

という事象に対する島民のまなざし・現在関東に住んでいる屋久島を出た者達のまなざしの変化と連動していたことが明らかになった。Uターンという行為は個人の人生に大きく影響し、人間関係をリセットする側面も持つと考えられる。(主指導教員：熊谷圭知)

## 商店街活性化の成功要因は作り出せるのか —宇都宮オリオン通り商店街を事例に—

須賀 あずさ

全国の商店街と同様、栃木県宇都宮市オリオン通り商店街はこの十数年でさまざまな問題に直面することとなった。空き店舗の増加、街並みの統一や老朽化した店舗の改装、過剰な床面積や高い賃料等を解決するため、商店街組合や活性化団体によって手探りの活動が行われているが、具体的な効果が期待できる一手がないのが現状である。本研究では、オリオン通りを詳細に調査し、近隣の商店街との比較を行うことで、山積する問題の根本的な原因を明らかにし、確実な解決法を見つけ出すことを目的として調査を行った。

調査方法は現地での商店街・不動産屋・来街者の方への聞き取り調査、地図と観察による個店調査、商店街活性化団体への参与観察である。

オリオン通り商店街のすぐ傍には、安定した発展の道を歩むユニオン通り商店街が存在する。徒歩1分の距離しかないこの二つの商店街の違いは何故出来たものなのかを調べるうち、最大の原因は店主同士のコミュニケーションであることが分かった。ユニオン通りでは日ごろから店主同士が頻繁に情報を交換し合い、地域住民との交流を積極的に行い、協力して活動に取り組んでいる。一方のオリオン通りでは、規模の小ささのため早くから衰退化に直面したユニオン通りのように、多くの店主がテナントオーナーに転換する前に活性化への道筋を描けなかったことで、商店主間でのやりとりが希薄になってしまった。また、県内最大の商店街として集中的に投資された結果、オリオン通りには他地域の商店街等と比べ大規模で賃料の高

額な店舗が立ち並ぶようになった。地価と店舗賃料の不釣り合いが空き店舗を増やし、新規出店者不足の原因となっているのだ。その他、来街者層と店舗の対象層のズレ、活性化に関わる方々の動機等を明らかにした。

今回の結果を踏まえて、活性化策としてテナントオーナーへの働きかけを提案した。商店街連盟と行政が一体となってテナントオーナーに商店街活動への参加を働きかけることで、現状に即した賃料設定、テナント入居者の意識変化、新規出店者の増加、店主同士のコミュニケーション向上等を期待できると考える。(主指導教員：水野 勲)

## おやじの意味の空間的拡張と地域活動 —愛知県大口町の「おやじの会」の活動—

渡辺 明里

近年、「おやじの会」といわれる父親を中心とした団体が増加している。そして、その多くは「おやじ」という立場から地域教育に貢献することを活動の大きな目的としている。

これまで「おやじ」とは、一般的に家庭や職場など限られた狭い範囲での役割とされてきた。そういった中で近年見られている現象は、非常に特徴的なものである。本論では、愛知県の北部にある大口町で活動する「おおぐちおやじの会」を事例として調査し、「おやじ」という存在が地域へ拡張される構造を明らかにした。

構成員へのアンケート調査において、理想のおやじの要素を地域と家庭という二つの領域に分けて質問した。その結果、どちらの領域においてもおやじの役割を果たす前提として、周囲の声をもとに物事を判断して行動する柔軟さが必要だということが分かった。また、同時に理想のおやじ像は実に複雑であり、メンバー各々に葛藤がある様子が見られた。

加えてインタビュー調査の結果、家庭においておやじがその役割を果たすための行動が具体的に認知され