

# 2016年度 戸田市政策研究所 調査研究報告書



2017年3月  
戸田市政策研究所



## はじめに

戸田市政策研究所は、2008年4月の設置から9年が経過し、これまで継続して調査研究報告書を発行しております。調査研究を進めるに当たり、御指導・御協力をいただきました皆様に対し、この機会に心より御礼を申し上げます。

さて、本年度は次の二つの調査研究を実施いたしました。

- (1) 『戸田市における20代・30代の若年層の居場所に関する応用研究』  
目白大学との共同研究
- (2) 『地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性』  
法政大学地域研究センターとの共同研究（中間報告）

上記二つの研究は、大学との共同研究として実施しております。共同研究は、研究員が職員中心である戸田市政策研究所の専門性を補完し、より精度の高い研究活動へとつながっております。調査研究2年目となる「戸田市における20代・30代の若年層の居場所に関する応用研究」においては、調査研究から総括としての提案に至るまでの間に仮説に基づいた社会実験を実施し、より実践的で今後につながる研究成果を導出することができたと考えております。引き続き、外部の力も活用しながら、戸田市の課題解決に向けて調査研究を実施してまいります。

戸田市は昨年10月1日に市制施行50周年を迎え、輝かしい未来に向けて新たな一歩を踏み出したところでございます。しかし、日本全体に目を向けますと良いニュースばかりではなく、世界でも例をみないスピードで高齢化や人口減少が進行し、様々な課題が表面化しております。今後も、次の50年・100年に向かって戸田市が元気であり続けるためには、地域の実情に応じた環境づくりが不可欠であり、将来に向かって活力を維持していく必要があります。こうした状況下においては、しっかりとした調査研究が重要であり、刻々と変化する社会状況に応じた調査研究を進める戸田市政策研究所の意義は、更に高まるものと考えております。

今後も、挑戦し続ける戸田市政策研究所の活動に御理解と御協力をいただきますよう、お願い申し上げます。

2017年3月  
戸田市政策研究所  
所長 石津 賢治

## 目 次

### 戸田市における 20 代・30 代の若年層の居場所に関する応用研究

第 1 章 本研究の概要.....	1
1. 本研究の背景・目的	
2. 本研究の課題・方法	
3. 本研究の実施体制	
第 2 章 若年層対象アンケート調査 (2015 年度研究) の知見.....	7
1. 2015 年度研究の概要と結果	
2. 2015 年度研究結果のポイント	
3. 2016 年度研究に向けて：調査方法にみる本共同研究の特徴	
第 3 章 地域の若年層を対象とした既往研究.....	19
1. はじめに	
2. 既往研究の動向	
3. 他自治体等の先行事例	
4. まとめ	
第 4 章 他地域における若者を地域に呼び込む取り組みの事例研究.....	27
1. NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク (宇都宮起点の活動) の 取り組み	
2. 一般社団法人地域力発掘サポートネット・目白大学共同プロジェクトの取り組み ー「ほっとステーションプロジェクト」における市民と学生の交流イベント事例ー	
第 5 章 若年層向け「まち意識育成プログラム (パイロット版)」の試験的導入 (設計・運用) .....	63
1. 若年層向け「まち意識育成プログラム (パイロット版)」の設計枠組み	
2. 若年層向け「まち意識育成プログラム (パイロット版)」の基本設計	
3. 若年層向け「まち意識育成プログラム (パイロット版)」の構成と内容	
4. パイロットプログラム 1：<場所>接近・愛着型ワークショップ (戸田ボート場＋ライフスタイル編)	
5. パイロットプログラム 2：<人>接近・交流型ワークショップ (ロールモデル編)	
第 6 章 総括・提案.....	98
1. 若年層向け「まち意識育成プログラム (パイロット版)」の有用性と課題	
2. 若年層向け「まち意識育成プログラム」の設計・運用ガイドライン	

## 地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性

本報告の概要 .....	5
第1章 本研究の背景 .....	8
1. 戸田市のコミュニティに見られる世代間断絶の状況	
2. 本調査の位置づけ——戸田市のみらい「子育てママたちが輝くまちへ」	
第2章 戸田市に住む有子女性の就業の特性 .....	16
1. 有子女性の就業状態比較（戸田市と類似都市、および県内・全国比較）	
2. 有子女性の自営などによる就業状態の比較	
3. （小括）子育て終了時期に地域外で就業する女性が多い	
第3章 戸田市に住む有子女性の就業希望状態 .....	26
1. 調査の概要（アンケート調査）	
2. アンケート結果	
3. （小括）住職近接を重視し、各条件のバランス次第	
第4章 有子女性の戸田市地域開業の可能性 .....	36
1. 調査の概要（ヒアリング調査）	
2. 有子女性の地域開業モデル	
3. 戸田市の開業に関する地域特性	
まとめ .....	58



# 戸田市における 20 代・30 代の若年層の居場所に関する応用研究

共同研究報告書

---

2017 年 3 月

戸田市政策研究所／目白大学

# 目次

## 第1章 本研究の概要

1. 本研究の背景・目的	1
2. 本研究の課題・方法	3
3. 本研究の実施体制	5

## 第2章 若年層対象アンケート調査（2015年度研究）の知見

1. 2015年度研究の概要と結果	7
(1) 研究目的・調査方法と対象	7
(2) 調査項目	8
(3) 抽出された論点	8
2. 2015年度研究結果のポイント	9
(1) 戸田市への定住意向は77.7%	9
(2) 戸田市からの転出理由にもなりうる交通アクセス	10
(3) 住みたいまちで求める「良好な人間関係」	11
(4) 身近な「居場所」を求める若年層	12
(5) 地域への関心の高さー消費空間と地域での活動	13
(6) 地域での繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さ	14
(7) 若年層に見られる「まち意識」ー2016年度研究への展開	16
3. 2016年度研究に向けて：調査方法にみる本共同研究の特徴	17

## 第3章 地域の若年層を対象とした既往研究

1. はじめに	19
(1) 本章のねらい	19
(2) 方法	19
2. 既往研究の動向	19



(1)地域の若年層を対象とした既往研究.....	19
(2)若年層の意識調査についての既往研究.....	21
1)若者の地域意識研究ー地方から都心へ向かう若者たちとその背景をめぐって .....	21
2)「友人関係」「消費」を軸とした若者の地元志向の高まり.....	22
3)いかにして若者の関心を引き出すことが可能か .....	23
3. 他自治体等の先行事例 .....	23
4. まとめ.....	24

## 第4章 他地域における若者を地域に呼び込む取り組みの事例研究

1. NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク(宇都宮起点の活動)の取り組み.....	27
(1)背景・目的・方法 .....	27
1)背景・目的.....	27
2)方法.....	28
(2)とちぎユースサポーターズネットワークの概要.....	28
(3)とちぎユースサポーターズネットワークの活動背景 .....	29
(4)とちぎユースサポーターズネットワークのメディア掲載等からみる注目度.....	30
(5)とちぎユースサポーターズネットワーク行動指針 .....	31
(6)とちぎユースサポーターズネットワークの活動.....	32
(7)若者を地域に呼び込み、繋ぐためのポイント.....	35
1)若者の特性を踏まえた働きかけ・アプローチ .....	36
2)若者に届く情報発信への配慮.....	39
3)NPO 側からの行政への要望.....	41
(8)まとめーとちぎユースサポーターズネットワークの活動に見るコーディネート機能の価値・重要性.....	42
(参考)とちぎユースサポーターズネットワークのプログラム紹介 .....	44
2. 一般社団法人地域力発掘サポートネット・目白大学共同プロジェクトの取り組みー「ほっとステーションプロジェクト」における市民と学生の交流イベント事例ー .....	48
(1)ほっとステーションプロジェクト(HSP)の概要.....	48
1)「人形のまち岩槻 まちかど雛めぐり」(雛めぐり)の概要・課題.....	48
2)HSP の開催概要・目的・運営スタッフ.....	49
3)HSP の開催状況・主要部門 .....	50

(2) ほっとステーションプロジェクト(HSP)の学びの仕掛け .....	51
1) 4つの学びの仕掛け .....	51
2) 参加学生への意識調査 .....	53
(3) ほっとステーションプロジェクト(HSP)の総括 .....	60
1) 参加学生が地域と接点を持つ仕掛け .....	60
2) 参加学生及び地域にもたらした効果 .....	61

## 第5章 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の試験的導入(設計・運用)

1. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計枠組み .....	63
2. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の基本設計 .....	64
(1) 設計の枠組み①: 若年層の「まち意識」の段階性に着目した目標設定 .....	64
1) 若年層の「まち意識」の段階性の捉え方 .....	64
2) 中心の対象層となる若年層の想定と目標の設定 .....	65
3) 中心の対象層とする若年層の「まち意識」のレベルとその意識醸成イメージ .....	66
(2) 設計の枠組み②: テーマ・内容と仕掛けの戦略的組み合わせ .....	67
1) その1 テーマ・内容の検討 .....	67
2) その2 気づきの仕掛け .....	69
(3) 設計の枠組み③: 複数の教材／生きた教材の選定と効果的活用 .....	71
(4) 設計の枠組み④: 現場への還元配慮したプログラム構成 .....	73
(5) 設計の枠組み⑤: 気づきの共有化とフィードバックの仕掛け .....	74
3. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の構成と内容 .....	75
(1) プログラム(パイロット版)の概要 .....	75
(2) プログラム(パイロット版)の告知への情報デザイン .....	76
1) プログラム(パイロット版)の告知への情報デザイン .....	76
2) プログラム(パイロット版)の発信戦略 .....	78
4. パイロットプログラム1:〈場所〉接近・愛着型ワークショップ (戸田ボート場＋ライフスタイル編) .....	81
(1) プログラム1の位置づけと実施概要 .....	81
(2) プログラム1における場づくり(セッティング) .....	82
(3) プログラム1の構成と手順 .....	83
1) 19:00～19:15 イントロダクション .....	83
2) 19:15～20:20 ワークショップ①(構成的WS) .....	84

3) 20:20～21:15 ワークショップ②(非構成的 WS).....	85
4) 21:15～21:30 振り返り.....	87
<b>5. パイロットプログラム2:〈人〉接近・交流型ワークショップ(ロールモデル編)</b> .....	<b>89</b>
(1)プログラム2の位置づけと実施概要 .....	89
(2)プログラム2における場づくり(セッティング).....	90
(3)プログラム2の構成と手順 .....	90
1) 19:00～19:15 イン트로ダクション .....	90
2) 19:15～20:15 ロールモデルによるプレゼンテーション.....	91
3) 20:15～21:40 休憩+懇談 .....	93
4) 20:40～21:40 ワークショップ(構成的+非構成的 WS).....	93
5) 21:40～21:50 振り返り.....	94

## 第6章 総括・提案

<b>1. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の有用性と課題 ..</b>	<b>98</b>
(1)プログラム参加者の講座に対する総合評価 .....	99
(2)参加者の各プログラムについての評価(全体的評価) .....	100
(3)参加者の各プログラムについての評価(ロールモデルからの話題提供) .....	101
(4)参加者のプログラムについての評価(ロールモデル・参加者との対話・交流) .....	102
(5)参加者の今後の企画への参加意向 .....	103
(6)参加者からの各プログラムの工夫・改善点への意見.....	104
(7)参加者が考える若い世代が集まりやすそうな企画 .....	105
<b>2. 若年層向け「まち意識育成プログラム(ITFP for YWG)」の設計・運用     ガイドライン .....</b>	<b>107</b>
(1)ITFP for YWG の設計・運用のための中軸的ガイドライン .....	107
1)「まち意識」の段階性を捉える基準.....	107
2)「まち意識」のレベルチェックのタイミング及び具体的手法.....	109
3)参加想定者の段階性に応じた ITFP for YWG の提供.....	110
(2)ITFP for YWG の設計・運用のための補完的ガイドライン .....	115
1)若年層にとって訴求性の高いテーマ、 이슈ー、内容の設定と告知の工夫 .....	115
2)気づき・繋がり・交流に配慮した仕掛けの設定.....	117
3)ロールモデルの適切な選定と活用 .....	117
4)地域の現場への還元性、接続性に配慮した構成・運用 .....	119
5)プログラムの効果測定と関連データのアーカイビング .....	120

(3)ITFP for YWG に求められるコーディネート機能 .....	122
1)若年層と地域を繋ぐ機会提供のための情報収集・分析 .....	122
2)若年層と地域を繋ぐプログラムの設計・運用・効果把握.....	123
3)若年層と地域を繋ぐ包括的サポート.....	123
(4)ITFP for YWG の今後の展開のあり方と課題 .....	123
1)ITFP for YWG の継続展開とそのイメージ .....	124
2)若年層に訴求効果のあるオルタナティブな情報発信のあり方.....	125
3)若年層のソフトパワー志向に適合した仕掛け作り.....	126
4)若年層に対応するためのコーディネート機能の整備・強化 .....	126

本報告書の第5章・第6章における図中の顔写真(当共同研究チームメンバー以外)、第6章1節における表中の個人属性(年齢、職業等)については、個人情報保護の観点から、個人が同定されるリスクを最大限回避するよう適宜加工を施している。不鮮明な印象を与える箇所はこの点に配慮した結果である旨、断っておく。

# 第1章 本研究の概要

## 1. 本研究の背景・目的

2014年12月27日の閣議決定を受けて各自治体が策定した『まち・ひと・しごと創生総合戦略』は、①地方における安定した雇用を創出する、②地方への新しいひとの流れをつくる、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する、という4つの目標を柱としている。上記の4つは、人口減少下における地方<sup>1)</sup>が直面している横断的課題の裏返しともいえ、近年、これらの課題解決の糸口として「若年層の存在」に大きな関心が寄せられており<sup>2)</sup>、地域の現場でも、若年層と地域を繋ぐ論議や実践が盛んに行われている<sup>3)</sup>。

このような中で、戸田市は、都心への交通アクセスの利便性を背景に、就職や結婚を機に転入してくる若年層が多く、人口137,407人<sup>4)</sup>の約30%を20代・30代が占めており(2017年3月1日現在)、全国的に見ても平均年齢が若いまちとして知られる。近隣のさいたま市の平均年齢は44.3歳、埼玉県に広げると45.4歳であるのに対して、戸田市の平均年齢は40.7歳である。その値は全国平均46.4歳と比べてみると更に際立っており<sup>5)</sup>、この点は戸田市の大きな強みといえる。一方で、戸田市では転出者も多く、特に34～39歳では、転出者が転入者を上回っている<sup>6)</sup>。とりわけ<30代後半から40代>では、2000年から2010年の平均で、転出入が均衡状態から転出超過傾向へと転じている。戸田市は、こうした現状を踏まえ、2015年10月に策定した『戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略』(戸田市, 2015a)で、基本目標の1つに若年層の転出抑制を掲げ、重要な政策課題と位置づけている<sup>7)</sup>。具体的には、1) 家族の拡大、親との同居等による転居を戸田市内で可能とする「ライフステージに応じた住み替え支援」、2) 治安の改善、近隣住民との良好な関係、生活の憩い空間等を創出することを目指す「住みやすいと感じられる住環境の整備」の二つの施策を策定し、その展開を図っているところである。

上記の通り、若いまち・戸田市においても、若年層の転出を抑制するために、若年層の地域への愛着を如何に育て、定着を図るかは今後の地域戦略を占う大きな論点となっている

1) 『平成27年国勢調査』では、全国1,719市町村のうち1,416市町村(82.4%)が人口減少と直面していることが指摘されている。

2) 松下啓一(2016): 若者の力をどう地域に活かすか——自治体若者政策への展望, ガバナンス, 2016年5月号, p.19.

3) 若者と地域を結びつける取組は、以前より山間部など若者の不在が問題となる地域で取り組まれてきた(第3章参照)。しかし近年は、同様の取り組みが、都市部でも取り組まれ始め、その方策をめぐっての模索が続いている現状である。

4) 戸田市人口統計速報 2017年3月1日現在。

5) 総務省『平成27年国勢調査』による。

6) 『戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る人口ビジョン』2015年による。

7) 戸田市(2015a)であげている4つの基本目標は、「①新しい人の流れをつくる～若い世代(特に子育て世代・住宅購入世代)の転出を抑制する～」 「②若い世代の出産・子育ての希望をかなえる～「この地で出産・子育てしたい」と思われるまちをつくる～」 「③安定した雇用を創出する～市民に仕事と働きやすさを提供するとともに、企業の成長で働き口を増やす～」 「④時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに地域と地域を連携する～将来の人口構造の変化に柔軟に対応できる、まちの基礎・基盤をつくる～」である。なお、目標②における「子育てと仕事の両立支援」「出産、子育てへの経済的支援」「出産・子育てへの不安解消」学校・教育環境の充実」という施策も若年層が対象となっている。

る。但し、戸田市の場合は、人口動態でもみても他地域に比べまだいくらか余裕があり<sup>8)</sup>、30代後半の転出増こそ懸念されるものの、若年層の占める割合からみればまだ恵まれている状況にある。それゆえに、戸田市としては、喫緊の対応に迫られている他地域とは一線を画し、長期的かつ実験的スタンスから、若年層の転出抑制や定着促進に向けた施策のあり方について腰を据えて議論・検討することが可能である。

以上のような戸田市の若年層を巡る現状と課題を踏まえ、筆者らは、戸田市における実効性のある若年層向けの施策を講じる基礎資料を得るために、2015年、2016年の2か年に亘り、「若年層」及び「若年層と地域を繋ぐ仕掛け・システム」に着眼した研究を進めてきた(図1-1参照)。



図 1-1 2015 年度研究から 2016 年度研究への展開

【1年目】は、主に戸田市の若年層の意識・行動面での特性を把握する目的で、戸田市在住の20～39歳に該当する住民(1500名)を対象に、①居住関連項目(転入理由、居住継続理由、生活満足度、想定される転出理由等)、②地元行動項目(消費行動、消費場所、お気に入りの場所、移動手段等)、③生活意識項目(交友関係、地域活動・ボランティア活動、地域情報等)を調査項目とするアンケート調査を実施した(調査結果の概要は第2章で詳述)。具体的には、1)若年層の意識・行動面での特性を捉えるための枠組みを検討し、2)それに沿った調査票を設計した上で、3)実査を行い、次年度の若年層の転出抑制・定着促進の足掛かりとなる実証実験のための基礎資料(戸田市の若年層の意識・行動特性)を得るとともに、その結果を中間報告書<sup>9)</sup>にまとめた。

【2年目】は、まず、1)1年目の調査結果から導き出された「戸田市の若年層の意識・行動特性」を、「地域リソース(人・場所・ライフスタイル・イベント等)への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向(地域活動・まちづくり志向)」から捉え、それらを「まち意識」と総称・定義し、若年層の転出抑制・定着促進に向けた「鍵となる概念」と位置づけた上で、2)その「まち意識」の孵化・育成<sup>10)</sup>に資

8) 戸田市(2015, p.2)においても、1985年の埼京線開通を契機に現在も増加を続け、2010年時点で12.3万人を突破し、2030年前後に13.1万人でピークを迎えるとの人口動態の予測が記されている。

9) 戸田市政策研究所/目白大学社会学部地域社会学科(2016):戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究(共同研究中間報告書)

10) 若年層に限定した議論ではないが、鈴木ら(2008)は、居住年数が長いほど地域愛着が高い傾向にあること、地域愛着が高い人ほど、町内会活動やまちづくり活動に熱心であることを導出している。そのこ

するプログラム（場・機会）の実現可能性を実証実験によって検証・確認した。具体的には、①若年層の「まち意識」を滋養し、地域での動き出しを直接間接に契機する場・機会としての、若年層向け「まち意識育成プログラム」（パイロット版）の設計枠組みの検討に向けて、関連文献及び先行事例を精査して知見を導出し、②それに基づき、現場で試験的に運用し得るプログラム（パイロット版）の設計・運用を行い、③そのプロセスから採取した質的データの総合的分析・考察によってプログラムを総括し、④それらを踏まえて、若年層向け「まち意識育成プログラム（ITFP for YWG）<sup>11)</sup>」の設計・運用ガイドラインを提案した。

なお、本書は、2016年度の実証実験の成果を中心にまとめたものである。但し、第2章においては、2016年度の実証実験の基礎となった2015年度の調査結果（概要）を提示している。

## 2. 本研究の課題・方法

表 1-1 は、本研究の研究課題及び方法を示したものである。研究課題は、上記の研究目的①～④に照らして表中の4点に設定し、それぞれに適した研究方法によって段階的に進めるものとした。

表 1-1 本年度(2016)の研究課題と方法

研究課題	方法
1)「地域と若者」等に関する既存文献・先行事例の収集・分析	①文献研究 ②事例研究
2)若年層向け「まち意識育成プログラム」（機会・仕掛け）の枠組み検討と設計と運用準備	①想定対象者及び専門家に対する意見聴取とその分析 ②ワーキンググループ(WG)による討議、仮設計→シミュレーション→改善サイクルによるプロジェクト方式 ③実証実験のための準備
3)若年層向け「まち意識育成プログラム」の試験的運用と総合的考察	①運用過程における音声・映像データの分析 ②WGによるアクションリサーチ ③参加者の反応分析(アンケート・インタビュー／質的データの分析)
4)若年層向け「まち意識育成プログラム(ITFP for YWG)」の設計・運用に資するガイドラインの策定	①研究課題1)～3)から得られた知見の総合的分析 ②WGによる討議

【研究課題1】では、「地域における若者」や「地域と若者を繋ぐシステム（愛着・関係・定住）」等に関する既存文献と先行事例の分析・検討を行った。具体的には、筆者らの2015年の調査報告書を含み、「地域における若者」や「若者の意識や行動」に関する調査研究（図1-2の1段目参照）と近年活発化している若者と地域を繋ぐ各地の取り組み事例を収集・

とを踏まえるならば、戸田市における若年層の潜在的な「まち意識」の育成が、結果的に「転出減少」「担い手育て」に繋がることも示唆される。

11) 若年層向け「まち意識育成プログラム」は“Interest in Town Foster Program” for Younger Working Generation と英文表されるため、「ITFP for YWG」と略す。

分析し、若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の開発に資する知見を見出し、課題2を進める指針とした(文献研究は第2章・第3章、事例研究は第4章で詳述)。

【研究課題2】では、課題1から抽出された知見に基づき、若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の枠組みを検討し、プログラム(2種)を設計した。設計に際しては、①プログラムの対象者となる若年層への意見聴取や、若年層と地域を繋ぐ活動に実績を有する実践者に対するヒアリングを行い、②その結果をワーキンググループ(WG)において討議し、プログラムに有用な視点を抽出しながら、それらを設計に反映し、シミュレーション及び改善を繰り返すプロジェクト方式で進行させた。同時に、地域の現場で実際に2種のプログラムを運用するための準備(実施場所の選定・交渉、協力者との調整、告知・参加者募集等)を進捗させた(プログラムの枠組みと設計プロセスは第5章1～3節で詳述)。

【研究課題3】では、課題2で設計したプログラム2種を実際に若年層に対して運用し、総合的考察を行った。運用過程では、WGによるプログラム2種のアクションリサーチ、参加者を対象とする反応チェック(アンケート・インタビュー)を行い、その後、運用過程で採取した音声・映像データとアンケート・インタビューデータ(図1-2の2～4段目参照)を、WG内で整理・分析し、プログラムの効果及び課題に関する検討を進めるとともに、課題4(プログラムのガイドライン作成)に向けた論点の抽出を行った(プログラムの運用過程は第5章4～5節、効果と課題は第6章1節で詳述)。

【研究課題4】では、課題3を踏まえ、若年層向け「まち意識育成プログラム(ITFP for YWG)」の設計・運用に資するガイドラインを策定した。具体的には、課題1～3で得た知見に基づき、WG内での議論を重ね、ガイドラインの枠組みの設定と内容の検討を行った(ガイドラインの枠組みと内容は第6章2節で詳述)。

分析対象とするデータリスト	
調査結果報告書	<ul style="list-style-type: none"> <li>「戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究中間報告書」、戸田市政策研究所/目白大学社会学部地域社会学科, 2016年3月</li> <li>「とちぎユースサポーターズネットワーク年次報告書」(2011年度～2015年度)</li> <li>「若者呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究」, 地方自治研究機構, 2015年3月</li> <li>「戸田市における生涯学習に関する市民意識調査報告書」, 戸田市教育委員会, 2016年3月</li> </ul>
インタビューデータ	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016/8/25実施: NPO法人栃木ユースサポーターズネットワーク事務局長 古河大輔氏</li> <li>2016/9/20実施: 川岸倉庫シェアオフィス&amp;コワーキングスペース代表 熊本英雄氏</li> <li>2016/9/20実施: 上戸田地域交流センター“あいバル”施設責任者 石原氏</li> <li>2017/2/13実施: NPO法人栃木ユースサポーターズネットワーク事務局長 古河大輔氏</li> <li>2017/2/25実施: 戸田市民OAさん トークイベント(ワークショップ)参加者: 女性</li> </ul>
音声・映像データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016/8/25実施: 事前研究会(目白大学)</li> <li>2016/9/20実施: 現地調査(フィールドワークならびに視察)</li> <li>2016/11/21実施: 第1回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]記録(準備～実施～振り返り)</li> <li>2016/11/28実施: 第2回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]記録(準備～実施～振り返り)</li> </ul>
アンケートデータ	<ul style="list-style-type: none"> <li>第1回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]参加者用アンケート(2016.11.21)</li> <li>第1回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]ロールモデル用アンケート(2016.11.21)</li> <li>第2回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]参加者用アンケート(2016.11.28)</li> <li>第2回プログラム(パイロット版)[ワークショップ]ロールモデル用アンケート(2016.11.28)</li> </ul>
<p>アクションリサーチ用, 発話分析用の重要データ</p> <p>本研究では、音声・映像データ、アンケートデータから抽出される質的データ分析手法を中心に研究を進める</p>	

図 1-2 2016 年度研究における分析対象とするデータリスト



### 3. 本研究の実施体制

実施体制は図 1-3 に示した通りである。実施主体となる戸田市政策研究所は、プログラム（パイロット版）の実証実験に係る地元協力者との調整、実証実験の準備、研究の進捗管理等、目白大学社会学部地域社会学科は、プログラム（パイロット版）の理論構築、実証実験の運用、効果測定・分析、総括等を主に担当した。

その他、外部の専門家 3 名の協力を得た。NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長古河大輔氏、一般社団法人地域力発掘サポートネット事務局長

早原聡子氏の 2 名は、若年層と地域を繋ぐ支援活動に実績を有する専門家の立場から、ワーキンググループのメンバーとして実践知の提供、実証実験でのファシリテーション及び参与観察等をそれぞれ担当し（両名の関わった取り組みは第 4 章を参照）、岩手県立大学講師富澤浩樹氏は、まちづくり学習（市民と地域を繋ぐ仕掛け）及び地域情報分析を専門とする立場から、協力研究員として当該分野の知見提供の他、実証実験の映像記録、そのアーカイブ化と分析等を主に担当した。

その他、実証実験においては、一般参加者 16 名とロールモデル（地域で活動している実践モデル） 8 名の 24 名の協力者を得た。

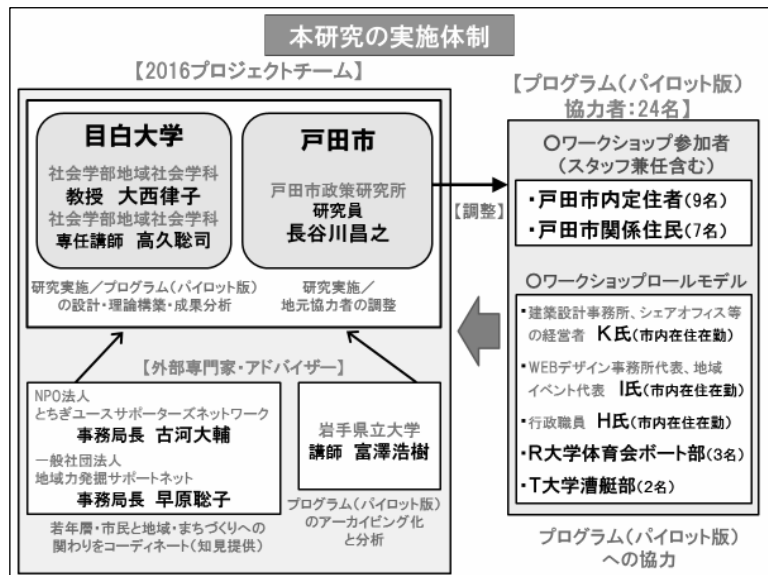


図 1-3 2016 年度研究の実施体制

#### 【第 1 章参考文献】

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，第 25 号，pp.357-362.

総務省統計局(2010)：平成 22 年国勢調査，<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2010/>，2017/3/15.

総務省統計局(2015)：平成 27 年国勢調査，<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/>，2017/3/15.

戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016)：戸田市における 20 代・30 代の若年層に関する基礎研究（共同研究中間報告書）

戸田市(2012)：戸田市若年世帯意識調査成果報告書，<https://www.city.toda.saitama.jp/uploaded/attachment/45.pdf>，2017/3/15.

戸田市(2015a)：戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略，<https://www.city.toda.saitama.jp/soshiki/152/kikaku-sougousenryaku.html>，2017/3/15.

戸田市(2015b) : 戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る人口ビジョン,  
<https://www.city.toda.saitama.jp/soshiki/152/kikaku-sougousenryaku.html>,  
2017/3/15.

戸田市(2017) : HP オープンデータ・統計 人口統計速報 (2017年3月1日),  
<https://www.city.toda.saitama.jp/site/opendata/jinkou.html>, 2017/3/15.

松下啓一(2016) : 若者の力をどう地域に活かすか——自治体若者政策への展望, ガバナンス,  
2016年5月号, pp17-19.

## 第2章 若年層対象アンケート調査（2015年度研究）の知見

### 1. 2015年度研究の概要と結果

#### （1）研究目的・調査方法と対象

本章は、2015年度研究で実施した若年層対象アンケート調査の結果の中から、2016年度研究の中心概念である「まち意識」に結びついた論点に焦点を絞り、その要点を示す。

まずは、2015年度研究の目的・調査方法と対象を説明する。2015年度研究は、20代・30代の若年層の転出抑制に資する策を検討する上での基礎情報を得ることを目的として実施した。一般に、若年層の転出可能性の高さは、就職、転職、転勤や結婚等の「ライフイベント」<sup>12)</sup>に伴う「居住年数の短さ」<sup>13)</sup>と関連しており、この世代の特徴とも考えられている。それゆえに、若年層の転出は、戸田市に限ったことではなく、近隣の自治体でも同様に抱えている課題である<sup>14)</sup>。

そういった若年層の特徴を踏まえ、2015年度研究は、若年層がどのような施設や制度、支援を求めているかという点ではなく、若年層の戸田市への愛着度、人間関係や日常生活への満足度等のソフトパワーに着目し、興味関心・地域との繋がり・ネットワークへの欲求、地域活動・まちづくりへの意識等の把握を目指した。

表 2-1 2015年度研究の方法・対象・調査期間・回収状況

方法	アンケート調査(郵送配布・郵送回収)
対象者	2015年6月1日時点で戸田市在住の20歳～39歳の男女 1,500人
対象者の抽出方法	住民基本台帳に基づく無作為抽出 (年齢:5歳刻み、居住地区の人口比率を基準)
調査期間	2015年10月10日～11月16日
回収状況	回収票:616票(回収率:41.1%)、無効票7票 有効回答票:609票(有効回答率40.6%)

表 2-1 は、2015年度研究の方法・対象・調査期間・回収方法についてまとめたものである。アンケート調査は、2015年6月1日時点で戸田市在住の20～39歳の男女1,500人を対象とし、郵送配布・郵送回収の方法で行なった。対象者の抽出は、年齢5歳刻みで居住地区の人口比率を基準にした住民基本台帳に基づく無作為抽出にて行なった。2015年10月10日～11月16日を調査期間とし、回収票は616票、回収率41.1%、その内、無効票

<sup>12)</sup> 永井（2014）によれば、人口移動は、個々人のライフサイクルの変化に合わせて、①世帯主の移動に伴うもの、②転勤等の職業的理由によるもの、③住宅事情によるもの、④生活環境の変化によるもの、⑤結婚や離婚等に起因するもの、⑥進学等の学業を理由としたもの、⑦親族との同居を理由とするもの、といった7つの主要因を提示している。そして、20～24歳は進学、就職といったライフイベントによる移動要因が加わるが、20代・30代については、「世帯主の移動」を除く、6つの要因が該当するとい

<sup>13)</sup> 山本ら（2012）は、東京都の郊外都市である立川市の住民を対象とした調査において、「居住歴5年未満」の多くが20代・30代であり、転居可能性の高い流動層であることを明らかにしている。

<sup>14)</sup> 川口市（2014）や朝霞市（2014）の市民調査や埼玉県と埼玉大学の共同調査（2015）においても、他の年代と比較した際に、30歳代以下の若年層が「ずっとこのまちに住みたい」の回答比率が低いことが報告されている。

が7票あったため、有効回答票は、609票（有効回答率40.6%）であった。

## （2）調査項目

主な調査項目は、図2-1に示した通り、①居住関連項目、②地元行動項目、③生活意識項目にまとめられる。

①居住関連項目は、「戸田市に住むようになったきっかけ」、「戸田市に住み続けている理由」、「戸田市で生活する上での満足度」、「戸田市から引っ越す場合の理由」、「今後、住みたいまちのイメージ」「今後、住みたいエリア」等を設定した。

②地元行動項目は、「戸

田市内での消費行動」「日常的な消費（日用品）の場所」、「出かけるエリア」、「戸田市のお気に入りの空間・場所」「自動車の利用頻度・目的」（移動手段）等で構成した。

③生活意識項目は、「交友関係（立ち話等する人数／戸田市内の人間関係）」、「地域活動（ボランティア）へ期待すること」、「地域情報の収集」、「今後、戸田市で力を入れるべき点」、「戸田市の問題点／期待する点」についての自由記述を用意した。

その他、④基礎的項目として、「年齢と性別」「学歴」「世帯構成」「配偶者の有無」「子どもの数」「現在の立場（職業）」「自由に使えるお金（可処分所得）」を尋ねた。

調査項目一覧	
<b>①居住関連項目</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸田市に住むようになったきっかけ【問1】(論点2)</li> <li>・戸田市から引っ越す場合の理由【問2】(論点2)</li> <li>・戸田市に住み続けている理由【問4】(論点3)</li> <li>・戸田市で生活する上での満足度【問5】(論点1)</li> <li>・今後、住みたい街のイメージ【問7】(論点3)</li> <li>・今後、住みたいエリア【問8】(論点1)等</li> </ul>	<b>②地元行動項目</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車の利用頻度【問11】</li> <li>・自動車利用の目的【問12】</li> <li>・戸田市内での消費行動【問18】</li> <li>・日常的な消費(日用品)の場所【問19】</li> <li>・出かけるエリア(交友関係)【問20】</li> <li>・お気に入りの空間・場所【問17】(論点4)等</li> </ul>
<b>③生活意識項目</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後、戸田市で力を入れるべき点【問6】(論点5)</li> <li>・交友関係(立ち話等する人数)【問13】(論点6)</li> <li>・交友関係(戸田市内の人間関係)【問14】</li> <li>・地域活動(ボランティア)へ期待すること【問15】(論点6)</li> <li>・地域情報の収集【問16】</li> <li>・自由記述(戸田市の問題点／期待する点)【問28】(論点2、4、5、6、7)等</li> </ul>	<b>④基礎項目</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>年齢と性別【問21】</li> <li>学歴【問22】</li> <li>世帯構成【問23】</li> <li>配偶者【問24】</li> <li>子どもの数【問25】</li> <li>現在の立場【問26】</li> <li>自由に使えるお金(可処分所得)【問27】等</li> </ul>

図2-1 2015年度研究の概要

## （3）抽出された論点

2015年度研究の結果から、2016年度研究に向けて抽出された論点は、大別すると、戸田市への居留意向・理由に関する①戸田市への定住意向の高さ、②戸田市の強みである交通アクセスが転出理由にもなり得ること、制度や施設・生活環境等のハードパワーについての不満、③戸田市内での繋がり・人間関係等のソフトパワーについての不満・意欲に関する住みたいまちで求める「良好な人間関係」、④身近な「居場所」を求める若年層、⑤地域への関心の高さ、⑥地域での繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さ等の6点に要約できる。

次節では、上記の6つの論点の詳細について説明し、その知見が2016年度研究にどのように結びついたのかを示す。

## 2. 2015 年度研究結果のポイント

### (1) 戸田市への定住意向は 77.7%

若年層、特に 35～39 歳の転出超過が戸田市の課題とされている<sup>15)</sup>。このような現実からは、戸田市に住む若年層は、戸田市への定住意向が低いように思われるかもしれない。しかし、2015 年度研究から見えたのは、若年層の定住意向の高さであった。

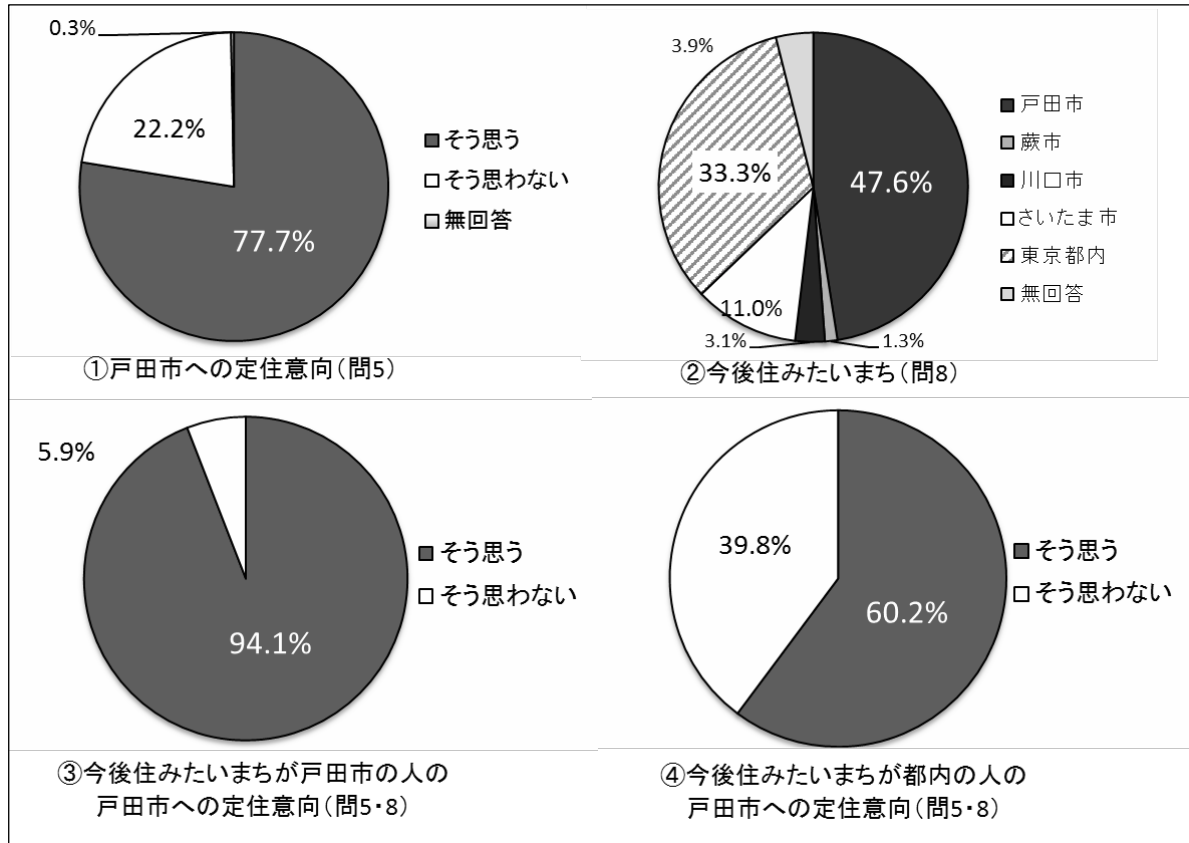


図 2-2 若年層の戸田市への定住意向

表 2-2 若年層の戸田市への定住意向(要約)

- ① 「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」が 77.7%と高い定住意向を有している。
- ② 「今後住みたいと思う地域」は、戸田市が 47.6%、東京都内が 33.3%で、合計 80.9%を占めている。
- ③ 「戸田市に住み続けたい」と回答した人の内、94.1%の人は「定住意向」を持っている。
- ④ 「東京都内に住みたい」と回答した人の内、60.2%の人は「定住意向」を持っている。

図 2-2 で示した①戸田市への定住意向、②今後住みたいまち、③今後住みたいまちが戸田市の人の戸田市への定住意向、④今後住みたいまちが都内の人の戸田市への定住意向についての結果を要約したものが表 2-2 である。すなわち、戸田市に住む若年層は、高い定住意向を示しており、「今後、戸田市とは異なるまちに住みたい」と回答した若年者でも、戸田市への「定住意向」が極端に低いわけではない。その結果、若年層は、戸田市への定住意向が高いことを前提とした上で、戸田市と東京都内との間で、居住地選択がなされる

<sup>15)</sup> 戸田市(2015b)：戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る人口ビジョン，<https://www.city.toda.saitama.jp/soshiki/152/kikaku-sougousenryaku.html>

可能性が高いことが示唆された。

## (2) 戸田市からの転出理由にもなりうる交通アクセス

次に、戸田市への転入／転出の理由についてである。戸田市は「交通アクセス」の良さが売りであるが、「交通アクセス」が転出理由にもなり得るという点が把握できた。「戸田市に住むようになった理由」「戸田市から転出を考える際の理由」の順に確認する。

「戸田市に住むようになった理由」のトップは「通勤・通学の便」で 31.2%。次いで、「結婚・離婚」(27.8%)、「職業上の理由」(22.3%)と続く(図 2-3①)。ここからも「交通アクセスの良さ」が戸田市への転入理由となっていることが理解できる。この結果について、①性別、②年齢別による特徴を示したのが、表 2-3 である。「通勤・通学の便」、すなわち「交通アクセスの良さ」を除くと、性別による転入理由の差異、「20-24 歳」はそれ以外の年齢と転入理由が異なることが理解できる。

一方、「戸田市から転出を考える際の理由」のトップは、「職業上の理由」で 40.6%。次いで、「通勤・通学の便」(26.1%)、「引っ越し予定はない」(23.6%)の順となる(図 2-3②)。

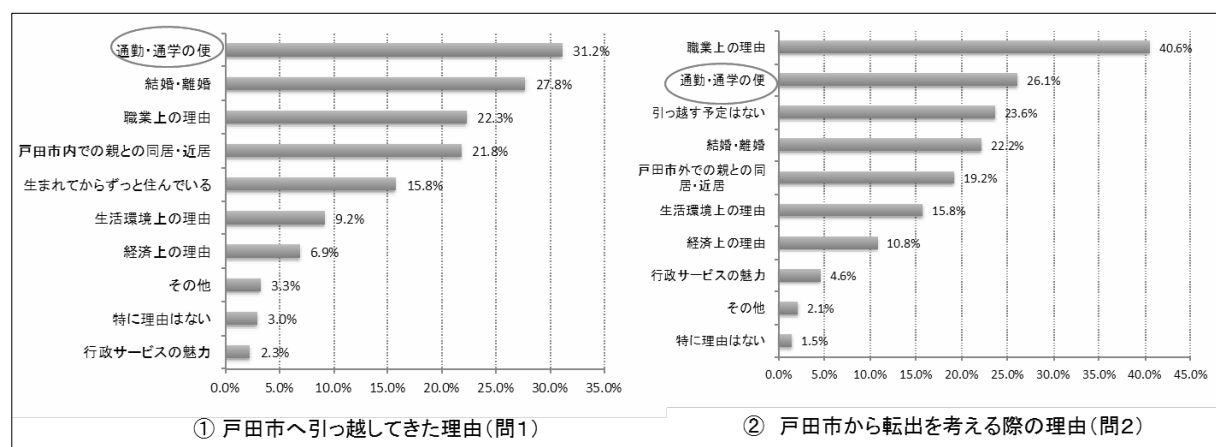


図 2-3 若年層の戸田市への転入／転出理由

表 2-3 若年層の戸田市への転入理由の特徴(性別・年齢別)

①性別	「通勤・通学の便」が性別を問わずトップ(男性:31.6%、女性:31.1%)であるが、それを除くと「男性」は「職業上の理由」(25.7%)、女性では「結婚・離婚」(29.4%)の回答割合が高い。
②年齢別	「20-24 歳」の 48.1%が「戸田市内での親との同居・近居」、37.5%が「生まれてからずっと住んでいる」と回答している。その他の年齢では、「通勤通学の便」「結婚・離婚」「職業上の理由」の順に続く。

「職業上の理由」は、若年層の就職、転職、転勤などのライフイベントとの関連で不可避的な面もあるが(永井, 2014)、「通勤・通学の便」が想定される転出理由として挙げられる点は、「交通アクセス」に若年層が問題を抱いていることを示唆する。この結果について、①性別、②年齢別による特徴を表 2-4 に示した。

表 2-4 若年層の戸田市からの転出を考える際の理由の特徴(性別・年齢別)

①性別	「男性」は職業との関連(「職業上の理由」が 47.6%、「通勤・通学の便」が 31.7%)が強く、「女性」は、「職業上の理由」(35.9%)について、「結婚・離婚」(26.8%)が続いている。また、「引っ越し予定はない」は女性の方が回答する割合が高い。
②年齢別	年齢を問わず、「職業上の理由」が高い割合を示しており、20 代では「結婚・離婚」が高い割合を示していることから、ライフイベントとの関連で、戸田市からの転出を考えていることが読み取れる。

つまり、戸田市の若年層は、転勤、転職といった「職業上の理由」、「結婚・離婚」といったライフイベントとの関連で、戸田市からの転出を考えざるを得ない状況にあることが理解できる。注目したいのは、特に男性において、戸田市の売りでもある都心への「通勤・通学の便」は転入理由でもあるが、転出理由にもなり得ることである。その理由を「戸田市の問題点／期待すること」の自由記述の結果から大別すると、「1. 埼京線に対する不満」「2. 市内の交通手段の問題」に分けられる。

「1. 埼京線に対する不満」では、「通勤快速が戸田公園を通過してしまう」「快速が戸田駅に停まらない」「各駅停車の本数が少ない」「終電が早すぎる」といったことへの不満として表出される。「2. 市内の交通手段の問題」は、「バス（tocoバス）の本数が少ない」等への不満として語られる。戸田市の「交通アクセスの良さ」は、若年層のプル要因であることは確かである。だが、戸田市外への移動、戸田市内での移動に関わる不満を抱く層が存在しており、若年層が他地域へ転出するプッシュ要因ともなり得ることが示唆される。

### （3）住みたいまちで求める「良好な人間関係」

続けて、「若年層が戸田市に住み続けている理由」と「今後住みたいまちのイメージ」の差から、戸田市の若年層が何を求めているのかを確認する。

「今後、住みたいまちのイメージ」（理想）と「戸田市に居住し続けている理由」（現実）差を示したのが、図 2-4 である。

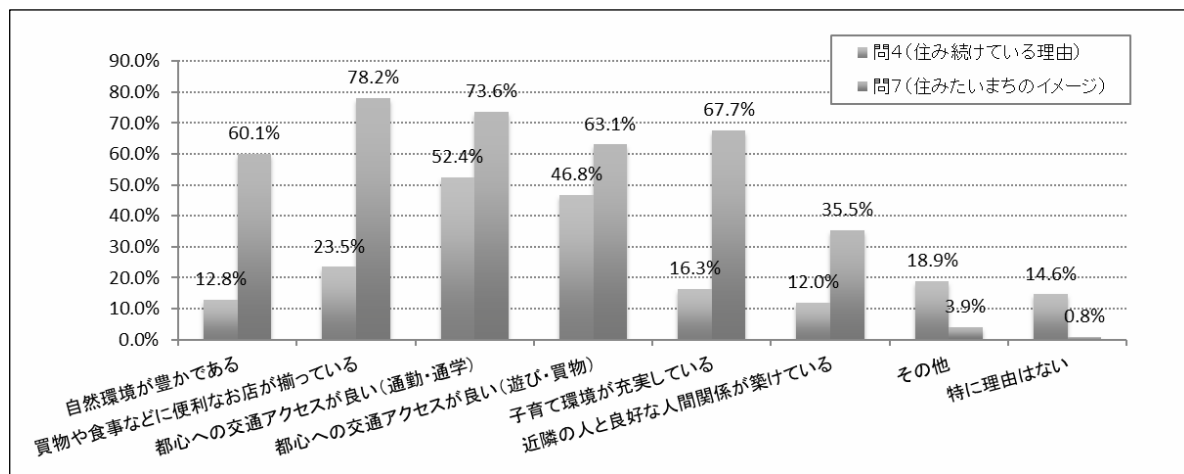


図 2-4 若年層が戸田市へ住み続けている理由と今後住みたいまちのイメージ

まず、居住し続けている理由のトップである「都心への交通アクセス」は、その差が 20 ポイント前後であり、他の項目と比較すれば、理想と現実の差が少ない。前述の「交通アクセス」への不満はあるものの、若年層にとって戸田市は都心へのアクセスの良さが魅力となっていると考えられる。

次に、戸田市での生活環境、制度等のハードパワーに関わる項目についてである。「自然環境が豊かである」（47.3 ポイント【理想：60.1%、現実：12.8%】）、「子育て環境が充実している」（51.4 ポイント【理想：67.7%、現実：16.3%】）と、大きな落差がある。戸田市は、「彩湖・道満グリーンパーク」等の自然環境があり、「子育て支援」にも力を入れていることを踏まえれば、若年層に戸田市の魅力が十分に伝わっていない可能性もある。一方で、「買物や食事等に便利なお店が揃っている」（54.7 ポイント【理想：78.2%、現実：

23.5%】) も理想と現実に大きなギャップがあり、若年層のニーズに対応できていないと考えることもできる。

そして、戸田市での人間関係、すなわちソフトパワーに関わる項目についてである。「戸田市に居住している理由」として「良好な人間関係が築けている」を選択した人は12.0%であるのに対して、「今後、住みたいまちのイメージ」として「良好な人間関係が築けそう」を選択した人は35.5%と、23.5ポイントの差がある。つまり、戸田市の若年層は、「良好な人間関係が築けている」とする回答率は低いが、「良好な人間関係」を求めている。このような若年層の人間関係構築への意欲の高さが2015年度研究から得られた特徴である。

#### (4) 身近な「居場所」を求める若年層

若年層は、戸田市内でどのような場所を「お気に入りの場所」として捉えているのだろうか。

若年層の日常生活における「お気に入りの場所」を回答してもらった設問においては「公園・店舗名等何でも構いません」と付記した。その記述内容を分類した結果が図2-5である。

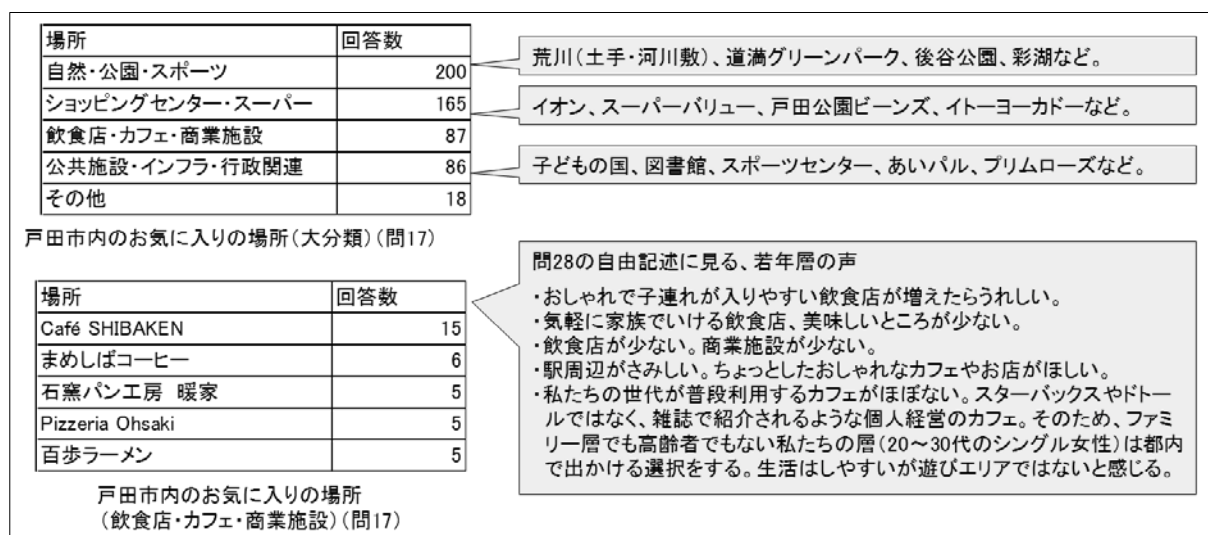


図2-5 若年層の戸田市でのお気に入りの場所

大カテゴリーでは、荒川、彩湖・道満グリーンパーク等の「自然・公園・スポーツ」、イオン等の「ショッピングセンター・スーパー」と続く(図2-5)。この結果は、『戸田市若年世帯意識調査成果報告書』(戸田市, 2012)とも重なるが、(3)で確認したように、「戸田市に住み続けている理由」として「自然・公園・スポーツ」が選択されていない点は課題であろう。その他、大カテゴリーでは、戸田市内の「飲食店・カフェ・商業施設」、「公共施設・インフラ・行政関連」が記述されており、地域に関心のある若年層にとっては、馴染みの場所となっていることが理解できる。

ここで注目すべきは、日常的に立ち寄る飲食店やカフェの具体的な名称が多数記述された点である。さらに、「戸田市の問題点/期待する点」の自由記述においては「気軽に行ける飲食店の少なさ」「おしゃれなカフェが少ない」という回答が目立っており、飲食店やカ



フェへの関心の高さが窺える。その一例を示したのが表 2-5 である。

表 2-5 若年層が戸田市に求める空間(自由記述)

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・ おしゃれで子連れが入りやすい飲食店が増えたらうれしい。</li><li>・ 気軽に家族でいける飲食店、美味しいところが少ない。</li><li>・ 飲食店が少ない。商業施設が少ない。</li><li>・ 駅周辺がさみしい。ちょっとしたおしゃれなカフェやお店がほしい。</li><li>・ 私たちの世代が普段利用するカフェがほぼない。スターバックスやドトールではなく、雑誌で紹介されるような個人経営のカフェ。そのため、ファミリー層でも高齢者でもない私たちの層(20~30 代のシングル女性)は都内で出かける選択をする。生活はしやすいが遊びエリアではないと感じる。</li></ul> |
|--|

以上より、若年層が「居心地の良さ」を感じる場所や日常的に集う場所、交流できる場所等の身近な「居場所」を重視していることが窺える。身近な「居場所」は、「コミュニティに暮らす善良な市民が、特別な、あるいは明確な目的もなしにみんなで楽しい時を過ごせるような場所を見出すとき、そのような交流には、じつは目的がある。さらに、インフォーマルな公共の集いの場が果たす最も重要な目的機能は、社会のほかのどんな機関であれ提供できない」<sup>16)</sup>と指摘される。このような空間は、家庭、職場とは異なる第三の空間(サードプレイス)と捉えられ、近年、注目を集めている。そのような交流の場を戸田市における若年層も求めていると推察される。

#### (5) 地域への関心の高さー消費空間と地域での活動

(3)(4)から示唆されるのは、若年層の人間関係の乏しさへの危機感である。転出可能性の高い若年層に対しては、戸田市での人間関係を求めているかのような印象を抱くかもしれない。だが、彼/彼女らの声に耳を傾けてくると、人間関係の希薄さに対して決して鈍感なわけではなく、むしろその改善を強く求めていることが浮かび上がってくる。

同様の点は、若年層が「今後の戸田市に力を入れて欲しいこと」の結果からも理解できる。注目すべきは、若年層が「商業施設」(ハードパワー)の整備を求めるばかりか、自分たちが動き、人と繋がる機会となる「まちづくり・地域活動」(ソフトパワー)にも関心があることである(図 2-6)。前者の「商業施設」については、「駅前の活性化」は、89.2%の人が「力を入れて欲しい」と回答しており、性別・年齢による大きな差は見られない。「大型商業施設の誘致」は、全体では 65.3%の人が「力を入れて欲しい」と回答しているが、「25-29 歳」だけが 75.7%と高い回答割合を示している。「戸田市に対する不満/期待すること」の自由記述では、①大型商業施設が少ない、②駅前を活性化して欲しい、③他のまちと比較した際の不足感が語られている。

また、後者の「まちづくり・地域活動」については、「まちづくり機会の充実」が 60.4%、「地域活動への参加しやすさ」が 61.9%であり、地域への関心は決して低くない。性別で見ると、「女性」は、「まちづくり機会の充実」で 65.5%、「地域活動への参加しやすさ」で 69.7%と全体よりも高い結果を示している。年齢で見ると、「20-24 歳」は、「まちづくり機会の充実」で 66.3%、「地域活動への参加しやすさ」で 63.8%と他のどの年齢カテゴリー

<sup>16)</sup> Oldenburg, R.(1991) : The Great Good Place, New York: Marlowe & Company. (忠平美幸訳『サードプレイス : コミュニティの核になる「とびきり居心地のよい場所」』, みすず書房, 2013, p.6)

よりも高い結果となっている。

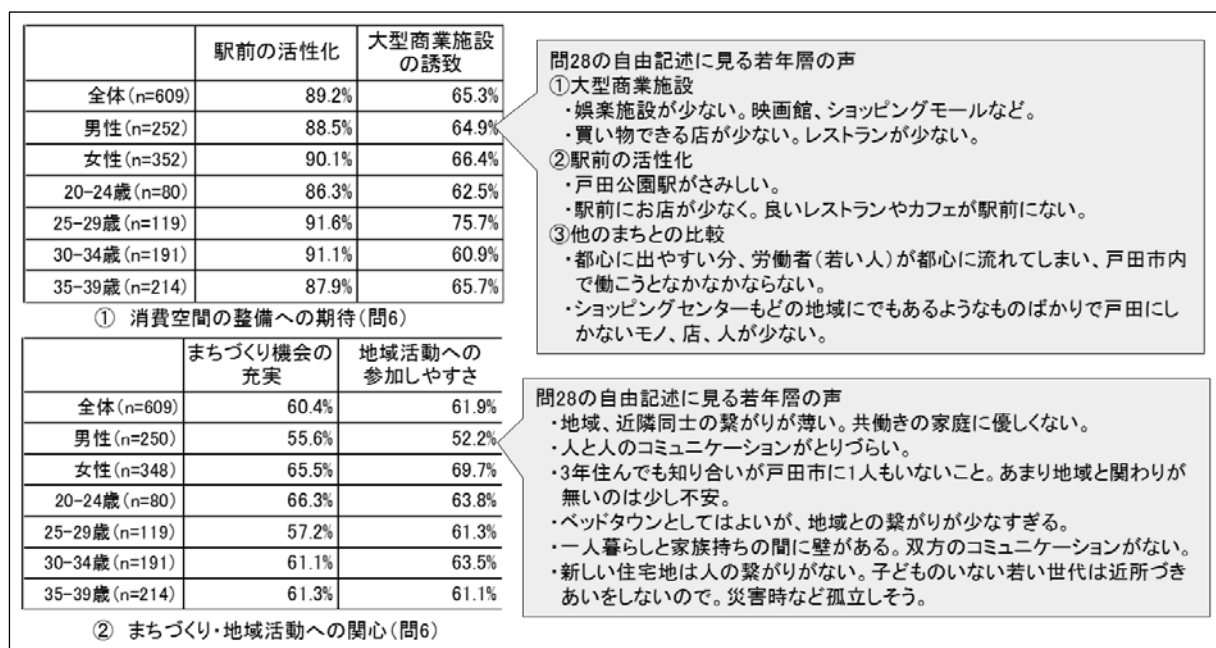


図 2-6 若年層が戸田市に今後力を入れて欲しいと思う点

このような若年層の「まちづくり・地域活動」への意識は、「戸田市に対する不満／期待すること」の自由記述と重ねてみると、(3)で示唆した、地域との関わり・繋がりの希薄さへの問題意識と関連しているように思われる(表 2-6)。それは、共働き、子どもがいない家庭の場合でより顕著に、地域内での繋がりの希薄さに問題意識が記されることから窺える。したがって、仮説的にはあるが、人間関係の希薄さに不満を覚え、地域での人との繋がりに意欲がある若年層は、潜在的には、地域への興味関心を有していると考えられる。

表 2-6 戸市内での「繋がりの薄さへの危惧(自由記述)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域、近隣同士の繋がりが薄い。共働きの家庭に優しくない。</li> <li>・ 人と人のコミュニケーションがとりづらい。</li> <li>・ 3年住んでも知り合いが戸田市に1人もいないこと。あまり地域と関わりが無いのは少し不安。</li> <li>・ ベッドタウンとしてはよいが、地域との繋がりが少なすぎる。</li> <li>・ 一人暮らしと家族持ちの間に壁がある。双方のコミュニケーションがない。</li> <li>・ 新しい住宅地は人の繋がりが無い。子どものいない若い世代は近所づきあいをしないので。災害時等孤立しそう。</li> </ul>
--

### (6) 地域での繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さ

(5)で示した仮説は、若年層の地域への潜在的な関心は、地域での繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さに起因しているのではないかと、言い換えることができる。その点について、「地域活動に参加するとしたら、何を期待するか」に対する回答から検討する。

女性(特に30代の女性)は、他のカテゴリーと比較して、「同世代・異世代との新たな繋がり」を求める傾向にある(図 2-7)。特に、回答率を偏差値化した4象限でみると、30-34歳の女性は、「異世代との繋がり」「同世代との繋がり」のいずれもが偏差値が70前後となっている。すなわち、30-34歳の女性は、人間関係の構築を目的にまちづくり・地域活動に関心を持っているといえる。

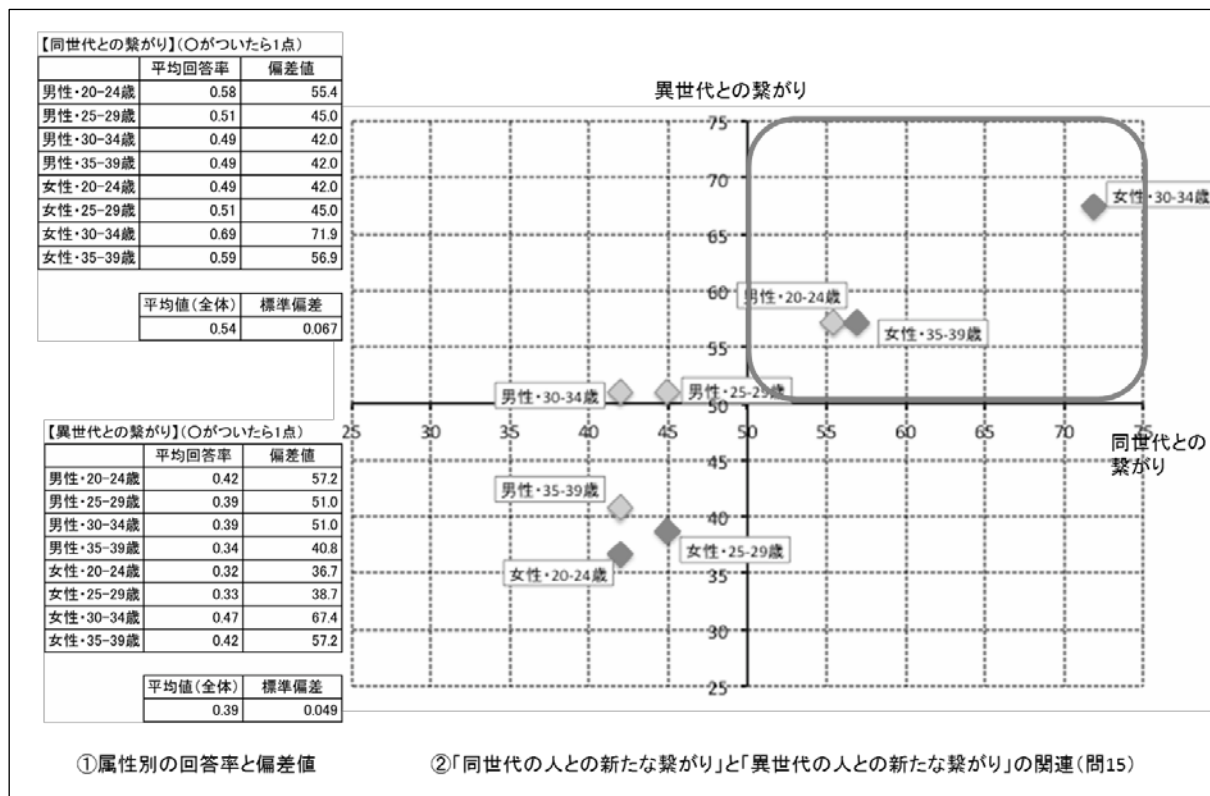


図 2-7 新たな人間関係構築への期待

一方、男性は、「地域課題の理解・解決」を目的とする傾向がある(図 2-8)<sup>17)</sup>。それは、回答率を偏差値化すると顕著であり、男性の 25-29 歳を除けば、いずれも偏差値 50 を越えていることから理解できる。

以上、性別や年齢に応じて差異はあるものの、若年層の「繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さ」「地域課題への関心」が理解できる。逆言すれば、若年層は、「繋がり・ネットワーク・交流意欲の高さ」「地域課題への関心」を潜在的に有しているから、「まちづくり・地域活動」をその実現の場として、興味関心を抱いていると考えられる。また、この性別・年齢による差異を掘り下げると、繋がり・ネットワーク・交流を期待する女性は具体的にはどのような問題意識を持っているのか、女性が「地域課題」と向き合うためにはどのような仕掛けがあるのか、地域課題の理解や解決に関心のある男性を「参加」へ誘う仕掛けとは何か、を考えることも重要に思われる。このような結果を踏まえるならば、若年層が有する「地域」へ関心を引き出し、実際の「動き出し」に繋げていくためには何が必要かを検討することが今後の課題であろう。

<sup>17)</sup> ただし、回答率は全体で 20%未満のため、極めて潜在的である点には注意する必要がある。

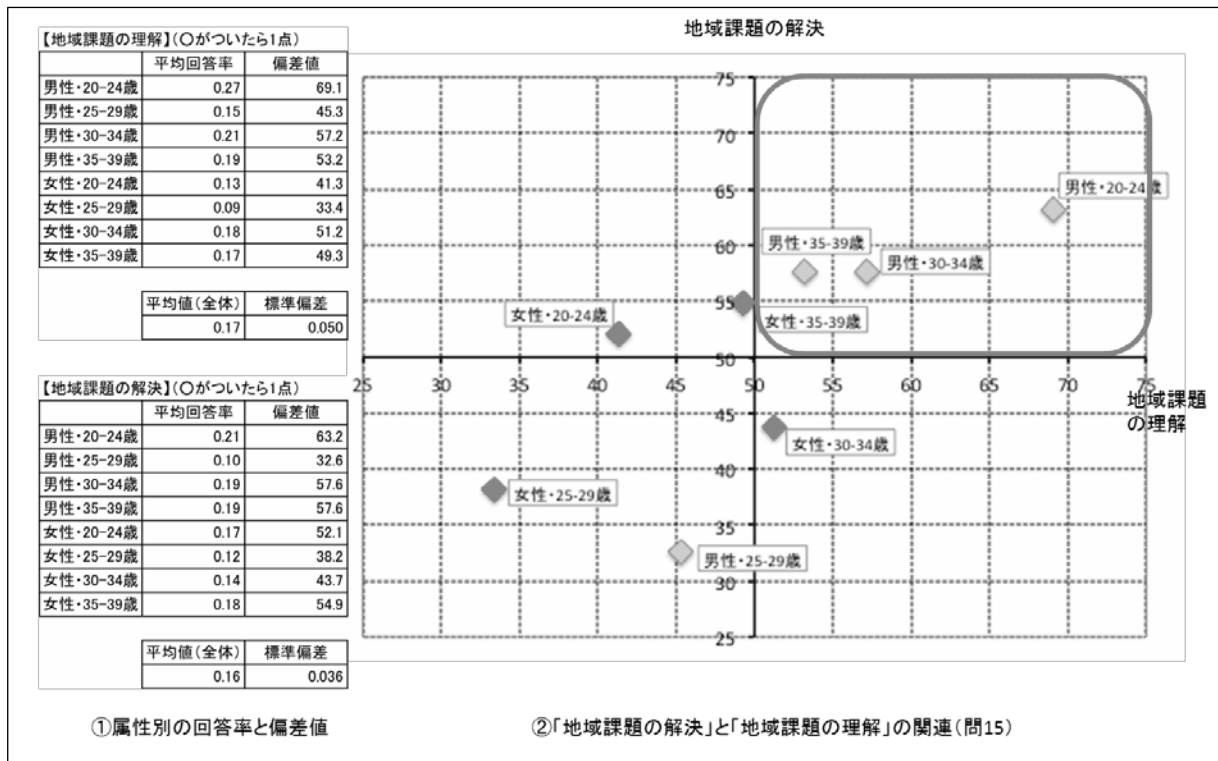


図 2-8 「地域課題の解決と理解」への関心

### (7) 若年層に見られる「まち意識」-2016 年度研究への展開

2015 年度研究において特徴的に見出された若年層の「地域活動・まちづくりへの関心」「繋がり・ネットワーク・交流」は、「戸田市に対する不満/期待」の自由記述にも目立って散見された内容であった。最後に、その点について確認し、2015 年度研究の知見が 2016 年度研究にどのように結びついたのであるかを説明する。

具体的には、「交流の場」「繋がりを持つ機会」「地域と関わる機会」の乏しさが問題点として語られる。その一部を提示する(表 2-7)。その記述からは、戸田市の若年層が、地域での交流機会の少なさに不満を持っていること、ならびに、地域で交流を図りたいが、その機会・場所を見出だせていない現状が読み取れる。すなわち、若年層は、「地域への関心」、「繋がり・ネットワーク・交流」意欲を有している。この若年層の地域への関心や地域での人間関係、すなわちソフトパワーを志向する意識特性を見出したことが、2015 年度研究で実施したアンケート調査から得られた特徴的な点である。

表 2-7 若年層の地域でのつながりへの希求(自由記述)

- ・ 乳児や未就学児がいる親同士の交流の場や転居者によるコミュニティをもう少し充実させてほしい。参加のしやすい環境がいい。
- ・ 人との繋がりを持てる場所がない。近所づきあいがいい。
- ・ 地域内で他者と交流する機会がない。
- ・ 地域内のコミュニティが少ない。近所づきあいがいい。
- ・ 新築マンション居住だが、地域に関わる機会が持てなく不安がある。
- ・ 地域の問題、課題を知るタイミングが少ないため、地域にまつわる考えや悩み等「特にない」という問題意識があること自体問題。
- ・ 戸田市の人口は増えていると感じるが、昔から住んでいる者として、暮らしやすいまちになったか分からない。新しい住民の人たちと交流する場が増えるとういと思う。

そこで、2016年度研究は、2015年度研究より見出した、若年層の「地域への関心」「繋がり・ネットワーク・交流への意欲」、そして、「まちづくり・地域活動等への関心」を踏まえ、それらを涵養し、地域での動き出しに繋げていくことを課題とする。そこで、育成すべき若年層の要素を以下のように捉え直す。すなわち、

- 1) 「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」
- 2) 「繋がり・ネットワーク・交流志向」
- 3) 「動き出したい志向（地域活動・まちづくり志向）」

である。2016年度研究ではこの3点を総称して、「まち意識」として捉えることとした。

### 3. 2016年度研究に向けて：調査方法にみる本共同研究の特徴

以上、概観してきた通り、2015年度研究においては、若年層の意識を把握するために量的調査を行い、若年層の戸田市への定着意向が高いことに加え、場所への愛着、地域への興味関心の高さ、繋がり・ネットワークや地域での交流機会の少なさへの不満といった意識特性を明らかにした。ここから、若年層は、地域で何かしたくても何もできない現実、人と交流したくともできない現実との葛藤を抱えている、という可能性を見出した。

そこで2016年度研究では、2015年度研究から得られた意識特性を、「まち意識」と定義し、若年層向け「まち意識育成プログラム」（パイロット版）の設計・試験的運用を行い、具体的な政策・事業への実現可能性を検討する。

最後に2015年・2016年の2年間の共同研究の特徴を方法という観点からまとめる。端的に言えば、その特徴は、2つの調査方法を組み合わせた点に求められる。社会調査は、多数のサンプルからデータを得て、それを数量的に分析する量的調査と、個別具体的な事例から対象者の主観に迫る質的調査に分類される。両者のどちらが望ましいかは方法それ自体ではなく、何を知りたいかによって選択すべき方法は異なってくる。例えば、意識や行動の傾向、意識と行動の関連といった目には見えない情報を明らかにしたいのであれば量的調査が望ましい。一方で、ある条件は把握できており、それを掘り下げる、あるいは、量的調査では捉えきれない対象のライフスタイル、意識等を丹念に調べることから社会の本質、課題を明らかにしたいのであれば質的調査が望ましい。

この2つの方法論を掛け合わせ、量的調査、質的調査それぞれの弱点を補完する「混合調査法」が、近年、注目を集めている<sup>18)</sup>。それゆえに、2年間で実施した本共同研究の特徴は、①量的調査と質的調査（とりわけワークショップ、参与観察）の双方を展開したこと、②その2つの方法を取り入れたことで、知見の提示に留まらず、それを「見える化」し、政策立案に資するプログラムの提案に結実させたことに求められる。

次章では、2016年度研究で実施する若年層向け「まち意識育成プログラム」（パイロット版）の設計・試験的運用に向けて、既往研究から得られる知見について検討する。

<sup>18)</sup> 後藤範章(2013)：都市・地域社会調査におけるマルチメソッド・アプローチの展開—数字と言葉と映像の"混合"をいかに活かすのか？—, 社会と調査, 有斐閣, 11号, pp.22-32.

## 【第2章参考文献】

- 朝霞市(2014)：市民意識調査、青少年アンケート結果報告書、  
<http://www.city.asaka.lg.jp/uploaded/attachment/19823.pdf>, 2017/3/15.
- 大西律子・富澤浩樹・津々見崇(2015)：官学協働による「まちづくり学習プログラム」の設計・運用に関する基礎研究：埼玉県戸田市におけるまちづくり活動への接続を視野に入れた学習プログラムの展開を中心に、地域活性研究, 6号, pp.279-288.
- Oldenburg, R.(1991)：The Great Good Place, New York: Marlowe & Company. (忠平美幸訳『サードプレイス：コミュニティの核になる「とびきり居心地のよい場所」』, みすず書房, 2013, p.6)
- 川口市(2014)：総合計画のための市民意識調査結果報告書,  
<http://www.city.kawaguchi.lg.jp/kbn/Files/1/04010060/attach/26shiminnishikichousahoukokusho.pdf>, 2017/3/15.
- 後藤範章(2013)：都市・地域社会調査におけるマルチメソッド・アプローチの展開—数字と言葉と映像の"混合"をいかにはかるのか?—, 社会と調査, 有斐閣, 11号, pp.22-32.
- 総務省統計局(2015)：平成27年国勢調査, <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/>, 2017/3/15.
- 戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016)：戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究（共同研究中間報告書）
- 戸田市(2012)：戸田市若年世帯意識調査成果報告書,  
<https://www.city.toda.saitama.jp/uploaded/attachment/45.pdf>, 2017/3/15.
- 戸田市(2015a)：戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略,  
<https://www.city.toda.saitama.jp/soshiki/152/kikaku-sougousenryaku.html>, 2017/3/15.
- 戸田市(2015b)：戸田市まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る人口ビジョン,  
<https://www.city.toda.saitama.jp/soshiki/152/kikaku-sougousenryaku.html>, 2017/3/15.
- 戸田市(2017)：統計 人口統計速報（2017年3月1日）,  
<https://www.city.toda.saitama.jp/site/opendata/jinkou.html>, 2017/3/15.
- 匿名記事, 「人口減少意識調査 25%『転居』の意向 7市町村住民、全年代「交通不便」多数 県・埼玉大調査／埼玉」毎日新聞, 2015年12月9日  
<http://mainichi.jp/articles/20151209/ddl/k11/040/100000c>, 2017/3/15.
- 永井保男(2014)：国内移住の人口学, 中央大学経済研究所年報, 45号, pp.653-687.
- 山本薫子・饗庭伸・若林芳樹・松本真澄・坪本裕之・門脇耕三(2012)：『郊外都市住民の地域生活に関する調査』報告：東京都立川市におけるコミュニティの状況と住民意識, 都市科学研究, 4号, pp.71-86.

## 第3章 地域の若年層を対象とした既往研究

### 1. はじめに

#### (1) 本章のねらい

本章では、2016年度研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)を設計するにあたり、地域の若年層を対象とした既往研究と若年層の意識調査についての既往研究及び先行事例を概観する。本章の目的は、①プログラム設計のために活用し得る若者と地域を繋ぐ取り組みの要点の検討、②プログラムに取り入れるための若者の意識や行動の特性の理解、他地域の現状及び課題の把握である。

#### (2) 方法

地域の若年層を対象とした既往研究については、国立情報学研究所による学術情報ナビゲータ(CiNii)<sup>19)</sup>を主な情報源として利用し、以下のキーワードをタイトルに含む論文・著書を収集した。キーワードは、「市民参加&まちづくり」「若者&まちづくり」<sup>20)</sup>、「若者&地域づくり」<sup>21)</sup>、「若者&地域活動」<sup>22)</sup>を対象として抽出された文献リストを対象に、分析を行った。また、若年層の意識調査についての既往研究は、領域が多岐に及ぶことから、当該領域の研究が蓄積されている教育社会学、労働社会学、若者文化論等の代表的な先行研究を対象とし、分析を行った。さらに、他地域における先行事例の中で、若者の市政参加への提言を行なっている東京都小金井市、若者を中心としたまちづくりの場を設定している新潟県燕市の取り組みを事例として扱う。

### 2. 既往研究の動向

#### (1) 地域の若年層を対象とした既往研究

2000年代以降から、ゆるやかに市民参加型まちづくりの主体として「若者」への期待が集まっている<sup>23)</sup>。地方創生が叫ばれるようになった2014年以降になると、「若者を地域に呼び込む」「若者の地域参加・市政参加」といったキーワードは、全国の自治体で注目を集めている<sup>24)</sup>。だが、安直に若者を使おうといった考え方では、まちづくりが失敗する可

19) NII学術情報ナビゲータ (<http://ci.nii.ac.jp/>) における、2017年3月15日時点の情報。

20) 論文497件、著書45件が該当した。

21) 論文46件、著書12件が該当した。

22) 論文19件、著書1件が該当した。

23) 「若者」への焦点化は、地方自治研究機構の調査研究から理解できる。2014年度には『若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究』、2015年度には、石川県金沢市を対象とした『若年層の定住促進による地方創生に関する調査研究』、福井県鯖江市を対象とした『若者が住みたくなる・住み続けたくなるまちづくりに関する調査研究』に取り組んでいる。

24) 松下は、全国の自治体でつくられた地方版の総合戦略の柱が、①地方における安定した雇用を創出する、②地方への新しいひとの流れをつくる、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する、の4つの目標となっており、その実現の鍵を握るのが「若者」であることを指摘している(松下, 2016, p.17)。

能性も指摘されている<sup>25)</sup>。

まず、市民参加型まちづくりについて概観すると、饗庭（2005：3-4）<sup>26)</sup>は、市民参加型のまちづくり自体は、1960年代末より取り組まれてきたという。その黎明期においては、緑地、日照権、部落改善等、個別的な課題（イシュー）に対する同時多発的な取り組みが始まり、やがてそれらが相互に収斂して現在の参加型まちづくりの大きな流れとなったと指摘する。また、久（2001：27）は、「関西では阪神淡路大震災を契機として住民主体のまちづくりが当然のこととなったという感じを受ける」と指摘している。その理由として、行政の限界を知るとともに、市民の力を実感するようになったことを挙げている。このように1990年代後半以降、市民が地域に参画することが広がり始めたのである。

CiNiiで、タイトルに「市民参加&まちづくり」を含む著書、論文の数を調べると、著書は30件ある。その内、1980年代が2件（6.7%）<sup>27)</sup>、1990年代が9件（30.0%）<sup>28)</sup>、2000年代以降が19件（63.3%）<sup>29)</sup>である。また、論文は、合計で379件発表されているが、2000年代以降が325件（85.8%）と圧倒的である。既往研究からは、市民参加型のまちづくりへの注目が、1998年のNPO法制定等、市民が地域に関わる障壁が下がってきた1990年代後半以降、より正確に言えば2000年前後から高まってきたことが理解できる。

そして、「若者」に焦点が置かれ始めたのは2000年代以降であり、かつ「地方」を対象とした研究<sup>30)</sup>や報告書<sup>31)</sup>が中心である。「若者&まちづくり」をタイトルに含む著書は14件ある。その内、12件（85.7%）が2000年代以降、論文においては、99件の内、91件（91.9%）が2000年代以降に発表されている。また、「若者&地域づくり」を含む著書12件の内、10件（83.3%）が2000年以降、論文においては46件の内、実に45件（97.8%）が2000年以降、さらに「若者&地域活動」をタイトルに含む著書は2012年に1件のみ、論文は、19件の内、16件（84.2%）が2000年代以降に発表されている。

以上より、市民参加型まちづくりに関する論考が増加した2000年代以降において、活動する主体のターゲットが、「若者」へ転換したことが理解できる。上記の結果からは、地域の若年層を対象とした先行研究は十分に存在するようと思われる。しかし、その多くは、ふるさと協力隊や地域おこし協力隊、自治体の取り組み、大学教育の実践例といった事例報告が中心である。

例えば、宮口ら（2010）は、農山村において絶対的に少ない若者を意図的に都市から送り込み、新たな地域づくりのうねりを起こそうという試みが「協働の段階」の都市農山村交流であるとし、1990年代半ばから始まった「地域づくりインターン」はその端緒にあた

---

25) 松下は、若者をうまく使おうといったご都合主義的な発想では、若者参加によるまちおこしは、うまくいかないし、自治体が本来取り組むべき若者政策ともずれてしまうことを指摘している（松下，2016，p.17）。

26) 饗庭伸(2005)：参加型まちづくりの技術の蓄積と今後の展望，PL-Forum，1号1巻，pp.3-10。

27) 坂田期雄編(1983)：市民参加のまちづくり：各地での試みと情報公開，ぎょうせい，等。

28) 服部則仁編著(1999)：まちづくりと市民参加，まちづくり市民財団，等。

29) 2000年代以降になると、タイトルに「NPO」が含まれるものも登場し、市民参加とNPO・ボランティアが接近したことが理解できる。西川芳昭・松尾匡・伊佐淳編著(2001)：市民参加のまちづくり——NPO・市民・自治体の取り組みから，創成社，等。

30) 宮口侗他編著(2010)：若者と地域をつくる——地域づくりインターンに学ぶ学生と農山村の協働，原書房，等。

31) 地方自治研究機構(2015)：若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究，等。



る事業である、と述べ、その成果を取りまとめている。また、住吉（2008）<sup>32)</sup>は、松本大学の内閣府への「地方発の地域経済立て直し」政策コンペ政策提案書作成のプロセスを報告している<sup>33)</sup>。

しかし、それらの多くは事例を踏まえているものの「地域で若者を活動に参加させる重要性」を課題として抽出した議論に留まっている。若者を地域へ誘う仕掛け（プログラムの設計・運用の有用性、妥当性の検証等）に関する学術的な研究は極めて少なく、僅かに筆者らの研究<sup>34)</sup>があるのみである。したがって、本研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」設計のためには、戸田市の実情に見合った事例から論点を抽出することが必要となる。

## （２）若年層の意識調査についての既往研究

### 1) 若者の地域意識研究—地方から都心へ向かう若者たちとその背景をめぐって

先に 2000 年前後が、まちづくり、地域づくりと若者が結びつく転換点であることを確認した。しかし、そのタイミングで、若者が地域へ目を向けたのかということではない。それを裏付けるように、高校卒業の就職、進学、大学卒業後の就職という人生の選択時における若者の地域選択を対象としてきた教育社会学<sup>35)</sup>、労働社会学<sup>36)</sup>等の領域の主眼は、若者の「上京志向」<sup>37)</sup>に置かれてきた。これらの研究は、若者にとって、より高い教育を受けること、仕事の間を求めることの背景に地方と都市部との格差があることを明瞭に示している。つまり、若者が地域に留まるのではなく、都心へ向かっていくことが合理的な選択とされ続けてきたことを指摘している。ここからは、宮口ら（2010）が対象とした「地域づくりインターンシップ」の取り組みが社会的注目を集めた背景として語られる、「地方における若者の不在」という問題の根深さを理解できるだろう。

ところが、2010 年前後から、大都市郊外に生活する若者の「地元志向」に着目した研究が発表され始めた<sup>38)</sup>。若者の地域への意識をめぐっては、地方から大都市へという上京志向、まちづくりの文脈では、都市から地方への還流という「移動」を軸に議論されてきた。しかし、これらの研究において指摘される若者の「地元志向」の高まりは、結論的には、若者の「友人関係」「消費」を軸としたものであった。続けて、その点を考察する。

---

32) 住吉廣行(2008)：「地方発の地域経済立て直し」政策コンペ政策提案書 「地域に定着する若者の育成」とそれを支える「産・官・学連携の地域づくり」(4.内閣府提案書,第2部 大学改革・教育改革の「今」), 地域総合研究, 8号, pp.205-210.

33) その他、大学での実践報告としては、羽多野（2014）、陣内ら（2015）等がある。

34) 富澤浩樹・大西律子(2015)：観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用—活動に必要な基礎力養成を目指した学習スキームの導入と実践を中心として、日本観光研究学会全国大会学術論文集, 30号, pp.13-16

35) 吉川徹(2001)：学歴社会のローカル・トラック——地方からの大学進学, 世界思想社、等。

36) 中川聡史(1996)：コーホートからみた日本の大学卒業人口の分布変化—東京圏の動向に着目して、人口問題研究, 52号1巻, pp.41-59、中川聡史(2005)：東京圏をめぐる近年の人口移動—高学歴者と女性の選択的集中, 国民経済雑誌, 191号5巻, pp.65-78、佐藤香(2004)：地域移動の歴史社会学, 東洋館出版社、等。

37) 石黒格ら(2012)：「東京」に出る若者たち——仕事・社会関係・地域間格差, ミネルヴァ書房、等。

38) 阿部真大(2013)：地方にこもる若者たち——都会と田舎に出現した新しい社会, 朝日新書、浅野智彦(2011)：趣味縁からはじまる社会参加, 岩波書店、等。

## 2) 「友人関係」「消費」を軸とした若者の地元志向の高まり

2010 年前後から地元志向の高まりが注目されるようになった<sup>39)</sup>。それは、2008 年に内閣府が実施した「第 8 回世界青年意識調査」(18 歳～24 歳が対象)において、「今住んでいる地域が好き(地域愛着度)」と回答をした者が 91.3%、2003 年の第 7 回調査の 85.1% から約 6 ポイント高くなったという報告<sup>40)</sup>を受けた結果である。しかし、「第 8 回世界青年意識調査」における「地域愛着度」の高さの理由は、「友だちがいる」「愛着がある」「通学、通勤、買い物等、生活が便利である」と指摘されている。このように、各自治体のまちづくり主体としての若年層への期待と若年層の意識は結びついているとはいえない。

具体的に若者の「地元志向」がどのように語られるのかを見ていく。阿部(2013)は、岡山県の大学生を対象とした調査から、若者たちが大都市への憧れを抱くのではなく、地元での生活を中心としていることを明らかにした。その若者たちの意識とは、地元で友人がいて、「イオン」やショッピングモールがあることに満足し、大都市ではなく、地方に留まることを望むようになったことである。また、浅野(2011)は、若者が、社会運動＝ミッションに基づいての社会参加ではなく、趣味活動を通じた仲間との関連で社会へ参加していく可能性を提示している。浅野は、委員を務めた小金井市市民参加推進会議<sup>41)</sup>では、脱原発デモや停電等のテーマ・イシュー次第では若者が社会運動に参加し得るが、それほどどこかゲーム的に楽しんでいること、街コン等の消費を軸にした地域イベントへ若者が参加するようになったことも指摘している。

また、マーケティング・リサーチ分野でも、2010 年以降、関連書籍<sup>42)</sup>が出版され、若者の地元志向が社会的に注目を集めるようになった。中でも注目を集めたのは、原田(2013)、中沢(2014)の議論である。原田は、地元で生活する若者たちの姿を 1980 年代のいわゆるヤンキー文化と比較し、ファッションも精神性も落ち着いた地元で集まる若者層を「マイルドヤンキー」と呼び、彼らの地元での「繋がり」を重視する行動パターンや消費生活から、「地元志向」を読み解いている。また、中沢は、「イオン」、「ユニクロ」等、ある程度の消費装置を備えた郊外都市の居心地の良さに若者たちが満足し、地元志向が高まっていることを指摘している。そして、そのような消費装置を備えた郊外都市の姿を「埼玉」(東京でもなく北関東でもなく丁度良い規模の都市の比喩)になぞらえ、日本社会が「埼玉化」していると論じている。

これらは、若者の地域への関心が、地元での友人関係への満足度の高さ、地元がどの程度便利であるか、興味を引き寄せるテーマ・イシューに拠ることを示唆している。つまり、その若者の地域への関心は、いわゆる地域課題の解決を目指す地域での活動への主体的な参加意欲の高さに由来していない点には注意が必要である。

39) 浅野智彦(2011): 趣味縁からはじまる社会参加, 岩波書店、古市憲寿(2012): 絶望の国の幸福な若者たち, 講談社、等。

40) 但し、対象を 13 歳から 29 歳として、2013 年に内閣府が実施した「平成 25 年度我が国と諸外国の若者の意識に関する調査」では、同項目への回答が 74.8%となっている点には注意が必要である。

41) 小金井市(2012)小金井市市民参加推進会議(第 28 回、2012 年 2 月 10 日), <https://www.city.koganei.lg.jp/shisei/seisakukeikaku/kyoudounorule/simnnsannkakaigi.files/28kaigiroku.pdf>

42) 原田曜平(2014): ヤンキー経済, 幻冬社、中沢明子(2014): 埼玉化する日本, イースト・プレス、等。

### 3) いかにして若者の関心を引き出すことが可能か

以上、既往研究では、2010年代以降の若者の地元志向が高まってきた要因として、地域活動への参加意欲ではなく、友人・家族等との繋がり、消費を軸とした郊外的生活の居心地の良さ等が複合的に関係していることが指摘されている。また、地域活動への参加意欲は高くないものの、興味関心を持ちうるテーマや 이슈であれば、地域活動へ参加する可能性も提示されている。このような若年層の特性は、2016年度研究において定義した「まち意識」とも通底している。その意味で、若者の意識調査についての既往研究は、若者を地域に誘う、若者と地域を繋ぐ仕掛けづくりに向けての重要な知見を示している。だが、それらは社会調査、マーケティング手法を用いた知見の提示が目的であり、その知見を実践に応用・転用した実証研究は皆無である。それゆえ、本研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)は、既往研究から得られた若者の意識の特性と関連する知見を組み込み、それを実践する試みとして意義が見出せる。

## 3. 他自治体等の先行事例

地方創生の流れを受け、近年では、「若者の地域参加」を旗印に、その推進に向けた審議会を開催し施策決定する自治体が全国に増えている<sup>43)</sup>。一例をあげれば、岡山市、神戸市、千葉市、京丹後市、京都市北区、東京都小金井市等、旧来の山間部、地方の人口減少に直面した地域のみならず、大都市周辺の地域でも取り組まれつつある現状である。

その中でも、東京23区の周縁に位置づく小金井市では、2005年から市民参加推進会議を隔月ペースで、2016年までに46回、開催してきた。そして2015年には、今後の若者の市政参加を推進する具体的な方針として、短期的課題に対応する「若者中心のワークショップ」、中期的課題に対応する「若者討議会」、長期的課題に対応する「若者分科会」を設置する提言を行った<sup>44)</sup>。

また、若者の地域参加に積極的に取り組んでいる地域に、「つばめ若者会議」<sup>45)</sup>を立ち上げている新潟県燕市<sup>46)</sup>があげられる。「つばめ若者会議」は、2012年、若手職員有志15名で検討を開始し立ち上げられた。その活動は、燕市を楽しくしたいとの思い、まちのために必要なこと大切なことを創造し、主体的に動こうという気持ちを持った若者が集まり、「理想とする燕市の将来像を実現するためのアイデアを考える」「若者のまちづくりに対する意識の醸成」「若者同士の交流による「つながり」の強化」を目的とし、情報発信も含め、精力的に取り組んでいる。具体的には、山崎亮氏が代表を務める「studio-L」にファシリテーターを依頼し、月1回のワークショップを開き、起業支援、ものづくり、看取り、

43) 『ガバナンス』(2016年5月号)では、「若者×地域-若い力を地域づくりに活かす」というテーマで、人口減少、少子高齢化が進展する中で、若者が地域づくりにかかわり、活気を生み出している地域の増加を踏まえ、その現状と課題を探る特集を組んでいる。

44) 小金井市(2015): 提言本文「若者の市政参加」を推進するための具体的な方策について、<https://www.city.koganei.lg.jp/shisei/seisakukeikaku/kyoudounorule/teigen.files/5teigen.pdf>

45) つばめ若者会議 (<http://tsubame-wakamono.com/>)

46) 平成29年2月末現在の人口は、81,162人。面積は、110,96 $\text{km}^2$ 、人口密度は、719.3人/ $\text{km}^2$ で新潟市に次いで県内2位。

場づくり、マップづくり、食、イベント、子育て、スポーツの9つのチームに分かれてアクションプランをまとめる活動を行なっている<sup>47)</sup>。また、2016年には活動の幅を広げ、「つばめ若者会議」の次世代メンバーの育成を目的としたプロジェクト、「燕（エン）ジョイ活動部」を立ち上げ、15歳から29歳のメンバーを募集し、ガイダンスと交流イベントに始まって活動内容のアイデア出し、ブラッシュアップ作業、アイデアの発表、実行等を行い、自分たちで楽しみながら活動を行なっている<sup>48)</sup>。「つばめ若者会議」からは、地域外のファシリテーターを招き、若者を地域に結びつけるという特徴、若者が興味関心を抱くテーマ・ 이슈、ネーミング等で参加を促進するという工夫が読み取れる。

上記の他にも、一例を示したように、若者の参加を促した地域活性化の取り組みを実践している自治体は見られるが、それらの取り組みは端緒についた段階である。それゆえ、その取り組みを踏まえ、「いかに若者を地域へ誘うか」という戦略・仕掛けについての研究は、今後展開されると思われるが、現状ではほぼ見られない。

#### 4. まとめ

以上、地域の若年層を対象とした既往研究、若年層の意識調査についての既往研究、他自治体等の先行事例について確認してきた。地域の若年層を対象とした既往研究において、若者の有効な地域への誘い方、地域との接点作りの仕掛け方に着目した実証研究は僅かであること、若年層の意識調査についての既往研究においては、重要な知見は提出されているものの、それを実際に現場に応用した研究が皆無であること、他自治体の先行事例においては、先駆的な取り組みの紹介はなされるものの、その戦略・仕掛けについての研究はまだ蓄積されていない現状であることを確認した。

このような状況下において、若年層向け「まち意識育成プログラム」（パイロット版）を設計するためには、特徴的な事例を取り上げ、そこから枠組みを抽出し、戸田市に応用することが重要となる。そこで次章では、他地域で取り組まれている若者を地域に呼び込む様々な実践事例の中から、若者と地域の双方への効果を生み出している2つの事例研究を行う。その1つは、栃木県を中心に「若者の力を活かして地域課題を解決する」ことを目途にさまざまなプログラムを展開しているNPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク、もう1つは、一般社団法人地域力発掘サポートネット・目白大学共同プロジェクトである。このプロジェクトの中で、埼玉県さいたま市岩槻区の住民主導型イベント「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」の関連事業として、5回に亘って実施された交流サロンプロジェクト「ほっとステーションプロジェクト」の取り組みを取り上げる。

---

47) 「つばめ若者会議」が1年がかりでまとめたアクションプランを「つばめ若者大会議」で発表、約200人が参加 ([http://www.kenoh.com/2014/04/28\\_wakamono.html](http://www.kenoh.com/2014/04/28_wakamono.html) 最終アクセス日：2017年3月15日)

48) 燕市長定例記者会見、若手農業者の仲間づくり支援やつばめ若者会議が「燕（エン）ジョイ活動部」始動 ([http://www.kenoh.com/2016/05/31\\_kaiken.html](http://www.kenoh.com/2016/05/31_kaiken.html), 2017/3/15)

### 【第3章参考文献】

- 饗庭伸(2005)：参加型まちづくりの技術の蓄積と今後の展望，PL-Forum，1巻1号，pp.3-10.
- 浅野智彦(2011)：趣味縁からはじまる社会参加，岩波書店.
- 阿部真大(2013)：地方にこもる若者たち——都会と田舎に出現した新しい社会，朝日新書.
- 石黒格ら(2012)：「東京」に出る若者たち——仕事・社会関係・地域間格差，ミネルヴァ書房.
- 吉川徹(2001)：学歴社会のローカル・トラック——地方からの大学進学，世界思想社.
- 小金井市(2012)：小金井市市民参加推進会議（第28回、2012年2月10日），  
<https://www.city.koganei.lg.jp/shisei/seisakukeikaku/kyoudounorule/siminnsannkakai gi.files/28kaigiroku.pdf>，2017/3/15.
- 小金井市(2012)：提言本文「若者の市政参加」を推進するための具体的な方策について，  
<https://www.city.koganei.lg.jp/shisei/seisakukeikaku/kyoudounorule/teigen.files/5teigen.pdf>，2017/3/15.
- 坂田期雄編(1983)：市民参加のまちづくり——各地での試みと情報公開，ぎょうせい.
- 佐藤香(2004)：地域移動の歴史社会学，東洋館出版社.
- 陣内雄次・上田由美子・大嶋悠也(2015)：復興まちづくりと若者参画に関する一考察，宇都宮大学教育学部紀要，第1部，65号，pp.187-193.
- 住吉廣行(2008)：「地方発の地域経済立て直し」政策コンペ政策提案書「地域に定着する若者の育成」とそれを支える「産・官・学連携の地域づくり」(4.内閣府提案書,第2部 大学改革・教育改革の「今」)，地域総合研究，8号，pp.205-210.
- 地方自治研究機構(2015)：若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究.
- 地方自治研究機構(2016a)：若年層の定住促進による地方創生に関する調査研究.
- 地方自治研究機構(2016b)：若者が住みたくなる・住み続けたくなるまちづくりに関する調査研究.
- つばめ若者会議(2016)：つばめ若者会議，<http://tsubame-wakamono.com/>，2017/3/15.
- 富澤浩樹・大西律子(2015)：観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用-活動に必要な基礎力養成を目指した学習スキームの導入と実践を中心として，日本観光研究会全国大会学術論文集，30号，pp.13-16.
- 内閣府(2013)：平成25年度我が国と諸外国の若者の意識に関する調査，  
[http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/thinking/h25/pdf\\_index.html](http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/thinking/h25/pdf_index.html)，2017/3/15.
- 内閣府(2008)：第8回世界青年意識調査，  
<http://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu/worldyouth8/html/mokuji.html>，2017/3/15.
- 中川聡史(1996)：コーホートからみた日本の大学卒業人口の分布変化——東京圏の動向に着目して，人口問題研究，52号1巻，pp.41-59.
- 中川聡史(2005)：東京圏をめぐる近年の人口移動——高学歴者と女性の選択的集中，国民経済雑誌，191号5巻，pp.65-78.
- 中沢明子(2014)：埼玉化する日本，イースト・プレス.

- 西川芳昭・松尾匡・伊佐淳編著(2001)：市民参加のまちづくり——NPO・市民・自治体の取り組みから，創成社.
- 羽田野慶子(2014)：若者と地域活動——福井市における大学生のまちづくり活動の事例から，社会科学研究，65号，pp.97-116.
- 服部則仁編著(1999)：まちづくりと市民参加，まちづくり市民財団.
- 原田曜平(2014)：ヤンキー経済，幻冬社.
- 古市憲寿(2012)：絶望の国の幸福な若者たち，講談社.
- 松下啓一(2016)：若者の力をどう地域に活かすか——自治体若者政策への展望，ガバナンス，2016年5月号，pp.17-19.
- 宮口侗他編著(2010)：若者と地域をつくる——地域づくりインターンに学ぶ学生と農山村の協働，原書房.

## 第4章 他地域における若者を地域に呼び込む取り組みの事例研究

第3章で確認した通り、既往研究から若者を地域に呼び込む具体的な方策を得ることが難しい。そこで、本章では、筆者らのこれまでの研究の中で見出した特徴的な先行事例を取り上げる。対象と目的は以下の通りである。1つ目の事例は、課題解決のために若者の力が必要な地域・企業と「何かやってみたいけれども、どうしたらよいかわからない」という若者を繋ぎ、「若者の力を活かして地域課題を解決する」ことを目途とし、活動を展開している NPO 法人とちぎユースサポートネットワークである。2つ目の事例は、地域イベントを通じた若者と地域住民の交流を通して、学生の成長、地域住民への気づきに関する効果検証を継続的に行なってきた、一般社団法人地域力発掘サポートネット・目白大学共同プロジェクトである。

この2つを事例とした理由は、前者については、若者の多様性に応じたプログラム展開とその工夫から本研究への示唆が、後者については、埼玉県さいたま市岩槻区の住民主導型イベント「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」の関連事業として5回に亘って実施された交流サロンプロジェクト「ほっとステーションプロジェクト」を通じた知見から、本研究への示唆が得られると考えたためである。以上を踏まえ、本章は、この2つの事例研究から得られる知見を本研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計と試験的運用に活かすことを目的とする。

### 1. NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク（宇都宮起点の活動）の取り組み

#### (1) 背景・目的・方法

##### 1) 背景・目的

本節では、2016年度研究において実施体制メンバーとして、アドバイザー等の協力を仰いだ、NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク（以下、ユースと表記）の取り組み事例を取り上げる。ユースの特徴を整理すると、次の3点にまとめられる。①地方自治研究機構が、全国の市町村が抱えている地域での若者の不在という問題に対する取り組み事例を取りまとめた『若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究』（地方自治研究機構，2015）において、現地調査事例とされた7つの団体の中の1つとして取り上げられるほどの実績を有していること、②地域課題の解決を目的とするユースが「何かやってみたいけれども、どうしたらよいかわからない」という若者をターゲット層とし、若者の地域への関心を高める仕掛けを展開していること、③若者の段階や志向性に応じた幅のあるプログラムを提供している、の3点である。これらユースの特徴は、若年層の潜在的な「まち意識」の育成を目的とする2016年度研究において、どのようにすれば「地域へのおぼろげな関心を持っている層が動き出すきっかけを提供することができるか」を検討する上で、十分に意識しなければいけない点である。

以下では、ユースの取り組みの背景、目的を把握し、若年層への仕掛けの要点を引き出し、若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計・実施に向けたアイデアを探ることを目的とする。

## 2) 方法

以下では、①ユースの事務局長古河大輔氏へのインタビュー及び若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)実施時における同氏への参与観察、②ユースからの提供資料及び文献資料にもとづいて、プログラムの設計・実施に向けたアイデアを見出すこととする。

表 4-1-1 事例研究の方法と資料

① 事務局長・古河大輔氏へのインタビュー調査及び参与観察	
インタビュー調査	2016年7月15日、8月25日、9月20日、2017年2月13日、3月3日 <sup>49)</sup>
参与観察	古河氏がファシリテーターを担当した2016年11月21日、28日の若年層向け「まち意識育成プログラム」(「とだプラス」ワークショップ)
② 提供資料・文献資料	
提供資料	とちぎユースサポーターズネットワーク年次報告書(2011年度～2015年度)、とちぎユースサポーターズネットワーク行動指針(2016年5月)
文献資料	地方自治研究機構(2015):若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究、その他、メディア掲載記事等

構成は以下の通りである。先ず、(2)ユースの概要、(3)活動背景、(4)メディア掲載等からみる注目度、これらについて概観した後、若者を地域に呼び込むための(5)ユースの活動方針、(6)活動・提供プログラムの特徴をまとめ、最後にそれらから抽出された(7)若者を地域に呼び込み、繋ぐための要点を提示する。

### (2) とちぎユースサポーターズネットワークの概要

ユースの活動拠点は、栃木県宇都宮市である。宇都宮市は、人口518,594人、面積416.85km<sup>2</sup>『平成27年国勢調査』、栃木県の中南部に位置する、北関東最大の都市である。明治17年の県庁設置以降、県内の政治・経済の中心地となっている。

ユースは、任意団体として2008年7月11日設立、2010年4月1日に法人化し、NPO団体として7年経過している。2016年3月31日時点のスタッフは常勤3名、非常勤3名、会員数は合計147名であり、その内訳は、運営会員58名、賛助会員(個人)32名、賛助会員(企業/団体)13団体/社、チャレンジ会員44名となっている<sup>50)</sup>。



図 4-1-1 栃木県宇都宮市の位置  
(国土地理院白地図より作成)

49) なお、上記のインタビュー調査を総合した古河氏の考えを記したため、本文中では具体的なインタビュー日時等の情報を省略した。

50) 運営会員は、総会での議決権を持ち、団体の運営に関わることができる会員(会費5,000円/年)。賛助会員は、総会での議決権はなく、団体の活動と若者の成長を応援するサポーター(会費個人:1口5,000円/年、団体A:1口100,000円/年、団体B:1口50,000円/年、団体C:1口10,000円/年)。チャレンジ会員は、39歳以下の若者で社会的活動に興味のある方を対象とした会員資格で、ユースのプログラムに参加するために必要となる(入会金500円(永年有効)。チャレンジ会員という資格がユース独自の若者を呼び込むための工夫である。



彼らの「目指すべき社会（Vision）」は「それぞれの強みや違いを活かし、繋がり合い、主体的に未来を創る行動にあふれた社会」を目指すこと、「社会的使命（Mission）」は「若者の力を活かし、地域の課題解決／活性化を加速させる」ことである（図 4-1-2）。

これらに基づき、若者と地域を繋ぐプログラム・事業を多数用意し、活動を展開している。先述の通り、このような活動が評価され、近年では、国や地方自治体、各種メディア等からも若者と地域を繋ぐ NPO として注目されている（地方自治研究機構（2015）等）。

<b>目指すべき社会 Vision</b>	それぞれの強みや違いを活かし、繋がり合い、主体的に未来を創る行動にあふれた社会
<b>社会的使命 Mission</b>	若者の力を活かし、地域の課題解決／活性化を加速させる
<b>組織概要 Summary</b>	団体名： 特定非営利活動法人とちぎユースサポーターズネットワーク 代表者： 岩井 俊宗 住所： 〒320-0808 栃木県宇都宮市宮園町8-2松島ビル2F Tel/Fax： 028-612-3341 E-mail： ysn_office@tochigi-ysn.net 設立： (任意団体)2008年7月1日 (法人化)2010年4月1日 スタッフ体制： 常勤3名 非常勤3名 会員数： 運営会員58名 賛助会員(個人)32名 賛助会員(企業/団体)13団体/社 チャレンジ会員44名 計147名(2016年3月31日現在)
<b>事業</b>	<b>(1) 特定非営利活動に係る事業</b> 社会事業を行う若者の人材育成事業／ソーシャルプロジェクト支援事業／ネットワーク・コミュニティ形成事業／行政、企業、NPO、組織形態を越え地域・若者サポートネットワークの構築事業／挑戦する若者を支える奨学金事業／社会事業に関する相談/アドバイス事業／調査研究事業／情報発信・出版事業 <b>(2) その他の事業</b> 物品販売事業／出版事業／施設管理業務事業

図 4-1-2 とちぎユースサポーターズネットワークの概要

### (3) とちぎユースサポーターズネットワークの活動背景

ユースの社会的使命は、「若者の力を活かした地域課題の解決／活性化」である。この使命の背景は、①地域が抱える課題と②若者の「動き出し」に対する意識の2つの側面に関係する。

まず、地域が抱える課題についてである。古河氏は、現代社会において各地域が直面せざるを得ない課題を解決することの重要性への認識がある、という。具体的には、現在の日本社会は、人口減少、低経済成長社会、少子高齢化を迎えた縮退社会に突入しており<sup>51)</sup>、地域には、雇用、格差、子育て、コミュニティ等における社会課題が山積している<sup>52)</sup>、という。

次に、若者の「動き出し」に対する意識についてである。内閣府による『社会意識に関する世論調査』<sup>53)</sup>における「社会への貢献意識」の回答結果を見ると、2001年には、20～29歳で50.8%、30～39歳で59.2%であったが、2017年には18～29歳で63.5%、30～39歳で65.2%と上昇している。だが、総務省統計局による『平成23年社会生活基本調査』<sup>54)</sup>

51) こういった議論の中で社会的インパクトを与えたものとして、日本創成会議が2014年5月に発表した「消滅可能性都市」に関する報告を想起されたい。

52) 例えば、中小企業庁による『地域課題を解決する中小企業・NPO法人100の取組』（2015年）では、地域課題を、①子育て支援、コミュニティ活性化等、「少子高齢化」、②健康管理、医療等、「健康・医療」、③介護支援、障がい者福祉等、「介護・福祉」、④就労支援、教育等、「雇用人材育成」、⑤省エネルギー、廃棄物処理等、「省エネ・リサイクル」、⑥農業活性化、新産業創造等、⑦「地域産業」、そのほか、「複合的な課題」の領域に分類し、事例を紹介している  
<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/150617jirei2.pdf>。

53) 『社会意識に関する世論調査』は、社会や国に対する国民の基本的意識の動向を調査し、広く行政一般のための基礎資料とすることを目的に、(1)国や社会との関わりについて、(2)社会の現状に対する認識について、(3)国の政策に対する評価について、を主な調査項目とし、毎年実施されている  
<http://survey.gov-online.go.jp/index-sha.html>。

54) 『社会生活基本調査』は、統計法に基づく基幹統計『社会生活基本統計』を作成するための統計調査であり、生活時間の配分や余暇時間における主な活動の状況等、国民の社会生活の実態を明らかにするための基礎資料を得ることを目的に5年ごとに実施されている。直近では2016年に第9回調査が実施さ

におけるボランティア参加率を見ると、20～29歳で18.9%、30～39歳で26.1%であり、「何かやってみたい」と思っているにもかかわらず、実際に活動をしている人は少ない現状がある。

古河氏は、この背景を踏まえユースの現状認識を以下のように指摘する。一方の軸には、地域課題が山積した、行き場のない地域の現状があり、もう一方の軸には、地域で動き出したいが、場所が見つからない若者の現状がある。そして、地域と若者のこの現状を解きほぐすと、課題解決のために若者の力を必要としている地域があり、他方、活動の場を求めている若者が存在している。地域は若者を欲し、若者は活動の場を欲しているけれども、両者が自然発生的に接続することはない。それゆえに、ユースの社会的使命である、「若者の力を活かした地域課題の解決／活性化」は、このミスマッチを低減させ、若者と地域を繋ぎ、地域の課題解決を図ることが目的である、と言い換えることができる<sup>55)</sup>。

ユースの活動は、「地域には、これからの時代を担い、未来を切り拓く若者が足りない」と若者不足を嘆くのではなく、「地域には、若者の力を生かし、育む土壌がない」と若者の受け皿がないことを批判するのではなく、地域に新しい芽が次々生まれる土壌をつくることを目指し、「若者」の可能性を信じ、若者と地域を繋ぎ、地域課題を解決する多様な仕掛けを提供、実践している点が特徴である。このような形で、「地域と若者のミスマッチの低減」という目標掲げるユースは、地域と若者を繋ぐ、すなわちコーディネート及びマッチング機能を果たしている。

#### (4) とちぎユースサポーターズネットワークのメディア掲載等からみる注目度

ユースのメディア掲載数は、図4-1-3に示した通り、2014年度は22件であったが、2015年度には40件とほぼ倍増している。2015年度のメディアに掲載された記事の内容で目立つのは、若者を活用した地域課題の解決、地方の若者支援に取り組む先駆的団体という位置づけである<sup>56)</sup>。

2015年度のメディア掲載数の増加は、栃木県を離れて東京で生活している若年層をターゲットにしたUIJターン促進事業「はじまりのローカルコンパス」(章末の参考資料・紹介6を参照)に取り組み始めたことが大きな要因である。それは、栃木県内ではなく、県外での取り組みとなったこの事業を通じて、栃木県に限らず、全国的に発信される情報メディアへ掲載される等、その幅が広がったためである。その結果、2014年度までは、地元の「下野新聞」を中心に「朝日新聞」「読売新聞」「産経新聞」、雑誌、webメディア等にその取り組みが掲載されてきたが、2015年度以降、ユースへの注目度は、栃木県内のみならず全国へと広がりつつある。

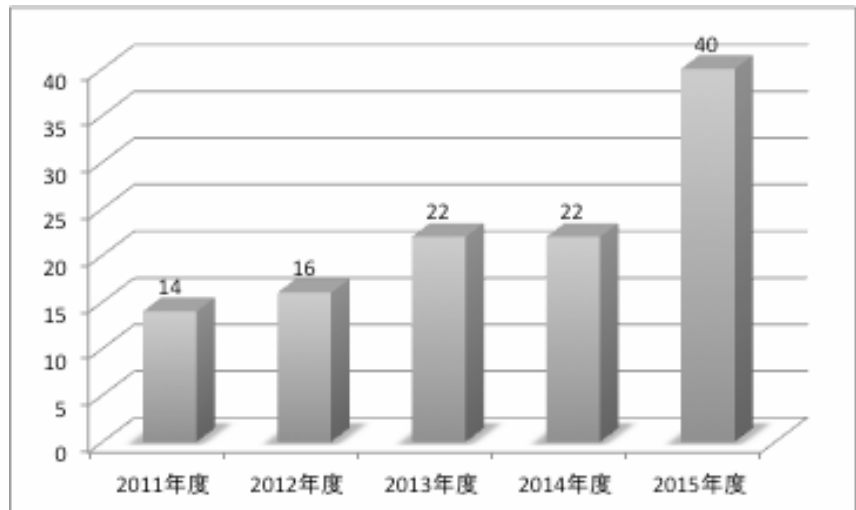
---

れたが、2017年3月15日時点では結果が公表されていない  
(<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/>)。

55) 代表の岩井氏は、「若者のことだけを考えるのではなく、地域に受け皿を作らなければ事業は成立しない。力を活かしたい若者と、課題解決に熱心な地域とをつなぐからこそ、双方が生きる」(地方自治研究機構、2015:15)と語っている。

56) 主なメディア掲載は、雑誌:『ソトコト』(2014年11月号、12月号、2016年3月号)、『社会教育』(2015年6月)、『のんびる』(2017年3月)等、web:「ココロココ」(2015年9月25日、2016年1月21日)、「マチコノコト」(2015年11月12日)等、ラジオ:「TOKYO FM」(2015年12月8日)等。また、全国の若者支援に取り組む好事例を取りまとめた、地方自治研究機構(2015):若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究、現代社会の新たな社会づくりの実践について紹介している江口晋太郎他(2016):日本のシビックエコノミー——私たちが小さな経済を生み出す方法』フィルムアート社、等でも紹介されている。

ところが、2016年度になるとユースでは、当初と比べ、メディア掲載の重要性が低下したという。社会的認知度や信頼性を高めるという点では、メディアを通じた情報発信の情報拡散のメリットは確かにある。しかし、仮に新聞に情報が掲載されても、ターゲットとなる若者が新聞を読んでいる等、メディアとターゲットとのギャップ



※「とちぎユースサポーターズネットワーク年次報告書」(2011年度～2015年度)より作成

図 4-1-3 とちぎユースサポーターズネットワークのメディア掲載数の推移

が生じているという。このことはユースは、活動を継続する中で、人を集める＝「量」を重視するステージから、どのような人を支援できるか＝「質」を重視するステージへ移行しつつあることを意味する。

この姿勢の変化は、ユースの目的である「若者の力を活用して地域課題を解決する」ことを再確認する中で生じている。つまり、「若者」を呼ぶことではなく、最終的に「地域課題の解決」に貢献することが目的であり、そのために、ターゲットとなる「若者」に適切に情報が届けていく、という姿勢が肝要なのである。

#### (5) とちぎユースサポーターズネットワーク行動指針

先のメディア戦略の変化は、ユースの「行動指針」と重ねて考えることもできる。2016年5月にユースでは、活動の幅が広がる中で、目的を再確認するために、スタッフ間で「行動指針」について議論し、決定したという。

ユースの具体的な「行動指針」及び「目指すべきスタッフの姿」を示したものが図 4-1-4 である。ユースは、若者に対して常にチームで対応し、出会いの場を提供し、成長を促すこと、そのために若者の可能性を信じることを、ユースのみが活動の舞台ではないことを伝え、囲い込まないことを行動指針とし、若者の支援を行なっている。その要点は4点に大別できる。

第1は、個人ではなくチームで対応することである。具体的には、複数のスタッフが若者を支援していくスタンスの現われであり、例えば、あるスタッフが若者に注意や指摘をした際には、それを共有し、別のスタッフがフォローに回る等して、スタッフ一人が責任を背負いすぎないようにする工夫を意味している。

第2は、若者の成長を促すため、様々な人との出会いを設けることである。具体的には、ユースではフォローできない場合や紹介したいロールモデルがいれば、若者のネットワーク・考え方の幅を広げる支援を行うことを意味している。

第3は、若者の可能性を信じることである。「何かしたいけれども、どうしたら良いかわからない」と思い、ユースの扉を開いた若者の主体性の芽を潰さないためにも、スタッフ

が若者と向き合い続ける姿勢を意味している。

第4は、若者を囲いこまないことである。大学卒業、就職、結婚等、様々なライフイベントが生じる若者に対して、ユースに関わった以上、継続的にユースで活動するべきとしてしまうのではなく、ユースの活動から離れること、栃木県以外の場所で活動することも支援していくという姿勢である。それが、「巣立ち・巣立たせる」<sup>57)</sup>という行動指針に現れている。

<b>行動指針</b>	1. 挑戦を自ら体現し、地域と若者へ未来を照らせるチーム 2. 組織内外を問わず、地域の資源と連携し、多様性・個の違い・強みを活かすチーム 3. 地域・若者・事業パートナー、そして自分たち自身の成長を追求するチーム
<b>目指すべき スタッフの姿</b>	<b>○スタッフとしての心構え</b> ミッションを常に意識し、地域課題に正直且つ誠実に対応する。失敗やあらゆる経験を学びに変え、自分たちの成長と地域に活かしていく <b>○若者との関わり方</b> 若者を一人の『個』として向き合い、尊重し、その声・想いを受け止める、巣立ち・巣立たせる <b>○ありがたい姿</b> プロフェッショナル意識を持ち続け、自分にも他人にも限界をつくらない。何を求められているかを考える <b>○チームメンバーとして</b> メンバーを信頼し、助け合い、言いづらいことも言えるチーム、個々の強みを高め、弱みを補い、チームとして連携・連動していく

図 4-1-4 とちぎユースサポーターズネットワークの行動指針(指針のみ)

以上を踏まえ、ユースが具体的にどのような意図を持ち、プログラムを提供しているのか、そして、そこから見出される若者を地域に呼び込むためのポイントを提示する。

#### (6) とちぎユースサポーターズネットワークの活動

ユースは、数多くのプログラムを提供しているため、そのすべてを網羅的に紹介することは難しい<sup>58)</sup>。そこで、本研究では、3つの基準を設けて、対象とするプログラムを選定した。

その基準は、①大学生や社会人等の若年層を対象としていること、②「何となく地域に関わりたい」「仕事として取り組みたい」といった多様な層を対象としていること、③地域課題への関心を高める、地域と関わるきっかけの提供、解決に向けた活動への支援に通じていること、の3点である。

この基準で選定したプログラムの事業名は、「インターンシップ事業」「起業・創業ネットワーク事業」「中小企業の人材確保・定着支援」「地域担い手定着支援」「その他」の5つとなった。そして、それぞれの事業に該当するプログラム9つ<sup>59)</sup>を選定した(図4-1-5)。

57) 岩井氏は、ユースの活動の一つである「GENBA CHALLENGE」に関して、「1人の参加者が長期間にわたって取り組む点の特徴であり、そこを巣立った若者が、その後の活動——現在に活動に活かすことこそが「鍵」である」(地方自治研究機構, 2015, p.25)と指摘している。

58) ユースの取組の何に注目するかによって、取り上げるべきプログラムは異なる。例えば、地方自治研究機構(2015)では、インターンシップに注目しているため、「GENBA CHALLENGE」を取り上げている。また、江口他(2016)では、「はじまりのローカルコンパス」を取り上げている。

59) 各プログラムの詳細は、章末のプログラム紹介を参照されたい。

事業名	プログラム	紹介No.
実践型インターンシップ事業	GENBA CHALLENGE	1
起業・創業ネットワーク事業	若者による社会を良くするスタートアッププログラム「iDEA→NEXT」	2
	地域づくりスキルアップ講座(地域づくりフィールドワーク)	3
地域中小企業の人材確保・定着支援	とちぎの社長留学 3days	4
	<UIJターンプログラム> 地方で働く人図鑑	5
地域担い手定着支援	とちぎ地域イノベーター誘致・養成事業「はじまりのローカルコンパス」	6
その他	とちぎ手仕事支援プロジェクト FukuFuku	7
	ユースワークキャンプ for 海岸林	8
	Green Drinks Utsunomiya	9

図 4-1-5 本研究で対象とした「若者と地域」に関するプログラム一覧

2016 年度研究で行う、若年層を対象とする「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計と試験的運用に向けては、地域活動への関心を持ち始めた人や地域活動を継続している人等、多様な層に対して、どのような仕掛けが可能となるのかを検討する必要がある。そこで、対象とした 9 つのプログラムについて、その内容・目的・対象を踏まえて、プログラムの分類を行った。

プログラム分類の基準の一つは、①地域との関わり方のレベルによる分類である。具体的には、地域課題を認識する段階から地域課題の解決に向けた行動を行う段階の 4 段階で分類される。もう一つは②活動の志向性のタイプによる分類であり、地域でのボランティア活動等の「地域活動志向」と事業を視野に入れた「ビジネス志向」の濃淡で分類される<sup>60)</sup>。この 2 つの分類を重ね、ユースのプログラムをマッピングしたのが図 4-1-6 である。

ユースのプログラムをマッピングした結果、その特徴は以下の 2 点にまとめられる。その第 1 は、ユースが、若者の段階に応じたプログラム提供を行っていることである。例えば、地方自治研究機構(2015, p.17)の記述によると、「GENBA CHALLENGE」は、学生が実践的な社会経験と師匠(ロールモデル)と出会えることが大きな特徴であり、自らも成長を続ける事業家や経営者の元で、プロジェクトに参画し、目標に挑戦し、社会に「価値」を想像するスキルとマインドを身に付けることが可能となる。事業は県内を中心に(一部県外)実施されており、インターンシップへの参加を通じ「『栃木で働く』を実感する」ことも目的の一つとなっている。栃木をより暮らしやすく、より面白く——地域の仕事づくりへの挑戦がテーマとして掲げられているとされる。

しかし、「GENBA CHALLENGE」は、図 4-1-6 で見ると、Level 4 段階に位置づけられており、決して、誰もが参加できるものではない。この点に対して、古河氏は、「GENBA CHALLENGE」は、「何となく何かをやってみたい」という若者の第一歩目の活動として捉えられていないと指摘する。その理由は、ユースにおいては、「課題を認識する段階」「自分でチャレンジする段階」「課題の解決に向けて活動を継続する段階」で若者を捉えており、「課題を認識する段階」の若者には、「GENBA CHALLENGE」はハードルが高くなるためであるという。そこで、「何となく何かやってみたい」という若者に対しては、復

<sup>60)</sup> 「地域活動志向」と「ビジネス志向」はまったく対立するわけではなく、「地域活動」を通して地域課題をビジネス手法で解決するソーシャルビジネスという展開も想定していることを付言しておく。「iDEA→NEXT」はその代表例として位置づけられる。

興支援のボランティア活動である「FukuFuku」や「ワークキャンプ」等を勧めるという。若者がそのような入り口的位置づけとなるプログラムを経験する中で、地域への課題意識や共に参加した若者や出会った人たちに刺激され、自己成長への思いを強くし、自分でもチャレンジしてみたいと感じた後に、「GENBA CHALLENGE」等、次のステージのプログラムへ参加する段階になることを見守るのが、ユースの特徴である<sup>61)</sup>。

第2は、ユースが若者の志向性の幅に対応してプログラムを提供していることである。例えば、「GENBA CHALLENGE」は、大学生を対象<sup>62)</sup>としていることもあり、インターンシップを通して「地域課題を知りたい」という若者や「キャリアを考えたい」という若者等、参加する若者の目的の多様性に対応している。ここで、地方自治

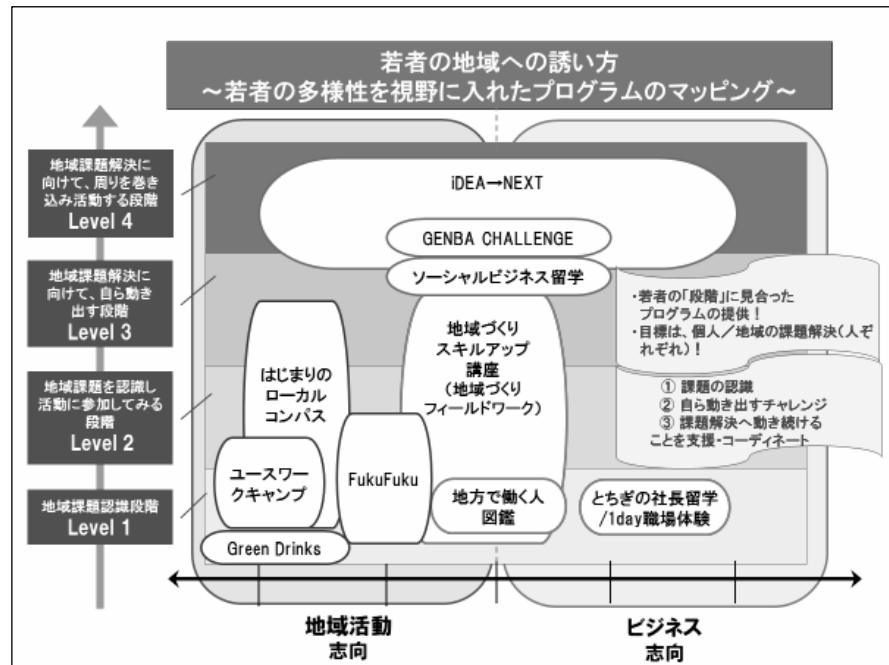


図 4-1-6 若者の地域への誘い方  
~若者の多様性を視野に入れたプログラムのマッピング~

7)でも取り上げられている「iDEA→NEXT」の例を見ていきたい。「iDEA→NEXT」は、社会をよくする若者のアイデアプランコンテストであり、「とちぎの新しい物語をつむぐ」をテーマに、若者のアイデアの孵化を、栃木県内の実践者や経営者が約3か月間、伴走者となり磨いていくという、地域に根ざした地域のための事業と紹介されている。ユースでは、このコンテストをビジネスグランプリではなく、「ソーシャルアクションへの入口」と位置づけており、起業したい人（ビジネス志向）のみに対象を限定していない。そのため、「iDEA→NEXT」は、図4-1-6で見ると、「地域活動志向」と「ビジネス志向」の双方に広がるプログラムとして位置づいている。

以上を要約すると、ユースの特徴は、①それぞれのプログラムを、若者の「段階」に応じて提供すること、②若者の「志向性」に応じて提供することである。この対応は、「地域の課題解決に貢献するプロセスで、結果として若者個人の成長もサポートすること」をユースの目標としているために必要なことである、と古河氏は指摘する。それは、若者と言っても個人の地域への関心、これまでの活動経験、将来的にユースの活動を通して、ビジネスに繋がりたいのか、キャリアデザインの一つとしたいのかといった点も多様であり、そ

61) つまり、「GENBA CHALLENGE」に参加したいという学生がユースに来た場合、その学生の段階によっては、別のプログラムを提供することもある、ということである。

62) 大学生を対象としているが、社会人でも参加可能である。

のどれが正解とは言えないためである。それゆえに、「何となく何かやってみたい」という若者には、その段階に見合った Level 1 のプログラムを提供し、また同じ段階であっても、「地域活動」と「ビジネス」のいずれを優先するかという志向性に応じて、異なるプログラムを提供することで、若者が地域と関わる機会を提供している。

では、若者はどのようにしてユースのプログラムに参加するのだろうか。「GENBA CHALLENGE」を例にすると、参加のステップは、Step1～4 までの 4 段階となる。その段階を示したのが、図 4-1-7 である<sup>63)</sup>。

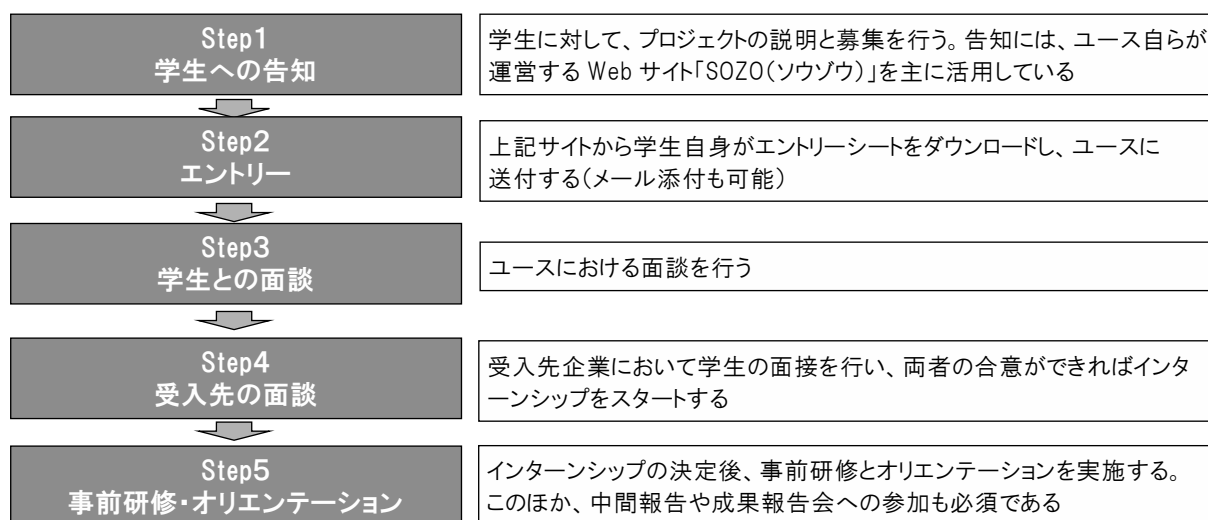


図 4-1-7 ユースにおける若者の参加ステップ(GENBA CHALLENGE)

図 4-1-7 から理解できるようにユースでは、「学生への告知」の後に、「エントリー」をすれば参加可能とはなっていない。参加以前に、ユースでの「面談」、受入先の面談、事前研修・オリエンテーションという段階を経て、実際のプログラムへの参加が可能となる。学生、受入先等の関係者の同意を得るという丁寧な対応もユースの特徴である。

以上のユースの取り組みを支える上で、①ターゲットとなる若者の興味関心を引き出し、また若者の目に届く情報発信の工夫、②若者と向き合いつつ、その受け入れ先となる行政・企業・地域の理解を得て、双方の橋渡し＝コーディネートを行っていることが重要である。

#### (7) 若者を地域に呼び込み、繋ぐためのポイント

ここまで、ユースの「若者の力を活かした地域課題の解決」という目的を遂行するために、「情報発信」「プログラム」について概観してきた。「情報発信」においては、どのようなメディアに、どのような目的で情報を公開するのか、すなわち、ターゲットとなる若者にどのようにすれば、よりの確に情報が届くのが重要であった。また、「プログラム」については、若者の意識の多様性、段階を踏まえた上での働きかけ、アプローチが重要とされていた。そしてユースでは、行政や企業等と連携しながら、活動を展開している。

以下では、このユースの取り組みから見出される本研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計に有用となるポイント(「若者を地域に呼び込み、繋ぐためのポイント」)について、「若者の特性を踏まえた働きかけ・アプローチ」「若者に

<sup>63)</sup> 地方自治研究機構 (2015, p.19) をもとに作成。

届く情報発信への配慮」「NPO 側からの行政への要望」という 3 点（図 4-1-8）をもとに、その詳細をまとめる。

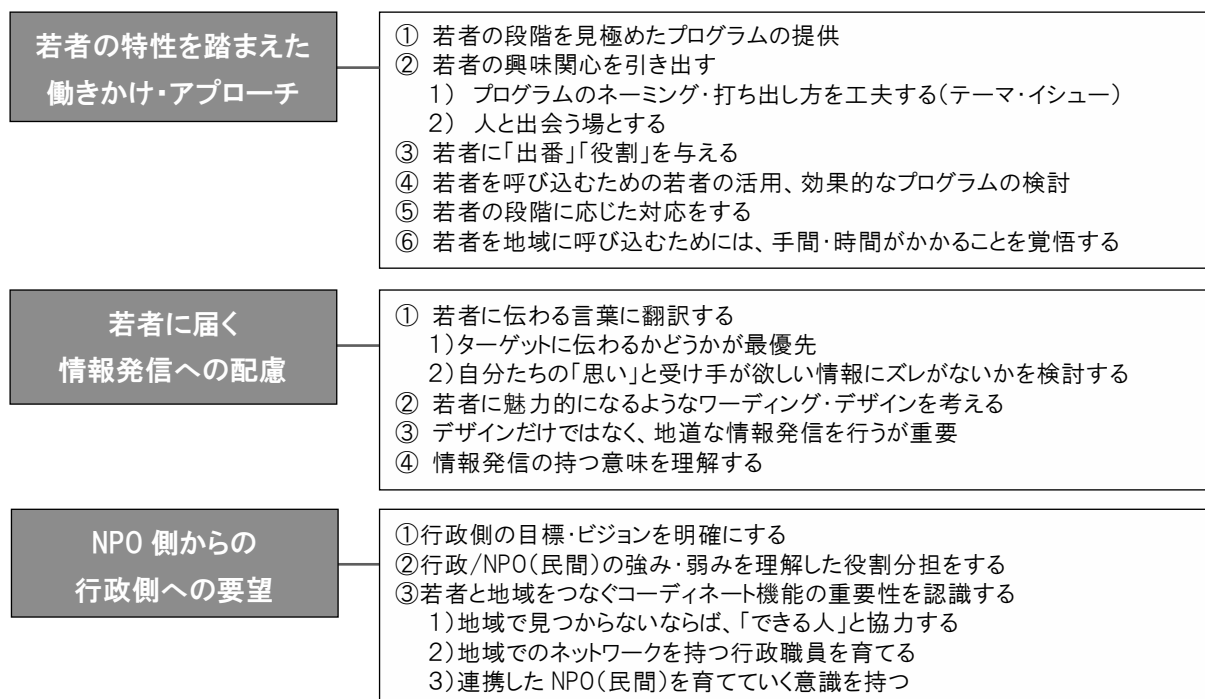


図 4-1-8 若者を地域に呼び込み、繋ぐためのポイント

### 1) 若者の特性を踏まえた働きかけ・アプローチ

#### ①若者の段階を見極めたプログラムの提供

ユースは、以下の a) ～c) の 3 点を意識して、若者と接し、プログラムを提供している（表 4-1-2）。

表 4-1-2 ユースの若者への接し方のポイント

<p>a) 地域の課題解決に貢献するプロセスで、結果として若者個人の成長もサポートする(必ずしも Level4 を目指す必要はない)</p>
<p>b) 個人の興味・地域への関心等の段階に応じて、紹介するプログラムを変える</p>
<p>c) 大学生の場合、キャリア選択との関わりになっていることも理解する</p>

ユースは、若者の段階を上げるのではなく、若者の意識の多様性を踏まえ、地域の課題解決へのその人なりの貢献とその結果としての成長をサポートすることを目的としている。そのため、若者個人の興味や関心の段階に応じて、その人にあったプログラムを提供する。特に、大学生の場合は、就職活動等を控え、キャリア選択との関わりもあることを視野に入れ、若者と接している。

上記を踏まえ、ユースは若者を 3 つのゾーンで捉えている。それは、①何かやりたがっているけれども、きっかけがない段階である「課題認識ゾーン」、②ちょっとしたきっかけで地域へ関心を持ち、誘われたら活動に参加する段階、活動をしていたら使命感が出てきて、自ら動き出した段階である「チャレンジゾーン」、③課題解決のために周囲も巻き込みながら、活動をやり続けていく段階（カタチにしていくことをめざす段階）である、「継続ゾーン」である。



このユースの分類は、筆者らが過去に「まちづくり学習」プログラムで検討してきた5段階図とも重なる(図4-1-9)。「地域に関心がない」(Level 0)、「地域課題認識段階」(Level 1)、「地域課題を認識し、活動に参加してみる段階」(Level 2)、「地域課題解決に向けて、自ら動き出す段階」(Level 3)、「地域課題解決に向けて、周りを巻き込み活動する段階」(Level 4)と分類した筆者らの5段階図と、ユースの段階図を重ねると、「地域に関心がない」(Level 0)、「地域課題認識段階」(Level 1)が、ユースにおける「課題認識ゾーン」に、「地域課題を認識し、活動に参加してみる段階」(Level 2)、「地域課題解決に向けて、自ら動き出す段階」(Level 3)が、「チャレンジゾーン」に、「地域課題解決に向けて、周りを巻き込み活動する段階」(Level 4)が、「継続ゾーン」に対応している。すなわち、若者を地域に呼び込むためには、若者を一律的に捉えるのではなく、若者と接しながら、個人の興味関心を見極め、個人に見合った仕掛けの提供が重要となる。

本研究の分類(*)		「ユース」の分類	
Level 0	地域に関心がない	課題認識ゾーン	何かやりたがっているけれども、きっかけがない段階
Level 1	地域課題認識段階		
Level 2	地域課題を認識し、活動に参加してみる段階	チャレンジゾーン	ちょっとしたきっかけで地域へ関心を持ち、誘われたら活動に参加する段階
Level 3	地域課題解決に向けて、自ら動き出す段階		
Level 4	地域課題解決に向けて、周りを巻き込み活動する段階	継続ゾーン	課題解決のために、周囲も巻き込みながら、活動をやり続けていく段階(カタチにしていこうとめざす段階)

\*) 筆者らの過去の「まちづくり学習」を基にした分類を参考

図 4-1-9 地域活動に対する若者の段階イメージ

## ② 若者の興味関心を引き出す

ユースが意識するのは、仮にそのプログラムに社会的意義があったとしても、若者の興味関心と噛み合わなければ、プログラムが成立しないということである。そのため、a) プログラムの見せ方・打ち出し方を工夫する、b) ロールモデルとなる人や興味関心を広げる人と出会う場とする、ことを意識し工夫しているという(表4-1-3)。

表 4-1-3 ユースにおける若者の興味関心を引き出すための工夫

<p>a) プログラムの見せ方・打ち出し方を工夫する</p> <p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域活性化ありきではなく、地域の特産品・名物(パン、ビール等)若者に馴染みのあるものを取り上げて、結果的に若者の地域への関心を高める工夫をする</li> <li>・日々、若者に届くテーマ・ 이슈は何か、またその伝え方等の情報収集や実践を通しての試行錯誤を繰り返す</li> </ul> <p>b) ロールモデルとなる人や興味関心を広げる人と出会う場とする</p> <p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・こういうことが好きならば「こんな面白い人がいるよ」と、その人に寄り添いながら誘う</li> <li>・ユース以外の人とも出会う場を提供する(但し、紹介される側のメリットも考える必要あり)</li> </ul>
---

「プログラムの見せ方・打ち出し方を工夫する」ためのポイントは、若者に馴染みのあるものをテーマに取り上げ、入り口の障壁を下げ、結果的に地域への関心を高めること、そして、若者にどのようにすれば情報が届くのか、関心を持ってもらえるのかを常に考えることである。また、「ロールモデルとなる人や興味関心を広げる人と出会う場」と

するために、若者の興味関心を理解した上でユース以外の人であっても、その若者が興味を抱くと思われるロールモデルを提示し、誘うことが重要となる。

### ③ 若者に「出番」「役割」を与える

若者に継続的に関わってもらうにはどうしたらよいかを考える上では、若者の「出番」「役割」を意識する必要があるという（表 4-1-4）。

表 4-1-4 ユースにおける若者に継続的に関わってもらうための工夫

<p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 若者の力を発揮できる／引き出すような「出番」「役割」を提示する</li><li>・ 若者を利用しない</li></ul>
--

ユースが意識しているのは、それぞれの得意分野を見極め、その力を発揮できるようにする、あるいはその力を引き出すような「出番」「役割」を提示することである。それは、参加した若者を「利用しない」という考え方を徹底することに基づいている。

### ④ 若者を呼び込むための方策、効果的なプログラムの検討

若者の参加意欲を高めるに効果的な方法を、誰が誘うのか、どのようなプログラムがその人に適しているのかを吟味することが重要となる<sup>64)</sup>。そのためのポイントは以下の通りである（表 4-1-5）。

表 4-1-5 若者を呼び込むための方策と効果的なプログラムの検討

<p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 誰が呼びかけると効果的かを考える(同世代の若者が声をかけた方が効果的等)</li><li>・ プログラムの参加人数によってコミュニケーションの濃度が変わるため、少人数がよいのか大人数がよいのかを考えて、提供する</li></ul>
---

若者を呼び込むためには、スタッフが声をかけた方がよいのか、それとも若者と同世代の大学生が声をかけた方がよいのかを検討するという。すなわち、プログラムの内容に応じて、どのような方策がより効果的かを検討している。また、若者を誘う場合も、その人の興味関心、関わり方の意識等に応じて、コミュニケーションの濃度が高い少人数のプログラムがよいのか、セミナー等の大人数のプログラムがよいのかを見極めることを重視している。

### ⑤ 若者の段階に応じた対応をする

ユースの活動を継続する中で、「課題認識ゾーン」から「チャレンジゾーン」「継続ゾーン」へ段階が上がる若者がいる。そうした若者が、仮に、自らのアイデアをカタチにしていきたい、地域で仕事をしたいと考えるようになった段階で対応を変える必要があるともいう（表 4-1-6）。

<sup>64)</sup> 「大学との連携と同時に、代表の岩井氏を含む卒業生と、現役の学生との間に代々受け継がれている「ロコミ」的なコミュニティも存在し、そのことが学内における TEAM ユース（原文ママ）の「ブランド化」につながっている。これは、ごく簡単にいえばインターンシップをやるなら TEAM ユース（原文ママ）がいいよ」という会話が、学生の間で広まっている」と指摘されている（地方自治研究機構，2015，p.23）。

表 4-1-6 段階に応じた対応の工夫

【具体的なポイント】

- ・ きっかけを与える段階と今後、活動を継続していく段階での接し方を工夫する
- ・ 仕事としてやっていくために注意すべき点を指摘する(厳しい指摘をした場合は、別の人がフォロー)

ユースでは、若者に地域への関心を持つきっかけを与える段階と、若者が自分で活動を継続していこうと考え始めた段階で接し方を変えるように意識している。それは、その若者が、仕事として多くの人と関わって行く際に注意しなければいけない点を伝えるためである。ただ、その際にもチームで若者に接することを意識し、厳しい指摘をするスタッフとそれをフォローするスタッフで対応している。このような若者の段階に応じた対応が、彼らの将来を考えた時に重要となる。

⑥ 若者を地域に呼び込むためには、手間・時間がかかることを覚悟する

若者はライフイベントに応じて、参加意欲に変化が生じることや、物理的に参加できなくなる場合もある。また、若者はスムーズに段階を上がっていくわけではない、ということ的前提に、接し続けていくことが重要である(表 4-1-7)。

表 4-1-7 若者と関わり続けるためのポイント

【具体的なポイント】

- ・ 若者の可能性を信じる、認めてあげた上で、関わり続けていく<sup>65)</sup>

ユースでは、「行動指針」にも示されたように、「若者の可能性を信じ、認める」ことを重要視している。それを踏まえ、ユースから一時的に離れ、その後また戻ってくることや、別の場所で活動を展開することも受け入れ、継続的に何らかの形で若者と関わり続けることを意識している。

2) 若者に届く情報発信への配慮

若者を呼び込むためには、まず、しっかりとした企画を作ることが重要である。その上で、若者の必要性や期待を伝えること、若者がワクワクすることは何かを考えて丁寧に届けることが求められる。どのように情報を発信し、伝えていくべきか、という点について、ユースが意識しているポイントを以下にまとめる。

① 若者に伝わる言葉に翻訳する

情報発信する側の「思い」は、受け手に伝わらないことを前提とし、情報を届けるための工夫が必要となる(表 4-1-8)。

<sup>65)</sup> 岩井氏は、受入事業者の選定のポイントに経営者がチャレンジングであることが、第一の条件であり、次いで、若者の可能性を信じてくれる経営者であることをあげている(地方自治研究機構, 2015, p.20)。

表 4-1-8 若者に伝わる言葉へ翻訳するための工夫

<p>a)ターゲットに伝わるかどうかを最優先 【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政用語や専門用語を並べることは避ける</li> </ul> <p>b)自分たちの「思い」と受け手が欲しい情報にズレがないかを検討する 【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第三者の目線を取り入れることを忘れない(デザイナーに外注するの一つの方法)</li> </ul>
---

若者に情報を届けるためには、若者に届く言葉に翻訳する必要がある。そのためには、ターゲットとなる若者に伝わるかどうかを最優先し、行政用語や専門用語を並べることは避ける必要がある。また、自分たちが伝えたい「思い」と受け手が欲しい情報にズレがないかを確認するために、第三者の目線を取り入れることも工夫の一つだという。

### ② 若者に魅力的になるようなワーディング・デザインを考える

単純に見た目のデザインの良さではなく、良い企画を作ることを前提とした上で、それをどのように見せるのか、届けるのかが重要となる（表 4-1-9）。

表 4-1-9 若者に魅力的なワードディング・デザインを考えるための工夫

<p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ スタイリッシュさは、若者をターゲットとする上では重要(ユースの活動紹介等を参考)</li> <li>・ 「ぱっと見て、内容がターゲットにわかること、伝わること」を意識する(音楽が好きといっても、ターゲットが変われば、音楽の内容(ロック、演歌)も変わるため、具体的に伝えることを意識する)</li> <li>・ デザインは、コンセプトに応じて変わっていくため、客観的な視点を取り入れることが望ましい</li> <li>・ その効果を考えて、予算化することが望ましい</li> </ul>
---

若者をターゲットとする上では、スタイリッシュなデザインは重要であり、若者が「ぱっと見て、内容が伝わること」を意識する必要がある。そのためには、キーワードの受け取り方にズレが生じないように、具体的に伝えるといった工夫が求められる。また、あるデザインが別のプログラムにそのまま転用できることはないため、コンセプトを意識して、毎回、検討する必要がある。そのことを踏まえた予算化が理想的であるという。

### ③ デザインだけではなく、地道な情報発信を行うことが重要

SNS といっても Facebook や Twitter 等、メディアの特性は多様である。そのため、どの媒体が若者にとって使いやすいのかを理解するために、若者と直接対話したり、若者と接する機会のある大学教員等から、情報を届けてもらったりする工夫を重ねることが重要である（表 4-1-10）。

表 4-1-10 地道な情報発信を行うためのポイント

<p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲットを意識して、どの手段が届きやすいかを常に考えて情報発信媒体も検討する</li> <li>・ SNS の活用は有意義だが、ただ単に SNS で情報発信すればよいわけではない</li> </ul>
--

若者に情報を届けるためには、情報発信の仕方も検討する必要がある。ターゲットはどのような情報媒体であれば受信しやすいのかを常に考えることが重要となる。その際、ただ単純に SNS で情報発信すればよいわけではないことを意識することが前提となる。

### 3) NPO 側からの行政への要望

最後に、ユースがこれまで行政と協働で事業を行う中で、意識しているポイントを提示する。若者を地域に誘うために、民間（NPO）としては、行政の持つ「信頼性」は頼るべき存在であるという。一方で、民間（NPO）だからできることもあるという。若者を地域に誘うことを目的とするならば、いかに連携するかは大きなポイントである。以下、ユースが行政と連携して活動を展開してきた経験値から得られた行政に意識してもらいたいポイントを提示する。

#### ①行政側の目標・ビジョンを明確にする

行政と協働する上で、民間（NPO）が求めているのは、行政側の明確な目標・ビジョンであるという（表 4-1-11）。

表 4-1-11 NPO と行政の協働のポイント①

**【具体的なポイント】**

- ・ 目標・ビジョンがおぼろげであるならば、その段階から協働する可能性を検討することもできる

行政が目標・ビジョンを事前に設定していなければ、必ずしも協働が不可能となるわけではない。NPO 側としては、目標・ビジョンがおぼろげであるならば、それを踏まえた協働の可能性の検討ができるという。

#### ②行政／NPO（民間）の強み・弱みを理解した役割分担をする<sup>66)</sup>

行政と協働する上では、行政と NPO（民間）の強み・弱みが異なることを理解した上での役割分担が重要となる（表 4-1-12）。

表 4-1-12 NPO と行政の協働のポイント②

**【具体的なポイント】**

- ・ 行政の持っている地域への信頼・信用を活かす一方で、専門的知識・経験を積み重ねている民間の力を活用する（補完的な関係性を構築する）

行政は、NPO（民間）には持ち得ない地域への信頼・信用がある。その一方で、NPO（民間）は、事業展開する過程で、専門的知識・経験を積み重ねている。相互の強みを活用する、補完的な関係性を構築することを心がけることが肝要となる。

#### ③若者と地域をつなぐコーディネート機能の重要性を認識する（表 4-1-13）

若者と地域を繋ぐためには、コーディネート機能が重要となる。そのために、a) 地域で見つからないならば「できる人」と協力する、b) 連携した NPO（民間）を育てていく意識を持つ、c) 地域でのネットワークを持つ行政職員を育てる、の 3 点を認識してもらいたいという（表 4-1-13）。

<sup>66)</sup> 例えば、行政職員は定期的な異動があるため、当該領域の専門家は育ちにくい点がある。そのことを自覚して、民間と連携する際に、何を補完してほしいのかを検討しておく必要がある。

表 4-1-13 NPO と行政の協働のポイント③

<p>a)地域で見つからないならば、「できる人」と協力する</p> <p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域外の専門家、民間、NPO と連携する方策はないかを検討する</li> <li>・ そういった連携の中で、人材を育てていくことも必要となる</li> </ul> <p>b)連携した NPO(民間)を育てていく意識を持つ<sup>67)</sup></p> <p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中長期的には、コーディネート機能を担保しうる存在となる可能性を考える</li> </ul> <p>c)地域でのネットワークを持つ行政職員を育てる<sup>68)</sup></p> <p>【具体的なポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 異業種交流会や地域でのイベント等に参加して、地域で相談できる人を作っていく</li> </ul>
---

コーディネート機能は重要であるため、地域内で専門家が見つからない場合、地域外の専門家、NPO 等と連携する方策はないかを検討し、その連携の中で、コーディネート機能を担える人材を育てることを意識してもらいたい。そして、中長期的に見れば、コーディネート機能を担保し得る存在となる可能性を踏まえ、行政が、連携した NPO (民間) を育てていくという意識を持ち合わせることを望ましいという。一方で、異業種交流会や地域イベントに参加する等して、地域でのネットワークを持つ行政職員を育てることに意味を見出すべきであるともいう。

#### (8) まとめ—とちぎユースサポーターズネットワークの活動に見るコーディネート機能の価値・重要性

以上、地域課題の解決を社会的使命とするユースの事例を通して、若者を地域に誘う仕掛けづくりのためのポイントを理解してきた。ここから浮かび上がるのは、プログラム内容や情報発信の方法を検討する際、常に「若者」を意識することの重要性である。それは、ユースが若者と地域の架け橋として機能し続けることを意識していることの現れである。換言すれば、①地域課題の解決、活性化という目的達成のための手段としてコーディネート（「若者と地域を繋ぐ」）を展開していること、②そのコーディネート機能を果たすために、プログラムや情報発信の工夫が重要となるということである。

とりわけ、本研究における若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版) の設計にあたり重要となるのは、参加者が地域活動やまちづくりに参加した経験がない層であると想定されること、行政の既存の情報発信が参加動機に繋がらない可能性があることである。その点を踏まえるならば、ユースの「課題認識ゾーン」の若者への向き合い方、その若者たちを地域へ誘う仕掛け方、情報発信戦略は参考にすべきポイントである。

最後に、行政と民間が連携する上で、本研究のようなプログラムを設計する際に重要な点に触れておきたい。それが、「コーディネート機能」である。地方自治研究機構(2015)において、代表の岩井氏が強調していたのも、若者と地域を繋ぐための受け皿を誰が担うのかというコーディネート機能であった。ユースが注目される背景は、目的のために若者

67) 古河氏は、ユースがまだ実績に乏しい頃の行政人に信頼してもらって仕事を任せてもらった経験を踏まえて、「自分たちは行政にも育ててもらった」という意識を持っていると語っていた。

68) 古河氏は、これまでに関わって来た行政職員の中で、連携が取りやすかった人の特徴として、現場への理解や知ろうとする姿勢のある職員や率先して自ら地域と関わろうとする職員であることに加え、地域での他業種に及ぶネットワークを持っていることをあげる。


と地域を繋ぐコーディネート機能に徹底していることであろう。なぜならば、地域に関心をもって動き出した若者をサポートしていかなければ、その若者の「思い」は継続できず、地域に点在する人的資源を「繋ぐ」には、窓口、受け皿が必要であるためである。それを行政が請け負うことが可能なかどうか、不可能であるならば、どのような体制を構築するかが問われている。それゆえに、若者を地域に呼び込むためには、コーディネート機能の価値を捉え直し、その役割を誰が担うべきなのか、担うことができるのかを検討する必要がある。

#### 【第4章1節参考文献】

- 江口晋太郎他(2016)：日本のシビックエコノミー——私たちが小さな経済を生み出す方法，フィルムアート社。
- 総務省統計局(2011)：平成23年社会生活基本調査，<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2011/>，2017/3/15。
- 総務省統計局(2015)：平成27年国勢調査，<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/>，2017/3/15。
- 中小企業庁(2015)：地域課題を解決する中小企業・NPO法人100の取組，<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/150617jirei2.pdf>，2017/3/15。
- とちぎユースサポーターズネットワーク：年次報告書（2011年度～2015年度）
- 匿名記事(2014)：宇都宮でダブルプレイス始めませんか、ソトコト，2014年11月号。
- 匿名記事(2014)：特集地域の仕事，ソトコト，2014年12月号。
- 匿名記事(2016)：宇都宮の新しい過ごし方。ダブルプレイスをしてみたい！ [働く編]，ソトコト，2016年3月号。
- 地方自治研究機(2015)：若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究。
- 内閣府世論調査(2017)：社会意識に関する世論調査，<http://survey.gov-online.go.jp/index-sha.html>，2017/3/15。

(参考) とちぎユースサポーターズネットワークのプログラム紹介

紹介 ①



プロジェクト名	地域を元気に 若者の力で GENBA CHALLENGE
紹介	まちづくりや社会課題に取り組む組織が抱える“課題”の解決や“次の一手を創る”現場をフィールドにした、若者の「挑戦と成長」の場であり、受入組織の価値創造にも貢献するインターンシップ
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者にとって自己成長の機会になるだけでなく、受入企業・団体にとって、次の一手の布石など社内の変化を加速させるプログラム</li> <li>・栃木をより暮らしやすく、より面白くしていく経営者・実践者の右腕となり、地域の仕事づくりに挑戦</li> </ul>
対象	大学生/専門学校生 社会人(20代)
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・挑戦のためのインターン生をサポートする個別相談と、共に挑戦するインターン仲間との交流会を実施</li> <li>・とちぎユースサポーターズネットワークが受入団体と協議の上、プロジェクトを設計</li> <li>・修了生の高い就職決定率。今までインターンに挑戦した若者35名の内未卒業生を除いた20名の就職決定率100%</li> </ul>
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/project/genba-challenge/">http://sozo.tochigi-ysn.net/project/genba-challenge/</a>

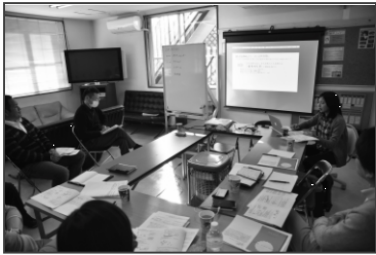






図 4-1-22 紹介①「GENBA CHALLENGE」

紹介 ②



プロジェクト名	とちぎの新しい物語をつむぐ iDEA×NEXT
紹介	とちぎがもっと楽しく、ワクワクする地域になる。あなたの想いや、経験に基づいたアイデアの種。若者視点で、社会がもっと豊かに、楽しくなるアイデアを募集!
目的	ヒトとマチがイキイキとした地域を創ることを目的に、 <ul style="list-style-type: none"> <li>・社会に新しい価値を提供する若者を輩出する</li> <li>・企業や地域で活動する人々と若者が繋がる場を創出する</li> <li>・若者のアイデアやアクションを見える化する</li> </ul>
対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会を良くしたい/楽しみたい、社会的課題を解決するアイデアなど、「こんな風だったら良いな」というアイデアをもっている個人およびグループ。応募者(代表者)が39歳以下の若者(2016年4月1日時点)</li> <li>・審査やセミナー(ブラッシュアップ合宿、ファイナルプレゼンテーションなど)に原則参加できること</li> </ul>
内容	若者による社会をよくするスタートアッププログラム。A4一枚のエントリーシートに「こんな風だったらおもしろい」を記入し応募。エントリー時のアイデアをベースにしながら、同じ参加者やメンターと呼ばれる様々な分野の諸先輩方のサポートのもと、アイデアを練り上げていく2ヶ月間のブラッシュアップ期間を経て、皆さんのオーディエンスの前でプレゼンテーションを行います。アイデアと人を育む研修プログラムです。
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/event/idea-next-2016/">http://sozo.tochigi-ysn.net/event/idea-next-2016/</a>





図 4-1-23 紹介②「iDEA→NEXT」



## 地域づくりスキルアップ講座 &フィールドワーク<sup>無料</sup>

僕らのまちは、僕らがつくる

### 紹介 ③

プロジェクト名	とちぎ地域づくり担い手育成事業
紹介	地域づくり活動への関心醸成から、具体的な行動化、継続・成果のための実行力の向上と体系化した地域づくり人材育成プログラム。
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次世代を担う若者の中から地域づくり活動に取り組む人材を掘り起こす。</li> <li>・地域づくり活動に興味はあるが実践したことがない人を地域づくりの担い手に育てる。</li> <li>・地域づくり活動のスキルアップ</li> </ul>
対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材、資金が集まらない課題を抱えている地域づくり実践者(所属、年齢問わず)</li> <li>・地域づくりを行うためのスキルを身に着けたい方</li> </ul>
内容	マインド・思考・スキルを高める座学、ロールモデルとの交流、フィールドワーク、地域づくりアイデアづくり、プレゼンテーション、など、10プログラムを連動させ展開し、地域づくりを行う人材・団体が自力で未来を描き、行動し続ける力と次年度への具体的な行動の継続を実現する力を養います。
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/event/wk03/">http://sozo.tochigi-ysn.net/event/wk03/</a> 主催: 栃木県、運営協力: とちぎユースサポーターズネットワーク








図 4-1-24 紹介③「地域づくりスキルアップ講座&フィールドワーク」

### 紹介 ④

プロジェクト名	とちぎの社長留学/1day職場体験
紹介	・栃木県内の地域に根ざした魅力的な事業を行う会社と個性豊かな経営者に同行し、社長としてのお仕事や事業にける想いに触れる。仕事を創る面白さとは何か、仕事のやりがいとは何か。大手の企業説明会では出会うことのできない魅力的な地元中小企業と人に出会う。
対象	大学生・若手社会人
内容	話を聞くだけではわからない会社の取り組みを、実際に職場へ訪問し体験することで、「仕事」や「働く」を考える短期インターンシッププログラム。 社会人と知り合いになれる/社会人の生き方を学ぶことができる/経営やビジネスについて学べる
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/event/vp2016-02/">http://sozo.tochigi-ysn.net/event/vp2016-02/</a>

### 紹介 ⑤

プロジェクト名	地方で働く人図鑑
紹介	栃木県内のみで実施してきた「働く人図鑑」を、大学生の中小企業や地方での働きがいや関心を高めるため、地方の魅力的な企業や人、取り組みを東京圏で発信する、「地方で働く人図鑑」を実施。
対象	大学内講義の一環(働く人図鑑は、大学1年生~4年生、新卒未就職者)
内容	会社の説明会ではなく、魅力ある栃木の中小企業の経営者や従業員がゲストスピーカーとなり、学生との対話を通じて「仕事」や「働く」について考えるきっかけを提供しています。ゲストには、会社が大事にしていることや経営者の想いや事業内容、地域との関わりなどをお話いただいています。
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/event/workers-catalog-2015-summer/">http://sozo.tochigi-ysn.net/event/workers-catalog-2015-summer/</a>

図 4-1-25 紹介④「とちぎの社長留学/1day 職場体験」 ⑤「地方で働く人図鑑」

紹介 ⑥

**プロジェクト名** はじまりのローカル コンパス 栃木と気軽に関われる道しるべ

<b>紹介</b>	人と人をつなぐ架け橋に。地方経験がない人も安心して活動できる舞台を。参加者と地域がともに新しいローカルストーリーをつむぎ、成長していくプロジェクト
<b>目的</b>	移住でもなく、観光でもない。「都市部に住みながら、栃木の地域プロジェクトに行き来する」、2拠点生活という新しい地方との関わり方を提案。
<b>対象</b>	地方にかかわってみたいけど、方法がわからない／がっつりよりは、気軽な旅行気分で行きたい／移住はまだ現実的じゃないけど、地方に感心はある／地域で活躍するロールモデルに会いたい／地域の現状・暮らしを体感したい。といった、東京圏在住の20-30代の若者。
<b>内容</b>	「あなたにローカルを10%プラス」をコンセプトに、都市部に住みながらローカルと関わりを持つライフスタイルを提案しています。とちぎの「ひと」と「まち」とつながるツアーや東京で定期的集まる場をつくり、あなたらしい暮らしや生き方・働き方の実現を応援しています。
<b>参考情報</b>	URL <a href="http://www.hajimari-local.jp/">http://www.hajimari-local.jp/</a> 主催: 栃木県 実施団体: NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク






図 4-1-26 紹介⑥ 「はじまりのローカルコンパス」

紹介 ⑦



FuKuFuKu

**プロジェクト名** とちぎ手仕事プロジェクト FukuFuku

<b>紹介</b>	商品に込められた想いとその物語を伝えています。使う人の反応をフィードバックしています。作り手さん、売り手さん、使い手(買い手)さんの3者が出会える場をつくっています。販売する店舗の想いを発信しています。
<b>目的</b>	復興活動を支え、現地の方の生きがいづくり／仕事づくりを行っていきます。また震災を風化させないように現地の状況を広く発信していきます。
<b>対象</b>	大学生/専門学生 社会人(20代)
<b>内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オーダーメイド型商品開発による新しい販売の仕組みづくり</li> <li>・復興公営住宅でのイベント開催</li> <li>・復興支援グッズの開発、栃木県内外での販売促進</li> </ul>
<b>参考情報</b>	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/project/fukufuku/">http://sozo.tochigi-ysn.net/project/fukufuku/</a>





図 4-1-27 紹介⑦ 「とちぎ手仕事支援プロジェクト FukuFuku」

## 紹介⑧

プロジェクト名	いわき市の海岸林の再生と復興支援活動 ユースワークキャンプ for 海岸林
紹介	「フクシマ環境未来基地」が取り組む、福島県いわき市で津波被害を減少させた海岸林を再生させるプロジェクト「苗木forいわき」と連携し、海岸林再生のフィールド整備など、見て、聞いて、汗を流すプログラム。視野を広げ、自分に出来る事を模索し、トライする時間にもなります。
目的	・復興の力になりたいと考えている若者がいわき市に集い、いわき市の復興について知り、実際に復興支援活動に取り組むことによって、これからの復興支援について考える機会とする。
対象	復興の力になりたいと考えている大学生、専門学校生、社会人など、10～30代の方 ※はじめて復興支援活動に取り組んだり、ワークキャンプに参加する方、大歓迎！！ ※福島、震災、植林、ボランティア、仮設住宅、過疎地、山村などのキーワードにピンと来る方！
内容	・海岸林再生活動「苗木forいわき」へ参加する。 ・津波で被害を受けた海岸林の整備。 ・現地の方々との交流を通して、現状を理解する。 ・過疎化が進む里山での地域活動のサポート
参考情報	URL <a href="http://sozo.tochigi-ysn.net/event/workcamp-seaside-forests10/">http://sozo.tochigi-ysn.net/event/workcamp-seaside-forests10/</a> 連携先:フクシマ環境未来基地 URL <a href="http://fukushima-c-c.jimdo.com/">http://fukushima-c-c.jimdo.com/</a> ※2016年度は「ユースワークキャンプin福島」として震災復興支援を実施



図 4-1-28 紹介⑧「ユースワークキャンプ for 海岸林」

## 紹介⑨

プロジェクト名	green drinks Utsunomiya
紹介	・Coworking Space HOTTANととちぎユースサポーターズネットワークがオーガナイザーとなって、2013年3月から月に1回開催。 ・2014年よりその有志が募って活動をリスタート！
目的	自分たちが生活する街で、楽しいと感じる時間が増えること。
対象	20～30代の移住者や日々の生活に満足していない方。 宇都宮市在住およびゆかりのある方。
内容	毎回食や農、スポーツなど、宇都宮市に関する様々なテーマで、気楽に参加したくなる交流イベントを企画。
参考情報	URL <a href="http://gdutsunomiya.wix.com/home">http://gdutsunomiya.wix.com/home</a> URL <a href="http://www.tochigi-ysn.net/oldhome/green-drinks-utsunomiya/">http://www.tochigi-ysn.net/oldhome/green-drinks-utsunomiya/</a>



図 4-1-29 紹介⑨「green drinks Utsunomiya」

## 2. 一般社団法人地域力発掘サポートネット・目白大学共同プロジェクトの取り組み －「ほっとステーションプロジェクト」における市民と学生の交流イベント事例－

本節では、埼玉県さいたま市岩槻区の住民主導型イベント「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」（以下、雛めぐり）の関連事業として、2009年から2014年まで5回に亘って開催された交流サロンプロジェクト「ほっとステーションプロジェクト」（以下、HSP と記す）を対象に、若年層（学生）の気付き・学習効果、地元関係主体の見方・評価にどのような影響があったかについて考察する。本研究にその知見を活かすことが目的である。

研究方法としては、1) 雛めぐり関係者へのインタビュー及び参与観察、2) 特に、著者らによる論考の整理・考察を中心とする文献調査・資料調査、3) 2014年に実施した参加学生へのアンケート調査である（表 4-2-1）。

表 4-2-1 事例研究の方法

1)地域イベント「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」の関係者へのインタビュー・参与観察	
【インタビュー対象】	・一般社団法人地域力発掘サポートネット事務局長・早原聡子氏 ・一般社団法人地域力発掘サポートネット理事・富澤浩樹氏(岩手県立大学講師) ・人形のまち岩槻まちかど雛めぐり市民ボランティア担当・須藤順子氏 (他プログラム参加者約 20 名)
【参与観察】	・2009年～2014年の「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」におけるHSPプログラム開催時
2)文献調査・資料調査	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光まちづくり活動における学生参画システムの構築ーさいたま市岩槻区における住民主導イベントにおける学生ボランティアの関わり実績からの提案ー、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第 25 号、pp.401-402、2010</li> <li>・“人形のまち岩槻まちかど雛めぐり(2010)”における官民学協働による交流サロンの試験的運用、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第 25 号、pp.399-400、2010</li> <li>・イベント型観光まちづくりに関する担い手の参加意識に関する定性情報の収集と活用の試みー人形のまち岩槻まちかど雛めぐりを対象として、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第 29 号、pp.427-428、2014</li> <li>・観光まちづくりケーススタディ・テキスト さいたま市岩槻区における住民主導型イベント“人形のまち岩槻 まちかど雛めぐり”、目白大学社会学部地域社会学科大西律子研究室制作・監修、地域力発掘サポートネット協力、2013年9月30日 等</li> </ul>	
3)参加学生へのアンケート調査	
(配布/回収期間:2014年10月～12月、配布/回収方法:メール・Web、回収数:13(68%))	

### (1) ほっとステーションプロジェクト (HSP) の概要

#### 1) 「人形のまち岩槻 まちかど雛めぐり」(雛めぐり) の概要・課題

HSP は、雛めぐりの実施期間中に実施されており、本項では、まず、その概要について記す。

埼玉県さいたま市岩槻区は、さいたま市の東部に位置しており、東は春日部市・越谷市、南は川口市、北は蓮田市・白岡市に隣接している（図 4-2-1）。市政の開始は 1954 年、当時の岩槻町が近隣 6 村と合併してからである。2005 年 4 月 1 日には、さいたま市との合併により、さいたま市の第 10 番目の区となった。区の人口は現在 111,786 人で下げ止まり傾向を見せつつあるが、高齢者比率は 28.2%と、さいたま市の中でもっとも高い（2017 年 1 月 1 日現在）。岩槻のまち中には、江戸時代に由来する人形製作に関係する企業や工房、小売店、歴史的建造物、博物館等が各所に点在している。

雛めぐりは、岩槻区の中心市街地において、毎年2月から3月の一定期間、「観る」「創る」「食べる」を当初からのキーコンセプトとして開催されている。雛めぐりが住民主導型となった直接的な要因の一つは、2005年のさいたま市との合併にある。当時は、近年の景気減衰、少子高齢化の影響でまちの活気が失われつつあり、そのような中でさいたま市との合併が現実のものとなったことによる危機意識による。まちかど雛めぐり実行委員会の当時の実行委員長は、「当時は岩槻という名称が残るかどうかとも不透明であり、有志が集まって小規模でもいいからとにかく開催しようと準備を進めた」と語っている。雛めぐりは、期間中、まちの各所の飲食店、公共施設、住宅等に参加店を示すのぼりが立ち（写真4-2-1）、イベント参加者がそれを目印に、マップ付きのパンフレットを持ってまちを巡る仕掛けとなっている。パンフレットによってスタンプラリーや飲食店での割引を受けられる。また、その他にも特定日に人形製作体験やイベントが開催される。



図 4-2-1 さいたま市岩槻区の位置  
(国土地理院提供の白地図に着色)

雛めぐりへの参与観察を通して、「住民、来訪者、ボランティアといった参加者の交流を目的としたスペースが不足していること」「雛めぐりそのもの（成り立ちや運営者、市民ボランティアの思い等）の情報を知るすべがないこと」が課題であると考えられた。HSPはそのような背景の下で企画されたものである。

## 2) HSP の開催概要・目的・運営スタッフ

HSP は、住民主導型イベント「人形のまち岩槻まちかど雛めぐり」の関連事業として、5回（2009年2月～3月（25日間）、2010年2月（2日間）、2011年2月（2日間）、2013年3月（2日間）、2014年3月（2日間））に亘って試験的に開催された。なお、2012年は開催されていない（図4-2-2）。

HSPの目的は、若年層（参加学生）に、まちづくり活動、ひいては社会人に欠かせない、プロジェクトメンバーとして必要なコミュニケーションスキル、報告・連絡・相談といった最小単位の情報のやり取り、実効性のある成果物の作成と運用といった「プロジェクト学習」を経験させ、まちづくり人材育成のために、その運営プロセスに含まれる学びの機会の効果と課題を抽出することにある。

なお、HSPの運営は、地域力発掘サポートネット（2016年より一般社団法人）及び目白大学を主体として、学生有志（参加学生）をメインスタッフに、雛めぐり実行委員会、



写真 4-2-1 のぼり

地元住民ボランティア、行政、研究者の協力体制を築いて実施している。

### 3) HSP の開催状況・主要部門

HSP①は、雛めぐり期間中、岩槻駅から徒歩10分余りの場所にあるコミュニティーセンターいわつきの一角を借り受け、参加学生が岩槻に関してフィールドワーク

を行い、情報収集した成果を展示することを目的に設計された。しかし、長期にわたって運営する中で、展示だけではなく、来場者と相互作用する対話部門を段階的に設けることが、参加学生にも来場者にも有用であることが明らかになった。これは、HSP①において、来場者写真コーナーとして結実した。具体的には、来場者の記念写真をデジカメで撮影し、印刷した後に展示ブース内に張り出すことで再訪の動機づけとなり、来場者が記念写真の中から知り合いを探す等、展示をキッカケに新たな対話を創出することが可能となった。

HSP②は、HSP①の経験を踏まえ、岩槻駅前の駅前情報プラザ（岩槻駅東口コミュニティーセンター）に場所を変え、期間も大幅に短縮して2日間の開催とされた。これは、HSP①において平日の参加者数が伸び悩んだこと、短期集中開催となると立地がより重要であると判断されたことによる。HSP②では、会場内に語り場コーナーを設置したり、来場者を巻き込んだトークセッションを開催したり、ちらし配布による呼び込み活動を積極的に実施したりと、より「対話」と「協働」を重視した設計とされた（写真4-2-2）。また、雛めぐりの来場者の多くが親子連れであることに着目し、HSPにおいても親子連れの来場者を増やすことを目的に、「体験」を主目的とした「手作り雛人形（デコ雛）体験コーナー」を新規に加えた（写真4-2-3）。これは、折り紙を用いた簡易的なお雛様作りで、その製作手順は、①台紙を選択、②すでに折ってある折り紙の雛人形を選択、③台紙に雛人形と共に自分でデコレーションして完成

回数	年	期間(集客数)	場所	主な内容
HSP①	2009	2/28~3/28 (延べ1,600名)	コミュニティーセンター岩槻	・岩槻フィールドワーク成果のパネル展示 (岩槻の魅力、雛めぐりのPR)
HSP②	2010	2/27,28 (延べ400名)	岩槻駅東口コミュニティーセンター4階	・岩槻の巨大マップの協働制作 ・卒論を題材にポスターセッション ・さいたま市岩槻区行政マン作成の岩槻PRポスターの展示 ・岩槻商業高校による岩槻でのまちづくり活動の発表 ・手作り紙人形体験コーナー
HSP③	2011	2/26,27 (延べ436名)		・岩槻の巨大マップ最終版のお披露目 ・岩槻商工会議所青年部プロジェクト(親子で農業体験)の紹介 ・手作り紙人形体験コーナー
HSP④	2013	3/2,3 (延べ397名)		・まちかど雛めぐり10年の歩みのパネル展示 ・まちかど雛めぐりを支えた人々たち(インタビュー動画) ・東京工業大学大学院生によるまちづくり研究紹介 ・手作り紙人形体験コーナー
HSP⑤	2014	3/8,9 (延べ400名)		・前年制作したまちかど雛めぐり10周年記念のパネル展示及びインタビュー動画最終版のお披露目 ・ひなカフェコーナー(まちづくり人のためのワークショップ) ・手作り紙人形体験コーナー

・2012年は事情により、ほっとステーションは開催せず(代わって、まちかど雛めぐりボランティアスタッフとして参加)

図 4-2-2 HSP の経年整理



写真 4-2-2 使用したチラシ



写真 4-2-3  
来場者が製作したデコ雛例

という、極めて簡単なものである。この体験コーナーは、若年層や親子連れを呼び込むためのツールとして機能したばかりでなく、老若男女が楽しめる人気コーナーとなった。また、ポスター作成等に比べ、事前調査等なくスタッフとして容易に参加できるため、スポット的な手伝い等、スタッフとしての参加のハードルを下げた企画であったといえ、以降のHSPにも引き継がれることとなった。地域住民と参加学生との「対話」をねらったトークセッションでは、参加学生がテーマを提供し、ファシリテーターが参加者を巻き込みながら、行政・市民・学生によって比較的活発なやり取りが展開され、2日間で42名が参加した。HSP②では、そのような取り組みの結果、HSP①が25日間開催で約1000人の来場者があったのに対して、HSP②では2日間で約400人の来場者を迎えることができていた。

HSP③では、同地域において実施されているイベントの紹介（農業体験イベント“あぐびず”）、岩槻商業高校の作成したポスターの展示といった、同地域の他の取り組みも紹介した。基本的には、HSP②の企画を改善・踏襲した上での運用となっており、2日間で延べ436人の来場となった。そのことから、ほぼ人数の見込める企画が得られたといえる。

HSP④は、前年の2012年が2011年に発災した東日本大震災の影響や、スタッフ側の都合で開催を見送っており、1年空けての開催となった。この間に、雛めぐり開催主体からのHSPに対する期待の大きさが明らかになっている。2013年は、雛めぐりが10周年を迎えた時期と重なったこともあり、HSP④では、雛めぐりに参加する実行委員会や参加店へのビデオインタビューを実施して、会場での上映を行うこととした。取材準備段階では、参加学生によって質問項目が検討されるとともにビデオ取材の要領について、参加学生は技術スタッフから指導を受けた。取材段階では、参加学生が2班に分かれてビデオ取材が実施された。参加学生は、取材初日こそ戸惑う様子が見られたが、その後は関係者の想定を超えた主体性・積極性を発揮している。ビデオ取材は、キーパーソンを選定と取材依頼を行った上で試行されており、比較的協力的な対象者から順に実施された。取材の難易度が段階的に上がる仕掛けによって、参加学生の主体的姿勢が徐々に引きだされていったものと考えられ、回を重ねるごとに取材対象者に応じた柔軟な内容を独自に織り混ぜる等の工夫が見られた。取材ビデオは技術スタッフによって都度編集され、会場のオープンスペースにおいて「協働」企画として上映された。参加学生は取材対象者を含む来場者をもてなし、地域情報について「対話」を交わした。なお、来場者は、HSP③とほぼ同数の延べ397人であった。

HSP⑤は、前年の企画を踏襲しつつ、地域と密接な関わりのある保健医療分野のコーナーを新たに設けた（理学療法士による健康相談コーナー）。また、他地域で実施されたまちづくり学習の成果を展示したり、ワークショップ（ひなカフェコーナー）を開催する等して、「対話」と「協働」をより意識した仕掛けとした。来場者は延べ400人であった。

## （2）ほっとステーションプロジェクト（HSP）の学びの仕掛け

### 1）4つの学びの仕掛け

前節をまとめれば、HSPでは、参加学生に向けた学びの仕掛けとして、「展示」「体験」「対話」「協働」の各部門があったといえる（図4-2-3）。具体的には、「展示」部門は文献調査、フィールドワーク、インタビュー調査といった情報収集活動や、いかに来場者にと

って分かり易く表現するかがカギとなるポスター化や設営等が活動内容に含まれる。「体験」部門は来場者とのデコ雑づくり等、「対話」部門は多様な来場者にポスタープレゼン、呼び込み活動等、「協働」部門は多様な来場者へのポスターやビデオを通したプレゼンや呼び込み活動等が活動内容に含まれる。さらに、「協働」部門は、地元キーパーソンとの共同作業や情報収集、他参加団体との連携等が挙げられる。

図 4-2-4 は、HSP②を例として、「展示」「体験」「対話」「協働」の学びの仕掛けと、それを取り巻く体制との関係を示した図である。交流サロンの場を運営するために、大学（地域力発掘サポートネット）は主に企画とコンテンツ制作を担当し、市民は主に行政や実行委員会や参加団体のキーパーソン、関連団体との連絡調整を担当した。また、行政は施設設備の使用調整や情報支援を担当した。

さらに、4つの部門ごとのねらいと効果・課題について検討する（表 4-2-2）。

まず、「展示」部門では、参加学生に地域の観光資源への関心を喚起し、観光まちづくりの理解を促進することをねらいとした。行政職員、まちづくり関係者、まちづくり関心希薄層が熱心に鑑賞する効果があり、それぞれが自立的に学ぶ場所として機能した。参加学生にとっては、自身の学習成果を来場者に説明する機会を得ることとなり、プレゼン力、コミュニケーション力の向上に貢献したと考えられる。しかし、展示物の内容を説明できる参加学生が一部に限定されるほか、展示物の質上げ（分かり易さ、読み易さ）をどのように担保するかが課題といえる。

次に、「体験」部門では、地域文化のイメージ浸透とそれを通した来場者との交流をねら

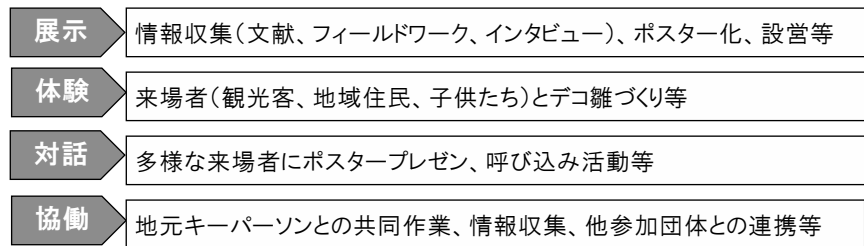


図 4-2-3 HSP における 4 つの学びの仕掛け(概要)

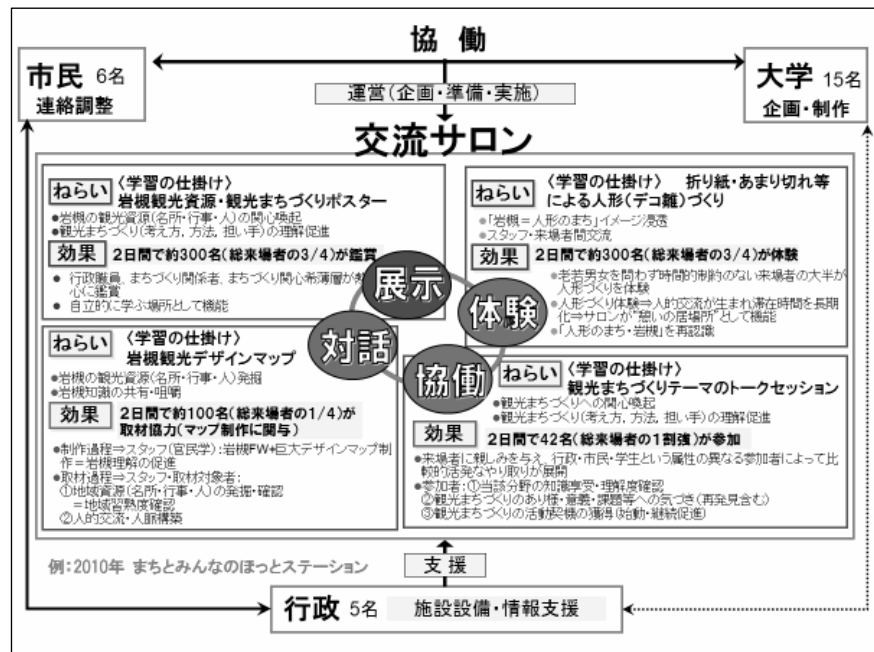


図 4-2-4 HSP の学びの仕掛け関連図(HSP②を例として)

表 4-2-2 4 つの学びの仕掛けの効果と課題

部門	効果		課題
	スタッフ	来場者	
展示	説明経験により展示内容への理解深化	観光やまちづくり関心層以外の層も意欲的に鑑賞	・スタッフの咀嚼不足 ・展示内容・方法の改善
体験	来場者との接触を通じて地域情報・人脈等の獲得	多様な来場者獲得/ (楽しさ)享受/交流契機	・「体験」から「観光まちづくり学習」への転用
協働	地域情報・人脈等の獲得/ 地域習熟度の確認	地域資源の発掘・確認/ 地域習熟度の確認	・効果の意識化の仕掛け ・継続的展開
対話	当該分野の習熟度の確認	当該分野の知識享受、関心養成、 活動契機の獲得	・効果的な運営手法開発



いと。老若男女を問わず時間的制約のない来場者の大半が人形づくりを体験することができた。参加者は参加学生に親近感を覚え、人的交流を図ることができるとともに、滞在時間を延ばし“憩いの居場所”として機能させることに成功したといえる。また、参加学生が参加者と交流する中で地域情報を引き出し、参加学生自らがフィールドワーク等で調査したり、展示物で表した内容について再認識させる効果があった。一方、参加学生によっては人形づくりの助言に偏重した対応となってしまう、来場者の関心を、地域の観光資源やまちづくり全般へと転換しきれない場面も多くみられた。但し、参加学生の問題意識・対応力次第では転換も可能であると考えられることから、人形づくり体験を観光まちづくり学習へどのように転化し得るかが重要課題といえる。

そして、「対話」部門では、地域の観光資源の発掘と、その共有・咀嚼をねらいとした。具体的には、参加学生が事前にフィールドワークを通して取材した地域スポットを大きなマップに落とし込み、その追加取材を来場者に行うことで、マップ制作に関与した。制作過程において地域住民と行政がフィールドワークやインタビュー対象者として関わるため、参加学生にとって地域理解の促進につながる効果があった。また、その際の地域資源（名所・行事・人）の発掘・確認を通して参加学生の地域習熟度を確認することができる。さらに、展示内容は様々な来場者が関心を寄せるため、人的交流・人脈構築に貢献できる。しかしながら、観光資源（名所・行事・人）への気づきから観光まちづくり活動の担い手へ転換させる誘導・着火の機会と方法を継続して考える必要がある。

最後に、「協働」部門では、参加者の地域の観光資源への関心を喚起し、観光まちづくりの理解を促進することをねらいとした。参加学生にとっては、学習成果を発表し、地域住民の意見を聴くことができる機会となっており、行政・市民・学生という属性の異なる参加者による比較的活発なやり取りが展開されることとなった。そこでは、①当該分野の知識享受・理解度確認、②観光まちづくりのあり様・意義・課題等への気づき（再発見含む）、③観光まちづくりの活動契機の獲得（始動・継続促進）が促されたといえる。テーマ提供者が参加学生だったことで来場者に親しみを与える効果があったと推察できる一方で、テーマの選定や運営のあり方に一層の工夫が必要であり、他の部門との連携・協調のあり方（スタッフの分散、来場者の誘導等）についても課題が残る。



写真 4-2-4 各部門の様子  
（左上「展示」、右上「体験」、左下「対話」、右下「協働」）

## 2) 参加学生への意識調査

HSP⑤の運営終了後、HSPに関わった参加学生述べ19名に対して、記名アンケート形式で意識調査を行った（配布/回収期間：2014年10月～12月、配布/回収方法：メール・Web、回収数：13（68%））。HSPの参加学生は、有志で、基本的には課外活動として参加している（一部、卒業論文のテーマにしている学生あり）。HSPでは運営の中心となる参

加学生の他に、開催日にスポット的に参加する学生もいるが、ここでは区別している。また、参加学生として関わった後、大学卒業後、社会人としてスポット的に参加している場合は、そのときの関わり方や感想を聞いている。

質問項目は、表 4-2-3 の通りである。質問項目の内容は「参加形態の確認」「学習効果の確認」「プロジェクト型演習の評価」「地域イベントへの関心」「まちづくり活動への参加意義の評価」「まちづくり活動への関心、参加意欲、現在の課題の確認」「HSP の評価」「その他意見の聴取」として設計し、記述・自由記述方式、5 段階評価 (SA)、4 段階評価 (SA) を適宜用いた。Word 形式のファイルとして参加学生 19 名に対して、メールを用いて回答依頼を行った。なお、同内容のアンケートを Web から入力して答えてもらうことも可能とした。その結果、HSP の各回について参加学生の半数以上アンケートの回答があったため、分析可能と判断した。

表 4-2-3 参加学生向けアンケートの基本設計

No.	意図	質問項目	記入方法
Q1	参加形態の確認	「現役学生」として参加した年に○を付けて、そのときの主な役割についてお教え下さい。また、「卒業後」に来場した年には△を付けて、そのときの滞在時間と行動内容についてお教え下さい。	・記述式
Q2	学習効果の確認	「現役学生」として参加していたとき、印象に残っているエピソードを理由と共に3つ以上挙げて下さい。(3つ以上ある方は、自由に行を加えて書き足して下さい)	・記述式
Q3	学習効果の確認	「卒業後」、来場したことのある方にお聞きします。そのとき印象に残っているエピソードを理由と共に3つ以上挙げて下さい。(3つ以上ある方は、自由に行を加えて書き足して下さい)	・記述式
Q4	プロジェクト型学習の評価	「ほっとステーション」は目的に向かって多様な主体が取り組む「プロジェクト型」で運用していました。この「プロジェクトの中で自ら考え、動くスタイル」を、今現在、どのように評価されますか。(一つに○印)	・5 段階(SA) ・自由記述「理由」
Q5	まちづくり活動への関心確認(参加前)	「ほっとステーション」に参加する前の時点で、イベント型観光まちづくり(「まちかど雑めぐり」のような地域イベント)への関心はどの程度ありましたか。(一つに○印)	・5 段階(SA)
Q6	まちづくり活動への関心確認(現在)	今現在、イベント型観光まちづくりへの関心はどの程度ありますか。(一つに○印)	・5 段階(SA) ・自由記述「理由」
Q7	学習効果の確認	「現役学生」のとき、イベント型観光まちづくりに関わる「まちづくり人」についてどう感じていましたか。具体的にお聞かせ下さい。	・記述式
Q8	まちづくり活動への参加状況	イベント型観光まちづくりのような活動への関わりについてどう考えていますか。(一つに○印)	・4 段階(SA)
	まちづくり活動への参加意欲、課題の確認	上記で4以外に○をつけた方にお聞きします。イベント型観光まちづくりにどのように関わっていきたいですか。既に関わっている方は「現在の状況」と「将来の展望」についてお聞かせ下さい。	・自由記述 ・自由記述(課題と感じていること)
Q9	交流サロンの評価	今現在から振り返って、「ほっとステーション」を総合的に評価して下さい。	・5 段階(SA) ・自由記述「理由」
Q10	その他意見聴取	最後に、何かございましたらご記入下さい。	・自由記述

### ① 参加学生の参加形態 (現役/社会人)

表 4-2-4 は、アンケートに回答した参加学生の HSP 参加回と参加形態をまとめたものである。

HSP①への参加学生は3年生を中心としていた。HSP②、HSP③は、学部4年生が中心となり、後輩学生とともに参加していた。一方、HSP④とHSP⑤は、中心となる4年生を社会人となったOB・OGが支援していた様子が窺える。

アンケートに回答した参加学生のうち、6割以上の参加学生(HSP⑤の参加学生2名を除く11名中7名)が、大学を卒業してからHSPを再訪している。特に2013年は、2012

年に HSP を開催していなかったにも関わらず、学生時代 HSP に参加した多くの社会人が来場した。アンケートに回答した参加学生の中では、4 名が社会人として来場している。

表 4-2-4 参加学生の参加回と参加形態(現役学生/社会人) (n=13)

参加学生 (性別)	参加 回数	第1回 (2009)	第2回 (2010)	第3回 (2011)	第4回 (2013)	第5回 (2014)
12A(男)	4	学生(3年)	学生(4年)	社会人(1年目)	社会人(3年目)	—
12B(男)	3	学生(3年)	学生(4年)	—	社会人(3年目)	—
3A(女)	5	学生(2年)	学生(3年)	学生(4年)	社会人(2年目)	社会人(3年目)
3B(男)	1	—	—	学生(4年)	—	—
3C(女)	4	学生(2年)	学生(3年)	学生(4年)	社会人(2年目)	—
3D(女)	2	—	—	学生(4年)	—	社会人(3年目)
3E(女)	1	—	—	学生(4年)	—	—
4A(男)	2	—	—	学生(2年)	学生(4年)	—
4B(女)	3	—	—	学生(2年)	学生(4年)	社会人(1年目)
4C(女)	2	—	—	—	学生(4年)	社会人(1年目)
4D(男)	2	—	—	学生(2年)	学生(4年)	—
5A(男)	1	—	—	—	—	学生(4年)
5B(男)	1	—	—	—	—	学生(4年)

※参加学生の記号は「回次+アルファベット」としている。回次は中心となって活動した回次を指す。12Aは第1回・第2回の中心となった学生A、4Aの学生は第4回の中心となった学生Aという意である。「—」は不参加。

## ② 学習効果の確認

表 4-2-5 および表 4-2-6 は、質問項目 Q2、Q3 の内容をまとめたものである。

表 4-2-5 現役学生時、印象に残っているエピソードの順位と内容(Q2のアンケート結果より)

ラベル計 (①位-②位-③位)	現役学生時、印象に残っているエピソードの順位と内容 (記述は意味の変わらない程度に編集) n=13												
後援者 (市民・先輩学生)との交流 13(6-4-3)	①地域の方々との出会い	①駅前で声をかけられたこと。	①実際にまちを歩き、インタビューを行ったこと。	①運営サイドの方々へのビデオインタビュー	①インタビューに関する様々な意見を聞いたこと	①商工会の方や街の人々に話を聞いて回った事。	②ゼミ生との出会い	②先輩や後輩との関わり	②毎年来場して下さる人、活動を覚えて下さり話ができること。	②ボランティアさんが声をかけて下さり多くの来訪者の前で呼び込みが出来た事。	③お世話になった青年会議所の方が来場して下さったこと	③裏方の作業を多く見られたこと。	③ボランティア活動をしている方々と活動ができたこと。
作業プロセスでの気付き 11(4-1-6)	①深夜も暇ずにポスターを作成したこと	①先輩方の熱い気持ち伝わったこと	①毎日研究室に通い、終電まで作業したこと	①先輩方と少しの時間ではあるが共に活動ができたこと	②地域活動体験の全行程をポスターにして紹介できたこと	③まち歩きマップ作成し、展示できたこと。	③撮影したビデオの感想を聞いたこと。	③試行錯誤を繰り返した事	③後輩たちの成長	③こだわりを持つ事	③倒れた仲間のために		
来場者との交流 10(3-7-0)	①隣のブースで中学生ボランティアの子と友達になる。	①私も参加してみたいと言われた一言	①過去、複数回に渡ってお越しいだいた方も多くいらした事	②保育園の学童の子達が来ってくれたこと。	②多くの地域の方々が関わることが出来た。	②自分たちがチラシを渡した方が会場にきてくださったこと。	②おじいさんの笑顔が輝いて見えた事	②ほっとステーション当日の来場者の方との接触。	②深く関心のある方々が多からず複数回いらした事	②デココーナーで今年の子どもの交流			
自身の経験 4(0-0-4)	③ポスター内容を伝えられ自信になった。	③見ず知らずの人に話しかけ、自分たちがやった活動に関して説明すること	③まちかど雑めぐり期間に実際にまち歩きを行ったこと	③岩機をFWした際に社会インフラに目が行った									

表 4-2-5 (Q2) は、現役学生時、HSP で印象に残っているエピソードのベスト 3 を挙げてもらったもので、学習効果となり得る要素を確認することが目的である。結果をカテゴリ別に整理してみると、「後援者(市民・先輩学生)との交流」、「作業プロセスでの気付き」、「来場者との交流」、「自身の経験」であった。中でも参加学生がもっとも印象に残ってい

たのは「後援者（市民・先輩学生）との交流」で、ベスト1として挙げている参加学生が最も多く、また、ベスト3までの累積を見ても同様の結果となった。内容からは、市民ボランティアの方々との交流や、先輩学生との交流等が、学年単位で活動することが多い大学生活の中であって、貴重な社会経験となっていた様子が窺える。また、地域イベントを支える方々の思いや、準備のための作業を見聞きし手伝ったという経験も、日常生活の中では得難い経験であったことが読み取れる。さらに、「作業プロセスでの気付き」では、地域イベントに出展するという緊張感の中、スタッフからの叱咤激励、後援者の期待等も相まって、よりよい成果物を作成するために試行錯誤をした経験に価値を持ったと考えられる。また、「来場者との交流」については、そのようにして作成した成果物を、来場者から直接間接に評価される機会を持ったり、自身の行動によって貢献したりすることによって、プロジェクトの中で役割を果たした経験が大きいといえる。加えて、「自身の経験」として、プレゼンテーション、フィールドワークといった活動そのものを挙げた参加学生もいた。

表 4-2-6 卒業後参加時、印象に残っているエピソードの順位と内容（Q3のアンケート結果より）

ラベル計 (①位-②位-③位)	社会人として参加した際、印象に残っているエピソードの順位と内容 (記述は意味の変わらない程度に編集) n=6				
後輩との交流 5(2-3-0)	①現役時代に作ったポスターを、後輩が一生涯懸命、手振り身振りで来場者に説明している姿。	①ブース(デコ雑)がパワーアップして続いていたこと	②デコ雑の継続	②現役時代の自分を思い出すことが出来る。	②現役生が生き生きと活動している様子
来場者との交流 5(1-2-2)	①卒業してからまた出会えた岩槻の方々	②実行委員会の方や市民ボランティアの方々が、OBとしてまた岩槻に戻ってきてくれたことに喜んでいただけしたこと。	②来場者と話をすることで、自分自身の仕事・生活・地域活動に関することを考えるようになったこと。	③呼び込みを外に出て、今の仕事や現役時代を思い出した	③毎年来場されている方や、岩槻が好きという思いから地域活動を行っている人の話を聞いたこと。
気付き 4(2-0-2)	①思ってもみなかった健康相談ブースができていたこと	①学生の頃は見えなかったことが見えるようになったこと。	③もう一度、岩槻で何かやりたいと思う。	③地元の高校生の活動の紹介があったり年々関わりが広がっている	
場の評価 2(1-1-0)	①卒業しても、集まる場所があると改めて思った。	②卒業しても岩槻でお世話になった方や、先輩、後輩たちとの交流の場になるということ			

一方、表 4-2-6 (Q3) は、卒業後、社会人になってから HSP に参加したとき、印象に残ったことをベスト3として訊いた内容をまとめたものである。今回アンケートに答えてくれた13名のうち7名が対象であり、内6名が回答している。現役学生時と同様、「後輩との交流」、「来場者との交流」を挙げる一方で、現役学生時と比べての「気づき」や、現役学生時にはなかった「場の評価」を挙げていることが特徴といえる。内容に着目すれば、「現役時代の自分を思い出すことが出来る」「今の仕事や現役時代を思い出した」といった、現役学生の活動に触れることによって、自身の学生時代の成果を少し引いた立場から確認している様子や、再会した地域の方々との交流に喜びを感じている様子が窺え、HSPの交流の場としての貴重性に気付き、それを評価していると考えられる。

### ③ HSP の評価とまちづくり活動・地域イベントへの関心喚起

プロジェクト学習 (PBL: Project Based Learning または Problem Based Learning) は、専門的な知識や思考力に加えて、コミュニケーション能力やプロジェクト遂行能力といった実践知を伸ばすために注目されている。HSP はまさに、実践的な課題に対して、参加学生が一定期間自律的に関わるプロジェクト学習を企図して設計されている。

参加学生からの評価としても、「役立った」「まあ役立った」と13名中12名（92%）が答えており、実践的な活動がプロジェクト学習として機能していることを裏付けたといえる（図4-2-5）。HSPそのものについての評価も、アンケート回答者の全てが「とても意味のある経験」と答えていることも関連していると考えられる（図4-2-6）。

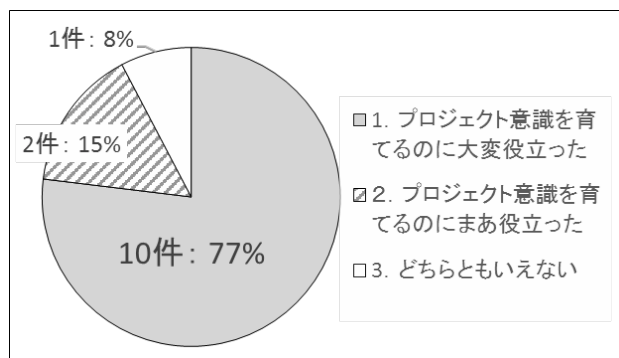


図4-2-5 プロジェクト学習としての評価  
(Q4より作成) n=13

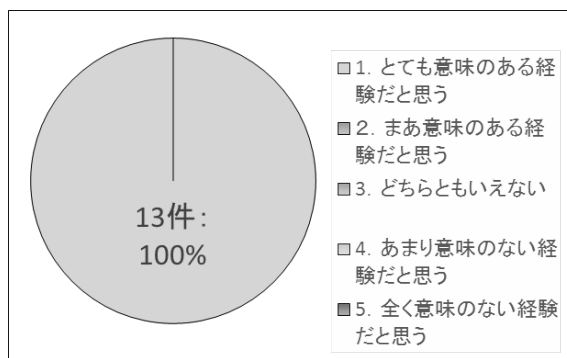


図4-2-6 HSPの評価  
(Q13より作成) n=13

アンケートに回答した参加学生の中で、その時点においてまちづくり活動に関わっている学生は少なく、僅か13名中1名（8%）であった（図4-2-7）。しかし、今後のまちづくり活動については、「積極的に関わりたい」「少しでも関わりたい」と12名中10名（1名は未記入）が答えている（図4-2-8）。それゆえ、HSPを通して、参加学生にまちづくり活動の魅力を様々な伝えることに成功したといえ、その結果として関心を喚起できたといえよう。

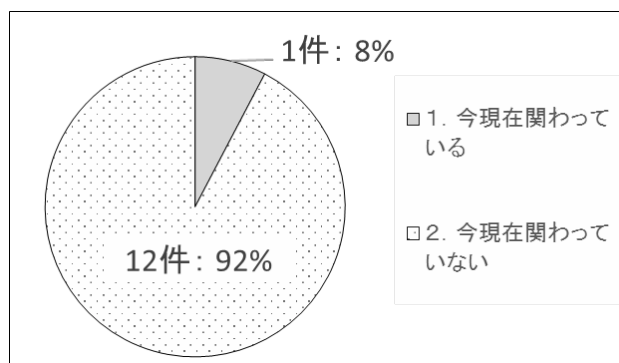


図4-2-7 現在のまちづくり活動への参加状況  
(Q8より) n=13

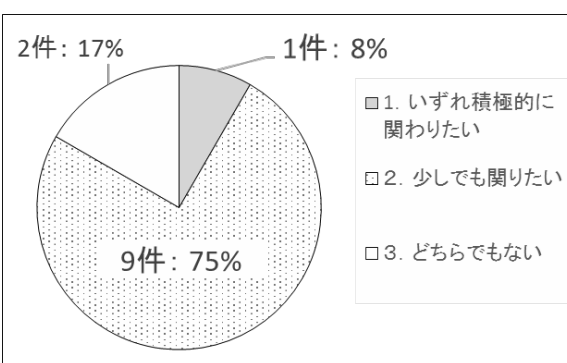


図4-2-8 今後のまちづくり活動との関わり  
(Q8(2)より) n=12

さらに、Q8(3)では、具体的にどのように関わりたいかを訊いている。参加学生が卒業後についての職種は、建築、飲食、サービス等、様々である。しかも、HSPでは、岩槻出身者ではないにも関わらず、岩槻を中心に地域活動を丹念に調査することとなった。その結果、社会人1年目、2年目の状況としては難しいとしていながらも、以下に挙げるコメントのように、将来的には何らかの形で地域貢献したいとの希望を表明している。

- ・ある程度時間の余裕ができるようになったら、自分の住んでいるまちのことから、何か関わっていききたい(12A)
- ・学生時代に関わってきたさいたま市や、その時に知り合った方々とも連絡を取りたい(12A)
- ・自分のお店を出して、そのまちを活性化させたい！(12B)」「ホットステーションのような場所で当日スタッフとして関わることが出来れば良いなと思う(3A)
- ・将来、家庭を築き子どもが出来たときに子どもが安全に暮らせる様な活動に関わっていききたい(3B)
- ・観光とは限らないかもしれませんが、地域のイベントや人との交流ができる場所に関わってほしい(3C)
- ・将来は自分も家族ぐるみで地域のイベントに積極的に関わっていききたい(3E)
- ・身近なものからチャレンジできたらと考えております(4B)
- ・地域を盛り上げられるような人になりたい(4C)
- ・休日に可能な範囲で関わっていききたいと思っています(4D)

そして、本経験を意義のある経験だとした理由について (Q9(2))、以下のようにコメントしている (一部抜粋)。

- ・大学時代に HSP に関わり、先生方や、地域のプロデューサー的な方々の動きを見て、自分のなかで、そのプロデューサーという存在が大きく意識するものになりました。現在は仕事の中でもプロデューサーを意識して行動するようにしています(12A)
- ・人生を変えたターニングポイントのひとつである！人と接するのが苦手な私が今接客業を選び働いているという現状。この体験により変化しました(12B)
- ・ホットステーションでは、「経験」を武器にして人と関わることができ、知らぬ間に人と話すことに関しての苦手意識が自然と消えていった気がする。自分が一番驚いている(3A)
- ・接点のない大人と話すことのできる大事な機会でした(3B)
- ・人と触れ合うことで地域に対して愛着も湧き、自分の地元はどうなんだろう？とか有名な観光地ではどうしているんだろうとか、地域に目を向けるきっかけにもなりました(3C)
- ・仕事の取り組み方を学べたこともとても大きいですが、一緒に活動した仲間たち、お世話になった方々、その場でかかわった地域の方やお客さんとの関わりが今まで経験したことがなく、人と人との繋がりが大切なんだということが実感できた活動でした(3D)
- ・初めての外部の方を巻き込んだプロジェクトの参加で、すべてが初めてで、こんなにも大変なのかということが分かりました(3E)

以上から、参加学生が、地域でのプロジェクト学習を実施することを通して、プロジェクトの技術的なノウハウが蓄積されただけでなく、その後の地域観をそれぞれに醸成することに成功したといえる。

ここで、試みに、HSP の参加学生の中で中心的に活動した 12A (N さん) について、成長曲線を表してみる。その際に、横軸を時間として、縦軸を「地域と社会」と置き、参加学生の意識と行動の強弱として、参与観察、対象へのヒアリング、アンケート等の結果から分析することとした。

参加学生 12A (以下、N と表記) の成長イメージ曲線は、図 4-2-9 の通りとなった。N は、もともと漠然とした関心から、観光・まちづくり関係のゼミに所属していた。HSP ①は学部 3 年生のとき、就職活動中、進路について模索する中で参加している。HSP ①のときに、「地域」への意識と行動を強めたのは、地域情報への気付き、地域の方々との触れ合いであったと考えられる。インタビュー調査、フィールドワークといった社会調査手法や、会場で来場者にプレゼンするといった行為を内省している様子は、アンケートのコメントから明らかであった。また、「社会」への意識と行動を強めたのは、地域のキーパーソンに接する際に、大学や家庭以外の第三者と、まずは見よう見まねで対応すること

で、自ら働きかけることによる関係の作り方、コミュニケーションの取り方について学ぶきっかけになったといえる。さらに、自らが制作した展示物の評価を、大学の成績と関係なく、いわば参加学生 N 自身を評価されていることを自覚すること

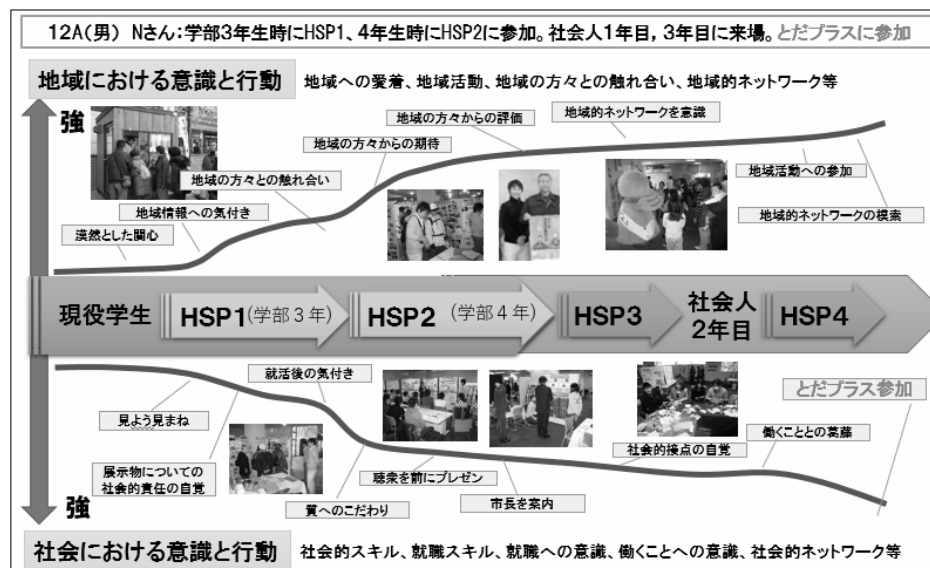


図 4-2-9 参加学生 12A(Nさん)の成長イメージ

とで、社会的責任について強く認識したといえる。これらは就職活動ともリンクして、参加学生を大きく成長させる土台になっていたと考えられる。HSP②は、Nの卒業直前に開催されている。そこで、Nは、前回HSPでも中心的に活動していたこともあり、地域からの期待を人一倍感じながら取り組むこととなった。そして、その期待に少なくとも応えられたと実感することが、地域における意識を強めたといえる。HSP②では、展示物の質にこだわりを見せ、トークセッションでは話題提供を務め、来場した市長を案内する等、際立った成長をみせている。

こうして卒業を迎え、社会人1年目に開催されたHSP③、社会人3年目に開催されたHSP④に来場している。そこでは、現在の仕事と地域活動がしたいという思いとの葛藤を吐露しており、2016年11月に開催された「とだプラス」への誘いに応じて参加している。社会人になってからのNの葛藤は、アンケートでは、観光まちづくり活動へ関わる際の課題(Q8(3))として、次のように記述されている。

・今私がいるのが建築業界なのですが、本来であれば一番まちづくりに関係がある業界のはずなのに、時間的にも、経済的にも一番関わりにくい業界だということ。また、私自身も仕事に埋没すると、その他のことが疎かになりやすいので、時間の使い方も含めて自分の課題です。

職業としての仕事と地域活動との関係性、時間の使い方(ワークライフバランス)についての葛藤は、いわば、若年層の地域活動への参画をめぐる課題ともいえる。翻って見れば、地域社会へどのように入っていたらいいか、そのためのスキルを身に付けるにはどうしたらいいかといった悩みを抱えておらず、HSPが地域活動の担い手候補を育んだ証左といえるのではないだろうか。また、以上のような成長要素は、参加学生それぞれの個別の事情による違いが認められるものの、HSPの参加学生に共通していることが、参与観察、アンケート、事後ヒアリングによって現在までに示唆されている。

### (3) ほっとステーションプロジェクト (HSP) の総括

これまでの内容を踏まえて、本項では HSP を総括する。

#### 1) 参加学生が地域と接点を持つ仕掛け

PDCA は、Plan (計画)、Do (実行)、Check (評価)、Act (改善) のプロセスを順に実行するマネジメントサイクルを指しており、ビジネス分野はもとより、様々な場面で応用されている。HSP をこのサイクルに当てはめてみると、プロジェクトの中で、または次回に受け継がれる形で PDCA サイクルを回しながら展開されてきたと説明できる (図 4-2-10)。

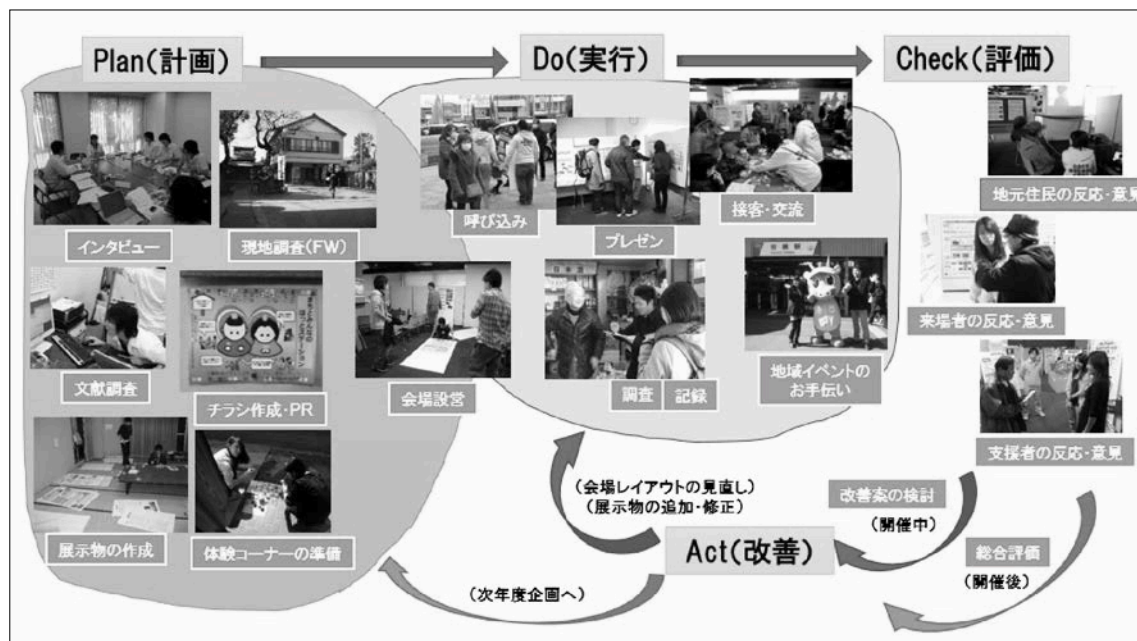


図 4-2-10 HSP における地域と接点を持つ仕掛け(PDCA による整理)

PDCA に当てはめて HSP について考察すると、HSP は 4 つの学びの仕掛けとして「展示」「体験」「対話」「協働」の各部門があるが、それぞれの要素として、インタビュー、文献調査、フィールドワークといった調査手法、チラシや展示物の作成といった表現手法、体験コーナーの準備では材料の在庫管理といった経営手法を複合的に用いて計画 (Plan) する必要がある。次に HSP 開催当日は、呼び込み、プレゼン、来場者に対する接客や交流、調査、記録、そして地域イベントのお手伝いといった多様な活動を実行 (Do) することとなる。その結果として、現場で、または事後に、来場者や地元住民、支援してくれる方々の反応や意見を評価 (Check) としてそれぞれに受け取ることになる。そして、それらを受けて、開催中であれば、会場レイアウトの見直しや展示物の修正をしたり、改善案を検討して実施 (Act) することになる。参加学生がそれぞれの立場で、コミュニケーションの方法や、プレゼンの方法を改善する場合もあるだろう。さらに、開催後は、その経験が次回の計画 (Plan) に活かされるのである。HSP では、その効果として、良い部分を踏襲しながらも、毎回、何らかの新しい企画やコンテンツがあるため、それを楽しみに来る来場者も少なくなかった。また、社会人となって再訪した参加学生も、その点を気づきのポイントとして挙げていることから PDCA サイクルの有用



性が確認できる。参加スタッフの実感としても、そのことが参加学生の個性を磨き、能力を向上させることに繋がっているとの意見が挙げられている。

以上をまとめれば、「展示」「体験」「対話」「協働」の部門による学びの仕掛けを、PDCA サイクルを回しながら運用することが、地域との接点を持つ仕掛けとして有効に機能させるために重要であったといえる。

## 2) 参加学生及び地域にもたらした効果

参加学生及び地域にもたらした効果についてまとめたのが、図 4-2-11 である。以下では、その詳細について述べる。

### ① 参加学生による気づき・学習効果

参加学生は、HSP 活動を通して、改めて地域の魅力・課題や、関係主体である住民・行政・企業等の存在を確認している。したがって、参加学生による地域の再発見、気づきのために HSP が果たした効果は非常に大きいといえる。

観光まちづくり活動に対しても、参加学生は、HSP によるプロジェクト学習を通して、「来訪者と対話・交流効果」の側面から特に実感している。また、関係主体（行政・企業・商店街・住民等）との協働により、当該活動の可能性と課題について認識を深めている。関係主体間の連携・協調体制の重要性を、その開催プロセスの中で気付かせる効果もあった。もちろん、参加学生は、その中で試行錯誤を関係主体と共に経験しており、含まれる課題やキーパーソンの存在・役割を確認する効果もあった。

以上を総括すれば、HSP を進める際には、「地域や関係主体の情報」を把握し、「把握した情報」の整理・集約し、それに基づき、企画や戦略を立案・実施する手順が重要となる。また、活動を進める上で必要な情報・資金・アイデア・人的ネットワーク等は、自ら動きながら獲得する余地があるようにしておく必要がある。すなわち、地域の現場で主体的に考え動くには、自身の対話力・企画力・調査力等に加え、協働作業の進め方・心構え・ルール等（例：各活動の進行管理）への心得が重要となるためである。それら活動を通して、参加学生は、観光まちづくり活動の進め方・手法・能力を実践的に学ぶことができる。無論、参加学生それぞれに、上記要素があたえる効果の強弱があることは否めないが、総じて、参加学生の観光まちづくり活動への関心・意欲がより向上する効果があると

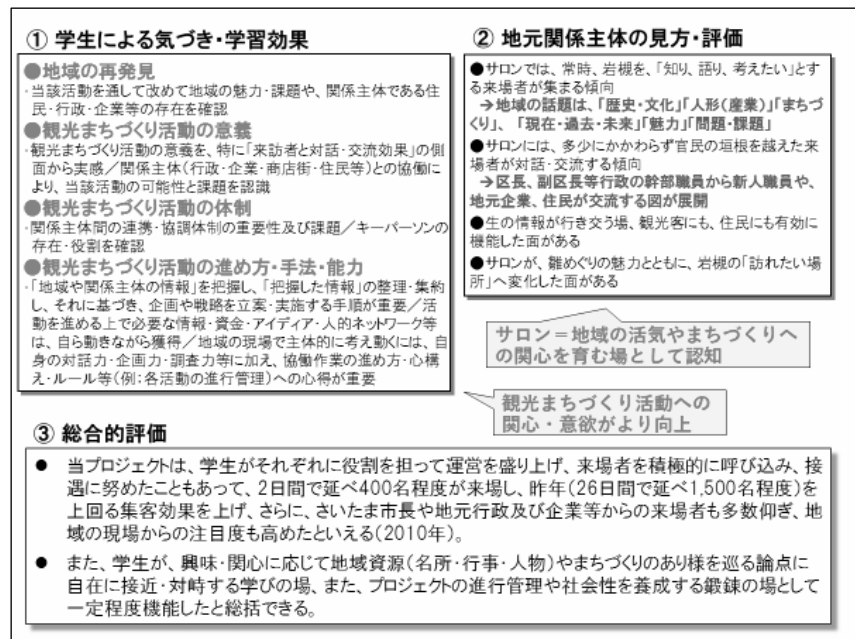


図 4-2-11 HSP の総括

いえる。

## ② 地元関係主体の見方・評価

HSPでは、岩槻を「知り、語り、考えたい」とする来場者が集まる傾向があった。このときの話題は、「歴史・文化」「人形（産業）」「まちづくり」の「現在・過去・未来」「魅力」「問題・課題」に大きく分かれていた。また、官民学の垣根を越えた来場者が対話・交流する傾向が多少にかかわらずあったことが特徴である。実際、区長、副区長等行政の幹部職員から新人職員や、地元企業、住民、そして学生が交流する姿が、自然発生的に展開されていた。HSPは、生の情報が行き交う場であり、観光客にも、住民にも有効に機能した面がある。そして、HSPが、雛めぐりの魅力とともに、岩槻の「訪れたい場所」へ変化した面があるといえる。すなわち、HSPは、地域の活気やまちづくりへの関心を育む場として認知されていたといえる。

## ③ 総合評価

HSPは、参加学生がそれぞれに役割を担って運営を盛り上げ、来場者を積極的に呼び込み、接遇に努めたこともあって、各回とも多種多様な関係者が集う場となっていた。また、さいたま市長や地元行政及び企業等からの来場者も多数仰ぎ、地域の現場からの注目度も高めたといえる。そして何よりも、参加学生が、興味・関心に応じて地域資源（名所・行事・人物）や観光まちづくりのあり様を巡る論点に自在に接近・対峙する学びの場として、また、観光まちづくりに必要なプロジェクトの進行管理や社会性を実践的に養成する鍛錬の場として、一定程度機能していたと総括できる。

## 【第4章2節参考文献】

大西律子・富澤浩樹(2010)：“人形のまち岩槻まちかど雛めぐり（2010）”における官民学協働による交流サロンの試験的運用，日本観光研究学会全国大会学術論文集，25号，pp.399-400.

大西律子・富澤浩樹(2013)：観光まちづくりケーススタディ・テキスト さいたま市岩槻区における市民主導型イベント“人形のまち岩槻 まちかど雛めぐり”，目白大学社会学部地域社会学科大西律子研究室制作・監修、地域力発掘サポートネット協力，2013年9月30日.

富澤浩樹・大西律子(2010)：観光まちづくり活動における学生参画システムの構築ーさいたま市岩槻区における住民主導イベントにおける学生ボランティアの関わり実績からの提案ー，日本観光研究学会全国大会学術論文集，25号，pp.401-402.

富澤浩樹・大西律子・津々見崇(2010)：イベント型観光まちづくりにおける担い手の参加意識に関する定性情報の収集と活用の試みー人形のまち岩槻まちかど雛めぐりを対象として，日本観光研究学会全国大会学術論文集，29号，pp.427-428.

# 第5章 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の試験的導入(設計・運用)

## 1. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計枠組み

本節では、地域で試験的に運用するための、若年層向け「まち意識育成プログラム」(戸田市の若年層の「まち意識」を孵化・育成し、コミュニティベースドでの動き出しを契機するための機会・場)の基本設計に有用な枠組みを確認する。

第3章でみた通り、当該分野(若年層と地域との関わり等)の既存研究は、近年特に人口減少地域で導入が図られている「地方と若者を結びつける取り組み」に関する実践報告等はあるものの<sup>69)</sup>、若者の「まち意識(「地域リソース(人・場所・ライフスタイル・イベント等)への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向(趣味・学習活動/地域活動・まちづくり志向)」の総称)」に着眼し、その孵化・育成に論点を据えた実証的研究はほとんどなされていないのが現状である。

そのため、若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)<sup>70)</sup>の設計枠組みの検討に際しては、1)筆者らの先行研究(市民対象のまちづくり学習機会の設計に関する実証研究)

表 5-1 筆者らの先行研究(雑誌論文を抜粋)

雑誌論文	
2005	ビデオ開発型まちづくり学習プログラムの実験的運用に関する研究、目白大学総合科学研究、第2号、pp.42-65
2005	観光まちづくりにおける「まち理解副読本」開発プロセスに関する研究—さいたま市岩槻区の事例、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第20号、pp.41-44
2006	市民参加型観光地づくりに向けて～観光地づくり学習の手法と可能性、これからの観光地を考える—諸領域からの観光への視察～、国土交通省国土技術政策総合研究所、pp.60-72
2006	観光まちづくり学習プログラムにおける電子掲示板の実験的運用に関する一考察、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第21号、pp.41-44
2006	まちづくり学習の実践と課題—市民参加によるまち理解副読本開発、目白大学高等教育研究、第12号、pp.139-149
2007	市民のためのまちづくり学習プログラムの基本設計に関する研究、目白大学総合科学研究、第3号、pp.39-152
2007	観光まちづくり学習の基本設計に関する考察、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第22号、pp.365-366
2007	メディア開発プロセスを利用した観光まちづくり学習の試験的運用、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第22号、pp.367-368
2008	インタビュー実習型まちづくり学習プログラムの基本設計に関する研究、目白大学総合科学研究、第4号、pp.47-60
2008	高等教育における市民性養成プログラムの検討—インタビュー実習の試験的運用を中心に—、目白大学高等教育研究、第14号、pp.231-248
2008	「自己表現演習」の取り組みを振り返って—現代学生の大学教育アダプテーションに向けた「基礎的な学習プログラム」実践の一考察、目白大学高等教育研究、第14号、pp.195-210
2008	メディア開発を用いたまちづくり学習の実践と課題—さいたま市岩槻区における親子のためのまち理解副読本開発プログラムの運用過程を対象に—、財団法人住宅総合研究財団住居教育委員会、「住まい・まち学習」実践報告・論文集、第9号、pp.107-112
2008	観光まちづくり学習の運用プロセスに関する研究—さいたま市岩槻区における官学協働による試み、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第23号、pp.297-300
2009	インタビュー調査実習(社会調査士認定科目)の設計と運用、目白大学高等教育研究、第15号、pp.119-126
2009	大学生の基礎学習段階における「情報収集」学習プログラムへの試み、目白大学高等教育研究、第15号、pp.113-118
2010	観光まちづくり活動における学生参画システムの構築—さいたま市岩槻区における住民主導イベントにおける学生ボランティアの関わり実証からの提案—、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第25号、pp.401-402
2010	「人形のまち岩槻まちどろめくり(2010)」における官民学協働による交流サロンの試験的運用、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第25号、pp.399-400
2011	まちづくり現場での問題解決を前提とした「まちづくり学習」の設計と運用—インタビュー実習工程を導入した講座の提案—、地域活性化研究、第2号、pp.3-16
2014	イベント型観光まちづくりにおける地元の参加意欲に関する定性情報の収集と活用の試み—人形のまち岩槻まちどろめくりを対象として—、日本観光研究学会全国大会学術論文集、第29号、pp.427-428
2014	生涯学習サポーター養成講座におけるまちづくり学習スキームの試験的導入に関する基礎研究—実際の地域活動への接続を意図した学習プログラムの設計・運用を対象に—、地域活性化学会研究大会論文集、第6号、pp.54-57
2015	官学協働による「まちづくり学習プログラム」の設計・運用に関する基礎研究—埼玉県戸田市におけるまちづくり活動への接続を視野に入れた学習プログラムの展開を中心に—、地域活性化研究、第6号、pp.279-288
2015	観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用：活動に必要な基礎力養成を旨とした学習スキームの導入と実践を中心として、日本観光研究学会全国大会学術論文集、30、pp.13-16
2016	巻頭言(特集—観光まちづくりの担い手をどう育てるか—現場からのエッセンス)、日本観光研究学会論文誌、vol.27-2、pp.2-3
2016	観光まちづくりリーダーの養成を目的とした学習装置に関する基礎研究—協働活動の促進に有用なファシリテーション能力の養成に着目して—、地域活性化学会第8回研究大会論文集、pp.160-163
2016	観光・まちづくりの活動主体に有用な地域コミュニケーションスキル養成プログラムの試験的運用：映像アーカイブを活用した初心者向け「学びの仕掛け」の設計・実践を対象として、地域活性化学会研究大会論文集8、pp.251-254
2016	特集に寄せて(特集—観光情報をつかいに生み、届ける—地域における発信主体の視点から)、日本観光研究学会論文誌、vol.28-1、pp.4-7

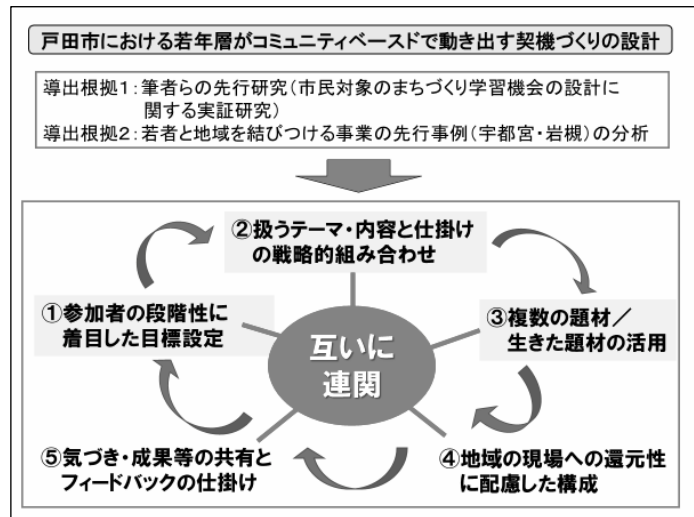


図 5-1 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の設計のための枠組み

69) 住吉廣行(2008):「地方発の地域経済立て直し」政策コンペ政策提案書「地域に定着する若者の育成」とそれを支える「産・官・学連携の地域づくり」(4.内閣府提案書,第2部 大学改革・教育改革の「今」),地域総合研究,第8号,pp.205-210、地方自治研究機構(2015):若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究 等。  
70) 本稿では、地域で実際に実証実験を行なうためのプログラムという意味で、パイロット版と称する。

(表 5-1)、2) 第 4 章で詳述した、若者と地域を結びつける事業等の事例研究(宇都宮・岩槻)、の 2 点から得られた知見を手掛かりとし、最終的には、図 5-1 の 5 つの枠組みを試験的かつ応用的に導入する。具体的には、①若年層の「まち意識」の振り幅に配慮し、その段階性(後述)を見定めた上で、段階に適した本プログラムの目標設定を行うこと、②本プログラムで扱う「テーマ・内容」と「気づきの仕掛け」については参加者の「まち意識」の段階に適したものを選び、両者を効果的に組み合わせるよう配慮すること、③本プログラムでは、参加者の「気づきの教材」を複数用意し、特に「生きた教材(ロールモデル)」を効果的に活用すること、④参加者が本プログラムを通じて、地域の現場で実際に動き出せるよう、現場への還元性を考慮した構成(内容・仕掛け)とすること、⑤本プログラム内での気づき・成果等を参加者同士が互いに共有し、それが参加者個々へ確実にフィードバックされる仕掛けを盛り込むこと、の 5 点である。

なお、今回のプログラムの基本設計は、これら 5 点に準拠しつつも、個々の要素が相互に連関・連動する性質である点も十分視野に入れ進めるものとする。

## 2. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の基本設計

### (1) 設計の枠組み①: 若年層の「まち意識」の段階性に着目した目標設定

#### 1) 若年層の「まち意識」の段階性の捉え方

図 5-2 は、筆者らが、10 年以上に亘って、地域の現場でまちづくり学習<sup>71)</sup>の試験的導入を継続しながら実証研究を重ね精緻化した「まちづくり学習参加想定者 5 段階モデル」である。想定されるまちづくり学習の参加者を、「まちづくり」への知識や行動の程度によって 5 段階から区分している。このモデルでは、〈まちづくり〉についての知識はほとんど無いが、その〈まち〉に住み、買い物や子育て等の日常的行為を通じて、〈まち〉についての興味・関心を潜在的に有する、或いは本来有すべきであろう層を Level 0 とし、一方、行政とほぼ対等の立場でまちづくりに主体的に取り組める上級者(「まちづくりプロデューサー」と呼ぶ)を最も高度な Level 5 とする、そしてこの間に、初心者、初級者、中級者、の 3 階層を設け、市民のまちづくりレベルを大凡 5

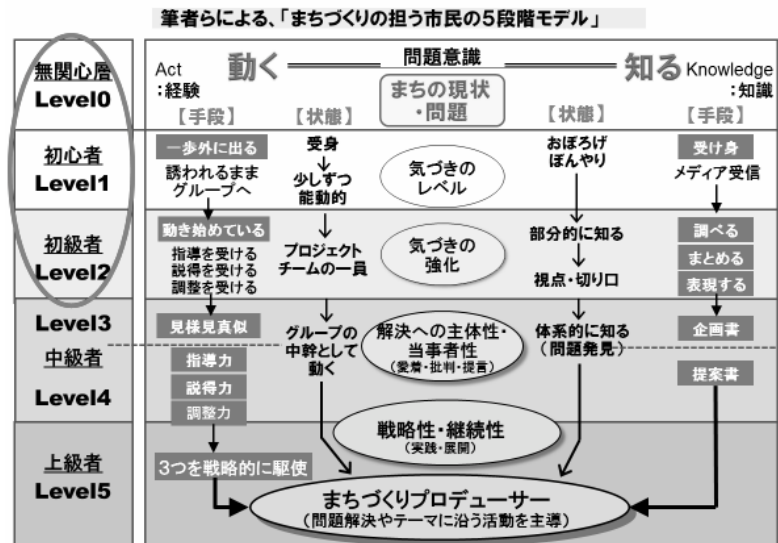


図 5-2 参加者想定者の5段階モデル

この間に、初心者、初級者、中級者、の 3 階層を設け、市民のまちづくりレベルを大凡 5

<sup>71)</sup> 筆者らは、「まちづくりに主体的に関わる資質を、問題意識・構え・能力・技術の面から養成する機会」と定義。

階層から捉えている。

このモデルによって、まちづくり学習の参加想定者を、Level 0～Level 5 の各層に区分し、レベルに応じた学習目標を、〈まちを知る〉(Knowledge)、〈まちで動く〉(Act)、の2軸から細かく設定し、その上で、その達成に適した手段(学習方法及び学習内容)を選定し、参加想定者に有益なプログラムを適切に練り上げることが可能となる。

今回の若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の参加想定者(以下、「中心の対象層(もしくはターゲット)」と呼ぶ)は、第2章からも明らかなように、「地域に潜在的には関心があってもコミュニティベースでの動きには至っていない層」、つまり当モデルでいえば、大凡Level 0・1・2(まちづくりを「知る軸」でいえば、無関心層／おぼろげ・ぼんやり／部分的に知る)に位置づく層と考えられる(図5-2の左上の長丸枠に相当)。この点を前提としながら、次項では、今回のプログラムの中心の対象層を、当該分野の筆者らの先行研究<sup>72)</sup>や昨年度調査の結果<sup>73)</sup>等を交えてより具体的に検討する。

## 2) 中心の対象層となる若年層の想定と目標の設定

『平成22年国勢調査』<sup>74)</sup>によれば、戸田市における若年層(20代・30代)の就業率は94.4%(その内戸田市以外の自治体への勤務者は67.9%)に上っている。すなわち、若年層は、文字通り「働く世代」という図式で捉えることができる。そこで、本プログラムでは、戸田市に在住あるいは関係する「20代～30代(実験上は40代までも含む)」<sup>75)</sup>で、「職業を持ち、自立的に働いている若年層」に、少しでも地域への関心を高めてもらい、何らかの動き出す契機を付与できないかという観点から、この層を中心の対象層に設定する。当該層については、地域との接点を比較的築きやすいとされる「子育て世代」というカテゴリーで捉えることも可能であるが、本プログラムでは、むしろ様々な要因において、「従来地域との接点を持ち難かった人たち」と、「多くの時間を地域ではなく仕事先で過ごしている人たち(よって、地域を起点とする動き・活動に制限がかかる人たち)」を中心のターゲットに据えることで、その対象層に地域との接点をどのように持たせ得るのか、地域へのおぼろげながらの関心をどのように具体的な動き・活動へと転換させ得るのか等を実証実験により明らかにする。より具体的には、図5-3の通り、戸田市内外で地域を拠点にまちづくりや地域活動に積極的に参加している層ではなく、むしろ地域内外で学業(学生)及びビジネス(正規社員・職員、非正規、事業主等)に時間や価値の比重を置いている層を対象化しようということである。当該層は、2015年の筆者らの調査<sup>76)</sup>によれば、

72) 大西律子他(2005):まちづくり学習プログラムの開発とその手法に関する実証的研究—まちづくりへの男女共同参画を促進する第一歩として、平成16年度さいたま県男女共同参画推進センター共同研究報告書、埼玉県男女共同参画センター他、前出の表5-1の実績が主な先行研究。

73) 詳細は第2章を参照のこと。戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016):戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究(共同研究中間報告書)

74) 『平成22年国勢調査』の結果より算出。なお、『平成27年国勢調査』の埼玉県のデータは2017年3月15日現在で未公表。

75) パイロット版の対象層として40代も含める理由は、①40代から20・30代当時のまち意識等を翻って反応を探ることが可能となる、②30代との接続性という意味では40代のパイロット版への反応を探ることも有用と判断した。

76) 脚注73と同様。戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016):戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究(共同研究中間報告書)

「まち意識」（「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向（趣味・学習活動／地域活動・まちづくり志向）」の総称）を程度の差こそあれ有しているが<sup>77)</sup>、それらの意識が、実際に地域での動きや活動へ結びつかない傾向が強いことがわかっている。よって、本プログラムでは、上記の特徴を有する中心的対象層が、戸田市で前向きに（充実した）時間を過ごしていく実感値を得ることを最終目標として、①対象者それぞれに潜む「まち意識」の孵化・育成、すなわち対象者が、現状の「まち意識」を少しでも醸成すること（次項の図5-4参照）、また、②その「まち意識」を地域での実際の動き・活動へ転換させる契機を得ること、の2点を目指すものとする。

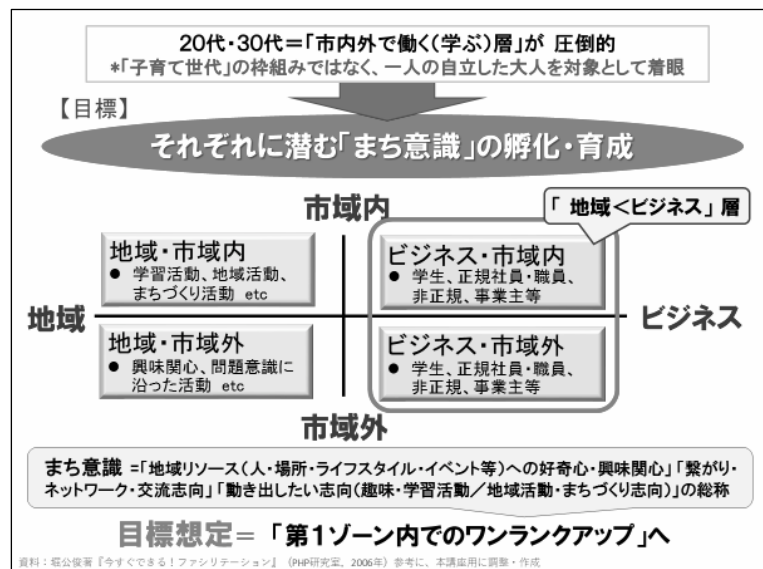


図 5-3 本プログラムの中心的対象層のイメージ

### 3) 中心的対象層とする若年層の「まち意識」のレベルとその意識醸成イメージ

図5-4は、筆者らの先行研究<sup>78)</sup>や昨年度の調査<sup>79)</sup>を踏まえ、縦軸を「仕事と地域のバランスへの志向性」とし、3つのゾーン（第Iゾーン→仕事<地域：仕事よりも地域を起点とする活動に価値を見出しているライフスタイル、第IIゾーン→仕事＝地域：仕事と地域を起点とする活動のバランスが同じ程度のライフスタイル、第IIIゾーン→仕事>地域：地域を起点とする活動よりも仕事に価値を見出しているライフスタイル）に分け、横軸を「まち意識」とし、6段階（①Level 0→「まち意識」が限りなく無自覚的に潜んでいる段階（水面下・無意識段階）：但し、当段階は、「自分が住んでいる地域について知ってみたいという好奇心はある段階」、「地域に住んでいるので何かしらの繋がりを持ちたいという交流欲求を持ち始めた段階」の2段階に細分化される）、②Level 1→ぼんやり認識段階（地域の特性や課題等についてぼんやりと意識し始める段階）、③Level 2→自分から地域情報を収集する等の動きが始まっている段階（地域情報を入手する等の活動意欲は出てきているが、姿勢がやや受け身）、④Level 3→地域への関心は強化されているが、活動は未成熟段階（情

77) 「地域リソースへの好奇心・興味関心」は、例えば、戸田市でのお気に入りの場所に対して「イオンショッピングセンター」（113回答）、「荒川」（68回答）、「道満グリーンパーク」（63回答）から理解できる。「繋がり・ネットワーク・交流志向」は、まちに求めるものに対して「良好な人間関係」（35.5%）、地域活動等への期待に対して「同世代とのつながり」（55.3%）、「異世代とのつながり」（38.8%）から窺える。さらに、「動き出したい志向」は、戸田市への要望に対する「まちづくり機会の提供」（60.4%）、「地域活動の参加しやすさ」（61.9%）から理解できる。詳しくは2章を参照。

78) 脚注 72 と同様

79) 脚注 73 と同様

報収集その他の具体的活動を主体的にスタートさせている段階だが、未成熟)、⑤ Level 4→地域を起点に具体的な活動(ビジネス・非ビジネスを問わず)が本格的に始まっている段階、⑥Level 5→地域を起点とする具体的な活動のリーダーとして一定の役割を果たしている段階)に階層化し、チャート化したものである。

本プログラムの中心的対象層は、前述した通り、戸田市内外で「職業を持ち、自立的に働いている若年層」に設定しているため、図 5-4 の縦軸の「志向性」でいえば、「第Ⅲゾーン」(仕事>地域:仕事と地域での活動を比較すれば圧倒的に仕事に時間と価値を見出しているゾーン)に該当する。次に、中心的対象層の「まち意識」については、既存研究・事例研究<sup>80)</sup>及び前年度調査<sup>81)</sup>のそれぞれの成果の総合的検討を踏まえれば、ほぼ Level 0 から Level 1 程度に該当する。つまり、本プログラムでは、中心的対象層を、志向性においては第Ⅲゾーン、「まち意識」においては「Level 0」「Level 1」段階の範疇に該当する若年層として大凡捉える、次に、当該層に適した目標としては、参加者自らが、①「まち意識」のレベルを各々少しでもランクアップさせる契機を得る(また、ランクアップを実感する)、②①を通して地域を起点とする動き・活動に契機を得る、の 2 点に設定する。

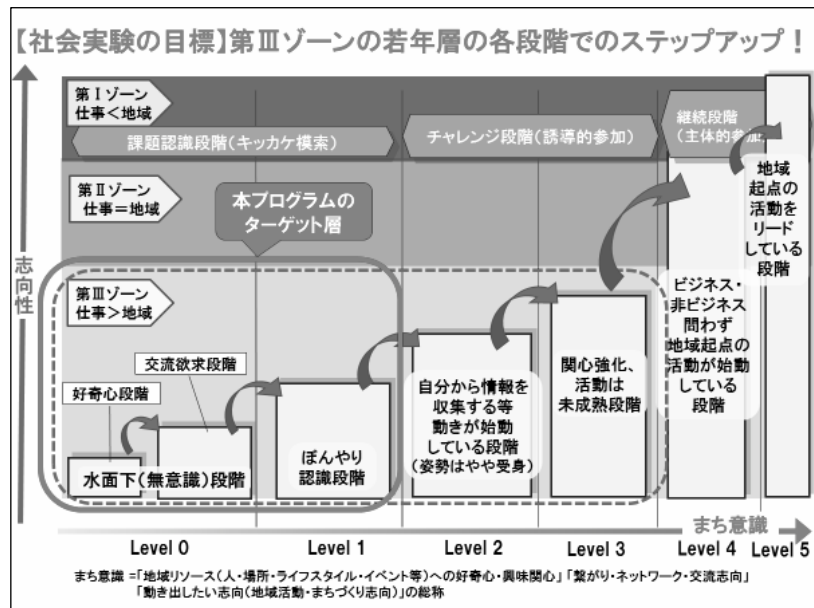


図 5-4 本プログラムの中心的対象層とステップアップイメージ

## (2) 設計の枠組み②：テーマ・内容と仕掛けの戦略的組み合わせ

### 1) その 1 テーマ・内容の検討

本項では、本プログラムで題材として取り扱う「テーマ・内容」をいかに設定するか、また、それらをどのように対象者に提供し、接近させ、対象者個々の「まち意識」のレベルアップや実際の地域での動き出しへと繋げるか(つまりは、本プログラムの目標達成をいかに図るか)を検討する。具体的には、中心的対象層の関心を辿りながら、「テーマ・内容」を見定めるとともに、対象者にそれらを提供し、同時に対象者がそれらに面白みを感じていくための効果的な仕掛けについて検討する。

本プログラムの中心的対象層が興味・関心を喚起し得るテーマ・内容を設定していくために、まず、筆者らの 2015 年度の調査結果を簡単に振り返る<sup>82)</sup>。当調査では、戸田市における若年層が、地域ベースの「人間関係」、「交流」、「活動」に対して一定の関心と志

80) 第 3 章、第 4 章で詳述

81) 脚注 73 と同様

82) 詳細は第 2 章参照

向性を有している様子が浮き彫りとなっている<sup>83)</sup>。例えば、地域での「人間関係」については、実際の付き合いは薄い（約半数が「付き合っている人は皆無」と回答）、地域で良好な人間関係を求める志向は決して低くない（3割強）。また、地域で、「他者との交流の場」や「（その場への）参加のしやすさ」等を望む声も上がっており<sup>84)</sup>、関係性や交流への志向性が総じて高い様子が見て取れる。さらに、「まちづくりや地域活動への機会提供」や「そうした活動への参加のしやすさ」をみても、期待感が高く（どちらも6割以上）、これらが一樣に、「人的繋がり（同世代との繋がり、異世代との新しい繋がり等）」に対する強い志向性の現れであることも確認されている。なお、上記の「人間関係」、「交流」、「活動」への志向性以外としては、「地域情報」（人・場所・イベント）や「地域課題」への関心（「地域に関する考えや悩み等について〈特にない〉という状態はよくない」等）等が抽出されている点にも注目しておく必要がある。

つまり、前年度調査においては、戸田市の若年層から、「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」及び「地域で動き出したい志向（地域活動・まちづくり志向）」が明確に抽出されている（本年度研究では、これらを「まち意識」と総称）。今回のプログラムの設計に当たっては、こうした若年層の意識特性を活かし、反映させることが、若年層の本プログラムへの関心を高め、参加へのモチベーションを高める上で重要となる。具体的には、図5-5の「地域×人間関係」「地域×交流」「地域×活動」の各意識項目に配慮しながら、本プログラムで取り扱うテーマ・内容・仕掛け等を精査・検討し（より若年層の「まち意識」を醸成できるか、「まち意識」を地域での具体的な動き・活動へと転換させることができるか等からチェック）、最終決定する。

次に、若者と地域を結びつける先行事例の研究結果<sup>85)</sup>を簡単に振り返る。本プログラムの設計に資する知見の一つ目は、「地域と接点・関わりがほとんどない若年層にとって、地域へ踏み出す最初の一步のハードルは想像以上に高く、これをどうやって取っ

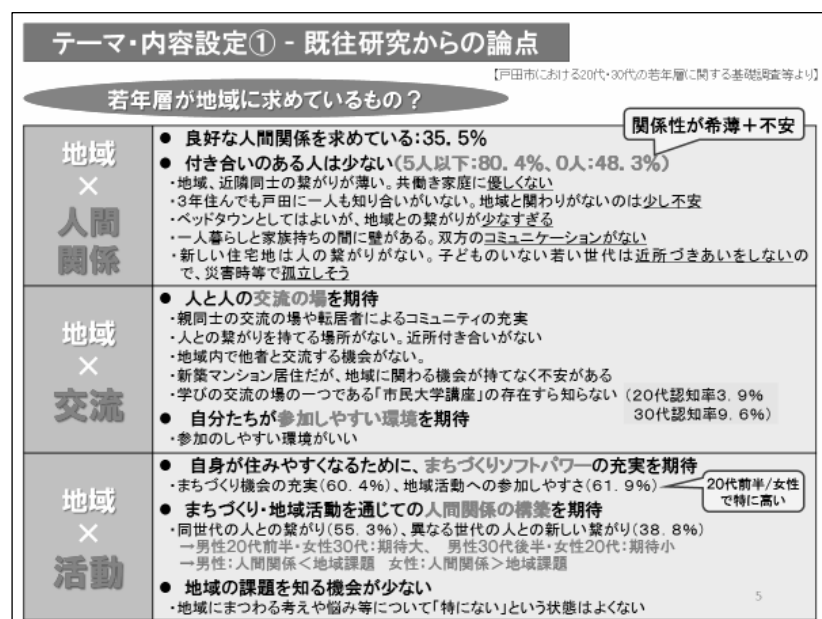


図 5-5 既往研究からの論点

83) ①まちに求めるものはとの問いに、「良好な人間関係」（35.5%）、②地域活動へ期待するものはとの問いに、「同世代との繋がり」（55.3%）、「異世代との繋がり」（38.8%）、③戸田市への要望はとの問いに、「まちづくり機会の提供」（60.4%）、「地域活動の参加しやすさ」（61.9%）等。

84) 前年度調査の自由回答から、「親同士の交流の場」「転居者による関係性の充実」「地域内で他者と交流する場（機会）がなく不満（不安）」等、人的交流への意欲・志向が読み取れている。

85) 主に、第4章の事例研究で扱った、若者と地域を結びつける支援活動を担う古河大輔氏（NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長）に対するインタビュー結果を手掛かりに検討。



払うかが若年層と地域を結びつける際の大きな課題」という点である。本プログラムの設計（テーマ・内容・仕掛け・告知等のあらゆる設計等）においても、この点に特段の配慮が必要といえる。ただ、ハードルが高いと感じている若年層においても、地域で「知り合いを作りたい」という“人”への関心、「人の考えを聞いてみたい、話してみたい」という“人に帰属する情報”への関心、「気になる場所へ行ってみたい」という“場所”への関心、「知らないことを知ってみたい、何かを得たい」という“気づき”への関心が比較的高いことが確認されている（図 5-6）。若年層の「人・場所・情報」への高い関心を、どのように本プログラムのテーマ・内容等へ反映させるかも考慮すべきポイントといえる。

以上を踏まえれば、本プログラムの設計においては、第 1 に若年層目線に立ち、「ハードルを上げない（気楽にさり気なく参加可能とする）」構成とする点を大前提に、若年層に特徴的な「知り合いを作り、人の考えを聞いてみたい、話してみたいとする欲求」と「人・情報・場所」に関する個別 이슈への興味・関心を効果的にクロスオーバーさせる意図からテーマ・内容の検討を図ることが有用であると判断できる。



図 5-6 先行事例からの論点(支援活動実践者からのインタビュー)

## 2) その2 気づきの仕掛け

次に、上記をガイドラインとして設定したテーマ・内容を、どのような仕掛け（気づきの方法）によって、若年層に提供し接近させるかについて、筆者らの先行研究<sup>86)</sup>を手掛かりに検討する。

まず、気づきの仕掛けは、概ね図 5-7 の通り、1) 座学型気づきの仕掛け、2) 単独・自律型気づきの仕掛け、3) 複数・協働型気づきの仕掛け、4) 総合的な気づきの仕掛け、の 4 つに区分され、プログラムの目標、テーマ・内容等によって、4 つの形態を適切に使い分けていくことが、参加者の気づきを最適化する上で重要であることがわかっている。

今回のプログラムの中心的ターゲットである若年層は、これまでみてきた通り、「人との関係性構築」に高い関心があり、「人と知り合い、対話し、何かを得る」ことに強い欲求があると想定できる。これらの点を踏まえれば、座学型や、単独・自律型のようなどちらかといえば個人に向き合う仕掛けではなく、参加者同士が水平的な関係下において情報や意見・経験を分かち合いながら、集団の相互作用によって参加者が気づきを得ることに効果

<sup>86)</sup> 大西律子他(2005)：まちづくり学習プログラムの開発とその手法に関する実証的研究—まちづくりへの男女共同参画を促進する第一歩として、平成 16 年度さいたま県男女共同参画推進センター共同研究報告書、埼玉県男女共同参画センター 等

があるとされるワークショップ<sup>87)</sup>を中心的な仕掛けとして採用することが、当該世代の意識特性に合致するものと判断される。また、ワークショップは、身体性(右脳・身体知)、協働性、創造性、共有性が得られ、プロセスを重視する手法であると言われている<sup>88)</sup>。本プログラムでワークショップを中軸的に導入することで、参加者同士が、各々に内在する「まち意識」を、身体的・相互作用的

アプローチによって、より自覚的に捉え、考え、育み、深める契機となることも期待できる。なお、まちづくり学習等で導入されるワークショップには、思考型ワークショップと振り返り型ワークショップの2タイプがあり、前者はあるテーマに沿って集団で考えを見出していくことに適しており、後者は思考型WSを経て自らの気づきを内省的に振り返りつつ、その内容を他者と共有する中で、咀嚼を進めることに適しているとされ、両者の効果的な使い分けが学習効果を高めるポイントになることがわかっている。

これらを踏まえると、今回のプログラムでは、上記の思考型、振り返り型の2タイプがもたらす効果にも着目し、両タイプのワークショップを、1)で述べた、中心的対象層の意識特性に合致する「テーマ」や「内容」を適宜効果的に組み合わせながら導入を図ること、加えて、ワークショップの補完的装置として、参加者が個々に当該プロセスを振り返り、内省に当てる「単独・自律型の気づきの仕掛け」、具体的には記入シート(図5-8)への書き込み作業をプログラム内にセットアッ

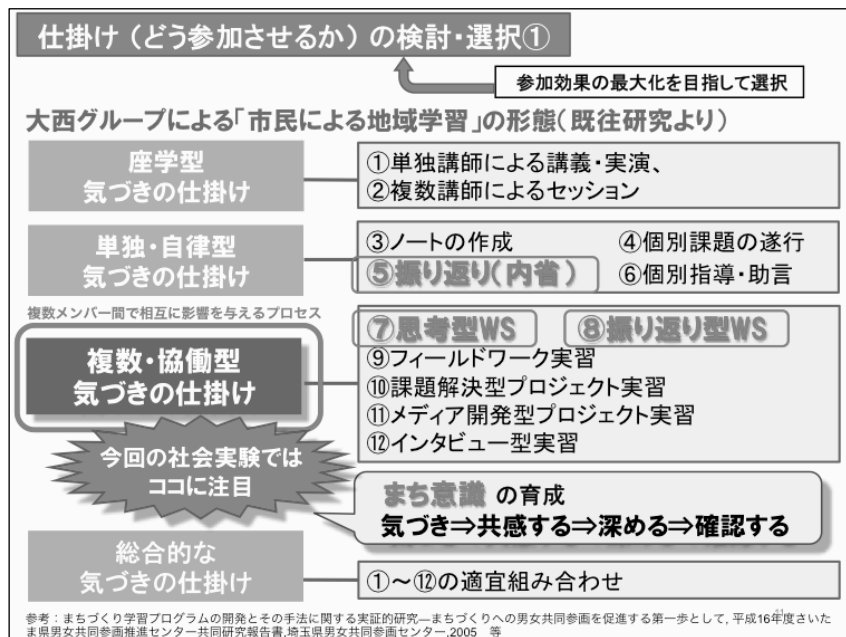


図 5-7 仕掛けの種類

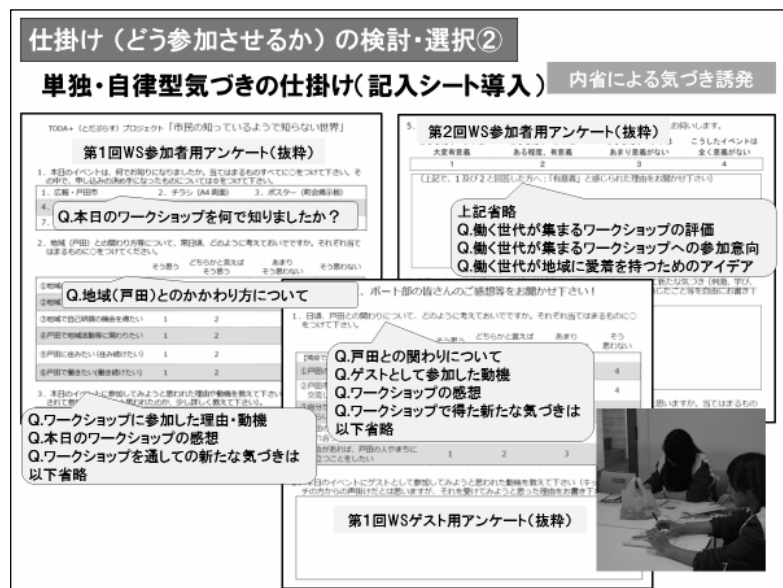


図 5-8 単独・自律型気づきの仕掛け(記入シート導入)

87) 木下勇(2007)：ワークショップ—住民主体のまちづくりへの方法論—，学術出版社，pp.15-16  
 88) 木下勇(2007)：ワークショップ—住民主体のまちづくりへの方法論—，学術出版社，pp.13-15

プすること、が有用と考えられる。

なお、本プログラムの柱となるワークショップにおいては、その企画から運用までを担うファシリテーター、すなわち、「場のデザイン」「対人関係スキル」「構造化スキル」「合意形成スキル」を持ち合わせながら、参加者に単に知識やスキルを伝えるだけではなく、参加者の知識や経験を引き出し、自発的な気づきを促す支援者<sup>89)</sup>が重要な鍵を握る。とりわけ、本プログラムのワークショップでは、「まち意識」の孵化・育成を目的としているため、ファシリテーターには、教育研修型に適した役割<sup>90)</sup>や、それを可能とする「対人関係スキル」(図5-9)が強く要求される<sup>91)</sup>。加えて、本ワークショップの中心の対象層には若年世代を想定していることから、ファシリテーターには当該層とのコミュニケーション・チャンネルを多様に持ち、当該層と地域を結びつける支援活動やワークショップの企画・運営に豊富な実績を有する人物を選定することが有用と判断される。今回のプログラムでは、筆者らもしくはNPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長の古河大輔氏<sup>92)</sup>らを候補として検討する。

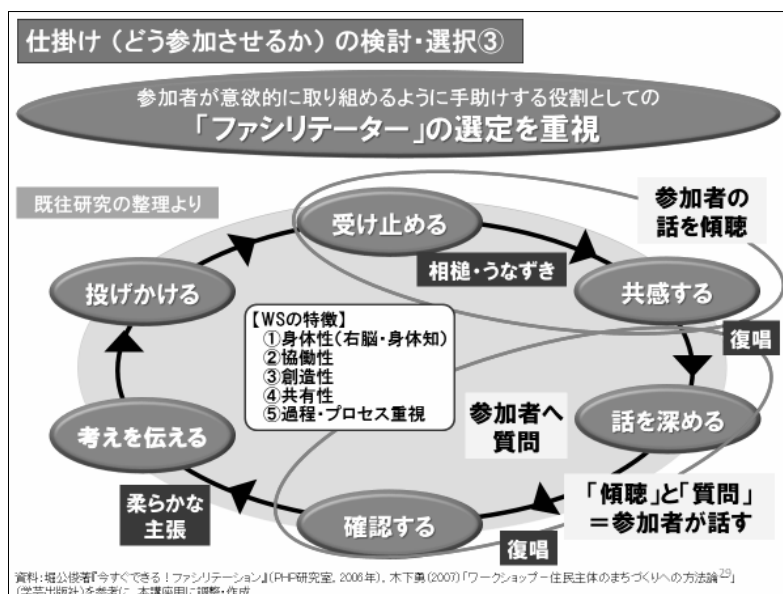


図5-9 本プログラムでファシリテーターに期待される対人関係スキル

### (3) 設計の枠組み③：複数の教材／生きた教材の選定と効果的活用

筆者らの既存研究<sup>93)</sup>からは、まちづくり学習の教材は、①テキスト(レクチャー)、②ビデオ映像(参加者の参加過程を撮影した映像等)、③生きた教材(ロールモデル)の大きく3種に分類され、これらを学習主体や目的等によって適宜立体的に組み合わせながら導

89) 堀公俊(2004):ファシリテーション入門, 日本経済新聞出版社, p.50

90) 堀(脚注88)によれば、「ファシリテーターが活躍する分野としては、①問題解決型、②合意形成型、③教育研修型、④体験学習型、⑤自己表現型、⑥自己変革型の6タイプに分かれる。③は、学校教育、起業研修、社会生涯教育、家庭教育等、幅広い活動で活用され、「学習者(参加者)の知識や経験を引き出す、自発的な学習」や「多様な個性と価値観を持った人々がぶつかりあい、活発な内省(省察)と相互作用(対話)を通じて、何を学ぶべきかを学んでいく、そんな〈学び合いの場〉」を促進する役割・スキルが求められる。

91) 第4章の事例研究でインタビューから、「内省(省察)と相互作用(対話)を軸とする〈学び合いの場〉」を促進するためには、対人関係スキルが不可欠との指摘がみられる。

92) 筆者ら(大西及び富澤)は、まちづくりと市民参加の観点から、若年層を含む市民対象のワークショップ研究に約15年関わっており、また、古河氏は第4章1節で詳述した通り、若年層に特化したワークショップの企画・運営に優れた実績を有している。両者ともにパイロット版のファシリテーターとして適任と判断した。

93) 大西律子・富澤浩樹(2016):観光まちづくりリーダーの養成を目的とした学習装置に関する基礎研究—共同活動の促進に有用なファシリテーション能力の養成に着目して—, 地域活性学会研究大会論文集, 第8号, pp.160-163

入を図ることが、プログラムの効果を高める上で有用であることがわかってきている（図 5-10（上部））。

今回のプログラムでは、図 5-10（下部）の通り、1）若年層の「まち意識」を孵化・育成する、具体的には、参加者が、①戸田に関する情報ストックを高める、②戸田での知り合い（ネットワーク）を増やす、③場を共有することで、「まち意識」のランクアップへの実感を得る、2）1）を通じて地域を起点とする動き出しへの契機を得る、の大きく2点が目標となる。これらの点に、筆者らのこれまでのまちづくり学習の教材に関する研究知見を加えて、今回のプログラムに適する教材を検討する。

これまで筆者らが試験的に導入してきたまちづくり学習においては、学習者はテキストによる講師の解説（レクチャー等）よりも、実際の地域の現場で活動し、成果を上げ、参加者が目指す要素をある程度兼ね備えた「実践者（ロールモデル）」を教材とした方が、学習プログラム全体に親近感や納得感をもつ傾向が強く、また、その実践者から多様な気づきや、現在の自身の思考・行動様式を見直す契機を得ること等が認められている<sup>94)</sup>。また、その実践者との対話や実践者をハブとする学習者同士の対話を通じて、学習者が人的交流体験とその意義を明確に実感でき、プログラムを通じて人的ネットワークを広げる動機が高まることも確認されている。

上記を踏まえると、今回のプログラムでも、「実際の地域での活動者・実践者」（図 5-11）をロールモデルとして中心的教材に位置づけ、それに、「テキスト（ファシリテーター、スタッフ、ロールモデル等による発話・資料）」<sup>95)</sup>（図 5-12）を補完的に活用することが、若年層の「まち意識」の孵

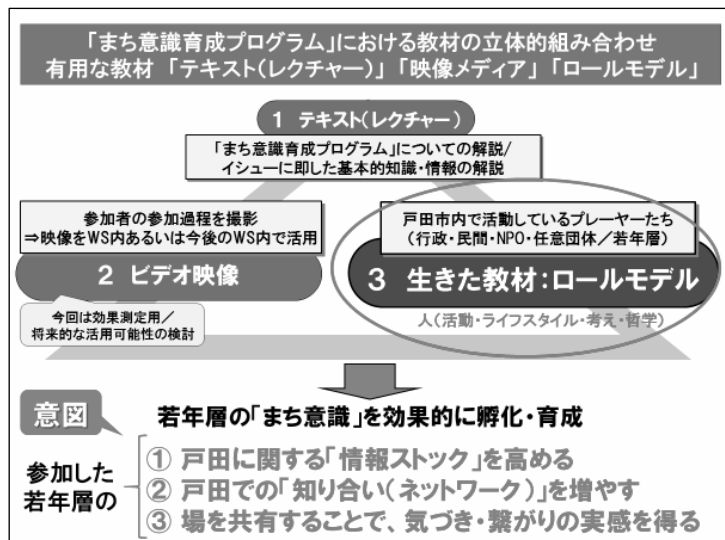


図 5-10 本プログラムで活用が検討されるべき教材例

教材:「生きた教材(ロールモデル)」例

プログラムに生きた教材(ロールモデル)をゲストで招聘

第1回ワークショップロールモデル(地域情報提供者)

【ロールモデル一覧】

No	性別	学年	所属
1	男性	3年	R大学ボート部
2	女性	3年	R大学ボート部
3	女性	2年	R大学ボート部
4	男性	3年	T大学漕艇部
5	男性	2年	T大学漕艇部

第2回ワークショップロールモデル(地域での活動実践者)

【ロールモデル一覧】

No	氏名	性別	年齢	職業
1	K	男性	40代	設計事務所経営
2	I	女性	40代	地域イベント主宰
3	H	女性	30代	地方公務員

【ファシリテーター】 参加者が水平的な関係のもとに経験、意見、情報を分かち合い、相互作用による主体の意識化を促進する役割

古河大輔氏 NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク 事務局長  
●1980年生まれ。インテリア企業、青年海外協力隊を経て、NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長に。  
●若者の力を生かして「交流型まちづくり」を実践

図 5-11 本プログラムに協力いただく地域活動実践者（ロールモデル）

94) 筆者らが実施してきた、さいたま市岩槻におけるまちづくり学習講座、戸田市民大学における生涯学習サポーター育成講座、埼玉県下のNPOから受託したまちづくりリーダー育成講座等において、地域の現場で実際に活動している実践者をモデルとして講座内に登場してもらい、保有する情報・経験・知見等を受講生へ提供し、伝えてもらう意義・効果が大きいことが確認されている。

95) 「テキスト（発話・資料）」は、ロールモデル（地域情報提供者や地域活動実践者）に事前にパワーポイントのスライドを用意してもらい、当日、参加者には、それらを投影する形で提供。

化・育成や地域における実際の動き出しの助長において有用であると判断される。なお、本プログラムで実際に導入する「生きた教材（ロールモデル）」については、中心的ターゲットである若年層の意識特性を与件とし、当該層の参加意欲や接近意欲を掻き立て得るモデル像を、①「戸田を起点に活動し、戸田の〈気になる場所〉等に関するリアルな情報提供が可能な人」、②「若年世代から見て、戸田で動き、活動

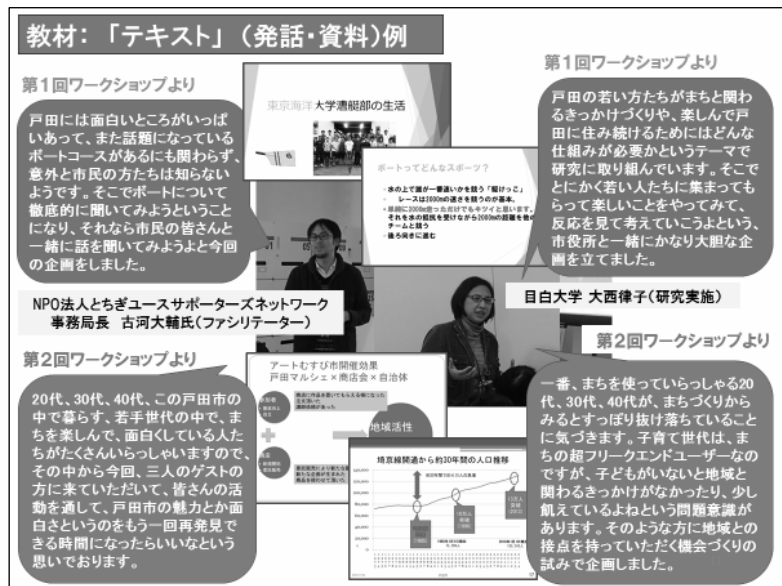


図 5-12 本プログラムにおけるテキスト(発話・資料)例

する上でモデルとなり得るような経験・実績を有する人」という 2つの視点から検討する。その結果、①については、中心的対象層の興味関心を惹きやすいファクターとなり得るとの理由から、「戸田ボート場」を起点に活動している大学ボート部の学生たちを候補とし、②については、戸田市を起点に仕事や地域活動で実績を上げている 30代・40代のヤングビジネスマン・ウーマン、具体的には戸田市役所で働く 30代男性<sup>96)</sup>、戸田市で設計事務所を経営する 40代男性、戸田市内で地域イベントを主催し、地域ネットワークのハブ的役割を果たしている 40代女性を候補とし、当事者それぞれに今回のプログラム（パイロット版）の意義や試験的運用の趣旨等への理解を求め、協力を仰ぐことにする。

#### （4）設計の枠組み④：現場への還元配慮したプログラム構成

次に、プログラム（パイロット版）の設計に当たって見落としとしてはならないポイントの一つである、地域への還元性、接続性について検討する。筆者らの先行研究<sup>97)</sup>からも、まちづくり学習の大きな課題は、学習自体が目的化されてしまい、学習と実際のまちづくり活動が乖離し、うまく連動、接続していかない点にあることがわかっている。

そこで、今回の、「まち意識」の孵化・育成を一義とするプログラムにおいては、実際の地域での動き出しを強く考慮した構成とする。具体的には、参加者が、本プログラムへの参加に留まることなく、むしろその後実際の地域での具体的な動き出し（例えば、知り合いやネットワークづくりに前向きになる、地域を起点とした動き・活動準備を準備する、パイロット版への参加経験を地域の他の人へ伝播させる等の動き）が契機され、持続されるようプログラムを設計する（図 5-13 参照）。そのためには、本プログラム内で、参加者が、戸田市内での地域リソース（人、ネットワーク、場所、イベント、思い等）等に関す

96) 本共同研究の構成メンバーでもある戸田政策研究所研究員が、参与観察視点でロールモデルとしてワークショップに参加。

97) 大西律子・富澤浩樹(2011)：まちづくりの現場での問題解決を前提とした「まちづくり学習」の設計と運用—インタビュー実習工程を導入した講座の提案—、地域活性研究、第2号、pp.3-16 他

る情報を丁寧に〈受容し、それを参加者間の対話の題材とし、共感ポイントを探り、確認しながら〉、しっかりと腑に落としていくプロセスを設けること、また、そのプロセスを通じて、参加者が地域での動き出しへ、何らかの契機・動機を得るようファシリテーターがエンカレッジする機会を設けること等がポイントとなる。

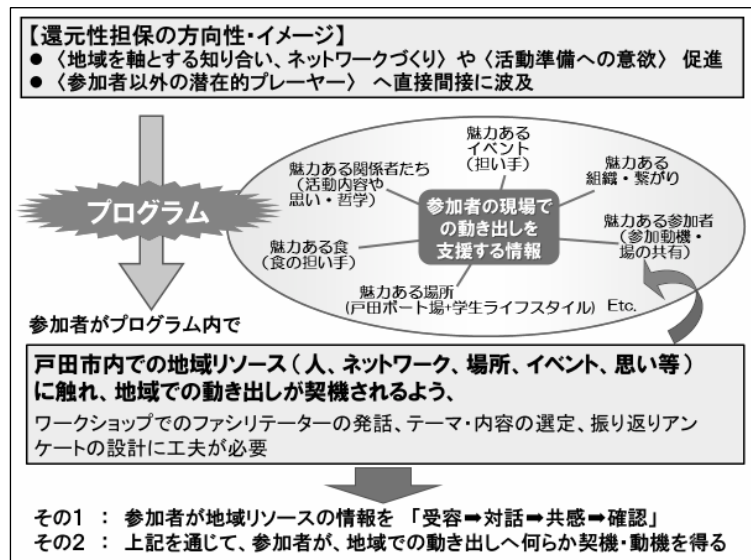


図 5-13 現場への還元性に配慮したプログラム構成

### (5) 設計の枠組み⑤：気づきの共有化とフィードバックの仕掛け

筆者らの先行研究<sup>98)</sup>では、まちづくり学習の設計・運用上、参加者に「学びのプロセスや成果」の共有を促す仕掛けや、「学び」自体を繰り返し振り返る段階（例えば、学びのシーンをビデオで撮影し、後日、そのシーンをケーススタディとして扱う等）を設けることが、参加者の学習効果を高める上で極めて有効であることがわかっている。

本プログラムで導入するワークショップの運営においても、上記の点を十分に踏まえ、参加者同士が互いの「気づきのプロセス」や「気づいた成果」を共有できるよう、ファシリテーションには十分に留意する方針をとる。また、ワークショップのクロージングでは、参加者個々に振り返り記入シート（図 5-14）を課すことによって、参加者自身が、単独かつ自律的にワークショップでの「気づきのプロセス」及び「気づいた成果」を内省し、その結果を、自身の意識や行動へ直接的にフィードバックしていくプロセスを設けることとする。

このように、参加者にワークショップを通じて、地域への何らかの気づきを共有化してもらい、クロージングでの振り返り記入シートによって、その気づきを自身へ還元し、内省するよう促すことで、最終的には、参加者自らが、元来の「まち意識」のレベルに変容がもたらされたことを実感でき

2016年11月28日

TODA+ (とだプラス) プロジェクト「市民の知っているようで知らない世界」

参加者の皆様のご感想等をお聞かせ下さい！

(21日に参加いただいた方も改めてご協力いただければ幸いです)

1. 本日のイベントは、何でお知りになりましたか。当てはまるものすべてに○をつけて下さい。その中で、申し込みの決め手になったものについては○をつけて下さい。※21日に参加された方は、「21」へお読み下さい。

1. 広報・戸田市	2. チラシ (A4 両面)	3. ポスター (町会掲示版)
4. 申し込みサイト	5. Facebook	6. Twitter
7. Instagram	8. その他 (具体的に )	

2. 地域 (戸田) との関わり方等について、常日頃、どのように考えておいでですか。それぞれ当てはまるものに○をつけてください (戸田以外の方は、自分の気にしている地域に置き換えてご回答下さい)。※21日に参加された方も、改めてご回答下さい。

	そう思う	どちらかと思えば そう思う	あまり そう思わない	そう思わない
①地域の情報をなるべく得たい	1	2	3	4
②地域での繋がり・人脈を得たい	1	2	3	4
③地域で自己研鑽の機会を得たい	1	2	3	4
④戸田で地域活動等に関わりたい	1	2	3	4
⑤戸田に住みたい (住み続けたい)	1	2	3	4
⑥戸田で働きたい (働き続けたい)	1	2	3	4

3. 本日のイベントに参加してみようと思われた理由や動機を教えてください (どのようなことを期待されて参加してみようと思われたのか、少し詳しく教えてください)。※21日に参加いただいた方は、前問とは異なる参加動機等もあればお聞かせいただければ幸いです。

図 5-14 ワークショップ後に課した振り返り記入シート例

98) 大西律子・富澤浩樹(2016)：観光まちづくりリーダーの養成を目的とした学習装置に関する基礎研究－共同活動の促進に有用なファシリテーション能力の養成に着目して－、地域活性学会研究大会論文集、第8号、pp.160-163 他

るようになることが期待できる。また、今回は、補完的ではあるがワークショップの全プロセスを映像で記録しておき、参加者の理解が得られた場合は、1回目の様子を2回目の教材（「まち意識」の醸成・強化に有用な教材）として活用することも視野にいれる（将来的に、同種のプログラムを運用する際に、映像教材として活用するところまでも想定）。

つまり、上記のようにワークショップ、記入シート、映像の利活用によって、①参加者の「まち意識」を全体的に高め、深め、結果として地域での動き出しへ繋げていくこと、②プログラムへの参加意欲を常時喚起し、「地域への何らかの気づき」の幅や質を担保すること、③ワークショップの全プロセスを次のワークショップのケーススタディ教材（映像等）へと生かすこと（ワークショップは種類・日程を変えて2回展開するため、1回目の全プロセスは2回目のワークショップの有用な教材（映像等）となり得る／また、今回のパイロット版の実験的試行を超えて、将来的に同種のプログラムを展開する際にも有用な資料（映像等）として機能させ得る<sup>99)</sup>、が可能となる（図 5-15）。

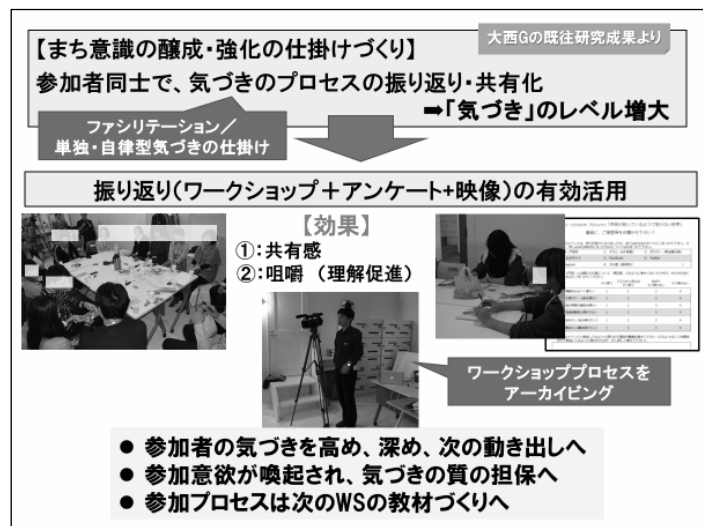


図 5-15 気づきの共有とフィードバックの仕掛け

### 3. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の構成と内容

#### (1) プログラム(パイロット版)の概要

2節の(1)～(5)で述べた通り、今回、戸田市で実験的に導入する、若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)を、5つのガイドライン(①想定される対象者のセグメントと目標設定、②「テーマ・内容」と「気づきの仕掛け」の明確化と戦略的組み合わせ、③複数の教材/生きた教材の活用、④地域への還元性に配慮した構成、⑤気づきの共有とフィードバックの仕掛け)に沿って設計した結果が、図 5-16 である。

特に、ガイドライン②では、戸田市の若年層の意識特性である「戸田の知らないことを知ってみたい意識(知ることが重要との意識や好奇心も含む)」との適応性にプライオリティを置き、テーマや内容に工夫を凝らしている。具体的には、若年層にとって戸田の知らないものを、「場所的資源」と「人的資源」から区分した上で、その区分に従ってパイロットプログラム<sup>100)</sup>を2タイプ(プログラム1・2)設計した。パイロットプログラム1で

<sup>99)</sup> 筆者らが関わったこれまでのまちづくり学習においても、ワークショッププロセスを映像化し、それを次のワークショップの教材として活用することで、学習効果が格段と高まることが確認されている。但し、ワークショップの全プロセスの映像化については、参加者、関係者の許諾が前提となる。

<sup>100)</sup> パイロットプログラムとは、社会実験的に実施する意味合いである。一般に社会実験とは、新たな制度や技術等の施策を導入する際、場所と期間を限定して試行することで、問題点を把握し、有効性を検証した上で、時にはその施策の本格導入を見送るかを判断する材料とするもの。地域住民との意見交換な

は「戸田ボート場という場所的資源とそこを起点に活動する学生らのライフスタイル・思い」を、パイロットプログラム2では「戸田を起点に動き、活動する30代・40代の実践者（仕事や地域活動で実績を有する3名）という人的資源とその人らに帰属するワークスタイル・哲学」を、それぞれテーマや内容に盛り込んでいる。

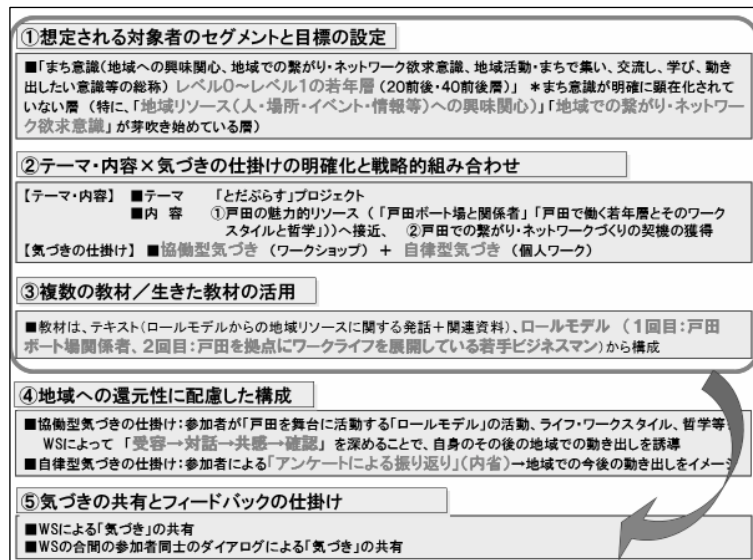


図 5-16 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の基本設計

## (2) プログラム (パイロット版) の告知への情報デザイン

### 1) プログラム (パイロット版) の告知への情報デザイン

本項では、(1) で提示したパイロットプログラム2種を、その内容を維持したまま (表 5-2)、告知用媒体物 (ポスター) へどのように落とし込み、デザインしたのかについて提示する。

表 5-2 告知用媒体物(ポスター)への落とし込みを前提に集約したパイロットプログラム情報

事業タイトル	「とだプラス」トークイベント「市民の知っているようで知らない世界」
対象	○戸田市に定住または関係している若年層(20代前後～30代前後) ○まち意識層「0層～1層」(「地域への関心が顕在化されていない」「地域への関心がぼんやりと芽吹き始めている」層)
目標	○まち意識※の育成(まち意識「0～1レベル」→「1～2」へレベルアップ) ・地域リソース(主に「場所と人」)への関心向上 ・地域での繋がり・ネットワーク欲求の獲得
プログラムのテーマ	タイプの異なるプログラム2種を展開 ○タイプ1〈場所〉接近・愛着型プログラム(戸田ボート場+ライフスタイル編) ○タイプ2〈人〉接近・交流プログラム(若年ロールモデル編)
実施時期	第1回:2016年11月21日(月) 第2回:2016年11月28日(月)
実施場所	川岸倉庫 シェアオフィス コワーキングスペース

第4章の事例研究からも見出されたように<sup>101)</sup>、本プログラムを、若年層に、「比較的参加しやすそうな地域イベント」として認識してもらい、当該層のプログラム参加への実効性を少しでも高めるためには、情報発信のあり方(特にコンテンツと枠組み)を入念に検討する必要がある。

今回の実証実験では、まさにその試みとして、中心的ターゲットである若年層への訴求

らびに周知と合意形成も兼ねている。

<sup>101)</sup> 第4章1節で、若者と地域を繋ぐ各事業を設計した後は、それらを若年層に届く言葉・デザインに翻訳して告知・提供していくことの重要性が指摘されている。



効果を意図して、図 5-16（既出）の内容を維持したまま、情報量・内容、さらには伝え方を十分に吟味した上で、告知用ポスターを図案化し、制作している（図 5-17①：ポスター表、図 5-17②：ポスター裏）。

告知用ポスター<sup>102)</sup>では、まず、プログラム名を「TODA+(とだぷらす)プロジェクト:戸田市の魅力新発見。ゲストによるトーク&交流イベント!」と銘打ち、若年層にわかりやすく伝えるための翻訳を試みている。また、イベントのテーマ・趣旨を、「市民の知っているようで知らない世界」と集約的に表現し、平仮名の「と」をモチーフとするロゴとともに一体的にデザインし、ポスターの中心にレイアウトすることでインパクトを表出している。さらに、「戸田市に住んでいるのに、え、知らないの?」といったキャッチーで訴求性のあるサブタイトルや、「あなたが働き、食べ、遊び、日々を送るこのまちには知っているようで実は知らない世界があるのです。まちを知れば、もっと暮らしが楽しくなる。あなたの知らない戸田市の魅力を発見しにきませんか?」との呼びかけを合わせてキーコンテンツとして掲載することで、本プログラムの中心的ターゲットである 20 代から 30 代の若年層の「地域や地域を起点とする動き・活動等に対する心理的抵抗感」を払拭するとともに、当該世代の意識特性である、戸田への好奇心（戸田の知らないことを知ってみたい意識）にフィッティングさせていくことを企図している。

また、年代・対象については、ポスター上は「戸田市内在住の 20～39 歳」と敢えてシンプルに明記し、こうした区分・表記への市民側からの反応も確認ポイントとしている。但し、実証実験上は、1) 本プログラムの対象を定住人口に留めず、「関係人口」も視野に入れ、中長期的には関係人口が定住人口へ転換し得る可能性も考慮する、また、2) 告知用ポスターでは対象年齢を若年層（20・39 歳）と掲げつつも、当プログラムに関心を寄せた市民側からの申し出等によっては、20 代前後から 30 代前後までをターゲットに含めるこ



図 5-17① 本プログラムの告知用デザイン(ポスター表)



図 5-17② 本プログラムの告知用デザイン(ポスター裏)

102) ファシリテーターの古河大輔氏監修により、若年層への訴求性を考慮したデザインを検討し、試験的にポスター化したもの。

ととする<sup>103)</sup>。

なお、今回の実証実験では、前述した通り、若年層の意識特性に鑑み、2つのトリガー（参加者の地域への興味関心を際立たせる契機）、すなわち、戸田市内の「場所的資源」と「人的資源」にそれぞれ着目した2種のパイロットプログラムを用意する。場所的資源を主にトリガーとするパイロットプログラム1を「〈場所〉接近・愛着プログラム（戸田ボート場＋ライフスタイル編）」、人的資源を主にトリガーとするパイロットプログラム2を「〈人〉接近・交流プログラム（若年ロールモデル編）」とし、それら2種を異なる日程で別々に試行する。また、告知の際には、両プログラムとも、「戸田市の魅力新発見。ゲストによるトーク&交流イベント」と括り、前者のテーマを「ボート部のライフスタイル」、後者のテーマを「まちを楽しくしている同世代」とそれぞれタイトルし、若年世代に抵抗感なく受け入れられ、伝わりやすい表現へ翻訳・集約し、告知する。

さらに、本プログラムの開催時間、所要時間、場所、申込方法等の条件設定については、中心的ターゲットである「職業を持ち自立的に働く若年層」のライフスタイルを踏まえ、①開催日と時間帯は平日（月曜日）の夜間（19時開始）、②拘束時間は2～2.5時間、③開催場所は戸田公園駅から徒歩10分圏内の「川岸倉庫シェアオフィス coworking space」<sup>104)</sup>（図5-18）、④参加費は1000円（軽食代）、⑤1

回だけの参加も可、⑥申し込み方法は、行政窓口限定せず、専用WEBサイトも設けるとともに、QRコードの設置し、申し込みのハードルを軽減する、等としている。



図 5-18 本プログラムの開催場所の概要

## 2) プログラム（パイロット版）の発信戦略

若年層を対象とする情報発信は、事例研究<sup>105)</sup>からも明らかかなようにメディアミックス戦略が有用であることが明らかになっている。

本プログラムにおいても、上記を踏まえて、多様な方法によって情報発信を試みている。今回、情報発信に活用した媒体と申し込み・問い合わせツールの詳細は以下の①と②に示す通りである。また、発信の情報コンテンツは、図5-17①②（既出）のポスターに集約・翻訳された内容である。

<sup>103)</sup> こうした判断は、①先行研究からも40代前半と30代後半の意識・行動面での相違が極端に生じることはない、②実証実験プロセスで、もし若年層とそれ以上の層（40代）で「まち意識」に関する反応等で相違点が浮き彫りになることがあれば、若年層の固有性を把握する手がかりにもなる、との考えに基づく。

<sup>104)</sup> 若年層の〈場所〉に対する訴求性に訴える施設・空間を検討し、最終的には、当スペース代表の熊木英雄氏より本プログラム試行への協力を快諾いただき、当スペースでの開催を決定。

<sup>105)</sup> 第4章1節の事例研究で取り上げたとちぎユースサポーターズネットワーク事務局長古河大輔氏へのヒアリングによれば、「若年層への情報発信は多様なメディアを複合的に活用することが基本であり、とりわけSNSでの情報発信が有効」であるとしている。

## ①【本プログラムの情報発信媒体】

本プログラムを情報発信する媒体としては、①広報戸田市、②戸田市 HP、③チラシ（ポスターの A4 版）、④ポスター（掲示板）、⑤SNS（Facebook 等）の 5 種を活用する。この点は、筆者らの前年度調査<sup>106)</sup>において、若年層が地域情報を入手する際の媒体として、「インターネット（67.2%）」、「友人等の口コミ（59.4%）」、「戸田市の広報誌（44.8%）」、「戸田市 HP（22.8%）」を挙げていること、さらに先行事例において若年層への情報伝達手段として SNS が欠かせないとの考えが示されたこと等を総合的に勘案した結果である。上記の②～④の媒体では、前述した若年層への訴求性を高めるために情報を集約し、ロゴ等を配置してデザイン化した前掲のポスター（パッと見てイメージを伝えるデザイン効果を配した媒体としてのポスター）を活用することで、若年層の興味関心を刺激し、参加意欲を高める効果も狙っている。また、SNS については、上記の①～④との連動的効果や口コミによる情報拡散がどの程度広がるかを見極める一助にする狙いもある<sup>107)</sup>。

図 5-19 は、上述した視点を踏まえ、今回の実証実験で設定した、メディアミックス型の情報発信のためのフレームワークを提示したものである。

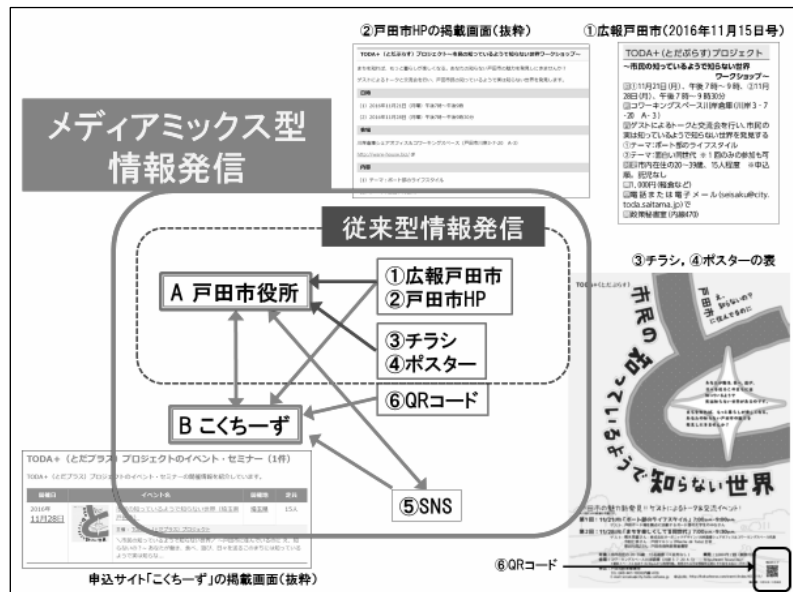


図 5-19 本プログラムで設定したメディアミックス型の情報発信のためのフレームワーク

## ②【申し込み・問い合わせ窓口】

今回のプログラムの問い合わせ・申し込み窓口については戸田市役所（電話・メール）と申込専用サイト（こくちーず）の 2 か所を用意する（図 5-20）。従来、行政主催の催事・イベントについては、市役所が窓口となり、電話、Fax 及びメール等で市民からの問い合わせや申し込み対応に当たることが多かったが、今回の中心的ターゲットである若年層（特に職業を持ち、自立的に働く層）にとって、市役所へ連絡をとることは想像以上にハード

<sup>106)</sup> 脚注 73 と同様。

<sup>107)</sup> 今回の SNS 等を活用した情報発信戦略の成果の一部は以下の通りである。[1] 本パイロット版の情報発信においては、試験的に SNS（主に Facebook）を用いて、1.東京在住のプロジェクトメンバーによる発信、2.プロジェクトメンバーから依頼を受けた戸田市と関わりのある人による発信、3.戸田市在住の本パイロット版への協力者による発信を設定し、それぞれのアクション（「いいね!」「シェア」）を確認することとした。その結果、1、2、3の順にアクションが増加したことから、戸田市との繋がりが濃い発信元の方が、的確にターゲット層へ情報を届けられることが把握されている。[2] 1回目・2回目の合計で 14 名が外部サイト経由で申し込んでおり（2名は市役所）、参加者のイベントを認知した手段は、SNS（8人）、口コミ（7人）となっている。

ルが高く、心理的障壁があることが他地域の事例から明らかになっている<sup>108)</sup>。そこで、今回の実証実験では、若年層にとってアクセスしやすい「申込専用サイト(こくちーず)」を、行政窓口とは別に設けることで、行政へのアプローチに抵抗感があつた層の心理的障壁の緩和も狙っている。加えて、チラシ、ポスターには試験的にQRコードを挿入し、特に若年層にとっての申し込みの利便性向上を目指している。


TODA+ (とだプラス) プロジェクトのイベント・セミナー (1件)			
TODA+ (とだプラス) プロジェクトのイベント・セミナーの開催情報を紹介しています。			
開催日	イベント名	開催地	定員
2016年 <u>11月28日</u>	 市民の知っているようで知らない世界 (埼玉県 戸田市) 主催: TODA+ (とだプラス) プロジェクト \市民の知っているようで知らない世界 / ~戸田市に住んでいるのに え、知らないの?~ あなたが働き、食べ、遊び、日々を送るこのまちには知っているようでは知らな...	埼玉県 戸田市	15人

図 5-20 申込専用サイト(こくちーず)のトップ画面

以上の手順に沿って設計を試みた若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版) 2種(プログラム1・2)の試験的運用の経過等については次節で詳述する。

<sup>108)</sup> 栃木県宇都宮市、埼玉県さいたま市において、若年層と地域を繋ぐプロジェクトを多数手がけている関係者に対するヒアリングで、「若年層にとって行政窓口のハードルが高い」ことが指摘されている。

#### 4. パイロットプログラム1：〈場所〉接近・愛着型ワークショップ（戸田ボート場＋ライフスタイル編）

##### （1）プログラム1の位置づけと実施概要

プログラム1は、〈場所〉接近・愛着型ワークショップと呼び、後述のプログラム2と区別する。本プログラムは、戸田ボート場及び当地を起点に行動（生活・活動）する大学ボート部の学生のライフスタイルを一つの〈場所的資源〉と捉え、参加者が、当資源への接近を図りながら、戸田自体への愛着を醸成することを促す「場」・「機会」として機能させることを意図している。実施概要（日時・参加者・スタッフ）や、ロールモデル・ファシリテーターの詳細は、それぞれ表5-3、図5-21の通りである。

表5-3 プログラム1の実施概要

日時	2016.11.21(月) 19:00-21:30 場所:川岸倉庫
参加者	10名 ・ロールモデル:5名(R大学体育会ボート部3名+T大学漕艇部2名) ・参加者:5名(戸田市内定住者2名, 戸田市関係住民3名)
スタッフ	ファシリテーター 1名、進捗管理スタッフ 1名、参与観察スタッフ 3名、記録スタッフ 2名

プログラム1では、〈戸田ボート場＋当地を起点とするボート部学生たちのライフスタイル〉を、参加者の「まち意識<sup>109)</sup>」の孵化・育成のトリガーとして位置づけ、当地を生活・活動拠点としているR大学3名、T大学のボート部2名の計5名の学生にロールモデルの役割を担ってもらい、ワークショップ内で、ファシリテーターの進行に従って、当地の場所的特性、当地での実際の行動（生活・活動）やライフスタイルについて具体的な情報を提供してもらおう。なお、

上記5名は若年層であり、また、市内在住の関係人口でもあることから、プログラム1の他の参加者5名同様、いわゆる参加者目線からもワークショップを経験してもらい、追ってプログラムに対するリアクションチェックの対象にも加える。また、プログラム1のファシリテーターは、若者と地域を繋ぐ支援活動を専門としているNPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長古河大輔氏<sup>110)</sup>に依頼し、主に以下の3点の役割を担ってもらおう。①若年層と地域を繋ぐ各種プロジェクトやワークショップの豊富な経験を活

**プログラムに生きた教材(ロールモデル:レベル0-1)を  
ゲストで招聘**

**第1回ワークショップロールモデル(地域情報提供者)**  
OR大学体育会ボート部3名（3年女子, 3年男子, 2年女子）  
OT大学漕艇部2名（3年男子, 2年男子）



**【ファシリテーター】** 参加者が水平的な関係のもとに経験、意見、情報を分かち合い、相互作用による主体の意識化を促進する役割



**古河 大輔氏** NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク 理事

- 1980年栃木県小山市生まれ。インテリア企業、青年海外協力隊を経て、NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長に。
- 若者の力を生かして「交流型まちづくり」を実践

首都圏の若者と地方を繋ぐ、地域課題に取り組む若者を支援。若者の「地域づくりインターンシップ」等



図5-21 プログラム1の  
ロールモデル及びファシリテーターの概要

<sup>109)</sup> 「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向（趣味・学習活動／地域活動・まちづくり志向）」の総称。

<sup>110)</sup> 古河氏が関わる組織の詳細は第4章1節参照。

かし、今回のプログラムをより最適な条件下で運用するよう最大限配慮する、②戸田市以外の第三者の立場を強調することで参加者に対し、戸田市のことを知らなくても問題ないという安心感を与え、参加者が気楽かつ自在に発話しやすくなる環境を用意する、③プログラムの施行プロセスにおいて参与観察を行い、これまで関わってきた類似ケースとの比較も踏まえ事後評価を行う、の3点である。

同氏には、後述するプログラム2のワークショップにおいても継続的にファシリテーターを依頼し、上記の①～③の役割を担ってもらおうこととする。

## (2) プログラム1における場づくり(セッティング)

ワークショップにおける「場づくり」(セッティング)は、参加者間の相互作用を左右する重要な要素とされ、特に、参加者の距離に配慮した大胆なセッティングは、相互作用を容易にし、濃い議論(ここでは対話・交流)を促進することに繋がるとされる<sup>111)</sup>。

プログラム1(〈場所〉接近・愛着型ワークショップ)も、上記の考えに則り、プログラムの前半はコの字型、後半は正方形のラウンドテーブル型とし、参加者の相互作用効果が段階的に高まるセッティングとしている(図5-22)。具体的には前半は、ロールモデルからの情報提供とファシリテーターとのやり取りが中心で、参加者がそのやり取りを傾聴し、受け止め、考える展開である。そのため、会場前方のスクリーンを中心に、ロールモデル、ファシリテーターを囲み、コの字型を基本とするセッティングである。他方後半は、会場後方に机を並べ直し正方形とし、ファシリテーターが進行役となり、ロールモデル、参加者相互の交流促進を図り、互いに「気づき」を得ながら、それらを相互で確認・共有する展開が目標である。相互に顔が確認でき、発話と傾聴が促される環境として、ラウンドテーブル型のセッティングとしている。

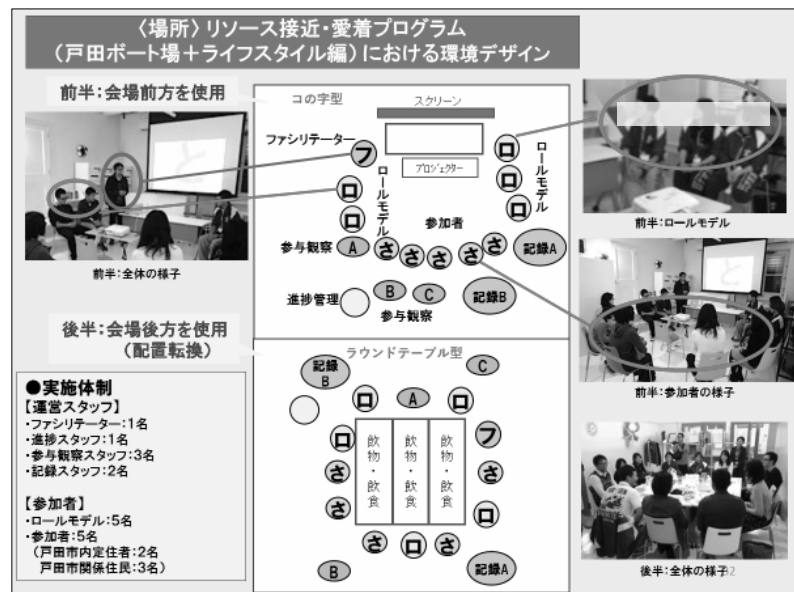


図 5-22 プログラム1の場づくり(セッティング)

111) 中野民夫(2001):ワークショップー新しい学びと創造の場ー, 岩波新書, pp.179-182

### (3) プログラム1の構成と手順

プログラム1は、前述の通り、〈戸田ボート場と当地を起点に行動(生活・活動)する大学ボート部の学生たちのライフスタイル〉をトリガーとするワークショップを中心に据えている。プログラム全体は、図5-23の通り、大きくは4段階から構成している。以下では、プログラムの段階毎に、【基本目標と展開方針】を整理した上で、それを踏まえて運用された【実際上の流れ・経過】を述べる。



図 5-23 パイロットプログラム1の全体構成とフロー

#### 1) 19:00~19:15 イントロダクション

##### 【基本目標及び展開方針】

ワークショップのオープニングでは、ファシリテーターとスタッフ(研究者)が、当プログラムが戸田市と目白大学の共同研究の一環から試験的に展開するパイロット版であり、全プロセスについては映像・写真撮影等を行うことに理解を求める。その上で、改めて、ファシリテーターより、当プログラムの、①趣旨・目標、②流れ・手順並びに注意事項等について説明する。特に、本プログラムが、1) 戸田の地域リソース(「戸田ボートコース」+「ボート部の学生のライフスタイル」)に関する情報提供セッション(2 大学のボート部の学生より参加者へ報告)、2) 上記の学生から提供された情報を題材とした参加者間による対話・交流セッション、の2段階より構成されている点を提示し、それら2セッションを通じて、参加者が目指すべき姿・イメージ(目標)を明示する。その上で、参加者全員が、ファシリテーターの進行に沿って自己紹介を行い、相互間で参加メンバーの存在を認識・共有するプロセスを設ける。

##### 【実際の流れ・経過】

図5-24は、オープニングセッションの実際の流れと発話内容(ファシリテーター、スタッフ<sup>112)</sup>、参加者)のごく一部を提示したものである。ファシリテーターは、上記の基本目標及び展開方針に準じながら、適宜アイスブレイク<sup>113)</sup>を交えつつ、和やかな雰囲気醸

<sup>112)</sup> 本パイロットプログラムの施行において、筆者ら共同研究チームのメンバーは全プロセスに対してスタッフとして進行を支援しながら、参与観察を担う立ち位置で関与している。

<sup>113)</sup> 文字通り「冷たくて硬い雰囲気を壊す」アクティビティ。初対面の人同士や、立場や考え方が異なる人同士の緊張や警戒をほぐすために行うゲーム的要素を取り入れた活動。堀公俊(2004): ファシリテーション入門, 日経文庫, p.82

成しながらスムーズな導入（つかみ：自然のその場に溶け込める準備段階）を演出したものと評価できる。

また、参加者のモチベーションを左右する上で慎重に組み込む必要があるとされた今回のプログラム自体の戸田市での位置づけ（共同研究の一環でパイロット版の試験的導入）や趣旨説明については、ファシリテーター及びスタッフ（研究者）によって丁寧に行われたことも功を奏し、ロールモデルを含む参加者全員

が一様に納得・共有する中でプログラムが始動されており、この点も、ワークショップ①、②への繋がり・流れを自然かつ効果的に展開する上で極めて有用であったと考えられる。

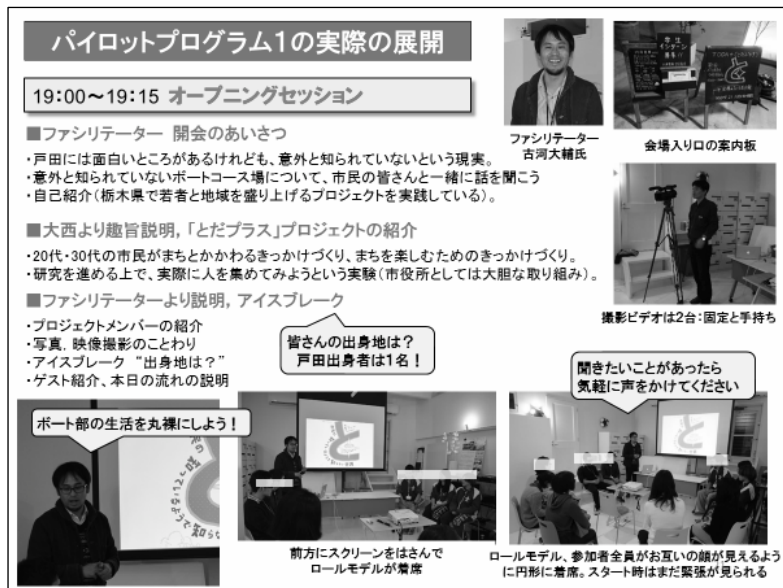


図 5-24 プログラム1:オープニングセッションの流れ

## 2) 19:15~20:20 ワークショップ① (構成的WS)

### 【基本目標及び展開方針】

ワークショップ①は、以下の2段階から構成する。前半は、1) ファシリテーターの進行に基づき、2つの大学のボート部の学生それぞれが、「戸田ボートコース」、「ボートの魅力・面白さ」、「日頃の活動内容・ライフスタイル」等を中心に映像を交えて話題提供を行う（表 5-4 の A 参照）、具体的には T 大学にはスライドプレゼン、R 大学には PV 映像プレゼンを行ってもらい、2) ファシリテーターの誘導に沿って、両大学の学生たち（広義には参加者）と参加者が、対話や質疑を展開し、この場で生まれる相互交流を通して、学生たちには、1) におけるプレゼン内容をより具体的かつ詳細に語ってもらい（表 5-4 の B 参照）、それらを通じて、参加者たちが、戸田ボート場や周辺の実情、さらにはボート部の学生たちのライフスタイルの実像をより深く受け止め、実感していく場となることを目標とする。また、この段階では、表 5-4 (既出) の通り、一定の枠を設ける構成型でのワークショップの展開を基本とする。

### 【実際の流れ・経過】

図 5-25 は、ワークショップ①で実際に発話された内容（ファシリテーター、スタッフ、ロールモデルであるボート部の学生たち、参加者）の概略を提示したものである。

表 5-4 ワークショップ①における  
大学ボート部の学生たちからの話題提供項目

プレゼン・質疑	話題提供項目
A: 話題提供1 (画像や映像とともに説明)	・戸田ボートコースについて ・ボートの魅力、面白さについて ・日頃の活動内容について 等
B: 話題提供2 (ファシリテーターや参加者との質疑の中で説明)	・何故ボート部に入った動機 ・学業との両立、1日のスケジュール ・ボート競技や大会について ・戸田市でよく行く馴染みのお店や場所等 ・合宿生活での一番の楽しみ 等



ワークショップ①は、ファシリテーターによって、上記の基本目標や展開方針が考慮されながら気楽で和やかな進行（率直なコメントが発話される運び）がなされ、具体的には、ボート部の学生たちの「語り」を通して、参加者全員が、戸田ボート場及び周辺施設等への理解を深め、ボート場を軸に展開される、a) ボート競技（ルール等も含む）やその大会、日々のボート練習、b) 学生らの日常・ライフスタイル（大学とボートの両立、食事・買い物・楽しみ・アルバイト等への対応、ボートへの思い）等について知り得る機会になったといえる。このプロセスは、まさに、ワークショップ①の目標でもあった「参加者が、戸田の知っているようで知らない世界（戸田ボート場・周辺+学生たちのライフスタイルを含む、他に類を見ない場所性）」に接近し、触れ、気づき、受け止め、そしてそれらを全員で共有する流れであったといえ、また、このプロセスに参加者が前のめりに楽しく関わった様子も見て取れている。とりわけ、参加者が「ボート部の学生たちを支える地域の存在」（商店・飲食店の直接支援、一般住民の間接支援等）、「地域資源としての戸田ボート場そしてボート部学生たちの存在」等に自然な流れで気づき、受け止め、共有していった様子は、参加者の「まち意識」の醸成を促す上で、注目すべき成果の一つと捉えることができる。

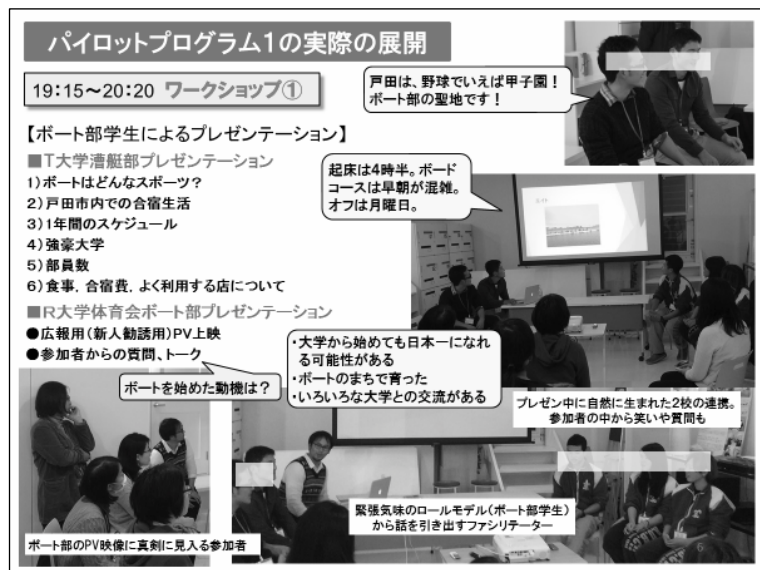


図 5-25 プログラム1:ワークショップ①の流れ

### 3) 20:20~21:15 ワークショップ②（非構成的 WS）

#### 【基本目標及び展開方針】

ワークショップ②は、①のセッティングを転換し（図 5-22（既出）下部）、ファシリテーターが、参加者に、「対話→共感→確認→共有」を促しながら相互交流を軸に進行することが目標となる。具体的には、ファシリテーターが、1) ワークショップ①におけるボート部学生たちの「語り」（戸田ボート場を起点に展開される、学生たちのライフスタイルの実情や思い、地域住民との関わり等の個別イシュー）を受けながら、参加者全体の発話を交錯させる、2) 1) を受けつつ、参加者全体から、戸田ボート場のハードやソフトを含む総合的な「場所性」への気づきを表出させ、それらへの相互共感や相互共有の流れを生み出していくことが目標である。なお、この段階では、自然発生的な対話がベースとなる非構成的ワークショップの展開を基本とする。

#### 【実際の展開・経過】

図 5-26 は、ワークショップ②で実際に発話された内容（ファシリテーター、スタッフ、ロールモデルとしてのボート部の学生たち、参加者）の概略を提示したものである。

ワークショップ②で特徴的であったのは、ファシリテーターの進行により、参加者同士が食事をしながらフランクに対話を進める中で、参加者間で、「ボートの学生たち（あるいはそこで展開されるライフスタイル）」と「地域住民」との接点をもう少し前向きに見出せないかというやり取りが始まった点である。表 5-5 は、そのやり取りの一部を集約し、提示したものであるが、戸田の場所的資源である〈戸田ボート場とそこを起点とするボート部の学生たちのライフスタイル〉を題材とするゆるやかな対話が一つのトリガーとなって、自然発生的にまちづくりイシュー（「戸田ボート場やボート部の学生たち」と「地域住民や地域イベント」の連携協働のあり方や、戸田公園及び周辺の有効利用に関する課題や提案等）へと話題が展開し、参加者間に「地域を知り考える流れ」（「まち意識」を育む対話）が生まれたプロセスとして注目される。

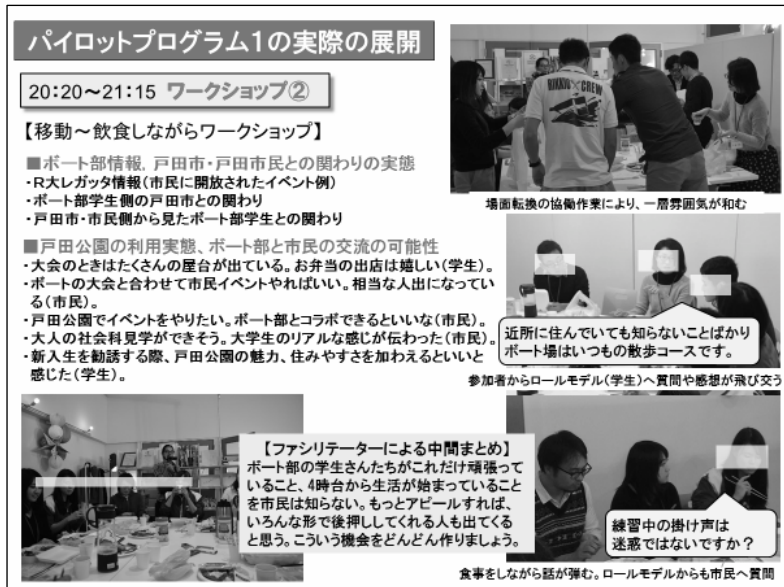


図 5-26 プログラム1:ワークショップ②の流れ

表 5-5 ワークショップ②における「ボート部学生たちと地域との繋がり」等に関する対話例

対話例1 ○ボートの大会と地域イベントの連動可能性について	(参)ボートの大きな大会をいつ開催しているかを市民は意外とわかっていない。駅前の商店会の人から、「ボートの大会と地域のイベントを連携したらどうか」とよく言われる。 (ボ)大会時は、部員の家族や友人等、相当の人が戸田を訪れるので、そういうタイミングで地域のイベントを開くのはいいと思う。地域の人たちにも大会を見てもらいたい。
対話例2 ○地域イベントへの参加について	(ボ)戸田でやっているふるさと祭りに参加することがある。「朝市」もあると聞いたが、自分たちには情報が届いていないので、教えて欲しい。 (参)「朝市」は3ヶ月に一度、第2週の日曜日の朝に、市役所南通りの市役所の敷地内で、朝8時から12時までやっている。約1万人が集まるイベントで、今度は12月11日に開催する。 (ボ)日曜日の朝なら練習が終わってから行けるので、参加可能。
対話例3 ○戸田公園でのボートと地域の連携を巡って	(参)戸田公園でイベントをするとき等に、あの場でボート部のイベントとコラボレーションできたら理想的だと感じている。 (ボ)学生を呼び込むとたくさん来るのでいいと思う。ぜひ、その際にはお声をかけて欲しい。
対話例4 ○ボートコースでお弁当販売できたら...	(ボ)大会時でも、現在は、お祭りの屋台は少しだけ。例えば、ケバブとか。私たちは、お腹が空いたら、食べることもある。食べている人を見かけることもある。あの場所は出店すればよく売れると思うが、ただ、許可がどうなっているかについて、私たちはわからない。 (ス)あそこは県が管理しているという事情があって、屋台を出すのも申請先は県になる。そのため、市が直接口は出せないが、皆さんから要望次第では実現の可能性はある。 (ボ)私たちもいろんなお店があれば、レースの後、楽しみにいきたいと思っているので、よろしくお願ひしたい。
対話例5 ○ボート部の練習時の声をめぐって	(ボ)ボート場の近くにお住まいの住民の方々にとって、ボート部の練習時や大会時の掛け声等は迷惑ではないか？ (参)太鼓や応援で「今日、試合があるのかな」と気づく。学生が今日も頑張っていると思って、むしろ元気をもらおうし応援したくなる。もともと戸田に住んでいれば、ボート部がいる風景は当たり前なので、「うるさい」と感じる人がいたとしたら新しく戸田に来た人かもしれない。ただ、川岸以外に住んでいる人は、こういった風景は想像できないかもしれない。

※(参):参加者,(ボ):ボート部大学生,(ス):スタッフの略

#### 4) 21:15～21:30 振り返り

##### 【基本目標及び展開方針】

振り返りセッションは、ワークショップ①及び②のクロージング段階である。ここでは、ファシリテーターの進行によって、参加者個々が本ワークショップに参加しての感想や気づきを率直に発話していく連鎖が広がっていくことが目標である。さらに、その連鎖的発話を通じて、参加者自身が、戸田ボート場及びその周辺や、そこを起点に行動（生活・活動）する学生たちから構成されている〈戸田ボート場という場所性〉を、戸田市における地域資源（優位的な魅力・価値）として改めて共有し、そうした場所的資源を有する戸田市自体に対して、また、そこに何らかの形で関係し存在している自分たちについて再確認するプロセスとなることを目指す。最後には、参加者個々に振り返りシートを記入してもらいながら、ワークショップにおける相互作用的なプロセスでの気づきを、個人に立ち返って（単独かつ自律的に）、自身に落とし込む内省段階を設ける。

##### 【実際の展開・経過】

図 5-27 は、振り返りセッション（最後のアンケートを含む）において提示された感想（ロールモデルとしてのボート部の学生たち、参加者）の一部を提示したものである（実際の発話内容は表 5-6 を参照）。

この振り返りセッションでは、参加者が、全体のプロセスを通して、どのような気づきがあったのかを主体的に語り、腑に落としていく様子が確認されている。その語りからは、今回のワークショップ

が、「楽しい時間、面白い試み、意義ある機会」として好意的に受け止められていることも窺え、この点は注目される。また、クロージングを通して参加者たちは、まず、〈戸田ボート場とそこを起点に活動する学生たちのライフスタイル〉が他に例のない特異性のある当地固有の地域資源（戸田ならではの風景、景観）であり、だからこそ、その地域資源を関係者間でもっと知り、接近し、有効に利活用すべきではないか、といった考えや行動に気づきを得たといえる。加えて、参加者たちは、今回のワークショップが、ボート部の学生や地域住民との交流を促す好機であり、関係者（今回でいえば学生と参加者、スタッフ、ファシリテーター）が地域を共に知り考えていく場となるため、この種のプログラムが継続的に展開されるべきではないかという考えにそれぞれ至りながら、相互に共有を図ることでその意を深めていく様子が確認されている。

**パイロットプログラム1の実際の展開**

**21:15～21:30 振り返り**

**【感想、アンケート記入】**

**■ロールモデル(ボート部学生)の感想**

- ・ボート部について話す機会はないので、楽しい時間だった。
- ・普段は交流できない方たちと交流できて、マイナーなボートのことを知っていただけで本当に嬉しいと思っている。私たちは戸田で地域と交流しながらこれからも頑張っていきたい。今日は自分自身も学ぶことができた。
- ・ボートってすごく狭い世界で、とっつきにくいところもあるかと思うけど、ボートの大会に足を運ぶと知っている人を応援するという楽しさもあると思う。
- ・僕らは、新入生には宣伝するが、戸田のみなさんに宣伝することはなかった。
- ・いろんな人にボートを知ってもらいたい。今後も広めていかなきゃいけない。知ってもらわないと、ボートも強くない。

**■参加者の感想**

- ・社会人になると、学生の方と接する機会そのものがあまりない。皆さんすごく、お話も上手で、具体的に普段の生活とかイメージがいたので、すごく面白かった。
- ・引越して来てからずっと気になっていたが、誰にも聞けない場所だったので、いい機会をいただいた。
- ・戸田はお子さんのいる家庭向けのイベント発信が多くて、税金納めている割に私、何も施設使っていない。そこが若干不満でもあるし、疎外感を感じていた。今日は思い切って、この場所に足を踏み込んでみて良かった。

**アンケート記入**

ボート場はずっと気になっていたボート部の具体的なイメージがついて、面白かった(参加者)

R大レガッタは誰でも参加できる楽しいイベントです!

ロールモデルから市民向けイベントのPR

地域と交流しながらこれからも頑張っていきたい

ロールモデル(学生)の話を真剣に聞く参加者。そのことにより、参加者は改めて自分の生活や地域に向き合う

図 5-27 プログラム1:振り返りセッションの流れ

表 5-6 振り返りセッションでの発話例

- (ボ)ボート部と地元住民が交流できる機会はほとんどない。もっともっとボート部の活動について知ってほしいし、興味をもってもらいたい。こうしたプログラム等もボート部の活動を地元の人に知ってもらえる良い機会になると思う。そして戸田の人から応援いただければ嬉しい。また、交流を糧にしながら、ボートも頑張っていきたい。
- (参)普段、学生さんをスーパーや駅でみかけることはあっても、実際に話を聞く機会はない。学生さんの普段の生活がわかり、すごく面白い機会となった。また、これを機会に、戸田ボート場や学生さんたち(つまりは地域)を見る目が変わると思う。
- (参)気になっているけれどもわからないことを知る良い機会となった。気になるけれども誰にも聞けないこと、それが戸田ボート場とそこに集う学生たちのことだったと実感。また、これまで、戸田について思うこともあったが、同世代で語ったり、聞いたり、考える場がなかったので、この場はそういう場で嬉しかったし、参加して良かった。
- (ス)今回のワークショップは、地元の若年層が「なんとなく行ってみるか、参加してみるか」と思える機会の提供に繋がればと思って開催したが、その点を参加者が共有してくれたのは嬉しい。

※(参):参加者, (ボ):ボート部大学生, (ス):スタッフの略

総じていえば、プログラム1は、若年層の「まち意識（場所への興味関心、人的交流、地域を起点とする動き出し等）」に少なからぬ刺激を与える場として有効に機能したと評価でき、今後もこうしたプログラムの継続的展開を期待する意見が参加者全員から提示されたことは、その有用性の何よりの証左であるとみることができる（参加者の評価等は第6章1節で詳述）。

## 5. パイロットプログラム2：〈人〉接近・交流型ワークショップ（ロールモデル編）

### （1）プログラム2の位置づけと実施概要

プログラム2は、〈人〉接近・交流型ワークショップ（ロールモデル編）と呼び、前述のプログラム1と区分するとともに、それとは独立的な設計とし、単体で十分に機能できるよう構成している。

プログラム1が〈場所〉に着目したのに対し、プログラム2は〈人〉に焦点を当て、戸田を起点にビジネスや地域活動を展開している若年層と同世代の存在を、〈地域を起点に動き・活動し、地域で充実した時間を過ごしているロールモデル〉として捉え、参加者が、それらの人的資源への接近を図り、交流を図ることで、戸田への愛着を醸成し、地域での動き出しに何らかの契機を得る「場」・「機会」として機能させることを企図している。

プログラム2の実施概要（日時・参加者・スタッフ）や、ロールモデル・ファシリテーターの詳細は、それぞれ表5-7、図5-28の通りである。

表 5-7 プログラム2の実施概要

日時	2016.11.28(月) 19:00-21:50	場所:川岸倉庫
参加者	16名 ・ロールモデル3名(Kさん, Iさん, Hさん) ・参加者 13名(戸田市内定住者9名, 戸田市関係住民4名)	
スタッフ	ファシリテーター 1名、進捗管理スタッフ 4名、参与観察スタッフ 2名、記録スタッフ 2名	

プログラム2では、戸田において行政、会社経営、地域活動というそれぞれ異なる立場で活動中の30代・40代の3名を、参加者の「まち意識<sup>114)</sup>」の孵化・育成のトリガーと位置づけ、それによって参加者全体の対話・交流・気づきが促されることを目標とする。ロールモデル3名には、プログラム内で3つの役割（①自身の「自己紹介」、「仕事・活動」、「戸田への思い」、「これからやりたいこと」等について話題提供を行う、②その後は、ワークショップに、一メンバーとして参加し、他の参加者との質疑・対話・交流等を図る、③最後に、当プログラムに対する総合的な評価を、ロールモデルの立場と一参加者の立場から行う）を担ってもらうよう協力を要請する。ファシリテーターには、プログラム1と同様NPO法人とちぎユースサポーター

**プログラムに生きた教材(ロールモデル:レベル4-5)をゲストで招聘**

**第2回ワークショップロールモデル(地域での活動実践者)**

**Kさん**  
株式会社オーガニックデザイン/  
川岸倉庫シェアオフィス&コワーキングスペース代表  
東京にて約7年の設計事務所勤務を経て、渡欧しロンドンで約4年間英国企業に勤務をする。その間、パリ・ロンドン・NY、その他EU主要国を巡り、日本の価値観・外国の価値観、国民性の違いなどを感心ながら、外国から日本を見ることができた。帰国後に独立し、自身の設計事務所を主宰し地元である戸田市で活動中。東京でなくても、幸せと思える環境(自己充足)の選び方を模索しながら、同志を招く人もいと考え、川岸倉庫をスタートする。

**Iさん**  
戸田マルシェ(Marché de Toda)主宰/  
WEBデザイナー  
産前まで人材派遣会社にて渋谷支店所長として勤務。出産を機に一生活けられる職をと思い、デザインを学び制作会社勤務後フリーランスで活動。自身の人材派遣での人と企業とのマッチング、WEBデザインの経験を活かし、「戸田をもっと楽しい・もっと活気ある街にしよう」をコンセプトに、戸田のクリエイティブな活動家と、活動場所やお店の架け橋となる情報サートの運営を始める。戸田朝市や、つむぎ市、戸田50祭など数々のイベントに携わり、主催するアートむすび市のイベントを手掛ける。今年度は、JURのコロナ企画や、千葉稲毛へと活動の場を広げている。

**Hさん**  
戸田市役所政策秘書室  
平成19年度戸田市役所入庁。土地・都市整備事務所に在り、北戸田駅・戸田駅周辺の開発事務を担当。その後、経済振興課に異動し、2年間市内商業の活性化に向けてサポート。現在は政策秘書室の所属し、2年間広報担当として市内の広報活動に従事した後、政策担当としてまちの売り込みであるシティーセールスなどを担当中。

**古河 大輔氏** 【ファシリテーター】  
NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク理事  
●1980年栃木県小山市生まれ。インテリア企業、青年海外協力隊を経て、NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク事務局長に。  
●若者の力を生かして「交流型まちづくり」を実践

図 5-28 パイロットプログラム2のロールモデル及びファシリテーターの概要

114) 「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向（趣味・学習活動/地域活動・まちづくり志向）」の総称。

ターズネットワーク事務局長古河大輔氏<sup>115)</sup>を起用し、1と同様、ワークショップの実効性が上がるようその運用に傾注・助力する役割を担ってもらう。

## (2) プログラム2における場づくり (セッティング)

プログラム2においても、1同様、前半と後半でレイアウトを変更し、ワークショップの全体進行にアクセントを持たせている。1回目と異なる点は、前半と後半でレイアウトの転換は図るものの、両時間帯とも会場前方をメインとすることである。前半は、ロールモデルからの話題提供を中心に参加者が話を聞き考えることを目的とするため、会場前方のスクリーンを中心にファシリテーターとロールモデル3名を配置し、その他の参加者(13名)はスクール型・

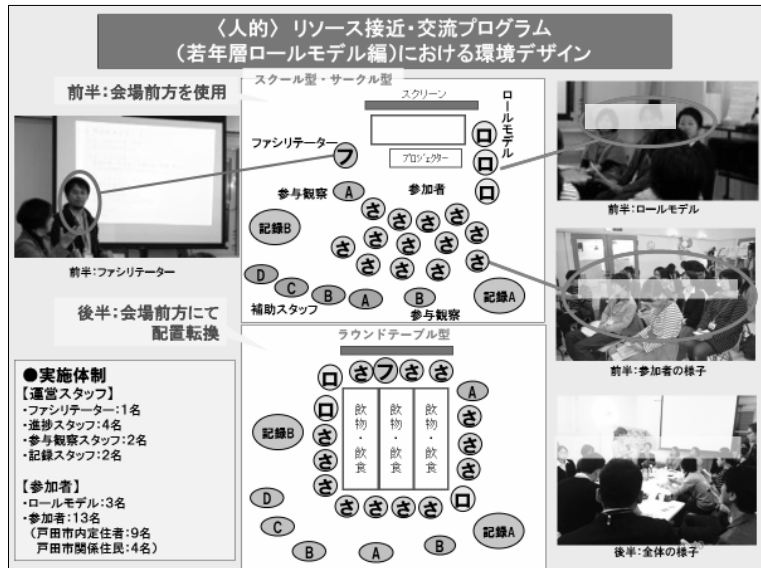


図 5-29 プログラム2の場づくり(セッティング)

サークル型で自由に着席できるセッティングとする。後半は、会場前方で机を並べ直し、ロールモデル、ファシリテーター、参加者それぞれが自在に交流を図り、互いに気づき合い、確認・共有が図られるワークショップが展開されやすくなるよう、ラウンドテーブル型で互いの顔が認識できるセッティングとする (図 5-29)。

## (3) プログラム2の構成と手順

プログラム2は、前述の通り、〈人〉接近・交流型ワークショップ(ロールモデル編)を中心に、大きくは5段階から構成している(図 5-30)。

以下では、プログラムの段階毎に、【基本目標と展開方針】を整理した上で、それを踏まえて運用された【実際上の流れ・経過】について述べる。

### 1) 19:00~19:15 イントロダクション 【基本目標と展開方針】

オープニングでは、ファシリテーターより本プログラムの目的として、①参加



図 5-30 プログラム2の全体構成とフロー

<sup>115)</sup> 古河氏が関わる組織の詳細は第4章1節参照。

者の「まち意識」を確認・共有する、②戸田市内で実際に活躍する同世代ロールモデル（仕事概要、ワークスタイル、思い・哲学等）に接近する（知り、学ぶ）、③それらを契機に参加者間の対話・交流を図る、の3点を提示するとともに、スタッフから、本プログラムがパイロット版として戸田市において実験的に導入するものであり、参加者の反応を探りながら最終的にはプロトタイプ版を目指す取り組みである旨の説明を行う。これらによって、本プログラムの意図・趣旨が参加者間で十分に共有されることが、オープニング時の基本目標である。

また、全体を通じて、参加者の緊張を解きほぐすためのアイスブレイクを適度に入れ込み、冒頭から和やかな雰囲気が醸成されるよう、十分に配慮する方針をとる。

### 【実際の展開・経過】

図 5-31 は、オープニングセッションの実際の流れと発話の内容（ファシリテーター、スタッフ）の一部を提示したものである。

当セッションでは、ファシリテーターがアイスブレイク的に、参加者へ戸田市の認識度をクイズ形式で投げかけるところからスタートした。こうしたプロセスは、参加者が、どの程度戸田を認識しているかということ全体で認知し共有していく上で有効であるとともに、

全体に和やかな雰囲気を醸し出す上でも効果的であったといえる。また、その流れを受けて、ファシリテーターやスタッフから本プログラムの目標や趣旨説明がなされたこともあり、参加者がそれらをごく自然に受け止め、理解していった様子も窺えており、当セッションは短時間ながらも、プログラム2全体をスムーズに導入していく上で重要なプロセスであったと考えられる。

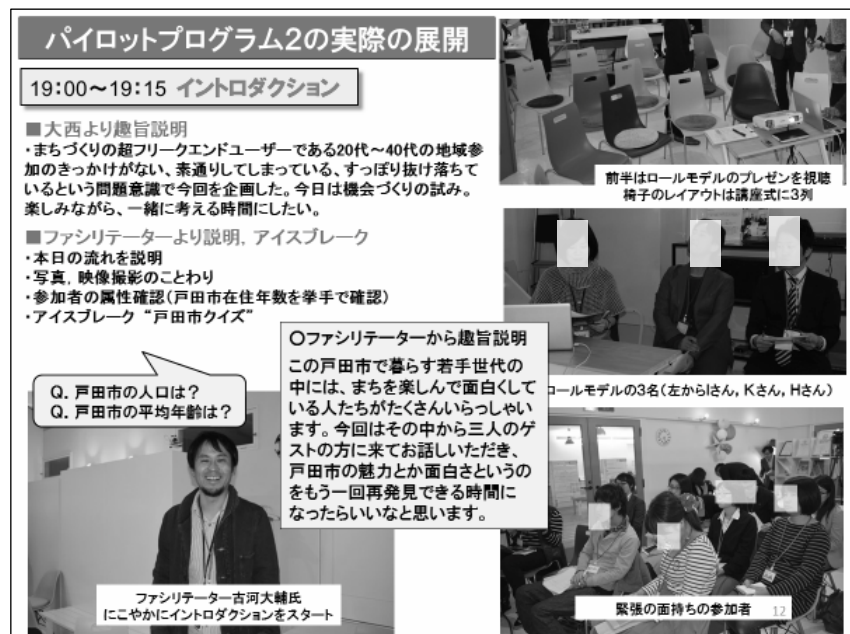


図 5-31 プログラム2:イントロダクションの流れ

## 2) 19:15~20:15 ロールモデルによるプレゼンテーション

### 【基本目標と展開方針】

本セッションは、ファシリテーションの進行に基づき、3者のロールモデル（Kさん、Iさん、Hさん）に、①自身と戸田との接点・経緯、②戸田を起点とする動き・活動内容、③②を通じての戸田への思い等を中心に話題提供を行ってもらうことが目標である。参加者の多くが、戸田の同世代が、地域を起点にどのように動き・活動しているのか、どんな思いが背景にあるのか等に高い関心があることが想定されたため、ロールモデルには、①パワーポイントのスライドを用意してもらい、なるべく具体性をもった情報の開示を心掛

けてもらう、②体験・体感知を中心に固くならないムードで語ってもらう、の2点を要請する一方、参加者が3者のプレゼンテーションに極力集中して傾聴できる環境を整えておくことが、進行上の留意事項となる。

### 【実際の展開・経過】

図 5-32 は、3 者のロールモデルによるプレゼンテーションのスライドの一部と発言内容の概略を提示したものである。

ロールモデルはそれぞれに、自分たちの戸田との関わり、現在の活動の動機や状況を、体験知をベースに自分の言葉で語り、参加者に、地域での同世代の動き・活動の実像とそこから実感している地域への視点を伝える役割を果たしたといえる（表 5-8 参照）。実際、このセッションでは、3 者がそれぞれの持ち味を生かしながら同世代の市民に向けて対話形式でフラットに語りかけるように話題提供を行ったことで、参加者らがそれらを、自分たちに近くて親しみのある存在からの「参考になり得る有益な地域情報」としてダイレクトに受容している様子や、その情報を提供したロールモデルとの繋がり・対話・交流を前向きかつ楽しげに享受し、実感している様子も確認されている。直後のアンケートからも、「3 者の話から、戸田自体に親近感を持った」、「同世代と一緒に何か連携してやれることがあるのではないか」等のコメントが抽出されており、同世代のモデルの存在、そしてその実践やそこに付随する多様な情報は、参加者にとって、自身のまちとの関わりやそのあり方、具体的な動き出しや活動イメージを探る上で有用であることが確認されたといえる（詳しくは第 6 章 1 節参照）。

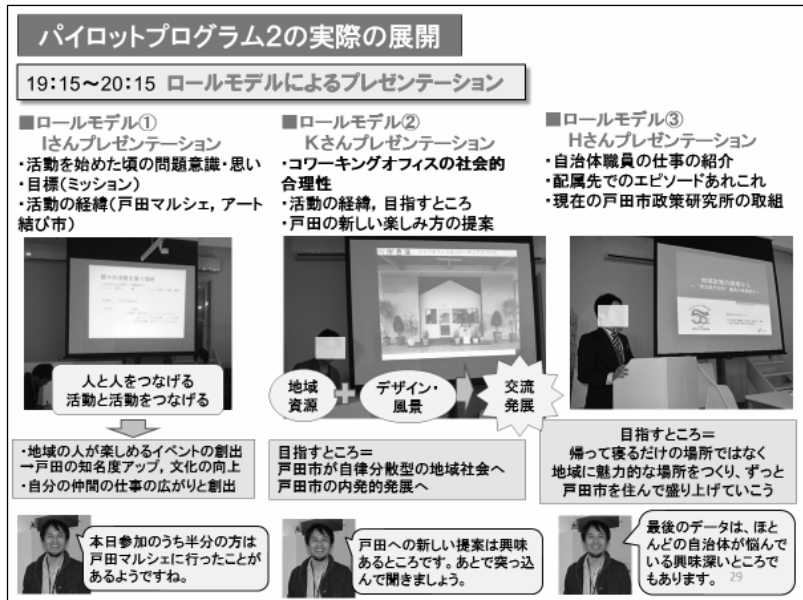


図 5-32 プログラム2:ロールモデルによるプレゼンテーションの流れ

表 5-8 ロールモデルからの提示された論点例

- ・通勤通学で帰ってくる、寝るだけの場所ではなく、戸田って楽しい、戸田で遊ぼうとか、戸田に行こうって思ってもらえるまちのあり方。
- ・先ほども平均年齢が若いという話がでしたが、周りにこんなに若い方が多いまちで、しかも、すごく活動的な方が多い。個人を相互に繋げることの意義や重要性。
- ・戸田で活動しようとしている方や、すでにやっている方が、当地を起点に活動を広げ動く拠点としての重要性。対話や交流から次の活動のヒントがみえてくる。
- ・仕事をする場所と住む場所が近いことでの生み出される質的量的な余裕のあり方。
- ・倉庫の街としての戸田のイメージを残す等、地域資源の有効活用のあり方。
- ・25 歳から 39 歳までの 6 割の方が 4 年未満で転出してしまうという課題の提示と若年層の定着のあり方。



### 3) 20:15~21:40 休憩+懇談

#### 【基本目標と展開方針】

本セッションは、アイスブレイク及びチェックインを軸に進行する。具体的には、①軽食・雑談（アイスブレイク）、②自己紹介（チェックイン→自己開示しながら和やかな場へ→対話により同世代同士の関係性構築/気づきの共有・確認）を中心として展開を図ることが目標である。ポイントは参加者それぞれが、このプロセスにおいて、自己開示を始動させ、全体に和やかでリラックスした雰囲気がより創出され、それが定着できるかという点である。ファシリテーション上の目標も、この点への特段の配慮に置くこととする。

#### 【実際の展開・経過】

図 5-33 は、軽食・雑談（アイスブレイク）の実際の雰囲気と発話された内容（ファシリテーター、スタッフ、参加者）の一部を提示したものである。

本セッションでは、ファシリテーターが中心となり、参加者にランダムに質問を投げかけたり、ロールモデルと参加者の対話プロセスに繋ぎ役として介在することによって、参加者の自己開示が促されていく様子が見て取れ(表 5-9 参照)、ファシリテーションのチェックインが効果的に機能したプロセスになったと考えられる。



図 5-33 プログラム2:休憩+懇談の内容・様子

表 5-9 チェックインでもたらされた参加者による自己開示例

- ・戸田公園をより魅力的にしていきたい思い
- ・戸田を起点に活躍している同世代へのあこがれ
- ・日本酒等、市民に親しみやすいイシューでのまちづくりへの思い
- ・引っ越してきたばかりの若年居住者の交流の場、情報流通の場の必要性
- ・他地域の若年層の動向も気になる(戸田は他地域と比べてどうなのか)
- ・戸田の生活は楽しいとの熱い思い
- ・若年居住者の定着率の悪さへの懸念

### 4) 20:40~21:40 ワークショップ（構成的+非構成的WS）

#### 【基本目標と展開方針】

本セッションでは、ファシリテーターの「問い」を中心に、参加者の語りを導く展開とする。まず、参加者全員から、①本プログラムに参加した動機（自身の興味関心）、②戸田を面白くするアイデアの2点を軸に発話してもらい、そのプロセスにおいて、元来参加者に潜在する「まち意識」（「地域資源（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したい志向（趣味・学習活動/地域活動・まちづくり志向）」）が少しでも刺激され、高められるよう、ファシリテーションを機能させていくことが目標である。この段階では、ワークショップの構成的側面と非構成的側面を適宜交互に使い分けていく方針をとる。

#### 【実際の展開・経過】

図 5-34 は、ワークショップで実際に発話された内容（ファシリテーター、スタッフ、参

加者)の一部を提示したものである。

当セッションでは、直前のセッションでのチェックインの流れを継続させながら、ファシリテーターが参加者に質問を投げかけ、それぞれが気楽に応じていく雰囲気は保たれ、自由闊達な対話が促されたといえる(表5-10参照)。そのプロセスの中で、参加者からは、プログラム2への参加動機・経緯や戸田への思いからくるビジョン・アイデアが提示されていったが、これらは概ね

5つの論点(①戸田の若年層は地域に関心がないわけではないが、なかなかキッカケがない、②若年層が集まれる仕組みや仕掛けがなく、今回のプログラムにはその意味でも大変関心があった、③こうした機会を単発ではなく継続的に展開してもらいたい、④地域をベースに大なり小なり動くことには興味も意欲もあるが、定期的にその意欲を確認し、刺激してくれる機会があれば有り難い、⑤何よりも地域でこうやって過ごすことが楽しみとなるライフスタイルは魅力的等)に集約され、そのエッセンスが参加者間で十分に共有されたといえる。これらを踏まえると、このワークショップの場が、若年層の「戸田で実際に動き、活動することへの潜在的意欲(可能性)」を喚起し、元来の「まち意識」に刺激を与える可能性があることが示唆されたと考えられる。

## 5) 21:40~21:50 振り返り

### 【基本目標と展開方針】

クロージングでは、プログラム2全体を通しての気づきを、参加者それぞれが語りながら確認し、共有し、腑に落としていく丁寧な展開が目標となる。具体的には、ファシリテーターの進行に基づき、①ロールモデルより、本日の感想(=プログラムの価値・意味づけ)を提起してもらい、②それを受けて、参加者それぞれから、このプログラムでの気づきや、こうした取り組みへの思い(継続意向や課題等)を自由に語ってもらい、③状況によって振り返りアンケートを実施する(もしくは持ち帰っての対応を依頼する)、の3点を中心に展開する方針とする。



図 5-34 プログラム2:ワークショップの様子と発話の一部

表 5-10 ワークショップで提示された語りの視点

- ・戸田の良さ(コミュニティが作りやすい、ほどよく田舎、都心と切り離された・誘惑の無い場所、おしゃれさはないが気楽、古き良き戸田等)への気づきの意味
- ・戸田に住んで良かったと思える実感の共有機会の重要性
- ・若年層が集まり知り合いが作れる場所・仕掛けの重要性
- ・新規住民(転入者)に対するガイダンスやケア(今回の機会の応用編)の必要性
- ・新住民・旧住民を繋ぐ仕掛けの重要性
- ・人が集まる場所づくり・仕掛けづくり(例:戸田公園の魅力度アップ)の重要性
- ・子育て重視の施策が、他の層を阻害していることへの懸念
- ・色々なタイプの若年層の存在の認識とネットワークの必要性
- ・戸田を盛り上げたい、PRしたい意欲・方法の共有や展開
- ・地域密着での仕事のあり方、仕事と地域を結びつける発想・考え方への気づき、学び
- ・若年層がまちづくりに参加するきっかけ、方法の模索

## 【実際の展開・経過】

図 5-35 は、振り返りセッションの実際の様子とファシリテーター、スタッフ、参加者の語りの一部を提示したものである。

当セッションでは、前半の話題提供で情報の受容に徹していた参加者らが、自ら積極的に戸田に対しての意見やコメントを提示する場面も見られるようになり、全体に対話・交流への意欲が感じられるプロセスとなったといえる。具体的には、①ロールモデルより、

本プログラムの意義や価値についての論点が出され、②それを受ける形で、参加者からは、戸田においてこれまで不足してきた「若年世代が地域で集い、語り、気づくといった今回のプログラムのような機会・場」を求める声が一様に提示され、相互に共有・共感が図られたと同時に、戸田のまちづくり・地域活動に関する発話（戸田がこうなってほしい、こうあったらいいとするソフトパワー〈ネットワーク、繋がり、活動等〉に関する語り等）も自然になされるようになり、当セッションを通して、各々の「まち意識」に多様な刺激が加えられ、地域での具体的な動き出しについてのイメージが形作られていった様子が読み取れている（詳しくは第 6 章 1 節を参照）。

以上が、若年層の「まち意識」を孵化・育成することを一義として現場で試行した、パイロットプログラム 1、2 の実験概要である。次項では、この実証実験が参加者へ与えた効果についてまとめるとともに、実証実験で得られた多様なデータの総合的分析を踏まえ、若年層向け「まち意識育成プログラム」(“Interest in Town Foster Program” for Younger Working Generation を略して、以後「ITFP for YWG」と呼ぶ) の設計・運用のためのガイドラインとその応用の可能性等について検討する（詳細は、第 6 章 1 節及び 2 節）。

本章における図中の顔写真（当共同研究チームメンバー以外）については、個人情報保護の観点から、個人が同定されるリスクを最大限回避するよう適宜加工を施している。不鮮明な印象を与える箇所はこの点に配慮した結果である旨、断っておく。



図 5-35 プログラム 2: 振り返りの様子と発話の一部

## 【第5章参考文献】

- 大西律子他(2005)：まちづくり学習プログラムの開発とその手法に関する実証的研究—まちづくりへの男女共同参画を促進する第一歩として，平成16年度さいたま県男女共同参画推進センター共同研究報告書，埼玉県男女共同参画センター。
- 大西律子(2006)：市民参加型観光地づくりへ向けて～“観光地づくり学習”の手法と可能性，これからの観光地を考える～諸領域からの観光への視線～，国土交通省国土技術政策総合研究所，pp.60-72.
- 大西律子(2008)：メディア開発を用いたまちづくり学習の実践と課題—さいたま市岩槻区における親子のためのまち理解副読本開発プログラムの運用過程を対象に—，財団法人住宅総合研究財団住教育委員会：住まい・まち学習実践報告・論文集，9号，pp.107-112.
- 大西律子(2016)：巻頭言 観光まちづくりの担い手をどう育てるか—現場からのエッセンス，観光研究，27巻2号，pp.2-3.
- 大西律子・富澤浩樹(2006)：まちづくり学習の実践と課題—市民参加によるまち理解副読本開発，目白大学高等教育研究，12号，pp.139-149.
- 大西律子・富澤浩樹(2007a)：市民のためのまちづくり学習プログラムの基本設計に関する研究，目白大学総合科学研究，3号，pp.39-152.
- 大西律子・富澤浩樹(2007b)：観光まちづくり学習の基本設計に関する考察，日本観光研究学会全国大会学術論文集，22号，pp.365-366.
- 大西律子・富澤浩樹(2007c)：メディア開発プロセスを利用した観光まちづくり学習の試験的運用，日本観光研究学会全国大会学術論文集，22号，pp.367-368.
- 大西律子・富澤浩樹(2008a)：インタビュー実習型まちづくり学習プログラムの基本設計に関する研究，目白大学総合科学研究，4号，pp.47-60.
- 大西律子・富澤浩樹(2008b)：高等教育における市民性養成プログラムの検討—インタビュー実習の試験的運用を中心に—，目白大学高等教育研究，14号，pp.231-248.
- 大西律子・富澤浩樹(2009)：インタビュー調査実習（社会調査士認定科目F）の設計と運用，目白大学高等教育研究，15号，pp.119-126.
- 大西律子・富澤浩樹(2010)：“人形のまち岩槻まちかど雛めぐり（2010）”における官民学協働による交流サロンの試験的運用，日本観光研究学会全国大会学術論文集，25号，pp.399-400.
- 大西律子・富澤浩樹(2011)：まちづくりの現場での問題解決を前提とした「まちづくり学習」の設計と運用—インタビュー実習工程を導入した講座の提案—，地域活性研究，2号，pp.3-16.
- 大西律子・富澤浩樹(2016)：観光まちづくりリーダーの養成を目途とした学習装置に関する基礎研究—共同活動の促進に有用なファシリテーション能力の養成に着目して—，地域活性学会研究大会論文集，第8号，pp.160-163.
- 大西律子・富澤浩樹・津々見崇(2015)：官学協働による「まちづくり学習プログラム」の設計・運用に関する基礎研究—埼玉県戸田市におけるまちづくり活動への接続を視野に入れた学習プログラムの展開を中心に—，地域活性研究，6号，pp.279-288.
- 木下勇(2007)：ワークショップ—住民主体のまちづくりへの方法論—，学芸出版社。

- 住吉廣行(2008)：「地方発の地域経済立て直し」政策コンペ政策提案書「地域に定着する若者の育成」とそれを支える「産・官・学連携の地域づくり」(4.内閣府提案書,第2部 大学改革・教育改革の「今」), 地域総合研究, 第8号, pp.205-210.
- 総務省統計局(2010):平成22年国勢調査, <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2010/>, 2017/3/15.
- 総務省統計局(2015):平成27年国勢調査, <http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/>, 2017/3/15.
- 地方自治研究機構(2015)：若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究.
- 戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016)：戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究（共同研究中間報告書）.
- 富澤浩樹・大西律子(2005)：観光まちづくりにおける“まち理解副読本”開発プロセスに関する研究—さいたま市岩槻区の事例, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 20号, pp.41-44.
- 富澤浩樹・大西律子(2006)：観光まちづくり学習プログラムにおける電子掲示板の実験的運用に関する一考察, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 21号, pp.41-44.
- 富澤浩樹・大西律子(2008)：観光まちづくり学習の運用プロセスに関する研究—さいたま市岩槻区における官学協働による試み, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 23号, pp.297-300.
- 富澤浩樹・大西律子(2010)：観光まちづくり活動における学生参画システムの構築—さいたま市岩槻区における住民主導イベントにおける学生ボランティアの関わり実績からの提案—, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 25号, pp.401-402.
- 富澤浩樹・大西律子(2015)：観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用—活動に必要な基礎力養成を目指した学習スキームの導入と実践を中心として—, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 30号, pp.13-16.
- 富澤浩樹・大西律子, 高久聡司(2016)：まちづくりの活動主体に有用なワークショップの運用に関する研究—ロールモデル映像教材導入の試み—, 人工知能学会市民共創知研究会研究報告, 1号, pp.1-6.
- 富澤浩樹・大西律子・津々見崇(2005)：ビデオ開発型まちづくり学習プログラムの実験的運用に関する研究, 目白大学総合科学研究, 2号, pp.42-65.
- 富澤浩樹・高久聡司・正木聡・山崎隆之・大西律子(2016)：特集に寄せて 観光情報をいかに生み、届けるか：地域における発信主体の視点から, 観光研究, 28巻1号, pp.4-7.
- 富澤浩樹・津々見崇・大西律子(2014)：イベント型観光まちづくりにおける担い手の参加意識に関する定性情報の収集と活用の試み—人形のまち岩槻まちかど雛めぐりを対象として, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, 29号, pp.427-428
- 中野民夫(2001)：ワークショップ—新しい学びと創造の場—, 岩波新書.
- 堀公俊(2004)：ファシリテーション入門, 日本経済新聞出版社.

## 第6章 総括・提案

### 1. 若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の有用性と課題

2016年度研究において実施した若年層向け「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の参加者の基礎情報は、図6-1に示した通りである。

2回に亘る「まち意識育成プログラム」(パイロット版)の第1回は2016年11月21日(以下、プログラム1)、第2回は2016年11月28日(以下、プログラム2)に実施した。なお、参加者の総数は26名であったが、プログラム2(11月28日)は時間内にアンケートの配布回収ができず、後日提出での対応に変更したことも影響し、2名から回答を得られず、分析対象となったアンケートは24票である。以下では、「アンケート」

I: アンケート	
【アンケート回収状況】	
O1回目(11/21):アンケート10名分	
:参加者 5名(戸田市在住2名)	→アンケート提出者5名(回収率100%)
:ロールモデル5名	→アンケート提出者5名(回収率100%)
O2回目(11/28):アンケート14名分	
:参加者13名(内、戸田市在住10名)	→アンケート提出者11名(回収率84.6%) うち戸田市在住9名
:ロールモデル3名	→アンケート提出者3名(回収率100%)
〈1回目・2回目両方の参加者5名(うち、戸田市在住2名)〉	
【アンケートによる効果測定項目】	
① 今回のイベントの総合的評価とその理由(2回目のみ)	
② イベントへの評価と a) 全体的評価 b) 各回の話題提供 c) ロールモデル・参加者との交流	
②' イベントへ参加して得た「新たな気づき・発見」	
③ 今後、同様のイベントへの参加意欲とその理由	
④ イベント運営上の工夫・改善点等	
II: アクションリサーチによる観察記録	
【音声・映像データ】	
・2016/8/25実施:事前研究会(目白大学)	
・2016/9/20実施:現地調査(フィールドワークならびに視察)	
・2016/11/21実施:第1回社会実験(ワークショップ)記録(準備～実施～振り返り)	
・2016/11/28実施:第2回社会実験(ワークショップ)記録(準備～実施～振り返り)	

図6-1 プログラム参加者向け  
反応チェックのための基礎情報

及び「アクションリサーチによる観察記録」それぞれについて設計した効果測定枠組みの視点から行った総括的分析の結果をまとめる。

まず、プログラム参加者の一覧について説明する(図6-2)。参加者24名の基本属性は、性別で見ると男性11名、女性13名、年齢構成では、20代が12名、30代が8名、40代が4名である。職業区分で見ると、企業8名、自営5名、公共(市役所、NPO、福祉、教育機関)4名、学生7名である。さらに、居住区分では、戸田市民17名、戸田市関係住民(戸田市に関心がある、関わりがある、縁がある等)が7名、役割構成は、ワークショップ参加者13名、ロールモデル8名、スタッフ兼任3名であった。さらに、参加者の志向性、「まち意識」について分類すると、志向性の第Iゾーン(仕事<地域)0名、第IIゾーン(仕事=地域)4名、第IIIゾーン(仕事>地域)20名、「まち意識」は、レベル0が7名、レベル1が3名、レベル2が4名、レベル3が6名、レベル4は4名となった。

続いて、アンケートによる効果測定の結果をまとめる。具体的には、①プログラムの総合的評価とその理由(2回目のみ)、②イベント(プログラムで展開したワークショップ<sup>116)</sup>に対する評価と a) 全体的評価 b) 各回の話題提供 c) ロールモデル・参加者との交流、②'ワークショップへ参加して得た「新たな気づき・発見」、③今後、同様の企画への参加意欲とその理由、④運営上の工夫・改善点等を取り上げる。

結果を先取りすれば、プログラムに対する評価は、総合的評価、プログラム1・2に対する全体的評価、ロールモデルからの話題提供、ロールモデル・参加者との対話・交流に

<sup>116)</sup> 参加者向けには「イベント」と表記したが、プログラムの内容としては「ワークショップ」を実施したため、本章においては、以降、ワークショップと表記する。

ついて回答者全員が肯定的な反応を示している。また、その評価の根拠となる自由記述からは、「地域への興味関心の向上」「地域との繋がり・ネットワーク創出」「地域で行動するきっかけ提供」といった「まち意識」と関連する効果が得られている。また、このプログラムを通して、各自の内省、今後の行動指針、戸田市の課題認識、若年層の多様性への気づき、といった効果が得られている。それらを一覧で示したのが、図 6-3 から図 6-7 である。

No	氏名	性別	年齢	① 職業	② 居住	役割	参加動機				③ 志向性	④ まち意識	実験1	実験2	⑤ RE
							好奇心	情報	交流	まちづくり					
1							○	○			III	1	○	○	◎
2								○			III	0	○	○	◎
3									○		III	0	○		○
4									○		III	1	○		○
5									○		III	0	○		○
6									○		III	0	○		○
7									○		III	0	○		○
8									○		III	0	○		○
9									○	○	III	1	○		○
10									○		III	0	○		○
11							○		○		III	3		○	○
12							○		○		III	3		○	○
13							○		○	○	II	4		○	○
14							○		○		III	3		○	○
15									○		III	2		○	○
16							○	○	○		III	3		○	○
17									○		III	3		○	○
18								○	○		III	2		○	○
19									○	○	III	2		○	○
20								○	○	○	II	4		○	○
21								○	○	○	II	4		○	○
22							○	○	○	○	II	4		○	○
23							○		○	○	III	3			
24								○	○		III	2			

①職業 「公共」とは、市役所、NPO、福祉、教育機関 をまとめたもの  
 ②居住 戸田市内定住：◎ 戸田市関係住民：○ ※関係住民とは関心がる、関わりがある、縁がある等  
 ③志向性 仕事>地域：I 地域=仕事：II 仕事>地域：III  
 ④まち意識 水面下(顕在化されていない)：0 ぼんやり認識：1 受身だが自分から情報をとる：2 関心強化、活動は未成熟：3 地域活動が始まっている：4 地域活動リーダー：5  
 ⑤RE アンケート提出(「RE」と略) 参加した2回ともに提出：◎ 1回提出：○

図 6-2 プログラム参加者一覧

(1) プログラム参加者の講座に対する総合評価

11月28日のワークショップで、プログラム2についての総合評価を尋ねた結果、14名全員が有意義と捉えており、その内12名(85.7%)から「大変有意義」という回答を得た(図6-3)。その理由を分類すると、「①地域への興味関心を高める効果」、「②地域との繋がり・ネットワーク創出」、「③地域で行動するきっかけ提供」となり、「まち意識」で定義される「地域への関心」「繋がり・ネットワーク・交流志向」「動き出したい志向」と関連する効果が読み取れた。

以下、具体的に記述内容を表6-1として示す。

No	氏名	性別	年齢	役割	評価
1					◎
2					○
11					◎
12					◎
13					◎
14					◎
15					◎
16					◎
17					◎
18					◎
19					◎
20					◎
21					○
22					◎

◎: 大変有意義、○: ある程度、有意義

図 6-3 プログラム2の総合評価

表 6-1 プログラムの総合評価の理由(自由記述)

大分類	内 容
① 地域への興味関心を高める効果	<p>a) 戸田の魅力の再発見に繋がる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸田の良い点、不足点を認識でき、まちへの興味を高めるきっかけになった。</li> <li>・戸田が外からどんなふうに見られているのか等々、ハッとさせられた。</li> </ul> <p>b) 「戸田」への市民の思いを確認でき、共有できたことは有意義</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「戸田」に対する思いがある人たちと出会う機会を得られたことが有意義。</li> <li>・戸田に住む人の思いや行動を改めて知ることができた。</li> </ul>
② 地域との繋がり・ネットワーク創出	<p>a) 新しい交流・ネットワークづくりの場としての期待</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでとは異なる参加者が集まり、この世代のニーズを感じた。</li> <li>・市民のプレーヤーを紹介しあい、ワークショップをすることで、ビジネスネットワークの活性化にも繋がると感じた。</li> </ul> <p>b) 異なる世代・職業の人と出会いの場となった</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・色々な立場の方が集まって話げできたのが大変有意義。</li> <li>・異業種交流が気軽にできる機会は重要。</li> <li>・年齢・性別を越えて、様々な価値観が理解できたことが有意義。</li> <li>・多様な立場からの視点で意見や情報を発信して、新たな発見や刺激があり、活動の幅が広がる出会いがありそうだなという印象。</li> </ul>
③ 地域で行動するきっかけ提供	<p>a) 今後の新たな活動につながる期待を得られた</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の人生を考える上でとても良い刺激、出会いを得る事ができた。</li> <li>・次の活動に繋がるヒントやアイデアが生まれるきっかけになると感じた。</li> <li>・具体的に何かしらの形として結果が出るまでには時間を要するとは思いますが、【行動してみたい】というきっかけ作りとなった。</li> </ul>

「①地域への興味関心を高める効果」は、戸田の魅力の再発見、市民の戸田への思いの確認、共有に繋がった点への評価、「②地域との繋がり・ネットワーク創出」は、新しい交流・出会いの場としての評価、「③地域で行動するきっかけ提供」は、今後の活動のヒントを得られたという評価が示された。ロールモデル、参加者が交流する中で、これらの気づきを得る場として本プログラムが機能したことが肯定的な評価に繋がったと考えられる。

(2) 参加者の各プログラムについての評価(全体的評価)

プログラム1・2では、それぞれの評価を尋ねている。各プログラムの評価は、無回答を除く23名全員が肯定的に評価し、その内18名(78.2%)から「満足」という回答を得た(図6-4)。自由記述から、全体評価の根拠となった気づきを分類してみると、各プログラムへの参加が自分の振り返りにつながったとする「①自身の活動の振り返り・活動指針を得る機会」となったという意見、戸田市を改めて理解/考えるきっかけとなったとする「②戸田市の課題への気づき」の2つに大別できる。以下、それぞれの自由記述を表6-2に示す。

No	氏名	性別	年齢	役割	11/21	11/28
1					◎	◎
2					◎	○
3				レ	◎	
4				レ	◎	
5				レ	○	
6				レ	○	
7				レ	◎	
8				E	◎	
9				E	○	
10				E	◎	
11						◎
12						◎
13						○
14						◎
15						◎
16						◎
17						◎
18						◎
19						—
20						◎
21				レ		◎
22				レ		◎

◎:満足、○:どちらかといえば満足

図 6-4 プログラムについての評価(全体的評価)



表 6-2 プログラムについての気づき(全体的評価)

大分類	内容
① 自身の活動の振り返り・活動指針を得る機会	<p>a) 活動の初心を思い出すきっかけ ・自身が活動を始めた当初の思いを思い出すきっかけとなり、もっと中身の濃い活動を改めて考える学びの場となった。</p> <p>b) 思い切って参加したことで得た刺激 ・勇気を出して電話してよかった。今回のロールモデルの話をもっと多くの人にも聞いて欲しい。普段接しない人と交流できて、まちを見る視点が少し変わった気がする。</p> <p>c) 活動指針を得た ・食を通して、近郊の方々にも楽しさを伝えていけるようにしたいと思う。 ・地域単位で同世代の方々との力強いお話を聞いてエネルギーを頂いた。</p>
② 戸田市の課題への気づき	<p>a) 子育て世帯ではない单身や夫婦世帯の考えへの気づき ・子育てをしないと戸田市では繋がりをつくる機会を得られない点が課題であると実感。</p> <p>b) 大人の居場所が足りない ・20代、30代が行きたいと思うような場所や散歩道もあまり無く、戸田にはこんな場所もあるんだよ、という素敵な空間、素敵な大人な雰囲気のパーク等が戸田に現時点ではなかなか見出せないところがあるのだと思った。 ・戸田市は「子育てのまち」という反面、独身世代や子供を持たない世代の肩身を狭くさせてしまっているところがあるのだと思い、今後の改善点の課題だと思った。 ・戸田市に対して、何か意見を持っていながら発信できない・発信する場が無い市民がいる。</p>

すなわち、「①自身の活動の振り返り・活動指針を得る機会」は、自分の初心を思い出すきっかけ、刺激、活動指針を得たこと、「②戸田市の課題への気づき」は、「子育て」をしていない世帯の居場所、それを含めた大人の居場所の少なさへの気づきが語られるように、新たな気づきを与える場として本プログラムが機能していた点が評価されたと考えられる。

### (3) 参加者の各プログラムについての評価（ロールモデルからの話題提供）

プログラム1（11月21日）は、戸田市を拠点に活動するボート部員をロールモデルに招き、市民が知っているようで知らないボート部の生活の一端を披露してもらい、ボート部と地域との接点を模索する展開となった。プログラム2は、地域で活躍する若年層の3名をロールモデルに招き、活動の目的、内容等を披露してもらうことで、参加者それぞれが地域で動き出すことの意味を考えるきっかけとなった。プログラム1・2では、それぞれロールモデルからの話題提供への評価を尋ねている。その評価は、無回答を除く23名全員が肯定的に評価し、その内17名（73.9%）から「満足」という回答を得た（図6-5）。自由記述から、評価の根拠となった気づきを分類すると、プログラム1のボート部の話題提供に対しては、「市民が彼らを応援するきっかけ」「ボート部の学生との連携可能性を見出した」という気づき、プログラム2については、「住んで楽しいまちにしたいと改めて実感」という意欲、「『戸田の知らない世界』を知れた」という驚き、「地元で古くから活躍されている方へのスポットライトも」という話題提供を受けて新たな気づきを参加者は得たようである。その

No	氏名	性別	年齢	役割	11/21	11/28
1					◎	○
2					◎	○
3					◎	
4					◎	
5					○	
6					○	
7					◎	
8					◎	
9					◎	
10					◎	
11						◎
12						○
13						○
14						◎
15						◎
16						◎
17						◎
18						◎
19						—
20						◎
21						◎
22						◎

◎:満足、○:どちらかといえば満足

図 6-5 プログラムについての評価（ロールモデルからの話題提供）

詳細を表 6-3 として記す。

表 6-3 プログラムについての気づき(ロールモデルからの話題提供)

大分類	内 容
① ボート部の話題提供を受けて	<p>a)市民が彼らを応援するきっかけに</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他の市民の皆さんにも知っていただければ、市民全体でボート部の彼らを応援できると感じた。</li> </ul> <p>b)ボート部の学生との連携の可能性を見出せた</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ボート部の方も戸田市のまちづくり一環に協力したいと思っていたが、ボート部の人たちも「今までなぜ戸田市市民と戸田市と連携がされてこなかったのか？」と感じていたことを知り、今後、連携できればと感じた。</li> <li>・ボート部の学生の憧れの地である戸田市を、共に盛り上げていきたいと思っている気持ちにとっても刺激を受けた。</li> </ul>
② 同世代の話題提供を受けて まちを面白くしている	<p>a)住んで楽しいまちにしたいと改めて実感</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今回三人の方の地域とのかかわり方、参加者の思いも聞くことが出来てとても心強い気持ちになった。戸田に住んで楽しいまちにしたい！新しい人との繋がり場を作ろうと活動しており、少しずつ楽しい方向に流れが変わってきたかな…と思っている。</li> </ul> <p>b)「戸田の知らない世界」を知れた</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸田公園のイメージチェンジを考えている方がいるとは知らず、驚いた。</li> </ul> <p>c)地元で古くから活躍されている方へのスポットライトも</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新しく戸田に来られた方の活躍も刺激になり大歓迎ですが、地元で古くから密着されている方の活躍にもスポットライトが当てられたらいいな、と気づいた。</li> </ul>

すなわち、「①ボート部からの話題提供を受けて」参加者は、「知っているようで知らなかった」ボート部学生の実生活実態についての驚きを前提に、全国のボート関係者にとっての聖地である戸田の位置づけを再確認し、ボート部を応援したい、連携してまちづくりを展開したいという反応を示した。そして、「②まちを面白くしている同世代の話題提供を受けて」の参加者の反応は、「戸田を良くしたい」という思いから動いている同世代を、身近な存在として解釈する中で、感心するだけではなく、自身も「住んで楽しいまちにしたいと思った」という意思、注目する人・場所が他にもあるという気づき（古くから活躍されてきた人へのスポットライト）を示した点が特徴的である。いずれも、ロールモデルが参加者にとって身近な存在であったことで具体的に戸田市をイメージしながら考えるきっかけになっており、その点が評価に結びついたと推察される。

#### (4) 参加者のプログラムについての評価（ロールモデル・参加者との対話・交流）

2 回のプログラムは、前半をロールモデルからの話題提供、後半をロールモデル・参加者間のトークセッションとして展開し、交流の場を設定した。その結果、無回答を除く 23 名全員が肯定的に評価し、その内 15 名 (65.2%) から「満足」という回答を得た (図 6-6)。自由記述から、評価の根拠となった気づきを分類すると、交流の中で様々な立場・考えの人と話をした結果として、「地域にアンテナを張るきっかけになった」「地域の方の考えを知れた」「多様な価値観を持つ魅力ある人たちとの出会い」が挙げ

No	氏名	性別	年齢	役割	11/21	11/28
1					◎	◎
2					◎	○
3					◎	
4					◎	
5					○	
6					◎	
7					◎	
8					◎	
9					◎	
10					○	
11						○
12						○
13						○
14						○
15					◎	
16					◎	
17					◎	
18					◎	
19					—	
20					◎	
21					○	
22					◎	

◎:満足、○:どちらかといえば満足

図 6-6 プログラムについての評価 (ロールモデル・参加者との対話・交流)

られ、プログラムを通して直接、人と繋がることで得られた気づきがあったことが理解できる。その詳細を表 6-4 として記す。

表 6-4 プログラムについての気づき(ロールモデル・参加者との対話・交流)

大分類	内容
①地域にアンテナを張るきっかけに	・地域の様々なイベントについては全く知らなかったので、今後アンテナを張って参加しようとするきっかけとなった。
②地域の方の考えを知れた	・地域の方もボート部の活動に理解があり、興味を持っていることが知れてよかった。 ・普段、練習や大会で騒がしくしているため、迷惑をかけていると思っていたが、好感を持ってくれていることも知れて、嬉しかった。戸田の方からのボート部に対する意識は気になっていたのも、知れて良かった。
③多様な価値観を持つ魅力ある人たちとの出会い提供	<p>a)ボート部の「知らない世界」を知れた</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生さんの生活を知れたこと、長年、戸田に住んでいても、ボートのことを知らない人が多いことも意外な気づきだった。</li> </ul> <p>b)異なる立場の人の価値観を知れた</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テーブルを囲んで参加者の様々な立場からの考えを聞いて、子どもがいない世帯の人の気持ちに気づいた。</li> <li>・地域密着で仕事(活動)を楽しく活力を持って行っている方々の時間の作り方の巧みさを学ぶ機会となった。</li> </ul> <p>c)魅力ある人との出会い</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の住んでいる(関わっている)地域を活性化したい、魅力的にしたいと思っている人たちと出会い、刺激を受けた。</li> <li>・今後も、こういった交流機会を設けて、もっと魅力的な人・場所・コトを共有していきたいと感じた。</li> </ul>

参加者は、プログラムを通して、多様な価値観を持つ人との出会いによって、自分自身に関する事、地域に関する事への気づきを得たようである。例えば、「①地域にアンテナを張るきっかけに」は、これまで地域に関心をもっていなかったことへの反省と今後への指針を得たことが示される。「②地域の方の考えを知れた」「③多様な価値観を持つ魅力ある人たちとの出会い提供」は、これまで関わりのなかった人、存在は知っていたが、詳しくは知らなかったロールモデルとの交流を通して、新たな世界が広がったことが語られている。いずれも、このプログラムの特徴でもあるロールモデルからの話題を聞くだけでなく、ロールモデル、参加者間の対話・交流によって、直接、様々な人の価値観を知り、共有することが可能になった点が評価されたといえる。

#### (5) 参加者の今後の企画への参加意向

11月21日、28日のプログラム1・2において、今後も同様の企画があった場合の参加意向について尋ねた。その結果、24名全員が参加意向を示し、その内12名(50.0%)から「ぜひ参加したい」という回答を得た(図6-7)。ここからは、若年層を対象とした企画の開催に適したスケジュール調整の重要性が窺えるが、参加意向を示す理由として、「まち意識」の中でも「地域との繋がり・ネットワーク欲求意欲」「地域活動・地域での学びへの意欲」の高さがあると推察できる。その詳細を表6-5として記す。

No	氏名	性別	年齢	役割	11/21	11/28
1					○	◎
2					○	○
3					◎	
4					◎	
5					○	
6					◎	
7					◎	
8					◎	
9					○	
10					○	
11						◎
12						○
13						◎
14						◎
15						○
16						◎
17						○
18						○
19						○
20						◎
21						○
22						◎

◎:是非参加したい、○:内容や予定次第で参加したい

図 6-7 今後の同様の企画への参加意向

表 6-5 今後の同様の企画への参加意向の理由

大分類	内 容
① 地域との繋がり・ネットワーク欲求意欲	<p>a) 地域の人との繋がり・交流が欲しい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸田市のみなさんと交流したい。</li> <li>・自分自身の実になっただけでなく、戸田市民の皆様にもっと知ってもらえる機会がおもしろかった。</li> </ul> <p>b) ゆるやかな交流機会がネットワーク構築に有意義</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・是非今後も戸田市の後援・協賛・合同イベント等一緒に行いたい。スピーカーとオーディエンス両者にとって楽しめる有意義な関係になると確信できる。やる気のある市民を活かしたい。</li> </ul> <p>c) ネットワークを広げたい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・普段、出会えない様々な大人との関わりを持ちたい。</li> <li>・色々な立場の方と話をしたり、考えを聞いたりすることにより、普段見ている角度とは違う考えや見方があることに気付かされるから。また刺激になるから。</li> </ul>
② 地域活動・地域での学びへの意欲	<p>a) 地域での活動への動機づけ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・もっと具体的な活動に繋がりたいと感じたため。</li> <li>・都会に行かなくても自宅、コワーキングスペースで仕事をするメリットを多に感じ、もっと多くの情報、知恵を得て、自分でも実現したいと思った。</li> <li>・地域単位で業種や立場の異なる方々のご意見やお考えに触れて自らの学びを深めたいと感じた。</li> </ul> <p>b) 参加のしやすさ・居場所機能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・何となくハードルが高いかと思っていたのですが、自分の中のハードルが少し下がったため。</li> <li>・会社帰りにふらっと立ち寄って話をしたり、交流できるような場所があったらいいと思う。</li> </ul>

「①地域との繋がり・ネットワーク欲求意欲」では、地域の人との交流機会を持つことへの意欲が高まったこと、このような場がネットワーク構築に有意義であるという示唆を得たこと、普段出会うことのない市民との関わりに刺激を受けてネットワークを広げたいという意欲を持ったことが語られる。「②地域活動・地域での学びへの意欲」では、ロールモデルや市民との交流を通して、自分自身の地域での活動への動機づけが得られたこと、今回のプログラムを通して、ゆるやかな交流の場の有用性に気づき、参加のしやすい企画が若年層の居場所となり得ることへの気づきが指摘された。このように参加者は、今回のプログラムの意義を受け止め、自身の地域でのネットワーク構築、地域での活動・学びへの意欲を高める場所・機会への今後の参加意欲が高まったようである。それは、告知ポスターのデザインや表現を工夫し、「ゆるやかな交流機会」の創出を目指した「まち意識育成プログラム」（パイロット版）の効果であると考えられる。

#### （6）参加者からの各プログラムの工夫・改善点への意見

各プログラムのいずれにおいても、工夫・改善点への意見を参加者に求めた。その結果、「ゆるやかに集うことが可能となる機会の継続実施」を求める意見が目立った。また、プログラムの意義を実感したからこそ、「行政が市民の声を拾う、市民の考えを伝える機会を設ける」ことを訴求する意見も得られた。これらの意見からも、「まち意識育成プログラム」（パイロット版）の効果が読み取れるだろう。

その他、「情報発信の工夫」、「運営上の工夫・改善点」については、今後の課題として受け止めていく必要がある。具体的な記述の一部を以下に記す（表 6-6）。

表 6-6 プログラムの工夫・改善点への意見

大分類	内容
①ゆるやかに集うことが可能となる機会の継続実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者の同僚や友人に口コミで広げていけるように、今回のようなワークショップを定期的開催する。</li> <li>・行政が中心となり今日みたいなワークショップを定期的に行う。</li> <li>・定期的開催されれば、今回参加した人や口コミで参加しようと思った人、新たなメンバー等、地域を考える輪が広がる。</li> </ul>
②市民の声を拾う、市民に行政の考えを伝える機会を設ける	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a) 行政が市民目線で情報発信する機会づくり</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政がまちづくりのために何を行っているかについての情報発信をする。自分たちの住んでいるまちを行政がどのように考えて、どのような取り組みをしているのかを知ることがとても大切。</li> </ul> </li> <li><b>b) 市民の声を届ける機会・場所をつくる</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・気が付いたことを提案することはできるが、どこに提案していいのかわからない。</li> </ul> </li> <li><b>c) 既存の公共施設を有効利用する</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ数年で地域に新設された建物を有効に活用し、ソフトの充実を図れば、市民が有意義に使用できる場になるはず。</li> </ul> </li> </ul>
③情報発信の工夫・改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>a) 若者へ情報を届けることを意識して欲しい</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報がなかなか得られない。SNS等 (Instagram、Twitter、Facebook 等)、若者のメディアに向けた発信に力を入れてみるのが良い。</li> <li>・行政、企業、教育側に情報を的確に拡散できる人を育てることが必要だと思う。</li> </ul> </li> <li><b>b) 情報発信・告知の期間の改善</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チラシ等の発送よりも早い段階で、Facebook 等の SNS を使った情報発信があっても良かったのかもしれない。口コミをするにしても、情報のソースが明確な方が安心して参加等の判断がしやすい気がする。</li> <li>・プログラムを直前まで知ることが出来なかった。とても良い機会なので、今後の動きも Facebook 等を活用して発信してほしい。</li> <li>・自分は Twitter で知ったが、それ以外にどこで告知されていたのかわからない。もっと早くから告知して欲しい。</li> </ul> </li> </ul>
④運営上の工夫・改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一部のスタッフの方しかご紹介いただけなかったのも、皆さんがどのようなお立場の方が知りたかった。</li> <li>・全体的に参加者、スタッフの区別がつきにくく、話しかけにくい空気があったので、スタッフは T シャツを着ている等の、明確な目印があるともっと良いかと思った。</li> <li>・進行のタイムスケジュールを明確に提示して頂ければ。また、人数が増えた場合、グループに分ける等すれば、もう少しディスカッションができたのかなと思う。</li> </ul>

参加者の多くは、今回のようなプログラムへ初めて参加した。それは、情報が若年層に届いていなかったという側面もあるが、これまでは市が発信する情報をそれほど気に留めていなかったとも考えられる。しかし、今回のプログラムの意義を感じ、「①ゆるやかに集うことが可能となる機会の継続実施」に対する期待とそのためにもっと多くの人に情報を広めて欲しいという声、市民と行政の関わりの強化を求める「②市民の声を拾う、市民に行政の考えを伝える機会を設ける」ことへの要望が寄せられた。「③情報発信の工夫・改善点」「④運営上の工夫・改善点」にあげられた内容を踏まえ、このような市民の期待を前提とするならば、「今後、若年層にどのようにすれば、よりの確に情報を届けられるのか」は、大きな課題である。

### (7) 参加者が考える若い世代が集まりやすそうな企画

プログラム 1・2 において、どのような企画であれば、若い世代が集まりやすそうかを尋ねた。寄せられた意見は、「①地域リソースの活用・体験型イベント」「②余暇・レクリエーションを軸にしたイベント」「③「食」を軸にしたイベント」「④仕事を軸にしたイベント」の 4 つに分類できた。そこから浮かび上がるのは、第 4 章の事例研究でも指摘された若年層のライフスタイルや趣味等と関連する「行ってみたいくなるテーマ・場所」を設定することの重要性である。以下、参考材料として、参加者の意見の一部を掲載する (表 6-7)。

表 6-7 若い世代が集まりやすそうな企画への意見

大分類	回答内容
①地域リソースの活用・体験型イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・その地域での体験型で楽しめる何かと、地域や若者とコミュニケーションがとれるようなイベント。例えば、ボート体験をしてから移動して軽食をとりながら雑談という形であれば、より話が入ってきて関心も持てるのではないか。</li> <li>・戸田公園で野外ライブ・野外映画上映会。戸田の良い処発見ウォークラリー、戸田の美味しいもの食べ歩き会等。</li> <li>・皆で地域をフィールドワークするイベント等。</li> </ul>
②余暇・レクリエーションを軸にしたイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大人も楽しめる内容の「音楽をききながら飲めるイベント」、「アウトドアイベント」。</li> <li>・子どもを持つパパさん等ターゲットを絞って、パパさん×○○(何か、フットサル、公園、野球、おもちゃ etc.)等、テーマ・イシューで興味を持ち易くする。</li> </ul>
③「食」を軸にしたイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おいしい食べ物をだせば学生はくいつくと思う。学生向けの食フェス、ラーメン祭り。</li> <li>・以前受講した市内の公民館でワイン教室のように、ワインやチーズ、日本酒、クラフトビール等の講座があったら嬉しい。</li> <li>・テーマを決めて異業種交流会。知っているようで知らない世界のシリーズ化。</li> </ul>
④仕事を軸にしたイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内に住む、こんな仕事をしている人！のトークイベント。近所に「こんな個性的な仕事をしている人がいるのか？」とか「こんな大企業でこんなことをしている人がいるのか？」という話、仕事に対する哲学、流儀等は興味が集まると感じる。そこで生まれるコミュニケーションは仕事を介しているの、今後の仕事の人脈にもなるし、集まる人たちが仕事でも成長できるきっかけになる。やり方、テーマに分けて、戸田や地域在住者に声掛けしたり、紹介側にしたりして、トークイベントの輪を育むイベントにしたら良いと思う。</li> <li>・仕事の悩みを語り合うイベント。</li> <li>・仕事をしながらも日々子育てにも追われている方が、どんな時間のやりくりをしながら、楽しみをみつけていか、リフレッシュの方法等。</li> </ul>

「①地域リソースの活用・体験型イベント」「②余暇・レクリエーションを軸にしたイベント」「③「食」を軸にしたイベント」「④仕事を軸にしたイベント」とバリエーションに富んだ意見は、参加者の「地域」への関心の高まりを示唆している。参加者が提示した「ボート場」「戸田公園」は、プログラム1の対象であり、本プログラムを通して気づいた地域の魅力をもっと探したいという欲求が「ウォークラリー」「フィールドワーク」といった内容へと繋がっていると考えられる。その他、子育て中の若年層、働き世代となる若年層といった様々な立場に応じたニーズが提示された。ここからも、プログラムの設計段階で、どのような若年層をターゲットとするのかを十分に検討する必要性があることが窺える。

以上、プログラム1・2は総じて肯定的な評価を得ており、自由記述の内容分析からも、参加者それぞれの「まち意識」の気づきが見出せている<sup>117)</sup>。

本節における表中の個人属性（年齢、職業等）については、個人情報保護の観点から、個人が同定されるリスクを最大限回避するよう網掛け加工を施している。不鮮明な印象を与える箇所は、この点に配慮した結果である旨、断っておく。

<sup>117)</sup> 個別に記述内容を分析した結果、プログラム参加前と参加後で「まち意識」に変化がみられる参加者もいる。具体的には、参加者の中には、本プログラムへの参加をきっかけに、地域への関心を持ち、戸田市民大学に参加した参加者がその一例である。

## 2. 若年層向け「まち意識育成プログラム（ITFP for YWG）」の設計・運用ガイドライン

本節では、パイロットプログラム 2 種の施行とその結果を踏まえた上で、若年層を対象に「まち意識」を孵化・育成するための仕掛け（以下、若年層向け「まち意識育成プログラム」を略して、「ITFP for YWG」<sup>118)</sup>と称す)を設計・運用する際の留意ポイントを、ガイドラインとして取りまとめ、提案する（図 6-8）。

当ガイドラインは、第 5 章において、5 つの枠組みに沿って設計した 2 種のパイロットプログラムを実際

に施行し、その運用プロセスや効果を多角的に考察した結果を取りまとめた内容である。

ガイドラインで特に重視すべきは、図 6-8 の中央部に提示した「I：中軸的ガイドライン」（参加想定層に適合したプログラムの提供）である。筆者らは、中軸的ガイドラインを ITFP for YWG を試行する際に留意すべき最優先事項と捉え、この点をまさに中軸としつつ、適宜、II～VIを補足的ガイドラインとして活用することを提案する。

### （1）ITFP for YWG の設計・運用のための中軸的ガイドライン

#### 1) 「まち意識」の段階性を捉える基準

本研究では、第 5 章で詳述した通り、「まち意識」を、「地域リソース（人・場所・ライフスタイル・イベント等）への好奇心・興味関心」、「繋がり・ネットワーク・交流志向」、「動き出したいとする志向（地域活動・まちづくり志向）」の総称と定義しているが、ITFP for YWG を効果的に設計・運用するためには、中心的対象層の「まち意識」レベルをある程度、想定ないし把握しておく必要がある。「まち意識」レベルは、図 6-9 の 6 段階モデルから捉えることができる<sup>119)</sup>。まず、多くの若年層が該当すると考えられる〈地域よりも仕事優先〉されている第Ⅲゾーンにおいて、「まち意識」は大よそ 4 段階から区分される。具体的には、「地域リソース（人、場所、イベント、ライフスタイル等）への好奇心」やそれらをベースとした「住民間での交流志向」を潜在的に有している「まち意識水面下（無

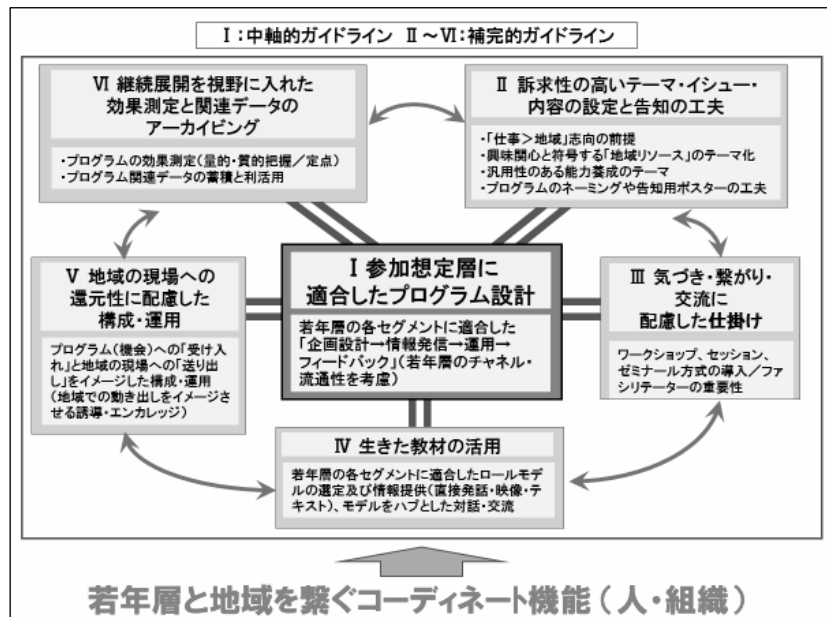


図 6-8 若年層向け「まち意識育成プログラム」の施行（設計・運用）のための中軸及び補完的ガイドライン

<sup>118)</sup> 若年層向け「まち意識育成プログラム」は“Interest in Town Foster Program” for Younger Working Generation と英文表記されるため、「ITFP for YWG」と略す。

<sup>119)</sup> 第 5 章で仮説的に提示した段階図をパイロットプログラムの施行結果を踏まえてモデルとして再検討したものの。

意識) 段階」(アンケート等で誰かにその志向性を問われれば顕在化されてくる程度)を「Level 0」、それらの意識を「ぼんやりとでも自身が自覚できている段階」を「Level 1」、その一歩先として、やや受け身ながらも地域情報の収集等の具体的活動への志向性が芽生え始める段階を「Level 2」、さらに、地域情報へのアクセス等の活動への志向性を強めつつ、地域を起点とする動き・活動を単発的に始動させる段階(但し、動き・活動は未成熟に留まり体系的に展開されるどころまでは至らない段階)を「Level 3」とする、の4段階である。次の、〈仕事と地域への関心が拮抗しながらバランスよく志向〉されている第IIゾーンでは、地域を起点とする動き・活動がビジネスにせよ、非ビジネスにせよ本格的に始動させている段階を「Level 4」、その一歩先の、〈ビジネス・非ビジネスを問わず地域を起点とする動き・活動に価値〉を見出し、それらを主体的にマネジメントしている段階を「Level 5」としている。

参考までに、今回の2種のパイロットプログラムに関係した若年層(プログラム受講者としての参加、ロールモデルとしての参加、スタッフとしての参加を含む)を、このモデルに当てはめ布置させると、それぞれ図6-10の通りとなる。プログラム1には、Level 0、1に該当する人が中心に関わっており(Aグループ、Bグループ)、プログラム2には、Level 2以上の層、すなわち、受け身ながらも地域情報の収集等の活動への志向性が芽生えている層(C①グループ)や、その志向性を強めつつ地域を起点に動き・活動をランダムに始動させている層(C②グループ)、さら

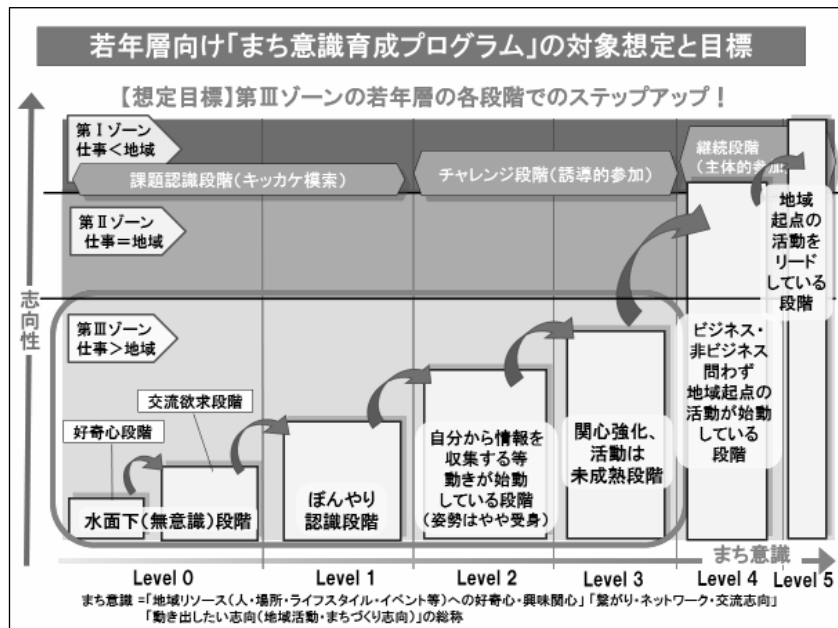


図 6-9 若年層の「まち意識」6段階モデル図

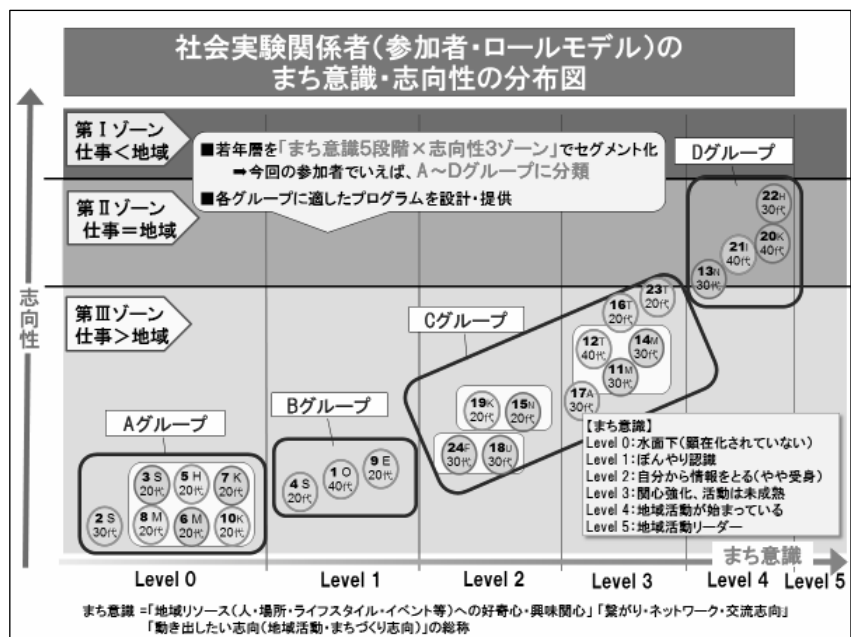


図 6-10 パイロットプログラム1・2の関係者のまち意識・志向性の分布



には、それらの動き・活動を主体的かつ本格的に展開している層（Dグループ<sup>120)</sup>）が主に関わったことになる。このように若年層の「まち意識」は一概には捉えられず、振り幅が大きいことは今回の参加者をみても明白である。ITFP for YWG を施行（設計・運用）する際、この振り幅を如何に想定し、見定め、そしてそれに如何に柔軟に対処できるかを織り込んでおくことは、プログラム効果を最大化する上での重要要件といえる。

上記を踏まえ、【ガイドライン1】を提示する。

- ITFP for YWG を効果的に設計・運用するには、最初に、プログラムの中心的ターゲットを、図6-12の「若年層のまち意識6段階モデル」を基準にある程度想定しておく、あるいは絞り込んでおく必要がある。
- 状況が許せば、ITFP for YWG の設計段階や運用段階で、想定される参加者の「まち意識」について6段階モデルを基準に把握し、その結果を設計や運用にフィードバックできればより有用なプログラム効果を生み出すことが可能となる。
- 若年層全般に開かれたITFP for YWG を施行する際は、予め中心的ターゲットを設定しておくことや絞り込むことは難しいが、6段階モデルによってその振り幅を想定しておくことは可能である。振り幅の想定はITFP for YWG の質・効果を担保する要件と心得るべきである。

## 2) 「まち意識」のレベルチェックのタイミング及び具体的手法

上記の通り、若年層向け「まち意識育成プログラム」の施行に当たっては、状況が許せば、参加者（あるいは参加想定者）の「まち意識」レベルをチェックし、ターゲットの実像を掴み（可能な限り正確に把握）、その結果をITFP for YWG の設計や運用に反映させることが望まれる。

【レベルチェックのタイミング】は、プログラムの設計前（つまりは、設計時に対象層の「まち意識」がより確かに把握されていること）が理想であるが、条件が整わず対応が困難な場合は、プログラム施行の直前もしくは施行途中でチェックができれば、参加者の実像に適したプログラムの設計や運用が担保されることになる。なお、【チェック方法】としては、アンケート方式、インタビュー方式、観察方式及びそれらの組み合わせ、のいずれかを諸条件を加味して選択し実施することが適当である。

図 6-11 チェックの方法(アンケート方式)例

アンケート方式の場合、図 6-11 のフォーマット等

<sup>120)</sup> パイロットプログラム 2 において、ロールモデルの役割を担った 3 名は、当該層に該当する。

を利用し「まち意識」レベルのチェックを行い、その結果を、目前のITFP for YWG の設計・運用に反映させることになるが、他方で、こうしたデータの蓄積を通じて、中長期視点から、ITFP for YWG の開発・改善に寄与するスタンスも、プログラム提供者に求められるところである。

上記を踏まえ、【ガイドライン2】を提示する。

- 参加想定者の「まち意識」のレベルチェックはプログラムの設計前が理想である。但し、困難な場合は、プログラム施行前後から施行途中において、適宜タイミングを計って実施する。
- レベルチェックは、状況に応じて、アンケート方式、インタビュー方式、観察方式、それぞれの適宜組み合わせ方式の4種から選択し、実施する。

### 3) 参加想定者の段階性に応じたITFP for YWG の提供

上記でみた通り、ITFP for YWG の施行（設計・運用）に際して重視すべきは、若年層の「まち意識」の振り幅の大きさを適宜想定し、織り込んでおくことである（既出：図6-9）。その上で、参加想定者のレベルに適したプログラムの細部（プログラムのテーマ、仕掛け、運用及び情報の届け方等）を検討し、提供することである。

この点は第4章の事例研究からも示唆されたことであるが、Level 0～1の対象層に、まちづくりや地域活動を正面に据えたテーマでプログラムを提供しても、「まち意識」の孵化・育成上、効果的とは考え難い。参加者の「まち意識」レベルから遠く離れたプログラムの提供は、かえって参加者のモチベーションダウンを招きかねないからである。例えば、「Level 0～1」相当の若年層をターゲットにする場合であれば、まちづくり・地域活動等を連想させるテーマ・内容よりは、「地域リソース（場所、人、イベント等）」についての興味関心や、「住民間の繋がり・交流」への志向・欲求に訴求するテーマ・内容を軸にプログラムを設計する方が、当該層の参加意欲を高める効果や、結果的に「まち意識」をワンランクアップさせる効果等が期待できる。今回のパイロットプログラム1はこうした考えに基づき設計している。つまり、「戸田ボート場のことは知っているが、詳しくはわからないから話を聞いてみたい」と参加者に思わせるような、一見すればまちづくり・地域活動とは関連のない、ゆるやかで誰もが接近しやすいテーマ・内容を設定することで、結果的に、若年層の当プログラムへの参加意欲を高め、参加プロセスを通じて、地域の場所的資源である「戸田ボート場」と「そこを起点に活動するボート部の大学生たち」に関心を寄せるきっかけを与え、それを通じて最終的に、「まち意識」の孵化・育成を企図するプログラムである。

なお、若年層を対象とするプログラムでは、上記の如くそのテーマ・内容を若年層の「まち意識」のレベルに応じて設定することは一義だが、開催の告知方法が極めて重要で、そのプログラムにどのようなタイトルをつけ、気楽でゆるやかな印象（難しさ、面倒さ、ハードルの高さを軽減）をどのように与えられるかで、プログラム自体への親近感や接近意欲が左右されることも心得ておくべきである。

以下では、若年層の「まち意識」のレベル別にプログラムの提供例を挙げておく。

## 【Aグループ層に適したプログラム提供例】

図 6-10 (既出) の「Aグループ層」には、まちづくり・地域活動というよりも、若年層の興味関心が喚起される題材をテーマに据え、ミニイベント仕立てでプログラムを企画し、そこに集まった参加者同士が自然発生的に対話や交流を楽しみ、「地域を起点に時間を過ごす意味や価値」を発見できる、ゆるやかな印象のプログラムを提供することが、「まち意識」を一段高める上で効果的である。

例えば、図 6-12 は第 4 章

の事例研究で扱った NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク (以下、ユース) が、若年層の関心が高い「食」(地元の生産業者、販売業者、飲食店等が取り扱っているパン、チーズ、ワイン・日本酒・ビール、野菜等のこだわりの食材) や、若年層にとって身近な 이슈である「働くスタイル」(コミュニケーション、仕事の哲学・流儀・悩み等)、「ポップカルチャー」(映画、音楽等)、「レジャー・スポーツ」(散歩、自転車、マラソン、散歩、フットサル、サッカー、野球、ボート等)をテーマにミニイベント仕立てで提供しているプログラムである。このプログラムでは対象を、「20~30 代の移住者(新規転入者)や日々の生活に満足していない方」と限定している。テーマ・内容でゆるやかな印象を与え、対象層を明確に区切ることで、参加想定者に、このミニイベントへの親近感を持ってもらい、地域の新しい情報や同世代に接近できる期待感を抱かせることが可能となる。今回のパイロットプログラム 1・2 も、基本的には同様の性格性をもたせている。地元で注目の場所(スポット、施設、イベント等)やキーパーソン、グループ、ネットワーク等をトリガーとするワークショップ(堅苦しくないゆるやかな集いの場)等であれば、〈場所〉や〈人との繋がり・交流〉への関心や接近動機等から若年層の参加意欲を比較的高めやすく、また、参加者に「地域で過ごす些細な楽しさ」を実感してもらい、その結果、「まち意識」を僅かでも上げる効果が期待できる。

上記の通り、Aグループ層にとっては、まちづくり・地域活動を前面に打ち出して、それらを直接的に考えてもらうプログラムではなく、むしろ若年層が潜在的に有している〈場所〉への興味や〈人との繋がり・交流〉への志向性に訴求していく、いわば「ゆるやか交流型プログラム」を体験してもらうことで、地域で時間を過ごす楽しさや意義を実感してもらい、その実感を通じて、地域(あるいは地域で過ごす時間)への関心を高めてもらうステップへと誘うことが可能となる(「まち意識」をワンランク上げる契機を提供することに繋がる)。

**Aグループ(第三ゾーンの Level 0)を対象とするレベルアッププログラム例**

仕掛けのアイデア: 地域のキーパーソンや魅力ある場所を題材に緩やかに交流するプログラム  
(=ゆるやか交流プログラム) (とちぎユースサポーターズネットワークのプログラムからの一例: Green Drinks)

交流機会の提供	プロジェクト名	green drinks Utsunomiya
 <p>イベントチラシの一例</p>	紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Coworking Space HOT[AN]とちぎユースが主催するイベント</li> <li>・ワークがオーガナイザー</li> <li>・2014年よりその有志が</li> </ul>
	目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まちで楽しいと感じる時間が増える</li> <li>・自分たちが生活する街で、楽しいと感じる時間が増えること。</li> </ul>
	対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・20~30代の移住者や日々の生活に満足していない方。</li> <li>・宇都宮市在住およびゆかりのある方。</li> </ul>
	内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎回食や農、スポーツなど、宇都宮市に関する様々なテーマで、気楽に参加したくなる交流イベントを企画。</li> </ul>
参考情報	URL <a href="http://www.greendrinks.com/">http://www.greendrinks.com/</a> URL <a href="http://www.greendrinks.com/utsunomiya/">http://www.greendrinks.com/utsunomiya/</a>	




※ユース提供の材料を加工して掲載

図 6-12 Aグループを対象とするプログラム例

## 【Bグループ層に適したプログラム例】

Bグループ層は、地域に対する好奇心や地域住民との交流欲求を自認し始めている一方で、そうした「まち意識」を、実際の地域での動き出し・活動へ転換できない、結び付けられない若年層を指している(図6-9(既出))。そこで、Bグループ層には、地域に内在する様々なリソース(「場所」「人」「地域のサークル・地域活動」「地域の組織(行政・民間等)」「地域動向・課題」等)の多面的側面を、ファシリテーターやキーパーソン

**B区分(第ⅢゾーンのLevel1)を対象とするレベルアッププログラム例**

仕掛けのアイデア:興味関心を持ちやすいテーマ・イシューからなるプログラム  
(=興味関心探しプログラム→多様性の提供)  
(とちぎユースサポーターズネットワークのプログラムからの一例:FukuFuku)

参加	<p><b>プロジェクト名</b> とちぎ手仕事プロジェクト FukuFuku</p> <p><b>紹介</b> 商品に込められた想いとその物語を伝えています。 使う人の作り手さ 復興活動/生きがいづくり・仕事づくり/現地の状況を発信 販売する店舗の想いを伝えています。</p>
	<p><b>目的</b> 復興活動を支え、現地の方の生きがいづくり/仕事づくりを行っていきます。また震災を風化させないように現地の状況を広く発信していきます。</p> <p><b>対象</b> 大学生/専門学校生 社会人(20代)</p> <p><b>内容</b> ・オーガメード型商品開発による新しい販売の仕組みづくり ・復興公営住宅でのイベント開催 ・復興支援グッズの開発、栃木県内外での販売促進</p> <p><b>参考情報</b> URL <a href="http://saza-techiba.net/fukufuku/">http://saza-techiba.net/fukufuku/</a> 新しい販売の仕組みづくり復興公営住宅でのイベント</p>





※ユース提供の材料を加工して掲載

図 6-13 Bグループを対象とするプログラム例

ンを介在させながら、複合的に提供する、あるいは単一イシューを連続的に提供し、参加者に「地域での興味・関心を探索するきっかけを与えるプログラム」等が効果的である。例えば、図6-13はユースが、「何となく何かしてみたい」と願う若年層(Bグループ層に相当)に対して勧めている「復興支援のボランティア活動プログラム」(FukuFuku)<sup>121)</sup>である。当該プログラムは、地域への興味関心や問題意識が不明瞭な若年層が、ボランティア活動、つまりは地域で試験的に動いてみて、その活動を通して出会った人たちに触発され、自分の方向性(興味関心・問題意識)を見出していく上で効果的とされる<sup>122)</sup>。今回のパイロットプログラム2も、同様の意図で運用することが可能である。すなわち、地域で仕事や地域活動を実践している同世代のロールモデルから、「地域での活動状況」や「地域で活動する意義・思い・楽しさ」等について語ってもらい、その内容を題材にケーススタディを行いながら、ロールモデルと参加者が対話を重ねていくワークショップ型プログラム等を、地域での一歩が踏み出せない若年層に、自身の興味・関心や問題意識を探り当ててもらうきっかけ、つまりは、現段階の「まち意識」を僅かでも高める場・機会として提供するイメージである。

## 【Cグループ層に適したプログラム例】

Cグループ層の「Level 2」はやや受け身ながらも地域情報の収集等の具体的活動への意欲が芽生え始める段階、「Level 3」は地域情報へのアクセス志向を強めつつ、地域を起点とする動き・活動を単発的に始動させる段階(但し、動き・活動は未成熟に留まり体系的に展開されるどころまでは至らない)である。つまり、Cグループ層は、程度の差こそあ

<sup>121)</sup> 2012年7月に栃木県内の大学生や若手社会人とともに立ち上げた、福島県で生まれた復興支援の手仕事商品を栃木に紹介し販売するプロジェクト。

<sup>122)</sup> ユース事務局長古河氏のインタビューより。

れ地域への興味関心から、地域情報を探る意欲が出てきており、得られた情報や知人からの誘い等をトリガーに地域の現場で単発的に動く経験（各種プログラム・イベントへの参加、まちづくり・地域活動等への参加等）も持ち始めている。こうした「まち意識」をさらに一歩進めるためには、地域でのフィールドワーク（現場への臨場、対峙行為）を通じて、地域課題に当事者性をもって接近するプログラムや、テーマ性のある既存の地域活動に参加し、その体験を通じて活動の意義を内省するプログラム等の「地域フィールドワーク／体験型プログラム」が有用である。図 6-14 は、ユースが、「地方に関わってみたいが方法がわからない」、「“がつつり”よりは“気楽な気分で”、地方と関わりたい」、「移住はまだ現実的ではないが地方に関心がある」、「地方で活躍するローカルモデルに会いたい」、「地方の現状・暮らしを体験したい」と考えている東京在住の若年層に勧めているプログラムで、栃木（地方）で月 30 日のうち 3 日間過ごしてもらうライフスタイルの提案を兼ねて提供・運用している。戸田市の C グループ層は、上記のターゲットに限りなく近い性格性を有しているといえ、「地域に関わってみたいが方法がわからない」、「気楽な気分で関わりたい」等の層と捉えられる。このような層には、まちづくりや地域活動に、「プログラム」として試験的に参加体験してもらうタイプの機会提供が適している。例えば、第 4 章の事例研究で扱った HSP プロジェクト<sup>123)</sup>を、この層をターゲットにアレンジして提供するのにも有用と思われる。今回のパイロットプログラムを経験した参加者からも、「地域に興味はあるが、どのように関わっていったらいいかわからない」、「戸田で実際に活躍しているロールモデルにもっと会いたい」との意見があったことから、戸田市で若年層が実際にまちづくりや地域活動に対峙している現場を、フィールドワーク<sup>124)</sup>の一環として見学・観察させてもらう、あるいは、現場でそうした活動の一部を体感させてもらう等のプログラムであれば、C


**Cグループ(第三ゾーンの Level2~3)を対象とするレベルアッププログラム例**

**仕掛けのアイデア: 地域課題を知り、その解決への意欲を高めるプログラム  
(=地域フィールドワーク／体験型プログラム)  
(とちぎユースサポーターズネットワークのプログラムからの一例: はじまりのローカルコンパス)**

<b>動き出す</b>	
<b>プロジェクト名</b>	はじまりのローカル コンパス
<b>紹介</b>	人と人をつなぐ架け橋に、地方経験がない人も安心して活動できる舞台。参加者と地域がともに新しいローカルストーリーをつむぎ、地域課題を解決していくプロジェクト
<b>目的</b>	移住でなく、観光でもない、「都市部に住みながら、栃木の地域プロジェクトに行き来する」、2拠点生活という新しい地方との関わり方を提案。
<b>対象</b>	地方にかかわってみたいけど、方法がわからない／がつつりよりは、気楽な旅行気分で体験したい／移住はまだ現実的じゃないけど、地方に感心はある／地域で活躍するロールモデルに会いたい／地域の現状・暮らしを体験したい、といった、東京圏在住の20-30代の若者。
<b>内容</b>	「あなたにローカルを10%プラス」をコンセプトに、都市部に住みながらローカルと関わりを持つライフスタイルを提案しています。とちぎの「ひと」と「まち」とつながるツアーや東京で定期的に集まる場をつくり、あなたらしい暮らしや生き方・働き方の実現を応援しています。
<b>参考情報</b>	URL: <a href="http://www.hajimari-local.jp/">http://www.hajimari-local.jp/</a> 主催: 栃木県 実施団体: NPO法人とちぎユース

「都市部に住みながら地域プロジェクトに行き来する」ローカルとの新しい関係

コンセプトは「あなたにローカルを10%プラス」(月に3日だけ、4万円のうち4千円をローカルに使う)



※ユース提供の材料を加工して掲載

図 6-14 Cグループを対象とするプログラム例

グループ層の地域の現場での本格的な動き出しを後押しし、支援する上で効果的だと考えられる。このタイプのプログラム設計・運用で重要な点は、ユースの事例にもあるように、「いきなり、がつつりではなく気楽に」という印象をいかに若年層に与えられるか、である。そのためには、実際の地域で、まちづくりや地域活動で成果を上げ、若年層の受け入れにも意欲的な実践者の協力を得ながら、プログラムの内容的検討が十分に図られる必要

<sup>123)</sup> さいたま市岩槻区の「人形のまちいわつき まちかど雛めぐり」イベント最中に、地域情報拠点を架設的にミニイベント形式で開催するプロジェクトをプログラム仕立てで実施。

<sup>124)</sup> 実際に五感を使って現場へ赴き、現状や課題を体感しながら探る行為。

がある。

### 【Dグループに適したプログラム例】

Dグループ層は、〈仕事と地域への関心が拮抗しながらバランスよく志向〉され始めており、地域を起点とする動き・活動をビジネス・非ビジネス（地域活動、ボランティア活動、まちづくり活動等）に関わらず本格的に始動させている段階である。Dグループ層に対しては、現在の動き・活動を発展的に継続展開できるよう支援するプログラム、例えば、〈地域で活動する意味・価値・哲学〉を改めて問い直し、確認するエンカレッジ型のプログラムや、思いやアイデアを地域で実現していくための起業支援型のプログラム等があれば、地域での中心的な活動主体となる「Level 5」へステップアップしていく一助になり得ると考えられる。

図 6-15 は、ユースが、「社会をよくしたい・楽しくしたい」と思っている若年層や「社会課題の解決に向けてアイデアを持っている」若年層を対象に、そのアイデアをプランとして実現可能なレベルまで練り上げ、それをコンテスト形式で県内の実践者・経営者にプレゼンして事業化のチャンスを掴むまでを支援するプログラム（「iDEA→NEXT」<sup>125)</sup>である。ユースでは、このプログラムを、「ソーシャルアクションへの入口」

と位置づけており、ビジネス・非ビジネスに関わらず、地域課題の解決に向けて具体的な事業や活動を展開しようとする若年層のキックオフ段階を実質的かつ多様に支援する仕掛けとして機能させている。戸田市のDグループ層は、このプログラムの対象層ともほぼ合致するといえ、戸田市において、この種のプログラムを提供することによって、Dグループ層に芽生えつつある地域における活動・事業の種（シーズ：問題意識）の孵化・育成を支援することが可能となる。換言すれば、この種のプログラムは、若年層の「まち意識」の最終段階（地域問題解決意欲）の後押し、つまりは、地域での活動・事業の着手や継続を支援することに繋がるとともに、若年層の地域への愛着・関係・定着に係る各志向を相対的に高める効果をも期待される。

上記で見てきたように、ITFP for YWG を設計・運用する上では、若年層の「まち意識」

**Dグループ(第Ⅱゾーン Level 4)を対象とするレベルアッププログラム例**  
仕掛けのアイデア:地域課題の解決に向けたアイデアをカタチにして周りを巻き込むプログラム  
(=課題解決実践プログラム)  
(とちぎユースサポーターズネットワークのプログラムからの一例:iDEA→NEXT)

カタチにする	iDEA→NEXT
プロジェクト名	とちぎの新しい物語をつむぐ iDEA×NEXT
紹介	とちぎがもっと楽しく、ワクワクする地域になる。あなたの思いや若者視点で、社会がもっと豊かに、楽しくなるアイデアを募集!
目的	ヒトとマチがイキイキとした地域を創ることを目的に、 ・社会に新しい価値を提供する若者を輩出する ・企業や地域で活動する人々と若者が繋がる場を創出する ・若者のアイデアやアクションを見える化する
対象	・社会をよくしたい/楽しみたい、社会的課題を解決するアイデアなど、「こんな風だったら良いな」というアイデアをもっている個人およびグループ、応募者(代表者)が33歳以下の若者(2016年4月1日時点) ・審査やセミナー(ブラッシュアップ会、ファイナルプレゼンテーションなど)に原則参加できること
内容	若者による社会をよくするスタートアッププログラム。A4一枚のエントリーシートに「こんな風だったら良いな」を記入し応募。エントリー時のアイデアをベースにしなが、同じ参加者やメンターと呼ばれる様々な分野の最先輩方のサポートのもと、アイデアを練り上げていく2ヶ月間のブラッシュアップ期間を経て、たくさんのおーディエンスの前でプレゼンテーションを行います。アイデアと人を育む研修プログラムです。
参考情報	URL <a href="http://soo.tochigi-yan.net/soo2/idea">http://soo.tochigi-yan.net/soo2/idea</a>

アイデアのテーマ、活動・事業の形態は自由  
若者視点で今を捉え、社会が豊かに、楽しくなるアイデアを募集

※ユース提供の材料を加工して掲載

図 6-15 Dグループを対象とするプログラム例

<sup>125)</sup> 地方自治研究機構（2015：17）では、社会をよくする若者のアイデアプランコンテストであり、「とちぎの新しい物語をつむぐ」をテーマに、若者のアイデアの孵化を、栃木県内の実践者や経営者が約3か月間、伴走者となり磨いていく、地域に根ざした、地域のための事業と紹介されている。

の振り幅、多様性を見極めながら、ターゲットのレベルに適合したプログラムの提供が鍵となる。

図 6-16 は、若年層にみられる「まち意識」の階層化と各層に適した ITFP for YWG の提供イメージをモデルとして図式化したものである。

行政あるいは NPO 等が主導し、ITFP for YWG を提供（設計・運用）する際には、本モデル（つまりは若年層の「まち意識」の振り幅・多様性を踏まえたプログラムの提供のあり方）を関係者間で十分に理解・共有しておくことが肝要である。

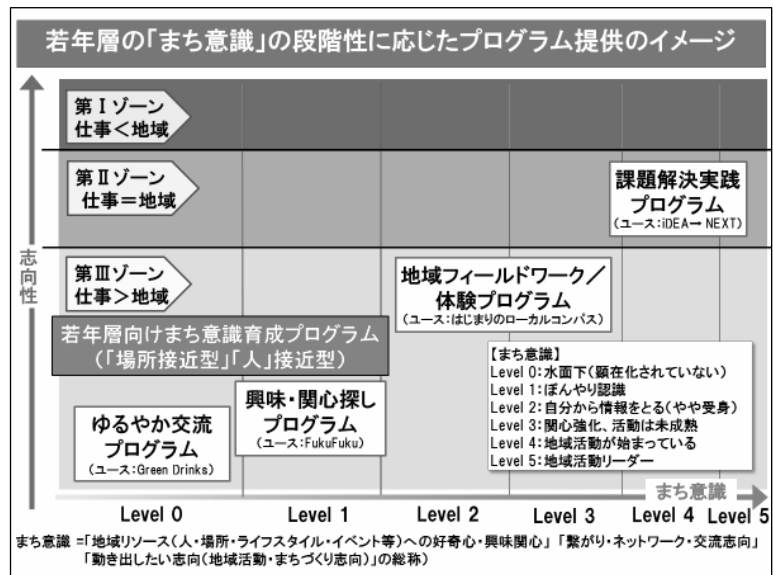


図 6-16 若年層の「まち意識」の段階性に依じたプログラム提供のイメージ

上記を踏まえ、【ガイドライン 3】を提示する。

- ITFP for YWG を施行(設計・運用)する際には、想定される若年層の「まち意識」の階層に適合したプログラム提供を最優先課題とする(「まち意識」と乖離したプログラム提供は参加者の地域への愛着や興味関心、地域活動への接近意欲の減退を招きかねない点は十分に周知されるべきである)。
- 上記を前提としながら、他地域で施行されている若年層向けのプログラム事例を参考にする場合、①単に形式知を真似るのではなく、プログラム立案者の若年層に対する「思い・考え・評価」等を丁寧に汲み取り、その点を踏まえて適宜必要なアレンジを加えて導入する、②その導入に際しては、試行後のシミュレーションを踏まえ、効果の最大化に十分配慮すべきである。

## (2) ITFP for YWG の設計・運用のための補完的ガイドライン

若年層向け「まち意識育成プログラム」の施行(設計・運用)に際しての中軸的ガイドラインは、(1)の通り、中心的ターゲット(参加想定層)となる「まち意識」の段階性に適合したプログラム提供を図ることである。

以下では、中軸的ガイドラインに対して、それをより細分化してプログラムを検討・提供していくための補完的ガイドラインを 5 つの視点から提言する。

### 1) 若年層にとって訴求性の高いテーマ、 이슈、内容の設定と告知の工夫

若年層の多くは、仕事と地域の比重で見れば、仕事に重点が置かれるライフスタイルを送っている。この点を前提に、ITFP for YWG の特に設計段階では、どちらかといえば仕事重点型の若年層への訴求性が高いテーマ、 이슈、内容を、2015 年度に筆者らが実施

した若年層対象の社会調査<sup>126)</sup>等や、若年層と地域を繋ぐ各種事業を展開している実践者や専門集団（例：NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク<sup>127)</sup>等）の先行事例、さらには、若年層との直接的な接触・交流から得た質的な感触等を手掛かりに検討する必要がある。優先されるべきは、若年層の、その時代・その時点での興味関心やライフスタイルの実像をできるだけ正確に捉えることであり、またそれらをプログラムにできるだけ反映させることである。そして、そのプログラムの出来映えは、最終的には、そこに参加した若年層自身が、それを通じて、僅かな時間でも地域で楽しく（あるいは有意義に）過ごすライフスタイルに価値を見出し得るかどうかで判断される。この点も、プログラム構成を検討する際のメルクマールとして注視すべきである。加えて、そうして設計されたプログラムを効果的に若年層に伝え、届けるための「情報の作り込み（ネーミング、ワーディング、デザイン、ロゴ等）」や「伝達のあり方・届け方」については、専門家も交えた十分な検討と創意工夫が求められる。この点は行政がプログラムの提供側・情報発信側になる際に、どちらかといえば軽視されがちな配慮仕切れてこなかった観点だけに、改めてその重要性については認識の共有が必要である。

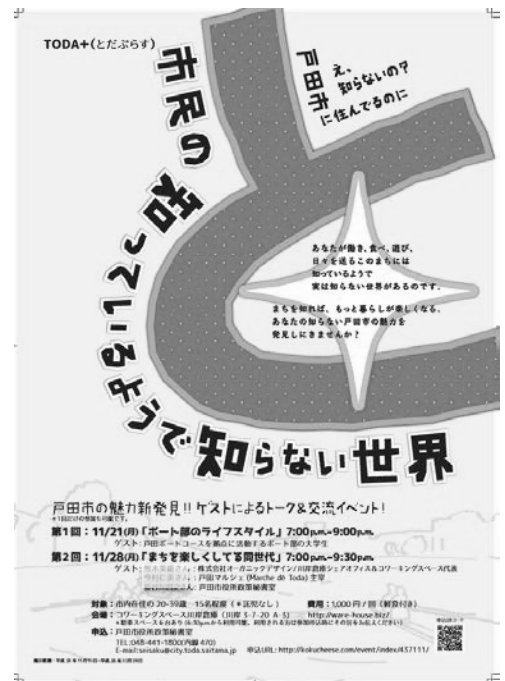


図 6-17 若年層への訴求性を考慮して作成した告知用ポスター「とだプラス」

上記を踏まえ、【ガイドライン4】を提示する。

- ITFP for YWG の試行(設計・運用)に当たっては、若年層の意識や行動の実像に迫る既存の「社会調査」、「マーケティング調査」<sup>128)</sup>や、当該分野の専門家や実践家等の知見を有効に活用し、それらを手掛かりに、若年層への訴求性を最大化し得るプログラム(テーマ、 이슈、内容、仕掛け等)の検討が原則となる。
- 上記の原則によって設計されたプログラムの存在自体を、若年層に効果的に知らしめ、プログラムへの参加意欲を引き出すためには、上記同様、若年層への訴求性を十分に考慮した、「プログラムのネーミング・ワーディング・ロゴ・デザイン等の打ち出し方・告知のあり方」等を検討する必要がある(図 6-17)。
- なお、ITFP for YWG の告知においては、若年層のコミュニケーションツール(SNS 等)を積極的に活用する等、「若者が若者を呼ぶ仕掛け」にプライオリティをおくことを原則とすべきである。

<sup>126)</sup> 詳細は第 1 章を参照のこと。戸田市政策研究所/目白大学社会学部地域社会学科(2016): 戸田市における 20 代・30 代の若年層に関する基礎研究(共同研究中間報告書)

<sup>127)</sup> 第 4 章 1 節で、若年層と地域のマッチング支援に取り組む先行事例として、当 NPO に詳しく触れている。

<sup>128)</sup> 自治体が単体で、若年層の意識・行動面に着眼した社会調査、マーケティング調査を実施するケースは少ないため、他の専門機関等の調査を活用して、若年層の実像を把握することが重要となる。



## 2) 気づき・繋がり・交流に配慮した仕掛けの設定

筆者らの 2015 年度調査<sup>129)</sup>からは、戸田市の若年層は潜在的に、「まちづくり・地域活動等」へ関心を有しており、「地域での繋がり・ネットワーク・交流」を求める志向が決して低くないことが特徴として見出されている。また、漠然とはしているものの、「地域を知る、地域で気づく」ことへの欲求等も確認されている。この点は、今回のパイロットプログラム 1・2 の参加者とも符合して

おり、「戸田の知らない世界（場所、人、ライフスタイル等）を知る意義や喜び」、「戸田の同世代との交流への欲求」は顕著である。この点は ITFP for YWG を設計する際の前提として改めて抑えておく必要がある。また、このような「戸田の何か（場所的資源、人的資源等）に改めて気づいたとする実感」や「参加者同士で交流・繋がりを持つたとする実感」を参加者に提供するためには、プログラムの仕掛けとして、参加者が気楽に発話と傾聴を繰り返すプロセス、具体的



写真 6-1 ワークショップ形式



写真 6-2 インタビューゼミナール形式



写真 6-3 フィールドワーク形式



写真 6-4 プロジェクト実習形式

には、①ワークショップ形式（写真 6-1）、②インタビューゼミナール形式（写真 6-2）や、共に場所やイベントを共有するプロセス、具体的には、③フィールドワーク形式（写真 6-3）、④プロジェクト実習形式（写真 6-4）等の導入が有用といえる。

上記を踏まえ、【ガイドライン 5】を提示する。

■ITFP for YWG を効果的に施行（設計・運用）するためには、若年層が、プログラム内で「（地域の場所的資源に対する）新たな発見・気づき」や「（地域の人的資源との）繋がり・交流」を実感できる仕掛けの導入が有用である。具体的には、ワークショップ、インタビューゼミナール、フィールドワーク、プロジェクト実習等の各形式やそれらをエッセンスとした応用発展形式が適している。

## 3) ロールモデルの適切な選定と活用

今回のパイロットプログラム 1・2 は、戸田を起点に実際に活動している「大学ポート部の学生たち」、「若年層と同世代の社会人たち」をロールモデルと捉え、それらを活用したワークショップ形式を採用している。ワークショップでは、ロールモデルに、「戸田で実践しているライフスタイル、その目線から見えてきた地域の実像と課題、地域への思い等」についての話題提供、並びに「他の参加者とのコミュニケーション」の主に 2 つの役割を課したが、このことによって、ワークショップ内での参加者間の対話（発話・傾聴）が効

<sup>129)</sup> 戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016)：戸田市における 20 代・30 代の若年層に関する基礎研究（共同研究中間報告書）

果的に促され、参加者それぞれに多くの発見や気づき、繋がり・交流への実感がもたらされたことが確認されている。この点は、筆者らがこれまでに関わってきたロールモデル導入型のまちづくり学習プログラムの効果とも合致している<sup>130)</sup>。

従って、ITFP for YWG の設計においても、条件が整えば、次の3つの理由から「ロールモデル（実際の話題提供者、実践者等）」の導入を検討することを提案する。すなわち、①：地域のリアルかつ当事者固有の情報を直接的に提供してもらうことで、参加者が地域の事柄（地域の人的・場所的資源に関する情報や課題等）により深く気づかされていく実感を得ることが可能となる、②：参加者にとってはロールモデルを交えた直接対話・交流を通じて、地域での新たな人的資源（ロールモデル及びそれをハブとする参加者全体）との繋がり・交流を体感できるとともに、元来有していた繋がり・交流志向が刺激されることにより、プログラムへの参加意欲や参加満足度が高められる効果が期待できる、さらに、③：①や②を通じて、参加者が地域での実際の動き出しや活動に実効性のある契機を得る効果が少なからず見込まれる。

但し、「ロールモデル」の導入で重要なのは、(1) で見た通り、想定される参加者の「まち意識」の段階やプログラムの目標（参加者の「まち意識」をどこまで引き上げるか等）を踏まえた上で、その点に適合した「情報・知識・経験・実績・ライフスタイル等」を有する人材（個人・組織等）をいかに選定し、交渉し得るか、という点である。参加者の「まち意識」の段階やプログラムの目標に沿わないモデルを導入すれば、プログラム自体の効果を損なうことにもなりかねないため、選定には慎重な検討を要する。表 6-8 は、筆者らの先行研究<sup>131)</sup>において効果が確認されたロールモデル例（ロールモデルと選定理由）を提示したものである。本表等は、ロールモデルを適切に選定する際の目安として参考になるものと考えられる。

表 6-8 筆者らが関わったまちづくり学習プログラムで効果が確認されたロールモデル例

ロールモデル	選定理由／効果
地域活動を始めたばかりの市民	地域活動未経験者を対象に、地域デビューへの心得や楽しさ等を披露してもらうため／ロールモデルが実感している地域活動の動機・意義の受容に効果的
まちづくりイベントの企画・運営者	地域でのイベントづくりを学びたい対象者にイベントの実践経験を伝授してもらうため／ロールモデルのイベントの企画運営に関する知見の受容に効果的
市民ボランティアの調整担当者	市民ボランティアとの関わりを学びたい対象者に経験から得たボランティアの実像を伝えるため／ロールモデルの市民ボランティアの特性の理解に効果的
NPO のリーダー	NPO のマネジメントへの悩み・課題を抱えている対象者にそれらへの解決糸口を教示するため／ロールモデルのマネジメントスキルの伝授に効果的
市民活動の事業・活動企画経験者	企画とは何かを学びたい対象者に企画の心得・ノウハウを実践的に伝授してもらうため／ロールモデルの企画づくりの知見の伝授に効果的
地域を起点に活動している学生	地域の情報や人に触れたい若年層に対して、活動を通して知り得た情報や話題を提供してもらうため(若年層が気負いなく話を聞くことができる対象として学生のロールモデルを用意)／ロールモデル視点からの地域情報の受信に効果的
地域を起点にスマートに活躍している社会人	今後の自分の働き方やライフスタイルに何がしかのヒントが欲しいと願っている対象者に対して、実践知を提供してもらうため／ロールモデルが実践している地域を捉える枠組み・視点の理解に効果的

<sup>130)</sup> 戸田市民大学の筆者ら担当講座や他の NPO から要請されたまちづくりリーダー養成講座等でも、ロールモデルの導入が受講生の気づきの効果等を高める上で有用である点は明確となっている。

<sup>131)</sup> 富澤浩樹・大西律子（2015）：観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用—活動に必要な基礎力養成を目指した学習スキームの導入と実践を中心として—，日本観光研究学会全国大会学術論文集，pp.13-16 他

上記を踏まえ、【ガイドライン6】を提示する。

■ITFP for YWG の教材(参加者への気づきの刺激剤)としては、ロールモデル(直接自らの経験知・実践知の情報を提供できる者)の導入を可能な限り検討すべきである。但し、ロールモデルは、参加者の「まち意識」レベルやプログラムの最終目標に照らして、適任者(個人・組織)を丁寧かつ慎重に吟味検討し、選定する必要がある。

#### 4) 地域の現場への還元性、接続性に配慮した構成・運用

ITFP for YWG のような「まちへの気づき／まちへの愛着・興味関心」を促すプログラムの施行においては、プログラムの運用自体が目的化しないよう留意する必要がある。ITFP for YWG の根源的目標は、あくまでも若年層の「まち意識」に刺激を与え、「地域ベースでの動き出し」(地域の情報を主体的に得る、地域のネットワーク・知人を作る、知り合いと対話や交流を重ねる、地域のイベントに参加する等の些細な動き)を契機することによって、

若年層が自身のライフスタイルに「地域で楽しく(あるいは有意義に)過ごす時間」を僅かでも主体的に組み込み始めることにある。これを、筆者らは、「プログラムの地域(現場)への還元性」、あるいは、「プログラムの現場との接続性」と呼び、プログラム提供者が、その設計や運用段階において十分に配慮せねばならない原則と考える。

この点を踏まえれば、ITFP for YWG においては、まず、参加者が地域ベースで動き出す可能性を多様な形(仕事、趣味、遊び、ボランティア、まちづくり等を分野・形態を問わない)で実感できるよう、きっかけを創出し(出番・役割を付与)、エンカレッジする仕掛け等が有用だといえる。図6-18は、ITFP for YWG で想定される、「参加者」と「地域の what」(何か: ①地域リソース(人・ライフスタイル・場所・イベント等)、②訴求性のあるテーマ・ 이슈、③繋がり/対話・交流、④趣味活動・学ぶ活動、⑤地域課題・問題、⑥地域活動・まちづくり等)とのマッチングイメージを図示したものである。ITFP for YWG の提供者は、このイメージ等を手掛かりに、プログラムが、参加者と地域の「what(何か)」を結びつけるプロセス・機会である点を十分認識した上で、プログラム内で若年層に地域の舞台をなるべく具体的に提示する、あるいはその舞台での役割・出番を付与する仕組みを検討する必要がある。

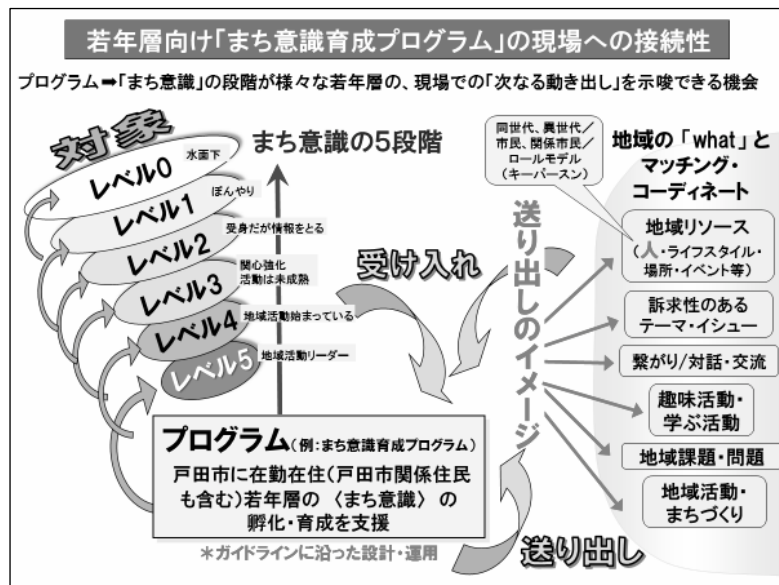


図 6-18 若年層の「まち意識」の段階に応じた地域への接続のマッチングイメージ

上記を踏まえ、【ガイドライン7】を提示する。

- ITFP for YWG の最終目標は、参加者の「まち意識の向上」と「実際の地域での動き出し」であり、根源的には、参加者が、地域ベースで時間を過ごすことに喜びや楽しさを感じられるようになることである。このことを前提として、プログラム提供者には、参加者を、地域のどのような現場・リソース・テーマ・課題・人・活動等へ結びつけ、マッチングさせることが可能かという、参加者を地域へ還元・接続させるコーディネート目線が必要である。
- 上記を踏まえ、ITFP for YWG では、プログラム内で、若年層の動き出しを、「実際の地域の現場における出番・役割を付与する」ことでエンカレッジする仕掛けづくりがポイントとなる（ITFP for YWG に参加経験のあるメンバーを次回のプログラムではスタッフとして参加してもらう等も出番・役割の付与例の一つ）。

### 5) プログラムの効果測定と関連データのアーカイビング

今回のパイロットプログラム1・2の試験的運用は、筆者らがこれまで取り組んできた「まちづくり学習」<sup>132)</sup>に関する実証研究の延長線に位置づくものであり、効果測定のあり方についても既存の研究成果が参考となる。それによれば、この種のプログラムの効果は一朝一夕では測れず、プログラムの施行直後に加え、中長期に亘る定点観測が必要となることがわかっている。従って、プログラム1・2においても、まずは施行直後に参加者にアンケート形式で「プログラムへの評価」や「プログラムへの参加を通しての自身の気づきや変化点」等を定量・定性の両面から測定している(第6章1節で詳述)。しかしながら、プログラムの実質的な効果は、プログラムの施行直後だけではなく、むしろ終了後に普段のそれぞれの生活シーンにおいて、①参加者それぞれの「まち意識」や「地域を起点とする動き出し」等に変容がみられるのか、②その変容要因として今回のプログラムがどのように影響を与えているのか、等を確認することにより総合的に見定めていくことが必要となる。そのためには、プログラム提供者は、プログラム施行終了後においても、参加者<sup>133)</sup>に対して協力が得られる範囲で定期的



写真 6-5 筆者らが取り組んだまちづくり学習プログラム終了10年目を節目に、当時の参加者に参集してもらいワークショップを開催している様子

表 6-9 筆者らが取り組んだ上記ワークショップでの定点観測項目

①10年前の講座の振り返り	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域との関わりを改めて確認</li> <li>・参加した頃の生活の状況、地域活動状況</li> <li>・講座に参加した動機・きっかけ・目的</li> </ul>
②この10年間の報告～現在の活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どのような活動をしてきたか(スタートから収束までの経緯)</li> <li>・担ってきた役割、組織作りの様子</li> <li>・10年前の講座から受けた影響(講座は役立っていたか)</li> </ul>
③今後について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・やってみたい活動、学びたいこと</li> <li>・活動の中から見えてきたこと</li> </ul>

<sup>132)</sup> 市民が、まちづくりに主体的に取り組むための知識・意識・行動の各側面を養成するための学習機会。

<sup>133)</sup> 参加者に対しては、終了後においても同種のプログラム開発への協力を得られるか否か確認を求め、承諾が得られた場合は、その後の様子等について適宜情報交換及びプログラム後の変容を確認させていただく。

に自身の「地域への思いや地域との関わり具合」等について情報提供を求め、定点観測を継続できる体制を確保しておく必要がある。写真 6-5 及び表 6-9 は、筆者らが取り組んだまちづくり学習プログラムにおいて、そこに参加した対象者を 10 年後に集めワークショップを行っている様子と、その場で活用した対象者向けの観測項目である。プログラム提供者には、こうした長期的視点からの効果測定の仕事づくりを求めたいところである。

また、今後、ITFP for YWG の開発・導入を効果的に図っていくためには、今回の 2 種のパイロットプログラム施行時に入手した量的・質的データ (図 6-19, 図 6-20) を体系的にアーカイブしておき、今後の同種の研究や実践に生かしていくことも重要である。そのためには、プログラムの設計・運用プロセスにおいて、関係者の協力・承諾が得られる範囲で、アーカイビングを念頭におき、適宜、テキスト、音声、画像、動画等で記録を残し、それらを体系的に整理し活用できるデータとして蓄積する措置等が必要となる (写真 6-6, 写真 6-7)。

試験的に設計・運用された今回のプログラム 1, 2 に関するデータ一覧	
調査結果報告書	<ul style="list-style-type: none"> <li>「戸田市における 20 代・30 代の若年層に関する基礎研究中間報告書」, 戸田市政策研究所 / 目白大学社会学部地域社会学科, 2016年3月</li> <li>「とちぎユースサポーターズネットワーク年次報告書」(2011年度~2015年度)</li> <li>「若者呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究」, 地方自治研究機構, 2015年3月</li> <li>「戸田市における生涯学習に関する市民意識調査報告書」, 戸田市教育委員会, 2016年3月</li> </ul>
インタビューデータ	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016/8/25実施: NPO法人栃木ユースサポーターズネットワーク事務局長 古河大輔氏</li> <li>2016/9/20実施: 川岸倉庫シェアオフィス&amp;コワーキングスペース代表 熊木英雄氏</li> <li>2016/9/20実施: 上戸田地域交流センター「あいバル」施設責任者 石原氏</li> <li>2017/2/13実施: NPO法人栃木ユースサポーターズネットワーク事務局長 古河大輔氏</li> <li>2017/2/25実施: 戸田市民OAさん トークイベント(ワークショップ)参加者: 女性</li> </ul>
音声・映像データ	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016/8/25実施: 事前研究会(目白大学)</li> <li>2016/9/20実施: 現地調査(フィールドワークならびに視察)</li> <li>2016/11/21実施: プログラム1(ワークショップ)記録 (準備~実施~振り返り)</li> <li>2016/11/28実施: プログラム2(ワークショップ)記録 (準備~実施~振り返り)</li> </ul>
アンケートデータ	<ul style="list-style-type: none"> <li>プログラム1(ワークショップ)参加者用アンケート(2016.11.21)</li> <li>プログラム1(ワークショップ)ロールモデル用アンケート(2016.11.21)</li> <li>プログラム2(ワークショップ)参加者用アンケート(2016.11.28)</li> <li>プログラム2(ワークショップ)ロールモデル用アンケート(2016.11.28)</li> </ul>
アクションリサーチ用, 発話分析用の重要データ	

図 6-19 アーカイブ対象①: 同種の研究や実践へ利活用し得るデータ(利活用には関係者の承諾が条件)



写真 6-6 アーカイブのための撮影機材

2016年11月28日

TODA+ (とどがらす) プロジェクト「市民の知っているようで知らない世界」

参加者の皆さんのご感想等をお聞かせ下さい!

(21日に参加いただいた方も改めてご協力いただければ幸いです)

1. 本日のイベントは、何でお知りになりましたか。当てはまるものすべてに○をつけて下さい。その中で、申し込みの決め手になったものについては○をつけて下さい。※21日に参加した方は「2」へお返下さい。

1. 広報・戸田市	2. チラシ (A4 両面)	3. ポスター (両面掲示版)
4. 申し込みサイト	5. Facebook	6. Twitter
7. Instagram	8. その他 (具体的に)	

2. 地域 (戸田) との関わり方等について、お日頃、どのように考えておられますか。それぞれ当てはまるものに○をつけてください (戸田以外の方は、自分の気になっている地域に置き換えてご回答下さい)。※21日に参加された方も、改めてご回答下さい。

	そう思う	どちらかと言えばそう思う	あまりそう思わない	そう思わない
①地域の情報をなるべく得たい	1	2	3	4
②地域での繋がりが、人脈を得たい	1	2	3	4
③地域で自己研鑽の機会を得たい	1	2	3	4
④戸田で地域活動等に関わりたい	1	2	3	4
⑤戸田に住みたい(住み続けたい)	1	2	3	4
⑥戸田で働きたい(働き続けたい)	1	2	3	4

3. 本日のイベントに参加してみようと思われた理由や動機を教えてください (どのようなことを期待されて参加してみようと思われたのか、少し詳しく教えてください)。※21日に参加いただいた方は、前回は異なる参加動機等もあれば教えてください。※21日に参加した方は、前回は異なる参加動機等もあれば教えてください。

図 6-20 アーカイブ対象②: 参加者から提出されたアンケート実物(一部)



写真 6-7 アーカイブのためのスタッフによる映像撮影の様子

上記を踏まえ、【ガイドライン 8】を提示する。

- ITFP for YWG をより効果的に設計・運用するためには、プログラム内に運用効果を測定する仕掛け・体制を整えておく必要がある。基本的には、ワークショップ内で参加者の表情や発言を記録にとるとともに、終了時には聴き取り調査やアンケート調査等を実施し、参加者の反応チェックを可能としておく。また、プログラム終了後においても中長期的視点から、可能な範囲で参加者の変容等について定点観測を行うことも視野に入れる。
- ITFP for YWG の開発をより発展的に進めるためには、プログラム提供者が、その設計・運用プロセスを可能な限り記録し、それらを次のプログラム開発に活用できるよう体系化・アーカイブ化しておく必要がある(プログラム提供者の心得として認識しておく)。

### (3) ITFP for YWG に求められるコーディネート機能

前節では、若年層向け「まち意識育成プログラム」(ITFP for YWG) の設計・運用に向けた中軸的ガイドラインを 3 点から、補完的ガイドラインを 5 点から提言している。ただ、実際はこれらの中軸的、補完的ガイドラインのそれぞれは、図 6-8 (既出) の通り、相互に関連する事柄であり、これらを適宜調整・調節しながら ITFP for YWG の設計・運用に当たることが、プログラム効果を

最大化する際の最重要課題となる。同時に、ガイドラインの調整・調節には、コーディネーターの存在が必要不可欠となる。

図 6-21 は、ITFP for YWG のコーディネーターに求められる機能を大枠 3 点 (細かくは 7 点) から提示したものである。以下ではその機能について具体的に述べる。

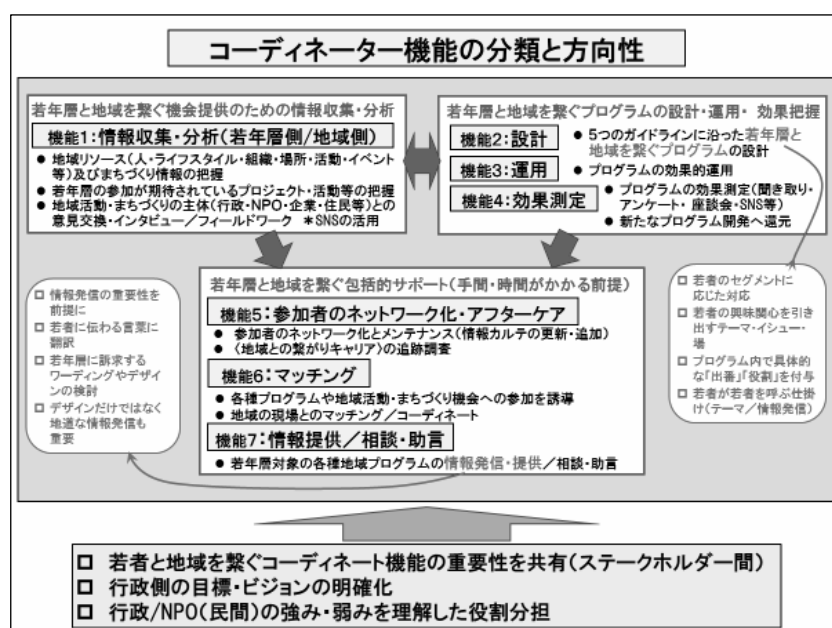


図 6-21 ITFP for YWG のコーディネーターに求められる機能

#### 1) 若年層と地域を繋ぐ機会提供のための情報収集・分析

ITFP for YWG のコーディネーターに求められる 1 つ目の機能は、「若年層と地域を繋ぐ機会提供のための情報収集・分析」である。前述した通り、ITFP for YWG は、若年層と地域を繋ぐプロセス・機会・場である。プログラムを提供(設計・運用)するためには、地域の現場において、地域リソース(人・ライフスタイル・組織・場所・活動・イベント等)及びまちづくり・地域活動に関する情報を恒常的に入手し、地域側が、いつ、どの場所で、どのプロジェクト・組織が、どの若年層を、どんな風に求め何に期待しているか等

を体系的にストックし、それらの情報を、ITFP for YWG の設計・運用へ生かすことが重要となる。上記の情報収集に際しては、まちづくり・地域活動の主体である行政、NPO、市民、企業等から発信される情報に対して、常にアンテナを張ってキャッチする構えが求められる。キャッチする方法としては、SNS の活用、当該者との意見交換・インタビュー、当該者が集まる場所・イベント等へのフィールドワーク等の各手法が有用である。

## 2) 若年層と地域を繋ぐプログラムの設計・運用・効果把握

コーディネーターに求められる 2 つ目の機能は、「若年層と地域を繋ぐプログラムの設計・運用・効果把握」である。つまり、前節(2)で詳述した 8 つのガイドライン(「若年層のまち意識の振り幅・多様性に応じたプログラムの提供」等)を手掛かりに、若年層にとって、より魅力的で、より参加しやすく、より効果が期待できるプログラムを追求するということである。また、そのためには、①若年層対象の各種プログラムの設計・運用に経験値のある NPO、実践者、研究者等との連携を視野に入れること、②新しくプログラムを設計・運用する際に、今後のプログラム開発に役立てていくという視座をもって効果測定を織り込んでおくこと等が重要となる。

## 3) 若年層と地域を繋ぐ包括的サポート

コーディネーターに求められる 3 つ目の機能は、「若年層と地域を繋ぐ包括的なサポート」である。具体的には、ITFP for YWG に参加した若年層を、プログラム終了後もネットワーク化し、見守っていく(アフターケア)役割である。特に、プログラム終了後のアフターケアは、地域への最初の一步に敷居の高さを感じている若年層にとってプログラム同様に重要である。例えば、参加者のその後の「まち意識」の変容等を把握した上で、変容度合に応じて、①当該者に必要とされる地域関連の情報を当該者目線で適宜提供する、②別のタイプの ITFP for YWG や、若年層を求めている実際の地域の現場(役割・出番)を紹介する等、プログラムや地域とのマッチングを支援する、③参加者からの実際の「地域での動き出し・活動」等に関する悩みや相談に応じ、助言を行う、等である。

地域において ITFP for YWG を効果的に提供していくためには、原則的には上記の 1)～3)の機能を有するコーディネーターが必要不可欠となるが、一方で、この役割を果たすためには相応の手間・時間がかかることが前提であることは、当該分野のステークホルダー間で十分に認識しておく必要がある。また現実的には、この役割を誰が、どういう形で担っていくのか、行政と民間(NPO、市民/研究者等)の役割分担等も視野に入れた実現可能性の検討が求められるところである。

## (4) ITFP for YWG の今後の展開のあり方と課題

本節では、戸田市における、若年層向け「まち意識育成プログラム」(ITFP for YWG)の今後の展開のあり方とそれに向けての課題をまとめる(図 6-22)。

## 1) ITFP for YWG の継続展開とそのイメージ

第2章や第5章で指摘してきた通り、戸田市の若年層の意識特性の一つとして注目すべきは、「まち意識」(「地域リソース(人・場所・ライフスタイル・イベント等)への好奇心・興味関心」「繋がり・ネットワーク・交流志向」「動き出したいとする志向(地域活動・まちづくり志向)」の総称)がそれなりに高いという点である。これらは現段階では、地域を起点とする動き出しへと直接結びつ

いてはいないが、きっかけさえあれば、何らかの動き出しを誘引する優良な潜在因子になり得るものと考えられる。今回筆者らが、若年層の「まち意識」に着眼し、その孵化・育成を意図するITFP for YWGのパイロットプログラム1・2の実証実験を着想した背景はまさにここにあったといえる。

今回の実証実験の参加者からは一様に、「このプログラムを通じて、地域での新たな動き・活動を模索するきっかけを得た」との声や「こうした取り組み(地域で若年層が集まり、対話・交流する仕掛け)を単発ではなく継続的に展開してもらいたい」との要望が寄せられている。このことは、「この種の機会に参加し、人と対話し、交流する中で、地域で何ができそうか、何をすべきか、どう過ごせそうか、どう過ごしたら楽しそうか」等を試行錯誤してみたいとする若年層のニーズ・意向の「明らかなる現れ」と汲み取ることができる。

ただ、パイロットプログラム1・2が、上記のように若年層を惹きつけた理由をごくシンプルに捉えれば、プログラムが持つ、親しみやすさ、ゆるやかさにあったことは前節からも明らかである。“仕事を持ち、自立的に働く若年層”が、今回のプログラムを、まさに「同世代がゆるやかに集い、知り合いをつくり、対話・交流する機会」として前向きに評し、「戸田市でこれまで提供されてこなかった新しいタイプの同性代同志のコミュニケーションの場・集いの場」であることを実感したことが、本プログラムの継続展開を要望する声へと繋がったものと考えられる。このことは、ITFP for YWGが、今日の若年層のニーズに適合した機会・場であることを示唆する証左として注目すべきである。

戸田市において、ITFP for YWGのような若年層向けの仕掛けの導入は、今回のパイロットプログラムがその端緒である。今後、同プログラムが、行政、NPO、地域活動等の実践者や研究者等の手によって、多様に、また継続的に展開されていくことが重要であり、その中で、今後のプログラム開発に資する新たな課題や知見を見出し、それらを踏まえた

<p><b>若年層向け「まち意識育成プログラム」=若年層と地域を繋ぐ仕掛けの継続的展開</b></p> <p>○仕掛けのカタチはいろいろ          →プログラム、ワークショップ、ゼミナール、フィールドワーク、対話・しゃべり場、ヤング市民交流会、若者100人委員会等若年層の興味をそそる、スタイリッシュなテーマ・ 이슈 / 「とだぶらす」の映像を活用したプログラム等          →若い都市・戸田市ならではの若年層を地域での動き出しを応援する仕組み          →企画・実施主体に限定せず一例)今回の「とだぶらす参加者」(有志)等が発起人へとなる等          →「戸田市内外の得意な人・組織」を巻き込む</p>
<p><b>政策立案に向けた様々な場面・プロセスで、若年市民の参加を検討する際に、会議方式ではなく、今回のようなワークショップ形式(若年層を地域・まちづくり・市政へ巻き込むハードルの低い、ゆるやかな市民参加の仕掛け)の導入を検討</b></p>
<p><b>若年層ターゲットに据える中で、従来とは異なる「オルタナティブな行政情報発信のあり方」を模索・実験</b></p> <p>・市報+α(情報のコンテンツ、それを具現化するデザイン性、キャッチーなワーディング)          ・但し、SNS至上主義(メディアミックス優先)という方法論&lt;情報のコンテンツと見せ方、届け方</p>
<p><b>若年層のまち意識=ハード志向&lt;ソフト志向</b></p> <p>→ソフトパワー(知り合い、人間関係、ネットワーク・仲間、地域を拠点にちよつと連絡の取りあえる仲間、遊べる仲間          →従来の地域活動・まちづくりほど重たくない、もっとライトで緩やかなネットワーク等)を重視・・・地域への愛着、地域回帰を喚起・契機するファクターへ *上記を前提とした若年層対策は今後の課題</p>
<p><b>若年層対応のコーディネーション機能、コーディネーターの発掘</b></p> <p>→地域内にこだわらず、地域外の専門家・専門集団(例:とちぎユースサポーターズネット)との連携も視野に          →当該分野で経験のある人・組織と、戸田の若手職員や市民がともに動く中でコーディネータタ力を磨く</p>

図 6-22 ITFP for YWG の試行から抽出された論点



プログラムのブラッシュアップが図られていくことが理想である。例えば、継続展開イメージの一例としては、市政において、若年層の声を聴取したい、反映したい場面等で、ITFP for YWG の導入（適宜、当該プログラムをマイナーチェンジさせての運用）を図ること等も考えられる。ITFP for YWG は、若年層と地域をゆるやかに繋げる場、まちづくり・地域活動との接点づくりの場等として活用するだけではなく、戸田市政へ関心を持ってもらう、あるいは巻き込むための「垣根が低い、気楽でゆるやかな参加の仕掛け」として、また各政策 이슈に関する「若年市民の意見聴取や対話・交流の場」等として十分に応用し得るものとする（写真 6-8）。



写真 6-8 若年層に継続展開が望まれている ITFP for YWG(ゆるやか地域への参加の仕掛け)

## 2) 若年層に訴求効果のあるオルタナティブな情報発信のあり方

今回のパイロットプログラム 1・2 の試行では、プログラムの設計・運用のみならず、極めて実験的ながら、若年層への情報の届け方、伝え方という観点でのチェックも試みている。その試みを通じて明らかになったのは、若年層をターゲットとする ITFP for YWG 等の事業展開を効果的に進める上では、従来の情報発信とは異なるチャンネルを意識したオルタナティブな方法を模索するスタンスが必要だという点である。ただ、それは情報を紙媒体から Facebook 等の SNS へ単純に転換していくといったツールの見直しに留まることではなく、ターゲットとする若年層に、よりの確に届き、響く情報の見せ方・届け方・伝え方をトータルに検討し直すことまでもが含まれる。具体的には、若年層への訴求性を

### 【今回の ITFP for YWG(パイロットプログラム 1・2)で実験的に試みた情報発信から提示された課題】

第 1 は、告知期間・頻度の検討である。今回の試みでは、第 1 回の開催日が 11 月 21 日であったが、情報公開は 11 月 10 日を過ぎており、告知期間が短く情報が伝播しきれないという問題があった。どの程度の期間が妥当なのかの検討が必要となる。また、若年層にはインターネットが有効だとしても、SNS は情報を発信した瞬間から、情報が更新されていくため、一度、告知を発信しただけでは、ターゲットの目に止まらないことが多い。どのような頻度で繰り返し情報発信をしていくのかを検討する必要がある。

第 2 は、ターゲットに情報を届ける為の発信元の検討である。例えば、市役所や大学の名前を使えば信頼性が高まるかもしれない。一方で、これまで行政や大学主催のイベントに参加してこなかった層をターゲットとするならば、市役所や大学の名が逆に参加へのハードルを引き上げてしまう可能性もある。他方、市役所や大学という名を非公開にすると情報への信頼性を損なう可能性も出てくる。また、情報発信することが目的ではなく、情報発信は集客のための手段であることを考えるならば、「誰」が発信すれば、戸田市の若年層に情報が届きやすく、響きやすくなるのか、いわゆる「若者が若者を呼ぶ仕掛け」等も検討されるべきである。



写真 6-9 関係者から好評を得た ITFP for YWG(パイロットプログラム 1・2) ポスター(丸枠内) (地域の掲示板に貼られている様子)

考慮した、コンテンツ・ワーディング・ロゴ・イラスト・媒体種類等をセットとする「地域情報デザイン」の視点に立った検討である。ITFP for YWG の設計・運用とともに、筆者らが先鞭をつけた「若年層に届く情報発信のあり方への模索」は、今後、当該層が戸田市での中心的世代になることを想定すれば、継続的に検討していくべき重要課題と捉えるべきである。

### 3) 若年層のソフトパワー志向に適合した仕掛け作り

1) でも触れた通り、戸田市の若年層の意識特性でもう一つ注目すべきは、「コミュニティベースで、知り合い・ネットワーク・仲間を作りたい、また、そうした環境を欲している」ということである。それは、まちづくり・地域活動というカテゴリーとは一線を画す、もっとライトでゆるやかな繋がり・営みへの欲求とも解釈できる。この点は、前年同調査のみならず、今回の ITFP for YWG (パイロットプログラム1・2) からもしっかりと窺えたところであり、参加者からは、「戸田市ではもう新しい施設(特に子育て関連)はいらないのではないか、子育て対策も十分。それよりも、若年市民がゆるやかに繋がれ交流できる場・機会・仕掛け等がもっともっと欲しい」等の声が聞こえている。このように、若年層の意識の中に、明らかにソフトパワー(コミュニティベースの知り合い・ネットワーク・仲間づくり等)への志向が芽吹いていることは、戸田市の今後の若年層対策(地域への愛着醸成、コミュニティベースで楽しく過ごすライフスタイルの実現支援、まちづくり・地域活動への参加支援、転出抑制定住促進等)を考える上で、見逃してはならない点といえる。戸田市が、これを政策への知見として前向きに受け止め、若年層のソフトパワーへの志向に合致した策を今後講じられれば、当該世代の戸田への愛着や戸田への定住志向等を喚起・契機するファクターに十分なり得る可能性がある。



写真 6-10 戸田市の若年層対策に活用する可能性が十分見込まれる ITFP for YWG の枠組

若年層のソフトパワー志向に応じていく場としても、また、その志向の程度をより細かく確かに把握していく機会としても、ITFP for YWG の枠組は今後、戸田市の若年層対策において有効に機能し得るツールになり得るものと考えられる。

### 4) 若年層に対応するためのコーディネート機能の整備・強化

ITFP for YWG を効果的に提供していくためには、前述の通り、プログラム設計・運用のための8つのガイドラインを遵守しつつ、それら8つを相互に調整・調節を図りながら、プログラムをトータルにコーディネートできる人材(今回でいえば、筆者らの研究グループが果たした機能)が重要不可欠である。その役割・機能を担える人材の発掘・育成は ITFP for YWG 等の若年層対策を適切に展開していく上でも大きな課題である。ただ現実的には、若年層と地域を繋ぐ試みが本研究で緒に就いたばかりの戸田市において、そうした人材を市の内部に限定して登用する必要はないと思われる。今回のパイロットプログラム2種の

試験的な設計・運用についても、「戸田市」、「目白大学」及び「若年層と地域を繋ぐ事業等」に実績を有する実践家や専門家」という市内外の経験・知見も異なるメンバーによるプロジェクト体制が進められたが、そうしたプロセスにおいて、メンバーそれぞれが ITFP for YWG をコーディネートしていく実践知を蓄え、磨いていける可能性もあることも見出せている。

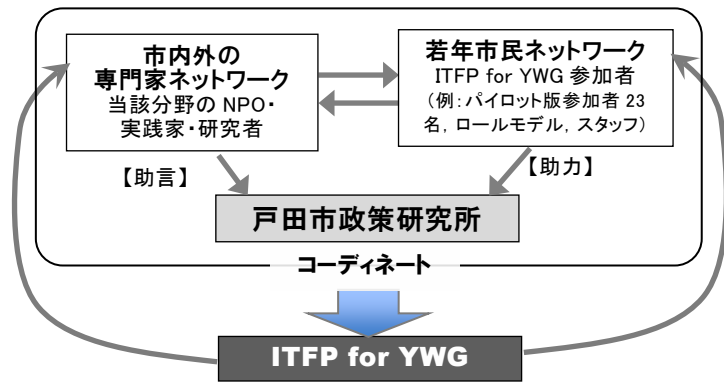


図 6-23 戸田市において ITFP for YWG を推進する体制

この点を踏まえれば、当面は、戸田市政策研究所が ITFP for YWG のコーディネート役を、外部専門家ネットワーク（当該分野に実績のある民間組織、実践家、研究者等）の助言や、市民ネットワーク（例えば今回のパイロットプログラム 2 種の参加者等）の助力を得て試験的に担っていきながら、プログラムを実際に動かしていくプロセスの中で、コーディネート力のある人材を OJT 方式で育成していくこと等が適切な措置と考えられる（図 6-23）。

ただ最終的には、ITFP for YWG やそのコーディネーターに関わる今後の展望や課題をどう捉えていくかは、若年層に対する戸田市の政策目標やビジョンの設定次第で大きく左右されることになる。今回の ITFP for YWG パイロットプログラム 2 種の試験的導入を中心とする実証研究をむしろ契機として、戸田市において中長期的視点から若年層対策の方向性やあり方を改めて検討していく気運が生まれていくことを大いに期待するところである。



写真 6-11 今回の ITFP for YWG(パイロットプログラム 2 種)におけるコーディネート機能を果たした戸田市・目白大学と市外の専門家による共同研究チーム

## 【第 6 章参考文献】

大西律子・富澤浩樹(2011)：まちづくりの現場での問題解決を前提とした「まちづくり学習」の設計と運用-インタビュー実習工程を導入した講座の提案-, 地域活性研究, 2 号, pp.3-16.

大西律子・富澤浩樹(2016)：観光まちづくりリーダーの養成を目的とした学習装置に関する基礎研究-共同活動の促進に有用なファシリテーション能力の養成に着目して-, 地域活性学会研究大会論文集, 第 8 号, pp.160-163.

大西律子・富澤浩樹・津々見崇(2015)：官学協働による「まちづくり学習プログラム」の設計・運用に関する基礎研究 —埼玉県戸田市におけるまちづくり活動への接続を視野に入れた学習プログラムの展開を中心に—, 地域活性研究, 6号, pp.279-288.

地方自治研究機構(2015)：若者を呼び込み協働するまちづくりに関する調査研究.

戸田市政策研究所／目白大学社会学部地域社会学科(2016)：戸田市における20代・30代の若年層に関する基礎研究（共同研究中間報告書）.

富澤浩樹・大西律子(2015)：観光まちづくりボランティア学習プログラムの試験的運用—活動に必要な基礎力養成を目指した学習スキームの導入と実践を中心として—, 日本観光研究学会全国大会学術論文集, pp.13-16.

戸田市における 20 代・30 代の若年層の居場所に関する応用研究  
共同研究報告書

---

2017 年 3 月

発行 戸田市政策研究所／目白大学

連絡先 戸田市政策研究所（戸田市政策秘書室）

〒335-8588 戸田市上戸田 1 丁目 18 番 1 号

TEL 048-441-1800（内線）470

E-mail [seisaku@city.toda.saitama.jp](mailto:seisaku@city.toda.saitama.jp)

---



地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、

女性の地域開業の可能性

共同研究 中間報告書

法政大学地域研究センター／戸田市政策研究所

2017年3月





## はじめに

本研究は、埼玉県戸田市政策研究所と法政大学地域研究センターによる2年間の共同研究であり、本書はその1年目にあたる中間報告である。

両機関の共同研究のスタートは2012年（平成24年）にさかのぼる。以降、2年ごとに中心テーマを据えて本研究は3つめのテーマ設定となる。

第1回目は「シティセールス」、第2回目は「戸田市の創造性 ―産業構造とラーニング・コミュニティ」であった。いずれも、短期的な視点での戸田市の現状課題を分析するだけでなく、中長期的視点で「戸田市の未来」をいかに創造していくかを根底に置いたテーマ設定であった。

戸田市は継続して人口増加傾向にあり、特にこの数年は若年世帯の転入が増えていることもあり、県内で平均年齢の最も若い自治体となっている。財政的にも逼迫した状態の自治体が多い日本において、同市は比較的安定しており活気のある自治体だという見方が一般的であろう。

こうした戸田市の現状から、今年で3クール目となる共同研究も「戸田市の未来」に向けた社会実装に、より近づける調査研究となる好機であると考えた調査である。本調査研究が、次年度のよき材料となり地域で協働の契機となれば幸いである。

また、今回の調査に際しては、戸田市在住の女性の多大なる協力を得ることで実現できたところが大きい。彼女の尽力により、取材対象者の幅を広げることができ、かなり実態に近い調査が可能となったと感じている。心からのお礼を申し上げる。

同時に、取材にご協力をいただいた皆様、育児や仕事など毎日多忙な時間を送る中、本調査のために時間をさいていただき、また本心をたくさん語っていただいたこと、心から深く感謝を申し上げる。

2017年3月

法政大学地域研究センター 中島ゆき（兼任講師／客員研究員）

# 目次

本報告の概要	5
第1章 本研究の背景	8
1. 戸田市のコミュニティに見られる世代間断絶の状況	
2. 本調査の位置づけ _____ 戸田市のみらい「子育てママたちが輝くまちへ」	
第2章 戸田市に住む有子女性の就業の特性	16
1. 有子女性の就業状態比較（戸田市と類似都市、および県内・全国比較）	
1. 1 妻の非就業世帯（専業主婦世帯）割合の比較	
1. 2 末子年齢別にみた専業主婦世帯割合の比較	
2. 有子女性の自営などによる就業状態の比較	
2. 1 妻が自営などの世帯割合の比較	
2. 2 末子年齢別にみた妻が自営などの世帯割合の比較	
3. (小括) 子育て終了時期に地域外で就業する女性が多い	
第3章 戸田市に住む有子女性の就業希望状態	26
1. 調査の概要（アンケート調査）	
2. アンケート結果	
2. 1 就業状況と希望就業形態の乖離状態	
2. 2 仕事を選ぶ際の重点ポイント	
3. (小括) 住職近接を重視し、各条件のバランス次第	

1. 調査の概要（ヒアリング調査）
2. 有子女性の地域開業モデル
  2. 1 地域開業モデルの全体像
  2. 2 開業のきっかけ
  2. 3 開業の障壁
  2. 4 支援や協力の環境（地域のネットワーク）
  2. 5 今後
3. 戸田市の開業に関する地域特性
  3. 1 物件不足とシェアリングの可能性
  3. 2 地域のネットワーク
  3. 3 後押しの存在
  3. 4 戸田市の宣伝力
  3. 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

## 本報告の概要

### 戸田市に住む有子女性の就業の特性（第2章）

○戸田市の専業主婦世帯割合は9,552世帯で42.4%である。

（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）

→埼玉県は43.4%よりやや少ない。類似の郊外市の平均が37.5%と比較すると、戸田市は専業主婦世帯割合が高い。

→埼玉県内で同割合は真ん中程度、しかし5年前調査と比べてマイナス4.1ポイントと専業主婦化が緩和されてきている。

○最年少の子どもが1～8歳の時、戸田市は専業主婦世帯割合が高まり、それ以降の年代では共働き世帯割合が高まる。

○妻の自営業・家族従業割合（以下、妻が自営などの世帯）は戸田市は7.2%である。

→埼玉県は8.8%や、類似の郊外市の11.9%と比較すると少ない傾向である。

→末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に、一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。

以上のことから、戸田市は末子が小学生前の有子女性の専業主婦世帯が高く、それ以降の年代ではむしろ共働き世帯割合が他と比較して高くなる。また、一時期自営などの割合が高まるも継続されていない状態がみられた。このことは、本研究のテーマである「女性の地域開業の可能性」の対象者の大きさを量るという点で、ある一定の層が存在していることを確認できた。

### 戸田市に住む有子女性の就業希望状態（第3章）

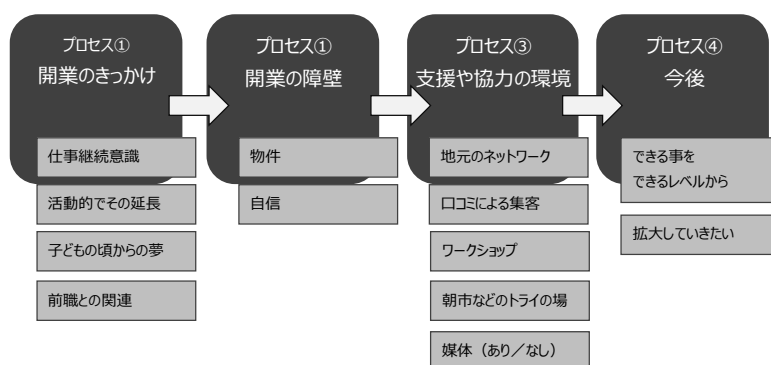
○専業主婦（既婚有子女性の無職者を以下専業主婦とする）の就業希望者は74.4%いる。

○現状の就業状態の不満足層は専業主婦が最も多い。

○専業主婦が仕事を選ぶ際に重視していることは「就業時間の融通性に関する」項目を選択したのが74.8%であり、他の属性と比較して最も高い。

### 有子女性の戸田市地域開業の可能性（第4章）

○ヒアリング調査から、ある一定の有子女性の戸田市地域開業モデル（実現&継続モデル）が見られた。



○プロセス①「開業のきっかけ」については、まず取材の冒頭で投げかける質問であり、皆さんに自由に話してもらったところ、「仕事の継続意識」、「活動的でその延長」、「子どもの頃からの夢」という3つのカテゴリーと、それぞれに関連する各自の「前職との関連」という構図がみえてきた。

○プロセス②「開業の障壁」については大きく2つ、「物件」に関することと、本人の「自信」に関することであった。ただし、この2つの要素で共通しているのは、「開業する」という覚悟を既に持っているということである。

○プロセス③「支援や協力の環境」については、特に先の「自信」に関する発話の延長でよく聞かれた話題である。ここでは「地元のネットワーク」という関係性による「口コミによる集客」、「ワークショップ」「朝市などのトライの場」という3つのラベルが出現している構造であった。また、「地元のネットワーク」とは全く関係ない部分で成り立つ業態も存在しており、逆にこのことは「地元のネットワーク」があって成り立ちやすい業態がある、すなわち戸田市で成り立ちやすい業態があるのかもしれないという示唆が生まれてきた。

○プロセス④「今後」については、家庭や家族に依るところが大きい環境面と、自身の考え方や生き方に依るライフプラン。この2点を総合的にみた上で、バランスが取れている人は比較的「拡大していきたい」という回答が多い傾向ではないか。現在何らかのバランスを取ろうと考えている人は、むしろ今は仕事の拡大ではなく、そのバランスをとることを優先に、それが「できる事をできるレベルから」というスタンスにつながっているようである。地域や行政ができることには何があるのか。ダイレクトな手助けというよりは、支援・情報共有の場といった、二次的サポートが適しているように思われる。これらの受け手のニーズの調査も次年度に必要であろう。

○戸田市の開業に関する地域特性については、以下の5点が挙げられる。

- 1 物件不足とシェアリングの可能性 →シェアリング／倉庫、空き家活用
- 2 地域のネットワーク →不安解消⇒地域ラーニング・コミュニティ促進
- 3 後押しの存在 →資金だけでない、制度面の検討＝行政の後押しの役割
- 4 戸田市の宣伝力 →媒体不足、戸田市の交流人口増加に向けた案
- 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ  
→GOAL 子育て期からマイペーススタート、子育て終了後の仕事充実のまち

<次年度の調査について>本調査からは、上記のような有子女子の開業に関する考え方やプロセスを見ることができ、また戸田市の地域的特性が示唆された。一方で限定的な調査数であったため、次年度はここから上がってきた示唆をさらに検証し、量的調査からも分析をした結果で検証していく予定である。

## 本共同研究メンバー

本研究は、戸田市と法政大学地域研究センターの共同研究として平成 28 年度に調査研究したものである。本共同研究は以下のメンバーによって実施した。

### 法政大学地域研究センター

岡本義行（同センター副所長／法政大学政策創造研究科教授）

中島ゆき（兼任講師／客員研究員）

### 戸田市（戸田市政策研究所）

川上 裕丈（主任研究員）

長谷川昌之（主任研究員）

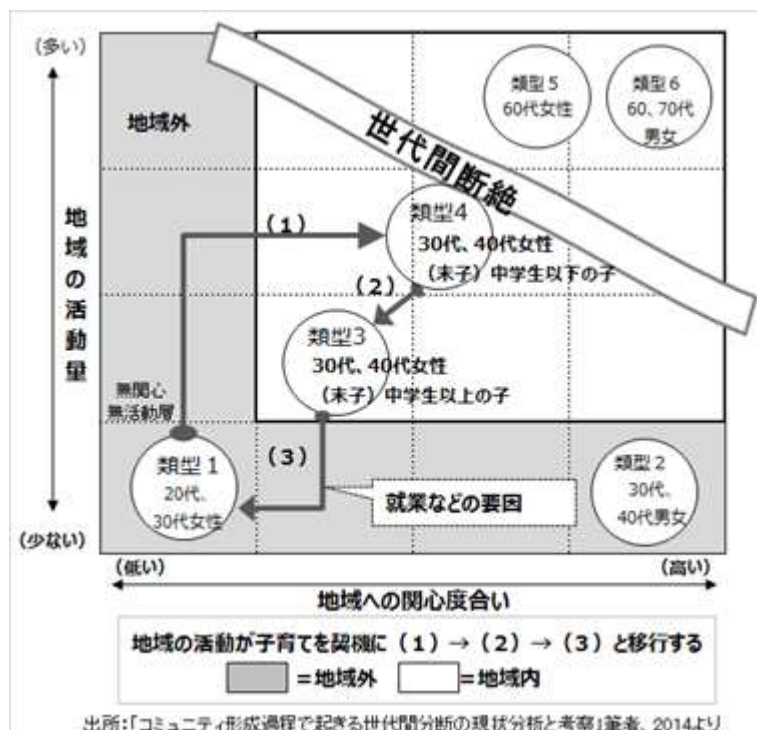
# 第1章 本研究の背景

## 1. 戸田市のコミュニティに見られる世代間断絶の状況

2012年より戸田市と法政大学地域研究センターの共同研究として「戸田市におけるシティセールス、今後の方向性について」が2年間実施された。同研究では、シティセールス戦略が立案された2011年からの取り組みを調査し、戦略の課題整理と新たな方向性を示し、「戸田市の将来ビジョンとシティセールス」（法政大学地域研究センター、2014）と題した報告書にてまとめた。

これまで市民を対象として、世代ごとの地域への活動状態を調査してきた。その結果、世代間で地域活動の分断が起きていることが確認された。対象者は一時期コミュニティへの参加が非常に高まるものの、子育てを一段落させた時期に急激にその参加率が下がる傾向である（図表1参照／矢印(1)(2)(3)と移行する）。一方で、高齢期を迎える時期に再びコミュニティの参加率は上がるが、これらの世代間に継続性は見られない。両世代間での交流は、ほとんどなく個別活動になりがちである。このことは、将来的に対象者が高齢期を迎える頃に、再びコミュニティに参加するかどうかは、偶発的な参加契機や個人の意向に頼っている状態であると言える。現に対象者である若い母親世代からは「自分が将来、町会などで活動しているイメージは全くわからない」という発言も聞かれる。

図表 1 地域への関心と活動量からみたコミュニティ



このコミュニティの世代間断絶をつなぐためには、対象者がコミュニティを離れる要因を解明し、それを解消する必要がある。その要因の大きなものに「就業」が挙げられる。対象者の多くは地域貢献意識があるものの、子育てが一段落した時期に「就業」を希望しており、最終的に時間



的・地理的に地域外で働くことを選択する場合が多い。この「就業」意欲は、実は地域と密接に関係している。自宅からの通勤時間があまりかからず、家庭と仕事が両立できる程度の就業形態を望んでいる傾向にあり、居住地近隣で仕事ができ、尚且つ芽生えてきた地域貢献意欲を満たす職があれば望ましいという潜在意識を抱えている可能性が高い。この2つをマッチさせる方法として、女性の地域開業を促進することが可能なのではないかと考えた。

例えば、開業にあたり本業の流れの中で地域ネットワークと生活情報を活用して有償の地域活動ができる資格を設けるなどである。事例であげると、花屋の配達をついでに近所の足の悪い年配者の通院を補助したり、会計士請負業の合間に介護保険申請の手助けをしたりするなどである。こうした補助業務を資格制度や認可制にし、尚且つその情報をネットワーク化していく。これにより、地域の生活者レベルの情報を集約させつつ、地域開業者にとっては地域顧客獲得の販促という効果も持たせることが可能である。

現在、世代間断絶の大きな問題は、親世代が地域活動していない故に、子供たちの生活に地域が不在となっており、将来的に自分が地域とどのように関わっていくのかイメージを持ってないで育っていくことである。

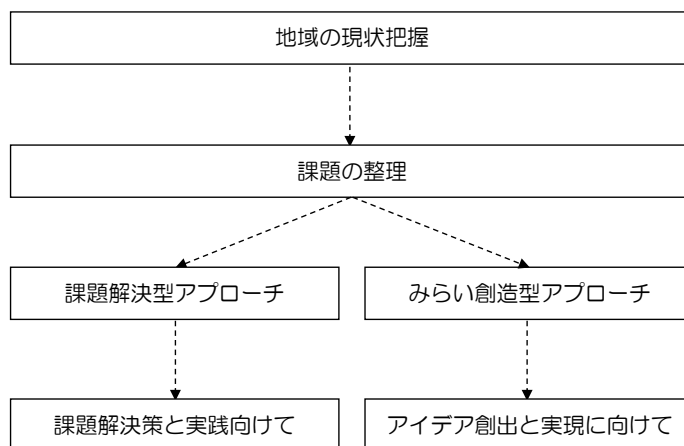
## 2. 本調査の位置づけ——戸田市のみらい「子育てママたちが輝くまちへ」

### 2-1. 戸田市の課題とは何か？

現在、全国で進む人口減少と高齢化の問題を背景に、各自治体の政策が議論され、今後の未来が語られてきている。すなわち地方創生である。全国の自治体が人口減少と高齢化の課題を抱える中において、戸田市は東京都心部を中心とした郊外都市として人口増加率が高く平均年齢の若い自治体であり、地方創生の流れの中ではかなり課題後進自治体であると言える。

地域が自立して独自性をもって地域経営をしていく流れの中で、議論の方向性は大きく2つに区別できる。＜図表2＞地域の現状把握の段階は、現在各自治体が「人口ビジョン」と「まち・ひと・しごと総合戦略」を策定し、各地域の現状を数値的に把握し住民とも共有できる形を示した。ここから、課題整理の段階に入るが、多くの自治体はその後「課題解決型アプローチ」により、地域の課題をいかに解決するかという施策が議論され、その結果から「まち・ひと・しごと総合戦略」にもKPIとして記されている場合が多い。対して、「みらい創造型アプローチ」を基にした議論の結果を同戦略に掲出している自治体はまだ少ないであろう。

図表 2 地域課題を考えるプロセス



本来は、現状把握を行った後、両アプローチで自治体の方向性を考えるのが望ましい。マイナス面にフォーカスした解決は必要であるが、同時に創発的なアイデア創出によって独自性を持ったまちづくりが求められているからである。そのため、政策提言や施策議論、本調査などもそうであるが、今後の地域を考える議論の際には、このどちらのアプローチで進めている議論なのかを明確に区分する必要があるであろう。課題解決型から出された議案と、みらい創造型から出された議案とが同場面で話された場合、議論が平行線になりがちである。

「みらい創造型アプローチ」の場合には、まずは現在のプラス面に目を向けつつ不可能を考えず

にアイデアを出し合い、そこから実現にむけたアクションを考えていくアプローチである。

この観点に立ち、本研究の位置づけは「みらい創造型アプローチ」であることを明確にしておく。

## 2-2. 郊外都市の先進都市としての視点

### (1) 郊外都市の分類

戸田市の「みらい創造型アプローチ」を考える際に、切り離せない視点が郊外都市の課題である。そのため、まずは郊外都市がどのような状態であるのか、さらにその中の戸田市の位置づけを確認する。

最初に郊外都市の分類を定義する。本調査では<図表3>「標準大都市雇用圏」<sup>1</sup>を基準に郊外都市を規定する。その理由としては、一般的な人口やDID算出した地域区分と実際の生活や就業の関連性との乖離が見られているためである<sup>2</sup>。同区分に従い、本調査では「大都市雇用圏郊外市」を郊外都市として検証していく。これによると、郊外都市（以下、同分類を郊外都市とよぶ＝大都市雇用圏郊外市）は651自治体で37.9%がこれに該当する。戸田市もこの区分の中に位置する。

図表 3 都市区分（標準大都市雇用圏より算出）

都市区分	自治体数	割合
大都市雇用圏中心市	128	7.4%
大都市雇用圏郊外市	651	37.9%
大都市雇用圏サブ郊外市	151	8.8%
小都市雇用圏中心市	126	7.3%
小都市雇用圏郊外市	194	11.3%
その他	469	27.3%

資料出所：「標準大都市雇用圏」より筆者作成

<sup>1</sup> 「標準大都市雇用圏」とは、「日本の都市圏設定基準」（金本良嗣・徳岡一幸 『応用地域学研究』No.7, 1-15, (2002)）によって提案された都市圏で、山田浩之・徳岡一幸による標準大都市雇用圏（Standard Metropolitan Employment Area）を最近の状況に合うように改訂したものである。

参照：<http://www.csis.u-tokyo.ac.jp/UEA/index.htm>

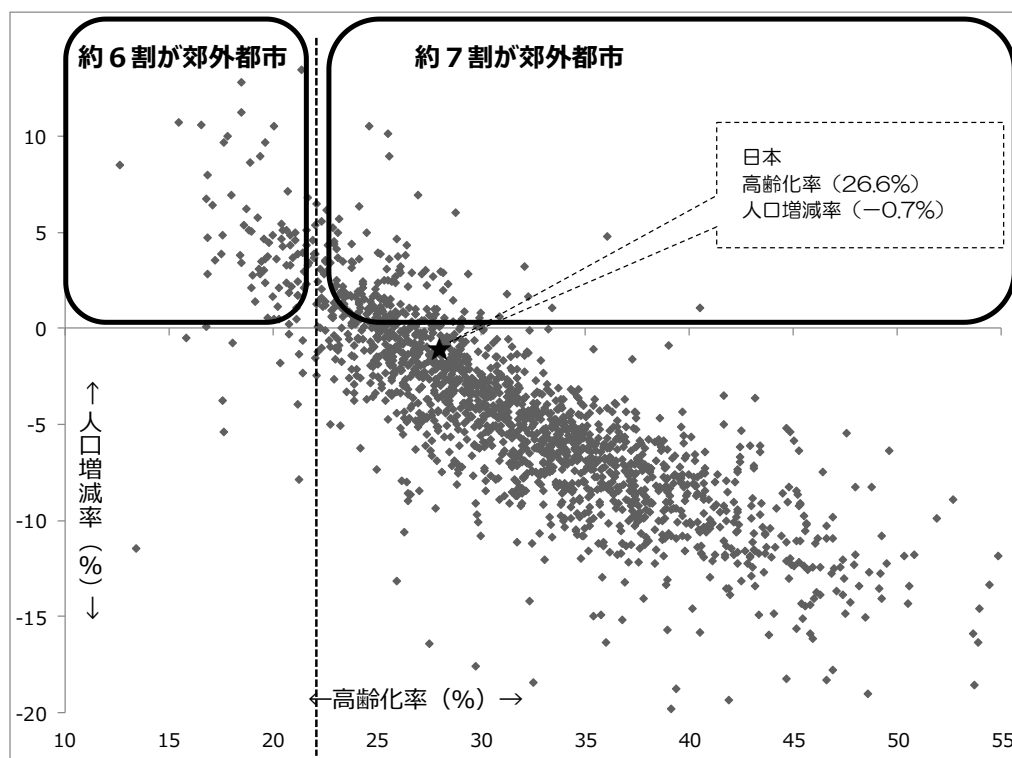
<sup>2</sup> 地域分類に関する先行研究から、周（2005）の見解を採用した。「48都道府県や、10の行政ブロック（北海道、東北、南関東、北関東・甲信、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州）、市町村など、既存研究によって対象となる地域が異なっていたことも事を複雑にしている。さらに、そもそもそのような行政区が雇用分析の対象として適切であるかという問題もある。特に最後の問題は深刻である。歴史的経緯や自然条件などにに基づき設定されていることの多い行政区域は、現実の経済活動の地理的まとまりの範囲とはしばしば大きく乖離していることが指摘されており（横山ほか（2003））、雇用の面で関連性の薄いまた相互交流の少ない市町村もひとつのグループに入れられ、失業率の地域的構造における本質的な部分が捉えにくくなっていると考えられる。そのため、地域間の失業構造を分析・解明する「出発点」として、まず、地域の定義を行政区域ではなく、日常的な経済活動上のつながりや雇用面の関連性に配慮した地域区分で再定義することが必要である。」（「都市雇用圏からみた失業率の地域的構造—地図情報と統計情報を併用して—」周燕飛、2005より抜粋）

## (2) 郊外都市の人口増加と高齢化の状態

2015年の国勢調査の結果から、1719ある日本全国の自治体（市町村1718+特別区1）を、人口増減（増減率 $\pm 0$ を軸に）と高齢化率（WHOの定義<sup>3</sup>による超高齢社会の境界21%を軸）の2つの指標に基づいて分布させた散布図が<図表4>である。

これによる4つの象限のうち、「人口増かつ高齢化低」の象限1に位置する自治体は64あり全体の3.7%を占めている。次いで「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置するのは236自治体で全体の13.7%、「人口減かつ高齢化高（超高齢社会）」を占める象限3に位置している自治体は1411あり、全体の8割以上をしめている。日本全体も高齢化率26.6%、人口増減率 $-0.7\%$ でこの象限3に分けられる。

図表4 人口増加率と高齢化率（全1719自治体の散布図）



資料出所：国勢調査（平成27年度）より筆者作成

象限	自治体数	全体の割合
象限1	64	3.7%
象限2	236	13.7%
象限3	1411	82.1%
象限4	8	0.5%



そして、「人口増かつ高齢化低」の象限1に位置する64自治体のうちの約6割、39の自治体が郊外都市であり、「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置する236自治体のうちの約7割、160の自治

<sup>3</sup> 世界保健機構（WHO）による高齢化の定義は以下である。高齢化率（全人口に占める65歳以上人口の割合）が7%以上14%未満の社会は「高齢化社会」、14%以上21%未満は「高齢社会」、21%以上は「超高齢社会」とされている。

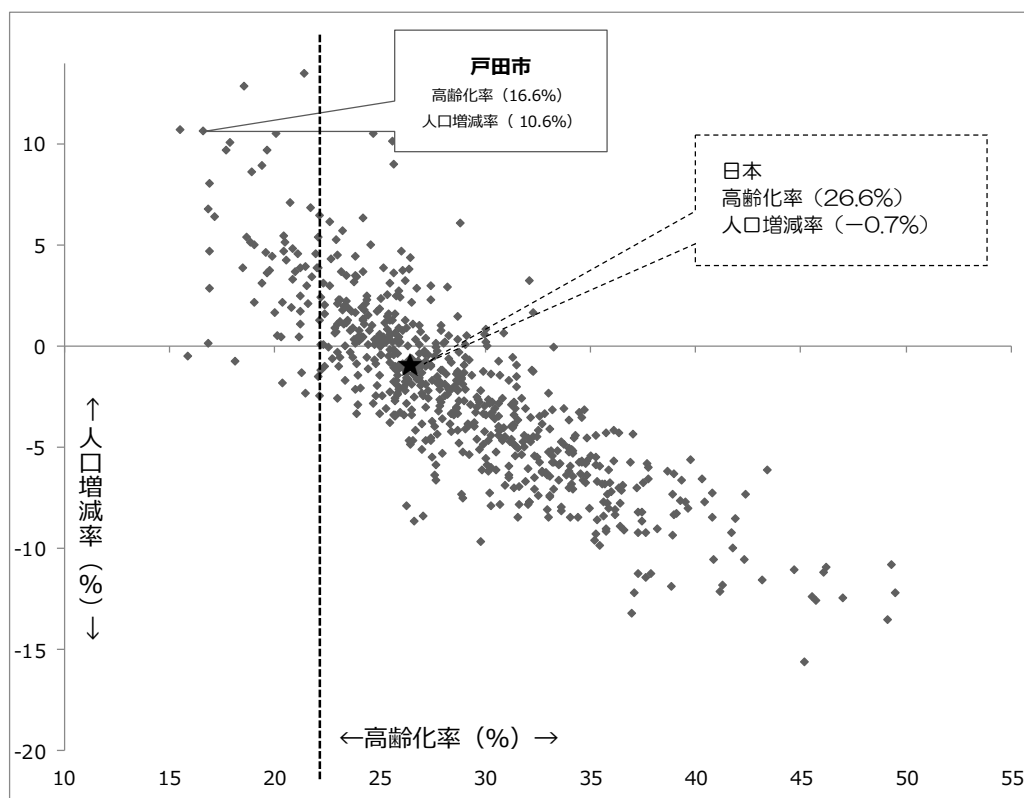
体が郊外都市である。すなわち、日本全体の人口減少において、東京一極集中の是正や若者の都心部への転出超過抑止が課題視されているが、その集約先は「東京一極」というより、中心市の他、郊外都市に多く若者の人口移動が見られているということである。

### (3) 戸田市の位置づけ

さて、戸田市の現状はどうであろうか。戸田市は高齢化率 16.6%、人口増減率 +10.6%で象限 1 の中でもかなり左上に位置している。日本全国の全自治体の中でも、高齢化と人口減少がかなり緩やかな自治体であるといえる。

さて、それでは郊外都市はどのような状態であるのか、さらにその中の戸田市の位置づけを確認する。前掲の<図表 4>の散布図を郊外都市のみ、651 の自治体で作成したのが<図表 5>である。

図表 5 人口増加率と高齢化率 (651 の郊外都市の散布図)



資料出所：国勢調査（平成27年度）より筆者作成

	自治体数	全体の割合
象限 1	39	6.0%
象限 2	160	24.6%
象限 3	449	69.0%
象限 4	3	0.5%



これによると、「人口増かつ高齢化低」の象限 1 に位置する自治体は 39 あり全体の 6.0%を占めて

いる。次いで「人口増かつ高齢化高」の象限2に位置するのは160自治体で全体の24.6%、「人口減かつ超高齢社会」を占める象限3に位置している自治体は449あり、全体の69.0%である。

同図からも、郊外都市は先述のとおり人口増加の多くが郊外都市に集中していることがわかる。

郊外都市の歴史は日本では新しく、戦後の経済成長とともに日本の郊外都市は発展してきた。戦後の日本の工業化を契機に、多くの人々が都心に移住し、都心部が徐々に拡大、さらにその周辺に居住地を求めたのが郊外化である。この約50年足らずの歴史の中で、既に郊外都市の衰退現象が表面化してきた昨今、郊外の衰退が議論<sup>4</sup>されている。高度経済成長とともに郊外都市に移り住んだ人々が、軒並み高齢化してきており街がゴーストタウン化してしまった現象があちこちで起こってきている。こうした都市の姿を的確に指摘したのはL・H・クラッセンの都市の発展段階論である。都市の発展段階論とは都市は都市化、郊外化、逆都市化という段階を経て成長し、拡大し、やがて衰退していくというモデルである。同モデルでは、衰退の先には再都市化が用意され、再び都市の成長が始まる可能性が示されているものの、今後の日本において再度都市が成長する姿を描くことは難しい。この未曾有の人口減少時代に突入するにあたり、すべての都市がやがて人口減少局面を迎えるという時代の転換期である。すなわち、これまでの歴史で見られてきた都市の成長→衰退→再成長、というモデルは適用されないであろう。

しかしながら、衰退のままで良いという訳ではない。成長→衰退→再成長を、「成長→変革」という新しいモデルで新たなまちづくりを再構築する必要がある、今はまさにその転換期を迎えているのである。人口減少社会の中で、これまでの経済成長をキーワードとしない豊かなまちづくりが求められている。

こうした郊外都市の課題に対して、その最先端にいる戸田市は郊外都市の先端都市になり得る可能性を秘めている。都市の変換モデルを、現在の日本の姿に当てはめた新しい変換モデルが必要であり、その中において戸田市が「成長→変革」のモデルを構築できることは、先端モデル都市となり得るべき転換期であると言える。これからの日本は、地域住民にとって安全で、暮らしやすい都市づくりが優先されるべき方向性となっている。しかし、その具体的方法は、都市づくりのシナリオを「官（役所）まかせ」にするのはもう時代遅れとなっていることは周知の事実である。既に新しい考え方にもとづき、地域住民が主体となって新たなまちづくりが進みつつある時代となっている。その中で、郊外の先端都市として戸田市は新たな方向性に官がどのような役割で住民支援をしていくか、住民がどのように主体的にかかわるかが問われる時期であろう。本研究は、戸田市の地域優位性を生かした独自性のあるまちづくりに、いかに地域が主体となって取り組んでいけるか、その視点をベースとして行うものである。

---

<sup>4</sup> 特に関東圏で有名なのは多摩ニュータウンの高齢化の課題である。

## 第2章

# 戸田市に住む有子女性の就業の特性

本章では、戸田市に住む有子女性の就業状態が、類似都市や埼玉県内、または全国と比べてどのような状態にあるのか、現状を把握することが目的である。

本研究テーマの対象である「戸田市に住む有子女性」の就業の問題が戸田市の地域特性にどのように現れているのかを把握するものである。

## 1. 有子女性の就業状態比較（戸田市と類似都市、および県内・全国比較）

### 1. 1 妻の非就業世帯（専業主婦世帯）割合の比較

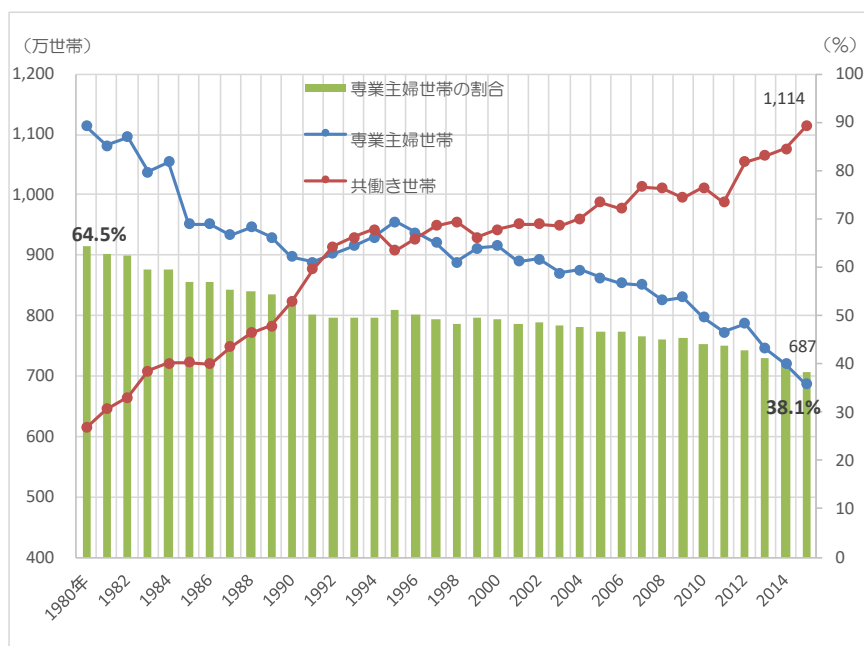
#### （1）専業主婦世帯の推移

一般的に「専業主婦」という言い方があるが、統計上ではさまざまな区切りがなされており実は明確な数値や割合は把握されていない。昨今は、多様な働き方が増えてきており、例えば主に家事を担っているがパートで少し仕事をしている主婦層や、不規則就労者も増えており、就労時間が何時間未満であるから「専業主婦」という統一された定義は存在していない。

全国の実態調査によると<sup>5</sup>、共働き世帯（雇用者の共働き世帯）が1,114万世帯で、専業主婦世帯（男性雇用者と無業の妻からなる世帯）が687万世帯と、全世帯の38.1%が専業主婦世帯である（図表6）。1980年（S55年）の64.5%から比べて、マイナス26.4ポイント専業主婦世帯割合が減ってきており、全世帯の約6割が共働き世帯になってきているという状態である。

図表6 専業主婦世帯と共働き世帯の推移

1980年より共働きと専業が逆転。専業主婦世帯は約4割に減少



資料出所：厚生労働省「厚生労働白書」、内閣府「男女共同参画白書」（いずれも平成26年版）、総務省「労働力調査（詳細集計）」（2002年以降）

注1 「専業主婦世帯」は夫が非農林業雇用者で妻が非就業者（非労働力人口及び完全失業者）の世帯。

注2 「共働き世帯」は、夫婦ともに非農林業雇用者の世帯。

注3 2011年は岩手県、宮城県及び福島県を除く全国の結果。

<sup>5</sup> 全国レベルの統計調査では、以下のページで専業主婦世帯と共働き世帯の時系列推移が発表されている。  
<http://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/timeseries/html/g0212.html>



## (2) 専業主婦世帯の割合

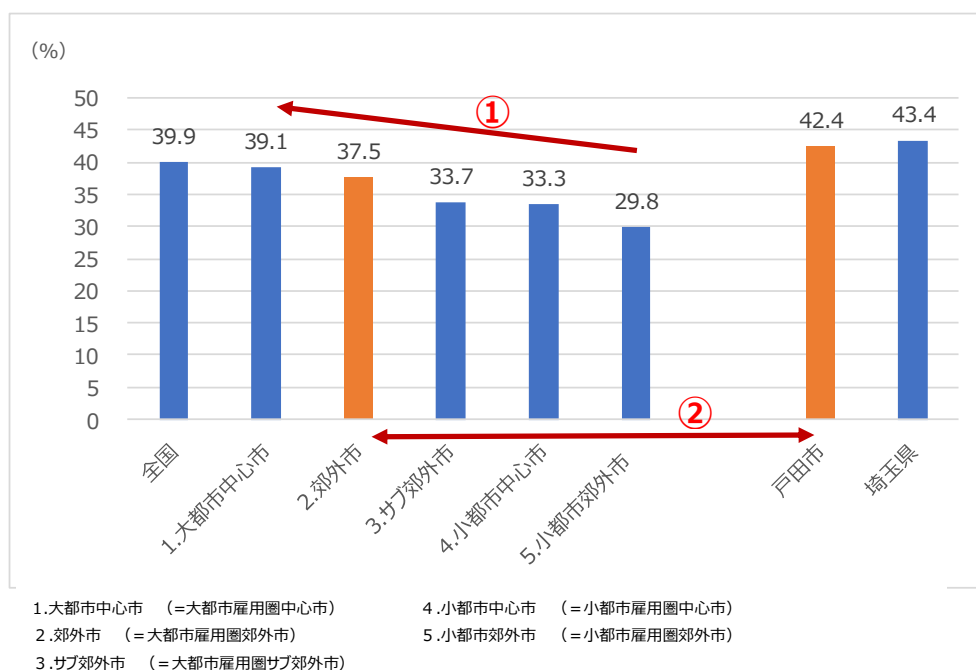
本節では、最初に「専業主婦」の戸田市の状態を把握することが目的であるが、その際に他地域との比較も行う必要がある。そのため、市町村単位で同類の数値が把握できる国勢調査を基に現状分析を行った。

同調査では、夫が就業者で妻が非就業者の世帯（＝専業主婦世帯）を地域別に見ることができる。そこで、全自治体を1.大都市中心市（＝大都市雇用圏中心市）、2.郊外市（＝大都市雇用圏郊外市）、3.サブ郊外市（＝大都市雇用圏サブ郊外市）、4.小都市中心市（＝小都市雇用圏中心市）、5.小都市郊外市（＝小都市雇用圏郊外市）の5分類に区分し、各区分の専業主婦世帯割合の平均を算出した。これによると、全体的に都市度があがる程専業主婦世帯割合も高まる傾向がみられる。都市度が下がる、すなわち田舎になる程自営業や農業などの割合が増え、それに伴い妻が仕事を手伝う傾向が増加することによって推察される（＜図表7＞の①参照）。

この統計から、戸田市の夫が就業状態である全2万2,542世帯の内、専業主婦世帯が9,552世帯で42.4%であるのに対し、類似の2.郊外都市は37.5%であり、やや戸田市は同割合が高い傾向であることがわかった。（＜図表7＞の②参照）ちなみに、埼玉県全体は夫が就業状態である全128万6,337世帯の内、専業主婦世帯が55万8036世帯で43.4%となっている。戸田市は埼玉県に比べるとやや専業主婦割合が低い傾向にある。

図表7 専業主婦世帯の割合（戸田市と他地域比較）

戸田市の専業主婦世帯は42.4%、他郊外都市と比較してやや高い傾向



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

また、同データを専業主婦世帯割合の多い順に、埼玉県内の自治体を一覧にしたのが<図表 8>である。これによると、戸田市は県内でちょうど真ん中程度の割合である。一方で、2005年の同割合が46.5%であるのと比べるとマイナス4.1ポイントという状態である。同数値のマイナスが大きいほど、地域の主婦化が緩和されてきていることを示す。戸田市の主婦化は県内では14番目にマイナスが大きい数値であり、主婦化が緩和されてきている地域といえる。

戸田市は「専業主婦世帯は42.4%程度、県内で比べるとほぼ中位であるが、専業主婦世帯の減少は-4.1ポイントで県内で共働き世帯の増加が大きく、主婦化が緩和されてきている地域」、という状態である。

図表 8 埼玉県\_専業主婦世帯の割合の高い順ランキング

戸田市の専業主婦世帯は県内で真ん中、対2005年比の減り幅が大きいいため、主婦化が緩和されてきている

都市名	専業主婦世帯割合 (%)		2010年との差	都市名	専業主婦世帯割合 (%)		2010年との差
	(2010年)	(2005年)			(2010年)	(2005年)	
1 蓮田市	47.7	50.2	-2.5	33 川越市	42.5	46.9	-4.4 [8]
2 伊奈町	46.8	48.8	-2.0	<b>34 戸田市</b>	<b>42.4</b>	<b>46.5</b>	<b>-4.1 [14]</b>
3 白岡町	46.4	49.3	-2.9	35 東松山市	42.1	43.7	-1.6
4 さいたま市	46.1	50.0	-3.9	36 飯能市	42.1	45.2	-3.1
5 幸手市	45.9	46.7	-0.8	37 鴻巣市	42.0	45.3	-3.3
6 ふじみ野市	45.6	47.6	-2.0	38 新座市	41.8	46.6	-4.8 [5]
7 志木市	45.6	49.0	-3.4	39 朝霞市	41.1	47.1	-6.0 [1]
8 宮代町	45.2	48.4	-3.2	40 吉川市	40.6	44.4	-3.8
9 坂戸市	45.1	47.2	-2.1	41 熊谷市	40.2	42.7	-2.5
10 所沢市	45.0	49.2	-4.2 [13]	42 横瀬町	40.2	44.3	-4.1 [14]
11 滑川町	44.8	44.9	-0.1	43 松伏町	40.1	44.0	-3.9
12 川口市	44.6	47.2	-2.6	44 毛呂山町	39.5	42.0	-2.5
13 富士見市	44.5	48.9	-4.4 [8]	45 加須市	39.2	40.8	-1.6
14 春日部市	44.4	49.0	-4.6 [6]	46 川島町	38.9	39.8	-0.9
15 草加市	44.4	47.9	-3.5	47 寄居町	38.8	39.8	-1.0
16 和光市	44.4	50.1	-5.7 [2]	48 秩父市	38.5	41.0	-2.5
17 鶴ヶ島市	44.3	46.7	-2.4	49 深谷市	38.5	42.3	-3.8
18 狭山市	44.2	48.5	-4.3 [10]	50 嵐山町	38.4	40.9	-2.5
19 久喜市	44.0	47.7	-3.7	51 行田市	38.2	41.2	-3.0
20 北本市	43.9	47.6	-3.7	52 羽生市	37.5	39.6	-2.1
21 越谷市	43.9	48.8	-4.9 [4]	53 皆野町	36.6	37.5	-0.9
22 杉戸町	43.9	47.8	-3.9	54 小川町	36.4	39.1	-2.7
23 三郷市	43.9	44.5	-0.6	55 本庄市	36.0	39.2	-3.2
24 三芳町	43.6	46.3	-2.7	56 神川町	35.9	36.8	-0.9
25 上尾市	43.6	48.2	-4.6 [6]	57 上里町	35.7	37.3	-1.6
26 鳩山町	43.4	43.9	-0.5	58 吉見町	35.4	37.0	-1.6
27 入間市	43.4	46.5	-3.1	59 越生町	35.1	37.9	-2.8
28 日高市	43.2	45.4	-2.2	60 長瀨町	33.5	35.7	-2.2
29 桶川市	43.0	46.5	-3.5	61 小鹿野町	33.2	32.4	0.8
30 蕨市	43.0	47.3	-4.3 [10]	62 ときがわ町	33.0	合併のためデータなし	
31 鳩ヶ谷市	42.9	47.2	-4.3 [10]	63 美里町	32.6	32.0	0.6
32 八潮市	42.5	44.8	-2.3	64 東秩父村	29.9	35.5	-5.6 [3]

出所：「国勢調査」2010年および2005年産業等基本集計より集計

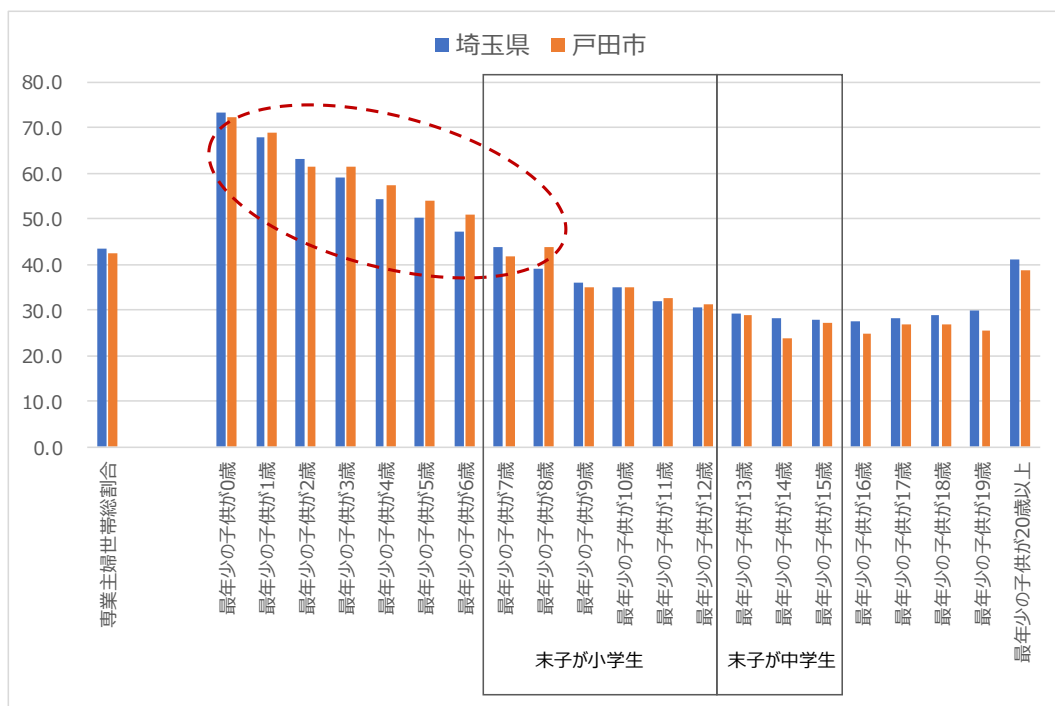
## 1. 2 末子年齢別にみた専業主婦世帯割合の比較

同調査の専業主婦割合を末子年齢別にみたのが<図表9>である。これによると、戸田市は埼玉県と比べて末子年齢が0～8歳の時点までは専業主婦率が高く、それ以降は低い傾向がみられた。

このことから、戸田市では子どもが小学生にあがるまでの専業主婦率は高いものの、その後は共働き率が高まる傾向が見られた。同調査からは、この年代の有子女性たちが地域外へ働きに出ているのか否かは判断できないものの、第1章1節で説明された世代間断絶の構図と合致する結果といえる。すなわち、戸田市の有子女性は末子が小学校入学未満までは専業主婦率が高いものの、小学校に入るところから就業を開始させている人が増える傾向にあり、以降、県内と比較しても共働きがやや多い地域であることが見られた。一般的に、戸田市は専業主婦率が高い傾向にあるのではないかという感覚値に対して、末子の年齢別に詳細をみると「小学校入学前の子を持つ有子女性の専業主婦率は高いものの、それ以降の年代では共働き世帯が増える地域」と言える。

図表 9 子どもの年齢別\_専業主婦世帯割合比較

戸田市は、末子年齢が8歳以下での専業主婦率が高い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

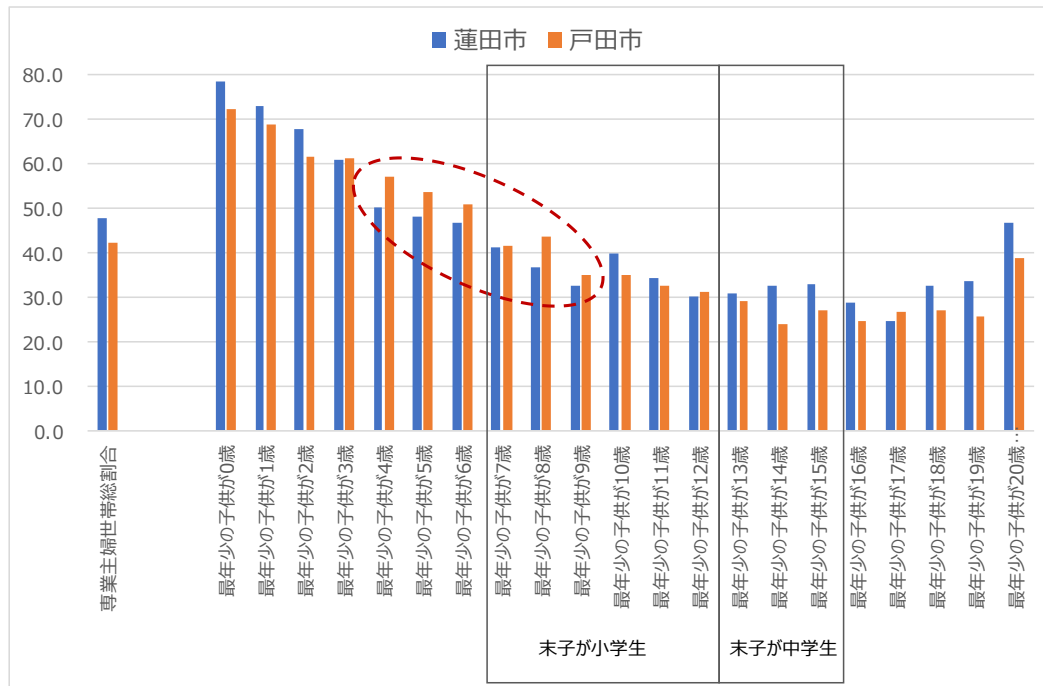
また、同じ統計調査から埼玉県で最も専業主婦率の高い蓮田市と比較してみる<図表10>。

これによると、蓮田市の専業主婦率の高さが顕著に表れているのは末子が0～3歳である。対して、小学校入学前の4歳から小学校中学年の9歳までは戸田市の方が専業主婦率が高い傾向であることがわかる。

このことは、世帯全体の年収や同居家族形態、地域の教育環境など、さまざまな要因に影響されるものであり、一概に専業主婦率だけでその年代の特徴とすることは難しいが、小学校入学前と小学校中学年までの年齢の子を持つ母親の就業の条件や状態に、戸田市は何らかの特性がある可能性が示唆される。

図表 10 子どもの年齢別\_専業主婦世帯割合比較

県内で最も専業主婦率の高い蓮田市と比べて、末子 4～9 歳の世代では戸田市の方が専業主婦率が高い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

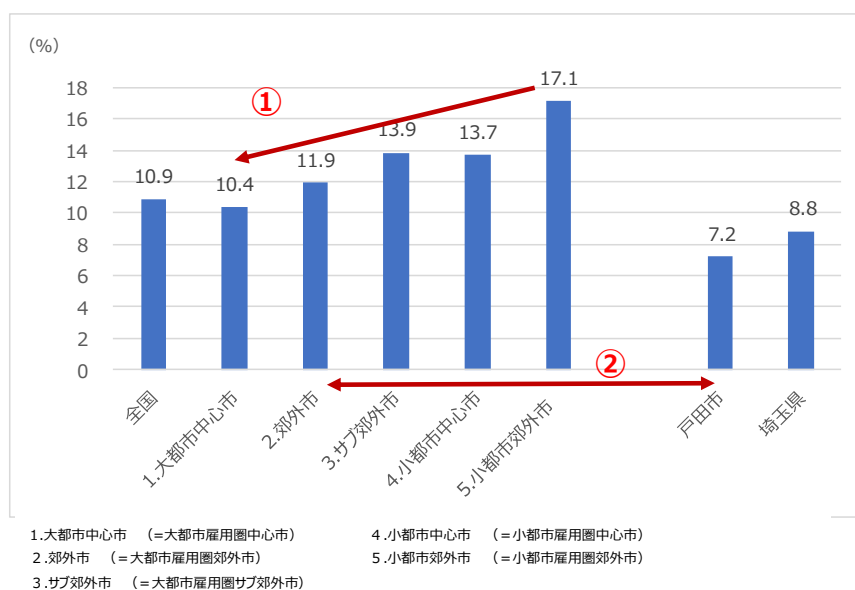
## 2. 有子女性の自営などによる就業状態の比較

### 2. 1 妻が自営などの世帯割合の比較

それでは、有子女性の自営業の状態はどのようになっているのかを、先の国勢調査のデータから算出した。国勢調査では就業者は、「自営業主」、「家族従業者」、「雇用者」に分かれており、一般的に雇われて就業している人は「雇用者」の分類となる。そのため、「(夫が就業者で)妻が就業者の人数－(夫が就業者で)妻が雇用者の人数」によって、共働き世帯のうち、「妻が自営業または家族経営の従業者」の人数が算出される。

「妻が自営業または家族経営の従業者の人数」は何を指すのか。これは、自営および家族経営の従業者というのは住職近接での傾向がかなり強い<sup>6</sup>ということから、地域で働くことで地域との関係性が継続されやすい環境にいることを示す。自営や家族経営従業者の場合には、地域の商店街連盟や商工会などに所属したり顧客が地域住民であるなど、地域での人的ネットワークや活動の増加を生みやすい環境であるということである。同ネットワークや活動に積極的に参加するかしなないかは個人的な要因があり、これは別の議論とする。ここでは「妻が自営業または家族経営の従業者の人数」は、地域外で就業する人よりも地域密着型の環境に置かれており、世代間断絶を埋めるキーパーソンとなり得る可能性を持つ属性と考え、同属性の戸田市の状態を確認した。

図表 11 妻が自営業または家族経営の従業者（世帯）の割合  
戸田市の同属性は 7.2%、全国や類似の郊外都市と比べて低い



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

<sup>6</sup> 居住地域で必ずしも自営を起こすとは限らないものの、女性の特に有子女性の自営が居住地域以外というのは、それほど多くはないであろうという想定のもとに同数値を参照した。家族経営の従業で働く場合も同様である。

前述の国勢調査から、末子年齢別の「妻が自営業または家族経営の従業者」（以下「妻が自営など」とする）の割合を算出し、都市分類別と埼玉県とで比較したのが<図表 11>である。

これによると、全体的に都市度があがる程妻が自営などの世帯割合が低くなる傾向がみられる。都市度が下がる、すなわち田舎になる程自営業や農業などの割合が増え、それに伴い妻が仕事を手伝う傾向が増加することによると推察される（<図表 11>の①参照）。

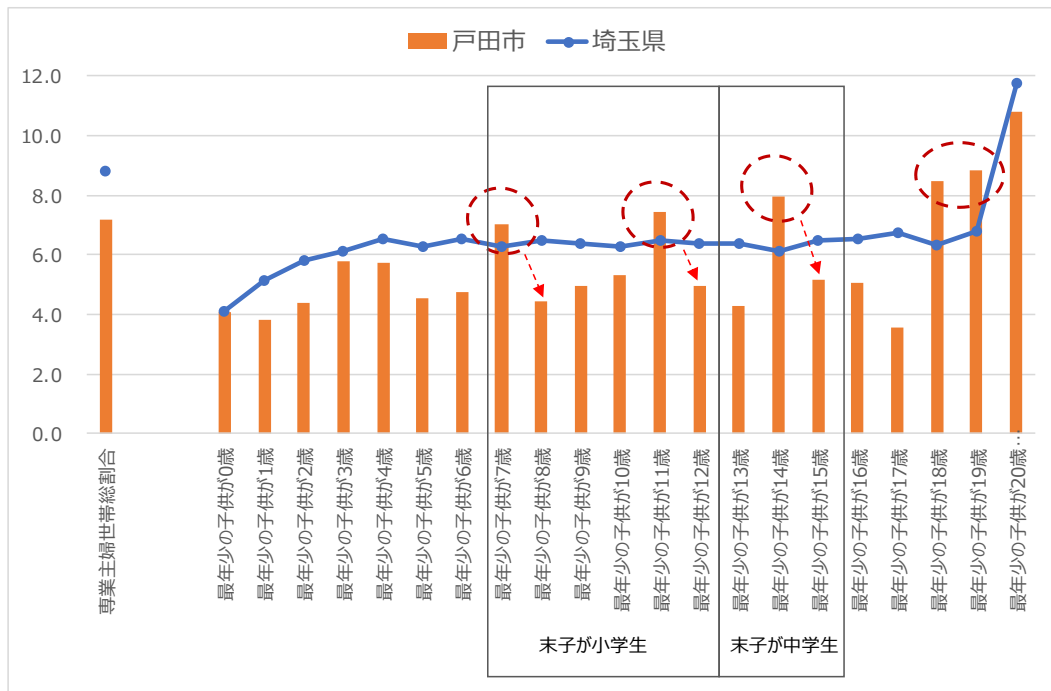
また、戸田市の夫が就業状態である全 2 万 2,542 世帯の内、妻が自営などの世帯が 1,620 世帯で 7.2%であるのに対し、類似の 2.郊外都市は 11.9%であり、戸田市は同割合が低い傾向であることがわかった。（<図表 11>の②参照）ちなみに、埼玉県全体は夫が就業状態である全 128 万 6,337 世帯の内、妻が自営などの世帯が 11 万 3,345 世帯で 8.8%となっている。戸田市は埼玉県に比べる妻が自営などの割合が低い傾向にある。

## 2. 2 末子年齢別にみた妻が自営などの世帯割合の比較

それでは、妻が自営などの世帯が、戸田市は全般的に低い傾向であるが、末子年齢別にみた場合どのような特徴があるのかをみる。<図表 12>では、末子の子どもの年齢別の妻が自営などの世帯割合を戸田市と埼玉県とで比較したものである。これによると、埼玉県は末子年齢が 4 歳頃まで妻が自営などの世帯割合が徐々に上がり、以降、20 歳までほぼ横ばいである。

図表 12 子どもの年齢別\_妻が自営などの世帯割合比較

戸田市は、ある特定の年代で妻が自営などの割合は高まるものの、継続していない



出所：「国勢調査」2010年産業等基本集計より集計

これに対して、戸田市の場合は図内で赤○で囲った年代のうち、末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。特にこの3年代については、埼玉県全体の割合より高く、妻が自営などでの就業に対する環境かまたはニーズが存在している可能性が示唆される。このことは、戸田市の地域的特性が何らか関係している可能性も秘めているため、次年度の調査で確認したい項目である。

### 3. (小括) 子育て終了時期に地域外で就業する女性が多い

本章では、戸田市に住む有子女性の就業状態が、類似都市や埼玉県内などと比べてどのような状態にあるのか、現状を把握することが目的である。

本研究テーマの対象である「戸田市に住む有子女性」の就業の問題が戸田市の地域特性にどのように現れているのかを把握するものであるが、その結果、以下の5点が確認された。

(1) 戸田市の専業主婦世帯が9,552世帯で42.4%（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）である。類似の郊外都市の37.5%と比較して高い傾向である。

(2) 埼玉県第で専業主婦世帯の割合をみると、戸田市は県内でちょうど真ん中程度の割合であるが、5年前調査と比べてマイナス4.1ポイントと専業主婦化が緩和されてきている地域といえる。

(3) 戸田市は、小学校入学前の子を持つ有子女性の専業主婦率は高いものの、それ以降の年代では共働き世帯が増える地域である。

(4) 妻が自営などの世帯が1,620世帯で7.2%（夫が就業状態である全2万2,542世帯を母数として）である。類似の郊外都市の11.9%や、埼玉県の8.8%と比較して低い傾向である。

(5) 末子年齢が7歳、11歳、14歳の時に、一時期妻が自営などの世帯割合が高まるものの、翌年代では急減する傾向がみられた。

以上のことから、戸田市は末子が小学生前の有子女性の専業主婦世帯が埼玉県などと比べて高く、それ以降の年代ではむしろ共働き世帯割合が高くなる。また、一時期自営などの割合が高まるも継続されてないといった特徴がみられた。このことは、本研究のテーマである「女性の地域開業」の対象者の大きさを量るという点から、ある一定の層が存在していることを確認できたものである。



## 第3章

# 戸田市に住む有子女性の 就業希望状態

本章では、戸田市に住む有子女性の現在の就業状態（非就業も含め）に対する満足度を把握した。

「女性の地域開業の可能性」として、現在専業主婦である女性が「そもそも就業意欲がない」場合は、根本的に本テーマの存在が難しいからである。

そのため、本来働きたくても働けない要因があり、もしその要因が取り除かれるならば就業を希望するという有子女性がどの程度いるのかを把握した。まずは「開業」という業態に限らず、「就業の意欲」を量るものである。

## 1. 調査の概要（アンケート調査）

### （1）調査の目的

戸田市に住む既婚有子女性の就業状態ミスマッチの状況を把握した。本来働きたいのに働いていない人、致しかたなく希望していない状態で就業している人らの就業希望状況を把握することで、本研究のテーマである「女性の地域開業の可能性」があるのか、ないのかを確認する。

### （2）アンケートの時期

本調査は「戸田市における子育て支援活動」を用いた郵送調査に基づく標本調査である。調査票の郵送は2013年7月20日より8月22日の回収を締め切りとした。さらに、回収締め切り直前には調査対象者に「督促はがき」を送付した。

### （3）アンケートの対象

調査対象としたのは戸田市在住市民のうち、住民基本台帳データから年代別に層化抽出を行い1500票の調査票を郵送した。実際の回収率は577票の38.4%であった。同調査は全市的な戸田市住民の子育て支援に関する意見を求めることを目的に行っており、本節での調査はこのうちの女性のみを抜粋して対象として扱った。特に、就業状態や希望就業形態を問う設問が中心のため、未回答者を除き有効回答数は315票であった。分析の対象とした標本の属性は<図表13>である。

図表 13 アンケート回収者の基本属性

		人数	割合
合計		315	
性別	男性	0	0.0%
	女性	315	100.0%
年代	20代	50	15.9%
	30代	110	34.9%
	40代	108	34.3%
	50代	45	14.3%
	60代	0	0.0%
	無回答	2	0.6%
世帯年収	100万円未満	5	1.6%
	100～300万円未満	33	10.5%
	300～500万円未満	65	20.6%
	500～700万円未満	64	20.3%
	700～900万円未満	59	18.7%
	900万円以上	61	19.4%
	答えたくない	25	7.9%
	無回答	3	1.0%
結婚状態	既婚	246	78.1%
	未婚	67	21.3%
	無回答	2	0.6%
子どもの有無	あり	217	68.9%
	なし	98	31.1%

#### (4) 分析の手順

本分析は「戸田市における子育て支援活動」<sup>7</sup>を用いたアンケート調査に基づく標本を利用した。分析手順としては以下である。

手順1) まず、就業希望と実際の就業状態を問う設問をクロス集計し、就業状態と希望就業形態とで属性を7つに分類した。その上で戸田市ではどの属性がどの程度就業希望と現状の乖離があるのかを確認した。

手順2) 有子女性はそもそも就業意欲が低い(専業主婦を希望している)のか、就業意欲はあるものの希望の就業形態に就けていない状態であるのかを確認する。

手順3) 仕事を選ぶ際にどの点を重視するかを問う設問とクロス集計し、希望する就業条件の内容を確認した。

---

<sup>7</sup> 2014年3月報告「戸田市における子育て支援活動 共同研究」報告書参照(目白大学社会学部地域社会学科と戸田市との協働研究)。同研究で実施したアンケート調査を事前に了解を得て二次利用したものである。

## 2. アンケート結果

### 2. 1 就業状況と希望就業形態の乖離状態

就業形態をフルタイム、パートタイム、自営業、無職（専業主婦）の4分類に分け実際の就業状態と希望就業形態でクロス集計した<図表 14>。

これによると、フルタイム就業者は112人（35.5%）、パートタイム就業者は104人（33.0%）、自営業は21人（6.6%）、専業主婦は78人（24.8%）であった。

また、現在の就業状態と希望形態とで合致しているか乖離しているかの構成を分かりやすくしたのが<図表 15>である。対角線上にグレーの枠であるA、B、C、D層は現状と希望が合致しており満足層である。対して破線枠のE、F、Gは合致しておらず不満足層である。フルタイム就業者は現状の就業状態に満足している人（=A）が多い（74.1%）傾向にある。それに対して、パートタイム就業者の満足度（=B）は51.0%、自営業者（=C）38.1%、専業主婦（=D）は25.6%という結果であった。また、専業主婦で何らかの就業を希望している層（=E）は74.4%であった。つまり、専業主婦は現状の無職の状態に満足していない人が圧倒的に多いという結果であった。

図表 14 現在の就業状態と、希望就業形態

		希望就業形態				総計
		フルタイム希望	パートタイム希望	自営業希望	専業主婦希望	
現在の就業状態	フルタイム	74.1% ( 83 )	10.7% ( 12 )	3.6% ( 4 )	11.6% ( 13 )	100.0% ( 112 )
	パートタイム	30.8% ( 32 )	51.0% ( 53 )	7.7% ( 8 )	10.6% ( 11 )	100.0% ( 104 )
	自営業	28.6% ( 6 )	19.0% ( 4 )	38.1% ( 8 )	14.3% ( 3 )	100.0% ( 21 )
	無職(専業主婦)	6.4% ( 5 )	66.7% ( 52 )	1.3% ( 1 )	25.6% ( 20 )	100.0% ( 78 )
	総計	40.0% ( 126 )	38.4% ( 121 )	6.7% ( 21 )	14.9% ( 47 )	100.0% ( 315 )

カイ2乗値=146.8 P<0.01

図表 15 現在の就業状態と、希望就業形態

		希望就業形態			
		フルタイム希望	パートタイム希望	自営業希望	専業主婦希望
現在の就業状態	フルタイム	A	F		
	パートタイム	F	B	C	G
	自営業				
	無職(専業主婦)	E			D

		人数	割合
A	フルタイム就業満足層	83	74.1%
B	パートタイム就業満足層	53	51.0%
C	自営業就業満足層	8	38.1%
D	専業主婦満足層	20	25.6%
E	無職(専業主婦)／就業希望	58	74.4%
F	全就業者／他の形態で就業希望	66	27.8%
G	全就業者／無職(専業主婦希望)	27	11.4%

割合は就業状態人数を母数として算出した

また、全体から既婚有子女性と既婚無子女性、未婚女性のみを取り出して結果を比較したのが<図表 16>である。

その結果、未婚女性は50%がフルタイム満足のA層にいる。また、既婚無子女性はやや数値が下がるものの、フルタイム満足が30.0%で最も多く未婚女性と同様のバランスである。それに対して既婚有子女性の場合、パートタイム満足B層が18.4%と増大、現在専業主婦で就業を希望しているE層が最も多く25.7%であった。

<図表 17>は<図表 16>を就業満足と不満足に大きく分類したものである。

その結果、就業満足層は既婚有子女性<既婚無子女性<未婚女性と徐々に増大する。当然、就業不満足層はその逆となる。すなわち、既婚有子女性が最も現在の就業状況に満足しておらず、既婚者であっても子どもがいない女性の場合はほぼ未婚女性と同様のパターンを示している。また、就業希望(D、G除く)は子どもの有無に関わらず全属性でほぼ同じで、出産・育児によって就業意欲自体が減退しているとは言えない状況であることがわかる。すなわち、子育てによる時間的な制約によって現在の就業が満足いくものではないが、就業意欲自体は他の属性と変わらずに8割以上が働きたいと思っている(あるいは働かなくてはならない)という状況である。

図表 16 A～Gの分布（既婚、未婚、子どもの有無で比較）

	全体	既婚有子女性	既婚無子女性	未婚女性
☒ A フルタイム就業満足層	26.3% ( 83 )	18.4% ( 38 )	30.0% ( 12 )	50.0% ( 28 )
B パートタイム就業満足層	16.8% ( 53 )	18.4% ( 38 )	17.5% ( 7 )	8.9% ( 5 )
C 自営業就業満足層	2.5% ( 8 )	1.9% ( 4 )	5.0% ( 2 )	1.8% ( 1 )
D 専業主婦満足層	6.3% ( 20 )	7.8% ( 16 )	5.0% ( 2 )	1.8% ( 1 )
E 無職(専業主婦)／就業希望	18.4% ( 58 )	25.7% ( 53 )	10.0% ( 4 )	1.8% ( 1 )
F 全就業者／他の形態で就業希望	21.0% ( 66 )	18.9% ( 39 )	22.5% ( 9 )	26.8% ( 15 )
2) G 全就業者／無職(専業主婦希望)	8.6% ( 27 )	8.7% ( 18 )	10.0% ( 4 )	8.9% ( 5 )
合計	100.0% ( 315 )	100.0% ( 206 )	100.0% ( 40 )	100.0% ( 56 )

枠内は同属性で最も割合の多かった回答

図表 17

	全体	既婚有子女性	既婚無子女性	未婚女性
就業満足層(A～D)	52.1% ( 164 )	46.6% ( 96 )	57.5% ( 23 )	62.5% ( 35 )
就業不満足層(E～G)	47.9% ( 151 )	53.4% ( 110 )	42.5% ( 17 )	37.5% ( 21 )
就業希望者(D、G除く)	85.1% ( 268 )	83.5% ( 172 )	85.0% ( 34 )	89.3% ( 50 )

枠内は同属性で最も割合の多かった回答

## 2. 2 仕事を選ぶ際の重点ポイント

それでは次に、有子女性の就業希望はどのようなものであるかを見ていく。有子女性は全体で206名、その属性は<図表 18>で示した。

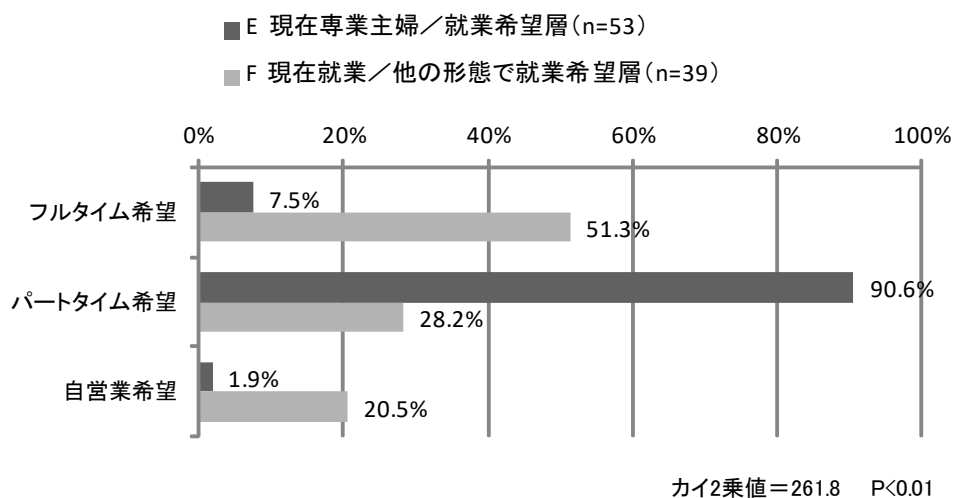
図表 18 有子女性のみの基本属性

年代	20代	11	5.3%
	30代	74	35.9%
	40代	81	39.3%
	50代	38	18.4%
	無回答	2	1.0%
居住年数	5年未満	77	37.4%
	5～9年未満	37	18.0%
	9～20年未満	73	35.4%
	20年以上	18	8.7%
	無回答	1	0.5%
就業と出産	結婚や出産に関係なく、 ずっと働き続けている	54	26.2%
	結婚や出産で退職し子どもの手が 離れた後で再び働いている	76	36.9%
	結婚や出産で退職し、 その後ずっと働いていない	71	34.5%
	学校卒業後、ずっと働いていない	1	0.5%
	無回答	4	1.9%
就業状態	フルタイム	53	25.7%
	パートタイム	70	34.0%
	自営業	14	6.8%
	専業主婦	69	33.5%
	その他	0	0.0%
子どもの人数	1人	72	35.0%
	2人以上	134	65.0%
末子の年齢	未就学児	89	43.2%
	小学生	44	21.4%
	12～18歳	31	15.0%
	19歳以上	41	19.9%
	無回答	1	0.5%

さらに有子女性の内、就業状態不満足層（E、F）がそれぞれどの業態の仕事我希望しているかは<図表 19>である。

E=現在専業主婦／就業希望者の90.6%がパートタイム就労を希望しており、7.5%がフルタイムを希望、自営業希望者は1.9%であった。対して、F=現在就業／他の就業形態を希望している層は、51.3%がフルタイムを希望、28.2%がパートタイム、20.5%が自営業を希望しているという結果であった。

図表 19 有子女性の就業状態不満足層\_\_希望就業形態



さらに、仕事を選ぶ際にどのような点を重視するかを問う設問では、<図表 20>の回答結果であった。最も重視することは、いずれの層も同様に就業時間の融通性に関することであった。時間的融通が第一条件にくることは有子女性の場合非常に納得のいく結果であることから、時間的条件以外の重視する項目で比較してみた。

A～C＝現在の就業状況満足層は仕事内容よりも雇用条件であり、逆に E＝現在専業主婦で就業希望層は雇用条件よりも仕事内容を重視する傾向が見られた。F＝現在就業で他の就業形態を希望層は雇用条件と仕事内容がほぼ同割合であった。

図表 20 既婚有子女性（就業希望者のみ）\_\_仕事を選ぶ際に重視すること

重視する項目	A～C 就業状況満足層 (n=80)	E 現在主婦／就業希望層 (n=53)	F 現在就業／他形態希望層 (n=39)
(条件)雇用条件に関すること	22.9%	11.3%	19.7%
(時間)就業時間の融通性に関すること	55.4%	74.8%	55.6%
(内容)仕事内容に関すること	19.2%	13.2%	19.7%

さらに、時間的条件以外の重視する項目を詳細で比較し、選択肢 13 項目のうち上位 3 項目を抜粋してみると<図表 21>の結果であった。A～C＝就業状況満足層は条件面での希望が多かったのに対して、E、F の就業希望層は仕事内容を重視する傾向が見られた。このことは、A～C＝就業状況満足層は現在就いている仕事内容が既にある程度希望を満たしている可能性が高い。逆に、E、F の現



在希望の就業形態に就いていない層は、仕事内容に不満があり仕事をしていない（E層）か、不満はあるものの取りあえず就業を続けている（F層）可能性が高い。

また、全層で「知識や経験を生かせる仕事内容」が上位にあがっており、E層＝現在主婦／就業希望者は「雇用や身分の安定」の次に「将来のキャリアに繋がる仕事内容」が3番目にきている。F＝現在就業／他の業務形態で就業を希望層は「社会貢献度のある仕事内容」が「雇用や身分の安定」よりも上位であった。

図表 21 有子女性（就業希望者のみ）\_\_仕事を選ぶ際に重視すること（時間以外の比較）

<b>A～C 就業状況満足層</b>	<b>(n=80)</b>
(条件) 雇用や身分の安定	33.8%
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	32.5%
(条件) 給与が高い	17.5%
<b>E 現在主婦／就業希望層</b>	<b>(n=53)</b>
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	20.8%
(条件) 雇用や身分の安定	15.1%
(内容) 将来のキャリアに繋がる仕事内容	13.2%
<b>F 現在就業／他形態希望層</b>	<b>(n=39)</b>
(内容) 知識や経験を生かせる仕事内容	30.8%
(内容) 社会貢献度のある仕事内容	20.5%
(条件) 雇用や身分の安定	15.1%

### 3. (小括) 住職近接を重視し、各条件のバランス次第

本アンケート結果からは、戸田市の有子女性の半数以上が現状の就業状態に不満をもっており、特に、現在専業主婦で何らかの就業を希望している人は76.8%存在していることがわかった。彼女らは、子育てという時間的制約があるため、時間的融通のつく就業形態を望む傾向がみられたが、仕事の内容的には「自分の知識や経験を生かし」たり、「社会貢献度のある」仕事を望んでいる傾向がある。時間的融通のつく就業形態でありつつ、同時に仕事の内容にもこだわりたい。そのバランスを取りたいという希望が潜在的に強くあることが、本アンケートからは推察される。

就業時間の問題と業務内容、その両立が可能である環境は何か。住職近接の環境であり、本研究のテーマである「地域コミュニティ」をつなぐ業務が存在すれば、彼女らの求めている両立が可能であるという仮説が成り立つ。住職近接で就業という形が困難であるならば（企業側の求人ニーズを高めるといった外的要因が強いため）、地域開業という選択肢は実はこの両立を叶える業務形態である訳で、そのニーズが有子女性たちにあるのかどうか、次の検証内容であろう。

本アンケートは2013年に実施したもので、やや分析結果が古いであろう。特に、この数年は地方創生による「働き方の改革」が推し進められる中、女性の活躍やワークライフバランス重視の傾向がでており、女性が働く環境は依然よりも改善されてきている面もある。また、経済的に共働きでないとやっていけないという若い夫婦も増えてきており、意図せず就業する有子女性も増えてきているという調査もある。

そこで、次年度にはこの同様のアンケートを実施し、上記仮説を検証する設問を加えていく予定である。経年の違いも見ることが可能であり、最新の戸田市有子女性の就業に対する意識を把握する予定である。

## 第4章

# 有子女性の戸田市地域開業の可能性

本章では、戸田市に住む有子女性の開業の状態を把握し、今後の戸田市における地域開業の地域的利点・難点や地域の特性を見出すことが目的である。

## 1. 調査の概要（ヒアリング調査）

### （1）調査の目的

本章では有子女性のヒアリング調査を実施した結果からみた、地域開業の可能性について述べる。

同調査は、戸田市が有子女性の地域開業にむけた具体的支援をどのように策定するかの基本情報として、子育てをしながらの生活・就業を含めたライフプラン上の問題と開業に対する具体的なニーズ等を質的に把握することを目的としたものである。また、本年度の調査結果を踏まえて仮説設定を行い、次年度の量的調査で仮説検証することも目的としている。

地域開業の定義をどのように設定するかという大命題が期初に存在していたため、事前調査で幅広く有子女性のニーズを把握し、本調査で開業の経緯や障壁、意欲や悩みの実態とニーズを中心に話してもらった。

### （2）調査の時期

事前調査：2016年4月～

本調査：2016年11月～

### （3）調査の対象

事前調査においては、戸田市内で潜在的に開業を希望しているのではないだろうかと思われる有子女性（＝さまざまなワークショップに参加してるなど情報収集している）、具体的に開業を希望している女性、そして実際に開業されている有子女性の3属性のそれぞれ複数名から始めた。開業に踏み切る契機や環境、障壁や利点などの大まかなヒアリング調査項目を選定することを目的に行ったが、同調査から開業とプチ開業の線引きが必要であることが明らかとなった。これは、昨今注目されているプチ開業（「プチ起業」や「自宅サロン」などと呼ばれるもので、明確な業態の線引きは存在していない）の多くが、非課税の範囲で行われるものであったり、趣味の延長線でビジネスとして成り立たない形態のもの含まれており、行政が取り組む調査として何らかの線引きが必要であるという事である。

この事前調査の示唆を基に、本調査においては戸田市内で実際に開業しており店舗を有しているか開業歴が長い有子女性の12名に話を伺った。属性は<図表 22>のとおりである。以下、本章では本調査のみを掲出する。

図表 22 ヒアリング対象者の基本属性

対象	年代	開業歴 (店舗 歴)	業態	店舗	兼業状態	家族形態	開業のきっかけ	前職との関係	戸田市 居住歴	戸田市に住む きっかけ
A	50代	5年	雑貨	あり	あり (受託)	夫、子ども2人(20 歳、23歳)	育児を契機に、仕事 を継続したかった	前職継続に+a	28年	地代が安い
B	40代	4か月	飲食	あり	あり (雑貨販売)	夫、子ども1人(23 歳)	子どもの頃からの夢	特になし	3年	息子の進学と開業
C	40代	10年	インテリア	なし	あり (スクール)	夫、子ども1人(7 歳)	出産前から行っていた フラワーレンタルの 事業を小さくして継続	前職継続	6年	ご主人の以前の居住地
D	60代	4年	飲食	あり	△	夫、子ども2人(28 歳、25歳)		特になし	42年	父親の仕事の都合
E	20代	4年	児童福祉	あり	△	母、父、弟	学生の時のボラン ティア体験と戸田市の 子供時代	特になし	生まれてから ずっと	生まれ地
F	30代	2年	ネイルサービ ス業	あり	あり (講師業)	子ども2人(10際、7 歳)	手に職をつけたことと 物件との出会い	やや関連	14年	就学
G	50代	30年	学習支援	あり	あり (講師業)	夫	ご主人の実家のア パート経営と自分の 準備のタイミング	やや関連	30年	ご主人の実家
H	30代	7年	飲食	あり	あり (デリバリー)	夫、子ども2人(8歳、 1歳)	子どもの頃からの夢	特になし	8年	ご主人の実家
I	50代	18年	美容・理容	あり	なし (講師業)	夫、子ども(27歳、 18歳)	業界的な流れ	前職継続	20年	結婚
J	40代	3年	飲食	あり	なし	夫、子ども2人(15 際、14歳)	なんとなく、子どもが 大きくなったらカフェを やりたいと思っていた	特になし	16年	結婚とマンション購入
K	30代	11年	持ち帰り飲 食	なし	あり (講師業)	夫、子ども(7歳、3 歳)	料理が好きで調理 関係の仕事をしており、 その延長で飲食 店を開業したいと思っ た	関連あり	生まれてから ずっと	生まれ地
L	30代	5年	教養・技能 授業	あり	なし	夫、子ども2人(10 際、8歳)	たまたま空き物件と 出会い、教えてほしい というニーズとマッチ して	前職継続	5年	子育てと家賃の安さ

#### (4) 調査の方法

半構造化インタビュー方式を採用した。

すべてのヒアリングは対象者と調査者1名が対面で実施した。ただし、本調査の実施機関である戸田市役所職員と、本インタビューをアレンジした戸田市在住の有子女性の2名も同席した。ヒアリングは対象者の了解を得てICレコーダーで録音した。調査場所は戸田市内の飲食店、公共施設打合せスペースなどで実施し、時間は1～3時間を要した。

#### (5) 調査の主な内容

半構造化インタビューであらかじめ6項目を準備し、主に第1の項目である「開業のきっかけ」について自由に話してもらい、その他の項目に関する話題が出ない場合は適宜他の項目の質問をばさんだ。「開業のきっかけ」「前職との関連」「開業の障壁」「支援や協力の環境（地域のネットワーク）」「今後」「重視しているライフプラン」の6項目である。また、これら6項目の話題から浮かびあがる地域への愛着についても発言を注視した。

付記：本人が特定できるような固有名詞はすべて伏せた。その上で、対象者の発言についての引用の承諾を得た上での掲載である。

#### (6) 分析の方法

ICレコーダーの録音を基にした逐語的な発話記録をデータとし、本調査のテーマに即した内容のみを抜粋したところ全3044発話が抽出された。知己後記録データを意味のあるまとまりごとに区切り、KJ法にて各発話をラベル化した。意味をラベル化できた発話は509抽出された。

## 2. 有子女性の地域開業モデル

本調査ではなるべく多業種・多年齢層の人を選び協力を依頼したところ、12名の地域開業女性の協力を得られた。彼女たちの発言をもとに戸田市に住む有子女性の開業にある一定のモデルが存在する可能性が浮き彫りになり、1、2節ではこのモデルの詳細を考察した。

3節で戸田市の地域開業にあたり特徴となる以下の5点をまとめた。

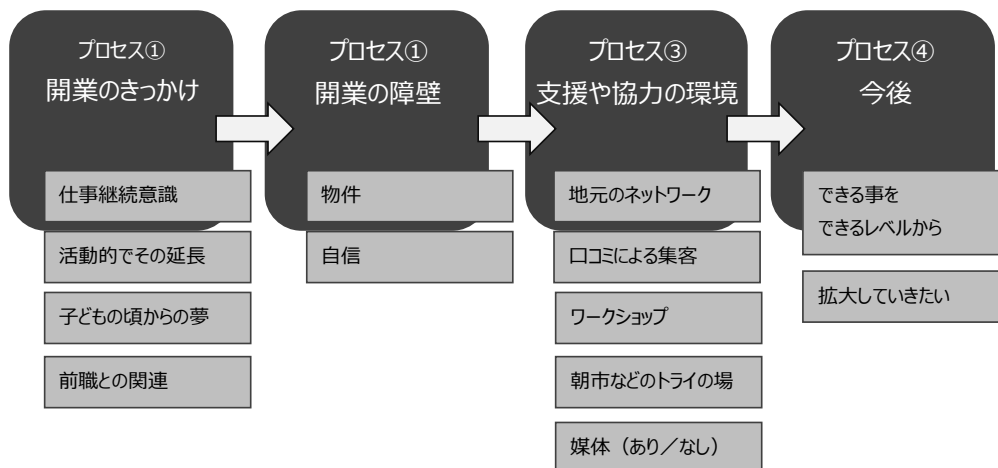
- ・ 物件不足とシェアリングの可能性
- ・ 地域のネットワーク
- ・ 後押しの存在
- ・ 戸田市の宣伝力
- ・ 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

ただし本年度は12名のヒアリング調査であり、対象者の選出に偏りがなかったかは未検証であるため、この点は次年度の調査課題とする。そのため、本章で挙げたモデルおよび戸田市の特徴は分析の状態であり、次年度の量的調査にて解析・検証するものである。

### 2. 1 地域開業モデルの全体像

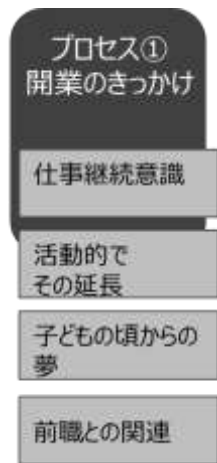
ヒアリング調査では6項目を準備しており、まずは「開業のきっかけ」について自由に話してもらい、その他の項目に関する話題が出ない場合は適宜他の項目の質問をばさんだ。「開業のきっかけ」「前職との関連」「開業の障壁」「支援や協力の環境（地域のネットワーク）」「今後」「重視しているライフプラン」の6項目である。その結果、開業とその背景や今後についていくつかの類型に分けることが可能であることがわかった。

図表 23 地域開業モデル



開業までのプロセスと開業後のライフプランや意識から、<図表 23>の4つのプロセスが存在しており、特に<開業の障壁>と<支援や協力の環境>のプロセスにおいては外的要因による促進や、あるいは歯止めが大きく存在している状態であった。以降、各プロセスを詳細にみていく。

## 2. 2 開業のきっかけ

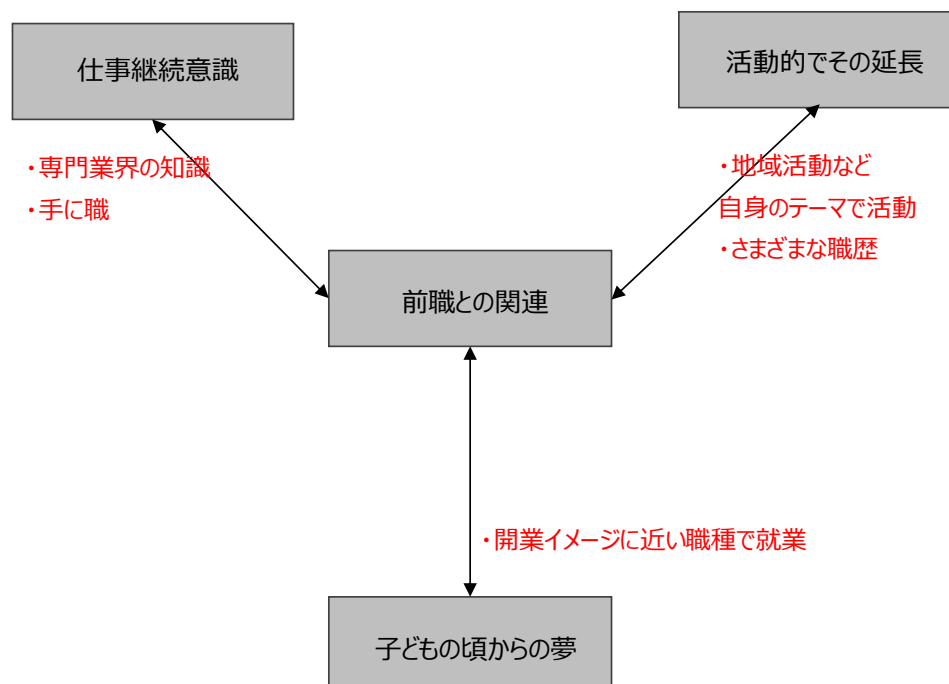


冒頭で「開業のきっかけ」について自由に話してもらったところ、「仕事の継続意識」、「活動的でその延長」、「子どもの頃からの夢」という3つのカテゴリーと、それぞれに関連する各自の「前職との関連」という構図がみえてきた。

### (1) 「仕事の継続意識」

「仕事の継続意識」というのは、<図表 25>の発話に代表されるように、もともと発話者の中で、結婚しても子どもができて「仕事を継続する」という意識が強いケースである。このケースの場合、前職である程度のキャリアを積んでおり、その業界の専門知識を有していたり手に職を持っているなど、仕事を継続しやすいキャリア的なスキルを有していた。しかしながら、結婚や出産を契機として即「開業」を意識した人はおらず、むしろ時間的な制約の中でフリーランス的に仕事を継続しており、その延長に「開業」があるようであった。

図表 24 「開業のきっかけ」の概念化





### (2) 「活動的でその延長」

「活動的でその延長」というのは、<図表 26>の発話でいくつかピックアップしたが、そもそも地域や個人の趣味など活動的な人が活動を続けていく中から「開業」という選択肢をとったというケースである。あまり仕事という意識は強くは聞かれず、むしろ自身の関心のあるテーマやこだわりについて持論を持っており、それ故に開業に際して独自性を持つことができたのではないだろうかと推察される。Gさんの「好きな事を、好きなように」という発話に代表されるように、「好きなこと」の延長戦に「開業」が位置づけられているようである。

### (3) 「子どもの頃からの夢」

「子どもの頃からの夢」というのは、そのまま幼い時からお店を持つのが夢であったというケース。開業までの数年は、具体的にどういったお店を、という計画をたてていたというよりは、漠然と「お店を持ちたい」という気持ちと、自身の好きなことや感性にアンテナを貼っていた様子である。Bさんは「継続して店が持てたらいいなって続いて」という発話にあるように、お店を持ちたいという思いも家族と共有しており、引っ越しするタイミングで戸田市を「お店を持つ」場所としてピンときて、という「タイミングがきた」という感じであった。同様にHさんも「小学生の時からカフェをやりたい」と思いつつ、たまたま戸田市に住むことになり、この場所と「カフェ」が結びついたという。今回話を伺った方は少なかったが、「子どもの頃からの夢」で開業した人は飲食の方ばかりであった。戸田市という立地と市場が、小さくとも飲食をオープンする場所として向いていることの表れではないだろうか。

図表 25 「仕事の継続意識」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	私はもう、仕事ですね。趣味は別と。
C	10年前は会社にして都内で開業してたんです。それから結婚して、なぜかその頃すごい色々引き手があって、色んなお仕事がどんどん決まってく中で、都内でも手狭になっちゃって。
C	でもその志木から、私自身から小ちゃい子を抱えて行くのは難しくて。結局行くっていうか場所代維持するのが大変だし。意味がなくなってしまって。ちょっと色んな方、税理士の先生に相談して、だったら法人を休眠させちゃって家でやった方がいいんじゃないか？って志木に戻して。2010年から個人事業でやっています。
F	サロンを構えることまでは最初からは考えていなかったです。できれば一人でできるところで、住まい兼物件みたいな感じで探していたので。ここまで、従業員を雇ってっていうつもりはなかったの。本当にたまたま。も一人でやってみればって友達に背中を押されて。できるよーって言ってもらって。そうかなーって。
F	ネイリストとしてはまだ3年とか4年くらい。あとは自宅でお友達にやってあげたりもありましたし。勤めに出たのもありましたし。このお店自体は2年半。
F	バイトの延長でデザインをやらせてもらうようになって。チケットだったりとか、パンフレット・リーフレット、webとか、ロゴとか、色々。ずっと個人事業主みたいな形・・・
L	結婚と出産を機に指導の方に回りまして、それ以降はずっと指導させて頂いています。以前は、カルチャースクールですとか、出張の講師で、クラスを指導するような形で先生をやっていました。

図表 26 「活動的でその延長」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

D	学校へ行って資格を取って、実家の1階に今もお店あるんですけど、紅茶とハーブの専門店をやったんです。それは県南でうちだけだったんです、ハーブ専門店。
D	好きだったんですね、植物が。本当はね、私、自分は営業、結婚して、主人が年齢が上でね、収入が安定したら私、専業主婦だったと思うんですよ。
G	好きな事を、好きなように、のんびりとやっていきたいなっていうのが今なんで。なので興味が、例えば去年は藍と米粉パンに興味があったんで、そちらの方を中心にやってきたんですけど。それをやってるうちに、色んな方が色んなアドバイスをくれたり、色んな方とつながって、多分今年はコットン。綿を種から紡いで、チャルカっていうインドのね、ああいうのを作る友達がいるんで、ワークショップみたいに作って。また最後に種をまいて、また循環っていう。それが私のテーマなんですよ。
E	ちょうど私が大学時代がですね、実は美術なんです。ただその、学生の時に結構市内の小学校のボランティアっていうのに参加させてもらう機会が多くて。私自身そんな子供好きとかではなかったんですけど。そのボランティア参加してる時に子供って面白いなって思って、なんかこう・・・衝撃を受けたんですよ。3日あれば子供って変わるじゃないですか？その変化にちょっとびっくりして。子供、何かやってみたってなったのが一番のきっかけなんです。

図表 27 「子どもの頃からの夢」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	きっかけは前から子供の頃から、小学校の頃からお店やりたいって卒業文集に書いてて。
B	洋服も好きだったんでブティックのオーナーになりたいっていう夢を小学校の時にあって。それ以降お店屋さん結構興味持って。それから段々雑貨が好きになって。結婚して、子育てしながらも色んな趣味、トールペイントとか。継続して店が持てたらいいなって続いて。
H	小学生の時からカフェをやりたいなと、女の子の漠然とした夢みたいな。
K	あれですね。やろうと思ったきっかけですよ。もともと調理の仕事・・・その前はご飯作るのが好きで、自分で移動販売とかできたらいいなと思っていて。それがもう結構、20年くらい前ですかね。その後、調理の仕事をしていて、で仕事をやめた後、職業訓練校に通うんですけど、それがフードサービス起業科っていう

## 2. 3 開業の障壁

### プロセス② 開業の障壁

物件

自信

「開業のきっかけ」について話してもらおうと、それと関連して「開業の障壁」に話が及ぶ場合が多い。「開業の障壁」についても、大きく2つ、「物件」に関することと、本人の「自信」に関することであった。

#### (1) 「物件」

発話者全員のコメントで、必ず何らか話題に挙がったのが「物件」についてである。これは、(ない)、(探し続ける)、(たまたま空き物件と出会う) という3つのカテゴリーにきっぱりと別れた。<図表 29、30、31>にて一部を抜粋した。

(ない)の発話の中で、戸田市の特徴を得ている発話に、Cさんの「すごくやりたい人がいっぱいいるんじゃないかな。その目的は戸田への定住化って事で提案して頂ければ、私自身ももうちょっと戸田を愛せると思います。」や、Jさんの発話「物件があったら、もっと続々と(戸田市に)お店が建ってもいいのになって感じあると思います。やりたいって言って、店舗がなくて個人で活動してる人もたくさんいるので。」といったことが複数聞かれた。「物件がない」ということで、開業をあきらめる人が水面下でかなりいるのではないかという事である。

また、(探し続ける)という行為も聞かれた。Jさんは条件にあう物件がでるまでに3~4年待ったという。(探し続ける)人は、概ね不動産屋さんに条件を提示しておき、「出たら教えてください」と開業準備が万全の状態であり、戸田市に住み、できれば戸田市で開業したいという思いの強さの表れであろう。

前述のCさんは「現時点では、たまたま戸田市に住んでいるだけで、戸田市を結構好きになっているものの、これだけ物件がなくて仕事しにくいのだとしたら、戸田市以外の方がよっぽど開業しやすい。今は子どもがいるから戸田市で地域の活動にも参加しているけれど、ここ以外で開業した場合、戸田市に住んでいる意味が全くない」という発言も聞かれた。前述の「もうちょっと戸田を愛せると思います。」という発言にもあるように、住んでいる土地はやはり、多かれ少なかれ好きになるものであるが、子育てに力を入れている戸田市であるだけに、開業したい人に対する「力の入れなさ」に対する憤りに近いものを抱えている人もいた。

一方で(たまたま空き物件と出会う)という人は今回の取材で5名いらした。その内のお二人は親族関係の物件であり、残りの3名がまさに「たまたま」物件と出会った状態であり、そのことが「開業」の最終的な後押しになっているということであった。しかしながら、いずれの方もどの物件がパーフェクトではなく、一様に「大きすぎる」という発言であったのが特徴的である。後述するが、こうしたことから「大きすぎる」物件でやや家賃が割高感があり、それ故に「シェア」という方法を取り入れているという構図が見えてきた。

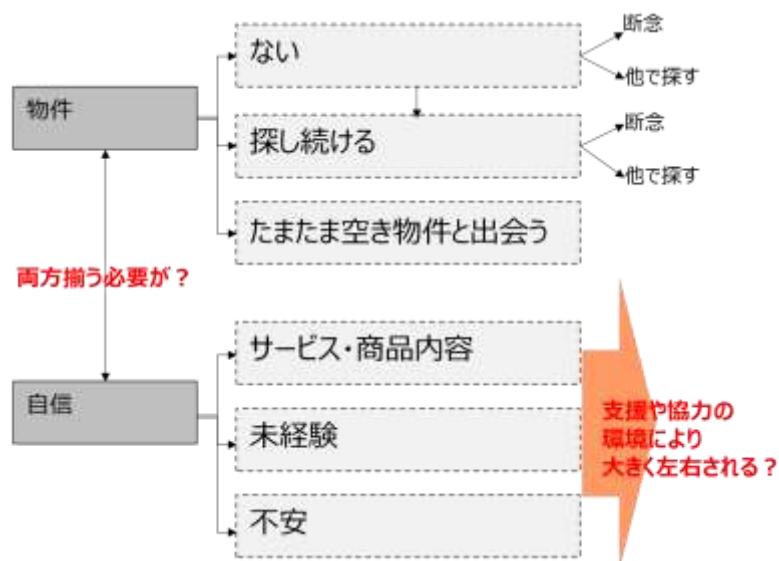
## (2)「自信」

「自信」については、(サービス・商品内容)がお金を払ってまで買ってくれるものに値するのだろうかという不安が数人から聞かれた。また、はじめる業種について(未経験)であること不安や、漠然としたさまざまな(不安)が聞かれた。聞いていると、コレといった不安要素が決まっているというよりも、商品内容をはじめ、売れるかどうかの不安など一般的に仕事を始める際の不安と何ら変わらないであろう内容である。有子女性ならではの発言としては、「失敗して家族に迷惑がかかるのではないか」とか、「子どもの時間と両立できるのか」といった発話が聞かれた。

これら(サービス・商品内容)、(未経験)、(不安)の要素については、次のプロセス③支援や協力の環境とかなり密接な関係がありそうである。次節で詳細を述べるが、戸田市の中でのトライアル的な場、お試しでできる経験や口コミによるネットワークが、これらの要素をすこし「自信」に変えていき、その過程の中で「物件」と出会い、開業へ最終的に踏み込むというプロセスが存在しているようである。「物件」も「自信」も、どちらか一方しかない場合は成り立たないであろう。「開業」への決意にはこの2つは欠かせない要素のようである。

ただし、この2つの要素で共通しているのは、「開業する」という覚悟を既に持っているということである。本章の1節の事前調査の項で少し述べているが、開業とプチ開業の線引きをどのように引くべきか、調査を進める最初の段階の課題であった。最終的な取材の線引きには「店舗を有しているか、店舗が不要な業態の場合は開業歴が長い(10年程度)」という条件をとったが、取材を進めながらも、皆さんにこの点を確認してみた。その回答で多かったのが「覚悟」という言葉であった。そして、皆さん、「あー、この人は本気だな、とか、この人は趣味の延長だな」というのがわかるということであった。

図表 28 「開業の障壁」の概念化



Iさんが「頭で考えてるんじゃなくて、まず行動していくっていう。はじめの一步が踏み出せるか踏み出せないかってところが非常に重要なんじゃないかと。何も考えてなくてスタートするということではなくて、動きながら考えて修正してみたいな」という発言があった。開業するんだという「覚悟」を決めたら、必然的に「物件」の壁につきあたり、現実が目の前にきて「自信」を失うシーンも多々でてくるという訳である。この2つの要素は、いずれも「覚悟」した人が開業に向けたステップを踏んだこと故の障壁であるということであろう。

そういった点では、本プロセスはある意味では「開業の障壁」ではなく「開業の条件」とも言えるであろう。ここは特に次年度の調査でも深堀し、他の視点がないかを確認したい点である。

図表 29 「物件、ない」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

C	そう考えると、物件の借りやすさでいったら都内の方が安かったりするんですよ。戸田の大家さんはちょっと古い考え方の方もいて、居住者だったら1・1でいいけど、事業用だったら2・2で下さいってなっちゃったら、同じ場所の広さで都内の方が安かったりするんですよ。だからすごいやりにくいと思って。
C	都内だと、マンション内にオフィスがあって当たり前なんですけど、居住用とか分けちゃってるんで。たまたま知り合いが「いいは事業用で」って言ってくださってるけど、事務所だと最初の40～50万が難しい。
C	そのネックが外せれば、みんなくすぶってたんだけど、やっぱりそこにやっていますよって <b>公に住所と電話が書いて宣伝ができるから</b> 。そこから伸びるんじゃないかなって思って。もがいているという感じで。
C	そうですね。 <b>市の助成も空き店舗の活用って所から入ってるんで。空き店舗は住職近接じゃないんですよね。ちょっと住居から遠いところにあるから。お客さんも来にくいし自分も行きにくい場所</b> 、場所を空けときたくないからそういう助成をしてるっていうのが。
C	こっちは必要としますよっていう時に、本当に家の中、家の近くにある物件の、何かその助成があれば、 <b>すごくやりやすい人がいっぱいいるんじゃないかな。その目的は戸田への定住化って事で提案して頂ければ、私自身ももうちょっと戸田を愛せると思います。</b>
J	<b>物件があつたら、もっと続々お店が建ってもいいのになって感じ？</b> あると思いますと。 <b>やりたいって言って、店舗がなくて個人で活動してる人もたくさんいるので、ね、</b> でもやっぱり新築で経つと高いからチェーン店しか入れないじゃないですか。この辺もね、空くとすぐに大きな企業がおさえちゃう。たまたま私達はオーナーさんが住んでて、私達のやることを面白そうだねって言って貸してくれたけど、本当にラッキーだから借りられた。
K	<b>じゃあ次、店舗借りようって言って店舗がなかなかなくて、</b> やっと借りたけど、忙しくて改装できなくて。
L	<b>そうですね、駅前の空き店舗は高いですね。</b> アクセス・お客様のアクセスを考えると10分以上離れるわけにはいかないし、そう考えると広さも・・・。

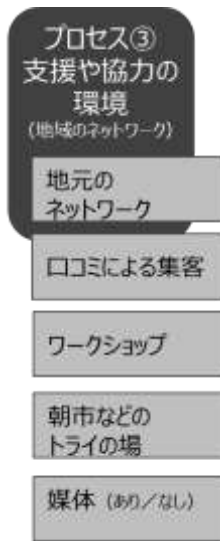
図表 30 「物件、探し続ける」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	3年前に東武野田線の大和田から引っ越ししてきました。 <b>そこから不動産屋さん到店舗物件を探してもらったりはしたんですけど、なかなか見つからず。</b>
C	いや家賃1年間半額でもありがたいし。はじめの投資額が7万円とかのお部屋でも、そこは事業用じゃなくて居住用の。事業用になるとたんに2か月2か月になるんですよ、敷金礼金で。
E	<b>2店舗目、新しい場所を探すのがすごく大変でした。地元の力ですね。知ってる不動産屋さんにわーって訊いてもらって、</b> で、やってもらって、後はほら、こちの小さい店舗の方は、これ、個人宅の1階なんですよ。個人で、美容室をやっつけた方が、もうやらないから、その1階の店舗と裏の部屋の分をちょっと内装入れてね、やったらっておっしゃて下さって。
J	<b>店舗をずっと探してたんですよ。</b> 宅配のお弁当の、きちんと資格を持ってなかったんで、例えば自分達の自宅で作ってて。自宅がちゃんと資格なかったから、本当に口コミって友達ってだけだったのに、段々知らない人から注文来ちゃって、それはちょっとまずいと何かあった時に。一回やめてね、とりあえず店舗を探そうって言って。自宅だと営業許可が下りないんですよ。
J	<b>それも店舗探したのも結構。3~4年とか。結構探してたんですよ、ずっと。その間、普通のパートして、何かいい物件がないかなっていつも探して。</b> 飲食で貸してくれる物件が本当になくて。本当にこの辺、特殊だと思うんですけど、空き物件があると全部、大手に抑えられちゃうんですよ。もう貸してもらえない。ホントは私達、こどもの国って大きい公園あって、あそこで遊んでたので、あのそばでやりたかったんですね。あそこで遊ばせて、自分達の子供も、ちょっとおなかすいたらおにぎりとか、体にいいもの食べさせるっていうので、やっぱりそのところで、ずっとこどもの国のそばで探してたんですけど。
J	<b>不動産屋さんに行って、これくらいの条件でこれくらいの広さで、もし出たら連絡下さいみたいな感じで、でもほとんど、全く相手にされない。</b> はっきり言って <b>主婦が、2人でなんて何言ってるんだ、</b> みたいな感じで、いっぱい行ったよね？そうそう、帰れみたいな。

図表 31 「自信」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	パンと、スコーンとか。あとスープですね。具たくさんスープ、家で作って出してたんですけど。朝市で雰囲気をつかんで踏み切れたと思います。
B	知り合いとか家族には食べさせてても、知らない人に食べてもらうっていうのは初めての経験。おうちのご飯でお金をいただくという経験がなかったの。
B	朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。
B	ランチのプレートをメインに出していますが、自分の家で食べているものを出しているんで、それがお客さんの口にあるのかどうか、心配でした。
H	接客業っていうよりは、自分の作ったものを食べてお金をくれる人がいるってことがわかったんで。
F	正直、まだまだなんです。本当に、生き残れるとも思えてないぐらいの、まだまださなんで、本当に私自身は正直こちの面では全然なので。あの、これからっていうのがまだずっとあるので、はい。続いているんじゃないですかね。まだスタートって感じなので。
B	お店の経営って経験したことがなかったので。まあ主人もサラリーマンですし。飲食業で働いた事もなかったの。
K	開業する前に一番心配だったことは、やっぱり経験がないので、それが果たして通用するんだろうか？っていうのは

## 2. 4 支援や協力の環境（地域のネットワーク）



「支援や協力の環境」については、特に先の「自信」に関する発話の延長でよく聞かれた話題である。ここでは「地元のネットワーク」という関係性による「口コミによる集客」、「ワークショップ」「朝市などのトライの場」という3つのラベルが出現している構造であった。また、「地元のネットワーク」とは全く関係ない部分で成り立つ業態も存在しており、逆にこのことは「地元のネットワーク」があって成り立ちやすい業態がある、すなわち戸田市で成り立ちやすい業態があるのかもしれないという示唆が生まれてきた。

### (1) 「口コミによる集客」

今回の取材の中で、全員が「口コミによる集客」があると回答していた。最も多くあがってきたのが、Facebook やブログ、Instagram といった SNS である。皆さん、一様に自分たちは「宣伝が下手」であり、「きちんと宣伝できていない」という感覚を持っているようである。日々の仕事を中心に、SNS を最大限に活用するために写真や記事をアップする、ということがベースとなっているようである。「本当は HP をきちんとするとか、チラシをちゃんとやるとか、しなくちゃいけないとは思っているんですけど」という J さんの発言に代表されるように、口コミでの集客は非常に大きなベースとなっているようである。

### (2) 朝市などのトライの場

前述の「自信」のところで多く聞かれた話であるが、「朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。」という B さんの発言があるように、多くの人が戸田市の朝市を自分の「商品・サービス」のトライアルの場として活用しているようである。また、ここに参加することでの地元のネットワーク形成が大きいようであった。別の取材者の話題を出すと、「あっ、朝市にも出してたよね」など、飲食店や雑貨といったショップ業態の場合は朝市がネットワークの中心の一つとなっている可能性もある。

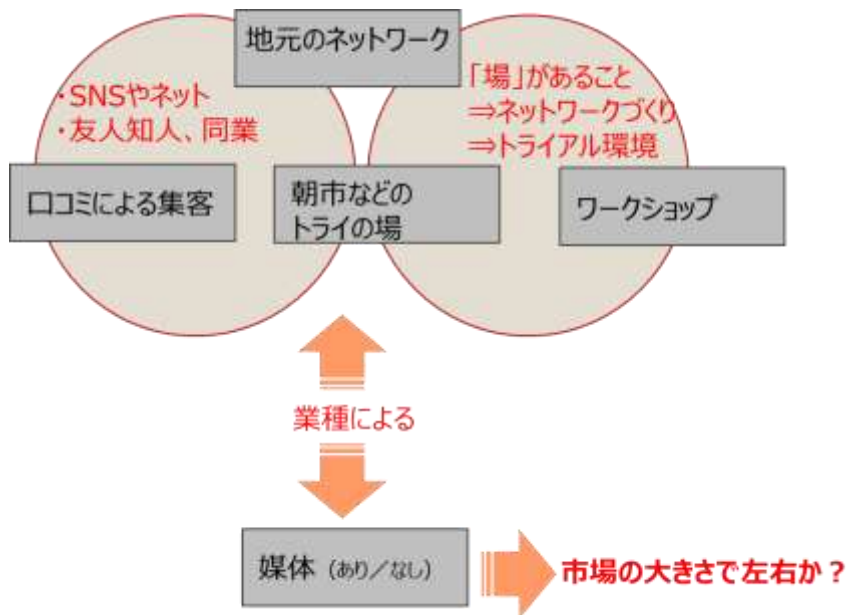
### (3) ワークショップ

口コミと同様に、今回の取材で非常によく耳にしたのが「ワークショップ」である。12名の取材者のうち9名が自分の店舗で実際にワークショップを開いたことがあるということであった。また、参加したことがある人は100%であった。また、この「ワークショップ」からの口コミというのも大きいようである。「お稽古事って感じでびっしりしちゃうとやめにくいけど、ワークショップって、人間関係もマイルド」という発言からもわかるように、マイルドな人間関係、趣味の合う人同士の集まりといった気楽さが良さである。この「人間関係がマイルド」というのは戸田らしさを感じるワードであった。

こうした「口コミ」「朝市」「ワークショップ」という場が、地域のネットワーク形成の場であると同時に、自分たちの「商品・サービス」のお試しの場ともなっている姿が浮かび上がってきた。既に店舗をもって開業している人にとっては、このネットワークが集客の大きなツールとなっているようである。また、開業準備の人にとっては、このネットワークでの情報収集や準備の場となっているようである。

一方で、こうしたネットワークと無関係であっても存在できる業態も存在していることがわかった。それは、戸田市に限らない現象あるが、「美容・理容系」など、いわゆるホットペッパーなどのクーポン的媒体、初めてのお客様を集客するツールとして絶対的なポジションとなっている媒体が存在している業態かどうかである。こうした媒体が成立する背景には、地域内である一定の市場が成り立っていることが必要であることから、戸田市の市場的な大きさによっては、口コミなど戸田市に向いている業態と、媒体を効果的に使って集客するにもほどほどの市場である業態がある可能性がある。この戸田市で開業の可能性の高い業態については、本年度はほとんど調査の対象としていなかったが、次年度にこの点は注視し、何らかの方向性を見極めたい点である。

図表 32 「支援や協力の環境」の概念化





図表 33 「ロコミ」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	そんなに高いものじゃなくて、ちょうどいいプレゼント用品があったりすると、それでどこにでもなかったとすると、ここは自分の場所って思う人がね、結構いたりするから。ロコミで広がって……
B	お店の前の人通りは少ないんですが、そうですね。誰かのFacebook やブログで紹介してもらったり。近くで前から気になってたつても、チラシを入れていたもので、チラシ持ってきたりとか。
B	ふふふ。ママ友で友達から聞いたりとか。チラシを外に置いていと知らないうちになくなっているの、通りを通られた方が持っていかれたりっていうのもあるのかな？
B	SNSはInstagramをFacebookと連動させていて毎日1日1回はUpしようかなってところも。最初はちょっとそこまで手が回らなかったの……途中くらいからそれを始めたんですけど。で、HPもやっとこの頃きれいに完成させたので。
E	うちは宣伝が下手で。広告がすごい下手なんで。人を最初、子供達を集めるのに確かに苦労しましたね。今も、結局全部ロコミなんですよ。
H	ブログと、でも全然更新できてないんですけどブログと、後は今日持ってきたんですけど、チラシを、お友達のお店とか、近所の商店街の方に。置いてもらったりとか。
H	近くの。お客さんだいたい近所の方なんで、近くの、そうですね、お友達の歯医者さんのところに置いてもらったりとか。いたい、このチラシとロコミだいたい多いのが、お客さんが、お友達を連れて来てくれたりが一番多いですね。
F	Facebookで回ってきますよね。友達の情報もすごいいっぱい持ってて。あの人が、いいねとかしてて。あの人が発信元みたいな。
H	おのずとお友達から。うん。あの店行こうとか。皆Facebookですね、私はちょっとやってないんですけど。あとはInstagramとかですかね。お客さんとか。
J	最初は友達で、でもロコミだけだね。あとはその、お弁当買ってくれた方とかが、もしかして？みたいな感じでとか。あとはやっぱりFacebookとブログ？最初からロコミ、ロコミが一番かな。後からだもんね、ブログとかFacebookとかは
J	チラシも、例えばどこかのお店に置いてもらおうとかそういうの、それはしたよね、最初のチラシは戸田市で以前からお店をやっている方々とか。みんなが、持ってってあげるよ？ってところで私達から、あんまりお願いしますはなかったんですけど。
L	大変だったこと。告知ですかね？やはり転居したばかりだったので、人脈もないですし。どういうツールがあるのかもわからない。広報戸田市の広報さんとか、広告を掲載する一般の情報誌さんとかも、色々問い合わせはしたんですが、広告掲載料が高くて。年間契約でっていう内容だったりすると、やはり収支の見通しがつかない事には着手しにくかったので。最初のうちは宣伝告知はできず、本当にお友達、知り合いの方だけ集まってやっているような状態だったので。

図表 34 「朝市」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	朝市の関係で知った方がいて。お店なくても出せるという事で。一昨年の6月から・開店の前の6月から朝市だけは出て。その時は実店舗はないですって。
B	朝市で一個も売れなくて美味しくないですって言われたら多分やってなかったと思います。
B	朝市に一番最初に出店した時、一個も売れなかったら家族で食べようねって言って。そしたら、あっという間に売り切れになっちゃって。それが自信につながって3か月毎に自分でレベルアップしてって
B	朝市に出て、品物が売れるっていう事は、いろいろな心配の10ステップあったとしたら、そのうちの多分1ステップくらいだと思うので。それが全部とはわからないので、はい。
C	川越のイベントに出て戸田は恵まれてると思いました。朝市に、年4回やってるんですけど、6月の朝市って5500人出が出るんですけど。この前川越行った時、新聞広告入れて来たひと本当にわずかで、多分散散してると思うんですよね、観光地とか行楽とか。戸田は集中してるからやればすごい人出てくるし、そこそこ売れるんですよ。
C	主催者の人同志は交流ができていようなんで、アートむすび市とか朝市やってる方々とは、つながってきてるんで。それが普通に例えば日常的にも物販するサイトがあったりとか。そういうのいいと思うんですけど。
C	（朝市は）逆に出店者としてはお客さんが分散しちゃって、秋はちょっとあんまり、全然売り上げが上がらなかつたりしたんですけど。

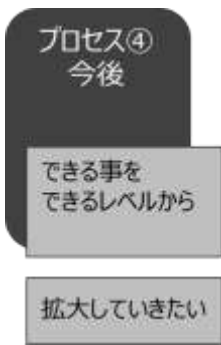
図表 35 「ワークショップ」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	不定期ですがワークショップもやっていて、そうするとSNSとか口コミというか、ワークショップのスタッフ関係で広めてくれたっていうので完売って。
F	ワークショップは、一人のお客さまがいったからやるって感じなので、集客も大変ですよまだ。でもこれからね、認知度が高まってくれば。はい。
H	ワークショップってやる方としては、私は、結構ワークショップ行って、その子供もOKですって言った事あるんですけど、OKと言いつつ連れてったら結構大変な事が多くて。なので、私の場合、子供を持って人限定じゃないですけど。それ前提でやりたくて。泣こうが騒ごうか別に。お互い様で気にならないじゃないですか。いない所だと、結局抱っこしたまま外行かなきゃいけないとか、なので。だから・私はそういう赤ちゃんがいても行きたいなって人、いっぱいいると思うんですけど、多分行けないから。そういう人達のためにはなるかなって思っはじめたんですけど。
X	ワークショップって、お稽古事って感じでびっしりしちゃうとやめにくいけど、人間関係もマイルドに。
H	自己紹介とか最初されちゃうともう・・・は・・・基本、私のワークショップは自己紹介何もないんですけど。最初に一言、みたいなのがあるとわー、どうしようと思っちゃう。多分、最後ならやりやすいかもしれないけど。感想とか。あと、なんかどうぞ、自己紹介してくださいって言われると困っちゃうですよ。
X	自己紹介・広告とかマーケティング活動の講座だったのね。、なんで、まず、自己紹介ですでに広告は始まってんですよ、みんなに少し、自己紹介のやつを、てまったく何も考えないで紙に書いてもらって。それからちよっと説明をして、自己紹介ってやったの。余分なものがあると伝わらないよとか。そういう感じでやってもらったの。

図表 36 「媒体」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

B	あいパルは置かせてくれない・・・公共のところはだめみたいで。
F	ホットペッパーですね。ネイルサロンは、ホットペッパーさえ使えば、あとホットペッパーの使い方さえ覚えれば、結構お客さんが見てくれるんで。やはり近所の方多いですね。近所の方プラスアルファ隣近所の方で。車で来れる範囲の方とか。多いですかね。ま電車もね。7割はやっぱり戸田のこの近郊の方達で。それ以外は結構遠くからいらしてくれる方もいらっしゃるんで。それ以外・・・7：3くらいですかね。
F	ホットペッパーで6割。っていうもやっぱり、最近のお客さまの流れとして、看板を見て、とかチラシを見て、とかそこからインターネットで検索して、ホットペッパーだったりするので、一概にすぐホットペッパーとか言えないところはあるんですよ。
B	なかなか・・・あいパルさんもそうですけど、公のところで個人の紹介がだめっていう所があるので、そういう戸田で頑張っているところの紹介する掲示板とかあればありがたいなって思います。
B	あいパルさん、食べる場所がないので。あの、何かこうお稽古事はすぐこう、組まれてやってらっしゃいますけど。お昼からの食事をしていただけるような流れを作りたいなって思うんですけど、なかなかアプローチできないんで、はい。この道に来ないとこのカフェがあるのがわからないんで。
C	広報が配布されてるだったら、一部をそういう活動の宣伝のスペースに使わせて頂けるとかね。
C	あとさっきのネットの通販、戸田印の戸田で作ったハンドメイド作品を集約したサイトがあるとか。そういうすぐ直結するものがあれば、みんなくいつくんじゃないですか？
E	イベントやワークショップやった時に、それをもうちよっと広報できるようなものがあれば。今はFacebookの方だけで。
L	そういう、あの、私もよくお食事行きますけども、会食に。たまたま、好きなので。そういうつながりを、もっと共有できればいいのにと、思うんですね。そのロットさんのお店にパンフレットを置かせて頂いたりした事もあるんですけど

## 2. 5 今後



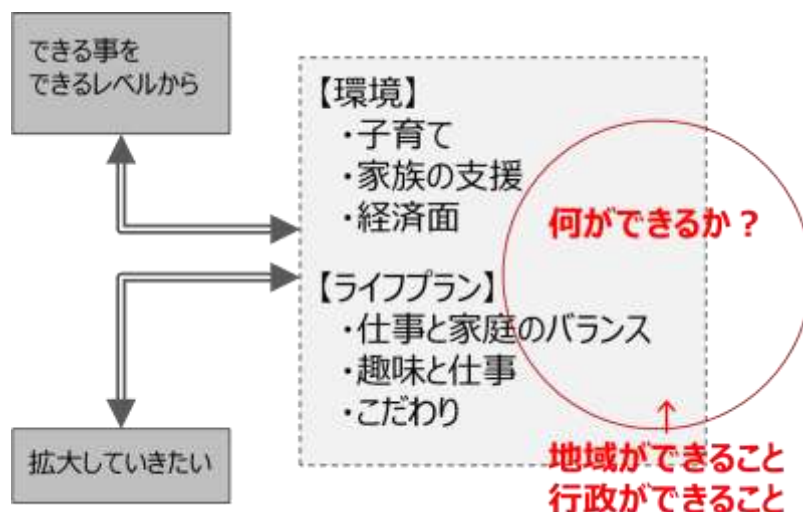
取材の最後に必ず「今後は拡大したいか、それとも今の状態がいいですか」という質問を投げかけた。特徴的であったのは「拡大していきたい」という回答については、比較的明確に答えがもらえた。一方で、いろいろ思案されているであろう様子も間々見られ、その場合は皆さん一様に全体のバランスを考えているという回答であったのが特徴的であった。こうした回答は、「できる事をできるレベルから」というラベルでカテゴリー分けした。

この「拡大していきたい」と「できる事をできるレベルから」という2つの回答の違いには、詳しく聞くとご自身の環境的、ライフプラン的な要素があり、それらの総合的なバランスに依るものではないだろうかと推察された。仔細の検証は次年度の調査で引き続き行う予定であるが、少ない人数のヒアリング調査からも一定の条件が見えてきた。

それは、環境に代表される、子育ての時間配分や家族の支援の有無、世帯全体での経済面という側面。また、ご自身のライフプランの側面で、仕事と家庭のバランス、趣味とのバランス、ご自身の生き方のこだわりといったもの。これらを総合的にバランスをみた上で、バランスが取れている人は比較的「拡大したい」という回答であったのではないかと推察された。逆に、現在何らかのバランスを取ろうと考えている人は、むしろ今は仕事の拡大ではなく、そのバランスをとることを優先に、それが「できる事をできるレベルから」というスタンスにつながっているようである。

家庭や家族に依るところが大きい環境面と、自身の考え方に依るライフプランというバランスの中で、地域や行政ができることには何があるのか。ダイレクトな手助けというよりは、支援・情報共有の場といった、二次的サポートが適しているように思われる。これらの受け手のニーズの調査も次年度に必要であろう。

図表 37 「今後」の概念化



図表 38 「できる事をできるレベルから」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

A	なんか今、自分の事とこだけで精一杯かなって。
J	やっぱりね、はじめてからね、こんな大変だったんだっていうのはありますね。やっぱりまだ子育てね、まだ上の子が、小6の12月にはじめたんで、12月でオープンして1、2、3月で卒業で、中学いってとか。ちょうど時期が重なっちゃって。結構、その時期とかちあげて一番大事な時が。結構バタバタで。子どもの入学式とか卒業式とかなるべく閉めたくないと思っても、母親の仕事もあるから、もうそこは休もうか、とか、なんか。
J	どうしてもやっぱり。ここははじめちゃったからこつちに責任持たなきゃいけないから、ちょっと子供の方は、ごめんねみたいな感じで。どうしても・・・いい加減でわけではないんですけど、どっちかっていうとこつち優先にして、何でもやって、って事が多かった。やっぱり時間の問題が大きい。現実はね。だから6年生でぎりぎりだったよね。
J	あとはその、2人だけでできる宅配の範囲を決めたとか色々ね、2人だけでできる範囲でちょっと広げられたら広げようと思ってるんですけど、今ね、例えばお店を増やすとかそういうところまでは・・・
J	天秤にかけてね。旦那には、人を雇ってでももっと広げた方がいいって言われて。その気持ちもあるし、でも難しくもあるしってするので。そこは一番、壁と言えば壁っていうかね。
L	既に何店舗かやっているんで、もう増やしたくないです、実は。実は、減らしたくらいで。北戸田でも一つクラスを持っていたんですけども、あの・・・やっぱりこの生徒が。戸田公園のこの本部の生徒が第一なので。ちょっとカルチャースクールさんは、違うクラスにさせていただいて。本拠地に集中しようとするために減らしましたので、これから更に大きくというよりは、本拠地をメインで大きくしていけたらと思っています。

図表 39 「拡大していきたい」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

C	結局女性が決めているので。私は仕事がいいから、主人が戸田ならいいと言ってる、実家が近くないと子供預けられないので。っていう理由で戸田に住んでいるから。子供が巣立ってしまったらどうするんだろうなって感覚はあります。
D	戸田の企業、全部回ろうと思って。それをうまく、女子供じゃなくて、企業の人がうんという文章を作りたい。そこがちょっと足りないんです。発想力はあるんですけど。戸田が言葉一つで。是非お願いします。
H	今度実家を、建て替える。そこでちょっとお店を広くする予定なので、予約制でランチをやりたいなって。なんで一部屋別に作って。って予定ではいるんですけど。今まだ、設計段階で、まだ設計もちゃんとは決まっていないので、1年後とかですかね。少し高めで、食材とかこだわってるので。そこを売りにして、お子さんと一緒に来れる感じ。ちょっとしたリッチなママ会とか。
H	子供、赤ちゃんとか連れていけるお店があんまりなくて。例えばこのお店だと椅子だから。0歳とかちょっと厳しいじゃないですか？ふらっと来て、0歳からOKみたいなお店にしたいので。
H	子どもの手が離れたら、店舗増やしたいなって。勝手に私が考えてるだけなんですけどそれは。

図表 40 「バランス」にラベル化された発話（代表的な発話抜粋）

J	<p>家族の協力は、私達は恵まれてるほうで、割と旦那さんが口を出さないっていうか、好きにしていよって感じだったので。結構、応援してくれる方。むしろ、がんばってやってみたら？みたいな感じで。そこがもう多分全然違ったら無理だったと思う。それがなかったら無理だったよね。家のお金を持ち寄ってはじめてたので。</p>
L	<p>コンセプトや質を保ちながらというと、広げ過ぎるとやはり、裾まで行き届かないので。それでも回していく事はできるのかもしれないのですが、私のやりたい事ではないというところはあったので。</p>
A	<p>本業と両立してお店もしっかりやりたいです。一回やったらやめない質なんで。やめたくないですよ。せっかくやったんだし、喜んでくれる人は確実にいらっしゃるので。少ないけど。</p>
E	<p>今急に2店舗になったんで思ってるんですけど、やっぱその、笹目の方とかに出してほしいっていう需要はあるので。どうなんだろうでも、今年はね。とりあえず来年、29年度は落ち着いて、その後考えよう。</p>
K	<p>ほんとうでしょうか、これからどうしたいか・・・マイペースでやりたい部分と、ええと・・・前のように毎日売りに行きたい、売り上げを上げる世界と、今の講師業の延長で後進を育てるという事を事業としてやっていきたい自分と、全然違う。作家みたいな感じ、ママ作家みたいな感じもちょっと憧れがあるんですけど。全てをバランスとってうまくいくのか、全然やめて違う道に行くのか、とか色々考えて。でも多分、子ども優先にしたいという想いがあるから。子どもの状況次第で、どうにでも対応できる状態でいたいと思うんですよ。そんなにががつはやらないと思います。</p>

### 3. 戸田市の開業に関する地域特性

#### 3. 1 物件不足とシェアリングの可能性

昨年度の中小企業のヒアリング調査でも「オフィス物件の不足」は聞かれていたが、今回の調査でも同様に「物件不足」の話題は大きかった。この点は、一朝一夕に解決できる問題ではないが、一方で倉庫の活用が、こうした「開業」希望者には最適である可能性も考えられる。

特に、今回のヒアリングで特徴的であったのは、開業している人のほとんどが「ワークショップ」を開催しているという点である。これは、ネットワークづくりや集客の目的などもあるが、もう一方でやや広すぎる店舗の効率的な活用と、ほどほどの市場である戸田市の集客力で、1業態だけではなく複数サービスによる集客と販売を見込んだものである。これは、戸田市のマイナス面というよりもプラス面でとらえることが可能な分野ではないだろうか。

シェアリング／倉庫、空き家活用、これは戸田市らしさを活用できる「開業」スタイルになる可能性も秘めているのではないか。次年度では倉庫や空き家物件の活用についても戸田市の別部署で調査が進められているということで、情報共有しながら何らかの可能性を見出していきたい方向である。

#### 3. 2 地域のネットワーク

戸田市の地域ネットワークは、「ママさん」という分野についてはかなりネットワーク量が豊富な状態であることがわかった。現時点では、このネットワークは主に集客に活用されているようである。このネットワークをつなぐ素地があるという事は、地域にとって非常に重要な資源となるであろう。このネットワークという資源を、単に集客という側面のみでみるだけではなく、むしろ今回の発話で挙がってきた「不安」の解消にも活用できるのではないか。実際に開業した経験のある同年代の人たちをはじめ、上の年代の人や、経営経験のある男性など、多世代の人の経験や知恵の情報交換にも活用できないであろうか。Eさんは物件を探す際に「知り合いのおじさんに声をかけておいたら、あったよ〜って、見つけてくれた。これも地元のネットワークの強いところですね」という事であった。また、Dさんは「戸田の企業、全部回ろうと思って。それをうまく、女子供じゃなく、企業の人がうんという文章を作りたい。そこがちょっと足りないんです。発想力はあるんですけど。」といった悩みを抱えているが、こうした悩みにも企業出身の多様な世代の意見は貴重であろう。単に同世代のお店やイベントの情報交換だけでなく、多世代が混じったネットワークを築くことで、より地域に根差した何かを生み出す可能性を秘めているのではないか。

地域のネットワークは、戸田市が持っている、人的な地域資源である。これを活用するために、地域ラーニング・コミュニティ促進をキーワードに、多世代、多様な経験を持つ人材が集まる場の設計を今後の展開を考えていってはどうだろうか。

### 3. 3 後押しの存在

実際に「開業」している人の話を伺うと、意外なほど行政の力を借りていないということがわかる。一部、「戸田市商店等新業種等転換支援事業補助金」などの利用があった話も聞かれたが、むしろ資金ではない部分での行政の役割を求めている人が多いのではないだろうか。現時点ではまだ、明確に求められている役割が形となっていないが、Gさんの発言に「もっとね、応援して欲しいですよ。何というか、サポートとか支援じゃなくて、応援なんです」というものがあった。この発言に、同席していた戸田市の女性も大きく頷き、「そうなんですよね、何か、私たちママさんが何かやろうとしても、軽くあしらわれる感じもあって」と、具体的に支援してくれなくとも「応援」してくれている姿勢を見せてくれたら勇気づけられるという感想を持っているようであった。この点については、今後の自治体の役割として、改めて次年度の調査項目に加えていきたい。制度面の検討 = 行政の後押しの役割

### 3. 4 戸田市の宣伝力

戸田市は人口約13万人、昼夜人口が約1と、地域の顧客という市場はそこそこ大きいと言える。一方で、地理的に市内に3つの駅を有し、車での移動が便利な広い道路などもあり規模的に車移動も生活の中心にある。同時に日常生活を送るには自転車も欠かせない距離である。こうした地理的な条件の中で、戸田市はこれまでも拠点を作りにくい状態であった。情報を発信する場所が分散しているのだ。これは、地理的な分散を背景としつつ、宣伝や情報発信の中核を作りにくい環境にあり、これまでも発信の中心的媒体が弱かったと言える。例えば、行政のお知らせは「広報戸田市」がその役割を担っているが、イベント情報やお店情報などは、どこで何の媒体を入手したら戸田市の全体がわかるのか、そういった媒体がみあたらなかった。

こうした背景もあり、地域外からの誘致という点でも地域内に見どころがない訳ではないものの、集客力がやや弱い部分がある。

今後は、地域開業を促進していく場合、地域外からの集客数を増やす必要があるであろう。都心部のような賑わいはむしろ不要である。戸田らしい規模で、週末のお散歩に地域を散策したりサイクリングしたりできる情報発信である。これにより、現在戸田市内だけが顧客の対象であった店舗でも販売を増やすことが可能である。こうした活動は、店舗ごとに行っているのは不効率であり効果

は期待できないであろう。地域が一体となった情報発信力をつけることが開業にとってもプラスであり、地域経済にとってもプラスであるのは言うまでもない。媒体不足、戸田市の交流人口増加に向けた新たな案だしが必要であり、次年度はこの点も視野に入れた取り組みを考えていきたい。

### 3. 5 「できる範囲で」の意識から、子育て終了後の仕事充実へ

戸田市らしさを、改めて考えていきたい。中規模な人口で、誰に聞いても「これといった特徴がない」という話は、戸田市内でよく聞かれる。ここに新たに地域資源を磨き上げて戸田らしさを作っていくことも必要であるが、むしろこの茫洋とした感じが「戸田らしさ」と言えなくもない。こうした観点でみていくと、戸田市にはあちこちに「ほどよい」が感じられる。（この「ほどよい」という単語は、みなで推敲が必要であろうが）ほどよい都会、ほどよい田舎で、ほどよい賑わい、こうしたイメージとマッチしているのが、今回の取材者たちから聞かれた「できる範囲で」という言葉である。子育ても家庭も重視し、自分が今「できることを、できる範囲で」やりたい。このほどよいバランスが戸田市で実現できたら、まさに戸田らしい子育てと仕事の実現できるのではないだろうか。育児の真っ最中は開業の準備、少し育児が落ち着き始めたら本格的に開業、そしてその後はしっかり開業など、「できる範囲で」スタートさせることができる環境づくりとは、どのような環境であり、どういった条件で実現が可能なのだろうか。次年度は、こうした視点を加えて研究を進め、実現に向けたプランニングを目標に実施していく予定である。



## まとめ

昨今、専業主婦志向が以前よりも高まっていると言われていたが、本研究をスタートする際に、一番懸念していたことである。戸田市の子育て中のママさんたちの専業主婦層は、果たして望んで専業主婦になっているのではないだろうか。この懸念は、統計データやアンケート調査からは払しょくされる程の明確な回答は浮彫にはされてこなかった。しかし、ここ数年の戸田市の女性の活躍をみると、やはり多くの子育て中のママさんたちは「何かしたい」とモヤモヤしていると感じていたのも事実である。今回ヒアリング調査を実施し、彼女たちの就業意欲の高さに直面し、当初の懸念が杞憂であったと感じている。と同時に、「開業」というハードルは、単なる就業ではないという難しさも抱えており、このハードルをいかに下げるか、戸田市の女性にとって「開業」が身近で就業の選択肢の一つになることは、家族生活を重視しつつ、自身のライフプランも同時に叶えることができる可能性を秘めている。大金を稼ぐほど大きな商売でなくてもよい、ほどよいこころ合いの収入をしっかりと得られる「開業」という選択肢は、ほどよい雰囲気を受け入れてくれる戸田市にぴったりなのではないか、こうした思いも背景にはあった。

こうした女性たちの抱えているであろうモヤモヤ感と、戸田市という土地柄が抱える地域コミュニティの点性の課題（いわゆる、世代間断絶に代表されるように、ある一定の層同士のコミュニティは存在するが、全体としてまとまった戸田市の活動になりにくい特性）を併せて考えたのが今回の研究である。

本年度は「女性の開業」に焦点を当てるのが精いっぱいであったが、本研究の最終ゴールは地域で女性が開業することにより、地域に根付く女性が増える、地域を顧客としてコミュニティが拡大して形成される、こうした可能性を探求することである。

このゴールを見た場合、女性の開業はやはり「地域開業」なのである。地域住民を顧客として商売しつつ、地域にも貢献できる、ソーシャルビジネス的要素を持つことは、それこそ女性の働き甲斐にも通じる。

例えば、花屋の配達のついでに近所の足の悪い年配者の通院を補助したり、会計士請負業の合間に、介護保険申請の手助けをしたりするなどである。こうした補助業務を資格制度や認可制にし、尚且つその情報をネットワーク化していく。これにより、

地域の生活者レベルの情報を集約させつつ、地域開業者にとっては地域顧客獲得の販促という効果も持たせることが可能である。

現在、世代間断絶の大きな問題は、親世代が地域活動していない故に、子供たちの生活に地域が不在となっており、将来的に自分が地域とどのように拘わっていくのかイメージを持ってないで育っていくことである。

女性の地域開業が促進され、なおかつその業態のベースに地域貢献の意識が加われれば、サステイナブルに地域が回転していく原動力となる可能性を秘めていると考えている。

本研究の最終ゴールは、そこを目指しているものである。2年間という短い期間でその達成は難しいであろうが、こうした地域コミュニティの世代間をつなぐ地域開業を促進する芽生えが、今回の研究で生まれてくることを期待している。



「地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性」

共同研究 中間報告書

---

2017年3月

報告：法政大学地域研究センター／戸田市政策研究所

連絡先：戸田市政策研究所（戸田市政策秘書室）

〒335-8588 埼玉県戸田市上戸田1丁目18番1号

TEL 048-441-1800

E-mail [seisaku@city.toda.saitama.jp](mailto:seisaku@city.toda.saitama.jp)

---

## おわりに

### 10.6 ポイント

13,071 人

この数字は何かわかりますか。2015 年国勢調査で明らかになった戸田市の数字です。前者は人口増加率になります。全国で第 7 位となっています。後者は人口増加数です。全国第 15 位の実績です。現時点において、戸田市は「選ばれている」と言えるでしょう。

また筆者の調査によると、戸田市の人口流出率は逡減しつつあります。さらに株式会社読売広告社が実施した「都市生活者の居住エリアによる特性分析を可能にする CANVASS-ACR 調査 (2016 年 10 月 26 日発表)」では、街を評価する 5 つの要素 (「愛着」「共感」「誇り」「住み続けたい (居住意向)」「人に勧めたい (他者推奨)») でランキングが発表されています。同調査で、戸田市は「共感」が第 1 位となり、さらに「誇り」と「人に勧めたい」でも第 4 位という結果を得ています。

つまり「多くの方が戸田市を選択し転入して来て、その多くが戸田市に共感を得て誇りを感じ留まっていく」と指摘できそうです。

もちろん戸田市は地理的条件に恵まれていて優位性もあります。しかし、東京都心の新宿駅等を起点として、同じ距離、同じ通勤時間の地方自治体の中で、戸田市は圧倒的に人口が増加しています。繰り返しになりますが、新宿駅等を起点として、戸田市と同じ距離、同じ通勤時間の地方自治体の中には、人口を減少させている事例も多くあります。上記した「多くの方が戸田市を選択し転入して来て、その多くが戸田市に共感を得て誇りを感じ留まっていく」という事実は、戸田市の政策が少なからず貢献していると言えるでしょう。

戸田市の政策の背景には、戸田市政策研究所の存在があります。今年度、同研究所は目白大学と法政大学大学地域研究センターと共同しながら「戸田市における 20 代・30 代の若年層の居場所に関する応用研究」と「地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性」を実施しました。この政策研究が戸田市の未来を創っていく基礎となっています。次年度も戸田市政策研究所は、積極的に未来を創る政策研究を進めてほしいと思います。

戸田市政策研究所は、次年度も着実な政策研究をしていくことが求められます。筆者も、しっかりと後方支援していきたいと思います。

2017 年 3 月

戸田市政策研究所政策形成アドバイザー

牧瀬 稔

## 研究担当一覧

### 戸田市における 20 代・30 代の若年層の居場所に関する応用研究

目白大学社会学部地域社会学科

堀内 直哉 教授

大西 律子 教授

高久 聡司 専任講師

戸田市政策研究所

川上 裕丈 主任研究員

長谷川 昌之 主任研究員

### 地域コミュニティの世代間断絶をつなぐ、女性の地域開業の可能性（中間報告書）

法政大学地域研究センター

岡本 義行 副所長

中島 由紀 客員研究員

戸田市政策研究所

川上 裕丈 主任研究員

長谷川 昌之 主任研究員



2016年度 戸田市政策研究所 調査研究報告書

---

2017年3月

発行 戸田市政策研究所（戸田市政策秘書室）

〒335-8588 戸田市上戸田1丁目18番1号

TEL 048-441-1800（内線）470

E-mail [seisaku@city.toda.saitama.jp](mailto:seisaku@city.toda.saitama.jp)

---