第 19 回　京都から発信する政策研究交流大会

論文集

主催：公益財団法人　大学コンソーシアム京都

後援：京都府・京都市・日本公共政策学会・京都商工会議所・一般社団法人　京都経済同友会
京都新聞・朝日新聞京都総局・毎日新聞京都支局・読売新聞京都総局・産経新聞社京都総局
日本経済新聞社京都支社・ＮＨＫ京都放送局・ＫＢＳ京都

開催概要

「京都から発信する政策研究交流大会」は、都市が抱える問題・課題を見つけ、それを解決するための研究を行う学生が日頃の研究成果を発表し、大学やゼミの枠を越えた交流を深めるとともに､地域社会に対する政策提案･情報発信の場となることを目的として2005年度から開催し、今回で19回目を迎えます。

都市政策全般を発表テーマとし、今大会は79組による口頭発表の他、「京都の秘宝：政策と歴史を解き明かすクイズクエスト」をテーマに学生実行委員の企画・運営による交流会を開催し、更なる研究の深化と広範な交流を図る機会とします。

■開催日時

2023年12月17日（日）10:00から17:00まで

■スケジュール（口頭発表79組）

時　間	内　容
10:00 ～ 14:45	口頭発表 （10分科会）
15:00 ～ 16:10	学生企画
16:30 ～ 17:00	表彰式

■学生企画

【テーマ】

京都の秘宝：政策と歴史を解き明かすクイズクエスト

【企画趣旨・内容】

本大会は、所属大学が異なる様々な学生が集まる貴重な機会です。こうした機会を活かし、学生同士の交流に重きを置いた学生企画を実施することで参加者相互の距離を縮めるとともに、クイズを通して京都地域について理解を深める機会とします。また、分科会での口頭発表で緊張していた参加者がクイズという気軽な企画へ参加することで、リラックスしてもらうことも目指します。

■表彰

全発表の中から優秀な発表者に対し、以下の研究奨励賞が授与されます。

【研究奨励賞】

- 大学コンソーシアム京都理事長賞　1 件（論文と口頭発表を総合した上位 1 件）
- 日本公共政策学会賞　1 件（論文重視型の上位 1 件）
- 優秀賞　最大 10 件（原則各分科会の 1 位※）

※上位賞が選出された分科会について、優秀な次点者がある場合に限り次点者を選出し、繰り上げ優秀賞とします。

【ベスト質問賞】

- 分科会毎に審査委員が指定質問者（同じ分科会内の別の発表者）の質問の中からベスト質問を 1 件選出します。

目　　次

【発表概要】

口頭発表 …… 10

【口頭発表】

◆分科会 1

1　電動キックボードの観光目的利用について－京都市バス混雑緩和に対する施策提案－
　京都先端科学大学 阿部ゼミ B 班 …… 41

2　京都丹後鉄道の上下分離のあり方に関する研究－「地域に愛される鉄道」を実現するための 3 ステップ－
　福知山公立大学 3 年杉岡ゼミ …… 43

3　京都市におけるシェアサイクルの利用促進－「もえポっ」とシェアサイクルの連携－
　YASHIO×FAMILY …… 45

4　脱 my 自転車－企業とつながる自転車シェアリングシステム－
　阪本ゼミ AAA グループ …… 47

5　地方部における公共交通と自家用車の共存に向けて－京都府京丹後市の事例から－
　社会学部コミュニティデザイン学科 野村ゼミ交通政策チーム …… 49

6　京都交通渋滞の改善方法
　ふなちき …… 51

7　路面電車導入提案
　同志社大学商学部 溝渕ゼミ ３班 …… 53

8　お舟でピクニック－舟の上で景色と食事を楽しめる、新たなガイドツアーを－
　菅原ゼミ×宮津市府中 B 班 …… 55

◆分科会 2

1　コミュニティビジネスとエコツーリズム－滋賀県高島市針江地区の川端文化の継承に関する考察－
　京都産業大学 イケダゼミ …… 58

2　提灯を活用した京都市下京区の新しい観光政策
　佛教大学社会学部現代社会学科大谷ゼミ提灯班 …… 60

3　地域における高付加価値旅行の提案－京都府伊根町のオーバーツーリズム対策－
　福知山公立大学大谷ゼミ …… 62

4　みんなが利用しやすい京都市バスにするために
　同志社大学商学部溝渕ゼミ１班 …… 64

5　市バス停車時間短縮による渋滞緩和に向けて－京都市バスにおける事前切符購入制の導入－
　京都産業大学経済学部経済学科 松尾ゼミ 観光公害班 …… 66

6　過疎地域における持続可能な共助交通のあり方－京丹後市「ささえ合い交通」の事例から－
共助交通チーム　…… 68
7　カラーユニバーサルデザインに配慮した観光情報のアクセシビリティに関する研究－「もうひとつの京都」公式 HP の事例から－
福知山公立大学地域経営学部佐藤充ゼミ CUD 班　…… 70
8　外国人観光客に向けたオーバーツーリズム対策－2 つのピークシフト方策の可能性－
深尾ゼミ 14 期生　…… 72

◆分科会 3

1　京都市は人口減少にどう立ち向かうべきであるか－京都市が抱える人口問題に関する提言－
★最高潮な平成を湧かすシンデレラ★　…… 75
2　地域交流活動によるアナザーコミュニティの形成－関係性の希薄化抑制のために－
コミュニティリサーチチーム　…… 77
3　商店街と伝統産業のコラボレーション－千本商店街・朱雀大路の街における京うちわの宣伝・展示の事例－
佛教大学社会学部大谷ゼミ 京うちわ班　…… 79
4　京都におけるパン文化の戦略的振興体制－「KYOTO-PAN Promotion Union」の提案－
同志社大学政策学部風間ゼミナール A 班　…… 81
5　嵐山地区における AR によるごみ箱の場所案内
京都府立大学公共政策学部公共政策学科 2 回生駒寄ゼミ A　…… 83
6　市民による研究者支援の活性化に向けて－市民を「潜在的寄付者」へ導くきっかけとしての方策－
チームそらまめ　…… 85
7　商店街への愛着に繋がる運営体制の見直し－商店街の賑わいづくりのために－
服部ゼミ　…… 87
8　京都における空き家問題の改善策
同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 4 班　…… 89

◆分科会 4

1　京都市四条におけるハラルレストランの現状と課題－ムスリムフレンドリーに向けた観光政策のファーストステップ－
no sense　…… 92
2　時間銀行「おあいこバンク」導入案－新たな助け合いの形による地域の繋がりの強化－
同志社大学政策学部風間ゼミナール時間銀行班　…… 94
3　ワイナリーにふれて、ここにしかない体験を－宮津に若年層観光客を呼び込むための施策－
菅原ゼミ×宮津市府中 A 班　…… 96
4　ワークショップで広げる京版画の魅力－伝統文化の周知と京都市北区の地域活性化を目指して－
佛教大学社会学部大谷ゼミ京版画班　…… 98
5　省庁の移転についての考察－文化庁の移転を契機として－
南島和久ゼミ　…… 100
6　密集市街地の避難経路の共有－上京区における地形の課題－
川口ゼミ 2 班　…… 102

7　啓発・標識を用いた水難事故防止策－交通事故防止策との比較より－
佛教大学公共政策学科原田ゼミチーム B ・・・

8　Re:空き家 vation－宮津に泊まって、宮津を知る－
　　菅原ゼミ×宮津市府中 C 班　・・・

◆分科会 9

1　住民のための京都市財政情報発信のあり方
　京都府立大学玉井ゼミ　…… 177
2　体験格差についてーこども宅食から見える体験活動の重要性ー
　大学コンソーシアム京都インターンシップ・プログラム あだち福祉会チーム　…… 179
3　性的マイノリティの家族形成支援に向けてー当事者達のリアルな声からー
　京都産業大学 藤野ゼミ C チーム　…… 181
4　ボードゲームを活用した、若者が感じる政治家との距離の短縮
　京都府立大学公共政策学部公共政策学科２回生窪田ゼミ　…… 183
5　障碍者のディーセント・ワークの現状と課題ー包み込む雇用システムの実現に向けてー
　龍谷大学深尾ゼミお茶福プロジェクト　…… 185
6　地方公共団体における女性管理職増加に向けた提言
　同志社大学川口ゼミ 1 班　…… 187
7　市民に対する雨庭の認知度向上に向けての普及啓発ー公共施設等の待合室における「雨庭カプセルトイ」の導入ー
　京都産業大学 環境政策学研究室 雨庭チーム　…… 189

◆分科会 10

1　ごみに関する知識と生活系可燃ごみの削減行動
　関田ゼミごみ問題班　…… 192
2　若年層の自治体政策・サービス認知度向上のための情報発信方法についての研究
　同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 3 班　…… 194
3　脱コロナにおける公共図書館の電子書籍サービスー地域関連学習への活用の観点からー
　公共政策学部 2 回生 下村ゼミ　…… 196
4　小学校からのジェンダー教育の可能性ージェンダー教材の作成とその実践からー
　京都産業大学 藤野ゼミナール B チーム　…… 198
5　オープンチャットを用いた「Z 世代公共圏」の構築
　同志社大学風間ゼミナールチーム B　…… 200
6　高校生のシティズンシップ向上のための実践研究ー丹波市議会☆ミライプロジェクトを事例にー
　福知山公立大学 2 年杉岡ゼミ　…… 202
7　コワーキングスペースによるコミュニティ形成の可能性に関する研究ー京都市伏見区を対象としたケーススタディー
　龍谷大学政策学部井上ゼミナール　…… 204
8　学校種別をふまえた機動的教育プラットフォームー京都市の教育現場における業務負担軽減のためにー
　同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班　…… 206

発表概要

口頭発表

【分科会１】

1　電動キックボードの観光目的利用について－京都市バス混雑緩和に対する施策提案－

京都先端科学大学 阿部ゼミ B 班

コロナによる規制が緩和されたことにより、京都市では観光客が著しく増加しているため、市バス混雑問題が顕著に現れるようになった。しかしながら、現状の京都市の混雑緩和対策である市バス１日乗車券の廃止や手ぶら観光推進だけでは、ある程度の混雑緩和が見込まれるとしても、始まったばかりで効果も見えず、今後市バスを利用する観光客が大幅に減少するかは不明確な部分が多い。

そこで本研究では、新しい観光利用サービスとして電動キックボードに着眼した。この理由として、2023 年 7 月 1 日に電動キックボードの法改正があり、都市部での普及が進んでいることや、道が狭い京都に適していると考えたからである。

本稿では、鳥取砂丘での先行事例である「Route」を参考に、東山エリアをモデル地区とした GPS を活用したルート提案とセット料金制度の導入を提言する。



2　京都丹後鉄道の上下分離のあり方に関する研究－「地域に愛される鉄道」を実現するための 3 ステップ－

福知山公立大学 3 年杉岡ゼミ

地域鉄道の存続と活性化は重要な課題であるが、経営状況は厳しい。北近畿地域に拠点を置く京都丹後鉄道（以下、丹鉄）は「上下分離方式」へ移行した地域鉄道の１つであり、北近畿タンゴ鉄道株式会社と WILLER TRAINS 株式会社が経営を担う。本研究では、ヒアリング調査から明らかとなった「地域に愛される鉄道」を目指すという両社共通の目的に鑑みて、それを本研究の理想型と位置付ける。そして、両社の経営意識や認識の整合性に着目しつつ、上下分離における２社間のあり方を検討する。具体的にはまず、本研究の目指す「地域に愛される鉄道」を定義し、それを実現する上で、丹鉄の経営において欠けていると考えられる両社の視点を問題として指摘する。そして当該問題の構成要素を抽出した、両社の経営の方向性を一致させることを目的とするチェックリストを筆者らが作成し、丹鉄の新たな「上下分離方式」の形を構想する取組案を提示する。



3　京都市におけるシェアサイクルの利用促進ー「もえポっ」とシェアサイクルの連携ー

YASHIO×FAMILY

京都市はシェアサイクルを新しい交通手段の一つとして利用や普及を促進している。しかし、京都ではシェアサイクル市場は 10 社以上存在し、各社の利用登録や支払い方法等の利用時の利便性の低さがシェアサイクルの利用や普及の妨げになっている。

そこで、我々は「もえポっ」という京都市が提供する利用登録と交通系 IC カードの登録で条件に応じてポイントを付与するサービスとシェアサイクルを連携する案を考えた。「もえポっ」と連携することで、京都市内でシェアサイクルを利用する際の利用登録の一元化、決済方法の選択肢の多様化が実現可能となる。また、シェアサイクルの利用促進をすることで、交通混雑や放置自転車の解決、地球環境保護といった観点にも貢献できる。以上から、我々は京都市が独自に展開する「もえポっ」を活用し、京都におけるシェアサイクルの利用促進及び上記に挙げた問題の解決を進めるべきだと考える。



4　脱 my 自転車ー企業とつながる自転車シェアリングシステムー

阪本ゼミ AAA グループ

自転車は、幼児から高齢者まで幅広い世代の人間が利用する、生活を豊かにするための道具である。しかし、自転車の普及率は 2000 年代からほぼ横ばいになっている。そこで、自転車の普及率を上げるのではなく、自転車シェアリングシステムを普及させることで、自転車の使用率の向上を行うことを提案したい。1980 年代に実験的に導入された自転車シェアリングは、2021 年時点で全国 324 都市に導入されているのにも関わらず認知度・使用度ともに低い。 また、全体の約 7 割もが事業採算性を課題であると認識している。そこで、駅と職場を行き来する通勤する人々をターゲットとして自転車シェアリングシステムを構築することを提案したい。企業などの事業者と提携することで、安定的にこのシステムを普及させることができ、都市の活性化にもつなげることができると考える。



5　地方部における公共交通と自家用車の共存に向けてー京都府京丹後市の事例から

社会学部コミュニティデザイン学科 野村ゼミ交通政策チーム

人口減少や高齢化の進展により、鉄道や路線バスといった地域公共交通の利用者は減少の一途をたどっている。特に地方部では、交通事業者の経営悪化による路線廃止や減便は日常茶飯事であり、こうした状況がさらなる公共交通離れを引き起こし、自家用車の交通分担率が上昇するという負のスパイラルに陥っている。本研究では複数の交通サービス間での連携や、自家用車と地域公共交通の共存の進展に向けた政策提言を導出することを目指し、多様な輸送資源を有する京都府京丹後市を対象に研究を行った。

現状分析や市の交通政策担当者へのインタビュー調査の結果から、京丹後市では自家用車への依存度が高く、普段から公共交通を使おうという意識を住民に持ってもらうことが必要であるという結論に至った。

そこで私たちは、一定のエリア内の公共交通が定額で乗り放題になる「サブスクリプション」を京丹後市全体で導入することを提言する。



6　京都交通渋滞の改善方法

ふなちき

宿泊業や旅行業においてコロナ前よりも増加している中で京都市バスには路上駐車をはじめとするバス停での案内板の不透明さやバスの定刻通りの運行が出来ていない問題がある。今回取り上げる３つの問題の原因を分析し、それに対する解決策を提案することで観光客や住民が時刻通りで快適なバス乗車の実現可能性について検討した。まず初めに現状を把握するためにお客様の不満、路上駐車やバス停の状況を実際に現地に向かい、調査した。解決策として１つ目に罰金などによる路上駐車を取り締まりの強化を実施する。２つ目に鉄道の電光掲示板を参考とした時刻表の明瞭化による利用客にとって情報を得やすいものに改良する。３つ目に経費を抑えたままでの主要路線のバスの運行本数を増加させることを提案した。これらの問題の解決策によってより多くの方に快適な乗車をして頂くことが実現出来る。

7　路面電車導入提案

同志社大学商学部 溝渕ゼミ　３班

新型コロナウイルスによる行動制限がなくなり、京都市では「オーバーツーリズム」が課題となっている。今後も観光客数の回復が見込まれる京都市において、観光客の密集によりかえって旅行の満足度が低下したり、市民の生活に支障が出たりといった観光公害が指摘されている。こうした混雑からトラブルになるケースも多く、特に高齢者からはバスに乗れない、乗っても降りられないといった苦情が出ているのである。 本研究では、京都市のオーバーツーリズム問題の一つであるバスの混雑に着目し、バス利用者を減らし市民の生活環境を守る政策として路面電車の導入を提案する。 初めに、京都市におけるバス問題への対応策を紹介し、その後国内外の事例を参考に路面電車のメリット、デメリットを考察しながら京都市への導入を提案する。



8　お舟でピクニック－舟の上で景色と食事を楽しめる、新たなガイドツアーを－

菅原ゼミ×宮津市府中Ｂ班

宮津市は人口減少と高齢化が深刻な問題になっている。私たちは、宮津市府中地域でのフィールドワーク活動を通じ、観光客の再来訪意向が少ないという問題に着目した。参考資料より再来訪意向につながる要因である「体験プログラム・ツアー」に注目した。そこで、京都府伊根町を参考事例とし、伊根が人気となった要因は「舟屋」に加え、「舟屋ガイドとめぐる、まるごと伊根体験」という取組みであると分かった。また、フィールドワーク活動では、今は使われていない桟橋を見学した。数十年前まで中学生がそこから船に乗って通学していたという。つまり、この地域にとって船と阿蘇海は身近な存在であることがわかった。以上のことから、府中地域の溝尻にある舟屋を生かした新たな観光事業を提案する。空き家になっている舟屋、舟を活用し、宮津市の食材を使った食事をし、船頭さんから歴史や文化について聞き、舟の上から天橋立や舟屋の景色を楽しむツアーである。



口頭発表

【分科会２】

1　コミュニティビジネスとエコツーリズムー滋賀県高島市針江地区の川端文化の継承に関する考察ー

京都産業大学 イケダゼミ

滋賀県高島市針江地区には、独自の水文化「川端（カバタ）」がある。本稿では、川端を通したコミュニティビジネスの可能性と、そこから生まれるエコツーリズムの重要性について論じる。現状、針江地区は少子高齢化が進んでいるため、無策のままでは川端文化の継承が危ぶまれる。そこで政策提言として、針江でホテル業を営むラシーヌホーム針江が地域住民と他住民の橋渡し役を担い、若者をターゲットとする針江・川端の水文化を伝えるイベントを提言する。これにより、将来を担う若者が幼いうちから針江・川端文化に触れることができ、興味をもつきっかけになると考えた。この提言をきっかけとして認知を少しずつ広げることで、他国に比べ比較的きれいな水が生活にあふれる日本において、川端文化が世界を代表する水文化となりえるのだ。



2　提灯を活用した京都市下京区の新しい観光政策

佛教大学社会学部現代社会学科大谷ゼミ提灯班

京都の伝統産業品の一つである「提灯」は京都市下京区が産地である。祇園祭や地蔵盆などの伝統行事で用いられ、京都の地域社会に深く根付いてきた。しかし、2020 年以降の新型コロナウイルスの影響により、多くのイベントが中止され、提灯業界の売り上げが減少した。また、下京区のスローガンの一部、「訪れてよし」に該当する観光客数を調べた結果、2 月の観光客数は一年の平均と比べて低いことが分かり、冬の観光政策に注目した。私たちは下京区役所地域力推進室企画担当と高橋提灯株式会社へのインタビュー調査、『キャンドルナイト梅小路「伝燈祭」2023』の現地調査を行った。これらを踏まえ、京都市下京区の観光客数とリピーターを増やし、下京区をより魅力的な観光地として位置付ける政策提言を行う。本論では、2 月に開催される「梅小路公園梅まつり」で提灯のライトアップ及び PR を行い、提灯の魅力向上と売上増加を見込んだ提案をする。



3　地域における高付加価値旅行の提案ー京都府伊根町のオーバーツーリズム対策ー

福知山公立大学大谷ゼミ

現在、新型コロナウイルス感染症は落ち着きつつあり、社会や経済は徐々に回復してきている。中でも観光業は急速に回復してきており、国内観光客だけでなく外国人観光客増加によるオーバーツーリズム問題が深刻化してきている。

我々は、オーバーツーリズム問題で挙げられている宿泊施設の混雑と人手不足に焦点を当てた。本研究では北近畿の観光名所の一つである京都府伊根町のオーベーツーリズム問題に着目し、現地調査や先進事例を参考にした上で伊根町全体に高付加価値を取り入れ、ターゲット層を絞った長期滞在用プランについて提案する。具体的には、欧米、豪州の富裕層に焦点を当て、伊根町最大の魅力である舟屋を活用した民宿や伊根町住民が日常で行っている浜売り体験など「伊根町での暮らし」を体験してもらうプランである。



4　みんなが利用しやすい京都市バスにするために

同志社大学商学部溝渕ゼミ１班

京都を観光する時、多くの場合バスが利用される。だが、他の交通公共機関と比べて利用する際にデメリットが多く生じる。京都市バスをよりよく利用してもらうための決済方法として交通系 IC とクレジットカードに限定し乗車時に決済を済ませる。それに加えて、乗車方法を前扉から乗車し、後ろ扉から下車することを提案する。

実際に、実証実験を行った。実証実験では混雑とは別の部分を改善するために、実際に使われているバスのサイズを、想定して、従来の乗車方法と上記で示した方法の下車にかかるタイムを計測した。そのタイムを参考に京都市バスの 207 系統に当てはめて考える。その結果、一周するのにおよそ 6 分間を短縮することができることがわかった。このことから、乗車方法と決済方法を変えることで、時間が短縮され混雑が緩和することになる。今後も更らに混雑等を改善していく必要がある。



5　市バス停車時間短縮による渋滞緩和に向けてー京都市バスにおける事前切符購入制の導入ー

京都産業大学経済学部経済学科 松尾ゼミ 観光公害班

京都では、毎年観光客が多く訪れている。その結果、京都市住民に不利益が生じる。この問題を観光公害という。私たちはその中でもバスの渋滞を問題について着目した。

本研究の目的は、渋滞の原因を明らかにし、渋滞の改善策を提案することである。渋滞の原因を明らかにするために、現地調査を行った。調査対象のバスは、住民だけでなく観光客の利用も多い京都市バスの 205 系統である。京都駅前、四条河原町、複数の学校の前、金閣寺道を運行している。調査の結果、金閣寺道では、外国人観光客が多く降車しており、バスの降車に時間がかかっていた。その理由として、外国人観光客が支払いに戸惑い、バスの停車時間が長時間になっていることが明らかになった。したがって、外国人観光客の降車時間の短縮により、渋滞の是正や定刻運行が可能であることがわかった。



6　過疎地域における持続可能な共助交通のあり方ー京丹後市「ささえ合い交通」の事例からー

共助交通チーム

過疎地域においては、バスやタクシーなどの従来の地域公共交通サービスの維持が困難となっている。こうした課題に対して、本研究は、京都府京丹後市の「ささえ合い交通」を事例として、住民ドライバーと NPO の協働の方法や、アプリを用いた運営面での負担軽減策の取り組みを導き出すことを目指すものである。特に、京丹後市での複数回のフィールドワークを通じて、実際に共助交通を利用し、現状分析を行ってきた。

本稿では具体的に、共助交通におけるドライバーの継続的な確保を課題として位置付け、その課題解決策として、①アクティブシニアの循環の促進と、②高齢者層以外がドライバーとして参画するためのインセンティブの設定という、二つの「ささえ合い割引」を提案する。



7　カラーユニバーサルデザインに配慮した観光情報のアクセシビリティに関する研究ー「もうひとつの京都」公式 HP の事例からー

福知山公立大学地域経営学部佐藤充ゼミ CUD 班 67

近年、国内旅行市場の縮小が見込まれるなかで、70 代以上の高齢世代に注目が集まる。この世代は、健康上の理由により、旅行意欲を低下させており、他の年代と比べて、旅行回数が少ない。こうしたなかで、政府はあらゆる人々が旅行することができるように、ユニバーサルツーリズムを推進する。高齢者に関しては、主に、移動時の困難さに着目する。しかし、観光情報へのアクセシビリティの確保に向けて、視覚への配慮という観点から、ユニバーサルツーリズムは十分に検討されていない。そこで、本研究は、高齢の旅行者が抱える健康上の課題の 1 つである視覚に着目し、高齢者と色覚異常者を対象に、カラーユニバーサルデザインの視点から、京都府の「もうひとつの京都」事業の HP を分析した。その結果、いずれの HP も、カラーユニバーサルデザインに十分に配慮されていなかった。今後、誰もが見やすい観光情報へのアクセス環境の整備が望まれる。





8　外国人観光客に向けたオーバーツーリズム対策ー2 つのピークシフト方策の可能性ー

深尾ゼミ 14 期生

京都市の観光客数が回復し、賑わいが戻っている中、同時にオーバーツーリズムの問題が発生しており、観光地の魅力が低下する恐れがある。本論文では、観光地の混雑について、外国人観光客に焦点を当てて研究した。

筆者らは、京都市の観光快適度マップのデータから、市内の観光地で特に混雑している時間帯は、11 時から 15 時と予測した。また、筆者らが実施したアンケート調査によると、外国人観光客は京都の隠れた魅力に興味があるという結果が得られた。

この結果から政策提案として、「裏京都」を利用したデジタルスタンプラリーを提案した。混雑している昼には「裏京都」と定義された場所でスタンプを集められるようにし、朝と夜には混雑している観光地を訪れてもらうことで、混雑を緩和し、外国人観光客に新しい魅力を提供する。

政策の効果として、昼の混雑緩和、地域特有の情報発信、外国人観光客の選択肢拡大が期待されるのではないかと考える。



口頭発表

【分科会３】

1　京都市は人口減少にどう立ち向かうべきであるかー京都市が抱える人口問題に関する提言ー

★最高潮な平成を湧かすシンデレラ★

京都市は現在人口減少に悩まされている。2011 年ごろを皮切りに始まった京都市の人口減少は留まることを知らず、2020 年ごろに世界中で流行した新型コロナウイルス感染症の影響で更なる人口減少が起こった。このような状態を経て京都市は今一度観光都市としての在り方、人々が住まう街としての在り方を見つめなおす必要性があるのではないか。

そこでわれわれは京都橘大学の学生に対しての意識調査と京都市が公開しているデータを基に調査・考察を行う。

京都市が公開しているデータを比較すると減少傾向が特に強いのは「20 歳～24 歳」の年齢層であり、意識調査の結果においても学生が住環境に対して不満を持っていることが分かることからそういった年齢層に対する対策を講じる必要であると考えられる。

結論として、われわれは市営マンションの運営数増加とバルセロナのオーバーツーリズム対策に倣って観光地・観光施設の予約制化を提言する。



2　地域交流活動によるアナザーコミュニティの形成ー関係性の希薄化抑制のためにー

コミュニティリサーチチーム

近年、地域住民との交流の減少や関係の希薄化など、地域社会の変化が起こっているように感じる。新型コロナウイルスの影響により、交流の機会はさらに減少しているという現状にある。その影響により、今後、様々な世代での孤独化・孤立化が進行すると考えられる。

そこで、筆者らは地域の人々の交流を活発化させるため、「アナザーコミュニティ」という概念を設定し、調査を行うこととした。「アナザーコミュニティ」は、サードプレイスの概念を援用し、家庭や職場とは異なるもう一つのつながりによって形成された人間関係を意味する。

筆者らは、先行研究をもとに、スチュ×スチュ cafe という学生同士のつながりを意識した交流の場を作った。先行研究や実践調査を踏まえて、アナザーコミュニティの有用性について明らかにし、アナザーコミュニティを用いた関係性の希薄化抑制のための提案を行う。



3　商店街と伝統産業のコラボレーションー千本商店街・朱雀大路の街における京うちわの宣伝・展示の事例ー

佛教大学社会学部大谷ゼミ 京うちわ班

京都には数々の伝統産業が存在しており、「京うちわ」もその１つである。しかし、近年、安価なプラスチック製のうちわが大量生産されるようになったことや、エアコンを代表とする家電の普及などの環境の変化によって、その認知度の低下が課題となっている。千本商店街・朱雀大路の街は京都市上京区西部の千本通に位置する商店街である。当該商店街は飲食店を始めとした個人商店が軒を連ね、伝統産業の事業所・商店も存在しており、伝統産業をアピールする取り組みも行っている。そこで、我々は地域の人たちが利用する商店街とのコラボレーションによって京うちわの認知度向上に繋げることを企画した。そのために、「株式会社阿以波」と「千本商店街・朱雀大路の街」にそれぞれインタビュー調査を行った。調査結果を踏まえ、京うちわの認知度向上と商店街のさらなる活性化を目的として、千本商店街・朱雀大路の街でのイベントでブースを出展することを提言する。



4　京都におけるパン文化の戦略的振興体制ー「KYOTO-PAN Promotion Union」の提案ー

同志社大学政策学部風間ゼミナール A 班

京都はパンの街である。パンが持つポテンシャルは、自身の創造力を引き出すこと、和の文化が根付く京都に新たなイメージを与えること、地域コミュニティ形成のツールになること等多岐にわたる。京都のパン激戦区である中京区のパン屋にヒアリング調査を行った結果、京都のパンと社会をつなぐ体制を作り、パンの多様なポテンシャルを引き出し、京都の街を挙げて、発信していく必要性を再認識した。本論文では、この現状を踏まえ、パンの多様なポテンシャルを引き出し、多方面にアプローチする戦略を生み出す振興体制「KYOTO-PAN Promotion Union（KPPU）」の構築について提案する。KPPU が展開する事業に応じて適性のある主体が連携し、パンの多様なポテンシャルを引き出すための戦路を立案する。KPPU というパン文化の振興体制を中心としたネットワークの構築による効果と、京都のパン文化の新たな可能性について述べる。



5　嵐山地区における AR によるごみ箱の場所案内

京都府立大学公共政策学部公共政策学科 2 回生駒寄ゼミ A

日本政府観光局によると令和５年９月の訪日外客数が令和元年同月比 96.1%の 2,184,300 人となり、コロナ禍以前の水準に戻りつつある。これを背景として 2020 年に行われた「旅行中に困ったこと」に関する観光庁の訪日外国人旅行者へのインタビュー調査によると、「ゴミ箱の少なさ」の回答割合が 23.4%と、最大となっている。また、京都新聞による嵐山で行われた国内観光客へのインタビュー記事も踏まえると、観光客がごみ箱不足に悩まされているということが日本観光における課題として挙げられる。

そこで本研究では、京都においてこの課題に直面している嵐山地区をフィールドとして、観光満足度を高めるために、ごみ箱の場所が分からない観光客の持つ心理的負荷を減らすための方策を検討し、実地調査を踏まえ、ICT を用いたごみ箱への場所案内を提言する。〞







6　市民による研究者支援の活性化に向けてー市民を「潜在的寄付者」へ導くきっかけとしての方策ー

チームそらまめ

本政策は、市民による研究者支援の活性化をテーマに、化学や技術に関心がさほどない一般市民を研究者支援における潜在的な寄付者に誘導する、その足掛かりとなることを目指す政策である。

近年はクラウドファンディング等で一般市民からも研究資金を募ることが珍しくない一方で、実際に寄付に至るのはサイエンスや科学技術への関心層に限定されており、寄付を通じた研究者層の裾野の狭さを課題と考えた。そこで、市民が気軽に立ち寄れる場所で、研究者の存在を可視化する写真展の開催を政策として提案する。

写真展で取り上げる研究者自身が実験や調査をする様子、研究者だからこそ目にする風景から、サイエンスや科学技術の担い手である研究者を身近に感じてもらい、より多くの一般市民の間に研究者を応援する機運を醸成するきっかけとなるのではないかと考える。



7　商店街への愛着に繋がる運営体制の見直しー商店街の賑わいづくりのためにー

服部ゼミ

私たちは、まちのにぎわいを研究する上で、商店街のにぎわいづくりに着目した。昨今、商店街は大型ショッピングモールの出現や店舗の後継者不足から、商店街はシャッター街化し、かつてのにぎわいを失って衰退の一途を辿っている。

本稿では、それら問題の根本的な要因が「地域住民の商店街への関心や愛着の喪失」にあると見出した。しかし実際には愛着が醸成されるような場が提供されていない。この場をつくるために、商店街の「運営体制」にアプローチした政策の提案とその妥当性を述べていく。

その手法として、まず先行研究にて地域・商店街の活性化とその愛着との関係性について述べた。そして、実際に京都各地の商店街運営の関係者にヒアリング調査を行い、商店街が抱える現状の課題を洗い出し、それに紐づく問題点として商店街への地域住民の関心や愛着が本質であるという考察を見出した。



8　京都における空き家問題の改善策

同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 4 班

京都市の空き家問題は深刻である。京都市の空き家の数は約 11 万戸、空き家率は 14.0%と全国及び政令市平均の空き家率を上回っている。空き家が管理されずに放置されると防災、防犯、衛生等、多岐に渡る問題が発生する。また、空き家が増加するとまちの活力の低下につながり、まちづくりを進める上で障害となる。私たちは京都市役所へのインタビューを通じ、空き家の実態についての調査を深めた。私たちは京都市の中でも空き家率が 19.6%と 1 番高い東山区にフォーカスした。空き家を利用したいと考えている経営者と所有者をマッチングさせ、クラウドファンディングを利用した政策提言を行う。政策提言により、空き家数の減少、空き家問題の知名度の上昇、京都市の宿泊地不足の解消が期待できる。



口頭発表

【分科会４】

1　京都市四条におけるハラルレストランの現状と課題ームスリムフレンドリーに向けた観光政策のファーストステップー

no sense

京都市内の駅周辺にはハラルフードを取り扱うレストランについての案内が少なく、ハラルフードを求めて訪れた観光客に対する配慮が十分でないように考えられる。そのためわれわれはハラルフードについて研究し、ハラルフードを扱う飲食店を求めて訪れる観光客が京都を楽しんで観光できるようになるための観光政策へのファーストステップとして京都市四条周辺のハラルフードレストランの現状の研究をすることとした。



2　時間銀行「おあいこバンク」導入案ー新たな助け合いの形による地域の繋がりの強化ー

同志社大学政策学部風間ゼミナール時間銀行班

京都市では、地域の繋がりの希薄化が問題となっており、日常生活において誰かを頼りたくても、気軽に頼ることのできる地域住民がいないという現状がある。そこで、京都市に「おあいこバンク」という時間銀行制度の導入を提案する。この制度は、誰もが持っている「時間」を単位として、サービスを提供し合う相互扶助の仕組みである。提供内容は植物の水やりや簡単な家事の代行など、些細なことでも構わない。おあいこバンクでは、他者に対して行った活動にクレジットが付与され、そのクレジットは助けが必要となった時に引き出してサポートを受けることに使用できる。一般的に時間銀行制度の導入において若者のインセンティブの低さと、クレジットの獲得が困難な層の存在が課題となる。本制度ではこれらの課題に対応できる制度を設け、「新たな助け合いの形」として地域の繋がりの強化が期待できる。





3　ワイナリーにふれて、ここにしかない体験をー宮津に若年層観光客を呼び込むための施策ー

菅原ゼミ×宮津市府中A班

我々は、宮津市が人口減少という問題を抱えている点に着目した。そこで、20代・30代の若年層の移住・定住を促す政策をするべきだと考えたが、いきなりの移住は不可能である。そのため、まずは若年層に宮津を訪れてもらい、宮津のファンになってもらいたいと考えている。そこで我々は、フィールドワークで訪れた天橋立ワイナリーを活用して若年層を呼び込むための新しいコンテンツを提案する。天橋立ワイナリーは、天橋立の北西に位置し、天橋立を目の前に望むブドウ畑でワイン用ブドウの栽培や醸造、ワインの販売をしている。我々は新たなコンテンツとして、以下の3つを提案する。1. 自分だけの「オリジナルブレンドワイン」を創作。2. ワイナリーに隣接するレストランでのピザづくり体験。3. ワイナリーのブドウ畑での「インスタ映え」写真の撮影。これらの提案は、宮津にある既存の魅力的なものを活用して、新しい取り組みにつなげている。



4　ワークショップで広げる京版画の魅力ー伝統文化の周知と京都市北区の地域活性化を目指してー

佛教大学社会学部大谷ゼミ京版画班

京版画は、仏教版画や浮世絵版画の流れを汲み独自の発展を遂げてきた。しかし京版画を含む伝統工芸品は認知の獲得に課題を抱えている。

そこで私たちは、経験や年齢を問わず比較的体験・実践が可能な京版画にふれる機会を設け、一般の方々に認知していただくことでその魅力発信や周知が可能になると考えた。

そこで京都市北区にある佛教大学で小学生を対象とした京版画のワークショップを企画した。北区の基本計画に「若者のアイデアを地域で共有し、実践する機会をつくります」とあるように、若者が地域活動の主体となれる北区の方針と合致していると考えた。

私たちは有限会社竹笹堂と株式会社法藏館へのインタビュー調査を行い、利用者の年齢層やワークショップの実施例を参考に、ワークショップを実施した。

本論では、ワークショップの参加者の反応、実施による効果や課題から、今後の伝統工芸の周知と京都市北区の地域活性化に対する展望を提言する。

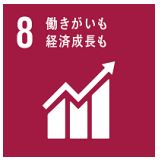




5　省庁の移転についての考察ー文化庁の移転を契機としてー

南島和久ゼミ

本研究では、地方創生の取り組みとして、文化庁の京都移転に興味を持った。そこで、文化庁の移転とはどのようなことか、移転の内容はどのようなものか、そして、他の省庁の移転は可能であるのかについて議論していきたい 。 地方創生は東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、活力のある日本社会を維持していくことが目的である。また、文化庁の移転は、平成27年3月に道府県に対して「政府関係機関の地方移転」の提案公募が行われた際、京都府が文化庁の移転を提案したことによって、取り組みが始められた。文化庁の京都移転は「東京一極集中の是正」、「日本全国の文化の力による地方創生」、「地域の多様な文化の掘り起しや磨き上げによる文化芸術の振興」といった意義を持つとしている。また、文化庁の移転について、京都に移転したことは、過去に例の見ない取り組みであり、今後の移転の際の参考となると考えられる。





6　密集市街地の避難経路の共有－上京区における地形の課題－

川口ゼミ 2班

今回のテーマの大枠としては京都における災害発生時における事前対策のための呼びかけである。今回の研究は、密集市街地での災害発生時から避難するまでの経路が十分に確保されていないのではないかという懸念から生まれた。今回の研究を通して、自治体から用意された指定された避難場所だけを認知しておくのではなくて、そこに辿り着くまでの避難経路こそが安全・安心に避難することが可能なのである。今回、調査を進めていく中で私たちが通っている同志社大学がある上京区が特に密集市街地であるということを理解した。学生街ということもあるため、地域住民だけでなく学生の皆様に対しても、今回の政策提言を通して上京区の危険性というものを少しでも認知してほしい。今回の政策提言を通して、ぜひ自治体の皆様にこの重要性の理解を得たいと感じている。

7　啓発・標識を用いた水難事故防止策－交通事故防止策との比較より－

佛教大学公共政策学科原田ゼミチーム B

水難事故は、子供の不慮の事故死の原因として上位を占めるもので深刻な問題である。本研究ではその水難事故の防止・減少策について提言している。提言するにあったって過去 10 年間、死者数が横ばいで大きく変わっていない水難事故と 13 年連続減少している交通事故の比較を行った。その中で、共通点として事故要因がリスク認識の甘さに起因していることを踏まえて、相違点として警戒標識と教育的啓発をセットに行う交通事故防止策のようなものが水難事故で行われていないことを指摘した。そこで、交通事故防止策と同じ対策を行なえば水難事故減少につながるという仮説を立てた。そして危険認知度と安全意識を測定するアンケートを使い、水難事故防止における標識と教育的啓発の効果を検証した。アンケートで集めたデータを考察した結果は私達の仮説を支持した。これを受けて私達は、より効果のある水難事故防止の政策を提言している。



8　スタンプラリーから始まる宝が池公園活性化－持続的な宝が池公園活性化に向けて－

京都産業大学法学部焦ゼミ A チーム

昨今、地方公共団体にとっての問題として非常によく取り上げられる人口減少、少子高齢化問題。これらの問題の対策として近年よく耳にするのは官民連携である。これを念頭において今後の公共政策は立案されていかなければならない。そのため我々はさまざまな官民連携を学び、成功事例からの政策学習を行っていかなければならない。その中で我々が題材とする宝が池公園で京都市の「おそとチャレンジ」の取組を知った。「おそとチャレンジ」の活動は公園利用者にとって良い印象を与えている。しかし、まだ改善の余地は見られ、今後の公園運営を官民連携での持続可能な公園運営にするべく我々はさまざまな政策を取り入れて「宝が池公園周遊スタンプラリー」を提案する。これにより宝が池公園利用者に参加してもらい、公演利用を活発にしていただき今後の公演運営を持続可能なものに近づけていきたいと考える。



口頭発表

【分科会５】

1　アクセシビリティを高める公共トイレの構築ーインタビュー調査によるトイレ利用者等の声をもとにー

京都産業大学 藤野ゼミ A チーム

SDGs の目標 5.6 や 6.2 に基づき、誰もが利用できる公共トイレの構築は不可欠である。この流れから欧米諸国の公共トイレではオールジェンダートイレの普及率が高いが、日本では低い。本研究の目的は誰もが等しく利用できる公共トイレの構築に向けて政策提言を行うことである。まず京都市内の公共トイレでフィールド調査を行った上で多様な利用者や自治体職員にインタビューするとともにオールジェンダートイレをテーマに利用者に自由な討論をしてもらうフォーカスグループインタビューを実施した。その結果から現在のトイレ構造では異性ケアを担う者や性的マイノリティの人達の社会参加や心理面に課題があることが明らかになった。しかし同時に女性の心理的抵抗感や性犯罪の懸念も強く、構造と意識の関係性が強固であることも示された。そこで、人々の意識と構造の段階的な変容を進める男女共用トイレの形を 3 つのステップに分けて提案する。



2　近畿地方における農業体験農園のまちづくり機能ー京都の事例からの考察ー

平体雅弘

近年都市部における農業とコミュニティの衰退が顕著に現れている。1996 年に東京都練馬区で誕生した農業体験農園は収益性と労働省力化を実現した持続的な農園経営として注目を集めるとともに、コミュニティづくりの場としての役割も期待されている。本研究は近畿の農業体験農園の実態を関東との比較で整理するとともに、ヒアリングを通して農業体験農園がまちづくりにおいて果たす役割を考察した。



3　インバウンド需要における商店街の新たな価値共創ーコミュニティキッチンによる繋がりの創出ー

商店街プロジェクト

地域経済活動、国民の生活において重要な役割を有する商店街。商品やサービスの場を超えて、地域の暮らしを支える生活基盤として多様なコミュニティ機能を担っている。近年、外国人観光客とその消費額は大幅に増加している。そのため海外からのインバウンド需要の取り組みにより、商店街の活性化を図ることは重要である。商店街の活性化と外国人観光客の需要を考慮し、古川町商店街における政策提案を行った。古川町商店街はシャッター街化や後継者不足などの課題を抱えており、外国人観光客の需要の現状把握を行なった。アンケート調査とヒアリングを通じて、外国人観光客は「食」を求めており、商店街の魅力は「人の温かさ」と「つながり」であることが明らかになった。そのため、コミュニティキッチンを提案し、地域住民や観光客との交流を図る場所として活用することを提案した。



4　「はんなり路地コンテスト」についてー住民が創る新たな「細街路」のカタチー

同志社大学政策学部 風間ゼミナール袋小路班

私たちは「はんなり路地コンテスト」を提案する。京都市には多くの細街路が存在し、住民の生活には欠かすことのできないコミュニティが培われる場となっている。京都市ではこのような細街路を保全する動きがある。しかし、防災の観点から近年その姿を失いつつあるのが現状だ。そこで私たちは、コンテストを開催することで、住民自らの手によって細街路の整備に取り組んでもらい、京都らしさを保った細街路に近づけることができる。コンテストでは、それぞれの細街路の特徴を生かした活性化や、京都市が貸し出しを行っている灯篭を置くなど工夫の見られる細街路を評価し、他の細街路が参考とできるようにリストに掲載する。また、このコンテストに参加することで、住民の土地への愛着を強めることができ、進んで細街路の活性化に取り組んでいくことが期待される。



5　ステークホルダー連携型林業の提案ー京都府における低炭素社会を促す府産材の地産地消に向けてー

京都産業大学 井口ゼミ３回

京都の森林は重要な天然資源であるが、放置林、木材需要の減少、そして府民税の認知度不足といった問題に直面している。担い手不足と需要の低下が林業の衰退を引き起こしている。

京都市北部に位置する北山林業地の北山杉も上記の問題に直面しており、①放置林による災害リスク増加 ②文化的価値の再認識の必要性 ③府民税の認知度不足の主に３つを問題視する。我々はこの問題解決のため、「ステークホルダー連携型アプローチ」を提案する。それは企業の CSR 活動を通じて府民と企業が双方に恩恵を受けるシステムであり、京都府が企業と府民の仲介の役割を担い、低炭素社会への移行を促しうる林業の形態である。いわば、府民、企業、京都府が連携し、木材の価値と重要性を共有することで、京都の森林を効果的に活用できる仕組みである。これにより、森林資源の保護と木材利用の促進に貢献し、京都における林業活性化につながる提言としたい。



6　綾部・若宮酒造と高校・大学の産学連携による地域貢献ー高大連携の酒造りを通してー

福知山公立大学地域経営学部谷口ゼミ酒造りチーム

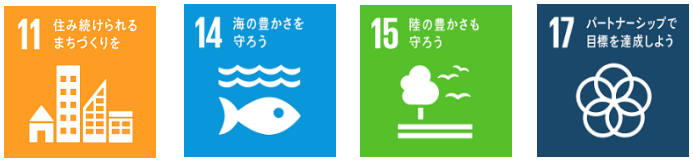
近年、酒類の消費量が減少している。国税局の酒レポート（令和４年）によれば、国内の酒類消費量が平成８年の 966 万Ｌをピークに、令和２年には 782 万Ｌにまで減少している。その中でも日本酒の消費量は年々減少している。また、総務省の「家計調査（2019 年計）二人以上」によれば、清酒の購入頻度、支出金額共に、29 歳以下の世代が最も少ない。そのため、若者の日本酒離れが進んでいると考えられる。本論文では、若者をターゲットとした日本酒の酒造りプロジェクトについて述べる。まず、当プロジェクトの背景である日本酒を取り巻く現状や原因を分析する。次に、昨年度に実施した産学連携、高大連携による日本酒の商品化や酒粕を使ったスイーツの商品化について述べる。その次に、今年度実施したプロモーション活動について述べていく。これまでの活動を踏まえ、高校と大学が連携し、地域活性化に向けたカリキュラム作成を政策提言する。



7　DENGOYAMA イニシアチブーー担い手確保による地域資源の利用・活用ー

龍谷大学政策学部今里ゼミ

全国各地で少子高齢化・人口減少、グローバル化を背景とした管理不全の山林、耕作放棄地等が拡大し、地域資源の利用価値の低下等により地域資源の利用が減少・放棄されている。今里ゼミが活動する京丹後市宇川地域においても、少子高齢化・人口減少が著しく、地域資源の利用が減少している。今里ゼミでは今年度、宇川地域の里山「でんご山」で参与観察を行い、でんご山に対する意識に変化が生じ、地域資源として利用・活用できる可能性を見出した。そこで、本研究では、持続可能な地域を維持するために、管理不全な地域資源の価値を高め、利用・活用することが必要と考え、そのために必要な担い手確保の方策を、でんご山での調査・分析・実践活動により、明らかにする。 担い手確保によって地域資源の価値を高めることができれば全国的にも応用できると考える。



8　コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化の考察ー聖地巡礼で地域経済は活性化するのかー

京都産業大学 塩津ゼミ

近年、地方の人口減少と高齢化は深刻な問題となっており、地域活性化の重要性が高まっている。このような状況の中、2007 年には観光立国推進基本法が制定され、映画やアニメなどを観光資源として活用し、コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化を支援することが明記された。これを受けて、全国各地でコンテンツ・ツーリズムによる地域活性化を目指す自治体・企業は増加している。しかし、コンテンツ・ツーリズムによる観光振興は一時的なブームに終わることが多く、どのように継続的していくか課題である。

本研究では自治体や企業とのタイアップ企画を実施したコンテンツを分析し、コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化の成功要因と持続的な地域活性の方法について考察する。



口頭発表

【分科会６】

1　駄菓子をツールとした多世代交流の場づくり実験ー学生が主体で取り組む駄菓子縁プロジェクトー

福知山公立大学地域経営学部谷口ゼミノスタルジックコミュニティチーム

近年、地域の子どもたちの居場所であった駄菓子屋は滅多に見かけないものになった。研究対象地域である福知山で新たに自宅で駄菓子屋を始められる「駄菓子屋きぬちゃん」こと衣川さんは普段は市役所で高齢者の健康体操指導をしている。幅広い年代の方と親交があり、交流している衣川さんと学生が意見を交わし、駄菓子屋の出張出店と同時に駄菓子が景品のゲームや駄菓子を使ったゲームを共同企画を始めた。そこで駄菓子の集客力や可能性を探り、より良い多世代交流の場づくりとなるように駄菓子をツールとした学生主体で取り組む駄菓子縁プロジェクトを考える。「駄菓子縁」とは幅広い年代から支持を得ている駄菓子を主軸として新たな出会い、新たな関係構築を図るためのコミュニティのことで、今後は学生が中心になり地域の多世代交流の場となるように、駄菓子屋や駄菓子をツールとした企画で参与観察を行い、駄菓子が地域に与える効果を調査していく。



2　魅力ココカラー全員で作るマップとゲームを使ったPRー

阪本ゼミプロジェクトX

日本には、知名度が低く、あまり多くの人に知られていないものの、魅力ある観光地が多く存在する。この「知名度が低い」観光地を、多くの人に知ってもらうために、私たちは地図に着目した。地図を使い場所を言い当てるGeoGuessrというゲームを参考に、観光地を巡れる地図ゲームを開発することで、「知名度の低い」観光地の認知度を上げることができるのではないかと考える。これによって、地域の魅力発信の手段・ツールの開発、地方の観光地に訪れる観光客の増加が期待できると考える。そこで、私たちの提案する、全員マップとGeoGuessrというアプリを活用することによって、利用者全員で情報の送受信を行うことができ、知名度の低い観光地を知るきっかけになると考える。利用者は、一人一人様々な視点や感性を持っているので、その人たちの力を借りて魅力を発信することで、新たな魅力発信の手段になるのではないかと考える。



3　次世代の修学旅行を考察する

木戸ゼミ

京都は京都議定書が採択された都市として SDGs との縁が深い。さらに若者世代での SDGs の認知度は近年、高まってきている。しかし若者にとって京都に SDGs というイメージが薄いこと、さらには若者の SDGs 認知率が高い一方で、社会的課題の解決のために実際に行動に移す若者が少ないことが課題として挙げられる。そこで本研究では、これらの課題を解決するために、修学旅行と SDGs 教育を関連させた修学旅行パッケージとして「次世代の修学旅行」を提案する。これは、若者にとって印象に残る学校行事が修学旅行であるという特徴を生かした、修学旅行先として多く選ばれる京都ならではの取組みである。この取組みでは修学旅行の実施前に、主要な観光場所や京都市運営の無料給水所等が記載されているオリジナルマップを配布するなど、京都での修学旅行で歴史体験だけでなく、SDGs に関して考え、実践し、その後の日常生活でも活用してもらう。



4　個人経営の宿泊業における外国人労働者ーチェーン店と個人経営の比較ー

石田明輝人 掛川大輔 八田悠作

私たちはインバウンド増加による観光業の人手不足の問題を解決するために外国人労働者に着目した。宿泊業は特定技能に定められる 14 の業種の中でも際立って人手不足が深刻な状態である。吉田（2019）の論文からチェーン展開している宿泊業の実態と課題を分析した。そこから個人経営の人材確保の困難さと外国人雇用や教育による深刻な課題について個人経営の宿泊業を対象に、どのように対処しているのか推察する。実際の調査として石川県の山中温泉で旅館を経営しているお花見九兵衛さんにインタビューを行った。

5　買い物弱者支援を通じたコミュニティ形成の方策

社会学部コミュニティデザイン学科 野村ゼミ 買い物アクセスチーム

自家用車を運転することができない高齢者などを中心に、いわゆる「買い物弱者」と呼ばれる人々をめぐる地域課題は深刻化している。本稿では、特に買い物弱者支援における「コミュニティ形成」に着目し、継続的なフィールドワークに基づく事例研究を通じて、買い物アクセスの問題および社会的な孤立の解消に向けた地域での取り組みに関する示唆を導出することを目指す。

本稿では具体的に、特に地方部における買い物弱者支援の事例から、①買い物弱者対策に取り組むプレーヤーを増やすための方策、②買い物弱者の課題解決に新たに取り組む場合のスタートアップを支援する資金調達の仕組み、という 2 点を提言する。特に、買い物弱者は買い物以外の問題にも困っていることが想定されることから、社会的孤立の解消や、コミュニティ形成の視点から、課題解決方策の導出を試みる。



6　シビックテックによるまちづくり展開支援ー市民の視点が変える京都市の協働モデルー

野田ゼミＣ班

京都市の協働の相手先はNPOや民間事業者に注目しているが、財政危機が深刻なため、市民と行政、市民間の相互交流をもっと積極的に行う必要がある。従来の市民参加や協働は行政が枠組みを決めて進めるトップダウンアプローチであったのも問題である。一方、近年、市民がデジタル技術を利用し行政との協働や政策課題を自律的に解決しようとする市民と技術を掛け合わせたシビックテック（以下「CT」という）の事例が多くなってきた。オープンデータ政策のもとでの市民によるごみ出しアプリ開発、コロナ禍に行政の公開ソースコードをもとにしたサイト開発に注目が集まった。こうした動向は、市民目線からのボトムアップアプローチの可能性を示唆する。本研究はCTの優位性を把握し、その活用促進政策を提案する。



7　温泉施設再生による地域活性化ーまちづくり協議会の役割と可能性ー

福知山公立大学２年 木村ゼミ

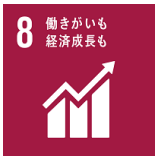
近年、わが国は人口減少と少子高齢化の課題に直面している。本研究の対象である京都府福知山市旧夜久野町（2006年に旧大江町、旧三和町とともに福知山市に合併）も例外ではない。このような現状の中で昨今注目されているのが地域運営組織である。 本研究の目的は、旧夜久野地区の地域運営組織である夜久野みらいまちづくり協議会に着目し、閉館中の温泉施設の再生を通した地域活性化策の提言を行うことである。本研究は、地域課題の解決に向け、地域住民で結成されるまちづくり協議会が重要な役割を担うことに主眼がある。提言にあたり、当該施設の現状分析、先行事例の調査を行う。先進事例として、民間活力によって公営温泉施設を再生した「ビオリゾート ホテル&スパ オーパークおごせ」を取り上げる。加えて、当該施設を所管する福知山市職員へのインタビュー調査を行う。これらの調査を踏まえ、まちづくり協議会の役割と可能性について提言する。



8　Re:空き家vationー宮津に泊まって、宮津を知るー

菅原ゼミ×宮津市府中Ｃ班

私たちは宮津市の空き家空き地率が高いという課題に着目した。宮津市の空き家率は全国・京都府の約２倍の数値になっている。また、宮津市府中に訪れる観光客は長期滞在する割合が低く、前提として府中内の宿泊施設が少ない。この問題を解決するため、空き家を活かした宿泊施設を提案する。参考事例として山梨県の小菅村で行われている空き家を活かした民宿、分散型宿泊施設である滋賀県大津市ホテル「講 大津百町」を挙げる。この参考事例を宮津市と比較して考えると共通点が多いことから、宮津市でもこの成功例を取り入れることができると考えた。また「講」には事例調査として訪問し、工夫のある取り組みをされていると知れた。私たちが提案する内容は「宮津に泊まって、宮津を知る」をテーマとした宮津市の良さや町の活性化に繋がる様々な要素を持った宿泊施設である。宿泊を観光の目的とすることで、観光客増加や町の消費額増加が期待できると考える。



口頭発表

【分科会７】

1　親子で学ぶ使い捨てないプラスチックービニール傘問題とリサイクルー

阿部ゼミ Ａグループ

近年、海洋プラスチックごみ問題に対する国際的な関心が高まっている。しかし、プラスチックゴミとして、意外と身近なもので意識されていないのが「ビニール傘」だ。自治体によって異なるが、不燃ゴミや燃えるゴミとして処理され、多くは埋め立て処理されている。そして、そのごみの多くが忘れ物として放置されたり壊れた末に廃棄されてしまっている。

なぜ日本では、ビニール傘が大量に廃棄されてしまっているのか、その要因の一つとして考えられるのが消費者の「使い捨て意識」だ。「使い捨て意識」は、ビニール傘だけでなく、日本におけるプラスチック製品の廃棄全体にも言える問題だ。そこで、本研究では、ビニール傘に着目し、全国に先駆けてさまざまなプラスチック対策を行なってきている京都市におけるプラスチックゴミや傘の取り組みを検討し、プラスチックに対する使い捨て意識軽減のためのプラスチックリサイクルへの取り組み提案を行なう。

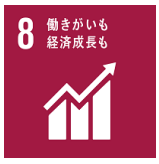


2　50 代男性の運動の習慣化対策

京都産業大学経済学部関田ゼミマッチョ班

平成 28 年度『京都府民健康・栄養調査』報告書から、50 代男性のうち、運動習慣のある人が全体の 10%しかないことが分かった。また、厚生労働省が実施した令和 2 年賃金構造基本統計調査では、50 代男性の賃金が最も高かった。そこで、本稿では 50 代男性に対象を絞って、運動不足問題に取り組むことにした。既存の政策を調べた結果、中之条研究が公表しているような「病気を予防できる運動」についての数値情報の提供が行われていないことに気付いた。そこで、50 代男性を対象とした運動不足に関するアンケート調査を実施し、運動をすることで病気を予防できる情報を提供することで運動習慣の改善に効果があるのか検証した。その結果、情報を提供された人とそうでない人とでは今後の運動時間を増加させると答えた人の割合は前者のほうが多く、情報提供が運動習慣の改善につながることが示唆された。





3　入棟元・退棟先からみた中丹医療圏における地域医療連携の分析

岡本ゼミ

各ゼミ生の出身地の医療圏内の病院の入棟元、退棟先の状況をもとに５つ程度に分類し、それぞれの類型の名称と特徴を明らかにした。分類には病床機能報告から入棟前では５項目、退棟先では７項目を用いて入棟先退棟先それぞれ４つに分類できた。その分類を基に京都府中丹医療圏（福知山市、舞鶴市、綾部市）の全１４病院を対象に、どの類型に属するかを分類した。中丹医療圏における病院間ならびに福祉施設や地域（自宅等）との医療連携の実態を分析した。そのデータをもとに病院の位置や分類を図に示し、中丹医療圏の駅の位置を示し考察を行った。これにより病院は駅の近くに分布していることが判明したが、一方で駅のない舞鶴東部や中丹医療圏の中心部には病院がないことが判明した。今後は、人口当たりの病院数や、高齢化が進む中で、駅から離れた地域に住む人々が通院するための交通手段がどの程度充実しているかを調べていく。



4　地方部における新モビリティの可能性ー京丹後市の事例から地域とモビリティの将来像を考えるー

社会学部コミュニティデザイン学科 野村ゼミモビリティチーム

地方部では、鉄道やバスなどの既存の交通事業者のみによる地域公共交通ネットワークの維持に限界がある。このような課題に対し、移動手段を組み合わせる新たな方策として MaaS の活用が全国で推進されている。本研究では、地方部で「新たなモビリティがどのようにして定着し、拡大するか」ということを問いとして掲げ、地方部での MaaS 導入事例の一つである京都府京丹後市で実証運行されている「mobi」を事例とし、現地でのフィールドワークによる聞き取り調査や mobi の運行会社へのヒアリングを通した現状分析から、商業施設と連携した乗車券の配布、運転免許返納の特典に mobi の利用の機会を設けるといった、①mobi の新規利用者の獲得に向けた仕掛けと、mobi のサブスクリプションの仕組みに、「シニア割引」や「学生割引」を導入するといった、②利用定着に向けたサービスの発展策、という ２点を提言する。



5　京都市におけるポイ捨て問題解決策の提案ー現地調査とアンケート調査結果の考察からー

京都先端科学大学 経済経営学部 岡嶋ゼミ A チーム

近年、京都市の観光公害問題が表面化している。公共交通機関の混雑や、ゴミのポイ捨てなどに悩む声が増えた。この論文では、ポイ捨ての現地調査および、アンケート調査を行った結果から、傾向と、心理について分析し、考察した上で効果的な解決策を提案する。京都市におけるポイ捨て問題を解決することで、住人、観光客双方がメリットを得られると期待する。





6　都道府県別ゴミ処理効率ランキングとその背景分析ー更なるゴミの資源化と減量化を目指してー

溝渕ゼミ 4班

本稿では、日本の都道府県別のゴミ処理の効率性を評価するために、「リサイクル率」「減量処理率」「1tあたりのゴミ処理費用」「最終処分率」の４つの変数を用いて、「最も効率的にゴミを処理している都道府県」の指標を作成し、ランキング化した。その結果、鳥取県が最も効率的にゴミを処理している都道府県となり、北海道が最も効率的でない都道府県となった。また、ランキング化の結果から、各都道府県のゴミ処理状況には地域性が影響していることが考えられる。そのため、各都道府県の地域性を踏まえて、各都道府県のゴミ処理を分析することで、ゴミ処理により有効な方策が見つけることができる。今後は、地域性を考慮した上で、各都道府県のゴミ処理における成功事例や改善点を調査し、ゴミの資源化や減量化に有効な方策について検討していく。



7　嵐山からゴミ問題について考えるー観光地におけるバガス容器の普及ー

京都産業大学 中井ゼミ

コロナウイルスが第５類に移行し、京都への観光客数も少しずつ回復している。しかし、残念ながら観光客が増えることで、環境破壊やごみの増加、ポイ捨て、外国人観光客のマナーの悪さなどに挙げられる観光公害という問題が生じる。その中で特に早急に対処しなければいけない、地域住民の人たちに悪い影響を与える、ごみの問題に焦点を当て、京都を代表する観光地の一つである嵐山を中心に、ごみ問題の解決方法について論じていく。京都市や町美化推進課の方に聞いた現在の嵐山の状況や、我々が実際に嵐山に現地調査した情報をもとに、現在嵐山ではごみが多く、ポイ捨てなども発生しているという課題を指摘し、その解決策としてバガス容器を利用するという解決策を提言する。



8　京都市におけるシカ肉有効活用モデルの提案ー循環型社会の実現を目指してー

鹿プロジェクト

近年、日本ではシカが増加し、獣害被害が深刻化している。同時に捕獲されたシカのほとんどが廃棄されており、有効利用の重要性が議論されている。京都市も全国と同様に獣害被害が深刻化していることから、私たちは「鹿プロジェクト」として活動し、捕獲されたシカの有効活用と広報活動を行っている。京都市の取り組みとして、捕獲や防止施策が行われているが、シカ肉の処理や買い手の不足が課題とされている。そこで、シカ肉の有効活用モデルを提案し、循環型社会の実現を目指す。



口頭発表

【分科会８】

1　京都から始める大学フードドライブリレー

京都先端 阿部ゼミ Ｃグループ

日本では、2030 年までに 2000 年度比で食品ロス量を半減することを目標としている。しかし、その中の家庭系食品ロスでは、目標達成まで残り約 30 万トンと遠く及んでいない。この目標達成のためには、個人への啓発活動を進めることが重要であり、特に、食品ロスの認知度が低い若者に対して有効な取り組みを講じる必要がある。

そこで、本論文では、「学生のまち」京都で、様々な大学を巻き込んだフードドライブ活動を提案する。具体的には、この活動を「フードドライブリレー」と称し、各大学では食品の配布とフードドライブの順で活動し、配布する食品はリレーの前走を務める大学のフードドライブで集められた食品を用いる。このように、大学間でフードドライブ活動をリレー形式で行うことで、多くの学生に食品ロス問題を認知させ、削減への行動を促すことを目的とする。



2　京都河原町周辺における AED の現状と課題

牧ゼミ祇園烏丸チーム

本研究では、多数の観光資源を有する京都府ですべての人たちが安心して過ごすために不可欠な AED（自動体外式除細動器）に焦点を当てる。AED は心不全に陥った人に適切な処置を行う上で大変重要なものである。しかし、われわれは初めて訪れる場所や土地勘のない場所で AED が必要な状況に遭遇したとき、設置場所を見つけ出し、迅速に持ち出すことができるのか。

その事を踏まえて、国内外から見物客が訪れる祇園祭が開催される京都河原町周辺の AED の設置場所から、インターネットサイトの「日本全国 AED マップ」に掲載されている情報をもとに適切な場所に AED が設置されているかなどを踏まえてフィールドワークを行った。その結果、マップ上の AED が実際には設置されていない場合などの問題点が明らかになった。そのため、祭事開催時に最新の AED 設置箇所を示した紙媒体の配布などで不測の事態に備え、冷静に対応できる対策が必要である。



3　20 代女性の運動不足対策

京都産業大学経済学部関田ゼミ体力アップ班

20 代女性の体力水準の低さについて原因・影響・政策提言に関する研究を行った。既存の対策では具体的な数値やデータを用いた客観的な研究結果を示すことで運動を促すような情報提供は行われていなかった。そこで私達は運動が健康や肌に与える影響に関する研究に基づく数値情報を用意し、アンケート調査を実施した。その結果、運動が健康または肌に与える情報を提示された人と、何も情報を与えられなかった人とを比較すると、情報を提示された人の方が 1 日の運動時間を増加させたいと思っていることが分かった。若者の利用率が高い YouTube の広告で運動が健康や肌に与える情報のデータを掲載することで、運動不足を改善できるかもしれない。 また、今運動習慣がある人は高校時に定期的に運動していた人が多いことが分かったが、厚生労働省の調査結果と異なり、労働時間と家事時間が現在の運動習慣に影響を与えていないことも分かった。



4　京丹後市で行うウェルネスツーリズム

京都府立大学公共政策学部公共政策学科 2 回生駒寄ゼミ B

京丹後市は、豊かな自然と長寿文化を活かし、健康保養地を目指すヘルスツーリズムを行うことで更なる観光客の増加を図っている。しかし、この取り組みには 2 つの問題点がある。1 つ目は、観光資源を十分に活かしきれていない点だ。京丹後市の綺麗な海自体に焦点を当てていないため、魅力が伝わっていない。2 つ目は、精神的健康を十分に考慮していない点だ。特に 2 つ目の点については、アンケート調査において、身体的ストレスよりも精神的ストレスを感じる回答が多くあった。そのため、ヘルスツーリズムは消費者のニーズを捉えきれていないと言える。本研究では、精神的健康に着目し、京丹後市の観光資源を活かしたウェルネスツーリズムを改善策として提案する。実証実験の結果から、ウェルネスツーリズムは精神的ストレス解消に寄与することがわかっており、消費者の需要を高めることができると考察する。



5　中小企業の脱炭素経営

龍谷大学経済学部 辻田ゼミ

近年、気候変動問題が世界的に注目されるようになり、日本も 2050 年のカーボンニュートラルの目標のもと脱炭素社会への移行を目指している。民間企業でも、脱炭素社会構築に向けた取り組みが求められるようになってきた。こうした動きの中で私たちは、日本企業の 99.7%を占め、日本の温室効果ガス排出量の 2 割弱を占める中小企業に着目した。本研究は、愛知県の中小企業を例にあげながら、中小企業が脱炭素経営を行う上で重要なことは何かについて考察する。





6　京都から発信する発酵食品の魅力ー健康増進と食文化の継承に向けた新たなアプローチー

京都先端科学大学 岡嶋ゼミ Bチーム

本研究では、伝統的な食の豊かさと多様性を活かし、若者に向けた健康寿命を意識した食事選択や食事スタイルに対する新たな視点を提供し、より健康的で豊かな食体験の提供を検討したい。具体的には、発酵食品に焦点を当て、まず、発酵食品の多様性や健康への潜在的な効果について掘り下げる。次に、10代後半～20代の若者、さらには健康・ダイエットに興味のある人をターゲットに、発酵食品を提供する手段としてカフェを提案する。カフェのメニューとして発酵食品を提供することで、発酵食品に馴染みのなかった人々の食体験を豊かにし、健康意識を高める機会に繋げることを目指す。



7　市民レベルの脱プラスチック政策における課題ーその解決と効果的な政策のあり方ー

佛教大学公共政策学科原田ゼミチームA

日本では持続可能な社会に向けた取り組みの１つとして2020年７月より脱プラスチック政策としてレジ袋有料化政策が開始され消費者に大きな影響を与えることとなった。一方で、スーパーなどではポリ袋の売り上げが上がっているなどの記事を知り同政策の有効性に疑問を感じ、環境問題解決に繋がっていないのではと考え調査を開始した。しかし、調査を進めると同政策の本来の目的は環境問題に対して直接的な解決を目指したものではなく、環境問題解決の第一歩として消費者のライフスタイルの変革を促す認識であるということが判明した。本稿ではレジ袋有料化政策の本来の目的が消費者に正しく伝わっていないのではないかと仮説を立て検証し、その点にこそ政策効果を高めるヒントがあると考え、これに対する実現可能な政策を提言する。我々の検証では、この政策が実現できれば脱プラスチックの流れをさらに加速させ持続可能な社会に貢献できると考えている。







8　自治会脆弱化を改善する自治会等予算提案制度ー定年男性の孤立化解消を手がかりにしてー

同志社大学政策学部野田ゼミB班

地域コミュニティにおいて、自治会は重要な役割を果たしてきた。しかし、近年の人口減少や高齢化、住環境の変化によって、京都市を含め全国的に自治会加入率の低下や活動の希薄化が進行している。こうした状況にある地域コミュニティの中で、本班が目をつけたのが、定年を迎えた男性の孤立化である。現代の自治会活動において、定年後の前期高齢者の男性の存在は大きいが、こうした世代の人々が参加しないことが自治会脆弱化の一因であると本班は仮説を立てた。この仮説に基づき、市内の高齢男性や行政関係者にヒアリングを重ねると、定年後の男性は市政への提言やコミュニティの課題解決に関心があるという傾向が明らかになった。

このことから本班が提唱するのが、予算化を念頭に置いた自治会等予算提案制度だ。本制度により、地域社会と行政がより密接にかかわることができるとともに、定年男性の達成感を満たし、自治会参加を促すことができる。





口頭発表

【分科会９】

1　住民のための京都市財政情報発信のあり方

京都府立大学玉井ゼミ

本研究は、政策提言先である京都市行財政室に対して、財政民主主義に根差した財政情報発信の手法を提案することを目的とする。調査方法は、文献調査、アンケート調査、対面・電話・文書を通じた自治体へのヒアリング調査、である。財政難克服に取り組んできた京都市は、令和５年度予算で、「22 年ぶりに収支均衡を達成」（市民しんぶん）とあるが、依然として予断を許さない状況である。これらの財政情報を正しく発信することは「財政管理の健全化を促すもの」と捉え、財政民主主義の観点から京都市の財政情報発信の在り方を探る。現状分析から、財政情報ホームページがわかりにくいこと、住民参加の制度が十分でないこと、情報が届いていない人が多いことがわかった。そこで本研究ではホームページの改善案、Instagram を使った情報発信案の２つを提言する。



2　体験格差について－こども宅食から見える体験活動の重要性－

大学コンソーシアム京都インターンシップ・プログラム あだち福祉会チーム

近年、日本において相対的貧困が深刻な問題として捉えられ、「子ども食堂」などの様々な子ども支援団体が存在する中、こども宅食では定期的な食品のお届けをきっかけにご家庭と積極的に繋がりを持つ「アウトリーチ」型の支援を行っている。加えて、子どもの体験格差に着目し、対面での見守り活動を目的とした体験イベントを開催などの活動も行っている。 インターンシップで団体の職員と意見交換する中で、子どもの頃の体験機会は貴重である分、貧困が原因で体験活動に参加できないことや、「アウトリーチ」型の支援において利用者とのつながりがある中、適切な支援先につなげられていないことが課題として取り上げられた。そこで本研究の目的は、多くの人が体験活動に気軽に参加できる制度、対面での相談窓口の必要性を明らかにすることで、貧困家庭に対する支援のあり方について新たな政策を提案することである。



3　性的マイノリティの家族形成支援に向けてー当事者達のリアルな声からー

京都産業大学 藤野ゼミＣチーム

本研究の目的は、未だ不可視化されている性的マイノリティ、特に同性カップルの家族形成に光を当て支援策等を検討することである。そのためにまずSNSで発信している同性カップルの声を分析し現状を把握した。その後、トランスジェンダーの方、同性愛カップルにインタビューをし、当事者のリアルな声を調査した。その結果、性的マイノリティの人達は子供を持てないが故に子供を持ちたい気持ちが強いこと、異性愛カップルより同性愛カップルの方が不妊治療、病院等のアクセス、育児をする上での制度利用に不利があり、不安が多いことが明らかになった。さらに同性愛カップルの場合不確かで危険な情報で妊娠をする可能性も推測できた。リプロダクティブヘルス/ライツの理念から、同性愛カップルに対しても平等な支援をすること、ファミリーシップ制度の導入により、子供に不利な状況を作らないことなどが当面の支援として提案できる。



4　ボードゲームを活用した、若者が感じる政治家との距離の短縮

京都府立大学公共政策学部公共政策学科２回生窪田ゼミ

私たちは、若者と政治家との間には距離があるという現状に注目する。日本の若者は知識不足から、政治家に対して信頼性や政治的有効性を感じることができずに、政治家との間に距離を持っている。この問題は、投票率低下や高齢者民主主義など、若者の意見が政治に反映されにくい状況を引き起こしている。

若者と政治家との距離を縮めるために、政治家や政党が実施する政治塾、学校での公共・公民の授業や政治家を招いた授業が行われているが、どの手法にもその効果や実施の難しさといった問題がつきまとう。

そこで私たちは、ボードゲームを用いた主権者教育プログラムという新たな手法を提案したい。研究室で作成したボードゲーム活用したプログラムを実際に高校で実施し、その効果を測定する。ボードゲームには、主体的かつ対話的であるという他の手法にはない利点があり、若者が感じる政治家との距離の短縮に効果があると考えられる。



5　障碍者のディーセント・ワークの現状と課題ー包み込む雇用システムの実現に向けてー

龍谷大学深尾ゼミお茶福プロジェクト

SDGｓでは「包摂的かつ持続可能な経済成長及び生産的な完全雇用とディーセント・ワークをすべての人に推進する」ことを目指している。日本政府をはじめとし、京都市でも「障碍のあるひともないひとも、すべてのひとが違いを認め合い、支え合うまちづくりを推進する」を基本方針として掲げ、障碍者雇用を含む様々な政策を推進している。しかし一方で、法律の形骸化や多くの人が現行の政策から取りこぼされている現状がある。私たちはその一例として、「就労移行支援事業所」に着目し、ヒアリング調査を行った。本稿では、「就労移行支援事業所」におけるヒアリング調査結果と障碍者雇用の構造に着目し、複数の企業・地域で一人の障碍者を雇用することで障碍者の雇用定着率を改善する「包摂雇用形態モデル」を提案する。



6　地方公共団体における女性管理職増加に向けた提言

同志社大学川口ゼミ１班

日本は女性の管理職割合が 12.7%と非常に低く、それが要因となり若い女性が地方から都会へ流出している。そこで、本研究の目的を地方公共団体における女性管理職増加のために効果的な政策を明らかにすることとした。そのために、女性管理職割合が高い鳥取県と徳島県の事例研究と女性管理職が多い・少ない市へのインタビュー調査を行った。調査の結果、鳥取県と徳島県に共通していた政策は環境整備、キャリアデザインの作成、テレワークなどの多様で柔軟な働き方の導入、働くことを希望する全ての人の就業継続支援であった。また、女性管理職が多い市と少ない市の違いはテレワークや通常とは別の短期育児休暇制度（看護休暇など）の有無であった。以上の内容から、私達はテレワークと看護や学校行事のための短期育児休暇の導入、リーフレットの作成、そこへのモデルケースの掲載とコミュニケーションの橋渡しを提言する。



7　市民に対する雨庭の認知度向上に向けての普及啓発－公共施設等の待合室における「雨庭カプセルトイ」の導入－

京都産業大学 環境政策学研究室 雨庭チーム

近年、豪雨による洪水や環境保全などの様々な社会課題の解決に繋がる、グリーンインフラの注目が高まっている。その取組の一つとして雨庭の設備が挙げられる。現在、京都市でも雨庭整備事業を進めているが、市民の雨庭への認知度は依然低い。そこで、市場規模が拡大中のカプセルトイに着目し、組み立てながら雨庭の構造を理解できる「雨庭カプセルトイ」を用いた雨庭の普及啓発を試みた。本提案の有効性を示すために京都市内にある雨庭を元に、3D プリント技術を用いて雨庭カプセルトイを製作した。さらに、京都と滋賀で行われた環境関連イベントの来場者を対象に、雨庭の普及啓発の効果測定するアンケート調査を行った。加えて、本政策の妥当性を把握する目的で、政策関係者にヒアリング調査を行った。その結果、若年層に向けた雨庭の普及啓発は一定の有効性があることが分かった。ここから若年層が集まる施設で雨庭カプセルトイの導入ができると考察した。



口頭発表

【分科会１０】

1　ごみに関する知識と生活系可燃ごみの削減行動

関田ゼミごみ問題班

平成 23 年から令和 2 年において、日本の事業系ごみの全体に占める割合は減少しているにも関わらず、生活系ごみは増加している。また、日本は可燃ごみが全体の約 72%を占めている。これらのことから、我々は生活系ごみの内、可燃ごみに焦点を当てて研究することにした。既存の対策を調べたが、効果が十分なものはみられなかった。また、ごみ削減に関する先行研究を読むと、ごみ知識がごみ削減行動に与える影響についてコンセンサスが得られていないと思われたので、私達はごみの知識と削減行動に関するアンケート調査を行い分析を行った。その結果、ごみに関する知識と削減行動の関連はほとんど見られなかった。このことからごみ削減に関する教育はほとんど効果がないことが分かった。





2　若年層の自治体政策・サービス認知度向上のための情報発信方法についての研究

同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 3 班

本研究では、若年層の間での自治体政策やサービスの認知度を向上させるための情報発信方法を探求しています。データ分析の結果、自治体の政策・サービスの認知度と年齢の間には明確な関係が示されました。具体的には、年齢が上がるにつれて認知度も増加する傾向が確認されました。この結果は統計的に有意であり、年齢が自治体の政策やサービスの認知に影響を与えていることを示しています。一方、年齢と興味の間の関係については、統計的に有意な関係が確認されませんでした。このことから、年代によって情報取得プロセスが異なるのではないかと考えました。自治体は、若年層の関心を引きつけ、彼らの認知度を向上させるための効果的な情報発信方法を見つける必要があります。この研究の結果は、自治体が若年層に対するアウトリーチ戦略を計画する際の有益な手がかりになるはずです。



3　脱コロナにおける公共図書館の電子書籍サービスー地域関連学習への活用の観点からー

公共政策学部 2 回生 下村ゼミ

コロナ禍における外出自粛への対策として導入が進んだ公共図書館での電子書籍サービスは、図書館の知識提供機能を充実させることに資する。しかし、私たちが府内の公立図書館３館で行った聞き取り調査の結果、脱コロナの中でサービスの提供にかかる継続的な予算が確保されず、意義の明確化も難しくなっていること、また学習分野での図書館と自治体の教育現場の連携・活用が進んでいないことが分かった。私たちはこうした現状を踏まえ、電子書籍を各自治体での地域関連学習に活用することで、電子書籍サービスに地域の歴史や現状を理解し将来的に自治体を担う人材を育成する媒体としての価値を持たせることを提案する。具体的な施策としては、電子書籍に関する説明や、地域ごとの学習トピックとそれに関わる電子書籍のリンクを載せたパンフレットを作成・インターネット上で公開し、それを利用した図書館での学習イベントを開催することを計画している。



4　小学校からのジェンダー教育の可能性ージェンダー教材の作成とその実践からー

京都産業大学 藤野ゼミナールＢチーム

日本のジェンダーギャップが縮小しない要因の一つに「無意識の偏見」が指摘されている。ジェンダーにかかる「無意識の偏見」は幼少期から身につくとされるが、幼い段階からそれに対する気づきを促すジェンダー教育の実施はジェンダー平等実現に向け重要だと考えられる。本研究では、まず小学校の低年齢児童のジェンダーの無意識の偏見に対する気づきをねらいとした教材を作成した。次に低年齢児童を対象にクイズ、教材を用いた話やお絵描き、ロールプレイ等の活動で構成された教育実践を行った。そこから低年齢児童の無意識の偏見の実態と、教材の教育効果を把握した。また、小学校の現役校長にインタビューし、小学校でのジェンダー教育の現況を聞き取るとともに教育者の視点から見た本研究で作成した教材の評価も依頼し、実施可能性を探った。本研究では、これら一連の調査結果から小学校でのジェンダー教育導入に対する具体的な施策を議論する。



5　オープンチャットを用いた「Z 世代公共圏」の構築

同志社大学風間ゼミナールチームＢ

若者の意見を市政に反映させることは重要であるが、そもそも政治・社会問題に対し、明確な意見を持ち、発信する若者は少ない。コミュニケーションを通して自らの考えを深めていく空間を、ハーバーマスは「公共圏」と定義している。匿名性を好み、対面での議論に抵抗を抱くという特徴を持つ Z 世代には、LINE のオープンチャットを用いた「Z 世代公共圏」の構築が有効であると考えた。本研究では、実証実験として、オープンチャットで同志社大学の学生に議論してもらった。 発言者数やその内容を分析した結果、活発なコミュニケーションか?多様な議論の展開を生み出し、参加者が意見を醸成することが確認できた。研究の結果から、京都市がオープンチャットを活用し、「Z 世代公共圏」の構築に向けた政策を展開することで、政策を形成するための有意義な情報を得ることができると考えた。





6　高校生のシティズンシップ向上のための実践研究ー丹波市議会☆ミライプロジェクトを事例にー

福知山公立大学 2 年杉岡ゼミ

選挙における若者の投票率が低迷している。総務省（2022）によると、国政選挙における 10 代、20 代の投票率の低下は顕著であり、直近の衆議院選挙（2021 年）の 10 代の投票率は 43.21%、20 代の投票率は 36.50%に留まっている。直近の参議院選挙（2022 年）においても、10 代は 35.42%、20 代は 33.99%となっている。また、地方選挙の投票率について着目すると、直近都道府県議会議員選挙(2023 年)では、本研究の対象地域である兵庫県の投票率を事例に挙げると、10 代が 23.36%、20 代が 19.34%と国政選挙よりさらに低い水準に留まる。

そこで、本研究では高校生を対象に、地方選挙における投票率を向上させるための実践研究及びアンケート調査を行った。それらをふまえ、高校生のシティズンシップ(=市民性)を高めるために高校生と議員それぞれの立場から重要と思われる示唆を抽出する。



7　コワーキングスペースによるコミュニティ形成の可能性に関する研究ー京都市伏見区を対象としたケーススタディー

龍谷大学政策学部井上ゼミナール

近年における社会問題の一つとして、地域コミュニティの希薄化などが挙げられる。私たちが今回テーマに挙げたコワーキングスペース（以下 CWS）は近年増加傾向にあり、異なる職種の人達が同じ空間で交流をはかりながら仕事などが行える場所である。そこで私たちは CWS を活用した地域交流を行っていくことで、空きスペースの利活用や地域活性化に役立つのではないかと考えた。先行研究では、CWS がコミュニティ形成に寄与することが明らかになっていたが、実際に調査を行っていくと、コミュニティ形成の機能を十分に有していなかった。また、伏見区役所、淀連合自治会のヒアリング調査によって、CWS が新しい雇用、コミュニティの創出の場として期待されていることも明らかになった。 これらのことから、伏見区で地域の強みを活かす CWS を作ることによって伏見区各地域のコミュニティ形成に繋がるのではないかと考える。

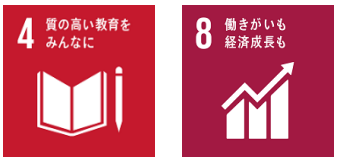


8　学校種別をふまえた機動的教育プラットフォームー京都市の教育現場における業務負担軽減のためにー

同志社大学政策学部 野田ゼミ A 班

教育現場において、教員の長時間労働は大変深刻であり、その背景には業務量の増加と教員数の減少がある。京都市でも直近 5 年間で教員数が約 500 人減少しており、校務支援員やボランティアなどの取り組みも行われているが、いまだに教員のオーバーワーク問題は解決していないのが現状である。

本研究では、明確に把握されていなかった業務実態を明らかにするため、アンケートとインタビューを通して、学校種別、業務類型別の業務負担を調査した。調査により、小学校では対応業務、中学校では部活動、高校では正課業務の負担が大きく、また、学校種別の負担軽減策が必要であることが明確となった。本研究の政策提言は、学校種別に応じたペーパーティーチャーや学生を活用する機動的教育プラットフォームの構築であり、教員の業務負担が確実に軽減されるといえる。



口頭発表

【分科会１】

電動キックボードの観光目的利用について

- 京都市バス混雑緩和に対する施策提案 -

京都先端科学大学　阿部ゼミ B 班
○小跡祐（Koseki Yu）・神山蒼一朗（Kamiyama Souichirou）・八田和哉（Hatta Kazuya）・廣田耕作（Hirota Kousaku）・陽川みほ（Youkawa　Miho）
（京都先端科学大学　経済経営学部　経済学科　経営学科）
キーワード：京都市バス問題、電動キックボード、GPS

1. はじめに

京都には、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」）の 5 類感染症移行を受け、観光客が増加し感染拡大以前の形に戻りつつあるが、そこで問題となっているのが「観光公害」とも呼ばれるオーバーツーリズムである。その中でも、観光客数の回復を受けて問題とされているのが、京都市バス混雑問題である。

京都市観光協会によれば、観光客数は 2019 年 5,352 万人から、コロナ禍は 2000 万人台まで減少していたが、昨年 2022 年は 4,361 万人となり、今後も観光客は増加が予想されている。これに伴い、京都市バスを利用する観光客が増加し、地元住民がバスに乗れないなどの問題が顕著に現れた。2023 年 6 月には、京都市は国に運賃を含めた観光客と市民の「すみ分け」を図る制度の検討を要望しており、市バス混雑問題への対応は、京都市にとって喫緊の課題と言える。

そこで、本研究では、京都市バス問題の要因・背景を分析した上で、京都観光における新たな代替手段として、電動キックボードの観光を目的とした利用について検討していく。

2. 京都市バスの現状と課題

2.1 市バス混雑問題への京都市の対策

市バスの混雑問題自体は、コロナ禍以前より問題とされており、手ぶら観光の推進、春秋の地下鉄への振替乗車票配布など様々な取り組みを行ってきたがその中でも話題になったのが、2023 年 4 月からの市バス 1 日乗車券の販売中止である。2018 年に 500 円から 600 円に料金を引き上げることで対策を講じたが、2019 年度もバス利用者の約 1 割に当たる 1,245 万人の利用者があった。その後コロナ禍で観光客が激減し、700 円に値上げしたものの、2023 年京都市は、観光客増加を見越して、1995 年の発売以降、観光客に人気だった 1 日乗車券の廃止を決断した。

しかし、1 日乗車券の廃止は、ある程度の混雑緩和が見込まれるとしても、始まったばかりで効果も見えず、今後市バスを利用する観光客が大幅に減少するかは不明確な部分が多い。1 日乗車券は、お得な値段で数回乗ると元が取れる点で人気があったが、観光客がバスを積極的に利用する理由には、観光地への交通手段が少ない現状も起因しているように思う。

2.2 混雑問題の要因・背景

次に、混雑の要因を探るため、2020 年の市バスアンケート調査を見ていく。時刻表通りの運行について、62.1%の乗客が不満と回答しているのが東山区である。2019 年に京都市交通局がバス運転士への聞き取り調査を行った結果においても、混雑する 4 エリアの一つとして挙げられている。それだけでなく、国土交通省によると、東山区では 11 月の東大路通、川端通、三条通、五条通では全国平均 35ｋｍである旅行速度が 15ｋｍ以下と渋滞が起き、定刻通りの運行自体が不安定となっている。

ではなぜ、東山区を走る市バスが特に混雑するのか。それは、観光地と地下鉄の位置関係が関係している。東山地区は清水寺、八坂神社、高台寺などの世界的にも人気のある観光地が密集しているにも関わらず、京都駅から行く場合、地下鉄の駅や阪急四条河原町駅からもかなりの距離を歩かなければならず、京都駅から最寄りの京阪五条駅までは所要時間がかなりかかる遠回りのルートになってしまう。そのため観光客は地下鉄の利用よりもバスでの移動を選択する傾向にあるのであれば、1 日乗車券が廃止されたとしても、結局観光客はバスを選択してしまう。

そこで、バスに乗らなくても観光地まで行くことのできる新しい選択肢として私たちが着眼したのが、近年都市部を中心に普及が進んできている電動キックボードである。

3. 新たな代替手段としての電動キックボード

3.1 電動キックボードとは

電動キックボードとは、キックボードに、電動モーターが搭載された自動走行可能なキックボードのことであり、2023 年 7 月 1 日から道路交通法が改正され、「特定小型原動機付自転車」に区分された。この改正により、運転免許は必要なく、ヘルメットの着用も努力義務と変更された。

現在普及が拡大している理由としてはシェアリングサービスでの展開が大きい。電動キックボー

ドのシェアリングサービスでは､自分で購入せず､さらに借りる場所と返す場所を自由に選ぶことができ、利便性の高さが大きな特徴となっている。

3.2 改正に伴う事故や違反への懸念

法改正により、普及の拡大が期待される一方、報道では、法改正による事故やマナー違反増加への懸念も取り上げられていたため、私たちは、京都における電動キックボードの事故状況調査として京都府警察本部交通課にヒアリングを行った。そこでは、京都での導入が始まって 1 年での事故件数は多くはなく、法改正がされたばかりで、危険性の実態をつかむことができないが、マナー違反については、増加傾向にあるため、これからマナー啓発をしていく予定であることを伺った。

3.3 電動キックボードの特徴（先行研究）

電動キックボードに関する先行研究としては、若者層を対象とした電動キックボードの走行調査および利用意向に関するアンケート調査を実施した吉村（2021）が挙げられる。この研究では、電動キックボードを利用したい距離として、鉄道駅の徒歩圏域である 800m未満の割合が 78.6%､バス停の徒歩圏内である 300m未満の割合が 17.9%との結果等から、電動キックボードがバス停や鉄道駅まで距離があった場合の補完的な役割を果たすことを明らかにした。

4.京都市内の電動キックボードの状況

4.1 導入状況

京都市内では、株式会社 Luup（以下、Luup） が 2021 年 11 月から電動モビリティのシェアリングサービスを全国で展開する Luup のサービスが開始されている。2022 年にはポートが 250 箇所以上設置されるなど広がりを見せ、2023 年 1 月には Luup と京都市が連携協定を結んだ。

4.2 京都市へのヒアリング調査

連携協定の締結に至った経緯や今後の観光利用への見通しについて聞くため、京都市都市計画局歩くまち京都推進室と京都市建設局自転車政策推進室にヒアリング調査を行った｡京都市が Luup と協定した理由は、公共交通機関の補完としてシェアサイクルの推進をするためであり、観光利用を主な念頭に置いたものではないが、観光利用の考えについても排除していないとの回答を得た。また、連携協定により、京都市でシェアリングサービスを運営できない所を民間事業に運営を任せて後方支援を行うという京都市のメリットがあるとのことであった。

5. 政策提言

そこで私たちは、①東山エリアをモデル地区として、②GPS マップを用いたルート提案及び③地下鉄とのセット料金制度の導入を提言する。

まず、①でモデル地区として東山区を設定した理由は、不満が高い上に、どれも地下鉄の駅から少し距離のある場所に位置しており、市バスでの移動が欠かせない地区であるため、前述の先行研究で明らかにされた、電動キックボードが駅からの補完的な役割に適している地区だと考えたからだ。

また、②は、すでに鳥取砂丘での観光に特化した電動キックボードを運用している株式会社 Workplays の「Route」の事例を参考にした。「Route」では、GPS 機能を活用し 9 つのモデルコースを提案するなど観光客目線の取り組みを行なっており、本政策提言においても、京都の新たなモデルコースを提案することで、魅力発見と分散を狙う。

さらに、③地下鉄とのセット料金制度を導入することで、地下鉄の補完としての利用者の増加をはかりたい。現在、電動キックボードを利用する際かかる料金は､基本料金に加え 1 分ごとに 15 円といった価格設定である。Luup では、2023 年 8 月に期間限定で 3 時間パス、12 時間パスとしてお得に利用できる「買い切りプランの販売」を実施している。これを応用して、地下鉄の補完としてセット料金を、事前に購入することで、地下鉄の利用とともにこれまで市バスに偏っていた移動手段を分散させることができると考える。

6. 課題と展望

これらの政策提言の課題としては、マナー違反についての対策も並行して必要と考える。Luup の電動キックボードでは、乗車する前に 11 問の「交通ルールテスト」に連続全問正解し合格しなければ乗車できない。法改正前後の検挙例の多くが、知識不足であることを考えれば、電動キックボードの観光利用が増えることを念頭に、マナー啓発をより強化する必要があるだろう。

将来的には、電動キックボードの観光利用の普及拡大によって、京都市バスの混雑緩和に貢献するだけでなく、京都観光における新たな魅力の提案にも繋がるものと考える。

参考文献
(1)関西テレビ　"観光客だけ"バス運賃値上げ？京都市が国に要望書を提出　住民の運賃と“差別化”で「赤字脱出」…そして“ぎゅうぎゅう”市バスの「混雑緩和」狙う
(2) 京都市交通局　「市バス・地下鉄お客様満足度調査」
(3)京都市交通局　「市バス車内混雑に係るバス運転士への聞き取り調査及び調査結果を踏まえた秋の混雑対策について」
(4)株式会社 Luup
(5)株式会社 Workplays「Route」
(6)京都市における観光調査関係の資料一覧
(7)警察庁　「特定小型原動機付自転車（いわゆる電動キックボード等）に関する交通ルール等について」
(8)吉村朋矩（2021）「若年層を対象とした電動キックボードの走行調査および利用意向に関する研究」日本都市計画学会中部支部研究発表会論文集，32 号，pp.35-38.

京都丹後鉄道の上下分離のあり方に関する研究
-「地域に愛される鉄道」を実現するための3ステップ-

福知山公立大学3年杉岡ゼミ
岡田 唯花（Yuka OKADA）・小谷 優衣（Yui ODANI）・○小林 航也（Kouya KOBAYASHI）
田中 黄象（Koushou TANAKA）・冨江 美有（Miyu TOMIE）
中村 心（Shin NAKAMURA）・平原 将貴（Masataka HIRAHARA）
（福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科）
キーワード：京都丹後鉄道、上下分離方式、「地域に愛される鉄道」

1. はじめに

地域鉄道は、「地域の足」としての役割を担うだけでなく、地域経済の基盤でもあり、その存続と活性化が求められているが、経営状況は厳しい。令和3年度における地域鉄道事業者95社のうち、91社が鉄軌道業の経常収支ベースで赤字を計上し、平成12年度以降、令和5年4月1日現在までに、全国の鉄軌道46路線、総延長1193.6㎞が廃線となった[1)]。

そのような状況下、地方自治体と鉄道事業者が共同で「鉄道事業再構築事業」実施計画を策定する例が増えている。国土交通省の認定を受けると、特例や支援措置が適用されることから、鉄道事業者が地方自治体の支援を受けつつ、上下分離等の事業構造の変更を行い、経営改善や輸送維持を図る動機づけとなっている[2)]。

北近畿地域を拠点とする京都丹後鉄道（以下、丹鉄）も当該計画の認定を受けた地域鉄道の1つであり、平成27年度よりWILLER TRAINS株式会社（以下、WT）が運行を、北近畿タンゴ鉄道株式会社（以下、KTR）が鉄道施設・車両の保有を担う「上下分離方式」へ移行した[2)]。このことにより、かつて「日本一の赤字鉄道」と呼ばれた丹鉄は廃線の危機を回避できた。しかし、経営環境は依然として厳しい。KTR[3)]によると、基盤管理に関して、上下分離した平成27年度の経常収支はわずかに改善したものの、損失を計上している事実は変わらず、翌年度からは再び損失額が増加傾向に転じている。

言うまでもなく、こうした傾向は経営自体のレジリエンスの低下や、サービスの質の低下につながり、利用客の減少、事業収入の減少、赤字のさらなる深刻化という負のスパイラルの発端となる。筆者らは、廃線が地域に及ぼす影響を、以下3つの視点から想定した。

(1)代替交通手段への転換による影響は、自動車を持たない高齢者や学生等の交通弱者や、鉄道利用者の日常的な移動手段がなくなるだけでなく、地域外から北近畿へのアクセシビリティが低下する可能性である。(2)ヒト、モノ、カネ、情報の動きに関する影響は、交通整備や移動に対する負担が高まることに加え、進路や職業選択の制限、さらには北近畿ならではの体験や魅力に触れる機会の消失も相まって、生活の質が低下する可能性である。(3)鉄道や地域に対する人々の思いへの影響は、地域のシンボルとシビックプライドの喪失、ひいては北近畿に暮らす意義の亡失につながる可能性である。

そこで本研究は、丹鉄が以上のような状況に陥らないよう、経営を担うKTRとWTに焦点を当て、上下分離における2社間のあり方を検討する。具体的にはまず、各社へのヒアリング調査から現状把握し、2社の共通認識を理想と位置付ける。次にそれらを照合し、特に2社の認識の整合性に着目し問題を定義する。そして丹鉄の存続に資する取組案を提示する。

2. 現状把握

自社の経営や2社の連携に関する認識について現状を把握するためのヒアリング調査を実施した。まずKTR[4)]は、民間活力による北近畿の振興と鉄道の存続を図り、沿線地域住民を中心に利用者を増やすとともに、各駅と住民をつなぐ取組を通じて「地域に愛される鉄道」を目指すとしていた。行政構造がボトルネックとなり、WTによる予算の要求に柔軟に対応できず、2社間の葛藤もあるものの、行政の色合いが強かった分離前の運営に比べ、現在は役割が明確化し、各社が業務に集中する環境が整っているという。コミュニケーションを通じたWTや住民との連携や情報共有も必要であると認識していた。

ただ、分担の中で住民の利用促進や集客、声を汲み取ることもWTに任せているという。WTの採算が合わず経営の厳しさに理解を示すも、KTRの使命はあくまで基盤管理であり、国や京都府、沿線自治体からの財源確保に注力し、支援や意向を地域に還元すること重視していた。そして全ての事業が住民のためにあることはKTRとWTの共通認識であるとしていた。

次にWT[5)]は、分離前のKTRが行っていた、沿線地域住民への利用促進の取組の限界性を指摘する。現実的に即効性のあるターゲットは観光客

であり、観光振興を通じて北近畿の魅力を発信し、シンボルたる「地域に愛される鉄道」を目指すとしていた。一方、新たな事業を行う際のKTRによる予算確保の制約の他、丹鉄特有の上下分離方式を構造上の課題としていた。一般的には運行と基盤管理の分離となるが、WTはKTRの管理業務を受託し、上下一体を担っているという。基盤管理への関与はWT社員のモチベーション向上に繋がったが、責任を明確にすべく根本的なスキームの見直しが必要と強調していた。

またKTR元職員とWT採用職員という経歴の異なる職員が混在した分離当初に比べ、新しい取組に積極的な各部署のトップ人材が職員間の調整を担うことで、現在では柔軟な考え方や挑戦意識が社内に浸透しているという。また、コミュニケーションを通じたKTRとの適切な連携体制もあり、自治体や他の事業者との連携も視野に入れているとのことであった。

3. 問題の定義

以上のヒアリング結果より、2社は「地域に愛される鉄道」を目指すという共通目的を有していることがうかがえたが、事業内容の違いからも、その意図や手段は異なると推察される。そこで本研究では、上述した廃線による3つ影響に鑑み、北近畿における丹鉄の存在意義を想定し、「地域に愛される鉄道」を「北近畿における移動の利便性を確保しつつ、地域内外の多様な資源が活発に往来し、それらの交流が北近畿の活性化や沿線住民のシビックプライドとの相乗効果を生み出す鉄道」と定義した。これを2社の経営の方向性を一致させる概念として本研究の目指す理想型としたい。そして、ヒアリングに見出される丹鉄の現状と比較し、「地域に愛される鉄道」に欠ける要素を以下4点指摘する。

(1)予算を柔軟に確保できないことについて、2社間に葛藤を生み、北近畿でのモビリティ向上や鉄道活性化に悪影響を及ぼすと考える。しかし、これは国庫補助金の交付の仕組みに起因すると考えられ、解決困難と判断した。

(2)各社の役割は明確化するも、継続的な対話が必要という認識について、社会変化に対して柔軟に役割分担することにつながるため、北近畿でのモビリティ向上に資するといえるが、実行に移せていないと考える。ゆえに、コミュニケーションの質と機会の不足が弱点といえる。

(3)鉄道事業における主要ターゲットに関し、2社間で沿線地域住民と観光客に対する意識が異なっていたことについて、二者択一か双方に重きを置くかは判断し難いが、経営の方向性の一致とターゲットへの認識は深く関連すると考えられ、ターゲットのバランスについても上述の機会において共有する必要があると考える。

(4)WTは運行、基盤管理を担う一方、KTRが現場に関わる機会が少ないことについて、2社の丹鉄に対する現場意識に差があると推察した。WTの意向に任せるのではなく、KTRも鉄道の現場に積極的に関与できる仕組みにより、丹鉄が北近畿の結束力を強め、沿線地域と鉄道事業者の協働を促す要因となることが重要だと考える。

以上より「コミュニケーションの質、機会の不足」「2社共通の現場意識の欠如」という2点を問題とし、現在の丹鉄が「地域に愛される鉄道」といえない理由であると小括する。

4. 政策提言に代えて

最後に、問題解決に資する今後の取組案を政策に代えて提示する。活動は主に3段階に分けられる。第1段階として、上述の各問題より「コミュニケーションの質、機会」「2社共通の現場意識」を2社共通の指標と位置づけ、ヒアリングを通じて各指標に加味する必要のある要素を分析し、両社の現状を多面的かつ詳細に把握できるようなチェックリストを作成する。

第2段階として、筆者らが各社を訪れ、チェックリストを基に従業員の意識や現在の組織構造、業務内容の中でこれらがどの程度達成できているかを可視化する。例えば「コミュニケーションの質、機会」の構成要素としては「コミュニケーションの主体は代表か職員か」「定例化しているか必要に応じて不定期に行っているか」「経営者や従業員にコミュニケーションをとれている実感があるか」などが考えられる。

第3段階では、そこで得られたデータをもとに、2社が共通の指標を満たすためにはどのような改善策が必要かを分析し、丹鉄が「地域に愛される鉄道」になるための新たな「上下分離」構造を考案し、各社に提言する。

日本全国で見ても、地域鉄道の上下分離方式の例は決して多いとは言えない。丹鉄の実態に則した分離方式を模索する機会としたい。

参考文献
1) 国土交通省「鉄道／地域鉄道対策」『公式 HP』https://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5_000002.html（閲覧日：2023.10.21）
2) 国土交通省「鉄道／地域鉄道に対する国の支援制度」『公式 HP』https://www.mlit.go.jp/tetudo/tetudo_tk5_000001.html（閲覧日：2023.10.21）
3) 北近畿タンゴ鉄道株式会社「財務情報」『公式 HP』http://ktrtetsudo.jp/accounting/index.html（閲覧日：2023.10.22）
4) 北近畿タンゴ鉄道株式会社・代表取締役社長 宮田英樹氏に対するヒアリング調査（オンライン）（調査実施日：2023.05.22）
5) WILLER TRAINS 株式会社・経営企画室 野内優氏に対するヒアリング調査（宮津駅本社）（調査実施日：2023.06.08）

京都市におけるシェアサイクルの利用促進
-「もえポっ」とシェアサイクルの連携-

YASHIO×FAMILY
○中西　実凛（Minori Nakanishi）　・李　文秀(Wenxiu Li)・服部　大地（Daichi Hattori)・厚地　航暉　（Koki Atsuji）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：シェアサイクル、「もえポっ」、交通混雑

1. はじめに

京都市建設局(2021)によると、京都市はシェアサイクルを新しい交通手段の一つとして利用や普及を促進している。しかし、京都のシェアサイクル市場は10社以上存在し、京都では各社のポートが混在している。また、シェアサイクルの決済方法は各社のアプリを通じてクレジットカードで支払う形態をとっている。これらが利用時に不便さを招いておりシェアサイクルの交通手段としての利用や普及の妨げになっていると考える。そこで我々は利便性向上のために、京都市が提供する「もえポっ」という、ICOCA・PiTaPaを「もえポっ」サイトに登録し、バス・地下鉄・京都バスを利用することで、条件に応じてポイントを付与されるサービスとシェアサイクルを紐づけることを提案する。

金沢市ではシェアサイクル「まちのり」モビリティ連携社会実験を実施している。この先例に基づき京都でもシェアサイクルと交通機関の連携を進めるべきだ。京都市が独自に展開する「もえポっ」はそのための有効な手段であり、これを活用し、京都におけるシェアサイクルの利用促進、及び交通機関の混雑解消を進めるべきだと考える。

2. 現状分析

2.1　シェアサイクルとは

シェアサイクルとは自家用の自転車を持たない人や外出先で自転車を使いたいと思った人に向けて、自転車を自由に貸出・返却できる交通手段のことをいう。シェアサイクルは、スマートフォンでアプリを取得および会員登録をし、決済方法を選択、利用時に自転車に搭載されている QR コードを読み取ることで簡単に利用することができる。

京都市建設局は2021年に「京都市自転車総合計画2025」を策定しており、京都市はシェアサイクル利用推進のため、市が定めるシェアサイクル運営基準等を満たす4事業者と連携協定を締結した。

京都市においてシェアサイクルのポート数は有料駐輪場よりも多い。我々は例として、地下鉄五条駅から半径 500m圏内を調査したところ、有料駐輪場は2か所のみだが、シェアサイクルのポート数は22箇所にもなることがわかった(図1)。また、シェアサイクルは急な天候の変化にも柔軟に対応が可能だ。この利便性とメンテナンスの維持費や手間を省けるメリットがある。

一方で､京都にはシェアサイクルが10社以上存在している。図1の左図にシェアサイクル各社のポートをそれぞれの記号で表していることから、各社のポートが乱立していることが確認できる。利用者にとっては、ポート数が多いことがメリットになっているかは定かではない。また、シェアサイクルを利用するには専用のアプリをダウンロードおよび利用登録は必須であり、決済方法はクレジットカードのみ対応が多い。決済方法がクレジットカードのみとなると、学生やクレジットカードに抵抗があるターゲット層の利用が見込めない。



図1 地下鉄五条駅から半径500m圏内におけるシェアサイクルのポート数(左図)と駐輪場(右図)の比較図
（京都市サイクルサイトを用いた調査結果）

2.2　「もえポっ」とは

「もえポっ」サービスは、市民や市バス・地下鉄の利用頻度が高い利用客をターゲットにしているサービスである。利用するためには､「京都　地下鉄･バスICポイントサービス」のホームページで利用者登録をする必要がある。そして、手持ちの「ICOCA(モバイルICOCAは対象外)」･「PiTaPa(登録型割引サービス登録区間登録区間利用の場合は対象外)」を登録し、市バス・地下鉄・京都バスを利用することで、条件に応じてポイントが付与される。

「もえぽっ」はポイント付与を翌月にすることでおもに京都市民や通勤・通学者に割引を行い、観光客のバス混雑を引き起こさない。その点で画

期的なサービスであるが、「もえポっ」サービスの知名度が低いのが現状だ。我々はこの点を確認するため、京都産業大学の 52 名にアンケート調査を行った結果、「もえポっ」を知らない学生が 79%を占めた(図 2)。

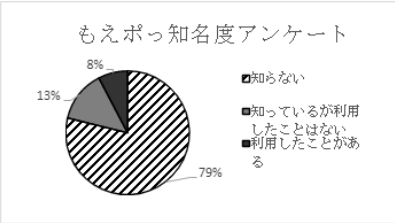


図 2　京都産業大学生に行った「もえポっ」の知名度アンケート

2.3　交通機関の混雑と放置自転車問題

京都は、日本の古都として金閣寺や銀閣寺、清水寺をはじめとした観光地があり、日本ならではの伝統を体験ができることで人気だ。そこで問題となったのが交通混雑だ。感染症の規制緩和に伴い、インバウンドが増加し、交通機関の需要が高まった。

京都市内の主な交通機関として、地下鉄とバスが挙げられる。京都のバスはダイヤと路線が多く非常に便利であり、地下鉄や他手段の無い目的地に向かう際にはバスが最優先手段となる。また、今は無くなったが観光客向けにバスの一日乗車券などの販売がバス利用を促進した。この結果、バス混雑が深刻になった。

京都市建設局(2021)によると、以前から放置自転車が問題視されていた。そこで放置自転車の撤去や有料の駐輪場の整備などの対策を講じた。その功がなされ、ピーク時の 1985 年の 2 万 5000 台近く確認されていたものが 2021 年には 100 台と、250 分の 1 にまで減少した。しかし、放置自転車の撤去・保管にも多大な費用がかかる。こうしたバス混雑や放置自転車の問題改善にもシェアサイクルは有効である。

3. 政策案

ここで我々が提案する政策案は「もえポっ」とシェアサイクルを連携する案だ。

10 社すべてのシェアサイクルのアプリ機能を「もえポっ」に取り込んだうえで「もえポっ」の既存サービスである乗継ポイントに「バス⇄シェアサイクル」、「地下鉄⇄シェアサイクル」等の追加、IC24H(時間)チケットにシェアサイクルを組み込んだプランのチケットを導入することを考えた。

既存の「もえポっ」サービスにシェアサイクルを連携することで、新規のサービスとしての京都市による初期投資を削減することができるだけでなく、「もえポっ」サービスの認知度を上げることができる。また、市が行っているサービスとして地域住民や通勤や通学で京都に頻繁に訪れる人の利用にあたってのハードルが下がる。さらに、放置自転車の撤去に要する費用の削減、それに伴って設置した有料駐輪場の土地の有効活用や景観保護といった観点からも問題解消ができると考える。

また、従来のようにシェアサイクルを利用する際にシェアサイクル各社のアプリをダウンロードするのではなく「もえポっ」を経由して予約、支払い、利用の一連の流れを行うことで、支払い方法も ICOCA や PiTaPa といった IC カードに現金チャージが可能になる。これによりシェアサイクルの利用登録や支払いの手間といったデメリットを解消する。さらに地域住民にとっても「もえポっ」を利用するインセンティブになり「もえポっ」とシェアサイクルの相乗効果を狙う。

金沢市で通勤定期利用者をターゲットに、シェアサイクルの月額会員料金について割引を適用する「TRAIN×SHERE CYCLE」といった社会実験が行われている。京都市でも学生をターゲットに、「もえポっ」のポイントの付与率を引き上げるといった「もえポっ」の特性を活用した社会実験を行うことを推奨する。理由としては京都市域の人口に占める学生の割合は日本で最も多く、大学の所在地から学生は交通機関の利用手段として選択肢が増えることでより受け入れやすいものとなることが想定されるためである。

4. 課題と展望

「もえポっ」とシェアサイクルを連携することで課題もたくさんある。例にあげると、シェアサイクル各社の料金設定の不均一だ。「もえポっ」の通常利用だと各社の料金に従って利用可能だが、IC24H(時間)チケットだと価格調整が必要となる。また電動アシスト自転車など会社によって性能も様々であるため、IC24H(時間)チケットの価格調整を均一化には厳しいという考えがある。

課題はたくさんあるが、京都市内におけるシェアサイクルの普及率増加に伴いポート数が少ない地域にもポートを増設していき京都市外においてもシェアサイクルの普及を促していくことで、京都府(2019)「自転車活用推進計画」の助力となれるのではないかと考える。

引用文献

京都市(2017)　「京都市サイクルサイト」

金沢市都市政策局交通政策課(2023)　「IR いしかわ鉄道金沢市公共シェアサイクル{まちのり}モビリティ連携社会実験について」

京都市建設局(2021)　「京都市自転車総合計画 2025」

京都市交通局(2023)　「京都地下鉄・バス IC ポイントサービス {もえポっ}」

京都府(2019)　「自転車活用推進計画」

脱 my 自転車

- 企業とつながる自転車シェアリングシステム -

阪本ゼミ AAA グループ
○南　海柊（Kaishu MINAMI）・伊藤　日向(Hyuga ITOU)・上野　成祐(Seiyu UENO)
・碓井　涼馬(Ryouma USUI)・鈴木　隼人（Hayato SUZUKI）
・廣田　歩（Ayumu HIROTA)・牧　勇輝（Yuki MAKI）
（京都橘大学経済学部経済学科）
キーワード： 自転車シェアリング、企業との連携、都市の活性化

1.はじめに

自転車は、幼児から高齢者まで幅広い世代の人間が利用する、生活を豊かにするための道具であり、通勤通学や買い物、サイクリングなど、日常生活における様々な交通・レジャーの手段として利用されている。

日本における自転車の普及率は、2020 年時点で約 6870 万台であり、およそ日本人の 2 人に 1 人が自転車を所持していることになる。この数値は世界的に見て多いほうであるが、逆に、2 人に 1 人は自転車を保有していないことになる。自転車大国のオランダでは、1 人が 1 台以上の自転車を保有しており、世界の自転車の普及率を考えると、日本における自転車の保有を拡大する余地はまだあると考える(参考文献①)。しかし、自転車の普及率は 2000 年代からほぼ横ばいになっている(参考文献①)。そこで私たちは、自転車の普及率を上げるのではなく、自転車シェアリングシステムを普及させることで、自転車の使用率の向上を行うことができ、自転車シェアリング導入における様々な効果が期待できると考えた。

自転車シェアリングの導入による効果として考えられるものは、「観光戦略の推進」、「公共交通の機能補完」、「放置自転車の削減」、「地域の活性化」などがある。以上を踏まえると、自転車シェアリングはその普及促進により、「生活利便性の向上」、「地域の活性化」、「環境負荷の低減」、「健康増進」、「災害時における交通の機能の維持」などの様々な社会的課題の解決につながる効果が得られると考えることができる（参考文献②)。

2.自転車シェアリングの現状と課題

日本においては、1980 年から実験的に導入が進められてきた自転車シェアリングは、2021 年時点で全国 324 都市に導入されているにも関わらず認知度・使用度ともに低い(参考文献③)。

現在、ポート(駐輪場)の設置は増加傾向にあるが、設置都市の数は横ばいになっている。設置都市が増えないのであれば、増加傾向にあるポートの設置も、いずれ横ばいになり、規模が拡大していくことが難しくなる。また自転車シェアリングの大きな課題の一つに、低い採算性がある。2019 年 3 月 31 日時点で、自転車シェアリング導入都市のうち約 6 割において収支がマイナスであり、収益の確保が困難な状況である。さらに本格導入都市を対象としたアンケートでは、自転車シェアリングの課題として全体の約 7 割もが事業採算性を課題であると認識しているとの結果が出ている。以上のことからも自転車シェアリングを普及させる上で、低い採算性の問題は重大な要素である(参考文献④)。

3.政策提案

前項で触れた認知度の低さと低い採算性の改善、設置都市の拡大のために企業等の事業者とシェアリングのシステムをつなげる自転車シェアリングを提案する。

まず実装するにあたり、会社員をはじめとした通勤を行い、世帯を持った人々をターゲット層にする。ポートを駅と職場に設置し、自宅から駅、駅から職場で自転車シェアリングを活用してもらうシステムを目指す。

自転車シェアリングを利用する目的は、通常の自転車を利用する目的と同等で、買物・食事、観光・レジャー、通勤などがある。現状自転車を貸し借りできるポートの場所は、ショッピングセンターやコンビニの敷地内、駅付近に多い。利用する理由は、都市部・地方部を問わず、「乗りたい場所からシェアサイクルポートが近いから」、「乗りたいときにいつでも乗れるから」、「どこでも自転車を返却できるから」などの自転車シェアリングらしいものが多く見受けられた（参考文献⑤)。しかし、これらの自転車シェアリングの利用は毎日活用するわけではないため、採算性を不安定なものにしている。そこで、毎日活用する安定性と需要・供給が見込める通勤客をターゲットにすることを考えた。

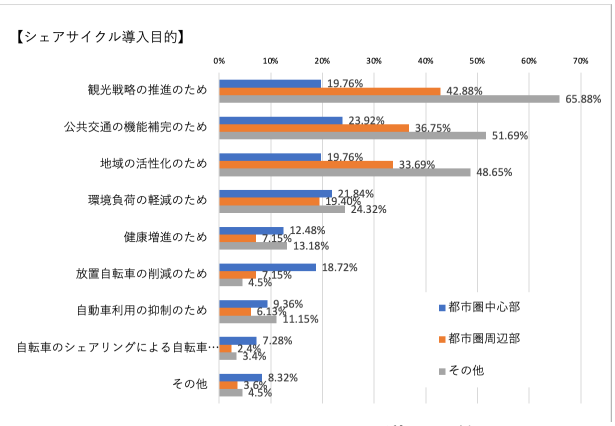


図 1）シェアサイクルの導入目的
出典）著者作成

このシェアリングシステムの肝となる点は、認知してもらうことである。しかし、今から新規で参入して、活用してもらうには、広告を使った認知度の広げ方では集客力が弱く、競合他社に埋まりやすい。そこで、企業等の事業者との連携により、働いている従業員達に企業等の事業者側からの登録を促してもらう。働いている会社から登録することで、広告に掛かる費用の削減や新規事業の信頼要素問題を解決する。また集団心理を用いることで、会社や職場内で登録していることを当たり前にする。企業で働いている社員に一度登録してもらうと、その後定年退職まで登録される可能性が極めて高い。すると長期的な登録者が増え、広まれば広まるほど収入が安定することも期待できる。

自転車シェアリングのシステムとして、このシステムに登録すると、料金は月額もしくは年額で、駅や職場に設置されたポートから、スマホのアプリで自転車を借りることができる。また、アプリで登録しているため借りた自転車は自宅に持ち帰ることも可能である。さらに、一人分の登録で家族も使用可能とする。これは、初めのターゲット層である世帯持ちの会社員が家族の利用も簡単にするためである。このシェアリングシステムの場合、自転車が占有ない。なぜなら登録された自転車＋αで置くことにより、自転車を無駄がなく必要な台数置くことができるからである。また登録をしていない場合でも、現状の自転車シェアリングシステムと同様に時間当たり一定額のシステムで利用可能である。しかし、登録すれば家族も使用可能な上に、利用料金も登録年月が長期になれば安くなる等、登録した方が有利にすることにより、登録することを促す。このシェアリングシステムが広まれば、次にスーパーや観光地などにもポートの設置を必要に応じて行う。はじめにスーパーや観光地にポート設置しない理由としては、需要が人気度に依存しており、不安定で精算が取れなくなる問題を懸念しているからである。

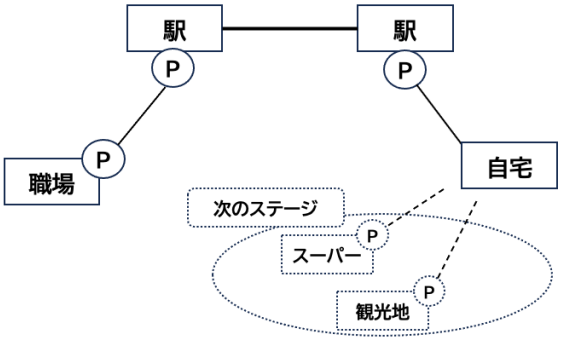


図 2）提案するシステム
出典）著者作成

4.展望

私たちの提案する政策により、自転車シェアリングシステムと企業等の事業者と連結することが実現できたなら、日本社会においての個人・世帯間における自転車の普及率は大幅に下がるだろう。しかし自転車の使用率・頻度は大幅に上がると推測される。なぜなら自転車シェアリングが普及することで自分の自転車を持つ必要性がなくなり、自転車で移動できる距離であれば、これまでよりも多くの日本人が自転車で移動するようになるからである。自転車シェアリングシステムと企業等の事業者との連携は、認知度・使用率を上げるための手段であり、昨今の停滞気味の自転車シェアリング業界に一石を投じるための政策である。

結論として、自転車シェアリングシステムが日本に広まることで、自転車の使用率が向上する。それによって上記で述べた様々な効果が期待でき、都市の活性化にもつながると考える。

参考文献

（1） 国土交通省　第１回自転車の活用推進に向けた有識者会議　自転車の活用に関する現状について 02.pdf（mlit.go.jp）
（2） 国土交通省　都市交通の中でのシェアサイクルのこれから　～確定版～ 001518525.pdf（mlit.go.jp）
（3） 国土交通省　シェアサイクに関する現状と課題 (https://www.mlit.go.jp/road/ir/ircouncil/sharecycle/pdf01/03.pdf)
（4） 国土交通省「シェアサイクの採算性確保に向けて」(https://www.mlit.go.jp/road/ir/ircouncil/sharecycle/pdf04/03.pdf)
（5） 国土交通省　第５回 シェアサイクルの在り方検討委員会　配布資料 (https://www.mlit.go.jp/road/ir/ircouncil/sharecycle/giji05.html)(https://www.mlit.go.jp/road/ir/ircouncil/sharecycle/giji05.html)
（6） 国土交通省　「シェアサイクルの取組等について（https://www.mlit.go.jp/toshi/content/0013905　76.pdf）

地方部における公共交通と自家用車の共存に向けて
- 京都府京丹後市の事例から -

社会学部コミュニティデザイン学科　野村ゼミ交通政策チーム
○赤羽根 美乃（Akabane Yoshino）・堀 正樹（Hori Masaki）・三島 啓暉（Mishima Hiroki）・宮澤 葵衣（Miyazawa Aoi）
（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：地域公共交通、多様な輸送資源、サブスクリプション

1.　はじめに

人口減少や少子高齢化の進展により、鉄道や路線バスといった地域公共交通の利用者は減少の一途をたどっている。特に地方部においては、交通事業者の経営悪化による路線廃止や減便は日常茶飯事であり、こうした状況がさらなる公共交通離れを引き起こし、自家用車の交通分担率が上昇するという悪循環を形成する大きな要因となっている。

公共交通を利用する上で生じる乗り継ぎの手間や待ち時間は、自家用車と比べて公共交通の利便性が低いと感じられる理由の 1 つである。しかしながら、運転免許を持っていない高校生や、免許返納を行った高齢者などにとっては、そのような不便さを受け入れた上で公共交通を利用せざるを得ない。十六総合研究所（2023）によると、地域のバス路線の廃止によって最も影響を被るのは交通弱者である高齢者と高校生であるとされている。

そこで本稿では、地方部における自家用車と公共交通の共存を主題として、多様な輸送資源を有する京都府京丹後市を対象に調査･研究を行った。現地でのフィールドワークおよび同市交通政策担当者へのインタビュー調査をもとに、複数の交通サービス間での連携や、自家用車と地域公共交通の共存の進展に向けた政策提言を導出することを目指す。

2.　現状分析と調査結果

2.1　近年の地域公共交通をめぐる現状

2020 年 11 月に施行された地域公共交通活性化再生法では、従来の公共交通サービスに加え、地域の多様な輸送資源（自家用有償旅客運送、福祉輸送、スクールバス等）も地域公共交通計画に位置づけ、地域における「輸送資源の総動員」が掲げられている（国土交通省, 2020）。しかし、実際にはそうした事例は現在蓄積途上にあり、具体策は提示されていない状況である。

また、国土交通省（2017）では、「自家用車に依存しなくとも生活の質を維持していくことが課題」とされているにもかかわらず、国土交通省（2022）によれば、地方部での自動車分担率がおよそ半分（46.8%）となっているなど、依然として自家用車への依存度が高い状況となっている。

2.2　京丹後市の概要

京丹後市は、京都府の最北端に位置している丹後半島の大半を占める自治体で、2004 年 4 月に 6 つの町(峰山町、大宮町、網野町、久美浜町、丹後町、弥栄町)が合併して誕生した。2020 年の国勢調査における人口は 50,860 人で、高齢化率は 38.1 パーセント、市民の 3 人に 1 人以上が 65 歳以上の高齢者となっている。丹後ちりめんで知られる繊維･衣服製造業のほか、金属製品･機械製造業、農林水産業が主要な産業である。沿岸部が 2 つの国定公園に指定されており、琴引浜や夕日ヶ浦、経ヶ岬灯台などの観光地も多くある。

2.3　京丹後市の地域公共交通をめぐる現状

京丹後市に従前からある主たる地域公共交通は、鉄道（京都丹後鉄道）、路線バス（丹海バス）の 2 種類であるが、いずれも赤字経営が続いている。路線バスにおいては、2006 年から「上限 200 円バス」事業が実施されているほか、鉄道においても、市内在住の高齢者を対象とした「高齢者 200 円レール」といった低運賃で利用促進策が採られている。

さらに同市には、地元 NPO 法人が運行事業者となって交通空白地の自家用有償運送を行う「ささえ合い交通」、月額定額乗り放題の AI オンデマンドモビリティ（予約型乗合タクシー）「mobi」という、全国的にも珍しい先進的な公共交通が運行されている。

一方、同市では 1 世帯に 1 台自家用車を保有しているという状況（世帯数 2 万 3 千に対し、自家用車登録数が 1 万 9 千）であり、ほぼ全ての世帯が自家用車を主軸とした生活を送っていることがうかがえる。峰山町付近の国道 312 号線沿いを中心にロードサイド店も多く立地している。

2.4　行政へのインタビュー調査

私たちは 2023 年 8 月、京丹後市政策企画課 公共交通係長の髙野聡顕氏にインタビュー調査を行

った。

その中で、行政として、公共交通と自家用車の共存についてどのような考えを持っているかと尋ねたところ、市民に自家用車ではなく普段は公共交通を使おうという意識を持ってもらうことが必要だと思っているとのことであった。同市では他の地方部と同様に自家用車の利用率が高く、公共交通との共存にはまだほど遠い状況である。公共交通が身近ではない故に、市民に「使ってください」と言うだけでは使いにくく、利用することによってメリットを得られるような政策（仕掛け）を実施できればという回答が得られた。

3. 政策提言

以上の分析･調査結果を踏まえて、私たちは公共交通と自家用車の共存に向けた「サブスクリプション制の導入」を提言する。

地方部のモビリティ課題の解決方法として近年注目されている「MaaS」の特徴の 1 つに、一定のエリア内の公共交通が定額で乗り放題になる「サブスクリプション」が挙げられる。

京丹後市内には多様な輸送資源が存在している一方で、それらは異なる事業者によって個別に運営･運行されている。複数の交通サービスを一体的に利用できるようにすることで、利用者の利便性向上のみならず、事業者同士の連携促進も図られる。また、公共交通のサブスクリプションに加入すると自家用車のガソリンの割引を受けられるようにすることにより、双方の使い分けを促し、公共交通と自家用車の共存を目指す。

さらに、京丹後市内では既に「mobi」がサブスクリプション制を導入しているため、地域内での制度の定着･浸透も進みやすいと考えた。

表 1　サブスクリプションのプラン一覧

	Standard 3,000円	Student 3,000円	Basic 7,000円	Prem ium 12,000円	ささえ合い交通プラン 12,000円	Light （会員資格のみ） 0円
京都丹後鉄道	○	×	○	○	○	×
丹海バス	○	○	○	○	○	無料チケット2枚
ささえ合い交通	×	×	×	×	○	×
m obi	×	○	○	○	○	月1回半額
自家用車のガソリン割引	×	×	5%	10%	×	×

※ガソリンは本会員（1世帯1台）のみ

利用者が各自のライフスタイルに合わせられるよう、6 つのプランを設定した。料金は月額制とし、本会員の家族は 1 人あたり 500 円で利用可能とする。

京都丹後鉄道と丹海バス（いずれも京丹後市内の区間に限る）の乗り放題を基本としているが、プランによって「ささえ合い交通」や「mobi」も利用できる。フィールドワークの際に「mobi」の運転手から「朝の通学時や、放課後に娯楽施設へ行く時に mobi を利用する高校生が多い」とうかがったことを受け、鉄道ではなく mobi の乗り放題を組み込んだ高校生向けのプランも設定した。このほか、丹後町域内の自家用車を持たない住民向けの「ささえ合い交通プラン」および、会員登録をすることで特典を受けられる無料プランも用意し、様々な人が地域内の公共交通に関心を持ち、利用促進に繋がるような政策を目指した。

本制度の最大の特徴である自家用車のガソリン代割引は、市内のガソリンスタンドで給油した場合に各プランごとの割引率が適用されるものとする。割引対象となる自家用車は 1 世帯 1 台のみに限ることで、家庭内において、場面に応じた移動手段の選択ができるように考慮した。

料金設定に際しては、市内で既に運行されている「mobi」の 30 日間乗り放題プラン(5,000 円)を主な基準として、上位プランになるにしたがって利用者の「お得感」が増すように設定した。

4. おわりに

都市部と比べて人口が少なく、公共交通が身近な存在であるとは言い難い地方部においては、自家用車への依存度が高い。その一方で、公共交通が欠かせない人々も一定数おり、それらの人々にとっては、公共交通の減便や廃止等は日常生活に直結する大きな問題である。

本稿では、一重に公共交通の利用だけを促す政策ではなく、現在高い分担率を持つ自家用車との共存に焦点を当ててきた。ロードサイド店が多い地方部では自家用車を手放すことは難しいかもしれないが、可能な限りで様々な種類の公共交通と自家用車を組み合わせる「モビリティミックス」の考え方は、今後の地方部のモビリティ課題を検討する上で重要なものになると考えている。

2006 年に京丹後市内で始まった「上限 200 円バス」事業は、2013 年から周辺の 1 市 2 町でも導入され、丹後地域全域に拡大したという経緯がある。今回我々が提言したサブスクリプション制を導入する政策についても、周辺自治体はもちろんのこと、全国各地の地方部での展開が期待される。

参考文献

(1)　京都府（2021）「用途別自動車保有台数」『令和 3 年京都府統計書　第 10 章』10-2.
(2)　国土交通省（2017）「高齢者の移動手段の確保に関する検討会 中間とりまとめ 概要」
(3)　国土交通省（2020）「持続可能な運送サービスの提供の確保に資する取組を推進するための地域公共交通の活性化及び再生に関する法律等の一部を改正する法律（令和 2 年法律第 36 号）［概要］」
(4)　国土交通省（2022）「令和 4 年版交通政策白書」
(5)　十六総合研究所（2023）「これからの地域公共交通」岐阜新聞社

京都交通渋滞の改善方法

グループ名：ふなちき
○藤井倖輔(Fujii Kousuke)・中川小哲(Nakagawa Kotetsu)・知久亮太(Chikyu Ryota)・木村祐真(Kimura Yuma)　松尾ゼミ
(京都産業大学経済学部経済学科)
キーワード：市バス、違法駐車、営業係数

1.　はじめに

経済産業省によると、宿泊業と旅行業はコロナ前の水準を上回るほど回復している。また、アフターコロナの中、円安の影響もあって、外国人観光客も増加している。ここ京都でも、その傾向は顕著で、至る所に外国人観光客の姿がある。京都市の違法路上駐車をはじめとする原因でバスが時間通りに来ない問題がある。また、バスが混雑していて乗車したいバスに乗車できない、バスに乗車できても快適に乗車することができないという問題が生じている。そこで、京都市バスの利用者がより快適にバスを利用できるよう検討する。

2.　京都市バスの現状

この章では、市バス利用者の不満とバス停の現状について明記する。

2.1　京都バス利用者の不満

京都市交通局が実施したお客様満足度調査によると、最も多く挙げている不満項目が「時間通りにバスが来ない」というもので、実に 30.5%ものお客様が不満に上げている。また、2 番目に多く挙げられていた不満項目は「バス停の案内板が分かりにくい」というもので、16.7%のお客様が不満に挙げていた。

2.2　路上駐車の現状

調査者は令和 5 年 10 月 22 日 11 時頃、路上駐車がどのくらい市バスの運行に影響を与えているのかを調べるために、主要道路である烏丸通で調査を行った。図 1 はその時の様子である。このとき、違法な路上駐車が多発しており、市バスがバス停に停車できていないという問題が発生していた。



図 1 違法駐車によりバスが停車できない様子（四条烏丸駅バス停）
令和 5 年 10 月 22 日午前 11 時頃　撮影

2.3　バス停の現状

次に、バス停がどのくらい混雑しているのかを調べるため、令和 5 年 10 月 6 日 18 時頃の四条烏丸のバス停で調査を行った。この時の調査では、バス停は大変混雑しており、幅広い歩道の半分以上をふさぐ列ができていた。また、52 系統に 26 人、29 系統に 24 人、13 系統に 20 人が一気に乗り込んでおり、既存の乗客と合わせると車内も大変混雑していた。バスの乗り降りの時間がながければ、定刻通りの運行が困難になる。



図 2 四条烏丸駅バス停の様子
令和 5 年 10 月 6 日 18 時頃撮影

3.　解決策

前章では、京都市バスの現状や利用者の不満について述べた。この章では、上述した問題点を改善し、京都市バスの利用者がより快適にバスを利

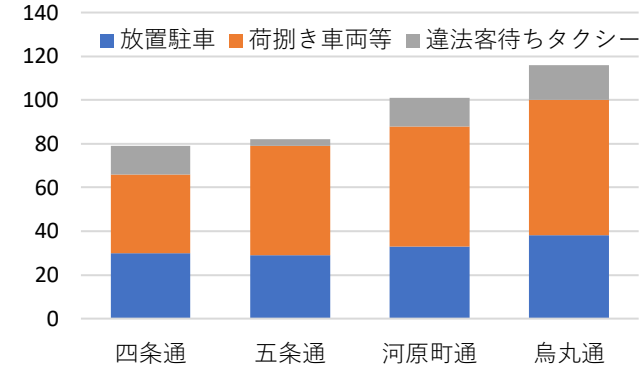


図 3　路線別、状態別駐車

用できるようその解決策を考える。

3.1　路上駐車の取締についての解決策

まず 1 つ目はバス専用道路の強化や路上駐車の対策が挙げられる。京都府警の調査(図３)から四条通、五条通、河原町通、烏丸通では路上駐車が多いことがわかる。路上駐車によりバスがバス停に止めることができないため、定刻運行を妨げることになる。

この解決策として、バスが多く走りかつ車線も多くある大通り(河原町通や四条通など)に、バス専用の車線を左車線に設け、その車線内での路上駐車を完全に禁止する。

また、違法駐車を減らすために、違法駐車に対する罰金を上げることや取締り強化のために駐車監視員の増員なども考えられる。違法駐車のポスターを主要道路に掲載することも効果的であろう。

3.2　時刻表の改善

2 つ目にバス停の案内板の明瞭化だ。今現在の京都市バスのバス停の表示板は図 4 のようになっている。



図 4　四条烏丸駅バス停の様子
令和 5 年 10 月 22 日午前 11 時頃撮影

バスの時刻表はこのままでも問題ないが、この案内板に関しては改善の余地がある。

例えば、鉄道の電光掲示板を参考にしたいのだが、鉄道の電光掲示板は次に来る電車の発車予定時刻と行先が記されている。しかし、京都市バスの案内板には次に来るバスが今どこのバス停にいるのかは記されているが、発車予定時刻は記されていない。次のバスが遅れているのかそれとも予定よりも早く着きそうなのか、またあと何分くらいで着くかの目安になるのかなど、次に到着するバスの発車予定時刻を表示することによって得ることができる情報はたくさんある。したがって、バス停に次のバスの発車予定時刻と行先を表示することにより、2 章で挙げたバス利用客のバス停の案内板が分かりにくいという不満を改善することが可能であると考える。

3.3　バスの運行本数の増加

3 つ目に利用者の多い路線のバスの運行本数を増やすことが考えられる。バスの本数を増やすと、人件費やガソリン費などの様々な経費も増加してしまうことがデメリットである。このデメリットは、他の路線と比べ利用者数の少ない路線の本数を減らし、混雑が予想される路線に補填することで対策する。

バスの本数の増減の判断基準として、平成 28 年度から新型コロナウイルスの流行以前の令和元年度の 4 年間の営業係数を用いる（図５）営業係数とは、100 の収入を得るためにかかる費用を表す指標である。ここでは、100 を下回って黒字である路線と 200 を超えて収益を得るために 2 倍の費用が掛かる路線について言及する。例えば、16 系統や南 1 系統の場合、毎年 200 を超える。反対に 100 系統と 207 系統は毎年 70 を下回っている。赤字路線の本数を削減し黒字の路線を増加させることでより利益を上げることができる。またバスの運行本数全体を変化させないことで経費も維持しながら混雑緩和に繋げる。

系統	28 年度		29 年度	30 年度	元年度
16	212		224	206	226
南 1	235		232	218	226
100	51		53	62	68
207	59		59	59	63

図 5 京都市バスの営業係数

4.　結論

本研究では、京都市バスを快適に利用できる策について検討した。現地調査から、京都市では違法な路上駐車によりバスの停車が妨げられ、バスが定刻通りに来ない問題が発生していた。また、観光客の増加により、車内が混雑していることから、バスの乗り降り時間がかかり、定刻通りにバスが運行できないことが明らかになった。この問題の改善に向け、違法な路上駐車の取り締まりを強化する必要がある。また、定刻通りに運行できなかったとしても、バスの位置情報など市バスの案内版を詳細にすることで利用者のストレスを軽減することが可能である。また、バスの混雑を緩和するために、バス本数の増加を提案する。これらの改善により京都市バスの快適な利用が実現できると考える。

参考文献
（１）　京都府警　駐車の現状（令和 5 年調査）
https://www.pref.kyoto.jp/fukei/kotu/chutai_c/genjo/indei.html
(2)　市バス　営業係数（令和 2 年度）
https://data.city.kyoto.lg.jp/resource/?id=17138

路面電車導入提案

同志社大学商学部　溝渕ゼミ　3 班
○曽場 雄斗（Soba Yuto）・丸森 尭斗（Marumori Akito）・外輪賢悟（Sotowa Kengo）・池田 乃々子（Ikeda Nonoko）・藤本凌輔（Fujimoto Ryosuke）
（同志社大学商学部商学科）
キーワード：路面電車、観光、交通

1.　研究の背景と目的

新型コロナウイルスによる行動制限がなくなり、京都市では「オーバーツーリズム」が課題となっている。昨年の京都市の観光客数は 4361 万人であり、コロナ渦前の令和元年（5852 万人）に対して約８割回復したことが分かった（京都市産業観光局）。今後も観光客数の回復が見込まれる京都市において、観光客の密集によりかえって旅行の満足度が低下したり、市民の生活に支障が出たりといった観光公害が指摘されている。特に観光に人気の桜と紅葉のシーズンには、定員 70 人の市バスに最大 140 人が乗り込むほどの大混雑に見舞われる。こうした混雑からトラブルになるケースも多く、特に高齢者からはバスに乗れない、乗っても降りられないといった苦情が出ているのである。

本研究では、京都市のオーバーツーリズム問題の一つであるバスの混雑に着目し、バス利用者を減らし市民の生活環境を守る政策として路面電車の導入を提案する。

2.　市バスの現状と問題点

東京の都バスで最も乗客数が多い系統は 1 日あたり約 2 万人が利用しているが、これをはるかに上回る約 3 万 5000 人が利用する系統が京都に存在する。このように京都は観光客が多い為、公共交通機関の混雑が問題になっているのである。平成２６年度における 1 日あたりの乗車人員は 3 万 4888 人で、この数値は少なくとも、東京、横浜、大阪など経営状況が公表されている公営バス路線のなかでは最多である。京都よりも遥かに人口が多いこれらの都市よりも乗車人員が多いことから如何に大きな問題であるか、ということが分かる。

実際に京都市もこの問題を解決するため、施策として平成２９年に市バス観光系統『洛バス』７２便における「前乗り後降り方式」の実証実験を行った。これは混雑緩和のために運賃の支払いを乗車時に変更するもので、結果的にスムーズな乗車や車内移動ができた利用者が半数を超えていた。しかし事業費に莫大な費用がかかるため、令和３年に行われるはずの全系統への導入は現実的ではないとされた。

また別の施策として、バス一日券が令和６年に廃止することが決定された。地下鉄利用を促し、バスの混雑緩和を目的とする対策であるが、市民からは大きく反対されている。市民でもほとんど地下鉄は利用せず、市バスを主に利用している人も多い。また、金閣寺や銀閣寺など京都の主要な観光地は地下鉄よりもバスで行くほうが便利なケースが多く、果たして本当に混雑が緩和されるのか疑問が残る。

3.　国内の事例

日本国内における路面電車の活用例として、栃木県の宇都宮市と隣の芳賀町を結ぶ LRT＝次世代型路面電車が挙げられる。 LRT は、英語で「Light Rail Transit」の略。

従来の路面電車よりも振動や騒音がおさえられているほか、床が低く設計されており、高齢者や車いすの人でも利用しやすいことから「次世代型路面電車」と言われる。

新たに LRT の運行が始まったのは「芳賀宇都宮ライトレール」。JR 宇都宮駅の東口を起点に、大学のキャンパスやサッカーJ リーグの試合も行われるスタジアムのそばなどを通り、宇都宮市の東隣、芳賀町（はが）の工業団地まで、14.6 キロの区間を 48 分で結ぶ路線だ。小池(2021)によれば、宇都宮市鬼怒川左岸地域には，芳賀工業団地（248ha）や本田技術研究所とその関連企業などが立地している芳賀・高根沢工業団地（226ha）の造成が進んだ。現在ではこれらの工業団地 に通勤する従業者は 3 万人を超えている。しかもそのほとんどが母都市である宇都宮市内 から自家用車で通勤している。その結果，鬼怒川に架かった橋梁を渡る慢性的な交通渋滞が長年にわたって大きな問題になっていた。

LRT の導入によって、宇都宮市が思い描く都市像は“ネットワーク型コンパクトシティー”と呼ばれる。ここでは、中心市街地や大規模な商業施設、高校や大学、工業団地など、人が集まりやすい「拠点」を設けて LRT で結ぶ。LRT の開業に先駆けて、沿線地域ではマンションや住宅地などの

開発が進み、“コンパクトなまちづくり”の兆しが見え始めている。

また、宇都宮市郊外の「ゆいの杜（もり）」地区には、隣接する工業団地に勤務する人や、その家族などが次々と移り住み、それにあわせてスーパーやホームセンター、クリニックなどが進出している。宇都宮市によれば LRT の経済効果を 900 億円と見込んでいる。沿線では 4100 人余り、率にして 7%の人口増加がみられたという。

4. 国外の事例

欧米諸国の多くの都市では、交通渋滞の緩和や都市環境の改善、環境負荷の削減といった効果を狙って LRT の導入が進められ、世界各国で導入都市は 130 を超えている。ヨーロッパ諸国においては、歴史的都心の保全や再生といった観点から LRT の導入を図り、歩行者や自転車、公共交通中心の都市空間の再構成により、都市としての価値を高めている。

具体的な国の例として、フランスを挙げる。フランスの都市な交通は、トラム（路面電車）が主力であったが、1935 年頃から徐々にトラムは廃止され、1950 年に廃止のピークを迎えた。路面電車が生き残ったのは、３つの都市だけとなり、他の都市はバスへと変換していった。フランスの地方都市は、自動車依存によって慢性的な渋滞や騒音、エネルギー問題が浮上した。諸問題に対し、トラムの利便性が注目されたことで、各地で積極的に復活・導入されるようになった。

都市再生の見本となるような成功を収めたのが、ストラスブールである。トラム整備を軸とした都市交通の再構築と同時に都市改造を狙った総合的な都市整備事業を行ったことで世界から注目を浴びた。かつてストラスブールでは路面電車が走っていたが、1962 年に廃止された。自動車交通量が年々増加していたストラスブールでも他の都市と同じく、渋滞や騒音、大気汚染といった問題を抱えることとなる。ストラスブールを走るトラムは 1994 年 12 月に開業し、本格導入に合わせトラムとの乗り継ぎを可能にするためバスの再編が行われ運行本数は 30%増加し、公共交通利用者は 30%増加した。1995 年のバス利用者は前年から 51 万人増加し、利用者のうちトラムも利用した人は 63 万人であったことからトラムの導入によって公共交通利用者が増加したことがわかる。それだけではなく、1990 年から 10 年足らずで都心部の歩行者が 20%以上増加、都心での買い物量は 36%増加と、トラムは都市交通の再構築という役割を超えて都市の再生に貢献している。

5. 課題と展望

本研究を通して路面電車、LRT の導入に関して考察をしてきた。国内、国外の路面電車の導入事例を鑑みるに、京都での路面電車導入が慢性的なオーバーツーリズムにの解決に寄与することは十分に考えられる。一方で、下記のように実証実験が行われたが中止になったという記事も見つかっている。実証実験内でのアンケートでは、今出川通周辺に住む市民の４割が LRT 導入に前向きな意見である一方、約５割が反対の意向を示しており、とりわけ，沿道商業者は、７割以上が導入に否定的であった。また、実験場となった今出川通の交通量は約２割減少したが、車線減少や烏丸今出川交差点における実験バスの行き違いの影響などから、烏丸今出川西行において最大で約 700m 断続的に渋滞するなど交通が混雑し、自動車交通に与える影響はとりわけ大きいものであることが改めて実証された。 このように京都市での路面電車導入には課題がいくつか存在する。 今後は以下のような分析を行い、本格的な導入案に仕上げていく。 1.理想的な路線図 2. 路面電車導入に伴うコストと予想収益加えて、京都市への聞き取りを行い現状や問題点のさらなる考察押していく必要がある。

参考文献

中尾正俊,八木秀彰（2010）:路面電車の社会的役割と機能の変容 、広島修大論集 巻 51-1，pp. 71-94

国土交通省:ＬＲＴ等の都市交通整備のまちづくりへの効果 pp.22

京都市産業観光局 令和４（２０２２）年 観光客の動向等に係る調査の結果について
https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000313/313654/koho.pdf（2023 年 10 月 16 日閲覧）

乗客数は日本随一？ 京都市バス、1 日 3 万 5000 人が利用する系統とは 混雑対策どうする
https://trafficnews.jp/post/80383（2023 年 10 月 16 日閲覧）

市バスの「前乗り後降り方式」実証実験の調査結果について
300112kotsu1.pdf（kyoto.lg.jp） （2023 年 10 月 16 日閲覧）

令和４（２０２２）年 観光客の動向等に係る調査の結果について （京都市産業観光局）
https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000313/313654/koho.pdf

小池弘隆（2021)「宇都宮市の LRT －これまでとこれから」

市バスの「前乗り後降り方式」実証実験の調査結果について（産業交通水道委員会資料 ）
300112kotsu1.pdf（kyoto.lg.jp）

市バスの前乗り後降り方式の導入について（京都市情報館）
京都市：市バスの前乗り後降り方式の導入について(kyoto.lg.jp)

お舟でピクニック

- 舟の上で景色と食事を楽しめる、新たなガイドツアーを -

菅原ゼミ×宮津市府中 B 班
○佐々 智紀（Tomoki SASA）・岩佐 笑実（Emi IWASA）・清水 幹祐（Masahiro SHIMIZU）・田中 雄飛（Yuhi TANAKA）・東 夏生（Natsuki HIGASHI）・松浦 之和（Shion MATSUURA）・本村 優月（Yuzuki MOTOMURA）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：再来訪、舟屋、ガイドツアー

1. 問題意識

はじめに宮津市の現状について、人口は 16,758 人（2020 年）で京都府下の市において最小なのに対して高齢化率は 43.2%（2020 年）と京都府平均を大きく下回っている。このような現状において地域としての機能が著しく低下してしまわないために、移住・定住を促進する必要がある。

私たちは、宮津市の移住・定住促進の取組みについて、地元の地域会議と連携している宮津市府中地域でのフィールドワーク活動を通じ、府中地域を含む天橋立エリアにおいて、定住人口の 144 倍である 232 万人（2022 年度）もの観光客が訪れるものの、来訪する観光客の 1 年以内の再来訪意向が全観光圏（全国 14 地域）と比較し、少ないという問題に着目した。その問題について直近 5 年間の来訪者満足度調査からは、調査数が少ない 2020 年度を除き、府中地域を含む天橋立エリアにおいては、来訪する観光客の再来訪意向が全観光圏と比較し、少ないという問題が明らかとなった。

表 1　本地域への 1 年以内の再来訪意向
(2018~2022 年の数値を抜粋)

年度	エリア	調査数	再来訪意向	
			そう思う・計	大変そう思う
2018	全観光圏	10,241	**59.4%**	**13.6%**
	天橋立	798	**44.7%**	**7.3%**
2019	全観光圏	9,543	**61.3%**	**16.4%**
	天橋立	775	**47.6%**	**8.5%**
2020	全観光圏	6,900	**70.4%**	**23.8%**
	天橋立	33	**75.8%**	**30.3%**
2021	全観光圏	8,157	**71.1%**	**24.0%**
	天橋立	869	**63.3%**	**15.5%**
2022	全観光圏	9,507	**67.8%**	**23.1%**
	天橋立	218	**59.6%**	**17.0%**

更に天橋立エリアの調査数が多い 2021 年度の来訪者満足度調査を参考に見てみると、天橋立エリアにおいて再来訪意向を支えている項目として「街並みの景観や雰囲気」「飲食店の従業員の対応のよさ」の評価の高さがある一方で、「体験プログラム・ツアー」「宿泊施設のコストパフォーマンスのよさ」「この土地ならではの土産品」「地域内での移動の快適さ」は再来訪意向との相関が強い項目にも関わらず、評価が低い。

よって、来訪者にはこれらの項目においてニーズが満たされておらず、今後来訪者をリピーター化するにはこれら項目の底上げが必要だろう。

また、府中地域には日本の漁村の原風景ともいえる舟屋が点在しており、「溝尻の舟屋」とよばれている。同じく舟屋で有名な伊根町は観光地として人気で、そのことから府中地域の舟屋は観光資源として有望であるといえるだろう。この地域の舟屋は 40 軒立ち並び、そのうち 10～15 軒で今も漁業が営まれている。舟屋が面する阿蘇海は、天橋立によって宮津湾と隔てられてできた内海であり、波が穏やかである。そこで私たちは舟を使ったアクテビティが適していると考えた。

私たちは再来訪意向を支える「街並みの景観や雰囲気」に加え、対応が必要な「体験プログラム・ツアー」に注目した。府中地域の特徴である溝尻の舟屋を新たな観光資源として取り上げ、舟を使い、府中地域、ひいては天橋立エリアにおいて、また来たいと思える場所づくりを提案したい。

2. 参考事例・先行研究

私たちの提案をより具体的にするために、私たちは岩手県猊鼻渓舟下りを「舟」の参考事例に挙げる。猊鼻渓舟下りでは舟に乗りながら飲食ができる。紅葉や新緑の季節には「茶席舟」で紅葉や生い茂った夏の緑を見ながら舟上茶会を、12～2 月には「こたつ舟」で温かい鍋や釜飯を堪能しながら雪景を眺めることができ、季節に応じた楽しみ方があり、特に紅葉シーズンや週末には多くの観光客でにぎわっている。

また、京都府伊根町を「舟屋」の参考事例として挙げる。この地域へのアクセスは京都市内から電車とバスを乗り継いで片道約 3 時間かかるものの、2022 年においては定住人口の 123 倍である 22 万人もの観光客が訪れている。そこで人気となった要因は「舟屋」という貴重な存在（歴史的な価値から、舟屋の街並みは 2005 年に漁村として初の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている）が約 230 軒にも及ぶ街並みに加え、その舟屋を紹介する「舟屋ガイドとめぐる、まるごと伊根体験」という取組みであった。このガイドツアーでは舟

屋の町並みを散策、地元の酒造に立ち寄り、舟屋と「もんどり漁」を見学することが出来るもので、定番ガイドツアーとなっている。このように地域の資源を活かし、地域の暮らしを味わえるガイドツアーを行うことが効果的であろう。

しかしながらこのガイドツアーは本当に観光客の再来訪意向につながるのか。鈴木ほか(2015)によると、旅行での経験がリピート観光につながる観光地への再来訪意向にもたらす影響について、観光地自身の魅力を向上させること以外に、「観光情報の多さ」や「現地の人との関わり」などの体験・経験を高めることで再来訪意識が高められる可能性が示唆された。

3. 調査

私たちは府中地域においてフィールドワーク活動を二度行った。その際に空き家となった舟屋、今は使われていない桟橋を見学した。その桟橋について、数十年前まで定期船が運航されており、中学生は船で通学していたという。つまり、この地域にとって舟（船）と阿蘇海は身近な存在であることがわかった。私たちは、この阿蘇海と舟屋、舟を活かすことを考え、私たちの提案の原案を地域会議のメンバーに発表した際、好感触を得られることが出来た。

そこで、舟屋の有効活用に関して、より良い情報を得るため、私たちは、参考事例として挙げた、伊根町でフィールドワーク活動を行った。その際、伊根町観光協会事務局長の吉田氏に舟屋や伊根についての詳細を伺うことが出来た。吉田氏によると、伊根町における観光資源である舟屋について、舟屋が観光資源となった理由は、伊根町において町の暮らしを守るために、舟屋を法令や制度のもとで保護したためだからだ。それは、伊根町において観光資源として整えたものではなかった。しかしながら、その地域の暮らしを守ることが観光にも繋がる例であることが分かった。

また前述のように、伊根町の暮らしを味わえるガイドツアーがある。私たちは吉田氏とガイドツアーと同じように伊根町を巡り、伊根の人たちは水泳の授業が海で行われることや舟屋から海に飛び込んで遊んでいたことを伺い、私たちはそのような生活を体験してみたいと率直に感じた。これは自分たちだけで巡っていた場合、知ることも感じることも出来なかった。その地域を知るための手段としてガイドの重要さを実感した。そのため、私たちは同じような舟屋を有する府中地域においても、舟屋を保護し、そして地域住民との交流の場があれば、魅力的な地域となると考える。

他にも、伊根町には伊根をガイドしてくれる海上タクシー（小型遊覧船）もあり、その船頭さんは元々漁師をしていたが、伊根における漁獲量の減少に伴って新たな漁師の仕事の形を模索した結果であった。始めた当初は１隻であったが、今では６隻が運航している。

4. 提案

以上のことから、府中地域の溝尻にある舟屋を生かした新たな観光事業を提案する。

具体的な内容は、空き家になっている舟屋、舟（想定する乗船客数は船頭１人を除いて４人まで）を活用し、舟の上から天橋立や舟屋の景色を楽しむツアーである。ただ舟（船）に乗るだけの形は既に同地域に存在する。そこで、天橋立エリアで栽培されたぶどうを使ったワインやパン、阿蘇海の良質な植物プランクトンを食べて育ったアサリなど地域の食材を使った食事を提供し、船頭さんには宮津の歴史や文化を伝えてもらい、差別化をはかる。宮津の歴史や文化を知ってもらうことで、宮津に興味を持ってもらうことを期待する。また、船の操縦には地元の漁師を想定している。これは、阿蘇海沿岸の環境変化によって漁獲量の減少とともに担い手が減少しつつある漁師に新たな仕事の形を提案するものである。また、この舟は、冬にこたつ舟として運航するなど、季節によって異なる演出を考えている。

この新たな観光事業によって期待できるメリットは、宮津を知り、興味を持ってもらうきっかけとなることである。ひいては、それが移住・定住につながれば理想的である。また、雇用の維持によって地域の経済を守ることにもつながると考える。他にも、食事として提供するもの、その食材は同地域の他企業や農家、漁師などと連携し、特産品を使うことで地域を盛り上げる。また、その特産品を気に入ってもらった場合、お土産として買えるようにすると、「この土地ならではの土産品」の評価が上がり、再来訪意向を高められるかもしれない。

この提案において挙げられる課題は、船頭の成り手探しと、既存する遊覧船との明確な差別化である。そして、その遊覧船が出す、波などの影響である。これらの課題を解決するためには、地域の人々との連携が必要となる。そのため、引き続き地元の方々の意見を聞くなどして実現可能性を高めていきたい。

参考文献

(1) 著鈴木拓、鈴木雄、日野智（2015）：リピート観光を促す心理的要因の把握に関する研究、土木学会東北支部技術発表研究会発表資料.

(2) 海の京都(2023)：「海の京都 DMO」観光マーケティング調査データ

(3) 海の京都：来訪者満足度調査、2018~2022 年度の各年版

(4) 伊根町観光協会：舟屋ガイドとめぐる、まるごと伊根体験
https://www.ine-kankou.jp/active/marugotohirata
(2023/10/22)

(5) 猊鼻渓舟下り：舟下り
http://www.geibikei.co.jp/funakudari/route/
(2023/10/22)

口頭発表

【分科会２】

コミュニティビジネスとエコツーリズム

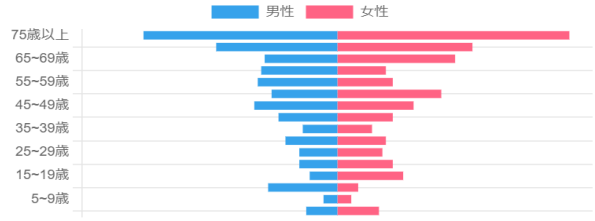
- 滋賀県高島市針江地区の川端文化の継承に関する考察 -

京都産業大学　イケダゼミ
○森本典（Tsukasa MORIMOTO）・太田陸都（Rikuto OTA）・原悠太（Yuta HARA）
水永凜太郎（Rintaro MIZUNAGA）
（京都産業大学経済学部経済学科）

キーワード：川端、コミュニティビジネス、水でつながる文化とエコツーリズム

1.　現状

針江地区は、滋賀県高島市に位置し昔から独自の水文化が栄えている地区である。そこには家庭それぞれに川端（カバタ）と呼ばれる水源から水を引く文化があり、主に飲料水や料理用の水に使用している。重要文化的景観にも登録されている場所であり、守るべき日本の財産だ。しかし、近年は 60 歳以上の割合が 4 割以上、30 歳までの若者が 2 割ほどと少子高齢化の影響が強く、針江地区の将来の担い手は不足状態にある。【図 1】



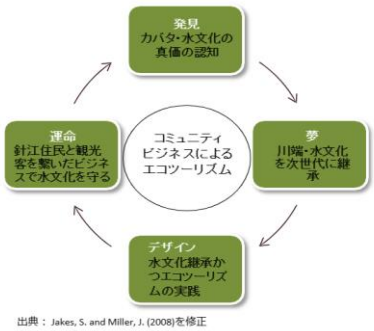
出典：地域の統計地理データ towncheck 滋賀県高島市新旭町針江の人口・世帯

【図 1】針江地区における人口ピラミッド（2020 年調査）

また観光客の受け入れに関しても課題点が残っている。川端が生活の一部であることから、勝手な観光は地元住民の生活を壊しかねない。そこで、エコツーリズムの一環として行われているのが地元住民らの有志による「水の郷ツアー」である。エコツーリズムとは、地域の環境や文化を守りつつ観光客にも楽しんでもらう観光形態を指す。水の郷ツアーでは、一回 1000 円と決して安くない料金設定にすることで、観光客の意識や行動に責任を持たせ、地域住民の暮らしを守っている。

2.　研究背景

現状を踏まえ、我々は針江と京都に調査を行った。調査をする上で本稿では、Appreciative Inquiry モデルを（以下 AI モデル）用いて、コミュニティビジネスの観点から課題解決の糸口を探ろうと考えた。【図 2】AI モデルを地域コミュニティ活性化に応用し、弱みを克服するのではなく強みを最大限活かした課題解決を図る。具体的に針江における強みとして、我々は美しい水文化を創り出している川端文化にあると考えた。また、コミュニティビジネスとは地域社会において経済的利益を追求し、その事業活動を通して地域社会に貢献することを指す。針江地区では、先述した住民が主体となっている水の郷ツアーによるコミュニティビジネスが存在する。それは住民の方がガイドとして川端文化、川端を通した水文化について、直接観光客に伝えられる数少ない手段であり、また、住民の生活を守るという意味でエコツーリズムの役割も果たしていると考えられる。そこで我々はエコツーリズムや水文化の継承により大きく貢献するコミュニティビジネスの事例分析を行った。



【図 2】コミュニティビジネスによるエコツーリズムの考え方

3.　針江地区におけるコミュニティビジネスの事例

我々はコミュニティビジネスにおける事例把握のため、ラシーヌホーム針江を運営している株式会社エムアンドアールの代表の方にヒアリング調査を行った。目的として、①ラシーヌホーム針江の思い、②針江の客観的な現状を把握し、コミュニティビジネスによるエコツーリズムのヒントを探る、の 2 点に焦点を当てた。

3.1　ラシーヌホーム針江の思い

ホテル業を営むラシーヌホーム針江を作った目的として、若者と高齢者が繋がるきっかけにしたい、という思いがあったことが伺えた。また、針江の現状を鑑み、近年は帰ってきた若者に対してこの伝統や文化を受け継ぎ、広めて欲しいという想いが芽生えたそうだ。その思いは中庭に表れており、小さな子が親と遊べるような広々した空間が設置されている。さらに、美しい湧き水を身近に感じることができる作りになっており、川端を

通した人々の繋がりを大切にされている思いを感じ取れた。

3.2　カバタ（川端）水の文化の継承について

ラシーヌホーム針江では川端文化の良さを活かした商品を出し、文化継承の一翼を担っている。川端の水を使ったクラフトビールが代表例で、口さわりのなめらかな軟水を使用している。特に外国人観光客は水の環境に感動される方が多く、守るべき文化であることを再確認させられるそうだ。さらに自社農園を保有しており、川端の美味しい水で育った野菜や果物の収穫体験もできる。

また、ラシーヌホーム針江を作るうえで課題点もあったことが伺えた。地域住民の方との対立である。川端文化を継承したいと説得しても、なかなか理解を得られず、苦労した過去があったそうだ。ただの観光地としてではなく、人々の生活の一部であることが要因として大きく、大々的に若者の受け皿になることが正解ではないことを伺えた。しかし、何もしないままでは若者が流出するのみで針江には戻らない人が多く、伝統文化や資源を継承できないのが現状である。

4.　提言

上記の研究結果を踏まえ、ラシーヌホーム針江が地域住民と他住民の橋渡し役を担い、若者をターゲットとする針江の伝統水文化情報発信により貢献できるイベントの提言をする。現状としてラシーヌホーム針江では他地域住民に川端文化を伝えるイベントを開催している。そこで我々は、より身近に、かつ若者をターゲットとした文化継承を目指した。



【図3】ラシーヌホーム針江のレストランにある湧き水の川端

4.1　コミュニティビジネスによる､エコツーリズムを通した水文化継承について前提として、針江の文化や水環境を次世代に伝えていくために､「水でつながる文化と地域」のエコツーリズムの情報発信仕組みについて考えたい。針江地区におけるコミュニティビジネスとして、川端水を活かし商売をしているラシーヌホーム針江や上原豆腐店、川島酒造など、多くが挙げられる。【図3】それらの商売をするにあたって、共同資源としての湧き水を使う必要があるため、環境配慮行動は不可欠だ。それは、ビジネス的観点から見ると制約的だが、針江においては水文化と住民の生活レベル維持のための利点と考えられる。このエコツーリズムの考えこそが川端の水文化の象徴なのだ。

4.2　ラシーヌホーム針江を地域住民と他地域を繋げるイベントの橋渡し役へ

地域住民と他の地域の人々を繋げるイベントとして、生水の郷×ラシーヌホーム針江主催の夏の川での自然観察プロジェクトを提案する。針江地区では針江生水の郷委員会が主催している、川端の生物や植物を採取、観測する子供向けイベントが行われている。ラシーヌホーム針江がプロジェクトに加わることで、外部客のための宿泊地や自社農園で川端の美味しい水で育った野菜や果物を提供でき、針江のコミュニティビジネスを身をもって体験することで、さらに川端文化の良さを体感できると考えた。また、自然観察プロジェクトにおいても、将来を担う年代が幼いうちから針江地区の子供たちとプロジェクトに参加することで、①針江地区の人々の温かさを感じ、興味を持ってもらう、②守るべき川端水の文化について身をもって体験できると考えている。

5.　まとめ

提案しての難所として、やはり他地域からの来訪者を増やしすぎてはいけないという制約が大きく、地域住民の方の理解を得られにくいとことが挙げられる。コミュニティビジネスの課題として、地域社会的解決と経済的解決という相反する２つのバランスを取らなければならない点にある。針江の場合、観光対象が生活様式の一部であるため、地域住民の意見が何よりも重要だ。そこで提案に際しても非経済的解決に重きを置いた。考慮すべき事柄は多いが、川端は守るべき日本の伝統文化である。他国に比べ比較的きれいな水が生活にあふれる日本において、川端文化が世界を代表する水文化となりえるのだ。

参考文献

(1)　－ ラシーヌホーム針江【公式サイト】 琵琶湖の湖畔、大自然で泊まる、食べる、遊ぶ。豊かな水と共に過ごすハリエライフ。（harie.jp）

(2)　京都新聞 2023 年 9 月 8 日１９ページ　びわ博いちおし「自然に親しむ地域づくり」

(3)　針江の「かばた」とは ｜ 針江 生水の郷 公式ウェブサイト（harie-syozu.jp）

(4)　コミュニティビジネスにおける非経済的活動の意味-滋賀県高島市針江集落における水資源を利用した観光実践から- 野田岳仁著

(5)　AI（アプリシエイティブ・インクワイアリー）｜キーワード｜HUMAN VALUE

(6)　Jakes, S. and Miller, J. (2008) Appreciative Inquiry: Solving Our Problems by Looking at What is Going Right.URL:https://communitydevelopment.ces.ncsu.edu/wp-content/uploads/2014/08/Appreciative-Inquiry3.pdf?fwd=no

提灯を活用した京都市下京区の新しい観光政策

佛教大学社会学部現代社会学科大谷ゼミ提灯班
○大谷 蘭丸（Ranmaru OHTANI）・倉橋 真央（Mao KURAHASHI）
・並川 智一（Tomokazu NAMIKAWA）・星名 彩（Aya HOSHINA）
・安田 温（Nodoka YASUDA）・山本あいか（Aika YAMAMOTO）
（佛教大学社会学部現代社会学科）
キーワード：提灯、下京区、観光政策

1. はじめに

1.1 研究目的

京都市下京区は伝統産業の「提灯」の産地である。京都で 7 月に開催される祇園祭では、神を氏子区域へお迎えするために歓迎の「お迎え提灯」や宵山の象徴である山鉾に飾られた「駒形提灯」などがある。しかしながら、新型コロナウイルスの影響により令和 2～3 年(2020～2021)では、京都の夏の風物詩である祇園祭の山鉾巡行や地蔵盆の中止などで提灯業界の売り上げが落ち込んだ。このことに私たちは着目した。

そのような状況の中、京都に訪れる観光客の出発点ともなる下京区は「第 3 期下京区基本計画」（令和 3～7 年）を制定し、「住んでよし、働いてよし、訪れてよし、学んでよしの下京区」をスローガンに伝統文化を大切にしつつ、下京区の活性化をより推進するための指針を示した（下京区 2023)。

そこで、私たちは下京区のスローガンである「訪れてよし」の部分に該当する観光客数について調べた。コロナ禍前の平成 30 年(2018)の観光客統計を確認したところ、2 月は一年間の平均と比べて低いことがわかった（京都観光協会 2018)。

本論は、提灯と下京区の現状や課題を調査することで、提灯の魅力向上を図り、下京区を観光地としてさらに活性化するための政策提言をすることを目的とし、冬場の観光政策に焦点を当てる。

1.2 先行研究

地域ならではの存在としてよく伝統工芸品がその「看板」として用いられる。では、観光に伝統工芸品を活用する場合、どのような方法を取ればよいのだろうか。

伝統工芸品を観光に生かす方法を分析した戸田和宏・渡辺貴介・村田尚生によれば、観光客に「知ってもらう」、「魅力を感じてもらう」ことは観光的活用手法として広く取り組みがなされている。しかし、「買ってもらう」、「広めてもらう」という「リピーター」になってもらう取り組みが少ないことが問題であると指摘する。また、「産地においてじっくりと見て歩く場面を持つ」ことが効果的であることが示唆された(戸田・渡辺・村田 1997)。

2. 対象

2.1 提灯について

提灯は京都の伝統産業品の一つであり、京都に住む人々と深く関わってきた。室町時代に中国から伝わり、仏具的な役割や上流階級のみが使用できる高価なものだった。京都で利用が盛んになったのは、祇園祭や地蔵盆の飾りとして生産・使用された江戸時代以降である。

近年では、照明の枠組みを超え、和モダンなインテリアなどの装飾品として世界的に注目を集めている（西日本典礼 2023)。

2.2 髙橋提灯株式会社について

髙橋提灯株式会社は、京都の下京区に位置し、享保 15 年(1730)に創業された。この会社は、神社仏閣の提灯からお祭り、看板提灯、イベント提灯など、幅広い種類の提灯を製造し販売している。特に、浅草寺の雷門など、日本国内の有名な寺社に提灯を供給している実績がある（髙橋提燈株式会社 2023)。

2.3 京都市下京区について

下京区は京都市南部に位置し、令和 5 年(2023) 6 月 1 日現在で 50,095 世帯、人口 83,217 人を数える（下京区 2023)。さらに、お西さんで知られる西本願寺や、京都ならではの風情を感じ取れる、永江家住宅の京町屋などがある。それらの文化を生かした観光のまちとしての発展を果たしており、京都の玄関口としての役割を担っている（下京区 2020)。

2.4 下京区の取り組みについて

前述の通り、下京区は「第 3 期下京区基本計画」を制定している。計画指針として、区民、地域、事業所、行政が協働して下京区の活性化を目指している（下京区 2021)。

また、京都の玄関口である下京区の東西エリアの今後の方向性も示している。京都水族館や梅小路公園のある京都駅西部エリアでは「多彩な地域資源をつなげ、京都の新しい賑わいを創出するまち」を実現するための取り組みのひとつとして、

「ろうそくの灯り」を生かしたライトアップイベント『キャンドルナイト梅小路「伝燈祭」』(以下、「伝燈祭」) を実施している。このような伝統産業製品の参加型イベントによる観光の創出も実現している（下京区　2021)。

3.　調査方法

今回、私たちは下京区総合庁舎（7 月 27 日）と高橋提灯株式会社（9 月 6 日）へのインタビュー調査を行い、上記の「伝燈祭」も 10 月 13 日～14 日に現地調査をした。

4.　調査結果

下京区役所地域力推進室企画担当様がインタビュー調査に応じて下さった。インタビューの過程で、地域活性化の取り組みについて相談したところ、ターゲットや目的などを明確に設定した上で、それに基づいて計画を立てることが重要だというアドバイスをいただいた。

さらに、提灯を活用した小学生向けのワークショップの提案もしていだいた。

また、下京区まちづくりサポート事業「SHIMOGYO＋GOOD」と京都府の「地方交響プロジェクト交付金」という補助金があり、補助を受ける際のアドバイスもご教示いただいた。

一方、高橋提灯株式会社営業部の丸山弥生様へのインタビュー調査では、町内のコミュニティが大切にする祭りに納品するなど、伝統的な商品を制作する一方で、新たにラグジュアリーブランドとのタイアップを行っていることがわかった。

近年ではインバウンドの影響により、海外の方がお土産として購入することや、出産祝いとして名前を入れた提灯をプレゼントするなど、祭りや行事以外での需要も高まっているとのことである。

しかし、季節イベント(祭りやイベント)によって変動する傾向があり、5 月から 10 月半ばまでは繁忙期だが、12～1 月の初詣や新年のイベントを除けば 1 月～3 月は特に閑散とすることが分かった。このことから、1 月～3 月の冬場に観光客が提灯を堪能できる機会を設ける必要があると考えた。

「伝燈祭」は、梅小路公園界隈のホテル 4 施設と水族館 1 施設で行われていた。このイベントでは、主に幼稚園や保育園、小学校の子どもたちが描いたイラストを円柱状に曲げて、その内側にガラス瓶に入った蝋燭をともし、夜間に掲げるというイベントであった。一般の人も行灯のイラストを描くことができたので、我々、京提灯班も参加させていただいた。

当日は親子で参加して自分たちが描いた行灯を写真に収めたりする人たちが大勢いた。また、秋の夜であったため、冷え込みが厳しかったからこそ、キャンドルの明かりと暖かさが印象に残った。

5.　政策提言

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、(公益) 京都市緑化協会が主催し、毎年 2 月に行われている「梅小路公園梅まつり」において、学生団体を立ち上げて提灯のライトアップ及び PR することを下京区の新しい観光政策として提案する。

規模は、提灯数十個のライトアップとする。一つ当たりの提灯価格は限定品のため非公表だが、実施するための費用は実現可能性を考えて、25 万円を計上した。その資金は下京区まちづくりサポート事業「SHIMOGYOU＋GOOD」と地域交響プロジェクト交付金を利用する。

提灯には国内外の観光客がお土産として好むような日本語や京都のイラストなどを入れ、実際に見た後に購入できるようにする。また、提灯を制作した企業のホームページに誘導する。更に、購入者には来年度に使える割引クーポンを配布する。

このイベントで見込める効果は、実際に提灯を見てその場でお土産として購入する観光客を増やし、提灯により強い興味を持った観光客が企業のホームページを見て購入することである。また、この活動から得た売り上げを、運営費や毎年の同イベント開催に向けた費用として活用する。

ただし、「梅小路公園梅まつり」は日没で終了するので、日没後まで開催する延長交渉が必要だ。

この「産地においてじっくりと見て歩く場面を持つ」「買ってもらう」の活動により、京都市下京区の観光客を増やし、リピーターを増やすことで、観光地としての価値が高まるだろう。また、提灯の魅力向上と冬季の売上増加が見込まれる。

以上を本論における政策提言とする。

参考文献

・戸田和宏・渡辺貴介・村田尚生　1997「伝統的工芸品の観光的活用手法に関する研究」『都市計画論文集』32 巻、pp. 271-276
・京都市観光協会 2018「京都市観光総合調査　平成 30 年（2018 年）1 月～12 月」
https://www.kyokanko.or.jp/wp/wpcontent/uploads/2019/07/kyoto_tourism_stat_2018.pdf（2023 年 7 月 6 日閲覧）
・下京区　2020「下京区の基本データ（人口・世帯数・人口密度は平成 22 年国勢調査結果)」
https://www.city.kyoto.lg.jp/shimogyo/page/0000011965.html（2023 年 7 月 6 日閲覧）
・下京区　2021「第 3 期下京区基本計画」
https://www.city.kyoto.lg.jp/shimogyo/page/0000288914.html（2023 年 9 月 23 日閲覧）
・下京区　2023「下京区　ホームページ」
https://www.city.kyoto.lg.jp/shimogyo/index.html（2023 年 7 月 6 日閲覧）
・西日本典礼　2023「提灯の歴史や由来について」
https://nishiten.com/column/detail/?cms_id=429&cms_cat_id=6（2023 年 10 月 15 日閲覧）
・高橋提灯株式会社 2023　ホームページ
https://chochin.jp （2023 年 10 月 14 日閲覧）

地域における高付加価値旅行の提案

-京都府伊根町のオーバーツーリズム対策 -

福知山公立大学大谷ゼミ
○岩切 麻裕（Mayu IWAKIRI）・安藤 綾野（Ayano ANDO）・貝谷 莉子（Riko KAIYA）・
下條 萌香（Moeka GEJO）・多賀 花凜（Karin TAGA）・武田 知之（Tomoyuki TAKEDA）・
田中 亜美（Ami TANAKA）
（福知山公立大学地域経営学部地域経営学科）
キーワード：オーバーツーリズム、高付加価値、伊根町

1.はじめに

現在、新型コロナウイルス感染症の影響は落ち着きつつあり、社会や経済は徐々に回復してきている。特に観光業は急速に回復してきており、外国人観光客増加によるオーバーツーリズム問題が深刻化してきている。日本では宿泊施設の混雑や従業員不足など多くの課題を抱えており、我々は京都府伊根町におけるオーバーツーリズムに対して、現地調査及び先進事例を参考にした上で解決策を提言する。

北近畿の観光名所の一つである京都府伊根町は京都府与謝郡にある町であり、漁業と観光業が主な産業である。また、伊根町には重要伝統的建造物群保存地区である舟屋があり、国内観光客だけでなく外国人観光客の人気も高い観光地となっている。しかし観光客の増加により伊根町の観光資源の損傷、ゴミ問題など地域住民に及ぼす影響が現在問題となっている。

本稿では伊根町におけるオーバーツーリズム問題を解決することを目的として、伊根町全体に高付加価値を取り入れターゲット層を絞った長期滞在要体験プランについて提案する。

2.伊根町の人口と観光客入込数

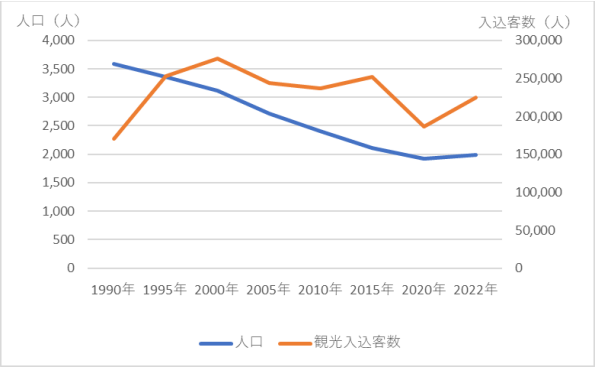


図1 伊根町における人口と観光入込客数の推移
出典：参考文献(1)(2)(3)より作成

まず、伊根町の人口と観光入込客数の推移について、図1に表した。人口は1990年の時点では3,586人であったが、減少傾向が続き2022年には1,989人にまで落ち込んでいる。一方、観光客数は1990年には17万人であったが、1993年に伊根町を舞台にした朝の連続テレビ小説が放送されたことをきっかけに急激に増加し、2015年には約25.2万人という値になった。2020年はコロナ禍であったため入込客数は減少したが、それが落ち着き始めた2022年には約22.5万人にまで回復した。このように、伊根町では毎年人口の100倍近くの観光客が訪れており、地域側が観光客に十分な対応ができない状況である。

2.1.これまでの問題と対応

オーバーツーリズムの現状を知るため、2023年7月に現地に2回行った。現地では、伊根町観光協会の方へのインタビューと視察をした。

インタビューでは、これまでの伊根町において、観光客に私有地に勝手に入られる問題や、「洗濯物を観光客に見られた」「家の前に観光客が座っている」などのクレームがあった。しかし、その数は近年減少している。住民は自ら私有地の看板を立てる等の対策を行うことで適応してきている。

また、伊根町では、キャッシュレスサービスを導入していない店も多く残っている。クレジットカードを導入するには費用がかかるため、伊根町では「無理に導入する必要はなく、観光客側がこちら側に合わせてほしい」という考えを持っている。観光客が過ごしやすい環境を整えることは重要であるが、伊根町のように小規模な観光地で良いサービスを追求しすぎることは地域側の負担が大きくなる。観光業を持続させるためにも、現在は「観光客に合わせてもらう」という考えを採用している。

2.2.現在かかえている問題

現在、伊根町の宿泊施設は、宿泊できる人数が少なく、3か月先まで予約が埋まっている施設や、家族経営で大勢の宿泊を希望する観光客に十分に対応できない施設がある。

しかし、観光客数は現在上昇傾向にあり、宿泊施設のニーズも高まると考える。これから多

くの観光客が伊根町を訪問することでさらに人手不足が進行することが予測される。これらの問題を解決するため、観光客数を抑えながら客単価を上げて高付加価値化を図ることが課題となる。

3.先進事例

地方観光における高付加価値化に向けた取り組みとして、山梨県北杜市では高付加価値なインバウンド観光をテーマとした事業が行われた。

また、外国人旅行者に「生活文化体験」を提供する場所として、ゲストハウスなどの小規模形態の宿泊施設が注目されている。ゲストハウスの特徴的な機能は、「交流機能」とされており、全国のゲストハウスを対象とした調査によると、地方部では、施設内の交流機会として「非公式飲み会」が23.3%、「地域文化の紹介」が18.8%と多く挙げられた。施設外の交流機会としては、「個人による地域案内や同行」が24.1%、「祭りイベントの案内や同行」が23.3%と多く挙げられた。

4.提言

先進事例を参考とし、伊根町のオーバーツーリズム問題を解決させる対策として、伊根町全体で高付加価値化を行い、ターゲット層をしぼることをあげる。そこで、伊根町で行う高付加価値の体験プランを提案する。コンセプトは、「伊根町について知ってもらう」であり、ターゲットは、富裕層の外国人観光客とする。具体的には、欧米、豪州の観光客とする。2022年に米国、豪州、英国、仏国から伊根町に訪れ宿泊した人の合計は96人で前年の22人より増加傾向にある。また、日本とアジアの国々と比較し、日本と文化が大きく違うため、より日本らしさに興味を持ってもらえると考える。観光庁が出した訪日外国人価値旅行のイメージによると、地方部の欧米豪ラグジュアリー層は1泊あたり宿泊8万円、飲食・体験など5万円、ガイド3万円とされていることから伊根町の高付加価値旅行の1人1泊当たりの消費額は16万円と想定する。体験プランの内容としては、舟屋での民宿を行い、宿泊客限定のシーカヤック体験や江戸時代から続く酒屋でのお酒づくり体験、家の前で魚をとる「もんどり漁」など、一般の観光で行う体験だけでなく、市場で採れた魚を購入する浜売り体験など「伊根町での暮らし」を体験してもらうというプランである。舟屋はリフォームを行い、囲炉裏などをいれて、外国人観光客が想像する日本の民家を再現する。また、先進事例であげた全国のゲストハウスを対象とした調査を参考とし、地域の人との交流もプランの中に取り入れる。地域住民が地元料理を持ち寄り、ご飯会を開催するなど、外で行う体験だけでなく、対話を通して伊根町での文化やルールも学んでもらうことをねらいとする。

また、伊根町全体で宿泊客のターゲットを富裕層の外国人観光客にすることで、観光業を担う人材が少なくても、宿泊客一人一人に丁寧な接客ができ、上質なおもてなしを提供することができると考える。

このようなプランは、通常の観光のかたちでは行うことのできない「伊根町らしさ」を追求した観光のかたちを提供できると考える。メジャーな観光地である京都とは違った地方だからこそ味わえるゆったりとした上質な宿泊体験は、外国人観光客をひきつける大きな魅力となると考える。

5.おわりに

本稿では、伊根町の現状と問題点、先進事例を整理した上で、伊根町におけるオーバーツーリズムの解決のために、富裕層の外国人観光客をターゲットとした高付加価値の長期滞在プランを提案した。この政策案は予算や規模の大きさ等の都合上実効性を検証することはできなかった。しかし、舟屋という伊根町最大の魅力を生かした観光はほかの地域にない形の観光であるため魅力度も高く、伊根町に対する観光消費額も多く見込める。オーバーツーリズムの解決という点においては、ターゲットを絞ることと対話を通して地域のルールを理解してもらうことの2つの方策で解決へと向かわせる。地元住民と観光客がうまく共存し、伊根町が長く愛され住み続けられる街になることを願っている。

参考・引用文献

(1)政府統計の総合窓口(e-Stat)(2022) https://www.e-stat.go.jp/ 調査項目を調べる―業務統計(総務省)「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

(2)伊根町(2022)「世帯と人口の推移」『伊根町勢要覧 2021 資料編』p.2 https://www.town.ine.kyoto.jp/soshiki/kikakukanko/2/5/278.html

(3)京都府商工労働観光部(2023)「旧基準での令和4年観光入込客数及び観光消費額一覧 表1 市町村別、対前年比較」『令和4年 (2022年) 京都府観光入込客等調査報告書』https://www.pref.kyoto.jp/kanko/research/documents/zentai.pdf

(4)国土交通省観光庁(2021)「『上質なインバウンド観光サービス創出に向けて』報告書 (令和3年6月) の概要及びその後の主な国の取組状況」https://www.mlit.go.jp/common/001460332.pdf

(5)同上「訪日高付加価値旅行のイメージについて」2022年 https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001466912.pdf

(6)山川 拓也、中尾 公一 (2021):「地域住民と外国人宿泊客を結びつけるゲストハウス―媒介・仲介機能と COVID-19の影響の分析―」『観光研究』32、2、p.81-93

みんなが利用しやすい京都市バスにするために

溝渕ゼミ１班
〇則定将伍(Shogo Norisada)・谷口翔太郎(Shotaro Taniguchi)・谷口隼太
(Hayata Taniguchi)・中村真綾(Maya Nakamura)・村上立樹(Riki Murakami)・
(同志社大学商学部商学科)
キーワード：公共交通、地域

１．はじめに

京都市内で生活、または観光をする際に市バスを利用したことがある人は多くいるだろう。最近では、コロナ禍から解放されて国内外問わず観光客が増加している。京都市内はバスの本数、路線が多く一律２３０円で利用できるため、京都市内を移動する際には有効な一つの手段であると言える。これに加えて、観光地の近くにバス停があるため、京都市内を走っておる地下鉄よりも便利である。にもかかわらず京都市バスは全 74 系統のうち、12 系統が黒字、残る 62 系統は、昨年度に引き続き、赤字となり、依然として厳しい状況が続いている（令和４年度市バス各系統の営業係数より)。大学生１６１人を対象としたアンケートによると、「観光の際に移動手段では何を利用しますか」という質問に対して、バスを利用する人の割合を比べると京都が３７％、東京が４％、大阪が２％という結果になった。この結果から京都を観光する時にバスを利用する人の割合は東京や大阪と比べて高いことが分かった。しかし、バスには他の公共交通機関と比べてデメリットも多い。アンケートでは、混雑、待ち時間が長いといった理由が上位のデメリットとして挙がった。これらの結果から、市バスをよりよく利用してもらうために決済方法を交通系ＩＣとクレジットカードに限定し、乗車方法は前扉から乗車し、後ろ扉から下車する。決済は乗車時に行うことを提案する。

２．京都市バスに対する意識調査

人々の京都市バスに対する認識を調べるため、大学生１６１人を対象としたアンケートを行った。この調査では、まず京都、大阪、東京を観光するとしたときに、それぞれ京都駅、大阪駅、東京駅を出発地とした場合、移動手段として何を用いるかについて比較した。

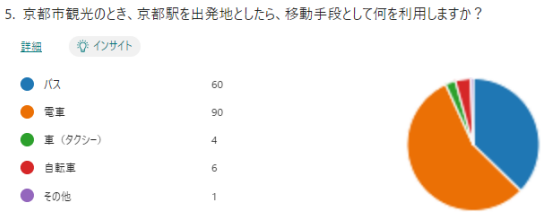


図１　京都観光の移動手段

この調査の結果、京都市観光の場合、１６１人中６０人が「バス」、９０人が「電車」を利用すると答え、この２つが大半を占める結果となった。この結果だけを見ると、バスよりも電車の方が多く、圧倒的にバス利用が多いとは感じないであろう。しかし、東京観光の場合の調査では、１６１人中バスが６人、電車が１４６人、そして、大阪観光の場合はバスが４人、電車が１５２人という結果となった。ここから、京都市は、他の都市と比べて、観光時の移動手段として圧倒的にバスを利用する割合が高いことが分かった。

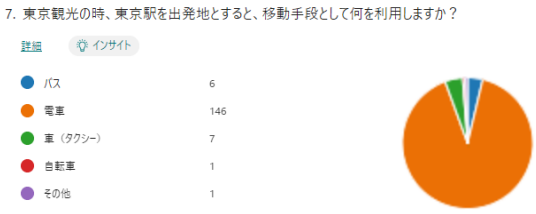


図２　東京観光の移動手段

次に、京都市バスに対して最も不満に思っていることについてアンケートを採ったところ、結果は１６１人中６４人が「混雑している」、を選んだ。続いて、２４人が「遅延が多い」を、１３人が「待ち時間が長い」を選んだ。京都市は日本国内からだけでなく外国からの観光客も非常に多くオーバーツーリズムが問題となっているが、この結果から、同じようにバスも「混雑」が問題となっていることが分かった。

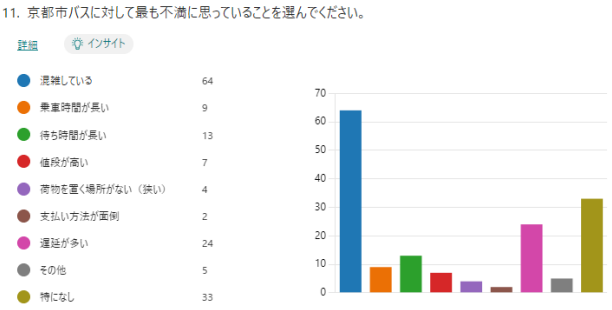


図３　京都市バスに対する不満

次にバスを利用する際の決済方法についてアンケートを採ったところ、京都でバスを利用したことのある、と回答した１４８人の内、大半の１３５人が交通系 IC を選び、１２人が現金を選んだ。また、バス内で両替または IC チャージをすることがあるか、というアンケートでは、１６１人中１０７人が「ない」を選び、非常に多くを占めた者の、「たまにある」が３４人、「よくある」が２０人と、バス内で両替や IC チャージを行う人も一定数は存在することが分かり、両替や IC チャージを行う時間がある程度バスの遅延などに影響していることが考えられた。

このようなアンケート調査結果から、京都市バスに対するマイナスイメージとして、混雑・遅延が多い、などがあることが分かった。私たちは、解決方法として次のような実証実験を行った。

３．実証実験とその結果

実証実験では、混雑とは別の部分を改善するために、実際に使われているバスのサイズを想定して、後ろ扉から乗車し、前扉から下車する従来の乗車方法と前扉から乗車し、後ろ扉から下車した時のタイムを計測した。決済は下車時ではなく乗車時に変更することとする。実験には 21 人が参加し、前後分かれて乗車するように指示をした。その結果、前者と後者では 4.53 秒の差が出た。これを令和４年度に発表された営業係数が一番低い 207 系統に当てはめて考える。207 系統は一周するのに 28 の停留所があり、上記で示した差に 28 を掛けたら、126.84 秒縮まることになる。さらに、207 系統は祇園や清水寺を経由することから時間によっては満員になることも予想できる。満員の場合、バスは 72 人乗車することができるため、126.84 に人数が実験の約 3 倍であるから 3 を掛けると 380.52 になり、およそ６分時間を短縮することができる。

４．政策提言

以上のことから、乗車方法を変えることで時間が短縮できることから１台で本数をふやせるのではないか。これにより混雑の緩和にもつながると考えた。

また、アンケートから現金で支払いをする人と両替を利用する人が少ないことから現金を廃止して、クレジット決済を追加することを提案する。メリットとして、決済に時間を要しないことや外国人の観光客にも簡単に利用することができるといったことがあげられる。

参考文献

京都市交通局：令和４年度市バス営業係数について https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/cmsfiles/contents/0000289/289497/R04eigyokeisuu.pdf（２０２３年１０月２３日閲覧）

市バス停車時間短縮による渋滞緩和に向けて

- 京都市バスにおける事前切符購入制の導入 -

京都産業大学経済学部経済学科　松尾ゼミ　観光公害班
〇濱田　進太郎（Shintaro HAMADA）・岡田　一志（Kazushi OKADA）・大岸　幸太郎（Kotaro OGISHI）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：観光公害、観光政策、渋滞緩和政策

1.　はじめに

京都には歴史のある建造物や日本らしさを感じることができる場所が多く、毎年多くの観光客が訪れている。

しかし、観光客の増加により様々な問題が起きている。その１つに渋滞問題がある。

京都では、地下鉄が南北と東西に一本ずつしか走っていないため、主要な観光地へのアクセス手段としてバスが利用される。そのため、多くの観光客が京都市バスを利用している。多くの利用者がいれば、バスの乗降に時間がかかるため、車線をふさぐ時間が長くなる。これは交通渋滞の原因となる。

こうした観光公害の是正に向けた取り組みについて考える

2.　観光客の推移

	都道府県	訪問率(%)
1	東京	47.2
2	大阪	38.6
3	千葉	35.1
4	**京都**	**27.8**

表１　都道府県別訪問率ランキング（2019）

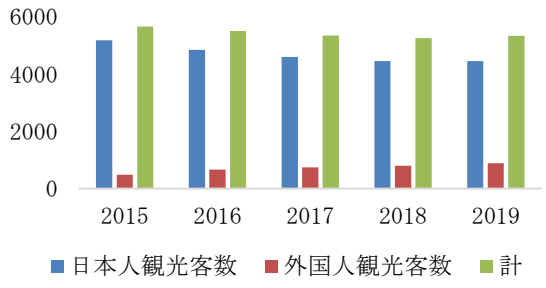


図１　京都市年別観光客数推移（単位万人）

表１は訪日外国人観光客の都道府県別の訪問率であり、京都の観光客訪問率は東京、大阪、千葉に次いで高い地域であることがわかる。

また、図１の京都市の観光客数を見ると、コロナ禍前の　2019 年は 5600　万人訪日しており、2022 年は 4361 万人と 2019 年の 76%まで回復している。このことから、今後アフターコロナの中で、ますます多くの観光客が京都を訪れることが予想され、観光客数の増加に伴う観光公害が懸念される。

3.　観光公害の要因

観光公害の原因として数と質の問題がある。数の問題とは、混雑や渋滞など観光客数の増加によって生じる問題である。観光客が日本人であろうが外国人であろうが観光客が増加すれば数の問題は生じてしまう。この問題の解決には観光客の平準化が必要になってくる。観光客が１つの観光地に集中しているのをほかの観光地にも分散させる、ゴールデンウィークや紅葉シーズンなどといった集中シーズンに来る人をほかの時期に分散させるといったことである。

一方、質の問題とは文化の違いによって引き起こされる問題である。例えば、日本では公共の場で静かにすることがマナーとされている。したがって、公共交通機関の中で、通話することはマナー違反ととらえられるかもしれない。異なる文化の中で観光する外国人にとって、海外では常識であったとしても、日本では非常識とされる行動をとった場合、彼らはマナーが悪いとネガティブな感情を住民に与えてしまうかもしれない。

先ほど数の問題で挙げた渋滞の問題でも質の問題の面も存在している。例えば、外国人がバスの案内などがわかりづらいために円滑に乗降できず渋滞につながることなどである。すなわち、文化の違いがトラブルを招く可能性がある。

4.　現行の取り組み

この章では、京都市交通局の混雑対策に ついて紹介する。

京都バスでは「おもてなしコンセルジュ」による案内活動を行っている。おもてなしコンセルジュは京都駅バスターミナルや、金閣寺など観光客が多い場所で、地下鉄と組み合わせた最適なアクセス方法を観光客に提案している。

また、観光シーズンには混雑を緩和するため分散乗車も案内している。ゴールデンウィークと秋

の観光シーズンには、市バスから地下鉄への無料乗り継ぎを実施している。京都駅へ帰る観光客を対象とし、年間合計でバス約 440 台もの観光客を 地下鉄に移動させている。

他にも、手ぶら観光の普及促進を行っている。手ぶら観光を促進することによってバス 1 台に乗ることのできる人数が多くなり、渋滞緩和が見込める。

関西国際空港や大阪国際空港からの観光客へ向けた、航空機からの PR や、おもてなしコンセルジュによる手荷物を預けておくことのできる手ぶら観光カウンターや、コインロッカーの案内を行っている。

5. 現場から見たバスの状況

調査は以下のとおり実施された。朝の時間帯の客層について検討するため、調査者らは 10 月 19 日木曜日 10 時ごろ、西大路四条より、205 系統のバスに乗車し、客層を観察した。当該路線は京都駅前、京都市役所前、四条河原町、複数の学校前を通過する。また、金閣寺道も通過する。朝の観光客がいる時間帯には、この駅でたくさんの人が降車していた。時間を計測したところ降車時間だけで 5 分、発車までの時間も入れると、6 分以上かかっていた。

さらに、10 月 21 日土曜日 11 時前に西大路四条から 1 周した。所要時間は約 1 時間 20 分である。西大路四条では約 40 名すでに乗車しており、円町で 18 名乗車し、車内は満員となった。客層は外国人観光客が半数乗車、ほかは学生や住民が乗車していた。金閣寺道では外国人観光客がほとんど全員降車した。その後、外国人観光客の姿はあまり見られなかった。この日金閣寺道での降車時間は 3 分 30 秒だった。それから京都駅で 30 名ほど乗車し、外国人観光客が多数を占めていた。それからは西大路四条で調査者が降車するまで 30～40 名ほどをキープしていた。

6. 考察

2 日間の調査で注目したことは、停車時間である。特に、金閣寺道では 1 日目と 2 日目で停車時 間に 2 分以上もの差が生じた。2 回の調査で降車した観光客の人数に差はほとんどなかった。しかし、停車時間が長かったバスでは、外国人観光客が小銭の判別で迷い、バスの運賃の支払いに時間がかかっていた。これは、日本の硬貨に慣れておらず、言語の問題もある。日本円で請求されても慣れない外国人には、どの硬貨を出せばいいのかわかりづらく、日本人と比べ時間がかかってしまう傾向にある。

2019 年の京都市観光調査では、外国人観光客に対する満足度調査が行われた。その中で、残念度に関する項目では、「言語や案内が少ない」といった理由で、困惑、がっかりした外国人がいた。調査の中で最も多かったのは、公共交通機関に関することであった。「バスのシステムが難しい」、「バスの路線ルートが理解しにくい」といったことが挙げられている。

したがって、外国人観光客に対して文化による障壁を取り除くことにより、バスの乗り降りをスムーズにすることが、渋滞緩和の 1 つの是正策であると考えた。

7. 提案

そこで、バスの停車時間を短縮するため、京都駅など主要なバス停に、片道分の切符を買うことができる自動販売機を設置することを提案する。これは日本円や日本語に慣れていない外国人観光客が事前にゆっくり切符を購入することができる。さらに、降車時も切符を運賃箱に入れるだけなので、スムーズな降車が実現できる。

自動販売機の設置場所の候補としては、新幹線 が止まる京都駅、四条河原町、金閣寺、烏丸線と 阪急の乗り換え場所の烏丸などが挙げられる。

さらに、この自動販売機は外国人観光客だけで はなくすべてのバス利用者も利用できるため、バスでの両替が不要となる。利用者が増えると、バスの停車時間が短縮でき、交通渋滞の緩和できる可能性がある。

自動販売機の導入により、外国人観光客の満足度を高め、地域住民にとって生活しやすい街になることが期待される。

参考文献

(1) 佐滝剛弘（2019）：観光公害―インバウンド 4000 万人時代の副作用、祥伝社文庫、p.83～p.85

(2) JNTO 日本の観光統計データ 日本各地への訪問の実態 都道府県別訪問率ランキング https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--prefecture--ranking

(3) 京都市観光総合調査（DMO KYOTO）京都市観光光調査 p.34~p.38 https://www.kyokanko.or.jp/wp/wp-content/uploads/kyoto_tourism_stat_2019.pdf

(4) 京都市観光調査（DMO KYOTO）京都市観光客数統計発表値推移 https://www.kyokanko.or.jp/survey_list/

(5) 京都市 交通局における混雑対策について p3~5 https://www2.city.kyoto.lg.jp/shikai/img/iinkai/sangyokousui/R01/data/020207sangyokousui1.pd

(6) 京都市観光協会（DMO KYOTO） 京都 秋の観光のススメ https://www.kyokanko.or.jp/news/20231006

過疎地域における持続可能な共助交通のあり方
- 京丹後市「ささえ合い交通」の事例から -

共助交通チーム
○水口　侑磨（Mizuguchi　Yuma）・河合　頼誠（Kawai Raisei）
間宮　莉歩（Mamiya　Riho）・田中美咲季（Tanaka　Misaki）
（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：共助交通、ささえ合い交通、持続可能性

1.　はじめに

過疎地域においては、バスやタクシーなどの従来の地域公共交通サービスの維持が困難となっている。具体的な原因としては、深刻なドライバー不足や、不採算地域からの交通事業者の撤退などが挙げられる。こうした公共交通空白地域では、自家用有償旅客運送と呼ばれる住民主体の交通が展開されてきた。

この自家用有償旅客運送は 2006 年の道路運送法改正で制度化され、2020 年度末では全国 3137 団体において実施されている（国土交通省，2022）。特に過疎地域では、送迎してくれる家族のいない高齢者や運転ができない人のためにこのような移動手段が必要とされている。しかし、この自家用有償旅客運送もドライバー確保が輸送サービス継続に制約になっている（岩元ほか，2019）とされており、持続可能な交通サービスの在り方が問われている。また国土交通省（2019）も、自家用有償旅客運送のドライバーの年齢層は 65～69 歳の割合が最も多いとしており、ドライバーの高齢化や不足を課題として指摘している。

本研究では、京都府京丹後市の「ささえ合い交通」を事例として、住民ドライバーと NPO の協働の方法や、アプリを用いた運営面での負担軽減策の取り組みを導き出すことを目指す。京丹後市では 2016 年から NPO 法人が主体となって自家用有償旅客運送に取り組んでおり、運転免許を持たない高齢者の移動や外出の課題解決に貢献している。

筆者らは、「ささえ合い交通」に関する継続的なフィールドワークを行い、京丹後市の政策担当や運転手から運行の現状と課題を分析し、その中で、「ささえ合い交通」も含めて、継続的な住民ドライバーの確保や、より幅広い年齢層のドライバーの募集が必要であると考えた。そこで本研究では、フィールドワークと調査分析をふまえて、過疎地域における持続可能な共助交通の取り組みに向けたドライバー確保に関する方策を考察する。特に、「ささえ合い割引」として、①アクティブシニアの循環促進と、②高齢者層以外の取り組みへの参加インセンティブの設定という２点を提案する。

2.　過疎地域における共助交通の現状と課題

2.1　共助交通の定義

共助交通とは、バスやタクシーなどの公共交通で移動手段が確保できない地域に住む住民に対して、NPO や自治会などが道路運送法上の許可、登録を受け自家用有償旅客運送として住民ドライバーやボランティアによる移動支援を行う運送サービスである。なお、近年では「道路運送法上の許可・登録を要しない輸送」として実施されるケースもあり、移動手段の確保に向けた地域資源の活用が行われている現状がある。本研究で取り上げる京丹後市「ささえ合い交通」は、道路運送法に規定される「自家用有償旅客運送」に該当し、NPO が主体となって運行している事例である。

2.2　ささえ合い交通について

ささえ合い交通は「NPO 法人気張る！ふるさと丹後町」が運行している。運行区域は乗車は丹後町のみ、降車は京丹後市全体（弥栄病院からの乗車も可能に）。スマートフォンで Uber のアプリを利用し配車を依頼する（電話での依頼も可）。朝８時～夜８時まで年中無休で運行されており、ドライバーは殆どボランティアで活動を行っている。また、ドライバーは地元住民の方で構成されており、車両はドライバー所有の自家用車（マイカー）を活用している（図１参照）。なお、ドライバーの平均年齢は63歳であり、36歳～71歳となっており、年齢制限は 75 歳となっている。



図１　ささえ合い交通の車両

2.3　フィールドワークを通して明らかになったこと

実際にささえ合い交通に乗車し、調査を行った。ささえ合い交通は従来のタクシーに比べ料金は安くなっている。また、利用者の大半が高齢者であり、若者の利用は少ないが学生や観光客が利用することもある。スマートフォンのUberアプリ、電話での配車依頼を行ったがどちらも約10分弱で到着し、とても使いやすいものだった。また、ドライバーの方も気さくで、ささえ合い交通の課題などいろいろなお話を聞くことができた。

フィールドワークとヒアリングを踏まえて、ささえ合い交通の課題を整理すると、共助交通をより持続可能にしていくために、ドライバーの継続的な確保が主要な課題として挙げられる。もちろん、ささえ合い交通では16名のドライバーがいることにより、現状の移動ニーズには対応できているものの、ドライバーが今後高齢化していくことにより、担い手不足が懸念される。そこで次に、将来的なドライバーの確保に向けた具体的な提案・提言を行い、課題解決に向けた方法を考察する。

3.　持続可能な共助交通に向けた「ささえ合い割引」の提案・提言

持続可能な共助交通に向けて、私たちは、①アクティブシニアの循環の促進と、②高齢者以外（特に若年層）がドライバーとして参画するためのインセンティブの設定を提案する。

3.1　アクティブシニアの循環を促進する

現在ドライバーを務めているのは主に60歳～70歳台が中心であるが、平日の日中で時間に融通の効くのは必然的に高齢層となる。そこで本研究の提案の一つ目として、定年退職後でも地域で積極的に活動する「アクティブシニア」の循環（図1参照）を促していくことで、ドライバー確保に一定の貢献ができるものと考える。

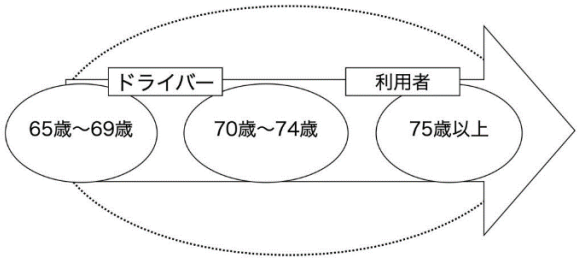


図1　アクティブシニアの循環のイメージ

具体的な方法として、「ささえ合い交通」のドライバーを務めた住民が、75歳で引退後に利用者となる際に、一定の割引が受けられるように「ささえ合い割引」の補助を行うことを提案する。こうした補助があることによって、75歳以上の高齢者の運転免許の自主返納にも間接的につながることが期待される。

3.2　高齢者層以外がドライバーとして参画するためのインセンティブの設定

上記の提案をふまえ、取り組みをより長期的に捉えた際、高齢者層以外がドライバーとして参画することも必要であると考えられる。そこで、若い世代がドライバーとして参画してもらえるようなインセンティブの設定を提案する。具体的には、もう一つの「ささえ合い割引」として、取り組みに参画してもらった登録ドライバーの月額のガソリン代を一定程度、市が補助を行うというものである（表1参照）。

表1　年齢層別のガソリン代の割引率

年齢層	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
割引率	20%	15%	10%	5%

特に、年齢層で割引率の傾斜をつけることで、より若い層を取り込んでいくことが期待される。ただし、最低限の送迎回数（たとえば月に3など）を設定することで、より多くのドライバーに参画してもらうことが可能となり、持続性の担保にもつながるものと考えられる。

4.　おわりに

過疎地域においては、バスやタクシーなどのサービスが減少している現状がある。その一方で、バスやタクシーなどの公共交通がない地域では、その代替案ともいえる住民主体による共助交通の存在が欠かせなくなってきている。

本稿では、持続可能な共助交通政策を目指すために、特にフィールドワークから得られた課題である「ドライバー確保」に焦点を当て、ささえ合い交通の事例をもとに考察してきた。

とりわけ、本稿で提案した「ささえ合い割引」は、自家用有償旅客運送に取り組む他の地域で、ドライバーの継続的な確保を課題としている場合などに、具体的なヒントとなることが期待される。

参考文献

(1)　岩元崇宏・竹内龍介・金子希美・藤﨑耕一（2019）「高齢者の移動ニーズに対応した旅客運送サービスに関する調査研究」『国土交通政策研究 第152号』p1-p.225.

(2)　国土交通省（2019）「高齢者の移動ニーズに対応した旅客運送サービスに関する調査研究 ～自家用有償旅客運送や許可又は登録を要しない運送の概要」

(3)　国土交通省（2022）「令和4年版交通政策白書」

(4)　野村実（2020）「高齢者の移動手段の確保に向けた地域資源の活用と方策」『立命館産業社会論集』第56巻第2号、p.85-p.103.

カラーユニバーサルデザインに配慮した観光情報のアクセシビリティに関する研究

-「もうひとつの京都」公式 HP の事例から -

福知山公立大学地域経営学部佐藤充ゼミ CUD 班
○房崎未空(Miku FUSAZAKI)・上村遥 (Haruka UEMURA)
(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科)
キーワード：ユニバーサルツーリズム、カラーユニバーサルデザイン

1. はじめに

近年､国内旅行市場の縮小が見込まれるなかで、70 代以上の高齢世代に注目が集まる（観光庁［2022]）。観光庁［2022］によれば、国内旅行の延べ宿泊旅行者数は、2030 年までに最大で 22.9%減少する。その要因に、70 代以上の旅行者が、健康上の理由により、旅行意欲を低下させている点が挙げられた。この世代の旅行回数が 60 代の水準を維持できれば､旅行市場を維持･拡大できる。

政府は、あらゆる人々が旅行することができるように、ユニバーサルツーリズム(以下、UT と略す)を推進する。主に、各種施設・設備のバリアフリー化が進められ､移動時の困難さに着目する(国土交通省［2023])。他方で、旅行者行動では、旅行前及び旅行時の情報収集も重要であり、情報へのアクセシビリティの確保は不可欠である。しかし、視覚への配慮という観点から、ユニバーサルツーリズムは十分に検討されていない。

そこで、本研究は、高齢者の旅行者が抱える健康上の課題となる視覚に着目し、観光地のウェブサイトを事例にして、そのアクセシビリティを分析した。特に、カラーユニバーサルデザインの考え方に基づき、色の視認性(色覚)に注目した。また、本研究は、高齢者だけでなく、先天性の視細胞の異常による色覚異常者も分析対象とした。

2. 現状

2.1 高齢世代の旅行実施動向

日本観光振興協会［2021］によれば、70 代以上年代は、他の年代と比べて、健康上の理由により旅行を断念することが多い傾向にあった。健康上の理由はさまざまではあるが、生理機能のうち、視覚は、55 歳から顕著に衰え、特に明暗の順応が付きにくくなるとされている(日本色彩研究所［2021］)。

2.2 UT 推進の現状

国土交通省［2023］は、高齢者の旅行における不便さや困難が、主に移動時に発生している点を指摘した。しかし、バリアフリーに関する情報提供に触れられていたが、旅行情報の提供時における視覚への配慮については検討されていなかった。

2.3 高齢世代における観光情報の収集

日本観光振興協会［2022］をみると、70 代以上の旅行者は、旅行をする際に、主に観光・商業施設や宿泊施設の公式サイト、旅行先の自治体や観光協会のホームページから情報を入手していた。そのため、これらの媒体のアクセシビリティを向上させることは重要であった。

2.4 色覚異常について

色覚異常者は先天性と後天性の 2 種類があり、高齢世代に関わるのは後者である。

後天性色覚異常は、脳や眼の病気によるものと加齢による色覚変化の 2 つがある。高齢者は加齢によって水晶体が少しずつ黄色くなり、やがて茶褐色の濁った状態になる。これが白内障である。老人性白内障は 60 歳代で 60～70%､70 歳代で 90%､80 歳代で 100%近くにも及ぶとされている(日本色彩研究所［2021］)。一部の白内障では白内障の混濁によって表示が読みにくくなったり、色の識別が困難になったりする。

なお、先天性色覚異常とは、網膜にある色の違いを捉える 3 種類の錐体が変化することによって色覚の特性が現れるものである。色覚異常を有する人は日本人男性の 5%､女性の 0.2%であり国内だけでも約 350 万人といわれている(日本色彩研究所［2021］)。先天性色覚異常は年齢によって変化することはない。

3. 分析

本研究は、京都府の「もうひとつの京都」事業を取り上げ、カラーユニバーサルデザインの視点から､各エリアのホームページ(以下､HP と略す)を分析した。具体的には、各 HP の色使いの特徴、HP の中で使用されている割合の多いメインカラー、そのメインカラーと組み合わせることを避けるべき色の 3 項目を抽出した。

3.1 「もうひとつの京都」とは

「もうひとつの京都」とは、京都府が、エリア

設定し、京都のブランド力を生かしながら、地域の資源を磨き上げ、地域が一体となった観光地域づくりを進めるものである。これまでに、「海の京都」、「森の京都」、「お茶の京都」、「竹の里・乙訓」が設けられ、観光施策が展開されている。

3.2　各 HP の特徴

「海の京都」は、海を連想する青がメインカラーであり、観光スポットやグルメなどの分野ごとに色分けされていた。また、その色分けは明度の高いトーンで統一されており、多色使いながらもまとまりのあるデザインであった。

「森の京都」は、橙寄りの茶色がメインカラーであり、アクセントカラーとして黄緑が用いられていた。「マップとエリア」の部分には、市町ごとに複数色で色分けされていたが、これも同トーンであった。

「お茶の京都」のメインカラーは、お茶の葉を連想する緑であった。トップ画面は緑系統の色使いでまとまっていたが、アクセスページでは道路と路線図の色分けにおいて見えにくい組み合わせを用いている部分が多かった。

「竹の里・乙訓」はロゴが濃緑であったが、ホームページのメインカラーは見出せなかった。アクセスページでは路線ごとの色分けの一部に見えにくい組み合わせを用いていた。

3.3　CUDO のチェックリストに基づく分析

本研究の分析では、CUDO のチェックリストと合せて、色覚特性に応じた視界を体感できるアプリケーションである「色のシミュレータ(iOS 版)」を用いて、HP に掲載された情報をチェックした。

その結果、4 つの HP のうち、「お茶の京都」が最も視認性が低かった。

特に、同 HP のアクセスマップにおける色の組合せは改善が必要とされていた（図 1・図 2 参照)。色覚異常者のなかでも、1 番患者数の多い 1 型色覚は、緑と、橙・茶色・グレー・黒の各色の組合せは見分けにくい。そのため、「お茶の京都」の HP のメインカラーである緑を用いる際には、枠線をつける(ハンチング)するなどして接合部に境界をつける必要がある。この場合、緑と橙が交錯する国道と高速道路の見分けがつきにくく、IC 名や国道番号が記載されていなければ違いが分からないのである。

4.　まとめ

本研究は、高齢者及び色覚異常者の視覚に着目し、「もうひとつの京都」の HP を事例にして、カラーユニバーサルデザインの観点から、情報へのアクセシビリティの現状を明らかにした。

その結果、本研究の分析対象である「もうひとつの京都」HP は、どの地域も同トーンや同系色



図 1　お茶の京都 HP アクセスマップ



図 2　シミュレータ後

でまとめられていたが、完全にカラーユニバーサルデザインに配慮されたものはなかった。

残念ながら、現時点で、カラーユニバーサルデザインの観点から、ユニバーサルツーリズムの検討は十分とはいえない。高齢者を含む、あらゆる人々が、旅行に関する情報に容易にアクセスし、利用できる環境を整えていく必要性があるだろう。

正常色覚者は色覚異常者の視覚を体験することはできない。そこで、有効な手段となるのが、シミュレーションツールである。このツールを用いれば、色覚異常者の見え方を知ることでき、誰もが見やすい資料作りが可能になる。

今後、観光協会や宿泊施設をはじめとした観光に関わるあらゆるセクターに、カラーデザインにおける情報アクセシビリティの重要性への理解を深めることが求められる。また、カラーユニバーサルデザインを基に、HP や観光パンフレットなどの媒体を作成できる人材の育成も望まれる。

参考文献

(1)　(一財)日本色彩研究所, 文部科学省後援色彩検定公式テキスト UC 級, 株式会社グラフィック社, 2021

(2)　観光庁(2022)　アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会　最終とりまとめ関連データ・資料集

(3)　国土交通省観光庁(2023) ユニバーサルツーリズムに関する調査業務報告書

(4)　日本観光振興協会(2021)　令和 2 年度版　観光の実態と志向

(5)　日本観光振興協会(2022)　令和 4 年度版　観光の実態と志向

外国人観光客に向けたオーバーツーリズム対策

- 2 つのピークシフト方策の可能性 -

深尾ゼミ 14 期生
○長尾 貴登（Takato NAGAO）・石田 初葵（Hazuki ISHIDA）・泉 摩依（Mai IZUMI）・國吉 星冴（Shogo KUNIYOSHI）・小松 萌花（Moeka KOMATSU）・佐藤 朱里（Akari SATO）・高田 菜月（Natsuki TAKADA）・西岡 謙（Ken NISHIOKA）・文谷 周平（Shuhei BUNYA）・松村 春香（Haruka MATSUMURA）・安田 圭佑（Keisuke YASUDA）・山口 実穂子(Mihoko YAMAGUCHI)・山田 照英（Shoei YAMADA）・山田 萌愛（Moe YAMADA）・山本 美桜（Mio YAMAMOTO）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：外国人観光客、分散、デジタルスタンプラリー

1. はじめに

政府が新型コロナウイルスの水際対策を大幅に緩和したことにより、京都市の観光客数は回復し、観光地やその周辺に賑わいが戻ってきた。その一方、騒音や交通渋滞、環境破壊など、オーバーツーリズムの問題が発生している。これにより、京都市における観光地の魅力が低下し、観光客の減少につながる恐れがある。観光庁が発行した平成 30 年版『観光白書』では、オーバーツーリズムを「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況」と定義している。

今回の研究では、これらの課題を解決するために「混雑」に焦点を当てて調査し、政策提案を行う。また、この提案をするにあたって、近年増加傾向にある「外国人観光客」に着目して研究を進める。

2. 京都市における観光の現状

2.1 観光客の推移

京都市の外国人観光客数は、京都市観光協会の京都観光総合調査によると、平成 29 年に 743 万人、平成 30 年に 805 万人、令和元年には 886 万人と高い数値を記録した。また、令和 2 年に 45 万人だった外国人宿泊客数は、新型コロナウイルスの影響により、令和 3 年に 5 万人まで減少したが、水際対策の緩和により令和 4 年には 58 万人と回復傾向にある。

2.2 観光客のピーク時

京都市の観光地において最も混雑している時間帯を調べるため、京都観光オフィシャルサイト京都観光 Navi の「京都観光快適度マップ」をもとに、2023 年 1 月 1 日から 12 月 31 日までの 1 年間を対象とし、11 か所の京都の観光地における混雑予測をまとめ、平均値を算出した。

結果として、13 時台と 14 時台は平均値が 3 を超え、最も混雑している時間帯と予測できた。また、11 時台や 12 時台、15 時台も平均値が 2.5 を上回っている。これらの結果から、京都市の観光地は 11 時から 15 時までの時間帯が混雑していると予測できる。

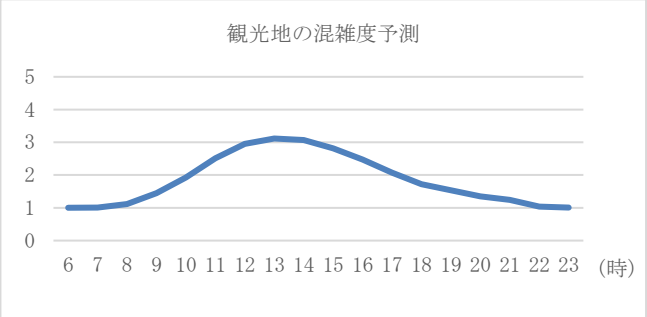


図 1 京都市の観光地における混雑度予測（筆者作成）

3. アンケート調査

京都市の現状を踏まえ、外国人観光客の観光における需要が分かれば、さらなる分散を目指せるのではないかという仮説を立てた。この仮説を立証するため、清水寺付近にて外国人観光客 100 人を対象にアンケート調査を実施した。

今回のアンケートでは、「朝と夜における観光の寛容度」「京都の隠れた魅力の需要」「外国人の計画詳細度」「外国人が求める観光情報」を尋ねた。

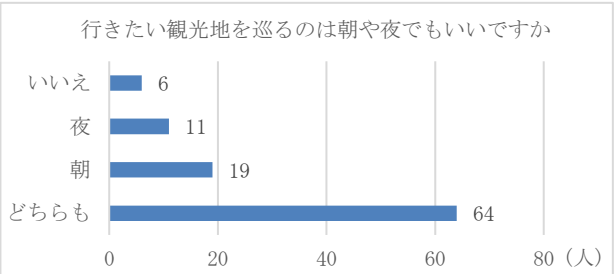


図 2 朝と夜における観光の寛容度（筆者作成）

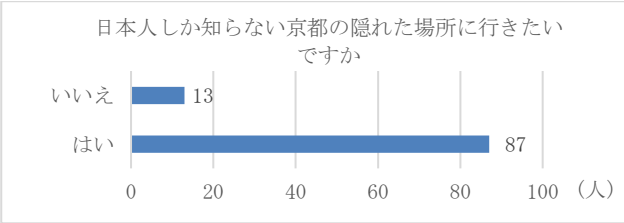


図 3　京都の隠れた魅力の需要（筆者作成）

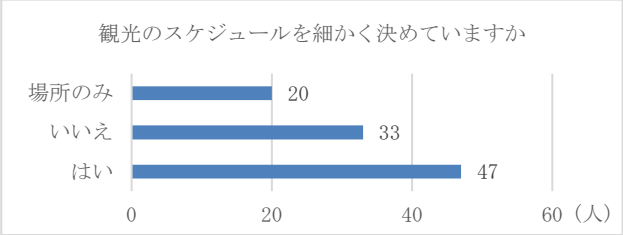


図 4　外国人の計画詳細度（筆者作成）

調査の結果、朝と夜における観光の寛容度の質問では、朝と夜のどちらでもよいという意見が最も多く 64 件の回答を得た。また、京都の隠れた魅力の需要の質問では、知りたいという意見が 87 件得られた。これらの結果から、外国人観光客は朝や夜に観光地へ行くことに対して寛容であり、京都のまだ知られていない隠れた魅力に関心があるといえる。

4.　政策提案

4.1　ピークシフト方策の概要

前述した京都市の現状とアンケート結果を踏まえ、昼の混雑を緩和させるために、「裏京都」を利用したデジタルスタンプラリーを提案する。本研究において、裏京都を「京都の魅力を感じることができるが、外国人観光客からの認知度が低い場所」と定義する。図 3 のアンケート結果より、裏京都を利用した知られざる京都の魅力発信をコンセプトとするスタンプラリーが、外国人観光客にとって魅力的であると考えた。スタンプラリーをデジタルで行うことにより、スタンプラリーと多様な情報発信を組み合わせることが可能となる。また、図 4 のアンケート調査より、訪日する前から予定を決めていない人が 33 人、行きたい場所のみを決めている人が 20 人と半数以上の観光客が予定を詳細まで決めていないという結果が得られた。したがって、現地で予定を具体的に考える観光客が多いと予測でき、このような観光客に対してスタンプラリーという選択肢を提案することは有効であると考える。加えて、スタンプの収集に伴って、特典が得られるようにすることで、スタンプラリーへの参加意欲促進を期待することもできる。

この政策は、図 1 で示した観光地の混雑している時間帯のデータをもとに、朝を 6 時から 11 時、昼を 11 時から 15 時、夜を 15 時から 23 時までと定義する。そして、混雑していない朝には、清水寺や金閣寺など、昼に人が密集しやすい観光地でスタンプを得ることができる。一方、人が混雑している昼には裏京都と定めた場所にスタンプを設置し、人が混雑していない場所に誘導し、ピークシフトを実現する。加えて、スタンプを押すことで、裏京都を示した地図や観光地の歴史的背景等の情報が表示されるシステムにする。

4.2　スタンプラリーによる効果

この政策によって期待される効果は、一つ目に時間の分散が挙げられる。朝・昼・夜と時間を区切ってスタンプラリーを行うことで、昼の時間帯に混雑する観光地に訪れる人々を朝や夜といった混雑の少ない時間帯に移動させることが可能となる。二つ目に、混雑する昼の時間帯に外国人観光客が裏京都へ訪れることによる場所の分散が挙げられる。これら二つの要素が昼の混雑緩和を促進し、人が減ることで京都の景色をより楽しめることや京都が本来もつ雰囲気を感じることができ、京都の観光における魅力度の向上が期待できる。

5.　まとめ

今回、京都市の外国人観光客に目を向け、スタンプラリーを使った観光客の分散を提案した。この政策は、混雑している時間や場所をずらすことによる短期的な目で見た分散だけでない。スタンプラリー実施に伴う情報発信によって、「裏京都」を認知してもらうことができる。そして、スタンプラリーに参加し、裏京都の魅力を感じた観光客が、SNS などで拡散することにより、観光における選択肢が増加し、長期的な目で見た外国人観光客の分散も期待できる。

参考文献
(1)観光庁　平成 30 年版『観光白書』　第Ⅱ部　p111
https://www.mlit.go.jp/common/001260952.pdf
(2)京都市観光オフィシャルサイト京都観光 Navi 京都観光快適度マップ　2023 年 1 月 1 日～2023 年 12 月 31 日
https://ja.kyoto.travel/comfort/
(3)京都市観光協会　京都観光総合調査
https://www.kyokanko.or.jp/survey_list/
(4)京都市産業観光局　京都観光総合調査　令和元年　外国人観光客実態調査　p.67
https://www.kyokanko.or.jp/wp/wp-content/uploads/kyoto_tourism_stat_2019.pdf
(5)佐滝剛弘(2019)：観光公害：インバウンド 4000 万人時代の副作用、祥伝社
(6)日本交通公社(2018)：インバウンドの消費促進と地域経済活性化：育て、磨き、輝かせる、ぎょうせい

口頭発表

【分科会３】

京都市は人口減少にどう立ち向かうべきであるか
- 京都市が抱える人口問題に関する提言 -

★最高潮な平成を湧かすシンデレラ★
○木田 向陽（Hinata KIDA）・北川 翔太（Syota KITAGAWA）・堀井 来夢（Raimu HORII）・橋本 凛里花（Ririka HASHIMOTO）・手嶋 春佳(Haruka TESHIMA)
（京都橘大学経済学部経済学科）
キーワード：人口減少、オーバーツーリズム、観光地

1. はじめに

何故日本有数の観光地である京都市の人口は現在減少し続けているのだろうか。京都市は国内外から多くの観光客を集める日本を代表する観光都市である。2019 年での府内観光入込客数は約 8791 万人にのぼり、府内観光消費額は約 1 兆 3025 億円と観光都市として高い知名度と利益を上げていることが分かる。また観光都市として発達してきた京都市はインフラの整った日本の中でも特に高度なインフラを有している都市であると言える。

しかし観光都市として利益を挙げる一方で京都市の人口は減少傾向にある。京都市が公開している人口データによると 2011 年度の 147 万 4726 人を境に人口が減少している。2011 年から 10 年経過した 2021 年度の京都市の人口は 145 万 3956 人となっており 2011 年と比較して 2 万 770 人減少している。このような状態がこの先も続く場合、少子高齢化の更なる進行による人口の減少、観光事業の担い手の減少による観光地の維持の難航化、税収や観光事業による収益の減少、収益が減少することによって発生する市の財政崩壊などの問題が予測され観光都市としての京都市、人々が生活するための京都市も廃れてしまう場合が考えられる。（京都市人口統計 2011、2021）

2020 年、新型コロナウイルス感染症の流行を経て様々な事柄に変化が生じ、その変化に適応することが求められている今、京都市は今一度観光都市としての在り方、人々が住まう街としての在り方を見つめなおす必要性があるのではないか。そこで本論文では京都市が抱える人口減少に関する問題を可視化し、アンケート調査を始めとした情報収集を行ったうえで原因の分析を行い、対応策を検討する。

2. 先行研究と問題の所在

人口減少に関する先行研究として本論文では 1991 年に都市計画論文集 26 巻に収録されている信州大学の天野と名古屋工業大学の松本による共同研究「地方都市中心部における人口減少に関する研究」が挙げられる。

この研究では長野市における意識調査及び調査結果を踏まえた考察が為されている。先行研究においての意識調査の結果としては就職や仕事の都合、住環境の改善といった要因が多い。人口減少のメカニズムは住環境に対して不満を抱いている居住者が所有関係上の制約により現在住んでいる場所で不満を改善することが困難である事、また仕事上の都合などの理由が合わさることで転居していると述べられている。

住環境の改善、住環境に関する不満という点では京都市にも共通する部分が多く特にオーバーツーリズムなどによってそういった側面が増長していると考えられる。

上記の先行研究の内容を踏まえたうえで京都市の人口減少の要因に関して２つの仮説立てる。

１つ目の要因はオーバーツーリズムによる市街地の人の増加によって本来都市部に在住するメリットである生活の利便性が失われることが挙げられる。先行研究の部分で述べた通り住環境に対する不満は人々が他の都道府県に流出する大きな要因となり得る。特に京都においてはオーバーツーリズムによる観光客の増加によって道路の渋滞が発生する、公共交通機関が混雑するなどが考えられる。

２つ目の要因は家賃・マンション価格の高騰である。ホテルや観光施設の建設によって土地の価格が上がることで家賃やマンションの価格が高騰している。そういった事が人口減少の要因になっていると考える。特に先行研究内でも語られている通り家賃やマンションの価格高騰は生活環境を改善したいと考える住民の転出を誘発させるため人口減少の要因になっているのではないか。

以上の仮説を基に意識調査、京都市から開示されているデータなどを用いて要因の次節にて考察を行う。

3. 京都市の現状に関する調査

3.1 京都市の人口減少の傾向について

京都市が公開している毎年の推計人口のデータを比較すると減少し続ける人口の中でも「20 歳～24 歳」と「30 歳～34 歳」の年齢層は特に他の年齢層と比較して減少率が高い（京都市人口統計 2019、2022）

2019 年では「20 歳～24 歳」の年齢層の人口は

約 10 万 7,000 人であったが 2022 年では約 10 万 6,000 人と約 1,000 人減少している。京都市は市内に存在する大学も多く、20 歳から 24 歳の世代は転出数が他の年代と比較して非常に多い。京都市内に大学が複数あり転出数は安定しているにもかかわらず、新社会人世代と呼ばれる年齢層が就職する年代で転出していることが分かる。

2019 年時点では「30 歳～34 歳」の年齢層の人口が約 8 万 100 人であったが 2022 年度では約 7 万 8,400 人となっている。子育て環境に問題があるのかなども調査を行ったが京都市の育児に対する政策は手厚く、待機児童は 2 年連続 0 人と育児に関する大きな問題を抱えているわけではないと考えられる。その為「30 歳～34 歳」の年代の減少は新社会人世代の減少の間接的弊害であると考えられる。（京都市人口統計 2019、2022）

3.2　京都市に関する意識調査とその結果

前述したとおり京都市の人口の内訳の中で 20 歳から 24 歳の大学生や新社会人世代などが占める割合が最も高く転出数も多い。このことから京都市の人口減少を解決するためには大学卒業後他の都道府県に転出してしまう新社会人世代を如何に京都市に留め、京都市内で就職してもらうかという点が重要になると考えられる。

その為われわれは京都橘大学に所属する学生 132 人に対して「現在在籍している学校を卒業後京都市に住み続けるか？」という旨のアンケート調査を行った（2023 年 10 月 4 日～17 日実施）。

アンケートの結果として、現在在籍している大学を卒業後京都市に「住まない」と回答した学生が 65%という結果となった。また「京都市に住まない」と回答した 65%の学生の内の 58%は就職の関係で他の都道府県に転居すると回答し、20%は「オーバーツーリズムなどの影響による生活の利便性の低下」、12%は「家賃の高騰」を理由として京都から転居すると回答した。しかしその一方で「京都市は生活しやすい町か？」というアンケートの回答は 5 段階評価の内平均評価 3.53、最も多かった回答は評価４と学生は京都市を住みやすい町であると感じていると言える。その一方で、卒業後転居を考える学生が多い現状は人口減少の大きな要因であることが示唆される。

3.3　調査結果に関する考察

意識調査を行った結果を分析すると「大学卒業後京都市に住まない」と回答した学生の内就職の関係で他の都道府県に転出する学生の 64%が 1 回生であった。2 回生で「京都市に住まない」と回答した学生の内「オーバーツーリズムによる生活の利便性の低下」を理由として挙げる学生が約 30%、「家賃の高さ」を理由として挙げる学生が 20%、「就職に関する理由」を挙げている学生が 30%と 1 年間の差で利便性の低下や家賃の高さなどの面がデメリットとして認識されている。また 3 回生においては「就職に関する理由」を挙げる学生が 62%と上昇したが 1 回生と比較して「オーバーツーリズムによる生活の利便性の低下」や「家賃の高さ」、「物価の高さ」を理由として挙げる学生が増加している。このことから 1 回生時点では就職に関する理由のみで転出する学生が多いが過ごす年数が増加するごとに住環境に関する不満が増加しているということが分かる。

4.　本研究のまとめと今後の課題

上記の調査結果、考察を踏まえて京都市の人口回復に向けた提言が 2 つある。1 つ目の提言は観光施設及び観光地の人数制限である。京都市の観光業は地域と一体化していることが強みである一方で弱点でもある。地域と観光業が一体化していることでオーバーツーリズムなどによる影響を在住する人々が受けやすくなっている。そこで観光施設や観光地を訪れる人々に対して人数制限を設けることで観光地周辺に住む人々への影響を低減することが出来る。オーバーツーリズム対策の先進地とされているバルセロナでは現状の京都市と同じく観光地としての側面を押し出し続けた結果住民がその弊害を受ける結果となったが、サクラダファミリア教会などの観光地を予約制にすることで観光客のコントロールを行っている。この対策を行うことで京都市に住むメリットである生活の利便性などを失わず観光地としての側面を保つことが出来るのではないかと考える。

2 つ目の提言は京都市内における建造物の高度制限緩和及び高度制限緩和に合わせた京都市が運営するマンションの増加である。現状京都市内の市営住宅は抽選によって入居者が決められており市営住宅への入居を希望する多くの人々が住環境に関する不満の改善を行えていない状態である。現在京都市では建造物の高度制限緩和に関する思案が提出され議論されているが高度制限の緩和が行われたとしても多くの観光施設やシニア層向けの高級マンションが建設される状態となり、現状の解決にはつながらない。京都市が市営するマンションの数自体を増加させ、特に減少傾向の強い年齢層に観光地特有の土地価格による影響を受けにくい住環境を提供する必要性があると考える。京都市による土地価格高騰の影響を受けにくい住環境の提供は住民の住環境に関する不満の改善や解消に繋がると考えられる。

参考文献

(1)　天野克也、植本直司（1991）：地方都市中心部における人口減少に関する研究、都市計画論文集、26 巻、pp. 577-582

(2)　京都市推計ポータル（https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Suikei/#t3）　2023 年 10 月 18 日確認

地域交流活動によるアナザーコミュニティの形成

- 関係性の希薄化抑制のために -

福知山公立大学　谷口ゼミ　コミュニティリサーチチーム
○吉野　奨汰（Yoshino Shota）・横江　一真（Yokoe Kazuma）
彦坂　祐治（Hikosaka Yuji）・工原　愛美（Kuhara Aimi）
（福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科）
キーワード：関係形成、地域交流、アナザーコミュニティ

1.　はじめに

近年、地域住民との交流の減少や関係の希薄化など、地域社会の変化が起こっているように感じる。これに加え、新型コロナウイルスの影響により、交流の機会はさらに減少しているという現状にある。その影響により、今後、様々な世代での孤独化・孤立化が進行すると考えられる。

そこで、筆者らは地域の人々の交流を活発化させるため、「アナザーコミュニティ」という概念を設定し、調査を行うこととした。「アナザーコミュニティ」は、サードプレイスの概念を援用し、家庭や職場とは異なるもう一つのつながりによって形成された人間関係を意味する。

本研究では、質的調査や参与観察、社会実験によって、アナザーコミュニティの有用性について明らかにし、アナザーコミュニティを用いた関係性の希薄化抑制のための提案を行う。

2.　先行研究

2.1. サードプレイスの定義

サードプレイスとは、ファーストプレイス（自宅）、セカンドプレイス（職場や学校など自宅以外で長い時間を過ごす場所）とは異なり、居心地がよく、趣味や息抜きのために交流などができる場所のことを指す。実際に、Oldenburg（2013）は、この場所が地域の拠点として機能し、コミュニティ形成に役立つと主張している。

2.2. 初対面会話がもたらす効果

新しい人間関係を構築する上では、出会いと交流が必要になってくる。その際に、相手に対して興味を持つことが重要である。初対面での会話はその興味の詳細を明らかにするものであると考える。そこで、「初対面会話」の観点からアナザーコミュニティの形成を促す有効な方法について検討する。

１）初対面会話の概要

三牧（1996）は大学生間の会話を分析し、男女同性のペアから、同学年異学年の組み合わせに関わらず普遍的な初対面会話の話題選択リストを確認したところによると、大学生活、所属、居住、共通点、出身、専門、進路、受験という８つのカテゴリーの中にほぼ全ての話題が収まるという。また、共通の友人、出身地、学部、授業などの話題が上位４位に選択されると述べている。

２）初対面会話による分析

初対面会話では、属性についての話題が多いことが上記の内容から分かる。大学生同士は同じ立場にあることから、共通の話題が会話しやすいためそのような結論に至っていると考える。共通点が会話のしやすさにつながっているのであれば、自己紹介がアナザーコミュニティの形成において有効だと考える。自己紹介において、自分の内面を他者に伝える工夫をすることによって共通点を可視化し、会話のしやすい相手を見つけやすることができるとの仮説を立てた。

3.　実践調査

3.1. 福知山市大江町縁側喫茶における調査

１）調査目的及び実践方法

筆者らは、大江町毛原棚田で月に１回行われている「縁側喫茶」で調査を行った。本調査では、ここでどのような会話が交わされているのか、どのようにして交流が生まれているのかを探ることを目的に、聞き取り調査、観察を行った。



写真１）大江町毛原棚田縁側喫茶の様子

２）調査結果

大江町毛原の棚田で縁側喫茶を主催されている方に、始めた目的や地域の特性についての聞き取り調査を行った。

調査の結果、この地域は、人口 26 名ほどで、地域の住民のつながりが非常に深いことがわかった。民家で喫茶をすることにより、田舎ならではの自然の良さを味わうことができると感じた。また、開催の目的として、地域住民はもちろん、他地域の人々も気軽に参加できる場づくりの工夫がされ

ており、関係人口が最も重視されていることがわかった。

また、他地域の人々と地域住民が楽しく会話している様子が見られ、地域外から来た方の話を聞くと、「地域の方がやさしく迎え入れてくれて、楽しく、地域のことについて知れてよかった。」という回答が得られた。

3.2. 学生同士の交流の場づくりの実践と調査

1）実践目的及び調査内容

筆者らは、学生のアナザーコミュニティ形成のための手段として、大学内で「スチュ×スチュ（student×student）カフェ」と名付けたコミュニティカフェの実践をした。この場を通して、出会い交流することで、学生同士の新たな関係を形成することを目的としている。また、交流の手段として、何が有効なのか、その手段によって、どのような交流が生まれるかを明らかにする。



写真 2)：スチュ×スチュ café の様子

実践は合計 3 回実施し、それぞれ手段を変えた。（①飲み物、レコードを通しての交流、②ボードゲームを通しての交流、③立ち飲み形式での交流）調査方法は、各回来客者全員にアンケート調査を行い比較検討した。

2）調査結果

3 回それぞれ行った調査の結果、来客数は、1 回目が最も多いことがわかった。（図 1）

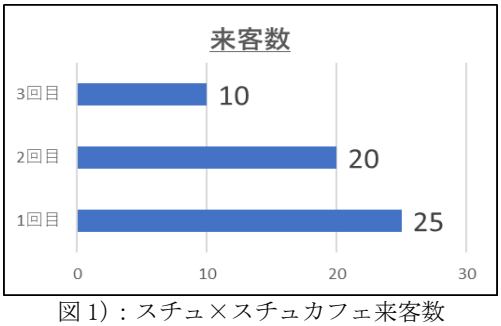


図 1)：スチュ×スチュカフェ来客数

また、滞在時間が最も長かったのは、2 回目であり、ボードゲームを通して、学生同士で楽しく遊んでいる姿が見られた。また、会話が最も弾み、深く交流ができたという回答が多かったのは、3 回目である。

それぞれ 3 回のスチュ×スチュカフェの実施を行い、全ての回において、学生同士の新たなつながりが見られた。それぞれの交流における手段の特徴をまとめると、1 回目では、気軽に参加しやすく、複数人で気軽にお話ししやすい環境であることがわかった。また、2 回目では、ボードゲームを通して、長時間、多くの人と楽しんで交流でき、3 回目では、1 対 1 で数分間、深い会話が広げられることがわかった。

それらの調査結果を通して、私たちは、1 回目の手段の飲み物＆レコードを通しての座っての交流が最も有効な手段であると結論付けた。

4. 今後の展望

今後の活動としては、引き続き学生の関係形成を促すスチュ×スチュカフェを実施し、更には、学生にとどまらず、地域住民が集まることのできるアナザーコミュニティ形成の実験を行いたい。より効果的な場づくりを実現するために、既存のイベントにおいて、参加目的や交流への意識の在り方などの調査を行い、現状を把握していく。そこで集まった回答を、年齢などの属性ごとに比較・分析し、問題点の洗い出しをすることで、問題解決策を提案する。

また、アナザーコミュニティによって、新たなつながりを生み出すことを目的に、地域住民同士、地域外の人々とも関係形成を目指していきたい。

5. おわりに

本研究では、先行研究をもとに、初対面における会話に着目した。具体的に、初対面の人同士がつながれるような新たな関係の形成を目的にアナザーのコミュニティの実現を目指してきた。

さらに、これまでの実践調査によって、合計 200 人以上の声が集まり、地域交流の問題点に気が付くことができ、地域住民はアナザーコミュニティを求めているがわかった。

その際に、同じ趣味を持つ人が集まることのできる場や、初対面の人と気軽に話ができるカフェスペースなど、様々な手段を模索していきたい。

これまでの実践から、出会いと交流の機会を通して、新たなつながりが生まれ、地域住民及び、地域外の人同士でのつながりも形成してきた。孤独化・孤立化を防止し、助け合える関係を築く上でも、アナザーコミュニティは、有効な手段である。地域で開催される様々なイベントにおいてアナザーコミュニティを形成するための場づくりを積極的に行うべきだと考える。

参考文献

(1) レイ・オルデンバーグ 「サードプレイス －コミュニティのかくになる「とびきり居心地よい場所」－」2013, p17

(2) 三牧陽子「初対面会話における話題選択スキーマとストラテジー-大学生会話の分析-」『日本語教育』1996. 103, p49-58.

商店街と伝統産業のコラボレーション
-千本商店街・朱雀大路の街における京うちわの宣伝・展示の事例-

佛教大学社会学部大谷ゼミ　京うちわ班
○中山 皓介（Kousuke NAKAYAMA）・水田 孝哉（Kouya MIZUTA）
能間 こころ（Kokoro NOUMA）・堀田 亜実（Ami HOTTA）
（佛教大学社会学部現代社会学科）
キーワード：京うちわ、商店街 、相乗効果

1. はじめに
1.1 研究目的
「商店街と伝統産業のコラボレーションによる相乗効果」、それこそが本論の目的である。

我々は「京うちわ」と「千本商店街・朱雀大路の街」を対象に選定した。

京うちわは京都で育まれたうちわである。だが、安価での大量生産が可能となったプラスチック製のうちわ(ポリうちわ)や、夏の暑さを凌げる家電製品が普及したことで、現在ではその存在が世間に広く認知されているとは言いづらい。

千本商店街・朱雀大路の街は京都市上京区西部の千本通に位置する商店街である。当該商店街には飲食店を始めとした個人商店が軒を連ねている。その中にはいくつかの伝統産業の事業所・商店も存在する。それらの伝統産業をアピールする取り組みも行っており、詳細は後述する。

そこで、商店街が伝統産業の京うちわと手を組むことにより、京うちわの認知度向上に繋がるのではなかろうか。また、当該地域のものではない伝統産業を千本商店街・朱雀大路の街で取り上げることにより、さらなる商店街の活性化に繋がると考える。

以上が本研究の目的である。

1.2 先行研究
伝統産業と地域社会の関係についての先行研究を中心に検討する。渡邉毅によれば、日本の伝統産業は衰退の一途を辿っている。だが、渡邉が調査した石川県・輪島塗の事例によれば、地方では伝統産業が主産業であるケースが多く、それを用いた地域活性化が望まれる場合があり、伝統産業への期待は高いとされている(渡邉 2019) 。

京うちわ・京扇子を例として伝統産業の改革について分析している山田順一郎によれば、現在、京うちわを製造する事業所は京うちわの意匠を活かした新しい商品分野への展開が求められている。また、企業アイデンティティを確立し、従来の伝統的商品をターゲットとした購買層を対象にするのか、技術力に磨きをかけ経営革新を図るのかを選択する必要があると述べている（山田 2002)。

京都市・西陣地域の産業と地域との関わりについて取り上げた芳野俊郎によれば、京都府では2005 年に「京都府伝統と文化のものづくり産業振興条例」が制定され、産業振興について、「府と事業者及び府民が一体となっての推進を基本としなければならない」と定められている。事業者・府民双方が役割を担い、伝統産業の維持に務めていく必要があるとされている(芳野 2011)。

以上の先行研究より、伝統産業による地域へのアプローチについての研究はなされていたが、伝統産業による一方的な効果が主に取り上げられているものであり、相乗効果についての議論がなされていない。そこで、地域による伝統産業へのアプローチを図ることが課題であると考える。

2. 対象
2.1 京うちわについて
京うちわは柄と骨が一体となった一般的なものと違い、細骨を 1 本ずつ放射状に並べた団扇面に別で作られる把手を組み合わせる「差し柄」構造が特徴である。用途も「あおぐ」だけではなく、高いデザイン性を持ち、インテリアとして「かざる」、縁起物として「おくる」などの様々なかたちで用いられる伝統的なうちわである(阿以波 HP)。

その生産構造としては、多段階に生産工程が分かれており、分業形態を形成している。近年では冷房の普及等、生活様式の変化等によるニーズの変化から売上の減少が見られる(山田 2002)。

2.2 京都市上京区について
京都市上京区は京都市のほぼ中心部に位置し、世帯数が 47,960 世帯、人口 83,832 人である(令和 2 年国勢調査)。また、区内には伝統ある文化が引き継がれており、相国寺や北野天満宮などの数々の文化的遺産のほかに、西陣織などに代表される伝統工芸が残されている(京都市上京区 HP)。

2.3 千本商店街・朱雀大路の街の取り組み
千本商店街･朱雀大路の街は千本通(上長者町通～丸太町通)に位置している。当該商店街では周辺の歴史や風景、特徴ある個人商店を楽しむ「千ブラ」をコンセプトに「千本 100 円商店街」や「千ブラツアー」などのイベントを企画、実施している。「千ブラツアー」は商店街周辺の歴史旧跡や寺社仏閣を巡るもの、商店街に存在する店の職人の見学・体験を行うことが出来るものである。

3. 調査方法

私たちは、千本商店街・朱雀大路の街（2023 年 6 月 23 日、10 月 19 日）と、江戸時代から京うちわの製造に携わってきた、右京区にある株式会社阿以波の工房（2023 年 8 月 24 日）でインタビュー調査を行った。

4. 調査結果

4.1 ポリうちわについて

株式会社阿以波の代表取締役である饗庭智之氏へのインタビュー調査から以下の事が分かった。

饗庭氏は、ポリうちわが大量生産かつ安価であるため､文化としてのうちわの広がり(多くの人々にうちわが使用されること）を見せたが、京うちわが、世間から距離を置かれる存在に変化したことを問題点として挙げた。一方で、最近はプラスチックを減らすなど、環境問題に対する注目度が高い為、京うちわに世間の関心が高まっているという。

4.2 京うちわの需要について

装飾性が高いうちわであるため、贈答の目的が最も多い。しかし、最近ではお中元やお歳暮を送らないなど、人とのコミュニケーションを取らない文化の変化に強く影響を受け、劇的に需要が減っているという。

4.3 経営について

小規模で少量価値のあるものを作るミニマムな業態を目指し、理想としては、うちわの使用方法についても、仰ぐ目的以外に、インテリアやファッションなど分野を広げて行きたいという思いがある。これらは、先行研究で紹介した山田論文の「新しい商品分野への展開」と関連付けることができる。しかし、新しい取り組みをするには、コンセプトの設定から作品制作に至るまでを一人で行っているため、実現が難しいことが分かった。

4.4 饗庭氏の仕事について

饗庭氏は多くのうちわを生み出し､文化を広げ、気持ちを伝えていけるようなモノづくりがしたいと述べた。

調査を行い、私たちは、「人手不足」を理由に、新しい取り組みに手を付けることができないが、饗庭氏の京うちわをもっと人々に届けたいという思いを受け止め、京うちわの認知や使用を広げるための新たな企画や、情報発信を積極的に行う必要があると考えた。

4.5 千本商店街・朱雀大路の街の課題

一方、千本商店街・朱雀大路の街の事務局長である田村成史氏へのインタビュー調査では、当該商店街が位置する地域では昭和 50 年代ごろまで、西陣織の生産が盛んであったが、時代が進むにつれ衰退の一途を辿った。商店街も伝統産業も厳しい状況にあるため、互いにメリットがあり、協力できる部分があれば行いたいと話しており、産官学連携が重要であると話しておられた。

5. 政策提言とその実践

以上の先行研究と調査結果を踏まえ、千本商店街・朱雀大路の街で開催される「千本 100 円商店街」と饗庭氏の作る京うちわのコラボレーションを提言する。このコラボレーションにより、両者にとってメリットのある相乗効果をもたらすことができるのではなかろうか。

私たちは､「伝統産業と商店街のコラボレーション」として、実際に商店街で京うちわのイベントを実施することを提案する。具体的には、本年 10 月 29 日（日）に千本商店街・朱雀大路の街で開催される「千本 100 円商店街」に参加し、我々の企画したイベントをブースで行う。この商店街は、商店街にある伝統産業の事務所（京表具やふとんなど）を見学できる「街歩きツアー」の開催実績があり､元々伝統産業と関わりのある地域である。それらを通して地域活性化を図っている場所でのイベントは宣伝効果が大きいと予想される。

我々が割り当てられたブースでは、饗庭氏の作る京うちわの展示と京うちわの実際の製造工程や阿以波の京うちわの歴史や詳細を編集した動画を口頭の説明を交え、テレビ画面で見ていただく。また、動画の内容からクイズを出題し、答えてもらう。これにより日常では触れることのない京うちわの情報を訪れた人に知ってもらうことができ、クイズを行うことで知識の定着が図れる。

また、展示の説明と動画を見終えてから、京うちわの認知度やイベントの感想、これからの京うちわの展望への意見などをアンケート調査する。これにより、文献や統計などでは知りえない、京うちわの認知度等の実態を知ることができる。

この活動により、商店街を訪れる幅広い層の人に京うちわを認知してもらうことができる｡また、伝統文化と関わりのある商店街という地域で行うことで、京うちわの抱える需要減少などの問題点の改善も期待できる。さらに、他地域の伝統産業を取り扱うことにより、商店街のさらなる認知度向上、活性化に繋がると考える。

このイベントは､2023 年 10 月 29 日に実施するため、イベントから得られた効果や今後の課題に関しては大会当日に報告する。

以上を本論における政策提言とする。

参考文献

・山田順一郎（2002）「進展する国際化に経営革新を迫られる伝統産業-京扇子・京団扇産地を事例として-」､『社会科学研究年報』32 号、pp. 36-41.
・芳野俊郎（2011）「西陣地域産業と暮らしの持続的発展を求めて」､『社会福祉学部論集』7 号、pp. 109-126.
・渡邉毅（2019）「伝統産業における競争力要因の変化に関する研究：輪島塗を事例に」､『地域イノベーション』11 巻、pp. 35-47.

京都におけるパン文化の戦略的振興体制

- 「KYOTO-PAN Promotion Union」の提案 -

同志社大学政策学部風間ゼミナール　A 班
○中屋　穂香（Honoka Nakaya）・上川　葵生（Aoi Kamikawa）・嶋田　菜々美（Nanami Shimada）・松野　岳（Takeru Matsuno）・檜山　叶果（Kanoka Hiyama）・嶋田　詞優（Shu Shimada）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：京都パン文化、体制構築、ポテンシャル

1.　はじめに

あなたは京都が「パンの街」であることを知っているだろうか。総務省統計局の「家計調査（2 人以上の世帯）の品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング（2020 年～2022 年平均）」によると、京都市のパンの消費量は 55,052g、年間購入金額は 39,398 円とともに全国 1 位である。その背景は諸説あり、明治期頃の喫茶店やコーヒー文化がパンの普及に寄与したとする説や西陣をはじめとする手仕事をする伝統工芸の職人にとって片手で食べられるパンが便利だったという説、和菓子屋が多く、餡パン人気に火がついて急速に普及したとも言われている。また、パンが一般庶民の間で爆発的に広がり定着した背景には、1913 年創業の進々堂が 1952 年に日本で初めて食パンを 1 枚ずつスライスし、個包装で売り出したデイリーブレッドの存在があった。

パンのポテンシャルは手軽さや汎用性の高さといった消費者の実生活に基づいたものだけではない。自身の創造力を引き出すこと、和の文化が根付く京都に新たなイメージを与えること、地域コミュニティ形成のツールになること等多岐にわたる。本論文では、こうしたパンの多様なポテンシャルを引き出し、多方面にアプローチする戦略を生み出す振興体制の構築について提案する。

2.　現状分析

私たちは、京都市の中でもパン屋の激戦区と言われる中京区に焦点を当て、分布を表す「パンマップ」を作成【図 1】し、全 48 店舗を対象に 10 月 14 日に、ヒアリング調査を行った。交通の便が良い区の中心エリアに位置するパン屋の多くは、若手の個人店で、SNS 発信やイベント参加に意欲的であり、地元の若者や観光客を中心に集客している点が共通していた。一方で、中心部から西に離れたエリアに位置するパン屋は、老舗が多く、地元の高齢者などの固定客によって支えられており、客層拡大を目的とした、SNS 発信やイベント参加に意欲的でない点が共通していた。

全 48 店舗の主力商品に一貫性はなく、それぞれの創造力を活かした唯一無二のパンを武器に、経営していることがわかった。パン屋が身近に点在している京都の街では、多様なパンがコミュニケーションツールとなり、多様な地域コミュニティ形成の一翼を担っていると言える。この現状に満足している地元の老舗店主らは、口を揃えて「後継者のことは考えていない、自分の代で店を閉める。」と答えている。「パン文化」の未来を見据えた体制を考えていかなければ、いずれパンの多様性は失われ、多様な地域コミュニティは姿を消し、パンの街としてのアイデンティティも衰退してしまうだろう。京都のパンと社会をつなぐ体制を作り、パンの多様性が持つポテンシャルを引き出し、京都の街を挙げて、発信していくことの必要性を再認識することとなった。



【図 1】　中京区におけるパン屋の分布
※ヒアリング調査を行った全 48 店舗をマーキング

3.　政策提言

3-1.　概要

以上の現状分析を踏まえ、私たちは、「KYOTO-PAN Promotion Union（以下 KPPU）の構築」を提案する。KPPU は、京都市産業観光局を中心に、多彩な主体を連携させるオーガナイザーの役割を担い、パンの多様なポテンシャルを引き出すための戦略を立案する。KPPU が生み出す戦略のもと、事業に応じて適性のある主体が柔軟に連携、アプローチする振興体制を構築する。本政策の実現可能性を支持する一例として、京都府和束町が挙げられる。和束町では、地場産業である「茶」をテーマに、活動主体が振興体制を構築し、まちづくりを成功させている。

KPPU の構成メンバーと役割は以下の通りである。

①京都市産業観光局:事業の企画、構成メンバーの意見調節を担当する。②「京都パン組合」:現在、進々堂をはじめとする大手を中心に 20 社が加盟している。京都パン組合は、専門家の立場から、パンに関する情報の共有、技術の継承などを担う。③京都商工会議所:事業者の経営・起業の相談窓口となるのに加えて、KPPU の事業指導も担当する。④京都信用保証協会:事業者への斡旋融資に、同協会が行う京都府・市協調融資制度を導入する。中小企業支援融資、産業活力推進融資を活用し、既にパン屋を経営する事業者や新事業者への斡旋を担当する。⑤京都高度技術研究所:海外進出を目指す事業者には、京都市と連携した京都市グローバル・ニッチ・トップ企業創出プロジェクトを適用し、パン屋の海外市場ニーズ調査等を行い、上限付きで資金補助を行う。⑥フードバンク京都:パン屋から売れ残った商品を集め、高齢者の 1 人世帯や子ども食堂など、必要としている地域住民に届ける。⑦メディア:KPPU が展開する事業活動の広報全般を、京都新聞社と KBS 京都、地元情報誌 Leaf Kyoto が行う。高齢者には新聞やテレビを通して発信する。また Leaf Kyoto のインスタグラムのフォロワーは 6 万人を超え、国内外の SNS 利用者への発信力に期待ができる。

3-2. 事業案

次に、KPPU が展開すべきだと私たちが考えるパンのポテンシャルに応じた事業案を例示する。

［京パンの開発］

味も形も自由自在に工夫することができるパンには、自身の創造力を形にできるというポテンシャルが備わっている。クラウドファンディングを通して、多様な人の創造力を引き出すことを目的に、「京パンの開発」を行う。若手の個人店や地元の老舗、パン屋の出店を夢見る個人や学生などに、「パンクリエイター」としての事業参加を促し、各々がイメージする「京都らしさ」を表現したパンを開発する。個人には、京都パン組合員の大手パン屋が連携し、「京パンの開発」を技術面・設備面からサポートする。支援者から募った資金は、若手の個人店や老舗、個人と連携する大手パン屋に分配される。クラウドファンディングによる「京パンの開発」で、すべてのクリエイターが持つ多様な創造力を引き出すことができる。

［イベント開催］

抹茶など、各々が持つ京都のイメージと組み合わせて創造された多様な「京パン」は、京都に新たなイメージを与える力を持つ。「京パン」を発信し、新たなイメージを定着させることをイベントの目的とする。来場者は多様な「京パン」に出会い、お気に入りの「京パン」を見つける。パンの手軽さは食べ歩き観光に適しているため、イベントを通して「京パン」が、京都の新たなイメージに加わり、観光業にさらなる拍車をかけるだろう。

［フードバンク活用］

フードバンクは、品質に問題はないが通常販売が困難な食品を抱える企業と、食品を必要としている人とを繋ぐ役目を担う。また SDGs の取り組みの 1 つである食品ロス問題解決に貢献すると同時に、行政、企業、地域社会とのパートナーシップが奨励されている。パンの手軽さがフードバンクに適しており、さらにパートナーシップを築くことで、パンの地域コミュニティ形成のツールとしてのポテンシャルを、助長する効果が期待できる。

4. 政策実施の効果と展望

KPPU という「パン文化」の振興体制を中心としたネットワークの構築によって、各主体が持つ機能を互いに補完し、パンのポテンシャルを活かした多彩な事業を有効な形で進めることができる。そして、和の文化が根付く京都で、パンが新たな武器となり、京都のパン文化が社会に刺激を与える存在になるだろう。

参考文献

京都観光 Navi ぷらす (2021)「食卓の真ん中にいる名脇役。京都パン文化」(https://plus.kyoto.travel/entry/food-culture-bread/ 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

総務省統計局 「家計調査（二人以上の世帯）の品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング（2020 年～2022 年平均）」(https://www.stat.go.jp/data/kakei/zuhyou/rank01.xlsx 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

京都パン組合 「京都パン組合ホームページ」(https://kyoto-pan.jp 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

京都信用保証協会 「京都府・京都市の協調融資制度」(https://kyosinpo.or.jp/guarantee-system/kyoto/ 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

京都市情報館 「組織一覧 産業観光局」(https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki_list.html 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

京都商工会議所 「京都商工会議所ホームページ」(https://www.kyo.or.jp/kyoto/ 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

京都市情報館 (2023)「京都市グローバル・ニッチ・トップ企業創出プロジェクトの実施について」(https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000311745.html 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

フードバンク京都 「フードバンク京都ホームページ」(https://www.foodbankkyoto.com 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

Leaf KYOTO 「Leaf KYOTO ホームページ」(https://www.leafkyoto.net 2023 年 10 月 23 日最終アクセス)

梅原豊(2020) 「民を起点とした、中心のないローカル・ガバナンスの生成と形成、発展について～京都府和束町のまちづくりの変遷を通じて～」『同志社政策科学研究』22 巻, pp137-151

嵐山地区における AR によるごみ箱の場所案内

京都府立大学公共政策学部公共政策学科　2 回生駒寄ゼミ A
○吉田仁美（Hitomi YOSHIDA）・垣貫洋輝（Hiroki KAKINUKI）・喜村桃名（Momona KIMURA）・
谷利紗（Risa TANI）・西村公紀（Koki NISHIMURA）・馬場なずな（Nazuna BAMBA）
（京都府立大学公共政策学部公共政策学科）
キーワード：嵐山、ごみ箱の場所案内、AR

1. はじめに

訪日観光客数がコロナ禍前の水準に戻りつつある中、「旅行中に困ったこと」に関する訪日外国人観光客へのインタビュー調査では「ゴミ箱の少なさ」の回答割合が 23.4%と最大となった(観光庁 2020)。また、嵐山で行われた国内観光客へのインタビュー(京都新聞 2023) も踏まえると、観光客がごみ箱不足で困っていることを解決するのは優先的に取り組む必要のある我が国の観光課題の一つである。そこで、本稿では京都でこの課題に直面している嵐山地区をフィールドに、観光満足度を高めるため、そのような観光客の持つ心理的負荷を減らす方策を検討する。

2. 嵐山地区での過去の取組

京都市の担当者によると、上記課題に対し嵐山地区のごみ箱設置数を増やしたが、結果として散乱ごみの問題が発生し地域住民の要望で撤去したという経緯がある。よって、本稿では、ごみ箱の数を増やすというアプローチではなく、ごみ箱の設置場所の認知促進に焦点を当てる。

3. インタビュー調査の目的と概要

2023 年 8 月 29 日(火)の 11 時から 15 時にかけインタビュー調査を実施した。目的は①嵐山地区において心理的負荷を持つ人がどの程度いるかの把握、②ごみ箱の場所情報の伝達に有効な方策の検討という 2 点で、質問項目は、Q1「今日これまでにごみ箱の場所が分からなくて困ったか？」、Q2「3 つの手段《①AR アプリ（AR を用いてごみ箱までの道順を示す)・②QR コードによる転移（QR コードを読み取ってごみ箱の地図サイトに移動)・③タブレットの設置（タブレットにごみ箱の地図を表示）》のうちどれが便利か？」の 2 問とした。この 3 つの具体的手法は、言語障壁の撤廃・嵐山地区の地元住民組織の方針の遵守という観点から設定した。観光客へのごみ箱の場所の伝達手法としては、ごみ箱案内人設置という人的手法、看板設置という物的手法、情報技術によりごみ箱案内をする ICT を活用した手法が考えられる。嵐山地区は多様な言語文化圏から観光客が集まるため、母語・母国語に関わらず的確に情報を伝える必要があり、また、2022 年に嵐山まちづくり協議会によって出された「地域景観づくり計画書」では「嵐山の自然や歴史的建造物等が形づくる風景を損なわないために、道路上には看板やメニュー板等は置かない」との方針をとっている。人の配置では対応言語に限りがあり、かつ広範囲への配置は非現実的である。また、看板等の案内板の新規設置は地域の方針から逸脱する。これらの点で、人的・物的手法には難点がある。一方、電子媒体は対応言語に幅があり、上記の設置方針も守られる。これらを踏まえ、また、開発の容易さという点も考慮し提示する手法を上記 3 つとした。

4. インタビュー調査の結果と考察

Q1 では外国人を含む 52 人中 37 人が Yes と回答し、約 7 割が心理的負荷を感じているとの結果であった。このことから、ごみ箱の場所の伝達やその方法の検証の必要性が明らかとなった。

Q2 では、QR コード（以下 QR）が最大割合を占める結果となり、携帯電話等で容易に読み取り可能だというのが主な理由であった。実際 QR 市場は大きく携帯電話を用いた QR の読み取りは多く

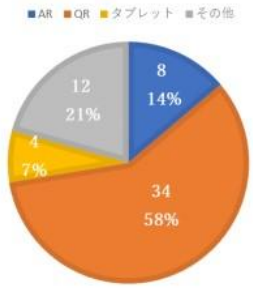


図 1　Q2 の結果

の人に馴染みのある手段である(原　2019)ことから、QR の形式面における親和性の高さは重視すべきである。また、割合が次に大きかった①AR アプリ（以下 AR）では、選択者の大半が観光地という慣れない土地では現在地の情報が必要だとの理由を挙げた。AR には実際の景色に情報を映し出せるという特徴がある。下嶋ほか(2021)は、道案内において AR の使用によりナビゲーション効果が高まることを示し、地図と比べた AR による道案内機能の有効性を述べた。AR の機能はごみ箱の場所を地図以上に分かりやすく伝えるという点で重要である。また、③タブレットは、媒体設置場所の伝達の必要性に対する指摘から現実味に欠ける。よって、QR の形式面と AR の機能面の掛け合わせが有効である。

5. 政策提言



図 2 「Quick AR」の AR 画面

4.を踏まえ、ごみ箱の場所が分からない観光客にごみ箱の場所を伝える手法として、QR の形式と AR による場所案内機能を掛け合わせた「Quick AR」を提言する。「Quick AR」は、携帯電話で QR コードを読み取ると AR の体験画面へ移動でき、位置情報によりごみ箱の場所案内を行うシステムである。緯度・経度情報に基づき表示される矢印の方向に進むことでごみ箱を見つけることができる（図 2）。

6. 実証実験の概要と結果

2023 年 10 月 15 日(日)の 13 時から 15 時 30 分にかけ嵐山地区で表 1 の Q1 の質問後「Quick AR」の画面を見せ Q2 の質問をし、実証実験をした。

結果として、外国人を含む 65 人中 62 人が「Quick AR」は便利だったと回答した。一方で、便利ではなかったと回答した 3 名は「地図でいい」「若者には使いやすいかもしれないが、私達には使いづらい」を理由に挙げた。3 名は高齢世代であったことからも、ICT への馴染みが薄い人にとっては効果が低いことが考察できる。しかし、馴染みがあり自分の位置情報が分かる仕組みに 95%以上の支持があったため、一定の実用性があると考えられる。

表 1　実証実験の調査結果

		Q1: ごみ箱の位置を把握していますか？	
		Yes	No
Q2: Quick ARは便利でしたか？	Yes	2	60
	No	0	3

7. おわりに

観光客の満足度向上のため、ごみ箱の場所が分からない観光客の持つ心理的負荷を減らすには、観光客にごみ箱までの行き方を伝える場所案内として QR の形式面と AR の機能面を組み合わせることが有効だとわかった。成長産業として観光業が注目される中、京都さらには日本において本手法は観光の質向上に貢献するものとなるだろう。

参考文献

嵐山まちづくり協議会（2022）「地域景観づくり計画書」https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000281/281621/arashi_keikaku.pdf（参照 2023 年 10 月 21 日).

観光庁（2020）「令和元年度『訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート』調査結果」https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001333861.pdf（参照 2023 年 10 月 19 日).

京都新聞（2023）「京都・嵐山「ごみ箱」少なすぎ 食べ歩き観光客、空き容器手に『早く捨てたい』」https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/1046192（参照 2023 年 10 月 19 日).

下嶋聖・前田航希・町田怜子・朴鍾杰・土屋薫(2021)「里山フットパスを対象とした Web-AR を用いたセルフガイドアプリの開発と評価」『環境情報科学 学術研究論文集』35 p299-303.

原昌宏（2019）「QR コードの開発と普及－読み取りを追求したコード開発とオープン戦略による市場－」『シンセシオロジー研究論文』 p25.

市民による研究者支援の活性化に向けて
- 市民を「潜在的寄付者」へ導くきっかけとしての方策 -

グループ名　チームそらまめ
○中野 はるか（Haruka NAKANO)・河野 ひなた（Hinata KAWANO)・北原 雄太（Yuta KITAHARA)・土井 博斗(Hiroto DOI)・森本 渚月(Natsuki MORIMOTO)
（京都産業大学生命科学部産業生命科学科）
キーワード：研究者支援、写真展、潜在的寄付者の創造

1.　はじめに

近年、日本の研究者を取り巻く環境の厳しさが言われている。例えば、現在の研究者の雇用環境が不安定であること、将来的に研究者になりうる学生の博士後期課程進学者の減少、研究開発費の伸びの停滞、さらには、若手研究者ほど有期雇用の割合が高く、結婚や出産といった将来設計が立てにくいといった事柄があげられる。このようなことがマスメディア等で報道されるようになった一方で、それについて実際に認知している、懸念を抱くなどして関心を持つ人は一般市民において多くはいないと考える。

京都市には38の短期大学や私立･国公立大学が立地し、総合地球環境学研究所や国際日本文化研究センターもある。学部学生の数だけでなく、研究者や将来的に研究者になりうる博士課程学生も少なくない。また、京都府の就業者数１千人あたりの研究者数は１位の東京都に次いで多い。ノーベル賞受賞者が数多く生まれたことからも、京都市が新たな知を生み出し、イノベーションを創出する「学術研究都市」と呼ばれる所以である。

国による若手研究者支援の施策や企業による協働研究を推進することに加えて、第3の極として市民の支えも必要であると考える。「学術研究都市」である京都市には、市民における研究者支援の裾野を拡げる役割を果たすことは可能である。

他方で、研究者を取り巻く環境の厳しさが取り上げられる以前から、市民からの寄付によって研究者ならびに研究を支えようとするプラットフォームの構築は進んでいる。その代表的な事例に、京都大学iPS細胞研究所による研究基金の設置や、日本初の学術系クラウドファンディングサイトの「academist」の試みが挙げられる。

しかし、同時に寄付者も創造する必要がある。実際に寄付に至るのはサイエンスや科学技術への関心層に限定されており、一般市民における支援者層の裾野の狭さを課題として考える。

ただし、サイエンスに興味がない状態から研究者の現状を理解し寄付をするまでに一足跳びに誘導するのは難しい。サイエンスへの未認知・無関心層が「研究者を取り巻く環境の厳しさ」について認知・関心を持つことにつながる、そのきっかけが最初に必要である。そこで、本研究では、サイエンスや科学技術にさほど関心がない一般市民を研究者支援における潜在的な寄付者へ誘導する足掛かりとなる政策を提案する。

2.　既存の取り組みの分析

一般市民をサイエンスに結びつける既存の取り組みに、研究者と直接対話できる「サイエンスカフェ」や、サイエンスをモチーフにしたアート作品を展示する「サイエンスアート」と呼ばれる取り組みがある。参考文献(加納圭ら,2020)によると、サイエンスカフェの場合、参加に至る前の「参加意向者」は関心層以外(潜在的関心層や低関心層)も半数近く含まれるが、実際の参加者は、関心層が約８割をも占めるようになる。一方、サイエンスアートの実際の参加者の場合、関心層以外の層も半数近く参加していることがわかる。

以上の参考文献より、サイエンスカフェがサイエンスや科学技術に関心がさほど高くない人にとって参加は容易ではないと考えられる。たとえ研究者支援を呼びかけるイベントを開催したとしても、研究者を応援したいという機運は一部の人にしか醸成されない。他方で、サイエンスアートには関心がさほど高くなくとも参加しやすいが、研究者を応援したいという機運の醸成を目的にはしていない。

従って、私たちはサイエンスや科学技術に関心がなくとも参加しやすい、そして、研究者を応援したいという機運の醸成につなげるという二つのコンセプトが必要であると考える。

3.　政策提言

サイエンスや科学技術に関心がなくとも訪れや

すい場所で研究者の存在を可視化する写真展を開催することを提案する。

3.1　先行事例

先行事例として、2021 年・2022 年に横浜市で開催された「若手生態学者が見ている世界-研究者支援写真展-」が挙げられる。私たちは主催者にインタビューを実施した。来場者の方からは、「写真が美しいだけでなく非常に意義のある展示だと感じました」「偶然通りかかって“研究者”とあり吸い寄せられるように入りました。私には知らないことばかりです。もっと知りたいと思いました」「研究者の見ている世界が分かって面白かったです」（原文ママ）などの声が寄せられたという。また、野外で若手生態学者が研究対象とする動物や昆虫を映した写真を展示し、写真には人目を引くようなタイトルやメッセージを添える工夫をしたという。写真の展示と併せて、研究者支援のための寄付を募り、来場者の中には多額の寄付をされる方もいたとのこと。来場者が研究者を応援したいと思うきっかけとなるのに、写真展の開催は一定の効果があると考える。

3.2　政策内容

開催場所として、京都市北文化会館を提言する。この施設は北大路駅に近接しており、「地域における文化活動の拠点」として利用されている。商業施設にも近接していることから、通りかかった人や、買い物と合わせて立ち寄りやすいため、サイエンスや科学技術にさほど関心がない市民も来場しやすいと考える。開催場所である北区は年々65 歳以上の人口が増加しており、比較的年齢が高い層が来場することが想定される。また、周辺には 4 つの大学もあり、学生も訪れやすいことから、幅広い層の来場を見込める。京都市が運営している施設であることから、市が政策として取り組みやすい。以上より、この施設での開催は効果的である。開催にあたっては SNS や新聞社へのプレスリリース、ミニコミ誌を通じた広報を行う。

研究者それぞれの研究対象を写真のテーマとする。動物や昆虫、植物に留まらず、顕微鏡を覗いて観察できる微生物や細胞、気象学者ならば、例えば「彩雲」などの雲の写真を想定する。また、野外調査や実験をしている様子など、研究者自身が研究に取り組む様子を写真として展示することも想定する。

写真には先行事例に倣って、人目を引くようなタイトルや説明を添える。また、研究者や研究内容について詳細を記載したサイトへ移行できる QR を掲示する。会場には、研究者それぞれがどのような思いでその研究に取り組んでいるのかをまとめた冊子（「incu・be」など）を設置することも想定する。市民が気軽に足を運べる写真展に設置すれば、市民の間で研究者を応援したいという機運の醸成に寄与すると考える。

4.　本政策の意義

研究者支援が必要というメッセージは、サイエンスや科学技術、それを担う研究者への興味や関心があってこそ効果的であると考える。これまで科学技術やサイエンスにさほど関心がなかった層が、写真展を通じて、研究者を身近に感じるようになり、その結果、研究者支援が必要というメッセージを人々が受容できる土壌の形成に寄与することが期待される。

写真展の開催が、市民が研究者を取り巻く環境の認知・関心層（研究者支援における潜在的な寄付者）へ移行するきっかけとして作用するという意味で、本政策には意義があると考える。また、研究者個人や研究テーマについて、関心を持つようになる市民の裾野を拡げることにも寄与すると考える（図 1 参照）。一方で、本政策のみでは潜在的寄付者から寄付者への移行は難しい。本政策の限界である。

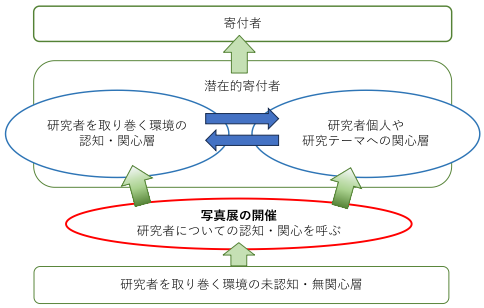


図 1 ：本政策の図式化

参考文献
・雇い止め後中国で教授に 朝日新聞 23/07/16 朝刊 p3
・有期雇用 10 年越えの研究者 雇用先未定・不明 1499 人 朝日新聞 23/09/13 朝刊 p 29
・文部科学省 科学技術・学術政策研究所「科学技術指標 2022」3.2.2 士大学院博課程入学者 https://www.nistep.go.jp/sti_indicator/2022/RM318_32.html（最終閲覧日 2023.10.23）
・岩本宣明（2019）：科学者が消える ノーベル賞が取れなくなる国日本、東洋経済新報社、p174-175
・有期雇用 10 年絶たれる研究 朝日新聞 23/05/2 朝刊 p2
・文部科学省 科学技術・学術政策研究所「研究大学における教員の雇用状況に関する調査［調査資料-305］」文部科学省 科学技術・学術政策研究所「地域科学指標 2022（速報版）」 https://www.nistep.go.jp/wp/wp-content/uploads/review2302225.pdf （最終閲覧日 2023.10.23）
・加納圭・水町衣里・一方井裕子「科学イベントへの参加意向と実際の参加者層の分析-『サイエンスカフェ』と『サイエンスとアートの融合イベント』の比較-」、科学教育研究、Vol.44 No.4（2020）、p254-p260
・京都市統計ポータル「推計人口 年齢別データ 高齢化率」https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Suikei/(最終閲覧日 2023.10.23)

商店街への愛着に繋がる運営体制の見直し

- 商店街の賑わいづくりのために -

服部ゼミ
○藤井 沙羽（Sawa FUJII）・柿木 創太（Sota KAKINOKI）・上廣 彩夏（Sayaka KAMIHIRO）・久保 愛菜（Aina KUBO）・胡 可欣（Kexin HU）・柴垣 愛莉（Airi SHIBAGAKI）・逵井 なつ陽（Natsuhi TSUJII）・中岡 友里（Yuri NAKAOKA）・松田 心太郎（Shintaro MATSUDA）・溝川 芽依（Mei MIZOKAWA）・藪田 明香吏（Akari YABUTA）・大和 遥香（Haruka YAMATO）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：商店街、愛着、運営体制

1. はじめに

商店街は広辞苑によると「商店が立ち並んだ通り」とされているが、商店街はただ商店が立ち並んでいる場所ではなく、街の賑わいを創出している場所である。「街の賑わい」が不足すると住みにくい街になると考えている市区町村の首長も多く、多くの自治体が賑わいづくりを重要政策の一つに掲げ取り組んでいるのも、このような首長の意識が背景にある（小暮 2021）。商店街は街の賑わいを創出することにおいて重要な役割を持つ。

しかし、昨今の商店街は大型ショッピングモールの出現や後継者不足による閉店などの影響により、賑わいを失いつつある。この現状が続くと、街の賑わいも次第に失われていくことに繋がるのではないだろうか。このことから本稿では、商店街の賑わいづくりに着目する。

2. 本稿における仮説と目的

「商店街を中心とした地域の活性化と地域住民による商店街への愛着性との関連性という観点で考えると、その土地や地域集団に対するポジティブな認識は、地域の商店街への愛着を形成する」(金子・國田 2020)とあることから私たちは、商店街のにぎわいづくりには地域住民による商店街への関心や愛着が重要であると考えた。しかし、現在、地域住民は商店街に対しての関心や愛着が薄くなっている。これには何かしらの原因があるのではないかという考えに至った。本稿では、服部ゼミが商店街運営関係者方に行ったヒアリング調査などをもとに、地域住民の商店街への関心や愛着を生み出すための政策提案を検討していく。

3. 対象商店街について

表１は、京都商店連盟京都府商店街振興組合連合会が分類した３つの商店街タイプであり、これを基に調査対象とする商店街を決定した。

それぞれ都心型商店街：新京極商店街、寺町京極商店街、広域型商店街：納屋町商店街、地域型商店街：古川町商店街、堀川商店街を対象に商店街の運営関係者にヒアリング調査を行った。私たちがヒアリング調査を行った商店街の概要を表２にまとめる。

【表１　商店街の分類分け】

	定義	例
都心型商店街（超広域型商店街）	百貨店、量販店を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街	新京極商店街 寺町京極商店街
広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄り品より買い回り品が多い商店街	納屋町商店街
地域型商店街	最寄り品および買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街	古川町商店街 堀川商店街

作成：服部ゼミ

【表２　各商店街の説明】

商店街の名前	場所	概要
新京極商店街	京都市中京区新京極通三条～四条	明治５年（1872 年）より続く商店街で、現在はファッション、お土産など133店舗がアーケードに並ぶ。
寺町京極商店街	京都市中京区寺町京極通三条～四条	寺町通の三条と四条を結ぶアーケード街。秀吉が洛中の寺を集めたことから通りの名がついた。
納屋町商店街	京都市伏見区納屋町	伏見城の城下町として誕生した歴史のある商店街
古川町商店街	京都市東山区古川町	昭和の雰囲気漂う「レトロ＆モダン」がコンセプトの商店街
堀川商店街	京都市上京区桝屋町	西陣織の産地・京都西陣の堀川通に軒を連ねる商店街

作成：服部ゼミ

4. 調査・分析

本調査で各商店街に伺った内容としては主に商店街の課題や現在の運営体制、今後への不安などである。調査結果を分析すると、商店街の問題は店舗やアーケードの老朽化といった施設の問題、地域の人との意見交換の機会が欠けているなどのコミュニケーション不足問題、連携が取れていないなどの運営体制の問題といった３つの問題に分類することが出来た。

そして各商店街の分類ごとに整理し、独自の問題と共通項を示している（表 3)。また課題を要因分析し、アプローチすべき点を考察した。

【表３　商店街の分類別課題】

	施設の問題	運営体制の問題	コミュニケーション不足
都心型	・地価が高い（寺町京極商店街）	・近隣商店街とのつながりが薄い（寺町京極商店街）	・地域の人に意見を求める機会はない（新京極商店街）
広域型	・シャッター街化（納屋町商店街）	・店舗の後継者不足問題（納屋町商店街） ・運営のボランティア化（納屋町商店街） ・イベントの主体がバラバラ（納屋町商店街）	・地域の人と直接意見交換する場がない（納屋町商店街）
地域型	・アーケードの老朽化（古川町商店街） ・店舗の住居化（古川町商店街）	・他の商店街との連携がない（堀川商店街）	・高齢化により新しく入ってきた人とのコミュニケーション不足が発生（堀川商店街）

作成：服部ゼミ

5.　考察

分析の結果、課題の深刻さや緊急性に違いはあるが、商店街の分類による課題内容そのものの差は、あまり見られなかった。むしろ商店街が抱える問題は共通する部分が多く、それらは地域住民による商店街への興味や関心、愛着の欠如によるものではないかとみられる。店舗の後継者不足ひとつを取っても、その原因は単に後継ぎが居ないという問題だけでなく、後継ぎが居ても後を継がず就職をしてしまう問題がある。また、コミュニケーション不足の問題も地域の人が商店街の必要性を感じる機会が少なく当事者意識の欠如や無関心といった問題が要因として考えられる。

そして上記課題に対応するにあたり、運営のボランティア化や他団体との関係性の希薄化といった運営体制の課題が大きな障壁になっていると考える。そこで次章では、そういった根本的な要素である興味や関心、愛着といった気持ちを持続的に醸成させるための手段として、運営体制にアプローチをした提案をしていく。

6.　政策提案

私たちは、上記に示しているような考察から商店街内の運営体制の見直しや、外部との連携体制について以下の三つを提案する。

①　地域交流委員会

【表４　地域交流委員会の概要】

意図	地域住民との交流する機会の創出を目的とした委員会を設ける。
実施内容	・地域住民の意見の収集 ・地域住民との交流の場づくり 等といった、地域住民との交流を重視した運営
効果	【商店街】 ・地域住民の声を聞き、運営に反映させられる ・地域住民と商店街を繋ぐパイプ役としての効果 ・継続的に地域との交流について考えられる 【住民】 ・当事者意識の醸成 ・地域の人たちのニーズに合ってくる ・商店街活性による、住民へのリターン

作成：服部ゼミ

②　域学連携

【表５　域学連携の概要】

意図	商店街と学生の情報発信組織を形成する
実施内容	・商店街の SNS 運用などのインターネットを通じた取り組み ・商店街と学生で、商店街のパンフレット作成 ・商店街ブランド商品の開発
効果	【商店街】 ・若い人材力の活用 ・地域活性化 ・大学生の知識や情報の活用 【大学】 ・人材育成 ・実践の場が得られる ・研究材料としての活用

作成：服部ゼミ

③　商店街おてつだい隊

【表６　商店街おてつだい隊プロジェクトの概要】

意図	新しい人材を受け入れることによって、既存の組織だけでは気付けない商店街の課題や魅力を発掘してもらい、指摘してもらうことで、商店街内の人々に客観的に見た商店街の姿を知ってもらう。
実施内容	商店街おてつだい隊を発足させる。おてつだい隊は、女性部と青年部からなる。女性部ではバリアフリー等日常的な問題にアプローチを行う。青年部はソフト事業の企画運営に携わる。隊員には、参加回数に応じて特典がある。
効果	地域住民の中で商店街への愛着と商店街をよりよくしていきたいという気持ちが芽生える。 若者や女性不足の商店街では若者が入ることで、新しい意見が取り入れられ新陳代謝がよくなる。

作成：服部ゼミ

上記の①は商店街内の運営体制の見直し、②は商店街内の運営体制の見直しに加え、外部との連携、③は外部との連携に当てはまる。

7.　おわりに

私たちは、内部の運営体制へのアプローチに加え、外部との繋がりを持つ運営体制にも着目することにより、あらゆる問題の根本となる地域の人々の愛着の創出へと繋がると考えた。地域の人々の愛着を創出することが出来れば、商店街の賑わいをもたらし、その賑わいが街の賑わいへと繋がっていく。今回の私たちの提案が、商店街の賑わいの創出に不可欠な商店街の課題解決に繋がることを期待する。

参考文献

広辞苑(2018)岩波書店，広辞苑第七版

小暮眞人(2021)【研究ノート】コロナ禍における商店街経営の課題，武蔵野大学学術機関リポジトリ
https://onl.sc/f2Ji4Kj

金子幾之輔・國田真澄(2020)地域活性化と地域への愛着心・期待との関連性
https://onl.sc/ydGYCeP

京都商店連盟京都府商店街復興組合連合会:(商店街情報)
https://www.syouren.or.jp/information/
(最終閲覧:2023 年 10 月 20 日)

中小企業庁(2021)商店街実態調査報告書 p2
https://onl.sc/NEPzTm4
(最終閲覧:2023 年 10 月 20 日)

総務省，「域学連携」地域づくり活動
https://onl.sc/jA3xT7h
(最終閲覧:2023 年 10 月 20 日)

経済産業省，まちづくりのための若者連携ヒント集
https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/town_planning/machigenki/casestudies/43_hint.pdf

京都における空き家問題の改善策

同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 4 班
○久保 花鈴（Karin Kubo）・杉本 舞弥（Maya Sugimoto）・西尾 佳歩（Kaho Nishio）・雪山萌々（Momo Yukiyama）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：京都市、空き家、クラウドファンディング

1. 問題意識

1.1 犯罪リスクの上昇

空き家の増加により、犯罪リスクが上昇する。例えば、不法占拠、放火、盗難などがある。これらはその家の持ち主にだけでなく、近隣住民の安心安全な生活を脅かし、迷惑がかかることにつながる。空き家の現状としては 2013 年のデータでは日本の空き家率は 13.5%となっている。空き家率は年々増加傾向にあり、対策が必要な問題である。

1.2 災害リスクの上昇

空き家の増加により、災害のリスクが上昇する。例えば、建物の倒壊や破損により人的被害を及ぼす可能性がある。災害リスクに関係する旧耐震とは、古い耐震基準つまり今よりも緩い基準で建てられた建物を指す。1981 年 5 月末日より前に建てられた建物は旧耐震物件となる。空き家には、この旧耐震物件が多い可能性が高いため、注意が必要である。

1.3 資産価値の低下

空き家の増加により、資産価値が低下する。その原因は主に 4 つある。1 つ目は、空き家は放置すると劣化が早まること、2 つ目は、空室管理を怠ることで徐々に売却金額が下がること、3 つ目は、売却金額が下がると売却に積極的ではなくなること、4 つ目に売却や賃貸するときに手間がかかってしまうことだ。そのエリアの資産価値が低下してしまうと景観が阻害されて購入検討者の印象が悪くなることや、空き家が安く売りだされるケースが多くなることにつながる。

2. 先行研究

先行研究としては京都市都市計画局による研究を取り上げる。

2.1 京都市の現状

京都市の空き家の数は約 11 万戸、空き家率は 14.0%と全国及び政令市平均の空き家率を上回っている。種類別にみると、他の年に比べて、市場に流通していない一戸建て、長屋建ての空き家の割合が多いという特徴があるため、これらの活用・流通に力を注いでいくことが必要である。

2.2 先行研究からわかった課題

・空き家対策について「空き家対策に効果を感じるか」というアンケートを行ったところ否定意見が 38.1%で肯定意見の 15.7%を上回る結果となっている。
・成果は出ていても目に見える効果を実感できていない。
・市民の誰もが自分事として受け止めていないことが一番の問題である。

3. 調査

私たちは、京都市役所へのインタビュー調査を行った。

3.1 インタビューから分かったこと

・京都に多い空き家はどんな種類の空き家か(持ち主の有無)

2018 年、住宅・土地統計調査によると、空き家数 106,000 戸(そのうち市場に流通していないものは 45,100 戸)であり、2022 年度末時点で、都市計画局住宅室住宅政策課に通報があり管理不全状態の解消など対応を要する件数は約 4,000 件。そのうち所有者が特定できたものは約 3,000 件、調査中・不明・特定不可は約 1,000 件程度である。

・どこに空き家が多いのか

2018 年、住宅・土地統計調査によると、空き家数の上位 3 区は伏見区（21,540 戸）、右京区（12,060 戸）、左京区（11,310 戸）であり、空き家率の上位 3 区は、東山区（19.6%）、下京区・南区（14.8%）である。

・市としての対策は何を行っているのか

1）空き家活用・流通支援等補助金

空き家を活用・流通させる場合に、改修費用の一部を補助（最大 90 万円）。(京都市の厳しい財政状況を鑑み、2022 年度から当面の間、補助金の交付は休止)

2）地域連携型空き家対策促進事業

まちづくり活動の一環として、空き家対策に取り組む地域団体を対象に、専門家の紹介や活動費補助等の支援を行っている。(こちらも京都市の厳しい財政状況を鑑み、令和 4 年度から当面の間、新規学区の募集は休止)

3）補助金以外の対策

空き家に関する講座の実施、情報発信を紹介

チラシでの啓発活動や情報発信だけではなく、京都市では「おしかけ講座」も行っている。

4）専門家との連携

京都市では研修を受けた不動産会社を「地域の空き家相談員」として登録し、無料で所有者等の空き家相談に応じる仕組みを整備している。建築士や地域の空き家相談員などの専門家を無料で派遣するだけでなく、司法書士にも協力してもらい相続、登記に関する相談にも対応可能となっている。

5）京都ならではの景観への配慮といった問題があるがそれを守っていくための対策・対応

京町家保全・活用対策、耐震化促進、省エネリフォーム支援といった他施策と連携し、京都市の各種政策に資するかたちで、空き家をはじめとした既存住宅の活用・流通を更に促進している。

6）防災みちづくりモデル事業（※1）や細街路対策（※2）との連携

（※1）密集市街地において、地域の防災性及び住環境を向上させるため、防災上重要な細街路の拡幅整備に要する費用を補助している。

（※2） 再建築等が困難な細街路において、非道路の道路化（2 項道路指定）や後退距離の緩和（3 項道路指定）する制度を活用し、建替え等がしやすくなる取組を実施している。

7）空き家税を 2026 年以降に導入するがそれについて

京都市では、手頃な住宅を求めて若年・子育て層が近隣都市などに流出しており、都市の持続性を脅かす最重要課題の一つとなっている。また、空き家や別荘、セカンドハウスなどの非居住住宅の存在は、防災・防犯や生活環境に多くの問題を生じさせ、地域コミュニティの活力を低下させる原因の一つになっている。少子化傾向が継続している中、現状をこのままにしておくと、空き家の数は大幅に増加していくと見込まれる。非居住住宅に新税を負担してもらうことでその利活用を検討し、住宅供給の促進、子育て世代を中心とした居住の促進、空き家の発生抑制などにつなげ、まちに良い効果をもたらす。これらの効果は、人口減少の抑制や将来の社会的費用の低減にもつながる。また、税収は空き家の活用支援などの取組に重点的に充てていく予定である。

4. 政策提言

4.1 提言の概要

京都は国内外からの需要も高いため、宿泊施設や飲食店を開設したい企業が多いと考えられる。また、空き家率が高いことから、東山区にフォーカスして空き家問題に対する政策提言を進める。

はじめに、空き家を飲食店や宿泊施設として利用したいと考えている経営者と空き家の持ち主をマッチングさせ、一軒ごとにクラウドファンディングで改築前の評価額と改築額の 50%分の資金を集める。また、市役所にも融資をしてもらい、空き家を改築してから空き家施設の運営による売り上げ分配を行う。

空き家所有者には、クラウドファンディングにより自己負担なしで空き家を改築できることと、家屋の評価額の 0.7%である空き家を手放し空き家税を払う義務、維持費からの解放、空き家を改築前の評価額で売るというメリットが生じる。さらに空き家施設の優待券が交付される。

次に経営者は、京都の観光の中心地では比較的安い費用である改築前の評価額＋改築額の 4 割の資金で事業を始めることができる。また、売上の 9 割のうち運営資金、維持費、人件費などを除いた分を受け取ることができる。

そして市役所は、改築前の評価額＋改築額の 1 割を空き家税から負担することで、5 年から 10 年かけてその 1 割を定額で返してもらうことになる。

最後にクラウドファンディングで寄付をした人には、改築前の評価額＋改築額総額の内、その人がクラウドファンディングした額のパーセンテージを出し、売上の 5 分の 1 または 10 分の 1×パーセンテージの額が毎月リターンされるという仕組みである。

4.2 政策提言で改善されること

・空き家数の減少
・空き家問題の知名度の上昇
・京都市の宿泊地不足の解消

以上の政策提言に加え、宿泊施設におけるブランドとのコラボが実現すれば、この政策はより効果的であると考える。京都の HOTEL MUSO ではアメニティにメゾンマルジェラが使用されていることや、祇園のアニエス・ベーとのコラボであるアニエス・ベーカフェが運営されていることがその例である。

参考文献
空き家が問題となっている 4 つの問題点（mansion-market.com)統計局ホームページ/空き家等の住宅に関する主な指標の集計結果について（stat.go.jp）
akiya_keikaku_gaiyo.pdf（kyoto.lg.jp）001378475.pdf (mlit.go.jp)
・ 空き不動産問題から考える地方都市再生　著 橋本健二･武者忠彦
・深刻化する空き家問題　全国実態調査からみた現状と対策　著 日本弁護士連合会公害対策･環境保全委員会
・官民で進める空き家対策　再生と有効利用の成功事例　著 出井信夫

本研究の遂行にあたり、終始多大なご協力を賜った京都市役所の方々に深謝の意を表します。

口頭発表

【分科会４】

京都市四条におけるハラルレストランの現状と課題
- ムスリムフレンドリーに向けた観光政策のファーストステップ -

no sense
○幸道 嘉之（Yoshiyuki KODO）・大川 冬馬（Toma OKAWA）・小林 亜柚（Ayu KOBAYASHI）・藤田 未帆（Miho FUJITA）
（京都橘大学経済学部経済学科）
キーワード：ハラルフード、ムスリム、ムスリムフレンドリー

1. 研究の目的

われわれがハラルフードについて、あるいはハラルフードを取り扱っている飲食店について研究しようと考えたきっかけは、京都市内の駅周辺においてハラルフードレストランなどに訪れたいと考えている観光客に対しての配慮がなされていないと感じたためである。

京都へは多くの外国人が様々な国、地域から訪れている。その観光客の中には宗教文化の関係で観光に際して不自由さを伴っている人もいると考えられる。その１つの例として挙げられるのがイスラム文化による食事の制限である。ムスリムと呼ばれる人々は豚肉を食べることを禁止されており、そのほかの食肉に関しても食事をするためには厳選な規則がある。そのため、日本に観光に来ているイスラム教の人々はハラルフードを取り扱っている飲食店を利用するのではないかと考えられる。

しかし、京都市内の駅周辺ではどこもハラルフードレストランなどについてのパンフレットや地図などを設置しておらず、ハラルフードレストランを探す観光客に対しての配慮が足りていないという現状がある。また、インターネットで京都にあるハラルフードレストランをまとめた地図が載っているサイトを見つけることができたが、更新が 2019 年で止まっており、最新の地図などを確認することはできなかった。

また、佐々波（2013）では、イスラム教の人々が日本を観光するうえで困難だと感じることに、食事の情報の入手方法、情報の正確性や言葉の壁といったことが挙げられていた。

そのため、ハラルフードを取り扱っている飲食店について調べ、それらをまとめた地図を作るためわれわれはハラルフードについて調査・研究を行うことにしたのである。

2. 先行研究

そもそもハラルフードの「ハラル」とは、イスラム教の教えにおいて「許されている」という意味のアラビア語である。ハラルジャパンによると、イスラム教徒の人々にとって、ハラルは生活全般においての指標のようなものであり、食べる物だけでなく行動や行為、服装などといった全てのものにおいて、それがハラルかどうか、つまりは、神に許された「もの」や「こと」なのか、ということをベースに生活をしている。例を挙げると野菜や果物、穀物・豆類・魚介類・海草類・牛乳・卵などがハラルフードに当たる。また牛肉や鶏肉は食べてもよいとされているが、イスラム法に則った食肉処理が施されていることが条件となっている。

逆に禁じられたものはハラムと呼ばれる。こちらは豚肉・アルコール・イスラム法に則って処理がされていない食肉・血液・犬やかぎづめのある動物・死んだ動物の肉などがハラムにあたる。死んだ動物の肉。特に豚肉に関しては厳しく禁じられており、豚肉そのものはもちろん、豚由来の成分が含まれているものや、豚が含まれた餌を食べた家畜類、豚に触れた食品なども全面的に禁忌となっている。

京都府ではこのようなイスラム教徒の観光客の対応について「ムスリムおもてなし対応事例集」を作成し希望者に配布を行っている。しかし、ムスリムの割合が少ない日本で行うには基準が厳しすぎるという欠点がある。事例の１つとして大形(2020)で指摘される「極味や」の事例を紹介したい。「極みや」におけるハラル対応の焼肉を提供するためには、豚肉を使用するキッチンとハラル用のキッチンを分け、さらにフロアは非ハラルのメニューを提供するフロアと分けなければならないとの指導を受けたという。これではコストがかかりすぎて採算が取れないため、この計画が暗礁に乗り上げることとなった。しかし、「豚肉を食べている客の隣でハラルの焼肉を食べたいという人はいるだろうか」という質問をインドネシア人ムスリム 25 名ほどに行うと「絶対に 行かない」という意見は２名のみで、その他は「自分の食べるメニューがハラルなら気にしない」、「もちろん食べる」という意見であった。このようにハラル認証と、実際のムスリムの人々の希望する食事とでは、認識の齟齬も障害となっている可能性がある。

3.　現地調査

3.1　現地調査の目的

現地調査を行う目的としては京都のハラルフードへの政策の現状を知ることが挙げられる。実際にハラルフードレストランがある場所に訪れ、現状はどのような状態なのかを確認した。調査は七月七日に行われた。

3.2　現地調査の方法

現地調査を行うためにまずは地域を限定し、その地域にあるハラルフードレストランを調べた。われわれは外国人観光客数が多く、商店街や飲食店が多い四条を調査の対象とし、四条にあるハラルフードを取り扱っている飲食店を調べ実際に訪れ、要検討な問題をまとめた。



図 1　京都市四条におけるハラルフードレストランの一例（チーム撮影）

3.3　現地調査による成果と課題

現地調査で気づいたことは、ハラルフードレストランは日本人が利用するような飲食店よりも気付かれにくく、また利用しにくい現状にあるということである。

実際に訪れた店舗は１つを除き、ビルの中にあり店の入り口が奥にある状態や店内の様子が見えない状態のものが多かった。インターネットで調べたら現地調査をしている日時と時間帯では店が開店していると表記されているにも関わらず店自体を見ることができないため開店しているかどうかを確認することが難しい場合もあった。また、店がある場所が四条の中心部ではなく離れた場所にあったため、四条に観光に来ている外国人の方なども見つけにくいのではないかという印象を受けた。

一方で、日本の飲食店は窓がガラス張りになっていることが多く、また店のドアに OPEN や CLOSE の札がかかっていることや、暖簾をかけているか否かで開店しているかどうかを判断することができ、お店が開店しているか否かや店内の雰囲気などを店に入る前に確認することができる。

しかし、ハラルフードを取り扱っている飲食店では外から店内の様子を確認することができないことが多く、客が頻繁に入っている様子もあまり見られなかったため開店しているのかどうかも判断ができなかった。

このように、その場所にハラルフードを取り扱っている飲食店があると知っていなければ、外国人観光客が四条を歩いてその店があると目に留めるのは難しいのではないかと感じた。

4.　まとめ

ここまでまとめたように、イスラム教の人々には様々な制限があり、中でも食事については厳しい制限が設けられている。しかし、日本で考えると全面的に禁止されている食べ物は聞かない。今後、イスラム教の人々の訪日旅行者数は増加すると考えられているため、われわれ日本人はハラルフードのことなどを理解し、受け入れ態勢を強化し、整備する必要が急務である。

依然として、佐々波（2013）で指摘されているように、イスラム教の人々が日本で観光をするうえで困難だと感じることに、食事の「情報」に関する課題が残されている。ムスリムのお店のサイトを見ても原材料に関する情報が得られないというのは問題である。また、複数のサイトを比較する際に情報に差異が生じておりどれが正しい情報かどうかも不明であったり、もともとの店舗数が少ないという現状からなかなか安心して利用できる店舗を見つけにくいといった悩みもムスリムフレンドリーとは程遠い。

日本とイスラムの文化・食べ物の違いは、日本人には理解が難しい。ハラルフードを考える上で、最も大切なことは、イスラム教の人々にとって食べ物は、ただの好き嫌いではないということである。われわれが現地調査した京都四条周辺のみならず、そのようなイスラムの文化があるということを自分の問題として受け止め、全国に広め配慮していく必要がある。

われわれはこういったイスラム教の人々の悩みを解決するためには、ハラルフードに関する共通の認識を醸成することに加え、一目でそのハラルレストランの全てがわかるようなマップやサイトを作成することが望まれる。そして、そのマップを街中やインターネットに掲示することが、訪日するイスラム教の人々に安心して日本を観光できるようにするために有効な方策であるといえよう。

参考文献

大形里美「日本における『ハラール対応』の現状と課題 ―レストラン『極味や』による『ハラール対応』の取り組みと福岡マスジドによる『ハラール認証』無料発行の意義―」『九州国際大学国際・経済論集』(6)1-36、2021 年.
佐々波弓子「インバウンド観光におけるムスリム対応の現状と課題」『法政地理 71-80、」2013 年.
Study Kyoto：Muslim-friendly KYOTO
https://www.studykyoto.jp/muslim2019/　(2023 年 10 月 9 日確認)
ハラルジャパン協会：ハラル（ハラール）基礎知識
https://jhba.jp/halal/　(2023 年 10 月 9 日確認)

時間銀行「おあいこバンク」導入案

-新たな助け合いの形による地域の繋がりの強化-

同志社大学政策学部風間ゼミナール時間銀行班
○左近　琴音（Kotone Sakon）・鈴木　仁美（Hitomi Suzuki）・磨田　和憲（Kazunori Togita）・林　葵（Aoi Hayashi）・松本　亜季（Aki Matsumoto）・森島　一帆（Ichiho Morishima）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：時間銀行、相互扶助、地域の繋がり

1. 問題意識

子どもが熱を出したときのお迎えや高い場所の電球の交換、長期不在中の植物への水やりなど専門職でなくても対応が可能な日常的な支援を必要としている人は多い。本来こうした支援は行政が行うものではなく、住民同士で補い合うものである。しかし、2019 年に京都府が府民 4900 人を対象に実施した「京都府民の意識調査」によると、困ったときに気軽に頼れるご近所がいない割合は、42.6%であった。この回答結果から、住民同士で助け合って解決できる問題が無数に存在しているにもかかわらず、頼れる住民がいないことに問題意識を置いた。この問題は地域の結びつきを強めることで解消できるのではないかと仮定する。

2. 現状分析

2017 年の京都市民 4000 人を対象にした「市政総合アンケート」によると、「住民同士のつながりがあまり強くない」と答えた人は 54.1%と半数を超えており、地域のつながりが希薄化していることが読み取れる。そこで私たちは「時間銀行」という制度に着目した。これは、誰もが持っている「時間」を単位とし、サービスを提供し合う相互扶助の仕組みである。活動内容は、簡単な家事や趣味の同行など些細なことで構わない。行なった活動に対する時間分のクレジットが付与され、獲得したクレジットで他のサービスを受けることができる。支援する、されるといった区別がなく、誰もが時間銀行のコミュニティへ参加することができる。この仕組みを世界で初めて導入したのが大阪市中央区にある特定非営利活動法人ボランティア労力ネットワークである。私たちは 10 月 23 日に同法人の理事長清水氏と会員である水島氏、佐々木氏、永井氏にヒアリング調査を行った。清水氏は、「対価を払うことで、無償だと気が引ける小さな困り事も気軽に頼むことができる。」と述べた。時間銀行はスペイン、アメリカ、カナダ、イギリスなど様々な国で導入されている。イギリスでは、現在までに合計 660 万時間分取引されていることが判明した。また、アクティブユーザーは 24000 人、関係団体数は 2662 団体と活動が活発であるということが読み取れる。また、スペインでは約 300 個の時間銀行が存在している。コロナ禍では、時間銀行が生活支援のツールとして中心的な役割を果たした。政府や自治体が住民の困り事に対応しきれない中、時間銀行によって構築された人々のつながりを利用し、住民同士は自発的に助け合い、様々な困難を乗り越えた。つまり時間銀行は、普段関わりのない人とつながりを持つきっかけとなり、非常時に助け合える社会ネットワークを構築する。そこで私たちは、時間銀行「おあいこバンク」を提案する。

3. 政策提言

おあいこバンクは、サービスの報酬がお金ではなく、自分たちの思いやり、つまり「愛」の活動であるという意味と、時間銀行の特徴である相互扶助の側面を「おあいこ」という言葉で表し、その 2 つを掛け合わした。

3-1. 制度の概要

さしあたりおあいこバンクは、上京区に実証実験的に導入する。時間銀行は多数の先行事例より、小さくありながらも多様なサービスが行える程度の範囲で行うことが好ましいと判明した。よって京都市の場合、区ごとの設置が適切であると考える。また、同区は同志社大学などの教育機関が多数存在するため、本制度において提供者として重要な存在である若者の参入が見込める。

ある人が他人に対してサービスを提供した際、その時間に応じたクレジットを獲得する。本制度では 15 分で 1 クレジットと設定し、1 時間のサービスでは 4 クレジットが付与される。付与されたクレジットは将来のために貯蓄し、必要なときに引き出すことも、サービスを受けたいと思ったときに使うこともできる。具体的なサービス内容は、植物の水やり、買い物の付き添いといった個人間で行われるものもあれば、高齢者宅を訪れる見守り隊や公共施設の掃除などの個人間以外で行われ

るサービスも想定している。これらの交換が活発に行われるよう支援する存在として、時間エージェントという役職を区役所に設置する。時間エージェントは、時間銀行の円滑な運営や、誰でも提供できそうなサービスをリストアップし、支援される機会が多い人に提案するという役割を果たす。本制度は誰でも利用し、提供することができるという、間口の広い制度であるということを強調する。

3-2. 利用の流れ

おあいこバンクのサービスはログイン機能のある Web を通して行われる。会員登録と実際の利用の流れは以下の図 1 の通りである。また、行政が個人情報を管理することで、個人情報漏洩の不安感を拭うことができる。

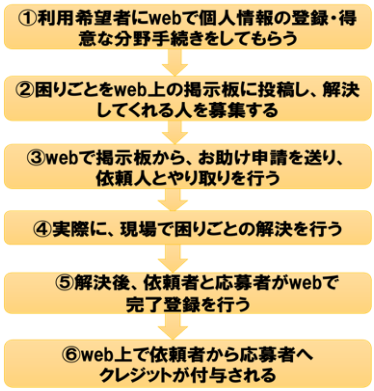


図 1. 利用手順の流れ

3-3. おあいこバンクの課題と解決策

時間銀行制度には 2 つの課題がある。

1 つ目は困りごとが少なく、他人の助けを必要としない若者へのインセンティブが低いことである。これに対して、本来の時間銀行は長期貯蓄により老後の不安が解消されるという利点があるが、大半の学生は京都を離れるため、このメリットは有効ではない。しかし、おあいこバンクではこの課題の解決策として、証明書制度を導入する。これは希望する者には証明書を発行し、従来のボランティアではできなかった奉仕活動の成果を可視化する。

2 つ目はクレジットを稼ぐことが困難な人々がどのようにクレジットを獲得するかという問題である。先述のように、本制度の時間エージェントが彼らに対して提供することができるサービスをリスト化し、提案することで解消する。

加えて、２つの課題を同時に解決する仕組みである譲渡制度を導入する。この制度は、京都を去る学生が稼いだクレジットを、獲得することが困難な人へ譲与するものである。その際、希望者は双方の名前や顔が認識でき、人と人とのつながりを実感できる。

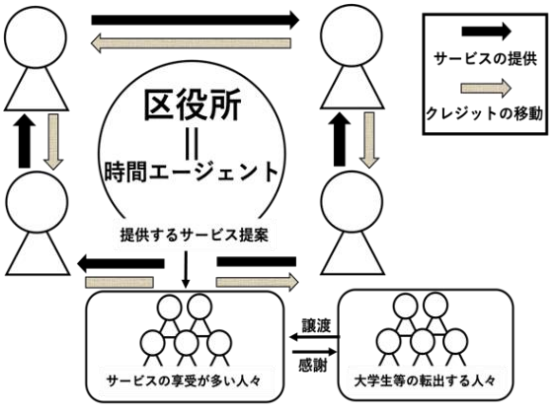


図 2. おあいこバンクの仕組み

4. 期待される効果と展望

私たちの提案するおあいこバンクでは、地域のつながりを持つきっかけをつくり、住民間での自発的な助け合いを可能にする。また、本制度は時間エージェントの支援を受け、サービスを享受するのみで社会的弱者となりがちな人も提供できるスキルがあるということを知り、存在意義を実感することができる。

また、上京区を先行事例として全区役所に時間銀行を導入し、区を超えたやり取りを可能にすることで、転居したとしてもクレジットを継続して貯めることができる。

＜参考文献＞

(1)京都府(2019)「令和元年度京都府民の意識調査の結果について」
https://www.pref.kyoto.jp/tokei/monthly/tokeikyoto/tk2019/tktokushu201911b.pdf
(2)京都市(2017)「市政総合アンケート調査結果『地域における生活活動や支え合い活動に関する意識調査について』
https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/page/0000000282.html
(3)Timebanking UK(2023)「Timebanking in numbers」
https://timebanking.org/
(4)工藤律子(2021)「『社会的連帯経済』への誘い 5 番外編 パンデミック下のスペインで見た『社会的連帯経済』のしなやかさ」,情報・知識&オピニオン imidas
https://imidas.jp/latingang/?article_id=l-70-036-21-10-g471
(5)工藤律子(2016)「ルポ 雇用なしで生きるスペイン発『もうひとつの生き方』への挑戦」,p34-53,岩波書店
(6)田中直紀(1996)「市民社会のボランティア『ふれあい切符』の未来」,p51-127,丸善ライブラリー

（最終アクセス：全て 2023/10/24）

ワイナリーにふれて、ここにしかない体験を

- 宮津に若年層観光客を呼び込むための施策 -

菅原ゼミ×宮津市府中 A 班
○宮本 康太郎（Kotaro MIYAMOTO）・酒井 清那（Sayana SAKAI）・本多 正学（Masataka HONDA）・増田 光（Hikaru MASUDA）・三村 侑真子（Yumiko MIMURA）・村山 光希（Koki MURAYAMA）・山崎 桃花（Momoka YAMAZAKI）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：ワイナリー、体験型、若年層観光客

1.問題意識

我々は、宮津市の移住・定住促進の取り組みについて、地元の地域会議と提携している宮津市府中地域でのフィールドワーク活動を通じて、宮津市の人口減少という問題に着目した。そこで、20 代・30 代の若年層の移住・定住を促す政策をするべきだと考えた。ただ、いきなりの移住は不可能と考え、まずは若年層に宮津を訪れてもらい、宮津のファンになってもらうべきだと考えた。しかし、図 1 より若年層の観光客数が高齢層の観光客数と比べて少ないことが分かる。

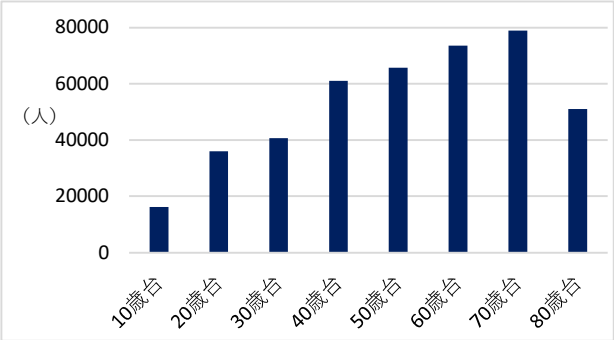


図 1. 宮津市の年齢層別観光客数(2020)
(RESAS により作成)

我々は、宮津市府中地域にてフィールドワークを行い、その際に訪問した天橋立ワイナリーに注目した。天橋立ワイナリーは、天橋立の北西に位置し、天橋立を目の前に望むブドウ畑でワイン用ブドウの栽培や醸造、ワインの販売をしている。

我々は、天橋立ワイナリーを活用した若年層観光客を呼び込むための施策を提案する。

2.先行研究・参考事例

私たちの提案を具体的にするために、3 つの先行研究・参考事例を紹介する。

1 つ目は、キッコーマンのアッサンブラージュ体験サービス「WINE BLEND PALETTE」である。世界中の多くのワイナリーでは、ワインづくりにおいて、ワイン原酒を複数組み合わせてブレンドする工程(アッサンブラージュ)が行われている。この組み合わせやブレンド比率によって、ワインの味わいや香りが変化し、ワインの個性が生み出される。「WINE BLEND PALETTE」は、ソムリエなどによる講習を受けながらワインを“自分自身で創る”という新しい楽しみ方である。

2 つ目は、ブロードエッジ・ウェアリンクが行っている「パーソナライズワイン診断」という取り組みである。これは、まず、顧客がスマートフォンを用いて、ウェブサイト「wine@KARTE」においてプロのソムリエが監修した 15 の設問に答える。特徴的な点は、「しいたけの煮物」と「卵焼き」はどちらが好きかという、料理の好みを聞く設問である。これらに答えることで、ワイン初心者であっても、その店の品揃えの中から「自分好みのワイン」を選ぶことができる。

3 つ目は、茨城県小美玉市の「地域体験祭り」である。李・渡（2017）によると、「ひな寿司づくり親子教室」のような「農・食」といった地域ならではの体験型の催しを企画した結果、従来は約 1000 人だった平均来場者数が、約 3 倍の 3300 人へと増加した。さらに、リピーターが増え、テナントの売上も増加した。この要因は、「希少性」と「体験型」を重点に置いたことである。ここでしか味わえない体験にこだわることで市民の来訪を促した。

3.分析

海の京都(2022a)によると、天橋立ワイナリーの来訪者の割合について、50 代が全体の 45%と

最もポイントが高い。逆に 20 代、30 代はともに全体の 6%となっており、若年層の誘致がうまくできていないという現状がある。若年層観光客のワイナリーへの誘致に効果的な提案をする必要がある。

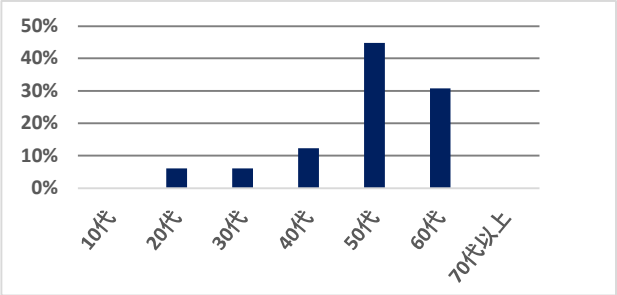


図 2. 天橋立ワイナリー来訪者の年代別割合
（海の京都（2022a）を基に作成）

また、計 29(その他は除く)ある調査地点のうち、20 代・30 代の訪問割合が 50 代・60 代の訪問割合を上回っている地点が 6 か所にとどまっている。しかし、天橋立と同じく「海の京都観光圏」である、夕日ヶ浦/久美浜地域においては計 29(その他は除く)ある調査地点のうち、20 代・30 代の訪問割合が 50 代・60 代を上回っている地点が 13 か所と天橋立の 2 倍以上である（海の京都（2022b）より）。天橋立と夕日ヶ浦/久美浜の違いとして、20 代・30 代の集まるスポットが「インスタ映え」するスポットである点だ。夕日ヶ浦海岸やビーチブランコ「ゆらり」などのスポットがインスタグラムにて投稿、拡散されている。このことより、「インスタ映え」するスポットの有無が若年層を呼び込むポイントになると考える。

4. 提案

我々の班では、若年層の観光客をさらに取り込むべく 3 つの提案を挙げる。

1 つ目は、購入者自身がワイン原酒の組み合わせやブレンド比率を決めて自分だけの「オリジナルブレンドワイン」を創作する案である。これは、キッコーマンと「wine@KARTE」の事例をもとに考案した。お酒を飲むことができるが、ワインの楽しみ方やおいしさがまだわからない若年層向けのコンテンツである。まず自分好みの味になるようブレンドしていく。自分の好きな食べ物や飲み物から、好みの傾向をつかむことでその人が好む味にワインをブレンドしていく。ここで重要なのが自分好みの味を探す過程である。「MBTI」診断のようにアンケート形式でスマートフォンを使用することで、手軽に行うことができる仕様にする。

2 つ目は、ワイナリーに隣接するレストランでのピザづくり体験だ。これは、お祭りでの体験イベントの事例を参考に考案した。ワインが飲める人もそうでない人も、誰もが楽しめるコンテンツである。宮津は山と海の両方が近いため、自然豊かな土地で育った新鮮な野菜や海産物が取れる。これらを使用し自分たちの好きな具材を乗せてオリジナルのピザを作るコンテンツである。宮津の特産品を自分たちで調理し、食べることで特産品の良さやおいしさに気づき、また宮津に来たいと思ってもらうのが狙いだ。

3 つ目は、ワイナリーのブドウ畑でのインスタ撮影である。これは、夕日ヶ浦/久美浜地域の分析結果より考案したものであり、若年層を呼び込むために、インスタグラムを活用したコンテンツである。具体的には、天橋立ワイナリーにあるブドウ畑をフォトスポットとしてアピールする。現状、天橋立ワイナリーのインスタグラム公式アカウントが存在しており、そのアカウントを活用してコンテンツを展開することが可能と考える。

これらの提案は、宮津にある既存の魅力的なものを使って新しい取り組みにつなげている。そのため、実現可能性が高いと考える。既存のものに新しいコンテンツを加えることで、宮津の良さをさらに深めていく。

なお、本研究の課題として、参考事例で取り上げたキッコーマンのサービスは 2021 年 3 月末で終了している。そのため、このサービスの終了理由を聞き取りしたい。

参考文献

(1) 李殷貞・渡和田（2017）「地域再生を目指したリアルメディアのデザイン小美玉市 空のえき「そ・ら・ら」の地域体験まつり」、『デザイン学研究』(BULLETION OF JSSD 2017) p.16－17。

(2) NIKKEI STYLE 「自分好みの味になった？ワインブレンドに挑戦」（日本経済新聞 NIKKEI STYLE 2019 年 1 月 15 日）

(3) 海の京都（2022a）【2022 年度観光圏・来訪者満足度調査】「海の京都観光圏：天橋立」報告書

(4) 海の京都（2022b）【2022 年度観光圏・来訪者満足度調査】「海の京都観光圏：夕日ヶ浦/久美浜」報告書

ワークショップで広げる京版画の魅力
- 伝統文化の周知と京都市北区の地域活性化を目指して -

佛教大学社会学部大谷ゼミ京版画班
○林田 晃摩(Koma Hayashida)・山村 佳穂(Kaho Yamamura)
金田 萌美(Moemi Kanada)・上久保 満里菜(Marina Kamikubo)
田中 秀治(Shuji Tanaka)・藤本 実桜(Mio Fujimoto)
(佛教大学社会学部現代社会学科)
キーワード：京版画、ワークショップ、地域活性化

1. はじめに
1.1 研究目的
「京版画及び木版技術の魅力発信活動による京都市北区の地域活性化」が本研究の目的である。

2022 年実施の「伝統工芸品認知」に関するアンケートでは、調査対象 41 品目のうち、70%以上の認知があるものは 6 品目で、30%を切るものは 15 品目ある。このことから、認知の獲得に課題を抱えている伝統工芸品が多いといえる（CCC MARKETING 総研　2022)。

私たちは、伝統工芸に直接触れる機会を設け、一般の方々に認知していただくことが、これからの伝統工芸の周知に繋がるのではないかと考える。

周知する工芸品として、小学校の図画工作でも取り扱いでき、経験や年齢を問わず比較的体験・実践が可能な版画、とりわけ京都の伝統工芸である京版画に着目した。

一方、京都市北区は「若者のアイデアを地域で共有し、実践する機会をつくります」(京都市北区 2021）とあるように、若者が主体となって地域活動が行える場所である。そこで、京版画を活用することで、伝統工芸の周知と北区の地域活性化の両方を目指すことを意図した。

私たちは京版画の工房や北区の地域的特色について調査することによって、京版画や伝統産業の魅力発信・周知とともに、地域交流への北区民の積極的な参加や大学生の地域参加の促進に有効な政策提言を行い、その実践を報告する。

1.2 先行研究
伝統工芸を活用したまちづくりについての研究として、岩見麻子・木村道徳・熊澤輝一（2018）の研究がある。岩見らは、少子高齢化や地域コミュニティの縮小の影響によって、地域に継承されていた伝統工芸という「地域の知」が消滅することを危惧している。伝統工芸が消滅しないためには、関心を持つ団体や個人を含む「関係者の巻き込み」が大切であると述べ、コミュニティの縮小に対する取り組みの重要性が分かった。

また伝統産業に直接触れる体験として、ワークショップ（以下、WS）の実施が挙げられる。九州産業大学の佐藤佳代ら（2016）は、地域伝統工芸を用いた WS で、「レクチャー」＋「制作」の 2 部構成のプログラムが伝統工芸の情報提供・周知伝達に大変効果的であったと報告にまとめている。

以上の先行研究から、伝統工芸の継承のための「関係者の巻き込み」の重要性や周知に効果的な WS の実施方法については分かったが、京版画を使った地域活性化の事例については研究が行われていないため、それを本論では研究していく。

2. 対象
2.1 北区について
北区は京都市の北西部に位置している。京都市（2020）によると、人口は平成 22 年（2010）の 12 万 2037 人から令和 2 年（2020）の 11 万 7165 人に全体として減少傾向である。区内に大学（佛教大学、大谷大学、京都産業大学、立命館大学）や小学校（紫野小学校、金閣小学校他）などの教育機関が多くあることから、10 代や 20 代の若年層の割合は大きい（京都市　2022)。

北区では「豊かな自然の恵みと伝統ある文化の中で、人々がお互いに支え合い、活力を持って生き生きと暮らすまち」を目指し、それを達成するための 13 個の目標の中に「区民全体で取り組む地域活動があるまち」や「大学の力がいかされるまち」などを掲げている（京都市北区　2021)。

2.2 京版画について
京版画は仏教版画や浮世絵版画の流れを汲み、独自の発展を遂げてきた。また、京友禅や西陣織の柄ゆき紋様摺りに活用されると同時に、呉服や日本画などからの影響も受け、他の伝統工芸や芸術のつながりの中でともに発展していった（京都精華大学　2008)。

最近では、パッケージや表装など各種商品へのデザイン提供やアニメコラボレーションまで行っている（有限会社竹笹堂 HP　2023)。

3. 調査内容
私たちは、下京区にある木版印刷・伝統木版画工房の有限会社竹笹堂（2023 年 8 月 4 日）と仏教

書専門出版と書店を手掛ける株式会社法藏館（2023 年 9 月 13 日）を訪れ、インタビュー調査を行った。両社とも独自に WS を行い、それぞれ京版画と出版文化の周知を図っている。

4.　調査結果

有限会社竹笹堂の代表取締役兼クリエイティブディレクターである竹中健司氏によると、明治 24 年（1891）に設立された摺師の家系であった竹中木版が、平成 11 年（1999）に摺りだけでなく、京版画を総合的に取り扱えるものを作り、木版を守ろうとしたことが竹笹堂の始まりであったと分かった。

しかし、度重なる災害や新型コロナウイルスの影響などを受けて、伝承活動や後継者育成については困難を痛感しているとのことだった。竹中氏は、「木版自体も一度斜陽産業になっている。斜陽産業の次の変化は研究、復刻、調査、直す方、つまり技術を保つ方になっている」と仰っていた。

また、竹笹堂が実施している WS の参加者の年齢層は時期や場所によって異なるが、夏休みであれば、子ども連れが多い。一方で、木版画教室の利用者層は趣味で行う人や自分でデザインを起こして作りたい人など、特に 60～70 歳以上の利用者が多い傾向があると明らかになった。

株式会社法藏館販売促進部の森江基氏のインタビュー調査では以下のことが分かった。

本の出版は昔は全て手作業であり、何工程にも分かれていた。しかし、現在は機械の普及により手作業ではなくなっている。そのため、法藏館が主催する WS では江戸時代や明治時代の版木を用いて、一から本が出来上がる工程を楽しんでもらうことが目的であると述べられていた。

5.　政策提言とその実践

以上を踏まえ、私たちは京版画を残していくためには若い世代に対する京版画の周知が必要であると考え、実験的に小学生やその保護者を集めた WS を佛教大学の礼拝堂で行った（2023 年 10 月 9 日）。

北区は、「次世代の担い手を巻き込み育てながら、まちの魅力を高め、人が集まり、経済が活性化し、更にまちの魅力向上につながる、まちづくりの好循環を実現」を目指しており（京都市北区　2021）、開催地域としてふさわしいと考えた。

当日は、講師として竹中氏、仏教書の版木を提供していただいた森江氏をお招きした。そして、小学生とその保護者、また北区の職員を含めた 15 名に京版画を体験していただいた。

前半には竹中氏による説明と実演があり、後半には版画の摺りの体験を行った。参加者達は、竹中氏のアドバイスを受けながら上達するために何度も挑戦をし、京版画摺りを熱心に行っていた。また主催者側である大学生と参加者との関わりや参加者同士の関わりもみられた。

WS 終了後に参加者にアンケートを取ると、以下のことが分かった。

イベントの満足度についての質問には、12 人が「とても満足」「やや満足」と回答した。「今回のイベントを通して、京版画についてどう思いましたか」の質問にも同じく 12 人が「とても興味・関心を持った」「少し興味・関心を持った」と回答した。また感想などの自由記述欄には、摺りの「濃さを調節するのが難しかったけれど、上手くできた時は達成感を感じられた」「とても楽しかった。またやってみたいです」などの意見があった。

この結果から、本 WS が京版画の魅力を体感してもらう場となったことが明らかになった。また、地域の人同士が交流する場としての役割を果たしたと考える。チラシや SNS を用いた告知を行ったことも、伝統文化の周知や魅力発信につながったと言えるだろう。

今後、告知期間、告知場所、参加対象をさらに拡大することによって、地域交流への北区民や地元の大学生の参加、また双方の交流による地域活性化が起こるのではないかと推測する。「京版画及び木版技術の魅力発信活動による京都市北区の地域活性化」の一端をこの WS では担えたと言える。

参考文献

・岩見麻子・木村道徳・熊澤輝一（2018）「地域資源の価値に対する住民の認識の把握とワークショップの効果の考察」『環境科学会誌』31 巻 5 号、pp.197-206.
・佐藤佳代・井上友子・青木幹太・佐藤慈・星野浩司・荒巻大樹（2016）「地域伝統工芸をテーマとしたワークショップの展開」『日本デザイン学会研究発表大会概要集』63 巻 9 号、pp.308-309.
・京都市（2020）「国勢調査　京都市の集計結果」https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Census/（2023 年 10 月 18 日最終閲覧）
・京都市(2022)「推計人口　3 推計人口年齢別データ　令和 4 年（2022 年）10 月（xlsx)」https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Data/Estimate/Each_Age/Each_Age_2022.xlsx（2023 年 10 月 22 日最終閲覧）
・京都市北区（2021）「北区基本計画～“つながり”の力で進めるまちづくり」https://www.city.kyoto.lg.jp/kita/page/0000288345.html（2023 年 10 月 22 日最終閲覧）
・京都精華大学（2008）『京都の伝統産業実習資料集 工房・企業編』京都精華大学
・有限会社竹笹堂ホームページ（2023）https://www.takezasa.co.jp/（2023 年 9 月 22 日閲覧）
・CCC MARKETING 総研（2022）「インバウンドショックで再び逆風の伝統工芸品-伝統工芸品認知の割合」https://thinktank.cccmk.co.jp/column-51(2023 年 10 月 17 日最終閲覧)

省庁の移転についての考察

- 文化庁の移転を契機として -

南島和久ゼミ
○森脇 柊太（Shuta MORIWAKI）・中内 一聡（Kazuto NAKAUCHI）・熊山 樹貴（Juki KUMAYAMA）・髙木 万愛（Mana TAKAGI）・諸橋 空陽（Takaaki MOROHASHI）・諸田 陽哉（Haruya MOROTA）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：文化庁、省庁移転

1.　はじめに

本研究では、2023 年、文化庁が京都に移転を行ったことに注目し,文化庁の移転とはどのようなものか、他の省庁は移転できるのかについて明らかにしたい。

本稿ではまず、文化庁の移転の現状について述べ、移転のメリット・デメリットについて整理する。その上で、今後の省庁の移転について議論する。本研究では HP の情報や関連行政文書を精査するとともに文化庁京都事務所への聞き取りを行った。

2.　文化庁の概要・移転の経緯について

2.1　文化庁の概要

文化庁とは、文部科学省の外局の一つであり、文化の振興及び国際文化交流の振興や宗教に関する行政事務を行うことを任務としている。

文化庁が行う文化政策としては、舞台芸術やメディア芸術をはじめとする芸術活動への支援が存在し、このほかに国立文化施設の整備や、文化財の保存及び継承、さらには国語や著作権制度などの文化の基盤整備も行っている。さらには、国民の文化活動への参加や鑑賞機会の向上、特に子供の芸術や伝統文化に触れる機会の拡充を文化庁は所管している。

2.2　文化庁の移転の経緯

文化庁移転のきっかけは、地方創生に向けて東京一極集中を是正するために、政府機関の地方移転を進める方針を掲げたことにある。平成 27 年 3 月に、各都道府県に対し政府関係機関の地方移転先の募集が行われ、このうち京都府から文化庁移転の提案が提出された。平成 28 年の 3 月に政府関係機関移転方針がとりまとめられ、文化庁を京都に移転することが決定された。この方針に基づき、平成 28 年 7 月に文化庁は京都市内において約２週間の実証実験を行った。この期間中はICTの実験を中心として、主に京都と東京間においてテレビ会議システムを活用した打ち合わせが行われたとされている。

平成 29 年度から文化庁の一部先行移転が行われ、京都市東山区に「文化庁地域文化創生本部」が設置された。ここでは京都をはじめとした多くの地元の産学官関係団体との連携・協力を行うなど、地域や現場視点の新たな取り組みが進められた。

平成 29 年 7 月、文化庁移転協議会において、文化庁の本庁を京都に置くことが正式に決定し、旧京都府警察本部本館を移転先とすることとなった。平成 30 年 10 月、「文部科学省設置法の一部を改正する法律」が施行され、京都への全面的な移転に向け抜本的組織再編を行い、新・文化庁が発足した。

令和 4 年 12 月 28 日、新庁舎が完成し、令和 5 年 3 月 27 日に長官ら約 70 人が新庁舎に移転、その後 5 月 15 日までに全職員の 7 割に当たる約 390 人が移り、文化庁としての業務が開始された。

3.　移転の課題

(1) 移転前の課題

文化庁の移転では、まずはその費用が課題となる。この点については文化庁が入る建物について建設と改修ともに京都府が行ったこと、このことにより建設に関して国の費用負担はなかったが賃借料として年1.4億円の費用が発生することになった文化庁の移転では、まずはその費用が課題となる。この点については文化庁が入る建物について建設と改修ともに京都府が行いったこと、このことにより建設に関して国の費用負担はなかったが、賃借料として年1.4億円の費用が発生したことになったとのことであった。

また、移転にあたっては職員の異動も課題となる。文化庁によれば、実際に一部の職員については移転前に辞職した者もいたとのことであった。

(2) 移転後の課題

聞き取りにおいて移転後の課題とされていたのは、通信環境であった。京都に移転すること

でこれまで対面で行っていた会議やレクチャーをどうするかという点が課題になったということであった。この対応としてオンライン会議システムが活用されることとなったが、そこでの問題は会議中に画面や音声の停止、途切れが起こることであったという。

4. 政策提案

さらなる地方創生の促進及び東京一極集中の是正を期待する手段として省庁の移転を考えるにあたり、どのような提案が考えられるだろうか。ここでは以下の２点を提起したい。

第１に、中央府省の移転に際しては必ず自治体の要望に基づく移転を行うようにすることである。

今回の文化庁の移転では、京都が様々な文化財が集積する地であること、京都が日本の文化振興策の企画や情報発信などを先導してきた実績があることが重要であった。そのような日本文化の中心地とも呼べる京都に文化庁が移転することによって、文化行政の機能が大幅に強化されることが期待されよう。

省庁移転にあたっては、移転候補地の地理的要素や産業構造などと照らし合わせる　また、文化庁以外の例においては省庁移転にあたっては、移転候補地の地理的要素や産業構造などと照らし合わせることが重要である。また、政府関係機関の移転によって移転先の地元産業や文化の活性化につながる可能性も存在ある。自治体の要望に基づく移転は地方創生を目指す中央政府と自治体双方にとって利点が大きいだろう。

第２に、移転のコストの精査を含めた総括の重要性である。

中央府省の移転のメリットは、東京一極集中是正の先駆けとなり得る。また、移転先で地理的なメリットなどを活かした新たな取り組みも試みやすくなり、移転先機関などとの連携により機能強化も見込み得る。しかしながら、そうしたメリットが大きいにも関わらず大きな課題となるのがコストの問題である。

省庁移転の際に発生する固定費や職員の移動費は例外的な支出であり、その規模も大きい。しかしながら今回取り上げてきた文化庁のように全面的な移転に成功した事例は存在している。このような事例の精査はそれ自体価値があるものである。場合によっては、コストを抑えることもできるかもしれない。そのためにも今回の文化庁の移転は重要なのではないだろうか。

今後における文化庁の移転が移転先の京都のみならず日本全体に応用され、日本の地方創生に寄与するモデルとなることが期待される。そのためにも今回の文化庁の移転の総括は不可欠なことではないかと思われる。

5. 最後に

本研究を踏まえ、今回取り上げたような地方創生の問題を解決していくにあたって、私たち学生が日本の若い世代の一員として日本の地方問題に目を向け、行政の地方創生の取り組みに関心を持ち、今後の地域の発展に寄与していきたい。

参考文献

・京都市公式ホームページ「文化庁の京都移転について～令和５年３月 27 日、始動～」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/page/0000195679.html
・京都府公式ホームページ「地域文化創生本部について」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.pref.kyoto.jp/bunkachoiten/chiikibunkasouseihonbu.html
・文化庁移転協議会（2016）「文化庁の移転の概要について」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/bunkatyouitenkyougikai/h28-08-25-bunkatyouiten-gaiyou.pdf
・文化庁「政策について」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.bunka.go.jp/seisaku/index.html
・文化庁「文化庁の移転・機能強化に関する経緯」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/kino_kyoka/details/pdf/93722501_01.pdf
・文化庁「文部科学省設置法の一部を改正する法律の概要」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/kino_kyoka/pdf/r1406220_01.pdf
・内閣官房・内閣府総合サイト「中央省庁の地方移転に関する取り組みの進捗状況の概要（資料 1）」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/chihouiten_yushikisyakaigi/h30-11-02-shiryou1_1_1.pdf
・内閣官房・内閣府総合サイト「中央省庁の地方移転に関する取り組みの進捗状況の概要（資料 2）」（最終閲覧日：2023 年 10 月 20 日）
https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/chihouiten_yushikisyakaigi/r1-0123_shiryou2-1-1.pdf

密集市街地の避難経路の共有

- 上京区における地形の課題 -

川口ゼミ 2 班
○青谷 大輝(Daiki AOTANI)・亀井 琳(Rin Kamei)
(同志社大学政策学部政策学科)
キーワード：災害、避難、密集街、上京区

1. 研究目的・意義

京都は平安京が置かれていた背景もあり区内が碁盤の目状に整備されているという特徴がある。私たちが普段通っている同志社大学がある上京区も同様であり、狭く入り組んだ道があるのも事実である。近年、南海トラフ巨大地震が注目され、対策が進められているが京都にも断層が複数存在しており、防災への意識を高める必要がある。1995 年の阪神・淡路大震災では建物の倒壊だけでなく火災による被害も甚大であった。

そこで私たちは、密集市街地において地震や火災といった災害発生時から避難するまでの経路の確保が不十分であることから住民ができるだけ命を守れる工夫が必要であると考えた。それに基づき、災害時の密集市街地における避難という点から政策提言をしたい。

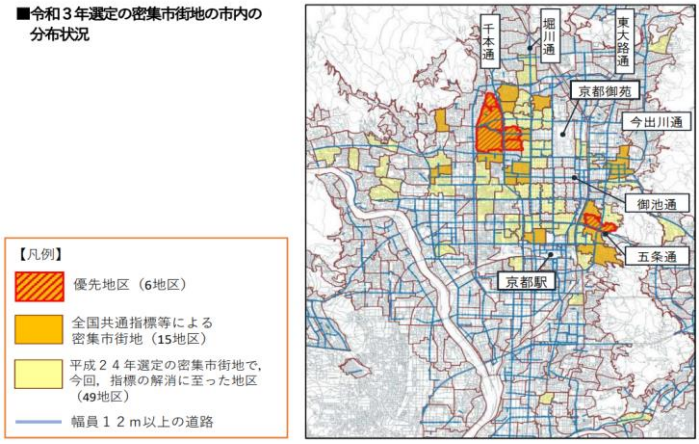
2. 先行研究

先行研究として、現地調査をする前に、京都において過去にどのような災害があったか、また上京区内で避難場所に避難する際の避難経路を Google Map で調査した。

まず、京都において過去にどのような災害があったかという点については、戦後の記録では 30 件の台風や豪雨による水害と 1 件の地震(阪神・淡路大震災)が主要災害として記録されていた。数字を見れば一目瞭然だが、圧倒的に水害が多くなっていた。しかし、花折断層や桃山断層といった活断層も京都には存在しており地震の脅威も油断ならない状況である。

つぎに、上京区内の避難経路の調査だが、とくに区の南西に位置する地区が地形上入り組んでおり、そのうえ最寄りの避難所(仁和小学校)への経路が、Google Map 上では南西方面から仁和小学校までの直線道路(御前通)をほとんどの家屋から避難しても通ることがわかった。この道は車で通ると一方通行で、幅は車 2 台分もない程度である。

また、上京区周辺地域は京都市が指定している対策優先地区にもなっている(参考資料 1)。歴史的な景観となっていると同時に都市防災上の問題も抱えているということが分かった。



参考資料 1 密集市街地の分布

3. 現状調査

本件の現状を知るべく、上京区役所にインタビュー調査を行った。

上京区の社会特性は人口 83,561 人(令和 4 年 10 月現在)に対して老年人口比率が 26.5%となっていた。また、上京区には「袋路」や「図子」といった、狭い道路だけに面した家屋も多く、防災上危険な箇所があると区役所も危惧していた。

しかし、防災上の対策は進められていた。国土交通省の取り組みで「マイ・タイムライン」というものがあるが、京都市ではマイ・タイムラインのリーフレットを市民に配っており家庭内で日頃の備えから災害発生にいたるまでの対策を共有しておくという取り組みである。

また、袋路や図子に関しても対策が進められており、耐震・防火はもちろん、行き止まりを解消するために路地と路地の間に緊急避難扉が設置された場所もある。

地域でも定期的に防災訓練をすることや防災会議を開くことで普段から災害が起こった時への対策は進められていた。しかし、避難経路に関しては各家庭で決められているものであり、災害が起こった際に細い道であることから逃げ遅れたり、高齢者が約 4 人に 1 人いることから避難に時間を要する可能性があることを考察することができた。また、過去の被害については区役所で把握しておらず、前例がないことから対策は慎重に行うべきである。

4.　政策提言

私たちはこうした実態を踏まえ、災害時に避難経路を共有するために「マイ・タイムラインに住民一戸ごとに避難経路を自治体が用意する」ことを政策提言とする。ここからは具体的な策を述べていく。

まず、地区ごとに指定された避難場所への避難経路を複数用意する(迂回路でも)。Google Map に載っているような最短距離は高齢者や身体的に障がいを抱えている人々が優先して避難できるようにする。避難する経路は市役所が持っている戸籍を用いることで家屋に住んでいる人々の年齢が分かり、それを避難の優先順位を決める参考にできると考えた。また、災害の程度によって通れなくなる避難経路も出てくることが想定される。そうなった場合のために住民には複数(予備)の避難経路をあらかじめ案内することで、もし第 1 の経路が寸断されたとしても予備の避難経路を通ることができる。

つぎに、この避難経路は広報で一軒一軒に配布することで家庭には案内できると考えた。地域ごとに月 1 回程度配布される広報誌があり、上京区にも「市民しんぶん上京区版」という名前で発行されている。この広報誌にマイ・タイムラインの冊子(参考資料 2)に各家庭に指定した避難経路を記し、配布することで住民に共有することができる。幸いなことに避難訓練は定期的に行われているので、その時間を使い、共有された避難経路を訓練で使い避難のイメージをつけることができると考えられる。

万が一、避難経路の共有を行った際に身体が不自由になったりした家庭は、マイ・タイムラインに書いてある各区役所に問い合わせることであらためて避難経路を修正し共有することで対応できるのではないかと考えた。



参考資料 2 現行の京都市マイ・タイムライン

この政策提言によって、京都市や上京区が持っている社会特性を有事の際に克服することができると考えられる。建物の耐震や防火といった問題は改装や改築で解消できるかもしれないが、社会特性を変えることはむずかしい。ましてや歴史的景観となればなおさらだろう。だからこそ、動かないものを動かそうとするよりも動ける「人間」が臨機応変に動くことが大事だと考え、この政策を提言した。

5.　おわりに

以上のように、防災への取り組みは京都市や上京区内で進められており、家庭単位での防災対策も推進されているが、避難経路の共有ができていないということが分かった。

そこで、本論では現行の「マイ・タイムライン」を有効に活用することで住民の避難経路も案内できるという政策を提言した。

実際に私たちが政策提言をしたような取り組みを行っている地域は、私たちの調査では見つけることができなかった。その理由が、効果的でないからか、実現が困難であるからかどうかは分からない。前例にないものを取り入れることは慎重に行わなければならないが、密集市街地だからこそ提言できる政策である。災害が起こった際に個人が勝手に避難するのではなく、住民の最低限の情報を持っている自治体が避難経路を提供することで、より災害に強い地域をつくることができるのではないかと考える。

参考 URL

① 京都市 HP「歴史都市京都における密集市街地対策等の取組方針」2023 年 10 月 15 日閲覧
pabukomesassi.pdf (kyoto.lg.jp)

② 京都市 HP 「京都市マイ・タイムライン」
2023 年 10 月 15 日閲覧
https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/mytimeline/

③ 京都市防災ポータルサイト「平成 24 年度から令和 4 年度までの災害記録」2023 年 10 月 15 日閲覧
https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/past_year.html

啓発・標識を用いた水難事故防止策

- 交通事故防止策との比較より -

佛教大学公共政策学科原田ゼミチーム B
○藤田祐利（Yuri FUJITA）・坂本響（Hibiki SAKAMOTO）
隅廣萌々花（Momoka SUMIHIRO）・西村択（Taku NISHIMURA）
橋村龍星（Ryusei HASHIMURA）・矢野智己（Tomoki YANO）
（佛教大学社会学部公共政策学科）
キーワード： 水難事故、教育的啓発、標識

1. はじめに

三重県で起きた子供の水難事故をきっかけに問題意識が高まった私達はその報道を目にする機会が増えた。厚生労働省「人口動態調査」の調査票情報（平成 22 年から 平成 26 年までの 5 年間：0-14 歳）によると、子供の不慮の事故死でも原因は、上位が溺水（屋外）であり、深刻な問題であることがわかる。そこで私達は水難事故の防止・減少策を検討することにした。一方で、川遊びにはデメリットばかりではなくメリットもある。「子供の体験活動の実態に関する調査研究」によると、子供の頃の自然体験が多いほど「思いやり、やる気、人間関係能力等の資質・能力が高い」という。このようなメリットがあるなかで、一概に川での遊びを禁止すると河川の価値が損なわれてしまう。水難事故についてより調べていくと「交通事故の死者数は 13 年連続で減少しているが、河川における水難事故の死者数は 10 年前とほとんど変わっていない」という指摘を見つけた。私達は、この指摘をきっかけにすべての人が安全に川遊びできるようにするため、交通事故減少の政策を参考にしながら水難事故減少の課題を検討する。

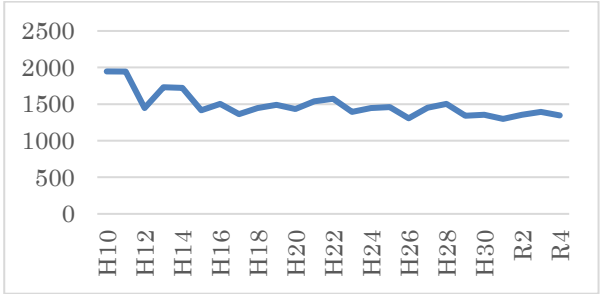


図 1 水難事故発生件数の推移（警察庁生活安全局生活安全企画課『 令和 4 年における水難の概況』 表 1 概要から引用）

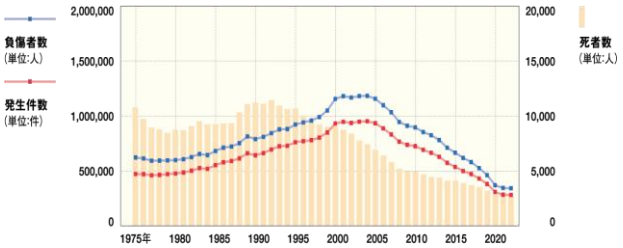


図 2 交通事故の発生件数の推移（一般社団法人 日本自動車工業会 『交通安全』から引用）

2. 水難事故と交通事故の比較

まず両事故に共通するのは、リスク認識の甘さに起因するケースが多いことである。例えば、河川では、地形的に危険な場所でも「飛び込んでも大丈夫」「泳げる」との認識から地形情報を見誤って、急流に巻き込まれる事故が挙げられる。交通事故では「この道では速度が出せる」との認識からスピードを過剰に出した結果、ブレーキが間に合わず、カーブが曲がり切れずに事故となるケースがある。

以上、共通点を述べたが相違点もある。それは事故防止策である。交通事故では、警戒標識という目視の注意喚起だけではなく、それとセットでその標識の意味を伝える教育的啓発も行うことで、適切な危険認知能力の向上策がとられている。しかし、水難事故では看板という目視的な注意喚起手段だけで、それとセットでの教育的啓発は十分に行われてはいない。つまり交通事故では、教育的啓発を通じた標識からの適切な危険認知能力の向上策を伴うがゆえに、ドライバーからの自主的な安全管理能力が一定担保されている。それに対して、水難事故では、対策として看板のみに依存していることが、人びとの危険認知能力や安全管理能力の不足に帰結していると考えられる。

3. 河川での調査とその結果

3.1 仮説の設定

以上より、私たちが考えたのは、交通事故と同じように標識と教育的啓発をセットで行えば、水難事故でも人々の危険認知能力や自主的な安全管理能力が高まって事故減少につながるだろう、ということである。

3.2 調査内容の設計

仮説を検証する方法として標識と教育的啓発をセットにした際の効果を確認するアンケートを設計した。概要は以下の通り。回答者にまず危険認識度を測定するアンケートに答えていただく。続いて同じ回答者に、河川の危険個所での注意喚起標識（ピクトグラム）の画像を提示するとともに、

ライフジャケットに関する水難事故事例を紹介する。そのうえで同じ回答者に最初と同一のアンケートに再度回答いただく。つまり、模擬的な標識提示と教育的啓発を挟んだ前後での 2 度の回答結果を比較し、河川への危険認知度の変化を確認する。その変化は、選択肢に点数をつけ河川に対する危険の認識を操作化した変数として本研究が独自設定する「警戒度数」で表す。

アンケートの質問項目は 3 つである。質問 1 では遊泳意欲を 4 段階で測定し、低意欲ほど警戒度数が高くなるように設定する。質問 2 では遊泳能力に対する自信を 4 段階で測定し、自信が低いほど警戒度数が高いと設定する。質問 3 はライフジャケット着用の必要性認識のタイミングを測定する。具体的には、河岸(陸上)の水際から離れた位置から入水して足がつかない位置までを 5 段階で測定し、入水事前段階であるほど警戒度数が高いと設定する。この質問 3 にはとくに教育的啓発の直接的効果を測定するねらいがある。

3.3　調査結果

調査は奈良県吉野川と京都保津峡付近で実施し、計 20 人から回答を得た。

男女比は 17 対 3、年齢層は 21 から 80 歳の範囲であり、平均年齢は約 49 歳である。

集計の結果、20 人のうち 10 人の警戒度数が増加し(「増加群」とする)、残り 10 人の警戒度数に変化はなかった(「無変化群」とする)。全体の変化は図 3 の通りである。警戒度数の変化は質問 1 が 2.35 から 2.70（伸び率 1.15)、質問 2 が 2.50 から 3.00（伸び率 1.2)、質問 3 が 2.60 から 3.40（伸び率 1.3）となった。

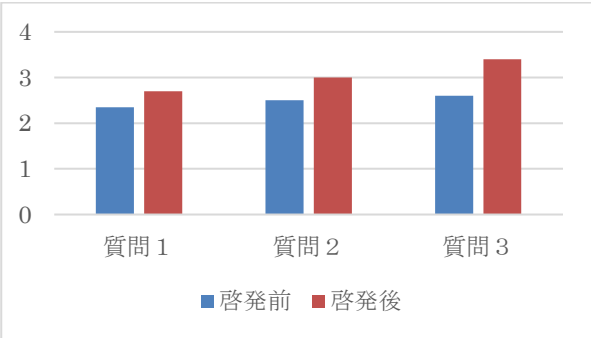


図 3　各質問の警戒度数の平均値の変化

4.　調査結果の分析と考察

図 3 をみればわかるように全体の警戒度数が増加しており、標識提示と教育的啓発をセットとすれば危険認知能力の向上効果があることがわかる。併せて、とくに教育的啓発の直接効果を測定する質問 3 の警戒度数の伸び率が質問 1 と質問 2 よりも相対的に高いことが、教育的啓発の有効性の高さを示唆している。この結果は私たちの仮説を支持している。

ただ全体として増加傾向だが「無変化群」が半数を占めたことも事実である。そこで「無変化群」の回答者を個別分析すると、模擬的な標識提示と教育的啓発の前の回答段階から警戒度数が高い人が多いことが判明した。つまり、もともと水難事故に関する危険認知能力や安全管理能力の高い人であることがわかる。実際に 1 度目の回答段階でも警戒度数（3 質問合計で算出）は「増加群」での平均値が 6.4 であるのに対して「無変化群」での平均値は 8.5 と有意に高くなっている。

調査実施後に気づいた本調査の課題は次の 3 点である。1 点目は、質問 1 での遊泳意欲低下（警戒度数増加）は良い結果ではあるが、1. で触れた川遊びによる子供の情操教育効果を勘案すれば一概に良い結果とだけ解釈するのは一面的かもしれず、このバランスを勘案する調査設計が望まれる。2 点目は、標識提示効果でなく、教育的啓発に相当する水難事故事例の提示効果だけでの、2 回目の質問 1 と質問 2 の回答への寄与度を厳密に解明できていない点である。3 点目は、調査時の自由回答で「ピクトグラムの意図が子供には伝わらないと思う」との意見が寄せられたことと関係する。本調査では 20 代未満世代のデータを収集できていないが、同意見からは世代間で標識に関する教育的啓発効果が異なる可能性を考慮する必要性が示唆された。

5.　本研究を通じて導かれる政策提言

水難事故でも、交通事故の場合と同様に、標識と教育的啓発をセットで行うことに危険認知能力向上効果があることが分かった。

以上を踏まえて、3 点の実行可能性のある政策提言をする。1 点目は、標識が注意喚起として正しく機能する前提としての「行政による河川地形のより正確な把握」である。2 点目は、上記で指摘を受けた子供への伝わりやすさを向上させるための「学校での水難事故に関する教育的啓発の充実」である。3 点目は、教育的啓発よりも感覚で理解されやすいナッジ的手法として、賛否はあろうが事故現場を模した「花束を供えたディスプレイ設置」も一考に値する。各提言の実現には国や現場の自治体による政策対応が求められるのは言うまでもない。

参考文献

(1)　菅原一成・吉野英夫・三輪準二（2015)：「過去 10 年間の水難事故の概要と今後に向けた対策」河川財団河川総合研究所編『河川総合研究所報告』(20) pp. 65-76.

(2)　公益財団法人河川財団（2023)：『no more 水難事故 2023』(川や水辺の安全利用・水難事故防止に関する調査研究の概要資料)．

(3)　内閣府：『令和 5 年版交通安全白書』.

スタンプラリーから始まる宝が池公園活性化

- 持続的な宝が池公園活性化に向けて -

京都産業大学法学部焦ゼミ A チーム
〇上杉一温（Hiiro UESUGI）・寺尾光希（Mitsuki TERAO）・石増圭吾（Keigo ISHIMASU）・和田隆太郎（Ryutaro WADA）・黒川彩名（Ayana KUROKAWA）・乙田陸人（Rikuto OTSUTA）・上田九五（Kyugo UEDA）
（京都産業大学法学部法政策学科）
キーワード：持続可能な公園運営、子供連れ、おそとチャレンジ

1. はじめに

昨今、多くの地方公共団体にとって、厳しい財政状況や人口減少、公共施設の老朽化などに適切に対応しながら、活気に溢れる地域経済を実現していくことは、喫緊の課題だ。(1)そこで PPP（Public Private Partnership）の活用が重要だ。

京都市では 2021 年 10 月 1 日より 3 か所の公園にて「公民連携公園利活用トライアル事業」、題して「おそとチャレンジ」を開始した。本来 2022 年 3 月までの予定であったが、その後 5 か所の公園に拡大し 2023 年度まで延長が決定している。この取り組みの目標は、地域住人、民間企業、行政が交流や対話をおこない理想の公園を目指すことだ。(2)

現在「おそとチャレンジ」はトライアル段階であるが、現活動を活用し、さらに持続可能な公園運営を行うためにはどのようにするべきであるか。

本研究は、「おそとチャレンジ」の磨き上げをおこない、実際に「おそとチャレンジ」が行われている宝が池公園利用者の満足度向上による持続可能な公園運営について検討する。

2. 宝が池公園の現状

2.1 「おそとチャレンジ」活動前後アンケート

宝が池公園の現状として、京都市建設局みどり政策推進室が実施した、宝が池公園での「おそとチャレンジ」活動前後の実施アンケート（有効回答数（495）について分析する。(2)

まず公園の利用について、他公園と比べて散歩などの健康づくり、子供の遊びでの利用者がメインである。この結果は宝が池公園が、宝が池を一周する遊歩道をもち、子供連れ向けエリアである子供の楽園エリアがあることがこの結果につながっていると考えられる。

さらに図 1 にあるように「おそとチャレンジ」活動前後での宝が池公園の印象は、「公園の楽しみ方が多い」、「人の目があるので防犯面で安心できる」という二点で 20%前後の上昇がみられる。

そして継続してほしいイベントとして挙げられた上位 3 つは移動販売車、カフェ、自然を楽しむイベントであった。



図 1 「おそとチャレンジ」活動前後の公園の印象
出典:https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/book_cmsfiles/1621/book.html

2.2 公園利用者へのインタビュー調査

前述したデータは「おそとチャレンジ」参加者に限定した結果である。そのため、普段の公園利用者のデータとはずれが生じる。そのため以下の内容で、本研究対象である子供連れを対象に全 30 組へインタビュー調査を行った。

【詳細】
日時/実施数：①2023 年 8 月 4 日㈮午後/10 組
②2023 年 9 月 16 日㈯午後/20 組
質問内容：利用するエリア
過去のイベントへの参加経験
移動販売車やカフェの利用経験
子供連れ向けイベントの参加希望

1 つ目の質問では、数多くの回答で子供の楽園エリアや北園川沿いが主であり、宝が池周辺はランニングや散歩がメインのため、利用しないという意見があった。

2 つ目の質問では、「参加したことがない」という回答が 28 組であった。

3 つ目の質問では、「移動販売車等を利用したことはない」という回答が 27 組であった。

4 つ目の質問では、ほぼすべての方より「興味はある」、「子供がやりたいなら（参加する）」とい

う回答をいただきました。ただ「日にちや気温による」という回答もあった。

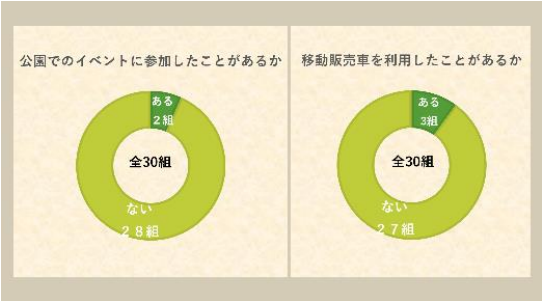


図2　質問2，3のインタビュー結果

2.3　現状から考える有効なイベント

これらの結果を総合的に分析すると、移動販売車、カフェ、自然を利用しやすい状況を作り、公園の新たな楽しみ方提供しつつ、公園全体に利用者がいることによって子供連れでも安心できる公園にしていくイベントが必要である。そこで我々が提案するのは「宝が池公園周遊スタンプラリー」というイベントの開催である。

3.　「宝が池公園周遊スタンプラリー」の提案

3.1　概要

「宝が池公園周遊スタンプラリー」は北園を起点及び終点として、一周1500mの宝が池ランニングコースを中心に菖蒲園、梅林園など自然豊かなエリアを散策するイベントである。本イベントは春と秋の年2回実施し、活動しやすい気温で、季節の変化を楽しむこと可能である。所要時間は1時間程度を見込み10時開始､15時出発受付終了、16時ゴール地点受付終了で開催する。スタンプをすべて集めた方には園内の「おそとチャレンジ」参加移動販売車、カフェで使える割引券や図書カードなどを配布する。配布割引券の使用期限はイベントを開催した月末までを設定し、混雑を回避し、静かで落ち着いた公園利用を狙う。

3.2　目的及び効果

本イベント目的は、京都市建設局みどり政策推進室実施の「公民連携　公園利活用トライアル事業　おそとチャレンジ」実施報告書内アンケートの結果及び、我々が行った利用者インタビューに基づいて設定を行っている。

初めに、本イベントでは自然と楽しむ散策と移動販売車、カフェを利用しやすくすることだ。これは実施報告書内アンケートより継続してほしいイベントとして挙げられた上位3つの移動販売車、カフェ、自然を楽しむイベントと一致する。そのため、これまでの「おそとチャレンジ」で継続ニーズがあった三点を実施することが可能である。

さらに我々が行った利用者インタビューより、キッチンカーやカフェの利用者が少ない点と子供連れ対象のイベントがあれば参加したいという意見が多かった点の二つに働きかけることだ。

本イベントの効果として、公園内で飲食を行うことで収益の向上、ニューヨークのブライアントパーク[i]のようなパブリックスペースの利用率向上が可能である。さらに公園周遊で公園全体の利用を促し、広域的な公園利用者が増加することで益々防犯面でも安心できる公園へと進化することが可能である。そして図書カードの配布により子供教育への援助を行うことが可能である。

3.3　イベント運営とコスト

運営主体は学生が行う。学生は30名、内訳は我々ゼミ生や賛同する学生など20名程度の大学生と京都市の高校所属学生及び京都市在住高校生10名程度のボランティアだ。高校生ボランティアは学校経由での応募やSNS発信などでの募集を行う。そして､京都市に支援いただきたい事として、本イベントの広報、図書カード分の費用だ。

コストとして移動販売車、カフェの割引券の費用が必要となる。この費用は「おそとチャレンジ」参加事業者が参加する条件として、営利活動によって得た金額の５％以上を市に還元を行うが、これをイベント実施月分について免除する。これによって参加事業者の金銭的デメリットをなくし、割引券によって利用者を増加させる。割引券の割引額は市への還元額によって変動するが50～100円を想定し、スタンプラリー参加者の数を変化させることで調整を行う。

4.　結論

我々が提案する「宝が池公園周遊スタンプラリー」は子供連れを中心に、公園利用者が参加したくなるイベントである。参加により新たな公園利用方法を発見し、子供が成長した後も公園を遊び場だけでなくパブリックスペースとして利用することで今後も利用者を増やし、持続的な宝が池公園活性化が可能だ。

参考文献

(1)　国土交通省 総合政策局 社会資本整備政策課. “官民連携とは”. 国土交通省. 令和 5 年度版. https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanminrenkei/1-1.html, (参照 2023-10-09)

(2)　京都市建設局みどり政策推進室. “「公民連携公園利活用トライアル事業　おそとチャレンジ」実施報告書”. 京都市情報局. 2022 - 03 - 04. https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/page/0000001621.html, (参照 2023-10-09)

[i] PPPによりフリースペース利用者が増え、年間1200万人が利用する公園へと生まれ変わった。

口頭発表

【分科会５】

アクセシビリティを高める公共トイレの構築

- インタビュー調査によるトイレ利用者等の声をもとに -

京都産業大学　藤野ゼミ A チーム
○釜屋飛鳥（Asuka Kamaya）・加田鈴奈（Suzuna Kada）・橋口葵衣（Aoi Hashiguchi）・岩崎翔太（Shota Iwasaki）・石川郁実（Ikumi Ishikawa）・楠本紗千（Sachi Kusumoto）・井上晃輔（Kosuke Inoue）・田中海翔（Kaito Tanaka）・新宮基弘（Motohiro Shingu）・山田真汀（Mana Yamada）・土居知愛莉（Chiari Doi）
（京都産業大学　現代社会学部　現代社会学科）
キーワード：公共トイレ、オールジェンダー、半構造化面接法

1. 研究目的

「持続可能な開発目標(SDGs)」のうち、目標 5.6 や目標 6.2 を基に世界各国でトイレのアクセシビリティを高めるための取組が行われている。特に公共（パブリック）トイレの利用のしにくさは、あらゆる人々の社会参加の障壁になるため、大きな社会課題また人権問題と考えられている。このようなことを背景に欧米諸国のうちアメリカ西海岸、スウェーデン等では性別に関わらず誰もが利用できるオールジェンダートイレつまり共用トイレがすでに公共トイレとして広く普及している。

他方、日本では今年 4 月に東京新宿の東急歌舞伎町タワーにそれが設置されたが抗議が殺到し設置後 4 か月で廃止されたように普及率は低い。

これまで日本の職場では、2021 年の改正まで「労働安全衛生規則」により男女別のトイレを設置することが定められていた。改正後も状況はさほど変わっておらず、その影響もあり、人々の意識の中にトイレの性別二元制が深く根付いていると考えられる。性別二元制自体は 18 世紀末の近代欧米諸国で構築されていった。ジェンダー研究者セジウィックは、この性別二元制こそが、女性を性的対象とみる女性蔑視そして同性愛嫌悪など多様性排除の要因になったと指摘する。

そこで、誰一人取り残さない共生社会の実現のためには日本で今、公共トイレの二元的なあり方を問い直す時期にあると考える。本研究では、トイレ利用者等多方面の人達へのインタビュー調査を実施し、様々な声をもとに誰もが等しく利用できる公共トイレとは何かを検討し政策提言を行う。

2. 研究方法

本研究では、まず京都市内の駅・ショッピングセンターなどの公共施設のトイレの実態、特にトイレ内の設備の状況を確認するためフィールド調査を行った。それを踏まえた上で、2023 年 7 月 13 日～9 月 29 日に多方面の人達へのデプスインタビューまた、フォーカスグループインタビューを実施した。どちらもインタビューガイドを基にした半構造化面接法によっているが、フォーカスグループインタビューの場合には、より自由に討論してもらった。デプスインタビューは、育児、トランスジェンダー、介護、行政の人達を対象に実施し、フォーカスグループインタビューは一般利用者の声を聴くために実施した。

インタビュー対象者は表 1 の通りであり、全員に録音や報告等の同意を得ている。

表 1　インタビュー対象者

	日付	年齢	性別	現在の職業	子どもの属性
A氏	2023/7/13	41歳	男性	大学教授	女5歳・女3歳
B氏	2023/7/17	46歳	男性	大学教授	男4歳・女2歳
C氏	2023/7/27	37歳	男性	大学職員	女6歳・女4歳・妊娠中
D氏	同上	34歳	男性	大学職員	女6歳・女5歳・7ヵ月女
E氏	2023/7/30	34歳	男性	小学校教諭	女2歳

Ⅰ：乳幼児（異性）のいる育児当事者
Ⅱ：トランスジェンダー
Ⅲ：介護従事者
Ⅳ：フォーカスグループ（大学生）
Ⅴ：京都市役所職員

	日付	年齢	性別
F氏	2023/9/24	42歳	男性
G氏	2023/9/29	56歳	女性

	日付	年代	人数	学年
女子	2023/9/21	20代	5人	3年生
男子	2023/9/28	20代	5人	3・4年生
混合	2023/9/28	20代	18人	2年生

	日付	性別
H氏	2023/9/7	男性
I氏	同上	女性

3. 調査結果

インタビュー結果は次の通りである。

Ⅰ 乳幼児（異性）のいる男性５名

娘が成長するにつれて男子トイレに一緒に入るのに抵抗がある、妻と一緒であれば妻にお願いするなどの声があった。「誰でもトイレ」が多くあればよいが、そうではないため、困っている。

Ⅱ トランスジェンダー

性別適合の治療により外見が変化するにつれて女性トイレが使いづらくなっていき、多目的トイレや共用トイレを使うようになった。多目的トイレは身障者対象と言われているため申し訳ない気持ちになる。性的マイノリティのレインボーマークのあるトイレに入る時は周囲の視線が気になる。

Ⅲ 介護従事者

異性介助の場合、多機能トイレしか使えない。複数人で出かけた場合、多機能トイレを占領してしまうことになる。共用トイレが広めで機能を備えていれば使用できると思う。

Ⅳ フォーカスグループ（大学生）

一つの空間に機能分散した個別トイレがいくつかあるオールジェンダー（男女共用）トイレの図を見せてディスカッションを実施した。女性グループ及び男女混合グループでの女性の抵抗感は強い。女性の抵抗感の理由に性被害の心配や生理の問題がある。男性利用者の後の使用や男性とのすれ違い、手洗い場の共用は嫌だなど、同一空間内の使用を嫌悪する心理的拒否感が強く見られた。

他方で、男性は男性グループ、男女混合グループともに抵抗感を示したものの女性ほどではなく混み具合などの点を指摘、共用しかなければ使用するなどの意見がみられた。男女共通の意見としてオールジェンダートイレはトランスジェンダーのためのトイレとの意識が強い。異性間の育児・介助・介護でも利用できると説明した場合、「オールジェンダートイレ」という名称を変更すれば入りやすいといった意見もみられた。

Ⅴ 京都市役所職員

公共トイレに関する大きな改革としては、平成31年に「多機能トイレ」に名称を統一、多様なピクトグラムの採用、トイレのドアへの利用対象者の明記をしてきたことである。今後京都市としてオールジェンダートイレの整備を行う予定はない。市内の民間企業では進んで導入している企業が見られるが、民間において共用トイレの整備を求めたい。

4. 考察

性的マイノリティや異性育児・介護当事者にとっては、男女別トイレでは補いきれない需要や機能があり、時に社会参加の妨げとなっている。また、他の利用者への遠慮など心理的にも抑圧されている現状がある。それらを解決するはずの多機能トイレは、機能の集中により専有面積が広く、大量設置が難しいので絶対数が少ないという課題がある。多数の男女別トイレに少数の多機能トイレが併設されている現状は、性別二元制の定着により多様性が排除されてきた部分を一部修正したに過ぎない。換言すれば多数派と少数派という別の二元制が可視化されている状況である。

他方で、オールジェンダートイレへの評価については、女性から性被害のリスクや衛生面での不安、心理的抵抗など否定的な意見が多い。元をただせば女性の性犯罪の原因には女性を性的対象とした性別二元制とその権力構造がある。二元制の解体こそが根本的解決だが、逆説的にもそこに安住したいとの強い意識が示されている。構造と意識の関係性が強固であり急激な構造変化に人々の意識は追い付いていかないということだろう。ただし自身がケアの担い手側になった場合を想定したり、トイレの名称の工夫があれば、共用トイレに対する抵抗感が薄れることが読み取れた。

京都市は共生社会の実現に向け多機能トイレの整備に取り組んできたが、現在進展はなく矛盾した状況を抱えている。民間企業では全顧客を取り込む視点が誰も取り残さない社会実現につながっているが、ジェンダーや人権の視点から公共トイレのあり方を問うべき公機関の方がむしろ多数派を意識し改革できていないのが現状と考えられる。

5. 政策提言

ジェンダー・人権の視点から公共トイレに共用トイレを普及していくことが長期的な視点からは必要である。しかし、現段階では多数派女性を中心とする抵抗感が強く一気に進めることは困難だと考えられる。そこで人々の意識の段階に応じたトイレ構造のあり方が考えられる。施策として人々のジェンダーや人権意識の向上を促進しつつ、トイレの構造的な側面からも人々の意識を変革していく。その相互作用の時間性を考慮し、スムーズに完全共用トイレに移行させる「段階導入」である。

STEP1. は、以下図1のように性的マイノリティや異性ケアをする人達のニーズを特に重要視した構造のトイレの創設である。特徴として、自由に入口を選択でき、多機能トイレの機能を複数の個室に分散したものである。シスジェンダーの人達にとっては、男女別で利用できる点に大きな変化はないが、中央の機能分散トイレに男女別トイレからも入ることが可能である。

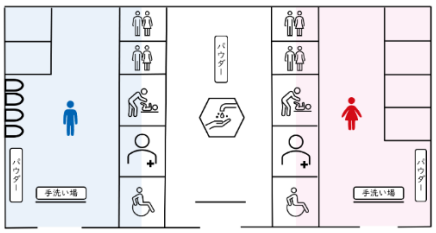


図1　STEP1 トイレ イメージ図

STEP2. では**「共用トイレ＋女性用トイレ」**とする。

上記トイレの男性専用部分を撤廃し、共用トイレへと変更し、女性用トイレは存続させる。共用トイレに関して女性の方が強い抵抗感や性被害の懸念を感じているため、女性の保護を目的とする。つまり、完全な男女共用トイレへの移行前段階であるSTEP2では女性用トイレを存続させつつ、共用トイレへの理解増進や試用を目的とした移行期間とする。

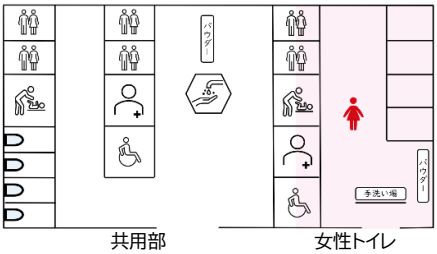


図2　STEP2 トイレ イメージ図

STEP3. 完全男女共用トイレ

最終段階は、入口や個室など全ての機能が共用である完全男女共用トイレである。女性トイレを撤廃し共用部分を拡大する。ただし誰もが安心できるように密閉した空間、防犯対策が必要である。

STEP1～2 はトイレが完全共用トイレへの移行段階にあることがわかるような名称が望まれる。その名称とともに市民に理念を伝える工夫や活動も必要である。人々の意識に沿い段階的導入も可能であるし、フロアごとに違ったステップのトイレを設置することも可能である。最終的には共用トイレへの移行を目指す。

近畿地方における農業体験農園のまちづくり機能
-京都の事例からの考察-

○平体雅弘(Masahiro HIRATAI)
(立命館大学政策学部政策科学学科)
キーワード：農業体験農園、まちづくり、コミュニティ

1. はじめに
1.1 研究の背景と目的
都市において農業とコミュニティは衰退傾向にあり、関東では農業体験農園がその課題に対する包括的なアプローチとして着目されている。農業体験農園とは一般的な市民農園とは異なり、入園者は農業主の指示に従って決められた作物の農作業を約1年にわたって体験するものである。近畿では未だ発展途中であり、増進に取り組む京都府においても2021年8月の時点で10前後である[1]。ここで京都府の農家とコミュニティの現状を整理しておく。京都市がまとめている 2020 年農林業センサス集計結果によれば農家の経営体数は2015年から2020年にかけて728経営体の著しい減少が確認された。また京都府が実施した自治会・町内会アンケートによると、町内会への加入率は平成24年度の69.8%から令和3年度の65.0%に減少しており、活動参加者の少なさと役の担い手不足が課題であることがわかった。このように京都府においても全国的な農業とコミュニティの衰退傾向を見ることができ、農業体験農園を政策的な位置づけとして検討する価値があると考える。

農業体験農園のコミュニティ形成の場としての側面に着目した藤井（2018）によれば農作業を通した交流の積み重ねによって親しいつながりの形成が期待できる。藤井・池田（2018）は利用後に町内会の活動へ積極的に参加するようになった利用者がいることを報告している。コミュニティガーデンのケーススタディを通してコミュニティ形成プロセスを分析した秋田ら（2021）はガーデンを公共空間として積極的に活用する機会を利用者や近隣住民に提供することで公共性を創出していると指摘している。農業体験農園においても利用者が主体となって農園空間を利用する機会を設けており、公共空間と位置付け、まちづくりの拠点として活用できる可能性が示唆されている。先行研究ではコミュニティの単位が利用者と運営者に限られており、単位の規模を地域に拡大した研究は見つけられなかった。

本研究の目的は、近畿における農業体験農園の実態を整理し、保津川すいたん農園と Enjoyfarm TRY を対象としたヒアリングを通して近畿の農業体験農園がまちづくりにおいてどのような役割を果たしているのかを明らかにすることである。

1.2 研究の対象と方法
研究対象は保津川すいたん農園と Enjoyfarm TRY に設定した。保津川すいたん農園の設定理由は自治体と協力して地域活性化に取り組んでいることから最適事例であると判断したからである。Enjoyfarm TRY の設定理由は戦略的な経営で利用者を伸ばし続けていることから農園空間の使い方に工夫がみられると考えたからである。研究方法は研究対象の農園の方へのヒアリングを行い、その結果を基に考察する。

2. 近畿の農業体験農園の実態
農業体験農園の開設数は 2021 年 3 月の時点で東京都 142 である[2]。近畿と差が生じる背景を整理しながら、近畿における農業体験農園の役割を考察する。

2.1 耕地利用法の違い
近畿では水田、関東では畑としての利用が高い割合を占める。諏訪部ら（2000）によると、近畿は古地理的に排水の悪い土壌性質であった。一方で関東は寺内（2006）によれば洪積台地の表面上に関東ローム層と呼ばれる火山灰土壌が厚く滞積しており、土壌中の保水能力が低かった。したがって近畿では水田、関東では畑の開発が進んだ。

2.2 都市農地・都市農業保全に対する考え方
耕地利用の地理的特性による違いは都市農地や都市農業の保全に対する考え方に影響を与えている。京都農業会議・園主会の方は農業体験農園が近畿で普及しない理由について質問したところ、「市街化区域内農地のほとんどが水田であり、行政支援が関東に比べて少ないから」という回答している。具体的に「水田は水を張ることが自然と農地の保全になるが、畑は手入れをしなければ荒れてしまう。だからこそ畑作が中心の関東では都

[1] 京都府農業体験農園・園主会（2021年8月）
[2] 東京都農業振興事務所（2021）「都内で農業体験農園を開設している自治体、農園数、区画数、面積等開設状況」

市農地や都市農業への保全に対する市民や行政の関心が強い。しかしながら近畿では関東ほど都市農地の保全に対する必要性に迫られていないため、市民の農地保全に対する熟度や行政支援の幅が関東に比べて劣っている事実がある。市民の都市農地の熟度を向上させ、行政側も政策分野毎に線引きをするのではなく、都市農地をまちづくりの一環として活用できるような包括的な支援を行うことで地域課題を解決していくべき」と説明した。都市農地・都市農業の保全に対するアンケート調査によると、行政の姿勢に差は見られなかったが、市民の姿勢は関東の方が積極的であった。

2.3　小括

近畿では水田開発を背景に都市農地保全について考える機会が関東と比較して少なく、その必要性の度合いも低かった。だからこそ関東とは異なる農業体験農園の発展がみられると考えられる。

3.　調査結果

3.1　Enjoyfarm TRY の施設概要

2020 年に京都府山科区で開設し、現在 30 区画ほどを貸し出している。開設に至った経緯としては小作地だった土地の返還を受けて農園としての利用を検討したことが背景にある。有機栽培と管理者の顔が見ええるという安心感、そして比較的小さい規模感であることから利用者と運営スタッフの距離が近く、気軽に農作業への助言をもらえる点で利用者からの支持を集めている。また Enjoyfarm TRY はファミリー層を主なターゲットとしており、大人と子供が一緒に楽しめる農園空間を意識している。親が農作業をしている間に子供が遊べる芝生エリアの設置や、乳幼児連れでも問題なく利用できるような施設整備がされており、女性が利用しやすいような環境づくりが行われている。

3.2　Enjoyfarm TRY の取組

農場整備が本格化する日の前日を利用して年一回ほど農園を全面的に開放したマルシェを開催している。マルシェはキッチンカーによる出店や催しにより多数の家族連れでにぎわい、利用者に関わらず、地域住民や外国人まで幅広く子供と大人が一緒に楽しめるイベントづくりがされている。例えば 2023 年度のマルシェでは参加者の子供同士のタグラグビー、流しそうめん、収穫した野菜を使った手作りピザなどが企画され、多様なバックグラウンドを持つ利用者がお互いの強みを活かしながら協力してイベントの運営を行っている。農園には利用者のアイデアや意見が集積され、実現に向けて農園がバックアップ・イベント化することでクリエイティブな地域イベントの創出につなげている。農園周辺の地域は町内会活動の範囲が縮小しており、このマルシェのようなイベントが町内会活動の代わりとして地域のつながりを保つ大きな役割を果たしている。

4.　考察

ヒアリングを通して農園が地域の人にとって憩いの場となっていることがわかった。関東に比べて農園規模が小さいことから農業の収益性では劣る部分がみられるものの、小さい規模だからこそ運営者と利用者の細かいコミュニケーションが可能となっており、マルシェなどのイベントや日常的な交流を通して地域のつながりを育む場所となっている。この点が大規模経営の関東とは異なる近畿独自の発展を遂げた点であり、地域コミュニティの拠点としての役割が強く期待されると考えられる。今後保津川すいたん農園へのインタビュー結果を踏まえて総括的な考察を行うこととする。

参考文献

秋田典子・高村学人・宗野隆俊（2015）「コミュニティの主体性が発揮される公共空間の生成プロセスの解明」『住総研研究論文集』41 巻、0 号、205－216 頁

犬井正（1996）「関東平野の平地林の歴史と利用」『森林科学』18 巻、15－20 頁

京都市総合企画局情報加推進室（2022）「2020 年農林業センサス集計結果」京都市、https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Publish/Analysis/News/128Agri_Forest2020.pdf

諏訪部順・中田外司・木村幸一・松本香織（2000）「近畿の古地理に関する調査」『国土地理院時報』

東京都農業振興事務所（2021）「都内で農業体験農園を開設している自治体、農園数、区画数、面積等開設状況」https://www.agri.metro.tokyo.lg.jp/files/shimin/R4E8BEB2E6A5ADE4BD93E9A893E8BEB2E59C92E381AEE9968B.pdf

練馬区（2023、8 月 23 日）「農業体験農園」https://www.city.nerima.tokyo.jp/kankomoyoshi/nogyo/hureai/taikennoen.html

農村振興局都市農村交流課都市農業推進室（2012）「都市農業・都市農地に関するアンケート調査」農林水産省、https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougyo/attach/pdf/shiryou-1.pdf

藤井至・池田信義（2018）「農業体験農園の可能性を考える：2018 年度都市農村共生ユニット研究セミナー記録」『職能総合研究所研究成果』9 巻、1－53 頁

藤井至・稲葉修武・藤田武弘（2018）「農業経営・交流の両面からみた農業体験農園の役割」『農業市場研究』27 巻 1 号、12-22 頁

文化市民局（2022 年、6 月）「令和 3 年度自治会・町内会アンケートの結果について」京都府、https://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000300/300511/houkokusyo.pdf

謝辞

研究にご協力いただいた京都府農業会議・園主会、保津川すいたん農園、 EnjoyfarmTRY の皆様に御礼を申し上げます。

インバウンド需要における商店街の新たな価値共創
-コミュニティキッチンによる繋がりの創出-

商店街プロジェクト
◯西口 高貴（Takahiro NISIGUCHI）・市野瀬 妃那（Hina ICHINOSE）・清水 圭一郎（Keiichiro SHIMIZU）・上條 未羽（Mihane KAMIJYO）・森田 叡心（Eishin MORITA）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：商店街、インバウンド、コミュニティ

1. はじめに

地域経済活動、国民の生活において重要な役割を有する商店街。商品やサービスの場を超えて、地域の暮らしを支える生活基盤として多様なコミュニティ機能を担っている。

近年、外国人観光客とその消費額は大幅に増加している。そのため海外からのインバウンド需要の取り組みにより、商店街の活性化を図ることは重要である。

住民の暮らしを守り、地域と外国人観光客、双方から愛される商店街づくりをしていくためにはどのような政策が必要か提案していきたい。

2. 古川町商店街の概要

かつての古川町商店街は、知恩院、八坂神社、清水寺への参道として多くの人々が往来し、「東の錦」「京の東の台所」と呼ばれ古くから繁盛していた地域である。1950 年に古川町朝日会として発足し、一時は南北約 300m の通りの中に約 50 軒もの店舗が立ち並んでいたが、商店主の高齢化や後継者不足等により、次第に空き店舗が増加していった。2014 年からは京都府の支援を受け、民間事業者の協力を得て、様々な賑わいづくりの取組を進めている。2017 年には「白川まちづくり会社」を設立し地域関係者と連携のもと、地域の課題解決に取り組んでいる。古川町商店街の周辺にはゲストハウスやホテルが多く立ち並び、外国人観光客に人気のエリアとなっている。

3. 古川町商店街の課題

古川町商店街の課題として、以下の２点が挙げられる。

3-1. シャッター街化

過去と比べ店舗数が減少し、現在シャッターが多く閉まっている。閉まっている要因として、昔営業していた商店主が２階を居住スペースとし、1 階を空き店舗として貸し出していないことが挙げられる。

3-2. インバウンド需要の現状把握

外国人観光客が増加している中で、古川町商店街や「白川まちづくり会社」では、2023 年 9 月から体験型のイベントを展開している。しかし、外国人観光客の動向調査の基、実施された施策は行われていない現状がある。

そこで私たちは、古川町商店街におけるインバウンド需要をつかんだ上での施策を検討していくため、外国人観光客に調査を行い、古川町商店街におけるインバウンド需要を明らかにした。

4. アンケート調査・ヒアリング

4-1. アンケート調査

外国人観光客の動向を捉えるために、古川町商店街の活性化事業を実施している「白川まちづくり会社」にご協力いただき、古川町商店街内で古川町商店街を訪れた外国人にアンケート調査を行った。調査期間は 2023 年 9 月 11 日から 9 月 16 日である。有効回答数は 115 件であった。

なぜ商店街に来たのかという問いに対し、通りすがりが 30.4%、その次にお店（飲食店・小売店）が 20.8%という回答を得た。また、商店街において何を購買したのかを聞くと、何も買っていないが 52.1%であり、食べ物と回答した人が 31.3%であった。それ以外にも、商店街に求めるものとして食べ物を求める人が 40.8%と約半数の結果を占めることとなった。この結果から、外国人観光客は、「食」を求めている事が明らかとなり、商店街には食の要素が少なからず必要であると明らかとなった。

4-2. ヒアリング

「白川まちづくり会社」に商店街の魅力、外国人観光客に対してどのような行動をもとめているのかヒアリングを行った。

古川町商店街の魅力の一つに「人の温かさ、人とのつながり」が強みであることが分かった。外国人観光客には古川町商店街のファンになってもらいたい。母国に戻った際に商店街で触れた人の温かさ、出来事を思い出し、また行きたいと思える「第２の故郷」のように感じてもらいたい。結果的に、その気持ちが訪れた外国人観光客の周知につながり、より多くの観光客を呼べるような商店街にしたいという想いを持っている事がヒアリングを通して分かった。

5. 見えてきた課題

調査から商店街の外国人観光客の需要として、「食」というキーワードが明らかになった。しかし、古川町商店街の抱える現状を考慮すると、食に関する需要に応える施策として、単に飲食店の数を増やすことは、現実性に欠けていることが分かる。

6. 政策提案

私たちは、古川町商店街の魅力の一つとして挙げられた「人の温かさ、人とのつながり」と、外国人が求めている「食」に着目し、外国人観光客の需要に応える商店街の新たな価値として、私たちは「コミュニティキッチン」を提案する。コミュニティキッチンのコンセプトとして、地域住民や国内観光客、外国人観光客に寄り添い、「食」でつながるキッチンと考えている。

コミュニティキッチンでは、人との交流を図るために様々なイベントを開催し、共同で調理を行うことや、地元の方々がコミュニティキッチンを利用してお料理教室を開くなど、幅広い用途で利用できる場所を検討している。

イベントの具体案として、外国人観光客と交流を図るために、「和食イベント」を開催する。実際に、アンケート結果で明らかになった「食べ物が少ない」という課題に対してアプローチをすることができ、また和食をつくった時に触れた「人の温かさ」が、母国に帰った際にも思い出され、また戻りたいと思えるような「第２の故郷」を作り出すきっかけとなる。そのきっかけが「白川まちづくり会社」の求める「ファン」にもつながるのではないかと考える。

コミュニティキッチンの運営方法は、寄付金や食材提供を商店街、非営利の協力者から協力してもらうことにより、京都で学ぶ学生や国際交流を求める人々によって、ボランティア運営が可能となり、実現が有効であると考える。

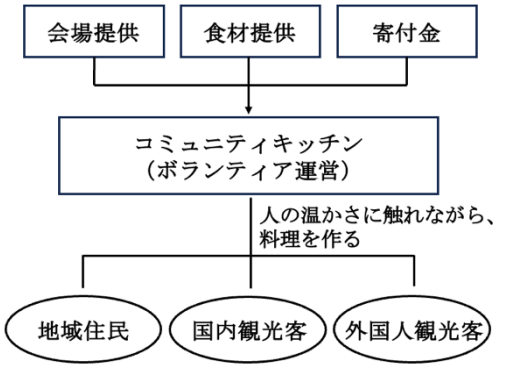


図１：コミュニティキッチン運営モデル図（筆者作成）

コミュニティキッチンを運営、実施していくにあたって、多くの時間がかかると予想される。そこで、私たちはコミュニティキッチンを実施するまでにできることとして、新たに食に関するイベントを検討している。一時的にでも、通りすがりの人の足を止め、商店街を知るきっかけ、思い出作りができるようにし、コミュニティキッチンの先駆けとなるような食に関するイベントを実施していきたい。

7. 展望

本研究では、古川町商店街におけるインバウンド需要を明らかにし、外国人観光客が求めている「食」と、商店街の強みである「人の温かさ、人とのつながり」をかけ合わせた商店街における新たな価値としてコミュニティキッチンを提案した。しかし、大勢の外国人観光客が訪れることによって、地域住民の生活が危ぶまれることも予想される。そこで、今後地域住民の外国人観光客に対する歓迎度についても調査していきたい。

今後も古川町商店街が、地域のコミュニティや豊かな暮らしを守り続けられる商店街であるために、地域と外国人観光客、双方から愛される商店街づくりは、今回の提案に限らず、今後も検討していく必要がある。

参考文献　（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）
(1) 堀川三好、野中大志郎、菅原光政(2012)：地域型商店街における地域活動情報の活用について https://www.jstage.jst.go.jp/article/jima/63/1/63_KJ00008047090/_pdf/-char/ja
(2) 中小企業庁　古川町商店街 syoutengai016.pdf (meti.go.jp)

「はんなり路地コンテスト」について

-住民が創る新たな「細街路」のカタチ-

同志社大学政策学部 風間ゼミナール袋小路班
○松本達人（Tatsuto MATSUMOTO）・飯島菜花（Nanoka IIJIMA）・橋井万季（Maki HASHII）・松江京香（Kyoka MATSUE）・向川元乃（Yukino MUKOGAWA）・渡邉公也（Kimiya WATANABE）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード ： 細街路、コミュニティ、コンテスト

1.問題意識

京都市には細街路と呼ばれる幅員 4 メートル未満の細い道が多数存在する。その中でも、京都市中心部の細街路は、地域の形成プロセスに密接に関連しており、歴史的価値が構築され、緊密なコミュニティが培われてきた場である。また、細街路特有の変化に富んだ風景の連続や、迷路のような不規則性、家と街路空間との親密さには、大きな魅力があり、細街路を継承する動きがある。一方で、近年、防災や防犯上の観点から幅員を広げる施策が展開されてきたことから、その姿を失いつつある。また、細街路沿いのまちなみの維持・継承を目的とする施策に関する実践や知見が不足している。以上の問題意識から、私たちは、先斗町を代表とする細街路は京都の景観・文化において重要な資源であると考え、細街路の保全を目的とした活性化の方策について検討することにした。京都独自の細街路文化を確立し、その魅力を発信することでより多くの観光客が京都を訪れる仕組みを提案する。

2.現状分析

2011 年時点で京都市には約 13000 本もの細街路が存在している。しかし、細街路沿いの建築ストックに対して実態に即した対策が十分にとられていないとして、2011 年、京都市建築審査会は細街路対策のさらなる推進を求める答申を行なった。これを受けて、「京都市密集市街地対策等の取組指針」と「京都市細街路対策指針」が同時に公表された。本指針では、災害時の危険性が高い細街路と歴史的景観を有している細街路を区別して、細街路の維持・再生を図ることを提案している。だが、活動の担い手が減少し関係者が入れ替わり、用途の多様化により、地域における価値観や認識のずれが生まれ、当事者間の合意形成が困難な状況となり、この指針は十分な成果をあげることはできなかった。

細街路の改修に成功した海外の事例として、フランスの旧市街地、シャトールーという都市がある。この都市では、細街路の魅力向上を目的に道路の石畳による舗装化や、旧市街地の雰囲気に合わせて色や形が統一された散策用のベンチやごみ箱の設置などが行われた。それによって、当該地区に対する住民の愛着が高まり、住宅の外観等を所有者が自主的に改修しようとする動きが広がり始めるという副次的効果も生まれた。

私たちは、京都市に存在する約 200 本もの細街路を実際に歩いて回った。その際、放置されたままの雑草や自転車、室外機などによって景観を損ねている様子がみられた。これらを改善すればより良い細街路となることのできるポテンシャルを秘めた細街路は多くあった。様々な細街路を訪れたが、特に私たちが注目したのは「石塀小路」である。小路にある約 30 軒が会員となった「石塀会」がその景観の維持に貢献している。石塀会では、看板は白と黒のみ、英字は使わない、メニューは道に出さないなどの独自のルールを設けている。このように、地域住民が団結し、誰もが風情を感じられるような美しい空間を作ることができれば、細街路は観光資源としても輝くことができるだろう。

3.政策提言

以上の現状分析を踏まえ、私たちは、住民に自らの地域の細街路に愛着を持ってもらい、住民と観光客の両者が京都らしさを感じることのできる細街路の空間を形成するため、「はんなり路地コンテスト」の開催を提案する。

シャトールーの事例では、市役所が旧市街地の整備を進め、細街路の雰囲気が改善されたことで、当該地区に対する愛着が高まり、住民が自主的かつ積極的に整備運動に参加するようになった。私たちは、住民の自主的参加によるコンテストを開催することで、京都らしい細街路の空間を形成し、住民の土地への愛着意識を高める。また、その細街路を人々が通った時には、ふと

京都らしさを感じられる場所を増やすことに繋がる。そして、住民自身がこの取り組みへの価値を感じることとなり、細街路の景観を維持・改善する自主活動を生み出すという正のスパイラルを生み出すことを目的とする。

3-1. 政策概要

京都市が、各地域から募り、細街路の京都らしさと美しさを競う「はんなり路地コンテスト」を開催する。

住民自らが細街路の空間形成に取り組むことで、税金を投入するよりも、有効に広範囲の細街路の活性化を実現することが可能になる。住民たちは、合意に基づき自主的にコンテストに参加することができるため、より地域のニーズに合った空間づくりを行うことができる。また、コンテストで入賞した細街路には賞金を贈り、行政がその細街路に名前をつけ、発信することで、細街路自体に価値を与えることができる。これを通じてコンテストへの積極的参加を促す。

学区の会議においてコンテスト概要を示し、町内ごとで京都市の参加応募フォームに応募する。出場するにあたって、1 住民全体の合意、2 車の通れない 1.8~4m 未満の細街路、3 商店街はエントリー不可、4 袋路や湾曲した細街路でもエントリー可、5 コンサルタントの雇用可、6 クラウドファンディング可、7 優勝後もエントリー可、等の条件をクリアしているかを確認する。

コンテストで評価される審査基準を「オリジナリティがあり、京都らしく、住民の努力工夫が感じられる細街路」と定める。オリジナリティの感じられる細街路の例としては先斗町に存在する、路地水族館があげられる。

コンテストの審査は、エントリーされた細街路を京都市民とツーリストに直接歩いてもらうことで行う。京都らしさの評価に加え、コンテスト公式 SNS を開設した上で写真と紹介文のポスティングを行い、「いいね」の数を用いた投票形式の審査も行う。独自のハッシュタグを用いてより多くの人の目に触れるように拡散し、広く評価を受けることのできる体制を整える。また、表彰される部門として、最優秀賞、優秀賞、佳作賞の 3 つの順位を決める。最優秀賞には 150 万円、優秀賞には 100 万円、佳作賞には 50 万円を賞金として贈り、該当の細街路に行政から名称を与える。また、入賞した細街路は京都市のホームページに「はんなり路地リスト」として掲載する。「はんなり路地リスト」はユネスコ世界遺産リストを模倣する。このような取り組みを行うことで、形成された景観を維持してもらうことを促す。最後に本コンテストを行うにあたっての行政が行うプロセスを説明する。図 1 に示したように、初コンテストを行う際、より多くの細街路が応募できるように準備期間を設け、行政のホームページや SNS でコンテスト開催の 3 年前から広報活動を行い、街づくりアドバイザーを派遣することで、京都府が行っている灯篭の貸し出しなど、街づくりにあたって有効になるような旨の助言を受けられる体制を構築する。初年度以降のコンテストは、毎年開催し、表彰を行う。

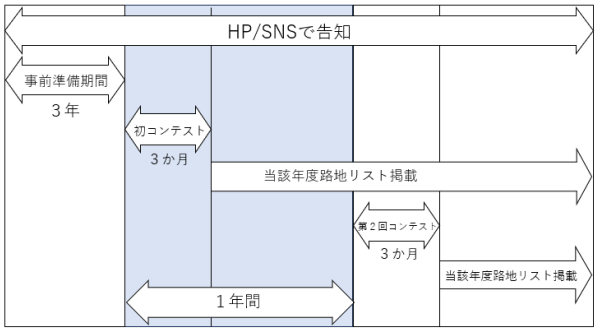


図1　コンテスト期間の全容

3-2. 期待される効果と展望

このコンテストによって、住民は「優勝するためにより美しい細街路を創ろう」と考え、出場地域の細街路は年を経るごとに魅力が増し続けるという効果が期待できる。さらにコミュニティとして出場することで、住民は話し合いを行い、合意を図りながら細街路の空間形成を進めていくことになり、必然的にコミュニティの結束が強まると考えられる。この経験は、同時に、彼らが居住する地域への愛着を深め、シビックプライドを高めていくものとなるだろう。このコンテストの審査は一般市民とツーリストによって行われ、受賞した3つの細街路には市が専門家に依頼して素敵な名前を付けることにより、その土地自体に価値を与える。そして、地域住民が作り上げた美しい細街路は、日本全国、さらには世界に発信され、街路めぐりという新しい観光スタイルが確立するきっかけとなり、持続可能で魅力的な観光資源となるに違いない。

〈参考文献〉

1. 京都観光情報 Funjapo（更新年不明）「石塀小路～石畳が織りなす風情ある小路」
https://funjapo.com/sightseen/detail-113/

2. 澤田 充（2021）「CLAIR REPORT No.514 フランスの中規模都市における中心市街地活性化政策」
https://www.clair.or.jp/j/forum/pub/docs/514.pdf

3. 森重幸子（2017）「京都市都心部の細街路沿いのまちなみの維持・継承に関する研究」
https://doi.org/10.14989/doctor .r13094

4. 森重幸子（2016）「「歴史細街路」沿いのまちなみの維持・継承における課題」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/82/734/82_941/_pdf/-char/ja

（最終閲覧日：すべて 2023 年 10 月 22 日）

ステークホルダー連携型林業の提案

- 京都府における低炭素社会を促す府産材の地産地消に向けて -

京都産業大学　井口ゼミ 3 回
〇井村　安里（Anri Imura）・是永　弥里（Misato Korenaga）・村松　奈々（Nana Muramatsu）・藤田　陽生（Yosei Fujita）・荒川　凛（Rin Arakawa）
（京都産業大学　国際関係学部　国際関係学科）
キーワード：ステークホルダー連携型林業、地産地消、森林の文化的価値

1.　はじめに

京都府には、森林という貴重な天然資源がある。その面積は 323,000ha に及び、京都府の 3 分の 2 を占めるに至る。森林は地球温暖化・土砂災害の防止のみならず、伝統文化を継承する基盤としても機能する。しかし、京都府の放置された人工林は 64,000ha に上り、管理林が減少の一途を辿っている。このような京都の林業の実態を都市問題として取り上げることとする。

2.　研究の目的

京都の林業の衰退を問題視し、研究する意義は下記の 3 つからなる。

1 つ目は、管理されていない森林の存在が災害リスクになり得るからである。2018 年の台風 21 号では、スギ、ヒノキを中心とする間伐の遅れた人工林の風倒木被害が京都市で発生している。

2 つ目は、森林の文化的価値の保全・継承が必要だからである。京都府には、北山杉という約 600 年続く伝統的な木があり、北山林業は林業遺産にも認定されている。北山林業が誇る北山台杉は、台木の上で伐採と植林を繰り返すため、環境負荷が少なく、持続可能な林業としてドイツなどの林業大国からの取材が増えているという[1]。茶の湯文化を支えてきた北山磨丸太や北山台杉などの木材に対する価値の保全と継承の必要性を訴えたい。

3 つ目は、府民税の認知度向上と更なる有効利用が必要だからである。現在、京都府では「京都府豊かな森を育てる府民税」が導入され、森林整備・循環利用の促進・木育などの活動資金に利用されている。しかし、無作為に選んだ府民 47 人に対する意識調査を行ったところ、府民の認知度の低さが目立った（図 1）。

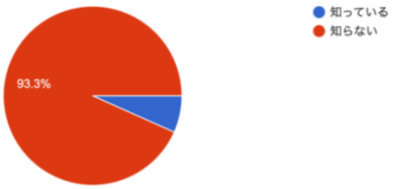


図 1 「京都府豊かな森を育てる府民税」の認知度調査

このように、災害リスク・文化的価値・府民税の意義の 3 つを京都府の林業活性化に向けた研究に取り組むべき理由とし、今後どのように持続可能な林業を営むべきかについて明らかにすることを研究目的とする。研究方法は、表 1 の通りである。

表 1　研究手法

	調査方法
京都府林業が直面する課題の現状調査	①「京都府豊かな森を育てる府民税」認知度調査 ②佐野氏（京都建築専門学校校長）へのインタビュー調査 ③松本氏（京都北山丸太生産協同組合組長）へのインタビュー調査
府産材の需要創出に向けて	①「CSR（企業の社会的責任）」と「カーボンクレジット制度」の動向を調査 ②過去の林野庁実施の「ポイント付与制度」の本件への適用可能性を調査

3.　研究結果

3.1　林業の現状

京都の伝統木材である北山杉については、昭和時代、床柱がほぼ全ての床間に使用されていたほど人気があった。しかし、機能性を重視した家へと需要が変化したことで、間伐材などが行き場を失い、管理することをやめる人が増加している。[2] 結果、京都府の林業は、木材需要の不足によって衰退産業と化しているのが現状である。

この現状を踏まえて、府産財の需要創出が京都府の林業衰退の解決になると考えた。そのためには、住宅利用に留まらない木質製品の多様化が必要であり、商品開発にあたって企業の協力を得る必要がある。また、木質製品の需要拡大も必要不可欠である。そこで、本研究から得られた政策提言として、京都府産の木材の需要創出に向けた企業と府民の有機的連携を可能にする、「循環型・府民参加型林業」の可能性について述べたい。

3.2　府産材の需要創出に向けて

府産材を用いた製品の多様化には、商品開発と販売戦略の知識を持つ企業の協力が必要である。

[1] 松本吉弥氏（京都北山丸太生産協同組合組長）へのインタビューより（2023 年 10 月 13 日実施）

[2] 佐野春仁氏（京都建築専門学校校長）へのインタビューより（2023 年 10 月 5 日実施）

企業の協力を促すために着目したのは、近年注目されている「CSR（企業の社会的責任）」と「カーボンクレジット制度」である。

3.3　CSR とは

CSR とは、企業活動において、社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、利害関係者に対して責任ある行動をとるとともに、説明責任を果たしていくことを求める考え方である。企業が CSR に取り組むメリットは、企業のイメージアップに伴う消費者や投資家からの信頼向上により、長く繁栄し続ける企業になることである。

この動きの中で、森林・木材利用に取り組む企業も増えている。林野庁が 2019 年に行った調査によると、回答した企業の 6 割以上が森林・林業・木材利用に関わる活動を行っていた（林野庁、2020）。そのうちの 51.8%が、2017 年以降にこれらの活動を開始したことから、取組を始める企業が増えていることは明らかであり、林業に対する企業の協力は得やすくなっていると言える。

3.4「カーボンクレジット制度」とは

カーボンクレジット制度とは、企業の事業によって削減された CO_2 などの温室効果ガスの削減・吸収量をクレジットとして発行し、他企業のカーボンオフセットに用いるために売買する仕組みのことである。カーボンオフセットとは、削減努力で減らすことのできない温室効果ガスの排出を、クレジットの売却により抹消したとみなすことである。脱炭素実現という点で、企業の評価や信頼が高まる取り組みである。

実際に、京都市では京都市独自の様々なカーボン・クレジットの取組が行われている。省エネ活動をする市民と市内イベント主催者間で取引される「DO YOU KYOTO？クレジット制度」に始まり、エコ活動をする主体と大規模排出事業者等が取引する「京都版 CO2 排出量取引制度」がある。いずれも企業や市民の環境意識の高まりを表していると言えるが、CSR につながる一方で、市民一人一人に対するベネフィットはやや小さいように見える。そこで、府民の参加意欲を高める方法について、林野庁の先行事例「ポイント付与制度」をもとに述べていく。

3.5「ポイント付与制度」とは

木材の地産地消を魅力化する良い事例として、2012 年から約 2 年、林野庁が実施していた「木材利用ポイント事業」を紹介する。これは、地域材需要を大きく喚起する対策として、地域材を利用した木造住宅の新築等、内装・外装の木質化工事、木材製品等の購入に対して、木材利用ポイントを付与し、地域の農林水産品等と交換する事業である（林野庁）。京都府における需要の創出には、このような消費者に対する付加価値の創出も重要だ。

4.　政策提言

研究結果をもとに我々が提言する政策は、カーボンクレジット制度とポイント付与制度を掛け合わせた「ステークホルダー連携型林業」である。企業と府民による木材需要創出への貢献を促しつつ、森林環境税や木材利用ポイント、カーボンクレジットの取引を管理する京都府の三者の連携が林業を支える図 2 のような仕組みである。

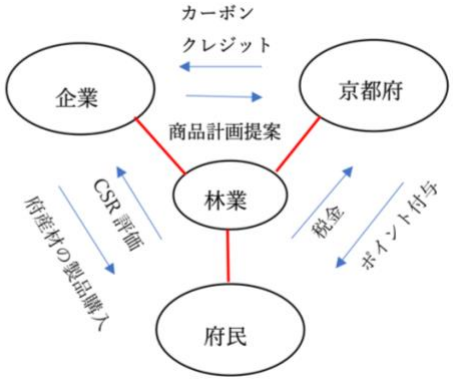


図 2　ステークホルダー連携型林業

京都府と企業間では、カーボンクレジット制度を活用する。京都版 CO_2 排出権取引制度については、森林クレジットはあるものの、対象は森林整備に留まり、森林の消費は含まれていない。森林利用に関するクレジットの新制度を設けることで、「植えて、育てて、切って、売る」というウッドサイクルが実現可能だと考える。

企業と府民間では、府産材利用製品の売買が行われる他、市民社会が中心となり設立された第三者機関が企業の CSR 評価を行う。

府民と京都府間では、「京都府豊かな森をつくる府民税」の納税者を対象に、府産材利用製品の購入価格に対するポイント付与が行われる。ポイントは、府産材利用製品の購入や木造家屋の建設費用、山でのキャンプや市バス利用など幅広く府民が使える仕組みにしていく。

さらに、この循環の中心に林業を位置付けることも工夫の一つである。商品計画や木材利用などを通して、各主体が林業従事者との関係を築き、「身近な林業」を形成することで、生活圏から離れた林業に対する閉鎖的なイメージの払拭を図る。それにより、木材需要の増加に伴う林業の担い手不足問題も未然に防げると考える。この政策を通して、持続的な木材の地産地消の実現を目指す。

参考文献

・林野庁（2020）「企業の森林に関わる意向と活動内容」https://www.rinya.maff.go.jp/j/kikaku/hakusyo/r1hakusyo_h/all/tokusyu3.html （アクセス：2023 年 10 月 11 日）

・林野庁「木材利用ポイント事業」https://www.rinya.maff.go.jp/j/riyou/point/（アクセス：2023 年 10 月 8 日）

綾部・若宮酒造と高校・大学の産学連携による地域貢献 - 高大連携の酒造りを通して -

福知山公立大学地域経営学部谷口ゼミ酒造りチーム
○桂田 樹（Itsuki Katsurada）・大島 賢汰（Kenta Oshima）・橋本 采実（Ayami Hashimoto）・渡邉竜太郎(Watanabe Ryutaro)
（福知山公立大学地域経営学部地域経営学科）
キーワード：日本酒、産学連携、高大連携

1. はじめに

近年、酒類の消費量が減少している。国税局の酒レポート(令和４年)によれば、国内の酒類消費量が平成８年の 966 万Ｌをピークに、令和２年には 782 万Ｌにまで減少した。特に日本酒の消費量の減少は著しく、若者の日本酒離れが進行している。そこで、筆者らは若者をターゲットとした日本酒の酒造りプロジェクトを産学連携で実施した。本論においては、まず当プロジェクトの背景である日本酒を取り巻く現状を述べる。次に、活動内容を記述し、活動を通した政策提言をおこなう。

2. 日本酒を取り巻く現状

2.1 日本酒とは

日本酒は、法律で定義が定められており、法律上では「清酒」と呼ばれている。

以下の２つどちらかを満たす必要がある。一つ目が「米、米こうじ及び水を主な原料として発酵させてこしたもの」である。二つ目が「米、水及び清酒かす、米こうじその他政令で定める物品を原料として発酵させて、こしたもの」である。加えて、アルコール度数が 22 度未満のものを清酒としている。さらに「原料の米に日本産米を用い、日本国内で醸造したもの」が「日本酒」とされている。

2.2 日本酒の若者離れ

日本酒の消費量は年々減少している。昭和 50 年の消費量が、年間 153 万Ｌ、酒類全体の 32%を占めていた。しかし、令和２年には 41 万Ｌ、5%となりピーク時の約３割にまで減少した(図 1)。

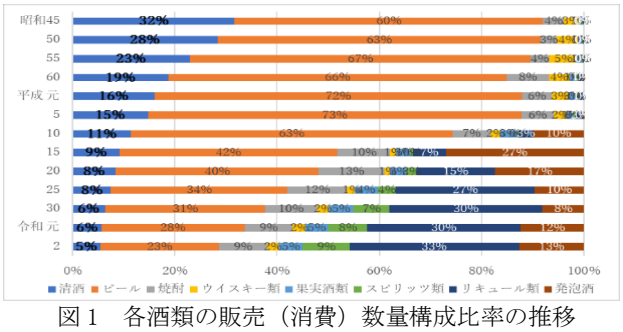


図１ 各酒類の販売（消費）数量構成比率の推移
出典：国税局のデータより筆者作成

また、総務省の「家計調査(2019 年計)二人以上」によれば、清酒の購入頻度、支出金額共に、29 歳以下の世代が最も少ない(図 2)。この調査から、若者の日本酒離れが進んでいると考えられる。

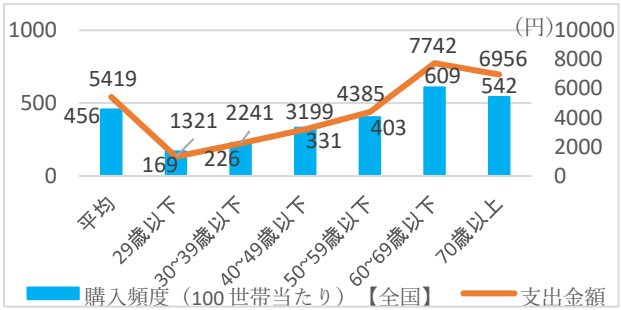


図２ 世帯主の年齢階級別家計支出の動向
出典：総務省「家計調査（2019 年計）二人以上」より筆者作成

2.3 原因

日本酒の若者離れが進んだ原因として３つ考えられる。

一つ目は、若者が日本酒に対して抱くイメージである。現在は、缶チューハイやカクテル等が若者に人気である。反対に日本酒はアルコール度数の強いイメージがあり、若者の日本酒離れにつながっている。

二つ目は、地域の酒屋の減少により、日本酒に対する親しみが薄まったことである。国税局の酒レポート(令和４年３月)によると、一般酒販店は、平成 13 年度の 69.8%が、令和元年では 23.4%に減少している。酒類小売業の規制緩和により、地域の人々が日本酒を取り持つ酒屋が減少し、日本酒に対する親しみも薄くなったと考えられる。

三つ目は、時代の変化による日本酒を飲む機会の減少である。人口減少やライフスタイルの変化により地域行事は減少し、酒類の多様化によりビール等が主流となっている。現代では、日本酒で祝うという伝統が衰退していると考えられる。

3. 活動内容

3.1 日本酒とスイーツの商品化

昨年度の酒造りプロジェクトでは、日本酒「沾水(CHOSUI)」の商品化をおこなった。役割として、京都工芸繊維大学がコンセプトやデザイン創りを担当し、綾部高等学校が酒米作りを担当、若宮酒

造が日本酒の醸造をおこなった。筆者らは、高大連携を深めることに重点を置き活動した。

その実現のために、高校生が担当する酒米の栽培において 5 月に田植え、9 月には稲刈りに参加した。しかし、高校生は 20 歳未満のため、実際に栽培した酒米から造られた日本酒を飲むことができない。そこで、日本酒を製造される時に造られる酒粕に着目し、11 月から高校生と共に酒粕を活用した商品企画を開始した。酒粕を使った商品事例を探して試食をおこない、議論を重ねた。その結果、「酒(シュ)ークリーム」というものを商品化していくことに決めた。製造は高校とも関わりのある社会福祉法人と協力して商品化を成功させた。

今年度の 8 月には、11 月に開催する遠方での出店に向けて、急速冷凍の機械を所有している店舗と協力して「酒(シュ)ークリーム」の急速冷凍の試作を実施し、成功させた。これにより、「酒(シュ)ーアイス」として販売することが可能となり、10 月に 2 つのイベントで販売をおこなった。

これらの取り組みの成果としては２つある。

1 つ目は、酒米の田植えと稲刈りに加え、商品企画のミーティングや、高校で開かれる即売会など、高校生と関わる機会が増えたことである。

2 つ目は、日本酒に興味が無い層に対してアプローチが可能になったことである。「酒(シュ)ークリーム」はアルコールを含んでおらず、運転手や 20 歳未満の方も食べることができる。そのため、多くの方にアプローチすることが可能となった。

今年度は 4 月の福知山ワンダーマーケットで 100 個販売、5 月に開催された天酒まつりで 150 個販売した結果、完売した。10 月に、「酒(シュ)ーアイス」の販売を実施し、福知山ワンダーマーケットでは 45 個、福知山産業フェアでは 150 個販売し、完売することができた。

一方で、今年度の高校生との取り組みは、即売会の実施と田植え、稲刈りの実施にとどまっているという課題がある。また、筆者らが実施しているプロジェクトを引き継ぐ予定の 3 年生と高校生が連携した取り組みをおこなうことができていない。今後、「酒(シュ)ークリーム」の販売活動等を通じて連携を高めていく必要があると考える。

3.2　プロモーション活動

今年度に入ってからは、主に 3 つのプロモーション活動を実施した。5 月には、JR 京都伊勢丹でおこなわれた若宮酒造のキャンペーンに参加した。10 月には福知山産業フェアにて出店した。また年 4 回開催される福知山ワンダーマーケットにて出店している。

福知山産業フェアでは、活動内容をまとめたパネルを展示した。パネルに高校生が活動中の写真を用いることで、少しでも高大連携について市民に知ってもらえるようにアピールをおこなった。また、積極的に市民と話し、連携先の企業とどのように関わり、商品を開発してきたかというプロセスを市民へ発信した(写真 1)。これらの活動は、高大連携のアピールと地域の酒蔵について知ってもらえる貴重な機会となった。



写真 1 産業フェアでの活動

4.　政策提言

最後に、これまでの産学連携、高大連携による日本酒・スイーツの商品化とプロモーション活動から政策提言をする。

それは、高校が総合的な学習の時間を利用して大学と連携し、地域の課題解決や地場産業の活性化へ向けたカリキュラム作成である。私たちの活動では日本酒の若者離れに問題意識を持ち、若者である高校生と大学生が関わってきた。実際に活動をはじめてから日本酒を買うようになったチームメンバーや 20 歳になったら日本酒を飲んでみたいといった声が高校生から届いた。そこで、課題を解決するためにはまず興味や関心を持つことが重要であると考える。そのため、カリキュラムとして学習活動を実施する。今までに見えてこなかった地域の特性や、埋もれていた地場産業に関わることができ、興味や関心を持つきっかけになると考える。

結果的に地域の若者に地酒の魅力を知ってもらい、産学連携の環境を整えることで、日本酒文化の存続とさらなる活性化が期待できるのではないだろうか。

参考文献
国税庁『「清酒」と「日本酒」について』
https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/pdf/0020006-141.pdf(最終閲覧日:2023/10/22)
国税庁課税 部酒税課･輸出促進室「酒のしおり」
https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2022/pdf/000.pdf
(最終閲覧日:2023/10/22)
総務省「家計調査 (2019 年計) 二人以上」
https://www.stat.go.jp/data/kakei/2.html#new
(最終閲覧日:2023/10/22)
国税局「令和２年度の酒類の消費状況」長期時系列データ
https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/jikeiretsu/01.htm(最終閲覧日:2023/10/23)
国税局「酒レポート 令和４年３月」
https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2022/pdf/001.pdf
(最終閲覧日:2023/10/23)

DENGOYAMA イニシアチブ

- 担い手確保による地域資源の利用・活用 -

龍谷大学政策学部今里ゼミ
○竹嶋大登(Takeshima Hiroto)・石浦美苑(Ishiura Misono)・今井健太郎(Imai Kentaro)・内山彩奈(Uchiyama Ayana)・木下琴音(Kinoshita Kotone)・酒井結菜(Sakai Yuna)・田中凜(Tanaka Rin)・谷口汐里(Taniguchi Shiori)・田村勝哉(Tamura Katsuya)・林和真(Hayashi Kazuma)・安野菜月(Yasuno Natsuki)・山下栞(Yamashita Shiori)
(龍谷大学政策学部政策学科)
キーワード：地域資源、担い手、地域ブランディング

1. はじめに

現在、全国各地で管理不全の山林、耕作放棄地等の拡大が問題になっている。これらは、少子高齢化・人口減少、グローバル化を背景とした地域資源の利用価値の低下等により地域資源の利用が減少・放棄されたこと等による（参照、中田 2020)。今里ゼミが活動拠点としている京丹後市丹後町宇川地域でも少子高齢化・人口減少が著しく、山、耕地、海等の地域資源の利用が減少している。

本研究では、持続可能な地域を維持するためには、管理不全な地域資源の価値を高め、利用・活用することが必要と考え、そのために必要な担い手確保の方策を、宇川地域にある里山(通称「でんご山」)での調査・分析・実践活動により、明らかにする。

2. 調査の手法

本研究にあたり、今里ゼミでは地域での実践活動から得られる知見とともに、客観的な調査分析を重視し、下記の調査を行った。

表 1 本論文の調査手法(今里ゼミ作成)

研究課程	調査手法	論文
問題の発見	参与観察・KJ法	3章
問題の構造化	連関図法による因果関係分析	3章
現状把握・考察	参与観察：10回の里山整備	4章
アプローチの探索・仮説の設定	文献調査	5章
アプローチの有効性の確認①	半構造化インタビュー（地域内）	6章
アプローチの有効性の確認②	CVM的調査：300名 インターネット調査（地域外）	6章
仮説の立証	社会実験Ⅰ（地域内）	7章
仮説の立証	社会実験Ⅱ（地域内外）	7章
展望		8章

3. 問題の認識と構造化
～地域資源の利用・活用・担い手問題に着目

3.1 問題の認識

今里ゼミでは、フィールド調査やヒアリング調査等を基に、KJ 法を用いて宇川地域の問題を整理し、「地域資源が利用・活用されていないこと」という問題に着目した。

3.2 問題の構造化

KJ 法の結果を踏まえ、連関図法を用いて構造化を行い、一次要因から三次要因を特定した。

分析の結果は下記の通りである。

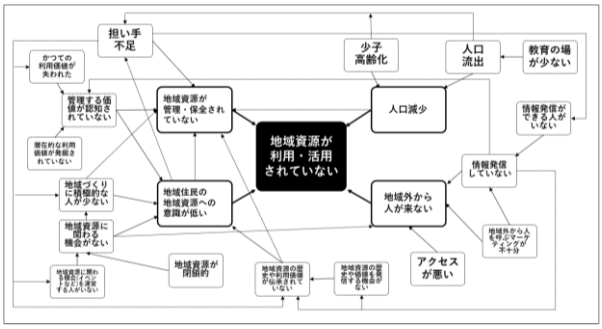


図 1 地域資源利用・活用についての連関図法
(今里ゼミ作成)

以上より、「地域内の人の意識を高め、地域資源の価値を知ってもらい、地域資源の管理・保全に関わってもらうこと」、「地域外の人に、地域資源の価値を知ってもらい、来てもらうこと」が必要となることがわかった。しかし、現実には、「担い手不足」という現状があり、これらの活動をすぐに大々的に行うことはできない。そこで、情報発信やイベントなどを通じて地域資源の価値を知ってもらうことによって、担い手を増やすことが、「地域資源が利用・活用されていない」という問題の解決への道筋であると考えた。

4. 参与観察による可能性の発見
～里山整備の実践活動で解決の糸口を発見

でんご山は担い手不足により荒廃している一方で、歴史や機能などの面で多様な価値を持つ宇川地域にある里山である。今里ゼミは、宇川住民とともに 10 回の整備活動を行った。その過程で、ゼミ生、地域住民の双方が山を整備することの重要性を強く感じるようになった。このことから、歴史や機能などの既存の価値の再発見や、新たな価値の創造により、放置された地域資源(でんご山)に対する意識に変化が生じ、

それにより、担い手が増え、地域資源の利用・活用が進むのではないかと考えた。

5. アプローチの特定 ～マーケティングの枠組によるブランディング

このことを理論化するために、今里ゼミではマーケティング論を使ったブランディングの理論に着目した（岩永 2020;佐々木ら 2022 他）。そしてこれらの先行研究を踏まえ、「マーケティングの手法で地域資源ブランディングを行うことで担い手(人)を集めることができる」との仮説を設定した。

先行研究によれば、ブランディングは、「地域内におけるインターナルブランディング」(佐々木ら 2022)と、「地域外に向けた情報発信」(岩永 2020)によって「地域資源の価値」を認識・共有することにより実現される。その際、「ただ知る」だけでなく、「触れる・体験する」ことが、より重要になる(山崎 2012)。今里ゼミでは、これらを行うための手法のひとつとして、消費者行動モデル「AISAS」モデルを応用した。



図 2 イベント参加行動と AISAS （今里ゼミ作成）

6. アプローチの有効性の確認

5 章で設定した仮説の有効性を確認するために、地域内を対象に、「半構造化インタビュー」を、地域外を対象にインターネットを利用した「CVM 的調査」を行った。

6.1 地域内に向けたブランディングの必要性 ～半構造化インタビューで確認

地域におけるインターナルブランディングは、地域社会の構成員が地域資源の価値を十分に理解するためのフレームワークを形成する営みである。今里ゼミでは、でんご山との関わり方が異なる 8 人の宇川地域住民にでんご山への宇川地域に対する思いや整備に対する行動意思を抽出するための半構造化インタビューを実施した。その結果から、地域内においても、でんご山の知識の有無が、「地域資源としての価値」や「整備の必要性の認識」を左右したことがわかった。このことから、「インターナルブランディング」の必要性を確認した。

6.2 地域外に向けたブランディングの手法 ～CVM(仮想的市場評価法)によって確認

岩永(2020)によれば、ブランディングのためには、「地域資源の価値」をよりよく知ってもらうための情報発信が有効である。これを確認するために、地域外の 300 人を対象としたインターネット調査により、CVM 的調査を行った。調査の結果、でんご山に対する情報を知ることで支払意志額や参加意欲が高まることが確認できた。

7. 仮説の立証

以上を踏まえ 2 つの社会実験を行うこととした。

7.1 社会実験Ⅰ ～インターナルブランディングに向けて

2023 年 10 月 14 日にでんご山にて「山登りイベント」を開催した。ここでは、全戸配布のチラシや会合での案内などで告知を行い、当日は、歴史や文化等の情報を提供し、実際に新たに整備した山道を歩き、景色を楽しんでもらった。

イベントでは、当時の山の様子や体験を話す参加者も見受けられ、アンケートからは、この体験が、地域資源の価値認識と活動への参加意欲を高めるインターナルブランディングとしても有効だったと分析できた。

7.2 社会実験Ⅱ ～地域資源ブランディングにむけて

現在、宇川地域内外に向けた 2 回目の社会実験(2023 年 11 月 23 日)に向けて、効率的な情報発信(「UKAWA Lovers Instagram(フォロワー1,069 人)」「今里ゼミ Instagram(446 人)」「今里ゼミ Facebook(224 人)」)等の準備を進めている。

8. 展望

「でんご山」については、地域内のインターナルブランディングと地域外を加えた地域資源のブランディングによって、地域資源の価値を再発見し、新たな価値を見出すとともに、担い手も確保する道筋ができた。また、でんご山周辺は、田んぼ、宇川温泉、海という地域資源が集積しているところであるため、今後、地域内外の組織化をすすめること等により一体として「地域資源」の価値を高めることができる。同様の手法を点在する宇川地域の他の地域資源にも広げていくことができれば、宇川地域全体の地域ブランディングにもつながる。これらは同様の問題を抱える全国の地域にも応用できると考える。

参考文献

(1)岩永洋平(2020):地域活性マーケティング、筑摩書房
(2)佐々木茂、石川和男、石原慎士(2022):新・地域マーケティングの核心、同友館
(3)中田実(2020):住民自治と地域共同管理、東信堂
(4)山崎亮(2012):コミュニティデザインの時代、中央公論新社

コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化の考察

- 聖地巡礼で地域経済は活性化するのか -

京都産業大学 塩津ゼミ
○谷田茉洋（Mahiro Tanida）・浅井妃渚（Hina Asai）・真鍋百加（Momoka Manabe）

（京都産業大学 経済学部 経済学科）
キーワード：アニメ、聖地巡礼、地域活性化

1. はじめに

近年､地方の人口減少と高齢化は深刻な問題であり､地域活性化の重要性はますます高まっている。地域活性化の方法として、他地域からの移住と他地域の住民との交流がある。移住は簡単ではないが、観光を含めた交流は移住よりも双方にとってハードルが低い。そのような中、2007 年に観光立国推進基本法が制定され、映画やアニメ等を観光資源とする地域を支援することが明記された。これを受けて、全国各地でコンテンツ・ツーリズムによる地域活性化を目指す自治体・企業は増加している。

しかしながら、コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化は継続性に課題がある。studyLABO は「作品と観光施策の相乗効果で一定の知名度を獲得した後は、継続的に地域振興策に取り入れることによって、地域ブランドとして認知させることが求められる」と指摘している。①

先行研究から、1) 作品そのものの人気があること　2) 継続的なイベントや催しが聖地で行われること　3) 聖地巡礼者に対して地域が理解を示し、一員として受け入れること　4) 作品のファンから、地域のファンを増やすことの 4 つが成功の条件とされている。 ②

本研究では、先駆事例から、コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化の成功要因を分析するとともに、持続的な地域活性の方法について探っていく。

2. 聖地巡礼とは

本研究ではコンテンツ・ツーリズムのうち、昨今話題になっている“聖地巡礼”を中心に取り扱う。では、そもそも聖地巡礼とはどのようなものを指すのだろうか？

ここでの聖地巡礼とはコンテンツ・ツーリズムの一種であり、アニメやマンガ、ゲームの作品舞台となった場所、キャラクターや原作者にゆかりのあるスポット、ファンにとって思い入れのある場所を比喩的に「聖地」と捉え、そうした場所を巡ることを指す。聖地巡礼者の心理は「作品の世界観を体験したい、キャラクターと同じ風景を見たい」といったもので、「聖地」は有名観光地にとどまったものではない。『花咲くいろは』や『たまゆら』の例で見られるように、一般の住宅街や店舗・施設が「聖地」の対象となることもある。

聖地巡礼地を紹介したサイト「聖地マップ」③によれば、聖地は首都圏に多くある一方で、上記のように、地方にも話題となる聖地は数多くあることが分かる。そのため、「聖地」の PR は観光資源の乏しい地域や、新たな層を呼び込みたい地域の試みとして、最適な方法と言えるだろう。

3. 分析

本研究では､自治体や企業とタイアップ企画を実施したコンテンツの中から、『君の名は。』、『ゆるキャン △』、『らき☆すた』、『花咲くいろは』、『ラブライブ！サンシャイン！！』、『薄桜鬼』を挙げ、地域活性化の要因を検討する。これらの作品を選択した基準は、聖地巡礼によって地域の交流人口が増えていること、経済効果が見られることである。（表 1 参照）

3.1　分析方法

先行研究を参考に、成功の条件のうち、1）作品の人気度 2）地域の協力度 3）聖地での継続的なイベント実施の妥当性を検討する。作品の人気度を客観的に測るため、Blu-ray、DVD の円盤売り上げ数を利用する。地域の協力度や継続的なイベント実施については、Web サイトから具体的なエピソードを抽出する。

表 1 交流人口の推移と経済効果

作品	交流人口の推移	経済効果
君の名は。（2016-） 岐阜県 飛騨市	・2016年の観光客数が100万5881人と前年より3.6%増えた ・飛騨市図書館を訪れた聖地巡礼者数は約3万6000人と推計	・聖地巡礼経済効果は500億円
ゆるキャン△　（2018-） 山梨県 山梨市・身延市 等	・2021年度に実施したスタンプラリーの県内への参加者が12,262人	・2021年度に実施したスタンプラリーの県内への経済波及効果が4億1,148万円 ・主なイベント開催による県内での消費総額は約 8,582 万円になると推計される
らき☆すた　（2015-） 埼玉県 久喜市	・鷲宮神社では、正月三が日の参拝客数が13万人から30万人に急増。	・１０年間で３１億円もの経済効果 ・作者や声優が鷲宮神社を訪れる「公式参拝」が行われ、グッズ販売の売り上げだけで約７０００万円。
花咲くいろは　（2011-） 石川県 金沢市 湯涌町	・第1回の2011年7月の点灯式に約500人、10月の本祭が約5,000人であり、翌年は点灯式が約10,000人、本祭が約7,000人、2015年第５回点灯式が1,400人、本祭が14,000人、2017年の第７回点灯式が1,400人、本祭が15,000人と増加している。	・最初､大赤字であったぼんぼり祭りが開催以降、黒字が続いている
ラブライブ！サンシャイン!!（2016-） 静岡県沼津市	・アニメ放送前の 2015 年度の施設への来所者数が年間約 9000 人に対し、放送後３年間で8.8倍に ・新型コロナウイルスの影響で全国的に観光客が減った2020年度も、約3万4,000人を維持する	・「聖地巡礼」経済効果は、約 50 億～61 億円と試算される。
薄桜鬼　（2015-） 福島県　海津若松市 等	・新選組のふるさと歴史館の入館者数は、『薄桜鬼』と日野市がコラボレーションした2012年以降年々増加し、2019年までに約46%も増加。 ・スタンプラリーイベントでは、歴史館の入場者数は4倍に増加。 ・日野宿本陣でも、2012年から2019年までの訪問者数は約25%	・スタンプラリーイベントでは、グッズの売り上げが前年度比で16倍

表 2　各アニメにおける成功条件の分析

作品	コラボ内容	地元協力度	継続して開催されているイベント
君の名は。（2016-） 岐阜県 飛騨市	・君の名は。展 ・行政による聖地マップの配布	・一度撤去した看板と時刻表を再度設置したりといった取り組み ・組みひも作り体験ができるスポット（リピーター増） ・SNSを中心に広報活動 （全て行政による取り組み）	聖地巡礼ツアーの実施
ゆるキャン△　（2018-） 山梨県 山梨市・身延市 等	・聖地スタンプラリー ・イベント開催	（協力している団体：）静岡県、富士宮市観光協会、道の駅しもべ、山梨県観光部、やまなし観光推進機構、身延町役場などによってイベントが多く開催されている	・道の駅しもべとそこにある『ゆるキャン△』公式キャンプ場のリニューアル（2022年）
らき☆すた　（2015-） 埼玉県 久喜市	・商工会主催のイベント ・飲食店スタンプラリー ・埼玉ゆかりのアニメの舞台を紹介した観光サイトを開設	・痛馬型携帯ストラップを町内17店舗で販売 ・商工会による「らき☆すた飲食店スタンプラリー」 ・「特別住民票」をファンに交付 ・「県アニメツーリズム検討委員会」を立ち上げる	・毎年9月に開催される「土師祭」で『らき☆すた』のお神輿渡御が現在まで続いている ・毎年正月にオリジナルグッズの販売
花咲くいろは　（2011-） 石川県 金沢市 湯涌町	架空のお祭り「湯涌ぼんぼん祭り」が、地域のお祭りとして定着。	巡礼者を利益が出るための食い物にせず、地域とファンと作側の関係者全員が作品を応援して、作品と一緒に地域を盛り上げていこう、という姿勢がある。ぼんぼん祭りも、アニメ製作関係者、作品ファン、そして地域の人々が共に祭りの開催や継続の方法を模索し、協力して課題と向き合い、経験を蓄積してきた。その結果10周年を迎えることができた。	・ぼんぼん祭りが現在も続いている。今年は、前型コロナ直前行も影響し、参加者は去年の倍に増えた。
ラブライブ！サンシャイン!! （2016-） 静岡県沼津市	・グッズ販売 ・ふるさと納税の返礼品 ・デザインマンホール	2015年のアニメ放送から地域の店とコラボしてグッズ販売。 沼津駅が協力的。自ら駅の装飾や企画の提案。→さわやかウォーキング 『ラブライブ！サンシャイン!!』が沼津に根付いているため、地元のみなさんも協力的。いろんな周遊企画もつくりやすい。（スタンプラリーなど）（担当者談）	・「沼津まもあるきスタンプ」というスタンプラリーが2017年から毎年行われている
薄桜鬼　（2015-） 福島県　海津若松市 等	・ガイドブック出版 ・スタンプラリーイベント	・旅行ガイドブック専門のJTBパブリッシング（新宿区払方町）から『薄桜鬼』のゆかりの地を巡るガイドブックが出版	・デジタルスタンプラリーの実施(2015年～2019年)

3.2　分析結果

分析結果を表 2 にまとめた。はじめに、作品の人気度についてであるが、上記の作品すべてが、5000 枚を超えており、続編の展望が見えてくる、ヒット作品と考えられる。コラボ形態は様々であるが、どの作品も地域の協力が大きいことが分かる。『君の名は。』では、アニメの景観に少しでも似せるために、行政主導で一度撤去した看板と時刻表を再度設置したり、SNS を中心に広報活動を行ったりしている。また、他の 5 作品も同様に、自治体が協力して、イベント等を行っていることが分かる。『花咲くいろは』ではアニメ内の架空のお祭りを、「湯涌ぼんぼん祭り」として実際に地域の祭りとした。この祭りでは年々参加者が増加し、最初は赤字であったが、ぼんぼん祭り開催以降黒字となった。また、『らき☆すた』の聖地の 1 つである鷲宮神社では、正月三が日の参拝客数が 13 万人から 30 万人に急増した。RESAS によれば、現在でも正月には多くの人が訪れている。このように、祭りや初詣など継続的なイベントを開催することで、現在でも多くの人が訪れていることがわかる。

表 2 の作品の成功例に対して、聖地巡礼による地域活性化の失敗例もある。『輪廻のラグランジェ』というアニメでは、アニメの各話タイトルに毎回「鴨川」と入ったり、名所が取り上げていたりしたために、千葉県鴨川市が聖地を狙っていると誤解が生まれ、多くのファンから反感を買った。また、『のうりん』というアニメでも、聖地である岐阜県美濃加茂市とコラボした際にスタンプラリーのコラボとして作られたポスターが過激なものであったため、町おこしのイラストとして不適切である、女性に対するセクハラであるなどと炎上した。

これらの例を踏まえて、作品と地域がコラボするうえで、ファンの価値観に寄り添うこと、そしてファンだけでなく地域の人の価値観や理解も大切にすることが必要であると考える。

4. 考察・政策提言

本研究にて、コンテンツ・ツーリズム、特にアニメの聖地巡礼を起因とする地域活性化の条件を見出してきた。全体を通して共通しているのは、コンテンツ規模が大きいこと、聖地である地域が協力的であること、継続的なイベントが開催されていること、この 3 点である。

それらに加え、ここ 10 年程の傾向として SNS 活用の重要性が散見される。先程取り上げた例でも、SNS を活用した企画・広報が継続的に行われていることが分かる。現代で SNS が幅広い世代に利用されているのは既知の事実であり、それ故に作品のファンでない人の目に留まる可能性が格段に上昇し、聖地の認知度向上・集客増加が見込める。また、自治体によっては大きな問題となる予算が比較的少額で済む、という利点が存在する。これに関連し、特設サイトも有効である。必要な企画情報が一か所にまとまっていることで探す手間が省け、企画参加への意欲向上が期待できる。

これらを根拠として、我々は「SNS を活用した地域密着型のコンテンツ・ツーリズムの推進」を提案する。

今回は日本国内のみを対象に研究を行った。今後さらなる聖地の発展・活性化へとつなげるためには、日本のアニメが人気である海外からの観光客の行動にまで拡大して調査・分析する必要があるだろう。さらに近年は、訪問客の大幅な増加による負の影響、オーバーツーリズムが課題として挙げられる。地域の協力なくして本提案は成立しない。地域が活性化するにあたり巡礼者は増加するため、今後も対応策を練る必要がある

5. おわりに

本研究では、コンテンツ・ツーリズムによる地域活性化の成功要因を分析し、持続的な地域活性の方法について提言した。SNS を活用し、地域の協力があることが前提で聖地巡礼は地域活性化に貢献できると考える。また、それとともに、オーバーツーリズムの懸念も出てくる。地域活性化が成功した後には、この課題に対する対策を練らなければならない。

参考文献（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）
小杉諒一　アニメ聖地による地域振興の成功要件への一考察　―自治体の観光入込客数増加への影響の分析と 鴨川の継続的な地域おこしの事例分析―　2008　28 頁
https://ace-npo.org/fujikawa-lab/graduation-thesis/pdf/kosugi.pdf
https://ecnavi.jp/mainichi_news/article/0c7ab80f681795aacf6f628591c9973b/
https://news.livedoor.com/article/detail/10897841/
https://withnews.jp/article/f0171229008qq000000000000000W02q10601qq000016440A
https://www.onajiananomujina.com/entry/2021/10/07/anime-sales-ranking
https://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonhou.html

口頭発表

【分科会６】

駄菓子をツールとした
多世代交流の場づくり実験
- 学生が主体で取り組む駄菓子縁プロジェクト -

地域経営学部　谷口ゼミ　ノスタルジックコミュニティチーム
○久保 心楽（Kokota Kubo）・酒井 美佑（Miyuu Sakai）・山本 萌（Moe Yamamoto）・
宮元 翼（Tsubasa Miyamoto）
（福知山公立大学地域経営学部地域経営学科）
キーワード：駄菓子、多世代交流、駄菓子縁

1.　はじめに

全国的に地域コミュニティの希薄化が進展し、地域の人々が繋がる機会や集う場は減少している。中でも、地域の子どもたちの居場所であった駄菓子屋は、現在では殆ど見かけなくなった。経済産業省「平成 26 年商業統計調査」によると､駄菓子屋が該当する菓子小売業(製造小売でないもの)の事業所数は、昭和 63 年では 81,339 事業所であったが､平成 26 年では 13,975 事業所となっており、その数は大きく減少している。

本研究の対象地域である福知山市新町・広小路界隈でも、人口減少や少子高齢化、核家族化といった社会の変化に伴い、地域コミュニティが希薄化している。これにより、地域の防災・防犯機能の低下、高齢者・子どもの見守り機能低下、孤立死の増加など様々な問題の発生が懸念される。これらの問題の発生を防止し、誰もが安心して心地よく暮らせる社会をつくるために、多世代の交流を深めることは重要である。

本研究では、福知山ワンダーマーケットにて行う「駄菓子屋きぬちゃん」との共同企画並びに、学生主体企画である「レトロ喫茶」を通して地域住民同士、地域住民と学生など多世代が交流できる場を創出することを目的とする。交流のきっかけとして、若者から高齢者まで共通して話ができる『駄菓子』に焦点を当てることで、様々な年代の人が集うことのできる場をつくり、駄菓子をツールとして繋がる『駄菓子縁』を生み出し、多世代交流を促す。

2.　駄菓子をツールとした実践研究

2.1　事例「駄菓子屋きぬちゃん」

多世代交流の場づくりを行うにあたって市役所で高齢者の健康体操の指導をされている衣川朋子さんと出会う。子育てする中で地域に駄菓子屋がないと思い、こどものお金の学習やコミュニティとしての大切さを思い出し、自分自身で行うことを決め、自宅で「駄菓子屋きぬちゃん」開店に向け、イベント出店などを行っていた。学生が企画する多世代交流の場づくり案について相談や意見交換を行った。学生がイベント出店のお手伝いと同時に隣で共同企画も行い、駄菓子屋に来るこどもたちと学生の交流することができた。

「駄菓子屋きぬちゃん（図１）」は 2022 年 4 月頃からイベント出張出店を行い、12 月から自宅での営業を始めた。現在も週一回の自宅での営業と出張出店も行う。衣川さんは今後駄菓子屋だけでなく、こどものコミュニティとして事業拡大を行うか小さなコミュニティとしての駄菓子屋を継続していくか検討している。



図 1.「駄菓子屋きぬちゃん」

2.2　実践研究　学生共同企画

高齢者の健康体操指導とこどもの居場所となる駄菓子屋を経営する衣川さんと意見交換する中で子どもの頃の駄菓子話や地元の駄菓子屋話はだれもが一つはもっていると気づき、多世代交流のツールとして駄菓子が有効なのではないかと考え、福知山ワンダーマーケットに参画し、出張出店のお手伝いと学生共同企画を行った。

福知山市新町商店街（シャッター商店）で年に数回行われるイベントの福知山ワンダーマーケットで数々の共同企画行った。学生が出すなぞなぞやクイズ、学生とのじゃんけん対決のミッションをクリアする「ミッション新町（図 2)」や学生が考えたリアル謎解きゲーム「新町商店街に隠された謎と大学生」など駄菓子を景品とした企画と駄菓子のガチャガチャ、クレーンゲームを設置した

「駄菓子ゲームコーナー（図 3)」や駄菓子の的あて「新町スナイパー」など駄菓子を使った企画を行った。2022 年から現在まで共同企画は計 9 回行った。




図 2.「ミッション新町」　図 3.「駄菓子ゲームコーナー」

2.3　結果と考察

計 9 回の共同企画を行い、駄菓子屋の集客力に驚かされた。また、子どもたちが駄菓子を選んでいる姿を見た保護者や通りがかりの地域の高齢者が自らの幼少期を思い出す姿や会話をしていた。駄菓子を通じての多世代交流とは何かということを理解することができ、駄菓子を使った交流の可能性を感じた。活動を通じて、学生主体で場づくりを行うツールとして『駄菓子』を用いることで多世代交流が生み出しやすいと考えた。

3.　学生主体で取り組む駄菓子縁プロジェクト

筆者らは駄菓子屋きぬちゃんとの共同企画で目にした駄菓子の集客力、そして子どもにとっては目新しく、高齢者にとっては懐かしみのある駄菓子に可能性を感じた。そこで駄菓子をツールにつながるコミュニティとして「駄菓子縁」という言葉を提唱するとともに、学生が主体となる駄菓子縁プロジェクトを行う。「駄菓子縁」とは幅広い年代から支持を得ている駄菓子を主軸として新たな出会い、新たな関係構築を図るためのコミュニティである。駄菓子についての会話や駄菓子を通して深まる交流を期待する。

学生主体で行う駄菓子縁プロジェクトとして、主に「レトロ喫茶（図 4)」と「駄菓子すくい（図 5)」を行った。

「レトロ喫茶」は福知山市内のコミュニティスペースおもちゃ箱を利用し、駄菓子に加えてレコードの設置や駄菓子を使った創作メニュー、クリームソーダやコーラフロートといった懐かしのメニューを提供した。このプロジェクトでは、ゲームでは子ども向けのものが多く保護者や高齢者の参加を促すため、駄菓子屋に近い喫茶店を参考に大人も楽しめるレコードなどを設置し、地域の高齢者と駄菓子についての会話が生まれた。



図 4.「レトロ喫茶」

「駄菓子すくい」は京都市上京区の出町桝形商店街で開催された七夕まつりに参画し、スコップ、おたま、鍋つかみなどの様々なアイテムを使って駄菓子をすくうものゲームを企画した。普段活動を行う福知山市とは違って、京都市内での地域のイベントの参画で駄菓子を使った学生主体の企画を行い、初めて会った他大学の学生や家族連れと楽しく交流できた。



図 5.「駄菓子すくい」

4.　おわりに

これまで地域住民同士、地域住民と学生など多世代交流のできるコミュニティ創造を目指し、活動を実施してきた。まず、既存の地域活動に参入する形で取り組みを開始し、そこで得た多世代交流へのヒントをもとに、新たな学生主体の取り組みが必要であると考え、「レトロ喫茶」の活動を始めた。今後は、地域イベントへの継続的な参画とともに、学生主体企画である「レトロ喫茶」の定期開催を行い、多世代交流のできる場づくりに努めたい。また、駄菓子屋や駄菓子縁プロジェクトの場でどのような会話・交流・関係構築がなされているかを記録し、KJ 法を用いてまとめる。そして、最終的にはこの活動が福知山市における多世代交流・地域発展の先行事例となるように、まとめていきたい。

参考文献

(1)　経済産業省「平成 26 年商業統計調査」https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2/h26/index-kakuho.html （2023 年 10 月 16 日アクセス）

魅力ココカラ

- 全員で作るマップとゲームを使った PR -

グループ名阪本ゼミプロジェクト X
○石賀　翔（Sho ISHIGA）・兼尾　陽菜向（Hinata KANEO）
・近藤　真帆（Maho KONDO）・住友　大輝（Daiki SUMITOMO）
・辻　綾音（Ayane TUJI）・中村　朋郁（Tomoka NAKAMURA）
・橋本　將志（Masashi HASHIMOTO）・藤居　咲良（Sakura FUJII）
（京都橘大学経済学部経済学科）
キーワード：地域の魅力発信、地図の活用、GeoGuessr

1.　はじめに

日本には、多くの有名な観光地が存在し、国内からの旅行者だけでなく、海外の様々な国・地域からの多くの訪日客を集めている。新型コロナウイルスが流行する前の 2019 年の国際観光収入ランキングでは、日本は世界 7 位の 461 億ドルの収入を記録しており、このことから、観光によって得られる収入は、自治体にとって重要な財源となっていると考える(参考文献①)。

観光庁は、21 世紀に観光を日本における重要な政策の柱にすると明確に掲げている。観光が地域活性化や雇用機会の増大など、経済波及効果が高いため、日本の経済力を高める重要な資源となるからである(参考文献②)。そのため広い地域での観光力の向上が目標とされているが、旅行者の多くが、大都市を訪れている一方で、地方には有名な観光地以外に多くの観光客が集まらない状況が課題になっている(参考文献③)。さらにそれに伴い、地域の活性化も停滞している状況である。

しかし、日本には、知名度が低く、あまり多くの人に知られていないものの魅力ある観光地が多く存在する。この「知名度が低い」観光地を、多くの人に知ってもらうために、私たちは地図に着目した。地図を使い場所を言い当てる「GeoGuessr」というゲームを参考に、観光地を巡れる地図ゲームを開発することで、「知名度の低い」観光地の認知度を上げることができるのではないかと考える。これによって、地域の魅力発信の手段・ツールの開発、地方の観光地に訪れる観光客の増加が期待できると考える。

2.　インバウンド観光の課題

インバウンド需要は一部の地域に大きく偏っている。2012 年と 2017 年の訪日外国人旅行者数をみると、南関東及び近畿に圧倒的に集中しており、都道府県別にみると、東京都、大阪府、千葉県、京都府に偏っている。それに伴い、訪日外国人旅行者の消費額も偏りが見られ、東京都、大阪府が占める割合も大きくなる(参考文献④)。

観光庁が調査した平成 31 年 1 月から令和元年 12 月の都道府県別宿泊者数によると、訪日外国人のみの宿泊者数では 1 位が東京都で 2935 万人、2 位が大阪府で 1793 万人、3 位が京都府で 1202 万人といった結果になっている。外国人にとっては珍しい日本の歴史ある建築物や風情のある町並み、自然、伝統文化、アニメを一遍に楽しむことができる観光資源が豊かな場所が旅行先として選ばれている(参考文献③)。

これらに対してワースト 1 位の高知県は 9 万 5360 人、2 位の福井県で 9 万 7730 人、3 位の島根県は 10 万 4090 人といった結果になっている。これらには魅力的な観光スポットが存在しても交通の便が良くないなど観光には不利な状況がある。一方で海に面して海鮮物が新鮮で美味しく、福井県には恐竜博物館や東尋坊、島根県には出雲大社や足立美術館、高知県には四万十川があり魅力を感じるスポットは多くある。

観光客が集中している地域以外でもインバウンド需要の拡大により旅行者数、消費額、延べ宿泊数が増加してはいるものの、これらの地域では東京都などと比べると、観光での収入は少なく、地域によって、観光収入の格差があることは明らかであるが、魅力をしっかりと伝えることができれば多くの観光客が訪れるはずである。そのためにも地域の魅力を周知させることが重要になってくる(参考文献⑤)。

3.　知名度向上の効果

知名度の無かった場所が人気の観光地となった事例として岐阜県関市板取にある名もなき池、通称モネの池がある。もとは農業用のため池であり地元民にも認知されていなかったこの無名の池が人気となった背景には SNS の発達がある。この池は、2015 年頃にテレビ放映されたことがきっかけとなり、SNS 上でフランスの画家・クロード・モネの名画「睡蓮」にそっくりであると話題になり、大きな反響を呼んだ。それによって、観光客が増加し、関市の観光サイトでも紹介されるなど、人気の観光地としても定着しつつある(参考文献⑥)。

モネの池以外にも、地域には魅力的な場所が多

くあるだろう。そうした場所を多くの人に知ってもらうことが出来る方法を考える中で、「GeoGuessr」というゲームアプリに着目した。このアプリは、ランダムな場所でスタートし、周囲のヒントからその場所を推測するというものである。ストリートビューを使って建物、看板、地形などを観察し、地図上の正確な場所をクリックして答え、正確な予測に近づけば高得点が得られる。

このGeoGuessrを活用すれば、ゲームを通じて地域の魅力発信を有効に行うことができる。具体的には地図でピンが刺された観光地に GeoGuessr のように飛ばされ、その観光地がどこにあるのかをあてるというものである。GeoGuessr のランダムで選ばれる場所を地図上にある観光地に限定することで、SNS ユーザーが普段調べないような情報もゲームを遊んでいく中で得ることができる。この機能を付けることで他のSNSに載っていないような地元の観光地でも注目される機会を増やすことができるだろう。

SNSでは、それまでの検索履歴や閲覧履歴から、使用者の興味にそった情報が優先され表示されるようになる。この仕組みでは認知度が足りていない場所や上手く PR 出来ていない場所になればなるほど、人の目に触れる機会が少なくなる。

GeoGuessr では個人の興味ではなくアプリによりランダムな場所指定がおこなわれるので、その場所の認知度や PR 状況、個人の興味といった情報に影響されることなく知ってもらえる機会が出来ると考える。

4. 全員マップ

さらに、ゲームによる地域の魅力発信を有効に機能させるために「全員マップ」というアプリの作成を提案したい。このアプリは匿名で誰でも投稿することができ、魅力的な地域や場所にピンをつけ、写真やコメントを追加し、そこに「いいね！」を押すことで、利用者全員で魅力的な地域や場所を発信し共有するアプリである。この全員マップを使うことで既存の観光地などの話題性の向上だけでなく、新たな観光資源の発見や、地域の活性化の達成が可能となる。具体的にはGoogle Map のようなマップアプリに利用者全員がお気に入りの地点や魅力的な場所などにピンをさしてログを残し、共有する。

以上の仕組みを用いることで、自ら発信して、その地域や場所の魅力を伝えたり、他者の投稿を見てお気に入りの場所を探してみたりするといったことが可能になる。その他にも翻訳を付けることで海外からの観光客も利用できるようにする機能や多くのユーザーが観光地としてピンを指した場所にはピンをタップしなくてもマップ上から直接名前を見ることができる機能を加えることもできるだろう。

この全員マップのメリットは大きく３つある。１つは名前のない場所、地点を共有できるところである。既存のアプリであるGoogleの「マイマップ」では写真や動画が追加できるが、アドレスを知っている者同士でしかマップを共有することができない。これに対し、全員マップでは名前がついていない場所にもピンを指すことができ、そこに写真や動画だけでなくコメントを残すことができる。そして、アプリの利用者全員でマップを共有し作成することができるようにする。

２つ目に観光地や商業施設の広告費の削減があげられる。SNS が普及し、当たり前のように使われるようになった現在、まったく知られていなかったものやこと、場所が急激に人気になることが度々ある。SNS のように全員マップをうまく駆使することで、知名度を上げれば、広告費を削減することができるだろう。

3 つ目にアプリにゲーム性をもたせやすくすることである。例えば、アプリの利用者が増加したり、又はある程度地図が埋まったりしてきたら、期間ごとに「桜」などと言ったお題を出し、写真などを集め、コンテストなどを実施することも可能である。そこでの評価基準は、写真の美しさなどだけでなく、あまり知られていないという点を大きな加点要素としたゲーム性などを加えることでも、新たな観光資源の発見につながることが見込めるだろう。

5. おわりに

知名度の低い観光地にも観光客を集めることができる方法として、全員マップとGeoGuessrというアプリの活用を提案した。これらを利用することで、利用者全員で情報の送受信を行うことができ、知名度の低い観光地を知るきっかけになると考える。私たちの提案するゲームやアプリは、幅広い年代が利用することが想定されるが、その人たちは一人一人様々な視点や感性を持っているので、その人たちの力を借りて魅力を発信することで、新たな魅力発信の手段になるのではないかと考える。このようなことから、このゲームやアプリを利用する人が増加することで、今まで知名度が低かった観光地にも観光客が訪れるようになり、地域の活性化につながるのではないかと考える。

参考文献

(1)観光庁（2022）「令和4年版観光白書（案）について」
（ https://www.mlit.go.jp/common/001480904.pdf ）
(2)観光庁「観光立国推進基本法」
(3)総務省（2018）「平成28年度版　情報通信白書」
(4)内閣府（2018）「地域の経済２０１８」第２章第１節インバウンド需要の拡大と地域差
(5)観光庁（2022）「宿泊旅行統計調査」
(6)名もなき池　せきのまど　関市のモノ・コト・ヒトご案内サイト　（https://sekikanko.jp/spot_post/162）

次世代の修学旅行を考察する

木戸ゼミ
○岩田 智貴(Tomoki Iwata)・北村 厚人(Atsuhito Kitamura)・國吉 健太(Kenta Kuniyoshi)・関 悠菜(Yuna Seki)・中田 知希(Tomoki Nakata) ・仲道 亜呼(Ako Nakamichi)・久木 涼帆(Suzuho Hisaki)・日高 穂波(Honami Hidaka)・藤田 真友子(Mayuko Fujita)(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)
キーワード：SDGs 教育、修学旅行

1.1 研究の目的

京都市は「京都議定書が採択された都市として先導的な役割を果たすため[i]」多数の取り組みをしている。その一方で、京都市には必ずしもサステナビリティ先進都市のイメージは定着していないように思われる。また、後述するように、若者世代での SDGs の認知度は高まっているが、実行に移す人の割合は低いとのアンケート調査がある。

私たちは「次世代の修学旅行」によってこれらの課題は解決できるのではないかと考える。

1.2 課題① 京都に SDGs のイメージが薄い

京都という都市は何かと SDGs と縁が深い。京都の建築物は何世紀にも渡って存在しており、持続可能な社会における建築物の在り方としてひとつの解答となる。他にも持続可能な社会を目指す取り組みの始まりともいえる、京都議定書がある。むしろ京都議定書が採択された場所である京都に、SDGs のイメージがないことが問題ともいえる。

後述するように、大学生を対象に実施したアンケートでは、「京都に SDGs というイメージがある」と回答したのはわずか約 5%であった。

持続可能に歴史を紡いでいく都市であることを、京都は目指していくべきではないか。

1.3 課題② 若者の SDGs 認知率と実行率の落差

若者マーケティング研究機関「SHIBUYA109 lab.」の調査[ii]では、70%を超える若者が、社会的課題に関心があると回答している。その一方で、同調査での社会的課題解決の現状に関する回答では、実行していると回答した若者が約 20%にとどまっている。意識だけが高くても、実際に行動を起こさなければ意味がない。これからは実践できる SDGs 教育が求められるのではないか。

1.4 次世代の修学旅行

前述した課題①②を解決するために修学旅行が活用できるのではないだろうか。後述するように、大学生を対象に実施したアンケートでは、「修学旅行」が最も学校行事で印象に残ったと約 60%が回答している。ここからもわかる通り、修学旅行は印象深い学習を行うことができる。また修学旅行となると、京都の優位性は群を抜いている。公益財団法人日本修学旅行協会は中学校を対象に行先等を調査している。その調査結果において、HP で記録が閲覧できる 2011 年度から、行先として京都府が毎年 1 位になっている。これほど多く選ばれる京都だからこそ実現できる、実践的な SDGs 教育があるのではないだろうか。

私たちが目指す次世代の修学旅行は、従来の歴史体験だけでなく、どの交通手段がエコなのか、何をしたら SDGs につながるのかを、主体的に考え、修学旅行の中で実践し、その後の日常生活でも実践できることを目指す。

2.1 研究の方法

現在京都市で行われている「エコ修学旅行」に関して、主催者である京都市環境政策局循環型社会推進部資源循環推進課から聞き取り調査を行い、実際に「エコ修学旅行」に参加した全国の小中学校及び高等学校 15 校にも聞き取りを行った。

また、18 歳から 23 歳の大学生 156 人に「京都のイメージ」に関してアンケート調査（複数回答可）を実施し、144 件の回答を得た。

2.2 研究の結果

「エコ修学旅行」は観光関連のごみの減量を主な目的として 2016 年から実施されている。修学旅行に先立ってエコバッグ等の参加記念品を学校に配布したうえで、修学旅行生にアメニティグッズの持参、エコバッグの携帯等を実践してもらう取組みである。京都市役所での聞き取りの結果、「参加記念品としてエコバッグを配布することは環境によいと言えるのか」「全国の学校への広報が難しい」といった課題があることが分かった。

また「エコ修学旅行」に実際に参加した学校に対して、「修学旅行で SDGs について学べるプランがあれば利用したいか」質問したところ、ほとんどの学校が利用したいと答えた。このことから、京都での SDGs 教育に興味がある学校が多いことが分かる。特に愛知県碧南市立日進小学校では、「SDGs に関するプランがあると総合の学習と行事のカリキュラムマネジメントがしやすく、修学旅行も学習につなげるために SDGs プランを利用

したい」との回答があった。
さらに大学生に行ったアンケート調査の中で「京都のイメージと言えば何か（複数回答可）」という質問をしたところ、最も回答が多かったのは「神社・お寺」で全体の 97.9%を占めた。その次に「大学の多さ」、「伝統工芸」と続き、「SDGs」と回答したのはわずか 4.9%であった。この結果から京都では SDGs のイメージがないことが課題として挙げられる。

3. 次世代の修学旅行

これまで述べてきた課題を解決するため研究結果を基に、修学旅行を利用した京都で行う SDGs 教育を目指し、そのための政策として、一つのパッケージを提言する。

3.1 修学旅行パッケージ

この修学旅行パッケージについて、修学旅行実施前、当日、実施後の三段階に分けて説明する。
はじめに実施前の段階では、申し込みをした学校に対し、私たちが作成した図１のようなオリジナルマップを配布する。このオリジナルマップは、主要な観光場所や京都市運営の無料給水所、そして主要な観光場所までの距離と、そこに行くまでに使える交通手段の組み合わせ、及び CO2 の排出量が記載されている。このマップをもとに、生徒たちに主体的にどのルートで行くのが最も CO2 の排出が少ないかを考えてもらいたい。
次に、当日はアメニティ、マイボトル、お土産を入れる袋の持参を呼びかけ、ごみを出さないことや、使い切りでないものの使用を意識させる。
実施後は修学旅行で学んだことの振り返りと、普段からできることを話し合う時間を設け、日常生活での実践を促す。



図１　オリジナルマップ

3.2 広報及び予算面での課題と対策

京都市役所での聞き取り調査から、現状行われている「エコ修学旅行」の広報活動の手段は全国公立学校教頭会などの全国の公立学校の校長が集まる場でチラシを配り、認知してもらうことにとどまっていることが分かった。また私立の学校に対する広報活動があまり実施されておらず、私立の学校に対して「エコ修学旅行」の広報活動が不十分なことが分かった。さらに、学校へのメールアンケート調査では、ほとんどの学校が「エコ修学旅行」に毎年継続して参加していないことが分かり、その理由としては、担当教員が他校に異動する際に引継ぎが行われないことが挙げられる。
私立の学校までは広報活動を実施することができていないという課題に対しては、日本私立中学高等学校連合会の場においてチラシなどを配布し、認知してもらうことが効果的ではないかと考えた。
日本私立中学高等学校連合会は「加盟団体相互の提携協力によって私立中学校・高等学校および中等教育学校教育の振興を図ること」を目的とした団体で 1409 校が加盟している。このような私立の学校が多数参加している場において広報活動を行うことで認知の一つのきっかけとなるだろう。
「エコ修学旅行」に毎年継続して参加できていないことの主な原因として担当者が交代してしまうことと教員の負担が非常に多いことが挙げられる。そのため、前述した修学旅行パッケージを市から提供し、継続的に利用してもらうことで担当者にとっても負担を軽減できるのではないだろうか。
また、現状の「エコ修学旅行」の予算概要は年間予算 150 万円（製作したエコバッグの運送費用を含む）、エコバッグ製作費用 500 万である。
私たちが提案する次世代の修学旅行では、エコバッグの製作費用と運送費用を無くすことができるだけではなく、オリジナルマップを大学生と市役所が共同製作することで、広報活動に必要な費用のみで実施することができるだろう。

4. 終わりに

本論文ではアンケート調査をもとに、京都での修学旅行を通じ、SDGs 教育を進めていく「次世代の修学旅行」の提案を行った。この政策により、京都での SDGs 教育が活発化することを期待する。

参考文献

(1) NHK クローズアップ現代「それ本当にエコですか？徹底検証！暮らしの中の環境効果」（2023.10.16 取得）https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4716/
(2) 京都市情報館　「環境にやさしい『京都エコ修学旅行』について」（2023.10.16 取得）https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000271327.html
(3) 日本私立中学高等学校連合会　団体概要　目的（2023.10.16 取得）https://chukoren.jp/chukoren/profile/

インタビュー「Z 世代の SDGs と消費に関する意識調査」より引用。（https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000182.000033586.html）（2023.10.16 取得）

[i] 京都市地球温暖化対策条例の制定目的。
[ii] 15～24 歳の Z 世代を対象とした、外部調査パネルによる WEB 調査と SHIBUYA109 lab.独自ネットワークによる

個人経営の宿泊業における外国人労働者

チェーン店と個人経営の比較

龍谷大学辻田ゼミ

石田明輝人(AKITO ISIDA)・八田祐作(YUSAKU HATTA)・掛川大輔(KAKEGAWADAISUKE)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：宿泊業、外国人雇用、価値観

1. はじめに

1-1　研究の背景・目的

2022 年度の外国人観光客数は、約 383 万人であり、コロナ以前の 2019 年の 318 万人と比べ 1.2 倍となっている。インバウンド増加に伴い懸念されることが観光業での人手不足である。この問題を解決する糸口として外国人労働者に着目する。特定技能制度による外国人の就労が、宿泊・飲食サービス業の人手不足解消に対する良案のひとつと考えられる。

特定技能制度とは、2019 年に導入された新たな在留資格であり、深刻な人手不足と認められた 14 の業種で外国人の就労が許されるものである。この 14 業種の中でも宿泊業は、際立って人手不足が深刻である。宿泊業は、他産業と比べて高齢の労働者が多く、その為、実際に特定技能外国人の受け入れを積極的に行ってきた。

上記の研究背景から、吉田（2019）は全国規模でチェーン展開している宿泊業者を対象に外国人雇用のの実態と課題を分析した。外国人を雇用する際、課題となるのは、コミュニケーション能力と、働き方や仕事に対する考え方である。日本語能力検定を採用条件としても、実践的な会話を保証するものではない。意思疎通の失敗によって業務に支障をきたし、顧客からの苦情につながるケースがある。また、外国人労働者は契約に定められた以外の業務を行うことに抵抗を感じるようである。客に呼ばれるまでサービスを提供しないといった接客姿勢に対する認識の違いがあることも明らかになっている。

こうした大規模業者に比べ、小規模業者は総じて、資金力や知名度に乏しいため、人材の確保はより困難を極め、外国人の雇用や教育においてもより深刻な課題を抱えていると推察される。本論文では、個人経営の宿泊業者を対象に、上述の２つの課題にどのように対処しているのかを明らかにする。

1-2　日本の宿泊業における外国人労働者の状況

厚生労働省「外国人雇用状況」（2022 年 10 月末現在）によると、日本での外国人労働者は 182 万 2725 人で、前年に比べて 9 万 5504 人増加している。また外国人を雇用する事業所数も前年比 1 万 3710 多い 29 万 8790 所に増えている。産業別にみると、製造業が最も多く、全事業所数の 18.6%（5 万 5712 所）を占め、宿泊・飲食サービス業は 14.4%で 42,826 所を数える。雇用者数は推定で 20 万 9000 人である。

また、「宿泊業における外国人材の雇用促進に関する業務 事業実施報告書」（観光庁観光産業課、2023 年 3 月）によると、宿泊業は他の産業と比べて欠員率が高く、今後さらに増加するであろうインバウンド対応が急がれると指摘している。表 1 より、2000 年～2022 年まで宿泊業が欠員率を下回ったことはなく、最も差がある時で、2019 年の 3.4%になる。

全産業と比べても欠員率が高いことがわかる。

そのため、特定技能外国人に大きな期待が持たれている。しかしながら、技能試験や日本語試験の合格者は 3,125 人いるのに対して宿泊分野の特定技能 1 号在留外国人は 121 名（2022 年 12 月時点は 206 名）にとどまっており、合格者数との間に大きなギャップが存在する。外国人雇用による宿泊業での人手不足解消にはまだまだ問題がある。

表 1　全産業と宿泊業の欠員率比較



3. 研究方法

本研究において調査対象としたのは石川県加賀市の山中温泉にあるお花見久兵衛である。当該企業を選定した理由は、個人経営の旅館であり、積極的な外国人雇用に取り組み、2014 年頃から長くに渡り外国人雇用を続けているからである。本調査では、2023 年 10 月にお花見久兵衛の事務所において、 約 2 時間にわ

たり代表取締役社長、外国人インターン生２名（いずれもハンガリー）、外国人の正社員１名（ポーランド）の合計４名に対してインタビューを行った。質問事項は、 外国人採用の状況や、 外国人労働者を雇用してきた今までの課題点、外国人雇用が抱える日本での就労の懸念点である。

4. 調査結果

4-1　お花見久兵衛の概要

お花見久兵衛は、1958 年に創立された旅館施設であり、現在の従業員数は 50 人でそのうち外国人労働者は 6 名である。部屋数としては 48 室あり、主な客年層として、20 歳～40 歳が 70%を占めている。外国人客の比率はコロナ前で約 6%、現在は 3～4%である。

4-2　外国人材の雇用について

お花見久兵衛では、外国人材を専門とする人材仲介会社㈱アストミルコープ（東京）、株式会社 JTB を介して、外国人を採用している。2014 年に初めて外国人を正社員で雇用した。それ以降もインターン生を含め定期的に雇用している。

正社員の採用にあたっては、日本語能力検定 N3 を基準とし、「技術・人文知識・国際業務」という在留資格者を前提としている。インターン生の雇用に関しては、採用基準を設けておらず、人材仲介会社を介し、面接を経てサマージョブとして雇用している。

同社では、最初に雇用した外国人（台湾人）は、文化の違いから日本人従業員との間で働き方に関して歪が生まれたという失敗があった。それをもとに、社長自ら、従業員に人手不足で雇用しているのではなく、お互いに価値観をアップデートするために雇用しているというのを浸透させた。そのために、代表取締役社長が舵を取り、以下のことを何度も伝えた。

「単純な労働力が目的でない」「私たちも外国人から学ぶ必要がある」「日本のやり方に合わせろというのは乱暴で傲慢」「いろんな価値観を持った仲間と楽しく旅館をやろう」という事をミーティング、個人面談、全体朝礼で日本人の従業員に伝えた。そして、外国人労働者にも、立派な戦力であり人材、母国が違うだけでとても優秀、外国の文化・価値観を教えてほしいという事を伝えた。

4-3　インターン生２名　正社員１名　インタビュー

表 2　インタビュー概要

	国籍	性別	年齢	在留資格	日本語技能	雇用形態	宿泊・接客業経験
Aさん	ハンガリー	男性	21歳	サマージョブ	N4	インターン	ホテル
Bさん	ハンガリー	女性	23歳	サマージョブ	なし	インターン	レストラン
Cさん	ポーランド	女性	31歳	技術・人文知識・国際業務	N1	正社員	なし

表 2 はインタビューした外国人 3 人の属性である。業務内容として、フロント業務、ご飯の配膳、翻訳業務をこなしており、正社員の C さんに関しては上記に加えパソコン業務をこなしている。

インタビューを通して 3 人の回答で共通していたことがあった。一つ目は宿泊施設で働くことでたくさん日本語を話すことができ、練習に繋がると感じた。また実際に日本語の上達を感じていた。次に、日本で働く際に求めるサポートとして移動方法の少なさと公共交通機関の難しさが挙げられていた。最後に、母国の課せられた仕事をすれば他人の業務を助けるという文化がなく、誰かに求められていない残業をすることに戸惑っていた。

5. 考察とまとめ

吉田(2019)と比較して、国内ホテルチェーンと個人経営における外国人労働者の課題は文化の違いによる就労への考え方の差異であった。

雇用者側が求める日本語能力は N2 であり、雇用されている外国人に差はないと考えられる。そのため、チェーン店と個人経営における課題は同じであるといえる。

上記の課題を既に解決に取り組んだお花見久兵衛では、価値観の違いを受け入れ先である自分たちも学びの姿勢を持つことで解決しようとしていた。

人手不足解消と外国人雇用を安易に結びつけることは働き方の違いによる歪を生み出す。外国人雇用をすること自体に彼らならではの価値を見出さなければ円滑に雇用することができず、人手不足解消につながらない。つまりは、日本人と外国人双方の文化の違いを尊重することが重要になってくる。

参考文献

厚生労働省　「外国人雇用状況」(2023/10/23 最終閲覧日)

国土交通省　「宿泊業における外国人材の雇用促進に関する業務」事業実施報告書　観光庁　観光産業課　2023 年 3 月 (2023/10/23 最終閲覧日)

吉田雅也　2019.「ホテル産業における外国人材の活用状況と課題:国内ホテルチェーンの事例研究」 (2023/10/23 最終閲覧日)

買い物弱者支援を通じたコミュニティ形成の方策

社会学部コミュニティデザイン学科　野村ゼミ　買い物アクセスチーム
○物部　光(Hikaru Monobe)・河部　正輝(Masaki Kawabe)・村井　鈴菜(Suzuna Murai)・大伴　彩実(Ayami Otomo)
(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：買い物弱者支援、コミュニティ形成

1.　はじめに

自家用車を運転することができない高齢者などを中心に、いわゆる「買い物弱者」と呼ばれる人々をめぐる地域課題は深刻化している。たとえば、人手不足に起因する鉄道やバスなどの地域公共交通の衰退、身近にあった商店の廃業などを要因として、それまで当たり前のようにできていた「買い物」に行くことが難しい状況にある。

こうした買い物弱者の定義として、経済産業省は「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々」としている。買い物弱者の定義は、経済産業省以外にも、後述の農林水産省や、総務省などが調査研究に取り組んでいるように、省庁によって異なっているが、日本全国で 700 万人とも、1000 万人ともいわれている。

たとえば白鳥（2018）は、買い物難民は基本的人権が脅かされかねない大きな社会問題と指摘しており、イギリスのフードデザート問題を事例として、食品摂取の多様性が低くなることを紹介している。つまり、買い物は単に欲しいものを買うだけではなく、基本的な市民生活を構成するもので、かつ不可欠なものといえる。

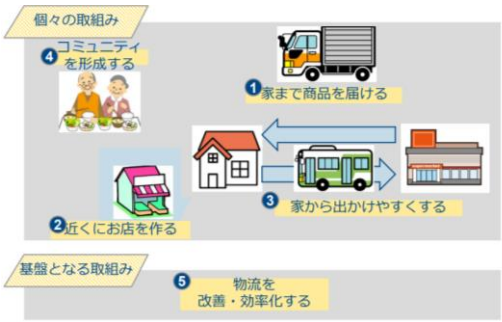


図１　買い物弱者支援の５つの取り組み

図１にもあるように、経済産業省では、買い物弱者支援の５つの取り組みを提示しており、近年では、物流・流通の効率化や移動販売など、買い物弱者支援に関連する取り組みが多様化している。しかし、買い物弱者と呼ばれる人たちは、商業施設だけでなくコミュニティの諸施設へのアクセスが制限されていることが想定され、社会的に孤立している状況に陥っていることも危惧される。したがって、物流の改善や効率化のみでは、買い物弱者の人々の、コミュニティおける「買い物以外の課題」を解決することにはつながらないことが危惧される。一方で、経済産業省の『買物弱者応援マニュアル』では、「④コミュニティを形成する」の事例が一つしか取り上げられておらず、その取り組みは蓄積途上にあるといえる。

そこで本稿では、特に買い物弱者支援における「コミュニティ形成」に着目し、事例研究を通じて、買い物アクセスの問題および社会的な孤立の解消に向けた地域での取り組みに関する示唆を導出することを目指す。具体的には、京都府京丹後市大宮町常吉地区の「つねよし百貨店」の事例を取り上げ、継続的なフィールドワークから、単に買い物のためだけでなく、人々が集い、会話を交わす、家庭でも職場でもないような「第三の居場所」としての機能を果たしていることがわかった。

2.　買い物弱者問題の現状分析と課題

農林水産省が 2023 年 4 月に発表した「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果」では、回答市町村 1013 市町村のうち、883(87.2%)の市町村が「対策が必要」「ある程度必要」と回答している。しかしながら、小都市では財政上の問題からや、どのような対策をすれば良いのか分からない、との回答が多い傾向にある。

調査では主に、高齢者の生活課題として買い物弱者の問題が位置付けられてきているが、私たちの行った実地調査からは高齢者だけではなく、子どもたちも買い物弱者となりうることがわかった。たとえば京丹後市大宮町常吉地区の子どもたちとの交流の中でも「必要なものが必要な時に手に入らない」という声を聞くこともあり、過疎地域や地方部特有の買い物アクセスの課題ともいえる。

この点について杉田（2013）は、子どもたちは「高齢者の場合とは全く別な意味で買い物難民である」と述べているように、子どもが買い物に行きたくても、親が子どもを買い物に行かせたくても、物理的な距離が生じる地方部等では、それが容易には出来ない現状にある。他方で、買い物には「貴重な自立の手段であるという、社会的な意味があった」(同上）とされているように、単に物を購入するだけではなく、社会で育つために重要な場面であるともいえる。

このような買い物弱者の課題に対して、先行研究や資料を読み進めるなかで、特に私たちは過疎高齢化の進む地域でこの問題が深刻であると考えた。そこで私たちは先述の京丹後市大宮町常吉地区にある「つねよし百貨店」で継続的なフィールドワークを行い、経営者や利用者、住民と意見交換を重ねてきた。

3. フィールドワークを通じて分かったこと

つねよし百貨店は、「日本一小さな百貨店」として知られており、前身の常吉村営百貨店の思いを引き継ぎ住民の暮らしを支えている。私たちが複数回行ってきたフィールドワークから分かったことは、大きく次の 3 点である。

第 1 に、地域で暮らす住民のニーズに合わせた経営者である東田一馬氏の創意工夫である。具体的には、常連客がよく購入する商品を把握し、店頭に並べているほか、不要なマイナスが出ない工夫をしていることが分かった。さらに、店舗内にコワーキングスペースの設置、住民が自分のおすすめの本を貸し出す、ライブラリーを設置することなどでつねよし百貨店は、世代の異なる人々が集う場所となっている。

第 2 に、つねよし百貨店自体が住民にとっての居場所としての役割を果たしていることである。具体的には、高齢者が単に買い物の為ではなく、東田氏との会話を楽しみとしている様子や、週に一度、うどんを食べるのを楽しみに来ている様子をフィールドワークから窺い知ることができた。住民にとって東田氏は、ちょっとしたことや悩みを気軽に話せる存在であることが分かった。

第 3 に、つねよし百貨店が子どもたちにとっての遊び場所としての役割を果たしていることである。周囲に普段遊ぶ場所がない子どもたちにとってつねよし百貨店は、放課後にふらっと立ち寄れる遊び場であり、コミュニティ形成の場所となっている。具体的に言えば、小・中学生が遊びを通じて同世代の仲間だけではなく、普段関わる機会がない年齢の子どもたちと交流できる機会を与えている。さらに私たちのフィールドワークからは、常吉地区の子どもたちに「買い物弱者」という認識はあまりないこともわかったが、こうした背景には、つねよし百貨店が地域の買い物インフラとしての機能を果たしていることが推測される。

4. 政策提言

現状分析とフィールドワークをふまえて、買い物弱者問題の解決に向けて、次の 2 点を提言する。

第 1 に、買い物弱者対策に取り組むプレーヤーを増やしていくことである。具体的には、つねよし百貨店における東田氏が「居場所を作る経営者」としての役割を果たしているように、このようなプレーヤーを増やすことで、従来の買い物弱者対策に不足していた点である「コミュニティを形成する」ことに寄与することが期待される。また、この買い物弱者対策に関わる「プレーヤーを増やすこと」は、経済産業省が掲げる先述の 5 つの支援策に加えた「第 6 の」買い物弱者支援としても位置付けられるものと考えられる。

このように、地域の居場所をつくる経営者が増え、つねよし百貨店のようにコミュニティの形成にも資する店舗が各地に展開されていくことにより、買い物弱者支援に限らず、より幅広い「買い物以外の」地域課題の解決に貢献していくのではないだろうか。

第 2 に、買い物弱者の課題解決に新たに取り組む場合の、スタートアップを支援する資金調達の仕組みである。特につねよし百貨店のように規模の小さな店舗では、大型商業施設とは異なり、大きな利益を見込むことは難しいため、事業収益以外での収入確保が課題となる。

資金調達方法としてまず、クラウドファンディングで資金を募ることが考えられる。事業に対しての明確な目標や動機を表明することで支援者を増やし、採算性が見込まれる。また、市外や県外の人に活動を知ってもらうために SNS を利用した呼びかけを用いるのも有用であると考えられる。

加えて、地域の空き家などを店舗として貸し出していく仕組みを構築していくことも、複数の地域課題の解決につながりうる。つねよし百貨店の場合は、前身の村営百貨店から受け継いだ店舗を活用しているが、新たに店舗を用意するには多額の資金が必要となる。そこで、地域の空き店舗や中古物件を活用し、リノベーションを行うことにより、費用を抑えるだけでなく近年生じている「空き家問題」の課題解決への貢献も期待される。空き家バンクの利用や、こうした地域での取り組みに対する行政からの補助金制度の活用も視野に入れていくことで、地域の諸課題解決にもつながる。

買い物弱者に取り組むプレーヤーを増やし、活動のスタートアップを支援する資金調達の基盤をつくる。これらの政策に、行政・民間・地域住民といった異なるアクターが参加することにより、買い物弱者問題だけでなく「買い物以外の」地域課題の解決にも寄与するものと考えられる。

参考文献

(1) 白鳥和生（2018）「流通業における主要業務を通じた社会貢献：戦略的 CSR への適合性に関する「とくし丸」の事例分析」『國學院經濟學』第 66 巻第 2 号、p. 47-p. 63.

(2) 経済産業省（2015）「買物弱者応援マニュアル ver3. 0」

(3) 杉田聡（2013）『「買い物難民」をなくせ！消える商店街、孤立する高齢者』中公新書ラクレ

(4) 農林水産省（2023）「食料品アクセス問題」に関する全国市町村アンケート調査結果」

シビックテックによるまちづくり展開支援
- 市民の視点が変える京都市の協働モデル -

同志社大学政策学部　野田ゼミ C 班
○内原雅貴（Masaki UCHIHARA）・平井杏奈（Anna HIRAI）・北川真緒（Mao KITAGAWA）・草原卓実（Takumi KUSAHARA）・松本大輝（Daiki MATSUMOTO）・毛利楓（Kaede MORI）・津田采音（Ayane TSUDA）・山本幸（Sachi YAMAMOTO）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：シビックテック、協働、ボトムアップアプローチ

1.　はじめに

京都市では 2003 年に政令市で初めて市民参加条例を策定し､未来まちづくり 100 人委員会やNPOとの協働、市民参加推進フォーラムなどを推進してきた。協働の相手先はNPOや民間事業者に注目しているが、財政危機が深刻な京都市は、市民と行政、市民間の相互交流をもっと積極的に行う必要がある。従来の市民参加や協働は行政が枠組みを決めて進めるトップダウンアプローチであったのも問題である。一方、近年、市民がデジタル技術を利用し行政との協働や政策課題を自律的に解決しようとする市民と技術を掛け合わせたシビックテック（以下「CT」という）の事例が多くなってきた。オープンデータ政策のもとでの市民によるごみ出しアプリ開発、コロナ禍に行政の公開ソースコードをもとにしたサイト開発に注目が集まった。こうした動向は、市民目線からのボトムアップアプローチの可能性を示唆する。本研究はCTの優位性を把握し､その活用促進政策を提案する。

2.　CT の事例研究

CT の明確な定義はないが(稲継 2018)、2013 年には code for Japan が設立され、その後全国に約 80 の code for のコミュニティが形成され、code for Kyoto は 2020 年に設立された。

これらの code for のコミュニティがウェブで掲載する事例を網羅的に整理したところ､CT に共通するのは､①技術者か否かに関わらず個人（NPOの場合あり）がデジタル技術を用いて情報を提供、②オープンデータを利用、③政策課題の解決が目的､④行政から有償で委託されるものではない（ITベンダーへの委託ではない）点があげられる。適用分野は、子育て、防災、防犯、保健、交通、高齢者福祉、文化、住環境が多い。

２つの軸で事例を類型化できる(図１)｡横軸は、Decidim(登録した市民が課題に対する意見を述べて市が施策を検討するデジタルプラットフォーム)のように政策立案段階を対象とするものと、テイクアウトマップなどのように既に決まったことを行う政策実施段階のものに分けられる。

縦軸は、市民が行政に情報を提供する情報提供型と、市民がアプリを開発してサービスを提案する市民提案型に区分するものである。情報提供型は、マンホールや電柱など修理のために市民がスマホで撮った写真を行政に送信してその画像を処理して修理を行うものが該当する（渋谷区、岡崎市等)。一方、市民管理型は、情報の管理主体が市ではなく市民のケースである。金沢市のごみの分別方法を示すアプリや生駒市の子どもの居場所づくりのアプリなどがある。

CT の機能ともいえる優位性は、情報提供型では、行政では限界のあった情報収集を市民の総力戦で効率化できる点にある。対して、市民管理型では行政以外の主体が情報の優先順位を付けるため、各店舗の商品の安さ、各病院の対応を比較するなど、行政では掲載できないが市民には貴重かつ出回りにくい情報を流通させる点である。これらの情報の効率的収集と流通促進のうち、特に後者は市民目線のボトムアップならではの優位性で、行政では実現できない。

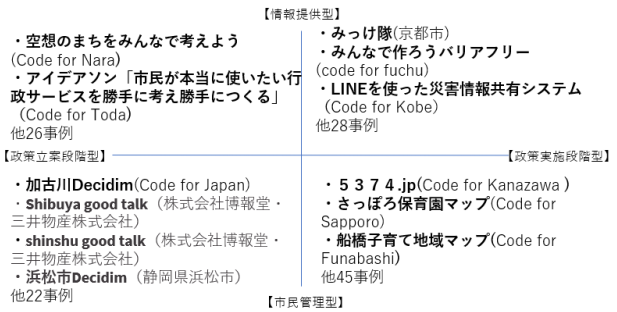


図１　CT の類型
(出所)code for Japan の HP 掲載事例より野田ゼミ作成

3. CT の優位性適用の検討

3.1　京都市及び Code for Kyoto の取り組み

CT の優位性である情報の効率的収集と流通促進の市政への適用を検討するうえで、総合政策室市民協働推進担当にインタビューを行ったところ、京都市の協働は、市政参加とまちづくり活動の活性化を積極的に行っていた。前者はパブリックコメントや審議会開催、KYOTO CITY OPEN LABO（企業から社会課題を提案し市との協働で試行）である。後者は、まちづくり・お宝バンク（市

民が取組提案を行い市が支援）のほか、まちづくり・オープンガバナンスがあり、これは、実際には(一社)オープンガバナンスネットワーク(東京)と協働の覚書を結び、まちづくりに利用できる施設や制度等の情報を流すのみであった。また、Code for Kyoto の活動を把握すると、CT に関する定例会等で検討している段階であった。

以上、市民参加や協働を掲げてきた京都市では市民と行政、市民間の交流は十分ではなく情報の効率的収集や流通促進の余地がある。ただし CT の優位性を実現可能とするにはプログラマーの存在や市民のデジタル化の意向を把握する必要がある。

3.2 街頭アンケート

四条烏丸付近で市民 108 名（市内勤務 65.7%、20 代 65.5%、30 代 75.0%、40 代 75.0%、50 代 77.2%)のサラリーマンに該当調査を行い、14.8%が何らかのプログラミング能力を有しており、無償による自治体への協力意向は 7 段階で 4.90 であった。初歩的なスキルも含まれるが、市内勤務者の協力を得て技術者を確保することも可能である。なお、インセンティブの質問では「市のスポーツ施設や文化施設の利用料金が安くなる」利点があればよいという回答が最多であった。

3.3 Forms によるアンケート

Forms アンケートの結果、京都市民のまちづくりへの参加意向は子育てや住環境が多く、デジタル化すべき分野は交通や防犯が多い(図 2)。アプリ開発への無償協力の有意は 10%となってしまったが、自治体を信頼する市民ほど強い可能性がある（表 1)。別途 7 点満点で把握した協働への税金使用の賛否は、京都市民は企業相手 4.3、NPO 相手 4.4 で京都市民以外より低く、多くの市民が納得している状況とまではいえない。この点からも市民個人との接点を増やす CT は効果的である。

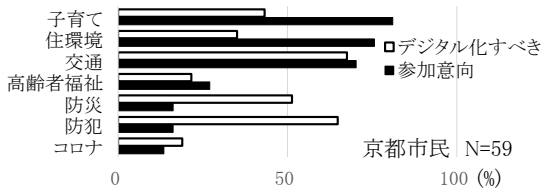


図 2 まちづくりへの参加意向とデジタル化すべき分野

表 1 無償アプリ開発と京都市民の関係

従属変数:アプリ開発等無償で貢献してもよい	係数	ロバスト標準誤差	P値	判定
自治体に対する信頼	0.334	0.188	0.076	*
プログラミング能力	0.306	0.408	0.453	
京都市民ダミー	0.776	0.475	0.102	
女性ダミー	0.770	0.494	0.119	
年齢	−0.007	0.023	0.763	
定数	−1.965	1.563	0.209	

(注)プロビット分析。プログラミング能力ある人(標本数)51、疑似決定係数0.13、***:1%、**:5%、*:10%。

4. 市民プログラマーまちづくり展開支援の提案

CT の優位性は２つあった。そのうち京都市への効率的情報収集は、交通や住環境、防災などハード基盤分野で活用メリットが高い。京都市では道路や公園の損傷箇所を投稿するみっけ隊アプリがあるが知名度が低い。今後は、ハード基盤の効率的情報収集の分野を拡げる必要がある。しかし、効率的情報収集はトップダウンの政策立案を支援するにとどまる。

もう 1 つの優位性である情報流通の促進は、ボトムアップによる政策立案で、市民管理型のものである。調査結果でわかった参加意向の高い子育てのほか、福祉や医療、教育といった対人的な政策分野が CT を活用する重点となる。本研究で明らかにしたように市民プログラマーの確保は京都では可能であり、京都市は特に開発協力が得られやすい。また京都市を信頼する市民は特に協力してくれる。一方、NPO や民間などの組織への補助金を提供することはそれほど京都市民から賛成を得られていない。

以上より、京都市民プログラマーを協働の相手先とした「市民プログラマーまちづくり展開支援」を提案する。市民プログラマーが対人的分野で行う取り組みの検討や実施に必要な施設利用料を無料とし推進補助金を提供するものである。このプロジェクトでは必ず京都市内を対象にし、その地区の市民が個人で自由に参加できる仕組みを含めること、オープンデータや制度利用を職員が要望に応じて説明に行き信頼を構築する仕組みも含めること、場合によっては企業や NPO とも連携すること、を要件とする。なお、プログラマーだけでなく非技術者が多い事例ではアプリ開発数が多くなるという研究(大西ら 2019)もあるため非技術者がアプリのテストやデザインなどで協力する体制をつくる。但しアプリの責任の所在については今後吟味する必要があるが、市民プログラマーまちづくり展開支援により市民参加や協働をボトムアップで進めることができる点は京都市担当部局へのインタビューでも改めて可能性があるという意見をいただいた。京都市の新しい協働のモデルは図 3 のように描くことができる。

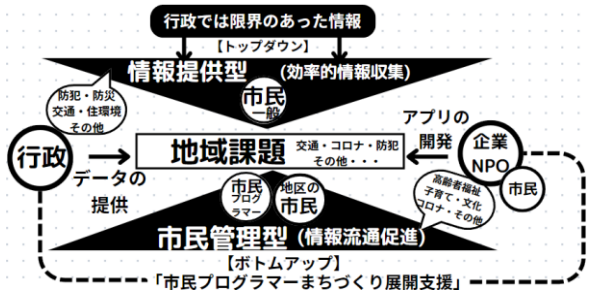


図 3 CT を含む新しい協働概念

(出所)野田ゼミ作成

参考文献

(1)稲継裕昭編著（2018)『シビックテック:ICT を使って地域課題を自分たちで解決する』,勁草書房.

(2)大西翔太,小林重人,橋本敬（2019)「シビックテックにおけるアプリ開発に影響する要素は何か？」『第 81 回情報処理学会全国大会講演論文集』, pp515-516.

温泉施設再生による地域活性化
- まちづくり協議会の役割と可能性

福知山公立大学　2 年木村ゼミ
○小林　稜太郎（Kobayashi Ryotaro）・花谷　歩（Hanatani Ayumu）
（福知山公立大学地域経営学部地域経営学科）
キーワード：夜久野高原温泉ほっこり館、まちづくり協議会、地域活性化

1.　はじめに

近年、わが国は人口減少や少子高齢化という課題に直面している。その中で、各地域が特徴を活かした自立的かつ持続的な社会を創生することを目的とし、2014 年に「まち・ひと・しごと創生法（地方創生法）」が施行された。この地方創生の役割を大きく担うのが地域運営組織（まちづくり協議会）である。地域運営組織とは住民が地域課題の解決を目的として活動する組織であり、現在全国には 7234 団体存在している。作野（2020）は、「これまでの自治会や町内会など地縁型自治組織とは異なり、住民主体で地域マネジメントを意図したネットワーク型の地域運営組織が各地で構築されつつある」とし、地域運営組織が地方創生の新しいプラットフォームとなっていることを示している。

本学の立地する京都府福知山市には地域運営組織が 4 団体（三和、夜久野、大江、中六人部）存在しており、本研究は夜久野みらいまちづくり協議会を研究対象に設定した。

夜久野みらいまちづくり協議会がある旧夜久野町は、2006 年に旧大江町、旧三和町とともに福知山市に合併された。その背景として、旧夜久野町も例外なく人口減少、少子高齢化が進んでいたことが挙げられる。2020 年の国勢調査では、50 年前と比べ人口が半分以下となっており（1970 年の 6716 人から 2020 年の 3067 人）、人口の半分以上が高齢者となっている（65 歳以上は 1615 人）。これらの問題に対して夜久野みらいまちづくり協議会は、トライアルハウスや移住者交流会を開催するなどして対応している。2023 年 5 月に、筆者らは「第 6 回新しい風移住者交流会」と「夜久野みらいまちづくり協議会総会」に参加した。移住者交流会においては、インタビューを通して移住者にとってまちづくり協議会の存在が非常に重要であることが分かった。夜久野みらいまちづくり協議会総会においては、地域住民各々が課題解決に向けて果敢に取り組む姿勢が見られた。その中で、解決できていない課題として、重要な地域資源である「夜久野高原温泉ほっこり館（以下、ほっこり館）」が閉館状態のままであることが挙げられる。

1999 年に開館したほっこり館は「農匠の郷やくの」という道の駅内に存在しており、展望大浴場や露天風呂などを備えた福知山市が管理する道の駅の核となる温泉施設であった。図 1 によると、ほっこり館は、新型コロナウイルス流行に伴う不要不急の外出自粛要請までは一定の入込客数をキープしており、上下動はあるものの毎年 2000 万円以上の収益を上げていた。そんな地域住民の重要なサードプレイスが閉館に至った理由として次のことが挙げられる。まずは、コロナ禍による入込客数の減少に伴う経営状況の悪化である。客足はピーク時の半数ほどにまで落ち込み、維持費など固定費が入込客数に関係なく必要となる温泉施設において経営悪化はやむを得ない。また、入込客数減少の影響もあり福知山市第三者評価委員会から公共性が低いと判断されたこと、昨今の公共施設マネジメントによる適正化が図られたことも大きい。これらの理由から、ほっこり館を民間企業に貸し付けること、並びにそれが実現するまでは閉館することが決まった。しかし、現在まで実際に貸し付ける民間企業が見つからず再開の目途が立っていない。

ほっこり館は夜久野の住民にとって重要な存在であり、再開してほしいとの声も聞かれる。また、閉館した現在でも年間 2000 万円程の維持管理費がかかっており、行政の視点で見ても無駄な損失を生んでいると考える。そこで、本研究ではこの重要な地域資源を再生させ、夜久野地区の地域活性化策について検討する。

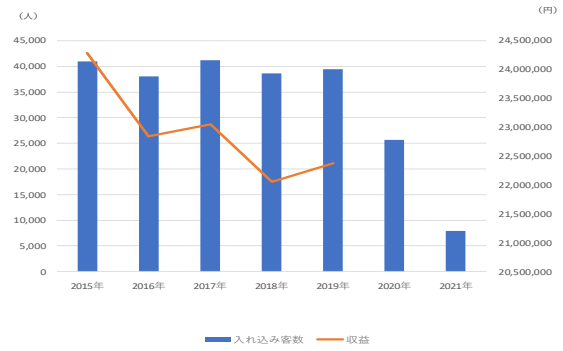


図 1　ほっこり館の年間入込客数と収益の推移
出所）福知山市提供データをもとに筆者ら作成
※　2020 年、2021 年の収益に関するデータは、指定管理終了により得られなかった。

2.　研究方法

まず、民間活力によって公営の温泉施設を再生

した先行事例として「ビオリゾート　ホテル&スパ　オーパークおごせ(以下､オーパークおごせ)」を挙げ、温泉施設の再生に至ったプロセスを読み解き、ほっこり館の再生に向けたヒントを得た。

さらに、ゼミ活動の一環で出会えた井上氏にインタビュー調査を行った。井上氏は福知山市地域振興部夜久野支所次長補佐兼地域振興係長を務めており、我々が旧夜久野町を訪れた際に施設案内や情報提供をしていただいた。その案内の際にほっこり館を訪れたことが本研究の発端である。井上氏の行政による視点から、ほっこり館再生に向けたヒントを得た。

3. 研究結果

3.1　先行事例の研究結果

オーパークおごせは埼玉県越生町にある宿泊施設や BBQ 場を併設した温浴施設である。2019 年 8 月に「ゆうパークおごせ（越生町ふれあい健康センター)」から施設名を改めてオープンした。前身の「ゆうパークおごせ」は 1995 年に公営で開業し、当初は年間 15 万人もの入館者を集めていた。しかし、近隣に温泉施設が建設されたことで集客力が落ち、2017 年には入館者が 7 万人を切ったことで越生町は施設の公営中止を決めた。その際、20 年の長期賃貸借契約で運営を担うことになったのが「温泉道場」である。「温泉道場」は埼玉県を中心にそのマーケティング力を活かして温泉施設の事業再生に取り組んでいる会社であり、ゆうパークおごせを普通財産に転換することで民間のノウハウを最大限に活かし、大規模な土地を有効活用した。越生町の積極的な協力により、客足はオープン初年度から上向き始め、毎年「ゆうパークおごせ」時代の 1.5 倍程度の売上高が見込まれており、成功しているといえる。また、オーパークおごせの「温泉道場」誘致は、地元の埼玉縣信用金庫の協力のもと越生町長自らが「温泉道場」が運営する施設を視察したうえでなされた。つまり、信用金庫という民間企業が越生町に対して働きかけを行ったことにより、越生町が管理する施設の再生を可能にした。

3.2　福知山市へのインタビュー調査結果

福知山市は、ほっこり館閉館後の管理運営を指定管理者制度と直営管理どちらの方法でも可能とするように条例を改正し、ほっこり館の今後の活用可能性の拡大を図っている。福知山市は、温泉事業コンサルタントによる調査･分析を行うなど、ほっこり館の再生に向けて取り組み始めている。地元住民からの早期の施設再開の希望を踏まえ、指定管理制度による民間企業からの活用提案を募集する予定である。このように福知山市へのインタビュー調査を通して、行政の視点からも閉館状態の施設の利活用に向けて試行錯誤がなされていることが分かった。

4. 政策提言

本研究結果を踏まえて、次のように提言する。

先行事例により、地元の信用金庫の参画のもと独自のマーケティング力をもつ民間企業と行政が協力し、その結果として温泉施設の再生へとつながった。また、福知山市へのインタビュー調査より、今回の研究対象である福知山市並びに旧夜久野町の行政は、閉館状態のほっこり館の再生に前向きな姿勢を見せていることが読み取れる。

そこで、本研究では夜久野みらいまちづくり協議会が実施主体となり、ほっこり館を再生することを提案する。具体的には、先行事例における埼玉縣信用金庫のポジションを夜久野みらいまちづくり協議会が担い、住民や地域の利害関係者を巻き込んでの意見交換を行ったうえで地域の特性や需要に合ったプランを策定し、行政と協力しながら実際に運営可能な民間企業へとつなげる。運営する民間企業の活動を存続させるためには、地域住民の協力が不可欠であり、地域住民で結成されるまちづくり協議会が重要な役割を担うと考える。公営施設として活用されていたほっこり館の閉館後、再び旧夜久野町の活気を取り戻すためには、地域住民が主体となって地域課題に向き合う必要がある。旧夜久野町において、地域運営組織である夜久野みらいまちづくり協議会が、ほっこり館を再生する役割の一端を担うことも可能ではないだろうか。

参考文献

⑴日経 BP 総合研究所・石井和也「指定管理から長期貸借・民営へ、越生町の温浴施設を温泉道場が再生」https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/102300122/?P=1（2023.10.16 閲覧）

⑵内閣官房「地方創生に関する取り組み」https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/tihousousei/index.html(2023.10.16 閲覧)

⑶作野広和（2020）「地域運営組織の設立過程と地域的意義」

⑷福知山市地域振興部夜久野支所次長補佐兼地域振興係長井上智行氏へのインタビュー調査（2023.10.5 実施）

Re:空き家 vation

- 宮津に泊まって、宮津を知る -

菅原ゼミ C 班
○ 西野総司郎（Nishino Sojiro)・新井健太（Arai Kenta)・越智杏奈（Ochi Anna)・都合田晴介（Tsugoda seisuke)・水落勇弥（Mizuochi Yuya)・今井優希奈（Imai Yukina)・小川明莉（Ogawa Akari)
(京都産業大学 経済学部 経済学科)
キーワード：宮津市府中地域、空き家、宿泊施設

１，問題意識

私たちは、宮津市の移住・定住促進の取り組みについて、地元の地域会議と連携している宮津市府中地域でのフィールドワーク活動を行っている。現在､宮津市において空き家問題は深刻さを増し、空き家の状況を見ると、令和 4 年の市の空家総量調査において約 800 件が空き家となっており、直近の 5 年間では約 100 件増加している。

また、宮津市の空家空地対策計画(表①)によると、宮津市では全国、京都府の 2 倍の空き家率となっていることが分かった。何度かのフィールドワークを通して、宮津市の最大の魅力は景観であることが分かり、空き家の問題は解決していくことが必要だと考える。

表①：全国・京都府・宮津市の住宅・空き家動向（H30）

地域	住宅総数	空家総数	空家率	その他の住宅
全国	約 6,241 万戸	約 849 万戸	13.6%	約 348 万戸 (5.6%)
京都府	約 134 万戸	約 17.2 万戸	12.8%	約 8.1 万戸 (6.1%)
宮津市	約 9,850 戸	約 2,700 戸	27.4%	1,880 戸 (19.1%)

出典：宮津市資料①より

さらに、府中地域に訪れる観光客のうち、長期滞在する割合が少ないという問題に着目した。京都府観光入込客調査（2019）によれば、宮津市の来訪者の中で宿泊する割合が 20.3%である。しかし、宮津市における宿泊施設は天橋立駅のある中心観光地に集中していることから、府中地域への宿泊が少ないことが考えられる。

また、海の京都（2022）より、再来訪意向（調査対象者のうち「大変そう思う」と回答した人の割合）が、全観光圏（全国の 14 地域）では 23.1%なのに対し、天橋立は 17.0%であること、さらにその中の宿泊客の再来訪意向は 12.6%であることが確認できた。この調査から、天橋立観光圏の再来訪意向は全国に比べて、低いといえる。

以上のことから、宿泊施設の少なさからも空き家を活用したい。そこで私たちは、この問題の解決のために、空き家を活用した宿泊施設を提案する。

２，参考事例・先行研究

提案をより具体的にするために､「NIPPONIA　小菅源流の村」という山梨県小菅村で行われている空き家を使った民宿を参考事例として挙げる。この参考事例を宮津市と比較して考えてみた際に、交通の便が悪いなどの宮津市府中との共通点も多く、参考事例としては素晴らしい成功例だと感じた。成功要因は①あるものを活かし再利用されていること、②地域住民を巻き込んで活性化に励まれていることであることが分かった。

そこで蕭(2021)を参考にする。この研究から、空き家物件活用型宿泊施設の出現、増加によりいずれの対象地域でも地元住民などによって一定の悪影響や課題を認識しているものの、それを上回る地域活性化、国際交流や経済効果などが期待できるとされている。

また、日本交通公社（2021）からは、地域住民に対しての影響や課題も多いとされている中、古民家等の観光まちづくりの起業・事業拡大は地域で行われること多く、新しい雇用の場になっていることが分かる。それだけでなく、伝統文化や文化財の活用・保存の拡大向上、住民の地域の愛着度の向上、移住・定住数の向上なども見られた。

このように古民家等を再利用した観光まちづくりには観光客数増加が見込めるだけでなく、地域や住民の生活にも良い影響を与えることが期待できる。

私たちは、このような先行研究・参考事例のもとに、空き家を生かした宿泊施設を提案する。

３，事例調査

菅原ゼミ C 班では、10 月に滋賀県大津市ホテル「講　大津百町」という分散型宿泊施設に実際足を運び、運営を行っている勝部氏にお話を聞くことができた。「講」は商店街とその周辺に点在している空き町家を民宿にリノベーションし、商店街の活性化や新しい観光客の呼び込みに成功している。

お話を聞くと､「講」では大津に人を集めるために試行錯誤されていた。京都に流れている観光客の宿泊を距離の近さを活かして大津に取り込み、観光業の発展だけでなく商店街の発展にも力を入

れていた。特に印象的だったのは観光客と地域住民の距離の近さだ。例えば、ホテルのプラン内に商店街ツアーが盛り込まれ、ツアー中に町の歴史や名産品について直接地元住民の方とコミュニケーションが取れる。過去には一観光客からリピーターに発展するケースもあったと聞いた。ホテルの方に町について説明されるよりも、地元住民の声で説明されることでリアリティが増し、観光客の興味を引くことができる。また、他では行っていない取り組みとして、宿泊料金内から150円が活性化のために商店街に全額還元される「ステイファンディング」という試みもなされていた。さらに、建物自体のこだわりも多く感じた。リノベーションするのにも元々あった柱、装飾をそのまま生かし改装されていた。家具にもこだわり、上質な宿泊体験ができるようになっている。そのため、この家具や空間を体験したいという目的をもって訪れる宿泊客がいることも現地のヒアリングでわかった。

４，提案

これらの先行研究・分析結果から、府中地域への宿泊客が少なく、活用されていない空き家が多いという問題を解決するために、空き家、空いている舟屋を再利用し、宿泊そのものを観光の目的とする宿泊プランを提案する。



図１　著者自身による撮影

普通の宿泊施設では泊まるだけとなり、宮津の良さや町の活性化へと生かしきることは難しい。そのため、私たちが提案する内容は「宮津に泊まって宮津を知る」をテーマとした、様々な要素を持った宿泊施設である。宿泊を観光の目的とする理由は、宿泊施設を観光の目的として捉えることで、まず宮津市に泊まるということが生まれ、宿泊を伴う観光での、観光客増加、消費額増加につながると考えたからである。

プランとしては、露天風呂付客室、SNS映えのする客室、などの泊まることで楽しむことができる部屋。また、キッチンを用意し、地元の方がふるまう手料理、または宿泊客が自ら地域食材を使って料理できる部屋などを用意したい。そして、「講」をモデルとして宿泊料の一部をまちへと寄付するというステイファンディングも提案する。

地元の方に手料理をふるまってもらうプランでは、府中で実際に食べられている地域料理を提供したい。宮津では「みやづくしの宿」とよばれる農泊プラットフォームが立ち上がり、現地での暮らしや地元の人々との交流を楽しむことができる滞在型旅行の魅力を発信している。その中には、雪歩きなどのアクティビティや漁業、農業体験ができる宿があり、自ら収穫した食材を使った料理を食べることもできるなど、何度も訪れたくなるような取り組みを行っている。この取り組みと連携して、食事提供などを私たちのプランでは行いたい。12月のフィールドワーク活動で実際にここを訪れる際には、天橋立以外にある宮津のディープな魅力を直接味わう予定だ。

府中地域では飲食店の閉店が早く、夜になってから探そうとすると困難であるが、地元の方に食事をふるまってもらうことで、食事の心配もなく、新しい魅力になると考える。また、コロナ禍では日常や普段の場から離れたい人が増加している。「みやづくしの宿」のような旅行ではこういった需要に応えられると考える。現地の生活を食と会話を通じて味わい、第二の故郷のような場所に繋がっていくことを期待したい。これは移住への第一歩にもつながると考える。

しかし、客室の管理や利用する際に地元の方との予定が合わないこともあるだろう。この問題は早期予約等に加え、地元の方との継続的な連携が必須になる。管理については受付のための施設を用意する、最も大きな客室を受付場所としても利用するといった方法が良いと考える。まち全体を巻き込むことから、マイナスとなる影響も起きうると思われるが、少しでも現実的にするため、より深く提案を練っていきたい。

参考文献

① 第2期宮津市空家空地対策計画：https://www.city.miyazu.kyoto.jp/uploaded/attachment/8357.pdf(2023.10.23閲覧)
② 海の京都：来訪者満足度調査2022,(2022)
③ NIPPONIA小菅源流の村：https://nipponia-kosuge.jp/(2023.10.23閲覧)
④ 蕭 閎偉：歴史的市街地における空き家物件活用型宿泊施設の改修・活用プロセス及び周辺地域に対する影響・効果に関する研究 https://www.jstage.jst.go.jp/article/afreport/90/0/90_2021_064/_pdf/-char/ja(2023.10.23閲覧)
⑤ 公益財団法人日本交通公社：古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり推進のための調査事業　事業実施報告書 https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/content/001513160.pdf(2023.10.23閲覧)
⑥ 海の京都・宮津の風土や文化を体験しよう。新しい農泊のカタチ「みやづくしの宿」https://kyoto-iju.com/column/miyazukushi(2023.10.23閲覧)
⑦ MIYAZUKUSHI　山海のある宿場 https://www.miyazukushi.jp/(2023.10.23閲覧)

口頭発表

【分科会７】

親子で学ぶ使い捨てないプラスチック
- ビニール傘問題とリサイクル -

京都先端科学大学経済経営学部 阿部ゼミ A 班
○道堂 拓望（Takumi MICHIDOU）・柏 朋希（Tomoki KASHIWA）・桑野 凌（Ryo KUWANO）・島崎 華奈（Kana SHIMASAKI）・藤澤 凌太朗（Ryotaro FUJISAWA）
（京都先端科学大学経済経営学部経済学科）
キーワード:ビニール傘、プラスチックリサイクル、循環型社会

1. はじめに

近年、海洋プラスチックごみ問題に対する国際的な関心が高まり、日本においても、プラスチックごみ廃棄量の削減とリサイクルの促進が求められている。意外と身近なもので、プラスチックごみ問題として意識されていないのが「ビニール傘」だ。「ビニール」という名前から、プラスチックごみを連想するが、実は不燃ごみや燃やすごみとして処理されている。齋藤ら（2018）によれば、年間推計 8000 万本のビニール傘が消費されているとされ、その多くが忘れ物として放置され、壊れた末に廃棄されてしまっている現状だ。

日本で、ビニール傘が大量に廃棄されてしまっている要因の一つとして考えられるのが、消費者の「使い捨て意識」である。ビニール傘は、低価格でコンビニなどで買える便利さの反面、使い捨てしやすい。この「使い捨て意識」は、ビニール傘だけでなく、日本におけるプラスチック製品の廃棄全体にも言える問題であり、今後、日本が循環社会を目指す上で大きな課題と考える。

そこで、本研究では、ビニール傘に着目し、日本や全国に先駆けてさまざまなプラスチック対策を行なってきている京都市におけるプラスチックごみやビニール傘の取り組みを検討し、ビニール傘廃棄問題を契機に、プラスチックに対する使い捨て意識改善のための政策提案を行なっていく。

2. 日本におけるプラスチックごみ対策

2.1 日本におけるプラスチックごみ廃棄量

日本エシカル推進協議会によると 2019 年日本のプラスチック廃棄量は、世界 4 位と高い。プラスチック循環利用協会によれば、2021 年の日本のプラスチック総排出量は 824 万ｔあり、そして、リサイクル内訳は、プラスチックごみを焼却した際の熱エネルギーによる再利用であるサーマルリサイクル（熱回収）が約 6 割を占め、再利用するマテリアルリサイクルは約 2 割で、その約 3/4 が輸出されている現状がある。

2.2 日本のプラスチックごみ関連法案

日本で一番初めに全面施行されたリサイクル法としては、2000 年の「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進に関する法律」、「循環型社会形成推進基本法」がある。その後、世界的な海洋プラスチック問題への関心の高まりを受け、2018 年に「第四次循環型社会形成推進基本計画」、2019 年に「プラスチック資源循環戦略」が策定された。2022 年 4 月 1 日にはプラスチック資源循環法が施行され、計 12 種類の製品が「特定プラスチック使用製品」に指定され、今後さらに発生を抑制することが求められている。

2.3 ビニール傘問題に対する取り組み

一方、環境省においてビニール傘問題に特化した取り組みは現在ないが、株式会社 Nature Innovation Group が提供する「アイカサ」という日本初の傘シェアリングサービスがある。アイカサとは日本各所に設置されたアイカサスポットを専用アプリで探し、傘を借りることができるもので、2019 年からは、環境省の推進する「プラスチック・スマート」と提携している。

3. 京都市におけるプラスチックごみ対策

3.1 京都市のプラスチックごみ受入量

2018 年の京都市が受け入れているプラスチックごみは年間 5.4 万ｔである。そのうちリサイクルされている 1.2 万ｔ中 0.9 万ｔ分は回収したプラスチック製容器包装である。ただ、そのリサイクル率は、40%であり、60%は焼却処分されている。

3.2 京都市のプラスチックごみ対策

京都市では、全国に先駆けレジ袋削減とマイボトル推奨の取り組みを行ってきた。特に 2007 年の事業者、市民団体、京都市とレジ袋削減等に向けた自主協定は「京都方式」と呼ばれ、2015 年には、「ごみ半減をめざす『しまつのこころ条例』」を施行し、プラスチックごみに対しても 2R と分別・リサイクルの促進をしてきた。

2019 年には、給水スポット・給水機設置や、市主催のイベント等での使い捨てプラスチック不使用などを含む、京都としてすぐに実施できる 12 点の施策を「プラスアクション 12」にまとめている。2021 年には、持続可能な循環型社会のため、「京（みやこ）・資源めぐるプラン－京都市循環型社会推進基本計画（2021-2030）－」が策定され、プラスチック対策として、「徹底した使い捨てプラスチックの削減」、「徹底したプラスチックの資源循環」

が挙げられた。そこでは、新型コロナウイルス拡大による生活様式の変化に伴うプラスチックの代替素材の導入支援、販売事業者と連携した回収方法の検討などを行なっている。

3.3 京都市へのヒアリング調査

京都市では 2007 年からプラスチックについては資源ごみとして分別しており、2023 年 4 月からは、燃やすごみとして排出されていたプラスチック製品である歯ブラシ、洗濯バサミなどの回収も始まったが、プラスチックごみ回収率はあまり増えていない状況だった。また、資源ごみの中に汚れたものや金属製のハンガー、割り箸、50cm 以上のものなど、回収項目以外の物が捨てられているため、プラスチックリサイクル率は 2021 年で 48%だった。ビニール傘について、京都市で分別が燃やすごみなのは、傘に限らず 50 cmを超えるものは機械を傷つけてしまうためであり、50cm 以下でプラスチックだけに分解できるのであれば、ビニール傘はリサイクル可能であるとのことだった。

4. 使い捨て意識脱却と循環させる意識の形成

4.1 リサイクルに関する課題

国や京都市の現状や対策から、レジ袋など使い捨てない代替品の利用による発生抑制対策は進んでいることがわかった。一方、リサイクルに関しては、手作業による汚れなどの分別等により、結局焼却によるリサイクルという形が大半で、プラスチックの再利用率は低い。さらに、ビニール傘問題について、そもそもプラスチックごみ問題としてあまり認識されず、対策も少ない現状がわかった。

このことから、私たちは、これら背景には、まだまだ日本人にはプラスチックの使い捨て意識があり、リサイクルできる商品への個人の関心が薄いことが関係していると考えた。

4.2 消費者意識調査

プラスチックごみ問題に関する世論調査(2022)を見てみると、今後取り組みたいものとして、分別や代替品の仕様については関心が高まっているが、再生プラスチックを使用した製品購入や再利用可能なサービスの活用については 20～30%で低い。また、マーケティングリサーチの調査(2021)でも、環境問題への行動として普段から取り組んでいることの中で、環境保全に積極的な企業の製品を買うようにしている割合も低い現状が見て取れる。

今後、プラスチック循環促進のためには、この使い捨て意識脱却とともに、より環境に配慮した製品やサービスへの関心を高めるための取り組みも同時に行っていかなければいけないだろう。

5.参考事例

そこで、参考になるのが、2023 年 8 月に株式会社サエラと旭化成ホームプロダクツが協働し、小学生の親子向けに実施されたワークショップイベントである。家庭から使用済みのジップロックを回収し、リサイクル可能なオリジナル傘として作り替えることを体験してもらう。

私たちは、このイベントについて聞くため、株式会社サエラにヒアリング調査を行った。株式会社サエラは、金属を一切使わず分解・リサイクルでき、万が一壊れても生地や部材を取り換えることが出来る傘「＋TIC（プラスチック）」を作っている。ワークショップを親子向けにした理由は、素直な子供の時の経験を覚えていてもらい、傘に対する意識を変えるためとのことだった。そこに親もくることでビニール傘問題を知ってもらう狙いもあるとのことである。また、イベントの効果を聞くと、小学生の参加者からは「傘を大事に使おうと思った」などの感想とともに大人の参加者からは「傘問題の状況に驚愕し、今後自分の傘を大切に扱う」などの感想もあったとのことで、意識づけという意味では効果があったようだ。

6. 政策提案

私たちは、上記事例を参考にして、「親子で学ぶ使い捨てないプラスチックワークショップイベント」を提案する。このイベントでは、自治体が主導となり、プラスチックリサイクルを意識しているサエラのような企業複数と連携して実施する。京都市はリサイクル先進都市として 10 年後 20 年後を見据えた取り組みをアピールできるとともに、企業も環境への配慮の取り組みのアピールに繋がる。小学生の親子を対象として、8 月に大学に協力してもらい教室を使って行いたい。夏休みでの開催ということで自由研究テーマとしても活かすことができ、参加するきっかけにつなげる狙いだ。

このワークショップの参加をきっかけに、親子世代から環境に対する理解が深まり、使い捨て意識から、使い回す意識へ考えを変えることによって、循環型社会の実現につなげていきたい。

参考文献

(1) 齋藤徹太、西野隆司(2018):「環境へ与える傘の廃棄問題」第１０回大学コンソーシアム八王子学生発表会、ポスター発表

(2) 日本エシカル推進協議会 HP:「「使い捨てプラスチック」の世界ランキング公表」

(3) 一般社団法人プラスチック循環利用協会 HP(2021):「2021 年　プラスチックのマテリアルフロー図とは」

(4) 藤田裕之、八代康弘(2020):「京都市の SDGs 戦略とプラスチック対策」環境保全 34 号、pp9-20.

(5) 内閣府による世論調査(2022):「プラスチックごみ問題に関する世論調査」

(6) 株式会社マーケティングリサーチ HP(2021):「環境問題に関する意識調査」

(7) 株式会社サエラ HP

最終閲覧日:全て 2023/10/23

50 代男性の運動の習慣化対策

京都産業大学経済学部関田ゼミマッチョ班
岡本　帝人（Okamoto Mikado）・竹内　大輔（Takeuchi Daisuke）・馬場　博也（Bamba Hiroya）・柴田　洸大（Shibata Kouta）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：50 代男性、運動不足、情報提供

1.　はじめに

平成 28 年度『京都府民健康・栄養調査』報告書には、「1 回 30 分以上の運動を週 2 日以上実施し、1 年以上継続している」と回答した人々の割合が示されている。図 1 から分かるように、習慣的に運動している人の割合は、男性全体で 32.5%、女性全体で 25.0%となっている。また、運動習慣は、年齢と共に単調に変化するわけではない。女性において、特に運動習慣のない年齢層は 30 代であり、9.8%の人々しか運動習慣がないことがわかる。男性においては、特に運動習慣のない年齢層は 50 代であり、10%の人々しか運動習慣がないことが分かる。次に、厚生労働省が実施した令和 2 年賃金構造基本統計調査から抜粋した性、年齢階級別賃金のデータを見てみると、50 代男性の賃金が最も高かった。つまり、50 代男性は家計の中の主な稼ぎ手であると考えられる。そこで本稿では、50 代男性に対象を絞って、運動不足問題に取り組むことにした。厚生労働省が実施した令和元年国民健康・栄養調査報告によると運動習慣の定着の妨げとなる点について、50 代男性の 50.1%が仕事（家事・育児等）が忙しくて時間がないことを選んでいた。つまり、50 代男性は賃金が最も多くもらえる年代ではあるが、仕事に費やす時間が多いため運動の習慣化ができずにいると考えられる。

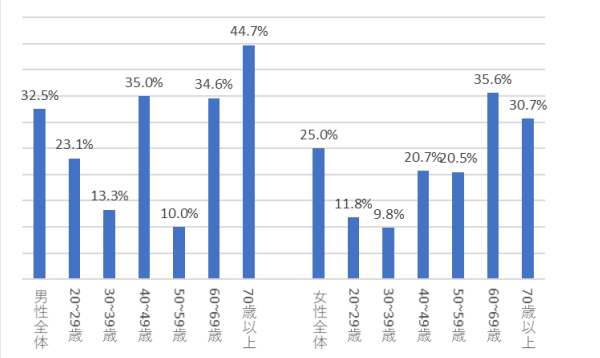


図 1　運動習慣ありと答えた人の割合

2.　先行研究

本章では、運動習慣が与える影響について分析された先行研究の結果を紹介する。Inoue, Iso, Yamamoto, Kurahashi Iwasaki, Sasazuki, and Tsugana（2008）は、「身体活動・運動強度と死亡との関連」のデータを用いて、身体活動量と死亡リスクとの関係を分析した。その結果、性別に関わらず、身体活動量が多いグループほど、死亡リスクが低下することが分かった。また、上村・駒村（2017）は、男性の場合、健康状態が良くなるほど賃金が高くなる、という結果を得ている。さらに、株式会社健康長寿研究所で行われた中之条研究の結果では、11 種の病気・病態の予防基準を 1 年の 1 日平均の身体活動の量と質で説明できることが分かった。

先行研究の結果から、運動をより行うことで、死亡リスクが低くなり、病気の予防や賃金上昇も運動習慣によって可能となることが予想される。

3.　既存の政策

京都府の取り組みを調べたところ京都府では「きょうと健康づくり実践企業認証制度」を実施しており、仕事が忙しい中でも従業員が運動習慣を作れるよう取り組んでいる企業がいることが分かった。この制度で令和 2 年度に特別賞を受賞した第一工業製薬株式会社の取り組みを紹介すると、この企業では 45 年以上前から毎朝ラジオ体操を行い、2021 年 1 月にオリジナルの DKS 体操を作成し、毎日 15 時に実施している。その他にも事務所内にトレーニング機器、マッサージ機器、卓球台を設置したトレーニングルームを設け、運動習慣付けを目的にアプリを利用したウォーキングイベントを年 2 回実施していることが分かった。

4.　政策提言

既存の政策を調べた結果、中之条研究が公表しているような「病気を予防できる運動の程度」についての情報提供が行われていないことに気付いたので、私たちは、50 代男性に運動に関するアンケートを実施し、どのような運動で、どのような病気を予防できるのかに関する情報を提供することで、運動を習慣化してもらうことができるのではないのかと考えた。本章では、50 代男性に運動が健康に与える情報を提供することで運動習慣の改善に効果があるのかに関する検証結果を述べる。また、どのような人が運動不足に陥っているのか確認するための回帰分析の結果も述べる。

4.1　アンケートの作成

50 代男性を対象に Google Forms でアンケート調査を作成し、LINE などの SNS やメールを利用

して友人・知人の 50 代男性に回答及び拡散を依頼した。その結果、42 人から回答を得た。質問内容は①年齢②結婚しているか③子供の人数④年収⑤最終学歴⑥中学時代の授業時間以外の運動習慣⑦高校時代の授業時間以外の運動習慣⑧1 週間の労働時間⑨1 週間の家事時間⑩1 週間の育児時間⑪1 日の平均睡眠時間⑫居住している市町村の人口規模⑬居住地⑭1 日の平均歩行時間⑮1 日の平均中強度運動時間（早歩きなど）⑯奇数月生まれの回答者に、中之条研究によって示された歩数と中強度運動と予防できる病気に関する情報（歩数 8000 歩・中強度活動時間 20 分で、高血圧、糖尿病、脂質異常症、メタボを予防できるなど）を説明した上で、今後 1 年を通した平均歩行時間が変化する予定を尋ねる。偶数月生まれには中之条研究の結果を示さずに、今後 1 年を通した平均歩行時間が変化する予定を尋ねる。⑰今後 1 年を通した平均中強度運動時間が変化する予定⑱今後運動時間を変化させる予定が実現する確率、である。

4.2　分析結果

運動をすることで病気を予防できるという情報を奇数月生まれに提供し、偶数月生まれには情報提供をせず、今後の平均歩行時間や平均中強度活動時間の予定を尋ねた結果、情報提供なしのグループと情報提供ありグループの「増やす」と答えた割合にあまり差が見られなかった。

一方、今後、運動習慣を変化させる予定が、どれくらいの確率で実現するかという質問に対して、60%以上と答えた人のデータのみを分析に使用した場合の結果は以下のようになった。つまり、情報を提供しなかった偶数月生まれよりも、情報を提供した奇数月生まれのほうが、今後の平均歩行時間や中強度活動時間を「増やす」と答えた割合が多いという結果になった。

表 1 今後運動時間を変化させる予定が実現しそうな人のデータのみを抽出して計算した結果

	今後の平均歩行時間を増やす	今後の平均中強度活動時間を増やす
奇数月生まれ (情報提供あり)	60%	70%
偶数月生まれ (情報提供なし)	43%	43%

さらに、現在の歩行時間がどのような要因に影響を受けるのかを分析するために、以下の式を用いて回帰分析を行った。

歩行時間=a+b(年齢)+c(既婚状況)+d(子の人数)+e(最終学歴)+f(中学時代の運動経験)g(高校時代の運動経験)+h(労働時間)+i(家事時間)+j(育児時間)+k(睡眠時間)+l(都市規模)+m(近畿地方在住か否か)+u

この式を回帰分析した結果から、歩行時間が短い人は、年齢が低く、既婚者であり、4 年制大卒以上、そして、育児時間が短い傾向があることが分かった。

1 章では、５０代男性の運動習慣が定着しない理由として「仕事が忙しい」という報告書の結果を示したが、回帰分析の結果からは、それと整合的な結果は得られなかった。５０代男性の運動習慣が定着しない理由についてはさらなる分析が必要である。

5.　まとめ

平成 28 年度『京都府民健康・栄養調査』報告書から、50 代男性のうち、運動習慣のある人が全体の 10%しかないことが分かった。また、厚生労働省が実施した令和 2 年賃金構造基本統計調査では、50 代男性の賃金が最も高かった。つまり、50 代男性は家計の中の主な稼ぎ手であるにも関わらず、運動習慣が定着していない。そこで、本稿では 50 代男性に対象を絞って、運動不足問題に取り組むことにした。既存の政策を調べた結果、中之条研究が公表しているような「病気を予防できる運動」についての数値情報の提供が行われていないことに気付いた。そこで、50 代男性を対象とした運動不足に関するアンケート調査を実施し、運動をすることで病気を予防できる情報を提供することで運動習慣の改善に効果があるのか検証した。その結果、情報を提供された人とそうでない人とでは今後の運動時間を増加させると答えた人の割合は前者のほうが多く、情報提供が運動習慣の改善につながることが示唆された。運動をすることで病気を予防できる情報を自治体がポスター等にして自治体内の施設や企業に呼びかけ伝えてもらい、人々が見やすい形にすることで、多くの人の運動習慣の改善につながると考えられる。

参考文献

(1) Inoue, Manami, Iso, Hiroyasu, Yamamoto, Seiichiro, Kurahashi, Norie, Iwasaki, Motoki, Sasazuki, Shizuka, Tsugane, Shoichiro, “Daily total physical activity level and premature death in men and women: results from a large-scale population-based cohort study in Japan (JPHC study)” Japan Public Health Center-Based Prospective Study Group Collaborators, Annals of Epidemiology, vol. 18, no. 7, pp. 522-30 (2008).
(2) 上村 一樹, 駒村 康平, “労働者の健康増進が労働者に与える影響” 生活経済学研究 vol. 45、pp. 1-14 (2017)

入棟元・退棟先からみた
中丹医療圏における地域医療連携の分析

岡本ゼミ
五十嵐　成美（Narumi　Igarashi）・大庭　朋栞(Honoka Ooba)・佐藤　真菜(Mana Sato)・園田　隼斗(Hayato Sonoda)・千原　優里佳(Yurika Chihara)・辻　すみれ(Sumire Tsuji)・○畑山　萌伽（Moeka　Hatakeyama）
（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：病床機能報告、病院類型、地域医療連携

1.　はじめに

私たちのゼミは、各ゼミ生の出身地の医療圏内の病院の入棟元、退棟先の状況を病床機能報告のデータより入手し、5 つ程度に分類した。そしてそれぞれの類型の名称と特徴を明らかにした。

今回、その分類を基に京都府中丹医療圏（福知山市、舞鶴市、綾部市）の全病院を対象に、どの類型に属するかを分類し、中丹医療圏における病院間ならびに福祉施設や地域（自宅等）との医療連携の実態を分析する。

2.　分析にあたって

2.1　中丹医療圏の概要

中丹医療圏は京都北部に位置する福知山市、舞鶴市、綾部市の 3 つの市で形成されている。人口は 189,488 人、高齢化率は 28%（2020 年時点）である。

2.2　分類について

各病院を分類するにあたって病床機能報告（医療法に基づいて都道府県に毎年提出しているデータ）の項目を利用した。入棟前の場所では「家庭からの入棟、他の病院・診療所からの転院、介護施設・福祉施設からの入棟、院内の出生、その他」の５項目、退棟先の場所では「家庭へ退棟、他の病院・診療所へ転院、介護老人保健施設に入所、介護老人福祉施設に入所、社会福祉施設・有料老人ホーム等に入所、終了（死亡退棟等）、その他」の 7 項目を用いた。その後、中丹医療圏の病院の分布について分析し考察を行う。

2.3　各分類の説明

次に、中丹医療圏の分析を行う前に入棟前の場所、退棟先の分類について説明する。この類型を作るにあたって、我々の出身医療圏である宮城県仙台医療圏、東京都西北部医療圏、長野県長野医療圏、静岡県中東遠医療圏、愛知県西三河南部西医療圏、兵庫県北播磨医療圏、佐賀県中部医療圏のデータを参考にした。入棟前の場所は 3 形態融合型病院、家庭直結型病院、家庭・他病院連携型病院、他病院協力型病院の 4 つに分類できた。3 形態融合型病院とは、家庭、他病院・他診療所が同程度の割合で、介護・福祉関連施設からの入棟が比較的多く含まれている分類である。

次に、退棟先の場所は 5 つに分類できた。広範囲対応型病院、福祉連携型病院、看取り病院、家庭退棟型病院、その他である。広範囲対応型病院はほぼすべての退棟先が存在する。福祉連携型病院は、介護福祉関連の項目が多いことが特徴である。看取り病院は、死亡による退棟が全体の 5 割を占めている。

2.4　中丹医療圏の分類結果

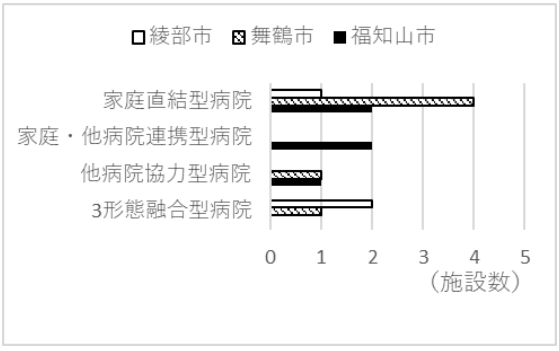


図 1　各市における入棟元の分類

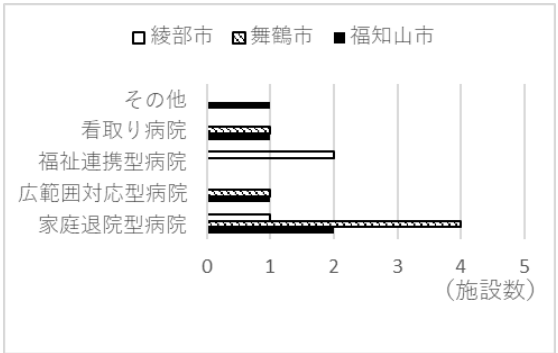


図 2　各市における退棟先の分類

中丹医療圏内の 3 市には合計で病院が 14 施設あった。その内訳は福知山市に５施設、舞鶴市に 6 施設、綾部市 3 施設である。

まず初めに入棟元の分類結果を示す。福知山市では家庭直結型病院と家庭・他病院連携型病院が 2 施設ずつと他病院協力型病院が 1 施設であった。

舞鶴市では家庭直結型病院が 4 施設と 3 形態融合型病院､他病院協力型病院が 1 施設ずつとなった。綾部市は 3 形態融合型病院が 2 施設と家庭直結型病院が 1 施設であった。

次に退棟先の分類結果を示す。福知山市は家庭退棟型病院が 2 施設とその他の分類が 1 施設ずつであった。舞鶴市は家庭退棟型病院が 4 施設と広範囲対応型病院、看取り病院が 1 施設ずつであった。綾部市は家庭退棟型病院が 1 施設、福祉連携型病院が 2 施設あった。

3. 考察

3.1 入棟元について

分類した結果、中丹医療圏では家庭直結型病院が多くみられた。項目の面でも、他病院協力型病院以外は家庭からの入棟が少なくとも 5 割を占めている。このことから、中丹医療圏は家庭からの入棟が多い地域であると考えられる。



図 1 入棟元の分類

中丹医療圏の入棟元の分類を図 1 に示した。黒丸は家庭直結型病院、白丸は家庭・他病院連携型病院、白三角形は 3 形態融合型病院、黒三角形は他病院協力型病院を表す。図 1 では福知山市はどの分類もバランスよく存在しており、舞鶴市は家庭直結型病院が多くみられた。また、綾部市は 3 形態融合型病院が 3 病院中 2 病院あり、各施設との連携が取れていることがわかり、市によって異なる特徴が明らかになった。

3.2 退棟先について

中丹医療圏の退棟先の分類を図 2 に表した。



図 2 退棟先の分類

黒丸は家庭退棟型病院、白四角形は福祉連携型病院、白三角形は広範囲対応型病院、黒三角形は看取り病院、白丸はその他を表す。図 2 から、福知山市の病院はさまざまな形態があり、舞鶴市は家庭退棟型病院が多く、綾部市は福祉連携型病院が 2 病院あった。分析の結果、入棟元の考察で述べたように市ごとで異なる特徴がみられた。

3.3 中丹医療圏の病院の分布

私たちは病院の分類を地図に記す際、病院の分布に偏りがあると気づき、駅の位置と関係があると推測した。図 3 では中丹医療圏の JR 駅の位置を丸で示した。

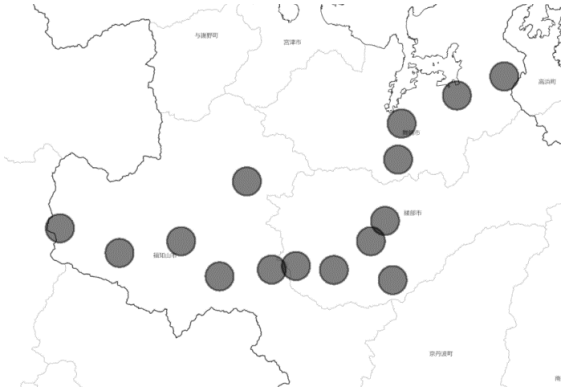


図 3 中丹医療圏の駅の位置

図 1、図 2 の地図と照らし合わせると病院は駅の近くに分布していることが分かった。しかし一方では、駅がない舞鶴の東部や中丹医療圏の中心には病院がない。自治体によっては駅が付近にない住民に交通手段を提供しているが、交通手段の減少が現在も進んでいる地域がある。そのため、送迎バスなどの交通手段の提供が必要となってくると考える。

4. おわりに

本稿では、京都府中丹医療圏（福知山市、舞鶴市、綾部市）の全病院を対象に、どの類型に属するかを分類し、中丹医療圏における病院間ならびに福祉施設や地域（自宅等）との医療連携の実態を分析した。福知山市はどの分類もバランスよく存在しており、舞鶴市は家庭からの入棟、家庭への退棟が多くみられた。綾部市は福祉施設などの他施設との連携が多いことが明らかとなった。

今後は、人口当たりの病院数や、高齢化が進む中で、駅から離れた地域に住む人々が通院するための交通手段がどの程度充実しているかを調べていきたい。

参考文献

・国土交通省 国土地理院「地理院地図」
https://maps.gsi.go.jp/help/intro/school/blankmap.html
（最終アクセス日：2023 年 10 月 17 日）

・厚生労働省「令和 2 年度病床機能報告公表データ」
https://www.mhlw.go.jp/content/10800000/000799731.zip
（最終アクセス日：2023 年 10 月 17 日）

地方部における新モビリティの可能性
- 京丹後市の事例から地域とモビリティの将来像を考える -

大谷大学 2 年　野村ゼミ　モビリティチーム
○車戸 淳史（Kurumado Atsushi）・眞鍋 佳帆（Manabe Kaho）・
宮村 彪聖（Miyamura Ayato）・渡 勇揮（Watari Yuki）
（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：mobi、MaaS、地域とモビリティの将来像

1.　はじめに

近年、日本各地で地域公共交通を取り巻く環境は厳しい状況にあり、特に地方部で、鉄道やバスなどの既存の交通事業者のみによる地域公共交通ネットワークの維持には限界がある。このような課題に対し、移動手段を組み合わせる新たな方策として、全国的に MaaS（Mobility as a Service; マース）の活用が推進されており、多様な移動サービスの連携や統合が進んでいる。しかし、地方部でも MaaS の実証実験が行われている地域もあるが、データや実績を積み上げている最中にあり、「地方版 MaaS」のモデル化までは至っていない。

そこで本研究では、地方部で「新たなモビリティがどのようにして定着し、拡大するか」ということを問いとして掲げ、京都府京丹後市でのフィールドワークを通じて、地域とモビリティの将来像を考察する。京丹後市では、2021 年から AI オンデマンド交通の mobi（モビ）の運行が開始されており、スマートフォンアプリを活用し、特に若年層の利用者という、地方部での新たな移動需要の創出につながっている。フィールドワークにおいても、高校生や学生などの比較的若い市民が利用されている様子を目にしてきた。

実地調査に加えて、mobi のアプリの運営会社へのヒアリング調査を行い、そこから得られた知見と課題をふまえて、地方部でのモビリティの発展に向けた提案・提言を行う。

2.　新モビリティサービスの現状

2.1　都市部と地方部における MaaS の現状

近年では、情報技術などの先端技術を活用することにより、MaaS をはじめとした新たなモビリティサービスの創出が求められている（国土交通省, 2023）。特に、情報通信技術の発展もあり、車を運転することが出来ない中高生や、免許を返納した高齢者にとってのあたらしい交通手段として期待されており、公共交通分野における新たな潮流といえる。

国土交通省では、MaaS の全国的な普及に取り組んでおり、令和元年度に先行モデルとして 19 事業を選定して以降、社会実装や高度化を目的とした事業の選定・支援が継続して行われている。

MaaS は、地域住民や旅行者一人一人のトリップ（人の移動）単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスである。特に、交通以外の観光や医療分野等とのサービス連携により、人々の移動の利便性向上や課題解決につながることが期待されている。

2.2　AI オンデマンド交通“mobi”の概要

mobi は、Community Mobility 株式会社が運営する移動サービスの一つであり、「マイカーと同等以上のシームレスな社会交通システムをつくりすべての人の移動格差をなくす」（WILLER, 2022）ための、「コミュニティモビリティ」として位置付けられている。基本的には、エリア定額乗り放題の相乗り交通であり、アプリや電話で配車でき、半径約 2km を目安としたエリア内を出発地から目的地へと効率よく移動ができる。

本研究で取り上げる京丹後市以外にも、全国で約 15 のエリアで展開されており、運行時間や車両台数、定額制の料金プランは地域ごとに異なっている。いずれの地域でも、通勤や通学のほか、子育て中の方にも使いやすいサービスとなっているのが特徴である。

2.3　京丹後市における mobi

mobi は京丹後市の中心部である峰山・大宮地域で、「地域の移動総量を増やしまちの活性化につなげるとともに、公共交通との相乗効果により将来に向けて安心できる移動サービスの提供、充実を目指し」（京丹後市, 2021）、2021 年 6 月から実証運行が開始されている。京丹後市を含め、近畿北部地域で鉄道事業を展開するウィラー（現在は Community Mobility）がアプリを運営し、地元タクシー事業者が車両を運行している。

京丹後市では、平日 2 台、休日は 1 台で運行時間は午前 8 時から午後 9 時まで運行されている。最大で 5 人まで乗ることができ、相乗り乗車が可能で、乗降地は約 200 メートル間隔で設置されていることなどが特徴として挙げられる。

mobi のプランは図 1 のとおり、30 日 5,000 円の定額乗り放題プラン、回数ごとに金額の異なる

回数券プラン、1 回 300 円のワンタイムプランがあり、タクシーに比べて安い料金で移動が可能であることも、サービスの特徴といえる。



図 1 京丹後市エリアの mobi の料金プラン

3. mobi に関わるフィールドワークとヒアリングから明らかになったこと

3.1 京丹後市での継続的なフィールドワーク：mobi への試乗と聞き取り調査

mobi の利用実態を知るために、京丹後市において、2023 年 6 月と 8 月に、mobi の運転手と利用者、若者を対象に聞き取り調査を行った。

利用者は、ボウリング場やショッピングセンター「マイン」に向かう学生が多くみられた。一方で、高齢者の利用は少なく、スマホによる配車がやはり難しいということを、mobi の運転手から聞くことができた。また、mobi の運行エリアでもある京丹後大宮駅周辺で学生に聞き取り調査を行ったが、mobi のことを知っている人は少なく、広告等で知っていたとしても、実際には mobi に乗車したことがなかったということが明らかになった。

3.2 Community Mobility へのヒアリング調査

フィールドワークをふまえて、私たちは 2023 年 10 月に、mobi を運行する Community Mobility の松岡元紀氏にヒアリング調査を行った。調査では具体的に、mobi の事業概要やねらい、そして京丹後市という地方部で新たなモビリティを展開する目的と展望について尋ねた。今回のヒアリング調査で分かったことは、次の 2 点である。

第 1 に、mobi はどの利用者層でも利用しやすいということである。たとえば、松岡氏によれば、ベビーカーを利用している方は公共交通を利用するときに、周りの目が気になってしまうという声があるという。それに対して mobi は、タクシーに比べて安価で、かつ気軽に利用しやすいという特徴があるという。こうしたことから、地方部でも mobi のような移動パターンを定着させるため、さらなる利用促進策が有用であると考えられる。

第 2 に、松岡氏によると 2023 年 1 月から 3 月での利用者の割合は 10 代が最も多く、高齢者の利用が少ないとのことであった。理由として自動車の免許合宿に利用されていることがあった。mobi の運営会社は、法人会員として教習所と連携しているため、教習所に通っている人は無料で利用することができる。一方で、スマートフォンの操作が難しいことから高齢者の利用が少ないということであり、この層へのアプローチが必要であると考えられる。

4. 政策提言

以上の分析・調査結果を踏まえて、私たちは、①mobi の新規利用者の獲得に向けた仕掛け、②利用定着に向けたサービスの発展策、という 2 点を提言する。

第 1 に、mobi の新たな利用者を獲得する仕掛けとして、商業施設と連携して、施設利用者に乗車券の配布をすることで、mobi の周知と利用の機会を増やすことを提案する。加えて、現在までには利用者獲得につながっていない高齢の利用者層へのアプローチとして、運転免許返納の特典に mobi 利用の機会を設ける。具体的には、すでに京丹後市で実施される「高齢者等運転免許証自主返納支援事業制度」のタクシーやバスの割引券のように、mobi の一定期間の無料券の配布を実施することで、mobi 側の「高齢の利用者層の獲得」と、自治体側の「高齢者の運転免許返納」という二つの課題の解決に資することが期待される。

第 2 に、利用定着に向けたサービスの発展策として、現行のサービスに世代ごとのプランを導入することを提案する。具体的には、mobi のサブスクリプション（定額乗り放題）の仕組みに、「シニア割引」や「学生割引」を導入することで、各世代の利用者の定着を促せるのではないかと考えた。現状は世帯や「大人／子ども」という、比較的大きな区分であるが、これを細分化することにより、各世代のニーズに寄り添うことが期待される。

5. おわりに

地方部において、自家用車から公共交通利用への転換を促すことは容易ではない。特に、自家用車と公共交通の間には隔たりがあるが、mobi は「ちょっとした暮らしの足」として、その間にあるサービスともいえる。住民が mobi のような新たなモビリティを普段から活用することで、公共交通を利用しやすくなり、市民と公共交通が密接な形になると、新たな地域のモビリティが定着し、拡大していくことが期待される。

参考文献

(1) 国土交通省（2023）「モビリティサービス事業について」『地域公共交通計画等の作成と運用の手引き』第 11 章、p.200-p.206.

(2) WILLER(2022)「AI オンデマンド交通『ちょいのりタクシー』～暮らしを豊かにする『共有交通』（地域公共交通シンポジウム in 北海道 資料）

(3) 京丹後市（2021）「人と絆を運ぶ京丹後版 MaaS の導入実験を行います」(令和3 年6 月3 日報道資料) https://www.city.kyotango.lg.jp/material/files/group/1/ccc20210603_001.pdf

京都市におけるポイ捨て問題解決策の提案

－ 現地調査とアンケート調査結果の考察から －

京都先端科学大学　岡嶋ゼミ A チーム
○篠宮　健斗（Kento SHINOMIYA）・前田　康太（Kouta MAEDA）・
中島　聡大（Souta NAKAJIMA）・長谷川　拓実（Takumi HASEGAWA）・
西村　捷（Sho NISHIMURA）・山口　丈瑠（Takeru YAMAGUCHI）
（京都先端科学大学経済経営学部経済学科）
キーワード：ポイ捨て、罪悪感、ゴミ箱

1.　はじめに

近年､京都市の観光公害問題が表面化している。公共交通機関の混雑や、ゴミのポイ捨て（以下、ポイ捨て）などに悩む声が増えている。

実際にポイ捨てに関するデータとして、環境省による調査では、令和 2 年度において全国総量は 5.1 万トンが捨てられていたと発表した。2019 年の株式会社 NEXER による調査では、8.9%の人が直近一年以内に「ポイ捨てをしたことがある」と出ている。これらのデータを用いると、京都市のみでなく、全国的な社会問題だと言える。

特に、京都市は、美化推進条例を定めて取り組んでいる。しかし、観光地では未だに改善されていない。 そこで、この論文では、ポイ捨ての現地調査およびアンケート調査を行った結果から、傾向と心理について分析し、考察した上で効果的な解決策を提案する。京都市におけるポイ捨て問題を解決することで、住人、観光客双方がメリットを得られると期待する。

2.　京都市のポイ捨て問題と現状調査

ポイ捨て問題は、京都市内（以下、市内）での不適切なごみの処理に関する重要な課題である。市内の観光地で、景観と文化遺産を守る上での重要かつ深刻な課題である。一部の市民や観光客が公共の場所によるポイ捨てや、文化遺産や自然環境に被害を及ぼしている事例がある。 地元住民、観光業者、政府当局、そして観光客の協力が求められる。持続可能な解決策が必要とされている。

そこで、市内におけるポイ捨て問題の現状を知るために現地調査を実施した｡調査は 2023 年 7 月 24 日(月)にプレ調査を実施し、2023 年 9 月 25 日(月)に本調査を実施した。プレ調査の詳細結果は本稿では割愛するが、調査結果から人の多さがポイ捨ての数に影響を与えているとの仮説を立てた。プレ調査結果を受けて、本調査は人通りが多い寺町通り、京極通り、河原町通りに範囲を絞って本調査を実施した。

本調査の結果、河原町通り西側に最もゴミが落ちていることが分かった｡落ちていたゴミの中で、最も多かったのはタバコの吸殻で、人目に付きにくい下水のマンホール付近や、大通りとは異なる細い路地に捨てられていた。その結果、人通りが多い通りでもポイ捨てされているゴミの数は異なり、路地にもゴミが落ちていたことから、人目につくか否かが、ポイ捨て行動に影響しているとの新たな仮説に至った。

表１　京都市内 現地調査結果

	寺町	京極	河原町西	河原町東	路地	公園	合計
たばこの吸い殻	2	4	38	7	16	2	69
たばこの箱			1				1
ガム･包み紙	11	3					14
缶･ビン		1	1		1		3
ペットボトル							0
その他食品の容器包装			1	1	1		3
紙類			9	10	4	1	24
レジ袋･ビニール袋		1		1			2
大型ごみ						1	1
その他		1	2		2	1	6
合計	13	10	52	19	24	5	123

現地調査をしてみて、ゴミ箱の少なさに問題意識をもち、調べたところ、市内でスマートゴミ箱 SmaGO(スマゴ)設置の計画があることを知った｡このごみ箱は溜まったごみを圧縮できる点や、ソーラーパネルで自給自足できる点が利便性に長け、効率面と環境面に優れたものである。ただし、製造業者から毎年２機ずつ寄付を受け､10 年間で 24 機の設置計画となっており、設置個数は少ない。

3.　アンケート分析

ポイ捨てへの心理や傾向を知ることを目的として、意識調査アンケートを行った。期間は、2023 年 9 月 21 日からの 10 日間、対象者は市内 A 大学学生およびその知人、方法は無記名式インターネット調査とした。結果として、172 件の回答を得た。

まず、ポイ捨てに関する設問についての回答結果を確認する。ここでは、ポイ捨ての経験とともに、場所や理由を問う。まず、過去 3 年間でのポイ捨ての経験をきいたところ、経験ありと回答した人は 56 人であった。

次に、ポイ捨て経験がある人にポイ捨てしたものを問う設問では、最多の 22 人がガムの包み紙や菓子の個包装と答えていた。 同様に、場所につ

いて問う設問では、路地裏が最多で 20 人であった。公園や側溝、物等の見えない場所を選択した人もそれぞれ 15 人以上いた。 人から見えない場所、目立たない場所ほどポイ捨てがされていた。

次に、理由の分析にあたり、イギリスの環境保護団体である ENCAMS が people who litter において行った分類である①guilty、②beautiful behaved 、③blamer、④justifier を引用した。①guilty と②beautiful behaved は、罪悪感があり、規範意識が強い。 前者は利己的で他人には厳しいが、後者は問題を矮小化して自分にも他人も甘く点が異なる。③blamer と④justifier は、罪悪感が無く、規範意識が弱い。前者は、外的要因を利用して罪悪感を緩和し、後者は利己的な理由によって罪悪感を緩和している点が異なる。

以上を利用して、ポイ捨ての理由を分析すると、③blamer の理由によってポイ捨てを行っている人が最も多いことが分かった。

表２　ポイ捨てをしたゴミの種類【MA】
（過去３年間でポイ捨てを経験あり （n =56））

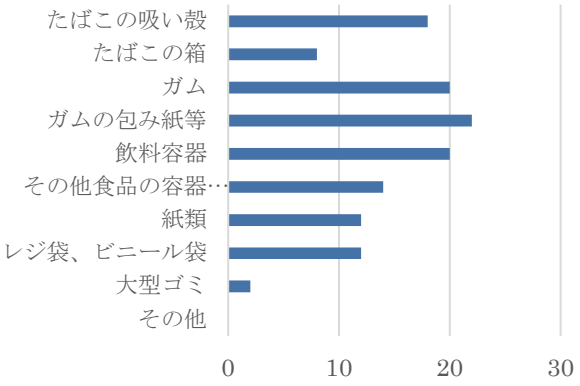


表３　ポイ捨てしたことのある場所【MA】
（過去３年間でポイ捨て経験あり （n =56））

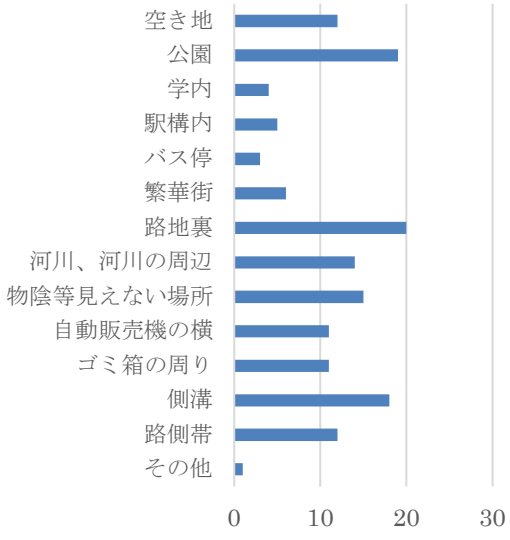
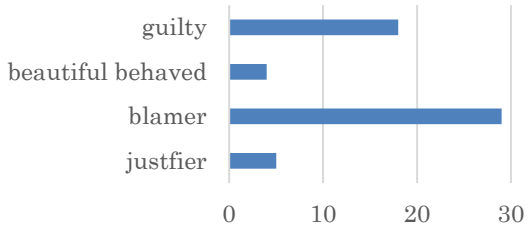


表４　ポイ捨てした理由の分類【SA】
（過去３年間でポイ捨て経験あり （n =56））



4.　政策提言

限定的な調査ではあるが、本研究での調査結果をもとにポイ捨てをなくすための策を提案する。アンケート調査からは、ポイ捨てをする人の多くは罪悪感を抱いていない点に着目したい。また、現地調査からは、たばこのポイ捨ても重大な問題であることが分かった。

１つ目の提案は、人目に付きにくい場所でポイ捨てが多いことへの解決策として、ポスターの設置である。路地裏等で人目が付きにくいからこそ、人の目のポスターで視線と罪悪感を与えることでポイ捨ての抑止効果を期待する。アンケート分析では外的要因を利用して罪悪感を緩和する人が多かったことからも有効な解決策と考える。ポスター制作は京都市が行うが、ポスターの絵を募集することで、負担や費用の軽減に加え、市民に関心を持たせる効果も期待したい。

２つ目の提案は、ゴミ箱に捨てたいと感じさせるようなゴミ箱の設置である。既にイギリスやその他の国、そして東京でも設置された「投票式ゴミ箱」を提案したい。このゴミ箱は、質問を記載し、二つある入り口のどちらかに入れてもらう仕組みである。メリットは２つあり、①ゴミ箱を使いたいと思わせられる点と②設置費用が比較的安価である点である。コンパクトな形かつスマゴのように高額ではないため、多くの数を設置できると期待している。デメリットは継続性で、質問内容を定期的に変えなければ効果が次第に薄れるが、質問の内容を市で募集して定期的に変更することで、この問題も解消できると考える。

参考文献
環境省「産業廃棄物の不法投棄等の状況（令和２年度）について」
https://www.env.go.jp/press/110443.html
閲覧日 （2023/10/23）
公益社団法人食品容器環境美化協会散乱実態調査
https://kankyobika.or.jp/recycle/research/3R-2000　閲覧日 （2023/10/23）
京都市ホームページ［第６まちの美化］
https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000057/57176/6matinobika.pdf
閲覧日 （2023/10/23）

都道府県別ゴミ処理効率ランキングとその背景分析

- 更なるゴミの資源化と減量化を目指して -

溝渕ゼミ　4 班
○藤田慶哉（Keiya FUJITA）・島津壮真（Soma SHIMAZU）・秋誠羽（Song CHU）・上嶋志歩（Shiho KAMIJIMA）・佐土原渉（Wataru SADOHARA）・永田翔也（Shoya NAGATA）
（同志社大学商学部商学科）
キーワード：ゴミ、効率化、ランキング

1.　研究背景・研究目的

日本を含めた世界では、環境負荷の軽減や資源循環の促進といった取り組みに注目が集まっている。日本では、3R（リデュース、リユース、リサイクル）の実践をはじめとした、ゴミの資源化や減量化の取り組みが行われてきた。

そして、その取り組みは都道府県ごとでそれぞれの特色や地域性に合わせた政策や活動が行われ、ゴミ処理の状況は各都道府県によって異なる状況を見せている。例えば、2021 年度に環境省が実施した一般廃棄物処理事業実態調査では、リサイクル率が最も高かった山口県が示した数値は 32.5%、逆に最も低かった和歌山県が示した数値は 13.2%と、リサイクル率が両県で 19%以上の差があることを示している。このように、各都道府県でゴミ処理状況が異なることが分かる。では、最も効率的にゴミを処理している都道府県は何処なのであろうか。

本研究では、「最も効率的にゴミを処理している都道府県」を導き、都道府県ごとのゴミ処理の状況の違いを分析し、各都道府県のゴミの資源化や減量化に有効な方策について検討する。

2.　研究方法

2.1　手順

本研究では、環境省が 2021 年に実施した一般廃棄物処理事業実態調査の「全体集計結果（ごみ処理状況）」の最新データを用いて、都道府県別のゴミ処理の効率性を評価する。効率性を評価するために、ゴミ処理に関係すると考えられる変数を選択し、「最も効率的にゴミを処理している都道府県」の指標化を行う。次に、指標化したデータで都道府県を順位付けし、ランキングを作成する。そして、ランキングの結果から、ランキング上位・下位 5 位の都道府県に着目し、各都道府県のゴミ処理状況を分析する。

2.2　効率的なゴミ処理の定義化

「最も効率的にゴミを処理している都道府県」の指標化にあたって、効率的なゴミ処理の定義化を行う。効率的なゴミ処理とは、処理するゴミの資源化や減量化を高め、ゴミの処理に掛かるコストと最終処分量を最小限に抑えることだと定める。

2.3　指標化に使用する変数の選択と詳細

前述で定めた効率的なゴミ処理の定義から、使用する変数は、「リサイクル率」「減量処理率」「1t あたりのゴミ処理費用」「最終処分率」の 4 つである。これらの指標は、ゴミ処理における資源化やコスト削減等といったゴミ処理の効率性の観点から重要だと考えられる。

以下に、4 つの変数の詳細内容を記載する。

・リサイクル率 = [’(直接資源化量+中間処理後再生利用量+集団回収量)/(ごみ処理量+集団回収量)*100’]

・減量処理率 = [’(直接資源化量+直接焼却量+焼却以外の中間処理量)/ごみ処理量*100’]

・1t あたりのゴミ処理費用 = [‘ゴミ処理費用 / (ごみ処理量 − 直接資源化量 + 直接最終処分量 + 最終処分量)‘]

・最終処分率 = [’最終処分量 / ごみ処理量’]

2.4　変数の名付け

「リサイクル率」「減量処理率」「1t あたりのゴミ処理費用」「最終処分率」を「recycle_rate」「reduce_rate」「cost」「final_rate」と名付け、それらの変数を踏まえた「最も効率的にゴミを処理している都道府県」の指標を「ecobeing」と名付けた。

3.　指標化・ランキング化の結果と考察

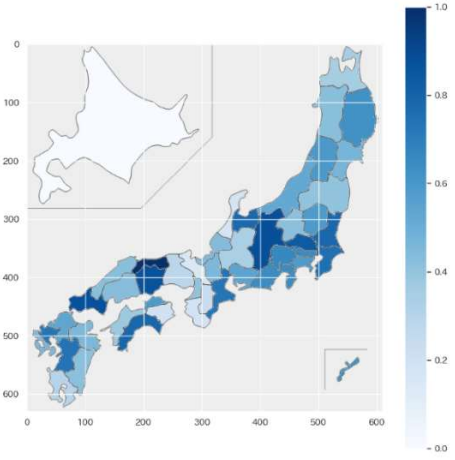


図 1　ecobeing の日本地図

3.1　最も効率的にゴミを処理している都道府県（ecobeing）の上位

表１ ecobeing：上位５位

都道府県名	ecobeing ランキング	ecobeing
鳥取県	1	1
長野県	2	0.877918052
山口県	3	0.873608291
岡山県	4	0.863628842
埼玉県	5	0.831728713

上記の表は､｢最も効率的にゴミを処理している都道府県」を指標化し、ランキング化した結果の上位５位のランキングである。

上位５位のランキング結果では、５県の内、鳥取県、山口県、岡山県の３県が中国地方に属している｡中国地方の３県はリサイクル率の上位10位内に共通している｡また､鳥取県を除いた長野県、山口県、岡山県、埼玉県は、リサイクル率と最終処分率の上位 10 位以内に共通している。このことから、長野県、山口県、岡山県、埼玉県の４県はゴミの資源化と最終処分量の削減に力を入れていることが考えられる。

鳥取県は､１トンあたりのゴミの処理費用が低い一方で、リサイクル率や減量処理率は高いことから、ゴミの処理において最も効率的な方法を実施していると考えられる。

3.2　最も効率的にゴミを処理している都道府県（ecobeing）の下位

表２ ecobeing：下位５位

都道府県名	ecobeing ランキング	ecobeing
北海道	47	0
京都府	46	0.1468622
石川県	45	0.1654982
和歌山県	44	0.1822454
徳島県	43	0.1880634

上記の表は､｢最も効率的にゴミを処理している都道府県」を指標化し、ランキング化した結果の下位５位のランキングである。

下位５位のランキング結果では､５道府県の内、京都府、和歌山県の２府県が近畿地方に属している｡近畿地方の２府県に石川県を加えた３府県は、リサイクル率と１トンあたりのゴミの処理費用、最終処分率の下位 10 位以内に共通している。このことから、ゴミの処理において資源化や資源化に関わる分別収集、減量化等の処分方法に課題があると考えられる。

北海道は減量化率と最終処分率の最下位であり、ゴミの最終処分量が多く、ゴミ処理を効率的に行えておらず､環境へ負担が高いことが考えられる。

徳島県は、ランキングにおける１トンあたりのゴミ処理費用が最下位であることから、ゴミ処理に掛けるコストが高く、効率的なゴミ処理を行えていないことが考えられる。

4.　課題と展望

本稿では、環境省が調査したデータをもとに、「最も効率的にゴミを処理している都道府県」を指標化し、ランキング化して分析を行った。ランキング化の結果は、各都道府県のゴミ処理における優秀さや課題を明らかにすることに有効な指標となった。そして、ゴミ処理の状況は都道府県の地域性によって、各都道府県で有効な方策が異なるため、都道府県の地域性を考慮に入れることで、検討する方策は効率的なゴミ処理にとって有効的なものとなる。今後は、都道府県ごとの地域性を踏まえた上で、ランキング結果をもとに、各都道府県のゴミ処理における成功事例や改善点を調査し、各都道府県のゴミの資源化や減量化に有効な方策について検討していく予定である。

参考文献

(1) 環境省「日本の廃棄物処理　令和３年度版」
https://www.env.go.jp/recycle/waste_tech/ippan/r3/data/disposal.pdf （最終閲覧日 2023.10.22)
(2)環境省｢一般廃棄物の排出及び処理状況等(令和３年度）について」
https://www.env.go.jp/press/press_01383.html（最終閲覧日　2023.10.22)
(3) 環境省「廃棄物処理の現状と課題～良好な環境を未来の子供たちに」
https://www.env.go.jp/council/former2013/03haiki/y0320-02/mat04.pdf （最終閲覧日 2023.10.22)
(4) 京都府「産業廃棄物中間処理による平均的な最終処分率について」
https://www.pref.kyoto.jp/sanpai/documents/syobunritu.pdf（最終閲覧日　2023.10.22)
(5) 政府統計の総合人口「一般廃棄物処理事業実態調査」
https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00650101&tstat=000001210241（最終閲覧日　2023.10.22)

嵐山からゴミ問題について考える
- 観光地におけるバガス容器の普及 -

京都産業大学　中井ゼミ
○安永　憲一郎（Kenichiro　YASUNAGA）・寺井　峻（Shun　TERAI）・角　凌輔（Ryosuke　SUMI）・土井　隆矢（Ryuya　DOI）・大林　正（Tadashi OBAYASHI）・井本 侑希（Yuki IMOTO）・佐藤　馨斗（Keito SATO）・小林　海璃（Kairi KOBAYASHI）
（京都産業大学法学部法律学科）
キーワード：観光公害、バガス容器

1. はじめに

コロナウイルスが第5類に移行し、京都への観光客数も少しずつ回復をしていっている。京都市が行った観光総合調査によると、令和3年に約2000万人だった観光客数は4000万人まで回復し、今年も増加をしている。都市にとって、観光客が増えることは地域経済の活性化につながり、とても喜ばしいことである。しかし、残念ながら観光客数が増えることは、負の側面も存在する。例えば、環境破壊やごみの増加、ポイ捨て、外国人観光客のマナーの悪さなどに挙げられる観光公害である。観光公害は観光都市である京都が避けては通れない共通の課題である。そのため、我々はその中で特に早急に対処しなければいけない、地域住民の人たちに悪い影響を与える、ごみの問題に焦点を当て、京都を代表する観光地の一つである嵐山を中心に、ごみ問題の解決方法について論じていく。また京都市や町美化推進課の方に聞いた現在の嵐山の状況や、我々が実際に嵐山に現地調査した情報をもとに、現在嵐山ではごみが多く、ポイ捨てなども発生しているという課題を指摘し、その解決策としてバガス容器を利用するという解決策を提言する。

2. まち美化推進課への電話によるヒアリング調査と回答

嵐山地域のゴミ問題について、管理している京都市役所まち美化推進課にヒアリング調査を行った。質問内容は以下の3つである。

1. 嵐山地域のゴミの回収頻度はどのくらいか。
2. 分別はどれぐらいされているか。
3. ゴミの量は変化しているか。

調査結果として、嵐山地域のゴミの回収は毎朝8時に軽トラックで回収しており、分別に関しては、分別表記がされているゴミ箱に関してはある程度分別されているが、分別表記が無いゴミ箱では分別は全くされておらず、職員が分別を行っているということであった。また、ゴミの量に関しては、昨年(2022年)と比べると、新型コロナウイルスが2類から5類に移行したこともあり、観光客数が増加そしている。これに伴いゴミの量も増加しているとのことだった。ゴミの回収頻度が1日1回のため、夜間にはゴミが散乱していることもあるという。調査結果から、分別の増え続けるゴミの排出が課題として浮き上がった。

3. 嵐山現地調査報告

嵐山のゴミ調査を10月1日（日）・7日（土）の15時頃に実施した。調査の概要は、嵐山におけるごみ箱のゴミの量・分別及び商店街近くのポイ捨てにおける状況を確認したものである。まずトロッコ嵐山駅以北地域のゴミ箱は､普通ゴミと缶･瓶・ペットボトルの分別しているものと分別がなされていないゴミ箱があり、ごみの量は5割ぐらいとなっていた。次に渡月橋西側・亀山公園地域のゴミ箱は、ごみの量が多く、分別がされていないゴミ箱が多い。阪急嵐山駅・渡月橋東側地域のゴミ箱は、分別表記のないゴミ箱が多数でありごみの量も約5割であった。竹林の小径のごみの量は多く、ごみ箱としての機能が果たさない可能性がありそうだった。ごみの種類としては、食べ歩きの容器やお弁当､ペットボトルが多く見られた。

以上のことから、嵐山におけるごみ箱の現状は、場所によってはごみの量が多くなっており分別がされていないゴミ箱があるところがみられた。

4. 嵐山における課題

食べ歩きとして人気の観光地である嵐山のゴミの問題は無視することは出来ない。具体的にコロナが落ち着きを見せたことで日本人観光客だけではなく、海外からも多くの観光客が訪れるようになり、食べ歩きや弁当などのゴミが増え、中には分別されていないゴミ箱も見受けられる。分別されていない原因として挙げられるのは分別表記のないゴミ箱もあり、どれに入れて良いか分からず、とりあえず入れているというのが多いと考える。メインストリートである嵐山商店街には1つもゴミ箱がなく、お店が回収したり店先などにゴミ箱を設置したりして対応しているが、観光客にとっては捨てたい時に捨てられないのは不便と考えられる。以前、市が管理するゴミ箱が設置され

ていたが、溢れたり入りきらなかったりして周辺住民からの苦情を受けて撤去された。これからもますます観光客が増え、それに連れて食べ歩きのゴミなども増加することが考えられるが、どう回収すれば嵐山のゴミ問題は解決へと繋がるのか考えていきたい。

5. バガス容器の提案

嵐山のごみを減らすためには、様々な用途に合わせて選ぶことができて環境にも優しいバガス容器を採用するべきだと考える。バガス容器とは、従来では廃棄物として処理されていたサトウキビの搾りかすを、容器として有効活用するために開発されたものである。

バガス容器を使用するメリットとして、3 つ挙げられる。1 つ目は丈夫であることだ。繊維が詰まった素材でできているため､頑丈で強度がある。型崩れしにくいうえに軽いので、食べ歩きにも便利である。2 つ目は、耐水性・耐油性が高いことである。多種多様な食品の食べ歩きができる嵐山では、汁物や油物でも安心して使用することができる。3 つ目は、環境にやさしいことである。使用後は可燃ごみとして処理がしやすく、また、土に埋めてもバクテリアによって分解されて土に還すことができる。デメリットとして、食品の長期保存に向かないことが挙げられるが、食べ歩きなので提供されてからすぐに食べることが考えられるので、問題ないだろう。

バガス容器を使用した取り組みとして、嵐山で使用する容器をバガス容器へと切り替え、使用後に堆肥化することでフードリサイクリングが可能である。

つまり①契約農家から仕入れた野菜でバガス容器を使ったお弁当、食べ物を販売する

②使用し終わったバガス容器を回収して、業務用コンポストにバガス容器入れる

③バガス容器が生分解されて堆肥ができる

④堆肥を契約農家に届けて野菜を育てる

この繰り返しによって、嵐山のごみの削減だけではなく、ごみとして出たバガス容器を堆肥化することができるため環境への負荷を減らすことができる。

6. 提案への課題と対策

しかしこの政策を行うためには、2 つの課題が挙げられる。1 つ目は、バガス容器の普及率が低いことである。我々は見栄え、高コストがバガス容器の普及を妨げていると考えた。しかし、見栄えについては、バガス容器は混合させる素材を麦や竹などに変えることによって、コップ、食品容器、カラトリーなど、汎用性のあるエコ容器に変化させることができる。よって、見栄えを売りにしている店舗にも大きな影響を与えないと考える。高コストについては、確かにバガス容器は 50 枚で約 1580 円であるのに対して、紙の容器は 50 枚で約 600 円であるのと比べると約 2.5 倍コストがかかってしまう。東京都日野市では 2020 年 11 月初旬、「日野市飲食店テイクアウト等支援事業」としてバガス容器を希望する飲食店へ無償で配布した。開始から 4 か月で 43 店舗が参加し、約 7 万 3000 個のバガス容器が配布され、参加した飲食店からも「プラスチックと比較してもそれほど遜色なく使用できた」と好評だった。嵐山のごみ問題が深刻化する中、バガス容器を普及させるために京都市の補助金を得て、試しに嵐山の観光客が多くなる紅葉の時期の間のみ、お金をかけてでも行うほどの価値があると考える。

1 つ目は、どのように回収するかという課題である。我々が考えた解決策は、店内飲食で扱う容器は店舗で回収し、食べ歩きの容器は、アピールができる外観の回収容器をコンビニや飲食店の多い場所に設置し、回収する。別の場所にコンポストを設置し、回収した容器を効率良く堆肥化する。そして、食べ歩きの商品の値段に容器代を含ませ、容器を捨てることによってクレジットカードや PayPay などの比較的海外でも使えるような、容器代分のポイントを還元できるようにする。loop のような対象商品の使用済み容器を返却することで、購入時に支払った容器代をアプリ経由で返金する仕組みを参考にすることによって、元を取ろうとする気持ちを煽り、日本人や海外の観光客の回収率は上がるのではないかと考える。

参考文献

(1)京都市まち美化推進課　電話によるインタビュー調査 (回答日：2023 年 10 月 10 日，13 日)

(2)京都新聞　京都・嵐山「ごみ箱」少なすぎ　食べ歩き観光客、空き容器手に「早く捨てたい」https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/1046192（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）

(3)株式会社折兼　環境にやさしいバガスとは？バガスと紙、それぞれの容器のメリット・デメリットを紹介 https://www.orikane.co.jp/orikanelab/12680/（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）

(4)ジチタイワークス　プラスチック容器からバガス容器に変更して、プラごみを削減 https://jicchitai.works/article/details/621（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）

(5)Impress Watch　イオン、洗剤等の容器返却で容器代を返金。容器リユース「LOOP」（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）

(6)Value Press！　イベントで使用した容器を再利用して育てたじゃがいもを収穫。日本初の試みをパソナグループと共同で開発 https://www.value-press.com/pressrelease/322378 (最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日)

京都市におけるシカ肉有効活用モデルの提案
- 循環型社会の実現を目指して -

鹿プロジェクト
○田口亮太（Taguchi Ryota）・岡田朋也（Okada Tomoya）・小泉凜（Koizumi Rin）
・田中菜々香（Tanaka Nanaka）・野間妃（Noma Kisaki）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：シカ、獣害被害、循環型社会

1.はじめに

日本に昔から生息しているニホンジカは近年、急速に生息数が増加し、全国で分布を広げている。増えすぎたニホンジカが、現在日本全国で生態系や農林業、さらには私たちの生活にまで深刻な被害をもたらしている。本稿では、被害を抑えるために殺処分されたニホンジカが有効活用されずに廃棄されている現状を課題として捉え、害獣と呼ばれるニホンジカの有効活用の可能性について考察する。

2.問題の所在

ニホンジカは繁殖力が高いことに加え、植生の増加や狩猟者の減少などの要因で死亡率が低下したことにより、頭数が年々増加し、現在の頭数は莫大になっている。これにより、令和3年度の野生鳥獣による全国の農作物被害は約155億円にも上り、多くの被害をもたらしている。野生鳥獣による農林業被害が甚大になって以降、政府は駆除制限の緩和や報奨金の増加などを行い、殺処分による頭数増加の抑制が図られている。他の野生鳥獣の頭数は年々減少しているものの、シカによる被害は61億円と他の動物と比較しても最も深刻で、令和3年度の狩猟・有害駆除等を含めたシカの捕獲頭数は約726,800頭に達している。さらに、捕獲されたシカのほとんどは、有効利用されずに廃棄されている。こうした状況を問題として、殺処分されたシカやイノシシの資源利用が奨励されている。しかし、野生鳥獣の食肉処理施設が令和3年度に処理したシカは99,033頭で、シカの捕獲頭数のうち約14%程度に過ぎず、充分に資源利用出来ていない。

また、京都市でもシカによる獣害被害は増加・深刻化している。令和元年度の京都市における獣害被害はシカが最も多い現状となっている。被害が多い地域では、農作物に被害が発生しているだけでなくシカによる交通事故や人身事故も増加している。

3.鹿プロジェクトの取り組み

私たちは本活動を進めるにあたり、京都府南部の笠置町に拠点を置く「株式会社RE-SOCIAL」と連携し、活動を行っている。RE-SOCIALは、令和4年度に捕獲したシカ238頭を食肉や革製品、ペットフードに活用することによって全頭有効活用を実現している。しかし、RE-SOCIALによると、ロースやもも以外の肉やすじ肉は扱いにくいため大量に余ってしまうそうだ。

そこで私たちは、本校のオープンキャンパスや他地域でのイベント出店、学内での弁当販売などを実施することにより、シカの有効活用に貢献している。私たちの活動内容は、主に2つある。1つ目は前述のとおりである。2つ目は、広報活動である。ラジオを通して活動内容やシカに関する社会問題の現状、活動を通して得た知見などを発信している。さらに、シカに関する社会問題をまとめたポスターを作成し、イベント出店の際に配布し、口頭での問いかけも行っている。これらの活動により、命を無駄にすべきではないことを広報しつつシカ肉の消費を促している。

これらの活動は、大学生が行っているからこそ、より多くの人に興味を持ってもらえると考える。また、イベント出店の際には、目標販売数よりも多く売り上げることができた。

さらに、購入者へのヒアリングにより、「シカ肉を食べたことがない」「シカ肉は獣臭そうという偏見が、食べてみることによって変わった」などの意見がうかがえた。これらのことから、獣害被害対策のためにシカをただ廃棄するのではなく、「資源」として社会に循環させる循環型社会の実現が可能であると考えた。

4. 京都市の取り組み

令和 3 年度から 5 年度における捕獲計画数は年間 1,600 頭である。捕獲等は銃器及びわなを用いて、計画的な捕獲を図る取り組みを行っている。捕獲以外の被害防止施策は電気柵・金網柵を使用し、延長 13,000m の整備内容で計画している。農作物被害が頻発する地域に関しては、期間を定めて予察捕獲を行っている。また猟友会の協力を得て、京都府や隣接する市町との連携による広域捕獲をすることや有害捕獲も行っている。さらに、捕獲等をした対象鳥獣の処理に関する事項では「原則、捕獲等をした現場での埋設または自家消費とするが、適切な処理が可能な限り場合は、利用可能な範囲で資源的利活用を行う」としている。捕獲等をした対象鳥獣の食品としての利用等その有効な利用に関する事項では、「市場のニーズ等を調査・検討し、民間事業者等が主体となり、持続的な経営が可能と見込まれる施設に対しては、施設導入の初期費用などへの支援をしていく」方針だ。

5. 京都市の課題

京都市の取り組みでは、防止柵や捕獲によって獣害被害を防止している。しかし、捕獲後の処理は極めて形式的であり、実際は捕獲者の判断によって処理されている現状である。獣害被害が深刻とはいえ、一つの大切な命を奪ってしまうことに対して、あらゆる方法で有効活用し、循環させることが重要なのではないか。私たちは、京都市の取り組みが、獣害被害の防止のみに注目しているあまり、命の大切さを蔑ろにしている可能性があるということに課題があると感じた。

市が循環型社会を目指すにあたって、課題は主に 3 点ある。1 つ目にシカ肉処理場の少なさである。シカ食肉処理場は資源利用にとって重要な施設であるが、「採算が取れない」「買い手がいない」「施設維持費が高い」等の課題があることから経営が難しい状況である。2 つ目にジビエ認証制度の形式化とそれに伴う食品衛生問題である。厚生労働省の衛生管理指針が出され、食品衛生法によって HACCP が義務化されたことや国産ジビエ認証制度によって衛生対策は進んできている。しかし、国産ジビエ認証を取得しても具体的な効果が明確ではないため、認証を取得しない処理場も多く存在する。そのため「トレーサビリティ」「細菌検査」等のガイドラインの遵守率が低く、食品衛生問題を起こしかねない状況である。3 つ目に買い手の少なさである。多くの処理場が販路を十分に開拓できていないため、補助金で処理場は作ったが売り先がないというケースも発生している。

6. 政策提言

京都市の課題を受けて、循環型社会の実現に向け、シカ肉の有効活用モデルを提案する。

①京都市動物園におけるシカの屠体給餌

現在、命を無駄にしないように屠体給餌が全国規模で推奨されており、長野県小諸市では市内で捕獲されたシカの有効活用や飼料代節減を目的に、シカ肉の給餌を行っている。そして、環境教育の一環として、来園者に給餌の背景やメリットを説明するイベントを開催している。また、環境エンリッチメント（動物種本来の行動を引き出す等動物の飼育環境にさまざまな選択肢を与え、豊かな飼育環境にするための方策）の一貫で京都市動物園も実際に鶏の屠体給餌を実施している。上記のような事例から京都市でもシカ肉を餌として活用し、環境教育を行うことを提案する。

②京都市内の学校給食におけるシカ肉提供

京都市内で取れたシカ肉を学校給食のメニューとして提供することで、地産地消を促し、シカが有効活用されていない現状を食育として周知することを提案する。

この 2 つの取り組みを行うことによって、課題であった買い手の創出を実現し、鹿肉処理場の需要を高めることによって経営状況を改善する。さらに、ジビエ認証を得たシカ肉のみを京都市で活用できる仕組み作りを行い、食品衛生問題の回避を実現する。

このシカ肉の有効活用モデルは京都市だからこそ実現可能な循環方法であり、実現することによって京都市の価値観の転換を図り、「地球環境にくらしが豊かに調和する『環境共生と脱炭素のまち・京都』」の実現に貢献する。

参考文献

・農作物被害状況 農林水産省 最終確認日 2023/10/23https://www.maff.go.jp/j/seisan/tyozyu/higai/hogai_zyoukyou/#:~:text

・京都市鳥獣被害防止計画 最終確認日 2023/10/23 https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000240313.html

・ジビエ利活用の取り組み事例集 最終確認日 2023/10/23 https://www.maff.go.jp/j/nousin/gibier/attach/pdf/jirei-13.pdf

・京都市動物園ホームページ 最終確認日 2023/10/23 https://www5.city.kyoto.jp/zoo/event/20211007-63052.html

口頭発表

【分科会８】

京都から始める大学フードドライブリレー

京都先端　阿部ゼミ　C グループ
○酒井 徳秀（Tokuhide Sakai）・松山 昂平（Kohei Matsuyama）
・利岡 玲那（Rena Toshioka）・山下 佳祐（Yamashita Keisuke）
（京都先端科学大学経済経営学部経済学科・経営学科）
キーワード：食品ロス、フードドライブ、大学生

1.　はじめに

「食品ロス」とは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことである。環境省によれば、2021年では、日本全体で年間523万トン発生している。そのうち、企業から排出される事業系食品ロスは297 万トンであり、家庭から排出される家庭系食品ロスは244万トンである。政府は、2030年までに 2000 年度比でそれぞれの食品ロスを半減とする目標を掲げている。しかし、2021年時点で、事業系食品ロスは残り6万トンと目標数値近くまで削減に成功しているのに対して、家庭系食品ロスは残り約 30 万トンにとどまっている。目標数値達成のためには、家庭系食品ロスの削減に向けた対策をより強化する必要がある。特に、各家庭における取り組みに対しては、個人の関心をより高めることが重要だろう。

そこで、着目したのが、若年層への対策である。消費者庁が 18 歳以上を対象にして行った食品ロス年代別認知度調査によると、全年代の食品ロスに対する認知度の平均が約80%なのに対し、20代は約 66%と最も認知度が低いという結果であった。日本財団が2020年に17歳～19歳を対象に実施した調査においても、食品ロスという問題自体への認知度は高いものの、家庭系食品ロスが食品ロス全体の半数を占める現状などの詳細や具体的な取り組みへの認知度は低いという結果が出ている。

本研究では、若者の食品ロスへの関心を高め、家庭系食品ロス削減に向けた行動を促すために、食品ロスの取り組みの中でもフードドライブに着目して、関係団体のヒアリング及びアンケート調査を行い、大学のまち京都の特性を活かした政策提案について考察する。

2.　家庭系食品ロスと啓発

2.1　家庭系食品ロスの要因と現在の対策

家庭系食品ロスの要因として、「食べ残し」「過剰除去」「直接廃棄」の3つが挙げられる。これらに対しては、買い物時の「てまえどり」、賞味・消費期限への理解、食材の使い切りレシピの活用などの啓発活動が国や自治体などから行われているが、食品の買い物や料理をする機会の少ない若者にとって、なじみがないのではないかと考えた。

2.2　ヒアリング調査

そこで、私たちは、現在行われている啓発活動の課題を把握するため、消費者庁とNPO法人「日本もったいない食品センター」にヒアリング調査を行った。

消費者庁の方の話によれば、家庭系食品ロス削減のために、農林水産省等と連携して様々な取り組みをしているが、啓発がどれだけの効果があるかは数字に見えず成果がわかりづらい。今後は、一人一人に自分事として捉えてもらうための継続的な活動を強化したいと話されていた。

また、NPO 法人の方からは、個人には啓発と意識づけが重要で、賞味期限の正しい知識により認識が変わり、それを実践するだけでも家庭系食品ロスの削減につながることを伺った。

これらの調査により、家庭系食品ロスについては、知識や情報を拡散するだけでなく、個人に食品ロスを身近な問題として認識させるように、人々が参加しやすい取り組みを講じる必要があると考えた。

2.3　アンケート調査

次に、若者の食品ロスに対する関心の内実を知るために、私たちの所属する大学の学生 70 人を対象に調査を行った。

賞味期限は食品の種類や保存状況によって異なるが、本来1,2ヵ月期限が過ぎても問題なく食べることができる。しかし、賞味期限に対する認識を問うアンケート結果では、賞味期限から1ヵ月以上経過しても消費すると回答した学生は約20%にとどまった。また、別項目では「家に購入したが食べない食品があるか」という質問に対し「ある」と回答した学生は約43%だった。

この2つのアンケート結果から、賞味期限に対して正確な認識を持っている学生が少なく、直接廃棄の原因となっていることが分かった。

3.　フードドライブ活動

3.1　フードドライブ活動の意義

上記のヒアリング調査とアンケート調査を通じて、若者に有効な家庭系食品ロス削減の取り組みとして着目したのが、フードドライブ活動である。フードドライブ活動とは、学校や職場、グループなどの様々な機関・団体が拠点となり、一般家庭

にある未利用食品を集めて福祉施設等に寄付する活動である。大学でフードドライブ活動を行うことで、通学のついでに食品を持ち寄れるため、学生の参加を促すことができる。

また、啓発活動ではなく、フードドライブ活動とする理由としては、参加者は食品を持ち込む際に、家に余っている食品を集めたり、賞味・消費期限の確認を行ったりする必要があり、これらの行為が、普段の生活の中でも食品ロスを意識するきっかけになり得ると考えられるからだ。

3.2　京都府の取り組み

そこで私たちは、「学生のまち」京都で、大学と自治体が連携したフードドライブ活動ができないかと考え、京都府の活動を調べた。

京都府では、2022 年 10 月から府のホームページでフードドライブ活動を実施する企業・団体の募集を開始した。その概要は、府内に事業所等がある企業・団体を対象とし、応募があった組織にフードドライブで使用するのぼりを貸し出すというものだ。開始から 1 年以上経過した現在、フードドライブを実施しその結果報告を行った組織はわずか数件にとどまっており、集まった食品の総数は約 700 点程度であった。

3.3　横浜市の取り組み

これに対しフードドライブ活動に注力している自治体としては横浜市がある。横浜市では、様々な企業の店舗内や市内全区の区役所内など、横浜市全体に常時実施場所は約 80 ヵ所あり、2022 年度に集められた食品の総数は約 38,000 点以上であった。これらの取り組みに対する活動支援として、フードドライブを行う企業・団体には食品回収ボックスやのぼり、宣伝に用いる表示板データなどの充実した物品貸し出しを行っている。

上記のことから、京都府でフードドライブ活動を広めていくためには、フードドライブ実施の支援を充実させたり、自治体と企業・団体との連携を強化したりすることが重要であると考えた。

4.　先行事例

私たちが考える大学でのフードドライブ活動の参考事例として、実際に 2022 年 11 月に日本女子大学で行われたフードドライブ活動の事例を見ていく。日本女子大学では、学生同士が食品をシェアするという形式をとり、食品ロスの問題に関心を集めることを目的として実施された。2 週間の回収期間で缶詰やインスタント・レトルト食品を中心に約 200 点もの食品が集まり、後日大学構内のブースで行われた食品配布は、開始 10 分で終了するという盛況を見せた。また、フードドライブ実施前と実施後の 2 度、食品ロスへの関心度に関するアンケート調査が行われた。実施前では、フードドライブについて以前から知っていると回答した学生が 3 割ほどだったのに対し、イベント実施後には、食品ロスに対して関心を持ったと回答する学生が全体の 8 割に上った。このことから、食品ロスに対する学生の関心を高めるという点で、非常に高い効果があったと言える。

5.　政策提案

そこで、私たちは、学生のまち京都の特性を生かし、様々な大学が連携したフードドライブ活動の仕組みとして「フードドライブリレー」を実施することを提案する。

実施の流れについては、自治体が活動に参加する大学を募集し、複数大学に協力してもらった上で、初めに A 大学でフードドライブを実施する。A 大学で集めた食品については、B 大学で B 大学の学生に対して配布を行う。配布後、B 大学でも同様にフードドライブを実施し、以降、この一連の活動をリレー形式で行い、最後に A 大学に戻って食品を配布することで終了とする。フードドライブを実施する前に食品の配布を行うのは、フードドライブ活動を認知してもらうとともに、学生に食品ロスの問題に関心を持たせることで、より多くの学生の参加が期待できる仕組みだ。

自治体の活動支援としては、フードドライブを実施するにあたって、備品(のぼり、食品回収 BOX など)や大学間で食品を運搬するためのトラックの貸し出しを予定している。

学生のまちである京都からこのような活動を発信することで、若者の食品ロスに対する関心が低いという課題の改善に大きく貢献できるのではないかと考えている。また、この活動をきっかけに若者の関心を高めて、行動を促すことで家庭系食品ロスの削減目標の達成につながることを期待する。

参考文献

(1)　環境省「我が国の食品ロスの発生量の推計値（令和 3 年度）の公表について」https://www.env.go.jp/press/press_01689.html（最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）.

(2)　消費者庁「令和 3 年度消費者の意識に関する調査結果報告書」p.4(最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日).

(3)　京都府 (2022)「フードドライブを実施してみませんか？」https://www.pref.kyoto.jp/junkan/news/2022syokulossgekkan.html （最終閲覧日 2023 年 10 月 21 日).

(4)　横浜市 (2023)「フードバンク・フードドライブ活動の推進」https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/sumai-kurashi/gomi-recycle/sakugen/20190319133236879.html （最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）.

(5)　日本女子大学 (2023)「1600 名を超える学生が参加！フードドライブ@JWU を初実施」https://www.jwu.ac.jp/unv/jwu_times/2023_0118_01.html （最終閲覧日 2023 年 10 月 23 日）.

京都河原町周辺における AED の現状と課題

牧ゼミ祇園烏丸チーム
○榊原　清士郎（Seishiro SAKAKIBARA）・朝倉　唯(Yui ASAKURA)・小川　瑳恵(Sae OGAWA)・金川　涼加（Suzuka KANAGAWA）・谷　尚樹（Naoki TANI）・原　穂高(Hodaka HARA)・森　香恋(Karen MORI)
（京都橘大学経済学部経済学科）
キーワード：AED、群衆密集度、AED マップ

1．はじめに

近年、新型コロナウイルス感染症の流行によって減少した観光客が京都に戻り始めている。京都府は国内外から多くの観光客を集める日本有数の観光地である。2022 年度の観光入込客数は約 7,100 万人にのぼり、2020 年度観光入込客数約 1,600 万人と比較して、新型コロナウイルス感染症流行前の勢いを取り戻しつつある。（令和 4 年京都府観光入込客数等調査報告書、2022、2021）京都府では、祇園祭や葵祭、京都五山送り火、時代祭りなど多くの観光客が集まるイベントがある。多くの人々が訪れる京都府においては、さまざまなトラブルが想定される。

例えば、韓国における有名な観光地であるソウルの梨泰院においては昨年雑踏事故が発生したことは記憶に新しい。この雑踏事故は道幅の狭さと人口密集が要因となって適切な救命活動を行うことができず被害が拡大したという見方もある。

京都市消防局によると、2020 年の祇園祭において心肺停止に陥った男性が AED の使用により一命を取り留めたという事例もある（京都市消防局記事）。このように AED を使用することで、適切迅速な対応が可能となり、その結果多くの命を救うことができる。京都府は多数の観光地を有しており、日本国内のみならず世界各地から観光客が訪れる。そのため観光客全員に AED の設置場所や対応を認知させることは困難である。また不特定多数の人が集まるイベントでは、前述したような不測の事態も少なからず発生しうる。緊急の場合は、その場に居合わせた人々が連携を取りつつ適切かつ迅速に対応しなければならない。そこで本研究では、京都河原町周辺における AED の周知についてあげられる現状と課題についてフィールドワークを通じて検討を行う。

2．AED の概略と普及の背景

AED は、Automated External Defibrillator の略で、日本語では自動体外式除細動器と呼ばれている。AED レンタルサービスのホームページを参考に AED の概略等をまとめると次のとおりとなる。AED は心臓が細動し血液を流すポンプ機能を失った場合に電気ショックを与え、除細動を行う医療機器である。AED にはそれぞれ製造・販売会社が決めた耐用期間があり、使用環境、稼働時間や使用回数などを考慮した上で設定されているという。

AED は自動で操作手順を知らせる機能が付いているため、医学知識の有無に左右されることなく、誰でも使用することができ、2021 年には 6 年ぶりに JRC 蘇生ガイドラインが発表され救命率の向上に取り組んでいる最中であるという。

3．AED の設置に求められる課題と対策

まず、われわれは日常的に生活している環境下において、AED をどれだけ意識して生活しているだろうか。われわれが京都橘大学の学生（1 年生から 4 年生までの 85 名）にアンケートを行ったところ、興味深い結果が得られた。

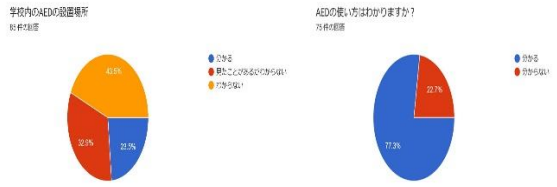


図-1　京都橘大学の学生に実施したアンケート結果

このアンケート結果では、有効回答数 85 名のうち、約 76%が見たことがあるかわからない、あるいはわからないと回答した。一方で、AED の使用法については有効回答数 75 名のうち、約 77%が分かると回答している。このアンケートにより、1 日の多くを過ごす場所であっても AED の設置場所を認識している人は少ないが、AED を使用しなくてはならない状況下では、使用できる人が多いことが示唆される。

また、杉木ら（2021）の研究では、群衆密集度と AED 到着までの時間の関連性について考察されている。この研究では、2019 年 5 月 3 日から 5 日にかけて、東京都多摩市にある多摩センター駅周辺にて約 45 万 6 千人が参加した「ガーデンシティ多摩センターこどもまつり 2019」を調査対象として、人口密度（10 平方メートルあたり 70 名以上）が高い地域ではわれわれの移動速度が有意に

遅くなり、AED の到着時間が平均で 25.1 秒遅れることが指摘された。杉木らの研究では事前に AED の設置場所を認知していたため、現在 AED 設置のガイドラインにて推奨されている 300m ごとの配置ではなく、設置間隔を短くする工夫も必要であると考えられる。

4. フィールドワークの実施と結果の考察

前節までの問題意識をもとに、われわれは 2023 年 10 月 13 日に京都河原町周辺の AED 設置場所について現地調査を行った。AED の設置場所が表示される「日本全国 AED マップ」をもとに、地下鉄京都市役所前駅から烏丸御池駅までのとおりを 1 ヵ所ずつ目視で確認して回った。



図-2　調査対象地域における AED の設置場所の比較
（出所：日本全国 AED マップをもとにグループで作成）

フィールドワークで調査した実際の AED の設置場所を日本全国 AED マップをもとにマークすると図-2 のとおりとなる。図上段はマップ上で AED が設置されていると示される場所である。図下段はフィールドワークをもとに AED がマップどおりに設置されている箇所と建物上階層などに AED が設置されているため目視では確認できないが AED 設置のステッカーが貼ってある場所には〇を付した。

一方で日本全国 AED マップには記載されているが、実際には AED が設置されていない箇所には×を付してある。図-2 より、日本全国の AED マップ上と実際の AED 設置場所に大きな差異があることが分かる。

この結果より、緊急時に AED を必要になった際に迅速に活用することが困難となる。調査結果からインターネットの情報を活用することの問題点が浮き彫りになった。また地震や土砂崩れなどの自然災害によって通信環境が機能不全に陥ってしまう場合や、イベントや祭事などによってネットワーク利用者が増えた結果、通信障害となるケースも想定される。

そのため、上記の問題を解決するためには、最新の情報を取り入れた紙媒体の AED マップを製作し配布する事で対処する。また、混雑による AED 到着の遅れを解消するために運営サポートのボランティアに先ほどの AED のマップと AED を携帯してもらうことが解決策の 1 つとなる。

5. 研究のまとめと今後の展望

フィールドワークの結果、観光地などの場所では AED に関するガイドラインで定められた 300m ごとに AED を設置するという要件が順守されていた。しかし、人通りの少ない場所ではそのガイドラインの条件が満たされていないことが明らかとなった。

フィールドワークから明らかとなった本問題の解決策としては、紙のマップを作成した方が望ましいのではないかということである。それは、インターネットで提供される情報が古いことや位置情報が正確さに欠けていたからである。人々が多く訪れる大きなイベント時には、作成した紙媒体のマップをボランティアの人たちに配布することで、インターネットの有無を問わず確実に AED の場所を把握することが可能となり、瞬時に適切な情報を確認することができる。また人が密集する場所では、スムーズに AED まで辿り着くことができないのではないかと想定される。そこでボランティアの人たちが肩から 1 つの AED をカバンのように掛けてアピールすることも大切である。更に、認知しやすいように「AED 携帯中」などといった認知しやすいタスキを掛けておくことも重要であろう。

インターネットとスマートフォンの普及により、世の中が便利になった半面、これらの情報機器が使用できなくなった時のデメリットも大きい。紙媒体のマップで誰でも簡単に最新情報を得ることができ、確実に行動するということを重要視するのであれば、AED の認知度や使用方法の理解も促進される。そうすることでわれわれも AED の設置場所に関して、日々関心を持つようになるのではないだろうか。

参考文献

(1) AED レンタルサービス株式会社
https://www.aed-rental-s.com/357877144 （2023 年 10 月 23 日確認）
(2) 京都市消防局(2020) 南消防局通信「AED で救える命があります」27AEDfukyuubira4.pdf (kyoto.lg.jp)（2023 年 10 月 23 日確認）
(3) 京都府 (2021)「令和 2 年京都府の観光入込客数及び観光消費額について」
https://www.pref.kyoto.jp/kanko/research/2report.html
(2023 年 10 月 23 日確認)
(4) 京都府 (2023)「令和 4 年京都府の観光入込客数及び観光消費額について」
https://www.pref.kyoto.jp/kanko/research/4report.html
(2023 年 10 月 23 日確認)
(5) 杉木翔太、喜熨斗智也、羽田克彦、櫻井勝、原貴大、武田唯、中川洸志、田中秀治(2021)「群衆密集度ならびに複数階を有する建築物が AED 取得に要する時間に与える影響」『救急救命士ジャーナル』1 (1) 39-44、2021 年.
(6) 日本全国 AED マップ　https://aedm.jp/(2023 年 10 月 23 日確認)

20 代女性の運動不足対策

京都産業大学経済学部関田ゼミ体力アップ班
○藤本　淳平（Fujimoto　Jumpei）・小山田　壮（Oyamada　Takeshi）・錦織　直弘（Nishikori Naohiro）・豊嶋　智紀（Toyoshima Tomoki）・山口　敦也（Yamaguchi Atsuya）
（京都産業大学経済学部経済学科）
キーワード：体力年齢、20 代女性、美肌

1.　はじめに

スポーツ庁は 2003 年から 2019 年において「体力・運動能力調査」を実施しており、体力年齢が暦年齢よりも高い人の割合を計算している。体力年齢とは、「体力・運動能力調査」において成年（20～64　歳）を対象に新体力テスト合計点から体力年齢判定基準表により判定する体力の若さや充実度を表す尺度のことである。図 1 には、大中都市に住む人々について、体力年齢の方が暦年齢よりも高い人々の割合を示しており、20 代において特に高い傾向があることが示されており、また、男性よりも女性の方が体力年齢が高い人の割合が高いことも分かる。そこで、私達は 20 代女性の体力の低さに焦点を当てて研究することにした。

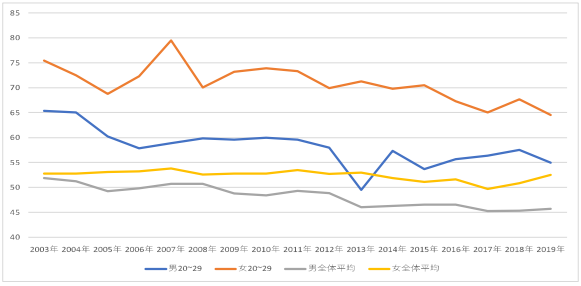


図 1 体力年齢＞歴年齢の割合（大中都市）

スポーツ庁(2017)に記載の体力合計点と運動習慣との関係性から、運動実施頻度が高いほど体力合計点は高く、運動実施頻度が低いほど体力合計点は低いとわかる。そして、同じ報告書には年齢別の運動実施状況が示され、20 代女性は他の年齢層に比べ運動実施頻度が低いとわかる。これらのことから 20 代女性は運動実施頻度が低く、そのことが体力水準の低さにつながっているのではないかと考えられる。

20 代女性の運動実施頻度が低い原因として仕事・家事・育児が大きく関わっていると考えられる。厚生労働省(2019)にある運動習慣定着の妨げとなる点についての調査結果より、「仕事・家事・育児が忙しくて時間がない」という回答が 20 代女性全体の 60%を超えており、仕事・家事・育児が運動習慣定着の妨げになっていると言える。さらに厚生労働省(2018)にある年齢別 1 週間の平均就労時間の状況からも 20 代女性は他の年齢層と比べて就労時間が長い人の割合が多いことが読み取れ、運動習慣定着への仕事による弊害が大きいと言える。また、2020 年の OECD(経済協力開発機構)の発表によると、日本女性の有償労働時間は大きく増加する一方で、家事・育児などに費やす無償労働時間の日本の男女比は 5.5 倍であり、他国と比べても非常に大きく、それ故に日本女性の睡眠や食事にあてる時間は比較国中の女性において最短であり、ジェンダー格差が数値として表れている。このように 20 代女性の体力水準の低さの原因には仕事・家事・育児が考えられる。

2. 20 代女性の体力水準の低さがもたらす影響

藤原（2019）は、大学生の体力の向上は身体的自己評価を高め、精神的回復力を促進するという結果を得ている。つまり、20 代女性の体力水準の低さは、身体的自己評価の低さ、そして精神的回復力の低さにつながると考えられる。

また、スポーツ庁(2014)に示された成年の体格指数（BMI）と体力年齢の関係を表す図を見ると、体力年齢が高いことが低体重と肥満を引き起こす可能性が示されている。

つまり、20 代女性の体力水準が低いことは、身体的・精神的健康に悪影響を及ぼすと予想される。

3. 既存の対策

京都府・京都市それぞれが行ってきた対策の例として以下の 3 つがある。まず、京都府では「きょうと健康づくり企業実践認証制度」として職員のがん検診受診率の向上や健康づくりに取り組む企業を認証し、その取り組みを公表している。認証されると府の認証マークをホームページや製品、名刺、広告などに使用することができる。また、京都市では「健康長寿のまち・京都いきいきアプリ」という本市の取組やキャラクターと連携し、京都でウォーキングをはじめとする市民の主体的な健康づくりを応援するスマートフォン用アプリの導入や、「京都一周トレイル事業」として京都を囲む山道に沿った自然散策ルートを開発している。

このように、京都府・京都市ともに府民や企業へのアプローチやイベント開催などを行っているが、具体的な数値やデータを用いた客観的な研究結果を示した情報提供は行われていなかった。

4. 政策提言

既存の対策を調べた結果、私達は、20 代女性が運動をしたいと思えるような客観的で説得的な情報（研究結果）を提供することが、運動時間の増加につながるのではないかと考えた。以下では、私たちが提示した情報について説明し、この情報の提示が 20 代女性の運動時間増加に繋がるか否かを検証するために実施したアンケートとその分析結果について説明する。

4.1 アンケート調査

アンケート内容は、①年齢　②居住地　③親と暮らしているか　④最終学歴　⑤中学校時に定期的に運動していたか　⑥高校時に定期的に運動をしていたか　⑦１週間の合計労働時間　⑧１週間の合計家事時間　⑨１週間の合計運動時間　⑩１週間の合計睡眠時間　⑪何月生まれか　⑫情報（運動が健康に与える影響に関する情報(エクササイズが自己肯定感を上げストレスを減少させる)と、運動が肌に与える影響に関する情報(運動により血流が良くなり美肌に近づく)を用意。）⑬上記の情報を読んで１日の運動時間を変化させたいと思いましたか？　⑭運動時間を変化させる予定についてどれくらいの確率で実現すると思いますか？である。そして、アンケート調査を実施し、生まれ月が 3 月・6 月・9 月・12 月の人（以下、健康情報グループ）には運動が健康に与える影響に関する情報を与え、1 月・4 月・7 月・10 月生まれの人（以下、美肌情報グループ）には運動が肌に与える影響に関する情報を与え、2 月・5 月・8 月・11 月の人（以下、情報なしグループ）には情報を与えず、今後の運動時間に差があるかどうかを調査することにした。アンケート調査の結果 215 人から回答を集めた。なお、年齢を尋ねる質問、学歴を尋ねる質問で「答えたくない」を選択した回答者、1 週間の運動時間を尋ねる質問で「10 時間以上」を選択した回答者のデータを削除し、分析に使用したのは 197 人分である。

4.2 情報提供と今後の運動時間

アンケート調査の結果、1 日の運動時間の変化についての予定の平均値は、健康情報グループ 26.7 分・美肌情報グループ 26.5 分・情報なしグループ 15.2 分となった。また、Welch の検定で各グループの平均値の差の検定を行ったところ、健康情報グループと美肌情報グループの平均値については差があると判断できなかったものの、健康情報グループと情報なしグループ、美肌グループと情報なしグループとの間では、1%の有意水準で差があるという結果となった。つまり、健康情報・美肌情報ともに、20 代女性の運動実施意欲の増加に効果的であると言えそうである。

4.3 運動時間の決定要因

1 章で、仕事・家事・育児が忙しくて時間がないことが、運動習慣定着の妨げとなっている可能性について述べた。このことを検証するために、また、その他の要因を探るために、現在の運動時間の決定要因に関する回帰分析を行った。被説明変数を現在の運動時間とし、説明変数を年齢・居住地・親との同居・最終学歴・中学時の運動経験・高校時の運動経験・労働時間・家事時間・睡眠時間として回帰分析を行った結果、高校時に運動経験のある人はそうでない人に比べて、現在の運動時間が長いことが分かった。また、事前の予想とは異なり、労働時間と家事時間は運動時間に統計的に有意な影響を与えていないことが分かった。

5. まとめ

20 代女性の体力水準の低さについて原因・影響・政策提言に関する研究を行った。既存の対策では具体的な数値やデータを用いた客観的な研究結果を示すことで運動を促すような情報提供は行われていなかった。そこで私達は運動が健康や肌に与える影響に関する研究に基づく数値情報を用意し、アンケート調査を実施した。その結果、運動が健康または肌に与える情報を提示された人と、何も情報を与えられなかった人とを比較すると、情報を提示された人の方が 1 日の運動時間を増加させたいと思っていることが分かった。また、今運動習慣がある人は高校時に定期的に運動していた人が多いことが分かり、予想に反して、労働時間と家事時間が現在の運動習慣に影響を与えていないことも分かった。この結果を踏まえ、運動が健康や肌に与える影響に関する情報をどこに掲載するのが効果的か考えた。市民新聞に掲載することも検討したが、20 代女性が定期的に読むかが疑問であったため、株式会社エスティーが行ったアンケート調査の結果を見たところ、20 代女性の YouTube 利用率は 90.3%で「毎日利用する人」は 57.3%もいた。YouTube の広告で運動が健康や肌に与える情報のデータを掲載することで、運動不足を改善できるかもしれない。

参考文献

(1) 藤原　大樹：大学生の体力と身体的自己知覚がレジリエンスに及ぼす影響、保健医療経営大学紀要、No.4 p37～42 (2019)

(2) スポーツ庁(2017)：平成 29 年度体力・運動調査結果の概要：調査結果の分析

(3) 厚生労働省(2019)：令和元年度国民健康・栄養調査報告：第 3 部　生活習慣調査の結果 p176

(4) スポーツ庁(2014)：平成 26 年度体力・運動能力調査結果の分析　成年 (20～64 歳) の「体格指数 (BMI)」と体力・運動能力の関係 p2

(5) 厚生労働省(2018)：平成 30 年度国民健康・栄養調査結果の概要:就業時間と生活習慣に関する状況 p10

京丹後市で行うウェルネスツーリズム

京都府立大学公共政策学部公共政策学科　２回生駒寄ゼミＢ
○服部　彩花（Ayaka HATTORI）・清水　有希（Yuki SHIMIZU）・安藤　詩朗（Shio ANDOU）・城戸　美咲（Misaki KIDO）・齋田　悠花（Yuka SAITA）・澤田　就伍（Shugo SAWADA）
（京都府立大学公共政策学部公共政策学科）
キーワード：京丹後市、ヘルスツーリズム、ウェルネスツーリズム

1. はじめに

京都府北部にある京丹後市は、豊かな自然環境と長寿文化を活かしたヘルスツーリズムを行うことで、更なる観光客の増加を図っている。しかし、現在京丹後市が行っているヘルスツーリズムはストレス解消に対する消費者のニーズを把握しきれていない。加えて、そうしたニーズに対応できる観光資源を多数持っているにも関わらず、それらを十分に活かし切れていない。そこで、本研究では、3 で示すアンケート結果から、精神的ストレスを感じている人が多いことに着目し、京丹後市の観光資源をより活かした改善策をウェルネスツーリズムと名付け、提案する。

2. 京丹後市で行われているヘルスツーリズム

京丹後市は全人口に占める 100 歳以上の割合が全国平均の 3 倍以上という「長寿のまち」であることと、豊かな自然環境を活かしたヘルスツーリズム『海の京都「百寿人生のレシピ」体感プログラム』を実施している。内容は、①健康チェック(脈拍/血圧測定)②長寿食の栄養や、昔ながらの食材の保存や調理方法など、京丹後市に伝わる先人の知恵を学ぶ「百寿人生のレシピ」セミナー③栄養バランスを考慮した百寿人生のレシピから作る「百寿弁当」④健康ウォーキング⑤宇川温泉の入浴⑥健康チェック・プログラムの振り返りという 6 つで構成されている。

問題点は 2 つある。1 つ目は、観光資源を十分に活かし切れていない点だ。京丹後市の特徴的な資源であるきれいな海自体に焦点を当てていないため、京丹後市の魅力的な要素があまり伝わらない。そのため現状のヘルスツーリズムでは更なる観光客の誘致は困難であるだろう。2 つ目は、精神的健康を十分に考慮していない点だ。3 で述べるアンケート結果で精神的ストレスを抱える人が多数であったため、精神的健康を考慮しなければ、新たな観光客を誘致するには不十分だと考える。そこで、以下では 1 つ目にどれくらいの人が精神的ストレスを感じているのか、2 つ目にヘルスツーリズムに含まれている要素が身体的な面か精神的な面のどちらに近いか、3 つ目に京丹後市の持つ観光資源が精神的な健康の実現に寄与するかを明らかにし、人々のニーズを把握するためにアンケート調査を行った。

3. アンケート調査

3-1. 手法

調査内容は「ストレスを感じるのは精神的な面と身体的な面のどちらが多いか」、「おいしい食事をする・海を見る・温泉に入る・軽い運動をする・旅行をするのは精神的ストレス解消か身体的ストレス解消のどちらに近いか」である。

3-2. 結果

回答者の 9 割が精神的なストレスを感じることが多いと回答した。また、図 1 から、「おいしい食事をすること、海を見ること、旅行をすること」の 3 つが特に精神的健康を実現する上での要素であることが分かる。ヘルスツーリズムに含まれる「軽い運動・温泉に入る」は身体的ストレス解消度合いが高いことが分かる。

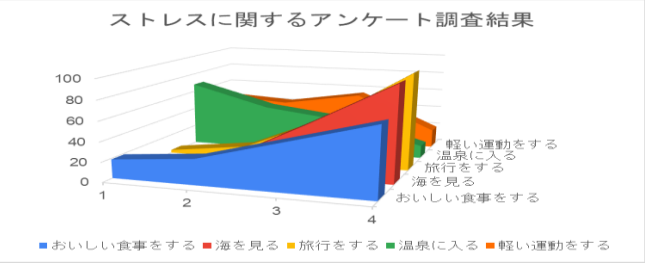


図１　ストレスに関するアンケート調査(注)

3-3. 考察

3-2 から、精神的ストレスを感じている人が大多数であることが分かる。ヘルスツーリズムは「百寿弁当」のプランが組み込まれているが、これは長寿を目指すという身体的健康に寄っている。そこで、京丹後市の郷土料理であるばら寿司を地元の人と一緒に作る「ばら寿司体験」を提案する。なぜなら、ウェルネスツーリズムは旅先で

新たな「つながり」をつくり、心身を癒し、リフレッシュすることに軸においているため、地元の人と交流しながらばら寿司体験を行うことで、精神的ストレスの減少が期待できる(荒川,2022)。また、健康ウォーキングは精神的な健康に一定効果があるが、海を眺めてヨガをすることで、さらに精神的ストレス解消の効果を付与できると考える。軽い運動は疲れを癒す効果が期待でき、中でもヨガは呼吸法により酸素消費量が低下し、呼吸量が増加するため、より高いリラクゼーション効果があるとされている(谷口,2011)。以上の改善案が精神的ストレス解消に効果があるのかを 4 で確認する。そして、温泉は 3-2 では身体的ストレス解消の傾向が強かった。しかし、温泉浴はポジティブな精神状態を向上させ、ネガティブな精神状態を低下させる効果が期待できるとされている（姫澤らほか,2018)。よって、温泉は精神的・身体的リラックスのどちらにも捉えられることがわかる。そのため、温泉の入浴は今回のウェルネスツーリズムの要素として組み込むこととした。

4. 実証実験

3-2 で述べた 3 項目から構成したウェルネスツーリズムが、実際に精神的ストレス解消に効果があるのか実証実験を行った。

4-1. 内容

2023 年 10 月 16 日(月)に京丹後市観光公社の協力のもと、実証実験を行った(参加者 8 名)。内容は、①高嶋海水浴場でのビーチヨガ②宇川加工所での「ばら寿司」作り③宇川温泉の入浴の 3 つだ。実施前後に参加者のストレスの変化を見るため、アンケートを実施した。

4-2. 結果

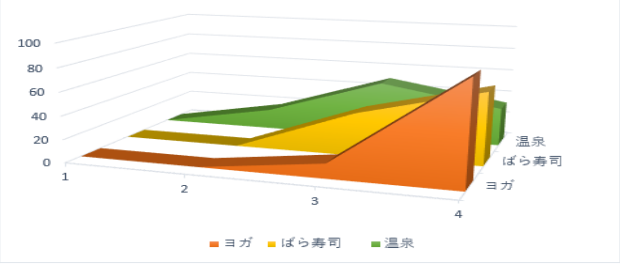


図 2　実証実験事後アンケート調査(注※)

海辺でのヨガ、ばら寿司は特に精神的ストレス解消によった要素であり、温泉は、精神的ストレス解消に近いと答えている人が多い。しかし、2 と答えている人が一定数いることから、身体的ストレス解消の効果も期待できることが分かる。

4-3 考察

以上の 3 項目は精神的ストレスを解消しうる要素であり、ウェルネスツーリズムでこれらの要素を付加することで、消費者の需要が高まるのではないかと考える。

5. おわりに

本研究で提案した改善案を取り入れることでで、精神的ストレスの解消が見込まれるので、消費者のニーズを満たすことができ、結果として、京丹後市の観光客数の増加につながる可能性があると考える。今後の展望として、京丹後市は夏の海水浴、冬の蟹という二季型観光を課題としているため、ウェルネスツーリズムに集客性が見込まれれば、春と秋の新たな観光需要になり得るのではないだろうか。

注釈

注：街頭調査:9 月 1 日(金)、13 日(水)に河原町商店街と三年坂で実施。Google form 収集期間:8 月 18 日(金)～9 月 19 日(火)。対象:10 代後半～60 代　回答数計 163 人(男性 71 人、女性 89 人、答えたくない 3 人)。

※1～4 の選択肢で 1 に近いほど身体的ストレス解消、4 に近いほど精神的ストレス解消度合いが高いことを示す。

参考資料

荒井弘和・堤俊彦(2011)　『一過性のウォーキングに伴う感情の変化とウォーキングに伴う感情を規定する認知的要因』p11

京丹後ナビ　きょうたんごヘルスツーリズム https://www.kyotango.gr.jp/health-tourism/（参照 2023/10/18)

京丹後市商工観光部観光振興課(2019/09/30)『京丹後市の観光の現状と実態』kyotango.gr.jp（参照 2023/8/14)

京丹後市『京丹後市第 4 次京丹後市観光振興計画』p18 https://www.city.kyotango.lg.jp/material/files/group/31/dai4zi_kankoshinkokeikaku.pdf

古宮昇・谷口弘一(2011)『ヨガの心理的効果についての調査研究』pp30～31

自然・地域・人との”つながり”をつくる旅が、豊かで輝く人生へと繋がる～荒川教授インタビュー～ (2022/9/14)https://www.itt-show.jp/tokyo/ja-jp/blog/article_01.html（参照 2023/10/21)

姫澤孝典・ほか(2018)『温泉浴と気候療法による高齢者のリラックス効果』p54

中小企業の脱炭素経営

龍谷大学経済学部　辻田ゼミ
○山崎　真太郎(Yamasaki Shintarou)・劉　帥江(Ryuu Suikou)
・梅原　一心(Umehara Isshin)・堤　椋哉(Tsutsumi Ryouya)
(龍谷大学　経済学部　現代経済学科)
キーワード：脱炭素、中小企業、社員の意識

1. はじめに

近年、気候変動問題が世界的に注目されるようになり、日本も 2050 年のカーボンニュートラルの目標のもと脱炭素社会への移行を目指している。民間企業でも、脱炭素社会構築に向けた取り組みが求められるようになってきた。こうした動きの中で私たちは、日本企業の 99.7%を占め、日本の温室効果ガス排出量の 2 割弱を占める中小企業に着目した。本研究は、愛知県の中小企業を例にあげながら、中小企業が脱炭素経営を行う上で重要なことは何かについて考察する。

2. 中小企業の脱炭素経営

2-1　脱炭素経営の難しさ

日本政策金融公庫総合研究所の「中小企業の脱炭素への取り組みに関する調査」によると、脱炭素化の課題は、①コストが増える、②手間がかかる、③資金が不足しているという回答が多い。また、中小企業間でも事業規模が大きい企業ほど取り組んでいる。以上から、コスト・資金関連で余裕があり、事業規模が大きい大企業と比べ、中小企業の脱炭素経営の実施は厳しい状況にあると推察される。

2-2　経営手順

中田(2023)と後藤(2023)が提唱する中小企業の脱炭素経営手順をまとめたのが表-1 である。脱炭素経営の方針を打ち出し、社内体制を構築する必要がある。

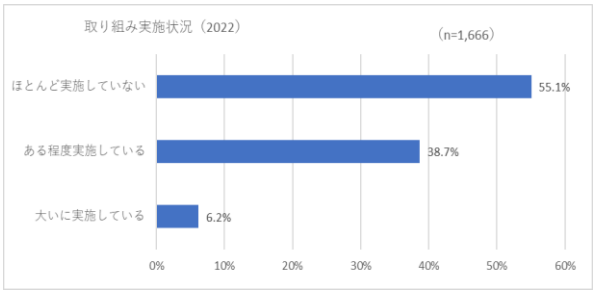
表－1　中小企業の脱炭素経営手順

①経営者がカーボンニュートラルの必要性を理解し、自社の脱炭素経営方針を打ち出す
②脱炭素化を推進するための社内体制を構築する
③気候変動が自社の事業に与える影響(リスク、機会)を認識する
④自社のエネルギー消費量の確認、温室効果ガス排出量の算定を行う
⑤将来の事業環境変化(削減が中長期における 自社の事業規模や事業構造の変化）の予測をする
⑥短期～長期で実現を目指す削減目標を設定する
⑦設備導入や運用改善など、排出削減の対策の具体的な検討を行う
⑧⑦について、費用や実施期間などの削減計画を策定し、実行する
⑨排出量などの情報を発信する

出典：筆者作成

2-3　中小企業の脱炭素経営の重要性

日本は、G7 の中で 2022 年の二酸化炭素排出量が最多だった。わが国が脱炭素化を進めるには、企業の 99.7%、排出量の 2 割弱を占める中小企業での削減が重要になってくる。しかし、図－1 をみると、脱炭素に関する取り組みをほとんど実施していない中小企業が 55．1%と半数強に及び、遅れが目立つ。



図－1　中小企業の脱炭素取り組み実施状況（2022）
出典：(2023／01／20)「中小企業の脱炭素への取り組みに関する調査」『日本政策金融公庫総合研究所』p.3 の図をもとに作成

また、岸・佐伯(2021)によると、パリ協定に整合した科学的な削減目標(Science Based Targets)を設定する企業の中には、主要サプライヤーに削減の目標を求める企業もあり、中小企業も含め脱炭素化への取り組みが不十分な企業はサプライチェーンから排除される可能性がある。気候変動問題への対応は企業の競争力に大きな影響を与えるようになっており、中小企業が脱炭素化に取り組むことは、事業機会を確保する観点からも重要である。

以上より、中小企業も脱炭素経営が必須であることが分かる。次に、中小企業が脱炭素経営に取り組むために重要なことを愛知県の調査をもとに考察する。

3. 愛知県での調査結果

3-1　愛知県の脱炭素に関する取り組み

環境省の都道府県別 CO2 排出量データによると、2019、2020 年度ともに 2 位が愛知県であり、産業部門の排出量が多い。そのため、県は、再生可能エネルギ

ーや省エネルギー設備などの導入促進や、中小企業の脱炭素事業への支援を実施している。その一例として、県内事業者が 2030 年に向けて、CO2 排出削減の取り組みを宣言し、県がそれを認定・PR する制度「あいち CO2 削減マニフェスト 2030[1]」がある。

3-2　中小企業へのインタビュー調査

脱炭素経営を行っている中小企業の実態を把握するため、前述の制度の認定企業 2 社(トーアス株式会社と株式会社アンレット)にインタビューを実施した。2 社は製造業で、それぞれマニフェストの星 3 と星 2 を獲得している。各社の概要は表-2 の通りである。

表ー2　調査企業の概要

	トーアス株式会社	株式会社アンレット
設立日	1955年	1944年
従業員数	170名(2023年6月)	241名(2023年5月)
星数*	3つ	2つ
事業内容	医療用食品・加工品の開発および受託製造	ルーツブロワ、ルーツ式真空ポンプ、ルーツポンプ、粉じん回収機などの製造販売

*あいち CO2 削減マニフェスト 2030 の取得星数
出典：筆者作製

事例 1.　トーアス株式会社

トーアス㈱の脱炭素経営において、重要なことは二つあった。環境意識の高い従業員の強い意志と、経営層の理解と協力である。

最初に動いたのは従業員である。エネルギー管理士の林優さんが率先して脱炭素経営を始めた。林さんがまず取り組んだのは、社長に設備導入などのメリットを伝え、経営層の協力を得ることであった。これにより設備導入の資金が確保でき、社内体制も構築された。

設備導入では、グリーンニューディール基金地球温暖化対策事業補助金、エネルギー使用合理化事業者支援補助金、省エネルギー計測監視設備等導入事業補助金を使い、照明器具の更新、高効率ボイラーの導入、工場管理のソフト導入を行った。

また、社内の体制を整備するため、省エネ推進委員会を発足させた。月 1 回の会議を行い、工場ごとのエネルギー使用量等を発表し、従業員に周知させた。同会議では、従業員が主体的に取り組むよう省エネの案を従業員自らが発表するスタイルを採り、省エネの認知向上を促した。省エネ推進委員に選ばれた者には、エネルギー管理委員の資格を受講させた。省エネ推進委員は 2 月と 8 月の一週目に腕章をつけ、社員に省エネ推進の意識を促している。

同社は、大手食品メーカーなどのブランド品を受託生産している。環境意識の高い顧客から脱炭素経営に取り組む姿勢が評価され、企業イメージの向上、ひいては取引先確保につながっている。

事例 2.　株式会社アンレット

㈱アンレットは、排水処理用ルーツブロワや自動車、半導体などの製造ラインで使われる真空ポンプのメーカーである。同社は、再生エネルギー設備導入支援事業補助金を使い、空調設備を省エネ型に変更した。機械設備は必要な時のみ動かし、不良品の削減にも努めた。社員の脱炭素意識を高めるための教育訓練にも力を入れている。同社が扱う商品は、顧客の環境改善に直接つながる。「地球を守ろう」をスローガンに掲げ、省エネ・脱炭素に貢献する製品を開発してきた。顧客ニーズは高い。

4. 結論

経営者がカーボンニュートラルの必要性を理解し、自社の脱炭素経営方針を打ち出すことと、推進のため社内体制を構築することが重要であることが確認できた。さらに、教育を通じた従業員の意識向上も、脱炭素経営を行う上で重要である。

脱炭素経営は、会社のイメージ向上、電気料金の抑制、顧客の新規獲得などにつながることが明らかになった。しかし、脱炭素に本格的に取り組もうとすると総じて、多額の費用が必要になる。そのため 2 社は、行政に支援を仰いだ。中小企業が費用対効果を正確に予測することも困難である。さらに、脱炭素に向けた中小企業の活動が認知される機会は少ない。脱炭素経営に積極的であっても、活動内容の妥当性に不安を感じることがあるという。今回の調査で浮かびあがったこうした問題への対応策を今後の検討課題としたい。

参考文献

岸雅明・佐伯優(2021)「ひろがるカーボンニュートラル：中小企業にも求められる脱炭素経営」『いんだすと』pp. 7～12
経済産業省(2022)「中小企業のカーボンニュートラル施策について」p. 1
後藤広樹(2023)「中小企業が脱炭素に向けて求められる理由」『浜銀総合研究所』35 巻、pp. 27～31
中田丈仁(2023)「中小企業における脱炭素経営について～企業の持続可能性を高める脱炭素経営～」『三十三総研』No. 112
日本政策金融公庫総合研究所（2023)「中小企業の脱炭素への取り組みに関する調査」、p. 3

[1] 事業者の継続的な取り組みを評価できるよう、各企業で CO2 排出の削減目標を設定し、その結果に応じて☆を獲得する仕組みである。現時点で計 39 社が認定を受けており、星 3（☆3）が 6 社、星 2（☆2）が 3 社、星 1（☆1）が 30 社である。

京都から発信する発酵食品の魅力
- 健康増進と食文化の継承に向けた新たなアプローチ -

京都先端科学大学　岡嶋ゼミ　B チーム
○沖浦 暖（Non OKIURA）・北村 緑里（Midori KITAMURA）・
北川 雄一（Yuichi KITAGAWA）・小林 周慈郎（Syujiro KOBAYASHI）・
山本 悟士（Satoshi YAMAMOTO）・磯野 憂花（Yuka ISONO）
（京都先端科学大学経済経営学部経済学科）
キーワード：発酵食品、SDGs、健康

1.　はじめに

我が国の平均寿命は男性 81.41 歳、女性 87.45 歳であり、健康寿命は男性 72.68 歳、女性 75.38 歳である（厚生労働省, 2019）。国民一人ひとりが健やかで心豊かに生活できる活力ある社会を実現し、持続可能な社会保障制度とするためには、長寿社会の到来に伴い、単に寿命を伸ばすことだけでなく、その寿命を健康的に過ごす「健康寿命の延伸」がますます重要視されている。国の食育基本法における重点課題として「健康寿命の延伸につながる食育の推進」があり、京も、食育基本法・食育推進計画を踏まえ、食育推進の方向性や取り組みを具体化し、府民ぐるみで推進している。

日本が世界有数の長寿国になった背景の一つには、伝統的な食文化があるといわれている。そこで、本研究では、伝統的な食の豊かさと多様性を活かし、若者に向けた健康寿命を意識した食事選択や食事スタイルに対する新たな視点を提供し、より健康的で豊かな食体験の提供を検討したい。具体的には、発酵食品に焦点を当て、まず、発酵食品の多様性や健康への潜在的な効果について掘り下げる。次に、10 代後半～20 代の若者、さらには健康・ダイエットに興味のある人をターゲットに、発酵食品を提供する手段としてカフェを提案する。カフェのメニューとして発酵食品を提供することで、発酵食品に馴染みのなかった人々の食体験を豊かにし、健康意識を高める機会に繋げることを目指す。

2.　発酵食品とは

発酵食品は微生物の働きによって生まれる食品であり、その働きは「腐敗」と「発酵」の 2 つに分類される。発酵食品は人間に多くの利益をもたらすもので、美味しく、健康に良く、食品の保存性も高まる。そのため、古くからさまざまな発酵食品が作られ摂取されてきた。日本は発酵に適した気候条件を持ち、魚、野菜、穀物などの食材が豊富であるため、発酵食品の種類も多い国として知られている。発酵食品の高い保存性は、食品ロスを減少させる一因ともなっている。また、日本の発酵文化が発展した要因の一つは、日本人が主食として米を摂ることである。日本では大豆製品が健康に良く、栄養価も高いことが広く認識され大豆由来の発酵食品が他の国よりも消費されている。日本は発酵食品の製造と消費において、発酵大国として位置づけられる。

特に京都では、すぐき漬、千枚漬、しば漬などの京都三大漬物をはじめ、味噌、醤油、酒、みりんなど、発酵を活かした和食文化を支える食品づくりを行う老舗が数多く存在している。

3.　発酵食品を普及する対象

近年発酵食品の魅力を広める取り組みが全国的に行われている。農林水産省が推進する「食かけるプロジェクト」の食かけるプライズ 2022 では、表彰された 10 件のうち 4 件が発酵食品に関するものであった。本研究では、発酵食品をより多くの人に広めるため、まずは 10 代後半～20 代の若者、さらには健康・ダイエットに興味のある人へのアプローチを提案したい。

そもそも、発酵食品を食べることでどのようなメリットがあるのだろうか。発酵食品が体にいい理由は「①体内へ吸収されやすい」「②免疫力が高まる」「③若々しさのサポート」「④代謝アップや生活習慣病の予防」「⑤ストレス軽減」の 5 つである。このうち、特に「若々しさのサポート」と「代謝アップや生活習慣病の予防」は、健康・ダイエットに関心をもつ多くの若者の興味を引くと考えた。発酵食品には興味はなくても、健康やダイエットといった目線で興味を持つ 10 代～20 代は多いだろう。

4.　政策提言

私たちは、若者の間では縁の遠い食品、苦手意識のある食品である発酵食品を、若者が気軽に訪れることができる場所で、若者が興味を持つ方法で提供・販売することを提案する。具体的には、京都市内の若者や多くの人が活動する河原町周辺などのエリアに健康・ダイエットに興味を持つような人をターゲットとしたカフェを作ることを提案したい。効果としては、若者の健康の増進と健

康への意識の向上、さらに日本の伝統食品であり、京都市内でも伝統的に生産されている数々の発酵食品のさらなる発展が期待される。SNS で映えるようなメニューをカフェで提供することで、発酵食品について興味がなかった人が発酵食品を知る入り口となり、生活に取り入れるきっかけをつくる。

4.1　カフェと Instagram

カフェを提案する理由として、まず、カフェが若者にとって身近であることが挙げられる。若者にはカフェが身近で、カフェ巡りが流行していることは、Instagram(インスタグラム)で知ることができる(注 1)。Instagram では、#の後に投稿内容を表すキーワードを続けたハッシュタグを利用して、自身の投稿の整理や興味や関心のある投稿を検索して楽しむ。 Meta 社が 18～25 歳の国内 Instagram 利用者を対象に行った人気のハッシュタグについての調査データによると、2022 年 11 月時点で「カフェ巡り」が 9 位、「カフェ」が 11 位と、カフェ関連のハッシュタグが 2 つも TOP20 入りしていることから若者にはカフェは身近なものであるといえる。なお、Instagram でカフェと調べると 3068 万件(京都カフェは 240 万件) 、カフェ巡りは 1744 万件(京都カフェ巡りは 40.8 万件)投稿がある。Instagram の投稿の数を近隣の他の府県と比較しても、京都でカフェ巡りが流行していることは明らかである(注 2)。

4.2　「はつこう cafe」の提案

発酵食品専門の飲食店やアンテナショップではなく、カフェという形態を提案する理由について述べる。京都にはすでに発酵食品を活かしたカフェがいくつかあるが、発酵食品に興味がない人や、発酵食品に抵抗をもっている人は、発酵食品をメインに提供する飲食店を選ばない方が多いと考えるからである。アンテナショップについても同様で、発酵食品が身近でなく、あまり食べない人が入店することは考えにくい。そこでカフェという選択肢が出てくる。カフェは気軽に、観光で来た人も休憩がてらに立ち寄ることができる。たとえ通りがかりであってもふらっと気軽に入ることが出来るのが魅力だ。発酵食品を大々的に強調しないようなメニュー、そしてお店のコンセプトにすることがポイントであると考える。

実際に洋菓子やドリンクなど、よくある人気のカフェメニューに京都の発酵食品を使用し、食べてもらう。そこで京都の発酵食品の味を知ってもらうことが出来るのではと考えられる。加えて、店内や食後に、健康や美容にいいことが分かるような仕掛けを作ることで、発酵食品を知らない人にその魅力を伝えることができる。さらに、興味を持った人が、テイクアウトメニューや店頭で販売する味噌や漬物などの発酵食品を購入する効果も狙う。私たちの提案する「はつこう cafe」は、若者の健康や京都の発酵食品産業の発展に繋がると考える。

5.　期待される効果

第一に、発酵食品を提供するカフェが増加することで、発酵食品に関心のある人々が利用する機会が増え、それによって健康増進の効果が期待される。また、健康やダイエットと結びつけることで、発酵食品に関心のない人々にもその効果を広く周知させる機会が提供できる。第二に、現代社会では健康寿命と平均寿命の乖離が顕著であり、食事がその一要因となっている。発酵食品を摂取することで、健康寿命が延び、この差を縮める可能性がある。さらに、発酵食品の提供は SDGs の持続可能な開発目標である「すべての人に健康と福祉を」に貢献する。健康な人が増えることで社会保障制度にも貢献し、経済的な持続可能性を向上させることが期待できる。また、発酵食品は持続可能な食品として位置づけられ、食材のロスを減少させる役割を果たす。これは現代の地球環境への配慮と食材の効率的な利用を反映したトレンドに合致している。最後に、伝統的な日本の食文化である発酵食品の認知が広がることで、日本や京都の伝統食品の振興と産業の活性化に寄与する可能性がある。

以上に挙げた効果が相互に作用して発揮されることで、健康増進への効果が最大化され、発酵食品の普及と日本の伝統食品の継続に寄与すると考えている。発酵食品のポジティブな健康効果が広く知られ、日常生活に取り入れられる機会が増えることで、社会全体の健康増進にも繋がることが考えられる。

注釈

(注 1) 総務省「令和 3 年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(2022.8.26 発表) では、年代別インスタグラム利用率は 10 代が 72.3%、20 代が 78.6%となっており、若年層の利用率が極めて高いツールである。

(注 2) Instagram で、京都カフェで検索すると 240 万件、大阪カフェは 323 万件、滋賀カフェは 46.6 万件、奈良カフェは 52.4 万件の投稿がある。京都カフェは大阪に次いで投稿件数が多い。

参考文献

・農林水産省　「食かけるプロジェクト」(最終閲覧日 2023.10.07)
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/eatmeet/syokukakeru.html
・日本文化協会　「発酵について」(最終閲覧日 2023.10.23)
https://hakkou.or.jp/about/farmentation/
・朝日広告社　「Z 世代に注目　空前のカフェブームをどう考える？」(最終閲覧日 2023.10.23)
https://www.asako.co.jp/cafe_boom/

市民レベルの脱プラスチック政策における課題

- その解決と効果的な政策のあり方 -

佛教大学公共政策学科原田ゼミチーム A
〇博田之啓（Yukihiro HAKATA）・伊庭颯（Hayato IBA）・破瀬優人（Masato HASE）・
中西琢麻（Takuma NAKANISHI）・松岡駿太（Shunta MATSUOKA）
（佛教大学社会学部公共政策学科）
キーワード：地球温暖化、脱プラスチック、消費者意識

1. 問題意識と研究方法

近年、地球温暖化やごみ問題などにより、世界的に脱プラスチックの流れが加速している。日本でも2020年7月よりレジ袋有料化政策が始まり、今や全国民が政策の影響を受けている。一方で、日常生活では同政策の有効性に疑問を覚えることもある。確かにコンビニ・スーパーでは有料化が導入されたものの、依然として配布されている店舗も存在し、環境負荷低減効果の不徹底さを感じる。そのうえ、レジ袋をごみ袋等として再利用してきた人が新たに別途でポリ袋を購入せざるをえなくなるなど、同政策は生活者の負担増だけでしかないことも懸念される。以上の問題意識をもとに、私たちはレジ袋有料化政策の調査に着手した。しかし、調査を開始するとそもそも同政策の目的が私たちが想定していた地球温暖化などの直接的な解決を目指したものではなく、環境問題解決の第一歩として有料化を通じ消費者のライフスタイルの変革を促すという意識面にあると分かった[1]。また、先行研究によると、全国的に政策が展開される以前、先んじて有料化を導入していた伊勢市のアンケートで有料化賛成の回答者に理由を尋ねると「ごみ減量や地球温暖化防止につながるから」という環境負荷低減面での理由が9割近くを占めていたという[2]。

これらの内容から、私たちはそもそもレジ袋有料化政策の目的が消費者に正しく伝わっていないのではないかと仮説を立て、その点にこそ政策の効果を高めるヒントがあるのではないかと考えた。この独自の観点をもとに、本論文では、まずレジ袋有料化政策の環境負荷低減面および消費者の意識面について調査し、このような政策の効果的なあり方について検証する。調査方法は環境負荷低減面では文献・データ調査、消費者の意識面では社会調査手法（アンケート調査）を用いて検証を進めた。

2. 環境負荷低減効果の乏しさ

環境面において、大気中への CO_2 排出量と海洋での漂流ごみの両面から政策の効果を検証した。そもそも有料化以前の 2019 年における日本から排出される廃プラスチックのうちレジ袋が占める割合は 2%であり[3]、仮にレジ袋の廃棄がゼロになったとしても CO_2 排出量に与える影響は極めて小さいことが伺える。同政策が CO_2 排出量の削減に有効とは考えにくい。次にごみ問題という点から検証する。海洋プラスチックごみのうちレジ袋類が占める割合は極めて小さく、2018 年に環境省が発表したプラスチック漂流ごみの個数のうちレジ袋類が占める割合は 0.6%に留まっており、CO_2 排出量と同じくレジ袋削減による影響は極めて小さいと言える。一方で飲料用ボトルが占める割合は全体の 38.5%と圧倒的に高く、ペットボトル削減こそが急務の課題であると考えられる[4]。当然、ミクロの視点から考えると政策によりレジ袋の使用枚数は大幅に削減されており効果的である。しかし、環境面全体というマクロの視点から上記の内容を踏まえて考えると、やはりレジ袋有料化政策の環境負荷低減効果は乏しく、特にごみ問題の点から考えると市民レベルの脱プラスチック政策でより優先すべきはペットボトルの削減である。

3. 消費者の意識改革面での有効性

3.1 消費者の意識調査

次に、私たちはレジ袋有料化政策の現状および主要な目的である消費者の脱プラスチックへの意識に同政策が及ぼした影響を検証するためイズミヤ北大路店の利用者を対象にアンケート調査を行い、89名から回答を得た。

【設問】
① 有料化前にエコバッグを使用していたか
② 有料化後にエコバッグを使用しているか
③ レジ袋有料化政策に対して肯定的か
④ 政策についての意見

【結果】

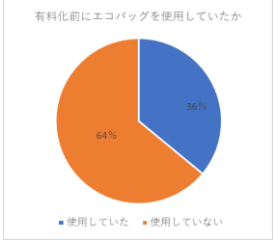


図1 設問①



図2 設問②

3.2　結果についての説明や傾向

レジ袋有料化以前のエコバッグの使用率は36%だったが、有料化により 88%と大幅に増加している。また、76%は政策に肯定的な意見を持っており、ライフスタイルの変革という点においては効果が表れていると言える。一方で政策についての意見では、肯定的な人も否定的な人も大半が政策の本来の目的である意識面ではなく環境負荷低減面から政策を評価している。特に利便性の面以外で否定的意見を持つ人の主たる理由は「レジ袋有料化が環境問題に効果的と思えない」という環境負荷低減効果への疑問である。それは 2.での検証からも事実と言わざるを得ないだろう。しかし、これらの意見は政策目的が消費者の意識改革である点を考慮したものではない。これは「レジ袋有料化政策の目的が消費者に正しく伝わっていない」という仮説と符合しており、同仮説は支持されたと言える。

3.3　仮説についての詳細な検証

以上の結果を踏まえ、私たちは政策の認知という点にこそ市民レベルの脱プラスチック政策の有効性を高める鍵があると考える。この点について詳細に検証すべく、私たちは追加でアンケートを行い、二つの脱プラスチック政策の認知度を調査した。一つは仮説の検証のため、引き続きレジ袋有料化政策の目的の認知度調査である。もう一つは「給水スポット」政策の認知度及び利用率の調査である。同政策はマイボトル携帯促進のため京都市が普及・推進するもので、2.の検証から環境負荷低減効果が期待できたペットボトル削減に直結する政策である。

【設問】

① レジ袋有料化政策の目的が消費者のライフスタイルの変革であることを知っていたか
② 公共施設等に給水スポットが設置されていることを知っていたか
③ 給水スポットを利用したことがあるか
④ 職場や学校、公共施設に給水スポットがあればマイボトルを持参するか

【結果】

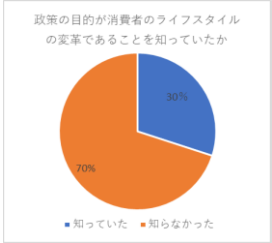


図 3 設問①

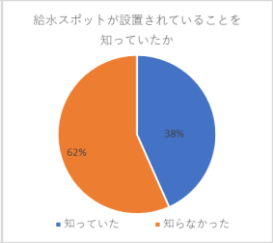


図 4 設問②

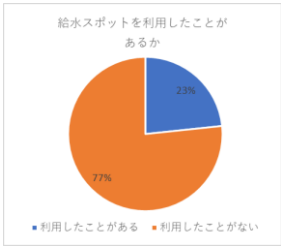


図 5 設問③

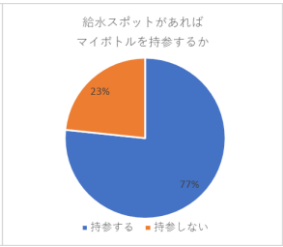


図 6 設問④

3.4　追加調査の結果と分析

レジ袋有料化政策の本来の目的の認知度は30%に留まっており、私たちの想定した仮説通り政策の本来の目的が正しく認知されていないことが明らかとなった。給水スポットに関しても同様に、62%がそもそも政策自体を認知しておらず、利用率に関しても 23%に留まっていた。一方で、利用施設に給水スポットがあればマイボトルを持参する人の割合は 77%と高く、ペットボトル削減政策として非常に効果的と言える。

4.　政策提言

以上の考察から導かれる政策提言を行う。レジ袋有料化のような強制力のある政策は市民の意識改革という点においては効果的だと言える。一方で、政策の目的が正しく認知されていないことが原因で否定的な意見を持つ人がいるという点に改善の余地がある。また、給水スポットのような市民が自発的に動かないと効果のない政策においては、そもそも政策の認知が絶対条件であると言える。これらの問題点を解決し、市民レベルの脱プラスチック政策をより効果的なものにするために、行政には新聞など広報媒体を利用し政策の広報、啓発を徹底することが求められる。また、小学生等を対象に環境政策について教育することも政策の認知度底上げに効果的だと考える。これらの提言は、現行政策を根幹から転換するわけではなく、現行政策の継続を前提にその効果をより強化するアプローチとして実行可能性がある。政策の目的はすでに尊い。加えて、政策の普及と並行し、政策の認知度を高めることで市民レベルの脱プラスチック政策はより効果を発揮するだろう。環境問題解決の第一歩として、京都からさらなる効果的な脱プラスチック政策の取り組みが期待される。

参考文献

(1) 経済産業省・環境省(2019)「プラスチック製買物袋有料化実施ガイドライン」.
(2) 山谷修作・信澤由之 (2009)「レジ袋有料化における市民の意識と行動」『東洋大学経済研究会 経済論集』35 巻 1 号、pp. 55-72.
(3) 日経 MJ(2021)「レジ袋有料化半年、脱プラまだ序章 辞退率は 8 割に」2021 年 2 月 23 日.
(4) 環境省(2018)「海洋ごみをめぐる最近の動向」.

自治会脆弱化を改善する自治会等予算提案制度

- 定年男性の孤立化解消を手がかりにして -

同志社大学政策学部野田ゼミ B 班
○横田麻優子（Mayuko YOKOTA）・木村望想（Mio KIMURA）・栗栖杏実（Ammi KURISU）・新川泰隆（Yasutaka SHINKAWA）・髙谷怜央（Reo TAKATANI）・田邉理子（Riko TANABE）・藤原凜香（Rinka FUJIWARA）・柚鳥太河（Taiga YUTORI）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：自治会、定年男性、共同住宅

1.はじめに

地域活動の維持、災害時の柔軟な対応など、協働を地域で維持するためには地縁組織である自治会との連携が必要である。全国的に自治会加入率は低下しており（総務省 2022)、京都市でも 2021 年度で加入率は 65.0%となり低下が続いている（京都市 2021)。大都市のコミュニティの実情は驚くことに詳細な把握がなされていない。大都市行政の見失われた重要課題である。自治会脆弱化への対策が叫ばれて久しいが、よく言われる新興住宅地の市民未加入や負担増による退会（総務省 2022）とは異なり、本稿では新しい問題として、定年後の男性の孤立化が自治会加入の低迷の一因である点を明らかにする。そのうえで定年男性の参加動機を踏まえた自治会脆弱化対策を提案する。

2. 事実上の参与観察から生まれた新仮説

定年男性は地域の交流の場に参加する人数が少なく､参加していても徐々に来なくなってしまう。これは本班のメンバーが運営に関わってきた本能学区のえんがわカフェで目にした光景である。自治会の構成員が高齢化する現状では特に前期高齢者が地域を主体的に担うメンバーであるが、そうした市民が自治会の活動に関われていない。定年男性孤立化が自治会脆弱化の一因であるという新しい仮説は、こうした参与観察といえる状況から提起された。一人暮らし後期高齢者対策は平均寿命の関係から多くは女性が対象となる。高齢男性が働けるうちに社会との関わりを強めることはその後の健康の面でも重要である。

さらに、高齢男性の何人かは長年共同住宅に住む方々であったことを念頭におくと、近隣の市民との交流機会が戸建てよりかなり少ない環境が定年男性孤立化を促進する可能性もある。

3. 統計データでみる定年高齢男性と共同住宅

築 30 年以上共同住宅戸数は京都府が全国 10 位で、築 30 年以上シェアはこれら 10 団体のうち北海道、兵庫県に次いで 3 位である（東京カンテイ 2023)。市町村別データは非公開だが、府人口の約 6 割が京都市であるため京都市では古い共同住宅が非常に多いといえる。

また、住宅・土地統計調査と推計人口のデータから京都市の各行政区の状況をみたものが表 1 である。65 歳以上を定年とした場合、定年男性は人口最多の伏見区で特に多い。そして、1990 年以前（約 30 年前）の共同住宅（3 階以上）は 11 万戸以上もあり、最も多い伏見区は 26.1%を占める。

表 1　区ごとの男性高齢者と共同住宅

	総数（戸）	構成比（%）	90年以前（戸	総数に対する1990年以前の割合（%）	人口（人）	構成比（%）	65歳以上男性人口（人）	構成比（%）
京都市	323,900	100.0	114,900	100.0	1,472,502	100.0	172,048	100.0
北　区	16,400	5.1	5,160	4.5	118,694	8.1	14,296	8.3
上京区	27,790	8.6	8,650	7.5	84,608	5.7	9,328	5.4
左京区	32,790	10.1	10,780	9.4	167,968	11.4	19,262	11.2
中京区	39,980	12.3	10,440	9.1	110,927	7.5	11,347	6.6
東山区	9,480	2.9	3,050	2.7	37,496	2.5	4,952	2.9
下京区	32,000	9.9	5,680	4.9	83,081	5.6	7,842	4.6
南　区	22,070	6.8	7,980	6.9	101,410	6.9	11,407	6.6
右京区	39,370	12.2	14,810	12.9	203,646	13.8	24,231	14.1
伏見区	59,430	18.3	29,940	26.1	279,652	19.0	33,676	19.6
山科区	21,920	6.8	7,340	6.4	134,895	9.2	17,630	10.2
西京区	22,650	7.0	11,050	9.6	150,125	10.2	18,077	10.5

（出所）総務省『平成 30 年住宅・土地統計調査』及び京都市統計ポータルから野田ゼミ作成

4.「自治会の状況把握」の調査

4.1　京都市本庁に対するインタビュー調査

定年男性孤立化の現状や共同住宅との関係は明らかでないため、まず京都市に伺った。コミュニティ活性化推進協議会等で方策を検討している文化市民局地域自治推進室へのインタビューでは、市全域のアンケートで自治会加入率推計値を本庁で把握しているが、自治会との直接の意見交換はほぼない等の貴重な情報が得られた。

4.2　全行政区一斉インタビュー調査

政令市の行政組織上の特例は住民自治のためのもので、コミュニティの詳細な把握は任務と言える。そのため、自治会の個々の実情は各行政区が把握主体であると考え､全行政区に調査を行った。

図 1 のとおり、自治会加入や事例、対策等まで把握している場合にコミュニティの把握が実現すると考えられる。調査の結果、自治会と区の関係は市政協力委員連絡協議会の事務局を区が担っていた。大抵の区では高齢男性の孤立化まで把握していたが、自治会加入の現状把握、高齢男性事例の把握や対策の把握姿勢に相違がみられた。なお、担当職員の個人的な意見であるため区全体のものではないという断りがあったが、総じて、自治会の状況を詳細に把握しているとはいえない。

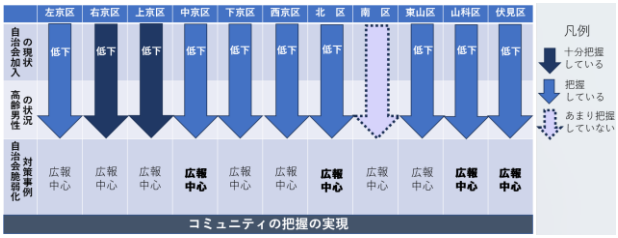


図１　各行政区での自治会の活動の把握状況
（出所）区役所インタビューより野田ゼミ作成

4.3　都市間比較調査

大阪市市民局区政推進室と京田辺市市民部市民参画課に同様のインタビューを行った。大阪市（政令市）では、災害対応等のため、PTA や子ども会、自主防災組織と連携する地域活動協議会を設置している。ただし、自治会加入が低迷しており 4000 以上もある自治会把握は非常に難しいということであった。京田辺市ではまちづくり協議会の設置、交流の場開設、自治会デジタル化モデル事業など自治会が市政に活発に関わってきたが、自治会との連携を密にするため、自治会の意見を集約した要望書を定期的に市が募集し対話がなされる意見集約の仕組みがあった。他に豊田市等では地域自治区と地域会議を基にした地域予算提案事業がある。

政令市では、行政組織上の特例があっても人口総数が大きすぎて自治会を詳細に把握するのは困難なようである。一方、京田辺市のような意見集約の仕組みを各行政区で採用できる可能性はある。

4.4　共同住宅管理人・個人インタビュー調査

中京区本能学区の共同住宅（築 39 年）管理人、防災防犯委員、明倫学区のマンション管理対策協議会副会長、自治連合会理事長へのインタビューより、コミュニティ希薄化の深刻化を問題視され、共同住宅は戸建住宅より地縁組織への参加意識が低く、自治会加入者であっても所属意識の低い住民が多いことがわかった。また、両学区の自治会では活動参加者、役員におけるほとんどの運営を高齢者が担い、自治会の運営を担える層は定年を迎えた時間に余裕がある高齢者に限られる現状もわかった。居場所づくりのカフェ等への参加も多くが高齢女性であり、高齢男性の参加者は少なく、政策提言や避難誘導時に高齢男性の支援は必要であるということであった。

伏見区の老人福祉センター、農作物直売所じねんと市場に併設された温泉施設「力の湯」、伏見大手筋商店街に集まる高齢者個々人にインタビューを行い、20 人中 6 人が自治会に参加していない方々で、全員男性であった。参加しない理由は役がない、役は面倒そう、イベントは魅力的なものがあれば参加するなどの意見が多く、孤立化事例の多くは男性であった。また、大半は共同住宅居住者で近所付き合いがあまりない状況であった。

4.5　自治会脆弱化対応事例と定年高齢者研究

京都市では自治会支援としてアドバイザーによる支援、SNS「いちのいち」等があるが、参考のために全国の自治会脆弱化対応事例を新聞記事と Web 検索から収集し、表 2 に分類した。広報（紙・SNS・個別周知）、親睦活動（イベント・交流の場）、入居条件や家賃補助等の制度創設があったが、定年男性の参加動機に働きかけるものではない。

定年男性の社会参加動機に関する総括研究によると、退職前の準備教育や声かけと、参加による達成感の重要性が指摘されている（大友・齋藤 2018）。つまり、直接的な声かけは必須であるが、それに加え、定年男性が参加で達成感や社会との関わりを実感する仕組みが自治会には必要である。

表 2　自治会脆弱化対応事例

活動内容	方法	施策名（実施県）
広報・情報伝達	紙媒体	加入促進月間(青森県)　自治会新聞の発行(千葉県)　漫画を用いたチラシ(福岡県)
	SNS	公式LINE開設(栃木県)　自治会活動のYouTube配信(千葉県)　自治会安心・安全メール（福岡県）
	直接的な働きかけ	ご近所付き合いから再加入（青森県）新築マンション非加入者への声掛け（福岡県）役所での呼びかけ(島根県)
親睦活動	イベント	総会を兼ねた温泉旅行（秋田県）ウォークラリー（栃木県）マンション懇親会（東京都）ふれあい朝市（福岡県）
	交流の場	みんなのお家（岐阜県）男女協働サロン（静岡県）文化・青年部の設置（東京都）こだま見守り隊（愛知県）
制度創設		自治会参加を条件とした入居者募集（石川県）優待カードの配布（埼玉県）ポイント還元制度(千葉県)

（出所）各種新聞・Web サイトより野田ゼミ作成

5. 自治会等予算提案制度とその検証

定年男性の孤立化と共同住宅との関係は今後の研究が必要であるものの、共同住宅では孤立化のケースが多い。共同住宅の環境改善は今後の課題として、定年男性の達成感を満たし自治会への参加にも波及する政策として、予算化される政策提案制度を提言する。定年男性が批判的に関心を持つ京都市の財政や文化などの大きな課題への直接提案、コミュニティの課題改善策などを対象に、各自治会→各連合会・各学区→各行政区→本庁（区集約ルート）、各自治会→本庁（個人提案ルート）を確保し、区集約ルートは毎年 10 月からの予算編成時期に重要資料として反映し、その後反映状況について自治会への報告・対話機会を設ける。個人提案ルートは年度末までに上位 10 件までの提案を公表するとともに予算化し、プロジェクトは個人提案であっても自治会として遂行する。定年男性がこれにより社会性を回復し、防災や美化活動、自治会運営などの活動に参加していくことを期待している。

なお、高齢者インタビューでも市への政策提案の働きかけができるのであれば参加したいという声があり、達成感は重要な要因といえる。

参考文献
(1)総務省・地域コミュニティに関する研究会(2022)『地域コミュニティに関する研究会報告書』
(2)東京カンテイ市場調査部(2023)「マンションストック戸数ランキング」 https://www.kantei.ne.jp/report/114karitsu-stock.pdf(2023 年 10 月 15 日閲覧)
(3)京都市(2021)『自治会・町内会アンケート報告書』

口頭発表

【分科会９】

住民のための京都市財政情報発信のあり方

京都府立大学玉井ゼミ
足立 陽菜（Hina ADACHI）・大田 真菜（Mana OHTA）・○鬼頭 美帆（Miho KITO）・阪本 明穂（Akiho SAKAMOTO）・佐藤 春奈（Haruna SATO）・高丸 勇樹（Yuki TAKAMARU）・林 結菜（Yuina HAYASHI）・古江 蓮果（Renka FURUE）・寶榮 真里（Mari HOUE）・水田 謙作（Kensaku MIZUTA）
（京都府立大学公共政策学部公共政策学科）
キーワード：財政民主主義、情報発信、住民参加

1. 研究の目的と背景

1.1 研究目的

本研究は、政策提言先である京都市行財政局財政室（以下、京都市財政室）に対して、財政民主主義に根差した財政情報発信の手法を提案することを目的とする。調査方法は、文献調査、対面によるアンケート調査、対面・電話・文書を通じた政令指定都市へのヒアリング調査、である。

京都市財政の状況に国内外から、注目が集まっている。財政難克服に取り組む京都市は、令和 5 年度予算で、「22 年ぶりに収支均衡を達成」（市民しんぶん a）とあるが、依然として予断を許さない状況である。財政民主主義の観点から、京都市が財政情報を正しく発信することは「財政健全化を促す」と捉え、その財政情報発信のあり方を探る。

1.2 活動内容

本研究の活動内容は（表 1）に示す。

表 1：活動記録（2023～2024 年（予定含む））

月	調査概要
4~5	文献精読（地方財政論）
4~5	オンデマンド講義「地方財政論」受講
4~6	先行事例調査分析
4~6	京都市財政の調査
6~	京都市財政情報発信の企画案策定
6~	各政令市の財政情報掲載状況を調査
7月20日	「京都市の財政問題を市民に伝えるのはいかに難しいかーメディアの立場から見てー」（京都女子大学　戸田香先生ご講演）
7月24日	京都市財政室担当者の前での提言
8月9日	①京都市財政室へのヒアリング
9月5日・10日	市民へのアンケート調査
2	京都市財政室担当者の前で改めて提言予定

2. 財政民主主義

財政民主主義の原理とは、租税法律主義や予算・決算制度を通じた市民による財政のコントロールである（重森：4）。特に予算公開の原則は予算に関する情報が住民に公開されることを重視しており、住民による財政のコントロールが可能になるという、財政民主主義の基本となる原則である。本研究はこの原則を重視し、財政民主主義の充実のためにわかりやすく正確な情報発信とそこから発展した住民参加が必要であると考える。（磯崎他：98）

3. 現状分析

3.1 京都市財政情報発信の現状

現在、京都市はホームページ（以下、HP）、市民しんぶんで財政情報の発信を行っている。HP では予算の情報は PDF に掲載されているが、そのタイトルだけから内容を読み取ることは難しい。一方、市民しんぶんはカラー印刷、図やグラフ、イラストを活用しており、視覚的に理解できる。他に、『令和元年度市政総合アンケート調査』結果から住民参加やわかりやすい情報発信を求めている市民が多数いることが分かる。

3.2 先行研究の更新：予算編成過程調査

京都市の財政情報発信の特徴とそれへの住民参加の状況を把握するため、全国市民オンブズマン連絡会議による「予算編成過程の透明度調査(2022 年度当初予算)」を基に、本研究では 2023 年度当初予算について政令指定都市 20 団体の調査を改めて行った。他都市と比較した結果、京都市の予算編成過程の情報公開度は 10 位、住民参加制度はない、という結果を改めて確認した。

3.3 事例調査：行政機関に関する情報発信例

SNS 等を利用した自治体等の取り組みを 10 個、調べた。結果、発信者側の行政としては、市政、行政の活動に親しみやすく、より多くの人に知ってもらうことへの期待があることが分かった。

3.4 市民へのアンケート調査

本研究では、現状分析を踏まえて、京都市財政情報の浸透度と理解度を知るために京都府立京都学･歴彩館でアンケート調査を行った。そこで様々な年代の 142 人（内、京都市民は 106 人）から回答を得た。割り切れない数値は小数第 2 位を四捨五入した。京都市民へのアンケート結果から、京都市の財政情報発信が「十分ではない」、「どちらかといえば十分でない」という人は 55.5%、「そもそも知らない」という人は 23.2%だった。また、市民しんぶんの財政ページについて、「どちらかというと理解していない」、「理解していない」、「見たことがない」という人は 61.5%であった。特に 20 代 28 人のうち、「理解している」、「どちらかというと理解している」という人は 1 人に留まった。また全回答者 142 人に、どのソーシャルメディアを頻繁に利用するかを質問したところ（複数回答可）、「LINE」が 66.9%、「Instagram」が 30.2%、「X（旧 Twitter)」が 26.8%であった。

4. 京都市財政情報発信の課題と考察

分析の結果より、財政情報の HP が分かりづらいこと、財政民主主義の観点や市民の意見から、予算の編成段階の住民参加が不十分であること、そもそも財政情報が届いていない人が多いこと、が課題であることが分かった。これらの課題から、【α案】「①市の財政状況についてある程度関心を持った人がわかりやすく情報を手に入れられるような HP にする」軸と、「②予算の編成過程に住民参加できるようにする」軸の実現を狙う案、【β案】「③財政情報が届いていない、理解できていない層に向けた、より届きやすくわかりやすい、新たな情報発信の提案」の軸の実現を狙う案の 2 案を以下に提示する。この 2 つの案（以下α案、β案）は相互補完的な関係にある。α案は、財政情報に関心がなく財政情報のページを開かない人に届かない問題があるが、β案で興味関心を持つきっかけとなる可能性がある。β案の発信を見た人が財政情報に興味を持ち、HP での財政情報の発信を見ることでβ案の問題点である詳細な発信の困難さが解消される。

5. 京都市財政情報発信案

5.1【α案】京都市 HP の改善案

軸①の実現のために、先の予算編成過程調査で 1 位の名古屋市を参考にする。名古屋市の財政情報発信 HP では PDF のタイトルだけでなく、PDF 内部の目次を表示しており、PDF の内容がわかりやすい。そこで、PDF 内部の目次を合わせて表示させることを京都市財政室に提案したところ、『令和四年度決算状況概要』というページで採用された。

軸②の実現のために、京都市予算編成過程 HP へ寄せられた住民からの質問と、それへの市の回答を公表することを提言する。同 HP 上にはお問い合わせフォームが設けられているが、そこに寄せられた住民からの質問や、それへの京都市財政室としての回答の公開は、2023 年 10 月時点ではされていない。名古屋市では住民から寄せられた質問とその回答を HP 上で公開している。主権者である住民に正しく財政情報を伝え、住民がその内容を理解するためには、京都市も住民と京都市財政室間での双方向のコミュニケーションを成立させるツールの設置が重要と考える。

5.2【β案】Instagram を利用した情報発信案

ここでは、軸③の実現のために「Instagram を活用した財政情報の発信」を提言する。

Instagram を活用する理由は二点ある。1 点目は、財政情報が届いていない層に情報を届けられることである。先のアンケート結果よりその層は、～20 代、30 代～50 代と分かった。総務省報告書によると、10 代、20 代の Instagram 利用率は 7 割を超える。また、30 代は 6 割、40 代は 4 割を超える（総務省：69）。これらを踏まえると、特に財政情報を把握していない年代層にとって Instagram は非常に身近な存在であると捉えられる。2 点目は、 Instagram は他の SNS とは異なり、画像重視の SNS であることから、「市民しんぶん」で分かりやすさを高めている視覚化の要素を、より発展できる点である。具体的な運用方法として、財政情報発信を重視した京都市の Instagram アカウントを新たに開設する。中野らの研究によれば、市民が自治体のページに求める投稿のジャンルは「地域イベントや行事」であり、「行政の全体的な方向に関する情報」への需要は全体の 18.4%に留まる（中野、榊原：3）。本提言で使用する Instagram アカウントも財政情報のみを発信すると、住民のニーズが満たせず、アカウントに興味を持ってもらえない可能性が高い。先のアンケート調査でも市民はイベントや観光に興味を示しており、それらと財政情報を同じアカウントで発信し、住民の興味・関心を誘うことで、フォロワー数増加を図る。また、財政情報の発信は視覚的な要素を重視した投稿によって行う。β案の独自性は、財政情報と観光等の情報を 1 つのアカウントで発信していることである。

6. 提案の課題と展望

α案に関しては提言の一部が既に、京都市財政室によって実現されている。しかしその効果が十分であったかは定かではないので、今後ヒアリングを行い、2 軸の充実に必要な点を検証する。β案に関しての懸念は、どの情報を取り上げるか、正確さと分かりやすさのバランスをとることの難しさが挙げられる。これは、一度、京都市部局内の選定過程を経て市民しんぶんに掲載された財政情報の発信を、よりかみ砕いた内容にし、数回の投稿にわたる連載を行うことで解決できる。

参考文献（URL 最終参照日は全て 2023 年 10 月 20 日）

礒崎初仁、金井利之、伊藤正次（著）（2014）『ホーンブック地方自治［第 3 版］』北樹出版。

重森暁、植田和弘（編）（2013）『Basic 地方財政論』、有斐閣、1 章。

中野邦彦、榊原理恵（2016）「自治体におけるソーシャルメディアを活用した情報発信に関する研究-ネットユーザーを対象とした民間企業との比較研究」『（公財）電気通信普及財団研究調査助成報告書』31 号、p.1-11。（https://www.taf.or.jp/files/items/576/File/024.pdf）

京都市(2020)『令和元年度第 2 回市政総合アンケート調査 市民参加（市政、まちづくり活動への参加）について』（http://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/book_cmsfiles/923/book.html）

全国市民オンブズマン連絡会議（2022）『予算編成過程・住民参加状況調査結果』（http://www.ombudsman.jp/taikai/2022yosan-1.pdf）

総務省（2023）『令和 4 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』。（https://www.soumu.go.jp/main_content/000887589.pdf）

きょうと市民しんぶん 2023/3/1,971 号(a),2023/9/1,977 号。

体験格差について

- こども宅食から見える体験活動の重要性 -

大学コンソーシアム京都インターンシップ・プログラムあだち福祉会チーム
〇田口 愛望（Manami Taguchi）・中山 紗佑里（Sayuri Nakayama）
（同志社大学社会学部教育文化学科・立命館大学経済学部経済学科）
キーワード：相対的貧困、体験格差、宅食

1. はじめに

1.1. 相対的貧困について

近年、日本において子どもに対する相対的な貧困家庭に対する支援の必要性が高まっている。相対的貧困とは、その国や地域の水準の中で比較して、大多数よりも貧しい状態のことを指し、所得でみると、世帯の所得がその国の等価可処分所得の中央値の半分（貧困線）に満たない状態のことを言う。厚生労働省の調査（令和3年）によると、日本の相対的貧困率は15.4%であり、6人に1人が相対的貧困に直面していることが明らかになっている。

また、公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン(2023年7月4日)の調査では「世帯年収300万円未満の家庭の子どもの約3人に1人が、1年を通じて学校外の体験活動を何もしていない（スポーツや文化芸術活動、自然体験、社会体験、文化体験)。」ということが明らかになった。つまり「相対的貧困家庭ほど体験機会が少ない」という状況がある。

1.2. 京都こども宅食について

「子ども食堂」などの様々な子ども支援団体が存在する中、こども宅食では定期的な食品のお届けをきっかけにご家庭と積極的に繋がりを持つ「アウトリーチ」型の支援を行っている。加えて、子どもの体験格差に着目し、対面での見守り活動を目的とした体験イベントを開催などの活動も行っている。

インターンシップで団体の職員と意見交換する中で、子どもの頃の体験機会は貴重である分、貧困が原因で体験活動に参加できないことや、中間支援団体として適切な支援先につなげられていないことが課題として取り上げられた。そこで本研究の目的は、多くの人が体験活動に気軽に参加できる制度、対面での相談窓口の必要性を明らかにすることで、貧困家庭に対する支援のあり方について新たな政策を提案することである。

2. 現状分析

2.1.1. 体験活動の効果について

地域における体験学習・体験活動の効果に関する研究では、「コミュニケーションカがつく」「活動への参画意欲が高まる」「共感性が高まる」「社会的スキルが高まる」「思いやりの気持ちが高まる」などが効果として多く見られた。（鈴木佳苗2007）

このことから、体験活動には子どもにとって意義があり、体験活動に参加しやすい環境づくりが必要であることが分かった。

2.1.2. イベント参加後の声

京都こども宅食が主催する体験イベントの参加後のアンケートからは、「ハンナリーズの試合を見に行きました。正直チケットを買ってまでは行けないけど、見に行けたことで子供の世界も広がったようで、良かった。」「イベントはもちろん楽しかったのですが、ロームシアターや壬生寺など、初めて訪れる場所も多く、とてもいい体験をさせてあげることができました。」等、イベントへの満足度の高い感想が多かったことから、体験活動の意義と可能性について認知できた。

2.2. 宅食利用者の心のサポートの必要性

2.2.1. ひとり親世帯の割合

宅食利用者の中でも、ひとり親家庭は半数以上の割合を占めていることがこども宅食応援団の調査からわかる。また内閣府（令和3年12月）の調査からも、ひとり親家庭には精神的に不安定な状態の人の割合が多いという現状がある。

2.2.2. 相談の有無について

宅食利用者の相談窓口の利用状況に関するアンケート調査では、行政が設置する対面での相談窓口の利用は一定数あるものの、電話やメール、チャットでの相談は利用率が低いことがわかっている。

表1 2022年度京都こども宅食アンケート

【問10】あなたは、次のものについて、これまでに実際に利用したことがありますか。	過去に利用したことがある	現在利用している	利用したいと思っているが利用したことはない	利用する予定はない
[A. 区役所・支所の相談窓口]	58	21	45	94
[B. ひとり親家庭や生活貧困者の相談窓口]	36	21	38	120
[C. 行政以外の支援団体の相談窓口]	13	4	50	138
[D. 電話での相談	17	1	35	154

窓口]				
[E. メールやチャットでの相談窓口]	3	1	42	157

2.2.3. ヒアリングから

実際にイベントに参加する利用者と話をしながら見守り活動を進める、京都こども宅食が主催のイベントについて、職員にヒアリングを行ったところ、問題を抱えていることに気づかないまま過ごしている、またどんな悩みを抱えているか把握できていない利用者が多いのではないかという話を伺った。さらに、普段から悩みを抱えていたが、話すうちに思いを吐き出すことができ、すぐに解決することは難しいもののほっとできたという声もいただいたという。

2.2.4. アンケート調査の結果から

こども宅食応援団 (2021 年 8 月 31 日) によるアンケート調査では、「相談する機会がなかったが、機会があればしたい」という利用者の割合が多いことからも、体験活動を通して利用者の精神面のサポートを行うことに意義があると考えた。

以上より、より多くの人が体験活動に気軽に参加できる制度、対面での相談窓口の必要性が明らかになった。

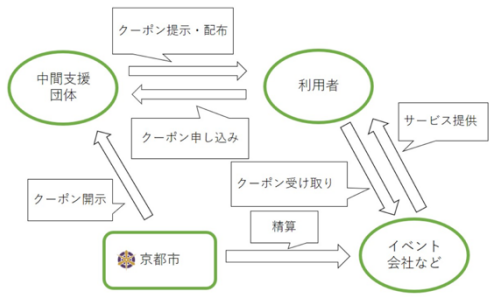
3. 政策提言

そこで、子どもの体験格差を解消し、かつ、利用者の精神的サポートも行えるようなイベントに関する政策提言を 2 点挙げる。

3.1. クーポン発行について

1 点目は、多くの宅食利用者に来場してもらうために京都市の援助のもと、無料でイベントに参加できるクーポンを作成することである。京都市と提携し、クーポン利用が可能なイベント会社や体験教室講師は、利用者から受け取ったクーポンをイベント開催費用として京都市に精算していただくことができる。また、中間支援団体は利用者が自ら参加したいイベントを選択できるように、体験活動に関するクーポン情報を見やすくまとめたサイト、チラシを提供することに加えて、宅食を利用していない家庭には割引価格でお得にクーポンを購入することができるようにすると、京都市全体としての体験イベントの参加率も上がると考える。

図 1 クーポン提供の流れ



3.2. 相談窓口設置について

2 点目は、「相談する機会がなかったが、機会があればしたい」という利用者の意見から、イベント会場で民間や行政の支援団体に直接相談できる窓口を設置するために、行政にも相談窓口として参加いただくことである。宅食利用者と対面で関わることができる機会に相談窓口を設置することで、利用者としては体験活動に参加するだけでなく、支援先の情報取得・悩み解消につなげることが可能になる。さらに、様々な支援先にイベントへ参加していただくことで、こども宅食としては宅食利用者にお悩み相談先としての認知も得られると考察する。

この政策を実行することの行政側のメリットとして、貧困家庭のニーズを把握することができる。また、イベントには毎回 20～50 世帯、親子で来場されるため多くの利用者と対面でつながることができるという点からも、これまで行政からのアプローチができていなかったご家庭にも手を伸ばすことが可能になり、「誰一人取り残さない社会」の実現に一歩近づくことができると考える。

4. おわりに

本稿では、多くの人が体験活動に気軽に参加できる制度、対面での相談窓口の必要性を明らかにしたことで、体験格差の解消に関する新たな政策の提案を行った。これを通して、こども宅食の見守り活動、お悩み相談先としての役目を果たそうとしていることをより多くの宅食利用者に認知してもらい、京都市として「誰一人取り残さない社会」を実現することが望まれる。

参考文献

(1) ワールド・ビジョン(不明)「相対的貧困とは？絶対的貧困との違いや相対的貧困率についても学ぼう」

(2) 厚生労働省(令和 3 年)「各種世帯の所得等の状況 」

(3) 公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン(2023 年 7 月 4 日)「子どもの「体験格差」実態調査最終報告書～全国の小学生保護者 2,097 人へのアンケート調査～ 」

(4) こども宅食応援団(2021 年 8 月 31 日)「こども宅食実施実態に関する調査報告書 」

(5) 鈴木佳苗(2007)「地域における体験学習・体験活動の効果に関する研究」日本教育工学会論文誌 31（Suppl）, 209–212

(6) 内閣府(令和 3 年 12 月)「令和 3 年 子供の生活状況調査の分析報告書保護者の生活状況」

性的マイノリティの家族形成支援に向けて

- 当事者達のリアルな声から -

現代社会学部藤野ゼミ C チーム
○山田杏華(Yamada Kyoka)・柿本尚輝(Kakimoto Naoki)・五坪大智(Gotsubo Daichi)・後藤ほたる(Goto Hotaru)・山中菜緒(Yamanaka Nao)・樫根優果(Kashine Yuka)・粕谷菜々美(Kasuya Nanami)・小和田萌香(Kowada Moeka)・塩野愛奈(Shiono Mana)・松本もなみ(Matsumoto Monami)・森下萌萌花(Morishita Momoka)

(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)
キーワード：性的マイノリティ、不妊治療

1. 研究背景・目的

2015 年に渋谷区で「同性パートナーシップ（以下 PS）制度」が施行されたことを皮切りに、地方自治体が性的マイノリティ間のパートナー関係を承認しようとする動きが活発化している。また、2023 年 6 月には LGBT 理解増進法も施行され、性的マイノリティに対する理解は向上してきた。しかし、未だ同性婚に関する政策は実現の見通しが立たない。また性的マイノリティが家族を持つことに対する偏見も強く、妊娠、出産など家族形成に対する支援は異性愛カップルに留まっている。一方で生殖医療技術の進歩により、性的マイノリティカップル同士の妊娠出産が、以前にまして容易になり、現実だけが先行している。リプロダクティブヘルス/ライツの理念から､子供を持ちたい人は誰もが、その権利が保障されなければならないとすれば、性的マイノリティカップルの家族形成に対する支援は不可欠と考える。本研究では、未だ不可視化されている性的マイノリティ、特に同性愛カップルの妊娠出産などに光を当て、当事者達のリアルな声からその人達に対する必要な支援策を議論する。

２.事前調査による現状分析

対象者	A	B	C	D
年齢	30代	40代・40代	20代・20代	非公表
発信場所	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
セクシュアリティ	レズビアン	レズビアン	レズビアン	バイセクシュアル・レズビアン
婚姻歴	無	無	無	無
パートナーシップ証明所得の有無	有	有	有	不明
カミングアウトの状況	家族 友人 職場 保育園	家族 友人 職場 身近にいる人達	家族 職場（前職）	家族
子どもの数	1人	1人	1人	1人
子どもを得るまでに試した方法もしくはその希望	シリンジ法	シリンジ法 人工授精	シリンジ法 （詳しくは説明されていない）	シリンジ法

表１　対象者の属性等

日本では、性的マイノリティのカップルの妊娠等に焦点を当てた研究等がまだ十分に見当たらないため（新ケ江 2022 他)、本研究では SNS の情報を用いた事前調査を行った。つまり、ブログなど SNS 内での性的マイノリティカップルの発言、文章の内容を読みとり、妊娠を希望あるいは実際に育児をする当事者達の妊娠の手法や出産前後の困難を把握する。対象者として詳細な情報を SNS で発信している 4 組、特に婚姻関係のない同性愛の人達を選択する。4 組の主たる属性等を表 1 に示す。調査の結果、次のことが明らかになった。(1)同性愛カップルの多くは自宅で簡単にできる「シリンジ法（精液注入用子宮カテーテル)」を採用し、妊娠している。(2)その時、海外の精子バンクあるいは知人や SNS から提供された精子を用いている。(3)病院を介する場合、病院選びが困難であり、性的マイノリティのネットワークを通じて病院を探す。病院を介さない妊娠方法も多い。(4)不妊治療の費用負担が重いと感じている。

日本産婦人科学会のガイドラインでは、提供精子を用いた人工授精は「法的な婚姻関係にある夫婦の妻」以外は認められていない。そのため、多くは SNS を介しての精子の入手や病院を介さない妊娠方法を取っていることが明らかとなった。

また、事実婚や婚姻関係のある異性カップルの場合、人工授精をはじめとする不妊治療は保険適応、補助制度の対象となる一方で、同性カップルは対象外である。そのため費用も自己負担となるなど、異性愛カップルと異なる課題を抱えていることがわかった。

それらを踏まえ 2 組の性的マイノリティカップルに対し、さらに踏み込んだデプスインタビューを実施することにした。

３．本調査の方法

2023 年 6 月 26 日に、知人を介し、既婚 FtM の A 氏を紹介してもらい、戸外で 1 時間半のインタビューを実施した。A 氏の紹介（スノーボールサンプリング）でさらに 2023 年 7 月 29 日レズビアンカップル B（2 人）に自宅内で 2 時間のインタビューを実施した。なお A 氏にはまだ子供がいないが、子供を持ちたいと考えている。インタビューは、A 氏については結婚から家族形成を願うようになったプロセス等を、カップル B には妊娠出産等、家族形成に至るプロセスをインタビューガイドに従って聞き取る半構造化面接法で行った。対象者には同意を得たうえで、録画、録音を行った。インタビュー内容は書き起こし、そこから重

要なテキストを抜き出し、分析する。

４．結果

A 氏とカップル B の属性等を表 2 に示す。

対象者	A	カップルB
年齢	40代	40代・40代
国籍	日本	日本・アメリカ
セクシュアリティ	トランスジェンダー(FtM)	レズビアン
婚姻歴	無	有（アメリカ）
パートナーシップ証明所得の有無	有	有
カミングアウトの状況	家族全員 職場	家族全員 職場
子どもの数	0	1
子どもを得るまでに試した方法 もしくはその希望	体外受精を希望	シリンジ法 人工授精 体外受精

表 2 対象者の属性等

4－1　対象者 A

子供が欲しいという気持ちは自然だったが、他方で、自分達の場合、自然には持つことができないため、「子供を持ちたい」という気持ちがより強まったとのことだった。

FtM のカップルの場合、異性婚であるものの、生殖機能を失っているため、不妊治療をするしかない。血縁関係を重視し、当初は、親族からの精子提供を検討したが年齢や、住まいが離れているなどの問題により断念。現在は第三者からの精子提供を希望しており、協力者を探している。

A 氏は、性的マイノリティのサポート団体の一員であり、自分との比較において、レズビアンの友人のことを次のように語った。「(精子提供をしてくれる）人探しが大変なのは同じだが、レズビアンの人達の場合、受け入れてくれる病院を探すのが大変」「レズビアンの人達も（異性愛と）同じ権利が欲しいのではないか」といった言葉があがり、より同性愛カップルの困難さを指摘した。

4－2　対象者カップル B

性的マイノリティのコミュニティの知人（日本人男性）から精子提供を受け自宅でシリンジ法を用いて妊娠した。病院での不妊治療は受けず、妊娠が分かった時点で、病院選びを始め、パートナーシップを受け入れ、立ち合いを許可してもらえる病院を選んだ。コミュニティの情報等により、知人男性の精子提供、自宅でのシリンジ法、病院選択もうまくいき費用の点でも特に大きな困難はなかったようである。コミュニティの情報にアクセスしやすかったこと、二人のうちもう一方の不妊治療をした経験があり今回 2 回目であること、国際カップルで欧米の同性カップルの情報にも熟知していることなどが影響しているようである。「アメリカで育児している同性カップルを普通に見ていたので、自分にもできると思っていた」とのことである。

しかし子供を持った後、日本での育児の困難や心配を感じている。子供の保育園などの公的な手続きにおいてパートナーが親権者として認められていないため、「書類の準備が大変」「お迎えにはいけるのか」等である。さらに、「異性愛カップルであれば子供がダブル国籍になる」が、精子ドナーが日本人であるにも関わらず子供の国籍は「アメリカ」のみである。これが子供の将来にどう影響するのか、不安をぬぐい切れないようであった。二人は子供が不利にならないよう、実際に同性婚の導入に向けた裁判もしている。

5. 考察・政策提言

性的マイノリティカップルの場合、自然に持つことができないからこそ、より子供を願う気持ちが強いことがインタビューから感じられた。また異性愛カップルより同性愛カップルの方が不妊治療、病院などのアクセス、育児をする上での制度利用に不利があり不安も多いことが明らかになった。A 氏もカップル B もコミュニティに所属しており、情報は比較的得やすい環境であった。カップル B は偶然に良い条件が重なりうまくいったケースのように思えた。性的マイノリティの人達の子供を持つ気持ちが強ければ強いほど、また情報入手が限定されているほど、不確かで危険な情報で妊娠をする可能性も推測できた。

（1）平等な支援の確保

リプロダクティブヘルス/ライツの理念から、子供を持ちたい人は誰もがその権利が保障されるべきである。まずは同性愛カップルも異性愛カップルと同じように不妊治療に関する支援やその費用の補助が受けられるようにする必要がある。そこに差がないと考えられるからである。次に同性愛カップルが安心安全な妊娠出産のための情報や不妊治療初期からの医療を受けられることは不可欠である。同性愛カップルは日本産婦人科学会が対象者と認めておらず妊娠・出産のリスクにさらされている可能性も高い。

（２）ファミリーシップ制度導入

京都市など未導入の自治体へのファミリーシップ（以下 FS）制度の導入を提案する。FS 制度とは「婚姻関係を持たないカップル及び生活を共にする子供を家族に近い関係として認める」制度である。現在 FS 制を導入している都道府県は 12 都道府県、43 自治体に留まる。未導入の地域では、子を持つ同性カップルをひとり親世帯とみなすため保育園、公営住宅、子供の病気の際の対応などで親とみなされず不利に取り扱われる問題がある。2021 年に FS 制度が導入された明石市では当事者から病院や教育における対応の改善への期待の声も上がっている。FS 制度の利用者増加が周囲の理解増進にも繋がるだろう。しかし、FS 制度においても、依然、法的な親子関係は認められない。生まれた子の親子関係について証明ができず裁判になる例もある。子どもの成育、福祉の観点からも基礎的な人間関係である親子関係を法的に認めることは重要である。FS 制度の導入を進めた上で、根本的な解決のため最終的に同性婚の導入を目指すべきであり、より多くの人達に同性婚の必要性を訴えていかなければならないと考える。

参考文献

新ヶ江 章友（2022）：大阪市立大学『人権問題研究』、第 19 号、pp. 55-87.

ボードゲームを活用した、若者が感じる政治家との距離の短縮

京都府立大学公共政策学部公共政策学科 2 回生窪田ゼミ
○福田　皓大（Kodai FUKUDA）・石田　梨々亜（Riria ISHIDA）・乾　悠登（Haruto INUI）・池永　朋花（Honoka IKENAGA）・講神　和花（Waka KOJIN）
（京都府立大学公共政策学部公共政策学科）
キーワード：政治家、主権者教育、ボードゲーム

1.　はじめに

近年、日本では若者が政治家について知識がないために政治家を信頼していないとされている。若者と政治家との間には距離があるといっていいだろう。これによって起きる問題は、投票率低下や高齢者民主主義などが考えられ、若者の意見が政治に反映されにくい状態につながる。将来にわたる問題に直面する際に、これからの時代を担う若者の意見を政治に反映することは重要であることから、若者と政治家との距離は縮めるべきである。

若者と政治家との距離を縮めるには座学にとる主権者教育では不十分なことから、私たちが取り組む内容はボードゲームを使った体験学習である。

本稿では、ボードゲームを活用した主権者教育プログラムによって政治家を知ることで、若者が感じる政治家との距離を縮めることが可能であることを明らかにする。

2.　若者と政治家の距離と知識の不足

若者が政治家との間に感じる距離感の中には、政治について知らないこと、政治に対する自分たちのかかわりのなさ、政治的な議題への無関心などがあげられる。

公益財団法人　明るい選挙推進協会によって 2022 年 2 月に行われた、若い有権者の政治・選挙に関する意識調査（第 4 回）（表 1）では、「自分のように政治のことがわからない者は投票しないほうが良い」という問いに対して、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の割合が、18～19 歳では合計 25%になっている。また、「自分には政府のすることに対して、それを左右する力がない」の問いに対しては 18～29 歳で「そう思う」「どちらかといえばそう思う」が合計 67%となっており、自身の政治的有効性を低く評価している若者が多く、また一定数の若者が、投票に行くことについても消極的に考えていることがわかる。「日本の政治家に対しての印象」の質問では、「全く信頼できない」「あまり信頼できない」の合計が、全体で 69%と、政治家への信頼度が低いことが示されている。これは、世界的に見ても低い数値である。

表 1　日本の政治家への印象
出典：公益財団法人　明るい選挙推進協会 2022

	18-19歳	20-24歳	25-29歳	全体
とても信頼できると思う	1%	1%	0%	1%
ある程度信頼できると思う	25%	23%	18%	21%
あまり信頼できないと思う	54%	52%	56%	54%
全く信頼できないと思う	10%	13%	20%	15%
わからない	10%	12%	7%	10%
合計	100%	100%	100%	100%

これらのことから、若者と政治家との間には、政治的有効性を感じないこと、政治家が信頼できないことがいえ、これらが距離感の原因だと考えられる。有権者になっていない年齢層に対するアプローチが、将来的に 18 歳以上の状況を変えることに役立つ。

3.　若者と政治家の距離を縮めるための既存の手法

若者と政治家との距離を解消するために、これまでも多くの手法が試みられている。政治家や政党の取り組みがあり、代表的のものに政治塾がある。政治塾は、政治に関する職を目指す人が通うことが多く、街頭演説、講演会、勉強会、研修会などが開催されている。これらは、もともと政治に興味がある人が参加するものである。

高校の公共や公民の授業では、主権者教育が行われているが、「国公立私立高校では、主権者教育が行なわれているものの、社会科とりわけ公民の授業で行われる内容としては模擬投票や公職選挙法や選挙の具体的な仕組みについてのみであり、関連機関とも連携していないことが多く、連携したとしても選挙管理委員会などであり、生徒が政治家や政党とかかわる機会は設けられていないことがわかる」。（文部科学省 2022）座学が多くの割合を占め、若者と政治家の距離を縮める効果は十分でないと考えられる。

主権者教育には、高校に政治家を招いて授業をする手法もある。この手法は、政治家を知るという目的に対して最も直接的な効果が期待できる。反面、学校教育では政治的中立性が求められることから、実施には困難がともなう。

これらから、手法は複数考えられるが、十分な

効果が期待でき、かつ容易に実施可能なものが少ないのが現状である。

4.　ボードゲームを使った手法

私たちが考えた手法は、ボードゲームを用いた主権者教育プログラムである。窪田好男研究室で制作した、『すごろく公共政策 政治家人生 2020』を利用する。

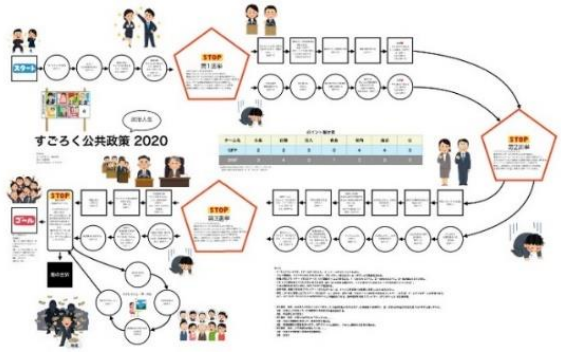


図1　『すごろく公共政策 政治家人生 2020』
出典：窪田研究室

ボードゲームを用いた主権者教育に着目した理由は、主権者教育への主体的参加が可能であるからである。

ボードゲームの利点としてあげられるのは、主体的かつ対話的であることである。「子供たちが主体的に学べ、周りと関係を作れ、それらを実生活に結びつける力がある」「今までは知識や技能を求められていたものが、それらを活用し、主体的・対話的で深い学びをすることが求められている」（加賀俊介 2022『ボードゲーム教育』p.20,21）「学習者を対象とする事象・世界に入り込ませ、そこでの活動に没入させる効果（巻き込み効果）をあげることができる」(近藤敦　豊田祐輔　吉永潤　宮脇昇(2019)『大学の学びを変えるゲーミング』 晃洋書房 p.5)ため、ボードゲーム教育と相性がいいとされる。

『すごろく公共政策 政治家人生 2020』とは、政治家としての人生を疑似体験することができるボードゲームである。進行中、選挙マスまで進むと選挙イベントが発生する。そこでは軍事問題やAIといった社会問題に対して2つの選択肢が設けられ、参加者間で投票を行い、多数派側が当選する。選挙の間のマスは、当選者用・落選者用に分かれて2種類あり、それぞれの立場の人生を体験する。政治家の普段の生活やライフワークとしての政治家の職業人生を疑似体験できるような内容となっている。選挙期間外の生活を経て、再度選挙イベントを行う。また本ゲームはポイント制で、マスごとにあるポジティブなポイント（GPP）とネガティブなポイント（DMP）の合計によって最終的な勝敗を決める。このように、競い合いながら政治家の人生を体験することができるゲームとなっている。所要時間はゲームだけで30分～1時間程度、ゲームを中心とした主権者教育プログラム全体で2時間程度である。

5.　効果測定方法と効果予測

『すごろく公共政策 政治家人生 2020』を活用した主権者教育は、模擬授業で政治家について知ってもらうとともに、ボードゲームによる政治家の人生の擬似体験を通じて若者の政治関心を高めることを目標としている。

『すごろく公共政策 政治家人生 2020』を活用することによって政治家と若者の距離感を縮めることが期待できるかどうかを検証することも目的に、11月17日に大谷中学・高等学校の高校2年生のマスタークラスの118人を対象に、ボードゲームを活用した主権者教育プログラムを行う。プログラムは、挨拶、流れの説明、ミニ講義、ブリーフィング、ゲームプレー、デブリーフィング、アンケートの記入、表彰式、挨拶で構成される。ゲームを通じて政治家の人生を疑似体験してもらうとともに、ミニ講義によって政治家について学ぶことで政治との距離を縮める効果が十分に発揮される。ブリーフィングでは、行うプログラムの説明とテストプレーが行われ、プレーに集中できるようにする。ゲームプレー後にデブリーフィングの時間を確保し、各自がゲームを通して感じたことを共有する。事前アンケートと事後アンケートでは、政治家との距離が変わったかどうかを10段階で測る質問、政治家についての知識が増えたかどうか、将来政治家になりたいと思うかどうか、選挙に行こうと思うかどうかを問う質問内容を盛り込み、政治家との距離感が具体的にどうなったかを調査する。プログラムによって政治家との距離は縮まり、知識が増え、選挙に行こうと思う傾向が強まると予測している。

6.　おわりに

若者が政治家を知らないことは、両者間の距離を広げることにつながっている。ボードゲームは、政治家との距離を縮める方法として効果的であり、手法の一つとして期待できる。

大谷高校での主権者教育プログラムを確実に成功させ、そのアンケート結果を発表したい。

参考文献

(1)　加賀俊介(2022):『ボードゲーム教育』星雲社、p.20,21

(2)　近藤敦　豊田祐輔　吉永潤　宮脇昇(2019):『大学の学びを変えるゲーミング』　晃洋書房、p.5

(3)　文部科学省　(2022):『令和4年度主権者教育（政治的教養の教育）に関する実施状況調査の結果について』

(4)　公益財団法人　明るい選挙推進協会（2022）:若い有権者の政治・選挙に関する意識調査（第4回）

障碍者のディーセント・ワークの現状と課題

- 包み込む雇用システムの実現に向けて -

龍谷大学深尾ゼミお茶福プロジェクト
○中筋 帆花（Nakasuji Honoka）・小籔 凌太郎（Koyabu Ryotaro）・西浦 諒香（Nishiura Ryoka）・古川 太陽（Furukawa Taiyou）・安井 晟浩（Yasui Akihiro）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：就労移行支援、障害者雇用、雇用定着

1. はじめに

SDGs では「包括的かつ持続可能な経済成長及び生産的な完全雇用とディーセント・ワークをすべての人に推進する」ことを目指している。ディーセント・ワークとは、すべての人にとって働きがいのある、人間らしい仕事という意味である。日本政府は障碍者雇用の定着をはじめとした様々な政策を推進している。京都市においても、はぐくみ支え合うまち・京都ほほえみプランをはじめとした政策を推進している。しかし、現状としては障碍者雇用において雇用定着、法的問題が共に課題として残っている。私たちはすべての人にとってのディーセント・ワークを実現するため、障碍者の雇用形態に着目した。障碍者の雇用の実態を踏まえながら、京都市のディーセント・ワークの実現を図るための課題と方策を検討する。

2. 京都府の障碍者雇用の現状

日本では、障碍者の雇用を促す法定雇用率制度の拡充が行われており、2021 年の民間雇用率は 2.3%に引き上げられている。2024 年から 2.5%、2025 年から 2.7%と段階的に引き上げることが決定した。このような意識の変化もあり、2022 年度障害者雇用状況の集計結果において雇用障碍者数、実雇用率ともに過去最高を記録している。

京都府においても、2022 年 6 月時点の京都府内の民間企業の障碍者雇用率は 2.31%（全国 2.25%）となり、10 年連続で過去最高を更新している。なお、民間企業に雇用されている障碍者数は 10,527.0 人で、前年より 280.0 人増加（前年比 2.7%増）している。

このように雇用障碍者数、実雇用率は上昇している一方で、障碍者の雇用定着には依然として問題がある。2017 年度の「障害者の就業状況等に関する調査研究」における就労後 3 か月の障碍者の雇用定着率は発達障碍者・知的障碍者ともに 85.3%、身体障碍者が 84.7%、精神障碍者が 69.9%である。また就職後 1 年時点では、発達障碍者が 71.5%、知的障碍者が 68%、身体障碍者が 60.8%、精神障碍者が 49.3%までに下がり、さらに日を追うにつれて割合は下がることが先行研究から明らかになっている。

3. 障碍者側のニーズ

京都市は、障碍のある市民を対象に市民の状況やニーズについて調査する「障害者生活状況調査（2016 年）」を実施している。この調査の「障碍のある人の雇用・就業に関してどのようなことが必要であるか」という質問では、「就職後も障碍のある人が長く仕事を続けられるための支援」（20.0%）が最も高く、「企業の障碍者に対する理解」（19.1%）、「雇用と福祉が連携した就労支援の充実」（18.1%）が次に続く形となった。このアンケートにより、まず職場に安定して就ける環境づくりにニーズがあるということが判った。

4. ヒアリング調査

障碍者の就労・雇用形態の実態を調査し、ディーセント・ワーク実現のための手がかりを得るために京都府内に位置する就労移行支援事業所 A にヒアリング調査を行った。

① 障碍者の離職理由

調査では、職場での障碍者の方に対して理解が足りないという意見が得られた。雇用する立場にある会社内上層部に比べ、実際に一緒に働くパート・アルバイト層に障碍者の特性等の理解がされておらず、職場での合理的配慮が不足していることが判明した。

② 就労移行支援所の就労後のサポートの限界

就労移行支援とは企業への就職を目指す 65 歳未満の障碍者を対象に、就職に必要な知識やスキル向上のためのサポートを行う。就労移行が完了し一般就労した後も施設は約半年間は就労定着のために面談などを行うサービスがある。施設側に

は、半年以上就労継続している者がいる場合、規定に応じて報酬が支払われる制度が存在する。しかし、定着後半年を過ぎるとサポートサービスは終了してしまうため、施設側も「もっと支援したい気持ちはあるが、いつまでもサポートに関わるとサポート人数が多くなり、管理しにくく手が回らない状態になってしまう。」という支援所のサポート体制に限界があることが判明した。

③ 形だけの雇用

調査により障碍者の適性を理解せず障害者雇用促進法の「法定雇用率」を満たすだけの雇用になってしまっている課題が浮き彫りとなった。障害者雇用促進法は、事業主に対して一定の割合で障碍者の雇用を義務付ける法律であり、法定雇用率を達成していないと納付金や罰則規定があるだけでなく、企業イメージの低下といった経営リスクも考えられるため就労先によっては障碍者一人一人の適性を考えず「法定雇用率」を満たすためだけの雇用が行われていることが明らかになった。

④ 障碍者の業務適正

ヒアリング調査では、知的障碍者の潜在能力の高さが指摘された。一般的に身体障碍者や精神障碍者と比べ、知的障碍者はパソコン等を用いたデスクワークを苦手とする印象を持たれているが、実はそうではないと語った。知的障碍者は、新しい仕事を覚える事や複数のタスクを同時にこなす事などは苦手とするものの、特定の分野においては高い集中力と継続力を発揮するという。その為、周囲が障碍者の能力に凹凸がある事を理解し、適性を見極め、その可能性を信じることが求められる。

5. 調査の考察

調査により、障碍者の雇用定着率の低さの要因として、「職場の人間関係」が大きいことがわかった。人間関係は受け入れ先の事業で様々であるが、根底には障碍者への理解不足があると考える。そのため、障碍者の適正・成長の不理解から障碍者のディーセントワークの実現に対する認識の薄れなどを引き起こしている。この現状に対して、就労移行支援所による就労定着サービスがあるが、サポート体制に限界があることから、受け入れ先での対応とサポートが求められる。

6. 提案「包摂連携雇用モデル」

先行調査・ヒアリング調査の分析から、私たちは包摂連携雇用モデルの提案を行う。包摂連携雇用モデルとは、障碍者を一つの企業対個人という形で雇用している現状に対して複数の企業・地域で一人の障碍者を包摂的に雇用していくという雇用形態を指す。企業は障碍者を雇用することで法定雇用率を満たすためだけの雇用になり、職場の人間関係、業務内容ともに障碍者の方と合わなければ離職してしまうという現状があるが、複数の企業、地域で一人の障碍者を雇用するという形態に変換することで複数の企業及び地域で障碍者のスキル特性等を共有・把握することが可能になるため障碍者の適性に合った職場を見つけることが可能になり、障碍者の職場定着率の向上、並びに障碍者のディーセント・ワークの実現に繋がると考える。この政策を実現し、現在の障碍者雇用形態の構造を見直すことで障碍者の雇用定着率の改善を促すことできると私たちは考える。そして健常者だけでなく、障碍のある人たちが自分たちの能力や希望に合わせて自立した生活を送ることのできる包摂的な社会の実現に繋がるのではないか。

参考文献

⑴京都府 「京都府内の障害者の雇用状況について（令和 4 年 6 月 1 日現在）」最終閲覧日 2023/10/23
https://www.pref.kyoto.jp/jobpark/200601_handicapped.html
⑵京都市情報館「はぐくみ支え合うまち・京都ほほえみプラン」最終閲覧日 2023/10/23
https://www.city.kyoto.lg.jp/hokenfukushi/page/0000235252.html
⑶京都市情報館「京都市障害者生活状況調査 報告書（平成 28 年度実施）」最終閲覧日 2023/10/23
https://www.city.kyoto.lg.jp/hokenfukushi/page/0000225050.html
⑷高瀬健一・大石甲・西原和世・山本美奈子(2017)「調査研究報告書 No.137 障害者の就業状況等に関する調査研究」
⑸厚生労働省 第 123 回労働政策審議会障害者雇用分科会（資料） 最終閲覧日 2023/10/23
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_30341.html
⑹厚生労働省「ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）について」最終閲覧日 2023/10/23
https://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/hokabunya/kokusai/ilo/decent_work.html

地方公共団体における
女性管理職増加に向けた提言

同志社大学　川口ゼミ　1班
小川葵(Kogawa Aoi)・野村香乃花(Nomura Konoka)・○山田真希(Yamada Maki)・横地優尚(Yokochi Masanao)
(同志社大学政策学部政策学科)
キーワード：女性管理職、ワークライフバランス、テレワーク

1, 問題意識

日本は女性の管理職割合が12.7%と非常に低い。WEF(2023)によれば、管理的職業就業者に占める女性の割合は世界146ヶ国中133位だ。

また、田代（2021）によれば、若い女性が地方からいなくなる現象が起きており、人口動態を見ると若い女性の地方から都会への流出が拡大している。そして、この現象の要因は都会に比べて地方のジェンダーギャップがより大きいことであるという。更に、豊岡市(2021)によれば、地方から女性が流出する理由は「管理職は男性ばかり」「女性が活躍できる仕事はなさそう」というものだった。これらの問題から、私たちは地方における女性の管理職割合に注目した。地方における男女格差是正のために政策を実施する主体は地方公共団体である。その政策を主導する組織の現状を分析する必要と比較研究のしやすさから、本研究では対象を地方公共団体とする。

2, 現状分析

2−1　事例調査

自治体における女性管理職登用推進の政策の事例として、鳥取県と徳島県を取り上げる。内閣府 男女共同参画局(2022)によると、この2つの県は県内の市区町村に勤める管理職に占める女性の割合が全国1位・2位だからだ。

これら2県が女性の管理職登用推進のために共通して行っている政策は主に4つある。1つ目が環境の整備である。職場環境実態調査などの実際の職員の声を聞く取り組みを行い、課題や要望を把握し、女性活躍のための人材育成や女性が就業、継続しやすい環境整備の支援を行っている。これは多様なポストへの女性の参入の促進にも繋がる。その他にも、長時間労働の是正などを行っている。

2つ目がキャリアデザインの作成である。女性職員を対象としたキャリアアップセミナーの実施、メディアやホームページを活用した女性のロールモデルの発信、女性及び起業した者同士のネットワークづくりを目的としたセミナーの開催などを行っている。

3つ目が多様で柔軟な働き方の導入である。リモートワークなど、それぞれのライフスタイルに対応した働き方導入支援を行い、新しい働き方・キャリア形成を支援している。

4つ目が働くことを希望する全ての人の就業継続支援である。保育所、認定こども園、幼稚園等の体制整備や一時預かり、病児・病後児保育等の受け皿確保、産前・産後ケアの充実に向けた支援などにより妊娠・出産した女性の離職を防止する。また、育児休業からの円滑な職場復帰を支援する為、復帰後の各種研修への参加に配慮する「職場復帰支援掲示板」による情報提供などを行っている。

これら4つが2県の取り組む政策である。

2−2　インタビュー調査

実態調査のために、6つの市役所にインタビュー調査を行った。女性が管理職に占める比率と男女育児休業取得率がともに高いグループAとして京都府長岡京市・大阪府箕面市・大阪府門真市、ともに低いグループBとして大阪府高石市・大阪府河内長野市・愛知県豊川市をサンプルに選定した。質問項目は、①「女性管理職を増やしたいという職場の雰囲気はあるか」②「男女によって携わる業務や部署の特徴の違いはあるか」③「女性の管理職登用を促進させるために行っている取り組みはあるか」④「その他にワークライフバランスを向上させるための取り組みはあるか」⑤「女性の育児休業取得後の復職率」の5つだ。
調査の結果、それぞれのグループの間に大きな違いが

見られたのは④であった。違いはテレワークや通常とは別の特別な育児休暇制度の有無だ。女性管理職割合の高い地方公共団体はテレワークや短期看護休暇のような通常とは別の独自の育児休暇が整備されていた。

このような制度がない地方公共団体に女性管理職が少ない理由は以下のように考えられる。長岡京市(2021)によれば、男女ともに「家庭生活と仕事」および「家庭生活と仕事、地域・個人の生活」を両立させたいと希望している。その一方で、女性は家庭生活、男性は仕事を本人の意向関係なく優先してしまう傾向にある。つまり、女性は男性が希望していた家庭生活を、男性は女性が希望していた仕事を引き受けているというような関係にある。そのため、ただ女性管理職を増やそうと呼びかけるだけでは、女性は家庭生活とその時点での仕事量で手一杯であるため管理職になろうとは思えない。しかし、テレワーク等のワークライフバランス向上のための制度があれば女性は抱えられる仕事量が増え、管理職になる余裕も生まれると考えられる。

3, 政策概要

調査結果をもとに以下の3つの政策を提案する。1つ目は、テレワークと看護や学校行事のための短期育児休暇の導入だ。先述したように、女性管理職増加のためには仕事と家庭生活と両立させる必要があるため、この策は有効だと考える。

2つ目は、リーフレットの作成だ。女性管理職割合が高い市は全てリーフレットやハンドブックを作成しており、3つの内2つの市が効果的であったと答えた。また、リーフレットといった情報の周知に関しては、作成するだけでなく、どれだけの職員が手に取っているかフィードバックを行うことも重要だと考える。

3つ目は、上記リーフレットへのモデルケースの掲載と当事者同士のコミュニケーションの橋渡しだ。テレワーク等の制度が充実していても、それを活用したからといって実際に管理職の仕事と家庭生活を両立することには不安が伴うだろう。そこでそのような人たちの背中を押すために、実際に制度を利用しながら管理職として仕事と家庭生活を両立する職員のモデルケースを掲載し、更に人事を通してその人たちと連絡を取ることができるようにする。これによって、普段関わらない他部署からロールモデルを発見することができ、実際に同じ環境にいる人から直接アドバイスを受けることができる。

以上、3つの側面からのアプローチが地方公共団体における女性管理職の増加のための有効な手段であると考える。

参考文献

厚生労働省 (2023)：令和4年度雇用均等基本調査　企業調査結果概要
https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-r04/02.pdf
総務省 (2022)：令和3年度地方公共団体の勤務条件等に関する調査
https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?stat_infid=000032272424
田代達活 (2021)：若い女性はなぜ消えるのか―地方ジェンダーギャップの解消を目指せ
http://www.16souken.co.jp/assets/202108/58a08cbe406982dcde23868849b96eb3d84d35cf.pdf
豊岡市 (2021)：豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略
https://www.city.toyooka.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/016/732/gg0401.pdf
長岡京市 (2021)：男女共同参画計画第7次計画
https://www.city.nagaokakyo.lg.jp/cmsfiles/contents/0000011/11712/2022080409475677.pdf
箕面市 (2021)： 箕面市特定事業主行動計画 (第2期)
https://www.city.minoh.lg.jp/syokuin/documents/dainikitokuteijigyounusikoudoukeikaku.pdf
World Economic Forum (2023)：World Gender Gap Report 2023
https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2023.pdf
内閣府男女共同参画局(2022)：地方公共団体における男女共同参画社会の形成又は女性に関する施策の推進状況
https://www.gender.go.jp/research/kenkyu/suishinjokyo/2022/shikuchoson.html
内閣府男女共同参画局(2022)：市町村(岐阜県～沖縄県)https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.gender.go.jp%2Fpolicy%2Fsuishin_law%2Fcsv_dl%2Fshichoson2.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK
内閣府男女共同参画局(2022)：市町村(北海道～長野県)
https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.gender.go.jp%2Fpolicy%2Fsuishin_law%2Fcsv_dl%2Fshichoson1.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK
徳島県: 徳島県女性職員活躍推進特定事業主行動計画について
https://www.pref.tokushima.lg.jp/ippannokata/kurashi/jinken/7208132/
鳥取県(2023)： 第2次鳥取県女性活躍推進計画
https://www.pref.tottori.lg.jp/secure/1236238/0507joseikeikaku.pdf

市民に対する雨庭の認知度向上に向けての普及啓発
-公共施設等の待合室における「雨庭カプセルトイ」の導入-

京都産業大学　環境政策学研究室　雨庭チーム
○三鬼裕泰郎（Yutaro MIKI）・有友蒼太（Sota ARITOMO）・池ヶ谷咲妃（Saki IKEGAYA）・岩﨑恒輝（Koki IWASAKI）・川村政輝（Masaki KAWAMURA）・宮本花菜（Hana MIYAMOTO）
（京都産業大学生命科学部産業生命科学科）
キーワード：グリーンインフラ、3D モデリング、環境教育

1. はじめに

近年、豪雨による洪水やヒートアイランド現象、環境保全などの様々な社会課題の解決に繋がるものとしてグリーンインフラ(以下 GI)の注目が高まっている。その 1 つとして雨庭があり、「水が浸透しない舗装面に降った雨水を集め、一時的にためる浅い窪地などを備え、地中に浸透させる仕組みを持った緑地[(1)]」のことを指す。現在、京都市でも雨庭整備事業を進めているが、雨庭の構造が地中にあることもあり、直接市民の目に触れる機会が少ない。和田（2021）では、「GI が社会の中で認知されるためには様々な主体に対する普及に関する取組を実施する必要があり，GI への理解者を増やし，裾野を広げる取組が必要である[(2)]。」とあるように、GI 認知度向上が課題とされており、新たな普及啓発ツールの開発が必要であると言える。そこで、市場規模が拡大しているカプセルトイに着目した。カプセルトイであれば手軽であり、実際にカプセルトイを組み立てることで一般の市民でも理解が深まると考えられる。本提案では、雨庭の普及啓発を目的とした雨庭カプセルトイの開発と、その効果測定を行った。

2. 方法

ｉ）雨庭カプセルトイの製作

雨庭普及啓発の方法として、3D プリント技術を用いて組み立て式の雨庭カプセルトイを製作した。手順としてまず、京都市に設置されている雨庭と本研究室で試作した仮設式雨庭を訪問・視察・撮影し、それを元にデザインを考案した。そして、3D モデリングソフト Blender と Fusion360 を用いた 3D モデリングを行い、FLASHFORGE 社の 3D プリンターAdventure3 でパーツごとに出力した。材料は PLA 製のフィラメントを使用した。

ⅱ）利用者に対するアンケート調査

10/7、近江富士花緑公園で開催された「水源の森オータムフェスタ」、10/8・9、京都府立植物園で開催された「きょうと☆いきものフェス！2023」の 3 日間でアンケート調査を行った。本アンケート調査は、イベント来場者を対象に、雨庭カプセルトイの普及啓発の効果測定と活用可能な展開先の把握を目的とし、実施した。

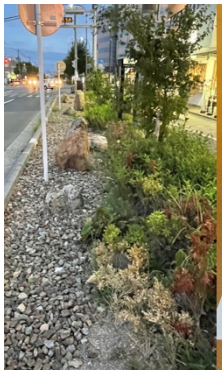
ⅲ）政策関係者に対するヒアリング調査

京都市の雨庭建設・管理担当の「京都市建設局みどり政策推進室」、国土交通省みどり・公園部局の担当者へヒアリング調査を行った。本ヒアリング調査は、雨庭カプセルトイの普及啓発ツールとしての妥当性を把握することを目的とし、実施した。

3. 結果

ｉ）雨庭カプセルトイについて

東山区六原・北野白梅町（図 1）・仮設式雨庭をモチーフとし、3 種類製作した。（図 2）



（図 1）

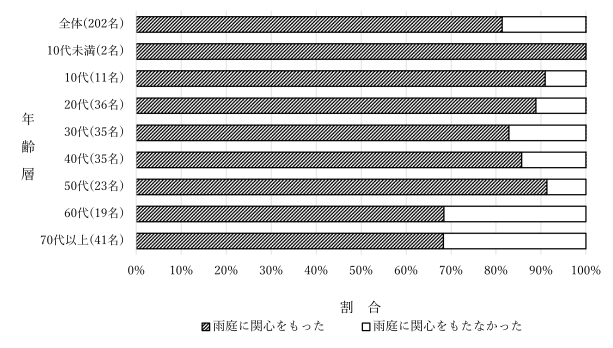


（図 2）

図 1：北野白梅町に設置されている雨庭
図 2：製作した雨庭カプセルトイ(左から東山六原、白梅、仮設式雨庭)

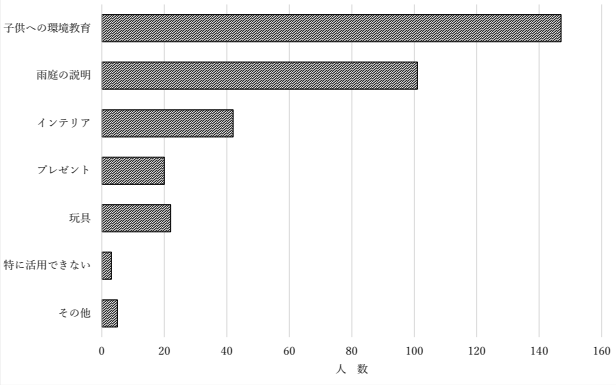
ⅱ）アンケート調査の結果

3 日間のイベントにて、来場者 202 名から回答を得た。雨庭カプセルトイを実際に見て、触れていただき、雨庭に「関心をもたなかった」から「関心をもった」の 5 段階評価を受けた。その結果、回答者の約 82%にあたる 165 名が雨庭に「少し関心をもった」「関心をもった」と回答した。特に、10 代～50 代の関心をもった割合は約 87%と高い傾向になった(図 3)。



(図 3：年齢別の雨庭カプセルトイの体験を通して雨庭に関心をもった割合)

更に、「今回の雨庭カプセルトイはどのような場面で活用できるか」も調査した。その結果、「子供への環境教育」や「雨庭の説明」という回答が多かった(図 4)。一方、「雨庭カプセルトイの良かった点」を調査した結果、拡張性を回答した割合が約 23%と低く、雨庭のデザイン性の向上が必要といった意見もあった。



(図 4：雨庭カプセルトイの活用場面)
(複数回答可)

ⅲ）ヒアリング調査の結果

京都市の担当者は、市民に対する雨庭の周知が課題であり、普及啓発の重要性を指摘した。その課題解決として、新規性が高い雨庭カプセルトイに期待できるとし、普及啓発法として有効である可能性があると評価した。国土交通省の担当者からは、継続的な普及啓発が可能であるため、本提案は市民の雨庭理解に一定の有効性があると評価された。一方、活用面ではより雨庭に関心のない層へのアプローチが重要であるとした。

4. 考察

アンケート調査結果やヒアリング調査での政策担当者の評価から、本研究で開発した雨庭カプセルトイは、雨庭の普及啓発方法として有効で、特に若年層や働き世代に対して効果的であることが分かった。具体的には、環境教育や雨庭の説明への活用が有効であると考えられる。一方、アンケート調査結果からデザイン性、拡張性の向上が課題の 1 つと言える。今後、パーツ構成の見直しなど改良を進めていく必要がある。

5. 政策提案

以上の結果・考察を踏まえて、雨庭カプセルトイによる雨庭の普及啓発を進める政策として、市役所や郵便局、銀行、病院施設等、公共施設の待合室への雨庭カプセルトイの導入を提案する。千葉県船橋市では、「街ガチャ in 船橋」が製作され、市役所など市内 22 ヶ所に地域の魅力を伝える目的で設置されている(3)。また、病院では待機時間満足度向上を目的とした導入事例がある(4)。上記のように、雨庭カプセルトイを導入し、待機時間を活用した雨庭の普及啓発が期待できる。また、船橋市の事例のように、地域に設置されている雨庭をモチーフとしているため、雨庭カプセルトイは市民の興味関心を引き、雨庭への注目度をより高くするだろう。

以上のように、雨庭カプセルトイは、待機時間を有効活用することで、市民へのより効果的な雨庭普及啓発を可能にする。

参考文献

(1)グリーンインフラ研究会三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング・日経コンストラクション 2017 年「決定版！グリーンインフラ」 134-143 頁 日経 BP 社(東京都)
(2)和田紘希「グリーンインフラの推進に向けて」009.pdf (jcmanet.or.jp) 2023 年 10 月 23 日閲覧
(3)船橋市 「魅力発信サイト FUNABASHI 船橋名物が“ガチャガチャ”になった！」魅力発信サイト FUNABASHI Style 船橋名物が“ガチャガチャ”になった！｜魅力発信サイト FUNABASHI Style 2023 年 10 月 23 日閲覧
(4)日本医事新報社 子どもが喜ぶガチャガチャは小児科の待合室対策に効果的なアイテムです[クリニックアップグレード計画 〈待合室編〉(6)] 子どもが喜ぶガチャガチャは小児科の待合室対策に効果的なアイテムです［クリニックアップグレード計画 〈待合室編〉(6)］｜Web 医事新報｜日本医事新報社 (jmedj.co.jp) 2023 年 10 月 23 日閲覧

口頭発表

【分科会１０】

ごみに関する知識と生活系可燃ごみの削減行動

京都産業大学経済学部経済学科関田ゼミごみ問題班
○鈴木　峻平（Suzuki Ryohei）・原田　涼介（Harada Ryosuke）・小矢野　大輔（Koyano Daisuke）・村岡　諄紀（Muraoka Atsuki）
（京都産業大学経済学部経済学科）
ごみに関する知識・ごみ削減・可燃ごみ

1.　はじめに

環境省（2022）が発表している全国の一般廃棄物排出量のデータによると年々減少していることがわかる。また、1 人 1 日当たりのごみの排出量も平成 23 年から令和 2 年にかけて 75 グラム減少している。しかし、図 1 の OECD が公表している OECD 加盟国の一般廃棄物排出量のデータを見ると、日本の排出量はアメリカ、ドイツに次いで 3 位に位置している。一般廃棄物が多いと、ごみ処理の段階で発生する二酸化炭素により地球温暖化が進み環境に悪影響を及ぼす。また、京都府(2022)が発表している一般廃棄物処理状況(令和元年度実績)によると、京都府では約 480 億円のごみ処理費がかかっており、財政にも負担がかかっていることが分かるので、未だ改善の必要があるといえる。

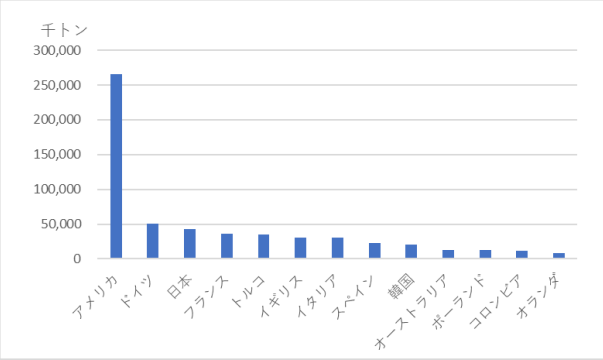


図 1　OECD 加盟国の一般廃棄物排出量

近年、日本の一般廃棄物の推移を種類別に観察すると、生活系ごみは増加している。また、生活系ごみのデータを種類別に見ると、可燃ごみが全体の約 72%を占めていることから、我々は生活系ごみの内、可燃ごみを削減する政策を考えることにした。

2. ごみ削減のための既存の対策

可燃ごみの政策を調べた結果、京都市が 2021 年から「京都市循環型社会推進基本計画」でエコまちステーション、しまつのこころ条例などの政策を行っていることが分かった。それらに加えて京都市では、「てまえどり」推奨が行われている。さらに京都府では食品ロスを削減するための講演会やセミナーを開催していた。

上記のうち、ごみ削減効果を検証したのは、「てまえどり」のみである。しかし、その検証のみでは、てまえどりが確実に有効とはいえず、依然として何らかの対策は必要である。

･3.　先行研究

ごみの削減に関する先行研究について調べた結果、ごみ削減に関する知識がごみ削減行動に与える影響についての研究が十分にはなされていないことに気づいた。以下では、このことを調べた先行研究を紹介する。

･3.1 大学生の環境に関する知識とごみ削減に関する研究

麓・榊原（2002）は京都市の大学生 118 名に対してアンケート調査を行った。その結果、対象となる大学生の環境に対する知識はやや高いことが分かったが、ごみの削減行動ができておらず、知識が直接行動とは結びついていなかったと結論付けている。

･3.2 食品リサイクル法に沿った給食実習におけるごみ削減に関する研究

片山・長井・磯村・板倉・早川・渡邉・伊藤・栗本・住田・河合(2008)は、実験を通じて、ごみ削減の指示を与えた群と自由に実習を行わせた群を比較した。その結果、指示を与えることでごみの量を減らすことができており、生ごみ削減に関する知識の提供が有効であると述べている。

･3.3 循環型社会に関する知識と行動

東（2003）は、『循環型社会に関する知識と行動は、一人一人の属性と深く関わっており、必要な人に必要な意識啓発を行い知識と行動をボトムアップすることが、ごみを削減するうえで重要である。』と述べている。しかし、この研究では知識が行動にどのような影響を与えるのか、データを用

いて分析されていない。

・4. 政策提言

上記で述べたように、ごみに関する知識がごみ削減行動に対して与える影響についての先行研究はいくつかあるが、結果が異なっており、ごみ知識の影響について更なる分析が必要であると考えた。そこで、新たなアンケート調査を実施した。

・4.1 アンケート調査

アンケートはSNSを利用して、学生に回答及び拡散を依頼した。その結果、119 人から回答を得た。アンケート内容は①居住地②年齢③性別④学校⑤居住形態⑥ごみ問題への関心⑦環境に良い行動をしたいと思っているか⑧ごみ知識の自己評価⑨ごみ知識に関する質問⑩削減行動に関する質問である。なお、ごみ知識問題で正解か不正解かを決められない地区の回答者2名と、⑦の問題に回答しなかった1名と、性別で「その他」を選択した1名の計4人のデータを削除し115人の回答データを分析の際に使用した。

・4.2 ごみ削減行動の決定要因に関する分析

アンケート調査から得られたデータを用いて、以下の式について回帰分析を行った。

ごみ削減行動=a+b(居住地域におけるごみ分別の問題についての正解数)+c(生ごみに含まれる一般的な水分の割合)+d(生ごみの水切りによって平均でごみ全体の何%を減量できるか)+e(一日一人当たりの平均的なごみの量)＋f(コンポストとは)+g(家庭での生ごみのうち食品ロスが占める割合)+h(家庭での手つかずの食品ロスの割合)+i(電気類の寿命の長さ)+j(年齢)+k(性別)+l(4 年制大学に在学中か)+m(実家暮らしか)+n(ごみ問題の関心の程度)+o(環境に良い行動への意欲)+p(京都市在住)+q(草津市在住)+u

左辺のごみ削減行動は、正確な分別・自前の袋で買い物・環境にやさしい製品を使用・必要なものだけ購入・水切り・てまえどり・食べ残しをしない・コンポストを使用・使い切り・割りばしを使っているか、を用いた。

上記の式で回帰分析を行った結果、分別の知識が多いと、牛乳パックを正確に分別する傾向にあるという結果が得られたが、それ以外のごみに関する知識と削減行動の関連はほとんど見られなかった。また、被説明変数に直接影響がありそうなごみ知識のみを説明変数にして分析を行うなどもしたが、これの結果も同様であった。以上のことから麓・榊原（2002）と同様にごみに関する知識がごみ削減行動に与える影響は大きいとは言えないことが分かった。

・5 まとめ

平成 23 年から令和 2 年において、日本の事業系ごみの全体に占める割合は減少しているにも関わらず、生活系ごみは増加している。また、日本は可燃ごみが全体の約 72%を占めている。これらのことから、我々は生活系ごみの内、可燃ごみに焦点を当てて研究することにした。

既存の対策を調べたが、効果が十分なものはみられなかった。また、ごみ削減に関する先行研究を読むと、ごみ知識がごみ削減行動に与える影響についてコンセンサスが得られていないと思われたので、私達はごみの知識、削減行動に関するアンケート調査を行い、分析を行った。その結果、ごみに関する知識と削減行動の関連はほとんど見られなかった。学校や地域で行われているごみ削減に関する教育やセミナー等はあまり効果的ではないのかもしれない。

ここで、改めてごみ削減行動に関するデータを観察してみると、生ごみの水切りやエコバックの使用、LEDの使用など、手軽にできることや、金銭的に損をすることに関しては行う傾向があることが分かった。手軽にできる取り組み、もしくは、しなければ損をしたりする仕組みを構築することが、ごみ削減行動を促すのかもしれない。

参考文献

(1)環境省：一般廃棄物の排出及び処理状況等（令和２年度）について
http://www.env.go.jp/recycle/waste_tech/ ippan/r2/data/env_press.pdf (2022)
(2)OECD: Municipal Waste, Generation and Treatment https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=MUNW (2023 年 10 月 3 日閲覧)
(3)京都府:京都府の一般廃棄物処理状況(令和元年度実績)
https://www.pref.kyoto.jp/junkan/documents/ippai_syorigaiyo_r1_3.pdf (2022)
(4)京都市:京・資源めぐるプラン-京都市循環型社会推進基本計画（2021-2030）-令和三年
https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000282/282382/honsatsu.pdf (2021)
(5) 京都市情報館：「てまえどり」の食品ロス削減効果
https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000296815.html (2022 年)
(6) 麓早百合・榊原典子：大学生のごみの分別意識について、京都教育大学環境教育研究年報第 10 号、pp.19-28 (2002)
(7) 片山直美・長井明日美・磯村恵利・板倉亜夜・早 川あゆみ・渡邉麻由美・伊藤里香・栗本菜緒美・住田実穂・河合あずさ：食品リサイクル法に沿った給食実習におけるゴミ削減に関する研究、美味技術研究会誌、No.11、pp. 29-33 (2008)
(8) 東珠実：循環型社会に関する知識と行動-名古屋市における実態の分析、「社会とマネジメント」1(1)、pp.5-18 (2003)

若年層の自治体政策・サービス認知度向上のための情報発信方法についての研究

同志社大学政策学部政策学科川口ゼミ 3 班
○丹羽梓月(Shizuki Niwa)・阪谷拓哉(Takuya Sakatani)・加藤蒼唯 (Aoi Kato)
・陳岑(Cen Chen)
(同志社大学政策学部政策学科)
キーワード：認知度向上、SNS 活用

1. はじめに

日本は現在、人口減少と少子高齢化という大きな課題を抱えている。この課題を解決するため、各地域がそれぞれの地域の特徴を活かし、自律的で持続的な社会を創生できるように議論を繰り返し、さまざまな政策に取り組んでいる。この地方創生の中で重要となってくるのが自治体の広報活動である。しかし、地域の活性化にむけた具体的な方法論は不明確であるのが現状である。これは、世代ごとの特性や課題の捉え方、情報発信の方法などがわかっていないことが原因である。このことから課題解決のためには、若年層が自治体、地域、そして日本の政策やサービスの認知をあげる必要性があるのではないかと考える。

2. 現状調査

2.1 調査内容

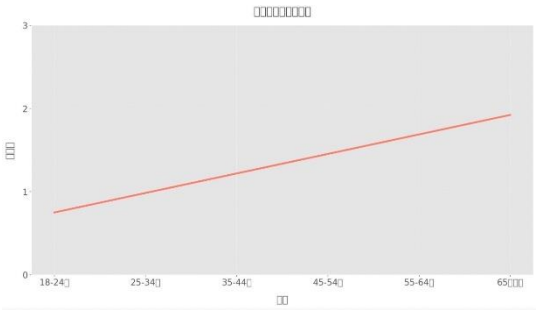
そこで、我々は年齢と情報源の違いがあるところに着目し、「年齢、性別、地域と政策認知度との関係」、さらに「年齢、性別、地域と政策サービスへの興味との関係」を調べた。
その 2 点を調べるにあたって用意した質問は以下の 6 つである。()内は選択肢である。
①年齢(18－24 歳、25－34 歳、35－44 歳、45－54 歳、55－64 歳、65 歳－)
②性別(男性、女性、その他、回答しない)
③住んでいる地域(京都市、その他)
④あなたの住んでいる地域で行われている公共のサービスや政策について、あなたはどれぐらい詳しいと思いますか？(全く詳しくない、あまり詳しくない、ある程度詳しい、非常に詳しい)
⑤あなたの住んでいる自治体の政策・サービスに興味がありますか？(全く興味がない、あまり興味がない、少し興味がある、とても興味がある)
⑥あなたが普段情報得る際の主な媒体はどれですか？(複数回答可)
(Twitter、テレビ、新聞、YouTube、ウェブ・ホームページ、Instagram、チラシ、Facebook)
期間：7/23～9/23　方法：グーグルフォーム

2.2 結果

本研究で実施した自治体の政策サービス認知に関するアンケート を用いて、政策認知度を目的変数に、年齢等を説明変数とした重回帰分析を行ったところ、年齢が高いほど認知度が高くなっていた。逆に若い世代ほど政策・サービスの認知度が低くなっている。それは性別や京都市民かどうかには関係がない。

	係数	標準誤差	P値
年齢	0.0803	0.036	0.030
性別	0.0204	0.128	0.874
地域	-0.1088	0.146	0.460

定数項: 0.6655　観測数:93



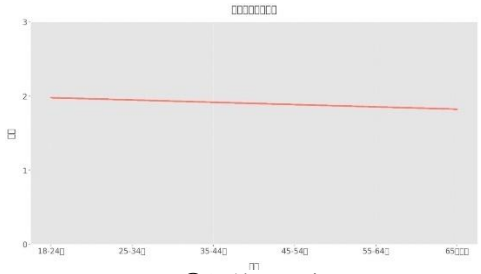
①年齢と認知度

認知度に関する単回帰分析の結果
〈係数（年齢)〉
係数の値: 0.2346
標準誤差: 0.041
p 値: < 0.001

この結果だけ見れば、若者はいずれ年齢が上がれば、地域の政策やサービスに関心を持つようになり、「認知度」も上昇し問題ないといと考えられる。しかし、「興味」の項目を同じように分析すると興味深い結果が得られた。

	係数	標準誤差	P値
年齢	-0.0596	0.057	0.305
性別	0.1793	0.204	0.384
地域	-0.0992	0.233	0.672

定数項: 1.9722　観測数:93



②年齢と興味

興味に関する単回帰分析の結果
〈係数（年齢）〉
係数の値：-0.0311
標準誤差：0.038
p 値：0.412

この 2 つのグラフは、それぞれ単回帰分析して回帰直線にしたグラフである。調査の結果、年齢による認知度は年齢が下がるにつれ下がるが、興味関心の差はほとんどないことが明らかになった。そこで我々は、年代によって情報取得プロセスに何らかの違いがあるのではないかと考えた。そこで、情報を得る側と、発信する側両方の観点から現状分析を行った。先程のアンケートで、普段どのような媒体で情報取得を行っているかという質問もしてみたところ、高齢層（55 歳以上）はテレビ、新聞、チラシ、中年層（25～54 歳）はウェブ・ホームページ、テレビ、YouTube、若年層（24 歳以下）は Twitter、Instagram が上位に入った。

【若年層（24 歳以下）（回答数）】
Twitter：79.17%（19）
Instagram：58.33%（14）
YouTube：48.33%（12）
ウェブ・ホームページ：20.83%（５）
テレビ：16.67%（４）
チラシ：12.50%（３）
新聞：12.50%（３）

【中年層（25～54 歳）】
ウェブ・ホームページ：78.95%（30）
YouTube：63.16%（24）
テレビ：55.26%（21）
Twitter：42.11%（16）
Instagram：23.68%（９）
チラシ：15.79%（６）
Facebook：13.16%（５）

【高年層（55 歳）】
テレビ：100.00%（31）
チラシ：74.19%（23）
新聞：70.97%（22）
YouTube：12.90%（４）
ウェブ・ホームページ：6.45%（２）
Facebook：3.23%（１）
Twitter：3.23%（１）

2.3　考察

この結果から、若年層になるほどデジタル媒体で情報を取得する傾向があることがわかる。またデジタル媒体の中でも、検索機能ではなくレコメンドシステムによって情報が提示される媒体で情報取得を行っていると言う大きな流れも見られる。（レコメンドシステムとは、利用者の興味のありそうなもの・関連するものを推薦するシステムのことである。）つまり、Instagram や Twitter 等で見られるおすすめ欄のことである。一般社団法人日本広報協会の調査によれば、2018 年度において、全国の自治体が活用している割合が最も高い SNS は Facebook で 81.4%、次いで YouTube が 69.6%、Twitter が 53.0%、Instagram が 38.2%、LINE が 17.6%となっている。つまり、自治体の使用率の高い SNS と、若年層(24 歳以下)の使用率の高い SNS にズレが生じていることになる。つまり、このような情報を発信する側と情報を受け取る側のギャップから、年代による政策・サービス認知の差が生まれているといえる。

2.4　提案

今回、我々がおこなった調査の結果をもとに考えた政策は「地域に根付いたアカウントを作り、政策サービスを発信していく」というものである。先述したように現在自治体などはホームページや紙媒体での広報活動は盛んにおこなわれていても、SNS を利用した自治体サービスの情報発信はまだまだこれからである。そのため、若年層の情報収集に用いる媒体にギャップが生じており、認知度の低さにかかわっている。そこで、若年層がよく利用するレコメンドシステム機能が導入されている SNS を活用して政策サービスを発信していくことが良いと考える。具体的には、地方自治体それぞれがアカウントを用いて、その地域のイベントや情報などと政治に関することの両方を発信していくというものである。レコメンドシステムにより、地域にかかわりがある方、興味がある方にお勧めされるようになるので、画像などをうまく活用すれば、ホームページなどよりもわかりやすく簡単に発信できると考えられる。これまで通りホームページでも情報発信しつつ、これらを併用して使うことで多くの世代に情報を発信することができると考える。

参考文献

・中島 ゆき（2018）「知名度の低い地域のプロモーション戦略の考察」
・総務省情報通信政策研究所（2023）「令和４年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」
・公益社団法人　日本広報協会　調査・企画部次長　藤本勝也　（2017）　「自治体の広報活動調査からみた自治体広報誌の必要性」

脱コロナにおける公共図書館の電子書籍サービス

- 地域関連学習への活用の観点から -

公共政策学部　2回生　下村ゼミ

○檮原　萌絵（Moe YUSUHARA）・上野　夏鈴（Karin UENO）・紀田　琴音（Kotone KIDA）・
柴山　莉理子（Ririko SHIBAYAMA）・杉本　玲奈（Rena SUGIMOTO）・
前田　悠一郎（Yuichiro MAEDA）・諸戸　颯（Sou MOROTO）・山本　由羽（Yu YAMAMOTO）
（京都府立大学公共政策学部公共政策学科）

キーワード：脱コロナ、電子書籍サービス、地域関連学習

1. はじめに―研究の目的と概要

新型コロナウイルスの流行を契機に、全国の公共図書館でインターネットを介した電子書籍サービスの提供が拡大している。電子出版制作・流通協議会による『公共図書館電子図書館集計』(2023)によれば、2023年7月現在、全国の403館で電子図書館サービスが提供されており、2020年1月時点の88館から約4.5倍に増加した。2020年以降、京都府の各自治体でも電子書籍サービスの提供が進んでいる。

電子図書館サービスには回転率の高さ、収蔵スペースの確保、古書籍の保存などのメリットがあり、人々に知識を提供する図書館機能の充実に大きく貢献しうる余地がある。教育分野においては、調べ学習などで正確な情報を手軽に得られる環境が整い、課題解決型の学習を浸透させていくことに資する可能性がある。

しかし京都府内の3つの図書館に聞き取り調査を行った結果、電子書籍サービスは外出自粛への一時的対策として導入された過程から継続的な予算確保が難しく、今後、電子書籍サービスをどう維持・活用していくか、その意義をどう捉えるかを検討する必要が生じていることが分かった。また、各図書館では雑誌や漫画を除く「教育目的図書」の教育分野における活用は進んでいないことも分かった。

他方で、全国の自治体では、自治体が所有する地域に関する資料（自治体独自資料）を保存・活用し、住民に地域に愛着を持ってもらい、地域振興・活性化につなげていくことが目標として挙がっている。そこで私たちは両者を組み合わせ、自治体独自資料を電子書籍化したうえで、課題解決型の教育が始まる中学生世代を主なターゲットとし、電子書籍サービスを地域について学ぶ教材として活用することを提案する。

2. 聞き取り調査の結果と提案に至る背景

私たちは電子書籍サービスの導入状況に興味を持ち、京都府立図書館、福知山市立図書館、宇治市立図書館の3館を対象に、その現状について聞き取り調査を行った。その結果、共通して利用者の外出自粛への一時的対策として国の特別予算の下で導入された電子書籍サービスの維持のための予算確保や意義の明確化、これからの活用に苦心していることが分かった。

京都府立図書館では、独自の収集基準をもとに各種のビジネス書や学術資料を中心に電子書籍サービスが提供されている。これらは府民の学習には利用されているものの、中学生や若者の学習に活用される機会は少ない。府立中学・高校に電子書籍サービスを利用するうえで必要なIDを配布する、図書館で電子書籍の利用について個別にレクチャーを行うなどのサービスは行われているが、市町村立の中学校での地域関連学習への活用などは進んでいない。

福知山市立図書館や宇治市立図書館などにおいては、民間の電子図書館業者のサービスに課金したうえで、国による「ギガスクール構想」に則り、市内の小学生・中学生にIDを配布することで、電子書籍サービス利用者の増加に成功している。

福知山市立図書館は電子書籍の普及に関する全国的成功例であり、利用者の年齢層に合わせた学習漫画などを中心とする電子書籍サービスの提供により全国で最大の利用者数を誇っている。しかし、地域関連学習への活用に関しては市内の校長会などで周知を行っているのみで、実際に利用するかは各校の判断となって

いる。また、一般的な図書と違って貸出を行えない市の自治体独自資料を小中学生や一般の市民に公開したいと考えているが、著作権など権利関係の調整の観点から今は実現できていない。図書館外で独自資料を使用できるようになればより地域のことを知ってもらえるとの考えから、権利関係の問題が解決しやすい観光雑誌から電子書籍化することが検討されている。

宇治市では、電子書籍が「朝読書」にも活用されているため、中学生は操作にも慣れていると予想できる。一方で、紙の書籍と同じく1冊につき借りることができるのは1人のため、地域関連学習での活用を促すのであれば資料を増やし、複数の生徒が同時に利用できるようにしていく必要がある。

私たちはこれらの調査結果をもとに、電子書籍サービスをこれからどう活用していくかという問題意識のもとで検討を行った。結果、電子書籍の新たな活用法が必要とされているのではないかと考えるようになり、以下の施策を提案することとした。

3. 施策の提案と実施に向けての取り組み

施策には地域の歴史について新たな学習の機会を提供することが求められる。例えば、福知山市では由良川の水害の歴史、宇治市ではウトロ地区など被差別部落問題などについての資料提供やそれらを用いた学習活動の普及が具体案として挙げられる。前者については福知山市治水記念館が、後者についてはウトロ平和祈念館がその機能を果たしているが、電子書籍サービスによる閲覧しやすい資料の提供がより主体的かつ探求的な学習活動につながると考えられる。この2つは例示であり、その他の地域関連学習への活用も期待できる。また、ただデータを提供するだけでなく、各中学校で資料として活用しやすいよう、電子書籍サービスの利用方法について徹底した周知を行うことが求められる。

私たちは以上のような認識に基づき「電子書籍ではぐくむふるさと愛」プロジェクトを立ち上げ、①パンフレットの作成と②ホームページの作成を提案する。パンフレットには、各図書館が所蔵する資料の中から地域関連学習に適したトピックを掲載するとともに、関連する電子書籍のリストと簡単な紹介文を添える。

ホームページでは、ダウンロードサイトとして、PDF化したパンフレットを公開する。この際にはより継続的なパンフレットの公開を目指し、Github Pagesなどの無料サービスを利用してダウンロードサイトを長期的に低予算で提供することを計画している。

4. 現在の取り組み状況

私たちは現在、1つ目の提案であるパンフレットの製作に取りかかっている。京都府立図書館において配布することを想定し、夏休みの自由研究や地域学習の課題に活用されることを目標にしている。

今後の展望としては、京都府内の賛同を得られる図書館と連携し、パンフレットを配布したうえで、図書館職員と生徒たちが参加して電子書籍サービスの利用方法や歴史関連の学習に活用するワークショップ形式のイベントを行うことなどが考えられる。実施に向けての具体的な取り組みとして、イベントの計画書も内容を精査したうえで作成する必要がある。

5. おわりに

施策が実行に移された場合の効果として、自治体独自資料をより効果的に活用し、低予算で電子書籍サービスを活用した地域関連学習の機会を確保することができると考えられる。また、若い地域住民にイベントを通して地域に愛着を持ってもらうことで、地域振興へ寄与することが期待できる。加えて、電子書籍の存在や便利さを周知することで、一般的な電子書籍サービスの利用につながる相乗効果も見込める。地域関連学習への利用が新型コロナウイルス感染症の流行に伴って一時的に導入された電子書籍サービスの新しい意義として捉えられるようになれば、そして、利用者数が順調に増えれば、電子書籍サービスの維持・管理に必要な人材や予算も確保しやすくなるのではないか。

発展的な展望として、パンフレットやサイトの内容に関して、教育的見地からの監修を受け、より地域関連学習の資料として質の高いものにすることができれば、府内での「探求」学習での活用など、学校教育の場で利用することも可能である。電子書籍の活用と地域関連学習のハブとして図書館が機能することは、住民が地域に親しみ、その魅力を深く知るきっかけとなると考えられる。今後、本ゼミでは施策の詳しい内容についてさらに検討していきたいと考えている。

≪参考文献≫

・電子出版制作・流通協議会『公共図書館電子図書館集計(2023)』(2023)(取得日:2023年8月15日)
https://aebs.or.jp/Electronic_library_introduction_record.html
・猪谷千香(2014)『つながる図書館:コミュニティの核をめざす試み』筑摩書房

小学校からのジェンダー教育の可能性

-ジェンダー教材の作成とその実践から-

団体名：現代社会学部　藤野ゼミ
〇西浦舜（Nishiura Shun）・藤原悠（Fujiwara Yu）・萩永拓光(Haginaga Takumi)
土岐祐菜（Toki Yuna）・増井啓人（Masui Hiroto）・山上翔平（Yamagami Shohei）
佐藤寧音(Sato Nene)・清村愛梨(Kiyomura Airi)・平谷明麗(Hiratani Meiri)
（京都産業大学　現代社会学部　現代社会学科）
キーワード：ジェンダー教育、無意識の偏見、教育実践

1.　研究目的

日本のジェンダーギャップは大きく､他の先進諸国と比較しても深刻な状況である。それが縮小しない要因の一つにジェンダーにかかる「無意識の偏見」がある。海外の研究によれば、幼少期から我々はジェンダーの無意識の偏見を強く持つことが指摘されている。そのため幼い段階からそれに対する気づきを促すジェンダー教育の実施はジェンダー平等実現に向け重要だと考えられる。日本では男女共同参画社会基本法に基づき、小学校において男女共同参画が推進されているものの、文部科学省が 2017 年に示した新しい学習指導要領（小学校）で特に具体的にジェンダーに関連するカリキュラムが提示されているわけではない。

本研究では､まず小学校の低学年児に対するジェンダーの無意識の偏見への気づきをねらいとした教材を作成し、実際に授業を行う中で低学年児の無意識の偏見の実態と教材の教育効果を把握する。また、小学校の現役校長にインタビューし、小学校でのジェンダー教育の現況や本研究で作成した教材での実施可能性を探る。本研究における一連の教育実践から小学校でのジェンダー教育導入の可能性について議論する。

2.　研究方法

本研究は次のようなプロセスにより実施した。

【1. 教材作成】ジェンダーの無意識の偏見に気づきを与えることをねらいとした小学校低学年用の教材（児童が遊んでいる場面と親が迎えに来る場面）をチームで作成。大学の教職課程の教員等に意見を求め、教材の改善をした。

【2. 授業】2023 年 8 月 9 日に京都市内の学童保育所で小学校 2. 3 年生の 24 人（男 10 人、女 14 人）を対象に無意識の偏見を測るゲームや作成した教材を用いた活動など約 40 分の授業を実施し、生徒の様子を参与観察した。具体的な授業内容の構成は次の通りである。

A.**導入クイズ**:提示する 12 の職業や特技についてメンバー男女 2 人が立ち、どちらの考えか、「男性（お兄さん）」、「女性（お姉さん）」、「どちらも」の 3 択のうち、児童に直感的に判断してもらい、回答してもらった。

B.**教材（紙芝居）を使った活動**:紙芝居の話を読み聞かせた後、1 人 1 人に（性別のわからない）登場人物を絵に描いてもらうとともにイメージした性別を記入してもらった（図 1）。登場人物は、親として花屋、医者、児童として赤い服を着たかおるさん、青い服を着たつばささんの 4 人である。数名の児童に描いた絵とその絵を描いた理由を発表してもらった。

C.**お話**：クイズや絵を振り返りつつ、皆が誰に教えられた訳でもないが社会の中で知らず知らずのうちに偏見を持ってしまい、自分や他人の将来の可能性を狭めてしまうことなどを伝えた。

D.**ロールプレイ**：児童と具体例でロールプレイをしお話の前後での児童の変化を確認した。

【3. インタビュー】2023 年 8 月 21 日に京都市内の公立小学校校長 1 名に 1 時間程度のインタビュー(対面) を行った。学内でのジェンダー教育の現状、学校内での環境、自分達が作成したジェンダー教育の教材の評価をインタビューガイドに従って聞き取る半構造化面接法によって行った。

3.　授業実践における調査結果

3－1. 導入クイズ（偏見の計測）

12 の職業や特技への無意識の偏見を測るクイズの結果は表１の通りで、網掛けをしている方が、割合が高いものである。大工や博士において「お兄さん」を選択した割合が 70%を超える一方で、キャビンアテンダントや赤ちゃんのお世話は「お姉さん」を選択した割合が高かった。

表１　クイズ結果

	お兄さん選択割合（%）	お姉さん選択割合（%）	どちらもありえるとした割合（%）
大工さん	70	22	9
手芸が得意な人	35	61	4
キャビンアテンダント	17	78	4
宇宙が好きな人	57	26	17
校長先生	57	35	9
お医者さん	61	26	13
トラックの運転手	65	22	13
総理大臣	65	26	9
赤ちゃんのお世話	17	65	17
保育士	35	52	13
給食を作る人	48	39	13
博士	74	26	0

表２　お絵描きの結果

	男性を描いた割合（%）	女性を描いた割合（%）
花屋	12	88
医者	88	12
つばさ	92	8
かおる	54	46



図１　絵（事例）

3－2. お絵描きの結果（偏見への計測と発表）

表２は紙芝居の登場人物のお絵描きと回答した性別の結果をまとめたものである。花屋を女子と答えた割合、医者を男子と答えた割合がともに 88%とクイズと同様であった。自身が描いた絵を発表してもらったとき「男の人は丁寧な仕事が出来ないと思う」といった発言があった。絵には男女ステレオタイプが見て取れるものが多かった。

3－3. ロールプレイ（気づきと変化の確認）

ロールプレイでは、「お兄さんは看護師になりたいが男の子だからやめた方がいいと言われた。どんな声をかけるか」といった問いかけをした。児童はお兄さんに「男女関係ないよ。なりたいものになるべき」と発言しており、新しい価値観の形成を確認できた。またその後何人にインタビューをし、感想を述べてもらったが「知らない間に思い込んでいた」など気づきが述べられた。

4. 小学校校長へのインタビュー結果

職業観や将来の夢に関連付けた「男女平等教育」を５年生に人権週間などに年１回実施しているが、低学年には実施していなかった。教材としては既存の本を使っていた。すでに本の中の事例が古いと感じていたが、独自の教材作成にまでは至っていない様子だった。

学校内では、トイレスリッパやネームプレートの色を男女で統一したりと生徒に無意識の偏見が生じないような構造面での努力をしているが、校長室の歴代校長の写真がすべて男性であるなど、管理職の女性比率は低く、問題意識にあるようであった。

本研究で使用したジェンダーの独自教材を見せたところ、２年生、５年生など異なる発達段階で比較をすると成長の度合いが測れる可能性があるとのことで高評価を受けた。低学年での教育実践への意義も感じられているとともに教材の使用可能性も示唆されたと考えている。

5. 考察

小学校低学年児でも無意識の偏見がすでに見られたが、本研究による独自教材により集団内で気づきを得ることで教育的効果があることが示された。他方教育現場ではジェンダー不平等な構造性に問題意識を持ちつつも、内部で独自教材を作成したり、適切なジェンダー教育を実践したりすることは、まだ模索段階にある様子が伺えた。

6. 政策提言

本研究の結果から、教員の意識改革とともに低学年から全学年にわたって、全小学校でジェンダー教育を最低でも年に１回、道徳や総合的な学習の中で必ず実施することができるように学習指導要領などの改定をすべきことは提言したい。しかし、現段階では、そうするためには学校は外部からの支援を必要とする状況とも捉えられた。

今回の我々の実践から、その支援をする外部団体として、ジェンダーという学問に最も触れられる「大学機関」の果たす役割が見えてきた。

まず、教員養成の場である大学の教職課程や教育大学に置けるカリキュラムにおいて、現在、選択科目等に位置付けられている「ジェンダー論」を必修化することである。そうすれば、現場に入る教員のジェンダー意識を高めることが可能となるとともに、学生の教育実習の段階でも、小学校でのジェンダー教育の実践が可能となる。

また、大学（大学生）と地域の小学校が連携し、ジェンダー教材の開発をすることである。現在の中高年世代の教員の大学時代にはジェンダーの学びがなかったと思われる。現在の大学生の世代にはジェンダー研究も進み、ジェンダーの学びが身近にある。大学での学びや研究を生かしつつ、学生が現場教員とともに教材を作成し教員が実践すれば教育効果が得られると考える。

オープンチャットを用いた「Z 世代公共圏」の構築

同志社大学風間ゼミナールチーム B
○福田涼水（Rimina Fukuda）・福島奨（Sho Fukushima）・鈴木美智(Misato Suzuki)
福隅太一樹（Taiki Fukusumi）・岡戸わかな(Wakana Okado)・福田有紀乃
(Yukino Fukuda)
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：Z 世代、公共圏、オープンチャット

1.　はじめに

京都市は「学生の街」と呼ばれている。若者の意見を市政に反映させることは重要だが、そもそも政治・社会問題に対し、明確な意見を持ち、発信する若者は少ない。他者とのコミュニケーションを通して、自らの考えを深めていく空間を、ハーバーマスは「公共圏」と定義している。公共圏は若者にこそ必要だと考えるが、その構築には「Z 世代」の特異性が障壁となる。1990 年代後半から 2000 年代に生まれた Z 世代は、SNS を使いこなす一方、匿名性を好み、対面での議論に抵抗感を抱く傾向にある。また、SNS ではエコーチャンバー現象による偏った意見が生まれやすく、「共感」を大事にする Z 世代間では特に問題となる。そのような特徴を持つ Z 世代が自分の意見を持ち、思考するための討議の場である「Z 世代公共圏」を構築すべく、研究に取り組んだ。

2.　Z 世代の政治意識に関する現状分析

京都市が行った「令和元年度第 2 回市政総合アンケート」によると、「今後、市政に参加できる機会があれば、参加したいか」という問いに対し、「あまり参加したくない」「参加したくない」と回答した 18 歳～29 歳の割合は合計 71.1%にものぼった。また、同志社大学総合政策科学科で「大学生の市民参加を推進する地域連携」の研究を行っている方に 2023 年 10 月 16 日、ヒアリング調査を実施したところ、京都市は通学のために一時的に住んでいる学生が多く、一般的に市政への関心が低いことが分かった。政治や社会問題に対して明確な意見を持ち、意見を発信する若者は少ない。

3.「Z 世代公共圏」の構築に向けて

3.1　Z 世代の持つスキルとマインド

Z 世代は、SNS 上でのコミュニケーション能力、情報処理能力等のスキルを備えている。また、多様性を重視する一方で、他者の視線を意識し、同調的な行動をとる傾向にある。ゆえに、Z 世代にとって、匿名性を持つ SNS は、自らの意見を発信することができる点において、対面コミュニケーションに対して優位性を持つ。それは、政治や社会問題についても例外ではない。連合が 2022 年に全国の 15～29 歳の男女 1500 人に対して実施した調査によると、「どのような社会運動であれば参加できると思うか」という問いに対し、「顔や名前を出さずに参加できる」と回答した割合が、全回答者の 27.4%と、最も多かった。

3.2　仮説

以上の点を踏まえ、「LINE のオープンチャット（以下、OC）を使うことで『Z 世代公共圏』を構築することができる」という仮説を立てた。

3.3　実証実験 概要

仮説検証のため、2023 年 10 月 17 日、同志社大学政策学部「政策過程論」の講義中、受講生（18 歳:33%, 19 歳:49.1%, 20 歳:14.2%, 21 歳:3.8%）に OC 上でオーバーツーリズムに関する議論を行ってもらった。実験の流れは図 1 の通りである。

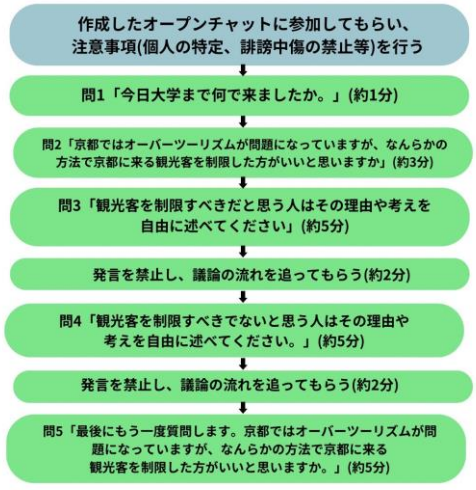


図 1. 実証実験の流れ

3.4 実証実験　分析結果

実験（約 30 分間）の発言者数は全参加者 128 名中 123 名であった。問 1 を除くと書き込まれたメッセージ総数は 294 件であり、1 分間で約 16.3 件の書き込みがあったことになる。また、リアクション（メッセージに対しスタンプで反応を示すこと）を行った人数は 128 名中 69 名であり、半数以上が他者の発言に反応を示した。リプライ（メッセージを引用し発言すること）されたメッセージ数は 294 件中 62 件であり、他者の意見をふまえ

て自分の意見を述べた人が、一定数確認できた。次に、議論の展開を分析するために、各問いに対する書き込みにテキストマイニング分析を行った。問 2 では、「観光客」「多い」等が大きく表示された。問 3 では「マナー」「ゴミ」、問 4 では「財政難」「お金」等が新たに表示された。問 5 は全く同じ問いかけをした問 2 と比べて、「良い」「よい」「いい」等のワードが多く表示された。（図 2 参考）実際の OC 上では「制限しなくて“いい”と思う」「しなくて“良い”」等の発言が多く見られた。

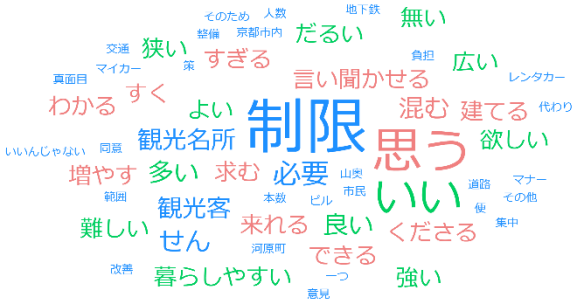


図 2. 問 5 に対する書き込み（ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析）

事後アンケートによると「観光客を制限した方がいいか」という問いに対し、議論前は反対 55.7％, 賛成 23.6％であったが議論後は反対 75.5%, 賛成 8.5%と、反対の割合が約 20%も増加した。つまり、OC での様々な議論を通して「制限すべきではない」という方向に意見が集約されていったことがテキストマイニング分析と事後アンケートでも示された。また、事後アンケートの「オープンチャットの議論の最中、他者の意見が自分の思考に影響したか」の項目では、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」と回答した人は全体の 72.9%であった。他者との対話が自らの意見形成に影響していることが明らかになった。さらに、議論前に、オーバーツーリズムについての興味・関心があった人は全体の 36.8%であったが、「議論を通してオーバーツーリズムについての興味・関心が深まった」と回答した人は全体の 83%にものぼった。参加者は、他者の意見に触れることを通じて、テーマに対する関心を深め、自分の意見を確立させたことがわかった。以上より、OC での活発なコミュニケーションが様々な議論の展開を生み出すこと、参加者の議題に対する意見を醸成させること、そして、それを集団の総意としてある程度集約できることが判明した。実証実験を通じて、OC により、デジタル空間上に「Z 世代公共圏」の構築が可能であることが確認できた。

3.5　実証実験による予期せぬ発見

議論の本線は、オーバーツーリズムを学生はそれほど問題視していない点であったが、それに付随して、マナーや市の財政問題等、様々な話題が挙がった。実験の予行演習として、同級生のゼミ生 18 人に対しても、OC で議論してもらった。議論の本線は実証実験とほぼ同じ流れをたどったが、副次的に出てきた話題は、「観光客の分散」等、実証実験とは異なるものであった。このように、議論の本線は、どの議論の場でも同じであるが、それに付随する副次的な問題は多様であり、若者の意識や見解を広く把握することが可能であると分かった。また、議論を長く続けると、参加者がチャットで遊ぶ様子が見られ、15 分以上は緊張が続かないことも明らかになった。これも政策の制度設計をするうえで、有意義な情報だと思われる。

4.　政策提言

4.1　政策の目的

京都市は若者を対象に OC を開設し、「Z 世代公共圏」の構築に向けた政策を展開するべきである。その目的は京都市が若者のヴィヴィッドな意見を把握し、分析することで、政策を形成・展開していくうえで有意義な情報を得ることにある。

4.2　具体的な実施方法

まず、京都市が OC を開設し、議題を設定する。議題は専門性が高くなく、書き込みやすい身近なもの（市バス・地下鉄の混雑問題等）に設定する。参加者は、「対話型パブコメ」等と同様に、授業出張型の形式で集める。あるいは京都学生祭典等、多種多様な学生が集まる場所で招集する。議論の進行は市民協働ファシリテーターが行う。議論は参加者の集中力が続く 15 分程度で終了する。OC の分析を行うツールや人材は確保しておく必要がある。また、確度の高い情報を得るために、何度も同じ議題で実施することが望ましい。

4.3　政策の効果

LINE の OC は無料で、簡単に開設することができる。そのため、京都市は予算を割かずに政策を実施することができる。また、学生側も政治・社会問題について考察する機会を得ることで市民として成長していくことができる。

5.　今後の展望

LINE は Z 世代のみならず、中高年にも浸透しており、全国にユーザーが存在する。そのため、OC を用いたデジタル上の公共圏は、京都の学生のみならず、全国、全世代に拡大する可能性がある。

参考文献

（1）ユルゲン・ハーバーマス（著）、細谷貞雄、山田正行（訳）（1994）『公共性の構造転換：市民社会のーカテゴリーについての研究』未来社

（2）京都市（2020）「令和元年度第 2 回市政総合アンケート報告書　市民参加（市政，まちづくり活動への参加）について」

（3）日本労働組合総連合会（2022）「Z 世代が考える社会を良くするための社会運動調査 2022」

（4）中川晃（2023）「Z 世代の“共感の指向”から考える若者の消費とコミュニケーションに関する研究」静岡文化芸術大学研究紀要 2022 年第 23 巻、37-44 頁

高校生のシティズンシップ向上のための実践研究
- 丹波市議会☆ミライプロジェクトを事例に -

福知山公立大学　2年杉岡ゼミ
○髙橋和樹（Takahashi Kazuki）・阿川ねね（Agawa　Nene）・
後藤結衣（Goto　Yui）・清水彩華（Shimizu Iroha）・田中敬護（Tanaka　Keigo）・
森駿介（Mori　Shunsuke）・山田和香（Yamada Waka）
（福知山公立大学　地域経営学部　地域経営学科）
キーワード：高校生、シティズンシップ、丹波市議会☆ミライプロジェクト

1.はじめに

選挙における若者の投票率が低迷している。総務省（2022）によると、国政選挙における10代、20代の投票率の低下は顕著であり、直近の衆議院選挙（2021年）の10代の投票率は43.21%、20代の投票率は 36.50%に留まっている。直近の参議院選挙（2022年）においても、10代は35.42%、20代は33.99%となっている。また、地方選挙の投票率について着目すると、直近都道府県議会議員選挙(2023年)では、本研究の対象地域である兵庫県の投票率を事例に挙げると､10代が23.36 %、20代が19.34 %と国政選挙よりさらに低い水準に留まる。

そこで、本研究では高校生を対象に、地方選挙における投票率を向上させるための実践研究及びアンケート調査を行った。それらをふまえ、高校生のシティズンシップ(=市民性)を高めるために高校生と議員それぞれの立場から重要と思われる示唆を抽出する。

2. 先行研究ならびに先行事例による考察

2－1. 明るい選挙推進協会の調査結果

明るい選挙推進委員会（2022）によると、投票に行かなかった理由は、18－29 歳では、「選挙にあまり関心がなかったから」が最も高く、46.7%となっている。30～60代においても同様の理由が最も高い割合となっている。以上から、選挙に行かない理由は、年齢によってあまり差がみられないことが分かる。

2-2. 山形県遊佐町「少年議会」の取り組み

山形県は国政選挙の投票率が、4 回連続全国 1 位となっており､その要因の１つと考えられる｢少年議会」の取り組みについて紹介する。

「少年議会」とは、町の中高生が「少年町長」と「少年議員」となり、政策を立案・提案し実現させる取り組みのことである。有権者は、遊佐町在住もしくは町内の学校に通う中高生である。選挙権を持つ前から選挙が身近にあり、自分たちのまちについて考え、実際に政策を立案・提案できる環境が投票率の高さに繋がっていると考えられる。また、 TBS（2022）によると 2021 年の衆院選では、遊佐町の 18 歳の投票率は 63.53%で、全国の 18 歳の 50.36%を大幅に上回っている。以上から、遊佐町の中高生は政治参加への意欲が高いことがわかる。

しかし、この取り組みは首長に対してのみの提言であり、二元代表制であるにも関わらず、議会には提言をできていないことが課題であると言える。

そこで、筆者らは首長ではなく、議会を巻き込んだ主権者教育をテーマにした実践研究に取り組んだ。

3. 実践研究

筆者らが所属する杉岡ゼミでは、4 月から主権者教育プロジェクトに取り組んできた。その活動の一環として、丹波市議会が「開かれた議会」を目指し、若者の市政への関心を高めるために 2018 年から実施している「丹波市議会☆ミライプロジェクト」に参加し、参与観察を行った。具体的には、若者市政関心と女性活躍の 2 つのテーマについてグループに分かれ、メンバー間で議論を行った後、2 ヶ月間の熟議を行い、丹波市議会を舞台に、政策提言を行った。メンバーは丹波市議会議員、丹波市の柏原高校、氷上高校、氷上西高校の高校生、福知山公立大学生から構成され、直接の対話に加え、LINE のオープンチャット機能を活用し議論を深めていった。

その後、10 月 1 日から 10 月 8 日に「丹波市議会☆ミライプロジェクト」に参加した高校生 33 名、議員 20 名を対象に、どういった取り組みがシティズンシップの高まりに結び付くかを把握するためのアンケートを行った。有効回答数は、高校生 20 枚、丹波市議会議員 18 枚であった。

図 1 は、高校生に対して行ったアンケート調査

の結果を表している。「議員と実際に関わってみて、イメージが変わった」と答えた人は 75%で、「プロジェクトを通して議員の顔や名前を覚えられた」と答えた人は 70%、「プロジェクトを通して選挙に行きたいという気持ちが強くなった」と回答した人は 73.7%という結果になった。

図 2 は、丹波市議会議員に対して行ったアンケート調査の結果を表している。「実際に高校生と関わり政策を考えていく中で新たな発見があった」と回答した人は 100%、「これから丹波市で新しい政策を行なっていく際に、高校生などの若者と話し合い一緒に政策を作っていきたいと思う」と回答した人は 94.4%であった。

以上から、今回のプロジェクトは双方に利点があり、シティズンシップの高まりに効果があると小括できる。また、高校生で議員に対するイメージが変わったり選挙に行きたいと思ったりする人が 7 割を超えていることから、シティズンシップの高まりに加えて、長期的には議員の成り手不足の改善に期待が持てるかもしれない。

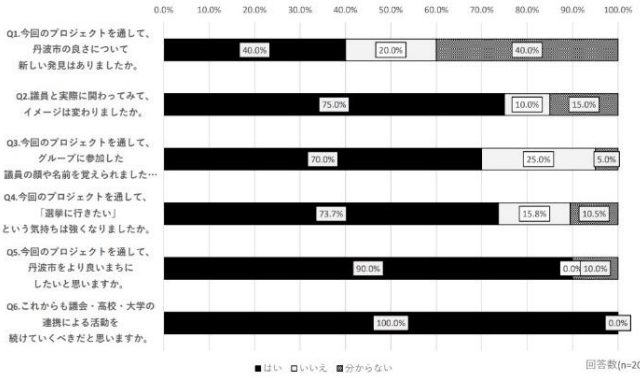


図 1　高校生向けアンケート結果（出典）筆者ら作成

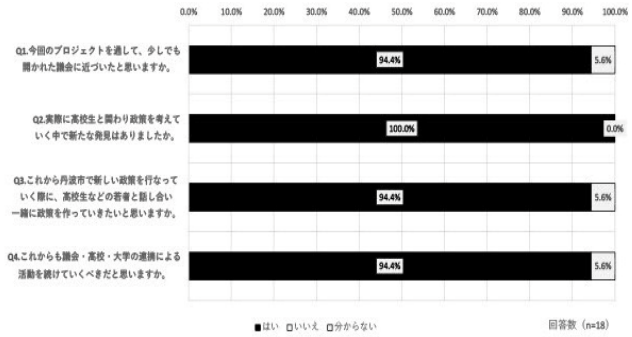


図 2　議員向けアンケート結果（出典）筆者ら作成

4. おわりに

最後に、高校生の段階でのシティズンシップを高めるために、高校生と議員それぞれの立場から重要と思われる示唆を抽出したい。

1 つは、今回のミライプロジェクトのような本物の議会、議員と関わる機会は、高校生にとって有意義であるということである。アンケート結果より、高校生の多くは、議員と関わることで議会に対するイメージアップの効果があったと回答している。

2 つは、議員にとっても、高校生や大学生などの若者と直接対話する機会が重要ということである。アンケートの結果からも、議員が高校生と関わる中で新たな発見があったこと、若者と一緒に政策を作っていきたいと感じていることが見て取れる。

しかし、いくつか積み残した課題もある。1 つは、調査対象者の高校生の母数が少ないことである。今回の参加者は 33 名であり、言うまでもなく、この結果が丹波市のすべての高校生の意見と同じとは判断できない。2 つは、丹波市議会選挙が行われるのは来年であるため、本研究の結果が投票率の向上に結び付くかを検証することができなかったことである。3 つは、本研究は議会に提言することにしたが、逆に言えば、首長に提言をすることができなかったことである。二元代表制であることを鑑みれば、今後は双方にアプローチを行う必要があるだろう。

以上については、今後の研究課題としたい。

5. 参考資料

（1）NHK 政治マガジン『「ぼくが町を動かす！」少年、町長になる』https://www.nhk.or.jp/politics/articles/feature/84982.html（閲覧日 2023/10/16）

（2）公益財団法人　明るい選挙推進協会「第 49 回衆議院議員総選挙全国意識調査　－調査結果の概要（令和 4 年 3 月 -」http://www.akaruisenkyo.or.jp/wp/wp-content/uploads/2018/07/49syuishikichosa.pdf（閲覧日 2023/10/19）

（3）総務省「国政選挙における投票率の推移」、2022 https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/ritu/index.html（閲覧日 2023/10/16）

（4）日経 XTREND「東京は 56.55%で全国 3 位、1 位山形　22 年参院選投票率ランキング」https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00390/00036/　（閲覧日 2023/10/16）

（5）丹波市ホームページ「丹波市議会☆ミライプロジェクト」https://www.city.tamba.lg.jp/site/gikai/list61-2399.html（閲覧日 2023/10/18）

（6）TBS NEWS DIG Powred by JNN『中高生が「少年議会」で政策実現　山形・遊佐町の若者投票率が高いワケ』　https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/79397?display=1（閲覧日 2023/10/16）

（7）　TBS NEWS DIG Powred by JNN『町の税金 45 万円の使い方を小中学生が真剣議論！山形県遊佐町の「少年議会」で選挙の投票率もアップ!?』https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/77887（閲覧日 2023/10/16）

（8）兵庫県ホームページ「年代別投票状況の推移（抽出調査）」R5 県議・年齢別投票者数１　20230523 (hyogo.lg.jp)（閲覧日 2023/10/19）

コワーキングスペースによるコミュニティ形成の可能性に関する研究

- 京都市伏見区を対象としたケーススタディ -

龍谷大学政策学部　井上ゼミナール
○仲川 駿佑（Nakagawa Shunsuke）・伊藤 真優（Ito Mayu）・
菊地 理子（Kikuchi Riko）・北田 理穂（Kitada Riho）・
島山　桜（Shimayama Sakura）・中野 和樹（Nakano Kazuki）・
藤澤 新太（Fujisawa Arata）・藤田 恭平（Fujita Kyohei）・
藤原 桃子（Fujiwara Momoko）・真島 佑奈（Majima Yuna）・
松本 弥優（Matsumoto Miyu）・松岡 鈴奈（Matsuoka Suzuna）・
森田 彩巴（Morita Ayaha）・米林 里香（Yonebayashi　Rika）・
渡部 汰一（Watanabe Taichi）
（龍谷大学政策学部政策学科）
キーワード：コワーキングスペース、コミュニティ形成

0. はじめに

近年における社会問題の一つとして、地域コミュニティの希薄化などが挙げられる。また少子高齢化や地方の人口流出などにより空き家が増加していることも問題視されている。

私たちが今回テーマに挙げたコワーキングスペース（以下 CWS）は近年増加傾向にあり、異なる職種の人達が同じ空間で交流をはかりながら仕事が行える場所である。そこで私たちは CWS を活用した地域交流を行っていくことで、空きスペースの利活用や地域活性化に役立つのではないかと考えた。このことから、今回は CWS を設置し伏見区での地域住民同士のコミュニティ形成を促すために実態を調査した。

1. 現状

日本国内で CWS の施設数は、2019 年 6 月の 799 施設から、2020 年 8 月の 1062 施設、2021 年 6 月の 1456 施設、2021 年 12 月の 2042 施設と、2 年 6 か月で 2.56 倍の増加傾向にある。それと同時に CWS は世界的にも拡大しており、特に近年では欧米を中心に次々に開設されており、その数は今や世界で約 11,000 箇所以上にのぼる。また、従来の企業オフィスと比較して,ワーク・スタイルの柔軟性や交流するメンバーの多様性の高さ、知識・技能の共有、協働を通じたイノベーションの創出などが期待され、注目されている。(宇田・阿部 2018)

また、CWS はコロナ禍のテレワークなどの普及による働き方の変化により、フリーランスを中心にビジネスを求める場、フリーランスが協働を求めて仕事を創発する場として必要とされている。その数は、都市部を中心に着々と増加している。（松村　2015）

CWS の利用者は、30、40 代の男性が中心で、何かしらのビジネスを始める人が多いことが明らかになっている。（古内・勝俣・室田　2017）

2. 既往研究の整理

CWS によるコミュニティ形成に関する既往研究は以下の通りである。

植淵（2019）は日本の CWS は、クリエイティブ産業を支える拠点として創造都市に集中する側面と、地方創生という一つの政策的潮流の中で、移住者や女性などの多様なアクターが活動する地域拠点として期待されている一面とが併存している状況にあると述べており、地方創生という観点から重要な役割を果たすことが明らかになっている。

同様に、植淵（2019）は、行政からは創業支援や地域経済の活性化､空きスペースの利活用(空き家や学校跡地など)といった政策課題の中で CWS への期待があると述べている。

このように､CWS が地方創生の一助になること、政策課題解決への期待があることから、CWS がコミュニティ形成に期待されていることが明らかになっている。

3. 調査

上記の既往研究を受け、CWS の現状を知るべく京都府の CWS の運営者にヒアリング調査を行った。調査内容としては、CWS を運営している目的、CWS を通じてコミュニティ形成がされているか、の二点である。

また、私たちのフィールドワーク対象地域である伏見区の CWS の需要、CWS を運営していくために注視しなければならないことを調査すべく、伏見区役所と淀連合自治会ヒアリング調査も行い明らかになった点をまとめる。

表 1、CWS の調査

名前	目的	コミュニティ形成
こいやまカフェ	起業家を支援	△ 間接的な貢献
コネクト京都	ビジネス創生	× ビジネス目的
243COWORKING	新たなビジネスを作り出す	× 無人 CWS
Question	問いを集めて様々な形で解決する。	○
笠置町サテライトオフィスワークスペース	テレワーク場所、町内外者の笠置町への呼び込み	× 知り合い同士の集会の場
和束スマートワークオフィス	町内外者の和束町への呼び込み	× 知り合い同士の集会の場

○伏見区役所

・伏見区の総人口は 272,417 人、生産人口は 163,803 人となっており（令和 5 年 10 月現在)、課題として人口減少と人口流出が挙げられる。その課題に対して「住むまち伏見」という移住情報発信サイトを公開し、住むこと･働くこと･子育てに関する情報を発信している。

・伏見区では「住みたい・住み続けたい」まち伏見プロジェクトと呼ぶ政策を進めており、伏見区全体で住みやすさのアピールを地域内外の人に向けて行っている。

・伏見区は、歴史と文化が息づくエリアや商店街が発展しているエリアなど、エリアごとに特徴があり、多様性が生まれていることが伏見区の強みであることが分かった。

・住みやすさに重きを置いており、推進する事業のなかに子育て支援もあるため、子育て支援へのニーズがあることも分かった。

○淀連合自治会

・淀連合自治会が事務所を置く淀会館とは、地域住民を主体とした活動を実施する施設であり、第一会議室と第二会議室の 2 つの会議室がある。会議室では、淀の団体が会議を行うだけでなく、ダンス教室､公文等の教室としての貸館利用もあり、毎日朝から晩までどちらの会議室も絶えず利用されていた。

・インタビューから、淀では明親小学校の子どもたちが、学校の授業の時間を使って淀の調査を行ったり、淀会館の人たちに話を伺う等、淀地域について学ぶ環境が整っていることが分かった。

・そして、淀連合自治会も学校とのつながりを大切にしており、これから先、さらに淀地域を良くしていくために自治会の加入率を増やす等、若い人の意見を積極的に取り入れる方針をとっていた。

これらの調査から、表 1 では我々が調査を行った CWS ではコミュニティ形成を目的とした運営を行っていないことが明らかになった。加えて地価が高く運営費が高くなること、CWS の周知不足による利用者数が乏しいなどの理由から CWS のみの運営では利益が見込まれず、単独で事業を成り立たせることは難しい点が明らかになった。

また、伏見区役所、淀連合自治会ヒアリング調査の結果から、伏見区での CWS の運営は人が集まるか等の懸念点はあるものの、エリアごとに特徴があるため、それぞれの強みを活かしていくことが可能であり、他にも、働く場所を求める高齢者や障がい者も多く存在するため、そのような人々の雇用の場に発展する可能性もあることが考えられる。また、淀会館で会議室を取れなかった団体向けに団体で使える CWS や集まる場を用意することで、淀会館の補填的な役割や、個人で CWS を利用されている若い人と地域団体のコミュニティの場の創出につなげることができるのではないかと考える。

4. 結論

先行研究では、CWS がコミュニティ形成に寄与することが明らかになっていたが、実際に調査を行っていくと、コミュニティ形成の機能を十分に有していなかった。また、伏見区役所、淀連合自治会の聞き込み調査によって、CWS が新しい雇用、コミュニティの創出の場として機能することができることも明らかになった。

これらのことから、伏見区でそれぞれの地域の強みを活かす CWS を作ることによって伏見区の地域ごとのコミュニティ形成に繋がるのではないかと考える。

5. 展望

伏見区に CWS を作ることによって、地域ごとのコミュニティ形成に貢献することが分かった。

地域ごとの特色を活かした CWS を政策提案することを今後の研究課題としたい。

参考文献

(1) 一般社団法人大都市政策研究機構調査　研究レポート（第 4 回)「日本のコワーキングスペースの拡大」(2021 年 12 月版) ＜前編＞(https://imp.or.jp/)

(2) 宇田忠司・阿部智和 (2018):「コワーキングスペースにおけるコミュニティ構築とサステナビリティ向上の要因」北海道大学大学院経済学研究院、第 159 巻、pp.1-27

(3) 松村茂 (2015):「地方におけるコワーキングスペースの運営課題に関する考察～山形村山地域を事例に～」日本テレワーク学会研究発表大会予稿集 17 巻、pp. 25-30

(4) 古内優作・勝俣竜治・室田昌子(2017):「コワーキングスペースの運営実態と運営成果に関する研究　一都三県を対象として」都市計画報告集 15 巻 4 号、pp.333-336

(5) 埴淵知哉 (2019):「コワーキングスペースの地方展開に関する一考察」国際教養学部論叢､第 12 巻 1 号､pp.17-31

学校種別をふまえた機動的教育プラットフォーム

- 京都市の教育現場における業務負担軽減のために -

同志社大学政策学部　野田ゼミ　A 班
○浅田　剛志（Tsuyoshi ASADA）・藤林　若葉（Wakaba FUJIBAYASHI）・松元　直也（Naoya MATSUMOTO）・廣崎　颯太（Sota HIROSAKI）・宮本　真央（Mao MIYAMOTO）・廣田　彩海（Ayami HIROTA）・井上　武蔵（Takezo INOUE）
・吉岡　希（Nozomi YOSHIOKA）
（同志社大学政策学部政策学科）
キーワード：教員の業務実態、オーバーワーク、負担軽減

1.　はじめに

文部科学省によれば、小中高の教員の勤務時間は 10 時間を超えており、その背後に業務量の増加と教員数の減少がある。京都市内では、専科指導員や校務支援員、部活動指導員の配置、育児休暇制度の推進の他、近年ではチーム担任制を導入した小学校もあるが、教員数は直近 5 年間で約 500 人減少している。本研究では、これまで把握されなかった教員の業務実態を解明し、業務負担を確実に軽減する政策を提案する。

2. 他都市の事例調査

兵庫県神戸市摩耶小学校ではチーム担任制を導入しており、学年の学級数＋1 名の教員がチームを組み、学年の業務を分担している。しかし、責任が不明瞭になる問題等もあり、そうしたことへの対応業務が軽減されるとは必ずしも言えない。

次に、GIGA スクール構想での iPad 利用による提出物・出欠等の管理集計などにおける ICT 活用がある。それは高い業務効率化が見込まれる一方で、教員側の ICT 能力の違いが新たに業務を増やす可能性もある。総じて効率化は負担削減に有効だが、人手不足解消策も同時に検討する必要性がある。

他に、教員が担う部活動指導を地域人材に委託する取組も全国的に広がりつつある。ただし、家庭の事情により参加困難なケースが発生し得るため、経済的格差が懸念される(大島 2023)。

以上、他都市の事例を参考に、飛躍的に負担軽減を図れるものは抽出できないことが示された。

3.　教員の業務実態とオーバーワークの根源把握

3.1　プレ教員インタビュー調査

はじめに業務類型を明確にするために、小中高の教員にインタビューを行い、正課、課外、(保護者等への)対応、行事、事務、部活を特定した。

3.2　小中高別教員負担に関するアンケート調査

京都市管轄の小中高の教員 54 名に 5 点尺度のアンケートを行い、学校の業務負担の小中高別比較を行ったものが図 1 である。図 1 から、小中学校は高校よりも特に業務負担が大きいことがわかる。このため、学校種類別の負担軽減策が求められる。

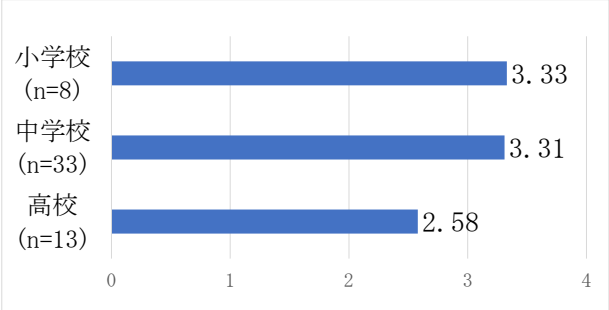


図 1　京都市における業務負担の小中高別比較

3.3　正規時間と認知時間による業務時間の分析

京都市立学校教員 13 名に一日の働き方や問題点、業務類型別時間（正規時間)、負担についてインタビューを行った。また、教員 32 名(小 8 名、中 14 名、高 10 名)へのアンケートにより、最も負担である業務として選ばれた業務類型別割合を認知時間に換算して正規時間と比較した(図 2)。

正規時間では小中高とも正課が最大となり、2 番目に小学校は課外や対応、中学校は部活動、高校は課外となった。ところが、業務負担を反映させた認知時間で最大となったのは、小学校では保護者等への対応、中学校は部活動であった。インタビューで、小学校は成績や学校生活に関する保護者対応の心理的負担が非常に大きな問題と指摘された。中学校は土日の部活動の試合や練習の負担の大きさのほか、教員の専門や志向ではない部活動の顧問になった場合の負担が特に大きかった。一方、高校では正課の認知時間が 50%まで長くなっているが、これは正課に負担の大きな進路指導等が含まれるためである。ただし、中学校の部活動指導や高校の進路指導は小学校の保護者対応と比べてやりがいのある業務である。したがって、小学校では対応業務の負担軽減、中学、高校では

可能な業務負担軽減による全体的な時間短縮が求められる政策となる。

なお、この正規時間と認知時間の相違を教員インタビューで確認したところ、多くの方々が理解でき、また実情と適合的であるという回答を得た。

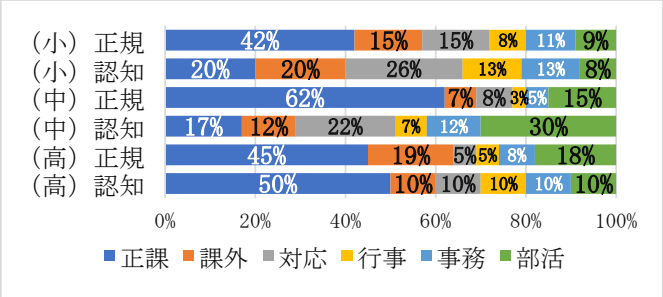


図 2 京都市の学校における業務別正規時間と認知時間

4. 機動的教育プラットフォームの提案

調査結果をふまえ、心理的負担解消戦略、情熱シェア戦略、成績評価基盤戦略を提案する。いずれも学校間で共有できる人材や業務があり、そうした資源を適材適所に配置する機動的教育プラットフォームとして次の 3 つの戦略を提案する。

4.1 心理的負担解消戦略

小学校は保護者等への対応の割合が多いが、インタビューで明らかになった内訳は成績関連、欠席連絡、送迎連絡、いじめに関することであった。この心理的負担を解消する戦略は、教員免許を持ちながら教職についていないペーパーティーチャーが保護者等対応のうち可能なもの(連絡関連)を担当する体制である。保護者にとっても複数の担当者がいるのは心強いという声も聞かれた。

問題はペーパーティーチャーの確保である。そこで 305 人の京都市民に街頭インタビューを行ったところ、39 人が教員免許を有していると答え、うち 23%が条件によっては働きたいと回答した。過去 5 年間の教員免許授与数から教員採用数を差し引くと、ペーパーティーチャー数が求められる。これに 23%を乗じて、京都府に占める京都市人口(2020 年国勢調査)の割合 57.15%を乗じれば 4423 人のペーパーティーチャーを活用できるといえる。これにより、教員が負担を感じる業務の軽減を図れ、心理的ストレスの軽減が期待できる。既存のシステムと比較すると、校務支援員と違い教員免許人員を配置するため、より柔軟な対応が可能である。また、専科指導員は、時間を多く費やす指導面のサポートをする人材である。一方で、我々が提案するシステムは認知時間の割合が高い対応業務を効率的にサポートすることを主にしており、専科指導員等との差別化が図られている。

4.2 情熱シェア戦略

中学校の部活動は教員にとってやりがいと感じる人もいる。ここで提案する情熱シェア戦略では、教員のやりがいを尊重しつつ、意欲の高い大学生に部活動指導を支援してもらうことで、生徒教員双方の情熱に基づくパフォーマンス向上を目指す。体育会の大学生 140 名にアンケートを行い、72%の学生が子どもたちに部活動を指導する機会があれば参加したいと答えた。理由は「自身が取り組むスポーツが好きだから」「子どもが好きだから」が半数以上を占め、情熱シェアが期待される。従来の学生ボランティアでは、学生自ら学校に連絡を取りその後面接して決まる方式である。一方、情熱シェア戦略では、学生はプラットフォーム上で事前に自身の部活動や条件を登録し、それをもとに条件に合う学校を見つけられると同時に、学校側も条件に合致する学生をスカウトする相互性が実現される。

4.3 成績評価基盤戦略

高校では、正課の負担割合が大きく、教員にとってやりがいのある進路指導が含まれる。そこで、進路指導等のやりがいのある業務により集中できるよう成績評価基盤戦略を適用する。これは高校の定期テストを学校の希望に応じて共通化したもの(学力の差に応じて 3 段階の難易度)を活用できる仕組みである。レポートなどの課題も教員が設定した基準に基づき行う一次採点を導入する。しかし、課題は観点別評価において教員が力を入れて評価したいものである。課題の基準が複雑化した場合、教員と採点者の間で評価のぶれが生じてしまい、一次採点の意味がなくなる可能性もある。そこで、対応組織は、問題作成から採点までを担うペーパーティーチャーが構成員となる教育委員会事務局附属の機関とする。これらによって成績業務が削減され、負担が大幅に軽減される。

5. 政策案に対する評価

機動的教育プラットフォームとなる 3 つの戦略について京都市立学校の教員に確認したところ、心理的負担解消戦略は校務支援員等とは異なりスキル、人数ともに期待されると評価を得た。また、情熱シェア戦略での部活動指導員は現状より多く確保できる可能性が示された。成績評価基盤戦略に関して、京都市教育委員会は付属組織の設置に肯定的な意見を示した。現状のテストの活用は教員が自ら行いたいという意見もあったが、評価する教員もいたことから総じて高い評価であった。

参考文献
(1)大島隆太郎(2023)『日本型学校システムの政治経済学』、有斐閣、p. 275-276.
(2)文部科学省・業務改善のためのタスクフォース(2016)「学校現場における業務の適正化に向けて」https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/uneishien/detail/__icsFiles/afieldfile/2016/06/13/1372315_03_1.pdf(2023.10.16 筆者閲覧)

≪運営体制≫

（敬称略　50 音順）

都市政策研究推進委員会

委員長　　松田　哲（京都女子大学）

入江　容子（同志社大学）
岡本　悦司（福知山公立大学）
岸　　道雄（立命館大学）
河内　良彰（佛　教　大　学）
佐野　　亘（京都大学大学院）
髙山　一夫（京都橘大学）
中井　　歩（京都産業大学）
新見　陽子（同志社大学）
前田　昌弘（京都大学大学院）
村田　和代（龍　谷　大　学）
湯浅　俊郎（京都華頂大学）
大谷　　杏（福知山公立大学）
桂　　明宏（京都府立大学）
城戸　英樹（立命館大学）
小林　大祐（京都文教大学）
菅原　宏太（京都産業大学）
玉井　亮子（京都府立大学）
南島　和久（龍　谷　大　学）
原田　　徹（佛　教　大　学）
牧　　和生（京都橘大学）
山本　真一（京都文教大学）

計 22 名

学生実行委員会

委員長　　酒井　徳秀（京都先端科学大学）
副委員長　小跡　　祐（京都先端科学大学）

浅田　哲平（京都産業大学）
平田　香蓮（龍　谷　大　学）
堀場　優輝（龍　谷　大　学）
村上　直毅（同志社大学）
永田　彩紗（京都女子大学）
藤岡真依子（京都教育大学）
道堂　拓望（京都先端科学大学）

計 9 名

公益財団法人 大学コンソーシアム京都
The Consortium of Universities in Kyoto

〒600-8216
京都市下京区西洞院通塩小路下る　キャンパスプラザ京都内
公益財団法人 大学コンソーシアム京都 調査・広報事業部
Tel:075-353-9130　Fax：075-353-9101

2023 年 12 月発行