

「まちづくり心理学」の創出に向けた基礎理論の構築 —計画論と環境心理学の橋渡しによる地域再生のために—

A Basic Theory for the Establishment of “*Machizukuri Psychology*”
— Toward making a bridge between Planning Theory and Environmental
Psychology for the Community Revitalization —

城月雅大 園田美保
Masahiro Shirotzuki, Miho Sonoda,

大槻知史
Satoshi Otsuki,

呉 宣児
Seon Ah Oh

1. 研究背景と目的

日本社会は、2005年を境に構造的に人口が減少する人口減少期に突入した。少なくともこの数十年のタイムスパンの中では、間違いなく日本の総人口は減少する。既に、地方のみならず首都圏を除いた中部圏と近畿圏の人口も減少傾向に転じており、都市部では都市衰退プロセスとしての「逆都市化」が、地方では、コミュニティそのものが持続不可能となる「限界集落（自治体）」化の問題が大きな政策課題となっている。

特に、高度経済成長期以降、絶え間ない人口減少による過疎高齢化を経験してきた地方自治体では、その存続自体が危機に瀕している。国はこうした状況に対して、「低開発地域工業開発促進法（昭和36年）」、「新産業都市建設促進法（昭和37年）」、「山村振興法（昭和40年）」等、一連の地域振興関連法の整備による地域振興策を講じてきた。また、昭和62年に策定された第四次全国総合開発計画（四全総）では、地域の個性を活かしたまちづくり、地域間の差別化による地方の活性化の推進が明記され、各省庁を中心に多彩な補助制度が用意された。しかし、こうした取り組みにも関わらず、大都市一極集中の流れは依然として変わっていない。高度経済成長期以降、極度の人口と資源の大都市への集中と地方の過疎高齢化、それに対する「国土（地域）

の均衡ある発展」を目的とした政策展開、そして、その結果としての地方の没個性という一連の流れの中で、人々を外から引き戻す（物理的）吸引力としての「地域（が持つ）アイデンティティ」の確立と、現在居住している住民を地域に引き止めるための「地域（と関連する自己）アイデンティティ」や「愛着」形成という二つの大きな地域政策上の文脈が存在してきた。しかし、都市計画や地域政策といった学問分野、また、地方自治体の現場においても、この異なる文脈が混同されてきた。結果、特に都市計画では、「地域（が持つ）アイデンティティ」としてのランドマーク論が強調され、その影で、後者に対する検討は見落としがちとなった。

人口減少社会を迎え、都市では都市域を計画的に縮小させる「都市のたたみ方（饗庭，2006）」が、過疎高齢化の進展する地域コミュニティでは「撤退の農村計画（林・齊藤，2011）」が現実的に検討されようとしている。このような状況の中で、今後一層、まちづくりにおける「地域（が持つ）アイデンティティ」をどのように政策的に形成・維持していくのか、定住促進要因としての「地域（と関連する自己）アイデンティティ」をどのように醸成することができるのか、あるいは反対に、東日本大震災での原発事故周辺地域のように、まちを捨てるという決断が政策的判断として必要となった場合に、果たしてそれを住民が受け入れることが現実的に可能なのかといった「人と地域との心理的結びつき」にまつわる重大な政策課題が山積している。

こうした中で、従来の空間利用計画としての都市計画は、「空間（Space）」から「場所（Place）」をも含んだ計画論へ、まちづくり論は、これまで直接的に扱うことを避けてきた住民の自発的行動をもたらす人と地域との心理的結びつきを正面から扱うことが不可避となっている。本稿のタイトルで提起した「まちづくり心理学」は、既存の学問分野を細分化することを狙ったものではなく、むしろ、両者を繋ぎ合わせる接着剤となることを企図して筆者らが提起するものである。本稿は、「まちづくり心理学」の基礎理論の構築と題して、地域振興における地域のアイデンティティ形成に関する政策の歴史の変遷を整理し、その上で、「まちづくり心理学」としての理論的座標の獲得

を目的としたい。

なお、本稿は筆者らによって発刊準備中の拙著『まちづくり心理学入門(仮題)』の序章として執筆するものである。

2. 地方自治体における「地域アイデンティティ」政策の二つの文脈

「過疎化現象を背景に、地域のアイデンティティを確保し、その地域がかげがえのない存在であること（他をもっては代え難いこと）をアピールしようとする活動が、全国各地で展開されている（青木，2004）」。「この流れは、主に1980年代後半から全国的に顕著となった。上述したように、高度経済成長に伴う地方の過疎高齢化、それに対する国を中心とした画一的な地域振興政策の結果生じた地域の没個性化、それに伴う加速度的な過疎の進展に対する反省がこうした活動の背景にある。しかし、そこには異なる二つの政策的な文脈が存在している（図1）。

2.1 U・Iターンによる定住促進を目的とした「地域（と関連する自己）アイデンティティ型」政策

1977年（昭和52年）に策定された三全総では、「大都市への人口と産業の集中を抑制する一方、地方を振興し、過密過疎問題に対処しながら、全国土の利用の均衡を図りつつ人間居住の総合的環境の形成を図る」こととして、定住構想の開発方式が採用され、多くの自治体では定住人口の拡大に向けた「Uターン」や「Iターン」事業が積極的に実施された。具体的には、就職先などを斡旋するための説明会の開催、地域の情報や魅力を伝えるための「アンテナショップ」の都市部での開設、地域の伝統行事の再興やイベント開発などが主に行われた。これらの事業の背景には、地元住民や都市住民が、自らのふるさとを肯定的に再評価し、心理的に結びつくことがU・Iターンや継続的な定住にとって必要不可欠であるという理解が自治体職員の念頭にあったことは疑う余地がないだろう。にも関わらず、実際の現場においては、「地域アイデンティティ」や「地域帰属意識」、「愛着心」や「地元愛」等、多種

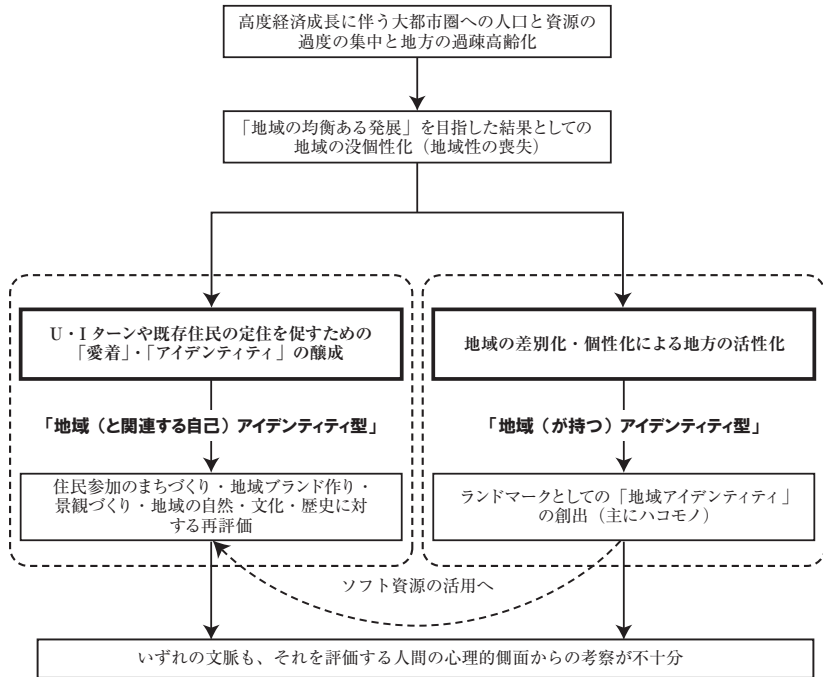


図1：都市計画・まちづくりにおける「地域アイデンティティ」政策の構図

多様な概念によって表現され、統一的な定義は存在していない。後に詳述するが、地域への帰属を意味する環境心理学用語としての「場所アイデンティティ (Place Identity)」が「自己という存在への場所の投影 (Jorgensen & Stedman, 2001)」としての意味が強調された「自己の場所への帰属感 (Gifford, 2001)」として定義されるのに対して、「場所愛着 (Place Attachment)」は、「場所との肯定的な (Positive) な心理的結び付き (Altman & Low, 1992, Giuliani and Feldman, 1993, Williams and Patterson, 1999)」として、「人と場所との前向きなつながりあるいは感情的な絆として解することが支持されている (Williams and Vaske, 2003)」。分かりやすい例としては、環境心理学者の Giuliani (Giuliani and Feldman, 1993) らが「ナチスの存在した場所は特にユダヤ人にとっては確かに強い喚情的価値を持った場所である。しか

し、私たちはそれを愛着があると果たして言うことができるのだろうか？」と提起しているように、人と場所との心理的結びつきは純粋な肯定的感情だけでは捉えることができない。では、どのような性質の人と地域との心理的結びつきが、一度ふるさとを離れた人々を再び呼び戻すための吸引力となるのか、あるいは、全く既存の結びつきを持っていない人を引きつける要因となるのか、実際の地域振興政策に援用するための検討が必要である。

2.2 地域のランドマークとしての「地域（が持つ）アイデンティティ型」施策

戦後の高度経済成長とそれに付随した国主導の地方の基盤整備事業は、全国あまねく一定水準の社会基盤の充実を実現した反面、幹線道路沿いへのいわゆる「ロードサイド・ビジネス」の集中と、既存の中心市街地の空洞化（いわゆる「シャッター通り」化）、それに伴う地方の没個性化といった問題を顕在化させた。そうした中、1988年（昭和63年）から翌年の1989年（平成元年）にかけて、当時の竹下内閣は「自ら考え自ら実践する地域づくり事業（いわゆる、ふるさと創生一億円事業）」を推進、全国の市町村（地方交付税の不交付団体は除く）に一律一億円の地方交付税を配分し、各市町村において独自の地域づくりを支援する試みがなされた。1990年には、自治省（現在の総務省）自治大臣官房地域政策室と財団法人地域活性化センターが、ふるさと創生事業に関連して、全国の地域資源の再活用とランドマーク関連施策について調査を行なっている。この調査では、「地域イメージを象徴する具体



写真1：日本の典型的な郊外風景とシャッター通り

物たる「ランドマーク」を、地域アイデンティティあるいは地域イメージの確立のために活用しようとする動き（自治大臣官房地域政策室・地域活性化センター、1990）」が見られると指摘しながら、各地域に偏在する未活用の地域資源（同省では「ふるさと資源」として定義）について、同事業に関連してどのような転用が行われたのかについて調査結果を出している（表1）。

このデータから明らかなように、ふるさと創生事業等、地域の個性化による地域再生の取り組みは、主として既存の「公共的施設」が事業の対象とされ、その多くが、「産業・観光施設」として転用されていた。また、その中でも圧倒的に「観光・レクリエーション」施設への転用が多いことが分かる。

また上記に類似するものとして、1989年（平成元年）に、自治省企画室内に置かれた「地方自治政策研究会」が、ふるさと創生事業に関連して、その事業目的ごとに全国の市町村の取り組みを調査している（表2）。この調査では、各市町村の取り組みについていわゆる「ハード事業」と「ソフト事業」に大きく分け、各事業をその事業目的の類似性に基づいて分類している。この中で、ハード事業に注目してみると、同省の分類から、「地域イメージづくり」として分類された事業が全国で3,804事業存在していたことが分かった。また、分類上、「地域イメージづくり」に分類されていないものの中にも、「日本一（世界一）づくり（163事業）」、「○○の里づくり（400事業）」、「「○○の国」づくり、ミニ独立国（47事業）」、また、「個性的な建造物・複合的な施設（944事業）」等、地域イメージの確立や地域の個性化を目的としたものと見なすことが出来る事業が合計で5,358事業にも上っていることが明らかになった。

1990年4月時点での日本の全市町村数が3,245市町村だったことを考えると、直接的な「地域イメージづくり」事業だけで、各市町村が最低でも1つの地域イメージづくり関連事業を行っていたことになり、地方自治体史においても稀に見る一大ムーブメントであったと言える。

前掲の「ふるさと資源」調査の調査報告書の冒頭に、当時の地域政策室長の山下茂氏による以下のような記述がある。「ふるさと創生」は、目下の内政

表1：「ふるさと資源」の種類別分類表（転用前・転用後比較）

種類（内訳）		転用前件数（%）	転用後件数（%）
公共的施設		1,248 (58.9)	259 (12.0)
	庁舎等	220 (10.4)	29 (1.3)
	役場・市役所・郵便局等	202 (9.5)	29 (1.3)
	警察署・裁判所・刑務所	18 (0.8)	0 (0.0)
	文教施設	890 (42.0)	119 (5.5)
	学校・保育園	841 (39.7)	54 (2.5)
	図書館	9 (0.8)	26 (1.2)
	体育館等	40 (1.9)	39 (1.8)
	交通施設	114 (5.4)	57 (2.7)
	駅・港・飛行場	21 (1.0)	1 (0.0)
	列車・船・飛行機・車	27 (1.3)	1 (0.0)
	道路・トンネル・橋	17 (0.8)	52 (2.4)
	索道・線路・軌道	40 (1.9)	0 (0.0)
	運河	3 (0.1)	0 (0.0)
	灯台	3 (0.1)	0 (0.0)
	その他	3 (0.1)	3 (0.1)
生活関連施設	その他	473 (22.3)	481 (22.4)
	住居	372 (17.6)	32 (1.5)
	住居・茶室等	345 (16.3)	31 (1.4)
	蔵・倉庫	18 (0.8)	1 (0.0)
	門	3 (0.1)	0 (0.0)
	集落	6 (0.3)	0 (0.0)
	生活基盤施設	101 (4.8)	449 (20.9)
	病院・医院	20 (0.9)	23 (1.1)
	集会所等	62 (2.9)	423 (19.8)
	生活水路・下水処施設	13 (0.6)	1 (0.0)
	その他	6 (0.3)	2 (0.1)
産業・観光施設		272 (12.8)	1,314 (61.1)
	産業施設	228 (10.8)	359 (16.7)
	商店・銀行・会社等	94 (4.4)	71 (3.3)
	工場・倉庫・蔵	72 (3.4)	261 (12.1)
	窯	3 (0.1)	0 (0.0)
	炭坑・鉱山・坑道	21 (1.0)	0 (0.0)
	採石場・石切場	5 (0.2)	0 (0.0)
	田畑・農園	4 (0.2)	5 (0.2)
	牧場	5 (0.2)	0 (0.0)
	水車・用水路	7 (0.3)	0 (0.0)
	蚕飼育所	7 (0.3)	0 (0.0)
	その他	10 (0.5)	22 (1.0)
	観光・レクリエーション	44 (2.1)	955 (44.4)
	宿泊施設・レストラン	22 (1.0)	154 (7.2)
	レクリエーション施設	12 (0.6)	228 (10.6)
	資料館等	10 (0.5)	573 (26.7)
名所・旧跡・自然物		125 (5.9)	96 (4.5)
	名所・旧跡	67 (3.2)	91 (4.2)
	城・城跡	44 (2.1)	0 (0.0)
	神社仏閣・教会	10 (0.5)	4 (0.2)
	公園・庭園	7 (0.3)	86 (4.0)
	史跡・遺跡	3 (0.1)	1 (0.0)
	その他	3 (0.1)	0 (0.0)
	自然物	58 (2.7)	5 (0.2)
	森林	5 (0.2)	2 (0.1)
	河川・河川敷	35 (1.7)	0 (0.0)
	池・ため池	15 (0.7)	1 (0.0)
	その他	3 (0.1)	2 (0.1)
	合計	2,118 (100.0)	2,150 (100.0)

出典：自治大臣官房地域政策室・地域活性化センター資料（1990）を元に城月ら作成

表2：「全国特色ある地域づくり」事業目的別分類

まちづくり推進など活性化全般	事業数
地域イメージづくり	3,804
日本一（世界一）づくり	163
「〇〇の里」づくり	400
「〇〇の国」づくり、ミニ独立国	47
その他	
個性的な建造物・複合的な施設	944
合計	5,358

出典：地方自治政策研究会『全国地域づくり最新データ（1989）』を元に城月ら作成

上の最重要課題であり・・・(中略)・・・かつてそれぞれの地域の生活・産業等において重要な役割を果たした資源に対して現代の我々は、自分たちの生活パターンや価値観だけに基づいて、昔栄えたものまで「不用」といったレッテルを安易にはる癖がある。・・・中略・・・こういう調査をすること自体、何か不真面目なことのように見る向きもあるが、我々は、大げさに言えば、現代人の価値観の狭量さと独善ぶりに挑戦するくらいの心意気なのである（自治大臣官房地域政策室・財団法人地域活性化センター、1990）。このように、ふるさと創生事業を契機として、地域の既存の資源を再評価し、地域のランドマークとして地域イメージづくりや地域のアイデンティティ形成を行うことが、極めて重要な国レベルの政策的課題として認識されていたことが分かる。

このように、国家的意思として、地域の個性化、地域（の持つ）アイデンティティの強化によって、地域振興を図ろうとしたその理念自体は、評価すべきものであろう。一方で、あまりにも性急すぎた政策展開の中で、地域住民や観光客による受容可能性の検討や、地域が持つべきアイデンティティとしての質的検討が十分に行われなかった地方自治体も多く、結果的に、持続的な事業展開が行われなかったケース、想定した事業効果が得られなかったケース等が多くあった。

3. 計画論と環境心理学間の理論的隔絶

3.1 計画論における「地域の個性」と「帰属意識」としての「地域アイデンティティ」

都市計画の分野では、K. リンチ（1968）の「都市のイメージ」研究を理論的基礎として、都市に対する人々の認知メカニズムに関する考察が多く行われてきた。日本でも、石見ら（石見・田中，1992）による地域イメージ研究をはじめとして、認知科学分野の知見を応用し、都市計画やまちづくりの文脈の中で、都市の個性や魅力の解明を目的とした研究が、特に90年代にかけて数多く行われた（出田・石見，1994；加藤・川上・本多，1996；田中，1996；棚橋・西井・川崎・酒井，1998）。これらの研究の多くは、都市イメージをSD法と因子分析の組み合わせによって言語化する手法を取っている。こうした研究が多く行われた背景には、日本経済の成長過程において経済集積拠点としての都市から、都市内における人々の居住性や娯楽性を高める都市計画が求められるようになったという時代的要請があったと考えられる。これらの研究は、都市空間の知覚者としての人間の知覚メカニズムのシステム論的把握と、ランドスケープ（造園学）的視点による都市景観の評価に焦点が当てられている。

一方、都市計画における都市イメージ研究が進展していく中で、それまで無意識的かつ漠然と捉えられてきた「都市の魅力」及び「都市に対する魅力」を表現する概念として、「地域アイデンティティ」という言葉が90年代後半以降に登場するようになった（表3）。都市計画の分野で比較的多く引用される松本（1986）は、都市社会学の観点から「地域帰属意識」という用語を用いて、「コミュニティの成員としての住民の地域に対する帰属意識」として定義している。金らは（金・藤本・三橋，1996）、「地域アイデンティティ」という用語を用いて、「地域やコミュニティの「個性」、「らしさ」、あるいは「あるべき姿」などを指示するもの」として定義している。一見、「地域（が持つ）アイデンティティ」の意で用いているように思われるが、一方で「地域アイデンティティには、地域に対する認識と地域の将来像に関わる方向性設

表3：計画系における「地域アイデンティティ」概念定義

著者	引用	用法	
松本 (1986)	ある人間が一定の地域に居住しているという客観的状态すなわち住民性に加えて、その地域社会に帰属する成員であるという主観的状态を示すもの。	地域帰属意識	
金・藤本・三橋 (1996)	「心理学用語であるアイデンティティという概念を人間集団としての地域やコミュニティにまで拡大し、「個性」、「らしさ」あるいは「あるべき姿」などを指示するもの」	地域アイデンティティ (Local Identity)	
遠藤・中井・中西 (2004)	地域帰属意識とは、ある地域に居住していると自覚するとともに、地域の目標や規範・価値観を受け入れ、その地域のために活動したいという意欲のこと。	地域帰属意識 (Community Consciousness)	
地域アイデンティティ	津川 (2004)	地域のアイデンティティはソフト・ハードの両面から築きあげられるもの。	地域アイデンティティ (Area/rural Identity)
戸所 (2011)	農業社会や工業化社会に比べ地域性が曖昧となり、地域アイデンティティを創出できずに地域コミュニティの衰退を招く地域が見られる。	地域アイデンティティ (Regional Identity)	
伊藤 (2011)	小都市や中山間地域には、近代化に取り残され、古いまま残った家並みや、昔ながらの農・林・水産業しか残存していないが、第一次産品をはじめ、里山を背景にした農村風景、往年の豪商や豪農の活躍を忍ばせる屋敷、歴史を刻んだ古刹など、その地域に独特の資源として注目されはじめています。筆者は、その風土性・独自性に着目して、これを「地域アイデンティティ資源(群)」と名付けている。	地域アイデンティティ (Regional Identity)	
渡部・横張 (2012)	生活や生業などの行為を通じて景観に働きかけを行うことによって形成され、地域で長年居住した者の集団が共有して認識する集団的アイデンティティ	地域アイデンティティ (Regional Identity)	

定の二つの内容があると考えられる(同)』としているように、「地域(が持つ)アイデンティティ」と「地域(と関連する自己)アイデンティティ」を含む両義的な概念として用いている。

これに対して、津川(津川, 2004)、戸所(戸所, 2011)、伊藤(伊藤, 2011)らは、地域アイデンティティの英訳として「Regional Identity」を充てていることから明らかなように、地域(が持つ)アイデンティティとしての都市や地域景観、あるいは、社会経済的特性を含んだ概念として用いている。一方で、渡部ら(渡部・横張, 2012)は、ランドスケープ論の観点から、地域アイデンティティの訳語として同様に「Regional Identity」の訳語を用いつつも、「地域で長年居住した者の集団が共有して認識する集団的アイデンティティ」として定義しており、「地域(と関連する自己)アイデンティティ」の観点からも捉えている。このように、都市計画をはじめとする計画系の分野においては、同一の用語が多義的に定義されているために、いずれの文脈で議論がなされているのかが不明確で、時として研究者自身が混乱する要因となっている。

3.2 環境心理学における「自己アイデンティティ」の要素としての「場所アイデンティティ」

2000年以降、環境心理学に限らず「人と場所との関係 (people-place relationships)」に関する学術的な関心が高まるようになった。環境心理学者の Lewicka の研究によれば (M. Lewicka, 2011)、「場所愛着」・「場所アイデンティティ」や「人と場所との関係」に関連する用語を扱った研究は、『Journal of Environmental Psychology』と『Environment and Behaviour』といった人間—環境系を扱う二大ジャーナルを中心に、2010年の時点で累積おおよそ400本、120の異なる論文集において刊行されている。しかも、このうちの六割以上の研究成果が、この10年間のうちに発表されたものであり、その上、この数字には、未公刊の論文や学会報告、英語以外で記述された論文は含んでおらず、実際には、相当程度の量の蓄積があると指摘している。一方、Lewicka 自身も指摘しているように、膨大な研究の蓄積にも関わらず、上記以外にも、「インサイドネス (Insideness)」や「場所や根付きの感覚」、「環境的な埋め込み」、「コミュニティ感情やアイデンティティ」などといった極

表4：人と場所との心理的關係性に関する主要概念

用法	主な定義上の共通性	主な提唱者
場所アイデンティティ (Place Identity)	自己の場所への所属感	Proshansky (1979) Sorbin (1983), Proshansky, Fabian & Kaminoff (1983), Twiger-Ross & Uzell (1996)
場所愛着 (Place Attachment)	集団あるいは個人とその環境との 間を發展させる肯定的な結合材	Altman & Low(1992)
場所依存 (Place Dependence)	空間的環境の知覚された行動的 優位性	Haugue and Jenkins (2001)
場所の意味／感覚 (Sense of Place: SOP)	「場所帰属 (Place Identity)」、 「場所愛着 (Place Attachment)」、 「場所依存 (Place Dependence)」の3つの下位概念 を内包したものの	Buttimer (1980), Tuan (1980), Steel (1981), Hay (1998), Jorgensen & Stedman (2001)

めて多様な概念が重複して用いられており、これら概念間の明確な共通理解は依然として形成されていない。

また Manzo は、こうした重複概念について、人と場所との心理的な結びつきを捉えるための概念として、「場所アイデンティティ (Place Identity)」・「場所愛着 (Place Attachment)」・「場所依存 (Place Dependence)」・「場所の意味／感覚 (Sense of Place)」の主に4つの軸があるとしながら、Lewickaと同様に「人びとの場所との心理的な結び付きは、上記の4つの概念で広義的に定義されてきたが、その個々の概念の關係は不明瞭 (L. Manzo, 2003)」と指摘している。こうした概念間の混乱の背景には、時として、「場所の意味 (SOP)」が、場所愛着や場所アイデンティティなどを内包する「アンブレラ」概念として用いられる場合 (Jorgensen & Stedman, 2001)、それ自体として人と場所との關係性を説明している場合、また、議論の出発点として場所愛着が人と場所との全体的な關係性として定義される場合、逆に、より全体的な關係性の存在を前提としつつも場所愛着をそれらの關係の主要な要素とし

て扱っている場合等、言葉遣いとして同一でもその研究上の操作的位置づけや定義が千差万別であることが大きな要因となっていると考えられる。

また、Manzo が指摘しているように、「多様な定義はされているものの、多くの研究が「住まい」としての居住環境を対象としたもの (L. Manzo, 2003)」であり、また、基本的には、個人の自己アイデンティティのあり方における場所の意味という文脈によって語られる場合が多く、場所アイデンティティや場所愛着などの人と場所との心理的に結びつきが及ぼし得るより広域的・公共的課題への影響については近年までほとんど検討されて来なかった。このような状況について、Manzo は以下のように述べている。

「場所への愛着が重要ではないというということはほとんど主張されないだろう。しかしながら、これらの議論はなぜ場所への愛着がコミュニティ計画や開発プロセスにおいてより重要な役割を果たしていないのかという疑問をもたらす。その答えのほとんど全ては、学問横断的なコラボレーションの欠如と学問分野のいたるところに存在する見解の相違に帰結している。場所への愛着やアイデンティティを研究している環境心理学者は、しばしば個人的な経験や意味に焦点を当て、それらの現象の集合的な性質に対して目を向けようとしない。コミュニティ心理学者は、コミュニティ開発やエンパワーメント、そして人々の凝集によって形成される社会関係資本を扱うものの、個人的な経験や場所に基づいた理論 (Place-based theory) には焦点を当てることをしない。プランナーやコミュニティデザイナーは、近隣次元の力学や政治経済的なマクロ構造的次元を考察する傾向があるものの、場所に対する個人的な経験や愛着に目を向けようとしない。(L. Manzo, 2006)」

この指摘が端的に示しているように、環境心理学における人と場所との心理的に結びつきに関する概念の混乱は、それ自体として研究成果の蓄積と統一的な理解の形成を妨げている。その結果、人と地域との心理的に結びつき

が、住民の自発的な行動(ポジティブであれネガティブであれ)や居住地選択における重要な要素であることが自明であるにも関わらず、計画論系の文献において、環境心理学分野の知見が参照されているケースはほとんどなく、当然、実践的な応用も進んでいない。

4. 「まちづくり心理学」が扱う政策的課題と意義～本稿の結論に代えて～

本稿では、「まちづくり心理学」の創出のための基礎理論の構築と題して、計画論系と環境心理学の学術的橋渡しが具体的な政策課題、特に、地方の過疎自治体の再生にもたらす可能性について、ある種わが国独自の「^{パスワード}流行語」と化していた「地域アイデンティティ」概念を視座に実践的側面と学術的側面から整理を試みた。この結果、実務レベルでは、経済成長の背後で進んだ地方自治体の過疎高齢化、中心市街地の衰退と地域の没個性化という文脈の観点から、他地域との差別化としての「地域(が持つ)アイデンティティ」政策と、過疎対策を目的とした人口の都市部からの回帰と既存住民の地域への帰属としての「地域(と関連する自己)のアイデンティティ」政策が存在していること、同様に、都市計画を中心とした計画論においても「地域アイデンティティ」概念が上記の2つの異なる意味で用いられていること、一方で、環境心理学の分野では、住民と地域との心理的関係性を扱う概念に統一的な定義が存在しないことが明らかになった。

日々の生活物資の入手すら公的サービスに頼らざるを得ない山間部で生活する人たち…採算度外視で先祖代々続けてきた家業を続ける人たち…不便だからと家族に移住を勧められてもなお「我が家」に住まい続ける高齢者たち…必死に耕作放棄地を作らないために体に鞭打って農作業に励む地域の人たち…地域の伝統の灯火を消すまいと伝統芸能の継承に必死な人たち…そして、東日本大震災では、津波や放射能汚染によって住まい戻ることができなくなってもなお、その地に留まろうとする人たち…一生懸命まちの再生のために身を粉にして働く人たち…例をあげれば枚挙にいとまがない。こうした人びとの行動原理は何なのか?それは、自分たちの大切なまちやそこに住ま

う仲間たち、また、そこで育っていくであろう次の世代のため、地域を守りつづけたいたいという強い思いであることは揺るぎない真実である。こうしたあまりにも当たり前の事実を、都市計画やまちづくりに関連する実務者や研究者は見逃してきたし、心理学者はあまりにも地域社会が抱える政策的課題に接近することを避けてきた。あえて誤解を恐れずに言えば、18世紀末の英国の産業革命に端を発する伝統的空間利用計画としての都市計画と、哲学にその根を遡る心理学は、こうした「人と地域との心理的に結びつき」に起因する政策的課題について、互いに学問的探求の対象としては傍流にすぎるとしてきたきらいがある。しかし現実には、単に「田舎」の問題ではないし、ましてや、特殊な人たちの事例でもない。大都市圏においても人口減少が現実のものとなり、中心市街地活性化の議論とともに周辺人口の中心部への集約による効率的な都市経営を目指す「コンパクトシティ」政策が富山市や青森市をはじめとして、現実の政策として適用されている。限られた財源の中で、既存の都市インフラを維持し続けることは困難になってきている今、都市域の縮小は喫緊の都市政策課題である。加えて、東日本大震災による集団移転問題、数十年以内に発生されると予想される東南海・南海地震を目前にした減災の取り組みなど、公共政策によって「自らと住まいの関係」を問い直さざるを得ない状況が現実には迫っている。それは明らかに、既存の都市計画やまちづくり、環境心理学といった個別の学術分野による見方では到底対処し得ない。「まちづくり心理学」は、こうした人と地域との心理的に結びつきに由来する政策的課題の解決のための体系的な方法論の構築を目指すものである。

参考文献

- 饗庭伸「都市をたたく時代のアーバンデザイン原理」『地域開発』501、日本地域開発センター、2006年
- 林直樹・齊藤晋 編著『撤退の農村計画』学芸出版社、2011年
- 青木史郎「地域の資源を発見する地域デザイン」JDN Report (<http://www.japandesign.ne.jp/>)

- HTM/REPORT/d_zemi/10/08.html : 2012/9/27アクセス)
- Altman, I., & Low, S. M. (Eds.). Place attachment. New York Plenum, 1992
- Jorgensen, B., & Stedman, R. Sense of place as an attachment: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 2001
- Gifford, R. *Environmental Psychology: Principles and Practice*, Optimal Books: 3rd edition 2001
- Giuliani, M.V. Towards an analysis of mental representations of attachment to the home. *The Journal of Architectural and Planning Research*, 8: 2, 1991.
- Williams, D. R., & Patterson, M. E. Environmental Psychology: Mapping landscape Meanings for Ecosystem Management. In H. K. Cordell & J. C. Bergstrom (Eds.) *Integrating social sciences and ecosystem management: Human dimensions in assessment, policy and management*. Champaign, IL: Sagamore Press, 1999
- 自治大臣官房地域政策室・地域活性化センター 『再発見！ふるさと資源&ランドマーク』ぎょうせい、1990年
- 地方自治政策研究会（自治省企画室内）編 『全国地域づくり最新データ～ふるさと創生1億円の活用に向けて～』 第一法規出版、1989年
- Manzo, L. C., Perkins, D. D. Finding Common Ground: The Importance of Place Attachment to Community Participation and Planning. *Journal of Planning Literature*, Vol. 20, No.4, 2006
- ケヴィン・リンチ 丹下健三・富田玲子訳 『都市のイメージ』、岩波書店 新装版、2007年
- 石見利勝・田中美子 『地域イメージとまちづくり』 技報堂出版、1992年
- 加藤哲男・川上洋司・本多義明 「地域イメージに関する認知構造の研究」 『日本都市計画学会学術研究論文集』、31、1996年
- 田中一成 「都市空間における記憶的イメージの抽出と空間変化指標との関係」 『日本都市計画学会学術研究論文集』、31、1996年
- 棚橋美佐緒・西井和夫・川崎雅史・酒井弘 「京都観光エリアイメージにおける構成地物と評価因子に関する基礎分析」 『日本都市計画学会学術研究論文集』、33、1998年
- 松本康 「帰属意識と住民意識」 庄司興吉著 『住民意識の可能性』 梓出版社、1986年
- 金俊豪・藤本信義・三橋伸夫 「山村集落のアイデンティティ形成におけるワークショップの影響に関する考察～栃木県栗山村の事例～」 『日本都市計画学会論文集』、31、1996年
- 津川康雄 「ランドサインの成立過程と地域アイデンティティの関係」 『地域政策研究』 第8巻第1号、2005年
- 戸所隆 「大都市化・分都市化型地域形成による地域アイデンティティの再構築と地域主権の確立」 『月刊 学術の動向』、2011年3月号、財団法人日本学術協力財団、2011年

- 伊藤達雄「地域アイデンティティの再構築 —地域主権時代の地域政策—」、2011年3月号、財団法人日本学術協力財団、2011年
- 渡部陽介・横張真「行為と距離との観点からみた農村地域居住者が地域アイデンティティとして認識する景観の特性」『ランドスケープ研究』73巻、2010年
- Lewicka, M. Place attachment: How far have we come in the last 40 years?. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 2011
- Manzo, L. C. Beyond house and haven: toward a revisioning of emotional relationships with places *Journal of Environmental Psychology*, 23, 2003

