

2013年度
「未来の京都創造研究事業」
研究成果報告書

2014年5月

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 ・ 京都市

はじめに

『未来の京都創造研究事業』とは、「大学のまち京都」が有する知の蓄積を活用し、未来の京都づくりに向けた政策を創造するための調査・研究を行うとともに、最先端の調査・研究に取り組む意欲ある若手研究者等の発掘・育成とネットワーク形成を、京都市と大学コンソーシアム京都の共同事業として実施するものです。

京都市と大学コンソーシアム京都は、2008～2010年度を準備期間として、他都市の事例分析、京都市における制度設計を行うとともに、「大学のまち京都」が有する学術的な多くの知見を政策に反映させるための京都市独自の事業スキームの構築に向けた協議を重ね、2011年4月から本事業を実施するに至りました。

本事業の特徴であり、また他の一般的な研究助成事業との最も大きな違いは、京都市の担当部署が調査・研究に直接関与する点にあります。これにより実際の京都市の政策・事業に活かすことができる、より実践的な研究成果の獲得を目指しています。

2013年度の調査・研究の実施にあたっては、市の都市経営の基本を示す「はばたけ未来へ！ 京プラン（2011～2020年度）」に掲げられている未来像を実現するための政策課題を中心に設定した「指定課題」2テーマ、市の政策に関わる課題で若手研究者の挑戦的な提案に基づく「自由課題」2テーマの、合計4テーマを選定しました。

4名の研究代表者・研究グループにはそれぞれ意欲的・創造的に調査・研究活動に取り組んでいただきました。京都市の担当部署においても、調査・研究に対する助言、情報提供、関係者との調整等で協力をいただき、より実り多い研究成果を獲得できましたことに改めて感謝いたします。また、調査・研究を進めるにあたっては、アンケートやヒアリング等で多くの市民の皆様に御協力いただきましたことにつきましても改めて御礼申し上げます。

「未来の京都」づくりに向けて取り組んだ3年目の研究成果をここにとりまとめ、公表いたします。

大学コンソーシアム京都

目 次

研究報告

1 P 1 ～ P 2 9

指定課題 1 : 京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策

研究テーマ : 市民生活における自然環境共生の知見と身近な生物相の実態評価

研究代表者 : 柴田 昌三 (京都大学大学院地球環境学堂 教授)

2 P 3 1 ～ P 4 9

指定課題 2 : ソーシャル・ビジネスを成功させる条件と必要とされる方策
～中小企業支援の視点から～

研究テーマ : 学生参加型ビジネスコンペを利用したソーシャル・ビジネスの育成
・普及にかかわる実証研究

研究代表者 : 大室 悦賀 (京都産業大学経営学部 准教授)

3 P 5 1 ～ P 7 7

自由課題 1 : 幹線道路に隣接する細街路の都市計画上の課題
～『歴史細街路』の維持保全に向けて～

研究代表者 : 森重 幸子 (京都大学大学院工学研究科 研究員)

4 P 7 9 ～ P 1 0 4

自由課題 2 : 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

研究代表者 : 吉田 満梨 (立命館大学経営学部 准教授)

参考資料

※なお、所属・職位はいずれも2014年3月時点のものである。

指定課題 1

京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に
生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策

指定課題 1 京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策

市民生活における自然環境共生の知見と身近な生物相の実態評価

研究代表者 柴田 昌三（京都大学大学院地球環境学堂 教授）
共同研究者 飯田 義彦（京都大学大学院地球環境学舎 博士後期課程）研究統括
小田 龍聖（京都大学大学院農学研究科 博士後期課程）水系リーダー
東口 涼（京都大学大学院農学研究科 博士前期課程）山麓リーダー
新野 彬子（京都大学大学院農学研究科 博士前期課程）緑地リーダー
市担当部署 京都市環境政策局環境企画部環境管理課

全体概要

京都市内において緑地、水系、山麓の三つの自然環境特性に応じ、住み続け、関わり続ける「市民」を対象に、その実践的な働きかけや関係する身近な生物相の実態を把握した。その上で、市民がもつ生物や自然環境との関わりに関する知見を京都市で策定された生物多様性地域戦略に位置づけることを目指した。

表通りからは認めにくい町家の庭は、個々の規模は小さくとも、100年以上にわたり存続してきた緑地として、在来種の保全の観点や量的な観点から重要な存在であることが明らかになった。単独で多様な環境を持ち、連続的に配置されることで市街地に豊かな「都市の森」を形成していることを推察した。一方で、居住者による日々の手入れが庭の機能維持に貢献することを見出した。また町家住宅が減少する中、住宅庭を多様性の高い緑地として再評価し、庭を残すことに注力し、在来の植栽植物を地域で継承していくことを提案した。

京都市東部を流れる白川水系でのアンケート調査により、周辺住民の水系に対する認識から植栽された並木やホタルの生育環境が好評価を与える可能性を示唆した。また河川での活動を行う団体に対しては、河川清掃、草刈りや藻刈りと並んで、生物・環境調査や環境教育についての取組が回答者のうち約8割の住民に期待されていることがわかった。毎年8月にある「白川子ども祭り」は水に親しむ機会を地域ぐるみで作りだしており、水辺の環境を学ぶ場として意義深い。琵琶湖疏水を含めた白川水系14ヶ所において28種の魚類が確認されており、魚類への理解が白川に対するさらなる愛着を育むと考えられた。

京都盆地の周縁山麓の森林36ヶ所を調べたところ、27ヶ所でシカの痕跡がみとめられた。地際に生える樹木の実生や草本が消失している場所も三山の山麓全域に広がっている。アンケートで回答のあった32寺社のうち、半数以上でニホンジカやイノシシが敷地内に現れ、その対策が2000年代以降から取り組まれてきたことを示した。また、アライグマなどの外来小動物も建築物に侵入し、傷を残すといった被害も指摘された。寺社の周辺の森林は、市街地から眺められる借景林として機能しており、野生動物の保護管理とともに、立

地条件に応じた植生の回復が必要である。森林の総合的な生態系管理に向けて寺社の役割が大きいことを提示した。

1. 研究概要

1.1. 研究の背景

千年以上の歴史を誇る京都は、自然環境と市民社会が一体となって構築してきた都市である。豊かな自然環境に育まれた産物や生物の営みを生活の中に上手く取り入れることにより、伝統行事や特産品に代表されるような京都の独特な文化が醸成され、また多くの人びとに親しまれる魅力と高い付加価値が創出されてきた。一方で、山紫水明処である京都の風景を形づくる緑地、水系、山麓は、京都らしいまちの魅力の形成に貢献する主要な構成要素として機能している。しかし、昨今、都市域の膨張、高齢化社会、生物や暮らしについての知恵の継承が断絶しつつある状況など、いわゆる生活の質の変化、加えて里山の管理放棄、農耕地の減少、外来生物の定着など産業に関わる変化を背景として、まちの魅力を構成する生物とその生息空間が損なわれつつあり、京都のもつ魅力にも変容が迫られている。

その回復を図るためには、地域に残る自然環境との共生を可能にしてきた人びとのつきあい方の知恵や工夫に再度着目し、身近な生物との関わりについて現状把握する必要がある。こうした生きた情報が評価されることなく次世代に伝わらない状況は、京都市の未来像の一つである「環境共生」のまちを実現するにあたって非常に大きな損失であり、施策にとっては障壁となる。京都市では平成22年～24年にかけて「京のいきもの発見（身近な自然度調査）」に代表されるような市民参加型の普及啓発事業に取り組んでおり、生活環境の生物相の把握については一定の成果を収めているといえる。しかし、自然環境や生物相に対する市民の関わり方について市域全体を視野に入れ包括的に把握した事例は見当たらない。

市民生活のなかで育まれた自然環境共生の知見を収集し、身近な生物相の現状を現地調査によって明らかにすることにより、京都市における自然環境とのつきあい方を日常的に継承していく方策について検討し、提案することができる。

1.2. 研究の目的

市民の暮らしが京都らしいまちの魅力の形成に果たす役割に着目し、緑地、水系、山麓における暮らしのなかで育まれた知見を収集整理し、身近な生物相の現状を現地調査によって明らかにすることを目的とした。さらに、現状の課題を検討し、将来世代に受け渡していくための方策を提言し、京都市生物多様性地域戦略の策定¹に貢献することを目指すも

¹ 課題解決の方策を示すガイドラインとして、生物多様性地域戦略が有効に働くと考えられる。その根拠法となる生物多様性基本法（平成20年施行）は、自然と共生する社会の実現を目的に、都道府県や市区町村における地域戦略の策定を努力義務として規定している。基本法では、地域の固有性に着目することが謳われており、生物多様性地域戦略には地域の実状に配慮した方策が望まれる。なお、京都市では、平成26年（2014年）3月に「京都市生物多様性プラン」が策定された。

のである。

1.3. 対象と分析方法

1.3.1. 身近な緑地

まちなかの緑地は、公園、寺社林、街路樹などが一体となって、地域の緑の魅力を形成している。町家住宅の庭も市街地の貴重な緑地として機能していると考えられるが、町家の急速な減少に伴い同時に消失している現状がある一方で、緑地保全の視点での検討が進んでいない。そこで、町家の庭の緑地としての実態を把握するとともに、街区単位での緑地形成に貢献する町家の庭の特性を評価した。現在町家の減少が目立つ上京区旧桃菌学区を対象地区に、①緑地の広域的な変遷の把握（2時期以上の航空写真を用いて、学区内の緑地がどのように増減してきたかを知る）、②町家の庭の実測調査（植栽種の同定、位置測量など）及びヒアリング調査を実施した。

1.3.2. 身近な水系

京都市中には、桂川や鴨川といった河川だけでなく、多くの支流や歴史的な水路がみられる。とくに1890年に開削された琵琶湖疏水、その水系を利用した岡崎の庭園群は京都でも屈指の近代資産であり、哲学の道や白川なども含め多くの散策客で賑わう光景がある。一方で、疏水・白川水系では周辺住民による水系の河川美化活動が盛んに取り組みされており、地域の観光価値や魅力を維持形成する重要な基盤となっていると考えられる。そこで、疏水・白川水系における庭園群も含めた豊かな水系ネットワークに着目し、住民による活動と水系の環境や生物相との関わり、さらに今後の課題について検討した。①東山区旧栗田学区全世帯を対象としたアンケートによる白川水系に関する意識調査、②白川水系や庭園群での生物相調査、③水系で活動する河川美化団体へのヒアリング調査を実施した。

1.3.3. 身近な山麓

三山の山麓域は、まちなかから展望する緑の借景林そのものであり、多くの著名な寺社を抱える景勝地として京都らしいまちの魅力を支える役目を果たしている。しかし、近年ナラ枯れやマツ枯れなどにより、森林の構成種が置き換わるとともに、シカによる下層植生の衰退が散見される。山麓に立地する寺社では、野生動物や森林保全に対する対策が進展している可能性がある。そこで、三山山麓の森林変化に対する寺社の対応や借景林の状況を広域的に把握するとともに、今後の山麓管理の方策について検討した。本研究事業では①36寺社に対して野生動物の動向に関するアンケート調査、②対象寺社周辺における森林植生の現地評価を実施した。

1.4. 研究体制

柴田 昌三（京都大学大学院地球環境学堂・教授）：研究代表者）

飯田 義彦（京都大学大学院地球環境学舎・博士課程）：研究統括者。調査・報告分担）

新野 彬子（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：緑地チームリーダー。調査・報告分担）

小田 龍聖（京都大学大学院農学研究科・博士課程）：水系チームリーダー。調査・報告分担）
 東口 涼（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：山麓チームリーダー。調査分担）
 脱 穎（京都大学大学院農学研究科・博士課程）：水系チーム。調査・報告分担）
 岸田 洋弥（京都大学農学部・学部生）：山麓チーム。調査・報告分担）

研究協力者〈研究室所属〉

今西 純一（京都大学大学院地球環境学学舎・助教）：緑地チーム。調査助言）
 小宅 由似（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：運営補助）
 杉田 そらん（京都大学大学院農学研究科・博士課程）：緑地チーム。調査補助）
 伊勢崎 学（京都大学大学院地球環境学学舎・修士課程）：緑地チーム。調査補助）
 張 平星（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：緑地チーム。調査補助）
 正田 佑（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：緑地チーム。調査補助）
 中村 亮（京都大学農学部・学部生）：緑地チーム。調査補助）
 大野 秀輔（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：水系チーム。調査補助）
 Gou Shiwei（京都大学大学院農学研究科・博士課程）：山麓チーム。調査企画）
 吉岡 憲成（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：山麓チーム。調査企画）
 麓 慎太郎（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：山麓チーム。調査補助）
 三好 京子（京都大学大学院農学研究科・修士課程）：山麓チーム。調査補助。活動団体の整理）
 大崎 理沙（京都大学農学部・学部生）：山麓チーム。調査補助。活動団体の整理）
 山本 裕実子（京都大学農学部・学部生）：山麓チーム。調査補助。活動団体の整理）

研究協力者〈研究室外〉

曾和 治好（京都造形芸術大学芸術学部・教授）：山麓チーム。調査助言）
 高柳 敦（京都大学農学研究科・講師）：山麓チーム。調査助言）

2. 研究のオリジナリティ

人と自然の関係がもたらす京都の魅力を継承するためには、その関係性を再構築することが現在必要となっている。自然環境と市民社会の一体的なかかわりを今一度振り返り、次世代に京都の魅力を引き継いでいくことが望まれる。しかし、京都市域にまたがる自然要素に着目し、個別状況を体系的に整理した研究事例は限られている。生活に深く関わる市民の目線を通じ、自然環境や生物とのかかわりについて現状を捉えなおし、新たな課題に向けて市民ができる解決手法の提示が望まれる。

生物多様性地域戦略は自然共生型の社会づくりの方向性を示すとともに、実現に向けた生物多様性の保全再生と持続的な利用に関する取り組みを提示するものである。その担い手として、一般に大学・研究機関、市民団体（環境 NPO など）、行政、事業者や業界団体などが想定される。京都では、それらに並び、市民、住民組織、寺社の役割が注目される。自然環境と暮らしの関わりの中で養った豊富な実践経験をもとに、京都らしいまちの魅力の形成維持に大きく寄与してきたと考えられるためである。

市民の暮らしが生物やその生息環境に与える影響は、その多様性を消失させるという単方向の側面だけでなく、人との関わりによってむしろ育まれるという側面も想定され、市

民の暮らしが生物多様性の保全と利用に果たす役割は大きい。本研究では、市民の暮らしと密接にかかわる自然環境を対象とし、これまでの行政的な枠組みでは対象とされにくい市民的役割に焦点を当てている。今後、山麓、水系、緑地を保全するにあたり、市民側からの知見は京都市の魅力を上向きさせていく上で必須のものと考えられる。

3. 研究内容

3.1. 緑地における自然環境共生の知見と身近な生物相

3.1.1. 背景と目的

京都市内では京町家の建物が取り壊される現状がある。京都市が、市の都心4区（上京区・中京区・下京区・東山区）を対象に、平成15年度に行った「京町家まちづくり調査」では、平成10年度の時点で確認されていた7,308軒の町家のうち927軒が除却されていることが確認され、その約2割が露天駐車場や空地に置き換わっていることが明らかになった（京都市景観政策課，2004）。町家の家屋と一体である庭も同時に消失している可能性が高い。2010年度から2012年度にかけて、京都市文化財保護課は大学と連携し、市内に分布する100軒の町家の内部の詳細な実測と聞き取り調査を行った（京都市文化財保護課，2013）。しかし、学区単位での町家の庭に関する知見を収集した事例は少ない。特に、町家の庭を緑地として評価し、そこに生息する生物と人の暮らしとの関わりについて着目した研究は不十分である。

そこで、本研究は、①街区単位の緑地変遷の中で町家の庭空間の量的な変化を位置づけ、②町家の庭の植栽植物や構成要素を現地調査により把握するとともに、庭と居住者との生物をめぐる関わりや管理方法について明らかにすることを目的とした。

3.1.2. 方法

3.1.2.1. 調査地の概要

旧桃菌学区²は、上京区のほぼ中央西側に位置し（図-1）、人口約4,560人、世帯数約2,580世帯、学区面積約0.25k m²の地域（2010年現在）である。学区のほぼ中央に今出川大宮の交差点が位置し、東は堀川通、西は浄福寺通、南は一条通、北

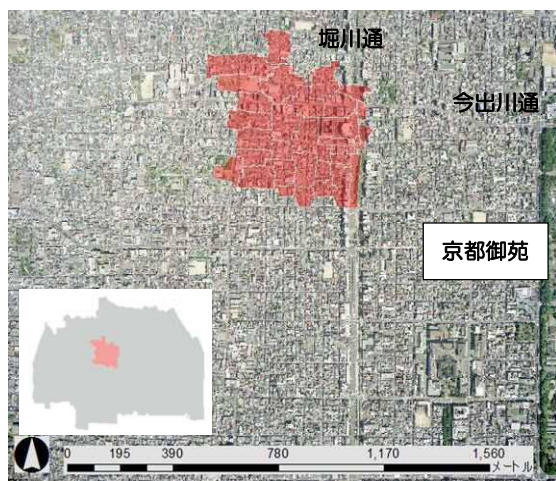


図-1 上京区旧桃菌学区の位置

² 学区名は、平安中期、現在の大宮一条付近に営まれた源保光の邸宅「桃菌宮」による。堀川一条付近は、古来「村雲」という地名で呼ばれており、平安時代の陰陽家、安倍晴明の邸跡と伝えられ、晴明神社は1000年余の歴史を誇る。また室町時代には、この辺りに細川勝元の邸宅があったので、応仁の乱では西軍の猛攻にさらされた（京都市上京区，2013）。

は五辻通に囲まれた「西陣」³の中心区域である。

3.1.2.2. 航空写真分析による緑地面積の把握

以下に示すデータと分析手順により、旧桃菌学区における総緑地面積と緑地タイプ別(町家、住宅庭(町家以外)、集合住宅・ビル、寺社、都市公園、街路樹、河畔林、学校、その他)の面積を把握した。

〈使用データ〉

- (1) 空中写真(2008/5/06)(1987/09/20) 国土地理院
- (2) 都市計画図(船岡山・聚楽廻)(2000)京都市
- (3) 上京区詳細図(2013) 関西地図協会
- (4) 基盤地図情報〈建物の外周線・行政区画データ〉(2010) 国土地理院
- (5) 上京区住宅地図(1979,1984,1987,1990,1992,1995)
- (6) 京町家まちづくり調査概観調査結果⁴ 第I(1995)・II(2000)・III(2008・2009)期

〈分析手順〉

- ① 地理情報ソフトウェア(ArcGIS10.1, ESRI社)を用いて「都市計画図」に「空中写真」をジオリファレンスし、必要に応じて「上京区詳細図」、「基盤地図情報」、「上京区住宅地図」を補足資料として、空中写真から確認できる学区内の緑地を目視判読により抽出した。
- ② 「京町家まちづくり調査概観調査結果」から得られた町家⁵所在地を示すポイントデータと①を重ね合わせ、地域内で庭を持つ町家の件数、町家の庭が地域内の緑地の中で占める割合を算出した。1987年の緑地抽出では、空中写真による町家の判別手法を用い、平入り・切妻の家屋を町家として抽出を行った⁶。すべての緑地領域に緑地タイプ名を付与した。
- ③ 現地調査及び聞き取りにより、分類が不明な緑地の確認、修正を行った。
- ④ 緑地タイプ別の面積を算出した。

3.1.2.3. 現地調査

旧桃菌学区における町家を対象に、①庭の敷地の大きさを計測し、図面に各構成要素の大きかな位置・形状を記録した。②植栽の樹高・DBH、灯籠の高さなどを計測し、計測シートに記録した。また、居住者に対して、①庭の歴史(作庭年代・形態の変化など)、②庭の維持管理のために行っていること、③庭と生物(庭で感じる四季の変化・庭を訪れる生物)、④周辺の庭の変化、について聞き取りを行った。2013年8月～10月までの間に合計4軒の町家にて調査を実施した。

³ 江戸時代の西陣は大宮通がメインストリートであり、五辻大宮を中心に「糸屋八町」と呼ばれた糸問屋の町並が南北に連なって活況を呈した。当時立ち並ぶ糸問屋や織物商が1日に千両に値する商品を売買しことから、今出川大宮界隈は「千両ヶ辻」とも呼ばれた。現在も当時の町の面影が残り、市内でも比較的多くの京町家が残存する地域である。一方で、京都市内でも町家の建て替え件数が非常に多い地域であり、現在次々と町家が失われてきている地域でもある(花岡ほか、2009)。

⁴ 京町家まちづくり調査のデータに関しては、京都市都市計画局環境政策課及び立命館大学歴史都市防災研究所から許可を得て利用した。

⁵ 本研究で用いた“京町家”の定義は、平成21年度・22年度京町家まちづくり調査概観調査に準拠し、「昭和25年以前に伝統軸組構法により建築された木造家屋」とした。

⁶ 空中写真による京町家判読は、河角ら(2003)の手法に基づいた。

3.1.3. 結果と考察

3.1.3.1. 2 時期における緑地面積の変遷

旧桃菌学区における緑被面積は、1987 年（昭和 62 年）では約 1.88ha、2008 年（平成 20 年）では約 1.89ha であり、約 20 年間にほとんど変化が見られなかった。2008 年時点で、緑被面積は学区面積の約 7.6% を占めていることがわかった。1987 年には、学区内の緑地のうち約 42.5% を「町家」の庭の緑が占めていたが、2008 年には約 28% にまで減少していた（図-2）。1998 年から 2004 年の間に旧桃菌学区の今出川以南において町家の約 20% が消失したことが知られており（花岡ほか，2009），町家消失に伴い、それに伴う町家の庭の多くも失われたことが考えられる。一方で、2008 年において、「住宅」の庭の緑が 2 倍以上に増加していた。これは、緑地の空間的な位置が変わっていないにもかかわらず、1987 年から 2008 年の間に緑地の区分が「町家」の庭から「住宅」の庭に変化した事例が多く見られたことが要因として挙げられる⁷。

上京区旧桃菌学区では、学区総面積の約 7.6% を緑地が占め、その緑地面積の約 4 割が町家や一般住宅の庭で構成されており、集合住宅・ビル、寺社、学校、都市公園、街路樹などの緑地⁸に比べても多いことから、総量として重要であることが示された。一方で、旧桃菌学区で約 120 年以上の歴史をもつ町家の居住者によれば、「40 年ほど前には周囲に町家が多く存在し、奥庭で各家が繋がっているような環境が存在していたため、現在よりも

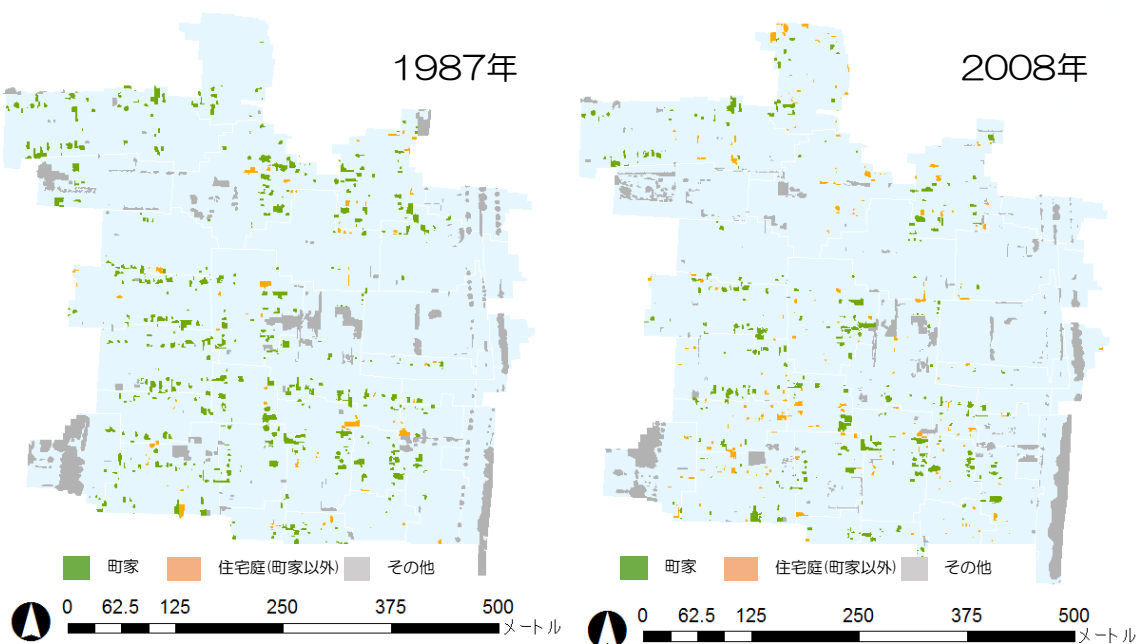


図-2 旧桃菌学区における緑地分布（空中写真判読。1987 年：左，2008 年：右）

⁷ 本研究では外観を元にした町家の分布データを利用しているため、リフォームなどにより外観が大きく変化した町家は「町家」として区分されていない。そのため、1987 年には町家の庭として計上した緑を、2008 年には住宅庭として計上している可能性が考えられる。

⁸ 2008 年までの 20 年間で緑被面積が大きく増加したのものとして、堀川一条戻り橋付近にある河畔林がある。空中写真の分析から、1987 年の段階では未成熟だった樹木が成長し、樹冠面積が増加したため緑被面積に大きな変化が生じたことがこの要因と考えられる。

多くの小動物や昆虫類が確認されていた」ということである。また、このような小動物は庭だけでなく、台所や屋根裏など様々な空間で確認されていたことから、庭と建物が一体化している町家形態は、多様な生物の生息地を提供していると考えられる。1987年の緑地の分布からも町家の庭の連続性がみとめられ、隣家の庭が集合することで一つの大きな緑地が形成されていたことが推察される。

3.1.3.2. 町家の庭をめぐる身近な生物

現地調査により、町家の庭には多様な在来植物種による多層な植栽がみられることが明らかになった（写真-1）。4軒の町家の庭から得られた植栽の構造を概観すると、屋根の高さを超えるアイグロマツ、アカマツ、イロハモミジ、ノムラモミジなどの高木、その下にユズリハ、モチノキ、アラカシ、アオキ、ヤブツバキ、ツガ、イヌマキなどの中低木がみられ、さらに足元に冬に赤い果実をつけるセンリョウ、マンリョウなどの常緑低木が確認された。その他、ハランなどの多年草類、シダの仲間のクリハラン、イワヒバ、ヒトツバ、カニクサなども植栽され、地面や石などにコケ類が生育しており、樹木だけでなく生活型の異なる植物が混在していることが記載された。



写真-1 町家の庭の一例

また、町家の庭は、周囲を建物で囲まれており都市公園や寺社林などと比べて面積も非常に小さいものの、様々な生物が庭に訪れ、生息していることが明らかとなった⁹。居住者は、庭を訪れる生物の中でも、鳥類（ヒヨドリ、ムクドリ、メジロなど）を好ましく感じていた。メジロがマキやマツなどの比較的大きな樹木にて営巣をし、雛が巣立っていく過程をモニタリングしたとの経験も聞かれた。鳥類に関しては、高木に営巣したり、ナンテンやアオキなどの実を採餌したりするだけではなく、手水鉢や水盆で羽を洗ったり、水遊びする姿も多く確認されている。旧桃菌学区には、東端の堀川及び北西に位置する都市公園以外に、目立った水場はほとんど存在しない。市街地に生息する鳥類にとって、町家の庭は貴重な環境として機能していることが示唆された。

3.1.3.3. 庭の管理と継承の課題

現地調査を行った4軒ともにすでに約125年～約140年が経過している庭であることがわかった。庭の維持管理に関しては各居住者によって異なるものの、共通な管理手法も確認された。苔庭が維持されている町家では、その維持管理のため、居住者の方が高頻度で手入れをしていた。また、高木の枝ぶりの手入れなど、個人では困難な維持管理を業者に委託していることもわかった。どの居住者も今後とも庭を現状のまま維持していきたいと

⁹ 居住者への聞き取りによると、町家の庭にはチョウセンイタチやネズミ、爬虫類などの小動物も多く生息している。特にイタチは古くから庭で確認されており、数は減ってきているものの、近年もよく見られる。

考えており、居住者の中には、「町家の庭は代々受け継がれてきたものであり、自分の感性で変化させてしまうものではない。昔の良いところは絶対崩さないようにしている」と、町家の庭の歴史性について触れていた。一方で、維持管理に関しての課題も指摘され、「今後とも現状を維持していきたいが、次の代には無理かもしれない」と庭の管理の引き継ぎの難しさを挙げる居住者もいた。「庭への細かい心遣いやこだわりまで、次世代に受け継いでいくことは難しい」との懸念も口にされた¹⁰。

3.1.4. 小括と今後の展望

職住一体である伝統的な町家では、客人のもてなしの場として庭を活用し、住人の日々の維持管理によって庭の生物や景観が継承されてきた。屋根の高さから足元にいたるまで在来植物がいくつもの層に生育していることは、市街地の緑地のなかでも多様性が高いことが示唆され、街区の生物多様性の維持に貢献しているといえる。今回の身近な緑地に関する調査研究から

- 学区単位でみると公園や街路樹を含めた緑地面積全体のうち、町家と町家以外の住宅庭を合わせた面積が約4割を占めること
- 町家の庭は多様な在来種植物による多層からなる植栽がみられること（4軒で約40種類を確認）
- 町家の庭は隣家の庭と隣接することでより広い緑空間を形成していること

などが明らかになった。

マクロな視点から見ると、学区内に分散している町家の庭は、京都盆地内の孤立林や都市公園を繋ぐ役割をしている可能性がある。また、このような町家の庭の存在は、さらに広域的な視点で見れば、船岡山や京都御苑などの大規模な緑地の間を繋ぐ「緑の生態的回廊」（コリドー）のような役割を果たしている可能性も考えられる。一方で、ミクロな視点から各庭空間の環境を見ると、小規模でありながら、多様な樹種が存在し、様々な生物の利用が確認された。メジロなどの鳥類やイタチなどの小動物などが生息していることは既存の都市公園や街路樹とは異なった側面を有しているといえる。

¹⁰ 世代交代の難しさは居住者間で共通している課題であり、「(80代のご家族で)庭の管理をこれまで長く日常的に続けてきた方が、もし亡くなった場合管理が非常に難しくなる」とのことも聞かれた。庭の維持管理にかかる費用も年間数十万円に及ぶため、金銭的な余裕がないと美しい庭の状況を維持するのは難しいとの声も多く挙がった。

3.2. 水系における自然環境共生の知見と身近な生物相

3.2.1. 背景と目的

京都市内には、桂川や鴨川といった比較的大きな河川だけでなく、多くの支流や歴史的な水路が流れている。その中でも、京都盆地の東部に位置する琵琶湖疏水は、平安神宮や南禅寺界隈の別荘群の庭園ともつながり（伊藤・森本，2003），京都市内でも有数な観光資源であり、まちの魅力を形成する基盤として機能している。一方で、南禅寺の西側で琵琶湖疏水と合流する白川は、滋賀県大津市山中町の山麓に源を發し西へ流れ京都市に入る、幹線延長 9.3 k m，流域面積 13.1 k m²の 1 級河川である。

白川の下流域（三条通以南）では、毎年 8 月第 1 日曜日に「白川子供まつり」が開催され、多くの子どもが手に網をもち川と触れ合う一日となっている。白川子供まつりは、身近な川の水質汚染を改善しようとする動きの中で地元の河川美化団体によって 1973（昭和 48）年に始められた活動であり、2003（平成 15）年に活動は一旦休止となったが、2010（平成 22）年に復活し、現在は地域を巻き込んだ活動として賑わっている。河川が周辺の住民の暮らしと密接に関わっている地域であり、水辺を利用しながら生きものを保全していくための課題や今後の視点を検討する上で有用な知見が得られると期待される。

本研究では、①住民と生物相の観点から水系の魅力を評価し、②河川美化活動の課題と今後の展望を検討することを目的とした。

3.2.2. 方法

3.2.2.1. 調査地の概要

3.2.2.2. 白川水系に関する意識調査（アンケート）

(1) アンケートの概要

白川下流の東山区旧栗田地区の住民を対象¹¹とし、2013 年 10 月にアンケート調査を実施した。対象者へのアンケート用紙の配布は各町内会長を通じて行った。配布枚数は 1,444 枚で、回収枚数は 305 枚、回収率は 21.1%であった。

(2) アンケートの項目

白川の空間選好性：事前に聞き取った地元の河川関係者の意見に基づき、河川自体及びその兩岸道路の利用状況、好き・好きではない河川空間について場所①～⑪ごと（図-3、図-4）の評価について質問項目を設定した。各空間の好き・好きではない理由を把握するため、自由記述の内容文からテキストマイニングのフリーソフト TTM を用いて言葉の出現件数を算出した。なお、出現件数の算出にあたって、その理由をよく解釈できると考える名詞に着目した。

¹¹ 旧栗田地区を研究対象地とした理由としては、以下の 3 点である。1 点目は、対象地域から鴨川との合流点までの白川兩岸において、上流に設置されている柵がなく、水際にアプローチしやすい状況になっていることである。2 点目は、栗田地区の町内会を通し、アンケートの配布の許可を得たことである。3 点目は、対象とした地域の白川は、多様な河川空間を持つことである。



図-3 旧粟田学区の位置と対象とした白川（丸数字は選好性評価の対象箇所）

白川の魚類相の認識：これまで白川で見たり、聞いたりしたことのある魚類名、さらに白川にいてほしい／いてほしくない魚類名を自由記述で回答する質問項目を設定した。

河川団体の活動への期待：住民として、地域の河川団体に期待する活動内容について5段階評価（やるべきでない、やらなくてよい、どちらでもよい、やってほしい、ぜひやってほしい）で評価する質問項目を設けた。

3.2.2.3. 疏水・白川水系の生物相に関する調査

疏水・白川水系の生物相に関して実地調査を実施した。調査地点は次の5つのグループに分類された。①白川本流、②疏水水系の大本になる疏水本線：1ヶ所¹²、③疏水水系で流水域に属する場所：2ヶ所¹³、④疏水水系で止水域に属する場所：9ヶ所¹⁴、⑤疏水水系と繋がりがあったが現在は寸断されている場所：2ヶ所¹⁵である。調査はもんどりによる定点採捕を基本とし、水域の形質に応じて目視・袖網やタモ網を用いた追い込み・投網などを利用し網羅的に魚類層を把握した。

3.2.2.4. 河川美化団体に対するヒアリング

疏水・白川水系に関連する河川美化団体（6団体：白川を創る会（疏水・白川を美しくする会、クリーン白川の会、両団体の活動内容を引き継ぐ）、白美会、鴨川を美しくする会、哲学の道保勝会、白川源流と疏水を美しくする会）に対して、発足の経緯、具体的な活動内容、会の構成と運営、活動範囲、現在の課題などについて聞き取りを実施した。

¹² 日ノ岡浄水場取水池。

¹³ 哲学の道、扇ダム放水路。

¹⁴ 和輪庵、白河院、正因庵、牧護庵、順正、並河邸、無鄰菴、京都市美術館、對龍山荘。

¹⁵ 白沙村荘、平安神宮。

3.2.3. 結果と考察

3.2.3.1. 白川の空間選好性

全体的に見ると、「好き」を選択した回答数が「好きではない」を選択した回答数を上回った。「好き」な場所を見ると、場所①～⑤，⑩の選択回数が多く、一方で、「好きではない」場所についてみると、場所⑥～⑨，⑪などの選択回数が多かった¹⁶。なお、この設問に関して、有効回答数 305 のうち 274 の回答数があった。回答者が自由記述した「好き」な理由から各場所の好かれる要因をテキストマイニングソフトにより抽出した名詞に着目し分析した¹⁷。出現した 1～10 位の名詞は、桜 83，蛍 59，柳 47，京都 52，川 34，風情 33，景観 30，景色 31，場所 26，風景 23 であった。場所別にみると，①，⑦，⑧，⑩は「桜」，②と③は「蛍」，④と⑤は「柳」の出現頻度が最も多かった。なお、「蛍」が①～⑧まで出現しており，蛍の実際の生息地と対応していた（小田，私信）。「蛍」という用語が最も多く挙げられていた場所③の断面構造についてみると（図-4），両岸に古い民家があり，人が侵入することは困難であり，樹木が繁茂している場所であった。

一方で，⑧と⑨は，③と類似した断面構造を持っているが（図-4），商業地域に位置し，夜間でも明るく，人通りが多い場所であることから，蛍の生息や観賞等に適さない可能性が考えられる。アンケート調査から，桜，柳，蛍などの生物が白川の「好き」な場所を判断する際の基準の一つとなっていることが推察された。

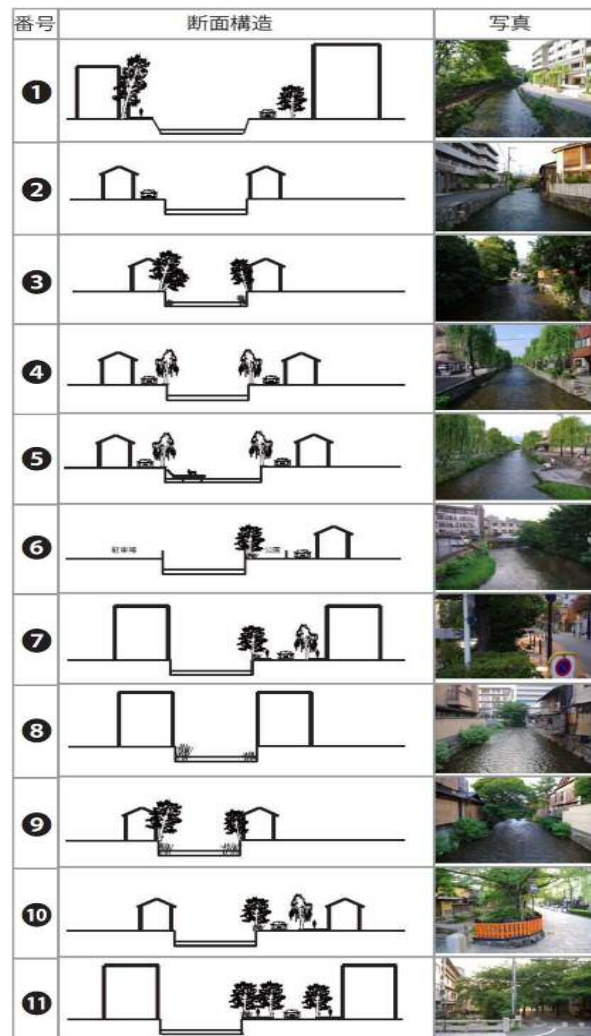


図-4 評価箇所における断面構造と選好性

¹⁶ 好きではない場所として選択された場所 6，場所 7，場所 8，場所 11 では、「車」，「川」といった名詞の出現件数が多かった。

¹⁷ 各箇所の自由記述から生き物と関係がある名詞を抽出してみると，桜，柳，魚，蛍，開花，紅葉，木，鳥，鴨，柿，新芽，植物，紫陽花，葉，花見，雑草，青サギ，草木，金魚などが抽出できた。出現件数が 10 以上を超えた「名詞」を見ると，桜，柳，魚，蛍，木等の五つの名詞がある。なお，「木」は「桜の木」「柳の木」などの言葉からよく出てくることから，「木」という名詞は除外した。

3.2.3.2. 白川の身近な魚類相と住民の認識

14ヶ所の調査地点から計28種の魚類が確認された。白川本流¹⁸では、アンケートで「見たことがある」と回答のあったヤリタナゴ(ボテ)、ヌマムツ(ムツ)、トウヨシノボリ(ゴリ)、タモロコ(モロコ)、ドジョウ、ブルーギル、オオクチバスの8種に、タカハヤとタウナギの2種を加えた合計10種¹⁹の魚類を確認している。このうち最も多く出現した種はトウヨシノボリである。アンケート(有効回答数305)で得られた38語群のうち、既存の調査では存在が明確になっていないものが15群得られた。この中にはアカザ(VU)、アユモドキ(CR)、イサザ(CR)、ツチフキ(EN)、ヒガイ属といった希少種も含まれていた²⁰。なお、疏水水系の大本に位置する日ノ岡浄水場での調査では9種の魚類を確認している²¹。

白川での存在の望まない魚種として、特定外来生物に指定されているブルーギルとブラックバスの2種が挙げられている。一方で、白川での現地調査でもブラックバスやブルーギルの稚魚が確認されている。これら2種は「目撃した」の3倍を超える高い頻度で「不要」という回答が得られており、外来生物問題が課題として認識されていることが推察される。アンケート調査では目撃、生存の二つの項目でともに評価の高い種としてメダカがあげられている。しかし、現地調査では、メダカは閉鎖水系の1カ所ではしか発見されておらず、そこでも昔から生存しているわけではなく最近の人為的な導入であることが確認されている。疏水水系に琵琶湖のメダカの存在を示す証拠はなく、地域住民のイメージと実態とが最も乖離している魚種であるといえる。

3.2.3.3. 河川美化団体に期待する活動

疏水・白川で活動する河川団体6団体への聞き取りから、これまでの活動として河川清掃、藻狩り、桜祭り、ホタル保護に主に取り組んでいること、団体の設立は多くが1960年代～1980年代にかけてであり現在は組織の世代交代期を迎えていること、身近な川の水質汚染を改善しようとする動きの中で白川子ども祭り(1973年開始²²)など地域を巻き込んだ活動が進展してきたこと、新たな活動団体が設立され活動が引き継がれたり、活動の新陳代謝(廃止・新設)がみられたりすることなどが明らかになった。アンケート調査では、ゴミ拾い、草刈り・藻刈りに並んで、回答者の約8割が生きもの・環境調査や環境学習を「ぜひやってほしい」「やってほしい」活動として選択している(図-5)。地域内外を

¹⁸ 白川ではネジレモ(琵琶湖固有種)、ホザキノフサモ(京都府準絶滅危惧種)、ササバモ、センニンモなどの水生植物が生育する様子も確認されている。

¹⁹ ヤリタナゴ、ドジョウ、タウナギ、タカハヤの4種は今回の現地調査において白川以外の調査地では確認できていない。

²⁰ 絶滅危惧ⅠA類(CR):ごく近い将来における野生での絶滅の危険性が極めて高いもの、絶滅危惧Ⅱ類(VU):絶滅の危険が増大している種、絶滅危惧ⅠB類(EN):ⅠA類ほどではないが、近い将来における野生での絶滅の危険性が高いもの

²¹ このうちアユ、ナマズ、ウナギの3種はアンケートでは目撃報告のあるものの、日ノ岡浄水場以外の調査地では確認できていない。少なくとも過去の目撃報告と、現在も疏水水系に流入があることが示されたので、現在見られていない(定着しなくなった)理由を検討する必要がある。また、採捕数の9割以上をブルーギル、オオクチバスの外来魚が占めており、琵琶湖での繁殖のみならず疏水を利用した京都市内への流入も懸念すべき課題であることが示唆される。

²² 白川子ども祭りは一時途絶えていたものの復活し、現在は白川水系での注目度の高いイベントとして定着している。

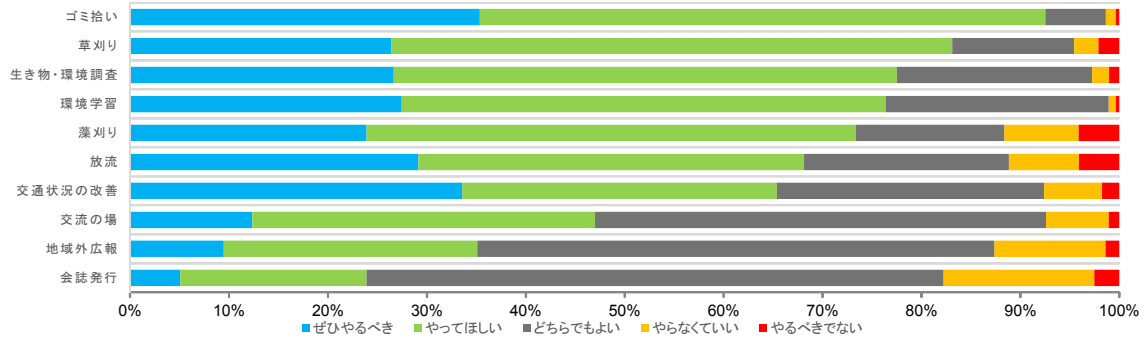


図-5 河川団体に期待する活動

問わず、活動の広報（地域外広報や会誌発行）には否定的な意見が強い。藻狩りや放流については、肯定的な評価も多いが、否定的な評価も目立つ傾向にあった²³。生きもの・環境調査や環境学習への期待が大きい一方で、河川美化団体の高齢化は深刻であり、これまでの活動を継続していく担い手に加え、新たな役割を担う人材の確保や育成の仕組みづくりが課題となっている。

3.2.4. 小括と今後の展望

白川に関するアンケート調査では、地域の住民がホタルの飛ぶ場所に関心を寄せ、好きな水辺空間として愛着をもつ傾向にあることが明らかになった。白川にはホタルの幼虫の餌となるカワニナが豊富にみられ（小田，私信），ホタルの生活を支えている。このような生物のつながりがあることにより，結果として川に対する人の愛着を育てている可能性がある。一方で，かつて白川でみかけた魚類として，砂底に棲んで水生昆虫や藻類を食べるヒガイやカマツカ，ナマズの仲間であるギギやアカザなどが挙げられており，これまでに白川に暮らす生物の社会に変化があったことが推測される。かつての様子を子どもたちに伝えていくことも水辺の生物多様性を理解する人づくりにとって重要である。

約40年前に始められた白川子供まつりは，次代を担う子どもたちが楽しみながら川の生きものや現状について学ぶ場となっている。水辺や水流を介した自主的な行事により，地域社会を巻き込んだ住民の交流が継続している。一方で，複数団体による藻狩りやホタル保護などの活動は，水系全体で捉えると水生生物やその生息環境に対する保全効果を発揮していると推察される。種や生息地の保全の観点からも，在来の生物がより住みやすい川づくりを先導してきた地区の水系全体への貢献度は高い。しかし，現状の生物相に対する認識にはズレがみられ，水辺の生物・環境調査や環境学習の充実が検討課題ともなっている。今後，水辺が生物を育む知恵の継承の場として活用されていくことが望ましいが，そのためには地域住民による意欲的な活動が持続されるように若い世代の人材育成や関与が必要な要件といえる。

²³ 自由記述を確認すると，否定派からは両項目に対して「元の自然を荒らさない方がいい」という意見が，肯定派からは藻狩りは「川の見栄えが良くなる」，放流は「生き物を増やす」との意見がみられた。

3.3. 山麓における自然環境共生の知見と身近な生物相

3.3.1. 背景と目的

京都盆地の三山山麓には、全国的にも著名な寺社が数多く立地しており、京都の魅力を形づくる上で大きな役割を担っている。寺社の敷地は、優れた景勝地として、周辺林は市街からの眺望景観の基盤となる借景林として、京都の重要な観光資源の一つとなっている。一方で、京都市では、野生鳥獣とくにニホンジカやイノシシによる農作物被害や林業被害が顕在化しており、その対策も行政課題として位置づけられている（京都市林業振興課，2011）。山麓の寺社でも野生動物の動向について深く認識している可能性があるが、寺社に関わる状況について市域全域での広域的な評価は不足している。

本研究では、①周辺林におけるシカの出現状況と植生などへの影響、②寺社と野生動物一般の関係についての動向を把握することにより、寺社やその周辺林を含めた山麓の生態系管理に向けて今後の課題と展望を検討することを目的とした。

3.3.2. 方法

3.3.2.1. 周辺林におけるシカの影響評価

調査は2013年9月下旬～11月の間に実施し、次に示す対象寺社のうち大原にある三千院、寂光院を除いた、周辺林34ヶ所と補足的に松ヶ崎、岩倉の山林に2ヶ所の調査区を設定し、計36ヶ所で行った。各寺社の周辺林を踏査し、代表的と考えられた林分において20m四方の調査区を設け、GPS（GARMIN社GPSMAP 62SCJ）により位置を計測し、コードラート内のシカの生息痕跡、下層植生の状態、面積約50m²あたりの樹木の個体密度などについて記録した。シカの生息痕跡はシカによる採食痕跡、糞、移動痕跡のいずれかによるものとし、コードラート内における有無を調査した。

3.3.2.2. 各寺社の被害状況及び対策に関するアンケート調査

風致借景調査報告書（京都景観問題研究会，1994）の調査対象位置図から、京都市の山麓部に位置する36寺社²⁴を対象とした。各寺社における「敷地内・隣接地に出現する野生動物（現在）」「各野生動物種による被害と対策」「その他隣接森林の基本情報」についてアンケート調査を実施した。アンケートは2013年8月～9月の間に対象36寺社すべてに配布し、32寺社から有効回答を得た。

²⁴ 西から順に、大原野神社、西芳寺、松尾大社、法輪寺、天龍寺、大河内山荘、常寂光寺、大覚寺、広沢池、高山寺、仁和寺、龍安寺、鹿苑寺、光悦寺、正伝寺、賀茂別雷神社、圓通寺、実相院、寂光院、三千院、修学院離宮、曼殊院、詩仙堂、銀閣寺、法然院、永観堂、青蓮院、知恩院、円山公園、清水寺、泉涌寺東福寺、毘沙門堂、勸修寺、醍醐寺三宝院、法界寺。

3.3.3. 結果と考察

3.3.3.1. 周辺林におけるシカの生息痕跡

図-6 に示す周辺林 36 ヶ所の調査地点のうち、27 ヶ所で「枝折れなどの採食痕跡」、「移動痕跡」、「糞」のいずれかが確認された。市街地に近く眺望景観として重要な森林に対してもニホンジカが出現し、植生への影響が顕在化している可能性が高いことが示唆された。

複数の生息痕跡が確認されている岩倉の南側山麓の地域では、林床に生えていたササ類や草花、ツツジ類などの背の低い樹木がニホンジカによる食害に遭い、雨水により林内の土壌が流れ出しやすい状況が生じている（写真-2）。また、アセビのようにニホンジカが好まない植物が残り、これまで京都らしい森林を育ててきた樹木や草花が育ちにくい状況に変化している。ニホンジカの食害で在来植物が消失したあとに、外来植物であるナンキンハゼやダンドボロギクなどが侵入している場所もみられた。

一方で、交通量の多い三条通でさえぎられた東山南部ではニホンジカの生息痕跡は確認されず、他の地点と比べ林内の植物が多く残っている状況がみられた

（写真-3）。ニホンジカは行政の境界に関係なく移動するが、地形や道路によって行動が制限される場合もあると考えられる。

3.3.3.2. 寺社における野生動物の動向

野生動物の動向に関してのアンケートから、野生動物の出現で回答数の多い上位4種をみると、敷地内ではサル（23 ヶ所）、イノシシ（21 ヶ所）、アライグマ（19 ヶ所）、ニホンジカ（17 ヶ所）、隣接地ではイノシシ（26 ヶ所）、シカ（24 ヶ所）、サル（23 ヶ所）、アライグマ（14 ヶ所）が挙げられた。その他に敷地内、隣接地ともにタヌキ、イタチ、ハクビシンのような小動物が出現するといった回答も多かった。現地調査時の聞き取りによ

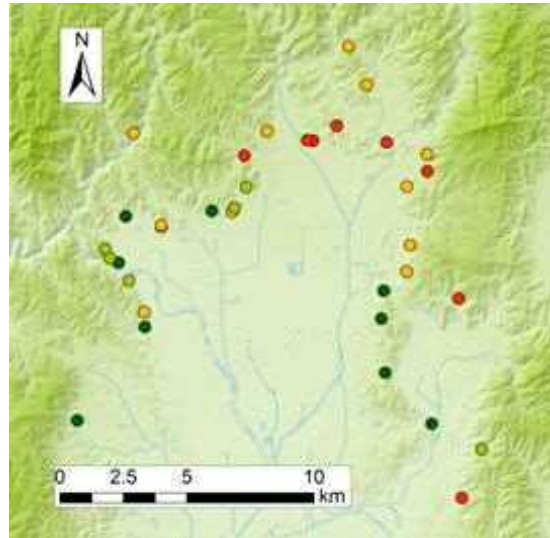


図-6 シカの生息痕跡確認地点の分布
「枝折れなどの採食痕跡」、「移動痕跡」、「糞」それぞれを1点とし、●は3点、●は2点、●は1点、●は0点。



写真-2 宝ヶ池公園内の様子



写真-3 東山南部の林内の様子

れば、アライグマなどが柱に爪痕を残したり、屋根裏に棲みついたりするなど、文化財として貴重な建造物に外来性小型動物の被害が及んでいる寺社も現れている。

一方で、ニホンジカによる庭園内の植栽の食害や、イノシシによる苔の掘り返しなど、庭園景観に影響を及ぼすような被害を直接的に受けていることがアンケートから明らかになった。アジサイやツバキなど鑑賞上重要な植栽への被害も指摘されている。

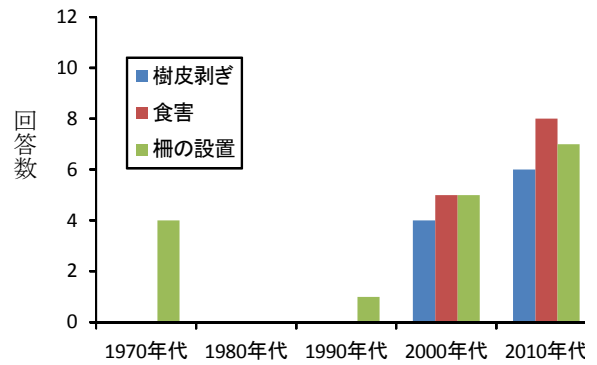


図-7 年代別の被害と対策状況（シカ）

対象 32 寺社でのニホンジカ（図-7）やイノシシ（図省略）による被害は 2000 年代以降に急増し、柵の設置といった対策も講じられるようになってきた。

3.3.4. 小括と今後の展望

京都盆地の周辺森林ではシカ害の影響が顕著になっている。西山，北山，東山など，下層植生の衰退が確認され，今後の植生回復が危ぶまれる。しかし，同じ三山山麓の森林であっても地域によって状況が異なることから，被害が著しい地域では，植物の生育を助けるようにニホンジカの侵入を防ぎ，被害のない地域ではニホンジカの行動をモニタリングしながら京都自生の植物種を次世代の京都市民に引き継いでいけるように，地域の実情に合わせた生態系管理の取組が求められる。

京都市として，森林の生物多様性の回復に向けて，市民を含めた多くの主体が参加しやすくなるように，生物多様性保全地域連携促進法に基づく地域連携保全活動計画などを策定推進したり，区レベルの対策に加え周辺の自治体との連携も視野に入れたニホンジカの個体数調整を実施したりするなど，早急な対応が必要である。一方で，三山山麓に位置する寺社などでは，これまで長期間にわたって動植物の動きをモニタリングし，野生生物対策や森林保全についての取組を，行政からの支援を受けずに独自に行い，経験を蓄積してきたところも多い。京都市内の貴重な自然を保全するにあたっての寺社の役割は大きく，今後とも森林と都市をつなぐ拠点として連携を図っていくことが重要である。

4. 結果と考察

緑地、水系、山麓のそれぞれの研究から明らかになったことを表-1 にまとめた。本研究は、都市内において緑地、水系、山麓のそれぞれの空間特性に応じ、住み続け、関わり続ける「市民」を対象に、その実践的な働きかけや関係する身近な生物相の実態を把握した。

町家の庭においては、植栽された樹木や生育するコケ類などに対する日々の手入れをし続けることが、庭が100年以上の歴史を持ちつつも、緑地としての大幅な改変を伴わずに維持されてきた要因であると指摘できる。将来的にも、職住一体の町家に住み続けることが庭そのものやその空間を利用する鳥類などの保全の基本となることが示唆される。

白川水系において、地域住民が川に対する選好性を決定するにあたって、サクラやヤナギといった樹木やホタルの存在が好意的に受けとめられる傾向にあることが明らかになった。一方で、魚類相については実態との乖離がみられたものの、水生植物も含めた水系の生物の存在を知る環境調査や環境学習が河川美化団体に期待する活動として挙げられている。こうした活動により、身近な河川への愛着がさらに生まれ、環境をよい状態で維持しようとする地域活動も一層盛んになるものと予想される。

山麓に位置する寺社は、シカやイノシシなどの大型の哺乳類をはじめ、アライグマやハクビシンなどの外来小動物が現れる場所であることが明らかになった。これらの野生動物がもたらす「被害」に対する「対策」は敷地の観賞価値を維持するためにあくまで自己負担で行われている。結果的に、これらの活動は敷地内での京都らしい植栽植物の保全につながっており、京都の魅力の形成に貢献しているといえる。山麓に位置する寺社は、森林や野生動物の動向を知るバロメーターの役割を果たしているといっても過言ではなく、周辺林の保全にとっても大きな役割が期待される。

表-1 緑地・水系・山麓の現状と課題のまとめ

	緑地	水系	山麓
主体となる「市民」	町家居住者	河川美化団体	寺社
市民生活における実践活動	日々の手入れ、植栽種の構成、隣の庭とのつながり	ゴミ拾い、藻刈り、子ども祭り	柵の設置など
身近な生物相の実態評価	・植栽される在来種 ・庭を訪れる鳥類など	・希少種（魚類、水生植物）の存在 ・川沿いの樹木やホタルの生育	・敷地内での野生動物の出現 ・周辺林でのシカ生息痕と植生衰退
魅力の形成	居住者の愛着	地域住民の愛着	寺社の景観価値の維持
課題	・住み続ける ・町家敷地の消失や改変	・高齢化と継続性 ・新たな役割への期待	・寺社敷地にシカの出現 ・借景となる森林域に対する被害
具体的な取組の提言	・多様な動植物種の評価 ・庭や植栽を極力残す支援	・活動の継続と生物相の維持 ・環境学習・生涯学習の場への支援	・植生回復に注力 ・市民参加の促進

本研究から明らかになった「市民生活における自然環境共生の知見」をまとめると、次のような要素に還元され、統合的に説明されるものと考えられる（図-8）。つまり、人為的に創出された空間も含め、①市民の暮らしに密接な自然環境が存在すること、その空間に対し②市民の日常的な関わりや管理が営まれていること、その空間を利用する③動植物の存在を市民が認識すること、そして、動植物の存在をふまえて④市民が身近に接する場所や自然環境に対して「愛着」が醸成され、さらに場所が存続していく基盤がつけられると

いったサイクルにまとめられる。とくに今回着目した空間では、このようなサイクルが長年継承されてきた場所と判断される。

今日、京都の魅力として語られる伝統文化、芸能、ものづくり、観光などといったソフト面の魅力は、本研究で対象としたような自然と密接にかかわる暮らしの中で生まれ、地域への愛着や地域に対する見方とともに長年にわたり培われてきたものと推察される。京都市の生物多様性地域戦略には文化的な側面からの生物多様性保全への配慮が一つの軸として大きく位置づけられるが、本研究では、自然と密接にかかわる暮らし方を支えていく方策が求められることを結論づけたい。

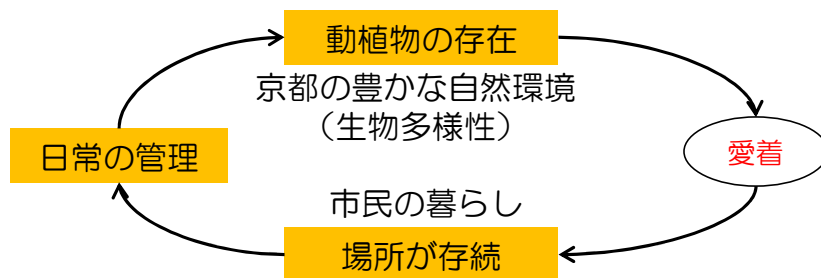


図-8 市民生活における自然環境共生の知見

5. 京都市への実践的な提言

今後、京都市としては、緑地、水系、山麓のそれぞれにおいて住み続ける市民の役割を認識し、現状を常に把握し、取組を持続的に進めていくことが期待される。その際、京都市は障壁となる課題を解決するための枠組みを構築することが求められる。

5.1. 緑地

町家の庭は職住一体の住空間に存在する私的な庭ではあるが、植栽植物の多様性や学区の緑地に占める面積の観点から市街地で重要な緑地として機能していると考えられた。表通りからは見過ごされやすい緑地であることから、その保全にあたっては新たな評価軸が求められる。対象とした旧桃園学区では、庭の所有者の多くが伝統的な繊維産業を先導してきた職業に従事しており、客へのもてなしの心や見えないところでのこだわりを表現する場として、それに応じた庭の仕立て方や管理が行われていることも見逃せない。

現在町家が次々と取り壊されている現状があるが、これらは単に街並みの破壊だけではなく、京都のまちに古くから息づいていた貴重な緑地である「都市の森」の消失を同時に意味している。今後、町家の庭を保全し活用していくためには、庭の維持管理にかかる費用に市が一定程度の補助を設けることが考えられ、庭を市民に公開するイベントを催しつつ理解を得ることが想定される。また、町家の建て替えの際には、内部に存在する庭を極力残していくなどの措置が検討される必要がある。小規模な緑地空間であっても、周囲の緑地と連結することにより規模の大きな緑地として機能している可能性が高く、緑地の連続性を消失させない視点が求められる。そのため、周囲の庭の分布状況に合わせて、町家の跡地として生じた駐車場や空き地への緑化を積極的に促すことなども施策の一つとして検討できる。

想定される視点

- 町家の庭が「都市の森」を形成する重要な緑地であることを京都市生物多様性プランに位置づける。
- 150年以上続く緑地としての歴史性を共有し、町家に住み続けやすい制度的な条件を整え、庭の現状維持を支援する。町家の建て替え時に、庭には極力手を加えずに現状で保全する。やむなく庭を廃する場合でも、地域の遺伝的な財産としての植栽植物を近隣の緑地へ移植するといった手立てを講じる。
- 町家の庭の植栽構成を体系化し、一般住宅や公園などの既存あるいは新規緑地の植栽構成に応用する。現行の住宅庭の植栽植物や水の配置などを「町家の庭」を参考に市民の手で工夫することにより、新たに緑地を公的に設けることができない住宅密集地域などで、生物多様性の保全や向上に貢献する場を創出する。
- 緑被率や緑視率といった既存の緑地政策に使われる指標に質的な視点を取り込む。具体的には、樹木、草本類、シダ類、コケ類、昆虫類（セミやクモなど）、鳥類、哺乳類、爬虫類など多様な動植物からなる町家敷地の評価手法を開発する。
- 三山で減少しつつある高木種であるマツ類やナラ類、アオキなどの常緑低木を庭木と

して活用するためのガイドラインを作成する。

- かつては隣家の住宅庭同士が隣接し、結果として界線の緑地がひとまとまりとなるような様相を示していた。今後、住宅の建て替えに際しても隣家の庭の配置と連結性を持たせるような誘導が望まれる。
- 民有地緑地の保全に資する施策を確立する。

町家の庭は、量的・配置的な観点や在来種保全の点から重要



図-9 緑地に関する主な提言の模式図

既存の関連施策

- 町家保全に向けた従来の施策は「オモテ」が対象（文化財保護課，景観政策課）
- 京（みやこ）のまちなか緑化助成事業は、あくまでも新規事業が対象（緑政課）
- 「エコ学区」事業（地球温暖化対策室）
- 京都市緑の基本計画，歩いて楽しいまちなか戦略などの基本計画 など

5.2. 水系

水系にかかわる住民活動は、清掃活動に加えて、水生植物や魚類相に対し直接的に働きかける活動が見受けられる。自主的な河川での行事は、子どもを含めた周辺住民に地域の暮らしや環境について知ってもらう機会を生んでいる。こうした活動を継続的に進めていくには、若い世代の人材を発掘育成し、水辺の環境情報や生物の存在を発信できるような取組に積極的に関わっていきけるようにすることが重要である。

市内には多くの河川や水路が流れている。それぞれの場所で、身近な水辺の恵みを地域共有の財産として世代を超えて住民が理解できるように、京都市として水辺の歴史や生物のつながりを教材化する取組を推進し、学校教育や生涯学習に生かしていくといった支援が望まれる。水系の生物相の維持に好循環を生むような活動の評価軸を明らかにし、水系

ネットワークを支える受け皿として新たな人材を確保育成し、地域の交流の場が生まれるように仕掛けていくことが方策立案の判断基準となる。

想定される視点

- 河川に対する生物多様性保全の観点での活動を、市内全域で展開していくことを戦略に位置づける。
- 中小河川や水路において、水系の生物相の定期的な評価を住民と専門家の協力のもと実施する。
- 単独の河川団体では困難な、水系ネットワークを生かした広域的なイベントを企画し、実施する。加えて、水系周辺の地域活性化の活動と連携させた取組を推進する。
- 市内に居住する大学生や事業者からのボランティアなどを活用し、河川団体の組織運営やイベントのサポート体制を構築する。
- 水系において目標とする生物種を選定し、目指す水系生態系を構想する。

身近な生物相の存在が水系の魅力向上につながる。水生生物への理解が更なる魅力醸成の鍵



図-10 水系に関する主な提言の模式図

既存の関連施策

- 京都市水共生プラン (河川整備課)
- ほたる飛遊状況調査報告 (河川整備課)
- 琵琶湖疏水管理 (疏水事務所)
- エコ学区 (地球温暖化対策室) など

5.3. 山麓

個別の寺社についてみると、アライグマ などによる国宝や重要文化財など建築物への侵入や引掻き行為、イノシシによる庭園内のコケのはぎ取り、シカによるアジサイやアオキ、桜若木の新芽の食害といった事態が報告されている。寺社は周辺林を含め一体化した風景づくりによって京都の魅力を維持してきた役割が大きいと考えられるが、野生動物対策や鑑賞上重要な植生保護のための負担がより一層増していることが推察される。これまで寺社が個別に取り組んできた対策は、京都盆地スケールで捉えなおすと市レベルで行われるべき対策としてその役割を果たしてきたとも捉えられる。シカが三山に出現するようになってから 20 年ほどが経過しており、嗜好性植物の食害にともなう林床の植物相の消失が各所で確認されている。三山全域を健全な森林に同時並行的に戻すことは困難であり、植生回復のための人的、財政的資源をまずは集中させ、その現場で生まれた保全技術が蓄積されることが方策立案にあたっての判断基準となる。

想定される視点

- 三山山麓における野生動物ならびに森林状況のモニタリングを強化することを戦略に位置づける。
- 森林はかなりの程度劣化が進んでいる。シカを防除したとしても森林の再生ポテンシャルは低い。低木層以下には不嗜好性植物や外来性植物が繁茂しやすい状況が生まれている。森林管理、野生動物防除、植生保護、モニタリング活動などを一体化させた総合的なマネジメント体制を構築する。寺社はその中核拠点として活用できる可能性が高い。
- 尾根、斜面、谷部など森林植生の立地条件を加味した複数の保全区を確保し、森林の階層構造や光条件を指標に順応的管理を実施する。林床の表土流失を防ぎ、次代を担う稚樹や草本相を保全育成する技術体系を開発し、蓄積された技術を公開普及する。
- 景観、鳥獣対策、文化財保護、森林施業など広範な分野にまたがり、また三山山麓は民有林、市有林、国有林といった森林管理の主体が異なる現状がある。それら土地所有者や各種規制の調整体制を構築する。
- 捕獲と利用を含めた、シカの個体群制御の取組を進める。地続きとなっている大津市、亀岡市、南丹市に加えて、滋賀県、福井県などの自治体との連携が必要であり、捕獲頭数のモニタリングを確実にしながら実効性のある取組を実施する。関西広域連合での問題提起を行う。
- すでに京都市内で森林管理などの取組を進めている団体（別表 京都市内の主な森林関係活動団体）との情報交換を促進する。野生動物対策を活動に位置づけている団体は少なく、必要な支援体制を構築する。
- 極めて重要な観光文化資源でもある寺社の文化財建築に対する外来性小動物（アライグマ、ハクビシンなど）の被害が顕在化している。動物侵入防止用の柵の設置や小動物捕獲檻の配置といった個別の対策は各寺社でとられているが、市域全体での効果を

高めるため防除のための行動計画を策定する。

柵のない敷地にシカが出現する寺社もあり。三山のほぼ全てにシカが出現。森林更新を見据え、**優先順位**を考慮した早急な処置が必要



図-11 山麓に関する主な提言の模式図

既存の関連施策

- 京都市三山森林景観保全・再生ガイドライン（風致保全課）
- 文化財保護事業（文化財保護課）
- 農林作物被害鳥獣対策，四季彩りの森づくり（農林振興室）
- エコ学区（地球温暖化対策室）
- 野生鳥獣救護センター（京都市動物園） など

5.4. 短期的な行政課題 —協働の体制の推進

本研究で対象としたような「市民」の実践的な働きかけはマイクロな側面での生物多様性保全に貢献していると考えられる。一方で、一つ一つの取組をより広域の視点からみると、それらはネットワークのようにつながり、あたかも京都のまちの魅力を全体として高めているように捉えられる。例えば、町家の庭での日常的な管理はより大きな街区単位での緑空間とそこを利用する生きものの生息場所を提供し、河川美化団体の活動は水系ネットワークを利用する生きものに貢献する取組として機能し、寺社の獣害対策は山麓全域の野生生物管理に貢献しているといえる。しかし、社会状況が変化中、個々の取組は持続性の観点から脆弱な点がみとめられ、地域的な偏りもあることから、全市域にわたって機能を発揮させるには行政による枠組みづくりが欠かせない。京都らしいまちの魅力の創出に向けて、市内の数多くの場所で取り組みを浸透させるには、京都市の関連部署が連携をはかり、都市の生態系管理の促進を目標とした方策を立案していくことが期待される。

5.5. 長期的な行政課題 —エコロジカル・ネットワークの形成

京都盆地に隣接する山麓や三山の生態系は、市街地に多様な生きものをもたらす生きものの供給源となっていると考えられる。京都らしい生物多様性とそこから発露される魅力を継承していくためには、生息基盤となる地域の自然を保全することが極めて重要である。そのために、生物的、生態的、社会的な情報を収集し、生きものが健全に生息できるような方策や計画を地域住民とともに作りあげていくことが必要である。京都らしい生きものや文化との関わり、結びつきを強化するには、エコロジカル・ネットワーク（生息・生育環境のつながり）の形成を意識した計画づくりが求められる。例えば、市街地を縫うように流れる疏水や水路、小河川などの水系、町家や住宅の庭のように市街地に広く散在する緑地を保全することはエコロジカル・ネットワークの形成にとって不可欠である。したがって、水系や小規模緑地が少ない地域については、地域の生物多様性に貢献する生きものの生息空間を創出することや、都市公園や街路樹といった限られた生息地や生育地を、生きものが暮らしやすいように配慮し、工夫を加えていくといった地道な取組を先導する役目が京都市にはある。

6. 今後の研究課題

本研究は、緑地、水系、山麓といった空間的にも広範な領域を扱い、研究対象とした「市民」も町家の居住者、河川近辺の住民や活動する団体、山麓に位置し景観や観光上重要な役割を果たしている寺社といった幅広い主体を検討した。一つの研究テーマが、単独の研究として成立しうるものでもある。しかし、京都市の生物多様性を考える場合、今回明らかになったことは非常に限られた領域の知見でしかない。

ここでは個別のテーマに対する言及はせず、より広範な研究課題を指摘しておきたい。

第一に、本研究は2013年度の研究事例であり、経年的な情報や季節変化を伴うデータは不足している。とくに野生動物の実行動や魚類相の把握には通年の調査が欠かせないため、モニタリング手法に工夫を加え、引き続き生物相データを集積していくことが必要である。

第二に、京都市の場合、本研究で検討してきたように緑地、水系、山麓のいずれにおいても鑑賞上重要な景観が含まれており、観光産業を通じて京都市の経済活動にも少なからず影響を与えている可能性が高い。今後は、経済的な評価手法も交え、暮らしに密接な自然環境に「市民」が実践的に働きかけることの金銭的な価値を把握することが期待される。

第三に、生物の保全と利用を継承する人材の養成と確保が急務である。高等学校や大学での教育カリキュラムや単位互換制度などを活用し、実践的に活動できる人材育成モデルを構築するための社会実験を含めた研究が想定される。

最後に、生態系サービスの利用の連鎖を再構築する視点が最重要である。植物は光合成により自らの植物体を構築する。動物は、その蓄えられたエネルギーを摂取して活動する。京都市においても、都市部における適切な生物利用を進め、人間社会の福利に活用することが望まれ、その適正規模を評価する研究が必要である。

引用・参考文献等

伊藤早介・森本幸裕 (2003) 野生魚類の生息環境としての園池, ランドスケープ研究 66 (5), p.621-626

京都景観問題研究会 (1994) 風致借景調査報告書, p.2

京都市文化財保護課, 京都造形芸術大学日本庭園・歴史遺産センター編 (2013) 町家・民家の庭の調査報告書, p.458

京都市上京区 (2013) 学区案内／桃菌学区 (とうえん) :

<http://www.city.kyoto.lg.jp/kamigyō/page/0000029019.html> (2013/10/13 アクセス)

京都市景観政策課 (2004) 平成 15 年度京町家まちづくり調査集計結果, p.12

京都市林業振興課 (2011) 京都市鳥獣被害防止計画, p.7

花岡和聖・中谷友樹・矢野桂司・磯田弦 (2009) 京都市西陣地区における京町家の建替え要因分析, 地理学評論 82 (3), p.227-242

指定課題 2

ソーシャル・ビジネスを成功させる条件と
必要とされる方策 ～中小企業支援の視点から～

指定課題2

ソーシャルビジネスを成功させる条件と必要とされる方策
～中小企業支援の視点から～

学生参加型ビジネスコンペを利用した ソーシャル・ビジネスの育成・普及にかかわる実証研究

研究代表者 大室 悦賀（京都産業大学経営学部 准教授）
共同研究者 古村 公久（京都産業大学経営学部 准教授）
李 為（京都産業大学経営学部 准教授）
市担当部署 京都市産業観光局商工部商業振興課

全体概要

本研究は、「ソーシャル・ビジネスを成功させる条件と必要とされる方策」という指定課題に対する研究である。本研究ではそれらの課題に応えるために、ソーシャル・ビジネスの成功に不可欠な条件として社会志向型消費者の存在を明示し、大学生を対象として社会志向型消費者を育成するプログラムを提示している。加えて、同時に事例研究を実行しながら、ソーシャル・ビジネスを起業する際に陥る壁についても検討している。

研究の結果は、2つのポイントで成果があった。第1にはプログラムに参加した学生の一部は消費行動に変化が見られ、社会志向型消費者向けの消費者教育となっていることを明らかにした。第2にはソーシャル・ビジネスの開発に当たって陥る壁が学生の思考プロセスをたどることにより明確になったことと、プログラム参加企業がそれらを乗り越えるためにマルチステイクホルダーとのコラボレーションを行っているところにある。

このような結果、本研究で示したプログラムがソーシャル・ビジネスの支援になっており、継続的に拡大することで、当初の課題をクリアできるものと考えられる。

1. 研究概要

1.1. 社会的背景と本研究の最終目標

まず本研究の本題に入る前に、2006年から経済産業省を中心に議論が始まったソーシャル・ビジネスが台頭してきた社会的背景と本研究が最終的に目標としている社会システムについて概観しておこう。

本研究の主たるテーマであるソーシャル・ビジネス支援は、2003年頃から登場し、2006年に経済産業省が取り上げてから全国的に徐々に広まってきている。台頭の背景には社会的課題の解決に対する行政やNPOの限界が顕在化したのに他ならない。一方でまだまだ知られていない概念である。具体的には図1で示すように3つのセクターがそれぞれに失敗を抱え、従来から成立していた相互補完関係が成り立たなくなっている。このような中で3つのセクターの要素を取り入れた第4のセクターとも言えるソーシャル・ビジネスが台頭してきている。

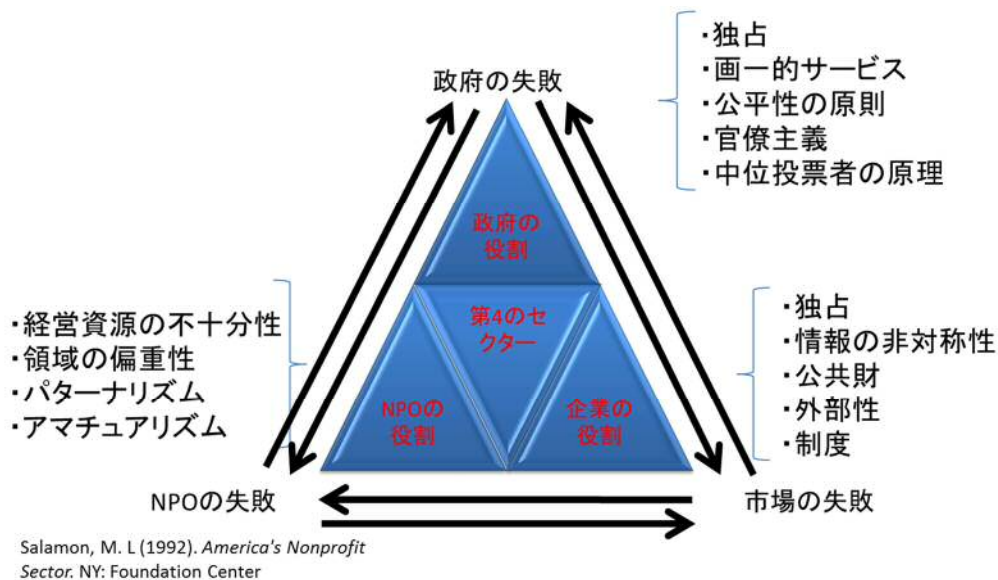


図1 3つのセクターの限界

たとえば、政府セクターが平等性原則や中位投票者の定理¹により住民のニーズに十分応えることができないという問題を抱えている。しかしながら所得が高く自分の選好にあった商品やサービスを市場から調達できる人はよいが、所得が低く市場から調達が困難な住民にとっては致命的な課題となっている。具体的には保育所などの福祉サービスや学校などの教育サービスなどがある。

企業セクターにおいては、市場の失敗とされる情報の非対称性や外部不経済が社会的課題を噴出させ、グローバリゼーションがますますこれらを加速させている。前者は安全安心な商品や遺伝子組み換え商品など、後者は環境問題や人権問題を噴出させている。それは、特定のステイクホルダー（株主）に傾倒した結果、その他のステイクホルダーの中で社会的課題が噴出している、ということである。

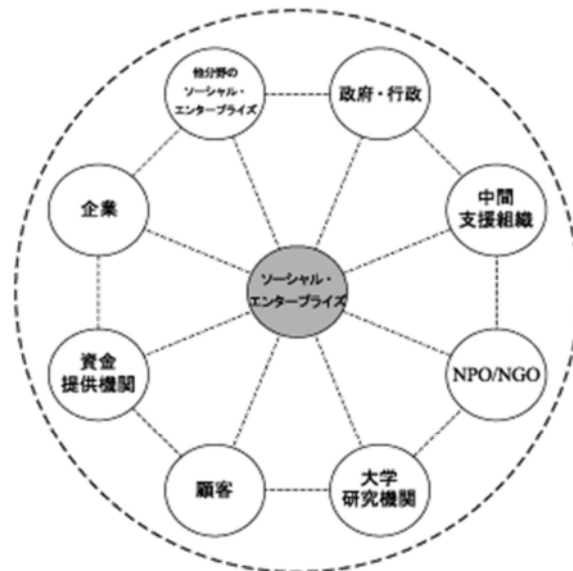
NPOセクターは1998年の特定非営利活動促進法の制定以来、社会的課題の解決主体（市場の失敗と政府の失敗の補完）と期待されながらも、特定の領域に偏重することによる外部性の発生とアマチュアリズムによって十分な成果を得ていない。前者は特定の社会的課題の解決に焦点が当たってしまい、その社会的課題が発生するメカニズムや社会背景に着目しないことによって、結果として他の社会的課題を噴出させる外部性を発生させている。たとえば、子育て支援のみに対応すると本来対応しなければならない地域の問題や高齢者の問題を排除し、逆にそれらの問題を大きくする可能性を持っているということ認識していない、ということである。

一方で、政府は市場の失敗を補完し、市場は政府の失敗を補完し、NPOは政府と市場の失敗の補完を存在理由としてきたが、それらは1対1の補完関係のみを対象としてきたため、それではそれぞれの失敗を補うことができず補完関係が成立しなくなっている。たとえば、政府と企業であれば、本来市場の失敗を補完する存在として登場しているが、企業の経営スタイルの変化に制度が追いついていなかったり、企業に依存する傾向が強くと、思

いきった政策がうてない状況がある。一方で政府は貧富の格差が拡大し低所得者層の多様化するニーズに対応できていない。政府と NPO の関係も、先述の多様化するニーズに対応する存在として期待されていたが、結局補助金などの政府依存になってしまい、政府の制度に依存することとなり、政府の下請け的、あるいは同様の指向性を持つことになって、これまでとなんら変わらない状況に陥っている。

さらに、3つのセクターのそれぞれの特徴を1つの組織・事業形態としたソーシャル・エンタープライズ（社会的企業）やソーシャル・ビジネス²が台頭しているが、前者は NPO の課題を引きずる傾向があり、後者はまだまだ十分に機能しているとはいえない。そして何よりそれらの新しい形態を認知、促進する土壌が出来上がっていないところに大きな課題がある。

そのような状況を踏まえ、社会的課題の解決には3つのセクターに任せるのではなく、多様な役割の中で貢献するマルチステイクホルダーおよび多重な役割に基づくコラボレーションが必要と考えられる。最終的にはそれらがソーシャル・ビジネスを支えるようなソーシャル・イノベーション・クラスター（以後「SI クラスター」と表す）を必要とし、京都においてその構想を実現させたい。SI クラスターのイメージ図は図2のようになる。SI クラスターとは、社会的企業、中間支援組織、資金提供機関、大学・研究機関などが地理的に集中し、これらが協力的かつ競争的な関係を構築することによって、多様な社会的課題への新しい解決方法や新しい社会的価値が生み出され、新しい社会的事業（ソーシャル・ビジネス）が形成されるような組織的な集積をいう。この SI クラスターは特定の地域が核となり形成されるものであるが、基本的にはオープンな場であり、そこに多様な人間が出入りすることでソーシャル・イノベーションが地理的な制約を超えて広がりを見せていくことである（谷本，2006，P37）。



出典：谷本（2006）

図2 SI クラスターイメージ図

1.2. 問題意識

このようなSIクラスターを構築するためには何が必要か、ということが本研究の突端になっている。具体的には京都の企業、大学・研究機関、中間支援組織、資金提供機関、NPOや住民が自分事として社会的課題の解決に貢献できるようになるのか、という問いである。

これまでも京都市内の様々なセクター、関係機関に出前講義を行ってきたが、既存の経営スタイルや行動パターンを変化させることがなかなかできなかった。その大きな要因は社会的課題が自分の事にならないこと、ビジネスと社会的課題が別物であるということがあった。これらは、そもそもソーシャル・ビジネスの認知度も低い、たとえ認識はしていてもビジネスに展開できない理由となっていると仮定した。これらを表したものが以下の表1である。

表1 ソーシャル・ビジネスおよびソーシャル・プロダクト認知度調査

(1)若者の認知度

概念を理解	聞いたことがある	知らない
7%	57%	36%

出典：<http://www.etic.or.jp/drive/labo/1032>

(2)京都市内の企業(創業100年超)の認知度

聞いたことはあるが、内容はよく知らない	知らない
51%	30%

出典：大室調査による

(3)ソーシャル・プロダクト※の認知度

知っている	聞いたことがある	知らない
3.6%	24.8%	71.6%

※それを購入または利用することで、環境・貧困・人権等といった社会的課題の解決に役立つ製品やサービス

出典：(株)ヤラカス館SoooooS.カンパニー

また、社会システムとしても社会志向型消費という教育もおこなわれてこなかったということも明らかになってきている。消費者教育は学校と社会でおこなわれてきた。しかし、学校教育では授業時間の少なさや教員の知識不足、社会では情報の届きにくさ、成人への啓発の困難さ、一方的な情報媒体のために、約8割の人に消費者教育の効果がないと指摘されている³。実際に「消費者教育を受けたことがない(65.4%)」、「消費者教育を受けたか、わからない(12.3%)」というように消費者教育はほとんど効果をあげていない。このような状況ではソーシャル・ビジネスを支える消費行動は個人の関心に依存せざるをえない。そこで消費者教育に依存しない形で、社会志向型の消費者を育成する方法を模索する必要性が出てきている。

このように、ここまでの研究および実践で明らかになったことは、認知度の向上、および個人あるいは組織の行動変容が必要である、ということであった。このような視点を内包させた支援策を実践するアクションリサーチを実施する必要性が明らかになった。

1.3. ソーシャル・ビジネスの定義

本節では、ソーシャル・ビジネスの定義、ソーシャル・ビジネスが登場してきた社会的背景、なぜビジネスを活用して社会的課題を解決するのか、という3つの視点からソーシャル・ビジネスを検討していこう。

①定義

まず、ソーシャル・ビジネスの定義から見ていこう。ソーシャルビジネス研究会によれば、「ソーシャル・ビジネスとは、社会的課題を解決するために、ビジネスの手法を用いて取り組む」ものと定義されている⁴。本項ではこの定義をベースに、要件、主体、研究動向、概念が必要となった理由、の4つに分けて具体的に説明していこう。

②要件

ソーシャルビジネス研究会からの3つの要件を確認しておこう。

a 社会性

現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。これは組織の目的とかならず一致する必要はなく、事業の目的が全体のミッションの一部となる場合もある。ゆえに組織形態には依存しない。また解決すべき社会的課題の内容により、活動範囲に地域性が生じる場合もあるが地域性の有無はソーシャル・ビジネスの基準には含めない。

b 事業性

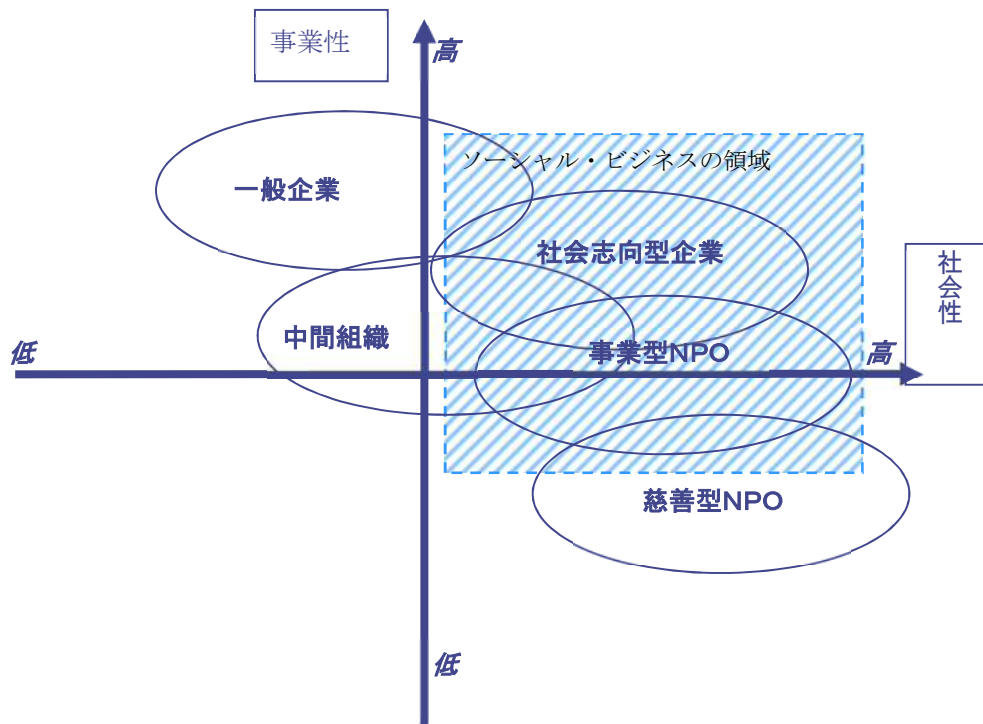
社会的ミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。これはミッションをビジネスモデルとして可視化することであり、社会的ミッションをわかりやすく伝えることが重要である。

c 革新性（ソーシャル・イノベーション）

社会性と事業性を両立するために、新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。また、それらの新しい商品などが新しい社会的価値をもち、その社会的価値の受容を通して個人の価値・意識と制度（法律、習慣、規範）の変革を意図する。

③主体

ソーシャル・ビジネスは、先に述べた3つの要件を満たす事業体により担われる。その担い手は以下で示すようなさまざまな組織形態が存在している。具体的には、一般企業、社会的課題の解決を目的とした営利企業形態（株式会社、有限会社）の社会指向型企業あるいはソーシャル・ベンチャー、NPO、有限責任事業組合（Limited Liability Partnership; LLP）や合同会社などの中間法人の4つの形態が確認できる。この担い手を社会性と事業性から図示したのが図3である。



(出典) 谷本(2006)

図3 ソーシャル・ビジネスの担い手

1.4. 研究目的

ここまでの考察を踏まえてソーシャル・ビジネスを普及させるためには「社会志向型消費者の存在」が必要ということがわかった。これまでのソーシャルビジネス（大室，2013 他）に関する研究では以下の2つの点が確認できている。第1には、社会に貢献する意思のなかった投資家が、社会貢献型の事業に投資することによって社会に配慮した消費行動をするように変化したことを確認。第2には上記結果を踏まえたアクションリサーチにより、ソーシャル・プロダクトに関心の無かった学生が一定の期間ソーシャル・ビジネスにかかわることでソーシャル・プロダクトを消費するようになっていくことを確認。このような結果を踏まえ、社会志向型消費者育成プログラムを立ち上げ、アクションリサーチを実施する。また、ソーシャル・ビジネスを開発する手法も上記のプログラムを通じて研究をおこなっていく。

1.5. 研究手法

研究は、ソーシャル・ビジネス開発のための事例研究（定性的研究）および社会志向型消費者育成のためのアクションリサーチ（定量的研究および定性的研究）の2つの研究方法を組み合わせ、さらに定量／定性的研究のトライアングレーション（三角測定法）を実行する。

また、ソーシャル・ビジネスを開発するにあたってどのような壁にぶつかるのか、どのようなポイントが成功にとって重要になるのか、の2つのポイントを中心にプログラム参

加企業および発展途上の企業にインタビュー調査する。後者はこれまでの研究の成果を踏まえ、「Release;未来共創」プログラムを（以後「Release;」と表す）立ち上げ、アクションリサーチを実行し、定量・定性の両面から確認を行う。

具体的なプログラムおよび参加者などの概要は表2と図4の通りである。

表2 参加企業と課題

企業名	課題名
パタゴニア社	責任ある経済を実現する時の考え方だと思っているコモンズレズ・パートナーシップに出来るだけ多くの人が参加して頂ける方法
ラッシュジャパン	社会課題を伝えるキャンペーンやイベント案を考える
フェリシモ	CCP(チャレンジド・クリエイティブ・プロジェクト)ならではの、SCRM(ソーシャル・カスタマー・リレーション・マーケティング)の構築
ヤラカス館SoooooSカンパニー	ソーシャルコンサンプション(社会性消費)の意味、よさ、魅力を広める映像を軸としたムーブメントの設計
池内タオル	池内タオルのファクトリーショップを京都にオープンするための出店・店舗計画及びマーケティングプランを
坂ノ途中	「無農薬・無施肥・不耕起を実践している自社農場を軌道にのせる方法の確立
ウエダ本社	バックヤードであり、利益を生み出さないとされているオフィスを”なんぼなん?”と考える会社を減らすために。企業が働き方に関して概念を変えるアイデア

参加大学：19 大学（京都市内 14 大学、その他 5 大学）

参加人数：147 名 34 チーム

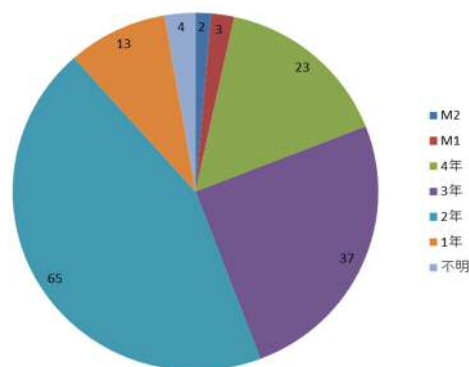


図4 参加学年の内訳

主なプロセス（2013～2014年）：

11月2日（土）：課題発表&キックオフフォーラム

11月8日（金）：チームビルディング

11月16日（土）：1次エントリー締め切り

11月～12月：随時企業別ワークショップ開催

12月1日（日）：ビジネスデザインワークショップ

12月23日（月）：ビジネス提案1次締切

- 1月18日(土) : ビジネス提案ブラッシュアップ大会
- 2月3日(月) : ビジネス提案2次締切
- 2月15日(土) : ワークショップ
- 2月16日(日) : 最終発表大会(午前) 130名 28チームが参加
- 2月16日(日) : 本大会(午後)

約100日間かけて学生チーム(3名以上)がソーシャル・プロダクトの開発や普及に関する提案をする。

その過程では、以下の4つのポイントを分析する。それは、第1に学生がどのような変化をしたか、第2にソーシャル・プロダクトの普及にいかに関与したか、第3にソーシャル・プロダクトがもつ意味をいかに理解し社会志向型の消費者に変化したか、第4にソーシャル・ビジネスの開発プロセスでどのような問題が起きているのか、である。

2. 研究のオリジナリティ

環境に配慮した行動を普及させるための研究を行っているものはあるが(杉浦, 2003)、ソーシャル・プロダクトの研究は始まったばかりであり(Auger, P et al, 2009)、よって普及において行動変化を議論する研究はほとんどない。加えて、仮想プログラムを作って行動変化を実験する研究は、社会科学の中では見当たらない。

ソーシャル・プロダクトの場合には社会的ニーズが小さい、または顕在化していない場合が少なくなく、その中で社会志向型消費者に変えるかということを議論していく必要があるため、顧客を創造するプロセスから始める必要がある。このような指摘は神原(2010)が議論しているが、アイデア段階に留まっている。本研究ではこのメカニズムをダイナミックなプロセスの解明、2時点間で行動変化を捉えるという視点で独自性をもつ。

3. 研究内容

3.1. アクションリサーチ

アクションリサーチでは、プログラム参加者の行動変容を定性的/定量的に確認する。

仮説) 継続的に社会的課題に取り組む企業にかかわることによって社会的課題を認知し、社会的課題の解決に貢献したいと考えるようになり、消費行動が変化する。

① 定量研究

プログラム参加時と終了時の2点間の変化を統計的に把握し、その変化を確認する。

② 定性研究

上記の期間にどのような変化が起きたのか、参加者の1割程度を抽出しインタビュー調査をおこない、そのプロセスでどのようなことが起きているのかを明らかにする。

3.2. 事例研究

事例研究では、ソーシャル・ビジネスの開発・実行におけるポイントを参加企業およびその他企業にインタビュー調査する。

① 参加企業インタビュー調査

参加企業はソーシャル・ビジネスが完成されている企業群として扱い、今後支援活動において必要となるポイントを抽出する作業にあてる。

②その他企業のインタビュー調査

完成された企業のみであると、なかなかポイントが抽出しづらいので、比較研究をおこなう。比較研究の対象としては福岡市で創業20年を超えるA社を調査する。その理由は、20年を経過していること、地域密着子育て雑誌としては全国の中心になっていること、20年を超えて次のステップへの悩みを抱えていること、である。

4. 結果と考察

4.1. アンケート結果

①キックオフフォーラム参加者に対してソーシャル・ビジネスの認知度調査、消費動向を調査（配布枚数181枚、回収枚数88枚、回収率48.6%、2013年11月2日実施）

図5に示したように、Release;のイベントに参加している人であっても、認知（90%）はしているが詳しく知っている人はわずか6%に過ぎない。図6にあるように消費動向においても頻繁に買う人は10%にも満たない。

ここからも明らかなようにソーシャル・プロダクトの認識や消費動向とも期待が持てる状況にはない。この部分を改善することがソーシャル・ビジネスを普及させるための支援策になることが明確になった。

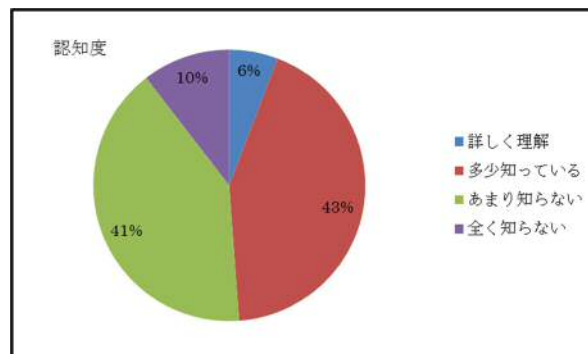


図5 ソーシャル・プロダクト認知度

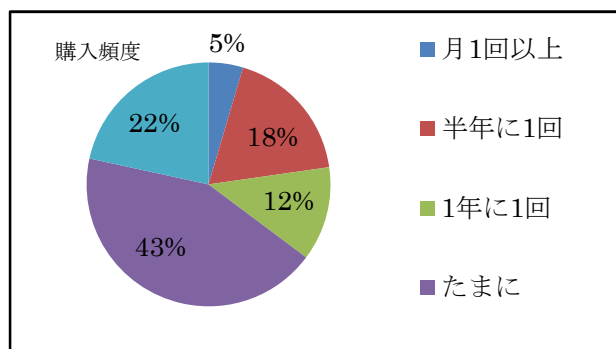


図6 ソーシャル・プロダクト消費動向

②エントリーした学生に対してソーシャル・プロダクトの認識変化

エントリーした学生の認識が変化したのかどうかを確認するとともに行動変化の有無を確認。確認時点は、エントリー時（2013年11月）と終了後（2014年2月）の2時点の変化を確認した。1回目と2回目の調査で同一の被験者は25名いた。25名を時系列で同一の被験者におけるt検定をした。従属変数としたものは、行動の質問項目としたQ4の24項目である。有意な差があった2項目の結果は以下に記す（いずれも、 $p < .05$, 自由度 24）。

Q3	「フェアトレード商品(発展途上国の支援につながる商品)を優先して買う」	t値=-3.098
Q15	「同じ種類の商品ならば、価格が高くても環境にやさしい商品を選ぶ」	t値=-2.681

また、1回目と2回目の回答得点の平均を記す。

	1回目	2回目	
Q3	1.96	2.29	上
Q15	2.12	2.50	c

ただし、本調査では同一の被験者が25名と少なく、統計上有為な被験者数を確保できなかったため、行動変化は確定できない。しかしながら行動変化の可能性は確認できた。このあたりは来年度以降の課題とする。

4.2. インタビュー調査

①学生の行動変容に関するアンケート調査

インタビュー調査は参加学生の1割程度を抽出し、行動変化の有無と行動変化のプロセスを確認した。学生の声には価値観や考え方が変わったなどの感想があり、購買行動も変化した学生もあった。このようにこのプログラムは社会志向の購買行動を促すために効果がおおむねあることがわかった。

A君：「社会に対して主体的にアプローチしていく人たちを間近で見て、今までは「自分には関係ないこと」と割り切っていたが Releaseを通じて「こんな自分でも何か必ずできることがある」という考え方に変わった。とても感謝しています。」

B君：「フェリシモだけで言うと、障害者の方たちの現状などこのプロジェクトがなければ知る由もなかっただろう。考え方・価値観も変わり、ビジネスについても非常に勉強になりました。今までは淡々と学生生活を過ごしてきましたが、それではもったいないと思いだしてきたのが自分でも少しは成長できたのだと思います。他にはこのプロジェクトをやっていく中で、なによりも「考える」ということが身についたと思います。何事にも考えなければいけないことは考え、さらに今までの考え方ではなくまた違った様々な考え方もできる道

に歩み始めることできたかなと実感しています。今後もっと自分を良い方向へ変えてきます。」

C君:「自分の価値観の変化としては、企業の印象というものが変わりました。利益を追求するだけでなく、社会的課題を克服しつつ、その取り組みをビジネスにしていくという企業ならではの考え方があるのが、企業側は上手く考えているなと思いました。特にパタゴニアさんは、もうすでにコモンスレッズ・パートナーシップなどの舞台が設定されているところまでできていて、以前は「あ、パタゴニアはこういう取り組みをおこなっているんだ」という、単に取り組んでいるだけだという考え方でしたが、学んでいくことで、「こんなに進んでいるんだ。」という考え方になりました。」

D君:「自分の価値観の変化として、やはりひとつの作品を作り上げ、それを企業の人々、多くの人に認めてもらえたことに喜びを感じたことにすごく驚きました。こういったプロジェクトに慣れていないせいもあり、どう企業と向き合うのか、本当に企業を理解しているのか、という疑問が日々あったので、自分たちの伝えたいことをしっかりと表現して多くの人に認めてもらうことができ、次のやる気につながると思いました。ヤラカス館という企業にエントリーさせていただいて、ソーシャルコンサンプションへの理解が深まったこと、自分の周りにも気づかないうちにソーシャルコンサンプションはあるということに気づきました。そして、1人1人の力は微力でも、個人が集団に、国の規模に、世界の規模になれば、もっと確実に、いつもの買いものが世界を変える、となるのではないかと、もっと人々の意識は変化するのではないかと、社会貢献のありかたについて考えるようになりました。」

E君:このRelease;は、自分の価値観に大きく影響を与えたのではないと思う。私は、障がい者が苦手で、できる事ならばあまり関わりたくないという風に思っていたが、このプロジェクトで障がい者の課題について取り組んでいくうちに障がい者の能力を知り、実際に障がい者の働いているところを見に行きたいと思ったし、もっと理解を深めたいとも思った。

Fさん:「確かに考えさせられるものはあったが、SoooooS.に関してはやはり、自分に還元できるものが欲しいと思った。安いという理由ではなく、自分を豊かにしてくれるものが欲しいと思ってしまう。」

②参加企業へのインタビュー

参加企業に対して、Release;に参加して、あるいはどのように活用できるか、を確認するためにインタビューを実施した。以下に示すように本プログラムは企業に対しても多様な意味を持っていることがわかった。

- ・企業にとっては、会社を知ってもらったことだけでも十分(ウエダ本社、池内タオル)。
- ・リクルーティングにも良い事業であった(ウエダ本社、池内タオル)
- ・新しい概念を知ってもらうだけでもよい(ヤラカス館)

- ・うちの社員も研修で参加させたい（ラッシュジャパン、ウエダ本社）
- ・組織の課題が浮き彫りになった（パタゴニア日本支社、ウエダ本社）
- ・他社の状況を知れたり、コラボレーションできたのでよかった（フェリシモ）

4.3. ソーシャル・ビジネス支援

ソーシャル・ビジネスを実行しながらも、未完成な企業にインタビュー調査を行い、学生の視点、完成されている企業、未完成の企業の3つを比較検討しながら、ソーシャル・ビジネス支援手法を確立する可能性を模索した。特にソーシャル・ビジネスを開発するにあたって障害となる点を模索した。具体的には、i) 学生が問題を提案する際にどこのプロセスで問題となるのか、ii) 参加企業はそこをどのように乗り越えてきたのか、iii) 未完成企業はそのあたりをどのように対処しているのか、の3点である。なお、未完成企業について、福岡県に所在するA社を参考とした⁵。

本プログラムを実行するプロセスの中で学生が躓くポイントは、顕著に表れた。それは図7のように社会的課題を意識すればするほどビジネスから離れボランティア的になっていくか、ビジネスや手法に意識が向いてしまうことによって社会的課題が希薄化する傾向である。

未完成企業はこのポイントをどのように扱っているのだろうか。結論から言うと、ビジネスと社会的課題が十分に融合していない。それらは、あたかも社会的課題の解決とビジネスが別物として動いている。このような問題は1990年代のソーシャル・エンタープライズの議論で登場してきた社会的課題を不動産収入で解決するようなシステムが残っている。そこでの問題は社会的課題の位置づけが不明瞭になること、従業員のインセンティブが社会貢献と同様に不明瞭になる点で、成功を妨げる要因になる可能性を秘めている。

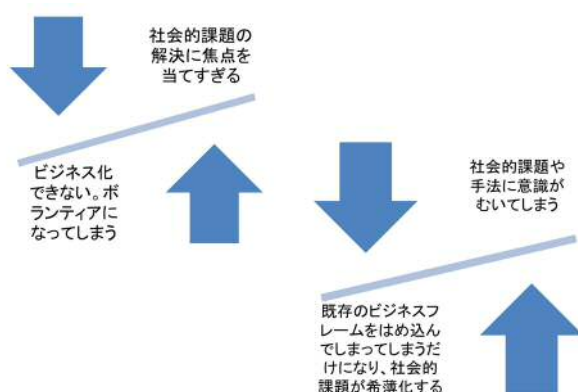


図7 Release;から見た失敗する2つの点

一方で参加企業はどのようにこれらの問題を乗り越えているのだろうか。そこにはステイクホルダーのコンフリクトを最小化したビジネススタイルに昇華、つまり社会的課題を創出しない、あるいは解決するビジネスモデルを構築している。具体的にはマルチステイクホルダーの声と企業の経営理念を徹底的に摩擦させ、あたかも「企業の憲法」と呼べるようなステイクホルダーと一緒に作った経営理念を構築し、先のような問題を解決する。

それらを図示したのが図8である。

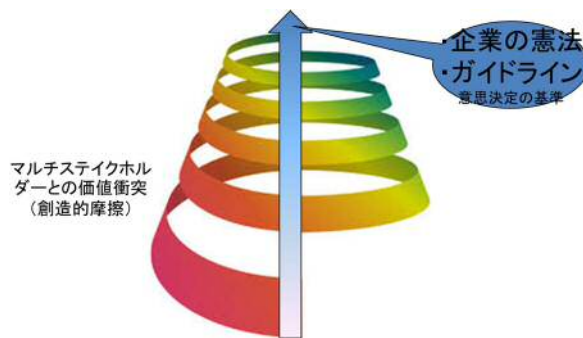


図8 参加企業から見える成功の要因

次に、このような考え方をアクションリサーチにおいて確認した。ソーシャル・ビジネスを起業したいと相談に来た二人に以下のような宿題を課した。それは「多様なバックグラウンドをもつ100人に起業プランを説明し、多様な意見を聴取することと、自分がしたいことを明確化し、社会とビジネスの関係を明確にしろ」と、そのプロセスで期待や意見などを聞いて「すべきことが明確になったり、ビジネスモデルが見えてきた」と述べている。

このようにソーシャル・ビジネスはマルチステイクホルダーのコンフリクトの最小化と継続的な摩擦がその本質にあることがわかった。今後このような視点で起業支援メニューを考える必要がある。

5. 京都市への実践的な提言

5.1. プログラムの継続

ソーシャル・ビジネス支援を目的とした本プログラムの狙いは、図9に示すように、①学生の変化を通じて、②企業を変化させ、②企業の変化を通じて③社会（行政、地域、商工会議所、金融機関、大学・研究機関）を変化させることにあった。その基本的なアプローチである学生の行動変容はおおむね確認でき、第1段階はクリアできた。今後は本プログラムを継続的にこなすことによって、上記②および③の変化を誘発し、結果としてソーシャル・ビジネスを支援するSIクラスターを構築すべきと考えている。

ただし、京都市には本プログラムの継続的な支援をお願いするとともに、大学を含めた他の機関への支援を必要とする。加えて、Release;のブランド化等によって収益性を確保し、特定の機関に依存しない継続的なプログラムとなるように支援いただきたい。

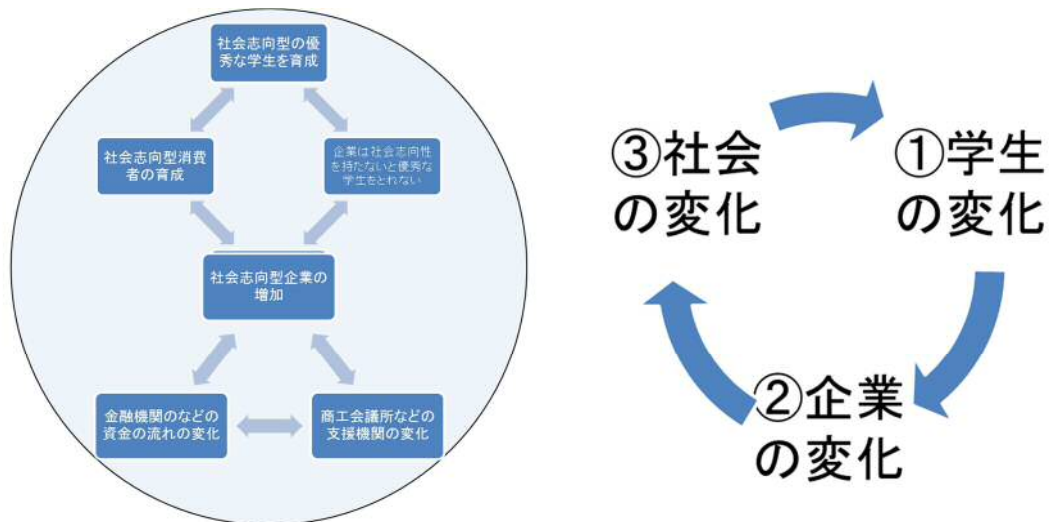


図9 本プログラムの狙い

5.2. 既存企業の社会化支援

本プログラムの参加企業はすでにマルチステイクホルダーとのコラボレーションを通じて社会と密接にかかわっている。しかし、これまでCSRの視点からステイクホルダーとのダイアログを促進するよう求められてきたが、多くの企業で必ずしも十分な展開ができているわけではない。

本プログラムの第2段階である企業の社会化への貢献は、多様なステイクホルダーとのコラボレーション経験を提供するものである。これまで多様なステイクホルダーとのコラボレーションをしたいという思いは多く聞くことができるが、どのようにやったらよいのか、どのような効果が得られるのかがなかなか理解できないということであった。本プログラムは2013年度より、学生、社会人をはじめ、行政、一般企業の参加も確定し、まさにマルチステイクホルダーとのコラボレーションを勝手に経験できるプラットフォームを提供している。この結果、企業が社会化していく環境を構築し、支援できる体制が整っていると考えられる。2014年度には実験的に社会化をしたい企業に参加してもらい、アクションリサーチを実施し、確認をする予定である。

5.3. 起業支援

一方でソーシャル・ビジネスの主体の支援という視点からは、環境作りと同時にソーシャル・ビジネスを起業したい人々の支援も必要になってきている。

研究成果で見たようにソーシャル・ビジネスには2つの落とし穴が存在している。また、それらを抱えたまま起業することはソーシャル・ビジネスを難しくしていることもわかった。一方で先進的な企業は2つの課題をマルチステイクホルダーとの対話を通じて解決し、逆にそれを強みとしていた。その強みを獲得するために100人のマルチステイクホルダーに話すことが必要であることが確認できている。

今後は個別の案件を支援すると同時に、自分のビジネスをマルチステイクホルダーからフィードバックする場も必要になってくる。しかし、プログラム化ではなく、型としてそ

のプロセスを通過していくことで起業化できるという枠組みを検討したい。なぜプログラム化が良くないかという点、これまでうまくいっていないことに加え、個別の事情でプロセスが異なるからである。

6. 今後の研究課題

6.1. 研究課題

①アンケート調査の継続

研究結果で述べたように、2点間の行動変容については回収者数が少なかったため統計上有意な状況にはない。そこで2014年度は確実にアンケートが実施できる方法を模索するとともに、内容も再考する。このイベントが続く限りアンケートを時系列で確認して行きたい。

②関係機関の参加

本年度のプログラムは、学生、行政、企業という一部の主体が参加したのみであり、マルチステイクホルダーが参加した状況にはなかった。そこで、マルチステイクホルダーをどのようにかかわらせれば効果的なのか、マルチステイクホルダーがかかわることがソーシャル・ビジネス支援にとってどのような意味を持っているのか考察することが重要な課題として残った。

6.2. 各主体に対する課題

①Release;をさらなる若年層（高校生）に導入することで社会志向型消費者教育の充実：社会志向型消費者教育という視点からは、さらなる若年層への訴求が必要になる。それは価値観が形成途中である方が教育しやすいという利点があるからである。加えて、高校生で教育を実施することは将来の選択肢を考える上で有益な情報を提供できるからである。

②京都市ソーシャル・ビジネス認定制度との連携：ソーシャル・ビジネス支援の視点から多様なステイクホルダーとのコラボレーションやリクルーティングの視点から本プログラムに参加するメリットは大きいと想定できる。ゆえに京都市が2015年度から予定しているSB認定制度（仮称）と連携し、認定企業は無条件で本プログラムに参加できるというメリットとして活用できる。育成プログラムの中にRelease;を組み込むことで効果が出やすいと考える。

③金融機関などの連携によって起業しやすい環境をつくる：本年度Release;プログラムの中から実際に起業したいという学生が登場している。これらを支援するためにも金融機関や商工会議所などの支援機関との密接な関係を構築することが必要である。

④人材リクルーティング支援の拡充：本年度Release;プログラムの中から実際に、学生が参加した企業に就職する流れが見られた。このように企業と学生にとってよい関係が構築できるようにプログラムの構成を検討していく必要がある。

⑤志ある学生を集める／参加しやすいプログラムとする：企業は志ある学生を欲しているので、志ある学生を集められるように工夫するとともに、学生にとっては参加しやすいプログラムとなるようにさらなる工夫が必要である。

⑥終了後も継続的に良質な大人との出会いや学びの場をもつ：大学がおこなうPBLやインターシップと違い学外での活動であること、社会人との接点を持っていることなどを利用し、終了後も学生が望めば良質な大人と出会える終了後のプログラムも検討していくことが必要である。

引用・参考文献等

- Auger, P et al (2009), “The importance of social product attributes in consumer purchasing decisions: A multi-country comparative study”, *International Business Review*, No.19, pp.140-159
- 神原理 (2010) 「ソーシャル・プロダクト：社会・経済的課題に資する商品の特性と役割」『関東学院大学『経済系』第 245 集』, pp.36-47
- 西村隆男 (2010) 「消費者教育の現状と課題」
http://www.cao.go.jp/consumer/doc/100423_shiryout2.pdf (2014/4/12 確認)
- 大室悦賀+大阪 NPO センター編著『ソーシャル・ビジネス：地域の課題をビジネスで解決する』中央経済社
- 大室悦賀・大平修司 (2013) 「ソーシャル・イノベーションの普及と社会的責任投資」『日本経営学会誌』31号, pp.39-49
- 杉浦淳吉 (2003) 『環境配慮の社会心理学』ナカニシヤ出版
- 谷本寛治編 (2006) 『ソーシャル・エンタープライズ：社会的業の台頭』中央経済社

¹ 中位投票者の定理は多数決投票における均衡に関するモデル及び定理の一つで、単峰形選考が成り立っている状況において、政策は中位投票者の選考に基づいて決定される。

² 社会的課題の解決にビジネスを活用することを目的とした企業あるいは事業形態。

³ 西村 (2010)

⁴ ソーシャルビジネス研究会報告書, 2008
(http://www.meti.go.jp/press/20080403005/03_SB_kenkyukai.pdf)

⁵ 批判的に捉えているので、ここでは社名をふせる。

参考資料

アンケート

Q4：環境・社会問題の解決に向けての行動について

	全くして いない	あまりし ていない	多少して いる	おおい にしてい る
1 自分だけでなく、相手の立場にも立って人と接するよう気を配っている	1	2	3	4
2 日常生活で社会的ルールを守っている	1	2	3	4
3 フェアトレード商品(発展途上国の支援につながる商品)を優先して買う	1	2	3	4
4 不祥事を起こした企業の商品は買わない	1	2	3	4
5 地産地消を優先して商品を買う	1	2	3	4
6 炊事や洗面の時に水を流しっぱなしにしない	1	2	3	4
7 電気をまめに消す	1	2	3	4
8 冷暖房を控えめにしている	1	2	3	4
9 使い捨て商品(紙コップや割りばしなど)を使わない	1	2	3	4
10 ゴミの分別を行っている	1	2	3	4
11 壊れたものは修繕・修理して長く使う	1	2	3	4
12 買い物に行くときは買い物袋を持っていく	1	2	3	4
13 詰め替えできる商品を選ぶ	1	2	3	4
14 環境対策を積極的に行っている企業の商品、もしくはそのようなお店で商品を買う	1	2	3	4
15 同じ種類の商品ならば、価格が高くても環境にやさしい商品を選ぶ	1	2	3	4
16 環境問題に取り組む活動(地域の集団回収や環境美化運動など)やNPOに参加している	1	2	3	4
17 安心・安全を考えて商品を買う	1	2	3	4
18 環境・社会問題の解決に積極的な企業に投資(株式もしくは投資信託などの購入)をしている	1	2	3	4
19 環境・社会問題の解決に取り組む活動やNPOに協力(寄付もしくは署名など)をしている	1	2	3	4
20 社会問題に取り組む活動やNPOに参加している	1	2	3	4
21 社会問題の解決に積極的な企業の商品、もしくはそのようなお店で商品を買う	1	2	3	4
22 環境・社会問題の解決に積極的な組織(企業やNPOなど)に就職もしくは転職した	1	2	3	4
23 環境・社会問題を身近な人と話し合っている	1	2	3	4
24 環境・社会問題に関するイベント(講演会など)に行っている	1	2	3	4

自由課題 1

幹線道路に隣接する細街路の都市計画上の課題 ～『歴史細街路』の維持保全に向けて～

研究代表者 森重 幸子（京都大学大学院工学研究科 研究員）
研究協力者 前田 昌弘（京都大学大学院工学研究科 助教）
市担当部署 京都市都市計画局都市企画部都市づくり推進課
京都市都市計画局建築指導部建築指導課
京都市都市計画局都市企画部都市計画課

全体概要

京都市には、幅員が4mに満たない細街路が数多く存在する。細街路沿いに町家が軒を連ねて建ち並ぶ様子は、独特の魅力ある歴史的景観として捉えられる。また都心の細街路沿いは、濃密なコミュニティが培われてきた貴重なまちなか居住の場でもある。しかし細街路は、都市防災上の問題があると考えられ、建築基準法上も制限が課せられている。細街路沿いの建築物の老朽化や空き家化が懸念される一方で、中心部の利便性の高い地区では開発圧力による高層建築物の建設や、細街路沿いの住宅の店舗化といった現象も進むことで細街路沿いの環境が変質するなど、細街路に関わる課題は多い。そこで本研究では、京都市中心部の細街路の現状を明らかにし、特に幹線道路沿いの細街路に着目して課題の整理を行った上で、対策案を検討した。

まず、中心部の細街路として、田の字地区内の細街路の現状を明らかにした。また、過去の調査以降に消滅した細街路についても明らかにした。

次に、幹線道路沿いの細街路に着目して課題の整理を行った結果、以下のような課題があることが明らかになった。袋路と高層建築物との関係については、1) 細街路沿いの建築物と高層建築物とのボリュームギャップ、2) 細街路側に対する閉鎖的なしつらえ、3) 緊急時の避難経路の配慮不足、の3点に整理することができる。通り抜けと高層建築物との関係については、4) 高層建築物のボリュームによる細街路沿いのまちなみの分断、5) 細街路側に裏口としてのしつらえが向けられることによる意匠的な配慮不足、の2点に整理できる。

これらの課題への対策として、細街路側からの形態制限の導入、細街路側への意匠的配慮の誘導、袋路に対する避難口設置の誘導を提案した。また、中長期的な政策課題として、細街路の多様性、個別性に対応する柔軟な仕組みとしての二段階の協議調整型ルールの導入を挙げている。

1. 研究概要

1. 1. 研究の背景と目的

京都市には、幅員が4mに満たない細街路が数多く存在する。細街路沿いに町家が軒を連ねて建ち並ぶ様子は、独特の魅力ある歴史的景観として捉えられる。また都心の細街路沿いは、濃密なコミュニティが培われてきた貴重なまちなか居住の場でもある。

しかし、細街路沿いの居住はいくつかの課題を抱えている。一つは、沿道建築物の老朽化に係わる課題である。幅員が4mに満たない道は、建築基準法上二項道路もしくは非道路として扱われる。二項道路の場合、面する敷地において建築行為を行う際には道路中心から2mの敷地後退が求められる。一般的に細街路沿いは敷地規模も小さいため、2mの後退によって敷地が狭まることは建築行為の阻害要因となる。非道路の場合は建築行為自体が原則行えない。43条ただし書の規定による特例許可を用いることができれば非道路にのみ面する敷地でも建築行為が可能となるが、二項道路の際と同様に敷地後退が必要となり、用途および規模にも制限が課される。さらに、工事に際して融資が受けにくいといったことも指摘されている。このような制限があることから、細街路沿いの敷地においては一般の道路沿いよりも建て替えや大規模改修等が行われにくく、結果として建築物の老朽化が進みやすい状況にあると言える。空き家化の進行も課題の一つとして挙げられる。人口減少社会である現代において、空き家の増加は細街路沿いだけの問題ではないが、前述のように建物の老朽化が進みやすいこと、建物自体の規模が小さい傾向にあることなどから、空き家化の進行要因は一般敷地以上に存在していると考えられる。

一方で、立地のよい細街路沿いでは、住宅の店舗化の動きも見られる。いわゆる町家ブームにより、町家改修店舗が人気を集めるようになって久しいが、さらに路地奥の町家の隠れ家的な雰囲気が好まれ居酒屋店等に利用される例が近年も増え続けている。細街路のように互いの家屋が隣接して存在する状況では、深夜も営業するような店舗ができると周辺居住者にとっての住環境は極端に悪化する。それにより居住者の減少が進み、店舗化が一層進む可能性がある。

このように細街路沿いの居住は様々な課題を抱えており、安定的な居住が担保されているとは言えない。そのような中、京都市では平成24年7月に新しい密集市街地対策等の取組方針、および細街路対策指針を発表し、防災安全性の向上とともに、歴史都市の持続・発展という視点から、必ずしも細街路の拡幅を前提としないという画期的な方針を示している。現在、具体的な施策の検討が急速に進められている。

中心部の幹線道路沿いは高い容積・高さ規制の地域地区であり、強い開発圧力が存在する地区である。商業地域であり、多様な用途の建物が混在するが、細街路沿いには住宅も残る。また、細街路沿いに低層の建築物が存在する場合、周辺の建物とのボリュームの違いも大きくなる。細街路に関わる課題が他の地区以上に顕著に現れると考えられることから、本研究は、特に中心部の幹線道路沿いの細街路に着目する。

環境都市であり歴史都市・観光都市でもある京都市にとって、歩いて暮らせる・歩いて楽しいまちであることは重要な価値である。特に、大通りから一步狭い路地に入り、町家が立ち並ぶまちなみに出会う時、歴史都市の奥深さと魅力を感じることができる。位置づ

けが曖昧な状態におかれてきた細街路の価値を見直し、多様に存在する細街路個々の状況に応じて、きめ細かな対応を可能とするような施策の展開が求められている。

以上より、本研究は、京都市中心部の細街路の現状を明らかにし、特に幹線道路沿いの細街路に着目して課題の整理を行い、課題への対策を示すことを目的とする。

1. 2. 研究の対象

京都市中心部として、東西は河原町通と堀川通、南北は五条通と御池通（一部夷川通）に囲まれた、いわゆる田の字地区を取り上げる。この地区は、幹線沿道を中心とする都心の商業地としての性格と、長く続いてきた職と住とが共存する市街地としての性格を併せ持つ、京都市の歴史的都心である。

田の字地区の街区内部は、都心のにぎわいと良好な住環境の調和を目的として、建物用途の規制や誘導を行う職住共存特別用途地区（以下、「職住共存地区」とする）に指定されている（図1）。

本研究で着目する幹線道路沿いの地区としては、職住共存地区と御池通、四条通、五条通、河原町通、烏丸通、堀川通に挟まれた地区を対象として設定する（以下、「幹線道路沿い」とする）。対象地区はほぼすべてが商業地域、指定容積率 700%31m 高度地区に指定されている（北街区の一部に、容積率 600%20m 第4種高度地区、近隣商業地域・容積率 300%15m 第3種・第4種高度地区、を含む）。本研究では、対象地区と職住共存地区を合わせて田の字地区と呼ぶものとする。



図1 対象地区と職住共存特別用途地区の範囲

1. 3. 研究の方法

本研究は、中心部の細街路、特に幹線道路沿いの地区の細街路の現状と課題を明らかにするものであることから、主要な研究方法として、現地調査ならびに地図資料等を用いた実態調査を実施した。実態調査においては、必要に応じて建築計画概要書や登記情報の調査も行った。そのほか、建築関連制度に関する文献、また細街路に関する既往の文献等の文献調査を行った。

現地調査は、平成18年度に行われた都心4区の細街路の調査データ（以下、H18年度調査）¹をもとに、対象地区である幹線道路沿いに位置する全ての細街路に対して平成25年8月に悉皆踏査を行い、現存するかどうかの確認と、通路の形状・始端部の状況の記録を

行った。

1. 4. 研究の構成

3. 1では、過去の調査データ・地図資料等の調査、および現地調査を通じて、田の字地区内の細街路の現状を把握し、その特徴を明らかにする。続いて3. 2では、幹線道路沿いの細街路の直面する課題が特に表れていると考えられる細街路を特定し、課題の整理および実態の解明を行う。具体的には、幹線道路沿いの特徴である高層建築物と細街路の関係に着目し、実態を整理するとともに課題を明らかにする。以上から明らかにした課題についての考察を行い、必要な対策を示す。

細街路は一般的に、都市防災上の問題があると考えられ、解消や拡幅が目指されてきたが、本研究は、細街路を歴史都市京都の魅力の一つと捉え、その維持保全に向けた方向性を探るという立場に立っている。現在進められている京都市の細街路対策では、京都の特性を活かしつつ防災安全性も高めることを目指している。そこで補論として、細街路に関わる既往文献を調査し、細街路の価値に関する整理を行う。

2. 研究のオリジナリティ

京都の細街路に関する既往の研究では、袋路に面する住宅群の成立過程および居住実態の調査^{文献2)}や、建築基準法上無接道敷地となる法的扱いについての課題の検討^{文献3)}が行われている。細街路の定量的調査としては先述のH18年度調査があり、そこでは上京・中京・下京・東山の4区を対象とし、細街路の位置と幅員や沿道建築物の状況を確認する調査が行われている。本研究は、中心部の幹線道路沿いを対象とし、京都市内において、高さ制限および容積率制限が最も高く設定されている地域に存在する細街路に着目し、そこでの課題を検討している点が独自の視点である。

3. 研究内容

3. 1. 田の字地区内の細街路の現状

3. 1. 1. 袋路と通り抜けの本数と割合

田の字地区内の細街路について、H18年度調査のデータをもとに位置を把握し、最新の住宅地図²および現地による補足調査により、現存するかどうかと形状の調査を行った。その結果、幹線道路沿いには211本、職住共存地区には349本、田の字地区合計では560本の細街路が現存することが確認できた。

袋路と通り抜けの本数の割合を見ると、田の字地区では全体の86%が袋路だった。幹線道路沿いと職住共存地区を比較すると、職住共存地区のほうが袋路の割合が高く、90%が袋路だった。平成18年調査の都心4区（上京・中京・下京・東山）では袋路が62%、平成24年の細街路対策指針では市内都市計画区域全域では袋路が33%となっているのに比べて、田の字地区は特に袋路の割合が高いと言える（表1、図2）。

表 1 袋路と通り抜けの本数と割合

								(単位:本数)		
		田の字地区				都心4区*1		市内*2		
		幹線道路沿い		職住共存地区						
袋路	483	86.3%	168	79.6%	315	90.3%	3455	62.9%	4330	33.4%
通抜	77	13.8%	43	20.4%	34	9.7%	2034	37.1%	8630	66.6%
	560	100%	211	100%	349	100%	5489	100%	12960	100%

*1 都心4区はH18年度国土施策創発調査より
*2 市内は都市計画区域内の立ち並びのある範囲について、H24細街路対策指針より

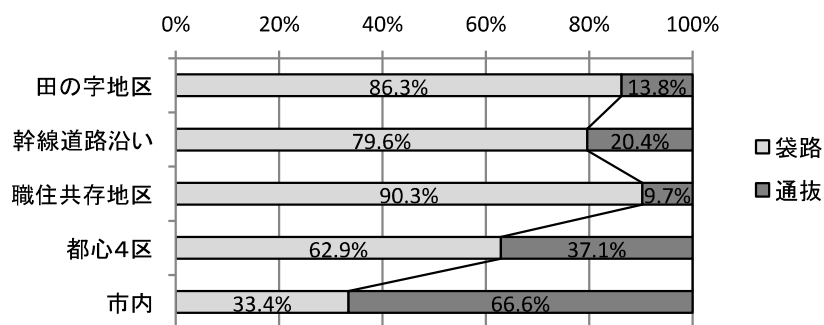


図 2 袋路と通り抜けの本数と割合

3. 1. 2. 形態別の細街路の本数

田の字地区内の細街路について、形態別に類型化を行った。まず袋路と通り抜けの2種に大別した。袋路は接続する敷地の数によって専用通路型と共用通路型が存在した。通り抜けは、幅員4m以上の一般道路によって囲まれる街区の一方から反対側へと通り抜けるI型、同じく正方形街区の一方からその直行方向の外周道路へと通り抜けるL型、および、折れ曲がって同じ道路へと戻るU型が見られた。さらに、I型、L型、U型のいずれにも分類できない、複数の経路が存在する通り抜けは複合型に分類した(図3)。通り抜けに接続する袋路状部分は袋路として計上した。

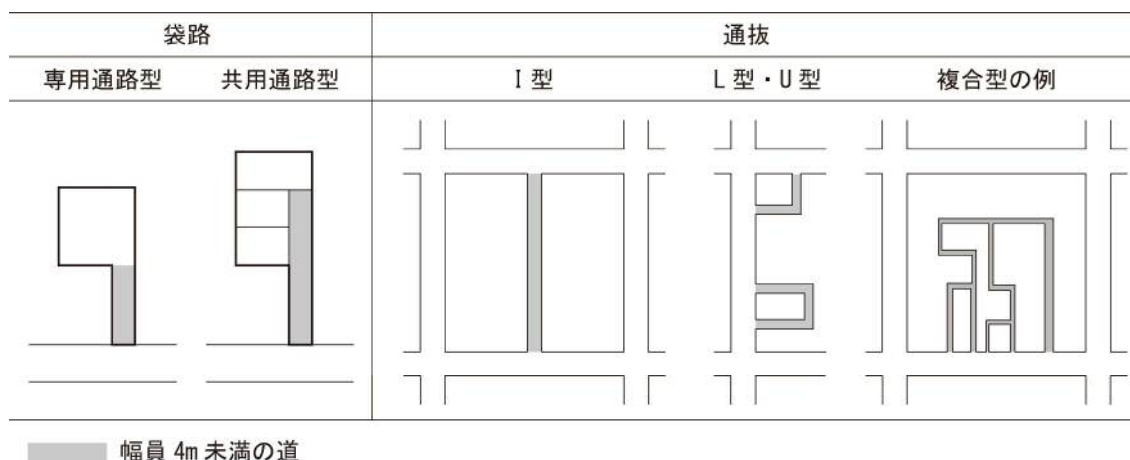


図 3 細街路の形態による類型化

形態類型別の本数の割合をみると、幹線道路沿い、職住共存地区ともに、最も多かったのは袋路共用型で、全体の本数の50%強を占めていた。また、職住共存地区では袋路専用型の割合が37%に上っていたのに対し、幹線道路沿いでは25%とやや低くなっており、その分幹線道路沿いでは通り抜けの割合が高くなっていった。

通り抜けの本数は全体的に少ないが、その中ではI型が多く、L型、U型、複合型は少数である（図4）。

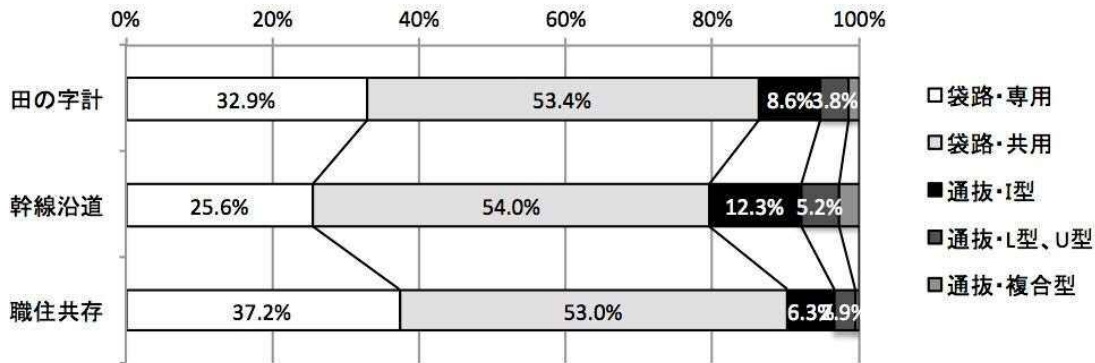
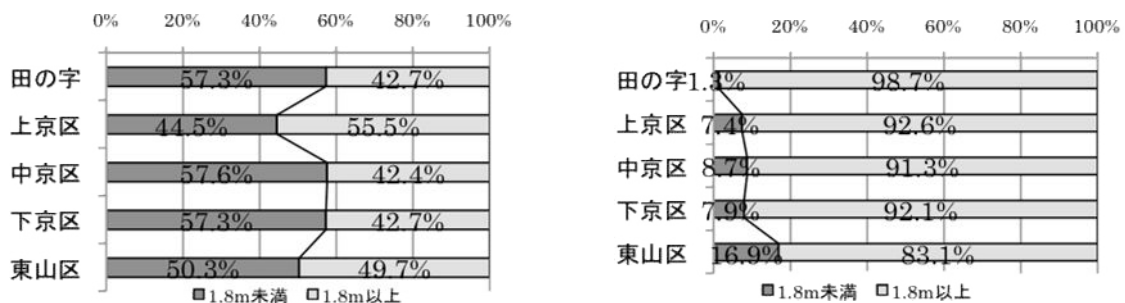


図4 形態類型別の本数の割合

3. 1. 3. 幅員 1.8m未満の本数と割合

H18年度調査のデータを用いて田の字地区内の細街路の幅員を見ると、袋路と通り抜けで、傾向が大きく異なっていた。田の字地区内の袋路のうち半数以上の57%が1.8m未満であったのに対して、通り抜けで1.8m未満だったのは1本だけであり、ほぼ全てが1.8m以上の幅員であった。幹線道路沿いと職住共存地区での幅員の傾向の違いは見られなかった。

都心4区の傾向と比較すると、袋路については田の字地区を含む中京区・下京区の割合と同程度であり、上京区・東山区よりも1.8m未満の割合が少し高くなっている。通り抜けについては、田の字地区は中京区・下京区の1.8m未満の割合よりも低くなっている（図5）。



*都心4区はH18年度国土施策開発調査より

図5 1.8m未満の割合（左：袋路、右：通り抜け）

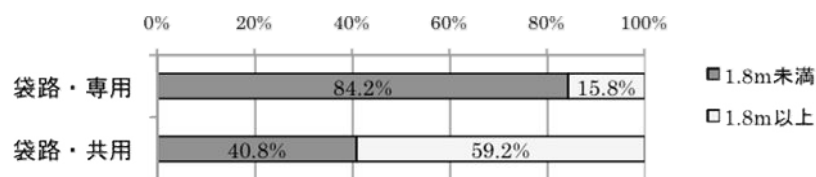


図6 田の字地区内の袋路の1.8m未満の割合

田の字地区内の袋路について専用通路型と共用通路型を比較すると、共用通路型は約6割が幅員1.8m以上であるのに対して、専用通路型は184本中155本が1.8m未満であり、8割以上を占めていることがわかった(図6)。

3. 1. 4. 形態別の細街路の分布の傾向

田の字地区内の細街路を形態類型別に地図上にプロットし、分布の傾向を分析した³。

田の字地区に299本存在し最も本数の多かった袋路共用型は、幹線道路沿いに114本、職住共存地区に185本あり、四条以南・烏丸以东の南東ブロックに特に多く存在していた。

続いて田の字地区内に184本と多くみられた袋路専用型は、幹線道路沿いに54本、職住共存地区に130本と、職住共存地区に多く分布していた。街区ごとの分布の偏りはあまり見られないが、烏丸通に近い街区には少なく、堀川通～新町通、東洞院通～寺町通の半割街区に多く分布していた。共用通路型の袋路をプロットした地図と比較すると、延長距離が短いことがわかる。

田の字地区内の通り抜けは全体として本数が少なく(77本)、場所によって形状も多様である。

3. 1. 5. H18年度調査以降に消滅した細街路について

H18年度調査時に確認されていた細街路(578本)のうち、2013年の住宅地図および現地での確認によって、現在までに消滅した細街路を特定した。ここで「消滅した」と判断したのは、H18年度調査時点以降現在までに、細街路が「現存している」から「現存していない」に変化した場合である。「現存している」細街路とは、1. 物理的に通路空間が存在している、2. 通路空間の幅が4m未満である、3. 通路に接続する敷地または道が存在し、通路としての存在意義がある、の3点を全て満たすものである。この3点を満たさない状態に変化したものを「消滅した」と判断した。

その結果、消滅したと考えられる細街路は18本であった。田の字地区全体で、3.1%の割合で細街路が消滅したとすることができる。18本のうち10本が幹線道路沿い、8本が職住共存地区に位置していた。幹線道路沿いでは4.5%(10/221本)、職住共存地区では2.2%(8/357本)の細街路が消滅しており、消滅した割合は幹線道路沿いのほうが高くなっている。

消滅した18本はいずれも袋路で、専用通路型が10本、共用通路型が8本であった。専用通路型は5.2%(10/194本)、共用通路型は2.6%(8/307本)の割合で消滅しており、専用通路型のほうが高い割合で消滅している(表2)。

表2 H18年度調査以降に消滅した細街路の現状と消滅の状況

街区	番号	位置	H18時点の状況について推定		現状	細街路の消滅の状況
			袋路	専用		
北	あ	職住	袋路	専用	RCの建物の新築工事中	袋路専用型と表敷地が一体化
	い	職住	袋路	共用	3階建の建物1件とそのガレージ	袋路共用型と表敷地が一体化
	う	職住	袋路	専用	トンネル路地状の空間のみ	袋路専用型の奥敷地が別敷地と一体化して駐車場となっている。
北東	え	幹線	袋路	専用	マンションの新築工事中	袋路専用型と表敷地が一体化
	お	職住	袋路	共用	駐車場	袋路共用型と表敷地が一体化
	か	職住	袋路	専用	マンション	袋路専用型と表敷地、表敷地の横並びの敷地が一体化
	き	幹線	袋路	専用	商業ビル	袋路専用型と表敷地が一体化
北西	く	幹線	袋路	専用	駐車場	袋路専用型と表敷地の一つが一体化。もう一方の表敷地のトンネル路地上部だけが残っている。
	け	職住	袋路	共用	マンション	袋路共用型と表敷地が一体化
	こ	職住	袋路	共用	新築工事中	袋路共用型と表敷地が一体化
南東	さ	幹線	袋路	共用	マンション	袋路共用型と表敷地が一体化
	し	幹線	袋路	専用	住宅1件のガレージ	表敷地の住宅が解体され奥敷地のガレージになった。
	す	境界	袋路	共用	マンション	袋路共用型と表敷地が一体化
	せ	境界	袋路	専用	住宅1件	袋路専用型と表敷地が一体化
	そ	職住	袋路	専用	マンション	袋路専用型と表敷地が一体化
南西	た	幹線	袋路	(共用)	駐車場	(袋路共用型と隣の敷地が一体化)
	ち	幹線	袋路	専用	住宅1件	袋路専用型と表敷地が一体化
	つ	幹線	袋路	(共用)	マンション	(袋路共用型と表敷地が一体化)

※()のものは確実に判断できないもの。推定を示す。

消滅した後の土地の現在の用途は、マンションが6件、駐車場が5件、住宅が2件、工事中が2件、住宅のガレージが1件、商業ビルが1件、不明が1件であった。

消滅した細街路に関わる敷地について登記簿情報の調査を行ったところ、ほぼ全ての事例について、もともと敷地が一筆で分かれていない、もしくは分かれていても同一所有者もしくは血縁関係にあると思われる所有者による所有となっていることがわかった。

3. 2. 幹線道路沿い内の細街路の特徴と課題

以下では、幹線道路沿いの都市計画規制によって建設が可能となっている高層建築物と、幹線道路沿いに現存する細街路の関係に着目し、分析を行う。

幹線道路沿いで、細街路に高層建築物の敷地が面している事例を全て抽出した。高層建築物としては、幹線道路沿いの高さ制限31m⁴、容積700%において建築可能であり、現行の職住共存地区の高さ制限15mでは建築できない、高さ15m超の建築物に着目することとした。該当する高層建築物の数は68件(建設中含む)、面する細街路は、袋

表3 高層建築物が面する細街路の数

形態	細街路の本数	高層建築物の数
袋路・専用型	3	3
袋路・共用型	20	27
通抜・I型	11	17
通抜・L型、U型	6	11
通抜・複合型	5	14
合計	45	72

※2本の細街路に面する高層建築物が4件あったため、高層建築物の件数は4件の重複を含んでいる。

路が23本、通り抜けが22本、合計45本であった(表3)。高層建築物の主要用途は共同住宅が最多で35件、商業施設13件、事務所12件、宿泊施設6件、その他2件だった。以下では、住宅地図と現地調査および高層建築物の建築計画概要書をもとに、隣接する細街路との関係性からみた課題の抽出と整理を行う。



図7 幹線道路沿いで見られた細街路に面する高層建築物の敷地パターン

図7は、高層建築物の敷地と細街路がどのように接しているか、対象地区内で見られた全てのパターンを図示したものである。ア～カは高層建築物の敷地が袋路に面するパターンであり、該当するパターンは30件だった。キ～ソは通り抜けに面するパターンであり、該当するパターンは42件だった。

ほとんどの高層建築物の敷地が細街路と細街路ではない一般道路の両方に面していたが、68件中2件は細街路のみに面する敷地であった（サ1件、ソ1件）。

3. 2. 1. 袋路と高層建築物の関係

袋路と高層建築物の関係の中で最も多くみられたパターンはアであり、30件中14件が該当した。イに該当するのは3件、ウは6件、エは4件、オは1件、カは2件だった。

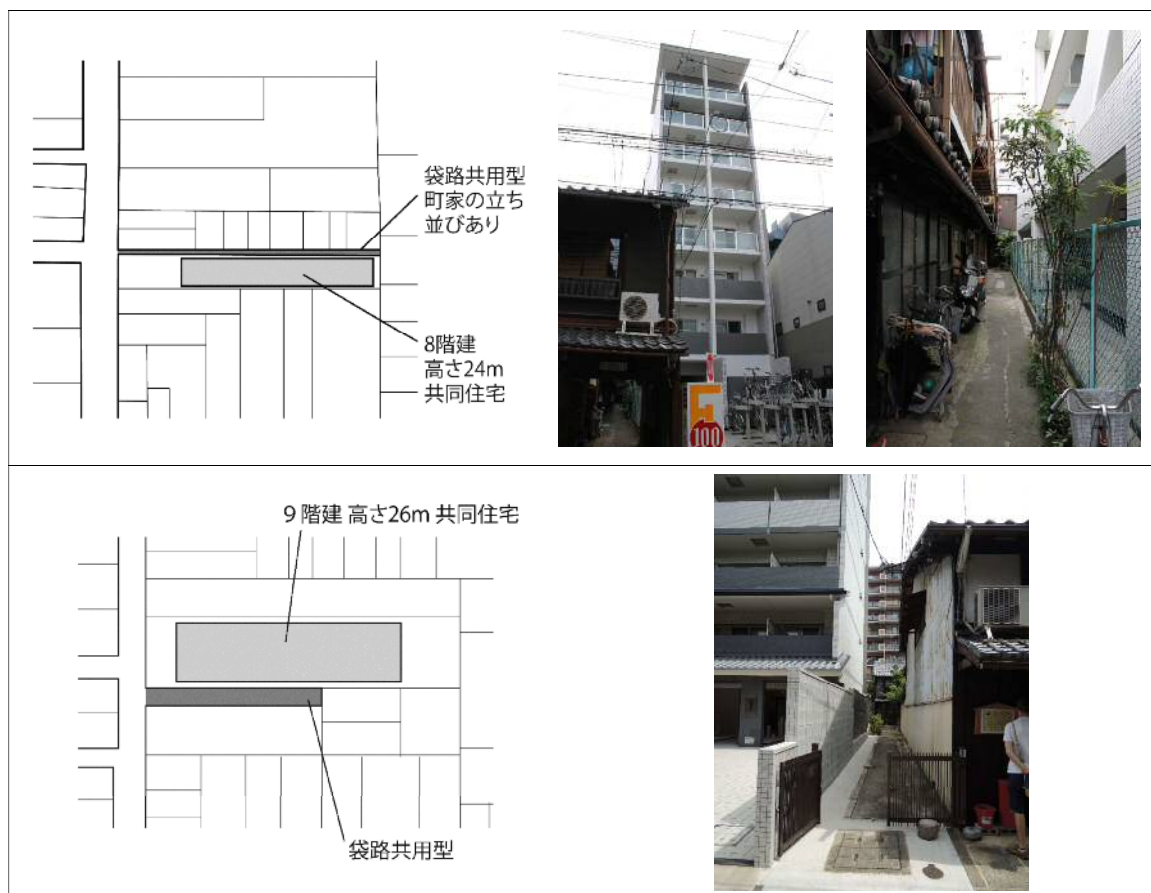


図8 アに該当する事例

アの場合は、袋路沿いの敷地に小規模低層建築物が複数建ち並んでいる場合に、高層建築物とのボリュームのギャップが非常に大きくなっていた。また方位によっては日照等も大きく影響を受ける。この問題は、細街路だけでなく、町家やその他の低層建築物と隣接する高層建築物との相隣関係によって生じる問題とも類似しているが、単なる隣地ではなく通路であるという点で異なっている。

また、袋路側に対して閉鎖的なしつらえとなっている事例が多く見られ、緊急時の避難

経路としても考えられていない現状が明らかになった。

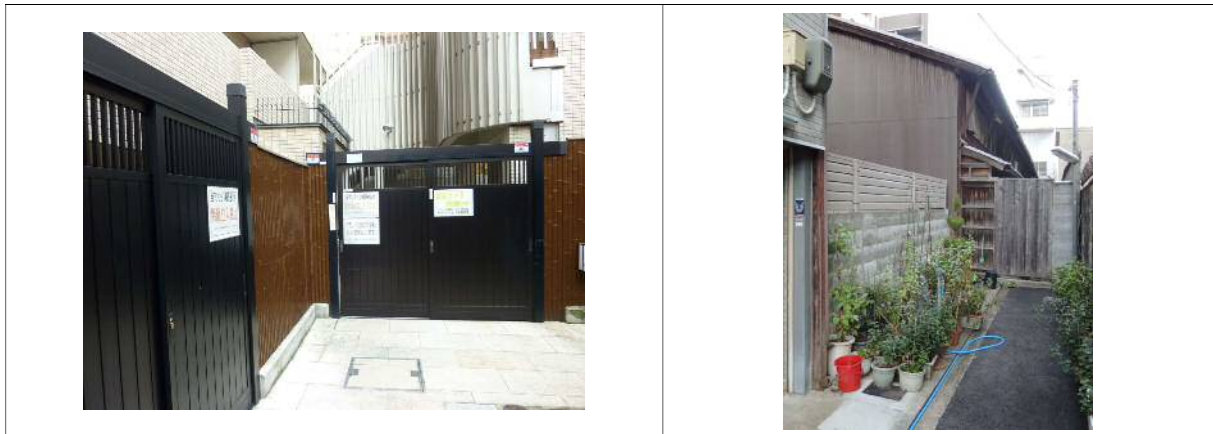


図9 袋路側に閉鎖的なしつらえを見せている事例

カは他のパターンとは違い、袋路沿いの敷地の一区画を高層建築物の敷地として取り込んだ特殊なパターンである。このパターンに該当する事例は2件あり、いずれも袋路側には2m程度の塀を立て、完全に塞がれていた。1件は内部を自転車置き場として利用していたが、もう1件は単なるオープンスペースとなっており、共同住宅である高層建築物利用者が入ることの無い空き地状態であった（図10）。建築計画概要書によると建ぺい率規制ぎりぎりの計画となっており、袋路沿いの一区画を安い価格で購入することによって建ぺい率を最大化する狙いがあったと見られる。このようなケースは、建ぺい率規制の主旨からも、袋路側の視点からも望ましいものとは言えない。

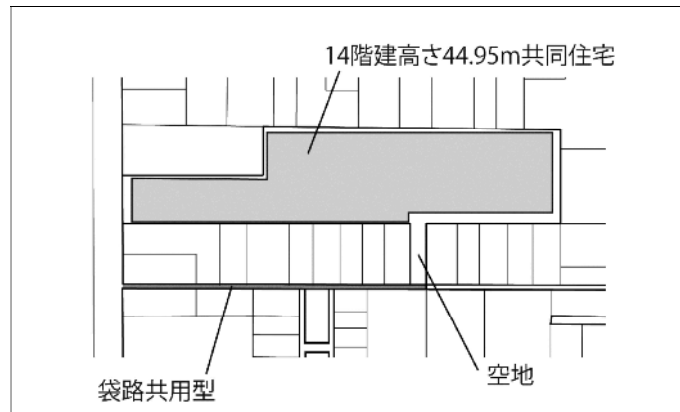


図10 カに該当する事例

3. 2. 2. 通り抜けと高層建築物の関係

通り抜けについては、I型・複合型に面するパターン（シ・ス・セ・ソ）が31件あったのに対し、U型（キ・ク）は4件、L型（ケ・コ・サ）は7件と少数であった。U型、L型の通り抜け細街路自体の数が少ないためと考えられる。

通り抜けU型に面するパターンはキとクで、該当する件数はそれぞれ3件と1件、合計4件だった。U型は通り抜けではあるが、田の字地区内のこのタイプはいずれも延長距離が短く、比較的近距离で同じ一般道路に接続していることから、性質としては袋路に近いと考えられる。キは袋路のアと類似した状況であり、クはエと類似した状況であると捉え

ることができる。通り抜けL型に面するパターンはケ、コ、サであり、それぞれ2件、4件、1件が該当した。

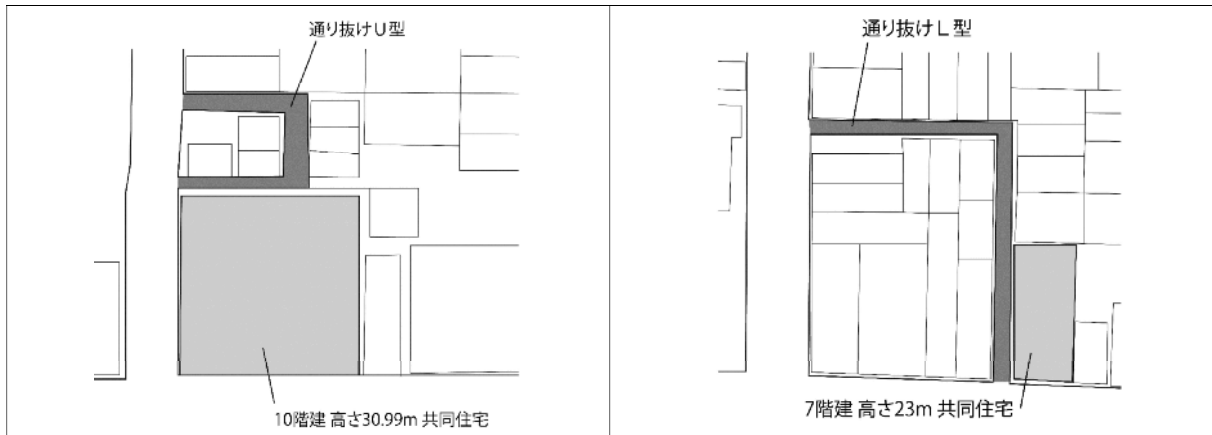


図 11 キに該当する事例

図 12 コに該当する事例

通り抜けI型・複合型に面するパターンはシ、ス、セ、ソであり、シが最も多く15件、続いてスは14件が該当し、セは1件、ソは1件だった。最も多く見られたシは、通り抜けI型細街路の始端部に該当する敷地で、街区の外周にあたる一般道路を前面道路とする敷地である。

通り抜けI型は幅員の狭さが防災面での不安材料であるが、田の字地区内の通り抜けは1.8mに満たないような極端に幅員の狭いものはほぼ無く、通り抜ければ街区の外周道路



図 13 スに該当する事例

に出られることから、避難上の課題は比較的小さいと考えてよい。

通り抜け I 型に面する他の敷地が小規模な敷地でありそこに低層建築物が建ち並ぶ場合、多く見られたスのような敷地に高層建築物が建つと、単なるボリュームのギャップだけでなく通り抜け沿いのまちなみも極端にバランスを欠いたものとなる。特に通り抜けに面して町家の建ち並びがあり歴史的なまちなみを形成している場合に、スに建つ高層建築物によるまちなみの分断の影響は、他のどのパターンよりも大きいと言える。

また、通り抜け I 型・複合型に面する 31 件の建築物のうち 29 件が、通り抜け細街路と一般道路の二つの道路に接していた。一般道路側を前面道路として計画するため、通り抜け側には裏口としてのしつらえを見せている事例もみられ、意匠的にも通り抜け側のまちなみを損ねていた。

通り抜け細街路にのみ面するパターンはサ 1 件、ソ 1 件であり、いずれも容積率は低く抑えられ、階数も 6 階建程度となっている。しかし、今回のパターン分けではアに分類される 1 件の事例では、前面道路は細街路ではないものの幅員約 4 m であり、容積率制限が 240% であるにもかかわらず、9 階建高さ 26.3m の共同住宅が建てられているものがあつた。この建築物は建ぺい率を 38% と極端に低く抑えており、前面道路から 7 m 程度のセットバックによって臨時の駐車スペースをとるとともに、敷地奥にも広い駐輪場を設けた 9 階建 41 戸のワンルームを主とする共同住宅である。この事例から、前面道路幅員による容積率制限があつても、幹線道路沿いの高さ規制 31m では、このような建築計画も可能となることがわかる。このような建築物は、小規模な敷地に低層建築物が建ち並ぶ周辺状況がある場合に、ボリューム・まちなみ両面において非常に異質なものとなり、コミュニティにも良い影響を与えるとは考えにくい。

4. 結果と考察

4. 1. 高層建築物と細街路の関係においてみられた課題

前節における検討により、幹線道路沿いの細街路と高層建築物の関係において、以下のような課題があることが明らかになった。袋路と高層建築物との関係については、1) 細街路沿いの建築物と高層建築物とのボリュームギャップ、2) 細街路側に対する閉鎖的なしつらえ、3) 緊急時の避難経路の配慮不足、の 3 点に整理することができる。通り抜けと高層建築物との関係については、4) 高層建築物のボリュームによる細街路沿いのまちなみの分断、5) 細街路側に裏口としてのしつらえが向けられることによる意匠的な配慮不足、の 2 点に整理できる。

また、細街路と高層建築物の敷地の関係性について前節でパターン分けを行ったが、同じパターンであっても、細街路の先端部と敷地との接続関係や細街路沿いの建築物の数、建築物の状態、高層建築物の用途など、事例ごとに状況は異なる。個々の事例の多様性・個別性に応じた対応が求められる。

4. 2. 課題への対策についての考察

- ・ボリュームの不調和の問題

1) と 4) はいずれも建築物のボリュームの不調和の問題である。建築物のボリュームは、主に高さ制限や斜線制限といった直接的な形態制限、および容積率によって規定される。対象としている幹線道路沿いの高さ制限は、細街路沿いであっても一律に 31m となっている。容積率は、都市計画によって規定される値と前面道路の幅員によって規定される値の小さい方が採用され、高い容積率に設定されている地区であっても、前面道路の幅員が狭い場合は容積率も低く制限されることになる。今回分析した高層建築物のほぼすべて（68 件中 66 件）が細街路と一般道路に面しており、広幅員側の道路を前面道路として計画されていたことから、細街路に面していても容積が抑制されることはない。また、建築基準法では幅員 15m 以上の道路を特定道路とし、前面道路が特定道路に 70m 以内で接続する敷地は、その距離に応じて容積率が緩和されることから、細街路のみに面する敷地においても、幹線道路沿いであれば容積率の緩和が受けられる可能性がある。

斜線制限についても、広幅員道路からのまわりこみの規定が存在する（図 14）。また斜線制限は、壁面後退によって斜線の緩和が受けられるため、細街路側は特にセットバックが誘導される状態になっている（図 15）。こうして生じる壁面後退も、細街路側のまちなみの分断の要因となる。

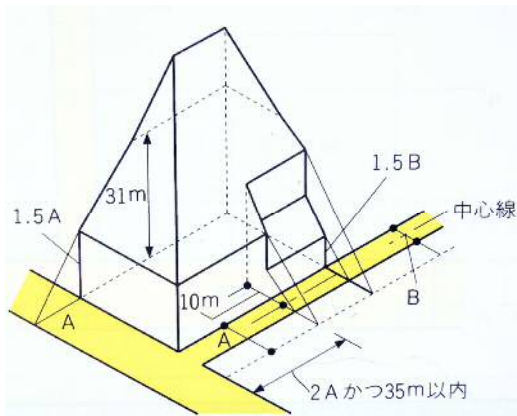


図 14 斜線制限の広幅員道路からのまわりこみ

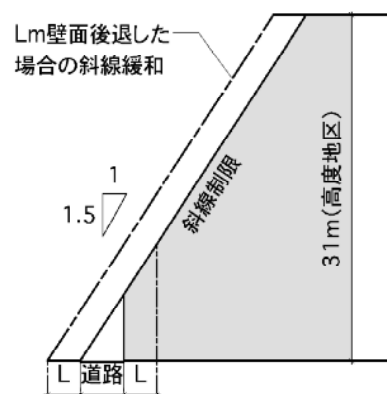


図 15 斜線制限の壁面後退による緩和

このような問題に対しては、細街路側からの形態制限を導入することが必要である。細街路側の過大なボリュームとセットバックを抑制し周囲との調和を図るため、細街路側に面する建築物の高さを一定距離まで制限する、壁面線の位置を指定する、といったことが有効であると考えられる。

- ・細街路側のしつらえの問題

続いて、2) と 5) はいずれも細街路側のしつらえの問題である。細街路沿いのまちなみの状況に応じて、意匠的配慮を誘導する施策が必要である。

- ・避難経路の問題

3) は、袋路のみを対象とするものである。効果的に避難口を設置することが可能な敷地の場合は、積極的に緊急避難口を設けることを誘導することが求められる。

- ・袋路の取り扱い

細街路に面する敷地において建築確認申請を行う場合、申請図面に、隣接する袋路の情報は通常記載されない。概ね二項道路と判定されていると考えられる市中心部の通り抜け

細街路は、道路であるため図面への記載が求められる。しかし袋路は現状では「非道路」であり、一般の隣地境界線と同様の記載となる。上述のような対策をとるためには、まず計画敷地に隣接して袋路が存在することを把握する必要がある。考えられる対策の一つは袋路の道路化である。現在すすめられている細街路政策においても、袋路の道路指定は施策の一つとして挙げられている。道路指定は全ての袋路が対象となるわけではなく一定の条件が求められ、また指定される場合も時間がかかると考えられる。まずは、非道路であっても確認申請時の配置図に袋路の記載を求め、建築計画との関係性を把握することが考えられる。

- ・細街路の多様性、個別性への対応

細街路に面する敷地における課題は個々の敷地条件の違いにより多様であり、一律の規制にはそぐわず即地的な判断が求められる。建築計画のある敷地と細街路の接し方、細街路沿いの他敷地の土地利用の状況、および周辺街区の状況などによって、建築計画に対して誘導すべき内容は異なると考えられる。

このような状況への対応としては、協議調整型ルールと呼ばれる二段階のルールを用いた仕組みが考えられる。これは、主として定性的な記述となる目的指向型の基準を事前明示し、具体的な基準は個々の計画内容および敷地条件に応じて、協議調整手続きを通じて適用するというものである。この仕組みによって、個別の状況を読み込んだ柔軟な対応が可能となると考えられる。

4. 3. 補論：細街路の評価について

細街路は防災面で問題があり拡幅・解消を目指すべきという考え方に異を唱え、「路地」は保全すべき魅力的な空間であるとする議論は、京都だけでなく様々な地域を対象として近年広く見られるようになってきている。ここでは、細街路を肯定的にとらえた既往の文献のレビューを行い、細街路の評価について整理を行う。

4. 3. 1. 細街路によって構成されるまちの特質と魅力

細街路によって構成されるまちの特質として既往文献によって指摘されている点は以下のようなものである。

- ・ 低中層のまちなみと狭い道幅によるヒューマンスケール感
- ・ 主として人の歩行のための空間、車の進入が少ない
- ・ 計画的ではなく自然発生的に形成されているものが多く、迷路性・回遊性を持つ
- ・ 道の線密度が高く小規模敷地でも高密度な土地利用が可能
- ・ 相互の近接性がコミュニティ形成を必然的に要請し、コミュニティの基盤となる
- ・ (建築規制や敷地の狭さなどにより) 建物更新の速度が緩やか

このような特質をもつ細街路のまちの魅力やメリットとしては、以下のような要素が指摘されている。

- ・ 空間的魅力：細かく分節され表情を変える変化に富んだ風景の魅力
- ・ 親密感：ヒューマンスケールの空間が生み出す親密な雰囲気

- ・ 交通安全性：車走行が制約されることにより、歩行を中心とする安全性を生む
- ・ 歩行によるにぎわい：歩行を中心とすることでまちの活気を生む
- ・ 自然との親和性：低中層の建物の接地性の高さにより、緑などとの親和性を高める
- ・ 歴史性：古い風景や歴史的町並みを受け継いでいる
- ・ コミュニティの連続性：更新速度が緩いことがコミュニティの連続性につながる
- ・ 文化の連続性：地域の風習・祭事等の連続性にもつながる

地方や海外の歴史的な都市の細街路を調査した研究^{文献4、5)}では、細街路は都市の形成プロセスを示す痕跡であるとともに、その場所の生活に関わる文化の表れとしての細街路の有り様が描き出されている。

4. 3. 2. 敷地の狭小性に積極的価値を認める議論

上述した特質の中の「線密度の高さ」に関連する議論として、小規模敷地の集積自体に積極的価値を認める議論も存在する^{文献8、9、10)}。その主な論点は以下の2点に集約することができる。

- ・ 市街地の持続性向上：個々の経済力に応じた個別更新が可能であること、多主体性・多様性・非共時性をもつことにより、面的で一体的な状態よりも持続性が高い。小さなユニットが個別に更新しつつも地域としては安定的に推移する。
- ・ 文化の醸成：多主体性、多様性、主体間の近接性、道空間の広場的な性質などが、文化的交流を促進する。また、小規模敷地に小さな資本で進出可能であることから、新たな経済活動や文化の担い手のインキュベーション機能を持つ。

このような性質をもつ小規模敷地性がそもそも日本のまちの特質であると指摘されており、一体的面的な開発による市街地更新は、特に現在の縮小社会においてはこの特質に応じた個別的・即地的な手法が求められると考えられている。

4. 3. 3. 京都の細街路について

上記と関連して、京都の細街路は特に以下のような特質があると考えられる。

- ・ 歴史性、道の成り立ちの歴史的なプロセス : 歴史的価値
- ・ 一度失われたら二度と再生できない不可逆性 : 歴史的価値
- ・ コミュニティ/コモンズとしての空間の価値 : 文化的価値
- ・ まちなみ景観を残す場所としての価値 : 文化的価値
- ・ 付加価値としての細街路の可能性 : 経済的価値

防災面での危険性としては、特に今回対象としている田の字地区については、方形の街区構造が存在し、細街路は街区内部のみに存在することから、いわゆるスプロール地域のような密集市街地とは異なり危険性は限定的であると言える。特に、文献でも指摘されているように^{文献5)}道の狭さ自体の問題よりも、避難経路の確保と同時に、沿道建物の安全性を高める施策が有効であると考えられる。その意味で、既に行われている京都市の施策において、接道条件を緩和する方向にあるのは望ましい。

5. 京都市への実践的な提言

以上より、細街路側からの形態制限、細街路側への意匠的配慮の誘導、袋路に対する避難口設置の誘導を提案する。現在すすめられている細街路政策では、非道路の道路化、道路後退の緩和と、それに伴う建築制限などが検討されている。これらの施策は、主に細街路にのみ面する敷地を想定したものと考えられる。本研究では、高層建築物と細街路の関係に着目することにより、一般道路を前面道路としつつ、細街路にも面する敷地に建つ建築物が細街路側にも大きく影響を与えることを示した。碁盤目状の街区である京都市内中心部では、このような敷地が多く発生すると考えられる。特に、歴史細街路に該当するようなまちなみ景観を残す細街路に与える影響は大きいことから、対策は急務である。

また、袋路に対する避難口の設置誘導は、設置可能な敷地における建築計画の情報を早い段階でとらえ、既に開始されている緊急避難経路整備費助成事業の情報提供を行うとともに積極的に誘導することが望ましい。

中長期的な政策課題としては、細街路の多様性、個別性への対応として述べた二段階の協議調整型ルールの導入が挙げられる。

その他の提案としては、残したい路地の市民選定事業、細街路再生（特に所有権が集約されている袋路等を想定）の助成制度、細街路再生に関わる無料相談制度および専門家派遣制度などの創設が考えられる。

6. 今後の研究課題

本研究で対象としたのは田の字地区内の細街路のみであるが、中心部と周辺部では細街路のおかれている状況は大きく異なる。今回は高層建築物と細街路との関係性に着目したが、周辺部では高層建築物や開発圧力による問題は減少し、空き家化や老朽化といった課題が大きくなると考えられる。碁盤目状の街区をもたない場所では細街路自体の形状も異なり、田の字地区ではほとんど見られなかった、延長距離の長い細街路なども存在する。京都市内でも細街路の実態は場所によって多様であることから、全体像の把握がまず課題として挙げられる。

その他、対策案の具体的な制度設計について、現在すすめられている細街路対策の効果の検証、細街路沿いの敷地の所有者や利用者の意識の問題、まちづくりとの連携のあり方など、研究すべき課題は多く存在すると考えられる。

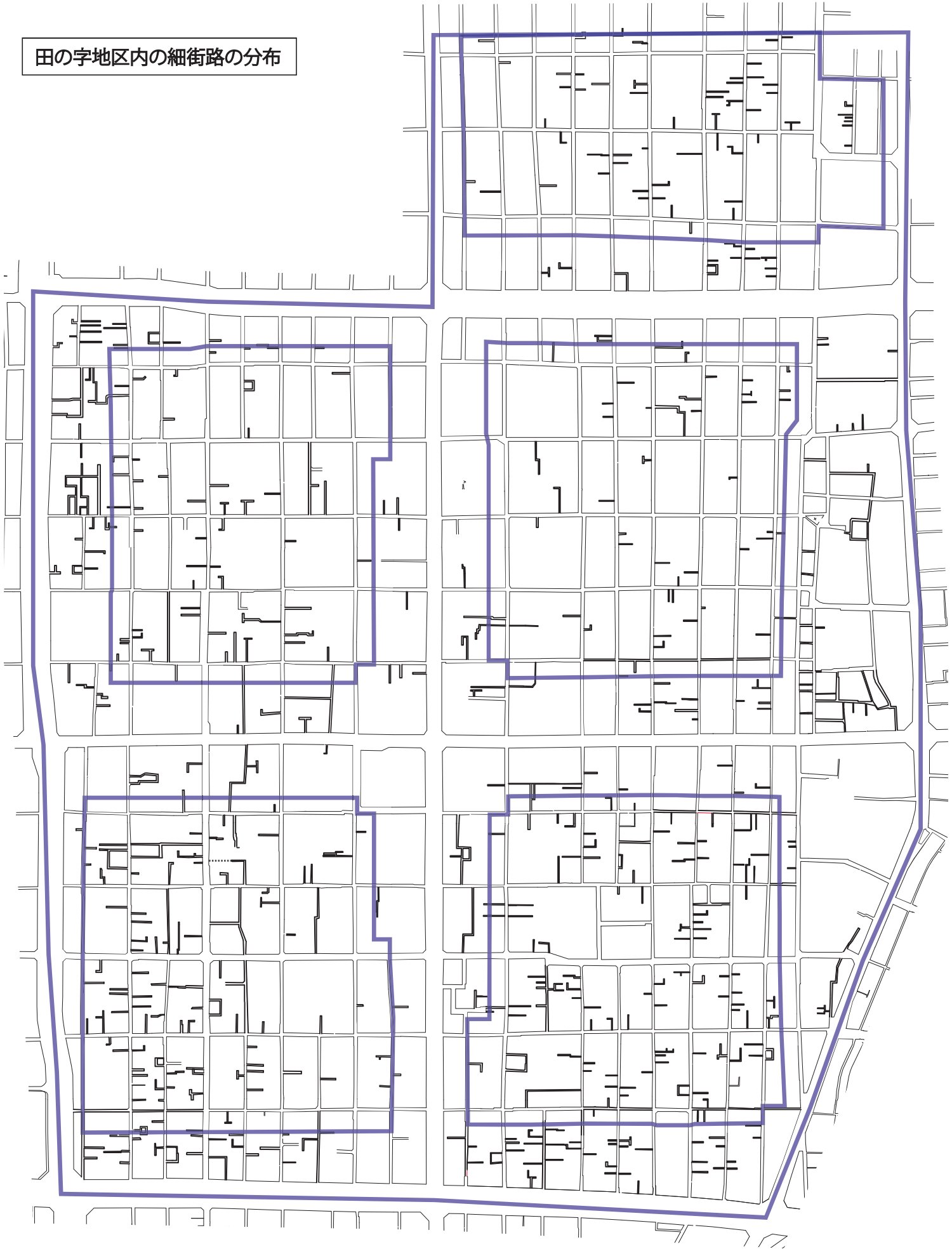
脚注

- 1 平成 18 年度に京都市および大津市の細街路を対象として行われた「京都を中心とした歴史都市の総合的魅
力向上調査に係る歴史都市の美しい細街路の維持・保全のための調査」。結果は文献 1 で報告されている。
- 2 ゼンリン住宅地図京都市中京区 201305 および京都市下京区 201306。
- 3 プロットした地図は資料編を参照のこと。
- 4 2007 年のダウンゾーニングによって、幹線道路沿いの高さ制限は 31m に、職住共存地区の高さ制限は 15m
に引き下げられた。それ以前の高さ制限はそれぞれ 45m、31m であったため、現状では高さに関して既存
不適格状態にある建築物が数多く存在している。

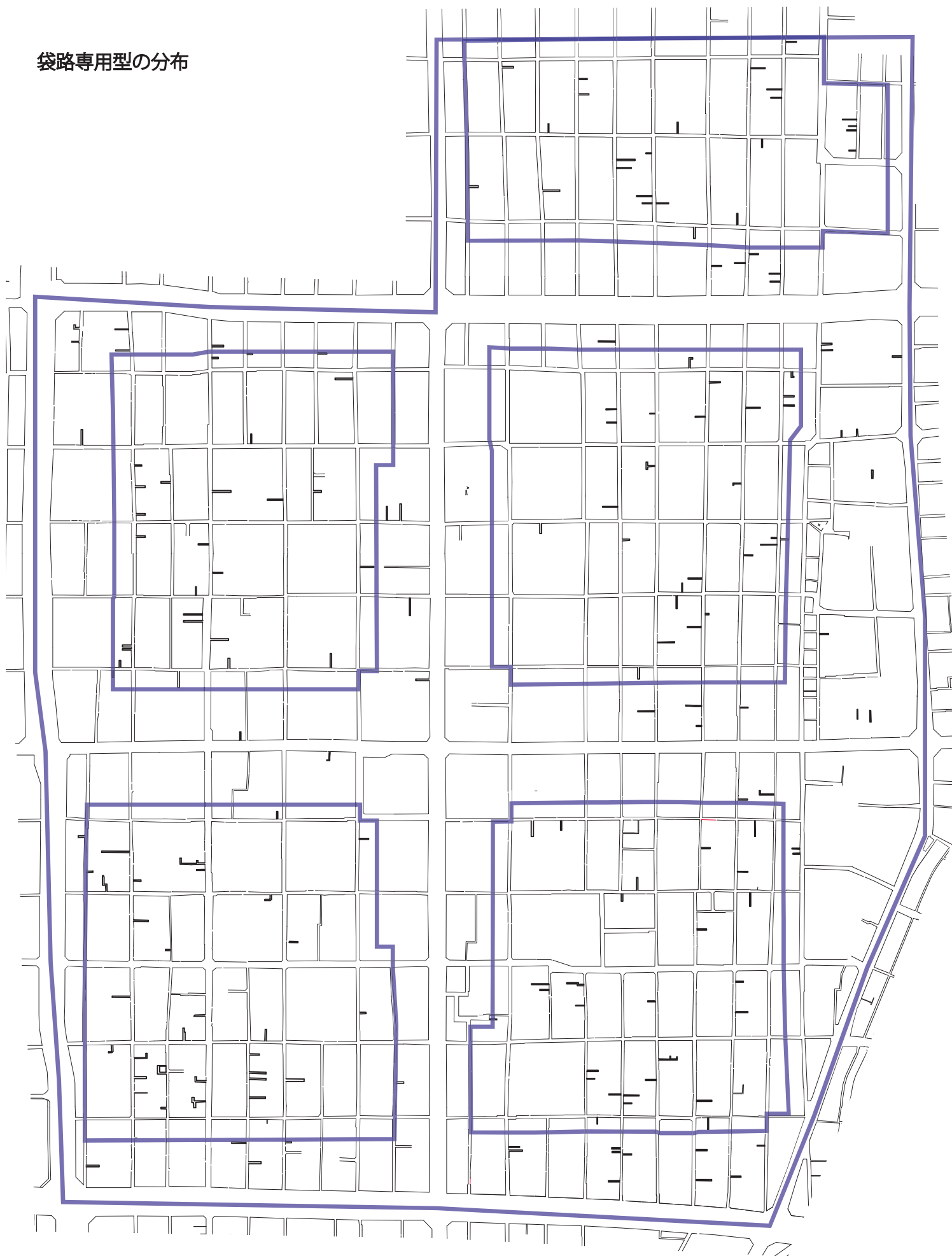
引用・参考文献等

- 文献 1) 国土交通省住宅局、京都市・大津市・宇治市三都市協議会：京都を中心とした歴史都市の総合的魅
力向上調査に係る歴史都市の美しい細街路の維持・保全のための調査研究報告書、平成 19 年 3 月
- 文献 2) 上林研二：路地型共同住宅の改善と継承的再開発に関する研究」京都大学博士学位論文、1997
- 文献 3) 三森弘：接道規定からみた京都・都心部の路地空間の特徴及び維持・保全に関する研究」筑波大学博
士学位論文、2013
- 文献 4) 西村幸夫：路地からのまちづくり、学芸出版社、2006
- 文献 5) 上田篤、田端修：路地研究—もうひとつの都市の広場、鹿島出版会、2013
- 文献 6) 宇杉和夫、青木仁、井関和朗、岡本哲志：まち路地再生のデザイン—路地に学ぶ生活空間の再生術、
彰国社、2010
- 文献 7) 後藤治、関澤愛、三浦卓也、村上正浩：それでも「木密」に積み続けたい！—路地裏で安全に暮らす
ための防災まちづくりの極意、彰国社、2009
- 文献 8) 青木仁：日本型まちづくりへの転換—ミニ戸建・細街路の復権、学芸出版社、2007
- 文献 9) 増淵敏之：路地裏が文化を生む！—細街路とその境界の変容、青弓社、2012
- 文献 10) 田端修：「和」の都市デザインはありうるか—文化としてのヒューマンスケール、学芸出版社、2010
- 文献 11) 日本建築学会：成熟社会における開発・建築規制のあり方—協議調整型ルール の提案、技報堂出版、
2013

田の字地区内の細街路の分布



袋路専用型の分布



袋路共用型の分布



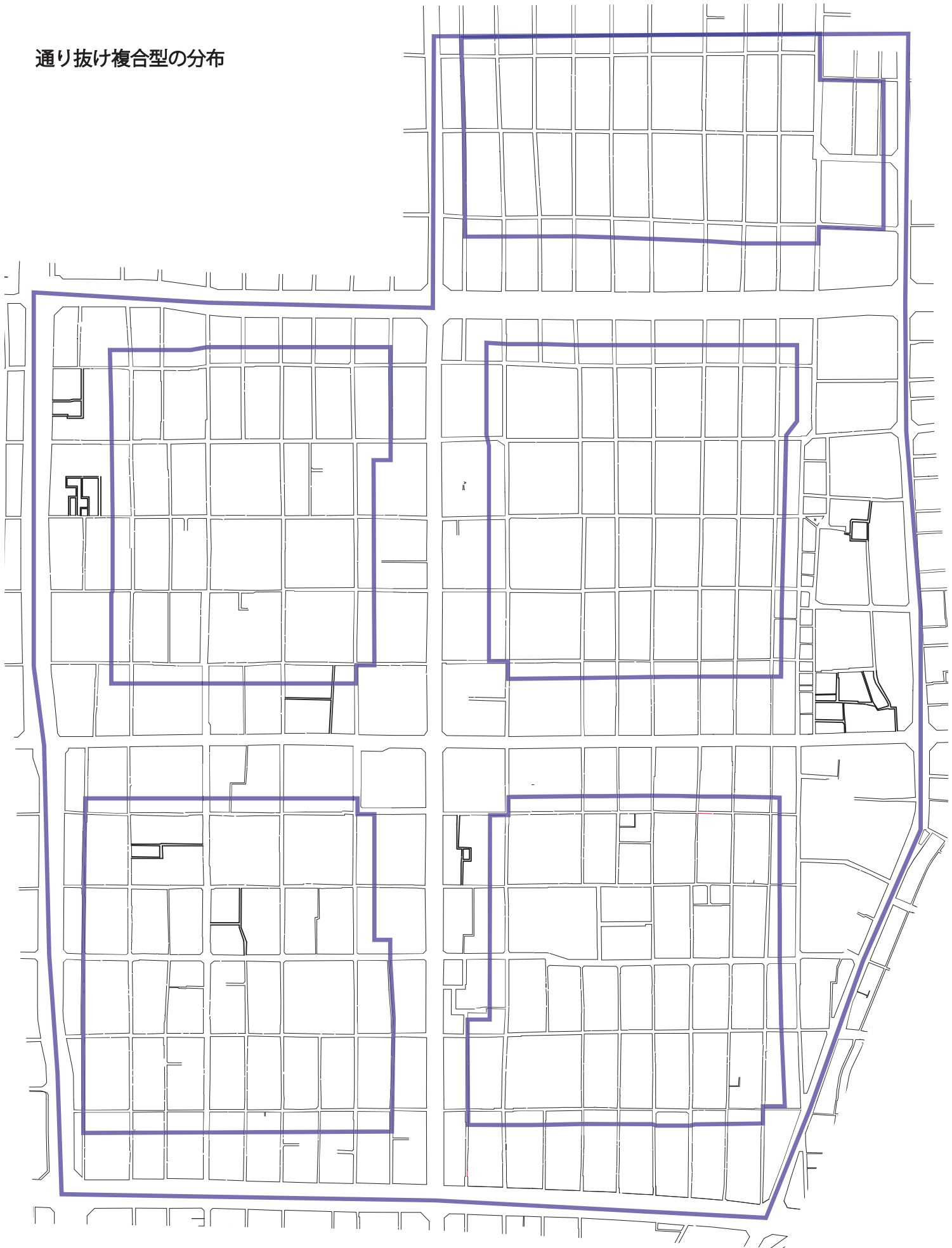
通り抜けI型の分布



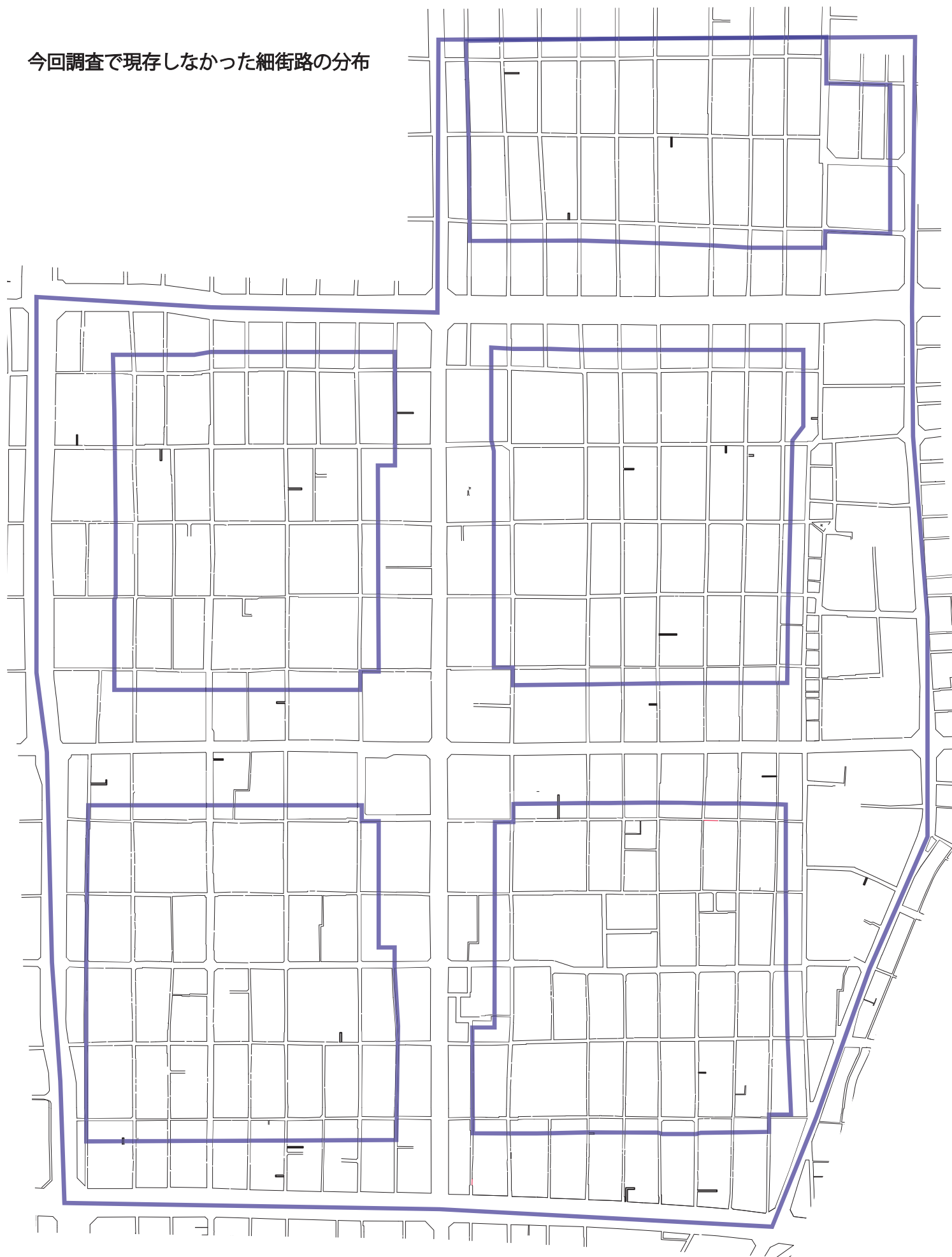
通り抜けU型・L型の分布



通り抜け複合型の分布



今回調査で現存しなかった細街路の分布



自由課題 2

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

研究代表者 吉田 満梨 (立命館大学経営学部 准教授)
市担当部署 京都市産業観光局商工部伝統産業課

全体概要

かつて2兆円産業と言われた着物関連産業は、購買金額・数量ともに減少をつづけ、2011年の呉服小売市場規模は、約3,000億円と推計されている。人々の「着物ばなれ」が言われて久しいが、そうした市場の縮小は自然に起こった訳ではなく、売上数量の減少を高付加価値化・高価格化で補おうとし、着物業界が使用シーンとターゲットを限定してしまったことに起因する部分も大きい。しかし、こうしたやり方も限界を迎えた今日、業界は新しいマーケティング、顧客との関係の再構築を模索する必要に迫られている。

本研究は、こうした現状を受けて、今日の着物ユーザーの特性とユーザーにとっての着物の価値を、消費者調査によって明らかにすることを目的とする。近年の着物ユーザーのニーズは、一時代前とは変化している可能性がある。例えば20～40代の女性を見ても、普段着として紬や綿の着物を愛用する、洋服にはない色柄に惹かれ、アンティーク着物を古着感覚で買う、非日常の経験としてイベント時にレンタルの浴衣を纏う、といった従来の正装としての着物とは異なる位置づけで、着物を愛好する消費者群が存在する。ただし、こうした新たな消費行動を行う着物ユーザーに対して、多くの和装関連企業は十分な対応ができていないのが実状だと言える。

そこで本研究では、文献調査、ユーザーインタビュー、事業者ヒアリングによる探索的調査と、質問紙による検証的調査を通じて、今日における着物愛好者の市場セグメントとその特徴を明確化する。まず、探索的調査として実施したインタビュー及びアンケートの自由記述の結果をM-GTAによって集約し、着物好きの人に対するイメージ、および着物自体に対する魅力に関する概念抽出を行った。さらにそれを元に、「素敵だと思う着物好きのイメージ (27項目)」「着物に対する考え方 (20項目)」から構成される、7段階のSD法の尺度を作成し、検証的調査としてのオンライン・サーベイを実施した。それぞれの着物の魅力を表す項目と、回答者の「着物の着用頻度」及び「着物に対する年間支出金額」との関係を確認した結果、「着物について気軽に相談できる人やお店を知っている」という項目は、「着用頻度」「支出金額」のいずれとも正の相関関係にあることがわかった。さらに因子分析及び重回帰分析の結果、着物の着用頻度向上のためには、「日常着としてコーディネートを楽しめるファッション」としての着物の魅力を高めることが有効であること、同様に、着物に対する年間支出金額の向上に対しては、「自分にぴったりのこだわりの製品を着こなすことができる」という着物の価値を高めることは、有効であることが明らかになった。こうした結果は、従来の「伝統文化」や「フォーマル着」としての着物とは異なる

る魅力を訴求する必要性を示唆するものである。

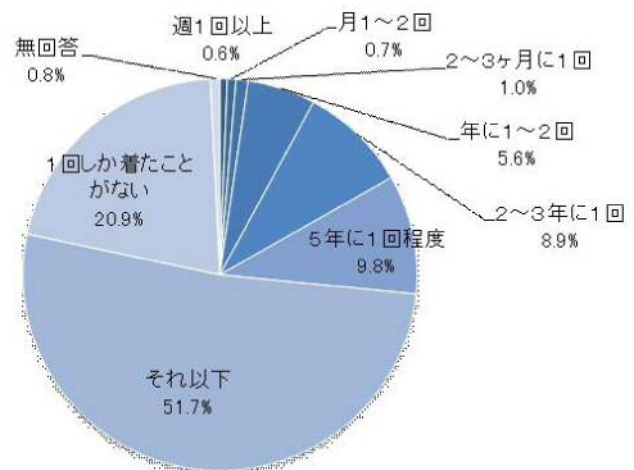
最後に、こうした分析結果を受けた政策への提言として、消費者の知識向上を支援し、同時に消費者情報を関連事業者へとフィードバックできるような顧客接点の育成、買い手がこだわりの着物を誂える楽しみを最大限に実感できるような情報発信、日常的でカジュアルな着物の着用機会の普及の必要性が述べられる。

1. 研究の背景と目的：着物の消費に関する現状

2011年の呉服小売市場規模は、およそ3,000億円と推計されている¹。最盛期には2兆円産業と言われた着物の市場が、大幅に縮小している現実がある。こうした着物関連市場の縮小は、消費者の「着物ばなれ」として各メディア等で語られてきた。確かに、消費者が「着物ばなれ」を起こしていることは、実際のデータからもわかる。2011年に、マイボイスコム株式会社が、着物の着用に関するインターネット調査を実施した²。その結果を見ると、着物の着用経験がある人は全体の74.5%で、男性の5割強、女性の9割強を占めた。ただし着用場面としては、多い順に「七五三（自分の）」(38.3%)、「成人式」(35.4%)、「結婚式・披露宴（自分の挙式）」(28.4%)、「結婚式・披露宴（参列者として）」(22.7%)などであり、人生の節目となるイベントの機会に限られていることがわかる。日常的なシーンで着物を着用する人も、いないわけではないが、「おけいごと」（6.0%）、「買い物や観劇などの外出時に」（1.6%）、「普段着として」（1.6%）など、いずれも極めて小さな割合にとどまっている。さらに着用頻度に関する質問では、着物を着たことがある人のうち、「1回しか着たことがない」という回答者が20.9%を占め、「5年に1回程度」「それ以下」という回答者を合わせると全体の82.4%が、ほとんど着物を着ることのない人々である（図1参照）。

多くの消費者にとって、着物はもはやフォーマルな場で身に付けるファッションですらなく、特定のライフイベントの時だけ身に付ける、特殊な衣装という位置づけになっていると理解できる。

一体なぜ、このような現状に陥ったのか。一般的な説明としては、“洋服と比べて、着るのも動くのも不便な和服は、現代人のライフスタイルに合わない”というように、着物離れを時代の必然として捉える見方がある。着物業界関係者の間にも、消費者の趣向の変化を、着物産業の縮小の大きな原因と捉える立場は根強



出典：マイボイスコム株式会社 着物に関するインターネット調査結果
(調査期間 2011年1月1日～1月5日)

図1 着物の着用頻度

¹ 矢野経済研究所『呉服市場に関する調査結果 2012』2013年1月

² 「自主企画アンケート『着物』」マイボイスコム株式会社 (<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/15013/>) 2013年9月25日アクセス。2011年1月1日～1月5日に実施、N=11,806名、男女各50%。着物は、ゆかた、作務衣、甚平、丹前などを除く。

い。一方で、ライフスタイルが変化をしたのだから、それに対して着物自体も変わるべきかといえば、むしろ「着物は伝統文化だから」という理由で、それを否定する意見が出てくる。田中（2012）では、着物産業の職人、問屋、小売の3業種（各10名）に対して、実態と展望を尋ねるアンケート調査を実施したが、回答の傾向として、着物が今後売れるためには「消費者の趣向」が改善されることが望ましいという回答が目立った³。

しかし着物が身近な衣服ではなくなった背景を、明治維新以降、日本人の服飾が洋装化を遂げた事実や、消費者の嗜好の変化のみによって説明する論調は、実際にそうした市場に向き合う事業者に対して、直接の問題解決の糸口を与えない。むしろ、問題解決に積極的に取り組まないことへの逃げ口上として用いられる恐れがあるだろう。

現実には、企業活動が影響を受ける市場環境というのは、当該企業も含めた複数の市場参加者の相互行為の影響を受けて形成されている場合が少なくない。企業や産業の盛衰を環境変化によって説明しようとする立場に対して、石井（2003）は、環境が戦略を決めると考える理論の背後には、「市場戦略が作動することでそれらに固有の環境が生まれる」というプロセス、及び、それが次の戦略に影響を与える、という自己準拠的な循環が隠れている、と指摘した。つまり現実企業が向き合う市場環境とその変化は、企業とは無関係に存在しているわけではなく、経営者の意図やその都度の事業判断が不可避免的に影響を与えるものであり、我々を規定するのは自らが生み出した固有の環境なのである。ただし、このような経営者の意図は、それに基づいた行為がなされることによって、もともと推測に過ぎなかった環境が真実になることがしばしば起こるため隠蔽され、意識されることはほとんどない（Weick, 1979）。逆説的だが、着物の市場に関しても、それを「伝統文化」と見なしたことによって、逆に本来着物が人々に提供していた価値が見えなくなってしまった現状がある。

本研究の目的は、こうした現状を受けて、今日の着物ユーザーの特性とユーザーにとっての着物の価値を、消費者調査によって明らかにすることにある。着物の事業者ではなくユーザーを分析の焦点とする理由は、「着物は現代人のライフスタイルに合わない」という一般認識に相反して、現実には20～40代の若年層にも根強い着物ファンが存在しているためだ。そしてそうした着物ファンの中には、例えば、普段着として紬や綿の着物を愛用する、洋服にはない色柄に惹かれてアンティーク着物を古着感覚で買う、非日常の経験としてイベント時にレンタルの浴衣を纏う、といった従来の正装としての着物とは異なる位置づけで、着物を愛好する消費者群が存在する。しかし、こうした新たな消費行動を行う着物ユーザーに対して、多くの和装関連企業は十分な対応ができていないのが実状である。また、着物に関する消費者調査もほとんど存在しないため、こうした新たな着物ユーザーがどのような人々で、どのような魅力を着物に感じているのかは特定されていない。本研究ではこれらを可視化することによって、関連事業者や産業育成の政策への示唆を導きたい。

³ 田中（2012）、pp.42-45

2. 本研究の構成

本研究は、大きく3つの方法と内容から構成される。

第一に、先行研究と二次データに基づいて、和装関連産業の歴史及び過去の着物市場振興の取り組みを整理し、着物関連市場縮小の悪循環をもたらしている問題構造を明確化する。その中で、着物に関わる企業と消費者の行動が双方の態度を相互に構成しあう特定の歴史プロセスの中で、今日「着物ばなれ」と呼ばれる状況が構成されてきたことを確認する。第二に、こうした問題構造の中で見えにくくなっている着物の価値に関する探索的調査として、ユーザーと事業者に対するインタビュー調査と質問紙によるパイロット調査を実施する。さらにデータから修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ M-GTA (木下, 2003) に基づく概念抽出を行う。第三に、探索的調査の結果に基づいて、ユーザーにとっての着物好きのイメージ、及び着物に対する態度を確認するための質問紙を作成し、オンライン・サーベイによる検証的調査を実施する。探索的因子分析の結果、着物の魅力に関する6つの因子が抽出され、各因子と「着物の着用頻度」及び「着物への年間支出金額」との関係が確認される。最後に、以上の調査結果を踏まえての今後の和装関連産業に対する示唆を述べる。

3. 問題構造の理解：先行研究レビュー

3. 1. 着物市場の生産と需要の推移

まずは、今日の状況に至った経緯について、主に既存研究のレビューをもとに大掴みに確認してみたい。はじめに確認しておきたいのは、こうした着物関連市場の落ち込みが指摘されるのは、近年に始まった問題ではない点だ。実際には1970年代から、いわゆる「着物ばなれ」が叫ばれており、業界が抱えるいくつもの問題が取り組むべき打開策とともに指摘されてきた。

①高度経済成長期の伸長と1970年代以降の減少

着物関連市場が生産数量においてピークを迎えたのは、高度経済成長期のことだった。和装織物業は、第二次大戦中に一旦縮小したが、戦後は不足していた衣料に対する需要を充たす必要から、「がちゃ万」（ガチャンと織れば1万円儲かる）と言われるほどの好景気が出現し、急速に生産高を伸ばしていく⁴。その後も高度経済成長を追い風に市場拡大は続き、和装織物業の中心地である西陣の帯地生産数量は、1957年の337万本から1966年には647万本に、およそ1.9倍の増加となった⁵。

こうして高度成長期に、中級品・大衆品も含めて着実に発展を遂げてきた着物関連市場だが、1970年代に入ると需要は急激に減少していく（中村, 1982、田中, 2012）。京都友禅の生産状況を見ると、1971年の16,524,684反をピークに、右肩下がりを続け、2010年では僅か512,111反と、ピーク時の4.4%に過ぎない数量にまで落ち込んでいる⁶。西陣織の帯地

⁴ 古米(1982), p.34

⁵ 『西陣機業調査の概要』より（笹田(1982), 図7-2, p.178）

⁶ 『京友禅生産高調査報告書』京都染色共同組合連合会より（中村(1982), 表13-5, p.355; 田中(2012), 図表5, p.41）

の生産数量もまた、1972年の780.5万本をピークに急速に減少するようになった⁷。その要因としては、国際通貨危機と石油危機に起因するインフレが労働集約型の和装産業に賃金上昇を起こしたこと、韓国をはじめとする発展途上国からの織物輸入の増加によって国内産地が存立基盤を揺るがされたこと、1974年の輸入一元化措置⁸によって主原料である生糸価格が高騰したこと、などが指摘される⁹。

②着物のフォーマル化と高付加価値化

ただ生産数量の減少は、文字通りの生産の縮小のみを意味するわけではなかった。中村(1982)は、この時期の需要の減少に伴って、高級品・フォーマル品志向あるいは、高付加価値志向が年ごとに強まり、製品の加工度も高まった結果、加工金額は必ずしも生産数量の推移が示すほどの減少はみせていないと指摘する。実際に、京友禅における1971年から1980年の品目別生産数量を比較すると、最も減少したのは、化合織やウールといった素材、型染や機械捺染といった加工方法、反物として販売される着尺・羽尺といったカジュアル着の分野であり、つまりは量産を前提とした、価格も比較的安い製品が中心だった。これに対して、フォーマル着とされる本絹の高級染呉服および手描染めの場合は、減少の程度が相対的に低かったという¹⁰。同時期の西陣織物業においても、やはりフォーマル用として的高级な袋帯の生産が比重を増しており、1966年から1978年の間には、帯地のうち袋帯の生産数量は2.6倍、出荷金額は9.5倍に、正絹の袋帯の生産数量は3.6倍、出荷金額は11.1倍にも増加した¹¹。また、帯地の高級品志向に対応して、この間に帯地の手織機台数は1.3倍に増え、内機のなかに占める手織の割合は35.4%から49.1%に上昇しており¹²、着物が量産製品ではなく、逸品物の手工芸品としての性格を強めていることがわかる。

その結果、着物全体の生産量は全体として減少したものの、特に京都を中心とした着物関連事業者は、高級品・高付加価値製品の比重を高め、高級な染呉服と帯の生産へと集中することで、環境変化に適応しようとしたと言える。

また着物関連事業者が高付加価値化を進めた背景には、消費者嗜好の変化も影響していると、出石(1980)は指摘する。同時期の消費者側の変化としては、国民全体の所得水準の上昇に伴う自由裁量所得の増加、着物愛好者の価値観の多様化と欲求の高度化が、個性的な製品や手工芸品的製品への欲求を強めており¹³、業界の高付加価値志向に対応する需要を形成した。

⁷ 『西陣機業調査の概要』より(笹田(1982),図7-2, p.178)

⁸ 1974年8月、国内の生糸価格が低迷する中で、政府は商社の自由な生糸輸入を禁止する養蚕業保護を目的とした「生糸輸入の一元化」を実施した。その結果、生糸の輸入は制限されたものの、撚糸、絹織物など、絹加工品の輸入が激増した(京都新聞社,1980,p.52)

⁹ 笹田(1982),p.21

¹⁰ 中村(1982),p.354-356

¹¹ 笹田(1982),p.24

¹² 笹田(1982),p.24

¹³ 出石(1980),p.55

③流通段階での価格上昇と製品価値の不透明化

1970年代後半にはすでに、着物は多くの人にとって、日常着でなくなっていた。1977年に実施された消費者調査¹⁴の結果では、女性の44.3%がきものを「フォーマルウェア」と捉えており、「ふだん着」と回答する人々(13.8%)を大幅に上回った。ただし、当時は、全体の8割を超える人々が、「お正月・お盆(30.3%)」や「冠婚葬祭(21.1%)」などで、年に少なくとも1回は着物を着用しており、「着る機会が増えれば、もっと購入する」という人は全体の24.7%を占めた。

しかしフォーマルウェアとして着用シーンが限定されたことに加えて、1点あたりの価格が上昇したことで、多くの消費者にとって、着物はますます手が出しにくい高価な商品になっていった。しかもそれは、先述した着物の意匠性の高さ、それに伴う原価上昇のみに起因するわけではなかった。つまり、複雑な流通過程が、消費者が支払う最終価格を押し上げていたのである。

京都の一般的な染呉服の流通過程は、次のようである。まず室町の「染加工問屋(染加工元卸・つぶし問屋とも呼ばれる)」が、見込生産をするメーカー機能を担っており、丹後などから仕入れた白生地染色を施し、「前売り問屋」に販売(仲間売り)を行う。前売り問屋はさらに、全国各地域の呉服専門店へと販売を行う「地方問屋」や、百貨店などの小売店へと販売する¹⁵。こうした多段階の流通過程が形成され、それぞれの段階がマージンを上乗せする結果、最終的な商品価格はメーカー出荷額の数倍から10倍以上に跳ね上がる。しかも、着物の販売数量が減少し、業界が過剰在庫を抱えるようになるほど、こうしたマージンの比率は、ますます拡大する傾向にあるという¹⁶。実際、きもの業界が不況に入る以前の1972年頃までは、前売り問屋のマージン率は20%、小売店でせいぜい50%だったが、1970年代の後半になると、問屋が60%のマージンを上乗せし、小売店では100%を乗せ、消費者の手に渡るときにはメーカーの出荷額で30万円の振り袖が100万円以上になる、とも言われた¹⁷。さらに「売れなければ返品すれば良い」という委託販売が、小売と問屋、染加工問屋と白生地の織元といった流通段階で横行しており、製造段階でも問屋でも川上の事業者は返品のリスクや金利負担分をマージンとして余分に上乗せする傾向にあった¹⁸。こうした状況は、当時よりも着物関連の事業者が不況に喘いでいる今日においては、ますます激化している可能性がある。

④バブル期までのビジネスモデルとその崩壊

こうした諸要因によって着物の高価格化が進み、高所得階級の着物愛好者へと顧客は限定されていったが¹⁹、高度成長期からバブル経済に至るまでは、着物の数量における減少を、価格の上昇が補っていた。図2と図3は、総務省統計局の「家計調査」のデータであ

¹⁴ 京都新聞社が、地域経済研究所、京都信用金庫の協力を得て、消費者のきもの動向について、一般女性600名・未婚女性110名を対象に調査した。調査機関は、1977年10月中旬。一般女性は、京都・滋賀・大阪の42ヶ所で無作為抽出、未婚女性は京都市内の民間企業、公官庁、女子大、関連団体などを対象とした。(京都新聞(1978), pp.216-243)

¹⁵ 中村(1982), p.349

¹⁶ 京都新聞社(1978), p.193

¹⁷ 京都新聞社(1978), p.192-193

¹⁸ 京都新聞社(1978), p.193

¹⁹ 田中(2012), p.48

る。1985年以降の世帯あたりの着物に対する年間支出の推移を見ると、数量としては全体として右肩下がりの減少を続けているが²⁰、支出金額で見るとバブルが崩壊する1991年までは上昇を続けていることがわかる。こうして高価格化へのシフトは、ターゲットとなる



出典：総務省「家計調査」より

図2 着物に対する世帯あたり年間支出数量の推移

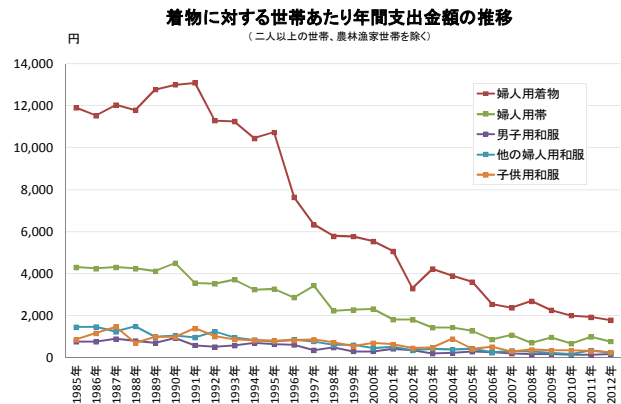


図3 着物に対する世帯あたり年間支出金額の推移

顧客をますます狭小化しながらも、高度成長期に作り上げられた生産・流通体制を維持することに貢献した。しかし、それをバブル崩壊後も維持することはできなかった。「婦人用着物」に対する世帯あたりの年間支出金額は、1991年に13,101円を記録して以降、5年後の1996年は7,647円、直近の2012年は1,786円にまで急激な落ち込みを続けた。バブル崩壊後も成長を遂げた企業もあったが、その急先鋒といわれた呉服専門小売店の最大手、「愛染蔵」(大阪市)と「たけうち」(京都市)²¹は、2006年に相次いで自己破産を申請した。いずれも展示会や旅行へと顧客を誘い、高価な呉服を強引に購入させる販売方法を取っていたことが問題化し、急激に売上を落とした結果だった²²。この着物業界における過量販売は、社会問題としてテレビのワイドショーなどで報じられ、結果的には業界全体に対する不信感やイメージ低下を招いた。

3. 2. 問題の構造と解決への試行錯誤

①着物市場における悪循環

ここまでに辿ってきた着物業の縮小の経緯からは、消費者のライフスタイルの変化のみが「着物ばなれ」の要因でなかったことがわかる。着物の日常着からフォーマル着への移行を加速した要因は、むしろ利幅の大きい高額商品に集中することによって、高度経済成長期の大量生産・大量販売を前提とした生産・流通体制を、市場規模が縮小をはじめから維持しようとした、着物関連事業者の意思決定の結果だった。着物価格の高額化も、限られた顧客層を相手に従来の事業規模を維持できる売上を確保する必要に迫られた事業者にとっては、正当性を持ってきたことがわかる。つまり、今日の着物市場が直面する「着物ばなれ」は、和装関連産業の構造的特性と、それを構成する事業者によるこれまでの事

²⁰ ただし2000年代以降の「浴衣ブーム」やリサイクル着物を扱う古着市場の成長の影により、2002年から2006年にかけて、数量の上昇が見られる。

²¹ 「たけうち」は、16年連続の2桁成長で、2005年10月期の売上高は573億円、店舗数は568店舗にまで成長した(「破綻の真相 たけうちグループ」『日経ベンチャー』, 2006年11月, pp.120-124)。

²² 「破綻の真相 たけうちグループ」『日経ベンチャー』, 2006年11月, pp.120-124

業展開によって、大きな影響を受けながら形成されてきたということだ。

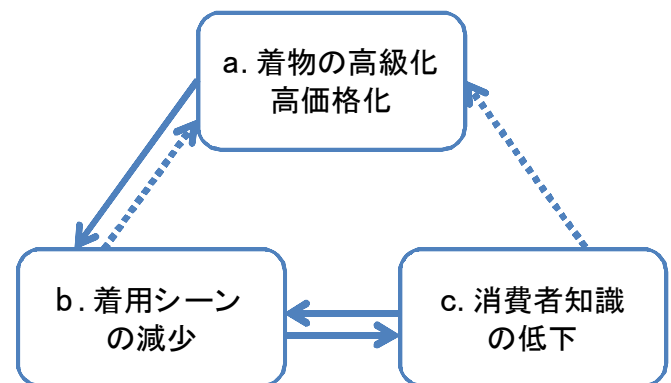
着物市場の抱える問題の構造を端的に捉えるならば、図4のように理解できると考える。すでに確認した通り、生産数量としての成長が頭打ちし、労働力や原材料の上昇にも直面した1970年代以降、着物産業は高級品への移行を余儀なくされ、その過程で中振袖や附下げ、留袖といったフォーマル品へと生産を集中していった。その結果、着用シーンはハレの場の正装へと限定されることになり(図4のa.→b.)、それに伴う価格上昇と相まって(図4のb.→a.)、主要な顧客は富裕層へと限定されることになった。

さらに和装は洋装と比べて、消費者側に知識やスキルが多く要求される。着用するにも紐を何本も用いた着付けが必要で、またシーン毎に定められた着物の格式や、ふさわしい色や柄といったルールが極めて多い、複雑な製品である。こうした消費者が製品に対して持つ知識や使用スキルは、本来それを消費する経験の中で獲得されると考えられるが、着用シーンの減少によって、消費者知識はますます低下することになった(図4のb.→c.)。そして、消費者の着物に対する知識・スキルが低下するほど、自分では着ることすらできない、どのような着物を選べば良いか自分では判断できない等の理由から、フォーマルな場でさえ、ますます着物を敬遠するという悪循環がある(図4のc.→b.)。

ただし難しいのは、消費者の着物に対する製品知識の低下は、「着物ばなれ」を加速し、全体としての需要低下を引き起こしただけではなく、高級品・高価格品としての着物の消費を成立させる要因にもなってきたことだ(図4のc.→a.)。

特別なハレの場で着用される高価な着物は、消費者の製品関与が極めて高い商品である。消費者情報処理の研究では、製品関与の高い消費者は良いものを選ぶとする傾向を持つが、しかし自ら品質を判断するための知識が低い場合には、価格情報を品質のバロメータとして利用することが知られている²³。つまり、十分な知識を持たない多くの消費者は、「高いものは品質が良いものだ」というように、着物の品質を推論する手がかりとして、逆に価格情報を用いることがしばしばある。

実際に、出石(1980)によれば、高級和装品に用いられている技術特性や素材は、生産者や豊かな知識と経験を持つ消費者以外にとっては、その評価が容易でないものが多く、また作家による逸品物をはじめ意匠性の強い商品でもある。このため、高額品=高級品というイメージは、多くの消費者、時には流通業者の一部にも支配的であり、このような製法や品質についての情報の不完全性を利用した商取引が行われる余地があった、と指摘す



出典：筆者作成

図4 着物市場における悪循環

²³ 青木(2013), p.328

る²⁴。

こうして、消費者と着物関連事業者との間に情報格差が存在することは、多くの人びとにとって着物を敬遠する理由となり、新規顧客獲得と市場拡大の阻害要因となっているのと同時に、限られた消費者に対して高額商品を販売する、現状での着物関連市場のビジネスを維持するための条件にもなっている。

このように着物市場の衰退という問題を構成する要因が相互に影響を与えあい、問題を強化しあう悪循環の関係にあることは、いずれかの状況が好転すれば好循環を起こす可能性を示唆する一方、現実には、いずれか一つの要因に対してのみ問題解決をはかることを極めて困難にしてきた。

②需要拡大のための試行錯誤

着物関連市場の落ち込みが問題視された 1970 年代以降、疲弊する着物業界を何とかすべく、これまでも関連事業者や組合などが様々な取り組みを講じてきた。

第一に、着用シーン減少の大きな要因である「着物の高価格化」の解消のためには、多段階の流行経路における価格上昇と、製造原価率の高さの、それぞれに対するアプローチが考えられる。

複雑な流通過程ゆえに最終的な小売価格が上昇してしまう問題に対しては、メーカーや問屋、小売のそれぞれの立場から解決が試みられてきた。例えば、1980 年代には、問屋段階まではコスト積み上げ方式で決められる価格が、小売段階で大幅に引き上げられてしまうという現状を統制するために、前売り問屋が一部の商品で妥当と思われる標準的な小売価格を設定し、そこから逆に商品を作ろうという運動が起こった²⁵。一方、小売店でも、1980 年代後半から、大手呉服専門店や百貨店を中心に、オリジナル商品を自ら開発・販売することで従来の流通経路を大幅に短縮し、小売価格を引き下げる取り組みを行ってきた²⁶。しかし、こうした取り組みは結局のところ、他の流通段階に対して負担を強いるパワーゲームに陥ってしまいがちで、新たに需要を拡大する程の大きな成功を収めることはできなかった。

また着物の素材や製造工程を変えることによって、原価自体を引き下げる努力もされてきた。絹のような感触のポリエステル長繊維「シルック」を開発した東レ株式会社は、1976 年より着物の生地として販売を開始した²⁷。ポリエステルの生地は正絹よりもずっと低価格で、洗濯も可能なため消費者の維持コストも低い。しかし流通業者は、単価の低い合織の着物よりも利益が大きい正絹ものを優先したため²⁸、チャネル構築の困難に直面し、大きなシェアを占めるまでには至っていない。

²⁴ 出石(1980), p.55

²⁵ 「ヤングに照準、呉服の価格革命—問屋の『京都・室町』巻き返し(けいざいレポート)」『日本経済新聞』夕刊, 1981 年 10 月 15 日, 3 ページ

²⁶ 「13 万円台の正絹小紋、コシノヒロコ作小物 2 点つき一さが美が発売」『日経流通新聞』, 1986 年 9 月 22 日, 14 ページ。
「西武百貨店、自主 MD で着物を開発—流通過程を省き市価の半分で販売」『日経流通新聞』1988 年 2 月 4 日, 11 ページ。
「やまと、つけさげ訪問着の新ブランド展開」『日経流通新聞』1990/06/19, 7 ページ

²⁷ 「東レ、絹の感触持つシルキー合織を和装・ニット向けに秋冬物から販売」『日本経済新聞』朝刊, 1976 年 3 月 6 日, 8 ページ

²⁸ 「東レ、和装流通に独自チャネル—合織着物の販売テコ入れ」『日経流通新聞』1990 年 2 月 20 日, 3 ページ

また 1980 年代には、和装製品の開発・販売を行う株式会社新装大橋によるブランド「撫松庵」（標準小売価格、着物 5 万 8000～12 万 8000 円、帯など一式 13 万～20 万円）の展開をきっかけに、「ニューきもの」と呼ばれる、低価格の仕立て上がり（プレタポルテ）の着物のブームが起こった²⁹。ニューきもの素材は手入れの簡単な合繊で、デザインも伝統や格式に縛られないため、洋服感覚で着ることができる。他の問屋などもニューきもの商品を発表し、一時期ブランド数は 100 前後にのぼった。しかし、この場合も一部百貨店などに販路が限定された結果、1988 年時点でその数は半減した³⁰。「100 万円の絹の呉服も十数万円のニュー着物を売るのも手間は同じ。割に合わないから取り扱いをやめた」というのが、一般の呉服小売店の声だった³¹。

第二の、「着用シーンの減少」に関しても、様々な取り組みがなされてきた。京都では、1982 年に生産者から小売店までを含む和装関連の業界団体 42 団体が参加して京都和装振興協会が発足し、イベント開催や着用シーン拡大の取り組みを開始した³²。また 2001 年からは、複数の業界団体が連携して、着物姿で訪問すると、観光名所や地域の飲食店、イベントなどで特典が受けられる、「京都きものパスポート」の発行を開始しており³³、2006 年版では、特典提供施設は約 300 施設に拡大、18 万部が発行された。

第三の「消費者知識の低下」に対しては 2 種類のアプローチがありうる。低下した消費者の製品知識を向上させるための取り組みと、消費者が製品知識を持たないことを前提とした製品提案や事業展開である。前者の取り組みの一つの成果として、2002 年から施行された「中学校新学習指導要領」の変更がある。家庭科の学習事項として和装教育の項目が掲載され、2006 年からは「ゆかたの着方」のページも加えられた。推進したのは、全国呉服専門店協同組合を中心とした和装関連団体によって結成された「和装教育国民推進会議」だ³⁴。また 2004 年には全国の呉服専門店が、無料の着付け教室の開催などを通じて、着物市場の活性化を目指し、「日本きもの連盟」を結成した³⁵。着物の着方教室は、様々な呉服専門店も実施しており、例えば、大手 NC（ナショナルチェーン）のやまと（東京都渋谷区）では、「着る推進室」を設置し、全国の 120 店舗で 1 時間当たり 500 円を払えば着付けを学べる「着付倶楽部」などをスタートした³⁶。

²⁹ デザインとして、伝統、格式に縛られないという特徴もある。従来の着物は反物から作るオートクチュール（注文服）で裏をつけたりと最終的に価格が膨れ上がった。色もピンクなど淡い色調は若い人、渋い色は年配者と暗黙の規定があった。ニューきものはほとんど渋いダークカラーで、大正時代や江戸末期を感じさせる古典柄が中心。

³⁰ 「呉服 (3) ニュー着物に気乗り薄、顧客開拓の意欲乏しく (まちの専門店昨日今日明日)」『日経流通新聞』1988 年 12 月 8 日、15 ページ

³¹ 「呉服 (3) ニュー着物に気乗り薄、顧客開拓の意欲乏しく (まちの専門店昨日今日明日)」『日経流通新聞』1988 年 12 月 8 日、15 ページ

³² 「京の和装業界、需要開拓へ多彩な催し計画—11 月はきもの女王大会開催」『日本経済新聞』地方経済面 近畿 B, 1983 年 10 月 18 日、10 ページ

³³ 「京都の寺社観光、着物の客を優待、和装団体が『パスポート』」『日本経済新聞』地方経済面 京都・滋賀, 2001 年 9 月 29 日、45 ページ

³⁴ 和装教育国民推進会議ウェブサイト (<http://wasoukyouiku.jp/activity.html>) 2013 年 9 月 28 日閲覧 会員団体を中心に、「中学校における和装教育実施」の賛同署名募集活動を展開して 51 万余の賛同署名を集め、1997 年の通常国会にて請願が採択されたものだ。2012 年から採用される新家庭科教科書では、「ゆかたの着方」など和装に関わる学習が必修化された。

³⁵ 「老舗と大手チェーン団結、着物復権めざせ、全国組織 28 日発足—無料で着方教室」『日経 M J (流通新聞)』2004 年 6 月 17 日、18 ページ

³⁶ 「着物販促、若者に体験の場、初詣・花見会開いて『普段使い』提案」『日経 M J (流通新聞)』, 2013 年 2 月 8 日、14 ページ

一方、着物の製品知識を持たない消費者に対応する後者のアプローチとの一つとしては、着付けを簡便化した着物の開発が、1980年頃から試みられてきた。1979年に京都きもの振興会が、若者でも簡単に着られる「ひとりだち」を開発し、上下に分かれたツーピース型の二部式着物と、おはしよりのない対丈きものパターンを発表した³⁷。従来の着物に比べると小物類がいないため、海外にも持参しやすい、年配者でも着やすいといったメリットがある³⁸。二部式の着物は、1980年代の「ニューきもの」ブームでも一部に採用された。

また花火大会の浴衣や成人式・卒業式の振り袖といった、今日も和装が浸透しているシーンでは、洋服感覚の嗜好やトレンドを反映したデザインが取り入れられてきた。柄に金色や銀色をあしらった浴衣や、ラメやラインストーンが取り入れられた振り袖なども、多く開発されるようになった。こうした新しいデザイン提案の中には、従来の着付けの常識やルールを逸脱したものも少なくない。2000年代以降には「浴衣ブーム」が起こり、20～30代女性の多くが花火大会や夏祭りで浴衣を身につけるようになった。その結果、2006年頃には、夏の浴衣に合わせることはない「重ねえり」や「帯締め」、本来は子供向けで柔らかい素材で作られた「兵児帯」などが、大手呉服専門店によって浴衣に合わせる小物として提案された³⁹。こうした和装小物は、本来の目的や機能性から離れて、浴衣姿を他の人よりもおしゃれに、着物のように見せるために人気を博した。

こうした取り組みには、今後の需要拡大に繋がるものもあるかもしれない。ただし、すでに見た通り、今日までの状況では着物市場の衰退傾向には歯止めがかかっていない。家計調査のデータを見ると、浴衣ブームによって2002年から2005年にかけて、数量ベースで婦人用着物の消費に伸びが見られたものの、金額での市場拡大には必ずしも繋がらず、2005年以降はふたたび数量も減少に転じている。

4. 探索的調査 —着物の「魅力」の抽出

既に見たように、これまで和装関連産業では様々な試行錯誤がなされてきたが、こうした問題解決のための取り組みは、しばしば「いかに着物を多く売るか」という事業者本位の、近視眼的な発想になりがちだった。「何のために人びとが着物を着ようとするのか」、「顧客にとっての着物という商品の魅力は、本来どこにあるのか」をきちんと捉えることができなければ、消費者に適応しようとする努力も、表面的なものにとどまってしまう。それでは逆に、事業者側で着物という商品の価値を定義し、明確に消費者に伝えることができているかといえ、実際には多様な試行錯誤によって、また委託販売を主な要因とする流通事業者の機能低下によって、逆に「着物の魅力は何なのか」「着物はどうかあるべきか」がますます見えづらくなっているのではないだろうか。

本研究ではこうした現状を受け、まずは明確に定義されてこなかった着物の魅力を言語

³⁷ 「ヤングに照準、呉服の価格革命—問屋の『京都・室町』巻き返し(けいざいレポート)』『日本経済新聞』夕刊, 1981年10月15日, 3ページ

³⁸ 「二部式着物—老婦人も手軽に着れる、正絹・綿・合織…多彩な素材(売れ筋)』『日経流通新聞』1985年11月7日, 12ページ

³⁹ 「小物で装う浴衣—重ねえりやピアス…、若い女性、着こなし多彩に』『日本経済新聞』朝刊, 2006年5月31日, 31ページ

化するために、ユーザーと多様な事業者に対するインタビュー調査を実施し、さらに「きものサローネ in 日本橋 2013」の協力のもと、来場者に対するアンケート調査を実施した。それぞれの概要は、表1の通りである。

表1 インタビュー調査、パイロット（アンケート）調査の概要

	対象	実施日時
ユーザー インタビュー調査	30代女性着物愛好者グループインタビュー（4名） エクストリームユーザーデプスインタビュー（2名）	2013年10月17日 19:00-20:30 2013年10月24日 18:45-19:45
事業者 ヒアリング調査	京都 染加工問屋（2社）・関東 染加工問屋（1社）前売り問屋（1社）・NC（1社）・LC（2社）・着尺織元（2社）・織元アンテナショップ（1社）・和装関連雑誌編集長（2名）・インディーズデザイナー（3名）	2012年12月～2013年11月に実施（各1-2時間）
パイロット調査 （アンケート調査）	「きものサローネ in 日本橋 2013」の受付にて来場者1338名に対して自記式質問紙調査を実施	10月20～22日

インタビューでは、研究協力者である大槻美聡氏（株式会社マーケティング・リサーチ・サービス）、本條晴一郎氏（法政大学経営学部兼任講師）の主導のもと、30代女性着物愛好者に対するグループインタビューと、着物のエクストリームユーザーに対するデプスインタビューを実施した。いずれも半構造化インタビューの形式で、普段の着物の楽しみ方や、着物の魅力、着物に関心を持ったきっかけなどについて聞き取り調査を行った。また、メーカー、流通業者、着物関連雑誌の編集者といった多様な着物関連事業者に対するヒアリングを実施し、各企業の取り組みや、着物市場の課題に加えて、主要な顧客や着物ユーザーの特徴と動向について聞き取り調査を行った。

次に、こうしたインタビューの結果を踏まえた上で、今日の着物ユーザーの特徴を把握するためのパイロット調査を実施した。対象は、2013年10月20～22日の間に東京日本橋の三井ホール・YUITOを会場に開催され、全国の着物ファン6,311人を集客したイベント「きものサローネ in 日本橋 2013」の来場者である。きものサローネ in 日本橋実行委員会の協力のもと、会場受付にて質問紙を回収した（N=1,338）。質問紙では着物の着用頻度や着物に対する知識等とともに「着物好きな人のイメージ」と「着物を身近に感じるためのアイデア」を自由記述形式で回答求めた。

次に、これらの文字起しをしたインタビューデータと自由記述の回答をコーディング・集約し、ユーザーが感じる着物の魅力を特定した。インタビューデータのコーディングに関しては、修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ⁴⁰

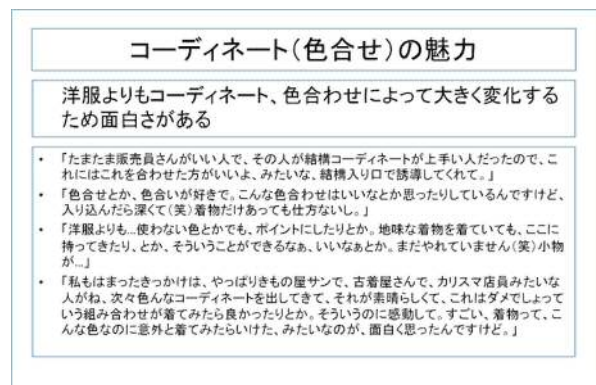


図5 M-GTAのワークシートの例

⁴⁰ グラウンデッド・セオリー・アプローチ（GTA）は、1967年に社会学者のストラウス（Anselm L. Strauss）とグレイザ

(Modified Grounded Theory Approach: M-GTA) (木下, 2003) に基づき、図5のようなワークシートを作成して概念抽出を行った。データの収集と概念抽出は、いずれも「理論的飽和」(収集したデータをこれ以上分析しても、新たな概念を生み出すことができず、かつデータのヴァリエーションも十分に保証されている状態) に到達するまで継続された。

5. 検証的調査 ー着物の「魅力」と消費行動との関係

以上の探索的調査の結果、着物好きの人に対するイメージとしては、「時間に余裕のある人」「社交的な人」「お洒落な人」「清楚な人」など計46項目が抽出され、着物自体に対する魅力としては、「洋服にはない斬新な色や柄に魅力を感じる」「手間暇を掛けた手仕事の工芸品であることに魅力を感じる」など計26項目が抽出された。ただし回答は多様であり、これらの項目の中には例えば、「時間に余裕がある人」とは対照的な「忙しい人」という着物好きのイメージや、「手間暇を掛けた手仕事の工芸品であることに魅力を感じる」という意見とは相反する「柄・デザインが良ければプリンターによる染などでも構わない」という意見のように、対立する意味を持つ項目が多く見られた。

そこで次に、年齢及び性別において多様なより多くのサンプルを対象に、それぞれの着物の魅力を表す項目がどれくらい支持されるかを確かめる検証的調査を行った。質問紙の作成にあたっては、先述の探索的調査の結果をもとに、「素敵だと思う着物好きのイメージ(27項目)」「着物に対する考え方(20項目)」から構成される、7段階のSD法(反対語の対からなる評価尺度を複数用いて対象の評価を行う方法で、回答者は「非常にAである=1」から「非常にBである=7」までのいずれかを選択する)の尺度を作成した(表2)。ただし、反対の意味を持つ項目が探索的調査から抽出されなかった項目に関しては、質問紙の作成にあたって分析者が反対の意味をなす項目を追加した。質問紙には回答者の属性と併せて、着物の着用頻度、着物を着始めたきっかけ、着物を入手する主なルート、着物についての情報源、着物に対する年齢支出金額に関する質問が追加された。

表2 着物好きの人物のイメージに関する項目

粋な人/江戸っ子	はんなりした人/京女・京男*
時間にゆとりのある人	忙しい人
淋しい人	社交的な人
ダサイ人	お洒落な人
自立心のある人	グループで行動するのが好きな人
カッコいい人	可愛い人
海外が好きな人	日本が好きな人
清楚な人	派手好きな人
非日常が好きな人	日常生活を楽しむ人
古風な人	現代的な人*
おくゆかしい人	目立ちたがりな人

ー (Barney G. Glaser) によって出版された『データ対話型理論の発見 (The Discovery of Grounded Theory for Qualitative Research)』(後藤隆ほか訳) の中で初めて提唱された研究方法である。データに基づいた (grounded on data) 理論を生成することを目的に、質的データを分析するために用いられる手法の1つである。グレイザーやストラウスらは概念抽出の際に、データを切片化し、さらに「コード」や「プロパティ」などの段階を入れて分析するが、木下(2003)によって提唱された修正版(M-GTA)では、独自の「分析ワークシート」の導入によって、データの解釈から直接概念を生成することによる大きな特徴がある。

気遣いのない人	細かいことに気をつく人
頑張る人	気持ちに余裕のある人
几帳面な人	大らかな人 *
大人の	若い人 *
さりげなく着ている人	着物にハマっている人
マナーを守る人	自由な人
変わった人	普通の人
自営業	オフィスワーカー
伝統文化を大切に	新しいものが好きな人
仕事で着る人	オフで着る人 *
個性的な人	周りに合わせられる人
やさしい人	厳しい人 *
自己主張が強い人	柔軟な人
優雅な人	行動力がある人
お金持ちな人	エコな人

(*は、反対の意味を持つ項目が探索的調査から抽出されなかったため、分析者によって追加された項目)

表3 着物に対する考え方に関する項目

洋服にはない斬新な色や柄に魅力を感じる	洋服感覚で着られる色や柄の着物があったら良いと思う *
着物も衣服なので自分で着付けができるようになるべきだ	着付けは難しいので簡単に着られる着物(二部式や作り帯など)が増えれば良い *
「1枚の布」で構成される着物に合理性を感じる	洋服のように立体裁断した着物があっても良いと思う *
着方よりも着物自体のデザイン・美しさが大事だと思う*	着物自体よりもピシッと綺麗に着ることが大事だと思う
着物は伝統的な生活空間に似合うと思う *	着物は現代的な生活空間に似合うと思う
着物のルールは守られるべきだと思う *	着物は自由に着崩して構わないと思う
着物の知識は書籍や着付け教室などによって身につくと思う*	着物の知識は失敗しながらも繰り返し着ることで身につくと思う
アンティークショップ・リサイクルショップ等で古着を探すが好き	呉服屋さんで誂えてもらうことが好き *
洋服よりも着物はコーディネートが大きいと思う	着物より洋服の方がコーディネートが大きいと思う *
日常生活の中で普段着として着物を着たい	特別なイベントでの晴れ着として着物を着たい *
古典柄が好き *	抽象柄が好き
手間暇を掛けた手仕事の工芸品であることに魅力を感じる	柄・デザインが良ければプリンターによる染などでも構わない
江戸小紋のように「粋な」着物に惹かれる	京友禅のように「はんなりした」着物に惹かれる
着物について気軽に相談できる人やお店を知らない*	着物について気軽に相談できる人やお店を知っている
アンティークや化繊も含め、手軽な価格で購入できる方が良い	糸や製造法にこだわった着物は高額でも購入したいと思う
着物は家着(普段着)である	着物はお出かけ着(正装)である
着物はお洒落を楽しむファッションである	着物は守っていくべき伝統文化である
着物は絹・綿・麻など天然素材であるべきだ	化学繊維で作られた着物が主流になっても良いと思う
着物を着ると気持ちが「オフ」に切り替わる	着物を着ると気持ちが「オン」に切り替わる

(*は、反対の意味を持つ項目が探索的調査から抽出されなかったため、分析者によって追加された項目)

検証的調査は、マイボイスコム株式会社のパネルを利用したオンライン・サーベイによって行った。「年に1~2回程度以上、着物を着用する人」かつ「自分の着物を持っている人」を対象にインターネットアンケート調査を実施した(調査期間2014年2月20~24日)。その結果、330の質問紙が回収され、そのうち有効回答数は319であった。図6~9は回答者属性を円グラフにしたものである。男女の比率はほぼ半々であり、年代は50代・60代が全体の約半数を占めるものの、20代~70代までの幅広い年齢層から回答を得た。

図10は、回答者の着物に対する年間支出金額を表したグラフである。全体の平均値は86,462円であり、一部には年間に150万円以上支出する人もみられるが、回答者のほとんどは年間10万円以下しか着物に対して支出していないことがわかる。また、男性と女性、年代間で、着物の支出金額に対する有意な差異は見られなかった(図11)。

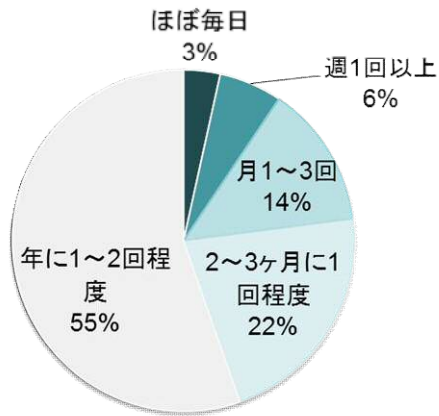


図6 着物の着用頻度

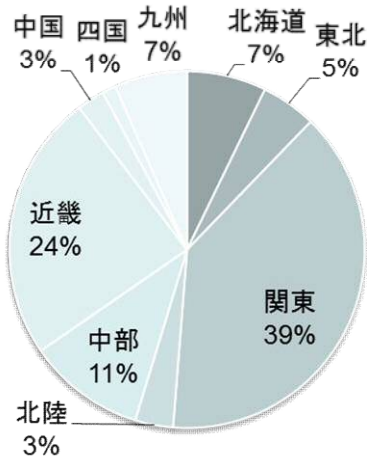


図7 居住地域

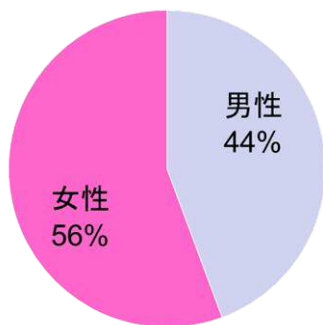


図8 性別

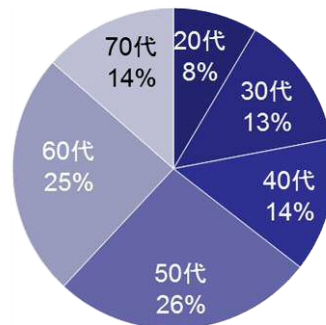


図9 年代

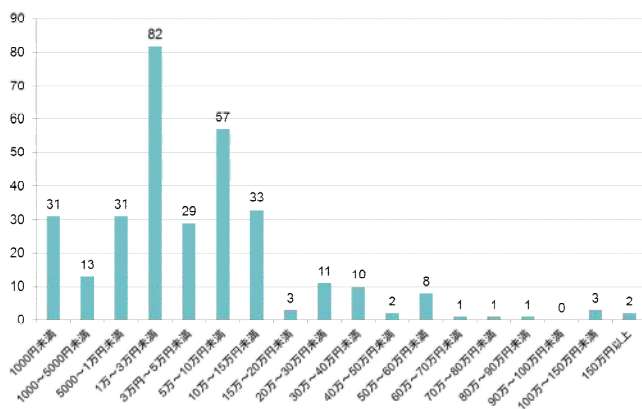


図10 着物に対する年間支出金額

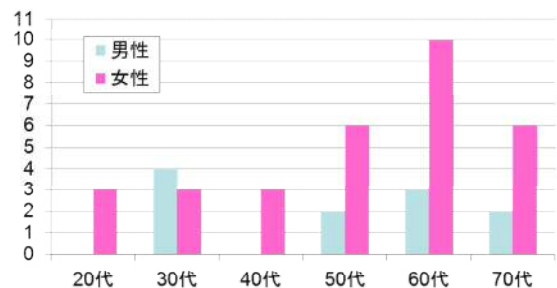


図11 年間15万円以上支出する人の属性

①相関分析の結果

まず、それぞれの着物の魅力を表す項目が、回答者の「着物の着用頻度」及び「着物に対する年間支出金額」とどのような関係があるかを確かめるために、相関分析を行った⁴¹。

データ分析には、統計解析ソフト SPSS Statistics ver.18 によってピアソンの相関係数を求めた。各項目の「支出金額」と「着用頻度」のそれぞれに対する相関係数は、表4のとおりである。

表4. 相関分析の結果

	全体		20~40代		50~70代	
	支出金額	着用頻度	支出金額	着用頻度	支出金額	着用頻度
【A. 淋しい人】【B. 社会的な人】	n.s.		n.s.		n.s.	
【A. ダサい人】【B. お洒落な人】	.121 *	-.112 *	.223 *	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 自立心のある人】【B. グループで行動するのが好きな人】	.119 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 清楚な人】【B. 派手好きな人】	-.116 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. おくゆかしい人】【B. 目立ちたがりな人】	-.119 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 頑張る人】【B. 気持ちに余裕のある人】	.113 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 几帳面な人】【B. 大らかな人】	n.s.	-.116 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 変わった人】【B. 普通の人】	.127 *	n.s.	n.s.	n.s.	.170 *	n.s.
【A. 自己主張が強い人】【B. 柔軟な人】	.138 *	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
【A. 優雅な人】【B. 行動力がある人】	-.139 *	n.s.	n.s.	n.s.	-.183 **	n.s.
【A. 着物は衣服なので自分で着付けができるべきだ】 【B. 簡単に着られる着物(二部式や作り帯など)が増えれば良い】	-.192 **	-.157 *	n.s.	n.s.	-.265 **	-.180 **
【A. 着方のルールは守られるべきだと思う】 【B. 着物は自由に着崩して構わないと思う】	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	.144 *
【A. アンティークショップ等で古着を探すことが好き】 【B. 呉服屋さんで眺えてもらうことが好き】	.164 **	-.141 *	n.s.	-.236 *	.173 *	n.s.
【A. 洋服より着物の方がコーディネートを楽しむが大きいと思う】 【B. 着物より洋服の方がコーディネートを楽しむが大きいと思う】	-.123 *	-.130 *	n.s.	n.s.	-.175 *	-.149 *
【A. 日常生活の中で普段着として着物を着たい】 【B. 特別なイベントでの晴れ着として着物を着たい】	n.s.	-.243 **	n.s.	-.217 *	n.s.	-.267 **
【A. 着物について気軽に相談できる人やお店を知らない】【B. 着物について気軽に相談できる人やお店を知っている】	.270 **	.162 *	.195 *	n.s.	.311 **	.244 **
【A. アンティークや化繊など手軽な価格で購入できる方が良い】 【B. 糸や製法にこだわった着物は高額でも購入したいと思う】	.258 **	n.s.	.273 **	n.s.	.249 **	n.s.
【A. 着物は家着(普段着)である】 【B. 着物はお出かけ着(正装)である】	n.s.	-.175 **	n.s.	-.226 *	n.s.	-.145 *
【A. 着物はお洒落を楽しむファッションである】 【B. 着物は守っていくべき伝統文化である】	n.s.	-.135 *	n.s.	-.209 *	n.s.	n.s.
【A. 着物を着ると気持ちが「オフ」に切り替わる】 【B. 着物を着ると気持ちが「オン」に切り替わる】	n.s.	-.142 *	n.s.	-.337 **	n.s.	n.s.
【A. 着物を着る(持っている)だけで1人でも嬉しい】 【B. 着物を着る(持っている)ことで周りの反応が変わるのが嬉しい】	n.s.	-.136 *	n.s.	-.190 *	-.176 *	n.s.

※ 各数値は相関係数であり、「n.s.」は有意でないことを表す

※ * は5%水準で有意、** は1%水準で有意な項目である

着物に対する支出金額と有意な相関があった項目を見ると、「お洒落」「グループで行動するのが好き」「清楚」「おくゆかしい」「気持ちに余裕がある」「普通」「柔軟」「優雅」という着物好きのイメージを持っており、「着物は衣服なので自分で着付けができるべき」「呉服屋さんで眺えてもらうことが好き」「コーディネートを楽しむが大きいと思う」「着物について気軽に相談できる人やお店を知っている」「糸や製法にこだわった着物は高くても買いたい」と考えている人は、支出金額が高い傾向にあることがわかった。また年代別にみると、50~70代では「コーディネートを楽しむが大きい」、「1人で着るだけで嬉しい」と考える人ほど、20~40代では「着物好き=お洒落」と考える人ほど、支出金額が高い傾向が見られた。

着物の着用頻度と相関があった項目を見ると、「淋しい」「ダサい」「几帳面」という着物好きのイメージを持っており、「自分で着付けができるべき」「アンティークショップで古

⁴¹ 相関分析とは、2変数間の関係を相関係数と呼ばれる数値で記述する分析方法である。相関係数は-1~1の間の値を取り、1に近いほど正の強い関係、-1に近いほど負の強い関係があり、0は無相関を表す。

着を探ることが好き」「コーディネートが大きい」「日常生活の中で普段着として着物を着たい」「着物について気軽に相談できる人やお店を知っている」「着物は家着（普段着）である」「着物＝お洒落を楽しむファッションである」「着物を着ると気持ちが“オフ”に切り替わる」「1人で着る（持っている）だけで嬉しい」と考えている人は、着用頻度が高い傾向にあることがわかった。また年代によってグループを分けた場合に特徴的な項目として、50～70代では「自分で着付けができるべき」「自由に着崩して構わないと思う」と考える人ほど、20～40代では「アンティークショップで古着を購入」する人ほど、着用頻度が高い傾向が見られた。

共通する項目として、「着物について気軽に相談できる人やお店を知っている」と回答する人は、「着用頻度」「支出金額」のいずれも高い傾向にあることがわかった。

②因子分析と重回帰分析

ただし相関分析では項目が多く全体構造をつかみにくく、また各項目間に相関も見られることから、各変数に影響を与える着物の価値が共通因子として存在しているのではないかと考えられる。そこで同じく SPSS Statistics ver.18 によって探索的因子分析（最尤法、バリマックス回転）を行った結果、6つの共通因子が抽出された。命名された6つの因子と各因子に対応する質問項目と因子負荷量は、表5の通りである。

第1因子「伝統を大切に丁寧な生活をする大人」、第2因子「日本好きなお洒落で人付き合いの上手な人」、第3因子「周囲に対して自分の個性を表現する人」は、いずれも着物を着る人のイメージに関係する因子である。第4因子「日常着としてコーディネートを楽しむ」、第5因子「着物自体の特徴（生地・織・染・ルール）を楽しむ」、第6因子「自分にぴったりのこだわりの製品を着こなす」はそれぞれが異なる着物の魅力を表す因子である。この結果は、6つの異なる着物の魅力、言い換えれば、着物に対する異なる消費者のニーズが存在しており、それぞれに対応する着物愛好者のセグメントが市場に存在していることを示唆している。

表5 因子分析の結果

	因子名	質問項目	因子負荷量
第1因子	伝統を大切に 丁寧な生活する大人	おくゆかしい人	.767
		古風な人	.652
		清楚な人	.638
		伝統文化を大切にする人	.591
		マナーを守る人	.558
		大人な人	.553
		スローな暮らしをする人	.459
第2因子	日本好きなオシャレで 人づきあいの上手な人	やさしい人	.430
		さりげなく着ている人	.409
		気持ちに余裕のある人	.800
		お洒落な人	.891
		細かいことに気のつく人	.835
		大らかな人	.547
		社交的な人	.526
第3因子	周囲に対して 自分の個性を 表現する人	日本が好きの人	.447
		柔軟な人(⇨自己主張が強い人)	-.655
		個性的な人	.538
		普通の人(⇨変わった人)	-.531
		お金持ちな人	.426
		自言軍	.402
		オフで着る人(⇨仕事で着る人)	-.371
第4因子	日常着として コーディネート を楽しむ	着物はお出掛け着・正装である(⇨着物はお洒落・普段着である)	-.675
		着物は守っていくべき伝統文化である(⇨着物はお洒落を楽しむファッションである)	-.645
		日常生活の中で普段着として着物を着たい	.581
		洋服より着物の方がコーディネートのおもしろいと思う	.430
		江戸小紋のように特な着物に惹かれる	.388
		着物を着る(持っている)だけで1人でも楽しくなる	.368
		手間暇をかけた手仕事の工芸品であることに魅力を感じる	.584
第5因子	着物自体の特徴 (生地・織・染・ルール) を楽しむ	着物は絹織物など天然素材であるべきだ	.538
		古典柄が好き	.496
		着方のルールは守られるべきだと思う	.488
		洋服にはない斬新な色や柄に魅力を感じる	.480
		着物は衣服なので自分で着付けができるべきだ	.458
		1枚の布で構成される着物に合理性を感じる	.454
		アンティークや化繊など手軽な価格で購入できる方が良い(⇨糸や製造法にこだわった着物は高価でも購入したいと思う)	-.682
第6因子	自分にぴったりの こだわりの製品 を着こなす	着物について気軽に相談できる人やお店を知っている	.502
		兵衛屋さんに購入することが好き	.458
		着物は伝統的な生活空間で着られるべきだ(⇨着物は現代的な生活空間で着られるべきだ)	-.432
		着物自体よりもドレスと併用に着ることが大事だと思う	.375
		着物の知識は書籍や着付け教室などによって身につくと思う(⇨着物の知識は失敗しながらも繰り返し着ることで身につくと思う)	-.361

さらに、これらの各因子と、「着用頻度」および「支出金額」とがどのような関係にあるかを確かめるために、各因子得点を独立変数とし、着用頻度・支出金額のそれぞれを従属変数とした重回帰分析を行った(表6)。

表6 重回帰分析の結果

モデル(Y=着用頻度)	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準偏差誤差	ベータ		
1 (定数)	3.805	.060		63.486	.000
伝統を大切に丁寧な生活する大人	.066	.065	.056	1.020	.309
日本好きなオシャレで人づきあいの上手な人	-.147	.066	-.122	-2.221	.027
周囲に対して自分の個性を表現する人	-.081	.069	-.064	-1.164	.245
日常着としてコーディネートを楽しむ	.254	.068	.205	3.737	.000
着物自体の特徴(生地・織・染・ルール)を楽しむ	.005	.069	.004	.072	.942
自分にぴったりのこだわりの製品を着こなす	.124	.071	.096	1.752	.081

モデル(Y=支出金額)	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準偏差誤差	ベータ		
1 (定数)	86462.264	10222.387		8.458	.000
伝統を大切に丁寧な生活する大人	13118.821	11111.773	.063	1.181	.239
日本好きなオシャレで人づきあいの上手な人	12445.048	11272.430	.059	1.104	.270
周囲に対して自分の個性を表現する人	-23573.625	11821.100	-.107	-1.994	.047
日常着としてコーディネートを楽しむ	11468.210	11596.409	.053	.989	.323
着物自体の特徴(生地・織・染・ルール)を楽しむ	18748.816	11807.583	.086	1.588	.113
自分にぴったりのこだわりの製品を着こなす	61258.396	12102.603	.273	5.062	.000

その結果、「着用頻度」に対しては、第4因子「日常着としてコーディネートを楽しむ」(β=0.205、1%水準で有意)が正の影響を、および第2因子「日本好きなお洒落で人づきあいの上手な人」(β=-0.122、5%水準で有意)が負の影響を与えていることがわかった。

また「支出金額」に対しては、第6因子「自分のぴったりのこだわりの製品を着こなす」(β=0.273、1%水準で有意)が正の影響を、および第3因子「周囲に対して自分の個性を

表現する人」($\beta=-0.107$ 、5%水準で有意)が負の影響を与えていることがわかった。

つまり、特別なシーンで誰かに見せるための衣装という位置づけではなく、日常で着る普段着として洋服以上にコーディネートを楽しめるという着物の魅力を感じている人は、着用頻度が高い傾向が見られた。それに対して、「日本好きなお洒落で人づきあいの上手な人」という着物ユーザーのイメージを持つ人は、着用頻度は低くなる傾向が見られた。

同様に、着物の年間支出金額に関しては、自分用にお誂え(オーダーメイド)で作られたこだわりの着物を現代の生活空間で着こなす、という着物の魅力を感じる人は、支出金額が高い傾向が見られた。それに対して、「周囲に対して自己表現をする裕福で個性的な人」という着物ユーザーのイメージを持つ人は、支出金額は低くなる傾向が見られた。

6. 考察

以上から、今日のユーザーにとって着物の価値は、大きく6つの異なる因子(セグメント)として類型化できること、そのうち特定の因子が着物ユーザーの着用頻度及び支出金額に、プラス(あるいはマイナス)の影響を与えていることが確認された。本節では、こうした結果を踏まえて、第3節で整理された構造的問題(図4)に対して、どのようなアプローチが可能かを考察したい。

①消費者知識の向上

まず相関分析の結果から、「着物について相談できる人(お店)を知っている」ことは、着物の着用頻度と支出金額の両方を向上させることがわかる。着物には、自分に似合う、あるいはシーンにふさわしい着物を選ぶためにも、またそれを着用するためにも、洋服とは異なる知識が必要となる。そうした消費者の着物に対する知識が着用機会の低下とともに減少したことが「着物ばなれ」の大きな要因となっていることは第3節でみた通りである。

これに対して分析結果は、ユーザーが着物について相談できる場を持つことで、自らの知識不足を補える可能性を示している。ただし実際に、どの程度の人々がそうした場を持っているかといえば、調査結果から「着物について相談できる人(店)を知っている」と回答した人は、全体の35%未満にすぎなかった。こうした割合を高めるは、着物に対する消費者知識の向上につながり、最終的に着用頻度及び支出金額の向上へと結びつくと期待できる。

一方で、ユーザーが主に着物を入手するルートを尋ねた結果(図12)をみると、約70%の人々が「呉服店」と回答している。これはつまり、多くのユーザーは呉服店で着物を購入するにもかかわらず、そうした小売店が必ずしも「着物について相談できる場」として機能していないことを示唆している。したがって、ユーザーと、知識豊富で信頼できる呉服店との関係づくりが重要であると言える。

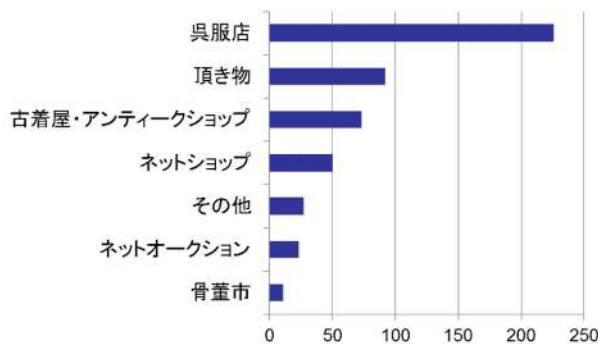


図 12 着物入手する主なルート（複数回答）

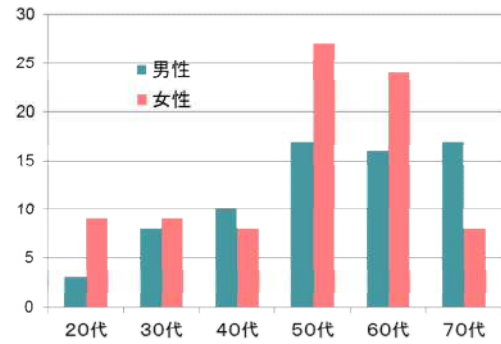


図 13 日常着としてコーディネートを楽しむ（第 4 因子）の得点が高いユーザーの属性

②着用頻度の向上

さらに、因子分析及び重回帰分析の結果からは、「日常着としてコーディネートを楽しむファッション」としての着物の魅力を高めることが、着物の着用頻度向上のために有効であることが明らかになった。こうした着物の価値は、従来のフォーマルな衣装としての着物、守っていくべき伝統文化としての着物という位置づけとは対照的である。さらに、コーディネートを楽しむファッションとしての着物の価値は、「着物を着ている（持っているだけで）1人でもうれしくなる」という項目が示唆するように、誰かに評価されることではなく、自分自身が楽しむことに関わっている。こうした価値を重視するユーザーは、特に 50～60 代の女性に多くみられた（図 13）。

因子分析で抽出された 6 つの共通因子は、いずれもユーザーから見た着物の価値を表しており、それぞれを高めることで、着物という商品全体の価値が高まると考えられる。ただし、特に 70 年代以降の「伝統文化」や「フォーマル着」としての着物の位置付けは、ファッションとしての着物の魅力（第 4 因子）を弱らせ、結果として着用頻度を減少させた可能性がある。

実際には、着物・帯・帯締め・帯揚げというパーツの組み合わせで構成される和装は、着物は同じでも帯を変える、または着物・帯は同じでも小物を変えるだけで全く異なる雰囲気となり、色と柄の多様なコーディネートを楽しむことができる。これは洋服にはない着物の魅力だと言える。したがって、例えば、ダンスに眠っている手持ちの着物のコーディネートを提案し、ユーザーが多様な色合わせ・柄あわせの楽しさを感じることができれば、着物の着用頻度の向上に結び付くと考えられる。さらに着用頻度が増えれば、最終的には着物関連支出の増加が期待できる。

③支出金額の向上

因子分析及び重回帰分析から明らかになったもう一つの点は、「自分にぴったりのこだわりの製品を着こなすことができる」という着物の価値を高めることは、着物に対する年間支出金額の向上に有効だということだ。実際に、ほとんどが量産の既製服である今日の洋

服とは対照的に、着物はその多くが完全なオーダーメイドで作られる。つまり、選んだ白生地を自分に似合う色に染め上げてもらったり、自分の体形ぴったりに仕立ててもらったりと、自分だけのこだわりの一点を詠えることができる。調査結果はこうした着物の価値が支出金額の向上に結び付くことを示唆しており、またこうした傾向には、年齢や性別等の属性による差異は見られなかった。

言い換えれば、着物の高額化は確かに着物ばなれの要因となったが、同時にユーザーは一概に「安ければ量産品でも良い」と考えているわけではない、と言える。ユーザーが自分に合ったものを選択でき、それを着こなせるのであれば、糸や製造方法にこだわって作られた、ある程度高額な着物でも購入したいと考えているのである。逆にこうした着物の価値は、買い手の知識不足に付け込んだ「高額なもの＝品質が良いもの」という前提での法外な値付けや、ユーザーの好みや着用シーンに十分配慮せず「どれだけその商品に値打ちがあるのか」を一方向的に伝えるような販売方法、ステータスや自己顕示のために高級な着物を着ること、とは相反するものである。こうした着物の価値を高めるためには、着物関連事業者が、作り手の製品に対するこだわりを伝えるのと同時に、買い手が自分だけの着物を「作る楽しみ」を最大限に実感できるようサポートすることが重要になる。

7. 京都市への実践的な提言：着物関連市場における好循環の創出に向けて

最後に、これまでの分析結果を踏まえた上で、今後の着物関連市場に求められる取り組みを、京都市への実践的な提言と関連づけて提案したい。

まず着物関連事業者にとっての課題は、当面の売上げの確保だろう。そのため第3節でみたように1970年代以降、着物全体の生産量縮小という環境変化を受けて、着物産業は高級品・フォーマル品へ生産をシフトすることで、消費量の減少を単価の上昇によってカバーしようとしてきた。しかしその結果、着物の着用シーンが限定され、消費者の着物に関する知識が低下する、という悪循環に陥った(図4)。ここでは、この悪循環を好循環(図14)へと転換していく可能性を議論する。

まず、商品価値を含めた着物に関する「知識」は、着物が身近でなくなった現在、消費者だけではなく一部の事業者においても全体として確かに低下している。しかし一方で、生地や産地、製造技術、着付け・手入れやコーディネートなどに精通した着物愛好者が存在していることも確かである。そのような人物が気軽に相談できる存在として身近にいることは、着物の着用頻度と支出金額の両方にプラスの影響を与える。

一方で、本来消費者に情報を提供するチャネルである呉服店は、現状では必ずしも消費者が商品について気軽に相談できる場にはなっていないことが指摘された。実際に呉服店の中には、着物を購入する人がますます少なくなった中で、買わない顧客には十分な説明をしてくれない店や、限られたお客を逃すまいとマニュアル化された強引な販売トークを展開する店も存在しており、インターネット上のブログや掲示板には、少なくとも一度は「呉服屋に行って怖い目にあった」「不愉快な接客をされた」という着物愛好者の苦情が多

く見られる⁴²。

そこで、行政が取り組むべき短期的な課題としては、消費者に対して着物の魅力を伝え、知識向上を支援するような顧客接点の育成が求められる。例えば、呉服店の中で「買わなくても見せてくれる店」、「初心者でも親身に相談に乗ってくれる店」を認定し、情報発信することで、着物に関心はあるが知識が十分でないユーザーに対して、着物着

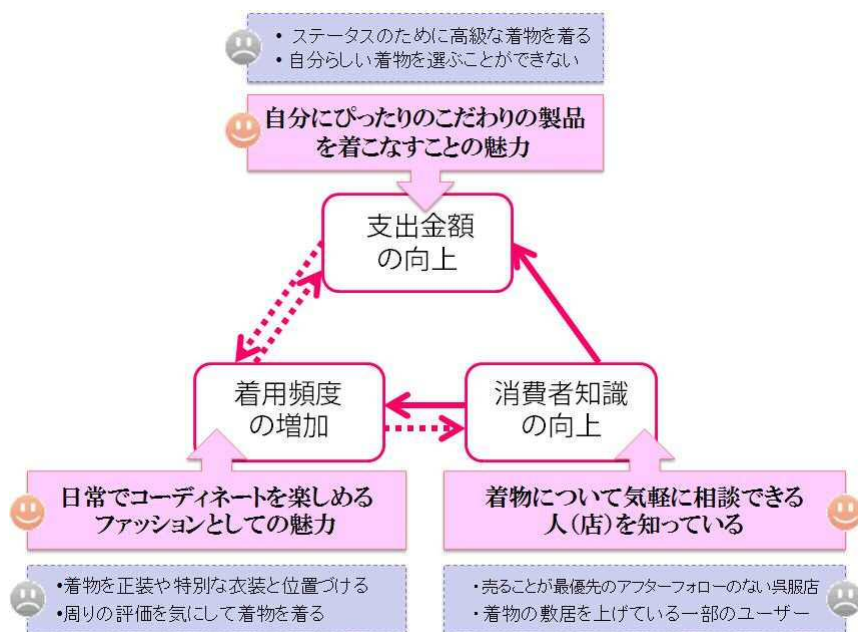


図 14 着物関連市場における好循環の創出

用に対する敷居を下げる事が可能だと考えられる。さらに直接の顧客接点となるそうした呉服店が、消費者のニーズ情報を把握し、メーカーや卸売業者に伝達する本来の役割を果たすことも強く期待される。

また近年では、一部の着物関連事業者のウェブサイト、あるいはソーシャルメディア上の消費者間コミュニティにおいて、着物に関する悩みや情報を共有する場が形成されており、消費者知識の向上に貢献している。そこで短期的に可能なもう一つの政策的取り組みとしては、各産地・メーカーが、自らウェブサイトや動画を通じて、直接に作り手としての思いや、着物に関わるストーリーをユーザーに発信する活動を支援することも有効だと考えられる。第6節で見たとおり、消費者が糸や技術など製品のこだわりを理解し、自分の好みにあったものを選ぶことができれば、着物に対する支出金額の上昇に結び付くことが期待できる。特に多くの大学が存在する京都では、インターンシップや産学連携などを通じて、こうした作り手の情報発信を支援することもできるだろう。

こうした取り組みによって、着物関連支出を向上させていくことと併せて、中・長期的には再び着物の着用頻度を増やすことで、産業を成長させていくことが期待される。日本の「伝統文化」や晴れの場で着られる「フォーマル着」としての位置付けは、確かに着物の価値を構成する重要な要素である。ただし、こうした側面に比重を置いてきた結果、「日常的なファッション」としての着物というもう一つの価値が弱まってきたことを、本研究では確認した。

そこで、より日常的でカジュアルな着物の着用機会の普及が求められる。例えば、京都市内で着物の着用によって特典が得られる「伝統産業の日」や「きものパスポート」のような取り組みは、今後も継続していくべきだと考えられる。また祇園祭や花火大会等での浴衣と、成人式での振袖の着用が定着している今日、より着付けが簡単で日常的に楽しみ

⁴² 詳しくは「きものカルチャー研究所ホームページ」(<http://www.somesho.com/ankeito/ikari.cgi>)などを参照。

る着物（例えば半幅帯で着られる着物や、綿着物としても着られる浴衣など）の提案ができれば、身近な浴衣と、フォーマルな場でしか着られない正装としての着物との中間に、多様な着用シーンが生まれることが期待できる。

さらに本研究では、着用頻度の増加には（例えば成人式のような）特別な着用機会の設定よりも、日常的なファッションとしてのコーディネート楽しさを提案することが重要であると指摘した。そのため行政の取り組みとして、例えば、業界団体への働きかけとして「呉服店の着物コーディネートアドバイザー」のような役割の奨励や、手持ちの着物の着回し・繰り返し提案によって、日常着のファッションとしての着物の魅力を再発見できるように促すことが有効だと考えられる。

8. 今後の研究課題

本研究の結果、年齢や性別といったデモグラフィック属性によって、着物ユーザーの着用頻度や支出金額には明確な差異がみられないこと⁴³、ユーザーによって6種類の異なる着物の価値が見出されており、それぞれを異なるセグメントとして識別して顧客との関係づくりを行う必要があることが明らかになった。一方、それぞれの着物の価値と、着物に対する関与や知識、ライフスタイルといったユーザー特性との関係については、本研究では検討されなかったものの、今後、引き続き研究されるべき課題である。何らかの関係性が見出されれば、事業者や政策の意思決定にとってより有意義な示唆を導くだろう。

さらに和装関連産業に関して、今後も特に流通・マーケティングの観点からより多様な調査研究がなされ、それが行政や事業者によって活用されていくことが望ましい。なぜならば、市場が縮小した結果、従来存在していた着物関連事業者と着物の愛好者との対話関係が失われてしまった今日、それを補完し、消費者のニーズや事業者の意思決定に有用な情報を体系的に把握・蓄積していく取り組みが、産業全体として不可欠であると考えためだ。本研究での探索的な取り組みが、その一助となれば幸甚である。

謝辞

本研究を進めるに当たって、調査協力をいただき着物関連事業者の方々、着物愛好者の方々、きものサローネ in 日本橋実行委員会の方々には、この場を借りて厚く御礼を申し上げます。また、研究協力者である大槻美聡氏、本條晴一郎氏には、インタビュー調査のみならず着物関連市場の課題と可能性を考察する上で大きな助力をいただいた。本研究の大分部分は2人との議論によって導かれている。ただし本稿の内容の誤りや誤解を与える表現などはすべて研究代表者に帰するものである。

⁴³ 唯一、「日常着としてコーディネートを楽しむ（第4因子）」の因子得点のみ、年代間で有意な差が確認された。

参考文献

- Weick, K. E. (1979), *The Social Psychology of Organizing*, Second Edition, Addison-Wesley. (遠田雄志訳, 『組織化の社会心理学』, 文真堂, 1997年)
- 青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司 (2012) 『消費者行動論－マーケティングとブランド構築への応用』, 有斐閣アルマ
- 石井淳蔵 (2003) 「競争の場を作り出す競争」, 『国民経済雑誌』, 第188巻第4号, pp.1-16
- 石井淳蔵 (2010) 『マーケティングを学ぶ』, ちくま新書
- 出石邦保 (1980) 「和装需要構造の変化と小売流通活動」『同志社大学商学部創立三十周年記念論文集』, 同志社商学部
- 木下康仁 (2003) 『グラウンデッド・セオリー・アプローチの実践－質的研究への誘い』 弘文堂
- 京都新聞社 (1978) 『活路をさぐる－きもの産業』, 京都新聞社
- 笹田友三郎 (1982) 「和装産業の産地形成と産地構造の変化」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, 第2章, ミネルヴァ書房, pp.18-33
- 笹田友三郎 (1982) 「西陣先染織物業の産地構造分析」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, 第7章, ミネルヴァ書房, pp.174-203
- 長沢伸也・石川雅一 (2010) 『京友禅 千總－450年のブランド・イノベーション』, 同友館
- 中村宏治 (1982) 「和装染色加工業の産地構造分析」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, 第12章, ミネルヴァ書房, pp.306-335
- 中村宏治 (1982) 「京染・友禅業の産地構造分析」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, ミネルヴァ書房, 第13章, pp.336-363
- 中村宏治 (1982) 「和装染色製品の需給動向と流通構造」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, 第15章, ミネルヴァ書房, pp.394-425
- 田中宣子 (2012) 「京都小幅友禅業の衰退傾向分析と将来展望」, 『龍谷ビジネスレビュー』, 龍谷大学大学院経営学研究科, 第13号, pp.35-53
- 古米淑郎 (1982) 「和装産業における人的生産要素の展開」, 同志社大学人文科学研究所編『和装織物業の研究』, 第3章, ミネルヴァ書房, pp.34-57
- 矢野経済研究所 (2012) 『呉服市場に関する調査結果 2012』, 2013年1月

参考資料

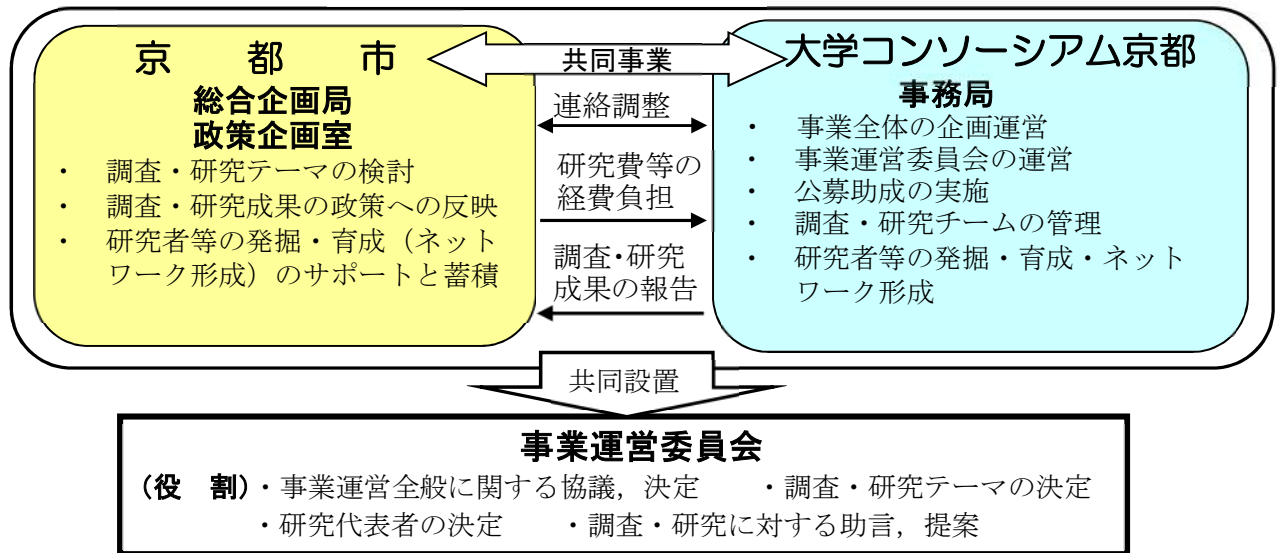
- ・ 未来の京都創造研究事業の概要
- ・ 未来の京都創造研究事業運営委員会 委員名簿
- ・ 応募要項
- ・ 研究者公募結果
- ・ 研究だより第1～6号

未来の京都創造研究事業の概要

1 趣旨

「大学のまち京都」が有する知の集積を活用し、未来の京都づくりに向けた政策を創造するための調査・研究を行うとともに、最先端の研究に取り組む意欲ある若手研究者等の発掘・育成とネットワーク形成を京都市と大学コンソーシアム京都の共同事業として実施する。

2 事業体制



3 事業内容

(1) 調査・研究の実施

- 指定課題：京都市が調査・研究を必要とする課題とし、当面、京都市基本計画に掲げられた未来像・重点戦略を実現するための政策課題を中心にテーマを設定
- 自由課題：京都市の政策に関わる課題で、研究者が行う先端の研究内容の提案を募集
⇒ 公募により研究者を募集し、個人または共同で調査・研究を行う。
⇒ 必要に応じて研究者や市職員等から成る調査・研究チームを設置する。
- 継続課題：過年度に本事業で調査・研究を行って、一定の成果を得たもので、かつより一層高いレベルの成果が期待できると認められるもの
⇒ 研究者と京都市担当部署の双方が継続して調査・研究活動を実施

(2) ネットワークの形成

- 調査・研究に参画した人材によるネットワークを構築する。
- 研究発表会や交流会を開催し、情報共有と相互交流の機会を提供する。

(3) 政策評価結果の分析等

- 市民生活実感調査の分析

4 2013年度事業スケジュール

2013年	5月10日	指定課題研究テーマ決定
	5月17日	指定課題及び自由課題の研究者公募（～6月17日）
	6月28日	研究者決定
	7月中旬	調査・研究の開始
	11月8日	中間報告会
2014年	3月19日	調査・研究成果の報告会及び交流会

2013 年度 未来の京都創造研究事業運営委員会 委員名簿

所属・職名	氏名
京都市総合企画局長	岡田 憲和 (委員長)
龍谷大学政策学部長・教授 (都市政策研究会委員長)	石田 徹 (副委員長)
同志社大学政策学部長・教授 (都市政策研究会委員)	今川 晃
京都橘大学現代ビジネス学部長・教授 (都市政策研究会委員)	小暮 宣雄
立命館大学政策学部准教授 (都市政策研究会委員)	式 王美子
京都産業大学経済学部准教授 (都市政策研究会委員)	藤野 敦子
京都大学大学院工学研究科教授	高田 光雄
龍谷大学政策学部准教授	深尾 昌峰
京都大学大学院教育学研究科准教授	大山 泰宏
伝統文化プロデュース連代表	濱崎 加奈子
株式会社西利代表取締役社長	平井 誠一
妙心寺退蔵院副住職	松山 大耕
京都市総合企画局京都創生推進部長	西野 博之

※順不同

※2014年3月末時点

2013 年度 公益財団法人 大学コンソーシアム京都
「未来の京都創造研究事業」 応募要項

1. 趣旨

本事業は、「大学のまち京都」が有する知の集積を活用し、未来の京都づくりに向けた政策を創造するための調査・研究を行うとともに、最先端の調査・研究に取り組む意欲ある若手研究者等の発掘・育成とネットワーク形成を京都市と大学コンソーシアム京都の共同事業として実施するものです。

2. 応募対象

(1) 指定課題

京都市が調査・研究を必要とする課題で、京都市基本計画「はばたけ未来へ！ 京プラン（以下「京プラン」という。）」（平成 22 年 12 月策定）に掲げられた未来像・重点戦略を実現するための政策課題を中心に設定（2 テーマ）

① 京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策

京都市では、京プランにおいて、未来像の一つに「環境共生と低炭素のまち・京都」を掲げ、地球環境と暮らしの豊かさの調和を目指した取組を進めている。

京都の豊かな自然環境（生物多様性）の恵みは、市民の暮らしと密接に結び付くことで、祭祀に関わる物品や伝統産業の素材など様々なものを生み出し、伝統的な文化や芸能、ものづくり、観光など、京都ならではの魅力を形作ってきた。

しかしながら、近年、社会経済活動の急速な発展やライフスタイルの変化、気象変動などの影響により、京都の魅力の基盤となってきた人と自然環境との調和が劣化し、永年育まれてきた地域の営みが衰退の危機に瀕している。

そのため、京都市では現在、生物多様性基本法を踏まえ、京都の地域特性を考慮した生物多様性の保全や持続可能な有効利用などを目指した「京都市生物多様性地域戦略（仮称）」の策定に向けた取組を進めている。具体的には、京都市環境審議会の下に設置した「生物多様性保全検討部会」において、目標像、基本方針等について審議をいただくとともに、各地域の生物多様性の特性を踏まえながら、生物多様性保全に係る啓発効果と市民や事業者等との連携による相乗効果を図る施策を検討することとしている。

これらを踏まえ、本調査・研究では、京都ならではの魅力の形成に、生物多様性が果たしてきた役割、今日における課題を把握するとともに、今後必要とされる方策（具体的取組）について提言していただきたい。

②ソーシャルビジネスを成功させる条件と必要とされる方策 —中小企業支援の視点から—

京都市では、京プランにおいて、未来像の一つに「環境と社会に貢献する産業を育てるまち・京都」を掲げ、伝統と知恵を生かして、豊かな生活を支えるための取組を進めている。

近年、地域の活性化など、現代社会が抱える課題の解決に向け、ビジネスの視点から持続可能な事業として展開するものとして、ソーシャルビジネス（※）の重要性が高まっているが、それを生み出すための条件は確立していない。

一方、京都は、いわゆる老舗と呼ばれる創業年数の長い企業が非常に多いという都市特性を持っており、永年にわたり、企業活動を通じて社会に貢献し続けてきた企業経営の「知」が集積されている都市である。

このような中で、京都市では現在、中小企業の第二創業や経営革新に主眼を置いた支援について、ソーシャルビジネスの認証制度の構築に向けた検討を進めるなど、ソーシャルビジネスの育成に取り組んでいる。

については、これらの取組を踏まえ、社会的課題から需要を掘り起こし、ビジネスの視点からこれを解決する好循環を確立するため、本調査研究では、京都に蓄積されている持続可能な企業経営の「知」を活かし、ソーシャルビジネスを生み出すために必要な条件を明らかにするとともに、今後その育成支援に必要とされる方策を提言していただきたい。

（※）ソーシャルビジネス：まちづくりや商店街の振興等の地域活性化、高齢者対策、子育て支援等の介護・福祉対策や環境保護対策等の多様化・困難化する社会的課題をビジネスの視点で捉え、その解決を図るための取組を持続可能な事業として展開すること。

（2）自由課題

未来の京都づくりに向けた京都市の政策に関わる課題で指定課題以外の調査・研究（2テーマ程度）

※ 京都市の政策については、次のURLを参考にしてください。

「はばたけ未来へ！ 京プラン（京都市基本計画）」

<http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000092658.html>

「はばたけ未来へ！ 京プラン」実施計画

<http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000106301.html>

3. 応募資格

（1）指定課題

- ・研究代表者が、公益財団法人 大学コンソーシアム京都に加盟する大学・短期大学の専任教員または博士後期課程修了者であること。
- ・指定課題の内容について高い専門性を有すること。

（2）自由課題

- ・研究代表者が、公益財団法人 大学コンソーシアム京都に加盟する大学・短期大学の専任教員、博士後期課程修了者または大学院在籍者であること。

- ・共同研究者を含めたすべての研究者が、原則、40歳未満であること（2013年4月1日時点）。

4. 調査・研究費の概要

(1) 指定課題

1件あたり200万円を上限（※選考の結果、申請額から減額することがあります）とし、指定課題それぞれに対し1件選定する予定です。

(2) 自由課題

1件あたり50万円を上限（※選考の結果、申請額から減額することがあります）とし、2件程度選定する予定です。

(3) 調査・研究費の用途

充当可能な事業経費の経費区分は次のとおりです。なお、「パソコン、カメラ等汎用性のある機器や部品の購入」、「研究者自身や共同研究者への謝金、手当」、「飲食費」の支出は認められませんので、ご注意ください。

【用途例】

旅費交通費（出張に伴う交通費、宿泊費など）、通信運搬費（電話代、郵送料、宅配便など）、諸謝金（専門知識の提供に対する謝金など）、会議費（会場利用料など）、印刷製本費（アンケート用紙の印刷、チラシ作成費など）、資料費（資料のコピー代、文献購入など）、機材購入費（調査・研究費総額の3分の1まで）、消耗品費（文房具など）、委託費（データ入力作業など）、その他（保険料など）

(4) 調査・研究期間

原則として公益財団法人 大学コンソーシアム京都と覚書を交わした日から2014年3月31日までとします。

5. 応募手続き

(1) 申請書入手方法と記載方法

大学コンソーシアム京都のホームページよりダウンロードしてください。

なお、研究計画の内容の理解を助けるため、所定の申請書に加えて、図や写真を用いた別添資料（任意の様式）を付けることもできます。

(2) 応募方法

所定の申請用紙（Word版）に必要事項を記入し電子メールによって申請書（捺印不要）を送付するとともに、申請書を3部（捺印必要）以下の宛先に郵送してください。

なお、持参による提出は不可とします。

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 シンクタンク担当

住 所：〒600-8216 京都市下京区西洞院通塩小路下ル キャンパスプラザ京都

電子メールアドレス：mirainokyo@consortium.or.jp

(3) 応募期間（メール送信、郵送とも）

2013年5月17日（金）～2013年6月17日（月）【必着】

6. 選定方法と選定結果

(1) 指定課題

「未来の京都創造研究事業」運営委員会において申請書類を審査し、主に次の視点より選定します。

- ・指定課題に関する京都市の政策の推進に寄与するもの
- ・研究の視点、方法等に具体性、新規性、独創性が認められるもの

(2) 自由課題

「未来の京都創造研究事業」運営委員会において申請書類を審査し、主に次の視点

より選定します。

- ・京都市の政策との関連があり、調査・研究の成果が今後の政策に寄与するもの
- ・研究の視点、方法等に具体性、新規性、独創性が認められるもの

(3) 結果通知

2013年7月上旬を目途に、郵送にて通知します。

7. 採択者の義務

採択された者には下記の義務が課せられます。違反した場合には調査・研究費の返還を求めることがあります。

- ・採択決定後は、大学コンソーシアム京都及び京都市と覚書を交わし、調査・研究の推進に努めること。
- ・事業運営委員会の意見や京都市の関係部署との協議を踏まえて、必要に応じて、申請時の研究計画書を修正し、調査・研究を開始すること。
- ・調査・研究の進捗状況等について大学コンソーシアム京都（本事業のプロジェクト・マネージャー）に対して報告や連絡を密に行い、十分に連携して調査・研究を進めること。
- ・事業運営委員会からの助言・指導を受けて調査・研究を進めること。
- ・調査・研究にあたっては、NPO関係者や経済人、京都市職員の参画も予定していることから、本事業の取組等を通じて、これらの者や他の研究者との良好なネットワークを構築し、その維持・拡大に努めること。
- ・本事業事務局が主催する「成果報告会」での発表や「交流会」に参加すること。
- ・調査・研究期間終了後は、大学コンソーシアム京都が指定する期間内に所定の書式により、実施報告書及び会計報告書を提出すること。
- ・調査・研究終了後は、大学コンソーシアム京都が指定する期間内に所定の書式により調査・研究成果報告書を提出すること。

8. 成果の取り扱い

本事業において得た調査・研究の成果は、京都市と大学コンソーシアム京都に帰属します。しかし研究代表者・共同研究者による研究論文の公表は妨げません。

9. その他

- ・1人の研究者（代表者、共同研究者とも）が申請できる研究テーマは1件のみとします。
- ・一度提出された申請書の差し替えはできません。また提出された申請書は返却いたしません。
- ・申請内容に虚偽の記載がある場合は採択を取り消す場合があります。
- ・調査・研究が中止あるいは活動不能の時は、調査・研究費の一部または全額の返却を求める場合があります。

10. 問い合わせ先（9時～17時。ただし日曜日・月曜日を除く）

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 シンクタンク担当

TEL：075-708-5803、FAX：075-353-9101

担当：水田^{みずた}、鳴海^{なるみ}

mirainokiyoto@consortium.or.jp

2013年度 未来の京都創造研究事業 研究者公募結果

1 申請者所属大学別

大学名	2011		2012		2013		過去3年計	
	応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択
京都大学	2	1	3	1	5	2	10	4
立命館大学	2	1	5	1	2	1	9	3
同志社大学	1	0	5	1	1	0	7	1
京都光華女子大学	1	0	3	0	0	0	4	0
京都外国語大学	1	1	1	0	1	0	3	1
佛教大学	1	1	0	0	2	0	3	1
京都文教大学	1	0	2	0	0	0	3	0
京都産業大学	0	0	1	0	1	1	2	1
京都精華大学	1	0	1	1	0	0	2	1
龍谷大学	0	0	1	0	1	0	2	0
京都工芸繊維大学	1	0	0	0	1	0	2	0
平安女学院大学	0	0	1	1	0	0	1	1
大谷大学	0	0	1	0	0	0	1	0
京都橘大学	0	0	1	0	0	0	1	0
京都造形芸術大学	0	0	0	0	1	0	1	0
京都府立大学	0	0	1	0	0	0	1	0
計	11	4	26	5	15	4	52	13

※過去3年間の応募総数が多い順

2 申請者職位別

職位	2011		2012		2013		過去3年計	
	応募	採択	応募	採択	応募	採択	応募	採択
教授	0	0	3	1	3	1	6	2
准教授	3	1	11	2	4	2	18	5
講師	4	2	6	0	3	0	13	2
助教	1	0	3	1	2	0	6	1
研究員	0	0	1	1	2	1	3	2
博士課程後期	1	0	2	0	1	0	4	0
博士課程前期	2	1	0	0	0	0	2	1
計	11	4	26	5	15	4	52	13

3 課題別

	課題	応募	採択
2011年度	指定課題(真のワーク・ライフ・バランス実現)	3	1
	指定課題(文化芸術や伝統を生かした地域まちづくり)	2	1
	自由課題	6	2
	計	11	4
2012年度	指定課題(伝統行事の現状とコミュニティ活性化)	6	2
	指定課題(大学進学に修学旅行が与える影響)	6	1
	自由課題	14	2
	計	26	5
2013年度	指定課題(生物多様性保全が果たす役割)	4	1
	指定課題(ソーシャルビジネスを成功させる条件)	4	1
	自由課題	7	2
	計	15	4

2013年度未来の京都創造研究事業 研究だより

第1号

本事業は、大学の若手研究者等と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めることで京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して、2011年度から公益財団法人大学コンソーシアム京都と京都市が共同事業として行っており、本年度で3年目を迎えています。このたび本年度に実施する4件のテーマが決定しましたので、それらの概要をお知らせします。

指定課題…京都市が指定するもの 2件

自由課題…京都市の政策に関わるもので、指定課題以外のもの 2件

指定課題1「京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策」 ※応募件数4件の中から以下のテーマが採択

テーマ	市民生活における自然環境共生の知見と身近な生物相の実態評価
研究代表者	柴田 昌三（京都大学大学院地球環境学堂・教授）
研究概要	本研究では緑地、水系、山麓という三つの領域を軸に、現地調査、アンケート調査、ヒアリング調査などの手法を用いて、①街区単位での住宅庭、社寺林、街路樹などの緑地の総合評価、②河川における美化活動と生物相の関係性評価、③山麓の社寺庭園における野生動物との関連評価と参加型森林管理の現状評価、をそれぞれおこなう。三つの研究軸から示される課題や解決策を統合的に評価し、京都市の生物多様性地域戦略（仮称）の策定に貢献することを目指す。

柴田先生と研究室の若手研究者には三つの分野で調査・研究を進めていただきます。これまでの研究実績を活用することで京都市の生物多様性保全に寄与するとともに、若手研究者の育成にもつながることが期待されます。

指定課題2「ソーシャルビジネスを成功させる条件と必要とされる方策 —中小企業支援の視点から—」

※応募件数4件の中から以下のテーマが採択

テーマ	学生参加型ビジネスコンペを利用したソーシャルビジネスの育成・普及にかかわる実証研究
研究代表者	大室 悦賀（京都産業大学経営学部・准教授）
研究概要	ソーシャルビジネスの育成・普及にかかわる三つの課題（①概念の認知度向上、②商品やサービスの開発、③社会的課題を解決する商品を消費する消費者の育成）の解決策を提示し、検証することを目指す。そのために、京都市内の大学生を対象にソーシャルプロダクツ（社会的課題を解決する商品）の普及にかかわるビジネスコンペやアンケート分析等を実施する。

大室先生は京都市内の企業に対してアンケート調査（約2,000社）を実施し、ソーシャルビジネスに対する潜在的ニーズが存在することをすでに確認されており、ソーシャルビジネスの商品やサービスを普及させるにはそれらを消費する社会志向型消費者の存在が必要不可欠であると考えられています。そこで本研究においては消費者視線に立った調査・研究を進められる予定です。

自由課題 ※応募件数7件の中から以下の2件が採択

テーマ	幹線道路に隣接する細街路の都市計画上の課題 — 「歴史細街路」の維持保全に向けて—
研究代表者	森重 幸子（京都大学大学院工学研究科建築学専攻・研究員）
研究概要	<p>都心の細街路は歴史都市の魅力の一つである一方、幹線道路沿いは建築物が高密度に建ち、経済活動を推進する地域とされている。幹線道路沿道地区内に細街路が存在する場合、極端に異なる前面道路の状況のために高さ規制や容積率規制が大きく変化することから、細街路沿いの土地利用は非常に不安定な状態におかれている。</p> <p>そこで本研究では都心の細街路、特に幹線道路沿道地区側にある細街路の実態を明らかにし、都市計画上の課題を整理した上で今後の施策のあるべき方向性を提示する。</p>

森重先生は、同じ研究室の学生らとともに京都の都心部における細街路（幅員4m以下）を現地調査し、過去からの変化を踏まえたうえで、今後の都心部における細街路と沿道のまちの保全に向けた策を提言していただく予定です。

テーマ	和装関連市場における新たなセグメントとその特性の分析
研究代表者	吉田 満梨（立命館大学経営学部・准教授）
研究概要	<p>京都の伝統産業である和装産業の今日の産業構造の変化を、新たに形成されている消費者セグメントの明確化と、それに影響を与える企業の戦略的行動の調査を通じて分析する。これにより今日の和装産業における市場変化とそれに伴う市場機会を可視化し、和装関連企業や産業育成の政策への示唆を導く。</p>

吉田先生は、和装産業に関わる企業や消費者に対するアンケートやインタビューを通して消費者の意識と行動を分析し、和装産業全体における市場の変化と市場機会を可視化することに挑んでいただきます。京都の伝統産業の一つである和装産業の発展に資することが期待されます。

昨年度に実施した「2012年度 未来の京都創造研究事業 研究成果報告書」を当財団のホームページに掲載しております。是非ご覧ください。

＜2012年度の研究テーマ＞

調査・研究代表者	調査・研究テーマ
真下 美弥子 (京都精華大学人文学部・教授)	四地域を通して考える地蔵盆 ～世代間の伝承と地域コミュニティの機能～
前田 昌弘 (京都大学大学院工学研究科・研究員)	地蔵盆の運営実態と地域のレジリエンス向上に果たす役割に関する研究
井上 学 (平安女学院大学国際観光学部・准教授)	修学旅行の訪問先が大学進学に与える影響の分析と大学の魅力発信の方策～修学旅行生および大学在校生に対するアンケート分析等を事例として～
三俣 延子 (同志社大学経済学部・助教)	京野菜(地場農産物)でつながる洛中洛外ネットワーク～地産地消の過去・現在・未来～
加藤 政洋 (立命館大学文学部・准教授)	二条駅周辺の再開発と「まちづくり」
斎藤 真緒 (立命館大学産業社会学部・准教授)	家族介護者の仕事と介護が折り合う環境(ワーク・ケア・ライフ・バランス)の実現に向けた支援策の提供

http://www.consortium.or.jp/contents_detail.php?co=cat&frmId=2633&frmCd=52-4-1-0-0

今後の調査・研究の進捗状況や本事業のイベント等を、この「たより」を通して皆さまにご案内していきますので、楽しみにお待ちください。

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 高等教育研究推進事業部 シンクタンク事業
 担当：水田（みずた）、鳴海（なるみ） E-mail: mirainokyo@consortium.or.jp
 T e l : 075-708-5803 F a x : 075-353-9101

『市民生活における自然環境共生の 知見と身近な生物相の実態評価』

研究代表者：京都大学大学院地球環境学堂・教授 柴田 昌三

調査・研究概要

「ずっと住み続けたい京都^{ぼしよ}，つくりませんか？」

京都に暮らす人びとがもつ生きものや自然とのつながり“市民の自然環境共生の知見”。京都市内の緑地，水系，山麓という三つの領域を軸に，そのつながりの現状と課題を明らかにし，次の数十年に向け私たちの行動を考えていくことが研究の大きな目標です。

現地調査，アンケート調査，ヒアリング調査などの手法を用いて，①街区単位での住宅庭，社寺林，街路樹などの緑地の総合評価，②河川における環境維持活動と生物相の関係性評価，③山麓の社寺庭園における野生動物との関係性評価ならびに周囲の参加型森林管理の現状評価，をそれぞれ実施します。三つの研究軸から示される課題や今後の方策を統合し，当研究室の既存の研究蓄積も生かしつつ，京都市の生物多様性地域戦略の策定プロセスと現実の生物多様性保全に貢献することを目指します。

第2号

本事業は、大学の若手研究者等と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めることで、京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して二〇一一年度から公益財団法人大学コンソーシアム京都と京都市が共同で行っている事業です。今年度の第2号では指定課題「京都の伝統、文化や観光など京都ならではの魅力に生物多様性保全が果たす役割と今後必要とされる方策」に取り組んでおられる研究テーマについて、その内容を報告していただきます。

緑地，河川，山麓の3チームからなり，それぞれ新野彬子さん（修士課程），小田龍聖さん（博士課程），東口涼さん（修士課程）をリーダーとして研究を進めています。

緑地チーム

上京区の桃園学区を対象に，これまでに数軒の町家の住宅庭について実測図を作成し，植栽樹種の判定や生きものに関する情報の整理をしてきました。また，学区内の緑地の分布と住宅庭の関係性を把握するため，地理情報システム（GIS）を用いて航空写真から学区内の緑空間を地図化しています。



河川チーム



京都市スケールでの市民による河川環境維持活動に関する聞き取り，活動の参与観察をはじめ，東山区から左京区にかけての庭園や水系の生物環境調査，一学区1,200世帯を対象とする河川利用と生きものに関するアンケート調査に向けた企画調整を進めています。

山麓チーム

三山の山麓に位置する寺社庭園約40か所を対象に、近年の野生動物の動向（シカなどの獣害ならびにその対策）に関する現地調査・アンケート調査を実施しています。さらに敷地に隣接する樹林への野生動物による影響を評価するための手法も開発しています。



緑地、水系、山麓における市民目線での生きものや自然との共生あるいは対峙の仕方、それらの継承にあたっての課題が明らかになりつつあります。

今後は三つのフィールドにおける調査をさらに深化させていきます。本研究の成果を基盤として生物多様性保全に関わる市の既存施策とも関連させながら、京都市の生物多様性地域戦略の策定と今後の取り組みに貢献できる京都らしい方策を提言していきたいと考えています。

研究者のプロフィール

「本調査・研究を統括している飯田さんの想い」

飯田義彦 京都大学大学院地球環境学舎 地球環境学専攻 博士後期課程

柴田研究室（地球環境学舎 景観生態保全論研究室／農学研究科 環境デザイン学研究室）

“世界の人たちにアピールできる”自然を生かした京都づくりに貢献したい、その想いもあり研究のとりまとめをしています。グローバル化する世界で、千年都市・京都にしかない市民と自然の結びつきこそ、京都が光り続けるエネルギー源ではないでしょうか。自然のリズムと社会のリズムをとりもつことに関心があります。



研究代表者である柴田先生（下段右から4人目）と、研究統括者である飯田さん（上段右から2人目）

編集後記

「楽しく新しい挑戦」

京都市の生物多様性保全に関して、過去の研究実績に加え京都市の担当部署からも協力を得つつ調査・研究に取り組んでいただいています。研究室のメンバーたちは8・9月の暑い中、みんな楽しそうに意欲的に調査を行いました。大変な取り組みですが、だからこそ、やりがいがあります。期待しましょう。

なお、今号から当事業のインターンシップ学生（京都府立大学・田中宏来さん）のデザインを採用しています。また2011・12年度の研究成果報告書がまだありますので、必要な方は事務局までお問い合わせください。

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 高等教育研究推進事業部 シンクタンク事業 水田、鳴海
E-mail : mirainokvoto@consortium.or.jp Tel : 075-708-5803 Fax : 075-353-9101

幹線道路に隣接する 細街路の都市計画上の課題 —「歴史細街路」の維持保全に向けて—

調査・研究概要

「京都の魅力的な細街路を守るために」

京都のまちなかには、魅力的な路地がたくさんあります。細い道に沿って町家が軒を連ねて建ち並ぶ様子は、独特の魅力ある景観として、多くの人々を引きつけています。京都だけでなく、ヨーロッパの古いまちや、アジアの活気ある町など、魅力的な都市に路地はつきものではないでしょうか。

しかし細街路は、将来的には拡幅などによって無くしていくよう、法的に位置づけられています。ここで言う細街路とは、幅が4mに満たない道のことです。建築基準法では、建築物の敷地は幅が4m以上の道に接していなければならないと定められています。それにより、細街路沿いの敷地で建物を建てる場合は、敷地後退をするかもしくは建てること自体ができない状態にあります。最新の調査では、京都市の都市計画区域内には約13,000カ所の細街路が存在し、その総延長は約940kmにもものぼると発表されています。

今回の研究では特に「田の字地区」と呼ばれる市内中心部の幹線道路沿いの細街路に着目しています。広い道から一步入り突然狭い路地に出会う時、歴史都市京都の奥深さを感じることができると思います。一方で、幹線道路沿いは都市計画によって容積率と高さの制限が高く設定されており、その地区内に位置する細街路は、非常に不安定な状況におかれています。そこで、都心の幹線道路沿いの細街路の実態を明らかにし、都市計画上の課題を整理して、今後の施策を検討することを目的としています。

調査・研究の進捗

「やっぱり魅力的な細街路」

設定した対象地区（田の字地区の幹線道路と職住共存地区に挟まれた地区）内に位置する幅員4m未満の道を抽出しました。夏休み期間中に研究室の大学院生の協力を得て、該当箇所すべてに対して現地踏査を行い、現存するかどうかの確認と写真撮影、および現状の簡単な記録を行いました。その結果について、定量的なデータとして分析を進めるとともに、幹線道路沿いならではの課題についての検討を行っています。



平成二十五年度 未来の京都創造研究事業

研究だより

第3号

本事業は、大学の若手研究者等と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めること
で、京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して公益
財団法人大学コンソーシアム京都と京都市が共同で行っている事業です。
今回の研究だよりは自由課題「幹線道路に隣接する細街路の都市計画上の課題・『歴史細街
路』の維持保全に向けて」に取り組んでおられる研究テーマについて内容を報告します。

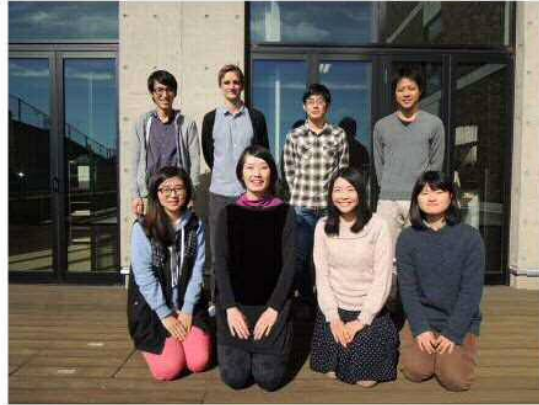
今後の抱負**「具体的な提案を！」**

まず、田の字地区内の細街路の現状を調査結果から基礎的なデータとして示したいと思っています。また今回のテーマである幹線道路沿いの細街路特有の課題について整理を行います。それらをもとに、まちなかの細街路の将来を考えながら、具体的な施策を提案したいと考えています。

研究者のプロフィール

森重幸子 京都大学工学研究科建築学専攻居住空間学講座（高田研究室）研究員

もともと住宅が好きで、建築の道に進みました。住宅の設計ができるようになるために、しばらく実務を経験した後、改めてもう少し勉強したいと思い大学に戻りました。住宅への興味がまちへと広がり、また新しいものから古いものへと興味が広がって、町家や路地の研究を続けています。京都のまちは興味が尽きない研究対象です。



研究代表者である森重さん（下段左から2人目）と、共に現地調査を実施した大学院生たち

中間報告会を実施しました

本年度に新たに取り組んでいる4件の調査・研究テーマの中間報告会を11月8日にキャンパスプラザ京都で行いました。各テーマの進捗報告と本事業の運営委員から調査・研究に対する助言をいただくことを目的としています。

当日は、各研究代表者からの報告後、活発な質疑応答が展開されました。参加した研究代表者にとっては今後の研究を進めていく上で大変有意義な中間報告会となりました。

*** *** *** *** *** ***

来年3月には市民の皆様にも公開のもと最終成果報告会を開催します。

日程等が決まりましたら、この研究だよりを通じてお知らせします。

多くの方のご参加をお待ちしております。

**編集後記****身近な「みち」と「まち」を考えてみよう**

秋が深まって参りました。細街路の現地調査写真は夏の装いですが・・・。

夏の炎天下に流した汗の量が多いほど、豊かな実りの秋を迎えることとなるでしょう。

京都のまちの魅力の一端を解明するための調査です。「手を振って歩く」には狭い道ですが、味わいのある道でもあります。

普段なにげなく歩いている道で、足元を見つめてみるきっかけになりましたか？

公益財団法人 大学コンソーシアム京都 高等教育研究推進事業部 シンクタンク事業 水田、鳴海

E-mail : mirainokyoto@consortium.or.jp Tel : 075-708-5803 Fax : 075-353-9101

平成二十五年度 未来の京都創造研究事業

研究だより

第 4 号

本事業は、大学の若手研究者と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めることで京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して、公益財団法人大学コンソーシアム京都と京都市が共同で行っている事業です。

今回の研究だよりは「和装関連市場における新たなセグメントとその特性の分析」に取り組んでおられる研究について内容を報告します。

研究
テーマ

和装関連市場における新たなセグメントとその特性の分析

研究代表者 吉田 満梨 (立命館大学経営学部・准教授)

研究概要

かつて二兆円産業と言われた着物関連産業は、購買金額・数量ともに減少をつづけ、二〇一一年の呉服小売市場規模は、約三千億円と推計されています。人々の「着物ばなれ」が言われて久しいですが、そうした市場の縮小は自然に起こった訳ではなく、売上数量の減少を高付加価値化・高価格化で補おうとし、着物業界が使用シーンとターゲットを限定してしまっ

たことに起因する部分も大きいと思います。しかし、こうしたやり方も限界を迎えた今日、業界は新しいマーケティングに取り組みなければなりません。

本研究は、そのためにも今日の(潜在的な人々も含めた)着物ユーザーのニーズと特性を、消費者調査によって明らかにすることを目的にしています。近年の着物ユーザーとそのニーズは、一時代前とは変化している可能性があります。今日の20〜40代の女性を見ると、従来の正装としての着物とは異なる位置づけで、着物を愛好する消費者群が存在します。たとえば普段着として紬や綿の着物を愛

用する、洋服にはない色柄に惹かれてアンティーク着物を古着感覚で買う、非日常の経験としてイベント時にレンタルの浴衣を纏う、といった消費行動は、それぞれが異なるニーズや、着物の魅力の認識にもとづくものだと考えられます。ただし、こうしたそれぞれの消費者セグメントが持つニーズに対して、多くの和装関連企業は十分な対応ができていないのが実状です。

そこで本研究では、探索的調査としてのインタビューと、質問紙(アンケート)による検証的調査

を通じて、今日における着物愛好者の市場セグメントとその特徴を明確化したいと考えます。その結果、今日の着物関連産業における市場変化とそれに伴う市場機会を可視化し、関連事業者や産業育成の政策への示唆を導ければと考えています。



進捗状況

(本年7月からこれまでの進捗状況)
 まずは業界の問題構造を整理するために、資料の収集・分析、着物関連事業者の方々に対するヒアリングを実施しました。次に、女性着物愛好者のグループ、エクストリームユーザーへのインタビューを基に、質問紙調査の尺度を検討し、10月20～22日に開催された「きものサローネin日本橋2013」の来場者アンケートとして、予備的調査を実施しました(写真はきものサローネの会場の様子)。

研究者プロフィール



よした まり
吉田 満梨

(立命館大学 経営学部 准教授)

新しい市場が生まれ育っていくプロセスに関心を持ち、それを実現する企業の取り組みである「マーケティング」の研究・教育をしています。近年は特に、ユーザーとの価値共創をテーマに、理論研究と事例研究を行っています。昨年末頃から、自分自身が着物という商品の魅力にはまってしまったことがきっかけとなり、着物関連市場のことも調べ始めました。多くの問題を抱える業界ですが、市場の潜在性は高いと考えており、そのための機会を見出したと考えています。



今後の抱負

着物関連市場を再び成長させていくために新たな一歩を踏みだそうとする、着物関連事業者の創造的な行動を後押しするような研究にできればと思います。



編集後記

京都市内においても着物を着る機会がないため、身近に感じることはやや少ないかもしれません。初詣、成人式、祇園祭、七五三など限られた日やイベントだけでなく、日常から和装に接することで歴史文化都市・京都の良き伝統をつなぐことができたら、と願っています。

特に若者に期待。本研究では若者たちにこれからもっと着物を着てもらえるような方法を検討します。伝統産業の振興にも貢献できるよう、研究を進めます。

公益財団法人
 大学コンソーシアム京都
 高等教育研究推進事業部
 シンクタンク事業
 TEL : 075-708-5803
 FAX : 075-353-9101
 E-mail
 mirainokyoto@consortium.or.jp

大学コンソーシアム京都 未来の京都



平成二十五年度 未来の京都創造研究事業

研究だより

第5号

本事業は、大学の若手研究者と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めることで京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して、公益財団法人大学コンソーシアム京都と京都市が共同で行っている事業です。
今回の研究だよりは「学生参加型ビジネスコンペを利用したソーシャル・ビジネスの育成・普及にかかわる実証研究」に取り組んでおられる研究について内容を報告します。

研究
テーマ

学生参加型ビジネスコンペを利用したソーシャル・ビジネスの育成・普及にかかわる実証研究

研究代表者 大室 悦賀 (京都産業大学 経営学部 准教授)

研究概要

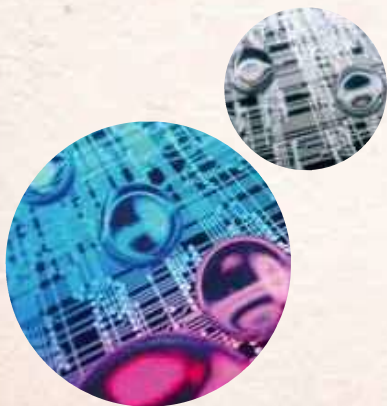
ソーシャル・ビジネス(※注)に関して京都市内の企業約二千社にアンケート調査したところ、ソーシャル・ビジネスに対する潜在的ニーズが存在することが確認できました。しかし、ソーシャル・ビジネスの商品やサービスを普及させるためには、供給者側の問題だけでなく、それらを消費する社会志向型消費者の存在が必要不可欠であることがわかりました。
そこで、本研究では大学コンソーシアム京都に加盟する大学の学

生を対象に、アクションリサーチを実施します。具体的には、ソーシャル・プロダクツを販売する企業から普及に関わる課題、例えば「潜在顧客である10・20代をどうやって将来の優良顧客に育成することができるか」を提示し、それに取り組む学生チームが企業との共同ワークショップ、ブラッシュアップ大会を通じて、最終的に具体的な課題解決手法を企業に提示するという内容です。参加企業にも学生にも有意義な実証実験とするためのワークショップの開催とともに、効果的な提案方法の伝授

や、学生からの質問・意見に対応するために企業とのコラボレーションに精通した専門家を事務局に配置しています。それぞれのステップで参加企業と学生に対してアンケートを実施し、意識変化の過程を確認します。加えて、ソーシャル・ビジネスを開発するときには何が問題となるかを明らかにしたいと考えています。
今回のイベントのように継続的にソーシャル・ビジネスにかかわる取り組みが社会志向型消費者を育成し、ソーシャル・ビジネスの普及に貢献できればと思っています。

す。研究結果として、ソーシャル・ビジネスの育成・普及という市の政策課題に対して新たな手法を提示したいと考えています。

(※注)：社会的な問題をビジネス(事業)を通して解決しようとする取り組み



進捗状況

学生が主体的に参加するプログラム「Release」は20大学、152名の参加を得て、3月の最終提案に向けてグループ活動を展開しており、学生対象の第一次アンケート等を行いました。

現時点でソーシャル・ビジネス開発の壁として2点を確認しました。ひとつは社会的課題の取り扱いで、社会的課題のみを解決しようとするボランティア的なものになりビジネス化できない一方、ビジネス化に焦点を当てすぎると社会的課題がうまく扱えないこと。もうひとつは、通常のビジネスと

ソーシャル・ビジネスの違いが明確になったことです。つまり、通常のビジネスが消費者という側面のみ焦点を当てるのに対して、ソーシャル・ビジネスは消費者のみならず、企業家的側面から商品開発するなど、多くの側面にかかわるステイクホルダーと協調しなければならぬこととなります。



またこの学生コンペと並行して複数のソーシャル・ビジネス事業者にもインタビューを実施しており、アクションリサーチで得られた視点を確認するとともに今後の指針の参考にしています。

本研究事業を通してソーシャル・ビジネスを支援するツールを開発し、京都の企業を活性化できるようにすること、また今回開発する京都式支援モデルを全国で活用できるものにしていきたいです。

今後の抱負



編集後記

ソーシャル・ビジネスという言葉は初めて聞いたかもしれませんが。でも我が国には昔から似たような言葉があることをご存知ですか? 「三方よし」です。

「売り手よし、買い手よし、世間よし」。売買している二者のみならず、周りにとってもプラスとなる商い(あきない)を我々の先輩たちはやってきました。

その遺伝子を引き継ぐ京都の学生たちは、仲間とともに意欲的に取り組んでいます。

参加企業も本気。しがらみのない学生からの自由な発想に基づく提案のうち、本当に良い提案は事業化・商品化することも予定されています。期待しましょう。

研究者プロフィール



おおむら のぶよし
大室 悦賀

(京都産業大学 経営学部 准教授)

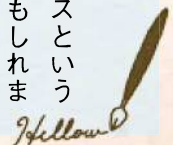
もともと社会的課題の解決に関心があり、行政からNPOへ、NPOから企業に関心に移る中でソーシャル・ビジネスや社会志向型企業の台頭に出会いました。研究の目的はそれらの動きを理論的に解明することですが、社会的課題の解決に貢献したいという思いが強くあったため、研究成果を活用して直接、企業や行政職員たちを支援するという環境をいただいています。その結果、日本全国にお邪魔する機会が増え、同時にご当地ラーメンにはまっています。

3月19日(水) 18時~

成果報告会・交流会 開催
キャンパスプラザ京都

公益財団法人
大学コンソーシアム京都
高等教育研究推進事業部
シンクタンク事業
TEL : 075-708-5803
FAX : 075-353-9101
E-mail
mirainokyoto@consortium.or.jp

大学コンソーシアム京都 未来の京都 検索



平成二十五年度 未来の京都創造研究事業

研究だより

第6号

成果報告会

研究代表者と研究タイトル

①柴田 昌三 (京都大学大学院地球環境学堂・教授)

※当日は飯田義彦さん(京都大学大学院地球環境学舎・博士後期課程)が発表されました。

「市民生活における**自然環境共生**の知見と身近な生物相の実態評価」

②大室 悦賀 (京都産業大学経営学部・准教授)

「学生参加型ビジネスコンペを利用した**ソーシャル・ビジネス**の育成・普及にかかわる実証研究」

③森重 幸子 (京都大学大学院工学研究科・研究員)

「幹線道路に隣接する**細街路**の都市計画上の課題

― 『歴史細街路』の維持保全に向けて―」

④吉田 満梨 (立命館大学経営学部・准教授)

「**和装関連市場**における新たなセグメントとその特性の分析」



この事業は、大学の若手研究者等と京都市の担当部署が協力しあって調査・研究を進めることで京都市の政策や事業に生かすことのできる、より実践的な研究成果の獲得を目指して、公益財団法人大学コンソーシアム京都が京都市と共同で行っている事業です。
今年度の最終号となる研究だより第6号では、3月19日(水)に実施しました「成果報告会」と「交流会」の様子をお伝えします。

2014年3月19日(水) 18時〜20時20分 キャンパスプラザ京都

研究者、市民、学生、京都市職員など合わせて約70名が参加されました。年度末の平日の夜にもかかわらず参加していただいた皆様、ありがとうございました。

2013年7月から実質9カ月の調査研究期間でしたが、各研究グループは精力的に取り組まれました。また京都市の各担当部署からは研究者へのデータ・情報提供、実務担当からのその助言や提案などをいただきました。市職員の声も研究成果に反



映させることで、学術的かつ実践的な成果を獲得できました。

各研究者には、その分野の専門ではない方にも理解してもらえようように説明していただきましたが、一人25分程度という限られた時間での発表だったため、詳細にお伝えすることができなかつたかもしれません。最終的な調査・研究成果をまとめた報告書は6月をめどに作成します。大学コンソーシアム京都のホームページでも公開しますので、楽しみにお待ちください。

交流会

研究テーマごとにテーブルでま
とまり、発表された内容に対する
感想や参加者自身の経験・意見な
どを述べていただきました。

研究代表者を取り囲むかたちで、
他大学の研究者、学生、市民、N
PO、企業、市の担当職員など合
わせて約40名が参加、各テーブル
ではざっくばらんな話し合いが進
み、大変に盛り上がりました。

この交流会の目的の一つが、普
段は知り合えない人たちと面識を
もってもらい今後の活動になんら
か活かしてもらうことです。した
がって、ここで議論されたことか

編集後記

時が経つのは早いもので、ま
た1年が終わろうとしています。
それも3回目となりました。今
年度は4テーマを取り上げまし
た。例年のことですが、研究対
象がすべて異なるために苦労
が多かったものの、終わりを迎
え(少しだけ)ほっとしています。
しかしもっとできたのではない
かと考え、来年度にはもっと良
い成果が得られるようにしな
いと、と意を新たにしています。
各研究者を始め、市の各担当
者、アンケートやヒアリングに
協力していただいた皆様には
改めてお礼申し上げます。

最後の報告書作成・HP公
開までしっかりやります。来年
度に、またお会いしましょう!!

追伸

本事業の過去の研究結果や事
業概要を記載したパンフレット
を作成しました。こちらもご覧
ください。

http://www.consortium.or.jp/contents_detail.php?frmId=2856

ご意見・ご感想は、
以下の問い合わせ先まで、
お気軽にお寄せください。

公益財団法人
大学コンソーシアム京都
高等教育研究推進事業部
シンクタンク事業
TEL : 075-708-5803
FAX : 075-353-9101
E-mail :
mirainokyo@consortium.or.jp

大学コンソーシアム京都 未来の京都 検索

ら結論を出したり共通の認識を得
るといふことは行いませんでした。
立場や専門分野が違う人からの視
点・意見は自らの「気づき」にな
ります。またネットワークづくり
のきっかけにもなります。実際、
過去にはこの交流会を縁に研修会
の講師依頼や新たな事業を一緒に
始めるなどのネットワーク形成の
一端となっています。

交流が主目的という観点からは、
ある程度は目的が達成されたと思
います。しかし時間不足で「これ
からなのに・・・」だったかもしれ
ません。細かい議論は今後、きよ



う新しく築かれた
ネットワークを駆
使して場を変えて
やっていただけれ
ば、事務局として
は嬉しい限りです。
各参加者のこれか
らの積極的な取組
に期待します。



〈会場の様子〉
研究テーマごとに
テーブルで分かれ
て自由闊達に議論
しました。

2014年3月19日(水) 20時25分～21時 キャンパスプラザ京都

公益財団法人 大学コンソーシアム京都内 「未来の京都創造研究事業」事務局

〒600-8216 京都市下京区西洞院通塩小路下ル
キャンパスプラザ京都（京都市大学のまち交流センター）

TEL : 075-708-5803

FAX : 075-353-9101

E-mail : mirainokyoto@consortium.or.jp

H P : <http://www.consortium.or.jp/>