はじめに

この冊子は、小関ゼミの 3 年生、計 9 名が 2019 年度の約 1 年間にわたって調査研究した成果をまとめたものです。

学生の関心のあるテーマに沿って、商店街、高齢者、SDGs/環境と 3 つのグループに分かれ、各々のグループが計画を立て、あれこれ議論して調査先を選び、アポを取って訪問しました。
また 9 月のゼミ合宿では、グループ別に愛知県・三重県内の企業や役所・団体を訪問しました。

12 月に、立教大学コミュニティ福祉学部の藤井ゼミ・原田ゼミと、明治大学政治経済学部の大高ゼミ、それに小関ゼミの 4 ゼミで合同の報告会を開きました。小関ゼミは惜しくも入賞を逃しましたが、各グループともこれまでの研究成果をしっかりまとめて発表することができたと思います。
合同報告会の時のプレゼン資料と、その後にまとめた報告書を冊子に収めてあります。また、1 年間のあゆみを写真付きで振り返りました。

ゼミの調査活動にあたっては、訪問先の方々にたいへんお世話になりました。お忙しいなか、お時間を割いて親切に対応していただきました。この場を借りて、深く御礼を申し上げます。

2020 年 1 月

明治大学経営学部
教授　小関　隆志

小関ゼミ　2019 年度　1 年間のあゆみ

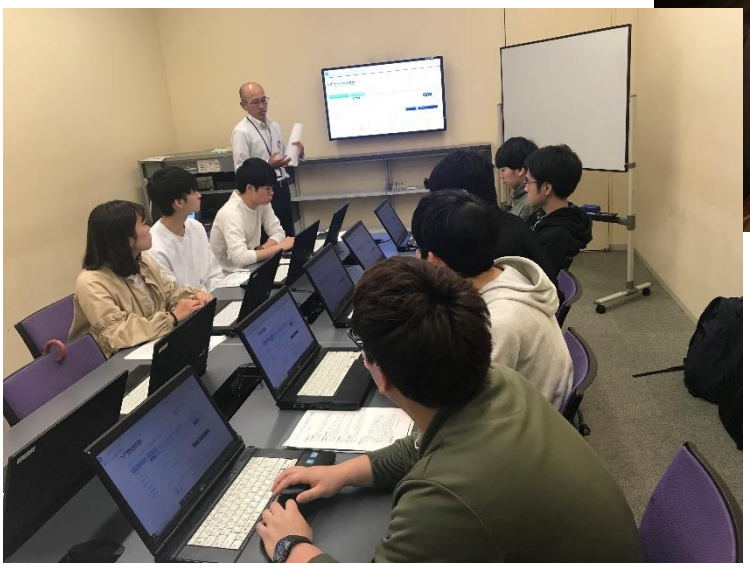
2019 年 4 月 23 日　歓迎会

一般社団法人くらしサポートウィズの志波早苗さん・中根康子さん、労協センター事業団（よいしごとステーション）の篠原健太郎さん・宮田朋子さんにお越しいただき、協同組合でのインターンシップ・プログラム（「つながりインターンシップ＠協同」）の説明をしていただきました。また、各グループの研究テーマをめぐるディスカッションに参加していただき、訪問先の企業・団体をご紹介いただきました。

この日の夜は歓迎会を開きました。これから 2 年間よろしくね！

5 月 14 日　図書館ツアー

駿河台キャンパスの中央図書館で、図書館ツアーに参加し、館内を案内していただきました。あわせて、データベースの使い方を教えてもらいました。



5 月 21 日　ワールドカフェ

　いつも決まったグループの中だけで議論や作業をしていると、他の人の意見を聴く機会がなくなり、煮詰まってしまうことがあります。また、ゼミの中でも他のグループの人と交わる機会が減ってしまいます。

　そこで、異なるグループの人と意見交換して刺激を得るため、ワールドカフェの方法を用いました。模造紙と付箋紙を使って、思いつくままに書いたり話し合ったりしました。

6 月 10 日　パルシステム訪問見学

パルシステム生協・東京の足立センターを訪問し、見学させていただきました。センター長の小川さんから、足立センターにおける活動についてお話を聞き、また配送センターとデイサービス施設を見学しました。

6 月 29 日　私らしいしごと☆発見会

協同組合や社会的企業の事業紹介と、インターンシップの説明を兼ねた「私らしいしごと☆発見会」が駒澤大学で開催され（くらしサポートウィズ、よいしごとステーション共催）、小関ゼミも参加しました。学生は各団体のブースを回って、どのような事業をしているのか、説明を聞きました。

7 月 9 日　2 年生歓迎会

3 年生は、来年入る予定の 2 年生を迎えて、歓迎会を開き、楽しいひとときを過ごしました。

9 月 17～19 日　ゼミ合宿

名古屋に行きました。写真は、ホテルの正面と名古屋駅構内です。

12 月 15 日　合同報告会

明治大学駿河台キャンパスにて、立教大学と明治大学の 4 つのゼミが合同で報告会を開きました。

報告会の後は、忘年会を兼ねて、皆で懇親会に参加しました。

商店街による地域活性化
～しもきた商店街とおかげ横丁～

GOALS
・日本のSDGｓ達成度は162か国中15位となっている

高齢化班

はじめに

現在、日本では高齢化問題が懸念されている。日本の高齢化率は 2017 年で 27,7%と非常に高い数値になっており、このまま高齢化が進んでいけば、現役世代の負担はますます増えていってしまう(1)。このような現状に対して、様々な団体が高齢化に対する対策を行っている。その中で我々は、名古屋市老人クラブ連合会、愛知県の長久手区役所、東池袋フレイル対策センターの 3 か所に訪問させていただいた。以下では、各団体が高齢化対策に向けてどのような取り組みをしているのか、また、その問題点や今後の展望について述べていく。

1.名古屋市老人クラブ連合会

①老人クラブとは

我々は、9 月 18 日に名古屋市老人クラブ連合会(以下、名古屋市老連)のほうに訪問させていただいた。まず、老人クラブという組織について簡単に説明すると、1946 年に千葉県八日市場町(ようかいちばまち)にて発足した組織であり、高齢者自身による自主的な組織で、概ね 60 歳以上の方々を対象としており、財源は会費が基本となっている。全国のクラブ数は 98,592、参加者数は 5,488,258 人と多くの参加者が加入している(2)。

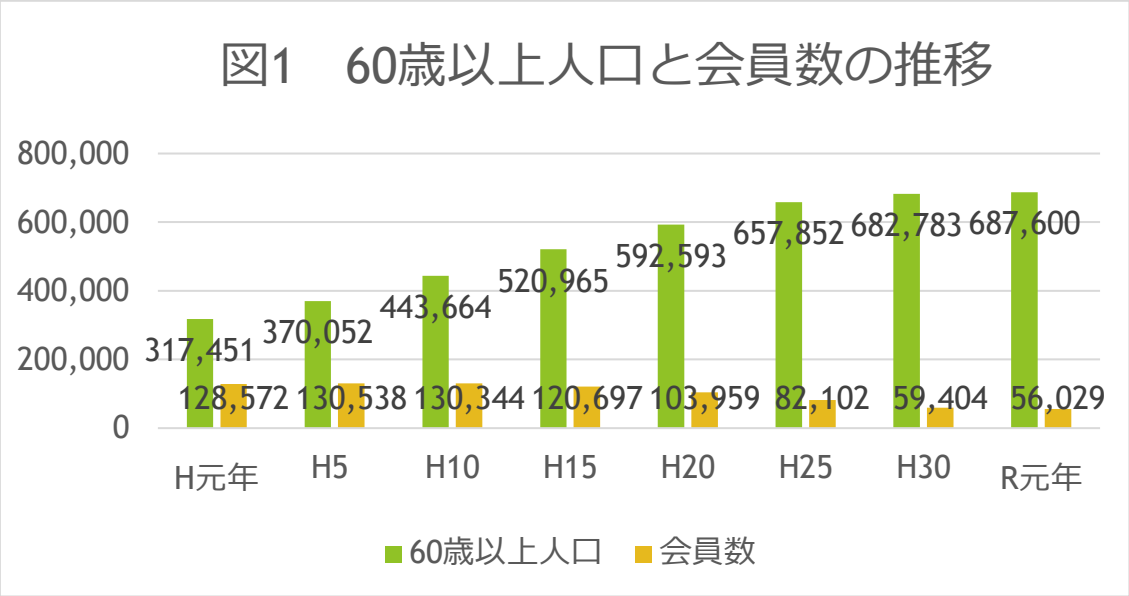
また、健康・友愛・奉仕「全国三大運動」というものを展開している。この「全国三大運動」とは、高齢者の方々の健康増進を目指した様々な運動、地域の人々を定期的に訪問することで、孤独死の防止や異常の早期発見などを目的とした活動、多世代との交流も目指したボランティアなどを行う運動であり、全国の各老人クラブを対象としている(2)。

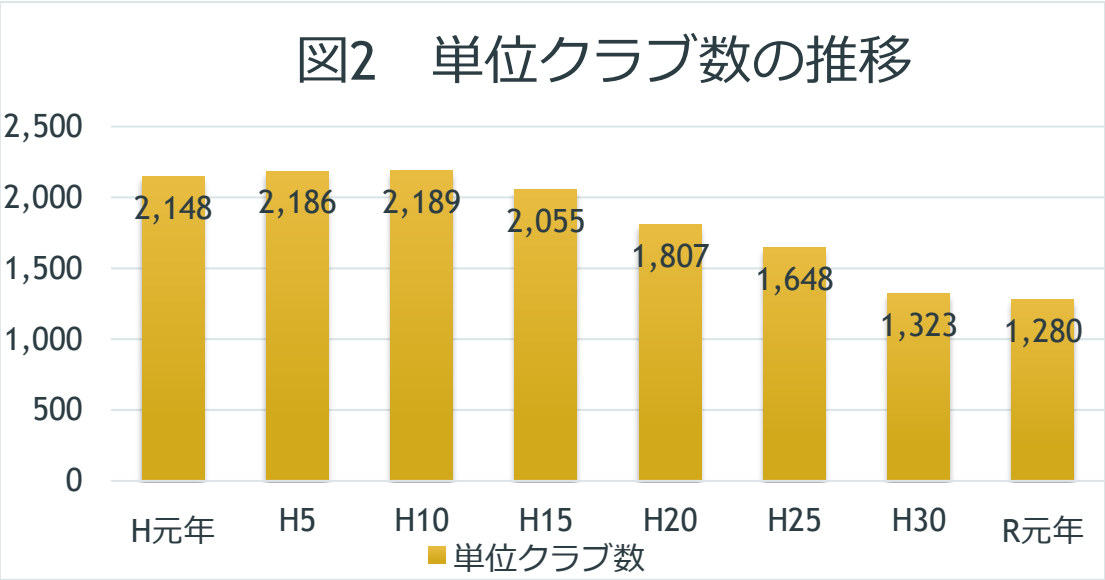
②名古屋市老人クラブの活動

名古屋市老人クラブでは、先ほど紹介した「全国三大運動」を展開しており、健康活動として、グラウンドゴルフ・椅子を用いた簡単な健康体操・フランス発祥のペタンクと呼ばれるニュースポーツを行っている。友愛活動では、訪問活動・個人宅のサロン活動を、奉仕活動では登下校中の子供の見守り・ゴミ拾いなどの社会奉仕活動を行っている(2)。

③名古屋市老人クラブの実情・課題

先ほど、老人クラブへの参加者数は約 550 万人、クラブ数は約 10 万とかなり多いと述べたが、名古屋市老連の参加者数・クラブ数を見てみると、平成元年では参加者数が約 13 万人であったのに対して、令和元年には半分以下の約 56000 人に減ってしまっている(図 1 参照)。クラブ数を見ても、平成元年には 2000 を超えていたクラブが、令和元年には 1280 とこちらも大きく減少してしまっている(図 2 参照)。一方で、60 歳以上人口は平成元年から右肩上がりで、増加する高齢者に追いついていけていないように見受けられる(このような状況は、全国の各クラブにも当てはまる)。





(図 1・2 ともに、名古屋市老連から頂いた資料を元に作成)

このような状況は、名古屋市老連のほうでも問題視して対策をしているが、なかなかうまくいっていないようである。では、参加者数・クラブ数ともに減少している原因はどのようなものがあるのだろうか。

名古屋市老連から頂いた資料によると、クラブ会長の高齢による退任と、その後の後継者難によりクラブのまとめ役がいない、60 代の若手会員の加入が進まない、魅力あるクラブ活動ができていない、そもそもクラブ活動の実態が知られていない、市の補助金申請・清算事務が面倒、団体行動を嫌う人が増えている、地域のつながりが弱くなっている、価値観や趣味、活動の場が多様化している、といったことが挙げられていた。

④リーダーシップのある存在の重要性

③で記した原因の中で我々が注目したのは、クラブのまとめ役がいない、つまり、「リーダーシップのある存在の不足」というものだ。尾崎ら(2006)によれば、老人クラブの会長に求められる役割とは、「人間関係を維持する働きかけ・情報の管理・会長としての意欲」の3つであると述べられている(3)。リーダーシップのある存在がいれば、まず、クラブを見せかけのクラブではなく、活動内容が充実した参加者が楽しいと思ってくれるような魅力あるクラブを立ち上げることができ、クラブの参加者がまだ加入していない人々を誘い、会員数の増加が期待できる。また、リーダーシップのある人がすべての仕事をこなすのではなく、現役時代に培った能力をそれぞれが持ち寄り、分担して活動を行っていくことも期待できる。組織であるがゆえに、人間関係の問題も出てくるであろうが、みんなで解決しようと一体感を持って対応することで、さらにクラブの絆を高められ、より魅力あるクラブにできるかもしれない。このように、リーダーシップのある存在がいることで、様々な面でよい効果をもたらすことが期待できる。

「人間関係を維持する働きかけ・会長としての意欲」の二つは、クラブをクラブとして成り立たせるために、会長、つまりリーダーシップを発揮すべき地位にいる者が持つべきものであることは理解できると思われる。しかし、「情報の管理」に関してはリーダーシップの有無とは切り離して考えるべきだ。なぜなら、いくらリーダーシップのある存在がいたとしても、その人が情報管理のスキルを備えていない場合も考えられる。高齢者の人々の中には(現役世代にも当てはまるかもしれないが)、機械に弱い人々がたくさんいる。現代は、情報をパソコンで管理していることが多く、そのほうがいろいろと融通が利く。しかし、パソコンを使って情報の管理を行うことは、機械に慣れていない人からすれば荷が重く、責任重大である。そのため、老人クラブ連合会の人々が情報の管理を代行することが必要になってくるであろう。老人クラブは高齢者の自主的なクラブではあるが、中には慣れないこともあり、それが会員数・クラブ数の減少に一要因となっているかもしれない。そのような場合には、連合会の手を借り、クラブと連合会の関係を強化していくことが重要となっていくであろう。

⑤様々な組織におけるリーダーシップ

ここまでで、老人クラブの会員数・クラブ数を増やすために、リーダーシップのある存在が必要不可欠だということは理解できたと思うが、リーダーシップというのは老人クラブだけでなく、様々な組織で重要視されるものである。例えば、世の中には民間企業、行政、NPO や NGO といった組織がある。これらの組織はそれぞれ目的が異なるため、求められるリーダー像も必然的に変わってくる。民間企業では利潤追求を目的としており、行政は社会課題を解決し、国や地域運営していくことが目的であり、NPO や NGO は、社会貢献を目的にして活動している。一方で老人クラブというのは、そのような明確な目的はなく、どちらかといえば趣味に近い組織である。そのため、楽しむために来ているのに、なぜ忙しい

会長の仕事をしなければならないのか、面倒くさい仕事はやりたくない、会長はいても、リーダーシップがないため活動が成り立たない(仕方なくやっている、嫌々やっている等)などの声が上がってくる。このように不満のある状態では、なかなかリーダーシップを発揮しようと思う人が出てこないというのは仕方のないことのようにも見える。

⑥解決策はあるのか？

老人クラブは趣味の集まりに近いため、進んでリーダーシップを発揮しようとする人はなかなかいないということだったが、それでもこのまま何もしないままでは会員数・クラブ数の減少に歯止めをかけることはできない。そういった状況に対して、我々は二つの解決案を考えた。

一つは、外部からリーダーシップのある存在をクラブに誘うことである。会員の中でリーダーシップを発揮しようとする人がいないのであれば、外部からリーダーシップを発揮できる存在を呼んでくればよいのではないか。高齢者の中には、現役時代に組織のトップや管理職に位置していた人もいるはずである。そういった人を誘い込むことでこのリーダーシップの問題を解決できるクラブもあるのではないだろうか。

二つ目は、クラブの外からでは見えない、関わることで見えてくるインセンティブのようなものを見つけることである。これはつまり、すでにクラブに加入している人の中からリーダーシップのある存在を見つけるものだ。具体的には、加入しているクラブの実態に不満のある人々が、その状況を改善しようと動くことで、結果的にリーダーシップを発揮できるということである。クラブにせっかく加入したのであれば、誰しも楽しく有意義な時間を過ごしたいと思うはずである。それなのにクラブが楽しくない、つまらないと感じるのであれば、クラブの内側から改革すれば変わってくるのではないだろうか。

こういったリーダーシップを意識した取り組みは、あくまで仮説であり、実際に減少の歯止めとなるかはわからない。しかし、組織としてのまとまりがなければうまくいくはずがなく、少なくとも現状よりはよいクラブにすることはできると思われる。上記のような解決案以外にも、考えられる対策を実行していくことが大事になっていくだろう。

２.愛知県長久手市市役所

私たちは情報を調べる中で、愛知県長久手市は「日本一若い街」と呼ばれるような存在でありながら、高齢化のもたらす課題の解決に対し積極的に取り組んでいるとの事を知り、このような運動にはどのような背景が存在するのかを調査した。

愛知県長久手市は、名古屋市東側に位置し、面積は 21.55 平方キロメートル、人口約 5 万 5 千人を抱える都市であり、自動車産業で働く労働者のベットタウンとして発展したきた町である(4)。そのため、労働人口の流入により高齢者の割合が低く、若い世代が多いという構成となっている。

長久手市役所へのインタビュー

我々は9月18日に長久手市役所に訪問し、長寿課の担当者にインタビューを行った。その中で、人口構成が若い街でありながら現段階から高齢化のもたらすであろう課題について対策している理由は、今住んでいる若い住民がこれから高齢化していくことが予想され、社会保障に掛かるコストが大きくなることが考えられ、定年退職後に引きこもりがちになり社会から孤立する前の現段階から地域のコミュニティを創造しソーシャルキャピタルの醸成に力を入れ将来の市の負担を減らそうということであった。

また、なぜ長久手市はそのような課題に対し意識が高いのかということについては現長久手市長の存在が大きいと考えられる。市長はNPO団体の出身であり、ソーシャルキャピタルやコミュニティの重要性を意識しているとの事であった。訪問中では市長が自ら挨拶を啓発する蛍光色のベストを着用しながら市庁舎内を挨拶して回る姿を見ることができた。また、同様のベストを幹部職員も着用しており、インタビューを行った職員の方も市庁舎内での雰囲気が改善したと述べていた。

しかし、このような取り組みの課題として現段階での高齢者の活躍の場が少ないこと、結果が出るまでに長い期間がかかること、役所という縦割りの組織においてやることがわかっていても施策に反映しづらいということ、転入者は政策的なことに関心が薄いことなどがあげられる。

これらの課題を解決するには行政の指揮系統の改編や住民への告知などといった行政の仕事をこれまで以上に強化する必要があると感じられた。

3.東池袋フレイル対策センター

高齢化対策に興味を持った我々は健康寿命の増進という観点に興味を持ち、東池袋でフレイル対策を行う東池袋フレイル対策センターに5月10日に訪問させてもらった。
フレイルとは要介護段階の前段階であり、体がだんだんと衰えていく期間を指すものである。フレイル対策では運動、食事、人とのかかわりという3つの観点から高齢者の身体的、精神的なケアを行い健康寿命の増進を伸ばすことを目指すものである(5)。

東池袋フレイル対策センターでは区の施策の一環として労働者協同組合ワーカーズコープが委託事業を行っている。活動内容は豊島区のフレイル対策体操である「としまる体操」の実施、そのなかで生まれる人とのかかわりというソーシャルキャピタルの醸成などがあげられる。東池袋フレイル対策センターには同団体の運営するカフェや託児施設が併設されており、高齢者と子供の交流や会食の開催など食の面でのフレイル対策を行っている。同施設は開設からさして時間がたっていないという点や、交通の便が良いとは言いがたく利用者が近隣住民に限られているといった課題があげられた。

まとめ

人口の少子高齢化という避けられない変動に対し、それどれの主体がどのように対策を

講じているのかということを訪問の中で学ぶことができた。上記の事例への訪問の中で見えた共通点としては、高齢化によってもたらされる問題を改善するためにすでに要介護のように弱っている老人に対し何かを行うというようなものではなく、これからそのような状態へ陥っていく高齢者に足して健康寿命を増進するようなものであった。また、それらの対策は主に人との交流の機会を提供し、やりがいや居場所を作り出すというソーシャルキャピタルの醸成を行うものであった。コミュニティを新たに想像するというのは高齢者自ら行うにはハードルが高く、核家族化や地域でのつながりが失われる中で高齢者の居場所や役割を確保し、生きがいを与える主体の重要性というものを感じるものであった。
しかし、課題として老人クラブの例のように団体数や会員数の減少、参加に活動したくても交通手段が限られているなど十分に機能していない部分も見られた。このような点に関しては、今後の活動の上で改善の余地が必要となってくると思われるし、そういった試行錯誤の過程を経ることで、より良い高齢化対策へと変えていけるだろう。

引用・参照

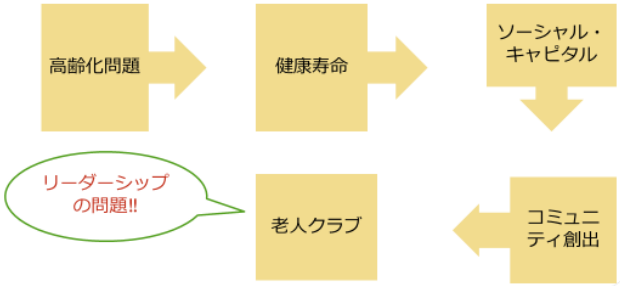
(1) 内閣府　高齢化の現状と将来像　https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2018/html/zenbun/s1_1_1.html
(2) 全国老人クラブ連合会　老人クラブについて　http://zenrouren.com/about/index.html
(3) 尾崎(2006)　老人クラブの活動性に必要な要素ー老人クラブ会長の視点に焦点を当てて　Factors Essential to the Activity of Senior Citizens Clubs ーFocusing on the Viewpoint of Club Leadersー　https://www.jstage.jst.go.jp/article/jachn/8/2/8_KJ00009571625/_pdf/-char/ja
(4)長久手市の概要　http://www.city.nagakute.lg.jp/jyouhou/kihon_jyouhou/introduction.html
(5)フレイルとは　https://activesenior-f-and-n.com/frail/outline.html

老人クラブにおけるリーダーシップの重要性

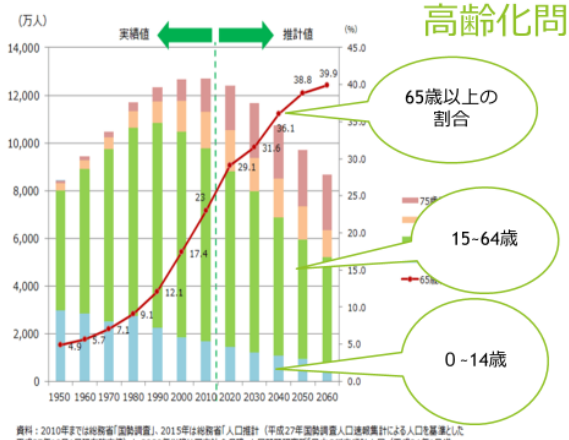
明治大学経営学部小関ゼミ
渡辺智裕
金子祐也

本研究の意義

- 高齢化対策の一環である、老人クラブにおけるリーダーシップの重要性



高齢化問題



資料：2010年までは総務省「国勢調査」，2015年は総務省「人口推計（平成27年国勢調査人口速報集計による人口を基準とした平成27年10月1日現在確定値）」，2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果
（注）1950年～2010年の総数は年齢不詳を含む。高齢化率の算出には分母から年齢不詳を除いている。

- 生産年齢人口の減少
- 年少人口の大幅な減少
- 65歳以上の人口割合の増加

平均寿命と健康寿命

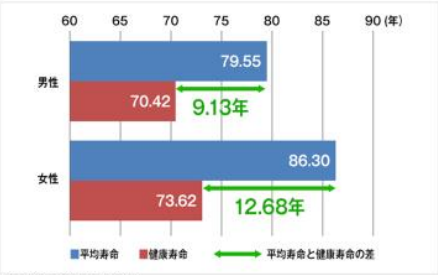


図1　平均寿命と健康寿命の差
資料：平均寿命（平成22年）は、厚生労働省「平成22年完全生命表」
健康寿命（平成22年）は、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」

- 男性で**9,13年**、女性で**12,68年**も不健康な期間がある
- 健康寿命を延ばすためには、**ソーシャル・キャピタルの創出**が必要

ソーシャル・キャピタルとは？

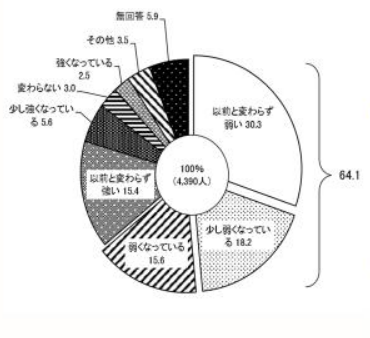
- 社会・地域における人々の信頼関係や結びつきを表す概念

ソーシャルキャピタルと健康の関係

- 今村(2014)によれば、ソーシャルキャピタルと健康改善には関係があると示されている
- 平井ら(2009)によれば、趣味がなく、外出頻度が少ない高齢者は、機能低下や死亡のリスクが高い
- 社会的な関係性を持つことによる死亡率を低下させる効果は、喫煙者が禁煙することによる死亡率低下と同じくらいの効果がある(Holt-Lunstad, Smith and Layton,2010)

ソーシャル・キャピタル創出の場

図 7-8　地域とのつながり



- 高齢者自らがソーシャル・キャピタル創出の場を作ることは難しい
- そのために、**ソーシャル・キャピタル創出の機会を提供してくれる存在**が不可欠

出典：東京都福祉局　27年度「高齢者の生活実態」報告書全文　7章　6：
http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kiban/chosa_tokei/zenbun/heisei27/27houkoku-ushozenbun.files/7shoukara8shou.pdf

老人クラブ

- 昭和21年　千葉県八日市場町(ようかいちばまち)に発足
- 高齢者の**自主的**な組織
- 概ね**60歳以上**が対象
- 財源は**会費**が基本
- クラブ数　98,592　参加者数 5,488,258人
- **健康・友愛・奉仕「全国三大運動」**

※平成30年3月末現在／厚生労働省報告例

出典：全国老人クラブ連合会　老人クラブについて
http://zenrouren.com/about/index.html

老人クラブの全国三大運動

- ①健康活動

グラウンド・ゴルフ

健康体操

ペタンク

- 出典：公益社団法人　名古屋市老人クラブ連合会　なごやかクラブ名古屋http://www.nagoyarouren.com/active/

老人クラブの全国三大運動

▶②友愛活動

訪問活動

個人宅のサロン活動

▶ 出典：公益社団法人　名古屋市老人クラブ連合会　なごやかクラブ名古屋
http://www.nagoyarouren.com/active/

老人クラブの全国三大運動

▶③奉仕(ボランティア)活動

子供の見守り

社会奉仕活動

▶ 出典：公益社団法人　名古屋市老人クラブ連合会　なごやかクラブ名古屋
http://www.nagoyarouren.com/active/

名古屋市老人クラブ連合会への訪問(19年9月18日訪問)

単位老人クラブ(町内会等)1280クラブ ⇔ 学区老人クラブ(小学校区)236団体 ⇔ 区老人クラブ連合会(行政区)16団体 ⇔ 市老人クラブ連合会(名古屋市)

出典：http://www.nagoyarouren.com/

▶ ・全国三大運動を展開し、**「生きがいづくり・健康づくり・仲間づくり・地域づくり」**の4つを目指している

名古屋市老人クラブ連合会への アンケート内容

- 最も多かった回答が、「新しい友達がたくさんできた」
- 認知症が少し入っていた方が、見ちがえるように顔に精気がもどり、笑顔が出て、おしゃべりが皆さんと出来るようになりました。
- ソーシャル・キャピタル創出に一役買っている!!

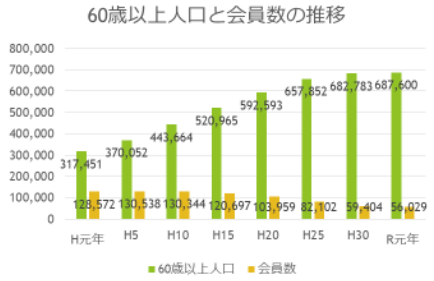
質問内容(一部)

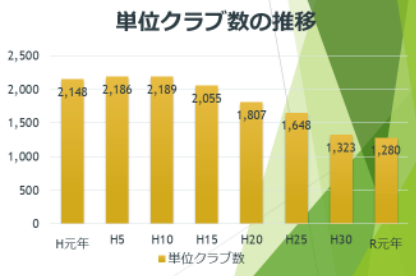
クラブ活動に参加して、参加前よりも人生が楽しくなったと感じますか。

まだクラブ活動に参加していない人たちを誘いたいと思いますか。

名古屋市老人クラブ連合会の直面している課題

- 会員数・クラブ数の減少(この問題は、名古屋市だけでなく、全国の老人クラブ共通の課題)





- 出典：名古屋市老人クラブ連合会から頂いた資料を元に作成

本研究のテーマであるリーダーシップの重要性

- クラブ数・会員数の減少には、**組織をまとめる存在がいない**ことが関係しているのでは？
- 尾崎ら(2006)によれば、老人クラブの会長に求められる役割とは、「人間関係を維持する働きかけ・情報の管理・会長としての意欲」の3つ
- 組織をまとめる存在が上記の役割を果たせれば、会員数の増加につながるのではないか

様々な組織のリーダーシップ

- 民間企業…利潤追求を目的に活動している
- NPO・NGO…社会貢献を目的としている
- 行政…社会課題を解決し、地域や国を運営することを目的としている
- では、老人クラブはどうか？

老人クラブにおけるリーダーシップ

- 老人クラブは、利潤追求、社会貢献、地域・国の運営などの具体的な目的はない
- 趣味の集まりに近い

・楽しむために来ているのに、なぜ忙しい会長の仕事をしなければならないのか

・めんどくさい仕事はやりたくない

・会長はいても、リーダーシップがないため活動が成り立たない(仕方なくやっている、嫌々やっている等)

解決策はあるのか？

- リーダーシップのある人材をクラブに誘う
- クラブの外からでは見えない、関わることで見えてくるインセンティブのようなものを見つける

・現状のクラブの実態に不満が募れば、それを改善しようと意欲が湧く

・良い人間関係を築いたほうが活動が楽しくなることを実感してもらう

また、会長に求められる役割としての「情報の管理」に関しては、高齢者の方たちだけでは厳しいところがある

上部組織である老人クラブ連合会との協働が大事

まとめ

- リーダーシップのある存在がいることにより、魅力的な活動の創出、会員数の増加、そしてそれらにより、最終的な目標である「健康寿命の増進」につながるのではないだろうか
- ソーシャルキャピタルを作ることにより生じる、日常を豊かにする効果を得るためには、様々な部分での上部組織と単位クラブのつながりを密にする仕組みを作ることが必要

引用・参照

・ソーシャルキャピタル　https://kotobank.jp/word/ソーシャルキャピタル-553520

・地域におけるソーシャルキャピタル醸成と健康との関連
file:///C:/Users/Owner/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/KO90001001-20144203-0004%20(3).pdf

・今村晴彦(2014)　博士論文　平成26(2014)年度【要約】地域におけるソーシャル・キャピタル醸成と健康との関連ーAssociation Between Facilitation of Social Capital and Health in a Community一慶應義塾大学大学院　政策・メディア研究科　今村晴彦

・平井寛(2009)　介護予防におけるポピュレーションアプローチの試み：武豊町における地域サロン事業の計画と実施　地域リハ，4：428-431

・ Holt-Lunstad J, Smith TB and Layton JB(2010) “Social Relationships and Mortality Risk：A Meta-analytic Review,” *PLoS Med*.7(7)：e1000316.

・尾崎(2006)　老人クラブの活動性に必要な要素ー老人クラブ会長の視点に焦点を当てて　Factors Essential to the Activity of Senior Citizens Clubs ―Focusing on the Viewpoint of Club Leaders一
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jachn/8/2/8_KJ00009571625/_pdf/-char/ja

SDGs 環境班

環境班研究報告書(佐々木、篠崎)

● はじめに（なぜ？）

私たちの班は、ＳＤＧｓの環境問題について研究してきた。なぜＳＤＧｓの環境問題について調べることになったのかについて説明する。

[1] SDGs(Sustainable Development Goals)は２０１６年から２０３０年までの長期的指針を示した 17 の目標と 169 のターゲットから構成される国際社会共通の目標のことである。しかし、日本では豊かな暮らしができるために SDGs が軽視されがちである。実際日本の SDGs の普及率は約 30%である。そのためどうすれば日本に SDGs を普及させるか考える必要があった。

そこで我々が目に付けたのは SDGs の環境分野である。なぜなら他の SDGs の課題を解決するためにはまず環境を整えなければならないと考えたからだ。

環境について調べていく内に特に排水処理の問題が浮き彫りになってきた。我々は「水資源の保全」に注目し、主に「排水処理」に取り組んでいる 3 つの企業に的を絞って調べることにした。

● 訪問先①「松山油脂(株)」

松山油脂は、東京都墨田区にある石鹸やスキンケア商品を製造している会社である。牛脂をはじめとして数種類の油脂を扱っている。商品は、主に全国のイオンやナチュラルローソンで取り扱われている。我々は、松山油脂の工場を訪問し、実際に石鹸を作る釜場を見させてもらった。

釜場は大きさ直径 2m、深さ 2.5m、容量 10t で、中では塩を投入することで、石鹸成分と不純物を分ける塩析という工程が行われている。流

[1] SDGs 統合推進プログラム｜アクセンチュア https://www.accenture.com/jp-ja/company-sdgs (2019 年 12 月 17 日アクセス)

れとしては、1 日目の塩析で石鹸成分と不純物を分け、2 日目の塩析ではアルカリ調整などをして石鹸の純度を高め、3 日目は静置して泡と石鹸成分と不純物に分かれるのを待ち、4 日目に石鹸の状態を確認して仕上げ塩析を行っていて、この工程を終えるのにはおよそ 100 時間かかる。このように窯炊きは連続して行うことで、洗浄排水を少なくしている。次に、枠練り石鹸小切り室を訪問した。そこでは、冷やし固めた石鹸を等しい大きさの厚さに切り離す段切りを行っていて、縦 1 回、横 1 回小切り機に通して石鹸の形に切っていた。その後、我々は液体充填仕上げ室という場所に案内された。ここでは、洗瓶→充填→キャップ詰め→包装→箱詰めという工程が行われていた。洗瓶は空気の力で瓶の中のごみを吸い取り、充填では 1 秒間隔で詰め替えが行われていた。新鮮な原料を使用してほしいという思いから多品種少量生産を行っているそうだ。このように安全性に十分配慮して石鹸製造が行われていることが分かった。
また、スキンケア製造室では真空乳化釜という釜を利用して柚子ボディーローションなどのスキンケア商品を製造している。この釜では中に 1 分間に 2000 回転するミキサーがあり、これによって油を細かくして水となじませていた。SDGs の取り組みについては、RSPO に加盟している。RSPO は（Roundtable on Sustainable Palm Oil）持続可能なパーム油のための円卓会議のことで、世界自然保護基金を含む関係団体が中心となって 2004 年に設立された国際 NPO 団体である。ステークホルダー（利害関係者）の参加を通じ、持続可能なパーム油の生産と利用を促進することを目的としている。松山油脂ではこのような RSPO に承認されたパーム油のみの使用を推し進めることによって、森林保全や環境保全に貢献している。

ただ、今後に向けた課題もある。洗浄排水を減らすために釜の連続使用を行っていたがそれにも限度があるという課題である。これには、一度に使う水の量を減らすか水をある程度浄化し、循環的に使えるようにすることが必要になってくる。また、環境に良く有用性のある油のみを使用しているのだが製造コストが高くなってしまうという課題もある。この課題を解決するためには製造過程に工夫を凝らす必要がある。

- 訪問先②　株域会社東産業

我々は、松山油脂訪問後に排水処理が深刻な問題になっていると感じ、ゼミ合宿では排水処理事業に取り組んでいる企業を訪問した。まず、訪問したのが株式会社東産業である。東産業では水処理事業、不動産事業、エネルギー事業、介護事業など様々な事業を行っているが、今回は水処理事業について CSV 課の方にお話を伺った。東産業の水処理事業の取り組みとしては、排水処理施設の維持と管理を行っている。環境面については施設内には、騒音や大気汚染の基準値が定められていて、基準値以内に抑えているので今のところは環境的な問題は発生していないそうだ。これは、周辺に民家がないことや施設が海沿いに建設され

ていることにも起因している。ただ、以前伊勢湾では近くの工場から出るごみで漁業に被害が出ていた。そのため、東産業では干潟を守るために干潟周辺のごみ拾いを行うなどの工夫を行い地域に貢献してきた。

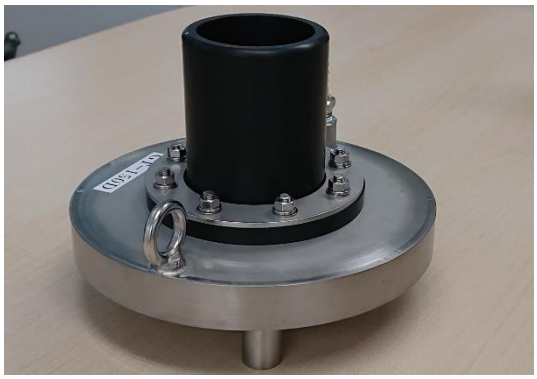
東産業の課題は、1つに生活排水が深刻な問題となっている。これは、古い施設を新しい施設に変える（浄化槽の取り換えなど）を行う工夫などをしている。また、トラブルの原因としては揚げ物を作った機械の洗浄後の排水にみられる。例えば、以前愛知県の盛田株式会社では、酒類や醤油をそのまま排水として流していた。そのため、東産業では基準値を厳しくしたり、その地域の環境 MAP を作成することで自然との共生を図る工夫をしている。

- 訪問先③「日本アクアバイオ(株)」

続いて日本アクアバイオ株式会社に訪問した。
貴社は水の流れの一部を専門として担当をしている会社であり、水の「あるべき姿に戻す」お手伝いをする商品を扱っている。どんな汚水の浄化に使うことが出来るが、特に廃業排水をはじめとして池や閉鎖水域などを担当して浄化している。そうすることで池の中の微生物の生態系の維持や食物連鎖を整え、水の能力を引き出しているのだ。

アクアバイオ株式会社に訪問した理由として水に関する環境問題が挙げられる中で水の浄化という分野を専門としており、さらに会社独自の技術から生み出された商品による浄化を強みにしていることとそのメカニズムはどうなっているのかの疑問が浮かび是非お話を伺いたいと思ったからである。

その技術から生み出された商品を「NTーアクア」と呼ぶ。



この商品は「高速な空気の力」（毎秒 100m、時速 360 ㎞のスピード）によって水中の微生物に刺激を与え、活性化させることで浄化を行っている。空気の力だけでは浄化に限界があると私たちは考えていたが浄化自体はきちんと行われており、浄化前後を比較すると一目瞭然であり、驚いた。さらに面白いことに水域の広さと使用台数は関係性が全くなく、これは水自体の汚れ方などに起因していると考えられる。

今後の課題として①畜産排水の垂れ流し状態の改善が挙げられていた。

畜産排水が垂れ流しのままであると、土壌の汚染→作物への悪影響→私たちの体の中に入るという流れが出来てしまい、最終的に発がん性物質となってしまう。食の安全を守るという意味でもこの商品は使われ、そのためにはこの商品をいかに広めていくか、活用してい

くかが重要になってくる。

また②地球温暖化の食い止め、③浄化された水は見た目こそ奇麗だが飲み水にはならないということ等も挙げられた。

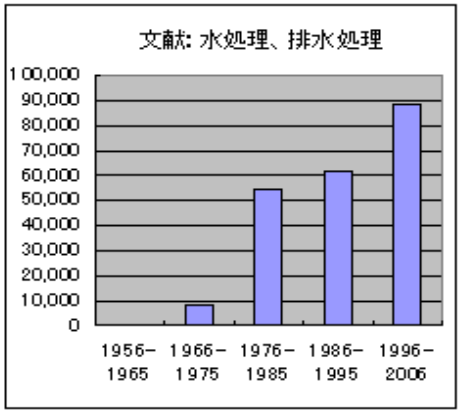
②の問題に関して「NTーアクア」では考える限りでは分野が異なるため直接解決することは出来ないのではと考えている。しかし新たな技術の発展や同業他社との協力によることで新たな「NTーアクア」の価値を創造出来るのではないか。

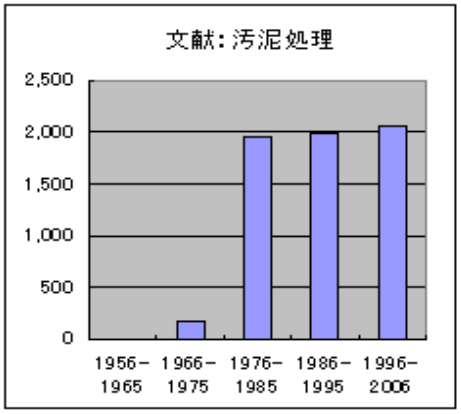
③でも見た目が奇麗になるということは少なくともある程度の有害物質は浄化されていると考える。しかし飲み水にするためには沈殿や濾過、殺菌処理などの工程や国が定めた厳しい基準が存在している。これらすべてを「NTーアクア」1つで解決することは現在では出来ない。しかし「NTーアクア」である程度浄化されている状態の水ならばその過程のいくつかを省いて飲み水にする方法があるのではないか。もしそれが実現したならば災害時、飲み水を簡易的にすぐに確保することが出来る。そのためにやはり、他社との協力は欠かすことは出来ないと思う。

● まとめ

これらの研究・訪問を通して排水～浄化までの中でそれぞれ専門の企業がおり、彼らは私たちの生活を根底で支えてくれていることが分かった。また私たちは水の浄化は日本だけでなく世界共通の課題であり、技術の交換・伝播が今後より必要になってくると感じた。

現在の水ビジネス市場の規模は過去から拡大しており、今後より一層の飛躍が見られる。





[2]

さらにどの地域も上下水道事業が市場として最大である。そのため私たちが訪問した企業もまたより発展が見込まれる。市場が大きくなることで、よりコストが増えることになるので浄化システムをより高度化し、効率的に浄化を行う必要が出てくるであろう。

---

[2]水質汚染防止・汚泥処理(環境技術・調査報告書)
https://www.jetro.go.jp/ttppoas/special/env_rep/env_rep_04_2j.html　2020年1月13日
アクセス)

そして前述した企業の共通の水処理をする上での課題としてそれぞれ専門性は違うが飲み水としてや生活の各場面の中で使えるかという水の安全性ということに、より注意しなければならないことがある。設備費用が増加していく中で、より費用を抑えつつ基準値の遵守を行なわなければならない。また海外、主に東南アジアなどが水ビジネスの観点において大きく拡大することが予想されているため、その国々にも進出し、水の安全性を普及する必要があり、それを通じて日本に水の重要性と SDGs を浸透させることが出来るのではと考えている。

SDG s 環境班

佐々木亮輔、篠崎巧奨

目次

1. SDG s について
2. 企業訪問場所の紹介
3. 松山油脂について
4. 東産業について
5. 日本アクアバイオについて
6. まとめ

1．SDG s について

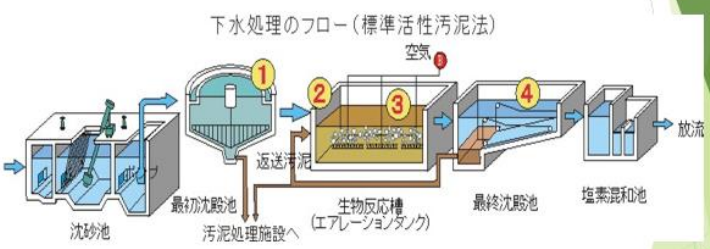
1-1. SDG s とは

- SDG s はSustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略で、2016年から2030年までの長期的指針を示した国際社会共通の目標のこと
- 17の目標と169のターゲットから構成されており、地球上の「誰一人として取り残さない」ことを誓っている
- 日本のSDG s 達成度は162か国中15位となっている

1-2. SDGs 環境について

- 環境分野は大きく「気候変動への対応」、「循環型社会の形成」、「水資源の保全」、「化学物質の管理」、「生物多様性の保全」に分けられる
- 私たちの班はこの中で「水資源の保全」に注目し、主に「排水処理」に取り組んでいる企業に的を絞って調べてみた

1-3. 排水処理の流れ



２．企業訪問場所の紹介

３.松山油脂(株)（2019年6月18日訪問）
　本社　東京都墨田区東墨田
墨田工場　同上　　他4か所に工場と研究所がある
４.(株)東産業　（2019年9月18日訪問）
　本社　三重県四日市市野田
愛知県と三重県に他3か所営業所がある
５.日本アクアバイオ(株)　（2019年9月18日訪問）
　本社　愛知県名古屋市名東区望が丘
静岡県に研究所がある

３．松山油脂について

３－１　松山油脂(株)の概要

- 東京都墨田区にある石鹸やスキンケア商品を製造している会社
- 河口湖周辺にも工場を３カ所配置している
- 全国のイオンやナチュラルローソンなどで主に取り扱いしている

３－２　松山油脂(株)の取り組み

- 牛脂をはじめとして数種類の油脂を扱う
- 石鹸を作る製造釜(写真上)では**塩析**という石鹸成分と不純物を分ける工程がある。

※**塩析**…塩を投入することで石鹸成分と不純物を分ける工程のこと。

- 松山油脂はこの釜炊きを連続で行うことで洗浄回数を減らし、洗浄排水を少なくしている。
- この他にもスキンケア製造室(写真下)などの設備がある
- SDGsの取り組みとして**RSPO**の加盟が認められた。それにより森林保全や環境保全に貢献している。

RSPOとは

- Roundtable on Sustainable Palm Oil（持続可能なパーム油のための円卓会議）の略で、世界自然保護基金を含む関係団体が中心となって、2004年に設立された国際NPO団体のこと
- ステークホルダー（利害関係者）の参加を通じ、持続可能なパーム油の生産と利用を促進することを目的としている

３－３　松山油脂(株)の今後の課題

- 今後排水をより減らすにはどうすればよいか

→釜の連続使用にも限度があり、一度に使う水の量を減らすか、水をある程度浄化し、循環的に使えるようにする。

- 環境に良く、有用性のある油のみを使用しているのだが製造コストが高くなる。

→製造過程に工夫を凝らす必要がある。

4. 東産業について

4-1　東産業の概要

- 水処理事業、不動産事業、エネルギー事業、介護事業など様々な事業を行っている。
- 今回は水処理事業についてCSV課の方にお話を伺った

4-2　東産業の取り組み

- 水処理事業の中では、排水処理施設の維持管理を行っている
- 施設内には、騒音や大気汚染の基準値が定められていて、基準値以内に抑えているので今のところ環境的な問題は発生していない
- 伊勢湾では、工場から出るごみで漁業に被害が出ている

→干潟を守るために、干潟周辺のごみ拾いを行うなどの工夫をしている

4-3　東産業の課題

・環境面では生活排水が深刻な問題
→古い施設を新しい施設に変える（浄化槽の取り換えなど）の工夫を行っている
・トラブルの原因としては、揚げ物を作った機械の洗浄後の排水にみられる。
・以前、愛知県の盛田株式会社では、酒類や醤油をそのまま排水として流していた。
→基準を厳しくしたり、環境MAPを作成することで自然との共生を図る工夫をしている

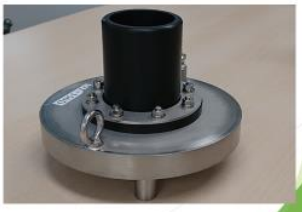
5．日本アクアバイオについて

5－1　日本アクアバイオ(株)の概要

- 本社が愛知県名古屋市にあり水の浄化の流れの一部を担当している
- どんな汚れた水も生きているとして水の「あるべき姿に戻す」手伝いをする会社。

５－２　日本アクアバイオ(株)の取り組み

- NTアクアという「空気の力」で微生物を活性化させ水を浄化することのできる商品を取り扱っている
- この商品で池などの閉鎖水域の浄化を専門にしている。
- この商品は水の浄化だけでなく醤油の醸造にも応用されている。



５－３　アクアバイオの今後の課題

- 畜産排水は現状垂れ流し状態がほとんどで、土壌が汚染され、最終的に人間に害をもたらす可能性がある

→問題解決のためにNTアクアをどのように広め、どう活用していくか

- 地球温暖化をいかに食い止めるか

→省エネを含め更なる技術の進化が求められている

- 浄化したとしてもその水は飲めるようになるわけではない

→他の浄化している会社と協力して新興国などの飲料水の確保を行う

６.まとめ・見解

- 排水～浄化までの一連の流れの中でそれぞれ専門の企業がおり、彼らは私たちの生活を根底で支えてくれている
- この水の浄化は日本だけでなく世界共通の課題であり、技術の交換伝播が・今後必要になる
- 浄化の各工程で各企業が努力しているが課題は消えず、水循環をより高度化しなければならない
- 今の子供の明るい未来のために企業は水を洗浄することに尽力している。その活動を少しでも多くの人に伝えるべきだと思う

商店街班

商店街による地域活性化
～しもきた商店街とおかげ横丁～

＜商店街を扱う理由＞

我々は、ゼミナールの班分けの中で、地域活性化について調査するということで研究をスタートした。地域活性化といっても様々な切り口があるが、私たちは商店街に焦点を当てて、その切り口から地域活性化について調査することにした。商店街に絞った理由は二つある。一つ目は、明治大学和泉キャンパスに通っていた頃、近くの下北沢によく行っており、そこに商店街があって割と身近な存在だったからである。その身近さゆえ、調査しようという少し単純な理由である。二つ目は、少子高齢化が進む時代で、商店街が衰退していると経営学部の授業で学習したからである。前期の授業で、中小企業についての授業があり、その中で商店街の衰退についても触れていた。

＜地域活性化の定義＞

まず初めに我々は、本研究を進めるにあたり、地域活性化とは何かを以下のように定義づけた。

・地域の人々が交流することによってコミュニティが形成されること ・地域ならではの魅力によって観光客が増加すること

一つ目は「地域の人々が交流することによってコミュニティが形成されること」である。その地域で日々生活する主体である住民の間での交流の増加やコミュニティの形成は、住民間での対話や意思疎通の機会を増やす。その結果、地域としての目標や問題解決の方法を自主的に導きだすことができ、また近所の人々と顔見知りになることで挨拶や会話などのコミュニケーションが生まれ、風通しがよく居心地の良い空間となる。二つ目は、「地域ならではの魅力によって観光客が増加すること」である。その地域独自の魅力を打ち出すことによる観光客の増加は、その地域に経済的な豊かさをもたらすことはもちろん、地域住民以外の人々との交流の場が設けられ、新たな文化や価値創出に繋がる。よって我々はこの２つを地域活性化の定義とした。

＜本研究について＞

我々は商店街による地域活性化に焦点を絞った。本研究においては商店街の現状やその背景について調査、実際に地域活性化に成功したおかげ横丁と下北沢商店街の歴史や地域活性化への取り組みを紹介すると共に、地域活性化の条件や成果とは何であるかを考察する。

＜商店街の現状・背景＞

商店街は戦後から高度成長期にかけて数を増やし、多くの人が買い物をする街の顔として、祭りなどの行事を開催することによる地域活性化の担い手として、そして地域のコミュニティを形成する憩いの場として、その役割を果たしてきた。しかし高度経済成長期以降、その数は徐々に減少し、商店や事務所がシャッターを下ろした、いわゆる「シャッター街」が日本各地に多数見られるようになっており、繁盛している商店街よりも衰退している商店街の方が多いと言われているのが現状である。その背景としては現代日本の深刻な問題である、人口減少や過疎化などが挙げられる。それに加え、モータリゼーションの進展によるライフスタイルの変化や、２０００年に改正された大規模小売店舗法によりショッピングセンターや総合スーパーが矢継ぎ早に建設されるようになったことによって、それまで商店街で買い物を済ませていた既存客が流出したことが一気に商店街が衰退するきっかけとなった。特に、ショッピングセンターや総合スーパーは従来のスーパーマーケットの枠を超え、専門店やレストラン・娯楽施設など商店街や都市中心部での機能を兼ね備えた施設であるため、一度に様々目的を果たせる便利さがある。また大型駐車場の完備による来訪のしやすさも魅力の一つだろう。このように、現在、時代の変化に取り残され衰退している商店街は数多くある。その一方で長く繁盛している商店街、存続の危機から再興した商店街があることも事実であり、そのような商店街がある街は元気で活力のある街が多いと言えるだろう。では、このような街の活性化に繋がる商店街はどのように作られるのか。以下では実際の商店街とその取り組みを例に挙げて紹介する。

＜しもきた商店街＞

１．最初に

地域活性化という研究テーマのもと、商店街への訪問を決めた我々が下北沢を最初に選んだのには二つの理由がある。一つは我々が１・２年生のときに通っていたキャンパスから近い場所にあり、しばしば遊びにも訪れていたということ。二つ目に街の特徴や雰囲気が独特である下北沢には、何かしらのブランディング戦略があると期待できたからである。そうした経緯で調べていたところ、しもきた商店街の取り組みが非常に興味深かったことから今回の訪問に至った。

２．しもきた商店街について

６つのうちの商店街のうちの一つで，小田急線・京王井の頭線下北沢駅北口を中心に拡がる商店街である。飲食やファッション、美容などなど実に様々な店舗があり、多くの若者で賑わう商店街で、地域住民の利便性の向上と地域住民の声による店舗誘致、地域住民と商店街が協働でまちづくりを進めているのが大きな特徴である。

また芸術活動や独創性に富んだビジネスにあふれる下北沢で起業しようとしている人やビジネスを展開したい人を応援する土台があること、助成金に頼らない自由な街づくりが

可能であること、さらには近年増加しているインバウンド客のために、商店街の一部では免税できる店もあることも特色として挙げられる。

しもきた商店街(http://www.shimokita-info.com/_src/78566/shimof.jpg?v=1574089133000)

３.下北沢大学

ここで下北沢大学について説明する。「下北沢大学」とは実際に存在する大学ではなく、ものづくりやポジティブなデザインで街をワクワクさせるというコンセプトのもと、しもきた商店街振興組合により発足した様々なイベントを行うためのプラットフォームのことである。

名前の由来はある古着屋のオリジナルデザインであった「Shimokita University」から構想を得て、それを下北沢大学という名称に変えたところから始まった。そうして下北沢大学はしもきた商店街と周辺の街区をキャンパスに見立てた、アートと文化を育む“大学”として発展した。

ここでは商店街の人間のみならず、“すべて“の人々が参画することができる。下北沢大学には複数の「学部」があり、また新しく作ることもできるシステムでもある。下北沢に来る人は街の中のこだわりのお店から商品やサービスを学び、お店や事業者は下北沢に来る人から色々な面で商いを学ぶ。「混沌としている街だからこそたくさんの場所でたくさんの事を学んでもらい「下北沢に行きたい」「下北沢に住みたい」「下北沢で事業を始めたい」「下北沢で働きたい」ともっと思ってもらえる街にするために下北沢大学は存在」(※１)する。

さらに、下北沢大学のホームページによると「下北沢には、芸術活動や文化活動、さらには下北沢で独創性のあるビジネスがあふれています。またこの街で起業しよう、あるいはもっとビジネスを大きくしたいという人々も数多くいます。下北沢大学では、これら起業家を地域の金融機関や専門家の協力を得ながら支援していきたい」(※２)とあり、アートで街を彩るだけではなく、それをビジネスに発展させることもできる場所となっているのだ。

４. ものづくりと若者

下北沢大学ができるまで、下北沢の南側には音楽や演劇のためのライブハウスや劇場はあったものの、「手作りの一点モノに価値がある」や「アーティストの活動する場を提供する」など、ものづくりや人づくりの考え方が存在しなかった。下北沢大学はこの考えに基づく豊かな街にしたいという願いのもと様々なイベントを開催している。

しかし今日、中高生をはじめとする若者の多くは、一点モノに対してそのモノ自体の価値より値段だけを見て購入判断をしてしまうことが多いという。マクドナルドでさえクーポンを使ってポテトと水だけをオーダーするような彼らにとっては「少し値の張る」レアな一点モノを買うことはまずない。また、プロを目指すバンドマンやアーティストたちも、金銭的余裕がないことが多いため、こうした一点モノを買うことはほとんどないだろう。

とはいえ、街に住む人々を含め、年齢・性別に関係なく全ての人に楽しんでもらえるプラットフォームであるためには様々な工夫を凝らしてやっていかなくてはならないだろう。

５．しもきた商店街の課題

現状の課題として、①下北沢の街周辺は高齢者も多く、また地域住民が使えるお店が少ないこともあり，住民自体があまり下北沢に行かないため、より住民にも参加してもらえる街づくりが必要であるということ、②インフラが十分に整備されていないということ、③ラクガキが多発していること、④下北沢大学等のイベントに参加してくれる若年層がもっと必要であることの、主に四つが挙げられる。特に三つ目のラクガキ問題に関しては、既に描かれているアートの上からラクガキをされることが多いため、補修をするにも大変な労力が必要である。

＜おかげ横丁＞

次に、ゼミ合宿先で訪問した伊勢神宮内のおかげ横丁の事例を述べていきたい。

おかげ横丁とは、第 61 回神宮式年遷宮の年、平成 5 年に、三重県伊勢市にある伊勢神宮内宮門前町「おはらい町」の中ほどで、お伊勢さんの「おかげ」という感謝の気持ちを持って開業したのが始まりである。三重県銘菓であるの赤福の販売をするのが株式会社赤福であり、そこから平成 4 年に、運営のための会社株式会社伊勢福が設立され、おかげ横丁の運営を行うようになった。横丁内の全体の店舗数は 57 店舗展開で、主に料理店、食品店、工芸店・文化展示の３つに分類される。当初は横丁内に住宅があり、住民のための商店街であった。

国内でも有数の神社である伊勢神宮の歴史と共に発展してきた内宮門前町は、昭和 50 年代頃からモータリゼーションの発達、娯楽の多様化に伴い、内宮参拝後おはらい町には立ち寄らず、内宮駐車場から他の観光地へ移動する人々が増え始め、「日本一滞在時間の短い観光地」や「日本初のシャッター街」とまで呼ばれるほど衰退してしまっていた。これに危機

感を感じた株式会社赤福は、おはらい町の活性化に向け研究を開始し、地元住民の協力を得て、活性化の核「おかげ横丁」の整備に取り組み始めることになった。

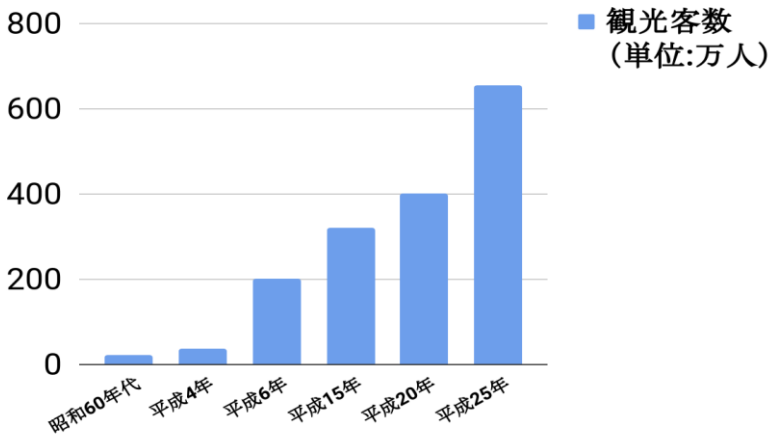
↓おかげ横丁名物「赤福」

では、どのようにおかげ横丁の活性化に取り組み始めたのかを述べていきたいと思う。まずは現状の問題点を把握するために昭和61年に都市計画コンサルタントを派遣し現地調査を行った。それを踏まえてさまざまな条例などが制定・施行され街並みが変わっていった。基本的には江戸時代の街並みを再現・オマージュしているものが大多数であるが、一部の建物は当時の郵便局や神社の境内を移築しているものもある。郵便局を移築したものや、神社の境内を移築しているものもある。先ほども述べたように、当初は横丁内に住宅があったので、まず初めに地元住民への計画説明及び本格的な用地取得交渉を開始し、現在は横丁内に民家はなくなっている。交渉は順調に進み、徐々に観光客向けの横丁へと変化していった。

主な特徴は

1. 入場料を徴収するテーマパーク型ではなく、誰でも歩ける開放的な町であること
2. 江戸時代から明治期にかけての伊勢路の伝統的かつ特徴的な街並みが再現されていること
3. 伊勢路の魅力が凝縮されており、老舗の味。名産品・歴史・風習。人情が同時に体感できる点である。

そして平成5年に現在のおかげ横丁が開業し、昭和60年代は年間20万人ほどだった観光客も60万人超えと増加し、遷宮があった平成25年の来場者数は650万人超えと見事活性化を果たしたといえよう。また、おかげ横丁の来場者の特徴として季節ごとに来場者の年齢層が異なるという点である。具体的には、1.2月は老若男女問わず特に多くの日とが訪れること、4.5月は家族連れが多く、6.7.8月は学生が多く収入が落ちてしまう。10月は新米奉納のために訪れる年配の男性が多い。　最後に現在おかげ横丁が抱えている問題としては不法駐車や交通渋滞の問題、職人や従業員などの人材育成などの面で多くの課題がある。



＜二つの商店街における地域活性化度合い＞

調査した二つの商店街では地域活性化がなされているのか、はじめに定義したもので検証してみる。しもきた商店街、おかげ横丁それぞれで「地域の人々が交流することによってコミュニティが形成されているか（＝下表では地域のコミュニティと表記）」、「地域ならではの魅力によって観光客が増加しているか（＝下表では観光客と表記）」を○、△、×で評価してみる。

	地域のコミュニティ	観光客
しもきた商店街	△：プラットフォームが形成されているが、周辺住民は招致できていない。	○：外部からのお客様が多い。
おかげ横丁	△：地域住民の交流は生まれていないが、労働者は地元の人が多い。	○：日本人向けに特化し、観光客が増加。

まず、しもきた商店街についてだが、「地域のコミュニティ」に関しては、アートをメインとした全員参加型プラットフォームを確立したが、周辺住民は招致できていないため、△とした。「観光客」に関しては、免税店などがあり、外国人観光客を含めて外部からのお客様が多いと考えられるので、○とした。

次に、おかげ横丁についてである。「地域のコミュニティ」に関しては、お客様としての地域住民の交流は生まれていないが、労働者は地元の人を雇っていることが多く、労働者としての地域住民の交流は生まれると考えられるので△とした。「観光客」に関しては、おかげ横丁の地域ブランドである赤福があったり、江戸～明治期の街並みを再現することで日本人がどこか懐かしいと思えるような仕組みがあったりと、日本人観光客向けに特化した取り組みを展開している。その結果、グラフで示した通り、観光客は増えているため、○とし

た。
　このような結果から、どちらの商店街も観光客増加のための取り組みは確立されていると言える。しかし、地域住民を巻き込んだ取り組みを展開し、それで結果を出すのは難しい印象を受けた。

＜まとめ＞

　まとめとして、結局のところ、商店街による地域活性化に必要な条件は何なのかをまとめていきたい。私はそれが三つあると考えた。まず必要なのは「商店街にしっかりとしたコンセプトがあること」だと考える。しもきた商店街は、下北沢大学を通して全ての人が参画できるプラットフォームをコンセプトとして、比較的自由は活動を可能にするなどの工夫がなされていた。おかげ横丁は、日本人がどこか懐かしいと思える商店街づくりをコンセプトとし、江戸～明治期の街並みを再現するといった取り組みが展開されていた。二つ目は「ターゲットセグメントを確立すること」である。しもきた商店街は、外国人観光客の集客にはある程度成功しているものの、周辺住民はまだ巻き込めていない。そのため、全ての人を対象にしている点で、ターゲットセグメントの解像度を上げることが必要といえるだろう。おかげ横丁は、ターゲットセグメントを日本人としている。その証拠に、横丁内にトイレの場所の案内看板を設置することや、外国人向けに英語表記の案内看板などを設置することは可能だが、それはおかげ横丁が大事にしている横丁の景観を損なうことにつながるのでそういった取り組みはしていないと訪問時に担当の方がおっしゃっていた。日本人にターゲットを絞っているため、観光客が増加しており、成功していると言える。三つ目は、「地域住民を巻き込むこと」である。これについては上述で少し触れたが、しもきた商店街ではやはり周辺住民を巻き込めればより地域活性化に繋がると考える。おかげ横丁においては、労働者が地域住民であることが多く、その点では地域住民を巻き込めていると言える。そのため、お客様としての地域住民を巻き込めればさらに地域活性化できると考える。

＜協力/参照＞

・しもきた商店街振興組合 副理事長 小清水克典 様(2019 年 5 月 24 日 訪問)
・（※１）下北沢大学ホームページ - 下北沢大学とは(https://www.shimokita-univ.com/%E4%B8%8B%E5%8C%97%E6%B2%A2%E5%A4%A7%E5%AD%A6-1/%E4%B8%8B%E5%8C%97%E6%B2%A2%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E3%81%A8%E3%81%AF/)
・(※２)下北沢大学ホームページ(https://www.shimokita-univ.com/)
・しもきた商店街 HP http://www.shimokita-info.com/
・下北沢大学 HP https://www.shimokita-univ.com/
・おかげ横丁　広報　五十嵐寛 様（2019 年 9 月 18 日訪問）
・おかげ横丁 HP https://www.okageyokocho.co.jp

商店街による地域活性化
～しもきた商店街とおかげ横丁～

内山・河越・五幣・高嶋・高橋

地域活性化の定義

- 地域の人々が交流することによってコミュニティが形成されること
- 地域ならではの魅力によって観光客が増加すること

本研究について

商店街が賑わう街は地域として活力があると考えた。

商店街の現状を調査。
地域活性化に貢献した商店街を訪問。

→地域活性化の条件や成果は何か？

商店街の現状・背景

- ショッピングセンターやコンビニエンスストアの増加
- モータリゼーションの進展
- 近年、ネットショッピングが普及

→ シャッター街の増加

①しもきた商店街

しもきた商店街とは

- ６つの商店街のうちの一つ。
- 小田急線・京王井の頭線下北沢駅北口を中心に拡がるエリア。
- お洒落なカフェや古着、雑貨を扱うお店が並ぶ。

しもきた商店街

しもきた商店街の特色

・芸術活動やアートに関係するビジネスに溢れる地域性。
・区の助成金に頼らない →比較的自由な活動が可能。
・インバウンド客の増加 →一部では免税店も。

しもきた商店街の取り組み例

再開発でフェンスが多くイメージが悪い

↓

しかしフェンスの中は区の所有物

↓

しもきた商店街が管理を担うことで使用を許可

↓

下北沢大学等の取り組みによりイメージ改善

下北沢大学

ライブハウスや劇場の無いしもきた商店街。アーティストのネットワークを活かし、多様な文化と新たなブランドの確立のためのプロジェクト用の場として商店街振興組合により２０１０年夏に「下北沢大学」を設立。
→ すべての人が参画できるプラットフォームに。

現状課題

- 地域周辺の住民は高齢者が多く、また住民の使えるお店が少ない。
- インフラが十分に整っていない。
- ラクガキの多発。
- イベントに参加する若年層が少ない。

②おかげ横丁

おかげ横丁

- 平成5年に開業
- 三重県伊勢市にある商店街
- 伊勢神宮の内宮門前町であるおはらい町が前身
- 飲食・工芸店など５７店舗展開

(伊勢名物 赤福餅)

設立の背景

・内宮門前町の衰退：モータリゼーションの発達、娯楽の多様化
→　「日本一滞在時間の短い観光地」
　　「日本初のシャッター街」

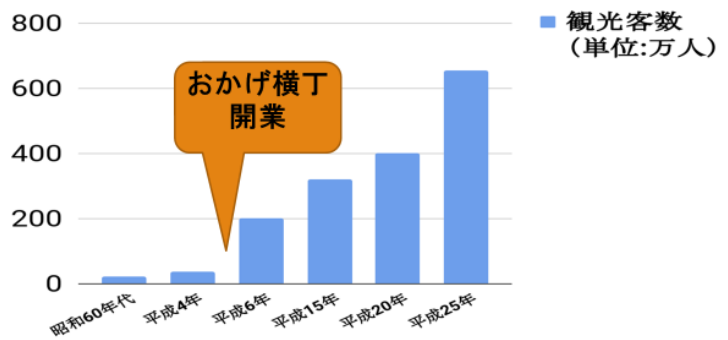
→株式会社赤福を中心に整備に取り組む

おかげ横丁の特徴

昭和61年　土地計画コンサルタント派遣

- 自由に歩ける開放的な町
- 江戸時代から明治初期の伊勢路の街並みを再現
- 老舗の味・名産品・歴史・風習・人情が一緒に体感できる

来客数の推移



まとめ

	地域のコミュニティ	観光客
しもきた商店街	△：プラットフォームが形成されているが、周辺住民は招致できていない。	○：外部からのお客様が多い。
おかげ横丁	△：地域住民の交流は生まれてないが、労働者は地元の人が多い。	○：日本人向けに特化し、観光客が増加

商店街による地域活性化の条件

- 商店街にしっかりとしたコンセプトがあること。
- ターゲットセグメントを確立すること。
- 地域住民を巻き込むこと。

協力/参照

- しもきた商店街振興組合 副理事長 小清水克典 様(2019年5月24日 訪問)
- しもきた商店街HP http://www.shimokita-info.com/
- 下北沢大学HP https://www.shimokita-univ.com/
- おかげ横丁　広報　五十嵐寛 様（2019年9月18日訪問）
- おかげ横丁HP https://www.okageyokocho.co.jp