

口頭発表

【分科会 1 0】

若者の選挙投票率の向上 ～より良い社会の実現に向けて～

グループ名（溝渕若者選挙）

大濱 陽向（OHAMA Hinata）・中島 凜（NAKASHIMA Rin）・村田 一将（MURATA Motomasa）・渡邊 希（Watanabe Nozomu）

（同志社大学 商学部 商学科）

キーワード：回帰分析

1. はじめに

近年、日本では若者の投票率が低下しており、社会的な課題となっている。総務省のデータによると、20代の投票率は他の年代に比べて低く、その差は年々広がっている。この状況が続くと、政治が特定の世代の意見に偏り、若者の声が反映されにくくなる恐れがある。

本研究では、この「若者の投票率低下」に注目し、年代別の投票率データを用いてその推移を分析する。Pythonを活用してデータを可視化することで、どの世代でどのような変化が起きているのかを明らかにし、若者の政治参加を促すための手掛かりを探ることを目的とする。



図1 国政選挙における年齢別投票率の推移

2. 背景

近年の国政選挙では、若者の投票率が顕著にみられる。総務省や各自治体が公表している年代別投票率のデータによると、20代の投票率は他の年代に比べて大きく下回っている。たとえば、2024年（令和6年）の衆議院議員総選挙では、複数の自治体で18～19歳の投票率が30～40%前後、20代が20～30%台にとどまった一方で、60代以上では60～70%台を維持していることが確認されている。

このように、若年層の投票率は全体の平均を大きく下回る傾向にあり、特に20代前半では「3人に1人も投票していない」という状況が続いている。選挙権年齢が18歳に引き下げられて以降もこの傾向は改善されておらず、若者の政治参加の促進が依然として重要な課題となっている。



図2 年代別投票率の推移

3. 分析結果

本研究では、若者の投票行動に影響を与える要因を明らかにすることを目的として、大学生を中心とした1900名の調査データを用いて重回帰分析を実施した。従属変数は「投票行動（voting）」とし、説明変数として年齢、性別、親の投票有無、政治や社会に関する授業の受講経験など14項目を設定した。モデル全体は統計的に有意であり（ $F=10.74$, $p<0.001$ ）、一定の説明力を持つものの、決定係数（ $R^2=0.074$ ）はやや低く、投票行動を完全に説明するには他の要因も考慮する必要がある。

分析の結果、最も強い影響を与えていたのは「親の投票行動」であり（係数=0.2389, $p<0.001$ ）、親が選挙に参加しているか否かが、子ども自身の投票行動に大きく関与していることが示された。これは、家庭内での政治的対話や親の行動を通じた政治的社会化の重要性を示唆する

ものである。また、「日本の将来を考える授業」の受講も有意な正の影響を持ち（係数=0.1711, $p=0.004$ ）、自身の将来や社会課題について主体的に考える教育が、投票行動を促進する可能性があることが示された。

一方で、選挙制度や違反行為に関する授業、模擬投票、討論形式の授業などは有意な影響を示さず、形式的な知識の伝達よりも、「自分ごと」として政治や社会に向き合う体験が重要であることが示唆された。また、年齢には有意な負の影響があり（係数=-0.013, $p=0.023$ ）、年齢が上がるほどわずかに投票意欲が低下する傾向が確認された。性別にも有意な影響があり（係数=-0.0717, $p=0.001$ ）、投票行動には性差が存在する可能性がある。

以上の結果を総合すると、若者の投票率向上には、家庭内での政治的コミュニケーションの活性化と、自身の将来や社会課題に関心を持たせる教育的アプローチの導入が効果的であると考えられる。政策的には、家庭と連携した市民教育の推進や、実生活と政治をつなげる実践的な学習機会の拡充が求められる。

4. 施策提案

施策 A:「大学キャンパスにおける期日前投票の促進」

分析の結果、年齢が上がるほど投票意欲がやや低下する傾向が確認された。特に大学生世代では、政治への関心は一定程度あるものの、実際の行動に結びつきにくいことが課題として浮かび上がった。これは、投票に行く時間や場所の確保が難しいこと、また日常生活の中で政治を意識する機会が少ないことが要因の一つと考えられる。こうした背景を踏まえ、大学キャンパス内に臨時の期日前投票所を設置する施策を提案する。学生が授業の合間や昼休みに利用できる環境を整えることで、投票の行動コストを大きく下げることができる。また、大学の公式サイトや LINE などを通じて、期日前投票の日時や場所を分かりやすく知らせることで、学生が自分の予定に合わせて投票を計画しやすくなる。これにより、投票を生活の一部として自然に組み込めるようになり、若者層の投票率向上が期待できる。

施策 B:「家庭内での投票計画共有の推進」

本研究の重回帰分析では、親の投票行動が子どもの投票参加に最も強い影響を与えていることが明らかになった。親が積極的に選挙に関わる家庭では、子どもも投票を自分に関係のある行為として認識しやすくなる。この結果を踏まえ、家庭の中

で投票を自然に話題にできる仕組みづくりが重要である。具体的には、選挙前の週に学校や大学を通して投票計画シートを保護者向けに配布し、家族の中で「いつ・どこで投票するか」を簡単に共有してもらう。この取り組みにより、家庭内で投票行動を可視化し、子どもが親の姿勢を身近に感じられるようになる。親の行動が子どもの社会的学習につながり、政治参加への意識形成を促す効果が期待される。

5. 終わりに

本研究では、若者の投票率低下の実態をデータ分析によって明らかにし、家庭環境と教育の双方が投票行動に影響を与えることを示した。特に、親の投票行動や教育現場での社会的学びが若者の投票意識を高めるうえで重要であることが確認された。その知見を踏まえて提案した二つの施策、大学での投票環境整備と家庭内での投票計画共有は、それぞれ「投票しやすい環境」と「投票を身近に感じるきっかけ」を提供するものである。外的な利便性の向上と内的な意識の醸成を同時に進めることで、若者が政治参加を自らの行動として捉える土壌を作ることができる。若者の投票率向上は、世代間の政治的バランスを保ち、将来世代の意見を社会に反映させるために不可欠である。今後は、教育機関・家庭・行政が連携し、若者が自らの意思を社会に伝える機会を継続的に確保していくことが求められる。

[参考文献]

- (1) 文部科学省「国政選挙における年齢別投票率の推移」
(https://www.mext.go.jp/content/20200819-mxt_kyoiku02-000009481_3.pdf) (2025 年 10 月 18 日閲覧)
- (2) 明るい選挙推進協会「年代別投票率の推移」
(<https://www.akaruisenkyo.or.jp/070various/071syugi/693/>) (2025 年 10 月 18 日閲覧)
- (3) 明るい選挙推進協会：新有権者等若年層の政治選挙に関する意識調査（参院選前調査）2016
- (4) <https://ssjda.iss.u-tokyo.ac.jp/Direct/gaiyo.php?lang=jpn&eid=1244> (2025 年 10 月 18 日閲覧)
- (5) 明るい選挙推進協会：新有権者等若年層の参院選投票後の意識調査 2016 <https://ssjda.iss.u-tokyo.ac.jp/Direct/gaiyo.php?lang=jpn&eid=1245> (2025 年 10 月 18 日閲覧)
- (6) 明るい選挙推進協会：第 20 回統一地方選挙に関する意識調査 2023 <https://ssjda.iss.u-tokyo.ac.jp/Direct/gaiyo.php?lang=jpn&eid=1738> (2025 年 10 月 18 日閲覧)

行列も名所のうち？

- 京都市内の人気観光地の混雑緩和へ向けた提言 -

京都先端科学大学 岡嶋ゼミ B チーム

○馬田 彩花 (UMADA Ayaka)・鈴木 怜菜 (SUZUKI Rena)・野本 桃羽 (NOMOTO Momoha)・原口世梨 (HARAGUCHI Seri)・柳瀬葵 (YANASE Aoi)・山形 はずき (YAMAGATA Hazuki)

(京都先端大学経済経営学部経済学科)

キーワード：オーバートゥリズム、混雑、分散

1. はじめに

近年、京都では外国人観光客が急激に増加しており、市内の至るところで観光客を目にする。2024年の京都市の外国人観光客数は1,088万人となっており、京市民の私達も通学や買い物の際に観光客の多さによる不便さを感じるが増えている。

この問題は単なる観光地の混雑に留まらず、市民生活や都市の持続可能性にも関わる大きな課題である。京都は国際的な観光都市として知られており、観光収入は経済的に大きな意義を持つ。令和6年の観光消費額は1兆9,075億円、経済波及効果は2兆989億円と、いずれも過去最高を記録した令和5年から更に伸び、過去最高を更新している。しかし、その裏側では地域住民の生活の質が低下し、自然環境や歴史的景観が損なわれる危険性もある。いわゆるオーバートゥリズムの問題である。京都で暮らす私たちにとって、とても身近かつ重要な問題である。

2. 観光客の著しい増加による影響

京都市内で発生している観光客の増加の問題について、ここでは主な2点に整理する。

(1) 観光地周辺の混雑

第一に、観光地周辺の混雑は大きな課題である。金閣寺や清水寺、伏見稲荷大社などの有名観光地は連日多くの観光客で溢れており、市民が訪れる余地が少なくなっている。たとえば地元の学生が寺社で静かに参拝したいと思っても、混雑の中では落ち着いて過ごすことができない。京都市民にとっての快適な日常生活や文化的体験を守るために、混雑の緩和は非常に重要な課題である。

(2) 公共交通機関・道路の混雑

京都市内におけるバスの遅延や乗車困難は、市民の通勤通学に直接的な影響を与えている。特に市バスでは観光客の大きな手荷物による混雑が生じている。道路の混雑の問題には四条河原町や祇園周辺における観光客の車輛の集中による慢性的な渋滞で市民が生活道路として利用することが困難になっている。

このように、オーバートゥリズムによる問題は多岐にわたっており、京都市も対策を行ってはい

るが、成果は十分に出ていないのが現状である。問題(2)は交通インフラの問題であり、すぐに解決することは難しいと考え、本研究では問題(1)観光地周辺の混雑への解決策を検討していく。

京都市「京都観光総合調査」によると外国人観光客は482万人から1,088万人へと約2.25倍に増加している。このことからこの外国人観光客の増加に伴う混雑の現状と課題に焦点を当てる。

3. 混雑する観光地でのヒアリング調査

まず、外国人観光客自身が観光地の混雑や移動の不便さをどのように受け止めているのかを聞いた。混雑により、観光体験の満足度が下がっているのではないかと、との仮説を立て確認していく。「本来、観光で行きたかった場所に行くことを諦めた」経験は、観光客にとって大きな不満となり得る。この仮説が正しければ、観光客側にも混雑緩和のニーズが存在することになり、政策や取り組みの方向性に活かすことができるのではないかと。そこで、2025年7月21日(月祝)14時頃に金閣寺にて、7月29日(火)14時頃に河原町にて、道行く観光客に声をかけ質問して、河原町で10名、金閣寺で11名の合計21名から回答を得た。主な質問項目は以下の通りである。

- 1) 混雑で困っていることは？
- 2) (観光地の混雑で) 何で迷惑を感じたか？
- 3) 観光客が多いことについてどう思うか？
- 4) 混雑を避けるためにどんな行動をとるか？
- 5) 旅行で何を重視しているか？
- 6) どれくらいの移動時間まで許容できるか？
- 7) 混雑により予定変更はあるか？
- 8) 混雑により観光満足度はどう変化したか？

4. 調査結果から考えられること

まず質問1「混雑で困っていることは？」には、21名中8名(約38%)の外国人観光客が「特に困ったことはない」と回答した。質問2「何で迷惑を感じたか？」でも「あまり迷惑を感じなかった」という回答が4割を占め、観光客自身は混雑にある程度慣れている、あるいは受け入れている様子がうかがえた。一方で、質問3「観光客が

多いことについて」では、8割程度が「混雑は問題である」と答えており、観光体験の妨げになっていると考える人は多い。質問8「混雑によって観光の満足度はどう変わったか？」には、多くの観光客が「特に変わらない」と答えた。多くの外国人観光客は混雑に対して大きな不満は感じていないものの、混雑は問題と認識している。質問4「混雑を避けるための行動」では、半数近くの観光客が早朝や夕方に時間帯をずらして訪問しており、一定の分散行動が取られていることが明らかになった。しかし、この結果から「時間をずらすだけでは混雑緩和の効果は十分ではないのではないか」という新たな仮説も生まれた。

質問5「旅行で重視すること」では、文化や食べ物、現地の人との交流など、回答は多様だった。質問6「移動時間の許容範囲」では、ほとんどの観光客が1時間以上は許容できると答え、必ずしも市内に集中せず、地方にまで足を延ばすことが可能であると考えられる。質問7「混雑によって予定を変更したか？」では、半数の観光客が「諦めた場所がある」と答え、混雑が実際の観光行動に影響を与えることが確認された。

5. 京都市観光 MICE 推進室へのヒアリング

このような現状に対して、京都市が行っている対策を知るために、京都市観光 MICE 推進室へ問い合わせをした。まず、外国人観光客の増加に伴う混雑やマナー問題の現状、および外国人観光客への対応における課題について尋ねたところ、外国人観光客による混雑やマナー問題について、国内観光客と比較した具体的な数値は把握しておらず、オーバーツーリズムの問題を外国人によるもの、日本人によるものという区別をせずに、対策や対応を行っていく方針ということであった。

なお、京都市観光 MICE 推進室には、追加でヒアリングを予定しており、特に効果が大きかった施策および想定した効果が十分に得られなかった施策等について訊き、今後の対策の方向性についてもお話を伺う予定である。これらの内容も参考に、より実行性ある解決策を検討していく。

6. 政策提言

聞き取り調査を通じて、課題を指摘するだけでなく、具体的な解決策を提案することが重要であると考えた。京都市もこれまでに分散観光や混雑対策を行なっているが、十分な効果が出ていない。特に問題なのは、その対策が外国人観光客に届いていない点である。たとえば、京都市は公式サイトで分散観光を呼びかけているが、外国人観光客の多くは SNS や旅行アプリを情報源としており、市が発信している分散観光情報を知らないまま京都を訪れる観光客が大多数である。実際に外国人観光客に訊いてみたところ、観光客が多いこ

とを考えて時間をずらしている人も多くいたため、分散に前向きな観光客も多いはずである。

そこで、1つ目の政策提言として、私たちは SNS による分散観光の発信を提案する。TikTok, youtube などの外国人がよく利用している SNS で分散観光を呼びかける。例えば「京都観光デジタルマップ〜Kyoto Smart Navi〜（京スマ）」は、ロッカーの空き状況やトイレの場所、人気観光地の混雑状況などの情報を確認することができる非常に便利なサービスであるが、知名度は低い。

2つ目の提言として、人気観光地とセットで訪れることができる分散化旅行プランを作成するサイトを提案する。このサイトでは、AI を活用し、人気観光地とセットで訪れることのできる分散化旅行プランの提案を行う。提案する分散化旅行プランでは、場所の分散に重点を置く。

これらは、市の施策をより効果的にするだけでなく、SNS や AI を活用する現代社会に通ずる新しい取組みとなる。SNS で分散観光について知ってもらい、実際に分散観光をしてもらうことで、混雑が緩和され、観光客自身の満足度が向上し、市民生活の快適さも守られる可能性が高まる。

なお、課題解決に向けて忘れてはならないのは「観光客側」と「市民側」の双方の視点を明らかにしていくことである。混雑については、外国人観光客はある程度受け入れているようだが、市民側はそうではない。そこで、3つ目の提言として外国人観光客が京都をどう思っているか、ポジティブな意見を京都市民に伝え、自由に閲覧できるサービスを提案したい。大学生が外国人観光客に英語でインタビューし、京都の良いところを聞く。これによって大学生は英語の勉強にもなる。また現在京都市の外国人観光客といえば、ニュースや新聞、SNS で悪い側面ばかりが目につくようになってきている。そこで、外国人観光客が京都について知ることによって京都市民の外国人観光客の見方を変えられるのではないかと。旅行の際に重視する事の中に現地の人との交流という意見があり、この提案は京都市民と外国人観光客の双方に利益があるため、持続可能な取組みとなると考える。

参考文献

- (1) 京都市「京都市情報館 | 観光客の分散化」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000315511.html>
- (2) 京都市観光協会「観光マップ | 【京都市公式】京都観光 Navi」
<https://ja.kyoto.travel/useful/guide/>
- (3) TBS NEW DIG「過去最高！インバウンドに沸く京都市は経済波及効果は2兆円超え」
<https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/1971537>
- (4) 京都市「令和6年京都観光総合調査結果【概要】」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000341/341863/R6gaiyou.pdf>

「京都アイディアベーカーリー」の提案

- 市民交流による集合知の醸成 -

風間ゼミナールアイディアベーカーリー班

○北村 航基 (KITAMURA Koki)・井上 晋太郎 (INOUE Shintaro)・瀬川 幸加 (SEGAWA Yuka)・佐々木 菜那 (SASAKI Nana)・土本 一花 (TSUCHIMOTO Ichika)・松本 理世 (MATSUMOTO Rise)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：集合知、市政参加、意見交流

1. 問題意識

全国的に市民の市政参加の機会が少ない傾向にあるが京都市においても、市民同士が気軽に意見交流をする場や機会が少ないことが課題となっている。京都市の「令和元年度第2回市政総合アンケート」によると、アンケート調査を除く市政参加制度に「参加したことがある」と回答した人は5%を下回る。また「市政に反映される実感がわからない」、「意見や提案の機会を増やしてほしい」という意見が共に約3割であり、市政参加の機会や意見が反映される実感、日常的に意見を共有できる場の不足が課題といえる。現代社会においては「多様な視点が交わることで、単独の判断を超える知が生まれる過程」(Surowiecki, 2004)と定義される「集合知」の形成が重視される。市民が自由に意見を交わすことで生み出される集合知を「市民の知」として行政が取り入れることは、政策形成において重要であり、集合知を生み出すような新しい議論の場が求められている。

2. 現状分析

京都市には現在「パブリックコメント」、「つながり促進プログラム」など様々な市政参加制度があるが、その多くは行政側がテーマを設定し、特定の分野や層に限定された参加となる場合が多い。また「市長への手紙」など、誰でも意見を提出できる制度もあるが、意見交換や議論を通じて多様な市民が相互に理解を深めるものではない。こうした状況は、市民同士の自由な対話や集合知を生み出すための場としての機能が十分に備わっていないことを示している。かつて京都市には、市民がまちの将来像について議論を行う「京都市未来づくり100人委員会」という制度が存在した。しかしその制度は終了しており、市民の自由な意見交流を、まちづくりに反映できるような常設的な対話の場は見られない。

茅ヶ崎市では無作為に抽出された市民が集まり、まちの課題について話し合い、そこで出された意見を集約してまちづくりに生かす市民討議会が開催された。山田(2023)によると、参加した人の9割近くが「討議を通して考えが深まった」と回

答しており、多様な人々が議論を行うことの有効性を示している。しかし京都市では、多様な立場の市民が自由に意見交換できる場が少なく、日常的な気づきや経験を持ち寄り、協働して課題を発見・解決する集合知を生み出すための新たな仕組みを形成する必要があると考える。

3. 議論の場の構築に向けて

3-1 先行事例

集合知を生み出す議論の場の先行事例として“Detroit SOUP”を挙げる。当事例は2010年2月に米国デトロイトで立ち上げられ、NPO団体BUILD Instituteが運営している。この事例では応募の際、収入や人種、事業内容等厳格な審査が設けられている。参加者はスープ等の食事を共にし、複数の発表者のアイディアを聞いたうえで投票を行い、最も支持された発表者が賞金を得る。市民同士の意見交流を通じて地域の起業家や住民を支援し、まちの活性化に貢献している。

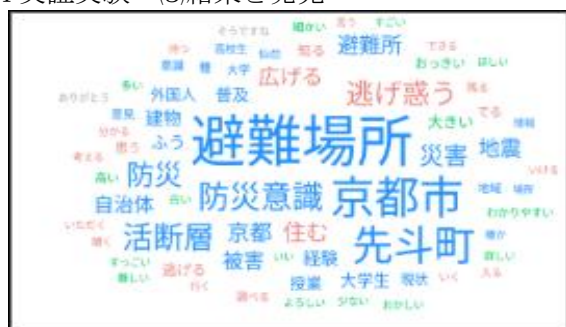
3-2 実証実験 (1)仮説の提示

私たちは、“Detroit SOUP”の仕組みを取り入れることで、市民がより主体的に意見やアイディアを発信できるようになると考える。実験心理学者のR. Dunbar(2017)が「社交的な食事が社会的な絆を深める上で重要な役割を果たしている」と示しているように、共食の場は心理的ハードルを下げ、フラットな対話を生み出す。「共食を取り入れた意見交流の場を設置することで、市民の主体的な意見発信、議論が促され集合知が形成される」という仮説を設定して実証実験を行った。

3-3 実証実験 (2)実験の概要

仮説検証のため2025年10月17日、京都市左京区の鴨川デルタにおいて、小さな気づきやアイディアの共有と意見交流および投票を行った。その後、市政参加に対する意識や実験の内容に関してアンケート調査を実施した。参加者は計15名で、うち発表者は3名(学生1名、社会人2名)であった。年齢層は10代後半～20代後半であり、職業は学生、フリーター、民間企業社員など多様であった。本実験では、消費量が多くパンのまち

3-4 実証実験 (3)結果と発見



本実験では、京都市の避難場所や市民の防災意識をテーマに議論が行われた。議論では、一人暮らしの学生や観光客が多いという京都の特性を踏まえ、市が防災情報をより積極的に発信すべきとの意見が多く出た。最終的には、市民や観光客が能動的に防災を考える仕組みを行政が整える必要があるという結論に至った。

音声テキストマイニングの結果、図1に示すように「大学生」や「先斗町」など多様なワードが抽出され、多角的な視点が交わる中で集合知が形成されたことが確認できた。実施後のアンケートでは、共食により心理的距離が縮まり、初対面でも発言しやすかったという意見が得られた。

4. 政策提言

4-1 政策の概要

実証実験を踏まえ、「京都アイディアベーカーリー（以下KIB）制度」の構築を提案する。本提言の目的は、多様な背景を持つ市民間での意見交流を経て、集合知が生まれるような京都市の新たな市政参加制度をつくることである。

4-2 实施方法

京都市文化市民局が主催し、KIB を一ヶ月に一回開催する。運営は NPO 団体に依頼し、団体の選定は「京都市未来づくり 100 人委員会」で選出された実績を持つ「特定非営利活動法人きょうと NPO センター」に委託する。パンは、京都市と京都府パン協同組合による自主協定のもとで調達する。組合加盟店が月に一度パンを提供し、市は協定店舗を広報支援する。パン組合側にとっては地域の公共的取り組みに寄与する社会的意義のある協働となる。また、テーマは公共的な関心に関わるものとし、発表内容については社会倫理に反しないことを確認するための簡易な事前審査を行うものとする。学生や社会人など多様な層が集まりやすい場所で実施し、来場者は食事を楽しみながら発表を聞き、意見交換を行う。その後、議論を通して最も行政に伝えたいと感じたアイディアに投票する。実際の流れは図 2 の通りである。Detroit

SOUP と異なり、投票で選ばれた意見と議論内容を京都市に提出し、担当課がフィードバックを行う仕組みを設ける。また、音声テキストマイニングを活用し、発言内容を記録・分析することで、どのような議論過程を経てアイデアが形成されたのかを可視化する。これにより単なる結果の収集に留まらず、議論の内容の分析が可能になる。ここで重視するのは、発表者のアイデアではなく、議論を経て生み出された集合知である。

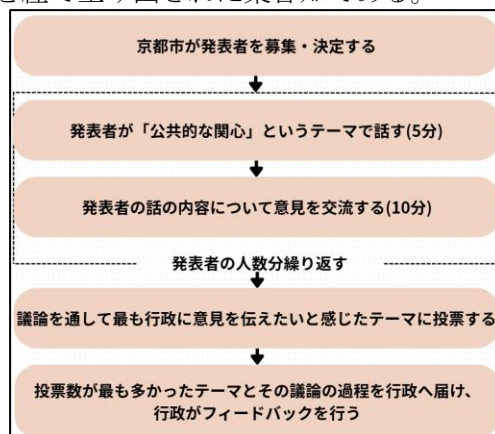


図2 政策の流れ

4-3 政策の効果

KIB により、いくつかの重要な効果が期待される。第 1 に、市民の市政参加の促進である。食事を共にしながら意見を交わすことで、従来の制度に比べて参加への心理的ハードルを下げ、これまで参加が難しかった層の市政参加を促す。第 2 に、テーマに制限を設けないことにより、今まで以上に多様でかつ日常生活に根差したアイディアの共有が見込まれる。現行制度では難しかった異なる立場の市民間での多様な意見の交流を可能にし、集合知の醸成につながるものである。第 3 に、生活者視点の知見を行政が把握し、フィードバックを行うことで市民の生きた声を反映したボトムアップ型の政策形成の実現が可能になる。

4-4 今後の展望

将来的に、KIBはAI分析による議論データの蓄積を行い、市民の関心を可視化することで、京都市の政策デザインを支える「集合知データベース」の土台となる。これにより市民の意見の傾向や背景をより深く理解し、政策に反映させる仕組みが整う。集合知形成の京都モデルとして、全国に展開することが期待される。

参考文献 (最終閲覧日 2025 年 10 月 21 日)

- 1, 山田 修嗣(2023 年 7 月) まちづくりにおける市民の討議の可能性 - 茅ヶ崎市市民討議会を事例に
<https://bunkyo.repo.nii.ac.jp/record/2002205/files/BKT0000037.pdf>
- 2, 令和元年度京都市第 2 回市政総合アンケート報告書
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000264/264600/0202.pdf>
- 3, R. I. M. Dunbar. (2017) “Breaking Bread: The Functions of Social Eating”. P.198

高大連携による「若者交通会議」の提案

- 京丹後市での高校生との連携活動を通じて -

大谷大学野村実ゼミモビリティチーム

○清原 康佑 (KIYOHARA Kousuke)・綾部 エリキ (AYABE Eric)・酒井 理至 (SAKAI Masashi)・久保田 早織 (KUBOTA Saori)・西山 浜那 (NISIYAMA Sona)

(大谷大学社会学部コミュニティデザイン学科)

キーワード：高大連携、地域公共交通、若者交通会議

1. はじめに

現代では地方部の交通手段が減少し続けている。実際、2008 年から 2022 年にかけて一般路線バスが約 2 万kmの路線が廃止されていることに伴い、何らかの対応が必要な交通空白地が 2057 地区もある。さらにそのうちの 7 割以上の地区が取り組みさえ行われていない状況に陥っている。

特に地方部では路線バスの廃止等が顕著であり、本研究で対象地域としている京都府京丹後市でも、近年では路線の減少や廃止が相次いでいる。2024 年度から連携して活動を行っている丹後緑風高校網野学舎の所在する同市網野町では、バスの廃止代替以後に AI オンデマンド交通が導入されたが、私たちの行ってきたフィールドワークからは「学校の始業時間に間に合わない」や「土休日の運行がないため困る」という課題が得られた。

高齢者の交通弱者が問題として、取り上げられるが、若者も交通弱者になりうると考える。高校生が利用する交通機関、バス廃線や電車のダイヤの問題などの声は必ずしも市役所等に届きやすい仕組みがあるとはいえないこともわかった。実際、地元の高校生たちとの意見交換でも、「これまでは（公共交通について）声を伝える機会がなかった」との意見が得られている。

そこで本研究では、若者視点から地域の公共交通に関わる多様な意見を述べられる場として、「若者交通会議」を提案する。具体的には、自治体や議員などの政策に携わる立場の人々と、高校生などの若者が公共交通をテーマに対話する場である。こうした場の創出を通じて、政策形成に関わる人々と、移動に課題を抱える若者とが相互に理解や信頼を深めていくことが期待される。

2. 先行研究の整理

若者の移動手段について、たとえば田中(2025)は、公共交通が不便な地方では、高齢者だけでなく学生も交通弱者であると述べている。浜田市の事例では、住みやすい地域作りについて若者自身が考え、議員の方に政策提言をする仕組み作りが出来ている。2023 年に任期が終了して、解散したがメンバーが自主的に新団体を立ち上げ、仕組みは継続している。

このように若者の意見が政策に反映されないことが地方部で起こっている。若者の公共交通の意見が反映されない要因としては、市役所や議員に直接意見を言える機会が存在しないことなどが原因であると考えられる。若者が政策を提案するような機会づくりは、高校生が主体となり機会を作成することは難しいと考えられる。そこで、大学生が参加することで、高校生、市役所、議員のつなぎ役になると考えられる。

逢(2022)は鉄道事業者と大学との連携の事例から、持続的な関係人口の獲得につながるような仕掛け作りが必要となることを指摘する。こうした指摘から、大学生や高校生が公共交通に主体的に参画し、若者視点からの発信力や「よそ者」視点からの地域の魅力発見等の点を活かすことができれば、問題解決の一助につながると考えられる。

以上のことから若者と市役所、議員の対話の場を設けることによって、若者の意見が政策に反映されることが期待される。また大学生が参加し、より多様な人材が対話を重ねていくことで、敷田(2009)のいう「しがらみのない立場からの問題解決」にもつながるものと考えられる。

3. ケーススタディ：京丹後市での高大連携活動

3.1 京丹後市の概要

京丹後市は京都府北部に位置しており、人口は 2025 年 9 月時点で約 46,392 人である。京丹後市ではバス事業者の運転手不足などを背景に複数のバス路線が廃止されている。こうした中で、従来の鉄道・路線バスのみではカバーしきれない地域を補完する交通手段として、AI オンデマンド交通 mobi (モビ) の導入が進められている。

mobi は「呼べば来る」「エリア定額乗り放題」といった特徴を持ち、アプリあるいは電話予約で配車可能な仕組みで、公共交通空白地対策や交通の利便性確保を目指す試みである。一方で、私たちが高校生と活動を行う中で、後述のようにこうした新たなモビリティ（移動手段）にも通学等に当たっては課題を抱えていることもわかっている。

3.2 京丹後市における高校生の移動手段の現状

京丹後市(2024)によれば、現状の高校生の主

な公共交通として、路線バス、鉄道などがある。2024 年度に実施した丹後緑風高校網野学舎の生徒を対象に実施したアンケート調査結果では「上限 200 円バス」が 30%を占めているが、大幅な減便・廃線が実施される前の時期であることから、現在ではバスと回答した生徒が交通弱者となっている可能性が推測される。

3.3. 乗車体験会とワークショップ実施

私たちは 2024 年度から継続して、丹後緑風高校網野学舎と連携した mobi の利用促進に取り組んでおり、今年度は 2025 年 8 月に mobi の乗車体験会とワークショップを実施した。乗車体験会では mobi を利用したことのない生徒とともに行き、予約は高校生自身にしてもらう、目的地は普段の娯楽等で訪れる場所にするなどの工夫を行った。



図1 mobi 体験会後のワークショップの様子

高校へ帰着後、通学に mobi を利用している生徒を加え、図 1 のようにワークショップを行った。乗車体験会を経て初めて mobi を利用した生徒は「予約が簡単」「乗りたいときに乗れる」など好意的な意見が聞かれた。一方、日常的に通学で利用している生徒からは mobi が「時間通りに来ないため始業時間に間に合わない」や「土日祝の利用ができない」など、改善すべき点があげられた。

また京丹後市の交通担当課や地元の市議会議員とも意見交換をする機会があったが、バス路線廃止後の高校生たちの移動の実情を初めて知る様子が見ええた。

以上のように、京丹後市における現状や乗車体験会とワークショップの実施によって京丹後市の交通課題の改善施策として導入を始めた AI オンデマンド交通の mobi に課題が生じていることが分かった。

3.4. オンラインインタビューによる補足調査

ワークショップをふまえて、2025 年 10 月に高校生の通学・移動手段に関わるオンラインインタビューによる補足調査を行った。ここでも、「意見を言える機会がそもそもない」「政策に反映されない」などの意見が得られた。こうしたことから、高校生たちの声を行政に届けることで、双方の理

解や信頼を築き上げていき、それが交通課題を解決していく道筋の一つになると考えた。

4. 「若者交通会議」の提案

これまでの取り組みを通じて、私たちは「若者交通会議」を提案する。若者交通会議とは、高校生、市役所、市議会議員のほか、私たちのような地域外の大学生を加えて、交通をテーマに対話や課題解決に向けた提案をする場である。

現状、公共交通について議論する場としては「地域公共交通会議」があげられるものの、一般的にはその委員に高校生等が含まれることはなく、若者の意見が反映されにくい仕組みとなっている。一方で、バスの減便や廃止等が続く中で、高校生の移動手段が制限されているにもかかわらず、その声が届きにくい現状にある。

私たちの提案する若者交通会議では、このように声の届きにくい現状を変えとともに、市役所職員や市議会議員に直接「若者の移動」に関わる声を届けることができ、政策と実態の乖離を最小化していくことを目指すものである。

この会議は具体的に、私たち大学生が企画立案を担い、一般的な会議形式というよりは、今回実施したような体験会とワークショップのほか、「ロゲイニング」などのイベント形式で参加者間の交流を図ることも想定している。

私たちはこれまでも、先の乗車体験会とワークショップのほかにも以下のような活動を実施してきた。たとえば 2024 年 10 月の「丹後万博」での mobi の利用促進ブースを丹後緑風高校網野学舎と共同で出展し、京丹後市内の高校生への mobi の周知、2025 年 2 月には活動の成果報告会で高校生にも来てもらい、市役所職員にも生徒の声を聞いてもらうなど、今回提案する若者交通会議の基礎となる活動は行ってきた。

なお、先の補足調査でも、高校生たちに若者交通会議の提案をしたところ、「課題の改善につながるならば参加してみたい」という旨の回答があった。また担当教諭の方からも、可能であれば近隣高校にも呼びかけるなどして、ぜひやってみたいという協力的な意見も得られている。

参考文献

- (1) 京丹後市 (2024) :『京丹後市地域公共交通計画』
- (2) 国土交通省 :「京丹後市地域公共交通利便増進実施計画 (概要)」
- (3) 田中輝美 (2025) :「地域活動に参加する学生をめぐるモビリティ」『モビリティーズ研究のはじめかた』第 3 章、明石書店
- (4) 逢軍 (2022) :「近江鉄道を核とした地域活性化のための「鉄学連携」の試み」同志社社会学研究, 26
- (5) 敷田麻実 (2009)「よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』

京菓子の伝統継承と認知度向上の取り組み

- 体験型ワークショップの実践 -

佛教大学社会学部大谷ゼミ京菓子班

○屋鋪 遥翔 (YASHIKI Haruto)・金定 美夏 (KANESADA Mika)

桐村 香里 (KIRIMURA Kaori)・近藤 秀太 (KONDO Shuta)

藤原 悠希 (FUJIWARA Haruki)・堀尾 健太 (HORIO Kenta)

水本 佑希 (MIZUMOTO Yuki)・物部 のあ (MONOBE Noa)

山岡 青登 (YAMAOKA Haruto)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：京菓子、伝統文化、ワークショップ

1. はじめに

1.1 研究目的

本研究は、京菓子という伝統文化の継承と認知度向上のための取り組みを主な目的としている。そのために、京都の伝統産業である京菓子の文化的価値を再評価し、その魅力を効果的に伝える方策を提言する。

私たちは主な研究対象を小学生とし、彼らの京菓子に対する興味や関心を高めるアプローチを検討した。子どもの食習慣は親の影響を強く受ける傾向があるため、京菓子への関心を通じて子どもの意識を変えるとともに、保護者の意識や家庭での食文化にも影響を与えることを目指し、ワークショップ（以下WS）を開催する。WSには小学生とその家族の参加を想定している。

現代では食生活の洋食化が進んでいることから和菓手に触れる機会が減少しており、これが和菓子への関心の低下に繋がっていると懸念されている（村上 2021）。

このような現状を踏まえ、「かわいい」「映える」といった現代の視覚文化・SNS文化に親和性の高い要素を切り口に、子どもたちが京菓子への心理的距離を縮めるアプローチを試みる。具体的には、株式会社 UCHU の協力を得て、干菓子を活用した体験型 WS を企画・実施することで、地域住民や子どもたちに創作や装飾を通じ京菓子に触れる機会を提供する。

これにより、子どもたちの京菓子への関心と認知度を高めるとともに、京菓子に触れる機会を創出することで家庭や地域における文化の伝承につなげることを目指す。

1.2 先行研究

京菓子についての先行研究を調べていると、京菓子には本質的な価値と、現代的なニーズの二側面に対する指摘が多いことに気付いた。入澤裕介・長沢伸也（2012）は「京菓子の芸術性が作り手の感性や表現が反映される「手づくり」の魅力（心

の魅力）にある」と論じていることから、この点に京菓子の本質的な価値があると捉えた。

一方、森崎美穂子（2020）は、若年層の和菓子購入の最大の動機が、ソーシャルメディア上で発信・評価される「きれい、おいしい」といったメッセージにあることを指摘している。

これらの先行研究より、京菓子が持つ「本質的な芸術性」と、現代が求める「視覚的な魅力」の両方を活用することが、伝統文化継承の鍵となることが分かった。そこで私たちは、京菓子の「フォトジェニック」「SNSで話題になる」といった現代的な魅力を SNS 等で発信し、干菓子の芸術性を活用した体験型 WS の実践を通して、私たちの提言の有効性を研究していく。

2. 対象

2.1 京都市と伝統文化について

京都市は千年以上にわたり、京菓子などの伝統産業を含む多様な伝統文化を積み重ねてきた地域であり、これらの文化は地域社会に深く根付いてきた。しかし、近年、伝統文化の消費構造が観光客中心へと大きく偏り、地域住民が日常生活の中で文化に触れる機会が減少していることが、地域社会における文化継承の希薄化という深刻な課題を引き起こしている（森崎 2020）。

この状況は、住民の間で「伝統文化についての知識はあっても、それを実際に体験として知らない」という、認識と体験のギャップを生み出している。すなわち、生活者としての伝統文化への関わりが限定的になっているのである。

したがって、京都市が伝統文化を守り伝えていくためには、地域住民が主体的に、かつ日常の生活者として伝統文化に関わる機会を創出することが喫緊の課題となっている。

この課題に対し、京菓子を題材として子どもを中心とした地域住民を対象とする今回の活動は、市民が身近な京菓子を通して伝統に触れる機会を創出し、希薄化しつつある伝統文化の継承に向け

た有効なアプローチとして位置づけられる。

2.2 京菓子について

京菓子は、茶道文化と結びつき、四季や風物詩を映し出す「食べられる芸術」として発展し、色彩・形・菓銘を通じて日本特有の美意識を体现する「季節感を具現化した芸術表現」として高く評価されている（林 1983）。また、京菓子は、視覚・触覚・味覚などを通じた総合的な体験が可能な文化資源である（同）。

本研究では、この京菓子の魅力を現代の視点から再構築している企業に着目し、株式会社 UCHU の協力を得た。同社の干菓子の創造性が高く、子どもの感性や現代の SNS 文化（「かわいい」「映える」）と親和性が高いためである。

3. 調査方法

私たちは、株式会社 UCHU の大山様へのインタビュー調査（2025 年 8 月 24 日）を行った。

4. 調査結果

4.1 株式会社 UCHU について

株式会社 UCHU は「人をわくわくさせたり、しあわせにする和菓子」を目指す企業で 2010 年に開業され、2014 年に法人化された。代表の本木勝也氏は元々デザイナーとして活躍していた。京都府での事業進出の際、若者の陰になってしまっている和菓子に焦点を当てて商品開発を始めた。落雁を主力商品としている。しかし、和菓子のデザインや落雁作りの木型など、新規参入ならではの苦労があったという。

4.2 商品について

様々なピースを組み合わせ、絵を描くようにデザインできる落雁「drawing」は自分で和菓子をデザインでき、単に食べるだけではなく「見て感じるお菓子」として顧客に人気がある。

また、季節限定の商品を開発し、秋には、「りすとどんぐり」を販売した。どんぐりを口に頬張るりすの愛くるしさが好評である。さらに洋菓子で人気の高いグミに焦点を当て、もち米とこんにゃくを使った新食感の和グミを開発した。

4.3 顧客層について

来店する顧客は地元の主婦層もいらっしゃるが、半数以上は観光客である。「らくがんつくりワークショップ」を開催し、京都市の小学校や外国人観光客の参加する様子が見受けられる。

5. 政策提言とその実践

5.1 WS の詳細

私たちは 11 月 1 日に紫野小学校で行われる「紫野フェスティバル 2025 ザ秋祭り」に参加する。

本イベントは、例年約 350 名の来場者を記録し、京都市北区の地域で行われている行事である。

私たちは株式会社 UCHU の協力を得て京菓子の WS を行う。具体的には、株式会社 UCHU から購入した商品を使い、紙皿と懐紙の上にそれぞれ好きな和菓子に乗せて写真を撮るという体験型 WS を実施する。

また、写真撮影以外に株式会社 UCHU で取り扱っている商品のうち、季節限定で販売されている商品を含む数種類のパネル展示や試食も行う。

5.2 WS の実践

この体験型 WS で創作活動を実践することで、京菓子が持つ伝統的な「季節感を具現化した芸術表現」としての価値を、参加者（特に小学生とその家族）に直接的に体感していただく。

具体的には、デザイン性の高い干菓子を活用することで、「伝統継承」の側面（素材、季節のテーマ）と、「認知度向上」の側面（「かわいい」「映える」要素による SNS 等での発信の促進）を同時に満たすことができる。これにより、WS は、子どもたちへの伝統文化の導入となり、家庭や地域社会における京菓子の話題創出に貢献する。

本研究における WS は一過性の実践に留まるが、その成果とノウハウは、京菓子の伝統文化の持続的な継承を目指す上で重要な基盤となる。今後は、本 WS をモデルケースとして、今回の成果の情報発信を通して、地域の子ども向け施設、学校、その他の文化施設など、様々な場所で継続的に実施できる普及モデルを確立する。これにより、単発の活動で終わらせることなく、京菓子の魅力をより広範な層に届け、文化として根付かせることを目指す。

なお、当 WS は開催前であるため、実施結果については大会当日に報告する。

参考文献

- (1) 村上陽子 (2021) : 「和菓子の教材化—食文化継承のための教材開発と実践—」、『日本調理科学会誌』Vol. 54, pp. 280-283.
- (2) 村上陽子 (2010) : 「小学生における食文化教育のための教材の提案：練りきり（和菓子）を用いた食育教材」、『静岡大学教育実践総合センター紀要』No. 18, pp. 63-72.
- (3) 林淳一 (1983) : 「京菓子」、『調理科学』16 巻 1 号, pp. 2-9.
- (4) 入澤裕介・長沢伸也 (2012) : 「京菓子司「末富」に見る経営戦略とデザインイノベーション」、『日本感性工学会論文誌』vol. 11No. 4, pp. 535-544.
- (5) 森崎美穂子 (2020) : 「和菓子 伝統と創造」、水曜社
- (6) 京都市 (2021) 「未来を創る京都文化遺産継承プラン ～京都市文化財保存活用地域計画～」 (https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000285/285296/0603_bunkazaikeikaku.pdf) (2025 年 7 月 24 日閲覧)

安心安全に関する啓発チラシのあり方

- 警察からの効果的な情報発信 -

阿部ゼミ A チーム

○小林 優斗(Yuto KOBAYASHI)・市木 禄大(Rokuta ICHIKI)・岸根 一騎(Ikki KISHINE)・城 晴菜(Haruna SHIRO)・永田 悠斗(Yuto NAGATA)・野原なつみ(Natsumi NOHARA)・松崎 大和(Yamato MATSUZAKI)・松村 穂乃佳(Honoka MATSUMURA)・吉丸 光成(Kosei YOSHIMARU)

(京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ)

キーワード：防護動機理論、啓発チラシ、情報発信

1. はじめに

長年、防犯や交通安全に関する情報を市民に広く伝える手段として、啓発チラシは活用されてきた。警察などの関係機関は、犯罪被害や交通事故の抑止に向けて、さまざまな場面でチラシの配布を行っている。しかし、その効果や課題については、配布の現場で蓄積された経験に頼ることが多く、チラシの内容に対する市民の受け取り方や反応については、現状では十分な把握がなされているとは言いがたい。本研究では、京都府警察本部および右京警察署へのヒアリングを通じて、啓発チラシの制作上の課題を明らかにするとともに、チラシの内容が受け手にどのように受け取られているかを分析する。また、市民を対象としたアンケート調査を実施し、チラシの内容が受け手にどのように影響するかを明らかにしていきたい。

2. ヒアリング調査

啓発チラシの課題を把握するため、私たちは事前に警察署等に設置してあるチラシ及びオンライン上にあるチラシを約 100 枚収集し、啓発内容に基づいて分類を行った。その結果、交通安全および特殊詐欺に関するチラシが多数を占めていることが判明した。これらを踏まえ、京都府警察本部の特殊詐欺対策室及び交通戦略室、また右京警察署交通課に対してヒアリングを実施した。

2.1 特殊詐欺対策に関するチラシについて

啓発チラシの制作には相応の時間的負担が伴うものの、担当者は他業務と並行して取り組む必要があり、十分な制作体制を確保することが難しい。制作期間は概ね 1 週間程度であり、限られた時間の中で内容の検討やデザイン作業を行っている。こうした中、作業手順や構成に関する明確な指針が存在しないため、効率的な制作が難しく、担当者の負担となっている側面がある。

2.2 交通安全に関するチラシについて

制作に際しては、統一されたデザインマニュア

ルが存在せず、警察官が主にパワーポイントを用いて制作している。伝達すべき情報が多岐にわたるため、文量が過剰になりがちであり、情報の取舍選択に関する判断が難航している。また、どのようなチラシが受け手にとって効果的であるかが不明確であるため、情報が十分に伝達されていないのではないかと懸念も示された。

また、右京警察署の方によれば、啓発チラシの制作にあたっては、受け手にとって「捨てられず、読まれる」媒体となることを目指しているが、実際には配布後すぐに廃棄されるケースも多く情報が十分に伝達されていない可能性を指摘していた。

3. 防護動機理論を用いた啓発チラシ分析

3.1 理論の選定

ヒアリングの結果、明らかになった課題の多くはチラシの制作や伝え方に関するものであった。そこで次に、現在配布されている啓発チラシを分析し、その内容を検討することが重要であると考えた。分析手法の検討にあたっては、「人は利益の獲得よりも損失の回避を重視する」という損失回避の心理を扱う行動経済学におけるプロスペクト理論や、「関心の喚起から行動に至るまでの意思決定プロセス」を説明するマーケティング理論を参照しようとした。しかし、これらはいずれも報酬や選好に基づく行動決定モデルであり、啓発チラシのように直接的な報酬のない予防的行動を十分に説明できない場合がある。そこで着目したのが防護動機理論(Protection Motivation Theory:PMT)である。これは、脅威に対する理解と、対処行動の認知という二つの側面から、人々が防護的行動をとる心理的過程を体系的に説明する理論である。防犯を目的とした啓発チラシを分析する際には、PMT が理論的妥当性の高い枠組みではないかと考えた。PMT は脅威評価として①脅威の深刻性、②脅威の脆弱性、対処評価として③対処行動の有効性、④自己効力感の 4 要素で構成され

る。①は、対象者がその脅威によってどれほど重大な被害を受ける可能性があるかと認識するかを指す。②は、個人がその脅威に対してどれほど自分が影響を受けやすいと感じるかを指す。③は提示された防止策が脅威に対してどれほど効果的であると認識されるかを示す。④は個人が提示された対処行動を自分自身で実行できるという自信を持っているかどうかを示す。なお、③④は、本来独立した要素であるが、実際の啓発チラシでは両者が形式的に同一の表現で示されている場合が多い。そのため、本研究では両者を統合し、「対処評価」として一括して分析を行った。

3.2 特殊詐欺チラシ分析

本研究では、京都府警察および警視庁が発行した計 27 枚のチラシを警察から提供いただき、分析を行った。分析では、防護動機理論の各要素を特殊詐欺に当てはめて検討した。①は「被害額 1 億円」「懲役 5 年」など詐欺被害の重大性から判断し、②は「自分も被害に遭う可能性」を示す表現の有無から評価した。③④では、「家族や警察への相談」「国際電話の停止」が被害防止に有効であると示されているかを基準とした。その結果、被害額や対策を具体的に示して脅威と対処の両要素が強いチラシ(A)と、手口のみを記載したチラシ(B)の 2 種類に区分した。

3.3 交通チラシ分析

交通分野では、計 19 枚のチラシを、特殊詐欺と同様に 3 つの要素で分析を行った。①は「ながらスマホによる罰金 30 万円」「懲役 1 年以下」など事故に伴う罰則の提示から判断し、②は、「着用しないと、こんなに危険」などの違反や事故の可能性を示す内容から評価した。③④では、「スマホを見るなら一旦停止」「スピードを出しすぎない」といった安全運転を促す表現の有無で判断した。その結果、罰金や懲役を示す脅威評価の記載は多かったが、対処行動を促す記述が少なかったため、アンケート調査では新しく自作した脅威と対処の両要素を含むチラシ(A)と、対処法のより弱い内容を記載したチラシ(B)の 2 種類に区分した。

4. アンケート検証

4.1 アンケート方法

アンケートは、2025 年 10 月 14 日～17 日に 10 代から 60 代までの市民を対象として、路上及びオンラインにて、アンケート調査を実施し、96 名の回答を得た。本調査は、PMT に基づいて分類されたチラシが、市民の防犯行動に対する意識変容を促すかを検討することを目的としたものである。アンケートでは、特殊詐欺と交通安全のそれぞれ 2 種類の啓発チラシとして、脅威評価および

対処評価が高いと想定されるチラシ(A)、両評価が低いと想定されるチラシ(B)を提示し、「どちらのチラシを見たときにより『対策をしよう』と感じるか」などを回答させた。続いて、選択したチラシに対して、PMT の主要要素である「脅威の深刻性」「脅威の脆弱性」「対処評価」に関する設問を設定し、各項目について 5 段階評価(1=そう思わない～5=そう思う)で回答を得た。

4.2 調査結果

特殊詐欺・交通安全の両分野において、いずれも(A)のチラシが高く評価された。また、各要素別では、「脅威の深刻性」および「対処評価」がそれぞれ 4.65、4.63 と高い一方、「脅威の脆弱性」は 2.20 と低い結果となった。このことから、人々は被害の深刻さや対処行動の有効性を理解しつつも、「自分は被害に遭わない」という楽観的認知傾向を有している可能性が示唆された。

5. 政策提案

以上の現状分析を踏まえ、生成 AI 等を使って PMT の枠組みに当てはまる文言の構想の提起を受ける「警察広報×PMT 活用プラン」を提案する。これは、生成 AI に伝える情報のテンプレートとして脅威と対処が含まれるチラシを作るためのアシストをしてもらう提案である。方法として、まず生成 AI に「作りたいチラシの啓発内容×防護動機理論」を入力することで、理論的枠組みに沿った啓発内容などを自動生成できる。これらを通じて、限られた人的資源の中でも、効果的な啓発チラシの制作が可能となる。また、裏面の上部に PMT に基づいたキャッチコピーや行動提案を配置し、下部に実用的なカレンダーを内蔵することで、継続的に活用され「捨てられず、読まれる」啓発チラシの制作が可能となる。これにより交通安全や特殊詐欺以外の犯罪類型においても、PMT の枠組みを応用することで、受け手の意識変容を促す広報戦略の高度化が期待される。

参考文献

- (1) Rogers, R. W. (1975). A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change. The Journal of Psychology, 91(1), 93-114.
- (2) 島田孝仁(2021)『犯罪予防の社会心理学被害リスクの分析とフィールド実験による介入』(ナカニシヤ出版)p. 18.

PTA 改革に関する現状と課題

- 「PTA の任意加入」から始まる、誰もが参加しやすい組織へ -

龍谷大学政策学部 井上ゼミナール 14 期生

○松原 匠 (MATSUBARA Takumi) ・園田 敦也 (SONODA Atsuya) ・竹ノ内 智哉 (TAKENOUCHI Tomoya) ・小林 花菜 (KOBAYASHI Hana) ・鳥山 眞衣 (KARASUYAMA Mai) ・北口 紗千 (KITAGUCHI Sachi) ・磯田 理子 (ISODA Riko) ・大賀 健翔 (OGA Kensho) ・角田 諭 (KAKUDA Satoru) ・堂園 達也 (DOUZONO Tatsuya) ・田邊 快 (TANABE Kai) ・大江 竜也 (OE Tatsuya) ・小林 美花里 (KOBAYASHI Mikari) ・横田 理綺 (YOKOTA Riki) ・高橋 愛良 (TAKAHASHI Aira)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：PTA 改革、任意加入

はじめに

近年、共働き世帯の増加やコロナ禍の影響により、PTA の組織運営に関する課題が注目されている。本論文では、小学校 PTA の任意加入を中心とした改革の動向について現状を把握し考察する。

全国の動向

1-1. PTA の定義

日本PTA全国協議会（日P）では、PTA（Parent-Teacher Association）を「社会教育団体」かつ「成人教育の場」とであるとされている。子どもの健全な成長には保護者自身の学びや成長が重要であるとし、研修や学習など多様な活動を展開している。また、PTAへの加入は任意である。

1-2. 任意加入が広まったきっかけ

PTA が「任意加入」であることが広く認識されるようになった事例として、2014 年に熊本市立小学校の保護者が PTA に対して起こした裁判が挙げられる。この裁判は PTA による強制加入や会費徴収に対し、保護者が会費返還を求めて起こしたものである。その後 2017 年に和解が成立し、双方が合意した和解条項の一つには、「PTA は任意団体であることを認識し、十分に周知すること」が挙げられた。こうして PTA の任意団体としての性質、その周知の重要性が再認識されるようになった。

さらに PTA の任意加入が周知された事例として、2023 年に東京都 PTA 協議会（都 P）が日 P から脱退したことが挙げられる。都 P は脱退後、会員・非会員の区別や会費を廃止し、運営の簡素化に努めた。この影響を受け、日 P は組織改革を進めることとなった。

日 P によると、加盟団体は 2020 年度の 64 団体・772 万人から 2024 年度には 61 団体・699 万人に減少しており、全国的に PTA 加入者数は減少傾向にある。

2. 京都の動向

2-1. 京都市 PTA 連絡協議会の基本情報

京都市 PTA 連絡協議会は、幼稚園・小・中・高・総合支援学校の 5 つの PTA 連絡協議会で構成される組織である。近年の社会変化に対応し、多様性や柔軟性を重視しつつ、保護者が子どもの教育環境向上に取り組むことを支援している。

2-2. 京都市 PTA の現状

京都市では、2011 年発行の「京都市 PTA ハンドブック」第 3 刷改版で、PTA が「任意の組織」であることを明記するとともに、「保護者と学校が『子どもたちの健やかな育ち』にとっての最善を常に考え、行動する任意の組織」・「PTA は『学校の最善の応援団』であり、良きパートナー」と表記されている。京都市は全国で PTA の任意加入が議論される以前から、保護者の自主性を尊重し、透明性の高い運営を推進してきた。

また、2016 年に京都市小学校 PTA 連絡協議会理事会は PTA 加入の任意性について具体的な指針を示した。さらに、団体への加入には意思表示が必要であること、加入を強制することや退会を認めない規約は無効であることを確認した。このように、京都市は早期から任意加入の問題に組織的に取り組んでおり、PTA 改革において先進的であるといえるだろう。京都市内のいくつかの小学校 PTA へのヒアリング調査では、PTA を解散し地域と連携した新たな組織を立ち上げた事例や、役員のなり手がいなかったため、会長職のみを設け、次年度に向けて活動の在り方を一から見直す方針を立てた事例などが把握できた。

3. 課題

PTA が「任意団体」であるということが再認識されたことで、PTA の加入率は減少傾向にある。

加入率が低下することによって、PTA が機能しなくなり、学校側の負担が大きくなってしまふことが考えられる。こうした状況を踏まえ、「任意団体」と再認識されるようになった PTA の組織運営の在り方を考え、誰もが参加したいと思える団体にしていく必要があると考える。

4. 既存研究・改革事例

村山孝道 (2020) は、PTA 必要論・不要論の実態をアンケート分析より明らかにしている。また、村山孝道 (2024) は、PTA 会長へインタビューを行い、学校規模や風土・歴史、校長の考えや会長の力量などの要因が、改革の仕方に差を生むと述べる。

加入率の低下という課題に対して、独自の取り組みを行っている小学校の事例を二つ紹介する。

一つ目は、滋賀県大津市立志賀小学校の事例である。志賀小学校 PTA では、役員等の立候補者数が減少し、組織運営が困難になっていたが、大津市教育委員会から「PTA 運営の手引き」が出されたことを契機に改革が進められた。2020 年には PTA 会員の負担軽減と地域との連携強化を目的に PTA は解散され、新たに「はなぞの会」が設立された。これにより、一部の会員は会費なしでサポーターとして活動できる体制が確立され、役員等の負担軽減にもつながっている。

二つ目は、大阪府高槻市立赤大路小学校の事例である。赤大路小学校 PTA では、2023 年度から会長を務める岩崎氏が、活動や予算の透明性に疑問を感じたことを契機に、同年度から改革が進められた。この改革は「任意加入の徹底」・「活動目的の明確化と活動のスリム化」・「活動内容の透明化・IT 活用」の三本柱を基本としており、立候補者によるイベント等の企画・運営や、PTA 加入の是非を問わずボランティアを募集する体制が確立された。これにより、PTA 会員の負担軽減と、保護者の主体的な活動参加が促進され、活動選択の自由度も向上した。

5. 政策提言

先進事例を踏まえて、今後の PTA のあり方は、地域や保護者の実情に応じた柔軟な組織へと転換していくべきである。PTA 改革には主に三つのアプローチが考えられる。

一つ目は、地域と連携し子どもを支える組織への再編である。PTA を解散し、別組織として地域団体や教職員、卒業生保護者も参加できる体制へ転換し、会費削減とサポーター制度の導入により保護者の負担を軽減できる。これにより、多様な世代が参加する「地域全体で育てる」仕組みが構築され、一人あたりの負担が分散される。

二つ目は、既存の PTA 組織を残しつつ、意欲ある保護者が主体的に参加できる組織への変革であ

る。自動加入と役職の強制を廃止し、活動目的を明確化する。さらに、立候補制の導入と IT 活用により情報の透明性を高め、柔軟に参加できる環境を整備する。これにより、意欲のある保護者が力を発揮できるため、活動の質が向上し、不公平感や精神的負担が軽減されることが期待される。

三つ目は上記に加えて、外部委託による業務の効率化である。施設の維持管理や行事運営の補助、特に負担の大きい業務を専門業者や地域人材に有償委託し、会費や既存事業の見直しなどで財源を確保する。これにより、必要な活動を維持しつつ、保護者の時間的・精神的負担を大幅に削減できることが見込まれる。

これら三つのアプローチは、地域の特性や保護者のニーズ、学校の実情に応じて単独または組み合わせで導入できる。中心となる方針は「自発性の尊重」・「情報の透明化」である。各自治体は先進事例を参考に、地域に応じた PTA 改革を積極的に支援するべきである。

6. おわりに

PTA 改革の鍵は、強制加入からの脱却と会員数に依存しない柔軟な組織への転換にある。自発性を重んじる運営こそが、全ての子どもの健全な成長を支えるという PTA の本質を維持する道である。

参考文献

(1) 日本全国 PTA 全国協議会「はじめまして PTA」最終閲覧日 (2025 年 10 月 19 日)

<https://www.nippon-pta.or.jp/pta/>

(2) 京都市教育委員会事務局「PTA 活動について」最終閲覧日 (2025 年 10 月 19 日)

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kyoiku/page/0000236566.html>

(3) 京都市情報館「京都市情報公開・個人情報保護審査会答申第 19 号 PTA への加入に関する文書」最終閲覧日 (2025 年 10 月 19 日)

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/cmsfiles/contents/0000113/113960/jyo19.pdf>

(4) 京都市「京都市 PTA ハンドブック」最終閲覧日 (2025 年 10 月 19 日)

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kyoiku/cmsfiles/contents/0000108/108397/2025ptahandbook.pdf>

(5) 京都市小学校 PTA 連絡協議会理事会「PTA 活動の今後のあり方について」最終閲覧日 (2025 年 10 月 19 日)

<https://kyoto-pta.com/wp-content/uploads/2022/05/180418PTAあり方について.pdf>

(6) 一般社団法人全国 PTA 連絡協議会 (2018)「PTA、こうやって変えました！脱強制・改革の超実践的ノウハウ」(学芸出版社)

(7) 村山孝道 (2020)「PTA は持続可能か？(Ⅰ): 必要論・不要論の実態を知る」京都文教短期大学研究紀 59、pp. 13-24

(8) 村山孝道 (2024)「PTA は持続可能か？(Ⅱ): 新型コロナウイルス感染症は PTA にどのようなインパクトを与えたか」京都文教短期大学研究紀 62、pp. 23-34