

第 17 回 京都から発信する政策研究交流大会

発表論文集

主催:公益財団法人 大学コンソーシアム京都

後援 京都府・京都市・日本公共政策学会・京都大学・京都教育大学・京都工芸繊維大学・
京都市立芸術大学・京都府立大学・福知山公立大学・大谷大学・京都外国語大学・京都華頂大学・
京都経済短期大学・京都芸術大学・京都光華女子大学・京都産業大学・京都女子大学・
京都精華大学・京都先端科学大学・京都橘大学・京都ノートルダム女子大学・京都文教大学・
京都薬科大学・嵯峨美術大学・同志社大学・同志社女子大学・花園大学・佛教大学・
平安女学院大学・立命館大学・龍谷大学・一般社団法人京都経済同友会・京都商工会議所・
京都新聞・朝日新聞京都総局・毎日新聞京都支局・読売新聞京都総局・産経新聞社京都総局・
日本経済新聞社京都支社・NHK京都放送局・KBS京都

開催概要

「京都から発信する政策研究交流大会」は、都市が抱える問題・課題を見つけ、それを解決するための研究を行う学生が日頃の研究成果を発表し、大学やゼミの枠を越えた交流を深めるとともに、地域社会に対する政策提案・情報発信の場となることを目的として、2005 年度から開催し、今回で 17 回目を迎えます。

都市政策全般を発表テーマとし、今大会では、72 組による口頭発表の他、「若者たちの集い～新たなライフスタイルの提案～」をテーマに学生実行委員の企画・運営による交流会を開催し、更なる研究の深化と広範な交流を図る機会とします。

■開催日時

2021 年 12 月 19 日（日）10:00 から 17:00 まで

■スケジュール（口頭発表 72 組）

時 間	内 容
10:00 ↳ 14:55	分科会 それぞれの分科会を YouTubeLive で配信 (一般視聴可)
15:15 ↳ 16:40	学生企画
16:45 ↳ 17:00	受賞者発表

■学生企画

【テーマ】

若者たちの集い～新たなライフスタイルの提案～

【企画趣旨・内容】

発表内容を今後の研究に活かすこと、参加者同士の交流を図ることを目的に、「フィードバック交流会」と「トークセッション」を実施します。

<フィードバック交流会>

「わたし」も質問してみたい」というその思い、必要です。

たくさんの意見や質問を集めてフィードバックの量を増やし、自分の能力を高めよう！

<トークセッション>

コロナ禍の学生生活。一言で表すならあなたは何を選びますか？「この生活になって初めてハマったこと」など、新たなライフスタイルや学割情報などいろんな情報を集めて、学生生活をもっと楽しもう！

■受賞者発表

全発表の中から優秀な発表者に対し、以下の研究奨励賞が授与されます。

（研究奨励賞）

- | | |
|------------------|------------|
| ・大学コンソーシアム京都理事長賞 | 1 件（発表・論文） |
| ・日本公共政策学会賞 | 1 件（論文重視） |
| ・優秀賞 | 10 件程度 |
| ・ベスト質問賞 | 各分科会から 1 件 |

目	次
---	---

【発表概要】

口頭発表	2
応募論文（掲載のみ）	29

【口頭発表】

◆分科会 1

1 レジ袋有料化の政策分析 - アンケート調査によるレジ袋有料化の検討 - 龍谷大学 渡邊ゼミ	34
2 デポジット制度導入による プラごみ排出量削減の可能性について 京都産業大学経済学部 松尾ゼミ	36
3 「エシカルな暮らし」実践の地 花背を目指して - 森林資源の多面的利活用による北部山間地域の再生 - 同志社大学 政策学部 田中宏樹ゼミ	38
4 京都市における再エネ普及戦略と地域循環 -脱炭素社会に向けた取り組み- 龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール 2 回生チーム	40
5 コンポスターの普及率上昇に向けて 京都産業大学 経済学部 関田静香	42
6 ブランド京野菜を用いた地域活性化 -京都府亀岡市の事例- 佛教大学社会学部大谷ゼミ京野菜班	44
7 深草の放置竹林の調査 龍谷大学 政策学部 服部ゼミナール	46
8 グリーンインフラにおける多様な主体間の合意形成に向けて - アイスブレイクとしてのカードゲーム「グリーンズ」の有効性 - 京都産業大学 生命科学部 チーム リトルグリーンズ	48

◆分科会 2

1 芽と花の咲きに感じる成長「タイムワイナリー」 - 府中地域における新たな観光事業 - 京都産業大学 経済学部 菅原ゼミ B 班	52
2 鴨川沿い行政看板の分かりやすさに関する研究 - 日本人と外国人の比較調査を基に提言 - 京都女子大学「京をつなぐプロジェクト」	54

3	夕日ヶ浦における観光消費額向上計画 -ひねもす観光化を目指して-	
	京都府立大学公共政策学部 2 回生藤原ゼミ	56
4	新時代の京都市観光へ	
	京都文教大学 総合社会学部 黒宮ゼミ 観光班	58
5	シェアサイクルについて -経費削減が及ぼす効果-	
	京都産業大学 経済学部 八塩ゼミ チーム B	60
6	正直者が得をする新たな交通方策 -モチベーション 3.0 に着目して-	
	福知山公立大学 2 年杉岡ゼミ	62
7	外国人避難対応	
	京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 自然災害チーム	64
8	ユニバーサルツーリズムにおける観光地図の課題 -視覚障害者の視点から-	
	龍谷大学 政策学部 村田和代・池田麻衣子ゼミナール	66

◆分科会 3

1	現代アートのプロジェクションマッピングによる四条通地下道活性化事業の提案	
	同志社大学風間ゼミチーム C	70
2	地場産業存続に向けた循環型産業の確立 -政所地区での実証的検討を踏まえて-	
	龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール政所プロジェクト	72
3	「都市型」文化的景観の継承と活用についての研究 -京都市左京区岡崎地域を事例に-	
	京都橘大学現代ビジネス学会まちづくり研究会	74
4	京都産木材の有効利用 -三条大橋の活動を通して-	
	京都産業大学現代社会学部鈴木ゼミ 三条大橋チーム	76
5	廃校を活用した京都発アート・コレクティブ拠点	
	同志社大学政策学部野田ゼミ B 班	78
6	京友禅による更なる地域活性化 -京都府宇治市の観光業界の事例-	
	佛教大学社会学部大谷ゼミ京友禅班	80
7	京都市営地下鉄東西線沿線のブランディング	
	龍谷大学 政策学部 石原ゼミ交通チーム	82
8	伝統工芸品への若年層の需要開拓に向けた取り組み	
	京都産業大学経済学部 松尾ゼミ 伝統工芸班	84

◆分科会 4

1	移動販売車はいーどー！！！！！！！！ -「待ち」から「発信」への転換による町づくり-	
	京産大経済菅原ゼミ A 班	88
2	コロナ禍における地方活性化戦略 -奈良市を事例にした「地味な街」の魅了度向上に向けて-	
	龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 嶺上開花	90
3	北近畿の起業による地域活性化 -北近畿から始める雇用創出-	
	福知山公立大学 地域経営・医療福祉経営・大谷ゼミ	92

4	ニュータウンの団地力とコミュニティ形成 -2040年の日本を見据えた政策を-	
	龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール 11 期生	94
5	障害者スポーツのデリバリーサービス -移動式体験サービス「ボッチャカー」の導入-	
	同志社大学 政策学部 風間ゼミナール Boccia 班	96
6	AR(拡張現実)を用いた地域振興	
	京都橘大学高山ゼミ AR 地域振興チーム	98
7	「海の京都」の活性化 -インフルエンサーと SNS が与える影響-	
	京都産業大学中井ゼミ	100
8	商店街における住民主体の災害支援拠点の提案 - 熊本県人吉市の日本版 POSKO を事例に -	
	龍谷大学政策学部石原ゼミナール 5 期生	102

◆分科会 5

1	若年非正規労働者を救うー人手不足業界への進出ー	
	京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 労働チーム	106
2	就活先決定モデルに基づく京都企業論プログラム	
	同志社大学政策学部 野田ゼミ C 班	108
3	転勤による「単身赴任」の選択が家庭に与える影響	
	京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ A グループ	110
4	どうすれば地方の転出人口を食い止められるのか - 兵庫県豊岡市での若者活躍都市に向けた政策提言 -	
	京都文教大学 総合社会学部 黒宮ゼミ 地方班	112
5	大学生活の幸福度 - 就職活動に対する不安 -	
	龍谷大学経済学部渡邊正英ゼミ HAPPINESS	114
6	新規就農者の増加を目指して -農業の現状を踏まえて-	
	京都産業大学 経済学部 松尾ゼミ 農業班	116
7	福知山市の人口減少を食い止める - 子育て世代を応援！子どもを守る家！！ -	
	福知山公立大学地域経営学部井上ゼミ	118
8	京都府全域の活性化を目指した関係人口増加策 - 今日から京でワーケーション -	
	同志社大学政策学部風間ゼミナール ワーケーション班	120

◆分科会 6

1	今日から始めるメディア・ユニバーサルデザイン -情報アクセシビリティ向上のためのポータルサイトと認証制度の創設 -	
	京都産業大学法学部 高畠ゼミ	124
2	精神疾患者のつながりをつくる -従来の「カタリバ」を基盤とした空間的「カタリバ」の導入-	
	佛教大学 社会学部 チーム シルバーリボン	126
3	工福連携モデルの可能性 -障害者雇用の現場におけるテクノロジーの導入-	
	龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール工福連携 PJ	128
4	高齢者犯罪 -孤立を軽減する取り組み-	
	京都先端科学大学 経済経営学部経済学科 阿部ゼミ 高齢チーム	130

5 ICT等の認知症対策を最大活用するためには 同志社オレンジゼミ	132
6 アンコンシャス・バイアスをなくす試み -SNS上の配偶者呼称の内容分析から 京都産業大学藤野ゼミ Eグループ	134
7 防災標識を価値あるモノに 龍谷大学 石原ゼミ チーム防災標識	136
8 成年後見制度を中心とした高齢者支援の在り方について-エンディングノートを活用したアプローチ- 京都府立大学 佐藤ゼミ	138

◆分科会 7

1 カラオケ店・映画館を帰宅困難者の休憩スペースに 龍谷大学 石原ゼミ休憩スペースプロジェクト	142
2 災害時の性被害防止 - SNS活用による情報収集と情報発信 - 同志社大学政策学部川口ゼミ 1班	144
3 京都市の子供食堂の実態と支援のあり方 京都産業大学 藤野ゼミ Dグループ	146
4 新たな地域内循環の形成と福祉サービスの拡充 - 京都府相楽郡笠置町の事例を通して - 龍谷大学深尾ゼミナール笠置プロジェクト	148
5 パン屋×子ども食堂=SDGs 京都橘大学 現代ビジネス学部 松石ゼミ Bグループ	150
6 タイムバンキング「おかげさまクレジット」導入案 - 京都市における新しいボランティアのかたち - 同志社大学政策学部風間ゼミナール タイムバンキング班	152
7 旧市街地エリア再創造に向けた古民家シェアリングモデルの創出 - 交流の場としての可能性 - 福知山公立大学 地域経営学部 谷口ゼミ リノメイションチーム	154
8 子どものための「サードプレイス」の創出 - JOCA 大阪の事例研究と政策提言 - 龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ G.G. さとうグループ	156

◆分科会 8

1 学生と行政・地域をつなぐ - 京都ファンネットワークの構築 - 京都産業大学 鈴木ゼミ 京都ファンネットワークチーム	160
2 地域住民を巻き込んだ関係人口の創出 - 与謝野町から学ぶホップ・ステップ・ジャンプの地域づくり - 福知山公立大学杉岡ゼミ	162
3 大学の避難所運営における学生ボランティアの育成 京都橘大学高山ゼミチームシェルター	164
4 京都市のベンチャー企業における SDGs 評価 - 企業マップの作成 - 京都産業大学 イケダゼミナール	166
5 自治体における同性カップルの権利を保障する取り組みについて 龍谷大学政策学部政策学科大田ゼミ	168

6 「一票の重み」と知識は投票参加を促すのか - サーベイ実験を通じた実証的検証 - 京都府立大学 2 回生秦ゼミ	170
7 政令指定都市におけるオープンデータの推進 同志社大学政策学部真山ゼミ	172
8 「親ガチャ」意識がなくなる社会の実現に向けて - 親の子への進路期待の要因分析から - 京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ B チーム	174

◆分科会 9

1 高齢者に対する高額医療と 2025 年問題 福知山公立大学 地域経営学部 医療福祉経営学科 2 年 岡本ゼミ	178
2 若年層における特種詐欺被害への対策 京都産業大学 経済学部 地域金融グループ	180
3 結婚を考えやすい環境へ - 出会いの場の提供を - 京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ チーム K	182
4 持続可能な社会の実現に向けたエビデンスに基づく 政策立案 (EBPM) の実践 - ランダム化比較試験を活用した難民支援アプローチ開発の事例 - 龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 栗山一丸	184
5 日常使いとしての着物 - 着物会議習慣による着物産業復興への手がかかり - 同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班	186
6 生理の貧困から考える日本のジェンダー平等推進 京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ C グループ	188
7 脱京菓子離れ - 若者へ向けた PR から文化継承へ - 佛教大学社会学部大谷ゼミ京菓子班	190
8 主権者教育におけるデジタルコンテンツの有用性と可能性 - より早く、楽しく、効果的な学びに向けて - 京都府立大学 公共政策学部 2 回生窪田ゼミ	192

【応募論文（掲載のみ）】

1 これからの福知山市の観光について - 生涯学習の視点から - 福知山公立大学 大谷ゼミ 観光班	196
2 お年寄りの IT 支援について 京都産業大学 経済学部 八塩ゼミ お年寄りの IT 支援チーム	198
3 子育てママと女子大生を繋ぐ架け橋プロジェクト 福知山公立大学地域経営学部谷口ゼミ Rainbow Pocket チーム	200
4 女性（わたし）が議員になるために - 「非選挙権」の主権者教育 - 佛教大学 社会学部 チーム京都からパリテ	202
5 効果的なデート DV 防止教育とは？ 佛教大学 社会学部 チームパープルリボン	204

6	近畿地方4県の要介護認定率、離婚組数、高齢者独居世帯の割合と各市町村の自殺者数との関係 京都産業大学 経済学部 チームカルシウム	206
7	子ども食堂の現状と展望 - 地場スーパーを主体とした持続可能な多世代交流拠点を目指して - 龍谷大学 政策学部 安ゼミナール	208
8	都市近郊におけるシカ食害に関する若年層への普及啓発手法の検討 - クイズイベントと動画による効果の把握 - 京都産業大学 生命科学部 PROTECT FOREST	210
9	高齢者ドライバーの事故は本当に増えているのか - データと人々の意識の不一致 - 京都産業大学 法学部 片岡歩未	212
10	青色防犯灯の更新に関する自治会の意思決定 京都産業大学 法学部 古山理香子	214
11	学生の居場所づくりの実践と提案 - 映画評論合戦シネマバトルの試み - 福知山公立大学 谷ロゼミ 居場所づくりチーム	216
12	花火大会が地域にもたらす効果の研究と実践 - 『ドッコイセ福知山花火大会』の復活に向けた取り組み - 福知山公立大学 地域経営学部 谷ロゼミ まつりチーム	218

発表概要

口頭発表

【分科会1】

1 レジ袋有料化の政策分析 - アンケート調査によるレジ袋有料化の検討 -

龍谷大学 渡邊ゼミ

近年、世界的に海洋プラスチック汚染が問題となっている。その解決に向けて、2020年7月1日にレジ袋有料化が導入された。当グループでは、レジ袋有料化の目的である、「レジ袋有料化義務化(無料配布禁止等)」を通じて消費者のライフスタイル変革を促すこと(環境省、令和元年12月)は実現されたのかを調べるため、アンケートによる意識調査を行った。また、その回答に対して、レジ袋を受け取る確率はどのような要因と関係があるかの回帰分析を行った。

アンケート調査より、レジ袋有料化で意識変革ができたと回答した割合は約3割であることや、有料化後、マイバックを購入する等の行動変化を促すことはできていないことが分かった。回帰分析の結果、環境問題に対する意識変化があった人、節約家である人、実家暮らしである人のほうがレジ袋の購入確率は低いことが分かった。上記より、この政策がライフスタイル変革を起こしたとは言えない。



2 デポジット制度導入によるプラごみ排出量削減の可能性について

京都産業大学経済学部 松尾ゼミ

地球温暖化の要因の1つとして、プラスチックごみ問題が挙げられる。日本では2015年からプラごみの排出量は減少傾向にあったが、2020年に急増した。これはコロナパンデミックによって、不織布マスクやテイクアウトが急激に増えたことが要因である。また、日本のプラごみのリサイクル率は低く、このままではプラごみの排出量を減らすことは不可能であろう。

本研究ではプラごみのリサイクルについて着目し、ごみの排出削減の可能性を検討する。リサイクル率が低い理由には、特に、中小企業にとってリサイクルを行うことは費用面で負担が大きく、リサイクル材料を用いるより新造プラスチックを用いるほうがコストがかからないことが挙げられる。そこで、デポジット制度を取り入れ、企業のリサイクルによって生じる負担を軽減するシステムを構築し、排出量削減の可能性を示す。



3 「エシカルな暮らし」実践の地 花背を目指して - 森林資源の多面的利活用による北部山間地域の再生 -

同志社大学 政策学部 田中宏樹ゼミ

京都市北部に悠然と広がる山間地域は、手付かずの森林が残され、環境林、経済林の双方において価値がある。しかし、木材価格の低迷や過疎化により産業は衰退に追い込まれ、地域の継承が危ぶまれている。われわれは花背を中心とした北部山間地域(広河原、久多を含む)に着目し、その貴重な森林資源や文化が存続の危機にあるという現状に警鐘を鳴らし、その利活用策と継承策について議論する。そして、花背をはじめとした北部山間地域が目指すべき在り方を「エシカルな暮らし」実践の地とし、これを実現するためのコンセプトに基づいた4つの具体的な政策を提言したい。



4 京都市における再エネ普及戦略と地域循環 –脱炭素社会に向けた取り組み–

龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール2回生チーム

京都市では2019年5月に2050年を目標とした脱炭素社会の実現を宣言しているが、未だ京都市は、エネルギー供給の約94.0%を火力発電に依存している。また、京都市の住宅用の太陽光発電の普及率は、寒冷地を除いた政令指定都市中でも低い水準にある。そのため、本稿では、京都市における太陽光発電の導入に焦点を当て、その太陽光発電の普及率の上昇とともに経済・環境価値を創出する、新たな政策モデルを提案する。



5 コンポスターの普及率上昇に向けて

京都産業大学 経済学部 関田静香

京都市では、1993年から廃棄物の削減・再資源化を目的とした廃棄物処理システムを構築、運用している。

その結果、事業ごみや家庭ごみの量は年々減少傾向にある。しかし、ごみ処理費は増加傾向にある。

また、家庭ごみの減少率が事業ゴミよりも低い、なので家庭ごみ削減を目指して研究を行った。

京都市では、既存の政策として家庭から出る生ごみを削減するため「電動式生ごみ処理機」及び「生ごみコンポスト容器」の購入価格の半額を、限度額内で助成している。

しかし購入費用一部助成だけでは普及率を上げることができなかった。

よって、私たちは「コンポスターのレンタル」を行う政策を提案する。

この政策を行うことで、費用が下がり多くの層にコンポスターのメリットを知ってもらうことができる。

そして、一定期間以上のレンタル費用を高くすることで購入を促しコンポスターを使用する人が増加することで家庭ごみの量の減少が見込める。



6 ブランド京野菜を用いた地域活性化 –京都府亀岡市の事例–

佛教大学社会学部大谷ゼミ京野菜班

ブランド京野菜有数の産地として京都府亀岡市が挙げられる。しかし、亀岡市の農業は農業就業者の高齢化や担い手不足が問題となっている。また、亀岡市は観光面においても旅行利用形態が日帰り利用者の割合が多く、宿泊利用者数が極端に少ないという課題が存在している。そこで、私たちは亀岡市の農業や京野菜について研究し、これらの問題の解決につながる政策を検討するため、亀岡市役所産業観光部農林振興課と(公社)ふるさと産品協会へのインタビュー調査を行った。本論は亀岡で生産されるブランド京野菜を観光と結びつけることで、亀岡市の観光課題と農業課題の解決を目的とし、亀岡市の知名度向上さらには地域活性化につなげるための政策を提言するものである。とくに、若者の旅行者のタイプに合わせた京野菜を活用するグリーン・ツーリズムを提言する。



7 深草の放置竹林の調査

龍谷大学 政策学部 服部ゼミナール

近年全国的に管理されていない放置竹林が問題となっている。放置竹林とは、竹材やたけのこの生産を行っていた竹林の管理が放棄され、伐採が行われず人が入ることもままならないような状態の竹林のことをいう。その放置竹林により、周辺の土地、生態系、災害に対して影響を及ぼしている。龍谷大学のある深草地域でも放置竹林が問題となっており、都市化が1つの原因とされている。都市化により農業人口の流出、農業の軽視、後継者不足が生じている。深草の経緯と現状を「住民」「行政」「地域」の3者の立場から探ることで解決への課題を見出した。それにより農業従事者の人手不足、自家消費の減少、市場での需要の減少により放置されるに至った。これらを解決する為に我々は農地として利用するのではなく、その他の住民にとっての景観、レクリエーション、教育、文化などの価値を背景として、放置竹林となっている範囲を公園として利用することを提案する。



8 グリーンインフラにおける多様な主体間の合意形成に向けて

-アイスブレイクとしてのカードゲーム「グリーンズ」の有効性-

京都産業大学 生命科学部 チーム リトルグリーンズ

近年、環境問題への多様な取り組みが行われている。その中で、自然の資源や仕組みを上手に活用し、現代社会の課題を解決するグリーンインフラ（以下 GI）に注目が集まっている。GI は多様な機能が期待されると共に、多様な関係者の関わりを必要とする。そのため多様な主体が参加する会議の場にて GI の円滑で建設的な議論を進めるには、会議前のアイスブレイクが重要であると考えた。本研究ではカードゲーム「グリーンズ」を作成し、専門家及び学生に体験してもらい、評価を得た。その後、それらを KJ 法によってまとめ、SWOT 分析を用いて整理し、検証した。その結果改善点が半数を占め、次いで評価点を得られた。これらの結果は、コミュニケーション手法や発想法の適性と、本カードゲームの今後の方針を示している。そのような点から、GI を議論する際のアイスブレイクとして、本カードゲームが参加者の発想力を高めることに有効であると示唆された。



【分科会2】

1 芽と花の咲きに感じる成長「タイムワイナリー」 - 府中地域における新たな観光事業 -

京都産業大学 経済学部 菅原ゼミ B 班

私たちは、京都府宮津市「府中をよくする地域会議」と連携し、宮津市府中地域の観光まちづくりデザインに取り組んでいる。本研究では府中地域の観光の現状を明らかにし、観光復興における課題を検討する。さらなる課題を追求するために行った観光客満足度調査より若年層である 20 代のリピーター客が少ないという問題が明らかになった。一方で、国分地区を訪れた人のみは「自然景観や雰囲気を感じた」傾向にあるため、国分地区に足を運んでもらう工夫をすれば、より自然景観の良さを感じてもらうことができ、総合満足度も高まると考える。そこで府中地域をさらなる観光集客地にし、20 代の再訪意欲増加を目指すべく 100 パーセント京都産の生ぶどうにこだわっている天橋立ワイナリーと協力しオーナー制ワイン事業を提案する。さらに、SDGs12 番の「つくる責任つかう責任」から、ワインの製造過程で発生する搾りかすで新たな付加価値を提供する。



2 鴨川沿い行政看板の分かりやすさに関する研究 - 日本人と外国人の比較調査を基に提言 -

京都女子大学「京をつなぐプロジェクト」

2019 年に京都市を訪問した総観光客数は 5,352 万人であり、そのうち外国人観光客数は 886 万人と過去最高を記録した。このような観光客の急増に伴って、各種の課題が生じる場合があり、快適な観光地やまちづくりの保全に支障をきたすことも考えられる。

そこで、本論文では、鴨川沿いに設置されている行政の看板が外国人にも分かりやすいものであるかという点に着目し、日本人と外国人の比較調査を行った上で提言を行う。比較調査に関しては、現在鴨川沿いに設置されている看板を 2 種類取り上げ、日本人と外国人に対し、アンケート調査を行った。そして、調査によって判明した課題点を改善し、新たな看板の代替案を独自にデザインした。

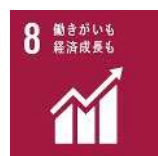
本論文の提言によって、新型コロナウイルス感染症収束後の観光地における課題が少しでも解決され、観光客と市民双方が快適に過ごすことができるようなまちづくりを目指す。



3 夕日ヶ浦における観光消費額向上計画 - ひねもす観光化を目指して -

京都府立大学公共政策学部 2 回生 藤原ゼミ

人口減少と地域経済の縮小という悪循環に歯止めをかけるため、全国で地域資源を活かして観光入込客を呼び込み、消費の増加を図る地方創生の取組が進められている。京都府北部の京丹後市においても、豊富な地域資源を活かして観光振興を図る「もうひとつの京都（海の京都）」という政策が進められている。市内海水浴場には毎年多くの人々が来訪しているが、夏季の観光消費額が低迷しているという現状がある。8 月に実施した現地調査から、その要因が①夏季の観光消費額の客単価が低いこと、②夏季の観光客の滞在時間が短いことにあると明らかになった。以上の課題を解決するため、本研究では夕日ヶ浦海岸における消費スポットの創出と宿泊要因の創出という二つの施策提案を行い、京丹後市浜詰地区における夏季の観光入込客数と観光消費額を向上させる地域活性化策を検討している。



4 新時代の京都市観光へ

京都文教大学 総合社会学部 黒宮ゼミ 観光班

我々は、現在京都市が抱えている様々な課題の中から観光分野に関する課題の調査・研究を行った。本研究では調査・研究を行った課題を解決するための政策を提案させてもらう。今回、我々が調査したのは観光に関する課題の中でも主要観光地に観光客が集中していることと、京都市の観光を支えているリピーターの訪問頻度の減少していることの二つである。提案内容の概要としては、主要観光スポットへの集中の解決策とは地方の観光スポットへの分散化を計るものであり、そのために地方観光スポットの認知度が主要な観光スポットとは比較的に低いことが理由と考え、認知度を上げるための方法を考えた。リピーターの訪問頻度減少と課題については、リピーターの確保及び維持について、リピーターが求める要素や近年注目されている体験型観光に焦点を当て調査を進めた。これらの提案について論文ではまとめている。

5 シェアサイクルについて - 経費削減が及ぼす効果 -

京都産業大学 経済学部 八塩ゼミ チームB

私たちは、SDGsの中でも、『エネルギーをみんなにそしてクリーンに』をテーマにシェアサイクル事業を通して、地域や日本全体のエネルギー問題を考察した。現状として、シェアサイクルは、利用者の増加が見込めず、シェアサイクル事業の赤字や、ポートの設置における問題点が散見された。これらに対する改革案で、シェアサイクル利用者の増加における公的事業の黒字転換、自動車やバスの利用減少による排気ガスなどの環境問題に貢献できるのではないかと考えた。



6 正直者が得をする新たな交通方策 -モチベーション3.0に着目して-

福知山公立大学 2年杉岡ゼミ

本稿では、京都府における交通事故の現状と課題を整理し、ドライバーに対する歩行者保護の意識の改善を目的とする。全国で取り締まり件数の多い一時停止違反と最高速度違反が全国比より多い京都府において、歩行者妨害の違反による人と車との命に関わる事故を防止するために、交通規則の遵守に動機づけを持たせるため、「法定速度を守ったとスピードカメラによって判定されると、過去の最高速度違反による罰則金を宝くじとして還元する」というスウェーデンの先行事例を参考に京都市の取締りを強化している春と秋の交通安全運動期間に特産品を進呈する形で動機づけを行い歩行者保護の徹底方策を実現するための政策を検討することを目的とするものである。

7 外国人避難対応

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 自然災害チーム

現状、新型コロナウイルス感染症により訪日外国人旅行者の数は減少しているが、アフターコロナを見据え京都市で大規模な災害が起きた際の訪日外国人旅行者への対応（避難誘導）について再検討した。現在、京都市では災害時の帰宅困難者や訪日外国人旅行者への対策として京都市災害時帰宅困難者ガイドマップ、京都市帰宅支援サイトや日本観光庁が監修を行っている災害アプリも存在している。しかし、どれだけサイトやアプリがしっかりしていても、その存在自体が認知されていないと意味がない。そこで私たちは先行研究などを基に、「観光情報と防災情報が一体化したサイト」と「広報啓発のためのQRコード」を政策提案していく。



8 ユニバーサルツーリズムにおける観光地図の課題 -視覚障害者の視点から-

龍谷大学 政策学部 村田和代・池田麻衣子ゼミナール

近年、ユニバーサルツーリズム（以下UT）の考え方が広まりつつある。日本では、平成26年に障害者制度の充実を目指す障害者権利条約への締結、そして2021年に東京オリンピック・パラリンピックでインクルーシブな大会が実施された影響で、「すべての人が楽しめるよう創られた旅行であるUT」への需要が増加してきている。人間は、90%近くの情報を視覚から得ていると言われている。しかし視覚障害者は、視覚から情報を得ることが難しいため、情報弱者となりがちである。このことから、UTを考えるにあたって、我々は「京都ユニバーサル観光ナビ」を視覚障害者の視点から分析を行い、視覚障害者が観光地図から排除されている現状が明らかになった。そこで、音声ブラウザを用いた視覚障害者向けの観光地図を作成することを提案する。視覚障害者に寄り添った地図の作成はユニバーサル観光への貢献に繋がると考える。



【分科会 3】

1 現代アートのプロジェクションマッピングによる四条通地下道活性化事業の提案

同志社大学風間ゼミチーム C

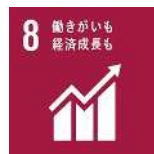
私たちが提案する現代アートを活用したアートプロジェクト「Art Basement 360」は、四条通地下道にプロの現代芸術家が手掛けた映像作品を 360 度プロジェクションマッピングによって投影し、地下道にアート空間を創出するものである。地上の賑わいとは打って変わって無機質で暗い「単に通るだけの空間」となっている四条通地下道の現状を変えることが目的だ。私たちが提案するアートプロジェクトのコンセプトは、人々の日常生活の中に本格的な現代アートを取り入れることである。移動手段として機能してきた四条通地下道で行うからこそ、現代アートを「わかりにくい」と敬遠しがちな一般市民に対しても現代アートに触れる機会を創出することができる。「Art Basement 360」によって、薄暗く閑散とした地下道が現代アートの力で明るく生まれ変わり、多くの人が歩きたいと思える「目的地」となることが期待できる。



2 地場産業存続に向けた循環型産業の確立 -政所地区での実証的検討を踏まえて-

龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール政所プロジェクト

滋賀県東近江市奥永源寺地域では、600 年の歴史を持つ政所茶が生産されている。政所茶は、在来種かつ無農薬で栽培され、近年その希少価値が評価されている。しかし、昨今、政所茶を生産している茶工場の老朽化・採算面の問題により、政所茶は存続の危機に陥っている。現在、茶工場の再建は決まっているが、政所茶生産事業のみでは茶工場の採算性が低く、新たな地場産業の確立が必要になっている。そこで、製茶機械の動力源に木質バイオマスボイラーを用いることで、政所茶に新たな付加価値をもたらしと考えた。さらに、製茶期間外に地域外との連携を図りながら、熱源を利活用した新規事業を行うことで、その便益は域内に留まらず、連携地域にも相乗効果をもたらすことができると考えた。本研究では、これらの実現可能性を高めるために、地域の方の想いに寄り添った新規事業の提案をし、地場産業の掛け合わせによる相乗効果の可能性について研究していく。



3 「都市型」文化的景観の継承と活用についての研究 -京都市左京区岡崎地域を事例に-

京都橘大学現代ビジネス学会まちづくり研究会

文化庁が選定している重要文化的景観の中で、農林水産業関連の文化的景観と比べ、都市部の文化的景観は、その流動性による「良い景観」の見つけづらさから、持続可能性の担保の難しさを指摘されてきた。こうした都市部の文化的景観の継承にあたっての課題を考察するため、本研究では京都市左京区岡崎地域の市民の取り組みに着目した。岡崎地域では、市民団体が主体となり「茶座」という文化を用いて、文化的景観の継承に求められる、人と自然の相互作用の維持を試みている。2018 年から現在に至るその活動について、景観に触れる機会を設けることができただけでなく、相互作用を認識と、対象そのものの持続可能性の担保に繋がっていると考察した。本研究では、目的そのものが「継承」でなくとも、多様なアクターの個人的意欲が出発点となる活動が、結果として文化的景観を維持する力となり、継続的にそれを継承していく源になるのではないかと提言する。



4 京都産木材の有効利用 -三条大橋の活動を通して-

京都産業大学現代社会学部鈴木ゼミ 三条大橋チーム

私たち京都産業大学現代社会学部鈴木ゼミ三条大橋チームでは、三条大橋の魅力発信や補修・修景事業を認知してもらうための広報活動をしている。この活動をする中で、橋に利用される京都産の木材についてお話をうかがう機会があった。

木材問題は国が力を入れて改善しようとしている政策の一つであり、10月には法改正が行われるなど注目の話題である。しかし、京都では伐期を迎えたにもかかわらず放置されている木材が多いのが現状である。

また、京都市が管理する橋りょう約2900のうち40%は建設後50年以上経過しており、多くの橋を近々修繕しなければならない。こちらも解決すべき課題である。

私たちはこの2つの課題に対して、これまでの経験を踏まえ橋りょう修繕に京都産木材を用いること、学生と行政が協働して補修事業を行うことの2つを提案させていただきたい。



5 廃校を活用した京都発アート・コレクティブ拠点

同志社大学政策学部野田ゼミ B 班

京都市は、既存の施設をどのように有効活用するかが問われている。また、京都市には全国的に認知度の高い京都市立芸術大学をはじめとする、数多くの芸術大学があり、文化芸術に関する学生が多いという特徴がある。これらを糸口に本研究では廃校を活用した、京都の芸術学生が気軽に交流したり発表したりする“アート・コレクティブ拠点”を提案する。具体的な調査として文献調査や、インタビュー、ヒアリングを行い本政策の実現可能性や効果を検証した。京都は競争力のある資源活用が求められることが分かり、若手アーティストには自分の作品の発表の場や他分野のアーティストとの交流の場のニーズがあることが分かった。これらを踏まえ、廃校にある多数の教室を生かし、個人の発表、他分野のアーティストとの交流、新進気鋭の協働制作物の展示ができる場所を提案する。

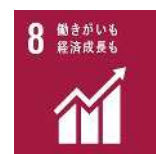
これは、文化創出政策であり、京都の文化をより振興させるといえる。



6 京友禅による更なる地域活性化 -京都府宇治市の観光業界の事例-

佛教大学社会学部大谷ゼミ京友禅班

私たちは京都府宇治市の更なる地域活性化のために京都の伝統工芸品である京友禅を用いて宇治市の観光を盛り上げようと考えた。京友禅の生産は京都の様々な地域で行われており、宇治市もそのひとつである。宇治市では、観光人口が年々増加傾向にあるが、観光滞在時間が短いことやリピーターが少ないことが問題である。これらの問題を解決する手段として、京友禅を活用しようと考えたが、京友禅業界にも後継者不足や着物を着る機会の減少といった問題があることが分かった。また、宇治市は京友禅の生産地であるが、そのことに対する人々の認知度が低いため、京友禅を使った宇治の観光政策はほとんど実施されていない。これらの問題について先行研究の検討やインタビュー調査、フィールドワークを行うことで改善策を見出した。以上を踏まえ、伝統産業と宇治市の観光を融合させることで地域の特徴を生かし、持続的に交流人口の増加を目指すための政策提言を行う。



7 京都市営地下鉄東西線沿線のブランディング

龍谷大学 政策学部 石原ゼミ交通チーム

京都市営地下鉄東西線はイメージが定まっていないため、ブランディングが必要である。阪神地域では阪急と阪神が並行しており、各沿線には明確なイメージが確立している。本研究は沿線のブランディングが確立している阪急・阪神沿線の事例を引き合いに、地下鉄東西線沿線の活性化を図る考察と提案を行う。先行研究で示されていた店舗のイメージ指数を使ってまちを構成する要素を地図データから数値化して分析を行った。その結果、阪急、阪神沿線ではそれぞれ地域イメージがはっきりしていたのに対し、東西線沿線では特徴が見られなかった駅が多数みられた。この調査結果を踏まえて、地下鉄東西線をブランディングするために、京都市交通局が店舗で使うことのできるクーポンを付けた企画乗車券の販売や、駅のイメージをPRする企画ポスターを作成することを提案する。今回の政策提案を行うことで京都市が抱える問題の解決の糸口につながるのではないかと考えた。



8 伝統工芸品への若年層の需要開拓に向けた取り組み

京都産業大学経済学部 松尾ゼミ 伝統工芸班

伝統工芸品は、生活様式の変化や、安価な代替品の登場により需要が低迷し、伝統工芸品の生産額や従業員数が減少傾向にある。このままでは、日本の伝統工芸産業はますます衰退し、伝統が途絶えてしまうかもしれない。さらに、伝統工芸品の関連企業や地域の雇用など地域経済にも影響する。

本研究では、需要がなぜ増加しないのかについて若年層に対して伝統工芸品の販促方法とブランド化ができていないことにあると考えた。そこで、改善策としてリブランディング化を提案する。具体的には、日常生活で使う伝統工芸品として「つげ櫛」を例に挙げ、SNSを活用した情報発信や櫛のデザインのオーダーメイド、伝統工芸品をもっと親しく感じてもらうためのイメージキャラクターの作成などを考えた。

比較的身近な伝統工芸品に焦点を当て、リブランディング化を通して若年層に認知してもらい、伝統工芸品の需要の増加を促す効果があるという結論に至った。

【分科会 4】

1 移動販売車はいーどー！！！！！！！！ - 「待ち」から「発信」への転換による町づくり -

京産大経済菅原ゼミ A 班

私達は、宮津市へ来訪する観光客の内、府中地域に占める割合が少ないという問題に着目した。府中地域の知名度が低いことは、集客に直接的に繋がっていると考え、移動販売車を通して認知度の向上と魅力の発信を行うことを提案する。先行研究や参考事例の中には、ターゲットを絞った広告や限定商品の販売による購買意欲の促進、また現地の人とのコミュニケーションが観光行動を促進させるという事例や研究があった。そこで私たちは観光客にアンケート調査を行うことにした。その結果、SNS で情報を得た人が多く、さらに食事やお土産に満足した人が多くみられた。これらにより、移動販売車で地元の食材を使った商品を販売し、それに加え写真などを配布・掲示することで強いイメージを与えられると考察した。さらに SNS を活用し、移動販売車の宣伝を行い様々な人に告知することを目指すつもりである。



2 コロナ禍における地方活性化戦略 - 奈良市を事例にした「地味な街」の魅了度向上に向けて -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 嶺上開花

近年、少子高齢化に伴う地方都市の労働力不足や都市部への人口移動による地方都市の過疎化が大きな問題になっている。こうした課題に加え、2020 年に発生した新型コロナウイルス感染症は、都市部や地方に関わらず、大きな影響を及ぼした。こうしたコロナ禍の中で、我々はその中でも奈良市を事例として研究することは、「地味な街」の活性化につながると考えた。アンケート分析とフィールドワークを用いた SWOT 分析を行い、奈良市の持つ観光資源や自然環境の豊かさ、そしてコロナ関連の状況の良さについて、潜在的な顧客に対してアピールすることで、観光客や移住者を増やすことが可能となる。特に、移住者を増やすためには、「住む場所」と「働く場所」としての魅力度も高める政策が必要不可欠であろう。コロナ禍という状況を逆手に取り、都市部から「地味な街」へ呼び込むことで、コロナ禍における地方活性化に繋がると考える。



3 北近畿の起業による地域活性化 - 北近畿から始める雇用創出 -

福知山公立大学 地域経営・医療福祉経営・大谷ゼミ

昨今、地方での若者の流出が懸念されている。本研究では、本学が位置する北近畿の若者の流出を起業による雇用の創出により抑制することを最終目標とし、それに係る制度や政策を提言することを目的としている。本研究は、4 部構成としており、現状分析・課題では本学学生に対して行ったアンケート調査を基に課題をあぶり出した。また、政策提言に強みをもたせるため、実際に北近畿で起業した方にヒアリング調査を行い、北近畿の魅力や、重要視した制度、政策を伺った。先行研究として日本だけでなく海外の事例を取り上げることで、多面的に起業支援をみていった。本研究の目的である政策提言は、実際に行われている事例を 2 つ取り上げ参考とし、北近畿で起業による雇用の創出を図るための政策とした。



4 ニュータウンの団地力とコミュニティ形成 -2040年の日本を見据えた政策を-

龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール 11 期生

私たちが研究対象とする泉北ニュータウンは、49.9%が団地で構成されている。しかし、建物の老朽化や建設当初に入居した世代も同様に高齢化が進んでいるため、オールドニュータウンとして捉えられているのが現状である。しかし、私たちのアンケート調査・分析の結果、団地の構造としての価値や高齢者の潜在的に持つ「住民力」が明らかになった。こういった潜在的な価値は気付かれず、活かされないどころか、問題視されているのが現状である。私たちはそのような価値を引き出し、急激に変化する時代の中で、これからの高齢化社会に対応するための政策提案を行う。



5 障害者スポーツのデリバリーサービス -移動式体験サービス「ボッチャカー」の導入-

同志社大学 政策学部 風間ゼミナール Boccia 班

東京パラリンピックが開催され、パラアスリートが活躍する姿に注目が集まった。今大会を機に、障害者スポーツに対する興味・関心の高まりが期待される。しかし障害者スポーツは依然として普及していない。費用が掛かる点、障害の程度によって競技が限定される点、施設が整っていない点がその要因として挙げられる。そこで手軽に、どこでも、誰でもできる「ボッチャ」に注目し、研究することにした。

本稿では、地域における障害者スポーツの実態を調査するために京都府障害者支援課、大阪ボッチャ協会へヒアリング調査を行った。また、障害者スポーツの普及にボッチャを活用した場合の可能性を調べるために大学でボッチャ体験会を行った。

今回提言する「ボッチャカー」は、現状分析で明らかになった行政の障害者スポーツ普及政策が拠点中心であるという課題にアプローチしており、同時に障害者のスポーツ機会創出、健常者への普及も視野に入れている。



6 AR(拡張現実)を用いた地域振興

京都橘大学高山ゼミ AR 地域振興チーム

私たちは、大阪・関西万博開催が近いこともあり、新技術を用いた政策を提言できないかと考えた。そこで、京都市において、AR 技術を用いた地域活性化事業を提案することとした。

先行研究を調査したところ情報が少なかったため、2 人の先生にインタビュー調査を行い、分析を行った。その結果、AR 技術を用いて京都市の観光をより良いものにするための政策として、2 種類の政策を提案する。



7 「海の京都」の活性化-インフルエンサーと SNS が与える影響-

京都産業大学中井ゼミ

私たちは、京都の南北格差の中でも、京都北部の観光客が少ないことに着目しました。現状分析と考察を重ねた結果、特に若年層の認知度が低いことが判明しました。そこで若者に効果のある SNS とインフルエンサーを起用することで、観光客を増やせるのではないかと考えました。



8 商店街における住民主体の災害支援拠点の提案 - 熊本県人吉市の日本版 POSKO を事例に -

龍谷大学政策学部石原ゼミナール 5 期生

COVID-19 の影響で、災害ボランティアの不足が問題となり、外部支援が期待できない。本研究では、地域内で自主的な支援拠点を構築した熊本県人吉市の日本版 POSKO の支援の実態を明らかにし、京都市内の商店街を日本版 POSKO の支援拠点とすることを提案する。日本版 POSKO を支援している「被災地 NGO 協働センター」の村井雅清氏とその活動拠点の「個庫茶屋メンバー」代表の園田富巳子氏からヒアリング調査、日本版 POSKO が設置された人吉市への現地調査を行った。その結果、各団体・時期で活動内容に変化があり、被災者を迅速で円滑に支援することが可能で、被災後も地域住民が気軽に訪れることができる場所となることが明らかになった。そこで、京都で日本版 POSKO を運営するために、京都市内の商店街の空き店舗を活用し、行政の支援を受けながら 5 つの機能を持った商店街組合とサロンを運営主体とする「POS 京」を提案する。



【分科会5】

1 若年非正規労働者を救う -人手不足業界への進出-

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 労働チーム

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、未来を担う多くの若年層が含まれている非正規労働者が雇用調整の対象となった。京都労働局への聞き取り調査によると、介護分野とIT分野において人手不足問題が顕著であることがわかった。介護分野に関しては積極的な支援が行われているが、長期的な育成を要するIT分野においては支援が難しい。今やコンピュータはどこに行っても使用されている情報社会であるため、多くの企業でIT化が進められており、今後も確実に発展していく業種であると考えられる。よって、IT分野における人手不足問題の解消は喫緊の課題である。

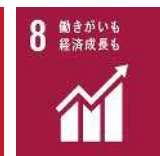
本稿では、若年非正規労働者と現在の労働支援の実情について検討し、職業経験の機会が乏しいため人手不足が解消しきれないとされるIT分野への流入を促すための政策を提案する。



2 就活先決定モデルに基づく京都企業論プログラム

同志社大学政策学部 野田ゼミ C 班

京都には世界的にみても高いシェアを誇る優良企業が数多く存在しているが、京都の大学生の多くが優良企業の存在を認識することなく就職活動を行っている可能性がある。本研究ではこの実態を具体化し学生に対する京都企業の情報提供の手段に関する有効な政策を提案する。そこで学生が京都の優良企業を認知していないこと、また京都企業も十分な人材を確保できていないことをアンケートで立証した。そして大学4年生と卒業生にアンケートを実施し学生がどのように就職活動先を決定しているかを明らかにした。また実際に京都に本社を置く企業に企業PRの模擬授業を行ってもらった結果、講義を行った企業を将来の就職先候補に含める学生が大幅に増加した。この結果を踏まえた政策として、京都企業が学生に対してPRを行う大学講義と、京都企業に関する情報を集約したデータベースを利用できる「京都企業論プログラム」を設置することを提案する。



3 転勤による「単身赴任」の選択が家庭に与える影響

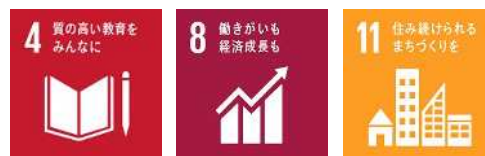
京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ A グループ

本研究は日本独特の企業社会における転勤制度やそれに伴う単身赴任が雇用者のライフコースや夫婦関係、家族生活にどのような影響を与えているのかを考察する。その分析結果から、働き方改革、特に企業の転勤制度に関する改革を提言することを目的にする。本研究では、30代から40代の核家族世帯における既婚男女計7名に1時間半程度の半構造化面接法によるウェブインタビューを実施し、被験者のライフコースの選択や単身赴任への意識を聞き取ることで転勤制度や単身赴任の課題を浮き彫りにする。分析結果から単身赴任は妻の育児負担を大きくする一方で父子関係を希薄化する傾向が見られた。また単身赴任の期間の長さが家族関係に影響を及ぼしていることも明らかになった。これらの結果を踏まえ、雇用管理のアドバイスや法律の実質化と強化など、家庭と仕事の両立を高める具体的な政策の必要性を述べる。



4 どうすれば地方の転出人口を食い止められるのか - 兵庫県豊岡市での若者活躍都市に向けた政策提言 - 京都文教大学 総合社会学部 黒宮ゼミ 地方班

近年、新型コロナウイルス感染症の影響により、三大都市圏居住全体で地方移住の関心が高まっている。しかしながら、総務省の住民居住台帳人口の報告では、2020年の東京圏の転出入のトータルを見た際、約10万人の転入になっているが、内訳として三大都市圏以外からの転入が約8割と地方の転出が依然として進んでいる。さらに、年齢層で見たときには、20～29歳の転出が多く、東京では2020年、約40万人もの若者が転入している。そのため、若者が転出した地方では、地域経済や地域コミュニティが衰退し、地域の過疎化がより一層進行することとなる。そこで本研究では、関係人口に着目し、地方の若者転出人口を減少させ、若者が地域内で活躍できる場をつくることを提案する。



5 大学生生活の幸福度 - 就職活動に対する不安 -

龍谷大学経済学部渡邊正英ゼミ HAPPINESS

近年、新型コロナウイルスが蔓延し多くの大学生の生活様式が変化した。そこで、現在の大学生の幸福度を調査し、規定する要因を探す。本研究では、アンケート調査を元に重回帰分析で分析し、非説明変数を幸福度、説明変数には属性や日常生活に加えて、大学生の多くが不安視している就職活動を加えた。

分析結果を元に就職活動に不安をもつ人ほど、幸福度が低いと分かった。またアンケート調査の結果キャリアセンターの利用率は約30%ということが分かり、就職活動に不安を抱いていても、実行に移せていないという点から、コロナ禍でもオンライン上で就職活動の不安や悩みなどを解決する「就職活動掲示板」を提案する。

6 新規就農者の増加を目指して - 農業の現状を踏まえて -

京都産業大学 経済学部 松尾ゼミ 農業班

近年、我が国の農業就業人口が減少しており、日本の農業の衰退が懸念される。その要因として、新規就農者が増加していないことに着目した。

そこで、本研究では、新規就農者が増加しない理由を明らかにし、新規就農者の拡大の可能性について検討した。

その結果、新規就農者が増加しない要因として、初期投資の資金面と若い世代の農業に対する意識が考えられる。資金面については、国や各地方自治体が補助金の給付により、新規就農を希望する人へのサポートが用意されている。一方、若い世代にとって農業は職業の選択肢にすらはいっていない。

新規就農者の獲得に向けた地方自治体の取り組みなど事例を踏まえ、新規就農者を増やすために、(1) 地方自治体や民間団体が新規就農者を農地の受け手として育成し、彼らを職員として雇うこと、(2) 農業体験を高校や大学の科目として取り入れることを提案する。



7 福知山市の人口減少を食い止める - 子育て世代を応援！子どもを守る家！！ -

福知山公立大学地域経営学部井上ゼミ

近年、福知山市の総人口は減少を続けているが、合計特殊出生率は高水準になっている。全国的に待機児童問題が広がっている一方、現在、福知山市の現在待機児童は0人である。合計特殊出生率の上昇が続く場合、今後、さらに子どもが増加し、待機児童が現れる可能性がある。また、総人口が減少を続けていることも影響し、福知山市内の空き家が年々増加し、深刻な問題となっている。

今回、合計特殊出生率と育児に関する課題、および、空き家に関する課題を踏まえたうえで、「子どもを守る家」を政策提言する。これは、働きに出ている間や保育園などの時間外に、地域で子どもを預かる場をつくるというものである。そこにいる間、遊んだり、勉強をしたりと子どもが望むことや年代に合った対応を地域住民が主体となって行う。その場所は地域の空き家を再利用することで確保する。この政策により福知山市の子育てや空き家の課題解決に近づくのではないだろうか。



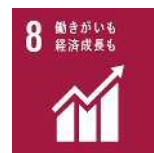
8 京都府全域の活性化を目指した関係人口増加策 - 今日から京でワーケーション -

同志社大学政策学部風間ゼミナール ワーケーション班

現在、日本は人口減少という大きな課題に直面しており、京都府も同様の状況である。少子高齢化とも相まって、地域の活力は大きく衰退しつつある。

本論文では、地方創生に関わる人の創出を最大化し、地域の魅力を維持・発展させる「関係人口」に着目し、観光資源の豊富な京都府でワーケーションを推進することで、関係人口を増加させる提案を行う。

提案においては、ハード事業として「もうひとつの京都」の各エリアにワーケーションの拠点となるコア施設整備、ソフト事業として、企業が定期的な利用を自治体と提携する提携制度、地域のニーズと企業のマッチングを促進する Web サイトの整備の3つを軸に論じる。



【分科会6】

1 今日から始めるメディア・ユニバーサルデザイン

- 情報アクセシビリティ向上のためのポータルサイトと認証制度の創設 -

京都産業大学法学部 高島ゼミ

私たちの研究目的は、誰にとっても見やすく、伝わりやすくするための配慮手法である「メディア・ユニバーサルデザイン（MUD）」に着目し、MUD 推進の政策を提言することにある。

近年、バリアフリー新法、SDGs、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、バリアフリーやユニバーサルデザイン（UD）の実現が進み、設備面でのバリアフリーはある程度整えられた。しかし、視覚メディアのバリアフリーは、十分に取り入れられているとはいえない状況にある。そこで本研究では、MUD ポータルサイトや認証制度を創設することで、MUD を社会全体に広めることを政策として提言する。



2 精神疾患者のつながりをつくる -従来の「カタリバ」を基盤とした空間的「カタリバ」の導入-

佛教大学 社会学部 チーム シルバーリボン

近年、社会問題の1つとして注目を浴びている精神疾患は、内閣府（2008）によると誰にでも発症する可能性のある病気である。さらに、精神疾患は、2013 年度に従来定められていた日本の4 大疾病に追加され、5 大疾病となった。社会問題化している精神疾患の改善に向けて、法律の制定といった対策が行われている。しかしながら、文献調査から精神疾患者は、社会に対して生きづらさを感じている現状が判明した。より実態に触れるため、フィールドワークを行った結果、生きづらさという課題を解決するには、カタリバの増設が必要であると考えた。

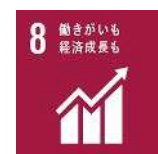
そこでチームシルバーリボンは、必要最低限の従来の「カタリバ」を基盤とした空間的「カタリバ」の導入を提案する。



3 工福連携モデルの可能性 -障害者雇用の現場におけるテクノロジーの導入-

龍谷大学 政策学部 深尾ゼミナール工福連携PJ

日本では、2021 年 3 月に障害者雇用促進法の改定が行われ、障害者の法定雇用率が引き上げられた。しかし現状を見ると、障害の軽い人の雇用促進に繋がってはいるが、就労継続支援 B 型において全国月額平均工賃は 16,369 円、時給で換算すると 223 円となっており、指定基準第 201 条第 2 項により、下回ってはならないとされている 1 ヶ月あたりの平均工賃 3,000 円を、下回る事業所も存在する。そのような「取り残された人々」に対する労働環境を整備しなければ、ディーセントワークを実現することはできない。そこで私たちは、就労継続支援 B 型を対象にヒアリング調査等の研究を行い、高工賃が期待できる新たなモデルとして、ロボットと障害者が協働する「工福連携モデル」を提案する。従来のモデルとは異なり、ロボットをベースとした仕事を受注することで、利用者の仕事を変えずとも高付加価値化を可能にするモデルである。



4 高齢者犯罪 -孤立を軽減する取り組み-

京都先端科学大学 経済経営学部経済学科 阿部ゼミ 高齢チーム

本論文では、現在少子高齢化が進んだことに伴い、高齢者による犯罪、特に再犯という問題がある。その再犯は万引き、窃盗などの軽犯罪が多く、検挙されても矯正や更生保護による各種処遇に至らない場合が多い。

そこで、なぜ高齢者が軽犯罪を繰り返し犯罪をするのかという背景事情や現状を調査した結果、「犯罪性が進んだ高齢犯罪者ほど社会的な孤立や経済的不安といった深刻な問題を抱え、このことが高齢犯罪者全般の主な増加原因であるといえる」ことが分かった。そこで、先行研究として経済的要因、福祉的要因、生活習慣要因、の3つの要因に着目し、そこで見えた課題の分析を行い、高齢者が犯罪や孤立を防ぐために地域に密着した政策提案を提言する。



5 ICT等の認知症対策を最大活用するためには

同志社オレンジゼミ

2025年には約700万人にも増加するとされている認知症。しかし早期発見、対応することにより回復、進行を遅らせることも可能である。私たちはその「早期発見」に着目し、最終的には当事者の幸福度の上昇に繋がることを目的とする提案をしたいと考えている。

早期発見には、高齢者が定期的に自らの状況を確認する習慣を持つことが重要である。確認できる情報は多く存在しているものの当事者が能動的に接触しなければならないために十分に活用されていないのが現状であると考え。そこで自治体と多くの高齢者が共通して利用するLINEに着目し、認知症チェック・サービス利用の促進機能(①対話型②簡単な選択肢で会話が進む③個人のタイプ・認知症チェック結果・ニーズ別)を提案する。この機能を用いて簡単に定期的に自らの状態を確認してもらうことで、サービス利用の増加・早期発見につながると考えている。



6 アンコンシャス・バイアスをなくす試み -SNS上の配偶者呼称の内容分析から-

京都産業大学藤野ゼミ Eグループ

本研究では、配偶者に対する「呼称」がどのような社会的文脈で使用しているかを探り、呼称を通じて日々構築されているジェンダー階層的な関係を明らかにする。その結果からアンコンシャスバイアスをなくし、これまでのジェンダー関係を解体する新しい試みを提案する。このためにTwitterから配偶者の呼称「嫁」「奥さん」「家内」「妻」「パートナー」の500件のテキストを無作為に抽出し、テキストマイニングのフリーソフト「KH Coder」で計量的なテキスト分析を行う。分析の結果、「パートナー」は多様な単語と関連している一方でそれ以外の呼称は、「家事」という単語との関連性が強く、これらが性別役割分業の中で家事というパフォーマンス性を包含していることが明らかになった。ここから、これまでのジェンダー関係の解体を図り、新呼称を創設すること、特に自治体为新呼称を広報活動の一環として用いることなどを提案する。



7 防災標識を価値あるモノに

龍谷大学 石原ゼミ チーム防災標識

日本には、様々な防災標識が数多く設置されている。しかし、それらの防災標識が街の景色に紛れ込み、形骸化しており、本来の防災標識の力が発揮されておらず、意味や価値が失われているのではないかと考えられる。そこで本研究では、防災標識が「人々の命や生活を守るための迅速な行動や避難行動を呼びかける」という本来の目的を果たしているのかを明らかにするとともに、それを解決するために「防災標識ワークショップ&コンペ」の提案を目的とする。龍谷大学・大学院に在学中の学生を対象に、龍谷大学深草キャンパス周辺の防災標識と道路標識などの標識の認知度や理解度を比較する旨のアンケート調査を行った。アンケート調査の結果を基に防災標識の課題を解決する方法として「防災標識ワークショップ&コンペ」を提案する。参加者が主体的に活動を行うことで防災標識を「自分ごと」として捉えてもらい、防災標識の形骸化の解消を図ることが期待できる。



8 成年後見制度を中心とした高齢者支援の在り方について

-エンディングノートを活用したアプローチ-

京都府立大学 佐藤ゼミ

近年、日本では急速な高齢化が進行している。このような状況を踏まえ、人生の終わりを迎えるための準備活動、いわゆる「終活」の必要性が高まっている。より良い終活を行うためには、高齢者自身の意思を尊重することが重要となる。高齢者の意思決定を支援するための制度やツールとして、成年後見制度やエンディングノートが存在する。近頃、エンディングノートの配布を行う自治体も見られ、その知名度は段階的に向上している。しかし、成年後見制度の認知度は依然として低く、また制度の内容に対する正しい理解も得られていない。そこで本論文では、まず、成年後見制度やエンディングノートの現状について、研究によって得られた情報やデータを提示する。そのうえで、エンディングノートのさらなる普及とこれに連動させた成年後見制度の理解度向上に焦点を当て、終活支援を行うための政策を提案する。



【分科会 7】

1 カラオケ店・映画館を帰宅困難者の休憩スペースに

龍谷大学 石原ゼミ休憩スペースプロジェクト

災害時、帰宅困難者がむやみやたらに動くことによってパニックや群集事故といった二次被害や、大勢の人間が道路に溢れて緊急車両が通行できなくなるという問題が発生すると想定されている。カラオケ店・映画館を帰宅困難者のための休憩スペースとして活用することで路上や駅周辺の人流を減らし、混乱や二次被害の抑制に効果的だと考え、中京区のカラオケ店・映画館に対し調査を行った。その結果、カラオケ店・映画館を帰宅困難者のための災害時帰宅支援ステーションとして活用できることが明らかとなった。カラオケ店・映画館をステーションとして活用するために、関西広域連合が主体の「会員制度」を提案する。利用者は会費を支払うことで災害時にステーションで飲料や食料、休憩スペースなどを無償で利用できる。帰宅困難者と企業の双方にメリットを生むと共に、帰宅困難者の混乱や二次災害を防ぎ、分散帰宅を促すことも可能になる。



2 災害時の性被害防止 - SNS 活用による情報収集と情報発信 -

同志社大学政策学部川口ゼミ 1 班

現在、日本での避難時における性被害の問題というのは、大きな災害を通して徐々に注目を浴びようになってきたが根本的な解決には至っていない。我々はこの問題について、避難所での性犯罪に関する安全が確保されていないかつ、現状が把握し切れていないため、情報を収集する手段が必要であると考え、また被災者にも情報が行き渡っていないことから、情報提供に工夫する必要があると考えた。そこで、本研究では、SNS を利用し被災者の方が自ら性被害の情報を伝え、その情報に基づき、適切な相談窓口案内したり、避難所運営をしている人たちに伝えたりすることができるというシステムを作るという政策を提言する。



3 京都市の子供食堂の実態と支援のあり方

京都産業大学 藤野ゼミ D グループ

本研究の目的は京都市内の子供食堂の実態や課題に迫り、自治体の子供食堂への支援の具体的施策を提言することである。インタビュー調査や参与観察の結果、調査対象となった子供食堂は、交流等を重視する共生食堂タイプが多いものの多様な役割を有していることが確認できた。また、年数の浅い団体を中心に補助金等の情報が得られず、継続の不安を抱えていること、真に支援が必要な人を受け入れているかわからない中で実施していること、コロナの影響で利用者が減少したことなどの課題を抱えていることもわかった。これらを踏まえると自治体は子供食堂が今や地域社会の中で重要な意義と多様な役割を持っていることを認識し、情報のやりとりを強化すべきことが提案できる。また子ども食堂の活動の今以上の広報や支援金制度等の周知、企業の支援情報の橋渡しをすること、ケアが必要な人の情報を迅速に得られる体制を築くことも重要な施策として提言できる。



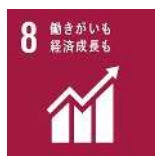
4 新たな地域内循環の形成と福祉サービスの拡充 - 京都府相楽郡笠置町の事例を通して -

龍谷大学深尾ゼミナール笠置プロジェクト

近年、全国的に高齢化や人口減少が進行しており、特に地方や中山間地域においてはその影響が著しい。

高齢化が進む社会状況下では、各地で様々な政策や取り組みが行われているが、高齢者一人ひとりが生き生きとして暮らせる環境を構築するためには、より一層福祉サービスを拡充していくことが重要であると考えます。

本研究では、京都府の中山間地域にある笠置町に焦点を当て、深刻な高齢化が進む地域の現状や行政の取り組み、高齢者及び要支援認定者へのニーズ調査の結果などを基に、高齢者と地域の双方に効果的な取り組みと政策アプローチを提案する。



5 パン屋×子ども食堂=SDGs

京都橘大学 現代ビジネス学部 松石ゼミ Bグループ

近年、日本は食品ロスの問題に直面している。年間 2351 万トンの食品が廃棄されている。その中でも本研究では、地域性の観点からパンの食品ロスに着目している。パンの消費量が多い京都府にあるパン屋は、過剰生産や天候の影響で、本来は食べられるにもかかわらず、廃棄しなければならないパンが出ているのが現状である。実際にパン全体の 5~10%は廃棄されている。そこで、このような廃棄されるパンを何かに再利用できないだろうかという考えに至り、その対象を NPO が運営している子ども食堂を利用する人たちにした。私たちは余ったパンの使い道に困っているパン屋と献立のレパートリーを増やしたい子ども食堂を結び付ける政策を提案する。消費期限や量などのパンに関するあらゆる情報を簡単に交換できるホームページを作成することによって、パンの再利用が促進されと考えている。



6 タイムバンキング「おかげさまクレジット」導入案 - 京都市における新しいボランティアのかたち -

同志社大学政策学部風間ゼミナール タイムバンキング班

地域課題の解決には、住民の主体的な参加を前提とした地域のつながりが不可欠である。しかしその反面、2017 年に京都市が実施した「市民総合アンケート」によると、地域のつながりの希薄化がうかがえ、地域住民の団結は喫緊の課題となっている。

地域のつながりを形成する手段の一つとして、ボランティアが挙げられる。だが無報酬のボランティアは参加率が低く、奉仕精神に基づくボランティアには限界がある。従って、互酬性に基づいた新しいボランティアのかたちが求められている。

そこで、私たちは国内外で取り組みが見られるタイムバンキングをもとに考案した、「おかげさまクレジット」の導入を提案する。

本制度は、互酬性に基づく奉仕の経験の繰り返しが住民の意識変化に繋がり、ボランティア活動が持続可能なものになることから、地域のつながりの再構築の手段となり得る。



7 旧市街地エリア再創造に向けた古民家シェアリングモデルの創出 -交流の場としての可能性-

福知山公立大学地域経営学部 谷口ゼミ リノメイションチーム

近年、社会情勢の変化や個人の価値観の多様化により、地域活動への無関心、若者の地域離れ等が課題となっている。本研究対象地域である福知山駅から北側エリアは、街としての賑わいに欠け、地域コミュニティの衰退も懸念されている。また、総務省統計局(2019)によると、全国的な空き家の増加で多くの社会問題が発生しており、空き家の有効的な利用のための対応が各地において必要とされている。本研究では「地域コミュニティの希薄化」「空き家の増加」の二つに問題意識を置き、福知山旧市街地エリアにおける古民家「さつき荘」を多様な用途でシェアすることで、地域コミュニティの活性化及び空き家・古民家活用モデルを創出することを目的としている。現段階では二つの実践調査を行い、それぞれ「交流の場」「コワーキングの場」としての可能性を探り、結果を明示した。加えて、二つの実践調査を通じた考察を述べ、最後に今後の展望について記載した。



8 子どものための「サードプレイス」の創出 - JOCA 大阪の事例研究と政策提言 -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ G.G. さとうグループ

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、昨年来週、外出自粛や学校の休校措置が取られた。その影響を受け、日本全国で、子どもたちの教育・遊び・スポーツなどの機会の減少、不登校児童の増加、家庭内での子どもの虐待が深刻な社会問題となっている。我々は、コロナ禍における子どもの抱える教育機会とメンタル面での問題の解消策として、レイ・オールデンバーグにより提唱された「自宅や学校、職場とも隔離された自分らしい時間を過ごすことができる第三の居場所」である「サードプレイス」に着目した。実際に、大阪府摂津市にて、地域の子どもたちにサードプレイスを提供する活動を行っている JOCA 大阪をケーススタディ先を選び、訪問調査を行った。分析結果より、我々は、大学キャンパスの空き教室を有効活用して、JOCA 大阪のように安心して子どもを見守ることのできる空間やサービスを提供することを提言する。



【分科会 8】

1 学生と行政・地域をつなぐ -京都ファンネットワークの構築-

京都産業大学 鈴木ゼミ 京都ファンネットワークチーム

京都市は人口に対する学生の割合が日本で1位だが、就職を機に他府県に住むケースの多いことが課題となっている。そこで、京都の魅力を知った多くの学生が卒業後も定住し、京都を活性化させることが求められる。本研究は学生と行政を直接つなぐ「京都ファンネットワーク」の仕組みについて、鈴木ゼミと京都府が協働で検討した。ゼミからはアンケート結果を踏まえて、京都府の事業へ学生の参加を誘導するためにLINEグループの活用を提案した。行政ではLINEグループを使用できない課題があり、仕組みは公式LINEとTeamsを併用することとした。検討した仕組みは本年の12月に試行されることとなっている。京都府主催の事業に参加した学生で構成される「京都ファンネットワーク」を通じて地域の魅力を発信することが地域活性化につながる。また、学生同士、学生と行政とを「つなげる」効果もあると考えられる。



2 地域住民を巻き込んだ関係人口の創出 - 与謝野町から学ぶホップ・ステップ・ジャンプの地域づくり -

福知山公立大学杉岡ゼミ

地域の過疎化が進む今日では、定住人口だけではなく地域と多様に関わる人々である関係人口の創出も重要である。それを踏まえて、本論文では地域住民を巻き込んだ関係人口の創出にチャレンジする与謝野町の取り組みに注目し、その現状分析、先行事例を踏まえ、政策提言を試みた。



3 大学の避難所運営における学生ボランティアの育成

京都橘大学高山ゼミチームシェルター

私たちが住む日本では災害が多い。京都には多くの大学・短期大学が集まっていることから、大きな災害が起きた際には、私たちが通う大学も含め多くの大学が避難所になりうる。先行研究の調査によって、ボランティア活動をやりたい学生は多いものの、実際に参加している学生は少ないことが分かった。そこで、「避難所運営に携わる学生ボランティアの認定制度」を設けることを提案する。この制度は、大学コンソーシアム京都に加盟する大学・短期大学にて、単位認定型のボランティア科目を開講し、避難所運営に当たっての基本的な知識を会得することを目標とするとともに、避難所運営における人手不足の解消、また、学生のボランティア活動への参加を促進させることができると考えられる。避難所運営に携わる学生ボランティアの認定制度を設けることにより、「学生のまち」と呼ばれる京都だからこそできる避難所運営の在り方の確立が期待できる。

4 京都市のベンチャー企業における SDGs 評価 - 企業マップの作成 -

京都産業大学 イケダゼミナール

近年の日本における SDGs への関心は急速に高まりつつあり、それは投資機関や大企業の動向から見て顕著な変化として現れていると思います。一方で持続可能な開発という考えは社会的な流れから一般の人々にも広まりつつありますが、地元企業が実際にどのような形で SDGs に貢献しているのかという点については詳しく知っている人はそれほど多くありません。このような現状を踏まえて、地域の人々が自らが住む地域において SDGs に貢献している企業の活動について理解し、それらの企業への関心を持ってもらうために京都市内のベンチャー企業を対象に SDGs 企業マップという企業一覧表を作成しました。



5 自治体における同性カップルの権利を保障する取り組みについて

龍谷大学政策学部政策学科大田ゼミ

LGBT など性の多様性が世界的に注目されている。アメリカ、イギリス、台湾などでは同性カップルの権利を保障するため同性婚制度が導入された。一方、日本では同性婚が法制化されていない。このため、同性婚を求める人々が 2019 年に札幌、東京、名古屋、福岡、大阪の 5 箇所で訴訟を起こしている。

国レベルでは同性婚承認に向けた動きはない。しかし地方自治体で独自に同性カップルの権利を保障するためのパートナーシップ制度と呼ばれる取り組みを行なっている。一方で、パートナーシップ制度では解決できない法的不利益をはじめとした課題がいくつもある。本論文では 2020 年に 9 月 1 日よりパートナーシップ制度を導入した京都市の事例から、パートナーシップ制度の課題と思われる点を二つ挙げ、そこからパートナーシップ制度の今後の展望について私たちの考えを述べていく。



6 「一票の重み」と知識は投票参加を促すのか - サーベイ実験を通じた実証的検証 -

京都府立大学 2 回生秦ゼミ

本稿は、政治的有効性感覚と政治的知識が、投票参加に対して与える影響について、サーベイ実験を通じて明らかにする。近年、日本の若年層の投票率が低下しており、民主主義の崩壊が危惧されている。こうした状況に対して、有効性感覚と政治的知識が重要だと指摘されているが、実際にどのような因果効果を及ぼしているかは明確ではなく検証する必要がある。

仮説は以下の通りである。「有効性感覚と政治的知識を情報として有権者に提供することで、政治的関心を高め、有権者の投票参加を促しうる。」

実験の結果、政治的有効性と知識を付与しても、政治参加への意欲は促されないことが明らかになった。むしろ、政治的有効性と知識を同時に付与すると投票意欲を有意に減少させたことから逆効果とまで言え、仮説は棄却された。以上の知見は、政治的知識を重要視し、一票の重みを強調する主権者教育は、一見正しく見えるが、そうではないことを示している。



7 政令指定都市におけるオープンデータの推進

同志社大学政策学部真山ゼミ

本論文は近年世界的に取り組みが盛んに行われているオープンデータについて、その概要や現状についてまとめた後、全国の政令指定都市のオープンデータサイトについて調査した結果および政策提言を記したものである。オープンデータには「透明性の向上」「官民協働の推進」「経済効果」等の目的があるとされており、我が国においてもオープンデータの取り組みを進める自治体は増加傾向にある。しかしながら、「市民に活用され、便利で有益なオープンデータサイト」とはどのようなものであり、どのように整備するべきなのかという点は議論の余地がある。そこで今回の調査では全国政令指定都市のオープンデータサイトのデータ数や使いやすさ、政府の推奨データの数などを実際に計測し、アクセス数を調査して実態の把握に努めた。その結果、オープンデータのアクセス数には市の財政規模や人口よりもデータ数や種類、検索のしやすさに強い相関があることが分かった。



8 「親ガチャ」意識がなくなる社会の実現に向けてー親の子への進路期待の要因分析からー

京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ Bチーム

本研究は、子どもがどんな親の元に生まれてきたかで進学先や通塾状況、留学の選択肢が限られてしまういわゆる「親ガチャ」状態を、どのように改革すべきかを提言する。データはベネッセ総合研究所2012年の「学校教育に対する保護者の意識調査2012」を使用、二次分析している。その結果、進学先、留学希望、通塾の全ての項目において、関東地域に居住していることと子の性別が男子であることが親の子に対する教育期待を高めていることが分かった。また、進学先では親の学歴が、留学と通塾では兄弟数が多いと親からの期待が薄くなることが分かった。以上のことから、子が「親ガチャ」の影響を受けないようにするため、3つの政策を挙げる。①進路や教育について正しい知識を持ち、自己決定できるようにする。②親の子どもに対する期待を変更できる環境をつくる。③志望状況に沿って社会全体で子の進学を支援する。この三点を政策提言とする。



【分科会 9】

1 高齢者に対する高額医療と 2025 年問題

福知山公立大学 地域経営学部 医療福祉経営学科 2 年 岡本ゼミ

2025 年までに、団塊の世代が 75 歳以上の後期高齢者となるタイミングの前後で引き起こされる「2025 年問題」。この問題を交えつつ、統計データを集め、分析することで、中丹医療圏(福知山市・綾部市・舞鶴市)の高齢者の医療費負担の増加状況を明らかにし、課題、対策を提言していく。2020 年の中丹医療圏の病床数は、全国・京都府と比較しても多くある一方、医師数は大きく下回っている。病院数が全国・京都府と比較して上回っている一方、一般診療所の数は下回っている。また、2020 年の京都府全体の一人当たりの医療費負担は、全国平均より上回っている。医療需要減少の対策として、医師数とのバランスが取れる程度に病床数を減らすこと。一般診療所を増やす、又は訪問医療等の工夫が必要と考える。また、かかりつけ医を持つことの推奨、セルフメディケーションを推進することで、医療費の自己負担を軽減できると考える。

2 若年層における特種詐欺被害への対策

京都産業大学 経済学部 地域金融グループ

私たちは高齢者の特種詐欺被害に隠れた若者の被害に注目し、研究を進めた。その中で、被害に遭う対象の心理的特徴の自信過剰を用い、特種詐欺の遭いやすさを脆弱性とし、対象が若者だからこそ効果のある政策を私たちは考えた。



3 結婚を考えやすい環境へ - 出会いの場の提供を -

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ チーム K

結婚をする年齢が高くなったり、あるいは結婚の影がないという現象は薄々気づいているだろう。そこで本論文は、現在、晩婚化・未婚化が進んでいる原因の中で女性の社会進出について着目し、25 歳から 34 歳までの就業女性を対象とした婚活について政策の提言をしたものである。内閣府のアンケートより、結婚はしたいが、理想の相手が見つからないこと考える人が多いことが主な原因であると判明した。また、現在コロナ禍におけるテレワーク化の拡大により、より出会いの場が限られている。そこで、女性がキャリアアップのできる環境づくりと自然に異性と出会うことを両方叶えるシェアオフィスの兼ねた社宅を兼ねたシェアハウスを我々は提案した。



4 持続可能な社会の実現に向けたエビデンスに基づく政策立案(EBPM)の実践

- ランダム化比較試験を活用した難民支援アプローチ開発の事例 -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 栗山一丸

現在の日本では、コロナ禍の影響もあり、社会の分断や孤立の問題が深刻化している。今後、国内でSDGsを推進するには、地域社会・企業・学校にて、多様性・包摂性を有する持続可能な社会の実現に向けた取り組みを広げる必要がある。そこで我々は、エビデンスに基づく政策立案(EBPM)の手法を応用することで、持続可能な社会の実現に貢献できるのではないかと考えた。具体的なテーマとして難民問題を取り上げ、EBPMの手法の代表格であるランダム化比較試験(RCT)を用いて、効果的な難民支援アプローチの開発を行なった。RCTでは、ネット・アンケートを行い、「身元の分かる被害者効果」が人々による難民支援への支払い意思額を高めるかを検証した。その結果、「身元の分かる被害者効果」が寄付金アップに有効であることが明らかとなった。こうしたEBPMの手法は、今後、多様な社会課題や身近な問題の解決にも応用可能であると考えられる。



5 日常使いとしての着物 - 着物会議習慣による着物産業復興への手がかかり -

同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班

近年、京都市の着物産業の衰退が深刻化している。こうした現状を打開するため、京都市では様々な政策が実施されている。しかし、それらの取り組みの多くは、お祭りなど非日常場面での着物着用に着点を当てているため、着用機会は限られており、着物の需要喚起にあまりつながっていない。つまり、着物の需要を拡大するためには、着物の着用機会を増やす必要があるといえる。そこで、どの業種の企業でも日常的に実施されている会議と、着物を着用することで得られる心理的效果に着目した。着物を着用して行う会議「着物会議」が参加者に与える心理的效果を調査する検証をふまえ、京都市の企業を対象に日常的な着物着用を習慣づける政策「着物会議習慣」を提言し、京都市の着物産業の復興を目指す。



6 生理の貧困から考える日本のジェンダー平等推進

京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ C グループ

本研究は、ツイッター分析及び大学での女子学生へのアンケートにより、女子学生の生理の実態を調査し、大学教育におけるジェンダー平等のための具体的な政策を考案することを目的とする。

まずツイッター分析の結果によると、生理の貧困とは金銭的な意味だけではなく、教育や身体理解の欠如など、貧困の持つ意味は広いことがわかった。次にアンケートの分析結果によると、回答者のほとんどは生理痛があると回答し、高い割合であった。特に生理痛が「毎回ある」場合、28%の人が授業の欠席の経験がある。一方でピルの使用率は低いことがわかった。さらに、生理用品のトイレへの無料設置の希望が高いことも分かった。

これらを踏まえて大学に対し次の二つの施策を提言する。①学内での生理用品・鎮痛剤の無料配布②教員や学生向けのセミナーや講習会の開催である。これらによって、女子学生の教育機会の喪失を防ぎ、ジェンダーの平等性を高める。



7 脱京菓子離れ -若者へ向けたPRから文化継承へ-

佛教大学社会学部大谷ゼミ京菓子班

京菓子。それは、日本、そして京都の年中行事や季節と強く結びつき、その優美な見た目や気品あふれる風味から五感で楽しまれ、京都の伝統文化として長く愛されてきた歴史を持つ伝統和菓子である。

しかし、近年、社会では洋菓子の普及などを背景に和菓子離れが懸念されており、消費量は年々減少傾向にある。特に若者の間で洋菓子の普及や和菓子離れが進んでいることから、若者を対象とした京菓子の需要拡大が京菓子業界において課題となっている。

そこで、今回、私たちは京菓子業界の現状を理解し、現代の若者の間で起こる京菓子離れの問題解決につながる政策を検討するため、京菓子協同組合や京菓子販売を行う京菓子司寿菓舗にインタビュー調査を実施した。その結果をもとに、これからどのようにして若者の京菓子への関心を高め、長期的な需要拡大につなげていくのかについての政策提言を行う。



8 主権者教育におけるデジタルコンテンツの有用性と可能性

- より早く、楽しく、効果的な学びに向けて -

京都府立大学 公共政策学部 2 回生窪田ゼミ

本研究では、先行研究にて確認された「アナログゲームを用いた主権者教育プログラムが短時間で楽しく効果をもたらす可能性」をさらに高めるため、大谷中学校マルチメディア部と共同開発したデジタルゲーム・動画・ポスターとそれらを掲載するHPを活用することで、有権者が自身の選択に自信を持って投票に行けるようになる効果を検証する。

調査としては、(1)昨年度まで高等学校で実施してきたアナログゲームを用いた同プログラムの持続効果、(2)同HPの活用で、早く、楽しく、効果的に政策比較を体験し学習できる効果、(3)同プログラムについて、座学とアナログゲームの組合せと、そこにデジタルコンテンツを加えた場合の効果の比較及び相乗効果を参加者へのアンケートで検証する。

以上より、多様な方法で複数回、自主的に学べる方が効果的であることから、先行研究に楽しさと手軽さを備えるデジタル要素を加えた主権者教育の実践を提案する。



応募論文（掲載のみ）

1 これからの福知山市の観光について - 生涯学習の視点から -

福知山公立大学 大谷ゼミ 観光班

2020年、これまで増加傾向にあった福知山市の観光客数は新型コロナウイルスの影響で減少した。大河ドラマ「麒麟がくる」の影響で福知山城などでは過去最高の入館者数となったものの、大河ドラマはすでに終了し関連施設は閉鎖、新型コロナウイルスの猛威はいまだに続いており、福知山市の観光は逆風が吹いている。そこで私たちは生涯学習と観光を絡めることによって何か新しい観光の形が見つかるのではと考え、福知山市の観光地を実際に調査した。生涯学習を選択した理由として世代、学習内容や方法、形態が様々であり高齢化社会などに適した観光の形になると考えたからである。本論文を通して福知山市や、生涯学習と観光の関連性について一度考える機会になれば幸いである。



2 お年寄りの IT 支援について

京都産業大学 経済学部 八塩ゼミ お年寄りの IT 支援チーム

現代社会に欠かせないインフラとしてビジネスのあり方や産業構造に大きな改革をもたらしている IT だが、発展の一方で情報リテラシーの低さにより若者と高齢者の間で生じる知識格差が問題になっている。高齢者はスマートフォンを手に入れても誰かが教えないと使えないことがほとんどだ。IT の利用経験は乏しいが知的好奇心と修得意欲が高い多くの高齢者に向けたサポートが求められている。そこで私たちは高齢者が使いやすいアプリなどを標準搭載したスマートフォンを販売する新たな制度を改革案とする。健康面のチェック、タクシーの手配、病院の予約など高齢者の生活に欠かせないサービスが単純な操作のアプリを通じて高齢者に提供される。また、高齢者向けアプリの認証制度を作り、認証が得られたアプリのみ標準搭載を認める。そうしたアプリを一定数集め、購入時に認証アプリ一覧から利用者が選択すれば、のちに家族の負担軽減にもつながると考えられる。



3 子育てママと女子大生を繋ぐ架け橋プロジェクト

福知山公立大学地域経営学部谷口ゼミ Rainbow Pocket チーム

福知山公立大学の谷口ゼミ Rainbow Pocket チームは、SNS を利用した子育てママと女子大生を繋ぐ架け橋プロジェクトを行っている。福知山の「子育てママ」が抱える悩みを大学生が解消していく、また大学生が抱える悩みも「子育てママ」の知恵を使って解消していく。このようなお互いを支えあえるような関係を目指している。主には Instagram を使い福知山公立大学の女子大生に向けて情報発信をしている。このプロジェクトの特徴でもある、女性だけで構成されたプロジェクトメンバーならではの視点で、子育てママからの情報、自分たち自身の情報を発信している。現在は子育てママと女子大生へのインタビューを通して、Instagram を活用しており、今後は徐々に子育てママと女子大生のオフライン交流に向けて活動していきたいと考えている。



4 女性（わたし）が議員になるために - 「非選挙権」の主権者教育 -

佛教大学 社会学部 チーム京都からパリティ

女性の更なる社会進出のために、女性の政治分野での参画である女性議員を増やすにはどうしたらいいのかについて、主権者教育の立場から提案を行うことにある。近年政府は2025年までに国政選挙での女性の立候補者数を全体の35%にまで引き上げることを目標に掲げているが、実際10月に行われている衆議院選挙での女性の立候補者の割合は17.7%にとどまっており、女性が初めて選挙権を行使した1946年の衆議院選挙から75年が経過しているが、女性の立候補者は依然として少ない状況にある。対して諸外国では近年女性立候補者、女性議員は格段に増加している。2021年2月15日段階ではイギリスは30.6%、ドイツは31.9%である。日本が他国と比べて女性議員が少ないのは、高校教育の中で主権者教育の内容が薄いと考えられる。したがって、被選挙権の主権者教育が女性の地位向上に繋がると考える。



5 効果的なデートDV防止教育とは？

佛教大学 社会学部 チームパープルリボン

近年「DV（ドメスティック・バイオレンス）」だけでなく「デートDV」という言葉も広く知られるようになった。しかし、言葉が周知されていっても、それが必ずしも正しい知識と理解と共に広がっているとはいえない。そこで、正しい知識が認知されているのか検証するため、若い世代である高等学校の生徒のデートDVに対する認知度と、現在行われている防止教育について検討した。そこから見える課題では、認知度の低さと、従来の防止教育方法の問題点が発見された。

本研究では、その課題を踏まえ、正しくデートDVについて認識し、デートDVによる被害を無くすため、従来の方法に代わる新たな防止教育方法として、デートDVを社会問題として扱い、高等教育の教科内で防止教育を取り入れ、複数回行うことの必要性を提言する。



6 近畿地方4県の要介護認定率、離婚組数、高齢者独居世帯の割合と各市町村の自殺者数との関係

京都産業大学 経済学部 チームカルシウム

僕達は当初、コミュニティの形成や参加が高齢者や、一人暮らしをしている人の孤独死防止にいかにつながるか考えようとしていました。しかし、孤独死が世間的に定義が曖昧でデータが集められなかったもので、はっきりと区別されている自殺について、社会的影響があるのか、考えることにしました。ゼミで勉強中の重回帰分析を用いて、近畿2府2県各市区町村の範囲で要介護認定率・離婚率・高齢者独居世帯割合が、どれだけ自殺率に影響を与えているのか、関係を調べました。



7 子ども食堂の現状と展望 - 地場スーパーを主体とした持続可能な多世代交流拠点を目指して -

龍谷大学 政策学部 安ゼミナール

世間的に認知され、関心を集めている「子ども食堂」。

子ども食堂というシステムには依然として多くの課題が存在しているが、その中でも私たちは、子ども食堂の持続可能性に焦点を当てた。持続可能性を阻害している要因として考えられる①代表者への依存②人材不足③会場の確保等について整理し、私たちは「地場スーパーを運営主体とする子ども食堂の持続可能性」について政策提言する。

また、子ども食堂が持つ潜在的な可能性も考慮したい。私たちが実際に訪れた子ども食堂で見聞した経験から、子ども食堂は子どもたちが気軽に集まることのできる「居場所」としての役割を担うだけでなく、地域の高齢者や障がい者等も集まることのできる多世代交流拠点になっていると感じた。

昨今、日本社会における地域コミュニティの希薄化が問題視されている中で、私たちが考える子ども食堂のよりよい在り方を提示する。



8 都市近郊におけるシカ食害に関する若年層への普及啓発手法の検討 - クイズイベントと動画による効果の把握 -

京都産業大学 生命科学部 PROTECT FOREST

近年、長期にわたるシカの生息数の増加及び生息域拡大により森林の被害は深刻な状況が生じている。京都府においても同被害は生じており、シカによる下層植生の食害により森林生態系・生物多様性に強い影響を与えている。このような森林被害を防ぐためには市民による活動への参加が重要であるという認識が拡大している。本研究ではクイズイベントと動画を情報伝達媒体とした際に、シカ食害に対する若年層の関心を高めることが出来るのかを検証をした。研究対象としては自然環境について関心が低い若年層とし、アンケート集計により効果を把握した。クイズイベントや動画ではシカ食害に対する効果を高めることが示唆され、若年層の理解者を増加させる手段としての利用価値のあるものである可能性が見出せた。関心を高めることが出来た要因としては、若年層が楽しんで学習することが出来るような工夫をした点であると考えられる。



9 高齢者ドライバーの事故は本当に増えているのか - データと人々の意識の不一致 -

京都産業大学 法学部 片岡歩未

近年、「高齢者ドライバーの加害事故が増えている」という話題をよく耳にする。実際に高齢者ドライバーに関する記事では、前置きにそういった表現が使用されることがある。そのように感じる人も多いのではないだろうか。またそれに伴い、高齢者ドライバーに対する風当たりも非常に強く、免許の早期返納を催促するような意見も多くみられる。しかし本当に事故は増加しているのだろうか。増えていないとすると、なぜ「増えている」と認識してしまうのであろうか。

そこで本研究では、「高齢者ドライバーの事故が増えている」とはどのような認識であるのか、高齢者ドライバーが起こす事故にはどのような特徴があるのか、そのような認識に至る要因とは何であるのかについて検討を行った。

10 青色防犯灯の更新に関する自治会の意思決定

京都産業大学 法学部 古山理香子

かつて防犯効果があると全国各地で青色防犯灯が設置された。様々な専門家が調査をして青色防犯灯自体に防犯の効果はないとわかってから約十年が経ち、現在防犯灯の交換をしたか交換時期である。青色防犯灯を設置している地域は次は何色にしたのか、あるいはするのか。そしてその決定は行政・自治会でどのような決定の仕方をするのか調査する。



11 学生の居場所づくりの実践と提案 -映画評論合戦シネマバトルの試み-

福知山公立大学 谷口ゼミ 居場所づくりチーム

学生が主に集う場所は、「学校」「飲食店」「自宅」である。これらの集いの場は比較的閉鎖的になりがちである。親密な関係の中に閉じたり、学生同士の交流が広がらないのではないかと考えた。そこで私たちのグループでは学生が気軽に集まり交流ができる居場所を作りたいと思いプロジェクトを開始した。

また、学生が集まる機会が少ないことは学生の“つながり”を形成する機会も減少させている。多様な“つながり”が少ないことは学生生活の満足度を下げる可能性がある。このことは先行研究で明らかにされている。

さらにコロナ禍の影響で多くの学生は飲食店へ行く機会やサークル・部活等の活動にも参加できない状況が続くことが多く新たな居場所を作ることの需要がより高まっている。以上の理由からオンラインや対面での居場所は必要であると考え活動している。

本稿では実践した取り組みの概要と考察、今後の活動について述べている。

12 花火大会が地域にもたらす効果の研究と実践 -『ドッコイセ福知山花火大会』の復活に向けた取り組み-

福知山公立大学 地域経営学部 谷口ゼミ まつりチーム

1932年から始まった『ドッコイセ福知山花火大会』は、市民だけでなく市外からも多くの観光客が訪れるお盆の一大イベントであった。近年では京都府の『宇治川花火大会』と併せて二大花火大会と称されるほど大規模なものであった。しかし、2013年にドッコイセ福知山花火大会の露店で爆発事故が発生してしまった。その被害は大きく、死者3名・重軽傷者59名を出す悲惨なものであった。事故を受けて、翌年以降は一度も正規のドッコイセ福知山花火大会が開催されていない。この現状を知り、福知山市外からやって来た学生だからこそ花火大会の復活に向けてできることはないかと考え、4つ活動を始めた。1つ目は花火大会関係者への聞き取り調査。2つ目は2度行ったアンケート。3つ目は福知山商工会議所青年部ドッコイセ光委員会が主催する「ドッコイセスカイランタン final」のスタッフ活動。4つ目はYouTubeで配信する番組制作である。



口頭発表

【分科会 1】

レジ袋有料化の政策分析

- アンケート調査によるレジ袋有料化の検討 -

龍谷大学 渡邊ゼミ

○小林聖汰 (Shota Kobayashi)・石山真帆 (Maho Ishiyama)

・梅阪麻歩 (Maho Umesaka)・上岡歩勇 (Ayu Kamioka)・金城拓夢 (Takumu Kinjo)

・田代楓花 (Fuka Tashiro)・橋本未海 (Minami Hashimoto)

・宮原莞汰 (Kanta Miyahara)・山中愛里彩 (Arisa Yamanaka)

・吉田晃 (Akira Yoshida)・坂上千夏 (Chinatsu Sakajo)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：レジ袋有料化、アンケート調査、回帰分析

1. はじめに

近年、世界的に海洋プラスチック汚染が問題になっている。海洋を浮遊するプラスチックには、酸化防止材や難燃剤等の様々な有害化学物質が含まれており、それを生物が取り込んでしまうと、ポリスチレン微粒子の曝露による牡蠣の再生産能力の低下などの悪影響を及ぼすことが報告されている(廃棄物資源循環学会誌, 2018)。

この問題の解決に向けて、日本では2020年7月1日、すでに60か国以上で導入されている、レジ袋有料化がスタートした。

レジ袋有料化の目的は、海洋プラスチック汚染を解決するために「レジ袋有料化義務化(無料配布禁止等)」を通じて消費者のライフスタイル変革を促すことである(環境省, 令和元年12月)。しかし、国民の意識変革を促しレジ袋を削減するだけでは、海洋プラスチック問題の解決は難しい。理由として、漂着ごみ(プラスチック類のみ)の種類別割合(図1)では、総漂着ごみに対するレジ袋の割合が、重量では0.4%、個数では0.6%と非常に低い割合であることが挙げられる。



図1 日本の漂着ごみ(プラスチック類のみ)の種類別割合

出典：環境省「海洋ごみをめぐる最近の動向 p4」をもとに筆者らが作成。

あくまでこの政策の目的は、レジ袋有料化により、消費者のプラスチックごみ問題に対する意識改革を通して、ライフスタイル変革を促すことである。本稿では、レジ袋有料化により、消費者の意識変革は実現したのかを調べるため、アンケートによる意識調査を行った。その回答に対して、レジ袋を受け取る確率はどのような要因と関係が

あり、変化するのかを回帰分析する。また、レジ袋への支払意思額を調べ、国民の中でのレジ袋の価値を調査する。

2. アンケート調査と分析方法

本研究では政策効果を分析するため、大学生を対象にアンケートを実施した。ここでは、レジ袋有料化により環境に対する意識変化が生じたのかどうかや、レジ袋を購入する確率等を質問した。また、アンケートと共に、海洋プラスチックに関する知識調査を行うため、7つの問題を提示した。アンケート実施期間は2021年10月14日から2021年10月17日で、集計結果は125件となった。これらの回答を基に、消費者のライフスタイル変革が達成されているのかを回帰分析を用いて調べる。

被説明変数には、レジ袋有料化後、レジ袋を購入する確率とした。レジ袋有料化後に意識変化が生じた人、知識問題の正答数が高い人、政治的関心度が高い人(衆議院選挙の認知+投票に行くか行かないか)、実家暮らしである人、節約家である人ほど、レジ袋の購入回数が少ないと推測したため、説明変数にはこれら5つを加える。そして、質問の回答をダミー変数に置き換えた(表1)。



図2 レジ袋(コンビニ中サイズ)

また図2のレジ袋に対して最大どこまで支払えるか(支払意思額)を質問した。これにより現在のレジ袋に対する価格設定が妥当であるのかどうかを調べる。

表1 アンケート内容とその結果(N=125)

変数名	定義	平均
性別	女性1,その他0	0.28
生活様式	一人暮らし1,その他(実家等)0	0.248
意識変化	変化あり1,変化なし0	0.312
正答数	知識問題の正答数	3.168
衆議院選挙認知	知っている,知らない	0.704
投票	行く1,行かない0	0.472
政治的関心度	衆議院選挙認知+投票	1.176
倭約家	倭約家1,その他0	0.448
レジ袋有料化後の購入確率	購入しない0,10回に1回0.1, 5回に1回0.2,3回に1回0.3,毎回1	0.213
マイバック購入	有料化後1,その他(以前から,未購入)0	0.272
家庭での分別	有料化後1,その他(以前から,未実施)0	0.024
外出先での分別	有料化後1,その他(以前から,未実施)0	0.016
レジ袋の再利用	する1,しない0	0.912
支払意思額(円)	レジ袋(コンビニ中サイズ)	4.87

3. 分析結果

アンケート結果より、レジ袋有料化後にマイバックを購入した人の割合は約 27%、家庭内外ともに分別を開始した人の割合は約 2%と、どちらも非常に低いことが分かった。また、レジ袋有料化により環境問題に対する意識が変化したと回答した割合も約 3 割と非常に低かった。

レジ袋(コンビニの中サイズ)の支払意思額を調査したところ、平均 4.87 円であった。

表2 回帰分析結果

被説明変数：レジ袋有料化後のレジ袋購入確率 サンプルサイズ：125		
	係数	P-値
切片	-0.28	0.003
意識変化	-0.098	0.03
性別	-0.063	0.16
生活様式	0.11	0.03
正答数	0.017	0.29
政治的 関心度	0.006	0.82
倭約家	-0.11	0.01

レジ袋有料化による意識変化と、レジ袋の購入確率を回帰分析した結果、意識が変わった人の方がレジ袋を受け取らない確率が 0.098 下がり、有意水準 5%で有意となった。また、生活様式(一人暮らしか実家暮らしか)と倭約家であるかを分析したところ、ともに有意水準 5%で有意となり、一人暮らしであるとレジ袋購入確率が 0.11 上がり、倭約家であると 0.11 下がるということが分かった。しかし、知識問題の正答数や政治的関心は有意水準 5%で有意とならないため、レジ袋の購入確率との相関関係は認められなかった。

4. 考察

回帰分析の結果から、環境問題に対する意識を変化させることができれば、レジ袋の使用回数を減らすことができると分かった。また、レジ袋有料化は、倭約家のレジ袋購入機会の減少に効果的であったことも分析できた。

しかし、レジ袋有料化で意識変革ができたと回答した割合は約 3 割であることや、有料化後、マイバックを購入する等の行動変化を促せていないことから、ほとんどの学生にはライフスタイルの変革ができなかったといえる。また、レジ袋有料化後もレジ袋を購入したと答えた人は理由として、「購入物がかばんに入らない」「急な買い物でエコバックを持っていなかった」等を挙げていた。これは、環境への意識が変化したと答えた学生も該当する。このことから、レジ袋有料化により店舗でレジ袋を手に入れる機会は減少したが、一定数レジ袋を必要とする機会があると考えられる。

また、表1の結果からレジ袋を再利用する人の割合は 91.2%であることがわかる。そのため、レジ袋有料化でレジ袋の購入を控えた消費者は、袋の不足に対し、家庭内ポリ袋を購入するようになった。朝日新聞(2020/9/13)によると「100円ショップのダイソーでは(中略)有料化直前の6月は、昨年に比べて2倍以上の売れ行き。7月は3倍に迫る。」と報道されている。

さらに、分析結果①のレジ袋・中サイズに対する支払い意思額の平均は、市場に出回っているレジ袋の価格(中サイズ3円)と比較すると1.87円高く、消費者にとって購入許容範囲内であることが分かる。このことから、政府は価格設定を引き上げることで、レジ袋購入量を減少させることができると推察できる。

以上より、レジ袋有料化で環境問題への意識が変革した25人のうち8人、すなわち10%程度の人々がレジ袋を受け取らなくなったという結果が得られた。しかし、この政策が大きな変革を起こしたとは言えないことが分かった。そこで、レジ袋の価格を支払意思額に近づけることで、レジ袋購入量の減少を促すことができると考える。

参考文献

- (1) 高田秀重,マイクロプラスチック汚染の現状、国際動向及び対策,廃棄物資源循環学会誌,2018
- (2) 環境省“海洋ごみをめぐる最近の動向”,2018-09, https://www.env.go.jp/water/marine_litter/conf/02_02doukou.pdf, (最終閲覧日 2021-10-18)
- (3) 朝日新聞“レジ袋有料化から考える ゴミ袋の売れ行きが伸びる矛盾”,2020-09, <https://www.asahi.com/articles/ASN9D74CYN96ULBJ00D.html>, (最終閲覧日 2021-10-20)
- (4) 環境省“プラスチック製買物袋有料化実施ガイドライン”, <https://www.meti.go.jp/press/2019/12/20191227003/20191227003-2.pdf>, (最終閲覧日 2021-10-20)

デポジット制度導入による プラスチック排出量削減の可能性について

京都産業大学経済学部 松尾ゼミ

○高田吏玖 (TAKADARIKU) ・岡治瑞樹 (OKAZIMIZUKI) ・

中堀起喜 (NAKAHORITATUKI)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：ごみ問題

1 はじめに

地球温暖化の要因の1つとして、プラスチックごみ問題が挙げられる。プラスチックは可塑性・形成性・軽量性があり、自然分解されないという特徴があり、家庭用品、電化製品、医療用品など私たちの生活に欠かせないものとなっている。

しかし、プラスチックを燃やす場合、紙や生ごみなどの可燃ごみと比べ、温室効果ガスに加えて有害物質を含むガスを発生させてしまう。

図1は日本の廃プラスチック総排出量の年代ごとの推移を表したもの(単位は万トン)である。2015年から2019年まではプラスチックの排出量は減少傾向にあったが、2020年には急増している。

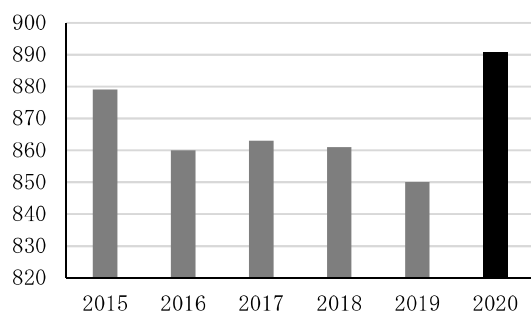


図1 プラスチックごみの総排出量の推移
出典 プラスチック循環利用協会
“プラスチックリサイクルの基礎知識 2021”

これは、2020年のコロナパンデミックの発生により、プラスチックへの需要が増えたことが挙げられる。例えば、巣ごもり現象により、飲食店のテイクアウト利用が増え、プラスチック製の容器の利用が増えたことが指摘されている。また、不織布マスクの利用の増加も挙げられる。不織布マスクの2020年の販売数量は197億枚と前年比の3.5倍となった。この不織布マスクの原材料はすべてプラスチックである。

以上に鑑み、本研究ではプラスチックのリサイクルについて着目し、ごみの排出削減の可能性を検討する。

2 わが国のプラスチックのリサイクル方法と現状

日本のプラスチックのリサイクルには、マテリアル、ケミカル、サーマルの3種類の方法が用いられる。

マテリアルリサイクルとは、回収した廃プラスチック(以下廃プラ)を溶かして成形し、再びプラスチック製品として再利用する。これを繰り返すと、様々なプラスチック分子が混ざり、品質が悪くなるため、最終的にプラスチックとして使用できなくなる。

ケミカルリサイクルは、廃プラを科学的に分子レベルまで分解し、その後他の化学物質に転換して再利用する。何度でも再生が可能となる、理想的なリサイクル方法であるが、プラスチックを分子に分解するために、大がかりな設備と資金がかかるため、日本ではあまりこの方法でリサイクルはされていない。

サーマルリサイクルは、プラスチックを燃やした熱エネルギーを火力発電や温水プールとして利用する方法である。

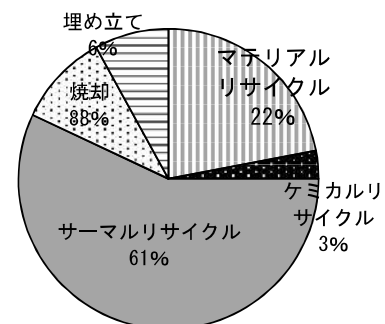


図2 国内のリサイクル方法の割合
出典 プラスチック循環利用協会
“プラスチックリサイクルの基礎知識 2021”

しかし、サーマルリサイクルは、焼却による熱回収であると判断されるためこの方法は、欧州などではリサイクルとは認められていない。図2を見ると、わが国のプラスチックのリサイクル率は国際的な基準でみると、約25%となる。

わが国でマテリアルリサイクル、ケミカルリサイクルが進まない理由は、再生されたプラスチックの価格より、新しく生産されたプラスチックの価格のほうが安いからである。プラスチックは様々な材質(ポリエチレン、ポリスチレン、プロ

ポリピレンなど）が組み合わさってできている。この材質の違いによって再生できるプラスチックの違いがある。例えば、ポリエチレンからはポリエチレンしか作ることはいできない。そのため、プラスチックの回収やその後の過程でさらに細かく分別する必要がある。この分別は、一般的には人の手で行われるため、コストが高くなってしまう。需要と供給の面からあまりリサイクルが促進されない。

3 プラごみのリサイクルに向けた取り組み

本章では、プラごみのリサイクルに向けた企業の取り組みとノルウェーの取り組み事例について紹介する。

3.1 企業のリサイクルに向けた取り組みの現状

ここでは、中小企業のリサイクルへの取り組みを事例に挙げ、企業が直面する問題や課題を指摘する。

あるポリエチレンテレフタレートフィルム（以下PETフィルム）メーカーの大手企業は、自社のリサイクルPETの開発に取り組んでいる。この大手企業は化粧品などのクリアケースを製造しているある中小企業から、プラスチックの残りを回収している。それを元にリサイクルPETを製造することができれば、使う材料（原料は石油）を減らすことができ、他方で中小企業もプラごみを減らすことができるため双方にメリットがある。

また、消費者の環境配慮への動向を意識し、化粧品の容器などリサイクル材料を使う企業が増えている。リサイクル材料を使った商品には、その旨を記すことができ、環境に配慮した企業であることを消費者にアピールできるメリットもある。

2章でもみたように、再生プラスチックのほうが新造プラスチックより仕入れ価格が高いため、大企業に比べ中小企業はリサイクル材料を用いた包装資材にコストをかける余裕がない。中小企業はどうしても安く仕入れることができる新造プラスチックを使用せざるを得ない。

企業の取り組みを調査した結果、リサイクル材料を使用する場合、納期の問題（開発中であることや時間がかかること）とコストの問題が明らかとなった。企業にとって簡単にリサイクル材料を用いることができないのが現状である。

3.2 デポジット制度

ノルウェーではペットボトルのリサイクル率が97%と高い。ノルウェーが高いリサイクル率を維持している背景には、国をあげて取り組んでいるデポジット制度がある。デポジット制度とは、製品に預かり金（デポジット）を上乗せして販売し、製品を回収する際に返金する制度である。ノルウェーでは、ペットボトルなどのプラスチック製品は、

使用後にお店やガソリンスタンド、ペットボトル回収機で現金やポイントに変えることができる。そのため、ペットボトルを一般ごみとして捨てる人は少ない。また、ノルウェー政府は、リサイクル率が高い企業ほど、環境税を安くするなどの優遇措置をとることで、企業側のリサイクルを促進している。

東京都八丈町では1998年から2003年までデポジット制度の実証実験を行っている。導入後、八丈町の消費者や小売業者を対象にしたアンケート調査によると、「全店参加すべき」との意見が41%にのぼり、「現状のままでよい」、「止めるべき」とする回答（それぞれ6%）を大きく上回った。

4 考察

以上のことから、わが国のリサイクル率をあげるための今後の取り組みについて考察したい。

中小企業にとってリサイクルを行うことは費用面で負担が大きく、リサイクル材料を用いるより新造プラスチックを用いる傾向にある。そこで、デポジット制度のような回収機構の導入が求められる。

そこで、プラ容器製造企業を例に説明すると、リサイクル費用、リサイクル材料の仕入れ、デポジット制度を運用するための費用などを上乗せして商品を販売する。企業は小売店などと協力し、独自で容器を回収し、デポジットを返却する。このようなシステムを構築することで企業のリサイクルによって生じる負担を軽減することが可能であろう。

さらに、政府は中小企業に対し、リサイクル率に応じて法人税の減税を行うことで、中小企業にとってリサイクルに取り組むインセンティブを与えることも重要であろう。また、このシステムはノルウェーとは異なり、政府が介入し回収を行わず、補助金を支払うこともないので、財源調達を考慮する必要はない。

このように、デポジット制度を導入することで、プラスチックのリサイクル率を高め、プラごみの排出量を削減することが期待できよう。

【引用文献】

プラスチック循環利用協会 “プラスチックリサイクルの基礎知識 2021” [panf1.pdf \(pwmi.or.jp\)](#) (2021. 10. 22)
日本財団ジャーナル “マスクや手袋、「コロナごみ」が海を脅かす” [\(nippon-foundation.or.jp\)](#) (2021. 10. 22)
富士経済グループ “市場規模 12 倍!?急成長する日本と世界のマスク市場 [\(research-online.jp\)](#) (2021. 10. 28)
HUFFPOST “回収率 97%。ノルウェーはどうやってプラスチックをリサイクルしている?” [\(huffingtonpost.jp\)](#) (2021. 10. 28)
小宮山健：『八丈町のデポジット』廃棄物学誌、Vol. 10, No. 6 pp396-398, 1999. 10. 14
https://www.jstage.jst.go.jp/article/wmr1990/10/6/10_6_396/_pdf/-char/ja (2021. 10. 28)

「エシカルな暮らし」実践の地 花背を目指して

- 森林資源の多面的利活用による北部山間地域の再生 -

同志社大学 政策学部 田中宏樹ゼミ

○八木智矢 (YAGI TOMOYA)・関家脩平 (SEKIYA SHUHEI)・寺谷 陸 (TERATANI RIKU)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：地給地足、循環型経済、緑の産業

1. はじめに

市内からバスで1時間ほどの距離、「無垢で森厳」という言葉を体現したかのような山里がある。京都市北部山間地域に位置する花背は、古くから山を起点とする産業で大いに潤い、自然と人の営みの調和が継承されてきた歴史がある。木材価格の低迷や人口減少により地域の衰退が懸念されその再生が急務となっている。本稿では、花背を中心とした北部山間地域（広河原・久多を含む）の潜在的な価値を掘り起こしつつ、暮らしの継承を題材に、地域の今後の方向性について検討する。

2. 現状分析

北部山間地域は古くから山林業で賑わいを見せていたが、安価な輸入外材に押され林業は衰退、林業就業者数は1995年度の36人から2010年度に10人に減少、人口も1995年度の607人から2020年度の412人にまで減少している（「京都市統計ポータル」）。地域拠点としてレジャー・宿泊施設等を備える山村都市交流の森が1998年に開設されたものの利用者数の減少が続き、施設所有者の1人である京都市は、運営の民間委託を検討中である。綾部市、京丹波町、美山町（南丹市）とともに、京都丹波国定公園に指定されながら、北部山間地域だけ、京都府の観光振興策の推進母体である「森の京都DMO」は加入しておらず、知名度、集客力ともに低い。地域内には樹高日本一とされる「花背の三本杉」、希少な植生が見られる久多の「八丁平湿原」といった自然資源に加え、伝統行事の「松あげ」、京都の暮らしと文化に欠かせない「粽ササ」の生産等、注目すべき人為の成す地域の伝統がある。自然と人為の調和、「無垢で森厳な自然と人間が織りなす営み」が生む心地よさは、北部山間地域の最大の資源である。

3. 提言の基本的方向性

花背のような山里での暮らしは、効率性・利便性の点で、都会での暮らしに見劣りする部分があるだろう。しかし、豊かさよりも心地よさに価値を感じる人々なら、山里で成立しやすい「エシカルな暮らし」への憧憬を抱くと筆者は考える。それは地給地足による循環型経済が形成された暮らしであり、効率性追求による大量生産・大量消費が当たり前となった現代社会とは、相反する暮らし

でもある。「無垢で森厳な自然と人間が織りなす営み」という北部山間地域のイメージにふさわしい「エシカルな暮らし」の実践の場を目指せば、都会には無い心地よさや共助に根差した温かな社会が継承発展させる余地は大いにあると考える。

以上のような問題意識のもと、以下より4つの具体的な政策を提言する。

4. 政策提言

(1) 森林信託による森林の維持継承

「平成30年度森林資源構成表調」によると北部山間地域の人工林率は48%と比率が高い。人工林維持には、下草狩りや枝打ちなどの間伐を行わなければならない、森林の放置は災害の被害拡大や森林の荒廃化につながる。そこで、森林における自然との共生を守り、森林利活用を持続可能にするため、森林信託をまずは提言したい。

森林信託とは、山主が森林を委託し、受託者である信託銀行が施業や維持管理などを代行する制度である。森林信託は他の信託制度と異なり、不動産所有権が信託銀行に移るため、諸々の手続きが簡略化される。そのため、委託者にとっては森林経営の選択肢が豊富にあり、受託者は何度も委託者に施業の了承を得る必要がなく、裁量権が大きいという利点がある。先行事例として三井住友信託銀行、住友林業、西栗倉村の三者共同による導入実績がある。山主から森林を預かった三井住友信託銀行は、地元の林業経営者である百森へ経営実施権を再委託する。住友林業は百森に対して、経営面や自社ノウハウを活かした技術的支援を行うというものである。不動産取引においては境界画定が必須であるが、所有者不明林は、年々増加している。境界画定を行わなければ、林業事業者の施業や補助金申請ができないため、境界画定と森林信託は不離一体と言えるであろう。

(2) 木質バイオマス発電による「緑の産業」創出

第2の森林資源利活用策として、木質バイオマス発電を柱としたエネルギー産業創出を提言した

い。自然再生エネルギーは「固定価格買取制度（FIT）」の後押しもあって普及が進んでいる。山間部における木質バイオマス発電は、材料調達および運送にコストがかさみ、商機を見いだすことは難しいが、先行事例がないわけではない。例えば、松阪バイオマスパワーテクノロジーズ（松阪市）は、ストーカー方式と呼ばれる含水率の高い木質資源も燃焼可能なボイラーを利用することで、難処理木材由来のチップの効率的な燃焼に成功し、調達コストを抑制している。

花背での電力供給先としては、北部山間地域の 181 世帯、近隣の大原百井の 632 世帯、京北の 1,882 世帯、合わせて 2,700 世帯余りを想定している。松阪バイオマスパワーテクノロジーズがカバーする 4,800 世帯と比べても、より小規模な発電プラントの建設で事足りると考えられる。燃料の供給源に関しては、京北の木質ペレット製造プラント（年間製造量 3,500t）である森の力京都（株）が、候補に上がる。発電可能な体制さえ整えば FIT 制度を利用し、エネルギー買い取り期間の 20 年間は、事業継続が可能だろう。FIT 終了後も採算性を維持するために、熱電併給も視野に入れる必要がある。廃棄物の資源化は、緑の産業の創出、新たな雇用の創出、エネルギーの地給地足による防災力の向上に資する。木質バイオマス発電への取り組みは、花背を始めとする北部山間地域が率先して再生可能エネルギーを地域再生に取り込む「エシカルな地域」として認知されるきっかけになるであろう。

(3) 森林浴を含むグリーンサービス産業化の推進

第 3 の森林資源の利活用策として、森林のグリーンサービス産業化を提言したい。林業の低迷が問題視される昨今、森林をサービス産業として利用する機運が高まっている。コロナ禍における健康志向の上昇もアウトドアブームに拍車をかけていることから、広大な森林環境を誇る北部山間地域も、トレッキングや沢登り、たき火やキャンプファイヤーなどを楽しむポテンシャルを有しており、サービス産業化を検討すべきである。

加えて、森林では「フィトンチッド」と呼ばれる成分が人体に作用し、不安や緊張、ストレスなどを和らげるといった効果があるとの研究が多数報告されている。都会の喧騒から離れて仕事をしたい中長期滞在のリモートワーカーや社員の健康増進などで森林浴を活用したい企業に対しても、

森の効用や他の観光資源などとパッケージ化して PR することで、森林を満喫してもらえるに違いない。また、ノスタルジー溢れ日本人の原風景に訴える美山に対し、厳かな森と無垢な営みが体感できる場として北部山間地域をブランド化することで、地方回帰を志向する移住者や来訪者のニーズを取り込めると考える。

(4) 粽ササ再生を契機とする地域継承教育の実践

現状分析でも述べたように花背は粽ササの特産地として知られているが、鹿害によって一斉に枯死してしまった。しかし、武田薬品京都薬用植物園が苗の一部の移植栽培用に敷地を提供し、また、地元と京都大学による「チマキザサ再生委員会」結成など、伝統産業復活への動きは確実に進んでいる。再生した粽ササを次世代へと継承していくべく、人材を養成する必要がある。

2022 年、美山の小学生向け山村留学施設「四季の里」が閉設する。山村留学は、都会の子どもが自然と共生することを通して感受性を育んだり、創造力を養ったりする情操教育の場としてはうってつけである。地域人教育や I ターン移住の獲得を考えるなら、北部山間地域にも「四季の里」に代わる留学施設を開くことを提言したい。山林留学で、ササについて知る授業や栽培体験など、ササに関連したカリキュラムを提供し、伝統産業の未来の担い手を醸成する場の形成を目指す。

参考文献

阿部 佑平・柴田 昌三・奥 敬一・深町加津枝(2011)「京都市におけるササの葉の生産および流通」 日林誌 93: 270-276

小野なぎさ(2021)『「新しい森林浴」学芸出版社

白井裕子(2021)『森林で日本は蘇る』新潮社

田中宏樹(2021)「森林資源利活用の方向性と課題」

『京都市における木質バイオマス発電の可能性について』京都府自治総合研究所（未定稿）

参考資料

京都市産業観光局「平成 30 年度森林資源構成表調」

参考ページ

京都市統計ポータル

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/>（最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日）

京都新聞「岐路に立つ京都・南丹の山村留学 財政圧迫の指摘、運営担う夫妻も高齢化」

<https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/600546>（最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日）

京都市における再エネ普及戦略と地域循環

—脱炭素社会に向けた取り組み—

深尾ゼミナール 2 回生チーム

○川並 栞 (Kawanami Shiori)・石田 堇 (Ishida Sumire)・梅原 初音 (Umehara Hatsune)・江口 美桜 (Eguchi Mio)・江見 柚香子 (Emi Yukane)・大藤 匠 (Ofuji Takumi)・栢村 翔太 (Kayamura Shota)・神戸 晟太 (Kambe Seita)・小坂 勘太 (Kosaka Kanta)・橋本 優花 (Hashimoto Yuka)・服部 華奈 (Hattori Kana)・前田 優斗 (Maeda Yuto)・宮崎 起玖 (Miyazaki Tatsuku)・宮下 真美 (Miyashita Mami)・山中 ちひろ (Yamanaka Chihiro)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：環境価値、太陽光発電、脱炭素社会

1. はじめに

近年、地球温暖化の深刻化によって脱炭素社会への転換が求められている。2020 年 10 月、菅前内閣総理大臣は「2050 年脱炭素社会の実現を目指す」ことを宣言した。2019 年 5 月に京都市では 2050 年を目標とした脱炭素社会の実現を宣言している。脱炭素社会の実現には、再生可能エネルギーの導入だけでなく、電力運用による経済・環境価値の創出が必要である。

本研究では、京都市における太陽光発電の導入に焦点を当て、経済・環境価値を創出する持続可能な政策を考えていく。

2. 京都市の現状

京都市は、エネルギー供給の約 94.0%を火力発電に依存している。これは極めて高い数値であり、2050 年までに「脱炭素社会」を実現するためには、早急に火力発電を低減する必要がある。しかし、京都市の住宅用太陽光発電の普及率は寒冷地を除いた政令指定都市では、大阪市に次いで低い状況である。

我々は太陽光発電が京都市内で普及すれば、電力の地域内循環の促進と脱炭素社会が実現すると考え、シミュレーションを行った。

3. シミュレーション

我々は現状を踏まえ、京都市での「脱炭素社会」に向けた政策提案を行うため、標本調査とシミュレーションによって京都市全域の 1 軒家に太陽光発電システム（以下、太陽光発電）を設置したときの電力量と、太陽光発電の初期費用を算出した。

まず京都市の全 1 軒家から太陽光発電の設置条件に合致しない家を除くための標本調査を行った。なお、空き家も管理者がおらず自家消費が発生しないため今回は除く。調査地として南区、東山区、

伏見区を選定し、各区 200 軒の屋根を標本とした。その結果、太陽光発電が設置できる屋根は全体の約 85%であった。よってここでは太陽光発電が設置できる屋根を 85%と仮定する。

この結果を元に、設置する太陽光発電の年間発電量を計算した。

まず全 1 軒家の数から空き家の数 37,700 軒を引く。京都市のデータより、1 軒あたりの年間発電量が 4,000kW である太陽光発電を設置すると仮定する。

$(322,200 \text{ 軒} - 37,700 \text{ 軒}) \times 0.85 \times 4,000\text{kW} = 967,300,000\text{kW}$

つまり、京都市全域の太陽光発電を設置可能な 1 軒家に設置すると、年間 9 億 6,730 万 kW の電力を発電できると推計される。

つぎに、京都市全域の太陽光発電を設置可能な 1 軒家に設置する場合の初期費用を算出する。

$(322,200 \text{ 軒} - 37,700 \text{ 軒}) \times 0.85 \times 1,160,000 \text{ 円} = 280,500,000,000 \text{ 円}$

つまり、上記の条件で太陽光発電を設置する場合の初期費用は 2,805 億円と推計される。

4. 政策提案

我々は、前章で算出した初期費用 2,805 億円に対して、経済価値と環境価値に重きを置き、妥当性を有した政策を提案する。提案は以下の 4 つである。

1 つ目の方策は、新築の住宅及び屋根の建て替えを行う住宅への太陽光発電の設置を義務付ける条例の制定という手法である。具体的には施工会社に対して、太陽光発電設置可否の調査、設置可能な設計の 2 点を義務化する。長期的な政策では

あるが、京都市の財政面の負担がなく、将来的に太陽光発電を普及させることができる。

2 つ目の方策は、京都市が市債を発行し、初期費用を全額負担する形で太陽光発電を設置する方法である。この方法ではいち早く太陽光発電を市内に設置できるが、京都市の財政負担が大きい。

3 つ目の方策は、協賛企業と連携し持続したエネルギー調達を行う方法である。環境価値を示す「グリーン電力証書」の発行制度を京都市が導入し、それを協賛企業に購入してもらい太陽光発電設置の資金を募る。その資金を利用して太陽光発電を全 1 軒家に設置する。電力は一部を家庭に、残りの電力は京都市が小売電力事業者に売電する。売電して得た新たな資金で今回の政策への資金を回収する。

4 つ目の方策は ESG 投資とグリーンボンドの導入である。具体的には地域企業による ESG 投資とローカルグリーンボンドの仕組み及び構造の導入で資金を調達し、その資金で太陽光発電を設置する。そして売電による利益で元本償還と利息を生み出す。最終的に地域の企業が環境価値を得られることで企業の競争力を生み出し、地場産業の発展につながることで産業政策としても有効であると考ええる。

5. 考察・まとめ

京都市の全 1 軒家に太陽光発電を設置することは、市民にとっても利点がある。日本の電気料金は年々上がり続けることが見込まれているが、我々の政策提案に参加することで太陽光発電で作った電気を使用することができ、電気料金に関する支出の安定を図ることができる。これにより、市民も地域循環の輪に組み込むことができ、企業も行政もこの制度を利用することで、地域循環していると言えるのではないかと考える。

また、京都市の全 1 軒家に太陽光発電を設置し、グリーン電力を生産していく仕組みづくりを行なうことができれば、環境価値の創出につながり、脱炭素社会の実現に近づくと考える。

6. 参考文献

京都市 「京都市エネルギー政策推進のための戦略」 （最終閲覧日 10 月 30 日）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000161/161721/siryo.pdf>

経済産業省 「統計表一覧」 （最終閲覧日 10 月 30 日）

https://www.enecho.meti.go.jp/statistics/electric_power/ep002/results.html

京都市 「みんなのおうちに太陽光」 （最終閲覧日 10 月 30 日）

<https://group-buy.jp/solar/kyoto/info/payback-period>

京都市 「平成 30 年住宅・土地統計調査」 （最終閲覧日

10 月 30 日）

https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Publish/Analysis/News/111Housing_Report2018.pdf

日本自然エネルギー株式会社 「グリーン電力証書システムとは？」 （最終閲覧日 10 月 30 日）

<http://www.natural-e.co.jp/green/about.html>

Y（ヨコハマ）-グリーンパートナー （最終閲覧日 10 月 30 日）-

https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/ondanka/etc/hama_wing/list.html

資源エネルギー庁 日本のエネルギー2020 年度版「エネルギーの今を知る 10 の質問」 （最終閲覧日 10 月 30 日）

<https://www.enecho.meti.go.jp/about/pamphlet/energy2020/002/>

コンポスターの普及率上昇に向けて

関田 静香

○小山 竜弥 (Koyama Ryuya)・杉本 蘭 (Sugimoto Ran)・雪本 拓己 (Yukimoto Takumi)・林 京也 (Hayasi Kyoya)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：家庭ごみ、コンポスト

1. 研究の背景

京都市では、1993 年から廃棄物の削減 再資源化を目的とした廃棄物処理システムを構築、運用し、ごみ減量のための取り組みをおこなっている。その結果、事業ごみや家庭ごみの量は年々減少傾向にあるが、ごみ処理費は増加傾向にある。では、なぜごみの量が減少しているにもかかわらず、ごみ処理費は増加しているのか。事業ごみよりも減少率が低い家庭ごみに着目して問題点を探っていく。

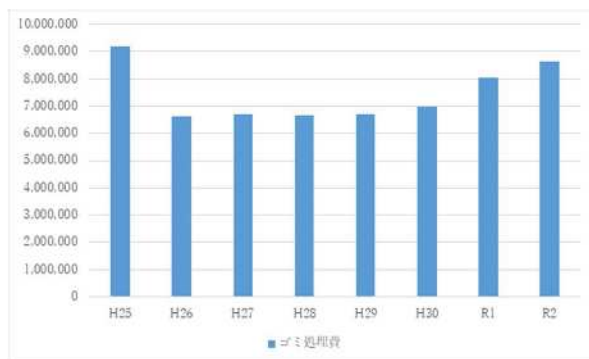


図 1. 京都市ゴミ処理費(2013-2020)

コンポスターとは、家庭から排出される生ごみを分解し堆肥を作る家電製品または、装置を指す。

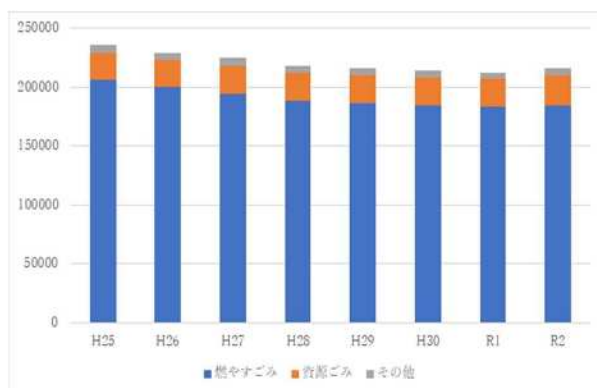


図 2. 京都市家庭ごみ量の推移(2006-2020)

2. 現状分析

2.1 世帯数の増加

家庭ごみの大部分を占める燃やすごみの量は、京都市がおこなった取り組みが成果を生じ、平成 18 年から 30 年の間で約 15%減量した。しかし、

近年は微減に留まっている。京都市の人口は微減傾向にあり、今後も少子高齢化と人口減少が予想される一方、世帯数は増加傾向にあるため家庭ごみも増加していくと考えられる。

2.2 非効率的な生ごみ処理

家庭から出る燃やすごみの約 4 割を占めるのは生ごみである。生ごみは重量中約 80%が水分であるため、燃やすときのエネルギー効率が非常に悪い。京都市の焼却炉は、ごみを燃やした際に出る熱で発電を行っているが、水分が多いと、水分を蒸発させることに熱が使われてしまい、発電に回る熱を損なってしまうのだ。

2.3 既存の政策

京都市では、家庭から出る生ごみを削減するため、2006 年から「電動式生ごみ処理機」及び「生ごみコンポスト容器」の購入価格の 1/2 を、助成限度額内で助成している。

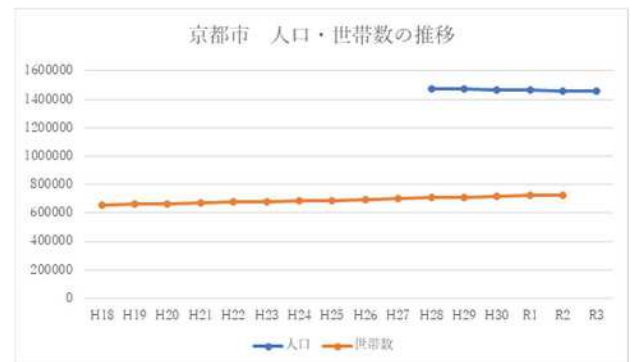


図 3. 京都市 人口・世帯数の推移(2006-2021)

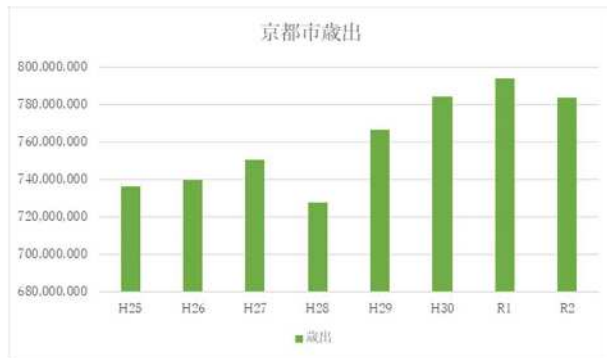


図4. 京都市歳出(2013-2020)

3. 政策提言

3.1 コンポスターのレンタル

そこで私たちは、「コンポスターのレンタル・コンポスト購入費の助成」を行う政策を提案する。理由は、現在京都市が行っているコンポスト購入費助成だけでは、燃やすごみの4割を占める生ごみを減少させる効果が薄いからである。実際に、台数が少なく多くの人に使ってもらえないため普及しない。

まず、この政策の趣旨は、コンポスターの貸し出しによって、コンポスターに興味はあったが、購入する前に使用してみたかった人やコンポスターに全く興味がない人でも、借りるだけなら試してみようと興味を持ってもらうことである。そして、コンポスターを使用してみて、購入したいと思った人のコンポスター購入費を助成して、コンポスターの普及率を増加させようというものだ。

3.2 政策の詳細

この政策の詳細について、コンポスターの購入費、台数、種類、レンタル価格・期間・助成の順に説明していく。初めに購入費は、3万円のコンポスターを京都市が購入し、台数は市民に2~3台貸し出し、徐々に台数を増やしていく。コンポスターの種類は、乾燥式を使用する。貸し出す期間は、最長で3か月に定め、1か月目は無料、2か月目からは1500円で貸し出す。コンポスターの購入費助成については、既存の政策のところでも挙げていた購入価格の1/2を助成限度額内で助成していく。これはより多くの人に使ってもらいたいため3ヶ月以上の貸出は値段が高くなるように設定している

3.3 期待される効果

この政策を行うことで、今までコンポスターに興味はあったが購入には至らなかった人やコンポスターに興味はなかった人にもコンポスターを知ってもらうことができるようになり、手が届きや

すい価格で、コンポスターを使用することができる。そして、購入費助成では、1.5%しかなかったコンポスター普及率もさらに増加することが予測できる。

4. まとめ

本研究では、京都市のごみの量が年々減少傾向にあるのにもかかわらず、なぜごみ処理費が増加傾向にあるのかを分析し、家庭ごみに着目して問題点を探った結果、以下のことが明らかになった。

第一に、京都市の世帯数が増加傾向にあるとともに、家庭ごみの量も多くなっていることが明らかになった。第二に、水分量が多く燃えにくい生ごみが、家庭から出る燃やすごみのうち約4割を占めることが明らかになった。第三に、生ごみ削減に向けた政策としてコンポスター購入費の補助を京都市がおこなっているものの、市民のコンポスターの認知度の低さなどにより、普及率が芳しくないことが明らかになった。

以上の分析を踏まえ、本論では市民のコンポスターの認知度の向上を目的とした「コンポスターのレンタル」を提言した。市民が安価でコンポスターを試せることによって、コンポスターの認知度の向上・購入につながり、結果として普及率の上昇が期待される。

参考文献

- (1) 都市環境政策局循環型社会推進部 まち美化推進課 減量活動支援担当 京都市 HP、「家庭ごみの細組成調査」
www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000248968.html
- (2) 総合企画局情報化推進室統計解析担当 京都市 HP、「国税調査による京都市の人口」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000285501.html>
- (3) 京都市「京都市統計書」 市処理実績を人口で除して算出（事業系ごみも含む）
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Publication/YearBook/>
- (4) 京都市「平成30年度家庭ごみ細組成調査」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000248968.html>
- (5) 京都市ごみ減量推進会議 事務局 齋藤、京都市ごみ減量促進会議 「ごみにまつわるこの数字なあに？ 水分80%」
<https://kyoto-gomigen.jp/stories/10.html>
- (6) 京都都市統計ポータル
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Suikui/>
- (7) ごみ減量・3R
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000149/149701/kousen.pdf>

ブランド京野菜を用いた地域活性化 —京都府亀岡市の事例—

佛教大学社会学部大谷ゼミ京野菜班

○沖見 彩夏 (Ayaka Okimi)・丹波 元希 (Motoki Tanba)
・千原 拓歩 (Takuho Chihara)・玉段 敦子 (Atsuko Tamadan)
・中村 菜緒 (Nao Nakamura)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：ブランド京野菜、グリーン・ツーリズム、農業

1. はじめに

(1) 研究目的

京都府には京の伝統料理を彩る「京野菜」がある。その中には京野菜の魅力の発信、府内全域での京野菜の生産・拡大を目的とする京野菜ブランド戦略により作られた「京のブランド産品」がある。これには31品目が認証されており、高品質イメージを有し、高単価である。また、31品目のうち23品目は「ブランド京野菜」と呼ばれる。

ブランド京野菜有数の産地として京都府亀岡市が挙げられる。亀岡市では観光施設に野菜の販売所が併設されるなど、観光と農業が結びついている。亀岡市の農業は、農業就業者の高齢化や担い手不足が深刻であり、今後の農業を担う人材の育成が課題である。また、亀岡市の観光は現在、観光入込客数は増加傾向にあるが、日帰り利用に対して宿泊利用が極端に少ない現状がある。このため、滞在型観光をいかに増やしていくかが課題である。

そこで亀岡市の農業や京野菜について研究し、これらの亀岡市の観光と農業の課題の解決を目的とした政策を提言することが本論の目的である。

(2) 先行研究

河藤佳彦によれば、農林漁業地域における地域産業と観光を融合した地域活性化方策として、固有の地域資源を有効活用することによりブランド力の強い特産品や観光産業を創出することを挙げている(河藤 2015)。

また、佐藤彩生・八木浩平によれば、農山漁村滞在型旅行において旅行者は旅行動機に基づいて意欲旺盛型と心身開放型の旅行者タイプに分類される。意欲旺盛型タイプは20代女性、30代男性など若年層に多く見られ、農業や農村の

実生活に対して強い関心を持ち、学びや体験に興味を示している。そのため、体験プログラム数の充実や若い世代の感覚にあった体験提供が求められている。一方、心身開放型タイプは、農村景観や自然に癒しを求める傾向にあることから、宿泊施設と連携した体験提供が望ましいという(佐藤・八木 2021)。

2. 対象

(1) 亀岡市について

亀岡市は京都府の中央部に位置し、京都市や大阪府と隣接している。周囲を亀岡盆地に囲まれ、市の中央部を桂川が流れる自然豊かな土地である。また、JR山陰本線・国道9号線・京都縦貫自動車道が市内を通り、京阪神圏へのアクセスに優れている。

(2) 亀岡市の観光・農業

観光地としては、亀岡から嵐山までの溪流を下る「保津川下り」、山陰本線の旧線を活用した「嵯峨野トロッコ列車」、京の奥座敷「湯の花温泉」が有名であり、亀岡の三大観光となっている。

また、最近では2020年1月～2021年2月に放送されたNHK大河ドラマ『麒麟がくる』の主人公・明智光秀ゆかりの地として、JR亀岡駅や亀岡市役所には看板・のぼりを設置するなどのPR活動を行っている。

農業としては、亀岡市は府内有数の穀倉地帯として高い生産力を誇っている。ブランド京野菜は保津川の水や亀岡盆地による深い霧など気候や地形に恵まれた環境で栽培されており、「京の台所」として京の豊かな食文化を支えている。一方、農業経営者の高齢化や労働力不足、耕作放棄地の増加などが問題となっているのが現状である。

3. 研究方法

私たちは、①亀岡市役所産業観光部農林振興課へのインタビュー調査（2021年8月5日）、②公益社団法人京のふるさと産品協会へのインタビュー調査（2021年10月19日）を行った。

4. 調査結果

亀岡市役所産業観光部農林振興課の三木氏と川並氏へのインタビュー調査から、亀岡市ではコスモス園や保津川下りの乗り場の売り場や店舗での京野菜の販売など観光と農業が結びつき、観光の中に農業があることが分かった。また、ふるさと納税の返礼品に京野菜を希望されることは年々増加傾向にあり、ブランド京野菜の需要は増加していると推測されている。しかし、亀岡市産の京野菜の認知度については、消費者の認知度に関するデータがなく、把握できていない状況だった。

また、(公社)ふるさと産品協会の川崎淳司氏によると、コロナ禍でイベントや店頭などで実際にブランド京野菜を味わう機会が減少している。そこで若者層に対して簡単京野菜レシピの開発、スーパーでの京野菜特設コーナー設置に合わせたレシピ動画の放映、SNSでの発信などを行っている。ここで言う若者はファミリー層のことであり、京野菜の持つ優れた機能性や料理特性、スイーツへの利用など10代20代へのPRが課題になっている事が分かった。

5. 政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、若者の旅行者のタイプに合わせた京野菜を活用するグリーン・ツーリズムを提言する。

グリーン・ツーリズムとは、「緑豊かな農村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動」のことである。

意欲旺盛型タイプには、農家民宿に滞在して農業体験を行い、収穫・調理・食事を共にする。また、食事の際、農家民宿の方にブランド京野菜の優れた機能性についての説明をしてもらい、実際に宿泊客が味わう。

心身開放型タイプには亀岡の観光地である湯の花温泉と保津川下りがセットになったコースを回り、亀岡自慢の癒しのスポットを楽しんで

もらう。また、宿泊先では京野菜を使用した料理を食べてもらうことを提案したい。

その結果、亀岡市の滞在型観光の増加が期待できる。また、これらのプランを通して、京野菜の魅力を体験してもらうことによって、若者に京野菜の魅力を知ってもらうきっかけとなることが期待できる。加えて、京野菜や農業に関心のある若者に対しても、農家民宿や農業体験を通して農家とかわかすることで、京野菜や農業への理解が深まることが期待できる。

以上を通じて、亀岡市の観光と農業の課題の解決が図られ、亀岡市の地域活性化に貢献するものと考ええる。

以上が私たちの政策提言である。

参考文献

- ・河藤佳彦 2015 「農業と観光の融合による地域づくりー群馬県利根郡川場村における取組みー」 『地域政策研究』 第18巻 第1号
- ・佐藤彩生・八木浩平 2021 「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行志向に関する研究」 『農村計画学会論文集』 1巻1号 p. 85-94
- ・亀岡京野菜 2021
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/uploaded/attachment/15159.pdf> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・亀岡市統計書 令和2年版
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/uploaded/attachment/11659.pdf> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・亀岡市の位置と特徴 2021
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/soshiki/4/1339.html> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・亀岡市役所公式ホームページ 2021
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・京都府亀岡市基本計画 2021
https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/miraitoushi/kihonkeikaku/kyotofu-kameokashi.pdf (2021年10月29日最終閲覧)
- ・公益社団法人ふるさと産品協会公式ホームページ 2021 <http://kyoyasai.kyoto> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・第3次亀岡市元気農業プラン 2021
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/soshiki/30/3655.html> (2021年10月29日最終閲覧)
- ・第2章 亀岡市を取り巻く環境とまちづくりの課題
<https://www.city.kameoka.kyoto.jp/toshikeikaku/sangyo/toshi/kekaku/documents/toshi-mp-s2.pdf> (2021年10月29日最終閲覧)

深草の放置竹林の調査

服部ゼミナール

○土田 樹生 (TSUCHIDA ITSUKI)・加集 優仁 (KASHU YUTO)・
大江 龍ノ介 (OHE RYUNOSUKE)・鳴神 柚希 (NARUKAMI YUZUKI)・
吉田 瑞希 (YOSHIDA MIZUKI)・岩前 智哉 (IWAMAE TOMOYA)・
別所 直紀 (BESSHO NAOKI)・郡司 魁人 (GUNJI KAITO)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード： 放置竹林、深草地域、都市化

1. はじめに

近年全国的に管理されていない放置竹林が問題となっており、周辺の土地、生態系、災害に対して影響を及ぼしている。我々はそういった問題について特に深草における放置竹林問題に注目しその経緯と原因を探ることから解決への課題を見だし、考察を行った。

2. 放置竹林とその原因

放置竹林とは竹林の管理が放棄され、伐採が行われなくなることにより、生育している竹の密度が高くなった状態の竹林のことをいう(林野庁、2018 年)。

古来では竹と日本人の生活は密接なものであった。孟宗竹や真竹のような大型の竹は日用品、農業用の材料として供給するために多く植えられていた。(岩井、2008)

そんな竹と人間の付き合いも 1965 年を過ぎ、人間の生活が自然と離れるにつれ関わりがなくなっていき、里山が放置され藪になってしまった。そして竹林も竹藪となったのだ。

放置竹林の影響は、大きく 3 つに分けることが出来る。1 つ目は、地域住民への影響である。竹林が放置されると、森林や農地に侵入し、スギやヒノキを枯らせ、林業に影響を与える。そして竹林面積が拡大することで、動物の生息域も拡大し、イノシシ等の動物が人里に接近する可能性があり、竹林付近の住宅街にも悪影響となる。(Rea-Jenee Japan、2021) それだけでなく、アスファルトを突き破ったり、伸びすぎた竹が電線を切ってしまうことがあり、竹林付近の住宅街に悪影響と

なる。(NHK ジャーナル、2021) 2 つ目は生態系への影響である。伸びた竹林の影響で日当たりが悪くなり、本来の草花の成長の妨げとなり、生物多様性に影響が出る。3 つ目は災害への影響である。放置された竹林は太陽光が入ってこないため、他の草木を枯らし、荒廃が進み、林床が裸地化する。こういった場所は土壌化しないため、保水力が低く、そこから台風や大雨などに伴って竹林地帯が地すべりに繋がる。(徳永、2007)

3. 深草の現状

深草固有の経緯としては都市化が一つの原因として挙げられる。1898 年に旧陸軍の歩兵 38 連隊が拠点置いて以降、深草は軍隊の街としていく中で、田畑などの市街化が進んでいった(会報「にしうら」編集、1994)。農村に起こる変化として西村は、農業人口の流出や農業を軽視するように作用すること、後継者不足を引き起こすこと、自給することが多かった農村が市場への出荷を推し進める動きが生じることなどを指摘している(西村、1990 : pp273-276)。

自家消費の減少については深草で農業に対しての聞き取りにおいて、かつて筍を自家消費していた物がスーパーで買うようになったという話があった。また農業センサスによると伏見区の農業従事者男女計の平均年齢は 2005 年では 50.0 歳であるのに対し 2015 年では 57.5 歳であり(農林水産省、2008, 農林水産省、2018) 高齢化が認められ、今後の人口減少が推測できる。

4. 課題

以上の経緯と現状から深草の放置竹林における課題をまとめると以下の通りである。

農家の立場からの課題として、高齢化と農業従事者の減少による人手不足、また竹の需要の減少が農業として竹林を管理する事を難しくしていること、支援の不足などが挙げられる。

その他の住民においてはまず竹林の管理を手伝おうと考えても技術や知識が無いこと、竹製品や竹林への関心の薄さ、日用品としての竹製品の利用の減少等がある。

また行政の立場からは、竹林所有者の労働力不足、放置竹林解消のための効果的な対策例不足が聞き取りから挙げられる。

地域においては、農業従事者の減少によって深草の人口の内に農業従事者が占める割合が少ないことがある。2018年10月1日時点での住民基本台帳での深草の人口(京都市、2018 a)と京都市農林統計における農家人口の常住世帯員数(京都市、2018 b)を基に計算すると、約1.8%である。

また、聞き取りにおいて自家消費の減少が挙げられたが、これは市場の発達による「商品生産を保証」(宮本、1990: p25)、自給自足から商品消費へと言う意味での「都市的生活様式」(宮本、1990: p28)への変化が原因としてあげられる。

5. おわりに

以上を踏まえると、深草においては農地としての利用ではなく、例を挙げると公園として利用することが放置竹林問題の解決に繋がるのではないか。そうすることで景観、教育、娯楽などの価値を背景として地域全体で継続的に竹林を管理する事が出来るように思われる。こういった価値は清水ら研究からも示唆される(清水他、2017)。竹と人の関係の変化に合わせて管理のあり方も変える必要があるのではないだろうか。

参考文献

1. 岩井吉彌(2008)「竹の経済史」思文閣出版
2. 西村博行(1990)『都市化地域における農村の変貌』多賀出版
3. 農林水産省(2018)「第1巻都道府県別統計書 26 京都府」『2015 農業センサス』政府の統計窓口 (2021年10月18日)
4. 農林水産省(2008)「第1巻 都道府県別統計書 26 京都府」『2015 農業センサス』政府の統計窓口 (2021年10月18日)
5. 会報「にしうら」編集(1994)『深草西浦町略史』、深草西浦町自治会連合会
6. 京都市(2018 a)『住民基本台帳』、京都市 (2021年10月22日)
7. 京都市(2018 b)『京都市農林統計資料(農業編)』、京都市ホ (2021年10月22日)
8. 宮本憲一(1990)『都市政策の思想と現実』、有斐閣
9. 清水万由子・沼田壮人・川勝健志(2017)「都市近郊型里山における人々のかかわり経験と価値評価 : 長岡京市民アンケート調査から」『龍谷政策学論集』6(1・2)、pp39-50
10. 林野庁(2018)『竹の利用促進に向けて』
11. 2021. 8. 26 Rea-Jenee Japan 「田舎の放置竹林問題を徹底的に学ぶ」
https://note.com/rea_jenee_japan/n/n2280a6e2efed#ecPwo (2021年10月22日)
12. 2021. 2. 16 NHK ジャーナル 「放置竹林を” 近未来の宝” に」
<https://www.nhk.or.jp/radio/magazine/article/nhkjournal/tpfFF0-Hoy.html> (2021年10月22日)
13. 京都教育大学環境教育年報第15号 「竹林と環境」徳永陽子ほか 2007

グリーンインフラにおける 多様な主体間の合意形成に向けて

- アイスブレイクとしてのカードゲーム「グリーンズ」の有効性 -

チーム リトルグリーンズ

○荒賀 三太郎 (ARAGA SANTARO)・富岡 瑠加 (TOMIOKA RUKA)・永棟 紫音 (NAGAMUNE SHION)・上田 賢幸 (UEDA TAKAYUKI)・甲村 優佳 (KOMURA YUKA)

(京都産業大学生命科学部産業生命科学科)

キーワード：グリーンインフラ、カードゲーム、アイスブレイク

1. 序論

近年、SDGs の取り組みの一環として、環境問題への多様な取り組みが行われ始めている¹⁾。その中で、自然の資源や仕組みを上手に活用し、現代社会の課題を解決する²⁾グリーンインフラ（以下GI）の概念への注目が集まっている。実際に、多くの地方公共団体や民間企業において、持続的な地域づくりや新たなビジネスの一環として導入が検討されている。一般的にGIとは、自然が持つ多様な機能を賢く利用することで、持続可能な社会と経済の発展に寄与するインフラや土地利用計画²⁾と定義されている。具体的には、雨水管理の植栽があげられる。四条堀川北西角の雨庭はこの代表例であり、雨水の一時貯留と緩やかな浸透構造で、緑化推進やヒートアイランド現象の緩和³⁾豪雨の災害緩和⁴⁾が期待されている。他にもGIには多様な機能が期待されており、22の機能²⁾が示されている。

またこのようなGIの多機能性と、その整備・維持管理に必要な適応可能性は、おのずと多様な関係者の関わりを必要とする²⁾。行政だけではなく、住民、地域の団体、民間事業者、教育関係者、専門家・研究者など（以下多様な主体）が共にGIに関わること²⁾が重要である。

しかしGIの議論の初期段階では、GIの特徴を十分に理解していないと、既存のインフラ（グレーインフラ）との違いが強調され⁵⁾、時に、グリーンインフラ vs. グレーインフラといった対立軸で捉える議論が起こりかねない⁶⁾。そのため、多様な主体が参加する会議の場では、GIの円滑で建設的な議論を進めるために、会議前のアイスブレイクが重要である。ある論文では、「我が国の国民性の特徴として、自らが選択する意見と他の住民の発言する意見との相違に起因する不安感に基づく「場の雰囲気」に依存して住民が意見を発言しうることがあると考えられる⁷⁾」と示されている。言い換えると、場の雰囲気が個人の意見に影響を与える可能性があるということである。

そこで、会議が和やかかつ円滑に進み、合意形成が柔軟に行われるような「遊び」という観点か

らカードゲームの導入に目を向けた。カードゲームには、独自の考えややり方を試すことで豊富なフィードバックを得ながら、自分のペースで解決を進めていくことができる利点がある⁸⁾。よって、本研究では、GIの議論をする際のアイスブレイクとして、GIのカードゲームの実施が有効であるか、専門家及び学生の評価を分析し、検証する。

2. 本論

本研究では多様な主体が参画するGIに関する会議での利用を想定し、カードゲーム「グリーンズ」を作成した。専門家の意見及び学生の意見をKJ法によってまとめた後、SWOT分析を用いて整理した。また、本カードゲームは「ひらめき型アドリブ発想カードゲーム キャット&チョコレート日常編」を参考に作成した。このカードゲームは、さまざまなアクシデントに対して、アイテムを駆使してどのようにピンチを切り抜けるかを発想するゲームである。堅実的な発想から自由な発想まで多様な意見が飛び交う点が最大の魅力である。この点に着目し、GIの多機能性及びGIを取り巻く自然資源や主体の要素を掛け合わせたものが「グリーンズ」である。

2.1 調査方法

評価者である専門家及び学生にルール説明をした後「グリーンズ」を体験してもらった。体験後、GIに携わっている学識者・事業者、科学コミュニケーションを専門とする学識者に、ヒアリング調査を行った。また、学生による分析として本執筆者である学生5人がユーザーである多様な主体を考慮し、客観的な意見を出し合った。それらの意見を基にSWOT分析をおこなった。

2.2 「グリーンズ」の概要及び手順

まず、近年の日本の災害状況を基に、GIを活用する仮想空間を設定した。実際に起こり得る地域課題をイベントカードに、それらを解決する手法や主体をアイテムカードにした。また、自然に関するアイテムカードを使用した際、グリーンポイントを獲得できる仕組みを構築した。同時に、GIの実例をヒントカードとして位置付け、GIの要素

を加味したアイデアがでるようなシステムとした。開発した実物は図 1、手順の概要は図 2 の通りである。

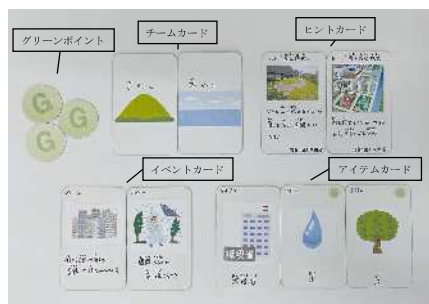


図 1 グリーンズ概要

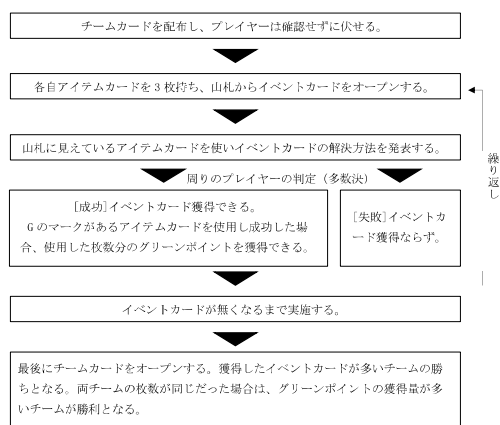


図 2 「グリーンズ」の実施フロー

2.3 評価方法

まず、専門家及び学生から得られた意見を KJ 法によりグループ化した。その後、SWOT 分析のフレームワークを用いて整理した。SWOT 分析とは、「内部環境が形成する強み (Strength) と弱み (Weakness) および外部環境がもたらす機会 (Opportunity) と脅威 (Threat) を洗い出し、経営戦略の中核をなす成功要因 (Key Factors for Success) を導き出すもの⁹⁾」である。

2.4 結果

分析結果は表 2 に示した。「グリーンズ」の仕組みや GI をテーマにする上での改善点が半数を占めた。次いで評価点、GI を取り巻く社会現状に関する意見が多く得られた。

表 2 SWOT 分析結果

Strength (強み)
<ul style="list-style-type: none"> ・楽しんで行える点や盛り上がる点がコミュニケーションに連れていると考える。 ・このカードゲームは合意形成を行うコミュニケーション手法や発想法の一端として使うのに適していると考えられる。 ・さまざまなアイテムの関係を考慮できる点や他のプレイヤーの意見を聞くことで考えの幅を広げることができる点を踏まえて、発想法に適していると考えられる。
Weakness (弱み)
<p>1) カードゲームの実施方法に関する課題と解決策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「シカ＝種」という語彙や植物の専門知識が必要になる場合がある。また、GI に対する知識がある人は正しいアイテムがあった場合、1 つのアイデアに引っ張られる傾向が予測される。 ・1 つのイベントに対して 1 人の意見しか聞けなかったため、他のプレイヤーが判定する際に判定の根拠を述べるようにした方が良いのではないかと考える。 ・グリーンポイント・ヒントカードの使い道やシステムに関する改善、思考時間の設定などルールの変更が必要ではないかと考える。 ・所要時間の明確化やルールが覚えづらいなどの使いやすさに関する課題も挙げられた。 <p>2) GI の内容に関する課題と解決策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・GI を知らない人が行うゲームとしては難しい。そのため現在、社会的にも関心を持たれている SDGs など、既存のものとの組み合わせを行う。また、差別化を図る例としては「なぜこのカードゲームを行うのか」という背景を組み込みではどうか。 ・側面として、道の駅などで取り組むのかを決めるべきである。行政・個人・団体など、どの立場の視点に惹かれ、取り組むのか。また、アイテムカードに実際の事例で構想している多様な主体を組み込むと良いのではないかと考える。 ・自身の地域課題を書くことできる自らのイベントカードを追加で導入してはどうか。
Opportunity (機会)
<ul style="list-style-type: none"> ・SDGs や地球温暖化など環境問題に関する多様な取り組みが行われている。また、GI は国が推進しているプロジェクトであり、注目されている。
Threat (脅威)
<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン会議や会議時間の制限によって、カードゲームによるアイスブレイクを行うことができない。

3. 考察

本研究の結果から、GI を議論する際のアイスブレイクとして、本カードゲームが参加者の発想力を高めることに有効であると示唆された。

上記の要因としては、強み (Strength) の「楽しい・盛り上がる・関係性を考慮することができる・他の意見を聞くことで視野が広がる」という観点が、コミュニケーション手法や発想法の適性を高めると考えられるためである。

しかし、弱み (Weakness) において、カードゲームの実施方法や、GI をテーマにする際の改善点が示唆された。そのため今後の方針として、前者に関しては他のカードゲームとの比較も含め、更なる議論と検証を重ねる。後者に関しては、「誰が・どこで・何をするのか」という観点を考慮し、「グリーンズ」の適用可能性について吟味していきたい。

4. 謝辞

本論文の作成にあたり、終始適切な助言と指導をして下さった西田貴明先生 (准教授) に感謝いたします。加えて、調査にご協力頂きました川上雅弘先生 (准教授)、株式会社バイオームの多賀洋輝様に感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 外務省 JAPAN SDGs Action Platform 2021.10.29 閲覧
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/case/index.html>
- 2) グリーンインフラ研究会「実践版！グリーンインフラ」編集委員会 (2020) グリーンインフラとは グリーンインフラ研究会・三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング・日経コンストラクション編『実践版！グリーンインフラ』16-24 頁 日経 BP 東京
- 3) 京都市建設局 (2021) 2021.10.29 閲覧
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/cmsfiles/contents/0000283/283130/kouhoushiryou.pdf>
- 4) 森本幸裕 (2020) 雨庭の社会実装 グリーンインフラ研究会・三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング・日経コンストラクション編『実践版！グリーンインフラ』162-173 頁 日経 BP 東京
- 5) 中村太士 (2000) 未来の国土保全に欠かせない「グリーンインフラ」 グリーンインフラ研究会・三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング・日経コンストラクション編『実践版！グリーンインフラ』25-38 頁 日経 BP 東京
- 6) 中村太士 (2018) グリーンインフラの歴史と将来展望 環境アセスメント学会誌 16 巻 2 号 5-6 頁
- 7) 谷本圭志・喜多秀行・三ツ国篤志 (2001) 合意形成の場における雰囲気形成とその下での住民の発言行動に関するゲーム論的考察 土木計画学研究・論文集 18 巻 89-95 頁
- 8) 村川弘城・白川始・鈴木航平 (2013) ゲームにおける方略の振り返りが動機付けに及ぼす効果：カードゲーム型学習教材「マスピード」を例に 日本教育工学会論文誌 37 巻 Suppl. 号 109-112 頁
- 9) 吉村孝司 (2006) 『マネジメント基本全集 2 経営戦略 (ストラテジー) 企業戦略と競争戦略』学文社 東京都

口頭発表

【分科会 2】

芽と花の咲きを感じる成長「タイムワイナリー」

- 府中地域における新たな観光事業 -

菅原ゼミ B 班

仲村 凜乃 (Nakamura Rinno) ・ 柳原 理冴 (Yanagihara Risa)

・ 奥村 鈴 (Okumura Rin) ・ 林 涼介 (Hayashi Ryosuke)

・ 秋間 智貴 (Akima Tomoki) ・ 番田 竜太 (Banda Ryuta)

・ ○古野 沙弥 (Furuno Saya) ・ 山本 妃菜田 (Yamamoto Hinata)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：観光活性化、20 代リピーター、オーナー制

1. 問題意識

私たちは、宮津市の「府中をよくする地域会議」と連携し、宮津市府中地域の観光まちづくりデザインに取り組んでいる。フィールドワーク活動で住民と対談を行い、府中地域を訪れる観光客が少ないということが分かった。本研究では、府中地域の観光の現状を明らかにし、観光振興における課題を検討する。さらなる原因を追究する為に、菅原ゼミが観光客満足度調査を実施したところ、若年層である 20 代のリピート意欲が著しく少ないという問題が明らかになった。

表 1 20 代における満足度調査

年齢=20代		サンプル数	平均値	平均値の差	有意確率 (両側)
総合満足	20代	23	3.48	0.050	0.726
	それ以外	49	3.43		
知人紹介	20代	23	3.52	0.032	0.843
	それ以外	49	3.49		
リピート	20代	23	2.70	-0.549	0.016
	それ以外	49	3.24		
時間足りない	20代	22	2.36	-0.199	0.452
	それ以外	48	2.56		
印象変化	20代	22	3.36	-0.083	0.590
	それ以外	47	3.45		

※菅原ゼミのアンケート結果より著者作成

なお、菅原ゼミによるフィールドワーク調査では、100%京都産の生ブドウにこだわっている府中の国分地区の天橋立ワイナリーが、ワイン製造後のブドウの搾りかすの再利用方法を模索中であるとわかった。現在、年間赤ブドウ 2t、白ブドウ 1 t (水分含む)の搾りかすの廃棄が行われている。

2. 先行研究・参考事例

私たちの提案をより具体的にするために、私たちは千葉県鴨川市の大山千枚田が行っている稲作中心のオーナー制という取り組みを参考事例として取り挙げる。大山千枚田が 3ha の棚田で、そのうち 1ha がオーナー制となっている。オーナー募集は鴨川市が窓口となり、2004 年度のオーナーは、地元千葉県 84、隣県東京都 34、神奈川県 13、埼玉県 5 計 136 名 (継続 122、新規加入 14) である。

この制度が始められた 2000 年はオーナー希望者 173 名で 4.4 倍の競争率だった。競争率は依然として今も高い。

また、神戸大学の中塚雅也氏による「オーナー制度の実態と展開過程に関する考察」という先行研究を参考にする。オーナー制度を運営している当事者の有益度と活動開始の動機をリッカート型で調査した結果、特に地域の PR・ファン作りの交流による相互作用の数値が高いことが分かった。またオーナー制度の実施によって自治活動などの既存の活動の活性化に加えて新たなグループ・団体も多く創出されており、地域活動活性化の契機として機能していることが分かる。

表 2 オーナー制度の便益の重要度と有益度

	重要度	有益度
地域社会の発展		
(1)地域社会への貢献	3.60	3.56
(9)地域住民・家族の親交	3.59	3.53
(8)地域に対する住民意識の高まり	3.48	3.47
(12)メンバーのリフレッシュ・ゆとり	*3.41	3.09
(3)田畑や山の保全・活用	3.38	3.51
具体的用具		
(1)収益の確保	3.60	3.33
(2)労働力の補完	3.25	3.14
(6)情報や知識を得る	3.24	3.24
(5)新しい居住者・就農者の定着	*2.48	2.19
交流による相互作用		
(4)地域の PR・ファンづくり	4.18	4.15
(10)新たな親交・社交	4.07	4.18
(7)地域の価値・魅力の見直し	3.86	3.78

注 1) リッカート型 5 点尺度で測定 (重要度については、1「全く重要でない」、5「非常に重要である」、有益度については、1は「全く役立たない」、5は「非常に役立った」とした)

2) *は t 検定 (両側検定) にて $p < 0.05$ にて統計的有意。

※中塚 (2004) より引用

3. 分析

菅原ゼミは、府中地域の飲食店と旅館のご協力のもと、7 月初旬から 9 月中旬にかけて、来店客に対する満足度調査を実施した。有効回答数は 74 件である。

アンケートの回答を分析したところ、20代の再訪意欲の増加ということが府中地域の新たな観光活性化について有効であるという結果が得られた。なお、「この土地ならではの土産品を手に入れた」と感じた人は、どの満足度も高い。なかでも、リピート意欲の高さや印象変化と非常に強く関連している。20代のリピート意欲を増加させるには、魅力的な土産を提案する必要がある。また、文殊地区、大垣地区、国分地区、成相寺、天橋立の五つの地域で、国分地区を訪れた人のみは「自然景観や雰囲気を感じた」傾向にあり、さらに「天橋立以外の見どころを感じた」傾向も伺える。そこで、国分地区に観光客に足を運んでもらえる工夫をすれば、より自然景観の良さを感じてもらえることができ、総合満足度も高まると考えられる。

表3 全体的満足度と個別満足度の相関

	総合満足	知人紹介	リピート	時間足りない	印象変化
自然景観	.431**	.390**	.307**	.251*	.452**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
街並み	.285*	.392**	.485**	0.217	.465**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
天橋立以外の見どころ	.315**	.454**	.394**	.504**	.349**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
食事	.335**	.350**	.379**	.272*	.397**
(サンプル数)	70	70	70	69	69
土産品	.402**	.452**	.657**	.343**	.516**
(サンプル数)	69	69	69	69	69
体験プログラム	0.118	0.077	0.290	.823**	0.186
(サンプル数)	18	18	18	18	69
**、1%水準で有意(両側)					
*、5%水準で有意(両側)					
10%水準で有意(両側)					

表4 景観満足度と訪問地区

	自然景観	街並み	天橋立以外の見どころ
文殊地区	0.144	0.156	0.022
(サンプル数)	71	71	71
大垣地区	0.096	-0.066	0.120
(サンプル数)	71	71	71
国分地区	.259*	0.135	0.213
(サンプル数)	71	71	71
成相寺	0.195	-0.162	0.122
(サンプル数)	71	71	71
天橋立	-0.124	-0.045	-0.039
(サンプル数)	71	71	71
*、5%水準で有意(両側)			
10%水準で有意(両側)			

※菅原ゼミのアンケート結果より著作作成

また、私たちの提案を原案として、地域会議のメンバーをはじめ府中の飲食店経営者の方々などにインタビューしたところ、私たちの原案には、人員不足、既存のオーナー制ワインとの差別化という課題があることが分かった。

そして、府中をよくする地域会議の皆様とオンラインにて会議を行った際に、人と繋がる旅というアイデアを頂いた。私たちの提案は、オーナー制のワインが主となっているが、ワイン農園の方との交流に限らず、地域の皆様との関わりを楽しめるような取り組みも考えたい。

4. 提案

これらの分析結果やインタビュー調査から、私たちは宮津市府中地域の若年層である20代のリピート意欲の少なさ、天橋立以外からの府中地域への観光アプローチの必要性という問題を解決するために、オーナー制ワイン事業を提案する。

従来の、剪定から収穫までを一貫して行うオーナー制ワインに加えて、オーナー限定の特典を盛り込んだプランの提供である。なお、ここで重要になるのは、オーナーがもらえる特典と一緒に同行する“人”によって異なるということである。私たちは、府中をよくする地域会議の皆様との会議で「人との繋がり」というキーワードを頂いた。これをもとに、他のワイナリーとの差別化を「人と繋がる」ワイナリーにすることによって図ろうと考える。

具体的な特典の内容は、は四季折々のワイン・ぶどうジュースの試飲会である。さらに、現在廃棄されているブドウの搾りかすを使用して入浴剤や石鹸、キャンドルなどの手作り体験等も思案している。

20代でワイナリーのオーナーになった場合、家族で訪れるというよりは、カップルや学生時代の友人と訪れる可能性が高いと考える。そして、30代、40代になるにつれて、カップルが家族になり、日常的に関わる人が学生時代の友人から職場の同期に移り行く。ブドウの木が育つ時の流れとともに、自身の成長、時の流れを実感する仕組みとなっている。これは、オーナーが自分の成長は自分だけのものではなく、たくさんの人との繋がりを経て今の自分があること、また天橋立ワイナリーにとっても、数多くの方に訪れてもらえることでワインの魅力を知っていただき、知名度が上昇するという相乗効果を期待している。

また、小・中学校の校外学習においてワイナリーを訪問してもらい、地域学習の場としても活用できると考えた。幼少期に思い出を共有することで、20代になってまた同じメンバーで再来してもらいリピートが目的である。

ただし、私たちの提案には人員不足という課題がある。これについては、引き続き地元の方々のご意見を伺いつつ、オーナー制ワインについて調査をするなどして実現可能性を深めていきたい。

参考文献

- (1) 中塚雅也：オーナー制度の実態と展開過程に関する考察、神戸大学農業経済、37巻、pp31-41 (2004)。
- (2) 菅原ゼミ：観光客満足度調査、(2021)

鴨川沿い行政看板の分かりやすさに関する研究

- 日本人と外国人の比較調査を基に提言 -

京都女子大学「京をつなぐプロジェクト」

○近藤 優衣(Yui Kondo)・林 可奈(Kana Hayashi)・古鞘 歩花(Honoka Kosaya)・

友次 絢音(Ayane Tomotsugi)・上田 菜月(Natsuki Ueda)・

沼澤 藍妃(Aibi Numazawa)・松下 晃子(Akiko Matsushita)・

塩川 瑤子(Yoko Shiokawa)・戸川 琴乃(Kotono Togawa)

(京都女子大学現代社会学部現代社会学科・文学部国文学科・文学部史学科・

家政学部生活造形学科・法学部法学科)

キーワード：行政看板、観光と市民生活の調和

1. はじめに

2019年に京都市を訪問した総観光客数は5,352万人であり、そのうち外国人観光客数は886万人と過去最高を記録した(京都市 2019)。このような観光客の急増に伴って、各種の課題が生じる場合がある。例えば、日本人が容易にその意図を理解できる注意喚起標識・案内板であっても、外国人にとっては「わかりにくい」と感じられ、そのために、危険な行為やマナー違反に繋がり、快適な観光地やまちづくりの保全に支障をきたすことも考えられる。

そこで本稿では、鴨川における注意喚起標識・案内板等の行政の看板(行政機関によって設置された注意喚起標識や路面標示等のサインとし、以下では「行政看板」と呼ぶものとする)「わかりやすさ」が、観光と市民生活の調和にどのように貢献し得るかについて考察する。

2. 鴨川における注意喚起標識等の課題

現在、鴨川は京都府京都土木事務所の管轄地域に含まれている。京都土木事務所では鴨川川岸の遊歩道の整備も行っているが、遊歩道において自転車と比較的スピードを高いまま走行し、歩行者への危険が生じることを問題視してきた。このような危険性の認識を基に、スピード抑制や、自転車利用者向けの表示を行ってきたが、これらが外国人を含む遊歩道利用者に適切な情報提供を行っているかについての検証は十分とはいえない。

3. アンケート調査目的及び結果

3.1 調査概要

そこで本稿では、京都土木事務所の協力も得つつ、既存の行政看板における課題を絞ることを目的として、アンケート調査を実施した。調査にあたっては、鴨川沿いに設置されている行政看板の中で、特にデザイン・文章表現がシンプルであり、内容の理解が難しいと推測される図1・図2を対象とした。

図1は自転車のスピード抑制を喚起する行政看

板であり、図2はこの先は階段のみであることを案内する路面貼付型の行政看板である。

調査対象は、外国籍で京都在住または京都に留



図1 スピード抑制



図2 案内標識

学経験のある外国人(アメリカ・韓国・中国・台湾・イギリス・ドイツ・フランス・フィリピン)28名と、鴨川の利用歴がある、または鴨川付近に在住の日本人34名の計62名(どちらのグループも20代~50代の男女)とした。

質問項目は、主に、表示に関する理解のしやすさ(認識可・不可)、および、設置者の意図通りの理解が行われているかの2点である。

3.2 調査結果

アンケート調査の結果は図3・図4の通りである。

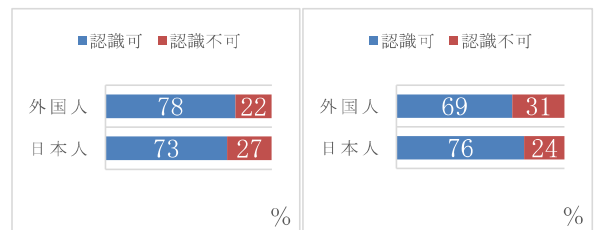


図3 図1の認識度

図4 図2の認識度

図1の看板が注意喚起している内容については、日本人、外国人ともに「理解できる(認識可)」とした回答が多かった。しかし、図1は自転車運転者に向けて歩行者への注意を促すことを目的としているが、回答者によっては「死角から歩行者が出てくる可能性がある道であること」「歩行者に対して、自転車のみに注意喚起している看板」であるといった、誤解とも捉えられる解釈が見られた(日本人3件、外国人2件)。

図2の看板が注意喚起している事柄については、日本人、外国人ともに半数以上が看板の意図を理解できるとした。しかし、図2も「この先にある階段部分のみ、自転車・車椅子は通行不可」という意図であるにもかかわらず、「この道は自転車・車椅子は(全面的に)通行不可」であるとのように、設置者の意図と異なる理解をしている回答が外国人に4件見られた。なお、日本人には図2の看板についての誤解は見られなかった。

4. デザイン提案

このように、設置者の意図と異なる解釈が生じる背景には、設置者側が、表示解釈を行う主体が表示をどのように理解するかを汲み取って、デザインに反映するプロセスが十分ではないことが関与しているものと思われる。

そこで、本プロジェクトでは、ヒアリング対象者の意見を基に、2つの行政看板を改善する場合どのようなデザインが考えられるか検討した。

図1の改善案が図5、図2の改善案が図6である。



図5 スピード抑制



図6 案内標識

図5の代替案は、自転車運転者の視点に向けたピクトグラムと英語表記の追加、目を引くアートに重きを置いたデザインにした。特に、アンケート調査結果から、「注意喚起の対象者が誰なのかかわりにくい」といった意見が得られたことから、自転車運転者の視点をデザインの中心に据えることで、「自転車運転者に対する注意喚起」であることを伝えるよう努めることとした。

図6の代替案は、アナモルフォーシス手法を用いて、遠近法で路面標示が立体的に見えるデザインとした。アナモルフォーシス手法は、「止まれ」といった路面標示や自動車の減速標示(イメージハンプ)に近年活用されており、注意喚起の効果が立証されている(永見ほか 2018)。アナモルフォーシス手法に、自転車と車椅子を表すピクトグラムにスロープを加え、文字等の情報量を減らし、簡潔にまとめたデザインに努めた。

なお、本稿執筆時点において、京都土木事務所の協力を得ながら図5・図6に関する第2段階の評価を行い、その結果を取りまとめているところである。

5. 考察・結論

本調査により、日本人にはその意図する情報が伝わる注意喚起標識・案内板であっても、外国人には理解しづらい表記や表現があることが明らかとなった。そのため、日本人にも外国人にも理解されるグローバルな行政看板を提案する必要がある。なお、その際には、世界共通である注意喚起の色彩やピクトグラムを使用すること、そして日本語だけではなく英語表記も加えたデザインを心掛ける必要がある。

注意喚起標識・案内板の在り方を見直すことで、その設置環境の改善に繋がり、観光と市民生活の調和を期待できる。さらに、現在乱立している注意喚起標識・案内板の必要性を見極め、適切な場所で効果を発揮できるよう整備していくことにもつながるであろう。

なお、今回の調査では外国人28人と日本人34人に対して2つの行政看板に関する調査を行った。今後さらに偏りのない意見集約を行うためには、更に調査対象者数の増加を図る必要がある。また、今回の対象となった表示の他にもわかりにくい行政看板があることが考えられるため、調査対象とする表示を拡大する必要もあるだろう。

そもそも、観光と市民生活の調和のためには、行政が主体となって、管理する看板や標識の意図が正しく伝わるかを事前に調査する必要がある。このようなプロセスを通じて、新型コロナウイルス感染が収束し、再び多くの観光客が京都市を訪れるようになった際、各課題が少しでも解決され、観光客と市民双方が快適に過ごすことができるようなまちづくりが実現されるよう期待する。

参考文献

- 1) 京都市 (2019) 「令和元年 京都観光総合調査」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000271/271655/honsatu.pdf> (最終閲覧日 2021 年 10 月 24 日)
- 2) 永見豊 岩里泰幸 鈴木晴子 井上徹 「アナモルフォーシスを用いた逆走対策立体路面標示のデザイン」『交通工学論文集』4 巻 1 号 pp. B_57-63 (2018)

夕日ヶ浦における観光消費額向上計画

- ひねもす観光化を目指して -

京都府立大学公共政策学部 2 回生藤原ゼミ

○松本 慧子 (Matsumoto Keiko)・藤田 日花里 (Fujita Hikari)・植本 大智 (Uemoto Daichi)・岡田 朋夏 (Okada Tomoka)・織谷 涼右 (Oritani Ryōsuke)・久保 幸穂 (Kubo Sachiho)・桑原 竜一 (Kuwabara Ryuichi)・中島 咲穂 (Nakajima Sakiho)・林 宏樹 (Hayashi Hiroki)・吉田 一真 (Yosida Kazuma)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード：観光政策、夕日ヶ浦

1. はじめに

わが国の人口は 2008 年をピークに減少局面に転じ、2100 年には 5700 万人程度まで落ち込むと推計されている。人口減少は地域経済の縮小を招き、地域経済の縮小がさらに人口減少を加速させるという悪循環に陥る。

そこで、政府が作成した『まち・ひと・しごと創生総合戦略』では、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「まち」を創るという好循環の第一段階である「しごと」の創生として、地域に根付いたサービス産業の活力と生産性の向上が掲げられている。

本研究は、そのようなサービス産業の代表として観光産業に着目する。2017 年に閣議決定された『観光立国推進基本計画』では、観光産業は幅広い経済効果をもたらす総合産業として、地方創生の切り札及び成長戦略の柱に位置づけられている。

国際観光都市である京都市を有する京都府においても、京都市域以外のエリアにおいて、「もうひとつの京都」という地域資源を活用した様々な地域活性化策により観光入込客の増加と観光消費額の向上を図る新たな観光政策を推進している。

日本海に面する北部地域では、「海の京都」として、美しい海岸線や海水浴場、豊かな水産物や果樹などの地域資源を生かした様々な政策が、京都府北部地域連携都市圏振興社（海の京都 DMO）を中心に京都府や地元市町、観光事業者などの連携により展開されている。

この中で、「海の京都」の構成市町の一つであり、ユネスコ世界ジオパークに認定された山陰海岸ジオパークを含む美しい海岸線や海水浴場、天然温泉などの豊かな地域資源が存在する京丹後市は 52,997 人の人口を有するが、2010 年国勢調査時の 59,044 人と比べると約 10%減少している。

こうした人口減少による地域経済の縮小に対応するため、地域資源を活かした施策が実施されているものの、海水浴がメインである夏季の観光において、海水浴客の減少と客単価が低く、観光消費額が伸び悩むという問題を抱えている。

そこで本研究では、夏季の京丹後市における観

光について、客数及び客単価を向上させるための政策について、京丹後市網野町浜詰地区（以下、「夕日ヶ浦」）で実施したフィールドワーク等の調査をふまえ、目的と現状及び課題を示した上で、具体的な政策提言を行う。

2. 研究目的

本研究の目的は、「海の京都」エリアにおいて豊富な地域資源を十分に活かしていない京丹後市に対し、①観光入込客数の増加、②観光消費額の増加につながる政策を提言することである。

その手法としては、美しい夕日の景勝地として、日本三景天橋立と並んで「海の京都」エリアの主たる滞在促進地区に指定され、かつ温泉旅館が集積し、宿泊者数の向上を狙える夕日ヶ浦におけるモデル事業を検討し、その後京丹後市の他地域へ横展開することを想定している。

また、COVID-19 について収束はせずとも経済的制約は解消され感染対策の上で観光ができる状況を想定し、政策は屋外で人々の密集を防げるよう留意したものとしている。

海水浴という強みを活かすことで一定数の集客が見込まれる夏季を舞台として、前述の①、②を実現するため、観光客が夕日ヶ浦で消費できる場所を設けること、観光客の滞在時間を延ばし宿泊のきっかけをつくることに焦点を当てた提案を行う。

3. 現状課題

『「海の京都 DMO」観光マーケティング調査データ』によると、2019 年の京丹後市の観光入込客数は 211 万人であり、2016 年の 219 万人から 8 万人減少した。そのうち宿泊客数は 2019 年では 37 万人であり、2016 年の 36 万人から大きな変化はなかった。また、2019 年の観光消費額は約 71 億 7000 万円（うち宿泊客からは約 50 億 300 万円、日帰り客からは約 21 億 6800 万円）であり、2016 年の約 68 億 3400 万円（うち宿泊客からは約 45 億 5800 万円、日帰り客からは約 22 億 7600 万円）から約 3 億 3600 万円の増加となった。

本提案で対象とする夕日ヶ浦における海水浴場の2018年の利用者数は37,241人であった。夏は海水浴、冬はカニを誘客の主軸とする本地区であるが、夏は冬と比較して観光消費額が小さく、また観光客の滞在時間も短い傾向がある。観光消費額が少額となる理由としては、冬と比べ客単価の高い観光資源に乏しい、消費スポットが不足している、といったものが挙げられる。特に消費スポットについては飲食店が地区に3店舗しか無いなど、海水浴客をうまく消費に結びつけられていないと言える。また観光客の滞在時間が短い理由には、海水浴客はカニを目的とした冬の観光客よりも日帰り観光を行いやすいことや、京都縦貫自動車道の整備による京阪神地区からの日帰り観光の容易化が挙げられる。以上より、浜詰地区の夏季の観光には、観光消費額の低迷及び観光客の滞在時間の短期化という課題があると言える。

4. 政策提案Ⅰ

まず、観光客の観光消費額を向上させる施策としてキッチンカーの出店支援による消費スポットの創出を提案する。キッチンカーのような移動販売は、2021年6月の食品衛生法の改定において営業許可に関連する規制が緩和されたことで従来よりも出店が容易になった。また、固定店舗を構えるよりも初期費用や設備投資を抑えることができ、模擬店用テントでの営業と比較しても安全性と衛生面に優れているという利点があると考えられる。

当施策におけるキッチンカーは、その場で購入し消費する軽食や飲料を販売する車両、及び持ち帰りが可能な土産物を販売する車両の複数台を用意する。これにより、より幅広い消費ニーズへの対応が可能になり消費額の向上に寄与する。出店者は夕日ヶ浦温泉街の旅館や地域内の飲食店、土産物販売店を想定している。営業に関しては、浜詰地区観光協会と京丹後市が主体となって出店者や提供メニューを定期的に変更する仕組みを確立する。また、観光消費額の向上による利益が地域に還元され地域活性化の一助となるよう、地産地消の徹底及び地域の事業者との連携を行う。出店者に対しては、車両や調理器具の手配や貸出といった支援を行う。移動が容易というキッチンカーの特徴を生かし、日中は海水浴客を対象に海水浴場沿いの路上にて、日没頃から夜間にかけては遊歩道からアクセスしやすい海水浴場付近の広場にて出店することを検討する。

5. 政策提案Ⅱ

2つ目に滞在時間の延長と宿泊機会の誘因を図る政策として既存の遊歩道の再整備と夕日ヶ浦海岸のライトアップを提案する。

具体的には、SNS映えスポットとして既に一定の知名度を得ている「ビーチブランコゆらり」と

並ぶ新たなスポットとして、既存の遊歩道「夕日の路」(全長約200m)を再整備する。夕日の路は浜詰の魅力である夕日を観覧および撮影する場を想定して整備されたが、現在では路面材の腐食や雑草による荒廃が進み、その機能を十分に発揮していない。そこで雑草の除去及び石畳の設置を行うことにより夕日の路を再整備し、SNS映えスポットとして活用することで前述のビーチブランコと周遊を図り、滞在時間の延長に向けた相乗効果が発揮されやすくする。

加えて、海水浴に訪れる若者や家族連れを主な対象に、浜辺と遊歩道のライトアップを行い夕日だけでなく夜の景観も観光資源化することで、宿泊機会の誘引につなげる。

そのため、ライトアップはボラード照明で遊歩道を、投光照明やLEDで海岸を照らし、実施期間は夏期の消費額向上という目的と夕日が見られる時間帯を加味し8、9月の期間毎日、日没後に限定する。

また、前述のキッチンカーによる消費スポット創出との相乗効果を狙うため、夜間のキッチンカーの駐車位置を遊歩道に隣接させるとともに、遊歩道近隣にベンチや小さなテーブルを設け、景観を楽しみながら時間を過ごすことができるイートインエリアを作る。

なお、これら事業に係る経費は、遊歩道の再整備は管理者である京丹後市が、ライトアップの整備は受益者である観光協会が行うことを想定している。

6. おわりに

調査から、この地域の課題は夏季観光消費額の客単価が低いことであると明らかになった。本研究では、京丹後市浜詰地区に対して①観光入込客数の増加、②観光消費額の増加に繋がる地域活性化施策を検討した。今回提案したキッチンカーと遊歩道整備の施策によって課題の解決を図ることで、浜詰地区を契機とした京丹後市全体の地域経済の底上げに繋がることを期待する。

参考文献

- (1) 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社：『海の京都観光圏整備計画』(2019)
- (2) 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社：『海の京都DMO観光マーケティング調査データ(令和3年6月現在)』(2021)
- (3) 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局：『第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2020改訂版)』(2020)

新時代の京都市観光へ

黒宮ゼミ 観光班

○中川原亮 (Nakagawahara Ryo)・下司瑞貴 (Geshi Mizuki)・

田丸悠雅 (Tamaru Yuga)・津田一志 (Tsuda Kazushi)・湯浅聖也 (Yuasa Seiya)

(京都文教大学 総合社会学部 総合社会学科)

キーワード：リピーター、体験型観光、分散化

1. はじめに

近年京都市では、観光分野において国内リピーターの維持・増加を目標とした政策を進めている。また、特定の季節や時間帯に観光客が集中することを問題としており、観光客の分散化が課題となっている(京都市観光協会 2020)。京都市観光協会の調査によると、リピーターの観光先は中心街ではなく京都市内周縁部(以下周縁部と記載)で周遊する傾向にある。また、リピーターの確保のためには「癒し」の要素の強化も課題としている。

そこで本研究では、京都市を訪れる観光客の分散化を図るため、周縁部の観光における施策の考案のための調査を行った。なお、調査対象は京都市右京区にある京北細野町とした。京北細野町を調査対象に選んだ理由は、後述するように体験型観光を複数実施している地域であるためだ。本研究における「観光客」とは、京都市産業観光局が定めた定義に則り、「観光目的だけでなく、通勤、通学以外のあらゆる目的で入洛したすべての人」とする。また、京都市観光協会が行った 2018 年の調査結果によれば、観光客は 3 度目の来訪から滞在日数が増加し始めることが分かっており、同時に主要な観光地を回りきるには 2 度は来訪しなければ難しいとしていることから、「リピーター」は「3 回以上同じ地域を訪れる人」と定義した。

2. 現状分析と問題提起

2019 年時点で、京都府の観光客数は約 8,791 万人と全国でも上位の数である。その中でも京都市を訪れる観光客が最も多く、その数は約 5,352 万人となっており、国内観光客に限定すれば 4,466 万人になる(京都市産業観光局 2019)。一方で京都市を訪れた観光客を対象に行われたアンケートの結果によると、再度京都市を訪れたいと回答した人が全体の約 26%、訪れたいと回答した人は約 74%となっており、京都市におけるリピート率は高いとは言えない(京都市産業観光局 2019)。

いま説明したように、京都市が抱える課題としてリピーターの訪問頻度の減少が挙げられる。以下の図のように、「訪問頻度が増えた」と回答した人はわずか 4.1%なのに対して、「訪問頻度が減った」と回答した人が 59.4%を占めている。

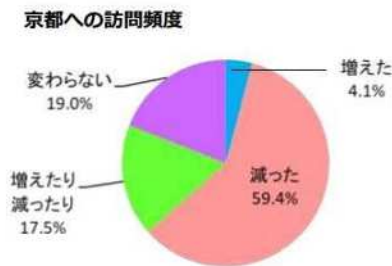


図1 令和元年度 京都市訪問意向調査
(参考資料2、図表3) から引用

要因としては、交通機関の混雑、観光客のマナーの低下等が挙げられる。また、先述したように、リピーターは周縁部で周遊することが多い。そのためリピート率の減少を抑えるための手段として、京都市では主要な観光地から離れた周縁部の観光を活性化し、観光客の分散化を図ることを推進している。

実際に、観光客は3回目以降の訪問の際に体験型の観光を好む傾向にあるため(京都市観光協会 2019)、観光客の分散化と並行して体験型観光を実施していくことも重要となっている。それから、分散化には「時間」による分散化と「場所」による分散化の2種類があるが、本研究では場所による分散化について考察することとした。

また周縁部では、移動手段が限定されてしまう場所もあり、周縁部の観光地を活性化させるためには、同時に十分な移動手段も確保が必須条件といえるだろう。

3. 政策提案

今後新たなリピーターを獲得するためには前述したように周縁部における観光を活性化させる必要がある。そのために周縁部の観光スポットのPRや交通渋滞の緩和、豊富な移動手段の確保を推進していくことを提案する。

認知度が低い周縁部の観光地においては現在でも、SNSを活用した宣伝など、さまざまな方法で客足の増加を図っていると思われる。青森県青森市ではGoogleストリートビューを利用し、現地を足で運ぶことなくねぶた祭を楽しむことがで

きるプロジェクトが実施されている（青森県庁観光企画課 2015）。観光目的ではないが、京都市中央区でもマーターポートと呼ばれる技術により錦商店街をオンライン化し、インターネット上で錦商店街を見ることがや買い物ができるサービスが既に行われており（京都錦市場商店街振興組合 2021）、各地方公共団体がこうした技術を積極的に取り入れることで、観光分野にも活用することができると考える。例えば、本研究で調査対象とした京北細野町では、里山風景を楽しみながら 4 輪バギー体験ができるアクティビティツアーが開催されている。他にも、京北細野町には常照皇寺の九重桜や滝又滝など、抜群の眺望を楽しめるスポットや周山城址、時代行列の再現など歴史を楽しめる要素などがある。これら VR 技術を用いた AR 観光として活用することを提案する。このように、比較的気軽に参加できる擬似観光によって認知度を上げることができれば、結果的にリピーターの獲得に期待が持てるのではないだろうか。

またこれらと並行して、各地方公共団体と旅行会社が提携した観光事業を行うことも効果的であると考え。具体的には、周縁部に点在する観光スポットを活用したツアーの企画や新たな観光資源の発掘、および活用法を見出すといった際に有効である。

あるいは、京都市の魅力発信を目的としたアプリケーション（以下アプリと記載）の開発、及び配信を京都市が行うことで、京都市を訪れた人たちが当アプリを介し京都市の更なる魅力について知るきっかけとなるだろう。アプリの普及方法に関しては、現代の代表的な情報媒体である Instagram や Twitter、YouTube 等の SNS を活用した宣伝や、京都市、あるいは京都府各地でパンフレットの設置やポスターの掲示をすることで、京都市を訪れた人に認知してもらう。また、現在京都市が推奨したい、もしくは認知度を上げたいといった観光地を、アプリ内の検索において上位に出てくるような活用方法も視野に入れて検討する。

次に、周縁部の交通の不便さを改善するための施策について論じる。車道や歩道の整備、電車の普及を進めることと周縁部の交通に関する課題の大部分は解決できると考える。また LRT(*1)を導入すれば、周縁部におけるさらなる交通機関の充実が狙える。そのため、LRT の導入も検討の余地があるといえるだろう。あるいはデマンド型交通(*2)の導入も効果的な施策と言える。理由としては、デマンド型交通はその柔軟さにより観光客の多様なニーズに対応することが可能であるためだ。ただし、デマンド型交通を導入する場合には、住民や観光客の移動需要を調査し把握したうえで検討する必要がある点に留意しなければならない（国土交通省 2013）。

4. おわりに

現在京都市は観光産業において多くの課題を抱えており、それらの解決策を模索していることが分かった。上記の政策が少しでも実現できれば、減少し続けるリピーターの獲得につながり、さらには京都市が抱える課題解決への第一歩となるのではないだろうか。

（注）

*1…Light Rail Transit の略。LRT とは、昔ながらの路面電車とは違い、最新の技術が反映された次世代型の路面電車。

*2…デマンド型交通とは、予約があった時のみ運行する方式のこと。運行方式、運行ダイヤ、発着地の自由度の組み合わせにより、多様な運行形態が存在する。

参考文献

- 京都市産業観光局, 2019,『令和元年（2019 年） 京都観光総合調査』。
- 京都市産業観光局, 2020,『令和 2 年（2020 年） 観光客の動向等に係る調査』。
- 京都市産業観光局, 2019,『令和元年度 京都市訪問意向調査 調査概要』
- 国土交通省中部運輸局, 2013,『デマンド型交通の手引き』
- 京都市観光協会, 2018,『リピーター化は 3 回目勝負？京都における外国人観光客の「質」向上につながる「おもてなし戦略」』,京都市観光協会 HP. (2021 年 10 月 22 日 取得, <https://www.kyokanko.or.jp/report/column20180831/>)
- 京都市観光協会, 2019,『訪日リピーターによる地方周遊化への対応』, 京都市観光協会 HP. (<https://www.kyokanko.or.jp/report/20191101/>)
- 京都市観光協会, 2021,『About KTA』,京都市観光協会 HP. (2021 年 10 月 26 日 取得, <https://www.kyokanko.or.jp/about-cta/>)
- 北海道地図株式会社, 2020,『話題のマーターポートとは!!【360 度カメラで高画質撮影】』(2021 年 10 月 28 日取得, <https://www.hcc.co.jp/hcc/lab/20200604/>)
- 宇都宮市役所, 2016,『LRT ってなに？路面電車路面電車？』(2021 年 10 月 28 日 取得, <https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kurashi/kotsu/lrt/1013030.html>)
- 青森県庁観光企画課, 2015,『「青森ねぶた祭」が Google ストリートビューでご覧いただけるようになりました』, 青森県庁 HP. (2021 年 10 月 22 日 取得, <https://www.pref.aomori.lg.jp/release/2015/53927.htm>)

その他参考資料有り

シェアサイクルについて

- 経費削減が及ぼす効果 -

八塩ゼミ チーム B

○新木啓史 (Araki Hiroshi)・吉武卓 (Yoshitake Suguru)

・谷本和伽子 (Tanimoto Wakako)・松本壮太 (Matsumoto Souta)

・岸上萌々 (Kishigami Momo)・植田健嗣 (Ueda Kenji)

・三宅和也 (Miyake Kazuya)・坂野亜由美 (Sakano Ayumi)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：環境、経済政策、改革

1. はじめに

シェアサイクルとはサイクルポート(自転車置き場)を事業エリアに設置し、任意のサイクルポートで借りた自転車を任意のサイクルポートに返却することができるシステムである。現在、北米や欧州など多くの先進国を中心に約 2300 の都市で取り入れられている。日本では 1981 年に仙台で実証実験が行われており、事業としては 2010 年に富山で開始された。欧米を中心とする海外では、導入当時は無料ということもあって盗難や破壊が相次いで起こり、中国に至っては乗り捨てが社会問題化しており、過当競争による過剰生産で自転車の廃棄処分なども問題となっている。これらの問題点を抱えているシェアサイクルを日本で導入する際には、GPS 機能を搭載して盗難を防ぎ、クレジットカード認証で違反者を抑制するなどの対策を講じた。さらに、充電式の電動自転車を用いることで急な道の移動も楽に行え、さらに安価に利用できる便利な移動手段として用いられている。しかし、多くの地方自治体では補助金を利用しても赤字の事業になっていることが多く、シェアサイクルの存続を考える自治体も出てきている。そうした現状の背景にある問題と今後どのような改革を行うべきか、今後どういった課題が生じるかについて考察する。

2. 現状分析

2.1 採算性確保が難しい

一つ目の課題として、シェアサイクルの収益の確保が困難なことが挙げられる。現状、シェアサイクル導入都市のうち約 6 割において収支がマイナスで、赤字に陥っている。赤字の都市では、収支に対する利用料金収入の割合は 4 割程度に留まり、地方公共団体による補助金を受けている都市も 2 割程度に留まっている。さらに、シェアサイクルにおける支出の 3~4 割が再配置費用であると分かる。下の図はポロクル(札幌市)の例だが、図を見て分かるように運営経費の約 26%を再配置費用が占めている。その再配置費用を削った分がそのまま利益につながると考えられる。シェアサイクルの利用が増えることで、ポート間では自転車

の過度な集中や不足による偏りが生じる。そのため、シェアサイクルを運営するにあたって自転車の再配置は欠かせない。現在、シェアサイクルの再配置は自転車をトラックで回収し、不足しているポートに再配置するという方法で行っている。それによって人件費が運営経費を圧迫している。そこで、より効率的に自転車を回収する方法や再配置費用を抑えるための改革案が必要となってくる。

■ポロクル(札幌市)の事業経費内訳(2018実績)

- ・ NPOポロクルでは、運営経費の約26%を再配置等に要している。

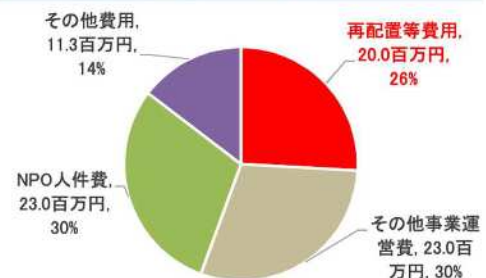


図1 事業経費内訳例

2.2 利用者が少ない

二つ目の課題として、利用者が少ないことが挙げられる。その大きな理由はポートの設置数が少ないことである。現状、ポートが利用者の目的地付近になくて、自転車に乗っても行きたいところに行くことができないことが多い。そのため、シェアサイクルの値段が他の公共交通機関より安いとしても便利さの観点で比べた時にシェアサイクルを利用することが少なくなる。この現状が起きている理由は、ポートの設置費用が高額であること、設置場所の確保に費用がかかること、設置したポートに毎月賃料がかかることなどがある。これらのことを考えると利用者が確実に増えるという保証がない限り、上記の費用が無駄になってしまい、赤字が増大するだけになってしまう

ため、今すぐに何か所もポートを増設することはできず、費用を抑えたり、賄ったりすることができる新たな改革案が必要となる。

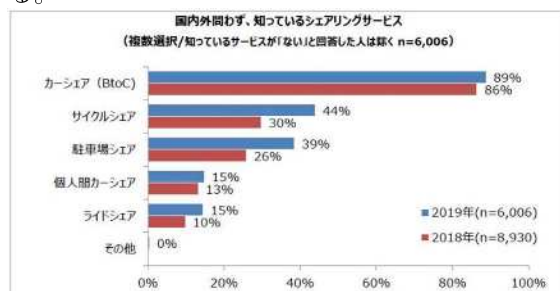


図2 シェアサービスの認知度

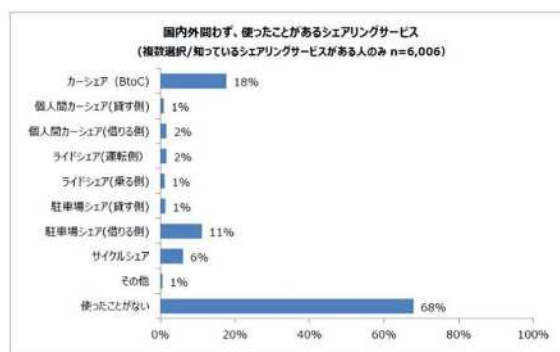


図3 シェアリングサービスの使用例

また、図3 サイクルシェアの認知度がカーシェアより劣り、カーシェアが90%程度あるにもかかわらず、サイクルシェアは50%にも満たないことがわかる。他にも駐車場シェアなどの新たなシェアリングサービスが認知され始めていることを考えると認知度アップは急務であるといえる。

そして、図3からは認知度が主なシェアリングサービスの中で二番目に多いにもかかわらず、実際に利用したことのあるシェアリングサービスとしては駐車場シェアに劣り、三番手となっている。以上のことからサイクルシェアはシェアリングサービス内での認知度はそこそこであるが、利用となると敬遠されてしまっていることがわかる。

さらに、利用者を増やす際、宣伝効果を増やすであったり、費用を増やした対策を投じたりするにもリスクが大きすぎる。費用はなるべく抑えたいという利用者の増大の対策が、シェアサイクル事業発展の大きな力となるであろう。

3. 改革案

3.1 再配置コスト削減への改革案

上記の分析から、再配置に要するコストが人件費を圧迫していることがわかる。現在、AIを利用したシステムを構築、導入するICT化の案やポート設置費用の補助などを検討する案が主流となって検討されている。そこで、これらの課題に対する我々の改革案はシェアサイクルの利用をポイント

制にすることだ。通常は利用料金の5パーセント分をポイントとして付与し、不足するポートへの乗り継ぎに応じてポイントを加算するという政策だ。例えば、自転車が不足している特定のポートをアプリで通知し、そのポートに自転車を返却してくれる利用者のみ通常ポイントに10ポイントを加算することでポート内の偏りを防ぐ方法である。

3.2 利用者数増加への改革案

現状分析でも述べたように、利用者が少ない原因としてポートの数が少ないことが考えられる。利用者数を増加させるためにはポートの数を増やす必要がある。そこで考えた改革案は2つある。1つ目は、ポートを設置させていただく飲食店等の広告を自転車に付ける代わりに、ポートの設置費用や賃料を安くさせていただくという改革である。この改革案のメリットとしては大きく2つ挙げられる。1つ目はシェアサイクル事業者側のメリットで、ポートを設置するのにかかる費用とポート賃料を安く済ませることができ、固定費の削減につながる。2つ目はポートを設置するお店側のメリットで、広告を無料で打つことができ且つポート賃料が入ることである。ポートの設置費用と賃料を削減することで、固定費が削減でき且つポートを設置するお店が増えることで、ポートが増え利用者の増加にもつながると考える。2つ目の改革案は、ターゲットを絞ったポート配置である。例えば、学生マンションへの配置だ。地方からくる学生にターゲットを絞ることで、自転車を新しく買わずに済み且つ社会人になった際の利用にもつながるメリットがある。マンションの所有者側も、一定の賃料を得ることができ、事業者側もポートが増えるというメリットが考えられる。以上の2つが利用者数増加への改革案である。

4. 今後の課題

これらを踏まえたうえで、シェアサイクルに求められていることは、いかに費用を抑えたいという点で、利用者を増やすかということである。しかし、事業が赤字の上、昨今の新型コロナウイルスの影響で、規制が緩和され始めて外出する人は増えたものの事業の発展を目指そうにも困難を強いられている。また、現在は、都市部やスマホ世代に向けた事業がなされているが、今後は、年代や幅広い地域の普及も視野に入れて、さらなる事業発展を目指していかなければならない。シェアサイクル事業には、まだまだ解決すべき問題点が数多くあるように考える。

参考文献 [対照的！認知度、B2C カーシェア 89%、ライドシェア 15% MaaSの肝「シェアリング」で調査 | 自動運転ラボ \(jidounten-lab.com\)](#)

[（#855 シェアサイクル国内大手2社の決算をみるドコモバイクシェアとオープンストリート - dorattara! Season4 \(hatenablog.com\)）](#)

正直者が得をする新たな交通方策

—モチベーション 3.0 に着目して—

福知山公立大学 2 年杉岡ゼミ

○伊藤大貴(Ito hiroki)・伊藤沙也伽(Ito sayaka)・上口貴子(Kamiguchi takako)・
中山優輝(Nakayama yuki)・堀雄翔(Hori yuto)・道林英鉄(Michibayasi eitetsu)
(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)

キーワード：交通安全、交通事故防止、歩行者保護

1. はじめに

本稿は、京都府における交通事故の現状と課題を整理し、ドライバーに対する歩行者保護の徹底方策を実現するための政策を検討することを目的とする。警察庁の調べによると、2019 年の車の取締り件数が最も多い案件は「一時停止違反」であり、続いて多かったのが「最高速度違反」であったとされている。また JAF は、2020 年の「全国の信号機のない横断歩道での車の一時停止状況」で全国平均は 21.4%であり、そのうち京都府は平均を下回る 19.9%であった。同時に京都府の 2018 年の最高速度違反の検挙件数は、47 都道府県のうち 5 番目に多いことが警察庁のデータで明らかになっている。こうした状況を踏まえれば、京都府における交通事故の現状と課題を整理し、ドライバーに対する歩行者保護の徹底方策を検討することは重要な意義を持つと言えるだろう。

2. 先行研究

交通安全に寄与する交通取締り計画に関する先行研究としては、例えば石村・森本（2016）が挙げられる。そこでは、ドライバーの違反行為を抑制させる取り組みの一つである交通取り締まりに着目し、交通事故との関係について考察している。石村・森本（2016）は結論として「交通取り締まりの実施はドライバーに安全運転行動を促すものの、多くのドライバーは違反行為を軽視する傾向にあり、取締りに対する懐疑的な意識や運が悪いと感じるのは、違反行動と交通事故の関連性に対する認識不足である」としている。すなわち、わが国においては交通ルールを遵守するための積極的なインセンティブは（動機）は不存在である。かつてダニエル・ピンク（2015）はモチベーションには 3 段階あり、1.0 が生理的動機づけ（生死）、2.0 が外発的動機づけ（アメとムチ）、3.0 が内発的動機づけ（自主性）と整理したが、現状の交通取り締まりは、2.0 にまでしかアプローチできていないということである。

3. 先行事例

ところで、excite ニュースによれば、スウェーデンでは、この問題について「スピード違反の罰金を宝くじとして還元する」という取り組みを実施し、功を奏しているという。具体的には、ある地域に設置されたスピードカメラに法定速度を守っていると判定された車は、自動的に宝くじに参加したことになり、罰金の一部がその宝くじの賞金として還元されるという仕組みである。24,000 台の車を対象に 3 日間行った実験では、現場の平均速度が 22%も下がったとのことであった。また、スウェーデンではカメラの前に標識があり、安全にスピードを落とせるため十分な距離を取らせることで、急ブレーキを避けているという。すなわち、交通取り締まりなどの非日常的かつ罰則的なアプローチではなく、交通ルールを自主的に遵守するための積極的なインセンティブを（動機）日常的に組み込んでいる点が大変示唆深い。

4. 政策提言

以上を踏まえ、最後に政策提言を行う。それは「正直者が得をする交通政策」の導入である。具体的には、京都府の交通事故が多い地域において、交通ルールを守って走行した人を警察官がランダムに選抜し、京都府の 26 市町村の 1 万円相当のふるさと納税の特産品を贈呈するという仕組みを都道府県と市町村が連携し構築するというアイディアである。なお、このアイディアを日常的に実装するためには、まずは試行が必要である。例えば警察官らが取締りを強化している春と秋の交通安全運動期間に試験導入し、検証を重ねる必要がある。なお、話題性による混雑を避けるためにも実際に行われる交差点や行われる期日の一般公開は行わない。実施パターンは 2 案考えられる。1 案目は、交差点前で一時停止した車に警察官がランダムに声をかけ、特産品を進呈するパターンである。この場合、取締りの光景を写真付きで新聞等で報道してもらうことで、徐々に安全走行の意識が広がっていくメリットがある一方で、現場にやや負担をかけてしまうという課題がある。2

案目は、オービスを対象地域に設置しておき、ランダムに選抜した交通規制を守った車に対して後日家に特産品を送るパターンである。この場合、非接触で実装でき、感染症対策にも配慮できるメリットがある一方で、AI など活用してシステムを構築しなければならないという課題がある。

5. まとめ

最後に本政策提言の意義を2点改めて整理しておきたい。1つは、本案では交通ルールを順守しているドライバーをたたえ、交通ルールを守る積極的な動機を作る形で、ドライバーの自主性を促す交通事故を抑制していくという新しいアプローチを採用できたということである。ダニエル・ピンクの整理で言えばモチベーション3.0への懸け橋である。言うまでもなく、今までのドライバーに罰を与える交通取り締まり方法を漫然と続けるだけではドライバーが交通ルールを守ろうという意欲がわかないであろう。2つ目は、京都府内各地域の特産品を景品にすることで、交通政策と地域づくりを架橋できたということである。また、都道府県による政策と基礎自治体による協働政策と見ることもできよう。

最後に、交通事故は事故を起こした本人のみならず、巻き込まれた側の未来も奪ってしまう恐れがある。そうした悲しいニュースをこれ以上増やさないためにも、ぜひ一人一人の自主性を引き出し、結果として交通事故が減少するアプローチの実現を期待したい。

参考文献

- (1) 石村 映美・森本 章倫 (2016) 「交通安全に寄与する交通取締り計画に関する研究」公益社団法人 日本都市計画学会都市計画論文集 51(3)、p. 655-660
- (2) excite ニュースホームページ「スウェーデンでスピード違反を減らすため逆転の発想…法定速度を守った車は自動的に「宝くじ」に参加」
https://www.excite.co.jp/news/article/Labaq_51897199/ (2021年10月21日閲覧)
- (3) 警察庁ホームページ「交通死亡事故の発生状況及び道路交通法違反取締り状況等について」
<https://www.npa.go.jp/publications/statistics/koutsuu/toukeihyo.html> (2021年10月21日閲覧)
- (4) 警察庁ホームページ「平成30年の犯罪」
<https://www.npa.go.jp/toukei/soubunkan/h30/h30hanzaitoukei.htm> (2021年10月21日閲覧)
- (5) 警察庁ホームページ「運転免許統計(平成30年版)」
https://www.npa.go.jp/publications/statistics/koutsuu/menkyo/h30/h30_sub2.pdf (2021年10月21日閲覧)
- (6) JAF ホームページ「信号機のない横断歩道」
jaf.or.jp/common/safety-drive/library/survey-report/2020-crosswalk (2021年10月21日閲覧)
- (7) ダニエル・ピンク (2015) 『モチベーション

外国人避難対応

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 自然災害チーム

○岡本 滉平 (Kohei Okamoto)・上講 洸 (Takeshi Kamikou)・

松田 一真 (Kazuma Matsuda)・山内 聖太 (Shota Yamauchi)

(京都先端科学大学経済経営学部経営学科)

キーワード：訪日外国人旅行者、避難誘導

1. はじめに

地震災害大国日本においては、東日本大震災後も日本各地で地震が発生しており、今年に入ってから(10月30日現在)も、震度4以上の地震が44回発生するなど、いつ大規模地震が発生してもおかしくない状況である。ここ京都においても、今後想定されている南海トラフ巨大地震が発生すれば、大きな被害を受ける可能性がある。観光都市である京都においては、地震が発生したときに、世界各国から訪れる多くの訪日外国人旅行者への対応についても重要な課題になるだろう。日本人の私たちですら土地勘のない観光地などで地震が発生した場合、どのように行動すればいいのか理解していない。そうすると、訪日外国人旅行者にとって異国の地での地震は、さらに不安や恐怖になる存在になると予測することができる。観光白書(2021)によると、訪日外国人旅行者については、7年連続で過去最高を更新し、2019年には3188万人となっていたが、現在新型コロナウイルスの流行により訪日外国人が大幅に減少してしまっている。しかし、そんな今こそ、アフターコロナを見据え、もう一度訪日外国人旅行者が戻ってくるために、より「安全安心な京都」をアピールするためにも災害発生時の訪日外国人旅行者への対応について検討する意義は高いと考える。

そこで、本稿では、訪日外国人旅行者が日本で地震に被災した場合、どのような対策があるのかを分析した上で、政策提案を行っていきたい。

2. 訪日外国人旅行者の声

実際に東日本大震災を経験した訪日外国人旅行者を対象とした観光庁の調査(2013)や熊本地震直後に実施された調査結果(2016)によると、訪日外国人旅行者の多くは、地震発生時に十分な対応する知識を持っておらず、「今何が起きているのか」、「自分は何をしなければならないのか」といった情報を必要としていた。さらに、「言葉がわからずどこに行けばよいかわからなかった」など災害時の情報収集方法への不安の声が多く挙げられた。

3. 観光庁の対策

東日本大震災後の政府の取り組みとしては、観光庁は2014年10月に、自治体向けの「訪日外

国人旅行者の安全確保のための手引き」を作成した。その後、この手引きを元に観光・宿泊施設向けの「自然災害発生時の訪日外国人旅行者への初動対応 マニュアル策定ガイドライン」が策定された。このガイドラインに基づいて、それぞれの自治体の駅・空港、競技場、旅館・ホテル等などにおいて取り組みが進められた。また、2014年からは観光庁が監修するSafety tipsというアプリにて災害情報提供を行なっている。このアプリの特徴は、災害の状況や災害時に自分がしなければならない行動など訪日外国人旅行者にとってニーズの高い情報を多言語(5カ国語)で入手することができる。コンテンツは避難フローチャート、大使館やJNTO(日本政府観光局)ウェブサイトへのリンク、コミュニケーションカードなどがプッシュ型で通知される仕組みとなっている。

4. 京都市の対策

京都市では、東日本大震災で浮き彫りとなった課題を精査し、大地震が発生した際の対策に生かすべく平成23年「京都市防災総点検委員会」を設置し、委員会において、今後京都市が行うべき事項として約130項目からなる最終報告をとりまとめた。京都市ではこれを受け全国に先駆け、観光地対策協議会、事務所対策協議会、ターミナル周辺協議会が連動し、進めてきた取り組みが「京都モデルの帰宅困難者対策」である。この対策では、観光客に特化した全国初の帰宅困難者対策を推進するための「京都市帰宅清水・祇園地域及び嵯峨・嵐山地域困難者観光地対策協議会」を設置した。この協議会では大地震が起こった際の観光客対応として清水・祇園や嵯峨・嵐山をモデルとした「帰宅困難観光客避難誘導計画」を制定し、この計画に基づき京都市が地域商店街などの事業者や寺院・神社、旅館等の観光関連団体の関係者と協定を結び、観光客への初期対応の中心を担ってもらうこととしている。平成30年度3月には、「京都市災害時帰宅困難者ガイドマップ」も作成しているガイドマップでは、災害時の行動について3STEPに分け説明するとともに、各観光地の近くに存在する緊急避難広場が地図上に掲載されている。災害時の情報提供については、上記で紹介したガイドマップだけでなく、京都市帰宅支援サイトも存在している。このサイトは観光

客向けに市内のほぼ全域で無料公開している公衆無線 LAN「KYOTO Wi-Fi」を利用し、同サイトへ誘導する機能を備えている。

5. 現状のアプリの問題点

上記で見てきた以外にも、他言語に対応した様々な防災アプリやサイトが存在しているが、それらについては、以下のような問題点が指摘されている。

秦(2020)によれば、観光目的で来日している外国人に、国や自治体が開発している災害情報提供アプリ等をインストールすることには無理があるとの指摘がある。相引等(2016)によれば、訪日中のお役立ち情報として観光・イベント情報を合わせて受け取れるサービスで、平時から利用されているものの方が、災害時においても訪日外国人旅行者が身を守る助けになり、訪日外国人旅行者に周知浸透させていくために、官民が一体となった普及活動が必要であると指摘する。菊澤(2020)によると、アンケート結果を分析して、外国人は主にテレビ等で情報を得ていることがわかるが、テレビでは、多くの人に「共通」の情報が公開されることに対し、「個別」の情報は得にくいので、そのために、避難所の情報や最寄り駅の運行状況などのローカルな情報が得られにくいと指摘しており、そういう点でも地域ごとの情報の提供という重要性は高いだろう。

以上の先行研究により、①災害だけに特化したサイトではなく、観光や交通情報などで災害がないときから利用しやすいもの②地域の情報を得ることができ多くの人に利用してもらえることが必要と考える。

6. 政策提案

(1) 観光情報と防災情報が一体化したサイト

現状、京都市では、京都市帰宅支援サイトなどの防災情報や外国人向けの Kyoto City Official Travel Guide などといった観光サイトが別々に存在しているが、それらを一体化し、災害時に切り替えられるような仕組みを取り入れると緊急事態に災害サイトやアプリをもう一度入れなおす手間が省けるのではないだろうか。そこで参考になるのが 沖縄県の VISIT OKINAWA JAPAN というサイトである。運営会社である一般財団法人沖縄観光コンペティションビューローに電話にてヒアリング調査をしたところ、普段は観光情報サイトであるが、災害時はサイト内に必要とされる情報を発信しているサイトの URL を貼るというを行っているとのことであった。具体的には、避難所の情報、今すべき行動、飛行機の日程、交通情報などを発信している。避難所に行った時や観光時にコミュニケーションに困らないようにと、コミュニケーションシートというのもサイト内で活用できるようになっている。このサイトを参考に、京都においても観光サイトの中に災害情報を

提供し、災害時には切り替わることのできるサイト構成にするべきだと考える。

(2) 広報啓発のための QR コード

観光情報と防災情報が一体化したとしても日頃から多くの人に認知され、利用してもらわなければ意味がない。そのため QR コードの導入を提案する。QR コードを、ホテルのフロントや店の入り口、駅構内など、比較的目につきやすい場所に設置する。ホテルやお店で、アナウンスでお知らせをすることでさらに多くの人に認知してもらえるだろう。日頃から観光サイトを利用してもらえることで、災害時にサイトに切り替わったときスムーズに利用することに繋がることを期待する。また、京都市で災害が発生した時の現場の誘導は京都市の職員に加えて、地元商店街、寺社などのあらかじめ市と締結している人々が観光客などの避難誘導の対応に当たるが、対応する人全員が英語を話せるわけでは無い。そこで、QR コードが書いてある紙などを、商店街などいたるところに配布しておくことで、誘導する側も、そのサイトのコミュニケーションカードなどの活用しながら避難誘導できるだろう。日頃のコミュニケーションや情報の理解にも活用してもらうため、のようなサイトでは、言語だけでなくピクトグラムや絵を用いてわかりやすくするなどの工夫も必要である。

7. 参考文献

- (1) 国土交通省：観光庁、訪日外国人旅行者の安全確保のための手引き (2014) .
<http://www.mlit.go.jp/common/001058528.pdf>
- (2) 国土交通省：観光庁、自然災害発生時の訪日外国人旅行者への初動対応マニュアル策定ガイドライン (2014) .<http://www.mlit.go.jp/common/001058526.pdf>
- (3) 京都市：京都市防災対策総点検、最終報告
kyoto.lg.jp
- (4) 京都市消防局：京都市帰宅困難者事業所対策協議会の開催 kyoto.lg.jp
- (5) 京都市災害時帰宅困難者ガイドマップ
saigai_kitakukonnai_map01.pdf, kyoto.lg.jp
- (6) 秦康範：「訪日外国人への災害情報提供の現状と課題」国際交通安全学会誌 45 巻 1 号、p. 28-35、(2020) .
- (7) 相引梨沙・宜澤信明・山口健太郎・下村徹・氷川珠恵・瀧陽一郎・山添真喜子・栗山章「訪日外国人旅行者に向けた災害情報提供のあり方」安全工学 55 巻 3 号、p182-188 (2016) .
- (8) 菊澤育代：「災害時に外国人が抱える課題：情報発信のあり方を考察する」都市政策研究、21 号、p 25-38 (2020) .
- (9) 沖縄県：「VISIT OKINAWA JAPAN」
<https://www.visitokinawa.jp/>
- (10) 京都市：「京都市帰宅支援サイト」
<https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/kitakushien/top>
- (11) 京都市：京都観光オフィシャルサイト「Kyoto City Official Travel Guide」
<https://www.kyoto.travel/en/>

ユニバーサルツーリズムにおける観光地図の課題

－ 視覚障害者の視点から －

村田和代・池田麻衣子ゼミナール

○田中 美羽 (Tanaka Miu) ・林 陸 (Hayashi Daichi) ・中江 奈々美 (Nakae Nanami) ・桑原 颯希 (Kuwabara Satsuki) ・小林 姫奈 (Kobayashi Hina) ・井上 大和 (Inoue Yamato) ・石橋 莉帆 (Ishibashi Riho) ・上田 健人 (Ueda Kento) ・勝本 壮祐 (Katsumoto Sosuke) ・庄司 拓矢 (Shoji Takuya) ・菅 紗佳 (Suga Sayaka) ・田原 佑充子 (Tahara Yumiko) ・中村 達希 (Nakamura Tatsuki) ・船木 穂々美 (Funaki Hohomi) ・松尾 駿 (Matsuo Shun)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：ユニバーサルツーリズム、視覚障害者、観光地図

1. はじめに

近年、ユニバーサルツーリズム（以下 UT）の考え方が広まりつつある。観光庁の定義によると UT とは、「すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障害の有無にかかわらず、だれもが気兼ねなくできる旅行」を指すものである（観光庁 online:manyual.html）。

日本では、平成 26 年に障害者制度の充実を目指す障害者権利条約への締結、そして 2021 年に東京オリンピック・パラリンピックでインクルーシブな大会が実施された影響で、「すべての人が楽しめるよう創られた旅行」である UT への需要が増加してきている。

人間は、90% 近くの情報を視覚から得ていると言われている（伊藤、2015）。しかし視覚障害者は、視覚から情報を得ることが難しいため、情報弱者となりがちである。また、メディア誘導型観光研究（鈴木、2009 他）によると、地図は、観光行動決定のための重要な情報を与える主要なメディアである（Ikeda & Higgins, 2018）。しかしながら、視覚情報中心であるため、視覚障害者は、地図の情報に効果的にアクセスできない状態にある。

本稿では、UT の取り組みの一つとして、リスクの高い視覚障害者に安全な歩行ルートを提供でき、且つ容易にアクセスできる地図とは何かについて検討する。

2. 現状

2-1. 京都市の UT への取り組み

日本の各観光地では、他の地域との差別化を図るため、積極的に様々な UT への取り組みが行われており、京都市もその一つである。その取り組みの中でも特に、「京都ユニバーサル観光ナビ」と「京都ユニバーサルコンシェルジュ」は、障害者や高齢者に必要な情報を与え、快適

な旅行計画を支援する重要な役割を担っていると考えられる。

2-2. 情報バリアフリーの観点からの調査

京都市のこれらの UT の取り組みは視覚障害者のための情報発信の配慮がされているか否かを調査するため「京都ユニバーサルコンシェルジュ」と「京都ユニバーサル観光ナビ」のホームページを調査した。

「京都ユニバーサルコンシェルジュ」とは、京都市が公式に任命する UT のプロで、それぞれの得意分野を持ったコンシェルジュが、旅の相談に無償で応じている。この取り組みによって視覚に障害がある方にも京都観光を楽しんでもらおうという狙いが見受けられる。

しかしながら、京都コンシェルジュへの相談は電話のみの受付で、健常者の我々がインターネット等から得られる情報に比べて情報量が圧倒的に少ない。また、その際に起こる情報を得られるまでの間の時間差は彼らが旅行をする上での弊害となりうるものである。

次に「京都ユニバーサル観光ナビ」である。これに掲載されている地図を視覚障害者の視点で分析を行った。ユニバーサル観光ナビは身体障害者に特化した地図を掲載しており、視覚障害者が排除されているのではないかと懸念がある。

我々が行った分析で注目した点は以下の四つである。

一つ目は、道路の道幅についてである。正確な道幅の広さや歩道の有無、歩道の幅の記載などは、視覚障害者にとって安全かどうかの判断材料になり、行動の選択肢の幅に関わると考えられる。

二つ目は、信号についてである。視覚障害者は信号の判別が難しいうえに、電気自動車などの増加により、エンジンの音が聞こえないなど

といった弊害が発生していることから、音声信号の有無の記載が必要である。

三つ目は、歩行を妨げる障害についてである。視覚障害者にとって突然現れる溝を避けたり、段差などの障害物の中を避けて歩いたりすることは容易ではない。よって、それらの情報を視覚障害者に提示する必要がある。

四つ目は、点字ブロックについてである。点字ブロックは視覚障害者の移動に重要である。そのため、路上の点字ブロックの有無についての記載があることは視覚障害者の行動決定に影響し得る。

以上の四点は視覚障害者の観光にとって非常に重要なものであるが、分析の結果「京都ユニバーサル観光ナビ」の地図ではこれらのことはほぼ示されていないことが分かった。

3. 地図の役割

3-1. メディア誘発型観光研究からの地図の役割

メディア誘発型観光研究とは、観光に関係するメディア情報の観光行動への影響を調査する研究分野である(鈴木、2009)。鈴木によると、観光者用地図の情報は、観光者の観光行動決定の要因となる。例えば、観光地図の多くは、地図上に目的地までのルートを示すことで、観光客の歩むルートに影響を及ぼす。また、地図に観光場所を記載することで、観光者の目的地選定や行動選択の基準となり得る。しかしながら、地図は視覚情報中心であり、UTの取り組みの一つとして、地図の情報にアクセスできない視覚障害者への対応が求められている。

3-2 視覚障害者のための地図とは？

視覚障害者の見えない壁を取り除き、安全な観光を提供する地図に必要な情報とは何かを明らかにするため、視覚障害者へのヒアリング調査と、視覚障害者歩行支援の文献の調査をそれぞれ行った。ヒアリング調査では、視覚障害者の情報収集の手段と移動を支援する情報は何か、ということについてメールとズームを使用し調査した。また、視覚障害者歩行支援の文献調査では、移動の支援に有益な情報を調査した。

ヒアリング調査から情報収集について、点字識字率はわずか10%と、点字での情報伝達では視覚障害者にとって有効な手段でないことが分かった。視覚障害者は、音声で情報を得るのが通常であり、音声で視覚障害者の歩行支援情報を提供することが必要であることが明らかになった。

移動の際の困難な点としては、文献調査とヒアリング調査での結果から、困難回避のために必要な溝や段差、看板などの歩行を妨げる障害

があり、更に視覚障害者が道路を横断しようとするときに、歩行者用信号機の色判別を行いにくいことが分かった。

4. 政策提案

文献調査とヒアリング調査の結果、「京都ユニバーサルコンシェルジュ」と「京都ユニバーサル観光ナビ」のホームページの調査を元に、我々は音声ブラウザを用いた視覚障害者向けの観光地図を作成することを提案する。音声で視覚障害者にとって情報を得る際に重要な手段であるため、音声ブラウザを用いた観光地図は視覚障害者の観光に有効であると考えられる。

観光地図に記載する内容は道順に加えて、道幅が広いこと、点字ブロックがあること、音声信号があることなど、視覚障害者が安全に観光できる道順を条件として記載する。また、音声ブラウザが正確に読み上げられるようにするために観光地図には図の記載はせず、文字のみで情報提供を行う。

このように地図による旅行者の行動決定の影響を利用することで、視覚障害者が安全に目的地まで到達できる地図の作成を提案する。

5. まとめ

UTが注目されている今日において、視覚障害者に対応した観光の支援が必要とされる。京都市のUTへの取り組みに加え、文献調査とヒアリングを基にした視覚障害者に寄り添った地図を作成することで、UTへの貢献へと繋がるだろう。

6. 参考文献

- 1) 伊藤亜紗(2015)『目の見えない人は世界をどう見ているのか』光文社新書
- 2) 鈴木晃志郎(2009)『メディア誘発型観光の研究動向と課題』
- 3) Higgins Christina and Ikeda Maiko(2021)『The materialization of language in tourism networks』
- 4) 観光庁(2021)「ユニバーサルツーリズムについて」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/man-yuaru.html> (最終閲覧日 2021年10月29日)

口頭発表

【分科会 3】

現代アートのプロジェクトマッピング による四条通地下道活性化事業の提案

同志社大学風間ゼミチーム C

○名護 青凱 (Ohga Nago)・小松 慎平 (Shinpei Komatsu)・笹森 聖矢 (Seiya Sasamori)・阪野 ともの (Tomono Banno)・堀 雪乃 (Yukino Hori)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：プレイスメイキング、現代アート

1. 問題意識

四条通は京都随一の繁華街であり、観光客・京都府民ともに日々多くの人を訪れる場所である。その四条通の地下には、阪急電鉄烏丸駅、京都河原町駅の2駅をつなぐ約1.1kmの歩行用地下道が通っている。この地下道は繁華街の地下という一等地にあるにもかかわらず、地上の賑わいとは打って変わって無機質で暗い「単に通るだけの空間」となっている。私たちは、この現状がパブリックスペースの活用機会損失となっていると認識し、四条通地下道の有効活用策を提案すべく調査研究を行った。

2. 現状分析

これまで地下道の活用に向けた動きが全くなかったわけではない。京都市では、2017年から「四条通地下道活性化事業」を展開している。

その事業内容を調査するために、私たちはこの事業を担当する京都市「歩くまち京都推進室」にヒアリングを行った。その結果、以下の点が明らかになった。①四条通地下道は鉄道施設の一部であり、大部分を阪急電鉄が所有しているが、10番出口から14番出口の間は京都市が借用している。②2017年には京都市、阪急電鉄、四条繁栄会商店街振興組合の3者で協議会を立ち上げ、京都市の借用部分の中でも10番出口から12番出口の間約200mは文化的活用エリアとして写真や児童絵画、アートポスターを展示されてきた。③しかしこれまでの展示内容はどれも小規模なもので、地下道全体の雰囲気をはらりと変化させるほどの影響力を持っていないため、活性化事業の目立った成果は見られない。



(図1: 四条通地下道略図 令和元年度「歩くまち・京都」推進会議説明資料より引用)

文化活動エリアとして有効に活用されないのには、四条通地下道が抱えるいくつかの問題点が関係していることもわかった。

最も大きな問題は、インフラが整っていないことである。水道、電気などが通っていない他、資

材等の搬入・搬出に使用できるエレベーターがない。また、備品の保管場所がなく高価な美術品等を展示することができない。さらに、整備のための資金不足も問題である。京都市は財政難に陥っており、公的資金を投入したハード面の整備を行うことは難しい状況にある。四条通地下道で行う活性化事業には、これらの障害を乗り越えるアイディアが求められる。

さらに独自に通行量調査を行ったところ、10月29日6:30~22:30の間に10番出口から11番出口の間の通行者数は6,165人であった。それに対して阪急電鉄京都河原町駅の1日の乗降人員は5万人を超えており、地下道の通行者数と駅の利用者数が大きく乖離していることがわかる。

以上の調査を踏まえ、私たちは、地下道活性化の先行事例となる神奈川県厚木市主催の本厚木駅東口地下道活性化事業について、ヒアリング調査を実施した。この事業では、「CHiKa フェス」が企画され、展示や体験型の催しが開かれている。イベントの際には来場者へのアンケート調査や通行量の調査が行われている。「地下道の活性化に期待することはどれですか」(※複数回答可)というアンケートの質問に対する回答として最も多かったのが「イベントなどでにぎやかにしてほしい」(56.8%)という声であった。その他にも地下道特有の静かで薄暗い雰囲気の変化を期待する回答が見られた。また、通行量調査の結果によるとCHiKa フェス開催時の通行量は平時と比較して約1.84倍であり、地下道でのイベント開催は一定の効果があることがわかった。

3. 政策提言

以上の現状分析を踏まえ、私たちは四条通地下道を活用し、現代アートを用いたアートプロジェクト「Art Basement 360 (以下AB360)」を提案する。AB360では、壁面・天井・床にプロの現代芸術家が手掛けた映像作品をプロジェクトマッピングによって投影し、地下道にアート空間を創出する。なお、使用するエリアは、京都市が保有する10番出口から12番出口の間の文化的活用エリア約200mの部分である。



(図2：360度プロジェクションマッピングのイメージ
エプソン HP から引用)

<プロジェクトの基本コンセプト>

本プロジェクションマッピングのコンセプトは、人々の日常生活の中に本格的な現代アートを取り入れることである。

現代アートを鑑賞することは能動的な知的体験に他ならない。アートは鑑賞者に視覚や聴覚から作家が抱く社会的なメッセージを訴えかけ、さらには問いを与える。これを受けて鑑賞者は自然と現代社会が抱える問題を意識し、思いを巡らせるのである。いつも通り、地下道を歩く。ただそれだけで現代アートの世界に入り込むことができ、

“いつの間にか”このような知的体験に参加することができる。また、文化庁の全面的移転を控える京都府では、総合計画「京都夢実現プラン」の主要施策の一つとして文化創造を掲げており、アートフェアなどを通して現代アートの振興に力を入れている。

先述した6千人という通行者数は、裏を返せば確実に来場者数につながるということである。つまり、本事業は一部のアート関係者だけでなく、現代アートを「わかりにくい」と敬遠しがちな一般市民に対しても現代アートに触れる機会を創出することができるのだ。これは、敷居が高い美術館ではなく、移動手段として機能してきた四条通地下道で行うからこそ達成できるものである。さらに、日光から遮断されている地下道はプロジェクションマッピングに最適の空間であり、日中でもひとたび地下道への階段を下りれば非日常的な現代アート空間に入り込むことができる。

<事業の運営体制>

本事業を運営するにあたって、AB360 運営委員会を組織する。委員会は①京都市歩くまち京都推進室、②京都府文化スポーツ部文化芸術課、③京都商工会議所、④四条繁栄会商店街振興組合、⑤映像技術の提供をビジネスとしている企業関係者、⑥日本で現代アート振興に取り組んでいる協会、⑦アートディレクター、⑧阪急電鉄で構成される。

運営委員会は、以下の役割を担う。

- ①事業実施計画を策定し、事業の実施に向けたスケジュールをたてる。
- ②本事業についてのホームページや各種 SNS アカウントの運営、チラシ・ポスターの作成、テレビ・ラジオ等を通じて宣伝活動を展開する。
- ③プロジェクターと映像を映し出すパネルなど、プロジェクションマッピング実施のために必要な設備を用意する。

④アートディレクターが中心となってアーティストから提案を募り、展示する作品を選定する。

⑤アーティストへの謝礼や設備資金を調達するために、国の文化振興関連の補助金の申請を行うほか、企業メセナを展開するスポンサーからの協賛金、地下道ポスター等からの広告料、クラウドファンディングを行うなどにより資金調達を行う。

<事業の実施>

依頼するアーティストの決定後、委員会所属の映像技術を持つ企業とアートディレクターは、アーティストと打ち合わせを行い、映像作品としての形を作り上げていく。投影する映像作品は、異なるアーティストによる異なるテーマで3カ月に1度入れ替えることで展開性を高め、人々が飽きることなく何度も歩きたくなるような空間を持続的に実現させる。

4. 期待される効果

私たちが提案する AB360 によって、薄暗く閑散とした地下道が現代アートの力で明るく生まれ変わり、京都の新たな観光名所として賑わう公共空間となる。そして単なる通り抜け通路ではなく、多くの人が歩きたいと思える「目的地」となることが期待できる。地下道の通行量が増加し、広告料や協賛金を得ることができれば、その資金をインフラの充実に活用することが可能となり、正の循環が生み出される。

また、本事業は、芸術振興面でも様々な効果を期待できる。多くの人が行き交う四条通に展示スペースを設けることにより人々への現代アートの浸透を促し、官民協働のアートプロジェクトの展開を通じて、文化芸術都市としての京都の存在感を一層高めることができる。

参考文献

【日本語文献】

小崎哲哉：現代アートとは何か、河出書房新社（2018 年）

【URL リスト】

1 京都市都市計画局歩くまち京都推進室（2020 年）「令和元年度「歩くまち・京都」 推進会議 説明資料」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/content/0000268/268128/03siryoku.pdf>

2 京都市都市計画局歩くまち京都推進室（2021 年）「四条通地下道活性化事業プレゼン資料」
https://open-labo.city.kyoto.lg.jp/wp-content/uploads/2021/10/shijo-dori-underpass_01.pdf

3 鳥丸経済新聞（2018 年）「京都・四条通地下道の活性化へ 商店街と阪急、市が共同会見」
<https://karasuma.keizai.biz/headline/3202/>

4 阪急電鉄（2020 年）「駅別乗降人員」
<https://www.hankyu.co.jp/sp/station/passenger.html>

エプソン（2018 年）「常設プロジェクター導入事例／株式会社 タ ケ ナ カ 様」
<https://www2.epson.jp/products/bizprojector/casestudy/takenaka.pdf>

最終アクセス日：全て 2021/10/30

地場産業存続に向けた循環型産業の確立

- 政所地区での実証的検討を踏まえて -

深尾ゼミナール政所プロジェクト

○新田 圭祐 (Nitta Keisuke)・木原 みなみ (Kihara Minami)・谷 益伸 (Tani Yoshinobu)・西河 遥也 (Nishikawa Haruya)・原 千紘 (Hara Chihiro)・安井 慶子 (Yasui Kyoko)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：地場産業、地域内循環、付加価値

はじめに

滋賀県東近江市奥永源寺地域では、600 年の長い歴史を持つ政所茶が生産されている。政所茶は、在来種かつ無農薬で栽培されていることによって、近年では希少価値を高めている。しかし昨今、政所茶を生産している茶工場の老朽化・採算面の問題により、政所茶は存続の危機に陥っている。

そこで、本研究では地場産業存続を目指し、再生可能エネルギーを基軸に置いた付加価値づくりと地場産業の掛け合わせによる相乗効果の可能性について研究していく。

第 1 章 現状

政所茶の生産に関わる茶工場は、JA により運営されていた。近年、茶工場は老朽化に伴い修繕を繰り返していたが、2019 年 5 月に老朽化が進行し重油ボイラーの重油漏れが発生した。これを機に生産者は、政所茶の高い品質を維持した生産の持続に危機感を抱くようになった。政所茶生産事業のみでは茶工場の採算性が低く、JA が運営から撤退する方向性を決定した。

そこで現在、政所茶の生産者で構成されている政所茶生産振興会は、政所茶を存続させるために茶工場の再建に向けた活動を行っており、私たちは月に 1 度の定例会議に出席する形で活動に参加している。定例会議では、茶工場の再建において政所茶に新たな付加価値を付けるための検討を重ねている。

第 2 章 木質バイオマスボイラー導入検討

製茶機械の動力源に木質バイオマスボイラーを導入することで政所茶に新たな付加価値をもたらす事ができると考え、新茶工場に導入するボイラーの検討を行なった。地域内循環の視点、環境の観点から木質バイオマスボイラー導入の方向性を固めた。燃料の木材は、奥永源寺地域に存在する森林組合からの森林資源により調達が可能である。地域内の木材を利用することで地域内循環を可能にするだけでなく、CO2 排出量の削減を実現することができる。

しかし、現在のボイラーの稼働率は低く、政所

茶の生産事業だけでは茶工場の採算性を確保することができない。そこで、茶工場の稼働率を上げ、採算性を確保するために、昨年度政所茶生産振興会に新規事業として鰻養殖事業を提案した。それらの実現可能性を検証するところから始めたい。

第 3 章 鰻養殖事業の実現可能性

新規事業との掛け合わせによって、茶工場の採算性を確保することが必要だ。しかし、この新規事業は 3 つの要因から実効性に欠けていた。

1 つ目は初期費用が高額であった点である。鰻養殖事業を行うにあたり、施設建設などの初期費用によって約 33,600,000 円の資金を自費で政所茶生産振興会が負担しなければならない。地元住民主体で行う事業ということを考えると初期費用を抑えた新規事業が求められる。

2 つ目は鰻養殖事業の難易度が高い点である。鰻の生態について解明されていない部分が多く、非常に高度な養殖技術が求められる。さらに、水質管理を徹底することや病気予防など管理に時間と費用が掛かる。鰻養殖という規模が大きい事業は、政所茶生産振興会では担いきれないという観点から難色を示した。

3 つ目は政所地域への景観配慮不足という点である。鰻養殖を行う際に建設する建物により、政所地域の美しい自然と景観を損なうことに政所茶生産振興会は懸念を抱いた。

鰻養殖事業がもたらすローカルインパクトは大きいものの、政所茶生産振興会の想いとは噛み合わず実現可能性が低い提案となってしまった。鰻養殖事業の提案を経て、新規事業を行うためには茶工場の採算性の面だけではなく、政所茶生産振興会の想いに寄り添い、地域性に見合った地場産業の確立をすることが新規事業の実効性を高めるために必要であると考察した。

第 4 章 ボトルネック解決に向けた新規事業再提案までの過程

そこで私たちは、新たな熱利用の資源を模索する中で、政所茶と深い関係性がある愛東地区の既存資源に目を向け調査を行なった。

愛東地区で行われている「菜の花エコプロジェクト」では、菜種の栽培から廃食油の燃料化にいたる循環の過程で、学習やまちづくりなど「農」の枠を超えた様々な分野で波及効果をもたらしている。政所茶は、その一環で菜の花を搾油した際の油粕を堆肥化させ有機質肥料として再利用している。この関係性は、1998年から活動開始されて以来、政所茶の生産を支えてきた。このように、東近江市内では資源を循環させ、「農」の多面的機能の活用を促している。

このような政所茶と愛東地区の関係性を活かし、新規事業では愛東の地域資源である農作物を活かした事業を行うことが効果的だと考えた。愛東地区は、東近江市の中央に位置し、豊富な種類の農作物を栽培しているだけでなく、「愛東梨」や「愛東メロン」のようにブランディングにも成功している。しかし、これらの農作物ではフードロスが発生している。

例えば、「愛東梨」ではブランド維持のために平成19年度に選果機を導入したことで、重量だけでなく糖度までも選定基準となった。厳しい基準が設けられたことにより、糖度不足1,782kgと品質不良2,537kg合わせて年間で4,319kgが規格外商品として発生している。

そこで私たちは、愛東の規格外商品を活用した新規事業を確立することで、フードロスを軽減することができると考えた。さらに、市場に出回ることがなかった農作物が加工品として市場に出回ることによって、規格外商品に付加価値をつけることが可能となり、結果的に農家の収益向上が見込まれる。

私たちは政所茶生産振興会の定例会議で、鰻養殖以外に海老養殖事業、苺栽培の提案を行ってきた。複数の事業提案を行う中で、振興会の方から「ドライフード事業」に挑戦したいという意見が挙げられた。地域の方が自ら新規事業を行うにあたり、「やりたい」を軸にした事業展開が必要である。持続可能な地場産業を展開していくためには、主体性のある事業を行うこと、また地域資源を活かすことが実効性を高めると考察した。

第5章 地場産業×地場産業の実証的検討

これらの実証的検討から、政所新茶工場に導入する木質バイオマスボイラーの熱源を利用した新規事業として、東近江市内にある愛東地区の農作物を使ったドライフードを加工・販売する事業を提案する。

この事業を考察するにあたり、宮城県大崎市にある鳴子温泉の源泉の熱を利用しドライフードの加工・販売をおこなっている株式会社湯治にヒアリングを行い、政所地域での実証的検討を行った。株式会社湯治では、「食」と「農」に地域づくりの視点を持たせ活動し、地域の農作物を活用してド

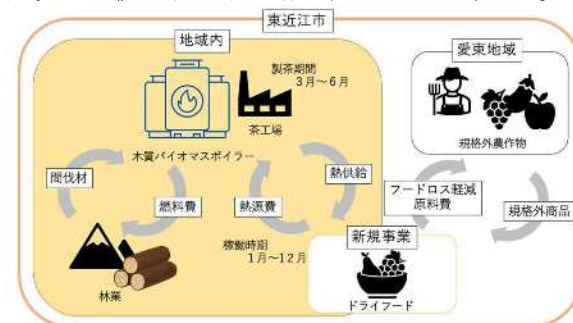
ライフードに加工している。

この事業を政所地区で行うことで、収穫時期の異なった農作物をドライフードとして加工することができ、木質バイオマスボイラーを12か月間稼働させることが可能だ。それによって、茶工場の稼働率は製茶期間と合わせると理論上約133%となる。

また、茶工場付近の空き家を活用してドライフードの加工を行うことで政所地域の景観保全に繋がり、鰻養殖事業と比較すると低コストで行うことが可能である。

そして、ドライフードの加工工程が容易であるため、新たな担い手を確保することなく事業を展開することができる。

以上のことから、私たちはドライフード事業を提案することで鰻養殖事業提案の際に挙げられた3つの課題を克服することができる。また、地域資源を活かした事業にすることが、地域内循環を実現し持続可能な茶工場運営になると考える。



【図1】 政所地区におけるドライフード事業を用いた地域内循環モデル（筆者作成）

第6章 まとめ

歴史ある政所茶を存続させていくためには、茶工場の採算性を向上させる仕組みが必要である。そこに、再生可能エネルギーを基盤とした政所茶の生産や、ボイラーの熱源を活用した新規事業による地域内循環や地域連携を行う意義がある。このような地域循環共生圏の構築によって政所茶の存続だけではなく、東近江市のフードロス軽減、農作物の付加価値創出に繋がる。

奥永源寺地域だけで事業を完結させるのではなく、近接の地域との連携を図ることで高付加価値を生み出す地場産業の展開になる。これが結果的に、持続可能な地場産業の形成になり、地域経済発展の可能性を高めるだろう。

参考文献

- 東近江市「菜の花エコプロジェクト」
<https://www.city.higashiomi.shiga.jp/0000001018.html>（最終確認日 2021年10月30日）
- 政所茶「政所茶の歴史」
<http://mandokorocha.com/page-51/>（最終確認日 2021年10月30日）

「都市型」文化的景観の継承と活用についての研究

- 京都市左京区岡崎地域を事例に -

京都橘大学現代ビジネス学会まちづくり研究会

阿部 祈莉 (ABE INORI)・〇清水 咲良 (SHIMIZU SARA)

(京都橘大学 現代ビジネス学部 都市環境デザイン学科)

キーワード：文化的景観、持続可能なまちづくり、市民参画

1. 目的と背景

本研究は、文化庁が選定している重要文化的景観（以下、文化的景観とする）の中で「都市型」と考えられるものに着目し、その市民主体の持続的な継承の在り方について考察を行うものである。

都市におけるまちづくりを考える上では、多様な住民に対し、そのまちの環境や社会などへの理解を促す必要がある。特に人の営みによる変化が激しい都市部において、人と自然の相互作用によって生まれた景観が評価される文化的景観を継承していくにあたっては、こうしたまちづくりの視点を十分に活用し、地域特性に応じた取り組みを図っていくことが重要と考えられる。なお、本研究ではこうした文化的景観を「都市型」と便宜的に分類する。

清水重敦(2011)は、川や棚田などの農林水産業関連の文化的景観は、その理解や保全が容易であるとする一方、都市域における文化的景観の性質として、「異質な要素が多様に存在し、かつ混在しており」、「歴史的に変遷を重ねてきた場所であり、現在に至っても早い速度で変化を続けていること」を指摘する。そして、都市域においては文化的景観がなにを指し、どのように価値が見いだされ担保されるのかが理解しにくいことを課題に挙げている。

本研究では、こうした都市部の文化的景観の継承にあたっての課題を考察するため、2015年に重要文化的景観に選定された京都市左京区岡崎地域での市民の取り組みに着目した。まちづくりの視点を持った具体的な取り組みにおいて、文化的景観の「対象」と「価値」について市民がどのように捉えてきたかを検証することで、その継承に向けた具体的なアプローチを展望する。

その上で、「都市型」の文化的景観と考えられる京都市左京区岡崎地域を事例として取り上げ、その持続可能な継承方法について検討する。

2. 研究対象・方法

2.1 京都市左京区岡崎地域

岡崎地域は都市部において重要文化的景観が指定された数少ない事例である。岡崎地域は、京都市左京区の南部に位置しており、史跡である琵琶湖疏水や平安神宮、岡崎公園、動物園など、多彩な水利用空間と人々の賑わいの場所として発展してきた。特に、琵琶湖疏水から分水する白川沿道エリアについては、

当初は指定対象とは考えられていなかった地域について、事前調査段階で庶民による水利用活用の事実が明らかになり、エリアが追加される形で指定された経緯がある。そのため景観要素の検証等が不十分な状態で指定が行われた後、地域住民や学生らの自主的な動きとして文化的景観の対象や価値を探る活動が行われてきたことが特徴である。本研究はこの白川沿道で行われてきたまちづくりと、そこから派生した学生の取り組みについて検証を行った。

2.2 「茶座（ちゃざ）」の活用

岡崎地域での地域活動のひとつとして、まちづくり団体「白川あかり茶の湯の会」が、岡崎の重要文化的景観エリアに含まれる白川の魅力の発信と、水に親しむ文化の継承を目的として、川床で茶の湯を体験するプログラムを実施している。活動が続ける中で、人数や場所が限定される従来の茶席とは違い、自由に景観を楽しむことのできる「茶座」が、2018年から行われるようになった。茶座とは、中国の成都における喫茶文化であり、公園でベンチなどに座りながら各々が余暇を楽しむことである。

さらに、2018年から現在にかけて、琵琶湖疏水沿いの公的な空間の活用に適した茶座スポットをマッピングした「茶座マップ」を制作している。この制作過程では、茶座文化に「普段気づかない景観を楽しんでもらう」という要素を加えており、マップ制作とその利用を通して、岡崎における新たな魅力発見を促す手段となることが期待された。これは、文化的景観の継承に求められる、人と自然の相互作用を市民主体で維持する試みであると言える。

3. 具体的な取り組みと成果

京都橘大学の学生団体は、「白川あかり茶の湯の会」と連携し、当初から茶座ワークショップやマップの制作に関わってきた。ここでは、2018年度から2020年度におけるその取り組みの概要と成果を説明する。

1年目では、参加者を募り、茶座ワークショップを行った。このイベントでは、参加者に茶座キットを渡し、自由に選んだ「景色の良い場所」で茶座体験ができる機会を設けることを目的とした。合わせて、参加者に景観探索用紙を配布し、各々が良いと思う景観とその理由を収集、それらを基にマップ制作を行った。この成果として、イベントで普段利用

しないベンチに腰掛けたことにより、景観の良さに気付く参加者が多く居たことが分かった。このことから、意識して座る行為が景観の再認識に繋がることが明らかになった。また参加者に「岡崎ときあかり」の運営関係者がおり、同イベントの一企画として平安神宮敷地内にて茶座イベントを行うことが可能となった。さらに、マップ化することで茶座を活用しながら「点在していたスポット」を発見する楽しさを参加者と共有することができ、文化的景観に触れる機会の作り方について模索することに繋がった。

2年目では、1年目に引き続き、岡崎ときあかりの一イベントとして、改装された京セラ美術館の日本庭園にて茶座を行い、新たにできた景観スポットの在り方を住民に向けて提案した。茶座マップの制作では、京セラ美術館周辺と岡崎公園周辺の茶座スポットをマッピングした。

この成果として、岡崎地域で活動している岡崎ときあかりのキーパーソンに対し、茶座が有する景観を再認識できる機能について興味を持ってもらうことができたことが挙げられる。これは、前年度のワークショップの結果、京セラ美術館の日本庭園で茶座を実施できたからこそその成果である。

3年目では、蹴上疏水公園にて茶座マップを制作した。これまでの取り組みを継続し発展させる予定であったが、新型コロナウイルスの影響による様々な制限があり、思うように活動を実施することが困難であった。しかしマップを五感を通して景色を味わえるような構成にすることで、会話が制限される中でも、各々が景観を楽しめるよう工夫を行った。

この成果は、コロナ禍による制限下でも活動の灯を絶やさないう、学生主体でマップ制作を行うことができたことである。マップの内容も、学生が良い景観を紹介するだけでなく、自ら魅力的な場所を見つけることそのものを楽しんでもらうような構成とした。これにより、地域への愛着を生むことや、思い出として語りかけづくりへつながったと考える。また、これまでのつながりを生かし、岡崎地域にある公共施設でマップを配布することができたことも、これまでの活動の継続が生かされた結果である。

以上、3年間の活動を通して、岡崎の景観を継承する市民団体と学生団体による取り組みは、茶座を用いて市民にその良さを体験してもらう機会を生むものであったと言える。さらに茶座マップという媒体を活用して、参加者がその場所と付随する体験を形として残せるよう、提案することができた。

4. 考察

4.1 市民同士で創出した景観に触れる機会

茶座文化を用いた活動で、岡崎の景観を継承する団体が、市民に開放的かつ体験的な空間を用意し、「留まる仕掛け」「集まる仕組み」を提案することができた。「留まる仕掛け」では、茶座という手段を通して、その景観に触れ合う時間を設けることを可能と

した。「集まる仕組み」では、茶座によって生まれるコミュニティ、茶座をする人々そのものが景観となることを可能にした。茶座ワークショップでは、①地域のキーパーソン等と繋がる、②岡崎地域全体規模のイベントに参加する、③観光地周辺で実施することで、地域内外、老若男女問わず、参加する市民規模を拡大させることができたと考えられる。

4.2 運営団体の継続的な循環機能

茶座の運営主体である白川あかり茶の湯の会には主に一般市民・茶人・学生が参加している。それぞれ直接的に文化的景観を守るためではなく「岡崎地域で人々が賑わう面白い取り組みがしたい」「岡崎地域の景観を用いて茶会をしてみたい」「まちづくりについて学びたい」といった各々の目的を持っている。お互いの目的を尊重し、茶座の運営を行うことで継続的で無理のない環境を構築することができたのである。各々の目的の達成が、結果的に文化的景観の継承につながっている要素になっていると言えよう。

特に、学生は、新しい発想の提供だけでなく、年度ごとに新しい学生が加わり、活動を前進させる力ともなる。一方で、先輩が後輩に引き継いでいく、継続的な活動から蓄積されたノウハウは、新しい学生にもより深い学びを与えるのではないだろうか。

5. おわりに

本研究では、文化的景観の中で「都市型」と考えられるものに着目し、京都市の岡崎地域を事例に、その継承の在り方について考察した。茶座の事例は、岡崎地域における文化的景観を継承していくための一つの契機を生み出すものであったと考える。このことは、都市型の文化的景観における人と自然の相互作用を認識できるようになるだけでなく、対象そのものの持続可能性の担保へと繋がっている。

文化的景観は、観光資源やシティプロモーションなど経済的や行政的に活用される場面が多くあるが、本研究からは「市民主体で居心地の良い場所をつくっていく」という傾向が見られた。「都市型」の文化的景観は、その流動性による「良い景観」の見つけづらさから、持続可能性の担保の難しさを指摘されてきた。しかし、本研究で示したように、目的そのものが「継承」でなくとも、多様なアクターの個人的意欲が出发点となる活動が、結果として文化的景観を維持する力となり、継続的にそれを継承していく源になると言えるのではないかと。

参考文献

- (1) 京都市文化財保護課 調査報告
<https://kyoto-bunkaisan.com/report/tyousa01.html>
- (2) 西村幸夫「文化的景観と都市保全学」
『文化的景観研究集会 2009.2.20-21』(2009)
- (3) 清水重敦「都市を文化的景観として見ること」
『奈文研紀要』(2011)

京都産木材の有効利用

- 三条大橋の活動を通して -

京都産業大学現代社会学部鈴木ゼミ 三条大橋チーム

○鈴木啓治 (Suzuki Keiji)・田頭克浩 (Tagasira Katuhiro)・

藤田和樹 (Fujita Kazuki)・中村楽 (Nakamura Gaku)・

山口遙大 (Yamaguti Haruto)・西川郁美 (Nisikawa Ikumi)・

内海優希 (Utumi Yuki)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科)

キーワード：三条大橋、木材、橋りょう

1. はじめに

私たち鈴木ゼミは3年前から京都市橋りょう健全推進課と協働し、三条大橋の魅力発信や補修、修景事業を認知してもらうための広報活動を行っている。これは現在改修が計画されている三条大橋を未来へ引き継ぐための活動である。この活動の中で、三条大橋にも使用される予定である京都産の木材についてのお話をうかがう機会があり、その需要が減っていることを知った。そこで、活動の中で得た知見から、学生の立場で三条大橋と国産木材（地域資源）の有効利用を結びつけ、資源の利用拡大のための政策を述べていきたい。

2. 三条大橋と京都市が管理する橋について

三条大橋の木製高欄は、1974年を最後に改修されていない。約50年が経過した現在では老朽化が進行し、高欄には木目に沿ったひび割れがあり、腐食した場所には苔が生えている。(図1)



(図1) 腐食している高欄

現在京都市は約2900の橋を管理している。2016年のデータによれば、そのうち40%の橋が建設後50年以上経過していて、2030年には80%に達すると推測されている。

3. 活動内容

私たちのゼミでの具体的な活動内容について大きく2つに分けて紹介する。

1つ目は広報活動である。SNSを使用した定期的な情報発信やポスター作成を行っている。このポスターは観光客等をターゲットとしているため、一目見て印象に残りかつ三条大橋の高欄補修事業とふるさと納税を伝える内容としなければならなかった。そのため、今年は「とんでもはっぶん」という現在の三条大橋が完成した1950年の流行

語を使用して、注目を集められるデザインとした。

(図2)



(図2) 11月下旬から貼られる予定のポスター

2つ目はクラウドファンディングを利用した寄付金募集である。既にふるさと納税を利用した寄付金募集は行っていた。しかし若者からの認知度アップや寄付金を増加させるために、2021年から若者になじみがあり、少額から寄付のできるクラウドファンディングを使った寄付金募集の計画を行っている。ここでは、複数の値段帯を設定し、中には返礼品付きのコースもある。この返礼品は株式会社K.Kファームさんに協力していただき、三条大橋を連想させることができるよう、檜のアロマオイルとディフューザーを用意している。

(図3)



(図3) アロマオイルとディフューザーの試作品

これら以外に、アンケートを行うほか、イベントでの三条大橋の魅力の講演を行ってきた。

4. 京都の木材の現状

京都市の国産木材の利用状況は国内と同様に進んでいない。京都市は面積の74%を森林が占めて

おり、過去 10 年以内に施業履歴がある人工林は人工林全体の約 48%である。つまり、造林された人工林の大半以上が伐期を迎えているにもかかわらず放置されている。これだけではなく、シカ等の野生鳥獣の個体数の増加、行動範囲拡大により苗木の食害被害等が増加している。また、災害の甚大化により森林被害額が増加している。他にも、木材価格の長期低迷により林業労働者は 30 年間で 80%減少している。このような現状が相互作用し、負のスパイラルを生んでいる。

また、2021 年 8 月京都市の木文化・森林政策推進本部の方を訪問した際にお話を伺うことができた。京都市は林業振興を庁内横断的に取り組んでいる。その際に生産性や安全性の向上、新産業育成などによる持続可能な林業にするという「売り手よし」、木の文化に触れ、良質な木材の活用による心豊かな生活に「買い手よし」、2030 年 SDGs 達成への多面的な貢献に「世間よし」、2050 年 CO₂ ゼロの実現など、持続可能な未来に「未来よし」の「四方よし!」を大切にしている。今後の推進本部の方向性は人と森林の関係づくりである。人と森林のかかわりを増やし、みんなで森林を有効に使う。森林を有効に使うことによって、森林の機能を取り戻すとともに、地域の活性化を目指す。人と森林の関係性として 3 つが挙げられている。1 つ目は、資源を得る場所、2 つ目は自然に触れる場所、3 つ目は暮らしを守る場所である。

京都市では伐期を迎えた木材の利用を進め、伐採地に新しい苗木を植えることで循環社会を目指している。

5. 木材利用に関する法令

2010 年に「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」が制定され、公共建築物の床面積ベースの木造率は、法制定時の 8.3%から 2019 年には 13.8%に上昇した。更に 2021 年 10 月には「脱炭素社会の実現に資する等のための建築物等における木材の利用の促進に関する法律」へと改正され対象が建築物一般に拡大された。このように木材の利用は国が現在力を入れている事業のひとつである。

6. 政策提案

京都産木材の利用を促進させる提案として橋りょうへの木材利用を推奨していくことを提案する。

前にも述べたように現在京都市が管理する橋の内約 40%は建設後 50 年以上経過している。つまり、近々多くの橋を修繕しなければならない。今後修繕する橋の一部に京都産木材を利用するだけでも、その消費量は増やすことができる。現在、三条大橋と同様に、木製高欄を有している橋りょうは京都市の管理する約 2900 橋のうちわずか 10 橋程度である。そのため、現在は希少とされる木

製高欄を広める点でも効果的と考える。

橋りょうへの木材使用に関することを景観条例に追記するのも良いと考える。京都には寺社仏閣など伝統的な木造の建物が多い。そのため、木材の利用は景観を守ることにつながっている。2021 年 9 月に行ったアンケートでは「京都の橋といえどどこを思い浮かべるか」と言う設問を用意した。その結果過半数が渡月橋と答えた。これは渡月橋が有名な観光地であると理由の他に、木造（現在は高欄のみ）であることが大きかったと考える。つまり、学生や観光客が思う京都らしさには木造が含まれ、木造の橋を増やすことは観光業にもメリットがあると考ええる。

もう一つ、橋りょうなどの補修事業をする際、今まで以上に行政と学生のコラボを提案したい。学生が補修事業に参加することで、話題性が生まれ補修事業を地域住民へ PR しやすくなる。更に学生と同世代の若者についても同様である。私たちの場合は、木の商品を PR することで、三条大橋や木の存在を身近に感じてもらい、個々へ木の使用を促した。学生は柔軟な思考を持つため、多様な木の商品の開発や PR 活動を行うことができるのではないかと考える。現在私たちは活動の最中であるため、どれほど影響があったか具体的な数値は出てない。しかし、三条大橋や京都産木材の利用促進に貢献するために、そして私たちのように行政と学生の活動の輪を広げるために、取組中の活動を成功で終えようと尽力している。

参考文献

・林野庁 「脱炭素社会の実現に資する等のための建築物等における木材の利用の促進に関する法律（改正前：公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律）」

<https://www.rinya.maff.go.jp/j/riyou/koukyou/>
（最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日）

・京都市 『「三条大橋の補修・修景」トップページ』
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/page/0000242802.html> （最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日）

・「四方よし! 京都市森林政策 SDGs（Start-dash Goals Guidelines）」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000285/285185/SDGs.pdf> （最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日）

廃校を活用した京都発アート・コレクティブ拠点

同志社大学政策学部野田ゼミ B 班

○山田 菜穂子(Naoko YAMADA)・奥村 沙耶(Saya OKUMURA)・喜多嶋 一博(Kazuhiro KITAJIMA)・北本 健人(Kento KITAMOTO)・田中 絵莉香(Erika TANAKA)・寺井 乃々香(Nonoka TERAII)・中尾 純(Jun NAKAO)・升川 桃菜(Momona MASUKAWA)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：アート・コレクティブ、リエゾン、京都芸術資源

1. 問題の所在と検討手順

自治体の実際の政策現場では、地域の問題を解決するために一から政策をつくるだけでなく、既にある施設を活用してどのような問題に対応させるかといった課題にも悩まされている。京都市は、大都市として自治体の中で最も古くから先進的な取り組みも含め様々な政策を蓄積してきた自治体である。ところが人口減少に直面しているにもかかわらず肥大化した行政の効率化ができず、財政緊急事態の中でいかに施設を有効活用するかが問われている。小学校の廃校活用は京都市にとってまさにそうした課題であり、本研究では特に新洞小学校と聚楽小学校の廃校活用法方策を検討した。

検討手順は、はじめに、全国の自治体における廃校活用事例の分析を行い、京都市がめざすべき方向性を特定した。結論から先に言えばその方向性とは都市の優位性のある分野の地域資源を生かした政策であり、京都市の場合は文化芸術政策をターゲットに設定した。次に京都市の芸術文化政策の現状分析（文献調査と専門家インタビュー）と、文化芸術政策を振興するうえで主要アクターとなる若手アーティストのニーズを抽出するため、アーティストにニーズ調査やミーティングを行い、ニーズに基づく政策案を掘り下げた。最後に京都市の担当部署にヒアリングするなかで、政策の実現可能性や効果を検証した。

2. 廃校活用調査にみる京都市の政策の方向性

2.1 廃校活用調査

全国の廃校活用事例を日経テレコンの記事検索と Web 検索、ならびに先行研究や国の成功事例集で網羅的に把握したうえで、それらを類型化した。その結果は図 1 のとおりであり、都市部と地方部、地域資源活用の高低で分類できる。都市化の低い地域での廃校活用は、地域資源を活用できる場合は、ほとんどは地場産品や観光に依存した事例である。また、そうした資源が十分でない地域では介護施設や保育施設として利用されている。都市部では、地域資源が豊富にあるため複合施設にする事例が多い。ただし複合施設は様々な利用できるメリットはあるものの市の特徴をアピールできる施設にはなっていないという課題がある。一方、

地域資源が豊富にある都市において競争力ある資源を活用する廃校活用ができれば他都市と差別化できる。現状ではそうした事例は少ないため、豊富な地域資源をもとに競争力ある資源を伸ばす施設活用が求められる。

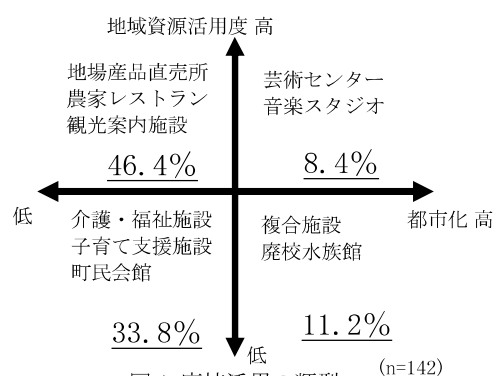


図 1 廃校活用の類型 (n=142)
(出所) 筆者作成

2.2 京都市の廃校政策の方向性

京都は人口も多く、都市化されているために図 1 の第 1 象限にあてはまる。本調査では、競争優位を確保する京都市の優位性の高い資源として芸術文化に着目した。すなわち廃校をその拠点として活用するのである。これは京都市では芸術文化に関する政策や資源が豊富に存在するためである。京都市立芸術大学をはじめとした文化教育機関や芸術に関心をもつ学生が圧倒的に多い優位性を廃校活用で低コストにより発揮させるのである。

3. 京都市の芸術文化政策とニーズ調査

3.1 京都市の芸術文化政策

1200 年以上の悠久の歴史があり誰もが知る歴史文化資源が豊富にある京都市では、1978 年に世界文化自由都市宣言を行い、それを基本構想の理念として様々な取り組みを進めてきた。国際交流会館、国際日本文化研究センター、ゲーテ・インスティトゥート・ヴィラ鴨川等があり、フランス総領事館の移転、比叡山宗教サミット開催等の芸術文化振興が行われてきた。周知のとおり京都の神社・寺社、町家等の町並み、京都市美術館、京都国立近代美術館・博物館、芸術センター、考古資

料館、寺社の宝物殿・資料館、企業の記念館・美術館は数えきれないほどあり、アニメについては京都アニメーションに代表される最先端の市民文化や芸術文化を先導する組織も多い。

さらに、京都市には、京都市立芸術大学、京都芸術大学、嵯峨野美術大学、同志社女子大学（音楽専攻）、京都精華大学（マンガ学部）、京都工芸繊維大学（美術工芸資料館）など関係大学が突出して多く、京都市立芸術大学は 2023 年に京都駅東部に全面移転予定である。同志社女子大学出身者で声楽指導者（現在天理市議員）への専門家インタビューの結果によれば、芸術関係者には、東の東京芸大、西の京都市芸大と認知されてきたが、近年京都市芸大のプレゼンスが希薄化しているため、移転を契機とした再興が期待されている。

2006 年には京都文化芸術都市創生条例を制定し京都市文化芸術都市創生計画や文化庁移転をふまえ京都文化芸術プログラム 2020 を進めている。そうした中で、伝統文化とは異なり、新進気鋭の京都市出身のアーティストによる新たな作品や取組がアートギャラリーで果敢に発表されている。ただし、芸術家を多く輩出する環境であるにもかかわらず、特に若手アーティストの発表の場は充実していない。このため、京都市ではスタジオ整備による若手芸術家の居場所づくりが進められてきた。京都市文化芸術企画課へのインタビューでは、市立楽只小学校の 6 教室をアーティスト公募で展示スペースとしているが、既に貸出は満員状態で、さらなるニーズへの対応が求められる。

3.2 若手アーティストニーズ調査

若手アーティストの発表の場へのニーズを具体的に把握するため嵯峨野美術大学と京都芸術大学と京都市立芸術大学の学生に対するインタビュー調査を行ったところ 64 件中 54 件（91%）は自分の作品のアピールの場を求めていることがわかった（図 2）。また、インタビューの中では「展示場所が学内しかない」「他分野の芸術家との交流をもちたい」という声が多くあがった。なかには「コロナ禍で学祭に家族しか呼べなくなったので人に作品を見てもらえる機会が減った」というコロナ禍ならではの悩みも知ることができた。

学外に対して自分の作品を展示する場所が必要か

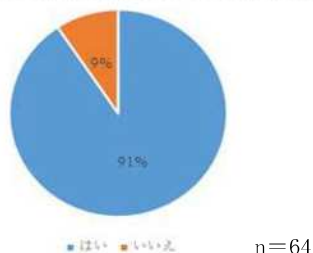


図 2 芸術関係大学の学生のニーズ
（出所）筆者作成

4. 若手アーティストミーティング

若手アーティストニーズ調査で特に積極的な発言をいただいた学生アーティスト 3 名、4 名の 2 組で政策提案が有効であるかを確認するためのミーティングを実施した。得られた結果は次のとおりである。若手アーティストは、他分野で活躍する学生と交流することで、新しい作品を生み出すことができたり、自分の持つ感性や芸術技術が向上したりすると考えていることが分かった。現在、京都市で行われている展示スペース貸出はアーティストごとの空間となるが、そうではなく交流による化学反応が期待されていた。京都に行けば新進気鋭の様々な芸術文化に出会える、リエゾン機能が必要という意見が提示された。

5. 京都発アート・コレクティブ拠点の提案

以上の調査をふまえ、廃校を活用したアート・コレクティブを提案する。これは、京都の若手アーティストが最先端の作品を展示しあう共同かつ協働の文化創出政策であり、財政難にある京都市の既存施設の有効活用政策である。政策の仕掛けは、単に 1 教室に複数の作品を展示するというものだけではない。廃校には多数の教室があるため、従来からある個々の展示スペースニーズも満たしつつ、作品の検討や生産において交流や協働作業ができるスペースを部門ごと（絵画、彫刻、音楽、映像、アニメ同士と相互で各部門）に多数設け、さらに、完成した作品を同時に展示して京都発の最先端若手アートを発表する空間（部屋）を設ける。つまり、個々のアート空間→協働アート空間→新しい文化創出空間の一連の流れが凝縮された京都発アート・コレクティブである。

ある教室では絵画専門の学生が個展を開いたり、またある教室では映画撮影専門の学生が上映会を開催できたりするのは、廃校に多くの教室があるためである。様々な分野の学生が集まるので、他分野の学生同士が交流し、リエゾン機能が発揮され、相乗効果を生み、京都の新しい芸術文化が創出される仕掛けである。

6. 展望（実現可能性）

京都市へのインタビューにより、政策案の実現可能性を確認したところ、市立楽只小学校では芸術家にスペースを貸出す事業を行っており、本政策の実現可能性は高いことが明らかになった。また、現状学生が気軽に使える状態にはなっていないため本提案は有効な政策とご意見をいただいた。廃校活用のため整備コストが低い点も本政策の特徴である。

参考文献：日経テレコン等各種データベース

久保勝裕・渡部貴久・西森 雅広(2009)「北海道の小規模自治体における廃校利用の実態に関する研究」『都市計画論文集』44.1: 44-49.

・波出石誠・福代和宏(2014)「地域活性化に資する廃校を活用したソーシャルビジネスに関する研究」『日本建築学会技術報告集』20(44): 299-304

京友禅による更なる地域活性化

-京都府宇治市の観光業界の事例-

佛教大学社会学部大谷ゼミ京友禅班

○岩元 郁也 (Iwamoto Fumiya) ・中谷 千晨 (Nakatani Chiasa)

小川 佳久 (Ogawa Yoshihisa) ・植田 尚人 (Ueda Naoto)

道田 梨里 (Michida Riri) ・陳 至励 (Chin Shirei)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：京友禅、観光、宇治市

1. はじめに

(1) 研究目的

京都府は、伝統工芸品のひとつである「京友禅」の産地である。京友禅は、約300年前に京都府で宮崎友禅斎によって確立された手描き友禅が起源となっており、織物の代表的な存在である（京友禅協同組合HP2021）。

京友禅の生産は京都の様々な地域で行われており、宇治市も京友禅の生産地のひとつである。

この宇治市では観光人口が年々、増加傾向にあり、平成22年の約510万人から令和2年の10年間で50万人増加の約560万人が訪れており、観光面を中心に地域活性化してきた(宇治市ホームページ2021)。一方で観光滞在時間が短いことや、リピーターが少ないことが問題である。

これらの問題を解決する手段として、京友禅を活用しようと私たちは考えた。

ただ、京友禅業界にも問題があり、着物を作る職人の後継者不足や高齢化をはじめ、着物にはどうしても高級で高価なイメージがつきまとうため、着物を着る機会は成人式や結婚式などに限られている問題もある。

このような宇治市の観光業界や伝統産業の問題を調査・研究をすることによって改善策を見だし、伝統産業と宇治市の観光を融合させることで地域の更なる活性化につなげるための政策を提言することが本論の目的である。

なお、本報告では、便宜上、地域の更なる活性化とは地域の特徴を生かし、持続的に交流人口を増加させることと定義する。

(2) 先行研究

宇治市では、宇治茶ブランドを活かした交流人口の拡大のために、ご当地グルメの開発であったり、茶摘み体験などのイベントを行っている（京都財務事務所 2021）。この結果、京都市に次ぐ観光入込客数となったが、観光客が同じところに集まる一極集中などの問題が挙げられる。

京友禅業界の先行研究として、以下の研究がある。京友禅業界には後継者問題がある。前田実香（2010）によれば、友禅の世界は完全分業制で、

各工程は少人数で家内工業的に行っている場合が多く、分業制の弱点は、一つの工程を担う職人がいなくなれば、全体が立ちいかなくなることであり、どの工程でも後継者不足は深刻である。また、職人が高齢化していることから、技術・技能の喪失が危惧される。後継者不足は深刻であり、後継者があつたとしても、経済的な面で将来の不安は付きまといっている。

また、白須正（2019）によれば、伝統産業と観光に関しては、京都を訪問する観光客には、ほんものの京都（歴史、文化、精神、匠の技等）に触れてもらうことが大切で、伝統産業の工房見学、寺院で座禅や写経など、時間をかけて京都を体験することが、一層質の高い京都観光につながるものと思われるという。

以上の研究から、宇治市の観光業界や京都の伝統工芸品である京友禅には様々な課題が存在しているが、宇治市の更なる地域活性化のためには、伝統工芸品の魅力を発信し、観光につなげていくことが不可欠であると考ええる。

2. 対象

(1) 地域について

宇治市は京都盆地の東南部にあり、京都市や大津市と隣接する。宇治市の総人口は17万8582人（令和3年度9月1日時点）である。宇治市は京都駅からJR奈良線の快速で15分程度の距離であり、京都市に次ぐ、京都府内の第二都市である（宇治HP）。

(2) 宇治市の観光について

宇治市は平等院や宇治上神社などのユネスコ世界遺産にもなっている文化財が人気であり、特に平等院の鳳凰堂に関しては、10円玉の表面のデザインにも用いられており、とても有名である。

また、市営茶室対鳳庵といった宇治茶を提供するほかに、お点前体験などが実施されている。

宇治市は「響け！ユーフォニアム」というアニメの舞台となっており、聖地巡礼としての観光客も訪れている。

3. 研究方法

私たちは京友禅協同組合連合会を対象に、会長である山田容永氏へのインタビュー（2021年7月29日）を行った。

宇治市観光協会を対象に専務である多田重光氏と兼井茜氏にインタビューを実施し、宇治市内のフィールドワーク（2021年10月20日）を行った。

4. 調査結果

京友禅協同組合連合会の山田容永氏へのインタビュー調査から高齢化・後継者問題については、先行研究で取り上げたように、現状としてなかなか後継ぎがいけない問題は確かにあり、なかには京友禅が好きで京友禅業界に入ってくる人もいるが、近年では若手に教育をする余裕がなく、きっちりと育てていくことが難しい状況にある。仮に専門大学を出ていたとしても雇ってもらえる場所がほとんどないのが現状であることが分かった。

また、成人式で着用される振袖は、毎年、成人する人数があらかじめわかっているため、売り上げが安定しているが、リピーターが少ないので、成人式後でも着物を着る機会の増加を可能にするための方法を考えていかなければならないとのことである。

宇治市観光協会の多田重光氏と兼井茜氏へのインタビュー調査から、宇治市の観光入込客数が増加した要因として、インバウンドの増加が挙げられることが分かった。しかし、京都市と比べるとリピーター率が低い傾向にあるため、国内観光客や、来訪数の割合の多くを占めている東アジアを中心としたインバウンドのリピーター率を高めるための取り組みを思案していることが分かった。

また今後は、観光入込客数だけでなく、観光消費額の増加を目指し、滞在時間を延ばすための工夫や、情報発信の強化を行っていく予定とのことである。宇治市内では、レンタル着物等を活用する観光客も見受けられ、京都府等が発行する「京都きものパスポート」とも連携し、宇治市営茶室の割引等の取り組みも行ってきたそうである。

以上から、宇治市は京友禅の生産地であるのにもかかわらず、人々からの認知度が低いため現状で、一部の土産品等では取り扱いはあるものの、宇治市としては京友禅を使った観光政策はほとんど行われていないと伺った。

5. 政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、本論では京友禅を活用して、宇治市の更なる地域の活性化を目的とした政策提言を行う。

それは宇治市と大学生が連携し、「京友禅デザインコンテスト」の実施をすることである。専用の特設サイトを立ち上げ、宇治市の地域住民はも

しろんのことだが、京友禅の認知度の更なる向上を目指し、全国的にも京友禅デザインの募集をする。それに加えて、宇治市はインバウンドも多いので、日本国内だけでなく、海外からでも参加できるように様々な地域の言語に対応して、京友禅デザインの募集をしていく。そして集まった中から選ばれたデザインを京友禅に携わる方々に制作していただき、注目度の向上のために、制作された作品をインフルエンサーと呼ばれる人に着用してもらい、SNSやファッション雑誌を用いて発信するという政策を考えた。

さらに、宇治市の名所付近に京友禅のオブジェなどを設置し、フォトスポットを設け、その場所で京友禅を着用したインフルエンサーの写真を撮る。この政策のねらいとして、寺院だけでなくインスタ映えするような場所で写真を撮ってもらうことで、幅広い世代から京友禅への親近感を抱いてもらうことに繋がり、新たな客層を呼び込めることが期待される。

他にも、宇治市の観光面における課題であるリピーター率の低さを解決するために、このフォトスポットを活用して、季節ごとに変化するプロジェクションマッピングを行う。

こういった政策を実施することによって、多くの人々が京友禅に触れる機会になり、将来的に京友禅産業自体の活性化につながる可能性も生まれ、それと同時に宇治市を訪れる新たなきっかけになるであろう。

以上を本論における政策提言とする。

参考文献

- ・荒木由希 2018 「きもの業界の縮小原因把握に関する先行研究整理」『人間社会環境研究』36号 45—61頁
- ・白須正 2019 「文化都市・京都の産業政策」（赤崎盛久、山田浩之編『京都から考える都市文化政策とまちづくり』ミネルヴァ書房）
- ・杉浦和明 2017 「京友禅～その多様性～」『京都市産業技術研究所』
- ・前田実香 2010 「京友禅工房見学から見るキモノ業界の現状」『同志社女子大学生活科学』44巻 66—70頁
- ・山本真紗子 2016 「伝統産業における分業制の功罪：立命館大学京友禅着物プロジェクトを通して」『意匠学会』68巻35—48頁
- ・京友禅協同組合ホームページ 2021
<https://www.city.uji.kyoto.jp/site/toukei/7095.html>
閲覧日2021年9月19日
- ・宇治市ホームページ 2021
<https://www.city.uji.kyoto.jp/site/toukei/7095.html>
閲覧日2021年9月20日
- ・京都財務事務所 2021 「宇治茶ブランドを生かした交流人口の拡大～みんなで淹れる、おもてなしの一杯（京都府宇治市）～」
<http://kinki.mof.go.jp/content/000131524.pdf>
閲覧日2021年9月20日

京都市営地下鉄東西線沿線のブランディング

石原ゼミ交通チーム

池上 将史 (Ikegami Masashi)・小味渕 悠希 (Komibuchi Yuki)・田浦 亘
(Taura Wataru)・槌谷 信人 (Tsuchiya Nobuto)・○寺西 亮太 (Teranishi Ryota)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：まちづくり、地下鉄東西線、ブランディング

1. 研究背景・目的

地域イメージを形成し、まちに価値を見出すことは重要である。吉川 (2010) によると、街の全体的イメージを構成する要素として、店舗の業種構成が働く割合が非常に大きい。すなわち、個々の店舗業種イメージの集合として、まちのイメージが構成されていると述べられている。土井・河内 (1995) では、阪急と阪神は並行しているが、その各地域には異なったイメージがあると述べられている。つまり、阪神間のまちではブランディングに成功しているということになる。

しかし、沿線のまちのブランディングが定まっていない鉄道路線がある。それは、京都市営地下鉄東西線である。地下鉄東西線では沿線のイメージが定まっていないだけでなく、利用客の減少が問題となっている。実際に令和2年5月22日(金)から5月31日(日)の利用率は62.62%の減少であった(京都市交通局ホームページ)。このような問題を解決するためには、東西線沿線で活性化を図る必要があると考えた。そこで、本研究では、沿線のブランディングが確立している阪急神戸本線・阪神本線沿線の事例を引き合いに、地下鉄東西線のブランディングを通じて、沿線の活性化を図る考察と提案を行う。

2. 調査方法

吉川 (2010) では、店舗の種類ごとイメージ指数が示されており、本研究ではこの数値を参照しながら沿線イメージを明らかにする。吉川 (2010) は 25 の項目があったが、本研究では駅ごとに特徴づける店舗のイメージ指数としてイメージの良さを構成する店舗から3項目(雑貨・花屋、カフェ、パン・和洋菓子)。指数の表から下位3項目(携帯ショップ、スナック・キャバレー、パチンコ)を用いた。

本研究では、阪急神戸本線・阪神本線の主要駅各5駅と京都市営地下鉄東西線全駅に対して地図データ調査を行った。調査方法は、周辺の駅間距離を考慮し、地図上で駅の中心から半径200メートル圏域内の種類別の店舗数をカウントした。

店舗数とイメージ指数を掛け合わせて各小計を

出し、小計を駅ごとに集計し、合計をその駅の得点とした。

・表1 各業種の分類と各業種のイメージ指数(吉川, 2010)

店舗の種類		イメージ指数
A	雑貨・花屋	0.5
B	カフェ	0.44
C	パン・和洋菓子	0.34
D	携帯ショップ	-0.1
E	スナック・キャバレー	-0.18
F	パチンコ	-0.29

3. 調査結果

①阪急・阪神沿線

阪急沿線では、指数が高い店舗が多い傾向にある。一方、阪神沿線では指数の高い店舗も多かったが、指数の低い店舗も多く、結果的に平均的に伸びなかった。つまり、阪神と阪急では同じ地域を通っているにも関わらず、指数が異なることから、両線独自のイメージ化に成功していることが読み取れる。

②京都市営地下鉄東西線沿線

東西線では、各駅によって指数小計に差がみられたため、路線で一体的なイメージづけができていないことが読み取れる。つまり、ブランディングが定まっていないことがわかる。そこで、各駅のイメージの良さを構成する店舗の中から指標の高いものを活かしてブランディングを行うことが最適であると考え、東西線各駅を以下のように分類した。

雑貨・花屋が強みの駅

三条京阪

カフェが強みの駅

太秦天神川、二条城前、烏丸御池、東山、東野、柳辻

パン・和洋菓子が強みの駅

二条、京都市役所前、山科

このように、各駅差があるため、駅ごとにブランディング戦略を考える必要がある。

・表 2 阪急神戸本線・阪神本線の 1 駅あたりの店舗数、イメージ指数の得点とその平均

	阪急神戸本線沿線	阪神本線沿線
店舗数	192	83
得点	46	10.4
平均	0.2	0.1

・表 3 東西線 1 駅あたりの店舗数、イメージ指数の得点とその平均

駅名 店舗 種類	A	B	C	D	E	F	店 舗 数	合 計	平 均
太秦天神川	0.5	1.3	0.6	0	0	-0.2	7	2.2	0.3
二条	1.5	0.9	1.7	-0.2	-0.9	-0.6	19	2.4	0.1
二条城前	1.5	4.8	2.4	0	0	0	21	8.7	0.4
烏丸御池	1	1.3	1.0	-0.3	0	0	11	3.0	0.3
京都市役所前	7.5	8.4	9.2	-0.2	-0.7	0	65	24.2	0.4
三条京阪	2	1.3	1.0	0	-2	0	22	2.3	0.1
東山	3.5	10.1	3.1	0	-0.2	0	40	16.5	0.4
山科	1	1.8	2.4	-0.2	-0.2	-0.9	30	3.9	0.1
東野	0.5	1.3	1.0	-0.1	-0.4	-0.3	11	2.3	0.2
柳辻	0	1.8	0.7	0	-0.2	-0.5	9	1.8	0.2

4. 政策提案

東西線の各駅を細かくみていくと、山科～柳辻間の街では、1 店舗あたりの平均値が低く住宅が多いため、店舗が少ないことが挙げられる。つまり、これらの駅周辺は閑静な住宅街となっている。この特性を活かしてこれらの地域は住宅街としてのイメージを確立する。

太秦天神川、烏丸御池、京都市役所前、東山は、1 店舗あたりの平均値が高いため、市街地が広がっており、店舗がまちの構成の中心となっている。そこで、各駅それぞれ一番多かった店舗をピックアップし、その店舗を町の PR ポイントとして PR する。このことによって街にイメージづけができ、まちの活性化につながると考えた。

具体的には、三条京阪駅は雑貨・花屋を PR する。太秦天神川駅・二条城前駅・烏丸御池駅・東山駅・東野駅・柳辻駅の各駅ではカフェを PR する。二条駅・京都市役所前駅・山科駅の各駅ではパン・和洋菓子店を PR する。

PR することによってその街に同じ種類の店舗が増え、イメージを付けることができる。

具体的には、京都市交通局がまちの店舗で使うことのできるクーポンを付けた企画乗車券や企画ポスターで PR を行い、まちのイメージ付けを進めていく。

今回の調査結果を踏まえて、地下鉄東西線沿線での店舗の構成などのまちづくりについて考察する。店舗の集積が増えることによって、まちのブランディングが可能となる。沿線のイメージが確立することで、東西線沿線の活性化につながり、東西線の沿線の発展と乗降客数の増加につながると考える。

5. まとめ

研究を通して、地下鉄東西線ではイメージが定まっておらず、イメージを定める必要性が浮き彫りとなった。したがって、今回提案した政策を行うことで、東西線沿線のブランディングと活性化を図り、東西線沿線のさらなる発展につなげていく。阪急、阪神沿線ではそれぞれ地域イメージがはっきりしていたのに対し、東西線沿線では特徴が見られなかった駅が多数みられた。そのため、まちの PR のためには先ほど提案した企画乗車券やポスターを活用した方法以外にも様々な策がある。そのため、問題解決に向けて、京都市交通局は創意工夫することが求められる。

そして、今回の研究を通して提案した事柄を京都市交通局が実行すれば、地下鉄東西線沿線が活性化し、京都市が抱える問題の解決の糸口につながるのではないかと考えている。

6. 参考文献

- 吉川浩 (2010) 「店舗業種構成に基づく地域イメージ測定法の試み」『デザイン学研究』57(4), p. 35-44
- 土井勉, 河内厚郎 (1995) 「鉄道沿線における郊外住宅地の開発と地域イメージの形成-阪急沿線の郊外住宅地開発と生活文化に着目して-」『土木史研究』15, p. 2
- 「地下鉄・市バスのご利用状況」京都市交通局ホームページ
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000268473.html>
 (2021 年 10 月 29 日)

伝統工芸品への若年層の需要開拓に向けた取り組み

京都産業大学経済学部 松尾ゼミ 伝統工芸班

○岩野 翔太 (IWANO SHOTA)・三崎 玲緒奈 (MISAKI REONA)・池田 潤哉 (IKEDA JUNYA)・時岡 宗生 (TOKIOKA MUNEO)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：伝統工芸品、SNS、リブランディング

1 はじめに

着物や焼物といった伝統工芸品は、100 年以上の歴史を持ち、伝統的な技術、技法により製造されるものである。しかし、こうした伝統工芸品の産業は図 1 の生産額を見てわかるように、衰退の一途を辿っている。伝統工芸品の生産額は 1985 年の 5410 億円をピークに減少し続け、30 年で 5 分の 1 にまで減っている。

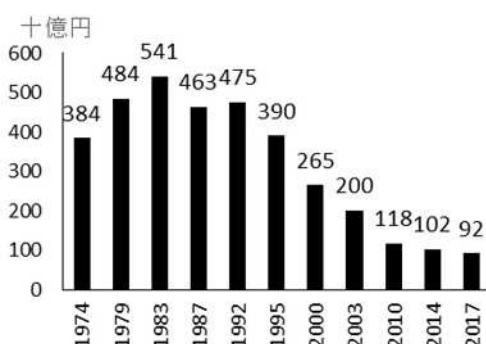


図 1 伝統工芸品の生産額の推移

引用：(一財) 伝統的工芸品産業復興協会資料より

伝統工芸品の生産額が減少している要因は、消費者の伝統工芸品への需要の減少が挙げられる。例えば、消費者の服装が和服から洋服へと変化したように、生活様式の変化が挙げられる。このように、欧米の生活習慣が日本でも定着したことが伝統工芸品の需要減少につながった。

また、生産面における産業の近代化やグローバル化も影響している。海外の安い原材料を用い、機械の導入により量産をおこなうことで、伝統工芸品の代替品を効率的に生産することが可能となった。伝統工芸品は伝統的な技術や技法、により製造されるもので、主に手作業で作成される。そのため、コストと時間がかかり、その価格は量産された製品と比べると割高である。したがって、消費者の需要が減少していった。

こうした状況を踏まえると、今後伝統工芸品従事者の生活を安定させるだけの収入を確保することは難しい。図 2 は伝統工芸品従事者数を表して

おり、1979 年で 28.8 万人いた従事者数は減少を続け、2015 年にはその 4 分の 1 の 6.5 万人まで減少している。

このままでは、日本の伝統工芸産業はますます

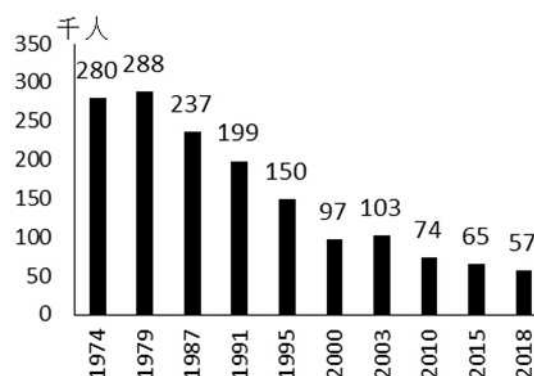


図 2 伝統工芸品の従業員の推移

引用：(一財) 伝統的工芸品産業復興協会資料より

衰退し、伝統的技術が途絶えてしまうかもしれない。伝統工芸品の製作に関わる関連企業に影響する。地域の雇用が失われ、地域経済の衰退にもつながる。

そこで、本研究では、伝統工芸品への需要を増やすことについて考えたい。はじめに、伝統工芸品に対する需要低迷の要因を明らかにし、3 章で消費者の需要増加に向けた取り組みについて事例を紹介する。

2 伝統工芸品への需要低迷の要因分析

伝統工芸品の需要の低迷は、生活様式の変化と産業の近代化が主な要因であった。このような社会的な変化以外に、消費者の需要が伸びない要因について指摘したい。

第 1 に、伝統工芸品の宣伝方法、販売方法が時代に合わせていないことが挙げられる¹。伝統工芸の業界では、卸会社や百貨店を通じた実店舗での販売に依存しており、日本伝統文化振興機構の報告によると、伝統工芸従事者が抱える課題として、人材育成・後継者育成につぎ、販路開拓や宣伝・販売の機会を挙げた回答が多かった。しかし、販

¹ 日本伝統文化振興機構「日本伝統工芸品産業に関するアンケート～Ⅰ」を参照。伝統工芸産業を生業とする個人や

団体を対象に、生産活動を行う上で感じている問題点や課題に関するアンケートを行っている。

売については、自社店舗販売と実店舗に固執している事業者も多く、消費者の需要拡大に積極的であるとは言えない状態である。

佐藤 (2018) は、伝統工芸品の販売促進方法は、地域の自治体や同業者の組合による共同パンフレットの作成や企業のホームページで商品紹介を行う程度にとどまっていることを指摘している。

第2に伝統工芸品のブランド化ができていないことが挙げられる。

地方自治体など地域ブランドへの取り組みは既に行われているが、新規顧客の獲得や需要の増加につながっているとは言えない。

そのような中で、ブランド化に成功した例が福井県鯖江市の眼鏡である。鯖江市の眼鏡の歴史は115年ほどであるが、他の伝統工芸品と同様、海外から安い輸入品が入ってくるなど、眼鏡の生産額の減少に直面した。しかし、鯖江市と事業者による取り組み²により、鯖江ブランドを確立することができたが、他の伝統工芸産業において、殆どそのような成功例がみられず、消費者に伝統工芸品の価値を見出させることができていないのが現状である。

3 伝統工芸産業の活性化に向けたさまざまな取り組み

鯖江市のブランド化の成功例は有名であるが、本章では若年層への取り組みについて紹介する。

1つ目に200年以上にわたり福岡県八女市で提灯づくりをしている伊藤権次郎商店がある。この店は、2017年から、提灯の魅力を伝えるために、SNSを活用し、新しい客を取り込んだことに成功している。具体的には、InstagramとHPで自社の提灯を紹介している。提灯の使用例を動画や写真を用いて紹介し、提灯が醸し出す雰囲気伝えていく。SNSを活用した情報発信が成功し、神社仏閣だけでなく飲食店等の新規の注文が入るようになった。さらに、20～30代の新規顧客を獲得することができ、イベント会社やハリウッドからも注文を受けるようになった。

2つ目に、村上木彫堆朱という新潟の伝統的な漆器産業におけるリブランディング化がある。リブランディング化とは、既存のブランドを時代や顧客に合わせて再構築することを指す。

村上木彫堆朱は、新規顧客を獲得できず、業績が悪化していた。そこで新規顧客層を獲得するために、新たな商品コンセプトを打ち出し、新ブランドライン「SHUKI 朱器」を立ち上げた。新たなコンセプトは、洗練された普段使いできる酒器、食器というもので、そのデザインには若手人気クリ

エイターを起用し、注目を集め、新潟三越伊勢丹の初出店で完売し、その後首都圏の展示会にも積極的に参加し、販路拡大を続けている。

4 考察

このように伝統工芸品への需要開拓の取り組みを踏まえ、若年層が伝統工芸品の価値を見出し、購入につながることが重要である。

そこでまず、伝統工芸品のリブランディング化を提案したい。

例えば、日常生活で使用可能な伝統工芸品の一つとして「つげ櫛」のリブランディングについて考えよう。

つげ櫛は一般の櫛と比べると高価だが、静電気が起きにくく、髪の毛を傷めないという特徴がある。「貰ってうれしい贈り物」とキャッチフレーズをつけ、使用者の名前を刻むサービスを提供し、贈り物の定番商品と認知されるよう、SNSなどを使い発信していく。具体的には、つげ櫛の使用動画を発信し、商品がもたらす効果（髪の毛の艶が出るなど）を宣伝する。

さらに、消費者は宣伝のデザインにも影響を受ける。そのため、洗練されたデザインや、見た目にかわいいデザインを用い、包装やWEBページを刷新する必要がある。

このように、販売促進の欠点をSNSやインターネットを用い克服し、幅広い世代に認知してもらう機会を増やし、商品自体の値段は変えずにデザインを変え、つげ櫛を手にとってもらえるようになると思う。

このように、時代や消費者のニーズに合った手法で、伝統工芸品のもつ良さを伝え、質の高い「本物」であるという認識を若年層に啓蒙していくことが、伝統工芸品の需要の増加につながるのではないだろうか。

参考文献・引用文献

1. 佐藤典司、「伝統工芸産業の現状と課題、および今後のビジネス発展の可能性」、『立命館経済学』第57巻、3号 pp59-62、2018
2. 一般社団法人日本工芸産地協会、「地域サプライチェーンと小規模事業者の関係 ～工芸業界の場合～」
(<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/syoubokihon/2018/download/181012syoubokihon04.pdf>、閲覧日2021年10月7日)
3. NIIGATA 未来プロジェクト、「村上木彫堆朱 伝統工芸リブランディング」
(https://niigata-mirai.jp/murakami_kibori/、閲覧日2021年10月4日)

² 有名ブランドなどから委託され、眼鏡を作っていたが、単に「眼鏡を生産する」から「眼鏡を生産し、自ら販売する」ように方向転換を行った。「鯖江ブランド」は国内だ

けでなく、国際的にも眼鏡の生産地としての地位を確立していった。

口頭発表

【分科会 4】

移動販売車はいーどー！！！！！！！！！！

- 「待ち」から「発信」への転換による町づくり -

京産大経済菅原ゼミ A 班

○大頭涼菜 (Ogashira Suzuna)・井上詩織 (Inoue Shiori)・川野佳也 (Kawano Yoshiya)・木下真菜 (Kinoshita Mana)・小西梨央 (Konishi Rio)・小林琉唯 (Kobayashi Rui)・崎田俊輔 (Sakita Shunsuke)・中島悠人 (Nakajima Yuto)・中西芽生 (Nakanishi Mei)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：宮津市府中地域、移動販売車、地場産業

1. 問題意識

私たちは、「観光まちづくりデザイン」の取組みについて地元の地域会議と連携している宮津市府中地域でのフィールドワーク活動を通じて、宮津市へ来訪する観光客のうち、府中地域に占める割合が少ないという問題に着目した。

この問題に関連して、「海の京都」が行った来訪者満足度調査からは、観光客が訪れた場所やイベント・体験されたことの回答を仕分けしたところ、天橋立駅周辺は 62.4% に対して、府中地域周辺は、37.6% という実態となっていることを確認できた。

更に、地域ブランド調査の認知度順位によると、宮城県松島町（陸前松島）は 403 位、広島県廿日市市（安芸宮島）は 492 位であるのに対して、京都府宮津市（天橋立）は 646 位であって、同じ日本三景の地域であるにも関わらず知名度に大きな差があった。他方、菅原ゼミが実施した観光客満足度調査から訪れた人の中で街並みの景観や雰囲気を感じられたと思う人は今後一年以内にこの地域へ来訪したいと感じる傾向にあった。

表 1：総合個別満足度 相関係数（抜粋）（2021 年）

	総合満足	知人紹介	リピート	時間足りない	印象変化
自然景観	.431**	.390**	.307**	.251*	.452**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
街並み	.285*	.392**	.485**	0.217	.465**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
天橋立以外の見どころ	.315**	.454**	.394**	.504**	.349**
(サンプル数)	71	71	71	70	69
食事	.335**	.350**	.379**	.272*	.397**
(サンプル数)	70	70	70	69	69
土産品	.402**	.452**	.657**	.343**	.516**
(サンプル数)	69	69	69	69	69
体験プログラム	0.118	0.077	0.290	.823**	0.186
(サンプル数)	18	18	18	18	69
**、1% 水準で有意 (両側)					
*、5% 水準で有意 (両側)					
10% 水準で有意 (両側)					

※菅原ゼミのアンケート結果より著者作成

これらの調査の結果から、宮津市府中地域には魅力があるのにも関わらず、知名度の低さから観光客の来訪に繋がっていない事が分かった。府中

地域には、大きなネームバリューを付ける必要がある。そこで、この問題の解決のために移動販売車を用いて、府中地域への観光客増加を目的とした導線作りを提案したい。

2. 先行研究・参考事例

私たちの提案をより具体的にするために、私たちは鹿児島県大阪事務所が行っている梅田の地下街での鹿児島観光物産展という取組みを参考事例として挙げる。この物産展では、平日開催ながら多くのお客様の来場を成功させた。集客効果があった要因として、まず新聞やラジオで広告を行ったことだ。実際に、当日これらで知ったという声が多数あった。このように事前に広告を行うことが効果的である。更に、限定商品を使った販売戦法も成功した要因である。「物産展限定」「県外で買えるのは今だけ」といった購買意欲が高まるようなマーケティングを行うことも成功のコツである。

しかしこれだけでは、宮津市府中地域への集客には繋がらない。そこで、平（2010）を参考にする。この研究では、観光行動を促す方法として、来場者の五感を刺激することが重要視されている。紙媒体や電子媒体のメディアでは、基本的に情報を受け取るのみで発信はできない。一方で物産展やアンテナショップでは、現地の人との会話が生まれ、情報の受信だけでなく発信が可能になる。このように物産展やアンテナショップは、地域をプロモーションできる媒体であり、視覚・聴覚・触覚を刺激することができる。更に、現地の人との直接的なコミュニケーションは、イメージに強く残る。旅行の初期段階である目的地の選択に影響を与え、開催地域への観光行動促進が期待できる。

私たちはこのような先行研究・参考事例をもとに、移動販売車を動く物産展と見立て、提案する。

3. 分析

菅原ゼミは府中地域の飲食店と旅館のご協力のもと、7 月初旬から 9 月初旬にかけて、来店客に対する満足度調査を実施した（有効回答数 74 件）アンケートの回答を分析したところ、「この地域

ならではの食事を味わえた」は、どの世代も「4(そう思う)」の割合が一番大きいことから、食事に対する満足度は高めであると分かった。しかし天橋立に代表される自然景観の満足度と比べると低く、さらに食に力を入れることによって観光全体に対する満足度も上がるのではないかと考える。

表2：個別満足度（抜粋）（2021年）

		自然景観や雰囲気が感じられた				この地域ならではの食事を味わえた			
		1	2	3	4	1	2	3	4
10代	5	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%
20代	23	4.5%	0.0%	18.2%	77.3%	9.1%	18.2%	36.4%	36.4%
30代	13	0.0%	0.0%	30.8%	69.2%	0.0%	25.0%	16.7%	58.3%
40代	12	0.0%	8.3%	16.7%	75.0%	0.0%	16.7%	41.7%	41.7%
50代	9	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%
60代	8	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	12.5%	25.0%	62.5%
70代	3	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
80代	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
合計数	74	1	2	13	55	2	14	20	34
全体割合		1.4%	2.8%	18.3%	77.5%	2.9%	20.0%	28.6%	48.6%

※菅原ゼミのアンケート結果より著者作成
また私たちの提案の原案を基にして、地域会議のメンバーをはじめ府中の飲食店経営者の方々などにインタビューしたところ、私たちの原案には、宮津の食材を活かしきれていないという課題があることがわかった。そして、宮津の野菜や魚介類を使った商品を考案するのはどうかというアイデアをいただいた。このアイデアも先ほど述べた食事に対する満足度の向上に繋がると考える。

更に、初来訪の観光客の情報源に関するアンケート結果から、家族や友人知人からの紹介、SNS、観光系のサイト・ブログを見て訪問した観光客の割合が高いことが分かった。この結果から、画像や人から聞いた事、SNSで自然に流れてきた情報の方が、人々が宮津市に行きたいと思えるきっかけづくりになると考える。

表3：初来訪者の情報源（抜粋）（2021年）

訪問回数	回答数	家族や友人知人からの紹介・誘導	SNS (Facebook, Instagram, Twitterなど)	地元の人や店舗の紹介・口コミ、ブログ	観光系のサイト、ブログ	観光系店舗のサイン、ポスター	その他
初めて	25	4.0%	24.0%	24.0%	0.0%	20.0%	12.0%
合計	74	25.4%	22.0%	14.0%	0.0%	25.0%	13.6%

訪問回数	回答数	家族や友人知人からの紹介・誘導	SNS (Facebook, Instagram, Twitterなど)	地元の人や店舗の紹介・口コミ、ブログ	観光系のサイト、ブログ	観光系店舗のサイン、ポスター	その他
初めて	25	8.0%	8.0%	8.0%	0.0%	20.0%	12.0%
合計	74	9.5%	8.0%	8.0%	0.0%	25.0%	13.6%

※菅原ゼミのアンケート結果より著者作成
4. 提案

これらの分析結果やインタビュー調査から、私たちは、宮津市府中地域の府中地域の宮津市へ来訪する観光客のうちで府中地域に占める割合が少ないという問題を解決するために、移動販売車を用いて、府中地域への観光客増加を目的とした導線作りを提案する。提案内容は、毎週金曜日の夜に、オフィス街を中心に府中地域の食材を使用した商品を移動販売車で販売するというものである。オフィス街を中心とする理由は、仕事後で疲労を感じる時に自然を感じる食品や写真を見ることで、癒しを求めて府中地域を訪れたいという気持ちを抱かせることができると考えたからである。また、購入意欲を促進させるために、週に1度「華金」と呼ばれている金曜日に来店することで特別感を

演出したい。

商品としては、府中地域に面している阿蘇海では獲れる希少な金樽鰯を使用したオイル漬け、府中地域のワイナリーが製造しているブドウジュースなどを販売したい。また、府中地域で1980年ごろまで生産が盛だった府中フキを使用した商品を開発したいと考えた。府中フキは甘露煮にして乾燥させるとドライフルーツのアンゼリカに似たものになる。それを使用したパウンドケーキやクッキーの販売を行っていききたい。

移動販売車に足を止めてもらうためには販売するメニューも大事であるが、人の気を引く策を講ずることも重要である。外装をオフィス街に馴染むような清潔感がありながら、目を引くようなデザインにすることで足を止めるきっかけになると考える。アンケートの分析結果から主にSNSを情報源として利用していることが分かったため、TwitterやInstagramなどのSNSでアカウントを作り、SNSで移動販売車の営業時間と位置情報のみを発信したい。販売内容を記載しないことで、実際に足を運ばないと販売内容が分からないワクワク感を演出することができるだろう。

ただ単に府中地域の食材を使ったメニューを販売しても、実際に府中地域を訪れたいと感じる人は少ないのではないだろうか。府中地域に足を運んでももらうためには工夫が必要になる。そこで、購入者に府中地域の風景が載っているポストカードを渡すことや、販売車に府中地域の映像を流すモニターを設置したい。それにより、府中地域のイメージがしやすくなり、実際にその場所を訪れたいと感じるきっかけになるだろう。

私たちの提案の課題である運営コストについては、引き続き地元の方々のご意見を聞くなどして、コストを削減する方法を模索していきたい。

参考文献

①海の京都：来訪者満足度調査2019、(2019)
②ブランド総合研究所：第12回地域ブランド調査2017、(2017)
③菅原ゼミ：観光客満足度調査2021、(2021)
④ディーズスクエア：平日開催のイベントで、なぜ集客が成功できたのか？（どんどん鹿児島観光物産展 in 梅田）、イベント実例ブログ、2021/03/12。
<https://www.oud.co.jp/ds/blog/report/entry-1726.html>. (2021/10/28)
⑤平佑子：物産展が観光行動を促す可能性に関する一考察：特徴の抽出と実施形態の整理を通して、Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers: HUSCAP. 2010/03。
https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/42875/1/Sau6_006.pdf. (2021/10/28)
⑥宮津市広報：黄金に輝く幻の高級魚！金樽鰯を食べてみよう、note. 2021/04/14。
<https://miyazu-city.note.jp/n/na794f5504a86>. (2021/10/28)
⑦府中をよくする地域会議：府中の農業（2021）、07/10フィールドワーク活動時の配布資料

コロナ禍における地方活性化戦略

- 奈良市を事例にした「地味な街」の魅了度向上に向けて -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 嶺上開花

○阪井 唯普 (Sakai Tadayuki)・永川 遥也 (Egawa Haruya)・井上 爽 (Inoue Sou)・
砂後 琴梨 (Isago Kotori)・鈴木 香維 (Suzuki Kai)・村田 真彩 (Murata Maaya)・
喜多 生美 (Kita Ikumi)・田中 航希 (Tanaka Koki)・本田 皓也 (Honda Hiroya)・
菊池 龍之介 (Kikuchi Ryunosuke)・関 勝哉 (Seki Katsuya)

(龍谷大学経済学部国際経済学科)

キーワード：地方活性化、奈良市、コロナ禍

1. はじめに

近年、少子高齢化に伴う地方都市の労働力人口の減少や人口移動による東京一極集中の結果、更なる地方の過疎化が予測される。このような地方の問題に加え、2020年以降、新型コロナウイルスの拡大に伴う緊急事態宣言の発令により、都道府県をまたぐ移動が大きく制限された。

こうしたコロナ禍での外出自粛や外国人観光客の減少による地方の観光業や飲食業の経営危機、及び人と直接会う機会の減少による社会的孤立の深刻化といった地方の課題を改善する必要がある。

そこで、本研究では奈良県奈良市でフィールドワークを行い、その分析結果を用いて、コロナ禍における地方活性化の政策提言を行う。

2. 現状分析

2.1 奈良市を事例とした理由

我々が奈良県奈良市を事例とした理由として、まず、奈良市は日本を代表する歴史や観光資源、そして自然を有する魅力的な都市であるにも関わらず、関西の3大都市（大阪、京都、神戸）の影に隠れて、外部者にはその魅力が十分に伝わっておらず、「地味な街」であるイメージを持たれてしまっていることが挙げられる（PRESIDENT 2019年9月13日号）。我々は、こうした大都市の影に隠れた「地味な街」が、奈良市の他にも日本全国に多く点在していると思い、奈良市を事例として研究することは、「地味な街」の活性化につながると考えた。加えて、コロナ禍で、関西では京都府・大阪府・兵庫県にて多くの期間、緊急事態宣言が発令されていたが、奈良県では対象外であったため、現地でのフィールド調査が可能であったことも挙げられる。

2.2 奈良市の現状

2020年奈良市観光入込客数調査報告によると、2020年に奈良市に訪れた観光客数は、724.2万人（対前年比 58.4%減）であった。また同年における宿泊客数は、78.4万人（対前年比 58.5%減）であり、コロナによって観光業を中心とした地域経

済に影響を及ぼしたことが考えられる。

3. 研究手法

3.1 フィールド調査とSWOT分析

2021年6～7月、奈良市の店舗や寺院にてフィールド調査を行なった。調査先は、地元住民をメインターゲットにしている店舗（美容院 Triple double、古着屋 SEED）と、観光客をメインターゲットにしている店舗・寺院（餅屋中谷堂、世界遺産・元興寺）である。調査結果を元に、奈良市の持つ「強み」「弱み」「機会」「脅威」を整理し、SWOT分析を行った。分析結果は以下の通りである。

奈良市のSWOT分析結果

内部環境	「強み」 <ul style="list-style-type: none">・緊急事態宣言が出ていない・京阪と比べると人が少ない・コロナ感染者が少ない	「弱み」 <ul style="list-style-type: none">・京阪と比べると観光地として魅力が少ない・日帰り観光客が多い
	「機会」 <ul style="list-style-type: none">・コロナの残像に疲れた若者の外出欲がアップ・コロナでSNSを見る機会UP	「脅威」 <ul style="list-style-type: none">・コロナによる外国人観光客、お年寄り減・人の視線がキツくなる
外部環境		

図1 奈良市のSWOT分析（筆者作成）

3.2 都市の魅力度・イメージ調査

2021年10月、関西の6つの県庁所在地（大阪、京都、神戸、奈良、大津、和歌山）の魅了度と都市イメージに関する独自のネット・アンケートを実施した。結果、大学生62名から回答を得た。

魅力度調査では、各都市について、「観光」「エンターテインメント」「働く場所」「住む場所」「コロナ関連（感染のしにくさ、ワクチン接種、行政の対応）」「環境との調和」の6項目を指標とした。その後、「とても魅力的」を100点、「やや魅力的」を75点、「普通」を50点、「やや魅力的でない」を25点、「魅力的でない」を0点として、平均値を各都市・各項目のスコアとして、図2のレーザチャートを作成した。イメージ調査では、回答者が各都市についてのイメージを3つキーワードで挙げてもらった。

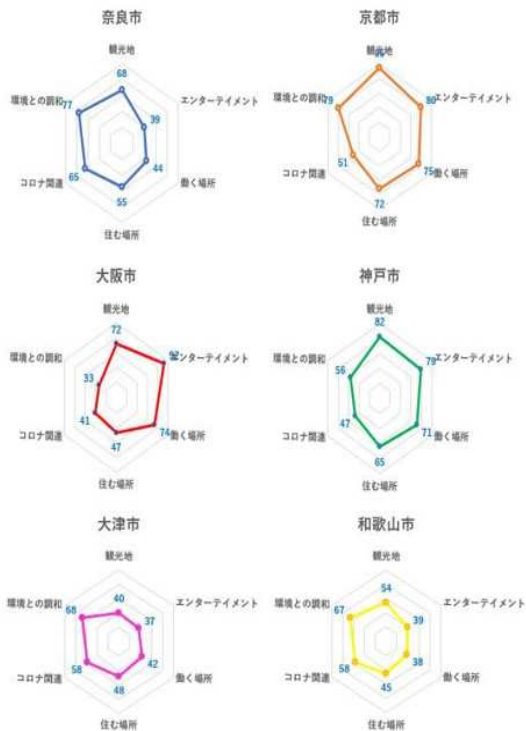


図2 関西6都市の魅力度レーダーチャート（筆者作成）

4. 分析結果と考察

フィールド調査とSWOT分析の結果より、奈良市の課題として、3大都市と比較して観光地としての魅力が少ない点が確認できた。

続いて、アンケートで行なった関西6都市の魅力度調査より、奈良市は、3大都市と比較して、「エンターテイメント」（36ポイント）と「働く場所」（44ポイント）の面で大きく魅力度が劣っていることが確認できた。逆に、「環境との調和」（77ポイント）と「コロナ関連」（66ポイント）に関しては、3大都市と比較して魅力度が高く、人々はポジティブな印象を持っていることが明らかとなった。「住む場所」（55ポイント）については、京都市と神戸市よりも低いものの、それ以外の年寄りも魅力度が高く、6都市中第3位であった。「観光地」（68ポイント）の魅力度は、3大都市と比べて低かったが、大津市（40ポイント）と和歌山市（54ポイント）よりも優に高かった。

最後に、都市のイメージ調査からは、奈良に対する人々の認識は「鹿」「大仏」といったイメージが非常に強く、それ以外の奈良の魅力が外部者には全く浸透していないことが確認された。

分析結果を踏まえた考察として、奈良市に対して人々が持つ高い魅力度（「環境との調和」「コロナ関連」）を生かしつつ、低い魅力度（「エンターテイメント」「働く場所」）への対策を考える必要がある。

5. 政策提言

調査結果を活用した、奈良市のような「地味な街」の具体的な地方活性化戦略として、「エンターテイメント」の部分は、奈良市からアクセスの良い3大都市に任せる一方、奈良市の持つ観光資源や自然環境の豊かさ、そしてコロナ関連の状況の良さについて、潜在的な顧客に対してアピールすることで、観光客や移住者を増やすことが可能となる。特に、移住者を増やすためには、人々が奈良市に抱く「住む場所」に加えて、「働く場所」としての魅力度も高める政策が必要不可欠であろう。

実際に、この「住む場所」と「働く場所」を軸に、本社機能の地方移転を実行した企業がある。2020年9月、パソナグループは本社機能を東京から兵庫県淡路島に移すことを決定した。理由として、通勤混雑の回避やコロナ感染のリスクを分散することが挙げられる。また、自然豊かな淡路島で仕事の効率アップや社員同士の交流といったメリットも考えられる。コロナ禍でテレワークやWEB会議といったオンラインツールが普及したことで、地方への移住が容易になった。

この事例を参考に、奈良市を外部の企業に対して「働く場所」の誘致場所としてアピールすることで、企業と居住者を呼び込むことができる。

また、奈良市に居住する人の増加により、観光客をターゲットにしている店舗と地元をターゲットにしている店舗の双方で利用してもらうことで、コロナ禍で疲弊した地域経済の回復に繋がることが期待できる。

最後に、コロナ禍という状況を逆手に取り、テレワークで業務が可能な企業や社員を都市部から「地味な街」へ呼び込むことで、コロナ禍における地方活性化につながると考える。

参考文献

- (1) 木下 斉：『まちづくり幻想 地域再生はなぜこれほど失敗するのか』、SBクリエイティブ（2021）。
- (2) 「なぜ奈良は京都や大阪に比べてガラガラなのか」PRESIDENT 2019年9月13日号
<https://president.jp/articles/-/29830?page=1>
- (3) 「パソナ、なぜ本社機能を淡路島に？」、日本経済新聞、2020年9月1日
- (4) 国土交通省、「都市交通調査・都市計画調査」
https://www.mlit.go.jp/toshi/tosiko/toshi_tosiko_tk_000036.html
- (5) 国土交通白書 2020、「第1節 我が国を取り巻く環境変化 ■2 東京一極集中と地方への影響」
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r01/hakusho/r02/html/n1112000.html>
- (6) 林 恭子：「47都道府県の県庁所在地「認知度」ランキング」、DIAMOND、2019年4月15日
<https://diamond.jp/articles/-/199732>
- (7) 奈良市ホームページ、「奈良市観光入込客数調査報告書」（更新日2021年8月5日）
<https://www.city.nara.lg.jp/site/kankou/9732.html>

北近畿の起業による地域活性化

- 北近畿から始める雇用創出 -

福知山公立大学 地域経営・医療福祉経営・大谷ゼミ

○大西 翔太郎 (Onishi Shotaro)・浅井 瑞生 (Asai Mizuki)

鶴巻 拓 (Tsurumaki Taku)・難波 晃司 (Namba Koji)

榊原 真理乃 (Sakakibara Marino)

(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科・医療福祉経営学科)

キーワード：起業、雇用創出、スタートアップ

1. はじめに

昨今人口減少の一端を担っている地方での若者の流出が問題視されている。2014年に発表された増田寛也編著の『地方消滅』では、人口減少に重点を置くなかで若い世代の地方から大都市への社会移動が問題とされている。本研究の目的は、北近畿の若者の人口の減少を起業による雇用の創出で抑制するための対策を明らかにすることである。

中国の清華大学を例にとると、起業家アイデアピッチの場として校長杯・校友三創(創業、創意、創新)などのビジネスコンテストを行い、優勝チームに起業のスタート資金を提供している。非参加者の学生も含めて、起業に対する認知・興味関心を高め、初期スタートアップ段階では、エンジェル投資家・企業経営者による指導や支援を個別で行っている。スタートアップの製品・サービスが確立された後は、最も重要な課題が顧客開拓になる。資金・技術・人材・協業パートナーなどの資源を清華大学関係者に限定せず、全てのスタートアップに提供している。

本研究では、本大学学生に対して行った起業に関する意識調査から、北近畿や起業の課題と若者と起業の間にあるギャップを明らかにする。また、実際に北近畿で起業した方にインタビュー調査を行い、起業のきっかけ、従来の起業に関する諸政策では不十分な部分や必要とした政策、北近畿の魅力を伺った。調査を通して明らかになった若者の人口減少への対策と、起業しやすい環境を整え、起業する若者を支援する政策を提案する。

2. 大学生へのアンケート調査

北近畿での雇用の創出を考えるにあたって、本学の学生が起業に対してどのような意識を持っているかを調べるために、匿名でのアンケート調査を行った。調査項目は「就職をするときどこで働きたいか」、「北近畿での就職を考えているか」である。「就職する際、どこで働きたいですか?」という質問では、大企業・中小企業が全体の半分、公務員・公的機関を志望している回答者も40%近くを占めており、起業を考えている回答者は数人という結果となった。「北近畿で就職を考えたこと

がある」と答えた回答者は全体の20%程度で、「北近畿に愛着がわいた」「自然に囲まれており、良い環境である」という理由だった。反対に「北近畿での就職を考えていない」と回答した人の理由は、「地元に戻って就職したい」という意見が大半を占めたが、「交通の便が悪い」や「北近畿のことをよく知らない」といった北近畿で働くことの難しさについての意見も寄せられた。別の土地で起業を目指す回答者は、「情報が入ってこない。東京や都会の情報は有益で、人脈も作りやすく、フリーランスを考える私からすると北近畿では適さないと考える」という意見が挙げられ、北近畿で起業を目指す際に都会とはアドバンテージの差があることも指摘された。一方で、「北近畿で働きたくない原因がなくなった場合、働きたいか」という質問では、思うと答えた割合が40%近くまで大きくなり、「北近畿を魅力的な地域だと感じますか」という質問では魅力を感じていないと答えた人が20%であった。このようなアンケート結果から多くの人が北近畿を魅力的だと感じ、条件次第では働く場所になり得ることが明らかになった。

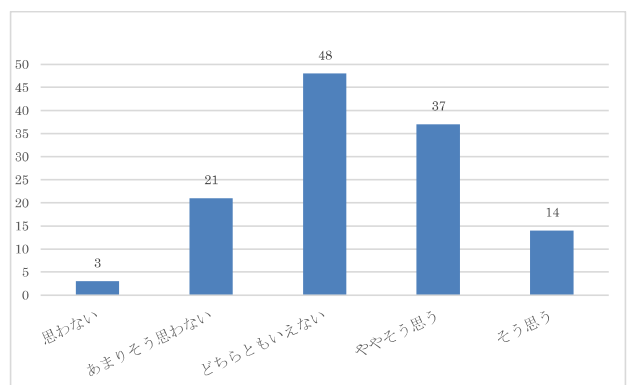


図1 北近畿を魅力的な地域だと感じますか

3. 起業家へのヒヤリング調査

起業の実態を把握するため、実際に与謝野町で大学在学中に株式会社ローカルフラッグを起業された濱田祐太氏に2021年9月2日ヒヤリング調査を行った。主な事業は、地域プロデュース事業とクラフトビール事業である。地域プロデュース

事業では、行政や金融機関と連携して行う人材育成を行うなど地域課題解決に向けた取り組みをしている。クラフトビール事業では、牡蠣殻と与謝野町特産のホップを活用しホップの香りと麦の甘味のバランスが良いビールを作っている。

質問項目は、以下の通りである。

- ①株式会社ローカルフラッグが行っている事業について教えてください。
- ②起業しようと思ったきっかけは何ですか。
- ③起業先として与謝野町を選んだのはなぜですか。
- ④若者の起業・事業承継等を促進するためには、どのような制度・支援が必要だと考えますか。
- ⑤起業されてから今日まで大きな困難はありましたか。また、それをどのようにして乗り越えましたか。

濱田氏によると、住民側から見た与謝野町の魅力・経営者から見た与謝野町の魅力はビジネスという目で見ると時にチャンスが本当に多いと言う。与謝野町では、まち・ひと・しごと創生本部が司令塔となり、関係省庁との連携をより一層強化し、地方創生のために第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。しかし、様々な与謝野町の計画・プランがあるにもかかわらず、ほとんどやられておらず、参入できる話題が非常に多く転がっている。また、若者の起業・事業承継等を促進するために経営者の個人補償を無くすことやチャレンジングな計画・事業に行政やファンドがお金を出していくことが重要である。目に見える範囲にしかお金が回らないと、新しい事業や革新的な事業は生まれにくくなる。そこで、起業のリスクを取れることを推奨する空気感をどう社会が作るかが重要であり、失うものが何もない環境が生まれることにより起業にチャレンジしようという人が増えるという。

4. 政策提言

実際に、日本でも起業を促す動きは、広がっており、安倍晋三首相が2014年6月に発表した政府の成長戦略にも起業の促進が重点テーマとして盛り込まれている。政府は、中小企業を現状の2倍に当たる140万社に増やすことを目標として掲げている。例えば、国の研究開発法人NEDO（新エネルギー・産業技術総合開発機構）では、研究開発型ベンチャー企業のスタートアップ支援を公募し「年間650万円の生活費を2年間支給する」など、手厚い支援制度を実施している。また、国の「中小企業庁」でも、若者に対して起業・創業支援制度を積極的に実施している。女性や若者などの地域での起業・創業や、後継者による家業を活かした新分野への挑戦を資金面で支援する「地域需要創造型等起業・創業促進事業（いわゆる「創業補助金」）」が存在する。対象者から事業計画を募集し、その実施に要する費用の3分の2を助成

スタートアップ支援を公募し「年間650万円の生活費を2年間支給する」など、手厚い支援制度を実施している。また、国の「中小企業庁」でも、若者に対して起業・創業支援制度を積極的に実施している。女性や若者などの地域での起業・創業や、後継者による家業を活かした新分野への挑戦を資金面で支援する「地域需要創造型等起業・創業促進事業（いわゆる「創業補助金」）」が存在する。対象者から事業計画を募集し、その実施に要する費用の3分の2を助成（上限有）するもので、これまでに約2,500件が採択されているただ、このような制度は、起業意識の低い若者への認知度は少ないと考えられる。そこで、中国の事例を参考に、日本でも大学や企業が連携してビジネスコンテストを行うことを提案する。それによって、若者の起業への興味関心を高めることができると考えられる。

現在日本に足りない制度は何かと考えると、リスクヘッジのための制度を作ることではないだろうか。若者への金銭的な支援はあるものの、企業に失敗した場合の補償などの制度は見受けられず、失敗を恐れて二の足を踏む若者も少なくはないと考えられる。そこで、国として企業に起業に失敗した若者を積極的に雇用することを推進する事を提案する。それによって、若者の起業を後押しすることが可能になる。また、起業に失敗した若者の救済措置にもなり、企業側も起業する行動力のある人材を雇うことが出来ると考える。

都心部では、同じようなビジネスモデルを持ったライバルが多く、利益を上げることは困難であることが予想されるが、3.2のヒヤリング調査でも述べられているように、地方であればライバルが少ないうえに、上述した通り、地域需要創造型等起業・創業促進事業など地域で起業することにより受けられる助成金や補助金が存在する。以上のことから、地方で起業するメリットは多く、上述した2つの提案を実現することができれば、北近畿で起業する若者は増やすことができるのではないかと考えられる。

参考文献

増田寛也『地方消滅』中央公論新社、2014年

参考URL

株式会社ローカルフラッグ「事業紹介」

<https://www.local-flag.com/work> 地域創生「第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』（2020改訂版）」

<r02-12-21-senryaku2020.pdf> (chisou.go.jp)

「日経ビジネス」オンライン 2014年7月29日掲載記事より（令和3年10月19日閲覧）

あおもり産業総合支援センター「独立行政法人中小企業基盤整備機構『第3回創業補助金公募のご案内』」

<https://www.21aomori.or.jp/sougyouhojyokin3.html>

ニュータウンの団地力とコミュニティ形成

- 2040 年の日本を見据えた政策を -

深尾ゼミナール 11 期生

○松山 真子 (Matsuyama Mako)・池上 梨乃 (Ikegami Rino)・大岡 桜子 (Ooka Sakurako)・川西 航平 (Kawanishi Kohei)・木原 みなみ (Kihara Minami)・志水 香介 (Shimizu Kosuke)・城之木 敦 (Shironoki Atsushi)・谷 益伸 (Tani Yoshinobu)・坪内 真梨乃 (Tsubouchi Marino)・中前 愛実花 (Nakamae Amika)・西河 遥也 (Nishikawa Haruya)・新田 圭祐 (Nitta Keisuke)・原 千紘 (Hara Chihiro)・藤田 悠斗 (Fujita Yuto)・室屋 和加奈 (Muroya Wakana)・安井 慶子 (Yasui Kyoko)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：団地、ニュータウン、高齢化社会

1. はじめに

第二次世界大戦後、深刻な住宅不足に伴い大規模な住宅開発が行われ、数十万人単位で受け入れられる「ニュータウン」が誕生した。私たちが研究対象とする泉北ニュータウンは 49.9%が団地で構成されている。しかし、これらの団地は建設から 50 年以上が経過し団地自体の老朽化が進んでいる。また、建設当初に入居した世代も同様に高齢化が進んでいるため、オールドニュータウンとして捉えられている。

本研究では泉北ニュータウンを研究対象とし、高齢者人口が最大となる 2040 年に対応するため、ニュータウンにおける団地力に着目し、それらの可能性を見出し、急速に変化する時代の課題に対して団地の構造を活かした政策提案を行う。

2. 泉北ニュータウンの概要

2.1 ニュータウンの設計思想

泉北ニュータウンは「近隣住区論」を基に形成された。この「近隣住区論」は、「自動車から守られた完結したコミュニティ形成を目指して、小学校を中心に幹線道路を境界とするコミュニティ単位を提唱しており、住区内の地域サービス機能については、小学校を地域の中心に据えるほか、店舗地区は隣の近隣住区の店舗地区と隣接させることで、商業的な圏域人口を確保するとともに、内部の住宅地の快適性を確保している」(藤田 2016, p82) という思想である。

2.2 堺市の政策

泉北ニュータウンの再生指針および SENBOKU New Design では、「若年層の誘引」に重きを置いている。

堺市役所の泉北ニューデザイン推進室長にヒアリングを行うと、最大の課題は「居住者の高齢化」と述べていた。これらを堺市が最大の課題だと考えている要因には、人口減少や自治会の担い手が

不足することが挙げられる。堺市が考える課題に対して、若者誘引を行うのは、地方消滅を訴えた増田レポートや東京一極集中是正を謳った地方創生が大きく影響を与えている。しかし、泉北ニュータウンの空き家率は 10%であり、全国的にも少子高齢化が進んでいく限り、他地域から若者を誘引し、若者を増やすことは泉北ニュータウンにおいては難しいと考える。

3. 調査内容と分析

3.1 調査方法

前述で堺市は若者誘引政策で自治会などの担い手不足を解消しようとしていることを示したが、私たちは高齢者も自治会を担う力を持っているのではないかと仮説を立てた。これを立証するために、泉北ニュータウン泉ヶ丘地区の公的賃貸住宅を対象にアンケート調査を行った。調査方法は、アンケート用紙に記入もしくは Google フォームを用いたオンラインでの回答で行なった。回答数 517 のうち有効票 513、無効票 4 であり回収率 36%であった。また、アンケートのデータ分析には SPSSversion27 を用いた。

3.2 調査の実態 (資源の可能性)

① 団地からの視点

日本全国に居住する満 20~89 歳の男女を対象に行なった石田 (2007) の先行研究によると、年齢が上がるにつれて、孤立しやすい傾向にあることが示されている。一方で今回の調査から、「孤立の有無」を従属変数とし、説明変数に「年齢」「配偶者の有無」「子供の有無」「二世帯以上」「居住年数 30 年以上」の 5 つを用い、ロジスティック回帰分析を行ったところ、年齢の効果があらわれた (表 1)。Exp (β) < 1 であることから、ニュータウンにおいては年齢が上がるにつれて孤立しにくい傾向があるといえる。

表1 孤立=1とするロジスティック回帰分析

	β	標準誤差	Wald	Exp(β)
ステップ1*				
年齢	-.178	.072	6.146	0.83*
配偶者の有無	.155	.212	.537	1.168
子供の有無	.58	.246	5.577	1.787*
二世帯以上	.162	.245	.436	1.176
居住年数30年以上	-.392	.234	2.816	.676
定数	.171	.513	.111	1.187

a. ステップ1: 投入された変数: 年齢, 配偶者の有無, 子供の有無, 二世帯以上, 居住年数30年以上

X²=12.337

-2対数尤度=554.519

***p<0.001. **p<0.01. *p<0.05

加えて団地の住民は年齢が上がるにつれ、住民力を構成する要素のうち、どの変数に変化が起きているのかを知るため、「親密なネットワーク量」「橋渡しネットワーク量」「支援期待度」「地域参加度」「信頼」の5つを従属変数、「年齢」を独立変数に用い、それぞれ単回帰分析を行った(表2)。その結果、橋渡しネットワークの効果が見られた(表2)。さらに、 $\beta > 0$ であることから団地では年齢が上がることによって、橋渡しネットワークが増加することがわかる。

これらのことから私たちは、団地においては年齢を取るにつれて橋渡しネットワーク量が増え、そのことにより孤立しにくい構造となっていると考察した。

表2 50歳以上=1と単回帰分析

従属変数名	β	t	有意確率
親密なネットワーク量	-0.001	-0.04	0.968
橋渡しネットワーク量	0.104	2.674	0.008**
支援期待度	-0.047	-1.329	0.185
地域参加度	0.216	1.449	0.148
信頼	0.065	1.222	0.222

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

② 高齢者からの視点

3.1 で立てた仮説を立証するため、住民力¹という指標を用い年齢と住民力に関する相関分析を行なった。その結果、年齢と住民力には正の相関があり、5%水準で有意(p<.05)であった(表3)。このことから若者よりも高齢者の方が比較的住民力が高い傾向にあるといえる。

表3 相関分析

	年齢	住民力
年齢		
Pearsonの相関係数		1.0
有意確率(両側)		.093*
度数		505.0
住民力		
Pearsonの相関係数	.093*	1.0
有意確率(両側)	.043	
度数	478.0	484.0

*相関係数は5%水準で有意(両側)

4. 課題

泉北ニュータウンは、豊富な自然を有する緑道と、地区センターを中心に放射線状に張り巡らされた交通網などの特徴を持ち、設計思想としては「歩いて暮らせるまち」としての構造を持っている。しかし、現在のニュータウンでは、自動車の

保有率の増加、大型ショッピングセンターの建設が行われるなど、まちが多様に変化し、近隣センターの商業機能の低下や歩いて暮らせる町としての機能が失われていることが課題として挙げられる。

5. 政策提案

これらの調査結果・分析を踏まえ、私たちはこれからの高齢化社会に向けて、団地という構造的な強みをさらに引き出す政策を提案する。

1 つ目は活動を行うための環境作りの提案である。団地の構造という資源がある一方、現状としてそれを活かしていないという実態もある。行政が法律を整えることや機関投資家などによる資金面での支援環境を作ることによって団地の構造的な資源を有効活用し、団地としての価値を引き出すことに繋がる。この政策を行えば、住民力の高い高齢者は、自主的に地域に横たわる課題解決に取り組むだろう。

2 つ目はオープンスペースなどの既有地にサービスを設ける提案である。上記でも述べたように、泉北ニュータウンは近隣住区論を基に形成されており、歩いて暮らせるまちという特徴がある。そのため、歩いている範囲に団地が数多く存在することから交流を生みやすくなっている。

6. 終わりに

本研究では団地を対象にアンケート調査を行い、その分析から団地の構造としての可能性について述べてきた。高齢化が進行していく日本において、団地力を活かした政策を行うことは先進的・効果的であり、急激に変化する時代の中で持続可能な社会を形成する一助となるだろう。

7. 参考文献

- (1) 藤田(2016)『地域サービス機能から見た近年の日本の都市計画論の歴史的位置づけ』公益社団法人日本都市計画学会 都市計画報告集 No.15 p82
https://www.cpij.or.jp/com/ac/reports/15_81.pdf
- (2) 世田谷区民の『住民力』に関する調査研究
http://www.toshi.or.jp/app-def/wp/wp-content/uploads/2013/09/reportg19_5_2.pdf
- (3) せたがや自治政策研究所研究・活動報告書『せたがや自治政策
<https://www.city.setagaya.lg.jp/mokuji/kusei/002/006/003/d00191966.html>
(最終閲覧日: 2021年10月30日)

¹ 住民力: より良い地域社会の形成に主体的に関わることができるような住民自身が有するソフトな資源のことである。

障害者スポーツのデリバリーサービス

- 移動式体験サービス「ボッチャカー」の導入 -

風間ゼミナール Boccia 班

○花房 空也 (HANAFUSA KUYA)・國府田 駿 (KODA TAKASHI)・

中尾 莉子 (NAKAO RIKO)・小野 真凜 (ONO MARIN)・荻堂 夏那 (OGIDO KANA)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：障害者スポーツ、ボッチャカー、パラリンピック

【問題意識】

東京 2020 パラリンピックが開催され、各種競技のパラアスリートが活躍する姿が注目を集めた。今大会を機に、パラスポーツに対する興味・関心の高まりが期待されている。しかし、障害者スポーツは健常者が行うスポーツに比べ活動が制限されており、競技人口が依然として少ないのが現状である。その要因として用具の購入や運営に費用がかかる点、障害の程度によって競技の選択肢が限定される点、施設の整っていない点等が挙げられる。

そこで、私たちは「ボッチャ」というスポーツに注目した。ボッチャは簡単なルールで親しみやすく、重度の障害者から健常者まで誰もが平等に楽しむことのできるスポーツである。またボールと小さなスペースがあればどこでもプレーが可能である。以上の問題意識をもって、私たちは、ボッチャを活用した障害者スポーツの研究を始めた。

【現状分析】

1. ボッチャについての調査

ボッチャは重度脳性麻痺者もしくは同程度の四肢重度機能障害者のために考案されたスポーツである。障害者スポーツが盛んなヨーロッパ発祥で、1988 年ソウルパラリンピックから正式種目として採用された。

ジャックボールと呼ばれる白球を投げた後、対戦する両者が赤と青の 6 球を投げ合い、白球をよりジャックに近づけたチーム、または個人が勝者となるというルールである。手で投げることができない選手は、キックあるいは競技アシスタントのサポートを受けながら「ランプ」と呼ばれる投球補助具を使ってボールを転がすことができる。

また、ボッチャは頭脳戦が繰り広げられる奥が深いスポーツである。競技はマイボールを使用し、大きさや重さ等の規定を満たしてさえいれば材質は自由で、選手はボールの外皮や中身を自分好みにカスタマイズする。戦術として相手ボールをはじいたり、密集したところにボールを積み上げたりと、状況に応じたボールの使い分けが勝敗を左右する。

ボッチャは健常者と障害者で実力の差が出にく

いスポーツである。その競技特性からレクリエーションスポーツや生涯スポーツとしても用いられている。

今回、実際に大学内の小さな教室でボッチャ体験会を実施した。集まった参加者からは「思いのほか頭を使う競技で楽しかった。またやりたい。」「パラリンピックで気になっていたが体験する機会がなかった。」などの声が挙がった。また椅子を使用しての投球を体験した参加者からは、「椅子（車いす）に座った方が、体が固定されて投げやすい。」という声もあった。体験会は大いに盛り上がり、ボッチャが持つ誰でも、どこでも、手軽に楽しめるという特徴が確認できた。

2. ヒアリング調査

私たちは地域における障害者スポーツの実態を調査するために「京都府障害者支援課」（以下、京都府と称する）、「大阪ボッチャ協会」にヒアリングを行った。

京都府によると、1960 年代から障害者スポーツの重要性が説かれ、1986 年から全国に障害者スポーツセンター、サン・アビリティーズが設置されてきたが、いまだに障害者スポーツ施設の認知度が低いという。また地域体育館や地域スポーツクラブの障害者スポーツ受け入れ割合は、経済的負担や人的サポートの不足などが原因で 3 割程度にとどまっている。特別支援学校では生徒に障害者スポーツの実施機会が提供されているが、社会人になった障害者がスポーツを楽しむ機会が限られているのが現状である。一連の調査から、障害者のスポーツ機会が少ないことがわかった。

京都府は障害者スポーツ普及のために、他の関係組織と連携して障害者スポーツやボッチャに関するイベントを各地で行っている。イベントや体験会は、市民体育館やスポーツセンターなどの施設で実施する場合が多い。しかし普及活動の方法として、障害者スポーツの拠点に人を呼び込むというスキームでは大きな効果が望めないことが明らかになった。

大阪ボッチャ協会は、大阪府においてボッチャの選手や審判の育成を行っている団体である。また大阪府や市に依頼され、小学校等の教育施設で

ボッチャの楽しさを伝えるべく協会が体験会を実施している。インタビュー調査により、ボッチャの楽しさを伝えることはできているが、ボッチャを入り口として障害者スポーツ全体の魅力や現状を理解してもらうコンテンツが用意されていないことが課題であるとわかった。

上記の現状分析から2つの課題が明確になった。1つ目は、行政が障害者スポーツ普及の政策を行っているが、拠点中心のイベントが多く、効果が小さいことである。2つ目は、現状のボッチャ体験イベントには障害者スポーツの普及に繋がる要素が組み込まれていないことである。これらの課題に取り組むことで、背景にある「障害者のスポーツ機会が少ない」という課題を改善できると考えた。

【政策提言】

以上の現状分析を踏まえ、私たちは、障害者スポーツの普及を目的とした「ボッチャカー」の導入を提案する。

この政策は拠点に人を呼び込むのではなく、人が集まる場所に訪問して普及活動を行うものだ。

1. 政策の概要

この政策の主な目的は、①ボッチャを通して障害者スポーツの認知度・関心度を向上させること。②障害者がスポーツに出会うきっかけをつくることである。①の目的を実現するため、ショッピングモール、教育機関、高齢者施設など、②の目的を実現するために障害者施設、リハビリ施設などを「ボッチャカー」が訪問する。

訪問するボッチャ隊は、障害者指導員、障害者、有償ボランティアで構成する。障害者指導員は、競技の説明に合わせその他の障害者スポーツの魅力を伝える役割を担う。そのため中級以上の資格保持者(府内87人、2020年)が望ましい。障害者は、現地の人たちと一緒に競技を行い、障害者と健常者が同じ競技を楽しむ空間を形成する。有償ボランティアは運営のサポートを行う。ボッチャ隊は京都市が障害者スポーツ振興会と連携して募集する。

京都市により集められたボッチャ隊は区ごとに配置されたチームに所属する。当日は、参加可能なメンバーがボッチャカーに乗り込み、現地に向かう。使用する車については、京都においてボッチャ支援事業を行っているトヨタカローラ京都に依頼し、障害者が乗車することを考慮し福祉車両を用意する。

2. 具体的な実施内容

ボッチャカー事業は、訪問場所に合わせて、2つの基本的なプログラムを提供する。

第1のプログラムは、ショッピングモールや教

育機関で実施する健常者向けのものである。はじめにボッチャ競技の体験を行い、その後障害者教育として車いすやその他障害者スポーツの器具に触れたりなどの体験会を行う。

第2のプログラムは、障害者施設で実施する障害者向けのものである。ここでもはじめにボッチャ競技の体験を行う。その後、京都府における障害者スポーツの現状や施設の紹介を行い、障害者がスポーツを始めるきっかけ作りに取り組む。

両プログラムに共通するボッチャ体験に関しては訪れる場所に応じて工夫する必要がある。例えば、小学校では図工で手作りしたボールなどを用いることで正規の器具を用意せずに気軽にボッチャを体験する。また障害者施設では競技スポーツにつながるように本格的な用具を用いた体験をする。場所に応じたプログラムは、市の職員、当日のメンバー、現地の責任者が話し合い開発する。

【展望】

この政策は施設数の多い京都市をモデルとしたが、成果次第で府全域へと拡大させていくことが可能である。丹後市の京都トレーニングセンター、城陽市のサン・アビリティーズ城陽はともに各種障害者スポーツができる環境が整っており、これらの施設の利用者数増加も目指したい。

スポーツ庁の第2期スポーツ基本計画では、令和3年までに障害者のスポーツ実施率を40%程度に伸ばすことを目標としていた。それにもかかわらず令和2年現在、障害者のスポーツ実施率は24.9%にとどまっている。現状の課題を踏まえた今回の政策により、京都府の障害者のスポーツ実施率を40%まで引き上げることを目指す。

京都府から障害者スポーツ特有の魅力を発信する。また障害者スポーツはあらゆる人が楽しめるように工夫が凝らされたスポーツであるという考え方を社会に浸透させ、障害者と健常者の垣根のない共生社会を目指す。

【参考文献】

- ① 藤田紀昭：障害者スポーツの環境と可能性、創文企画(2013)
- ② 一般社団法人 日本ボッチャ協会
<https://japan-boccia.com/about> (最終閲覧日：2021年10月27日)
- ③ 公益財団法人 日本パラスポーツ協会
「障害者スポーツ指導者資格」
https://www.jsad.or.jp/leader/leader_aim_kin_d.html (最終閲覧日：2021年10月27日)
- ④ スポーツ庁(2020)「障害者のスポーツ参加促進に関する調査研究」
https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/houdou/j_sa_00067.html (最終閲覧日：2021年10月27日)
- ⑤ 文部科学省(2017)「スポーツ基本計画」
https://www.mext.go.jp/sports/content/1383656_002.pdf (最終閲覧日：2021年10月27日)

AR(拡張現実)を用いた地域振興

京都橘大学高山ゼミ AR 地域振興チーム

岡本 日向 (Okamoto Hyuga)・北浦 慶一 (Kitaura Keiichi)・○谷口 鮎実 (Taniguchi Ayumi)・富田 和菜 (Tomita Kazuna)・榎本 翔央 (Masumoto Tubasa)

(京都橘大学現代ビジネス学部経営学科)

キーワード：AR、地域振興、観光

1. はじめに

各地でAR (Augmented Reality)・VR (Virtual Reality) 技術を利用することで、その地の歴史を知ってもらったり、観光を楽しんでもらったりといったことを目的としたツールを作成することで地域活性化に役立てようという動きがある。

遺跡を昔あった形に再現して映し出すことは、遺跡について多くの人の関心を集める。このように、実際に京都の施設に観光客が訪れ、そこで現実で見えるもの以外に AR を使って何か新しいものを映し出せるのではないかと考えた。AR を活用して現実で見えるもの以上の価値を見出だすことができれば、地域の活性化に非常に大きく貢献できるであろう。

そのため、この京都市でも AR・VR 技術を用いた地域活性化事業を行えるのではないかと考える。京都市には清水寺や伏見稲荷大社といった歴史ある観光名所や祇園祭などのイベントなど有名なものが多く存在するが、その他にも伝統行事や工芸品も存在する。そういったものの振興、継承のために AR・VR 技術を利用して盛り上げていくことができるのではないかと考えた。

2. 先行研究の整理

AR を用いた地域活性化事業の現状を探るために先行研究の整理を行った。参照した先行研究の概要は以下のとおりである。

(1) 拡張現実を用いた個人が主体となる観光案内アプリケーションの提案 (文献(1))

観光客がより観光を楽しめる手助けを行うために、個人の視点を取り入れた地図・AR 用いたアプリケーションを開発する。個人の投稿は、様々な視点から行われており、投稿数の増加とともに満足度の向上がみられた。このような観光者間の情報の発信やコミュニケーションにより、観光情報の不足や最新情報、観光者の感想のような観光の役に立つ情報を得ることが容易ではない現状に対して、個人の多様なニーズに対応した継続可能な観光案内を実現できると考えられる。

(2) 綾瀬市埋蔵文化財の VR、AR コンテンツ化による地域活性化 (文献(3))

地域の人々がより深く文化財を学ぶことで、地域を愛することができ、シビックプライドとして

として地域の魅力を発信できる。IT の活用により、より多くの人々に関心と理解を深めることができ、今後のさらなる方向性も明らかになった。IT の活用により地域がより良い環境を築くことができるようになってきている。

(3) AR を利用した地域活性化 - センチメンタル価値再生へむけて (文献(2))

地域の特性化のためにセンチメンタル価値の再生を検討した結果、第1に商店街活性化よりも地域活性化が課題となった。第2には、福知山市が持っているのは、歴史であり、地域活性化に着目しているが、地域のものたちが自分たちの問題は何か、自分たちの問題を自覚されることを促すことが必要である。第3には、AR を活用した地域活性化を継続的に行うことであり、AR によって地域を盛り上げることができるが、そのためのソフトの改善など地域を考え動くことも重要である。

3. 仮説の提示

私たちは、仮説として、AR 技術を利用することによって、京都を訪れる観光客を増やして観光地の活性化に繋げられるのではないかと考えた。具体的に述べると、当初は先行事例として、ポケモン GO のようなスマホアプリを用いて地域に赴いてもらうといった地域振興のイメージを持っていた。しかし、現実の世界を拡張させることができる AR ならではの地域振興の在り方が他にもあるのではないかと考えた。

そこで、先行研究を分析したところ、AR 技術を地域振興に活用することは十分に可能であることが分かった。しかし、文献だけでは情報が少なく、更に掘り下げた分析を行うため、京都橘大学工学部情報工学科の吉川寛樹助教授、京都橘大学経済学部経済学科の平井健文専任講師にインタビュー調査を実施した。

4. 分析の方法

先に挙げた吉川教授と平井教授にそれぞれ個別に半構造化面接にてインタビューを行った。以下の内容はボイスレコーダーの音声と聞き取りメモからキーワードを抽出しまとめたものである。

工学系の専門家の吉川教授へのインタビューでは、AR の定義、使用例、問題点についてお聞きし

た。定義としては現実にあるものに情報を付加するものであるとされ、そこを訪れた人の体験を豊かにし、得られるモノを増幅させることができる技術だと話された。また、使用例としてはスマートフォンアプリケーションの例として、道案内や3Dオブジェクトの投影、文字の翻訳といったものを挙げていただいた。そして、技術者の観点からの問題点として、システムに問題が発生した際は現場での対応が必要となる上、現地で利用者からのフィードバックを受けてアップデートしていく必要があるため、そういったシステムの運用面について深く考える必要があるとされた。

次に、観光学の専門家である平井先生に、ARの事例、PRの手段、課題についてお聞きした。事例として、過去の姿を再現することやご当地アプリ、ポケモンGOなどが挙げられた。PRの手段としては観光者が使ってみたいという動機づけが必要となるので、観光者の心理にどのように訴えかけるかがポイントになると話された。さらに、課題として旅行者の多様化によって質の高い観光経験の提供がもとめられるため、今ここでわたししか経験出来ないような観光体験がしたいと思わせる仕組みが必要だとされた。また、観光客が特定の場所に集中してしまうといったオーバーツーリズムを解消するために、その他の地域にどのように分散させるかを考えていく必要があるとされた。

5. 分析の結果と政策提言

インタビュー調査の結果、ARを用いて京都市の観光をより良いものにするために2つの方法が考えられる。

1つ目は、オーバーツーリズムを解消するために活用することである。京都市が実施している『京都市観光調査』の中で日本人観光客の訪問地の項目をみると、令和元年では「清水・祇園周辺 53.9%」「京都駅周辺 46.1%」「河原町三条・四条周辺 30.3%」「嵯峨嵐山 23.2%」と一般的に有名な観光地に集中している。このためオーバーツーリズムがおこる。その結果、観光地や道が混雑して観光客が不快な思いをし、騒音やごみ問題などの観光公害が発生する。

これらを解消するためには、観光客を分散させる必要がある。そのためにARを用いることが効果的であると考えられる。具体的には、京都市が後援している「京都遺産めぐり」というアプリケーションにAR機能をつけ、一般的には知られていない観光地を巡るコース案内をつくる。観光地に到着してアプリを起動すると、観光地の情報や解説がARで現れるようにすること等である。

2つ目は質の高い観光経験を提供することである。従来、案内板やパンフレットでしか得られなかった情報を、ARによって具現化する。そのことによって情報をより具体的に吸収できたり、特別

感を得たりできると考えられる。具体的には、京都観光が初めてのひとと、何度も京都を訪れたことのあるひとと、2つのコンテンツを用意する。先に挙げた京都遺産めぐりというアプリケーションに初めての人用とリピーター用の2つのコース案内を作る。初めての人用には観光地の情報や解説、実際には見ることでできない復元された建物や映像を、ARで投影する。リピーター用のほうには、京都検定の問題が出題されるようにしたり、学習コンテンツへのリンクが出るようにする。

既存のアプリに追加機能を付けることになるため、開発にかかる費用は追加機能開発費とアプリケーション提供会社に支払うライセンス料であり、新たに観光用アプリケーションを開発するよりも予算は安く済むと考えられる。

6. 残された課題

最後に、残された課題としてアプリケーションのPR方法が挙げられる。令和元年の『京都市観光調査』の情報源の項目を見ると、出立前、到着後どちらも旅行ガイドブックの割合が3割前後で一番多い。一方観光系アプリはどちらも1割だった。このように観光情報を収集するツールとして観光系アプリの需要はまだ低い。アプリケーションをインストールしてAR機能を使ってもらうためには、インストールしたいという動機づけが必要になる。そのために、観光地で使用できるクーポンをつける、アプリケーションならではの強みを生かして最新情報を常にアップロードするなど対策が必要であると考えられる。そのためには先行研究にもあるように旅行者が情報を投稿して最新の情報が更新されるシステムを京都市観光協会(DMO KYOTO)と連携して構築する必要がある。

参考文献

- (1) 高橋亨輔、古田均、中津功一朗、石橋健、始良麻美：拡張現実を用いた個人が主体となる観光案内アプリケーションの提案、第28回ファジィシステムシンポジウム、pp398-401 (2012)。
- (2) 北山幸子、穂高温巳、岩垣優輝、白数知香、中山卓、初川翔一、森清卓也、山崎綾耶、劉宇寧：ARを利用した地域活性化-センチメンタル価値再生へむけて-、成美大学紀要、6巻、1号、pp43-54(2016)。
- (3) 井上道哉、長澤可也：綾瀬市埋蔵文化財のVR、ARコンテンツ化による地域活性化、湘南工科大学紀要、55巻、1号、pp41-48 (2021)。
- (4) 京都橘大学工学部情報工学科吉川寛樹助教授へのインタビュー。2021年10月8日
- (5) 京都橘大学経済学部経済学科の平井健文専任講師へのインタビュー。2021年10月13日
- (6) 京都市。“令和元年(2019年) 京都観光総合調査(本冊)”、京都市情報館。2020-6-17。
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000271/271655/honsatu.pdf>, (参照2021-10-20)

「海の京都」の活性化

- インフルエンサーと SNS が与える影響 -

京都産業大学中井ゼミ

○清永 健太 (Kiyonaga Kenta)・遠藤 陸 (Endo Riku)

・大林 涼雅 (Obayashi Ryoga)・秋山 颯汰 (Akiyama Sota)

・高田 大暉 (Takada Daiki)・廣瀬 夕也 (Hirose Yuya)・山田 隼 (Yamada Shun)

(京都産業大学 法学部 法律学科・法政策学科)

キーワード：観光、海の京都、インフルエンサー

1. 現状・問題

今回、私たちは京都北部と京都市の観光格差について取り上げる。

まず、京都府の観光の現状として、京都市への観光の集中ということが挙げられる。京都府の統計によると、令和元年では8790万人の観光客のうち、5351万人は京都市の観光客であり、京都府の観光客が京都市に偏っていることが分かる。

また、都道府県ランキング・比較系ブログ「くにとりサーチ」の調査によると「京都府といえば思い浮かぶ有名なもののランキング」でトップ10に選ばれているのは「寺社・仏閣」や「舞妓」など京都市に該当するものが大半を占めていることも分かる。

一方で、京都北部の(中丹丹後地域5市2町)は「海の京都」として観光業を活性化させようとしているが、上記の調査からも「海の京都」としての知名度は高くないと考えられる。

昨今、京都市内のオーバーツーリズム問題も話題となっていることから、私たちは京都北部と京都市の観光格差を問題だと考えた。

2. 現状分析から構想へ

京都北部は地域資源が豊富にあり、海鮮業では間人ガニや丹後ちりめん、観光スポットでは天橋立などがある。

しかし、海の京都DMO(Destination Management/Marketing Organization:観光地域づくり法人)でSNSを利用した地域紹介がされてはいるものの、あまり反応がなく実際に効果があるのかがわからない。

京都北部の魅力を伝え、「海の京都」としての観光事業を盛り上げることができないかと考えた。

3. 調査

私たちは、海の京都DMOが作成しているYouTube動画が伸び悩んでいるのが現状で確認できる。実際に京都市観光協会のYouTubeアカウントの総再生回数は約300万回以上であるが、海の京都のYouTubeアカウントの総再生回数は約4万回にとどまる。(2021/10/29時点)つまりYouTubeでの

「海の京都」の認知度は低いと言える。

そこで、DMOではYouTubeを通じたSNSを利用していることから、SNSと旅行の関係性を調査してみた。

第1に、JTBの「コロナ禍の生活におけるインターネットやSNSからの“情報”に対する意識と旅行」に関する意識調査の「図表1 直近の旅行におけるSNS投稿経験 性年代別・旅行実施年別」によると、直近の旅行におけるSNSへの投稿経験は全体で26%という結果である。さらに、男女20代に目を向けると40%以上にもなり、若者のSNS利用が高いことがわかる。また、「旅行のクチコミサイト フォートラベル調べ」の「図表2 SNSを見て旅行・外出したくなりますか?」によると、SNSで旅行先を決定する人は62.5%にもなる。

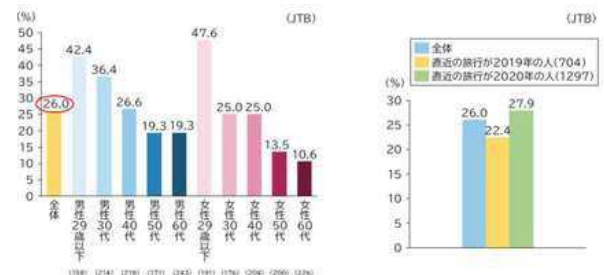


図1 直近の旅行におけるSNS投稿経験 性年代別・旅行実施年別



図2 SNSを見て旅行・外出したくなりますか?

第2に、JTBの「コロナ禍の生活におけるインターネットやSNSからの“情報”に対する意識と旅行」に関する意識調査の「図表3 フォロー・登

録している SNS アカウント」によると、66.2%が SNS でフォロー・登録しており、具体的には「芸能人・タレント・有名人」（以下インフルエンサーと呼ぶ）の投稿内容を見て旅行先を選んでいる。

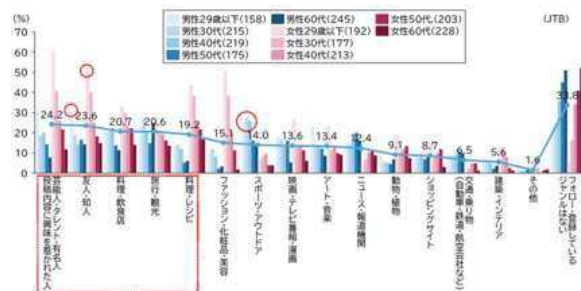


図3 フォロー・登録している SNS アカウント

4. 結果からの考察

第1、2から、SNS と旅行の関係性は高く、特に男女20代の割合が高い事がわかる。さらに、旅行先の決定にはインフルエンサーの影響を受けやすいことが調査で分かった。

よって、インフルエンサーを通じて「海の京都」をアピールすることで、今まで京都府の観光を京都市中心にしていた若者にも京都北部「海の京都」の魅力を認知してもらうことができる。その環境とコンテンツを私たちが考えることができれば、主に若者世代を中心とした観光客を呼び込むことにつながると考える。

5. 政策提言

以上のことから、私たちの政策提言はインフルエンサーを起用して SNS で「海の京都」を若者に発信するということである。

先行事例として、インフルエンサーを起用した公益財団法人ながの観光コンベンションビューローの観光 PR 動画を挙げる。同法人がアップロードしている通常の PR 動画の再生回数は3桁にとどまる。しかし、インフルエンサーを起用した動画は、普段の再生回数を大きく上回り約26万回再生されている。また、好意的なコメントも多数見受けられた。(2021/10/29 時点) さらに、私たちが2021年10月20日、公益財団法人ながの観光コンベンションビューローに電話訪問したところ、動画で紹介された店舗で配布するクーポンは即日配布が終了し、地元店舗からは普段より若者の姿が多く見受けられたというコメントを得た。

以上の結果からも、インフルエンサーを起用して SNS で「海の京都」を若者に発信することは効果的だと考えられる。

6. まとめ

私たちが調査した結果、多くの人々に京都府北部の魅力が十分に伝わっていないため、観光客が少ないことが分かった。この結果から、私たちはインフルエンサーを用いる。

そして、SNS で「海の京都」をより多くの人々に認知してもらうことができれば、京都府北部の活性化につながるのではないかと考える。

参考文献

- 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社：HP「海の京都」
<https://www.uminokyoto.jp/>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- 京都府（2019）：京都府観光入込客調査報告書
<https://www.pref.kyoto.jp/kanko/research/document/s/tougou.pdf>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- くにとりサーチ（2017）：2017 年都道府県ランキング・比較系ブログ
<https://kunitori-jp.net/impression-kyoto/>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- JTB（2021 年）：「コロナ禍の生活におけるインターネットや SNS からの“情報”に対する意識と旅行」に関する意識調査
<https://press.jtbcorp.jp/jp/2021/04/sns.html>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- YouTube 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社：海の京都
https://m.youtube.com/channel/UCMQu9uSBUEiZWdCy_rDAf9w
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- YouTube 京都市公式：CityOfKyoto
<https://m.youtube.com/user/CityOfKyoto>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- YouTube 公益財団法人ながの観光コンベンションビューロー：NAGANO Convention and Visitors Bureau
https://www.youtube.com/watch?v=c_kBVcGLX8M
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- 旅行のクチコミサイト フォートラベル（2013）：旅行における SNS 利用調査
<https://4travel.jp/magazine/report/20130531>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日

商店街における住民主体の災害支援拠点の提案

- 熊本県人吉市の日本版 POSKO を事例に -

龍谷大学政策学部石原ゼミナール 5 期生

○太田 慧梧 (Ota Keigo)・蒲池 清之介 (Kamachi Seinosuke)・香出 海人 (Kode Kaito)・坂本 亮 (Sakamoto Ryo)・澤田 尚吾 (Sawada Shogo)・多鹿 貴大 (Tajika Takahiro)・谷澤 莉緒 (Tanizawa Rio)・長濱 美優 (Nagahama Miyu)・南條 海成 (Nanjo Kaisei)・二村 綾香 (Futamura ayaka)・劉 思祈 (Liu Siqi)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：日本版 POSKO、災害ボランティア、商店街

1. はじめに

自然災害が頻発化・激甚化している中、災害ボランティアの人数は年々減少しており、COVID-19 の影響によりその人数がさらに減少したことでボランティアや支援が届かない事態が生じた(立部・宮本, 2021)。今後、南海トラフ地震の発生が懸念され、特に津波の影響で和歌山県など太平洋沿岸部の被害が甚大になれば、震源地から離れた京都市でも最大震度 6 弱の被害が生じるにも関わらず、外部からの支援が期待できないため、地域内で自立的な支援が求められる。実際に、令和 2 年 7 月豪雨で被災した熊本県人吉市(以下、人吉市)では、災害後、地域住民自ら災害支援拠点を構築しインドネシアの POSKO と類似した通称日本版 POSKO が機能していたと報告された(村井, 2020)。京都市においても地域住民主体の新たな支援の在り方として日本版 POSKO による支援が必要になり、この支援が今後の復旧・復興期に貢献するだろう。

そこで、本研究では令和 2 年 7 月豪雨被災地で設置された日本版 POSKO の支援の実態を明らかにするとともに、京都市内の商店街を日本版 POSKO の支援拠点とすることを提案する。

2. 日本版 POSKO についての調査

2.1 調査方法

令和 2 年 7 月豪雨での日本版 POSKO の支援の実態を明らかにするために、日本版 POSKO を提唱した第一人者である「被災者 NGO 協働センター」の村井雅清氏と被災地で日本版 POSKO を運営している「個庫茶屋メンバー」の運営代表者である園田富巳子氏からヒアリング調査を行った。そして、被災当時の日本版 POSKO による支援の実態について明らかにするために令和 2 年 7 月豪雨被災地での現地調査を行った。

2.2 令和 2 年 7 月豪雨被害における日本版 POSKO の支援の概要

村井氏のインタビュー調査から日本版 POSKO の概要を(1)機能面(2)支援期間(3)財源の3点から整理する。

(1) 機能面

設置された日本版 POSKO は 6 団体であった。活動内容は支援物資の提供や炊き出し、主に子どもを対象とした支援など各団体によって活動内容が異なり、各団体の特徴を生かした活動を行った。

(2) 支援期間

「個庫茶屋メンバー」を含め 4 団体は現在も継続して支援を行っているが、1 団体は 2020 年 7 月末で終了し、残り 1 団体は代表の病気のため事実上消滅した。

(3) 財源

公益社団法人 Civic Force と生活協同組合コープこうべが現金による支援を行った。使途については、人件費を含め過度に制限しなかった。

2.3 個庫茶屋メンバーの支援の実態

園田氏へのヒアリング調査と現地調査の結果から、日本版 POSKO の一つである「個庫茶屋メンバー」の支援の実態を(1) POSKO の設置場所・設置時期(2)運営(3)機能の3点から整理する。

(1) POSKO の設置場所・設置時期

設置場所は園田氏の自宅にある車庫と庭で、多くの物資を置くことが可能な土地があった。また、見通しの良い国道沿いに立地しており、被災から 3 日後には車庫に物資があることを伝えるための張り紙を貼ることで周知し、近所の方に向けて物資を分配した。

(2) 運営

運営メンバーは 10 名ほどである。支援物資は園田氏の知り合いから波及的に繋がり物資が自宅に届けられ、想定よりも多くの物資が届けられたことを契機に、自然発生的に地域住民に向けた物資の支援が始まった。

(3) 機能

物資の支援以外の機能として、自治体の防災行政無線が聞こえないという問題から情報共有の場や、災害ボランティアの拠点場所、さらに、被災から約 1~2 カ月経つと個庫茶屋メンバーに毎日訪れる方が現れ、被災者が気軽に立ち寄ることができるコミュニティの場として機能していた。

以上の結果から、日本版 POSKO の特徴として、各団体は、時期・機能・支援内容が異なっているが、活動に対する資金援助もあったため、被災者に対し迅速で円滑に支援することができ、かつ災害後も地域住民が気軽に訪れることができるよりどころとなっていることが明らかになった。

3. 政策提案

3.1 政策提案の目的

1 章で述べたように、京都市で大規模災害が発生した場合、災害ボランティア不足により日本版 POSKO のような被災者同士での助け合いのシステムが必要となる。しかし、日本版 POSKO を京都市内で運用すると、各種物資の集積・配送場所の確保、安定的な支援を行うための資金の確保の2点が課題となることが挙げられる。そこで私たちは、これらの課題を解決し、人吉市の日本版 POSKO「個庫茶屋メンバー」の事例を基に、京都市における地域内での復旧・復興を目的とした「POS 京」を提案する。

3.2 政策提案-POS 京～

全国的に商店街が衰退していることや COVID-19 の影響で空き店舗が増加している現状から POS 京を行うためには、商店街が適切だと考えた。まず、POS 京は商店街内の地域サロンを拠点として、商店街振興組合とサロンの責任者が主体となり、商店街の空き店舗を活用して、日本版 POSKO で行われた物資の提供、情報共有の場、ボランティアの拠点に加え、相談窓口、炊き出しを行う(図1)。災害発生時はサロンの機能を一時的に休止し、災害発生当日もしくは、翌日から物資支援や情報共有、炊き出しの活動を行い、1週間頃から被災者向けの相談窓口を設置し、被災者の生活支援を行う。

しかし、POS 京の運営は、商店街だけで行うことは難しいため、行政と POS 京(商店街)、地域住民・被災者の間で協力関係を作る必要がある(図2)。平時の商店街では、POS 京の運営練習や避難訓練などといった地域住民が主体となって行う防災活動を行う。一方で、行政の役割は災害時に POS 京が被災者に向けた物資提供や相談窓口などの各種支援を行う場となる空き店舗の耐震化を行う。次に、災害時における商店街の役割は、災害発生時の情報提供と食料物資の要請を行う。一方で、行政の役割は、POS 京の運営資金の補助と要請内容を踏まえた食料物資の供給である。

以上の政策提案により、被災地域住民の生活再建支援体制の整備と POS 京を中心とした新たな地域住民主体の復旧・復興モデルの構築が見込まれる。そして、将来的には持続可能な地域づくりにも寄与すると考える。

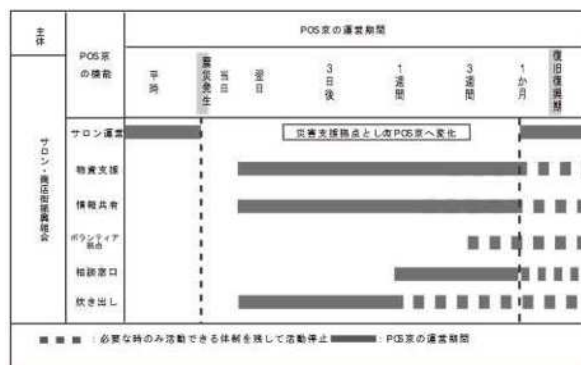


図 1 POS 京の運営期間

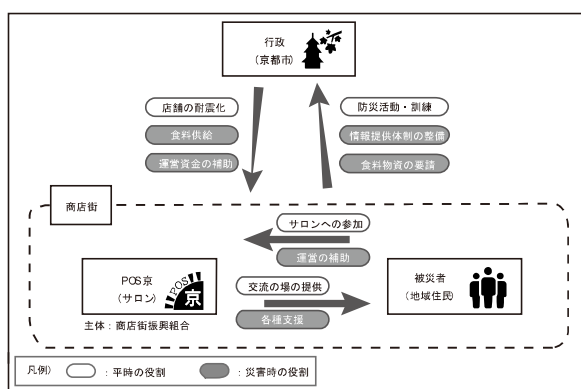


図 2 POS 京における支援システム

4. まとめ

地域内での自立的な支援を目的とした日本版 POSKO をすることで、商店街が地域における災害支援拠点となる。

日本型 POSKO は、決して商店街だけで創り上げられるものではなく、行政、地域住民が連携し創り上げていく。

そして日本版 POSKO の様に、今後発生する南海トラフ地震を見据え、外部支援に依存するだけではなく、地域内で支援し合うことで、次なる大災害からも助かると考える。

参考文献

- (1) 立部知保里、宮本匠(2021)「既存の住民自治組織の災害時における役割に関する研究 - 平成 30 年 7 月豪雨広島県坂町の住民福祉協議会の事例 -」『日本災害復興学会論文集』, 18, pp. 46 - pp. 57
- (2) 京都市(2016)「南海トラフ巨大地震について」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/page/0000128793.html>
最終閲覧日 2021 年 10 月 29 日
- (3) 被災地 NGO(2020)「2020 年 7 月豪雨水害に関する支援ニュース 第 17 報」
<http://ngo-kyodo.org/2020kyusyunanbu/2020/07/>
最終閲覧日 2021 年 10 月 19 日
- (4) 京都市第 2 次防災対策総点検委員会(2011)「京都市の防災対策総点検最終報告」
https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/cmsfiles/contents/0000117/117102/last_report.pdf
最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日

口頭発表

【分科会 5】

若年非正規労働者を救う

－ 人手不足業界への進出 －

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ 労働チーム
○野崎 悠登 (NOZAKI YUTO)・有坂 伊織 (ARISAKA IORI)・
藤田 涼介 (FUJITA RYOSUKE)
(京都先端科学大学経済経営学部経済学科)
キーワード：非正規労働者、正規化、職業経験

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、日本の労働市場には大きな影響を与えられている。特に問題となっているのは、緊急事態宣言により休業等を余儀なくされた宿泊業、飲食・サービス業であり、非正規労働者が多い分、失業者や休業者が増加している。そのため、非正規労働者は改めて問題視されているといえよう。

高校・大学を卒業してそのままアルバイトとして働いていたり、就職したものの早期に離職してしまい、そのまま宿泊業、飲食・サービス業において非正規労働者となっていたりする若年層も一定程度おり、そのような若年層への対策はどうなっているのか関心を持った。

本稿では、不況時などに雇用調整の対象とされやすい非正規労働者の中でも、特に私たち大学生世代と同じ若年層の非正規労働者について、希望する雇用形態で働くことを推進し、人手不足の業界への転入を支援するための方策について考えていきたい。

2. これまでの若年雇用対策

若年層の非正規労働についてはこれまでも問題視され、様々な対策がなされている。1990年代前半以降のバブル経済崩壊に伴って労働市場は急激に悪化し、若年労働者には悪影響を与えた。これがいわゆる就職氷河期といわれる世代であり、非正規労働における格差が問題となった。彼らに向けて国は、雇用面・自立面で対策を行った。その時に始まったのが、今でいう地域若者サポートステーションやジョブカフェのような若年層の雇用対策である。その後、2010年代半ばには若者雇用促進法ができ、若年層の雇用対策が本格化したおかげで、就職氷河期の中でも、当初はフリーターだった人たちが正社員になっているケースもある。さらには、2018年6月、「働き方改革関連法案」が可決され、この中で「同一労働同一賃金」を目指したパートタイム労働法、労働契約法、労働者派遣法が改正となり、正規労働者と非正規労働者の間にある不合理な待遇差の解消などが図られつつある。

これらの施策が実施されてきているが、現在の若年層である私たち世代（15～34歳）ではどの程

度非正規労働者となっているのか見ていきたい。

3. 若年雇用の現状

総務省の「労働力調査」(2020)によると、正規労働者は3529万人、非正規労働者は2090万人いることがわかった。非正規労働者について年代別に見ると、数としては45～64歳が856万人と最多であり、この層は主に主婦パートと呼ばれる人たちが形成されていると考えられる。15～34歳の若年層については、512万人である。このほとんどが学生アルバイトと考えていたが、実際、学生を除いた数を見てみると333万人おり、若年非正規労働者全体の65%を占めていることがわかる。

厚生労働省の「雇用動向調査」(2018)によると、最終学校卒業1年後の労働者のうち約24%が非正規労働者として働いているという事実もある。彼らが非正規労働者である理由は様々であり、ライフスタイルに合わせた働き方を望んで自ら非正規労働者として働いている場合もあるが、「正規労働者として採用されなかった」などの理由で非正規労働者として働いている場合もある。このように、非正規労働者で甘んじているのではなく、本当は正規労働者として働きたいが働くことができていないという人が一定数存在している。

厚生労働省は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大で業績が悪化した企業などから、解雇や契約が更新されない「雇止め」のケースについて調査している。そこでは、都道府県労働局への聞き取り情報や公共職業安定所に寄せられた相談・報告等を基に、新型コロナウイルス感染症の影響による「雇用調整の可能性がある事業所数」と「解雇等見込み労働者数」の動向を集計している。その結果によると、新型コロナウイルス感染症の影響で仕事を失った人が、見込みも含めて全国で約12万人を超えたことがわかった。ただし見込みの数字であるため、実際にはさらに多いとされる。

今後、現状非正規労働者として働いていた人が雇用調整の対象とされた時、正規労働者への転換をする上で、どのような対策が必要になるのかを考えていきたい。

4. 先行研究

日本における非正規労働者から正規労働者への転換についての研究を見ていくと、四方(2011)

によれば、そもそも日本において、男性は一定数正規労働者へ移行、特に同一企業内での移行があるが、ヨーロッパ諸国と比較しても臨時雇用から常用雇用への移行の水準が定位であることが指摘されている。

では実際に、どのような要因が正規化、特に転職による正規化に繋がっているのだろうか。

玄田（2008）によると、非正規労働者が正規化を望んでも景気低迷や採用ニーズの偏向などにより移行が困難になること、転職する場合でも非正規労働者として同一企業で2年から5年程度継続することが正社員への移行を促すことに繋がり、逆に非正規労働者が1年未満で転職を繰り返すことは、結果として正規化の抑制になるため、就業継続への支援が必要と主張している。

正規化に職業訓練等の支援が必要であるとする研究として、小杉（2010）は、ジョブ・カードのような体系的な職業訓練と現場での現実的な実習の組み合わせが効果的であるとしている。ジョブ・カードとは、個人のキャリアアップや多様な人材の円滑な就職等を促進することを目的とした「生涯を通じたキャリア・プランニング」及び「職業能力証明」のツールである。

また、高橋（2021）によれば、国の職業訓練制度について、それらを利用している途中である場合、正規労働者への移行が起りやすく、また制度の利用者はキャリアアップへの意欲が高い可能性があるとしている。

以上の先行研究により、非正規労働者から正規労働者への転換を行うための方策として、職業訓練において正規労働者になるために必要なスキルの獲得をし、それに加えてある程度長期でその職場の状況を知ることができる現場での職業経験が必要であると考えられる。

5. 国が実施する職業訓練

京都労働局への聞き取り調査を行ったところ、我が国にはハロートレーニングと呼ばれる公的職業訓練がある。公的職業訓練は、過去に正規労働者として働いていたなど雇用保険の受給がある人向けの公共職業訓練、過去に無職あるいは非正規労働者であったために雇用保険の受給がない人向けの求職者支援訓練の2つに分けられる。いずれにせよ受講者は、IT、営業・販売・事務、医療事務、介護福祉、デザインといった専門的な技能や知識を原則無料で学ぶことができるようになっている。

6. 現状の職業訓練における問題点

聞き取り調査により、介護分野とIT分野においては人手不足が著しいとされている事実がわかった。人手不足問題が最重要視されている介護分野では、すでに訓練中に職業経験の機会が提供されるなど、比較的短期間で職業経験を積むことができるため、積極的な支援が行われている。一

方、IT分野で求められるのは技術の補完的役割を担う人材であるが、そこには専門的なスキルが必要であることから人材育成には時間を要する。そのため、長期で来てもらわないと困るという点で企業での職業経験の機会提供を受け入れてもらえず、安易に職業経験を積むことが難しいのだという。しかし、職業訓練の受講歴を履歴書に書くことはできず、IT分野に関する専門的なスキルを得ることができたとしても資格がないものなどについては、正規雇用のための面接等でアピールすることができないため、ある程度の職業経験も必要とされている。

7. 政策提言

今対策が必要とされている、IT分野等において職業経験を積むための政策として、現存のジョブカードや職業訓練と社会人インターンシップを組み合わせた一体的な正規化支援策が必要であると考えられる。社会人インターンとは、長期のものから短期のものまで様々で、給与が発生するものも多い。目的として企業と労働者の間の齟齬を防ぎ、雇用のミスマッチを抑制することを狙っている。こういった実務的な職業経験をIT分野で積むことがIT分野に対するイメージの変革を促し、定着へと結びつけることができると考える。企業としては専門的なスキルを持った人材を手放すことに抵抗感を感じるため、労働者が満足さえすれば結果的に正規労働者としての職場定着を図ることが可能になるのではないだろうか。

参考文献

- (1)総務省統計局「労働力調査」(2020)。
- (2)厚生労働省「雇用動向調査」(2018)。
- (3)厚生労働省「新型コロナウイルス感染症に起因する雇用への影響に関する調査について」
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/koyouseisaku1.html（最終閲覧日：2021年10月30日）
- (4)四方理人「非正規雇用は『行き止まり』か？－労働市場の規制と正規雇用への移行」(2011)。
- (5)玄田有史「前職が非正社員だった離職者の正社員への移行について」(2008)。
- (6)小杉礼子「非正規雇用からのキャリア形成－登用を含めた正社員への移行の規定要因分析から」(2010)。
- (7)厚生労働省 人材開発統括官「ジョブ・カード活用ガイド」
- (8)高橋勇介「パネルデータからみた非正規雇用の現状と正規雇用への転換」(2021)。

就活先決定モデルに基づく京都企業論プログラム

同志社大学政策学部 野田ゼミ C 班

○辻本瑞季(Mizuki TSUJIMOTO)・尾上美紀 (Miki ONOUE)・小西健斗 (Kento KONISHI)・高瀬響己 (Hibiki TAKASE)・中園万結香(Mayuka NAKAZONO)・松本くるみ(Kurumi MATUMOTO)・山田理紗子(Risako YAMADA)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：就活先決定モデル、京都企業、大学講義による情報発信

1. 研究の背景と目的

東京にヒト・モノ・カネが集中する東京一極集中の状態が続いており、就職先を求めて学生が東京へ流出している。例えば、同志社大学の学生の場合、関西出身の学生の割合は 62.2% (大阪府 24.3%、京都府 19.2%、兵庫県 9.4%) で関東出身の学生は 4.9% (東京都 1.4%) である。しかし就職先は関西が 34.6% (大阪府 21.3%、京都府 7.5%、兵庫県 3.3%) であるのに対して関東が 51.2% (東京都 47.3%) となっている。関西で育った学生が毎年関東に大幅に吸引されてしまっており、この流れを少しでも変える必要がある。

他方で関西に優良な企業がないわけではなく、実は京都には世界的にみて高いシェアを誇る優良企業が多く立地している。にもかかわらず、京都市の大学生はそれらの企業の存在を認識することなく、インターンシップ等の就職活動が始まり東京を就職先として選択してしまっている可能性がある。本研究の目的はこの実情を具体的に明らかにするとともに、学生に対する京都企業の情報提供方法に関する有効な政策を検討することである。

2. 現状分析と就活先決定モデル

2.1 京都の優良企業

京都の大学生が京都に本社を置く企業を就職先として選択しない背景には、そもそも京都の大学生がそうした京都企業について十分に認知していない点あげられる。私たちは京都の大学に通う学生 100 人に対して京都の優良企業 50 社の認知度に関するアンケート調査を行った。調査対象とした企業は資本金 3 億円以上、従業員数 300 人以上の条件を満たす企業である。その結果、半数以上の 50 人以上が認知している企業は 2 社にとどまる結果となった。一方、京都に本社を置く企業にとっても現在の首都圏への人材流出は大きな懸念事項になっている。具体的に、京都に本社を置く企業にアンケート調査で「貴社が必要としている人材をどの程度円滑に確保できているか」と質問したところ 15 社から回答があり 7 割弱が円滑に確保できていないことがわかった (図 1 参照)。これは企業側が求めている人材と学生の想定している企業像との間に隔たりがあるからである。そ

してその根本の要因に京都の学生の京都企業に対する低い認識がある。

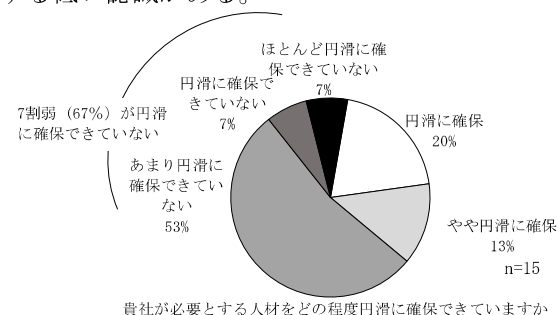


図 1 京都企業における人材確保の意識

2.2 就活先決定モデルの構築

認知度向上のためには、実際に学生が就職活動 (以下「就活」) でどのように情報収集しているかを把握する必要がある。このため、就活を終了した大学 4 年生と卒業生 107 名に事前インタビューを行い、就活先決定の過程や情報源を把握し就活先決定モデルを検討した。近年の動向として 3 年生の夏からインターンが始まりその段階である程度就活先を明確にし、夏休み以降は短期のインターンが継続的に各企業で行われる。決定フェーズとして 3 年生 7 月までは就活揺籃期、8 月-12 月は萌芽期といえる。翌年 1 月から本格的な就活になり 4 月までは全盛期となる。4 年生の 5 月以降は成熟期を迎え 7 月にかけて就職先の最終判断をするが、決まらなかった場合は継続的に就活を行う。

また、インタビュー結果では、情報源には、誰もが利用する就活サイト等を除くと、生れ育ってきた環境要因、親・親族の要因 (以下「親族要因」)、大学やバイトの友人等を含む知人要因に集約できた。この要因と就職先へのこだわり度を上記フェーズごとに特定するため、大学 4 年生と卒業生 (1 年目) にアンケートを行った。結果、就活先は萌芽期までに 6 割以上が決め就活を行っているが、就活先へのこだわり度については、萌芽期でも依然 3.2 (5 段階中) の水準で、揺籃期では 2.4 と低いことがわかった。こだわり度は成熟期にかけて上昇していく。

就活先を決める情報源は、図 2 括弧内に平均値を示しているとおり、3 要因とも揺籃期が最も低

く、萌芽期以降はいずれの要因も上昇していくことがわかる。就活先へのこだわり度と各要因の相関係数を求めると（図1括弧の左の値）、揺籃期では知人要因や環境要因は低いが親族要因は高く、それ以降、環境要因の相関が一貫して高くなる。もともと親の意向に規定されて就職先を決めていた学生は就活を進めるにつれてその影響によるこだわりが薄れ、環境要因によるこだわりは、逆に就活を進める中で自覚していくといえる。一方、知人要因は相関係数が0.2を超えることは一度もなく総じてこだわり度には影響しないようである。

以上の分析をふまえると、こだわり度が最も低く、3 要因とも平均値が低い揺籃期をターゲットとして京都企業の情報発信を行うのが望ましい。揺籃期では親族要因のこだわり度への相関が高いとはいえ、こだわり度そのものが低いからである。

アンケートでは、説明会開催時期として望ましいのは萌芽期が45%と最も高いが、揺籃期に先手を打った情報発信が効果的である。

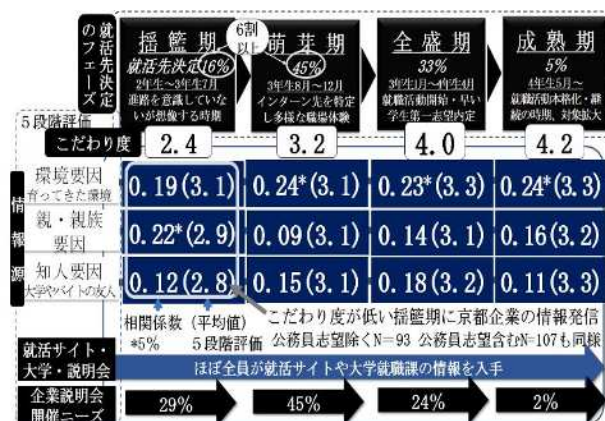


図2 就活先決定モデル

2.3 京都企業側のニーズ

京都企業側は実際に情報発信を行いたいと思っているのであろうか。京都企業15社への調査の結果、程度の差はあるが15社全社が自社の製品・サービスの優位性や独自性に関する情報発信を行いたいという回答をした（図3）。

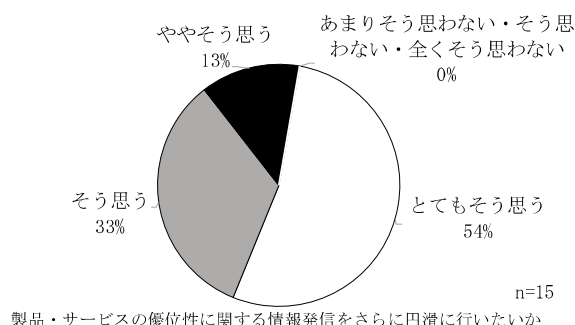


図3 京都企業の企業PRに関する関心

3. 株式会社インダ協力講義による仮説検証

学生に対する京都企業への認知度を高めるための最も効率的な方法は、大学の講義科目として京都企業を知る機会を提供することであると仮定した。特に、こだわり度の低い時期である揺籃期に、大学講義で情報提供ができるのがよい。大学講義の有用性は、履修者が単位取得の動機を持ちながら、それまで十分に知らなかった様々な京都企業について認識を深める点にある。就活先を明確にしていない学生への情報発信が可能となる。

大学講義による情報発信の効果をみるために、京都市に本社を置く株式会社インダに依頼して、企業の魅力や入社後のキャリア形成等をわかりやすく教える模擬講義を同志社大学で2021年10月19日に実際に行ってもらい、講義前後のアンケートで大学生の意識変化を検証した。授業前アンケートでは、学生100人のうち株式会社インダを認知して将来の就職先の候補に含む割合は16%であったが、講義後アンケートでは87.3%と大きく増加した（差の検定1%水準有意）。人事と営業担当者による講義により、企業理念、製品シェアや社員の待遇、働きやすさを実際に感じとり学生が将来の就職先候補に含めるという結果となった。

4. 政策提言「京都企業論プログラム」

以上の結果をふまえ、京都企業論プログラムを提案する。これは、京都市立地の参加希望の国公立大学で京都の優良企業による講義「京都企業論」を就活揺籃期（3年生夏休み前の春学期）に行うとともに、それらの企業のデータベースを構築するものである。大学コンソーシアムまたは京都市が事務局となり、情報発信希望の企業募集と参加大学募集を行い集約する。大学間では単位互換制度を利用し、京都市の大学生はいずれの大学でも履修できるようにする。また、参加企業の独自性やキャリア形成情報、求める具体的な人材像に関する情報を集約したデータベースを構築し、京都市の大学生が大学の就職課を通じて利用できる仕組みを構築する。これら大学講義とデータベース化をまとめて京都企業論プログラムとよぶ。

当初は京都市の範囲で実施するが、京都府や関西全域にまでプログラムの拡大を視野に入れることで東京一極集中による吸引解消を長期的に狙う。

5. おわりに

就活揺籃期に、京都企業が直接自社の強みを講義で学生に伝える本プログラムにより、学生は企業を正確に理解し就活先の選択をする。企業の独自性をアピールできるだけでなく講義によって学生に理解を深めてもらえるので、企業が求める人材と学生の想定の隔たりが確実に改善される。

参考文献

同志社大学 (2021)『学部出身高等学校の所在地別学生数』・同志社大学 (2020)『本社所在地別就職状況一覧表』

転勤による「単身赴任」の選択が家庭に与える影響

京都産業大学 現代社会学部 藤野ゼミ A グループ

○濱田隆之 (Hamada Takayuki)・北村香菜 (Kitamura Kana)・森春奈 (Mori Haruna)・
平田悠真 (Hirata Yuma)・池田未優羽 (Ikeda Miyuu)・宮島明里 (Miyajima Akari)・
橋本萌里 (Hashimoto Moeri)

(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)

キーワード：単身赴任、日本型雇用、夫婦関係

1. 研究目的

本稿の目的は、稼ぎ手としての男性雇用者を主力に形成されてきた日本独特の企業社会における転勤及びそれに伴う単身赴任がライフコースや夫婦関係や家族生活にどのような影響を及ぼすのかを考察することである。

本稿では、女性3人男性4人の計7人にインタビューし、結婚から現在に至るまでのライフコース（就職、退職、出産等）を聞き取る質的な調査方法を取る。分析結果から、働き方改革を進める日本企業の特に転勤制度に関する政策提言につなげる。

2. 研究方法

2021年9月7日から9月14日の間に計7名の30代から40代の男女に1時間半程度のインタビュー(オンライン)を行った。この調査の被験者男女には同意書を配布し、調査報告に関する承諾を得た上で、調査はすべて録画した。

本調査では、表1にある属性の単身赴任経験者に仕事・夫婦・家族の関係などをインタビューガイドに従って内容を聞き取る半構造化面接方法をとった。被験者は、いずれも夫が正社員、妻がパートあるいは専業主婦の核家族世帯である。インタビュー内容はすべて書き起こし、7人の内容を整理した。またライフコースにおける各被験者の様々な局面での選択に関わる部分をピックアップし、社会的文脈の中で解釈する。

表1 被験者の属性

名前	性別	年齢	職業	最終学歴	居住地	家族構成
Aさん	女性	39歳	専業主婦	高卒	都市圏	夫:41歳、高卒、電気・エネルギー関係 長女:小学4年(9歳)
Bさん	女性	48歳	専業主婦	4年制大学卒	都市圏	夫:48歳、大卒、建設業・現場監督 長男:大学2年 次男:中学1年
Cさん	女性	47歳	専業主婦	4年制大学卒	地方 二世帯住宅	夫:47歳、高卒、サービス業 長男:20歳 長女:高校2年(17歳)
Dさん	男性	36歳	情報通信業	4年制大学卒	都市圏 実家	妻:43歳、短大卒、地方在住、パート 長女:小学4年生(10歳) 次女:小学2年生(6歳) 長男:小学1年生(7歳)
Eさん	男性	36歳	製造業	4年制大学卒	都市圏	妻:39歳、短大卒、専業主婦 長女:(8歳) 次男:(6歳)
Fさん	男性	49歳	IT関係 転職一回あり	4年制大学卒	都市圏	妻:49歳、大卒、専業主婦、結婚退社 長女:20歳 長男:16歳 次男:12歳
Gさん	男性	48歳	ハウスメーカー	高専	地方	妻:46歳 長女:高校1年 次女:小学6年

3. 調査結果

聞き取りは以下の①～④の点を詳しく聞き取っている。結果は表2にまとめられている。中でも重要な会話を分析した結果は、次の通りとなる。

①転勤に対する意識

転勤に対しては、1人の中でも肯定・否定のアンビバレントな意識が見られた。

・ポジティブ

「選ばれるということは、期待されている表れ」
「それぞれの支店で雰囲気が違うため勉強になる」
(男性G)

・ネガティブ

「サラリーマンである以上は宿命」(男性G)
「なんか、もう仕方ない」(女性C)

②単身赴任を選択した理由

単身赴任を選択した主要な理由は2つ見られた。

・子供の環境を変えたくないから

「娘の性格的にも多分同じところのほうがいいだろう」(女性A)「子供の生活を慣れたところから変えて、柔軟に対応できないのではないか」(女性B)「子供の学校があり転校できないので」(女性C)

・持ち家があるから

「妻と子供は持ち家に住んで、週末とかに帰るようにした方が動きやすい」(男性E)

③単身赴任の期間と夫婦関係

夫婦の関係性は単身赴任の期間に左右されている可能性が見えてきた。

・短期間：「2年 寂しい(友達夫婦みたいな感じなので仲は良い)」(女性C)

・長期間：「15年 妻とは画面を介しての関係になった」(男性D)「単身赴任を一言で表すと『崩』」(男性D)「18年 ずっと離婚の危機」(女性B)

④単身赴任の夫や残された妻と子供との関係性

育児負担が妻側にかかる一方で、父子関係が希薄になる傾向が見られる。友人・実家などに頼りながら、困難を乗り越えようとしている。また子供が持てないなど転勤が家庭にもたらす負の影響が大きいことがわかる。

どうすれば地方の転出人口を食い止められるのか

- 兵庫県豊岡市での若者活躍都市に向けた政策提言 -

黒宮ゼミ 地方班

○飯田 椋太 (Ryota IIDA)・塩見 晃斗 (Akito SHIOMI)・田邊 流生 (Ruu TANABE)・
福田 萌香 (Moeka FUKUDA)・山根 瑞季 (Mizuki YAMANE)・山本 翔太 (Shouta
YAMAMOTO)

(京都文教大学 総合社会学部 総合社会学科)

キーワード：地方の過疎化、関係人口、若者活躍社会

1. はじめに

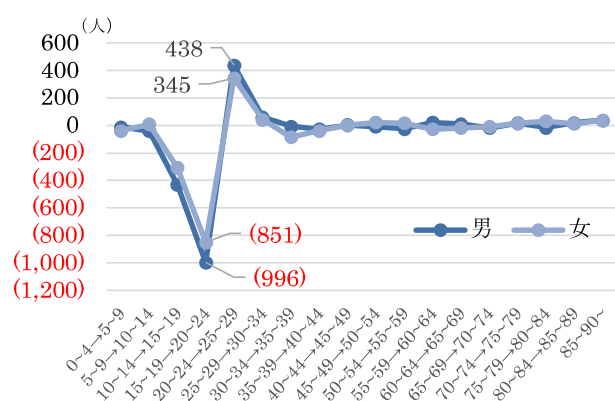
昨今の新型コロナウイルス感染症の影響により、三大都市圏居住者全体では地方移住への関心が高まり、住民基本台帳人口報告によると2020年5月は外国人を含む移動者の集計を開始した2013年7月以降、初めて東京都で転出超過となった。しかし実際には、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）の2020年の転出入を見た際、トータルで約10万人の転入となった。また、内訳として三大都市圏以外からの転入が約8割となっており、地方の転出も依然として進んでいる（総務省 2021）。また同報告では、年齢層を見たときに、20～29歳が最も多く、東京では2020年、約40万人の転入があった。

本研究ではどうすれば地方の若者転出人口を減少させることができるかについて考察する。

2. 研究目的

2.1 研究対象地域の選定根拠

今回研究対象とする地域は兵庫県豊岡市とした。豊岡市は古くからの歴史や文化が存在しており、観光地としても賑わっている。また、福知山市・朝来市等への転出はあるが、香美町、養父市、新温泉町、京丹後市等に対しては転入超過になっている（豊岡市 2020b）。一方で10歳から20歳の人口転出が致命的であり、20歳から30歳までの人口の転入はあるものの、結果として転出増となっている（豊岡市 2019）（図1参照）。



【図1：豊岡市 年齢別純移動（2005年～2010年）】

2.2 今後の地方の過疎化と想定される帰結

豊岡市は今後、より一層高齢化が進み、地域コミュニティの衰退や伝統行事の消滅が危惧される。地域経済分析システム（RESAS）でも、向こう25年間の人口は減少傾向にあり、将来的には29の地区や校区の再編が推測できる（地域経済分析システム）。また、若者流出や出生率低下となれば、地域コミュニティや伝統行事の維持が困難となり、住民同士の関わる機会が減少、必然的に他地域へ流出するという負のスパイラルが想定できる（豊岡市 2020a）。したがって、地方の過疎化が進行すれば地域経済の衰退や地域コミュニティの衰退による若者転出となるため、課題解決が急がれる。

3. 問題発生原因の特定

3.1 若者が活躍できる都市形成

若者が地方を去る背景として豊岡市地方創生総合戦略では「豊かな大都市と貧しい地方というイメージがあり、自らのまちに対する誇りの空洞化と活力の低下がある」と指摘している（豊岡市 2019）。また、自分が活躍できる場が地元になという先入観から転出へとつながっていると考えられる。

3.2 就学・就労での機会不足

3.1に関連して、市内に存在する多くの産業を知る機会や具体的な就労経験がない児童生徒や学生が多く、地元企業を知る機会が不足していることも、過疎化の要因であると推測できる。

4. 豊岡市の人口減少に対する政策内容の検証

4.1 豊岡市で人口減少を緩和させる現状の政策

豊岡市では定住を促すための政策が多数実施されている（豊岡市移住定住ポータルサイト）。しかし、定住に大きな効果を発揮しているとは言い難い（朝日新聞 2021.5.3朝刊）。また、交流人口については、特に豊岡市のように他の都市からの交通網が限られた地域へは来訪するにも不便なため、交流人口を増加させることは難しい。

4.2 交流人口ではなく関係人口へのシフト

とするならば、交流人口に固執した政策ではなく、より多くの人口を豊岡市に向けることができる関係人口に特化した政策が有効だと考える。ここで関係人口の定義を挙げておく。田中輝美は関係人口を「特定の地域に継続的な関心を持ち、関

わるよそ者」と定義している(田中 2021: 77)。本定義では、定住人口でも交流人口・観光客でもなく、また企業でもボランティアでもない、新たな地域外の主体の概念である。

5. 政策提案

5.1 若者活躍都市「ふるさと活躍促進条例」制定・地域内起業(スタートアップ)の促進

豊岡市は世界に誇れる伝統を持ちながら、継承や発展に結びついていない状況である。そこで、「ふるさと活躍促進条例」制定を提案する。これは、伝統産業(例: 出石そばや豊岡鞆など)をはじめとした地域内起業(スタートアップ)を支援する制度であり、新たに提案する条例では、行政や金融機関、教育機関の連携を図る制度を組み込み、努力目標、指標の策定を行うものとする。

・中学・高校での地域協働教育一層の充実

豊岡市内での起業に際し、特に市内の中高生にアントレプレナーシップ教育の展開が必要である。現状、市内の中学・高校では地域協働学習において企業や地域と連携した環境教育の取り組みなどを軸とし、児童生徒に地域の特性、郷土意識の醸成を図っている。新たな提案は主に中高生に向けて地元企業と連携したキャリア教育へつなげるものである。目的は、就業体験やキャリア形成のための講座を開催し、地元企業への関心を持たせることである(5.2で詳細を述べる)。

・既存の地域コミュニティの空間創造

加えて、人口減少にあるなかでも、市内には現在29もの地区があり、多数の自治会や連絡協議会などの地域コミュニティが存在している。若者が参加するためには参加しやすい環境づくりも必要となる(5.3で詳細を述べる)。

5.2 産官学の地域協働教育一層の充実に向けて

前節で新たな提案として掲げた条例に基づき、豊岡市内における産官学の取り組みも実施していくことが必要である。現在豊岡市内には中学校が9校、高校が6校ある。また、市内に公立専門職大学も2021年4月に開学した。今後は若者が集まり、多様性のあるまちへ変化していくことが予想されるが、同時に地域と共存していくことが求められる。地元企業へ目を向けたとき、伝統技術や観光資源、自然資源を活かした産業が多く点在する。今後は既存の資源を利活用していくことが必要である。そこでまずは、中高の教育課程での就業体験やキャリア育成事業の展開が必要である。具体的には「総合的な学習(探究)の時間」の年間指導において地域企業とのキャリア教育を展開し、中高生が市内の特色ある産業を知り、地域企業への就業意識を一層高めることが求められる。

5.3 既存の地域コミュニティでの空間創造

既に述べたように豊岡市では、地域コミュニティの活動が盛んであり、イベントの頻度も多い。しかし、特に若者が参加できるイベントや取り組み

が乏しい。実際、老人会での交流やイベントが多くを占めており、参加しづらいと言える(豊岡市2020a)。そのため、地域コミュニティに係る助成金の使途を多世代交流を目的としたイベントへと限定することで居場所の空間ができると考える。

6. 政策によってもたらされる効果

以上のように、豊岡市において若者が活躍あるいは地元を知る機会を作ること、自らが地元で実現してみたいことへの挑戦ができると考える。また、市内での起業を支援する行政や金融機関等と連携することで、外部からの関心や支援体制も厚くなり、本研究で提案する政策で目的とする豊岡市の関係人口増加につながると考える。

7. 他の過疎地域へ本政策を波及する手段

過疎地域は豊岡市に限らず全国各地で見られる。そこで、本条例での取組みを他地域にも波及させる場合、各地域それぞれの資源特性を把握することが大前提となる。その上で例えば、地域の企業と連携し、若者の力を活用するプログラムを開発し、挑戦の場や地方で活躍できる可能性を広められるだろう。また市内で「まちづくり留学」などの制度を新たに作り、現場での実践事例を外部へ公開する機会を設けることも考えられる。

8. おわりに

全国各地で人口減少が急速に進むなか、地域を守るのは地域である。そのため日本各地において様々な対策を講じながら、地域特性を活かした取組みが必要である。そして特に各地の地域資源はローカルだけでなくグローバルにも通用するため、付加価値を高めることのできる人材育成が今後は課題解決に近づくのではないかと考える。

主たる参考文献・ウェブサイト

「豊岡移住者、最多123人 昨年度、都市部でコロナ拡大/兵庫県」『朝日新聞』2021年5月3日、朝刊15面。

経済産業省・内閣府、「地域経済分析システム(RESAS)(2021年10月27日取得, <https://resas.go.jp/>)。

総務省, 2021, 「住民基本台帳人口移動報告 2020年(令和2年)結果」, 総務省HP, (2021年10月29日取得, <https://www.stat.go.jp/data/idou/2020np/jissu/youyaku/index.html>)。

田中輝美, 2021, 『関係人口の社会学—人口減少時代の地域再生』大阪大学出版会。

豊岡市, 2020a, 「豊岡市コミュニティビジョン 概要版」(2021年10月29日取得,

<https://toyooka-community.city.toyooka.lg.jp/wp-content/uploads/2020/05/豊岡コミュニティビジョン概要版.pdf>)。

豊岡市, 2020b, 「豊岡市人口ビジョン(2015年国勢調査反映版)」(2021年10月29日取得,

https://www.city.toyooka.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_001/009/378/koushin.pdf)。

豊岡市, 2019, 「豊岡市地方創生総合戦略(第5版)」, 豊岡市HP, (2021年10月26日取得,

https://www.city.toyooka.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_001/007/992/dai5hann.pdf)。

豊岡市移住定住ポータルサイト, 「飛んでるローカル豊岡」(2021年10月12日取得, <https://tonderu-local.com/>)。

大学生活の幸福度

- 就職活動に対する不安 -

龍谷大学経済学部渡邊正英ゼミ HAPPINESS

○下城 健翔 (SHIMOSHIRO KENSHO)・岩田 卓磨 (IWATA TAKUMA)・大城 瞬平 (OSHIRO SHUMPEI)・坂口 竜一 (SAKAGUTI RYUITI)・三井 理駆 (MITUI RIKU)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：新型コロナウイルス、幸福度、就職活動

1. はじめに

現在 2020 年から猛威を振るっている新型コロナウイルスの影響で多くの大学生の生活様式が変化した。全国大学生協連(2020)によると、「『大学生活が充実している(合計)』と回答した比率は前回(2019 年秋)の 88.8%から今回(2020 年秋)の 74.2%と減少、特に1年生は56.5%で昨年より32.9%減少している」とあり、大学生は大学生活を満足に過ごせていないのである。また、「コロナの影響で心身的に不調を抱える学生がうつ病や精神疲労などを起こすケースが見られる」(秋田大学(2020))。

本研究では、「幸福度」という学術的にも政策的にも用いられている指標(幸福度指標)を使って、コロナ禍における大学生の幸福度を調査し、幸福度を規定する要因を探る。そして得られた幸福度を規定する要因に基づき、大学生の幸福度を向上させる政策提言を行う。ここで幸福度指標とは、「幸福度を具体的に見えるように各種指標で表したものである。すなわち、個々人の『幸福』をある程度、地域、時系列で比較可能にした物差しであり、評価のためのツールである」(内閣府経済社会総合研究所(2011))。また、「OECD や欧州連合、各国政府、地方自治体が主観的幸福の測定を推奨する理由は GDP などでは把握できない国民の置かれた状況を把握し、公共政策の立案に活かすことである」(浦田(2018))とあるように、幸福度は、世界的に政策の場でも利用され始めている。

一般的な大学生と幸福度の関係について、佐々木他(2018)では、経済的状況や友人の数、学業や自由時間の多さが幸福度に影響を与えていると報告されている。また京都大学高等教育研究(2020)では、SNS、趣味、学習の効率、人との接触する機会、適正な睡眠時間とは一定の相関がみられたと報告されている。これらの先行研究を踏まえた上で、本研究では、大学生の幸福度と、コロナ禍において大学生の多くが不安視している就職活動やその他の要因との関係について重回帰分析を通して研究する。

2. アンケート調査と分析結果

本研究では、Google フォームで、アンケートを作成し 2021 年 10 月 6 日から 10 月 13 日までの 1 週間アンケート調査を大学生対象で実施した。調

査内容は大きく分けると「回答者の属性」「日常生活や現在の状況」「就職活動」の 3 つで構成されている。「回答者の属性」では、性別、学年、住居形態について、「日常生活や現在の状況」では経済状況や幸福度、オンライン授業満足度、睡眠時間、一日の平均自由時間などについて質問し、「就職活動」では、就職活動の不安やインターン回数、キャリアセンターを利用するかについて質問した。得られた回答者数は 131 件で、幸福度を被説明変数、説明変数は表 2 に記した変数で重回帰分析を行う。

アンケート結果は表 1 の通りである。

表 1 分析に用いる変数の定義と要約統計量 (N=131)

変数	平均	標準偏差
幸福度 (不幸=0、幸福=10)	7.10	3.53
性別 (女=0、男=1)	0.59	0.49
学年	2.45	0.93
住居形態(自宅以外=0、 自宅=1)	0.69	0.48
通学時間(分)	43.38	28.83
アルバイト(していない =0、している=1)	0.87	0.34
1ヶ月自由に使えるお金 (円)	37730.77	21576.54
大学入学後増えた友達の 人数	16.96	9.57
一日の平均自由時間	4.49	1.86
平均睡眠時間	6.15	1.45
オンライン授業の満足度 (満足でない=0、満足=5)	3.09	1.19
授業形式 (オンライン=0、対面 =1)	0.59	0.49
就職活動に対する不安 (ない=0、ある=1)	0.34	0.47
インターン回数	1.29	2.44
キャリアセンターを利用 しているか(していない =0、している=1)	0.27	0.44

表2 重回帰分析の結果 (N=131)

被説明変数	幸福度	
	係数	p 値
変数		
性別	0.22	0.83
学年	-1.35	0.18
住居形態	1.68	0.09
通学時間	-0.27	0.79
アルバイト	-0.52	0.6
1ヶ月自由に使えるお金(円)	-0.37	0.71
大学入学後増えた友達の人数	1.19	0.24
一日の平均自由時間	-0.46	0.64
平均睡眠時間	0.12	0.91
オンライン授業の満足度	0.76	0.45
授業形式	-0.42	0.68
就職活動に対する不安	-2.34	0.02
インターン回数	1.72	0.09
キャリアセンターを利用しているか	-0.48	0.64

大学生の幸福度は表1で記した通り、平均が7.1となっており、比較的高い結果が確認できた。他の幸福度の平均と比べると、佐々木他(2018)では平均6.76、京都大学高等教育研究(2020)では平均6.33であり、コロナ禍においても、大学生の幸福度の低下は見られず、やや高い値が得られた。次に、コロナ禍の大学生の幸福度の規定要因を重回帰分析から明らかにする。表2の通り、「就職活動に対する不安」の変数の係数のp値は0.02であり統計的に有意である。このことから、就職活動に不安がある人ほど幸福度は低くなっており、就職活動に不安がない人ほど幸福度が高くなっていることがわかる。しかしコロナ禍の大学生活において、大きく変わったとされる授業形式に関して、有意性はなかった。またアンケート調査で就職活動の不安要素の理由を記述式で回答してもらったところ「何をしたらいいか分からない」といった回答が多く見られた。この回答内容から、就職活動の全体像を理解していない学生が多く、情報収集が不足していることが分かる。

3. 考察

本研究の分析で、就職活動に対する不安は幸福度に影響を与えていることがわかった。この結果を受け、就職活動に対する不安を解消することで、幸福度は上がると考えられる。就職活動に対する不安を持つ学生は、本調査では約7割ととても多くなっており、記述式回答によるとその半数以上

がコロナ禍で「何をしたらいいのかわからない」といった回答であった。また「キャリアセンターを利用した」割合は全学年統合で7割がいいえを選択したことがアンケート結果からわかった。このことから危機感を抱きながらも、コロナ禍で就職活動に対して何から始めたらいいのかわからないということが問題と考えられる。

4. 政策提言

分析結果から、就職活動に対する不安を解消するため、コロナ禍でも学校に通わずに不安や悩みを相談できる場所、また情報収集ができるサービスを設けることが重要だと考えた。

そこで私たちは、オンラインでも気軽に相談でき、情報を簡単に知ることができる「就職活動掲示板」を作成することが効果的であると考え。キャリアセンター協力の下、各大学の就職サイトに「就職活動掲示板」を作成し、学生が気軽にアクセスできる環境を作る。具体的な機能として、悩みを持った学生が匿名で就職活動について書き込み、企業研究やインターンシップなどについて情報収集を行える質問機能。次にキャリアセンターのスタッフと気軽に会話ができるチャット機能である。安全面として、匿名記入とログイン時に大学の学籍番号とパスワードを入力することによって、外部からの侵入を防ぐことができ安全性は守られると考える。また、キャリアセンターの利用者が約3割の中「就職活動掲示板」を作成することによって、キャリアセンターと学生の関係が増え、悩みを相談できる場所を作ることができる。

上記の政策提言について、現状での実施状況や実現可能性について、龍谷大学のキャリアセンターで聞き取り調査を行った(2021年10月28日)。調査の結果、未だ就職活動掲示板といった政策の意見は無く、既出ではない考えであり、実現可能性については、初めての案ということで不明という回答だった。以上のことからこのサービスを充実させることによって、コロナ禍での就職活動に不安を持つ大学生をオンライン上で支援することができ、不安が解消され幸福度向上が期待できる。

参考文献

- 1) 秋田大学 学生のこころとからだの調査 COVIDによる社会生活の急激な変化が与える大学生のメンタルヘルスへの影響 (2020/8/28)
- 2) 浦田 秀次郎 p6 国際比較と政策利用からみた幸福度の測定方法のあり方—アジア諸国を中心とした幸福度調査結果から—
- 3) 京都大学高等教育研究(2020)「コロナ禍における大学生の主観的幸福度」 pp41-47
- 4) 生活経済学研究・佐々木 俊一郎 山根 承子 マルデワグジェゴシュ 布施 匡章 藤本 和則
「大学生の幸福度と学業に対する主観的評価：アンケート調査と学業データによる分析」 pp. 83-98
- 5) 全国大学生協連「第56回学生生活実態調査の概要報告」
- 6) 内閣府「学生の就職・採用活動開始時期等に関する調査結果(速報版)について (概要)」令和元年10/8 資料6

新規就農者の増加を目指して

- 農業の現状を踏まえて -

松尾ゼミ 農業班

○萬谷 祐太 (Mantani Yuta)・平島 聖也 (Hirashima Seiya)

・兵頭 良梧 (Hyodo Ryogo)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：新規就農者、若者、支援

1. はじめに

高度経済成長期以降、わが国の農業就業人口¹は減少を続けており、日本農業の崩壊が懸念されて久しい(図1)。また、農業就業人口の高齢化も進んでおり、今後はさらなる農業就業人口の減少が予想される。

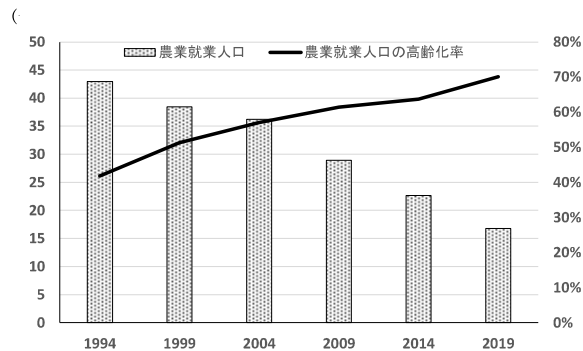


図1 農業就業人口と農業就業人口の高齢化率

出典：農林水産省(2020)「農業構造動態調査結果」より筆者作成

農業就業人口が減少し続けている要因として、農山村地域の少子高齢化だけでなく、収入の不安定さ、身体的疲労などで離農者が増えていることが挙げられる。図2は、減少した農業就業人口と新規就農者数を比較したものである。これを見ると2007年以降のみをみても新規就農者数よりも減少した農業就業人口が多い。

本研究では、新規就農者が増加しない理由を明らかにし、新規就農において何が障壁となっているのか調べ、農業の新規就農者を拡大するための改善策を提案する。

2. 新規就農者が増加していない要因

¹ 自営農業のみに従事した者又は自営農業以外の仕事に従事していても年間労働日数で自営農業が多いもののことである。

² 一般社団法人全国農業会議所全国新規就農相談センター「新規就農者の就農実態に関する調査結

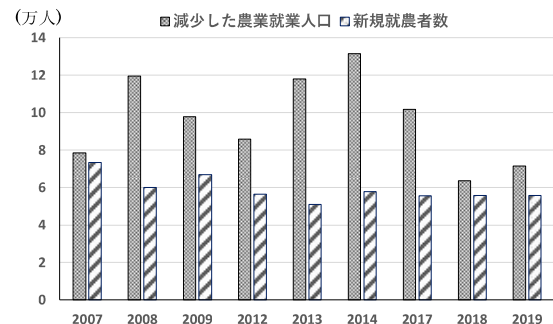


図2 減少した農業就業人口と新規就農者数

出典：農林水産省(2008～2021)「新規就農者調査」より筆者作成

新規就農者が増加しない理由として、資金面の問題が挙げられる。新規就農者の場合、就農1年目の経営する費用は、平均で569万円である²。このうち、機械・施設費など含めた初期費用が411万円、種苗・肥料・燃料費が158万円である。一方で、彼らの自己資金の平均は232万円であり、337万円の資金不足が生じている。

もう一つの要因として、若い世代の職業として、農業に従事することは選択肢にないことが挙げられる。宮脇・山口(2015)によると³、大学生の日本の農業に対するイメージは、守っていくべき産業であるとの認識はあるものの、重労働や収入の不安定さなどマイナスイメージが多く、回答した大学生の多くが農業を「そもそも仕事として考えたことがない」と答えている。

3. 事例

この章では、新規就農者の獲得に向けた地方自治体の取り組みと農業体験における事例について紹介する。

香川県善通寺市では、市内の荒廃した柑橘畑を再生・整備し、再生農地の受け手として新規就農

果-平成28年度-」を参考とする。

³ 宮脇・山口(2015)は大学生170名を対象とした農業に対する姿勢を把握するためのアンケート調査を行ったものである。

者を育成している。計画期間中は市の農地管理公社の職員として採用されるため、月 13.5 万円の給与や社会保険等の福利厚生、住宅の補助などが行われる。こうした支援により、資金不足の心配が少なくなる。2015 年以降、6 人が研修、5 人が就農している。

次に小学校で行われた、農業体験を通して児童のか環境意識と食習慣の変化に関する事例である。2012 年 9 月～2013 年 3 月にかけて福岡県 T 町の小学校 3 年生児童は野菜作り体験授業を実施した。授業内容としては種まきから加工食品（味噌や漬物など）を作るまでの作業を半年間かけて行った。農業体験学習を受けた児童に対し 2012 年 9 月と 2013 年 3 月にアンケート⁴を実施した。アンケートによれば、自然環境や食農に関する意識の平均点は実施前よりも約 1.48 倍実施後の方が高く、日常行動や食習慣に関する平均点は約 1.04 倍実施後の方が高かった。この 2 つの結果から農業体験学習をすることで、食や環境への意識や日常生活にプラスの変化が生じていることが分かる。特に食や環境への意識に変化が顕著に現れていることから、小学校での農業体験は児童の成長に効果があると考えられる。

4. 考察

ここで、農業の現状、取り組みを踏まえ新規就農者を増やす 2 つの改善策を提案する。

1 つ目は善通寺市のように、地方自治体や民間団体が農地の受け手として新規就農者を育成し、彼らを職員として雇うことである。そうすることで、新規就農者は給与や福利厚生、住宅の補助もあるため、費用の心配が少なく、新規就農のハードルが下がることが期待できる。また、新規就農者の育成と就農場所を一括で管理することで、その場での就農が容易である。さらに、農地の受け手として新規就農者を育成するだけでなく、農機具のレンタルも行えるようになれば就農時・就農後の初期費用の軽減となる。

解決策の 2 つ目は農業体験を高校や大学の科目として取り入れることである。小学校や中学校での農業体験は多い。しかし、小中学校の農業体験では上記のような自然環境や食農など教育的目的で行われることが多く、職業としての農業を意識したものとは言えない。そこで、直接就職や卒業後の進路に関わる高校生や大学生を対象とし、農業の現状に関する授業や農業体験の授業を行うことを提案する。高校では基礎的な知識を養うため食料自給率や農家の後継者問題などの農業の現状を学習する科目、1 年間を通した農業体験を行う授業の設置を提案したい。また、大学は専門科目

として経済・経営学部では農作物の販売戦略を考える科目というように学部などと関連させた科目を取り入れることが考えられる。このように授業を通じて、農業を知り、体験することで農業に関心を持ち、就職を考える際に「就農」が 1 つの選択肢になることが期待される。

5. まとめ・結論

このように、新規就農希望者の資金不足といった問題を解消することで就農者の確保につながる。また、高校生や大学生の卒業後の進路選択時に、農業体験や授業から職業としての農業という選択肢が生まれると考える。こうした取り組みにより、新規就農者を増やすことができる。

参考文献・引用文献

- ・農林水産省(2020),「農業構造動態調査結果」,([農業構造動態調査結果：農林水産省 \(maff.go.jp\)](https://www.maff.go.jp/)),最終閲覧日 2020/09/17
- ・一般社団法人全国農業会議所 全国新規就農相談センター(2017),「新規就農者の就農実態に関する調査結果 -平成 28 年度-」([本文_新規就農者～調査結果.indb \(be-farmer.jp\)](#)),最終閲覧日 2021/10/29
- ・農林水産省(2015),「平成 26 年度 食料・農業・農村白書」([平成 26 年度 食料・農業・農村白書 \(平成 27 年 5 月 26 日公表\)：農林水産省 \(maff.go.jp\)](#)),最終閲覧日 2021/05/19
- ・宮脇加帆里・山口実希(2015),「農業に対する意識の向上にむけて -大学生の関心を高めるために-」,『ISFJ2015 政策フォーラム発表論文』(2015)([【中央大学】【平澤敦研究会】【宮脇加帆里】\(農業に対する意識の向上にむけて\).pdf \(isfj.net\)](#)),最終閲覧日 2021/09/09
- ・農林水産省(2021),「令和 2 年新規就農者調査結果」,([令和 2 年新規就農者調査結果：農林水産省 \(maff.go.jp\)](#)),最終閲覧日 2021/10/29
- ・農林水産省(2018),「新規就農者受け入れ体制の事例集」(https://www.maff.go.jp/j/new_farmer/jirei/attach/pdf/index-22.pdf),最終閲覧日 2021/10/2
- ・英格・矢部光保(2014),「農業体験学習が環境意識と食習慣に及ぼす影響の比較分析 -教育効果と地域効果の分離の視点から-」,『環境教育』24 巻 2 号 (2014),(https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsoee/24/2/24_2_40/_pdf),最終閲覧日 2021/10/29

⁴ 英格・矢部光保(2014)「農業体験学習が環境意識と食習慣に及ぼす影響の比較分析-教育効果と

地域効果の分離の視点から-」を参考とする。

福知山市の人口減少を食い止める

- 子育て世代を応援！子どもを守る家！！ -

福知山公立大学地域経営学部井上ゼミ

○藤本 実優 (Fujimoto Miyu)・大島 七南 (Oshima Nanami)・福田 佑乃 (Fukuda Uno)・翠川 仁美 (Midorikawa Hitomi)・小谷川 晟 (Kotanigawa Akira)

(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科)

キーワード：福知山、合計特殊出生率、女性の働き方

1. はじめに

福知山市の人口は減少傾向にある。RESAS のデータによると福知山市の総人口は 2000 年から 2020 年で 83,120 人から 77,420 人に減少している。それに対し、合計特殊出生率は 2.02 と全国平均 1.34 と比較すると高水準となっている。

このことから福知山市の人口減少を食い止める一つの手段として合計特殊出生率の上昇が考えられる。そこで私たちは福知山市の空き家と子育て世代にフォーカスした政策提言を行う。

2. 課題の根底

大枠の課題としては先に述べた通り、福知山市の人口減少についてである。この課題について掘り下げていく。わが国では人口が年々減少し、全国的に少子高齢化が問題となっている。さらに、合計特殊出生率も減少傾向にある。

2-1 一つ目の課題

出生率を上げるためには「子どもを産みたい」「産んでも安心して育てられる」という環境を作ることが必要となる。平成 26 年に内閣府が行った家族と地域における子育てに関する意識調査では今後、子どもを持つ場合の条件についてアンケートがとられ、「働きながら子育てができる職場環境であること」が最も多い回答となった。

このことから、働くことと子育てが両立できるということが、今後子どもを産む条件になることがわかる。近年共働きの世帯が増加しており、仕

事に出る間子どもの世話ができないため、こういったことが懸念されると考える。働いている間に安心して子どもを預けられる場や、学べる場が必要となる。

全国的に待機児童問題が広がっており、福知山市の現在待機児童は 0 人ではあるが今後どうなるかはわからない。子どもが増加するということで考えると、待機児童が現れるのも考えられる。そのため、早いうちから子育てに関する対策を練っておく必要がある。

2-2 二つ目の課題

福知山市は年々増加傾向にあるものがある。それが「空き家」だ。市の調べによると平成 25 年の時点で住宅総数 38,660 戸に対し空き家数 6,770 戸、17.51%となっており、京都市の 13.28%よりも高い割合となっている。空き家の中でも、その他住宅と分類される、だれも住んでいない放置された空き家が年々増加している。

空き家が問題視される理由はいくつかある。管理がされていないと周辺に衛生的に悪い影響を与えることや、印象を下げる事が挙げられる。福知山市では早期発見や利活用、空き家バンクなどの政策が行われており、実際にそれを通じて家を買ひ、移住してきたという人もいる。しかし、現状福知山市の人口は減り続けており、それに伴い今後も空き家が増加していくと考えられる。空き

表 1 福知山市議会
空き家対策に関する政策提言書(2)より

空き家数と空き家率(資料：H25住宅・土地総計調査) (単位：戸)			
	平成15年	平成20年	平成25年
住宅総数	30,630	37,370	38,660
空き家数	6,340	6,550	6,770
うち、売却用	150	290	250
うち、賃貸用	3,640	3,300	2,670
うち、二次的住宅	450	390	300
うち、その他住宅	2,100	2,570	3,550
空き家率 全国	12.23%	13.14%	13.52%
京都府	12.74%	13.14%	13.28%
福知山市	20.70%	17.52%	17.51%

図表 8 今後、子どもを持つ場合の条件<MA> (20歳～49歳有配偶者、全体・性別)

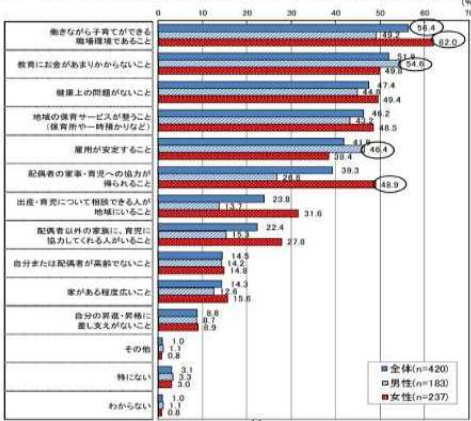


図 1 内閣府政府統計官(1) p 11-図表 8 より

家が増加することで市の印象が低下してしまっ
てはほかの政策にも影響が出かねない。それを避
けるためにも、空き家問題も福知山が解消して
いくべき課題の一つだ。

3. 事例研究

空き家を活用し、子どもの居場所を作る事例は
全国にいくつかある。

例えば、大阪府茨木市の「森のひろば」だ。こ
れは 2004 年 7 月に地域子育て支援拠点として開
設された。主に就学前の親子が自由に遊び、交
流ができる場を提供している。子どもたちの安全を
考慮しつつ改修がされている。開設時に周辺の住
宅への説明や、音が出るイベントは控えるといっ
た配慮を行い、周辺住民に影響が出ないようにし
ている。

また、大阪市鶴見区の「寺子屋・地域交流活動」
だ。これは、地域活動協議会のネットワークや大
学との連携により、子どもや地域の方々が集まれ
るコミュニティスペースを設置し、商店街の活性
化にも貢献している。商店街の空き店舗を活用し、
子どもが自由に集い・遊び・学び合う空間を提供
するとともに、母親の情報交換の場となるように
している。寺子屋使用時以外は、フリースペース
として、多世代の方が活用できる仕組みを今後築
き、複合的使用を目指している。

4. 政策提言

今回取り上げた育児に関する課題と、空き家に関
する課題を踏まえたうえで「子どもを守る家」
を政策提言する。これは働きに出ている間や保育
園などの時間外に地域住民が子どもを預かる場と
いうもの。その時間には遊んだり勉強をしたりと、
子どもが望んだことや年代に合った対応をする。
場所は地域の空き家を再利用することで確保する。

狙いとしては急な仕事や用事で子どもの面倒が
見られなくなった保護者のサポートや地域住民の
交流、子どもの学びを伸ばす、空き家の活用とい
ったことが挙げられる。

電話などによる予約で子どもを受け入れ、受け
入れた子どもたちには地域住民の方々が相手をす
る。遊びたいという子どもに対しては遊びに付き
合い、勉強がしたいという子どもには勉強を見て
あげるといったように、子どもの要望に沿った対
応をする。

これにより得られる効果として、一つは空き家
の活用がある。子どもを守る家として空き家を活
用することによって再利用ができる。空き家は子
どもやその両親が移動しやすいように住宅街に近
いものを選び、改装が必要な場合はリフォームを
進める。二つ目は保護者がいない間の子どもを一
人にしないため、保護者を不安にさせず安心して
仕事に取り組むことが出来る。また、自分の時間を

作ることでもできる。働きながら十分に子どもの世
話を行うためには、保護者が十分に時間を持ち、
子どもの相手ができるような環境にしなければい
けない。仕事に集中できず、自分の時間が持てな
いような状況ではそれも難しい。そのため、子ど
もを安全に預けることが出来るようになれば、保
護者の安定も図ることが出来る。子どもの安全も
保護者の環境づくりも、どちらにも役立てる可能
性がある。安心して子どもを育てながら仕事ので
きる環境を作ることが出来れば出生率上昇につな
がるのではないだろうか。

この子どもを守る家を設置することで地域の交
流を深めることも考えられる。普段交流の無い年
齢層の人たちが関わることで視野が広がるのでは
ないだろうか。また、交流という点では大学生が
参加してみるのも良いと考える。子どもと関わる
ことで学べることはたくさんある。子どもを預か
ることの責任や、子どもと関わることで見えるも
のが増える可能性がある。完全に社会に出る前に
一つの経験として自分たち大学生が地域の輪に入
ることも一つの案だ。

5. まとめ

福知山市の合計特殊出生率がかなり高い数値を
出しているが、これらを維持する、もしくは上昇
させるためには子どもを産みたい、産んでも良い
と思えるような環境を作る必要がある。

その環境を作る課題として保護者が子育てと仕
事を両立することが出来る環境づくりが挙げられ
た。それに加えて福知山市には年々広がりつつあ
る空き家問題があるということも挙げた。

これらの課題を合わせて考えることで生まれた
政策提言が「子どもを守る家」である。

この政策により福知山市の出生率の上昇や空き
家問題の緩和に一歩近づくのではないだろうか。

6. 参考文献

- (1) 内閣府政府統括官「家族と地域における子育てに関する意識調査」 p 11-図表 8
<https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/h25/ishiki/pdf/gaiyo.pdf> (2021 年 10 月 17 日最終閲覧)
- (2) 福知山市議会：空き家対策に関する政策提言書
<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/uploaded/attachment/9858.pdf> (2021 年 10 月 7 日最終閲覧)
- (3) 大阪府茨木市「茨木市空き家活用事例集」2020 年、p. 3
- (4) 大阪市「空き家活用好事例集」2016 年、p. 4
- (5) 福知山公式ホームページ：本州 3 位！合計特殊出生率 2.02 のまち 福知山の緊急企画「子育て世代 100 人に聞きました」
<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/site/promotion/27481.html> (2021 年 10 月 7 日最終閲覧)

京都府全域の活性化を目指した関係人口増加策

- 今日から京でワーケーション -

同志社大学政策学部風間ゼミナール ワーケーション班

○新保 宏登 (Hiroto Shimbo)・荒井 南帆 (Naho Arai)・陳 昊 (Chen Hao)・北坂
和奏 (Wakana Kitasaka)・山中 脩平 (Shuhei Yamanaka)・吉田 明咲花 (Asuka
Yoshida)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：ワーケーション、関係人口、地域活性化

1. 問題意識

現在、日本の各地域は人口減少という大きな課題に直面しており、京都府も同様である。2020 年に実施された国勢調査の人口速報集計によると、2015 年度実施時と比較して府内 11 市 10 町村で人口が減少していた。少子高齢化と相まって、地域の活力は衰退しつつある。日本の今後を考えると、定住人口の増加に固執せず、新しい形の地方創生を考える必要がある。

そこで近年注目されているのが「関係人口」である。人口の概念は、地域との関係性の強弱から、「交流人口」、「関係人口」、「定住人口」という 3 つの捉え方ができる。観光客が主な対象である交流人口は地域との関係が最も弱く、定住者を中心とする定住人口は地域との関係が最も強い。その間に分類されるのが「関係人口」である。内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局は関係人口を「特定の地域に継続的に多様な形で関わる者である」と定義している。

私たちは、京都府で関係人口を増加させる手段として「ワーケーション」に着目した。ワーケーションとは仕事 (work) と休暇 (vacation) を組み合わせた概念であり、普段とは異なる場所で仕事や休暇を行うものである。ワーケーションは新型コロナで低迷した観光業の再興と、新たな働き方という 2 つの側面から注目され、観光庁は社会情勢が大きく変化した 2020 年度からワーケーションへの取り組みに注力している。

国土交通省の「関係人口の実態調査」によると、関係人口は目的により、地域づくり・ボランティア等へ参加する「直接寄与型」、地域においてテレワーク等の労働を行う「就労型」、地域の人々と交流する等の「参加・交流型」、地域での飲食や趣味活動等を実施する「趣味・消費型」の 4 つに分類される。その土地で仕事や観光、地域との交流を行うワーケーションは、これらすべての型に当てはめることができる。つまり、ワーケーションの推進は、関係人口の創出に繋がると言える。関係人口の創出は、地域とつながる人や企業を増大させ、地方創生に関わる人の創出を最大化することができ、地域の活力を維持・発展させる。

そこで、私たちは観光資源の豊富な京都府でワーケーションを推進することで関係人口を増加させることを目指し、研究を行った。

2. 現状分析

はじめに、京都府が展開するワーケーション事業の現状について、2021 年 10 月 21 日、京都府商工労働観光部ものづくり振興課にヒアリング調査を行った。調査を通じて、京都府内の企業約 11 万社のうち、約 7 万社が京都市に集中しており、市外地域との格差が広がっていることが分かった。京都府では、そのような問題意識をもって、市外地域を中心にワーケーション事業を実施している。しかし、京都府では各企業が個別にワーケーション事業を展開する段階にとどまっており、京都府全体で組織的にワーケーションを推進する動きは少なく、ワーケーション施設の整備も進んでいないことが判明した。

次に、ワーケーション事業を展開している和歌山県情報政策課に、文書での聞き取り調査を行った。調査を通じて、和歌山県は当初、企業誘致に取り組んでいたが、社員の移住を伴うなどの問題点からワーケーションの導入に至ったことが判明した。ワーケーションは社員が移住する必要性もないため、企業誘致よりもハードルが低いという長所がある。実際に、和歌山県は 2017 年度から 2019 年度の 3 年間で、104 社 910 名もの誘致に成功している。以上からワーケーションは関係人口の創出につながるという行政のメリットのみならず、低コストで新たな職場環境を利用できるというメリットが存在することが読み取れる。

上記の二つの事例より、企業を対象としたワーケーションの施設及び制度の整備が必要であると考えた。

3. 政策提言

以上の現状調査を踏まえ、私たちは、企業を対象にした受入整備として、ハード事業であるワークスペース設置と、ソフト事業である Web サイトの整備、企業提携制度の 3 点を提案する。

①ワークスペース設置

ワークスペースは、京都府の事業である「もうひとつの京都」プロジェクトに基づいて、4つのエリアそれぞれにワーケーションの拠点となるコア施設を整備し、京都府と各エリアの自治体が共同運営を行う。「もうひとつの京都」プロジェクトに基づいて区分することで、エリアごとに異なる地域資源と結びついた魅力的なワーケーションを展開できる。

コア施設の位置として、「海の京都」は、府内でワーケーション事業が進んでいる舞鶴市に、「森の京都」は、エリアの中間に位置し、温泉や自然公園などの観光資源が存在する南丹市に、「竹の里・乙訓」は観光資源が豊富な長岡京市に、「お茶の京都」は、宇治茶の生産地という特徴を活かして地域創生を展開している和束町にそれぞれ整備する。



図1 ワーケーション展開図（『「もうひとつの京都」プロジェクト 展開エリア』をもとに筆者作成）

各コア施設は、それぞれのエリアのコンセプトを活かした設計を行う。また、施設の内部には、研修などで利用できるミーティングスペース、個人作業が可能なワークスペース、企業間や地域交流が可能なラウンジスペースの3つのスペースを整備することで、快適な仕事環境を提供する。各地域の特色を生かしたデザインや地域交流ラウンジスペースの設置により、新たなイノベーションを生み出す空間となる。

②情報発信ツール

情報発信ツールは、ワーケーションのWebサイト「Kyoto Workation Platform」の整備を行う。ワークスペース、宿泊スペースの情報を掲載するとともに、ワーケーションを行う企業の分野や事業、ワーケーション利用の目的や滞在期間に関する情報を掲載することで、地域のニーズと企業のマッチングも促進する。

③企業提携制度

企業提携制度は、定期的な利用を約束する協定を結ぶことにより、企業と地域の継続的な交流を目的とするものである。京都府内の各市町との定期的なワーケーションの実施を約束した企業には、

京都府と市町が費用の一部を助成する。

4. 展望

将来的には、初期整備である4つのコア施設を拠点として、各エリア内のワークスペースの拡充を図る必要がある。それによって、京都府内全域にワーケーションが展開することが可能となり、更なる関係人口の創出が見込める。

私たちの提案するワーケーション事業は、企業と地域の連携を促すものであり、市外地域のブランド価値の引き上げに繋がると考えられる。

今後、このワーケーション事業は、人口減少社会の中で、京都が深い地域コミュニティを構築するツールとなりえると共に、日本全体において、ワーケーションを主流な働き方の一つとするきっかけになるであろう。

5. 参考文献・参考資料

1. 田中輝美 (2021) 『関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生』 大阪大学出版会
2. 観光庁「受入推進地域事例：和歌山県」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/workationbleisure/tourist-spot/case/wakayama/>（最終閲覧日 2021 年 10 月 30 日）
3. 京都府「第1章市町村の現状と課題」
<https://www.pref.kyoto.jp/gappei/1status.html>（最終閲覧日 2021 年 10 月 30 日）
4. 京都府企画統計課 (2021) 「令和2年国勢調査に係る京都府の人口速報集計結果について」
<http://www.pref.kyoto.jp/tokei/cycle/kokucho/sokuho/2020gaiyo.pdf>（最終閲覧日 2021 年 10 月 30 日）
5. 国土交通省政策局 総合計画課 (2020) 「関係人口の実態把握」
<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001328844.pdf>（最終閲覧日 2021 年 10 月 30 日）
6. 内閣官房・内閣府総合サイト 地方創生「関係人口の創出・拡大」
<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/index.html>（最終閲覧日 2021 年 10 月 30 日）

口頭発表

【分科会 6】

今日から始めるメディア・ユニバーサルデザイン

- 情報アクセシビリティ向上のためのポータルサイトと認証制度の創設 -

京都産業大学法学部 高島ゼミ

桶川 祐希 (Okegawa Yuki)・高木 向日葵 (Takagi Himari)・○津本 和樹 (Tsumoto Kazuki)・望月 風花 (Mochizuki Fuka)

(京都産業大学 法学部 法律学科・法政策学科)

キーワード：メディア・ユニバーサルデザイン (MUD)、情報アクセシビリティ

1. はじめに

私たちの研究目的は、誰にとっても見やすく、伝わりやすくするための配慮手法である「メディア・ユニバーサルデザイン (以下、MUD とする。)」に着目し、MUD 推進の政策を提言することにある。

近年、バリアフリー新法、SDGs、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、バリアフリーやユニバーサルデザイン (以下、UD とする。)の実現が進み、設備面でのバリアフリーはある程度整えられた。しかし、視覚メディアのバリアフリーは、十分に取り入れられているとはいえない状況にある。そこで本研究では、MUD ポータルサイトや認証制度を創設することで、MUD を社会全体に広めることを政策として提言する。

2. MUD とは

MUD とは、UD の「全ての人のためのデザイン」という概念を視覚メディアに反映したものである。文字の大きさやフォント、色、デザインに配慮することで、視覚障害者に伝わりやすくする配慮手法だ。また、高齢者や他の障害者にとっても有効である。日本眼科医会の調査によると、2007 年時点で、日本国内の弱視者が 140 万人以上とされている。日本の 65 歳以上の高齢者人口は過去最高となっており、総人口の 29.1%を占める。MUD を用いることで、こうしたハンデキャップを抱える人が理解しやすいデザインを実現することができる。

3. 本研究の背景

3.1 法整備の状況

日本では、2014 年に「障害者の権利に関する条約」を批准したことを受け、障害者基本法や障害者雇用促進法を改正し、障害者差別解消法を制定した。それにより、障害を理由とする差別は禁止され、教育や労働・雇用などの場面で障害者に合理的配慮を提供しないことも差別となり得ることが規定された。

また、2021 年には、障害者差別解消法が改正され、これまで一般市民への合理的配慮の提供が努力義務とされてきた民間事業者についても、行政機関等と同じように、法的義務が課せられること

になった。そして、2017 年に政府から発表された「ユニバーサルデザイン 2020 行動計画」では、障害のある人 (及びその家族) に対して、合理的配慮の不提供も含み、差別を行わないことが徹底されている。こうした法整備により、社会全体に「障害の社会モデル」の考え方を反映させ、誰もが安全で快適に移動できる UD の街づくりを強力に推進していく必要があると考えられる。

3.2 情報保障の必要性

「合理的配慮」の内容は多岐にわたるが、ここでは情報保障の必要性に着目したい。

近年、IT 技術を用いたサービスが普及することによって、情報アクセシビリティの向上が期待されている。その一方で、視覚障害者や高齢者など、読み書きに困難がある人への配慮が不足することで、情報保障が不十分な現状がある。情報面での合理的配慮を提供する上で、情報アクセシビリティの向上は基盤であり、色覚障害を含む視覚障害者や高齢者が平等に正しい情報を得られる環境を整備することが必要不可欠である。

4. 研究内容 - MUD の実践

4.1 UD フォントを活用した文章レイアウト



図1 フォントによる見え方の比較

現代社会では、数多くの文書が作成され、多くの人が誰かに情報を提供している。しかし、この文書の内容が伝わらなければ意味がない。まずは、MUD の代表例である「UD フォント」を挙げる。UD フォントとは、文字の見やすさや読みやすさに配

慮された書体である。ディスレクシアと呼ばれる識字障害に対する合理的配慮になるだけでなく、誰にとっても判読性が優れている点が大きな特徴である。

また、文字の大きさや太さ、行間・字間にも配慮すれば、視覚障害者だけでなく、高齢者や児童・生徒など、より多くの人に等しく、正しい情報を伝えることが可能となる。

4.2 色の組み合わせとデザイン

色の見え方は、個人による違いがある。「色覚異常」を有する場合、多くの人には違う色に見える色の組み合わせが、同じ色や似た色に見えて区別しづらくなる。この「色覚異常」を有する人は、日本人男性の5% (20人に1人)、女性の0.2% (500人に1人) といわれ、国内に約350万人いる計算になる。色覚異常がある人は、赤と緑、紫と青、ピンクと水色、焦茶色と深緑等が似た色に見える(図2)。そのため、MUDの観点からは、色覚異常を有する人が区別しにくい色の系統の組み合わせは避ける必要がある。どうしてもその色の組み合わせになる場合は、色の明度差をつけることで見えやすくなる(図3)。

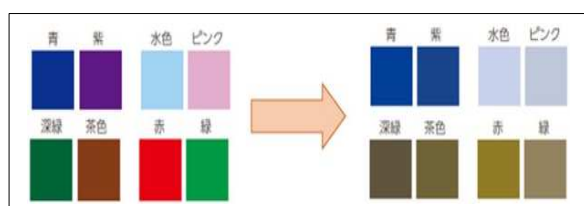


図2 見分けにくい色の組み合わせ例

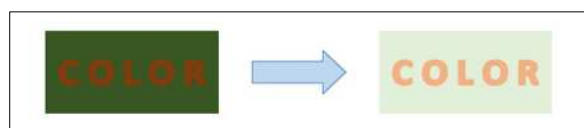


図3 明度差と彩度差による違い

また、区別がつきにくい色を用いざるを得ないときでも、いくつか工夫できることがある。グラフ等を作成する際は、背景とグラフ等の間にセパレーションカラーを使って、明度の異なるアウトラインや境界線をつけることでわかりやすくなる。さらに、グラフの系列ごとに形を変えたり、それぞれのエリアに異なるハッチングを入れたり、文字、番号、アンダーライン、色名をつける方法等も有効である(図4)。

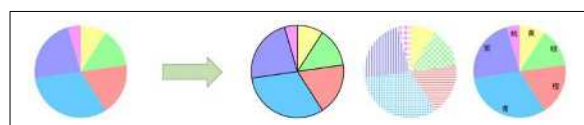


図4 グラフに境界線・柄・色名をつけて区別した例

これらは情報伝達を高める方法として、色覚異

常を有する人は勿論、高齢者、ロービジョン、さらには正常色覚のあらゆる人にとって有効な手段である。

5. 政策提言

以上のように、UD フォントや色の組み合わせに配慮する方法は、MUD を実現するための有効な手段である。しかも、個々人が PC を使って文書等を作成する際に少し配慮するだけで、多くの人にとって見やすい資料を作成することができる。

そこで、資料作成時に UD フォントの使用と色の組み合わせに配慮することを MUD 実現の第一歩と位置付け、これを社会全体に広めることを政策として提言する。

具体的には、①一般向けの MUD ポータルサイトを作成し、②UD フォントの使用と色の組み合わせに配慮する具体的方法や③MUD の好事例を紹介する。また、④積極的に MUD を取り入れる企業等を認証する制度を創設し、企業等が主体的に MUD を実践できるようにする。特に、④では MUD を実践する個人も対象とする。そうすることで、MUD 実践者の裾野を拡大でき、また MUD 実践者は UD フォント等を使用することを通じて、「合理的配慮」の提供や障害者差別の解消への理解を深めることもできる。

資料を作成する際に MUD を実践することで、受け手が正しく情報を受け取れるようになることは、情報の発信者・受信者双方にとってメリットがある。MUD を進めることで情報アクセシビリティを高め、ひいては UD 社会を実現していきたい。

参考文献

- (1) 株式会社北星社「MEDIA UNIVERSAL DESIGN」
(<https://www.robo.co.jp/top-img/mud.pdf>)
(最終アクセス 2021 年 10 月 20 日)
- (2) 市橋正光「金融機関における高齢者や障害者等に対する情報保障～読み書き(代読・代筆)情報支援サービスの実施について～」社会事業研究 60 号 54 頁 (2021 年)
- (3) 日本眼科医会研究班「日本における視覚障害の社会的コスト」日本の眼科」第 80 巻 第 6 号 (平成 21 年 6 月 20 日発行)
- (4) 全日本印刷工業組合連合会 メディア・ユニバーサルデザイン推進プロジェクト『メディア・ユニバーサルデザイン—みんなに優しい情報政策のガイドライン—』16・17 頁 (印刷学会出版部、2009 年)
- (5) 小崎誠二「学校教育に UD フォント導入 全県立高と特支の教師用端末に一奈良県教委」時事通信社『内外教育』6704 号 12 頁 (2018 年)
- (6) 日本色彩研究所『文部科学省後援色彩検定公式テキスト UC 級』28・30～31・62・70～73・93 頁 (株式会社グラフィック社、2019 年)

精神疾患のつながりをつくる

ー従来の「カタリバ」を基盤とした空間的「カタリバ」の導入ー

チーム シルバーリボン

○伊藤武瑠 (Ito Takeru)・野田悠太 (Noda Yuta)
山本菜々美 (Yamamoto Nanami)・矢澤亮 (Yazawa Ryo)
(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：精神疾患の生きづらさ、学生のサポート、コミュニケーションアプリ

1. はじめに

近年、精神疾患という言葉がメディアで報道され耳にしたことはないだろうか。精神疾患は、2013年度に從來定められていた日本の4大疾病に追加され、5大疾病となった。加えて、2022年4月以降に施行される高等学校保健体育学習指導要領が改訂され、約40年ぶりに精神疾患の予防と回復に関する文章が教科書に掲載されることが決定した(水野 2019)。このような背景から見ると一見精神疾患の状況が改善されてきたように思われるが、実際にはどうなのだろうか。この小論では、精神疾患施設への調査を通じて、私たち学生の目線から精神疾患に対してどのようなことができるのかを提案していきたい。

2. 精神疾患の現状

内閣府令和元年度白書によれば2017年現在の日本の精神疾患の総人口は419万3千人である。これは2017年の総人口推計である1億2670万6千人の3.3%にあたる数値であり、およそ30人に1人が精神疾患を発症している。また2017年患者調査結果から見ると前回(2014年)よりも26.4万人増加している。

こうした精神疾患は厚生労働省(2008)によれば誰でもかかる可能性のある病気であり、精神疾患に対して、医療と福祉の面から様々な対応がなされている。医療においては、日本は日本医師会の調査によれば32万9692病床と断トツで多い(日本医師会 2021)。福祉においては、森實・中森・木暮(2015)によれば1987年に精神衛生法が精神保護法に改正されたことにより精神疾患が福祉の対象となり、1995年に精神保護福祉法が成立し、2006年に改正されている。

このように対応がなされているにもかかわらず、精神疾患発症者はなぜ増加傾向にあるのであろうか。以下では精神疾患の生きづらさを見ていきたい。

3. 精神疾患の生きづらさ

内閣府(2012)によれば、人生の重要な時期である青年期に精神疾患を発症するケースが多く、在学中の発病のためにその時期に病気を抱えて過

すことにより就職経験もなく社会生活への適応が難しくなってしまう。加えて藤野ほか(2007)によれば入院期間が長期に渡る場合、自立に対する自信の喪失や人生における楽しみの喪失などの被害も指摘されている。

また、関根(2011)は、精神疾患本人が精神科病院を退院し入院の前後で居場所や地域の人々とのつながりの維持が困難と思われる出身地域以外で生活を送る精神障害者を対象にインタビュー調査を行い、退院後から現在の生活に至るまでの過程における体験の特徴とその過程で感じる日常の生きづらさの要因を分析している。その結果、長期入院生活に適応するために構成した「自分は精神科の患者」という自己アイデンティティは、地域生活では自分を苦しめるだけの何の意味をなさないという現実と直面することで、①自己の喪失感(自分がなくなったような感覚)、②自己表現の喪失(自分からは何もできない)、③内なる偏見(社会の目が怖い)、④自己否定感(普通の人にはなれない)の4点が精神疾患の生きづらさの要因であると指摘している。

4. フィールドワーク調査から

先行研究から見た精神疾患の生きづらさの要因の実態を知るために、2021年7月に京都市にある施設Aでフィールドワーク調査を行った。施設Aは精神疾患のみで活動を行っているNPO法人であり、就労支援B型に属している。

施設Aの代表者によれば「健常者からの理解が少ない精神疾患者は、施設Aのような交流の場を自分達の居場所としているが、そのような交流の場は年々減少している」とのことである。「精神疾患にとって、精神疾患同士や彼等を支えてくれる人々と交流する場が減少することは、自分達の居場所が奪われてしまうことに繋がるとともに、生きづらさを感じる大きな要因となる」と語っていた。

5. 提案

先行研究とフィールドワーク調査を踏まえて精神疾患の生きづらさという課題を解決するために、安心できる居場所を増やすことを提案する。

すなわち、お互いのことを気軽に語り合う「カタリバ」を増やすために、まず必要最低限の従来の「カタリバ」を作り、次に精神疾患者のための空間的な「カタリバ」も作ることを提案したい。

必要最低限の従来の「カタリバ」とは、フィールドワーク調査による NPO 法人のような居場所や「京都市こころの健康増進センター」のような行政施設である。行政ないし NPO 法人のスペースに話し合える机と椅子を用意し、パソコン環境も設備した「カタリバ」にする。さらに必要最低限の従来の「カタリバ」には空間的「カタリバ」の導入に向けた補助的な役割を担ってもらう。

対して、空間的「カタリバ」とは、社会的な背景から NPO 法人や行政に足を運べなくなった人や自分が住んでいる周りに頼れるところがない人も参加できるための居場所。つまり、バーチャル空間でのコミュニケーションを空間的「カタリバ」として、コミュニケーションアプリを使用して運営を行う。

こうした空間的「カタリバ」には以下のメリットが期待できると考える。

まず社会的要因により、外出が困難となった精神疾患者は、必然的に自宅に滞在する時間が多くなる。そこで、自宅で交流することを可能とする空間的「カタリバ」の導入により、自宅にすることが生きづらさを感じることに繋がるという固定概念を払拭し、『自宅の「カタリバ」化』を図ることが期待できる。さらに、従来であれば、土地や建物が「カタリバ」を設ける際に必要であった。しかし、コミュニケーションアプリを利用することにより、インターネット上で交流の場を設けることが可能となり、土地や建物の必要性が無くなることで、安心できる居場所を増やすことが期待できる。

さらに、新型コロナウイルスの感染防止が期待できることもある。近年流行している新型コロナウイルスにより、精神疾患者の生きづらさを失くすための効果があるとされる従来の「カタリバ」は設けることが困難な状況となった。しかし、非対面の交流を可能とするコミュニケーションアプリを利用することにより、新型コロナウイルス感染を気にすることなく「カタリバ」を設けることが可能となり、精神疾患者が抱える生きづらさを失くすことが期待できるのではなかろうか。

こうしたメリットがある一方、空間的「カタリバ」の導入に対する懸念点としては、精神疾患者がスマートフォンやパソコンなどのコミュニケーションツールの利用方法が分からない場合があることが挙げられる。そのため、学生のサポートにより空間的「カタリバ」を精神疾患者が使えるようになることを目的とした企画を提案したい。内容は、学生が従来の「カタリバ」のスタッフとして滞在しパソコンやスマートフォンに不慣れな精

神疾患者に手助けを行う。近年の背景として新型コロナウイルスの流行により、社会において、オンライン授業が主流となったことで、スマートフォンやパソコンなどのコミュニケーションツールの扱いに慣れた学生が増加している。コミュニケーションツールの扱いに慣れた学生がサポートすることで、従来の「カタリバ」の円滑な運営が期待できる。

スマートフォンやパソコンを通して、自分の地域の枠を超えて全国、さらに世界中の人と繋がることが可能となるという魅力を精神疾患者に提案することは空間的「カタリバ」によるサポートの 1 つの特徴である。学生がこのようなサポートを行うことで、精神疾患者が抱えている生きづらさが少しでも減少することが期待できると思われる。

参考文献

- ・藤野成美・脇崎裕子・岡村仁 2007「精神科における長期入院患者の苦悩」『日本看護研究学会誌』30 (2), 87-95.
- ・水野雅文 2019「精神科領域における早期介入の伸展—日本における課題と展望—」『精神神経学雑誌』121(3), 208-212.
- ・森實詩乃・中森彩乃・木暮祥平 2015「日本における地域で暮らす精神障害をもつ人の「生活のしづらさ」に関する文献検討」『帝京科学大学紀要』11, 95-100.
- ・厚生労働省 2017「患者調査の概要」
(<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/kanja/17/index.html>)
- ・厚生労働省 2008「今後の精神保健医療福祉のあり方等に関する検討会」
(https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/othersyougai_141277.html)
- ・内閣府 2019「参考資料 障害者の状況」『令和元年度障害者白書』
(https://www8.cao.go.jp/shougai/whitepaper/r01hakusho/zenbun/siryo_02.html)
- ・内閣府 2012『平成 24 年版障害者白書』
- ・日本医師会 2021「病床数の国際比較」
(https://www.med.or.jp/dlmed/teireikaiken/20210120_1.pdf)
- ・関根正 2011「精神障害者の地域生活過程に関する研究—出身地域以外で生活を送る当事者への支援のあり方—」『群馬県立県民健康科学大学紀要』6, 41-53.

工福連携モデルの可能性

- 障害者雇用の現場におけるテクノロジーの導入 -

深尾ゼミナール工福連携 P J

○藤田 悠斗(Fujita Yuto)・大岡 桜子(Ooka Sakurako)
・志水 香介(Shimizu Kousuke)・城之木 敦(Shironoki Atsushi)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：工福連携、障害者雇用、ディーセント・ワーク

1. はじめに

SDGs の 8 番目の開発目標では、「すべての人のための持続的、包括的かつ持続可能な経済成長、生産的な安全雇用およびディーセントワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する」と記載されている。それに伴い日本では、2021 年 3 月、障害者雇用促進法の改定が行われ、障害者の法定雇用率が引き上げられるなど、障害者の雇用促進が進められている。しかし、法定雇用率の引き上げでは、障害の程度が軽い人の雇用促進にはつながるが、障害により、著しく労働能力の低い者は働く意志があっても、その恩恵を受けることはできない。実際、就労継続支援 B 型¹の全国月額平均工賃は、16,369 円(令和元年度)で、時給に換算すると 223 円となり、現在の最低賃金の全国平均である 920 円を大きく下回っている。

そこで、このような「取り残された人々」に対する労働環境の整備について考え、ディーセントワークの実現に向け京都府の事業所をフィールドにし、実践的に研究を行う。

2. 現状

就労継続支援 B 型の事業所に通う障害者は、就労継続支援 A 型と比べて重い障害を抱えていて、比較的生産性が低いことから労働力とみなされておらず、最低賃金が保証されていない。京都府の就労継続支援 B 型の平均工賃の推移を見ると、制度創設の平成 18 年度の 12,999 円から、平成 30 年

度の 16,034 円まで、23.3%増加している。しかしながら、平均値が増加している一方で、最頻値は 9,025 円に留まっている。平均工賃が 2 万円以上の事業所が 26.8%ある一方で、1 万円未満の事業所は 33.1%となっている。また、指定基準第 201 条第 2 項により、1 月当たりの工賃の平均額は 3,000 円を下回ってはならないこととされているが、3,000 円を下回る事業所も存在している。

以上のことから、現在の就労継続支援 B 型の事業所は二極化傾向にあるといえる。

3. 調査

二極化傾向にある要因を探るため、月額平均工賃 5 万円代の事業所と 1 万円代の事業所にヒアリング調査を行なった。

高工賃を達成している事業所 A は、株式会社が運営している。そこでは、利用者の能力に応じて仕事が割り振られており、比較的軽度な障がい、生産性の高い利用者から順に仕事をこなしてもらうことで高い工賃を実現している。しかし、福祉分野は専門外であるため、障害の程度が重い利用者に対する配慮が乏しく、事業所内でも二極化傾向にあった。それに対し、1 万円代の事業所 B は出来るだけ利用者の希望に沿った仕事を割り振っており、利用者の特性を最優先に考えているため、高い工賃は実現できていない。担当職員も福祉を専門としており、利用者の多くができる簡単な作業内容の受注が多いことも低工賃の原因であるこ

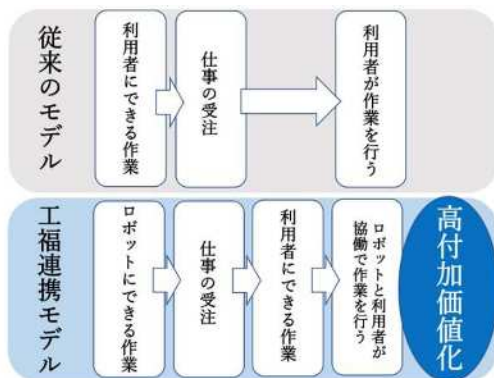
¹ 通常の事業所に雇用されることが困難であり、雇用契約に基づく就労が困難である者に対して、就労の機会の提供及び生産活動の機会の提供その他の就労に必要な知識及び能力の向上のために必要な訓練その他の必要な支援を行う。

とがわかった。

以上のことから、高工賃が見込める作業を受注することと、事業所が生産性を高めるオペレーションを行うことが工賃の底上げに繋がると考える。

4. 工福連携モデルの提案

そこで就労継続支援B型の事業所の新たなモデルとして「工福連携モデル」を提案する。工福連携とは工業と福祉の連携によって利用者の高工賃化を可能にするモデルである。事業所にロボットを導入、ロボットベースの仕事の受注を行い、ロボットと利用者が協働で作業することにより、生産性を高めるとともに高付加価値化を可能にする。



【図1】工福連携モデルと従来のモデルのフローチャート
(筆者作成)

5. 検証と結果

ロボット機械メーカーである川崎重工業株式会社と協働し、社会福祉法人南山城学園をフィールドに工福連携モデルの検証を行った。

まず、川崎重工業株式会社の製品である人共存型双腕スカルロボット「duAro」の動作を細分化し、ロボットができる作業・できない作業を明確化した。それを元に、duAroができる作業・人が手を加えなければならない作業、利用者が行える作業をカード化し、ワークショップを行なった。それにより、人が手を加えないといけない作業は単純作業が主であり、利用者が現在行なっている作業に類似していることが分かった。

つまり、利用者とロボットが協働することで、利用者の作業を変えなくとも、事業所全体の生産性を高め、高付加価値な商品を生産することが可能であることがわかった。今までロボットを入れていなかった理由としては、就労継続支援B型は

利用者ができる作業をベースに受注していたため、ロボットを導入することで利用者の仕事を奪ってしまうと考えられていたからである。

しかしこの検証により、そのような懸念も払拭し、利用者の仕事は残したまま、作業効率の向上、高工賃の構造を作り出すことができる。

また、ロボットを活用して製作する製品の出口もディセンタワークの観点から重要だとの見解もあった。水位計や高齢者の見守り機器など人の命を守る機器の開発を進めているが、障害者の方々が機器作りを通じて「支援側」に回る意味は大きく、当事者の方々の誇りに接続していく。

6. 考察

就労継続支援B型の事業所にテクノロジーを活用した協働ロボットを導入することで施設内の高工賃を生み出す仕組みの起点となる。この工福連携モデルを新たな福祉像として浸透させ、働く意欲のある障害者の工賃の二極化構造の是正、工賃の底上げを行うことで、障害者にとってのウェルビーイングを実現させることが可能であると考え

参考文献

川崎重工業株式会社「duAro2」

<https://robotics.kawasaki.com/jal/products/robots/duAro2/>（最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日）

京都府「障害のある方の工賃向上支援について」

<https://www.pref.kyoto.jp/shogaishien/1298523271051.html>（最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日）

厚生労働省「障害者の就労支援対策の状況」

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/hukushi_kaigo/shogaishahukushi/service/shurou.html

（最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日）

厚生労働省「就労継続支援A型、B型に係る報酬について」

<https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi2/0000177376.html>

（最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日）

国連開発計画(UNDP)駐日代表事務所「持続可能な開発目標」

<https://www.jp.undp.org/content/tokyo/ja/home/sustainable-development-goals.html>

（最終閲覧日 2021 年 10 月 27 日）

高齢者犯罪

-孤立を軽減する取り組み-

京都先端科学大学 経済経営学部経済学科 阿部ゼミ 高齢チーム

- ・東 央輔 (OUSUKE AZUMA) ○竹田 大輝 (TAIKI TAKEDA)
 - ・辻 隆太 (RYUTA TSUJI) ・細木 駆流 (KAKERU HOSOGI)
- (京都先端科学大学 経済経営学部 経済学科)

キーワード：高齢者犯罪、再犯、社会的孤立

1. 研究目的

近年、日本では、急激に少子高齢化が進んだことに伴い、高齢者による犯罪、特に再犯が問題となってきた。平成 29 年 12 月に閣議決定された再犯防止推進計画においても、7 つの重点課題の 1 つとして、高齢者に対する指導の充実が掲げられており、高齢受刑者の再犯を防ぐための取組を今後一層強化していくことが求められている。

そこで本稿では、高齢者犯罪について分析した上で、高齢者の犯罪、特に再犯を防ぐ取組について政策提案を行うことを目的としている。

2. 現状分析

犯罪白書令和 2 年版 (2020) によれば、高齢者の検挙人員自体は平成 20 年にピークの 48,805 人となった。平成 28 年からは、減少傾向にあるが、全体の検挙人員における高齢者率は、他の年齢層の多くが減少傾向にあることもあり、年々高まり、現在では、22%となっている。検挙される人の約 5 人に 1 人が高齢者という現状がわかる。高齢者の刑法犯検挙人員の罪名別構成比を見てみると、全年齢層と比べて、高齢者では窃盗の割合が 7 割と高く、さらにそのほとんどが万引きであることがわかる。高齢者は、万引きという比較的軽微な犯罪により検挙されることが多いこともあり、検挙されても矯正や更生保護による各種処遇に至らない場合が多い。そのため、捕まったあとも再犯をおかしている高齢者が年々増加しており、近年の高齢者の刑法犯検挙人員における再犯者率は、非高齢者よりも高く、65~69 歳の者、70 歳以上の者いずれにおいても 5 割を超えており、特に 70 歳以上の者の再犯者率は、急激に上昇している。

3. 高齢者犯罪の背景

3-1. 犯罪白書の分析・調査

次になぜ高齢者が犯罪に手を染めてしまっているのかと背景を分析していく。犯罪白書平成 30 年版 (2018) では、高齢犯罪者の支援・指導に携わる実務者からは、「高齢出所者の多くが孤独感や社会の役に立ちたいという願いを抱きつつも、自ら社会の中で仲間を作ることは不得手で、何らかの形で地域とつながることが必要だと指摘する声がある」と指摘している。

実際、平成 30 年度版犯罪白書 (2018) の帰住予

定先に関する項目について、同居者別構成比をみる。家族・親族等と同居と回答した者は、罰金処分者は 62.4%、執行猶予者は 56.3%、懲役刑の者は 39.0%である。このように、罰金処分者から懲役刑に処された者へと単身者の比率が増加しており、刑事司法により長期間置かれることにより、親族とのつながりが希薄になっていく傾向を見出すことができる。また、高齢入所受刑者の居住状況というのは、住居不定が初犯者は 9.4%、2~4 度は 17.7%、5 度以上は 27.7%である。したがって、高齢受刑者が社会内で安心して暮らせる居場所を得ることは、再犯を重ねるほど難しくなる。これらのことから、高齢者犯罪の背景として「社会的孤立」を見出すことができる。

3-2. 3 つの孤立

太田 (2014) の研究では、大きく分けて経済的要因、福祉的要因、生活習慣要因、の 3 つの要因があるとしている。その中でも生活習慣要因における社会的孤立に着目し、その中の 3 つの孤立を分析している。その 3 つの孤立とは、①家族からの孤立、②近隣からの孤立、③行政からの孤立である。

①は、家族から見守られていない、誰にも関心をもたれていないという心理的な閉塞感が犯行の抑止効果を低めているとする。②は、近所づきあいや近所に頼れる人がいない高齢者が多く、イメージしている以上に高齢者は近隣から孤立しており、困ったときに相談に乗ってくれる者も助けてくれる者もないことが、高齢者にとって犯罪を促進する要因になっていると指摘する。③は、行政サービスや福祉制度があっても、高齢者がそういった情報を持っていなかったり、適切に利用することができなかったりとする。

以上のような家族、近隣、行政からの 3 つの社会的孤立が他の犯罪要因と重なることで、高齢者による犯罪を促進していることは十分に考えられる。

4. 現状の対策と課題

4-1. 特別調整と地域生活定着支援センター

高齢者犯罪がここ数年問題となる中で、新たに高齢受刑者に対する取り組みとして、地域生活定着支援センターと連携した特別調整を紹介する。

特別調整とは、高齢（65歳以上）又は障害を有する入所者等であって、かつ、釈放後の帰住先がないなどの要件を満たす受刑者を候補者として、刑事施設、保護観察所、地域生活定着支援センターの3機関が連携しながら出所後の生活の調整を進める制度である。釈放後、速やかに福祉機関等による必要な介護、医療その他の各種サービスを受けることができるように調整し、円滑な社会復帰を図ることを目的としている。特別調整を進めるためには、まず本人が特別調整を希望する必要がある、その上で対象者になった者に対してどのような福祉サービスを調整するかなど、逐次本人の意向を確認しながら進める。ここで重要な役割を果たす地域生活定着支援センターとは、平成21年度から地域生活定着促進事業が開始された際に、矯正施設退所者を福祉につなげるため設立されたものである。平成23年度末には全都道府県に開設され、主に対象者が地域社会の中で円滑に福祉サービス（障がい者手帳の発給、社会福祉施設への入所など）が受けられるよう、保護観察所や関連機関と協働して社会復帰を支援している。

4-2. 現状の対策における課題

平成30年度版犯罪白書の特集において、特別調整については、「一定の成果」があるとしたものの、今後については特別調整の対象となるべき事情を有しない高齢犯罪者が、再犯を繰り返している点が指摘され、微罪処分や起訴猶予、罰金等で保護観察に付されにくい傾向にあり、適切な指導や支援を受ける機会を逸している者に対しての支援（以下、「入口支援」という。）が必要であると指摘している。

この点、先行研究においても、同様の指摘がある。川上(2018)によれば、入り口段階で、微罪処分、起訴猶予で何の支援も受けないまま社会に戻されてしまっており、高齢犯罪者の問題を根本から解決するには、入り口段階での支援をより積極的に行うべきだが、資源不足によりセンターが入口支援まで手が回らないとする。鷲野(2020)においては、そもそも高齢犯罪者は、地域において必要な支援が行き届かなかったがために罪に問われる行為に至った人たちであることが少なくないため、今後より一層地域の福祉関係者や関係機関が、このことに気づき、今後は高齢者が地域で暮らしている段階での見守り、相談、支援をさらに強化することが望まれると指摘する。

以上のことから、現状地域生活定着支援センター等の機関の連携により、高齢犯罪者への対策がなされているが、その対象とならない高齢犯罪者たちがいかに地域で社会的孤独を感じずに自立して暮らしていくことができるか、地域において長い目で見た対策が必要と考える。

5. 政策提案

現在、京都市では、令和3年から「再犯防止推

進計画の策定について」に取り組んでいる。「やり直すことができる社会と安心・安全なまちの実現」に向けて私たちは地域に着目し、こども食堂ならぬおとな食堂やNPO法人マザーハウスでの取り組みを参考に「ふれあい食堂」提案する。

こども食堂とは、地域住民や自治体が主体となり、無料または低価格帯で子どもたちに食事を提供するコミュニティの場を指している。これらのこども食堂の取り組みは年々増えてきておりそれらを生かした取り組みが高齢者でもなされている。千葉県地域生活定着支援センターでは、として、高齢犯罪者へのフォローアップの一環として年に数回食事と団らんを提供する「おとな食堂」を開催している。

また、NPO法人マザーハウスでは、一人で社会復帰ができない人のために、社会復帰の支援に力を入れ、コーヒーを元受刑者で作成しそのコーヒーを販売したり運営するカフェで提供したりしている。

これらの取り組みを参考にし、私たちは「ふれあい食堂」を提案する。ふれあい食堂は、元受刑者が再犯を起こさないことを目指し、そこで働きながら、地域の人や福祉関係者などとの交流の場として提供することで孤立を防ぐ取り組みである。

内容としては、元受刑者や一般高齢者を対象に、食事や小イベントなどの交流会を開き、そこで元受刑者は、食事などを販売することで社会復帰にも繋がる。また、交流会に司法機関の人たちなどセミナーや手続き方法などを教わることで行政とのつながりももたらす。このような政策を行うことによって、孤立が軽減され、高齢者犯罪減少にも繋がるのではないだろうか考える。

【参考文献】

- (1) 再犯防止推進計画 法務省：再犯の防止等の推進に関する法律（再犯防止推進法）(moj.go.jp)
- (2) 犯罪白書令和2年 法務省：令和2年版犯罪白書(moj.go.jp)
- (3) 犯罪白書平成30年 平成30年版 犯罪白書 目次(moj.go.jp)
- (4) 太田達也：「高齢者犯罪の対策と予防：高齢犯罪者の特性と警察での対応を中心として」警察学論集 67 巻 6 号 pp132-149 (2014)
- (5) 川上麻由：「我が国における高齢犯罪者の特異性について」大学院研究年報第47号 pp132-149(2018)
- (6) 鷲野朋美 「罪に問われた高齢者に対する福祉的支援」法律時報 92 巻 2 号 pp40-46 (2020)
- (7) マザーハウスについて | NPO 法人マザーハウス(motherhouse-jp.org)

ICT 等の認知症対策を最大活用するためには

同志社オレンジゼミ

○新谷 未来(Shintani Miku)・高橋 虎士郎(Takahashi Kojiro)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：早期発見、LINE、対話型

1. 認知症とは

認知症とは脳の病気や障害などの原因により認知機能が低下し、日常生活に支障が出た状態を指す。2020年の患者数は、65歳以上の層で約600万人である。2025年には約700万人に増加すると予測されているため(厚生労働省老健局)、対策を充実させなければならない。

2. 早期発見の重要性について

患者数の増加を抑える最も有効な手段は早期発見である。アルツハイマー型認知症には、前段階として軽度認知障害「MCI」がある。65歳以上の高齢者に占める割合は「15～25%」と推定され、自覚がないことも多い。この状態から年間「10～30%」が認知症に移行する。しかし、生活習慣の改善や治療などにより正常に回復する可能性もあり、5年後に「38.5%」が回復したという報告もある。

3. 現状の取り組みについて

京都市では、認知症支援の目安を示す「認知症ケアパス」に対応させて認知症に対する基礎知識や本人と家族向けのガイドブックを作成している。また、認知症に対する正しい知識や接し方を学んだ「認知症サポーター」養成するための養成講座も開いている。加えて地域包括センター、区役所、支所及び警察署が連携し認知症による失踪リスクのある高齢者を把握し、行方不明になった際に地域ネットワークに情報提供するシステムも導入している。この一環として、高齢者に対するGPS端末の貸出も行なっている。これらは事後的な対応としては効果を発揮する一方、早期発見を促すには不十分である。

4. 当事者への促し

早期発見には、高齢者が定期的に自ら状況を客観的に確認する習慣を持つことが重要である。本報告では、当初、家族形態に着目したが、家族形態の違いで大きな差はないとされている(山下2017)。家族以外からの当事者への行動の促しは、かかりつけ医、近所の友人、見守りサポーター・老人福祉員から行われることが想定される。かかりつけ医については、一番身近な医療機関であることから認知症に関する研修会などによって早期発見への取り組みは行われている(鈴木2017)。また京都市の高齢者(アンケート回答者)の「76.0%」はかかりつけ医がいる状況である。しかし家族、友人以外の相談相手として、医師は「30.0%」、そのような相手はいないという回答は「34.6%」であり、相

談先としての認識は少ないと見受けられる。次に地域、サポーターからの行動の促しについてである。同じアンケートによると、地域からの見守りを受けたい「9.7%」、受けたくない「37.3%」という結果であり、受けたくない割合が受けたい割合を大きく上回っている。直接的なアプローチは忌避感も高い可能性がある(京都2020)。またネットやパンフレットは当事者自身が能動的に接触しなければならないために十分に活用されていないと考えられる。

5. LINE の利用

60代のSNS利用率は年々上昇し、令和元年の時点ではLINEの利用率「67.9%」となっている(総務省2020)。また多くの自治体ではLINEを利用し情報発信を行っている。LINEのメリットは、住民にとっては自治体の情報を自ら調べなくても得ることができることである。自治体にとっては、情報を求めている市民にも知ってもらうことができることである。

京都市の公式LINEでは年齢設定、情報の取捨選択機能、各サービスのホームページにアクセスできる仕様といった特徴がみられる。広報課にヒアリングを行ったところ、60歳以上の登録者数は約3万2千人もいた。発信に際しては、以前と同じ内容であっても新しい情報を加えるなどの工夫をされていた。また京田辺市のデータからも多くの高齢者が利用していることがわかる(図1)。こうした情報媒体として利用されているLINEであるが、認知症や高齢者に特化したサービスとしては利用されていない。

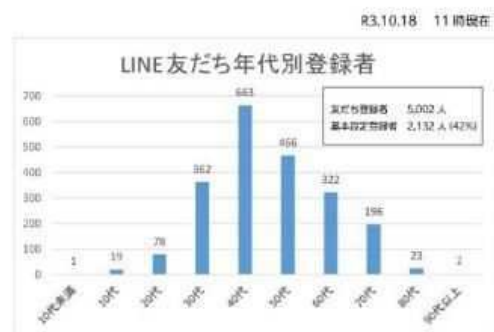


図1:京田辺市ヒアリングメールより引用

6. LINEでの認知症チェック

認知症チェック表としては京都市、大友式(複数市で利用される)、東京都のものが特徴的である。京都市のチェック表は一つでも当てはまれば相談を促すだけでなく、少々簡単に過ぎる仕様である。

大友式、東京都では、チェック表の各回答に点数が付けられており、その合計により、大友式では「正常、要注意、専門医へ」の3パターンへ、東京都では該当点数以上の場合には相談へ促されるようになっている。大友式では「正常」以外は「異常」とであると誤解を招いてしまう恐れがあり、東京都のチェック表では該当点数以下であればサービスの提案がなされないということも想定される。またそれぞれ各個人にあったサービスの提案はされていないためにチェックするだけで終わってしまう。3つの形式を検討した結果、大友式をメインに利用することにより各個人の状態・ニーズ別に、異なったサービスの提案が可能であると考ええる。(図2)

・トーク画面の質問内容

①個人の特徴「一人暮らしであるか、内面的又は外交的か」を問う質問
 ➡「見守りサポーター、認知症カフェ、各センター訪問、電話での相談」の提案
 ②需要「心配ごと、知りたいこと(項目)介護、相談相手、一人暮らし、自分で判断できなくなった時、認知症の詳しい症状、その他」
 ➡各サービスの提案
 ・大友式 3パターンでの提案
 ※認知症チェック結果での「正常」という言葉は使用しない。
 (結果はサービス提案の要素として利用する)
 (1)正常➡「心配ごと、知りたいこと」での提案
 (2)要注意➡「タイプ別」+(1)の提案
 (3)専門医へ➡提案ではなく、包括センターからの連絡または訪問どちらかを選択(確実な利用につなげる)

図2:質問、チェックの流れ

大友式における質問項目には当事者では判断しにくい質問があるため、当事者でも判断できる以下(図3)のよう青字の質問項目に変更する必要があるだろう。

大友式 ※当事者目線の言葉に変更する

(1)同じ話を無意識に繰り返す (同じ話やメッセージを同じ人に送ろうとする)
 (2)知っている人の名前が思い出せない (3)物のしまい場所を忘れる
 (4)漢字を忘れる (5)今しようとしていることを忘れる
 (6)器具の説明書を読むのを面倒くさがる (面倒だと感じる)
 (7)理由もないのに気がふさぐ (8)身だしなみに無関心である
 (9)外出をおっくうがる (外出がおっくうである)
 (10)物(財布など)が見当たらないことを他人のせいにする
 (家族や友人のせいで物(財布など)がなくなることがある)

図3:大友式認知症チェック

またキャラクターアイコンを利用することで対話をしているような形で親しみも与えることができると考える。(図4)

7. 対話型でのチェック・各サービスの提案

ローソンでは公式LINEを、キャラクターアイコンを用いた対話型とすることでメッセージが送信された際に300~500万件ものアクセスがあり、確実なクーポン利用、新製品の購入につながっているとされている(松本2019)。

このように「①対話型②簡単な選択肢で会話が進む形式③個人のタイプ・認知症チェック結果・ニーズ別に異なるサービスの提案」によりチェックするだけに留まらず、各サービスの利用の増加につながると考える。

最後に「対話型LINEチェック・サービス提案」によって以下のことが、期待できると考えている。

①一方的な情報発信ではなく、対話型によるサービス提案を行うことで、サービス内容にまで目

を通してもらいやすくなり、実際のサービス利用の増加につながる。また早期発見にもつながる。

②チェック時点で認知症の疑いがないとされた場合は「現在の心配ごと・知りたいこと」別に介護保険、成年後見人制度、見守りサポーターについてなどの提案、認知症になる可能性が高いと判断された場合は「個人のタイプ(一人暮らし、外交的・内向的など)」が加えられ、「カフェ、見守りサポーター、包括支援センターの利用」の提案、認知症の疑いがある場合には確実な利用につなげたいため「包括センターからの連絡・訪問を選択」というように段階に分けて提案を行うことで、きめ細かな対応につながる。

よって認知症の早期発見、対応に貢献できる「対話型LINEチェック・サービス利用の促し」を提案する。

図4:京都市広報課キャラクター使用LINE想定画面

参考文献

- (1) 厚生労働省老健局：認知症施策の総合的な推進
- (2) 鈴木邦彦:認知症の医療・看護・介護・権利擁護と地域生活支援 1章、p1069-1073(2017)
- (3) 山下、川西、稲垣、根本、並木、井上、長久、三品、野村、北村:認知症の早期発見・相談を妨げる要因に関する一考察、老年精神医学雑誌、第28号増刊号II、p215(2017)
- (4) 京都市：すこやかアンケート及び介護サービス事業者に関するアンケート調査結果(2019)、第二章
- (5) 総務省情報通信政策研究所：情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書、p16(2020)
- (6) 松本英樹：日経クロストrend、ローソンのチャットボットは日々10万人が利用(2019)

アンコンシャス・バイアスをなくす試み

-SNS 上の配偶者呼称の内容分析から-

京都産業大学 藤野ゼミ E グループ

○木元 勇輝 (Kimoto Yuki)・韓 雨 (Kan U)・山口 順己 (Yamaguchi Naoki)

・竹内 陸 (Takeuchi Riku)・西村 知暉 (Nishimura Tomoki)

・佐藤 萌夏 (Sato Moeka)・木多 真由香 (Kita Mayuka)

(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)

キーワード：ジュディス・バトラー、夫婦の呼称、SNS

1. 研究の目的

昨今、日本でもジェンダー平等の意識が日々高まっており、SNS やテレビなどのメディアを通して語られる「言葉」の用い方にもジェンダー平等の視点から批判が集まるようになってきている。「言語」はジェンダー関係等を表象するだけでなく、我々が無意識に使用することでジェンダー関係を日々構築する可能性があるからだと思われる。

例えば 2021 年 2 月 16 日に放送されたテレビ番組「火曜サプライズ」では、俳優の松山ケンイチ氏が、配偶者について表現する際に「嫁」という呼称を用いた。そのことが Twitter を中心に SNS 上で問題発言であるとして扱われ炎上したことから、無意識に使用されていた言葉にも人々は敏感に反応するようになってきていることがわかる。

ジュディス・バトラーの解釈に沿えば、「嫁」という言葉には、言葉だけでなく、伝統や文化・歴史等社会的文脈が背後にあり、反復されて使用される中で嫁としての社会の位置づけを作り、対概念(婿・旦那など)の中で階層化がなされていくということになる(奥野 2006)。

本稿では、最も身近な例として嫁、妻、家内など現代のカップルが用いている「呼称」を取り上げ、無意識にどのような社会的文脈で使用しているかを探る。また、我々が呼称を通じて無意識のうちに日々作りあげてしまっているジェンダーの階層的な関係をどのように、修正していくのかを言葉の用い方に注目し、行政等の「ジェンダー平等啓発の広報」等として提案する。

2. 先行研究

先行研究としては水本(2017)による自分の配偶者を言及する場合、他者が配偶者を言及する場合の呼称に関する研究が挙げられる。当研究は、アンケート調査の結果、自身の配偶者の呼称として「パートナー」のようなジェンダー・ニュートラルな呼称は普及していないことや他者に対しても伝統的呼称が多く使用されていることを指摘する。他者の配偶者に言及するとき「夫さん」「妻さん」と言った言葉をテレビドラマなどで扱うことや、意識して使うことなどによって言葉自体を変

化させていくことの重要性を示唆している。

3. 方法

本調査では、日常の出来事や所感を気軽に投稿できる Twitter を情報源とした。Twitter の検索機能を使用し、2021 年の 7 月～10 月の間の女性にむけて使われる配偶者の呼称「嫁」「奥さん」「家内」と、ジェンダー・ニュートラルな「妻」「パートナー」という呼称の計 5 つを分析対象の語とし、各呼称の Tweet のテキストをそれぞれ 200 件、合計 1000 件を集めた。そこから乱数自動生成ツールを利用し、それぞれ 100 件ずつ、計 500 件を無作為に抽出した。500 件のテキストをテキストマイニングのフリーソフト「KH Coder」を利用し、計量的なテキスト分析を行った。

なお、本稿では、文脈上、自身の配偶者を言及したものか否かやどの性別の人が用いているのかなどにとらわれず抽出している。

4. 結果

KH Coder で共起ネットワーク分析及び対応分析をした結果、次の通りとなった。

4-1. 共起ネットワーク分析

ここでは、5 つの呼称と共に出現する言葉、すなわち共起する言葉のネットワークを導出し、分析する。特にここで共起する言葉を名詞に限定し、さらに頻出回数を 10 以上にしたものをグラフ化した(図 1)

この 4 つの呼称に共通に出てくる名詞は、「仕事」であることがわかる。またそれが「自分」ともつながりがある。さらにそれぞれの呼称と特徴的につながっている名詞は、「妻」と「奥さん」は「料理」、「嫁」と「家内」は「弁当」や「ご飯」であった。「妻」には「家事」が共起していた。このように「奥さん」「嫁」「妻」「家内」は家事にまつわる「名詞」が多く見られた。一方で「パートナー」は家事に関する単語との結びつきが弱かった。

4-2. 対応分析(散布図)

さらに 5 つの呼称と関連のある名詞との程度を明らかにするために対応分析を行い、散布図を示

した(図2)。散布図では、原点に近いほど、関連が少なく、原点に遠いほど、特徴的であるものが配置される。

この結果、「妻」「嫁」「奥さん」を使用した人は似たような単語を使用していることがわかった。「家内」「パートナー」を使用した人は特徴的な単語を使用しており、「家内」は料理関係の語が多いが「パートナー」では、幅広い単語、愛や同性、ビジネスといったものが見られた。「妻」はニュートラルに思われるが、実際は、他の伝統的呼称とは変わらない文脈で使用されていることが見て取れた。

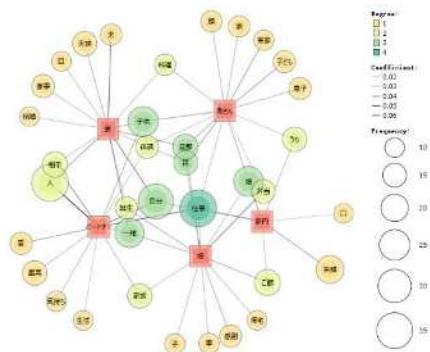


図1 共起ネットワーク

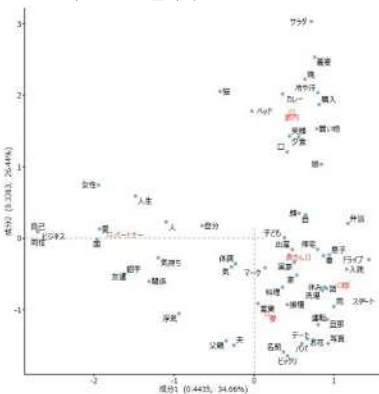


図2 対応分析(散布図)

5. 結果からの考察

分析の結果から、「嫁」「妻」「奥さん」「家内」には家事との共起が多く、自分と仕事との共起が見られた。すなわち、これら4つの呼称には、女性が家事をするというパフォーマンス性が含まれているとともに性別役割分業が一般化したころの歴史的背景を包含した呼称となっている可能性が示された。現在、人々がこのような呼称を繰り返し使用することで、無意識のうちに固定した性別役割分業や夫婦が対等の関係でないことを承認し続けてしまう危険性がある。つまり、アンコンシャス・バイアスを持ち続け、これまでのジェンダー不平等な関係性を再生産してしまう可能性があるということである。

他方で「パートナー」には偏ったイメージのある言葉は出現せず対等かつ多様な関係性を包含した言葉として使用されていることが読み取れた。

6. 政策提言

呼称を通してのジェンダー不平等の再生産の状況を変革するため、無意識を意識化し、ジェンダーニュートラルな用語を普及させていくことや今まで用いられてきた「嫁」や「家内」等の言葉の社会的文脈を置き換えていくことが政策になりうる。ジュディス・バトラーは、解釈コードの攪乱というパフォーマンスを行うことで、既存の言語体制を転覆させ、既存の社会的文脈の書き換えができるとした(奥野2006)。

今まで使用していた言葉を攪乱させるというよりラディカルな方法に関しては次のような提案ができる。

例えば、ジェンダー分野のクィア理論の創始者たちが、性的マイノリティの侮蔑語である「クィア」を性的マイノリティの総称語と用いたように、「嫁」という言葉をそのまま用いながら、

「男」を組み合わせることで、「嫁男」という熟語を配偶者の呼称として用いることである。特に既婚女性が配偶者のことを「嫁男さん」などと呼ぶことで今までの概念を攪乱させることが可能となる。特に漢字のつくり「家」の左右に「女」と「男」という漢字があることで、家事、育児を女性と男性が協働して行うものだ意識づけることができる。

こういった攪乱語を、自治体をはじめとするジェンダー平等の推進啓発のキャッチコピーなどに用いることで人々の無意識を意識化するとともに人々に新たな認知を促進し、ジェンダー平等的な新しい価値観を根付かせることができるのではないかと考える。あるいは、政府・自治体がジェンダーニュートラルな言葉を積極的に使用していくことがあげられる。

最後に、鎌倉時代にできた「嫁」という言葉自体、当初性別役割分業の意味はなかったと言われる。自治体、特に京都市は日本の伝統を持つ地域として日本語の持つ歴史的・社会的・文化的文脈を十分に解釈し、無意識のうちに市民のジェンダー不平等性を再構築していないかなど議論したり学んだりする場を設けることも考案したい。

参考文献

- 1) 水本光美. (2017). 他人の配偶者の新呼称を探るアンケート調査—「ご主人」「奥さん」から「夫さん」「妻さん」への移行の可能性. 日本語とジェンダー, 17, 13-30.
- 2) 奥野佐矢子. (2006). 言語のパフォーマティヴィティによる主体構築に関する考察 ジュディス・バトラーの思想を手がかりとして. 教育哲学研究, 2006(93), 85-101.

防災標識を価値あるモノに

龍谷大学 石原ゼミ チーム防災標識

小笠原 凜 (Ogasawara Rin)・〇菊地竜也 (Kikuchi Tatsuya)・

田中大貴 (Tanaka Taiki)・中尾文音 (Nakao Ayane)・

濱口翔磨 (Hamaguchi Shoma)・山本実央 (Yamamoto Mio)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：防災標識、自分ごと、コンペティション

1. 研究背景・研究目的

日本には防災標識が多く設置され、種類も様々である。そもそも防災標識の目的は、人々の命や生活を守るための迅速な行動や避難行動を呼びかけることである。

しかし、防災標識の現状として、和歌山県東牟婁郡串本町を対象とした調査によると、『70%の住民が避難情報標識を「あまり見ていない」「見ていない」という回答から避難情報標識が浸透していない。』と指摘されていた。別の調査では、『避難場所を認識し、避難標識を見たことあるのは調査対象者の4割程度であり、十分に周知されていないのが実情であった。』と指摘されていた。それに加え、筆者の実生活でも防災標識が街の景色に紛れ込み、形骸化しているように思われ、本来の防災標識の力が発揮されていないと考えていた。

そこで、本研究では、防災標識の認知度・理解度の実態についてアンケート調査により明らかにするとともに、調査結果を踏まえて、防災標識ワークショップ&コンペの開催を提案する。

尚、本研究では防災標識を「災害による人的被害を軽減することを目的とした図記号または標識」と定義する。

2. アンケート調査

実際に防災標識は、人々の命や生活を守るための迅速な行動や避難行動を呼びかけるという本来の役割を果たしているのかを防災標識と身近な標識の認知度や理解度を比較するアンケート調査を行い、明らかにする。

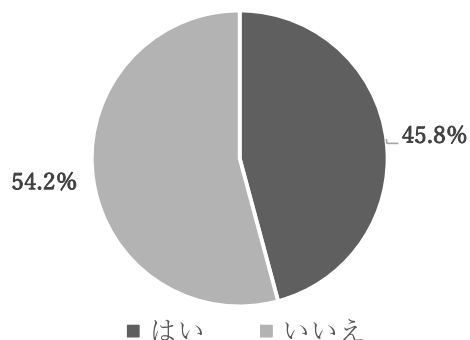
2-1 アンケート調査の概要

龍谷大学・大学院在学中の学生142名を対象に、龍谷大学深草キャンパス周辺の標識（防災標識、案内標識、警戒標識、指示標識、補助標識、屋外広告）の認知度や理解度を調査するアンケート調査を実施した。期間は2021年10月21～25日の5日間行い、使用ツールはGoogleフォームを用いて実施した。

2-2 アンケート調査の結果

アンケート調査の結果から「標識を見たことがあるか」という質問では防災標識を除く標識の意味を知っている割合の平均99.4%であり、防災標識を見たことがある割合の56.3%であったことと比較すると、防災標識の認知度は低いことがわかる。だが、防災標識だけで見ると、「見たことがある」割合は56.3%「見たことがない」割合は43.7%と「見たことがある」割合は「見たことがない」割合よりも高く、防災標識が風景に紛れ込んでいることは実証できなかった。

次に、「標識の意味を知っているのか（図1）」という質問では、防災標識以外の標識の意味を知っている割合は平均55.3%であり、防災標識の意味を知っている割合は5%であった。この2つの調査結果を比較すると、防災標識の意味を知っている人の割合は少ないことから、防災標識が形骸化していると言える。



(図 1) 防災標識の意味を知っていますか

3. 政策提案

アンケート調査の結果から明らかとなった防災標識の形骸化という課題を解決するための方法として、ワークショップとコンペを織り交ぜた複合的なイベントを提案する。

防災標識ワークショップ&コンペ

防災標識ワークショップ&コンペの内容を、(図 2) に表した。

Step1 では、防災標識ワークショップ&コンペへの参加は自らの意志で決定するため主体的である。また、ワークショップに参加し、自ら思考し、発言するなどの主体的な意見交換を行うことで記憶に残りやすい。

Step2 では、防災標識のアレンジ、新規作成に自ら取り組むことで主体性を獲得できる。

Step3 では、他者の作品と自分の作品を比較することで、それぞれの長所・短所を自ら発見することで主体性を獲得できる。

Step4 では、作品を掲示することにより、参加者に達成感を与え、参加者の防災標識の意味や価値を風化することを防ぐ。それに加え、参加者が周囲の人々に伝播する役割を担い、中心的存在となり、主体性を獲得することができる。

Step1~4 を通じ、参加者はワークショップで議論、コンペを通じ、主体性を獲得しながら、「自分ごと」として捉え、防災標識や防災標識の現状などの理解度が高まる。

また、本研究での政策提案では、上記のように参加者が主体的に防災標識ワークショップ&コ

ンペに取り組むことによって、防災標識を「自分ごと」として捉えてもらい、防災標識の形骸化の解消を図ることが期待できる。

Step 1	「防災標識はなぜ形骸化しているのか」のワークショップを開催
Step 2	ワークショップを踏まえて、既存防災標識をアレンジ・新規作成
Step 3	最優秀賞・優秀賞を決定・発表
Step 4	受賞作品を掲示する

(図 2) 防災標識ワークショップ&コンペの流れ

4. まとめ、今後の課題

本研究では、防災標識が風景に紛れていることを実証することは出来なかったが、防災標識を認知しているにも関わらず、意味を理解していないという現状を明らかにすることができた。そして、本研究における政策提案の今後の展望として、防災標識に関するアンケートの対象を大学生に限らず、その他の世代にも同様の調査を実施し、世代ごとの認知度、理解度の差を踏まえ、防災標識ワークショップ&コンペの仕組みを検討する必要がある。

5. 参考文献

- ・佐藤 祐太・三浦 秀一朗・小野 長五郎・堺 茂樹 (2008) 「津波避難誘導標識及び避難地案内板の認知度および活動状況と課題について」(土木学会東北支部技術研究発表会)
- 『土木学会東北支部技術研究発表会講演概要』II-0057.
- ・森 拓実・山本 和清・宮崎 渉・鈴木 一帆・友枝 萌子 (2019) 「災害種別避難誘導システムのあり方とそのピクトグラムの認知度に関する研究 ―和歌山県東牟婁郡串本町を対象地として―」(一般社団法人環境情報科学センター)『環境情報科学 学術研究論文集』33, p. 223-228.

成年後見制度を中心とした 高齢者支援の在り方について

-エンディングノートを活用したアプローチ-

京都府立大学 佐藤ゼミ

○藤井健太 (Fujii Kenta)・岡野未希 (Okano Miki)・折原未唯 (Orihara Miyu)・
鹿嶋康平 (Kashima Kohei)・菊地諒 (Kikuchi Ryo)・佐藤七実 (Sato Nanami)・
芝原佑香 (Shibahara Yuka)・高木茉友 (Takagi Mayu)・長田円 (Nagata Madoka)・
南那奈 (Minami Nana)

(京都府立大学 公共政策学部 公共政策学科)

キーワード：成年後見制度、エンディングノート、終活支援

1. 研究の背景と目的

近年、日本では高齢化が急速に進行している。2021年の総務省による人口推計によれば、総人口は前年に比べ51万人減少している中で、65歳以上の人口は3640万人になり過去最高となった。また日本の2021年の高齢者の総人口に占める割合は世界で最も高い。このような人口動向をふまえて、人生の終わりを迎えるための準備活動、いわゆる「終活」の必要性が高まっている。

本研究では、「終活」を支える制度やツールとして用いられる成年後見制度とエンディングノートを取り上げる。成年後見制度とは、判断能力が不十分な人々の生活全般を支援し保護するための法律上の制度である。この制度を使えば、判断能力が衰えた後も財産侵害を防ぐことや、本人の意思決定に応じた支援を受けることができる。またエンディングノートとは、人生の終末期などに備えて自分の情報や意思を書き留めておくノートである。これは成年後見制度とは異なり法的効力はない。近頃ではエンディングノートを無料で配布する自治体が多々見られる。これに比べ、成年後見制度は、その利用率や認知度がまだまだ低く正しい理解もあまり得られていないのが現状である。

本研究ではエンディングノートの普及とこれに連動させた成年後見制度の理解度の向上に焦点を当て、若年層と比較しつつ主な制度利用者・担い手となる中高年層を対象とした方策を考察し、「終活」支援を行うための政策を提案する。

2. 研究の方法

(1) アンケート調査

京都府立大学の学生及びその家族113人を対象に成年後見制度とエンディングノートに関する現状と課題を把握するため、Google フォームによるweb調査を行った。若者を中心とした10-30代(若年層)および40-80代(中高年層)の2つの年齢層を調査対象とした。質問は、回答者の年代や成年後見制度とエンディングノートの認知度、各情報源等の項目(複数回答可)を設定した。得た回

答から成年後見制度とノートの相関を分析した。

(2) ヒアリング調査

アンケート調査から得た課題の明確化と成年後見制度の理解度向上を図るため、後見人等の重要な役割を果たす⑦公益社団法人成年後見センター・リーガルサポート(全国の司法書士により1999年設立)京都支部、京都市から成年後見制度利用支援業務を委託されている⑧京都市成年後見支援センター(京都市社会福祉協議会運営の機関として2012年設置)、⑨長岡京市健康福祉部高齢介護課高齢福祉係、という3組織にヒアリング調査を実施した。事前に自治体のホームページ等から得られた情報を下に、成年後見制度またはエンディングノートに関する熱心な取り組みを行っている組織をヒアリング先に選定したものである。各組織の特徴に応じて質問項目を設定した。

3. 結果

(1) アンケート調査

筆者らの実施したアンケート調査では113件の回答を得た。回答者の内訳は若年層が87名、中高年層が26名である。若年層の46%、中高年層の84.6%はエンディングノートの存在を知っており、「テレビ」を情報源とした回答は若年層75%、中高年層68.1%であった。差を示した情報源は、「家族・知り合い」で、若年層15%であるのに対し中高年層27.2%であった。次に成年後見制度を「知っている」との回答は、若年層19.5%に対し中高年層69.2%であった。情報源を「テレビ」とする回答が若年層52.9%に対し、中高年層22.2%であった。一方、中高年層では「家族・知り合い」44.4%、「新聞」27.8%であるのに対し、若年層では各5.9%であった。自治体のホームページを見たことがあるかの項目は、若年層11.8%、中高年層27.8%が「はい」と回答した。また、成年後見制度の簡単な説明後、判断能力が低下した場合に利用したいかとの質問には、若年層90.8%、中高年層65.3%が「はい」と回答した。最後に、エンディングノートと成年後見制度の認知度の相関分析

を行った。相関係数は、若年層では 0.42 と弱い相関が認められたが、中高年層では -0.05 と全く相関を示さなかった。

(2)ヒアリング調査

㊦リーガルサポート京都支部

・成年後見制度に関する状況

司法書士のリーガルサポート会員内における後見人等の名簿登録者数は 220 人ほどである。利用件数は、年々増加傾向にあり、特に地域の福祉センターから依頼されることが多い。

・制度を利用するきっかけ

認知症が進み、預金をおろせなくなる場合は多く、入院を機に家族が相談するケースもある。

・業務上の課題

成年後見制度の認知度はあるものの正しいかたちで知られていないこと、利用者本人の意思決定と保護の両立、親族とのトラブルが挙げられる。

・エンディングノートの利用状況

被後見人が用意しているケースは非常に少ない。まだ先と考えているうちに認知能力が低下し任意後見できない状態になる場合もある。その一方で、本人の意思を尊重した代行決定にはエンディングノートの記載情報が役立ちうることが示唆された。

㊧京都市成年後見支援センター

・成年後見制度に関する状況

令和 2 年度の相談件数は 1227 件で、相談者の内訳は市民が 6 割、地域包括センターやケアマネジャーが 4 割を占めた。相談内容は、制度に関する質問が約半数、制度への意見や苦情、家族からの意見が 15.1%、市長申立てに関するものが 14.2%、手続き支援に関するものが 11.2%であった。

・業務上の課題

制度名の認知度は高いが、正しく理解している人はそれほど多くない。制度内容を広く啓発し浸透させる必要がある。そのため、広報活動を行ううえで、制度を正しく理解してもらえるように、「制度の目的は本人の意思決定や自己決定を支援しながら本人らしく生きてもらうこと」と、「本人が望んでいることを実現するために法律と福祉の面からサポートする制度であること」を強調して伝えるよう心掛けている。

㊨長岡京市健康福祉部高齢介護課高齢福祉係

・成年後見制度に関する状況

長岡京市は高齢化が進んでいる現状に際して、成年後見制度利用促進に努めている。

・制度啓発に関する課題

単身高齢者へは早急な支援ができない、日常自立支援事業から成年後見制度への移行のタイミングが難しい、後見人等への報酬負担があるため利用に踏み出せない、家族による財産管理ができなくなる、制度の情報を正しく理解していない等が挙げられる。

・エンディングノート作成の背景と課題

府の総合給付金の活用、医師会が看取りに積極的だったことが挙げられる。死後の項目が他の自治体に比べて多く、エンディングノートが死後を考える機会になることを想定している。啓発活動も積極的に取り組まれ、わたしノート「あしあと」では健康志向とエンディングノートを結びつけるべく、日常的な項目を多く盛り込んでいる。

課題は、「あしあと」を紙媒体でしか配布していないので電子媒体での配布の実現を挙げている。また、同じ終活支援としてエンディングノートと成年後見制度のリンクは考えられてはいない。成年後見制度に特化してエンディングノートを運営する予定はない。エンディングノートと成年後見制度には敷居の高低差があり、一貫性に欠けるからである。しかし、エンディングノートには専門機関等の連絡先が記載されており、専門家に委ねることで制度内容の伝達の正確性を担保している。

4. 考察

アンケート調査の結果からエンディングノート、成年後見制度の各認知度はいずれも中高年層が若年層よりも高いことがわかった。またその情報源は、若年層が主に「テレビ」であるのに対し、中高年層は「テレビ」以外からも広く情報を得ていることが分かる。この結果から、若年層と中高年層の情報収集ルートが異なることが示唆された。

ヒアリング調査の結果では、成年後見制度の内容をより正確に伝える必要があることが明らかになった。㊦からは、成年後見制度は専門的な知識を必要とするため、エンディングノートに直接的に成年後見制度の情報を載せていないとの回答を得た。アンケート結果からも中高年層の認知度は成年後見制度とエンディングノートの相関関係は見られず、㊦の考えを反映した結果となった。成年後見制度を利用したいかの設問に中高年層は少し慎重な回答結果であった点からも、簡単な制度説明では不十分であると考えられる。ただし、㊦のヒアリング結果に示されるとおり、エンディングノート自体は被後見人等制度利用者の意思決定支援の一材料となる効果が期待される。

以上から、現状では、エンディングノートを通じて成年後見制度の理解度向上を図るのは難しい。しかし、高齢者の意思決定等の支援をより充実させる方向でエンディングノートを改良すれば、成年後見制度との連携と正確な情報提供への活用の可能性はある。同時にエンディングノートの利用促進、周知拡大を図ることが重要となる。その手段として、免許更新時や年金等の資料配布時にエンディングノートの配布を行うことを提案したい。

<参考文献>

・総務省統計局「1. 高齢者の人口」

<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1291.html>

・塩浜克也：「終活事業と自治体」、法学セミナー、788 号、pp. 33-39 (2020)

口頭発表

【分科会 7】

カラオケ店・映画館を帰宅困難者の休憩スペースに

龍谷大学 石原ゼミ休憩スペースプロジェクト

○岩渕絵理 (Iwabuchi Eri) ・公庄瑞規 (Kujo Mizuki) ・

坂本有紀奈 (Sakamoto Yukina) ・高田里咲 (Takada Risa)

(龍谷大学 政策学部 政策学科)

キーワード：休憩スペース、カラオケ店、映画館

1. 研究背景・目的

災害時には、帰宅困難者がむやみやたらに動くことでパニックや群集事故などの二次被害や、大勢の人間が道路に溢れて緊急車両が通行できなくなる等の問題が発生することが想定されている。実際に東日本大震災では首都圏の主な駅や仙台駅周辺で数万人単位の帰宅困難者が発生した。

京都市中京区においてもオフィス街やショッピング施設が多数存在しており、災害時に多くの帰宅困難者が発生すると考えられる。中京区の帰宅困難者数は平日 13 時で 32,219 人、休日 14 時で、19,033 人がそれぞれピークである。

帰宅困難者にはケガ人や乳幼児、障害者など災害時要援護者も含まれる。滞留時間が長引くとトイレや水・食料が必要になり、寒さや暑さで体調を崩す人も出てくると考えられるため、トイレや備蓄のある休憩スペースが必要だと考える。

本研究では、中京区のカラオケ店・映画館を帰宅困難者のための休憩スペースとして活用するための政策を提案する。ここでの帰宅困難者は「自宅までの距離が 10 キロ以上で、徒歩及び交通機関での帰宅が困難な人」と定義する。カラオケ店・映画館が休憩スペースに適している理由として、販売商品を置いている小売店に比べ大人数を収容できる広さがあること、フードや飲み物が備蓄になることが挙げられる。加えて、カラオケ店・映画館は駅から徒歩圏内に多いので災害時でも見つけやすい。以上のことから、カラオケ店・映画館を帰宅困難者の休憩スペースとして活用することは、路上や駅周辺の人流を減らし混乱や二次被害の抑制に効果的だと考えられる。

2. 調査の概要と結果

中京区のカラオケ店 5 店舗、映画館 2 店舗に対し、各店舗の従業員に以下の項目を中心に聞き取り調査を行った。

①コロナ禍での収容人数や部屋数

②備蓄になるものが存在するか

カラオケ店の調査結果は表 1 の通りである。備蓄は食品以外に非常持ち出し袋やヘルメット、貸し出し用ブランケットがある店舗もあった。また、東日本大震災時に店舗を無料開放し一時避難施設として機能したカラオケ店の事例も存在した。

表 1 カラオケ店の部屋数・収容人数・備蓄

	A 店	B 店	C 店	D 店	E 店
部屋数	約 66	約 130	約 31	約 51	約 20
収容人数	約 100	約 520	約 123	約 125	約 130
備蓄(食品)	あり	あり	あり	あり	あり
備蓄(物品)	あり	なし	なし	あり	あり

映画館の部屋数・収容人数・備蓄は表 2 の結果となった。備蓄に関しては約一日分のフードやドリンクがあることが確認された。

表 2 映画館のシアター数・収容人数・備蓄

	A 館	B 館
収容人数	898	1010
シアター数	11	12
備蓄(食品)	あり	あり
備蓄(物品)	—	—

また、中京区のカラオケ店・映画館で合わせて約 2,906 人を収容可能であることが明らかと

なった。中京区のピーク帰宅困難者数と調査した収容人数から、中京区の帰宅困難者数のうち平日で約9.0%（約2,900人）、休日で約15.3%（約2,912人）をカラオケ店・映画館で受け入れることができると考えられる。

3. 政策提案

今回の調査からカラオケ店・映画館を帰宅困難者のための災害時帰宅支援ステーションとして活用できると考えた。災害時帰宅支援ステーションとは、災害により交通機関が停止した場合に、帰宅困難者に水・トイレ・道路情報・休憩場所の提供等を行うコンビニや外食事業店舗のことである。2府6県4政令市（三重県・滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県・徳島県・京都市・大阪市・堺市・神戸市）を代表する関西広域連合と事業者との間で結ばれている「災害時における帰宅困難者支援に関する協定」に基づいて、帰宅困難者の徒歩帰宅を支援する。

中京区のカラオケ店及び映画館で災害時帰宅支援ステーションとして登録されている店舗は一店舗のみである。そこでステーション数を増やす意味でも、災害時帰宅支援ステーション制度を京都市中京区、ひいては関西全体のカラオケ店・映画館で適用させる必要がある。

帰宅支援ステーションの支援機能を災害時に有効に活用するために、関西広域連合主体での「会員制度」を提案する。京都府に在住・通勤通学する人が関西広域連合に年会費を払って会員になっておくと、災害時にステーションにて飲料・食料・休憩スペースなどを無償で利用できる。加えて会員は普段からステーション登録店舗で割引などのサービスを利用できる。年会費は関西広域連合と各ステーションの事業者を支払われ、ステーションを開設・運営する際の経費や収益に充てられる。会員登録方法としては、各ステーションの災害時帰宅支援ステーションステッカー

のそばに会員登録用 QR コードを貼っておく方法が有効だと考える。またカラオケ店ではテレビに、映画館では予告に会員登録を促す CM を流すことで会員制度の周知を図る。

さらにステーションとしてカラオケ店・映画館で休憩場所を提供することにより分散帰宅も促進できる。加えて映画館の場合は座席間隔を開けることやカラオケ店ではグループごとに個室で過ごせることから、コロナウイルス感染症に対しても十分な対策をとることが可能である。

カラオケ店・映画館を災害時帰宅支援ステーションにして会員制度を取り入れることで、帰宅困難者と企業の双方にメリットを生むと共に、帰宅困難者の混乱や二次被害を防ぎ、分散帰宅を促すことも可能になる。

4. おわりに

災害時、ホテルやファミレスまたはネットカフェなどの滞在可能施設はすぐに埋まる。より多くの滞在可能施設を用意しておくことは、これからの災害に備えるためにも重要である。

5. 参考文献

- 1) 朝日新聞 「「帰宅困難」手つかず 都、条例化図り対策先行」 2012年01月07日 朝刊
- 2) 京都市消防局「京都市事業者帰宅困難者対策指針」
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/shikai/img/iinkai/kousui/sho2512-02-5.pdf>（最終閲覧日 2021年10月15日）
- 3) 関西広域連合「災害時帰宅支援ステーション事業について」（2021年）
<https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/0000000219.html>（最終閲覧日 2021年10月22日）
- 4) 京都市情報館 「災害時帰宅困難者支援マップ～あなたの家までの経路を探します。」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/page/0000108904.html>（最終閲覧日 2021年10月22日）

災害時の性被害防止

- SNS 活用による情報収集と情報発信 -

同志社大学政策学部川口ゼミ 1 班

○阿久津 千優 (Chihiro AKUTSU)・浅田 桃子 (Momoko ASADA)

・岸本 涼子 (Ryoko KISHIMOTO)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：災害、性被害防止、SNS 活用

1. 研究目的・意義

日本で性被害発生の実態が知られたきっかけは阪神・淡路大震災である。しかし、1995 年の「被災地における人権」という集会の資料には「女性が性被害にあったという噂があったが、兵庫県警は『1 件もない。デマである。』と否定した」と書かれていた (URL①)。そして女性が性被害にあったという主張は「デマ」として扱われ、女性らの経験を語る場は失われた。その後、東日本大震災では被災地での女性の人権保護に向けて政府の方針が、熊本地震でも内閣府男女共同参画局から「男女共同参画の視点での避難所運営」に取り組む旨の指示が出されるといった動きはあったものの、依然として性被害に関する報告は集まりにくくデータとしても記録が少ない状況にある。加えて車中泊の増加など避難形態の多様化により全体に男女共同参画の視点の普及が難化し、性被害も潜在化した。そこで私たちは、避難所での性犯罪に関する安全の確保と現状の把握が不十分であることから円滑な情報収集のための手段と、また現行の取り組みに対する認知度の低さから情報提供への工夫が、必要であると考えた。それらに基づき、災害時の性被害に関する情報収集と情報発信という点から政策を提言したい。

2. 先行研究

よりスムーズな情報収集・発信に向けて、2 つの先行研究がある。

初めに、宮木 (2012) の匿名コミュニケーションによる対人距離感の研究がある。ここでは 15 歳から 44 歳の男女 1720 人に対し、匿名でのコミュニケーションに対する意識調査を実施すると「自らが匿名でいることで言いたいことを言いやすい」とする人が男性 79.2%、女性 77.7%と男女共に多いことがわかった。

次に、中野 (2016) の災害時の性暴力に関する研

究である。災害時の性暴力撲滅に向け被災地でできることの提案をしており、その一つが「相談できる環境の整備」だ。性暴力に遭った時の通報先・相談先の広報には、「災害後の性暴力を相談していい」ことを知らせる効果がある。加えて、被災地支援に携わる公的機関の職員やボランティア、避難所のリーダー等には、災害後に性暴力の発生リスクが高まることを認識して、適切な窓口を知らせる役割があると述べられている。

3. 先進的な取り組み

災害時の性被害防止の最新事例として、熊本市男女共同参画センターはあもにい (2018) がある。はあもにいでは回答者を育児中の女性に限定した「熊本地震を経験した『育児中の女性』へのアンケート」を実施し、災害時の取り組みの結果や避難状況を発表している。

初めに、アンケート報告書によると、2 回目の地震直後の避難場所として最も多かったのは「建物内と車中泊を含む自宅敷地内」の 556 人である。その次に多かった「指定避難所」の 310 人と大差をつけている。「親戚や知人宅」は 212 人と 3 番目に多かった。また、地震後の生活に直面した困難として「生活必需品の入手」が最多の 814 人であり、次に「正確かつ必要な情報の入手」が 363 人であった。

一方で、避難所運営の安全性を確保し子供を持つ人が過ごしやすくなるよう、「性暴力 DV 防止ポスター」の掲示や「親子ルーム」の設置を行った。しかし、報告書では「ポスターを見た」人は 457 人中わずか 5 人で、「親子ルームを知らなかった」人は全体の 97%であった。この他にも避難所での避難者へのヒアリングや意見箱の設置を通して、女性のニーズ把握に取り組んでいた。

これらの結果から、避難形態の多様化と、取り

組みと認知度の乖離が読み取れる。よって、従来の情報収集・発信には課題があると言える。

4. 現状調査

本件の現状を知るべく、2名の方にインタビュー調査を行った。

一人目はNPO 法人国際ボランティア学生協会 IVUSA 事務局員の宮崎猛志氏である。宮崎氏によると、「ジェンダー的な視点も含めて、日本の避難所の環境は劣悪である」ことが分かった。女性も含めた社会的弱者の保護や情報収集の仕組みが不十分であることが、東日本大震災における国際的な支援の中で世界に知られることになった。さらに災害における弱者とは「若い女性」に限らないことにも言及し、性に関する被害は被害者も言いくく周りも聞きにくいことが実態であると述べた。

二人目は宮城県亘理町で東日本大震災に被災された森加奈恵氏である。森氏に「避難所で性的な被害に受けたという声を聞いたことがあるか」と尋ねたところ、あると答えた。しかし周囲も被災している中、性的なものも含め自分の被害を訴えることは難しいようだ。また、災害時への対策における度重なる想定のため、避難所での性被害の実態把握が不可欠であることも述べていた。

5. 政策提言

私たちはこうした実態を踏まえ、災害時の性被害防止に向けた「SNS を利用した情報収集と情報発信」を行うことを政策提言とする。まず、ある先進的な取り組みを紹介したい。それは、国立研究開発法人防災科学技術研究所、国立研究開発法人情報通信研究機構、株式会社ウェザーニューズと LINE 株式会社が協力し、開発された SNS と AI を使った防災チャットボット SOCDA である (URL ②)。この SOCDA では、例えば、LINE から被災地域にいと推定される方に対して「大丈夫ですか?」と問い合わせを行い、それに対して LINE ユーザーが「無事です」、「事故が起きています」、「怪我をしています」などというテキストと位置情報を送ることで、短時間での情報収集を可能にする。しかし、この SOCDA では災害発生直後の情報収集を目的に作られているため、避難後のケアなどについては機能がない。

そこで、私たちの考える政策としては SNS のメッセージで、被災者の方が自ら性被害の情報を

伝え、その情報を AI が集約して性犯罪の種類ごとに分類し、自治体に報告する。そして、その情報に基づき、場合に応じて、適切な相談窓口案内したり、避難所運営をしている人たちに伝えたりすることができるというシステムである。このシステムのメリットとしては、被災者の方が情報を伝える際、匿名性を維持することができるため、直接の紙のアンケートや聞き取りのアンケートよりも言いやすくなるということがある。また、性被害を受けた・受けそうになったことを SNS の利用により、即座に簡単に伝えることができるという利点もある。また、今回調べてみて、在宅避難など避難所以外での避難を選ぶ人が多かったことから、家庭内暴力に晒される危険性も読み取れる。これらの危険から被害者を一刻も早く保護すべく、即座に情報伝達が可能な SNS の活用により、外部から被害者へ解決手段を提示することができる。

6. まとめ

以上のように、避難形態の多様化や取り組みと認知度の乖離といった現状から、災害時の性被害の声が集まりにくく防止のための情報収集・発信の仕組みが未熟であるという課題がわかった。そこで本論では、SNS の活用による災害時の性被害防止に向けた情報収集と情報発信を提言した。被災者が SNS を使用することで、避難形態に関係なく情報を得たり、内容を周囲に知られることなく被害を報告でき、より実態に即した取り組みを自治体は行うことができると考える。

参考文献

- 熊本市男女共同参画センターはあもにい(2018),「熊本地震を経験した『育児中の女性』へのアンケート報告書」,
http://www.harmony-mimoza.org/aboutus/report/docs/jishin_ikuji_report.pdf
中野宏美(2016),「災害時の性暴力とは～見えないリスクを可視化する～」,
<http://shiawasenamida.org/data/jemathesis.pdf>
宮木由貴子(2012),「匿名コミュニケーションの対人距離感」,
<https://www.dlri.co.jp/pdf/1d/01-14/notes1207a.pdf>
参考 URL
① 正井禮子(国際人権 NGO IMADR),『「災害と女性の人権」～阪神淡路大震災から 25 年を経て」, 2020
https://imadr.net/books/202_3/, 2021 年 10 月 19 日閲覧
② 内閣府, LINE 株式会社,「災害時の情報空白を縮減し、災害への対処を加速するために」, 2021 年 10 月 19 日閲覧
http://www.bousai.go.jp/kohou/kouhoubousai/r01/97/news_06.html

京都市の子供食堂の実態と支援のあり方

京都産業大学 藤野ゼミ D グループ

○武田世風 (Takeda Sena)・中村瑞穂 (Nakamura Mizuho)・今西里穂子 (Imanishi Rihoko)・渡邊夕風 (Watanabe Yunagi)・キムダビン (Kim Dabin)・山本佳穂 (Yamamoto Kaho)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科)

キーワード：子供食堂、居場所

1. 研究の目的

日本では、近年急速にNPO法人など民間団体が運営する子供食堂が拡大している。子供食堂は、子供達に食事を無料もしくは低価格帯で提供することからメディア等でのイメージは、子供の貧困化対策として定着しているが、子供の居場所づくり、子供達の「孤食」を避ける、親同士のコミュニケーションの場など多様な役割があることが数々の研究から指摘されている。

本研究は、京都市の子供食堂の運営代表者に対するインタビューや参与観察を通して新型コロナウイルス感染症流行による影響も含む、その実態を調査し、京都市における子供食堂の役割や意義を考察することを目的とする。調査結果から地方自治体、特に京都市がどのように子供食堂を支援していくべきかという観点から政策提言する。

2. 先行研究

子供食堂の役割や意義について調査している代表的な先行研究は2つある。

1 つ目は湯浅(2017)で、これによると、子供食堂の多くは交流拠点としての「共生食堂」と生活課題の対応を目的とする「ケア付食堂」の2つに分けられる。実際にはそれぞれが混ざり合っているとし、湯浅(2017)は4象限マトリクスとして子供食堂を類型化している。

2 つ目は、七星(2020)で、これによれば、子供食堂の意義は、当初「子供の貧困対策」に目を向けた活動であったが、「地域交流拠点」や「地域づくり」に広がっていったとする。さらに、現代の子供食堂は、育児を社会全体によって取り組むケア空間としての形を有しているとする。

3. インタビュー調査の方法

本調査は、2021年7～8月にHPなどから情報を得て、京都市内の子供食堂に連絡を取り、返答のあった6団体の運営代表者をインタビュー対象者とし、インタビュー調査を実施した。共通の質問6項目をインタビューガイドに基づく半構造化面接法である。インタビューは感染症対策を行った上で各団体、1時間程度実施した。また、E食堂に許可を取り、食事提供日への参加という形で参与観察も1度行った。F食堂はすでに長期にわた

り参与観察している。インタビュー内容については、すべてトランスクリプトを作成した。

表1：調査対象団体一覧

	調査日	地域	参与観察の有無
A食堂	7月1日	中京区	×
B食堂	8月22日	南区	×
C食堂	8月21日	南区	×
D食堂	8月21日	上京区	×
E食堂	7月13日	北区	8月24日
F食堂	×	西京区	2020年10月～2021年8月29日

4. インタビュー調査の結果

①各団体が意識していると当該団体の役割・意義

A食堂では「子供食堂は入り口」、B食堂では「思い出をプレゼント」、C食堂は「保護者のゆとりがこどもの幸せ」、D食堂は「食べるだけでなくみんなとここで成長していく」、E食堂は「今晚一緒に家族になろう」など、役割・意義に関する特徴的なキーワードが聞き取れた。このように意義は多様であったが、インタビュー内容のトランスクリプトを詳細に分析した結果、「繋がり」や「居場所」というワードがどの食堂からも頻出した(表2)。そこで、どの食堂も共通して、「子供の居場所づくり」に重きを置いていることがわかった。

E食堂での参与観察では、食事中には親と子供が話している場面が多く見られ、親子のコミュニケーションの場の機能もあると言えるだろう。学習支援も実施している。また、ボランティアの世代は多様で和気あいあいとコミュニケーションをとっていた様子がみることができ、擬似的な地域コミュニティや昔の大家族のコミュニティを作り、人と人とが繋がる場所としても機能していた。

F食堂ではボランティアが良い素材を使用した弁当提供を行い、利用者に食事の支援を行っていた。

さらに子供食堂運営者が利用者とコミュニケーションを取ることで知った利用者が抱えている問題とその対応については次の通りである。

(1) 共働きの影響で親の家事育児の負担が増加している。(B, C, D, E)

(2) 地域の繋がり希薄化。(E)

(3) 家庭内で解決できない問題の解決。(A, C, D, E)

さらにC食堂やE食堂では、児童虐待の避難場所の機能も果たしていることが明らかになった。

このことから、湯浅(2017)に従い、調査食堂を類

型化すると次のようになる。調査した食堂からは、共生食堂タイプがあることがわかった。また、どの象限にも該当することがわかった。

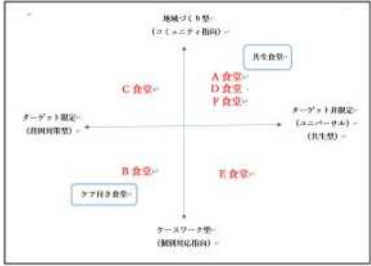


図 1：子供食堂の類型化

表 2：インタビュー内容から抽出された頻出語

A食堂	B食堂	C食堂	D食堂	E食堂
繋がり 2	繋がり 4	繋がり 1	繋がり 4	繋がり 7
貧困(金銭的貧困と心の貧困含む) 10	場づくり 2	共働き 4	心の貧困 2	居場所 10
	SNS 4	虐待 2	引きこもり 2	DV 1
	非正規雇 5	孤立 4	孤立 4	共働き 1
		学習支援 3		

表 3：各子供食堂への聞き取り内容

		運営人達(自)				
	開始年	スタッフ数(常勤)	ボランティア数	運営費(月)	運営費(年)	社会
A食堂	2013年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)
B食堂	2014年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)
C食堂	2015年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)
D食堂	2016年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)
E食堂	2017年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)
F食堂	2018年	1名(常勤)	約20人	約20万円	約240万円	子供食堂(100円)

②子供食堂の課題

聞き取りの結果次のような課題がわかった。

(1) 自分達の活動の伝達方法

どの食堂も共通して利用者の多くをリピーターが占めている。新規利用者が増えないという課題を抱えている。真に必要としている人達に届いていないという不安を抱えている。

(2) 補助金へのアクセス等

子供食堂の活動において、食材の調達や活動資金は京都市子供の居場所づくり支援事業補助金制度や国の休眠預金の利用や寄付、フードバンクが重要な役割を担っている。そうした支援を得ることで、子供食堂の活動を継続している子供食堂が大半を占めるが、補助金や寄付の受け取りには格差がある。支援金等の情報を知らないとする団体もある。始めた年数の浅い団体は認知度が低く、寄付金が集まりにくく、ネットワークを築けていないという課題を抱えている。

③新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルスの影響についても聞き取った。

A 食堂はコロナ流行の関係で、弁当配布に切り替えたため、前よりも集客数が増加した。一方で B 食堂は、コロナ流行により自営業の業績悪化のため、コロナ流行後、子供食堂の実施を停止してしまった。D 食堂は、コロナ流行により家庭環境が悪化していると思われたため、コロナ流行後子供食堂を設置し運営を始めた。一方で、E 食堂はコロナ禍においても利用者から活動を再開してほしい

という声があり人数制限をした上で子供食堂を実施しているため、流行前より集客数自体は減少している。F 食堂はコロナ流行後弁当配布に切り替えたが、集客数はコロナ流行前と変化がなかった。C 食堂はコロナ流行前後も変化なく子供食堂を実施している。このように、コロナ流行によりほとんどの食堂が影響を受け、縮小しているが、開始・停止の正反対のケースが見られた。

5. 政策的示唆

本研究では、調査は 6 団体にとどまったが、それでも子供食堂は多様な意義と役割を担っていることがわかった。行政は、その多様性を認識し、それぞれの子供食堂の活動に沿った支援を進める必要がある。そのために行政は特に民間団体である子供食堂との関係を密にし、情報のやりとりをすることは必要不可欠であると考ええる。情報のやりとりをする一例として市職員も参与観察やボランティアとして参加が推奨されるだろう。

さらにインタビューから見えてきた子供食堂の課題から 3 つの政策を提案する。

1 つ目の政策として、子供食堂の活動の広報に関する支援である。現在、京都市では、市 HP で子供食堂の場所等の情報提供をしている。しかし、食堂側は、団体の認知に対し不安をもっているため、さらに情報提供を強化する必要がある。具体的には市営住宅の案内する際にその地域の子供食堂の情報を提供したり、区役所等でのチラシとして渡すなど子供のいる家庭が子供食堂の活動を利用する機会を得ることができると考える。

2 つ目の政策として、京都市が行っている子供食堂支援金制度や企業の支援金を周知する活動を提案する。そうすることで、様々な年代が苦勞することなく、情報を取り入れることができることで資金難が原因で子供食堂の活動を諦めることがなくなり、より多くの家庭・子供のケアすることに繋がる。特に新しい子供食堂を優先して、支援金がまわるようにすることは重要である。

3 つ目の政策として、子供食堂の利用者の問題を、すぐに京都市に繋げることができるようになることである。ケア付き食堂としての機能を持っている団体に対しては、行政が情報のやりとりを頻繁に行うことで、ケア付き食堂の利用者の子供が抱える問題に対して迅速に解決することができる関係性を築くことである。町内会組織が低迷化していく中で、子供食堂等いわゆる NPO 法人の役割・意義を重要視していくことが今後重要となる。

参考文献

- (1) 七星純子 「ケア空間の多元化としての子供食堂」 (千葉大学大学院人文公共学府 研究プロジェクト報告書 pp. 14-30 2020 年)
- (2) 湯浅誠 『「なんとかする」子どもの貧困』角川新書、2017 年。

新たな地域内循環の形成と福祉サービスの拡充

- 京都府相楽郡笠置町の事例を通して -

龍谷大学深尾ゼミナール笠置プロジェクト

○室屋 和加奈 (Muroya Wakana)・池上 梨乃 (Ikegami Rino)・川西 航平 (Kawanishi Kohei)・坪内 真梨乃 (Tsubouchi Marino)・中前 愛実花 (Nakamae Amika)・

松山 真子 (Matsuyama Mako)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：福祉サービス、やりがい、高齢者

1. はじめに

近年、全国的に高齢化や人口減少が進行している。特に、地方や中山間地域ではその影響が著しく、各地で高齢者に対する様々な政策や取組が行われている。高齢化が進む社会で、高齢者一人一人が、より生き生きとした暮らしを送り、支え合って生きていける環境を地域単位で構築することが重要であると考えられる。

本研究では、京都府の中山間地域である相楽郡笠置町を研究対象とし、社会福祉協議会の福祉サービスに焦点を当て、高齢者の介護、福祉に関する政策や取組を検証し、高齢者と地域の双方にとって、より豊かな社会を目指すための提案を述べていく。

2. 笠置町の現状

2.1 笠置町の概要

京都府相楽郡笠置町は、総人口 1,213 人(令和 3 年 10 月 1 日現在)で、京都府の最南端に位置する自然豊かな地域である。キャンプ場やボルダリングができる施設等もあり、週末は観光客で賑わう。また、人口増減率は 2010 年から 2015 年までの 5 年間で -15.87% となっており、人口減少が急速に進行している。

2.2 笠置町の高齢者の現状

笠置町の高齢化率を見ると、令和 2 年(2020 年)の時点で 51.2% であり、京都府の 28.9%、全国の 27.9% という数値と比べても、笠置町の高齢化率は非常に高いことが分かる。また、要介護認定率をみても京都府、全国と比べて高いことが分かった。さらに、笠置町の介護給付費をみると平成 28 年度では 226,907,381 円、令和元年度では 248,014,620 円と、その間多少の増減はあるものの、結果として増加していることが分かった。

3. 課題

笠置町の「第 9 次高齢者福祉計画第 8 期介護保険事業計画」において計画の策定にあたり、令和元年 2 月上旬から 2 月 14 日に、65 歳以上の一般高齢者及び要支援認定者を対象とした介護予防日

常生活圏域ニーズ調査(以下、ニーズ調査)と、在宅の要介護認定者を対象とした在宅介護実態調査(以下、在宅調査)が実施された。

調査の中の「現在の生活で不安を感じていること」という項目では、ニーズ調査、在宅調査ともに「自分の健康のこと」が最も多く挙げられた。次いで、ニーズ調査では「配属者や家族の健康のこと」在宅調査では「自分が寝たきりや認知症になること」が 2 番目に挙げられており、健康問題に関する不安を抱えている人が多いことが、調査結果から読み取れる。

加えて、笠置町における高齢者 75 歳以上 1 千人あたりの介護職員の人員数は全国平均が 74.7 人であるのに対し、笠置町は 25.87 人と比較的不少ない。また、医療施設は一般診療所が 1 つ、歯科口腔外科診療所が 1 つ、薬局が 1 つある。町の高齢化率やアンケート調査の結果をみても、介護・医療・福祉に関するサービスが十分に足りていないことが予測できる。

このことから私たちは、笠置町は高齢者の健康問題に向き合い、高齢者に対する支援やサービスをより充実させる必要があると考える。

4. 笠置町における福祉サービスの状況

4.1 社会福祉協議会の必要性

笠置町において、福祉サービスを提供しているのは主に社会福祉協議会であり、企業や NPO 団体が行っているものは極めて少ない。そのため笠置町における社会福祉協議会の重要性は高いと考えられる。このことから、社会福祉協議会に焦点を当てて福祉サービスの充実について考えていく。

4.2 高齢者に対する取組

笠置町社会福祉協議会が高齢者に対して行っている取り組みを 3 つ挙げる。

1 つ目は在宅福祉サービス活動事業の「高齢者ひとり暮らし・高齢者夫婦世帯、配食弁当サービス」である。これは毎月第 2、4 金曜日に配食弁当(1 食 500 円)にてサービスを行っている。

2 つ目は高齢者生きがい対策事業の一環として行っている「書道教室」と「ちぎり絵教室」であ

る。書道教室は毎月第 1、3 水曜日に開催しており、延べ 184 人が参加している（平成 27 年度時点）。また、ちぎり絵教室は毎月第 3 金曜日に開催されており、延べ 68 人が参加している（平成 27 年時点）。

3 つ目は京都府老人クラブ連合会に含まれている「笠置町老人クラブ連合会」である。これは高齢者同士が支え合う「友愛活動」を一層推進させるとともに、仲間づくりの輪を広げる「会員増強運動」である。

これら 3 つの活動は、高齢者の健康増進を目指したものや、高齢者の趣味を活かした活動である。私たちはこれらに収益を生み出すことができれば、より高齢者に豊かな生活を与えることができると考える。

5. 仮説

埼玉県にある「BABAlab さいたま工房」では、100 歳まで働けるものづくりの職場を目指すことを目的に、商品開発から販売までを高齢者が行っている。得意の裁縫を生かした商品を製造するなど、自分の好きなことやできることを活かして働く職場を作り、趣味の延長で行う活動や高齢者が継続して楽しく働ける環境を作ることによって収益を生み出すことに繋げている。こうした事例は、様々なメリットが考えられるため、より画期的なものであると考える。

そこから着想を得て、私たちは、地域で高齢者が生き生きとしながら活動ができる環境を作ることに加え、その活動が地域にお金を生み出すことができれば、社会福祉協議会が行う福祉サービスの充実が実現されるのではないかと仮説を立てた。

6. 政策提案

笠置町にある株式会社 RE-SOCIAL は、これまで獣害として大量に処分されていた鹿をジビエ肉として加工、販売することによって付加価値を付け、地域資源へと生まれ変わらせるソーシャルビジネスに取り組んでいる。

RE-SOCIAL にヒアリングを行うと、鹿肉の加工の際に発生する鹿の皮が廃棄されている現状にあり活用されていないことが分かった。

そこで、これまで活用されていなかった鹿の皮を利活用して商品を製作し、その製造過程の一部を地域の高齢者に担ってもらい、完成した商品を販売する段階を笠置町の社会福祉協議会が事業として担う仕組みを提案する。

実際に私たちは 3 つの商品を開発し、販売が実現すれば合計で年間約 140 万円の収益の創出が見込まれている。この収益を地域の福祉サービスの充実のために活用することが有効であると考え。

加えて、生きがい対策事業で既に展開されている「写真教室」と「ちぎり絵教室」に対する仕組

みづくりも提案する。現在開催されている教室において作られた作品を地域内の旅館、飲食店に有償提供するものである。

このように今ある活動や事業に収益を生み出す仕組みを創り出すことによって、社会福祉協議会の収益が向上し、そこから主に 2 つのメリットが生み出される。

1 つ目は、福祉サービスの充実である。社会福祉協議会の収益が向上することで、幅広い福祉サービスを行うことができると見込まれる。福祉サービスには、在宅介護で利用できる介護保険サービスの充実や、介護施設の新設に繋がりやすいと考える。これらは、第 8 次高齢者福祉計画・第 7 期介護保険計画にある基本目標 3「安心して介護サービスを使えるまちに」にも掲げられていることであるため、充実させるべきであると考え。

2 つ目は、高齢者の健康増進である。仕事ではなく、趣味の延長で行う活動に収益が生み出されることで、高齢者のコミュニティの創出や生きがい・やりがいにも繋がりやすく、また活動を行う中で、手先を動かし、認知症予防にもなると考える。

7. まとめ

これらのことから高齢者の QOL をより高めることができ、サービスが充実することによって、高齢者にも間接的な利益を受けることができる。よって高齢者や地域の双方にとってより豊かな社会が実現すると考える。

参考文献

- ・笠置町「笠置町の概要」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）http://www.town.kasagi.lg.jp/contents_detail.php?frameId=147
- ・京都府「介護保険情報 統計資料」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<http://www.pref.kyoto.jp/kaigo/13800031.html>
- ・京都府 笠置町「笠置町 第 9 次高齢者福祉計画 第 8 期介護保険事業計画」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<https://www.town.kasagi.lg.jp/cmsfiles/contents/000/0001/1075/keikakusho.pdf>
- ・社会福祉法人 ふれあいネットワーク 京都府社会福祉協議会 「平成 27 年度事業報告 - 京都府社会福祉協議会 -」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<http://www.kyoshakyo.or.jp/kasagi/%E5%B9%B3%E6%88%9027%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E5%A0%B1%E5%91%8A.pdf>
- ・社会福祉法人 ふれあいネットワーク 全国社会福祉協議会「社会福祉協議会とは」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<https://www.shakyo.or.jp/recruit/about/index.html>
- ・地域情報医療システム 日本医師会「京都府笠置町」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<https://jmap.jp/cities/detail/city/26364>
- ・BABA lab「BABA lab シニアのホンネを『仕組み』にかえる」（最終閲覧日：2021 年 10 月 30 日）<https://www.baba-lab.net/>

パン屋×子ども食堂＝SDGs

松石ゼミ B グループ

○大芝 颯太 (Oshiba Sota)・牛尾 菜莉 (Ushio Sairi)

近藤 春佳 (Kondo Haruka)・庄田 倖太 (Shoda Kota)

(京都橘大学現代ビジネス学部経営学科)

キーワード：食品ロス、子ども食堂、パン

1. はじめに

現在、日本は食品ロスという大きな問題を抱えている。農林水産省は年間 2531 万トンの食品が廃棄されていると公表している。そのうち、本来は食べられるにもかかわらず、捨てられている食品は年間 600 万トンもあるとされている。これは、単純計算で国民一人当たり毎日お茶碗一杯分を廃棄しているということになる。

食品ロスは生産・製造現場から飲食産業、そして家庭まで多様な場で発生しているが、本研究では、パンに焦点を当てることにする。京都府はパンの消費量が全国で上位に入る一方、廃棄する量も多いことが問題視されている。

そこで、パン屋の廃棄分による食品ロスを減らすために、どのような対策を講じる必要があるのか、また別の用途で再利用することはできるのかについて施策を考えそれを提言したい。

2. パン屋での廃棄の現状

パン屋が直面している問題として上述した通り廃棄されるパンが多いことが挙げられる。「rebake」が独自に行った調査によると、一日に廃棄されるパンはおおよそ全体の 5～10%とされている。10 個作ったパンのうち、1 つは廃棄されているのだ。これらのパン屋の食品ロスの原因は主に 2 つある。

1 つ目は、天候に左右されるという点である。厳しい暑さの日や雨の日、雪の日などはお店に足を運ぶ人が減ることによって、売上が落ちる。

2 つ目は、規模の大きいお店の場合、陳列棚に空きを見せないパン屋の方針があるからである。そのためパンを過剰に作らざるを得ず、廃棄ロスが生まれる。

これらが原因で廃棄されるパンは、その物自体に不備はなく、日持ちのするものもあれば、冷凍保存可能なものも多い。廃棄するのではなく再利用できる用途を与えることで、合理的に食品ロスを減らすことができるのではないかな。

3. 子ども食堂の状況

日本では 2015 年時点で子供の 7 人に 1 人が貧困状態に陥っているといわれている。そうした社会状況を反映して、子どもに無償または安価で食事を提供する、子ども食堂と呼ばれる NPO による施設が近年増加してきた。下の図 1 の通り、2016 年時点では 319 箇所だったが、2020 年には約 15 倍の 4960 箇所になっており、増加傾向が顕著に表れている。

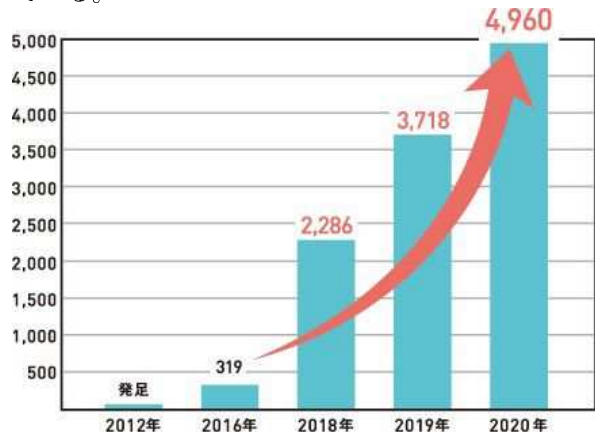


図 1 子ども食堂全国箇所調査

出典：NPO 法人全国子ども食堂支援センターむすびえ (2020 年)

子ども食堂の献立は、栄養士が携わって考案しているところもあり、レパートリーは拡大傾向にはある。しかし、パンを主体とした献立は少ない。先に述べた原因で売れ残ったパンをここに結び付けて提供することができれば、食品ロスを低減する一助になるとともに、食堂運営 NPO の食材コストを下げることもできるし、子どもたちが喜ぶ料理のレパートリーを増やすことができる。

4. 政策提言

私たちの提言は、京都市内のパン屋各店舗で売れ残ったパンの情報を一つのサイトに集約し、そこに子ども食堂運営 NPO がアクセスして、適宜そのパンを無償で提供してもらえらる仕組みを構築するというものである。

まずこの情報提供のための WEB サイトを用意する。パン屋には、当日残ったパンの種類や量、消費期限などの情報をこのサイト上に入力してもらい、それは即表示に反映される。品は必要に応じ各店舗で保存（冷凍も）してもらう。

一方、子ども食堂 NPO はそのサイトにアクセスし情報を見て、各自その時欲しいものがある店舗に連絡し受け取りに行く。

この WEB サイトの設置には、専用サーバーを置

けば月額 5000 円以上の費用がかかるが、無料ホームページやブログ設置サービスを利用すればコストはかからないし、役所や NPO の既存システムを利用することも想定可能である。実際の情報入力・提供画面の作成には京都橘大学情報工学科の力も借りることができる。いずれにしても、大きなコストをかけずに実践できることは、このサービスの本質にも合っていると考えられる。

なお、賞味期限切れ廃棄予定の商品を有効利用しようというコンセプトでは、「TABETE」という類似したサービス(アプリ)がすでに存在している。こちらは廃棄予定の商品を安価で販売・購入することを目的としており、ここで提案する子ども食堂向けの無償というコンセプトとは趣旨・目的が異なるものである。また、私たちの提案では特に専用アプリ等の開発も必要としない。

私たちの提案するこのサービスの実施に当たっては、まず当面京都橘大学の位置する山科区から運営を始めていくことを想定している。山科区には現在、パン屋が約 20 店舗、子ども食堂が 6 軒存在している。これらに直接参加を呼びかけることで開始する。店舗や NPO への参加の働きかけは、ぜひ区役所担当部署からも進めて欲しいと期待している。仕組みができて上手く回転するようになれば、京都市内をはじめ他地域への応用も可能になるだろう。

5. おわりに

食品ロス問題は、SDGs の 12「つくる責任つかう責任」の目標に該当している。ただ、本提案はそれだけでなく、それを子ども食堂と結びつけることで 2「飢餓をゼロに」、3「すべての人に健康と福祉を」などにも対応しているし、地域内でのパン屋と子ども食堂の連携という点では 11「住み続けられるまちづくり」にも展開する要素を持っている。

この提言は、食品ロスと子どもの貧困、2つの社会課題への取り組みとして、比較的小さく身近なところから始められるという点が特徴だと考えている。

こうしてパンを食べた子供たちが、将来そのパン屋の客層となり、ファンとなってくれることを期待する。

参考文献

農林水産省

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_los/s/161227_4.html

(参照 2021 年 10 月 29 日)

rebake

<https://rebake.me/blogs/news/9>

(参照 2021 年 10 月 29 日)

gooddo 株式会社

https://gooddo.jp/magazine/poverty/children_proverty/children_cafeteria/78/

(参照 2021 年 10 月 29 日)

goodddok 株式会社

https://gooddo.jp/magazine/poverty/children_proverty/children_cafeteria/2225/

(参照 2021 年 10 月 29 日)

京都市ユースサービス協会

<http://ys-kyoto.org/yamashina/yamakodo/>

(参照 2021 年 10 月 29 日)

NPO 法人全国子ども食堂支援センターむすびえ

https://musubie.org/monthlygift/a/?utm_source=yahoo&utm_medium=cpc&utm_campaign=basic&yclid=YSS.1001202901.EA1aIQobChMIkozWhafv8wIVUQVgCh0D7QvjEAAAYASAAEgKBgvD_BwE

(参照 2021 年 10 月 29 日)

タイムバンキング「おかげさまクレジット」導入案

- 京都市における新しいボランティアのかたち -

同志社大学政策学部風間ゼミナール タイムバンキング班

○山口 躍高 (Yakutaka Yamaguchi)・長谷部 結衣 (Yui Hasebe)・湊 理沙 (Lisa Minato)・熊田 有紗 (Arisa Kumata)・藤田 基希 (Motoki Fujita)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：タイムバンキング、地域のつながり、ボランティア

1. 問題意識

2017年に京都市民4000人を対象に京都市が実施した「市政総合アンケート」では、「地域の住民同士のつながりは強くない」と答えた人が54.1%と半数を超えており、地域のつながりの希薄化がうかがえる。地域のつながりに関して株式会社日本総合研究所は、市民活動が活性化すれば、地域貢献への意識向上、人口流出の縮小といった地域のつながりの形成が促されるとしている。すなわち地域課題の解決には、住民の主体的な参加を前提とした地域のつながりが不可欠である。これまでの住民参加は、公共心をもった無報酬のボランティアに頼ってきた。しかし、2019年に実施された同アンケートの調査によると、2019年度のボランティア参加率はわずか21.8%にとどまっている。無私の住民の出現を待っていても、地域の課題を解決することはできない。従って、互酬的な性格をもち、市民を惹きつける新しいボランティアのかたちが求められている。

2. 現状分析

互酬性に基づくボランティアを促す政策の一つに地域通貨が挙げられる。地域通貨は、地域に貢献する活動に応じて報酬を通貨の形で得る仕組みである。この政策では通貨の価値をインセンティブにし、地域に貢献する活動を引き出すことで、互酬性を生み出してきた。

しかし、地域通貨の仕組みには以下の3つの課題がある。第1に、活動内容に制限がある点である。通貨の付与者が対象となる活動内容を逐次提示しなければならず、幅広いニーズに対応することができない。第2に、通貨の発行量を常に管理しなければならない点である。通貨という性格上、インフレ・デフレの管理が不可欠となり、専門的な知識が必要になる。第3に、市場と競合する点である。地域通貨は、ある地域で現金の代わりに使用される。地域通貨をボランティアの報酬としても、賃金労働と同じである。

そこで、私たちは、「タイムバンキング」という制度に着目した。これは内容に関わらず、自分が提供した労働時間がクレジットに還元される制度である。

海外でも、様々な形でタイムバンキングの仕組みが運営されている事例がある。たとえば、イギリスのウェールズ地方ブリッジンドブラインガルでは、炭鉱の閉山を契機とした失業者の増加による治安の悪化・コミュニティの崩壊・人口流出といった地域の課題に直面していた。これらの問題を解決することを目的として、2004年に、タイムバンキング制度が採用された。ここではごみ拾いやクラブの運営などの活動を1時間当たり1タイムクレジットとして、活動時間分のタイムクレジットを付与し、獲得したクレジットをカフェでの利用やイベント参加に使用できる。この制度が導入された結果、住民同士の交流が深まり地域が活性化し、先述した社会問題の改善に寄与したと言われている。

日本でも、いくつかの地域でタイムバンキング制度が活用されている、私たちは大阪府中央区で、タイムバンキング制度を運営している、特定非営利活動法人ボランティア労力ネットワークの理事である森脇宜子氏と前理事の竹中清子氏にヒアリング調査を行った。ここでは1時間を1クレジットとし、獲得したクレジットは子育て支援や障子張りなど様々なサービスに使用できる。森脇氏らは、この活動を通し時間に余裕がある人となない人が補い合い助け合うことで、人と人とのつながりが築かれると語っていた。

以上のように、タイムバンキングは地域通貨における3つの限界を克服している。タイムバンキングは活動内容に制限がなく、通貨を発行しない。加えて、これは市場と競合しない。広井(2017)は福祉を公共私に三形態に分類し、市場は交換の性格を持つ「私」的原理とする。これに対し、互酬性の性格を持つ福祉は「公」的原理と分類している。タイムバンキングは互酬性に基づく「公」的原理といえるため、私的原理の市場とは競合しない。

しかし上記の先行事例においては、サービスを受ける必要のない世代には、クレジットを得る動機付けがない上に、サービスを積極的に提供できない世代はクレジットを得る手立てがないという課題がある。そこで本稿では、タイムバンキングを基盤としつつ、長期積立を促す「おかげさまク

レジット」提案する。

3. 政策提言

「おかげさまクレジット」は、マルセス・モースの『贈与論』から着想を得たものである。モースが贈与体系の必要条件とした「与える義務」「受け取る義務」「お返しする義務」に即して、タイムバンキングの仕組みを構築する（モース 2014）。

3-1. 制度の概要

おかげさまクレジットは、京都市内で導入する。ある人がボランティアで他人のために1時間の時間を提供した場合、6クレジットを獲得する。そのうち1クレジットは貯蓄に回すことで、長期積立型の利用を促し、短期交換型との両立を図る。積み立ては65歳未満を対象とする。

時間の交換は、個人と個人、個人と行政の間で行われる。個人間の具体的な活動内容は、病院への送迎や庭の手入れ、産後の家事の手伝い、家事支援などが想定される。対して個人と行政間では、地域イベント開催の手助けや公共施設の掃除などである。クレジットは、アプリによって管理される。活動を通して獲得したクレジットは、個人や京都市に贈与及び寄付することができる。おかげさまクレジットは、京都市の総合政策室が担当し、アプリの開発を行うための体制を作る。

3-2. おかげさまクレジット利用の流れ

- (1) 利用希望者にアプリをインストールしてもらう。
- (2) 利用者に向けて、アプリ内でのチュートリアル及びルールブックを配布し、制度の仕組みに対する理解を促す。
- (3) 利用者が貢献できる分野、利用したい分野、参加したいイベント等、所定の様式に記入を求める。
- (4) 登録が完了したら、1クレジットを付与し、利用者は本制度の利用を開始する

3-3. アプリの機能

アプリの主な機能はクレジットの管理・マッチング・市内マップの表示である。マッチングの際、提供者と利用者は共に相手の性別や年齢層を選択することができる。活動後、利用者が評価（良い・普通・悪い）をすることで、全体の活動水準は一定に保たれる。市内マップは、利用者のスキル・ニーズをマップ上に表示し、需要と供給を可視化することができる。

3-4. おかげさまクレジットのメリット

おかげさまクレジットのメリットは、以下の4点である。第1に、システム利用者同士が顔の見える形でサポートし合うことで、市民間のつながりを強めることに貢献する。第2に、提供する活動内容が限定されないため、幅広いニーズに対応でき、様々な地域生活問題の解決に役立つ。第3

に、長期積立により、自分の行ったボランティアの蓄積を確認することができ、その分だけサービスを余計に受けることができる。第4に、行政が運営することで、信用が確保され、イニシャルコストを税金で賄うことができる。

4. 展望

「おかげさまクレジット」は、奉仕精神のみに依存しない、新しいボランティアの形を提案するものである。水野・加藤(2008)によると互酬性に基づく奉仕の経験の繰り返しが公共心を育んでいくとしている。この意識変化とおかげさまクレジットの仕組みによって、ボランティア活動が持続可能なものになる。加えて地域住民の交流を促し、顔の見える関係を形成することで、地域福祉を推進する基盤となる。

また、本システムの導入により、市内の各地域コミュニティにおけるつながりの強さを可視化することができ、まちづくりにとって重要である地域のつながりの変化をモニターすることができる。

5. 参考文献

- (1) 大澤佳加 (2021)『イラストで学べる地域通貨のきほん』白夜書房。
 - (2) サンデル、マイケル (2014)『それをお金で買いますか』鬼澤忍訳、早川書房。
 - (3) 広井良典編 (2017)『福祉の哲学とは何か: ポスト成長時代の幸福・価値・社会構想』pp. 30-33、ミネルヴァ書房。
 - (4) モース、マルセス (2014)『贈与論 他二篇』森山工訳、岩波書店。
 - (5) 京都市 (2017)「市政総合アンケート調査結果『地域における生活活動や支え合い活動に関する意識調査について』」
<<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000243716.html>>。
 - (6) 京都市 (2019)「市政総合アンケート調査結果『市民参加（市政、まちづくり活動への参加）について』」
<<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000264600.html>>。
 - (7) 水野邦夫・加藤登志郎 (2008)「ボランティア活動への参加は個人の心理的成長に寄与するか?」
<https://seisen-u.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=989&item_no=1&page_id=55&block_id=104>。
 - (8) 株式会社日本総合研究所 (2005)「市民活動が地域にもたらす効果に関する調査報告書」
<[4D6963726F736F667420576F7264202D20483136944E937892B28DB895F18D908F915F835A83628367816A2E646F63](https://www.npo-homepage.go.jp)>
<[npo-homepage.go.jp](https://www.npo-homepage.go.jp)>。
 - (9) GOV. UK 「Creation Development Trust is the first Big Society Award winner in Wales」
<<https://www.gov.uk/government/news/creation-development-trust-is-the-first-big-society-award-winner-in-wales>>。
- 最終アクセス日：全て 2021/10/30

旧市街地エリア再創造に向けた 古民家シェアリングモデルの創出

- 交流の場としての可能性 -

地域経営学部 谷口ゼミ リノベーションチーム

○山崎愛悟 (Masato Yamazaki) ・三浦純子 (Junko Miura) ・

木村明日香 (Asuka Kimura) ・三宅泰輔 (Taisuke Miyake)

(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科)

キーワード：古民家活用、エリアマネジメント、交流

1. はじめに

近年、コミュニティを取り巻く環境は大きく変化し、特に少子高齢化・人口減少は、地域社会に大きな変化を生み出している。公益財団法人日本都市センター(2020)によると、「社会情勢の変化や個人の価値観の多様化により、地域活動への無関心、若者の地域離れ等が課題となっている。特に世代間での地縁型コミュニティに対する意識や価値観の乖離が生じている」としている。

本研究対象地域である福知山駅から北側エリアは、駅南の開発が進んだこともあり、シャッター商店街となり、街としての賑わいに欠ける。地域コミュニティの衰退も懸念され、地域コミュニティが希薄化することは、治安、防災、防犯などの面に悪影響を与えかねない。若者の地域離れを抑制し、誰もが住み良い社会を作り上げるために多世代のつながりを深めることは重要である。

加えて、総務省統計局(2019)によると、全国の空き家数は約 849 万戸、全住宅に占める空き家の割合は 13.6%となり、過去最高記録となった。「空き家については増加の一途を辿っており、防災、衛生、景観等の面で影響を及ぼす社会問題が発生している。空き家の有効的な利用のための対応が各地において必要とされている(引用:総務省統計局)」としている。

我々は「地域コミュニティの希薄化」「空き家の増加」この二つに問題意識を抱いている。

2. 研究目的

本研究では、福知山旧市街地エリアにおける古民家「さつき荘」を多様な用途でシェアすることで、地域コミュニティの活性化及び空き家・古民家活用モデルの創出を目指す。また、周辺エリアを一つの街「サツキシティ」とし、「さつき荘」を観光や地域の交流活動の拠点とすることで、新たな賑わいを生み出すことを目標としている。さらに、古民家活用空き家活用の一事例として他地

域に発信し、全国的な空き家の減少、地域コミュニティの再生を促したい。現段階では二つの実践調査を行い、それぞれ「交流の場」「コワーキングの場」としての可能性を探った。

3. 実践調査

3.1 「地域交流」に関わる実践調査

1) 調査目的及び調査方法

第一に、「さつき荘」が地域コミュニティの場として成り立つかどうか疑問を抱いた。そのため、本調査では、地域交流の場としての可能性を探ることを目的とし、「BBQ」という手段を用いた実践調査を行った。実施場所は「さつき荘：庭」、調査対象は地域の方々、大学生とし、グループに分かれて BBQ+自由交流を実施した。実施後、参加者アンケートを取った。(図 1)



図 1. BBQ+自由交流

2) 調査結果

アンケート調査によると、「過ごしやすいスペースで地域の人と交流することができた」「屋外で開放的な点やお洒落な雰囲気、BBQ 等、非

日常的な空間であるため、普段のゼミ活動とは違い、気楽に何でも話せる環境が良かった」などが挙げられた。また、地域交流の場としての可能性を問い、参加者全員が「可能性はある」と回答した。改善すべき部分としては、BBQ のプログラムに関することが挙げられた。

3.2 「コワーキング」に関わる実践調査

1) 調査目的及び調査方法

地域交流調査に加えて、本調査では、コワーキングの場としての可能性を図ることを目的としている。「さつき荘1階：新町リビング」「さつき荘：庭」を利用し、飲み物やお菓子を食べながら、近いテーマで活動する上級生と下級生によるアイスブレイクを含めた意見交換会を実施した。議題は「ゼミ活動の進め方」「将来のことについて」である。実施後、「コワーキングとしての可能性」をテーマにフィードバックの時間を設け、さらに参加者アンケートを取った。(図2)



図2.「さつき荘：屋内」意見交流会

2) 調査結果

フィードバックタイムとアンケート調査によると、「開放感があり、リラックスしながら気楽に話すことができた」「外では沈黙がかき消されやすい」等が挙げられた。また、「異なるテーマでも話してみたい」「他のゼミメンバーとも交流してみたい」という意見も出た。加えて、コワーキングの場としての可能性を問い、参加者全員が「可能性はある」と回答し、活動に対しては多くの満足感を得た。

4. 考察

古民家活用の一環として、それぞれ「交流の場」「コワーキングの場」としての可能性を探るための実験を行ってきた。二つの調査結果から、ミーティングスペース及びワーキングスペースとして

の可能性を見出すことができたと言える。

まず、「さつき荘：屋内」において、さつき荘1階は和室である。椅子を使わずに会議を行うことにより、会議室の堅苦しい雰囲気とは違い、リラックスして話しやすい雰囲気づくりに繋がった。

次に「さつき荘：庭」においては、非日常的な空間づくりを行うことができ、商店街で再生されているBGMや街のざわめきが聞こえてくる。そのため沈黙が苦にならず、話しやすい雰囲気づくりに繋がった。一方、物理的空間に加えて、提供するプログラムの重要性にも気づくことができた。

本実践調査で、「本音を引き出しやすい環境」が、さつき荘の強みであることが明らかとなった。さつき荘は商店街の中に存在し、大学生が場作りを行っている。「商店街×古民家×大学生」と関係要素の特性を活かした取り組みを行うことにより、さつき荘周辺エリアだからこそ生み出せる界限づくりを行うことができる。さつき荘でのシェアハウス、ワーキングスペース、コミュニティスペースが実現すれば、観光客、学生、地域住民が集う場所となり得る。3つの属性の人々が集うことにより、今まで福知山には存在していなかった交流が生まれ、福知山の新しいコミュニティを生み出すことができるのではないだろうか。

5. おわりに

二つの実践調査による旧市街地エリアの地域住民や同じ地域課題に取り組む後輩との関係構築を通し、課題解決のアイデア及び新たな課題に気づくことができた。

本実践調査では、比較的身近な人を対象とした活動であったが、今後は「誰でも入りやすい」

「関わりやすい」をコンセプトとし、多様性に富んだ活動の場を提供したい。そのため、「さつき荘」をゲストハウスとして活用し、観光や地域の交流活動の拠点になり得るか、可能性を探ってきたい。また、「さつき荘」を拠点とすることによる周辺エリアでのイベントへの参画、企画やまちの資源となる店舗や施設の復活を目指している。

参考文献

- (1) 公共財団法人日本都市センター：コミュニティの現状と「地域社会を運営するための人材」の確保・育成のあり方、(2020).
- (2) 総務省統計局：平成30年住宅・土地統計調査、<https://www.stat.go.jp/data/jyutaku/2018/tokubetsu.html>、(2019).

子どものための「サードプレイス」の創出

- JOCA 大阪の事例研究と政策提言 -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ G.G. さとうグループ

○佐藤 匠 (Sato Takumi) ・伊藤 麻里 (Ito Mari) ・岡田 紗帆 (Okada Saho) ・

木下 奈南 (Kinoshita Nanami) ・高橋 麻衣 (Takahashi Mai) ・

谷口 かりん (Taniguchi Karin) ・中野 葵 (Nakano Aoi) ・菱田 唯翔 (Hishida Yuito)

(龍谷大学経済学部国際経済学科)

キーワード：子どもの居場所、サードプレイス、JOCA 大阪

1. はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、昨年来週、外出自粛や学校の休校措置が取られた。外出自粛により、人との交流は極めて少なくなり、精神的な不安や孤独を抱えている人々が増加した。さらに、子どもたちの教育・遊び・スポーツなどの機会の減少、不登校児童の増加、家庭内での子どもの虐待が深刻な社会問題となっている。

2. 現状分析

2020 年 4 月に第 1 回目の緊急事態宣言が発令された際、多くの地方自治体では、公園やスポーツ施設を閉鎖した。例えば、名古屋市では、市内の複合型遊具の使用が禁止され、ブランコやシーソーなどの遊具に「立ち入り禁止」と書かれたテープが巻かれ封鎖された。その後、現在に至るまで、全国各地で子どもが存分に学んだり、遊んだり、他者と交流したりする機会は制限されている。

子どもや保護者が抱えるメンタル面での問題に関して、国立成育医療研究センターが 2020 年 11 月から 12 月にかけて、小学 1 年生から高校 3 年生までの子ども 371 人と 0 歳から高校 3 年生の保護者 3,152 人を対象に行ったアンケートでは、約 40%の子どもたちが誰かと話したりすることでストレスを減らすことができていると答え、放課後の遊びが制限されるや友達の作り方がわからないといった意見があった。保護者への質問では 29%に中等度以上のうつ症状があることがわかり、感情的に怒鳴ったことがあるかという質問には 64%があると答えた（国立成育医療研究センタ

ー(2021)）。虐待の増加に関しても同様に、家庭内のストレスの高まりや外出しにくい状況で逃げ場がなくなったことで親から子供への暴力が増えている一方で、感染が怖いという理由から児童相談所の訪問調査が受け入れてもらえず、事態の改善には至っていない。2021 年 8 月には、大阪府摂津市で親の虐待によって、3 歳児の命が失われる悲惨な事件も起きた。

3. 研究目的

こうした状況の中、我々は、コロナ禍における子どもの抱える教育機会とメンタル面での問題の解消策として、「サードプレイス」に着目した。サードプレイスとは、アメリカ合衆国のレイ・オールデンバーグにより提唱された自宅や学校、職場とも隔離された自分らしい時間を過ごすことができる第三の居場所である（オールデンバーグ(2013)）。我々は、コロナ禍において、サードプレイスが子どもに成長に与える効果を検証した上で、新たなモデルを提示し、政策提言を行う。

4. 研究手法

まず、2021 年 6-7 月に大学生を中心とした若者を対象として、「コロナ禍における幸福度・孤独・ストレス」に関するネット・アンケート調査を実施し、86 名から回答を得た。続いて、子どものためのサードプレイスの事例研究として、大阪府摂津市を拠点とし、地域の子どもたちに居場所を提供する活動を行う公益社団法人青年海外協力協会（JOCA）大阪を取り上げ、2021 年 7 月にオ

ンラインでの聞き取り調査、そして 10 月に現地フィールド調査を行った。

5. 研究結果

まず、アンケート調査からは、コロナ前比較して、若者の幸福度が統計的に有意に減少している一方、孤独感やストレスを感じる学生が増加していることが分かった。そして、84%の若者が「コロナによる孤独感を軽減するため、自分にとってサードプレイスは必要」と回答した。

続いて、事例研究より、JOCA 大阪では地域の小学生から高齢者まで多世代の近隣住民が宿題、ゲーム、将棋、談笑などをして思い思いの時間を過ごしており、JOCA 大阪が「誰 1 人孤立しない」をコンセプトとして、居心地が良く、何かの挑戦のきっかけとなる空間を提供していた(図 1 参照)。

実際に訪れた人は優しく迎え入れ、そこでは孤独という言葉のを忘れさせてくれる場所であった。2021 年 10 月に JOCA 大阪は「子ども第三の居場所事業」を開始し、大学生のボランティアが小学生に宿題を教えたり、一緒に遊んだりしており、地域の子どもにとって心身ともに落ち着くことができる場サードプレイス」として機能していた。



図 1：JOCA 大阪での子どもたちの活動の様子

6. 政策提言

第1に、大学キャンパスの空き教室や中庭などを有効活用して、JOCA 大阪のように安心して子どもを見守ることのできる空間を提供することを提言する。コロナ禍を機に大学ではオンライン授業の導入が進み、龍谷大学でも現在多くの教室が空き教室として使われない状態となっている。未だ外出や外遊びで不便を強いられる子どもたち、

また、不登校や引きこもりで悩んでいる子どもたちが、自宅・学校以外の第3の場所として集うことができる機会を提供する。現在、大学では温度計・消毒液・CO2センサーの設置、ソーシャルディスタンスの確保など、コロナ感染予防対策が十分に施されており、子どもも保護者にとって安全な場所が提供できると考える。地域の子どもを対象とすることで、大学生は空き時間に、子どもたちは放課後に気軽に立ち寄れ、お互いの時間を効率よく使うことが可能となる。

第2に、大学での子どものサードプレイスでは、コロナ禍における子どもの様々な不安を取り除き安心して過ごせるサービスを提供する。親に心配をかけたくないという理由から誰にも相談できずに一人で抱え込んでしまう子どもは少なく、親以外での相談できる大人と接する機会が重要である。さらに、そこでは大学生のボランティアが小学生に勉強を教え、SDGs などが学べるゲームや遊びをし、悩み相談や雑談ができるようにする。また、定期的にアンケートを行い、利用者の声を聞いてより良いものに改善していく。

7. おわりに

コロナ禍の外出制限や休校措置は日本全国の子どもたちに心身ともに負担を与えた。JOCA 大阪のように、地域の子どもにサードプレイスを提供する活動を行うことで、彼らが安心した環境や居場所を手に入れることができる。また、虐待などの重大な問題へと発展する前に防ぐことができると考える。

参考文献・資料

- (1) オールデンバーグ『サードプレイス：コミュニティの核になるとびきり居心地よい場所』みすず書房(2013)
- (2) JOCA 大阪 <https://www.facebook.com/jocaosaka/>
- (3) 「公園も我慢、親子困った 密集防止へ駐車場閉鎖 遊具使用制限広がる」毎日新聞、大阪朝刊 2020/4/30
- (4) 国立成育医療研究センター「コロナ×こどもアンケート 第 4 回調査 報告書」(2021)

https://www.ncchd.go.jp/center/activity/covid19_kodomo/report/finreport_04.html

口頭発表

【分科会 8】

学生と行政・地域をつなぐ

ー京都ファンネットワークの構築ー

京都産業大学 鈴木ゼミ 京都ファンネットワークチーム

○大塚 小春 (Otsuka Koharu)・大城 秀静 (Oshiro Shusei)・渡辺 加奈 (Watanabe Kana)・高垣 優輝 (Takagaki Masaki)・入川 幹久 (Irikawa Mikihisa)・近藤 悠太 (Kondo Yuta)・馬崎 俊一 (Masaki Syunichi)・松崎 智也 (Matsuzaki Tomoya)・中川 涼 (Nakagawa Ryo)
(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)
キーワード：学生、地域活性化、つながり

1. 研究背景

京都市には34校の大学があり、市の人口に占める学生の割合は日本で1位と、10人に1人が大学生である。しかし、就職を機に京都市を離れ、他府県に住むケースが多いのが課題となっている。そこで京都の魅力を知った多くの学生が卒業後も定住し、若者の力で京都を活性化させることが求められている。この現状を踏まえ、学生が京都の魅力を知り、体験できれば、離れるケースが減少すると考える。

2. 研究テーマ（事業目的）

本研究テーマは「学生に京都府が行う事業への参画を促すとともに、京都ファンとして継続的に地域を支える仕組み」を学生の視点から考えることである。学生の視点は行政や社会人の考え方とは異なり、当事者の視点から斬新なアイデアを考えることができる。

現在、府内には約16万人の学生がいる。しかし、学生と行政の連携ができていないため学生の街という強みを活かせていない。そのため、行政と学生を直接つなぐ「京都ファンネットワーク」の仕組みが必要と考えた。

事業目的はネットワークを使い、就職活動前の学生を中心に府の事業への参加を誘導し、学生に京都ならではの活躍の場を提供することで成長を促す。また、学生が事業に参加することで、交流人口が増加し、地域活性化へと繋がる。さらに京都府の事業を知り、学生と京都府の連携が拡大・強化される。

本稿では、学生と京都府が協働で仕組み作りに取り組んだ検討内容を述べていく。

3. 検討内容

7月29日に第一回目の提案を京都府職員に行った。提案内容は、「京都ファンネットワーク」を作るための独自アプリを作成し、京都府の事業に参加する学生を招致する。事業内容は検索機能で学生が参加したい活動を見つけやすくし、活動に伴う事前準備や口コミなどもアプリに導入する。

また、アプリの宣伝については、学生宣伝、ホームページ、SNS、小冊子等を提案した。この4つはアプリに学生をつなげるための道具である。この提案への京都府職員からの課題は、下表(表1)の通りであった

表1 京都府からの課題と新たな検討内容

課題	新たな検討内容
・アプリやホームページは多額の運営費用が掛かる ・11月までにアプリを完成、効果検証できるのか	・トライアルまでの時間が短く、納得のいくアプリを作るのは難しいのでLINEの機能を活用
・学生はどのような情報があればアプリをダウンロードするか	・事業内容(費用、場所、日程)、就活に役立つ情報、どういう人が何人参加しているかが分かる
・学生宣伝で他大学を巻き込むにはどうすればいいか	・各大学の新入生全員受講型講座と新入生サポートを通して紹介してもらう

新たな検討を行う中で、LINEのグループ機能を活用することとした。理由は以下の3点である。

- ・既存のシステムはコストを削減できる。
- ・LINEグループは気軽に参加ができる。
- ・公式LINEと同様に定期的に事業の情報を発信できる

さらにLINEグループの有効性を判断するために、大学生を対象にアンケートを行った。(9/13～9/18、回答数107人)

結果から、まちづくりに興味のある学生は62.6%、まちづくりのコミュニティがあれば参加したいが58.9%と半数以上の学生がまちづくりに関心があると分かった。(図1・2)

「まちづくりのコミュニティにどのようなメリットがあれば参加しますか」の質問に対して、交

友関係が広がる (77.6%)・クーポンなどの特典 (47.7%)、「どの媒体を活用または参加したいですか」の質問に対しては、LINE グループ (57.9%)・web サイト (40.2%)・アプリ (29.9%) の順であった。(図 3・4)

この結果からも、アプリではなく LINE のグループ機能が有効であることが確認できた。

4. まちづくりに興味はありますか？
107 件の回答

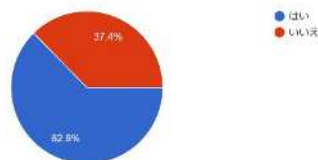


図 1 アンケート結果

5. まちづくりのコミュニティがあれば参加したいですか？
107 件の回答

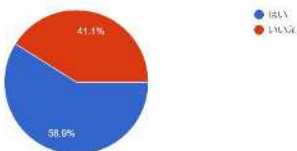


図 2 アンケート結果

6. まちづくりのコミュニティにどのようなメリット..用または参加したいと思いますか？(複数回答可)
107 件の回答

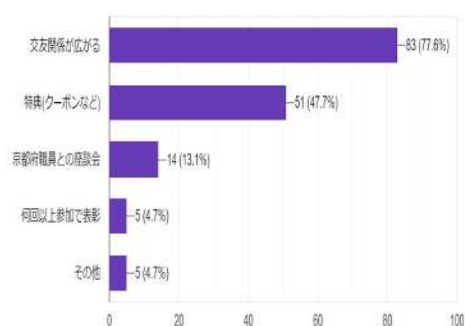


図 3 アンケート結果

8. どの媒体を活用または参加したいですか？(複数回答可)
107 件の回答

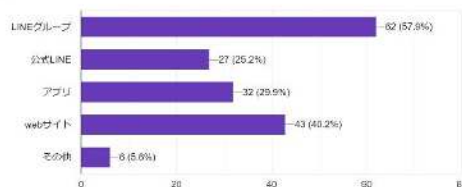


図 4 アンケート結果

以上の検討内容を軸に、9月29日の第二回目の会議では、次の3つ提案を行った。

- ・LINE グループを活用し、将来的にアプリへと移行
- ・Instagram、Twitter による事業紹介、京都産業大学広報部を活用した宣伝

- ・学生が授業で宣伝を行う。地域づくり系の教員ネットワークを活用する仕組み

提案に対して、京都府職員から好意的な感想を頂き、私達の案をもとに、京都府職員が改良を加え、新たな案となった。

新たな案は、京都府公式 LINE の制作と Teams を活用したグルーピングの構築である。その理由として、LINE グループは個人情報の流出の危険があるため、行政は使用できない。そこで LINE 公式アカウントをつくり、事業ごとのグループは Teams を活用し、連絡事項の伝達やミーティングを行う。この仕組みは本年 12 月に試行されることになっている。

4. まとめ

「京都ファンネットワーク」を作るため、学生ならではの視点で検討を行ってきた。アプリの作成から LINE の活用、さらに宣伝方法などの検討内容についてまとめる。

1) アプリ

行政の認可を受けて短期間でアプリを作成することは難しい。学生が興味を持つ内容であること。また、費用がかかる。アプリを活用には、学生へ事業を紹介する必要がある。

2) 宣伝

口コミでの宣伝が効果的だと考えた。しかし、他学部や他大学を巻き込むことが難しいため、新たな仕組みが必要である。

3) LINE

学生の個人情報保護という行政側の目線で考えておらず、LINE 公式アカウントの利用となった。

事業に参加した学生によって作られた「京都ファンネットワーク」を通じて地域の魅力の発信・拡散することで、定住や関係人口の新たな獲得が期待出来る。今後、実際に活動を行い、事業の効果を検証していく必要がある。

また、新型コロナウイルスの影響で学生同士の交流が減少し、人間関係の希薄さに戸惑う学生も多い。そういった悩みを持つ学生同士、学生と行政とを「つなげる」効果もあると考えられる。

地域住民を巻き込んだ関係人口の創出

- 与謝野町から学ぶホップ・ステップ・ジャンプの地域づくり -

福知山公立大学杉岡ゼミ

○田中結麻 (TANAKA YUMA)・岩野峻土 (IWANO TAKETO)・上田有希乃 (UEDA YUKINO)・
深川春輝 (HUKAGAWA HARUKI)・本田湧大 (HONNDA YUUDAI)
・三宅祐花 (MIYAKE YUUKA)・山中天太 (YAMANAKA TENNTA)
(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)
キーワード：関係人口、地域資源、地域産業振興

1. はじめに

地方から都市圏への人口移動が止まらない中、人口流出にあえぐ地域はただ呆然と立ち尽くしているだけではない。本研究では、まちを活性化させる一つの方法として、地域住民を巻き込んだ関係人口を増やすことに注目する。

総務省によれば、関係人口とは「移住した「定住人口」でもなく、観光にきた「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々」であり、一言で言えば「よそ者」である。

一方、関係人口を増やすためには、地域外の住民だけでなく、地域住民のまちへの愛着度を向上させることも重要である。というのも地域住民にまちを好きになってもらい、まちのイベントや催しに参加しながら、住民同士の交流や信頼感を強め、強い絆を作ることによって、地域全体の魅力が上がるからである。言うまでもなく、地域住民の暮らしの満足度や魅力なくして、よそ者の満足度や魅力なしである。

そこで本稿では、地域住民を巻き込んだ関係人口の創出にチャレンジする与謝野町の取組みに注目し、その現状分析、先行事例を踏まえ、政策提言を試みる。

2. 現状分析

与謝野町は京都府北部に位置し、人口約2万人が暮らす自然豊かな町である。町は、2015年よりホップ栽培を始め、全国のクラフトブルワリー（ビール工場）へ販売できる産地としての取り組みを始めた。そして、わずか5年で、マイクロブルワリーにホップを提供する全国でも3本の指に入る生産地となった。具体的には現在、生産現場では生産者は7人、15か所1.48ヘクタールで栽培を行うに至っている。ただし、生産は2015年春から行われているが、クラフトビールの醸造所は町内に備わっておらず町外に外注している。令和3年度から農林水産省より支援を受けており、予算規模は970万円である。そして、関係人口創出の観点から YOSANO・ホップレンジャー

ー(以下、ホップレンジャー)というファンづくりに努めている。ホップレンジャーとは、年間を通じ与謝野ホップの栽培に関わるサポーターの総称で、一緒にホップの苗つけから収穫、そしてクラフトビール生産に及ぶすべての工程のサポートをして頂く人たちのことである。住所・年齢・性別は一切問わず年中申し込みを受け付けている。ホップ生産は住民である農家が担い、よそ者のホップレンジャーはそれを手伝い観光するという仕掛けであり、ホップやクラフトビール文化に触れ、ホップ栽培の知見を得るという、まさに体験を通じた関係人口の創出と言えよう。

3. 課題

それでは、現在の課題はどこにあるのであろうか。2021年10月25日に実施した与謝野初のホップビールを販売した株式会社ローカルフラッグ代表の濱田祐太氏へのヒアリング及び同年10月26日に実施した与謝野町役場農林課へのヒアリングによれば、その課題は大きく三つある。

一つは地元町民のホップについての認知の低さである。現在ホップ関連の産業に取り組んでいるのは、自治体、観光協会、ホップ農家やクラフトビール会社である。彼ら自体も地域住民ではあるが、その他一般の住民が参画する隙がなく、一部を除けば認知や住民理解はまだあまり進んでいないという。二つは、よそ者から関係人口になるまでの時差である。確かにホップレンジャーは良いアイデアではあるが、与謝野町にゆかりがないと参加しようとはならない。すなわち、この関係人口に至るまでの時差をもう少し詰める必要があるということである。三つはホップ自体の高付加価値化と産業構造の高次元化の必要性である。すなわち、現在ホップ自体の収穫であれば第一次産業であるが、そこに与謝野町内の第二次、第三次

産を組み合わせる仕掛けが必要ということである。

4. 先行事例

4.1 岩手県花巻市「クラフトワイン」

それでは、地域内外への十分な発信を行い、地域住民と関係人口を繋げ、かつ産業構造の高次元化に成功している事例はあるのであろうか。ここでは岩手県花巻市の事例を紹介する。花巻市の名物は「クラフトワイン・ぶどうの加工品」であり、ワインにマッチする地域資源が豊富なため、ほろほろ鳥や白金豚などをワインとセット販売をしている。また、「ワイン専門品種 33 園地」から生産されたぶどうを、生産者ごとに特別醸造したワインの飲み比べを生産者とよそ者が語らいながら楽しめるイベントなどを開催しており、地域全体で名物であるワインを盛り上げているという。今後は、ワインづくりの過程に触れ、土地の風土や文化など様々な地域資源を味わっていただき、ワインの価値を最大限まで引き出す「ワインツーリズム」を実施し、ぶどう産地の魅力を五感で味わってもらえる仕組み作りを整えていくことを検討しているとのことである。

4.2 兵庫県丹波篠山市

兵庫県丹波篠山市の事例も示唆深い。元々江戸時代の宿場町として栄えた丹波篠山市には「旅路のブルワリー」という地ビールが存在する。旅路のブルワリーでは築 130 年の古民家を利用した醸造所で製造されており、地域の自然のエネルギーを活用し、循環させるビール作りで地元へ愛されているという。また、製造過程で出る麦芽かすを肥料として地元の農家に提供し、その麦芽かすで育てた有機栽培米をビールの副原料として使用している。加えて、近所のコーヒーロースターにビールの副原料としてアクセントになるコーヒーを特別にセレクトしてもらうなど、地元と力を合わせて醸造するというモデルが出来上がっているという。今後は、醸造所である古民家内にブリュワリーを併設し、作り手の思いやビールづくりに触れながら、よそ者が出来立てのビールを楽しむ空間作りを目指しており、丹波篠山産の食材を生かしたフードメニューを増やし、ビール×食の提案を検討しているとのことである。

5. 政策提言

以上を踏まえ、最後に政策提言を行いたい。それは「YOSANO・ホップの日」の設定である。具体的にはホップ収穫時期である 8 月の然るべき一日を町とホップ生産者組合がホップの日と定め、その日一日は町をあげて、ホップ収穫体験とビアガーデンを行い、地域住民同士、地域住民とよそ者とが出会うというアイディアである。前者は、まず実際にホップがどのように作られているのか、収穫されているのかを知ることができる。後者は与謝野産ホップによるクラフトビールを片手に、与謝野町を中心とした京都北部の食材を使った料理を堪能することができる。こうした機会を作ることで、まず地域住民自身が自分のまちを知るきっかけになるだろう。そして、今まで関わらなかった地域に住民も、ホップの価値や可能性を認知することで、まちが一丸となって与謝野のホップブランドを築き上げていくに繋がるだろう。また、この機会は関係人口たるよそ者も、このイベントを通して与謝野を知り、例えばその後ホップレンジャーとして、関わりたいという気持ちが芽生えるきっかけになるであろう。すなわち、地域住民を巻き込んだ関係人口の創出である。

6. まとめ

これからの人口減少下における人口は「定住人口＋関係人口」で捉えていくことが一つのスタンダードとなると思われる。その際、関係人口をどう把握するのか、というのは今後全国の課題である。その際、本事例のように、まちの代名詞となるフラッグを立て（ホップ）、それが住民を巻き込んだ関係人口の創出（ステップ）および把握につなげ、結果として地域づくり（ジャンプ）につなげる、というのは、一つのモデルになり得るのではないだろうか。

参考資料

- (1) 総務省関係人口ポータルサイト
(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>) (2021 年 10 月 28 日閲覧)
- (2) 旅路のブルワリー
(<https://team.nipponia.or.jp/blog/724/>) (2021 年 10 月 28 日閲覧)

大学の避難所運営における学生ボランティアの育成

京都橘大学高山ゼミチームシェルター

荒川 真菜 (Arakawa Mana)・蔭山 美優 (Kageyama Miyu)・○穴戸 花梨 (Shishido Karin)・内藤 愛理 (Naito Airi)・向井 さくら (Mukai Sakura)

(京都橘大学現代ビジネス学部経営学科)

キーワード：避難所、ボランティア、学生

1. 研究の目的

私たちが住む日本では、災害が多い。大きな災害が起きたとき、私たちが通う大学も避難所になりうる。その際に、その大学に通う学生もボランティアとして関わっていくことはできないだろうかと考え、このテーマについて研究していくに至った。

2. 分析

ボランティア活動に対して興味を持っている人は多い。文部科学省が行った、『ボランティア活動への意識調査』によると「ボランティアに参加したことがある」が4分の1を占めるにすぎず、「ボランティア活動に興味・関心はあるが、具体的にやったことはない」が過半数を占めていることがわかる。

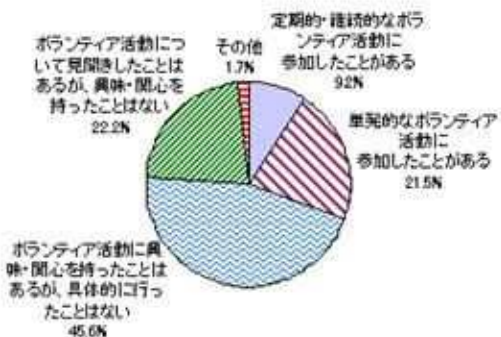


図1 最近5年間のボランティア活動の経験または興味・関心（ボランティア活動に対する国民の意識の概況 文部科学省）

また、日本財団学生ボランティアセンターが、全国の学生1万人に行った「ボランティアに関する意識調査」においては、ボランティアへの興味があると答えた学生は6割を超えた。しかし、実際に活動に参加した割合は3割に満たない。



図2 ボランティアに関する興味の有無



図3 この1年間のボランティア活動の有無
(図2図3 『潜在学生ボランティアは全国各地に…?!』 全国学生1万人 ボランティアに関する意識調査 2017)

これらのことから、ボランティア活動に興味はあるが参加できていない学生が多いということがわかる。また、参加したいと思うボランティアの分野では、緊急災害支援が一番多い結果となり、多くの学生が興味を抱いていることが分かる。

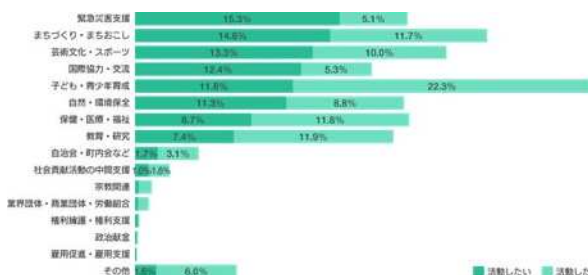


図4 活動した分野と活動したい分野のギャップ（『潜在学生ボランティアは全国各地に…?!』 全国学生1万人 ボランティアに関する意識調査 2017）

「学生のまち」と言われる京都。だからこそ、学生も避難所運営に関わっていける機会を増やすことができれば、勉強以外のことも学ぶことができ、より有意義な学生生活を送ることができるのではないかと、私たちは考えた。

3. インタビュー調査

ここで私たちは、大学としての避難所運営の取り組みを調査すべく、身近な京都橘大学の総務課と管財課の職員にインタビューを行った。京都橘大学が策定した、『避難所運営マニュアル』では、基本的な考えとして、大学独自の避難所運営ではなく地域の一部として取り組むこととされている。また避難所開設の基準として、『マニュアル』では、「激甚災害」に該当するとされているものの、「激甚災害」と認定されるには一定期間を要するため、今のところ各々で臨機応変に対応するとのことであった。

京都橘大学の避難所拠点として、中央体育館と第二体育館を中心に使用し、妊産婦の受け入れには違う建物を使用する予定とのことである。また、2015年に京都市と妊産婦の避難所に関する協定を締結している。妊産婦の受け入れには、水、ベッド、オムツなどの厳しい条件を達成しなければならず、それらの備蓄に努力している。

さらに、避難所の運営においては、学外だけでなく、大学内の情報集約が重要になると考えられている。トイレの管理や個人の体調管理など、学内の避難所内での不用意な混乱を避けるためにも、情報統括は重要な鍵になるという。

京都橘大学では、数年前に救急救命学科、看護学部のある学生・教職員と専門的な避難所開設訓練を行った。しかし、避難所運営においては、専門的な活動だけでは全てを賄えない。建物同士の移動の誘導など、特定の知識を持たなくても行うことが出来る活動が多くある。そうした活動をするには、避難所運営における基本的な知識を有する学生や教職員の活用が有益であろう。

4. 政策提言

以上の調査結果を踏まえ、私たちは、京都の大学・短期大学に通う学生を対象とした「避難所運営学生ボランティア認定制度」を作ることを提案したい。この制度の目的は大きく分けて二つある。

一つは、災害時に学生ボランティアが避難所運営に携わることで、避難所の人手不足を解消し、運営を円滑に進められるようにすることである。いま一つは、この制度を通して、学生の防災に対する意識の向上やボランティア活動への参加促進に、繋げることである。

避難所運営学生ボランティア認定制度の具体的な内容については、以下の通りである。まず、大学コンソーシアム京都に加盟する大学・短期大学に通う学生を対象に、各大学・短期大学において、単位認定型のボランティア科目として開講する。そして、当該科目の受講を完了した学生には、単位認定と共に、災害時の避難所運営ボランティアに参加するに当たって必要な基本的な知識を会得したことの証明として、「京都 SHELTER 学生ボランティアチーム」の一員として認定する。講義では、各学校の避難所運営マニュアルや、実際に大学・短期大学を避難所として活用した先行事例等を参考にしながら、ボランティア活動の具体的な内容、そしてその運営方法について議論を行い、最終的には学生たち自身で、各学校にて『学生ボランティア用避難所運営マニュアル』を作り上げることを課題とする。また、講義のうち数回程度は、学生ボランティア同士の交流や連携を図るため、他

校との合同講義も実施する。

実際に災害が起き、大学が避難所となった際の学生ボランティアの具体的かつ現実的な活動内容としては、物資の搬入・管理、食料の配給、駐車場における車の誘導・整理、避難所内の見廻り、トイレ管理、高齢者の介護などが想定される。

学生ボランティアが所属している学部・学科は様々である。そこで、それぞれの所属学科の特徴を活かし、医療系学部の学生は、救護活動への協力や高齢者の介護、その他の学部の学生は、物資関連の手伝いや駐車場誘導に当たるなど、役割を分担しながら、避難所運営をより円滑に進められるよう工夫していくことが可能だと考える。

5. 先行事例

実際、学生ボランティアによって、このような避難所運営活動が行われた事例がある。熊本地震の際、地震発生直後から、熊本県立大学の地元学生達が学生ボランティアグループとして避難所運営を行い、最終的には熊本市の災害ボランティアセンターでの運営協力を行った。この事例では、地震直後に、学生達が自ら学生ボランティアグループを発足している。

このような事例を踏まえると、「避難所運営学生ボランティア認定制度」は、災害が起きた際にボランティア活動をしたい、またはそのような活動に興味・関心があるという学生を事前に支援するという点でも有用であると思われる。

6. まとめ

京都は、多くの大学・短期大学が集まる「大学のまち」「学生のまち」だ。それゆえに、京都市においては、指定避難所として数多くの大学及び大学関連施設が指定されており、その数は、近畿各府県の主要都市と比較しても最も多い。以上のようなことから考えて、「避難所運営学生ボランティア認定制度」を作ることは、「学生のまち」という京都の特性を活かした、京都だからこそできる避難所運営の在り方の確立が期待できるといえよう。

参考文献

- (1) ボランティア活動に対する国民の意識の概況
文部科学省（最終閲覧：2021年10月25日）
https://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/houshi/detail/1369080.htm
- (2) 『潜在学生ボランティアは全国各地に…!』
全国学生 1 万人 ボランティアに関する意識調査
2017（最終閲覧：2021年10月25日）
<https://gakuvu.jp/about/newsrelease/>
- (3) 岩崎 貴夏矢、福岡県地方自治研究センター、
福岡県地方自治研究所 熊本地震における地元学生の活動、地方自治ふくおか、62巻、p. 32-37（2017）
- (4) 京都橘大学 総務課・管財課インタビュー
（2021年10月7日）

京都市のベンチャー企業における SDGs 評価
- 企業マップの作成 -

京都産業大学 イケダゼミナール

○豊田達也(Toyoda Tatsuya)・柴田浩希(Shibata Hiroki)・西島雅貴(Nishijima Masaki)・林寛斗(Hayashi Hiroto)・寺岡正勝(Teraoka Masakatsu)・金子秀輝(Kaneko Shuki)・高樋己太郎(Takahashi Kotaro)・片岡佑介(Kataoka Yusuke)・長榮瑠伽(Nagae Ruka)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード: SDGs、京都市、ベンチャー企業

[illegible]図 1 : SDGs 企業マップ^c

1 日本における SDGs の現状と課題

近年、日本社会において SDGs の重要性は徐々に認知されつつあり、企業や投資機関を中心に環境や社会に対する問題意識は高まっている。投資機関は利益を重視した短期的な投資よりも長期的な視点で投資先を選定する ESG 投資を積極的に取り入れるようになってきている。2014 年から 2018 年の間に日本における ESG 関連投資による運用額は 3.4%から 18.3%まで増加しており、2018 年の時点において世界の ESG 投資の運用額の 7%を占めるまでに成長している。またそれを受けて企業側も SDGs を考慮した持続可能な経営方針を取るようになりつつある。

一方で企業が行う SDGs に関連した取り組みについては一般の人々の理解がそこまで進んでいないというのが現状である。(日経リサーチ 2019 年度、SDGs に関する調査(企業の社会とのかかわりに関する調査)によると SDGs に積極的に取り組んでいるイメージのある企業を尋ねた設問では、「思いつく企業はない」との回答が 82%に達した。また認知されている企業は大企業に偏っている。)

このような現状を踏まえて、持続可能な社会実現へ貢献している地元企業の取り組みを地域住

民に周知する。また購買、情報拡散などさまざまな形でこれらの企業へ地域住民が関心を持つきっかけを作る。この2つの目的のために企業の活動とSDGsの達成目標を結びつけたSDGs企業マップを作成した。

2 企業マップについて

SDGs 企業マップとは企業の行う活動が SDGs のどの開発目標に当てはまるのか視覚的に理解できるようにまとめた表であり、周期表をモデルに作成している。企業マップ作成における企業の選定は京都市ベンチャー企業目利き委員会の定める A ランク認定企業から行った。京都市ベンチャー企業目利き委員会とは京都市が京都経済を牽引する有望なベンチャー企業のビジネスプランに対して審査し、支援する取り組みをする機関である。この機関ではビジネスプランの事業性・技術・経営者などを評価対象としているが SDGs などの持続可能な街づくりへの貢献という視点は含まれていないので、今後これらについても考慮すべきであると考える。

3 表の作成手順

そこで本研究では京都市 A ランク企業を SDGs

の 17 の目標に分類し、さらにその目標に対するインパクトの大きさによって A, B, C の 3 つに分類した表を作成した。

対象となる企業は 1997 年から 2021 年までに A ランク認定企業に認定されている 120 社の企業である。各企業を 17 の目標に分類するにあたり、一つの事業に対し多数の目標が当てはまる場合があったが、認定されている事業内容に最も関わりの深い目標を当てはめることとし、その判断基準は各企業や目利き委員会のホームページを参考にした。120 の企業の内 23 企業は情報が少ないこと、17 の目標に当てはまらない事、当てはめた目標における企業の数が 2 社以下の場合は除外することとし、残った 8 つの目標を採用し図 1 を作成した。各目標は SDGs で定められている色で縦軸(族)に分類されている。さらに、8 つの目標を経済、環境、社会の 3 つの分野に分けた。

横軸(周期)は目標ごとにその目標に対する社会的なインパクトに応じて配置している。インパクトの大きさを A・B・C という 3 つのレベルで整理し、インパクトを評価した。A は「悪影響を回避する、リスクを軽減するなどマイナスをなくす」、B は「目標に対し間接的な好影響」、C は「課題解決に直接貢献する」とインパクトを 3 つに分け、それぞれ該当する事業内容を分類した。この方法は経団連の報告書「SDGs への取り組みの測定・評価に関する現状と課題」を参考に簡易的なインパクトの評価を行った。

4 表の改善点

表の作成にあたっての課題は企業の評価であった。大企業とは違い公開されている情報は少なく、中にはホームページが掲載されていない企業もあった。今後の調査において積極的に情報収集を行い、企業への更なる情報開示を促すことにより精度の高い分析が可能になると考えられる。

また、評価基準においては統一化された指標が存在せず、現在様々な評価モデルが開発されつつある段階である。実際に今回の SDGs の企業マップ作成において企業のそれぞれの目標への貢献度合いを画一的に数値として評価することが困難であり、分野によって貢献度合いや規模などを単純に数値化して表せないものもあった。さらに本研究においては各企業の製品が社会にもたらすプラスの面からのみ評価したが、製品の製造や流通の過程で生じる廃棄物や労働環境に関する副次的なマイナスの影響は考慮していない。今後の調査においては企業に関するより多くのデータを集め、SDGs に対して多方面から評価できる分析モデルを作る必要がある。

5 提言

- ・日本において持続可能な開発への関心は近年高

まりつつあり今後 SDGs の社会的な重要性はより増していくと考えられる。一方で京都市ベンチャー企業目利き委員会では評価項目として SDGs に関する記載はない。このことを踏まえて、審査の際に SDGs に関する評価項目を導入することを提言する。

- ・今回の調査によって京都市ベンチャー企業目利き委員会が認定する多くの A ランク認定企業がそれぞれの事業分野において SDGs の開発目標に貢献していることが明らかになった。一方で京都市ベンチャー企業目利き委員会はこれらの企業の活動に関する情報発信を積極的には行っていない。よってこれらの持続可能な地域社会の実現に向けて貢献する企業をより多くの一般の人々や投資家に周知するために、京都市ベンチャー企業目利き委員会には今回作成した企業マップをホームページに掲載することを提言する。

- ・大企業が SDGs を考慮した持続可能な経営方針を取るようになり、SDGs への取り組みもより積極的になりつつある。一方で、ベンチャー企業においては SDGs と自社を結び付けようとする意識が薄い。多くの企業が SDGs の目標に当てはまったことから、自社の事業と SDGs の目標を関連づけることは難しくない。また、調査したベンチャー企業のホームページの多くは一般の人が理解するには難しい専門用語が多く用いられている傾向が強かった。よってこれらの企業には自社の特徴や SDGs に関連する取り組みを一般の人々に対しても積極的に発信することを推奨する。

6 参考資料

- 1)京都市目利き委員会 HP
<https://www.venture-mekiki.jp/list/#ctl>
- 2)経団連(2021) 報告書「SDGs への取り組みの測定・評価に関する現状と課題」
https://www.keidanren.or.jp/policy/2021/055_honbun.pdf
- 3)外務省 SDGs グローバル指標
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/statistics/goal12.html>
- 4)日経リサーチ(2019) SDGs に関する調査(企業の社会とのかかわりに関する調査)
<https://www.nikkei-r.co.jp/column/id=7062>
- 5)GSIA(Global Sustainable Investment Alliance) The Global Sustainable Investment Review (2018)
http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2019/06/GSIR_Review2018F.pdf
- 6)SDGs 未来都市 提案概要(京都市)
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000284/284783/bessi.pdf>
- 7)PwC (2019)The 2019 Periodic Table of Tech in Canada
<https://www.pwc.com/ca/en/industries/technology/periodic-table-of-tech-in-canada-2019.html>

自治体における同性カップルの権利を保障する 取り組みについて

龍谷大学政策学部政策学科大田ゼミ

井上洸太 (INOUE KOUTA)・今西賢 (IMANISHI KEN)・工藤寛二 (KUDOU KANJI)・堰 侃太
(SEKI KANTA)・中本圭悟 (NAKAMOTO KEIGO)・藤井圭太 (FUJII KEITA)・宮本大輝
(MIYAMOTO TAIKI)・中野太陽 (NAKANO TAIYOU)・○北川大輝 (KITAGAWA DAIKI)・
山田遥平 (YAMADA YOUHEI)

(龍谷大学 政策学部 政策学科)

キーワード：同性カップル、パートナーシップ制度

初めに

LGBT 総合研究所が 2019 年に行った「LGBT 意識行動調査 2019」によると LGBT・性的少数者に該当する人は回答者数 347,816 人の約 10% に当たる。LGBT に関する問題のうち、同性カップルが異性婚（法律婚）の場合と同等の法的地位が認められていないということに対して疑問を持ち、同性カップルにも同等の法的利益を認められるパートナーシップ制度の意義と限界を検討した。2019 年に、同性婚を認めないことは違憲であるとして札幌、東京、名古屋、大阪、福岡の全国 5 地方裁判所で訴えが提起された。公的に互いの関係が証明されることを望む同性カップルの人は多い。しかし、国レベルでは国会で議論されたことはあるものの、これを認める法整備は進んでいない。一方で、地方自治体ではパートナーシップ制度を創設して、法律婚ができないことで同性カップルが直面する問題を可能な限り解決しようとする試みが行われている。

現状

日本の一部の自治体で導入されているのがパートナーシップ制度である。パートナーシップ制度とは、双方又はいずれか一方が性的少数者である二人が互いを人生のパートナーとして日常生活において相互に協力し合うことを自治体に宣誓し、自治体が発給証等を交付する仕組みを指している。この制度により、様々な行政・民間サービスや社会的配慮を受けやすくなる。本制度は平

成 27 年度に、渋谷区の「渋谷区男女及び多様性を尊重する社会を推進する条例第 10 条」、世田谷区の「世田谷区パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」を根拠として初めて制定された。

この動きに追従し、130 の自治体（都府県、市区町）（人口カバー率 41.2%）が導入している。この制度を利用したカップルは、2021 年 9 月 30 日現在で、2,277 組となっている。

2019 年 1 月、北海道の男性カップル 2 組と女性カップル 1 組が婚姻届を提出したが「不適法」として受理されなかった。そこで、国に一人 100 万円の損害賠償を求める訴訟を札幌地裁に起こされ、札幌地方裁判所は次のように同性婚を認めないことが憲法 14 条違反であるとした。

「異性愛者と同性愛者との間で、婚姻によって生じる法的効果を享受する利益の価値に差異があるとする理由はなく、そのような法的利益は、同性愛者であっても、異性愛者であっても、等しく享有し得るものと解するのが相当である」との見方を示し、「異性愛者に対しては婚姻という制度を利用する機会を提供しているにもかかわらず、同性愛者に対しては、婚姻によって生じる法的効果の一部ですらもこれを享受する法的手段を提供しないとしていることは……その限度で合理的根拠を欠く差別取扱いに当たると解さざるを得ない。」（札幌地判令和 3 年 3 月 17 日 判例時報 2487 号 3 頁）

このような札幌地裁の判決があるが、同性婚を認める法改正には至っておらず、パートナーシップ

制度が運用されている。

事例

パートナーシップ制度の事例として京都市を取り上げる。京都市は「京都市パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」に基づき、2020年9月1日よりパートナーシップ制度の運用を開始した。この制度の対象となるのは双方又は一方が性的少数者であり、少なくともカップルのどちらかが京都市民である必要がある。京都市のパートナーシップ宣誓制度では、主にパートナーとの関係を説明する際に活用できるほか、具体的には市営住宅や特定優良賃貸住宅・高齢者向け優良賃貸住宅の入居申込み、京都市犯罪被害者等生活資金の給付の申請などに使用できる。また通称名を日常的に使用していることを示し、市長が認めた場合は、宣誓書等に通称名の使用が可能である。このほか、2021年8月1日からは亀岡市・長岡京市との連携協定が発効した。これにより、本来は市外に転居した際パートナーシップ受領証を返還しなければならないが、この3市間の転居であれば簡便な手続きのみでパートナーシップの継続が可能となった。

課題

主な課題として二つの問題が挙げられる。

第一に、パートナーシップ制度には法律婚と同等の効力を持たないという点である。パートナーシップ制度は法律上の婚姻ではないため、法律上の婚姻を前提とする民法の婚姻、配偶者の相続に関する規定や、税金の配偶者控除などが受けられない。

第二に、パートナーシップ制度を導入している自治体が少ないという点である。現状でも述べたように現在130の自治体（人口カバー率41.1%）で制度が採用されている。都道府県単位で見ると47都道府県中5府県、市区町村単位で見ると1741市区町村中125団体に留まっている。

展望

同性カップルの人たちが最も求めていることは法律婚であるが、今日の日本において同性婚は法制化されていない。しかし、パートナーシップ制度導入地域の拡大はさらなる同性カップルの

権利保障に繋がると言える。また、同性婚の法制化への道筋ともなりうる。地方自治体での制度化が国全体に影響を与え、法律の改正を促すことへ繋がる事例があるためだ。実際に日本では情報公開条例、個人情報保護条例が国に先行して地方自治体で作られ、国の法整備を促すことになった。このように、パートナーシップ制度の普及を足掛かりに、同性カップルの法律婚へ繋がられるだろう。

参考文献

新・アジア家族法三国会議：『同性婚や同性パートナーシップ制度の可能性と課題』、p127-128、日本加除出版株式会社(2018)。

中川重徳、棚村政行：『同性パートナーシップ制度 世界の動向・日本の自治体における導入の実際と展望』、p150, p221-224、日本加除出版株式会社(2016)。

「LGBT 意識行動調査 2019」

https://www.daiko.co.jp/dwp/wp-content/uploads/2019/11/191126_Release.pdf

（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップ宣誓制度について」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/page/0000272204.html>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップ宣誓制度の手引き」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000272/272204/tebiki.pdf>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「京都市パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000272/272204/yoko.pdf>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「渋谷区・認定NPO法人虹色ダイバーシティ 全国パートナーシップ制度共同調査」

<https://nijibridge.jp/data/>（最終閲覧日 2021年10月29日）

「一票の重み」と知識は投票参加を促すのか

- サーベイ実験を通じた実証的検証 -

京都府立大学 2 回生 秦ゼミ

○日高 悠翔 (Yuto Hidaka)・物部 壺成 (Issei Monobe)・

國澤 健介 (Kensuke Kunizawa)・中山 太智 (Taichi Nakayama)

(京都府立大学公共政策学部 公共政策学科・福祉社会学科)

キーワード：サーベイ実験，投票参加，政治の有効性感覚

1. はじめに

1.1 問題意識

本稿は、政治の有効性感覚（以下、有効性感覚）と政治的知識が、投票参加に対して与える影響について、サーベイ実験を通じて明らかにする。近年、日本の若年層の投票率が低下しており、民主主義の崩壊が危惧されている。こうした状況に対して、有効性感覚と政治的知識が重要だと指摘されている。ただし、こうした有効性感覚や政治的知識が投票参加に、実際にどのような影響を及ぼしているのかは必ずしも明確ではない。理論的に考えれば、有効性感覚や政治的知識量に比例して、投票参加は促進されるはずである。

1.2 リサーチクエスチョン

以上を踏まえて本稿では、「有効性感覚と政治的知識は投票参加を促すのか」とのリサーチクエスチョンについて、有効性感覚と政治的知識の情報を有権者に提供することで、投票参加への意欲の変化を検証する。これらの要因が投票参加に与える影響を研究することは、投票率向上に直接的に働きかけるという点で実用的である。また、サーベイ実験を用いることで、より厳密なエビデンスを得ることができる（秦・Song, 2020）。

本稿は以下の意義を有する。それは、投票参加を高める要因を明らかにすることで、有権者の政治的関心を引き上げ、よりよい民主主義につながる。なお、本稿は主に以下の手順で進める。次節では、リサーチクエスチョンに対する先行研究の答えを整理し、その不足点を検討する。次に本稿が主張する有効性感覚・政治的知識と投票参加のメカニズムを説明し、仮説を導出する。その後、本稿の実験デザインについて説明した上で、サーベイ実験の結果を報告して仮説の妥当性を検証する。最後に、分析結果を踏まえて結論を述べる。

2. 先行研究

有権者の投票参加のメカニズムについてはこれまで様々な実証研究が進められてきた。まず、有効性感覚については教育水準や政治参加に相関があるとの報告がある（金, 2014）。また、政治的知識と政治的関心は相関関係にある（山崎, 2012）。

以上の研究は、投票参加と有効性感覚や政治的

知識の因果関係を明らかにしておらず、相関関係を示すにとどまっている。それに対して、本稿では、有効性感覚や政治的知識の付与が投票参加に与える因果効果について明らかにする。

3. 仮説

以下では本稿の仮説について検討していく。先に、この2つの概念について説明する。まず有効性感覚とは、市民が政治領域に影響力を行使しているか否かを示す感覚である。民主主義の基盤が市民の意思によって築かれているものだと考えるならば、有効性感覚とは、市民が民主主義を実感しているかに関わる概念だと説明できる。次に政治的知識は、市民の政治分野に関する知識と定義でき、山崎(2012)によれば、政治的知識は政治的関心を規定しているという。すなわち、有効性感覚や政治的知識は民主主義という政治形態における、有権者の政治参加に強く影響を与える概念であると言える。

上記より、有効性感覚と政治的知識が有権者の政治参加に関わるものであることが明らかになった。そこで、これらの情報を有権者に提供することで、政治的関心を高めることができ、結果的に投票参加を促しうる、というのが本稿の仮説である。

4. 実験デザイン

4.1 実験日時・対象

このサーベイ実験は、2021 年衆議院議員総選挙前の 2021 年 10 月 14 日から 15 日にかけて、調査補助フォーム Qualtrics を利用して、性別の割付を行い、Yahoo!クラウドソーシングサービスに登録していた 1541 名（有効回答）から得たデータを使用した。本研究の目的は、有効性感覚と政治的知識が投票参加に与える影響を、実証することである。回答者を無作為に、統制群（リード文のみ）、知識のみを付与した群（知識付与群）、有効性のみを付与した群（有効性付与群）、知識と有効性を共に付与した群（並行付与群）の4つの実験群に割り当てた。

4.2 実験方法

回答者には4種類の実験群のうち、ランダムに

どれか1問が表示される仕組みになっている。知識付与群では、知識のみを与える文章を、有効性付与群では有効性感覚のみを与える文章を、並行付与群では、知識付与群と有効性付与群の文章を併記して、呈示した。

表1. 実験群ごとに呈示した内容

<p>昨年、新型コロナウイルス感染症の世界的流行による経済不況を受けて、経済的支援として、国から国民に10万円が給付されました。</p>	
【知識付与群】	この政策ができた背景として、立憲民主党をはじめとする野党や、公明党は、当初、自民党が検討していた「お肉券」などの用途を限定した給付に疑問を呈し、より国民生活を直接的に下支えする現行案を提案していました。
【有効性付与群】	この政策ができた背景として、給付の議論が始まった2020年3月頃から、実は、SNS上では、国民への給付を求める政府への声が多く見られました。そうした国民の声を受けて、現行案になりました。
【並行付与群】	この政策ができた背景として、給付の議論が始まった2020年3月頃から、実は、SNS上では、国民への給付を求める政府への声が多く見られました。また、立憲民主党をはじめとする野党や、公明党は、当初、自民党が検討していた「お肉券」などの用途を限定した給付に疑問を呈し、より国民生活を直接的に下支えする案を提案していました。そのような声を受けて、現行案になりました。

被験者に、表1の実験内容を呈示した後、表2のように4点尺度で投票意欲、デモ参加、街頭演説、政治興味のそれぞれについて尋ね、被験者の政治参加への意欲を測定した。ただし、1から4の尺度は逆転させ、“5. 答えたくない”の回答は欠損値として処理した。

表2. 政治参加に関する質問文

<p>先ほど見た内容のように、国が行うさまざまな政策は、私たちの生活に大きな影響を与えます。そこで、以下に示すような政治との向き合い方に関して、あなた自身のお気持ちに最も近い選択肢を1つずつお選びください。</p>	
【投票意欲】	・今回の選挙で、投票に行こうと思う。
【デモ参加】	・デモや署名などで、国民の声を上げることは重要だと思う。
【街頭演説】	・政治家の街頭演説に耳を傾けようと思う。
【政治興味】	・多くの人は、政治についてもっと興味を持った方が良いと思う。
<p>1. そう思う 2. ややそう思う 3. あまりそうは思わない 4. そうは思わない 5. 答えたくない</p>	

4.3 実験結果

それぞれの実験群に割り当てられたのは、統制群が386名、知識付与群が384名、有効性付与群が359名、並行付与群が412名の合計1541名であった。実験呈示が、政治参加への意欲に与える因果効果を検証するため、統制群を基準にして、政治参加の手段ごとに単回帰分析を行った。

図1は、単回帰分析の結果を示したものである。図1中の太い線は90%信頼区間を、細い線は95%信頼区間を、中央の点は点推定値を示している。図の見方を説明すると、x軸上の0の点

線を信頼区間が跨いでいなければ、その変数は統計的に有意であることを意味する。

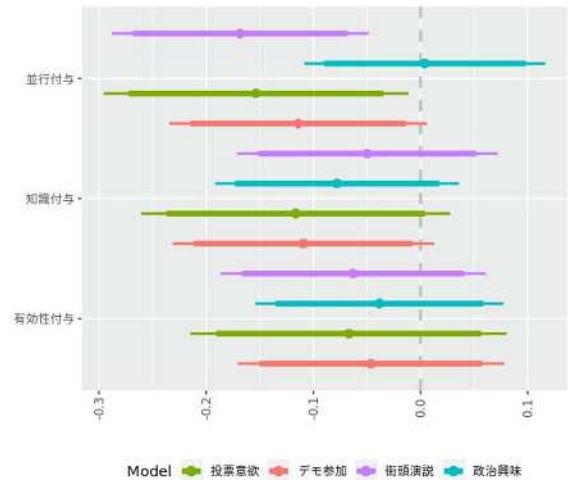


図1. 単回帰分析の結果

まず、知識付与群では、統制群と比べて、デモ参加について10%水準で負に有意であった ($p = .079$)。つまり、デモ参加への意欲を減少させる傾向がある。ただし、投票意欲、街頭演説、政治興味では統計的に有意な差は見られなかった。また、有効性付与群でも、全ての処置群で統計的に有意な差は見られなかった。ところが、並行付与群では、異なる傾向が見られた。具体的には、投票意欲、街頭演説について、5%水準で、デモ参加については10%水準 ($p = .063$) で負に統計的に有意であった。ただし、政治興味では統計的に有意な差はなかった。

5. 結論と含意

結果から、有効性感覚と政治的知識のいずれか、または双方を付与しても、投票参加をはじめとした政治参加への意欲は促されないことが明らかになった。むしろ、並行付与群では街頭演説・投票意欲を有意に減少させたことから「逆効果」とまで言え、仮説は棄却された。

以上の知見は、政治的知識を身につけ、一票の重みを強調する主権者教育は、一見正しく見えるが、そうではないことを示している。今回の実験では有効性感覚や政治的知識を強制的に与えた。現在の主権者教育は学生にとって受け身となりがちである。したがって、学生の自発的な学びを促すことこそが重要であると言える。

参考文献

- 秦正樹・Song Jaehyun, 2020, 「オンライン・サーベイ実験の方法:実践編」『理論と方法』, 35(1):110-127.
- 金兌希, 2014, 「日本における政治的有効性感覚指標の再検討:指標の妥当性と政治参加への影響力との観点から」『法学政治学論究』, 100, 121-154.
- 山崎新, 2012, 「政治知識と政治関心の関係」『早稲田政治公法研究』, 100:25-34.

政令指定都市におけるオープンデータの推進

同志社大学政策学部真山ゼミ

○青木悟 (Satoru Aoki)・勝部育 (Iku Katsube)・田口莉帆 (Riho Taguchi)・平川晴臣 (Haruomi Hirakawa)・福井優里 (Yuri Fukui)・山越奈美 (Nami Yamagoshi)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード: オープンデータ、政令指定都市、ポータルサイト

1. オープンデータの現状

近年、世界的にオープンデータの活用に関する取り組みが盛んに行われており、日本でも取り組みを進めている自治体が増加傾向にある。しかし、世界的に見ると日本より進んでいる国は少なくはない(高木 2013)。

オープンデータとは、林(2014)によると、政府が保有する公共性の高い機械判読可能な公共データで、企業や個人が自由に編集・加工、再配布などができ、かつオープンライセンスで提供されるデータと定義される。また、Open Knowledge Foundation (URL 1)は、あらゆる目的で誰でも自由に使用、変更、共有することができるデータであると定義している。二つの定義は、「誰もが自由に使えるデータ」という点で共通している。

2. オープンデータの目的

IT 総合戦略本部が策定した「電子行政オープンデータ戦略」によると、オープンデータの目的は三つである(URL 2)。一つ目は、「透明性の向上」である。公共データが公開されることで、政府と住民との間で情報の非対称性が小さくなり、行政の透明性が向上する。また、政府の活動に対する住民の適切な評価につながる。二つ目は、「官民協働の推進」である。透明性が向上すると、市民が情報を得られ、官民協働の推進が期待できる。近年、人口減少や技術革新などの様々な課題に政府だけで対応することは困難になっており、官民協働の推進が求められている(庄司 2014)。三つ目は、「経済効果」である。オープンデータ推進による生産性向上や新産業の創出による経済効果は官民合わせて 6.4 兆円とされる(田中・高木 2015)。

3. 調査の概要

上述のオープンデータ活用の三つの効果を生み出すために、自治体には「市民に活用され、便利で有益なオープンデータサイト」を整備することが求められる。具体的には、アクセスしやすく、必要なデータが効率的に入手できるなど、様々な要素を考える必要がある。ただし、今回の調査では、アクセス数を中心に調査した。そもそも、サイトを見られることがなければ市民に活用される

ことがなく、便利で有益であることも測ることができないからである。

そこで、アクセス数が多いオープンデータサイトにはどのような特徴があるのかを探るため、独自で作成した評価基準やランキングなどを用いて調査した。

4. 方法

2021 年 8 月中旬から 9 月中旬の間で、全国 20 の政令指定都市のオープンデータサイトについて調査した。調査項目は以下の四つである。

(1) クリック数

使いやすさを客観的な数値に置き換える手段として、6 人を被調査者とし、Google にて「〇〇市オープンデータ」と検索しての結果から、それぞれの自治体の「2020 年 4 月の推計人口」が確認できるまでの平均クリック数を調査した。なお、「2020 年 4 月の推計人口」がオープンデータサイト上に確認できず、市の HP 上等に確認できた自治体が 5 つあった。

(2) データ数

オープンデータとして公開されているデータの数を調査した。「データセット」として数を確認することができた自治体は 12、できなかった自治体は 7、不明であった自治体は 1 であった。

(3) 推奨データセット数

「推奨データセット」数とは、「オープンデータの公開とその利活用を促進することを目的とし、政府として公開を推奨するデータと、公開するデータの作成にあたり準拠すべきルールやフォーマット等を取りまとめたもの」として内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室がまとめたものである(URL 3)。この数は「地方公共団体へのオープンデータの取組に関するアンケート結果」(URL 4)を参照した。

(4) アクセス数

全政令指定都市にメールおよび電話にて問い合わせ、2020 年 4 月から 2021 年 7 月にかけてのオープンデータのトップページのページビュー数を調査した。なお、返答が得られなかった自治体は 4 つあり、サイトの改修等の事情で旧データの

クセス数を含む自治体が2つあった。アクセス数は16ヶ月分の平均である。

5. 結果

クリック数、データ数、アクセス数で比較可能だったのは20都市のうち7都市であった(表1)。

表1 調査結果

	クリック数	データ数	推奨データ	得点	アクセス数
札幌	6.50	227	12	16	4541
京都	13.33	542	0	10	2351
大阪	15.00	240	15	14	1328
神戸	5.50	100	2	13	1269
岡山	21.33	82	12	9	192
北九州	6.67	605	1	14	2770
熊本	10.00	26	5	9	389
相関	-0.5628	0.53445	0.61908	0.76011	

これらの都市でそれぞれの項目ごとに順位付けをして、1位から順番に7~1点を与えていった。例えば、神戸市はデータ数が5番目に多いので3点となる。表1のように、アクセス数と得点の相関を調べると相関係数は0.76011であり強い相関がある。このことから、オープンデータサイトのアクセス数を大きくするには、クリック数を少なくし、データ数、推奨データセット数を大きくすればよいことがわかった¹。なお、推奨データセット数は厳格な基準があり、類似している内容のデータでもカウントされないことがある。その類似しているデータで相関を見たところ、0.772982と少し高くなる。

さらに、調査をする過程で三つの発見があった。一つ目は、ポータルサイトを設置した方が良いということである。ポータルサイトは操作がしやすく、閲覧ランキングや活用事例など様々な情報が掲載されており、年齢や能力を超えて様々な人が親しみやすいものである。二つ目は、古いデータが公開されていることである。例えば、静岡市は人口のデータを2017年11月から更新していなかった。三つ目は、データの量だけでなく、データの種類の重要ということである。京都市では「石の道しるべ」を地図上に表示する「いしぶみアプリ」が開発された。これは「いしぶみリスト」という京都市特有なオープンデータをもとに作成されている。これは多様な種類のデータがオープンデータの創造的な活用につながることを示唆している。

6. 政策提言

今回の調査は、自治体におけるオープンデータ活用への取り組みを検討するための予備的調査という性格があり、不十分な点があることは否めない。とはいえ、以上の調査から「市民に活用され、

便利で有益なオープンデータサイト」をつくるために少なくとも三点が指摘できる。一点目は、まず初めにポータルサイトを準備することである。二点目は、ポータルサイト内のデータを充実させることである。具体的にはデータ数・推奨データ数・データの種類を増やしていくことである。三点目は、サイトの整備をすることである。例えば、クリック数を減らすためにはポータルサイト内の検索機能を強化することなどが考えられる。こうした取り組みに加え、データの更新をし続けることは大前提となるのは言うまでもない。

〈参考文献〉

- ・ 庄司昌彦(2014)「オープンデータの定義・目的・最新の課題」『智場』(119) pp. 4-15
- ・ 高木聡一郎(2013)「欧州におけるオープンデータ政策の最新動向」『情報管理』Vol. 55, No. 10, pp. 746-753
- ・ 田中秀幸・高木聡一郎(2015)「インフラとしてのオープンデーター政府・自治体保有データのオープン化が日本経済に及ぼす影響ー」『フィナンシャル・レビュー』平成27年第4号(通巻124号)
- ・ 林雅之(2014)「オープンデータを理解するための10のポイント」『智場』(119) pp. 125-134

〈参考URL: いずれも最終閲覧日2021年10月10日〉

1. Open Knowledge Foundation「The Open Definition」
<http://opendefinition.org>
2. IT総合戦略本部(2012)「電子行政オープンデータ戦略」
http://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/pdf/120704_siryoku2.pdf
3. 政府CIOポータル(2021)「推奨データセットについて」
<https://cio.go.jp/policy-opendata>
4. 政府CIOポータル(2021)「地方公共団体へのオープンデータ取り組みに関する回答一覧」
<https://cio.go.jp/policy-opendata>
5. 全国20政令指定都市ポータルサイト・HP

¹ それぞれの項目とアクセス数を重回帰分析した結果、重相関Rは0.871605と相関が認められた。一方で、有意Fは0.18488と基準となる0.05より高い数字となった。これはサンプル数が7と少ないことが原因と考えられる。より多くのサンプルを比較することが今後の課題となる。

「親ガチャ」意識がなくなる社会の実現に向けて

- 親の子への進路期待の要因分析から -

藤野ゼミ B チーム

○辻村 万智 (Tsujimura Machi)・叶 子青 (You Shisei)

・田中 遼哉 (Tanaka Ryoya)・谷口 健斗 (Taniguchi Kento)

・石井 航斗 (Ishii Koto)・上田 航也 (Ueda Koya)

(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)

キーワード：教育格差、教育期待、ジェンダバイアス

1. 研究目的

SNS 上で「親ガチャ」という言葉が流行りはじめた。どんな親の元に生まれるかで子の人生が決まってしまうことを、カプセル入り玩具が出る「ガチャガチャ」になぞらえた言葉である。どんな親の元に生まれてきたかで、子の受験、通塾などの習い事、留学等の選択が変わってしまうということである。子は「親の教育期待(親の考えや思い)」を内面化しながら育つ。そこで、親の期待を自分の目標にしたり、かなわないものと感じ取ったりするだろう。その結果、ロバート・マートンの述べた「自己成就的予言」のように親の期待がそのまま実現される可能性が高い。もちろん子が親の期待と異なる意識を持つ場合もあるが、日本では子の意思決定は親の期待が決定要因であるとされている(宮寺 2006)。中澤(2015)では、1割の普通科の進路多様校での母子の進学希望の不一致が高いが一般的に母子間での一致は高いとする。

つまり、子の能力、個性等に関わらず、親の期待が子の進路選択等に影響を与えるということであり、社会全体でみた場合、教育格差の固定化にもつながる可能性がある。

本研究では、特に親の学歴や居住地等に注目しながら、親の子への期待はどのような要因によって形成されるのかを調査することで、いわゆる「親ガチャ」の影響力を考察する。そこから、どのようにすれば、親ガチャ問題を我々が回避することができるのか、政策的思案を述べる。

2. 研究方法

東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターSSJ データアーカイブから提供を受けたベネッセ総合研究所 2012 年の「学校教育に対する保護者の意識調査 2012」のデータを分析する。この研究は小学校及び中学校の保護者を対象とした、学校教育に関する意識調査である。調査対象者の中でも中学 2 年生を持つ保護者に注目し、全国 6831 名のデータを用いて、同じ説明変数を用いた 3 つのモデルを推計する。

1 つ目は、親の子への進路期待の要因分析である。親が希望する子どもの進学先を中・高卒まで、専門・短大、大学・大学院の 3 つに分類する。順

序尺度のため順序回帰分析を行う。

2 つ目は親の子への留学期待の要因分析である。親の留学希望に関しては、希望する、希望しないの 2 択であるため、これはロジスティック回帰分析を行う。

3 つ目は親の子への通塾(進学塾)選択の要因分析である。通塾させているか否かは 2 択であるため、ロジスティック回帰分析となる。

3. 研究結果

3-1. 親の子に対する進路期待の要因分析

表 1 から、関東地域に住んでいる親が子に高い進学先を希望しており、性別では、男子を持つ親の方が高い希望を持っている。さらに父親、母親のいずれかが高学歴である場合、子に高い進学先を希望する傾向がある。「子の学校での成績」も親の期待値を上昇させる要因のように思えるが、すでに親の期待が反映された変数である可能性がある。つまり子の成績が良いから親の期待が上がったのではなく、すでに期待されているから、成績が良い可能性もあり、解釈に注意が必要である。

表 1 地域・親が希望する進学先に与える影響(順序回帰分析)

説明変数	係数	説明変数	係数
子どもの性別(基準=女)	0.641**	出生順位	-1.82
地域(基準=中国、九州、沖縄)		学校での成績	0.736**
北海道・東北	0.093	父親年齢	0.007
関東	0.778**	母親年齢	0.051*
東海・関西	0.339	同居人数	-0.162**
父親高学歴(基準=父親低学歴)	1.239**	母親正社員(基準=正社員)	0.149
母親高学歴(基準=母親低学歴)	0.939**		0.352
父親高学歴×母親高学歴(基準=父親低学歴×母親低学歴)	-0.23	修正済みR ²	0.412
			0.225

*: p<0.05, **: p<0.01, ***: p<0.001

3-2. 親の子への留学期待の要因分析

表 2 から、関東地域に居住していることや母が正社員、母が高学歴であれば子への留学期待があることがわかる。また子供の成績がよければ留学を期待するが、これは同様に親がすでに期待していることが関連している可能性がある。また出生順位が高く、兄弟姉妹数が多いと期待が薄くなる。

表2 親が子どもの留学希望（二項ロジスティクス分析）

説明変数	B	有意確率	オッズ比
子どもの性別（基準＝女）	0.181		1.199
地域（基準＝中国、九州、沖縄）			
北海道・東北	-0.561		0.57
関東	-0.423	**	1.526
東海・関西	-0.15		0.861
父親高学歴（基準＝父親低学歴）	0.345		1.412
母親高学歴（基準＝母親低学歴）	0.325	*	1.384
父親高学歴×母親高学歴	0.059		1.06
出生順位	-0.255	**	0.775
学校での成績	0.118	**	1.125
父親年齢	0.018		1.018
母親年齢	-0.002		0.998
母親正社員（基準＝正社員）	0.318	**	1.375
同居人数	-0.082		0.922
定数	-1.907	**	0.149

*: p<0.05, **: p<0.01, ***: p<0.001

3-3. 親の子への通塾選択の要因分析

表3から、進学先と同様に関東地域に居住していれば、親の子への通塾の確率が高くなる。親の学歴は関連せず、子の学校での成績が良いことが通塾選択の重要な要素である。さらに兄弟姉妹数が多いと通塾への投資の確率が低くなる。さらに女子より男子の方が通塾選択されており、性別により、親の教育投資に差異がある。

表3 子どもが通塾している（二項ロジスティクス分析）

説明変数	B	有意確率	オッズ比
子どもの性別（基準＝女）	0.243	*	1.275
地域（基準＝中国、九州、沖縄）			
北海道・東北	-0.176		0.839
関東	0.412	**	1.51
東海・関西	0.092		1.096
父親高学歴（基準＝父親低学歴）	0.118		1.125
母親高学歴（基準＝母親低学歴）	0.048		1.049
父親高学歴×母親高学歴 （基準＝父親低学歴×母親低学歴）	0.094		1.098
出生順位	-0.196	**	0.822
学校での成績	0.302	***	1.352
父親年齢	-0.002		0.998
母親年齢	0.021		1.021
母親正社員（基準＝正社員）	-0.089		0.915
同居人数	-0.122	*	0.885
定数	-1.899	**	0.15

*: p<0.05, **: p<0.01, ***: p<0.001

4. 考察

これら分析結果から次の点がわかった。

①親の子の進学期待は、子の学力も関係するようであるが、親の学歴、居住地域が影響している。親が、高学歴であれば、経済力が高くなるとともに、自分自身の経験から自分と同様の進学ルートを歩ませたいとするため期待が強くなると思われる。関東など大学の多い地域に居住している場合には、教育に関連するサービス、情報が集積しており、親の子の進学への希望が高まると考えられる。

②親の子の留学期待

関東地域に居住していることは子への留学期待を高める重要な要因であるとともに母親が高学歴、正社員キャリアを持っていることが留学期待を高める。また兄弟姉妹数が多ければ期待が薄くなる。家庭の経済的なものが関係していると考えられる。

③通塾選択

学力が重要な要因のようであるが、関東地域であることや男子であること、兄弟数が少ないことが通塾選択を高める。

5. 政策提言

以上のことから、とりわけ親の期待を受けなかった子が、親ガチャによるものとあきらめてしまったり、自分の人生を悔やんだりしないために3つの政策を提案する。

1 つ目は、子自身が、自らの人生を自己決定できるような環境を作ることである。

具体的には親の進学期待に関わらず平等に「大学」など高等教育等の情報にアクセスできる機会を設けることである。

そのために例えば、どんな地域においても義務教育の小・中学生の頃から大学や留学の情報にアクセス出来る機会を設けることが考えられる。大学授業体験を校外学習の中で行ったり、大学生に勉強を教えてもらったりする場を創設するなど考えられる。

2 つ目は、親の期待を変更しうる環境を作ることである。具体的には大学進学する利点を認知するために子が中学校に所属している段階で高校入学から就職先までのビジョンを掴むために進学相談教室を設置する。

また、親の期待を変える地域の取り組みとして企業や大学などと容易に交流する場を作り、今後の社会が必要とする人材像などの情報に親がアクセスする機会を作ることである。また高校等では、経済的な支援のきめ細かな情報を提供することである。

3 つ目は、社会全体が親の期待とは異なる選択や親が期待を変更した場合、子の進学や留学、通塾のかなう環境を作ることである。文部科学省の平成30年のデータによると、現在の日本では学費が国立243万、私立400万で47.5%の学生が奨学金を受給しているが給付型奨学金が受け取れている学生は少数である。そのため、私たちは学費を安くする、給付型奨学金の受給要件を低くする必要があると考え。経済的な問題で進学できない世帯を支援するために、学費を減免することを最終目的だが、まずは給付型奨学金を貰える条件を低くするなど社会が子自身の自己決定による希望を受け入れる体制をつくる必要がある。

参考文献

- (1) 中澤渉「進学希望意識はどこで育まれるのか」中澤渉・藤原翔編『格差社会の中の高校生』勁草書房, p. 99-114 (2015)
- (2) 宮寺晃夫『教育の分配論——公正な能力開発とは何か』勁草書房 (2006)

口頭発表

【分科会 9】

高齢者に対する高額医療と 2025 年問題

福知山公立大学 地域経営学部 医療福祉経営学科 2 年 岡本ゼミ

高橋 美咲 (Takahashi Misaki) ・ ○佐々木 映彰 (Sasaki Teruaki) ・

坂下 杏月 (Sakashita Azuki) ・ 松本 大生 (Matsumoto Daisei)

(福知山公立大学地域経営学部医療福祉経営学科)

キーワード：高齢者医療、医療費

1. 研究意義・目的

今日の日本では、2025 年までに団塊の世代が 75 歳以上の後期高齢者となるタイミングの前後で引き起こされる「2025 年問題」について多くの対策が考えられている。その中でも私たちは医療費、社会保障費の増大について問題視した。

先行研究においても都道府県や市町村ごとに医療費には格差があり、例として後期高齢者の医療費の地域特性について調査した先行研究がある。この調査は熊本県後期高齢者医療広域連合が提供した平成 24 年度 5 月分の診療報酬データ 425,109 件及び公表された統計に基づき分析を行っており、その地域特性や効果的な医療政策の在り方について考察することを目的としている。これによると、市町村ごとの診療費には明らかに地域差が見られるものの、疾病や生活習慣病など医学的要因だけで説明できない社会経済的要因が存在していることがわかった。また、高齢化率と医療費増加の関係性について、市町村人口の後期高齢者比率と後期高齢者診療費の間に明確な相関は見られず、地域性の発生要因については、社会経済的要因や地理的要因の影響が大きいことが疑われることから上野(2014)は医療制度の政策分析には、公衆衛生学的なレセプト分析と地域レベルの社会調査の知見を組み合わせることが不可欠であることが分かっている。

そこで本研究では病棟データウェアハウス（病棟 DWH）や地域医療情報システム（JMAP）で統計データを集め、そのデータを分析することで高齢者の医療費の負担の増加について、2025 年問題を交えながら中丹医療圏（福知山市・綾部市・舞鶴市）に注目して状況を明らかにし、課題、対策を提言していく。

2. 中丹医療圏の医療資源の整理

人口 10 万人当たりの人員数でみると、2020 年の中丹医療圏の病床数は全国平均・京都府と比較しても多くある一方、医師数は全国平均・京都府と比較して大きく下回っていることが分かる。また、病院数は全国平均・京都府と比較して上回っている一方、一般診療所の数が全国平均・京都府と比べて下回っていることが分かる。

(表 1) 人口 10 万人当たり人員数 (2020)

	中丹医療圏	京都府	全国平均
一般病床	879.31	865.06	697.23
医師数	216.01	272.99	244.11
病院数	8.13	6.21	6.47
一般診療所	65.57	82.94	68.94

(出典) 地域医療情報システム（日本医師会：JMAP）

今後の中丹医療圏の医療の需要予想だが、全国平均を下回り続ける予測がされている。以下の式は、対象の範囲の年齢の人口に、2015 年を基準にした今後増えると考えられる割合を掛けたものとしている。

・各年の医療需要量

$$= \sim 14 \text{ 歳} \times 0.6 + 15 \sim 39 \text{ 歳} \times 0.4 + 40 \sim 64 \text{ 歳} \times 1.0 + 65 \sim 74 \text{ 歳} \times 2.3 + 75 \text{ 歳} \sim \times 3.9$$



(図 1) 医療需要予測指数 (2015 年実績=100)

(出典) 地域医療情報システム（日本医師会：JMAP）

これらから考えられることは、今後、医療の需要が減る点と、一般病床が全国平均と比べて多い点から、病床数を減らし、訪問医療に力を入れることで後述する「かかりつけ医」のことを踏まえて、医療費の削減につながるのではないのかと考える。

3. 医療費の削減において私たちができること

(1) かかりつけ医の意義

全国の人口 1 人当たりの国民医療費は 343.2 千円に対し、京都府の人口一人当たりの国民医療費は 357.9 千円であり、大きく上回っている。医療

費の負担を減らすポイントとして、まず、かかりつけ医を持つことが挙げられる。特定機能病院や、地域医療支援病院に紹介状無しで行く場合、選定療養費として5,000円以上とすることが義務化されている。定額負担の義務化は、原則1〜3割の窓口負担とは別に、初診で5,000円以上、再診で2,500円以上を徴収する。さらに、2020年11月19日、厚生労働省は、患者が紹介状無しで病院を受診する際の定額負担について、初診の場合、現在より2,000円以上増やして7,000円以上とする案を社会保障審議会の医療保険部会に示した。紹介状無しの定額負担に関し、現在は200床以上の「特定機能病院」や「地域医療支援病院」の計666病院で5,000円を徴収している。大病院と地域の診療所の役割分担を進めるため、これ以外の200床以上の一般病床のうち、高額な医療機器を使う機関などにも対象を広げる。そこで、かかりつけ医を持つことで、初診で大きな病院にかかることなく、上記にある選定療養費の負担を削減することができる。さらに、最も身近で頼りになる医師を持つことができるため、医療費の負担の削減にもつながる。

(2) 中丹医療圏の地域医療支援病院

中丹医療圏には、舞鶴市に2軒の地域医療支援病院があり、来年度からは、福知山市の病院も1軒年定認定される予定だ。舞鶴市にある2軒の地域医療支援病院の紹介率を調べる。独立行政法人国立病院機構舞鶴医療センターの紹介は91.4%、逆紹介率は69.6%である。一方、もう一つの地域医療支援病院である舞鶴共済病院の紹介率は67.4%、逆紹介率は66.6%である。これは医師法に定められた紹介率が65%を超え、かつ、逆紹介率が40%を超えるもの基準を満たしているものの、全国平均の紹介率の72%を下回っていることがわかる。舞鶴市には地域医療支援病院を含め、4軒の一般病棟、49軒の診療所がある。

(3) セルフメディケーションの推進

医療費の負担の抑制に関して私たちが出来ることの1つには私たちが健康であることも含まれる。セルフメディケーションとして薬局やドラッグストアなどで買える一般用医薬品を上手く利用し、自己の健康を管理して通院を減らすことが重要である。また、セルフメディケーション推進のためにセルフメディケーション税制が導入されており、健康の維持増進及び疾病の予防への取組として一定の取組を行う個人がスイッチOTC医薬品（要指導医薬品及び一般用医薬品のうち、医療用から転用された医薬品）を購入した際に、その購入費用について所得控除を受けることができることになっている。

4. 考察

地域の診療所と連携してかかりつけ医を持つこ

とを推奨し、紹介率を上げていくことで、地域医療の連携と、患者の医療費負担の削減につながる。これは来年度から地域医療支援病院に認定される可能性の病院がある福知山市にも言えることである。日本医師会の出している、かかりつけ医を持つことを推奨するポスターの掲示や、病院からの呼びかけを積極的に行うことで、かかりつけ医を持つ市民が増えていくと考えられる。

また、日ごろからの体調、健康管理を行うことやセルフメディケーションを行うことで通院を減らすことも医療費負担の削減につながる。セルフメディケーションを推進するために、セルフメディケーション税制を広めることや税制対象商品を示すセルフメディケーション識別マークの普及が必要であると考えられる。

・ 参考文献

- ・ 2025年問題が医療に与える影響と病院に必要となる対策（2019/6/6）
<https://carnas.njc.co.jp/column/crisis-increasing-elderly-population-2025/>
- ・ 2025年問題とは？企業として取り組むべき介護と仕事両立支援
<https://www.reloclub.jp/relotimes/article/18486>
- ・ 地域医療情報システム
https://jmap.jp/cities/detail/medical_area/2602
- ・ 厚生労働省、2021、「セルフメディケーション税制（特定の医薬品購入額の所得控除制度）について」。
- ・ 上野真也、2014、「後期高齢者医療費の地域特性」、『熊本大学政策研究』第5巻、3-21

若年層における特殊詐欺被害への対策

地域金融グループ

○則包 庸介 (Norikane Yosuke) ・東 頼我 (Azuma Raiga) ・大賀 龍太郎 (Oga Ryutaro) ・西 伶晟 (Nishi Reiji)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：特殊詐欺、脆弱性、自信過剰

1. はじめに

2003 年頃から「オレオレ詐欺」をはじめ高齢者の特殊詐欺被害の発生が目立ち始めた(平成 29 年警察白書より)中で、最近若年層(30 歳未満)の特殊詐欺被害のニュースを多く目にするようになってきた。本稿では、若者が受ける特殊詐欺被害を防止する為の対策について考える。

1.1 特殊詐欺とは

京都府警察によれば、特殊詐欺とは「電話をかけるなどして対面することなく信頼させ、指定した預貯金口座への振り込みその他の方法により、不特定多数の者から現金を騙し取る犯罪」のことである。特殊詐欺には様々な種類があるが、図 1 (警察庁より) から分かるように、30 歳未満が被害に遭いやすいのは、融資保証金詐欺・ギャンブル詐欺・架空料金請求詐欺であるため、本稿ではこの 3 つの詐欺に注目する。

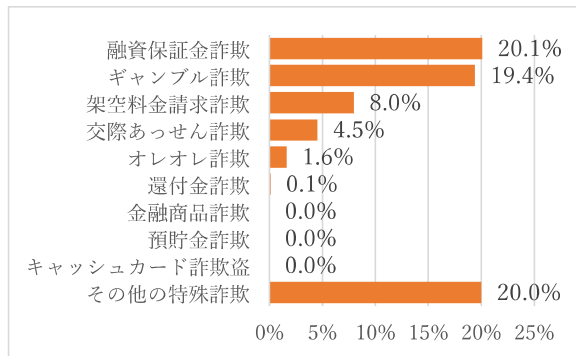


図 1 30 歳未満が被害に遭う特殊詐欺の割合 (令和 2 年)

- ① 融資保証金詐欺…実際には融資しないにも関わらず、融資を申し込んできた者に対し、保証金等の名目で金銭等を騙し取るものをいう。
- ② ギャンブル詐欺…不特定多数の者が購読する雑誌に「パチンコ打ち子募集」等と掲載したり、不特定多数の者に対して同内容のメールを送信したりするなどし、これに応じて会員登録等を申し込んできた被害者に対して、

パチンコ攻略法等の虚偽の情報を提供するなどした上で、金銭等を騙し取るものをいう。

- ③ 架空料金請求詐欺…未払いの料金があるなど架空の事実を口実とし金銭等を騙し取るものをいう。

1.2 特殊詐欺に関する既存の対策

私たちの調査(参考文献の 6.7.8)によると特殊詐欺に対して現在実施されている政策は以下である。

- 京都府警による預金小切手を活用した通報システム「預手プラン」の運用開始(預金プランの説明文に「高齢者の方に対して」と記載)
- 京都信用金庫による一部利用停止政策(平成 29 年度 9 月 11 日記事に「70 歳以上のお客様が対象」と記載)
- 京都府警による YouTube を使った呼びかけ(動画概要欄に「高齢者の方々の特殊詐欺に対する防御力を高めることを目的」と記載)

上記の政策の多くは、主に高齢者が対象となっているが(高齢者しか利用できない政策ではなく、若者が利用することも可能)、「若者」の特殊詐欺被害を防止する為には若者に特化した新たな政策が必要であると私たちは考えた。

2. 先行研究

2.1 自信過剰

若者が特殊詐欺被害に遭うことを防止する為の対策を考える為に、そもそも特殊詐欺が発生する要因に関する先行研究を調査した。福原(2017)では、『消費者は、平常時には、「自分は騙されない」という自信過剰傾向にある。こうした心理状態では、自ら予防策を講ずる必要性を軽視したり、無関心になったりしやすい。』と述べられている。

2.2 脆弱性テスト

また、福原(2017)は『一般的に、自信過剰傾向にあることに自ら気付く事は難しい。この為、第三者が、ミニテストやセミナーなどの機会を提供することで、個々人に詐欺被害に対する対応能

力が十分でないことを自覚させるアプローチがとられることが多い』と述べている。尚、脆弱性テストは消費者庁が18~22歳を想定して行っている。

3. 政策提言

先行研究を読んだ結果、私たちは、若者に脆弱性テストを実施し、自分の脆弱性を認識させることによって、自信過剰を抑制することができ、特殊詐欺発生を防止できるのではないかと考えた。以下では、私たちが作成した脆弱性テストについて説明し、脆弱性テストの実施が、若者の自信過剰を抑制しているか否かを検証する為に実施したアンケートとその結果について説明する。

3.1 脆弱性テストの作成

消費者庁(2010)の作成要領に示されていた30項目を参考に私たちは、3つの特殊詐欺への遭いやすさを識別する為の質問項目を作成した。具体的には、①融資の意識 ②専門家に対する意識 ③節約の意識 ④電話対応 ⑤自身の性格 ⑥自己犠牲 ⑦慎重さ ⑧内向的かどうか ⑨自身の意思 ⑩他人の目を気にするか ⑪好奇心 ⑫夢見がちかどうか ⑬衝動 ⑭自身の信じやすさ ⑮自身の冒険心を問う質問である。これらの質問に対して「はい」と答えた数が多いほど、特殊詐欺に遭いやすい傾向があることもアンケートの中に明記している。本稿では、15問の内「はい」と答えた質問が8個以上である場合、その回答者は「脆弱である」と判断することにした。

3.2 自信過剰か否かを特定する為の質問

脆弱性テストに加えて、私たちはアンケート回答者が自信過剰か否かを特定する為の質問も尋ねている。具体的には、脆弱性テストの前後に「あなたは特殊詐欺に遭う可能性があると思いますか？」と質問をする。脆弱性テストの結果、「特殊詐欺に遭いやすい」と判断されたにも関わらず、脆弱性テストの実施前に「自分は特殊詐欺に遭うとは思わない」と答えた人が「自信過剰」と考えられる。

3.3 アンケートの実施方法

アンケートはGoogle フォームを用いて作成し、SNS (Instagram、LINE) を利用して、友人・知人の若者(30歳未満)に回答及び拡散を依頼した。その結果、216人から回答を得た。

3.4 アンケートの結果

脆弱性テスト15問のうち8問以上について「はい」と答えた人は全体の52%であり、多くの若者が、特殊詐欺の被害に遭いやすいことが分かった。また、特殊詐欺に遭いやすい人々のうち、64%は、「自分は特殊詐欺に遭わない」と思っており、「自信過剰」な人も多く存在する。しかし「自信過剰」

と思われる人のうち、82%は、脆弱性テスト後の質問では「自分は特殊詐欺に遭うかもしれない」と思うようになっており、多くの自信過剰だった若者が脆弱性テストを通じて、自分の脆弱性を認識したことが分かる。

4. まとめと反省

本稿では京都府でも問題になっている、若者が被害に遭いやすい特殊詐欺について実際に私たちが提案した政策が有効なのか検証を行い、具体的な特殊詐欺予防策を検討した。3.4節で述べたように、脆弱性テストを行い、自分の特殊詐欺被害への遭いやすさを認識させることによって、多くの自信過剰だった若者に「自分は特殊詐欺に遭うかもしれない」と思い直させることができた。脆弱性テストの実施は、特殊詐欺予防の有効な手段と言えそうである。しかし本稿には課題もある。実施したアンケートは、友人・知人に依頼して回答・拡散してもらった為、サンプルに偏りがあることは否定できない。例えば、母集団を京都府にいたる20代とした時、男性比率は50%だが、私たちのアンケートに答えてくれた人々の男性比率は65.7%である。また、京都府にいたる20代は279,446人(平成27年)であるが、アンケートに回答してくれた人の数は216人である為、十分なサンプル数とは言い難い。研究の精度や信頼性を上げる為には自治体等に協力を要請し、無作為にサンプルを抽出してアンケートを実施することがより理想と言えるだろう。

参考文献 (全て2021年10月25日に最終閲覧)

- (1)京都府警
<http://www.pref.kyoto.jp/fukei/anzen/furikome/index.html>
- (2)福原敏恭「行動経済学を応用した 消費者詐欺被害の予防に関する一考察」金融広報中央委員会 日本情報サービス局内(2017年)
<https://www.shiruporuto.jp/public/aboutus/container/report6/pdf/ron171213.pdf>
- (3)消費者庁
https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/pdf/project_001_180831_0002.pdf
- (4)警察庁
https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyu/sagi/tokushusagi_toukei2020.xlsx
- (5)警察白書(平成29年版)
<https://www.npa.go.jp/hakusyo/h29/gaiyouban/gaiyouban.pdf>
- (6)京都府警察特殊詐欺被害防止替え歌「サギの流行歌」
<https://www.youtube.com/watch?v=fPnpf62bjwg>
- (7)京都信用金庫「特殊詐欺被害防止対策の推進に対し京都府警から感謝状を拝受」<https://www.kyoto-shinkin.co.jp/whatsnew/n17-0310.htm>
- (8)京都府警「特殊詐欺の被害防止対策」
<https://www.pref.kyoto.jp/fukei/bohan/yote/index.html>

結婚を考えやすい環境へ

- 出会いの場の提供を -

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ チーム K

○豊嶋 ひかり (Hikari Toyoshima) ・石賀 庸哲 (Nobuaki Ishiga) ・

長谷川 彩紀 (Saki Hasegawa) ・清水 義貴 (Yoshiki Shimizu) ・

鈴木 瑠人 (Ruto Suzuki)

(京都先端科学大学経済経営学部経済学科)

キーワード：晩婚化・未婚化、結婚に対する意識、テレワーク

1. 研究目的

近年、日本では急激に少子高齢化が進んでいるとされているが、その要因として問題視されるのが晩婚化・未婚化である。総務省統計局(2015)の国勢調査より、1985年と2015年の女性の未婚率を比較してみると、25歳～29歳では30.6%から61.9%に、30歳～34歳では10.4%から34.6%となり、30年間の間に未婚率が増加している。

晩婚化・未婚化の背景として論じられることが多いのが女性の社会進出、すなわち働く女性の増加である。確かに、30年前より、女性の4年生大学への進学率も高くなり、内閣府男女共同参画白書(2021)によれば、女性の年齢階級別労働力率の状況も、25歳から34歳を底とするM字カーブを描いていた1980年に比べて、2020年では25歳～29歳が85.9%、30歳～34歳が77.8%と上昇している。この女性の社会進出が進んだ理由として1985年に男女雇用機会均等法が出されたことが大きく影響している。厚生労働省の「令和2年版働く女性の実情」(2020)では、1980年から2010年の30年間で25～34歳の就業女性未婚者割合は、20～35%高くなっていることが言われている。

そこで、本稿では、働く女性の晩婚化・未婚化が進んでいる背景を分析し、結婚を考えやすい環境を提供する政策を考えていきたい。

2. なぜ結婚していないのか？

2.1 結婚していない理由

内閣府の結婚・家族形成に関する意識調査報告書(2015)から、男女ともに結婚していない理由を見てみると、「適当な相手にめぐり合わないから」が50%以上となっている。アンケートの項目の中には、「仕事が忙しすぎるから」や「仕事を優先したいから」という項目があるが、そこは男女ともに約10%程度である。雑誌ゼクシーが2020年7月に独自で行った「未婚である人に結婚しない理由」についてのアンケートで、「適当な相手に巡り合わないから」と答えた人が過半数いる。

2.2 コロナ禍の結婚意識の変化

では、結婚はしないつもりの人が多いのであろうか。前述の内閣府の調査(2015)によれば、「いず

れは結婚したい」等結婚したいと思っている人は全体で77.7%である。さらに、現在、コロナ禍において結婚への意識も変化しつつある。「新型コロナウイルスの流行により結婚に対する意識にどう変化が生じたか」についてのアンケート(2020)によれば、「外出自粛やリモートワークによる孤独感」、「コロナ禍の生活に対する不安感」、「大切な人と過ごす時間の重要性を認識」により、「誰かと暮らすこと」を求め、結婚に対して前向きになった人が増加している。

3. 結婚のハードル

3.1 異性ととの出会いの場の変化と結婚活動

異性ととの出会いの場や結婚活動に関する先行研究を見ていく。

赤井(2015)によると、かつて日本では社内において結婚するための出会いができるように配慮し、見合いを通じて男女が出会うことが一般的だったが、近年、この仕事や見合いを通じての出会いが大幅に減り自分で結婚相手を探さないといけなくなったと指摘している。

また、三輪(2010)より、近年では、25歳から40歳は家族の個人化が進んだ世代であり、「適当な相手とめぐりあう」ためには主体的結婚活動を必要とする世代であるものの、結婚活動は低調なことが明らかにされている。一方、結婚活動を授業・サークル・趣味・習い事・街中や旅先という自然状況に近い場面で相手を探す「生活・偶発型」は、どちらかといえば若い世代に多く若い世代は自然に相手とめぐりあう点を意識しているため、結婚活動を積極的にせず、適当な相手とめぐりあえない可能性が高くなっていると指摘している。

実際に、結婚活動について調査分析した永久・寺島(2015)の研究によれば、結婚活動は未経験者が半数以上と全体に低調ではあり、特に結婚という目的が明確な見合い、相談所、婚活パーティーなどは、敬遠され、結婚目的が曖昧な活動の参加率の方が相対的に高いとされた。

また、近年は、婚活マッチングアプリが普及してきているが、MMD研究所のマッチングサービス・アプリ利用実態調査(2020)ではアプリ内でのト

ラブルの報告割合が男女共々約半数いることがあり、マッチングアプリにより、出会いの場が増えたとは一概に言えない状況があるように感じる。

3.2 結婚の先送り

結婚活動の内容だけでなく、積極的に結婚に向けて対応する年齢も遅くなってきている。

前述の内閣府の結婚・家族形成に関する意識調査報告書(2015)によれば、「結婚に向けて積極的な対応を取る年齢」についてのアンケートによると、男女共に 30 歳から 34 歳の間という少し遅めの年齢が最も多くなっている。

永久(2019)によれば、未婚女性は「いずれ結婚するつもり」であるものの、25 歳から 29 歳では「まだ結婚するつもりはない」と結婚を先送りにされている点に着目してインタビュー調査によって分析をしている。そこでは、独身にとどまる理由として、「キャリアアップのための勉強」、「やりたいことを全部やる」、「もう少しやってみてダメなら転職」などがあることから、女性の社会進出が進むため 30 歳前後の時期が個としての生き方の探求や、追求の真最中の時期になるため結婚を先送りにしている傾向にあることを指摘している。

以上の先行研究より、かつては職場で出会い結婚する機会が与えられていたが、近年は職場で出会う機会も減り、自然な出会いを求める傾向にあるため、マッチングアプリや結婚相談所などもあるが、積極的な結婚活動は行われていないだけでなく、女性としてもキャリアアップの踏まえて結婚を先送りにしていることがわかった。

4 政策提言

そこで、私たちは、結婚という目的が明確ではないものの、キャリアアップや人との交流を増やしつつ、自然と異性と出会う場として、社宅を兼ねたシェアハウスを提案する。現在コロナ禍によるテレワークや働き方改革など労働環境を見直す取り組みが進められ、働き方が多様化している。そんな中で注目を集めているのが、シェアハウスやコレクティブハウスである。日本経済新聞によると、テレワークによるコロナ禍での孤立から、交流を求めてコレクティブハウスに移り住む人もいる。実際、シェアハウスシェアハウス自体は、2013 年に 19000 戸であった戸数が 2020 年時点で約 56000 戸にも増えており需要が高まりつつある。同じ趣味の人を募ったり、低価格であるが故の身寄せ、在宅ワーク中のコミュニケーションの場として利用するシェアハウスも増加している。人と共有することでしか得ることができない付加価値を得るために、ライフスタイルや住まいに対するニーズが多様化してきている。そんな中で、キャリアアップも人との交流も図ることができるものとして、私たちは、住む場所にシェアオフィス（テレワークスペースなど）を設ける社宅を提案する。居住スペースを分けプライベートな部屋

を確保しつつ、かつ同じ建物内に「共有スペース」として、シェアオフィスだけでなく、カフェや趣味に合わせ共同スペース・共通キッチンなどを設けることで、時間を無理矢理作らなくとも気軽に複数人と触れ合うことができるだろう。この社宅を兼ねたシェアハウスでは、結婚を目的として入ってもらうわけではないが、同じ住居で相手の普段の様子を見ることができるため、顔や職業年齢詐称をされる可能性が低く、異性と暮らすことへの抵抗が減ることで結婚を意識しやすくなるのではないかと考える。実際、婚活目的でなくともカップルが多く誕生しているシェアハウスの事例も多く見受けられることができる。

働く女性が、仕事もキャリアアップも交流も、そして結婚も自然な出会いを提供しつつ、いろんな生き方も尊重できる、現在の働き方の変化に順応し、出会いの場も確保できるシェアハウスを提案した。

参考文献

- (1) 総務省統計局：「平成 27 年 国勢調査 我が国人口・世界の概観」(2015)
- (2) 内閣府男女共同参画局：「令和 3 年度 内閣府男女共同参画白書」(2021)
- (3) 厚生労働省雇用環境・均等局：「令和 2 年版働く女性の実情」(2020)
- (4) 内閣府：「平成 26 年度『結婚・家族形成に関する意識調査』報告書」(2015)
- (5) セキラゼクシィ：「結婚を決断できない理由と、タイミングを徹底調査」(2020)
- (6) 株式会社ネクストベル：「コロナで恋愛や結婚はどう変化した？コロナ禍の結婚・恋愛に対する意識を調査しました」(2020)
- (7) 赤井そのゑ：「男性にとっての結婚の条件：結婚を阻害する経済以外の要因の検討」大学院紀要 54 巻 pp1-19 (2017)
- (8) 佐藤博樹、永井暁子、三輪哲編著：『結婚の壁』pp. 56 - 64 (勁草書房、2010)
- (9) 永久ひさ子、寺島拓幸：「未婚男女における結婚価値と結婚活動」文京学院大学人間学部研究紀要 16 巻 pp. 63 - 72 (2015)
- (10) MMD 研究所：結婚・家族形成に関する意識調査 報告書「2020 年マッチングサービス・アプリの利用実態」(2020)
- (11) 永久ひさ子：「30 歳前後の未婚女性における未婚の理由について：『自由や気楽さを失いたくない』の意味に着目して」第 83 回日本心理学会大会発表論文集 p. 1023 (2019)
- (12) 日本経済新聞 2021 年 7 月 21 日記事：「交流求めコレクティブハウス-コロナ禍で孤立、暮らし見直し」(最終確認日：2021 年 10 月 29 日)

持続可能な社会の実現に向けたエビデンスに基づく 政策立案(EBPM)の実践

- ランダム化比較試験を活用した難民支援アプローチ開発の事例 -

龍谷大学経済学部神谷祐介ゼミ 栗山一丸

○栗山 大輔 (KURIYAMA DAISUKE)・吉田 奈由 (YOSHIDA NAYU)・

菅野 るい (SUGANO RUI)・三宅 藍子 (MIYAKE AIKO)・

関 勝哉 (SEKI KATSUYA)・山崎 陽平 (YAMASAKI YOHEI)・

佐々木 絢香 (SASAKI AYAKA)・橋本 蓮 (HASHIMOTO REN)

(龍谷大学経済学部国際経済学科)

キーワード：エビデンスに基づく政策立案、身元の分かる被害者効果、難民支援

1. はじめに

国連「持続可能な開発目標：SDGs」は、地球上の「誰一人取り残さない(No one left behind)」ことを誓っている。その一方で、現在の日本では、コロナ禍の影響もあり、社会の分断や孤立の問題が深刻化している。今後、日本国内でSDGsの理念を推進するには、地域社会、企業・団体、また教育現場にて、多様性と包摂性を有する持続可能な社会の実現に向けた取り組みを広げる必要がある。

エビデンスに基づく政策立案 (Evidence-Based Policy Making: EBPM) とは、「我が国の経済社会構造が急速に変化する中、限られた資源を有効に活用し、国民により信頼される行政を展開することを目指すための取組」である (総務省(2018))。我々は、このEBPMの手法を応用することで、現代のコロナ禍の日本における生活困窮者、外国人・難民、LGBT、子ども、高齢者、障がい者などに寄り添い、多様性・包摂性を有する持続可能な社会の実現に貢献できるのではないかと考えた。

2. 現状分析

我々は、多様性・包摂性を有する持続可能な社会の実現に向け、EBPMの手法を難民問題に応用したいと考えた。きっかけとしては、2021年6月に日本で行われたサッカー・ワールドカップ予選にて、ミャンマー代表として来日したピエ・リヤン・アウン選手が帰国を拒み、日本に難民申請した出来事が挙げられる。その後、申請は認められ、9月には横浜のフットサルチームに入団した。

普段、我々大学生には、世界の難民問題に目を向ける機会ほとんどない。一方で、世界では難民の増加が問題視されている。このため、我々は国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) 日本事務所をオンラインで数回訪問し、質疑応答・ディスカッション・参加型ワークショップなどを重ねることで、難民問題に関する理解を深めた。

2020年末時点で、世界で強制移動により故郷を追われた人の数は8,240万人と推計される。これ

らの人々のうち約7割は近隣国に逃れて生活しているが、生活するにあたり必要な物資、医療、労働の機会などが不足している。

国連UNHCR協会の2020年寄付金収入 (約58億円) の内訳を見ると、企業・団体・学校が全体の12%であったのに対して、個人寄付は88%をも占めた。なお、寄付金全額の85%はUNHCR本部に送金され、難民支援に使用される。このように、難民支援拡大のためには、個人寄付が今後も重要となる一方、企業・団体・学校に対する難民問題への理解向上が必須である。しかしながら、日本では、世界の難民問題への認知度・理解・支援のいずれもが十分でない。そこで我々は、専門である経済学を基としたEBPMの手法を応用することで、この事態を改善できるのではと考えた。

3. 研究目的

EBPM手法の代表格であるランダム化比較試験 (Randomized Controlled Trial: RCT) を活用することで、効果的な難民支援アプローチを開発するべく、以下2つの研究設問 (RQ) を立案・検証した。

- RQ1: 日本人の若者の中で、どのような属性の人が、より多く難民支援に対する寄付の支払い意思額 (WTP) を持っているか？
- RQ2: 難民支援の拡大には、どのようなマーケティング・アプローチが効果的か？

RQ2を検証するにあたって、我々は「身元の分かる被害者効果 (Identifiable victim effect)」に着目した。これは、支援を募る際に、その対象者を、特定可能な個人のストーリーとして示す場合と、そうでない場合 (特定不可能な大多数の統計データを示す) を比べて、人は前者に対してより共感し、ポジティブな反応を見せるという効果である (Small et al. 2007)。

4. 研究方法

研究設問の検証のため、2021年10月にネット・

アンケート調査を行い、133 名より有効回答を得た。RQ2 の検証には、回答者を 2 群にランダム（誕生日を利用）に割り付け、介入群にはミャンマーのロヒンギャ難民のシェハナという一人の少女のストーリーを表す既存の YouTube 動画（58 秒）を視聴させた。一方、統制群は、特定不可能な大多数の難民の統計データを示した。その後、以下の質問を行い、難民支援のための寄付金額について、支払い意思額（WTP）として尋ねた。

「あなたは、天からのお年玉として、幸運にも 5,000 円を受け取りました。あなたは、この金額のうち、自由な金額を難民支援団体に寄付することができます。このとき、あなたが寄付してもよいと思う金額を 500 円単位で選んでください」



図 1 RCT の介入群の画面

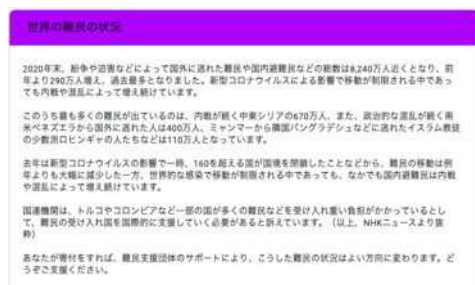


図 2 RCT の統制群の画面

5. 結果と考察

アンケート調査の記述統計を表 1、研究設問を検証した回帰分析の結果を表 2 に示す。RQ1 の結果として、難民支援のための寄付金額は、京都府出身の人は少ない、利他的な人は多い、難民への興味度が高いほど多いことが統計的に有意に明らかとなった。一方で、性別・学年・中学までの海外渡航経験は寄付金額との有意な関係はなかった。RQ2 については、難民支援への寄付金額は、介入群は統制群よりも 702 円（平均寄付額 3,402 円の 21%）多いことが統計的に有意に確認された。

RQ2 の検証結果より、「身元の分かる被害者効果」は難民支援への寄付額の向上に効果的であることと証明された。動画を用いた一人のストーリー

を観せるアプローチは、大多数の統計データを示すよりも、支援対象者への共感や寄付金額を増やすことを示唆する。

表 1 記述統計

変数	全体	介入群	統制群	差
難民支援への寄付金額	¥3,402	¥3,589	¥3,130	¥459
女性	62%	61%	63%	-2%
出身地				
大阪府	36%	32%	43%	-11%
京都府	11%	13%	7%	5%
香川県	12%	14%	9%	5%
それ以外	41%	42%	41%	1%
学年				
中学生	14%	19%	6%	13% **
大学1-2年生	30%	28%	33%	-5%
大学3-4年生	47%	44%	52%	-8%
社会人・大学院生・フリーター	9%	9%	9%	0%
中学卒業時までの海外渡航経験	28%	24%	33%	-9%
ソーシャル・キャピタル				
信頼	3.2	3.1	3.4	-0.3 **
互惠性	4.2	4.2	4.2	0.0
利他心	4.1	4.0	4.2	-0.2
利他的（他人への支援金額）	¥1,782	¥1,703	¥1,898	¥196
難民への興味				
全く興味がない・興味がない	12%	13%	11%	2%
どちらでもない	30%	30%	30%	1%
興味がある・とても興味がある	58%	57%	59%	-2%

**p<0.05

表 2 回帰分析の推計結果

変数	係数	標準誤差	p値
介入群ダミー	702.4	278.6	0.013 **
コントロール変数			
女性	-30.7	271.8	0.910
出身地			
それ以外†			
大阪府	-81.1	327.6	0.805
京都府	-892.7	470.2	0.060 *
香川県	175.4	444.2	0.694
学年			
中学生†			
大学1-2年生	-218.2	470.0	0.643
大学3-4年生	-236.6	464.7	0.612
社会人・大学院生・フリーター	74.3	597.3	0.901
中学卒業時までの海外渡航経験	209.5	302.2	0.489
ソーシャル・キャピタル			
信頼	31.5	148.2	0.832
互惠性	52.4	208.6	0.802
利他心	510.0	182.4	0.006 ***
利他的（他人への支援金額）	0.5	0.1	0.000 ***
難民への興味			
全く興味がない・興味がない†			
どちらでもない	1285.1	458.2	0.006 ***
興味がある・とても興味がある	1289.7	465.9	0.007 ***

†ダミー変数の参照値、*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

6. 結論

本研究では、EBPM の手法を難民支援アプローチの開発に応用したが、今後、持続可能な社会の実現に向けて、他の社会課題や身近な問題の解決にも応用可能であると考えられる。特に、今回用いた YouTube 動画の活用やネットアンケートでの RCT の実施などは、限界費用がほぼゼロであり、費用対効果が極めて高いため、地方自治体・企業・大学における通常業務にも活用を促していきたい。

参考文献

- (1) Small, Loewenstein, & Slovic. Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victim. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*:102(2) 2007
- (2) 国連 UNHCR 協会 (2021) 『活動報告 2020』
- (3) 国連 UNHCR 協会 (2021) 「数字で見る難民情勢」
- (4) 総務省 (2018) 「EBPM (エビデンスに基づく政策立案) に関する有識者との意見交換会報告」

日常使いとしての着物

- 着物会議習慣による着物産業復興への手がかかり -

同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班

○齋藤 名生 (SAITO NAO)・蒔田 美鈴 (MAKITA MISUZU)・矢野 実咲 (YANO MISAKI)・松田 善弘 (MATSUDA YOSHIHIRO)・宮元 翼 (MIYAMOTO TSUBASA)・北村 玲華 (KITAMURA REIKA)・西村 圭乃 (NISHIMURA YOSHINO)・秦 慶真 (HATA KEISHIN)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：着物会議習慣、着物産業復興、日常使い

1. 問題関心と研究の目的

京都府は、着物の出荷額が全国一位であり、とりわけ西陣等の京都市の着物は、全国的に広く認知されてきた。しかし近年の着物産業の衰退は深刻さを増している。京都府繊維生産動態統計調査(2021)によると、西陣織の出荷額は、2016年度の約150億円から2020年には100億円へと3割以上も減少している。こうした状況を打開しようと京都市や関連団体が様々な対策に取り組んできた。京都和装産業復興財団では着物で観光名所を巡る「着物パスポート」、京都織物卸商業組合ではきものの日に合わせた「キモノマスクコンクール」、上京区は着物を着た婚活「上京 de 婚活」を開催してきた。しかしながら、これらの取り組みの多くは、お祭り等の非日常場面での着物着用に焦点を当てるため着用頻度が少なくなり、需要喚起にあまりつながらないという課題があった。

本研究は、こうした課題をふまえ、京都市の着物産業の復興を目指し、非日常ではなく、着物の日常使いに着目し、着物を着用して行う会議(以下「着物会議」)の可能性を検証するものである。

2. ターゲットとしての着物会議とその効果

2.1 ターゲットとしての着物会議

本研究で注目する着物の日常使いを確実に実施する方法は、日常的な習慣として着物を着る機会を設けることであり、特に有効であるのが着物会議である。経済産業省が実施したアンケート(2015)によると、現状では、着物着用意向として最も多い意見は「冠婚葬祭・儀式」となっている一方、「仕事着」は低く、現状の着物着用機会は娯楽用途がほとんどである。逆にいえば、日常的な仕事という場面で、着物を仕事着として着るという需要を新たに掘り起こすことができれば、着物着用の機会が増え、着物産業の復興に繋がる。着物は肉体労働には適さない衣服であるものの、どの業種の企業でも必ず実施している会議に着目すれば、着物の日常使いと需要喚起が視野に入る。

2.2 米沢市議会へのヒアリング調査

米沢市では、地場産業である米沢織のPRのため、年に一度、議員全員が米沢織を着用する議会を開催していることで有名である。本研究では、まず、米沢市議会に議長を務める相田克平氏に「会議で着物を着る」有用性についてヒアリング調査を実施した。

この結果、会議という公的な場で着物を着ると「昂揚感を得られ楽しい」「気持ちが引き締まり集中できる」「一体感のある雰囲気生まれ話しやすい」といった意見を伺うことができた。着物を着ることでそれまでと異なる何らかの効果が得られ、会議での集中力や生産性が向上する連関を示唆する内容である。本研究では、こうした意見をふまえ、着物会議の効果が具体的に得られる見通しを検討するために、事前調査を行った。

2.3 事前調査(着物会議想定アンケート)
着物会議の効果についてある程度の見込みを得るため、10代後半～60代の男女200人を対象に、アンケートを実施した。米沢市議会へのインタビューで得た意見をふまえ、着物会議に参加することを想定してもらい、「フレンドリーな雰囲気」「楽しさ」「やる気」「集中力」「生産性」「今後の参加意向」について高低の5段階評価のアンケートを実施した。

2.3 事前調査(着物会議想定アンケート)

結果、いずれも一定の高い効果がみられた。特にフレンドリーな雰囲気(3.8)や楽しさ(3.6)は高かった。次いで、やる気や集中力、生産性という結果であった。一定の効果が認められたこれらの変数間の関係をふまえ、環境変化としての「フレンドリーな雰囲気」、心理的変化としての「楽しさ」や「やる気」、「集中力」、アウトカムの変化としての「生産性」の相互関係を検討した。

3. 着物会議の有効性に関する実証実験

3.1 実験①

政策学部の学生幹部会議に参加する8名に、洋服を着用しての会議(以下「洋服会議」)の後、着物会議を開催し、それぞれの会議の直後に、事前調査の効果項目(「感覚過敏」を追加)について把握した。これらのデータから、着物会議後の効果と洋服会議後の効果の差を求め、対応のある

2 標本の差の検定を行った。「対応のある」とは、同じ被験者が洋服会議と着物会議の2度のアンケートに回答しているため同一人の回答をもとにした比較となり、より適切な分析である。

分析の結果は図1のとおりである。結果をみると、いずれの効果項目においても着物会議の方が洋服会議より高いようすがわかる。図中の*印は統計的に差が認められた項目である。特に、フレンドリーな雰囲気や集中力などにおいて差が大きい点が明らかになっている。このことから着物会議は明らかによい雰囲気を醸し出し、集中力を向上させるなど有効な効果が認められるといえる。

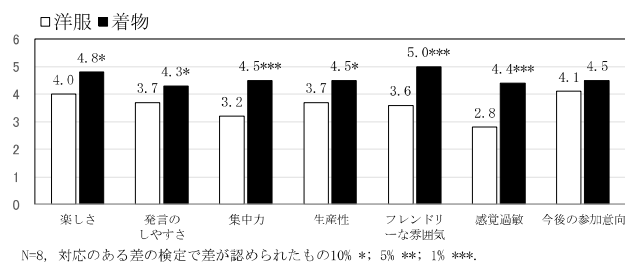


図1 着物会議と洋服会議の効果の相違

3.2 実験②

二つ目の実験は、サンプルをさらに増やして着物会議を実際に企業等で行った効果計測である。具体的には、京都に立地する(株)京三運輸にご協力いただき、従業員が参加する実際の会議を着物着用で開催のうえ参加社員に対するアンケートで効果を把握した。並行して同志社大学政策学部の学生幹部会議やプロジェクト科目会議でも着物着用で開催していただきアンケートでその効果を計測した。会議は9月初旬から10月中旬までに5回開催された。いずれの会議においても洋服会議を実施し、その後、着物会議を行った。会議後にアンケート調査を実施し、事前調査の効果項目(および「感覚過敏」)について把握し、着物着用について、洋服会議と比べた効果を把握した。

得られたデータをもとに、会議での集中力や生産性への影響要因を明らかにするために、各変数間の関係を検討したうえで、共分散構造分析を繰り返し、もっとも適合度の高いものを特定した。結果は図1のとおりである(*印が有意な変数)。

これをみるとわかるように、フレンドリーな雰囲気がよくなると楽しさとやる気を向上させ、また感覚過敏も適度な緊張感としてやる気に影響を与え、やる気は集中力を高めるように心理的变化を及ぼす。そして、参加者個人の集中力は、会議全体の生産性というアウトカムを上昇させるのである。環境変化が心理的变化を生み、心理的变化のうちやる気が集中力を大いに高め、集中力向上が会議の生産性を増強するように着物会議の効果が明らかに抽出できた。

なお、事前調査と実験②のアンケート両方に

において「今後の参加意向」が高かったことから、着物会議による効果の継続性も期待ができる。

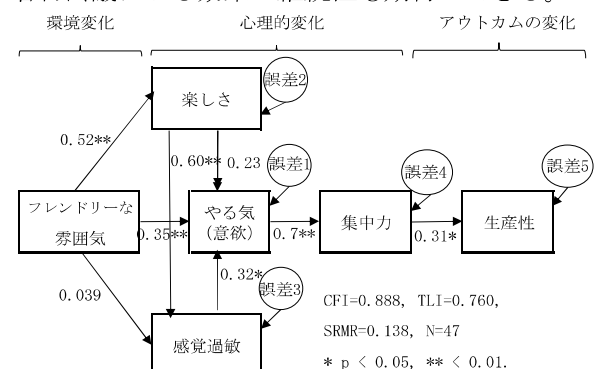


図2 着物会議による生産性の決定要因 (パス図)

4. 政策提言「着物会議習慣」

京都市の着物産業の復興を念頭におき、個々の企業では会議の集中力や生産性を高める着物会議を推進するものとして、着物会議習慣を提案する。

政策では、まず、着物会議に賛同する会社を募集し、市から補助金を供給のうえ着物会議を推進する。補助金は、着物1着5000円を1社当たり100名分(50万円)まで供給し、計10社で実施してもらう(合計500万円)。1着5000円では安価な着物となるが、着物会議を契機とし、着物に興味をもった人が日常使いで高価な着物を購入するという波及効果も考えられる。継続的に着物会議を行う企業には市から「着物会議認証企業」として位置づけ、それらの企業の広報を市が積極的に行ったり、他の融資制度の優遇枠を付与したりする。これら募集、補助金、認証の一連の取り組みにより、日常的な着物着用を習慣づけようとするのが政策「着物会議習慣」である。

政策の懸念点として、着物を日常的に会議で着ると慣れてしまい、特別感や緊張感がなくなる可能性がある。同様に、話しやすさに関しても日常的に着物会議に参加すると、見慣れてしまい、特別感や緊張感がなくなる可能性がある。こうした「慣れ」に関する問題については、実は少しの工夫で解消できる。着物は洋服とは異なり、帯1つを変えることで、印象や雰囲気を大きく変え、おしゃれを楽しむことができる。このように、着物のコーディネートを楽しむことができると、着物の着用頻度が上がる(吉田2014)。したがって「慣れ」に係る問題は解消できるといえる。

以上、着物会議習慣は日常使いとしての着物を実現し、新たな需要喚起を図る従来なかった政策として京都の着物産業復興に貢献するものである。

参考文献

- ・京都府政策企画部(2021)『京都府織布生産動態統計調査西陣織物の出荷状況』
- ・経済産業省(2015)『和装振興研究会報告書』
- ・吉田満梨(2014)「着物関連市場における新たなセグメントとその特性の分析」『未来の京都創造研究事業研究成果報告書』

生理の貧困から考える日本のジェンダー平等推進

藤野ゼミ C グループ

○山本彩加 (yamamoto ayaka)・岡田純寧 (okada ayane)・勝又幸奈 (katsumata yukina)・中多恵 (nakata kei)・佐々木郁美 (sasaki ikumi)・高田侑希 (takata yuki)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科)

キーワード：生理、貧困、ジェンダー平等

1. 研究の目的

本研究は、「生理の貧困」が話題になったことをきっかけに大学における女子学生の生理の実態を調査し、大学教育におけるジェンダー平等のための具体的な施策を考案することを目的とする。

生理の貧困は 2017 年 3 月に BBC 放送で「貧困のために生理用品が買えず、学校を休んで教育が受けられない生徒がイギリスでは 10 人に 1 人に上る」と報道されたことをきっかけに、多くの国で問題視され始めた。日本でもコロナ危機により、その実態が浮き彫りになった。これまでは、多くの社会で女性の生理現象(月経)はタブー視され、女性個人が解決すべきことと考えられてきたため、社会問題化されてきたことは大きな転換ととらえられる。

本研究ではまず、Twitter で近年話題になった生理の貧困に関するコメントを分析することで、日本ではどのようにこの話題が認識されているのかを探る。次に本学の女子学生にアンケート調査をすることで、生理の実態や大学内での生理用品の設置などに対する意見等を明らかにする。これら 2 つの分析をもとに施策提言を行う。

2. 研究方法

2.1 Twitter 分析

2020 年 1 月～2021 年 6 月のツイートを対象に、「生理」「貧困」「ナプキン」「ピル」といった生理の貧困に関連するワードを、テキストマイニングフリーソフト KHCoder を使用して検索した。

2.2 大学でのアンケート調査

8 月 26 日から 9 月 17 日まで本学学生向けの Web サイトで、Microsoft Forms によって女子学生を対象にアンケートを実施した。本学に在籍する全女子学生数は 2021 年 5 月現在で 4982 人である。この母集団に対し、無作為抽出によって調査を実施することが現実的には困難であるため、分析上の課題はあるものの Web サイトにアクセスした女性からの回答を得ることにした。その結果有効回答数は 288 件（有効回答率 5.7%）であった。アンケートの内容は、生理時の経験や学内での生理用ナプキンの提供についてである。

3. 分析結果

3.1 Twitter 分析の結果

計 160 のツイートを KHCoder で分析した結果、生理の貧困の話題に関して大きく 2 つに分類することができた。一つ目は他国で実施されている政策と日本の現状を比較考察した意見であり 33 件あった。二つ目は女性の生理に対する「周囲の理解がない」という意見で 22 件であった。

より具体的にみると、一つ目は、欧米各国では生理の貧困への政策を推進しており、日本でも「学校での生理用品の無料配布や無料設置」「非課税、減税処置」を推進すべきだという意見に集約された。多くが、女性個人が負う問題ではなく、社会全体で担っていくべきという主張であった。

二つ目に関しては、男性だけでなく、親や同性からも生理に関する理解が得られにくいという意見だった。父子家庭、ネグレクトの場合が特に深刻だが、母親や同性ですら自分の経験と異なる場合には理解されないとの意見が見られた。

これらから、今我々が話題にしている「生理の貧困」に対する問題意識は、必ずしも金銭的な意味だけではないことが明らかとなった。女性の性・生理等に関する教育の欠如や社会の女性の身体理解の欠如など、貧困の持つ意味は広い。また金銭的な意味での貧困の背景も複雑であり、決して経済的な面のみ矮小化されてはいけぬ。社会でもすでにそういうことが共有されている。以上を踏まえてアンケート調査を実施した。

3.2 アンケート調査の結果

3.2.1 主たる結果

①生理痛の頻度とそれに対する対応(図 1、2、3)

回答者 288 人中 279 人は生理痛があると回答し、高い割合であることがわかる。その中でも生理痛が毎回ある、よくある、時々あると回答した人それぞれの市販薬の服用、低用量ピルの服用、病院に行った経験、大学の授業を休んだ経験の割合をまとめたものが図 1、2、3 である。いずれの割合も「毎回ある」が最も高くなっている。特に「毎回ある」場合、28% (47 人) の人が授業の欠席の経験がある。また、毎回生理痛があるのに、その多くが市販薬で対処しており、ピルの使用は少な

いことがわかる。

②授業の欠席の教員への伝達

生理痛が原因で授業を休んだことがあると回答した学生 61 人は全体のおよそ 20%であるが、教職員にその理由を伝えたことがあると回答したのはわずか 6 人であり全体の 2%であった。自由記述欄には、大学の授業を生理痛で欠席した際に男性の教授にその旨を連絡したところ「言い訳に過ぎない」と言われたと記載している者がいた。

③本学での生理用品の提供に関する意見 (図 4)

本学で生理用品を提供する機会や場を設けることには、どの意見にも 70%以上の人が賛成している。特に、「無料」提供の希望が多く、90%を超える。中でもトイレ設置への要望が最も多い。

④生理があることによって活動に制限がかかると感じる理由

自由記述で記入してもらい、KHCoder で頻出キーワードを分析した。「授業」が 27 件、「運動」が 20 件、「集中」が 18 件、「予定」が 14 件であった。「授業」のキーワードと一緒に用いられていた語は欠席や集中できないなどが多く見られた。運動に対する制限や「予定」がくるうなど、生理により教育機会が喪失されている様子が見受けられた。

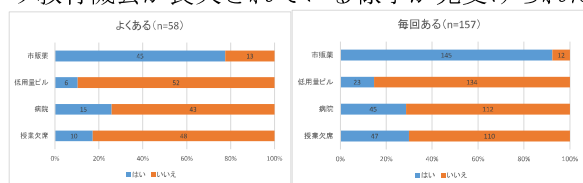


図 1(左) 生理痛が毎回ある人の対応

図 2(右) 生理痛がよくある人の対応

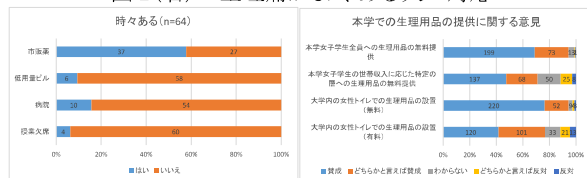


図 3(左) 生理痛が時々ある人の対応

図 4(右) 本学での生理用品の提供に関する意見

3.2.2 考察

3つの重要な知見が得られた。

①生理による授業の欠席について

生理痛のある人は一定数、授業を欠席している。出席していても集中できないなど問題を抱えている。勇気をもって言える人は少数派である。

②生理痛への対応

多くの人が生理痛を抱えているが、対処療法として鎮痛剤を使用しており、ピルの使用は少ない。日本ではピルの普及が先進諸国に比べ遅れているが、大学生においても認知度が低いと考えられる。

③本学での生理用品の提供に関する意見

無料配布、特にトイレにおける設置が多数派である。経済的貧困というよりは、女性皆が抱えていることであり平等にすべきという意識が現れて

いる可能性がある。

4. 施策提言

これらの研究を踏まえて二つの観点から大学に対し、次の施策提言をする。一つは、女性個人の問題ではなく社会問題として解決するという観点からである。もう一つは、女性の身体に対し、女性自身も周囲も理解をし、女性であることで機会を喪失したり不利を被ったりしないという観点からである。

①学内トイレに生理用品無料配布サービス「OiTr」の設置や、鎮痛剤の無料配布

女性個人にかかっている偏った負担を軽減し、トイレットペーパー同様に社会（大学）で当然担うコストとしてみなされるように学内トイレに生理用品を無料設置することを提案する。具体的には、現在ショッピングモール等のトイレで普及しつつある OiTr の設置である。これはスマートフォンのアプリの使用でナプキンが無料で出てくるサービスである。また、生理痛の鎮痛剤も大学内の健康管理センター等で、無料で受け取るシステムも提案する。これにより社会でコストを担うということに加え、女子学生が授業に欠席したり、授業に集中できないことを減らすことにつながる。

②教員や学生向けのセミナーや講習会の開催

女子学生が教育や活動の機会を失わないように、生理痛等をコントロールしていくことができるエンパワーメントの機会を作る。特に自分自身の体を知ったり、ピルなどの知識を得たりするための実践的なセミナーや講習会を開催する。また、同時に周囲も女性の身体についての知識を深め、生理という理由で不利に扱われないように、すべての人を対象とした啓発のセミナーや講習会を開催する。

①の施策については経済的困窮世帯等に限定せず、まずはすべての女性を対象にする。今まで女性にのみ負わされていた部分を社会が担うことで、女性理解が進むとともに女性の様々な機会拡大にもつながり、日本のジェンダー平等推進につながっていくと考えられる。その上で、女性自身がエンパワーメントすることや、全員で女性の身体を理解を深めることで効果が強固になると考えられる。経済的困窮世帯には、さらに手厚い施策も考えられる。大学が生理の貧困に積極的に取り組むことはジェンダー平等の施策であると認識することも重要である。

参考文献

- (1) 先見創意の会「生理の貧困」(2021.01.05)
- (2) オイテル株式会社 HP「OiTr」

脱京菓子離れ

- 若者へ向けた PR から文化継承へ -

佛教大学社会学部大谷ゼミ 京菓子班

○山本佳祐(Keisuke Yamamoto)・仲谷舞唯(Mai Nakatani)・服部竜也(Tatsuya Hattori)・松村一志(Kazushi Matsumura)・山下由乃(Yukino Yamashita)・山田気恵(Kie Yamada)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：京菓子、和菓子離れ、若者

1. はじめに

(1) 研究目的

「だが、値段が張る」、「だが、馴染みが無い」。これは、研究前に我々が思い浮かべた京菓子に対するイメージである。

京菓子とは、京都における歴史ある伝統和菓子であり、京菓子協同組合は、京菓子を「これほど優美な容姿と、気品あふれる風味、そして詩情ただよう嗜好品は世界に類を見ない（京菓子協同組合 HP 2021）」と表す。

京菓子は、行事や季節との結びつきが強いことから、京都の伝統文化として長く京都の人々の生活に寄り添い、愛されてきた。「だが」、近年、洋菓子の普及などを背景に、和菓子離れが懸念されている。2000 年と 2019 年の種類別菓子の年間平均購入額を比較すると、羊羹は 19 年間で 1126 円から 674 円へと減少、饅頭も 2064 円から 1092 円に減少、他の和生菓子も 9504 円から 8897 円に減少しており（総務省統計局 2021）、和菓子全体として消費量が減少傾向にあることがわかる。さらに、新型コロナウイルスによって、観光地を中心に京菓子業界も打撃を受けている。

そこで我々は、京菓子業界の現状、特に若者の京菓子離れに着目して研究を行い、この伝統産業を継承していく為の政策を提言する。

(2) 先行研究

京菓子離れの背景にある人々の洋菓子への移行は、特に若者の間で進んでいる。

和菓子の嗜好性について、高齢者の間では、好きなお菓子の上位に和菓子があり、その理由として、美味しさのほかに、脂肪分の量が少ないなどといった健康面からも支持されている（大西・内田・加藤 2015）。

一方、若者における和菓子の嗜好性を中学生、高校生、大学生に分けて見ていくと、中学生は、和菓子のイメージ自体は好印象なのに対し、喫食機会は和菓子と比較的少なくなっている。背景として、和菓子はスナック菓子、洋菓子に比べて高価であることや、中学生は行動範囲に限りがあることなどが挙げられる（村上 2014）

次に、高校生を見ると、こちらも和菓子の味は魅力的だとする意見が多く（村上 2018）、中学

生と比較すると喫食機会も多いのに対し、季節や年中行事と関連して食べられることが少ないと指摘されている（村上 2019）。また、値段が重視される傾向にあることも、和菓子の喫食機会の減少に繋がっていると考えられる（大西・内田・加藤 2015）。

最後に、大学生を見ても、和菓子は見た目の美しさやカロリーの低さが好まれる一方で、喫食機会の欠如から、和菓子への関心は薄まっているとされる（村上 2009）。

これらの若者における和菓子の嗜好性から、和菓子のイメージ自体は若者から好意的な印象を受けているにもかかわらず、洋菓子に比べ値段が高いことや喫食機会の欠如が和菓子離れの要因になっていると考えられる。そのため、村上氏は、幼少期から、和菓子に触れる機会を増やすことが大事だと考える（村上 2009）。

2. 対象

(1) インタビュー先について

① 京菓子協同組合

今西善也氏は、京菓子協同組合で専務理事を務めながら、江戸時代の享保年間創業の老舗京菓子店、鍵善良房の店主も務める。鍵善良房は東山区祇園商店街に本店を構える。

② 京菓子司寿菓舗

京都市北区に店を構える。店主は狩野雅春氏。同氏が 3 代目を務め、幾年もの歴史を積み重ねる京菓子業界においては比較的新しい京菓子店といえる。

(2) 京菓子について

京菓子は、京都では「上菓子」と呼ばれていたが、江戸時代に、江戸や他の地方でこれを「京菓子」と呼び、京菓子の名は定着した（林 1983）。京菓子の定義は店ごとに様々であるが、今西氏によると「京菓子」と名乗ることができるのは京菓子協同組合と京都府生菓子協同組合の会員のみにある。

3. 研究方法

我々は京菓子を対象に、①京菓子協同組合専務理事今西善也氏へのインタビュー（2021 年 8 月 7

日)、②京菓子司寿菓舗店主狩野雅春氏へのインタビュー(同年10月26日)を行った。

4. 調査結果

今西氏へのインタビュー調査から、京菓子全体の売り上げが減っていることが分かった。今西氏が営む鍵善良房で、コロナ禍で売り上げが減少した一方、水無月の売り上げが伸びたことに対し、同氏は「(イベント中止などで)行事ごとに対する関心が高まっているのではないかと推測した。また、近年は大量購入する客の減少と同時に、少数を購入し家で楽しむといった買われ方が増えていることも伺った。

このことから、行事に関連した商品の販売に注力することや、個人や家族で楽しめる商品の販売が有効であると考えられる。また、鍵善良房の客層は若者より高齢者や40歳以上が多く、子供の時に親に連れられた方が、今度は親となって子供を連れてくるといったサイクルも生まれていると伺った。最後に、京菓子の魅力をもっと広く知ってもらいたいというのが今西氏の考えである。

狩野氏へのインタビュー調査から、同氏が営む寿菓舗でも今西氏同様「年々売り上げは減少している」と伺った。近年の売り上げの傾向としては、「昔は手土産などで1人最低10個は買われていたが、近年では自分が食べる分しか買わない」と言及し、ここからも今西氏のお話と同様、大量購入から少数購入へと傾向が変わってきていることがわかった。

また、伝統的な京菓子が若者から人気といえない現状に対し、狩野氏は「食わず嫌い」を指摘した。寿菓舗でアルバイトとして働く学生を例に挙げ、食べたことがないことを理由に、嫌いと認識し、いざ食べると美味しかったという事例を紹介していただき、まずは京菓子に触れる機会が大事であることがわかった。京菓子離れへの対策として、組合全体でポスター作成や創作和菓子の募集などを行ってきたが、なかなか結果には繋がっていない現状を知り、最後に「文化を守ることも大事だが、攻めていかなければいけない、新しいお客さんを開拓していかなければいけない」と伺った。

5. 政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、若者を中心とした京菓子離れの問題解決に向けた政策として、京都の大学生を対象に各大学の茶道部員や有志を募り、京菓子協同組合と京都市内の和菓子店に協力を仰ぎ「京菓子の会」を立ち上げることを提言する。以下がその活動内容である。

まず1つ目は、京都の各大学に、京菓子の会のブースを設け、京菓子店の京菓子を販売することである。これは、大学生の目に触れるところで気軽に京菓子を購入できるようにし、京菓子離れの大きな要因と考えられた、京菓子の喫食機会の欠如を補う狙いがある。

2つ目の活動は、京菓子を題材としたアプリの開発である。ここでは、行事と京菓子を結び付けた京菓子カレンダーの作成や京菓子にまつわるクイズに答えながらポイントを貯め、大学で販売する京菓子の割引券を獲得するといったアプリ利用者参加型の企画を通して、京菓子を知ってもらい、身近に感じてもらう。また、個人消費が増加傾向にあることから、アプリ利用者のその時々気分に応じたおすすめ京菓子がわかるといった、個人で楽しめる機能を備える。さらに、京菓子店で京菓子を購入した人同士が感想を共有できる口コミ機能や、価格などがわかる検索機能を備えることで、お店選びの手助けを行うなど、京菓子についてあまり詳しくない人にも、京菓子を購入しやすい環境を提供し、新しい消費者の獲得を期待する。

3つ目の活動は、京菓子新聞の発行である。行事と京菓子の結びつきや京菓子クイズを掲載し、小・中・高校などに配ることで、スマホを持たない子供や行動範囲、お金に限りがある10代にも京菓子を身近に感じられる機会を生む。

「京菓子の会」による上記の3つの活動から、若者の京菓子に触れる機会を生み出し、「京菓子を食べてみたい」「また食べたい」「他の京菓子も食べてみたい」という声を増やし、長期的な需要が広がることを期待し、以上を本論における政策提言とする。

参考文献

- ・大西梨沙・内田あや・加藤恵子 2015 「高齢者と高校生を対象とした菓子に関する意識調査」『名古屋文理大学紀要』15号
- ・林淳一 1983 「京菓子」『調理科学』第16巻1号
- ・村上陽子 2009 「大学生における和菓子の食嗜好性について」『静岡大学教育学部附属教育実践総合センター紀要』17号
- ・村上陽子 2014 「中学生における和菓子の食嗜好性と食行動」『日本食育学会誌』8巻4号
- ・村上陽子 2018 「高校生における和菓子の嗜好性と食行動：食文化継承のための教材開発を目指して」『静岡大学教育学部研究報告・人文・社会・自然科学篇』69号
- ・村上陽子 2019 「高校生における和菓子の認知：製法の異なる和菓子に着目して」『静岡大学教育実践総合センター紀要』29号
- ・京菓子協同組合 2021 公式ホームページ
<http://www.kyogashi.or.jp/> (2021年10月7日最終閲覧)
- ・総務省統計局 2021 「家計調査(二人以上の世帯)品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング」(2018年(平成30年)～2020年(令和2年)平均)
<http://www.stat.go.jp/date/kakei/5.html> (2021年10月29日最終閲覧)

主権者教育における デジタルコンテンツの有用性と可能性

- より早く、楽しく、効果的な学びに向けて -

京都府立大学 公共政策学部 2 回生窪田ゼミ

○藤武 優太 (Yuta Fujitake)・青島 大樹 (Daiki Aoshima)・石飛 優奈 (Yuna Ishitobi)・小泉 直也 (Naoya Koizumi)・立入 潤一 (Junichi Tachiiri)

・宮内 裕大 (Yudai Miyauchi)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード：主権者教育、デジタルゲーム、アナログゲーム

1. はじめに

主権者教育は小中高の授業の中で座学として行われることが一般的であるが、一層の充実が期待されている。筆者らの研究室が過去に行った研究では、高等学校の主権者教育の授業にアナログゲーム（ボードゲームやカードゲーム）を使ったプログラムを導入することにより、座学よりも短時間で、楽しく、主権者教育が行える可能性が明らかにされている。また、アナログゲームを用いたプログラムが受講者に与える効果は1年後にも一定程度持続していることも明らかにされている。本研究では、新たに、政策系学部とデジタルコンテンツを扱う中学校の部活が協働することで作成した動画やデジタルゲームを含むHPを用い、授業外においても、楽しみながら、何回も、主権者教育に相当する学びを自主的に行うことができることを明らかにしたい。さらに、主権者教育について、座学とアナログゲームを用いたプログラムと動画やデジタルゲームを含むHPを使った自主的な学びのそれぞれの効果の比較や相乗効果があるかといったことを明らかにしたい。

2. 本研究の背景

主権者教育とは、総務省により「国や社会の問題を自分の問題として捉え、自ら考え、自ら判断し、行動していく主権者を教育していくこと」とされる(総務省, 2017)。また、文部科学省によると、主権者教育は「単に政治の仕組みについて必要な知識の習得のみならず、主権者として社会の中で自立し、他者との連携・協働しながら、社会を生き抜く力や地域の課題解決を社会の構成員の一員として主体的に担う力を育む」ものだと言われる(文部科学省, 2016)。現状として、2016年から18歳選挙権が導入されたものの、依然として若者の投票率の低さが問題視されており、解決すべき課題として考えられている。

文部科学省の「主権者教育(政治的教養の教育)に関する実施状況調査の結果」によると、全国の国公私立の高等学校・中等教育学校高等部の約

90%で主権者教育が実施されている。主な主権者教育の実施科目は公民科であり、その多くで2~4時間の指導時間数が設けられている。このように、現状として主権者教育は、座学を中心とした授業の一環として決められた時間で行われることが多い。代表的な主権者教育の例を見ても、選挙の歴史や制度を学ぶ講義形式のものが主流である。そのような中、先行研究では主権者教育の手段にアナログゲームを用いた。以下、ゲームを教育で用いる利点を2つ挙げる。1つは、モチベーションの喚起と維持である。次に、重要な学習項目を強調した学習体験が出来ることである(杉浦, 2008)。また、私たちの研究室でも2018年度からゲームや模擬投票を用いた主権者教育を実施しており、小学生や高校生に対する有効性の高さが示されていることから、アクティブラーニングや対話を取り入れた体験型学習は重要かつ有効であると考えられる。しかし、一度切りで終わるイベントへの疑問もあり、主権者教育が短時間で扱われて終わる持続性や効果に疑問も示された。そこで、筆者らはこうした課題の解決策として、本研究でデジタルコンテンツを主権者教育に取り込むことを提案する。以下、デジタルコンテンツ特にデジタルゲームを教育で用いる利点を2つ述べる。1つは「学習者の行為や意思決定に対して即時にフィードバックを返せるというデジタルゲームの特徴を活かして、学習サイクルを早め、学習の密度を高めることで、効果的に学習改善を進めることができる」ことだ。2つ目は「安全な学習環境を比較的低コストで提供できる」(藤本, 2011)ことだ。学習指導要領の規定で授業として十分な学習時間が設けられない中で、いつでもどこでも誰でも短時間で何度でも負担なくという手軽さに魅力がある。さらに、コロナ禍におけるデジタル教育の需要の高まりと推進から、主権者教育分野のデジタル化にも需要が見込める。オンライン化の対応が可能な点にデジタルの可能性が感じられる。持続可能な都市づくりを進める中で、都市とデジタルは親和性が高く、良き都市をつくるための良き有権者の育

成においてデジタルは有用であろう。

以上を踏まえ、筆者らの政策提案は、デジタルコンテンツを使った授業外の学びを導入し、座学による従来型の主権者教育やアナログゲームを使った特別授業と相乗効果を実現することである。主権者教育の新たな手段として、デジタル要素を取り入れるという点に、筆者ら研究の独自性があると考ええる。また、現在、社会で注目を集める衆議院議員選挙の最中に主権者教育に焦点を当てた研究活動を行うことに社会的意義もあるであろう。

3. 調査のデザイン

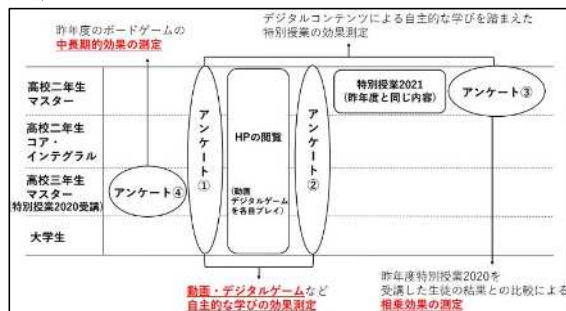


図1 プロジェクトと調査の流れ 出所：筆者ら作成

以上の政策提案のもと、筆者らは、日々の部活動でデジタルコンテンツを扱う大谷中学校マルチメディア部と協働し、有権者が自身の選択に自信を持って投票に行けるようになるために、早く、楽しく、より効果的に政策比較を体験し、学ぶことが出来るデジタルゲーム・動画・ポスターを作成し、それらを掲載するHP(<https://kpu-kubotazemi-1.jimdosite.com/>)を開設した。そして、昨年に引き続き大谷高等学校2年生のマスタークラスの約100名の生徒を対象に、私たちの研究室が昨年製作した主権者教育ボードゲーム『公共政策人生ゲーム』とHPを用いた特別授業である「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」を行う。

初めに、大谷高等学校2年生のマスタークラスの生徒にHPにアクセスしてもらう。HP内で主権者教育に必要な知識を5分で学べる動画の視聴、政策比較体験が出来るゲーム、実際の政策比較を順にしてもらう。その後、特別授業当日に筆者らによるミニ講義を受講してもらい、班に分かれて『公共政策人生ゲーム』、模擬投票を体験してもらい、全体で振り返りと『公共政策人生ゲーム』の表彰と模擬投票の結果発表を行うという流れである。筆者らによるミニ講義では、『公共政策人生ゲーム』を行う前に、デジタルコンテンツを踏まえた政策比較の重要性を伝えることを講義の目的として行う。『公共政策人生ゲーム』では、事前のHP閲覧で得た知識とミニ講義による学びのもと、アナログゲームを通じて政策比較体験をしてもらう。模擬投票では、『公共政策人生ゲーム』を踏まえ、実際の投票箱を用いた候補者の投票を行う。そこ

で、候補者を選んだ理由とゲームの感想について生徒間で共有する。その後、全体での振り返りにおいて、各班での学びに差異が出ぬよう学びを共有する。『公共政策人生ゲーム』の表彰では、ゲームの重要な要素である楽しさを感じてもらえるように、筆者らがゲームの結果上位者を発表し景品を渡す。その場で、模擬投票の結果発表を同時に行う。

検証方法としては、複数回のアンケートを用いる。実施するアンケートは、①HP閲覧の事前アンケート、②HP閲覧の事後アンケート、③「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」事後アンケート、④特別授業後の1年後アンケートの計4つである。①、②については、大谷高等学校2年生マスタークラス・コアクラス・インテグラルコース、3年生マスタークラス、大学生を対象とする。対象者がHPを閲覧する前と後に行い、結果を比較することでHPを使った自主的な学びの効果の測定を目的とする。③については、高校2年生マスタークラスを対象とする。特別授業の受講後、その場で回答してもらい、昨年の特別授業受講者のアンケート結果と比較することで、座学とアナログゲームを用いたプログラムと、動画やデジタルゲームを含むHPを使った自主的な学びの相乗効果の測定を目的とする。④については、大谷高等学校の昨年度の「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2020」を受講した高校3年生マスタークラスを対象とする。対象者がHPを閲覧する前に、昨年度のボードゲームの中期的効果の測定を目的とする。

4. 取組みの現状と今後のスケジュール

現在は、11月13日に大谷高等学校で行う「おでかけオープンゼミ政策チャレンジ2021」開催準備を行っている。また、今後も有権者に広く閲覧してもらえるようにHPの内容を随時更新し、より充実させていく予定である。京都から発信する政策研究交流大会までにアンケート結果を集計し、分析を行いたい。

主な参考文献

- (1) 京都府立大学公共政策学部窪田好男研究室：「楽しく自然と獲得できる若者の政治的有効性感覚」(2020)
- (2) 杉浦真理：『主権者を育てる模擬投票』、きょういくネット(2008)
- (3) 総務省：「主権者教育の推進に関する有識者会議とりまとめ」(2017)
- (4) 藤本徹：「効果的なデジタルゲーム利用教育のための考え方」、特集「ゲームは教育を変えるか?」、31巻P10-15、(2011)
- (5) 文部科学省：「主権者教育の推進プロジェクト」(2016)
- (6) 文部科学省：「主権者教育(政治的教養の教育)実施状況調査について」(2020)

応募論文 (掲載のみ)

※第17回大会は新型コロナウイルス感染防止のためオンラインによる開催となり、発表者枠を限定した開催となりました。その影響から、応募していただいたにもかかわらず、発表の機会を提供することができなかった論文を、以降に掲載します。

これからの福知山市の観光について

- 生涯学習の視点から -

福知山公立大学 大谷ゼミ 観光班

○岩崎航太 (Iwasaki Kota)・富樫風斗 (Togashi Futo)・
渡邊瑞稀 (Watanabe Mizuki)・山下佳那恵 (Yamashita Kanae)
(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科、医療福祉学科)
キーワード：生涯学習、観光、福知山市

1. 研究の目的

福知山市の観光地は、大江山などの景観や福知山城を始めとする生涯学習施設、御霊神社や長安寺などの神社仏閣、その他にも温泉やスイーツなど多岐にわたる。

2020 年は新型コロナウイルスのマイナスの影響があったものの、大河ドラマ「麒麟が来る」の好影響もあった。両丹日日新聞の記事によると、2020 年 1 月 11 日から 2021 年 2 月 7 日まで開館していた光秀ミュージアムでは、貸し切りバスの予約台数 1358 台のうち、キャンセルが 897 台あったことなど、新型コロナウイルスの影響を受けたものの、総入館者数 9 万 1400 人を記録した。官民連携組織の福知山光秀プロジェクト推進協議会が矢野経済研究所に委託し、光秀ミュージアムの来館者数をもとに、市内の経済波及効果を算出したところ、約 4 億 6 千万円の経済効果があったという。(両丹日日新聞 2021 年 3 月 30 日)

しかし、新型コロナウイルスはまん延し続けており、大河ドラマはすでに終了した。福知山市の観光に逆風が吹いている今、福知山市の観光地の新型コロナウイルスの影響と既存の生涯学習施設を観光施設としての活用できる可能性を中心として調査し、実際に住んでいる私たちでさえ認知していないもの、存在は知っていても行ったことはない施設を調査した。本論文では、福知山市の魅力を活かした新たな生涯学習施設の提案や改善案を提案する。

生涯学習とは一言でいえば「生涯にわたって行われる学習」である。学習と聞くと子供がイメージされるが、生涯学習に関しては年代は関係なく、学習内容や方法、形態は様々である。生活の中で課題や興味を持った事柄を解決するために学習する必要があるそれは生涯学習となりえる。私達はそれは観光にも当てはまると考えた。現在、観光を行う際に生涯学習を意識している人は少ないだろう。しかし観光をする際少しでも生涯学習という面を意識することが出来ればより充実した時間が過ごせるのではないかと考える。

2. 現状と課題

次に福知山市の観光の現状と課題を述べていき

い。

表 1 令和 2 年観光入込客数及び観光消費額

	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
観光入込客数(万人)	92	95	93	110	89
観光消費額(億円)	20	19	23	25	15

福知山市では 2020 年に NHK で放送されていた大河ドラマ「麒麟がくる」の主人公である明智光秀ゆかりの地として様々なキャンペーンをおこなった。しかし、この図を見てもわかるように、ここ 5 年間で増加傾向にあった観光客数や観光消費額は大幅に減少し、生涯学習施設もコロナの影響で閉館が続いた場所も存在した。まずは、それら福知山市における観光施設の現状について、実際にフィールドワークを行い感じた観光という面と生涯学習という面とで分けて述べていきたい。

3. 調査結果

2021 年の 6 月から 7 月にかけて福知山市内各地でフィールドワークを行った。

1 つ目は町のシンボルでもある福知山城である。福知山駅からも近く一番の観光地と言えるだろう。明智光秀のことについて学べるほか、福知山の歴史や文化が学べる場所となっている。周囲には複合施設などもあり、食事や買い物を楽しめる場所も存在する。生涯学習という面で見ると福知山市の歴史、文化が理解でき、一般の人に知らせるという面においては十分な役割を果たしている。しかし、高齢者の方にとっては階段が急であり、上りにくいとを感じる人も多いだろう。更に小学生などの小さな子にとっては、漢字のフリガナが無く読みづらい可能性があるなど世代毎に見ると課題も存在する。

2 つ目は福知山市の治水記念館である。福知山市は町の東側に由良川が流れており、過去幾度となく洪水に襲われた町である。治水記念館は明治時代の町屋をそのまま使っており、洪水の脅威や先人達の対策を知ることが出来る施設である。実際に行われていた洪水に対する備えの体験や過去の洪水の最高水位を可視化した展示物などがあり、水害の恐ろしさを知ることが出来る。学芸員の方は、福知山市にきて日が浅い人や、災害の経験が少ない若い世代にこそ訪れてほしいと考えている。

3 つ目は三段池公園である。公園という名では

あるが、動物園や植物園、運動場や体育館、科学館などがある複合施設となっている。かなり広大な施設のため町の中心部から離れており、更に急な坂が多いことやバスが極端に少なく、訪れるには車が必須である。

最後に日本鬼の交流博物館である。酒吞童子の伝説が残る福知山市大江町では鬼に関する観光が盛んである。私たちが訪れた日本鬼の交流博物館は、日本だけでなく海外の鬼を紹介する施設である。2020年度の入館者数は鬼滅の刃ブームによる鬼に関する関心の高まりや、コロナに関連する疫病の展示を行ったことにより、閉館していた時期があったものの、来館者数は増加した。生涯学習の面から見ると博物館の目的だとされている「その地域社会が最も重きを置いている価値観を反映させなければならない施設」としての役割を十分果たしているであろうと考える。課題として山の中腹にあるためバスの便が少なく、交通の便が悪いという点がある。

4. 政策提言

「子供からご年配の方まですべての世代、すべての人が楽しむことができる空間の提供」として現状に対し①、②を、「福知山市に現存する生涯学習施設を生かした観光づくり」として③、④を提案したい。

① 階段や険しい斜面など体への負担が大きい道→オートウォークのようなシステムの導入が検討できる。これにより車椅子やベビーカーを利用する方や松葉杖、足腰などに不安のある方も気軽に観光が可能となる。

② 展示物説明の文字の小ささやふりがなが無い、一部に理解が困難な言葉がある→自動音声による案内で視覚に障害のある方も楽しめるのではないかな。QRコードを展示物毎に設置し、お手持ちのスマートフォンから読み取って頂き、それぞれのペースで楽しんでもらうサービスを展開する。ミニゲーム形式で最初の選択画面から世代（子供、大人、シニア など）を選び、それぞれの難易度に合わせたゲームの製作（設置型、QR型など）子どもでも理解しやすい展示物や紹介があるというアピールポイントを利用し、学校行事などでも積極的に訪問してもらえるよう誘導する。さらに、福知山の豊富な自然資源を生かし、広場の設置をする。広場を提案する理由として、福知山の豊富な自然に触れるきっかけとなること、子供連れの家族の憩いの場にもなること、散歩やランニングのルートとしても運用できるなどのメリットがある。

次に「福知山市に現存する生涯学習施設を生かした観光づくり」について述べる。

③ 福知山市の生涯学習施設を簡易的にまとめたものを展示した施設の建設もしくは福知山駅前にある図書館での展示：施設で展示されているもの

の情報を簡易的にまとめて掲載する。詳細は実際に訪問してできる仕組みとする。新規に建設する施設と既存の施設共通チケットを用意することで訪問を促す。福知山市の図書館は駅と隣接しており、交通の便がかなり良いと言える。観光に来た人にはまず図書館でたまかな福知山市の観光名所を紹介し、気になった施設を訪れてもらうことができればとても便利だと考えた。

④ 施設から人の往来のある福知山駅、高等学校、大学などの学校周辺、各生涯学習施設をつなぐバスの運行：比較的人の往来がある福知山駅、及び高等学校や大学などの学校周辺を通過するものとする。乗車した人に「行きたい」、「行きやすい」と思ってもらうために、各生涯学習施設を結ぶ。生涯学習施設との共通チケット、一日周遊チケットなどを作成することで乗車を促す。

5. まとめ

本論文では、福知山市の観光の現状と課題を明らかにするとともに、新たな生涯学習可能な施設の政策案として、「子どもからご年配の方まですべての世代、すべての人が楽しむことができる空間の提供」、「福知山市に現存する生涯学習施設を生かした観光づくり」の2つの提言を行った。京都府には清水寺や金閣寺、宮津市の天橋立の様な有名な観光地がある。しかし、福知山市には有名な観光地と呼ばれるものは無い。今後高齢化が進む社会で旅行先の選択肢として「観光しやすい観光地」が選ばれるようになるだろう。生涯学習に注目し、すべての人が楽しめる観光の実現が可能になることで福知山市が数多ある観光地の選択肢の一つとなるのではないだろうか。

参考・引用文献

両丹日日新聞「観光バス半数以上キャンセルも、経済効果4億6千万円 福知山の『麒麟が来る』」2021年03月30日

<https://www.ryoutan.co.jp/articles/2021/03/91386/>

馬場祐次郎編著（2018）『生涯学習概論』p.2

福知山市オフィシャルホームページ

「令和2年観光入込客数及び観光消費額について」

<https://www.city.fukuchiyama.lg.jp/soshiki/25/33991.html>

お年寄りの IT 支援について

八塩ゼミ お年寄りの IT 支援チーム

○杉山練(sugiyama ren)・木村太亮(kimura taisuke)・小寺(Kotera Tomoki)・
田代和希(Tashiro Kazuki)・田中悠馬(Tanaka Yuma)・為広楓貴(Tamehiro
Fuki)・西尾俊哉(Nishio Shunya)
(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード: IT、お年寄り

1. はじめに

ITとは、インターネットなどのデータ通信やコンピュータを駆使する情報技術であり、スマートフォンやパソコン、ICカードなど広い分野で活用されている。このように現代社会に欠かせないインフラとしてビジネスの在り方や産業構造に大きな改革をもたらしている。だが、IT社会の発展の一方で情報リテラシーの低さにより若者と高齢者の間で生じる知識格差が深刻な問題となっている。代表的な例としてスマートフォンの操作に難があることが挙げられる。手軽で一番身近なITと言ってもよいスマートフォンでさえ格差が生じている。従って、我々はその格差を無くす第一歩として高齢者を対象としたアプリの作成、標準搭載制度を提案する。ガラパゴス携帯の製造や3G回線の終了に伴ってスマートフォンを使う必要があるため、専用アプリを新たに作成する良い機会だとも考えた。

2. 現状

IT利活用が広まるにつれ、高齢者のITに対する考え方や利用状況に変化が見られる。図1は総務省が出した平成24年の「通信利用動向調査」の図である。インターネットの利用状況は平成24年末に65～69歳が60%以上、70～79歳が40%以上となっている。平成20年末と比較すると、65～69歳は25%超、70～79歳は20%程度も利用率が上昇しており、年々増加傾向にある。

また高齢者はITの利用経験は乏しいが、ITのものには知的好奇心があり習得意欲も高い。高齢者は図2のようなサービスを利用したいと考えている。図2は総務省が出した「超高齢社会を支えるITの在り方に関する調査結果」である。やはり健康に気を付けているため病院や介護に関する手続き、サービスを利用したい割合が高い。

しかし高齢者はスマートフォンを手に入れても誰かが教えないと使えない。家族が使い方を教えるのが一番良い方法ではあるが、なかなか覚えないう高齢者に対して家族がイライラして使い方を教えるなくなってしまうことがある。また、スマートフォン教室で教わる方法もあるが、一度教わって

も使い始めれば新たな疑問に直面すること多いため繰り返し何度も通う必要がある。

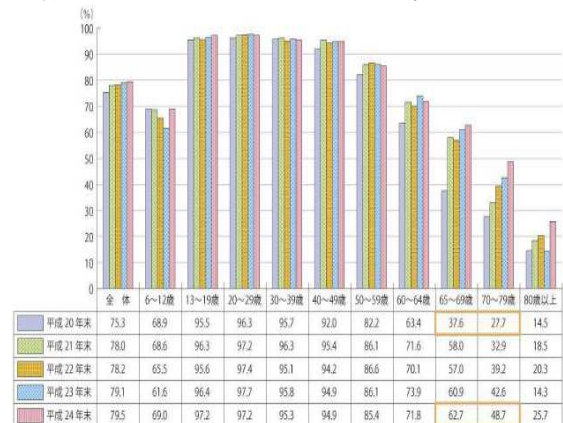


図1 インターネットの年齢階級別利用状況



図2 高齢者が利用したいITサービス

3. 政策1 高齢者向けアプリの標準搭載制度

私たちは高齢者が使いやすいアプリを標準搭載したスマートフォンを販売する新たな制度を改革案として提案する。標準搭載とは、お年寄りがスマートフォンを購入する時点で、高齢者が使いやすいアプリが記載されたリストを販売店が高齢者に見せ、高齢者は自分の欲しいアプリをリストから選び、販売店がそのアプリをあらかじめインストールして販売することだ。高齢者が使いやすいアプリ、すなわちシンプルで尚且つ容易に操作できることが重視され、高齢者が混同するようなも

のはできるだけ排除されたアプリがあらかじめインストールされているということだ。

ここで、どのようなアプリを提供するか挙げてみる。図2のように高齢者は健康に気を付けていることが分かるため、歩数計や血圧などの情報がわかる健康アプリを搭載する。またアプリ上で病院の予約を行い病院での待ち時間を短縮することや、処方箋予約をアプリ上で行い薬の受け取り待ち時間を短縮する。メッセージアプリで家族や友人との連絡を簡単にしてもらい、認知症など的高齢者のためにGPSアプリを提供し、行方不明の高齢者を減らすことや家族が探す手間を省く。免許証を返納した高齢者のためのタクシー配車アプリや乗り合いタクシーを手配するアプリで移動手段を提供する。手助けが必要な高齢者が手助けしたい人を探すマッチングアプリによって、食事を運んでもらったり、介護してくれる人を探せるアプリを提供する。移動が困難な高齢者やまだまだ物欲の衰えない高齢者のために通販アプリを提供したり、銀行に行かずタッチするだけで決済できるアプリを提供する。このようなアプリを標準搭載したスマートフォンによって、高齢者が操作しやすいだけでなく、家族の負担も減ると予想される。

4. 政策2 高齢者アプリの認証制度の導入

上記の政策を実施する上で、標準搭載するアプリ（企業）を選定する必要がある。選定のやり方としては、現在飲食店で実施されているコロナウイルスに対する制度を参考にする。その一例として、京都府新型コロナウイルス感染防止対策認証制度を挙げる。アクリル板の設置や換気の徹底等を定めた38の基準を満たした飲食店を認証し、安全な環境を整備することを目的とする制度である。私たちはこの制度のように高齢者がより安心してスマートフォンを利用できるような、高齢者向けアプリの認証制度を導入することを提案する。認証が得られたアプリのみ、スマートフォン販売店がスマホを購入するお年寄りに示すアプリのリストに掲載される。アプリの認証基準の具体的な例としては、従来の他のアプリと比べて使用手順がどのくらい少ないのか、高齢者にも分かりやすい構図になっているのか等である。もちろん変更や追加の余地はあるが、そのような審査基準を満たしたアプリを一定数集め、購入時に認証アプリ一覧から利用者が搭載するアプリを選び、それらについての簡易的な使い方説明を販売員が行う。

5. 課題

もちろん上記の制度を実地するうえで課題は数多くある。例えばアプリ制作会社と携帯会社の契約提携問題や高齢者へ説明をする労力、実際にアプリを利用するユーザーが集まるのかなどが考え

られる。アプリ制作会社と携帯会社の間に高齢者向けアプリの標準搭載するという契約を結ぶ必要があり、どの会社と契約を結ぶのか、契約を結ぶことで得られる既存の携帯会社のメリットは何なのか、そのような提示は不可欠になってくる。他にも高齢者が政策1・2で記したようなスマートフォンを手に入れても誰かが教えないと使うことはできない。よくあるのが現状でも述べた通り、なかなか覚える事が出来ない高齢者に対して教えることを投げ出してしまおうといったことだ。このスマートフォンは高齢者が使いやすいように配慮されているとはいえ、少なからずこういった問題は出てくると考えられる。またアプリの製作には多大な時間と労力がかかる。そういった時間と労力を割いてまで高齢者用のアプリを作ると得られるメリットを提供しなければ、企業はアプリの開発に取り組んでくれないだろう。

6. 終わりに

この制度のメリットというのはシンプルで高齢者も使いやすいアプリが標準搭載されていて、必ず利用してもらえる点にある。スマートフォンに搭載するアプリはシンプルで容易に操作できることを重視し、高齢者が使いやすいように配慮している。間違えやすいモノは排除・非搭載し、必要なモノを初期搭載することで従来のモノより高齢者にとって使い勝手のいいモノになる。また、メリットとして初期搭載するアプリの開発ではよりシンプルな形を目指して企業による開発競争が起きると考えられ、政策2で述べた認証制度を通るための競争なども考えられる。この結果、高齢者が使用可能なアプリは増加し、高齢者の方の生活が向上に向かうだろう。しかし、先ほどの課題も見受けられ、私たちでは分からない課題も数多くあると思う。そういった課題を一つ一つクリアしていくことで高齢者へのIT支援の充実を図っていくことが大事なのではないかと私たちは考える。

参考文献

総務省「通信利用動向調査」

総務省「超高齢社会を支えるITの在り方に関する調査結果」

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h25/html/nc123220.html>

子育てママと女子大生を繋ぐ架け橋プロジェクト

福知山公立大学地域経営学部 谷口ゼミ Rainbow Pocket チーム

○坂野茉夢 (Mayu sakano)・石田蓮 (Ren Ishida)・小熊紗祈 (Saki oguma)

・成瀬花音 (Kanon naruse)

(福知山公立大学 地域経営学部地域系学科)

キーワード：子育てママ、女子大学生、情報発信

1. はじめに

現在、私たちは福知山公立大学の女子学生に向けて、福知山の子育てママや私たち自身の経験を伝える情報発信を Instagram で行っている。子育てママと私たち先輩女子大学生の女性ならではの視点で、福知山の女子大生の生活を支える情報を発信している。

子育てママから女子大生への情報発信を通してゆくゆくは子育てママと女子大生を繋げ、お互いに支え合える関係を目指している。また、子育てママ同士、女子大生同士の関係性の向上も図っていきたい。このような関係性の向上によってお互いの抱える悩みを改善し、福知山で豊かに住みよい生活を送れるようにしたいと考えている。

2. 現在までの活動

このプロジェクトは2年次から始めた。きっかけは福知山に住む住民、大学生にもっと福知山を知ってほしい、楽しんでもほしいという思いを持ったことである。さらに、コロナウイルスの流行によって地域とのつながりや大学生同士のつながりが作りづらくなったことで、大学生が孤立しているのではないかという懸念を持ったからである。それらの思いから、私たちはSNSを活用した情報発信をしていきたいと考えた。

そのためにまず、福知山の新町商店街で毎月行われている「福知山ワンダーマーケット」にて調査を行った。商店街の中にある古民家の一角を休憩所として空間デザインし、そのうえで来訪者にアンケート調査を実施した(図1)。

アンケートでは主にどのようなSNSを普段使っているか、日常での困りごととは何か、いま現在どのような情報を欲しているかを調査した。



図1. 福知山ワンダーマーケットでの調査

アンケート結果から、子育てをする若い女性が、子育てや仕事に手がかり自分に向き合えていない、忙しすぎるといった悩みが多いことが分かった。この結果をきっかけに、子育てをする主婦に対して大学生が何かできないだろうか、逆に大学生が生活の知恵や将来のための知識を得られないだろうかと考えた。

目的を達成するために住民ディレクター等を視野にいれ、岸本晃氏にインタビューを行ったが、最終的に問題意識と自分たちがしてみたいこと、興味のあることを掛け合わせたうえで Instagram を活用することになった。

3. 現状

現在の活動内容は、Instagram アカウント運営の開始、子育てママへのインタビューの実施、そして同大学1年生の女子学生へのインタビューの実施である。

Instagram アカウント運営では、女子大学生の大学生活を豊かにするための内容をメインとし「友達作りのコツ」をテーマに投稿した。次の投

稿テーマは「アルバイトのアドバイス」であり、現在は投稿へ向けた活動を行っている（図2）。



図2. 「Rainbow Pocket」のアカウント

そして、インタビュー調査は女子大学生と子育てママそれぞれを対象に実施することができ、それぞれの立場の現状や悩みを把握することができたため、情報発信やイベントの企画をする際の参考にしていく（図3）。



図3. 福知山公立大生のインタビュー

しかし、コロナウイルスの影響によってオフラインでのイベント開催をすることが難しい状況にある。そのため、オンラインでの実験的な開催や少人数での開催など状況に応じた取り組みを行いながら、最終的な目的である女子大学生と子育てママを繋げるためのオフラインでの交流会を企画していく。

4. これからの活動

私たちがこれから行っていく活動は主にInstagram アカウント運営の継続、女子大学生や子育てママに向けたおすすめの方法やお店の調査、

女子大学生同士、子育てママ同士、または女子大学生と子育てママを繋ぐオフライン交流会の開催である。

1 つ目の Instagram アカウント運営では投稿内容の幅を広げ多様化することで、これまで以上に女子大学生の気になることや関心のあることを反映した投稿内容にする予定である（図4）。

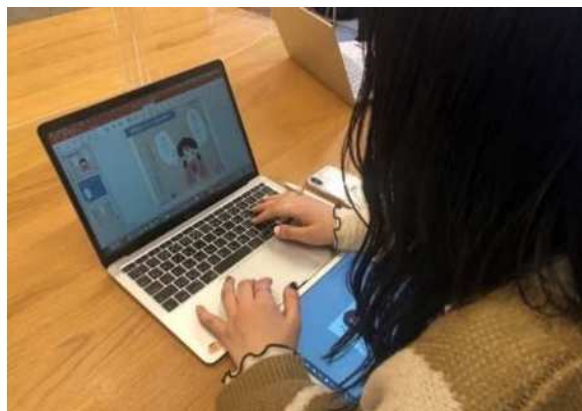


図4. 投稿準備風景

2 つ目のおすすめの方法やお店の調査は、女子大学生や子育てママに対して安心してくつろぐことができる憩いの場を紹介することで、生活の向上に繋げることを目的としている。

3 つ目のオフライン交流会は、Rainbow Pocket の目的である女子大学生と子育てママを繋げるためのイベントである。この交流会を通して新しい関係を形成してもらおうと同時に、それぞれの立場の悩みや困りごとを共有し合いながら、それらの相談口としての役割も持たせることができるような内容を企画していく。

5. おわりに

私たちは子育てママと女子大生を繋げ、支え合うことのできる関係を形成していくことで悩みや不安を改善し、より充実した生活を送ってもらいたいという目標を元に活動を行っている。

これまでの活動内容はアンケートやインタビューによる調査と Instagram を通しての情報発信が中心となっており、アンケート、インタビュー調査から福知山で暮らす子育てママと女子大生の持つ悩みや関心を知ることができた。

今後は Instagram の運営を継続しつつオフラインでの交流を行うために活動の幅を広げていきたいと考えている。

わたし
女性が議員になるために
- 「非選挙権」の主権者教育 -

チーム京都からパリテ

雨森夏菜子 (amemorinanako)・大江奈央 (oenao)・〇川北美奈 (kawakitamina)・
北村航一 (kitamurakoichi)・高村いずみ (takamuraizumi)・知禿雅晴 (chitokumasaharu)
(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：女性の立候補者、女性議員、女性の地位向上

1. はじめに

この小論の目的は女性の更なる社会進出のために女性議員を増やすにはどうしたらいいのかについて主権者教育の立場から提案を行うことにある。

政府は 2025 年までに国政選挙での女性の立候補者数を全体の 35%にまで引き上げることを目標に掲げているが、10 月に行われる衆議院選挙での女性の立候補者の割合は 17.7%にとどまっている。女性が初めて選挙権を行使した 1946 年の衆議院選挙から 75 年が経過しているが、女性の立候補者は依然として少ない状況にある。その結果として国会の女性議員比率をみると衆議院が 9.9%であり、世界中 190 カ国中 163 位である。また地方議会の女性議員の割合は都道府県議会 11.4%、女性議員ゼロの町村議会が 3 割以上にも及んでいる（毎日新聞：2019/7/4）。

人口の約半数が女性なのにもかかわらず、なぜ女性の立候補者、そして女性議員が少ないのはなぜなのだろうか。以下では、女性議員女性立候補者を増やす取り組みの一つとして、「被選挙権」の主権者教育について提案を行いたい。

2. 女性立候補者を増やすための課題

2021 年 6 月 10 日に国会・地方議会の女性議員を増やすために改正法が成立し、「候補者選定方法の改善」「候補者となるにふさわしい人材の育成」「セクハラやマタハラ等の防止策」を求める内容が新設された。問題発生を防ぐ研修を実施して相談体制を整備する規定。議会を欠席する要件として、妊娠や出産、育児、介護を例示し議会との両立を支援する体制も求めた。しかし、いずれも罰則はなく自主的に取り組むよう努めるものとされ、その結果として先に挙げたように今回の女性立候補者は 17.7%、与党である自由民主党では女性候補 6.5%にとどまっている。

しかし、立候補したい女性がいらないわけではない。そのため女性が立候補を断念する理由として、内閣府は 2020 年 6 月から今年 3 月にかけて立候補を取りやめた男女 994 人に調査を行った。理由は女性のプライバシーの確保、家事・育児

両立困難が 40%を超えた。そして、現職の地方議員男女 5513 人の調査では「家事・育児との両立困難」とした女性割合は男性の 2 倍以上、「差別やセクハラ」は女性 34.8%、男性 2.2%と大きく離れている。こうしたことから女性立候補者が少ない状況にある。また、社会的に「女性リーダー推進」を掲げていても、環境の整っていない現在の日本社会では手を挙げにくい、声を出しにくい雰囲気が漂っていないのではないだろうか。

3. 被選挙権の主権者教育の課題

女性が置かれた状況がある中で、一女性である「私」が立候補を考えた時、そもそもどうすれば立候補できるのかを知らないことに気が付いた。つまり上記の「女性が立候補する困難さ」として、「立候補の仕方がわからない」「女性だから人前に立たなくてもいい」などと私たち自身も思い込んでいることがあるのではないかと考えた。こうした状況について私たちが経験したことから何ができるのかについて考えるために、現在高等学校で行われている主権者教育について考えたい。

主権者教育とは、国や社会の問題を自分の問題として捉え、自ら考え、自ら判断し、行動していく主権者を育成していくことである。この大会でも選挙権の主権者教育については取り上げられているが（京都府立大学公共政策学部 3 回生窪田ゼミ：2019、京都府立大学公共政策学部 2 回生窪田ゼミ：2018）、多くは選挙権、すなわち投票する権利についての教育がなされているように思われる。

そのため立候補という被選挙権の主権者教育について 2021 年 9 月に私たちの出身高校である公立 A 高校と私立 B 高校で主権者教育を行っている社会科教員に「議員の立候補の仕方や過程について教えているのか」について伺った。

A 高校の社会科担当教員に伺ったところ以下のようなお話であった。

「授業では立候補のことは話していない。授

業で話すのは衆議院選挙や参議院選挙や小選挙区制や比例代表制などの選挙制度くらい。あとは公職選挙法や選挙の期日、期日前選挙など投票する時の注意点を話す。」

またB高校の社会科担当教員伺ったところ以下のようなお話であった。

「選挙について学ぶ授業があり、授業内容として衆議院選挙や参議院選挙という制度について話されている以外に有権者として求められる力をつけるため政策討論のディベートや模擬選挙などの実践が行われる。この中では、選挙について選挙権のことについてしか触れない。また、この授業では選挙についての冊子が配られるが、有権者であること、投票の大切さなど、選挙に対して興味を持ち投票してほしいという願いが込められているだけである。」

すなわち、両高校とも教育の場面で立候補の仕方・過程について教えられることは少なく、知らないまま大人になっていくと考えられる。さらに女性の立候補や議員についてのお話はされていない。その結果、私たちのように大学生になっても議員のなり方がわからずなりたくてもなれない、議員になることを目指す人が少ないという状況になっていると考えられる。

わずか2つの高校の例であるが、以上のことから女性の立候補者が少ないのは、高校での主権者教育の問題もあるのではないかと考える。つまり、女性の立候補者が少ないのは、高校教育で選挙権に重きを置いた学習を指導しているため、自分が立候補者の立場に立つということが前提から排除されているのではないだろうか。特に、女性はロールモデルとなるような女性議員が少ないため、女性が議員になることがわからなくなってしまうと考えられる。

4. 提案

私たちはこの課題に対して、高校教育の中で非選挙権（立候補者）側の立場の学習も取り入れることを提案したい。議員になるということは男女共に平等に与えられた権利である。そのことを高校教育の中で非選挙権（立候補者）側にも平等に与えられているということを学習内容に組み込む必要がある。そして立候補という学習を通じて、女性の立候補者を増やすための取り組みを組み込むことを提案したい。

被選挙権の主権者教育については海外では、例えばイギリスでは、授業で争点に対立する問題の討論の実施、英国議会事務局による模擬議会の実施、各地域から青少年議員を選出する「英国青少年議会」が行われている（日本経済新聞

2016/6/19）。またドイツでは、18歳未満の模擬選挙の実施、個別の争点への賛否を答えて考えの近い政党を探す「ポートマッチプログラム」の実施、教員や保護者、生徒で構成し学校運営に関する幅広い話題を取り上げる「学校議会」が行われている（日本経済新聞2016/6/19）。こうした過程の中で、誰にどのような政策に投票するのかという選挙権とともに、どのように立候補するのかという被選挙権も学んでいると考えられる。

こうしたことからイギリスやドイツのような非主権者教育とジェンダー教育を結び付けた教育を取り入れることを提案する。

参考文献

- (1) 女性候補割合、過去最高も「男女均等」ほど遠く 与党は消極的 参院選、毎日新聞、(2019/7/4).
- (2) 京都府立大学 公共政策学部 3 回生窪田ゼミ 主権者教育におけるゲームの有効性と中期的効果、2019年
- (3) 京都府立大学 公共政策学部 2 回生窪田ゼミ、主権者教育の現状と政策評価ゲームによる新展開、2018年
- (4) 主権者教育の推進に関する有識者会議とりまとめ、総務省、(閲覧日 2021 年 10 月 29 日)
- (5) 海外「18 歳以上」が大半 政治教育強化とセットに、日本経済新聞、(2016/6/19)

効果的なデート DV 防止教育とは？

チームパープルリボン

○上山 瑞樹 (Mizuki Ueyama) ・井口 駿平 (Shumpei Iguchi)

・奥 梨亜菜 (Riana Oku) ・越智 桃香 (Momoka Ochi)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：複数回の教育、教科内での教育、社会問題としての教育

1. はじめに

DV (ドメスティック・バイオレンス) だけでなく、デート DV という言葉も広く知られるようになってきた。2001 年には「配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護に関する法律」(DV 防止法) が制定され、その後三回目の改正が行われた際には、配偶者からの暴力だけでなく、同居関係における交際相手からの暴力及びその被害者にまで、適応対象が拡大された。

一方、伊田 (2010) は「DV に関する情報および啓発については一定の広がりが見られるが、若者に対するデート DV 防止教育はほとんどなされていない」という。また喜多 (2015) は「デート DV 等の予防教育は学習指導要領にも位置づけられておらず、取組自体は各学校や教育機関に委ねられている。どの学校段階でどのように教育を行うかも明確になっていない」という。

そこで本研究では、デート DV 防止対策のために、京都市の高等学校におけるデート DV の認知度を例に、そこから見える課題と今後のデート DV 防止教育について提案したい。

2. 高校生のデート DV の認識について

まずは高等学校の学生に対して、デート DV に関する知識を知る重要性について考えたい。テレビやドラマなどのメディアの情報から、過度な束縛を愛情と受け取ることや、SNS やインターネットの普及で、写真や動画の利用や相手の行動を監視しやすくなったことにより、若者間でのデート DV 被害も増えている (伊田 2010)。そのため、高校生等の 10 代の若い世代が正しい知識を身に付けている必要がある。そこで一例として京都市内の高等学校に在籍する学生を対象に絞って、その中でのデート DV への認知度についてみていきたい。

京都市は京都市内の高等学校のうち協力を得られた 5 校に在籍する生徒を対象「デート DV に関する意識調査」(2014)を行っている。「あなたは『デート DV』という言葉を知っていますか」という質問に対して、「ある」の割合は女性 37.6%・男性 28.5%となっていた (図 1)。

次に「あなたは『デート DV』という言葉を知っていますか」という質問に対して、男女とも

「まったく知らない」の割合が最も高く、女性 45.3%・男性 58.0%、デート DV を「よく知っている」割合は男女ともに 5%未満となっている。(図 2)。

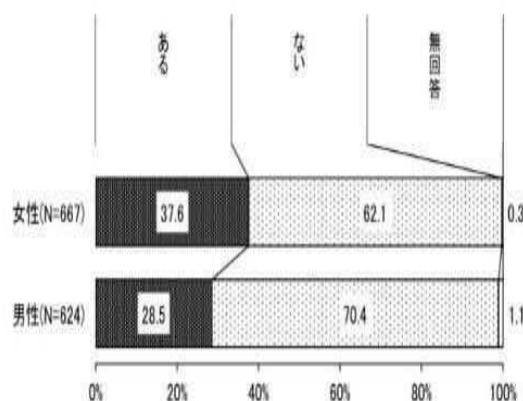


図 1『デート DV』という言葉の認知

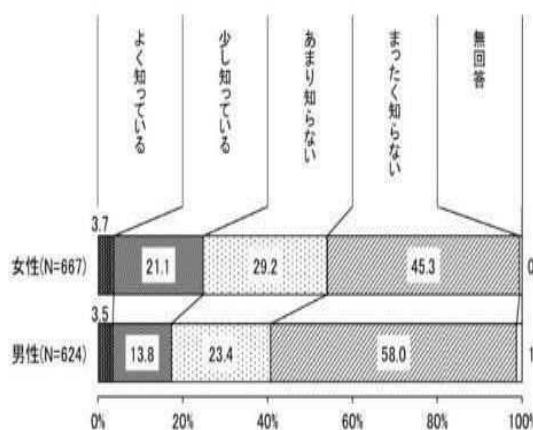
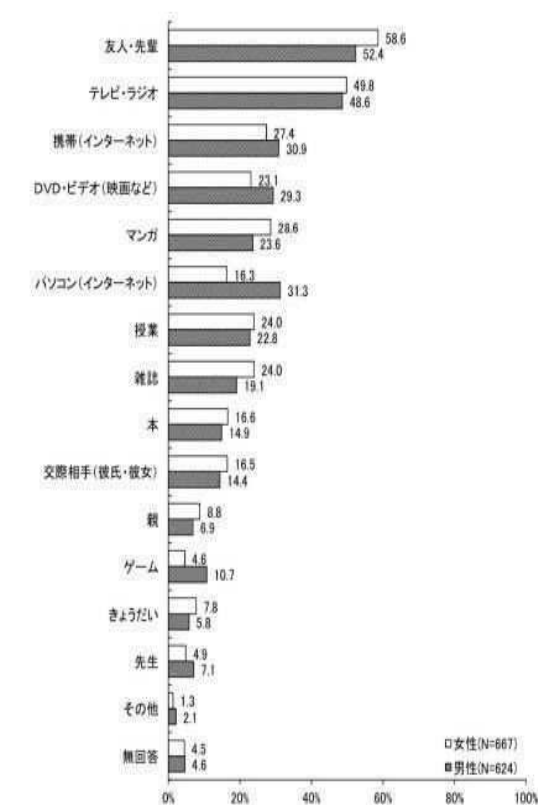


図 2『デート DV』という言葉の理解

さらに、「性や恋愛についての情報はどこから得ていますか(複数回答可)」という質問では、女性、男性ともに「友人・先輩」の割合が最も高く、「テレビ・ラジオ」「携帯(インターネット)」の割合が共通して高かった。「授業」の割合は女性 24.0%・男性 22.8%ほどである (図 3)。

これらからわかるように、デート DV という言葉の認知度は男女共に 3 割で、性や恋愛に対する情報源が友人や先輩、テレビ等の曖昧な知識であることが多く、授業で情報を取得している割

合が少ないため、若者に対するデート DV 防止教育の普及は充分でないといえる。



注)一部の調査協力校では「恋愛や性についての情報はどこから得ていますか」として質問した。

図3 性や恋愛の情報入手先

伊田(2010)は「防止教育は一回限りの講座で済まされてしまうことが多いが、それでは決定的に不十分である」ことと、「単純に、『それはジェンダーの問題だ、DVだ』というような結論だけを提示されても、多くの人は本当の深いところでは納得も理解もできない」ことを問題としている。

以上の課題を踏まえた、今後のデート DV 防止教育のあり方について提案したい。

3. 提案

今後の防止教育の方法の提案として、デート DV を社会問題として扱い、授業の一つの単元として教育を義務化し、学習の時間数を確保することである。それにより、他の団体の委託の費用等に関係なく、全ての高等学校で等しく防止教育を行うことができる。

また、学年単位での大講義での説明といった形式ではなく、クラス単位で行い、生徒自身が参加し、考えて意見を出すワークショップ形式の授業を取ることで、受け身ではなく能動的に考え、継続的に記憶に刷り込む効果を期待する。

そこで、防止教育を単元として組み込み、実際に授業を行う際の内容を提案していきたい。

(本研究ではデート DV を社会問題として扱うため、2022 年に新設される公民科の「公共」の一単元として追加することとする)

まず導入として、恋人関係で起こりうるデート DV に繋がる例を提示し(例えば「相手の持つ連絡先を管理・チェックする」について)、それを議題に一班 4~5 人のグループを作り、被害者側と加害者側に分かれ、それぞれがその行為を行う理由や考えについて討論してもらう(先述の例で、管理する側の主張、された側はどう受け取るか、その立場になって考え意見を出し合ってもらう)。

その後各グループで出た意見を代表者が発表し、全体の意見をまとめる。そこから該当するデート DV の種類の概要と、前提として相手との関係性や状況次第で暴力となるか異なることを教師が説明する。最後にグループで出た意見と全体のまとめから、一人ひとりに感想を書いて提出してもらう、といった内容である。

この方法ではデート DV にあたる行為をする人・される人の両者の立場になって心情を考え、共有することができ、自ら考えた後で教師から正しい知識を得ることができるため、印象にも残りやすく、同じ正しい知識を生徒全員が理解できると考える。

また、理解度の確認については、問いに対して自分自身の意見を書き、その意見の整合性で評価をつけるといった方法が考えられる。

4. まとめ

京都市の高等学校 5 校の調査を一例にしたが、今回取り上げたデート DV 防止教育に対する問題は、他の地域や高等学校以外の教育機関にも通ずるものである。そして、デート DV 防止教育を広めることは、正しい知識を身につけ、互いを尊重し合う恋愛関係を築き、DV 被害者も加害者も生み出さない社会につながると考える。今後、DV とデート DV を未然に防ぐために、各教育機関の早い段階で正しい知識を身に付ける授業を実施することが求められる。

参考文献

1. 伊田広行(2010)『デート DV と恋愛』大月書店
2. 喜多加実代・阪井俊文(2015)『学校・大学における DV・デート DV 予防教育の現状と課題 ―自治体の支援による推進の可能性―』福岡教育大学紀要 第六分冊 教育実践研究編
3. 京都市(2014)『デート DV に関する意識調査』
https://www.wings-kyoto.jp/docs/publish_H26DVishiki.pdf

近畿地方 4 県の要介護認定率、離婚組数、高齢者独居世帯の割合と各市町村の自殺者数との関係

チームカルシウム

○岡本 晃汰 (Okamoto kota)・細野 晶太 (Hosono shota)・大宅 竜聖 (Ooya ryuto)・藤原 亮介 (Hujiiwara ryosuke)

(京都産業大学 経済学部 経済学科)

キーワード：要介護認定数、離婚組数、高齢者独居世帯数

1. 研究の目的

私達は現代の日本において、年々減少している自殺者数について、都市の要介護認定や離婚組数、高齢者独居世帯数などの政策や指標のデータを用いて分析することで、都市政策などがどれだけ自殺者を減らす要因になっているのか分析するために、このテーマを選択しました。

2. 方法

研究の方法として、私達は自殺者数と自殺者の増減に関連があると考えられる要因のデータを、重回帰分析を用いて関連度を調べました。

3. 用いたデータ

私達は、自殺者の減少には高齢者の要介護認定や離婚組数、高齢者独居世帯数が影響を与えたと考えました。その為、要因と考えられる要介護認定数、離婚組数、高齢者独居世帯数の3つのデータを重回帰分析では、説明変数として用いました。そして、その要因によってもたらされる結果とする自殺者数は、重回帰分析では目的変数として用いました。

また、データはすべての項目で十分なデータが存在するのが2015年まででしたので、2015年のデータを使って分析を行います。

4. 調査対象

私達は、要介護認定、京都府、大阪府、奈良県、滋賀県の市町村を調査対象としました。大

阪府、奈良県、滋賀県も調査対象としているのは、京都府内だけのデータではデータ数が少なく関連性についての信頼性が低く、本当に関連があるといえるのか判断するのが難しいと考えた為、調査対象に加えました。

5. データを用いた重回帰分析

まず、データが要介護数と高齢者独居世帯は認定率、割合となっており、離婚は組数と基準がずれていた為、離婚組数を市町村の総人口で割ることで離婚率を求めました。割合で統一したデータを用いて、重回帰分析を行ったグラフが以下の3つになります。

1つ目のグラフは自殺数と要介護認定率の関係を示した図です。

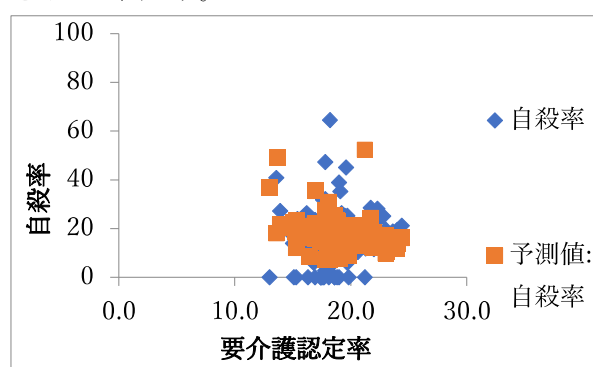


図1 自殺数と要介護認定率の関係

要介護認定率のグラフでは、ほぼ全ての市町村が15%から25%の認定率にあり、その中で市町村の自殺率に変動しているということは、要介護認定率が自殺の増減する要因としてはあまり関係がないと考えられます。

2つ目は自殺者数と高齢独居世帯割合の関係を示した図です。

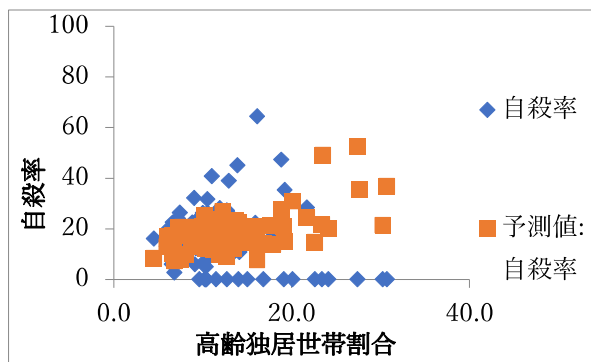


図2 自殺者数と高齢独居世帯割合の関係

高齢者独居世帯割合の図では、予測値は右肩上がりになっていますが、実測値は高齢者独居割合が高くても自殺率が低い市町村や、割合はあまり高くないが自殺率が高い市町村があることから、高齢者の独居世帯割合も、自殺が増減する要因とは関係がないと考えます

3つ目は自殺者数と離婚率の関係を示した図です。

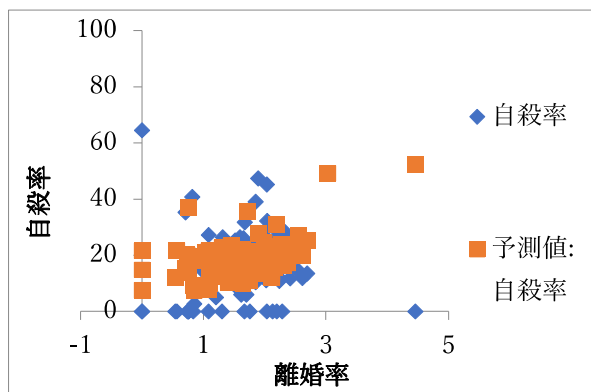


図3 自殺者数と離婚率の関係

離婚率の図では、実測値の分布も予測値の分布も、右肩上がりになっているので、離婚率の増減が自殺の要因と関係しているのではないかと考えました。

6. 一元配置を用いた分析

ここまで重回帰分析を用いて、自殺率とその要因と考えたデータを分析しました。しかし、重回帰分析だけでは明確に関係があるのか、それとも関係はないのかが判断できなかったのので、一元配置も用いて分析を重ねることにしま

した。重回帰分析では、すべての市町村のデータをそのまま使用して行っていましたが、一元配置では、政令市・中核市・特例市の3つとそれら以外の市・それら以外の町村の2つ、計5つに分け、それぞれで平均をとってから、行うことで都市の大きさなども関係するのかを分析しました。結果としては、都市の大きさが影響を与えると考えられるのは、高齢者独居世帯割合の増減に関してでした。高齢者独居世帯割合は町だけが他より高いですが、それ以外は都市の規模が大きくなるにつれて、平均が高くなり分散も小さくなったので、関係があると言えると考えました。

自殺者数は都市が大きくなるほど平均値は高くなりますが、分散値も上がる為自殺数の増減にはこちら関係ないと考えました。

7. 結論

今回行った分析の中では、明確にこれが自殺者の増減する原因だと言えるものはありませんでした。しかし、一定ではないにしろどのデータも割合がある程度上がると、自殺者が多くなる傾向がありました。その為、少子高齢化やコロナの影響によって、高齢者の独居世帯割合や離婚率が増え、自殺者が増える可能性があるのので、市町村は高齢者の生活状況を把握したりサポートするための制度を整えたりすることが必要だと考えます。また環境面でも経済面でも快適に心地よく過ごせる街にするために、市町村も積極的に公共事業を行っていくべきだと考えました。

参考文献

資料：厚生労働省「人口動態統計」

資料：3-16 世帯の家族類型別一般世帯数及び一般世帯人員 大阪府 HP

資料：滋賀県統計書 滋賀県 HP

資料：e-stat

資料：保健統計年報 兵庫県 HP

資料：京都府統計書 第14章医療・保健衛生・環境

子ども食堂の現状と展望

- 地場スーパーを主体とした持続可能な多世代交流拠点を目指して -

龍谷大学 政策学部 安ゼミナール

○李泰鎮 (LEE TAEJIN)・大八木美有 (OYAGI MIU)・坂本隆人 (SAKAMOTO RYUTO)・

山内明香 (YAMAUCHI ASUKA)

(龍谷大学 政策学部 政策学科)

キーワード：共生社会、多世代交流拠点、持続可能性

1. 本研究の背景と目的

厚生労働省「国民生活基礎調査」(2019)によると、日本における子どもの貧困率は13.5%である。これは、日本の子どもの約7人に1人が貧困状態に置かれていることを意味している。その中には、一見、健康的な普通の子どもに見えていても、その裏で自身の置かれている環境に苦しんでいる子どもたちがいる。現在、日本ではこのような「見えない貧困」が社会問題として認識されている。

上記の「見えない貧困」に苦しむ貧困家庭は複雑で多様な問題（地域社会からの疎外、過重な育児負担、低所得など）を抱えている場合が多い。これらの問題に対しては、行政の画一的な政策では根本的解決が難しい現状がある。

このような状況の中で、子ども食堂は多くの人が貧困や所得などと関係なく過ごせる居場所であり、また貧困状態にある子どもたちに「人とのつながり」や「教育・経験の機会」を与えうるコミュニティ形成の場としての役割を果たしている。

また、子ども食堂はコミュニティ内の人と人の交流の中で「見えない貧困」を可視化させることもできる。

つまり「子ども食堂」には、行政や家庭だけでは対処しきれない多くの問題を解決する、もしくは解決につなげる力がある。

我々は、上記のような子ども食堂の可能性に注目し、今後における子ども食堂の在り方と持続可能性について政策提言を行うことを目的とする。

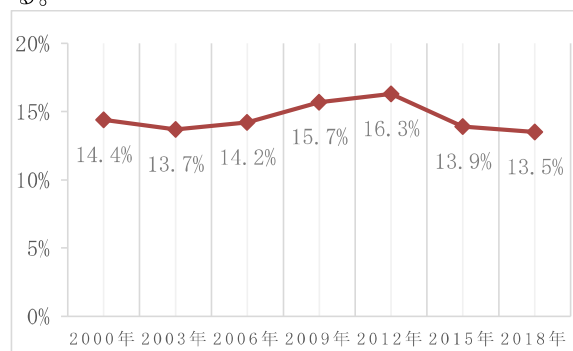


図1 子どもの貧困率の年次推移

2. 子ども食堂の現状

現在の子ども食堂は、多世代の人々が集まり、共食をしながら交流を深めるコミュニティ形成の場であると言える。我々が訪れた子ども食堂の場合も、老若男女が各々食事をしながら交流を深めていた。新型コロナウイルス感染拡大という情勢下で食事時間は限られていたものの、子ども食堂を通して、顔を合わせ、人との交流を楽しむことが実現できるという可能性を見出した。このように、子ども食堂は誰かにとっての「居場所」になり得る。

3. 子ども食堂の運営面における課題

一方、子ども食堂の運営面においては、様々な課題が山積している。

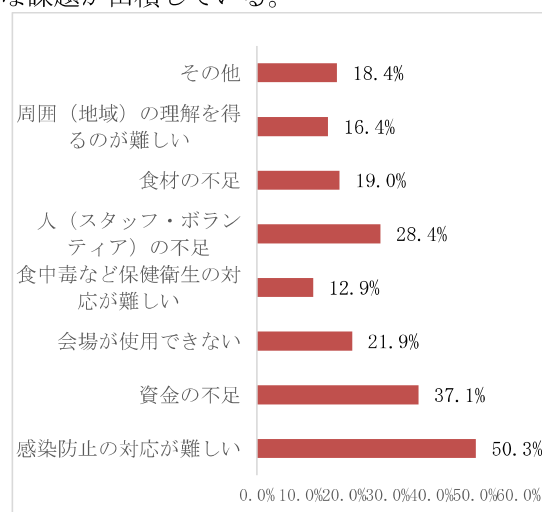


図2 子ども食堂での困りごと

第一に、「代表者への依存」という課題が挙げられる。我々が訪れた子ども食堂の場合、現在の代表者がやめることになると、継続的に子ども食堂の運営を担ってくれる人がいないというお話を伺った。このように、子ども食堂を継続的かつ安定的に運営するのは難しいことである。

そのため、子ども食堂の運営面での継続性と安定性を担保できる新しい仕組みが必要である。

第二に、「人材不足」という課題が挙げられる。図2より、現在、多くの子ども食堂は運営資金の調達に悩んでおり、有償の専任スタッフを雇用することが難しい状況であることが推測できる。

その結果、子ども食堂はボランティアに依存する傾向が非常に強いと言える。今後、子ども食堂がどのような手段を通して人材を確保していくのかという課題が浮上している。

第三に、「会場の確保」という課題が挙げられる。子ども食堂はどこでも開催できるものではない。子ども食堂を開催するためには食事をする場所の確保のみならず、調理を行う施設も必要となる。

上記の三つの課題が子ども食堂の持続可能性を阻害する要因であると言える。これらの課題を克服していくためには、次に見る先進事例が有効である。

4. 先進事例からみる子ども食堂の持続性

株式会社ファミリーマートがフランチャイズ店舗において展開している『ファミマこども食堂』がその一例である。企業が運営の主体となっているため、持続可能性の欠如や人材不足といった状況に陥りにくいと推測される。特に『ファミマこども食堂』の場合、「ファミマ関係者によれば、開催した店舗に測対してファミマ本社から支援金が出る。金額は非公開だが、支援金には実際に提供する食費に加えて、人件費相当額が盛り込まれている。」という。このように、継続的かつ安定的に売上を生み出している企業が子ども食堂の運営を担うことが持続可能な子ども食堂の運営につながる可能性が高い。さらに、ファミリーマートのような主に食品の販売を行っている小売業界の企業が子ども食堂の運営を行う場合、食材不足や保健衛生への対応等の様々な問題が解消され得る。

また、身近にあるコンビニエンスストアで開催されているため、優れた接近性を有しているとも言える。

5. 地場スーパーを運営主体とする子ども食堂

一方、『ファミマこども食堂』にも欠点が存在している。まず、コンビニエンスストアは面積が小さいところが多いため、収容できる人数が少ない。次に、コンビニエンスストアの場合、調理施設が十分でないところが多い。

これらの課題を克服したうえでコンビニエンスストアのメリットも活用する運営方法として、面積が広く、調理施設も十分に整っている地場スーパーを運営主体にすることが有効であると考えられる。

ここでいう地場スーパーとは、地域に密着したスーパーと定義する。またこの運営形態においては、惣菜や弁当等は、本来の業務内で調理を行っているため食事の提供が容易になる。さらに、地場スーパーは個人や任意団体より、会計や経理等の事務作業の知識を有している。次

に、会場の確保については、イートインスペースのようなスーパー内の施設を通して、子ども食堂を開催することが可能であると考えられる。その他、財源の確保という面では、個人や任意団体が運営を行うより、他の収入源がある企業の方が安定的であることは明確である。

要するに、地場スーパーが子ども食堂の運営を担うことで、様々な作業における負担が軽減され、子ども食堂の持続可能性の向上につながると考えられる。

上記の案は、地場スーパー側にもメリットがあると考えられる。近年、地場スーパーはオンラインショップや、複合商業施設等の台頭により経営状況が厳しくなっているところが少なくない。このような状況の中で、地場スーパーは、大きな強みである地域とのつながりを活かしていく必要があると考えられる。地域とのつながりは、子ども食堂の利点である地域コミュニティの形成と連動して強化することができ、地域住民の長期的な集客も見込める。

つまり、地場スーパーを運営主体とする子ども食堂を通して、現在の多くの子ども食堂が抱えている課題へ効果的に対応することができると推測される。

6. おわりに

本研究を進めるにあたって、私たちは実際に子ども食堂を訪れた。そこで、子ども食堂が抱えている様々な課題を発見した。その中から、子ども食堂の運営面における課題に着目し、子ども食堂の可能性を広げることを目的とした。

課題に対する解決策を模索した中で、ファミリーマートの事例を活かし、地場スーパーを運営主体とする子ども食堂の開催が持続可能性の確保につながるという政策提言をした。

この政策提言が持続可能性のある、共生社会の到来の一助となることを期待する。

参考文献

- ・厚生労働省、「国民生活基礎調査」, 2019 年, (参照 2021. 10. 1)
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa19/dl/03.pdf>
- ・全国こども食堂支援センター・むすびえ、『こども食堂の現状&困りごとアンケート Vol. 3』
- ・全国こども食堂支援センター・むすびえ、『むすびえのこども食堂白書 地域インフラとしての定着をめざして』, 本の種出版, 2020 年
- ・湯浅誠、『つながり続けるこども食堂』, 中央公論新社, 2021 年
- ・湯浅誠、『都市問題第 110 号巻第 10 号 「特集コンビニ社会インフラか」』, 2019 年 10 月号 (10 月 1 日)
[https://musubie.org/wp/wp-content/uploads/2019/10/p027_032-都市問題 2019 年 10 月号 \(特集 1 湯浅\).pdf](https://musubie.org/wp/wp-content/uploads/2019/10/p027_032-都市問題 2019 年 10 月号 (特集 1 湯浅).pdf)

都市近郊におけるシカ食害に関する若年層への普及啓発手法の検討

- クイズイベントと動画による効果の把握 -

PROTECT FOREST

○甲村優佳 (KOMURA YUKA)・上田賢幸 (UEDA TAKAYUKI)・永棟紫音 (NAGAMUNE SHION)・荒賀三太郎 (ARAGA SANTARO)・富岡瑠加 (TOMIOKA RUKA)

(京都産業大学 生命科学部 産業生命科学科)

キーワード：普及啓発、シカ食害、環境教育

1. はじめに

近年、長期にわたるシカの生息数の増加及び生息域の拡大により森林の被害は深刻な状況にあり、全国の森林の約2割でシカによる被害が確認されている。シカによる被害としては樹皮剥ぎ、下層植生の衰退、食害による裸地化が報告されており、シカ食害が森林に大きな被害を与えていることが分かっている。対策としては防護柵の整備や植栽木を保護する獣害防止資材⁽¹⁾が挙げられている。また、京都府においてもシカによる被害が生じており、シカによる下層植生の食害により森林生態系・生物多様性に強い影響を与えている⁽²⁾と示唆されている。

このような森林被害を防ぐためには継続的な市民活動を行う必要がある。これを実現するためには、環境保全活動への市民の自主的な参加が重要であるという認識がなされている⁽³⁾。よって、市民への理解の促進が森林保全活動の活発化へとつながると考える。

本研究では自然環境への関心が低くなっている若年層⁽⁴⁾の理解を高めることで全体の環境問題への意識を上げることが出来ると考える。動画視聴は視覚情報だけでなく聴覚情報を組み合わせることで記憶を高める⁽⁵⁾という学習効果が研究により示唆されている。また、クイズは対象物に興味がないと感じている層に対しても教育効果をもたらしうる⁽⁶⁾という報告が存在する。

2. 目的

自然環境への関心が低いとされている若年層を本研究の対象とし、クイズイベントと動画によるシカ食害の理解の変化を把握する。本研究ではシカ食害が確認できた宝ヶ池公園（以下宝ヶ池）を実施場所とした。

3. 方法

3.1 クイズイベント

クイズイベントは小学校低学年とその保護者（以下参加者）を対象とした。全7問のシカ食害に関するクイズを順に実施した後、保護者にアン

ケートを取ることで理解の変化を調査した。宝ヶ池にある子供の楽園内のプレイパークという場所において実施した。実施日程は2021年7月25日（日）、時間は14時から15時半までの1時間半とした。本イベントは子供の楽園の利用規定に基づき実施した。

イベントではシカの生態や宝ヶ池で実際に生じているシカの問題、シカ食害への対策等を示したものとした。クイズ内容は、順に「シカはどれ？」「角があるのはどっち？オス？メス？」「シカは最大何m飛ぶか？」「宝ヶ池にシカ何匹いるでしょう？」「シカは何を食べるでしょう？」「この森で困っていることがあります。それはどれ？」「宝ヶ池で行っている活動はどれ？」であった。問題用紙の内容には出題する問題に関する写真やイラストを使用することにより、参加者が理解することが容易になる工夫を施した。また、参加者が楽しんで取り組むことが出来るよう、参加者に積極的に話しかけて盛り上げる工夫を施した。

保護者にアンケート用紙に記入してもらうことで、イベントによるシカ食害への意識の変化を図った。質問内容は全7問で「宝ヶ池のシカの問題について興味を持った」「次回があれば参加したい」などの内容であった。（全アンケート内容は表1参照）また上記の内容に加え、その他の意見や要望の自由記述欄、性別、年齢、住まいの地域の選択をアンケート内容に記し、現地回収でのアンケート調査とした。回収率は100%であった。

3.2 動画

動画による調査では高校3年生を対象とした。動画の内容はシカ食害の被害と対策を伝えるものであり、テレビ番組のニュースを模倣する構成とした。実際に宝ヶ池のシカが下草を食べている姿の映像を組み込んだ後にシカ食害に対するコメントを導入し、1分程度の動画を作成した。動画の最後にはシカに餌を与えないというメッセージを発信することで高校生に出来る活動の提案を行った。また動画内ではシカの被り物を被るなど対象者が楽しんで視聴することが出来るよう工夫も凝

らした。(図1)

動画による調査の実施日は京都産業大学、生命科学部産業生命科学科のオープンキャンパスの4日間(2021年7月31日、8月1、7、8日)とし、来場した18歳以上の学生を対象として動画視聴の後アンケートを取った。アンケートはGoogleフォームでの回答および集計を行った。質問内容は全4問であり、「食害について知っていましたか?」などとし、回答は全てはい・いいえの選択式でのアンケートとした。



図1 動画内容の様子

4. 結果

4.1 クイズイベント

クイズイベントでの回答は男性10名、女性11名の合計21名となった。アンケート内容のうち「宝ヶ池のシカ食害について興味を持った」という問いに対して、とても当てはまる・当てはまると回答した人数は81%を占めた。また、「次回があれば参加したい」という問いに対して、とても当てはまる・あてはまると回答した人数は95%を占めていた。(表1)

表1「クイズイベントでのアンケート集計結果」

クイズ大会イベントに関するアンケート(計21、うち男性10人、女性11人)

1. とても当てはまる 2. やや当てはまる 3. どちらともいえない 4. あまり当てはまらない 5. 全く当てはまらない

	1	2	3	4	5
子供たちは楽しんでいたか	16 (76.1%)	4 (19.0%)	1 (4.8%)	0 (0%)	0 (0%)
宝ヶ池のシカの食害を知っていた	3 (14.3%)	1 (4.8%)	2 (9.5%)	5 (23.8%)	10 (47.6%)
さらに理解が深まった	15 (71.4%)	5 (23.8%)	1 (4.8%)	0 (0%)	0 (0%)
宝ヶ池のシカの食害について興味を持った	11 (52.4%)	6 (28.6%)	4 (19.0%)	0 (0%)	0 (0%)
このイベントに参加したい	18 (85.7%)	3 (14.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
次回があれば参加したい	14 (66.7%)	6 (28.6%)	1 (4.8%)	0 (0%)	0 (0%)

日時: 7月29日 14:00~15:30
対象者: 20代~30代

4.2 動画

動画による宝ヶ池の情報発信では計33名のアンケートを回収することが出来た。動画視聴前についてのアンケートではシカ食害についての認知度が27.3%であったが、動画視聴後の理解度は100%となった。また、動画視聴後に実際に宝ヶ池に行ってみたく感じた人の割合は84.8%となった。(図2)

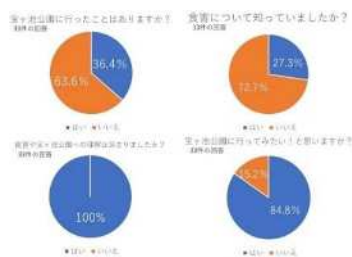


図2 動画アンケート

5. 考察

クイズイベントや動画での情報発信は、ともに対象者である若年層の理解度や関心が高まった。この結果から、シカ食害を解決するために若者世代の理解者を増加させる手段として、クイズイベントや動画が利用価値のあるものである可能性が示唆された。これらの手法により関心を高めることが出来た要因としては楽しさを重視した動画やクイズの提供であると考えられる。ある研究では生涯学習において知る楽しさが学習の継続に影響するという報告がある⁽⁷⁾。そのため楽しさという点に着目して情報発信をすることが若者の関心を高めることが出来る可能性が生じた。

しかし本研究で既存の普及啓発方法と比較、検討は出来ていないため、本手法の効果を客観的に評価するには至っていない。また、本手法の楽しさの要素を特定することは時間の都合上出来なかった。そのため今後は、既存の普及啓発と比較しつつ、クイズの個数や動画視聴時間による若年層の関心の変化や効果を把握することにより、詳細な課題の検討を進める必要がある。

6. 謝辞

本論文の作成にあたり、終始適切な助言と指導をして下さった西田貴明先生(准教授)に感謝いたします。加えて公益財団法人京都市都市緑化協会野田泰栄氏にはご多忙にも関わらず調査にご協力頂き感謝申し上げます。最後に調査に協力して下さいましたメンバーに感謝いたします。

参考文献

- (1) 林野庁 森林における鳥獣害対策について 令和3年4月
<https://www.rinya.maff.go.jp/j/hogo/higai/attach/pdf/tyouju-84.pdf>
2021年10月20日閲覧
- (2) 京都府 第二種特定鳥獣管理計画 -ニホンジカ-
<https://www.pref.kyoto.jp/choujyu/documents/shikakanrikeikaku.pdf> 2021年10月20日閲覧
- (3) 山岡義典 (1997)『NPO 基礎講座～市民社会の創造のために～』(株)ぎょうせい 東京都
- (4) 内閣府 世論調査 <https://survey.gov-online.go.jp/h24/h24-kankyoku/zh/z12.html>
2021年10月20日閲覧
- (5) 橋元良明 (1999)『映像メディアの展開と社会心理』北樹出版 東京
- (6) 山本芳華、清水夏樹、陳虹彩、中池竜一
2020年3月1日『持続可能な茶業をめざした地域資源マネジメント③:一般消費者にむけた大和茶クイズの実施方法とその効果』
<http://id.nii.ac.jp/1475/00002408/>
- (7) 浅野志津子 学習動機と学習の楽しさが生涯学習参加への積極性と持続性に及ぼす影響:放送大学学生の高齢者を中心に 発達心理学研究 第17巻 230-240

高齢者ドライバーの事故は本当に増えているのか

- データと人々の意識の不一致 -

片岡 歩未 (Kataoka Ayumi)

(京都産業大学法学部法律学科)

キーワード：高齢者ドライバー、高齢化、自動車

1. 研究の背景

近年、「高齢者ドライバーの加害事故が増えている」という話題がよく昇っている。実際に高齢者ドライバーに関する記事では、前置きにそういった表現が使用されることがある¹。そのように感じる人も多いのではないだろうか。またそれに伴い、高齢者ドライバーに対する風当たりも非常に強く、免許の早期返納を催促するような意見も多くみられる。しかし本当に事故は増加しているのだろうか。増えていないとすると、なぜ「増えている」と認識してしまうのであろうか。

そこで、本研究では、高齢者ドライバーの事故実態について分析を行うとともに、そのような認識に至る要因について検討を行うこととした。

2. 調査及び考察

2.1 高齢者の事故件数

初めに、高齢者の事故件数について調査を行う。

「高齢者ドライバーの事故件数が増加している」という表現には複数の意味が考えられる。故にまずその考え方を紹介し、どれが分析方法として適切であるかを考える。

①「高齢者ドライバーの事故件数（実数値）が増加している」

②「高齢者ドライバーの事故件数が全事故件数に占める割合が増加している」

③「高齢者の免許保有者人口（10万人）あたりの事故件数が増加している」

①と②の考え方は、実際に起こった件数をそのまま表しているので、我々に「高齢者ドライバーの事故件数は増加している」という印象を与えやすいと考えられる。しかし、これらは免許保有者人口を加味していない。これから高齢化社会になり高齢者ドライバーが増加していくことを考慮すると、上記の影響を考えないことは不適切ではないかと思われる。よって、③の「高齢者の免許保有者人口（10万人）あたりの事故件数が増加している」ことが事実であるかを検証していく。

2.2 事故件数の実態

まず、高齢者ドライバーの事故件数自体が増加しているのかを調べる。これは2009年と2019年において、原付以上の車両の運転者が第一当事者となった交通事故に関する第一当事者の年齢層別の10万人あたり事故件数を表したグラフである。

（図1参照）このグラフを見るとどの年齢層もそうだが、2割程度減少していることが分かる。

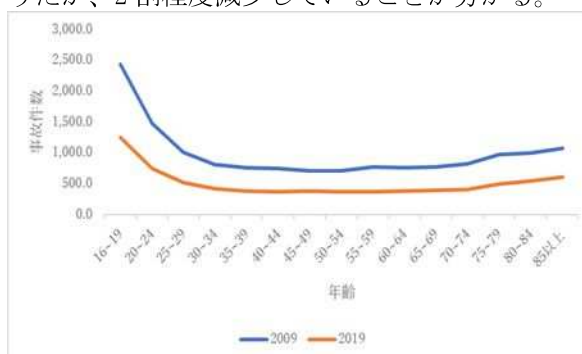


図1：原付以上運転者（第一当事者）の年齢層別免許保有者10万人あたり交通事故件数

（警察庁 Web サイトをもとに筆者が作成）

また、高齢者の免許保有者の増加率に対して事故の増加率はどのように変化しているかを調べた。すなわち、2019年の全年齢の10万人あたりの事故件数を2009年の同様の数値で除したもの（以下、平均減少率という）に2009年の年齢層別免許保有者10万人あたりの事故件数を乗じたものと、各年齢層における2019年の実数値を比較した。（表1参照）

この表を見ると、高齢者層は、平均減少率を下回っているところもあるが、上回っているところもある。また、85歳以上の年齢層を除けば、どの年齢層もこの10年の間にほぼ平均的に事故発生率が増減少していることが読み取れる。つまり、85歳以上の年齢層を除けば、高齢者の事故発生率が特に増加しているわけではないことがわかった。

¹ アディーレ法律事務所「高齢者ドライバー事故の実態とは？高齢者が安全に運転する方法も紹介」(2021年6月2)
<https://www.adire.jp/lega-life-lab/about-elderly-drivers395/>

東洋経済新聞、「「高齢者ドライバー」が危険だとわかる統計的根拠」(2019年8月24日)
<https://toyokeizai.net/articles/-/297303>

表 1：実数値と平均減少率に基づく数値の比較

	16-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44
2019年の年齢層別の免許保有者10万人あたり事故件数 (A)	1,251	754	528	425	380	372
2019年の年齢層別の免許保有者10万人あたり事故件数に平均減少率を乗じた数値 (B)	1,227	748	512	408	383	375
A/B	1.020	1.008	1.031	1.042	0.992	0.992

45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85以上
382	375	368	378	399	413	495	547	616
356	360	392	385	388	414	488	505	542
1.073	1.042	0.939	0.982	1.028	0.998	1.014	1.083	1.137

(警察庁 Web サイトをもとに筆者が作成)

2.3 高齢者の事故が増加していると感じる要因

次に、何故「高齢者の事故が増加している」と感じる原因は一体何であるのかを検討した。

その一つとして、印象に残りやすい死亡事故が多いということが挙げられる。免許保有者人口を加味し、高齢者の免許保有者 10 万人あたりの死亡事故件数を他の年代に比べてみると、多いことがわかる。(図 2 参照) 先行研究にも同様の指摘がある²⁾。

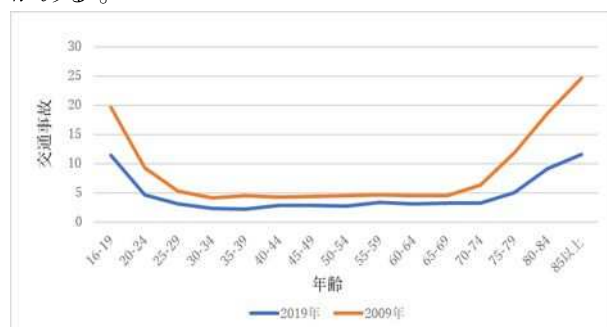


図 2：原付以上運転者（第一当事者）の年齢層別免許保有者 10 万人あたり死亡事故件数

(警察庁 Web サイトをもとに筆者が作成)

死亡事故は悲惨であり、大きな事件はメディアに取り上げられやすい。そのような報道を繰り返し見ていると、「高齢者ドライバー事故は増加している」と思うようになるのは当然ではないだろうか。

²⁾ 栗山湧気＝中村彰宏＝坂口利裕「高齢者の運転行動と事故・違反の特性に関する実証分析」国際交通安全学会誌 Vol. 43No. 3、pp190-196、2019 年、一杉正仁「高齢者

二つ目として、全事故に占める高齢者の年齢層別割合が増加していることが挙げられる。2009 年と 2019 年の全事故件数（実数値）の構成率を比較すると、高齢者ドライバーによる事故構成率が高まっていることがわかる。(図 3 参照)

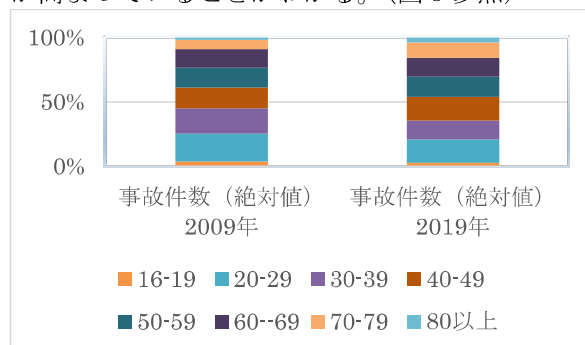


図 3：全事故構成比率
(警察庁 Web サイトをもとに筆者が作成)

三つ目として、メディアの影響が考えられる。データベースに「高齢者ドライバー」というキーワードで検索をかけると、多くのデータベースで記事件数が増加していたことがわかった。(表 2 参照)

表 2：各データベースの掲載数比較

	聞蔵IIビジュアル	日経テレコン	毎采(マイサク)	ヨミダス歴史観	合計
2009年	7	8	12	7	34
2019年	9	13	16	4	42

3. 結論

以上の研究から③の考え方では高齢者ドライバーの事故は増加しておらず、また、免許保有者数の変化を加味しても他の年齢層と変わらない増減率であるということがわかった。

しかし、印象に残りやすい死亡事故件数が多いことや、高齢者ドライバーの事故構成率が増加していること、メディアが影響を与えていることから「高齢者ドライバーの事故は増加している。」と感じやすいことも分かった。

4. 図表の数値の基礎資料

(図 1) (表 1) (表 2)

警察庁 「交通事故の発生状況について」

<https://www.npa.go.jp/publications/statistics/koutsuu/toukeihyo.html>

(図 2) 警察庁「交通事故統計」

<https://www.npa.go.jp/publications/statistics/koutsuu/toukeihyo.html>

が起こす自動車事故の特徴」日本老年医学会雑誌 55 巻 2 号、pp186-190、2018 年

青色防犯灯の更新に関する自治会の意思決定

古山 理香子 (Koyama Rikako)
(京都産業大学 法学部 法律学科)
キーワード：防犯灯、自治会、青色防犯灯

1. はじめに

母方の祖父の家を訪問したときに青色の防犯灯をみた。話を聞くと青色防犯灯と呼ばれ、全国各地にあると知った。

青色防犯灯とは言葉の通り青色の防犯灯のことである。そもそも防犯灯とは防犯を目的として街路などに設置した街灯の一種で電灯のことである。しかし、私はそれまで白色の防犯灯しか見たことがなかった。

2. 青色防犯灯の設置と効果検証

2-1 青色防犯灯が設置された経緯

青色防犯灯が日本の各地に設置されることになった原因は、あるテレビ局がクイズバラエティー番組で、2005年に英国・スコットランド グラスゴー市内で「“街灯をオレンジから青色に替えたら、副次効果で年間約1万件も犯罪が減った”」という報道である。また、が青色の心理的効果の観点からも理にかなっていると心理カウンセラーの発言もあり、「この報道が、“青色防犯灯に犯罪抑止効果がある”と視聴者に印象づける」とも述べている。(須谷：2008)

2-2 防犯効果検証

番組放送後、北海道や東京都、大阪府、奈良県、高知県、鹿児島県その他多くの各地で青色防犯灯は設置され、行政が主体、自治会が主体といった様々な機関・団体が研究調査に乗り出した。近隣住民への聞き取り調査や意識調査、実際の犯罪発生件数の増減、見え方などが調査された。(注1、2)

その結果、青色防犯灯自体に犯罪防止効果はあるとは言えないが、照明を青色に替えることで地域住民の防犯意識が高められ、犯罪の抑止力になるのではないかと結論に至った。

そもそもグラスゴー市自体は「市当局は住民の安全、環境改善などを目的として、2005年“光のフェスティバル”を実施した。建物のライトアップ、街路のタイル舗装化、道路の清掃など、街並みの景観改善が行われ、その結果市民の意識高揚、連帯感の高まりなどから、犯罪抑止効果も高まった。」とも言われ、「なお、グラスゴー警察当局へ聞いても、市全体で犯罪が激減したというが確かなデータは見当たらない。」とされている。(須谷：2008)。

3. 研究の目的

青色防犯灯が設置されはじめたのは2005年であり、2008年あたりには調査の結果青色防犯灯自

体に防犯効果はないということが判明した。たとえばその防犯灯がLEDランプであったとしても寿命が約10年であり、既にランプを交換したか、交換時期である。本研究の目的は、過去、現在青色防犯灯を使用していた地域では現在何色の防犯灯を使用しているのか、または次回の交換時は何色にするのかを調査した上で、防犯灯の色の選択に関する住民の意思決定の実態及び問題点を明らかにすることである。

4. 更新状況に関する調査結果

従来青色防犯灯を導入していた地域において、現在の防犯灯の色は何色であるか、また、その理由について調査を行った。なお、青色防犯灯を行政主導で導入した地域と住民主導で導入した地域政主導とがあるので分けて述べる。

① 行政主導で青色防犯灯を導入した地域

i 滋賀権米原市

現在：青色

光害による稲の生育に影響が出ないように青色にしているため、今回の研究である防犯効果を目的とするものではない。

ii 滋賀県蒲生郡竜王町

現在：白色

2009年に防犯効果を目的として町内約1000基と農地の防犯灯の半数にあたる約500基を青色防犯灯に替えた。(注3)

しかし2年ほどで点灯しなくなったため、省エネであるLEDランプに替えた際に白色に戻した。白色にした理由は当時LEDに青色がなかったため。

また、住民から「青色は不気味である」、「暗く見えにくい」との苦情も寄せられた。なお、防犯灯に防犯効果は特に感じられなかったが、元々犯罪件数が多くない地域柄である。

iii 兵庫県神崎郡福崎町

現在：青色

当時不審者の目撃情報や不良少年達がたむろする場所があり、青色防犯灯の防犯効果を期待した近隣住民からの要望で青色にした。次回電灯を替えるときは当初から白色に戻すという決定がされている。

②自治会主導

i 滋賀県東近江市

現在：青色の地域や白色の地域

市は防犯灯を設置するさいに規定された物であれば(LED ランプ) 何色でも問わないとのこと。そのため、青色防犯灯の地域もあれば、白色の防犯灯の地域もある。

ii 大阪府箕面市森町

現在：青色白色複合 LED 防犯灯（注 4, 5）現在取材中）

青色の明かりだけだと暗くて見えにくいと白色と複合させることにより照度が下がらず見えやすい。現在調査中である。

5. 考察

行政が主導して行動したり、多くの市町村で基準を満たしていれば何色でも補助金が出るのはこれは警察庁生活安全局長からの通達である「安全・安心まちづくり推進要綱 第3」「資機材の整備等、道路、公園、駐車場・駐輪場等の整備・管理に係る防犯上の留意事項 4 その他」(注 6)によるものだろう。

青色自体に効果がなくとも住民の意識次第では十分に効果があるということになる。しかし、青色防犯灯が設置された当初と 15 年経った現在ではほぼ自治会の結束力や理解がないと同じ効果は出ないことは想像に難しくない。

自治会は県や市よりも規模が小さい。そのためより一人一人の尊重がされやすいと推測する。青色防犯灯については、不快であると言った意見も消して少なくない。今後自治会ごとの決まり事や決定についてはどのような決定の仕方をしているのか調査したい。

引用・参考文献

(注 1) [第 14 号／表紙 \(shikoku-u. ac. jp\)](http://shikoku-u.ac.jp) 青色 LED を用いた防犯灯の設置効果とその可能性 池本有里・近藤明子・山本耕司・見野幸一 四国大学経営情報研究所年報 第 14 号 (2008)

(注 2) 財団法人 都市防災研究所 客員研究員/防犯担当 須谷 修治 : 青色防犯灯の導入背景と全国実態調査報告、照明学会誌 9 月号 特集「防犯照明と青色光照明」に投稿した原稿を、シンポジウム発表用に若干加筆・訂正したもの
<[4D6963726F736F667420576F7264202D20312E8FC696BE8A7789EF83568393837C2D907B924A8CB48D6595AA2E646F63](https://doi.org/10.26661/4D6963726F736F667420576F7264202D20312E8FC696BE8A7789EF83568393837C2D907B924A8CB48D6595AA2E646F63)> ([iei.j. or. jp](http://iei.j.or.jp))

(注 3) 2009 年 10 月 31 日(土) 第 15483 号 滋賀報知新聞 ([shigahochi. co. jp](http://shigahochi.co.jp))

(注 4) 2009 年 6 月 5 日(金), 第 3 回「地域防災防犯展」大阪のシンポジウムにおける講演内容をもとに執筆したものであり, 大阪府茨木土木事務所, 広島化成株式会社との共同研究成果の一部である
[KJ00005910220 \(1\). pdf](https://www.kj00005910220(1).pdf)

(注 5) 箕面市公式ブログ

[撮れたて箕面ブログ \(goo. ne. jp\)](http://goo.ne.jp)

2011 年 02 月 18 日

(注 6) 警察庁丙生企発 第 38 号令和 2 年 3 月 17 日
[Taro-局長通達「安全・安心まちづくり推進要綱」の改正について \(npa. go. jp\)](http://npa.go.jp)

学生の居場所づくりの実践と提案

－映画評論合戦シネマバトルの試み－

福知山公立大学 谷口ゼミ 居場所づくりチーム

○小林 勇斗 (Kobayashi Hayato)・清水 俊太 (Shimizu Shunta)・辻廉斗 (Tsuji Rento)

(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)

キーワード：居場所、学生生活、映画

1. 研究目的

学生が主に集う場所は、「学校」「飲食店」「自宅」である。これらの集いの場は比較的閉鎖的になりがちである。親密な関係の中に閉じたり、学生同士の交流が広がらないのではないかと考えた。そこで私たちのグループでは学生が気軽に集まり交流ができる居場所を作りたいと思いこのプロジェクトを開始した。

また、学生が集まる機会が少ないことは学生の“つながり”を形成する機会も減少させている。多様な“つながり”が少ないことは学生生活の満足度を下げる可能性がある。このことは先行研究で明らかにされている。(1)

さらにコロナ禍の影響で多くの学生はオンラインで授業を受けることになり大学に行く機会が減ってしまった状況がある。それに伴い飲食店へ行く機会やサークル・部活等の活動にも参加できない状況が続くことが多く新たな居場所を作ることの需要がより高まっている。

以上の理由からオンラインや対面での居場所が必要であると考え活動している。

考え「足湯」に着目し、筆者らで簡単な足湯を作ってゼミメンバーや担当教員をモニターに試した結果好評であったことから実践することにした。

足湯の作り方は簡易的なものでおけにお湯を入れるというものである。また、おけの底が冷えないようにおけの下にマットを敷いた。

実際の社会実験では商店街にあるレンタルスペース「アーキテンプ」(2)を会場に、対面での活動を行った(図1)。



図1 大学生の休憩所の様子

参加者は1回生と2回生、計8人であった。筆者らの事前実験から「足湯」は心地よく、また、温泉好きの学生もいることから関心を引くと考えたが、足湯に惹かれて参加する学生は少なかった。特に女子は足湯に対する抵抗感があったようだ。

コロナ禍であることも影響し、参加者は交流できる場を求めていると実感した。特に、先輩との交流に楽しさを感じており、学年を越えた交流の機会が大切だと気づいた。

まとめると、「足湯」というコンテンツは魅力不足であったが、交流できる場、居場所をつくるという点でいえば需要があると感じられた社会実験であった。

2. 社会実験

2.1 オンライン飲み会

実施日時：2020年8月7日21時～22時

参加者0人

この活動は、コロナ禍になってすぐ行った社会実験である。参加者は筆者らと親しい者を募ったが結果は参加者を集めることができなかった。

参加者が得られなかった原因は人を呼ぶコンテンツ力が弱かったと考えた。

当初の筆者らの考え方ではイベントなどで人を呼ぶのではなく自由に出入りできる休憩所のような居場所をつくることを目標にしていたが、コンテンツ力がないと人が集まらないことが分かった。更に、自由すぎることは各自が自宅で過ごすのと変わらないのではないかと考えた。

2.2 大学生の休憩所

実施日時：2020年2月7日18時～19時、

参加者8人、スタッフ3人

次に、学生が関心を持つコンテンツが必要だと

2.3 映画評論合戦シネマバトル

第1回実施日時：2021年8月28日22時30分～23時30分、参加者2人、スタッフ3人

第2回 実施日時：2021年9月23日15時～16時、参加者4人、スタッフ3人

第3回 実施日時：2021年10月14日20時～21時、参加者6人、スタッフ2人

学生の欲するコンテンツについて検討を重ね、映画評論合戦ビブリオバトルからヒントを得たもので、ゲーム感覚で映画のプレゼンテーションをする映画評論合戦シネマバトルを企画した。

新型コロナウイルス感染症の影響により家で過ごす時間が増加し、NetflixやAmazon primeをはじめとして映画などの映像作品を見る機会が増えた。この変化に注目し「映画」をテーマにした居場所づくりの実験を始めた。まずは、開催方法は新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言が発令されていたためオンラインで実施した(図2)。



図2 オンラインにてシネマバトルを行う様子

実施したプログラムでは、自由に話し合う時間がなかったため、参加者から自由時間が欲しいとの意見があり放課後の時間を設けた。その結果後輩と先輩の雑談時間が生まれ学生生活の悩みや暮らしについて話すことができた。筆者らはこの時間こそ居場所づくりの目指すべきものであると感じた。このような交流が生まれることが学生の多様な“つながり”を形成されると考えている。

3回実験した結果、映画評論合戦シネマバトルは目指すべき居場所づくりの効果が一定検証できたことから、今後も続けていく予定である。また、オンラインでの開催は新たな居場所になりうるということがわかる社会実験である。学生の交流できる場としてのシネマバトルであるという側面対面とは別のオンラインという場所での交流できる場としてこの居場所は価値があると考えている。

3. 考察

3つの活動を通して居場所の必要性を確認できたと思う。特に大学生の休憩所、映画評論合戦シネマバトルでは他学年間の交流を生みそれがよかったという評価ももらえていることから“つながり”を生むことに寄与していると考えられる。

また、まちの中に居場所を作るという点では映画評論合戦シネマバトルではコロナ禍であることからオンラインのみでの開催しか出来ていない。

しかし、活動を通してきてオンラインと対面では別次元で居場所をつくることを考える必要があることがわかっている。どちらの居場所も学生の“つながり”を生むためではあるがそれに付随する価値が違ふと考える。

まちの中に作る物理的な居場所は先述のとおり学生の居場所を学校・自宅・飲食店以外の場所をつくることで学生がまちに関心を持ち、まちを楽しみ、学生生活を豊かすることが出来ると考えられる。

一方オンラインでの居場所は、新型コロナウイルス感染症の影響で利用機会の増えたネット環境でのあらたな居場所を提供できる。

オンライン環境での活動は従来から存在したが、ここまで一般的に普及したのはコロナ禍以降の出来事であり、それも踏まえオンラインでの居場所をつくることは、これからの学生のために新たな価値を提案できると考える。

4. 今後の活動について

今後、筆者らは映画評論合戦シネマバトルの対面(オフライン)での開催を目指し活動していきたいと考えている。具体的には福知山唯一の映画館「福知山シネマ」(3)での開催である。オンラインとの違いはやはり直接会うことで自由に交流できることである。そして、本来静かに映画を鑑賞する場であるスクリーンの前に集い、映画について語り合う特別な体験は、参加者の心に残り、思い出として共有することで、“つながり”の形成に役立つと推察している。

そして福知山シネマで行うことは考察で述べたように学生がまちに関心を持ってもらう機会にもなる。このようにオンラインで行ってきたことによる価値、まちなかで行うことの価値、映画館で行うことの価値を集めた活動になると考えている。

映画評論合戦シネマバトルが今後、福知山公立大学生の学生へオフライン、オンライン問わず新たな居場所づくりの先駆けになるように活動が続けていきたい。

参考文献等

(1) 谷田川 ルミ : 大学における“つながり”重要性、第3回 大学生の学習・生活実態調査報告書[2016年]、41pp-48pp

(2) アーキテンポ 〒620-0029 京都府福知山市字上新町17
<https://wonderfukuchiyama.net/architempo>

(3) 福知山シネマ 〒620-0037 京都府福知山市東中ノ町28-1
<http://www.fukuchiyamacinema.com/index.html>

花火大会が地域にもたらす効果の研究と実践

- 『ドッコイセ福知山花火大会』の復活に向けた取り組み -

谷口ゼミ まつりチーム

森本 啓太 (Keita Morimoto)・○藤田 琢人 (Takuto Fujita)・蟬丸 太一 (Taichi Semimaru)・高見臨 (Rin Takami)

(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)

キーワード：花火大会、地域活性化、市民主体

1. 研究目的

1932 年から始まった『ドッコイセ福知山花火大会』は、市民だけでなく市外からも多くの観光客が訪れるお盆の一大イベントであった。近年では京都府の『宇治川花火大会』と併せて二大花火大会と称されるほど大規模なものであった。しかし、2013 年にドッコイセ福知山花火大会の露店で爆発事故が発生してしまった。その被害は大きく、死者 3 名・重軽傷者 59 名を出す悲慘なものであった。事故を受けて、翌年以降は一度も正規のドッコイセ福知山花火大会が開催されていない。この現状を知り、福知山市外からやって来た学生だからこそ花火大会の復活に向けてできることはないかと考え、活動を始めた。

2. これまでの活動

2020 年 4 月から現在までに行ってきた活動は大きく 4 つである。

1 つ目は、花火大会関係者への聞き取り調査である。ドッコイセ福知山花火大会に深く関わってきた福知山市役所、福知山商工会議所、ドッコイセまつり実行委員会委員長に聞き取り調査を行ってきた。聞き取り調査から花火大会の歴史や事故から現在までの被害者に対する動きや復活を目指した活動を知ることができた。

2 つ目は、2 度行なったアンケート調査である。第 1 回目は 2021 年 2 月に、オンラインで「市民の花火大会に対する意識調査」を行なった。第 2 回目は、今年の 8 月に行われたドッコイセスカイランタン final の際に「スカイランタン FINAL と花火大会に関するアンケート」を行った。アンケ

ート調査から花火大会の復活に前向きな意見や、やはり未だに反対という厳しい意見も沢山あった。

3 つ目は、福知山商工会議所青年部ドッコイセ光委員会が主催する「ドッコイセスカイランタン final」のスタッフ活動である。運営側として関わったことでまつりの素晴らしさや地域にとってのまつりの重要性を再確認することができた。



図 1. ドッコイセスカイランタン FINAL の運営スタッフ
集合写真

4 つ目は、今行っている YouTube で配信する番組制作である。番組を通して筆者らがこれまでにやってきた活動を知ってもらうこと、そして花火大会の復活に対して前向きな人を募って新たなプロジェクトチームを形成することを目指している。今後、卒業までに全 3 回を企画しており、最終的には花火に関心を持つ市民の皆さんと学生で話し合う場を設けたいと考えている。

3. 事例研究（大阪府枚方市花火大会の復活に向けての取り組み）

大阪府枚方市では 1976 年から大阪府で 2 番目の規模を誇る花火大会が開催されていました。しかし「観覧者の安全を確保するための財政と人員の不足」「近隣住民への迷惑行為（騒音・ゴミのポイ捨て等）」「運営に対して非協力的（花火大会の開催が当たり前だと思われている）」によって、2003 年以降開催が断念された。この現状を変えるべく、Light up OSAKA（一般社団法人）が立ち上がった。

復活に向けて「活動を知ってもらうこと」「SNS を活用した情報共有」「ボランティアへの参加者の募集（参加を促す取り組み）」「協賛金の募集（WEB 募金）」を行ってきた。その結果、2015 年に 60 発と少数ではあるが 12 年振りに枚方市で花火の打ち上げを達成した。翌年以降も徐々に規模を拡大しながら花火の打ち上げを継続しており、2019 年には 1200 発（来場者数：およそ 60,000 人）まで規模の拡大に成功している（2020 年と 2021 年は新型コロナウイルスの影響で非開催）。

本事例より、花火大会を復活させるためには、多くの市民の協力が必要であることがわかった。本チームでも制作した YouTube 番組を通して市民の協力を募り、市民主体による花火大会の開催を目指して活動を続けていく。

4. 今後の活動・まとめ

①大学生（まつりチーム）が取り組んできたことを多くの人に知ってもらう

②YouTube 番組を通じて花火大会の復活に前向きな協力者を募る

③大学生と集まった協力者で新たなチームを結成し、新プロジェクトを立ち上げる

アンケートの結果を受けて、花火大会の復活に賛成する意見や前向きな期待を持つ人が多かった。しかし、いまだに反対の意見や大学生の活動に批判的な声が上がっていることも事実である。

今後は、(番組の企画として) 花火大会関係者へのインタビュー調査等を検討している。これまでよりも繊細な情報を取り扱うことになるため、慎重な活動が求められると考える。



図 2. ドッコイセ光委員会委員長井上仁志さんとまつりチーム学生の集合写真

参考文献

「宇治川花火大会の復活を」京都・宇治市議会が再検討求める決議 産経新聞 2017/12/27

<https://www.sankei.com/west/news/171227/wst1712270061-n1.html>

一般社団法人 Light up OSAKA ホームページ

<https://lightup-osaka.com>

枚方「くらわんか花火大会」復活開催へ 有志団体が企画、2018 年開催目指し活動

枚方経済新聞 2016/07/11

<https://hirakata.keizai.biz/headline/104/>

《運営体制》

(敬称略 50音順)

都市政策研究推進委員会

委員長 滋野 浩毅 (京都産業大学)

今里 佳奈子 (龍谷大学)	入江 容子 (同志社大学)
大谷 杏 (福知山公立大学)	大束 貢生 (佛教大学)
岡本 悦司 (福知山公立大学)	桂 明宏 (京都府立大学)
岸 道雄 (立命館大学)	小林 大祐 (京都文教大学)
佐藤 千恵 (京都府立大学)	佐野 亘 (京都大学大学院)
菅原 宏太 (京都産業大学)	高山 一夫 (京都橘大学)
地頭所 里紗 (龍谷大学)	野田 遊 (同志社大学)
藤井 禎介 (立命館大学)	前田 昌弘 (京都大学大学院)
牧 和生 (京都橘大学)	松田 哲 (京都女子大学)
三浦 潔 (京都文教大学)	水上 象吾 (佛教大学)
湯浅 俊郎 (京都華頂大学)	

学生実行委員会

浦部 萌音 (京都橘大学)	木下 真菜 (京都産業大学)
小山 拓朗 (立命館大学)	中屋 真悠子 (京都女子大学)
西田 光輝 (福知山公立大学)	野崎 悠登 (京都先端科学大学)
林 涼介 (京都産業大学)	藤田 涼介 (京都先端科学大学)
本田 晴 (京都美術工芸大学)	柳原 理冴 (京都産業大学)
山田 理紗子 (同志社大学)	



公益
財団
法人

大学コンソーシアム京都
The Consortium of Universities in Kyoto

〒600-8216 京都市下京区西洞院通塩小路下る キャンパスプラザ京都内

公益財団法人 大学コンソーシアム京都

Tel: 075-353-9130

Fax : 075-353-9101

2021 年 12 月発行