

# 2021 地理学フィールドワークA 地 理 学 報 告 書

お茶の水女子大学文教育学部  
人文科学科地理学コース

# はじめに

お茶の水女子大学文教育学部人文科学科地理学コースでは、野外調査の方法を習得するために、毎年夏季にフィールドワークを行っている。例年は担当教員が調査地域を設定した上で、履修学生全員が現地に訪問して実施しているが、2021年度のフィールドワークは、新型コロナウイルス感染症の拡大にともなうさまざまな制約を考慮し、履修学生それぞれが選定した地域において実施した。同じ理由から実施期間についても2021年9月12日から18日を調査のコア期間としたが、その前後の時期にも調査を可能とした。

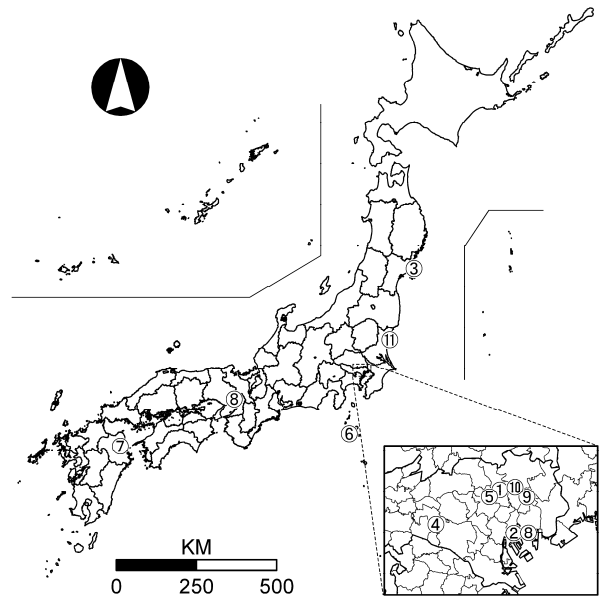
今年度のフィールドワークにおいて履修学生が選択したテーマは、地域の商業環境、公共交通の再編、防災、一次製品のブランド化、都市公園やアミューズメント施設の利用、スポーツクラブの地域貢献活動、文化のまちづくり、縁辺地域への移住と多岐にわたり、その調査地も、本学が立地する東京都内をはじめ、宮城県、茨城県、兵庫県、大分県に及んだ。いずれも、文献研究や統計資料の分析などの事前学習を通じて培った知識と問題関心に基いて学生自身が設定したテーマおよび調査地である。そして、調査から得られた情報を整理・分析し、考察を加えてまとめたものが本報告書である。

本報告書には至らない点が多々ある。大半の学生にとって長期のフィールドワークは初めての経験であり、それも現地調査にさまざまな制約が生じる新型コロナウ

イルス感染症拡大下での実施であった影響もあるが、指導にあたった担当教員の責任が大きいと考えている。読者諸氏の忌憚ない意見・批判をいただきたい。

フィールドワークの実施にあたり多くの関係者から多大な協力を賜った。ここに記して厚く感謝申し上げる。

お茶の水女子大学 宮澤 仁・伊藤修一・永井萌子



調査地（地図上の番号は目次の番号と対応している）

## 目次

①チェーン店の商店街への参入－大塚駅南口の商店街を事例に－	秋山 実加	2
②中央区月島地域に住む若年層の防災意識とそれを規定する要因	阿部 桃子	6
③みやぎサーモンの地理的表示保護制度（GI）登録によるブランド力向上	飯塚はるの	12
④調布市仙川地区におけるまちの賑わいとその継続	内田 早紀	18
⑤池袋 IKE・SUNPARKにおける利用行動と来園者特性	久保田葉月	24
⑥東京都三宅村における移住・定住の実態－移住者5名の事例から－	関 真由子	30
⑦大分トリニータのホームタウン活動の実態調査－障がい者支援活動に注目して－	辰本有里佳	36
⑧キッザニアの地域性－キッザニア東京とキッザニア甲子園のテナント分析を中心に－	辻 千夏	41
⑨一寺言問地区における住民主体のまちづくり－防災まちづくり活動を中心として－	中村 直子	47
⑩荒川区の俳句のまちづくりの課題と展望	新田 啓	53
⑪企業城下町日立市における地域交通の変遷と今後の展開－日立電鉄線廃線から新交通の導入まで－	渡邊 真輝	59

# チェーン店の商店街への参入 —大塚駅南口の商店街を事例に—

秋山 実加

## I はじめに

近年商店街では空きテナントが増加するなど衰退傾向が見られる（松尾ほか 2014など）一方で、空きテナントにチェーン店が進出することで存続している商店街も存在する（荒木 2018）。しかし、チェーン店の増加は地域に根ざした商業活動が衰退する恐れがあるなど、地域にとって不利益に働くこともある。チェーン店には、地域に根ざしたあり方が求められており、たとえば埼玉県（2007）は、大型店とともにチェーン店を対象とする地域商業貢献の基本的事項として、地方自治体が進めるまちづくり計画等の策定への協力、中心市街地活性化のために実施される各種取組みへの参画・協力、まちづくり協定等への協力・配慮、地域の祭りや各種行事への参加・協力、地域のコミュニティスペースの提供、退店・撤退時における地域への早期の情報提供、の6項を定めている。

以上のことを踏まえ、本調査では新規のマンションの開発が行われているJR山手線・都電荒川線大塚駅周辺にチェーン店が進出した過程を空間的に明らかにするとともに、チェーン店が商店街に果たす役割について考察することを目的とする。

調査期間は2021年9月13日と14日であり、現地で建物の利用方法についての調査を行った。また、商業組合に対して書面での質問や、住宅地図を用いて過去の土地や建物の利用方法について調査を行った<sup>1)</sup>。

## II 調査地域の概要

### 1. 南大塚商店街の概要

南大塚商店街は、大塚駅南口に立地する商店街の総称であり、大塚商興会、サンモール大塚、盛和会の三つの商業組合によって構成されている。直近20年の南大塚商店街における事業者数は、小売業に関しては減少傾向、宿泊業・飲食サービス業に関しては増加傾向にある（表1）。

今回の調査では3商店街のうち、駅から近い大塚商興会とサンモール大塚を対象に選定した（図1）。加入会員数は大塚商興会が51、サンモール大塚が97である。

また、サンモール大塚は駅から信号のある横断歩道を渡る必要がない一方、大塚商興会は、駅から訪れる際には信号のある横断歩道を渡る必要があり、サンモール大塚の方が駅からアクセスしやすいという特徴がある。

### 2. 大塚駅の概要

大塚駅は、JR山手線と都電荒川線の駅である。JR大塚駅の2020年度の乗車人員数は1日当たり4万3165人となっている。隣駅である池袋駅の1日当たりの乗車人員数は37万6350人、巣鴨駅は5万2955人であり、大塚駅は、近隣の駅に比べて比較的用户の規模が小さい駅である。

しかしながら、大塚駅は近年大きく姿を変化させている。2005年に南北自由通路とバリアフリー設備を一体的に整備する駅改良工事が始まり、2009年に南北自由通路が開業、2010年に工事の全過程が完了し、それまでは地下通路で結ばれていた北口と南口は自由通路によって結ばれ北口と南口の行き来が容易になった。また、2013年にスーパーマーケットや飲食店、衣料品店などが入った商業施設アトレヴィ大塚が開業し、利便性は向上した。

### 3. 南大塚地域の概要

南大塚商店街の周辺地域である南大塚は近年世帯数

表1 南大塚地域の事業者数

年	小売業	宿泊業・飲食サービス業
2002	163	68
2014	114	244

（としまの統計を基に作成）

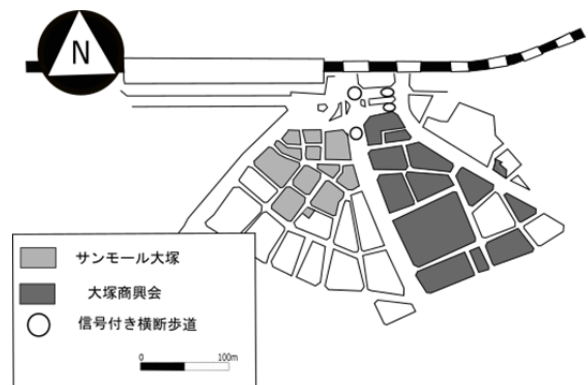


図1 大塚駅南口

が増加している。特に、表2からわかるように3階建て以上の共同住宅に居住する世帯数が増加している。現在も新たなマンションの開発が行われており、2023年4月下旬に入居開始予定とのことである<sup>2)</sup>。また、表3より15歳未満の人口もわずかながら増加していることから、子どもを持つ家族世帯が増加していることがわかる。

以上のことから、南大塚の一つの特徴として近年の住宅開発により子どもを持つ家族世帯が増加していることが指摘できる。

### Ⅲ 大塚駅南口商店街におけるチェーン店の実態

#### 1. チェーン店の進出状況

##### 1) チェーン店の定義

本調査で対象とするチェーン店は、松尾ほか(2018)を参考にして、「他都道府県型」と「同都他市区町村型」の二つとした。「他都道府県型」は他都道府県においても複数個の店舗展開をしているものを、「同都他市区町村型」は他都道府県には店舗展開していないものの豊島区以外の東京都内において複数店舗を展開しているものと定義した。

##### 2) 過去20年のチェーン店の出店状況

チェーン店の出店状況について、国勢調査の結果などに対応させやすくするために5年間隔で調査を行った。

表4より2000年から2005年、2015年から2020年の間に13店舗ものチェーン店が大塚駅南口商店街に進出したことがわかる。また、2005年以降にドラッグストアやコーヒーストア、2010年以降に居酒屋を含む飲食店が進出していたことがわかる。

「同都他市区町村型」型に当てはまるチェーンは、次

表2 南大塚住宅別世帯数

	2000	2005	2010	2015	2020	
主世帯数	7,292	7,327	9,090	9,582	11,101	
長屋建て	68	77	59	26	44	
共同住宅	1・2階建て	1,046	967	1,163	835	771
	3-5階建て	2,130	2,157	2,748	2,998	3,060
	6-10階建て	1,481	1,622	2,126	2,643	2,782
	11階建て以上	950	1,060	1,406	1,692	2,086

(国勢調査を基に作成)

表3 南大塚の世代別人口

	2000	2005	2010	2015	2020
15歳未満	1,107	1,006	1,161	1,238	1,349
15~64歳	10,380	9,719	11,287	11,703	12,227
65歳以上	2,548	2,909	3,209	3,290	3,374
総数	15,142	13,684	15,657	16,231	16,950

(国勢調査を基に作成)

の四つである<sup>3)</sup>。スーパーシマダヤは東京都台東区日本堤店を本部に、スーパーマーケットとして大塚店、業務スーパーとして三ノ輪店、金町店、行徳店の計5店舗を展開している。紅とんは、日本橋に本店を置き、23区に22店舗を展開している居酒屋チェーン店、福しんは、豊島区、練馬区、新宿区、板橋区、足立区、台東区、中野区、杉並区、中央区に全33店舗を展開する飲食チェーン店、キッチンABCは、豊島区と練馬区に全4店舗を展開する飲食チェーン店である。また、「他都道府県型」に当てはまるチェーン店は19店舗である。

このことから、大塚駅南口商店街には「他都道府県型」

表4 チェーン店の推移

	2000	2005	2010	2015	2021
フードショップ富士屋南大塚店	○*1				
◆スーパーシマダヤ大塚店		○1	○	○	○
串カツ田中				○	○
めしや井太郎大塚店	○	○*2			
やよい軒大塚店			○2	○	○
ローソン		○	○	○	○
SHOP99大塚			○*3		
ローソンスストア100南大塚店				○3	○
東京カメラ大塚南口店		○	○*4		
串カツ田中大塚店				○4	○
ampm		○	○*5		
ファミリーマート				○5	○
ファミリーマート	○	○			
セブンイレブン		○			
なんでも酒やカクヤス大塚店		○	○	○*6	
くすりの福太郎					○*6
◆紅とん			○	○	○
ドトールコーヒー		○	○	○	○
コメダ珈琲					○
餃子の王将					○
◆福しん					○
丸子屋					○
◆ABCキッチン					○
ファミリーマート					○
大戸屋					○
七輪焼肉 安安					○
富士そば					○
山内農場					○
広州市場					○
バーガーキング					○
京樽					○

注：\*は、5年後には撤退したことを表している。また、撤退したテナントの跡地に入居したテナントは\*横の数字と対応しており、同じ数字のものは同じ敷地に入居したことを表している。◆は「同都他市区町村型」チェーン店であることを示している。

(住宅地図、現地調査を基に作成)

のチェーン店だけでなく、「同都他市区町村型」のチェーン店も進出していること、「他都道府県型」チェーン店は、2015年から2021年の間に多く出店していることがわかる。



a. サンモール大塚



b. 大塚商興会

図2 店舗状況（1階部分）

注：図において太枠で囲まれた部分は、商業組合に属する店舗がある建物を表している。

（現地調査を基に作成）

### 3) チェーン店の立地

チェーン店舗と一般店舗の立地状況を比較するために、大塚駅南口商店街に出店しているチェーン店舗の業種として特に多い飲食店と小売業を営む店舗を対象とした地図を作成した。なお、1階部分と限定しているのは、大塚駅南口商店街では、1階部分を店舗、2階以上は住宅として利用されていることが多く、2階以上で商業活動を行う例が少なかったためである。

図2-aでは北東部分に行くほど駅に近く、図2-bでは北西部分に行くほど駅に近くなっている。図1とあわせて見ることで、チェーン店は駅から100m圏内に多く立地し、なおかつ比較的大きな通りに面していて人の目の留まりやすい場所に立地していることがわかる。

また表5より、業種にかかわらず、チェーン店の方が個人店舗よりも敷地面積が広い傾向にあることがわかる。

これらのことから、チェーン店は駅に近く、なおかつ大きな通りに面しており人の目の留まりやすく、比較的敷地面積が広いテナントに入ることが多いといことがわかる。

### 2. 商店街組合から見たチェーン店

サンモール大塚、大塚商興会に対する書面での質問によると、現在組合に加入しているチェーン店の数は、サンモール大塚が全会員数97店舗に対して17店舗(17.5%)、大塚商興会が51店舗に対して4店舗(7.8%)とのことであった(全体では14.2%)。サンモール大塚の方が、商業組合の全会員数に対してチェーン店が占める割合が高くなっている理由としては、IIの1で述べたように、サンモール大塚の方が駅からのアクセスに優れることが考えられる。

商店街にチェーン店が進出することに対して、大塚商興会は、組合が考えるメリット、デメリットとして以下

表5 店舗の敷地面積 (㎡)

		チェーン店	個人店舗
小売業	最大	320.64	228.429
	最小	77.99	41.41
	平均	193.76 (n=5)	122.76 (n=10)
飲食業	最大	177.06	392.4
	最小	28.13	20.1
	平均	67.68 (n=20)	63.46 (n=60)

注：商業組合に所属していない店舗も含まれている。面積計測は地図上で行った。また、ここでいう面積は、基盤地図情報の建物の外周内の線内の面積を指す。

(チェーン店、個人店舗の別および小売業、飲食業の別は現地調査に基づく)

のことを挙げられていた。まず、メリットとしては後継者不足により古くからの店が減少し、空きテナントが増加するという問題が、チェーン店の参入によりある程度解決されることを挙げられた。また、チェーン店の参入により商店街が活性化する可能性があるとも述べていた。

デメリットとしては、チェーン店は雇用者が少ないため商店街組合の役員になるケースが少なく、組合の活動が成り立たなくなる可能性を挙げられた。

商店街のチェーン店に対するアプローチとしては、組合に加入することで、大塚商人祭り等、南大塚商店街が主宰するイベントの参加を認めている。この祭りに参加すると、駅前広場などにブースを出すことができ、チェーン店にも商店街に加入するメリットはあるとのことだった。

#### IV 考察

住宅地図による調査と現地調査から、2000年から2005年の5年間と、2015年から2021年の6年間において、チェーン店数が大きく増加していることがわかった。2000年から2005年の増加については、2005年が大塚駅のバリアフリー工事が始まった年であり、今後駅が便利になるという期待からチェーン店の出店が多くなったということ、2015年から2021年の増加についてはバリアフリー工事の終了やアトレヴィ大塚の開業等で利便性が向上したことに加え、共同住宅の開発から人口が増加していることにより集客性が見出された、といったことが考えられる。

また、チェーン店の出店傾向としては、チェーン店は駅に近く、なおかつ比較的広い敷地を持つ傾向にあるという、松尾ほか（2014）の調査結果と同様の傾向が見られた。

#### V おわりに

本調査を通して、駅周辺の開発と駅前商店街のチェーン店の出店状況が関係しているということがわかった。小売店の事業者数は減少傾向にあるものの、チェーン店の事業者数は増加傾向にあり、2021年9月時点で大塚駅

南口にあったチェーン店は23店舗であり、うち17店舗が飲食業を営んでいることから、大塚駅南口商店街の店舗数の維持にチェーンの飲食店の出店が寄与しているといえるだろう。

チェーン店が増加することで、店舗数が増え、商店街が活性化するというメリットもあるが、冒頭で述べたように、チェーン店の増加が商業組合に不利益を与える可能性もある。実際に大塚駅南口商店街でもチェーン店の増加により、組合の活動が成り立たなくなる可能性がある、という課題を抱えており、チェーン店が増加することで商店街にとってはメリットとデメリットの二つを抱えることとなっていた。

謝辞 大塚サンモールの皆様、大塚商興会の皆様、調査にご協力いただきありがとうございます。深くお礼申し上げます。

#### 注

- 1) 後述する大塚駅のバリアフリー化計画の策定前と策定後の変化を明らかにするために過去20年間の変化を見ることにした。
- 2) 住友不動産が提供する新築マンション、シティハウス南大塚レジデンスを指す。 <https://www.sumitomo-rd-mansion.jp/shuto/otsuka3/access.html>（最終閲覧日：2月13日）
- 3) 以下の店舗数は各企業の公式ホームページを参照している。スーパーシマダヤ <http://www.super-shimadaya.com/store/>。 紅とん <https://www.beniton.jp/tenpo/>。 福しん <https://www.fuku-sin.co.jp/shop.html>。 キッチンABC <https://www.kitchenabc50.com/about>（最終閲覧日：2月13日）

#### 文献

- 荒木俊之 2018. 大都市圏中心都市における地域型商店街の変容—神戸市灘区水道筋商店街を事例に。地理科学 73: 66-80.
- 埼玉県 2007. 『大型店、チェーン店の地域商用貢献に関するガイドライン』。
- 松尾 聡・徳田光弘・西原数顕 2014. 小倉中心市街地における空きテナント及びチェーン店の出現特性。日本建築学会研究報告 九州支部, 計画系 53: 361-364.

# 中央区月島地域に住む若年層の防災意識とそれを規定する要因

阿部 桃子

## I はじめに

自然災害に見舞われやすい日本において、災害についての正しい知識を持ち、防災意識を高めておくことは、自らの身を守るために重要である。しかし、内閣府防災担当が2016年2月に全国の15歳以上の男女1万人に対して実施した「日常生活における防災に関する意識や活動についての調査」(内閣府防災担当 2016)によると、大災害が発生する可能性があると考えている人が6割を超えているのに対し、災害への備えをしている人は4割以下にとどまったという。さらに、若年層ほど備えをしていない傾向にあることも、同調査から分かっている。若年層は災害時に地域の担い手となることが求められるため、災害について正しい知識を持ち、備えをする必要がある。特に、マグニチュード7程度の首都直下型地震は30年以内に70%程度の確率で発生すると予測されており<sup>1)</sup>、都市に住む人々の日ごろからの備えが、災害発生時の被害の規模に大きくかかわるだろう。

本稿が対象とする東京都中央区月島地域は、月島・晴海・佃・豊海町・勝どきから成る(図1)。東京湾岸地域



図1 中央区の地域区分  
(白地図専門店より一部編集)

にあり、首都直下型地震の震源が近くなる可能性が大きい。また、再開発地域として高層マンションの建設が進められている地域で、東京2020オリンピックの選手村がマンションとして売り出されることもあり、今後も人口増加が予測されている(図2)。さらに、晴海地区には小中学校を新設する予定もあり、若年層の増加も見込まれる。このような地域では、災害時に若年層が果たす役割がより一層重要となる。

そこで本稿では、中央区月島地域に住む若年層を対象に、防災意識とそれを規定する要因について考察を行う。これによって、いつ来てもおかしくない首都直下地震に備え、これから地域の担い手となる若年層に対して、防災意識と防災行動を促すために効果的な方法を探りたい。

## II 首都直下地震発生時の被害想定

先に述べたように、対象地域は東京都心部に位置し、首都直下地震発生時に大きな被害に見舞われることが懸念されている。東京都防災会議による被災想定では、人的被害が最大になるといわれている東京湾北部地震の場合、中央区の震度は6強(一部同7)、最大津波高は1.88mで、死傷者は合わせて8,695人にのぼると想定されている<sup>2)</sup>。東日本大震災発生時の被害が晴海地区における1.5mの津波と一部地域における軽微な液状化で、怪我人が確認されている限りで2人(いずれも軽傷)であった<sup>3)</sup>のと比較して、被害はかなり大きくなるといえる。

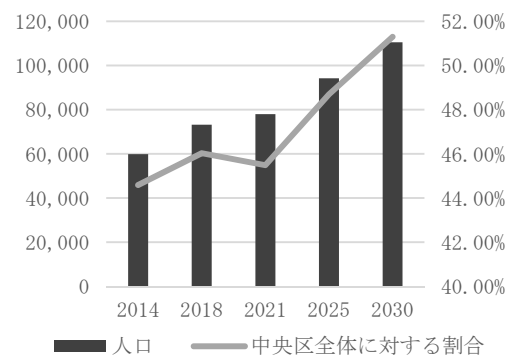


図2 中央区月島地域の人口推移(予測)  
(中央区人口推計(2021年1月時点))

一方で月島地域は、ほぼ全域が東京都によって広域避難場所に指定されている。広域避難場所は、大地震などで大火災が発生し、延焼が拡大したときに避難場所となる。月島地域の地域危険度<sup>4)</sup>は5段階中で1から3であり、東京都の中では比較的安全とされている。しかし、災害発生時に他地域で甚大な被害が発生した場合には、その地域の人々が月島地域に避難する可能性があるため、住民の自助の必要性も考えなくてはならない。

### Ⅲ 本調査における定義と仮説

#### 1. 本調査における定義

本調査では、「防災意識」を、国立研究開発法人防災科学技術研究所による防災意識尺度を参考に、「被災想像力」「現状危機感」「他者指向性」の三つの指標から成るものとして規定した(島崎・尾関 2017)。

「地域への愛着」は、環境心理学で提唱され、さまざまな分野で研究が行われている。たとえば、Hidalgo et al. (2001: 274)は既存の研究を概観した上で、地域への愛着を「人々と特定の地域との間の情緒的な絆や繋がり」と定義した。本調査においてもこれにならない、「地域への愛着」を定義した。

また、若年層は10代から20代の男女とした。

#### 2. 仮説

防災意識と、それを規定する要因を検証した先行研究はいくつかある。黒崎ほか(2010)の研究では、避難訓練、災害に関する正しい知識の教育やイメージ教育(映像教育)が、防災意識に肯定的な影響を与えている。また、高等学校において、防災教育実施1年以上経過した後の意識・知識の低下量を防災教育の実施回数の違いで比較すると、知識はほとんど低下しないのに対して、意識低下量は実施回数が多い方が少ないことも明らかにされた。

今回の調査対象である若年層は、高校生・大学生・社会人から成る。高校生は定期的な避難訓練を通じて防災教育を受ける機会がある。しかし、大学生と社会人にとって同様の機会は少ない。このことから本稿では、防災教育を受けてからの期間によって防災意識に差が生まれるか、検証する。また、どのような防災教育・活動が防災意識に影響を及ぼしたかも調べる。

地域愛着度に関しては、それが高い人ほど、町内会活動やまちづくり活動などの地域活動に熱心であることが、鈴木ほか(2008)によって報告されている。また、石森ほか(2004)は、地域愛着の高さは居住継続意思に関連していると述べた。ゆえに、地域に対する愛着が高いほ

ど、「地域での暮らしを続けていきたい」という思いから地域の防災等に関する関心も高まり、防災意識を高める要因になるのではないかと考えられる。これを検証するために、調査対象者の防災意識と地域愛着度の間に相関があるのか、分析を行う。さらに、地域愛着度が高い人は地域の防災活動等にも積極的に参加していることが予想されるため、それについても確かめたい。

以上より、本研究では、「防災教育・防災活動」「地域愛着度」を、防災意識の規定要因として仮定する。

### Ⅳ 調査方法

調査は、中央区月島地域に在住する10代から20代の男女を対象とした。2020年8月から9月にかけてSNSで中央区月島地域に在住している人々に協力を呼びかけ、37人から回答を得た。

Ⅲで述べた通り、本研究で用いるアンケートでは、アンケート対象者の防災意識を、国立研究開発法人防災科学技術研究所による防災意識尺度を参考に、「被災想像力」「現状危機感」「他者指向性」の三つの下位尺度で測定した(島崎・尾関 2017)。それぞれの尺度には、四つの質問が含まれる。また、防災意識に影響を及ぼす要因として地域愛着に着目するため、引地ほか(2009)の「地域に対する愛着」に関する質問を用いた。これは「定住意向」「所属意識」「土地の重要さ」「住民の重要さ」「住みやすさ」を測る五つの質問から構成されている。三つ目の項目として、防災教育もしくは防災活動への参加が防災意識に与える影響を検討するため、防災教育/活動への参加についての質問を三つ設けた。これに個人属性を加えた大きく4項目で、アンケートは構成されている。

防災意識の回答方法は「6、とてもよく当てはまる」「5、かなりよく当てはまる」「4、どちらかという当てはまる」「3、どちらかという当てはまらない」「2、ほとんど当てはまらない」「1、全く当てはまらない」の6件法を採択した。また、地域愛着度に関しては「5、強く思う」「4、まあまあ思う」「3、どちらでもない」「2、あまり思わない」「1、ほとんど思わない」の5件法を採択した。

なお、防災意識の下位尺度である「他者指向性」の質問については、逆転項目として扱った。

### Ⅴ 調査結果および分析

#### 1. 防災意識

防災意識の規定要因を検証する前に、アンケート回答者の防災意識がどの程度であるか確認しておく。表1は、回答者全体の防災意識の平均値・標準偏差を、国立研究



表 1 回答者全体の平均値・標準偏差

下位尺度	被災状況に対する想像力 (A)		災害に対する危機感 (B)		災害に対する関心 (C)	
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	平均	標準偏差
本調査	14.16	3.63	18.97	2.33	14.95	2.64
全国調査	12.98	3.30	17.7	3.30	14.62	2.57

(内閣府防災担当 (2016) およびアンケート調査より作成)

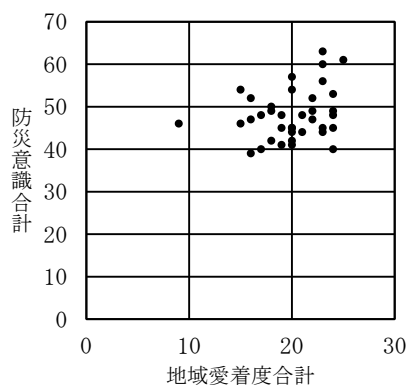


図 3 防災意識合計と地域愛着度の散布図

(アンケート調査より作成)

開発法人防災科学技術研究所による全国調査の結果<sup>5)</sup>と比較したものである。

これを見ると、すべての指標において、回答者全体の平均値が全国値を上回っていることが分かる。このことから、調査協力者は、全国平均に比べて高い防災意識を持っているといえる。

標準偏差については、災害に対する危機感(以下(B))において全国値を大きく下回る。つまり、調査協力者は、災害に対する危機感が比較的高く、個人によるばらつきも小さい。反対に、被災状況に対する想像力(以下(A))と災害に対する関心(以下(C))においては標準偏差が全国値を上回るため、個人によるばらつきが比較的大きい、と考えられる。

## 2. 地域愛着度と防災意識の関係

地域愛着度と防災意識に関して、相関関係の分析を行った。図3は防災意識合計と地域愛着度の散布図、表2は相関係数を示した表である。

防災意識合計と地域愛着度の相関係数は0.27となっており、やや正の相関があるといえる。また、下位尺度と地域愛着度の相関を見ると、(C)において正の相関が見られた。これは、居住継続意思が関係しているのではないかとと思われる。Ⅲで述べたように、地域愛着度が高い

表 2 地域愛着度と防災意識尺度の相関係数

防災意識合計	0.27
被災状況に対する想像力 (A)	-0.25
災害に対する危機感 (B)	-0.07
災害に対する関心 (C)	0.33

小数点以下第三位を四捨五入して表示した。

(アンケート調査より作成)

表 3 災害への関心度と回答者属性のクロス集計表

	属性	人数		災害への関心度
		TOTAL	割合 (%)	
全体		37	100.00	553
				100.00
年齢	10代	TOTAL	16	229
		割合 (%)	43.24	41.41
	20代	TOTAL	21	324
		割合 (%)	56.76	58.59
在住期間	1年未満	TOTAL	1	16
		割合 (%)	2.70	2.89
	1～5年	TOTAL	2	31
		割合 (%)	5.40	5.60
	5～10年	TOTAL	3	42
		割合 (%)	8.10	7.59
	10年以上	TOTAL	31	464
		割合 (%)	83.7	83.9
在住地域	晴海	TOTAL	22	313
		割合 (%)	59.46	56.60
	月島	TOTAL	4	75
		割合 (%)	10.81	13.56
	勝どき	TOTAL	9	134
		割合 (%)	24.32	24.23
	佃	TOTAL	1	15
		割合 (%)	2.70	2.71
豊海	TOTAL	1	16	
	割合 (%)	2.70	2.89	

(アンケート調査より作成)

人は居住継続意思も強い傾向にあることが分かっている(石森ほか 2004)。よって、地域愛着度が高い人は、潜在的な「この地域の暮らしを守りたい」という思いから、災害に対する関心も強くなっているのではないかと考える。

表4 防災教育／活動への参加と防災意識の関係

	人数	災害に対する想像力 (A)		災害に対する危機感 (B)		災害に対する関心 (C)	
		平均値	分散	平均値	分散	平均値	分散
3年以内	23	15.04	15.61	19.35	5.18	15.39	7.28
3年以上前／ 覚えていない	14	12.71	5.92	18.36	5.23	14.21	5.60

(アンケート調査より作成)

ここで、災害への関心と地域愛着度の相関が疑似相関でないかを確認するために、対象者の属性と、災害への関心度の関係を検証した。その結果を示したものが表3である。これを見ると、どの属性においても、人数比に対する災害への関心度の割合に、大きな差は見られないことが分かる。

しかし、既存の調査においては、在住地域によって防災意識に差が見られる事例もあった。たとえば、Iで取り上げた内閣府防災担当による調査では、大災害発生の可能性が高いと感じている人の割合は太平洋側で高く、日本海側で低い傾向になっていた(内閣府防災担当2016)。一方、本調査はより小さな範囲で行ったため、そのような地域差が生まれなかったのではないだろうか。

以上により、防災意識には地域愛着度が影響を与えており、特に災害への関心に強く影響していることが確認できた。

### 3. 防災教育・防災活動と防災意識の関係

次に、防災教育や防災活動への参加が防災意識に影響を与えるか検証するため、それらへ最後にいつ参加したかと、防災意識との関係を表4に示した。ここでは、3年以内に参加経験があると回答した人と、3年以上前もしくは覚えていないと回答した人で分類している。

これを見ると、すべての下位尺度において、3年以内と回答した人の方が防災意識の平均値が高いことが分かる。特に(A)において平均値の差が大きく、定期的な防災教育・活動への参加は、災害に対する想像力を育むのに一定の効果があると考えることができるだろう。

しかし、(A)における分散は15.61と大きいため、参加経験が個人の想像力に与える影響には個人差があるといえる。反対に、(B)においては、3年以内と答えた人の方が、3年以上前もしくは覚えていないと答えた人よりも分散は小さい。このことから、防災活動や教育への参加は、参加者の個人差に拠らずに、災害に対する危機感に影響を与えやすいと考えられる。

ここからは、具体的にどのような活動が若年層の防災意識に影響を与えるのかを検証する。アンケート対象者

表5 インタビュー回答者の属性・防災意識・地域愛着度

	Tさん	Oさん	Mさん
属性	高校生	大学生	大学生
防災意識合計	54	46	60
被災状況に対する想像力(A)	21	14	23
災害に対する危機感(B)	19	15	19
災害に対する関心(C)	14	17	18
防災教育／活動	1年以内	1年以内	3年以内
地域愛着度	15	15	23

(インタビューより作成)

の中から3人にインタビューを行い、印象的な防災活動について質問した。インタビュー回答者の属性は表5に示す。

これを見ると、Mさんは、防災意識と地域愛着度がともに高い一方、TさんとOさんは、地域愛着度は同じだが、Tさんの方が防災意識は高くなっている。アンケート結果の異なる回答者にインタビューすることで、それぞれの結果に防災教育がどれほどかかわっているか、明らかにしたい。

Oさんは、大学でエネルギーを学んでいる。授業内で行う実験などを通じて実際に災害が発生したときにどれほど危険か、身をもって感じたという。これは「災害に対する知識を得る教育」といえるのではないだろうか。Oさんは(C)が平均値を上回っており、知識を得ることによって、災害への関心が高まったことが考えられる。

これに対してMさんは、大学で防災士の資格を取るために、応急手当の手法や避難所の運営などについて学んだという。その結果、いざというときに民間人として協力できるだけの力を身に付けることができたという。また、自分の将来にかかわる場面でも災害・防災を意識するようになった、と回答した。これは、Oさんの「知識を得る教育」に対して「被災時の行動について学ぶ教育」ということができるだろう。そして、そのような教育を受けたことで、(A)の値が高くなったのではないかと考

えられる。ただし、OさんとMさんの防災経験の事例は特殊であると考えられるため、その点については注意しておきたい。

ここまでは大学、つまり中央区月島地域外の防災教育、活動であった。では、月島地域内での防災教育や活動はどうだろうか。当地域内には公立小学校が4校、中学校が2校ある。インタビュー回答者はみな区域内の小・中学校に通っていたことから、当時の防災教育について、覚えていることを質問した。

Tさんは、避難訓練や震災についてのビデオ鑑賞等の記憶があると回答した。しかし、受動的なものが多く、あまり真剣に取り組んだ記憶はないという。また、Mさん、Oさんも、避難訓練の記憶はあるが、地域での防災などについて学んだ覚えはないとのことだった。

学校での教育のほかに、地域内では、自治体においても防災活動が定期的に行われている。そのため、そのような活動も防災意識に影響を与えているか、検証した。その結果、若年層は自治体活動の参加には積極的ではないことが分かった。インタビュー回答者は防災意識の高低にかかわらず、自治体が行う防災活動への参加経験はないと回答した。アンケートにおいても、自治体の防災活動に参加したと答えた人はいなかった。このことは自治体関係者からも問題視されており、晴海一丁目北自治会のTさんは、若年層の自治体活動参加の少なさを指摘している。また、中央区が発行している町会・自治会の活動状況等に関する情報誌「こんにちは町会です」においても、若年層の参加率の少なさが、問題として取り上げられていた<sup>6)</sup>。

以上のことから、月島地域内における防災活動が若年層の防災意識に影響を与えているわけではなく、個々人のそれぞれの環境における防災教育・活動経験が若年層の防災意識に影響を与えていることが推測される。

## VI おわりに

本稿では、防災意識の規定要因を「防災教育・防災活動」「地域愛着度」とする仮説を立て、中央区月島地域在住の若年層の防災意識について、アンケート調査を実施した結果に基づき検証した。その結果、地域愛着度、防災意識のどちらも、防災意識にある程度の影響を与えていることが確認できた。一方で、先行研究を踏まえて「地域愛着度が高い人は地域活動に積極的に参加し、そのことも防災意識に影響している」と予想したが、結果として、地域愛着度や防災意識にかかわらず、若年層のほとんどは地域活動に積極的に参加しておらず、地域内の防災教育や活動は、若年層の防災意識にはあまり影響して

いないことも分かった。

以上から、今後、防災意識を高めるための指針として、若年層が地域への愛着を持つきっかけや、地域活動に参加しやすい土壌を作っていくことが、防災意識の向上につながるのではないかと考えた。また、本調査では防災意識に影響を与えやすい防災教育・活動の具体的内容についての調査が不足しているため、それらについてさらに調査を進めることで、若年層に対して、より効果的な防災教育・活動を提案できるのではないかと考えた。

謝辞 お忙しい中、調査にご協力いただいた中央区月島地域住民の皆様へ感謝申し上げます。ありがとうございました。

## 注

- 1) 地震調査研究推進本部地震調査委員会による、首都直下地震で想定されるマグニチュード7程度の地震の30年以内の発生確率（2020年1月24日時点）。
- 2) 東京都防災会議「首都直下地震等による東京の被害想定」（2012年4月18日公表）。
- 3) 2011年4月25日に確認された被害状況。
- 4) 地域危険度とは、地震に対する建物倒壊、火災、総合の三つの危険量を都内の5,177の町丁目ごとに測定し、危険度としてあらかじめ構成比率を定めた5段階のランクに分けたものである。ランクが大きくなるほど、危険度も高くなる（東京都市整備局 2018）。
- 5) 防災意尺度作成時（2016年）に国立研究開発法人防災科学技術研究所が収集した、全国618名分の平均値と標準偏差のデータ。
- 6) 中央区区民部地域振興課「こんにちは町会です」第27号参照。

## 文献

- 石森真徳 2004. コミュニティ意識とまちづくりへの市民参加—コミュニティ意識尺度の開発を通じて。コミュニティ心理学研究 7: 87-98.
- 黒崎ひろみ・中野 晋・橋本 誠・東雲礼華 2010. 地震・津波をテーマとした学校防災教育効果の持続と低下。土木学会論文集B2（海岸工学） 66(1): 401-405.
- 島崎 敢・尾関美喜 2017. 防災意識尺度の作成（1）。日本心理学会大会発表論文集 81: 69.
- 鈴木春菜・藤井 聡 2008. 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究。土木計画学研究・論文集 25: 357-362.
- 東京都市整備局 2018. 地震に関する地域危険度測定調査（第8回）。[https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/bosai/chousa\\_6/home.htm#data1](https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/bosai/chousa_6/home.htm#data1)（最終閲覧日：2022年2月13日）
- 内閣府防災担当 2016. 日常生活における防災に関する意識や活

動についての調査結果. [http://www.bousai.go.jp/kohou/os\\_hirase/pdf/20160531\\_02kisyu.pdf](http://www.bousai.go.jp/kohou/os_hirase/pdf/20160531_02kisyu.pdf) (最終閲覧日:2022年2月9日)

引地博之・青木俊明・大淵憲一 2009. 地域に対する愛着の形成機構—物理的環境と社会的環境の影響. 土木学会論文集D 65:

101-110.

Hidalgo, M.C. and Hernandez, B. 2001. Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology* 21: 273-281.

# みやぎサーモンの地理的表示保護制度（GI）登録 によるブランド力向上

飯塚 はるの

## I はじめに

近年、地域特有の資源を活かした特徴的な商品やサービスをいわゆる「地域ブランド」として構築する取組みが盛んである。地域ブランド創出による農産物の高付加価値化は輸入農産物へ対抗するにも有効だが、藤島(2009)が指摘するようにブランド化された製品は多く存在するとともに、それらが消費者に必ずしも認知されていないという課題がある。そこで八木ほか(2019)では、ブランド化において行政が導入している地理的表示保護制度(以下、GI保護制度)をはじめとする知的財産権を保護する制度に登録した製品に着目し、ほとんどの製品が登録によって認知度が向上したことを明らかにした。また、こうした制度は製品の品質を保証するため、消費者の選択の目安や価格上昇なども期待されるとしている。地域ブランドを構築する主な理由は地域経済の活性化にあるため、GI保護制度登録による商品の商品性および市場性の向上もしくは回復といった効果にとどまらず、地域や産業そのものの価値に対する効果まで含めて検証する必要があると考える。

そこで本調査では、2017年5月26日にGI保護制度に登録された宮城県産銀ざけブランド「みやぎサーモン」を対象にGI保護制度の影響を需要や価格の変化にとどまらず、宮城県内の銀ざけ養殖業そのものの知名度全体への影響といった効果についても検証する。本調査においては宮城県沿岸北部(図1)の養殖場でみやぎサーモンの品質や販売先および売上を管理しているみやぎ銀ざけ振興協議会への聞き取り調査を主とした。IIからは聞き取り調査で得られた情報を踏まえながら論述する。

以下では、IIでブランド化を目指す以前の宮城県での銀ざけ養殖の概要を整理する。IIIではブランド化を目指すきっかけとブランド化までの経緯を整理し、GI保護制度の効果を示す。最後にIVで得られた知見を整理し、本調査の締めとする。

## II 銀ざけ養殖の歴史

銀ざけ養殖は1960年代に宮城県で始まり、その後岩手県や鳥取県など日本各地で実施されたが、継続的な産業

として成功したのは宮城県のみとされる(黒川 2017)。2019年の海面漁業生産統計調査によると全国のギンザケ(養殖)の収穫量は15,938 tで、うち14,179 t(89%)は宮城県で収穫されている。これには宮城県沿岸部の環境が養殖に適しているという背景がある。具体的には、海水温が海面搬入の時期である10月下旬から水揚げ終了時期の7月まで18℃を超えないこと、銀ざけ養殖以外の漁業も盛んで水揚げ後の水産加工業者およびパイヤーのネットワークがすでに構築されていたこと、世界三大漁場の一つ金華山沖によってプランクトンが豊富で魚が育ちやすいといった点が挙げられる。また、宮城県産銀ざけは2017年のGI登録以前より養殖産業そのものとしても高い評価を得ており、2015年の宮城県内の大会では推進優良活動表彰のブランド化部門で大賞を受賞している。

宮城県の銀ざけ養殖に見られる特徴としては上記の地域性のほかに商品性が挙げられる。元来サケ属の魚の身は白く、飼料を与えることによって薄いオレンジ色に変わる。その飼料には栄養剤や魚粉という魚を乾燥して砕き粉状にしたものが含まれており、鈴木ほか(2017)の研究では飼料の成分が銀ざけの筋肉の特徴、つまりは商

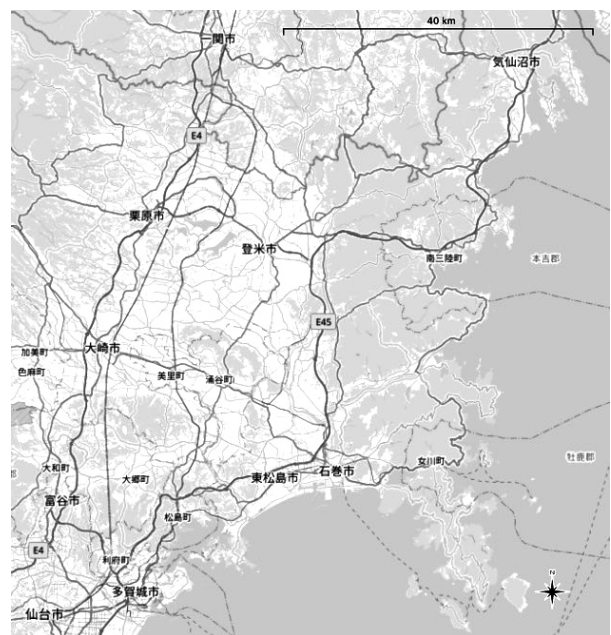


図1 宮城県沿岸北部

(QGISを用いてOpenStreetMapをベースに筆者作成)

品性に大きく影響することが明らかになっている。また一般的には小麦粉が使用される場所、宮城県では県産の米を代わりに混ぜたものが使用されている。1995年頃、イワシのミンチなどの生餌による環境への悪影響（武川ほか 1984）が指摘されて以来、現在のようなEP飼料が使用されるようになった。これにより、環境への負担の軽減のほか、生臭さがなくなった点も成果として指摘されている。さらに、銀ざけの水揚げ時期が3月から7月に行われ、他の鮭の水揚げと時期が重ならないことや天然漁とは異なり収穫量がある程度予測可能であることも加工業者やバイヤーからの需要が途絶えない理由である。

しかしながら、消費者の認知度は相応に高いとはいえず、2014年に宮城県内の10代から60代の消費者100名（男39名、女61名）に対して行われたモニタリング調査では表1から表3のような結果が得られている。銀ざけそのものの認知度（表1）および消費の機会（表2）は他の鮭に劣らないが、宮城県産銀ざけが国内生産量の約9割を占めていることを知っている人は2割程度（表4）であった。また、シロザケは北海道や東北地方に生息している国内産の鮭だが、ベニザケ、アトランティックサーモン、トラウトサーモンはそれぞれロシアとアラスカ、ノルウェー、チリ産である。モニタリング調査の結果からは国内産のベニザケとギンザケが共に海外産よりも認知度が高く、消費の機会も多いことから国内産の人気のうかがえる。しかし、消費者は国内産を条件に選択しているわけではなく、鮮度や価格を重視している（表3）。表2が示す調査結果は、国内産の人気ではなく国内産鮭の品質の良さに起因しているといえよう。

以上から、宮城県における銀ざけ養殖は生物と環境の相性が良く、周辺の加工業などを巻き込んだ経済効果がある、地域に根づいた産業であるといえる。こうした伝統性はGI保護制度導入以前より評価されていた。

表1 「鮭で知っている種類は」

	2014年 (%, n=233)	2019年 (%, n=224)
シロザケ	25	28
ベニザケ	21	25
ギンザケ	24	27
キングサーモン	6	3
トラウトサーモン	9	5
アトランティックサーモン	12	8
マス	3	3
その他	0	0
いずれも知らない	0	0
合計	100	100

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)

### III みやぎサーモン確立までの経緯とその後の変化

#### 1. ブランド化を目指したきっかけ

前述したように、宮城県産の養殖銀ざけは一定の需要はあるものの県内での養殖に関する認知度には課題があった。一方で1998年頃からベニザケ、アトランティックサーモン、トラウトサーモンらの海外産サケとの競争が激化し、図2にあるように収穫量と価格が伸び悩んでいた。2014年のモニタリング調査結果でもあった通り、宮城県で銀ざけ養殖が盛んであることへの認知度は低く、宮城県漁業協同組合（以下、漁業協同組合）の銀鮭養殖部門は危機感を覚えたという。そのような中、2011年に東日本大震災が発生した。宮城県沿岸部の水産業関連施設

表2 「よく食べる鮭の種類は」

	2014年 (%, n=142)	2019年 (%, n=165)
シロザケ	31	31
ベニザケ	26	30
ギンザケ	35	26
キングサーモン	0	0
トラウトサーモン	1	2
アトランティックサーモン	6	7
マス	0	2
その他	0	0
いずれも知らない	0	0
鮭の種類はわからない	2	3
合計	100	100

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料から)

表3 「鮭を購入する際の重視ポイントは」

	1番	2番	3番	合計	割合 (%)
鮮度	17	21	15	53	18
価格	41	28	31	100	34
調理のしやすさ	22	32	40	94	32
旬の時期	3	8	2	13	4
鮭の種類	8	1	3	12	4
宮城県産	2	1	3	6	2
国内産	5	3	2	10	3
天然もの	0	0	0	0	0
生のもの	0	0	0	0	0
鮭は購入しない	0	0	0	0	0
わからない	3			3	1
合計	291				100

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)

表4 「宮城県は銀ざけの国内生産量の約9割を占めていることを知っているか」

	2014年 (%, n=100)	2019年 (%, n=100)
知っていた	19	88
知らなかった	81	12
合計	100	100

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)

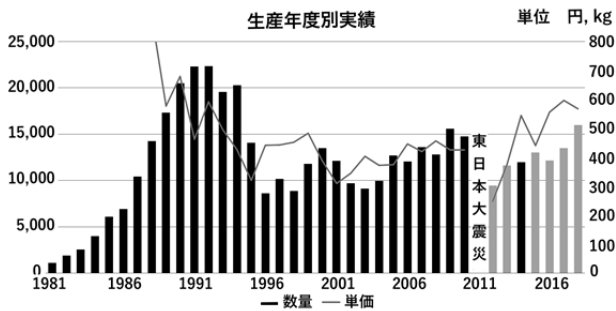


図2 宮城県産銀ざけの生産年度別収穫量と価格変動

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)

表5 みやぎ銀ざけ振興協議会会員(2020年3月1日現在)

正 会 員	宮城県漁業協同組合	特 別 会 員	宮城県水産林政部	
	(有) グルメイト		全国漁業協同組合連合会 東北事業所	
	太協物産(株)		石巻市 産業部水産課	
	(株) ニチモウマリカルチャー 石巻営業所			女川町 産業振興課
	日清丸紅飼料(株)	準 会 員	ぜんぎょれん食品(株)	
	東日本水産営業部		(株) 行場商店	
	日本農産工業(株)		(株) 石巻津田水産	
	水産飼料部東北営業所		(株) 阿部町商店	
	石巻魚市場(株)		(株) スイシン	
	(株) 女川魚市場		(有) 千田商店	
			(株) オカショウ	
			森信冷凍庫(株)	
	フィード・ワン(株)		(有) マルサイ西條水産	
飼料事業本部水産飼料部	(有) ミノリフーズ			
	ワイケイ水産株式会社			

(みやぎ銀ざけ振興協議会HPより作成)

設は大きな被害を受け、水産業関連被害額は周辺の水産加工関係被害を含めると2013年の時点で8,728億円に上るとされた。漁船、養殖施設、関連工場などに及ぶ被害の影響でこの年の収穫はなかった。その需要を満たすように海外産銀ざけが大量に輸入され、翌年養殖を再開したものの宮城県産銀ざけの価格は暴落した。それまで黒字だった経営は赤字に転じ、競合の海外産との差別化を図ることと国内での認知度を上げることが課題となった。そこで2013年に銀ざけ養殖に携わる生産者、水産加工業者、出荷までに携わるその他関係者(表5)が集まり、みやぎ銀ざけ振興協議会(以下、協議会)が結成された。協議会の事務局は、飼料や活け締め、魚病対策研究といったブランド化確立に必要な取組みを推し進めた(黒川ほか2016)。主な取組みはテレビや新聞で取り上げられるような話題性のあるニュースを作ることだったため、2015年に2年間で知名度も話題性もあるGI保護制度に登録することを目標に設定した。

## 2. GI保護制度登録時の評価

農林水産省のGI保護制度みやぎサーモン登録ページを

参照すると、銀ざけ養殖の特性として①養殖適性、②商品性、③市場性、④生産・販売体制の四つが挙げられている。

①養殖適性とはIIで言及した生物と環境の相性のことであり、銀ざけを養殖するにあたって宮城県沿岸部が適した環境であったという側面を指す。

②商品性では向かないとされていた生食を可能にしたことが高く評価されている。これは活け締めの導入の効果である。活け締めとは、電気ショックや炭酸ガスを利用し大人しくさせた後に頭を切り落とし脱血させる方法であり、通常の銀ざけは生きたまま氷水に入れて窒息死させる氷締めであるのに対して魚にストレスがかからず暴れないため高い鮮度で血生臭がない身となる。この活け締めはみやぎサーモンの品質に直接影響する重要な要素であるため、協議会は生産者自ら品質を管理できるよう、活け締めのマニュアルを作成した。

こうした活け締めの方法や飼料の大きさ・重さ・材料の配合割合といった品質に影響する技術の研究は主に三つの方法で行われている。一つ目は国に研究内容を提出し、国からの予算配分を受けた大学(東海大学や東北大学)で行われる方法である。この場合は大学が主体で研究を行うため協議会は期間限定的に月に一度ミーティングを行い進捗を確認しているという。二つ目は漁業協同組合が管理している海域で実験を行う方法である。三つ目は宮城県が保有している水産試験場で行う方法である。この方法が一番多く取られており、年に一度協議会から宮城県へさまざまな研究を依頼しているという。このように、導入されている技術にも地域性が見られ、特に宮城県での研究が多い点は宮城県が産業として銀ざけ養殖を重要視していることがうかがえる。佐野(2019)は生産技術の確立の重要性を指摘しており、成長性の向上、魚病耐性の向上、海水馴致時の生存率向上や高水温耐性の強化など、生産性向上に直接的に帰結する品種改良がこれからも急速に発展する可能性があるとしている。

③市場性とは銀ざけの需要のことであり、海外産との競争が激化して以降、東日本大震災以降は特に需要の低下が心配されたが、出荷の時期が国内産の生出荷の後に海外産が輸入されることに加えて輸入量はあらかじめ予測できるため、需要も低下せず、供給も安定的できていると濱田ほか(2016)は指摘している。また、近年環境問題の点からも問題視されている天然魚の不漁に伴い、代わりに求められるケースや、余っている人手を貸してくれるなどのケースが見られている。筆者が聞き取り調査を行った2021年9月の時点では天然の秋ざけが不漁との予想が出たため協議会に代わりに銀ざけを仕入れたいと



連絡が来ているという話があった。

最後に④生産・販売体制は生産者各自での管理から協議会のもとブランド品質を管理するシステムへと大きく変わっている。養殖事業開始当初は漁業協同組合と企業が提携し事業拡大を行ったが、さらなる品質の向上および品質の統一のため、協議会を設立し活動している。

以上の特性においてそれぞれ地域性と養殖業開始当初からの伝統性が見られることからみやぎサーモンは宮城県沿岸部の共有知的財産としての価値が認められた。

### 3. GI保護制度登録による効果

GI保護制度登録の実際の効果について、登録前後におけるモニタリング調査、みやぎサーモンの生産量と単価・価格変動、協議会の活動内容の変化といった側面から検証する。

#### 1) モニタリング調査の結果

まず、IIで扱った2014年度実施のモニタリング調査と2019年度に宮城県内の10代から60代の消費者100名(男32名, 女68名)に対して行ったモニタリング調査の結果を比較する。銀ざけの知名度(表1)および消費の機会(表2)の結果は2014年と有意的な差はない。一方でみやぎサーモンのブランド化成功後に追加された認知度に関する質問(表6)については、ブランド化からわずか2年の時点で約半数の人がみやぎサーモンを知っていると回答している。これは協議会が特に力を入れている広報、具体的にはバス広告、地下鉄ポスター、Twitterでの発信、生協でのイベントなどの活動の成果といえよう。また、

表6 「みやぎサーモンを知っているか」

	2019年 (%, n=100)
知っていた	43
知らなかった	57
合計	100

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)

宮城県が銀ざけの国内生産量の約9割を占めていることを知っている人の割合(表4)も2014年の約2割に対して約9割と飛躍的に上昇している。たった5年でこれほどの認知度の上昇にはGI保護制度の知名度とみやぎサーモンの宣伝の結果が現れている。

モニタリング調査の結果からは、GI保護制度の認知度向上への明らかな効果が見られる。ただし、この調査が行われた対象は宮城県内の食品スーパーで買い物をしてきた100人(無作為)が対象であるため偏りが生じている可能性があることに留意しなければならない。特に全国的な知名度に関しては課題が残っているであろう。

#### 2) みやぎサーモンの生産量と価格変動

次にブランド化した2017年から2021年までのみやぎサーモンの生産量と単価(表7)および銀ざけの生産年度別単価(図2)から宮城県産銀ざけ全体の市場性を検証する。東日本大震災以降、図2にある通り、生産量は全盛期と見られる1990年代の20,000t前後までではないが10,000~15,000tまで回復している。単価に関しては500~600円と同じ水準まで持ち直している。この単価の

表7 みやぎサーモンの生産量の推移(養殖場別と全体)

#### a. みやぎサーモン

		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
南三陸町	数量(kg)	739,854.0	266,026.2	136,164.9	113,370.0	157,863.5
	金額(円)	490,379,003	152,802,838	89,171,395	58,261,267	92,192,380
	単価(円/kg)	662.8	574.4	654.9	513.9	584.0
石巻市	数量(kg)	371,321.5	293,800.0	304,005.0	290,373	422,492.5
	金額(円)	226,255,916	161,848,310	174,001,303	161,962,564	232,128,990
	単価(円/kg)	609.3	550.9	572.4	557.8	549.4
女川町	数量(kg)	2,443,048.1	1,915,883.0	1,146,247.0	1,275,368.5	1,602,959.7
	金額(円)	1,536,845,814	1,083,707,903	698,606,214	649,132,474	890,880,239
	単価(円/kg)	629.1	565.6	609.5	509.0	555.8
合計	数量(kg)	3,554,223.6	2,475,709.2	1,586,426.9	1,679,111.5	2,183,315.7
	金額(円)	2,253,480,733	1,245,270,332	961,778,912	869,356,305	1,215,201,609
	単価(円/kg)	634.0	585.8	606.3	517.7	556.6

#### b. みやぎサーモン以外(参考)

		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
地区合算	数量(kg)	9,931,776.4	13,506,290.8	12,663,583.1	13,228,888.5	13,622,684.3
	金額(円)	5,787,519,267	7,611,729,668	7,674,221,088	6,222,643,695	7,665,798,391
	単価(円/kg)	582.7	563.6	606.0	470.4	562.7

(みやぎ銀ざけ振興協議会提供の資料より作成)



水準は図2では2018年までしかわからないが、2019年から2021年までの単価は表7で確認できる。それによると、2019年は606円と東日本大震災以来の最高値であった。なお、翌年の2020年は新型コロナウイルスの影響で470円とあまり好調ではなかった。

また図2から生産量は安定して13,000t前後を保っていることがわかる一方で、表7からは全体に占めるみやぎサーモンの割合が15%前後と低いことが指摘できる。海面養殖を行っている生簀は生産者が各自個人所有しているもので、協議会の会員となり事務局を通して出荷している。生産量は毎年増えているというが、生産者の人数に対して管理できる生簀の数は限界がある。銀ざけをみやぎサーモンとして出荷するには通常よりも手間のかかる活け締めを行う必要があるため、その工程の人手不足の影響が現れているといえる。

### 3) 協議会の活動内容の変化

最後にGI保護制度登録前後における協議会の活動内容



写真1 宮城県産の米を使用したEP飼料

(南三陸町の養殖場に現地訪問した際に筆者が撮影。

2021年12月6日)



写真2 南三陸の養殖場の生簀

(南三陸町の養殖場に現地訪問した際に筆者が撮影。

2021年12月6日)

の変化について聞き取り調査の結果から明らかにする。GI保護制度導入以前の活動内容としては、出荷量管理のほかは銀ざけ養殖のプロモーションとして養殖場周辺の市で開催されている祭事に年一度程度参加するのみだったという。しかし、GI保護制度に登録以降、テレビや新聞で取り上げられ、そうしたマスコミ関係者への対応、ブランド化に関する講演会の依頼、新たなパイヤーからの取り扱いに関する問い合わせが殺到するなどして仕事量が急増したという。知名度と話題性があるGI保護制度に登録されメディアへの露出が多くなったことの効果は前述したモニタリング調査の結果に見られる認知度の向上からも明らかである。しかし、需要の急増に対して生産量は追いついていないという。現在のみやぎサーモンは宮城県内への出荷が約8割を占め、首都圏をはじめとする全国からの依頼は九州の一部のパイヤーを除き、断っている。また、海外でも質の高い日本産の銀ざけに対する需要が高まっており、特に新型コロナウイルス感染症が拡大する以前は、日本食ブームに合わせて輸出事業も拡大しようとしていた。宮城県産銀ざけはすでに国内生産量の約9割を占めている状況であるが、ブランド化に伴いみやぎサーモンの需要が急激に高まったことが協議会の活動内容の変化からもうかがえる。

また、本調査では協議会への聞き取り調査の後、南三陸町にある戸倉銀鮭養殖場へ訪問した。現地では実際に使用しているEP飼料(写真1)や銀ざけが飼育されている生簀を見学した(写真2)。生簀は一辺7.5mの直径約20mの八角形で水深10~15mである。生産者の間でも銀ざけの養殖業の認知度の低さは課題となっており、ブランド化に成功したことで認知度が飛躍的に向上したことは喜ばしいことであるという。

## IV おわりに

以上、本調査では宮城県産銀ざけの高級ブランドみやぎサーモンのGI保護制度導入によるブランド性の向上効果について聞き取り調査で得られた情報や資料をもとに検証した。以下では、現在協議会が課題としている事柄について協議会が取り組んでいる解決策とそれに対する評価について言及する。

まず、IIIで明らかになった需要の急増に対する生産量の不足は、最優先で解決すべき課題である。これは東日本大震災で水産業が壊滅的打撃を受け既存の生産者同士のコミュニティが一度破壊されてしまい、水産業の従事者が不足していることも要因の一つであるが、ボトルネックは活け締めが手作業で手間がかかってしまうという点であろう。品質の統一化のため、生産者は週に1~3

回ほどオンラインミーティングを開催し、各生産者の収入に偏りが生じないように水揚げのタイミングや出荷のタイミングを調整している。そこで決まった基準の大きさに成長した銀ざけを一匹一匹見分けてから活け締めを行い、その後タイミングを見計らって出荷されている。こうした時間的負担はブランド化の難点ではあるが、そうした手間をかけることが価値の向上に繋がっている。協議会では少しでも人手不足を解消するために水揚げ時の銀ざけの大きさ選別から電気ショックあるいは炭酸ガスで魚を大人しくさせるまでの工程を機械化することを目指している。この解決策を実施することで大幅な時間短縮が可能になると考えられる。

しかし、銀ざけの選別方法については懸念が残る。ポンプなどを使って吸い込む場合、ポンプの吸込口の大きさより小さい個体が入ってしまう可能性がある。スキャンニングシステムなどの導入には大きなコストがかかる。現実的な方法としてはポンプで基準に満たない小さい個体を別の生簀に移し、残った大きい個体を電気ショックあるいは炭酸ガスで大人しくさせるという方法が考えられる。しかし、成長途中の鮭を引き続き飼育するための生簀が追加が必要となる。いずれの方法も初期費用はかかるが、ランニングコストを考えた場合、導入により得られる効果は大きいと考えられる。

次の課題は、鮭特有の感染症EIBSについてTakano et al. (2016) などの研究の結果ワクチンが開発済みであるにもかかわらず生産されていないことである。銀ざけは他の魚と比べると耐病性はあるが、はまち、カンパチ、ブリなどと共通してピブリオというウイルスやEIBSというウイルス性腎臓病を引き起こすウイルスなどに感染する恐れがある。どちらのウイルスに関してもワクチンは開発済みであるが、後者のワクチンのみ生産されていないという。これは製薬会社が生産費用に対して得られる利益が合わないと判断した結果であり、銀ざけ養殖の産業としての重要性が軽視されている。みやぎサーモンの需要が増え、これからさらに銀ざけ養殖業が盛んになることが予想されるため、それに伴いワクチンもより必要とされるだろう。ワクチンがすでに開発済みであるため、この課題に関してはみやぎサーモンが全国に出荷できるようになり、銀ざけ養殖業の価値も高まることによって

生産開始の判断を引き出すことができるだろう。

謝辞 本調査の実施および取りまとめにあたり、多大なご協力とご支援をいただいた、みやぎ銀ざけ振興協議会の山下様および宮城県漁業協同組合戸倉銀鮭養殖部会のお二方に深くお礼申し上げます。協力していただいた皆様へこころから感謝の気持ちとお礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

## 文献

- 黒川忠英 2017. 国内におけるサーモン海面養殖について. SALMON情報 11: 23-25.
- 黒川忠英・佐々木 系・栗田 潤・菊池 潔・永島 宏・戸川 富喜・濱田英嗣・町口裕二 2016. II-10. ギンザケ養殖における震災被害とその後の取り組み. 日本水産学会誌 82: 153-153.
- 佐野雅昭 2019. 日本におけるサーモン養殖展開の機序, 特徴, 展望. 地域漁業研究 59: 117-128.
- 鈴木英勝・柳瀬英太郎・荒井修武 2017. 異なる餌で養殖されたギンザケ体成分の比較. 石巻専修大学研究紀要 28: 113-116.
- 武川活人・五十嵐輝夫・太田裕達 1984. ギンザケ養殖漁場の水質および底質環境. 宮城県気仙沼水産試験場研究報告 7: 70-79.
- 濱田英嗣・森 邦恵・杉浦勝章・素川博司・藤佐 隆・森 幸弘 2016. 宮城ギンザケ養殖の産地再生課題—新たな産地経営に向けて. 水産振興 50(4): 1-106.
- 藤島廣二 2009. いまなぜ地域ブランド化か? 藤島廣二・中島寛爾編著『実践 農産物地域ブランド化戦略』7-16. 筑波書房.
- 八木浩平・久保田 純・大橋めぐみ・高橋祐一郎・菊島良介・吉田行郷・内藤恵久 2019. 地域ブランド産品に対するブランド保護制度への期待と効果. フードシステム研究 26(2): 74-87.
- Takano, T., Nawata, A., Sakai, T., Matsuyama, T., Ito, T., Kurita, J., Terashima, S., Yasuike, M., Nakamura, Y., Fujiwara, A., Kumagai, A. and Nakayasu, C. 2016. Full-genome sequencing and confirmation of the causative agent of erythrocytic inclusion body syndrome in coho salmon identifies a new type of piscine orthoreovirus. *PLoS ONE* 11: e0165424, DOI: 10.1371/journal.pone.0165424.

# 調布市仙川地区におけるまちの賑わいとその継続

内田 早紀

## I はじめに

日本では経済環境の変化や少子高齢化、人口減少が進む中で衰退しつつあるまちも少なくない。しかし、巡検の調査地を選んだ東京都調布市仙川地区（以下、仙川）は、賑わいを維持しているまちであるといえる。本稿は、その理由を探るべく行った調査の結果を報告するものである。

「まちの賑わい」の継続に関する先行研究として浜岡ほか（2003）がある。この研究は、まちの賑わいという抽象的なものを議論するにあたり、「建造物」「道路構造」「歩行者」「色使い」「自動車」の五つを分析要素として提唱（表1）し、人々に賑わいというイメージを確立させる要因はどこにあるか、賑わうまちが持つ要素として何があるかを、北東北の青森、秋田、盛岡の3都市に在住する大学生に対するアンケート調査の結果に基づき分析した。その結果、上記5要素のうちまちの賑わいに重要なものとして「建造物」「道路構造」「歩行者」が抽出され、その中でも「建造物」と「道路構造」がまちの賑わいにとって特に重要であることが明らかになった。

本稿の調査分析においては、調査地である仙川の地域特性に配慮し、浜岡ほか（2003）が提唱した要素を参考にしつつ、それにアレンジを加えた要素を分析した（表1）。第一に、浜岡ほか（2003）が提示した「建造物」は、歴史的建造物などの意味合いを含んでしまうため、本稿では「建物」として調査した。第二に、浜岡ほか（2003）

の「自動車」に関しては、仙川の居住者・来街者の移動手段として自転車も多用することから、自転車も合わせて調査した。第三に、本稿の独自の視点として文化的背景について調査した。これは筆者が14年間、仙川に立地する学校に通っていたため土地勘があり、仙川地区のもつ文化的背景がまちの賑わいに影響していると考えたからである。後述する音楽・演劇イベントの会場となる「調布市せんがわ劇場」（以下、せんがわ劇場）や仙川に暮らした文化人について調査した。

調査方法は、現地調査（2021年9月5日（日）、13日（月））、文献調査、インタビュー調査である。現地調査では、商業地域を中心に仙川1～3丁目までを午前中から午後にかけて建物の数を計測し、夕方の17～18時には駅前において歩行者調査を行った。インタビュー調査は、せんがわ劇場の職員<sup>1)</sup>、仙川を拠点にコミュニティ誌『せんがわ21』<sup>2)</sup>の編集を行っているせんがわまちニティ情報センターの編集者、仙川の地図を独自に作成して地区の活性化を図っている仙川地図研究所<sup>3)</sup>の研究員を対象に行った。

## II 仙川の概要

東京都調布市仙川は、調布市の東部に位置し、新宿駅から京王線で約20分の距離にある。地区に隣接して国道20号が走るほか、アクセス手段として路線バスが成城や狛江、三鷹方面から仙川駅前もしくはその近辺まで乗り入れている（図1）。

仙川は、武蔵野台地の南西部に位置し、国分寺崖線の湧き水を水源とする仙川が隣接する世田谷区との境に流れる。関東大震災後の区画整理により、六寺が築地から移転し、現在も寺院が多い（図1、表2）。戦後は1955年に武者小路実篤が水の湧く地を求めて仙川に移り住むなど、文化人にも愛される地域であった。

現在の仙川を構成する仙川町1～3丁目の土地利用をみると、1丁目には商業地、文教施設が立地しており、2・3丁目の道路沿いには商業地が形成され、その他の地域には住宅地が広がっている（図1）。仙川駅を最寄りとする学校が多いことも特徴である<sup>4)</sup>。特に音楽や演劇を専門とする大学が立地していることは、仙川のまちの雰囲気にも影響を与えている。仙川の人口・世帯数を見る

表1 まちの賑わいの要素

要素	浜岡ほか（2003）における内容	本稿における内容
建造物	店舗の数、規模の大きさ等	「建物」として扱う。店舗の数、建物の数等
道路構造	車道の幅員、歩道の幅員等	同左
歩行者	歩行者の多さ、歩行速度等	同左
色使い	色の多様性、明るさ等	同左
自動車	交通量、走行速度等	「自動車・自転車」として扱う。駐車場・駐輪場の分布等
文化的背景	—	音楽・演劇イベント、文化人等

（浜岡ほか（2003）を参考に作成）

と、2015年には6,248人、3,712世帯であり、1980年の4,842人、1,933世帯から増加している(図2)。人口の増加は、2000年以降強まっている。

仙川駅周辺の商業機能としては、食料品やドラッグストアなど生活対応型商業が多く集積し、大型店では島忠ホームズが outlets している。価格帯では西友など安価の店舗から、クイーンズ伊勢丹など高級路線の店舗まで幅広い。仙川商店街は、1957年から街路舗装が行われ、1983年には道路のカラー塗装が行われた。仙川商店街組合には現在191店舗が加入しており、スタンプ事業やイベント事業、駐車場事業、環境整備事業、広報事業、商店街のサイト運営が行われている<sup>5)</sup>。また、商店街組合を中心に、夏祭りやイースターイベントなどが定期的に行われている。

なお、以下の分析では1983年より前を過去、それ以降を現在として仙川を比較する。上記のように1983年には仙川商店街の道路がカラー塗装されるなど、商業地として転換期を迎えた年だと考えたからである。

### Ⅲ まちの賑わいの要素からみた仙川の現状

#### 1. 建物・景観・人の移動に関する要素

##### 1) 建物

図3は仙川の建物の数とその利用目的の内訳の変化を表したものである。調査地である仙川の建物数は、1983年が370、2020年は373とほぼ横ばいであることがわかる。

ただし、用途別の内訳をみると、アパートやマンションに類する建物は、1983年の36戸から現在では11戸まで減り、個人宅も84戸から52戸と減少している。一方、住宅以外の用途で用いられている建物の数は250から310へと増加した。

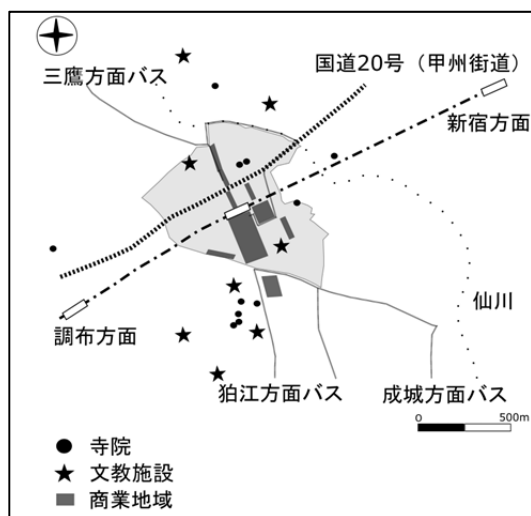


図1 調査地(東京都調布市仙川地区)

(OpenStreetMap, 小田急バス路線図を参考に作成)

表3は店舗として利用されている建物を分類した結果である。これを見ると、過去には少なかった習い事の店舗や美容院、クリニックが特に増加したことがわかる。また、過去には存在しなかった健康・介護関係の店舗数も増加している。一方で、本・文具・手芸、スナック・パブ・バー、ボーリングなどが該当する遊びの分野では店舗数が減少している。

#### 2) 道路構造

仙川では、歩行者専用の空間が1980年代から整備されている。図4は実際の利用状況を示している。これをみ

表2 仙川の歴史

年	出来事
1913	京王線 下仙川駅開業
1928	関東大震災後の区画整理で六寺が移転してくる
1955	武者小路実篤が移り住む
1957	仙川商店街の道路が塗装され、街路灯が設置
1978	仙川商店街協同組合が誕生
1981	仙川商店街のアーチ、街路灯建設工事完了
1983	商店街道路のカラー塗装完成
1985	市立武者小路実篤記念館オープン
1986	夏祭り“the おらほせんがわ祭り”誕生
1987	第一回仙川音楽会開催

(「せんがわ21」14号を参考に筆者作成)

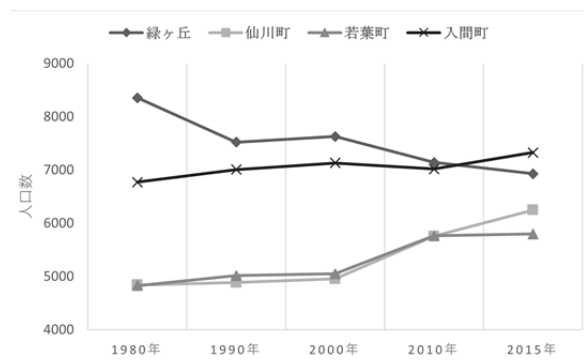


図2 仙川および周辺地区の人口数の推移

(「せんがわ21」14号をもとに筆者作成)

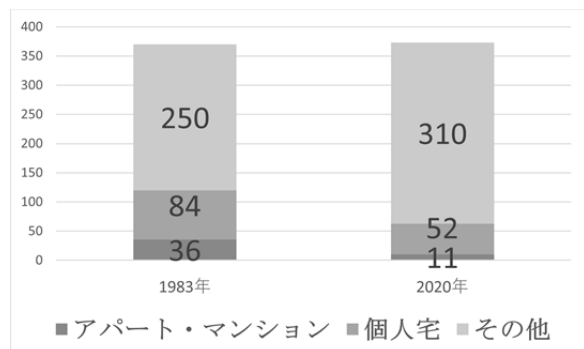


図3 建物数と利用目的

(ゼンリン住宅地図をもとに筆者作成)

ると、仙川駅から商店街を走る通りが歩行者専用道路となっていることがわかる。一方、その周囲には歩道のない道路もあるが、そこでも歩行者が多くみられる。また、道路のグリッドが京王線の線路と並行・直角に分かりやすく延びていること、通りから通りへの移動がしやすいことから仙川駅周辺地区の回遊性は高いと考えられる。

### 3) 歩行者

本調査では仙川の様子や駅周辺地区への来街者の年齢層などを観察することを目的に仙川駅前では歩行者調査を行った。前述の通り実施日時は、2021年9月5日（日）および13日（月）の17～18時である。5日の日曜日は、どの道もつねに人通りがあり、ベンチなども埋まっている様子であった。ベビーカーを押した子ども連れから高齢者まで幅広い世代が訪れていた。平日であった13日は、

表3 仙川の店舗分類

業種	1983年	2021年	増加率 (%)
習い事	1	19	1,800
美容院・理容室・ネイル	7	38	443
クリニック	10	35	250
化粧品・くすり	3	7	133
飲食店	63	8	30
ファッション	18	22	22
その他	84	101	20
健康・介護	0	15	—
テイクアウト	25	21	-16
本・文具・手芸	6	4	-33
スナック・パブ・バー	14	7	-50
遊び	6	3	-50

(1983年は「せんがわ21」14号を参考に、2021年は現地調査に基づき筆者作成)

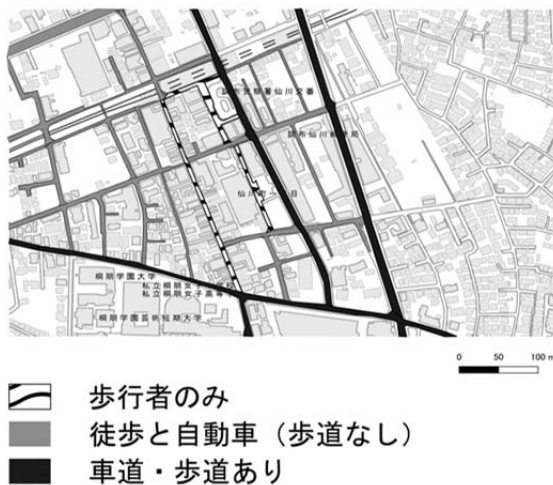


図4 仙川駅周辺地区の道路構造  
(現地調査に基づき地理院地図に筆者加筆)

5日より人通りが減るものの、閑散とはしていなかった。目的を持って移動している人が多く、歩くスピードが日曜よりも速かった。帰り道と買い物のための滞在が主な目的として見受けられた。

また、仙川の歩行者数と関連するであろう仙川駅の1日平均乗降者数<sup>6)</sup>を参考データとして提示する。図5をみると、新型コロナウイルス感染症拡大の影響がみられた2020年度を除き、ゆるやかに増加していることがわかる。また仙川駅には2015年から各駅停車、快速に加えて区間急行も止まるようになった。前述のように仙川には学校が多いことから通学者のうち一定数が仙川駅を利用しており、また仙川では人口増加が続いていることが背景にあると考えられる。

### 4) 色使い

仙川商店街の路面はカラー塗装が行われ、色使いの多様性が保たれている。ほかにも、駐輪場の前では自転車用通路を青色で区別して注意喚起をしたり、街路樹の周囲だけ色を異にしたりといった工夫が路面にみられる(写真1, 2の市松模様の部分)。

### 5) 自動車・自転車

仙川は国道20号に隣接しており、自動車でのアクセスは良い。その場合、図6に示す駐車場を利用することが考えられる。駐車場代は買い物代に応じて割引かれる場合が多く、仙川への来街および購買を促す効果がある。また、自転車で仙川を訪れる人も多くみられる。図6には駐輪場も表示した。駐車場は商店街周囲に、駐輪場は駅周辺に分布していることがわかる。

## 2. 文化的要因

### 1) 文化的な施設

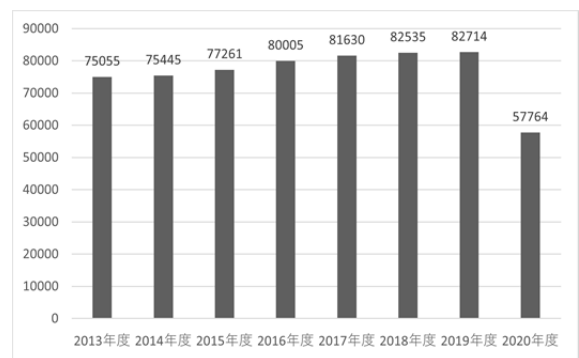


図5 仙川駅の1日平均乗降者数の推移

(Real Pro Holdings, Inc. 「2020年度京王本線、相模原駅各駅の1日平均乗降者数」より作成)

仙川およびその周辺地区には音楽や演劇を専門とする大学があることから、音楽面や芸術面などの文化的関わりが深い。商店街も「ハーモニーロード」と名付けられており、音符や楽器を用いたイメージ展開を行っている。表4に仙川の文化的な店として考えられる主な店舗の名称を掲載した。1983年には、音楽とカフェが一緒になった店や楽器店、手芸店などがみられた。一方、現在では手仕事とアートギャラリーをかねたツォモリリ文庫などの店舗が存在する。

また、仙川にはせんがわ劇場がある。1950年代に地元住民の声をきっかけにまちづくりの計画に組み込まれ設立された。その設置目的は「舞台芸術を通じ、新たな地域文化発信基地。仙川地域の賑わいと活性化への寄与」であった（調布市せんがわ劇場編 2018: 4）。せんがわ劇場には、設立当初から行われている代表的なイベントが二つあり、イベントを通じて劇場は仙川に関わりのある人に親しまれているようである。

第一のイベントは、「サンデー・マティネ・コンサート」と呼称された、日曜午前に開催される約45分間の無料のコンサートである。2021年11月に241回を迎え、クラッシ



写真1 駐輪場前の様子

(筆者撮影2021年9月13日)



写真2 駅前の様子

(筆者撮影2021年9月13日)

ックや民族音楽、ジャズ、現代音楽など幅広いジャンルが演奏されてきた。第二は、「親と子のクリスマス・メルヘン」と呼ばれる毎年12月開催の演劇イベントである。せんがわ劇場の職員によると、イベント内容は「劇場に行くなどの習慣は家庭内で作られると考えているため、大人と子ども、両方が楽しめることを大事にしている」という。

## 2) 文化人の関わり

明治から昭和にかけて、文学、美術、思想、演劇など幅広い分野で業績を残した武者小路実篤は、水のある所に住みたいという子どもの頃からの願い通り、1955年、70歳の時に仙川に移り住み、90歳で亡くなるまで20年間を過ごした<sup>7)</sup>。その自宅は現在、武者小路実篤記念館として公開されている。

また、『砂の女』などで知られる安部公房は、1959年35歳の時に仙川に隣接する若葉町1丁目に自宅を建てた。その後、同じく若葉町にある桐朋学園芸術短期大学で芸術科演劇コースを立ち上げ教授として指導した。2021年には安部公房の原作をもとにした「砂女」が桐朋学園の教授が率いる「うずめ劇場」で再演される<sup>8)</sup> など関わりがある。



● 駐車場  
▲ 駐輪場  
× どちらも

図6 駐車場・駐輪場の分布

(仙川商店街組合のHPの情報をもとに、地理院地図に筆者が加筆)

表4 文化的な店舗の例

1983年	2021年
カワイ楽器	神代書店
画材モッテ	ツォモリリ文庫
ラポール (音楽・コーヒー)	プロイス弦楽器マイスター工房
アートコーヒー	森のテラス
WETOレコード	コトリボイス
なかや手芸店	M&D Studio

(「せんがわ21」14号、インタビュー調査をもとに筆者作成)

#### IV 仙川地区の賑わいを形成する要素に関する考察

仙川の賑わいを形成する要素について考察する。仙川の建物の合計数はほぼ横ばいであるものの、店舗数の増加がみられた。次に道路構造では歩行者空間の保持という特徴があげられる。人口は2010年から2015年にかけて8.5%増加しているのに対し、仙川駅の乗降者数は2014年から2019年にかけて9.6%増加している。年度が違うため単純に結論付けられないが、仙川周辺を利用する人は増加していると考えられる。色使いでは、多様性が保持されている様子がみられた。最後に自動車・自転車だが、駐車場、駐輪場ともに数があり、アクセスが良い。以上の理由から、浜岡ほか（2003）を参考に本稿で提示したまちに賑わいをもたらす要素について、仙川の現状は該当すると考えられる。その中で「道路構造」「建物」の2要因は、以下の理由により、特に仙川の賑わいを創出していると考えられる。

「道路構造」に関しては、仙川の特徴として歩行者空間が保たれていることである。周囲のアクセスの環境もそれを保護するかたちになっており、商店街を歩く人通りの多さを作り出している。また歩行者空間を保つことで、子ども連れやペット連れの人が安心して道を歩くことができる。商店街の一本隣の道にある公園の前には商業施設があり、授乳スペースもあるトイレやベンチなどが常設されている。道路構造で得られた空間を歩行者がさらに利用しやすくする環境も来街者にとっては魅力的だと考えられる。

「建物」に関しては、その数自体に変化はあまりみられないものの、用途別には店舗の増加が目立っていた。その背景について、せんがわまちニティ情報センターの編集者と仙川地図研究所の研究員は、後継者不足と商店街の地価の値上がりが影響していると述べていた。従前は1階部分を店舗とする店舗併用住宅であったものが、2階部分も店舗として賃貸され、そこに資金力のあるチェーン店が出店するケースがみられる。仙川商店街では、人通りの多さが出店理由となり、また店舗数の多さが人を呼ぶという循環がおきていると考えられる。また、過去と比較した際に増加が目立った習い事に関する店舗は、周囲に学校が多く学生からの需要があると考えられる。美容院は、商業地区と住宅地区に小規模な店舗が設置される傾向にあるといい<sup>9)</sup>、仙川でも同様の立地および規模の店舗が増えていた。この二つの店舗は、仙川の地域の特徴と合致しているため出店数が多いと考えられる。そして、仙川にある店舗の中で習い事、美容院、健康・介護などは、定期利用が多い分野である。このような分

野の店舗の出店は仙川に固定客を生むと考えられる。

仙川の文化的要素は賑わいの継続に貢献していると直接的にはいえないが、まちのブランディングや地元住民の意識に影響していると考えられる。商店街で行われてきたイベントをみても、音楽や演劇関連のものが多くみられた。また、せんがわ劇場もコロナ禍以前の稼働率は7～8割であり、親しまれているといえるだろう。学校の多い仙川は、若者がつねに入れ替わり通うまちである。こうした関係人口を引き留めるものとして文化的要因は意味を持っていると考える。

#### V おわりに

本稿のもととなった調査分析の目的は、仙川の賑わいの継続について検討し、その理由を探ることであった。その結果から、仙川は賑わいを継続していると考えられ、その理由として地理的特徴とその環境、定期的に通う店舗の出店が人通りの多さを生み出していると考えられる。また、文化的要素については、学生の入替りの多い仙川において、芸術面でのコミュニティを生み出していることがわかった。

今後の仙川のまちづくりに関する課題としては、商店街のチェーン店化が進んでいることがあげられる。後継者不足と商店街内の地価の値上がりという課題は個々の店の問題にとどまらず、他のまちとの差別化に関わってくる問題である。今後とも、仙川のまちの賑わいの維持、さらなる発展を期待する。

謝辞 今回の調査に際して、仙川商店街組合の皆様、せんがわまちニティ情報センターの青野友太郎様、仙川地図研究所の皆様、調布市せんがわ劇場の皆様、桐朋学園の皆様にご協力いただきました。この場をお借りしまして心よりお礼を申し上げます。

#### 注

- 1) 調布市せんがわ劇場を管理運営する、公益財団法人調布市文化・コミュニティ振興財団の職員。
- 2) 『せんがわ21』は、1978年8月に創刊され、2020年までの42年間における刊行数は25回である。
- 3) 仙川地図研究所とは、2013年9月に発足した、仙川にあるギャラリー&カフェニワコヤを拠点に活動する地図制作グループである。周辺地域住民約20名が所属している。
- 4) 桐朋学園（幼稚園～大学）、調布市立緑ヶ丘小学校、調布市立第八中学校、東京都立神代高校、白百合女子大学などがある。
- 5) 仙川商店街組合提供の資料より。

- 6) 京王電鉄株式会社ホームページ「鉄道事業概要：1日の駅別乗降人員」. <https://www.keio.co.jp/group/traffic/railroading/passengers/index.html> (最終閲覧日：2021年12月21日)
- 7) 調布市ホームページ「武者小路実篤記念館」. <https://www.city.chofu.tokyo.jp/www/contents/1176118850906/index.html> (最終閲覧日：2021年12月21日)
- 8) 調布市経済新聞「調布の劇団「うずめ劇場」, 国際演劇祭に向け稽古に励む 仙川ゆかり安部公房原作作品で」(2021年6月14日付).
- 9) 厚生労働省「平成27年度生活衛生関係営業実態調査報告」によると, 調査対象となった全国284件の美容院の立地条件は,

住宅地区が62.7%, 商業地区が23.2%を占めており, 店舗の延べ床面積は30㎡未満の店舗が最も多い. <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000501315.pdf> (最終閲覧日：2022年2月27日)

## 文献

- 調布市せんがわ劇場編 2018. 『調布市せんがわ劇場開館10周年記念誌』調布市.
- 浜岡 秀・石塚 沙・阿久津 雅・清水 浩. 2003. 地方都市の中心市街地に見られる賑わいと都市構造に関する研究. 秋田大学工学資源学部研究報告 24: 37-43.



# 池袋 IKE・SUNPARKにおける利用行動と来園者特性

久保田 葉月

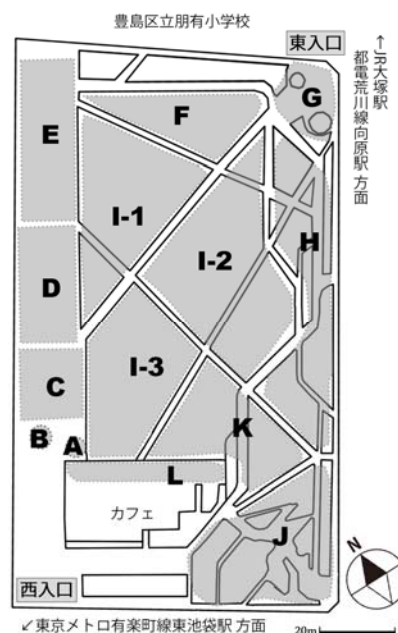
## I はじめに

花岡ほか（1995：13）は、自己の余暇時間配分を日常生活圏と非日常生活圏（観光）での消費に分けると前者が圧倒的に多く、日常生活圏での余暇生活を豊かにすることは日常生活を豊かにすることの重要部分を占めており、しかもこの部分は地域の魅力づけ（魅力ある地域の環境整備）と直結する部分だとしている。日常生活圏における余暇活動の場の中でも、公園は公共空間であり、商業空間よりも多様な属性の人々に開かれた場となっている。本研究は、公園利用者の分析を通して「日常生活圏における余暇活動が行われる場」としての公園の姿を明らかにすることを目的とする。

都市公園における来園者の行動に着目した研究としては、東京都江東区の住民の公園利用行動と地域交流の活発さの関係を論じた大塚ほか（2018）、東京都渋谷区の代々木公園において、来園者の園内における行動形態や移動パターンを明らかにした白井（2003）、大阪市西区の靱公園内における空間の使い分けを調査した芦田ほか（2021）がある。本研究では、公園利用行動を特に余暇

活動の観点からとらえ、今後の都市公園のあり方と都市生活者の日常活動を検討するものである。また、大都市都心部に位置する公園の利用実態に関する研究の蓄積に寄与する上でも意味あるものと考えられる。

本研究では、近年大規模な整備が行われた池袋駅周辺地域の公園の一つである「としまみどりの防災公園（愛称 IKE・SUNPARK）」（以下「イケ・サンパーク」）を調査地として取り上げた（図1）。イケ・サンパークは、造幣局東京支局の跡地に2020年に開園した豊島区の区立公園である（広さ1.7ha、公園種別は近隣公園）。豊島区は近年、イケ・サンパークを含む池袋駅周辺地域の四つの公園を再整備した。これは区の掲げる「国際アート・カルチャー都市構想」実現に向けた取組みの一つとして位置づけられる（豊島区 2016）<sup>1)</sup>。また区が2014年に、日本創生会議によって消滅可能性都市に指定されたことや、区民1人当たりの公園面積が23区中で最も小さいこと（東京都建設局 2020）なども、区内の公園の再整備が積極的に行われた背景にある。イケ・サンパークは、西側に池袋副都心、東側に木造住宅密集地域が隣接していることもあり、防災拠点や賑わい創出をはじめとするさま



観察調査における区画（右図） A：樹木を取り囲むように設置された円形のベンチ。B：バス停とその周辺。C：シェルターパーゴラ（壁なしの屋根）の下にテーブル3台と椅子が設置されている。D：「コト・ポート」と呼ばれる小型の飲食店が4店設置されているエリア、それぞれの店舗がベンチなどを設置されている。E：ベンチが数台設置された広い通路。F：ペットが入れる唯一の芝生エリア、周りを柵で囲まれている。G：東入口の両脇に円形のベンチが設置されている。H：北西側は小さな丘ようになっており、南東側は通路とそれに沿ってベンチが設置されている。I-1～3：芝生のエリアであり、通路にそって大きく3分割した。J：南入口に向かって低くなる階段状になっており、階段部分にベンチが設置されている。K：Lとの隣接部分に遊具が設置されている。L：カフェや管理室が入る建物のテラス部分。

図1 イケ・サンパークの位置および園内の構成

（左図 国土地理院淡色地図から作成。右図 イケ・サンパーク利用規約内公園平面図をもとに筆者作成）

ざまな役割を持つ。また園内には2017年に施行されたPark-PFI制度<sup>2)</sup>によるカフェが設置されている。

以下、Ⅱでは調査方法について説明し、調査項目の判別基準についても記載した。Ⅲでは、観察調査によって得られたデータをもとに、時間帯、区画等から利用行動の記述を行った。Ⅳでは、グループ人数、グループ特性、性別、年齢等の来園者属性と、利用行動との関係について分析を行い、Ⅴで調査ならびに分析をまとめる構成とした。

## Ⅱ 調査方法

調査方法として①観察調査と②アンケート調査を用いた。いずれの調査も、来園者の特徴が平日と休日で異なると考え、それぞれ2日ずつ行った<sup>3)</sup>。また調査時間も利用状況に差異があると予想して、午前（以下「朝」）、正午付近（以下「昼」）、夕方（以下「夕」）の三つの時間帯で調査した。表1は、各調査日と時間帯における、気温と天気を表したものである。気象庁のデータの都合上、天気の記載がある9時、12時、15時を取り上げている。

前者の観察調査は、各調査日において、各時間に筆者が公園内を一周し、利用者を関係があるとみなせるグループごとに適宜分けながら、表2に示した六つの調査項目を用紙に記録した。観察されたグループ数は544であった<sup>4)</sup>。性別および年齢層、グループ特性は筆者の主

表1 各調査日の天気と気温

時間帯 ＼日	11日	12日	13日	14日
9時	25.1度 曇	24.5度 曇	27.3度 薄雲	23.5度 曇
12時	26.0度 雨	25.7度 曇	28.7度 曇	24.8度 曇
15時	27.9度 曇	26.0度 曇	29.7度 薄雲	25.0度 曇

(気象庁「東京都東京」地点データをもとに筆者作成。)

表2 観察調査の概要

調査日	平日	9/13(月), 9/14(火)
	休日	9/11(土), 9/12(日)
調査時間	朝(10:30~), 昼(13:00~), 夕(16:00~)	
調査項目	区画(14区分: 図1参照)	A, B, C, D, E, F, G, H, I-1, I-2, I-3, J, K, L
	グループ人数 (5区分)	1人, 2人, 3人, 4人, 5人以上
	性別(2区分)	男, 女
	年齢層 (7区分)	10才未満, 10代, 20代, 30代, 40代, 50代, 60代以上
	グループ特性 (5区分)	単身, 家族, 友人, 友人家族, その他
	行動特性 (6区分)	遊び, 休憩, 談笑, 食事, 文化 活動, その他

観によって判別した。その基準は以下の通りである。

「年齢層」は7区分とし、10才未満と判別した場合は「性別」を判別しなかった。「グループ特性」は、「グループ人数」が1人の者を「単身」に、複数人で親子や夫婦とみなせるグループは「家族」とし、また「友人」には、20代以下かつ子供のみられない男女2人グループも含めた。「友人家族」は、複数の家族関係と思われるグループが同じ行動を行っているものとした。「行動特性」は六つのカテゴリーに分類し、複数の行動特性項目に当てはまるグループには、その中で行っている人が最も多い項目を適用した。「遊び」には、走るなどのほか、ボールなどの器具を使っているグループを含めた。「休憩」は椅子に座るなどして、スマートフォンを用いている人などのグループも含めた。「談笑」はメンバーで会話が行われているグループである。「食事」は飲み物を飲んでいるだけのグループを含めなかった。「文化活動」には読書やPCによる作業、楽器演奏などを行っていたグループを含めた。そして上記の五つのカテゴリーに当てはまらないものは「その他」とした。

この観察調査の結果を補うものとして行ったのが後者のアンケート調査であり、観察調査からは明らかにならない直前滞り場所や移動手段などを質問した。調査は観察調査と同日の4日間に行い、9時、12時、15時の各時間帯に、東入口と西入口を通過する利用者に対して声をランダムに行き同意を得た来園者から回答を得た。調査は質問用紙による方法と、Googleフォームによる方法の両方で行った。アンケート回答者は78人であり、うち有効回答数75件を得た。

## Ⅲ イケ・サンパークの利用行動

調査によって得られたデータをもとに、利用行動を説

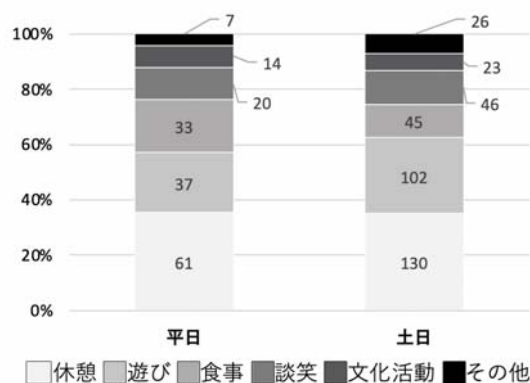


図2 曜日別の行動特性

(観察調査結果から筆者作成。グラフ内数字はグループ数を表す)

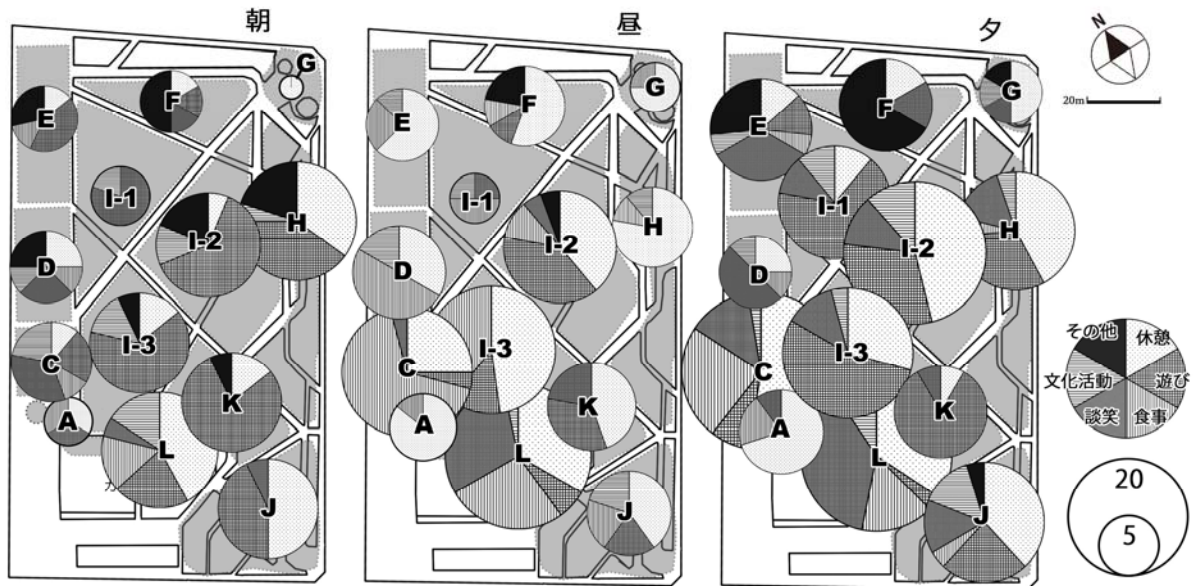


図3 各時間帯における園内区画ごとの行動特性とグループ数

(観察調査結果から筆者作成. 円の大きさはグループ数を表す)

明する. まず「曜日」について、「平日」と「土日」で来園者の行動特性に差は見られなかった(図2). また、「曜日」と行動特性とのクロス表に行ったカイ二乗検定においても有意な結果は得られなかった.

次に、行動特性と「時間帯」「区画」との関係を見る. 観察調査で得られたデータより、時間帯と園内区画、行動特性の関係を園内図上に表現した(図3). 以下、行動特性ごとの特徴を示す.

「休憩」は、図3より、「朝」はベンチのあるLやJ, H中心だったが「昼」から「夕」にかけては芝生部分にも見られるようになる.

「遊び」は「朝」と「夕」の芝生部分に多く見られ、「昼」は芝生の中心部であるI-2以外ではあまり見られない.

「食事」は「昼」には園全体で見られ、特にテーブルのあるC, Lや飲食店のあるDで多い. またこれらの区画は「朝」、「夕」でも「食事」行動が見られる.

「談笑」は、「朝」にはC, 「昼」にはLなど特定区画に偏在するものの、「夕」には全体に見られるようになる.

「文化活動」はグループ数が最も多くなる「夕」の、特にKを除く芝生部分で見られた.

#### IV 来園者の属性と利用行動の関係

##### 1. 来園者の基本属性

観察調査より、来園者の属性は以下の通りである. 観察された来園者数は1,250人であった. 図4は年代と性別ごとに来園者数を表したものであり、30代と10歳未満の来園者が多いことがわかる. また、図5はグループ特性ごとにグループ構成人数を表したものである. 「家族」グ

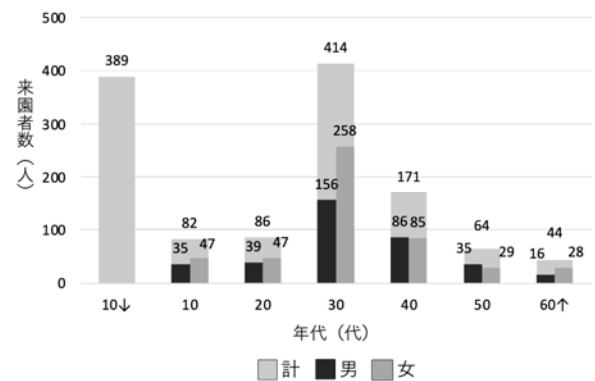


図4 性別・年代別来園者数

(観察調査結果から筆者作成. 「10↓」は10歳未満を、「60↑」は60歳以上を表す)

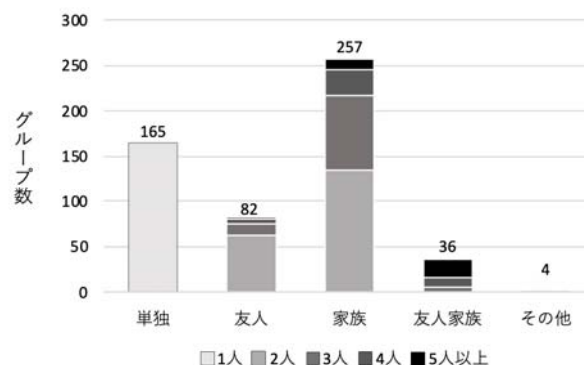


図5 グループ特性別の構成人数

(観察調査結果から筆者作成. グラフ上部数字はグループ数合計を表す)



グループが257グループと最も多く、構成人数は2人が52.5%、3人が31.9%であったことから、2人から3人を中心とするグループ構成であったことがわかる。次いで「単独」が165グループであり、「友人」の82グループは2人の構成が多く75.6%を占めていた。

また、参考としてアンケート調査（n=75）から来園者の来園手段および直前滞在地をみると、来園手段を「徒歩」とした回答者は82.7%であり、直前滞在地は「自宅」が60.0%、それに次いで「ショッピングモールなどの小売店」が14.7%であった。「直前滞在地からの所要時間」は10分未満が57.3%と最も多かった。したがって、来園者の多くは近隣住民である可能性が高く、また隣接商業地からの来園も考えられる。

## 2. 行動特性別にみた来園者属性

行動特性と来園者との関係を以下で分析した。ただし、「その他」に関しては多岐にわたる行動が含まれるため分析から除外した。図6は行動特性ごとのグループ構成人数を、図7は行動特性ごとのグループ特性構成を表す。

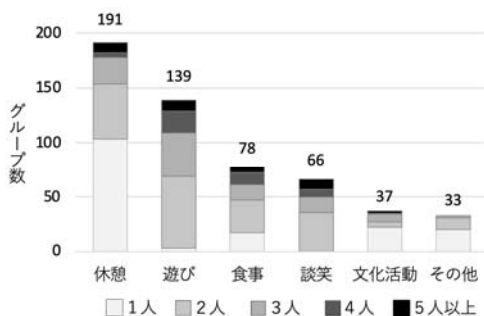


図6 行動特性別のグループ構成人数

(観察調査結果から筆者作成。グラフ上部数字はグループ数の合計を表す)

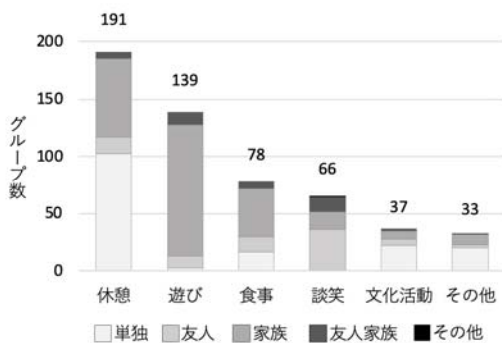


図7 行動特性別のグループ特性

(観察調査結果から筆者作成。グラフ上部数字はグループ数合計を表す)

図6より、「休憩」は1人で行う人が半数を占め、次いで2人で行う人が多い。また図7より、「休憩」を行うグループの特性は「家族」が「単独」に次ぐ。観察調査結果より、1人での「休憩」と2人での場合について性別と年齢層別に表したのが図8である。ここから、1人で「休憩」するグループは30代から40代の男性、2人で「休憩」するグループは30代女性と10歳未満の子供の組み合わせと考えた。

1人(単独)の割合が高い行動は、「休憩」のほかに「文化活動」があり、その値は59.5%であった。「文化活動」では、1人に次いで多かったのが3人の18.9%、2人の13.5%であった。また図7から、「単独」以外では「友人」「家族」のグループがみられる。図9をみると、グループ人数1人の場合と2人以上の場合では、1人での「文化活動」は40代以上に多い一方、2人以上の場合は10歳未満をはじめとする30代以下が多い。また「文化活動」の内容をみると(表3)、1人での活動は読書が最も多く、次いでPC作業が多い。一方複数人では写真撮影が最も多い。したがって、「文化活動」を行う人は、中年層が単独で読書や作業を行う、もしくは「家族」や「友人」グループが撮影をしていると考えた。

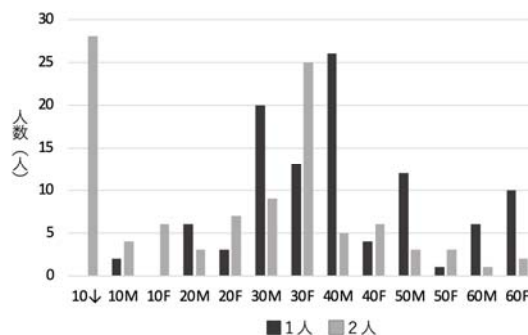


図8 グループ人数別「休憩」行動者の年代と性別

(観察調査結果から筆者作成)

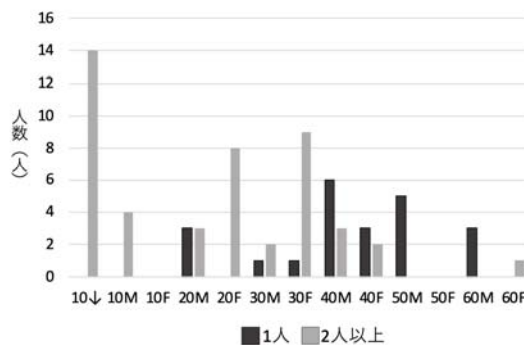


図9 グループ人数別「文化活動」行動者の年代と性別

(観察調査結果から筆者作成)

図6から、「遊び」は2人が47.5%，3人が28.8%を占める。また図10から、10歳未満が最多となっており、次いで30代が多い。さらに図6からグループ特性は「家族」が82.7%と最も多いことがわかる。以上のことから「遊び」は、10歳未満の子と30代を含む、2人から3人の親子グループで主に行われると考えた。

「談笑」も2人グループが54.5%で最も高い割合を占めるが、「遊び」とは異なりグループ特性は「友人」が最も多く、次いで「家族」が多かった(図7)。また図11から、「談笑」は10代、30代、40代女性の「友人」グループで主に行われると考えた。

表3 グループ人数ごとの「文化活動」の内訳

活動内容	グループ人数	
	1人	2人以上
読書	7	1
PC	5	0
資料読み	2	0
写真	1	7
ダンス練習	0	2
その他	7	5

(観察調査結果から筆者作成。単位はグループ)

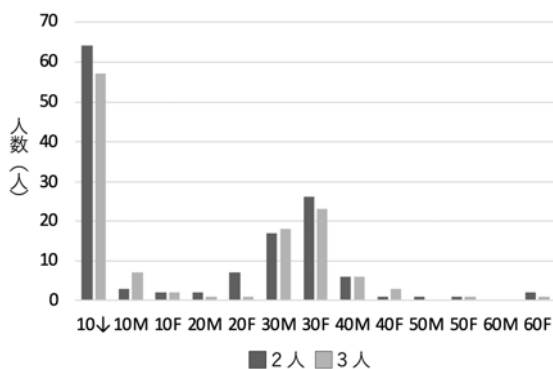


図10 グループ人数別「遊び」行動者の年代と性別

(観察調査結果から筆者作成)

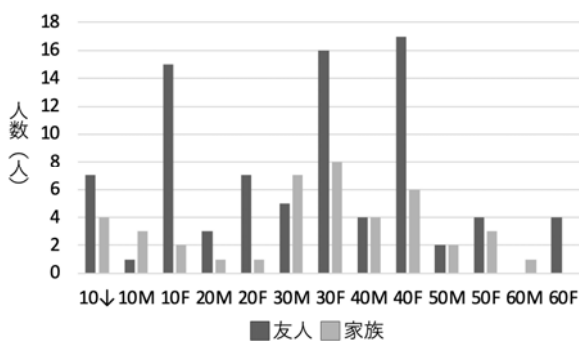


図11 グループ特性別「談笑」行動者の年代と性別

(観察調査結果から筆者作成)

「食事」は図6から、グループ人数には比較的偏りがなく、また図7をみると「家族」が半数を占めることがわかる。したがって「家族」グループに属しかつ「食事」行動をとっている人を表す図12から、「食事」は10歳未満と30代の家族グループが中心であると考えた。

## V おわりに

今回の調査において、明らかとなったイケ・サンパークの利用行動と来園者の属性との関係をまとめると以下の通りである。

「休憩」は、時間帯に沿ってベンチだけでなく芝生部分でも見られるようになり、グループの特性としては、単独の場合40代の男性、2人の場合10歳未満の子と30代女性の「家族」グループが抽出できた。「遊び」は「朝」と「夕」の芝生部分で主に観察され、行動主体として10歳未満の子と30代を含む2人から3人の「家族」グループが多い。「食事」は「遊び」と対照的に「昼」に最も多くなり、園内全域で行動が観察できた。また「昼」以外の時間帯にも、テーブルが設置された区画では「食事」グループが観察できた。行動者は、10歳未満の子と30代を含む2人以上の「家族」グループが多い。「談笑」は「朝」と「昼」には特定区画に偏在するが、「夕」には園内全域で観察できた。行動者は、10代、30代、40代女性の「友人」グループが多い。「文化活動」は、一部を除いた芝生部分にて「夕」の時間帯で観察された。行動者は、単独の場合中年層の読書や作業を行う人、複数人の場合30代以下で構成された「家族」や「友人」で写真撮影を行うグループが多い。

以上のことから、イケ・サンパークは、特に10歳未満の子と30代を含む親子グループにとって、「休憩」、「遊び」、そして「食事」のフィールドを提供する場所となっていることがわかる。また、とりわけ女性で構成される「友人」グループには、「談笑」、つまりコミュニケーション

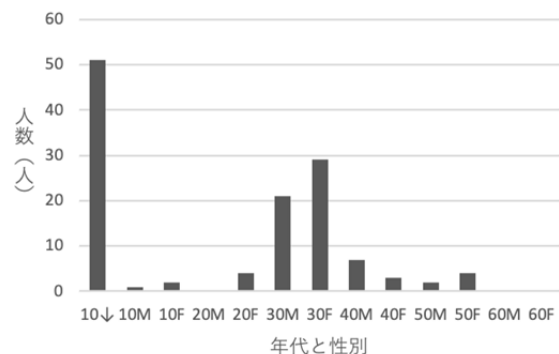


図12 「家族」グループ内「食事」行動者の年代と性別

(観察調査結果から筆者作成)

の場を提供することも可能となっている。加えてこれら「家族」や「友人」グループにとって、写真撮影などの「文化活動」のフィールドとしても機能している。一方で、複数人のグループではなく1人で来園する場合にも、イケ・サンパークは「休憩」や、読書などの「文化活動」の場となることができる。

このようにイケ・サンパークは、多様な人々にとって余暇活動のフィールドとして機能している。まず、10歳未満の子と30代を含む家族グループによる「休憩」、「遊び」、「食事」利用について、これはイケ・サンパークが子育て世帯にとって魅力的な公園となっていることが考えられる。そしてこれは、豊島区が少子化や人口移動などによって将来消滅する可能性のある「消滅可能性都市」に指定され、そこからの脱却を図ろうとする取組みの効果としても位置付けられるだろう。また前掲のアンケート調査の結果から、イケ・サンパークの来園者の多くは近隣住民である可能性が高く、隣接商業地からの来園パターンも考えられる。これは、イケ・サンパークが商業地と住宅地の中間に立地していることが理由と考えられる。そしてイケ・サンパークの内部空間でもその「中間」としての立ち位置は表れており、それは園内で経済的な消費が可能でありながらも、公共空間として私空間の延長、たとえば「庭」としての役割も果たすことができる。このようにイケ・サンパークは、「商」と「公」、そして「私」のいずれも内包する空間となっている。いずれでもあり、一方でいずれか一つのための空間ではないからこそ、その「曖昧さ」から新たにコミュニケーションが生み出されるのではないか。このことから、イケ・サンパークは「友人」グループによる「談笑」の場としての機能を果たすものと考えられる。そして「休憩」や「文化活動」において観察された単独での来園者に対しては、ひとりの時間をより豊かにする場所としての機能を果たしている。

以上の結果から、日常生活圏における余暇や消費行動の一環にイケ・サンパークという公園利用が組み込まれており、またイケ・サンパークは周辺エリア、ひいては豊島区の魅力づけに貢献していると考えられる。今回の調査は開園から1年ほどの時期に行ったが、開園から時間を経るにつれて、イケ・サンパークが地域に与える影響はより顕在化するのではないだろうか。この公園の今

後については、関心をもってみたい。また今回の調査では、都合上検証に及ばなかった部分が多く残った。今後の課題とし、結びにかえたい。

謝辞 本調査の実施にあたりご協力賜りました、豊島区都市整備部公園緑地課様ならびに、としまみどりの防災公園管理事務所所長の村田堯弘様をはじめとする同事務所の方々に、心より感謝申し上げます。

## 注

- 1) 豊島区ホームページ「持続発展都市を目指して」  
<https://www.city.toshima.lg.jp/012/kuse/1502231848.htm>  
1 (最終閲覧日：2021年12月20日)
- 2) Park-PFI制度とは公募設置管理制度のことで、都市公園において公園施設の設置または管理を行う民間事業者を公募により選定し、公園施設による収益を公園整備に還元することを求める制度である。民間資金を活用した公園の利便性向上や、財政負担の軽減を目的とする。
- 3) 現地調査を行った2021年9月11日～14日は、新型コロナウイルスの影響で緊急事態宣言が発令されていた点に留意が必要である。
- 4) 観察調査において、平日に近隣保育園の保育者と園児複数人が見られたが、本研究では除外し取り上げていない。

## 文献

- 芦田 凌・松尾 薫・武田重昭・加我宏之 2021. 都心部の大規模都市公園における滞留者の空間の使い分けに関する研究。日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集 19: 93-96.
- 大塚芳嵩・那須 守・岩崎 寛 2018. 都市公園における利用行動の多様性と地域における交流状況との関係性。日本緑化工学会誌 44(1): 111-116.
- 白井清太郎 2003. 都市公園における利用者の行動一代々木公園を事例として。国土館大学地理学報告 12: 17-30.
- 東京都建設局 2020. 公園調書。
- 豊島区 2016. 『豊島区国際アート・カルチャー都市構想 実現戦略』。
- 花岡利幸・大山 勲・近藤 守 1995. 甲府地域の事例に見る地方県住民の屋外における余暇施設利用・場所の使われ方に関する考察。都市計画論文集 30: 13-18.

# 東京都三宅村における移住・定住の実態 — 移住者5名の事例から —

関 真由子

## I はじめに

大都市圏から地方圏への移住は、長年にわたり注目を集めてきた。近年の地方移住の動向がわかるデータとして、明治大学の小田切徳美の研究室がNHK・毎日新聞と共同で行った全国の移住者調査がある。県を跨いで、かつ移住相談の窓口や支援策を利用して転入した人の数を調査したところ、2014年には1万1735人が該当した。2009年からの5年間で約4倍に増加していた（小田切 2016: 11-12）。小田切は2014年に内閣府が実施した世論調査の分析も行い、若い世代を中心に農山漁村への定住志向が高まっていることを示した（小田切 2016: 13-15）。

このように地方圏への移住が増加する中、国および自治体も移住を促進している。2014年、日本創成会議・人口減少問題検討分科会の「ストップ少子化・地方元気戦略」の提言を受けて地方創生を目指す政策が始まった。政府は人口減少の抑止と地方創生のため、まち・ひと・しごと創生本部を設置し、まち・ひと・しごと創生法を施行、まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定した。同総合戦略では、地方移住推進のための政策を打ち出す方針が示された。さらに、地方自治体には地方版総合戦略と地方人口ビジョンの作成を求めた。人口減少に悩む自治体みずからも移住・定住促進施策を積極的に行っている。

移住・定住の実態や要因を分析した研究は地理学の分野で多くの蓄積がある。たとえば作野は、大都市圏から地方圏への移住のプッシュ要因として、長距離の通勤、高い家賃、人との結びつきの弱さといった大都市圏の住みづらさを指摘している。プル要因としては、地方圏でのまちおこしの成功例が自己実現への可能性を感じさせていることを指摘している（作野 2016: 328）。

一方で、移住したものの地域に馴染めずすぐに転出してしまっているという課題も認識されている<sup>1)</sup>。新潟県粟島浦村への移住者を調査した霜島・大江は、定住までの長期的過程を視野に入れた実証的な研究が必要だと主張している（霜島・大江 2016: 105-106）<sup>2)</sup>。

このように地方圏への移住が増加し、かつ政策によって推奨されている中、人口減少や高齢化の問題を抱える

自治体にとっては、いかに移住者を獲得し定住に結びつけるかが重要となる。それには、移住・定住の成功例というべき、移住を経て定住している人びとの個人の経験から参考となる知見が得られるだろう。移住・定住の成功例を分析し重要な要素を見出すことは、多くの自治体が行う移住・定住促進施策の充実に資すると考える。

移住者の経験を詳細に検討するためには、個人の事例の質的データを用いることが有効である。大隅諸島への移住者を対象に個人のライフヒストリーを聞き取り、移住過程や移住先での人間関係について考察した谷川によると、人口移動研究の関心は2004年当時から、マクロな人口移動から個人のライフイベントとしての移動に移っていたという（谷川 2004: 394）。さらに谷川は、移住者個人に焦点を当てる研究では、質的データの分析が不可欠であるとし、移住にまつわる個人の価値観などは計量的な分析手法では把握できず、質的データによってこそ得ることができると主張した（谷川 2004: 395）。現在では移住者を個人としてとらえ、個人に関する質的データを用いた研究の蓄積は多く、たとえば前掲の作野(2016)も島根県への移住者の個別事例を分析し、豊かな自然環境などの地域資源が移住のプル要因となった例があること、さらに、移住の決断には移住・定住促進施策の充実、地域住民との人的接触が重要であることを示した。特に人的接触の側面は、移住者個人の経験や考えに関する質的データによってこそ詳細に知ることができよう。

そこで本稿では、東京都の島嶼部自治体の中でも移住者受入れを積極的に行っている三宅村を対象地域とし、①移住の意思決定②定住の2点において重要な役割を果たす要素は何かを、移住者5名の経験の個別事例をもとに考察する。考察には、移住者個人の経験に関する質的データとして、聞き取り調査の結果を用いる。質的データの特性を生かし、特に地元の人との接触の側面に焦点を当てたい。

聞き取り調査は、2021年8月31日から9月24日にかけて、三宅村企画財政課の担当者および移住者5名にweb会議システムを用いて行った。移住を決意した経緯や理由、移住後に地域とどのように関わっているかなどについて、個人の価値観も交えつつ比較的自由に話してもらった。

なお、移住者5名は属性のバランスを考えて選定しておらず、調査結果は全ての三宅村への移住者を代表するものではないことを断っておく。

以下、Ⅱでは、対象地域である東京都三宅村の概要を示す。Ⅱの1では三宅村が人口について抱える課題と三宅村が行う移住・定住促進施策を概観し、Ⅱの2では三宅村企画財政課担当者への聞き取り調査の結果から、移住者受入れの取組みの実態を明らかにする。Ⅲでは、移住者5名への聞き取り調査の結果を示す。Ⅲの1では移住の意思決定についての内容、Ⅲの2では移住後の地域との関わりについての内容を示す。Ⅳでは、聞き取り調査の結果から得られた知見を整理する。Ⅴでは、本研究から得られた知見を踏まえて、各自治体が行う移住・定住促進施策の望ましい姿について論じる。

## Ⅱ 調査対象地域の概要

### 1. 人口の課題と移住・定住促進施策

三宅村の村域は、東京都心から南に約180kmの伊豆諸島の火山島である三宅島と、さらに約10km離れた大野原島（無人島）から成る。三宅島と本州とは1日1往復する大型客船と1日3往復する飛行機で結ばれている。産業構造は第三次産業が中心であり、これは豊かな自然環境を生かした観光業が盛んであることによる（東京都三宅村 2012）。2015年国勢調査によると、就業人口の約7割が第三次産業に従事している。2000年8月には雄山<sup>3)</sup>が噴火し、2000年9月1日から2005年2月1日まで全村民

は島外での避難生活を余儀なくされた。全島避難解除後、小・中学校はそれぞれ1校ずつに統廃合された。2020年国勢調査の時点で総人口は2,273人、うち約4割が高齢者である。

2014年のまち・ひと・しごと創生戦略を受けて策定された『三宅村総合戦略』（東京都三宅村 2020）<sup>4)</sup>と『三宅村人口ビジョン』（東京都三宅村 2015）、および、2012年度から10年間の施政方針を示した『第5次三宅村総合計画』（東京都三宅村 2012）では、人口減少と高齢化が村の大きな課題と位置づけられている。三宅村の人口および人口構成の推移を参照すると、2000年からの全島避難で人口が大幅に減少し、その後も人口減少・高齢化の傾向が続いていることがわかる（図1）。さらに、図2に

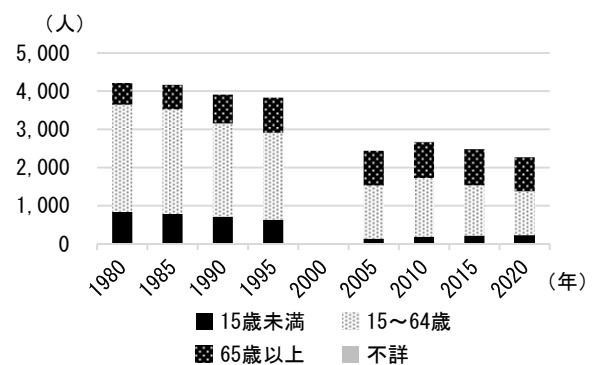


図1 三宅村の人口および人口構成の推移

（国勢調査により筆者作成。雄山の噴火による全島避難のため2000年は常住人口なし）

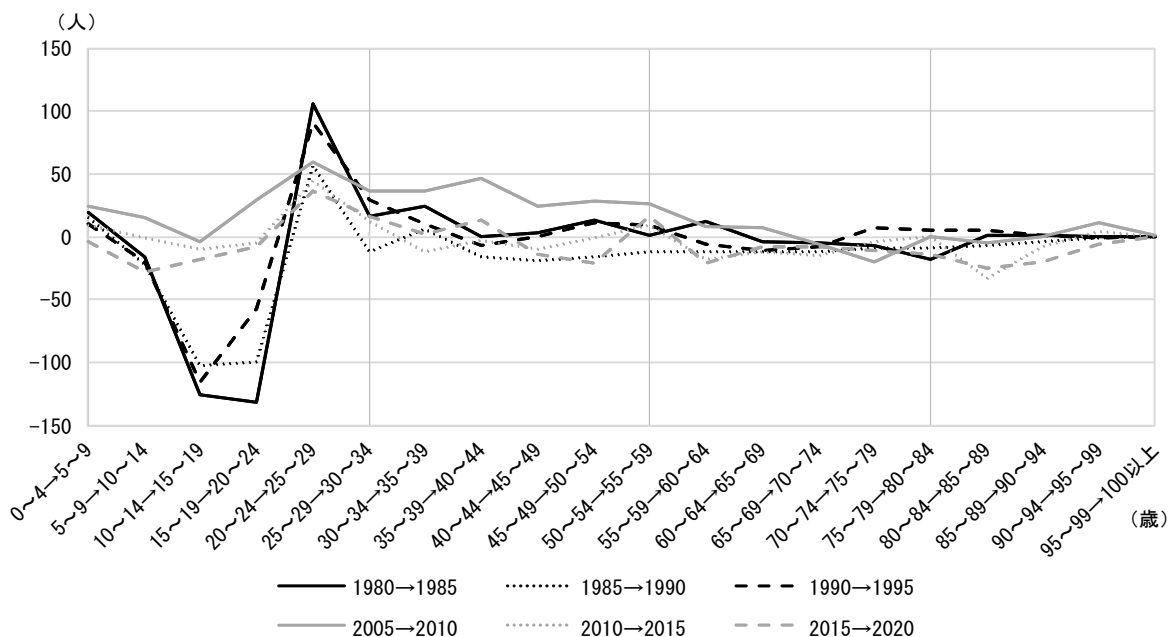


図2 三宅村におけるコーホート別純移動数の推移（推計）

（国勢調査・都道府県別生命表（2020年のみ簡易生命表）により筆者作成。国勢調査の年齢（各歳）別・男女別人口と生命表の死亡率より、年齢（各歳）別・男女別に5年後の生存人口を推計し、5年後の国勢調査の年齢（各歳）別・男女別人口との差を純移動数とみなした）



示したようにコーホート別に純移動数を推計すると、10～24歳に転出傾向があることが読み取れる。これは、島外への進学・就職をする者がいるためであると推察される。

この課題に対し『三宅村総合戦略』(東京都三宅村 2020)では、移住・定住促進施策の方針が示された。三宅村企画財政課が移住希望者に対する一元化された窓口となり、仕事・住宅・暮らしに関する情報を提供すること、村のwebサイトで求人情報をはじめ移住希望者が必要とする情報を公開することが示された。地域おこし協力隊の導入、移住希望者に最大で1週間かけて村に滞在してもらおう三宅村島ぐらし体験事業<sup>5)</sup>の実施も示された。地域おこし協力隊の導入と島ぐらし体験事業は2016年から現在まで継続されている。三宅村企画財政課担当者によると、後者の事業は2020年までに10回開催され、累計54人が参加し、うち17人(家族も含めると19人)が実際に移住したという。実際に移住した人のほとんどは単身者で、30～40代が多いという。

## 2. 移住者受入れの取組みの実態

続いて、三宅村企画財政課担当者への聞き取り調査の結果から、移住者受入れの取組みの実態を示す。

担当者によると、移住者受入れの取組みの中でも特に三宅村島ぐらし体験事業は他の自治体と比べて成功している実感があり、そのプログラムには以下のような特徴があるという。まず、プログラムは最大で1週間にわたって設定しており、これは他の自治体が行う類似の事業と比べても長い。これによって、参加者は島ぐらしの基本をよく知ることができ、移住を決めるのに十分な判断材料を得ることができるという。加えて、多様な職業・年代の村民と交流する機会をプログラムに重点的に組み込んでいる点も特徴であり、村出身者と移住経験者の両方の村民と会う機会を用意している。担当者によると、移住者を多く受け入れたいと考える村民も多く、参加者と積極的に交流しているという。このように1週間のプログラムを通して地元の人との交流を深めることで、お互いのことがよくわかるという。

担当者は、島ぐらし体験事業への参加をきっかけに移

住した人について、プログラムを通じて地元の人とのつながりができたことが移住の決め手となったのではないかと推察している。1週間の滞在で村民との関係ができ、「ぜひ来て欲しい」と言われる経験が、「誰一人知らない町よりも、知り合いがいる三宅島に住みたい」と思わせていると担当者は考えている。さらに、島ぐらし体験事業をきっかけに移住した人が知り合いの輪をさらに広げて村に馴染みやすくなるよう、移住後に飲み会などの機会を用意することもあるという。

以上の三宅村企画財政課担当者への聞き取り調査の結果から、島ぐらし体験事業は移住希望者にとって移住を決めるための判断材料を得るのみならず、移住前に村民との関係を構築する機会になっており、その経験が移住の意思決定を後押ししていることが読み取れる。さらに、島ぐらし体験事業でできた人間関係は、移住後の人間関係の拡大の足掛かりにもなりうるということがわかる。先に述べた通り、島ぐらし体験事業の参加者のうち3割程度が移住を決定しており、成果が得られ始めている。しかし、事業の開始は5年前であるため、定住までを視野に入れた場合、その効果を明確に判断できるのは数年後であると筆者は考える。今後この取組みが効果を発揮しうるかを考察する際、すでに長期間にわたって定住している人の経験を参照することは一つの有効な方法であると考えられる。

## III 移住者5名の経験

続いて、移住者5名への聞き取り調査の結果から、移住の意思決定および移住後の地域との関わりの実態を示す。聞き取り相手の属性は表1に簡単に整理した。

### 1. 移住の意思決定

三宅村に移住するまでにどのような意思決定が行われたかについて、以下、筆者が要約・再構成した聞き取り調査の内容を示す。

Aさんは外郭団体に勤める男性で、8年前に三宅村に移住した。東海地方出身で、出身県でアウトドアに関する仕事をしてきた。結婚・子育てなどその後のライフイベントを想定した際、自然の豊かな場所に住みたいと考

表1 聞き取り相手(移住者)の属性

仮名	性別	年齢	同居家族	職業	定住年数	聞き取り実施日
A	男性	40代	妻・子	外郭団体職員	8年	9月2日
B	男性	20代	なし	嘱託職員	1年	9月13日
C	男性	60代	妻(D)	農業	6年	9月17日
D	女性	60代	夫(C)	農業・文筆業		
E	女性	40代	夫	個人事業主	14年	9月24日

(聞き取り調査により作成。CさんとDさんは夫婦であり、2人同席の状況で聞き取り調査を行った)

えたため、移住を決めた。出身県にも自然はあるが、それでも欲しいものは手に入る不自由のない暮らしであると感じていたため、より昔ながらの自然が残っている環境を求めた。複数の候補地を考えていたが、実家に通えることを重視しようとしていた。ハローワークで現在の仕事を見つけ、三宅村を移住先に決めた。移住当時、村に知り合いは誰もいなかった。

Bさんは公的機関で嘱託職員として働く男性で、2年前に三宅村に移住した。関東地方出身で、出身県で農業に関する仕事をしていて、島と釣りが好きで、釣りをするためによく伊豆諸島に遊びに行っていた。いつでも釣りができる環境への移住に興味はあったものの、ハードルを感じていた。しかし、三宅村に釣りをしに訪れた際、偶然会った地元の人に三宅村には移住者が多いことを聞き、このことが移住を現実的に考え始めるきっかけとなった。その人が多くの移住経験者と知り合いであったため、移住経験者を紹介してもらって電話で話を聞いたこともあった。移住を決意し、仕事を探していたところ現在の仕事を見つけ、魅力を感じたため応募し、移住に至った。

C・Dさん夫婦は6年前、夫・Cさんの退職を機に東京都内の他市区町村から三宅村に移住し、農業を始めた。妻・DさんはCさんと共に農業に携わりつつ文筆の仕事もしている。Cさんはもともと生き物を飼うことや植物を育てることに強い関心を持っていた。生き物に関わる仕事に就くことができなかったため、趣味で家庭菜園を楽しみ、退職したら自由に生き物を飼ったり植物を育てたりできる環境に移住したいと考えていた。退職の5年前から移住先を探し始め、都内の移住相談に通った。夫婦で関東・東北地方の複数の候補地を回ったが、入居できる住宅の条件が悪かった（家賃が高い、自己負担での修繕が必要など）。そのような中Cさんは、退職して三宅村で農業を始めていた友人に誘われ、三宅村を訪れた。「案外良い」と感じたため友人に借りられる住宅があるか尋ねたところ、探して見つけてくれた。家賃が安く、修繕なしで住める家だったため、移住を決意した。文筆の仕事は移住先でも続けられるということもあり、Dさんも承諾した。

Eさんは観光関係の個人事業主の女性である。1999年に1年間三宅村で生活し、雄山の噴火による全島避難の解除後、2007年に完全移住した。1999年、野生の生き物の姿を見たいという思いを持っていたところ、三宅村の観光関係の求人雑誌で見つけて応募し、移住した。休暇を取って関西地方の実家に戻っているときに噴火が発生し、そのまま三宅村に帰れなくなった。三宅村から離

れている期間に三宅村での生活を振り返るうちに、帰りたいという思いが強くなった。野生の生き物のいる海がある環境に戻りたい、生き物に関わる仕事がしたいと考えられるようになった。さらに、三宅村での生活で「人間力を養った」と感じ、育ててくれた三宅村に恩返しをしたいと思うようになった。2006年に三宅村の様子を見に訪れたところ島は変わり果てていたが、帰って来ている地元の人を見て「自分も住めないわけではない」と思い翌年に完全移住した。地元の人との縁もあり、さまざまな職歴を経て現在は観光関係の仕事をしている。

## 2. 移住後の地域との関わり

続いて、移住後の地元の人との関わりや地域に対する意識について、以下、筆者が要約・再構成した聞き取り調査の内容を示す。

Aさんは、仕事に加え地域の青年団の活動を通じて村出身者・移住経験者問わず地元の人との交流を持っている。清掃・祭り、村で協力して行う草刈りなども交流の機会となっている。また、島での生活は都会の生活と違うという印象を持たれることが多いが、意外と変わらず便利な生活ができていると感じている。

Bさんは地元の人との関係を深めることに積極的な考えを持っており、青年団・クラブ活動・アルバイトを通じて地元の人とのコミュニケーションを増やそうとしている。また、釣りをする際には挨拶をすることを心がけており、その結果釣りを通じて交流する仲間ができた。地元の人との関係を深めようと行動する中で、もともと形成されている村の関係に入るには自分からコミュニケーションを取らないと難しいと感じている。

Cさんは、農業の部会を通じて同業の仲間を得て、共に目標に向かって生産を行っている。地域に住み続けるためには、地元の人と同じ仕事をするのが肝心だと考えている。Cさんは今後も三宅村に住み続け、三宅村の産業をより良くしたいとの思いを持っている。C・Dさんは夫婦共に雄山の自然ガイドの免許取得を目指しているほか、Dさんはノルディックウォーキングや歴史の勉強会などの催しにも積極的に参加し、地域と関わる機会を得ている。Dさんは、集落の祭りが地域との結束を最も感じられる場だと思っている。祭りは移住経験者も含めた交流の場となっており、知り合いを増やすきっかけになった。Dさんは「(Dさん自身が)今となっては〇〇(集落)の人になった」と感じている。

Eさんは、噴火前に三宅村で生活していたときは地元の人との関わりをあまり持たなかった。しかし、2007年の完全移住の際には、地域に入っていく移住だという覚

悟を持ち、「骨を埋める覚悟」で移住した。移住してすぐは、地元の人との関わりを多く持てる仕事に就いた。また、自治会の婦人部に入って祭りに参加したことで、地元の人に顔を覚えてもらい、地域の暮らしを知ることができた。移住してすぐは心細さを感じることもあったが、数年間住み続けるうちに、三宅村の自然が好きで村に腰を据えようとしているという心意気を地元の人に理解してもらえるようになった。Eさんはこのような自身の経験から、地元の人と一緒に歩いていくという気持ちを持ち、腰を据えて長期間定住することで初めて地元の人から理解されるものだと考えている。夏のリゾートシーズンのみ三宅村に滞在し、冬の厳しい時期を三宅村で過ごさない人もいるが、それは村を利用するだけで還元しない「いいとこ取り」だとみなされることを感じている。また、地元の方は3～5年で出て行く人を見てきているので、それ以上長く定住しないと受入れられないとも感じている。このように地元の方の目線がつねにある村の人間関係は閉鎖的とも思うが、現在では心地良さを感じている。もっと小さい島であればより閉鎖的な環境であり、もっと大きい島であればよりつながりの希薄な環境だろうと想像すると、三宅村での人との距離感はちょうど良いと感じている。

#### IV 移住の意思決定および定住を成功させた要素

移住者5名への聞き取り調査の結果から、Ⅲの1に示したように移住の意思決定の事例を記述することができた。また、Ⅲの2に示したように地元の人との関係構築のための特徴的な行動を明らかにすることができた。これらを総括し、本稿の5名の事例においてどのような要素が移住の意思決定および定住を成功させたのかを考察する。

まず、移住の決断に重要な役割を果たす要素は何かを考察する。5名の事例から、自然環境の魅力、仕事の確保、住居の確保、移住前の訪問経験が重要な要素として挙げられる。まず自然環境の魅力である。全ての事例において移住の検討の発端は三宅村の自然環境の中での生活・仕事・余暇活動に魅力を感じたことであった。三宅村の自然環境は大きなプル要因となりうる。次に仕事の確保である。Aさんは移住先を検討する際に仕事探しを行っていた。Bさんの場合も仕事が見つかったことで移住が確実なものとなった。仕事の確保が移住の決断に寄与する場合があるとわかる。続いて住居の確保である。C・Dさんの場合、安く修繕なしで住める住宅を確保できたことが移住の決断を後押しした。逆に、条件の良い住宅がなかった市町村への移住には踏み切らなかった。住居の確保も移住の決断に寄与する場合がある。最後に

移住前の訪問経験である。Bさんは、移住前に趣味で訪れた際の経験と縁が移住のきっかけとなった。Cさんの場合も、移住前の訪問が判断材料になったと思われる。移住前の訪問経験が移住の意思決定を後押しする場合がある。

次に、移住後の地域との関わりにおいて定住に重要な役割を果たす要素は何かを考察する。5名の事例からは、積極的に地元の人と関わり、地域の一員になろうとする姿勢が重要な要素として挙げられる。5名とも、地域の活動などに積極的に参加し、地元の人との接点を作っているのが特徴的である。特に定住年数の長いAさん、C・Dさん夫婦、Eさんは、このような心がけをしているからこそ住み続けることができているといえるのではないだろうか。Cさんの「住み続けるためには地元の人と同じ仕事をするのが大切」という考えや、Eさんの「地元の人と一緒に歩いていくという気持ち大切」という考えからも、地域の一員になろうとする姿勢が重要であることが読み取れる。また、Aさんの「世間一般のイメージほど不便な場所だとは思っていない」という話や、Eさんの「三宅村では人との距離感がちょうど良い」という話には、三宅村をステレオタイプ的な地方圏ととらえない姿勢が伺える。これは、みずからは地域の一員で、三宅村は「移住して来た場所」というより「自分の暮らしている場所」だという考えの現れではないだろうか。Cさんの「村の産業をより良くしたい」という話や、Dさんの「今となっては〇〇（集落）の人になった」という言葉からもこのような考えが読み取れる。これらのことから、移住および定住に必要な心構えが見えてくると考える。「不便」な場所を「あえて」選び、「田舎暮らし」を実践するという意識だけで移住し、「自己実現」の達成のみを目指して地域との関わりを軽視すると、長期にわたって定住するのは難しくなるといえるのではないだろうか。

#### V おわりに

本稿では、東京都三宅村への5名の移住者への聞き取り調査の結果から、①移住の意思決定および②定住に重要な役割を果たす要素は何かを考察した。①移住の意思決定には自然環境の魅力、仕事の確保、住居の確保、移住前の訪問経験が重要な役割を果たしたケースがあること、②積極的に地元の人と関わって地域の一員になろうとする姿勢が定住のために重要な要素の一つであることを示した。移住希望者向けに自然環境の良さをアピールすること、仕事・住居を拡充することは、移住者受入れを積極的に行う自治体の多くが取り組んでいる事項である。

移住・定住の促進にはこれらに加え、移住前の訪問経験を提供すること、地元の人と積極的に関わる機会を提供して地域との関わりを大切にできる環境を整えることが必要なのではないだろうか。

このように考えると、「三宅村島ぐらし体験事業」は非常に効果的である。参加者が移住を決意するのに十分な判断材料を得られるように、また、滞在中に地元の人との関係を構築できるように、1週間にわたるプログラムを組み、地元の人との交流の機会を用意している。その経験は移住の意思決定を後押しすることはもちろん、それだけではなく、実際に移住した後、島ぐらし体験事業で構築した人間関係を維持・発展させることで、地域に入っていくための足掛かりとすることができる。今後、島ぐらし体験事業の成果は定住者の獲得というかたちで現れてくるのではないだろうか。

謝辞 調査の実施にあたり、ご協力くださいました東京都三宅村企画財政課の職員様、5名の移住者の皆様に、心よりお礼申し上げます。

## 注

- 1) たとえば、2014年10月12日の日本農業新聞で指摘されている。
- 2) 霜島・大江 (2016) は新潟県粟島浦村への移住者にアンケート調査・聞き取り調査を行い、生活・子育ての環境（自然が豊

か、地域のつながりが強いなど）、経済的安定、来島前の人的ネットワークが定住志向に寄与するとした。

- 3) 雄山は、三宅島中央部に位置する活火山である。
- 4) 『三宅村総合戦略』は、2016年に初版が発行された後、2020年に改訂版が発行された。本稿では改訂版を参照した。
- 5) 島内ツアー、事業所・住宅見学、村民との交流会などがプログラムとして用意されている。参加人数は各回数名ずつ。観光ツアーではなく移住の検討を前提としているため、参加・宿泊費は無料だが自由時間は用意されていない。

## 文献

- 小田切徳美 2016. 田園回帰の概況と論点. 小田切徳美・筒井一伸編『田園回帰の過去・現在・未来－移住者と創る新しい農山村』10-22. 農山漁村文化協会.
- 作野広和 2016. 地方移住の広まりと地域対応－地方圏からみた「田園回帰」の捉え方. 経済地理学年報 62: 324-345.
- 霜島小夜子・大江靖雄 2016. 離島移住者の定住志向とその要因. 農林業問題研究 52: 105-110.
- 谷川典大 2004. 大隅諸島への移住者とコミュニティーショール・ライフヒストリーと「語り」. 人文地理 56: 393-409.
- 東京都三宅村 2012. 『第5次三宅村総合計画』東京都三宅村.
- 東京都三宅村 2015. 『三宅村人口ビジョン』東京都三宅村.
- 東京都三宅村 2020. 『三宅村総合戦略』東京都三宅村.

# 大分トリニータのホームタウン活動の実態調査 —障がい者支援活動に注目して—

辰本 有里佳

## I はじめに

近年、プロスポーツチームと地域社会の関係が注目されている。文部科学省が2013年から開始した「スポーツを通じた地域コミュニティ活性化促進事業（大学・企業のスポーツ資源を活用した地域コミュニティ活性化促進事業）」の要旨では、スポーツは、人と人との交流および地域と地域の交流を促進し、地域の一体感や活力を醸成するものであり、人間関係の希薄化等の問題を抱える地域社会の活性化に大きく寄与するものであることが指摘されている（文部科学省 2013）。また、2017年に文部科学省が策定した「第2期スポーツ基本計画」では、スポーツを通じた地域活性化を目指す施策として、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しむスポーツツーリズムの拡大の必要性を示す（文部科学省 2017）など、スポーツは地域活性化の役割を果たす要素としても注目が高まっている。

こうした動きの背景には1993年に開幕した日本プロサッカーリーグ（通称「Jリーグ」）の存在があると藤川（2018）は指摘する。いち早くホームタウン制度を取り入れたJリーグでは、規約第24条第2項「Jクラブはそれぞれのホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブづくり（社会貢献活動を含む）を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及および振興に努めなければならない」ことが示すように、クラブはそれぞれの本拠地であるホームタウンで地域社会に密着した活動を行う必要がある（公益社団法人日本プロサッカーリーグ 2021）。特に自治体との協力関係を必須としており、地域との連携なくしては成り立たない仕組みとなっている（飯塚 2018）。また、Jリーグは「百年構想」において「地域に根ざしたスポーツクラブ」を核としたスポーツ文化の振興を目的としている。この理念に則り、各クラブは学校訪問、地域イベントへの参加、福祉支援活動といった活動を通して地域密着型のスポーツクラブ運営を目指している。

本稿ではJリーグ（J1）に在籍する<sup>1)</sup>プロサッカーチーム・大分トリニータを取り上げ、ホームタウン活動の実態を明らかにする。大分トリニータは1994年に創部

され、大分市、別府市、佐伯市を中心に大分県全域をホームタウンとする。1999年にJリーグに加盟し、2003年にJ1昇格を果たした。その後J2降格とJ1昇格を繰り返す。2016年にはJ3に降格するも、2019年にJ1に再び昇格した。

大分トリニータは、プロサッカーチームによる地域活性化の便益を評価した大石ほか（2011）やスポーツ観戦者がプロスポーツの本拠地に抱く地域への愛着に着目した二宮（2010）などの研究で事例として取り上げられており、サポーター（ファン）の観戦行動やチームに対する愛着などが明らかにされている。しかし、大分トリニータがホームタウンで行っている地域貢献活動については言及されていない。また二宮（2010）は、大分トリニータのJリーグ加盟が発端になって四つのプロスポーツチームが人口約120万人<sup>2)</sup>の大分県に本拠地を置くことになったと指摘し、プロスポーツチームによる地域活性化の可能性を秘めていると述べる。大分県に多くのプロスポーツチームを生むきっかけとなった大分トリニータと地域社会の関係性の実態を具体的に明らかにすることは、大分県のスポーツ振興・地域活性化の理解に寄与すると考える。

本調査では、大分トリニータの地域貢献活動の中でも特に障がい者支援活動に着目した。大分トリニータの障がい者支援活動の背景を探るため、IIでは大分県全体の障がい者支援・障がい者スポーツの歴史を示す。IIIでは、大分トリニータを運営する株式会社大分フットボールクラブの職員への聞き取り調査をもとに、大分トリニータのホームタウン活動の実態とその変遷について示す。IVでは本調査の結果を踏まえて、プロスポーツチームの地域貢献活動の方向性に言及する。

## II 大分県の障がい者支援・障がい者スポーツ

### 1. 大分国際車いすマラソン

大分国際車いすマラソン<sup>3)</sup>は毎年10月末頃に大分県大分市で開催される車いすマラソンの国際大会である。「国際障害者年」である1981年の11月1日に第1回が開催された。車いすマラソンの歴史は1975年のアメリカ・ボストンマラソンに始まる。世界で初めて車いすランナーが

伝統あるボストンマラソンに参加したことは日本の車いすランナーのチャレンジ精神に火をつけた。これにより県内の車いすランナーが大分県で歴史と伝統を誇る別府大分毎日マラソンへの出場を認めてほしいという要望が上がり始めたが、車椅子選手の参加は困難であるという理由で認められなかった。しかし、「世界初の車いす単独のマラソン大会を」という中村裕博士（後述）の提唱により1981年に第1回大分国際車いすマラソンが開催され、15カ国117名が参加した。これまで数多くの世界新記録が誕生するなど、世界最高レベルの争いが繰り広げられるとともに2,000名を超えるボランティアや企業支援などに支えられていることで国内外から高い評価を受けている。

## 2. 中村裕博士と「太陽の家」

大分国際車いすマラソンの開催を主導した中村博士<sup>4)</sup>は、日本の「障がい者スポーツの父」としても知られている。中村博士は大分県別府市に生まれた。1960年からイギリスに留学し、スポーツをリハビリテーションに取り入れる当時では画期的な手法を導入したルードウィヒ・グッドマン博士のもとで学び、スポーツを通じて社会復帰を果たした患者を見て中村博士は衝撃を受けた。当時の日本ではまだリハビリという概念も一般的ではなく、患者にスポーツをやらせようという提案に対しても反対意見が多かった。しかしスポーツの有効性を十分に把握していた中村博士は、1961年に大分県身体障害者体育協会を設立し、同年10月に障がいのある人による初めての本格的なスポーツ大会である第1回大分県身体障害者体育大会を開いた。1964年の東京オリンピックの後に国際大会を開くことについても先頭に立って関係者に訴え、パラリンピック開催への気運を高めた。そして1964年10月の国際身体障害者スポーツ大会（国際ストックマンデビル競技大会）、すなわち東京パラリンピック開催に至り、博士自身が選手団長を務めた。1965年には日本障がい者スポーツ協会の発足および第1回全国身体障害者体育大会の開催に努め、中村博士の功績は大分県を日本における障がい者スポーツ発祥の地へと押し上げた。

東京パラリンピック後は病院で治療にあたる一方、1965年に「保護より働く機会を」をモットーに障がい者の自立の場として別府市に「太陽の家」を創設した。太陽の家とは障がいのある人が地域社会の一住民として働き、生活する施設であり、オムロン、ソニー、ホンダ等日本を代表する大企業と提携して共同出資会社をつくり、多くの重度の障がいのある人を雇用した。障がいのある人の作業環境の改善や治工具・自助具の導入を進め、障

がいのある人の職能開発を支援している。また、中村博士は、障がいのある人が施設に閉じこもるのではなく一市民として地域と積極的に関わっていくことを目指して、大分県に対して「福祉の街づくり計画」を提唱した。

さらに中村博士は、障がいのある人のスポーツ環境が欧米に比べ著しく劣るアジアを中心とした太平洋地域を対象に、極東・南太平洋身体障害者スポーツ大会（通称フェスピック競技大会、現在のアジアパラ競技大会）開催を推進し、第1回大会は1975年6月に大分県で開かれた。そして1981年には大分国際車いすマラソンの開催に尽力した。

このような中村博士の活動は、大分市ならびに別府市を中心に、大分県における障がい者スポーツの浸透・普及を促進した。特に中村博士の尽力により開催された大分国際車いすマラソンは世界的にも評価される大規模な障がい者スポーツ大会であり、大分県民は毎年高い関心を寄せている。中村博士の活動をはじめとする大分県の障がい者スポーツの歴史が、大分県で障がい者スポーツが盛んである背景を作り出したといえる。

## Ⅲ 大分トリニータのホームタウン活動

### 1. ホームタウン活動の目的とジャンル

Iで述べたJリーグ規約第24条第2項に則り、大分トリニータは社会が抱える問題や改善点に対してさまざまな活動を通して問題提起や改善方法を提案する「ソーシャルアクション」として地域貢献活動を行っている。サッカーを通じた感動体験、多くの人が集まるスタジアムという空間、クラブの持つ発信力等を使い、地域の課題にアプローチし改善を目指している。

Jリーグが毎年発表している各クラブのホームタウン活動調査では、1年間に実施されたさまざまなホームタウン活動をジャンル別に集計している。2020年は活動目的という基準でホームタウン活動が分類され、集計された。2020年調査における活動ジャンルと主な活動内容は表1の通りである。

2012年から2020年までの大分トリニータのホームタウン活動を表1の活動ジャンルに基づいて分類し、集計したものが表2である。これによると、2016年のサッカー普及活動が特筆して多いことがわかる。これは、大分県サッカー協会や行政からの事業受託が増加したことが理由である。その背景には、大分県サッカー協会や行政からサッカー普及活動への講師派遣や小中学校におけるサッカー教室開催が委託されたことがあった。またデータに欠損はあるが、2019年から多様性・多文化理解の活動が増加していることがわかる。これは2018年から開始さ

表1 ホームタウン活動のジャンル別活動内容

Jリーグが定めた活動ジャンル	主な活動内容
サッカー普及	サッカー教室・イベント
地域スポーツ振興	スポーツ教室・イベント
行政への協力	自治体の活動，地元イベントへの参加
ファンづくり・エンゲージメント醸成	サイン会・トークショー，ファンサービス，集客活動
多様性・多文化理解	人権・ダイバーシティ活動，福祉活動
まちづくり	地元イベントへの参加
介護予防・健康促進	健康関連イベントへの参加，医療関連活動
環境保護	環境活動
教育	学校訪問，食育活動
震災復興・防災	復興支援，災害義援金募金
その他	支援団体・ボランティア関連活動，スポンサーイベント，講演

(聞き取り調査に基づき筆者作成)

れたユニバーサルスポーツ体験会（後述）が多様性・多文化理解のジャンルに分類されていることが大きい。

ユニバーサルスポーツ体験会の開始は，大分トリニータのホームタウン活動の軸を障がい者支援活動を中心とした地域貢献活動に変更するきっかけとなった。その背景として，2018年から開始された「シャレン！」（Jリーグ社会連携）というJリーグの取組みがある。「シャレン！」はクラブが地域と密接な関わりを持ち，クラブと地域の住民，企業，自治体，学校等が協働して社会課題

を解決していくことを目的としている。「シャレン！」の社会貢献活動は3者以上の団体で取り組むことを前提としており，地域社会の持続可能性の確保や地域とクラブの関係性の構築を図っている<sup>5)</sup>。

## 2. 障がい者支援活動

大分トリニータのホームタウン活動のうち，筆者が障がい者支援活動に該当すると判断した活動を集計したものが図1である。支援学校訪問，障がい者・障がい児の集いへの参加，障がいのある人々への観戦チケット提供，ユニバーサルスポーツ体験会等の活動が障がい者支援活動に該当する。こちらもデータに欠損はあるが，2019年から大幅に活動回数が増加していることが見てとれる。

繰り返しの指摘となるがユニバーサルスポーツ体験会の開始が大きな要因として考えられる。さらに障がい者就労体験，福祉施設の障がい者・児の集いの参加など，障がい者支援関連の活動が増加した。

ここで障がい者支援活動の具体例を紹介する。大分トリニータの障がい者支援活動において最も実施回数が多いのが，ホームゲーム時に開催する「ユニバーサルスポーツ体験会」である（写真1）。「障がいのあるなしに関わらず，一緒にスポーツを楽しめる社会づくりのきっかけになる」というテーマで2018年から開始されたユニバーサルスポーツ体験会は，障がいがあるアスリートの技術やパフォーマンスを見て応援するだけでなく，実際に競技を体験することでより一層の相互理解を深め，インク

表2 大分トリニータのジャンル別ホームタウン活動実施回数（回）

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
サッカー普及	23	9	19	5	215	—	—	84	157
地域スポーツ振興	4	1	4	0	7	—	—	0	20
行政への協力	0	2	7	4	15	—	—	0	9
ファンづくり・エンゲージメント醸成	70	34	32	18	0	—	—	0	0
多様性・多文化理解	2	6	2	0	6	—	—	18	17
まちづくり	0	0	0	0	7	—	—	30	0
介護予防・健康促進	6	3	1	0	4	—	—	6	1
環境保護	1	2	1	2	4	—	—	3	0
教育	36	29	26	15	8	—	—	20	9
震災復興・防災	0	0	0	0	14	—	—	1	0
その他	73	50	44	46	69	—	—	5	1
計	215	136	136	90	349	—	—	167	214

注：2017年および2018年は活動データが得られなかったため，欠損値として示した。2019年および2020年は株式会社大分フットボールクラブが活動をジャンル別に分類したものであるが，2016年以前のデータは表1で示した2020年のジャンルで分類されていなかったため，筆者が独自に分類した。活動を分類する者の解釈の違いによって分類するジャンルが異なる可能性があるため，正確性に欠ける点があることに留意が必要である。

(聞き取り調査に基づき筆者作成)

ルーシブな社会をつくっていくというねらいがある。2020年には新型コロナウイルス感染防止対策で人数制限が行なわれたものの計14回ホームゲーム時に開催され、参加者は前年度の2倍以上であった。株式会社大分フットボールクラブ職員への聞き取り調査で、ユニバーサルスポーツ体験会は地域住民から高い評価を得ており、親子での参加者から「子どもにとって良い勉強にもなった」という意見があったことがわかった。

ユニバーサルスポーツ体験会のように一般の参加者が直接障がい者スポーツを体験する活動だけでなく、大分トリニータと福祉事業所が協同して製品を作り上げるかたちの支援活動も行っている。

大分トリニータは2021年に合同会社SPECIAL SUPPORT

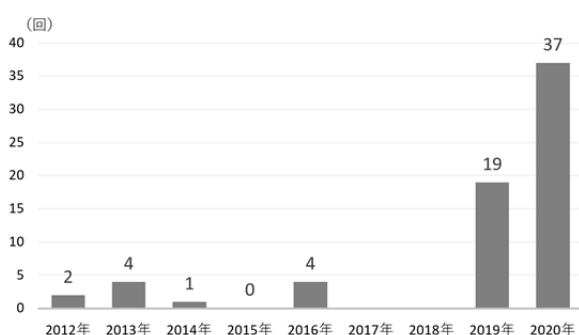


図1 障がい者支援活動回数

注：2017年および2018年は活動データが得られなかったため、欠損値として示した。

(聞き取り調査に基づき筆者作成)

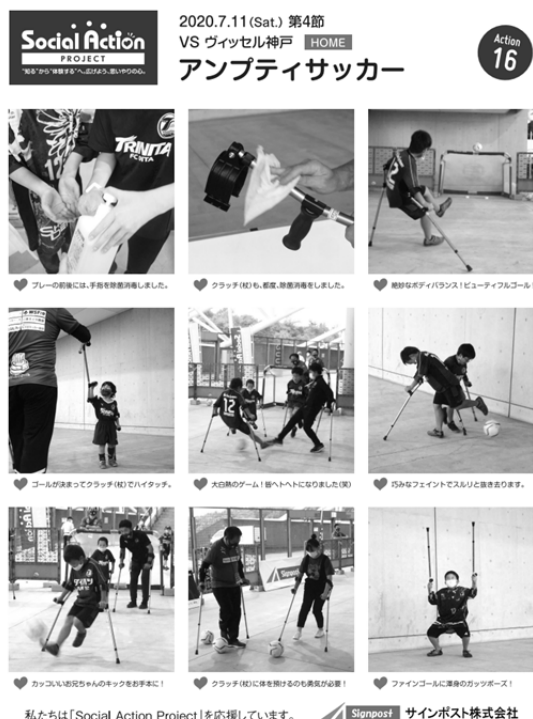


写真1 ユニバーサルスポーツ体験会の様子

(株式会社大分フットボールクラブ提供)

と福祉事業所の3団体で「大分トリニータプレミアムコーヒー」を制作した。福祉事業所で働く障がいのある人々によりコーヒー豆の焙煎、袋詰、発送などの作業が行われることで、大分トリニータと福祉事業所が相互に支え合うことを目指している<sup>6)</sup>。このコーヒーは大分トリニータのホームゲーム時のスタジアムやオンラインショップで販売されている。

この事例は前掲の「シャレン！」の活動の一つであり、より地域社会に密着した社会貢献活動が「シャレン！」の取組みにより増加していることを示す好例である。

株式会社大分フットボールクラブのU氏は、ユニバーサルスポーツ体験会等の障がい者支援活動を始めることになった理由として、「まずは取りかかりやすいテーマから大分トリニータとして地域に貢献できる活動をしたかった」とことを挙げている。大分トリニータが社会貢献活動として何に取りかかるか検討したときに、大分県には大分国際車いすマラソンや別府市の太陽の家があるように、大分県の人々は障がい者支援・障がい者スポーツに関心があると考え、ユニバーサルスポーツ体験会を開催してみようということになったという。障がい者支援活動を行うと決めて活動を開始したわけではなく、「何か取りかかりやすいテーマから地域に貢献できないか、スポーツを通じて大分トリニータにできることはないか」という考えから障がい者支援・障がい者スポーツ活動を始めるに至った。大分トリニータのユニバーサルスポーツ体験会等の盛況から、大分県の障がい者支援・障がい者スポーツの歴史を踏まえ、社会貢献活動を始めるにあたりハードルの低い活動としてユニバーサルスポーツ体験会などの障がい者支援活動を見出したことが、地域住民から高い評価を受けることに繋がったといえる。

#### IV おわりに

日本においてスポーツと地域社会の関係性が注目されるきっかけとなった出来事は、Jリーグの開幕であった。初めてホームタウン制度を導入したJリーグにより、各クラブはホームタウンで地域に密着した社会貢献活動を行うことが定められた。大分トリニータは大分県の盛んな障がい者支援・障がい者スポーツの歴史・背景が障がい者支援に対する地域住民の関心を高めていると考え、障がい者支援活動は取組みに対するハードルが低く、チームとしても取りかかりやすい活動だと判断した。このように地域の歴史・特色を理解した活動は地元住民に受け入れられやすく、大分トリニータの障がい者支援活動は地域住民から高い評価を得ている。また、学校訪問などの活動は行政による委託も多く、大分トリニータと



行政が相互に支え合いながら地域社会に貢献していることがわかった。以上の調査結果を踏まえると、プロスポーツチームの地域貢献活動を地域社会に密着したものにするには、その地域で何が求められており、何が地域住民に受け入れられやすく、親しみ深い活動であるのかということ、その地域の歴史や背景を踏まえて検討することが重要であるといえる。

謝辞 今回の調査にあたり、お世話になりました株式会社大分フットボールクラブならびに調査にご協力いただきました全ての方に心よりお礼申し上げます。

## 注

- 1) 2021年12月現在。
- 2) 二宮（2010）が執筆された2010年当時の人口である。
- 3) この節の記述内容は主に、第40回記念大分国際車いすマラソン事務局のwebページ「大分国際車いすマラソン メモリアルページ」による。<https://kurumaisu-marathon.com/memorial/>（最終閲覧日：2021年12月22日）
- 4) 社会福祉法人太陽の家のwebページ「故中村博士について」による。<http://www.taiyonoie.or.jp/about/docter>（最終閲覧日：2021年12月22日）
- 5) 公益社団法人日本プロサッカーリーグのwebページ「シャレン！Jリーグ社会連携」による。<https://www.jleague.jp/sharen/>（最終閲覧日：2022年2月10日）
- 6) 株式会社大分フットボールクラブ 大分トリニータ公式サイトによる。<https://www.oita-trinita.co.jp/>（最終閲覧日：

2021年12月22日）

## 文献

- 飯塚重善 2018. プロバスケットボールチームによる地域活性化に向けたホームゲーム観戦者の実態調査. 国際経営論集 56: 93-107.
- 大石 希・浅岡朝泰・高木朗義・北浦康嗣 2011. プロサッカーチームによる地域活性化の便益評価—FC 岐阜・大分トリニータを対象として. 土木学会論文集D3 (土木計画学) 67(5): 197-208.
- 公益社団法人日本プロサッカーリーグ 2021. Jリーグ規約. [https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j\\_corp/assets/pdf/02\\_20210527.pdf](https://about.j.league.jp/corporate/wp-content/themes/j_corp/assets/pdf/02_20210527.pdf) (最終閲覧日：2021年12月22日)
- 二宮浩彰 2010. プロスポーツ・ファンの地域愛着とスポーツ観戦者行動. スポーツ産業学研究 20(1): 97-107.
- 藤川慎也 2018. プロスポーツチームが根差す「地域」とは？—マルチスケールで展開するFC琉球をめぐる多様な主体の思惑と戦略. 理論地理学ノート 20: 1-26.
- 文部科学省 2013. スポーツを通じた地域コミュニティ活性化促進事業（大学・企業のスポーツ資源を活用した地域コミュニティ活性化促進事業）. [https://warp.ndl.go.jp/info:ndl.jp/pid/11402417/www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/25/05/attach/1335041.htm](https://warp.ndl.go.jp/info:ndl.jp/pid/11402417/www.mext.go.jp/b_menu/houdou/25/05/attach/1335041.htm) (最終閲覧日：2021年12月22日)
- 文部科学省 2017. スポーツ基本計画. [https://www.mext.go.jp/sports/content/1383656\\_002.pdf](https://www.mext.go.jp/sports/content/1383656_002.pdf) (最終閲覧日：2021年12月22日)

# キッズニアの地域性

## ーキッズニア東京とキッズニア甲子園のテナント分析を中心にー

辻 千夏

### I はじめに

キッズニアは、1999年にハビエル・ロペス氏がメキシコにおいて開発した屋内型職業・社会体験施設であり、2021年12月14日時点で世界に29施設がある。日本では、KCJ GROUP株式会社<sup>1)</sup>会長の住谷栄之資氏が2006年10月5日に国内初となるキッズニア東京を、2009年3月27日に国内2施設目となるキッズニア甲子園をオープンした。2015年におけるキッズニア東京と甲子園の年間来場者は計約160万人であった。キッズニア日本上陸15周年となった2021年には、累計来場者数が2,000万人を超えた。2022年夏には国内3施設目となるキッズニア福岡が開業予定である。

キッズニアには、こどもに今後の実社会で「生きる力を育てほしい」という思いが込められており、体験の中で「生きる力」を育てるための工夫がたくさん仕掛けられている(住谷 2018)。「初対面の仲間と一緒にアクティビティをやり遂げること、職業・社会体験をテーマにした限りなく本物に近い体験ができること、体験中に親が少し離れたところから見守っている距離感がこどもの自己肯定感と親の満足感を強化し、キッズニアの魅力となっていること」がわかっている(牧野 2016: 14)。

では、そのようなキッズニアの魅力の一つである限りなく本物に近い体験はどのように形成されているのだろうか。世界に29施設あるキッズニアでは、すべてで「標準化されている部分」と進出している国ごとに「現地化されている部分」が存在する(菌部 2017: 146)。また、住谷氏は、「他の都市に展開するときには、地域との連携ということを軸にしなければならないと考えています。地元のスポンサー様にできるだけ参加していただき、地域のこどもたちにあつた『キッズニア』をデザインしていきたい」(住谷 2018)と述べている。

本研究では、日本で「現地化されている部分」として後段で述べる「教育要素の高さ」に注目するとともに、住谷(2018)が述べる「地域との連携」に関連して既設のキッズニア東京と甲子園には地域性がみられるのかについては、テナントを中心とした分析に基づき明らかにし、キッズニアがどのような場になっているのかを考察

する。

### II 日本におけるキッズニアの概要

#### 1. 施設と提供サービス

キッズニアの施設面積は東京・甲子園ともに約6,000㎡で、施設内は現実社会の約3分の2のサイズで作られた街並みとなっており、実在する企業がスポンサーとなったパビリオンが立ち並んでいる<sup>2)</sup>。施設内では3～15歳のこどもが主役となり、職業やサービスを体験することができ、体験後に対価としてキッズニア内で使用できる通貨「キッズ」を受け取り、こどもはキッズを使ってデパートで買い物をしたり、銀行に預けたりすることができる。

#### 2. コンセプト

キッズニアは、「Get Ready for a Better World—より良い世界のために準備する—」が理念となって建国された「こどもが主役の国」であり、楽しみながら社会の仕組みを学ぶことのできる「Edutainment (エデュテインメント)<sup>3)</sup>」がコンセプトである。キッズニアには、こどもが将来の職業を決めるのではなく、こどもが職業の持つ役割や楽しさを体感し、普段意識していなかった職業にも目を向けることを通して、働くことへの意義を考え、「未来を生きる力」を身に付けてもらいたいという思いが込められている。

この「生きる力」とは(表1)、こどもが自分で課題を解決したり、何度も挑戦したり、さまざまなものに立ち向かっていく力のことであり、キッズニアはこのような非認知能力<sup>4)</sup>を育てる場となっている(大門 2021)。こどもは職業体験や消費活動体験を通して、働くことの

表1 キッズニアが育てる「生きる力」

Think (考える力)	Cooperate (協調性)
Creativity (創造力)	Socialize (社会性)
Act (行動力)	Independence (自立心)
Negotiate (交渉力)	Ecology (エコ精神)
Challenge (チャレンジ精神)	Hospitality (ホスピタリティー)
Ambition (向上心)	Respect (尊敬する心)

(KCJ GROUP株式会社(2014: 3)に掲載の表を一部改変)

「楽しさ」や「忙しさ」を学べるだけではなく、社会の仕組みを体験することで「Hospitality（ホスピタリティー）」や「お金の大切さ」についても学ぶことができる。これらを通じてキッズニアでは「Independence（自立心）」や「Hospitality（ホスピタリティー）」などのこどもの生きる力を育むことを目指している。

### 3. 取組み

#### 1) 世界中で標準化されている部分

キッズニアでは「まちづくり」と「スポンサーシップ」が世界中の施設で標準化されている。

「まちづくり」において、キッズニアはメキシコのキッズニアをイメージさせる街並みを採用している（菌部 2017）。図1は日本の東京・甲子園のキッズニアそれぞれの1階フロアマップである。東京・甲子園をはじめどのキッズニアにも通路が入り組み、それが開けた場所に中央広場がある。そして中央広場の周りには人々が集う劇場や街時計がある。

またキッズニアでは、実在する企業からの「スポンサーシップ」が表2の四つの理由から欠かせないという<sup>5)</sup>。スポンサー企業は、施設ごとに「一業種一社占有」



a. キッズニア東京



b. キッズニア甲子園

図1 キッズニア東京・甲子園の1階フロアマップ

（キッズニアHP「シティマップ」より作成。最終閲覧日：2022年2月9日）

となっている。そのため、たとえばキッズニア東京ではニチレイフーズが食品開発センターのスポンサーとなっているため、ニチレイフーズがスポンサーを続ける限り、他の冷凍食品メーカーが出展することはできない。

#### 2) 日本にローカライズされた「教育要素」

キッズニアが初めて海外進出したのは日本であった。KCJ GROUPが設立した当時、海外施設およびその運営に関して厳格な規程が確立していなかったため、日本のキッズニアならではの取組みを展開することが容易であった。日本には、東京ディズニーリゾートやユニバーサルスタジオジャパンなどの有名テーマパークが数多く存在しており、メキシコと同じようにテーマパークとしてキッズニアを位置づけるのではなく、これらのテーマパークとの差別化を図るために、日本のキッズニアでは「こどものキャリア形成に関心を持ち、教育投資に積極的な家庭に」教育要素を強めに押し出し、こどものキャリア形成に関心を持ち、教育投資に積極的な家庭をターゲットにするブルーオーシャン戦略<sup>6)</sup>を採用した（菌部 2017）。その具体例として、「お仕事カード」と「環境問題に関するイベント」がある。これらは、海外のキッズニアにはない日本のキッズニアオリジナルの取組みである。

「お仕事カード」とは職業体験したこどもがキッズとともに受け取ることができる体験認定書である。「お仕事カード」には体験した職名や内容が記されており、日本語でアクティビティを体験した際は日本語のカードを、英語で体験した際は英語のカードをもらうことができる。これらのカードを集めることでこどもは自分が体験した職業の内容を後で振り返ることができる。教育的要素を強調した日本のキッズニアにおいて、「職業について知る・考える」といったキャリア教育につながる取組みとなっている。

「環境問題に関するイベント」は、さまざまな内容で年間を通して行われている。環境問題に対するアプローチとして2007年にキッズニアは「環境の国宣言」を実施し、こども自身が気づき、自ら行動できるようにエコア

表2 スポンサーシップの目的

こどもの体験にリアリティを与えるため。
こどもの好奇心、自立心を掻き立てる現実的な街づくりのため。
体験づくりをするために細部まで配慮されたこどもにとって安全性の高いパビリオン設計のため。
社会変化に合わせてアクティビティ内容をアップデートしていくため。

（キッズニアHP「企業のスポンサーシップとは」より作成。最終閲覧日：2022年2月27日）

クティビティを導入した(表3)。2008年にはキッザニアエコサミットを開催し、スポンサー企業の環境への取り組みのインタビューや自分にできる環境への取り組みについての協議を通して「キッザニア環境白書」を環境省に提出した。

2021年には「SDGs宣言」が行われ、「世界を救う主役は子どもだ」とし、キッザニアSDGsセンター<sup>7)</sup>をオープンするなど、スポンサー企業とのパートナーシップで子どもが気づき・声をあげ・行動するという主体的な行動をサポートするなど、未来を担う子ども達が学び、未来について考えることが教育につながっているといえるだろう。

さらに公用語以外も用いた言語による取り組みも特徴である。すべてのパビリオンで簡単な挨拶や自己紹介を英語で行う「E@K: English@KidZania」や、人とのコミュニケーションを磨くことを目的としてアクティビティの初めから終わりまでをすべて英語で体験できる「E@K Activity」を実施している。毎週水曜日は「English Wednesday!」として半分以上のパビリオンが「E@K Activity」を実施している。

これらのキッザニアの活動は、社会から評価されており、2015年と2020年には「社会性を学ぶひたむきさ、達成感・感動を生む演出が学びモデルとして優れている」などの理由から日本サービス大賞を受けている。

キッザニアの教育的効果は、調査によって実証されている部分もある。

まず、キッザニア来場前後での子どもの成長について、キッザニアに過去3回以上来場した子どもの保護者を対象にKCJ GROUPが行ったアンケート(図2)によると、「新しいことにチャレンジする気持ちを持つようになった」、「将来自分がつきたい職業について考えるようになった」、「親子のコミュニケーションが活発になった」などキッザニア来場前後で多くの変化をみることができた(小口 2014)。また、キッザニアに来場した小学6年生

を対象に松川が行ったアンケートによると、「キッザニアに行って学んだことや自分のためになったことがあったか」という質問に83%の子どもがキッザニア体験の中で何らかの学びがあったと回答している(松川 2018)。

表3 キッザニアの教育に関する取組みとその評価

年	月	出来事
2004	9	KCJ GROUP株式会社 設立
2006	4	子ども企画準備室 設置
2006	10	キッザニア東京 開業
2007	3	「環境の国」宣言
2007	8	Out of KidZania 開始
2008	2	E@Kの導入 開始
2008	6	キッザニアエコサミット 開催
2009	3	キッザニア甲子園 開業
2009	9	アクションラーニングリサーチセンター 設置
2009	10	キッザニアクラブ東京 開始
2010	10	E@K Activity 開始
2011	4	スーパーバイザー新研修制度 開始
2014	5	累計来場者数10,000,000人
2015	6	キッザニア環境セレモニー 開催
2016	6	日本サービス大賞受賞
2018	11	マザーズセレクション大賞受賞
2020	10	日本サービス大賞受賞
2021	12	SDGs宣言
2022	1	Back to KidZania開催

注:「Out of KidZania」は全国各地で行われるイベントで、スポンサー企業の仕事や地域のさまざまな職業を体験できる。「キッザニアクラブ東京」はキッザニアの旧会員制度であり、現在はキッザニアプロフェッショナルとなっている。特別なアクティビティを体験できるなどさまざまな特典がある。「Back to KidZania」は15~30歳が対象で、キッザニアで職業体験を行うことで大人になって感じた気づきやエピソードを子どもに届ける企画である。

(キッザニアHP「プレスリリース」より作成。最終閲覧日: 2022年2月9日)

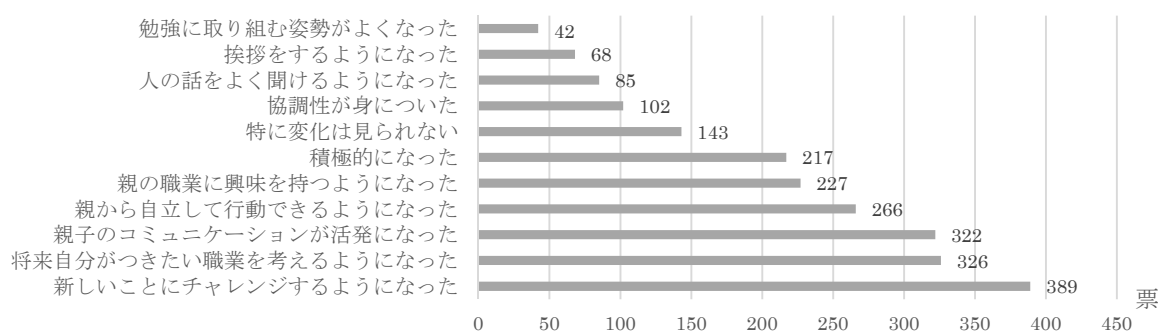


図2 キッザニア来場後の子どもの変化

(KCJ GROUP株式会社 (2014) に掲載の図を一部改変)

そして、キッズニアの利用回数によっても「成長」が変化することも明らかになっている。キッズニアでの経験により育成された非認知能力を選択するアンケートでは、「チャレンジ精神」、「行動力」、「自立心」などの個人に関係する力が多くを占めるが、来場回数が多いほど「コミュニケーション力」、「社会貢献する心」などのように対人・社会に関する力が育成されている（大門 2021）。

キッズニアの体験の中で保護者のサポートやスーパーバイザーからの褒められた体験がこどもの自立心の育成に影響しており、キッズニアでの自立体験が日常生活への自己肯定感や自己効力感などの自信として現れ、それらが創造性などの非認知能力の育成に関わっているとされている（大門 2021）。

### Ⅲ キッズニア東京とキッズニア甲子園の地域性

#### 1. 施設概要

キッズニア東京は、東京都江東区豊洲の「アーバンドックららぽーと豊洲」内に開業し、2021年12月19日時点で78種類の職業やサービスを体験できる。

キッズニア東京が豊洲に開業した理由として、開発途上であった豊洲にキッズニア東京を開業することで「豊洲といえばキッズニアというブランディング効果」が期待されていた<sup>8)</sup>。また、江東区豊洲ではこどもの数が増加傾向にあったのも豊洲に進出した理由といえるだろう（図3）。

キッズニア甲子園は、兵庫県西宮市甲子園のららぽーと甲子園に開業し、2021年12月19日時点で85種類の職業体験が可能である。

キッズニア甲子園がこの地に開業した理由として、西宮市は2009年3月20日に阪神なんば線が開通したことなどもあり大阪や神戸などから利便性がよく、こどもの人口が年々増加していることがある（図4、住谷 2018）。

#### 2. キッズニア東京とキッズニア甲子園の地域性

ここでは、①スポンサー企業の本社の位置と出展施設、②同種のスポンサー企業、③体験できる職業の三つの視点からキッズニア東京と甲子園のパビリオンに地域性があることについて述べる。

##### 1) スポンサーの本社の位置と出展場所にみる地域性

2021年11月までの間に、キッズニアは125社の企業とスポンサー契約を結んでいる。図5は日本進出から15年間の間にキッズニア東京・甲子園のスポンサーとなった企業の本社の所在地を、キッズニア甲子園のみに出展している企業、キッズニア東京のみに出展している企業、

両方のキッズニアに出展している企業別に内訳として示したものである。これをみると、キッズニア甲子園のみに出展している企業34社のうち24社の本社は大阪府や兵庫県などの近畿地方に偏ることがわかる。

#### 2) 同業スポンサーにみる地域性

次に、同業のスポンサーが東京・甲子園それぞれで異なるパビリオンが複数存在するため、それからみる地域性について考える。たとえば鉄道業では、キッズニア東

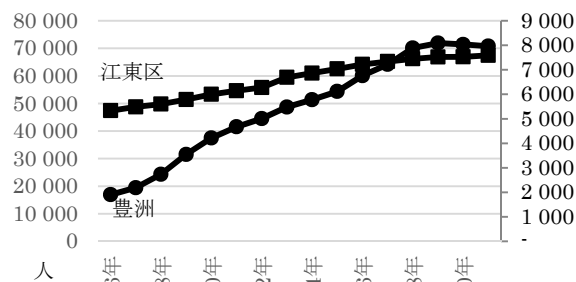


図3 豊洲の年少（0～14歳）人口の推移  
（「江東区人口統計」より筆者作成）

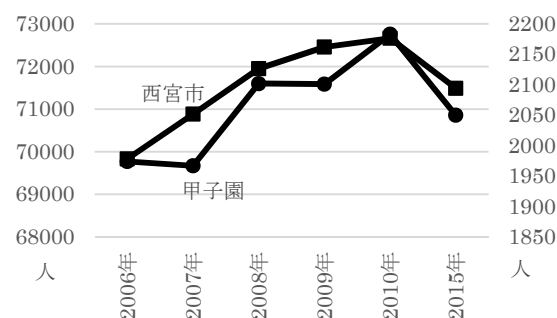


図4 西宮市の年少（0～14歳）人口の推移  
注：甲子園は甲子園1番町から甲子園9番町を指す。  
（「西宮市住民基本台帳人口」より作成）

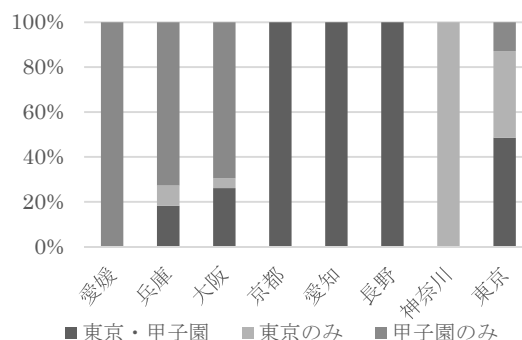


図5 キッズニア東京・甲子園のスポンサー企業の本社の位置  
（各スポンサーHPより作成。2021年11月2日現在）

京では東京メトロ、キッザニア甲子園では阪神電車のように別の企業がスポンサーとなっている。このようなパビリオンを表4にまとめると、キッザニア東京と甲子園それぞれの地域にとって身近な企業がスポンサーとなっていることを確認できる。これらのことから、キッザニアが子ども達の身近にある企業をキッザニア東京・甲子園それぞれで採用するなどの地域性がみられ、子どもがキッザニアで社会を身近に感じられるような工夫がなされていると考える。

### 3) 体験できる職業にみる地域性

表5はキッザニア東京と甲子園それぞれでのみ可能な職業・顧客体験を食べ物系・乗り物系・機械エンジニア

表4 同業スポンサー比較

キッザニア東京	業種	キッザニア甲子園
J-WAVE (東京)	ラジオ局	FM802 (大阪)
東京ガス (東京)	エネルギー会社	関西電力 (大阪)
三越 (東京)	デパート	高島屋 (大阪)
はとバス (東京)	観光バス	神姫バス (兵庫)
東京メトロ (東京)	電車	阪神電車 (大阪)
BSフジ→テレビ東京 (東京)	テレビ局	テレビ大阪 (大阪)
Johnson and Johnson (東京)	病院	日本生命 (大阪)
IHI (東京)	警察署	Glory (兵庫)
IHI (東京)	裁判所	—
AIG (東京)	消防署	—

(キッザニアHP「アクティビティ紹介」、各企業HPより作成。

最終閲覧日：2022年2月9日)

表5 キッザニア東京・甲子園それぞれでのみ体験できる職業・顧客体験の一覧と分類

キッザニア東京	分類	キッザニア甲子園
お菓子工場スタッフ、キッチンスタッフ(2)	食べ物系	パスタシェフ、すし職人、バームクーヘン職人、マヨネーズ工場スタッフ(4)
カーモデラー、軌道作業員、車両整備員、バスガイド(4)	乗り物系	車掌(1)
ガスエンジニア、家電コンシェルジュ(2)	機械・エンジニア系	電力エンジニア、ボイラエンジニア、水道管理技士、サポートスタッフ、ガラス工場スタッフ、印刷技師、パソコン工場スタッフ、ペンキ職人(8)
プリント工房のお客さん、画材屋の客、絵具屋の客、スポーツクラブの会員、シュート測定の体験、エコショップの客、名刺屋の客(7)	体験系	DIYスタジオの客、ペンづくりの体験、ドラッグストアの客、理容店の客、乗馬体験、シューフィット専門店の客、ペットショップの客、ガラス工房の客、エコバックショップの客(9)
グリーンマイスター、バナナ生産者、マルシェスタッフ(3)	自然系	獣医師、きゅう務員、ファーマー、精米工場スタッフ(4)
ウェディングスタッフ、CMタレント、ミュージシャン(3)	エンタメ系	声優、出演者、音響エンジニア、ミキサー(4)
編集者、くつデザイナー、鉛筆工場スタッフ、テレコミュニケーター、商社パーソン、発明家、幼稚園の先生(7)	その他	検察官、介護福祉士、医薬研究者、鑑定士、理容師、ホテルスタッフ、大使館職員、ビザ申請者(8)

注：顧客体験も含む。

(キッザニアHP「アクティビティ紹介」「プレスリリース」より作成。最終閲覧日：2022年2月9日)

系・体験系・自然系・エンタメ系・その他の七つに分類した一覧である。これを見ると、各々の分類で東京と甲子園それぞれに同じくらいの数の職業・顧客体験があることが読み取れる。しかし、その中でもキッザニア甲子園には東京に比べて「機械・エンジニア系」のアクティビティが多く提供されている。これは、キッザニア甲子園が位置する近畿地方は製造業の盛んな地域であることが関係しているとみられる(図6)。一方でキッザニア東京のみで体験できる職業に大きな特徴は表れていない。これは、キッザニア東京の位置する東京が日本の中心地であるためだと考える。

## IV おわりに

日本のキッザニアは他のテーマパークとの差別化を

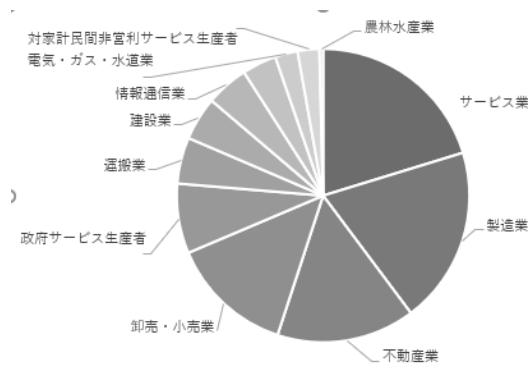


図6 近畿地域内総生産の産業別構成比

(内閣府「県民経済計算」(2014年度)より作成)

図るために「教育要素」が強く感じられる。また、キッザニアでのこどもの成長や教育効果については一定の社会評価があり、他の研究においても実証されている。

このように教育要素が強い日本のキッザニアは東京と甲子園の2施設それぞれの地域に身近な企業をスポンサーとするなど、独自の地域性をみることができた。その地域性があることによって、こどもは限りなく本物に近い体験を行うことができ、Iで述べたように、キッザニアの魅力の一つとなっている。キッザニアがこどもの身近な世界とは異なる夢の街ではなく限りなく現実社会に近い身近な街であることにより、キッザニアでのさまざまな体験がこどもの自立心を掻き立て、生きる力を育むなどの教育要素の高まった日本独自のキッザニアになっている。

## 謝辞

本研究を進めるにあたり、キッザニアの関係者をはじめとする多くの方々にご指導ご鞭撻を賜りました。お礼申し上げ、感謝の意を表します。

## 注

- 1) 2004年より日本国内のキッザニアを企画・運営する会社。東京都中央区に本社をおく。2011年11月に社名を「株式会社キッズシティージャパン」から変更。
- 2) KCJ GROUP 株式会社 HP 「KCJ GROUP とは」による。  
<https://www.kidzania.jp/corporate/about/> (最終閲覧:2022年3月4日)
- 3) Education (学び) +Entertainment (楽しみ) の造語。
- 4) IQや学力では測定できない個人の特性による能力。
- 5) キッザニアHP「企業のスポンサーシップとは」による。  
<https://www.kidzania.jp/corporate/sponsor/> (最終閲覧日:2022年2月9日)
- 6) 新領域に事業を展開する経営戦略論。
- 7) 2021年12月にキッザニア東京・甲子園に誕生したパピリオン。こどもはキッザニア誕生の物語を通じてSDGsの考え方について

学び、「未来を変える!アクションラリー」を基に地球が抱えるさまざまな課題について考え、自分にできるアクションを宣言することができる。

- 8) 当時の豊洲は、東京石川島造船所(現IHI)が閉鎖されたままに未開の地として2006年のまちびらきに向けての開発が始まろうとしていたところだった。

## 文献

- 小口孝司 2014. キッザニア体験はこどもにどのような変化をもたらしたか. KCJ GROUP株式会社『キッザニア白書2014』5-16. KCJ GROUP株式会社. [https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania\\_wp\\_2014.pdf](https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania_wp_2014.pdf) (最終閲覧日:2022年3月11日)
- KCJ GROUP株式会社 2014. 『キッザニア白書2014』 KCJ GROUP株式会社. [https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania\\_wp\\_2014.pdf](https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania_wp_2014.pdf) (最終閲覧日:2022年2月9日)
- 住谷栄之資 2018. 61歳で「キッザニア」を起業した訳 人生100年時代の生き方. 事業構想 66: 46-49.
- 菌部靖史 2017. 教育を通じて企業活動を可視化させる場の提供ー日本におけるキッザニアのブランディング. マーケティングジャーナル 37(1): 139-156.
- 大門貴之 2021. キッザニア体験を通じた非認知能力の醸成ー来場した親子に同行して見えてきたもの. KCJ GROUP株式会社『キッザニア白書2021』9-18. KCJ GROUP株式会社.
- 牧野 篤 2016. 親子関係の変化にみるキッザニアの体験の効果:キッザニアの魅力はどこにあるのかー保護者へのWeb調査と施設内参与観察による検証. KCJ GROUP株式会社『キッザニア白書2016』13-20. KCJ GROUP株式会社. [https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania\\_wp\\_2016.pdf](https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania_wp_2016.pdf) (最終閲覧日:2022年3月11日)
- 松川誠一 2018. キッザニア体験によって醸成される生きる力ーこどもが考える働く意義とは. KCJ GROUP株式会社『キッザニア白書2018』5-10. KCJ GROUP株式会社. [https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania\\_wp\\_2018.pdf](https://www.kidzania.jp/corporate/common/pdf/KidZania_wp_2018.pdf) (最終閲覧日:2022年3月11日)



# 一寺言問地区における住民主体のまちづくり —防災まちづくり活動を中心として—

中村 直子

## I はじめに

日本は地震の多い国である。そして大地震は一定のサイクルで発生するといわれ、2020年1月24日時点での地震調査研究推進本部地震調査委員会の予測によると首都直下地震で想定されるマグニチュード7程度の地震の30年以内の発生確率は70%程度である(国土交通省 2020)。地震からどのように我が身や地域を守るか、災害に対する備えにおいて先進的な取組みをみることに大きな社会的意義があるはずである。そこで地震火災を防ぐ取組みが36年前から行われてきた東京都墨田区の一寺言問地区における防災まちづくりの取組みについて調査した。

2012年4月に東京都が公表した「首都直下地震の被害想定」によると、一寺言問地区が位置する墨田区内では、冬の午後6時、東京湾北部を震源とし、風速8m、マグニチュード7.3の地震が起こった場合、7,121人の負傷者が想定されている。そのうち火災による割合は12.3%であり、ゆれ、液状化、建物被害の割合の87.3%の次に多い<sup>1)</sup>。このように現在想定されている被害を小さくするために何ができるか、また今後の防災の取組みはどうあるべきかについて一寺言問地区の事例を通じて明らかにする。調査方法は、「一寺言問を防災のまちにする会(通称、一言会)」の発行する「防災まちづくり瓦版」<sup>2)</sup>などを対象とした文献調査と、一言会への聞き取り調査(2021年8~12月実施)である。

以下、IIでは調査地域の概要について、IIIでは防災まちづくりの取組みと地域の現状について、IVでは防災まちづくりを広げるための取組みや課題と今後の展望について論じる。

## II 調査地域の概要

### 1. 墨田区のまちづくり、墨田区の「都市計画マスタープラン」における一寺言問地区について

墨田区(2019)は「都市計画マスタープラン」(2019年3月改定)において、地域住民がまちづくりを考える上でのガイドラインの役割を担うものとして地域別構想を提唱している。その地域区分は「堤通・墨田・八広地域」「向島・京島・押上地域」「東墨田・立花・文花地域」

「吾妻橋・本所・両国地域」「業平・錦糸・江東橋地域」「緑・立川・菊川地域」の六つであり、本調査の対象地域である一寺言問地区は「向島・京島・押上地域」に属する。この地域の特徴と課題は、①住商工が共存する地域だが近年は住宅が増加し、高密度が進んでいること、②交通利便性が高く人口が増加しているものの、高齢化率が高い地区もあること(東向島一丁目は高齢化率30%超)、③木造密集市街地においては引き続き防災まちづくりの推進が必要であること、④墨田川と北十間川沿いのうまい空間の活用が必要であること、⑤歴史や文化や東京スカイツリー、その周辺の商業地など新旧の魅力資源が多くある地域であることが挙げられている。

### 2. 一寺言問地区の概要

一寺言問地区とは、東京都墨田区向島五丁目、東向島一丁目、三丁目、堤通一丁目の「隅田川」「桜橋通り」「水戸街道」「明治通り」に囲まれた区域のことであり(図1の太線内)、地区内の地域防災活動拠点となっている第一寺島小学校、言問小学校の名前が由来となった地域である。一寺言問地区の中でも特に東向島一丁目は、東京大

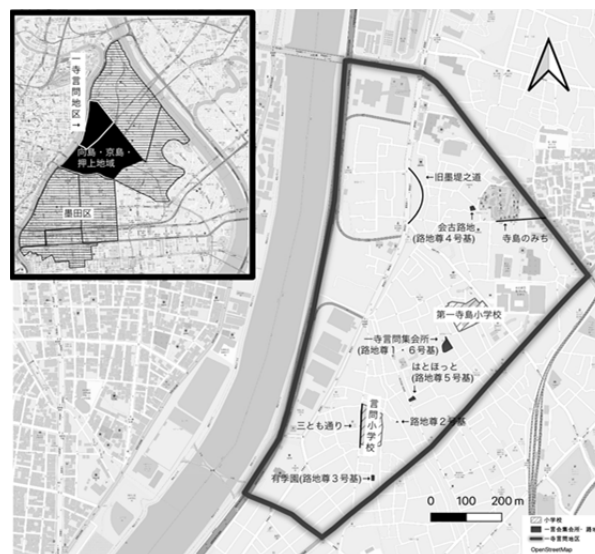


図1 一寺言問地域とその周辺

(墨田区「都市計画マスタープラン(2019年3月改定)」,一言会ホームページを参考に筆者作成,背景はOpenStreetMapを使用)



写真1 路地尊2号基

(2021年10月31日筆者撮影)



写真2 向島有季園

(2021年10月31日筆者撮影)

空襲の際に火災の被害を受けなかったことにより、曲がりくねった道や古い建物が集積し、昔ながらの趣ある街並みが残る地域である。それはこの地域の魅力となっている一方で、災害に対する脆弱性にもつながっている。2018年2月に東京都都市整備局が公表した「地震に対する地域危険度測定調査(第8回)」の結果では、この地域の災害時活動困難度は比較的低いが、東向島一丁目は建物倒壊危険度と火災危険度が高いとされ、総合危険度も比較的高い<sup>3)</sup>。

### Ⅲ 防災まちづくりの取組みと地域の現状

#### 1. 取組みの特徴

一言会は、一寺言問地区が1985年に東京都の「防災生

活圏モデル事業」に選定されたことをきっかけに事業を担う団体として発足し、2021年で設立36年を迎える。36年間の活動の中で、1991年に日本建築学会「文化賞」を受賞、1997年に第1回「防災まちづくり大賞」ものづくり部門「自治大臣賞(第1席)」を受賞している。

一言会の活動の特徴は、被災時に近隣の助け合いが大切という考えから、コンクリートの建物を建てて道路を広げれば完成というものではなく、地域の歴史や特色を生かして地域の人に愛着を持ってもらえる防災まちづくりを目指し活動している点にある<sup>4)</sup>。それは路地尊や有季園などの一寺言問地区独自の取組みに現れている。

路地尊(写真1)は、近隣の住宅の屋根に降った雨を集水して地下のタンクに貯めた雨水利用施設であり、その水を災害時は初期消火や濾過した上で飲み水に使い、平常時は草花にかける水などとして利用される。火事であっても消防車が入れない細い路地が多いため、防災とコミュニティのシンボリックなものを作ろうとして設置された<sup>5)</sup>。「路地尊」という名称は、「路地を尊ぼう」という意味合いで付けられ、そのデザインは、昔の初期消火用水としてまちのあちこちに存在した天水槽を模したレトロなものが採用された。上部は防災まちづくりの情報版として、下部は収納庫となっており、消火器やホーキ、チリトリ、ホースが収められている。路地尊は一寺言問地区に6基設置され(うち5基が現役)、地区外でも墨田区内で21箇所に設置されている。

また向島有季園(写真2)は、「いつも季節の花や野菜の有る楽園を」という意味に加え、防災まちづくりに「勇気を与える」という願いを込めて命名された防災小緑地<sup>6)</sup>である。路地尊の天水を利用して有機農業ができ、路地尊と並ぶ日常性と防災性を併せ持つ施設である。一寺言問地区の住民が一定の期間、無料で利用でき、楽しみながら防災に取り組むことができる。

以上の取組みから、一言会の活動ではネーミングを重視しており、これから設備するものに対して住民の誰もが提案できるようにし、住民によってまちづくりを育むことを強く意識していることがわかる。このように一寺言問地区の防災まちづくりは住民が主体となっており、防災だけでなく温かみのあるまちづくりが行われている。このことが地域一帯でまちづくりに取り組むうえでの大きな強みであると考えられる。

#### 2. これまでの取組み

一言会への聞き取り調査および「防災まちづくり瓦版」のバックナンバーによると、一寺言問地区における課題は、35年前、20年ほど前、10年ほど前と三段階で変化し

てきたという。35年前の課題は、道が狭く、燃えやすい木造家屋が密集していることであった<sup>7)</sup>。その改善策としては、1987年の「一寺言問のまちづくり計画」において木造密集地区の安全性を高めるために道路の整備やオープンスペースの拡大を図ること、延焼遮断帯を形成すること、建物や塀などの工作物を前面道路の中心線から2m以上後退させて作ることが挙げられ、その後の防災まちづくり瓦版においても細街路の整備に関する新制度や狭い街路を広くするアイデアなどが紹介された。このような努力もあり昨今では建替え時にセットバックが一般的になるなど、細街路や可燃家屋は減少傾向にある。

20年ほど前頃から空き家問題が中心的な課題となった。これに対して一言会は、墨田区の援助、本所・向島両消防署の協力のもと空き家調査を行うなどして実態を把握した。ただし、この地域に住みたい人が存在しないわけではなく、この調査結果が報道されたことにより向島に居住を希望する者から要望が殺到した。しかし、「空き家」の大半は何らかの事情で「貸家」として市場に出ておらず、取引の仕組みに課題があることが新たな課題となった<sup>8)</sup>。

10年ほど前からは、相続のために不動産を売却するケースが多くなったことにより、ハウスメーカーによる狭小住宅やワンルームマンションの乱立を招き、それが地域コミュニティの課題につながった。これらの課題に向き合い、まちをより良くしていくために一言会は活動を続けている。

表1に、以上の地域課題の変遷と一言会の36年間の活動を年表としてまとめた。さらにこれまでの活動を大きく三つの括りに分類し、それに基づいて次のような時期区分を行った。発足から「一寺言問地区整備計画」作成までの約10年間（1988年頃まで）を発足期とした。そこから2008年までの約20年間は、発足期に策定した計画を実現する発展期とした。2008年からは地域コミュニティの変化に対応して月に1回の頻度で「まちづくり談義」と呼ばれる会合を開催しており、その開始から現在までの時期を変革期とした。以下、時期ごとに詳しくみていく。

### 1) 発足期

一言会の活動は、下町風情を残し歴史を感じるまちである一方、災害に脆弱という課題を有する一寺言問地区について、地元の人を中心にしながら、区や専門家も混じえ、「わいわいガヤガヤ」と話しあうことでより素晴らしいまちにしようという動きから始まった<sup>9)</sup>。住民が

表1 一言会活動年表

年	課題	時期区分	主な出来事
1985	道が狭く、燃えやすい木造家屋が密集	発足期	東京都「防災生活圈モデル事業」に指定される。防災まちづくり瓦版第一号発行。一言会の前身「わいわい会」結成。まちづくり懇談会の実施
1986			一言祭の実施。一寺言問地区の防災まちづくり（案）の立案。一言会正式発足
1987			路地専1号基完成。「一寺言問の防災まちづくり計画」を墨田区長に提案
1988			路地専2号基の設置。一言会の提案を受け墨田区が「一寺言問地区整備計画」をまとめる
1989			向島有季園、路地専3号基の整備
1990			「旧墨堤之道」の整備完成。「防災まちづくり衆会・すみだ」開催
1991			「百花園『寺島のみち』」整備完成。絵小路地の設置
1992			「デッキスクエア」整備完了。鳩の街通りに「はとほつと」を設置
1993			東京都「防災生活圈促進事業」導入
1994			「三とも通り」整備完成
1996	一寺言問防災まちづくり広場、一言集会所の完成。路地専6号基設置		
1998	発展期	「向島国際デザインワークショップ」共催	
1999		路地専通り（私道）の整備	
2000		「向島博覧会」共催。「歩いて暮らせる街づくり」構想モデルプロジェクト地区に指定される	
2001	空き家問題	アートロジィ2001向島博覧会を開催	
2005		一言会発足20周年記念式典開催	
2006		墨田区まちづくり条例の認定団体となる	
2007		中学生の地域防災訓練参加体験の実施	
2008	地域コミュニティ問題	変革期	「まちづくり談義」の再開
2009			地区外（板橋）への見学会、「イザ！カエルキャラバン」の開始
2010			「防災まちづくり衆会・すみだ2010」の開催
2011			路地懇談会の実施
2015			「防災まちづくり衆会・すみだ2015」開催

（一言会への聞き取りおよび同会佐原氏提供の資料をもとに筆者作成）

希望しない限り大規模な再開発や区画整理は行わず、まちの良さを活かしながら環境を修復していく、そして具体的に何をやるのかは決まっておらず話し合いの中で決める、というやり方で防災対策が進められてきたことが特徴である。具体的には、墨堤通りの桜並木の復活や防災まちづくり計画の立案を呼びかけ、防災関係機関をマラソン取材し<sup>10)</sup>、それらの活動の詳細を「防災まちづくり瓦版」に掲載することや、一言祭においてゲーム感覚で子供がこの地域の防災施設や歴史的施設について学ぶ機会を設ける活動<sup>11)</sup>を通して地元の人に活動を周知していった。また、まちの人の参加を呼びかけ、多様な意見を拾い上げて膨らませていくことで、まちづくりの方針

や実現したいことについて決めていくことができ、その後のこの地域独自の取組みが生み出されたと考えられる。

## 2) 発展期

「一寺言問地区整備計画」の具体的な成果は向島有季園や「旧墨堤之道」の整備などである。計画実行の段階においても発足期と同様、設計の際の議論や進捗状況を「防災まちづくり瓦版」で情報として共有していた。またどのようなまちにしていきたいかや、まちづくりの進め方に関してアンケートを行い、その結果を「防災まちづくり瓦版」に掲載するなど、まちづくりを住民全体で進めている。また、路地尊設置の際にはメディアなどの外部の反応を「防災まちづくり瓦版」に掲載したり、一寺言問地区の安全性や街並みの美観形成に協力した人などを功労者として評価したりして活動を盛り上げた<sup>12)</sup>。

災害時の拠点である第一寺島小学校と言問小学校を結ぶ道路沿いに防災施設を備えた広場を設置したのもこの時期である。この構想は「一寺言問の防災まちづくり計画(案)」(1986年)の時点からあり、利用構想案がまとまった1994年に「地域の防災まちづくり拠点としての建物」と「自然を感じ、憩いのある広場」というイメージで、「みんなの家」というコンセプトのもと「開放感」「親しみやすさ」「落ち着き」のある空間づくりを目指すことが表明された<sup>13)</sup>。現在広場内の集会所は、普段は地域の人に貸し出される集会所と一言会の展示室として使われており、災害時には雨水を利用した路地尊6号基とトイレ、防災備蓄倉庫が活用できる施設となっている(写真3)。

## 3) 変革期

この時期は地域コミュニティの問題が顕在化してきた時期である。相続のために不動産を売却するケースが多



写真3 一寺言問集会所

(2021年10月31日筆者撮影)

くなるなどの変化を先に述べたが、それを受けてあらためてまちづくりの方向性やコミュニケーションのあり方について見直し、話し合っていく動きがあらわれた時期である。月に一度の懇談会において、防災まちづくりの開始から20年でみられた地域内の土地利用や人口・世帯の変化と地域活動との関係性がどのように推移してきたかを調査データや実体験をもとに話し合い、これからの活動目的を検討した<sup>14)</sup>。その中で、子供向け防災体験ワークショップとして、地域の防災活動訓練イベントとおもちゃの交換会を組み合わせたイベントであり、後段で説明する「イザ!カエルキャラバン」などの活動が導入された。「イザ!カエルキャラバン」は、家族連れでにぎわう新しいかたちの防災訓練<sup>15)</sup>として毎年恒例のイベントとなっている。

## IV 情報共有を重視したまちづくりと今後の展望

以上のように、一言会は地域の変化に対応しながら活動を続けてきた。

住民主体のまちづくりを行うために、特にまちづくりに関する情報の地区内外での共有を図ってきた。地区内向けには、「防災まちづくり瓦版」や祭りなどのイベントを通して地域住民が抵抗なく防災まちづくりに関わることのできる環境づくりを行ってきた。とりわけ発足期において「防災まちづくり瓦版」を通じた情報共有は、この地区のまちづくりが住民主体によるものであることを周知するのに大きく貢献した。たとえば、まちづくり計画に対して住民の意見を求めたり、地域の歴史やイベントなどの魅力的な点を活かしたまちづくりを提案したり、まちづくりのスタッフなどを毎号一人ずつ紹介したりする誌面の工夫で、住民をはじめとする読者と防災まちづくりとの接点を増やし、取組みを身近に感じてさせていたといえる。発展期においても、「防災まちづくり瓦版」を通じて活動の報告や計画の共有、有季園の利用者募集、また節目となる年にはこれまでの活動を振り返る特集を掲載するなど、一言会の活動の核となっていた。

イベントに関しては、前掲の「イザ!カエルキャラバン」の取組みが挙げられる。このイベントは地域の防災訓練イベントとおもちゃの交換会「かえっこバザール」を組み合わせた防災イベントである。このイベントは防災に必要な知識や技術を何度も体験し身につけること、新しく本地域に住み始めた世帯が地域とのつながりをつなぐこと、また有事の際にも助け合える地域内団体間の協力関係を築くことを目的に開催されている。楽しみながら災害に対する備えを行うことができるとともに、防災をきっかけに地域の人や歴史、文化を知る、愛着を持

つ機会となっている。

一方、地区外を対象とした取組みとしては、他の地域の防災まちづくりの視察や「防災まちづくりサミット」「防災まちづくり衆会」の実施などの横のつながりが挙げられる。防災まちづくり衆会は、一言会が都内の防災まちづくり団体に呼びかけて企画されたもので、1990年に第1回が開催された。交流を通じて他の団体の活動状況やまちづくりの成果を知り、新しい課題やアイデアを見出すことが期待された<sup>16)</sup>。開催の背景には、従来まちづくりに関しては業界関係者や専門家の間での情報共有が主であり、住民団体間の情報共有は部分的、限定的であったという認識があった<sup>17)</sup>。また前述の「イザ！カエルキャラバン」は、もともと阪神淡路大震災復興10周年イベントの一環として行われたものを東京で実施する際に、このイベントを立ち上げたNPO法人プラス・アーツから一言会に紹介されたものである<sup>18)</sup>。ここにも地区外との横のつながりが見える。

これらの横のつながりは、今後の活動においても重要である。ただし、共通の課題の設定次第では関係が弱まるという課題もある。現在の一寺言問地区では、課題意識を強くもつ世代が年配層に偏っていることが課題となっており、若者が地域と共に生きていくという意識を持つことで地域がさらに良くなっていく、という話を一言会理事からうかがった<sup>19)</sup>。近年、一寺言問地区では地域コミュニティの問題のほかに水害対策にも取り組み始めた。荒川氾濫時の備えについて考える際にも、どのように地域住民を巻き込み課題意識を共有するかが大切であるとともに、他の事例から学び、他の流域の人々と協力することが欠かせないであろう。

## V おわりに

最後に調査の結果をあらためて整理する。一寺言問地区における防災まちづくりの特徴は次の四点である。1点目は、日常の付き合いを大切に、地区の住民であれば誰もが参加でき話し合える空間が用意されていることである。2点目は、「防災まちづくり瓦版」を通して情報共有や活動に親しみを持てるよう工夫していることである。3点目は、イベントなどを通して楽しみながら防災について考える機会を設けていることである。4点目は、まちに対する愛着を涵養するために防災施設のネーミングを重視したり、防災をきっかけに地域のことを知る機会を設けたりしていることである。

今回の調査を通して防災においてハード面だけではなくソフト面の取組みの大切さを学んだ。地域住民が主体となりコミュニティを形成していくこと、そしてその中

で地域の課題や魅力について考えることによって地域の特徴を残しながら災害に強いまちが実現でき、防災を通して地域に愛着を持ってもらうことへの可能性を感じた。防災を考える際には、上記の視点を持つことが重要であると考えた。

謝辞 今回の調査にあたり、お忙しい中ご協力いただきました一言会佐原様、ならびにご協力いただいた全ての皆様に心より感謝を申し上げます。

## 注

- 1) 墨田区『すみだ防災パンフレット「地震に備えて(集合住宅にお住まいの方へ)」1』(2018年3月6日更新)による。  
[https://www.city.sumida.lg.jp/anzen\\_anshin/bousai/pamphlet-map/tyukousoupanhu.files/zisinnisonaetesuyougouzyutaku1.pdf](https://www.city.sumida.lg.jp/anzen_anshin/bousai/pamphlet-map/tyukousoupanhu.files/zisinnisonaetesuyougouzyutaku1.pdf) (最終閲覧日:2021年12月21日)
- 2) 一言会の機関紙であり、第1号は1985年に発行された。現在までに号外も含め65回発行されている。一言会で話されている内容の紹介やまちの時事ネタ、有季園利用募集などの情報が掲載されている。一言会のホームページでも閲覧可能であり、本調査においても下記URLからアクセスできる電子版を参照した。一言会ホームページ「防災まちづくりかわら版」  
<http://hitokotokai.com/about#article> (最終閲覧日:2022年2月2日)
- 3) 東京都都市整備局『地震に関する地域危険度測定調査 地域危険度一覧表(区市町別) 地域危険度一覧表:墨田区』(2018年2月公表)による。  
[https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/bosai/chousa\\_6/7sumida.htm](https://www.toshiseibi.metro.tokyo.lg.jp/bosai/chousa_6/7sumida.htm)(最終閲覧日:2021年12月22日)
- 4) 一言会ホームページによる。  
<http://hitokotokai.com> (最終閲覧日:2022年2月2日)
- 5) 特定非営利活動法人雨水市民の会withWEBあまみず 2020.『限研吾が「路地尊」を「新・東京八景」の一つに選んだわけ～自然・雨を感じられる建築へ』による。  
<https://www.skywater.jp/archives/7085> (最終閲覧日:2022年2月2日)
- 6) 一言会・瓦版編集局編『一寺言問/防災まちづくり瓦版 第17号』(1989年3月1日発行)による。
- 7) わいわい会事務局編『一寺言問/防災まちづくり瓦版 第8号』(1986年11月1日発行)による。この号では、不燃化の進捗や細街路の問題が指摘されており、建替えを促進する環境づくりや細街路の拡幅と改良が必要と指摘されていた。
- 8) 一寺言問を防災のまちにする会・編集局編『一寺言問/防災まちづくり瓦版 第48号』(2002年7月13日発行)による。
- 9) わいわい会編集局編『一寺言問/防災まちづくり瓦版 第3号』(1985年12月1日発行)による。

- 10) わいわい会編集局編『一寺言問／防災まちづくり瓦版 第7号』（1986年9月1日発行）による。
- 11) 前掲7) による。
- 12) 一言会・瓦版編集局編『一寺言問／防災まちづくり瓦版 第14号』（1988年6月1日発行）による。
- 13) 一寺言問を防災のまちにする会・編集局編『一寺言問／防災まちづくり瓦版 第33号』（1994年4月1日発行）による。
- 14) NPO法人向島学会 2015. 「活動紹介 まちづくり計画策定担い手支援事業（2007-2008年）」. <http://www.mukojima.org/activity/post/20072008/>（最終閲覧日：2022年2月2日）
- 15) 一言会ホームページ掲載のカエルキャラバン報告書「イザ！カエルキャラバンin一寺言問2020」による。 <http://hitokotokai.com/wordpress/wp-content/uploads/650ee7e9acb2d2fd34815dd39c2cb690.pdf>（最終閲覧日：2022年2月2日）
- 16) 一寺言問を防災のまちにする会・編集局編『一寺言問／防災まちづくり瓦版 第19号』（1990年1月1日発行）による。
- 17) この活動は、それまで都内各地で独自に進められてきたまちづくりを初めて共通の場で語ることでできた機会であり、

その後も世田谷区や豊島区で開催され、まちづくり団体の交流活動を促進するものとなった。一寺言問を防災のまちにする会・編集局編『一寺言問／防災まちづくり瓦版 第24号』（1991年3月1日発行）による。

- 18) 一言会『「一寺言問を防災のまちにする会」設立35周年記念「まちづくり衆会・式典」』（2021年4月18実施）第一部「カエルの足跡」による。 <https://youtu.be/76mFRe30bKQ?list=PLWxUkMOXrxfDnyYF4Bha90kyVgh420Md1>（最終閲覧日：2022年2月2日）
- 19) 一言会への聞き取り調査の結果による。

## 文献

- 国土交通省 2020. 『国土交通白書2020 令和2年版』. <https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r01/hakusho/r02/html/n1222000.html>（最終閲覧日：2021年12月21日）
- 墨田区 2019. 『墨田区都市計画マスタープラン 平成31年3月』. [https://www.city.sumida.lg.jp/matizukuri/master\\_plan/index.html](https://www.city.sumida.lg.jp/matizukuri/master_plan/index.html)（最終閲覧日：2021年12月22日）

# 荒川区の俳句のまちづくりの課題と展望

新田 啓

## I はじめに

近年、俳句の人気が高まっている。たとえば、伊藤園が1989年から開催している「お〜いお茶新俳句大賞」の応募数は年々増加傾向にある。2021年度第32回の投句数は初めて200万句を超えた<sup>1)</sup>。また、芸能人が俳句を詠むテレビ番組も長く放送されており、ペットボトル飲料やマスメディアで俳句を見て、興味を持つ人は増えてきているのではないかと。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響で外出自粛が続く中、家の中でもできる趣味として俳句は注目されていると考えられる。

この俳句をいかしたまちづくりをしようとしている自治体は全国各地に存在する。正岡子規など多くの俳人を輩出した愛媛県松山市、松尾芭蕉の奥の細道出立の地である千住がある東京都荒川区や足立区、中継地の埼玉県草加市、結びの地である岐阜県大垣市などが挙げられる。行政が俳句文化をまちづくりの軸に据えることで、町にどのような効果をもたらしているのだろうか。そして、俳句のまちづくりをする上でどのようなことが障壁となっているのだろうか。

### 1. 先行事例・研究の検討

俳句のまちづくりを調査対象にした先行研究は見つからなかったため、芸術の力によるまちづくりについて論じた研究を参考にした。

吉澤（2019）によると、2000年以降、アーティストが中心となって里山の廃校や、都市部の空き地・空き店舗などを舞台に地域の人々と共にアート作品の制作やイベントを行うアートプロジェクトが全国に広まった。このような取り組みは、自らの表現と発表の機会を追求するアーティストの思いと、地域活性化や産業振興などにアートを活用しようとする文化政策のねらいが合致したことで生まれた。

一方で、大阪府では行政改革の一環で大阪市直営の音楽団が民営化されたり<sup>2)</sup>、博物館の統合・廃止が行われたり<sup>3)</sup>している。住民の生活福祉サービスと比較して緊急性に欠ける文化的活動は公的費用が削られることがある。

芸術を地域の資源にして、芸術の力で町を盛り上げようとする機運は高まっている。その反面、公的資金を用いた芸術のあり方が問われており、アートを活用した行政主体のまちづくりに関して議論する余地がある。

### 2. 調査目的・調査対象

本稿は、2015年に「荒川区俳句のまち宣言」を行った荒川区を対象地域とする。「荒川区俳句のまち宣言」は、「荒川区が『俳句のまち』であることを区内外に強く発信し、子どもから大人まで俳句文化の裾野を広げ、豊かな俳句の心を育むことを目指す」ことを目的に制定された<sup>4)</sup>。荒川区は2018年に「読書愛するまち・あらかわ」宣言も行い、言語文化に親しむ区を目指している。

しかし、全国的な俳句団体である現代俳句協会は、一般的に俳句は古典文学的で難しいという印象を持たれていると述べた。同協会の会員の9割を60代以上が占めているという資料から、俳句は若者にとって距離が感じられる文化だといえるだろう。また、現代俳句協会は座の文学である俳句のキャリアは仲間とともに句会や勉強会に参加しなければ積みにくいことに言及しており、とりわけコロナ禍では通信環境に不慣れでデジタル機器そのものを有していない場合、句会に参加する機会が奪われているという。以上のことから、俳句界にはまず俳句を始めにくい、そして若者が参加しづらい、仲間がいなければキャリアを積みにくいという課題があるとまとめられる。

ここで、荒川区は区のイメージアップのために俳句を資源にするだけでなく、親しみをもちづらい俳句文化を牽引する存在にもなっているのではないかと予想した。俳句界の課題に照らしながら、荒川区における俳句のまちづくり事業の効果と課題を調査し、今後の展望について考察した。なお、本稿では文化振興の観点に絞り、観光振興の観点は除外した。

### 3. 調査方法

5月から8月にかけて、荒川区のHPと荒川区議会会議録検索システムで俳句のまちづくり事業の概要や沿革に関する情報を収集した。



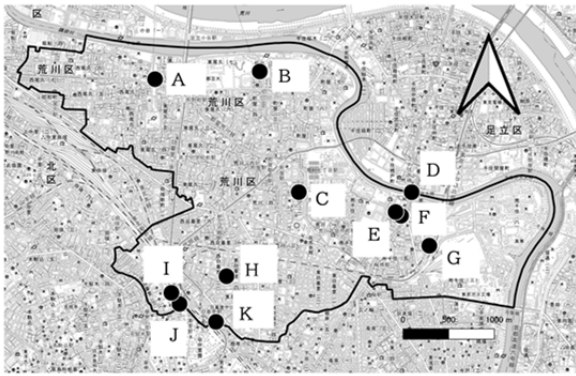


図1 荒川区の地図

●は俳句にゆかりのある地

A: 尾久図書館, B: 町屋図書館, C: ゆいの森あらかわ, D: 千住大橋, E: 南千住図書館・金子兜太句碑, F: 素盞雄神社・松尾芭蕉句碑, G: 南千住駅西口・松尾芭蕉像, H: 日暮里図書館, I: 養福寺・西山宗因ら談林派句碑, J: 本行寺・小林一茶句碑・種田山頭火句碑, K: 羽二重団子本店・正岡子規句碑・松山市俳句ポスト

(荒川区HPより, 荒川区内に設置された句碑や俳句にゆかりのある場所および「あらかわ俳壇」用の投句箱設置場所を紹介する地図「あらかわ俳句マップ」を参考に筆者作成。  
[https://www.city.arakawa.tokyo.jp/documents/17748/arakawa\\_haikumap.pdf](https://www.city.arakawa.tokyo.jp/documents/17748/arakawa_haikumap.pdf) (最終閲覧日: 2021年12月22日))

9月に荒川区が俳句事業を展開するにあたって連携している現代俳句協会に聞き取り調査を行った。俳句界全体の現状と課題を整理し、行政との連携を始めた経緯や連携によってどのような利点があるのかを調査した。続いて、俳句のまちづくりの実態を聞くため、荒川区役所の地域文化スポーツ部文化交流推進課文化振興係に聞き取り調査を行った。そして、荒川区立図書館の俳句コーナーの充実度について現地観察を行うとともに担当者から情報を得た。特に区立中央図書館ゆいの森あらかわの現代俳句センターに注目し、配架されている俳句関連書籍の数と利用者数の情報を収集した。

11月には、荒川区の俳句のまちづくりで参加者の視点から求められていることを明らかにするため、荒川区の俳句イベントに実際に参加したことがある大学生に選択肢と自由記述を含むアンケートを実施した。

本稿の構成は以下の通りである。まず、IIでは荒川区の俳句事業を概説した。続いて、III・IVでは代表的なイベントを取り上げ、参加者数の推移や参加者の感想から取り組みの効果を考察した。これらを踏まえて、Vで荒川区の俳句のまちづくりの課題と展望について述べた。

## II 荒川区における俳句のまちづくり

### 1. 俳句のまちあらかわ

#### 1) 「荒川区俳句のまち宣言」の経緯

荒川区は松尾芭蕉や小林一茶、正岡子規など、著名な俳人が多くの俳句を詠んだ地であり、区内各地に俳人の句碑が建てられている。また、2007年に「奥の細道」にゆかりのある都市が集まる「奥の細道サミット」に参加して以降、足立区や大垣市とともに俳句文化の振興を図り、2008年から「奥の細道矢立初めの地 子ども俳句相撲大会」を始めた<sup>5)</sup>。そして、2015年3月14日に、「奥の細道千住あらかわサミット」の開催を契機として、より一層の俳句文化の振興を図るため、「荒川区俳句のまち宣言」を制定した。宣言の年には松尾芭蕉像(図1のG)が南千住駅に作られた。荒川区は宣言を通して俳句の魅力も俳句のまちの魅力も発信しようとしていると考えられる。

#### 2) 俳句のまちづくりの目標

荒川区文化交流推進課によると、荒川区が俳句のまちづくりで目指していることは主に三つある。

一つ目は区民の教養や心を豊かにする文化振興である。教養豊かなまちづくりを進めることによって荒川区の魅力の向上に働きかけている。

二つ目は俳句文化の振興である。荒川区は俳句をユネスコ無形文化遺産に登録する運動に賛同している。日本の伝統文化を継承するという観点から連歌・俳諧の流れを汲む俳句文化の裾野を広げることを重要視し、高齢者が中心である俳句の担い手を子どもから大人まで広めることを目標にしている。

三つ目は観光振興である。聞き取り調査において区役所職員は荒川区には東京さくらトラム(都電荒川線)やあらかわ遊園という名物があるものの、区外の人々に荒川区の魅力が伝わる観光名所が少ないと述べていた。

#### 3) 俳句のまちづくりの取り組み

俳句のまちづくりの取り組みには、俳句のまちあらかわを区内外に発信する事業と区役所内における取り組みの二つがある。そして、区内外への広報活動の手法は、展示と講座、参加型イベントの三つに分類できる。

まず広報活動のうち展示に関しては、区民の目に自然に俳句が入ってくるようにするねらいがある。学校の外フェンスに児童生徒の作品を展示したり、区役所や西日暮里駅の展示スペースに俳句事業に取り組んでいることを紹介するポスターを定期的に掲示したりしている。

また、荒川区俳句連盟や現代俳句協会等の俳人の協力

により、初心者向け俳句講座や英語で俳句を作る講座が実施されている。年に2回開かれる「あらかわ俳句吟行会」では荒川自然公園等で句作を学ぶことができる。2021年は小学校の国語科教員向け研修が初めて実施された。子どもが俳句に親しめるように、学校教育において俳句を作る機会の創出に注力している。学校現場では、俳句の詠み方と一年間の季語を掲載している俳句手帳の配布が行われている。

参加型イベントとしては、「奥の細道矢立初めの地 子ども俳句相撲大会」が宣言前から行われていた。宣言後には、区内外を問わず全国から投句を受け付ける「あらかわ俳壇」が始まった。そのほかに、「子規・漱石句あわせ」など数々のイベントが開催されている。

以上の事業を実行する上で、区役所のさまざまな課が俳句に関わり、庁内PT（プロジェクトチーム）を形成していることが特徴である。文化交流推進課（あらかわ俳壇）、生涯学習課（子ども俳句相撲大会）、観光振興課（フォト俳句コンテスト）、ゆいの森課（図書館サービス）、広報課（俳句特集）、教育委員会など、俳句事業にいくつもの課が関わっている。

また、あらかわ俳壇を担当する文化交流推進課のOBによる句会サークルが存在する点は特筆に値する。区役所では数年に一度、人事異動が行われるが、担当が変わっても引き続き俳句に親しみたいという気持ちを抱く職員が多いという。荒川区内には松山市俳句ポストが設置されており（図1のK）、職員も区外の俳句大会に参加することがある。そして、2017年から朝礼で当番を決めて毎日一句音読することが始まった。俳句に触れたことがない職員であっても配属後に俳句を学んでおり、荒川区役所内には俳句を好きになる土壌が形成されている。

## 2. 荒川区立図書館における俳句に関連する取組み

次に、区立図書館の俳句関連書籍の充実度についてみる。区立図書館は二つの図書サービスステーションを含めて7カ所ある。うち、尾久図書館（図1のA）、町屋図書館（図1のB）、ゆいの森あらかわ「現代俳句センター」（図1のC）、南千住図書館「奥の細道文庫」（図1のE）、日暮里図書館「ひぐらしの里を詠む正岡子規コーナー」（図1のH）の5カ所に俳句関連書籍のコーナーが設置されている。

### 1) 俳句コーナーの設置時期

各図書館における俳句関連書籍コーナーの設置時期について荒川区文化交流推進課から回答を得た。尾久図書館は2021年にリニューアル開館された図書館で、区立公

園内に建てられているのが特徴である。児童書の本棚やベビーカー置き場が整備されており、子育て世帯の利用が多く見えた。俳句関連書籍のコーナーは荒川区地域資料の本棚に設置されている。俳句が掲載された写真集のような手に取りやすい書籍が陳列されていた。

ゆいの森現代俳句センターは2016年に現代俳句協会からの俳句資料の寄贈等に関する協定書の締結が行われ、2017年に開設された。2021年7月時点で、現代俳句協会からの寄贈を含む蔵書数は5,000冊を超える。全国の俳誌や協会員が出版した句集が並び、俳句探究に有効な空間だろう。俳人かつ物理学者である有馬朗人の蔵書の一部が寄贈された「有馬文庫」も設置されている。

南千住図書館は素盞雄神社（図1のF）近くのふるさと文化館に併設されている図書館で、以前から奥の細道文庫が設置されていた。現在のコーナーは2019年8月に完成したもので、奥の細道330周年を記念して、コーナーの充実が図られた。現地観察では「奥の細道」に関する書籍が80冊以上備えられているのを確認した。このコーナーでは、書籍のほか、芭蕉が訪れた各地の町のパンフレットや資料も手に取れる。俳句関連書籍（NDC911.3）は一般的な図書館では日本文学（同911）の本棚に並べられるが、南千住図書館では日本文学の本棚ではなく奥の細道文庫に併設された棚に集められている。奥の細道文庫と俳句の本棚は図書館の出入口付近にあり、俳句の普及に力を入れている図書館だとわかる。歳時記や著名な俳人の句集、俳句評論のほか、荒川区主催の「あらかわ俳壇」や「子ども相撲俳句大会」の入選作品集が置かれている。俳句初心者にとっても上級者にとっても学びがある本に出会える場所だと考えられる。

日暮里図書館では荒川区地域資料コーナーにひぐらしの里を詠む正岡子規コーナーが併設されており、子規の著作や子規が主人公である小説など、子規に関わる書籍が集められている。このコーナーは2017年から1～2年間設置され、2020年から常設設置となった。

「荒川区俳句のまち宣言」は2015年3月、「読書を楽しむまち・あらかわ」宣言は2018年5月に制定されたため、町屋図書館を除く4図書館の俳句コーナーは宣言以後に設置された。以上の点から、言葉に親しむ日常空間である図書館を充実させることで、俳句のまち・読書を楽しむまちを実現しようとしていると考えられる。

### 2) ゆいの森あらかわ現代俳句センター

ゆいの森あらかわ現代俳句センターの蔵書に関して、荒川区立図書館から回答を得た。2020年3月時点、ゆいの森あらかわ館内全体の蔵書数は402,779冊で、現代俳句

センターの蔵書数は4,942冊であった。対して、2021年3月時点の館内全体の蔵書数は413,563冊で、現代俳句センターの蔵書数は5,408冊だった。1年間で10,784冊の書籍が新しく入り、そのうち俳句関連書籍（NDC911.3）は約25分の1を占める466冊増加した。この充実ぶりは荒川区と現代俳句協会が協定を結び、現代俳句センターに協会から毎年多くの俳誌や句集が寄贈されることによる。区にとっては俳句のまちのアピールができ、協会にとっては協会内に埋もれている書籍や句集を区民に読んでもらえ、双方に利点がある。

また、ゆいの森現代俳句センターの貸出状況を2019年度と2020年度で比較した結果が表1である。2020年4～5月は緊急事態宣言により施設が休館していた。しかし、再び緊急事態宣言が発令された2021年1～3月における利用は50冊前後で、宣言が発令されていない月と比べて貸出数の大きな差は見られない。2019年度と2020年度の貸出冊数の月平均はそれぞれ42.5冊と41.6冊（小数点第二位を四捨五入）となった。2020年度の貸出について、緊急事態宣言で貸出数が0冊の月があるにもかかわらず、前年と同程度の貸出があったことから、俳句センターを積極的に利用する人が一定数いることがわかる。あるいは、コロナ禍で新たに俳句を始めた人が利用した可能性も考えられる。

表1 現代俳句センターの利用状況

		2019年度				2020年度	
		貸出数	蔵書数			貸出数	蔵書数
4月	貸出数	63	2	10月	貸出数	34	53
	蔵書数	4,889	5,050		蔵書数	4,937	5,105
5月	貸出数	59	0	11月	貸出数	38	61
	蔵書数	4,890	5,050		蔵書数	4,938	5,135
6月	貸出数	56	25	12月	貸出数	34	38
	蔵書数	4,894	5,050		蔵書数	4,939	5,135
7月	貸出数	38	29	1月	貸出数	33	51
	蔵書数	4,937	5,050		蔵書数	4,939	5,221
8月	貸出数	41	72	2月	貸出数	48	45
	蔵書数	4,937	5,101		蔵書数	4,941	5,274
9月	貸出数	40	60	3月	貸出数	26	63
	蔵書数	4,937	5,104		蔵書数	4,942	5,408

貸出数と蔵書数の単位は冊。

(荒川区立図書館による回答から筆者作成)

### III 俳句事業の実施状況

#### 1. あらかわ俳壇

荒川区では、「荒川区俳句のまち宣言」を行った2015年からあらかわ俳壇を実施している。参加者の7割が区内在住だが、区外からも投句できる。区役所や区立図書館などに設置された投句箱への投函による申請のほか、郵送や電子申請による投句も受け付けている。電子申請による投句受付は2016年に始まり、2020年には投句数の半数以上を占めるようになった(表2)。区役所職員はコロナ禍で外出を控えたり、あらかわ俳壇の存在がより広く知られたりして、自宅で簡単に俳句を送信できる電子申請の需要が高まったと考えている。

#### 1) 参加者数の変化

あらかわ俳壇の参加者数は増加傾向にあり、2020年度の夏季から継続して100人以上が参加している(図2)。区役所職員は、参加者数増加の理由は二つあると述べた。

一点目は、2020年から小中学生の部が新設されたことである。2020年3月に、新型コロナウイルス感染拡大で休校中の子ども向けに「小中学生スペシャル」が開催された。区の施設が休館で、区HPやSNSでの広報が主だったが、2週間で20句集まったことで子どもの投句需要が明

表2 電子申請の変化

開催年(年)	参加者数(人)	投句数(句)	電子申請(件)
2015	157	552	0
2016	230	1,073	256
2017	307	1,355	336
2018	270	1,439	576
2019	346	1,440	340
2020	490	2,053	1,036
のべ	1,800	7,912	2,544

年度ではなく年ごとの集計で、小中学生の部を含まない。

(文化交流推進課作成の資料に基づき筆者作成)

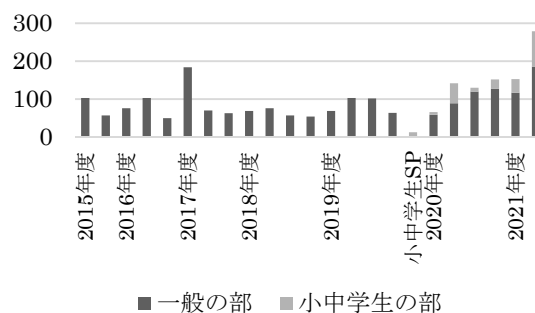


図2 あらかわ俳壇の参加者人数の推移

(あらかわ俳壇HPを参考に筆者作成)

らかになった。これまでは全年齢を対象とした俳壇だったが、上級者に埋もれていた子どもも俳句を楽しめるように一般の部と小中学生の部を作ったという。小中学生の部には、区内外の児童生徒個人の投句だけでなく、授業で作った作品など学校単位の投句がある。区役所職員によると、公立学校では教職員の異動があり、学校単位の参加は教員の意欲や学校の意識に左右されるため、継続的に参加する学校を増やすことが課題である。

また、二点目としてあらかわ俳壇講師の対馬康子氏が2020年度のNHK俳句の選者になったことや、2021年に荒川区で俳人の夏井いつき氏による句会ライブが開催されたことがきっかけとなり、全国的にあらかわ俳壇が認知されたことが挙げられた。

## 2) 参加者の年代別割合

2020年までの開催21回分（のべ1,800人）と2020年の開催4回分（のべ490人）のあらかわ俳壇の参加者を年代別に整理し、比較した（表3）。2020年度の1回当たりの平均参加人数と過去開催分の1回当たりの平均参加人数を年齢別に算出して比較すると、いずれの年齢においても変化なしあるいは増加を示した。

参加者の3分の1は60代～70代が占めているものの、2020年度では特に10歳未満と40～50代の参加者数が大きく増加している。一方で、20～30代の参加はほとんど伸

表3 あらかわ俳壇の年齢別参加者割合

	2020年までの 全体21回分		2020年の 4回分	
	1回あたりの 参加者数(人)	割合 (%)	1回当たりの 参加者数(人)	割合 (%)
10代 未満	8.5	10	17.1	14
10代	6.8	8	8.5	7
20代	1.7	2	2.4	2
30代	3.4	4	6.1	5
40代	5.1	6	9.8	8
50代	5.1	6	11.0	9
60代	13.7	16	17.1	14
70代	20.5	24	22.0	18
80代	8.5	10	8.5	7
90代 以上	0.8	1	2.4	2
不明	11.1	13	17.1	14
合計	85.2	100	122.0	100

のべ人数と年齢別割合は文化交流推進課による。

（筆者作成）

びず、俳句界と同様に、若者世代に俳句をどのように楽しんでもらうかが課題となっている。

## 2. コロナ禍における対面型イベントの変化

コロナ禍において対面型俳句イベントは開催が制限されている。荒川自然公園に数十人が集まり、講師の指導を受ける「あらかわ俳句吟行会」は2020年に限り、区民文化祭の出品を兼ねて郵送・電子申請で投句を募集し、参加者数を伸ばした。しかし、名所へ出かけて詠まれたような句が少なく、吟行をするというイベントの元来の趣旨が疎かになった。そこで、コロナ対策が周知されてきた2021年は各自で区内を吟行することを条件に参加を募っている。通信句会や短時間の集合句会も検討したが、参加者の年齢の高さから投句募集にとどめているという。

他方、大学生が登壇し、子規と漱石の俳句を鑑賞・議論するイベントである「子規・漱石句あわせ」はオンライン開催となった。例年、早稲田大学俳句研究会および東大俳句会に所属する大学生が参加しているが、2020年度は通信情報機器を活用して愛媛大学俳句研究会が新たに参加した。

事業を一度やめてしまうとこれまで投資したことが無に帰すため、コロナ禍のような困難な状況にも柔軟に対応して事業を継続させていることがわかった。

## IV イベント参加者の意識

俳句のまちあらかわのイベント実態について参加者側の見解を調査するため、子規・漱石句あわせに参加したことがある大学生6人にアンケートを行った。参加理由を尋ねると、自身の成長のため、楽しそうだからという回答が複数見られた。俳句でディベートできることと、同年代の学生や先生と交流できることに喜びを感じていた。また、イベントの感想記述には、子規漱石の句そのものと俳句鑑賞の魅力に触れることができると書かれており、参加者の勉強の機会にもなっていると考えられる。もともと荒川区に親しみがなかったが、俳句を通して荒川区に親しみが湧いたという回答者もいた。不満な点を挙げる学生はほとんどいなかったが、オンライン開催では区のイメージが変わらないという意見も見られた。このことから、俳句自体はオンラインでもできる活動だが、現地でイベントを開催することで俳句のまちあらかわの魅力がより印象強く発信できると考えられる。

句あわせ参加以前から俳句のまちあらかわを「知っていた」回答者は4人、「知らなかった」回答者が2人いたことがわかった。知っていた学生はいずれも俳句関係のイベントで荒川区を訪れていた。荒川区に抱く印象を問

うと、「文化的なイメージはなかったが、芭蕉ゆかりの地として政策を打ち出していることがわかった」と参加前後でイメージが変化した例が見られた。イベントにおいて子規漱石の俳句に真摯に向き合っていることや、俳句界の若手にもスポットライトを当てていることに言及し、荒川区が俳句の文化振興に熱心に取り組んでいることを評価している回答が多く見られた。回答者の全員が今後も荒川区の俳句イベントに機会があれば参加したいと答えた。「俳句イベントが行われる環境はありがたい」という前向きな考えがある一方で、「荒川区民でないから積極的には参加できない」という心理的な障壁を感じている者も複数いた。また、俳句結社への投句や友人との句会といった「自分の参加・発表場所はすでにある」という記述も見られた。

俳句事業に関して荒川区に期待する取組みについては、6人中3人が事業の継続を望んでいた。そのほかに、句会とは異なる切り口の俳句イベントに触れて「地元の高校や現代俳句協会との連携をより一層深めてほしい」こと、さらに「愛媛県との連携を強めて正岡子規国際俳句賞の復活などに取り組んでほしい」という、俳句文化の振興を牽引することを希望する意見もあった。

## V おわりに

本稿では、Iで述べた俳句界の課題に着目しながら、荒川区における俳句事業について、企画を実施する区役所を対象とした聞き取り調査と企画参加者へのアンケートを行い、俳句のまちづくりの課題と展望を明らかにした。

一点目の課題は、俳句に親しむきっかけの創出である。荒川区では俳句にゆかりのある区の史跡の発信や俳句イベントの実施を通して、区民が俳句に触れて心豊かに生活することを目指している。特に、学校を通して小中学生に俳句を教えたり親しんだりする機会を提供し、子どもの教育の充実にも繋げている。「あらかわ俳壇」の小中学生の部の新設や、国語科教員への俳句の授業の研修の実施から、今後も俳句の裾野が広がっていくことが予想される。

俳句イベントに参加したことがある大学生に実施したアンケートの回答からは、俳句初心者も経験者も楽しめる独自性のある企画が求められていることがわかった。楽しいだけでなく、大いに学ぶところがあるイベントに満足感を得ていた。

二点目の課題は、俳句文化の担い手には高齢者が多く若者が少ないことである。「あらかわ俳壇」の参加者数は増加傾向にある一方で、20代から30代の若者世代へのア

プローチは難しい状況であり、引き続きの働きかけが求められる。

三点目の課題は、2020年以降のコロナ禍において創作の刺激を受けられる句会や吟行会の実施が難しくなったことである。しかし、電子申請や郵送を活用した投句や添削により、俳句文化の主な担い手である高齢者層も参加を継続できた。「あらかわ俳壇」の参加者数や、ゆいの森あらかわ現代俳句センターの利用状況についても、大幅な減少は見られなかった。「あらかわ俳句吟行会」では各自で区内を吟行することを条件としたように、元来の企画の趣旨に沿った事業の継続に努めている。

2020年に「荒川区俳句のまち宣言」は5周年を迎えた。取組みが周知され始め、区内外の参加が今後も増加すると考えられる。これからの事業継続と発展に期待がかかる。

謝辞 調査に際し、荒川区文化交流推進課、ゆいの森あらかわ、現代俳句協会、東大俳句会および早稲田大学俳句研究会の学生の方々から多大なご協力を賜りました。ありがとうございました。

## 注

- 1) 伊藤園HP「お〜いお茶新俳句大賞とは」.<https://itoen-shinaiiku.jp/about/>（最終閲覧日：2022年2月7日）
- 2) 2015年10月18日更新の産経WESTによる。「なにわの文化 補助金廃止で変わったものは」.<https://www.sankei.com/article/20151018-2P6W4CEMCLFPFMHVZ5CW42RRY/>（最終閲覧日：2022年2月7日）
- 3) 2021年9月20日更新の朝日新聞デジタルによる。「大阪人権博物館が更地に 2022年の再開はめど立たず」<https://www.asahi.com/articles/ASP9N03JYP9KPTIL010.html>（最終閲覧日：2022年2月7日）
- 4) 荒川区HP2015年3月14日発表の「荒川区「荒川区俳句のまち宣言」より」.<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/documents/3258/haikusengen.pdf>（最終閲覧日：2021年12月22日）
- 5) 荒川区議会会議録検索システム「荒川区 平成20年 文教・子育て支援委員会 07月14日-05号」より。[https://ssp.kaigiroku.net/tenant/arakawa/MinuteView.html?council\\_id=6&schedule\\_id=6&is\\_search=true](https://ssp.kaigiroku.net/tenant/arakawa/MinuteView.html?council_id=6&schedule_id=6&is_search=true)（最終閲覧日：2021年12月22日）

## 文献

吉澤弥生 2019. アートはなぜ地域に向かうのかー「社会化する芸術」の現場から. フォーラム現代社会学 18: 122-137.

# 企業城下町日立市における地域交通の変遷と今後の展開 —日立電鉄線廃線から新交通の導入まで—

渡邊 真輝

## I はじめに

茨城県日立市は、国内最大の総合電機メーカー日立製作所の創業地として知られ、国内有数の企業城下町である。企業城下町は、別名「企業都市」ともいわれ、単一企業が強い影響力を持つ都市の事を指す。企業を中心に産業集積や都市構造が形成され、いわゆる「城主企業」が自治体行政を左右している（宇都宮 2010: 95）。近年の日立製作所で進められているリストラによる従業員の大量退職は、日立市の構造に大きな影響を与えている。また、地域における高齢化の進行が、モータリゼーションの進展や居住地が拡散した都市構造と重なり、バスなどの公共交通の利用者減少によるサービスの質の低下といった交通問題が顕在化している。今後、地域の人口はさらに高齢化が進むことが予想されており、誰でも快適に移動できる環境の実現が求められている。

本調査では、企業城下町日立市における交通の発達と衰退の流れを明らかにする。特に70年にわたり市民の足となってきた日立電鉄線とその廃線後の跡地を活用して運行しているBRT（図1）を取り上げ、企業城下町の地域交通サービス提供に関わる日立市と日立製作所との関係に注目する。調査期間は、2021年9月1日から9月5日である。調査方法は、日立電鉄社史（日立電鉄株式会社・日立電鉄40年史編集委員会 1968）や日立市史（日立市史編さん委員会 1996）などを対象とした文献調査と日立市都市政策課への聞き取り調査である。

そして調査をもとに1920年代～1960年代を日立電鉄線発展期、1960年代～2005年を日立電鉄線安定・衰退期、2005年以降をBRT普及期と分類し、考察を進める。次章以降の本稿の構成は以下の通りである。IIでは、日立市の概要、IIIとIVでは、日立電鉄の変遷、Vでは今後の地域交通の展開、VIでは調査を踏まえた考察を述べる。

## II 日立市の概要

日立市は茨城県北東部に位置する面積約225.71km<sup>2</sup>の市であり、2022年時点の人口は約17.1万で、水戸市、つくば市に次ぎ県内第3位の人口規模を維持している。しかし、人口は1983年の20.6万人をピークに減少し、65歳

以上人口は2021年には33.4%であった。日立市は人口減少・超高齢社会となっている<sup>1)</sup>。

日立市は、日立鉱山の開発や日立製作所の創業以来、鉱工業を中心に発展が進み、現在でも製造品出荷額は約1兆円と県内第4位の額を誇る県内有数の工業都市である。日立グループの国内生産拠点の一つとして、日立製作所や日立化成工業、日立金属、日立研究所などのグループ企業の工場や事業所、研究施設が立地するほか、日立製作所が運営する教育機関として日立工業専修学校、同じく医療施設として日立総合病院が立地している。従業員とその家族は人口の4割、協力企業など日立製作所関連の企業を含めると市民の約7割が日立製作所と関わりを持つといわれている（中村ほか 2012: 138）。1930年代から日立製作所のグループ企業によって寮や社宅、近年では介護老人保健施設など、住宅をはじめとした施設においても整備が続けられてきた。

このように日立製作所は、あらゆる面から日立市民の生活を支え、日立市民は日立製作所に依存してきた。しかし、近年では日立製作所の事業の低迷や事業構造改革の影響を受け、日立製作所が城主企業として市を支える企業城下町の構図が揺らいでいる。製造業は縮小し続け、従業者数、製造品出荷額はいずれも減少傾向にある（図

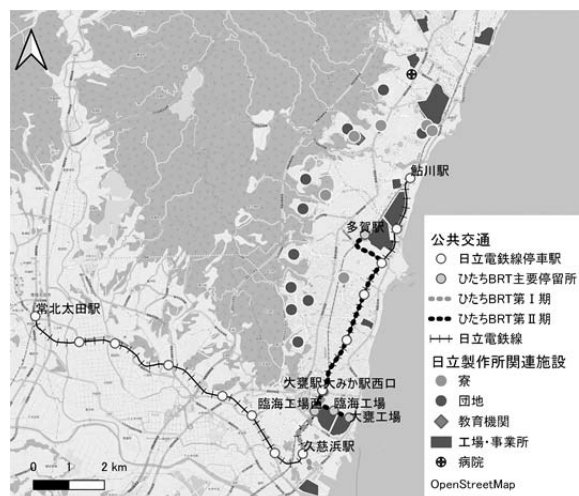


図1 日立市における公共交通、日立製作所関連施設分布図  
（基盤地図情報、北崎ほか(2006)、日立電鉄株式会社(1968)、藤田(2017)をもとに筆者作成)

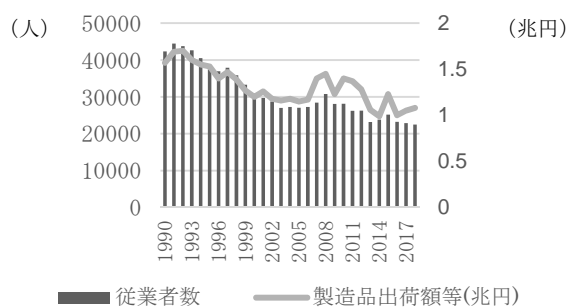


図2 日立市の製造業の推移

(経済センサス, 工業統計調査, 藤田 (2017) をもとに筆者作成)

2). 2014年には, 日立製作所と三菱重工業が火力発電システム事業を統合し, 三菱重工業主導の三菱日立パワーシステムズ (現三菱パワー) を立ち上げた. 市内にある日立製作所基幹工場の一部が新会社傘下となった. 社員も転籍しただけでなく, 人口流出が続くなど日立製作所頼みは限界に来ており, 下請けや自治体も自立を模索している<sup>2)</sup>.

### III 日立電鉄線時代

#### 1. 日立電鉄の概要

日立電鉄は, 1927~2019年まで日立市および常陸太田市を中心に, 自動車事業 (乗合バス等), 鉄道事業を行っていた会社であり, 茨城県北部の人々の生活の足を支える重要な役割を果たしていた. 日立電鉄の子会社には, 日立電鉄タクシー株式会社, 有限会社電鉄第2タクシー, 日立電鉄観光株式会社, 電鉄商事があった.

鉄道事業では, 1928~2005年にかけて日立電鉄線を行っていた. 日立電鉄線はJR水郡線に隣接する常北太田駅からJR常磐線大甕駅を經由して鮎川駅まで至るルートを走行し, 日立製作所関連の従業員の通勤輸送や鮎川, 大甕, 久慈浜, 常陸太田にある高校などへの通学を主眼に運行していた.

#### 2. 日立電鉄の変遷

##### 1) 日立電鉄線発展期

日立電鉄線発展期における動向を表1に示した. 1927年に日立電鉄の前身である常北電気鉄道の設立以来, 日立電鉄は日立製作所と共に成長を続けてきた. 日立電鉄線は沿線の人々の祝福を受け, 1928年に大甕-久慈浜間, その翌年に久慈浜-常陸太田間において事業をスタートさせた. しかし, 開業当初は, 関東大震災や世界恐慌による不況の影響に加え, 輸送需要の誤算を受け, 営業不振に陥った. 1929年5月1日から同年10月31日までの6

表1 日立電鉄線発展期における動向

年	日立電鉄	日立製作所	日本・日立市全体
1910		日立製作所創業	
1920		株式会社日立製作所設立	大戦景気の始まり
		山手工場設立	
1923		電線工場設立	関東大震災
1927	常北電気鉄道設立		
1928	大甕-久慈浜間開業		
1929	久慈浜-常北太田間開業		世界恐慌
1930		海岸工場設立	
1931			満州事変
1938			国家総動員法制定
1939		多賀工場設立	日立市誕生
1941	日立製作所の傘下に入る		
1944	社名を日立電鉄に変更		
1945			日立空襲
1947	大甕-鮎川間開業		
1954			高度経済成長期の始まり
1957		国分工場設立	
1962	快速列車の運行開始		
1969		大みか工場設立	
1970		臨海工場設立	

(岡部 (1999), 白土 (2004), 中村ほか (2012), 日立市編さん委員会 (1996), 日立電鉄株式会社・日立電鉄40年史編纂委員会ほか (1968) をもとに筆者作成)

カ月間の1日当たりの運輸収入は当初予想の380円を大きく下回る223円であった (日立電鉄株式会社・日立電鉄40年史編纂委員会ほか 1968: 20-21).

その後, 1931年に発生した満州事変や1938年に制定された国家総動員法に伴う, 国内での軍関係需要の高まりにより, 日本全体の景気が回復した. 日立製作所も好景気の影響を受け, 設備の拡張や新規の工場設立を進めたことで, 日立地区には活気がもたらされた. 1931年に約4,000人だった従業員数は, 多賀工場が開設された1939年には約46,000人まで増加し, これを受けて交通需要が急拡大した. 自動車業は, 発足以来, 1日平均収入は272円と順調な歩みを見せていたが, この頃の躍進は著しいものであり, 1940年には同収入は460円に達した. 鉄道業は自動車業と比較して, 苦戦していたものの, 1935年には1日平均1,000人前後だった輸送人員は, 1939年には約3,000人と大幅に増加した. そして, 鉄道業は1940年5~10月期には, 創業以来の赤字から脱出し, 黒字に転じた



(日立電鉄株式会社・日立電鉄40年史編纂委員会 1968: 26-29).

この頃日立製作所内では、創立以来掲げられていた構想の実現と輸送問題の解決のため、日立電鉄を有効活用する策が浮かび上がっていた。日立製作所では創業以来、日立－水戸間を同社の工場で埋め、高速鉄道を敷設する構想をもっていた。また、1930年代後半から戦争が拡大しつつある状況下で、徴兵の増加により工場の労働力の確保が困難になったことから日立製作所では、各工場の労働力と通勤者の足を確保することが重要になった。当時は石油類が統制されている状況であったため、輸送の役割は、自動車ではなく鉄道に頼る必要があった。そこで当時日立製作所副社長であった高尾直三郎(1886-1970)は、各工場の労働力確保と輸送の充実のために、日立電鉄に対して経営権を譲渡するよう要請した。それに対して日立電鉄は、近年の業績向上は日立製作所の発展によるものであり、今後も密接な関係を持たなければならないことや今後の業績を踏まえ、譲渡を承諾した。そして1941年に日立電鉄は日立製作所の傘下に入った。

1942年には、水木、河原子を経て日立駅に至る鉄道の免許が認可され、1947年に大甕－鮎川区間が開業した。1930年には一度免許申請は却下されたものの、昭和初期と比較して日立市を中心として交通需要が大きな伸びを見せていたこと、軍需産業労働者の輸送という大義名分があったことを背景に2度目の申請で認可された。大甕－鮎川区間には、多賀工場や海岸工場など多くの工場が立地し、大甕で国鉄に乗り換えていた従業員を直接沿線にある工場に電車で送り込むことを狙いとしていた。そして発展を続ける日立地区を太田、久慈浜地区と繋げることで地域全体を活性化させ、電鉄線の利用価値を上げようとしていた。

1945年、アメリカ軍によって日立市は3度にわたって空襲を受けた。市街地は一面焼け野原となり、日立製作所の工場も大きな被害を受けたが、1950年代前半からの高度経済成長期をきっかけに復興に向かった。戦後の技術革新や産業構造の変化は、消費者の暮らしや日立製作所の発展に影響をもたらした。日立製作所では、1956年頃から活発化してきた設備投資により重電機部門が、家電電化ブームにより弱電部門が拡充強化された。これらの産業の生産量の増加に比例して、多くの労働力も必要となったため、通勤圏は広がりつつあった。また、消費生活の変化は人々の交通手段を徒歩や自転車から安く速いバスへと変えた。これらの社会情勢の変化から、日立電鉄では自動車業を中心として通勤客が大幅に増加した。さらに1962年には通

勤客の輸送力を増強するため、日立電鉄線に快速列車が導入された。

## 2) 日立電鉄線安定・衰退期

日立電鉄線安定・衰退期の動向を表2に示した。創業からの営業不振を乗り越え、順調に利用者を伸ばしてきた日立電鉄だが、1960年代半ばから利用者数が伸び悩んだ。その要因として日立製作所のリストラ、住宅政策の切り替えの二つが挙げられる。高度経済成長期の景気過熱を抑えるために実施された公定歩合の引き上げや設備投資の抑制により、1960年代から景気が後退し始めた。この結果日立製作所も生産を縮小し、臨時社員の整理や下請けの発注削減などリストラが積極的に行われた。また、1960年代後半から日立製作所は職住近接から持ち家制度へと住宅政策を転換した。日立製作所の従業員は、1940年代ごろから労働者の急激な増加に合わせて作られた工場周辺の社宅や寮に多くの人が住んでいたが、施策転換によって、多くの従業員が工場から離れた日立市西部に位置する山側の団地に集団移住した(図1)。

その後1995年を境に通勤利用客の減少が原因で急激に日立電鉄線の利用者数が落ち込んだ。日立製作所をはじめとした日立市の主企業は従来、定期券を一括購入することで通勤費を支給していたが、1995年度以降現金支給化へと転じたことが影響し、利用者の減少につながった(岡部 1999: 40)。それ以降も日立製作所におけるリストラによる従業員の減少や製造業の縮小

表2 日立電鉄線安定・衰退期の動向

年	日立電鉄	日立製作所	日本・日立市全体
1960年代後半～		住宅政策の切り替え	
1970年代前半～		企業経営の合理化	高度経済成長期の終わり
1972	快速列車廃止		
1990		大規模なリストラを発表	バブル経済の崩壊
1995	日立電鉄線利用者の大幅な減少	通勤費を定期一括購入から現金支給に変更	
2001			ITバブルの崩壊
2003	日立電鉄線廃線方針の発表		日立市・常陸太田市が電鉄線存続を求める要望書を共同提出
2004			日立電鉄線を存続させる市民フォーラムの発足
2005	日立電鉄線廃線		

(伊藤(2005), 岡部(1999), 白土(2004)をもとに筆者作成)

(図2)、モータリゼーションの進行、少子高齢化など複数の要素が重なり、利用者の減少は続いた。

2003年10月中旬に日立電鉄は日立電鉄線廃止計画の検討に関する件を発表し、電鉄線廃線の方針を示した。利用者減少に伴う営業損益・累積債務の拡大により、年間1.2億円強の安全整備費を捻出できないことが廃線の理由として挙げられた。この方針に対して、日立市と常陸太田市は同年10月下旬に電鉄線存続を求める要望書を日立電鉄と茨城県に共同提出し、反対の意向を示した。しかし、その後日立市長は、当初の方針から一転して、「現実的対応として路線バスによる代替輸送の検討も始めたい」(2004年3月9日付読売新聞茨城版朝刊)と発言し、日立電鉄の臨時取締役会において電鉄線廃線に賛成の意向を示した。その後の2004年3月には県により、年間赤字額を日立電鉄の試算の半分以下に抑えられるとの独自の試算が示されたが、日立市と茨城県および常陸太田市の間で意見の合意がなされることはなかった。

このような行政の動きに対し、同年4月には通学に電鉄線を利用していた高校の生徒会による「日立電鉄線の維持存続を求める高校生徒会連絡会」をはじめとした、存続運動を行うコミュニティが結集して「日立電鉄線を存続させる市民フォーラム」が結成された。市民フォーラムでは、日立電鉄線存続に向けて市民同士が協力していくための連絡、調整、意見交換が活発に行われた。

同年5月、日立電鉄から提出された廃止届出書に基づき、国土交通省関東運輸局による意見聴取会が開かれた。日立電鉄は、日立電鉄線廃止に伴い新規バス路線の開設、既存ダイヤの改正を行うこと、日立市は利用者漸減の状況に照らして代替バス輸送でも支障がないことを根拠に電鉄線廃線の意思を表明した。同年6月には国土交通省が、日立電鉄の鉄道事業における撤退を法的に容認したため、最終的に2005年3月31日、日立電鉄線は廃線となった(帯刀ほか 2008: 10-12)。

廃線方針の発表後、常陸太田市や市民などから多く反対の声が上がったにもかかわらず、日立市がすぐさま電鉄線存続から代行バス輸送へと方針を転換した背景には、日立市の行政の意思決定において日立製作所の意向が反映されやすいことが関係している。日立市では行政のトップを決める市長選において日立製作所の支援が鍵となっている。市長選は組合ぐるみで行われ、支援を受けられない候補はほとんど勝ち目が無い(藤田 2017: 10-11)。また、市全体の運営にも日立製作所の経営状況や税収が大きく関わっているため、親会社である日立製作所の鉄道事業からの撤退方針は絶対であり、日立市長が異論を挟むことはほとんど不可能であった。

以上のように、日立電鉄の開業から廃線まで運営面、利用者層どちらにおいても日立製作所は日立電鉄に大きく関わってきた。

#### IV 新交通の誕生によるBRT普及期

日立電鉄線の廃線後、2006年から日立電鉄によって同線の代替バスが運行された。代替バスは、廃線前に日立市と日立電鉄バスの協議によって作成されたアウトラインに沿って営業を行った。しかし、代替バスの利用者数は、日立電鉄線時代の利用者数の約3割まで減少した<sup>3)</sup>。また、慢性的な渋滞によりバスの定時性の確保が困難となっていた。

日立市は2008年に電鉄線跡地を取得した。跡地の利活用について、検討委員会を設置し、翌2009年に跡地の基本的な活用方針を定めた「日立電鉄線跡地活用整備基本構想」を策定した。当時日立市で問題となっていた、自動車社会の発展に伴う交通渋滞の悪化、高齢者の移動の足の確保、利用者の減少による公共交通の衰退を踏まえ、交通渋滞の緩和を図りつつ、自動車交通に過度に依存しない新たな交通体系の確立を基本方針として設定した<sup>4)</sup>。そして、特に交通渋滞が激しい南北方向にバス交通を主体とする新交通を導入することを決定した。

その後2013年から新しく導入されたのが、ひたちBRTである。BRTとは、バス・ラピッド・トランジット Bus Rapid Transit の略で、一般的に連節バス、PTPS(公共車両優先システム)、バス専用道、バスレーン等を組み合わせることで、既存の路線バスと比較し、速達性・定時性の確保や輸送能力の増大が可能となる高次の機能を備えたバスシステムのことを指す。BRTは鉄道と比較して、必要な輸送力を低コストで整備、維持することができる。ただし、ひたちBRTは全区間が専用道ではなく一部の区間は一般道を走行している。かつて日立電鉄線を運営していた日立電鉄は、2019年に茨城交通<sup>5)</sup>に吸収された<sup>6)</sup>。そのため、現在ひたちBRTは茨城交通によって運営されている。

2013年に開通したBRT第I期では、おさかなセンター大甕駅間の運行を開始し、開業後の1日当たりの利用者数は469人であった。その後2018年に開通した第II期区間では、常陸多賀駅まで延伸した(図1)。第II期の本格運行開始後、工場に通勤する日立製作所従業員や常陸多賀駅の利用者を取り込んだことで、1日当たりの利用者は第I期の約4倍の1,920人まで増加した<sup>7)</sup>。

このように日立電鉄線の廃線後も、日立製作所と地域交通とのつながりは依然として存在するが、運営面において日立製作所が関わらなくなったことから、日立電鉄

線時代と比較すると日立製作所の影響力は弱まった。

## V 今後の展開

日立市都市政策課に聞き取り調査を行ったところ、BRTは日立製作所従業員の通勤利用が多く、日中のその他の利用が進んでいないことが問題視されていることがわかった。今後、日立市における高齢化や日立製作所の縮小が進行していくことを踏まえると、日立製作所の従業員頼りでない運営基盤の確立が求められる。そこで、現在日中のBRT利用促進のために行われている主な施策に注目する。

一つ目は、ひたちBRT駅周辺宅地創出促進事業である。利便性の高いひたちBRTや駅周辺に良好な住環境を創出し、子育て世代等の定住を図ることを目的に、対象区画において、一定の広さの住宅区画を分譲する宅地供給事業者に対して市から最大490万円の補助金の支給を行っている<sup>8)</sup>。その対象区画は、ひたちBRTの各停留所（バス停）を中心とした半径500m以内の区域もしくは常磐線の大甕駅、常陸多賀駅、日立駅、小木津駅、十王駅を中心とした半径1km以内の区域である。

二つ目は、MaaSの導入である。MaaSとは、Mobility as a Serviceの略称であり、地域住民や旅行者一人一人のトリップ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。MaaSのメリットとしては、高齢者をはじめとした交通弱者のニーズにあった移動が可能になること、支払いを一度に済ませることができること、公共交通の利用を促進するため地域交通の機能の維持が可能になること、環境への配慮ができることが挙げられる。

MaaSは2006年に初めてフィンランドでアイデアの提案がなされた。日本では2018年に成長戦略である「未来投資戦略2018」において初めて国家のフラッグシッププロジェクトとして重点施策に位置づけられたことで、注目を集めるようになった。その後、同年に経済産業省が「IoTやAIが可能とする新しいモビリティサービスに関する研究会」、翌年に国土交通省が「都市と地方の新たなモビリティサービス懇親会」をそれぞれ立ち上げ、国家規模のプロジェクトに組み込まれていった（小高ほか 2020: 16-21）。

日立市における取組みは、2019年に経済産業省と国土交通省の連携で行われた、新しいモビリティサービスの社会実験を通じた移動課題の解決、および地域活性化に挑戦する地域や企業を応援する新プロジェクト「スマートモビリティチャレンジ」に採択された。茨城県、日立

市をはじめとした自治体、日立製作所、茨城交通、みちのりホールディングスなどが、ひたち圏域新モビリティ協議会を立ち上げ、ひたち圏域MaaSの取組みを推進している。2021年にはひたち圏域新モビリティ協議会が中心となってHitachi MaaSのアプリを用いたAIデマンドサービスの実証実験が行われた。アプリで乗り換え検索、乗合タクシーの予約、事前支払いを可能にしたことで、乗合タクシーとBRTの乗り換えを円滑にし、BRT沿線から離れた位置にいる人にも快適にBRTを使用可能とするようにした<sup>9)</sup>。

このように公共交通の利用促進のため、コンパクトシティの創出やデジタルサービスの普及が目指されており、今後さらに本格的な取組みが進むと予想される。このような取組みに対して日立製作所は技術面をサポートしている。

## VI おわりに

日立電鉄の開業当初から現在まで日立製作所は日立市の交通に多大な影響をもたらしてきた。1920年代から1960年代にかけての時期は、日立電鉄と日立製作所は相互に会社の成長を支える存在であり、日立市全体としても人口の増加や産業の活性化などの恩恵を受けてきた。しかし、1960年代から2005年にかけては、日立製作所の業績低迷が日立電鉄線の利用者減少を招くようになった。

現在のBRTでは、日立製作所の従業員がその利用者として依然多くを占めている。しかし、日立製作所従業員の定年退職や事業の縮小による減少など、今後は日立市における日立製作所の企業城下町としての色がより薄くなっていくことが予想される。誰もが安心して移動できる交通環境を創出するためには、日立市民全体に対して公共交通の利用促進を図ることが重要である。

謝辞 本調査の実施にあたり、快くご協力してくださった日立市都市政策課の皆様にご心より感謝申し上げます。

## 注

- 1) 茨城県webページ「平成30年（2018年）茨城県統計年鑑」にて公表されているデータによる。<https://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/tokei/fukyu/tokei/tokeisyo/nenkan2018/index.html#cate05>（最終閲覧日：2021年11月30日）
- 2) 日本経済新聞webページ「日立市、揺れる企業城下町」（2014年4月13日）による。<https://www.nikkei.com/article/DGXDZ069747810R10C14A4L60000/>（最終閲覧日：2021年11月30日）
- 3) 常陽産業研究所「県内公共交通の現状と展望～持続可能な公共交通の確立に向けて～」による。<http://www.jir-web.co.jp>

/joyoarc/backnumber/pdf/201502.pdf (最終閲覧日: 2021年12月22日)

- 4) 日立市「新交通導入計画」による. <https://www.city.hitachi.lg.jp/shimin/014/001/003/p004937.html> (最終閲覧日: 2021年11月30日)
- 5) 茨城交通は日立電鉄と同様に茨城県北部で交通事業を展開しており, 全国各地の地域交通を束ねるみちのりホールディングスのグループ会社の一つである.
- 6) 茨城交通webページ「茨城交通株式会社と日立電鉄交通サービス株式会社の経営統合(合併)に関するお知らせ」による. <http://www.ibako.co.jp/contents/newsrelease/2018/12/18879.html> (最終閲覧日: 2021年11月30日)
- 7) 日立市 なるほど公共事業No.10「定時性と速達性の確保により利用者が約4倍に」による. <https://www.pref.ibaraki.jp/soshiki/doboku/naruhodo/documents/10hitachibrt.pdf> (最終閲覧日: 2021年12月22日)
- 8) 日立市webページ「ひたちBRT・駅周辺宅地創出促進事業補助金」による. <https://www.city.hitachi.lg.jp/jigyo/002/001/p097443.html> (最終閲覧日: 2021年11月30日)
- 9) 茨城県webページ「MaaSプロジェクト」による. <https://www.pref.ibaraki.jp/kikaku/kotsuseisaku/chiikikoutsu/maas.html> (最終閲覧日: 2021年11月30日)

## 文献

伊藤智毅 2005. 日立電鉄線存続問題の投げかけたものー茨城・

日立電鉄線. 月刊自治研 47: 81-88.

宇都宮千穂 2010. 日本における企業城下町研究の到達点と課題ー都市形成史の視点から. 資本と地域 6-7: 95-100.

岡部純一 1999. 日立電鉄ー地域に密着, 市民から親しまれる鉄道をめざして. 交通公論 181: 38-40.

北崎朋希・村本浩一・阿藤卓弥・市川美穂子・有田智一・藤井さやか・大村謙二郎 2006. 企業城下町日立における日立製作所の社宅・寮整備の変遷と現状. 都市住宅学 55: 114-119.

小高洋祐・牧村和彦・井上岳一・井上健三 2020. 『Beyond MaaS 日本から始まる新モビリティ革命ー移動と都市の未来』日経BP.

白土貞夫 2004. 『日立電鉄の75年』ネコ・パブリッシング.

帯刀 治・山田 稔・齊藤康則・伊藤智毅・西村ミチ江・篠原睦美・相原正夫 2008. 日立電鉄線存続問題と地域社会(上) 企業城下町における存続運動の組織化と展開. 茨城大学地域総合研究所年報 41: 1-21.

中村文宣・神谷隆太・大谷万里絵・鈴木将也・福井一喜・山下清海 2012. 日立市の機械金属工業における中小企業の自立化. 地域研究年報 34: 138-144.

日立市史編さん委員会 1996. 『新修 日立市史 下巻』日立市. 日立電鉄株式会社・日立電鉄40年史編纂委員会 1968. 『日立電鉄四十年史』日立電鉄.

藤田 実 2017. 日立製作所のリストラと日立市の地域経済の変化. 桜美林大学産業研究所年報 35: 6-12.

---

**2021年度地理学フィールドワークA報告書**  
2022年3月31日発行

発行者 お茶の水女子大学文教育学部  
人文科学科地理学コース  
編集者 宮澤 仁，伊藤修一，永井萌子

---