購入したら、など)を満たしたときの柏原ぶどうとガンダムの絵が描かれているマンホール(写真4)のステッカーの配布が開始された。また同時期に国分西商店街(河内国分駅西)の店舗で条件を満たしたときの旧大阪鉄道亀瀬隧道とガンダムの絵が描かれているマンホール(写真5)のステッカーの配布も開始された。



写真4



写真5

(3) 誘致しようと考えた理由、目的

ガンダムマンホールを誘致することによりガンダムファンやマンホールカードを集めている人が柏原市の存在を知ったり、実際に柏原市を訪れるので、柏原市のPR、認知に繋がると考えたそう。

(4) エキタグにガンダムマンホールのデザインを駅スタンプに

エキタグとは、駅などに設置された NFC タグをスマートフォンで読み込むことにより、アプリ内のデジタルスタンプ帳にスタンプを収集することができるアプリである。元々、堅下駅は写真6、河内国分駅は写真7のデザインだったが、近鉄の意向で2024年9月14日から近鉄大阪線堅下駅では写真4、河内国分駅では写真5のデザインが駅スタンプとなった。



写真6



写真7

10月現在、近鉄の駅スタンプは73駅、全74種類登録されている。10月の3週間で駅ごとにどれだけの数の駅スタンプが手に入れられたのか、の順位と人数を見てみると、次の通りであった。

1位	近鉄名古屋駅	390名
	:	
7位	近鉄日本橋駅	223名
8位	河内国分駅	208名
9位	堅下駅	195名
10位	近鉄奈良駅	191名
	:	
	近鉄八尾駅	91名

近鉄八尾駅の順位に関してはわからなかった。数ある駅の中でTOP10にはいった、且つ明らかに河内国分駅や堅下駅よりも利用者が多い近鉄奈良駅よりも上位にはいったこと、そして近隣の近鉄八尾駅は河内国分駅、堅下駅に比べて利用者数が圧倒的に多いのにも関わらず、駅スタンプを手に入れた人数が100名以上多いことは目に見えてガンダムマンホールのスタンプの効果があるのではないだろうか。

第2節 その他行っていること

柏原市をより多くの人に知ってもらうきっかけになるため、ロケーション撮影支援の誘致を行っているようだ。直近の情報は、2024年11月29日全国公開の「正体」という映画だ。

第5章 まとめ

(1) をかしわらマルシェ

このイベントの良いところは、長年続けているからこそファンが多いので、ある一定数の来場者がいることだ。また、毎月テーマが決められていることにより、来場者も飽きにくい。また、色々な人との関わりを大切にしている人が多く、地域交流の促進が認められる。だが、課題もたくさんある。そのひとつは毎月出店者がほぼ変わらないことである。このせいで来場者が飽きてしまいがちである。さらに、新規来場者を呼び込むことが大変難しいと考える。なので、私はマンネリ化しているのではないかと考えた。これを解決するためには、今までこのイベントに出店したことがない店が出店したり、例えばをかしわらマルシェをSNSで拡散したら景品一点プレゼントなどすれば良いのではないだろうか。今までこのイベントに出店したことがない店が出店すると、そのお店のファンがをかしわらマルシェに来ることになる。また、をかしわらマルシェの来場者も新しい刺激がもらえて普段と違う思い出になる。そして、マルシェをSNSでシェアしてもらうことにより、マルシェを知らない人に知ってもらえるきっかけとなるはずだ。

(2) かしわらスマイルこどもマルシェ

このイベントは、をかしわらマルシェと違って開催頻度が少ないので、いつ行っても新鮮な感覚で楽しめる。実際に、アンケートにも「退屈だ」などというマイナスな意見はひとつもなかった。では、より多くの人に来てもらうために何をすべきかを考えてみる。アンケートにもあるのだが、SNS などに出店内容の詳しい記載があると、気軽に行けるのではないだろうか。正直、私も初めてこのイベントに行った時は、全くイベントのイメージがつかなくて不安だった。なので、今のままだでも SNS での PR は十分だが、もっとマルシェの雰囲気がわかるような投稿もするとなお良いと考える。また、イベントの告知方法が主に SNS やチラシだったことが集客できた理由だと考える。

(3) 亀の瀬ウェルカムフェスタ

このイベントをして良かったことは、このイベントの告知、また、亀の瀬自体の PR ができたことが 1 番大きいのではないかと考える。だが、主催者側が来場者に伝えたいことは伝わっていなかったのも、その周知徹底をするべきだった。効率の悪いように見えた箇所もあったが、それ以上に出店内容に満足している人が多かった。もし、また同じようなイベントを開催する場合は、簡易的なもので良いので、机や椅子の設置、車で来ても問題ないように駐車場の確保、せめてバスの本数を多くしたらより楽しく過ごせるはずだ。

(4) 柏原地区夏祭り

この祭りは、地域活性化のために行なっているとは考えていない。だが、地車やふとん太鼓を曳くため、また見るために多くの人が集まって楽しんでいるので結果地域活性化につながっていると考える。これからもできるだけ不快な気持ちが少なくなるように祭りを開催するために、

- ・日々の活動を疎かにしない
- ・祭りを行うときは騒音に気をつける
- ・日常生活を過ごしている人に迷惑にならないよう配慮し、礼儀を忘れない

と言うことが大切である。また、地域コミュニティを大切にすることによってなお不満が少なく楽しく行えるのではないだろうか。

(5) 柏原市が行なっている地域活性化に関わること

向山氏に教えてもらったことが地域活性化につながっているか、と判断するのは難しい。だが、第 4 章のようなことを続けて将来、柏原市に住んで良かった、柏原市に引っ越そうかな、と思ってくれるように活動をするべきだと考える。

(6) 総合的に考えて

単発的なイベントを行う際、子供や家族を対象とする場合、学校にチラシを配布するのは集客するのに効果的である。また、継続したイベントの場合は、大変ではあるが、今までに作り上げてきた関係性を大切にしながらも新しいことに挑戦し、地域交流の促進がされると、柏原市が活性化するだろう。全ての課題を解決することは難しい。また、今回のアンケートでは全ての人に要望を聞いた。だが、その要望も全て解決させることも難しい。それでも、活性化させるために、要望等を参考にし、少しずつ解消していけば、いつか、より過ごしやすい街になると考える。

おわりに

私は合計で15回アンケートを行った。初めは知らない人に声をかけるのも緊張した。だが、アンケート調査を続けていくうちに「奈良学園の子？うちの子供も奈良学園だったよ」などと皆さんから話しかけてもらえることも多くあった。さらに、アンケート調査だけでなく日常会話をしてくれた方も多く、いろいろな人と話すことができ良い経験になり、楽しかった。さらに、イベントで私を見つけたらアンケート用紙をもらいに来てくださる方もいた。柏原市の温かさを再確認できる瞬間であった。柏原市は橿原市と間違えられることが多いので、柏原市の地域活性化に力を入れ、柏原市の認知度がもっと上がってほしいと思う。また、地域活性化に貢献することで「柏原市に住んでよかった」や「柏原市に引っ越そうかな」と考えてもらうきっかけになるはずなので、将来が楽しみだ。また、本当は柏原市のデータだけでなく近隣の地域のデータも集めて比較などもしたかったので、「課題研究J」が終わっても個人的に調べようかな、と思う。私の母を含め、地域の人が地域を活性化させようとしている姿をみて、他の人と違う視点で物事を考えて私も地域活性化に貢献したいと思う。今回、たくさんのアンケートをとったので、今回の結果と、近隣の地域のデータも調べたら、これらの結果を元に柏原市でイベントを企画したいな、と思う。

最後になりましたが、課題研究Jを書くにあたってたくさんの方に支えられたからこそ書ききることができました。この1年間ご指導して下さった北村先生、ありがとうございました。また、アンケートに御協力いただきました皆様、そして、アンケートの許可をくださったをかしわらマルシェ様、かしわらスマイルこどもマルシェ様、亀の瀬ウェルカムフェスタの皆様。そして、お忙しい中時間をとっていただきました柏原市役所市民部にぎわい観光課の向山氏をはじめとする御協力して下さった全ての皆様にごこの場を借りて感謝申し上げます。ありがとうございました。

参考文献

- ・「大阪府柏原市について | かしわらいネット 柏原市を楽しむニュースサイト」
<https://kashiwara-e.net/kashiwara-city/>
- ・「亀の瀬ウェルカムフェスタ 2024 秋」<https://kamenose-infratourism.jp/festa/>
- ・「にぎわい観光課 | 大阪府柏原市」
<http://www.city.kashiwara.osaka.jp/docs/2021072900034/>
<http://www.city.kashiwara.osaka.jp/docs/2023060800012/>
- ・「ポケモンマンホール『ポケふた』」<https://local.pokemon.jp/manhole/>
- ・「ガンダムマンホールプロジェクト」<https://g-manhole.net>
- ・「エキタグをはじめたい！-SIMPLE」<https://yu1-simplist.hatenablog.com/entry/2024/10/06/180000>
- ・「近鉄堅下駅の駅スタンプ-旅のスタンプ帳」<https://stamp.funakiya.com/kintetsu-katashimo.html>
- ・「近鉄河内国分駅の駅スタンプ-旅のスタンプ帳」
<https://stamp.funakiya.com/kintetsu-kawachikokubu.html>