

工藤ゼミ 期末成果報告書

「もっと朝ごはん食べちゃー
～朝食食べて医療費下げよう！～」

2024年度FLP地域公共マネジメントプログラム

A生 窪田拓弥・織戸光

目次

1. はじめに
2. 事前調査時 当初のテーマ設定とその理由
3. 津山市の現状
 - 3.1. 津山市の概要
 - 3.1.1. 津山市とは
 - 3.1.2. 津山市が抱える問題
 - 3.2. 津山市スマートシティ構想の現状
 - 3.2.1. スマートシティの定義とそれが提唱された背景
 - 3.2.2. 津山市スマートシティ構想の概要
 - 3.2.3. 健康寿命分野における取り組み
 - 3.3. 我々の当初の課題意識
4. ヒアリング調査
 - 4.1. 調査先概要
 - 4.2. ヒアリング調査結果
 - 4.3. ヒアリング調査を踏まえた課題設定
5. 4. 政策提言
 - 5.1. 政策の方向性の再検討
 - 5.2. 最終的な提言内容
6. まとめ 及び期末成果報告会の講評を踏まえた今後の課題
7. 参考文献

1. はじめに

我々工藤ゼミは、2024年度のサマースクールにて、岡山県津山市を舞台に二日間の実態調査を行った。我々の最終的な選定テーマは「もっと朝ごはん食べちゃー～朝食食べて医療費下げよう！～」である。当初と、テーマが少々異なっているが、これは実際に現地に訪問したことを通じて、津山市が向かうべき真の方向性について発見があったからである。その経緯を踏まえ、一章では、本報告書の流れについて説明していきたい。

まず二章では、当初のテーマ設定、及びその理由について述べる。三章では、津山市の概要に触れた後、我々が取り扱うテーマ、すなわちスマートシティ構想における現状や課題について明らかにしていく。四章では、二日間の実態調査で得られた成果をまとめると共に、調査を通じて浮き彫りになった課題を取り上げる。そこで五章では、それまでの調査研究を踏まえて再度現状分析をし、政策提言の方向性を確定させた後、最終的な提言内容を述べていく。最後に、六章では、実態調査全体の総括と、12月の期末成果報告会で得られた新たな知見をもとにして、今後の研究の展望を述べていきたい。

2. 事前調査時 当初のテーマ設定とその理由

我々が、当初テーマとして設定したのは、「健康寿命延伸に焦点を当てたスマートシティ構想の課題と今後の在り方」である。その理由は以下の通りである。

第一に、三、四年次において、各々の興味関心に応じた研究を進めるにあたり、昨今急速に注目を集め、各自治体が積極的に取り組んでいるスマートシティ構想について一定の知見を学ぶことは、地域公共団体の政策を考えるうえで、大変役に立つと考えたからである。実際、津山市は、2023年より「津山市スマートシティ構想」を打ち出し、これは、将来にわたり住み続けたいような市づくりのビジョン形成の大柱となっている。

本構想では、産業・観光/文化、交通、行政、教育、健康寿命、環境/エネルギー、IT基盤の7分野¹がまとめられているが、我々は前述のとおり、「健康寿命」に焦点を当てたい。なぜなら、津山市は、健康分野に関する豊富なデータと経験の蓄積があると考えられるからだ。津山市は、スマートシティ構想を展開する前から、2003年より第一次～第三次にわたる「健康津山21」²を通じた健康分野に力を入れている。我々は、すでに経験の蓄積がある分野における、ICTの活用が進めば、他の分野においても、より良いデータ活用の方針を模索できるのではないかと考えた。

加えて、健康分野は、他の分野と比較し、市民と身近な分野であると考えられる。ICT技術と健康福祉分野の連携が実現し、それが市民に浸透すれば、他の産業においても実用的な活用が期待できる。

最後に、健康データ収集のデジタル化で、行政の効率化、市民の健康状態や課題の可視化が図れるのは、自明のことである。実際に行政職員にも話を伺える貴重な機会を通じて、デジタル化を行政としてはどのように捉え、アプローチしているのか学びたいと考えた。

3. 津山市の現状

3.1. 津山市の概要

3.1.1. 津山市とは

¹津山市（2023）「津山市スマートシティ構想」 https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/16220/sm_kousou.pdf（最終閲覧：2024/1/20）

²津山市（2024）「第3次健康つやま21」 [0313-健康つやま21](#)（最終閲覧：2024/1/20）

今回、我々が実態調査を行った津山市は、岡山県北西部に位置しており、人口が2024年時点で県内3位の96314人³を誇る中規模の自治体である。北は中国山地に接し、市内中心部には東西に吉井川が貫流している。市内には町のシンボルであり、「日本のさくら名所100選」にも選出されている津山城が聳え立っており、春には津山カラーの桜色に町を彩る。また、城下町ならではの街並みがあり、歴史的景観も魅力の一つである。さらに津山市は、津山ホルモンうどんや干し肉の牛肉文化が有名である。それ以外にも、教育や医療福祉といった都市機能の充実化を図っており、子育て世代やシニア世代からは住みたい町としての高い評価を獲得している⁴。

3.1.2. 津山市が抱える課題

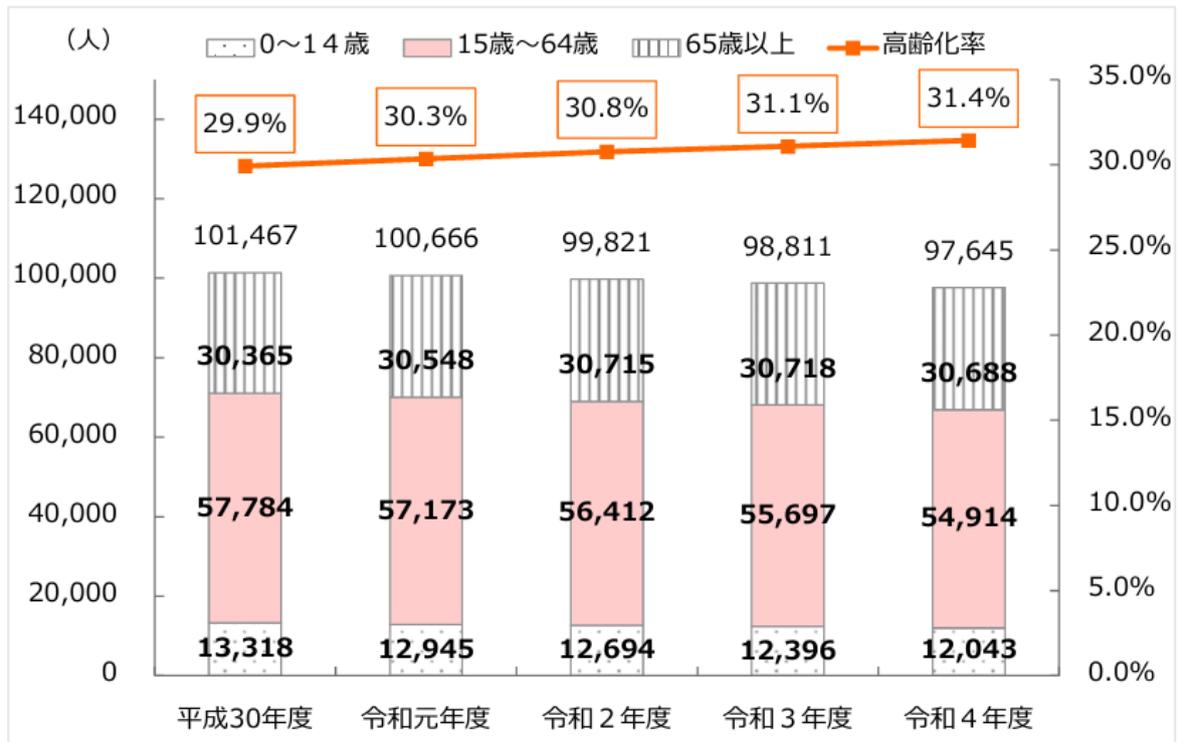
次に、津山市の健康福祉分野における課題についてみていく。まずは、津山市の少子高齢化問題である。図1は、年齢3区分における人口及び高齢化率の推移を示している。津山市全体に占める65歳以上の市民の割合を表す高齢化率に着目すると、2018年度から2022年度にかけて29.9%から31.4%へと上昇しており、それに伴い、生産年齢人口が減少傾向にあることが分かる。また、2022年における津山市民の被保険者一人当たりの医療費を、2018年比でみたときに、426,443円から455,447円と、市民の医療費は増加傾向にあるのが現状である⁵。

このような少子高齢化の進行に伴い、医療福祉費の増加による行政の財政難といった問題が予想される。その際、いかに高齢者の疾病に対応するか、或いはそうならないために、年代の早いうちからどのように予防措置を取るべきか、現状を踏まえて適切に対処していくことが肝要であると考えられる。その方法を探るべく、次節では市のデジタル戦略について述べる。

³ 津山市（2024）「令和5年度版津山市統計書（令和6年3月刊）」
[202404081148410735706.pdf](https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/10772/202404081148410735706.pdf)（最終閲覧：2024/1/20）

⁴ 田舎暮らしの本web（2024）「2024年版 第12回 住みたい田舎ベストランキング【12エリア別ランキング】」
[【写真一覧】2024年版『住みたい田舎ベストランキング』中国エリアのTOP10を発表！ 移住に手厚い自治体が多い](#)（最終閲覧：2024/1/20）

⁵ 津山市「津山市国民健康保険 第3期データヘルス計画及び第4期特定健康診査等実施計画」（2024）p. 25
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/10772/202403251637190774658.pdf>（最終閲覧：2024/1/20）



資料：津山市「統計書」
 ※高齢化率…65歳以上の人口が総人口に占める割合

図1：年齢3区分人口・高齢化率の推移

出典) 津山市「津山市国民健康保険 第3期データヘルス計画及び第4期特定健康診査等実施計画」(2024) p.19 <https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/10772/202403251637190774658.pdf> (最終閲覧：2024/1/21)

3.2. 津山市スマートシティ構想の現状⁶

3.2.1. スマートシティの定義とそれが提唱された背景

二章で述べた通り、我々が掲げた当初のテーマは、市民の健康寿命延伸を目指したスマートシティ戦略である。そこで、まずは大枠を捉えるべく、スマートシティの定義を明らかにしたい。内閣府によると、その定義は以下のように記されている。

グローバルな諸課題や都市や地域の抱えるローカルな諸課題の解決、また新たな価値の創出を目指して、ICT等の新技術や官民各種のデータを有効に活用した各種分野におけるマネジメント（計画、整備、管理・運営等）が行われ、社会、経済、環境の側面から、現在および将来にわたって、人々（住民、企業、訪問者）により良いサービスや生活の質を提供する都市または地域⁷

⁶ 本節における現状、課題の把握は以下の資料を基にしている。
 内閣府「デジタル田園都市国家構想交付金デジタル実装タイプ（TYPE2/3）の活用事例」（2024）pp.152-153 https://www.digital.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/10acd848-153a-4225-b4dd-d91c45e20912/8b5703e8/20230405_policies_digital_garden_city_nation_outline_01.pdf (最終閲覧：2024/1/21)

⁷ 内閣府「スマートシティとは」（2024）https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/smartcity/index.html (最終閲覧：2024/1/20)

上記によると、スマートシティとは、デジタル技術を駆使して世界的な問題にとどまらず、我々が実際に出向いた津山市といった地方都市の問題の解決を目指すとともに、人々の心身の幸福度、いわゆるwell-beingの向上を目的にサービスを提供する場所のことである。

そもそも、スマートシティの構想が出てきた背景には、2016年に内閣府が発表したSociety 5.0⁸の概念の登場があった。そのためにはまず、各自治体や地域でスマートシティに取り組み、その後は他の地域との連携により広域化や効率化を図るといった段階を踏むことが必要である。こうした政府による枠組みを元に、多くの自治体でスマートシティ構想が掲げられるようになっていった。

3.2.2. 「津山市スマートシティ構想」の概要

津山市スマートシティ構想は、2023年3月の計画策定より開始した⁹。本構想では、町の豊かさを実現できる社会構築にむけて、図2で示した主要7つの分野を設定した。津山市はその中でも特に、ITのデータ基盤を活用して「行政」・「健康寿命」の分野に力を入れている。具体的な手段としては、行政分野においては電子申請サービス¹⁰の強化やポータルサービスの整備等があり、一方で健康寿命については、食事管理サービスの構築や栄養データを利用した健康指導といったものが挙げられている。

次に、図3に示すシステム構成図について説明する。スマートシティ化を推進するためには、データ連携基盤である「都市OS」の確立が不可欠である。津山市は、都市OSの基盤づくりとともに、それと、前述した行政や健康寿命に関連するデータアセットの接続も進めている。このシステム運用を図ることで、市民や産学官の関係者にとって価値のある機能を充実させることを目指しているのである。

こうした構想の実現にあたり、様々なアクターが連携したプロジェクトが展開されているが、次節で、その内の一つの施策であるヘルスケア推進サービスについて述べていく。

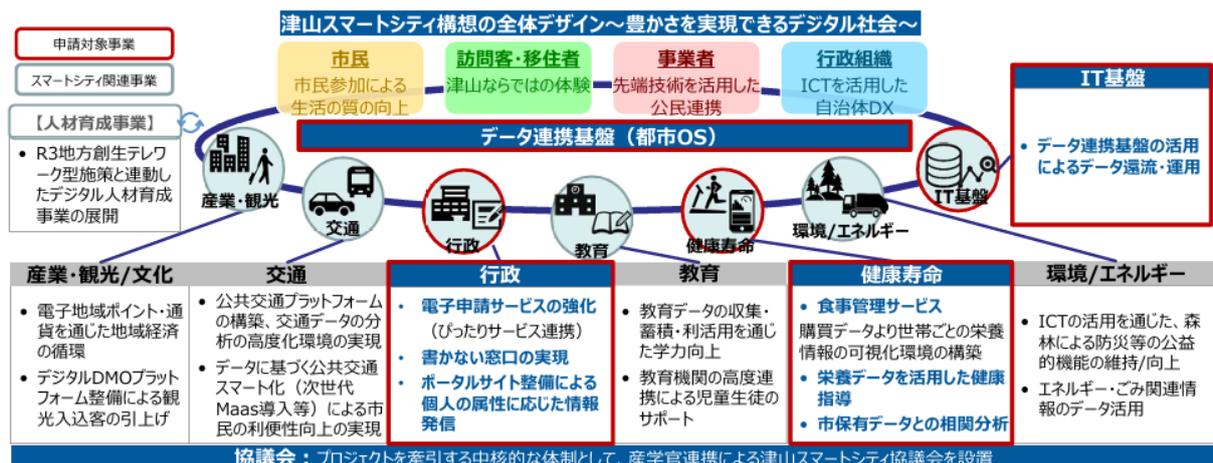


図2：津山市スマートシティ構想における主要7分野

出典) 内閣府「デジタル田園都市国家構想交付金デジタル実装タイプ（TYPE2/3）の活用事例」（2024）p. 152

⁸ Society 5.0とは、仮想的空間と現実世界を融合させた仕組みを通じて、経済の発展や社会的問題の解決を目指した、人間を中心とした社会のことを指す。この概念が初めて提唱されたのは、2016年に閣議決定された「第5期科学技術基本計画」であった。

⁹ 1に同じ（最終閲覧：2024/1/20）

¹⁰ 電子申請サービスとは、行政窓口足を運ばずとも、マイナンバーカードとスマホがあれば24時間どこからでも申請手続きが可能なシステムである。

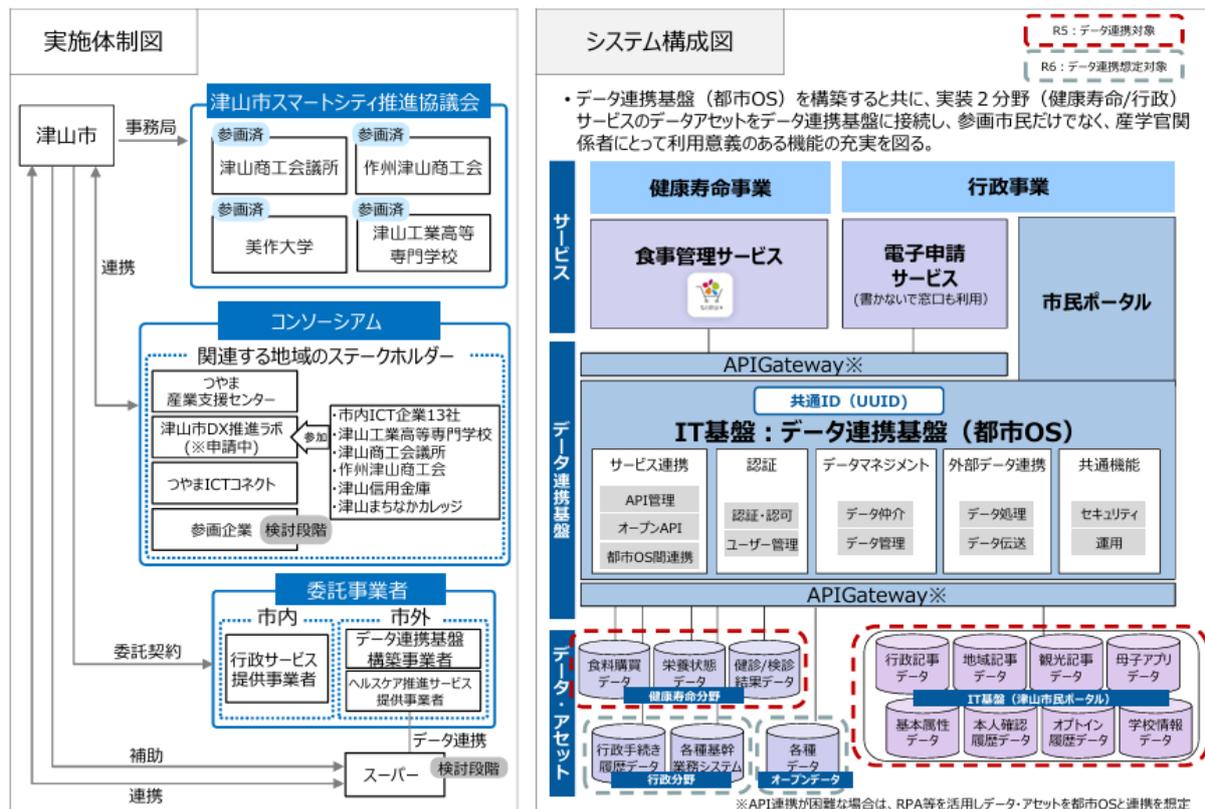


図3：スマートシティ構想におけるシステム構成図

出典) 図表2に同じ p.153 (最終閲覧：2024/1/21)

3.2.3. 健康寿命分野における取り組み

我々は、2024年2月に開始した市民ポータルサイト「つやまポータル」と食事管理アプリ「SIRU+」、市内のスーパーマーケットの3アクターが連携したヘルスケア推進サービスに焦点を当てた。まずは各アクターの概要を説明したい。

はじめに、つやまポータルは、2024年2月に運用開始した市政の情報発信を一元的にするウェブサービスである。これにより、市が保有するデータの利活用、市が提供するアプリやサービスの入り口の簡素化、市民に対する市が発信する情報のプロモーション促進、といった効果が期待される¹¹。次にSIRU+アプリは、『がんばらないで健康を目指せる』をコンセプトに、食品の購買情報を自動的に栄養データに変換し、市民の食生活改善を手助けするアプリである¹²。ダウンロードしたアプリに家族構成や年齢を入力し、対象のスーパーのポイントカードを登録すると、買い物情報が自動で記録される仕組みだ。視覚的に栄養バランスが分かり、さらにAIが不足した栄養素を提案してくれるといった特徴がある。最後に、市内のスーパーである。津山

¹¹ 6に同じ p.156 (最終閲覧：2024/1/21)

¹² 津山市「食事管理アプリ「SIRU+（シルタス）」のご紹介」(2023) <https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=656f2491b1a7c34c6e52cc9e> (最終閲覧：2024/1/24)

市内のすべてではなく、「スーパーマルイ」7店舗¹³、「エスマート」1店舗が連携の対象となる（我々は津山市内でよりシェアの大きい「スーパーマルイ」に焦点を当てたため、以下では「スーパーマルイ」のみを扱うものとする）。

では、これらのアクターと市内に展開する「スーパーマルイ」、計三者連携のプロジェクトをみていく。図4は、その全体図を示している。このプロジェクトにおいて、スマートシティの観点でポイントとなるのは、市民が利用するSIRU+アプリを通じて得られたデータが市の健康増進政策に生かせるということだ。SIRU+アプリに記録された市民の購買情報は、「つやまポータル」にログインし、SIRU+と電子申請サービスの連携を承認すると、電子申請サービスから市に栄養情報を提出することができる。

この情報を通じて、津山市は市民に対してより効果的な健康相談を実施することが可能になる。さらに、SIRU+で収集した分析データをオープンデータ化するとともに、健診データ等と合わせて、地域や小中学校での食育指導に活用することなども期待される。

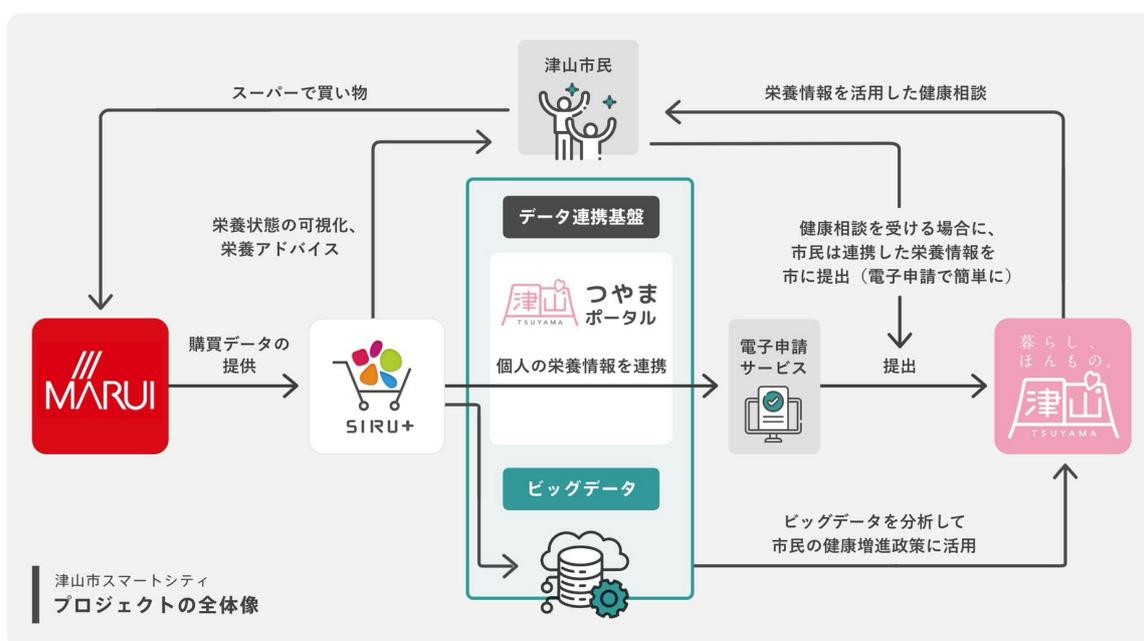


図4：津山市スマートシティプロジェクトの全体図

出典) シルタス株式会社「シルタスとマルイ、津山市スマートシティプロジェクトに参画～購買データを基に分析した栄養情報を津山市のデータ連携基盤に連携し、市民の健康をサポートする取り組みを2月1日より開始～」(2024) <https://corp.sirutasu.com/posts=1/20240201> (最終閲覧：2024/1/24)

3.3. 当初の我々の課題意識

我々は、このプロジェクトに対して、何点か課題意識をもった。まずは、ターゲット層についてである。プロジェクトの特性上、購買データを収集できる層は、あくまでもスーパーへ買い物に行く人である。それはすなわち、自分の健康に意識を向けてる層を意味しているが、本当に対象とすべき層は、むしろ健康に比較的関心が薄い年代であると考えられる。健康に対する意識が低い世代を対象に、栄養情報を活用して栄養相談を実施したり、ビッグデータを分析して健康増進施策に生かしていくためには、そういった世代にスーパーへ足を運んでもらうよ

¹³マルイの連携店舗は、津山市内にあるノースランド店、ウエストランド店、イーストランド店、志戸部店、高野店、総社店、勝北店となる。また、エスマートは市内の河辺店が対象となる。

うプロモーションをしたり、健康的意識を促すような施策も同時に進めることが必要だと認識した。次に、市民がワンストップで操作ができないという点である。津山市スマートシティ構想を進めていく上ではやはり、デジタル化は避けられない。デジタルデバイドを抱えている層の視点から鑑みると、良い取り組みだとは思いつつも、煩雑なシステムであるが故に、手を伸ばしにくいサービスであるのが課題だと考えた。

この取り組みをより良いものにしていくために、本当に届けるべき層はどの層か分析をし、それに合わせてプロモーション方法や健康意識の底上げを図るための施策を検討していくべきだと考えられる。

我々は以上のような現状分析を踏まえて、実態調査へと向かった。次章では、現地で得られた成果について述べていく。

4. ヒアリング調査

4.1. 調査先概要

我々は、2024年8月19、20日に開催されたサマースクールにおいて実態調査を行った。本調査の目的は、事前の課題意識を踏まえ、SIRU+という食事管理アプリの実態を、全体的かつ多面的、批判的に理解し、最終的に達成すべき目標、すなわち食育による健康増進に向けて、適切な解決策を導くことにある。そのためには、アプリの活用や、食育に関して、行政、企業、市民など、異なる立場にいる関係者の様々な意見を聞くことが必要となる。

以下は、本研究におけるヒアリング調査及び視察についての概要である。

	一日目 (8/19) 訪問先	二日目 (8/20) 訪問先
10:00-12:00	妊産婦・乳幼児育児相談・健康相談 @津山すこやか・こどもセンター	三浦ひらく議員へのインタビュー
13:30-16:30	デジタル推進室、医療福祉課、健康増進課へのヒアリング	スーパーマルイ ノースランド店 訪問
		街頭アンケート調査 @津山駅北口広場

表1：ヒアリング調査スケジュール

・妊産婦・乳幼児育児・健康相談

【調査方法】ヒアリング

【調査日】2024年8月19日（月）

妊産婦・乳幼児育児・健康相談は、市役所の隣に位置する津山すこやか・こどもセンターにおいて、毎週月曜日午前10時から11時30分まで、開催されている。市民は、保健師、栄養士が常駐するこの相談会で、予約を取ること無く、身長・体重測定、検尿、血圧測定、体脂肪測定、育児・離乳食・予防接種やその他健康に関する相談等、包括的なサービスを受けられる。

我々は、この相談会に訪れた4名のお母さんに、子育て世代の方々が抱える健康や食事に対する悩み、育児・健康施策に対するニーズ、健康管理アプリ「SIRU+」の利用状況などについてお聞きした。なお、健康増進課、デジタル推進室へのヒアリングのみ、録音資料を残すことが出来た。

・健康増進課（津山市こども保健部健康増進課 職員 森上さん）医療保険課（津山市環境福祉部医療保険課 職員 岩知道さん）

【調査方法】ヒアリング（トランスクリプションあり）

【調査日】2024年8月19日（月）

特に、食事管理と密接に関連する分野を中心に、保健福祉政策の課題や、重点政策の概要を説明いただいた。どのような市民にアプローチが必要で、その背景は何であるのか考察するきっかけになった。さらに、SIRU+の導入を政策の中で、どのように位置づけているのかを行政の意見を伺った。

・デジタル推進室（津山市企画財政部デジタル推進室主幹 兼 未来ビジョン戦略室企画主幹 岡美由紀さん）

【調査方法】ヒアリング（トランスクリプションあり）

【調査日】2024年8月19日（月）

スマートシティ構想の全体の課題や会議の仕組み、普及に向けた広報の仕方について行政の意見を伺った。

・スーパーマルイノースランド店（執行役員営業部 ノースランド店兼総社店店長兼岡山エリア地区長 赤澤美智夫さん）

【調査方法】ヒアリング・視察（トランスクリプションあり）

【調査日】2024年8月20日（火）

SIRU+アプリの連携先であるスーパーマルイは、毎月19日の食育キャンペーン¹⁴や、料理教室、教育機関等でのイベントを通して食育施策に積極的に取り組んでいるスーパーだ。こうした取り組みにより、農林水産省の「第五回食育活動表彰」の事業者部門において消費・安全局長賞を受賞している¹⁵。今回は、ノースランド店の赤澤店長から、スーパーマルイの特色や、地域における役割について、食育事業について、イベント運営の工夫について、お話を伺うことが出来た。なお、実際に買い物に来ているお客さんへのインタビュー調査は、先方の都合上行うことができなかった。

・津山市議会議員 三浦ひらく 氏

【調査方法】インタビュー

【調査日】2024年8月20日（火）

スマートシティ構想などについて、議員としてどのように課題感を持っているのかについてお話を伺った。特に、津山市のデジタル施策の中核であるつやまポータルや、広報全般について、1日目に感じたことを踏まえながら、インタビューをさせて頂いた。

・市民アンケート

【調査方法】津山駅北口広場におけるヒアリング

【調査日】2024年8月20日（火）

SIRU+が簡単で手軽であるとしても、それが直接的に市民がアプリを使いたいと思うことには繋がらないのではないかと考え、SIRU+を知っている方や、使用したいと考える方について

¹⁴ スーパーマルイ「食育について」 <https://www.maruilife.co.jp/contents/about/13> （最終閲覧：2024/1/20）

¹⁵ スーパーマルイ「農林水産省『第5回食育活動表彰』事業者部門にて消費・安全局長賞受賞」（2021）
<https://www.maruilife.co.jp/news/detail/41> （最終閲覧：2024/1/20）

て、市民の意見を聞くこととした。表2は我々が集計したアンケート結果を示したものである。調査内容は、①食習慣に気をつけているか②SIRU+を知っているか③（SIRU+の魅力を簡単に説明した後）使いたいと思うかの三点である。結果、料理の頻度や、農家の自給自足、さらに医療機関を通じた栄養指導など、他に考慮すべき諸々の要素があることが分かった。

質問項目	回答	人数	理由（該当者のコメント）
① 食習慣に気をつけているか	はい	5人	
	いいえ	1人	手間だから、一緒に住む人に任せるので何をやっていいかわからない
② SIRU+ ご存じか	いいえ	6人	
③（説明した後）使いたいと思うか	いいえ	6人	
			理由
	面倒くさい	1人	60代男性
	時間がない	1人	30代男性
	医療機関の検査で十分	1人	60代女性
	自分で作った野菜等は反映されない	1人	50代男性
	外食をよくするので実効的でない	1人	30代男性
	一緒に住んでいる家族が作る	1人	20代男性

表2：津山駅北口広場アンケート結果

4.2. ヒアリング調査結果

今回の調査は、SIRU+という食事管理アプリの実態を、全体的かつ多面的、批判的に理解し、最終的な達成すべき目標、すなわち食育による健康増進に向けて、適切な解決策、状況を改善するための政策を導くことを目的とする。上記の調査先で、特に有意義な発見となった点を3つ挙げたい。

①食事管理アプリSIRU+の導入目的と行政職員の視点

これまでの調査を通じて、我々は、SIRU+の導入目的は、健康意識の底上げ、ビックデータ分析・活用の二点に収斂されると考える。

第一に、健康意識の底上げである。SIRU+の最大の特徴は、前述したように、スーパーのポイントカードを登録するだけで、買った物の栄養バランスが可視化され、おすすめの食材が提案される仕組みである。買い物や献立を考える際にだけアプリを開けば、蓄積された栄養データからおすすめ食材を提案してくれ、ミッションを達成するうちに栄養バランスがだんだんと取れてくる。何気ない生活に「健康」という指標が加わることで、健康意識の底上げが達成されるのである。

第二に、デジタル化の最大の利点であり、より重要なのが、客観的データの蓄積と、それに基づく政策の展開である。具体的には、市民個人、特にメタボ体質の特定健康診査対象の市民に対して、個別適応化した具体的な食事・栄養指導が可能である。また、全体的な視点では、健康政策に活用できる。

一方、市役所職員は、栄養情報の収集と、ビックデータ活用の利点を強く認識しているわけではないことが分かった。健康増進課の森上さんは、SIRU+の利点は、データ収集よりも市民の健康意識の底上げになればいいなあという思いが強い、というようにSIRU+の利点について述べている。

このように、市民の栄養状況のデータ収集機能にそれほど可能性を感じていないように思われるが、その要因は何だろうか。我々は、ヒアリング調査から、主に2つの理由があると考えた。

第一に、食事指導にあたり、特に情報収集の対象となるべき人々、つまり食事指導の対象者が、SIRU+の利用者ではないことが挙げられる。

主に、食事指導の対象となるのは、特定健康診断（以下、特定健診）・特定健康指導の対象者だ。特定健診・特定保健指導とは、メタボリックシンドロームに着目した「健診」によって生活習慣病のリスクを早期に発見し、その内容を踏まえて運動習慣や食生活、喫煙といった生活習慣を見直すための「特定保健指導」を行うことで内臓脂肪を減少させ、生活習慣病の予防・改善につなげるものである¹⁶。しかしながら、津山市における特定健診の受診率は岡山県の平均よりも低い結果となっており、健診対象者にも関わらず、健康に向き合わない、もしくは向き合うことを途中でやめる人が多いと分かる¹⁷。

さらに、ビックデータ分析・活用に関する新たな課題があるようであった。以下は、デジタル推進課、健康増進課の職員さんへのヒアリングのトランスクリプションである。

(質問者X 回答者Y)

X：情報連携基盤で集めたデータを実際に活用できるようになるまでって、大体何年くらいを想定しているんですか。

Y：何年ってことはないですけど、そろそろ今丁度半年たったので、分析してみたいなどは思っているけれども、何の項目を、どう見える化するとか、単純に、何歳が何人とかは、もうある程度出せるようになっているけれどもまず、右からどう見ていこうかなという感じ。分析をしていきたいけれども、データ分析って、この学校で習っている人たちの私がなんかね。自分の仮説を立てて、仮説が正しいかどうかを検証するっているのがデータ分析。仮説を立てるところが必要。仮説を立てるってことは、ある程度の基礎資料が必要。でも、その基礎資料すらない状況。食事が何とかがってデータで、結果は分かる。ただ、それが原因が食事なのか、運動なのか分からないし、それは個人個人でそれぞれなんだけど、傾向があるのか分からない。

(8月19日に行った健康増進課の職員へのヒアリングのトランスクリプションより)

ここから、データ分析の課題として、前提となる基礎資料や仮説構築が不足している点が挙げられる。これでは、単純な集計結果は出せるものの、原因や傾向を特定するのが難しい。例えば、食事のデータから結果は得られても、それが食事によるものか、運動や他の要因による

¹⁶内閣府大臣官房政府広報室「政府広報オンライン 生活習慣病の予防と早期発見のために」(2024) <https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201402/1.html#secondSection> (最終閲覧:2025/1/26)

¹⁷津山市における特定保健指導の実施率(終了率)は、31,45%(全国平均:26.5%、岡山県平均:33,3%)となっている。

(津山市の実施率の出典:津山市「津山市国民健康保険 第3期データヘルス計画及び第4期特定健康診査等実施計画」(2024)p.82

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/10772/202403251637190774658.pdf>最終閲覧:2025/1/26)

全国平均・岡山県平均の出典:厚生労働省「特定健康診査・特定保健指導に関するデータ」(2022) <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2Fwww.mhlw.go.jp%2Fcontent%2F12400000%2F001250947.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK> (最終閲覧:2025/1/26)

ものか判断できず、個人差が大きい中で、全体の傾向を把握するのも困難である。こうした課題を解決するには、前提として、基礎資料の充実と、それに基づく仮説の明確化が不可欠であり、それに基づく検証が求められる。

②SIRU+のターゲット層と食育施策のターゲットとするべき層

我々は、SIRU+がアピールしやすい対象が、比較的健康意識が高い市民であると考えた。それは、ポイントカードを連携しているマルイスーパーの特色と金銭的インセンティブの不足の2つの観点から指摘できる。

第一に、マルイスーパーは、地元密着、品質重視、高価格帯という特徴がある。

地元密着、という点に関して、マルイスーパーがSIRU+の主な連携先となった経緯を、健康増進課の職員は次のように説明する。

(質問者X 回答者Y)

X：どこのスーパーと連携するかっているのは、SIRU+のアプリ側が決めているって感じなんですか。

Y1：うち（津山市）は、国への補助金のために、市内にある店舗数が沢山あるスーパーを選んだ。本当に大手さんになると、個別にはなかなか難しい。マルイさんには、もちろん内々に話をしたけれど、公募はした。手を挙げられてきたのはマルイさん。

Y2：いろいろ他のスーパーとは取り組みや考え方が違う。いろいろ受賞されていたり。社会貢献として、市民の健康を守る地元企業としての責任というか。

(8月19日に行った健康増進課の職員へのヒアリングのトランスクリプションより)

なお、事後調査により、津山市における主要スーパー（マルイ、エスマート、ラ・ムー、イオン、天満屋）の店舗数を比較したところ、以下の表3の結果となった。

スーパー名	マルイ	ラ・ムー	イオン	天満屋	エスマート
店舗数	7店舗	1店舗	1店舗	1店舗	1店舗

表3：津山市における主要スーパー店舗数

出典) 全国スーパーマーケット・ディスカウントショップマップ「岡山県津山市内の食品スーパー 店舗一覧」<https://supermarket.geomedian.com/area/tsuyama-city/supermarket/> (最終閲覧：2024/1/26)

さらに、スーパーマルイノースランド店の赤澤店長は、マルイスーパーの特徴、顧客層とSIRU+との繋がりについて、次のように述べている。

○やっぱりそれぞれの店舗で、地域の人口構成とかが関係するけど、誰ももがやっぱり健康・食っていうところに興味があるっていうのは統一されていてですね、特にマルイっていうところは、こんなことあまり言われないけど、品質を重視していて、ちょっと高い。うちの方がそういう風な方針でやってるんで、お客さんが、お腹すいた、それでもカップ麺でいいやっていう人じゃなくて、やっぱりちゃんとした野菜、お魚、お肉、ちゃんとしたものを食べ

たいお客さんがやっぱり来てるなっていうのが地盤の中にあるんで、それが食育にも繋がるんですけど。

〇うちは、昔から食育事業、イベントをやっているんで**健康に対する意識が高いお客さんがたくさんいらっしゃる**。それが、SIRU+に繋がれば、当然ニーズは元々あるわけだから、自分が今買い物しているものが果たして栄養バランスがいいのか、可視化できる。さらに、クリアすればポイントももらえる。ポイントが貯まればそれを交換して買い物で使えるという素晴らしい仕組みを作っていたらいい。

(8月20日に行ったスーパーマルイノースランド店における赤澤店長へのヒアリングのトランスクリプション資料より)

このように、マルイスーパーは、津山市における店舗数の多さから、地元根付いたスーパーと言うことができ、また市民の健康を守るという社会的責任に基づいて食育事業を積極的に行っている企業として選出された地元密着のスーパーであると分かる。さらに、品質を重視する人を顧客基盤としていることが分かった。

加えて、第二の理由として金銭的インセンティブの不足が挙げられるだろう。また、その背景には、行政として、健康施策の普及のために、金銭的利益を前面に利用することの難しさがあると分かった。津山市在住でSIRU+を頻繁に利用している栄養士で健康増進課の森上さんに、ポイントについてお聞きしたところ次のように述べている。

(質問者X 回答者Y)

X: ポイントって大体どれくらい貯まるんでしょうか。

Y1: そんなに。

Y2: 私、2月からマメに使い始めて。一万ポイントはどこかに交換したんよ。一生懸命使っている人が、うちの中で私。(中略) 3万ポイントが300円。

X: アプリの存在を知った人に出来るだけ、インストールしたいなって思ってもらうためには、ポイントが高かったら、やりたいな、お得だなと思う人が結構いると思うんですが。

Y: アンケート見たら、良かったところは、ポイントが貯まること、という点が多かったけれども、(ポイントは)そんなに沢山じゃない。(中略) あんまり意識しなくても、おすすめされている食材を積極的に取ったら、バランス取れてくるんですよっていうのが伝わる方が市としてはうれしい。本当にポイントだけっていうとダメなんです。

現行のシステムでは、限定的な金銭的インセンティブしか得られず、ミッション達成をゲーム感覚で楽しむことができる程度にとどまる。また、ポイント市民の参加へのインセンティブを引き出すために、ポイントの付与のような金銭的な利潤を、前面に出すのは憚られるという、行政の意見を聞くことが出来た。

以上の2点から、SIRU+の利用者としてアプローチしやすいのは、もともと健康意識の高い層であると考えられる。

一方、我々は、焦点を当てるべき層が、青年期の20-40代の市民であると考えられる。なぜなら、青年期は、国保対象の特定健康診査を除いて、他の世代と比較して、市の健康サービスと関わる機会が少なく、「健康施策の空洞世代」となっているからである。(図5)

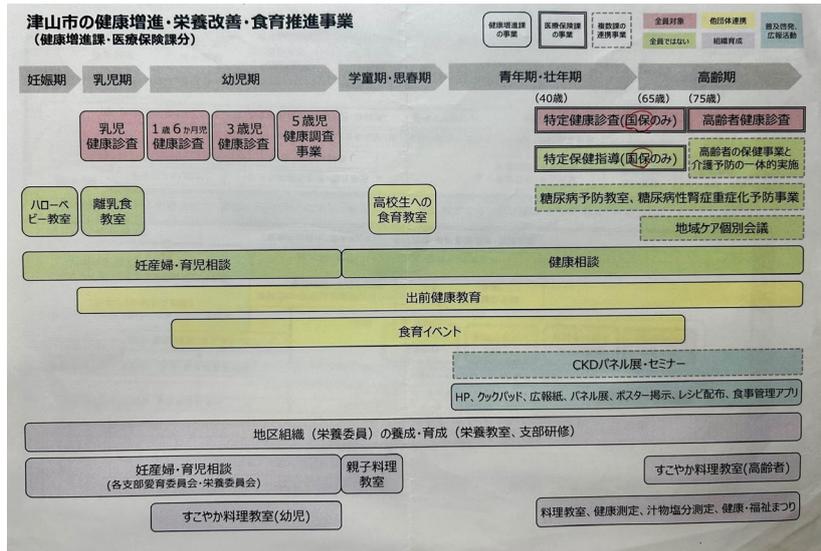


図5：津山市の健康増進・栄養改善・食育推進事業（ヒアリング配布資料より）

加えて、「健康施策の空洞世代」と、比較的食習慣が望ましくない年代層は一致しているといえる。令和4年度の津山市健康基礎調査実施報告書¹⁸（図6）によると、最も主食・主菜・副菜がそろった朝食の回数について、20代がもっとも回数が少なく、その次に30代、40代の順で少ない傾向が分かった。

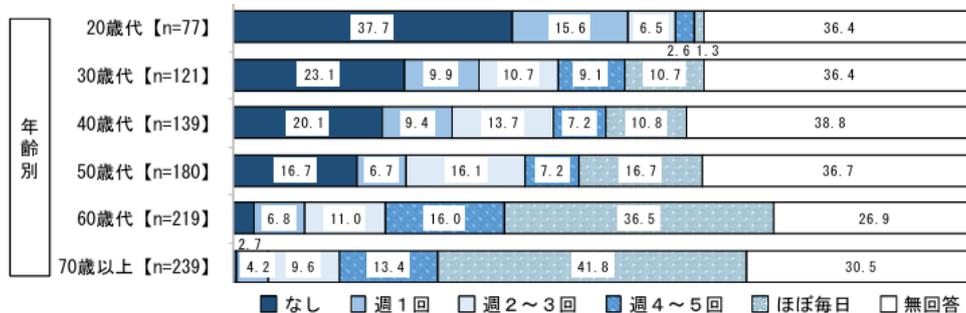


図6：1週間あたりの主食・主菜・副菜がそろった朝食の回数（年齢別）

出典) 津山市「津山市健康基礎調査実施報告書」（2023）<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/16254/202303311208510878045.pdf>（最終閲覧：2024/1/26）

したがって、行政サービスの手の届きにくく、かつ食習慣改善が必要な20-30代を対象にした政策が、生活習慣病予防、健康寿命の延伸に必要であると考えられる。

4.3. ヒアリング調査を踏まえた課題設定

以上のヒアリング調査を踏まえ、我々は、SIRU+が対象とする層の適合性に課題設定をした。我々は、健康寿命の延伸という目標を達成するために、デジタル技術の活用が、より効果的な政策に繋がるものと考え、特に津山市で実装されているSIRU+を対象に調査・分析を行っ

¹⁸ 津山市「津山市健康基礎調査実施報告書」（2023）p. 58 <https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/16254/202303311208510878045.pdf>（最終閲覧：2024/1/26）

た。結果、SIRU+がアプローチしやすい層と、本当に食習慣の改善が必要な層には隔たりがあると結論づけた。

これを踏まえ、20-40代の健康無関心層にアプローチするための今後の政策提言の方針として、以下の3つを挙げた。①アプリの内容を変革（例：ポイント連携の対象スーパーを拡大）②プロモーション方法の再考（青年層に届きやすい広報を模索）③アプリから離れ、アプローチすべき層を再度分析し、アナログの食育施策を検討

議論の結果、我々は、③食育施策の検討 に着手した。①②では、SIRU +が導入されてから、時間があまり経過しておらず、行政によるフィードバックの蓄積が少ないため、データに基づいた具体的な課題設定が難しい点が主な理由である。

5. 政策提言

5.1. 政策の方向性の再検討

3章でも述べた通り、比較的健康意識の低い層である20代～40代は健康福祉分野で行政の目が離れてしまっていることが課題である。そこで、特にそういった世代を中心に、市民の健康増進の底上げという、より先の目標を達成するために「食育」そのものに分野を絞り、改めて現状分析を行って政策提言の方向性を模索する。

まず、津山市における現行の食育事業について、いわゆる「産」「官」「学」で取り組まれていること、あるいは欠落していることは何か分析を図った。初めに「産」、つまり民間企業では、先ほどにも挙げたSIRU+の健康管理アプリやスーパーマルイ主催の高校生レシピコンテストといったものがあり、次に津山市は妊婦や乳幼児を対象に食育教室の開催や広報誌・HP・ポスターでの啓発活動が挙げられる。最後に教育機関においては、農業体験の実施や高校での食育教室などがある。しかしこれらのアクター、あるいは複数のアクターが連携して行われているものの中には、市民が継続的かつ直接的に栄養を摂取することのできる施策が欠如していた。それゆえ、我々は「市民への食事提供」を軸に内容を詰めていくことを決めた。

次に、市民の食事摂取の状況に着目した。図表17、8は、成人の津山市民へ朝食摂取の状況について取ったアンケート結果を示している。図7を見ると、比較的20～40代が毎日朝食を採っている人が少ないことが分かる。また、その内容についても、図4章で示した通り、そういった世代は、栄養バランスの整った朝食を採れていないのが現状である。つまり、朝食における食事環境の改善が必要であると考えられる。さらに、図8は、図7の質問で「毎日食べる」と回答した方以外を対象に、「朝食を食べるためにはどのようなことが必要か」について聞いたアンケート結果である。そこから、「朝早く起きられること」、「朝食を食べる習慣があること」を重要視していることが伺える。それゆえ、欠食者の多くは、時間的に余裕を持って朝食を食べられるよう生活リズムを整えたり、摂取できる環境を整えるなどしてその習慣化を図ることは必要だと認識しつつも、それができていないと自覚していると考察できる。もっとも、比較的欠食率の高い20～40代の多くは働き手であると考えられる。総務省統計局が2014年に公表した統計によると、津山市の企業全体のうち20人以下の事業体は91.6%を占める¹⁹。それゆえ、市内における働き手の大多数は中小企業勤めであり、そういった事業所内では、単独で充実した健康増進の施策を打つのは難しいと考えられる。そのため、津山市が様々なアクターと協働して、事業を進めていくことに意義は十分にあるはずだ。

¹⁹ 総務省統計局「平成26年経済センサス-基礎調査結果」（2014） https://www.stat.go.jp/gsearch/result.html?q=%E7%94%A3%E6%A5%AD%E5%B0%8F%E5%88%86%E9%A1%9E%E5%8F%8A%E3%81%B3%E5%BE%93%E6%A5%AD%E8%80%85%E8%A6%8F%E6%A8%A1%E3%80%80%E5%B9%B3%E6%88%9026%E5%B9%B4%E5%BA%A6&sa.x=0&sa.y=0&cx=016486846640492889152%3Agpmt0gg8joc&ie=Shift_JIS&oe=utf-8&cof=FORID%3A9（最終閲覧：2024/1/20）

これらの事実関係から政策の方向性について整理すると、我々が提言する政策における、ターゲット層は中小企業勤めの20～40代の社会人である。そして、彼らの朝食摂取の習慣化を促進するとともに、健康増進と生活リズムの改善を図るべく、直接的に「朝食提供」を行うことを目標とする。

そこで我々は、朝食提供という政策のベースを、津山市の現状を把握し、市民のニーズにできるだけ寄り添った形に具体化していくために、以下の二つの事例を参考にした。

一つ目は、津山市を中心に展開するスーパーマルイの「新マルイネットスーパー」²⁰というオンライン販売のサービスである。このサービスでは、生鮮食品や惣菜、冷凍食品などを、消費者に対して、月額配送料550円で配送する。即日配送が可能であり、消費者は、ネットで欲しい商品を10時までに注文すれば、マルイは当日の夕方17時までに、各家庭に設置する鍵付き保管庫へ配送するという形態をとっている。我々はスーパーマルイへの現地調査を通じて、このサービスは一定の需要と収益性があると知ることができた。さらに、地域に根ざし、経済的にも比較的安価であるといった点で大きな可能性があると考えた。

二つ目に、「株式会社オフィスおかん」が全国的に提供している「置き型社食」²¹というサービスだ。全国において、健康意識の向上や福利厚生の実質化といった背景から、企業における食事提供サービスに対する需要は高まっており、その中で民間企業の取り組みに目を向けた。このサービスは、主に中小規模の事業体の従業員をターゲットとしている。まずオフィスおかんが各事業所内に栄養士監修の惣菜入りの冷蔵庫を設置し、その後に従業員は事業所内でいつでも気軽に栄養バランスの整った食事をとることができるという仕組みである。しかし、オフィスおかんの「置き型社食」は、導入が容易で利便性に優れている一方で、従業員一人一人の経済的負担が大きいという課題もあることが明らかとなった。

以上二つの事例について整理すると、「新マルイネットスーパー」は地元密着で金銭的にも導入しやすい一方で、消費者対象であるため商品を都度注文するのが手間であり、配送が夕食を念頭におかれているという側面を持つ。一方で、「置き型社食」は中小企業でも導入が容易な反面、金銭的負担が大きいという欠点がある。そこで、我々はこれら二つの好事例の良い側面を融合した政策を提言したいと考える。

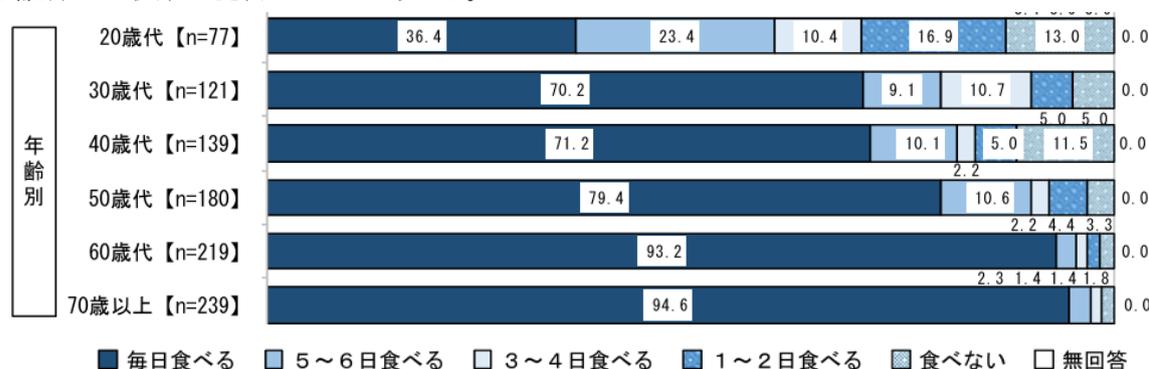


図7：津山市民の一週間あたりの朝食摂取回数（年齢別）

出典）図表9に同じ p. 45（最終閲覧：2024/1/20）

²⁰スーパーマーケットマルイ「マルイネットスーパー宅配便」<https://marui.netmarket.jp/go/005/?reqkbn=0&url=https://marui.netmarket.jp/go/>（最終閲覧：2024/1/20）

²¹オフィスおかん「オフィスおかん説明資料」https://docs.okan.jp/officeokan-introduction-simple.pdf?utm_source=yahoo&utm_medium=cpc&utm_campaign=syainsyokudou&mediacd=yahoo&promcd=syainsyokudou&yclid=YSS.1001313700.EA1aIQobChMIhLXE27PniQMVHVwPAh1xRac7EAAAYiAAEgLTG_D_BwE&tel=08088239797&email=a23.tsfd%40g.chuo-u.ac.jp（最終閲覧：2024/1/20）

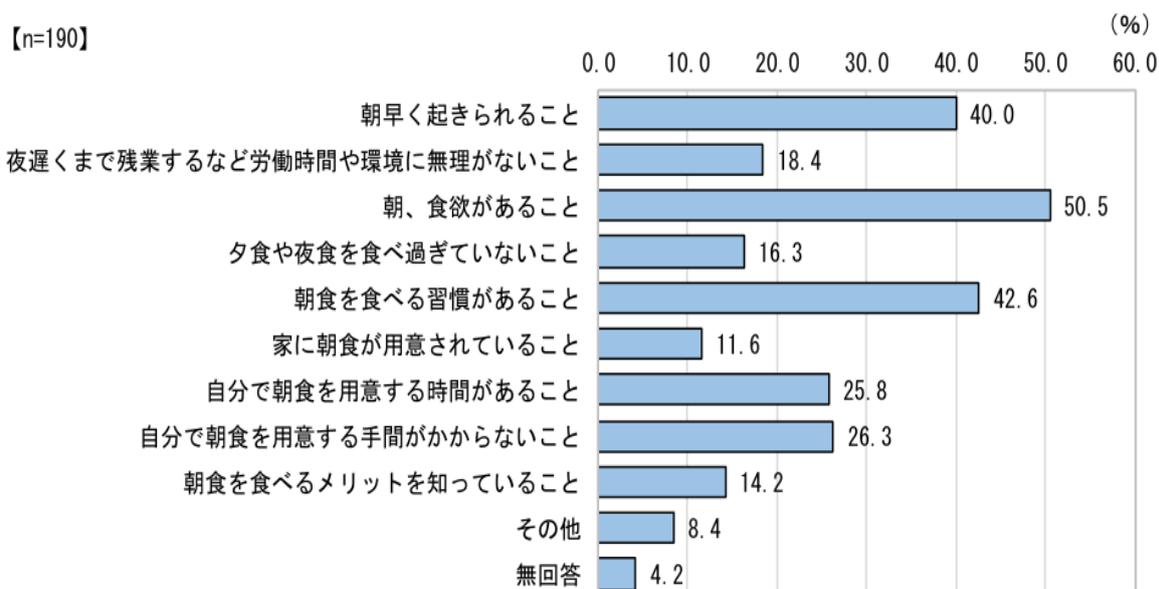


図8：朝食欠食者が考える、朝食を食べるために必要なこと
出典) 図表9に同じ p. 47 (最終閲覧：2024/1/20)

5.2. 最終的な提言内容

我々は以上の研究を踏まえて、「朝食配送キャンペーン」という政策を提案する。このキャンペーンは、津山市内における企業を相手に朝食を提供する。

まず、政策の概要について述べる。主なアクターは、津山市・スーパーマーケットマルイ・津山市内の企業の3つである。まず、津山市とマルイが協力関係を結ぶ。その後、津山市がこれに申請して頂ける企業を募集し、企業が朝食セットを注文する。その際、津山市が各企業に、朝食セットの料金に対して補助金を支給し、金銭的負担の軽減を試みる。その後、マルイが商品を提供するという流れである。配送スケジュールは、毎週平日の月水金で、就業前の朝8時までとする。実際に企業に召し上がって頂くのは平日5日間だが、配送の負担等を考慮し、週3日の配送を考える。発送先は、企業敷地内に設置する、朝食保管用の「鍵付きロッカー」を想定しています。これは、スーパーマルイの既存のサービスを活用している。そして最後に、一定の要件を満たした企業に対して「つやま朝食パートナー」を認証する。要件は、継続して朝食摂取の啓発を行うことや、従業員の欠食率の改善が見られることなどを想定している。

企業の注文までの流れについて詳細は以下の通りだ。はじめに、2つのコースからの選択である。我々は「お手軽コース」と「しっかりコース」という、内容と値段の異なる2つのコースを用意する。これにより、電子レンジやケトルのない事業所でもキャンペーンに参加することができ、参入障壁を減らすよう工夫した。次に、コース選択後は、希望する従業員数分をネットで注文し、翌月1日より配送開始とする。その際、一食あたり100円と企業への配送料を津山市に負担して頂くことを想定している。そうすることで、市民の朝食摂取へのインセンティブが向上すると考えられる。したがって、最終的な企業の1か月あたりの負担額は、一食200円または300円×20日×従業員数となる。

この「朝食配送キャンペーン」を通じて、各アクターにそれぞれ健康に関するメリットがある。まず朝食を提供するマルイは、津山市の健康事業に寄与している点で更なる「イメージの向上」が見込まれる。また、朝食事業を通じて「顧客層拡大」にもつながると考えられる。さ

らに、津山市は、市民の朝食摂取率増加による「津山市民の健康増進」、ひいてはその効果として生活習慣病の予防による「医療費削減」が可能である。最後に、企業のメリットについては、朝食提供を通じて「従業員の福利厚生」を図れること、さらに津山市からの「つやま朝食パートナー」の認証を通じて、企業の「イメージアップ」も見込まれると考えられる。

確かに、こうした企業による参加と津山朝食パートナー認証のハードルの高さはあるように思われる。しかし、逆にこうした認証制度の価値と普遍性を高めることで、「福利厚生が充実した町、津山」「朝食を食べる町、津山」というイメージの形成が達成できると考える。

以上をまとめると、我々が掲げる「朝食配送キャンペーン」を通じて、主なターゲット層である20～40代の市民の朝食摂取率の増加、そして彼らの生活リズムの正常化を見込むことができる。それが結果として、市民の生活習慣病の予防へ、ひいては津山市の「医療費削減」が期待できると考える。

6. まとめ 及び 期末成果報告会の講評を踏まえた今後の課題

我々工藤ゼミは、当初のテーマとは多少変化が生じたものの、市民の健康増進の底上げをテーマに「朝食配送キャンペーン」という内容で政策提言を行った。20～40代の津山市民は、行政の健康福祉サービスから離れてしまっており、さらにその多くは中小企業に在勤であることに考慮して、そのアプローチ方法を模索することができた。

期末成果報告会におけるプレゼンやそれに対する講評を通じて、我々は多くの学びを得ることができた。具体的には、サマースクールを通じて自治体へ政策提言をする際に、「なぜそのテーマであるのか」「実現可能性はあるか」等の観点に留意すべきだと知った。まずテーマ選定については、各ゼミの興味関心だけでなく、津山市全体に与える影響力にも考慮してトピックを決める必要があると分かった。また、実現可能性については、津山市に溢れる地域資源や既存サービスを最大限生かして政策につなげることが実現性を帯びることになるし、それが結果的に地域活性化に結び付くのではと考えた。

さらに、講評で谷口圭三市長より「工藤ゼミの政策は、ターゲット層である20～40代の市民だけでなく、市民全体の健康増進につながるのか」というご指摘をいただいた。確かに、私たちの政策は市民全体ではなく、一部の層に焦点を当てたものであった。そのため、津山市が掲げる「市民全体の健康状態の底上げ」というビジョンを達成するには、まだ不十分であると実感した。今後はこれらの知見をもとに、ゼミ内での研究に励んでいきたいと思う。

津山市における 父親の育児参加推進の街づくり

FLP 地域・公共マネジメントプログラム

鳴子ゼミ A・B生

齊藤綺己 村上はるか

目次

- 1章 はじめに
- 2章 津山市の現状・課題
 - 2-1 津山市の現状
 - 2-2 津山市の課題
 - 2-3 テーマ設定
 - 2-4 2章まとめ
- 3章 調査結果
 - 3-1 仮説
 - 3-2 ヒアリング結果
 - 3-3 ヒアリングまとめ
 - 3-4 3章まとめ
- 4章 調査結果の考察
 - 4-1 ヒアリングの考察
 - 4-2 課題
 - 4-3 4章まとめ
- 5章 政策提言
 - 5-1 短期策提案の背景
 - 5-2 短期策 ガイドブック設置場所
 - 5-3 短期策 家事育児分担表の作成長期策
 - 5-4 長期策提案の背景
 - 5-5 男性育児サポートグループの結成
 - 5-6 5章まとめ
- 6章 総括
- 参考文献

1章 はじめに

今回、鳴子ゼミは2024年度サマースクールにて、津山市の育児支援をテーマに活動を行った。現代の日本は少子高齢化が進行し、子どもの数が減少している。もちろん少子化への対策を行っている自治体は多く存在するが、金銭的な負担や仕事との両立が難しいことから、出産率はあまり増えていない。子どもの数が増えなければ、日本の経済は衰退し社会保障費などの維持が難しくなる。これは今後の日本にとって重要なテーマであり、将来を生きる私たちにとっても考えるべきテーマである。そこで、子どもの数を増やすことに貢献できるであろう子育て支援に関するテーマについて研究することにした。

子育ては家庭内での負担が大きく、それによって子どもを出産する人も減少している。そのため、子育て支援により取り組む必要があると考えられる。特に津山市でのヒアリングでは男性や働く人への子育て参加の働きかけが不十分であるように感じた。そこで父親に対する子育てへの働きかけを行い、津山市での子育て環境がより向上させるべきだと考える。ここでは、働く父親への子育て参加の政策提言について示したい。

2章では津山市の現状を捉え、課題について検討する。3章ではサマースクールでのヒアリング結果を示す。4章ではヒアリングを踏まえた課題について検討する。5章では課題に対する政策提言を行う。6章では全体のまとめを示す。

2章 津山市の現状・課題

ここで津山市について調査した結果を示す。津山市の特徴と現状、課題について検討したいと思う。

2-1 津山市の現状

今回、サマースクールで実施した津山市は岡山県の北部に位置し、約10万人が生活している。また、津山市の中心部には津山城が存在し、その周辺には城下町のような街並みが残っている。

まず、津山市の人口について注目する。「津山市第五次総合計画」によれば、昭和55年以降増加傾向にあったが、平成7年から減少している（図表1）。また、0歳から14歳を指す年少人口は年々減少傾向にある一方で、65歳以上を指す老年人口は増加している（図表2）。津山市では、出生率低下、少子高齢化が進行し、将来生産年齢人口も減少することが予想されている。よって少子高齢化が津山市に大きな影響を与えることが分かる。

そこで津山市では2年に1度「津山市子育て支援ガイドブック」を制作し、紙媒体、電子媒体どちらでも配布している。ガイドブックには、「子育てカレンダー」や医療機関、保育施設、市民サークルなどが掲載され、一冊で情報がほとんど取得できるようになっている。

次に津山市の男女間の差について注目する。「令和3年津山市男女共同参画市民アンケート調査結果報告書」によれば、「男性は外で働き、女性は家庭を守るべきだ」という質問項目に対し、「そう思わない」と回答する人が平成23年度で45.9%となっているが、令和3年度で63.7%となっている。また、「どちらかというと思わない」と回答する人が平成23年度で21.2%となっているが令和3年度で25.3%となっている（図表3）。以前より男女間の役割の意識が変化していると言える。

一方で家庭内での男女間の役割についてのアンケートでは、「生活費を得る」の項目は「主として夫」や「夫婦同じ程度」であるとの回答が多いが、「掃除をする」、「洗濯する」、「子どもの世話をする」などの項目は、「主として妻」との回答が目立つ（図表4）。これらの点で、夫婦で労働する家庭が多いと言えるが、家事育児は妻が多く行っていることが分かる。そのため、意識と実際の状態でギャップがあるように感じられる。

次に、男性の育児休暇取得率について注目したい。津山市の育児休暇取得率は30.1%と

なっている。一方で、岡山県内の自治体である岡山市では 56.7%となっており、津山市の方が低い状態になっている（図表 5）。

図表 1 人口の推移

◆人口の推移 (単位：人、%)

	年次	人口	増減数	増減率
実績	平成2年	112,386	—	—
	平成7年	113,617	1,231	1.1
	平成12年	111,499	△ 2,118	△ 1.9
	平成17年	110,569	△ 930	△ 0.8
	平成22年	106,788	△ 3,781	△ 3.4
推計	平成27年	102,689	△ 4,099	△ 3.8
	平成32年	98,852	△ 3,837	△ 3.7
	平成37年	95,000	△ 3,852	△ 3.9

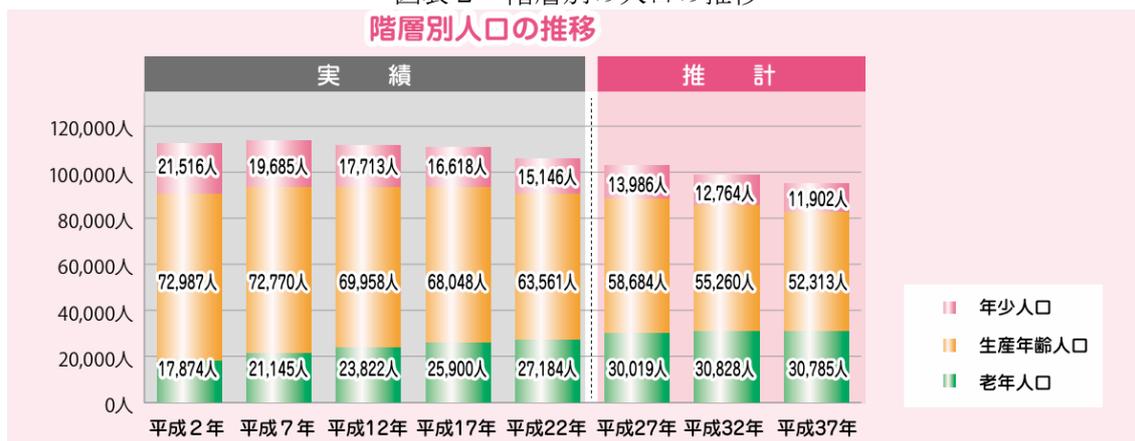
(資料：国勢調査)

出所：津山市第五次総合計画 津山開花宣言（平成 28 年度 4 月発行）

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/3109/201604141516230424687.pdf>

図表 2 階層別の人口の推移

階層別人口の推移



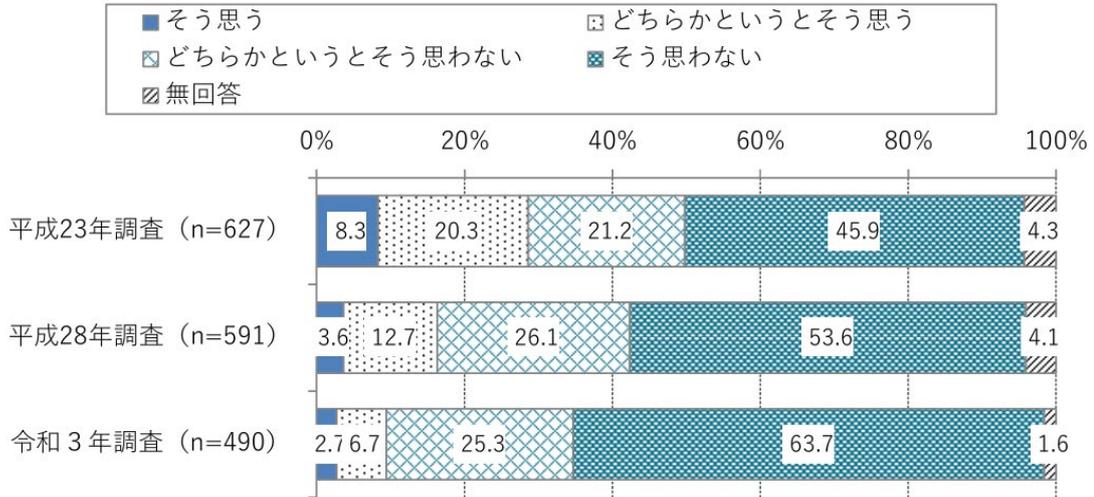
(資料：国勢調査)

※年少人口：0～14歳 生産年齢人口：15～64歳 老年人口：65歳以上

出所：津山市第五次総合計画 津山開花宣言（平成 28 年度 4 月発行）

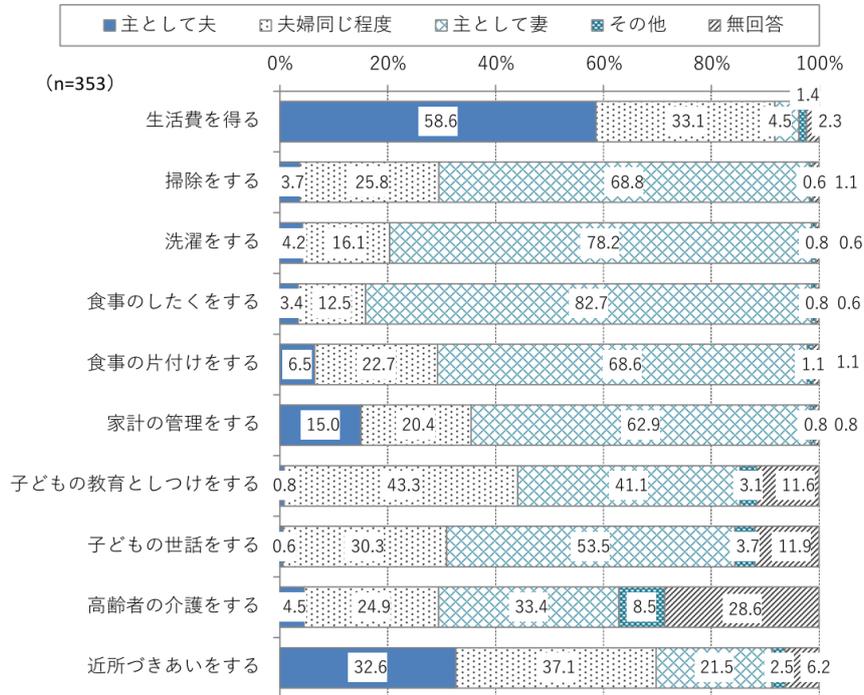
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/3109/201604141516230424687.pdf>

図表3 経年比較「男性は外で働き、女性は家庭を守るべきだ」



出所：令和3年津山市男女共同参画市民アンケート調査結果報告書
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/1281/202202261453060421738.pdf>

図表4 「既婚（事実婚を含む）」と回答した方を対象とした設問『あなたの家庭では(1)～(10)の仕事は夫婦のうち、どなたが主に担当されていますか?』



出所：令和3年津山市男女共同参画市民アンケート調査結果報告書
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/1281/202202261453060421738.pdf>

図表5 育児休暇取得率

育児休暇取得率



上から 75.2%、61.8%、60.5%、58.8%、56.7%、30.1%
出所：男女共同参画推進状況報告書 集計結果報告書（令和5年）と
地域情報サイト「まいふれ」（令和5年）を基に鳴子ゼミ作成

2-2 津山市の課題

津山市では少子高齢化や生産年齢人口が減少していることが分かった。より出産や育児支援を行わなければならない。厚生労働省によれば「15～64歳人口の大幅な減少は、経済活動における供給（生産＝働き手）と需要（消費＝モノ・サービスの買い手）のギャップを招き、個々の企業にとっても人手不足など既に大きな課題となる」と示しており、津山市でも地域の働き手不足を解消する必要があると考えられる。そのため、津山市での子育て支援をより拡充することで、子どもを持つ家庭により良い暮らしを提供することが求められる。

また、男女間の役割についても意識と実情でギャップが生じていることが分かった。現在は共働き世帯が増加し、夫婦ともに正規雇用者として働いている。その中で、家事育児が妻の役割となっている状態を解消しなければ、子育てへの負担感が増し、子どもを持つこと自体をためらう家庭が増えることも予想される。

2-3 テーマ設定

現在、少子高齢化が進行している津山市では、より子育て支援を拡充させる必要があると考える。特に、妻の負担が大きくなっている現状から、夫への働きかけを強化させるべきである。そこで「津山市における父親の育児参画推進の街づくり」というテーマを設定した。父親が子育てに参加しやすいような提案を行いたいと思う。

2-4 2章まとめ

津山市では少子化が起こっていること、夫婦間の家庭内の役割に差があると分かった。両親への働きかけは行われており、ガイドブックなどを活用し、支援が行われている。しかし、アンケート結果によると、男女間の役割に差があり、家庭内の役割の再配分が必要であると考えられる。そこで父親に対して市からの働きかけを行うべきだと考える。

3章 調査結果

2章で示した結果から仮説をたて、ヒアリングを行った。その結果を示す。

3-1 仮説

2章で示した調査結果から、父親が子育てに参加しやすい働きかけをすべきであると考えた。そこで2つほど仮説を立てた。

まず、地域コミュニティを活用し、負担を分担させれば育児がしやすいのではないかと考える。ここでは子育ての負担感に注目した。家庭内だけで子育てを完結させることは負担が重くなるため、例えば、地域子育て支援センターを父親の相談所として活用し、男性サポートグループなどの父親ネットワークを結成することができると思う。

次に、家事育児分担表を作成するというものだ。ここでは男女間の役割の差に注目した。アンケート結果にも示されていたように、夫婦間の役割に差がある。この差は、夫婦間の情報格差によるものだと考え、何をすべきか父親に意識させることができるのではないかと考えた。

3-2 ヒアリング結果

こども保育課、津山子育て支援センター、津山西幼稚園

- ・ 休日は両親ともに訪問する
- ・ 津山西幼稚園については公民館が併設されているため、地域のつながりを作ることができる⇒園と地域で老人クラブとの関わり合いを最近始めた（芋ほり体験）
- ・ 紙媒体、アプリ（母子モ）を利用してイベントや必要な情報が全員に届くように工夫
- ・ 職場の理解があまりなく、男性の育休が取りにくい⇒男性が子育てに参加しづらい
- ・ 市や支援センターでのイベントは夫婦で参加するように働きかけている

こちらへは津山市の子育て環境について伺うためヒアリングを行った。

子育て支援センターは、母親の訪問が多いが、休日には両親、父親のみで来訪することもあるそうだ。子育て支援センターの利用は、家にはないおもちゃなどが置いてあり、子どもたちが楽しめる環境にあるからだと言った。

津山西幼稚園には公民館が併設されており、高齢者とのかかわりも増えているようだ。地域づくりの拠点として活用されている側面もある。しかし、西幼稚園以外の場所では地域交流があまり進んでいない。そのため、今後地域交流を増やすような取り組みを行うと伺った。

子育て支援は「津山市子育て支援ガイドブック」だけでなく、アプリなどを利用してイベント情報を周知しているそうだ。子育てカレンダーを掲載し、どのような子育てサポートを行っているのか一目でわかるよう工夫がなされていた。また、イベントに関しては夫婦で参加するように呼びかけをしている一方で、父親のみに対して参加を呼び掛けることは難しいと言った。さらに、男性が育児に参加しづらいのは職場の理解があまりなく、育児休暇が取得しづらいからなのではないかともおっしゃっていた。

株式会社おもちゃ王国

- ・ 利用者…平日は母親メイン、休日は家族
- ・ 帰省中や旅行中に利用している方もいる
- ・ 大人と一緒に遊べるおもちゃがある
- ・ 様々なおもちゃがあるため利用してくれているのでは⇒おもしろいおもちゃがあれば、購買意欲にもつながる
- ・ 月1回保育士資格を持つ方との相談会「ブレイクタイム」がある
- ・ 課題としては利用者が休日に増加し、せっかく来てくれた方が利用できない状態であること
- ・ コロナ禍で中断していた月1回のイベントを復活させたい

こちらへは津山市の子育て環境の一つの例であり、どのように運営を行っているか伺う

ためヒアリングを行った。

株式会社おもちゃ王国は、アルネ・津山の3階にある有料で遊べる屋内施設である。平日は母親とともに、休日には家族で利用する方が多いそうだ。多くの人が集まるため、その場限りのつながりができると伺った。また、月1回に行われていたイベントで相談会なども開かれ、遊びと相談が同時にできる場所であった。

NPO 法人 みる・あそぶ・そだつ

- ・子供も含めて1人の人間として権利を与え、意見箱などを利用しキャンプやお楽しみ会を運営している
- ・幼稚園生から老人といった幅広い年代の会員がいるため、鑑賞会の運営やお楽しみ会などを通じて他校や異年齢との交流が起きている
- ・子供たちを含めた会員の意見を取り入れているためNPO法人の職員の方で考えているイベントなどはないが、コロナ禍でできなくなったイベントなどを再開できると良いと考えている

こちらへは運営方法が地域交流の参考になるためヒアリングを行った。

NPO法人みる・あそぶ・そだつでは子どもの舞台芸術鑑賞に関する事業を行っており、大人も子どもも平等な関係性で、イベント運営を行っている。それによって、子どもの自立をはかり、親の居場所づくりとしての機能も果たしている。一方で、平和な家庭がイベントに参加することが多く、支援を本当に必要としている人にはサポートが届いていないという課題も伺った。さらに、共働き世帯はイベントに参加しづらいのではないかとということも分かった。

仕事・移住支援室

- ・仕事・移住支援室の担う役割は新しく移住してくる人々が満足できるような住まいや暮らしを提供すること
- ・行政機関が空き家の所有者と不動産業者とのマッチングを行うメリットは信頼でき、情報発信力を生かせる点
- ・地元の大学生が行う空き家事業は、市の助成金により三世代交流を行う拠点として活用されている

こちらでは空き家を福祉施設に利用できるのではないかと考えヒアリングを行った。

市の助成金によって交流施設を設置している。そのため、福祉施設として活用できる可能性もあったが、管理をどのように行うのかなど問題点があるため、難しいと伺った。

3-3 ヒアリングまとめ

ヒアリングの結果、子育て家庭専用のガイドブックや子どもの遊び場の充実度から子育て支援は行き届いているように感じられる。しかし、父親や共働き世帯への働きかけをより行える余地があるように思う。

3-4 3章まとめ

子育てへの関心が高く、様々な部門で働きかけが行われていることが分かった。さらに、父親や働く人へ子育てが参加しやすくなるような取り組みを行えるのではないかと考えた。

4章 調査結果の考察

2章でのデータ、3章での調査結果に対する新たな考察を示したいと思う。それに伴い

みえた課題についても示す。

4-1 ヒアリングの考察

以上のデータやヒアリング結果を踏まえ、新たに二つの考察を立てた。

一つ目は、働く男性でも育児に参加しやすいような取り組みが必要だということだ。共働き世帯が増えている中で、母親がほとんど家事や育児を行い、家庭内において父親と母親の負担が異なっている。この問題は、父親が家事や育児の内容やそれに伴う負担を理解していないため、生じるのではないかと考える。

二つ目は、津山市のみならず、岡山県内でも同じ傾向がみられるということだ。県全体として、男性の家事や育児に対する意識改革が進んでいないため、自分も家族の一員として家事や育児を行うという当事者としての意識が欠如しており、結果として認識や情報の格差に繋がるのではないかと考える。

4-2 課題

ヒアリング結果より、三つの課題が見えた。

一つ目は、父親にどれほどイベントの情報が伝わっているのかということだ。市によって、家庭に対し夫婦でイベントに参加するように、との働きかけが行われているようだが、実際にどれほどの父親に情報が伝達されているかは定かではない。

二つ目は、父親間で情報の格差があるのではないかとということだ。先述したイベントについての情報のみならず、家事や育児の方法などに対しても父親間で意識の違いなどから情報の格差がある。

三つ目は、父親が育児の相談の場を十分に利用できていないのではということだ。津山市では、子育てに関する悩みを相談できる場がいくつか設けられているものの、母親の利用が多い状況にある。このような状況のなか、実際に父親は十分に制度を利用できているのだろうか。

4-3 4章まとめ

津山市では育児に対する支援や設備が充実していることがわかった。それと同時に、働く男性に対しての家事や育児参加についての働きかけが十分に行われていないことも分かった。

5章 政策提言

ヒアリング、調査結果をもとに政策提言を示す。6年後に向けた短期策、20年後に向けた長期策に分け、順に示していく。

5-1 短期策提案の背景

短期策を6年後に向けてと設定した理由として、津山市におけるガイドブックの存在があげられる。津山市では株式会社サイネックスと合同で作成したガイドブックが存在し、その中で子育てに関する情報が子どもの年齢ごとに網羅されている。このガイドブックが2年に一度発行されているため、3度新しく発行される内に達成できたらと考え、6年に設定した。

5-2 短期策 ガイドブック設置場所

提案する短期策の一つ目はガイドブックの設置場所についてだ。現状では、市民窓口課やすこやか・こどもセンターなどに置かれている。しかしそれでは子育てに関わる人の手に十分に届いているとは考えられなかった。

そのため、企業や病院、美容院といった子育てをする人が多く集まる場所や、待ち時間

が発生しやすい場所に設置することでより多くの人に手にとってもらいやすい状況にした
いと考える。

5-3 短期策 家事育児分担表の作成

提案する短期策の二つ目は家事育児分担表の作成だ。男女における家事や育児に対する意識の差がある中で、家庭内における家事育児の担当を決めることで、円滑に進められるのではないかと考えた。津山市内の母親クラブや親子クラブが主体となり作成したものを実際にガイドブックに掲載し、家庭内で取り入れることで、円滑に進むのみならず意識の差を縮められると考えた。

家事育児分担表は実際に大阪市、福井市、新潟市などで既に取り入れられており、各市ごとに工夫がされている（図表6、図表7、図表8）。また分担表の作成のみならず、分担表に追加して現状把握のためのチェックシートの導入もみられる。

これらを踏まえ、基本的な家事育児をまとめた「基本版」と労力がかかる内容や、家事育児に本格的に参加した際には難しい「チャレンジ版」に分ける、「現状分析分担表」を作成し改めて自分の内で家庭内での担当量を把握する、現状把握の際には可視化しやすいように枠内の色を塗るなどして実際の量を割合で可視化しやすいようにするといったことを取り入れると、家庭内での生活が円滑になり、意識の差も縮まるのではないかと考える。

図表6 家事・育児100条

現在の担当(夫・妻・両方)に○をつけて、数をかウントしてみよう。「他」の欄には、「×(しない)」「祖父母(に頼む)」「子ども(お手伝い)」「業者(外注)」など、家庭の事情に応じて自由に記入しよう。

NO	家事・育児	夫	妻	両方	他
1	洗濯物を集める				
2	洗濯物の選別し、ポットを洗濯する				
3	洗濯物を仕分けしてネットに入れる				
4	しつこい汚れの染みを抜く				
5	洗濯機に洗剤や柔軟剤を入れる				
6	洗濯機のスイッチを入れる				
7	洗濯機から取り出して干す				
8	洗濯物を干し干から取り込む				
9	洗濯物を畳む				
10	洗濯物を収納する				
11	タオルを交換する				
12	アイロンをかける				
13	洗濯機のフィルターを掃除する				
14	布団を干す・シーツを洗う				
15	クリーニングに出す				
16	部屋の整理整頓をする				
17	リビング・各部屋を掃除する				
18	トイレ掃除をする				
19	お風呂掃除をする				
20	台所を掃除する				
21	鏡を片付け、玄関を掃除する				
22	洗面所を掃除する				
23	排水溝を掃除する				
24	窓やガラス、鏡を拭く				
25	家具まわりのホコリを拭く				
26	ベランダ・庭を掃除する				
27	掃除機のフィルター交換				
28	ゴミを袋の、分別する				
29	ゴミを出す				
30	新しいゴミ袋をセットする				
31	粗大ゴミの回収申込みをする				
32	エアコンの掃除・加湿器の水補充				
33	薪を煮る				
34	米を洗う・ご飯をたく				
35	食卓を作る				
36	食前に食卓を拭く				
37	おはしや取り皿を整える				
38	食卓をよそう				
39	食器を台所へ下げる				
40	食後に食卓を拭く				
41	食器・調理器を洗う				
42	食器を拭く				
43	食器を食器棚へしまう				
44	洗った食器を整理する				
45	シンク内を綺麗にする				
46	お弁当をつくる				
47	お茶をつくり置く、冷やす				
48	冷蔵庫の中を整理する				
49	在庫管理・買物のリストアップ				
50	買物をする(食料・日用品)				
51	買って来た物をしまう				
52	カーテンを開閉する				
53	郵便物をチェックし、処理する				
54	新聞・夕刊を取りに行く				
55	家計管理をする				
56	公共料金の支払い手続きをする				
57	電球・電池を取り換える				
58	トイレペーパー・衛生用品の補充				
59	衣類の修繕・ボタン付けをする				
60	衣類を洗う				
61	家族の写真・動画を整理する				
62	ペットの世話をする				
63	植物の水やりをする				
64	自転車のタイヤに空気を入れる				
65	車の給油・洗車をする				
66	レジャーの計画を立て、予約する				
67	紙媒体と連絡を取る				
68	お中元・お歳暮等を準備する				
69	地域の行事に参加する				
70	朝、子どもを起こす				
71	子どもの食事を補助する				
72	子どもの歯磨きを仕上げ				
73	子どもの髪を結ぶ				
74	子どもの着替えを補助する				
75	保育園・幼稚園の送迎をする				
76	子どもの水筒・弁当箱を洗う				
77	子どもにおやつを出す				
78	子どもと遊ぶ(家の中で)				
79	子どもと遊ぶ(屋外で)				
80	学校側からのお便りを確認する				
81	子どもの宿題・勉強をみる				
82	子どもの習い事の送迎をする				
83	子どもの習い事の準備をする				
84	子どもの持ち物を確認する				
85	子どもの持ち物に名前を付ける				
86	学校側の行事に参加する				
87	子どもを病院へ連れて行く				
88	子どもを放ませる・乗る				
89	子どもの髪型をする				
90	子どもの爪を切り、耳を掃除する				
91	子どもの靴を洗う				
92	子どもの風呂に入れる				
93	絵本の読み聞かせをする				
94	夜、子どもを寝かしつける				
95	おむつを交換する				
96	夜泣きに対応する				
97	離乳食を作る				
98	ミルクを作る				
99	沐浴を行う				
100	予防接種や検診に連れて行く				

出所:大阪市「家事・育児シェアチェックシート」を活用しませんか(吉本興業株式会社の芸人さんによる啓発動画) (…)>男女共同参画・女性の活躍推進>男女共同参画の取組み

<https://www.city.osaka.lg.jp/shimin/page/0000525210.html>

図表7 夫婦で納得!! 『家事・育児シェア』見える化シート

の存在があげられる。この男性サポートグループでは、グループの運営が安定するまでに10年以上かかっている。これを踏まえ、サポートグループの設立に留まらず、運営が軌道にのるまでを見越し、20年に設定した。

5-5 長期策 男性育児サポートグループの結成

提案する長期策は男性育児サポートグループの作成である。先述した通り、実際に川崎市に「川崎パパ塾」という男性育児サポートグループが存在する。「川崎パパ塾」では父親が子育てと地域について学べる講座を運営している。専門講師ではなく、同じ地域に暮らす父親が講義をし、自らの子育て経験で培った色々なノウハウを次世代の父親に語り継いでいる。実際に先行研究においても、実際に育児を体験している人と交流をもち、実体験から情報を得ることが有効であるという研究結果がでている。また講座の中に実践を取り入れると集中力や定着率があがるという。

以上の「川崎パパ塾」と先行研究を参考に、津山市における男性育児サポートグループでは、市が主導となり市内の企業や家庭に呼びかける、ZOOM などオンライン環境を利用したオンライン参加を可能にしオンラインは参加費無料、対面は講座の中に実践を含むため参加費を500円から1000円とする、仕事帰りの参加が可能ないように開始時間を遅い時間に設定する、SNS など様々な媒体を活用することで、多くの人々の目に触れる機会を増やすといったことができたかと考える。

提案した運営方法についていくつか加筆する。一番目にあげた「市が主導となり市内の企業や家庭に呼びかける」についてだが、例をあげると企業に対しての呼びかけの際は人事部門やダイバーシティ担当といった育児や男女平等を意識した制度の導入を進めている部署を対象にすると効果的だと考える。また企業の責任者への呼びかけ、企業全体へ市の広報媒体の使用、市主催での企業向けの説明会が開催できると良いと考える。家庭への呼びかけの際は、図書館や保育所、地域センターなどといった市内の各施設での案内やSNSやWEBサイトの活用、地域の子育てイベントでの宣伝により呼びかけられたらと考える。次に対面での講座についてだが、先述した通り講座の中に実践を取り入れると効果的であるとわかったため、座学のみならず実際に体験できる講座にし、テーマとしては写真の撮り方や料理、片付けのやり方といった「育児に参加するテーマ」や叱らない子育ての方法といった「具体的な育児のやり方に関するテーマ」が良いと考える。これにより男女の家事育児に対する情報格差を縮められると判断した。

5-6 5章まとめ

提案した政策提言の根本は、男女間の家事育児に対する情報格差を縮めるということである。実際のアプローチはそれぞれ違うものの、結果としては男性の家事育児の参加により、働く女性の負担軽減が可能なのではないかと考える。家庭内や職場などにおける男女平等を一度に解決することを目指すのは現実的に困難ではないかと思うが、以上のようなことを進めることで結果として男性の家事育児の参加に繋がると考える。

6章 総括

本研究では、様々な視点から男女間の家事育児に対する情報格差を縮めることで、男性の家事育児参加の推進を期待するものである。仮説としては、地域コミュニティの活用による子育ての負担と、家事育児分担表の作成による男女間の家事育児に対する情報格差の軽減をあげた。その結果、実際に津山市に育児に関する地域コミュニティは存在するものの、男性の参加率は高くないということ、また家事育児に対しては、やはり女性の負担が高い傾向にあることが分かった。そのため提言した政策をもとに、男性の育児参加のきっかけを作り男女間の家事育児に関する情報格差を縮め、津山市における家事育児への意識向上を目指し、結果として男女平等、女性の社会進出の促進ができたかと思う。

参考文献

- ・清水里美 馬見塚珠生 矢本洋子
「子育て支援プロジェクトにおける父親グループの特徴と活動内容との関連」
『平安女学院大学研究年報』第17号 2016
- ・宮本由貴子
「父親同士の交流の現状と可能性—子どもをきっかけとした父親同士の関係性がもたらす効果—」『Life Design Report Summer』2014. 7 第一生命経済研究所 ライフデザイン研究本部
- ・津山市第5次総合計画
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/3109/201604141516230424687.pdf> (閲覧日：2025. 1. 24)
- ・川崎パパ塾
<https://papamama2010.com/> (閲覧日：2024. 10. 15)
- ・特産物のご紹介
<https://www.kane-tatsu.jp/tsuyama-area/special-product/> (閲覧日：2024. 10. 26)
- ・大阪市 家事育児分担表
<https://www.city.osaka.lg.jp/shimin/page/0000525210.html> (閲覧日：2024. 10. 22)
- ・福井市 家事育児分担表
<https://www.city.fukui.lg.jp/kurasi/jinken/danjyo/mieruka.html> (閲覧日：2024, 10. 22)
- ・新潟市北区 子育てガイドブックまま kita バックナンバー 第8号
<https://www.city.niigata.lg.jp/kita/kohoshi/mamakitabacknumber.html>
(閲覧日：2024. 10. 22)
- ・津山市男女共同参画民アンケート調査結果報告書
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/1281/202202261453060421738.pdf> (閲覧日：2024. 11. 12)
- ・岡山市男女共同参画に関する市民意識・実態調査 結果報告書
<https://www.city.okayama.jp/shisei/cmsfiles/contents/0000005/5602/hyousi-1.pdf>
(閲覧日：2024. 11. 19)
- ・倉敷市男女共同参画に関するアンケート結果
<https://www.city.kurashiki.okayama.jp/secure/87988/questionnairecitizen.pdf>
(閲覧日：2024. 11. 19)
- ・政令指定都市の男性の育児休業取得率ランキング
https://www.gender.go.jp/policy/suishin_law/ranking_seirei.html
(閲覧日：2024. 11. 19)
- ・津山市男性育児休業取得率
https://tsuyama.mypl.net/article/ikukyu_tsuyama/89816 (閲覧日：2024. 11. 19)
- ・厚生労働省「少子化の影響と主な対策に関する整理」
<https://www.mhlw.go.jp/shingi/2002/06/s0614-3a.html#top> (閲覧日：2025. 1. 24)
- ・厚生労働省「人口減少社会への対応と 人手不足の下での企業の人材確保に向けて 2021年4月1日～人材不足解消のカギは仕事と子育ての両立支援!～」
<https://www.mhlw.go.jp/content/001182285.pdf> (閲覧日：2025. 1. 24)

過疎地域での保育園留学

FLP 地域・公共マネジメントプログラム
山崎ゼミ

A 生

岸 真侑加

中川 陽菜

目次

1. はじめに
2. 課題発見
3. 津山市の課題
4. 先行事例
5. 政策提言
6. 資金の運用
7. おわり

参考文献

1. はじめに

本報告書は、津山市が抱える社会的課題の発見およびその解決のための政策提言をとりまとめたものである。FLP 山崎ゼミでは「人口減少時代における地域創生」をテーマに研究している。そのなかで、私たちは、津山市の加茂地域に注目した。人口減少と空き家の増加がみられる。また、以前ヒアリングをした際に高齢化が進んでいるため、若者を入れたいことが分かる。短期的に外から人を呼ぶのではなく、若い家族に中長期滞在してもらうことで、関係人口の創出にもつながってくると考えた。そのため、空き家の活用を行いながら、他地域から人を流入する取り組みについて議論することは、津山市の抱えている課題解決に役立つのではないかと考えた。以下、サマースクールに関する調査活動等から得られた知見をもとに検討した研究内容および政策提言について報告する。

2. 課題発見

本研究が対象地域としている津山市についての現状分析を行った。以下、津山市の課題発見に至った経緯について報告する。

2.1. 津山市の現状分析

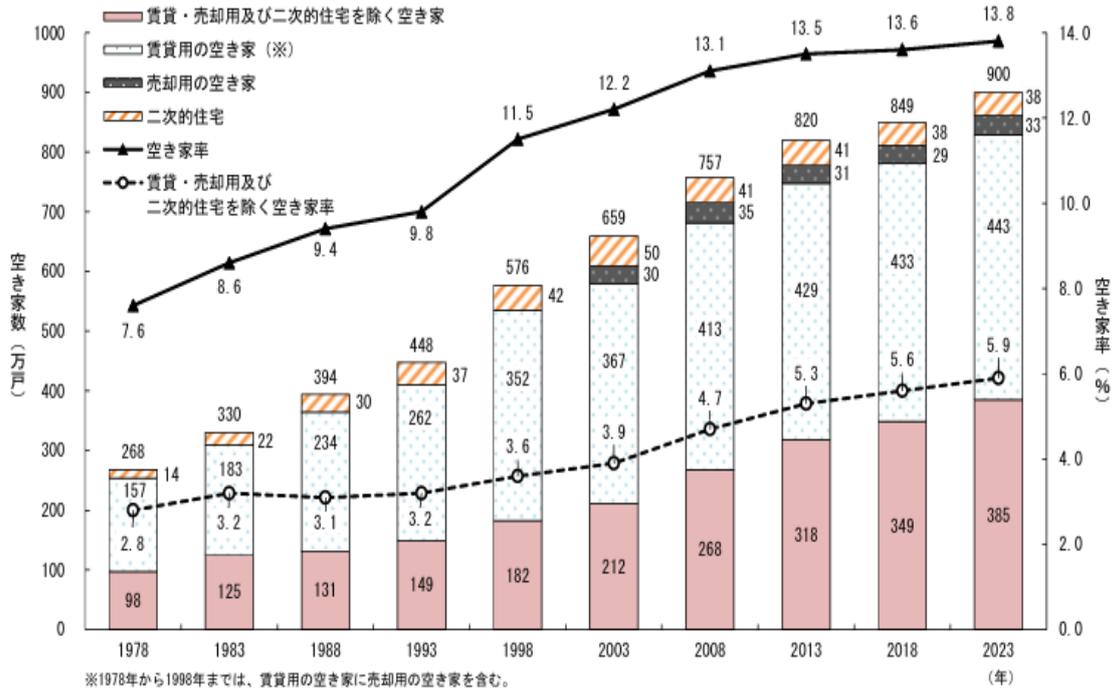
図表 1-1 津山市の人口推移



出典：都市データパック 2024 東洋経済 作成者：中川陽菜 岸真侑加

まず、津山市の人口の推移に着目する。図表 1-1 は 1990 年から 2025 年の人口推移を示したグラフである。津山市は人口が減少傾向にあり、2030 年以降もさらなる減少が進み、地域の過疎化が進行することが予想される。

図表 1-2 空き家数及び空き家率の推移-全国（1978年～2023年）



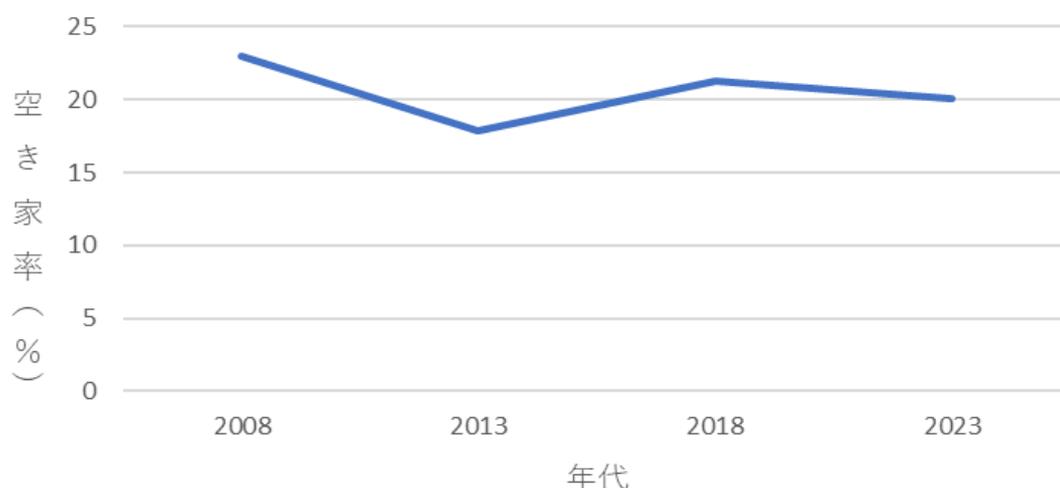
※1978年から1998年までは、賃貸用の空き家に売却用の空き家を含む。

出典：総務省 報道資料

[令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計（速報集計）結果](#)

また、図表 1-2 より、全国の空き家率は年々増加傾向にあり、都市データパックによると、2018年の空き家率は21.3%である。この津山市の空き家率は、全国の市・特別区を対象とした順位では1741位中88位と上位に位置していることがわかり、空き家増加の課題に取り組むべきである。

図表 1-3 津山市の空き家率



出典：政府統計の総合窓口

<https://www.estat.go.jp/regionalstatistics/ssdsview/municipality>

作成者：中川陽菜 岸真侑加

図表 1-3 は津山市に着目した空き家率のグラフである。5 年おきの推移を表し、空き家率が約 20%で横ばいである。2013 年度だけ 17.9%と低い数値で示されているが、こちらは市役所に確認したところ、建物を共有で持つ世帯や津山市に空き家をもっていない世帯がこの年の調査で抽出されてしまっていること、また回答数が少ないことが要因であることが明らかとなった。しかし、津山市全体の空き家率が増加傾向にあることには変わりはない。

図表 2-1 加茂地域の基本情報（2021 年 11 月 13 日）※2015 年度の空き家率

	人口 (人)	世帯数 (戸)	高齢者 (%)	空き家率※ (%)
新加茂地域	3,062	1,515	49.2	13.8
上加茂地域	515	255	50.6	

出典：岡山県 津山市の人口及び世帯数（住民基本台帳による）

https://tsuyama-group.dataeye.jp/resource_download/9920

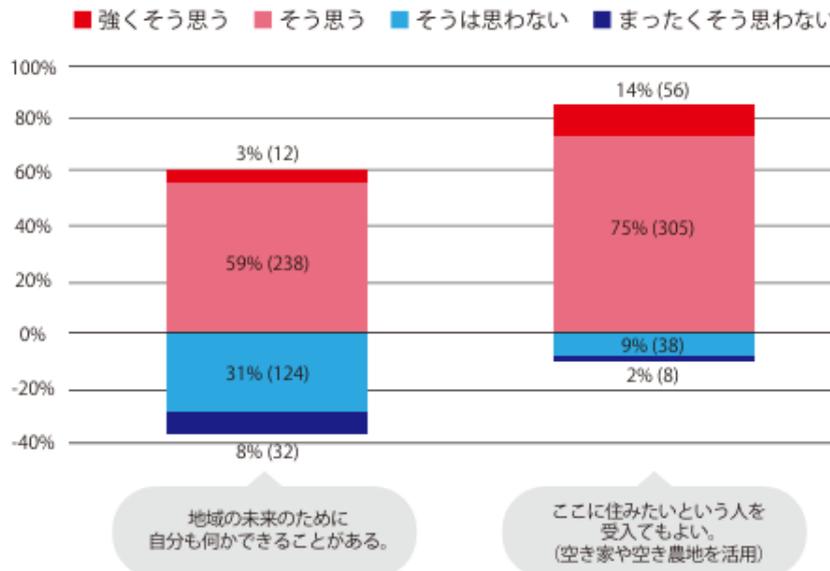
岡山県 おかやま元気！集落一覧

https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/725655_8642619_misc.pdf

作成者：岸真侑加 中川陽菜

図表 2-1 は加茂地域の基本データである。空き家率が 13.8%、人口減少や高齢化が進み地域の活力が低下していることが考察できる。また、加茂地域を選出した理由は、バーベキュー施設やおいしい水などがあり、ワーケーションに取り組めるポテンシャルが高く、過疎地域であるためである。

図表 2-2 アンケート回答の一部（これからの地域づくりに対する考え）



出典：岡山県 市町村空き家対策モデル地区事

https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/820951_7743586_misc.pdf

図表 2-2 は津山市の住人を対象にした「これからの地域づくりに対する考え」というアンケートの結果である。他地域の人々が流入することに肯定的な人は 9 割おり、また空き家の活用についての声が寄せられている。地域課題の掘り起こしから、空き家 増加をどのように解決していくかが課題となる。

3. 津山市の課題

以上のことから、津山市は人口減少、空き家率の増加傾向がわかる。また、住民からも空き家活用や他地域からの人の流入に関して肯定的な意見もある。そのため、私たちは加茂地域に人々を呼び込み、地域の活性化を行っていこうと考えた。ここから、津山市全体に拡大させる方針だ。

4. 先行事例

ここからは空き家の活用と人口増加についての先行事例とワーケーションの取り組みを紹介する。

図表 4-1 中間管理住宅の仕組み



出典：NHK 移住体験用の住宅確保で東川町が導入の「中間管理住宅」とは
<https://www3.nhk.or.jp/sapporo-news/20240909/7000069716.html>
作成者：中川陽菜 岸真侑加

はじめに中間管理住宅について説明をする。北海道東川町の中間管理住宅制度である。空き家の所有者と移住者の間に町が入り、物件の管理を行う。町は所有者から空き家を十年間借りあげ、空き家のリノベーションなどを行い整備をする。そして移住希望者に二年間貸し出し、北海道への移住体験を提供する仕組みである。空き家所有者にとっては、本来多額な修繕費がかかることを自治体が負担してくれ、貸し出しの期間が終了したら綺麗な家が戻ってくるというメリットがあります。移住者にとっても、リノベーションされた綺麗なところに安い家賃で住むことができ、また移住への憧れと実際に移住することのギャップをなるべく少なくできます。東川町では約月に七万円、四万十市では約二万円で家を借りることができます。また市役所にとっても空き家を減らすことができるというメリットがある。そのため、中間管理住宅が空き家増加の課題解決の糸口となる。

図表 4 - 2 保育園留学利用動向

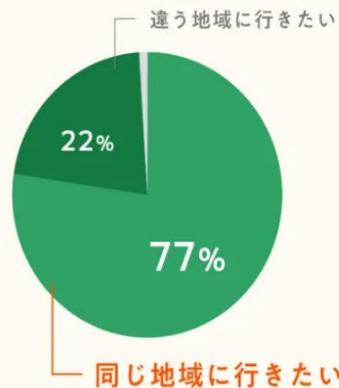
留学先

2024年6月現在
開始2年半で留学先が

約 **40** 地域へ



リピート希望率



利用者アンケートによる
リピート希望合計

99%

1年で同じ地域に**3回**
リピートするご家族も

<リピート希望の内訳>

2024年6月現在、過去1年間の利用者アンケート結果(N=138)

保育園留学白書2024

出典：キッチハイク 保育園留学利用動向

<https://kitchhike.jp/news/6mVtD4VM>

次に保育園留学について説明をする。株式会社キッチハイクでは地域と子育て家族をつなぎ未来をつくる留学プログラムとして保育園留学を行っている。保育園留学とは1～2週間こどもが普段と異なる保育園に通い、家族そろって一緒に多様な地域に滞在できる、こども主役の暮らし体験である。子ども一人、大人二人の場合、一週間留学するのにかかる費用は約12.1万円からとなっている。二週間であれば約17.8万円からである。北海道の厚沢部町（あっさぶちょう）からはじまり、今ではキッチハイクと連携し保育園留学を行う自治体・官公庁は拡大しています。また2024年6月の利用者アンケートによると99%の割合の人がまた保育園留学をしたいという結果がみられた。また保育園留学を行うことは、子供の人間形成にプラスの効果を与えてくれます。保育園留学を利用した保育園児だけでなく、以前からその地域に住む保育園児にとっても多様な交流ができるというメリットがある。この保育園留学を利用が、津山市での関係人口の増加につながると推察する。

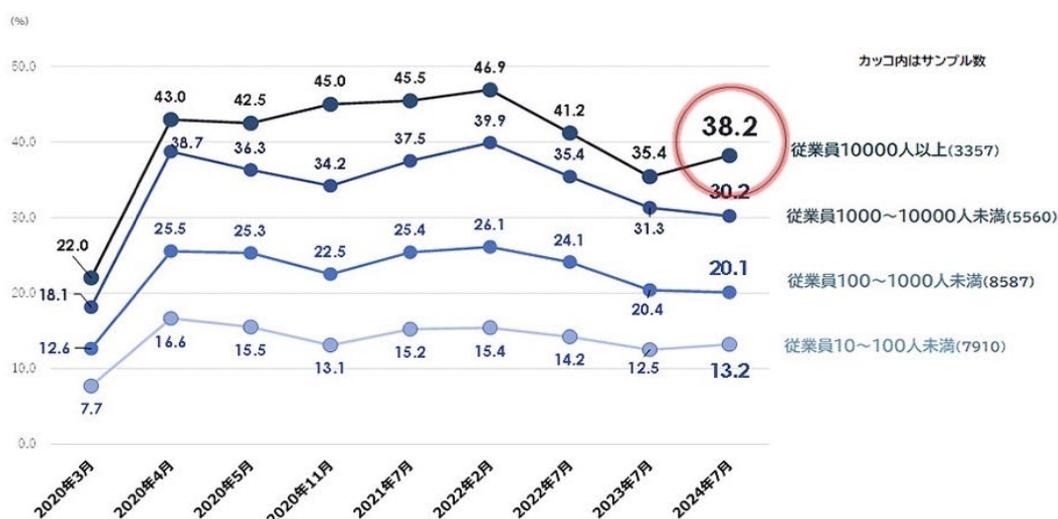
5. 政策提言

本章では、ワーケーション×保育園留学を提案する。中間管理住宅を津山市が担いワーケーションを求めている人々の誘致を行います。保育園留学と掛けあわせた理由として、子連れの家族にも気軽にワーケーションを行えるということが挙げられる。ワーケーションしている間、子供をどこに預けるのかという問題が浮き彫りとなる。しかしこの保育園留学を利用すれば、ワーケーション先でも子供を預けることができ、仕事にも集中することが可能である。

まずは、ワーケーション×保育園留学という提案に至った理由を4点説明する。

(1) 子連れでもワーケーションが可能

図表 5 - 1 企業規模別 テレワーク実施率の推移 (正社員ベース)



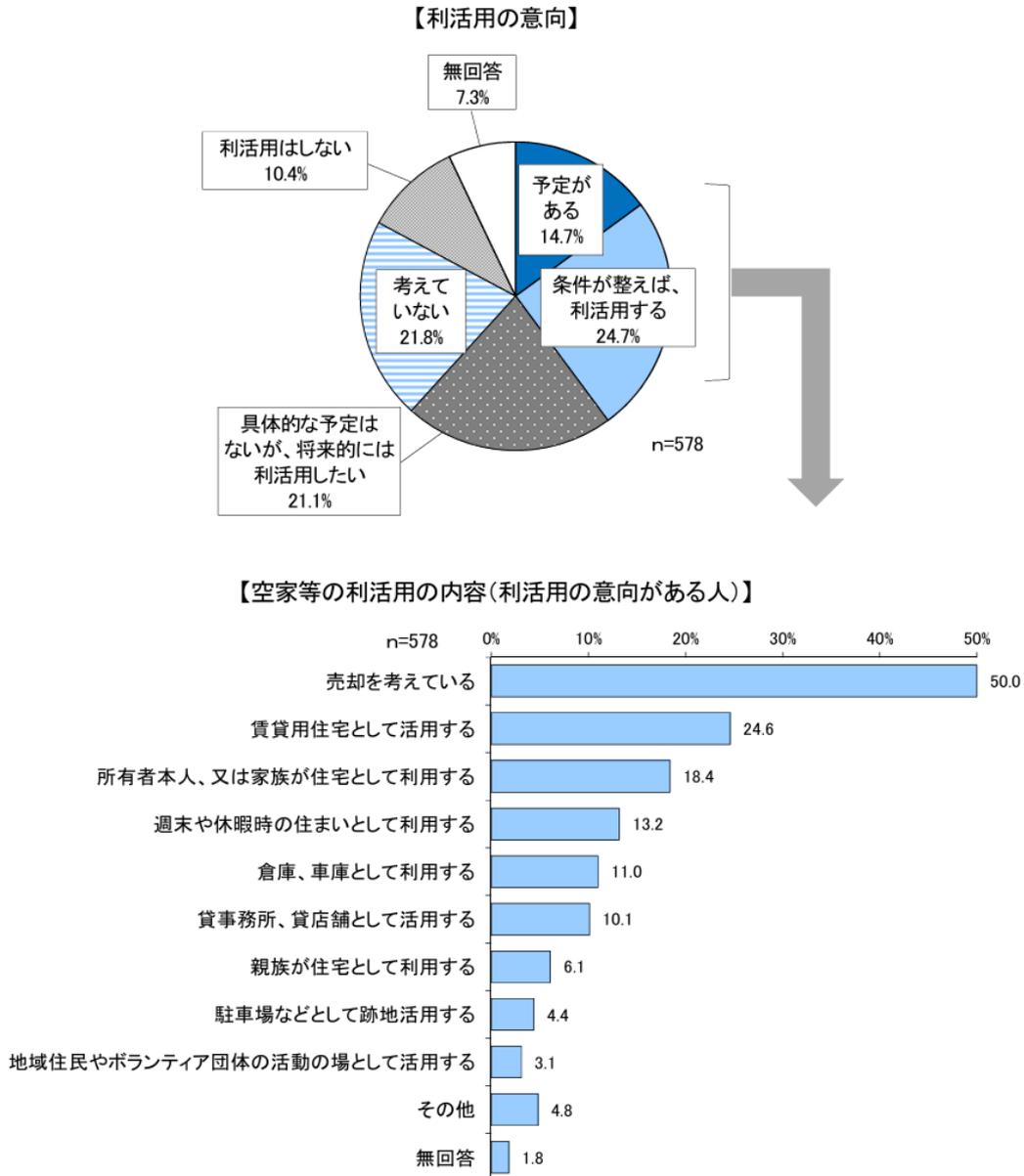
出典：パーソナル研究所 第9回・テレワークに関する調査

<https://rc.persol-group.co.jp/news/202408221000.html>

図表 5 - 1 はオートキャンプ参加人口の推移を示したものである。2020 年から 2024 年までのテレワーク率である。コロナ期を経てもなお、テレワークは一定に実施されている。子どものいる家族でもテレワークをしながら、のびのびした環境で育児をすることが可能である。よって、ワーケーション×保育園留学が第三の空間になると定義し、家族へサードプレスの確保に繋がると推測ができる。また、このように家族でワーケーションを行える魅力が子育てに良いまちという印象に繋がるきっかけを作り、シティプロモーション効果が発生されると考察する。

(2) 空き家バンクの活用

図表 5 - 2 空き家利活用の意向、空き家等の利活用の内容



出典：津山市空き家等対策計画

<https://www3.nhk.or.jp/sapporo-news/20240909/7000069716.html>

図表 5 - 2 は空き家の利活用のグラフと空き家などの利活用の内容である。上のグラフから「利活用する予定がある」、「条件が合えば利活用する」という前向きに考える人々は 4 割近くを占めている。また、その半数が「売却を考えている」と答えているため、津山市が積極的に中間管理住宅を担い、空き家所有者に使い道を提供することで、空き家が古くなり放置されるのを抑制できると考察する。

(3) スローライフの実現

津山で、スローライフの実現が可能となる。例えば、親子での自然休暇である。津山市には、加茂地域を含め、いくつかキャンプ場がある。例えば、きれいな水 100 選に登録されている加茂地域の水を使った料理や、あまごのつかみ取りなど、津山ならではの自然ライフを満喫できる。次に地域の事業と連携した暮らし体験である。農業や田んぼがあり、植えつけや収穫体験ができる。最後に四季を存分に感じられる点である。都心ではなかなかできない、真っ白な雪で雪合戦ができ、自然を走り回り、地域の方々と挨拶を交わす大切さも学べるのも魅力である。また、住民にとっても、地域外の人との交流を通して、このような地域の魅力を再発見でき、シビックプライドにもつながると推察する。

(4) 地域経済効果と持続性

経済効果と持続性につながる。まず、経済効果を厚沢部町の例から見ると平均滞在の数が最も多いのは 2 週間で、半数を占めている。また 2 週間以上の滞在であれば、地域アクティビティや少し足を伸ばした観光を行なえる。そのため、通貨の流動が大きくなり、地元に通貨が落とされ、景気上昇につながる。

次に、持続可能性についてです。持続可能な事業運営を行えるように、既存施設の活用（保育園や空き家を使った移住体験施設など）することで、多額の初期費用を伴わずに取り組むことが可能となる。

このように、保育園留学とワーケーションを組み合わせることで、駒ヶ根市の人口減少、コミュニティ低下といった課題を解決できる。

6. 資金の運用

資金運用として過疎債の利用を挙げる。まず過疎債についての説明をする。過疎債とは返済時に、地方交付税で国が 7 割を肩代わりし、自治体の債務を軽減する仕組みである。現在、過疎債の使用用途が限られていますが今後は、用途の拡大が検討されている。加茂地域は過疎地域と指定されているため、加茂地域の費用負担を軽減することができる。例えばそこに、空き家、保育園留学の過疎債の枠を作ることによって、資金の運用が可能になる。

7. おわりに

ここまで、地方での空き家の成功例、津山市が保育園留学やワーケーションが適していると述べてきた。地域住民が定期的に利用できるほか、都心から津山市に利用者を誘致できる保育園留学にワーケーション施設を併設することは、津山市の関係人口創出に適しているといえる。加茂町で実行されれば、それを先行事例として津山市全体に拡大していける可能性がある。津山ならではの環境で、スローライフやワーケーションをしながら、中間管理住宅地を活用して、家族でのサードプレスを提供する。

今後の私たちの課題は、保育園留学だけではまかなえない兄弟のいる家族があるので、小学校留学の展開をしたデュアルスクールについて研究を進めていく。また、津山市にはパートナーシップがあるので、この中間管理住宅をつかったリモートワークの福利厚生を使用した連携を提案できないか研究中である。当ゼミは今後も研究活動を続けていく。

〈参考文献〉

- ・都市データパック 2024 東洋経済
- ・総務省 報道資料
[令 5 年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計（速報集計）結果](#)
- ・政府統計の総合窓口

- <https://www.e-stat.go.jp/regional-statistics/ssdsview/municipality>
- 岡山県 おかやま元気！集落一覧
https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/725655_8642619_misc.pdf
 - 岡山県 津山市の人口及び世帯数（住民基本台帳による）
https://tsuyama-group.dataeye.jp/resource_download/9920
 - 岡山県 市町村空き家対策モデル地区事
https://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/820951_7743586_misc.pdf
 - NHK 移住体験用の住宅確保で東川町が導入の「中間管理住宅」とは
<https://www3.nhk.or.jp/sapporo-news/20240909/7000069716.html>
 - キッチンハイク 保育園留学利用動向
<https://kitchhike.jp/news/6mVtD4VM>
 - パーソナル研究所 第9回・テレワークに関する調査
<https://rc.persol-group.co.jp/news/202408221000.html>
 - 津山市 津山市空き家等対策計画
<https://www3.nhk.or.jp/sapporo-news/20240909/7000069716.html>
 - 水の都100選
<https://www.mlit.go.jp/tochimizushigen/mizsei/mizusato/shichoson/chugoku/kamo.htm#>

津山ウォークアブルシティの形成による 持続可能なまちづくり

FLP 地域公共マネジメント 根本ゼミ①

期末成果報告書

A 生

早川果穂 伴場琉寧 和田悠太

〈目次〉

1. はじめに
2. 津山市の現状
3. テーマ設定
 - A. 課題解決のために
 - B. 津山市の観光の現状
 - C. 津山市の観光に対する現状分析
4. 政策提言：歩いて楽しい津山ウォーカブルシティ
 - A. ウォーカブルシティの概要
 - B. 津山市においてウォーカブルシティ推進が適している理由
 - C. 先行事例
 - D. 具体案
 - (a) 歩行者・自転車利用者空間の整備
 - (b) 商店街の活用
 - (c) 観光プロモーション
5. 結論
6. 謝辞
7. 参考文献

1. はじめに

本報告書は、津山市の現状から見える若年層の流出と雇用減少を防ぐため、津山市の観光業の活性化を通じて、結果として地域経済の発展と雇用創出を実現することを目的とした政策を提言する。津山市の観光業の課題点発見から、課題改善につながると考えた政策を提言する。

2. 津山市の現状

津山市が現在抱えている課題の中で、若年層の流出と雇用減少について取り上げる。まず津山市の人口推移をみると、合併後の現在の津山市になった2005年から2017年にかけて15-64歳の生産年齢人口は20%減少した。人口減少の要因としては自然減と社会減があるが、自然減に関しては少子高齢化という日本全体の現象であると考えられるため、今回は社会減に着目する。令和4年度の『津山市統計書』より社会動態をみると、平成25年から令和3年にかけて継続的な人口転出がみられ、近年にかけて悪化傾向にある。2010年から2015年にかけての年齢階級別人口移動を見てみると、15歳-19歳が20歳-24歳になるタイミングでの転出超過が目立っている。また、第二期『津山市まちひとしごと創生総合戦略』の高校生の就職意識調査より、進学希望者のうち津山圏域希望者は男性が6.4%、女性が17.4%、就職希望者のうち津山圏域希望者は男性が26.9%、女性が27.9%である。以上のことから、大学進学や就職で地元を離れる「18歳の崖」が顕著に表れていることが分かる。

雇用減少に関しては、令和4年度の『津山市統計書』より農林漁業、鉱業、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、飲食店、宿泊業、医療、福祉、教育、学習支援業、複合サービス事業サービス業（他に分類されないもの）分野の民営事業者数及び従業者数の変遷を見ると、平成21年度から平成28年度にかけて506事業者の減少及び2471従業者の減少がみられる。また、平成27年度の『津山市まちづくり調査結果報告書』によると、「商業の振興」の項目での重要度が100点中81.2点なのに対し、満足度が100点中57.5点、「中心市街地の活性化」の項目での重要度76.7点満足度33.6点、「企業誘致と雇用の確保」の項目で重要度85.5点満足度39.4点、「地域内就職の促進」の項目で重要度84.7点満足度41.7点、「工業の振興」の項目で重要度81.2点満足度45.0点と、「経済を発展させ働く場を維持するために」に必要な雇用などにつながる経済活動全般的な施策に関する5項目すべてにおいて、市民の重要度と満足度が乖離している。以上の現状から、津山市における若年層の継続的流出は、雇用機会の減少によるものだと考えられる。

- ①雇用機会の減少
- ②若年層の流出
- ③働き手と消費の減少
- ④地域経済の縮小

→①に戻る

という悪循環が現在の津山市では形成されている。

図1 出典：RESAS 地域経済分析システム

人口の社会増減 - RESAS 地域経済分析システム (2025/1/24 に最終アクセス)

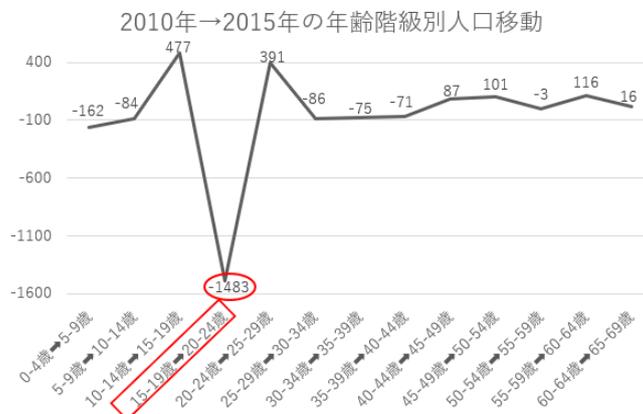


図2 出典：岡山県津山市「2022 津山市統計書」

令和4年度版津山市統計書 (2025/1/24 に最終アクセス)

人口動態（うち社会動態のみ）

	平成25	平成26	平成27	平成28	平成29	平成30	令和元	令和2	令和3
社会動態 増減	△ 412	△ 381	△ 492	△ 397	△ 219	△ 278	△ 225	△ 238	△ 475

図3 出典：岡山県津山市「2022 津山市統計書」

令和4年度版津山市統計書 (2025/1/24 に最終アクセス)

農林漁業、鉱業、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、飲食店、宿泊業、医療、福祉、教育、学習支援業、複合サービス事業サービス業（他に分類されないもの）分野の民営事業者数及び従業者数の変遷（前年比）

	平成21年	平成26年	平成28年
事業者数	5,561	5,176 (△385)	5,055 (△121)
従業者数	47,100	46,381 (△719)	44,629 (△1752)

図4 出典：岡山県津山市「津山まちづくり調査結果報告書」

[201605311152200208237.pdf](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

津山市まちづくり調査結果報告書（平成27年）

		満足度	重要度
経済を发展させ 働く場を維持するために	商業の振興	57.5	81.2
	中心市街地の 活性化	33.6	76.7
	企業誘致と雇用の 確保	39.4	85.5
	地域内就職の促進	41.7	84.7
	工業の振興	45.0	81.2

他出典：総務省「国勢調査」

[統計局ホームページ/令和2年国勢調査/調査の結果](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

岡山県津山市「第二期まちひとしごと創生総合戦略」

[r1-12-20-senryaku.pdf](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

3. テーマ設定

A. 課題解決のために

津山市の商業や製造業をはじめとする主な産業の中で、津山市特有の歴史的建造物、産業観光施設などを活かすことができる観光業を利用し地域活性化を目指す。観光庁の旅行・観光産業の経済効果推計によると、観光消費による域外マネーの獲得は直接効果としての宿泊業や飲食サービス業だけでなく、間接効果として製造業、卸・小売業、運輸業等幅広い産業に生産波及効果をもたらしている。これの生産波及効果により、301万人の雇用効果があるとされている。津山市の観光業による地域経済の活性化の流れを以下のように考えた。

- ① 津山市に来る観光客が複数の観光地を巡る
- ② 津山市の滞在時間が増加する
- ③ 観光消費が拡大する
- ④ 観光にまつわる業種の需要が増加する
- ⑤ 雇用創出・拡大
- ⑥ 地域経済の活性化

B. 津山市の観光の現状

津山市の観光の特徴として、鶴山公園や城東伝統的建造物群保存地区などの歴史的建造物や津山学びの鉄道館に代表される産業観光施設などが、JR津山駅から北側に放射状に点在しているながらも、それら主要観光資源が徒歩30分圏内にあることが挙げられる。

しかし、令和6年度の津山市観光動態調査の津山市内来訪先数によると、一ヶ所（鶴山公園、津山、まなびの鉄道館）が62%、二ヶ所が19%、三ヶ所が13%という結果がみられる。また、日帰り来訪者の津山市内滞在時間によると、4時間以上の滞在する来訪者は全体の53.3%、4時間未満は45.5%と平均滞在時間は3.7時間と低い結果がみられる。さらに、令和5年度岡山市観光統計より宿泊者の割合を比較すると、岡山市を訪れる観光客のうち岡山市内で宿泊をした観光客の割合が約28%であるのに対し、津山市を訪れる観光客のうち津山市内で宿泊をした観光客の割合は約15%と低いことが分かる。津山市はいわゆる通過型観光地といわれる現状にある。

図5 出典：岡山県津山市「令和6年度津山市観光動態調査」

[令和6年度津山市観光動態調査 結果報告について - kokosil 쓰야마](#) (2025/1/24に最終アクセス)

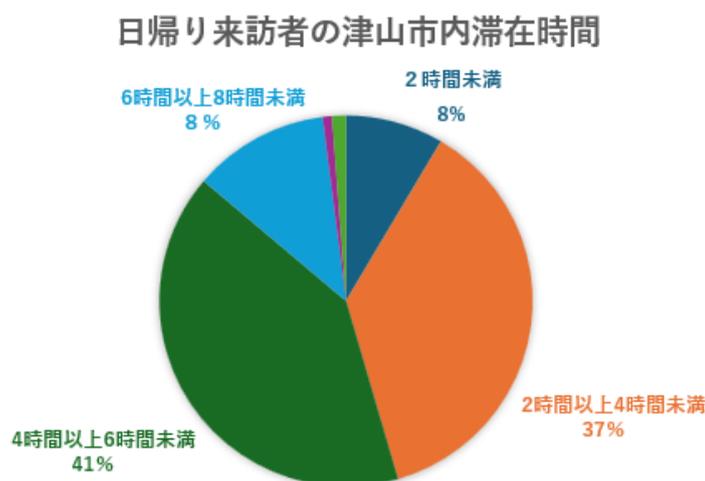
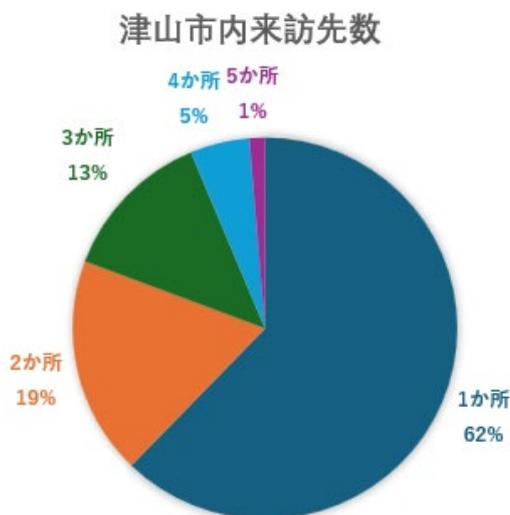


図6 出典：岡山県津山市「令和6年度津山市観光動態調査」

[年度津山市観光動態調査 結果報告について - kokosil 쓰야마](#) (2025/1/24に最終アクセス)



他出典：令和 6 年観光庁「観光による地域経済活性化に関する調査研究報告書」

[経済波及効果 | 観光統計・白書 | 観光庁](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

岡山県岡山市「令和 5 年度観光統計」[r5_kankoutoukei.pdf](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

C. 津山市の観光に対する現状分析

なぜ豊富な観光資源がありそれらが密集しているにもかかわらず、滞在時間の短い日帰り観光客が多いのだろうか。それは、観光地同士の相互作用が働いていないからだと考えた。津山市の観光の現状について以下のように考えた。

- ① 観光地の点在→観光客にとって分かりにくい動線を生んでいる
- ② 回遊性の低下→観光地間の移動意欲の低下を生んでいる
- ③ 滞在時間の短縮→追加的な観光消費機会の損失を生んでいる
- ④ ①・②・③の結果、観光消費額の低下、宿泊需要の低下を招いている

4. 政策提言：歩いて楽しい津山ウォークアブルシティ

A. ウォークアブルシティの概要

ウォークアブルシティとは、自動車を使用せずに徒歩や自転車、バスなどの公共交通機関によって移動できる街のことであり、都市空間を自動車中心から人中心へ転換することである。人中心の豊かな生活空間を実現させるだけでなく、地域消費や投資の拡大、観光客の増加や健康寿命の延伸など、その地域の課題解決や新たな価値の創造を目指すものである。ウォークアブルシティ形成に必要な要素としてストリートの機能があるが、大きく分けて二つの機能に分けられる。一つ目はリンクであり、本来道路が担う快適な「移動」の機能である。この機能が低下すると物流などに影響が出る。二つ目はプレイスであり、休んだり佇んだり交流したりする、時には目的地にもなるような「滞留」としての機能である。この機能が低下すると、歩きたくなる街、歩いて居心地の良い街ではなくなる。ウォークアブルシティを形成するには、道路のプレイスの機能を高めながらもリンクとしての機能を落とすすぎないようなバランスの取れた施策が必要である。

出典：国土交通省「ストリートデザインガイドライン-居心地が良く歩きたくなる街路づくりの参考書-(バージョン 2.0)」[001403589.pdf](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

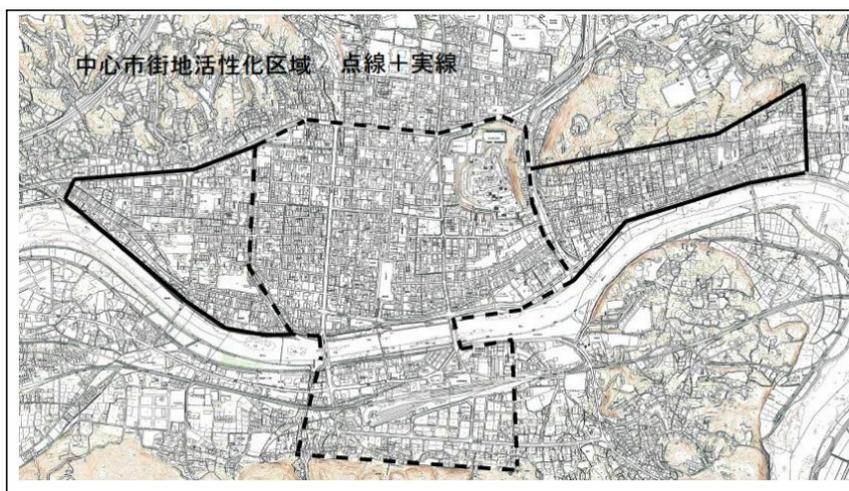
B. 津山市においてウォークアブルシティの推進が適している理由

津山市は前述の通り、主要観光地が JR 津山駅を中心に徒歩 30 分圏内に広がっている。津山市は、下図の範囲内を中心市街地と設定している。この中心市街地は徒歩 30 分圏域だということができ、さらにこの範囲内には鶴山公園、城東伝統的建造物保存地区、津山まなびの鉄道館、つやま自然のふしぎ館などの主要観光地が含まれている。この中心市街地を津山ウォークアブルシティと設定して、この域内に点在している観光地間を徒歩で移動することによって、観光地間の道のりそのものを観光の一部とすることができる。また、徒歩での移動中に飲食や商店での購買意欲を促進できると考えた。さらに、津山市は令和

6年3月からシェアサイクルごんちゃりを導入しており、観光客に車以外の移動手段が用意されている現状にある。自転車を使って効率よく移動したい観光客や、徒歩では関節への負担が大きいと考える観光客へ第二の足としての機能が期待される。

図7 出典：岡山県津山市「津山市中心市街地活性化の構想」

[津山市中心市街地活性化の構想](#) (2025/1/24 に最終アクセス)



C. 先行事例

まちのウォーカブル化によってにぎわいを創出する取り組みを行った自治体の例として、静岡県沼津市を挙げる。沼津市は令和5年7月14日から令和5年12月26日にかけて、「OPEN NUMAZU 2023」を実施した。①まちなかへの来訪・滞在を誘発する、②市民のまちの変化に対する期待及び地域の公共空間利活用に対する機運を醸成する、③ヒト中心のまちづくりに関わる人の裾野を広げるという実施目的を掲げて、市の中心商店街である沼津仲見世商店街の周辺にて行われた。くつろぎ空間づくりの概要としては、①イス・テーブル・植栽等をレイアウトしてまとまった滞在空間を作る、②週末に①の空間内や隣接したスペースに出店・ワークショップを実施、③回遊を促すため空き店舗も活用された。さらに、車道二車線のうち北側一車線を歩行者空間に設定した。以上の取り組みによって、沼津市は通常に比べて、商店街の歩行者通行量が約1.5倍増加、商店街の滞留者数が約2.2倍、来訪者の約80%の滞在時間が増加した。

出典：静岡県沼津市「沼津市定例記者会見発表」「OPEN NUMAZU 2023」の実施結果

[PowerPoint プレゼンテーション](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

D. 具体案

(a) 歩行者・自転車利用者空間の整備

津山ウォークアブルシティ形成にあたって滞在時間の増加を図るために、歩行者・自転車空間の整備をする必要がある。これを実施するにあたって以下の案を考えた。

- (ア) 歩行者・自転車専用レーンの設置
- (イ) 駐車場の整備
- (ウ) ごんちゃりのポート数増設

(ア) については、津山ウォークアブルシティに設定した中心市街地内全域を対象に歩道の拡大と、道路の両側に自転車レーンを設け塗装を行うことで安全性を向上する。

(イ) については、津山ウォークアブルシティ設定地区の周辺に駐車場を設置する。シティ内の自動車流入を抑制し徒歩を推奨する「パークアンドウォーク」を促進する。

(ウ) については、令和7年1月9日現在10か所に設置されているポート数を、他の主要観光地に増設することで、ポートがない観光地を観光する際の利用料金継続発生問題を改善する。

出典：津山市公式サイト [つやまシェアサイクル「ごんちゃり」](#) | [津山市公式サイト](#)
(2025/1/24 に最終アクセス)

(b) 商店街の活性化

プレイスの機能の向上を図るためには商店街の活性化をする必要がある。これを実施するにあたって、以下の案を考えた。

- (エ) 定期的なイベント開催
- (オ) 空き店舗活用の促進

(エ) については、マルシェや音楽祭、夜市などの月例イベントの開催や、津山市の特徴を生かしたさくらや食、お酒のイベントを開催。会場となる対象商店街は、JR津山駅から近く、合計店舗数が多い一方で空き店舗率の高いソシオー商店街や、同じくJR津山駅から近く、住居率が高い城南商店街に設定する。商店街においては市民の生活空間でもあるため市民に対してもウォークアブルシティを認識してもらうことができる。また、空き店舗を活用した出店を行うことで空き店舗活用ができる。

(オ) については、既存の「津山市空き店舗等活用支援事業補助金」の認知度を向上することで、観光関連事業者による空き店舗活用を促進する。

出典：津山瓦版 [b72e78407ab91f0afdae89299fb2603d393499e1.pdf](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

住まいる岡山 [岡山の不動産\(賃貸・売買\)情報 - 住まいる岡山](#) (2025/1/24 に最終アクセス)

(c) 観光プロモーション

回遊性の向上、観光客の誘致を図るために、観光プロモーションをする必要がある。これを実施するにあたって以下の案を考えた。

- (カ) 移動手段別観光ルートの提案
- (キ) 観光スポット間を結ぶストーリー性のある散策コースの展開
- (ク) SNS を活用した「歩いて楽しい津山ウォーカブルシティ」の宣伝

(カ) については、徒歩またはごんちゃりの移動手段別・所要時間別のルートを一枚の地図にし、津山市公式サイトに掲載もしくは津山市の玄関口である JR 津山駅にて無料配布する。

(キ) については、歴史的人物の足跡をたどり、要所で歴史情報を提供するオブジェクトを設置する。例として、コーヒーに「珈琲」の漢字をあてた津山藩の蘭学者宇田川榕菴にちなんだ津山市内のカフェ巡り等。

(ク) については、Instagram や X におけるハッシュタグキャンペーンやインフルエンサーの誘致を通して、津山市自体の認知度を向上する。

5. 結論

雇用創出のためには地域経済を活性化させる必要がある。そこで、津山市の中心市街地を「津山ウォーカブルシティ」に設定することで、以下のサイクルが生まれると考えた。

- ① ウォーカブルシティの形成
- ② 滞在時間の延長、観光消費の拡大
- ③ 観光にまつわる業種の需要増
- ④ 雇用創出・拡大
- ⑤ 地域経済の活性化

観光の活性化を手段として地域経済を活性化させ、結果として観光業に限らず幅広い業種における雇用創出を目指す。

6. 謝辞

ご多忙の中、貴重なお時間を割いて今回のサマースクールでのご協力いただきました津山市役所商業・交通政策課の皆様改めて感謝申し上げます。

7. 参考文献

- ・ RESAS 地域経済分析システム ([人口の社会増減 - RESAS 地域経済分析システム](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「2022 津山市統計書」([令和 4 年度版津山市統計書](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「2022 津山市統計書」([令和 4 年度版津山市統計書](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「津山まちづくり調査結果報告書」([201605311152200208237.pdf](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 総務省「国勢調査」([統計局ホームページ/令和 2 年国勢調査/調査の結果](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「第二期まちひとしごと創生総合戦略」([r1-12-20-senryaku.pdf](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 観光庁「観光による地域経済活性化に関する調査研究報告書」([経済波及効果 | 観光統計・白書 | 観光庁](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「令和 6 年度津山市観光動態調査」([令和 6 年度津山市観光動態調査 結果報告について - kokosil 쓰야마](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県岡山市「令和 5 年度観光統計」([r5_kankoutoukei.pdf](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 国土交通省「ストリートデザインガイドライン-居心地が良く歩きたくなる街路づくりの参考書-(バージョン 2.0)」([001403589.pdf](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 岡山県津山市「津山市中心市街地活性化の構想」([津山市中心市街地活性化の構想](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 静岡県沼津市「沼津市定例記者会見発表」「OPEN NUMAZU 2023」の実施結果 ([PowerPoint プレゼンテーション](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 津山市公式サイト ([つやまシェアサイクル「ごんちゃり」 | 津山市公式サイト](#)) (2025/1/24 に最終アクセス)
- ・ 津山瓦版 ([b72e78407ab91f0afdae89299fb2603d393499e1.pdf](#))

(2025/1/24 に最終アクセス)

・ [住まいる岡山 \(岡山の不動産\(賃貸・売買\) 情報 - 住まいる岡山\)](#)

(2025/1/24 に最終アクセス)

2025 年 1 月 25 日(土)

地域・公共マネジメントプログラム

根本ゼミ

担当教員：根本 忠宣

歴史的な街並みを生かす

FLP 地域・公共マネジメントプログラム 根本ゼミ

期末成果報告書

A 生

氏名：金谷 隆晴 山根 あかり 山本 康惺

〈目次〉

1. はじめに
2. 津山市の現状
3. 津山市の課題
4. 課題を踏まえての提案～空き家を活用した経営塾の開講～
5. 期待できる効果
6. 謝辞
7. 参考文献

1. はじめに

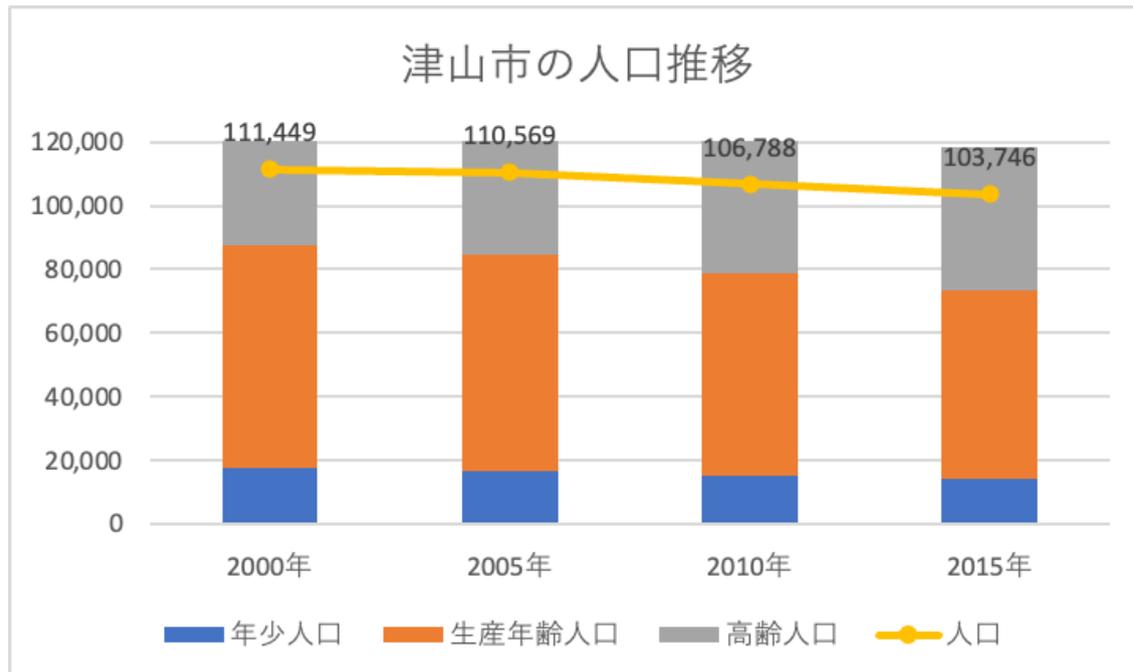
本報告書は、津山市の現状からみえる人口減少と雇用流出を防ぐため、津山市の主要な社会問題となっている空き家を活用し経営塾を開講するなどさせることで、結果として人口増加と雇用増加を実現することを目的とした政策を提言する。津山市の題点発見から、課題改善に繋がると考えた政策を報告する。

2. 津山市の現状

津山市の現状として大きく挙げられるのは、津山市内の人口減少・少子高齢化だろう。人口増加率は 96.3%¹と 100%を下回る数値となった。また、津山市内の高齢人口の割合も 31.44%となった。日本全体の高齢人口率は 28.4%と、30%にまでは到達せず止まっているが、それと比較するととても多い割合を占めていることが見て取れる。

また、転出超過も同時に起こっており 2019 年時点では転入が 2,764 人、転出が 3,233 人という数字になっており、転出が 469 多いという状況になっていた。

図 1 津山市の人口推移

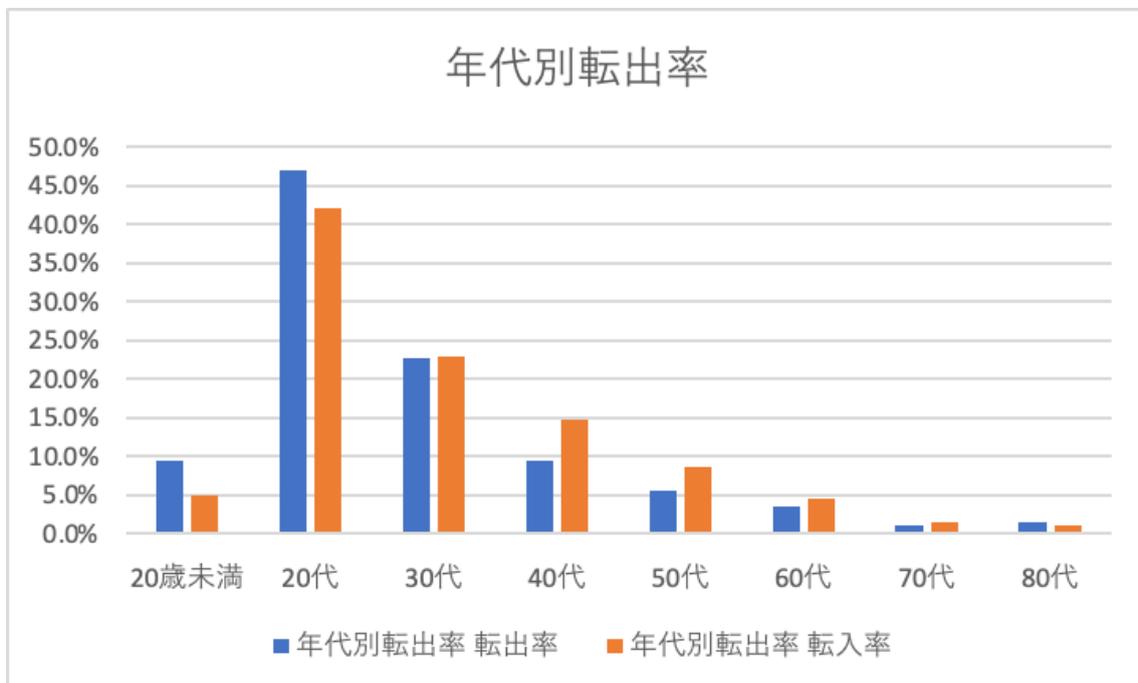


¹ 第2章 津山市の現状とまちづくりの主要課題

出典：岡山県津山市「第2章 津山市の現状とまちづくりの主要課題」

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/4596/2syou.pdf> (2025/1/24 に最終閲覧)

図2 年代別転出率



参考文献：岡山県津山市「第2章 津山市の現状とまちづくりの主要課題」

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/4596/2syou.pdf> (2025/1/24 に最終閲覧)

それらを踏まえると、津山市内の「未来の担い手を欠いている」状況にあると言えるだろう。図2を見ると、転出率が圧倒的に多いのが20代であり、その次に多いのが30

代という、津山市のこれからを担い引っ張っていく役割を持っている若い世代がどんどん津山市の外へ流出してしまっていることがわかる。したがって、今後の津山市をより活発で明るい町にしていくには、若い世代が津山市に転入し定住してもらうことが必要不可欠だと考えられる。

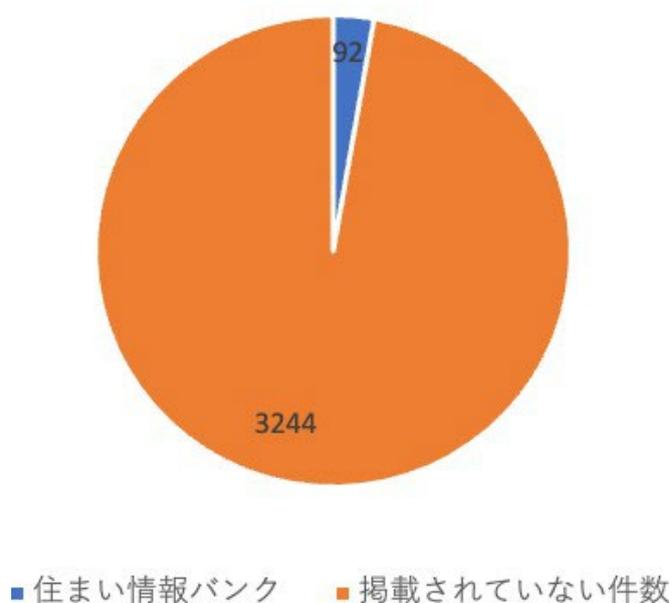
3. 津山市の課題

前述の現状を踏まえ、津山市が現在抱える一番大きく、早急な解決が必要だと考えられる課題は、空き家問題であると考えた。

具体的に述べると、津山市内に存在する空き家をあまり活用できていないという点が大きな課題を要していると考えた。

図3 住まい情報バンク 掲載状況

住まい情報バンク 掲載状況



参考文献：岡山県津山市「市内の空き家をお探しの方へ」

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b38ed95677ea07dd03adb4> (2025/1/24 最終閲覧)

図3を参照すると、津山市全体の空き家数は3,336件に上るがそのうちの92件のみが住まい情報バンクに掲載されておらず、空き家を利用したいと考えている方々が利用可能であるとして目に入る件数が圧倒的に少ない。この、空き家を住まい情報バンクに掲載することへの遅れが利活用を難しくしている一つの原因であると考えられる。加えて、住まい情報バンクはあくまで「仲介」の作用であるため、空き家を利用したいアクターの負担が大きくなってしまふ。空き家を活用したい方は、まず物件を住まい情報バンクを通じて閲覧する。その後その閲覧者自らが業者などに連絡を入れ、空き家の所有者と直接交渉をする必要があるのである。それらの負担を考えると、空き家は利用したいが億劫だというふう感じてしまいかねない。

4. 課題を踏まえての提案

4-1 政策提言 経営塾の開講

以上の点を踏まえて、流動人口の増大、関係人口の増大、新しい転入者の住む場所の確保と雇用先の増加、定住人口の増大という津山市が発展していくためのメカニズムの中で特に「定住人口の増大」に着目していきたい。

図4 人口増加までの流れ



「3. 津山市の課題」で記述した歴史的な街並みの保存はできている一方で空き家の数が多く、転入者の数と転出者の数を比較した時に、若い世代の転出者の数が多いということが明らかになったため、それらの課題を改善するために「空き家活用の促進と若者の活躍できる場の創出」を提案したい。

具体的な提案内容は、現在空き家となっている建物を利活用し、大学生や18歳以上を対象者とした経営塾を津山市で毎年開催するというものである。開講した経営塾内で津山市内の素材や魅力を活用した「津山コンペティション」を開催し、津山コンペティションの受賞者はスタートアップ企業を津山市で設立でき、企業が利益を生み出せるまでの数年間は無償で利用できることとすることで、導入費用はかかるが、この一連のプロジェクトを成功させることで、津山市に多くのスタートアップ企業が集まり、津山市全体の活気に繋がると考える。なぜ、ここで経営塾に着目したかの説明を行いたい。経営塾とは、経営者として広い視野、様々な戦略を練るための思考力、企画実行までの構想力を身に着けるためのプログラムであり、経営塾を津山市が市を挙げて開講させるこ

とで、津山の魅力を活かした企画や商品、イベントなど既存のプロセスからは成し得なかった新しい価値が多角的な視点から創造できるのではないかと考えたからである。

ここで実際に、津山市で経営塾を開講する際の導入例について説明していきたい。ここでの経営塾は2つコースを設定し、より目的にあったコースを選択できるものとした。どちらも空き家を活用した住居に住みながら経営について学習する内容であるが、一つ目のコースは、対象者を津山市内の大学生に限らず、全国各地の大学生として、学習する期間としては大学の休業期間と合わせた短期間に設定することで、津山市内の大学に限らず、全国各地の大学生を募集することが可能となり、ここでは実際に定住人口の増大には直接的な繋がりには生まれなないかもしれないが、津山市に短期間でも住み、魅力に触れることで、関係人口の創出につながる。二つ目のコースは、対象者を全国各地の18歳以上、期間としては、1年間と一つ目のコースと比較すると長期的なコースである。二つ目のコースでは、より実践的な経営を学ぶために長期期間で設定し、二つ目のコースの受講者には津山コンペティションに参加し、より具体的に企業しどういった事業を展開しどう経営していきたいかを体験することで、受賞者には実際に津山市で津山市が活気づくようなスタートアップ企業を起業してもらいたい。「津山コンペティション」を開催する狙いとしては、津山市に在住する人でも経営塾を通じて改めて津山市の魅力に気づくことができたり、津山市以外の参加者もいることで、今まで気づけなかった津山市の魅力を発見することができたりと多角的な視点を経営塾で養い実践的な学習として津山コンペティションを行うことで、経営塾で学習してきたことの定着を図るだけでなく、津山市の魅力を再発見、新たな発見が得られるという点を狙い津山コンペティションも開催したい。以上のプログラムを実際に行うことで、津山市がスタートアップ企業が集まる街として活気づくだけでなく、若い世代の働く場所の拡充がなされ、定住人口の増大が期待でき、現在も津山市に住んでいる住民であっても津山市の新たな魅力に今までなかった視点を持って気づくことできるのではないだろうか。

4-2 先行事例①

ここで、実際に経営塾を行った先行事例について着目していきたい。静岡県熱海市で新規事業の起業や、熱海の課題を解決するために、熱海を変える”事業を生み出す”創業支援プログラムである99°Cのカリキュラムがある。ここで扱われるテーマ4つあり、そのテーマによってカリキュラムが進む。なぜその事業を自分が行うのか、事業のニーズ、ターゲット、エリアについて深掘りし、実際に経営塾を行った先行事例について着目していきたい。静岡県熱海市で新規事業の起業や、熱海の課題を解決するために熱海を変える”事業を生み出す”創業支援プログラムである99°Cのカリキュラムは4つのテーマによってカリキュラムが進む。なぜその事業を自分が行うのか、事業のニーズ、ターゲット、エリアについて深掘りし、「自分と相手を知る」。事業の実現性と継続可能性を数字によって確認しながら、「数字と事業をやる」。トライ&エラーを重ねながら、自

分の事業の「軸を見出す」。生み出した事業を走り出させるための事業計画書やプレゼンテーションを学び「思いを伝える」という 4 つのテーマのもと第一線で活躍する講師陣によるメンタリングや、フィールドワークと通じて実践的に学ぶことができ、2 か月の短期コースと 5 か月の長期コースの 2 つのコース分けて、型にはまらない事業の起業とその展開について学ぶことができる。このプログラムを受講し、熱海市内で介護事業やケータリング事業の経営を行っている受講者もあり、実際に熱海市内の活性化に繋がっている。

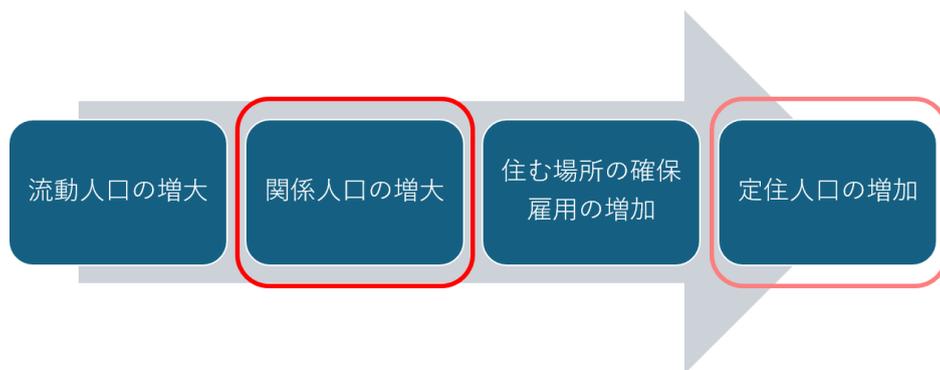
4-3 先行事例②

次に株式会社フェニクシーの行った、現代社会が抱える様々な課題を解決するための経済、社会、環境をつなげて捉え、ビジネスとして成立させる取り組みである、インキュベーションプログラムについて説明していきたい。本プログラムとは、住み込み型の新規事業創出プログラムで、プログラム参加者には家具付き住居を 4 か月提供し、プログラムの最後に開催されるショーケースで事業計画の発表の機会が与えられ、成長が見込まれる事業に対しては資金調達や共同開発の提案が行われ、このプログラムから実際に、企業し成功している事例が複数ある。

5. 期待できる効果

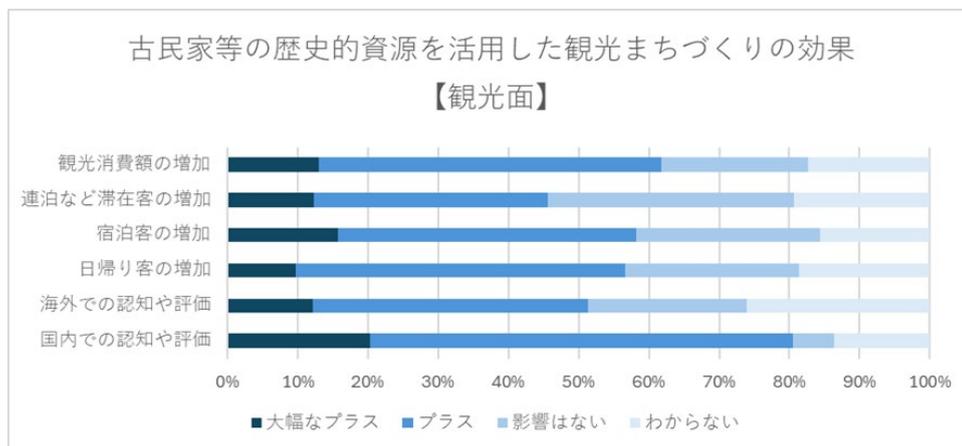
津山市内での定期的な経営塾開講と「津山コンペティション」開催によってまず関係人口の増加が期待できる。4-1 で述べた通り、市外に住んでいる若年層がこのようなイベントに参加することで津山市と関わりを持ち、津山市の魅力に気づくことができるであろう。また市内在住者もいままで気づかなかった津山市の新たな一面を知ることができる。更に、コンペティションの受賞者にはスタートアップ企業を津山市内に設立してもらうことで、取組を始めて数年後には、津山がスタートアップ企業でにぎわうまちに、そして若者の働く場所の創出が見込める。その結果、長期的にみて若者を中心とした定住人口の増加が期待でき、経営塾やスタートアップの場に空き家を活用することで、津山市内の空き家の減少も目指すことができる。

図 5 人口増加までの流れ



昔ながらの伝統的な街並みをもたらす効果は大きい。観光面でのデータにはなってしまうが、歴史的資源を活用した観光まちづくりを行うことによって、80%以上の団体が国内での認知・評価が高まったと回答しており、また宿泊・日帰りに関わらず観光消費額も増加傾向にあるという。津山市は津山城や城東・城西街並みをはじめとした数々の観光資源に恵まれているので、何かしらの付加価値を加えていくべきである。

図6 古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくりの効果



参考文献：公益財団法人日本交通公社「古民家等の歴史的資源を活用した 観光まちづくり推進のための調査事業 事業実施報告書」

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001513160.pdf> (2025/1/23 最終閲覧)

先に述べた経営塾とそれに付随した津山コンペティションの実施によって、空き家活用と若者の活躍できる場の創出の実現を行うことができ、結果的に津山市に対して関係人口と定住人口の双方の増大が見込める。

最後に、津山市は既存の建造物を「ただ残す」だけなのではなく、「何らかの形で活かし続ける」ようにすることで、若者をはじめとした多くの活気を取り込むことができるのではないかと考える。

6. 謝辞

ご多忙の中、貴重なお時間を割いて今回のサマースクールでのヒアリングにご協力いただいた方々に改めて感謝申し上げます。

- ・津山市役所 歴史まちづくり推進室のみなさま
- ・津山市役所 職員の皆様

7. 参考文献

- ・第2章 津山市の現状とまちづくりの主要課題
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/4596/2syoun.pdf> (1月23日閲覧)
- ・転出入者アンケート調査結果報告
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/3109/201507021526130328704.pdf> (1月23日閲覧)
- ・津山市 空き家バンク
<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b38ed95677ea07dd03adb4> (1月23日閲覧)
- ・99°C Startup Program for Atami 2030
<https://renovation-atami.net/99spa/> (1月23日閲覧)
- ・株式会社フェニクシー インキュベーションプログラム
https://www.phoenixi.co.jp/wp-content/uploads/2024/07/c10-flyer-independent_Jp-1.pdf (1月23日閲覧)
- ・古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり推進のための調査事業 事業実施報告書
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001513160.pdf> (1月23日閲覧)

津山市におけるひとり親家庭の困難と支援における課題

FLP 地域・公共マネジメントプログラム

天田ゼミ A 生

荒木遥（中央大学総合政策学部）

永當陽菜（中央大学文学部）

鈴木結菜（中央大学総合政策学部）

山口咲奈（中央大学文学部）

目次

第1章 序論

- 1-1. 本研究の背景
- 1-2. 研究方法
- 1-3. 研究の目的・意義
- 1-4. 研究の対象

第2章 問いの設定

- 2-1. 先行研究
- 2-2. 津山市におけるひとり親家庭支援の現状

第3章 目的

第4章 サマースクールにおけるヒアリング方法と対象

- 4-1. ヒアリング方法
- 4-2. ヒアリング対象

第5章 結果

- 5-1. 当事者の抱える困難
- 5-2. 支援者側の課題

第6章 考察

- 6-1. 支援情報が日常的に目に入る
- 6-2. 支援までの手続きが分かりやすい
- 6-3. 頼ることへの抵抗を減らす

第7章 政策提言

- 7-1. 「支援情報が日常的に目に入る」政策
- 7-2. 「支援までの手続きが分かりやすい」政策
- 7-3. 「支援までの手続きが分かりやすい」政策

第8章 謝辞

引用文献

第1章 序論

1-1. 本研究の背景

近年、ひとり親家庭の貧困が重要な問題として取り上げられるようになった。ひとり親家庭の親は、厳しい労働環境下にあって世帯の暮らしを支え、子供の養育をも一人で背負っている。ひとりで生活を維持させているのにもかかわらず、周囲から十分な支援を受けている状況とは言えない。また、元夫との関係が悪ければ、養育費を受け取ることができず、金銭的に頼る相手もいなくなる。

津山市でもひとり親家庭の支援について注視している。「第2期津山市子ども・子育て支援事業計画～つやまっ子にこにこプラン～」の「基本目標②楽しく子育てできるまちづくり」では、「子育て家庭に視点をおいた取り組み」として、「ひとり親家庭等への自立支援」などを行うと記載がある。このことから、行政もひとり親家庭への支援を強化すべきと考えていることが伺える。この報告書ではこの課題を視野に入れた政策を提言する。そのためには、津山市で生活するひとり親家庭の抱える様々な困難を明らかにする必要があると考える。ひとり親家庭の困難を知ることで、行政にどのようなひとり親家庭への支援が求められているのかを検討する。

1-2. 研究方法

対面でインタビュー調査を実施し、支援者の方々から実際の声を伺った。調査に当たっては、録音し文字起こすことの許可を事前に各調査対象者の皆様からいただいた。そのうえで、文字起こしたのはこの目的に必要な部分だけに限定している。

1-3. 研究の目的・意義

このような背景から、私たちは本研究で津山市のひとり親家庭の方々がどのような困難を抱えているのかを、行政やNPOなどの実際の支援者の方々へのインタビューを通して明らかにする。本研究は今まであまり研究されてこなかった津山市のひとり親家庭に着目した点や、実際の声を取り入れているという点に意義がある。

1-4. 研究の対象

以下の調査者に対してインタビュー調査を行った。各対象者に関する詳しい説明は、章の調査結果ごとに述べている。

- (1) 津山市役所人権啓発課 A さん
- (2) 津山市役所子育て推進課 B さん・C さん、津山市役所健康増進課 D さん
- (3) NPO 法人オレンジハート E さん
- (4) 認定 NPO 法人オリーブの家 F さん・G さん

第2章 問いの設定

2-1. 先行研究

浦川(2018)の研究によると、「現状の日本で就労者が時間の貧困に陥る主な要因は、就学前の子どもの育児と長時間の就労であり、とくにひとり親世帯では非正規雇用においても長時間の就労が特徴となっていることがわかった。子育てと就労を一手に担っているひとり親世帯では、ひとり親の両親などの親族からの助けがない限り、必然的に生活時間の不足は避けられない。」という。また、時間の貧困の程度を数値化した時間貧困率で比較したところ、ひとり親世帯でかつ非正規雇用の親が最も時間貧困率が高いことがわかった。以上から、ひとり親世帯は、金銭的な貧困だけではなく時間的な貧困に陥っている傾向が高いことがわかった。したがって、ひとり親は複合的な困難を抱えている可能性があり、その困難を知ることが重要であると考えた。

2-2. 津山市におけるひとり親家庭支援の現状

本研究で「「津山市のひとり親家庭はどのような困難を抱えているのか」をテーマとして設定した理由は主に二つある。

一つ目は、津山市もひとり親家庭の自立支援を取り組むべき課題として挙げている、と捉えられることだ。津山市は、「第2期津山市子ども・子育て支援事業計画～つやまっ子にこにこプラン～(p.37)」の、「基本目標② (子育て家庭) 楽しく子育てできるまちづくり」では、「子育て家庭に視点をおいた取り組み」として、「ひとり親家庭等への自立支援」などを行うとの記載がある。同計画(p.11)から、「ひとり親家庭の相談体制の充実」が達成不十分、「ひとり親家庭の父や母の就労支援」が未達成とされていることと、同計画(p.12-13)から「ひとり親家庭相談サポート件数」、「ひとり親家庭就労支援者数」において、実績値が最終目標値の50%に満たない結果となっている点から、課題があると捉えられた。

二つ目は、津山市が行った調査において、ひとり親家庭等の自立支援を充実させるべきと考えている市民が一定数いる、ことだ。調査結果について、「第2期津山市子ども・子育て支援事業計画～つやまっ子にこにこプラン～(p.35)」を参照すると、「ひとり親家庭等の自立支援を充実させるべき」と考えている人が30%以上いることがわかる。他の項目と比較すると突出して割合が高いわけではない。しかし、自身の生活に即している事柄の方が関心度は高くなり、「充実させるべき」と回答する人の割合は高くなると考える。このことをふまえると、決して少ない割合ではないのではないかと考えられた。

以上の理由から、1.津山市が取り組むべき課題としてあげている一方で、施策の余地がある点、2.津山市民からのニーズという点の両者の側から取り組む意義があると考えられた。このことから、「津山市のひとり親家庭はどのような困難を抱えているのか」に問いを設定した。

第3章 目的

本報告書における目的は津山市において「ひとり親家庭」の抱えている困難と支援を阻害している要因を特定し、それを削減する政策を提案することである。

第4章 サマースクールにおけるヒアリング方法と対象

4-1. ヒアリング方法

2024年7月中旬にひとり親の支援を実施している訪問先を選定し、メール形式でヒアリングを行った。そして、2024年8月19日から2日に行われた岡山県津山市でのサマースクールにおいては、メールでのヒアリングで得られた内容を踏まえた上で質問事項を用意し、対面でのヒアリングを行った。

4-2. ヒアリング対象

- (1) 人権啓発課 (2024年8月19日)
- (2) 子育て推進課 (2024年8月19日)
- (3) NPO法人 オレンジハート (2024年8月20日)
- (4) 認定NPO法人 オリーブの家 (2024年8月20日)

第5章 結果

5-1. 当事者の抱える困難

ヒアリングを通し、当事者の抱える困難として、「状況は千差万別かつ複合的な困難を抱えていること」「周囲に気軽に頼りづらいこと」「支援を利用しづらいこと」の三点がわかった。

(1) 状況は千差万別かつ複合的な困難

第一に当事者の置かれる状況は千差万別かつ複合的な困難があることについて述べていく。ひとり親家庭の抱えるニーズについて、実際に当事者のどのような声があるかという質問をしたところ、以下の回答を得た。

1 人親のご家庭という形で一括りにされますと、いわゆる所得について、或いは家族構成についてと、千差万別です。ですので、色んな形でのニーズは当然あり、全体としては、いわゆる所得についてがどうしても低めに出ている方が多いという形なので、いわゆる進学にしても、それから職種とか、そういったものについても、いろんな形については所得に繋がるものが多いとは認識はしてはいますが、1人親というカテゴリーだけで括ってし

まうと、中々捉えづらいのかなというのがイメージとしてはありますね。（子育て推進課Bさんのインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから、ひとり親家庭というカテゴリーの中でも、所得や家族構成といった点で千差万別で捉えることが容易ではない状況に置かれていることが分かった。また、その為にももちろん抱える困難や求める支援ニーズも様々であることがわかった。ただ、その中でも全体に見られる困難として大きいものに所得があることも分かった。

また、行政の窓口へ相談に来たケースとして以下の事例があった。

お1人親なんだけど、ご自身の両親とか、親と同居してて3世代とかっていうのありますよね。そうすると、育児、介護に板挟みみたいなのもあったりする。（人権啓発課Aさんのインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから、ひとり親の抱える困難には自身の労働や子育てのみならず親の介護との板挟みといった複合的な要因があることが分かった。一つ目のインタビュートランスクリプションと合わせると、所得が大きな困難である一方で、それだけでは語られない複合的な困難があることが分かる。

さらに、ひとり親の抱えている複合的な困難についてその他の要素も知ることができた。

1人親に関わらずにはなりますけれども、先ほどのその経済面のところはやはりよく聞く課題かなっていうところもありますし、また、親御さんの心身の不調が私たちに関わることがとても多いです。で、その中で、やっぱり働けないから経済的に参ってくるであるとか、そういったその心身の不調から、その人間関係でやっぱり頼れない方もいらっしゃるんで、いろんなところに頼れなくて孤立している方っていうのもおられたりします。（健康増進課Cさんのインタビュートランスクリプションより）

ここではインタビュートランスクリプションから、心身の不調によって働けないことで、経済的困難を抱える、人を頼るアクションを起こせない、孤立へと繋がるという側面があることも分かった。

以上のインタビュートランスクリプションから、ひとり親家庭の当事者は、所得や家族構成をはじめとして千差万別な状況にあることが分かった。そのため、もちろん抱える困難や求めるニーズも様々である。実際、全体として所得が大きな困難である一方で、育児や介護、精神面の不調といった困難もある。更には、それらの困難をそれぞれ同時に複合的に抱えていることが分かる。

(2) 周囲への頼りづらさ

第二に周囲への頼りづらさについて述べていく。ヒアリングを通して、ひとり親は、自身の不安やつらさを頼ることなくひとりで抱え込んでいる現状にあることがわかった。以下がそのインタビュートランスクリプションである。

親たちは、希薄な人間関係とか、不規則な仕事と不安定な労働条件、誰からも教わることなく、誰にも相談できません。不安を抱えながら子育てに奮闘しているんですよっていうことですね。（オレンジハートGさんインタビュートランスクリプションより）

大抵のDV被害者とか1人親家庭の人って頑張りたいと思ってるんですよ。誰も楽しろかって思っていないですよ。基本。頑張りたいけど頑張りがわからないとか、子供がいて夫から暴力を受けたりとか、そもそもひとり親になっただけでもすごい不安なのに、なんかどうやって働いていって、どうやってこう生きていけばいいかっていうのは、もう全員が悩んでるところで。（NPO法人XのEさんインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから、具体的に、ひとり親家庭の当事者は希薄な人間関係や不規則かつ忙しい生活に追われる中で、悩みや不安を抱えつつも「頑張りたい」と、奮闘していることがわかる。ここで頼りづらさを形成している要因としては、①困りごとが複数・複合的であること、②不安に対して時間を充分とって向き合う余裕がないほど忙しいこと、③希薄な人間関係や頼り方が分からないこと、があることが分かった。

さらに行政の目線からは、

いろんなパターンがあって、本当ね、なんかちょっとハードルが高いなみたいなのがあったり、市役所にそういうプライベートな話をしてもいいのかっていう、そこを知らない人もいらっしゃることもありますし、あと、やっぱりこう、1人親じゃないんだ、旦那に怒られるとかね、なんかそういうのもあったり、さっき親御さんにそんなとこ行かんでいいって言われたからとかいうこともよく聞かれるかな。（健康増進課Cさんのインタビュートランスクリプションより）

また、意識のどうしても壁みたいなのもあって、そういったところに相談に行くのは風が悪いであるとか、そういったところにはプライドが、もうね、行きたい行きたくないっていう場合もあります。（健康増進課Cさんのインタビュートランスクリプションより）

という発言から、行政に対してプライベートな話をしていいののかと感じることや、当事者や周囲の人間の世間体やプライドの意識がハードルとなっていることも分かった。

(3) 支援の利用しづらさ

第三に、支援を利用できていないことについて述べていく。現在津山市では、ひとり親

が日常生活の悩みや不安を相談できる窓口が設置されてるなど、子育て世帯に向けた多様な支援やサポート体制が存在する。その一つが、ファミリーサポートセンターである。ファミリーサポートセンターとは、子どもの習い事や保育園の送迎や、放課後の子どもの預かりなどを、安価で頼むことができる制度である。スタッフは有志で市民が担うことで運営されている。ファミリーサポートは、周囲に頼ることができる人がいない親にとって助けになるシステムであるが、利用にあたって壁を感じる人もいることがわかった。

登録される人が増えてるっていうのは、お守り。さっき言ったように、なんか私に会った時に、っていうようなことで、登録だけはしておいて、だけど使わなかったっていうような人が増えてるっていうような形で。微増ぐらいです。1000 を超えて、でもすごく超えたりしない微増です。 （人権啓発課 A さんのインタビュートランスクリプションより）

サポートを提供してくれる人を私どもが探して、サポートする人、される人が 1 回会うんですよ。会って、例えば、この子は例えばアナフィラキシーがあるから食事には気を付けてくださいねとか、私はこんな人ですよって、知らない人が突然自分の子供を見るっていう恐怖はあると思うので、まずは顔合わせをして、それから始めるんですね。そうすると、スピード感はないですよ。なので、スピード感を求める方は、やっぱりその近く、近所の誰かに頼っちゃうとかっていう形で、今日言って明日行ってもらえない、スピード感のなさがデメリットと思われるっていうのと、手続きが煩わしいとかね、っていうところがある。一方で、ママ友とか同士で、私こんな登録したけん、しとけば。みたいなので来られる人もおるし、人それぞれなのかなって思います。 （人権啓発課 A さんのインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから、ファミリーサポートセンターの利用について、利用者目線ではスピード感のなさ、手続きのわずらわしさがあることで壁となって利用に至らなかった方もいることが分かった。

また、そもそも支援の存在を知らなかった、というケースもあることがわかった。

特にこう福祉サービスとかに繋がるには、1 つは、そういった SNS での情報って今結構入りやすくはなってますけれども、やっぱこう情報知らないからっていうのが 1 つあります。 （子育て推進課 B さんのインタビュートランスクリプションより）

行政たらい回しになってしまって、じゃあもうあなたが相談したかったらこれはもう警察に行ってくださいとか、でも、警察に行っても、身体的暴力なかったらうちに言ってもらってもね。じゃあここに行ってください、じゃあ児相に行きました、児相は子供のことで

けですよってなって、ぐるぐる、ぐるぐる回って 10 年っていう人はざらにいます。（NPO 法人 X の E さんインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから、SNS 等、インターネットで情報を集める人が多くなった一方で、情報を知らないから福祉サービスに繋がらないことや、行動しても中々自分の困りごとに対して直接的に解決するチャンネルに繋がれていないケースもあることがわかった。

5-2. 支援者側の課題

ヒアリングを通し、支援者側がひとり親家庭の支援にあたる中で生じている困難として、「行政側から動くことの困難」、「行政内の情報共有の難しさ」、「他団体との情報共有の難しさ」の三点が分かった。これらは、後者には支援の円滑さを阻むことや、現在ある支援の利用を有効活用できないことに繋がる。そしてすべてに共通して、当事者の声なしに行政側が単独で支援することが困難であることが浮かび上がった。

(1) 行政側から動き出すことの困難

第一に、行政側から動き出すことの困難について述べていく。行政支援者にひとり親家庭の支援に当たって、どのような困難が多いのかを聞いた際に、困難の特徴とそれによる支援の難しさを伺うことができた。以下がそのインタビュートランスクリプションである。

夫婦であった時からそういうな、何かの課題があって、そういう風な状況に最終的になったのか、もうケースが色々あると思うんですよ。1人親家庭であっても収入、2人で夫婦で働いてるよりも収入たくさんの方もたくさんおられると思うんです。だから一概に1人親家庭だから収入が少ないとか、何かで困ってる、それをどうにかして援助しようっていうのがですね、いや、やっぱそれだけではなかなか解決できない問題もあるかと思うので、なかなか行政としても、1人親の方に対して、こうだからこれを援助しましょう、これは困ってるからお金援助しましょう、まあなかなかそれをする、うん、どこを強制的には支援の優先順位を定めていくかというのは、結構、普段ね、業務をしてても、なかなか難しい課題ではありますね。（中略）何かしたらどんな課題、困ってるから何をしようとかいうのは、なかなかね、1つ1つ難しいんじゃないかなという風にね。通常業務して、まあ、それを皆さんから汲み取ってするのが行政の役割ではあるとはわかりつつ、難しい課題ではあるかなというところですね。（子育て推進課 B さんのインタビュートランスクリプションより）

まず、5-1(1)で述べた通り、当事者は複数の困難を抱えており、生活においては複合的な障害が生じている。このことを踏まえ、インタビュートランスクリプションを確認する。インタビュートランスクリプションから、複合的な困難の根本解決に当たっては、支援者は生活における困りごとから複数の困難を明らかにして支援を行うことが必要となること

がわかる。更に、ひとり親家庭と言っても、世帯構成や雇用状況など置かれている状況は千差万別である。したがって、ひとり親家庭と言っても画一的な対応ではなく、個別に困難を汲み取り、支援対応が求められる。したがって、ひとり親家庭の当事者の相談・支援にあたる場合、困難を汲み取りきることに難しさが生じる。

また、困難が明らかになった場合にも、一つの支援では解決しないことが多く、優先度をつけなければならないこともある。しかし、今日明日の命の危機がない場合には線引きがない為、行政側がプライベートに立ち入ることは難しい。よって、強制的な介入はできず、一方的に優先度をつけられない。つまり多くの場合、当事者の声がない場合には行政は動けないことが支援を困難にしていると分かる。

(2) 行政内の情報共有の難しさ

第二に、行政内の情報共有の難しさについて述べていく。

当然、ご本人さんがいいよ、情報共有していいよって言ってくださった場合に限りまずけど、うんっていう風な形で、相談の入口が市役所のどこであれ、おっしゃられたニーズについて対応ができるなあって思うところとこう連携していくっていうような相談体制を市役所全体で取っているところがあるかなと思います。（人権啓発課 A さんのインタビュートランスクリプションより）

インタビュートランスクリプションから行政内であっても連携体制をとるために情報共有を行う際には、本人の許可・声なしには連携体制をとることができず、支援が困難であることが分かる。

また、NPO 目線では、支援者情報について複数回の説明が求められることや、当事者の対応に当たる行政側の姿勢について、支援に不適切な点があるという見方があることもわかった。

(3) 他団体との情報共有の難しさ

第三に、他団体との情報共有の難しさについて述べていく。情報共有に関しては、行政内であっても容易ではなかったが、行政外となるとさらに難しくなると推測できる。実際に以下のインタビュートランスクリプションからもそのような現状が読み取れる。

警察さんとかそれから裁判所なんかとも連携しながらやってるので、そうですね、市ができることっていったら、そういうとこと連携をしながら、情報共有しながら、今ね、でも、個人情報の保護法っていうのが施工されて、なかなか難しい時代になりました。勝手にその人のことを情報共有とか、この人どうかなっていうことができないので、本人さんに了解を取りながら、本人さんと話をしながら支援をしてってところかな。（人権啓発課 A さんのインタビュートランスクリプションより）

実際には、個人情報保護法が大きな壁となっている。個人情報保護法によって、行政の一

存によって当事者の情報を伝達することは難しく、都度、当事者に了解を得なければならぬことがわかる。

また、NPO 目線では、

今度は行政に私たちが電話をして、どういう相談を今までされてきたかっていうのを私たちがヒアリングしたいんですけど、そこでちょっとガードがあります。いわゆる守秘義務みたいなことをおっしゃって、DV ってあんまり守秘義務関係ないんですけど、本当は、しかし、うん、公なんでちょっと言えませんかってなって、で、じゃあじゃあ、直接私たちがまた 1 から聞くことになって、ま、順番にずっと聞いていきます。（NPO 法人 X の E さんのインタビュートランスクリプションより）

という発言から、DV 被害など緊急性が高い場合であっても、情報を円滑に受け取れる状況とはいえないことが分かる。

更に、諸制度の情報共有については以下のようなこともうかがった。

厚生労働省の方になりましたので、こっから色々とお金が回って行って、少しずつこんな女性の方のための支援が始まっていくってところだとは思いますが、そのような内容が、なかなか津山市ではそういう情報交換ができる場がない。（NPO 法人 X の E さんのインタビュートランスクリプションより）

このことから必ずしも官民で諸制度の情報共有を行う場があるとはいえず、諸制度について情報の格差、ひいては支援の格差があるという見方もある。

第6章 考察

今回のヒアリング結果から、当事者は様々な困難を抱えていて、余裕のない状態にあるため、声を上げることが難しいと考えられる。一方で、支援者はひとり親家庭と一括りにしても状況は千差万別であり、支援の線引きが難しいため、当事者に声を上げてもらう必要があると考えられる。この両者の現状から、我々は当事者が余裕のない生活の中でも声を上げやすい環境づくりを行うことが必要だと考え、以下の三つの要素が重要であると考えた。

(1) 支援情報が日常的に目に入る

様々な困難を抱えている当事者は、支援情報に自分からアクセスしたり、様々なサイトから支援情報を集めたりする時間的余裕や精神的余裕がないと考えられる。支援情報が日常的に目に入るようにすることで、情報へのアクセスを容易にし、当事者にとって支援情報をより身近に感じてもらうことが重要であると考えられる。

(2) 支援までの手続きが分かりやすい

支援情報を知ってもらうだけでなく、実際に当事者に利用してもらうためには、支援利用への意欲を高める、支援への必要性を感じてもらう必要がある。そのため、支援までの手

続きを分かりやすくすることで、支援利用までの負担や不安を軽減でき、支援利用のハードルを下げるができる。

(3) 頼ることへの抵抗を減らす

支援を利用することや人に頼ること自体が一つのハードルとなり、心理的な抵抗が利用を妨げていると考えられる。当事者が支援を利用することに負担を感じるのではなく、安心して利用できるような支援への認識を変えられる政策が必要である。

第7章 政策提言

7-1. 「支援情報が日常的に目に入る」政策

(1) 公式ライン

この政策の当事者へのアプローチとして、オンラインの活用が有効であると考え。人権啓発課のヒアリング結果から、支援情報を知った媒体として一番多いものが SNS であることや、携帯から支援情報が目に入るような仕組みを作ることで、今ある支援の利用に繋がることが分かる。したがって、SNS で情報発信を行い、スマホから情報を入手できる環境を作ることが声をあげやすい環境づくりに繋がると考えられる。

普通のああいいうろんなチラシを置いてるところにびよんって置くだけは中々難しいですけど、お手洗いにちょっと貼ってあったり、携帯見るとそういうのが出てきたり、市役所がやる広報だけじゃなくって、国がやる広報、市がやる広報、それから行政だけじゃなくって警察がやるところみたいなところから、民間の団体さんがやってるところ、いろんなところの、こう、SNS をやっていったら今相談できるところに繋がるよとか、チャットで相談できる所に繋がるよとかっていう形であるので、1 番多いのは SNS かなと思います。
(人権啓発課 A さんのインタビュートランスクリプションより)

このように SNS を利用した事例として、川崎市が運営しているひとり親家庭支援に特化した公式ラインを紹介する。川崎市は、公式ライン「川崎市ひとり親家庭支援」で、支援や市内で実施するイベントの情報発信を行っている。このような公式ラインを支援に用いることで、当事者は一度友達登録すれば自動的にひとり親家庭に特化した支援情報を受け取ることができる。また、自分から詳細を調べなくても、日常的に支援情報や地域のイベント情報に触れる機会が増えるため、支援への動機付けを高めることができる。

ここで、ひとり親家庭支援に特化したアカウントを新たに津山市で作成することを提案する。川崎市と同様、支援や市で行われるイベントの情報を定期的に発信するだけでなく、支援を受けるまでの手続きを記載することが必要であると考えられる。事前登録が必要な支援について手続きを周知させることで、「登録だけはしておく」という当事者が増え、実際に支援が必要になった時に利用しようと感じられる、声をあげやすい環境を作ることができるだろう。また、本公式ラインの投稿頻度は、週に 1 回とすることを想定している。

週に 1 回、投稿する曜日を固定化することで、当事者が毎週決まった曜日に情報を確認する習慣が身につくやすくなると思われる。また、過度なプッシュ通知は、当事者にとって煩わしく感じられ、結果的に情報を避ける原因となる可能性がある。このような観点から、週に 1 回という頻度が最も効果的であると考えられる。

(2) 携帯版リーフレット

また、日常的に読み返せる媒体であるということもこの政策で必要な要素である。世田谷区ではひとり親家庭のためのリーフレットが、医師会を通じ区内の小児科や産婦人科で配られている。また、ひとり親になった際に支援につなげられるよう区役所の離婚届の窓口での配布に加えて、乳児期家庭訪問時にも携帯し、ひとり親だと判明したば場合に父母に渡すように工夫されている。このリーフレットにはひとり親家庭に必要な情報（手続きや相談できる場所）がまとめて詳細に掲載されており、ハンドバッグに入るような扱いやすい大きさをしている。

そこで、津山市でもこのようなリーフレットを作成し配布することを提案する。配布のタイミングとしては 8 月の児童扶養手当の申請に必要な現況届の手続き時が望ましい。全員必要な手続きの際に配布することで、制度や支援を認知してもらえないのではないかと考える。また、行政の支援だけでなく NPO の支援情報も記載することで、ひとり親家庭支援に関する包括的な情報を届けられる施策になると考える。

7-2. 「支援までの手続きが分かりやすい」政策

行政から支援を受けるためには、児童扶養手当など一部を除いて自分から申請を行ったり、相談に行ったりしなくてはならない。しかし、第五章「結果」からわかるように、ひとり親は仕事や子育ての忙しさから誰かに頼る余裕がなかったり、そもそも誰に相談すればいいのかわからなかったりする。したがって、より相談・支援に辿り着くためのハードルを低くすることが、ひとり親が抱える困難をより早く解決する一助となるのではないかと考えた。

具体的には、オンライン相談の導入を提案する。現在津山市ではひとり親などを対象とした相談窓口が設けられている。予約方法は電話やネットフォーム、相談形態は電話や対面がある。電話相談と対面相談にはそれぞれメリットとデメリットがあり、電話相談は、身支度や移動の必要はないが、一方で相手の顔を見て相談ができない、資料を用いての相談ができないといったデメリットがある。対面相談は反対に、相手の顔を見て相談することや資料を用いて会話ができる一方で、身支度や移動が必要であるというデメリットがある。これにオンライン相談という新たな相談形態を導入することによって、対面相談や電話相談のデメリットを解消することが可能になる。これにより、困難を抱えるひとり親が、相談や支援により気軽に、早く辿り着くことができる。

7-3. 「頼ることへの抵抗を減らす」政策

「頼ることへの抵抗を減らす」ことは、ここまでの支援情報の提供や相談のハードルが下がることによっても、良い影響がみられるだろう。しかし、頼ることへの抵抗を減らすには頼っていいんだ、と感じられることが必要である。先行事例として、足立区の「サロン豆の木」がある。これは足立区と福祉協議会が協働で実施し、NPOにも各業務を委託しながら行われている当事者コミュニティである。ここでは、相談と企画が実施されており、具体的な企画には、保健師への相談サロンや、ひとり親のためのマネープラン講座、時間をかけずにおいしく栄養のあるレシピの料理教室、保育園入園について区の保育コンシェルジュのアドバイス講座などがある。どれもひとり親家庭の状況を踏まえた企画内容である。

現在津山市には当事者同士が集まるコミュニティはない。その為、新たに当事者同士が集まるコミュニティを創生することが必要となる。これにより、近い悩みを抱える仲間の輪ができることによる精神的な安心感が生まれること、支援情報が共有される。それが目線の近い人からされることで自分も受けてみようかな、受けていいんだな、と感じられる。このように単なる情報共有にはない声のあげやすさに貢献する効果が見込まれるだろう。しかし、現実としては、相談の量、行政の人的リソース、財的リソースの観点から、行政のみで設立・運営することは容易ではない。その為、運営には足立区をならって福祉協議会との協働に加え、スタッフに子育て経験者を巻き込むことで実施が良いのではないかと考える。副次的ではあるものの、スタッフに子育て経験者を巻きこむことは、支援者側にとっても、自分の経験を活かせることによる自己効力感の向上という良い影響があるのではないかと推測できる。また、実施回数は、二週間に一回程度を考える。この理由としては、初期はコミュニティの認知やコミュニティに馴染には一定の活動頻度が求められる。しかし、頻度が高すぎても参加人数がまばらになってしまう可能性や圧を感じてしまう可能性がある。よって、初期は一週間に一回程度の実施、一定の人数が定常的に参加した場合には、二週間に一回程度または、当事者の希望頻度に合わせて継続的に実施することが望ましいのではないかと考える。断続的な実施では、形成された繋がりがこぼれてしまう可能性があるからだ。

第8章 謝辞

最後に、ご多忙の中貴重なお時間を割いてヒアリングにご協力いただいた認定NPO法人オリーブの家、オレンジハートの皆様、津山市役所子育て推進課、健康増進課、人権啓発課の皆様にお礼申し上げます。また、私達の担当をしてくださった津山市役所子育て推進課三谷様には、事前調査から当日の調査に至るまでご協力いただきました。重ねてお礼申

上げます。

引用文献

- ・足立区, 「ひとり親家庭応援! 『サロン豆の木』開催情報」 (2024年12月10日取得, <https://www.city.adachi.tokyo.jp/oyako/salonmamenoki.html>)
- ・浦川邦夫, 2018, 「就労世代の生活時間の貧困に関する考察」, 社会政策学会誌『社会政策』第10巻第1号, p. 25-37
- ・NPO 法人オレンジハート(2024年12月10日取得, <https://www.orange-heart.org/>)
- ・川崎市, 「LINE 公式アカウント『川崎市ひとり親家庭支援』について」 (2024年12月10日取得, <https://www.city.kawasaki.jp/450/page/0000150553.html>)
- ・厚生労働省, 平成29年, 「ひとり親家庭の支援施策に関する事例集」, 13. 世田谷区 (2024年12月10日取得, <https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11900000-Koyoukintoujidoukateikyoku/0000161426.pdf>)
- ・厚生労働省, 平成29年, 「ひとり親家庭の支援施策に関する事例集」, 15. 足立区(2024年12月10日取得, <https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11900000-Koyoukintoujidoukateikyoku/0000161426.pdf>)
- ・田中聡子, 2024, 「コロナ禍におけるひとり親家庭のソーシャルサポートに関する研究」, 社会政策学会誌『社会政策』第16巻第1号, p. 76-87
- ・津山市, 「SNS を活用して情報発信をしています」 (2024年12月10日取得, <https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b38e415677ea07dd03acec>)
- ・津山市, 「第2期津山市子ども・子育て支援事業計画～つやまっ子にこここプラン～」 (2024年12月10日取得, <https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=67314edd523bee40a3d43e0e>)
- ・認定特定非営利活動法人 オリーブの家(2024年12月10日取得, <https://olive-no-ie.main.jp/>)

わくわくごんちゃんイベントラリー ～子どもと高齢者の交流を通じた地域の活性化～

FLP地域・公共プログラム

新原ゼミ

A生

兒玉愛之介・佐藤恒佑・澤村彩未・塚越香都・中村文音

中山桃香・永山紗江・原田瑛莉・村越柚月

目次

1. はじめに

2. 市の概要

3. 現状分析

3-1 人口と高齢化

3-2 高齢者向け施設の現状

3-3. 事前調査後のテーマ

4. サマースクールについて

4-1 調査対象、サマースクールで訪問させていただいた施設

4-2 各訪問先のヒアリングの結果

- ・津山市立図書館
- ・加茂町図書館
- ・津山郷土博物館
- ・中央児童館
- ・津山子ども広場事務局
- ・鶴山塾
- ・津山市役所 高齢介護課
- ・ふれあいサロン
- ・公益社団法人津山市シルバー人材センター
- ・かもふれあい市
- ・スマイル・ちわ
- ・城西まちづくり協議会
- ・美作大学ボランティアセンター
- ・hitotogohan

4-3 ヒアリングにおいて印象に残った部分

4-4 ヒアリングによって考えが変化した部分

5. 政策提言

5-1. 概要

5-2. スタンプラリー

5-3. イベントのアレンジ

5-4. 景品・広報・場所・対象・時期

5-5. 利点

5-6. 懸念事項

6. まとめ

7. 謝辞

8. 参考文献

1.はじめに

私たち新原ゼミのテーマは、「子どもと高齢者の交流を通じた地域の活性化」である。こちらのテーマを設定するために、まず津山市全体について事前調査を行った。その中で見えてきた課題である高齢化に焦点を当て、津山市に住む高齢者の現状を調査するとともに、津山市の公共交通機関や教育についての理解を深めた。本報告書は、サマースクールやそれに関連する事前調査、フィールドワークから得た知見や情報をもとに、私たちが検討した研究内容および政策提言について記したものである。

2.市の概要

岡山県津山市

面積：506.33km²

総人口：95,084人（2024年12月1日）

人口密度：187.79人/km²

岡山県津山市は岡山県北東部に位置し、北側は中国山地、南側は中部吉備高原に接している。丘陵や台地、沖積低地で構成されており、津山市から鏡野町方面には津山盆地と呼ばれる、中国地方最大の盆地がある。津山市の市章は槍印（図1）であり、俗に「剣大」という。参勤交代に親藩松平家の威勢を示したものである。当時の街並みも健在であり、風情ある街並みが広がっている。さらに、津山城は「日本さくら名所100選」にも選出されるほど美しく、非常に人気のある観光スポットとなっている。歴史を感じさせる街並みと自然豊かさを兼ね合わせ、多くの「ほんもの」を感じながら生活できるという津山市のイメージを伝えている。（図2）



図1 津山市の市章



図2 津山市のイメージを伝えるロゴ

3.現状分析

3-1 人口と高齢化

津山市の現状について調査を行ったところ、人口の減少が顕著に見られた。

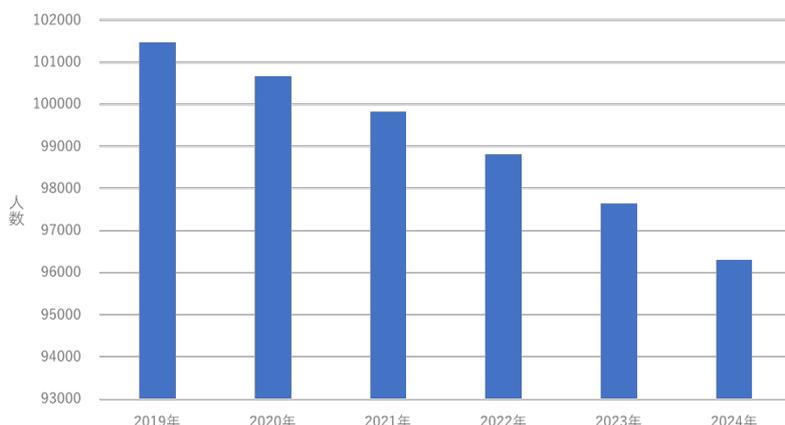
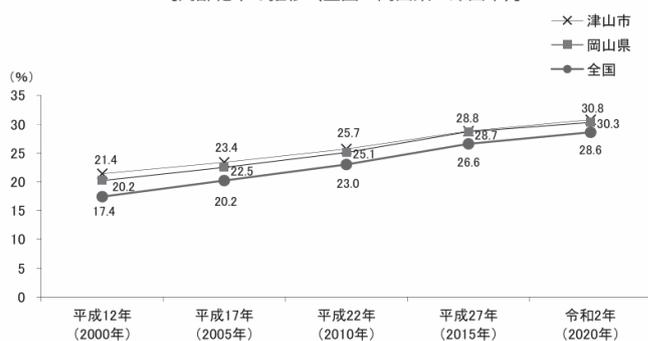


図3 津山市の人口推移

上記のグラフは津山市統計書に記載されている住民基本台帳ベースの人口をもとにした津山市の人口推移である。このグラフを参照すると、津山市の人口は毎年継続して減少を続けており、2021年以降は10万人を下回っていることがわかる。

次に年齢別の人口についての調査を行った。そこで見えてきたのが深刻な高齢化である。第9期津山市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画に記載されているグラフと表(下記参照)によると、2000年に21.4%だった高齢化率(総人口のうち65歳以上が占める割合)は、2020年には30.8%となっており、20年間で約10%上昇している。また、岡山県全体の30.3%、全国の28.6%と比較しても高い数値を記録している。

【高齢化率の推移(全国・岡山県・津山市)】



区分	平成12年 (2000)	平成17年 (2005)	平成22年度 (2010)	平成27年 (2015)	令和2年 (2020)
津山市	21.4%	23.4%	25.7%	28.8%	30.8%
岡山県	20.2%	22.5%	25.1%	28.7%	30.3%
全国	17.4%	20.2%	23.0%	26.6%	28.6%

資料: 国勢調査

図4 高齢化率の推移

3-2 高齢者向け施設の現状

実際に津山市内に設置されている高齢者向けの施設としてふれあいサロン、かもふれあい市、シルバー人材センターなどがある。

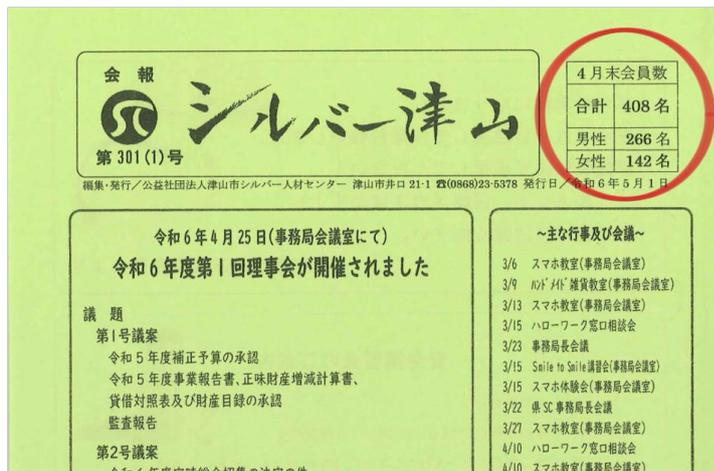


図5 シルバー津山

シルバー人材センターが発行している会報誌「シルバー津山」第301号によると、実際にシルバー人材センターに登録している人数は408名であり、津山市の高齢者が3万人を超えていることを考慮すると少ない数値となっている。また、全世代交流を目的のひとつとしているふれあいサロンでは、その目的を達成できていない状況がうかがえた。

このことから、津山市では高齢者の居場所や高齢者と子どもが交流できる施設、イベント等が十分でないのではないかと考えるに至った。

3-3. 事前調査後のテーマ

事前調査であげられた津山市の課題である高齢化と高齢者向けの施設が活用しきれていない現状、そして私たちの興味があった子どもをかけ合わせ、子どもとの関わりを通じた高齢者の居場所作りというテーマを設定した。

4. サマースクールについて

4-1 調査対象、サマースクールで訪問させていただいた施設

津山駅中心地域と加茂周辺地域に焦点を当てて調査した。高齢者や子どもに関する施設、地域の方同士のつながりを強化する企画を行っている施設に訪問させていただいた。

4-2 各訪問先のヒアリングの結果

・津山市立図書館

この図書館は、図書の所蔵・貸出の業務や行事運営の他にも、特徴的な取り組みを行っている。それは、主に自動車文庫「ぶっくまる」の運営とボランティアの窓口である。自動車文庫「ぶっくまる」とは移動する小さな図書館であり、市内の小学校や高齢者施設、道の駅など市内36カ所を毎月定期巡回する。また、この図書館では、絵本の読み聞かせ、手遊び、布えほんの作成、ストーリーテリング、書架整理、本の修理など様々な形でボランティア活動が行われている。そうしたボランティアの窓口の役割も果たしている。具体的には、図書館が参加者をポスターの掲示や声かけなどで随時募集し、また、研修を行うことで新規でもなじめるように働きかけている。さらに、懇談会を開催することで、ボランティアから図書館への要望を聴いたり、ボランティア同士の交流の場を提供したりもしている。

この図書館では、館長へのヒアリングに加えて、施設見学もさせていただいた。これらの調査を経て次のことがわかった。図書館で運営される行事の多くは世代間交流を意図したものではない。しかし、世代間交流としては、運営側のボランティアや職員と参加者側の子どもとの交流が見られるという。この他にも、参加者の子ども同士、子どもとともに参加した親同士、

ボランティアと職員、ボランティア同士の交流も行われていたという。このことから、図書館でのイベントが、世代間交流に向いている可能性が示された。

・加茂町図書館

加茂町図書館がある加茂地域では少子高齢化が進行している。また、来館する際の交通手段が限られており、子どもは保護者と一緒でないと来館しづらい環境にある。よって、本館である津山市立図書館と比べ、来館者の高齢者率は大きく、利用者数は少なくなっている。一方で、司書の方は来館者と濃密なコミュニケーションを取りやすいため、お困りごとや、具体的なニーズを聞き取りやすいと分かった。

平日に来館機会が限られる小学生に対しては、夏休み等の長期休みに学童施設に呼びかけることで集客していると知った。図書館は学校がない間の数少ない居場所として、利用しやすい施設であると考えられる。また、加茂町図書館には小学生から高齢者に人気のイベントがあり、利用者数が増加する時期に開催している。

つまり図書館は、司書の方と利用者、また利用者同士の3世代交流を可能とした、加茂町の人々の居場所であると分かった。加えて、このような小さなコミュニティであるからこそ、防災無線をつかった広報等ができるといったことが印象的だった。

・津山郷土博物館

津山郷土博物館は、郷土としての津山市に関する文化財や歴史資料を収集・保管・研究し、その成果を広く一般に公開することを目的として設置された博物館である。この博物館では、職員へのヒアリングに加えて、館内見学及び「博物館探検」というイベントに参加させていた。これらの調査の結果、この博物館には2つの特徴があるように見受けられた。

一つは、地域住民に寄り添った運営を行っていることである。例えば、主に高齢者を対象に人気のある古文書講座や歴史講座を、年間を通して行っている。子ども向けには、小学生を主に対象とした夏休みの体験学習など、様々なイベントを行っている。そのイベントの一つに、博物館を探検しながら与えられた問題の答えを探す「博物館探検」がある。このイベントには特に職員の工夫が凝らされていた。問題が、年中や年長の児童でも楽しく解くことができるよう作られていた。具体的には、知識を問うような問題ではなく、歴史を習ってなくても楽しめる問題だった。さらに、大人には問題の解説が書かれた紙を渡すことで、子どもとその保護者が一緒になって楽しめるような工夫もなされていた。

もう一つの特徴は、地域の様々な組織と連携していることである。連携事業の中には、館内で受け入れて行うものもあれば、館外に出向いて行うものもある。館内では、小学校、中学校、高校、大学の全ての学生を受け入れ、社会科見学や職場体験、実習を行うことで、地域の学校と連携している。小学校や大学には出向く場合もあり、出前授業やセミナーも行っている。館外では、先述した古文書講座や歴史講座を、公民館やシルバー人材センターに出向いて行っている。また、図書館や市役所、コミュニティセンターなどにも出向き、セミナーやワークショップ等の多様なイベントを行っている。

このように、この博物館は、地域の様々な組織と連携しながら地域住民に寄り添った運営を行うことで、地域に根付いた存在となっている。この博物館の在り方から、私たちが政策を考案する際には地域に寄り添うことが重要であると再確認した。

・中央児童館

児童館内にはカードゲームや駒などの子ども達の好きなおもちゃがたくさんあり、子ども達が楽しく遊んでいる姿をみることができた。館内ではゲーム機持ち込み禁止にしていることから、一人で遊ぶのではなく、自然と他の子ども達と一緒に遊ぶことが習慣化し、それが子ども達の社会性を育むことに繋がっていると気付いた。

さらに、子どもの年代ごとに異なるイベントを企画しており、テーマだけでなく、子どもや親御さんとの関わり方も年代に応じて工夫されているというのがとても印象的だった。そのようなたゆまぬ努力により、イベント参加のリピーターを多数生んでいるのだと思った。

また、小学生を対象としたイベントでは、異なる学年間での交流も盛んに行われており、縦の繋がりもできていると分かった。特に小学生は学年によってできることが異なるため、縦のつながりを作るためには、自分と相手の違いを認め、相手のことを考えた行動が大切になる。横の繋がりだけでなく、縦の繋がりもつくる機会が与えられていることは、子ども達にとってとても貴重な経験になっていると感じた。

・津山子ども広場事務局

津山子ども広場は、「子どもの文化・芸術活動やあそびを保障すること」を軸に、子どもとおとながいっしょに「生の舞台芸術鑑賞」や「” やってみたい” を” やってみよう” に変える活動（サークル活動）」に取り組みながら、子どもとおとながいっしょに楽しみ、共に成長していく時間や空間を大切に活動している会である。ヒアリング調査においては、会員の方々の現状や、鑑賞会のようなイベントやサークル活動を行う際に大切にしていること、実際に津山市でコミュニティづくりをしておられるからこそのお話を聞くことができた。特にサークル活動として行われている「高学年ラフィ」についてのお話の際におっしゃっていた、次の世代に自分の経験を伝えることで「教える」が階段状になって連なっていくことや、イベントなどの運営を異年齢間でともに行い、友達感覚で関わることの大切さが印象に残っている。

特に私たちは突発的なイベントではなく「継続」に重きを置いていたこともあり、NPO法人化してから38年間継続して活動を続けてこられた津山子ども広場様の理念は、政策提言を考える上での前提として大変参考になるものであった。

・鶴山塾

鶴山塾は学校にあまりなじめていない小・中学生の子どもを対象にした支援施設である。具体的には職員が子どもと悩み事の相談、雑談などを行い、打ち解けたら、同じ鶴山塾の子どもと遊ぶなどすることで子どもの自立支援を行っている。鶴山塾に通うことのできない子どもには、相談員が直接出向き対人関係の構築を試みる。ここで印象に残ったことは、生徒を受け入れる姿勢だ。鶴山塾は「治そうとするより、分かろうとせよ。」を教育理念にしているため、学校に通えるようになることを目標にしていない。犯罪を犯してしまったような子どもやだとしても受け入れ、苦手なことや問題にあまり触れずに長所を伸ばす支援をしている。

このように、鶴山塾はどのような子どもでも居て良いと思えるような、学校でも家でもない場所を提供することで子ども達の心の支えとなっている。

・津山市役所 高齢介護課

高齢者の単独世帯の割合は年々高くなっており、高齢者の人と関わる機会が少なくなっているという問題が深刻化していると分かった。高齢者同士の交流場所としては、主に「こけない身体」「ふらっとカフェ」「ふれあいサロン」があるが、コロナウイルスの流行により、利用者数が減少していると知った。

また、客観的なデータだけでなく、高齢介護課の職員として個人的に考えられている貴重なご意見もうかがうことができた。その中で、子どもと交流したい高齢者がどれほどいるのかという具体的なデータはないが、子どもとの交流は喜ばれる傾向にあることが分かった。また、核家族化が進んでいるため、世代間交流を促進するべきと考えているとおっしゃっていたこと

から、高齢者同士のコミュニティだけでなく、世代間交流を促進するようなコミュニティも必要だと改めて感じた。

・ふれあいサロン

ふれあいサロンは、津山市が運営する家族連れや高齢者、子ども同士などが「幅広く自由に交流を図れるコミュニティ広場」の役割をもつ施設である。今回のヒアリング調査にご協力いただいたABクラブ様は、同じマンションの住人同士でのビリヤード活動を通じて交流をする場としてこの施設を活用されている。ヒアリングを通して、他の訪問先ではあまり聞けなかった「津山市で生活をされている普通の方々」が日頃お考えになっていることやお求めになられていることを聞くことができた。これは政策提言をさせていただくうえで非常に意義のあることだと考えている。特に、ふれあいサロンを含む地域の交流活動の現状について、地域交流を目的としたグループはそれなりに充実しているということを教えていただいた。したがって、私たちは新しいコミュニティへの需要は少ないと理解し、調査前と考えが変化するきっかけとなった。

また、「もともと挨拶しかなかったような仲だったのが、交流活動を通じて親密な関係に変わった」ということを伺い、私たちが提言する世代間交流推進のための政策により、津山市全体としてもそのような効果が期待できるのではないかと考えた。

・公益社団法人津山市シルバー人材センター

津山市シルバー人材センターは、高齢者が働くことを通じて生きがいを得ると共に、地域社会の活性化に貢献する組織であり、主に草刈りや剪定などの仕事を高齢者に提供している。他にも、イベントでの子どもの見守り、児童クラブ、介護送迎などの仕事がある。また、シルバー人材センターは仕事を提供するだけでなく、高齢者のコミュニティの場としても機能している。ガーデニングやスマホ講習などの技能講習を定期的に行っており、多くの高齢者の居場所となっている。

お話を聞いて、高齢者はやはり生きがいや居場所を求めており、実際、働いたりコミュニケーションを活発に取ったりしている人は元気な傾向にある、ということが分かった。そのため、シルバー人材センターを高齢者に加え、子どもも気軽に立ち寄れる施設にしたい、とおっしゃっていたが、津山市にはふれあいサロンなど高齢者のコミュニティ施設がすでに複数あり、予算が分散してしまっていることが課題として挙げられるという。

これらのお話を受けて、高齢者と子どものためのコミュニティを新しくつくるのではなく、今すでにある施設を活用することが重要である、ということをお学んだ。

・かもふれあい市

かもふれあい市は、地産地消を目的として地元の野菜を販売している団体である。会員の方々は「加茂の今後を考える会」に所属しており、加茂町の課題を考える中で、子どもとのふれあいの場をつくるためのイベント企画を行っている。印象に残ったことは主に2つある。

1つ目は、企画の内容についてである。企画を考える際に、実際に学童保育に出向いて子どもたちから意見を聞いたところ、子どもたちは自然や川を利用した遊びを求めていると分かった。実際に行った際には、会員の方が開催場所となる畑を提供し、子どもの遊び相手として大学生ボランティアに協力してもらうことで実現した。こういったイベントに子どもをたくさん呼ぶためには、親にも来てもらう必要があり、場所や内容を工夫する必要があると分かった。

2つ目は、企画の継続方法についてである。交流の場をこれからも設けて行くためには、参加者に無理に押し付けて参加してもらうのではなく、主体的に参加してもらうことが必要である

と知った。そのためには、親子世代のニーズについて十分に調査する必要がある。よって、情報収集や企画を考える期間を考慮すると、3,4か月に一度の頻度で開催するのが良いと分かった。訪問前までは、頻繁に開催することを考えていた。しかし、一つの企画までに時間を要しても、イベントに関わる全ての人のニーズを理解して提供することが、企画団体、イベント内容共に長く愛される理由になると考えた。

・スマイル・ちわ

スマイル・ちわは、高齢者の方々が地域の人々との繋がりを大切にしながら、支え合い、より良い暮らしづくりを目的として活動する団体である。ご飯を持ち寄った交流会や、草刈りボランティア、学生と協力してイベントの開催などを行っている。

話を伺った際に一番印象に残ったことは、「子どもと関わりたいと思っても、前提として周辺に住む子どもの数が少ない」とおっしゃっていたことである。イベントに参加するためには保護者の送迎が必要になる子や、イベント運営のためにスマイル・ちわの施設に前泊する高校生がいた。高齢者は交流する機会を望んでいるが、企画をしても子どもが集まらないという課題があると分かった。

また、一度関わりのあった学生との繋がりは濃く、交流後に何度も再訪問する学生がいるということを知った。つまり、交流の機会は少なくても、数日間の交流で濃い関係を築くことは可能なのである。よって、世代間交流を継続させていくためには、誰もが集まりやすい場所や、学校が交流の機会を用意するといった、関わりを持つためのきっかけを簡単に提供する必要があると考えた。

・城西まちづくり協議会

津山市城西まちづくり協議会は城西地域の歴史と文化を尊重したまちづくりを推進し、城西地域の総合的な地域づくり団体として、地域全体の福祉向上を図ることを目的としている。ヒアリング調査に協力していただいた事務局長の佐々木さんは津山市に移住してきた方であり、40年以上津山市にお住まいになり、当時の津山市の状況を変えるため、積極的に地域づくりに取り組まれてきた。城西地区の歴史から、まちづくりを行う組織の運営、三世代交流のじばこやまると博物館フェアなどのイベントの企画、運営についてなど様々なことを教えていただいた。2200世帯が加盟する大きな組織の運営や総会に出席する約100名をまとめ、イベントを実施する大変さを実感するとともに、イベントに多くの高齢者や親子が参加していることから、協議会の取り組みが城西地区や津山市への地元愛の形成に大きな影響を与えているのだと理解した。また、佐々木さんのおっしゃった、まちづくりにおける外の目、「よそ者」の重要性は私たちの抱えていた、サマースクールの政策提言という型に対する疑念、市外に拠点を置く我々が、市内のことに口出しするのは津山市やそこで暮らす人たちへのリスペクトに欠けるのではないかという不安を晴らし、ゼミとしての意見を形成する上でとても大きな支えとなった。

・美作大学ボランティアセンター

美作大学は、県内だけでなく、県外からも多くの学生が集まる津山市唯一の大学である。ヒアリング調査に協力していただいたボランティアセンター様は地域住民や団体との直接のつながりを持ち、学生のボランティア活動の拠点となることで、学生と地域とを繋ぐ架け橋としての役割を担っている。ヒアリング調査では学生によるイベントの企画、実施について、ボランティア活動の意義、地域から求められていることへの答え方など、地域に貢献することに強いこだわりを持つ組織だからこそわかる貴重なお話を聞かせていただいた。ただ地域住民のお手伝いをするのではなく、自分たちの活動を振り返り、活動の中で何ができたのか、何を得たの

か、やって良かったという満足感を得ることが重要であるというお話やイベント実施までの詳細な過程を聞き、県外に拠点を置く、よそ者である私たちがどのように津山市のことを「わがごと」として捉えるか、地域に寄り添った政策提言とはどのようなものか捉え直すことができました。

・ hitotogohan

ヒトトゴハン株式会社は真庭市にある会社で、主な業務として廃校のリノベーション、飲食店のメニュー開発、ケータリング、料理教室があげられる。ヒトトゴハンが関わっている高齢者施設はさくら健康サロンだ。サロンは廃校になった小学校を活用して毎週水曜日に介護体操をしており、現在は住民会が運営し、ヒトトゴハンが月に2回ケータリングを行っている。お話を伺って学んだことは、地域のコミュニティにはある程度の需要があるが、高齢者の体力をよく考えて企画を行う必要があることだ。サロンとは別に料理教室を高齢者に協力してもらおうとしたときに、責任の重さや、覚える仕事の多さからあまりうまくいかなかったそうである。よって高齢者との交流を考えると、「軽い役割」と「軽い責任」を高齢者に与えられるようなものにする必要があると学んだ。

4-3ヒアリングにおいて印象に残った部分

高齢者に関する施設に訪問させていただいた中で特に印象に残ったことは主に3つある。1つ目は、ふれあいサロンでビリヤード活動に参加されている高齢者の方が、自分たちのグループ以外にもたくさんの地域交流のためのグループがあるため、今は会員を増やすことは考えていないとおっしゃっていたことだ。2つ目は、シルバー人材センターで、高齢者同士のコミュニティはたくさんあるが、予算が分散していることが問題だと分かったことだ。3つ目は、美作大学で、ボランティアサークルの方達が経験されてきたことを伺ったところ、東京の大学が新しいコミュニティを作るには課題がとても多いとおっしゃっていたことだ。

このことから、高齢者の方の集まるコミュニティは既に充実しているということ、コミュニティが複数あることによる予算の分散が課題であることが分かった。

また、子どもに関する施設に訪問させていただいた中で特に印象に残ったことは主に2つある。1つ目は、津山市役所の高齢介護課の職員の方に子どもと交流したい高齢者がどれくらいいるのか伺ったところ、データはないが、子どもとの交流は高齢者に喜ばれる傾向にあると分かったことだ。2つ目は、NPO法人スマイル知和さんに訪問させていただいた際、周辺に住む小中学生の人数は10名程度と少なく、世代間交流を通じて子どもと繋がりたいけれども、それ以前に子どもがいないという問題があると伺ったことだ。

よって、子どもとの関わりへの需要は多いのに対し、少子化により子どもが集まりづらく、関わる機会が減ってしまっているという課題から、イベントの参加促進、双方の繋がりの強化が必要だと考えた。

4-4ヒアリングによって考えが変化した部分

先述の、ふれあいサロン利用者の声やコミュニティの充実による予算の分散の現状を知り、私たちの方向性は大きく変化した。事前調査の段階では高齢化の進行から、孤立してしまう高齢者が増え、居場所となる新たなコミュニティの創出が求められているのではないかと考えていた。しかし、ヒアリング調査を通し、津山市内には魅力的なコミュニティが充実しており、高齢者にはそれぞれの居場所が存在していると理解した。よって、津山市内の新たなコミュニティを求める声は私たちが考えていたよりも少ないのではないかという考えに至った。また、

高齢者の子どもとの関わりを求める声や、イベント実施における課題を聞き、イベントへの参加促進によって、世代間のつながりを強化することが必要ではないかと考えた。

以上の点から、私たちは世代間交流を通じた高齢者の居場所づくりを、新たなコミュニティを創出する方法ではなく、既存の施設やイベントを活かした地域活性化によって達成しようと考えた。

5. 政策提言

5-1. 概要

以上の考えを踏まえ、私たちから提案する政策は、「わくわくごんちゃんイベントラリー」である。かっぱは津山弁でごんごと言われている。ごんちゃんは津山市内のお祭りを盛り上げてくれており、統一されたキャラクターがいなかったのが今回私達がオリジナルでごんちゃんを作成した。また、スタンプを集めることではなくイベントに参加してもらうことが目的のため、わくわくごんちゃんイベントラリーと名付けた。

「わくわくごんちゃんイベントラリー」とは、端的に言えば、「アレンジを加えた市内の既存のイベントを回るスタンプラリー」を意味する。なお、ここでのイベントとは、例えば図書館で開催されている絵本作りや読み聞かせなどを指す。

このスタンプラリーは、他のスタンプラリーのような、場所を訪れることを目的としたスタンプラリーではない。参加者がこのスタンプラリーをきっかけに普段は訪れない場所に行き、普段関わることのない、高齢者、違う学校に通う小学生、保護者たちが互いに交流し、スタンプラリーの期間が終了した後も各施設が運営するイベントで交流を深めていけるようになることを目標としている。要するに、このスタンプラリーは、イベントの参加者集めを改善するためのものである。

5-2. スタンプラリー

このスタンプラリーは津山市内のイベント開催場所、その他対象地域を巡り、そのスポットを訪問すると1P、さらにそこで行われているイベントに参加すると3Pとお菓子がもらえる、というものである。スタンプが3P貯まると商品券などが当たる抽選に1回参加することができる。

このスタンプを設置する場所としては、現在すでにイベントが活発に行われている津山市立図書館、津山郷土博物館、津山市立公民館や、多くの人立ち寄る津山駅、津山駅周辺スーパーなどを検討している。

5-3. イベントのアレンジ

イベントについては、現在図書館で行われている絵本作り・読み聞かせや、むかしあそび体験など、子どもと高齢者が共に楽しめ、交流を促進できるものを実施する。また、現在行われているイベントの運営者には高齢者も含まれており、そこでも子どもと高齢者が関わることができると考えている。

ここでイベントの具体例を1つ取り上げる。津山市立図書館でのヒアリングを通して、津山市立図書館にてボランティアの方が作成した布絵本を展示するイベントを行っていることを知った。このボランティアの方々には高齢者が多い現状にある。そこで、この布絵本を作る段階に子どもを巻き込み、子どもと高齢者のボランティアの方が一緒に布絵本を作るイベントなどの実施を検討している。

5-4. 景品・広報・対象エリア・ターゲット層・開催期間

景品は、小学生向けに、お菓子を検討している。また、高齢者や保護者など大人向けに、スタンプラリースポットとなっているスーパーの商品券・クーポンを検討している。

広報は、防災無線とチラシで行うことを考えている。防災無線は、津山市の一部の地域で広報として既に実用されていることから、候補に入れた。また、チラシは津山市の市報「広報津山」に掲載することを視野に入れて、候補に入れた。

対象エリアは、現時点で、津山駅周辺と加茂地域を想定している。というのも、私たちがサマースクールで調査した地域だからである。しかし、ゆくゆくは津山市全域に拡大したいと考えている。

ターゲット層は、小学生と60～70代の高齢者である。

開催期間は、すでに塾や習い事等で忙しい小学生が時間を取りやすい夏休み期間であることから、7月下旬から8月までを検討している。

5-5. 利点

今回の政策提言によって、高齢者・子どもとその保護者・行政それぞれにとって利点があると考えている。まず、高齢者の方々にとっての利点は主に、各イベントでの子どもとの交流を通じて生きがいをつくることができ、それが健康の維持につながることであると考える。外出してイベントに出向くこと自体もそうだが、そこで同世代・他世代と交流をすることで新たなコミュニティに参加し、生きがいが創出されることが期待できる。

次に子どもとその保護者にとっての利点は、主に2点あると考える。1点目は、夏休み期間に市内でスタンプラリー・交流イベントを楽しめる機会ができることである。また、交流イベントを通じて子どもの社会性の発達につながることで、保護者にとっても子どもがイベントに参加している間に時間ができたり、交流の場で育児に関する相談ができたりなど子育てのサポートにつながることなどの効果も期待できる。2点目は、イベント把握の容易化である。開催されているイベントをスタンプラリーという形で改めてまとめることで、その時に開催されているイベントを把握しやすくなるのではないかと考える。

最後に、行政(津山市)にとっての利点は、主に2点あると考える。1点目は、施設の利用率の増加である。スタンプラリーによって新たな利用者呼び込むことで、交流を推進できるイベントへの参加人数が増え、それがすでに多く存在するそのようなイベントを行っている施設の利用率の増加につながることを期待できる。2点目は、交流を通じた津山市の歴史・文化の継承である。少子高齢化が進む津山市で、これら伝統を受け継ぐためにはこのような高齢者とその下の世代が交流するきっかけをつくる必要があると考える。

5-6. 懸念事項

政策提言の懸念点は2つあげられる。1つ目は、津山市は広く保護者の送迎が必要になってしまっているのではないかとことだ。確かに、津山市の主な交通手段は車であり送迎は必要になってしまうので、スタンプラリーの景品を大人でも楽しめるようなものにしていく。2つ目に、現状のイベントが好きな人もいないのではないかに関して、ふれあいサロンでは新しい人を募集することを考えていないという話を、鶴山塾ではイベントボランティアは人数をそれほど気にしていないと聞いた。このように現状の交流の形で満足している方々も多く見受けられたので、子ども、高齢者のみの方が良いイベントはスタンプラリーに含まない。

6. まとめ

事前調査後のテーマは、津山市の高齢化の問題と私達の子どもに関する興味から、子どもとの関わりを通じた高齢者の居場所作りであった。しかし、サマースクールを通して高齢者のための施設が充実していることを知り、新しいコミュニティ作りの必要性をあまり感じなくなった。また子どもとの関わりをもとめる高齢者の声を聞き、世代間交流のためのイベント参加促進が大切だと感じた。

そこで、わくわくごんちゃんイベントラリーの開催を政策提言にし、様々な人がイベントに参加しやすくなるように試みている。高齢者だけでなく世代間の交流を深めることで、地域全体の活性化につなげていきたい。

7. 謝辞

私達の調査にご協力いただいた皆様、そしてサマースクール開催、運営などにご尽力いただいた全ての皆様に、この場をお借りして感謝を申し上げます。

8. 参考文献

- ・「公益社団法人津山市シルバー人材センター」 「シルバー人材センターとは」 <https://webc.sjc.ne.jp/tuyama/index> (最終閲覧日：2024年12月29日)
- ・「公益社団法人津山市シルバー人材センター」 「シルバー津山第301号」 https://webc.sjc.ne.jp/tuyama/blockb_pdf/283/72245?path=42%2Fblockb_664566da4744b.pdf (最終閲覧日：2024年12月28日)
- ・「津山郷土博物館」 「施設概要」 <https://www.tsu-haku.jp/untitled18.html> (最終閲覧日：2024年12月31日)
- ・「津山市公式サイト」 「第9期津山市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画」 <https://prdu.rbanostymappl.blob.core.windows.net/common-article/6722acb918175e5985a65177/%E7%AC%AC9%E6%9C%9F%E8%A8%88%E7%94%BB%E6%9B%B8%EF%BC%88%E5%85%A8%E4%BD%93%EF%BC%89.pdf> (最終閲覧日：2024年12月28日)
- ・「津山市公式サイト」 「ふれあいサロン 施設案内」 (最終閲覧日：2024年12月29日) <https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65a108cb25d97b65e2b140b9>
- ・「津山市公式サイト」 「中央児童館」 (最終閲覧日：2024年12月31日)
- ・「津山市公式サイト」 「令和5年度版津山市統計書(令和6年3月刊)」 <https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/5059/202404201236140140632.pdf> (最終閲覧日：2024年12月28日)
- ・「津山市公式サイト」 「令和5年度版津山市統計書(令和6年3月刊)」 <https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65a1069725d97b65e2b13d13>
- ・「津山新聞朝日新聞社」 「小学生が「昔遊び」を体験 地域の高齢者から教わり楽しい時間20年以上続く交流活動／岡山・津山市」 (最終閲覧日：2024年11月20日) <https://tsuyamaasahi.co.jp/%E5%B0%8F%E5%AD%A6%E7%94%9F%E3%81%8C%E3%80%8C%E6%98%94%E9%81%8A%E3%81%B3%E3%80%8D%E3%82%92%E4%BD%93%E9%A8%93%E3%80%80%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%81%AE%E9%AB%98%E9%BD%A2%E8%80%85%E3%81%8B%E3%82%89%E6%95%99/>
- ・令和5年度津山郷土博物館年報(令和6年7月31日発行)
- ・令和5年度津山市立図書館概要(発行年不詳)
- ・「NPO法人みる・あそぶ・そだつ津山子ども広場」 <https://sites.google.com/view/tsuyama-kodomohiroba/> (最終閲覧日：2024年12月28日)

公共交通からはじまる地域活性化

FLP 地域・公共マネジメントプログラム 川崎ゼミ

C 生 萩野志海

B 生 大森愛弓 森口蒼

A 生 磯部千夏 榊田南実 小川眞誉

目次

要旨.....	
第1章 社会問題.....	
第2章 津山市の課題.....	
2-1 津山市の公共交通.....	
2-2 「のるいこつやま」に関する検討.....	
2-3 脱炭素施策の検討.....	
2-4 SWOT 分析.....	
第3章 政策提言.....	
3-1 政策の方向性.....	
3-2 ルート再編.....	
3-3 増便.....	
3-4 のるいこつやまの運用改善.....	
3-5 運営主体の移行.....	
謝辞.....	
参考文献.....	

要旨

私たち川崎一泰ゼミでは「地域経済の自立的な経済発展を考える」をモットーに活動を行っている。当研究では、地域の自立的な経済発展において「公共交通」をテーマとして、岡山県津山市の地域公共交通の現状を調査し、その改善に向けた政策提言を行った。研究の目的は、津山市における自家用車依存を削減し、公共交通の利便性を向上させることにあり、特に高齢者ドライバーの安全対策や地域の脱炭素化を目指す。背景には、津山市の車社会における問題があり、少子化対策として中年層の定住促進が必要とされる一方で、公共交通の不便さがその障壁となっていた。また、観光客のアクセスの悪さも課題となっており、交通網の改善が求められていた。

本研究では、現地調査を通じて市民の移動ニーズを把握し、市役所の役員に対して政策提言を行うことを目的とした。具体的には、市民への聞き取り調査を行い、既存の交通サービスの課題を明らかにするとともに、公共交通網の再編や新たな運行ルートの提案を行った。調査結果として、公共バスの増便や市営コミュニティバス「のるいこつやま」の運用改善が必要であることが浮き彫りとなった。

考察として、公共交通の改善により、自家用車依存や高齢者ドライバーの削減が期待される。特に、市営バスの運行効率を上げ、地域のニーズに応じた柔軟なサービスを提供することが求められる。結論として、公共バスの増便・再編を提案し、コミュニティバスの運行改善を通じて、津山市の公共交通網の更生と地域活性化を目指す。

第1章 社会問題

公共交通の改革とその重要性について、近年の日本をはじめとする世界の交通動向とその社会的な影響を考察することは、現代社会において極めて重要である。特に自家用車の普及とその依存から、公共交通へのシフトが必要であるという認識は、環境問題や都市問題に直結しており、社会全体の持続可能性に深く関わっている。本稿では、公共交通の現状と課題、さらには自動車社会における問題を具体的なデータを交えて分析し、公共交通の重要性とその改善に向けた提案を行う。

まず、自動車の普及状況について考察する。2020年時点で、世界の自動車保有台数は米国が1位、中国が2位、日本が3位となっており、日本国内においても自動車は広く普及している。日本自動車工業会によると、2023年度の乗用車世帯保有率は約8割に達しており、この数字からもいかに自動車が我々の生活に深く根付いているかが分かる。特に、都市部だけでなく、地方部においても自家用車の利用は日常的なものとなっている。地方部では、自動車の保有率が高く、公共交通機関の利用は都市部に比べて低い傾向が見られる。これは地方の過疎化や公共交通インフラの整備不足が背景にあるため、都市と地方での交通環境の格差が浮き彫りになっている。

しかし、この自動車依存の社会には多くの問題が潜んでいる。一つは環境問題である。自動車から排出される二酸化炭素(CO₂)や一酸化炭素、窒素化合物などの有害物質が大気を汚染し、地球温暖化を加速させている。世界保健機関(WHO)は、自動車の排ガスによる大気汚染が人々の健康に深刻な影響を与えると警告している。また、交通事故による死傷者数も依然として高いままであり、国連は「交通安全のための行動の10年」(2021~2030年)を宣言している。このような背景から、環境負荷の低減と交通事故の減少を目的として、自動車の利用から公共交通へのシフトが急務であることがわかる。

さらに、自動車依存は都市構造にも影響を与えている。都市部では、ショッピングモールや大型商業施設が自家用車でアクセスを前提に設計されることが多く、その結果、中心部の商店街や小規模な店舗が衰退し、都市の空洞化が進行している。この現象は、公共交通が十分に機能しない地域で特に顕著であり、交通手段としての自動車の依存度が高いと、経済活動や社会生活の活性化に悪影響を及ぼすことになる。

一方で、公共交通の重要性が再認識されつつある。例えば、フィンランドでは、首都ヘルシンキで公共交通の分担率が約22%に達しているのに対し、地方部ではわずか7%程度と、地域間で大きな格差が生じている。しかし、公共交通が都市と地方の双方で適切に機能することで、住民の移動の自由度を高め、環境への負荷を軽減することができる。日本においても、都市部では公共交通が比較的発達しているが、地方部では依然として自家用車が主な移動手段となっている。このため、都市と地方における公共交通の格差を解消するための政策が求められている。

公共交通の促進に向けた具体的な施策としては、増便や運賃の引き下げ、バスや電車の利便性向上などが挙げられる。例えば、バスの利用を促進するために100円バスなどの導入が進められており、これにより自家用車から公共交通への転換が期待されている。自家用車から公共交通に転換した場合、1人当たりのCO₂排出量は約6割減少するとされ、環境面での効果が期待されている。また、都市政策と交通政策の連携を強化し、例えば「都市と交通の改造」を進めることが重要である。このためには、公共交通の充実と都市空間の高度利用を一体的に進める施策が必要であり、地域ごとの実情に合わせた柔軟な対応が求められる。

さらに、交通需要マネジメント（TDM）を積極的に進めることが求められる。TDMは、交通量の過剰を抑制し、公共交通の利用促進を図る手法であり、自家用車から公共交通への転換を図る上で効果的なアプローチである。特に、自動車に依存しない交通体系を築くためには、公共交通機関の利便性向上と共に、自転車や徒歩などの代替的な移動手段の推進も重要な要素となる。

結論として、公共交通への転換は環境問題や交通事故の減少、都市の持続可能性向上に向けた重要な施策である。自家用車に依存しない社会を実現するためには、公共交通の充実とその利用促進が不可欠であり、そのための政策の推進が急務である。これにより、社会全体の持続可能な発展に寄与することができるだろう。

第2章 津山市の課題

2-1 津山市の公共交通

第1章で述べたような社会問題を解決するために、津山市でも公共交通を活用する必要がある。その上で津山市の公共交通関連にはいくつか課題がある。

図1から、津山市では90%近くの人が自家用車で通勤、通学している。津山市内での公共交通の利用割合は1.4%、津山市外でも7.2%となっている。また、図2のグラフから、年々、公共交通機関の利用者の減少が進んでいることが分かる。以上のことから、自家用車の利用が多いこと、利用者がいないバスが運行されているということが図1・図2から読み取れる課題である。またこれらは、脱炭素化を進める上では対処すべき課題である。

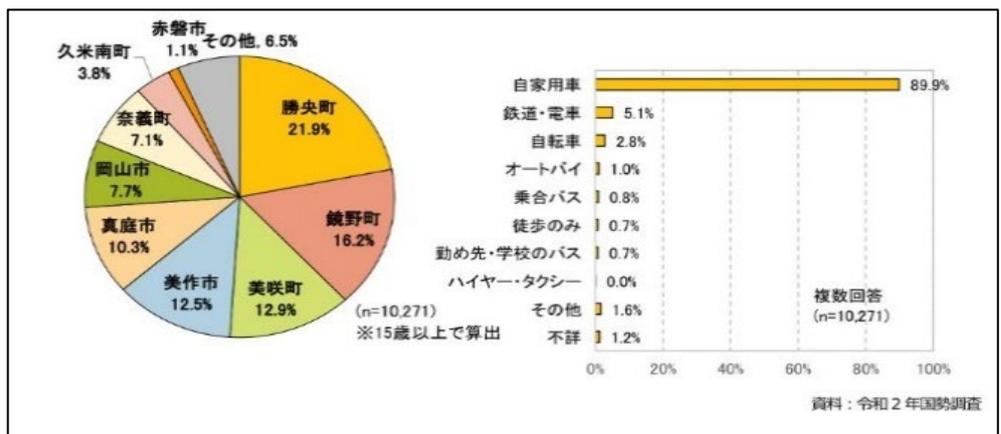
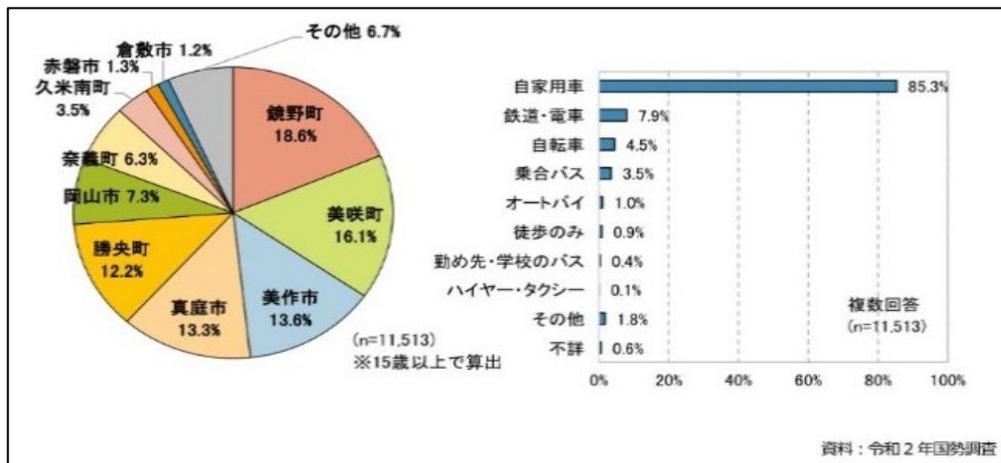


図1 津山市への通学・通勤者の常驻地（津山市の常住者を除く）と移動手段
 （出典：津山市地域公共交通計画(令和5年3月)）

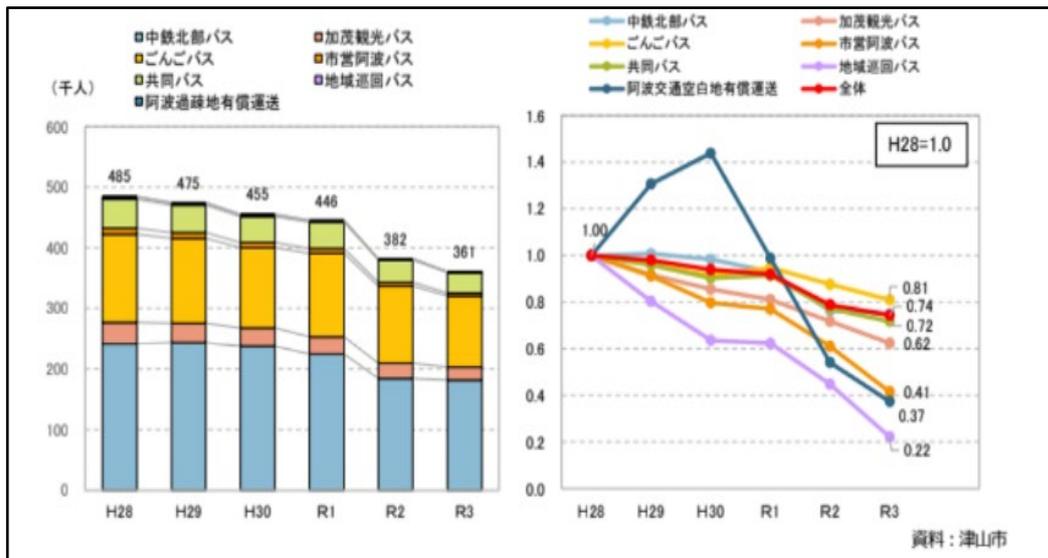


図2 津山市内におけるバス輸送人員の推移

(出典：津山市地域公共交通計画(令和5年3月))

また、図3にある聞き取り調査の結果からバス、タクシーのドライバーが高齢化していることや、図4が示すようにバス路線が複雑なことも課題の一つである。ごんごバスだけでも合計7路線と非常に多い。私たちのゼミではサマースクール実施日に実際にバスを乗って移動をしたが、そこでは乗り換えの複雑さを実感した。乗り継ぎのシステムやバス路線を改良することでさらに便利になると感じた。便利で使いやすくなれば、市民だけでなく観光客も利用するようになると思う。公共交通機関をより多くの人々が利用することで脱炭素にもつながる。

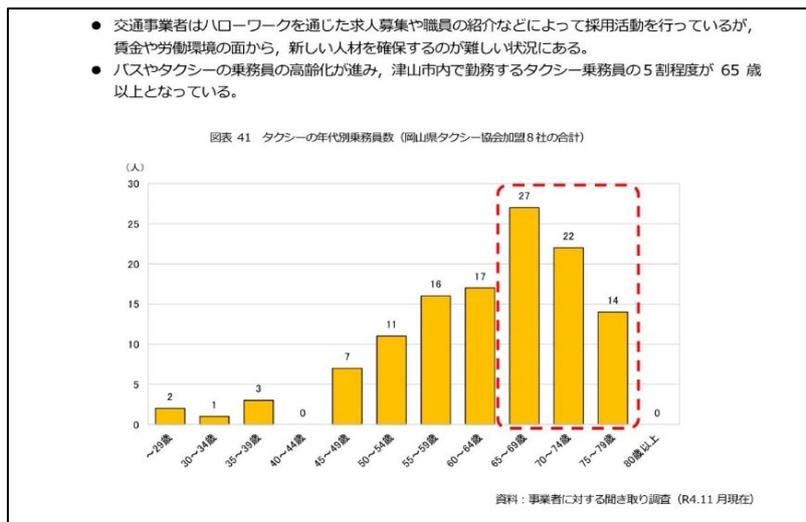


図3 事業者に対する聞き取り調査 (R4.11月現在)

(出典：津山市地域公共交通計画(令和5年3月))

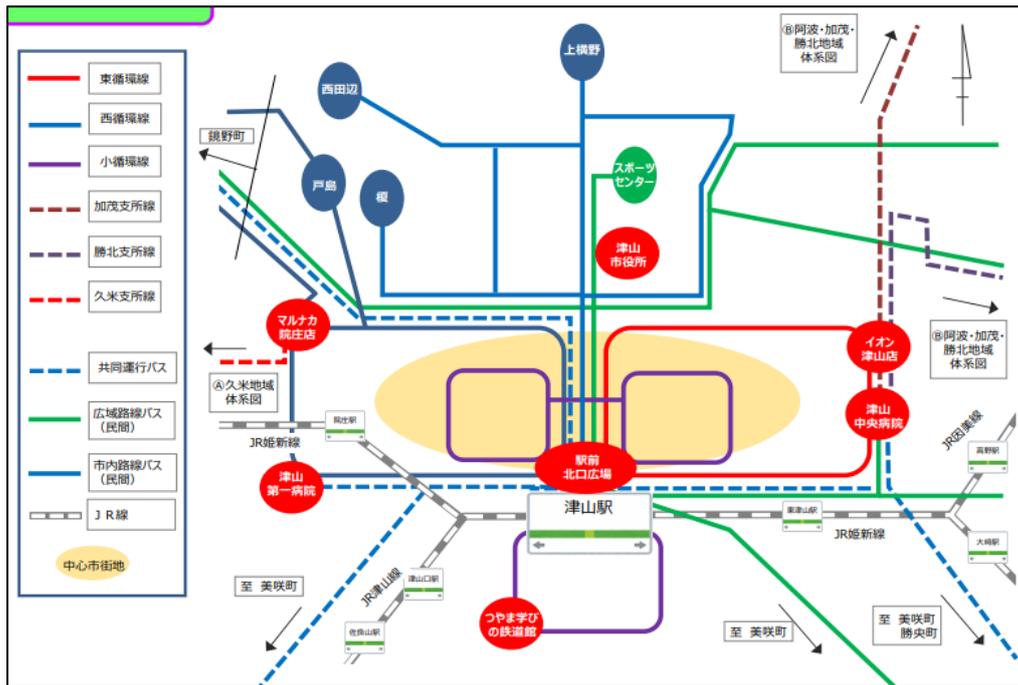


図4 津山市の交通体系図

(出典：地域公共交通確保維持改善事業・事業評価)

最後に、図5から読み取れるように公共交通の維持、確保にかかる補助費が増加傾向にある。利用者が減少しているにもかかわらず負担額が増加している。また図6からも分かるように、バス路線によっては乗合交通が成立していないものがあり、財政面でも課題がある。乗合交通が成立していないバスに関しては、脱炭素課題にも影響を与えてしまう。乗用車よりも排気量が多いバスは、乗合交通が成立していない状況で運行してしまうと環境に悪影響を与えてしまう。

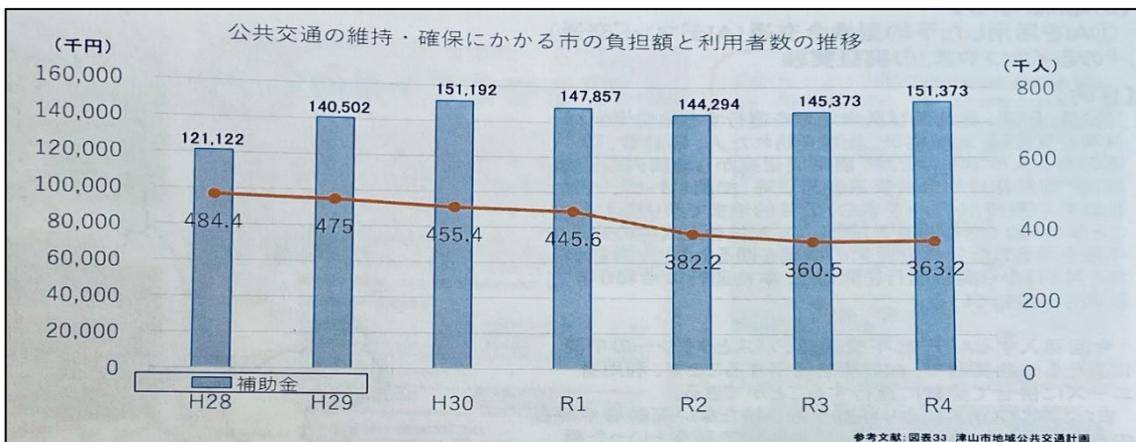


図5 公共交通の維持・確保にかかる市の負担額と利用者数の推移

(出典：津山市の公共交通について)

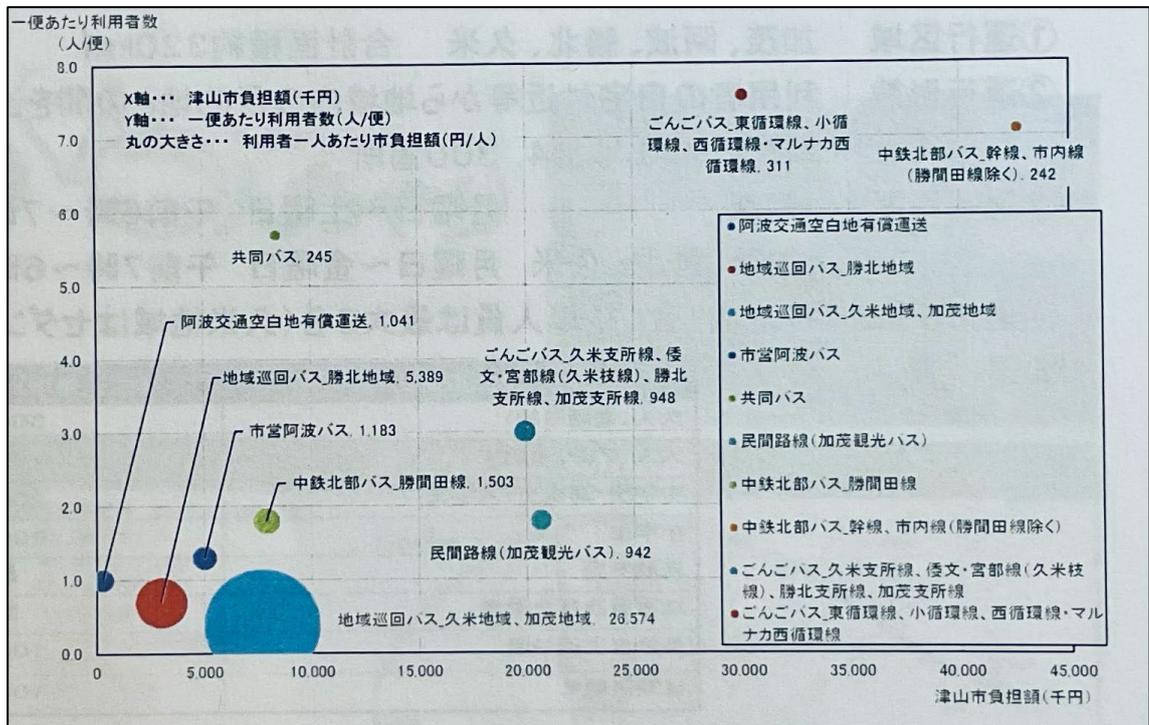


図6 各路線の市負担額、一便あたり利用者数及び利用者一人あたりの市負担額（グラフ）
 （出典：津山市の公共交通について）

2-2 「のるイコつやま」に関する検討

津山市 AI オンデマンド交通「のるイコつやま」を津山市より委託運営している「有本観光バス株式会社」へのヒアリングを行った。「のるイコつやま」は加茂、阿波、勝北及び久米地域の交通サービス向上のために AI を活用した予約型乗合交通である。津山市は地域の複数のタクシー会社に運行を委託している。現状の利用状況は、75 歳以上の利用が多く、図 7 が示すようにウェブでの予約が可能にもかかわらず電話での予約が多くなっている。また、リピーターが多く週 2・3 回利用される人が多いことが分かった。しかし課題も多く残っており、バリアフリーに対応していなかったり、AI のコース設定により遠回りになってしまう場合もあるという。また、タクシーよりも価格が非常に安価なため、タクシー会社の利用者が減少し売り上げの低下などの課題も発生しており、タクシーとのるイコつやまの共存にも課題があることが分かった。そして、のるイコつやまの運用台数が少なく利用できない人も出てきている。タクシー会社全体として、ドライバーの高齢化やドライバー不足が原因となっていることがヒアリングから分かった。

「津山市役所産業経済部商業・交通政策課」では、「のるイコつやま」について伺った。このサービスは地域内での小さな移動をメインに使ってもらうのが目的であると分かった。さらに利用者が初期の1.3倍になっている。「のるイコつやま」を導入するために市内の様々な場所へ40回以上説明会を実施したことも分かった。しかし、市営バスの利用になれている住民が多い阿波地域では反対の声が多く、地域のニーズに合わせて運営することが大事だと話されていた。交通政策課の思う津山市の課題は何かと聞いてみたところ、交通の空白地帯は埋まり始めたが、市の中心部での交通空白が生まれてしまっていると回答した。市が取り組むだけでなく住民との共助を視野に入れていく必要があると分かった。

⑥予約状況
・Web・アプリ予約は一定数の利用があるものの、高齢者の利用が増加しているため、電話予約が増加している。

予約別	3月		4月		5月		6月	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
Web・アプリ予約	62件	21.6%	63件	19.7%	54件	16.4%	75件	18.9%
電話予約	229件	78.4%	241件	80.3%	277件	83.6%	322件	81.1%

図7 のるイコつやまの予約状況

(出典：AI を利用した予約型乗合交通「のるイコつやま」について)

2-3 脱炭素施策の検討

津山市役所の他の部署にもヒアリングを行った。「津山市役所環境福祉部脱炭素社会推進室」へのヒアリングでは、津山市での脱炭素への取り組みについて伺った。津山市では、炭素を「減らす」や「吸収する」に偏ることなく、産業発展やまちおこしと連携して脱炭素事業を進めていくと言う。そして、市から一般市民へのアプローチとして、スマートエネルギー補助金による支援の導入やエコフェスタ開催、超小型モビリティ「コモス」の導入などに取り組んできた。市は数年前に超小型モビリティ「コモス」を公用車として導入した。コモスは環境にやさしい一方で課題も複数ある。例を挙げると、長距離走行に向いていないことやEV充電サポートがないこと、津山の山がちな地形や急斜面では消費電力が大きいことなどがある。また、市内のEV充電器は「道の駅久米」に設置されたもののみであり、整備が遅れている。水素ステーションも県内では海沿いに1か所のみで、内陸部や山間地域での需要を生み出すことが課題である。

脱炭素に向けての取り組みに充てられる予算は一般会計予算500億のうち2000万円ほどである。

2-4 SWOT 分析

ここまで津山市の公共交通に関する課題に触れ、自家用車利用率、高齢化と人手不足、市の財政負担などのさまざまな要素を提示した。しかしこれらは比較的容易に扱える課題と行政がすぐに太刀打ちできない課題があり、性質に違いがあると考えた。そこで本ゼミでは、津山市の良さも生かしながらこれらの課題の解決策を検討する SWOT 分析を行った。

SWOT 分析とは、企業が経営戦略を練るときに使う手法の一つで、対象自身の内部環境と対象以外の外部環境に分けて、プラス面・マイナス面それぞれを考えるものである。今回は津山市を対象として、強みや弱みの案出しを行った。

SWOT 分析左上の欄を見ると、津山市の強みである IC からのアクセスの良さと、良好な JR との関係性から、新たな交通拠点を作り出すという政策を考えることができる。しかし、私たちが注目したのは「弱み×機会」「弱み×脅威」の右側部分である。行本数が少ないという現状を弱みと捉え、これらの弱みと機会を掛け合わせることにより、「バスの本数の増加」という新たな施策を考えました。津山市の現状と SWOT 分析から、弱み×機会の案として「バスの本数の増加」、弱み×脅威の案として「タクシー会社との連携強化」を考えました。

		内部環境	
		強み (strengths)	弱み (weaknesses)
外部環境	機会 (opportunity) JR、自動車、ライトレール	ICからのアクセス○ 観光スポットの集積性○ のりエコつやまの高齢者利用○	財政的不安 バス路線が複雑/本数が少ない 運転手の人手不足 中心市街地の空洞化 (商業施設・公共交通) 市域の広さ
	脅威 (Threat) 人口減少、人手不足、予算、高齢化、 タクシー会社との折り合い	高齢者用定期券の導入 新交通拠点 (駅・病院・イオン) の整備	共通 本数を増やす 観光 専用ルート 共通 タクシー会社との連携を図る運営 ・バスルートの再構築 (主要部以外はバス撤退) ・料金体系 (バス、のりいこ) の見直し ・のりエコつやまの有効活用 ・人手不足 ごんごバス (久米線、加茂線、勝北線) の廃止後の運転 時間余剰分を計算→その分中心循環に労働力を回せる

図 8 公共交通にフォーカスした SWOT 分析 (作成: 川崎ゼミ)

第3章 政策提言

3-1 政策の方向性

津山市の現状を見てみると、自家用車の移動が多いことは脱炭素化の弊害になり、高齢化によって公共交通への誘導が必要なことがわかる。複雑なバス路線、のるいこつやまの改善点、公共交通の採算がとりにくい状況に直面しており、津山市の課題として公共交通網に弱さがあることが読み取れる。また、SWOT分析で考案した「バスの本数の増加」や「タクシー会社との連携強化」の2つの政策は市役所だけでなく、民間の交通事業者の協力も必要で、小手先だけの対応では行うことが難しい。したがって私たちは既存の公共交通網自体を再編し、新しく再構築していくことが必要だと考える。以上のことから、ルート再編、バスの増便、のるいこつやまの運用改善、運営主体の移行を提案する。

3-2 ルート再編

利用促進につながる公共交通にするためには、利便性の高いバスルートを設定する必要がある。栃木県足利市では、コミュニティバスの見直しにおいて路線を検討する際に、需要の高い施設を拠点化し、すべての路線で乗り換えが不要になるようにルートを設定している。茨城県龍ヶ崎市では、龍・ゆうバス/龍ぐうバスという民間バス路線を補完するために導入されたコミュニティバスを運行している。このバス路線は、市内に二つあるニュータウンと中心市街地を結ぶ循環ルートを基軸として、その他5ルートで構成されており、商業施設や病院へのアクセスがしやすいルートが設定されている。これらの先行事例をもとに津山市でバスルートを再編する場合、駅や病院、商業施設などの需要が高い施設を拠点とし、ルートが重複せず、乗り換えなしで全路線を利用できるようにすることがポイントとなる。私たち川崎ゼミでは、これらのポイントを踏まえたうえで、実際に津山市のバスルートを作成した。バスルートを作成するにあたり、はじめに津山市において拠点化する施設を検討した。市内における需要の高い地点について、のるいこつやまの利用率が高い地点をもとに考察すると、主に駅や医療機関、商業施設が多いことが分かった。そこで、拠点化する施設を、JR 姫新線と JR 津山線沿いで市内中心部にある駅、Google Maps において総合病院に分類される病院、ショッピングモールに分類される商業施設、スーパーマーケットに分類されるスーパーマーケットに設定した。その結果、図9のような施設が挙げられた。

<p>◎駅</p> <p>津山駅、院庄駅、津山口駅、東津山駅</p>	<p>◎商業施設・スーパー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イオン津山店 ・カインズモール津山（天満屋） ・sense Tsuyama ・アルネ・津山 ・ゆめマート津山 ・商店街（津山銀天街、津山二番街商店街、津山本町三丁目商店街） ・ウエストランド ・マルナカ ・マルイ ・コープ林田 ・ラ・ムー ・天満屋ハビーズ ・ザ・ビッグ
<p>◎病院</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中島病院 ・津山第一病院 ・津山中央病院 <p>その他クリニック等の密集地</p>	

（図9）市内の拠点となり得る施設

この施設を拠点としたルートをもとに、国土交通省が発行している国土数値情報ダウンロードサイトにある津山市のデータを活用して、地理情報システムの閲覧、編集、分析機能を有するオープンソース GIS システムの QGIS を利用して作成したところ、図10のようなルートが完成した。



（図10）作成した津山市内のバスルート

（オープンソース GIS システム QGIS にてゼミ生作成）

地図で赤い三角のマークは駅、緑色の点は商業施設とスーパーマーケット、赤十字のマークは総合病院、水色の点は総合病院以外の医療施設、青い線は現在のバス路線、赤いルートが完成したルートとなっている。全路線が乗り換えのないようにするために、津山駅をターミナル地点として①市内中心部②市内東側③市内西部の三つのルートを作成することができた。

完成したバスルートでは交通空白が生じるという課題がある。そこで、予約型乗合交通「のるいこつやま」を活用する。「のるいこつやま」の活用方法は、バス路線とその周辺地域を結ぶことを想定している。バス路線の新設で生じる交通空白地域に路線バスを走らせることは、利用料金に対して費用が多くかかってしまい、コストパフォーマンスを低下させる要因となる。一方で、オンデマンド交通は、利用者の需要に合わせて運行することができ、利便性の高い公共交通を供給することが可能である。また、大型バスや多くの停留所の維持・管理が不要になるため、運行にあたってコストが抑えられる。さらに普通自動車免許で運転可能な車両を使うため、大型バスと比較すると運転手も確保しやすいという利点がある。このようにオンデマンド交通を活用することで、コストを最低限に抑えることができ、かつ市内全域を網羅する交通体系を構成することが可能になる。交通空白をオンデマンド交通で補っている事例として、長野県茅野市の乗り合いオンデマンド交通「のらぎあ」の活用が挙げられる。茅野市では、採算性の悪さから路線バスを運行していたバス会社が市内での運行を取りやめることになり、朝や夕方の通勤・通学の時間帯のみ路線バスを運行し、その他の時間帯は「のらぎあ」のみの運行となっている。また、タクシーとの差別化を図る目的でエリア内のみで運行する形態をとっている。津山市の場合、現状として「のるいこつやま」の体制が台数の問題など完備できていないこと、市面積が茅野市に比べて約二倍と大きいことから、オンデマンド交通のみで市内全域を網羅することは困難であると推測される。また、ドアツードアで利用できるタクシーとの差別化という観点からも、茅野市と同じ時間帯で分かれる交通体系ではなく地域別に使い分ける方法が適している。

3-3 増便

次に、路線バスを増便する政策についてである。これまでに述べてきたような利便性の高いルートがあっても、1時間に1本などの運行では利用者にとって利便性の高い公共交通とはならない。そこで、路線バスの増便を提案する。他の地方自治体の先行事例として、栃木県足利市の事例を挙げる。当市では、コミュニティバスの再編政策が実現されている。運行本数の少なさが公共交通としての機能を低下させる要因であると分析したうえでダイヤ改正を行った。バスの車両数に限りがあるため、運行ルート、距離を限定していく必要があるということを念頭にダイヤ改正が行われた。足利市ではダイヤ改正によって利用者数が180%増加したという効果が得られているため、増便は利用者を増加する効果があるといえる。増便すると、人手不足が生じてしまうという課題があるが、ルートを再編する際に既存のルートを削減しているため、増便することが可能となる。実際にルートを削減した分、運行時間にどれだけの余剰が生まれるのかを計算した。現在運行されて

いる路線バスのうち、中鉄北部バスと、ごんごバス支所線を廃止すると仮定すると、78時間19分を新ルート路線バスの増便に回すことが可能になると分かった。

3-4 のるイコつやまの運用改善

第2章で述べた津山市の課題の一つに「のるイコつやま」の利便性の低さがある。また、ここまで述べてきた政策を実現するにあたって「のるイコつやま」そのものの利便性を高めることが重要になる。のるイコつやまは2024年3月に実証実験が始まったオンデマンドタクシーのことであり、市内4つの地域でタクシー会社が委託運行を行っている。8月のヒアリング時には、市役所担当者ものるイコ利用者の増加傾向をアピールしていたが、我々が現地調査を経た実感としては、さらに利用者を伸ばすための改善点が複数あると考えられる。そこで本節では、のるイコつやまの特徴を踏まえ、さらなる改善策として予約の機能性の向上とバリアフリー化の促進の2点を提示する。

のるイコつやまは、津山市内の加茂、阿波、勝北、久米地域で運行されている予約型乗合交通である。路線バスの運行形態を見直し、地域住民や地域を訪れた人が出発地から目的地まで直接移動することをサポートする。無数の乗降地を設定しているため、高齢者は周辺の駅・バス停まで移動することなく、自宅の目の前から医療機関や商業施設まで、ドアツードアのアクセスが可能となる。また前日までに入った予約から、当日のタクシーのルートを決定する役目をAIが担っている。運賃は1回の乗車につき300円で、Webやアプリから予約を行えば電話予約よりも100円安く利用できる。通常のタクシーと比較すれば破格であることは間違いないが、当日予約ができない、アプリの利用や地点検索が表向きではない、といった課題も浮上している。

そこで本ゼミで検討した、のるイコつやまの改善策のうち1つ目は、予約の機能性向上だ。具体的には当日予約の実施、検索機能の簡易化、アプリ機能の充実である。のるイコつやまは地域内交通の中枢を担うところだが、即日利用できないことがネックになっている。前日予約も午後5時までで、急な用事や市外からの観光客の臨時需要も取り込みにくい。もちろん通常のタクシー需要との差別化を図るという便宜的性格はあるが（これについては後述）、より一層の乗客増加を見込むためには改善が必要である。またゼミ内では、予約方法の一つであるWebサイトも、ユーザー目線の利便性に欠けるという声が上がった。特に出発地・目的地を検索するには、羅列された住所・番地から探し出す必要があるため地図とセットにしても分かりにくく、外部から来た客には親切ではないと分析している。その他にも、アプリ・Web上での事前決済を可能にしたり、多言語対応にしたり、自家用車利用を抑えるインセンティブを付与したりと、予約の機能性を向上させる施策は複数考えられる。もちろんのるイコつやまのメイン利用者が地域内住民であることは前提として、ユーザーアンケート等を取りながらよりよいシステムに進化させていくことが期待できる。

改善策の2点目はバリアフリー化の促進である。現状、のるいこつやまの使用車両は各タクシー会社が所有するシンプルなタクシー車をそのまま転用しているため、想定される利用客は健常な人であり、車いすや介助の必要な利用客は想定されていない。これはのるいこつやまを使用しないときに、その車両も通常のタクシー業務に使われるからである。車いす用ジャンボタクシーを使用していないことについて、市役所へのヒアリングでは通常のタクシー業務との差別化を挙げており、これはタクシー会社と行政方針の利害調整が必要になる。上述したようにのるいこつやまはあくまで公共交通の1つであり、地域の小移動を目的とするに過ぎないが、このドアツードアの移動はタクシーと競合することになり、地元のタクシー会社の減収になりかねない。そのため、市としては当日予約ができない、利用時間を限定する等でタクシーとの差別化を図っていると分析できる。これを踏まえると、本ゼミの提案する改善策は複数の利害調整を要することになるが、変化分の報酬を大きくし柔かな対応を行うことで十分検討し値すると考えた。

3-5 運営主体の移行

次に、のるいこつやまの今後について長期の視点で見ると、一つの公共交通機関として自立的な運営が行われる必要がある。行政が主導するシステムゆえに市民からの信頼は大きいものの、津山市財政の現状を考慮するとタクシー会社への運営資金を延々と拠出することは適切ではない。補助金を逡減しつつ、のるいこつやま存続のために利益を獲得する運営に変えていくことが求められる。そのためには、運賃の増額、各タクシー会社への交渉、専門運営主体の設立といった方策が考えられる。特に運賃についてゼミ内で浮上した意見は、1乗車300円という価格が安すぎるというものである。この価格設定について市役所職員へのヒアリングでは、市民の負担を軽減したいという市長の要望が強かったと述べていた。タクシーと比較すると、東京都内でも初乗り運賃で約500円かかるところ、のるいこつやまの場合はどこまで乗っても300円で済んでしまうのが驚くべき点だ。鳥取県智頭町で導入されているAI乗り合いタクシー「のりりん」は、1乗車500円の均一料金で運行している。また長野県茅野市で導入されているAIオンデマンド交通「のらざあ」では、1乗車の価格は3kmまで300円、3~5kmで500円、5km以上で700円と、距離に応じた変動性になっている。つまり、のるいこつやまの価格がいかに安いかわかる。こうした料金設定の背景として、地元のバス路線の変更による市民への影響を考慮したとのことだが、バスの代替として用意する交通システムとしては利便性が高いため(ドアツードアの移動が可能)、利用者の理解を得ながら値上げしていくことが重要だと考えた。また地元のタクシー会社とも、委託資金についての交渉が不可欠である。のるいこつやまに使用する車数を増やす、利用時間帯を拡大する、といった改善策に協力してもらう資金交渉を前向きに行なっていくことで、のるいこつやまの自立的な運営に繋げていくことができると結論付けた。

謝辞

最後に、ご多忙の中、ヒアリング調査にご協力していただいた、岡山県津山市役所の皆様、有本観光バス株式会社様、サマースクール開催、運営などにご尽力いただいた全ての皆様に重ねて御礼申し上げます。

参考文献

- ・国土交通省、「諸外国との比較」、

https://www.mlit.go.jp/road/ir/kihon/26/1-1_s2.pdf (2025/01/30 参考)

- ・日本自動車工業会、「世界生産・販売・保有・普及率・輸出」、

<https://www.jama.or.jp/statistics/facts/world/index.html#:~:text=%E5%85%A8%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E5%9B%9B%E8%BC%AA,%E5%8F%B0%E6%99%AE%E5%8F%8A%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82> (2025/01/30 参考)

- ・世界保健機関 (WHO)、「WHO MORTALITY DATABASE; Road traffic accidents」

<https://platform.who.int/mortality/themes/theme-details/topics/indicator-groups/indicator-group-details/MDB/road-traffic-accidents> (2025/01/30 参考)

- ・世界保健機関 (WHO)、「Decade of Action for Road Safety 2021- 2030」、

<https://www.who.int/teams/social-determinants-of-health/safety-and-mobility/decade-of-action-for-road-safety-2021-2030> (2025/01/30 参考)

- ・元田 光一，2024年2月20日，「第30回 茅野市：AI 乗り合いオンデマンド交通の導入で住民の移動を支援」，新・公民連携最前線 (2025/1/11 取得)

<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/052500076/020600043/?P=3>

- ・茅野市，2024年1月11日，「AI 乗り合いオンデマンド交通『のらざあ』」，茅野市役所ホームページ，2025年1月21日取得，<https://www.city.chino.lg.jp/site/new-kotsu/>

- ・智頭町，2024年12月25日，「AI 乗り合いタクシー『のりりん』」，智頭町役場ホームページ，2025年1月21日，<https://www1.town.chizu.tottori.jp/chizu/kikaku/g163/>

津山市におけるシティープロモーション政策

FLP 地域・公共マネジメントプログラム

小林ゼミ

A 生

向井理朝 日向野芯 山口周起 山田悠斗 新井佑 井戸原蓮奈
大澤弘昂 太田優志 小藤あいり 福田菜緒 藤田健太郎 水谷夏希 山口誠吾

目次

はじめに

第1章 津山市の現状の課題

第2章 政策提言

2-1節 シティプロモーションとは

2-2節 魅力の発信、発掘を目的とした施策

2-3節 統一イメージを形成することを目的とした施策

結論

終わりに

参考文献

はじめに

小林ゼミでは、2024年8月18日から8月20日にかけて岡山県津山市にて行われたサマースクールを通して、「津山市を旅の目的地へ」をテーマに津山市役所観光文化部歴史まちづくり推進室、観光文化部観光振興課などの部署を対象としたヒアリングや、津山城や城東重要伝統的建造物群保存地区、城西浪漫館などの観光名所へ足を運ぶ実地調査を実施した。津山市第5次総合計画において「にぎわいのあるまちづくり」を理想の姿に設定する中で、わずかな時間の滞在で市外の目的地に向かう通過型観光地の現状にあることを踏まえて、「シティープロモーション」という、観光情報の発信力強化に向けた施策が掲げられている。本報告書は、上述のテーマに沿った事前学習や現地でのフィールドワークをもとに、津山市における有効な施策を検討した研究成果および政策提言について記したものである。

第1章 津山市の現状の課題

「にぎわいのある街、津山」を実現するために、現状の課題について分析を行った。津山市では現状の大きな課題として人口減少が挙げられる。津山市の人口は減少し続けており、人口減少率も上昇傾向がみられる〔令和5年度版津山市統計書, 2023〕。2024年から20年間の予測値では人口は約20,000人減少し、市税は令和5年現在の予測値で約135億円から約120億円と、市税だけでも約15億円の減収が見込まれている〔津山市財政計画, 2023〕。しかしながら、定住人口減少の解決策として、そのまま定住人口を増やすことを目指すのは全国的に人口減少が進んでいる点を踏まえると良策とは考えられない。そこで小林ゼミは観光客を中心とした対象地域を訪れる交流人口に注目したところ、日帰り国内旅行者75人、または宿泊旅行者23人分が定住人口1人分の消費量に値するという、観光を取り巻く試算について確認することができた〔観光庁, 2021〕。以上を踏まえると地域外から人を呼び込む必要があり、必要であるのは観光政策と考えることができる。そして、我々は観光振興のために自治体の広報などにおいて基礎となるシティープロモーション活動という観点からの観光政策を考案した。

第2章 政策提言

2-1 節 シティープロモーションとは

津山市第5次総合計画では観光の振興に必要な取り組みとしていくつか挙げられており、推進する施策の一つに「シティープロモーション」というものがある。その定義を各務原市の行政文書から探してみると、「市の魅力を発掘・創造して、これを市内外へ発信することで、地域の統一イメージを形成し、都市のブランド力を高めるとともに、まちづくりに様々な効果を波及させる取り組み」とされている〔各務原市, 2021: 2〕。また、散見されるシテ

イープロモーションの重要性を示す資料では、シティープロモーションは都市の魅力を発信し、再確認するための重要な活動であり、交流人口や定住人口を増加させるための観光政策として取り組むべきであるとの言及が多い〔八木橋, 2024; 益満, 2020; 牧瀬, 2019; 伊賀市, 2017〕。そのため観光政策を実施する上で、シティープロモーションを行うことが第一歩となると考えられる。先述したシティープロモーションの定義から二つの要素を抽出してみると、次の二点が重要であることが浮かび上がってくる。一点目が「市の魅力を発掘し、市内外へ発信すること」、そして二点目が「地域の統一イメージを形成すること」ということである。そこで我々は、これら二つの要素を満たすための施策を検討し、津山市第5次総合計画において「にぎわいのあるまちづくり」を実現していくためには、いかなる取り組みが必要なのかについて検討する。

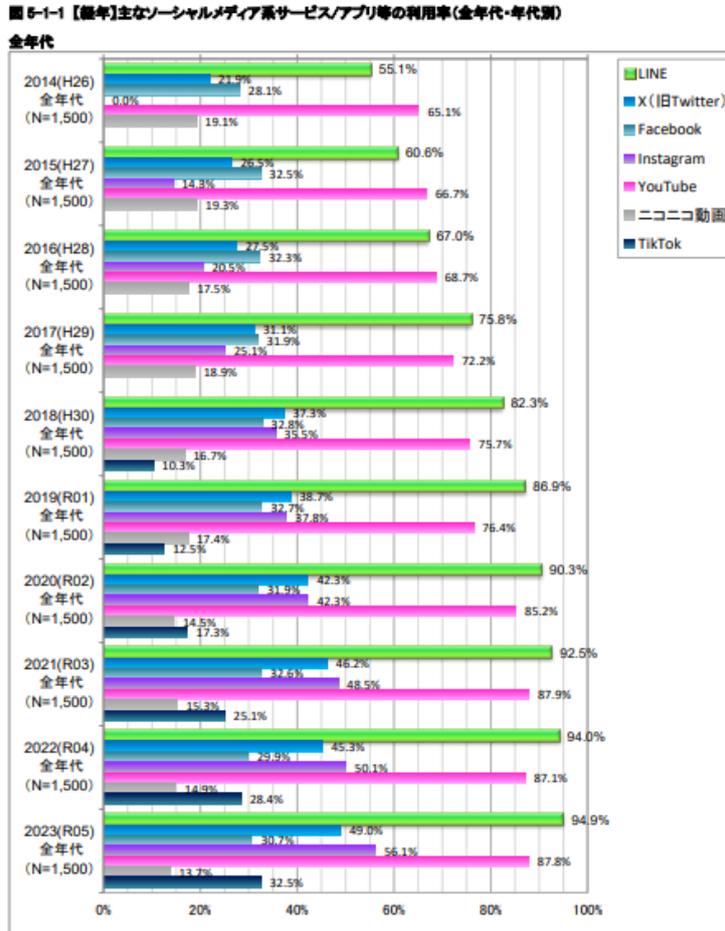
2-2 節 魅力の発掘、発信を目的とした施策

前節まで、効果的なシティープロモーションを行うための要素を満たすために何が重要となってくるのかについて整理してきた。本節では、まずは一つ目の要素「市の魅力を発掘し、市内外へ発信する」を満たすための施策について検討してみることにしよう。今回我々が提案したのは「Instagram を利用し、津山市主催のフォトコンテストを開催」ということである。学生が Instagram を媒体として選定するという、一見ありきたりな事例にみえるかもしれないが、Instagram が観光施策においていかに有用であるのかという、SNS を活用する利点について考えてみようと思う。

日本のソーシャルメディア利用者数について分析してみると、2019 年から 2023 年にかけておよそ 2000 万人増加しており、今後も緩やかな増加が見込まれている〔総務省, 2024:152〕。また、LINE や X、Facebook、Instagram などのような SNS の利用者数も年代を問わず増加し続けている（資料 1）。さらに、X や Instagram、Facebook に YouTube と様々な媒体がある中で、最も観光に適したものを導出することを目的として、私たちは 47 都道府県の観光入れ込み客数〔観光庁, 2024〕と公式観光 SNS アカウントのフォロワー数における相関係数と散布図を分析した。相関係数とは、2つのデータ間にある関係の強弱を表す指標であり、その数値は 1 に近いほど結びつきが強く、有意性が高いと考えることができる。本分析の結果としては多媒体と比較して、Instagram の相関係数が 1 に近く強い有意性が認められた（資料 2）。しかしながら、散布図に注目すると、明らかな外れ値が存在しその影響により相関係数が操作されているようにも見受けられる（資料 3）。そこで、中国地方全 5 県に限定するとより 1 に近い数値を確認することができ、中国地方の観光における Instagram の高い有用性を確認することができた（資料 4）。最後に、Instagram は、津山市が観光のターゲットとして掲げる F 1 層（22~34 歳の女性）〔津山市役所観光文化部歴史まちづくり推進室へのヒアリング, 2024〕において利用率が高いことも判明しており、津山市の観光における Instagram の高い有用性を示すことができる。以上の分析から本施策の媒体として

Instagram を選定することはシティープロモーションにおいて有効なものと判断される。

資料 1



出典：令和 5 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査
 第 5 章 各種サービス（ソーシャルメディア系サービス/アプリ、ニュースサービス等）
 の利用率等 p, 78

資料 2

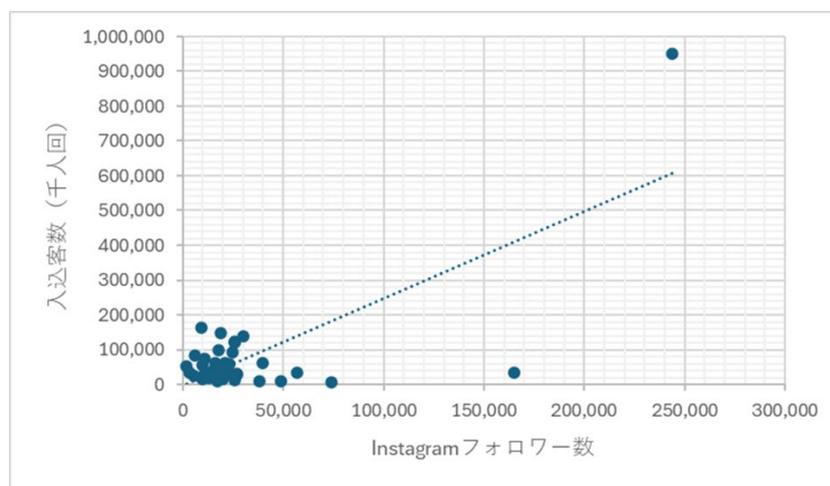
47都道府県の観光入込客数と公式観光SNSのフォロー数との相関係数

相関係数B	相関係数C	相関係数D	相関係数E
-0.03895	0.205119	0.735901	0.048374
Facebook	X	Instagram	Youtube

各都道府県観光統計に関するページ一覧と 47 都道府県公式観光 SNS アカウントより著者

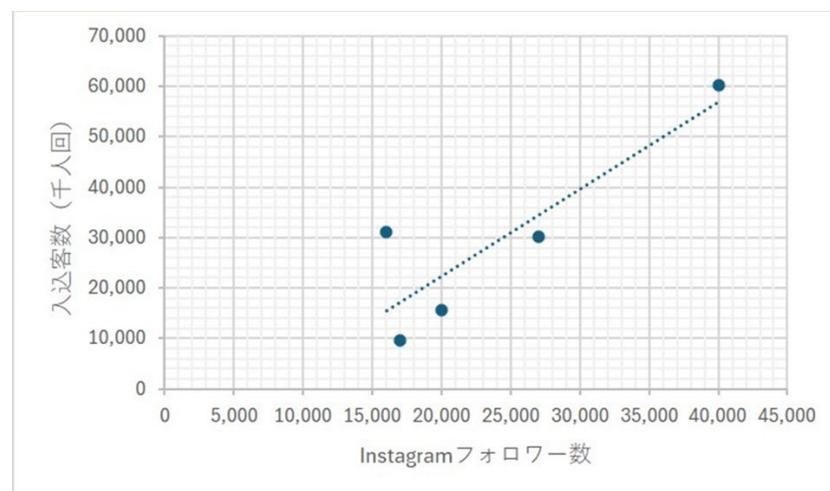
作成

資料 3



各都道府県観光統計に関するページ一覧と 47 都道府県公式観光 SNS アカウントより著者作成

資料 4



各都道府県観光統計に関するページ一覧と 47 都道府県公式観光 SNS アカウントより著者作成

この取り組みのメリットは大別して二つ挙げられる。一つ目は津山市の魅力が発見・再発見されること、二つ目は市内外の人に津山市の魅力を効果的に発信できることである。過去に津山市でもフォトコンテストを行ったという実績を確認できたが、令和元年と令和 2 年のみの開催となっており、応募総数はそれぞれ 300 点程度と他の自治体の事例と比較して

も、その規模が大きいと断言することはできない。また賞品もつやま和牛 5000 円相当となっており、このコンテストに応募してみようとする参加動機には十分につながらないだろうことが容易に推測される。実際に若い世代層が当該コンテストにどのくらいの関心を寄せるかを推察するために、小林ゼミの 12 名にアンケートを取ったところ、参加に意欲を示す者が 0 名と、上述した津山市の観光ターゲットである F1 層に近い層への訴求力が低い事実も明らかとなった。こうしたフォトコンテストは、応募点数が多く、規模が大きければ大きいほど効果の増幅が期待できるため、津山市の事例では、本施策のメリットを十分に生かすことができないことは明らかであろう。そこで、津山市の取り組みとは開催回数や応募総数が多い点で大きく異なる徳島県三好市のフォトコンテストを先行事例として、津山市におけるフォトコンテストの規模拡大を図るための内容について具体的な検討を行った。三好市では平成 25 年度から現在にかけてフォトコンテストが 12 回開催されており、人口 22000 人程度の自治体ながらも、年々応募総数を拡大してきているという状況がある。その大きな要因としては、最高賞金が 10 万円と豪華であることと有名写真家とのコラボが行われていることは考えられるだろう（資料 5）。

資料 5



出典：第2回千年のかくれんぼインスタグラムフォトコンテスト

翻って、津山市におけるフォトコンテストの規模拡大を目的とした取り組みについて検討してみると、有名ミュージシャンである稲葉浩志氏をはじめとする市内出身の有名人や、2025 年シーズンの J1 参入を決めたファジアーノ岡山、津山市を主なホームタウンとする

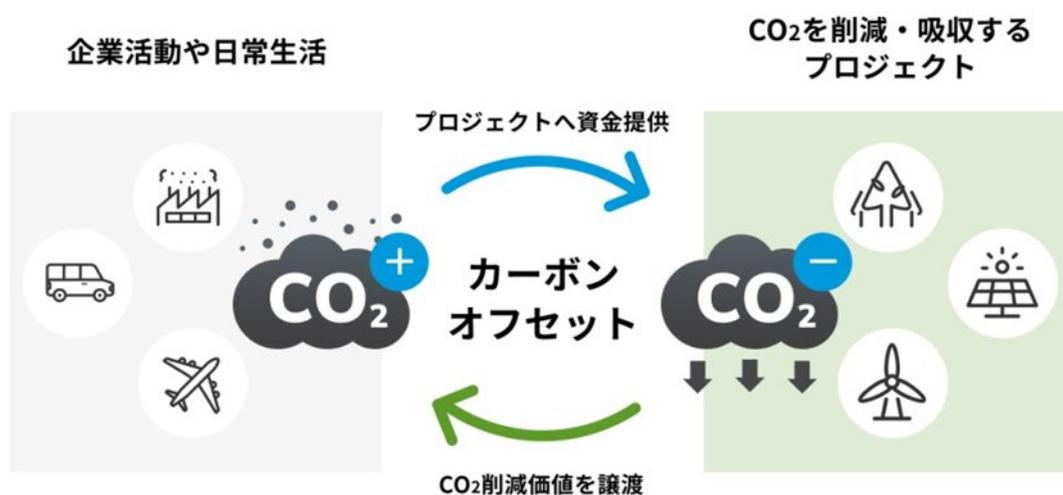
トライフープ岡山などのプロスポーツチームとのコラボレーションが有効であるとの結論に至った。なぜならいずれも津山市における知名度が高く、十分な参加誘因になり得る地域ならではの資源だからである。特にJリーグは、クラブと地域活性化の可能性に大きく注目し、実際にシャレン！（社会連携活動）という取り組みも実施してきている。これは「社会課題や共通のテーマ（教育、ダイバーシティ、まちづくり、健康、世代間交流など）に、地域の人・企業や団体（営利・非営利問わず）・自治体・学校などとJリーグ・Jクラブが連携して、取り組む活動」と定義され、スポーツを通して地域活性化に大きく貢献している[公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）, 2025¹⁾]。そうした、地域に根差した取り組みを行っている機関とコラボレーションすることによって、より魅力的な賞金、賞品の設定、コンテストの運営を行うことができ、規模拡大や応募総数の増加を達成することが期待できるだろう。

2-3 節 統一イメージを形成することを目的とした施策

前節ではシティープロモーションに必要な要素について、魅力の発掘と発信という観点から考察してきたが、本節では、効果的なシティープロモーションを行うための二つ目の要素「地域の統一イメージの形成」を満たすための施策について検討する。我々が津山市を訪れた際には、津山城や銭湯を改装したカフェであるコーヒースタンド福寿湯、グリーンヒルズ津山をはじめとした、数多くのスポットを訪ねた。また、各所において津山市民の方と交流をすることによって見聞を深めた点から、非常に充実した実地調査を行うことができたと思っている。しかし、上述のように数々の観光名所を有していながらも、それらの持つコンセプトは異なるように感じたため、津山市のイメージを一つ挙げることは難しかった。そこで必要だと考えたのは、統一イメージの形成である。まず、津山市はこれまで環境問題への取り組みが推進されており、その代表的取り組みとなるのが「カーボン・オフセット」事業である。カーボン・オフセットとは、「日常生活や経済活動により排出される二酸化炭素（カーボン）を、他の場所で削減された二酸化炭素の削減・吸収量（クレジット）を購入するなどによって、埋め合わせ（オフセット）する活動のこと」である[津山市, 2024²⁾]（資料6）。資料6の通り、企業活動や日常生活で減らすことが困難な二酸化炭素の排出を、二酸化炭素の削減や吸収に取り組むプロジェクトに出資することで埋め合わせするという形になる。津山市はカーボン・オフセット事業の一環として、「津山ロール」を製造し、当該事業を展開してきた。本製品は、二酸化炭素排出を極力抑えた中で製造されており、購入者は自身の日常生活で排出する二酸化炭素を1kg埋め合わせることができることに加えて、購入代金の一部を環境保護のために寄付することができるという仕組みである。こうした事業内容が評価され、津山ロールはカーボン・オフセットの普及促進を図るJ-クレジット制度中国地域ネットワーク会議において、中国地域のカーボン・オフセット事業における最優秀賞に選定されてもいる。また、津山市は歴史的風景を残すための施策も行っており、その代

表例として、津山市歴史的風致維持向上計画が挙げられる。歴史的風致とは、「地域におけるその固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動と、その活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境」のことである[国土交通省, 2022 : 23]。その例として、城下町や寺社、さらに地域で行われてきたお祭りや、当時の生活を表す鉄道などを保護することが挙げられ、この歴史的風致を維持することで、個性豊かな地域社会の実現や、都市の健全な発展と文化の向上に寄与することが期待できるものと考えられる。

資料 6

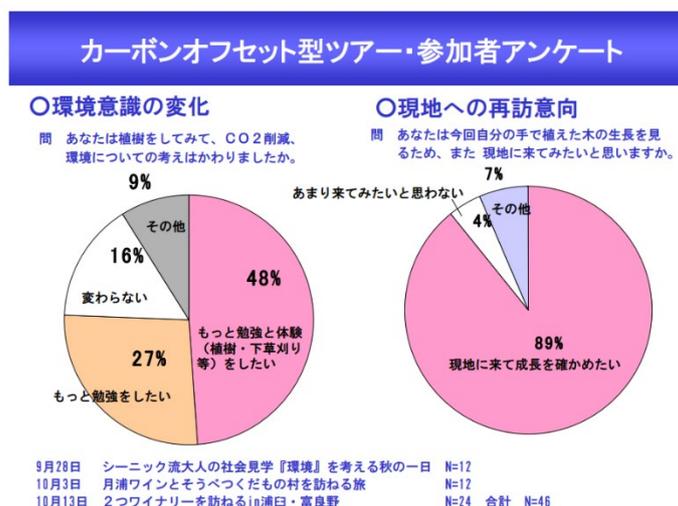


出典：カーボンオフセットとは？

以上のように、紹介してきた津山市の取り組みを融合、イメージの形成に寄与するべく提案した施策が「津山市の歴史的風致を活用したシーニックバイウェイ・カーボン・オフセット」である。シーニックバイウェイとは、景観・シーンの形容詞「シーニック」と、わき道・より道を意味する「バイウェイ」を掛け合わせた言葉で、「地域に暮らす人が主体となり、企業や行政と手をつなぎ、美しい景観づくり、活力ある地域づくり、魅力ある観光空間づくりを行う取り組み」のことを指す[シーニックバイウェイ北海道, 2024³⁾]。そして、カーボン・オフセットの要素を加えたのが、そのままシーニックバイウェイ・カーボン・オフセットというものとしてされており、先行事例として北海道のシーニックの森が挙げられる。シーニックの森とは、ドライブ観光などで排出された二酸化炭素を埋め合わせるために、観光客自身が植樹を行うことができる場所のことである。実際にシーニックの森での植樹を組み込んだ観光ツアーも企画されており、その参加者に対するアンケートの結果、「また現地に来て自分の目で成長を確かめたい」と再度訪問することへの意欲の高まりも見られている(資

料7)。上述の取り組みを津山市で行おうとすると、以下のプランを考えることができるだろう。まず、歴史的風致維持によって残されてきた津山城や城東地区、城西浪漫館などで観光体験をし、道中や観光体験後に植樹や公共施設にグリーン体験を作る体験、カーボン・オフセット商品である津山ロールの製造体験、購入することでカーボン・オフセットに取り組むといった流れとなっている。このような過程を経ることで「歴史的風致」と「カーボン・オフセットへの取り組み」を一挙に体験することができる街、津山市というイメージを形成することができ、シティープロモーションに必要な二つ目の要素、つまり市内外の人に津山市の魅力を効果的に発信という要素を満たすことが期待できる。津山市で本施策を実現するためには、魅力ある観光空間を作るためのドライブルート提案や植樹やカーボン・オフセット商品の作成体験を行うことができる場所を作るといった、土台作りから始めていくことが津山市における統一イメージの形成という点で強く求められるであろう。

資料7



出典：シーニックバイウェイ北海道における CO2 削減の取り組み【活動の手引き】 p. 4

結論

結論として、定住人口の減少による税収の大幅な減少が見込まれる津山市の現状においては、「効果的なシティープロモーション」という観光政策が有効であると考えられる。というのも、津山市の人口は2024年から20年間の予測値では約20000人の減少、市税だけで約15億円の減収が推計されており、日本全体の動向を踏まえても定住人口を増加させるための取り組みは得策ではなく、観光政策による経済効果創出というアプローチが有効だと考えられるからである。また、八木橋らがシティープロモーションは魅力を発信、再確認するための大事な活動で交流人口、定住人口を増やすための観光政策として取り組むべきことといったような重要性を唱えていることを踏まえ〔八木橋, 2024; 益満, 2020; 牧瀬, 2019;

伊賀市, 2017]、本研究ではシティープロモーションを観光政策の第一歩として行う取り組みとして選定し、シティープロモーションをより効果的に行うための要素とそれを満たすための施策について検討を重ねてきた。かかる課題に取り組む上で重要となる一つ目の要素は「市の魅力を発掘し、市内外へ発信すること」である。そして、それを後押しする施策としては「Instagramを利用し、津山市主催のフォトコンテストを開催すること」を提案した。その過程として、Instagramの津山市観光における有用性を複数のデータを用いて客観的な分析、徳島県三好市の先行事例を参考にして、フォトコンテストを開催するメリットを十分に活かされるような内容の検討を行った。そして、二つ目の要素は「地域の統一イメージの形成」であり、その施策としては「津山市の歴史的風致を活用したシーニックバイウェイ・カーボン・オフセット」を提案した。津山市の様々な観光名所へ足を運んだ現地調査や前後の情報収集の中で、津山市のイメージ形成が十分に行われていないことに課題と捉え、カーボン・オフセットと歴史的風致という二つの取り組みを掛け合わせた具体策を提案した。最終的に、上述の施策を実行することで「効果的なシティープロモーション」につながり、観光の新興、税収増加による「にぎわいのあるまちづくり」にまでつながっていくことが予想できるだろう。

しかしながら、本提言においては「Instagramを利用し、津山市主催のフォトコンテストを開催すること」と「津山市の歴史的風致を活用したシーニックバイウェイ・カーボンオフセット」の実現に向けた、人為的・金銭的コストをもとにした計画の立案に至っていないことから、津山市の詳細な人口動態と財政状況に関する調査とそれらを反映したイベント実施に向けた見通しが不明瞭であり、それらは今後の課題として残されている。

終わりに

本研究では、津山市の「Instagramを利用し、津山市主催のフォトコンテストを開催すること」と「津山市の歴史的風致を活用したシーニックバイウェイ・カーボン・オフセット」の二施策に関して、津山市の詳細な人口動態と財政状況を踏まえた実施過程については調査・検討できておらず、シティープロモーション政策の一端として実現することは仮説の域を超えていない。よって、今後は津山市に限定せずイベント開催時の人件費やその他費用は如何ばかりなのか、それらは如何にして集められるものなのかについて、長期的な取り組みにすることを目的に厳しい視点から検討を重ねていく必要がある。しかしながら、シティープロモーションによる観光政策においては、多様なアプローチの方法が存在していることが本研究において推察できた。定住人口・税収共に危機的な減少傾向にある津山市においては、今後も目覚ましい発展を遂げる情報通信技術や交通手段を、地域の魅力と巧みに掛け合わせることによって、効果的な施策を打ち出していくことが重要であり、「にぎわいある街、津山」に向けた解決策の一つになるものと考えられる。

最後に、この政策提言をするのに際して、情報収集や関係各所との調整の点で多くの方々

にお世話になった。とりわけ津山市役所にて、津山市における観光の現状について一イベントを実例に挙げることで事細かにご教示いただいた観光文化部観光振興課様、城東重要伝統的建造物群保存地区を中心とする、歴史ある観光資源を生かすための施策についてご説明いただいた都市建設部歴史まちづくり推進室様、我々のサマースクールが円滑に行われ、本研究を結論まで導出することができたのも全学連携教育機構事務室の皆様のおかげである。ここに記して感謝の意を伝えたい。

参考文献

- ・津山市, 津山市第5次総合計画, 2016

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65cc68d0972b0a1c8091e424>

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・津山市, 令和5年度版津山市統計書, 2024

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65cc68db972b0a1c8091e430>

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・津山市, 津山市財政計画, 2024

<https://prdurbanostymappl.blob.core.windows.net/common-article/65b38e4f5677ea07dd03acfe/R6zaiseikeikaku.pdf>

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・観光庁, 観光を取り巻く現状及び課題等について, 2021

https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/jizoku_kankochi/kankosangyokakushin/saiseishien/content/001461732.pdf

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・各務原市, シティプロモーション戦略プラン, 2021

<https://www.city.kakamigahara.lg.jp/shisei/koho/1007930/1008017.html>

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・八木橋 彰, 地域ブランドの創造に向けたシティプロモーション—ソーシャルメディアの活用に着目して—, 2023

https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/download.php/AN00234698-20230800-0301.pdf?file_id=175214

(最終閲覧: 2024年11月29日)

- ・総務省, 令和6年版情報通信白書, 2024

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r06/pdf/n2170000.pdf>

(最終閲覧: 2024年12月3日)

- ・総務省, 令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査, 2024

https://www.soumu.go.jp/main_content/000976455.pdf

(最終閲覧：2024年12月3日)

- ・観光庁, 各都道府県観光統計に関するページ一覧, 2024

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001739794.pdf>

(最終閲覧：2024年11月6日)

- ・47都道府県, 47都道府県公式観光SNSアカウント, 2019～2024

(最終閲覧：2024年11月6日)

- ・津山市, 津山市公式インスタグラムフォトコンテスト「春は津山」のグランプリが決定, 2020

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=67314f13523bee40a3d43e3c>

(最終閲覧：2024年11月6日)

- ・三好市, 第2回千年のかくれんぼインスタグラムフォトコンテスト, 2024

<https://www.instagram.com/miyoshicity/>

(最終閲覧：2024年11月6日)

- ・公益社団法人日本プロサッカーリーグ（Jリーグ）, シヤレン！について, 2025

<https://www.jleague.jp/sharen/about/>

(最終閲覧：2025年1月30日)

- ・Sustineri, カーボンオフセットとは？, 2024⁴⁾

<https://sustineri.co.jp/services/susport>

(最終閲覧：2024年12月4日)

- ・津山市, 津山市のカーボン・オフセットの取組, 2024

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b39525319ffe392a806802>

(最終閲覧：2024年12月4日)

- ・トマト銀行, 中国地域カーボン・オフセット優秀賞受賞について, 2015

https://www.tomatobank.co.jp/mt/pdf/news_20150212_3

(最終閲覧：2024年12月2日)

- ・国土交通省, 歴史まちづくり法について, 2022

<https://www.mlit.go.jp/toshi/rekimachi/content/001347749.pdf>

(最終閲覧：2025年1月31日)

- ・津山市, 津山市歴史的風致維持向上計画, 2024

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b3990cf6ce953f748cccc2>

(最終閲覧：2024年12月4日)

- ・津山市, 津山市歴史的風致維持向上計画2期(R6.3版 概要版), 2024

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/12426/202405081351350619082.pdf>

(最終閲覧：2024年12月4日)

- ・シーニックバイウエイ支援センター, シーニックバイウエイ北海道, 2024

<https://www.scenicbyway.jp/forest/>

(最終閲覧：2024年11月29日)

・シーニックバイウェイ推進協議会事務局, シーニックバイウェイ北海道制度のご案内, 2024

<https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:AP:5e1dfc0c-f21b-4aea-8a28-1890039e172c>

(最終閲覧：2024年12月3日)

・シーニックバイウェイ北海道推進協議会, シーニックバイウェイ北海道における CO2 削減の取り組み 【活動の手引き】, 2008

https://www.hkd.mlit.go.jp/ky/kn/dou_kei/ud49g7000000hb86-att/ud49g7000000hbq5.pdf

(最終閲覧：2024年12月3日)

・伊賀市, シティプロモーション指針, 2017

[sankou2.pdf](#)

(最終閲覧：2025年1月31日)

・益満 環, 宮城県登米市のシティプロモーションの効果と課題, 2020

[kbj75\(77\) \(1\).pdf](#)

(最終閲覧：2025年1月31日)

・牧瀬 稔, 日本における「シビックプライド」の動向整理

[kss_7_pl3.pdf](#)

(最終閲覧：2025年1月31日)

注

- 1) 当該の文書はウェブページ (<https://www.jleague.jp/sharen/about/>) からの引用であり、また固定した出版年を持たず、更新日が不明であるため取得年を記載した。
- 2) 当該の文書はウェブページ (<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b39525319ffe392a806802>) からの引用であり、また固定した出版年を持たず、更新日が不明であるため取得年を記載した。
- 3) 当該の文書はウェブページ (<https://www.scenicbyway.jp/forest/>) からの引用であり、また固定した出版年を持たず、更新日が不明であるため取得年を記載した。
- 4) 当該の資料はウェブページ (<https://sustineri.co.jp/services/susport>) からの引用であり、また固定した出版年を持たず、更新日が不明であるため取得年を記載した。

若者の「津山まちじゅう博物館構想」への主体的参加について

FLP 地域・公共マネジメントプログラム
堤ゼミ

A 生 戸高陽真梨・池田結花

目次

はじめに—テーマ選定理由

- 1 津山まちじゅう博物館構想について
 - (1) 津山まちじゅう博物館構想とは
 - (2) 4つの基本方針
- 2 これまでに若者が主体となった活動
 - (1) うまいもん商店街
 - (2) 地域創生学
 - (3) 地域企業プロモーションビデオ
- 3 津山まちじゅう博物館構想の現状と考察
 - (1) サイエンストリップショー
 - (2) 珈琲フェア
 - (3) 津山まちじゅう体験博
- 4 ヒアリング調査
 - (1) 調査方法
 - (2) 調査結果
 - (3) 考察
- 5 政策提言
 - (1) 津山まちじゅう博物館構想の認知度の向上とその方法
 - (2) 津山まちじゅう博物館構想への若者主体の取り組みの導入

おわりに

謝辞

参考文献

はじめに一テーマ選定理由

私たち堤ゼミは、「若者の『津山まちじゅう博物館構想』への主体的参加について」をテーマに研究を進めてきた。津山市の課題の一つに、18歳の崖と呼ばれる若者の地域外への流出が挙げられる。将来、人口減少による津山の担い手不足が生じる可能性があり、津山市ではその防止策として、津山まちじゅう博物館構想の基本方針の一つに「人づくり」を掲げている。担い手不足防止の一步として、この構想から若者の津山に対する郷土愛や誇り、関心を醸成するきっかけを作ることができたらと思い、このテーマを選定した。

1 津山まちじゅう博物館構想について

(1) 津山まちじゅう博物館構想とは

津山まちじゅう博物館構想とは、まち全体を「屋根のない博物館」として捉え、市内に散らばる歴史や文化、自然、伝統、芸術などの地域資源を結びつけ、新しい魅力を創出する取り組みを進めることで、地域の潜在能力を引き出すとともに、住民自身が主体となり、未来を形作るまちづくりを目指す施策である。この構想は令和5年に策定された新しい取り組みであり、山口県萩市の「萩まちじゅう博物館構想」を基に作成された。

(2) 4つの基本方針

津山まちじゅう博物館構想には「意識づくり」「人づくり」「土台づくり」「施策づくり」の4つの基本方針がある。

「意識づくり」では、住民自身が津山の歴史や文化、伝統、自然などの存在の重要性を再認識することや、遺産発掘による新たな魅力創造と津山らしさの追求を目指している。

「人づくり」では、担い手となる人材の確保を目指している。津山市の人口は1995(平成7年)から減少に転じ、現在まで人口減少が続いている。また、18歳の崖も深刻な問題となっている。津山市では「つやま郷土学」という郷土愛を育む教育を幼稚園や小中学校で実践しているが、全市的な取り組みには至っておらず、全市民が津山のことを知る機会を設ける必要があるとしている。

「土台づくり」では、インフラ等の整備を目指している。利便性の向上や、津山の歴史的景観に合わせ統一感のある空間づくりを進めている。

「施策づくり」では、津山らしい新たな魅力づくりと観光客の誘致を目指している。津山の遺産の活用策を検討するとともに、効果的な情報発信やPR方法を模索する。

2 これまでに若者が主体となった活動

地域の持続的な発展には、若者が主体的に地域活動に関わることが不可欠である。若者が地域の課題解決や魅力発信に積極的に取り組むことで、世代を超えた協力関係が生まれ、地域社会全体の活性化につながる。また、その過程で地域の魅力を再発見し、愛着や誇りを育むことができる。このような経験は、若者の地元への関心を高め、将来的に地域に戻るきっかけの一つとなる可能性がある。

津山市の場合、大学は美作大学のみであり、学ぶことのできる学問も限られている。そのため、多くの若者が大学進学を機に市外へと出ていく可能性がある。しかし、地域に関わる経験を通じて得た愛着や誇りが、進学・就職で一度は市外へ出た若者に「地元で働きたい」「何か貢献したい」と思わせる契機になるのではないかと考える。地域を知り、外の世界も経験した若者が、再び津山市に戻り活躍することができれば、地域の持続的な発展につながるだろう。

このようなことから、私たちは若者の主体的な参加がとても重要であると考えている。以下では、津山市で実際に行われている若者が主体となった活動についてまとめていく。

(1) うまいもん商店街

「うまいもん商店街」は、岡山県北地域の高校生が主体となり、地元の飲食店や事業者と協力して地域の魅力を発信するイベントである。この取り組みは、地域活性化と若者の地域愛を育てることを目的としている。今年度は11月24日に行われており、第6回目の開催になる。津山市のソシオ一番街、銀天街、元魚町商店街、アルネ津山東広場で開催された。このイベントでは、津山東高校、津山工業高校、美作高校、林野高校の中で有志で集まった生徒が実行委員会を結成し、イベントの準備を行っている。当日は、津山市や近隣市町村の飲食店、農園、福祉施設などが出店し、多彩な地元グルメが提供された。また、スタンプラリーや特大ガラポン抽選会、ステージイベントとして林野高校軽音楽同好会のライブや子どもたちの銭太鼓パフォーマンスなどの企画が行われた。このように、「うまいもん商店街」は、若者が主体的に地域と関わり、地域の魅力を再発見・発信する貴重な機会となっていると言える。

(2) 地域創生学

津山市内の県立高校4校（津山高校、津山東高校、津山商業高校、津山工業高校）では、連携して「地域創生学」という講座が開設されている。この講座は、地域の課題解決策を模索することを目的としており、生徒たちは「産業」「観光」「医療・福祉」「教育・人材育成」の4分野に分かれて活動を行う。設定されたテーマをもとに、生徒たちは地域の魅力を発見するとともに、課題解決のための方策を考える。フィールドワークや専門家の講演を通じて知見を深め、最終的に提言書を作成し、津山市長に提出している。この取り組みは、地域の将来を真剣に考える高校生の姿勢を育むとともに、行政や地域社会との連携を強化する貴重な機会となっていると言える。

(3) 地域企業プロモーションビデオ

津山市と津山東高校が連携して開設した「高校生のための地域企業プロモーションビデオ制作講座」は、地域の企業やそこで働く人々への取材を通じて、働く意義を考え、企業の紹介動画を作成することを目的としている。この講座では、若者が地方を出る主な理由の一つである「雇用環境」への理解を深め、高校生が地元企業の魅力を知るきっかけを提供している。活動内容としては、津山東高校の普通科2年生が参加し、インタビューの方法や写真撮影、動画編集の技術に関する講義を受けた後、市内の企業を取材をおこなう。取材先の企業では、社長や社員へのインタビューを行い、企業の理念や業務内容、働く人々の思いなどを聞く。その後、生徒たちは得た情報を基に、2人一組で約2分間のプロモーションビデオを制作する。この取り組みは、生徒たちにとって、地域の企業や働く人々と直接触れ合う貴重な機会となり、地元企業の魅力を再発見するだけでなく、自身の将来のキャリアを考えるきっかけにもなっている。このように、「高校生のための地域企業プロモーションビデオ制作講座」は、高校生が主体的に地域と関わり、地元企業の魅力を発信することで、地域への愛着を深め、将来的なUターン就職の促進や地域活性化に貢献することが期待されている。

3 津山まちじゅう博物館構想の現状と考察

前章では、これまでに若者が主体となった活動を挙げた。本章では、津山まちじゅう博物館構想の一環として開催されたイベントについて触れるとともに、その中で若者が主体となった活動があるのかについても調査していく。

(1) サイエンストリップショー

令和6年7月20日に「タイムトリップ?サイエンスショー～もしも江戸時代の洋学者が現代にやってきたら～」というイベントが津山洋学資料館で行われた。サイエンスコミュニケーターの佐伯恵太さん扮する江戸時代の洋学者・箕作阮甫と津山市出身の脳科学者である竹内倫徳准教授が対談する形で進行し、箕作阮甫の偉業と脳科学の最先端をクイズ形

式で紹介した。約 40 人の小中学生が参加し、科学への興味・関心を高めた。

(2) 珈琲フェア

「珈琲と〇〇〇 (エトセトラ) Wonder-full days」は「珈琲」の当て字を考案した津山藩医・宇田川榕菴にちなみ開催された。令和 5 年と令和 6 年の 2 回開催されている。当日は市内外のフード事業者が出店し、珈琲に関連する多彩なブースが並んだ。また、焙煎体験やワークショップ、映画の野外上映なども行われた。

(3) 津山まちじゅう体験博

「津山まち博～津山まちじゅう体験博」は、市全体を博覧会場に見立て、地域の魅力を再発見してもらう体験型イベントである。初めて開催されたイベントであり、令和 6 年 10 月 19 日 (土) から 12 月 1 日 (日) までの約 1 ヶ月半にわたり実施された。期間中、市内各地で津山地域の歴史や風土から生まれた、地域独自の食や技術などを体験できるような様々なプログラムが行われた。参加者はこれらのイベントを通じて、津山の歴史や文化、食の魅力を深く体験することができる。このように、「津山まち博」は、地域の特色を活かした体験を提供し、参加者に津山の新たな魅力を発見してもらう機会となっている。

上記の 3 つのイベントが現状として、津山まちじゅう博物館構想の一環で開催されたイベントである。津山まちじゅう博物館構想自体が令和 5 年に策定されたばかりの計画であるためか、若者が主体となる活動やイベントは現状ではないということが分かった。

構想が令和 5 年に策定されたばかりであるという点から私たちは、津山まちじゅう博物館構想の存在がどれほどの人々に知られているのか疑問に感じた。そこで、サマースクール期間中にヒアリング調査を行った。次章では、ヒアリング調査を行った結果についてまとめていく。

4 ヒアリング調査

(1) 調査方法

ヒアリング調査は令和 6 年 8 月 19 日、同年同月 20 日の 2 日間において、街行く人々にインタビューを行う形で実施した。その際、①津山市在住の住民への質問と、②周辺地域に住む人もしくは観光で訪問した人への質問の 2 パターンを作成した。質問は以下の通りである。

①津山市在住の住民

- ・年代
- ・津山市の魅力
- ・まちじゅう博物館構想について知っていること
- ・学生に対して—将来は県内と県外のどちらに住みたいか、その理由
- ・社会人に対して—地元への就職を決めた理由
- ・どのような媒体から津山市の情報を収集するか

②周辺地域に住む人もしくは観光で訪問した人

- ・年代
- ・どこから来たのか
- ・なぜ津山市に来たのか
- ・津山市の魅力
- ・周辺地域に住む人—まちじゅう博物館構想について知っていること
- ・どのような媒体から在住地域の情報を収集するか

(2) 調査結果

計 37 人にヒアリング調査を実施することができた。その中で津山まちじゅう博物館構想の名前を知っていると回答した人は 1 人、内容を知っていると回答した人は 0 人であった。

津山市の魅力に関しては、市民からはホルモンうどん、津山牛などの食べ物が多く挙げられた。対して観光で訪問した人からはのんびり過ごせるような雰囲気や、城下町の街並みが素敵だという意見が多く挙げられた。また、B' z の稲葉浩志さんのファンで地元巡りをしているという人も見られた。

学生へのインタビューでは、県内で暮らしたいという意見、県外で暮らしたいという意見のどちらも聞くことができたが、県外を希望する人が多かった。県内で暮らしたい理由としては、地元の居心地の良さが挙げられた。県外で暮らしたい理由としては、交通の不便さ、娯楽の少なさ、大学や学部の少なさ、自立して一人暮らししたいなどの意見が挙げられた。

社会人へのインタビューでは、都市部にある大学へ進学したものの就職を機に戻ってきたという U ターン就職をした人の話を伺うことができた。津山市に戻ってきた理由としては、県外へ出たことで津山市の魅力に再認識することができ、津山市の若者にもその魅力を伝えたいということだった。

在住地域の情報収集の手段については、年代関係なく広報や駅のチラシという意見が多く見られた。また学生からは親や友達伝てという意見が多くみられた。普段の情報収集は SNS で行っているという学生たちも、在住地域の情報収集に関しては意外にも SNS を利用しているという人は少なかった。

(3) 考察

インタビューを通じて、津山まちじゅう博物館構想を知っている人があまりいないということが分かった。名前を知っていると回答した方も内容までは知らないとのことであった。これは、津山まちじゅう博物館構想自体が策定されて間もないということが要因として挙げられるだろう。

他にも津山市の魅力に関する質問で興味深い点があった。インタビューを通じて、市民の人々が主に食べ物を魅力として多く挙げる一方で、市外の人々は津山市の雰囲気や城下町の街並みなど食べ物だけではなく自然や文化的なものにも魅力を感じていることが分かった。このように津山市の魅力を感じる箇所が市民と市外の人で分かれることは、何かしらに要因があると考えられる。この要因については、U ターン就職をした人の話を踏まえて考えていった。私たちが考えたのは、「あたりまえ」という認識である。市外の人々が感じた津山市の魅力は、市内の人々にとっては日常の一部であり、あたりまえの存在であると言えるだろう。実際、U ターン就職をした人が津山市に戻ってきた理由として挙げているのが、県外に出たからこそ津山市の魅力に気がつくことができたという点である。このように「あたりまえ」すぎて気がつくことができなかったことが要因の 1 つとして挙げられるのではないかと考えられる。

また普段情報収集の際には SNS を利用しているという若年層が、在住地域の情報収集に関しては SNS 上で行わない理由として、地域のことに関する投稿の数が少ない、投稿があったとしても若年層の関心に刺さらないなどということが考えられる。

5 政策提言

事前調査やインタビューを通じて分かったように現状として、津山まちじゅう博物館構想が人々にあまり知られていないことや津山まちじゅう博物館構想の一環としての若者主体のイベントがないこと、市内の人々が津山市の魅力に気がついていないことが挙げられた。そこで私たちは、どのように津山まちじゅう博物館構想の認知度を向上させるのか、知ってもらった上でどのように参加してもらおうのかについて提言を行う。

(1) 津山まちじゅう博物館構想に対する認知度の向上とその方法

認知度を向上させるためには、津山市の広報や駅のチラシを用いて情報発信をすることが有効であると考えられる。どのような手法を用いることが若者からの認知度を上げるのに有効かを考えた際にすぐに思いついたのは、InstagramやXを通じた情報発信である。実際、若者が情報収集をする際に使用する手段について様々なサイトなどで調べた結果、10代、20代の若者のInstagramやX、TikTok、YouTubeといったSNSの利用状況は他の年代と比べても高い。この結果からみると若者を対象に認知度を上げるには、SNSが有効であると考えられる。しかし、インタビュー結果を踏まえると必ずしもSNSを通じた情報発信が1番有効であるとは限らないということが分かった。インタビューでは、普段地元の情報をどこから得ているかという質問に対して、親・友達伝や広報、駅のチラシから得ているという回答が多く集まった。もちろん様々な情報を収集する際には、SNSを用いる。しかし、地元の情報に関してはSNSではなく、広報や駅のチラシの方が有効だということである。

広報やチラシを用いてどのような情報を相手に伝えるのかについて述べる前に、情報によって有効なものが異なることについて考えていきたい。情報によって有効な手段が異なるのは、SNSの特徴の1つでもあるレコメンド機能が関係していると考えられる。レコメンド機能とは、以下のようなものである。

- ・ユーザーのアクセス履歴や「いいね」、フォローしているものなどの様々な情報をもとに、利用者の関心を分析
- ・類似性や関連性のあるものを表示する

地元などの取り組みに興味がある人にはお勧めされやすいがそれ以外の人にはされにくい特徴を持つ。そのため、元々興味を持っていなければその人には表示されにくいということである。だからこそ、興味ありなしに関係なく知ってもらうという点では、広報やチラシを活用することが有効であるといえる。

話を戻して、広報やチラシを用いてどのような情報を相手に伝えるのかについて考えていく。実際にまちじゅう博物館構想関連のイベントについて書かれていた津山市の10月の広報を参考に必要な情報や目を引く工夫についてまとめていく。広報津山にて書かれている内容としては、以下の要素が挙げられる。

- ・概要説明
- ・期間
- ・場所
- ・申込方法
- ・申込開始日
- ・問い合わせ先

また、より多くの人々に見てもらうためにも現在の内容に、以下の要素を追加することを提案する。

- ・キャッチコピー
- ・写真
- ・参加者のコメント

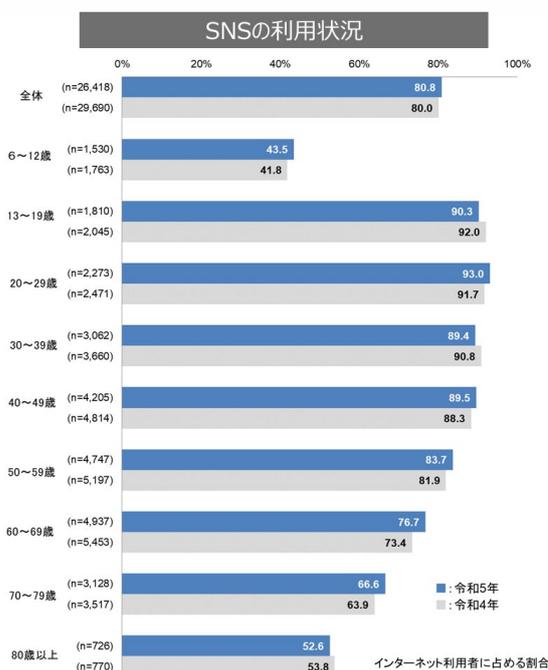
加えて、見た時に印象に残るよう強調する文のフォントを大きくしたり、文字の色を変えるなどの工夫もする。これらの要素を含めることで、より多くの人々に見てもらい印象に残るようにする。

(2) 津山まちじゅう博物館構想への若者主体の取り組みの導入

前章で、普段 SNS で情報収集するという若年層が在住地域の情報を知る際には SNS を用いないという現象について、SNS において地域のことに関する発信の数が少ないこと、あったとしても若年層の関心に刺さらないことなどが原因なのではないかと考察した。そこで、津山市に住む若年層自身が、津山市に関する情報を SNS ユーザーの関心に刺さるように発信する取り組みを提言する。

【1】 SNS 運用により見込むことができる効果

以下は総務省による SNS の世代別利用状況の調査である。調査の結果から、10 代後半頃から 40 代までの層は比較的 SNS の利用率が高いことがわかる。



出典：総務省/SNS の利用状況/令和 6 年/[240607_1.pdf](#)

SNS で津山市の情報を発信することで、発信する側もそれを見る側も津山の魅力を再発見し、地域に対する関心の向上を期待することができるのではないかと考えられる。SNS 発信により若年層へ津山の情報を届けることができれば、大学進学を機に市外・県外へ行った学生の U ターン就職の可能性もあり得る。また地域住民以外の人が見る機会を増やせることで、観光客数の増大も見込むことができる。

【2】 SNS 別の特徴

効果的な SNS の運用のためには、運営する SNS ごとの特徴を知る必要がある。利用者数が多く情報発信に適する Instagram、TikTok、X (旧 Twitter)、Facebook、YouTube の 5 つに絞り、特徴を調べた。以下の表はそれをまとめたものである。

表 1

SNS 種別	年代
Instagram	10 代~20 代
TikTok	10 代
X (旧 Twitter)	20 代~30 代

Facebook	30代～40代
YouTube	全世代

表 2

SNS	主な情報共有ツール	特徴
Instagram	リールやストーリー (短編動画)	動画での広告や情報拡散に優れる 映え・ビジュアル重視でお洒落やトレンドに敏感
TikTok	短編動画	独自のレコメンドシステムでフォロワー獲得 若年層からの圧倒的支持
X (旧 Twitter)	文章や画像	リポスト機能による二次拡散 エンターテインメント性とリアルタイム性が強い
Facebook	文章や画像	実名登録制のためマーケティング精度が高い ビジネスユーザーが多く若年層への訴求力は低め
YouTube	長編・短編動画	長編動画の活用によりより多くの情報を発信 あらゆる層へのアピールに適する

Instagram では写真投稿の他に、リールと呼ばれる最大 90 秒の短い動画を投稿することができる機能や、ストーリーと呼ばれる 24 時間で自動的に消える一時的なコンテンツを投稿することができる機能がある。短い時間で見ることができるため若年層からの支持を集めている。Instagram では「映え」という、視覚的に美しく魅力的に見える投稿が重視される傾向が強い。

TikTok は最大 3 分の短い動画を投稿することができる機能を持つ。機能としては Instagram と似ており、若年層からの圧倒的な支持を持つ。

X (旧 Twitter) ではポストと呼ばれる最大 280 字の文章や写真を投稿することができる機能がある。その他にもリポストと呼ばれる他のユーザーのポストを自身のフォロワーに再投稿することができる機能や、引用リポストという機能があり、二次拡散に非常に優れている。そのためリアルタイム性が強く、トレンドに敏感な傾向がある。しかし Instagram などと比べるとビジュアルよりも面白おかしさ、エンターテインメント性が重視される。

Facebook は文章や画像を投稿することで友達や家族間での交流を楽しむことができるが、ビジネスユーザーも多く、主な使用年齢層は 30 代以降であり若年層への訴求力は低い。

YouTube では長編動画と、ショートと呼ばれる最大 3 分の短編動画を投稿することができる機能がある。インフルエンサーの中では Instagram や TikTok に長編動画の一部をリンクとともにアップロードし、そのまま YouTube へ誘導する手法が多く用いられている。長編動画によってより多くの情報を発信することができる。

【3】運用方法と投稿内容

まちじゅう博物館構想の要素は含みつつも、それに縛られないコンテンツを作成することで、津山市に関する情報発信の窓口的存在を目指す。具体的な投稿内容に関しては、高校生や大学生などの有志の若年層が考案・作成を担当し、各 SNS の特徴やユーザーに合わせた投稿を行う。各投稿には投稿件数の多いハッシュタグとともに独自のハッシュタグ#津

山などをつけることで、ユーザーが検索した際に表示されやすくなる。

1 Instagram、TikTok、YouTube ショート

上記の 3 つは短編動画を主とするため、動画を使いまわすことができるという利点がある。

特に Instagram ではビジュアルを重視する傾向が強いため、津山市内の映えスポットや、津山市で楽しむことができる食べ物を動画にまとめるのが良いと思われる。また、キャッチコピーや編集の完成度も重要になる。以下は企画例である。

・投稿内容

津山まちじゅう博物館構想アクションプランに基づき、8 つの地区ごとに観光場所や食べ物、体験を紹介

・キャッチコピー

地元民おすすめ！穴場ランチ、レトロな雰囲気珈琲が楽しめるカフェ、津山で地元の食材が楽しめる場所 5 選、子供連れ必見！家族で楽しめる「津山まなびの鉄道館」 など

TikTok や YouTube で使いまわすことを想定すると、ビジュアルだけでなく面白さも重要になると考えられる。以下は企画例である。

・投稿内容

視聴者が共感できるもの、目新しさを感じるものなど、感情に訴えるもの

・キャッチコピー

地方あるある 7 選、津山の方言いくつわかる？、津山市ショートドラマ など

2 X (旧 Twitter)

リアルタイム性と拡散力があるため、期限を設けたキャンペーンが効果的である。以下は企画例である。

・ハッシュタグキャンペーン

「#津山」「#津山まちじゅう博物館」をつけて津山の魅力を伝える写真・動画を投稿！選考で 5 名様に津山牛プレゼント！

・フォロー&いいね&リポストキャンペーン

このアカウントをフォロー&この投稿をいいねとリポストで豪華景品ゲット！

3 YouTube 長編動画

長編動画であるため自由度は高い。あまり長いと若年層からはアクセスされにくくなるため、1 つの動画は 10 分から 20 分前後におさめ、シリーズ展開していくのが良いと考えられる。また、動画の一部を Instagram や TikTok にアップロードすることで動画の宣伝をし、直接リンクからアクセスさせる手法も効果的である。以下は企画例である。

・YouTuber や有名人とのコラボ

津山出身であるウエストランド、B'z の稲葉浩志さん、その他津山を PR してくれるインフルエンサーとのコラボ動画

・ご当地キャラクターの出演

つや丸くんが様々なことにチャレンジする動画

・ショート動画で紹介した場所、食べ物、体験のより詳細なレポート

おわりに

私たち堤ゼミは津山市でのサマースクールを通して、津山市の課題の一つである担い手不足の防止策を模索してきた。人づくりを基本方針の一つに掲げる新プロジェクトである津山まちじゅう博物館構想を用いて、構想の認知度向上と若者の主体的参加制度の導入という2つの観点から提言を行った。この提言を基に、市内外の人々に津山市の魅力を届け、ひいては担い手世代の流出防止や観光客の誘致につなげることができたらと思う。

謝辞

最後に、本研究ならびにサマースクール全般にわたって支援して下さった、津山市役所職員の皆様に深く感謝し、お礼を申し上げます。引き続きご指導ご鞭撻のほど、何卒宜しくお願いいたします。

【参考文献】

- ・津山まちじゅう博物館構想について

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=65b39dd6dd20c401ef318b93>（最終閲覧日：1月31日）

- ・津山まちじゅう博物館構想

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/common/photo/free/files/16247/202303301402470216508.pdf>（最終閲覧日：1月31日）

- ・四校連携講座「地域創生学」 津山市内県立4校の高校生が津山市長へ提言を！

<https://www.pref.okayama.jp/site/255/938495.html>（最終閲覧日：1月31日）

- ・2023年11月12日（日）今年も高校生プロデュースによるグルメイベントを津山市商店街にて開催！

<http://www.npominken.jp/2023umaimon/>（最終閲覧日：1月31日）

- ・令和5年通信利用動向調査の結果

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/240607_1.pdf（最終閲覧日：1月31日）

- ・科学を学ぶ楽しさ満喫 トークショーと実験に興味津々 好奇心を大切に/岡山・津山市

<https://tsuyamaasahi.co.jp/%e7%a7%91%e5%ad%a6%e3%82%92%e5%ad%a6%e3%81%b6%e6%a5%bd%e3%81%97%e3%81%95%e6%ba%80%e5%96%ab%e3%80%80%e3%83%88%e3%83%bc%e3%82%af%e3%82%b7%e3%83%a7%e3%83%bc%e3%81%a8%e5%ae%9f%e9%a8%93%e3%81%ab%e8%88%88/>（最終閲覧日：1月31日）

- ・「地域創生を学ぶ」高校生が成果発表 提言書にまとめ10月市に提出/岡谷・津山市

<https://tsuyamaasahi.co.jp/%E3%80%8C%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E5%89%B5%E7%94%9F%E3%80%8D%E3%82%92%E5%AD%A6%E3%81%B6%E3%80%80%E9%AB%98%E6%A0%A1%E7%94%9F%E3%81%8C%E6%88%90%E6%9E%9C%E7%99%BA%E8%A1%A8%E3%80%80%E6%8F%90%E8%A8%80%E6%9B%B8/>（最終閲覧日：1月31日）

- ・珈琲片手に旧街道の散策 珈琲フェア 城東町並保存地区一帯で/岡山・津山市

<https://tsuyamaasahi.co.jp/%E3%82%B3%E3%83%BC%E3%83%92%E3%83%BC%E7%89%87%E6%89%8B%E3%81%AB%E6%97%A7%E8%A1%97%E9%81%93%E3%81%AE%E6%95%A3%E7%AD%96%E3%80%80%E7%8F%88%E7%90%B2%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%A2%E3%80%80%E5%9F%8E%E6%9D%B1/>（最終閲覧日：12月14日）

- ・高校生のための地域企業紹介プロモーションビデオ作成講座

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=67315094523bee40a3d43f8e>（最終閲覧日：12月14日）

- ・若者の情報収集の手段は何？若年層のSNS・ネット利用状況関連調査まとめ

<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-55237/>（最終閲覧日：12月14日）

- ・広報津山 令和6年10月号

<https://www.city.tsuyama.lg.jp/article?articleId=673156d3523bee40a3d444d6>（最終閲覧日：12月14日）

・主要 SNS の特徴と使い分け！X（旧 Twitter）/Instagram/TikTok/Facebook の違いを理解しよう！

<https://www.comnico.jp/we-love-social/different-sns>（最終閲覧日：12月14日）

・「5大 SNS」とは？役割やユーザー数、特徴ごとの使い分け方を解説

<https://www.gon->

[dola.com/lift/sns/5547/#:~:text=X%20%28%E6%97%A7%EF%BC%9A%20Twitter%29%E3%83%BB%20Instagram%3%83%BBL%20LINE%E3%83%BB%20TikTok%E3%83%BB%20Facebook%E3%81%AF%E3%80%81%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%A7%E3%80%8C%5E%5%A4%A7%20SNS%E3%80%8D%E3%81%A8%E5%91%BC%E3%81%B0%E3%82%8C%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82,%E6%9C%AC%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%80%81%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E3%82%84%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B1%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%5E%5%A4%A7%20SNS%E3%81%AE%E7%89%B9%E5%BE%B4%E3%82%84%E5%BD%B9%E5%89%B2%E3%80%81%E4%BD%BF%E3%81%84%E5%88%86%E3%81%91%E6%96%B9%E3%82%92%E7%B4%B9%E4%BB%8B%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82%20SNS%E3%81%AE%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%AF%E3%80%81%E3%82%82%E3%81%AF%E3%82%84%E5%B8%B8%E8%AD%98%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82%20%E3%81%97%E3%81%8B%E3%81%97%E3%80%81%E3%81%A9%E3%81%AE%20SNS%E3%82%92%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%97%E3%81%9F%E3%82%89%E3%81%84%E3%81%84%E3%81%8B%E3%82%8F%E3%81%8B%E3%82%89%E3%81%AA%E3%81%84%E6%96%B9%E3%82%82%E5%A4%9A%E3%81%84%E3%81%AE%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%81%AA%E3%81%84%E3%81%A7%E3%81%97%E3%82%87%E3%81%86%E3%81%8B%E3%80%82](https://www.gon-dola.com/lift/sns/5547/#:~:text=X%20%28%E6%97%A7%EF%BC%9A%20Twitter%29%E3%83%BB%20Instagram%3%83%BBL%20LINE%E3%83%BB%20TikTok%E3%83%BB%20Facebook%E3%81%AF%E3%80%81%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%A7%E3%80%8C%5E%5%A4%A7%20SNS%E3%80%8D%E3%81%A8%E5%91%BC%E3%81%B0%E3%82%8C%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82,%E6%9C%AC%E8%A8%98%E4%BA%8B%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%80%81%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E3%82%84%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B1%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%5E%5%A4%A7%20SNS%E3%81%AE%E7%89%B9%E5%BE%B4%E3%82%84%E5%BD%B9%E5%89%B2%E3%80%81%E4%BD%BF%E3%81%84%E5%88%86%E3%81%91%E6%96%B9%E3%82%92%E7%B4%B9%E4%BB%8B%E3%81%97%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82%20SNS%E3%81%AE%E3%83%93%E3%82%B8%E3%83%8D%E3%82%B9%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%AF%E3%80%81%E3%82%82%E3%81%AF%E3%82%84%E5%B8%B8%E8%AD%98%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82%20%E3%81%97%E3%81%8B%E3%81%97%E3%80%81%E3%81%A9%E3%81%AE%20SNS%E3%82%92%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%97%E3%81%9F%E3%82%89%E3%81%84%E3%81%84%E3%81%8B%E3%82%8F%E3%81%8B%E3%82%89%E3%81%AA%E3%81%84%E6%96%B9%E3%82%82%E5%A4%9A%E3%81%84%E3%81%AE%E3%81%A7%E3%81%AF%E3%81%AA%E3%81%84%E3%81%A7%E3%81%97%E3%82%87%E3%81%86%E3%81%8B%E3%80%82)（最終閲覧日：12月14日）