

口頭発表

【分科会 9】

京都府北部の医師偏在について

- 中丹医療圏に適した医師の確保 -

福知山公立大学岡本ゼミ

○前嶋亮汰 (Maeshima Ryota)・芦田潤稀 (Ashida Mitsuki)・淡島美千花 (Awashima Michika)・扇田柚佳 (Ogida Yuzuka)・佐藤藍 (Sato Ai)・服部純平 (Hattori Junpe)・古牧拓己 (Furumaki Takumi)

(福知山公立大学地域経営学部医療福祉経営学科)

キーワード：医師偏在、京都府北部、医師確保

1. はじめに

京都府の医師数は令和2年度医師・歯科医師・薬剤師統計によると全国2位である。しかし、京都市内に医師が集中しており、北部地域など京都市から離れている地域は医師不足が問題になっている。

そこで本研究では、京都府内の医師数の現状を明らかにする。その後、医師偏在対策の取り組みの事例を調べ、京都府中丹医療圏に合った医師偏在の対策を提言する。

2. 医師数と偏在について

2.1 全国と京都府の医師数について

まず、全国と京都府の医師数を比較する。ここでは、比較をするにあたって人口の大小の影響を除外して考えるために人口10万人あたりの医師の人数をデータとして用いる。厚生労働省から出ている令和2年医師・歯科医師・薬剤師統計によると、表のような結果になった。京都府の医師数は全国平均に比べて大きく上回っていることが分かる。

	10万人対医師数(人)
全国平均	256.6
京都府	332.6

2.2 京都府内の二次医療圏の医師数について

2020年医師・歯科医師・薬剤師調査と総務省統計局人口動態統計調査を用い、診療科ごとの医師数と、母集団の影響を取り除くため人口10万人対医師数を用い、偏在地域を調査した。

京都府二次医療圏別比較では、京都・乙訓医療圏への医師の偏在が顕著であった。京都・乙訓医療圏における医師の総数は、京都府全体の約77%にあたる6631人が従事していた。人口10万人対医師数では、京都・乙訓医療圏が最も多く423.87であった。次点の中丹医療圏は、223.43であるから、他の地域の2倍ほどの差をつけており、京都府中心部への医師の偏在が極端であった。

診療科ごとの人口10万人対医師数でこの傾向が特に顕著であったのは、脳神経内科と産婦人科であった。脳神経内科は、全国平均は6.2、京都・乙訓医療圏が15.02、中丹医療圏が4.15。産婦人科は、

全国平均は9.1、京都・乙訓医療圏が13.62、中丹医療圏が8.29と、大きな差をつけていた。

2.3 中丹医療圏内の市町ごとの医師数について

中丹医療圏内自治体比較では、人口10万人対医師数において医師の総数では、大きな差はみられなかったものの、診療科ごとの対10万人医師数では、各市の間に差が生じていた。産婦人科では、綾部市が15.05と比較的多く、放射線科では福知山市が10.29となっていた。また、福知山市で、脳神経内科に従事していると答えた医師はいなかった。

3. 医師確保の事例

3.1 京都府確保計画

京都府医師確保計画によると、産科・小児科の医師確保の取り組みとして、初期臨床研修医を確保することがあげられる。臨床研修後に京都府で不足する診療科への就業を促進するために、小児科・産婦人科等に重点をおいた臨床研修プログラムの充実が図られている。京都府内では、29の臨床研修病院がある。臨床研修病院には、基幹型臨床研修病院と協力型臨床研修病院という2種類に分けられる。基幹型臨床研修病院とは、厚生労働省の定める基準を満たすことで、独自の研修プログラムを作成し、研修医の指導を行う病院のことである。一方、協力型臨床研修病院とは、基幹型臨床研修病院の研修プログラムの一部を担当する病院のことである。

また、その他の取組として、周産期医療情報システムの活用があげられる。周産期医療情報システムとは、安定した受入体制を確保するため、各センターの周産期医療に関する診療科別医師の存否及び勤務状況や空床状況等受入体制に関する最新の情報をネットワーク内で常に共有できるようにするためのシステムである。このシステムにより、各市町村の保健師と産科医療機関が妊娠中の異常や産後うつ病・育児不安の情報をやり取りできるようになるため、必要な時期に悩みの相談などの保健指導を受けることが可能となる。その他にも、受診前に患者情報を把握できるため、早期に高度な医療が受けられるようになる。

3.2 中北部医師確保緊急対策

「中北部医師確保緊急対策事業」は平成 30 年度から開始された新専門医制度に対応して、医師確保困難地域の専攻医及び専攻医を配置する基幹施設を支援することで、地域偏在の是正を図る。新専門医制度とは、国民に広く良質な医療を提供し、育成される医師のキャリア形成支援も重視すべく平成 30 年 4 月に導入された制度である。新専門医制度では、初期臨床研修が終了した医師は原則的に内科や外科など 19 領域の「基本領域」の専攻医となり、3 年間所定の研修を受けて専門医資格を取得できる。

「中北部医師確保緊急対策事業」のおもな事業内容は、地域医療確保・新専攻医研修支援事業と地域医療貢献型・新専門研修プログラム支援事業の大きく分けて 2 つである。

1 つ目の地域医療確保・新専攻医研修支援事業は、医師確保困難地域の医療施設で勤務する専攻医の研修環境向上を図るため、研修費を支援するものである。医師確保困難地域の医療施設とは、京丹後市、宮津市、伊根町、与謝野町、舞鶴市、福知山市、綾部市に所在する医療機関、国保京丹波町病院、美山診療所のことである。対象経費は、研修用材料及び消耗品や専門図書類の購入経費、論文掲載料、専門医資格取得に係る経費、学会等参加旅費及び経費などである。

2 つ目の地域医療貢献型・新専門研修プログラム支援事業は、専門医制度における対象プログラムにおいて基幹施設の指導医等が行う、連携施設での研修を充実させるために必要な取組を支援するものである。対象プログラムの要件は、重点領域（内科、救急科、総合診療科、外科、小児科、産婦人科、整形外科、脳神経外科、リハビリテーション科、その他知事が必要と認めた領域）のプログラムであることと、専攻医を通年で医師確保困難地域の連携施設に配置するプログラムであること（大学が基幹施設のものを除く）である。医師確保困難地域の連携施設とは、京丹後市、宮津市、伊根町、与謝野町、舞鶴市、福知山市、綾部市に所在する医療機関、国保京丹波町病院、美山診療所のことである。主に支援される経費は、専門研修指導医資格取得・更新に係る費用（学会等参加旅費や経費、論文掲載料等）。プログラム管理・指導経費（専門研修プログラム統括責任者、専門研修指導医、事務員に係る人件費、報償費、医師確保困難地域の連携施設までの旅費）などである。

「京都府地域医療確保奨学金制度」は、地域医療を担う医師を確保するため、府内の医師が不足する地域にある医療機関で医師として働く意思のある人に対して、奨学金を貸与する制度

である。府が定める期間、対象医療機関で働くことにより、奨学金とその利息の返還が免除される。対象者は、専門研修医・臨床研修医・大学院生・大学生であり、貸与額は月額 15 万円（年額 180 万円）である。特定診療科（産婦人科、小児科、小児外科）の診療従事者等は月額 5 万円の加算を申請することができる。利率は年 10% である。貸与終了後直ちに（在学・臨床研修期間を除く）「地域医療機関」において貸与期間と同じ期間を勤務した場合、奨学金とその利息の返還が免除される。

4. 提言

中丹医療圏の、人口十万対産婦人科医数は、全国平均と比較するとやや下回っているものの差は少ない。そのため、医師確保対策は産科・小児科を中心に行われているが、中丹医療圏の医師確保において重要ではあるが最優先の診療科ではないと考えられる。大きな偏差の見られた脳神経内科の医師確保をした上で周産期に係る活動を行う方がよいと提言する。

5. おわりに

京都府は、都道府県単位でみると医師の多い地域である。しかし、京都市に医師が集中している現状にある。医師確保において周産期に係る診療科が重視されているが、各二次医療圏においてどの医師が不足しているか考え、二次医療圏ごとでも対策を考えることが医師確保において重要であると考ええる。

参考文献

- (1) 厚生労働省、「医師・歯科医師・薬剤師統計」、e-Stat、2022/3/17、<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00450026&tstat=000001135683> (2022/10/18 アクセス)
- (2) 厚生労働省、「人口動態調査」、e-Stat、2022/10/25、https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00450011&tstat=000001028897&cycle=7&year=20200&month=0&tclass1=000001053058&tclass2=000001053061&tclass3=000001053072&result_back=1&tclass4val=0 (2022/10/18 アクセス)
- (3) 京都府医師確保計画、2020、「産科・小児科の医師確保のための取組」、https://www.pref.kyoto.jp/shingikai/iryo-03/documents/320302_shiryoi-2.pdf (2022/10/18 アクセス)
- (4) 船橋市立医療センターホームページ、「臨床研修病院」<https://www.mmc.funabashi.chiba.jp/clinical-training/> (2022/10/18 アクセス)
- (5) 京都に縁のある医師との絆ネット、「臨床研修病院情報」<https://www.pref.kyoto.jp/drkyoto/resident/> (2022/10/18 アクセス)

糸だけじゃない。

—「食」から考える養蚕業—

京都産業大学経済学部イケダゼミ 養蚕チーム

○森永康平 (Kohei Morinaga)・福井啓介 (Keisuke Fukui)

・山崎晃笙 (Koki Yamazaki)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：養蚕業、昆虫食、実体験型学習

I. はじめに

養蚕業は昭和初期まで日本の基幹産業であったが京都新聞 2021 年 9 月 28 日「養蚕農家 0 軒、若手有志が継承を模索 京都・福知山、引退農家らから学ぶ」によると、京都市の専業養蚕農家は 0 件となったと紹介されている。

一方、近年は蚕や他の昆虫類の細胞培養技術が急速に進展し、食品やバイオテクノロジーなどの素材として世界的に数々の大学やベンチャー企業などが研究開発に取り組んでいる。本稿では養蚕を地域で活用する方法を学び、意識改革のための学習機会の創出を検証する。

II. 先行研究

養蚕から昆虫食への展開は 2013 年に国際連合食料農業機関が発表した Edible insects レポートに影響されている。

近い将来、世界の肉の全体消費量が現在の 2 倍になるといわれており、地球規模でタンパク質の供給不足が懸念されている。こうした世界的問題の中で私たちは環境負担が少なく、量産化が簡単な代替タンパク質食品としての昆虫食に注目している。蚕を使用した昆虫食に可能性があると考えているのは、蚕の栄養価が優れていることが先行研究からわかっているからである。水野 (2016)「現代の昆虫食の価値：ヨーロッパおよび日本を事例に」によると、昆虫食で最も知られているコオロギの栄養価よりも、蚕の方がタンパク質、脂質ともに高いことが明らかになった。落合 (2022)「食用昆虫の油脂と期待される栄養生理機能」によると産業廃棄物とされてきた蚕サナギを油脂の供給源として食品や飼料に活用できれば、持続可能な食品産業に寄与することが期待されるとしている。また、食用昆虫には抗酸化の向上も期待されるため、油脂の供給元だけでなく、それ以外の付加価値の創出にも期待できると発表している。蚕の研究の第一人者である信州大学の塩見邦博教授が NHK (2022) のインタビューで長野県の養蚕農家が途絶えてしまう危機に指摘し、蚕を地域資源として活用することで養蚕以外に価値を生み出すために県外ベンチャーバイオテック企業の MORUS 株式会社と協力協定を結んだと発表していた。

養蚕や昆虫食に対する意識改革には教育の役割は重要であると考えます。実体験を取り入れた授

業作りの事例では、多由 (2013)「図画工作科における実体験を取り入れた授業づくり ―児童の創造力の育成をめざして―」では、実際に体験することは児童にとって学びが身近なものになり、自主的な行動が見られると記述している。

III. 研究調査方法と分析

養蚕業に関する現状課題を把握するために亀岡市で養蚕業に取り組んでいる「織道楽塩谷屋」にフィールドワークを計 2 回行い、また京都府蚕糸同好会今川会長と、福知山市在住元養蚕家桐村氏、京都府福知山市役所にもヒアリング調査を実施した。

それらの調査結果から、4 つの問題があることがわかった。①労力と対価が見合わないことによる養蚕業の担い手不足②国産絹糸の品質の認知不足③農家の生産技術継承の難しさ④養蚕業に関する消費者側の認知低下及び学習機会が少ないことの 4 点である。

さらに、養蚕業や昆虫食へのイメージ把握を目的に、10 代から 70 代を対象に Google Forms や SNS を活用し、スノーボール・サンプリングにおいてアンケート調査を実施した。なお、調査期間は 2022 年 7 月 26 日から同年 8 月 26 日までである。

【アンケート結果】

有効対象者数は、217 名 (男性 90 名 (41.5%) 女性 126 名 (58.1%) その他 1 名 (0.04%)) であった。年齢構成は 10 代が 16.5%、20 代が 55%、30 代が 2.8%、40 代が 5.5%、50 代が 8.7%、60 代が 6.4%、70 代以上が 5%であった。昆虫食に関する設問に対して、「イメージが良い」と回答した割合は 40.1%、その内、「今後の食料解決策として」とコメントが付与されてる

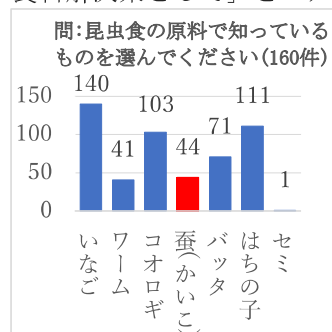


図 1 昆虫食の原料に関する認知度

ものが 67.8% を占める。反対に、「イメージが悪い」と回答した割合は 59.9%、その内、「見た目が悪いから」とコメントが付与されてるものが 70.8% を占めた。また昆虫食

に使用される原材料に関する設問に対する有効回答数 160 件のうち「昆虫食としての蚕」を知っている回答者は 27.5%であった。次に昆虫食に求めるものに関する設問の回答は、「美味しいこと」が 72.4%、「見た目が良いこと」が 64.1%、「衛生管理がしっかりしていること」が 47%であった。そして「需要が低下し衰退傾向にある日本の伝統産業は、補助金などで支援し存続させるべきである」の設問に対して 75.6%が「賛成」と回答した。

【アンケート考察】

昆虫食へのイメージは約 6 割の回答者が悪いと回答しているが、その理由の約 7 割が「見た目が悪いこと」が原因と回答しているため昆虫食を視覚情報だけで認知しているのではないかと考える。それに対して、昆虫食のイメージが良いと回答した理由は、「今後の食料解決策として」が約 7 割を占めているため視覚的な情報ではなく、昆虫食の内在的なメリットに注目しているのではないかと考える。

そして、「需要が低下し衰退傾向にある日本の伝統産業は、補助金などで支援し存続させるべきである」の設問に対して 75.6%が「賛成」と回答しているということは、日本の伝統産業に保全意識があることがアンケート調査から明らかになった。

IV. 実践：昆虫食への偏見を克服するために「美味昆虫食パン」試作に挑戦

蚕を使用した昆虫食を販売している株式会社エリー代表梶栗隆弘氏にインタビューを行った。昆虫食のメリットは数多くあるが、食品として消費者に前向きに受け入れてもらうため、エリー株式会社で重要視しているのは「おいしさ」である。そこで、昆虫食のイメージを良くするため、私達は日本国内で市販されている食用蚕粉末を使用し、ウェブで公開されている



図 2 蚕パウダーを加える様子



図 3 蚕を使用した干パン

「災害時の非常食・干パン」のレシピをもとに干パン試作に挑戦した。

試作した干パンの味について、作成に参加した 4 名は「かなり美味しいと感じた」が 1 票、「美味しいと感じた」が 3 票であった。その結果から、私たちは糸としての養蚕業ではなく、美味しさからくる新たな養蚕の活用法に注目した。

V. 政策提言

養蚕の将来性を理解するためには、地域資源としての養蚕や蚕、関連製品を地域住民への理解が必要であると考えます。

京都市の小学校 154 校の家庭科の授業に体験学習活動を行い、家庭科の調理実習で「ものづくり・試食コーナー」を設け、小学生が食用蚕の粉末を使った簡単な料理を作り、味わって楽しむことは、子どもの頃の意識改革や新しい視点の育成、または家庭での意識改革に有益であると考えられる。そして、養蚕業について講義型授業を用いて児童に養蚕業の現在おかれている現状と将来の成長性について「食」の視点を通して学習してもらおう。

これは養蚕から将来の成長性を引き出し、地域活性化のインパクトにつながる活動であると考えます。またタンパク質の供給不足問題に直面するであろう世代に蚕を使用した食品および健康品として利用する際の安全性に対する消費者の「信頼」につなげる。

このように、地域の産業で出た蚕サナギのような未使用の資源を活用することは、養蚕業だけでなく日本の伝統産業にも技術開発及び地域産業化への可能性を大きく膨らませるものである。様々な課題があるが、今後養蚕業の「糸だけじゃない」の意識改革が必要である。このように、地域の産業で出た蚕サナギのような未使用の資源を活用することは、養蚕業の可能性を膨らませるものである。今後の養蚕業は「糸だけじゃない」の意識改革が必要である。

参考文献

- (1) 京都新聞 (2021) : 「養蚕農家 0 軒、若手有志が継承を模索 京都・福知山、引退農家らから学ぶ」、最終閲覧日 2022/6/28
URL: <https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/645803>.
- (2) 国際連合食糧農業機関 (FAO) (2013) : 「Edible insects: Future prospects for food and feed security」、最終閲覧日 2022/8/25
URL: <https://www.fao.org/3/i3253e/i3253e.pdf>.
- (3) 水野 壮 (2016) : 「現代の昆虫食の価値—ヨーロッパおよび日本を事例に一」、最終閲覧日 2022/10/15
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/228878115.pdf>.
- (4) 落合優 (2022) : 「食用昆虫の油脂と期待される栄養生理機能」 食用昆虫の油脂と期待される栄養生理機能オレオサイエンス、2022 年 22 巻 4 号、p. 155-164
URL: https://www.jstage.jst.go.jp/article/oleoscienc/22/4/22_155/_article/-char/ja/.
- (5) 日本放送局 (2022) : 読むらじる。「信州発 あのカイコ」を世界の食に」 NHK ジャーナル 2022/02/01、最終閲覧日 2022/10/25
URL: <https://www.nhk.or.jp/radio/magazine/article/nhkjournal/tdY6Hb1tI2.html>.
- (6) 多由有里 (2013) : 「図画工作科における実体験を取り入れた授業づくり 一児童の創造力の育成をめざして—」、最終閲覧日 2022/10/15
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/72857515.pdf>.
- (7) 非常災害時に備えて・保存用パン (干パン風) レシピ・作り方、最終閲覧日 : 2022/9/16
URL: <https://recipe.rakuten.co.jp/recipe/1720008483/>.
- (8) 京都市教育委員会事務局・総務部・学校事務支援室 (2022). 「令和 4 年度 教育調査統計 5 月 1 日現在学校現況調査速報」、最終閲覧日 2022/10/20
URL: <https://www.city.kyoto.lg.jp/kyoiku/cmsfiles/contents/0000171/171194/r04sokuhou.pdf>.

地方銀行による DX 支援

辻田ゼミ

○塚田 峰大 (Tsukada Takahiro)・早瀬 実佳 (Hayase Mika)・松本 拓磨 (Matsumoto Takuma)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：地方銀行、DX 支援、地域活性化

1. はじめに

地域金融機関のバブル崩壊後に不良債権問題の深刻化が起こった事に端を発し、金融システムの構造改革が課題となり、地域金融機関はそのあり方を改めて模索している。金融庁によると、地域密着型金融が推進されている現在において、地域金融機関に求める役割として、顧客企業の成長を支援することや、事業者の雇用を守ることを挙げており、これまでのような「融資先」ではなく、「地域経済を守るパートナー」に地域金融機関の役割が変化している。

総務省「情報通信白書(令和3年版)」によると約7割の中小企業で十分なDXが進んでいないという調査結果がある。その一つの原因として、地方の中小企業では、DXを推進する人材の獲得が難しく、DXを推進したいが何から始めればいいのか分からない、相談できる相手がいないといった点が挙げられる。このような環境下において、地域金融機関には、日常的な経営相談の一貫として中小企業からDXに関する相談が多く寄せられている。地域経済の更なる発展には、DXによる地域の中小企業の経営力向上が必須であり、また顧客企業の経営改善等に向けた取組みを最大限支援していくことが役割として求められる地域金融機関では、中小企業のDXの支援体制の構築が喫緊の課題となっている。

経済産業省ではDXの意味として「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」と定義している。加えて我々は、産業や農業、観光を「地域資源」と捉え、そうした地域資源の活用とデジタル技術による競争力向上メカニズムの確立に向けた動きのことをDXと定義したうえで、地域金融機関が連携し、地域金融機関の顧客である中小企業のDXを支援していくことについて考えていく。

そのために、全国地方銀行協会のサイトに掲載されている、先進的な事例を行う地方銀行について、アンケートとヒアリング調査を行い、銀行目線の意見も取り入れつつ、地方銀行による新たな

地域活性化を考えていく。本稿では、まずアンケートとインタビュー調査の結果から見えてきた発見事項を整理する。次に、ヒアリング先が行っていたDX支援の事例をピックアップし、域内産業の新たな支援策を考える。

2. 地方銀行と地域活性化

2.1 地方銀行に対するアンケート調査概要

2022年8月29日から9月3日にかけて、承諾頂いた5行の地方銀行にアンケートを実施した。テーマは、「地域資源を活かし、持続可能な地域を、地元の企業と地域金融機関が協力して作り上げる」とし、地域活性化を行うにあたって、①どのようなことを重要視しているか、②どのような体制で行っているか、③実際に取り組んでいること、④これから取り組んでいきたいこと、⑤認識する課題点、について回答いただいた。

アンケート調査の結果、アンケートに回答した5行の全ての地方銀行が、「とても重要」、と答えた項目は、①[空き家を飲食店に改装するなど、遊休不動産を活用する]、②[人口の呼び込みを目的とした新たな地域の魅力をつくる]、③[地域事業者と連携した企画・実践]、④[大学と連携した企画・実践]、⑤[自治体と連携した企画・実践]、⑥[既存の地域事業者と連携して既存事業を強化する]、⑦[新たな融資先を確保する]の7項目である。この項目のうちの①、③、⑥は、既存の地域事業者や企業と協力して行うものであり、地方銀行は、既存の地域事業者や企業と協力して新たな事業を行うなど、既存の地域事業者や企業の発展を重要視していることが分かる。

2.2 ヒアリング調査における発見事項

さらに9月12日から9月29日の期間をかけ、5行の銀行全てにヒアリング調査を行うことができた。ここでは、実際に地域活性化に取り組まれている行員の方を対象に、Zoomを用いて1時間ほどお答えいただいた。内容は、アンケート調査で見えてきた「既存の地域事業者や企業の発展を重要視」しているという事項に絞り、具体的にどういった取り組みを行っているかをヒアリングした。遊休不動産の活用や地域商社の立ち上げ、地域の人材育成など様々な事例の中で、北陸銀行が挙げ

た「DX」に関する取り組み事例から、DX化が現代の社会課題にも対応できる取り組みであると考えた。

3. DXを活用した域内産業の成長支援

3.1 地域金融機関とDX

昨今では、人口減少や少子高齢化などの従来の問題に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響拡大による急激な事業環境変化を受けて、企業経営における変革機運の高まりが見られる。地域内外の人・モノ・カネ・情報等の資源が、デジタル技術でスマートにつながりながら、自律的かつ自主的に、価値を生み生産性を上げる持続可能な分散型の地域経済社会の実現は不可欠であり、また、これらを成し遂げる中核人材があらゆる地域を環流し、最大限その力を発揮し活躍できる社会の実現も重要視されている。このようなDX化に向けた動きを後押しするためにも、その立ち上げ期から、地域振興における中核的なプレイヤーである地方銀行の参画が不可欠であると考ええる。地方銀行は、ポスト・コロナにおける変革の契機となるよう、新潮流をふまえた企業経営における構造改革支援の実施が求められている。

3.2 地域金融機関によるDX支援～北陸RDXの例から考える～

富山県富山市に本店を置き、富山県・石川県・福井県の北陸3県を主な地盤とする北陸銀行は、石川県では北國銀行に次ぐ店舗網を有しており、石川県民にも地元の銀行として定着していることから、北陸地方では強固な営業基盤を構築している。

2021年に発足した北陸RDXは、北陸地域の自治体と国立大学、経済団体が中心となって設立した北陸DXアライアンスにより、製造業を中心とする地域の有力な産業のDXを推進し、活力ある独自の成長産業の創出を目指す。また、企業、研究機関、公共団体を巻き込むことで、地域経済の底上げを図り、ポストコロナの新たな地域振興モデルを創造できるとしている。産官学と連携した情報の共有、研究資源や情報産業の力を組み合わせることで効率的かつ迅速なDX化に向けた支援が可能になり、生産性の向上や産業の新規事業の市場創出が期待できる。

実際に北陸銀行が取り組んだ事例として、コストサイエンス株式会社(東京都)と、ますのすしの老舗である株式会社源(本社所在地富山市、資本金7000万円、創業140年)は、地域発展を願い、ますのすしなどの駅弁の製造、販売を行っている。ここに、AIを駆使した発注システムMINA(ミーナ)を導入することによって、業務の効率化を実現した。これにより、チャンスロス及びフードロスの削減、発注担当者の発注予測に関する業務負

担軽減が可能となった。

こうした企業のDX化の動きの中に、北陸地方に強固な地盤を構築する北陸銀行が加わることで、資金調達や地域のニーズ調査を円滑に行うとされており、RDX内でも重要なポジションとして位置づけられていることが分かる。

このように、地方銀行が従来より持つ強固な経営基盤を活かすことは、資金調達はもちろん、企業の細かなニーズにも対応することができ、企業のDX化を進めていくうえでは大きな役割を持っている。また、県内・県外を問わず異業種とのマッチングにより、企業の人材不足や知識不足などの課題を補うことができ、さらには、様々な機関や企業との連携により新たなイノベーションを起こすことに繋がると期待できる。

4. 結論

バブル崩壊後から続く、地方銀行の苦境からの苦境から抜け出すためにも、地域活性化は必須であり、私たちが地方銀行に対して行ったアンケート結果から、地域活性化において重要なことは、既存の域内産業の支援であることが分かった。

そして、その域内産業の支援の方法としてDX化支援が人口減少やコロナウィルス感染拡大などの様々な社会問題解決に対応でき、さらには、生産性向上などの事業発展に貢献することに期待ができる。まだまだ発展途上で課題はあるものの、地方銀行による域内産業に対するDX化支援を推進するべきだと結論付ける。今後の課題として、さらに北陸銀行の事例研究を進め、銀行が参画する経緯や取るべきDX化支援の推進の方法について考察を進めていく。

参考文献

- ・奥山裕之(2006)「地域の再生・活性化と地域金融」(2022年10月25日アクセス)
<http://www.ndl.go.jp/jp/diet/publication/document/2006/200601/20060112.pdf>.
- ・小倉義明(2021)『地域金融機関の経済学—人口減少下の地方活性化と銀行業の役割』慶應義塾大学出版会.
- ・金融庁(2016)「地域金融機関に期待される役割」(2022年10月25日アクセス)
https://www.fsa.go.jp/frtc/kenkyu/event/20160623-2/s2_1_1.pdf.
- ・金融庁「II 銀行監督上の評価項目」(2022年10月25日アクセス)
<https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/chusho/02a.html>.
- ・北陸銀行「ビジネスマッチング支援案件(需要予測AIシステム)が日本DX大賞2022優秀賞(支援機関部門)に選出されました!」(2022年10月25日アクセス)
<https://www.hokugin.co.jp/info/files/pdf/3169.pdf>.

公衆浴場で構築するソーシャルキャピタル

- 「銭湯コミュニティ」の創造 -

同志社大学 風間ゼミナール

○福留 渉 (Ayumu Fukutome) ・ 大野 聖 梨 (Hijiri Ono) ・ 中西 理 子 (Riko Nakanishi) ・
大庭 真 菜 (Mana Oba) ・ 秋山 七 海 (Nanami Akiyama) ・ 水谷 英 祐 (Eisuke Mizutani)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：銭湯、ソーシャルキャピタル、地域資源

1. はじめに

公衆浴場は、古くから誰もが平等に楽しむことのできる場として親しまれてきた。しかし、高度経済成長期以降、急速に風呂が一般家庭に普及し、利用者が1975年から2021年にかけて半分以上にまで減少している。さらに公衆浴場においても、利用者の減少や、経営者の高齢化、設備の老朽化に伴い、1975年には京都市だけでも461軒存在していたが、2021年は、127軒まで減少している。一方で、公衆浴場の歴史を辿ると、浴室にはない役割を果たしてきたことが理解できる。紀元前753年に建国された古代ローマでは、公衆浴場は毎日数時間過ごす習慣が出来るほどの施設を整えた社交場であった。また、京都では鎌倉時代から室町時代にかけて「一条の風呂」や「五条堀川風呂」など娯楽用の銭湯が盛んに作られ、人々が癒やされる場となっていたことから、日本の公衆浴場にも社交場的な側面があったのではないかと考えられる。しかし、このまま公衆浴場が減少すると、京都から姿を消すのは時間の問題であり、古くから一つの地域コミュニティの役割を果たしていた「銭湯文化」が失われるということは日本から一つ文化が消えてしまうのと同義である。

2. 現状分析

公衆浴場の抱える問題を受けて京都市は固定資産税を軽減したり、設備の更新や改修に要する経費の一部を補助したりするなどの支援を行ってきた。また、知事が公衆浴場料金の上限を設定しており、自由な価格形成が行えない状況下で経営者も様々な取り組みを行っている。ヒアリング調査で訪れた船戸湯や旭湯では、TwitterなどのSNSを活用し宣伝活動に努めていることが分かった。また、松葉湯では燃料を重油ではなく解体屋で譲ってもらった薪にして経費を抑えている。しかし、個人での経営努力には限界がある。よって、公衆浴場の文化を守り、地域資源として活用し、地域全体で支える体制をつくるべきだと考える。

公衆浴場は地域住民の貴重なコミュニケーションの場であり、政治と個人をつなぐアソシエーション(共通の目的や関心を持つ人が、自発的に形成する人間の集まり)でもある。ここで生まれた小

さな公共圏は地域住民の関係性を深める。公共圏とは、ハーバーマスによると「市民が自制的に形成する独自の社会領域」のことを指す。そして、公共圏は自立した個人が生活世界に根差してコミュニケーションを図る場として機能する。公衆浴場では居合わせた人々が、政治や日常生活で感じることを自由に話し合う。家庭にお風呂が普及した現在でも住民が公衆浴場を利用するのは、広いお風呂で寛ぐためだけでなく、近所の人とコミュニケーションを取るという目的もあるからである。よって、地域に密着した公衆浴場はこのような公共圏を形成し、活性化させる重要な役割を果たしている。そして、公共圏におけるコミュニケーションの向上が信頼の醸成につながり、ソーシャル・キャピタルの構築を実現する。

R・パットナムは「ソーシャル・キャピタルとは人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を高めることのできる、信頼、互酬性の規範、ネットワークといった社会組織の特徴である」と定義した。

内閣府国民生活局の調査によると、住民間の互酬的な規範を強めると同時に相互信頼を高め、ネットワークを強化することは地域・経済・健康・治安に好影響をもたらすことが分かっている。

3. 政策提案

3.1 概要

以上の現状分析を踏まえて私たちは「公衆浴場を地域資源として活用したソーシャル・キャピタル(以下SC)の構築」を目指す。

各地域のニーズに合った「銭湯コミュニティ」を形成することで、地域のSC構築をし、同時に公衆浴場の持続的な経営に貢献することを目的とする。

3.2 ソーシャルキャピタルの構築

公衆浴場の地域性を通じて、SCを構築するために銭湯サポートチーム・コミュニティナースの導入を提案する。

〈銭湯サポートチーム〉

銭湯サポートチームとは、京都市のまちづくりアドバイザーが公衆浴場の利用者に有志を募り、

結成されたタッグチームのことである。ここにおけるまちづくりアドバイザーとは、地域の課題解決のために地域の活動をサポートする専門家である。この銭湯サポートチームを通じて、公衆浴場運営に対しての包括的なアドバイスを必要に応じて行う。

活動例としては、それぞれの公衆浴場にコミットした問題の解決方法を考えることに加え、各公衆浴場が持つ特長をどのように活かし、PR するか の助言が挙げられる。さらに、定期的に利用客に対して聞き取り調査を行い、伸ばすべき点・改善点を洗い出す。このような定期的な話し合いでは、利用者同士やアドバイザーと利用者間の会話が非常に重要になるため、信頼が熟成されていき SC の構築に繋がる。また、利用客の立場に立つことで、より地域住民の需要に応えた公衆浴場の運営を行えることが強みである。このネットワークが機能すれば、公衆浴場の経営面だけではなく、各公衆浴場の魅力を最大限活用したコミュニティの場所の提供も可能とし、地域の SC 構築に欠かせないものとなる。

<コミュニティナース>

コミュニティナースとは、地域住民の安心と健康を守る医療人材である。コミュニティナースの派遣により、公衆浴場の利用者が、気軽に自身の体の不調や心の不安を相談することが可能になる。具体的には、京都市がコミュニティナースを公衆浴場に週 2 日、3 時間派遣する。利用者は症状を診てもらい、緊急性を要する場合には病院に受診しに行くべきなどの意見をもらえることで、病気の早期発見につながる。このような環境を整えることで、地域住民の健康を守ることに繋がる。さらに、利用者同士やコミュニティナースと利用者間でのコミュニケーション促進につながり、SC が構築される。

3.3 政策への資金補助

先述の銭湯サポートチームとコミュニティナース制度の活動を持続可能なものとするために、京都府の「地域交響プロジェクト」と公衆浴場との連携を図る。地域交響プロジェクトとは、府民の暮らしを支えるため、地域社会の諸課題の解決に取り組む地域活動が継続して実施できるように周囲の協力が得られる環境を整えることや、他団体・市町村・京都府等との関係性の構築を支援する制度である。公衆浴場が地域住民のつながりを生む場所となり、銭湯コミュニティが形成される。そして、この銭湯コミュニティの活性化のための活動を地域交響プロジェクトの交付対象とすることで、銭湯サポートチーム・コミュニティナース導入に伴う資金調達においては、交付対象経費（15 万円以上 300 万円以内）の内 3 分の 1 以内を交付されることから政策導入に必要な経費を削減する

ことができる。さらには銭湯サポートチーム・コミュニティナースと住民、住民と公衆浴場経営者の関係構築の環境を継続的に確保できる。

3.4 期待される効果

この政策によって、活発なコミュニケーションが生まれ、公衆浴場がより良い地域住民のコミュニティの場となることが期待される。更に、「銭湯コミュニティ」の形成による、強い SC の構築がこの政策における最大の効果である。

この政策を通じて構築された SC は地域住民にとって多くの利益を生み出す。例として、災害時の被害の減少、防犯意識の向上や、景観保護活動の展開にもつながることが挙げられる。

図 1 は、私たちがヒアリング調査のために訪れた上京区の公衆浴場を指した図である。ヒアリング調査では、徒歩や自転車で訪れる利用者が多く見受けられた。そこで私たちはマッピングを行い、公衆浴場が点在していて、住民が足を運びやすく、身近な存在であることが分かった。公衆浴場を中心として SC が形成された小さなコミュニティ、次にその地域同士で生み出される公共圏によって、市全体で SC を構築することが期待できる。



図 1 上京区における銭湯のマッピング

*銭湯から徒歩 10 分圏内を赤の同心円で表した

4. 今後の展望

私たちの提案する政策により、公衆浴場が地域に密着したコミュニティの場として活性化し、公衆浴場における SC の構築が成されれば、「銭湯の街」京都で長年育まれてきた守るべき「銭湯文化」を後世にまで継承することが期待できる。また、構築される SC は、構築過程で地域住民同士の繋がりを強くする。そして、この SC を活用することで京都の各公衆浴場を拠点とし、地域住民と協働した持続可能なまちづくりを展開させることができるであろう。

参考文献

- 京都府公衆浴場業生活衛生同業組合（2022）：『公衆浴場の現状等』
- ユルゲン・ハーバーマス（1994）：『公共性の構造転換—市民社会のカテゴリーについての探求』、未来社
- 嶋田学（2018）：『図書館・まち育て・デモクラシー』、青弓社、p. 151
- 京都府（2022）：『地域交響プロジェクト』

シャッター商店街における 地域と学生のコミュニティ創造

- 学生運営コミュニティスペース「MUSUBIBA」の可能性 -

地域経営学部 谷口ゼミ リノベーションチーム

○山崎愛悟 (Masato Yamasaki)・三浦純子 (Junko Miura)・

木村明日香 (Asuka Kimura)・三宅泰輔 (Taisuke Miyake)

(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科)

キーワード：古民家活用、地域交流、コミュニティスペース

1. 問題意識と研究目的

近年、コミュニティを取り巻く環境は大きく変化し、特に少子高齢化・人口減少は、地域社会に大きな変化を生み出している。公益財団法人日本都市センター(2020)によると、「社会情勢の変化や個人の価値観の多様化により、地域活動への無関心、若者の地域離れ等が課題となっている。特に世代間での地縁型コミュニティに対する意識や価値観の乖離が生じている」としている。本研究対象地域である福知山駅から北側エリアは、駅南の開発が進んだこともあり、シャッター商店街となり、地域コミュニティの衰退も懸念されている。地域コミュニティが希薄化することは、治安、防災、防犯などの面に悪影響を与えかねない。若者の地域離れを抑制し、誰もが住み良い社会をつくるために多世代のつながりを深めることは重要である。

本研究では、福知山市新町商店街（シャッター商店街）界限における地域と学生の日常的なコミュニティを創造することを目標としている。また、シャッター商店街内に存在する“ご近所とつながるシェアハウス「さつき荘」”を活用した、“学生運営コミュニティスペース「MUSUBIBA」”の可能性について明らかにすることを目的としている。

（地域コミュニティの希薄化問題を念頭に置き、2021年から研究活動を実施し、2022年からは“学生運営コミュニティスペース「MUSUBIBA」”として活動を行ってきた。）

2. 地域交流に関する現状調査

「MUSUBIBA」以前の活動では、地域交流（BBQ交流会）及びコワーキング交流（学生の意見交流会）を実践し、「さつき荘」における両者の場づくりとしての可能性を見出すことができた。加えて、新たな取り組みである「MUSUBIBA」の実施にあたり、地域交流に関する現状調査を行った。対象者は福知山市新町商店街（シャッター商店街）界限の住民及び福知山公立大学の学生であり、それぞれヒアリングとアンケート調査を実施した。

地域住民への調査では、26名にヒアリングを行

った。結果として、学生との交流機会がある人は69.2%であり、全員が「学生と関わりたい」と回答した。また、学生に期待することとして、「若者の元気を街に注入してほしい」「地域を盛り上げてほしい」「地域活動を継続してほしい」などの回答が得られた。



図1. 学生調査結果(一部抜粋)

学生への調査では、89名にアンケート調査を行った。結果(図1)より、「地域の方々と関わりたいと思う」と回答したのは66.9%であり、「地域の方々と関わる機会がある」と回答したのは60.2%であった。2つの調査結果から、地域住民と大学生の両者ともに「地域交流を行いたい」と考える人の割合が多いことが分かった。

3. 「MUSUBIBA」の可能性に関する実践研究

3.1 地域交流の場づくりとしての実践調査

地域交流の場づくりとして、「MUSUBIBA」ではあらゆる活動を行ってきた。事例として、「卓球cafe(図2)」「やすみば(図3)」「新町 Garden(図4)」を取り上げる。



図2. 「卓球cafe」



図3. 「やすみば」



図 4. 「新町 Garden」

日常的なコミュニティ創造を目指す「MUSUBIBA」において、日々の地域交流は不可欠であるとし、週 1 回夕方開催の「卓球 cafe」という取組を実施した。さつき荘に既存していた卓球を活用し、無料コーヒー/ドリンクなどのカフェ設備を整え、シャッター商店街を通る人々や学生との交流をはかった。また、地域活動として開催されていた福知山踊りの練習会において、「やすみば」という休憩スペースを用意した。踊りの練習後に地域の子どもたちや保護者を対象に休憩と交流の機会を設けた。加えて、月 1 回シャッター商店街で開催される定期市「福知山ワンダーマーケット」において、「新町 Garden」という取組をさつき荘にて実施した。ここでは、休憩&交流スペースを用意し、飲食や卓球、休憩をしている訪問者を対象に声をかけ、交流を行った。

3.2 結果と考察

「卓球 cafe」では、現状、新規参加者は毎回学生が 2 人以内であり、学生同士の交流機会は多少あるが、地域の人々との交流機会はほとんどない。「卓球 cafe」がもたらす効果は現段階では小さく、日常的な地域交流の場づくりとしては難しい。「やすみば」では、練習会実施後にイベントとして行うため、必然的に参加者を集めることができた。「新町 Garden」では、訪問者が一定数いるために様々なヒアリング調査が可能であり、直接的に地域ニーズが把握でき、交流も行える良い機会となった。「やすみば」「新町 Garden」は、既存の地域活動に対して学生のプロジェクトが参画する仕組みとなり、一定数の参加者を獲得することができた。一方、「卓球 cafe」は、学生視点で新規に行う日常的な地域交流の場づくりであり、学生以外の参加者を集めにくいことが明らかとなった。学生同士の交流機会として「卓球 cafe」を用いることは有効であるが、地域と学生のつながり創出においては現段階では可能性が低い。そのため、学生の主体的活動は「やすみば」「新町 Garden」のように地域活動に入り込む形が良いのではないだろうか。

4. 政策提言「学生運営コミュニティスペース」

地域コミュニティ希薄化問題を念頭に置き、地域と学生を対象とした多世代交流をはかる場づくりとして、「学生運営コミュニティスペース」を提案する。

国土交通省(2019)は、コミュニティ創造に関して、「多様な人々が集まれる場、多様な人々を集める機能、多様な人々をつなげる仕組みの 3 つの視点に留意することが必要と考えられる」としている。“学生運営コミュニティスペース「MUSUBIBA」のように「さつき荘」という場で、卓球 cafe などの機能があり、誰でも日常的に参加できる仕組みがあることは、「コミュニティ創造」という観点では成立すると言える。また、自治体や企業ではなく、学生が運営するという点が特徴である。地域の大学生が主体となって交流の場を創り上げることで、地域視点及び学生視点でより効果的に地域交流をはかることができる。近年の若者の地域離れという観点においても、若者が主体となって地域活動を実施する取組は重要である。

現状、「MUSUBIBA」の活動は未完成であるが、実践調査による結果から、地域交流の場づくりとしての可能性を見出すことはできた。また、学生が主体となる場合、イベント単体として実施するのではなく、地域活動に入り込む仕組みで実施することが有効的であると分かった。この取組が各地で実施されると、人のつながりの希薄化や地域の担い手不足などの問題解決にも繋がるのではないだろうか。

5. 今後の活動について

地域と学生の日常的なコミュニティ創造をはかるため、新たに学生運営コミュニティスペース「MUSUBIBA」の活動を実施してきた。前述した通り、地域活動に入り込む形での取組の方が地域交流には有効だが、日常的に交流を行うためにはやはり学生の主体的活動も必要である。そのため、今後は地域イベントへの継続的な参画とともに学生によるイベント構造の強化に努めたい。今後の活動としては、商店街での催しへの参加、サッカー W 杯におけるパブリックビューイング等を計画している。地域を巻き込み地域に巻き込まれる日常的交流空間の創出に今後とも注力していきたい。

参考文献

- (1) 公共財団法人日本都市センター：コミュニティの現状と「地域社会を運営するための人材」の確保・育成のあり方、(2020)。
- (2) 国土交通省「新たなコミュニティの創造を通じた新しい内発的発展が支える地域づくりについて」、<https://www.mlit.go.jp/common/001264414.pdf>、(2019)。

五平餅料理体験で図る地域活性化

- 木曽町の交流人口の拡大 -

京都産業大学塩津ゼミ

○守安 知暉 (Moriyasu Tomoki)・千田 拓未 (Senda Takumi)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：木曽町、五平餅料理体験、地域活性化

1. はじめに

近年、都市部への人口流出や少子高齢化による観光客の減少や過疎化が社会問題として多く取り上げられている。かつては宿場町として、また関所の要衝としての受け皿を担っていた長野県木曽町もその一つである。私たちは、「古くからの歴史や文化が残る木曽町の観光客はなぜ年々減少しているのだろうか。」という疑問から、観光客減少の背景と解決策を提言するため、調査研究を行った。

2. 現状分析

現在、木曽町での観光客の減少が深刻化している。令和3年の観光地利用者統計調査結果では木曽町の観光客数が新型コロナウイルス流行以前数値10年間で約27%減少している。



図1: 木曽町の観光客推移

木曽町観光基本計画では、観光客減少の問題点として、「町民が町内施設、自然資源を財産と感じていない。」また、「気づくための内側のPRがない。」といったことや「町民挙げての地元食材(名物)が明確ではない。」といったことも述べられている。五平餅は、愛知県、奥川地域、岐阜県などいくつか発祥といわれる場所があり、木曽町もその一つである。五平餅や蕎麦が名物だが、観光資源として認識できておらず、上手くPRに活かしてきれていない現状がある。新型コロナウイルス流行から三年が経とうとしており、観光への需要が高まりつつある。再び観光需要が増加する中で各地の観光業界はSNSの活用などを通して、観光客の誘発を促している。そうした地域に負けないためにも積極的に観光資源を活用し、木曽町の良さを知ってもらう必要があると考える。

また、松本大学と木曽・高山連絡バスが2013年に行ったアンケート調査によると、木曽町への観光客は40~60代の年齢層が高く、20代未満の観光客数が少ないという現状がある。このことから、

木曽町では小さい子どもへ向けての魅力が伝わっていないことが分かる。以上のことから私たちは、ターゲットを小さい子どもとその家族に絞り、検証していく。

3. 政策提言

私たちは、小さい子供のいる家族を含めた交流人口の拡大を目指すため、郷土料理である五平餅の料理体験とSNSで写真を活用することを提案する。具体的には、子どもが五平餅料理体験をしている写真や町内を散策している写真を提供してもらい、それらの写真をSNSに投稿することで、特に小さい子ども連れの観光客の誘発を行う。写真を提供して頂いた方には木曽町で使える商品券を配布する。商品券は写真提供のインセンティブとなり、地元での消費活性化につながるため双方満足を得る形となる。



図2: 五平餅

4. 実地調査

提案の実現可能性について考察する。五平餅料理体験を行う場所は木曽福島駅周辺が良いと考える。

木曽町は主な交通手段が車である。駅付近には木曽福島駅前駐車場と大手町立体駐車場がある。さらにはレンタカー屋も付近にあるので、交通は問題ないと言える。現在は休業しているが、五平餅料理体験を行っている「ふるさと体験館きそふくしま」が付近にあるので、講師の確保も可能である。駅周辺に料理体験を行える施設があるかについてだが、駅周辺にはふらっと木曽や木曽町文化交流センターといった地域に根差した施設があり、料理体験を行える設備がある。

私たちは五平餅料理体験がどのようなものかを調査するため長野県で五平餅料理体験を行っているみはらしファームに行き、料理体験を行った。事前に確認していた体験時間は40分程であったが、実際に体験すると10分程であった。五平餅のレシピでは6個の工程がありどの工程も難しいこ

とはしておらず、比較的スムーズにこなせた。講師の方に「なぜ推定時間よりも大幅に早く終えたのか」と伺うと、五平餅料理体験にくる客層が小さな子どもが多いのでその客層に合わせて体験時間を決めていたということであった。

5. 検証

マナミナ～ 旅行タイプ別の重視点や情報収集媒体をアンケート×ログの調査によると、小さい子どもがいる家族が旅行で重視するポイントは、末子が小学生以下の場合、海水浴、釣りなどのアウトドアや、手作り、果物狩り等の体験が重視される傾向にある。また、cozre が 2019 年 7 月 22 日に行った調査では、親が子どもを旅行に連れていくときに重視することとして、「子連れを歓迎しているかどうか」が 1 番多いという結果になっている。



図 3:cozre, 子連れ旅行の「行き先」と「宿泊先」を決める際に、ママパパが一番重視することとは？より抜粋

Staywaymedia の調査では子育て世代の 30 代のうち 64%、40 代では 47%が web メディアで旅行情報を収集している。このことから、子どもが五平餅料理体験をしている姿や作った五平餅を観光地で食べている姿を SNS に載せることで、効果的に子連れ旅行を計画している親の旅行誘致につながる。木曽町には木曽御嶽山という観光地があり、日本最大級の宿・ホテル予約サイトであるじゃらん net によると木曽御嶽山の旅行タイプ別評価では子連れの評価が 4.8 であり一位であった。したがって、木曽町に子連れは訪問しており、来るタイミングもあるといえる。そのタイミングを増加させるためには SNS での PR が重要である。

同じ長野県に位置する白馬村は SNS で地域活性化に成功している。Facebook の公式アカウントのフォロワー数は現在 14 万人以上おり、Instagram のフォロワー数が現在 2.6 万人以上 (2022 年 10 月 24 日現在) 存在している。Instagram での写真などの投稿はタイムリーに行われており、その頻度は月平均 10 件程投稿されている。シーズンごとにもそのシーズンにマッチした写真を投稿している。一方で、木曽町の Facebook 公式アカウントのフォロワーは 401 人であり、Instagram 公式アカウントのフォロワーは 2308 人

(2022 年 10 月 24 日現在)である。木曽町の Instagram での写真の投稿は月平均 3 件程の投稿がされている。一般的に更新頻度が低いと閲覧されにくい。同県内の白馬村では、高い頻度で投稿することでフォロワーを増やしていると考えられる。

木曽町では、五平餅料理体験をはじめ、子どもが体験、散策、観光をしている写真を高い頻度で投稿することによって、小さい子どもが楽しめる街として認識される。同時に、五平餅などの食文化が観光資源として町民に認識される。

6. まとめ

本研究では、木曽町の観光客数の減少について原因と背景を分析した結果、2 つのことが分かった。第一に、地元住民が木曽町の観光資源に対する認識が薄く、観光客誘発にうまく活かせていない。第二に、20 代以下の観光客数が少なく、小さい子どもに対して魅力が伝わっていないということが明らかになった。

以上の分析を踏まえ、私たちは、木曽町の郷土料理である五平餅を使い、交流人口の拡大を目指す政策を提言した。

子どもが五平餅料理体験をし、木曽町の魅力ある写真を SNS に投稿することで小さい子どもが楽しめる街として認識されると考察できる。五平餅料理体験により町民にも町の魅力を再認識してもらえること、そして交流人口拡大の効果が期待できる。

参考文献

- (1) 観光地利用者統計調査結果 令和三年 長野県 観光部 山岳高原観光課 p35 [r3kankouti.pdf](https://www.r3kankouti.pdf) (nagano.lg.jp)
- (2) 木曽町観光基本計画 2013 年 6 月長野県木曽町 p12, 14, 18 [1、木曽町観光の課題（現況）](https://www.town-kiso.com) (town-kiso.com)
- (3) まなべるみんなのデータマーケティング・マガジン マナミナ 2019 年 09 月 06 日 [友人との旅行はコスパ重視で SNS やクチコミをチェック ～旅行タイプ別の重視点や情報収集媒体をアンケート×ログで調査 | 「マナミナ」まなべるみんなのデータマーケティング・マガジン](https://www.manaberu-minna.com) (valuesccg.com) 最終閲覧日 2022/10/24
- (4) livedoorNEWS [子連れ旅行の「行き先」と「宿泊先」を決める際に、ママパパが一番重視することとは？](https://www.livedoornews.com) (cozre.co.jp) 最終閲覧日 2022/10/24
- (5) じゃらん net 【木曽御嶽山】アクセス・営業時間・料金情報 - じゃらん net (jalan.net) 最終閲覧日 2022/10/24
- (6) staywaymedia 旅好きなあの人から旅行を探そう | Stayway 最終閲覧日 2022/10/24
- (7) プレミアム付商品券を活用した成功事例研究 [ityasul.pdf](https://www.ityasul.pdf) (web-ito.com) 最終閲覧日 2022/10/24

屋台カフェで新たなコミュニティへ

- 大学生が地域をつなぐ -

服部ゼミナール

壺岐 亮芽 (Iki Ryoga)・市村 陸 (Ichimura Riku)・北川 明日哉 (Kitagawa Asuka)・迫田 好花 (Sakoda Konoka)・高木 風紗 (Takagi Nagisa)・長崎 まなみ (Nagasaki Manami)・松崎 航平 (Matsuzaki Kohe)・○森家 庸太 (Moriie Yota)
・森村 優太 (Morimura Yuta)・渡邊 風太 (Watanabe Futa)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：西浦町、コミュニティの希薄、屋台カフェ

1. はじめに

全国的に地域コミュニティは希薄化し、人々が思い思いに過ごせる場や地域の人々が触れ合う場が減少している。その要因は人口減少によるコミュニティの担い手の減少や、自動車の普及による生活圏の拡大、核家族化など様々である。我々は研究対象としている西浦町のコミュニティ希薄化の要因と背景を探り、解決策を導き出した。

2. 西浦について

西浦町は京都市伏見区に所在する町で、東は師団街道、西は竹田街道、南は名神高速道路、北は京都府道 201 号中山稻荷線に囲まれた区画である。西浦町の総人口は6469人、面積は約43.2ha(0.432km²)で人口密度は約14975人/km²である。

西浦町の特徴の1つは、外国人が多いことである。全国の外国人比率が2.2%であるのに対し、西浦町の外国人比率は10.8%と、外国人の割合は非常に高いことが分かる。その理由として、語学学校やその関連施設が西浦町や近辺に多く所在することが挙げられる。特に西浦町には中国人が多く、約70店舗ある西浦町の飲食店のうち、10店舗が中華料理屋である。

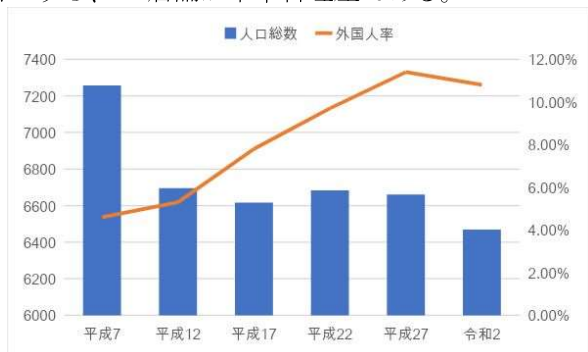


図1 人口総数・外国人率 (国勢調査より筆者作成)

もう一つの特徴は、大学生が多いことである。西浦町には学生が多く、学生のうち7割が大学生で西浦町住民の1.5割を占めている。国勢調査から、西浦町の年齢別人口は20～24歳が多いこと

や、賃貸住まいが多いこと、さらに居住期間別の人口は1年以上5年以内が多いことから、西浦町は大学生が多いこと、さらに住民の多くは居住期間が短く、西浦町の住民は入れ替わりが激しい地域であることが確認できる。

3. 西浦の課題

西浦町の課題であるコミュニティ希薄化には以下の3つの要因が考えられる。

表1 西浦町のコミュニティ希薄の要因

要因①	住民の入れ替わりが激しい
要因②	外国人が多い
要因③	学区同士のつながりが少ない

4. 考察

4-1 サードプレイスについて

サードプレイスとは、Oldenburg (1989) がはじめに提唱した概念であり、「家庭 (第1の場) でも職場 (第2の場) でもない第3のインフォーマルな公共生活の場」(片岡・石山, 2017)と定義されている。片岡・石山, 2017では、個人が居心地よく過ごす「マイプレイス型」、社会的な交流を目的とするものを「社会的交流型」、社交以外の何らかの明確な目的があるものを「目的交流型」と分類されている。

4-2 サードプレイスの事例

<大正大学どうぶちカフェ>

大正大学では、学生が「どうぶちカフェ」を行っている。「どうぶちカフェ」では、家族が遊べる場の創出を地域住民のニーズと捉え、園児や小学生がいる家族を対象としてコミュニティカフェを実施し、ワークショップを織り交ぜながら、学生

と地域住民の交流する場を提供している。

〈YATAI CAFE〉

兵庫県豊岡市内では、「YATAI CAFE」が運営されている。医療従事者や福祉に携わっている人々で構成されており、屋台で街に出向き、地域住民にコーヒーやお茶を振る舞いながら気軽に会話をする中で、住民の健康相談をする活動を行っている。

また、屋台が人の興味関心を引き、会話のきっかけになっている。さらに、コーヒーやお茶を飲むという日常性は住民がリラックスしやすい環境を生み出している。これにより、医療から疎遠な人や健康にあまり関心のない人が医療・福祉従事者と自然につながりを構築している。

5. 政策提案

私たちは、西浦町のコミュニティの希薄化を解決するため、学生団体が運営する屋台カフェを通じた、学生と地域住民を繋ぐ政策を提案する。

カフェ運営を行う学生団体については、現在、服部ゼミをはじめとした、ゼミ生・院生・留学生で構成される『西浦研究会』メンバーに加え、この活動に関心を持つ龍谷大学生や留学生を集いカフェの運営を行う。

学生団体は屋台を使った移動式カフェ経営の他、住民が興味をもつワークショップの企画や、西浦町に多くある中華料理店と共同出店を行う。ワークショップでは、地域住民同士で話す機会を創出し、さらに企画側の学生と地域住民の交流を深め、新たなコミュニティを創出する。中華料理店との共同出店を企画する際は、学生団体に所属する留学生を通じてやりとりを行う。留学生は中華料理店を経営する中国人と学生団体、中国人と共同出店に訪れる地域住民とが交流できる場のサポートすることで、中国人・学生団体・地域住民で話す機会を創出する。

さらに、このような活動を通して学生団体内でも新たなコミュニティが生まれ、学生にとってのサードプレイスとなることが考えられる。また、屋台カフェ自体がまちの雰囲気をも明るく見せるため、自然と人が集まり、さらなるコミュニティの創出が期待できる。

6. おわりに

以上を踏まえ、西浦町で学生主体の屋台カフェを実施することで、多様で新たな交流やつながりを生み出すことが出来るのではないかと考える。さらに、屋台カフェをきっかけにワークショップやマルシェなどを展開することで、地域住民が地域に関心を持つことが期待できる。地域住民にとって気軽に集うことのできるサードプレイスの存在が、西浦町の地域コミュニティ創出のきっかけとなる。

7. 参考文献

・京都市統計ポータル国勢調査:過去6回分
(2020)

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/2020/index.html#t1> (最終閲覧日:2022年10月27日)

(2015) <https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/2015/index.html> (最終閲覧日:2022年10月27日)

(2010)

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/2010/index.html> (最終閲覧日:2022年10月27日)

(2005)

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/2005/index.html> (最終閲覧日:2022年10月27日)

(2000年)

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/2000/index.html> (最終閲覧日:2022年10月27日)

(1995年)

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/1995/index.html> (最終閲覧日:2022年10月27日)

・法政大学地域研究センター 片岡亜紀子・石山恒貴
(2017):「地域コミュニティにおけるサードプレイスの役割と効果」
https://hosei.repo.nii.ac.jp/index.php?action=repository_action_common_download&item_id=13901&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1&page_id=13&block_id=83 (最終閲覧日:2022年10月27日)

・大正大学 地域構想研究所:「地域づくりとカフェ活動—社会実験としてのコミュニティカフェ—」
<https://chikouken.org/wpcontent/uploads/2019/06/a665b8de963e4c81bc4f6c18b72188b7.pdf> (最終閲覧日:2022年10月27日)

・筑波大学附属病院 総合診療科:「東京と兵庫における「モバイル de 健康カフェ」の実践」
https://soshin.pcmcdtsukuba.jp/education/report/pdf/tokyo_06_001.pdf (最終閲覧日:2022年10月27日)

・一般社団法人ケアと暮らしの編集者:「YATAI CAFE (モバイル屋台 de 健康カフェ in 豊岡)」
<https://carekura.com/yataidekenko/> (最終閲覧日:2022年10月27日)