明海大学
不動産学部

不動産の話題 [68]

学生と教員の見方

子育てにやさしいまちづくり④

政策と人口増加の関係

流山市 移住目的を現地調査

【学生の見方&考え方】
（4年　高岡大夢）

流山市には24年時点で21万1795人の住民が生活している。人口増加が著しく成長している流山市では05年に建設費約8081億円を掛けつくばエクスプレスが開設され、流山市内から秋葉原までは20分程度で結ぶ都市高速鉄道ができたことによって、成長し始め同年におおたかの森が誕生した。

私はそのおおたかの森駅前で市が開催している「森のマルシェ」が人口増加を促進させたのではないかと考えている。そこで、森のマルシェが開催される機会に流山市に現地調査をしに行き、マルシェ訪問者のうち、12人へのヒアリング行った。ヒアリング結果を踏まえ考察する。

まず、森のマルシェは、過去64回開催されており、合計来場数約128万人、一回あたりを平均すると2万人も来場している。また、森のマルシェの来場者のほとんどがファミリー層で子ども向けのイベント自然環境や住環境の良さがわかるイベントになっていた。

12人に対して、移住の理由として、森のマルシェに魅力を感じて移住してきたのかについてヒアリングをすると、12人中3人がそうだと答えた、3人以外にも森のマルシェなど市が開催するイベントや治安の良さ、市の実施する政策が移住してきた一つの理由と答える人が多かった。

【アピールポイント】
映画や音楽が好きで、休日はカフェや美術館めぐりを楽しんでいます。新しいことに挑戦するのが好きで、最近はカメラを始めました。

森のマルシェが移住の1番の理由になったという回答は得られなかったものの、森のマルシェを含めたさまざまな政策に活気があり治安の良いまちづくりが、訪問者にとって魅力的に映り、市への移住に間接的に影響していることを知ることができた。そのため森のマルシェは流山市の魅力向上の一要素であり、間接的に人口増加につながっているといえるだろう。

【教員による展開】
（西村愛准教授）

マルシェなどの催しものを地域のコミュニティづくりの一環として実施する自治体や地域組織は多い。居住者、来訪者間での交流を促進し、魅力ある地域づくり、あるいは安心安全なまちづくりとして、互いに顔の見える関係を地域住民の中に作っていくことが目指されている。特に子育て世帯にとっては地域住民との交流が重要とも考えられている。

流山市の「森のマルシェ」は市のマーケティング課が担っている。その実施目的は、「流山市の知名度とイメージを上げ、交流人口を拡大すること」とされている。同市には「ブランディングプラン」が策定されていて、「都心から一番近い森のまち」「母になるなら、流山市。」「市民の知恵と力が活きるまち」といったフレーズを掲げて、市のイメージアップに取り組んでいる。

「森のマルシェ」は市のブランディングのための一つのイベントと捉えることができる。特に食を通じた人の交流と市外の方々に流山市を訪れるきっかけづくりとなっている。また、市民が企画したコンテンツを実施することで、市民のシビックプライドの醸成にも寄与している。

市によれば、「森のマルシェ」のイベントは流山市の魅力を実際に体験する場、一歩踏み出して市民が企画する側になる場としてブランディングにも欠かせないものと考えられているようだ。いかにして市民のシビックプライドを醸成することができるのか、今後、魅力的なまちを形成し市民を呼び込んでいくためには、自治体に経営的観点でのまちづくりが期待されていると言えよう。