4B1-OS-23a-3

流しそうめん@阪大坂による竹林の再価値化

Revaluation of Bamboo Forest Through Nagashi Somen @Handaizaka Slope

伊藤 慎介[*1] 村井翔[*2] 北虎 叡人[*3] 松村 真宏[*4]
Shinsuke Ito Sho Murai Akihito Kitatora Naohiro Matsumura

[*1*2] 大阪大学経済学部 [*3] 大阪大学人間科学部
School of Economics, Osaka University School of Human Science, Osaka University

[*4] 大阪大学大学院経済学研究科
Graduate School of Economics, Osaka University

In this paper, we report on the event "Nagashi Somen at Handaisaka slope". The purpose of the event is to make people have an affinity toward the place by revaluing bamboo forest.

1. 目的

ランドマークとは、「1.地上の目印 2.その土地の目印や象徴となるような建造物」(大辞泉より)を指す。都市においては東京タワーや原爆ドームなどが代表例であり、それぞれ東京都、広島県を想像したときに共起される。ランドマークは都市だけではなく大学にも存在し、例えば赤門(東京大学)やクスノキ(京都大学)が挙げられる。

ランドマークは、その土地の認知度を高めるためのものとなる。[津川 1997] また、場所の知名度の向上はそこへの肯定的な印象に繋がり、愛着の向上に重要な役割を果たす。[引地 2005] しかし、大阪大学にはランドマークがないと言われることが多い。ランドマークがあった方が大阪大学にとって好ましい。大阪大学にランドマークがあれば、例えば地域住民に愛着を持ってもらいやすくなるからである。

本研究では、当該大学の通学路である阪大坂を大阪大学のランドマーク化を目的とし、大阪大学生や地域住民の大阪大学への愛着の向上を期待して、2015 年、2016 年に流しそうめん@阪大坂を実施した。

人が多く集まるイベントを開くことによって、参加者はその場に対して愛着を形成するようになると仮説を置いた。地域への愛着は単なる居住年数以上に地域での経験の質に規定されるので[引地 2009]、多くの人の集まる[引地 2008]イベントを通して地域に愛着を持ってもらうことは可能である。また、地域の竹を利用したイベントを通して地域風土と接触することは、地域への愛着に正の影響を及ぼす[鈴木 2008]と考えられる。

2. ランドマークとしての阪大坂の現状

当研究室で大阪大学生や地域住民の阪大坂に対する認識を分析するため、2015 年～2017 年の 1 月にアンケートを実施した。このアンケートは、大阪大学豊中キャンパスの中でどの場所が大阪大学のランドマークとして想起されるかを集計したものである。アンケート項目は大阪大学のランドマークになると予想される場所を用意した。それは大阪大学生なら必ず見たことがあると推測される「共通教育棟」「豊中総合会館」「大阪大学会館」「体育館」「グラウンド」「サイバーメディアセンター」、食堂の「宙/学生交流棟」「カルチエ」「図書館/館下食堂」「福利会館」、特徴的な地理的条件の「浪高庭園」「阪大坂」「中山池」「待兼山」、特徴的な建物の「総合学術博物館」「明道館」の 16 箇所である。

連絡先:伊藤慎介,大阪大学経済学部,560-0043,大阪府豊中市待兼山 1-7

ランドマークとしての阪大坂の現状を分析するために、アンケートで阪大坂に付けられた順位の平均値の変化を調べた。平均値をまとめたものが表 1 である。アンケートの回答数は、2015 年は 49 件、2016 年は 5 件、2017 年は 43 件だった。表 1 によると、平均順位は向上傾向にあり、阪大坂は大阪大学のランドマークとして想起されつつあることが分かった

表 1 阪大坂の平均順位

年	平均順位(位)
2015 年	2.9
2016 年	2.2
2017 年	2.2

3. 流しそうめん@阪大坂の再価値化

流しそうめん@阪大坂とは、待兼山の竹を参加者が刈り、それを流しそうめんのレーンや足場に加工して、阪大坂で流しそうめんを行うイベントである。

本研究では、地域資材を利用したイベントを開くことは地域への愛着意識を高め[鈴木 2008]、地域の愛着はランドマークの認識に繋がることから、流しそうめん@阪大坂を通して、人は阪大坂をランドマークとして認識するようになると考えた。

地域の愛着を形成する方法はいくつか考えられる。例えばポスターなどの掲示によって愛着形成を促す方法がある。しかし、そういった方法よりも能動的な行動を通して愛着形成を促した方が良い。松村(2016)は、一人ひとりに意識変化を起こし、その結果として自ら進んで行動させることが必要であると述べ、人の能動的な行動を誘引する仕掛けの重要性を指摘した[松村 2016]。

また松村(前掲書)は仕掛けの要件として公平性と誘引性、目的の二重性を挙げている[松村 2016]。公平性とは「騙された気分にならないこと」である。誘引性とは「やってみたい気分になること」である。目的の二重性とは「仕掛ける側と仕掛けられる側の目的の一致しないこと」である。

自発的な行動を生み出す仕掛けの枠組みは、ひとに行動を強制しない。不快感を与えずに、行動変容を促していくことができるので、仕掛学的アプローチは、地域に能動的に愛着を抱いてもらうための活動において有効な手法である。

流しそうめん@阪大坂において、参加者は騙された気にならず、竹を切ることができることやそうめんを食べられることに魅力を感じる。こういった本イベントの特徴は仕掛学における公平性と誘引性という性質に当てはまる。また、地域住民や阪大生に阪大坂への愛着を抱かせることを通したランドマーク化が本イベ

ントの目的であるが、参加者は純粋に流しそうめんを楽しむことを目的としている。この本イベントの特徴は仕掛学における目的の二重性という性質に当てはまる。従って、流しそうめん@阪大坂による阪大坂のランドマーク化は仕掛学的アプローチ[松村 2016]だと言える。

本稿では、「価値が失われたものに再び価値を付与すること」を「再価値化」と呼ぶ。流しそうめん@阪大坂は、待兼山の竹を再価値化する活動である。大阪大学敷地内に所在する待兼山には多くの竹が自生しており、竹林の維持のために定期的に間伐を行う必要がある。本来ならば、それにより多くの竹が廃棄されることになる。しかし、流しそうめん@阪大坂ではその竹を参加者が能動的に楽しみながら間伐し、流しそうめんのレーンに加工し、イベントに活用する。

4. 流しそうめん@阪大坂の実施

流しそうめん@阪大坂を実施する前に、スタッフは「タケの会」という団体に伐採方法を教わった。竹の伐採は、3 メートルにも及ぶ竹を切り倒すので危険を伴い、知識と経験を要する。そこで、「タケの会」は流しそうめん＠阪大坂より先行して大阪大学の竹の伐採を行っていたので、その活動に参加することで、流しそうめん＠阪大坂スタッフは竹の伐採の知識と経験を蓄えた。また、流しそうめん＠阪大坂の参加者を学内外で募るために、石橋商店街と 21 世紀懐徳堂に広報の協力を依頼した。その結果、石橋商店街や学内の図書館、大学の最寄り駅である柴原駅にイベント案内のビラが配架され、イベント前日には商店街内放送で開催がアナウンスされた。

2016 年 7 月 2 日に第二回流しそうめん@阪大坂は実施された。イベントは、竹の採取・加工の部と、流しそうめん実施の部の二部構成だった。前者は竹を伐採し、流しそうめんレーンや足場に加工するイベントとなっており、大阪大学生や親子連れ 30 名が参加した。後者は飛び入り参加も許可したので、把握し切れない当日参加者まで含めると参加人数は 180 名を超えた。

竹の採取・加工の部では待兼山で竹の間伐(図 1)と足場の作成(図 2)、レーンの作成(図 3)を行った。まず、竹の間伐のため、朝 9 時に阪大坂の麓にある玉坂公園に 3 人の大阪大学生、27 人の地域の親子連れが集合した。スタッフと参加者で待兼山に入り、スタッフが予め印を付けておいた竹を間伐した。

次に、伐採した竹を待兼山の竹やぶから作業しやすい広いスペースに移動させ、細いものは流しそうめんの足場に、太いものはレーンに加工した。流しそうめんの足場の素材は、80～100cm に長さを切り揃えた 3 本の細い竹とポリエチレンの紐を使った。3 本の竹の一端を固く縛ってもう一端を広げ、流しそうめんのレーンを設置するための 3 脚足場にした。また、流しそうめんのレーンは太い竹をその直径を通るように半分に割って 1 本の竹から 2 レーン分作った。半分に割った竹の内側の節を金槌で割り、電動ヤスリで内側を滑らかにしてそうめんを流す際に詰まらないようにした。以上の作業をスタッフと参加者で行い、レーンと足場を作成した。出来上がった足場とレーンを阪大坂に持っていき、並べていくと、その全長は 30 メートルであった。

そこに、石橋商店街の方が用意したそうめんを使用して阪大坂で流しそうめんを行った(図 4)。使用したそうめんの量は 8 キロだった。イベント終了後の後片付けはスタッフで行った。イベント後すぐに阪大坂を清掃して復旧させ、使用した竹は後日商店街の方の協力を仰ぎ、リサイクルセンターに運んで処理した。

図 1 竹の伐採

図 2 足場の作成

図 3 レーンの作成

図 4 流しそうめんの様子

5. 今後の実施課題と研究課題

今回の流しそうめん@阪大坂の反省点は多く、今後実施するにあたって、課題は多い。準備段階においては、大学の複雑な資産管理体制を把握しきれなかったことがある。これによって使用許可を事前に申請する段階で混乱が起きた。大阪大学の公共的役割の土地や水の管理は大阪大学本部が行っている一方で水道の鍵はその水道近くの建物の管理人が管理している。他にも例を挙げると、大阪大学には竹林がいくつかあるが、大阪大学本部が竹を管理している場合もあれば、竹林近くの建物の管理人がその竹を管理している場合もある。このような複雑な資産管理体制は、許可申請の取り忘れを招きやすかった。大阪大学本部に直接許可申請を行う際は、大阪大学本部キャンパスデザイン室の先生に同行を願い、申請をスムーズに処理して頂いた。また、許可申請ではないが必要な手続きもあった。阪大坂は大阪大学生以外も利用する道路であり、イベント開催時は道路の半分を占有することから、事前に周辺住民にはビラを投函し、イベントの周知と開催に関して理解のお願いを行った。流しそうめん@阪大坂は商店街の協力を得て実施した活動であるが、商店街との協力関係も今後は改善できる。今回、商店街の方には、商店街の店舗にビラを設置してもらう、必要道具類を貸してもらう、そうめんを茹でて流してもらう、片付けを手伝ってもらう等、雑用ばかり協力して頂いた。商店街と協力関係を継続し、長期的に開催するためには、商店街に協力を仰ぎながらも頼りすぎない活動に作り上げるべきである。

実施段階においても反省点がある。竹林を案内する際に、間伐することを表す印をつけた竹を見失ってしまった。また、刈り取った竹の加工に時間が掛かり、飽きて遊び始める子どもへの対応が難しかった。流しそうめんのレーンを阪大坂に設置したが、そうめんを流した際にレーンの落下が多かった。これらは事前に予想がついたので、対策を講じることができたはずだった。他にも、参加人数が多くて流しそうめんレーンの下端にそうめんが流れてこなかったことを対策するためにそうめんを投入するポイントを上端だけでなくレーン中腹部にも用意した結果、そうめんの消費速度が上がってそうめんが不足した。それに伴って当日参加を 150 人ほどで打ち止めにし、予定よりも早く終了した。これは事前に全容が把握できず、使用するそうめんの量も参加可能人数も見積もりが少なかったことが原因である。必要なそうめんの量は、第一回と第二回に実施した際に得られた参加者

数とレーンの長さのデータ、実施時間から導くことができるはずである。なぜなら、参加者数とレーンの長さと用意すべきそうめんの量の間には方程式が成り立つからである。レーンを長くするとそうめんを投入するポイントが増えてそうめんの消費速度が上がり、参加者数が減る。そうめんの量を増やすと、流しそうめんを長く続けられて参加人数を増えやすことができる。今後はそうめんの量を表す方程式のパラメーターを推定し、実施前予定レーン数と予定参加人数、予定実施時間から、事前に適量のそうめんを予想して用意し、多くの人に参加してもらえる準備を整えたい。

また、保健所から食品衛生に関しての注意があり、雨が降った場合には衛生面から中止を判断する必要があった。中止の判断を前日あるいは当日朝の天気予報を見て下す必要があり、慎重を要した。開催の延期は、今回は許可申請で日時を開催日の一日しか指定しなかったため難しかったが、今後は開催延期も視野に入れた許可申請を行っていくべきである。

今後の研究課題も多い。流しそうめん@阪大坂を 2 年連続で開催したが、これによって阪大坂がランドマーク化されたとはデータがないので言えない。今回使用したアンケートデータ(表 1)はイベントの際に収集したものではない。今後も流しそうめん@阪大坂を毎年開催していく。研究課題として、毎回のイベントの前後で大阪大学のランドマーク認識に関してのアンケートを実施して阪大坂のランドマーク化を調査したい。同時に、大阪大学への愛着向上のデータも取り、イベント開催とランドマーク形成とその場所への愛着の間の因果関係を明らかにしたい。

流しそうめん@阪大坂を通して、従来では廃棄されていた間伐材の竹を流しそうめんレーンに活用することで、学生と地域住民と石橋商店街の三者の間に交流を生み出した。今後は、竹林の再価値化が阪大坂のランドマーク形成や、地域の愛着形成に与える影響についてのデータを取りたい。そのデータを通して価値が失われたものの活用可能性を明らかにし、再価値化の独自性や重要性を考察していきたい。

6. 参考文献

[津川 1997]津川康雄:地表空間におけるランドマークとその意義,立命館地理学 第9号,pp7-29,1997.

[鈴木 2008]鈴木春菜,藤井聡:「地域風土」への移動途上接触が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究,土木学会論文集 D Vol.64,pp179-189,2008.

[引地 2009]引地博之:地域に対する愛着の形成機構−物理的環境と社会的環境の影響−,土木学会論文集 D Vol.65 No.2 ,pp101-110,2009.

[引地 2005]引地博之:地域に対する愛着形成の心理過程の検討,景観・デザイン研究講演集 No.1,地域の愛着形成過程,pp232-235,2005.

[松村 2016]松村真宏:『仕掛学―人を動かすアイデアのつくり方』,東洋経済,2016.