地域活性化に果たすフィルムコミッションの役割と機能

富山県のフィルムコミッションの「協働」の観点から

坂上絵理
地域キュレーションコース
文化政策論

研究目的

特定非営利活動法人 ジャパン・フィルムコミッションは、フィルムコミッションを「映画・テレビドラマ・CMなどあらゆるジャンルの映像作品のロケーション撮影を誘致し、ロケが円滑に行われるよう支援を行う非営利公的機関」と定義している。

本研究では、このフィルムコミッションの中でも、全国的に高い評価を受けている富山県内のフィルムコミッションに焦点を当て、なぜ富山が撮影地として選ばれるのか、どのような連携を構築し、役割分担はどのように行われているのか、そして富山のフィルムコミッションの持つ優位性は何なのかを明らかにする。

研究方法

本研究では、先行研究からフィルムコミッションの意義や目的についてまとめる。

さらに、富山県内のフィルムコミッション（富山ロケーションオフィス（TLO）、富山フィルムコミッション、高岡フィルムコミッション）、他地域のフィルムコミッション（東京ロケーションボックス、熱海フィルムコミッション）へヒアリング調査を行い、その機能や特徴を調査する。そして、得られたデータから、富山のフィルムコミッションの組織体制、運営方法の特徴を明確にしたうえで、富山県内のフィルムコミッションや各種団体との連携について研究、分析を行う。

結論と考察

結論として、富山県が撮影地として選ばれる理由は、①富山県が元々持つ環境・ロケ地としての価値、②富山県内のフィルムコミッションの持つ活動体制の特徴、③富山県の地域性、住民性の3点に集約できる。

①は、富山県は「海」、「山」、「街」が揃っており、さまざまな撮影に柔軟に対応が可能になる点である。富山県は日本海側に位置し、富山湾がある。綺麗な海のカットは映画やドラマでも重宝される傾向にあり、撮影地として高い価値を持っている。また、富山県には立山、剱岳、二上山など多くの山岳が存在する。山地の撮影は機材の持ち運びや天候など困難な面も多いが、富山のフィルムコミッションは多くの撮影経験があり、山地の撮影にも慣れている。そして、何気ない日常のシーンなどを撮影する際に、特に目立った特徴のない、何気ない街並みというのは重宝される傾向にある。また、富山県が推進しているコンパクトシティ戦略により、撮影隊が効率よく移動しながら多くの撮影を実施できたり、2015（平成27）の北陸新幹線の開業により、ロケ隊が日帰りで撮影を行えるなど、富山の街のつくりが撮影隊にとって利便性が高い。

②は、富山県内のフィルムコミッションは、TLOが県全体の窓口となって取りまとめる体制をとっており、TLOが県内のフィルムコミッションを統括する窓口となっている点である。制作会社から県に依頼が入り、そこから各自治体のフィルムコミッションの担当者に連絡が行き、ロケハンを行なっている。

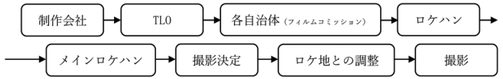


図1 富山県のフィルムコミッションの問い合わせから撮影までの流れ

この体制ではワンストップの窓口が実現し、制作会社の利便性が高くなる。また、県が中心となり、県内の市町村と緊密な連絡を取れることで、効率的なロケハンが可能になる。また、県が認識していない細かいロケ地を市は把握しており、市だけでは撮影許可を取ることが困難なロケ地も、県の介入で撮影可能になるなど、県と市の協力で、迅速・的確な対応ができる。こうした補完的な関係は、制作陣に高く評価されている。

③は、フィルムコミッションの職員は基本的に市や観光協会の業務と兼任している場合がほとんどであり、普段の業務を通して、市民と職員の距離感が近い点である。そこで、普段の業務の延長線上で、施設使用許可やエキストラ招集などといったフィルムコミッション業務に必要な要望を聞いてもらうことが多い。また、ヒアリング調査から、富山の地元住民によるエキストラ登録数が多いこと、普段あまりロケが行われない地域の住民は自分の住んでいる地域が撮影地になることを喜ぶ傾向にあり、逆にロケが何度も行われている地域の住民は、ロケに慣れている分、撮影を円滑に行えることなどから、いずれも富山県民はロケの撮影に協力的であること、自治会長やボランティア団体、商工会議所との連携がロケの誘致にプラスの効果をもたらしている例があることが明らかになった。

これらの三つの要因から、富山のフィルムコミッション間、商工会議所やボランティア団体など各関係団体、地元住民の間には富山独自の「協働」の関係があり、意識せずともロケを受け入れるインフラ、ソーシャルキャピタルが出来ていることが明らかになった。

デジタル時代における自治体広報誌の意義

北陸の自治体間比較による

富田果琳
地域キュレーションコース
文化政策論

研究目的

近年、進展するデジタル社会の中で、自治体の広報はどうあるべきか、特に、自治体広報誌に着目し、その意義を再検討しながら、これからの自治体広報の展望に繋げる。主に、自治体広報誌の現状や効果を調査し、都道府県レベルでの紙媒体の自治体広報誌をどのように活用していくべきか、再評価する。

そもそも自治体広報とは手段であり、住民自身が生活に必要である制度を理解し、その便益を享受することが目的である。さらに近年はシティプロモーションなど、自治体外の人に向けた情報発信も行われるようになってきた。自治体広報が多様化する中で、今一度、広報の在り方を再検討し、自治体広報の意義や役割を明らかにすることは重要である。

デジタル化は利便性を向上させる一方で、高齢者の端末操作や、若年層の情報偏重など、今までにない新たな課題を抱えるようになった。だからこそ、生活に関わる情報を、満遍なく享受できる紙媒体の自治体広報誌は再評価すべき存在である。自治体広報の在り方と自治体広報誌の意義を明らかにすることは、そうした課題を解決する一助になると思われる。

方法と考察

本研究では、先行研究やホームページを含む資料から、自治体広報誌の意義や目的、変遷についてまとめる。また、北陸三県（石川県、富山県、福井県）の広報担当課、全国広報コンクールの担当者へヒアリング調査を行い、自治体広報誌の現状や、評価方法について明らかにする。さらに、文献調査と事例研究から得られたデータより、デジタル化における自治体広報誌の意義を再定義し、今後の展望と課題について考察する。

結論

ヒアリング調査より、北陸三県の広報誌を比較すると、全国広報コンクールへの受賞歴が都道府県内で最も多い石川県は、広報誌を若年層にも読んでもらえるよう、県内の若者を多く起用し構成を組んでいる。また、富山県では、新聞折り込みにて広報誌を発行しているため、新聞の購読者が広報誌を読むメイン層であると想定している。複数の媒体を活用し、それぞれのメイン層に情報が発信できるよう工夫されている。他方、福井県では、広報誌を年に複数回デジタルブック版のみで発信を行っており、デジタル媒体の活用が活発である。他にも、県内向け、県外向け、海外向けとSNSのアカウントを分けて運営しているという特徴がある。

図1 北陸三県の自治体広報誌【北陸三県広報担当課HPより】
https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kouho/newsfukui.htmlhttps://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kouho/newsfukui.htmlhttps://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kouho/newsfukui.htmlhttps://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kouho/newsfukui.htmlhttps://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kouho/newsfukui.html

47都道府県の広報誌の内容を調査すると、巻頭に県が取り組んでいる施策について分かりやすく図解する構成となっており、ページ数により情報量は異なるが、先頭に読者の関心の高い情報を持ってくることが多い。

さらに、日本広報協会の実施する全国広報コンクールの結果を分析し、過去5年間で3回以上、受賞されている自治体の特徴をまとめた。その結果、県民に密着した企画や、エリア事の観光に関するページなど、県民が積極的に出演しているケースが多いことが分かった。

賞	作品名	自治体	概要	特集内容
特選	みんなの県政 THIS かがわ	香川県	総理大臣賞も受賞 2022年９月号	医療的ケア児
入選１席	広報さっぽろ	札幌市	読売新聞社賞も受賞 2022年９月号	LGBTQ
入選２席	つたえる県ながさき	長崎県	2022年２月号	SDGs
入選３席	ほっと石川	石川県	2022年夏季号	石川県立図書館

図2 令和5年度全国広報コンクール入賞団体【日本広報協会HPより著者作成】

デジタル時代における自治体広報誌は、災害時、高齢者に向けた情報発信、視認性の高さという点で有効性がある。具体的には、災害時、電波障害でデジタル媒体が機能しない際、紙媒体での広報の重要性は高まる。また、全世代・全属性の住民にデジタルに対応してもらうことは現実的でなく、依然として紙媒体を用いた広報活動は欠かせないといえる。最後に、紙媒体は物理的に文字や図が存在するため記憶に残りやすいという特徴がある。

アナログ媒体は衰退の一途を辿りながらも自治体広報という観点で捉えるとまだまだ活用していくべき媒体である。情報化が進む中で、デジタルとアナログがハイブリッドで共存できるような仕組み作りをし、お互いのメリットを最大限に生かすことが求められる。

日本酒離れに対する対応策とその展開

富山県の事例を中心に

山浦夏実
芸術文化キュレーションコース
文化政策論

第1章　はじめに

わが国では、日本固有の資源として日本酒が生産され、その起源は紀元前4世紀頃、縄文時代末期にさかのぼることができる。しかし近年、日本酒の生産・消費量は減少傾向にあり、日本酒業界は縮小の一途を辿る。これは単なる一産業の問題に留まらず、日本文化などアイデンティティの喪失と考えられる。本研究では、日本酒の需要を示す消費量減少の要因を、社会環境の変化や産業構造の変化などから探りつつ、日本酒の新たな販売戦略を提示し、日本酒業界の未来の発展に寄与することを目的とする。

第2章　日本酒の概要

まず初めに、日本酒とは清酒の一種であり、清酒の中でも原料となる米に日本産米を使用し、国内で醸造したものを「日本酒」と定める。また「日本酒」という呼称は地理的表示（GI）として指定保護され、日本が育んだ特別な飲料としての価値を海外においても保護されるよう働きかけがなされている。

清酒には特定名称酒が存在する。特定名称の清酒とは吟醸酒、純米酒、本醸造酒でありそれぞれ所定の要件に該当するものにその名称を表示することが可能である。特定名称は原料、製造方法等の違いにより8種類に分類される。

第3章　日本酒の生産消費動向

近年、国内では人口減少や少子高齢化などの人口動態の変化がみられ、国内の酒類業界及び日本酒業界は、不可抗力的に縮小傾向にある。また、「新ジャンル」と呼ばれる低価格の発泡酒やビールに類似した発泡性アルコール飲料の台頭により清酒の生産・消費量は大きく落ち込むこととなる。新ジャンルの影響は大きく、清酒のみならずビールや焼酎、ウイスキーなどにも大きな打撃を与えている。また、需要の減少に伴い、日本酒を製造する人材の減少も深刻である。

そんな中、酒類及び清酒の輸出に関しては近年大きな飛躍を見せている。酒類全体の輸出金額は約10年の間に6倍以上に上昇し、日本産酒類が海外から興味を持たれ始めていることがわかる。また、清酒に関しても酒類同様、輸出金額は12年連続上昇を続けており、海外での認知度が高まっている。

第4章　日本酒の販売戦略－富山県の事業者を中心に－

富山県では全国と同様に日本酒市場は縮小傾向にある。

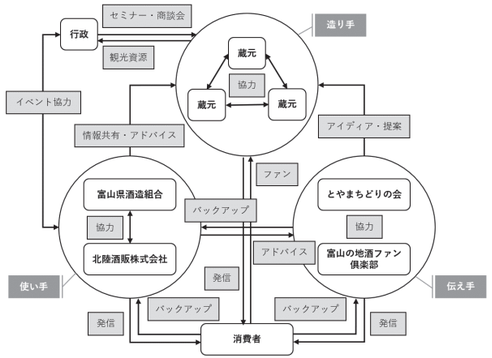
しかし、富山県では成人一人当たりの清酒消費量が全国でもトップクラスであり、また、課税移出数量における自県移出割合も全国トップクラスで6割以上を県内で消費している。これらの統計から、富山の日本酒は富山県民に愛されていることがうかがえる。また、富山県の日本酒は米にこだわり、さらに豊富な名水に恵まれた地域である。富山は人・米・水に支えられた日本酒造りが行われていると言える。

また、富山県の日本酒業界の「造り手・売り手・消費者」を担う富山県酒造組合・北陸酒販株式会社・とやまちどりの会の3者にヒアリング調査を実施したところ、富山県では造り手・売り手・消費者の3者が各々の視点から日本酒のために様々な活動を行っていることが明らかとなった。特に、富山県では県全体として酒造メーカーが一体となって何かに取り組むことのできる全国では決してみられない特殊な関係性を築いており、富山県ならではの活動が可能となっている。

第5章　考察

富山県では造り手・売り手・消費者それぞれが問題意識を持ち、キーパーソンを介し組織の垣根を超えた有機的な繋がりが築かれている。このことで、それぞれが持つ課題や問題に気付き助言し、補い合うことが可能となっている。全国ではまだ、各組織がそれぞれ利益を追求する業界構造であり、今のままでは現状以上の業界の発展は見込めない。今後の日本酒販売に必要なことは、関係者同士の綿密な情報共有である。今の業界構造をすぐに正すことは難しいが、富山県を参考事例として全国に発信し組織体制の改革を促すことが日本酒業界振興の第一歩となると考える。

［主要参考資料、URL］
国税庁課税部酒税課／日本酒（清酒）に関するもの
https://www.nta.go.jp/about/organization/tokyo/-sake/abc/abc-sake.htm



図）富山県の日本酒業界の有機的なつながり（筆者作成）

子ども主体による「使われる公園」に向けた展開と効果

富山県舟橋村園むすびプロジェクトを中心に

今井萌恵
地域キュレーションコース
文化政策論

はじめに

近年、子どもの遊び環境は大きく変化している。特に大きな変化は、屋外の遊び環境である。近隣に都市公園があるのにも関わらず、屋外で遊ぶ機会が減少している。そのような中で、公共空間の整備や維持管理等を地域住民が主体的に行う事例が増加している。2003（平成15）年には地方自治法改正により指定管理者制度が導入されるなど、民間の力の活用や官民連携の運営が推奨されるようになった。それにより、住民目線での意見の反映や、都市公園の管理運営の効率化に加え、アクティビティの強化、コミュニティ構築などに公園の利用が拡大し、地域の魅力向上に寄与している。

富山県舟橋村でも、行政と住民とが協働し、「舟橋村園むすびプロジェクト」が行われている。園むすびプロジェクトでは、こども公園部長と呼ばれる子どものリーダーが中心となり公園づくりに関与している点で、子ども主体の公園運営という独自性を持つ。子どもたちは、会議にて公園でやりたいことを話し合い、月に一度開催するイベントの内容を決定する。当日はイベントに参加するだけでなく、受付や取材対応の役割も担う。

本研究では、この舟橋村の事例から子ども主体の公園運営が地域に与える影響を、教育的効果と社会的効果（地域への影響）の２つの観点から検討し、明らかにすることを試みた。

教育的効果

子どもにとって、園むすびプロジェクトでは学校外での学びを得られる。保護者アンケートの結果から、園むすびプロジェクトの活動は「思いやり」、「興味関心」、「想像力」、「積極性」の４つの力に良い影響を与えることが明らかとなった。こども公園部長は活動を通して老若男女問わず多くの人と交流する。会議では他の学年の子どもと協力し、考えを集約しなければならない。多くの人との関わり合いにより、他者を思いやる気持ちを育む。また、「やりたいこと」を探求し、参加者を楽しませる方法を想像しながらイベントの企画や遊具の考案を行う。それにより「興味関心」、「想像力」が培われる。こども公園部長は人の前に出る機会が多く存在する。会議でのプレゼンテーションやＰＲ活動等である。活動から充実感や満足感を得るとともに、それらにより「積極性」が育まれていると推測する。こども公園部長の活動を経験した子どもたちが培ったこれらの力は、地域で活動する際に役立っている。卒業生が公園での活動を提案しているように、公園をフィールドに今後さらに活発な地域活動が繰り広げられていくだろう。

社会的効果

第一に、公園や地域に対する愛着が醸成される。調査を行った子ども公園部長、保護者、参加者の全ての属性で公園や地域に対する愛着が確認された。特に、こども公園部長は活動を継続する中で、「公園を自分の手で作っている」、「地域のために活動している」という意識が芽生え、愛着に寄与すると考察する。また、活動によって地域の魅力を再確認できたり、新たに魅力が創出されたりすることで、地域への愛着に繋がるのだと考える。

第二に、地域に子どもを中心とした繋がりが生じる。子どもの主体性が保護者、地域住民にも波及する。大人は子どもが頑張る姿に影響を受け、活動に参加・協力している。また、活動を通して、園むすびプロジェクトは保護者同士の交流の場、子どもと大人の異世代間交流の場となっていることが確認された。

第三に、公園が地域活動の場へ発展する。地域住民は、園むすびプロジェクトに対して活動の意義を見出し、自身の居場所として受け入れている。また、近年では触発された他の団体と繋がるなど新たな地域活動への可能性が芽生え始めている。住民の地域活動が盛んに実施される生き生きとした地域社会が実現すれば、移住定住、Ｕターンへの期待、さらなる魅力向上に繋がり、人口減少に歯止めをかけられる可能性がある。

まとめ

子ども主体による公園運営は、公園・地域に対する愛着醸成、子どもを中心としたネットワークの形成、地域活動の場づくりに寄与し、公園の日常的な利用促進に繋がる。都市公園が遊び場として機能することで、子どもたちは心身の発達が促進され、地域はより創造的に発展するだろう。

図1　園むすびプロジェクトメンバー（NPO法人園むすびプロジェクト提供）

［参考文献］
仙田満／「対訳こどものためのあそび空間」／市ヶ谷出版社／1998

持続するアートプロジェクトの条件とは

なおえつうみまちアートの事例による

上野聡美
地域キュレーションコース
文化政策論

第1章　はじめに

近年、アートを用いた地域活性化の取り組みであるアートプロジェクトが全国的に増加している。アートプロジェクトの開催は、多くの効果を生み出す一方で、地域住民との関係性など多くの課題も内包し、継続的な開催には課題解決に向けた対策や工夫が不可欠である。そこで、本論文では、2021（令和3）年に初開催され、大幅な運営体制や企画内容の変更を行いながらも継続開催となった、新潟県上越市直江津地区のアートプロジェクトの「なおえつうみまちアート」を取り上げ、多方面からそれぞれの比較を通じて、持続するアートプロジェクトに必要な条件を明らかにする。

第2章　アートプロジェクトとは

アートプロジェクトとは、地域や場の持つ価値や魅力について現代アートを用いて表現し、地域にとって新しい存在を作り出すとともに、コミュニティ再生の社会的効果をもたらす活動のことである。脱美術館の動きの中で、芸術作品の場所への帰属性が重要視されるようになり、社会に働きかける活動体としてアートプロジェクトは行われてきた。アートプロジェクトの開催には、主体や展開する場所の違いからさまざまなアプローチが存在し、特に近年、開催地が抱える地域課題の解決手法の一つとして注目されている。

第3章　なおえつうみまちアートの取り組み

なおえつうみまちアートとは、新潟県上越市直江津地区で2021（令和3）年、2022（令和4）年に開催されたアートプロジェクトであり、直江津地区初のアートプロジェクト開催である。初年度である2021(令和3)年のうみまち2021と次年度の2022年（令和4）年のうみまち2022では、実施主体が異なり、事業規模や内容も大幅に変更する中で、名前や大まかな開催エリアなどは踏襲しながら継続開催された。

図1　なおえつうみまちアート　ロゴ　（上越市提供）

第4章　うみまち2021とうみまち2022の比較

うみまち2021からうみまち2022にかけて引き継がれたもの、反対に変更されたことについて、ヒト（人材）、カネ（資金）、モノ（企画）、コト（運営）の4点に焦点を当てて比較を行った。比較からうみまち2021からうみまち2022にかけて、運営主体が、当初行政や企業だったものから地域住民主体に変更していることや、事業規模が大幅に縮小しているが、全く別のイベントとせずに、コンセプトや目的が維持・共有されたこと、そして住民の合意形成を丁寧に行ったことが、アートプロジェクトに有効に作用したことが明らかとなった。

第5章　考察

持続的なアートプロジェクトの開催には、①専門人材の活用や潜在的人材の掘り起こし、②組織運営に必要な財源確保、③適切な展示や企画の作成、④ビジョン構築と明確なコンセプトの検討、が必要な要素として考えられる。また、これらの条件を構築するためには、丁寧な合意形成を行うこと、コンセプト等の共通認識の継承すること、ならびに開催地が強固な地域コミュニティを保有していることも重要な要素であり、アートプロジェクトを開催するにあたり検討するべき事柄であると考察する。

第6章　おわりに

アートプロジェクトは地域住民が地域の価値を再認識できる機会であるとともに、地域住民がアートプロジェクトを地域活性化の手段として理解することで、より活発な活動に繋がっている。そして、開催地の特性を鑑み、地域固有のものとして根付いていくことで、地域内外を問わず、あらゆる人達に対して地域の魅力を伝え、地域とともにアートプロジェクトも持続、発展していくことが期待される。

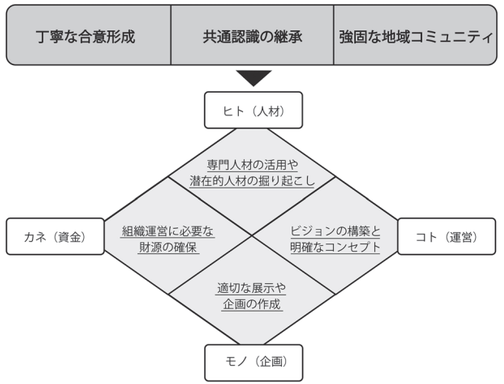


図2　持続するアートプロジェクトの条件（著者作成）

［参考文献］熊倉純子監、菊池拓児・長津結一郎／アートプロジェクト　芸術と共創する社会／水曜社／2014

日本遺産制度が地域にもたらす影響と変化

三重県明和町を中心に

中西由季乃
地域キュレーションコース
文化政策

研究対象と研究目的

近年、地域の衰退が叫ばれるなか国や自治体では、現状を打開するため交流人口増加を目的とした観光に力を入れ始めた。その中でも、私が注目したのは日本遺産制度である。類似制度の世界遺産制度や地域遺産制度と違い、先行研究が少なく、実際にどのような影響を地域に与えたものか疑問に思ったため、今回の研究対象に選んだ。

日本遺産制度とは、地域の歴史的魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語る「ストーリー」を文化庁によって認定するものである。今までは、点在していた文化財群をそれぞれ別々のものとして保存活動を行ってきた。しかし、ストーリーと文化財を関連付けることで、文化財を面として活用し、今まで注目されなかった文化財や地域に目を向けて貰いやすくする狙いがある。地域が主体となって総合的に整備・活用し、戦略的に発信していくことで、地域の活性化を図ることを目的としている。日本遺産認定で見込まれる効果は、認定地域の認知度の向上が見込めることや、今後の日本遺産を通じた事業により地域住民が地域の愛着心を再確認し、地域貢献の支援となり、最終的に、地方創生にも繋がると文化庁は挙げている。

本研究では、日本遺産制度がどのようなものなのか、類似制度と比較しつつ、制度内容、成立の背景、具体的な取り組み、その成果や課題などを調査する。そして日本遺産制度に認定されることの影響と変化を明らかにすることを目的とする。

全国日本遺産制度の分類

まず、文化庁が運営を行う日本遺産ポータルサイトを基に、日本遺産制度に認定された全国の104件の事例整理分類を行い、どのような変化が生じているのか検討した。ここでは、日本遺産活用事業補助金、取り組み事業、構成文化財について、表を作成しそれぞれの比較を行った。結果、認定年度によって補助金に差が生じていることや、それぞれの項目が互いに連動している部分がある事が明らかとなった。

具体的には、認定年度が古い地域かつ事業数が多い地域は補助金の金額が高くなる傾向にある。また、日本遺産には、2種類のストーリーに分類され、1つの市町村内でストーリーが完結する「地域型」と、もう1つが複数の市町村にまたがってストーリーが展開される「シリアル型」である。このシリアル型の場合は、事業数が多くなりやすい。これは、事業を各地域で分担して行う事ができること、単一地域だけでは難しい事業にも取り組めることが理由として挙げられる。また、構成文化財数の平均数は約46件であった。その分類として未指定20（約43％）、国指定12（約27％）、市町村9（20％）、県指定5（10％）という割合であった。未指定のものが4割を占める状況は、日本遺産の核となるストーリーを中心に構成文化財を登録することで、今までは注視されてこなかったスポットや文化財を取り入れる機会になったと考えられる。

明和町でのインタビュー調査

また日本遺産をより深く調べるため、明和町のインタビュー調査を行った。明和町では、当初の想定された認知度向上は、直接の効果があったのか判断が難しい状況であった。しかし、日本遺産制度の認定後に、観光客の増加と地域住民の意識の変化がみられ、さらに新しいコミュニティが形成されていた。そのため具体的な効果は、認知度向上面よりも、むしろ地域住民のアイデンティティの再確認によって、新しいコミュニティ形成が行われたと考えられる。

前述のとおり日本遺産認定後、観光客の増加が明和町では見られた。その要となったものとして、情報発信の手段の拡大と確立をあげている。また、メインターゲットを絞り、地域文化や伝統に則した補助事業を取込みながら具体的な計画をたてており、限られた財源での運用を行っている。だが、新型コロナウイルスの影響により観光客数が激減したため、その効果が測れないのが現状である。

「日本遺産活用事業補助金」については、情報発信の基盤をつくる足がかりになったことや整備事業により受入環境が整えられたことがあげられた。だが、それと同時に補助金に頼りすぎる政策を行うのは危ういとの指摘もあった。補助金はあくまでも基盤を整えるために活用し、持続的な環境を整えるために使うことが大切である。補助金頼りで計画を進めると、補助がなくなった途端に施設や事業維持が困難になることがある。そうしたことを防ぐため、その地域の特性や文化にあった補助事業の活用や、綿密な事業計画を立てることで補助金を主軸にするのではなく、長期的な視点で考えることが重要である。

結論

日本遺産制度の目的である地域活性化は、観光面について一定の効果が挙げられていることが明らかになった。しかし、そうした観光面よりも際立ったのが、地域内への影響である。具体的には、市民団体が発足したことや、日本遺産事業によって整備された施設を利用する地域住民の増加など、当初、日本遺産制度に認定されることで影響が見込まれていた観光客よりも、地域住民に影響を与えていたことが明らかとなった。

［引用文献、主要参考文献、URL］
参考）https://www.bunka.go.jp/
・日本遺産プロジェクト『日本遺産　時をつなぐ歴史旅』東京法令出版株式会社、2016年
・日本遺産プロジェクト『日本遺産２　時をつなぐ歴史旅』東京法令出版株式会社、2017年
・日本遺産プロジェクト『日本遺産３　時をつなぐ歴史旅』東京法令出版株式会社、2018年

住みよさの指標と住民意識に関する研究

野々市市の事例を中心に

前川由依
地域キュレーションコース
文化政策論

はじめに

「住みよさ」は居住地を選択する上で重要な要素であり、その住みよい街の条件は、年齢、結婚歴、子どもの有無、家庭環境、時代などの様々な理由によって変化する。それらの個人によって異なる生活環境全般を指標で評価し、順位付けを行ったものが住みよさのランキングである。各社が発表している住みよさのランキングには、①客観的指標から調査されたもの②主観的指標から調査されたものの2つのパターンが存在する。本研究では、「住みよさはどのような指標によって決められているのか」、「客観的指標のみでは住民の住みよさを測ることは難しいのではないか」という観点から調査を進めた。

客観的指標は「住みよさランキング」(東洋経済新報社)を、主観的指標は「街の住みここちランキング」(大東建託)、「シティブランド・ランキング」(日経BP総研)を用いて比較を行った。また具体的な研究対象として、各社の調査で上位にランクインしている、石川県野々市市を取り上げ、「市民意識調査」(野々市市役所)、「満足コメント・不満足コメント」(大東建託)、「野々市市役所の方へのヒアリング」、「野々市市民の方へのインタビュー」を主観的調査に加え、客観的指標と対比しながら分析を行った。

客観的・主観的指標の比較

客観的指標(住みよさランキング)と主観的指標(街の住みここちランキング、シティブランド・ランキング)の指標内容を比較すると、「安心・安全」「利便性」「行政の運営」「快適さ」「その他」の5つの共通部分に分類できた。各社が行っている調査では、これらの5つの項目が住みよさを調査する上で欠かせない要素であると明らかになった。

指標に共通性があることによって、ランキングの上位に同一の都市が見られた。3つのランキングの2021年度の上位10都市を比較すると、すべてのランキングに名を連ねる都市が1つ、2つのランキングに名を連ねる都市が5つあった。方法、期間、目的などが異なっていても、指標の項目は一定の共通性を持っており、それによって住みよい都市のランキングにも共通性が生まれるということが明らかになった。

客観的・主観的指標から見る石川県野々市市

調査対象の石川県野々市市の住みよさの結果を参考に、高く評価されている指標、低く評価されている指標について比較を行った。野々市市の主観的指標では、どの調査でも「利便性」が高く評価されていた。客観的指標でも、「小売販売額」と「大規模小売店舗面積」が評価されており、主観的指標の利便性の高さを裏付ける項目となっていた。低く評価された項目は、主観的指標では、「安全性」「自然環境」「交通」「地価の高さ」「文化資源」に分類することができた。「文化資源」以外の項目については客観的指標でも低い評価となっており、主観的指標との共通性が見られた。しかし、「文化資源」に関する指標は客観的指標にはなく、野々市市の住みよさを分析する上で、「文化資源」についての客観的指標が考慮されていないことが明らかになった。

また、客観的指標と住民インタビューを比較すると、客観的指標で低い評価を受けていた「安全性」と「自然環境」の項目が、住民インタビューでは現状に納得しているという結果になった。

これらから、客観的指標で測られた住みよさは、主観的に測られた住みよさの裏付けとして用いることもできるが、主観で測られたデータは人や環境などによって変化するものであり、住民の意見と異なる場合もあるため、客観的指標のみで住みよさを正しく評価することは難しいということが明らかになった。

住みよさランキングなどの客観的指標は、主観的指標の裏付けとして利用し、複数の主観的指標を分析した上で、その都市の住みよさについて説明することが、地域住民の住みよさの理解を高めることにもつながっていくのではないか。

まとめ

本研究では、客観的指標のみでは住みよさを測るには不十分であり、様々な主観的指標を組み合わせて考えても、1つの住みよさを導き出すことは難しいということが明らかになった。今回は石川県野々市市を対象に、各社のランキングを主観的指標と、客観的指標に分けて考えてきたが、このような結論はすべての自治体に当てはまるものではなく、調査する都市や、比較するランキングによっても異なる結果になると考えられる。住みよさとは、住民の主観的な要素が含まれるものであるため、時代の流れに合わせて変化する我々の生活とともに、毎年比較し調査していく必要があるだろう。

［主要引用文献、参考文献、URL］
参考1）東洋経済新報社/都市データパック：2021/東洋経済新報社/2021年
参考2）大東建託・賃貸未来研究所/街の住みここちランキング2021/大東建託/2021年
参考3）日経BP総研/シティブランド・ランキング/新・公民連帯最前線/2021年

消費者志向によるエシカル消費の持つ意義と可能性

富山県の事例を中心に

吉田悠乃
地域キュレーションコース
文化政策論

研究目的

今日、消費者の食生活を取り巻く環境には、発展途上国の人権・貧困問題や環境問題など多くの課題が存在する。これは、事業者や消費者による大量生産・大量消費活動が引き起こした社会的課題であり、それぞれが責任を負い解決を目指していかねばならない。その中でも近年、消費者による取り組みとして、エシカル消費が注目されている。消費者庁では、エシカル消費を「消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと」（引用1）と示しており、社会的課題に対応して、人・社会、環境、地域に分類される。消費者の意識的行動により実現するエシカル消費は、行政機関を中心に普及啓発が進められているが、明確な消費者行動にはつながっていない。そこで本論文では、エシカル消費がもたらす便益を主体別に整理するとともに、普及に向けて消費者意識との適性を明らかにする。そして、全国に先駆けて実施されてきた富山県のエシカル消費に関する事業を取り上げ、消費者志向型エシカル消費の可能性を考察する。

エシカル消費実現がもたらす便益と消費者意識による課題

エシカル消費の認知度は低いものの、良いイメージや必要性は多くの消費者が感じており、消費活動において商品を決定する重要な要素となることが明らかとなった。これにより、エシカル消費実現によって、中長期的に見て事業者へ利益が生まれることや、消費者の日常生活の持続性が保障されることとなる。この事業者と消費者の便益サイクルが成立することで、社会的課題解決への効果も期待される。

しかし、エシカル消費を実施する消費者にとって、エシカル商品の存在は身近なものではない。フェアトレード専門店をはじめ、エシカル商品を扱うオンラインショップが増加しているものの、エシカル消費の認知度の低さから、これらに興味関心を抱く消費者は限られている。また、今日の消費者意識には「利便性消費」の傾向があり、普段の購買行動と異なる知識や移動を求められるエシカル消費活動との齟齬が生じている。

富山県のエシカル消費関連事業について

富山県では、2014（平成26）年に、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を受け「富山県消費者教育推進計画（とやま消費者プラン）」が策定された。ここでは、重要テーマ④「環境や人、社会に配慮した消費行動の推進」として、事業者を主体としたエシカル消費関連事業が取り上げられている。「多様な主体による連携強化・発展型の消費者教育強化事業」では、富山県内の事業者・団体・個人を実行委員会として取りまとめ、エシカル消費推進を含む様々な消費者教育事業が年度毎に実施されている。2021（令和3）年からは、新しく「企業参画型エシカル消費PR事業」が行われ、県と富山県消費者協会、アルビス株式会社が連携し、「とやまエシカルフェア」が県内のアルビス全店舗で開催された。これにより、消費者へのエシカル消費の呼びかけのみならず、従業員の理解や販売事業での利益向上が得られた。

地域のエシカル消費活動として挙げられる地産地消も、富山県では盛んに行われている。県産品の認証マークやラベルを収集し応募する「富山県産品購入ポイント制度」や、県産品を取り扱う飲食店の利用でポイントが貯まる「とやま地産地消飲食店利用ポイント制度」では、クーポンや県産品が当選する仕組みとなっており、消費者の積極的な事業参入がみられている。

消費者志向によるエシカル消費の可能性に関する考察

地域におけるエシカル消費活動は、消費者意識が生むエシカル商品との物理的・精神的距離の課題を解消するものとして効果をもたらしている。「地域間のつながり」を活かし、地域それぞれで役割を担う事業者や団体を選択することで、消費者の生活とニーズに密接した事業運営が可能となる。そして、利益向上などの事業成果により「事業者の便益への理解」が得られることで、事業者の倫理的事業への取り組みを促進させ、事業者と消費者の倫理的な需要と供給の成立が期待される。消費者志向として効果的な働きを持つ「地域間のつながり」と、それによる「事業者の便益への理解」が、エシカル消費実現に必要不可欠であり、事業者の主体性とエシカル消費関連事業への積極的参入が重要である。

［引用文献、主要参考文献、URL］
参考1）消費者庁／「『倫理的消費』調査研究会」／
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/ethical_study_group/
引用1）消費者庁／「エシカル消費とは」／
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/about/

地方の文化施設の生き残り戦略を考える

長野県坂城町「鉄の展示館」の事例から

竹内礼也
芸術文化キュレーションコース
文化政策

研究の目的

日本各地には多くの文化施設が存在している。文化施設とは、文化や芸術のために使用できる施設であり、博物館や美術館、図書館、公民館、映画館、劇場やコンサートホール等が挙げられる。そして、それらの施設の多くは入館料、使用料といった収益のみで運営することは適わず、公的資金を当てにしている。しかし、厳しい財政状況下における行政改革、文化芸術による社会経済への効果の理解不足（情報発信不足等）に伴って、経費の削減を余儀なくされている。

そのような状況下、運営に民間のノウハウを活用する動きが見られる。しかしあまりに著しい制度の導入のため具体的な内容はよく知られておらず、その効果も明確ではない。

さらにいずれの文化施設でも収益性が重視される中で、特に博物館等は、本来の展示・保存機能から観光・地域振興やまちづくりを担うことが期待されるようになった。その一方で、本来の意義との乖離が懸念されている。過去には指定管理者制度の導入によって博物館の調査研究、保存修復等の機能低下が起きた例もある。この新たな転換期に立たされる文化施設はどう生き残っていけばよいのだろうか。本稿では、収益性が注目される地方の文化施設に焦点を当て、その置かれている外部環境や管理運営から生き残り戦略の一考察を示すことを目的とする。

「鉄の展示館」の事例

「文化観光」が2008（平成20）年に持ち出される以前、2002（平成14）年から観光や産業の部署の所轄で運営が行われ、展示対象が特定の分野に特化、一定の成果を挙げている「鉄の展示館」を事例として取り上げる。

「鉄の展示館」は、長野県の坂城町が管理運営する博物館相当施設である。施設誕生の経緯は、「人間国宝　故宮入行平の功績を顕彰すると共に、町の工業発展に大きく寄与した鉄の素材、加工技術の変遷など鉄に思いを馳せて、鉄の展示館を開館」された。また施設の誕生によって、「歴史や伝統への語らい、『ものづくり』の素晴らしさ、美しきものへの新たな技術創造へと、その実現」への貢献を目標としている。

表1)「鉄の展示館」来館者数の推移／聞き取り調査を元に著者作成

「鉄の展示館」に対して調査を実施し、全国の同規模地域における他文化施設との比較を行ったところ、付帯施設の特異性や常設展示以外の自主事業の豊富さが明らかとなった。「鉄の展示館」では、「刀剣」という特殊な分野を取り扱い、その理解を深めてもらうための事業を積極的に行っている。運営方法に関しては、全国で4割もの施設が直営をやめる選択をしている中で、「鉄の展示館」は2002年当初から直営を続け、その利点を情報発信が町ぐるみで行いやすい点を挙げる。また、「鉄の展示館」のような公立文化施設では、税金を投入して事業を推進する意義を納税者に説明できなければ、予算削減や閉館の危機に瀕する。施設の位置づけが明確でないままに施設運営が行われた場合、その存在意義に対する理解は進まない。公立文化施設において、存在意義を積極的にアピールする手段の確保は重要である。「鉄の展示館」では、存在意義をアピールし、豊富な自主事業による積極的な文化を観光に繋げる事業が行われていることが明らかとなった。

結論

文化観光が注目される現在、地方文化施設は、観光資源としての在り方が必要となっている。地域の文化を取り扱う文化施設の性質上、文化をそのまま観光に結びつけることは当然のことながら、その活用については施設単体で完結させるではなく、その文化の根付く地域自体との連携が重要視される。

文化施設の運営方法が多岐に渡り、法改正も進む中で、全国の文化施設においては、それぞれ特徴があり、また規模によって向き不向きがある。したがって、トレンドだからといって安易な運営方法の切り替えはするべきではない。また、文化施設の役割はその施設独自で完結するものではないことから、地域の人々・産業との連携がさらに必須となっているに違いない。

[引用文献、主要参考文献、URL]
参考1）栗田秀法／『現代博物館学入門』／株式会社ミネルヴァ書房／2019年
参考2）一般財団法人地域創造／『2019年度　地域の公立文化施設実態調査』／一般財団法人地域創造／2020年

人口減少時代における結婚支援事業の意義と課題

入善町の事例を中心に

前田絢音
芸術文化キュレーションコース
文化政策論

はじめに

国は2021（令和3）年度から、AI（人工知能）を活用した自治体の結婚支援事業を支援する方針を発表した。現在、このような自治体を主体とする結婚支援事業が全国で活発に行われている。人口減少時代を背景に、少子化対策の一環として行われている結婚支援事業であるが、これまでは民間で行われてきた事業である。なぜ行政が介入するようになったのか、本研究では、結婚の制度や形態の歴史を踏まえつつ、自治体が主体となって行う結婚支援事業の意義と効果、課題を明らかにすることを目的とする。さらに、富山県内15自治体の結婚支援事業の内容及び地方版総合戦略の事業評価の比較、分析を行うとともに、富山県内でも近年積極的に結婚支援事業に取り組んでいる入善町の事例を取り上げ、支援の効果を探る。

現代における結婚の現状

日本の婚姻件数、婚姻率は減少傾向にある。この背景には、結婚の必然性の低下や恋愛に自発性が求められるようになったことがある。家や血統の重要性が低くなったことで、経済的に自立し恋人がいても、事実婚または恋人関係を継続するという選択や、家庭を築くことよりも自由や仕事に優先するという選択肢が生まれた。このように自ら結婚をしない選択をする人も増加している一方で、それでもいずれは結婚を希望している人の割合は高く、「第15回出生動向基本調査（結婚と出産に関する全国調査）」（2015）によると、結婚する意思がある未婚者（18〜34歳が対象）の割合は男女とも8〜9割の間で推移している。結婚を希望している人は大多数いるのにも関わらず、経済面での不安や結婚を考えられる相手とめぐり会えないといった、何らかの結婚ができない理由を抱えている。そうした不安や障害を取り除いていくような支援を、国が行っていかなければならないと考える。

地方創生における結婚支援事業

少子化対策としての自治体の結婚支援事業は1980年代から行われてきたとされているが、本格化するのは地方創生の流れの中で、多くの自治体が2010年代に市町村規模で事業を開始している。2014（平成26）年に策定された「まち・ひと・しごと創生法」や「地域少子化対策重点推進（強化）交付金」、「結婚新生活支援事業費補助金」などの交付が、自治体の結婚支援事業の活発化に繋がっている。

主に「地方版総合戦略」に基づいて行われた富山県内の結婚支援事業の比較、分析を行うと、自治体によって数に違いはあるが、5年間の事業でカップル及び婚姻が成立している自治体がほとんどであった。しかし、各自治体ともに全体の婚姻数や出生数は増加していなかった。例えば、入善町は事業を通してカップル数が増加したが、基本目標に掲げられている婚姻件数や出生数は達成していない。結婚支援事業はすぐに少子化対策の成果が数字に表れるものではなく、長期的に継続して行っていく必要がある。

公的結婚支援事業に求められる機能

また当然のことながら結婚はゴールではなく、その後の夫婦生活のスタートとなる。地方創生の目標である東京の一極集中の是正を図り地方の人口増加を目指すという観点からも、自治体は結婚を後押しするだけでなく、その後の生活も地方で始めてもらえるような環境づくりが必要であると考える。結婚支援と併せて、定住、子育て、雇用などの支援を行うことが必要不可欠であり、そうした支援を付随して行うことができる点は行政の結婚支援の強みであると考える。生活に関わる様々な観点から支援を行いながら、結婚に対する経済的、心理的な不安を取り除いていくことが必要である。

おわりに

婚姻率低下の背景には、結婚が制度的な意味合いしか持たなくなったことや恋愛の自由化によって相手の選択肢が増えたことなどが影響している。また結婚後の仕事や子育てを考慮すると、経済的な不安が結婚を躊躇う要因になっている。結婚は法律上でも強制的に縛られない個人的なものであるが、子の出生に繋がるという点では社会的な要素も持っている。少子化・人口減少に歯止めをかけるためにも、今後も行政の結婚支援は必要であると考える。また成果を出すためには継続的に事業を続けていく必要があり、付随してライフコースに沿った支援を行うこと、結婚に意欲がある人に寄り添った支援を行っていかなければならない。

［主要参考文献、URL］
山田昌弘編／「婚活」現象の社会学／東洋経済／2010
内閣府／地方自治体における少子化対策の取組状況に関する調査／2020／
https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/r01/jichitai/pdf/s2.pdf
厚生労働省／人口減少社会における意識調査／2015／
https://www.mhlw.go.jp/file/04-Houdouhappyou-12601000-Seisakutoukatsukan-Sanjikanshitsu_Shakaihoshoutantou/001_1.pdf

持続可能な子ども食堂の運営に関する一考察

高岡・オタヤこども食堂の取り組みを中心に

藤田梨花
芸術文化キュレーションコース
まちづくり

研究の背景と目的

近年、子ども食堂の取り組みが注目を集めている。子ども食堂は貧困家庭への食事の支援のみならず、交流の場や地域の居場所としての機能も併せ持つ。しかし、実際に継続するためには、施設や食材、スタッフ、運営費の確保、関連機関との連携など、課題が山積みである。従って本論文では、子ども食堂が拡大した社会的背景を明らかにし、持続可能な子ども食堂の運営方法について考察することで、安心して生活できる地域社会づくりに寄与することを目的とする。特に先駆的な子ども食堂の成功モデルである富山県のオタヤこども食堂を取り上げ、活動や運営の実態、課題を調べるとともに、子ども食堂が求められる富山県の地域特性など社会背景を調査し、さらに子ども食堂の実施団体への行政や企業などの支援機関の関わりについて探る。

高岡・オタヤこども食堂の事例研究

オタヤこども食堂は、毎月第2、4土曜日に御旅屋セリオ6階にて、子どもが安心して楽しく食事ができる場所を目的に、「対象者を限定せず誰でも受け入れる」、「来た人全員に食事の提供を行う」、「利用者の特定を行わない」という信念を持ちながら活動している。メディアを通じて活動を知った民間企業や個人、社会福祉協議会などの他団体との信頼関係が構築されており、食料支援、財政支援、人的支援、場所の支援につながっている。その結果、持出しをほとんど利用することなく膨大な量の食事（100～250食）を提供することが可能になっている。

また、スタッフは高校生や大学生、教職員など、多様な地域住民のボランティアによって担われている。スタッフへのアンケート調査では、活動に参加することがスタッフにとって3つの影響を及ぼしていることが明らかとなった。1つ目は利用者やスタッフ同士の交流が自身の意力の向上につながっていること。2つ目は調理やコミュニケーションスキルの向上など、活動内容に応じたスキルの向上が行われていること。3つ目はひとり親を含む子育て支援や、子どもの貧困、孤食、地域内のつながりの希薄化など、地域社会への問題意識や貢献意識の芽生えや高まりにつながっていることである。このような3つの効果により、活動に対するモチベーションが向上し、スタッフの持続につながっている。

考察

子ども食堂が拡大した背景として、子どもの貧困問題やひとり親の増加、孤食が影響している。富山県においても、比較的自立し経済的に豊かな家庭が多い一方で、ひとり親を含む核家族世帯は年々増加傾向にある。民間にもできる支援として子ども食堂の全国的なネットワーク化が進むなかで、富山県でも県厚生部子ども支援課が事務局となり、子どもほっとサロンネットワークの活動を推進している。

オタヤこども食堂では、代表者である田辺氏のリーダーシップやその他スタッフ、支援機関との信頼関係の構築が、施設、食材、スタッフ、運営費の確保に役立っている。特にスタッフにおいて、「利用者やスタッフ同士の交流」、「自身のスキルの向上」、「社会への問題意識の醸成」が活動のモチベーションの向上につながり、持続可能な子ども食堂の運営に効果的に作用していることが明らかとなった。

一方で課題としては、スタッフや運営費の安定的確保や、小学校や中学校との連携不足があがった。スタッフの安定的確保については、個人のつながりと一般市民への情報発信により活動を周知させ、その後はスタッフとして継続する意識を醸成する必要がある。経済力の確保については、子どもほっとサロンネットワークで連携し、民間の助成金の周知やフードバンク活動の推進に努める必要がある。持続可能な子ども食堂の運営において、運営面での課題の改善とともに、遊び場や学び場の提供、食育の推進、行政や関連機関との連携を構築することで、「おいしさ」、「楽しさ」、「つながり」を強化し、子どもたちを地域で支え合える環境へと促すことが重要である。このように子ども食堂が持続可能になるための課題の指摘と施策の提案を行った。

写真）オタヤこども食堂の様子／筆者撮影

「まち歩き」がもたらす地域の変化

宮山千咲
芸術文化キュレーションコース
まちづくり

はじめに

本論文での「まち歩き」は単に「まちを歩く」ことではなく、何らかの「目的を持ってまちを歩く」ことである。しかし、これまでその概念を整理した研究や、総合的な視点（いつから、どこで、誰が、誰を対象に、何を、なぜ、どのように）から見た研究、各地の事例を比較し形態の分類・分析を行った研究はほとんどない。

本論文では、近年注目されている「まち歩き」について、歴史的な系譜を見た上で、全国で行われている様々な事例研究を通じて、分類・分析を行い、「まち歩き」の意義を調べると共に、その効果がどのように及ぶのかを明らかにする。特に“文化資源”、“生活資源”、“自然資源”など多様な資源を対象にし、現代人の個別的なニーズに対応している「着地型観光」での「まち歩き」の実施主体に焦点をあて、運営方法を調べながら、人の変化や組織の変化について考察を行う。

研究方法と考察

研究方法は、「まち歩き」に関する文献や各種データによる調査、ヒアリング調査を行う。研究対象から、各事業の分類・分析を行い、その整理からまち歩き事業の位置付けを確定、各事業を整理したマトリクスの適用状況を見る。本論文の仮説としては、「まち歩き」の実施は、参加者に与える効果のみならず、運営に関わる人や組織へのインパクトや効果が大きく、それらが相互に作用しつつ、良き循環を生んでいると考える。その循環のプロセスやメカニズムに検討を加えていく。

着地型観光における「まち歩き」のポジショニング分析

全国で展開している着地型観光での「まち歩き」を調査すると、バブルの崩壊をきっかけに、設立背景や目的に「観光の見直し」や「地域活性化」が多く見られる。そして対象は観光客から「地域住民」にシフトし、さらに“生活資源”といった「隠れた地域資源」を取り扱っていることが明らかとなった。

このように実施主体は、地域住民の自分のまちに対する意識向上に着目する傾向が強くなったといえる。では、なぜわざわざ対象を「地域住民」にシフトし、自分のまちに対する意識向上を目指したのか。

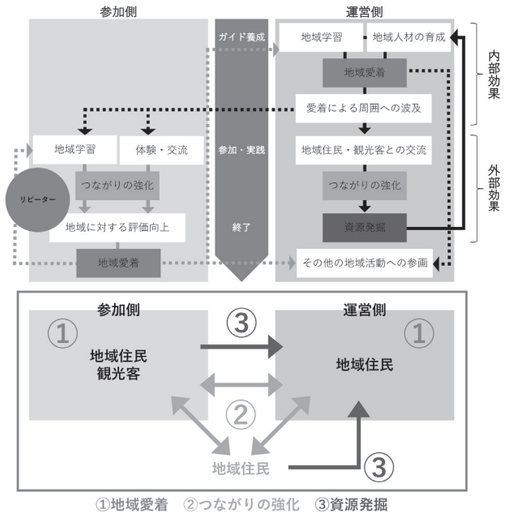
「まち歩き」がもたらす地域の変化の考察

「まち歩き」によって運営側にもたらされる効果は共通している。1つ目は、ガイド養成や「まち歩き」を行っている時、学習によって知識が得られ、地域に誇りや愛着を持つようになる「地域愛着」の効果。2つ目は、ガイド時にガイドと参加者、地域住民との交流を通じて見られる「つながりの強化」の効果。

3つ目は、参加者や地域住民など第三者との交流により客観的な視点に置き換えられることで、運営やガイドの改善や見直し、今まで気づかなかった新たな地域資源を発見することができる「資源発掘」の効果である。これら3つの効果は、常に変化し、さらに循環する。この循環と、主体別に効果の流れを表したのが右の図である。

運営側で見られる効果の循環において、「地域愛着」は、運営側の中で起こる「内部効果」である。それに対し、実践時に生じる「つながりの強化」と「資源発掘」の効果は、参加者や地域住民など第三者の外的要因があることでもたらされる「外部効果」であり、2種類に分類することができる。よって、「まち歩き」を行うにあたって外的要因がないと、効果の循環は見られず、継続的に事業を行うことも困難になる。そのため、参加者・地域住民は「まち歩き」に必要不可欠な存在である。

このように「まち歩き」を行うことで生じる効果の循環は、地域の活性化を期待する面を持ち、数を重ねることで、地域人材の育成や地域活動への参画を推進し、人の意識の変化が大きく表れるようになる。よって、対象に「地域住民」が挙げられていた理由は、これら効果の過程と循環が関係することが明らかとなった。



図）「まち歩き」による効果の循環と主体別効果の流れ
出典　著者作成

［主要引用文献、参考文献、URL］
参考）石戸秋洋／着地型観光の可能性～地域と観光のあり方～／『学が丘論集』24号／神戸国際大学学術研究会／2015／pp.23-43

産官学連携の織物産業振興モデルの提案

尾州の取り組みから

井上明香里
芸術文化キュレーションコース
文化政策

研究の背景と目的

国内の毛織物産業は、今日斜陽産業のイメージが一般的であるが、その詳細はほとんど知られていない。実際国内の産地は製品や新技術の開発、情報発信、人材育成等多様な動きが見られる。また近年地方創生の関心が高まる中、産官学連携の動きが各地で進められている。産官学連携とは1990年代後半から顕著になった活動であり、政府・地方公共団体と大学などの教育機関・研究機関、民間企業が連携することで新技術の研究開発や新事業の創出を目的としている。

本論文では国内最大の毛織物産地である尾州を取り上げ、特に尾州産地で行われている産官学連携の人材育成事業である「翔工房」の取り組みに焦点を当て、この取り組みが若者を巻き込む振興策や産官学連携の新しいモデルになり得ることを明らかにすることを目的とする。

尾州産地とは

尾州産地は愛知県一宮市・稲沢市・津島市・愛西市・江南市・名古屋市および岐阜県羽島市・各務原市周辺を指す。この地域は一級河川である木曽川が信濃から美濃南西部を通って伊勢湾へ流れ、一帯に豊かな濃尾平野を形成している。桑畑や綿花畑に適した土壌、糸や織物の染色加工、仕上げに適した木曽川の豊かな水があったため繊維産業が盛んになった。

尾州の毛織物の強みは豊かな自然環境だけではない。糸から織物になるまでの工程が細かく分業制になっており、そのためそれぞれに高い技術力が培われていることにもある。また多品種・小ロットの生産を行い、細かいニーズにも対応できることが強みとして挙げられる。

翔工房について

翔工房とは一宮地場産業ファッションデザインセンターで行われている人材育成事業である。将来繊維、ファッション産業を担う学生のアイデアと匠の技術を組み合わせることで新しいテキスタイルを作る事業であり、本格的に活動し始めたのは2010（平成22）年で、2019（令和元）年には10周年を迎える。この事業は生産過程の知識を持ちながら、さらに企画力も有する人材を育成することが目的である。4月の学生募集を開始から2月の作品発表会までの約1年間を通した事業であり、年度毎に事業内容は冊子という形でまとめられている。

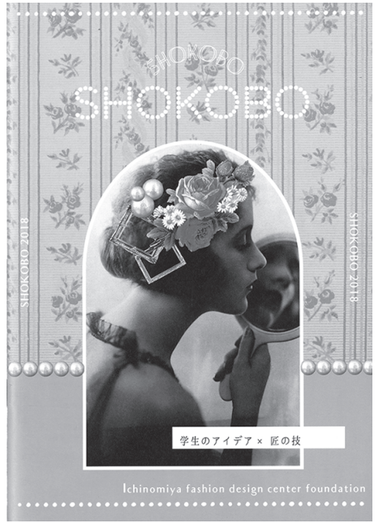


図1）冊子表紙／公益財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター／翔工房　学生のアイデア×匠の技／2018

まとめ

翔工房を調査すると、「産」「官」「学」がそれぞれ良好な相互関係を築いていることが明らかとなった。一般的に考えられる産官学連携は「学」は大学や研究機関であり、技術提供や委託研究を行っている。一方で、翔工房では「学」は学生であり、人材育成という緩やかな形の連携がされていた。そしてそれぞれが技術、機会、発想を提供している。これら3つの主体が連携することで「産」と「学」には斬新なアイデアの創出と共創、「官」と「産」には産地振興のビジョンづくり、「学」と「官」には未来の人材育成とアイデアの創出が生み出されている。筆者はこれが産地振興のモデルになり得ると考える。このような連携の中で「産」は普段触れることの出来ない若者の感性に触れ、刺激を受けるというメリットがある。「学」は学校の中では学ぶことのできない生産現場を学ぶことができるというメリットがある。双方にメリットが生まれるこの関係を結んでいるのが「官」である。つまり「官」がコーディネーター的役割を果たすことが、産地の振興のために重要であると考えられる。

［主要引用文献、参考文献、URL］

参考1）事業構想大学院大学ベストプラクティス研究会／地域活性のための産官学ベストプラクティス　連携による地域イノベーション／学校法人先端教育機構　事業構想大学院大学／2018
参考2）日本毛織物等工業組合連合会ホームページ／http://jwwa.net/bisyusanchi/
参考3）公益財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター／翔工房　学生のアイデア×匠の技／2018

学校教育は伝統産業を救えるか

高岡市ものづくり・デザイン科の取り組みから

河合成美
芸術文化キュレーションコース
文化政策

1. 研究目的

富山県内には現在、国が指定している伝統的工芸品は6つあり、そのうち「高岡銅器」「高岡漆器」「越中福岡の菅笠」は高岡市の伝統的工芸品である。また富山県の指定する5つの伝統工芸品うち「高岡鉄器」「高岡仏壇」は高岡市のものである。このように、高岡市は県内においても伝統産業が多く集中し、息づいている都市である。

高岡市の伝統産業の振興には、これまで様々な取り組みがなされてきた。まちを上げての取り組みや、企業の努力も多くみられるが、やはり高岡の伝統産業全体では、生産額の減少や職人の高齢化、需要の低下など衰退している。さらに伝統産業のみならず、地域文化の継承が危惧され、それらに伴う地域衰退が問題視されている。

こうした中で、高岡市では2006（平成18）年4月から、地域文化の継承や地域愛を育む目的で「ものづくり・デザイン科」が行われている。「ものづくり・デザイン科」とは市内の小・中・特別支援学校全40校で、年間35時間、伝統工芸の歴史を学び、実際に職人から技術を教わりながら、ものづくり実習をする必修教科である。この伝統産業で教育という分野での取り組みは、どのような効果があるのだろうか。実際どのような課題があるのだろうか。そのような疑問を持ちながら、この論文に取り組んできた。特に、授業が当初の目標通り地域文化の継承や地域愛を育んでいるのか、それだけでなく、さらに産業振興にも寄与しているのかを明らかにすることを試みる。

2.方法と考察

まず高岡市の伝統産業についての調査を行った。高岡銅器協同組合、越中福岡の菅笠製作技術保存会等へのヒアリング、文献、インターネットなどを活用した。「ものづくり・デザイン科」について理解を深めるために、実際に生徒が使っている学習資料を入手し、また、実施主体である高岡市教育委員会に、実施に至るまでの経緯や現在までに明らかにされている効果や課題についてヒアリングを行った。さらに現状をより良く把握するために、講師を担う職人に対するヒアリングも実施した。その後「ものづくり・デザイン科」を受け伝統産業に就職した人に対し、就職先を選ぶ際に受講経験が影響したかどうかについてヒアリング調査を行った。また「ものづくり・デザイン科」を受講した児童生徒の意識の変化を知るために、受講経験のある高岡市立芳野中学校2学年の全5クラスの生徒176名、及び「ものづくり・デザイン科」の受講経験のある富山県立高岡工芸高等学校1～3学年の生徒33名へのアンケート調査を実施した。その際、伝統産業の認知度を図る項目から、地域文化の継承や地域愛に対する影響を確認し、伝統産業に関わる人材育成に対する効果や、伝統工芸品の購入意欲などを調査する項目を取り入れることで「ものづくり・デザイン科」が高岡市の伝統産業の振興に具体的にどのような影響があるのかを明らかにしていく。

3.結論

結論として「ものづくり・デザイン科」を受講している生徒の方が、受講していない生徒よりも高岡市の伝統工芸品を美しいと感じ、使いたいと考える生徒が多く存在することから、地域文化を継承し、地域愛を育んでいると言える。よって「ものづくり・デザイン科」当初の目標は十分に達成している。次に「ものづくり・デザイン科」が産業振興に寄与しているかどうかについてである。「ものづくり・デザイン科」を通じて工芸に興味を持ち、工芸高校に進学した生徒が多くいることから、「ものづくり・デザイン科」は伝統産業に関わる人材育成の観点で、伝統産業の振興に寄与していると言える。また「ものづくり・デザイン科」を受講している生徒の方が、受講していない生徒よりも使い手や買い手として関わりたいと考える傾向があることから「ものづくり・デザイン科」は需要拡大などの観点からも産業振興に寄与していると言える。

したがって「ものづくり・デザイン科」は、地域文化を継承し、地域文化を育むことに加え、伝統産業に関わる人材育成や需要拡大などの観点から産業振興にも寄与していることが明らかとなった。

［主要引用文献、参考文献、URL］
参考1）大桃敏行・押田貫久編／自治体発カリキュラム改革／学事出版／2014
参考2）高岡市教育委員会／ものづくりにふれ　ふるさと高岡を知る～ものづくり・デザイン科の10年～／2016
参考3）伝統的工芸品産業振興協会編／現代に生きる伝統工芸／ぎょうせい／1998
参考4）伝統的工芸品産業振興協会編／伝統的工芸品の本／同友館／2003
参考5）富山県庁／『富山県 とやまの伝統工芸品』／http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1300/kj00018425.html

伝統工芸品体感型システムの開発の実践

絹織物と竹細工による「繭カプセル」づくり

松岡由莉茄
芸術文化キュレーションコース
文化政策

研究背景と目的

伝統産業の衰退が著しい。特に、知名度が低い零細な伝統産業は、さらに厳しい状況に置かれている。こうした産業はいったい何をすべきなのだろうか。

富山県呉西地区は伝統工芸品産業が数多く集積している地域である。そこには国の指定の伝統的工芸品が6種類あり、それぞれ生産額の減少が著しいものの、高岡銅器の事業者のように商品開発や産業観光などで成果をあげ、全国的に注目されている事例もある。それでも伝統工芸品産業は厳しい状況に置かれており、これまで多くの工芸品（竹工芸、わら細工、陶器、絹など）が淘汰されてきた。

そこで本論文では、呉西地区の伝統産業に焦点を当て、課題を明らかにするとともに解決方法を検討する。今回は「越中福岡の菅笠」の技術と「城端しけ絹」の素材を合わせた「繭カプセル」の開発を通じて、零細な産業がいかに振興するべきか、その可能性を探ることを目的とする。

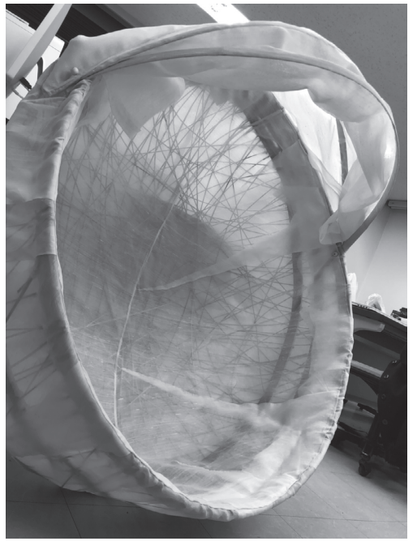
研究方法

伝統工芸品産業の現状を調査すると、問題は大きく3つあると考える。それらは、①作り手の考え方が凝り固まって新しいものづくりにつながっていないこと、②異業種の連携が少なく、イノベーションが起きにくいこと、③実際に使う機会が少ないことが挙げられる。このような背景で、3つを満たす方法について検討を行い、①従来にない新発想によって、②呉西地区の産地間を連携させ、③実際に伝統工芸品を体感できる、「繭カプセル」の制作というアイディアにたどり着いた。繭カプセルは、越中福岡の菅笠の技術を用いた竹枠を、城端絹で包み込んだ球体であり、人がすっぽりと入ることができるものである。この制作では、零細な伝統工芸品の事業者同士の連携によって、これまでない商品開発をはかり、繭カプセルに入ることで伝統工芸品の「体感」につなげていく。

具体的な手順は、呉西地区の伝統工芸品産業を調査し、現状と課題を出す。その後、実際に繭カプセルの制作を越中福岡の菅笠の中山煌雲氏と城端しけ絹の松井紀子氏に助言を受けながら、トライアンドエラーで制作を進める。さらに制作を行うとともに、繭カプセルの効果を測定するために、城端しけ絹に関する感性評価のアンケートを実施する。

まとめ

この制作では、零細な伝統工芸品の事業者同士の連携によって、これまでにない商品開発をはかり、カプセルの使用が伝統工芸品の「体感」につなげることを目的とした。繭カプセルは異業種の連携の新しいモデルとして事業への波及が期待される。また繭カプセルを用いることは、一般的な産業観光で必要となる案内人や体験講師が不要となり、人手不足の零細な伝統工芸品産業にとっては大変有益だと考える。マスコミからの注目も高く、社会的にも意義ある取り組みとして認識されている。アンケート結果からもリラクゼーションとしての効果が期待でき、ストレス社会である現代において繭カプセルの需要も高くなると考えられる。これが広まることで、零細な伝統産業を振興する可能性を持つと考える。



「写真1」繭カプセル／著者撮影

［主要引用文献、参考文献、URL］
参考1）富山県／「とやまの伝統工芸品」／http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1300/kj00018425.html
参考2）柳宗悦／「手仕事の日本」／岩波書店／1985