

まちづくり市民活動団体への参加動機の分析 その1

まちづくりへの参加動機要因の抽出

正会員 ○中原 宏 *1
同 藪谷 祐介 *2まちづくり 市民活動団体 動機
コミュニティデザイン 住民参加 因子分析

1. 研究の背景と目的

近年、少子高齢化、若者の担い手不足が深刻となり、町内会などの地縁型コミュニティの衰退が大きな社会的問題となっている。それに伴い、専門家が介入し、まちづくりを行う市民活動団体（以下、まちづくり団体）を形成させることで地域課題解決に取り組むコミュニティデザインが注目されている。まちづくり団体の活動内容は、①まさに新しい社会活動を生み出すために、団体が自らプレーヤーとなる活動タイプ（以下、「プレーヤー型」と、②まさに変化をもたらすために、プレーヤーが活動するための場・仕組み・機会をつくる活動タイプ（以下、「エリアマネージャー型」）の2つの活動タイプに分類できる。これらの活動タイプと団体に参加する構成員の動機との関連性を明らかにすることは、コミュニティデザインにおいて有用な知見となり得る。そこで本稿では、まちづくり団体の構成員の参加動機がどのような要因によって構成されているかを抽出することを目的とする。そして、次稿において参加動機と活動タイプとの関連性を明らかにする。

2. 調査対象

2つの活動タイプを5団体ずつ選定し、表1の10団体、およびそれに所属する構成員153名を研究対象とした。

3. まちづくり参加動機測定尺度の作成

これまでに、まちづくり活動への参加動機を測定するための網羅的な尺度は開発されていない。そこで、研究

蓄積のあるボランティア活動への参加動機の測定尺度を援用した。そして不足項目を補うために、まちづくり活動への参加動機について言及している既往研究を参照し、加えて調査対象者へのヒアリング調査を行った。具体的には、ボランティア参加動機構造を網羅的に扱っているとされるCnaan and Goldberd-Glenが開発した28項目の尺度¹⁾をもとに作成された桜井(27項目)²⁾と谷田(32項目)³⁾の尺度を参照し、そのうち日本におけるまちづくり活動への参加動機として不適切な「宗教の教えにかなうと感じるから」の項目を除外した。そして、まちづくり活動への参加動機に合うように内容を変換し、意味が近い項目をまとめることで、27項目(表2のNo.1~27)を抽出した。次に、まちづくり活動への参加動機を扱う添田ら^{4) 5)}、和田ら⁶⁾、根岸ら⁷⁾、松岡ら⁸⁾の既往研究を吟味し、内容の重複を避けながら4項目(表2のNo.28~31)を追加した。最後に、調査対象者へのヒアリングから1項目(表2のNo.32)を補い、最終的に32項目の測定尺度を設定した(表2)。

これらの項目をまちづくり団体への参加動機として、①全く当てはまらない(1点)、②あまり当てはまらない(2点)、③どちらともいえない(3点)、④やや当てはまる(4点)、⑤非常に当てはまる(5点)の5段階のスケールを用いて回答を求めた。

4. 調査実施方法

研究対象である10のまちづくり団体の代表者に、まち

表1 アンケート調査1の項目

活動タイプ	プレーヤー型					エリアマネージャー型					全体	
	団体の名称	MINNAの会	東海大学 地域力ファース研究会	いしやま キャンドルプロジェクト	未来の里一寿の都	組いプロジェクト	まこまい研究所	横町十文字 まちそだて会	江別における 持続可能なコミュニティ のためのしくみ	まち班		
運営形態	任意団体	NPO法人	任意団体	任意団体	任意団体	任意団体	任意団体	NPO法人	NPO法人	任意団体		
活動の開始時期	2010年	2013年	2014年	2014年	2012年	2010年	2014年	2014年	2013年	2015年		
対象地区	茨城県久慈郡大子町	札幌市南区真駒内	札幌市南区石山	札幌市南区石山	北海道寿都郡寿都町	茨城県結城市	札幌市南区真駒内	青森県黒石市	北海道江別市	札幌市南区		
活動資金	売上	売上、会員費	売上	企業協賛	売上、会員費	イベント収入	自己資金	補助金	会費、補助金	補助金		
構成員の数	32名	16名	9名	8名	13名	15名	7名	25名	12名	16名		
活動エリア	イベント会場	空き店舗	空き店舗	公園	施設	結城市街地	真駒内地区	横町十文字エリア	江別市街地	南区		
活動内容	パブリックの経手台を 活用して、町の特産 品を使った新商品の開 発を行い、それをPRす るためにイベントに出店	商店街の空き店舗を活 用した地域のコミュニ ティの拠点となるコミュニ ティカフェの運営	商店街の空き店舗を活 用した地域のコミュニ ティの拠点となる学生 によるコミュニティカ フェの運営	石山地区にある緑地公 園の魅力発掘を目的と したキャンドルナイト イベントの企画運営	福祉施設内のロビーを 活用した地域交流拠点 としてのコミュニティレ スの運営	見世蔵等の空間資源を 活用したクラフト市やま ちなか音楽イベントの 開催と企業者支援事業 の企画運営によるまち の担い手育成	まちの遊休不動産を活 用したまちづくりのため の調査研究や企画プロ デュース、地域ネット ワーク形成のためのイ ンタビュー企画	まち全体を巡るまち歩 きツアー、まちなかの店 舗改装デザインの支 援、食のプロモーション などの地域資源を活用 したまちづくり	エリア価値を高めること を目的とした水辺空間 活用イベントや商店街 活性化ワークショップ、 若手家族を活用した交流 スペース等の企画運営	地域の人材発掘とネット ワーク形成を目的とし た生涯学習事業・講座 の企画運営や地域交流 イベントの企画運営		
団体タイプ	多世代・多職種型	多世代・同職種型	多世代・同職種型	多世代・多職種型	同世代・同職種型	同世代・多職種型	同世代・同職種型	多世代・多職種型	多世代・多職種型	多世代・多職種型		
回答数(回答率)	21 (65.6%)	16 (100.0%)	9 (100.0%)	8 (100.0%)	8 (61.5%)	12 (80.0%)	6 (85.7%)	14 (56.0%)	8 (66.7%)	13 (81.3%)	115 (75.2%)	
性別	男	13 (61.9%)	3 (18.8%)	7 (77.8%)	4 (50.0%)	1 (12.5%)	7 (58.3%)	5 (33.3%)	10 (71.4%)	5 (62.5%)	11 (84.6%)	66 (57.4%)
	女	8 (38.1%)	13 (81.3%)	2 (22.2%)	4 (50.0%)	7 (87.5%)	5 (41.7%)	1 (16.7%)	4 (28.6%)	3 (37.5%)	2 (15.4%)	49 (42.6%)
年代	20代以下	8 (38.1%)	2 (12.5%)	7 (77.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (33.3%)	1 (16.7%)	1 (7.1%)	1 (12.5%)	1 (7.7%)	25 (21.7%)
	30代	1 (4.8%)	0 (0.0%)	1 (11.1%)	4 (50.0%)	0 (0.0%)	8 (66.7%)	5 (83.3%)	2 (14.3%)	2 (25.0%)	4 (30.8%)	27 (23.5%)
	40代	6 (28.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (37.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (42.9%)	3 (37.5%)	0 (0.0%)	18 (15.7%)
	50代	2 (9.5%)	8 (50.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (25.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (35.7%)	1 (12.5%)	2 (15.4%)	20 (17.4%)
	60代以上	4 (19.0%)	6 (37.5%)	1 (11.1%)	1 (12.5%)	6 (75.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	6 (46.2%)	25 (21.7%)
職業	会社員	2 (9.5%)	1 (6.3%)	0 (0.0%)	2 (25.0%)	1 (12.5%)	6 (50.0%)	0 (0.0%)	3 (21.4%)	1 (12.5%)	2 (15.4%)	18 (15.7%)
	自営業	9 (42.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (50.0%)	2 (25.0%)	1 (8.3%)	0 (0.0%)	6 (42.9%)	0 (0.0%)	1 (7.7%)	23 (20.0%)
	専門職	3 (14.3%)	0 (0.0%)	2 (22.2%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)	2 (16.7%)	6 (100.0%)	4 (28.6%)	2 (25.0%)	6 (46.2%)	26 (22.6%)
	公務員	7 (33.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (16.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	1 (7.7%)	11 (9.6%)
	主婦	0 (0.0%)	9 (56.3%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	5 (62.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (25.0%)	0 (0.0%)	17 (14.8%)
	大学生	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (77.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (8.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (7.0%)
	パート	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)	1 (0.9%)
	無職	0 (0.0%)	6 (37.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (7.1%)	0 (0.0%)	3 (23.1%)	10 (8.7%)
その他	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)	1 (0.9%)	

Analysis of Participation Motivation of Member in Community Action Group
Part1 - Extraction of Factors of Participation Motivation of Member in
Community Action Group

NAKAHARA Hiroshi, YABUTANI Yusuke

づくり団体の概要や活動内容を把握するためのヒアリング調査を行った。次に、アンケート調査を実施するために、各団体に所属するすべての構成員に対し、参加動機の要因を明らかにするための調査票と依頼文を配布してもらった。調査票は、まちづくり参加動機測定尺度の項目に加え、属性（性別、年代、職業）を尋ねるものとした。

5. 団体の概要と活用内容

ヒアリング調査によって、各団体の運営形態（任意団体/NPO法人）、活動開始時期、対象地区、活動資金、構成員の数、活動エリア、活動内容を把握し、表1に整理した。「プレーヤー型」と「エアリマネージャー型」の活動エリアと活動内容に着目すると、「プレーヤー型」は空き店舗や公園等の施設を活用し、カフェ等の交流拠点やイベントの企画・運営等の活動を、1つのテーマに特化して行っている。それに対し「エアリマネージャー型」は、まちやエリア全体を対象に、イベントの企画、起業支援、特産品のプロモーション、人材発掘・人材ネットワーク形成等の活動を組み合わせ、複数のテーマで多角的に活動している。「プレーヤー型」は、団体が自らプレーヤーとなって、まちに新しい社会活動を生み出すことを目的とするため、1つのテーマに特化した活動で、活動範囲は点的になる。それに対し「エアリマネージャー型」は、プレーヤーが活動するための場・仕組み・機会をつくることでまちを変えていくことを目的とするため、複数のテーマを扱った多角的な活動で、活動範囲は面的になると考えられる。

6. 因子分析による参加動機要因の抽出

115名から得られた32項目の得点の平均、標準偏差、最大値、最小値を求め、極端な得点分布の偏りがあった「謝金や交通費等の経費が貰えるから」を除外した。次に、31項目の相関行列の妥当性を確認するために、KMOの標準妥当性の測度の検討とBartlett球面性検定を行った。そ

の結果、KMOは0.71、球面性検定有意確率 $p < 0.01$ となり、因子分析の適用は妥当であると判断した。

続いて、因子分析（最尤法、プロマックス回転）を行った。スクリープロットによる固有値の減衰状況から判断し、8つの因子を抽出した。表3に因子分析の推定結果を示す。なお、表3の網掛けは各因子のまとまりを表す。8因子での累積寄与率は53.3%で、ある程度の高い値を示した。因子分析の結果、まちづくりへの参加動機の要因は、①「自己成長」因子、②「社会貢献」因子、③「帰属・交流欲求」因子、④「時間的余裕」因子、⑤「報恩意識」因子、⑥「家族志向」因子、⑦「社会的評価」因子、⑧「承認欲求」因子の8因子によって構成されていることを明らかにした。

7. まとめ

本稿では、まちづくり活動への参加動機測定尺度を作成し、10のまちづくり団体に所属する153名を対象にアンケート調査を実施した。その結果を用いて因子分析を行い、8つの参加動機の要因を抽出した。次稿では、参加動機と活動タイプとの関連性を明らかにする。

参考文献

- Ram A. Cnaan and Robin S. Goldberg-Glen: Measuring Motivation to Volunteer in Human Services, Journal of Applied Behavioral Science, vol.27, no.3, pp.269-284, 1991
- 桜井政成: 複数動機アプローチによるボランティア参加動機構造の分析-京都市域のボランティアを対象とした調査より-, JAPAN NPO RESEARCH ASSOCIATION The Nonprofit Review, Vol.2, No.2, pp.111-122, 2002
- 谷田勇人: 福祉ボランティア活動をする大学生の動機の分析, 日本社会福祉学会社会福祉学 第41巻第2号, pp.83-94, 2001.3
- 添田昌志, 大野隆造: 市民による継続的な地域貢献活動の促進のための動機づけに関する研究: その1 現在の活動内容とその継続動機との関係, 日本建築学会学術講演梗概集, pp.1047-1048, 2011.7
- 松原啓祐, 添田昌志, 大野隆造: 市民による継続的な地域貢献活動の促進のための動機づけに関する研究: その2 さまざまな活動内容への参加意向とその理由, 日本建築学会学術講演梗概集, pp.1049-1050, 2011.7
- 和田珠子他: 学生の社会的意識に対する地域貢献活動の影響-大手前短期大学FD委員会研究報告-, 大手前短期大学研究集 34, pp41-57, 2015.3
- 根岸亮太, 後藤春彦, 田口太郎, 井上由梨: 転出者の故郷における地域活動支援への参加意識に関する研究-埼玉県秩父市中宮地町からの転出者を対象として-, 日本都市計画学会都市計画論文集 No.40, pp.973-978, 2005
- 松岡史隆, 後藤春彦, 田口太郎, 樋口創士: 新規開発地域における住民による地域活動に関する研究-臨海副都心港区居住地域における住民組織を対象として-, 日本建築学会学術講演梗概集, pp.1029-1030, 2005.7

表2 まちづくり参加動機測定尺度の項目

No.	まちづくり活動への参加動機測定尺度の項目	参照元
1	まちづくり団体の目的や理念に共感したから	桜井, 谷田
2	自分がやらなければならないという使命感があったから	
3	他にやる事がなかったから	
4	淋しかったから	
5	自由な時間ができたから	
6	仕事や将来に役立つから	
7	自分の視野を広げたいから	
8	まちづくり団体に参加することで社会的に評価されるから	
9	自分の力を試したかったから	
10	知り合いに誘われたから	
11	活動内容が楽しいこと、好きなことだから	
12	社会やまちを良くしたいから	
13	職場や学校でまちづくり活動をする事を期待されているから	
14	新たな仲間や友人をつくりたいから	
15	自分と異なる世代の人と活動したいから	
16	まちや人の役に立ちたいから	
17	まちに対して恩返しをしたいから	
18	以前、このまちづくり団体に身近な人がお世話になったから	
19	自分の経験や能力を生かすことができるから	
20	日常生活にない楽しい機会を与えてくれるから	
21	以前からまちづくり団体と関わりがあったから	
22	家族がまちづくり活動をするのを大切にしてきたから	
23	自分の成長につながるから	
24	まちづくり団体が自分を必要としてくれるから	
25	身近に実感している課題があり、それを解決するため	
26	まちづくり活動が自分のライフワークだから	
27	まちづくり団体に資金がないので協力したいから	
28	謝金や交通費等の経費が貰えるから	
29	まちが好きだから	
30	次の世代に伝統・文化・技術などを継承したいから	
31	子どもや家族のために	
32	メンバーと交流するのが楽しいから	

表3 因子分析結果

項目	第1因子 自己成長	第2因子 社会貢献	第3因子 帰属・交流欲求	第4因子 時間的余裕	第5因子 報恩意識	第6因子 家族志向	第7因子 社会的評価	第8因子 承認欲求
自分の視野を広げたいから	0.779	-0.254	0.229	-0.175	0.065	-0.023	-0.041	0.087
自分の成長につながるから	0.781	0.031	-0.268	-0.091	-0.019	-0.057	-0.124	0.185
自分と異なる世代の人と活動したいから	0.757	-0.138	-0.004	-0.077	0.247	-0.072	-0.156	-0.036
自分の力を試したかったから	0.754	0.131	-0.016	-0.032	-0.067	0.169	0.060	-0.148
日常生活にない楽しい機会を与えてくれるから	0.566	-0.203	0.414	0.302	-0.007	-0.093	-0.077	0.148
新たな仲間や友人をつくりたいから	0.471	0.186	0.081	0.334	-0.012	-0.146	-0.060	-0.126
仕事や将来に役立つから	0.465	0.240	0.043	-0.314	-0.084	-0.092	0.383	-0.027
自分がやらなければならないという使命感があったから	-0.295	0.702	-0.026	-0.049	0.009	0.099	0.119	0.119
社会やまちを良くしたいから	-0.035	0.669	0.084	-0.127	0.080	0.048	-0.010	-0.051
まちづくり活動が自分のライフワークだから	-0.082	0.658	-0.127	0.149	0.042	0.032	0.175	0.169
まちの役に立ちたいから	0.139	0.556	-0.047	0.010	0.279	-0.277	0.073	-0.104
自分の経験や能力を生かすことができるから	0.143	0.492	-0.091	0.123	-0.028	-0.069	0.169	0.233
身近に実感している課題があり、それを解決するため	0.121	0.446	-0.062	-0.035	-0.135	0.273	-0.082	0.086
まちが好きだから	0.113	0.408	0.278	-0.177	0.174	-0.035	-0.059	-0.037
メンバーと交流するのが楽しいから	-0.002	-0.067	0.772	0.124	-0.120	-0.003	0.077	-0.030
活動内容が楽しい、あるいは好きなことだから	0.052	0.041	0.713	0.056	0.083	0.099	0.094	-0.030
まちづくり団体の目的や理念に共感したから	0.084	0.349	0.390	-0.097	-0.115	-0.014	-0.067	0.248
自由な時間ができたから	-0.183	-0.002	0.116	0.955	0.302	-0.077	-0.100	0.078
他にやる事がなかったから	0.009	-0.204	0.055	0.392	-0.035	0.090	0.156	-0.039
淋しかったから	0.233	-0.088	0.059	0.329	0.009	0.266	0.039	0.055
まちに対して恩返しをしたいから	-0.176	0.314	0.187	0.174	0.647	0.146	0.135	-0.181
以前、このまちづくり団体に身近な人がお世話になったから	0.131	-0.239	-0.118	0.025	0.627	-0.018	0.331	-0.004
まちづくり団体に資金がないので協力したいから	0.257	0.103	-0.205	0.275	0.531	0.036	-0.022	-0.053
子どもや家族のために	-0.055	0.119	0.073	-0.031	0.023	0.811	-0.014	-0.067
家族がまちづくり活動をするのを大切にしてきたから	0.055	-0.087	-0.133	0.032	0.296	0.524	-0.033	0.056
次の世代に伝統・文化・技術などを継承したいから	0.184	0.257	0.125	-0.161	0.126	0.441	-0.112	-0.025
職場や学校でまちづくり活動をする事を期待されているから	-0.172	0.250	0.087	-0.028	0.265	-0.052	0.780	0.074
まちづくり団体に参加することで社会的に評価されるから	0.458	-0.028	0.050	-0.086	-0.062	0.115	0.469	-0.105
知り合いに誘われたから	-0.091	-0.262	0.098	0.187	-0.072	0.304	0.154	
まちづくり団体が自分を必要としてくれるから	0.040	0.297	0.005	0.095	-0.173	-0.058	0.060	0.913
以前からこのまちづくり団体と関わりがあったから	0.003	0.021	0.009	-0.025	0.186	0.170	0.012	0.284
固有値	3.749	3.175	1.846	1.794	1.711	1.545	1.426	1.285
寄与率(%)	12.1	10.2	6.0	5.8	5.5	5.0	4.6	4.1
累積寄与率(%)	12.1	22.3	28.3	34.1	39.6	44.6	49.2	53.3

*1 札幌市立大学デザイン学部 教授・工博
*2 同大学教育支援プロジェクトセンター 特任助教・修士(デザイン学)

*1 Prof., School of Design, Sapporo City Univ., Dr.Eng.
*2 Project Assist. Prof., Educational Project Center, Sapporo City Univ., M.Design