

第3章 市民意識調査から

1 草津市の特徴

今回の調査では、グループ・インタビュー、街頭での聞き取り、街歩き、アンケートと4つの調査を行い、その中で、草津市に愛着を持つことができる地域資源などを明らかにするとともに、「住みやすい」「住んで良かった」まちと感じるには、市民が何を重要視しているかを調査した。草津市には特有の歴史的、文化的な施設や行事も多く、関連した地域の祭りや、市や地域、民間のイベントも多く開催され、また新旧あわせた特産品も多くある。しかしながら、多種多様な市民が感じる草津市の「住みやすさ」については、「利便性」以外の特別な要因や、「住んで良かった」と満足感に繋がるような愛着を持つことができる地域資源を、居住地別や居住年数、世帯構成別ごとに見出すことはできなかった。ただし、「琵琶湖」については、あまり訪れる場所ではなく、草津市中心部から距離があるにもかかわらず、「愛着の持てる場所」「癒される場所」として選択する市民が多くいたことから、居住する地域が異なっても「琵琶湖」の存在は市民にとっては少なからず影響している要素であると考えられる。また、インタビュー調査や街歩き調査で「人の優しさ」が挙げられていることや、アンケート調査も含めてしっかりとしたコミュニティが形成されていることが、草津市の「住みやすさ」を利便性以外で捉える上で特徴的なことであった。

2 草津市の「住みやすさ」への課題

草津市は、人口増加傾向にあるまちではあるが、関西圏出身者や、それ以外の地域の出身者と比べると、草津に生まれ育った居住者の草津市の評価は低く、また、お勧め度については居住年数が短い住民や実子育世帯には高く、郊外や居住年数が長くなると低くなる傾向があった。

転入者からは、草津市には様々な文化、歴史、自然、環境などの素材があるにもかかわらず、市民に浸透していないことや活用できていないという感想や意見があった。実際に、これらの素材については、転入してから気付く結果となっている。また、草津ブランドとして挙げられる農産物の購入、消費状況を確認したところ、「草津メロン」の割合が高かったが、他の農産物は低い状況にあった。市内で流通されているにもかかわらず低い割合であったことは、消費していても草津ブランドであることに気付いていない市民が多く存

在しているのではないかと考えられる。実際に商品に「草津」が解るように表記されているのは「草津メロン」のみであった。

交通手段については、他市からの交通の利便性は非常に良いが、駅前の交通渋滞やコミュニティバスの運行が少ないことから市内の交通の利便性が悪く、郊外では日常生活において車が必要不可欠なものであり、今後高齢化などにより自らの移動手段として車を使用できなくなってきた場合は、今回のアンケートで高齢者が不便であると感じていたように、「不便で住みにくい」と感じるようになると推測できる。

また、草津は交通の要衝として発展してきた経過もあり、南北に繋がる主要幹線道路が整備され、通過交通としても多くの車両が往来する。しかしながら、当該道路における交通量が過多となり、慢性的な渋滞を引き起こしていることから、その緩和策や東西を繋ぐ幹線道路の整備など、JR 在来線や新幹線、名神高速道路との交差に伴う構造的な問題はあつるものの、市全体として交通網を再度検討する必要がある。

地域での活動については、居住年数が 10 年未満の住民から、「コミュニティ活動が活発」であることのイメージが高く、このことは以前の居住地との違いが反映していると考えられる。町内会などの活動において、その参加理由が当番だからなどの理由ではあるが、地域としてしっかりとした活動を行っていることが推測できる。しかしながら、自然災害の備えとして、「住民同士の助け合いができるか」については、大人世帯で低い状況である。新市街地や居住年数が短い住民、大人世帯では避難所の認知度も低く、誰とも相談していない状況が高いことから、当該世帯への非常時に対する備えの意識付けが必要であると考えられる。

「住み続けたいか」の問いに対して「わからない」と回答した方が、全て「愛着を持てる場所がない」と回答していることから、「愛着の持てる場所」の有無が、市民の定住促進にも繋がると考えられる。

本調査研究において、草津の魅力となり得る要素が多くあるにもかかわらず、草津に住み始めてから気付くことが多く、また、住み続けている市民にはそれが生活の一部になり、気付かないようにうかがえた。しかしながら、そもそも市民にとって草津の魅力になると思われる要素に対して興味がないものかもわからない。今後、草津市の魅力を高めていくためには、多種多様な市民が愛着を持つことができるような草津市特有の場所や物に対して、これまで以上に接する機会や理解する機会を積極的に提供していくことが重要である。