

Title	シビックプライド可視化に向けたインフォーマルコミュニケーションデザイン
Sub Title	Informal communication design for civic pride visualization
Author	山口, 祐香(Yamaguchi, Yuka) 砂原, 秀樹(Sunahara, Hideki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2024
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2024年度メディアデザイン学 第1165号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002024-1165

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2024 年度

シビックプライド可視化に向けた
インフォーマルコミュニケーションデザイン



慶應義塾大学
大学院メディアデザイン研究科

山口 祐香

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学)授与の要件として提出した修士論文である。

山口 祐香

研究指導コミッティ：

砂原 秀樹 教授 (主指導教員)

佐藤 千尋 准教授 (副指導教員)

論文審査委員会：

砂原 秀樹 教授 (主査)

佐藤 千尋 准教授 (副査)

岸 博幸 教授 (副査)

修士論文 2024 年度

シビックプライド可視化に向けた インフォーマルコミュニケーションデザイン

カテゴリ：デザイン

論文要旨

人は居住地を選択する際、交通の利便性や生活の快適さを重視する傾向がある。近年、東京都市圏では新たな鉄道路線の開通や新駅の設置に伴い、都市開発が進められている。千葉県流山市は、首都圏新都市鉄道つくばエクスプレスの開業後、大規模な開発が行われ、全国でもトップクラスの人口増加率を記録している。一方で、利便性を重視しすぎた都市開発は、地域本来の個性が希薄化や、住民の間では、街の変化に対する多様な感情があり、その根底には無意識のシビックプライドが存在すると考えられる。しかし、これらの想いや記憶は十分に可視化されおらず、地域の活性化に活かされていない。

本研究は、住民の地域に対する想いをインフォーマルなコミュニケーションを通じて可視化することで、地域課題の解決へとつなげることを目的とする。現在、地域の課題に関する議論の場は存在するが、行政主導の形式的な会議が多く、市民の自由な意見が引き出されにくい。そこで、本研究では、地域について自由に語り合う「茶話会」をデザインすることで、住民の潜在的な想いや地域の魅力を可視化することを試みた。

研究の結果、インフォーマルなコミュニケーションの場を設けることで、住民に内在するシビックプライドが可視化され、地域課題の共有と解決への意識が高まることが確認された。また、茶話会を複数回実施することで、自由な対話が促進され、シビックプライドを意識した意見形成がなされるというデザインプロセスが有効であると示された。これにより、地域住民が主体的に地域の課題に向き合うきっかけを提供し、住民意識を活用した地域課題解決の可能性が示唆された。

キーワード：

シビックプライド, インフォーマルコミュニケーション, 地域, 都市開発, 対話

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

山口 祐香

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2024

Informal Communication Design for Civic Pride Visualization

Category: Design

Summary

When choosing a place to live, people tend to emphasize the convenience of transportation and the comfort of living. In recent years, urban development has been underway in the Tokyo metropolitan area with the opening of new railroad lines and the establishment of new stations. Nagareyama City in Chiba Prefecture has experienced large-scale development since the opening of the Tsukuba Express line, and the Metropolitan New Urban Railway, and has recorded one of the highest population growth rates in Japan. On the other hand, urban development that places too much emphasis on convenience has led to a dilution of the original character of the area. Residents have diverse feelings about the changes in the city, and it is believed that unconscious civic pride lies at the root of these feelings. However, these feelings and memories are not sufficiently visualized and are not utilized to revitalize the community. The purpose of this study is to visualize residents' feelings toward their community through informal communication, which will lead to the resolution of local issues. Currently, there are forums for discussion of local problems, but most of them are formal meetings led by the government, and it is difficult to draw out the free opinions of citizens. Therefore, this study attempted to visualize the latent thoughts of residents and the attractiveness of the community by designing “tea conversation meetings” where people can freely discuss the community. The results of the study confirmed that

by providing a place for informal communication, the civic pride inherent in residents is made visible, and their awareness of sharing and solving regional issues is heightened. In addition, the study showed that the design process of holding multiple tea gatherings was effective in promoting free dialogue and the formation of opinions with an awareness of civic pride. This provided an opportunity for residents to proactively confront local issues, suggesting the possibility of solving local problems by utilizing residents' awareness.

Keywords:

civic pride, informal communication, region, urban development, dialogue

Keio University Graduate School of Media Design

Yuka Yamaguchi

目次

第1章 序論	1
1.1. 背景	1
1.2. 目的	2
1.3. 本論文の構成	3
第2章 関連研究	4
2.1. シビックプライド	4
2.1.1 シビックプライドとは	4
2.1.2 日本におけるシビックプライド	5
2.1.3 シビックプライドを可視化する方法	8
2.2. インフォーマルコミュニケーション	10
2.3. 地域についてのアンケート調査	11
2.3.1 目的	11
2.3.2 アンケート作成について	11
2.3.3 結果	12
2.4. 東葛北部圏域に居住歴がある方を対象としたアンケート調査	16
2.4.1 目的	16
2.4.2 アンケート作成について	16
2.4.3 結果	17
2.5. 2つのアンケート調査の考察	22
第3章 茶話会の準備とデザイン	24
3.1. 茶話会のデザイン	24
3.1.1 目的	24

3.1.2	茶話会の構成要素	24
3.1.3	準備	25
3.1.4	ファシリテーターの要素	25
3.1.5	参加者の要素	25
3.1.6	プロセス	26
3.1.7	ファシリテーターの茶話会での役割	27
3.2.	千葉県流山市について	28
3.2.1	概況	28
3.2.2	顕在化している課題	28
3.2.3	課題に対する施策の調査	31
3.2.4	本研究における課題設定	34
第4章	茶話会の実施	36
4.1.	概要	36
4.2.	第1回	36
4.2.1	概要	36
4.2.2	結果	38
4.2.3	考察	39
4.3.	第2回	40
4.3.1	概要	40
4.3.2	結果	41
4.3.3	考察	42
4.4.	第3回	43
4.4.1	概要	43
4.4.2	結果	43
4.4.3	考察	45
4.5.	参加者アンケート	46
第5章	評価	48
5.1.	結果	48

5.2. 考察	49
第6章 結論と今後の展望	50
6.1. まとめ	50
6.2. 今後の研究課題	50
6.2.1 小学生へのアンケート	51
6.2.2 目的	51
6.2.3 アンケートの作成について	51
6.2.4 結果	52
6.3. 今後の展望	53
謝辞	54
参考文献	55
付録	58
A. アンケート	58

目 次

2.1	コミュニケーションポイント	5
2.2	ウェブサイト上でシビックプライドへの言及がある公的機関 . .	6
2.3	さがみはらみんなのシビックプライド条例	7
3.1	茶話会の構成	24
3.2	流山市の位置と交通	29
3.3	流山市人口推移	29
3.4	流山市人口構成の変化	30
3.5	母になるなら、流山市	30
3.6	machimin	32
3.7	流山市ブランドマーク	34
3.8	オンラインコミュニティ N の研究室	35
4.1	第1回参加者 相関図	37
4.2	第2回参加者 相関図	40
4.3	第3回参加者 相関図	44
A.1	地域アーカイブ構築のためのアンケート 1 枚目	59
A.2	地域アーカイブ構築のためのアンケート 2 枚目	60
A.3	小学校へのアンケート調査依頼書	61
A.4	小学生へのアンケート	62

目 次

2.1	静動的なアーカイブと動的なアーカイブ	9
2.2	フォーマルコミュニケーションとインフォーマルコミュニケーション	10
2.3	年代別 地域について話をするか	13
2.4	居住年数別 地域について話をするか	13
2.5	年代別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか	14
2.6	居住年数別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか	14
2.7	話題に上るテーマ	15
2.8	残したいもの	15
2.9	残してほしかったと思うもの	15
2.10	年代別 地域について話をするか	17
2.11	居住年数別 地域について話をするか	18
2.12	年代別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題	19
2.13	居住年数別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題	19
2.14	話題に上るテーマ	20
2.15	時間の経過とともになくなって残念だと思う地域の事柄	20
2.16	次世代に残したい地域にまつわる事柄	21
2.17	残してほしかったと思うもの	21
4.1	話題に出たテーマ	39
4.2	話題に出たテーマ	42
4.3	話題に出たテーマ	45

第 1 章 序

論

1.1. 背景

人は居住地を選択する際、交通や生活の利便性を重視している [1] [2]。それに伴い、近年、東京都市圏においては、新たな鉄道路線の開通や新駅の設置を行い、東京都内への通勤を想定した都市開発を進めている。新駅周辺には大型マンション建設や宅地造成が行われ、商業施設や医療サービスの充実を図ってきた。都市開発により地域は人口増加、発展を獲得できた一方、利便性に偏重した都市開発は、その地域が元々持っている特色や個性の希薄化や文化の継承への不安などの問題点もある。イベントや行政の施策の中で地域が本来持つ魅力をアピールする動きはあるものの、それらを転入時に重視している人は多くない。本来、地域本来のの魅力が起点となることで住民のシビックプライドが醸成され、持続的な地域の活性化や定住理由となることが理想であるが、単なる利便性やライフステージの中での都合のみが居住理由となってしまうのであれば、相対的な地位低下が起こった際に地域は中長期的に衰退する恐れもある。

本研究の対象地域である千葉県流山市は、県北西部に位置する人口約 21 万人の自治体である。2005 年に首都圏新都市鉄道つくばエクスプレス（以下、TX と表記）が開業し、流山おおたかの森駅を中心に大規模な開発が進み、人口増加率は全国でもトップクラスである。メディアでも取り上げられることが多くなり、都心からのアクセスがしやすい便利な街として名を馳せるようになった。しかし、人口の割合は開発以前からの住民が多いことは自明である。市の中心地が開発地域へと変わったことで、地域内の格差が広がり、旧市街周辺の商店が閉店となったり、公共交通機関が減少したりと、長年の住民の目から見ると利便性は必ずしも

向上したとは言い難い。また、生まれ育った街が変化をしていくことをネガティブに捉える声もある。街の変化に対するさまざまな感情の根底には、無意識の街への誇りや、街をよくしたいという想いがある。個人が日常的に感じている想いを可視化させることでシビックプライドを自覚するとともに、同じような想いを持っている人に共有することで隠れていた地域の魅力を明らかにすることにつながると思う。

1.2. 目的

本研究は、街に対する住民の記憶や想いをインフォーマルなコミュニケーションを通じて可視化させることによってシビックプライドを自覚し、地域の課題解決の第一歩となることを目的とする。年齢や居住年数によって程度の差はあるものの、住民は自分が住んでいる地域が住みやすい街であったり、誇りを持てる地域にしたいという想いは持っているはずである。一方で、それらを可視化したり、行政に認識してもらうきっかけは少ない。イベントやワークショップなどの大がかりなものは一部のまちづくりへの意欲が高い市民層のみが参加主体となっているが、持続的な地域の発展のためには一般市民が日常生活の中で抱いている課題感にアプローチする必要がある。

また、一般市民を対象としたタウンミーティングや陳情という議論の場は既に存在するが、非常に形式的な要素が強く、双方向の対話の場となっていない。また、議題は特定地域の足元課題が中心である。そのため、自由な意見が出にくく、市民の本音を引き出すことは難しいと考えた。そこで、カジュアルな雰囲気で行うインフォーマルなコミュニケーションをする「茶話会」を提供し、地域という以外の詳細なテーマを設けず話をする中で、想定していなかった思い出話や記憶を起点とした地域の魅力が可視化され、課題が明らかになるとの仮説を立てた。

1.3. 本論文の構成

本論文は、本章を含め6章で構成されている。2章では関連研究として、本研究のキーワードとなるシビックプライドとインフォーマルコミュニケーションについて説明し、シビックプライドを可視化する手法を紹介する。また、シビックプライドの内在化の状況について調査したアンケート結果を示す。3章では茶話会のデザインと準備して、茶話会のデザインを提案し、本研究の対象地域である千葉県流山市の現状について述べる。4章では茶話会の実施および結果と考察を述べる。5章では茶話会が地域の課題解決につながるかを評価し、提案の効果を考察する。最後に、6章にて結論と今後の展望を述べる。

第 2 章

関 連 研 究

2.1. シビックプライド

2.1.1 シビックプライドとは

近年、自治体が注目する概念に「シビックプライド」がある。伊藤らによると、

市民が都市に対してもつ誇りや愛着をシビックプライド (civic pride) と言うが、日本語の郷土愛とは少々ニュアンスが異なり、自分はこの都市を構成する一員でここをより良い場所にするために関わっているという意識を伴う。つまり、ある種の当事者意識に基づく自負心と言える。

と定義されている [3]。

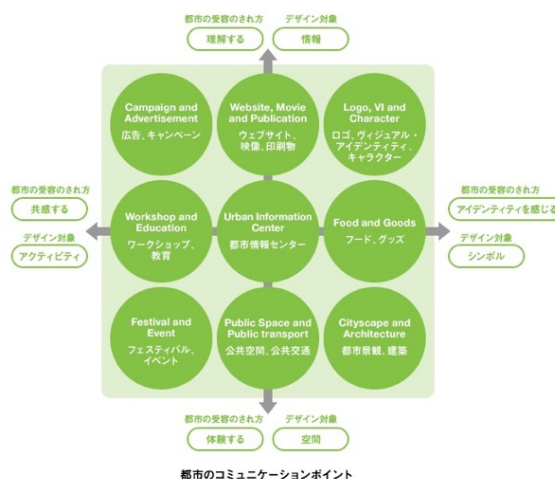
シビックプライドという言葉が広く使われるようになったのは 19 世紀のイギリスである。産業革命後のイギリスでは、商工業の発展により多くの都市が生まれた。都市が生まれることで都市間の競争の勃発し、自分たちの都市を誇れるものにしようとする動きが見られるようになった。また、地域の主役が市民階級となる中で、市民主導で公共建築や公共空間を整備するようになったことからシビックプライドという概念が浸透するようになったと言われている [4] [5]。

イギリスでは主に公共建築が公共空間がシビックプライドの象徴とされていたが、現在では多様な接点がある。伊藤は

シビックプライド自体をデザインして、市民に与えることはできない。
シビックプライドは個人の中で醸成されるものだからである。デザイ

ンすべきは、シビックプライドの形ではなく、シビックプライドを醸成するためのコミュニケーションである。

と述べている [3]。まちと市民との接点となるものをシビックプライド研究会では「コミュニケーション・ポイント」と呼び、9つのポイントを図(図 2.1)に整理している。



(WORKSIGHT [5] より引用)

図 2.1 コミュニケーションポイント

シビックプライドはどのような要素から構成されているのか。愛媛県今治市でのアンケート調査によると、シビックプライドの因子として、「愛着」「アイデンティティ」「持続願望」「参画」の4因子が抽出された [6] ことが明らかになっている。

2.1.2 日本におけるシビックプライド

自治体の取り組み

前述した通り、シビックプライドという概念は海外では古くから存在していたが、日本ではマスコミを中心に2008年頃から使われるようになった比較的新しい言葉である [7]。近年は、地域コミュニティの活性化や市民のまちづくり参画への

意識向上、定住人口の確保のために、自治体がシティプロモーションとしてシビックプライドという言葉が用いることも多い。

表1：ウェブサイト上でシビックプライドへの言及がある公的機関

国の機関	官公庁	首相官邸、内閣府、国土交通省（西国地方整備局、近畿地方整備局ほか）、文部科学省、総務省、経済産業省（西国経済産業局、九州経済産業局ほか）、消費者庁
	独立行政法人	都市再生機構、科学技術振興機構、中小企業基盤整備機構
	研究機関	国立教育政策研究所、総務省自治大学校
地方公共団体	都道府県	茨城県、群馬県、埼玉県、東京都、神奈川県、富山県、静岡県、愛知県、大阪府、奈良県、島根県、岡山県、愛媛県、福岡県、長崎県、大分県
	市区町村	帯広市、石狩市、江別市、八戸市、むつ市、大船渡市、盛岡市、松島町、いわき市、宇都宮市、真岡市、前橋市、さいたま市、狭山市、飯能市、富士見市、宮代町、我孫子市、柏市、流山市、松戸市、墨田区、目黒区、板橋区、足立区、武蔵野市、船江市、鎌倉市、相模原市、藤沢市、横浜市中区、横浜市、佐渡市、上越市、新潟市、高岡市、氷見市、富山市、南砺市、鯖江市、大町市、長野市、宮田村、可見市、浜松市、岡崎市、長久手市、神倉市、津市、津市、津市、豊中市、堺市、大坂市、大坂市西成区、柏原市、堺市、泉南市、大東市、豊中市、寝屋川市、茨木市、尼崎市、伊丹市、加西市、神戸市、生駒市、王寺町、奈良市、吉野町、橿原市、湯浅町、出雲市、岡山市、三原市、北島町、徳島市、高松市、今治市、西条市、松山市、糸島市、大牟田市、北九州市、久留米市、福岡市、宗像市、平戸市、鎌早市、熊本市、宮崎市、鹿児島市

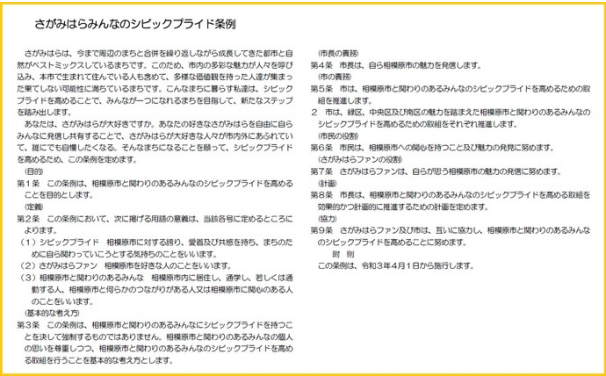
シビックプライド研究会作成（2014年8月現在）

(advertimes [8] より引用)

図 2.2 ウェブサイト上でシビックプライドへの言及がある公的機関

相模原市は全国で初めて、「シビックプライド」を条例名に掲げた「さがみはらみんなのシビックプライド条例（2021年4月1日施行）」を制定した [9]。相模原市は「シビックプライドを醸成することにより、定住人口の確保のほか、市民のまちづくりへの参画意識が高まり、協働によるまちづくりの推進や地域コミュニティの活性化につなが」 [10] と考えている。

本事例は、地域活性化の目的がうかがわれ、地元出身のタレントを起用したり、SNSを主要な媒体とし、ターゲットが若年層になる傾向にある。地域活性化という目的においては非常に有効な手法と考えられるが、本研究の対象地域である千葉県流山市は転入者が増加し、街そのものはすでに十分活性化してると言える。対象地域に多ける課題は、長年の住民が持つシビックプライドが風化されてしまいうおそれに対して取り組みを行い、次世代へ継承していくことが目的であるため、相模原市と同じ手法では課題解決は困難である。



(相模原市ホームページ [9] より引用)

図 2.3 さがみはらみんなのシビックプライド条例

企業の取り組み

読売広告社都市生活研究所では、2023 年よりシビックプライドという言葉の普及を目的に、Web サイト「CIVIC PRIDE」¹を運営している。シビックプライドに関する調査や全国各地の活動事例紹介、SNS やオンラインニュース上にあるシビックプライドに関するデータをリアルタイムで可視化している。

また、同社は2008 年より「シビックプライドランキング」を発表している。同調査は、関東圏、関西圏における人口 10 万人以上の自治体に住む 20 歳～64 歳の男女を対象に、「愛着」「誇り」「共感」「継続居住意向」「他者推奨意向」の 5 指標のスコアからシビックプライドを測定している。2024 年の総合ランキング 1 位は千葉県浦安市であった。主に施設の充実や環境整備の質の高さなどが住民のシビックプライドを醸成する要因となっている [11]。

調査や事例の紹介に留まらず、独自のプロジェクトも展開している。地域の文化や伝統をシビックプライドの資産と捉え、それらを活用したプロダクトの制作にも取り組んでいる。その第一弾として、青森県竹浪比呂央ねぶた研究所、株式会社ポックと協働で、ねぶたの彩色和紙の端切れである「かけら」を使った名刺入れを制作した。自分を紹介する際に使う名刺入れに地域の要素を取り入れることで、地元とのつながりを感じ、シビックプライドの醸成につながるという思い

1 CIVIC PRIDE <https://civic-pride.com/>

が込められている [12]。

これまでも伝統工芸品に代表されるような地域の特色を活かしたプロダクトは日本国内に多数存在する。伝統工芸品に限らずとも、地域の文化や伝統をモチーフとした新たなプロダクトにおいても同様の効果が期待できる。

このように、シビックプライドは年々広がりを見せ、身近な言葉になりつつある。

2.1.3 シビックプライドを可視化する方法

コミュニティアーカイブ

シビックプライドを可視化する方法の一例として、コミュニティアーカイブを取り上げる。2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災以降、日本国内ではさまざまな機関による震災アーカイブ構築の動きが見られた。歴史に残る大災害による被害を二度と繰り返さないために、記録や教訓を後世に残し、今後の防災や減災につなげていくことが目的とされている [13]。その一例として、「3 がつ 11 にちをわすれないためにセンター」²がある。「3 がつ 11 にちをわすれないためにセンター」は仙台市にある公共施設、せんだいメディアテーク³が開設したプラットフォームである。市民、市職員、専門家、アーティストが協働で東日本大震災からの復興過程を記録し、共有するために設立された。市民から収集した写真、映像、音声、テキストなどデジタル、アナログに関わらず、さまざまな形の記録を震災アーカイブとして保存している。本プロジェクトの特徴は「市民参加型」、「動的」、「記録作成型」アーカイブであることである。記憶が積み重なることによって常に変化し、市民の自発的な参加によって継続的に構築がなされていくアーカイブである [14]。

東日本大震災にまつわるデジタルアーカイブは Yahoo! JAPAN の「東日本大震災 写真保存プロジェクト」⁴や Google の「未来へのキオク」⁵をはじめ数多く構築

2 3 がつ 11 にちをわすれないためにセンター <https://recorder311.smt.jp/>

3 せんだいメディアテーク <https://www.smt.jp/>

4 東日本大震災 写真保存プロジェクト <https://archive-shinsai.yahoo.co.jp/>

5 未来へのキオク <https://www.miraikioku.com/>

表 2.1 静動的なアーカイブと動的なアーカイブ

(コミュニティアーカイブをつくろう！ [14] より引用)

静動的なアーカイブ	動的なアーカイブ
専門家がつくる 完成後は変化しない つくる側とつかう側が分けられている その出来事が終わった後につくられる その出来事に変化を与えることは不可能	誰もが参加可能 常に変化する つくる側とつかう側の区別がほとんど、 あるいはまったくない 出来事と同時進行でつくられる 出来事に変化を与えられる

されてきたが、震災から13年が経過し、多くのものがサービスの終了や、投稿数が激減し事実上停止状態にある。しかし、本プロジェクトは現在も参加型コミュニティアーカイブとして機能している。

本プロジェクトは、東日本大震災という大きな出来事により一瞬にして街が破壊されたことがきっかけであり、前提となっている。震災そのものの記録や記憶、一変してしまった街に対する悲しみ、復興に向けての思いなどが参加者の共通した感情であり、その思いを後世に残し、今後の防災や減災への取り組みに活用していくことへの価値観が統一されている。本研究の対象地域である千葉県流山市は、鉄道の開業とそれに伴う都市開発を境に徐々に街が変化しており、その変化に対する感情はさまざまである。震災アーカイブのような共感性が少ないという点で大きな違いがあり、地域の開発による変化と震災による変化の記録を同等に扱うことは難しく、多くの人が参加できる取り組みにはなりづらいと考える。

ワークショップ

近年、住民参加型まちづくりワークショップを実施している自治体も多く見られる。行政が主体となる住民参加型ワークショップには2つの目的がある。一つは、「行政施策に対して、より深く掘り下げた意見を市民から聞き出す」というものであり、もう一つは、「市民の意識変化ををうながし、自発的なまちづくり活動につなげる」というものである [15]。

埼玉県戸田市では、シビックプライドの醸成と、地域住民のつながりをサポー

トしていく仕組みづくりを目的としたワークショップが実施されている。新旧住民の双方が参加し、ともに地域課題の発見や、街の未来を考えることで、住民意識を考慮したまちづくりの一助となっている。戸田市は、新旧住民のつながりと相互理解の場としてもこのようなワークショップが意義を持つと考えられると考察している [16]。

このような住民参加型ワークショップは、地域課題を自分ごと化したり、参加者同士の新たなつながりが生まれるといった効果がある一方、熱心な市民層の参加になりがちといったことや、参加して満足してしまうという欠点が挙げられる。

2.2. インフォーマルコミュニケーション

組織におけるコミュニケーションは、フォーマルコミュニケーションとインフォーマルコミュニケーションに分類される。本研究ではインフォーマルコミュニケーションに注目する。インフォーマルコミュニケーションは、「あらかじめ計画されておらず、具体的な議題や決定すべき目標、式次第などが存在しない、偶発的に発生するコミュニケーション」を指す [17] ものである。

表 2.2 フォーマルコミュニケーションとインフォーマルコミュニケーション
([17] を参照し作成)

フォーマル	インフォーマル
事前にスケジュールされている	スケジュールされていない
参加者がアレンジされている	ランダム参加
参加者が役割を担っている	参加者に役割がない
事前にアジェンダが設定されている	予定外の議題
一方通行である	インタラクティブ
内容が貧弱である	豊富なコンテンツ
形式的な言語と話し方	形式張らない言語と話し方

インフォーマルコミュニケーションは主に企業の従業員間のコミュニケーションの場で行われている。福田は組織内のインフォーマルコミュニケーションが業務改善や創造性を高めることを報告している [18]。このコミュニケーションは地域コミュニティにおいても応用できると考えた。

地域をテーマにしたディスカッションは、主にタウンミーティングで実施され、陳情という形でまとめられることが多い。しかし、そのような形式的な場においては自由な意見が出にくく、地域に対する個人の本音を引き出すことが困難である。家族や友人間において日常でなされている会話にこそ、本来の街の魅力や地域に対する関心が表れるのではないかと仮定し、本研究ではそのようなコミュニケーションにフォーカスした。そこで、インフォーマルなコミュニケーションを生む場として、茶菓子を用意し、地域について自由に語り合う「茶話会」をデザインする。

2.3. 地域についてのアンケート調査

2.3.1 目的

本調査では、地域において関心があるテーマを把握するために幅広い世代にアンケートを実施する。本研究の対象地域は近年、急激な変化を遂げている地域であるが、その他の変化の少ない地域も含め、地域による関心事や意識の差異の有無を確認することを目的とする。

2.3.2 アンケート作成について

1. 調査対象

20代～60代までの男女 57人

2. 実施期間

2024年10月11日～10月13日（KMD Forumにて実施）

3. 実施方法

アンケート用紙への記入

4. 調査項目

- 年齢

- お住まい
- 居住期間
- あなたは家族や友人間で、自分の住んでいる（住んでいた）地域について話をすることはありますか？
- 【上記の質問で「はい」と回答した方へ】話をする中で、話題に上るのは地域の過去、現在、未来のうち、最も割合が多いのはどれですか？
- 話題に上るテーマを具体的に教えてください（3つ）
- あなたが次世代に残したい地域にまつわる事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。
- 地域に関連する過去の事柄で、あなたが残してほしかったと思うものはなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

2.3.3 結果

あなたは家族や友人間で、自分の住んでいる（住んでいた）地域について話をすることはありますか？

「地域について話をすることはあるか」という問いに対しての結果は（表 2.3）、（表 2.4）に示す通りである。年齢や居住年数が増えるにつれて地域について話をする人の割合が増えるとの仮説を立てていたが、結果としてそれらによる大きな違いは見られず、ほとんどの人が日常において地域についての話をしていることが明らかになった。

【上記の質問で「はい」と回答した方へ】話をする中で、話題に上るのは地域の過去、現在、未来のうち、最も割合が多いのはどれですか？

「過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか」という問いに対しての結果は（表 2.5）、（表 2.6）に示す通りである。年齢や居住年数とともに地域の「過去」についての話題が多くなる傾向が高まるとの仮説を立てていたが、結果と

表 2.3 年代別 地域について話をするか

	はい	いいえ	総計	「はい」の割合
20代	33	1	34	97.1%
30代	13	1	14	92.9%
40代	2	1	3	66.7%
50代	3	0	4	100.0%
60代	3	0	4	100.0%
全体	54	3	57	94.7%

表 2.4 居住年数別 地域について話をするか

	はい	いいえ	総計	「はい」の割合
2年以下	17	1	18	94.4%
3-5年	12	2	14	85.7%
5-10年	7	0	7	100.0%
10年以上	18	0	18	100.0%
全体	54	3	57	94.7%

してそれらによる大きな違いは見られず、全体として地域の「現在」に関する話題が多いことが明らかになった。

話題に上るテーマを具体的に教えてください（3つ）

「話題に上るテーマは何か」という問いに対しての結果は、「店」（飲食店、小売店、商業施設など）と答える割合が最も高く、(表 2.7) に示すように全体の 74.1% となった。日常生活に不可欠なものであることから、話題に上ることが多いと考察する。次いで、「祭り」が多いという結果になった。規模の差こそあれ、日本においては地域にはほぼ必ずといっていいほど氏神が存在し、そのため、年に一度の祭りは開催されており、誰にとっても地元のイベントとして想起されるものであることが考えられる。

表 2.5 年代別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか

	過去	現在	未来	総計
20 代	7 (21.2%)	21 (63.6%)	5 (15.2%)	33
30 代	1 (7.7%)	12 (92.3%)	0 (0.0%)	13
40 代	1 (50.0%)	0 (0.0%)	1 (50.0%)	2
50 代	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0.0%)	3
60 代	1 (33.3%)	2 (66.7%)	0 (0.0%)	3
全体	12 (22.2%)	36 (66.7%)	6 (11.1%)	54

括弧 () 内は総計のうちの割合

表 2.6 居住年数別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか

	過去	現在	未来	総計
2 年以下	1 (5.9%)	13 (76.5%)	3 (17.6%)	17
3-5 年	2 (16.7%)	10 (83.3%)	0 (0.0%)	12
5-10 年	3 (42.9%)	3 (42.9%)	1 (14.3%)	7
10 年以上	6 (33.3%)	10 (55.6%)	2 (11.1%)	18
全体	12 (22.2%)	36 (66.7%)	6 (11.1%)	54

括弧 () 内は総計のうちの割合

あなたが次世代に残したい地域にまつわる事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

「次世代に残したい地域にまつわる事柄は何か」という問いに対しての結果は表 2.8 に示す通りである。最も多い回答は「祭り」であった。前項の回答においても祭りと回答した割合が高かったが、本問においても同様の結果となった。祭りに参加した経験がある人が多いことはすなわち、祭りを起点とした思い出を持つ人がいるということであり、思い出とともに地元を象徴するものとして継続を願っていることが確認できる。

表 2.7 話題に上るテーマ

	テーマ	人数	割合
1	店（飲食店、小売店、商業施設など）	40	74.1%
2	祭り（イベント、花火大会も含む）	12	22.2%
3	学校（教育も含む）	10	18.5%
4	交通	8	14.8%
5	人	7	13.0%

表 2.8 残したいもの

	テーマ	人数	割合
1	祭り（イベント、花火大会も含む）	16	29.6%
2	歴史、文化	9	16.7%
3	自然	5	9.2%

地域に関連する過去の事柄で、あなたが残してほしかったと思うものはなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

「過去の事柄で、残してほしかったものは何か」という問いに対しての結果は表 2.9 に示す通りである。本問においても、最も多い回答は「祭り」であった。地元を象徴するイベントが失われることは地元そのものの変化を感じさせるためであると考察する。

また、年齢や居住年数に関係なく、「特にない」「わからない」との回答も見られた。この回答から、現在から未来の街に対する興味関心を持っている層、あるいは、古から居住していたとしても現状に満足している層が一定数存在するのではないかと推測する。

表 2.9 残してほしかったと思うもの

	テーマ	人数	割合
1	祭り（イベント、花火大会も含む）	14	25.9%
2	店（飲食店、小売店、商業施設など）	10	18.5%
3	特にない、わからない	9	16.7%

2.4. 東葛北部圏域に居住歴がある方を対象としたアンケート調査

2.4.1 目的

本調査では、東葛北部圏域に居住経験がある人をターゲットとし、地域内格差があると言われている中での年代や居住年数による比較を目的とする。また、住民にシビックプライドが内在している可能性を確認する。

2.4.2 アンケート作成について

1. 調査対象

千葉県東葛北部圏域（流山市、柏市、野田市、松戸市、柏市）に居住歴のある10代～60代までの男女

2. 実施期間

2024年9月1日～12月15日

3. 実施方法

Google フォーム

4. 調査項目

- 年齢
- 居住期間
- あなたは家族や友人間で、自分の住んでいる（住んでいた）地域について話をすることはありますか？
- 【上記の質問で「はい」と回答した方へ】話をする中で、話題に上るのは地域の過去、現在、未来のうち、最も割合が多いのはどれですか？
- 話題に上るテーマを具体的に教えてください（3つ）

- あなたが時間の経過とともになくなって残念だと思う地域の事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。
- あなたが次世代に残したい地域にまつわる事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。
- 地域に関連する過去の事柄で、あなたが残してほしかったと思うものはなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。
- 自分の住んでいる地域について、何かご意見があればご自由にお書きください。（任意回答）

2.4.3 結果

あなたは家族や友人間で、自分の住んでいる（住んでいた）地域について話をすることはありますか？

「地域について話をすることはあるか」という問いに対しての結果は表 2.10、表 2.11 に示す通りである。地域を限定しないアンケート同様、年齢や居住年数が増えるにつれて地域について話をする人の割合が増えるとの仮説を立てていたが、結果としてそれらによる大きな違いは見られず、年齢や居住年数に関わらずほとんどの人が日常において地域の話をしていることが明らかになった。

表 2.10 年代別 地域について話をするか

	はい	いいえ	総計	「はい」の割合
10代	4	0	4	100.0%
20代	17	1	18	94.4%
30代	23	0	22	100.0%
40代	24	0	24	100.0%
50代	26	0	26	100.0%
60代	9	0	9	100.0%
全体	103	1	104	99.0%

表 2.11 居住年数別 地域について話をするか

	はい	いいえ	総計	「はい」の割合
2年以下	3	0	3	100.0%
3-5年	6	0	6	100.0%
5-10年	14	0	14	100.0%
10年以上	80	1	81	98.8%
全体	103	1	104	99.0%

【上記の質問で「はい」と回答した方へ】話をする中で、話題に上るのは地域の過去、現在、未来のうち、最も割合が多いのはどれですか？

「過去、現在、未来のうち最もよく出る話題はどれか」という問いに対しての結果は表 2.12、表 2.13 に示す通りである。地域を限定しないアンケート同様、年齢が高くなるにつれて地域の「過去」について話す割合が高くなるとの仮説を立てていたが、どの年代においても「現在」の割合が多いことが明らかになった。20代でも3割の人が「過去」についての話をしていることから、年齢と話題の時制は関係がないことが判明した。

また、居住年数が上がるにつれて地域の「過去」についての話題が多くなる傾向が高まるとの仮説を立てた。結果としてそれらによる大きな違いは見られないものの、居住年数が5年以上の住民は地域の「過去」に関心がある割合も一定数あり、街の変化には興味を持っていることがわかる。

話題に上るテーマを具体的に教えてください（3つ）

「話題に上るテーマは何か」という問いに対しての結果は表 2.14 に示す通りである。店（飲食店、小売店、商業施設など）という回答が最も多く、全体の約6割を占めた。生活に直結するテーマであり、仮説通りの結果となった。

次いで多かった回答は「学校」（教育も含む）で全体の3割程度であった。30代、40代の回答者が多数を占めており、子育て世代の関心事であることが確認できる。また、流山市はここ数年で複数の公立小中学校が新設されている。子育て世代以外からも「学校」という回答がいくつか見られた理由には、新設校に対する興味

表 2.12 年代別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題

	過去	現在	未来	総計
10代	0 (0.0%)	3 (75.0%)	1 (25.0%)	4
20代	5 (31.3%)	10 (62.5%)	1 (6.3%)	15
30代	3 (13.0%)	20 (87.0%)	0 (0.0%)	22
40代	3 (12.5%)	20 (83.3%)	1 (4.2%)	24
50代	4 (15.4%)	20 (76.9%)	2 (7.7%)	26
60代	1 (12.5%)	6 (66.7%)	2 (22.2%)	8
全体	16 (15.7%)	79 (77.5%)	7 (6.9%)	103

括弧 () 内は総計のうちの割合

表 2.13 居住年数別 過去、現在、未来のうち最もよく出る話題

	過去	現在	未来	総計
2年以下	0 (0.0%)	3 (100.0%)	0 (0.0%)	3
3-5年	0 (0.0%)	5 (83.3%)	1 (16.7%)	6
5-10年	2 (14.3%)	12 (85.7%)	0 (0.0%)	14
10年以上	14 (17.7%)	59 (74.7%)	6 (7.6%)	79
全体	16 (15.7%)	79 (77.5%)	7 (6.9%)	102

括弧 () 内は総計のうちの割合

関心があるのではないかと推測する。興味関心の理由の一つとして、最新設備が備えられた公共施設に巨額の税金が投入されていることもあるのではないかな。

「開発」や「行政」という回答も多数見られた。これは、地域を限定しないアンケートではほとんど見られなかった回答で、開発地域ならではの傾向である。

その他、「人口増加」、「地価上昇」「渋滞」など地域課題に関連するテーマの回答が挙げられる。

表 2.14 話題に上るテーマ

	テーマ	人数	割合
1	店（飲食店、小売店、商業施設など）	61	59.2%
2	学校（教育も含む）	29	28.2%
3	祭り（イベント、花火大会も含む）	20	19.4%
4	開発	13	12.6%
5	行政	11	10.7%

あなたが時間の経過とともになくなって残念だと思う地域の事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

「時間の経過とともになくなって残念だと思う地域の事柄は何か」という問いに対しての結果は表 2.15 に示す通りである。最も多い回答は「自然」であり、回答者の8割が10年以上の居住者であった。このことから、居住年数が上がるとともに、開発に対してネガティブな感情を抱くことが確認できる。

表 2.15 時間の経過とともになくなって残念だと思う地域の事柄

	テーマ	人数	割合
1	自然	20	19.4%
2	祭り（イベント、花火大会も含む）	15	14.6%
3	人とのつながり、コミュニケーション	13	12.6%

あなたが次世代に残したい地域にまつわる事柄はなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

「次世代に残したい地域にまつわる事柄は何か」という問いに対しての結果は表 2.16 に示す通りである。流山は歴史と文化を街の売りにしているため、そのような回答が多いと仮説を立てた。しかし、最も多い回答は、地域を限定しないアンケート同様に「祭り」であった。祭りにも様々な種類があるが、地元の祭りは伝統行事であることが多い。祭りの文化的な側面を残したいというよりは、地元を象徴するイベントとして残したいという意図が読み取れる。

表 2.16 次世代に残したい地域にまつわる事柄

	テーマ	人数	割合
1	祭り（イベント、花火大会も含む）	20	41.7%
2	人とのつながり、コミュニケーション	15	14.6%
3	自然	13	12.6%

地域に関連する過去の事柄で、あなたが残してほしかったと思うものはなんですか？人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

「過去の事柄で、残してほしかったものは何か」という問いに対しての結果は表 2.17 に示す通りである。最も多かった回答は「特にない」、「わからない」であった。回答者に TX 開業以降の移住者が多くいたことや、なくなっているものよりも新しくできたものの方が多いという印象があるため、このような結果になったと考察する。

表 2.17 残してほしかったと思うもの

	テーマ	人数	割合
1	特にない、わからない	35	34.0%
2	自然	18	17.5%
3	祭り（イベント、花火大会も含む）	12	11.7%

自分の住んでいる地域について、何かご意見があればご自由にお書きください。
(任意回答)

この設問は任意回答としたが、シビックプライドを含んだ回答がいくつか見られた。内容は以下の通りである。

- 世代が変わっていても住みやすい、自分のふるさととして記憶に残る街にしたい。
- 流山おおたかの森周辺は新しい店もたくさんでき、子供が多いので塾などの習い事施設もたくさん出来ています。あと 10 年後には今の子供世代も少

なくなるので、駅前が寂しくなるのではないかと考えています。このような自治体は全国にも多いと思います。10年後に今と同じ事を維持するのは難しいので、これから何を目標にして街をつくっていくかが重要だと思います。10年後も楽しい街であるように、地域の人々などのつながりは大事にしていきたいと考えてます。

- 地域内での住民の交流が盛んな方ではあるが、それでもまだまだ知らないこともたくさんあるので、新しい出会いを楽しみに夏祭りに参加していきたい。
- 子ども達が未来に想いを馳せることができる、綺麗事が日常に溢れる地域になって欲しいです。絵空事もたくさんの想いがつながれば、敬愛と博愛溢れる世の中になっていくのではないのでしょうか。ひとりひとりが自分を大切に生きていける社会・地域を目指したい、と仲間と共有できる流山市が私は大好きです。

2.5. 2つのアンケート調査の考察

2つのアンケート調査から、居住地を問わず、ほとんどの人が日常的に地域について話をしていることが明らかになった。住民の関心値は店や学校という日常的に関わっているテーマが多いことが確認された。また、居住地を問わず、「次世代に祭りを残したい」、「祭りを残してほしかった」という回答が多数であった。祭りは地域にほぼ必ず存在し、誰もが気軽に参加することができるイベントである。音楽や文学作品でも祭りをモチーフとしたものもあり、祭りは日本人にとって共感性の高いテーマであると考えられる。

記述式回答の形をとったところ、東葛北部圏域を対象とした調査においては、地域に対する熱い想いを綴り、問題提起をする回答も見られた。一方で、地域を限定しない調査ではそのような回答はごく僅かであった。以上のことから、急な変化のある地域においては、より街に対する想いをそれぞれ抱えていることが読み取れる。回答をさらに深掘りすることで、地域の課題がより詳細に把握できる

可能性があるが、アンケートでは限界があるため、コミュニケーションの場が必要であるとの結論に至った。

また、アンケートの構成についてもいくつか反省点がある。まず、居住期間を「2年以下」「3-5年」「5-10年」「10年以上」という括りにしていたが、さらに「10-15年」「20年以上」という項目を設けるべきであった。本調査では、2005年のTX開業以前と開業以降による違いを十分に検証することができなかった。また、「地域について話をしますか？」という問いは「地域について誰かから話をされることはありますか？」という問いとすべきであった。自分が居住する地域について全く話さない人はほぼおらず、「される」とすることで、地域への関心の高さをより明確に確認することができたと考えられる。また、「継承」という観点では、今回の調査対象者の年齢を踏まえると、継承される側になることが多く、質問を変えることで何が次世代に継承されているかを知ることができた可能性がある。回答形式も「はい」「いいえ」という2択ではなく、5段階評価による形式を取ることで、より関心の強さや傾向を掴むことができたと思われる。

第 3 章

茶話会の準備とデザイン

3.1. 茶話会のデザイン

3.1.1 目的

インフォーマルコミュニケーションを通じて内在するリアルなシビックプライドを可視化するため、茶話会という形式を用いる。可視化するのみならず、複数名での対話による気づきが行政や市民自身の地域課題解決へとつながることを目指す。

3.1.2 茶話会の構成要素

茶話会は複数名の参加者と 1 名のファシリテーターで構成される。参加者のうち、1 名はキーマン、その他は一般参加者とする。ファシリテーター、参加者ともに地域への愛を持っていることが唯一の必須条件である。

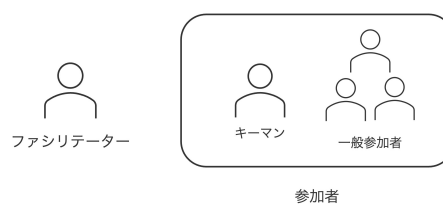


図 3.1 茶話会の構成

3.1.3 準備

自由なコミュニケーションの場として参加者が遠慮なく発言できるように、飲み物や軽食が用意できる場所で開催する。原則的にはレストランやカフェで行うが、個人の自宅等で行うことも可能である。その場合は、お茶とお茶菓子を用意すると良い。初回はテーマの偏りを避けるために、写真などの地域に関連する資料はあえて用意しないが、話やすさの観点から地域の現在、過去を織り交ぜた複数の地図は用意しておき、話が逸脱してしまった際や、対話が止まった場合に提示する。2回目以降は、参加者それぞれが写真や書籍等の資料を持ち寄ることは可能とする。

3.1.4 ファシリテーターの要素

ファシリテーターは中立な立場であり、対話の中で自分の意見を言うことは無いが、シビックプライドを可視化するにあたり、対話の内容を十分に理解できる知識や経験が求められる。ファシリテーターは対話をリードしていく役割ではないため、キーマンとファシリテーターを兼ねることは不適切である。取り止めもない会話を聞きながら、要約し、整理するスキルを有していることが望ましい。また、地域に古くから居住している人々とのつながりと、市議会議員等の政策に関わる人々とのつながりを持ち、参加者を集めることがファシリテーターには求められる。日頃から地元の商店や施設を積極的に利用する中で、人脈を広げておくが良い。その中でキーマンとしての適性がある人材を見つけておく。SNS等で情報収集を行い、市議会議員等の地域で活動している人とコンタクトを取ることも有効である。地域に漠然とした課題感を感じているが、第三者的な視点や偏りのない判断をするため、特定の地域活動を行なっている場合は注意を要する。

3.1.5 参加者の要素

今回の茶話会では高齢者層を対象とした。高齢者層は地域の変化に対する関心が高いものの、SNS等で情報の受発信や住民同士の交流を行なっていることが少

なく、日々の会話の中で地域について触れる頻度が高いとの仮説を立て、参加者として選定した。参加者の一人は対話のきっかけをつくり、参加者同士の関係性をつなぐ役割を持つことが求められる。これが茶話会のキーマンとなる。キーマンは、地域のさまざまな層に人脈があること、日頃から地域に関する話をする可能性が高い人を選ぶと良い。地域に密着している自営業者や、ボランティア等で地域活動に参加している人が適している。この観点から、今回は地域で長年美容室を営んでいる個人事業主を選定した。参加者全員が相互に既知である必要はないが、キーマンが何らかのつながりを持っていることで、茶話会の早い段階から会話が弾みやすくなる。そのため、一般参加者の選定にあたっては、ファシリテーターよりキーマンに対して事前の主旨説明を行い、相談することが望ましい。一般参加者は、地域での居住年数や年齢、職業は問わず、キーマンの話しやすさの観点から選定する。今回は、美容室の顧客であり、地域の公立小学校で長く教員の経験を持つ2名、および、同じく美容室の顧客である地域の専業主婦1名の推薦を受けた。

3.1.6 プロセス

茶話会は以下の手順で行う。

1. 趣旨説明

ファシリテーターより、地域に対する想いを自由に語る会である旨を説明する。茶話会の中では自由に発言をしてもらうが、他の参加者の遮ることや、できるだけ平等に発言をするよう依頼し、心理的安全性の確保に務める。

2. 自己紹介

アイスブレイクとして、自分と地域のこれまでの関わりを表明するとともに、茶話会への期待を語ってもらう。

3. 参加者による対話

地域についての思い出、現在の地域についての意見など時間軸を問わず、興味関心のある事柄について自由に語ってもらう。

4. シビックプライドの自覚づけ

参加者が内省を始めたタイミングで、ファシリテーターがシビックプライドの自覚づけを行う。

5. クロージング

シビックプライドを自覚した上で、ファシリテーターが「自分ができることは何か」という問いを参加者に投げかける。具体的行動への意欲を喚起する。

1 から 5 のプロセスを辿ることで、住民のリアルなシビックプライドの可視化を可能にする。このプロセスは 1 回の茶話会で達成することは難しいため、複数回の開催を推奨する。1 回目は顔合わせと、対話の中から参加者の興味関心を確認することが達成できれば良い。2 回目以降において、全てのプロセスを達成することを目指す。

3.1.7 ファシリテーターの茶話会での役割

インフォーマルなコミュニケーションからシビックプライドを可視化するため、ファシリテーターは特定の人に話を振る、特定のテーマを投げかける等の行為は行わない。基本的には自由な対話を見守り、参加者の主体性に委ねる。対話が止まった際には参加者の表情や目線を観察する。単に対話が止まったり、地域の話から逸脱してしまった場合は、あらかじめ用意した地図を提示することで、再び対話が活性化する。対話が十分に深掘りされてからの沈黙と判断したタイミングで、ファシリテーターは言語化する支援を行い、それがシビックプライドであることの自覚づけを行う。シビックプライドを自覚した上で、参加者に対し、「あなたは地域のために何ができますか」と問いを投げかけることで、シビックプライドを可視化し、より主体的な行動への意欲を喚起する。

3.2. 千葉県流山市について

今回、シビックプライドの可視化するための茶話会を実施する対象として、千葉県流山市を対象とした。その理由について本節で述べる。

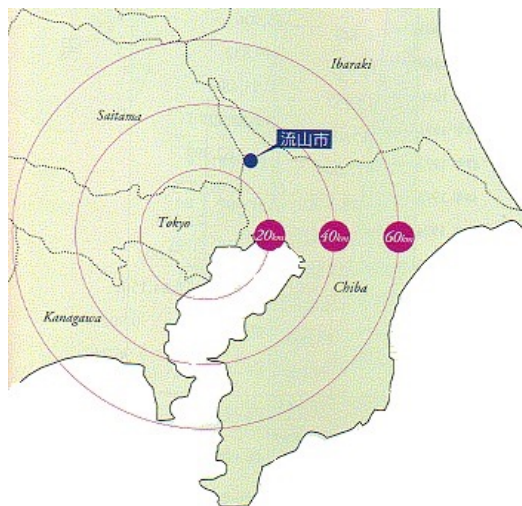
3.2.1 概況

千葉県流山市は県北西部に位置する人口約21万人の自治体である(図3.2)。2005年8月のTX開業に伴い、大規模な都市開発が進んだ。沿線は大型商業施設やマンションの建設、医療機関、小中学校などの公共施設の新たな設置や移転が今もなお行われている。人口増加率は2016年から6年連続一位[19]となり、10年間で人口が約4.2万人増加した(図3.3)[20]。

TXの開業により、市内には流山おおたかの森駅、流山セントラルパーク駅という新駅が設置された。また、JR武蔵野線の既存駅であった南流山駅にもTXが乗り入れることとなった。それまでの東京都内へのアクセスは、流鉄流山線や東武野田線を利用し、隣接する自治体の駅でJR常磐線に乗り換えを行うのが主な経路であった。TX開業に伴い、秋葉原駅まで30分以内での直通のアクセスが可能になったほか、南流山駅ではJR武蔵野線、流山おおたかの森駅では東武野田線への乗り換えも可能となり、利便性が高まるとともに人の流れが大きく変化した。そのような利便性の高さから主に都内に通勤する30代、40代の転入者が増加し、自然に子どもの人口も増えたことで、市は「DEWKs」と呼ばれる子育て世代[21]の支援に力を入れている。市の知名度向上のため、「母(父)になるなら、流山市。」(図3.5)というキャッチコピーを掲げ、都内のターミナル駅などにPR広告を打ち出し、さらなる人口の流入につなげている。

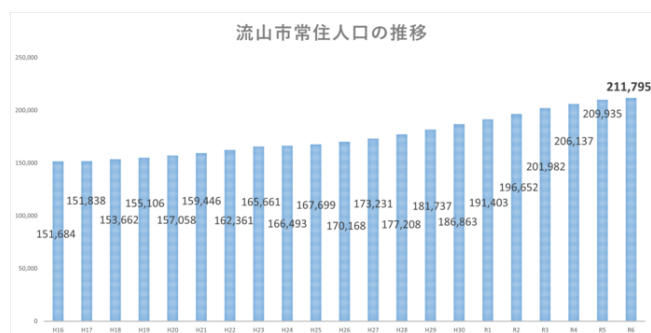
3.2.2 顕在化している課題

TXの駅周辺には商業施設や集合住宅が多数建設され、最先端の街として注目を集めている。一方、旧市街の拠点駅である流鉄流山線流山駅周辺は江戸時代から白みりんの街として栄え、江戸川の水運と共に繁栄してきたが、時代の流れと



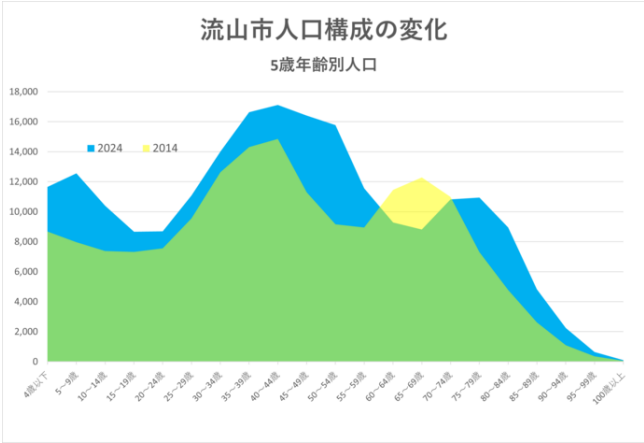
(流山市ホームページ [22] より引用)

図 3.2 流山市の位置と交通



(流山市ホームページ [20] より引用)

図 3.3 流山市人口推移



(流山市ホームページ [20] より引用)

図 3.4 流山市人口構成の変化



(流山市ホームページ [23] より引用)

図 3.5 母になるなら、流山市

ともに水運は途絶えた。TX 開業以降、同地域は高齢化や空き家の増加、商業施設の撤退などが起きており、時間が止まったような風景が広がっている。また、開発地域には公立小中学校が相次いで新設されており、最新設備を備えている一方、伝統ある公立小中学校は生徒数の減少や、施設の老朽化が進み、教育格差が起きていると嘆く声も多い。旧市街の課題解決の主な手段は観光であり、古くからの住民のための施策というよりは、市外からの来訪者を増やす取り組みにとどまっている。旧市街と開発地域を結ぶ公共交通機関は限られており、物理的な交流も困難であるため、地域内の格差やコミュニティの分断は広がる一方である。

3.2.3 課題に対する施策の調査

コミュニティスペース兼観光案内所「machimin」

流鉄流山線流山駅横にコミュニティスペース兼観光案内所の「machimin」¹がある。machimin は自分の「好き」や「得意」といった自己実現に対する想いと地域の課題を組み合わせプロジェクトを推進する、住民創発型のまちづくりを活動を行っている場所である。また、地域の名産品の販売や展示を行い、多世代交流の場として一般市民に開放している。[24] [25]。

現在行なっている主な取り組みは、「shiroiro」プロジェクト²である。本プロジェクトは、流山を代表する名産品を市民と共同でつくる参加型・名産品開発ブランドであり、これまでに白みりんを使用した生キャラメルや、クラフトビールなどの商品開発と販売を行ってきた。

代表である手塚純子さんにお話を伺った。machimin はコミュニティスペースであると同時に会社であるため、収益を上げることにこだわっている。そのため、利益のないプロジェクトは行わないという方針を取っている。地域の住民とともにプロジェクトを進めることを念頭においているが、新しい住民、古くからの住民というカテゴリで考えているわけではなく、新旧の住民の交流が目的ではない。

1 machimin<https://wacreation.com/machimin/>

2 shiroiro<https://shiroiro.studio.site/>

参画の意識が高い来訪者にたまたま移住者が多いだけであり、古くからの住民を拒絶しているわけではないが、相対的に新しい住民の方が学歴、年収が高い傾向にあるため、参加者が偏っているのではないかと分析している。

実際に訪れてみると多世代交流の目的は一定達成されていた。しかし、プロジェクトへの貢献意欲が高いメンバーが目的を持って訪れており、特に目的がなく立ち寄ることは難しい印象を受けた。また、地域の課題解決が主たる目的ではなく、場を運営するメンバーの人材育成と支援のための組織という要素が強い。そのため、コミュニティが固定的になり、一般市民のシビックプライドを喚起する場所にはなりにくいと感じる。



(machimin ホームページ [26] より引用)

図 3.6 machimin

流山市役所 経済振興部 流山本町・利根運河ツーリズム推進係

流山市役所経済振興部の流山本町・利根運河ツーリズム推進係では、流山本町や利根運河地区の観光に関する取り組みを行なっている。

次長兼課長の井戸一郎さんにお話を伺った。行政は新住民とおおたかの森地区の開発以前からの住民との交流を促したいと考えており、その解決策の一つとして観光産業に力を注いでいる。おおたかの森地区がファミリー層をターゲットとしていることと対照的に、流山本町（旧市街）エリアは休日に大人が落ち着いた

街並みで贅沢をするをコンセプトに施策を推進しているという。しかし、その意図は十分に市民に浸透しているとは言えない。以前は同エリアでのイベント事業なども同課で企画運営していたが、リソースの問題等から株式会社流山ツーリズムデザインを設立し、観光者向けのwebサイトの運営や市の名産である白みりんを活用した事業、古民家活用事業などを行なっている。行政としては現在、旧市街に対する具体的な取り組みは見られない。

流山市役所 マーケティング課

流山市には全国の基礎自治体で唯一の「マーケティング課」がある。TX開業の前年である2004年に新設され、「少子高齢化」と「土地区画整理事業」の2つの課題を解決するために、リサーチや分析などのマーケティングの視点を取り入れた施策を行なっている。目指すべき都市像を「都心から一番近い森のまち」[27](図3.7)に設定し、定住対象を「都内で共働きをする30、40代の子育て世代」に絞るという戦略的なまちづくりを進めてきた。市の認知度向上やイメージアップを図るため、「母（父）になるなら流山市。」というキャッチコピーの採用や、広告プロモーションの展開、メディア露出、イベント開催などを行なっている[28][29]。

課長の河尻和佳子さんにお話を伺った。現在は人口を増やすフェーズから定住者を増やすフェーズへと移行している。定住を促すためには市民の本音を引き出す対話の場が必要であるが、公務員の立場では限界があり、困難であるとの認識を持っていることが明らかになった。

マーケティング課では、ブランディングイベントとして年に数回、流山おおたかの森駅前で「森のマルシェ」を開催している。本イベント2011年から継続的に開催されており、行政主導ではあるものの、市民で構成された実行委員会が企画、運営を担っており、住民主体の取り組みとなっている点は評価できる。一方で、参加者の過半数は市外からの来場者である。自治体が行うイベントにおいては、市内の参加業者における商業的な成果や、全体の参加者数などが重視されることも多いが、流山市では単なる来場者数だけでなく、市外からの来場者の比率からも判断している[21]。市外へのプロモーションや住民誘致が目的であり、市が抱える地域内格差解消にはつながらず、実行委員会以外の市民にとっては、自分ごと

となるイベントとは言えない。



図 3.7 流山市ブランドマーク

3.2.4 本研究における課題設定

現状の流山市は TX 沿線の大規模開発に多大なリソースが注がれている一方、それ以外の地域においては、高齢化や空き家問題、公共交通機関の廃止、減便などさまざまな問題が起きている。地域内の格差やコミュニティ分断は広がる一方であり、格差解消のための施策が必要である。これらは共通の課題認識であり、解決策として市はいくつかの施策を打ち出している。一例として、市公式 facebook グループ「N の研究室」(図 3.8) は、自分のやりたいことや解決したい地域課題を発案し、賛同したメンバーと共にプロジェクト化するという市民創発型オンラインコミュニティであった。住民同士の交流や住民主体のまちづくりの促進という目的は達成していたものの、約 2 年で閉鎖に至っている。閉鎖の詳細な理由は不明だが、参加者が転入者に偏っており、真の目的を達成することに困難が伴ったことが推察される。

また、市では平成 15 年から数ヶ月に一度のペースで住民と市長が直接対話できるタウンミーティングの機会を設けている。タウンミーティングという名前を冠しているものの、市民の質問に対して市長が回答するという質疑応答が中心の場

となっており、双方向の対話となっていない。参加者もモチベーションの高い層に偏っており、陳情中心の場であることから広く一般市民の声を拾う目的が達成されているとは言い難い。

その他、市内では毎週末のように各種イベントが開催されているが、限定的なコミュニティ形成につながっている傾向が強く、広く一般市民に浸透していない。これらの取り組みに主体的に参加しない住民は無関心であるわけではなく、地域に対する何らかの想いや意見は持っているはずである。そのため、形式的な手段を用いずに住民の声を収集する場をデザインする必要がある。そこで、インフォーマルなコミュニケーションから住民に内在するシビックプライドを可視化する場をつくることで、地域に対する想いや魅力を再確認し、地域の課題解決につなげることを目的とする。シビックプライドをトリガーとすることで、より建設的かつ前向きな対話の場となることを目指す。



図 3.8 オンラインコミュニティ N の研究室

第 4 章

茶話会の実施

4.1. 概要

茶話会は計3回実施する。第1回では、参加者に自分の住んでいる地域（流山市）について自由に語ってもらい、発言内容からシビックプライドを保持しているかどうかを確認する。第2回では、茶話会の途中、ファシリテーターが参加者にシビックプライドについて説明し、シビックプライドを自覚する前後で会話の内容や意識の変化があるかを確認する。第3回では、地域で活動している人に参加してもらい、インフォーマルコミュニケーションによるシビックプライドの可視化の行政への影響力を検証する。

4.2. 第1回

4.2.1 概要

1. 実施日

2024年6月20日 16時～20時

2. 場所

味の民芸 流山店

3. 検証内容

参加者のシビックプライドの確認

4. 参加者

市内に50年以上在住する70代女性3名

関係性は図4.1に示す通りである。

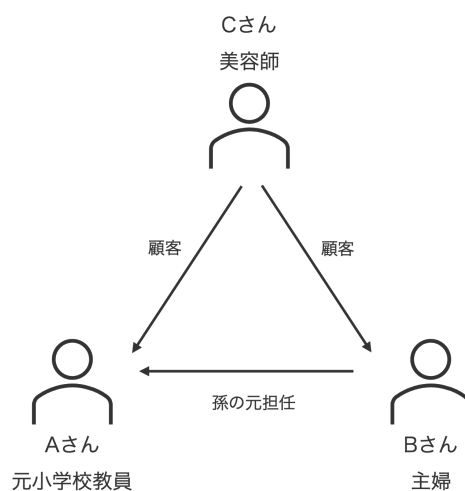


図 4.1 第1回参加者 相関図

Aさん

- 年齢：76歳
- 性別：女性
- 職業：元小学校教師
- 経歴：青森県八戸市生まれ。24歳の時に小学校教師となり、流山へ転入。定年まで市内の小学校に勤務。

Bさん

- 年齢：77歳
- 性別：女性
- 職業：主婦

- 経歴：流山に代々続く商家に生まれる。小学校は流山、中学以降は都内の学校に通う。専業主婦として、流山にさまざまな立場で関わる。

Cさん

- 年齢：77歳
- 性別：女性
- 職業：美容師
- 経歴：秋田県生まれ。親の仕事の関係で小学2年生の頃に流山に転入。流山の中学を卒業後、山野美容学校に進学。都内で修行したのち、流山で家業の美容室を引き継ぐ。

4.2.2 結果

テーマを設けず、地域について参加者に自由に語ってもらったところ、参加者にシビックプライドが内在していることが確認できた。以下が参加者から発せられたシビックプライドを含む発言である。

- 私たちも感想だけ言っているのではなく、どうしたらいいのかを考えなければいけない
- 政治的なことに関係なく、普通の人ももう少し考えたらいんじゃないかなと思う
- 役所は役所はとは言っていないで、我々も考えなくちゃ地域を愛することにならない

これらは、市役所への不満を述べる際に語られたものである。以上の発言から、自分たちが何らかのアクションを起こさなければいけないという当事者意識、シビックプライドを意識せず保有していることが確認できた。

4.2.3 考察

茶話会は以下のような流れで進んだ。まず、趣旨を説明すると、Aさんが地域内格差とについて語り出す。その後、AさんとBさんを中心に地域に対する不満についての会話が展開される。約10分経過すると地域の話から脱線したため、持参した流鉄流山線流山駅周辺の古地図を参加者に見せた。すると、Aさんの教員時代のエピソードを中心に、地域の思い出話について3名が熱く語りした。思い出話を一通り語った後は再び地域の課題に関する話題が多くなった。本茶話会において話題となったテーマは主に表4.1に示す通りである。

表 4.1 話題に出たテーマ

過去	現在
<u>教員時代</u>	地域内格差
<u>小学生時代</u>	役所への不満
<u>秋元家</u>	新設の小中学校
交通	地名
歴史	イベント
道路	飲食店の少なさ
<u>近所の人</u>	<u>趣味</u>
<u>住んでいた家</u>	公共交通機関の少なさ
	<u>ゆうゆう大学</u>

過去を懐かしむ際には、ポジティブな想いを持っているからであるか、テンポよく会話が進んでいた。一方で、現在に関する話は地域に対する不満などネガティブな話題が多く、数秒の沈黙や、考えながら話す場面も見られた。

また、表4.1の中で下線が引いてあるものは、インフォーマルコミュニケーションならではの話題であり、タウンミーティングや陳情では生まれないテーマである。このことから、デザインした茶話会の有効性を確認できる。

話題が多岐にわたり、都度テーマが変遷することで、特段の結論は得られなかった。また、時間を設定していなかったこともあり、まとまりのない会になってしまったという問題点もある。しかし、参加者からは日常においてこのようなテーマで地域に対する想いを話し、共感し合える場は今までになかったと好評であっ

た。今回の茶話会は地域の課題解決につながる直接的な要素を見出すことには至らなかったが、趣旨を丁寧に説明したり、回数を重ねることでテーマが絞られ、効果的な対話となる兆しを感じた。

4.3. 第2回

4.3.1 概要

1. 実施日時

2024年12月17日 11時～13時

2. 場所

筆者自宅

3. 形式

参加者にはアンケート結果を共有し、「流山について自由に語ってください」と伝え、詳細テーマは設けないものとする。お茶とお菓子を用意し、リラックスした状態で行う。

4. 参加者

前回の茶話会に参加した3名+1名の計4名

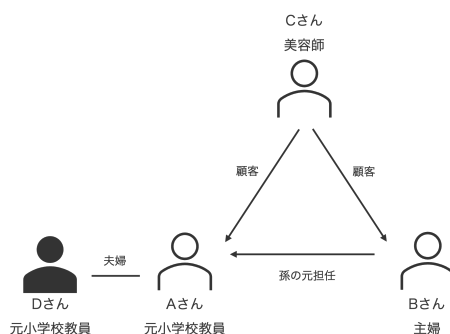


図 4.2 第2回参加者 関係図

※ Aさん、Bさん、Cさんのプロフィールは3.2.2を参照

Dさん

- 年齢：76歳
- 性別：男性
- 職業：元小学校教師
- 経歴：大学卒業と同時に流山に転入。元小学校教師。現在は初任者指導教員として、市内の小学校で初任者指導教員を務める。

DさんはAさんと夫婦関係にあり、第1回の茶話会に参加したAさんの話を聞き、「自分も流山について話したい」と自発的に参加した。

4.3.2 結果

茶話会の中盤、Dさんが「流山ってちょうどいい土地だと思うんです。都心に近いし、かといって、古さも残ってる。そういう良さを生かしてまちづくりをすれば、どの世代も幸せに暮らせると思うんですよね。」と発言する。それに続き、Aさんが「こういうふうにすれば、ああいうふうにすればって言うけど、じゃああなたはどのような案をもって、そこまで考えないと、意見は言えるけど、自分で試しに何かしてみないと駄目だね。みんなそれぞれがもう少し何か人任せじゃなくて。」と当事者意識に基づくような発言を確認できた。その後、沈黙が生まれ、参加者が何か考え込む様子が観察できた。そのタイミングで、ファシリテーターが「皆さんが今語っていることは郷土愛ではなく、シビックプライドと言います」とシビックプライドの自覚づけを行なった。すると、参加者からは「想いはあってもできていない」「いい考えがなかなか思いつかない」「どうやったらいいのかわからない」といったような戸惑いも見られた。その後、再び参加者同士で自由な対話を行い、茶話会の終盤に「自分たちは地域に対して何ができるか」という問いを投げかけたところ、参加者から以下の発言があった。

- 子供達に流山の歴史や文化を語る
- 流山の民話のルーツを調べる

- 今回聞いた話を自分の美容院のお客さんに伝える
- 生きてる間に自分が経験したことを伝える

以上のことから、参加者に内在する無意識のシビックプライドを自覚づけることで、より地域に対して能動的に関わろうとする様子が観察できた。

4.3.3 考察

ファシリテーターが趣旨を説明し、2.4の10代から60代を対象にしたアンケート結果を一通り共有したところ、Dさんが「流山はおおたかの森あたりの様子で流山本町、運河との落差を利用した方がいい。歴史、地理、文化的な落差がある。」と語り出す。その後、流山の歴史と地理を中心とした話が展開される。Aさん、Cさん、Dさんが質問し、流山生まれのBさんが回答を求める形で対話が展開した。本茶話会において話題となったテーマは主に表4.2示す通りである。

表 4.2 話題に出たテーマ

過去	現在
文化	地域内の落差
歴史	地理
秋元家	神社
地名	ゆうゆう大学
小学生時代	路地
伝説	近所の人
近所の人	祭り
	緑

最初のテーマは、現在の地域の状況についてのややネガティブな意見であった。しかし、茶話会を通して最も時間をかけて語られたのは過去についてであった。前回の茶話会と比較し、全体を通してポジティブな話題が多くなった。また、前回とは違い、話が脱線することなく、参加者同士で活発な意見交換がなされていた。前回自分の町内の話や、共通の知人の話などが中心となっていたが、今回は地域全体の課題についてより大きな視野での意見交換が見られた。4名のうち、

3名は2回目の茶話会であり、趣旨、目的を理解し参加しており、関連する書籍を持参するなどの積極性が見られた。このことから、参加のハードルを下げる必要はあるものの、単なる雑談とならないようにするためには趣旨、目的を明確に伝えること、可能であれば複数回の参加を促すことでより有効な対話の場となる。

また、参加者は次世代に対して何かモノを残したいというより、口頭で伝えたいという気持ちが強く、対話による継承の場をつくる必要がある。このようなレベル感での茶話会を重ねることで、実施に地域の課題解決につながるアイデアが出る兆しを感じた。

4.4. 第3回

4.4.1 概要

1. 実施日

2025年1月8日 10時～12時

2. 場所

珈琲屋 OB 流山店

3. 検証内容

インフォーマルコミュニケーションの行政への影響力

4. 参加者

市内に50年以上在住する70代女性2名、70代男性1名

元流山市議会議員・森亮二氏（現在は総務省自治体DXアドバイザー）の計4名

関係性は図4.3に示す通りである。

4.4.2 結果

今回の茶話会では、シビックプライドを自覚した上での「今後どうしていきたいか」という発言が多くあった。以下が発言内容である。

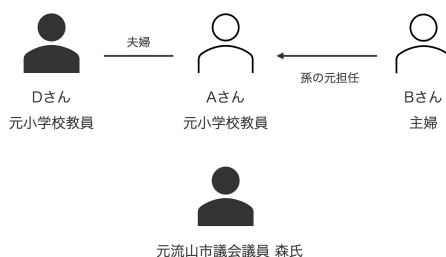


図 4.3 第3回参加者 関係図

- 前回の茶話会ですごく心に残ったのは、ファシリテーターから「現状を捉えてあなたはどうするのか、自分だったらどうするのか」っていうことを問われるような気がして、ハッとしましたね。
- おおたかの森の住んでる方々にも流山のいろんなところを知ってほしい、歩いてほしいって思います。そのお手伝いできればいいなと思うんですよ。
- 子供たちが育って他県に行くなり東京に行くなりしても、流山でこうだったなっていうのをつくってあげたいと思う。その段階で何ができるかっていうことは考えていかないとと思うんですけどね。

また、茶話会の中で森氏からはこのような発言があった。

- 社会機能ってどう維持していくかを本当にまず語って、その中で考えて熟議して。社会のあり方も変わっていかないといけないので、まず語ることっていうの本当に大事なかなと思います。
- こういう話す場をつくっていくのと、若い人を上手く巻き込みながらやるっていう視点を上手にやって、多世代型で、こういう話すことをやるとすごく面白いかなと思うので、何かそこは何か一緒に考えていければなと思います。

このように、シビックプライドを自覚した上で対話を行い、森氏のような地域で活動している人に聞いてもらうことで、住民意識を考慮したまちづくりにインフォーマルコミュニケーションが活用できる可能性を感じた。また、直接的に行

政に反映できなくても、影響力のある人が茶話会に参加することで、新たなネットワークが生まれ、地域課題の解決につながることを期待できる。また、回を重ねることで、参加者同士の関係も深まり、茶話会の終盤に「今度〇〇のところに一緒に歩きに行きましょう」という発言も確認できた。

4.4.3 考察

本茶話会において話題となったテーマは主に表 4.3 に示す通りである。第1回、第2回では思い出話や近所の人についての話題が多く見られたが、今回の茶話会では現在の地域課題についてや、今後自らが起こしたい行動について自発的に語る様子が見られた。また、今回の茶話会は参加者全員が2回以上参加しており、ファシリテーターが趣旨を説明することなく、主体的に話を進めていた。このことから、茶話会を複数回実施することの効果を確認できる。

表 4.3 話題に出たテーマ

過去	現在
近所の人	街歩き
祭り	近所の人
路地	祭り
教員時代	自治会
	行政に対する不満
	ゆうゆう大学
	イベント
	子ども食堂
	自治会
	森
	文化の継承
	人とのつながり

一方で、シビックプライドを活用するあまり、思いがけないところからシビックプライドやや形式的な対話となってしまった。また、森氏の参加により「〇〇をしてほしい」といったような発言が増え、陳情やタウンミーティング性が強まっ

てしまうといった問題点も見られた。よりフラットな関係での対話を目指すため、参加者はニックネームで呼び合うなどのルールづくりや、地域で活動している人の茶話会への参加タイミングなどを再度検討する必要がある。また、これらのことから既存のタウンミーティングの手法ではシビックプライド表現できていないことが再確認できる。

4.5. 参加者アンケート

全3回の茶話会終了後、参加者にアンケートを実施した。回答は下記の通りである。

1. 茶話会の感想をお書きください

- 何のテーマであれ、世代を超えて人が集まり、言葉を交わすことは嬉しいことです。年を重ねると、さまざまな年代の人と話す機会が少なくなります。
- 流山以外から住民になられた方とお話ができ楽しかったです。

2. 特に良かった点をお書きください

- とても郷土愛がある方がいらっしゃることにびっくりしました。長年住んでいても気づかないことが多いと思いました。
- 同じような年代の方や、違う年代の方とお話できた良い機会でした。それぞれの視点でのお話が参考になりました。
- 井の中の蛙の人生。本町に住んで約70年、流山の中心でしたが今は不便な過疎地。でも茶話会に参加して嘆いていないで年齢の高い人と若者との交流の場所にどんどん参加したいです。
- これまでも流山のことについて興味、関心を持ってきましたが、今回いろいろな話を聞かせていただいたことは貴重な経験でした、また、今後の流山のあり方について、どのように考えているかという投げかけに対して改めて考えさせられました。

3. 改善点がありましたらお書きください

- 年齢も関係なく集まれる機会があったらいいと思いました。

4. 茶話会参加前と参加後で何か変化はありましたか？

- 市内を良く眺めるようになりました。
- ファシリテーターの「では自分だったらどうするか」という問いは新鮮なものでした。今、自分ができることを探し、実行に移すことを心がけたいと思います。
- 市長に3ヶ月に一度は市民の声を聞いてほしいです。
- この茶話会によって今まで以上に”第2のふるさと流山”が好きになりました。

5. (第3回) 森さんの参加による良かった点、悪かった点がありますか？

- ちょっと緊張してお会いいたしましたが、森さんのお人柄、そして、流山に関するデータをしっかり持って参加されており、参考になりました。
- たくさんの資料を見せていただき参考になりました。
- 森さんは、以前から「森が動く」をキャッチフレーズにしていますが、まさにそのような方だなと感じました。さまざまな人と会い、行動に移している姿に刺激を受けました。

6. その他何かありましたらお書きください

- 戦後すぐの生まれの世代として、物心つく頃感じたことを当時のことを全く知らない年代に語ることの役割を考え始めています。

第 5 章

評 価

5.1. 結果

茶話会終了後、元流山市議会議員・森氏に茶話会の評価をいただいた。以下がコメントである。

1. 今回の茶話会の感想をお聞かせください

新たな気付きや学びがあり、大変有意義な時間となりました。

2. 茶話会を通して、住民のリアルなシビックプライドを認識することができましたか？

できました！

3. このような住民とカジュアルに話す機会は今までにありましたか？

立場上、私自身は多くの機会がありますが、一般的には少ないと思います。

4. 今回の茶話会のご自身の今後の活動に役立つものとなったでしょうか？

なりました！

5. 改善点などがありましたらお聞かせください

ガチガチになる必要はありませんが、文化、歴史、環境…などちょっとしたアジェンダを定めておくの良いと思います！

5.2. 考察

改善点として寄せられたアジェンダ設定については、本茶話会においてはインフォーマルなコミュニケーションを実現するため、敢えて設定していない。インフォーマルコミュニケーションからの課題抽出という手法は市政においては通常なされない形式であり、効率性の観点からもアジェンダ設定を是とする意見は一定理解できる。しかしながら、アジェンダ設定を行うことで既存のタウンミーティングとの差異がなくなってしまうという問題がある。森さんの評価から、現在の市政が住民の日常的な会話から地域課題解決をしようとする発想がまだ薄いことが感じられ、この手法の活用の可能性を見出すことができた。

第 6 章

結論と今後の展望

6.1. まとめ

本研究では、茶話会をデザインし、インフォーマルなコミュニケーションにより内在するシビックプライドを可視化することで、地域の課題解決へとつなげることを目的とした。

インフォーマルコミュニケーションという手段を用いて、シビックプライドの自覚を与え、可視化をすることは、より当事者意識を高めることが明らかになった。また、地域についてカジュアルな場で話すことは、参加者の共通テーマとしても馴染むものであり、会話により創発が生まれることが確認できた。会話の内容の深度は、地域の課題解決へとつながるレベルとなっており、行政へ伝えることで想いを実現する可能性を十分に見出すことができた。複数回に渡って茶話会を実施し、自由な対話、シビックプライドの自覚づけ、シビックプライドを意識した意見形成という一連のプロセスは、地域課題解決において有効なデザインであると結論づけることができる。

6.2. 今後の研究課題

今回の茶話会では高齢者を参加者としたものとなったが、実際には各世代に渡っての茶話会を実施し内在しているシビックプライドの可視化を行うことが求められる。その端緒として流山市内の小学校2校へのアンケート調査を実施し、以下のような結果を得ている。

6.2.1 小学生へのアンケート

今回の茶話会では高齢者を参加者としたものとなったが、実際には各世代に渡っての茶話会を実施し内在しているシビックプライドの可視化を行うことが求められる。その端緒として流山市内の小学校2校へのアンケート調査を実施し、以下のような結果を得ている。

6.2.2 目的

次世代を担う子どもの関心値を探ることで、現在の地域の魅力をフラットな目線で確認するとともに、普段、家庭内で行われている会話の傾向を掴むことを目的とした。同じ年齢でも居住地区による関心の違いがあるかを確認するため、市内で最も新しい小学校と古くからの歴史ある小学校の2校を対象とした。

6.2.3 アンケートの作成について

1. 調査対象

流山市立市野谷小学校・流山市立新川小学校 4-6 年生の児童

2. 実施期間

2024 年 12 月 8 日～12 月 20 日

3. 実施方法

アンケート用紙への記入

4. 調査項目

- あなたは流山が好きですか？丸をつけてください。
- その理由を教えてください。
- あなたが考えた流山のいいところを教えてください。
- ご家族やお友達と流山についてお話をすることはありますか？丸をつけてください。

- 流山の何について話をしますか？
- これからも流山に住みたいと思いますか？丸をつけてください。

6.2.4 結果

「あなたは流山が好きですか？丸をつけてください。」という設問には、市野谷小学校では93.3%が、新川小学校では97.7%の生徒が「はい」と回答していた。理由として、「公園が多い」「友達がたくさんいる」「スーパーやコンビニが多い」「平和」「自然が豊か」「東京に近い」「人がやさしい」といった回答が多く見られた。一方で、「いいえ」と回答した理由の中には「特徴がない」「おおたかの森にしか商業施設がない」といった回答もあり、小学生の中にも地域格差や文化の画一化といったことを危惧している声もあることが明らかになった。

「あなたが考えた流山のいいところを教えてください。」という設問では、2校の違いが見られた。1960年代に開発が行われ、現在では少子高齢化が進む北部エリアにある新川小学校では、「おおたかの森があるところ」という回答が多くあったが、新設校であり、流山おおたかの森駅の徒歩圏内には市野谷小学校では、そのような回答はほとんど見られなかった。市野谷小学校の生徒にとって、おおたかの森は日常である一方、新川小学校の生徒にとっては「休日に遊びに行くところ」という認識が強いと推察した。

「ご家族やお友達と流山についてお話をすることはありますか？丸をつけてください。」という設問では、「はい」と答えた割合が市野谷小学校では23.6%、新川小学校では12%となった。会話の内容としては、「お店」「お祭り」「流山のいいところ」といったものがあり、学校による違いは確認できなかった。

「これからも流山に住みたいと思いますか？丸をつけてください。」という設問には、市野谷小学校では90.6%が、新川小学校では95.5%が「はい」と回答があった。

これらの結果を元に、小学生が持つシビックプライドについても可視化する試みを進めることが求められる。

また、小学生のシビックプライドが可視化されることで家族への影響が出ることで市民全体へのシビックプライドの可視化が期待できる。また、幼少期からシ

ビックプライドを形成する一助とすることで、より住みやすく持続的に発展する地域の未来へとつなげることを期待する。

6.3. 今後の展望

地域の持続的な発展への寄与のためには、さまざまな年代や属性での茶話会を試みることも有用であると考えられる。ファシリテーターやキーマンは本研究の中では求められる資質を限定したが、誰もが気軽に実施できる仕組みをデザインすることで、より多様な意見が生まれ、地域全体が活性化するとも考える。茶話会という手法を用いつつ、ゲーム形式にアレンジし、地域の小中学校で地域学習として展開したり、地域の個人店で茶話会を実施することで、賑わいの創出につながるといった効果も期待できる。

謝 辞

本論文の作成にあたり、多くの方々にご指導ご鞭撻を賜りました。
まず初めに、本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確なご指導と熱い激励をいただき、迷走した際には楽しそうに見守ってくださいました砂原秀樹教授に心から感謝いたします。

また、研究の方向性について様々な助言や明快なご指導をいただきました副指導教員である佐藤千尋准教授に心から感謝いたします。

研究指導や論文執筆など数多くの助言をいただき、研究フィールドである流山市まで足を運んでくださった加藤朗教授、いつも温かく声を掛けてくださった大川恵子教授、岸博幸教授に心から感謝いたします。

本研究のフィールドである流山市で研究を行うにあたり、多大なサポートをしてくださった森亮二氏、他大学の学生である私に研究の方向性についてアドバイスしてくださった東京農工大学の根本貴弘准教授、アンケート調査にご協力いただいた流山市立市野谷小学校の皆様、流山市立新川小学校の皆様、市民の皆様に心から感謝いたします。皆様の存在なくしてこの研究は成り立ちませんでした。

論文執筆の際、親身にご相談に乗ってくださった慶應義塾ミュージアム・コモنزの本間友専任講師、宮北剛己専任講師、大島志拓氏に感謝いたします。

そして、さまざまな視点からご助言をくださり、研究の幅を広げてくださったNetwork Media Project の皆様に感謝いたします。

最後に、大学院進学を理解し、2年間の修士生活を支えてくださった母、祖母に心から感謝いたします。

参 考 文 献

- [1] 児玉健, 中西賢也, 勝又齊, 石井儀光. 交通利便性の高い地域への居住地選択に関する基礎的分析. 第 60 回土木計画学研究・講演集, Vol. 60, No. 26-09, pp. 1-5, 2019.
- [2] 国土交通省. 居住地域に関する意識調査」の概要について, 2010.
- [3] 伊藤香織, 紫牟田伸子（監修）, シビックプライド研究会（編集）. シビックプライドー都市のコミュニケーションをデザインする. 宣伝会議, 2008.
- [4] 伊藤香織, 紫牟田伸子（監修）, シビックプライド研究会（編集）. シビックプライド 2【国内編】都市と市民のかかわりをデザインする. 宣伝会議, 2015.
- [5] WORKSIGHT. シビックプライドが地域の価値を再定義する, 2016. 最終閲覧 2024 年 12 月 14 日. URL: <https://www.worksight.jp/issues/831.html>.
- [6] 伊藤香織. 交通利便性の高い地域への居住地選択に関する基礎的分析. 都市計画論文集, Vol. 52, No. 3, pp. 1268-1275, 2017.
- [7] 牧瀬稔. 日本における「シビックプライド」の動向整理. 公共政策志林, Vol. 7, pp. 13-26, 2019.
- [8] advertimes. 都市の未来は開かれている, 2016.
- [9] 相模原市. さがみはらみんなのシビックプライド条例スタート !! , 2021. 最終閲覧 2024 年 12 月 15 日. URL: https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/kankou/1026674/city_promotion/1026756/1020911.html.

- [10] 相模原市. さがみはらみんなのシビックプライド向上計画, 2021. 最終閲覧 2024 年 12 月 15 日. URL: https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/kankou/1026674/city_promotion/1026756/1028407.html.
- [11] YOMIKO 都市生活研究所. シビックプライドランキング 2024, 2024. 最終閲覧 2024 年 12 月 14 日. URL: <https://www.yomiko.co.jp/news/release/202403275146/>.
- [12] CIVIC PRIDE. シビックプライドを胸元に。 , 2023. 最終閲覧 2024 年 12 月 15 日. URL: <https://civic-pride.com/action-list/255/>.
- [13] 柴山明寛, 北村美和子, ボレーセバスチャン, 今村文彦. 東日本大震災の事例から見えてくる震災アーカイブの現状と課題. デジタルアーカイブ学会誌, Vol. 2, No. 3, pp. 282–286, 2018.
- [14] 佐藤和久, 甲斐賢治, 北野央. コミュニティ・アーカイブをつくろう! 晶文社, 2018.
- [15] 坂野容子, 饗庭伸, 佐藤滋. 既成市街地のまちづくりにおいて住民参加ワークショップの果たす役割に関する一考察. 都市計画論文集, Vol. 35, pp. 13–18, 2000.
- [16] 株式会社読売広告社, 戸田市政策研究所. シビックプライドの効果及び向上手段に関する基礎研究 戸田市の理想の未来をカタチにするワークショップ実施報告書. 最終閲覧 2024 年 12 月 13 日. URL: <https://www.city.toda.saitama.jp/uploaded/attachment/33440.pdf>.
- [17] KRAUT R. E. Informal communication in organizations : Form, function, and technology. *Peoples's Reactions to Technology*, pp. 145–199, 1990.
- [18] 福田政紀. インフォーマル・コミュニケーションの活発化による従業員の創造性向上に関する実証分析. 立教ビジネスデザイン研究, Vol. 16, pp. 61–73, 2019.

- [19] 総務省. 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査, 2016-2021.
- [20] 流山市. 人口増加中, 2024. 最終閲覧 2024 年 12 月 12 日. URL: <https://www.city.nagareyama.chiba.jp/appeal/1003878/1003882.html>.
- [21] 石井裕明, 外川拓, 井上一郎. 地方自治体におけるマーケティング志向の浸透. マーケティングジャーナル, Vol. 38, No. 2, pp. 107–118, 2018.
- [22] 流山市. 流山市の位置と交通, 2024. 最終閲覧 2024 年 12 月 12 日. URL: <https://www.city.nagareyama.chiba.jp/information/1006883/1006884/1006886.html>.
- [23] 流山市. 首都圏駅広告 pr, 2022. 最終閲覧 2024 年 12 月 12 日. URL: <https://www.city.nagareyama.chiba.jp/appeal/1004028/1004029.html>.
- [24] 中藺大河, 藤井さやか. 人材育成事業の展開を通じた個人の変化及び地域活動の拡大に関する研究. 都市計画論文集, Vol. 57, No. 3, pp. 705–712, 2022.
- [25] 手塚純子. もしわたしが「株式会社流山市」の人事部長だったら. 木楽舎, 2020.
- [26] wacreation. machimin, 2018. 最終閲覧 2024 年 12 月 11 日. URL: <https://wacreation.com/machimin/>.
- [27] 流山市. 流山市ビジュアルアイデンティティガイドライン（「都心から一番近い森のまち」のブランドマーク）の制定について, 2023. 最終閲覧 2024 年 12 月 13 日. URL: <https://www.city.nagareyama.chiba.jp/section/1009951/1009954/1020249.html>.
- [28] 流山市. 流山市ブランディングプラン, 2022. 最終閲覧 2024 年 12 月 13 日. URL: <https://www.city.nagareyama.chiba.jp/section/1009951/1009954/1030483.html>.
- [29] 市町村アカデミー. マーケティング戦略による市政運営で子育て世代の人口増加を実現. アカデミア, 2022.

付 録

A. アンケート

地域アーカイブ構築にあたってのアンケート

Q1.年齢

10代 ・ 20代 ・ 30代 ・ 40代 ・ 50代 ・ 60代 ・ 70代以上

Q2.お住まい

市 ・ 区 ・ 町 ・ 村

Q3.居住歴

2年以下 ・ 3~5年 ・ 5~10年 ・ 10年以上

Q4.あなたは家族や友人間で、自分の住んでいる地域について話をすることはありますか

はい ・ いいえ

Q5.【上記の質問で「はい」と回答した方へ】話をする中で、話題に上るのは地域の過去、現在、未来のうち、最も割合が多いのはどれですか

過去 ・ 現在 ・ 未来

Q6.話題に上るテーマを3つ教えてください ex) 行事の話、お祭りの話、飲食店の話など
※3つ埋められない場合は空欄があっても構いません

裏面に続きます

図 A.1 地域アーカイブ構築のためのアンケート1枚目

Q7.あなたが次世代に残したい地域にまつわる事柄はなんですか？

人、もの、行事、どのようなものでも構いません

Q8.地域に関連する過去の事柄で、あなたが残してほしかったと思うものはなんですか？

人、もの、行事、どのようなものでも構いません。

ご協力ありがとうございました。

図 A.2 地域アーカイブ構築のためのアンケート 2 枚目

令和 6 年 12 月 5 日

流山市立市野谷小学校 御中

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科修士 2 年
山口祐香

アンケート調査ご協力をお願い

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

さて、このたびは流山市におけるシビックプライド醸成に関する研究のため、貴校の皆様にご意見をいただきたいと考えております。

つきましては、ご多忙の中大変恐縮ではございますが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

地域の未来を担う児童の皆様のご意見を踏まえ、より地域に貢献できる研究とさせていただく所存です。

何卒よろしくお願いいたします。

敬具

記

期間：2024 年 12 月 20 日(金)まで

方法：アンケート用紙への直筆回答

対象：4.5.6 年生

回収方法：当方にてお伺いの上、回収いたします。

当調査に関するご質問等ございましたら、下記までご連絡ください。

山口祐香

Mail: yyamaguchi@keio.jp

Tel: 090-9014-6631

図 A.3 小学校へのアンケート調査依頼書

流山についてのアンケート

1. あなたは流山が好きですか？丸をつけてください。

はい

いいえ

2. その理由を教えてください。

3. あなたが考えた流山のいいところを教えてください。

4. ご家族やお友達と流山についてお話することはありますか？丸をつけてください。

はい

いいえ

5. (4で「はい」と答えた方へ) 流山の何について話をしますか？

6. これからも流山に住みたいと思いますか？丸をつけてください。

はい

いいえ

ご協力ありがとうございました！

図 A.4 小学生へのアンケート