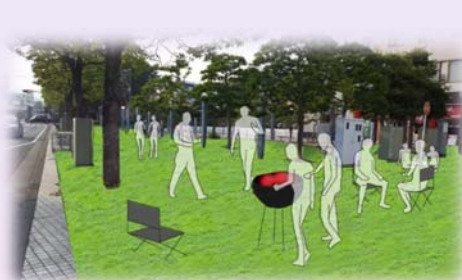
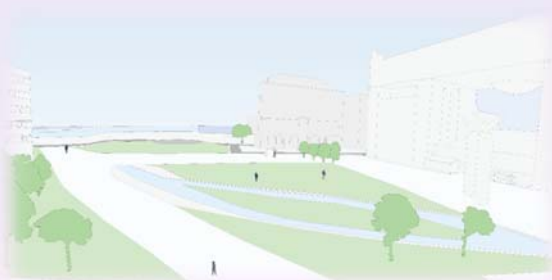


2018

日立駅周辺商店街の活性化方策

茨城大学・学生提案・実践

—工学部都市システム工学科 3 年次授業「設計演習Ⅰ」成果報告—



平成 30 年 9 月

茨城大学工学部都市システム工学科 学部 3 年生/交通地域計画研究室

本報告書では、2018 年度の茨城大学工学部都市システム工学科授業「都市システム設計演習Ⅰ」で学生がグループに分かれ、日立駅周辺商店街の活性化方策を検討および実践した結果の一部をまとめ、紹介しています。

日立駅周辺商店街の詳細地図



コミュニティシアターによる賑わいの創出

1 班

16T5002A 阿部舞

16T5010G 井上孝義

16T5044A 堀内貫平

16T5051N 横山和輝

16T5052G 吉田光

16T5056F 森本元太郎

16T5057X 若林歩

1. テーマ・コンセプトの概要

活性化方策を提案するにあたり、私たちは活性化の定義を「人で賑わっていること」とした。しかし、現在の商店街の利用者は少なく、人で賑わっているとは言えない。そのため、「コミュニティシアターによる賑わいの創出」をテーマに賑わいのある商店街の形成を目指した。コンセプトは、店舗や駐車場の集約による区画整理と高齢者向けのコミュニティシアターの建設である。



図-1 まいも一顧の様子（平日 14:30 頃）

2. 現状と課題

現地調査を行うと、時折通行人はいるものの利用者はほとんどいない状況であった。この問題の原因は、商店街に訪れる目的がないためであると考えた。そのため、商店街に訪れる目的づくりに着目し、以下の調査を行った。

まず、日立駅前商店街及びイトーヨーカドーにて「今の商店街に何が欲しいか」というアンケート調査を行った（図-2 に示す）。この結果をみると、特にない・わからないがほとんどであり、商店街に対する問題意識の低さが伺えた。また、次いで、居心地の良い空間を求めている意見が多く、そのような施設の充実が必要であることが分かった。

アンケート調査では不十分であったため、人々の趣味や娯楽に対する行動を調査した。図-3 に示すのは、総務省が 5 年に 1 度行っている社会生活基本調査の「趣味・娯楽の行動者率」の結果である。映画館以外での映画鑑賞の割合や映画館での映画鑑賞の割合が大きく、またどちらも平成 23 年よりもその割合が増加している。他の趣味・娯楽と比較すると、人々の趣味・娯楽において映画鑑賞の割合が高いことがわかった。

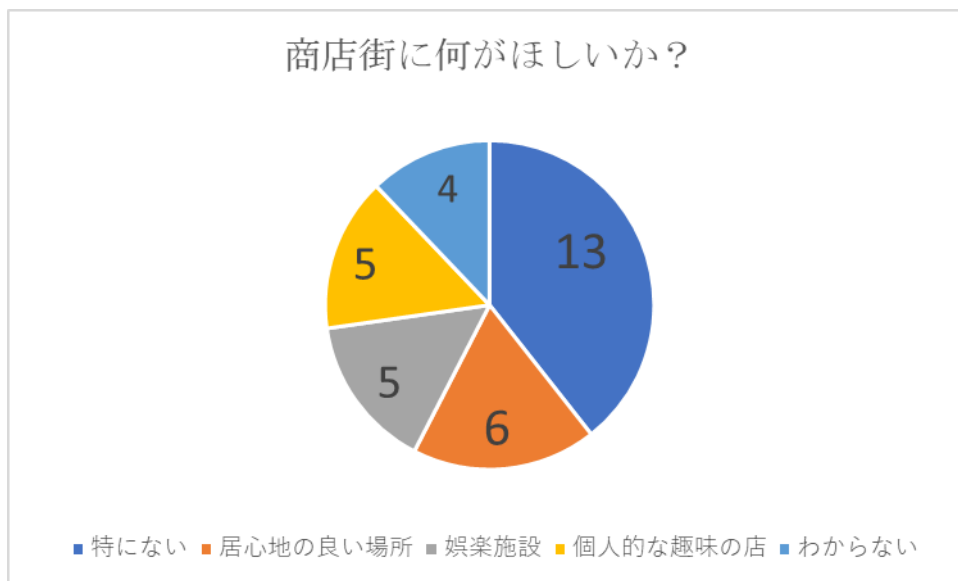


図-2 アンケート結果

(日立駅前商店街及びイトーヨーカドーにて 2018年6月8日実施)

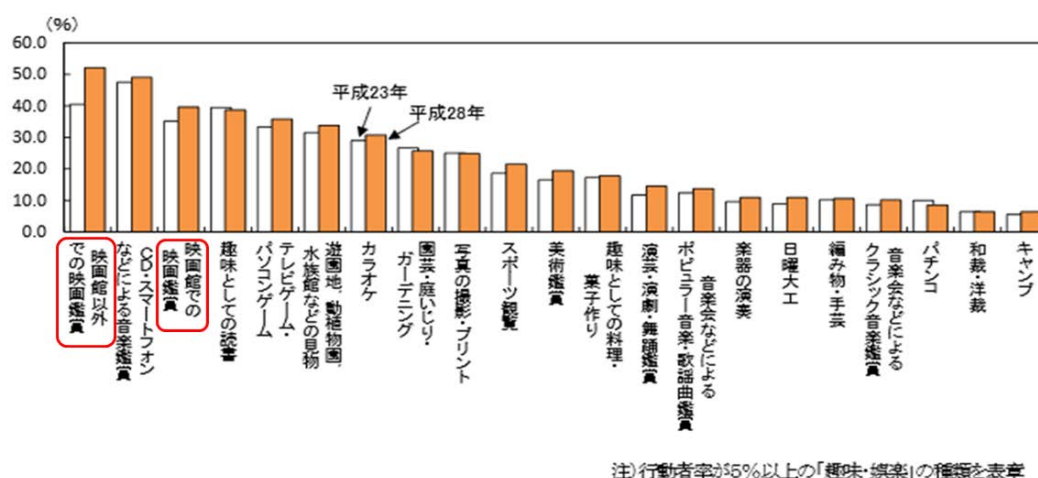


図-3 「趣味・娯楽」の種類別行動者率(平成23年、28年)¹⁾

また、ターゲットを定めるため、全国と比較した日立市の人口割合を調査した(図-4に示す)。日立市では0-14歳が11%、15-64歳が58%、65歳以上が31%、全国では、0-14歳が12%、15-64歳が60%、65歳以上が27%であった。これより、日立市は全国に比べて高齢化社会が進展していることがわかった。尚、日立市は平成30年4月1日現在、全国は平成29年10月1日現在の結果である。

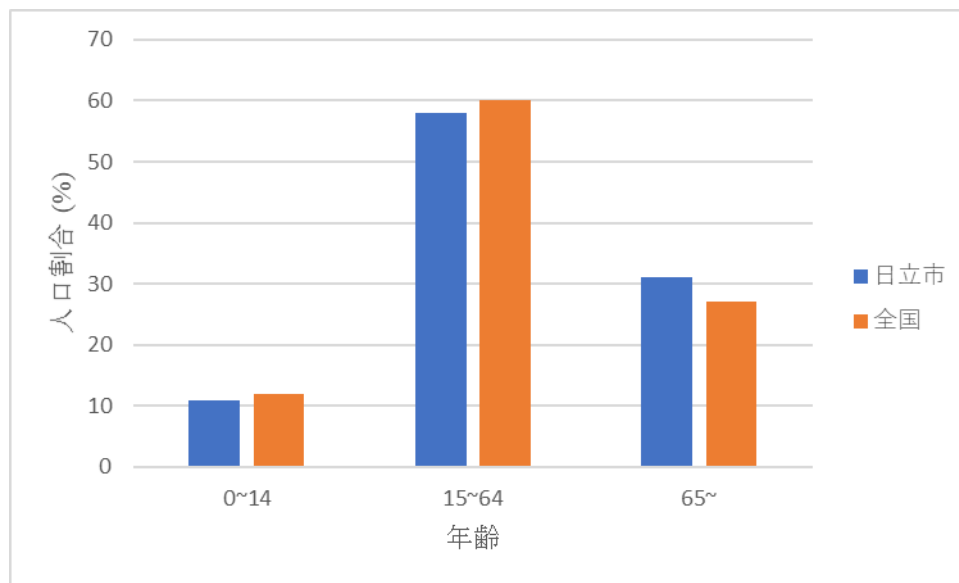


図-4 日立市と全国の年齢別人口割合 ^{2) 3)}

3. 活性化案の内容

3.1 提案の概要と流れ

賑わいのある商店街を目指すため、商店街に訪れる目的づくりが必要である。そこで、2節で示した現状や課題を踏まえた結果、高齢者向けのコミュニティシアターの建設を提案する。尚、この提案はまいも一を対象地域として行う。

まず、対象者は日立市民とするが、日立市は高齢者の割合が大きいため、ターゲットを高齢者とした。そして、趣味・娯楽調査より人々の行動者率が高く、体が不自由な高齢者でも楽しむことのできる映画鑑賞を行うシアターの建設を提案する。また、アンケート調査から居心地の良い空間の充実が必要であるため、憩いの場としてのフリースペースを設ける。尚、運営については、ユナイテッド・シネマグループに委託する。

しかし、現在のまいも一には映画を建設するスペースはなく、また、空き店舗や駐車場が点在しているため、土地が有効利用されていない。したがって、区画整理を行うことにより店舗と駐車場を集約することでスペースを確保できると考えた。

3.2 提案の手順

(1) 区画整理

まいも一を対象に、区画整理を行う。具体的には、対象範囲内に点在する駐車場を一箇所にまとめ、営業中の店舗を駅側に集約する。これにより国道6号側にスペースが生まれるため、そこにシアターと新たな駐車場を建設する。区画整理前と区画整理後の対象範囲の概略図をそれぞれ図-5、図-6に示す。



図-5 区画整理前の駐車場の立地



図-6 区画整理後の概略図

(2) シアターの構想

高齢者向けのシアターの建設にあたって「シアターを利用するターゲット」と「商店街の一部として機能するシアター」ということを念頭に置いて構想を練った。シアター建設の場所は、まいもーるの道をまたいで建設する予定であったため、計画の当初は道を封鎖しようとしていた。しかし商店街は「パティオモール、まいもーる、銀座モール」と連続して構成されており、商店街としての流れを切らないために、道路は残したまま建設を行い、一階部分は道を挟んで2か所から出入りが可能な構造に設計した。1階と2階の平面図をそれぞれ図-9、図-10に示す。

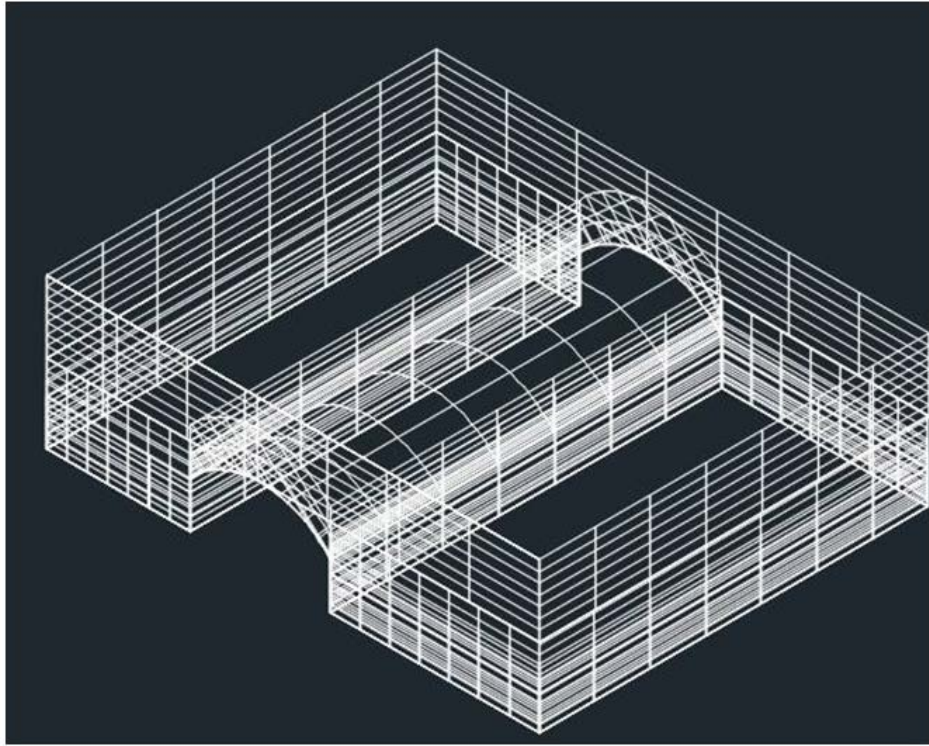


図-7 外観

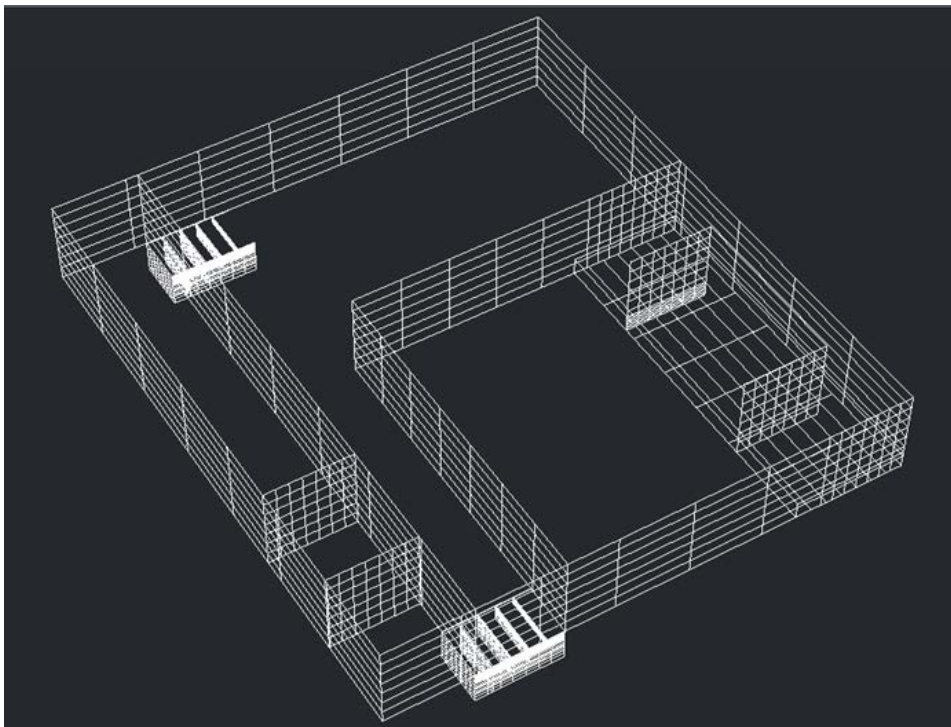


図-8 2階

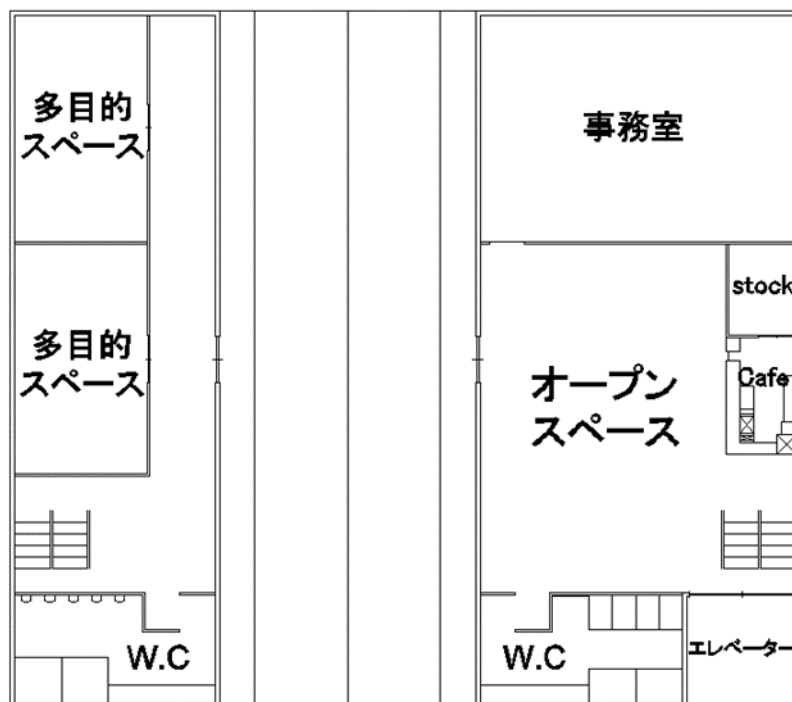


図-9 1階平面図



図-10 2階平面図

1 階部分(パティオモール側から見て)右側にはシアター運営の事務室とカフェを併設し、カフェの前にはオープンスペースを設けた。これにより、オープンスペースでの新たなコミュニティの形成が期待される。また(パティオモール側から見て)左側には多目的スペースを設けることで、現在あるコミュニティもさらに活発に活動していくという狙いがある。

2 階部分は一階のどちら側からも上がることができる。メインとなるシアターは 20m×20m の広さで客席は 60 席程度を予定している。また、シアター以外の利用方法として劇なども行えるよう、少々小ぶりだが舞台の設備もされている。また、シアター外には 1 階部分と同じようにフリースペースを広く設けており、映画の上映を待つ間や、映画上映が終了した後の感想の話し合いなどとして利用される。また、その奥の広い空間にはお年寄り向けの健康教室を開く予定である。これは実際、イトーヨーカドーで開かれており、お年寄りに人気であったため、集客効果を加速させる要素となるのではないかと考えられる。シアターの受付の横には売店を設置し、軽食を食べることができるようになっている。売店の売り物については次項で示す。

1 階、2 階共にトイレは面積を広く取り、体が不自由なお年寄りでも利用しやすいよう心掛けて設計を行った。

3.3 運営方法

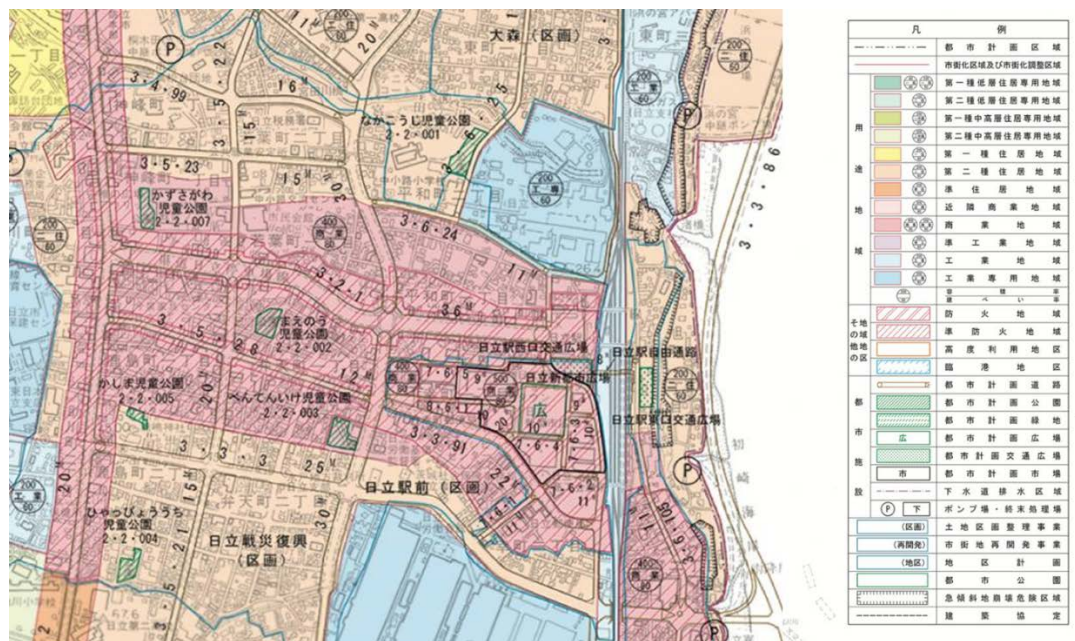


図-11 日立駅周辺の都市計画図（平成 27 年 3 月現在） 5)

ユナイテッド・シネマでは、全国で出店物件を募集している。ショッピングセンター、ロードサイド、駅前のテナントイン、大型施設の跡地など、立地に合わせた“最適な”映画館

の出店を提案している。応募条件を以下に示す。

- ・募集エリア：全国 47 都道府県
- ・立地概要：建物面積 150 坪から 1,000 坪超まで
(ミニシアターその他からフルサイズシネコンまで)
- ・出店形態：テナント出店，事業用借地・建貸・居抜き，運営委託
- ・用途地域：近隣商業地域，商業地域，準工業地域

図-11 に示すように，まいもーるは商業地域に属するため，条件を満たしている。よって，ユナイテッド・シネマに運営を委託することが可能となる。

3.4 その他の取り組み

(1) 料金について

料金は一本 1,000 円とする。

(2) 館内アンケート

上映する映画を館内アンケートにより決定する。

(3) 駐車券の配布

商店街の店舗またはシアターの利用者に駐車料金無料の駐車券を配布する。

(4) 売店の商品について

シアター内で販売する商品を和菓子やお茶などの高齢者向けの商品とする。また，それらの仕入れは商店街の店舗から行う。仕入れ先の候補を以下に示す。

＜商品の仕入れ先候補＞

- ・みどり園
- ・珈琲館
- ・ドトールコーヒー
- ・さくらカフェひたち

3.4 提案する活性化案による効果

3.4.1 シアター建設による効果

(1) 商店街へ行く目的の創出と人々の意識の向上

現在商店街に訪れる人は少ない。その理由として，商店街に行く目的がないということが挙げられる。そこでシアターを建設することによって，商店街に行く目的を創出することができる。そしてシアターには，高齢者や体の不自由な方でも親しみやすいという良さがある。また，シアターにはフリースペースが多く完備されているため，映画を観る目的以外にも利

用することが可能であり、気軽に立ち寄りやすい施設となっている。さらに、商店街を訪れる機会が増加し、商店街の現状を目の当たりにすることによって、商店街に対する意識の向上に繋がると考えられる。住民や利用者の意識が向上することによって、さらなる商店街の改善を図る動きに繋がっていくと考えられる。

(2) 憩いの場としてのコミュニティの形成

私達は、他の映画館よりも多くフリースペースを設けた。以前に商店街内の現状を調査した際に、商店街には気軽に立ち寄れる店舗がないといったことが多く挙げられた。さらに、近くのイトーヨーカドー内を調査すると、休憩所などのスペースには大勢の話をする高齢者や勉強をする学生で混み合っていることが分かった。シアター内にフリースペースを多く設けることによって、このような状態を改善できると考えられる。

(3) 商店街の店舗の売上の増加

シアター内では、商店街における店舗の商品を販売するため、店舗側は売り上げを伸ばすことができ、利用者側は商店街における店舗の情報を得ることができる。さらに利用者が商店街における店舗の情報を得ることによって、日常的に商店街にある本店を利用する機会の増加を見込めると考えられる。

3.4.2 区画整理による効果

(1) 利便性の向上と集客の増加

区画整理を行うことで、営業している店舗や駐車場の場所を明確化することができ、商店街を利用しやすくなると考えられる。具体的には、営業している店舗を集約することによって、一度に複数の店舗を訪れることが容易になる。さらに、店舗が隣接していることによって、目的の店舗を訪れた際に他の店舗を目にする機会が増え、結果として商店街内の店舗の情報が得やすくなり、集客の増加に繋がると考えられる。

(2) 景観の向上

区画整理によって空き店舗をなくすことができる。空き店舗は、長い間放置されている状態が続いたために、建物の老朽化や汚れ、落書きが目立ち、商店街の景観の悪化を招いている。そのため空き店舗をなくすことで商店街の景観の向上に繋がる。また、店舗と駐車場を集約化することによってまとまりのある景観を生み出すことが可能となる。

3.5 事例紹介

(1) 日立市民会館での映画上映会

2018 年 7 月 8 日(日)に日立市民会館で、映画上映会が午前の部(10:00～)と午後の部(14:00～)で行われた。これは、公益財団法人日立市民科学文化財団が主催するものであ

り、映画上映会の動員数は、午前の部が約 200 人、午後の部が約 150 人であった。

(2) アミューあつぎ 映画.com シネマ



図-12 館内の様子 6)

この映画館は、閉館された映画館を改装して高齢者向けにした施設だ。閉館した跡地を厚木市が入手し、現在は青山氏が代表を務める「株式会社シーズオブウィッシュ」が運営を行っている。映画館を建設した当初、保育所や老人ホームのほうが必要だという反対意見が挙がった。そこで、この映画館は「映画館を福祉施設にする」というコンセプトで進められることとなった。行政や市民団体と連携することで、支援を必要とする高齢者にサポートをつなげ、元気なシニアには自身の興味関心を満たせる場を提供する。映画の値段については、シニア会員なら、一本 500 円で見ることができる。これは高齢者保養施設として指定されているため行政から助成金を得ていることと、二番館であるということがある。二番館は封切り上映を行わないため、その分安い値段で映画を配給してもらうことが可能なのだ。現在は 160 社ほどの配給会社の作品を取り扱っている。

福祉サービスの一つには、外出することが難しい高齢者向けの外出支援サービスとして、行政から借りたバスで、高齢者が映画館までやってきて映画を鑑賞したり、隣接したカフェでランチしたり、買い物を楽しんだりすることができるというものがある。高齢者側としてはワンコインで来られるということがありがたいという。またその他に、若いころ教育を受けることができず、今も読み書きに不便を感じている高齢者や、親について日本に来たものの、日本語が話せない、また教育が不十分な若い外国人を中心に勉強を教える取り組みも行っている。

アミューあつぎ 映画.com シネマは、市民活動と住民の接点をつくるプラットフォームとしての映画館として、映画という誰もが楽しめるコンテンツとスタッフによる温かなコミュニケーションによって、たくさん的高齢者が日常的に訪れ、時間を過ごしてゆく場となっている。さらに、行政や市民団体と連携することによって、高齢者を包括的にサポートする拠点としても機能している。

4. 役割分担

1. テーマ・コンセプトの概要：井上
2. 現状と課題：井上・吉田
3. 活性化案の内容
 - 3.1 提案の概要と流れ：横山
 - 3.2 提案の手順
 - (1) 区画整理：横山
 - (2) シアターの構想：森本・若林
 - 3.3 運営方法：阿部
 - 3.4 その他の取り組み：阿部
 - 3.5 提案する活性化案による効果：堀内
 - 3.6 事例紹介
 - (1) 日立市民会館での映画上映会：阿部
 - (2) アミューあつぎ 映画.com シネマ：若林

5. 参考文献

- 1) 平成 28 年社会生活基本調査 ― 生活行動に関する結果 ―
(<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/pdf/gaiyou.pdf>)
- 2) 日立市地区別・年齢別人口(<http://www.city.hitachi.lg.jp/shisei/008/001/p003152.html>)
- 3) 全国人口 年齢別人口 (<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2017np/pdf/gaiyou2.pdf>)
- 4) 出店物件の募集について (<http://www.unitedcinemas.jp/property/>)
- 5) 日立市都市計画図 2 (中部) 平成 27 年 3 月現在
(http://www.city.hitachi.lg.jp/shimin/014/010/p003181_d/fil/04700_20100426_0002.pdf)
- 6) 高齢者が通いたくなる映画館「映画.com シネマ」
(<http://soar-world.com/2017/03/16/cinema/>)

(閲覧日 2018 年 8 月 2 日)

日立中央商店街の活性化

2 班 16T5001H 相田直輝

16T5003T 飯塚柊斗

16T5009F 稲葉真人

16T5015X 菊池亜偉人

16T5025N 佐藤直宗

16T5049S 山内怜生

16T5055I 茂木大河

1. コンセプト

私たちの課題としては「茨城大学工学部と日立中央商店街を繋ぐ」ということを目的としている。そこで、商店街に行かずにして体験を与える移動店舗と、商店街を知らない茨城大学工学部生への情報発信であるパンフレットの2つのアプローチを用い、茨城大生と商店街の橋渡しをするというのが私たちのコンセプトである。

移動店舗は、飲食店を中心に誘致する。理由としては、アンケート結果にも現れている通り、飲食店にはリピーターが多いからだ。現在、ネット販売が盛んになっている中、小売店の存在意義は薄れてきている。しかし、飲食店は、料理や内装から、そこでしかできない体験をすることができるため、わざわざ客も足を運ぶ。そういう点で、大学生は飲食店に興味を持ちやすいのではないかと考えた。

また、現在発行されているパンフレットについて着目した。市内のパンフレットは大学生向けではなく、大学生で手に取る人は少ない。大学生目線で大学生に向けたパンフレットをつくることできれば、手に取ってもらえるのではないかと考えた。

移動店舗により、実際に体験することで商店街に興味を持ち、パンフレットによって、さらに商店街について知り、学生を商店街に導くサポートをする、という2つの仕組みに相互関係がある。この仕組みにより、茨城大学工学部生が商店街を利用することで、商店街の活性化につながると考えた。

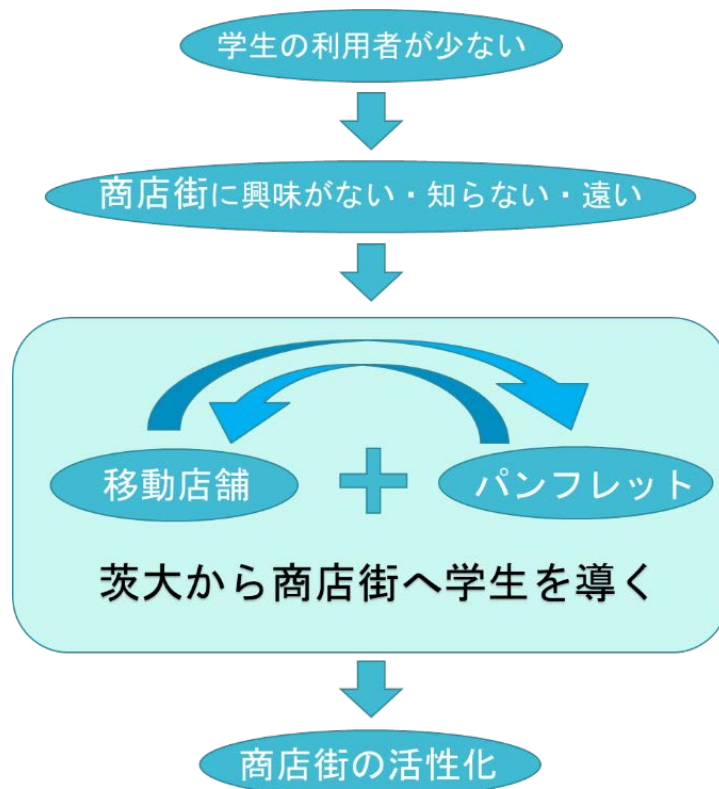


図1 商店街活性化までの流れ

2. 現状と課題

商店街の現状を把握するために班で現地調査を行った。そこで分かったことは、中央商店街には活気がなく、シャッター街と化しているということ、商店街を利用しているのは地域住民がほとんどで、若者の利用はほとんど見られないということ、新都市広場では様々なイベントが行われているが、参加者が少なく、イベントが行われていないときはほとんど利用されていないということだ。そこで私たちは、若者の利用がほとんど見られない、ということに注目した。

図2は日立市の人口ピラミッドである。茨城大学工学部に通う大学生は約2000人在籍している。日立市の20～25歳までの人口は約8000人であり、1/4が茨城大学工学部の学生であることがわかる。また、その2000人は大学に入学している限り減ることはない。このことから、学生に注目することは商店街の利用者を増加させるのに効果があると考えた。

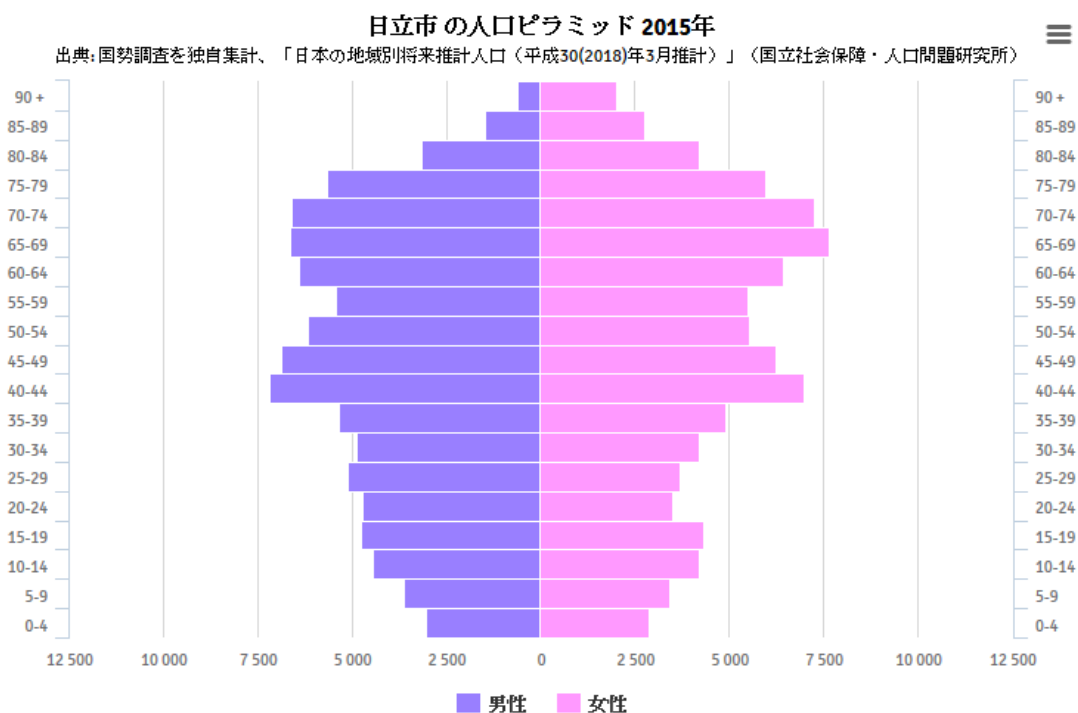


図2 日立市人口ピラミッド

そこで茨城大学工学部日立キャンパスに通う学生を対象に、図3の内容のアンケート用紙を図書館前に2日間設置しアンケート調査を行った。「あなたは商店街を利用しますか?」という問いに対して、「はい」と答えた人が32人、「いいえ」と答えた人が105人という結果になり、商店街を利用している人より利用しない人の方が多いということが分かった(図4)。「はい」と答えた方は、おもに飲食店を利用する人が多く、それ以外はほぼ見られなかった(図5)。飲食店は、学生に需要があることがわかった。「いいえ」と答えた人の理由として、「遠いから」が40%、

「興味がない」が 31%、「商店街を知らない」が 27%という結果になった（図 6）。わざわざ遠い商店街まで行く必要がないことや、商店街が身近に無いため興味がない・知らないという理由が挙げられていると考えられる。

あなたは商店街を利用しますか？

はい
→利用する店舗を書いてください

いいえ
→利用しない理由を書いてください

図 3 アンケート内容

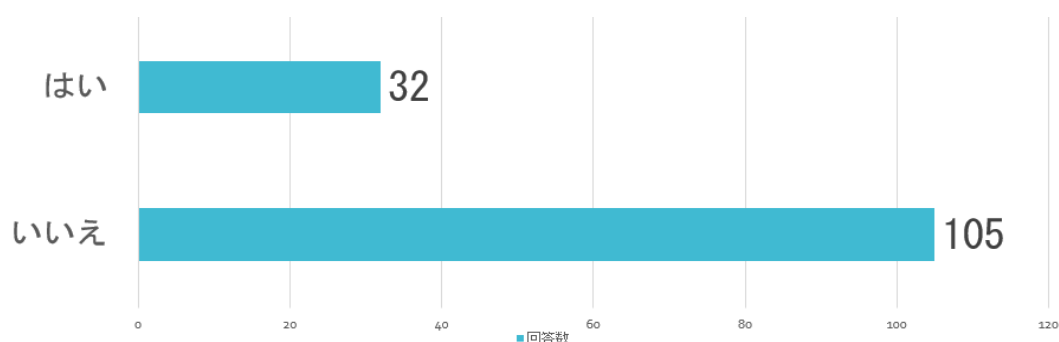


図 4 アンケート結果

「はい」の内訳

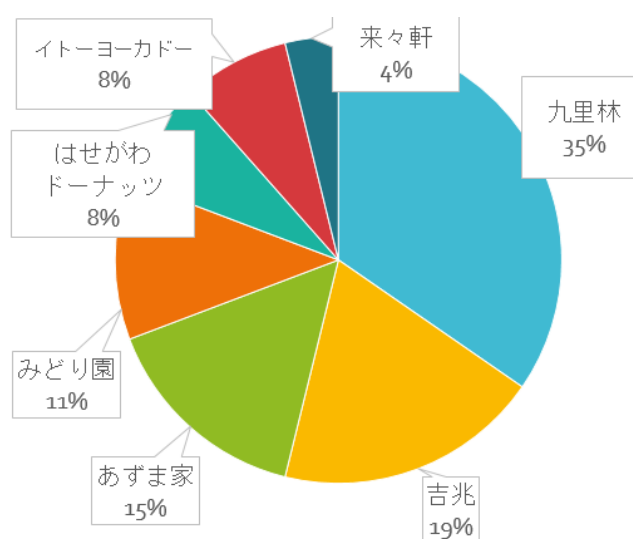


図 5 「はい」の内訳

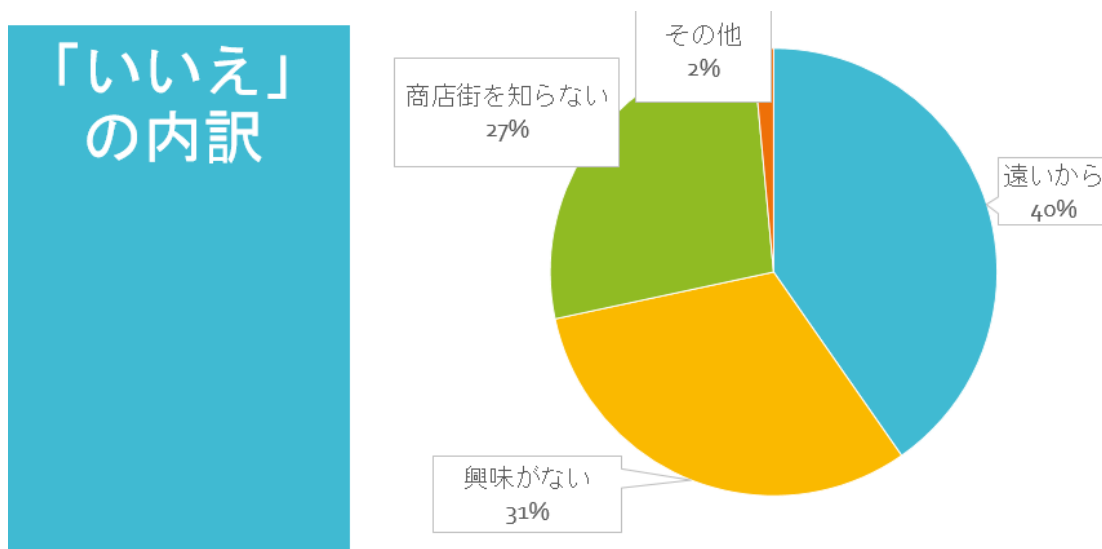


図 6 「いいえ」の内訳

上記の現状を踏まえ、この班が考えた課題は・「商店街を若者、特に茨大工学部の学生に知ってもらうこと」・「学生に商店街に興味をもってもらうこと」・「学生に商店街を利用してもらうこと」の3点である。

3. 提案の内容

私たちは、上記の課題を解決するため、移動店舗とパンフレットの2つの提案する。

3.1 移動店舗

商店街に興味を持ってもらうには、まずその店舗に触れる機会が必要であると考えた。そこで注目したのが、現在大学内に来ている移動販売車である。昼時になると図書館前に移動販売車が来て、学生が昼食を買う様子をよく見る。また、買っていないくても、移動販売車が来ていることはほとんどの学生が知っている。これを利用して、商店街の店舗も大学内に来店すれば、多くの学生に知ってもらい、興味を持ってもらえるのではないかと考えた。

○目的

大学内に商店街の店舗を出店し、学生が「遠い」「興味がない」と思っている商店街を身近に感じてもらう、商店街を知る・興味を持つきっかけをつくる。

○対象

茨城大学工学部学生 約 2000 人

○課題解決のための方法・規模・手順

・運営団体

学生サークル

大学で学生サークルを立ち上げる。出店に関する準備や、運営団体の資金の管理などを行う。

商工会

学生サークルと話し合い、商工会に参加している店舗から出店する店舗を探す。

・店舗を出店するまでの流れ

1, アンケート実施

学生や商店街の人に出店してほしい店・出店してみたい店にアンケートを行う。学生側には、具体的な店名までは答えずに、どのような種類の店(中華や和食、スイーツなど)があるといいかなど、学生のニーズを調査する。商店街側には、大学内で出店したい店舗や、集客を上げたいと考えている店舗を調査する。アンケートの結果から、出店するのにふさわしい店舗の候補を挙げる。

2, 交渉

候補となった店舗に、出店してもらえるか交渉をする。本店の運営や出店する期間、費用なども検討し、出店するかを決定する。

3, 準備

保健所に営業の許可を得る。必要な器具や人材の確保し、テントやテーブル・椅子の設置など、出店の準備をする。本店の運営も考え、人材は学生サークルのメンバーから確保してもよい。

4, 出店

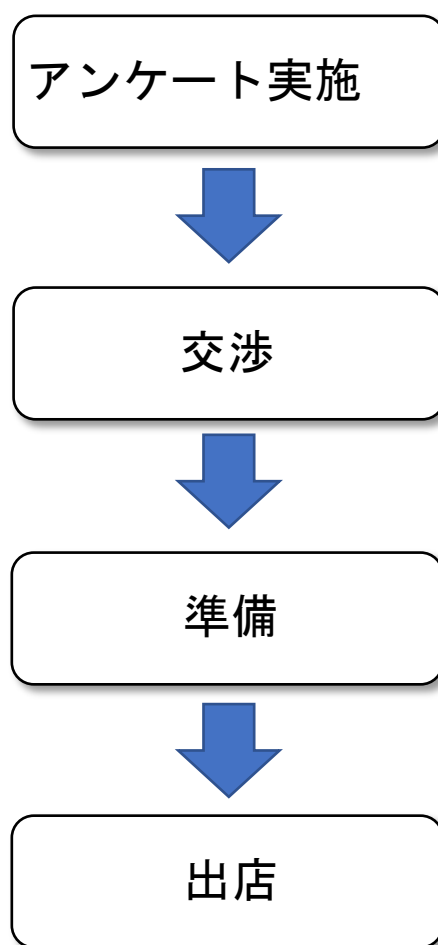


図7 出店までの流れ

・出店のイメージ

今回、商店街にある店舗「みどり園」を大学内に出店すると仮定してパースを描いた(図8)。

この移動販売では、店舗の商品のお茶やお菓子、さらには夏の時期は人気となるソフトクリームを販売している。ベンチや広場でソフトクリームを食べている姿が見られる。移動店舗の前を通り過ぎる多くの人が、この店舗に興味を持っていることが想像できる。



図 8 移動店舗のパス

・運営方法

運営団体は出店する店舗に対し、機材の準備や広報などのサポートをする。店舗は売り上げの一部を出店料として運営団体に支払う。この資金は、次の出店をサポートするための費用となる。このサイクルを繰り返し、大学への出店を継続させる。

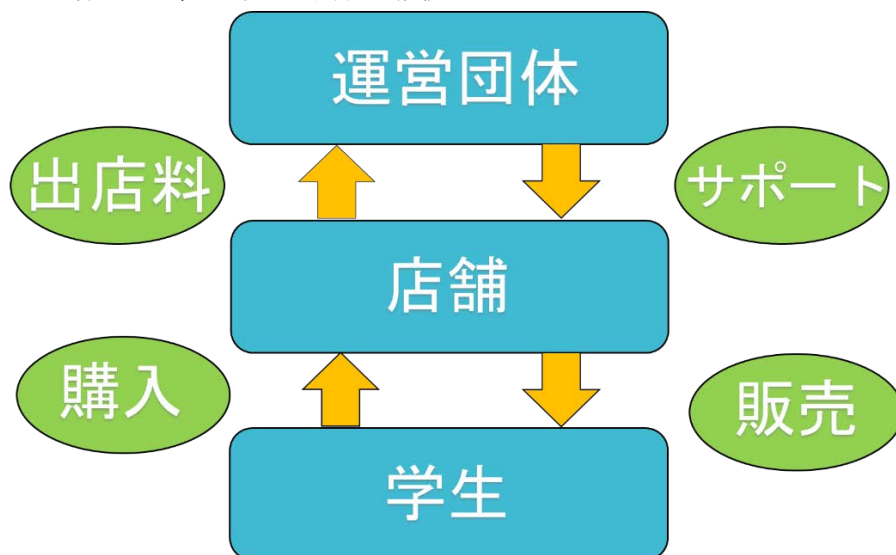


図 9 運営方法のフローチャート

○どのような課題の解決につながるか

・商店街店舗への興味を持つきっかけづくり

商店街店舗が身近にあることで、商店街について、知らない・興味がないと思っている人たちに気軽に興味を持ってもらえることができる。

- ・商店街の店舗の積極的な活動の推進

商店街店舗の積極的な活動を促すため、衰退している商店街全体の活気を取り戻すことにつながっていく。

- ・学生と商店街とのつながり

学内に店出する際に、学生サークルの人たちの協力を得るため、学生との交流が生まれる。また、学生が移動販売を利用することで、店舗の人と直接関わることができ、店舗に親しみを得やすく、本店舗にも訪れやすくなる。

○どのような点で従来にない重要な視点があるか

今までは、商店街に新しい施設を作ったり、商店街でイベントを行ったりと、商店街で行われる提案が多かったが、そもそも商店街に興味がない・商店街を知らない人たちが商店街に訪れるのかという疑問を持った。そこで、自分たちが商店街に行くのではなく、商店街がこちらに連れて来ればよいのではと考えた。さらに、学内という身近に商店街の情報を用意するため、学生が自分たちで商店街の情報を集める必要がなく、興味を持ちやすいと考えた。

また、ターゲットを茨城大学の学生と限定することで、より具体的に・現実的に考えることができる考えた。

○なぜ有効か

アンケートの結果から、多くの学生が商店街について知らない、興味がないため商店街を利用する学生が少ないことがわかる。そのため、学生に商店街を知ってもらうことが必要だと考えた。そして現在、大学内に移動販売車が来ており、多くの学生が出店していることを知っている。このことから、商店街店舗を大学内に店出することで、身近に商店街に接することができ、商店街について知るきっかけになると考えた。このため、商店街を大学内に呼び込むことが有効であるといえる。

3.2 パンフレット

実際に商店街に人を呼び込むには、興味を持ってもらうだけでは足りない。興味を持ってもらった人を商店街に呼び込むために、パンフレットを使い、より詳しい情報や訪れたくなる仕組みを作る必要があると考えた。

○目的

アンケートでの、商店街に行かない理由の「興味がない」「商店街を知らない」という課題を解決するため、商店街の情報発信をし、茨大学生に商店街を知ってもらうことで、足を運ぶ機会を与える。

現在出版されているフリーペーパー「ひたっち」や市報は、大学生向けではないという現状がある。そこで、大学生向けのパンフレットを作成し、目を通してもらうという段階をクリアする。

○対象

茨城大学工学部学生 約 2000 人

○内容

現在の情報誌は、大学生に必要な情報も多く、そのため全体として興味のないものと判断されてしまっている。大学生の興味を引くためには、大学生の目線から、大学生へ向けた情報を提供することが重要であるとする。

掲載内容としては、住所、電話番号時間帯などを簡潔に示し、写真を多用することで、雰囲気を感じてもらい。また、内容も大学生が興味を持つような情報に限定することで、より目を通してもらいやすくする。

上記の内容を踏まえると、水戸市が茨城大学と連携して作成している「みとっ歩」や、筑波大生が作成している「ツクマガ」というものが私たちの作ろうとしている理想のパンフレットに近いものがあることがわかり、学生向けパンフレットの需要があることが分かった。

それらのことから、茨城大学日立キャンパスに通う大学生に向けたパンフレット作成に向けて、運営方法や掲載内容を練ることにした。



図 10 「みとっ歩」表紙

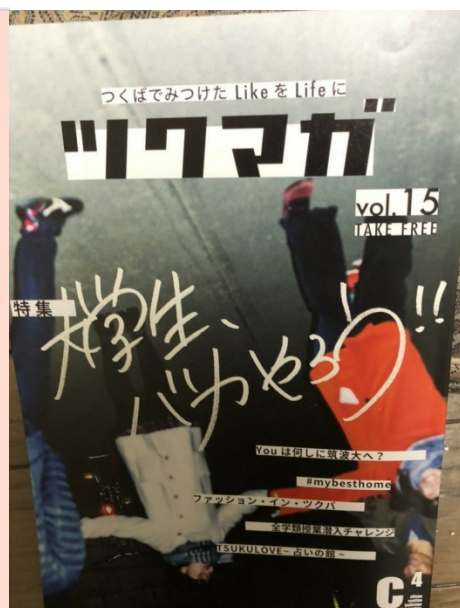


図 11 「ツクマガ表紙」

まず、「みとっ歩」編集部へ SNS 上で連絡を取り、「みとっ歩」の運営方法や発行に至るまでの過程を質問した。もともと「みとっ歩」は、水戸市みとの魅力発信課から茨城大学の広報、事務に、学生向けのフリーペーパーを作ってほしいとの依頼があったことがきっかけで始まり、広報、事務が口コミで有志を募り、編集部が結成された。

水戸市からの委託ではあったが、学生目線のフリーペーパーを作ることが目的であるため基本的に運営は編集部の学生に一任されていて、各店舗への取材を重ね、発行に至った。また、現在「みとっ歩 vol.2」を鋭意製作中だそうだ。

「みとっ歩」の運営方法を踏まえ、茨城大学日立キャンパスに通う大学生に向けたパンフレットを作成するには、日立キャンパスでパンフレット編集部を募るまたは既存の発行団体に依頼するという方法が挙げられる。

次に掲載内容について考える。

既存のフリーペーパー「ひたち」の一部を図 12-15 に示す。「ひたち」は写真や余白が少なく、見る意欲が失われるような内容となっている。また、七五三やお取り寄せグルメの特集など大学生には関係のない話題も含まれている。



図 12 「ひたち」表紙



図 13 「ひたち」中身



図 14 「ひたち」中身



図 15 「みとっ歩」中身

一方、大学生向けに発行された「みとっ歩」には、大学生が関係のない話題は含まれず、飲食店やカフェの店舗内やメニューなどの写真を大きく掲載している。また、紹介文が書かれているスペースにも余白を多くとっているため、「ひたち」と比較して大学生が見やすく、読みやすいレイアウトとなっている。このことから、大学生向けパンフレットを作成する際には、写真の数や大きさによる見やすさ、文字の余白に留意しなければならない。

上記の内容を踏まえ、パンフレットには、店舗名、住所、電話番号、営業時間、定休日の基本情報に加え、店舗内やメニューの写真を掲載する。また価格帯や店員のおすすめ商品を載せ、購買意欲を高める内容とした。完成予想図を示す（図 16）。



図 16 仮パンフレット

4.まとめ

今回は提案班ということで、実践とまではいかなかったが、このコンセプトを成り立たせるためのプロセスを確立させた。

移動店舗とパンフレットは関係性のないように思われるが、2つは相互作用がある。

移動店舗は茨城大学工学部生に興味を持ってもらうこと、パンフレットは実際に商店街に行くことを促すことが目的となっていて、2つを通して、茨城大学工学部生を商店街の方に足を運ばせるようにする。

また、移動店舗だけでは足りない情報の補填、パンフレットに興味を持ってもらうための体験という意味も含んでいる。

これらの施策を用い、茨城大学工学部生を商店街と繋ぐことができれば、私たちの目的とする活性化に近づく。

茨城大学工学部生は、20代前半の人口が定量的に2000人ほど確保できる。また、日立で就職する人もいるため、商店街を利用する人は安定すると考える。

多くの人が利用し、またその多くが若者となれば、商店街の形は現代に合わせたものに代わっていくのではないだろうか。そうなれば、商店街が人であふれる機能的な理想の商店街となる。

5. 役割分担

相田：PowerPoint 作成，仮パンフレット作成，提案内容（パンフレット）の提案・文書作成

飯塚：提案内容（移動店舗）の提案・文書作成，移動店舗パース作成，全体の文章の修正

稲葉：提案内容（パンフレット）の提案・文書作成，外部との連絡（パンフレット）

菊池：現状と課題作成

佐藤：現状と課題作成

山内：現状と課題作成

茂木：まとめ作成

追加

相田，飯塚，稲葉：コメントシートへの回答

6. コメントシートに関する回答

・移動店舗の対象はたくさんあるのか。魅力のある店舗はないのでは？

→私たちの提案は，商店街の店舗への大学生のアプローチを手助けするものであって，商店街に魅力がある店舗があるかどうかは，また違う案によって解決していただきたい。

また，アンケートでもあった通り商店街でも大学生が訪れる店があるため，魅力のある店はあ
る。実現性は低くないと考えられる。

・「運営」「サポート」の部分の中身が分からない。店舗は何をしてもらいたいのか。そこがはっ
きりしていないと出店料は取れない。

→運営団体のサポート内容は，移動店舗での機材の準備や，学生への広報活動である。店舗は出
店に専念できるよう，営業の許可等も行う。

・商品開発はするのか。

→現在のところは考えていないが，移動店舗を数回行ううちに，学生の意見を収集し，商品開発
を行ってもよいと思った。

・パンフやクーポンで商店街に人を呼び込むのは難しい。

→確実に呼び込めるかどうかは定かではないが，今回の案に関してリスクはないため
行ってみる価値はあると思う。

・商店街では人手不足なため，移動店舗に配置できる人材の余裕はあるのか。

→そのために学生のサークル団体で出店時のサポートをする。もしくは、バイトとして雇い運営し、商店街との繋がりができる。

- ・移動店舗が常設化した場合、商店街に行く必要がなくなる。

→そこに関しては、頻度を調節したいと思う。

- ・学校に来て商売をしたい店舗があるのか。

→現在商店街が衰退しているのは、商店街の人たちのあきらめ問題が顕著な理由となっている。そこで、移動店舗に賛成してくれないようでは、こちら側がどんなに呼びかけても活性化には至らない。

- ・飲食店以外は人が入りにくいのでは。

→それも考えたため、初期段階では飲食店で行うことになった。

- ・パワーポイントにパステルカラーは合わない。

→次回発表時は色彩にも気を付けます。

- ・今の若者は商店街に興味を持つのか。

→若者を取り入れないことには商店街には未来はないため、興味を持ってもらえるような施策は必須であると考えます。

- ・知らないはともかく「興味がない」はパンフレットではどうにもできない。

→移動店舗によって商店街の1店舗を知ってもらい、そこからパンフレットによって商店街に興味を持ってもらうきっかけを作るという構図になっている。

- ・客単価が低く、騒ぐ可能性がある大学生をよびこんで意味があるのか。

→今後、今まで商店街を利用していた高齢者は減少するため、新しい世代の客層を獲得しなければならぬため、意味はあると考える。

- ・遠いからという理由で来ない人が多いのに、出店したところで足を運ぶのか。

→とはいえ、何もしなければ商店街は衰退する一方なので、何かしらアクションを起こすことは必要だと考える。

都市システム設計演習 I 最終報告書

商店街におしゃれな空間を

提案 3 班

16T5021R 小林 道彰 16T5023A 坂本 大樹

16T5031G 竹内 美玖 16T5036X 中西 恒介

16T5037R 新原 巴菜 16T5048Y 八島 総太

16T5054S 下谷 真喜士

1. テーマ・コンセプトの概要

<コンセプト>

商店街におしゃれな空間を

<概要>

駅周辺に人が立ち寄りたくなるような「おしゃれな」芝生空間を提供する。芝生設置により見込まれる効果は複数挙げられ、下記に示す。この計画の大きな目的は、芝生利用者が日立を訪れることにより周辺の商店街の利用者も増え、日立市と共に成長を目指すことにある。

<見込まれる効果>

見込まれる効果は大きく3つ挙げられる。

(1) 参加者が交流可能なイベントなどを開催することで、芝生利用者同士のコミュニティの輪を広げ、さらなるコミュニティ形成を図ることができる

(2) 地域の憩いの場となることで、市民の心身に潤いを与え、生活を豊かにすることが望まれる

(3) 上記にも示した通り、芝生利用者が商店街を訪れることで、商店街への経済効果が期待される

私たちが期待している最大の効果は3つ目だが、その他にも大いに見込まれ、日立市を良いまちに育てる要因だと考えられる。

<役割>

ここでは、芝生が日立市にとって果たすであろう役割について記述したい。こちらも大きく4つの役割が存在すると考えられる。

(1) 防災機能

日立市で災害が起きた場合、集合避難所などに使用することが可能

(2) 緑地が増えることによる環境緩和・改善

(3) 景観的な役割

商店街に洗練された空間ができることによる景観の向上

(4) レクリエーションの活動の場

地域住民が気軽に利用できる場所として、精神的充足を満たす場所としての役割

2. 現状と課題

一番の課題は商店街に人がいないということである。写真-1 と写真-2 はパティオモールの写真である。昼間に撮影されたものだが、人通りがほとんど無い。飲み屋が少しあるとは言え、シャッターが閉まっている店も多い。



写真-1 パティオモール



写真-2 パティオモール

写真-3 と写真-4、写真-5 はまいもーるの写真である。



写真-3 まいもーる



写真-4 まいもーる



写真-5 まいもーる

これも昼間に撮影されたものだが人通りが少ないことが良く分かる。写真を撮っていて、人がいない割には車が多いように感じた。おそらく従業員の車もあるだろう。従業員も公共交通機関で来るようにすれば、より客が来るのではないかと考えた。

次に、アンケート調査を行った。日付は平成 30 年 6 月 12 日（火曜日）の午前、対象は商店街を利用、通行する人々である。質問とそれに対する回答を以下に示す。

(1) 質問

今の商店街はおしゃれだと思うか。

回答

おしゃれだと思う。(0 人)

おしゃれではないと思う。(20 人)

分からない。(1 人)

その他 (1 人)

合計 22 人

(2) 質問

商店街がおしゃれになって欲しいと思うか。

回答

おしゃれになって欲しいと思う。(19 人)

おしゃれになって欲しいと思わない。(0 人)

興味が無い。(3 人)

合計 22 人

(3) 質問

商店街に欲しいと思うもの、その他の意見はあるか。

回答

子供と一緒に食事ができる場所。

子供と遊べる場所。

若者が行くような店.

自然.

座れるところ.

飲食店.

本屋が併設したカフェ.

シャッターを無くしたい.

以上のアンケートの結果から、商店街を利用する人々がおしゃれなものを必要としていることが分かった.

3. 提案の内容

「日立駅周辺商店街」の活性化に向けて、私たちの班は商店街に「芝生を中心としたおしゃれな空間」を形成することを提案する.

3.1 提案の目的

現在日立駅周辺商店街は、2. 課題と現状でも述べたように、人口の減少や少子高齢化、それに伴うシャッターが閉まった店の増加などにより、商店街全体の雰囲気が暗く、活気がない状態となっている。私たちはこのような状態を変え、商店街を活性化させるために、まず活性化の定義について考えた。その結果、活性化とはその場所や空間により多くの人がいる状態であり、更にそのなかでも若年層の割合が高いほうが活性化していると判断できると考えた。そのような過程から、多くの人、特に若年層を日立駅周辺商店街に集めることを目的として、若年層に受け入れられやすいと考える「おしゃれ」という概念を取り入れた芝生中心の空間を提案する。ここで、おしゃれの定義については、広辞苑第六版に「みなりや化粧を気のきいたものにしようとしてつとめること。また、そうする人。¹⁾」とあったが、自身が若年層である班員の感覚を重視し、広辞苑の定義を用いず主観的に考えた。

3.2 提案の対象

この提案の対象者は、私たちが「おしゃれ」という概念が受け入れられやすいと考える若年層だけでなく、日立駅周辺商店街を利用、通行する全ての人々である。対象地域は、日立駅周辺の商店街、パティオモール、まいも一、銀座通りで、図-1 に示す地図の緑色に塗られている複数の部分である。この緑色に塗られている場所は、芝生を設置するにあたって重要な要素である日光が当たる駐車場や空き地である。

3.3 規模

私たちが対象地として選んだのは以下の場所である（図-1）。

- ・パティオモール，ガスト横の広場
- ・まいモール，銀座通りの日当たりがいい空き地・駐車場

これらを対象地として選んだ経緯に、「交流スペースとしての芝生」「自分の居場所を確保できる芝生」この二通りの使われ方があると考えたことがある。図-2 に赤枠で示されているのが「交流スペースとしての芝生」、青枠で示されているのが「自分の居場所を確保できる芝生」である。「交流スペースとしての芝生」は人が気軽に出入りでき、開けた空間づくりを心掛け、通り抜け出来る、または道の角である場所を選んだ。逆に「自分の居場所を確保できる芝生」では人の目をできるだけ気にしなくて済むよう、少し狭く、敷地の三方向を建物で囲まれている場所を選んだ。

3.4 手順

①候補地の土地を買い取る

図-1 にある候補地を買い取る。公共の場となること、商店街の集客材料になり、商店街存続につながることから、資金は日立市に提供してもらう。

②地盤の整備を行う

候補地は駐車場のところが多いため、アスファルトを取り除き、芝生を敷けるように地盤の整備を行う。

③天然芝生を敷く

業者に依頼し、天然の芝生を敷く。

④おしゃれな空間として整備する

パラソル、ベンチ、仮設店舗をデザインし、建設する。交流スペースとしての芝生の壁については、交流スペースは開けた土地であるという前提があり、個人スペースのように壁で覆うことは行わない。

⑤維持管理、運営を行う

月に一回、市民による草抜きの実施。1日貸し切りで得た資金をもとに芝刈りを業者に委託する。資金を提供してもらうため所有者は日立市だが、管理を商店街に委託し、日常の管理を商店街の人々、また、抑止力により管理を行う。

3.5 具体的なアイデア

芝生を利用するにあたり、きまりと用途例を以下に示す。

<日立ルール>

- ・飲食可
- ・例外を除いて火気厳禁（例外：貸し切りによる BBQ、災害時の炊き出し等）
- ・ペット可
- ・ごみ箱に家庭ごみを捨てない
- ・芝生を傷つける行為禁止（地面を掘り返す、芝生を抜く等）

- ・周りの迷惑になる行為禁止（騒ぐ、広い範囲を占領する等）
- ・料金を払って1日貸し切りにできる（10:00～18:00）

＜具体的な用途例＞

- ・BBQ（1日貸し切り）
- ・青空〇〇（読書、ランチ、将棋、昼寝等）
- ・イベント開催（1日貸し切り）

3.6 提案する活性化策により、どのような課題の解決につながるか、どのような点で従来にない重要な視点があるのか、なぜ有効だと思うのか

私たちが提案する活性化策は、商店街に芝生の空間を作ることだ。まず、私たちが目指した商店街の活性化とは、「商店街に人が集まり、活気ある商店街になること」である。そこで、商店街に芝生を植えることで、商店街利用者がその場をコミュニティの場として利用すること、またカフェなどの飲食店を隣接することで、食事や休憩の場として利用することにより、商店街に人が集まることを目的とした。この活性化策により、商店街をただの通り道として利用していた人達が商店街に立ち止まることになる。そして、人通りの少なかった商店街に人が集まり、活気ある商店街になることが見込めるだろう。また、月1回の頻度でスポーツ大会などのイベントを開催したり、週末にバーベキューができるようにしたり、休日には平日とは違った利用を行うことで、普段商店街を利用しない人に商店街に芝生があることを認知してもらい、さらには利用してもらうことで商店街の集客に大きく繋がるだろう。

この活性化策の重要な点として利用者の立場から見て、一つ目は芝生の空間がおしゃれであることだ。シャッター街の暗いイメージのある商店街に芝生を植えることで、商店街におしゃれな空間ができ、それを求める人が集まる。またそれだけではなく、芝生により商店街が明るく綺麗な印象となる。おしゃれな空間の成功例として、日立市にはシーバーズカフェがある。このカフェは日立駅にあり、ガラス張りになっており海が見渡せ、何よりおしゃれである。休日には列を作るほどの人気で、これより日立の人がおしゃれを求めていることが分かる。また、アンケートの回答からも日立市民は商店街をおしゃれでないと認識しており、またおしゃれであってほしいと願っていることが分かる。これよりおしゃれは日立市民に求められているものであることが分かった。また、おしゃれであることは若者にも強い影響を及ぼすので、日立商店街にはあまり見られなかった若者の集客も期待できるのではないかと考えた。二つ目に施設利用が無料であることだ。芝生に滞在すること自体に料金が発生しないので、友達と遊んだり、休憩と取る場に適した空間となるだろう。また、芝生は自然な空間を作り出すので、リラックスして利用することができるだろう。三つ目にコミュニティの場になることだ。頻繁に芝生を訪れる人同士が顔見知りになり会話をすることでコミュニティができ、またそのコミュニティを求める人も、高齢者の多い日立市では多く存在するだろう。芝生がコミュニティ形成の場となることで、商店街に人が集まることになるだろう。

一方芝生を提供する立場から見て、一つ目の重要な点は、コストが安いことである。芝生を植えることは商業施設や娯楽施設を建てるよりもコストがかからない。また芝生を植えた後も、施設とは違い電気代などの維持費はかからず、芝生の調整やごみの処分など比較的経済的な維持管理であるため実現しやすい策である。二つ目に維持管理が楽であることだ。芝生の維持管理のルールとして、ごみの持ち帰り、禁煙などのルールを作れば芝生が汚れることがほとんど無くなるからだ。また、雑草の処理や芝生の管理も月一度の清掃活動を商店街のルールや周辺住民などのボランティアにより行うことで提供者はほとんど人材とコストをかけずに維持管理をすることができる。また、ボランティアで集まった人はそこでもボランティアによるコミュニティが形成され、芝生利用に大きく貢献されるだろう。

5. 役割分担

○小林

- ・ 中間発表
- ・ 最終報告書（3. 提案の内容）の作成

○坂本

- ・ 最終報告書（2. 現状と課題）の作成
- ・ 最終発表

○竹内

- ・ 中間発表
- ・ パースの作成
- ・ 最終報告書（3. 提案の内容）の作成

○中西

- ・ 最終報告書（3. 提案の内容）の作成
- ・ 最終発表

○新原

- ・ 最終報告書（1. テーマ・コンセプトの概要）の作成
- ・ 最終発表

○八島

- ・ 芝生案の提案
- ・ 中間発表
- ・ パースの作成

○下谷

- ・ 最終発表会のパワーポイントの作成
- ・ 最終発表

6. パース

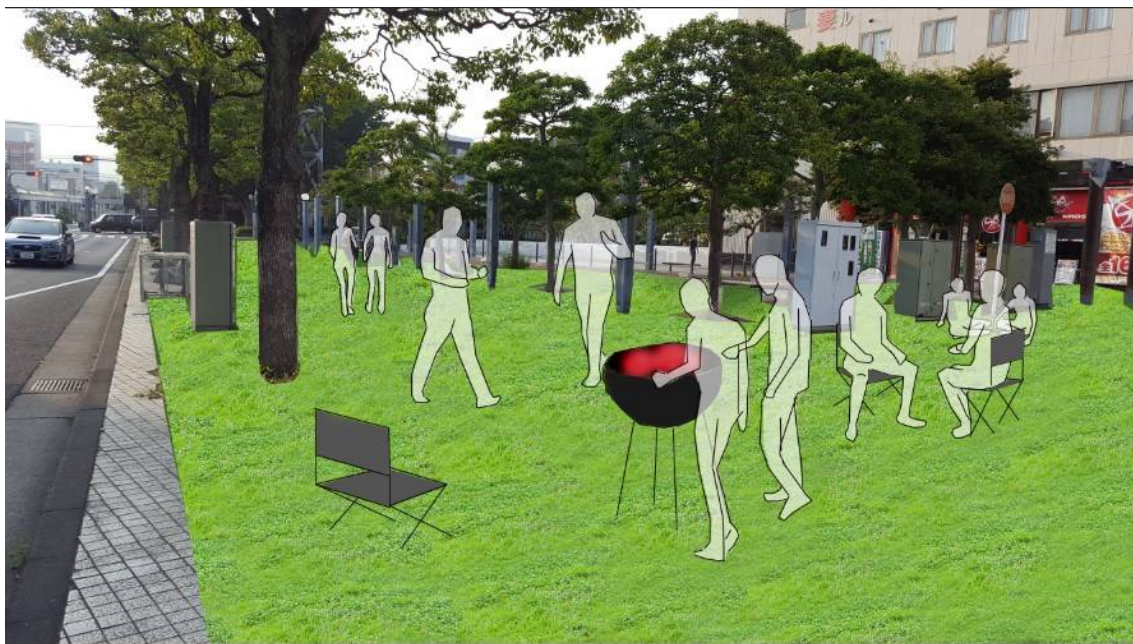


図-3 交流スペースとしての芝生のパース (1)



図-4 交流スペースとしての芝生のパース (2)



図-5 自分の居場所を確保できる芝生のパース

7. 参考文献

- 1) 広辞苑 第六版 机上版 あ-そ 2008 年 1 月 11 日第一刷発行
編者 新村 出

イベントによる活性化

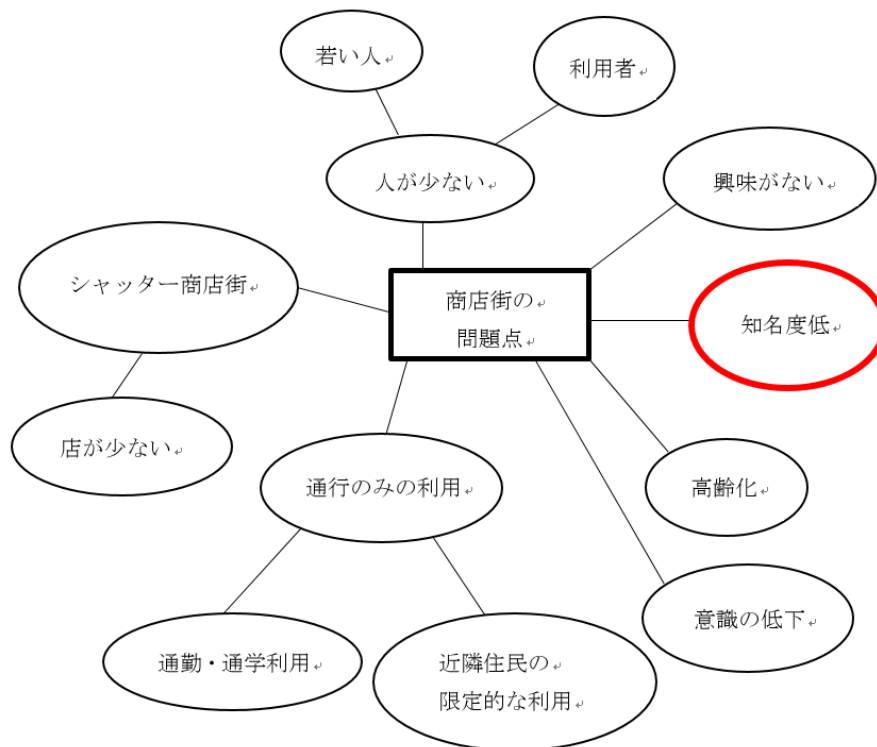
4 班

16T5012S 金子 卓寛 16T5018A 鬼満 悠 16T5028S 鈴木 海里
16T5033S 谷垣 陸 16T5040F 野市 滉太 16T5053Y 若山 崇大

テーマ

私たちの班で大きく掲げたテーマはイベントによる日立駅前の商店街の活性化である。具体的には「イベントの教材化」とした。これは、商店街のお店の人に協力してもらい、そのお店特有の体験教室などを開催することを意味する。これを実現するために NPO のイベント団体による活性化を狙って、イベント開催を専門とする団体を立ち上げる。今までは、市が開催しているイベントや青年会議所などの商店街の一員が開催しているものが主であったが、イベント開催のみを行う会社を立ち上げることで本業の片手間で開催されていたイベントを本格的に開催することができる。さらに、行政がイベントを行うには莫大な費用の税金を使って開催することになり、ほかにも様々な制限があるが、団体で行うことでそれらの問題も行政より比較的に簡単に解決できる。

問題点



(図-1 相関図)

私たちはまず、(図-1)を作成した。「商店街の問題点」を課題として置き、そこから考えられる問題点や関連事を相関図に表した。そこで挙げた問題点のうち、「知名度が低い」という要素に着目して解決案を提案したいと考えた。以前商店街で調査を行った際、商店街は通勤・通学の道という目的だけで商店街の利用はほとんどなく、どのような店があるのかも分からないという意見が多くあった。そこで私たちは、「イベントの教材化」を提案する。

1960年代後半から1970年代にかけて、社会科教育において地域に根ざす教育が各地で展開されていた。代表的な二人の実践家の若狭蔵之介氏と鈴木正気氏は「地域にある産業活動や自治活動などを見つめさせ、彼らがそれらに問いかけ、働きかけ、そして地域での生活を意識化していくこと」、「実物と対面すること、ものをつくること、観察・調査すること」を重視した実践を行ってきた。両者の実践の背景には、その時期に政策として行われてきた経済の高度成長と地域の開発により、地域や地域社会、そして地域の人々の生活が急速に変化していっていることが挙げられる。つまり、それまでの地域社会でのつながりや伝統・文化、産業というものが失われていく中で子供たちの生活が劇的に変わり、多くの問題点が生じている危機感があるということである。この背景は地方の商店街にも言えると考えられる。

子供の生活の基盤である地域に目を向け、自らの生活実態と社会科の学習内容を関連付けることが大切である。さらに社会的事象を自分ごととして捉え、課題を把握し、その課題の解決に向けて考え、価値判断していくという学習が重要であり、社会生活を理解することが必要であると考えられる。社会生活を理解するとは、その社会生活の中にある様々な種類の事柄の、相互依存の関係を理解することが最も大切である。そしてこの相互依存の関係とは、「人と他の人との関係」、「人間と自然環境との関係」、「個人と社会制度や施設との関係」の3つである。

そこで子供の生活する地域を学習対象とし、地域を学習の場として学ぶことを重視する。奈良県小学校教科等研究会社会科部会は地域を取り上げて学習することの意義について、「子供にとって身近な存在であり、具体的な事實的認識に基づく思考・判断の場面が設定でき、問題解決を図ることができる。また地域問題に取り組むことによって社会の一員としての自覚が高まり、育成に貢献できる。」と示している。結果として地域に愛着を持つ人へと成長すると期待できる。これは私たちが活性化対象とした商店街の周辺地域の子供たちにも当てはまる。学校では得られない知識である社会体験に参加できる場は少なく、一番身近な地域がそれを行うことで上記の期待が見込める。

以前、奈良県小学校教科等研究会社会科部会は「地域社会を大切にしようとする自分なりの考えを持つ子供の育成」をテーマにした研究を行い、奈良県で教育を受けた児童・生徒が、大学生や働くようになると奈良県から離れるという現象をうけて、奈良を愛し地域に貢献できる人材育成を狙いとしたものであった。子供たちの学習対象となった駅前商店街は校区にありながら身近ではなかった。存在自体は知っているが、その利用度は低く

鉄道を利用するときに通り過ぎる場所という印象が強かったと言う。これは日立駅前商店街でも同様なことが言える。

以上の問題と現状から、現代の日本では社会体験ができる場は少なく、子供たちが実際の社会に触れることは少ない。その社会体験ができる場が、子供たちに身近な商店街でできるのではないかと考えた。結果としてそこで私たちが以前から提案しているイベントの開催と絡めて、社会体験ができるイベントを行うことを提案する。

目的

今回の提案の目的として、先ほどの現状と課題でも挙げられていたように「日立駅前商店街のことを知ってもらいたい、日立市内外からの人との関わりを増やす。」といった“知名度を上げる”。この目標を達成するために班が当初から目指してきた交流人口の増加につなげていくことが最大の目的である。その結果、日立駅前の商店街について知ってもらい、最終的に店の売り上げや商店街の発展につながっていくだろう。

対象

対象としては、目的でも述べていたように日立駅前商店街を挙げる。

方法・規模・手順

私たちは、イベントを企画する NPO 団体（以下、団体と記述）を設立し、週 1.2 回商店街に面している空き店舗をリノベーションして幅広い年齢層をターゲットとして、教室や講習会、イベント、パーティなどを開催することを提案する。団体の概要としては上述にあるように、日立市商店街でのイベントの開催を主な活動とする。しかしながら、週末のみにイベントを行うだけで団体が成り立つことは到底不可能である。そこでイベントを開催時以外では主に商店街の広場を利用したカフェを経営する。イベントを開催する、商店街でのカフェの経営。この 2 つの条件を踏まえて、この団体の拠点を置く場所は次の写真の空き店舗の位置を候補に考えている（写真-1）。



上図 google map より、空き店舗位置

下写真 空き店舗をパティオモールから見た写真

この団体が行うイベントは、商店街店の協力を得て広場などを用いること、さらには日立市外の人々を巻き込むような内容を軸に企画していく。その主な例としては、季節ごとのイベントとして、商店街の直線を利用した流しそうめんや、子育て教室や様々な講習会が挙げられる。この講習会は、現在商店街で行われている講習会や教室事は身内に向けたものであるが、商店街に面し、前面をガラス張りにし解放感を加えた空間で行うことによって、身内

だけでなくたまたま通りかかって気になった人も巻き込んで気軽に様々な人に体験してもらうことを目標とする。また、講師は商店街の関連する店舗がある場合はその店舗の従業員に謝礼込みで依頼する。イベントで狙う年齢層は変わることもある。（例：婚活パーティー→20~40代、プログラミング講座→10~20代）また、社会的課題の解決を図るために行うイベントと、単にレクリエーションを目的としたイベントの2つの性質を持ったイベントを企画、運営していく。

商店街の店が協力することのメリットとしては、イベントでの協賛・協力に対して協賛金を出す。協力した店はそのイベントでは宣伝や出店を開くことができるというメリットがある。例えば飲食店などでは新しいメニューを試してみたいときに、イベントでそのメニューを客に出し反応を見てみるということも可能。

既存のイベントに対して、この団体はそのイベントからの要望があればイベント当日の手助け、また日立市内外に大々的に宣伝活動を行うなどの協力をする。

また平日のカフェではネット環境を充実させることで（Wi-fi など）、現代の学生、パソコンを使用する人々が入りやすい空間を作る。さらに、子供が遊べるようなボードゲームや広場で運動できるような用具を完備。場所にも配慮する。これらを実現することで、母親同士でお茶をしながら子供は遊べるといったようなことができるとともに、幅広い年齢層の憩いの場となる。

これらすべてに経費を取り、イベント日以外のカフェとしての営業日も含めて団体のイベント企画の生計を立てていく。

長期的な視点で見ていくとイベントに協力していただいていた商店街の店が主催となり、さらにイベントを広げていける可能性も見れる。



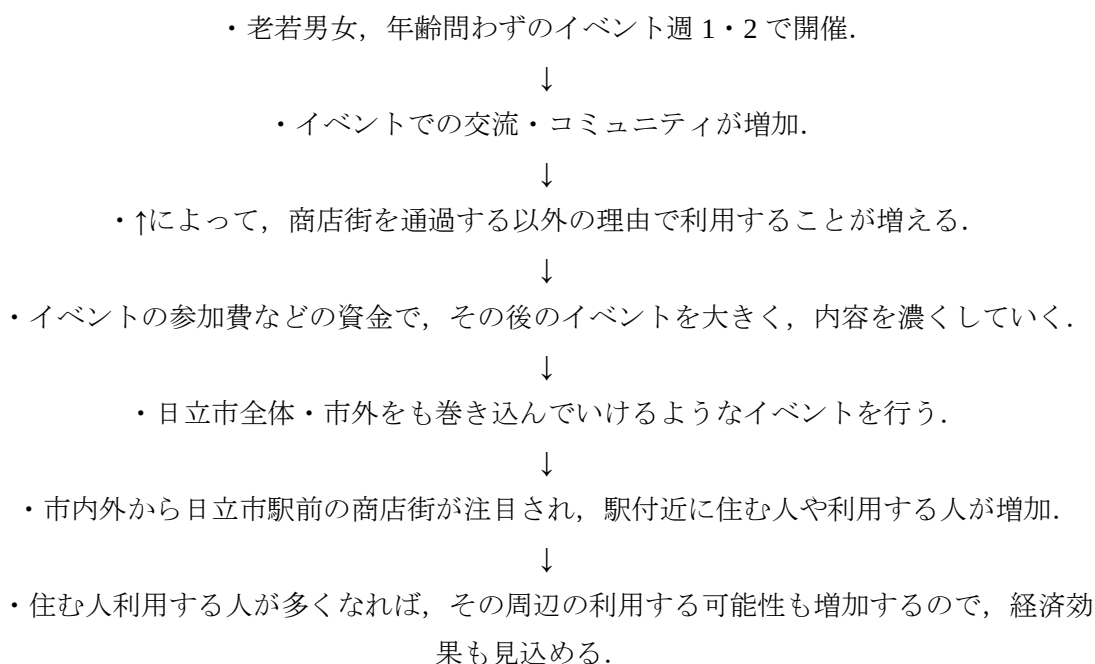
写真-1 カフェのイメージ(2)

この提案を行うことでこの班の地域活性化の定義である、「交流人口の増加」「経済効果の実現」、また現状と課題で出た「知名度を上げる」を達成できると考えている。

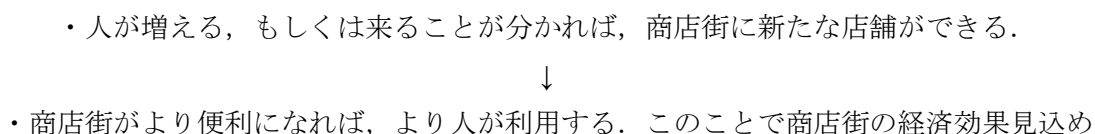
まず、いままでに無い視点として、イベントを行う団体を発足するということがあります。このイベントを企画していく団体は、週1（主に週末）のペースでイベントを企画していく団体となります。従来、商店街の店の人たちが中心となってイベントを企画しなかなか成果が得られず、本業との兼ね合いがつかなくなり、イベント疲れといった問題になっていたと推測されます。しかしこの団体は、イベントを企画していくことが本業としています。しかしながらイベントを企画していくだけでは、イベントの開催や団体として成り立つことは到底不可能である。このことから平日は空き店舗を使い、カフェを開いて、イベントへの資金を立てていきます。

有効である点としては、上述のように、この団体が独立してイベントを行っていくという事でイベントの大まかな企画等をこの団体に任せられるので、商店街の人も気軽に参加できることが挙げられる。また、教室や講習会を開くことで、例えば育児教室を開けば母親でのつながりができるといったように、様々な方向にコミュニティ・繋がりを広げることができる可能性がある。

ロジック



また、先ほどのロジックの途中で



る.

- ・子供向けのイベントが多数あり，日立に興味を持つ.



- ・商店街周辺は生活していくうえで必要な店などが揃っていること，商店街で家族で参加できるような子供向けのイベントや憩いの場があり，日立に定着する人が増加.



- ・商店街を利用する人が増加.

といった波及効果も期待したい.

根拠

“国の指導により全国の自治体では、子育て支援政策が行われるようになっていきます。子どもの医療費助成制度や出産時祝い金などは、金額の差はありますが全国どこの地域でも多くみられるようになりました。

このようにさまざまな子育て支援が行われていても、都会と地方といった地域性の違いなどやそのほかの理由で、なかなか子どもの数の増加には結びつかないのが課題となっています。

品川区では若いファミリー層の流入が増えて子どもの人口が増えましたが、その決め手となったものは何でしょうか。

それは、地域に住む人たちと子育て世帯との関わり方がポイントになります。品川区が最初にスタートさせた「83 運動」は、小学校の登下校時間にあたる午前 8 時と午後 3 時頃に、地域住民が買い物や散歩などでできるだけ外出をして、子どもを見守ろうという活動です。

また地域の子育て人材の育成と活用も積極的に行っています。子育てボランティアの育成を行い、地域子育て支援センターの充実を図るなど、地域住民のサポートを利用して区民全体で子育てを支援する仕組みづくりをしています。

このような動きに品川区の商店街が積極的にかかわっています。商店街が空店舗を活用し、「食育ステーション」を運営した例や、赤ちゃんからお年寄りまでの交流が可能な「品川宿おばちゃんち」の開設、お母さん向けの子育て相談室といったサービスを行っています。

このような商店街の動きは、子育てだけにとどまらず、大学と連携してより広範囲な品川区民全体へのサービスへと発展するようなものもあります。品川区の活性化は商店街がカギを握っています。”⁽¹⁾

といったように品川区でファミリー層の流入が増え子供の人口が増えた要因として、地域とのかかわりがポイントとなっていた。日立市でもこのように子供のことを、子育てを考

えた商店街を作り、イベントの街とともに子育てのしやすい街のイメージが定着していけば、人口増加・コミュニティの拡大と繋がり最終的に商店街の経済効果の拡大へと行きつくと考えた。そのきっかけ、スタート地点としてのイベント企画団体である。

・班員の役割

一人一人がこの設計案のアイデア等を出していった。また、それぞれが主に担当した項目が次のようになっている。

16t5018a 鬼満悠 → テーマ

16t5028s 鈴木海里 → 現状・課題

16t5012s 金子卓寛・16t5033s 谷垣陸・16t5040f 野市滉太・16t5053y 若山崇大
→ 具体的な提案

上記のように役割が分かれているが、あくまでも大まかなものであり、班員全体がこの提案を一緒に考えていった。誰かが突出して班の提案内容・発表に貢献したというよりは、各自がそれぞれ同じくらいに班に貢献したのではないかという結論に班員で至った。

・参考文献・引用

(1)商店街の教材化 (2018.7.16 閲覧)

[yoshidam.com/wp-content/uploads/2010/.../255e0aa2c262ab03a301abc579ebbc9c.pdf...](http://yoshidam.com/wp-content/uploads/2010/.../255e0aa2c262ab03a301abc579ebbc9c.pdf)

(2)社会科指導における地域の教材化 (2018.7.16 閲覧)

https://naragakuen.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=2623...

(3)東京のまちレポート (2018.7.22 閲覧)

<https://mansionkeiei.tokyo/tokyo/town/24.html>

(4)excite blog (2018.7.22 閲覧)

<https://raffinee.exblog.jp/10904170/>

シニアの学校の提案

5 班

16T5006Y 石川武大

16T5014F 関聡聡

16T5035F 豊田慎伍

16T5038H 仁平真由

16T5042R 土生都蒼太

16T5045T 松下大悟

16T5047G 村上明日香

1. テーマ・コンセプトの概要

コンセプト:学校×商店街

日立市を活性化するために、住民を元気にすることが大事であると私たちは考えた。高齢化が進む日立市では、高齢者を元気にする取り組みによって活性化につなげたいと考える。高齢化が進む日立市を活性化するために、私たちの班は、時間的、制度的な強制力を持ち、人と人とのコミュニケーションが行われる学校のシステムを用いた提案をしたいと思う。この提案によって以下の項目を達成することを目的とする。

(1) 規則正しい生活リズムの習慣化

時間的、制度的な強制力を持つ学校というシステムを用いることで、学校に参加するシニアの生活リズムを改善し、習慣化する。

(2) コミュニケーション

クラスという共同体で長期間を過ごすことで、通常の学習セミナー以上の出会い、繋がり、そして絆が生まれる。

以上の2つを達成することで、シニアの精神的、肉体的な健康を実現させることができ、日立市の活性化につながると私たちは考える。



図-1 シニアの学校の完成予想図

2. 日立市および駅前商店街の現状

・日本における少子高齢化

少子高齢化とは少子化と高齢化という二つの社会現象が同時に進んでいる状況である。少子高齢化が起こりやすい発達国家の中でも、日本における少子高齢化は非常に深刻な問題である。高齢化という社会現象におけるキーワードとして、高齢化率は高齢者が総人口に占める割合を示すものである。現代社会の発達により、人々の平均寿命が延びているので高齢者の人数が年々増えているのもごく普通な現象である。しかし、時間とともに中年層が高齢層に入る一方、出生率が減少し、生まれてくる子供の数が減少させる少子化がこの高齢者率をさらに増加させた。つまり、少子高齢化が単純に二つの社会現象を組み合わせたことではなく、両方が因果関係を持ち、それぞれ影響し合い、全社会的な課題となっていた。このまま少子高齢化が進めば、社会を支える役割を中心的に担う働き手の数は当然少なくなる。この数が減れば、総生産が減り、1人当たりの国民所得を維持することも難しくなってくる。

それぞれを考えると、少子化は日本または世界にとっても、深刻な課題である。少子化を起こる原因はいろいろがある。客観的に言えば、現代における経済の発達より、児童を労働力としての必要がなくなり、子どもを育成するの費用が非常に高くなった。特に、近代における日本の不景気という社会情勢で、金など原因で子供を産めないなど考え方が生じた。高等教育の普及で女性が社会へ進出が多くなっている一方、子育てに関する支援体制が不足している。子どもを産むことで、大きな機会を失うことになるので、子どもを産みたくない。主観的に考慮すると、価値観の変化がメインの原因となる。多様な楽しみや単身生活の便利さが増大すること、未婚化・晩婚化につながっていると考えられる。

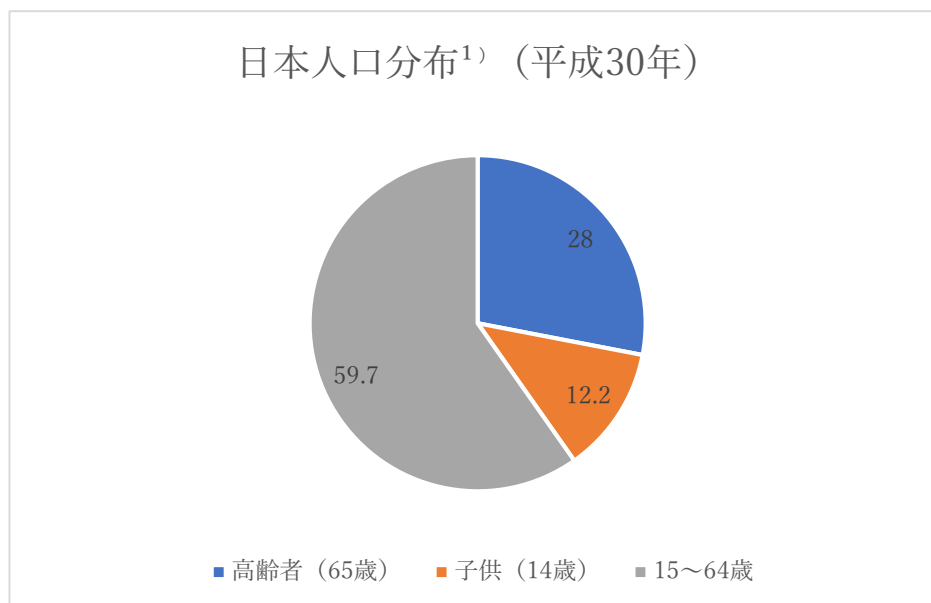


図-2 日本の人口分布(平成 30 年度)

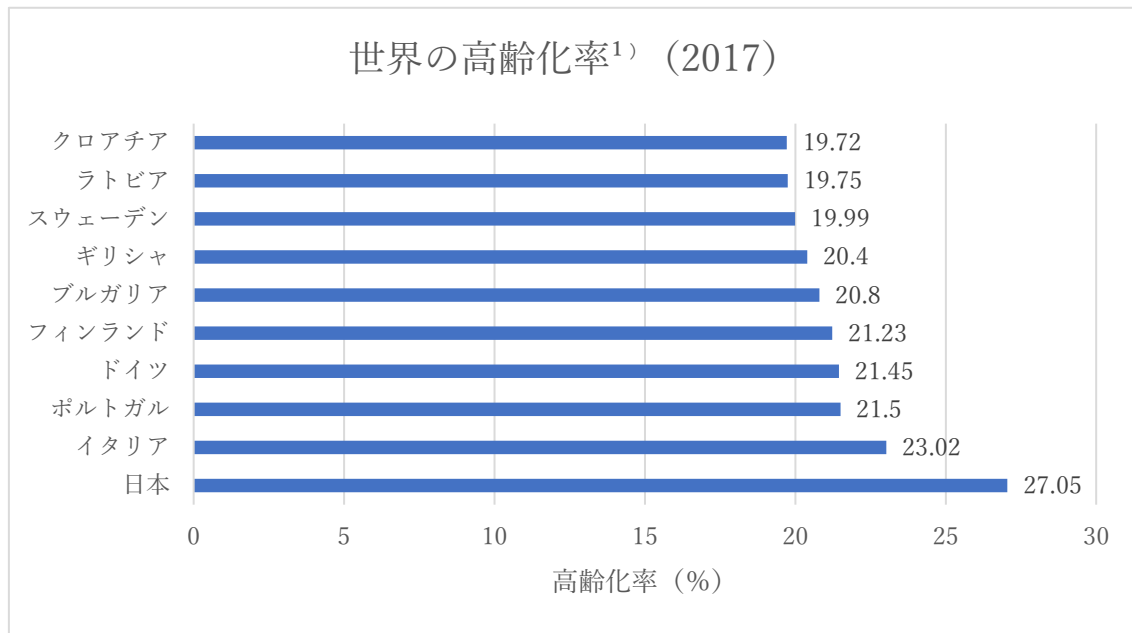


図-3 世界の高齢化率(2017 年)

つまり、少子化は単独な社会現象ではなく、世界または日本における複雑な社会課題により、少子化が止めずに進んでいる。図-2 に示したように、世界全体の環境で考えても、日本は第二位のイタリアより遥かに高齢化が進んでいる。故に、子育てを激励することより少子化を少しずつ止める一方、少子化を止められずと仮定し、高齢化社会への進行を中心に考慮すべきだと私たちの班は考えた。

・日立市における高齢化

高齢化社会を中心に考慮するために、日立市の現状を知る必要がある。日立市の公式ホームページより、平成 30 年年齢別人口を探した。少し計算した結果で、日立市における高齢者率はすでに 30.6%に達していることで、日本全体の高齢化率よりも 2%ぐらい高い。つまり、日立市において市民の 3 人に 1 人が高齢者となることが予想されている。日立市が超高齢化社会に迎えているといっても過言ではない。

そこで、超高齢社会に適応するために、日立市高齢者保健福祉計画が数年一度に定められていた。日立市では、現在の「高齢者保健福祉計画 2015」が平成 29 年度で終了するため、平成 30 年度から 3 年間を計画期間とする「日立市高齢者保健福祉計画 2018」の策定作業を進めている。この計画より高齢者に関する住まい、医療、介護、予防などを一体化させ、地域全体で支えることが考えられる。

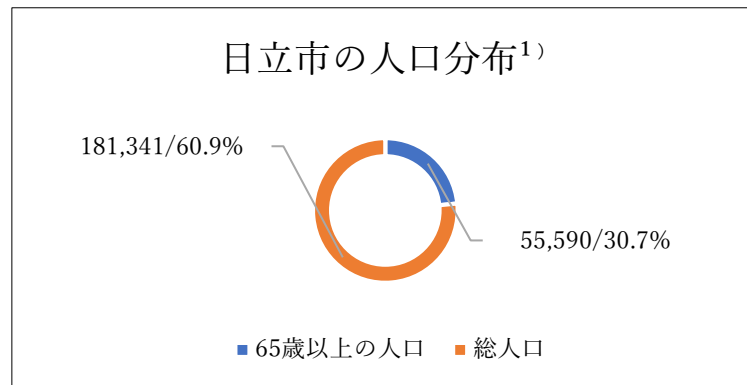


図-4 日立市の人口分布(平成 30 年)

それ以外に日立市には「ひたち生き生き百年塾²⁾」という「人づくり」や「まちづくり」を推進することをサポート・運営する団体が存在している。「百年塾」は日立市民全体に開放するもので、高齢者ももちろん含まれている。「暮らしと終活」など市民教授が開催する高齢者向けの講座が提供されている。基本的に、日立に関するものなら、市民の趣味、健康や観光資源の発掘などものは百年塾がすべて触れている。ところが、実際には百年塾は高齢者を対象とする活動は少々不足がある。というのも各講座の他に高齢者が長時間活動するような市外活動や学習活動がない。また百年塾での講座は強制ではないため、規則正しい生活リズムを習慣化することができないこともある。

・商店街の現状

日立商店街の現状は日立市民が一番よく知っているだろうが、いままで何年も活性化させようとしても、なかなか効果が見えない。商店街に人が少ないことが変わっていない。空き店舗が点在したままであったりする。今まで行った活性化策を一旦別のところに置くことにする。現代社会の発達により、商店街という、店舗での売買のやり取りをする場は段々人々に捨てられている。現在は食事の出前は日本ではそこまで発達してないため、商店街の飲食店などはかろうじて運営出来ている。ところが近年の郊外型の大型ショッピングモールやインターネットショッピングの急速な普及よりこのような小規模店舗は経営が非常に厳しい。インターネットショッピングを好まず、実物を見ながら買い物をする人は当然いるが、その人数は多くないので、数多くの店舗を支えるほどの購買力にはならない。よって、日立駅に近い商店街前半はまだ運営している店舗が結構あるが、まいも一入に入った途端に数多くの空き店舗が目に入った。

一方で、高齢者は物を見ながら買い物をする人の割合が多い。そして日立市は高齢化により高齢者の数が多い。そこでこの現状を活かして、商店街を高齢化向

けに改善することで商店街の活性化を図れると考える



写真-1 まいも一るに点在する空き店舗

3. 日立市および駅前商店街の課題

先に述べた高齢化は日立市や日本全体に対してどのような影響を与えるのかを考えてみる。厚生労働省が平成 28 年に発表した資料³⁾によると、平成 12 年に介護保険制度が始まって以来、要介護率が高まる 75 歳以上の割合が急上昇し一般歳出に占める社会保障関連費の割合が平成 12 年度は約 35 %であったのが平成 28 年度は約 55 %となっていることが分かる。そして今後も高齢者割合の上昇により社会保障関連費が国の財政に圧をかけることが考えられる。また地方財政も民生費の中の老人福祉費の著しい伸びや、先述した介護保険制度によって圧迫されている状況である。しかしながら高齢化の進行はやむを得ない現実だが、高齢化が進む過程で高齢者の精神的・肉体的な健康を維持向上させることで社会保障関連費の出費を抑制できるのではないかと考える。

一般に健康な高齢者は自身の健康の増進や生きがいのために、地域および社会への高い参加意識を持つ。地域にとってみれば高齢者が持つ高いスキルを享受でき、高齢者にとってみれば健康の増進に結び付くため、高齢者が積極的に参加できるようなシステムづくりが求められている。また高齢者の就業率は平成 29 年度に男性 32 %、女性 17 %と高い値となっており、高齢者の就業に対する意欲も高いことが分かる⁴⁾。また高齢者の起業に関して、総務省の 2014 年版 中小企業白書⁵⁾によると、2012 年の「起業家」の年齢別構成では 65 歳以上の占める割合が約 33 %となっており起業する人の実に 3 人に 1 人が高齢者となっている。現在の日立市ではこうした高齢者の需要に応えるような活動が少なく、また高齢者が地域で自立するうえでの踏み台となる場がないことが課題であるといえる。

また近年はオンラインショッピングの急速な普及や郊外の大型ショッピングセンターの開発によって若年層が駅前商店街を利用する機会が減っている。一方でインターネットに疎かったり遠くへの移動が困難であったりする高齢者にとって地元の商店街やスーパーマーケットは重要な商業施設である。ところが現在の駅前商店街はこのような高齢者を呼び込み、彼らの需要を十分に受け止められない現実があり、これは駅前商店街の課題であると言える。

4. 提案の内容

4.1 目的

時間的、制度的な強制力を持ち、人と人とのコミュニケーションが行われる学校のシステムを用いた提案により、以下の項目を達成することを目的とする。それによって高齢化の進む日立市において、住民である高齢者を元気にする（＝精神的・肉体的な健康を実現させる）ことで日立市の活性化につなげたいと思う。

(1) 規則正しい生活リズムの習慣化

生活リズムの習慣化について触れたが、現状、高齢者は早寝早起きなどが出来ているのではないかと感じる人もいるだろう。人は加齢に伴い生理機能が徐々に低下するため、必要とする睡眠時間が短くなると言われている。

例えば夜8時に寝て夜中の2時に目が覚めたとして、6時間は寝ているので、たしかに睡眠時間としては十分取れていると言える。しかし、加齢に伴い睡眠自体が浅くなり、昼寝も増える傾向にある。これでは、あまり良い生活リズムであるとは言えない。

生活リズムを整えるためには、日中は外に出て太陽の光を浴び、日中の活動量を増やすことで昼と夜のメリハリをつけることが大事である。そして、体を動かしたり人と会って話をしたりするほうが心地よい疲れが得られ、自然と眠れるようになる。

時間的、制度的な強制力を持つ学校というシステムを用いることで、学校に参加するシニアは決まった時間に登校し、決まった時間で学び、決まった時間に下校する。これにより生活リズムを改善し、習慣化する。

(2) 人と人とのコミュニケーション

クラスという共同体で長期間を過ごすことで、通常の学習セミナー以上の出会い、繋がり、そして絆が生まれる。クラスという集団行動の場で、個人の自由が多少制限される中、周囲と協調し他人を慮ることを身に付け、学校を卒業してからも地域の人間関係を良好にすることを目指す。

4.2 運営主体

運営主体は民間で担うことを想定している。ただしこの提案により高齢者の介護・医療費等が削減でき、便益が見込めるようなら税金を使い官民一体となった運営や、場合によっては市立の学校として設立し市が主体となり運営することも考えられる。

4.3 対象・規模

対象地域：商店街周辺

設置場所：銀座モールの空き店舗

対象者：おおよそ60歳以上の退職者

規模：初期設定15人1クラス（需要に応じてクラスを増やし規模を拡大していく）

授業料　：有料（状況に応じて市に支援を要請する）

4.4 課題解決のための方法

まず、私たちは現状でも述べた通り、高齢化社会に対応した提案をし、これからも増加するであろう高齢者世代を元気にすることで日立市を活性化することを目的とした。以上を踏まえ、以下の課題を解決することができる。

①高齢者が積極的に活動する場が少ない

日立市及び駅前商店街の課題について述べたように、一般に健康な高齢者は自身の健康の増進や生きがいのために、地域および社会への高い参加意識を持ち、就業に対する意欲も高い。しかし、現在の日立市ではこうした高齢者の需要に応えるような活動が少ない。そこで、私たちの提案を実現させることで、高齢者が地域で自立するうえでの踏み台となる場を生み出すことができると考える。

②コミュニケーションを増やす

実際、「ひたち生き生き百年塾」などの活動はあまり頻度が多いわけではなく、一カ月に1回あるかどうかといった程度である。さらに、この活動は特に高齢者だけをターゲットにしたわけではなく、活動時間もあまり長いわけではないため、参加者同士で長い付き合いができるようなコミュニケーションが取れるといった感じではないように思える。“生涯学習”という点だけ見れば良いのかもしれないが、私たちが思う活性化とは違うものである。そこで、私たちが提案する学校を行うことで、一定の集団でコミュニケーションをとることとなり、新しく長く付き合える友人を作る、もしくはより仲を深めることが出来るきっかけづくりとなる。

③商店街の空き店舗が多く、人通りが少ない

実際に現地調査を行うと、とても空き店舗が多く、駅近くの「パティオモール」から離れるにつれ、商店街を利用している人々の数が少なくなっていることが分かった。そこで、私たちの提案する学校を空き店舗を利用して建てることで、そこに通う人たちが商店街に足を運んでもらうきっかけづくりをすることが出来ると思う。さらに、点在する空き店舗に学校を入れることで、商店街全体の賑わいの創出につなげる。

④社会保障関連費の出費を抑制

日立市及び駅前商店街の課題について述べたように、現在日本は高齢者割合の上昇により、社会保障関連費が国の財政に圧をかけ、また地方財政も民生費の中の老人福祉費の著しい伸びや、介護保険制度によって圧迫されている状況である。そこでこの提案により、高齢化が進む過程で高齢者の精神的・肉体的な健康を維持向上させることで社会保障関連費の出費を抑制できる

4.5 施設・サービス等

- ・実施日時：週3日，1時間×2～3コマ（10分休憩），午後サークル活動
- ・給食の提供（日立市内の弁当屋）
- ・スクールバスによる送迎
- ・サークル活動の場の提供
- ・講師は募集や依頼によって広く集める（商店街の方を招いて店舗にちなんだ講義を依頼するのもよい）
- ・3年通ったのち卒業とする

4.6 授業内容

授業内容に関しては対象者の希望に沿った形にしたい為，アンケート結果より以下のようにした．

- | | |
|--------------------|------------|
| ・絵画教室 | ・健康学 |
| ・パソコン教室 | ・交通安全教室 |
| ・現代用語講座 | ・歴史学，日立の歴史 |
| ・スマートフォン・SNSの使い方講座 | |
| ・社会学 etc. | |

実施したアンケートの結果

1. 老後にもう一度学校に通うとしてどんなことを学びたいですか？

【例】交通ルール，健康学，絵，音楽，パソコン，国語，算数など

パソコン	社会福祉
健康学	ボランティア養成
現代用語・カタカナ語	AI 用語
経済用語	日立の歴史
絵	社会心理学
交通ルール	映画鑑賞・感想会

2. もし学校に通うとして週にどのくらいがいいですか？

A.平日毎日 B.平日4日 C.平日1日 D.その他

平日週2：15人

平日週1：14人

平日週3：1人

3. サークル活動を行いたいのか，行うとしたらどのようなものがよいですか？

スポーツ	釣り
パソコン	家庭菜園
健康	囲碁
スマホ	魚拓
タブレット	絵
山野歩き	体操
昭和歌謡，童謡	自然観察
グランドゴルフ	講義後にみんなで討論
将棋	麻雀

4. スクールバス等の送迎サービスは欲しいですか？

「欲しい」と答えた人：29人

「欲しくない」と答えた人：1人（意見：近ければ歩きたい）

		月	水	金
HR	8:20~8:30	朝の会		
1	8:40~9:40	絵画教室	映画鑑賞	現代用語講座
2	9:50~10:50	健康学	映画鑑賞	交通安全教室
3	11:00~12:00	パソコン教室	感想会	歴史学
給食	12:00~13:00	給食		
清掃	13:00~13:30	清掃		
HR	13:30~13:40	帰りの会		
放課後	13:50~	サークル活動		

図-5 時間割表の例

5. この提案の特徴

私たちの提案は、高齢者を対象とした学校のような施設であり、高齢者の学びの場やコミュニケーションの場となる。また日立市には私たちの提案と類似点のある既存の活動がいくつかあり、以下にこの提案と既存の提案との違いを示していく。

まず、先述した日立市で行っている「ひたち生き生き百年塾」との違いである。「ひたち生き生き百年塾」は、日立市民が生きがいのある生活を過ごせるように、余暇時間を使って生涯学習を支援するものである。生涯学習とは、単なる趣味活動からさらに広い分野で、社会性を持った学習活動にしていくもので、内容はジオ・ハイキングや子供支援の絵画教室、市民教授による各種講座などがある。ひたち生き生き百年塾と私たちの提案は、対象が高齢者に限らないが、市民が学習するという点が似ている。しかし、ひたち生き生き百年塾は、学習を通して生きがいのある生活にすることが目的であるが、私たちの提案は、学ぶことで生活をより良いものにするという目的も含まれている。また一番の目的は、学校という時間的強制力を持ったシステムを用いて生活リズムを改善、習慣化し、コミュニケーションの場を作ることである。そのため、ひたち生き生き百年塾とは目的が異なる。また、ひたち生き生き百年塾でもコミュニケーションはとれるかもしれないが、その場その場の関わりであるため、関係を深めるのは難しいと考えられる。

続いて、グランドゴルフなどの地域で集まって行っているサークル活動との違いである。グランドゴルフなどのサークル活動は、趣味の合う人が集まって行うもので、コミュニケーションの場にもなる。サークル活動と私たちの提案はコミュニケーションの場という点と定期的に行っているという点は同じである。しかし、サークル活動は趣味の集まりであるため、学校のような強制力がない。そのため、生活リズムの改善、習慣化にはつながらず、健康には影響しない。

最後は、介護施設との違いである。私たちの提案は健康寿命を延ばすことを目指した提案であり、介護が必要になる前のシニア層が健康でいられるように働きかけるものである。そのため、介護の必要がないシニア層を対象とし、この学校が介護施設化することのないように運営する。

また、学校であるために卒業も存在する。卒業したとしても、学校で築いた友人やグループが卒業後も続くと考えられる。その関係が続くことによって、友人とどこかに出かけるなど、学校に入る前よりも活動的になると考えられる。実際に私たちは、中学や高校での友人とは、卒業した今でも親しいため、十分に可能性はあると考えている。

6. 日立市や地域、周辺住民への効果

1) 日立市への経済効果

私たちの提案のシニアの学校により、高齢者が元気、活発になり、外にコミュニティーが出来るようになる。このことで今までは家にこもっていた人も外に出るようになることで、外で友達と買い物、食事などをするようになり、経済効果を生むようになると考えられる。また、シニアの学校の目的の一つでもある高齢者の健康寿命を延ばすということから健康な高齢者が増えれば日立市の保険料の削減にもつながると考えた。

2) 商店街の活気増加

今の日立駅前の商店街は、利用者も少なく、人通りもなく寂しい現状である。しかし、シニアの学校を商店街の空き店舗に入れることで、学校の日は一一定の人が少なくとも商店街を訪れることになる。そこで、商店街で買い物をしていく人もあり、また商店街の人ともコミュニティーを作りやすい。ここで、コミュニティーが形成されることで商店街の活気増加にもつながると考えられる。

3) 周辺地域からの移住者増加

シニアの学校により、高齢者が元気になり健康寿命が伸び、コミュニティーが出来て楽しいセカンドライフが送ることが出来るということが達成されてそれが周辺地域に伝わることで、日立市に移住して自分も健康になりたいと思う人が増えると思う。

4) 高齢者から若者への技術、知識の提供

商店街にシニアの学校を作り、学校に若者を呼び若者と高齢者の交流の場所を提供することで高齢者の今までの人生で培ってきた知識や技術を伝えることが出来る。その中には、教科書には載っていないような昔の暮らし、戦争体験、地域の風土などが考えられ、これらは実際に体験した高齢者から聞くのが一番である。また、逆のこともいえて普段から若者と交流する機会がない高齢者からしたら良い機会である。若者と接するこ

とで元気をもらい、自分が教える役割を与えられる。仕事を辞めてからはなかなか体験することがない役割を与えられることはその人にとって大きな生きがいにもなると考えられる。

役割分担

石川武大	パース図
関聡聡	日立市及び駅前商店街の現状
豊田慎伍	日立市および駅前商店街の課題
仁平真由	この提案の特徴
土生都蒼太	日立市や地域，周辺住民への効果
松下大悟	提案の内容
村上明日香	提案の内容

参考文献

- 1) 日立市ホームページ 日立市地区別・年齢別人口 平成 30 年 4 月 1 日現在
www.city.hitachi.lg.jp/shisei/008/001/p003152.html
- 2) ひたち生き生き百年塾
www.net1.jway.ne.jp/ikil00j/
- 3) 厚生労働省 医療と介護を取り巻く現状と課題等
<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12404000-Hokenkyoku-Iryouka/0000167844.pdf>
- 4) 総務省統計局 労働力調査（基本集計）平成 29 年度（2017 年度）平均
www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nendo/pdf/2017nd.pdf
- 5) 中小企業庁 2014 年度 中小企業白書
www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/PDF/07Hakusyo_part3_chap2_web.pdf
- 6) 田辺三菱製薬 Suimin.net
<http://www.suimin.net/sp/step3/age/>

2018/07/26

都市システム工学設計演習Ⅰ 最終報告書

日立駅周辺地区の活性化に向けた提案

提案 6 班

16T5004N	五十嵐 倫太郎
16T5005G	池澤 雄之介
16T5008L	伊藤 柊介
16T5013L	金田 航平
16T5022H	小谷野 陽平
16T5034L	徳元 秀平
16T5041X	MAI ZHEN

目次

1. テーマ・コンセプトの概要
2. 現状と課題
 - 2.1 通常時から見た課題
 - 2.2 イベント時からみた課題
 - 2.3 景観面から見た課題
 - 2.4 データからみた課題
3. 提案の内容
 - 3.1 ハード面の提案
 - 3.1.1 提案の概要
 - 3.1.2 提案による効果
 - 3.2 ソフト面の提案
4. 役割分担
5. 質問への返答

1. テーマ・コンセプトの概要

私達の班は日立駅前に位置する“日立シビックセンター新都市広場の再整備”をテーマとし、“地域をつなげる広場”をコンセプトとして提案を行う。現状、広場はごく少数の限られた層の人しか利用していない。実際に現地でヒアリングの調査を行った結果、通勤通学の際に日立駅からパティオモールに向かう通りを通る際は構造物が邪魔などの意見を頂いた。このことから広場の再整備が駅前の活性化につながると考えた。

2. 現状と課題

日立市で一年間から生活しているうちに、新都市広場の閑散としていることが分かってきた。新都市広場でのイベント時には、多くの人が集まり賑わいを見せているが、イベントがない時にはほとんど人がいない状況である。通常時でもパティオモールやイトーヨーカドーを利用する主婦やお年寄りや新都市広場にあるベンチを球形で利用する社会人などをちらほらと見かけることができる。しかし、パティオモールや新都市広場を利用する人もほとんどが通過を目的としている。このような現状を改善するには、新都市広場を再整備することが効果的だと考えた。そこで、新都市広場を中心に対象地域の課題を調査した。

2.1 通常時から見た課題

新都市広場の現状として、人々にほとんど利用されることのない空間が、駅前と商店街の間にあることが、対象地域全体に閑散とした雰囲気を与えている。また、新都市広場の地下にあるマールホールはほとんど利用されていないだけでなく、通常時には施錠されており入ることもできなくなっている。駅側にある舞台も通常時には利用されていない。

2.2 イベント時からみた課題

イベントで利用時の新都市広場の課題として、広場の東側にある舞台がある。舞台が日立駅から背を向けた状態で立地しているので、舞台で何かイベントをしても駅の人からは何をやっているのか分からない状況になる。ゴールデンウィーク期間に、新都市広場で行われているオクトーバーフェストというイベントでは、シビックセンター前に舞台をつかってイベントを行っているのですが、もともとある舞台を利用していない。また、ひたち国際大道芸というイベントでは、舞台を利用して芸を披露していた人もいたが、舞台が客席よりも高所にあるため、観客にとって見づらい環境になっていた。

2.3 景観面から見た課題

新都市広場には景観的な問題もある。駅からパティオモールに向かう途中には、植栽や東屋、太い柱といった広場を囲うように構造物が配してあり、人々はそれを避けるように通り抜けている。それらの構造物の位置によって、広場や駅、商店街への導線を阻害されている。

また、広場にある段差を利用して通っている人はあまり見受けられず、その蹴上げも

300mm と、階段として利用するには高くなっており、この段差も新都市広場の課題である。

イベント時においても、日立駅から広場を見たときに JWAY の建物や木々、舞台が邪魔をして広場を見ることができず、どんなイベントを行っているか分からないという課題がある。

2.4 データからみた

新都市広場の人の流れを把握するために、広場にアクセスする主要な 4 地点で、昼間(11:00~12:00)と夕方(17:00~1800)の 2 回に分けて調査を行った。2 回の調査から、2.3 節で述べたような景観的課題が原因となり、通行する人のほとんどが広場を迂回しているという現状が浮かび上がった。

昼間の通行では、通行者は主婦層や年配者がほとんどで、パティオモールから日立駅にかけては広場を迂回している人がほとんどであった。夕方の通行においても帰宅のために通る会社員や学生が多かったが、昼間と同様広場を迂回しての移動が多かった。

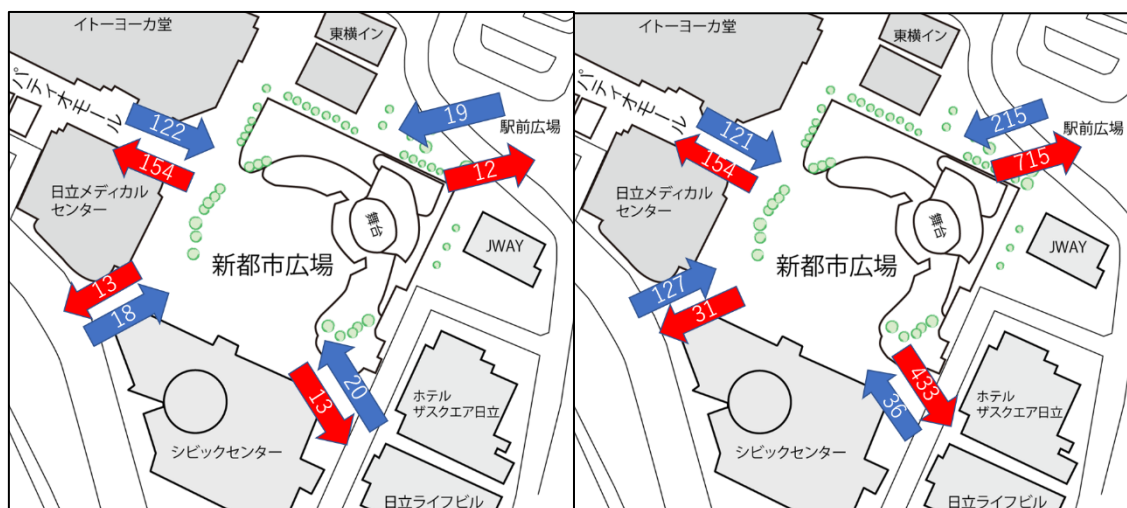


図-1 昼間（左）と夕方（右）の調査結果

3. 提案の内容

今回の提案の内容として、導線を阻害する要因となっている物をなくすだけでなく、再整備によってさまざまな地域をつなげるような提案を考えた。そのような提案の内容を、ハード面とソフト面の2つに分けて説明していく。

3.1 ハード面の提案

3.1.1 提案の概要

私たちの提案は、現在の広場を芝生と水場を設けた公園に再整備することである。広場のデザインしていくうえで、ひとたちの生活を支える一つの魅力である海から水という要素を抽出し、「日立の川」をイメージした、親水公園を提案することにした。マイモール、パティオモールを通り広場を抜けて日立駅を通して景観的に海とつながる。そこを通る人々が川の流れが速い部分、水場や芝生など人がとどまり、憩う部分は川の流れが緩やかな部分を象徴している。

シビックセンターが広場におとす影に配慮しながら芝生の範囲の決定した。芝生以外の部分には現在の広場に用いられている大理石や御影石を利用することで、現在の広場の面影を残しつつ、材料を節約することできる。また、水場のモチーフとして、かつて現在の広場にあった日立鉱山専用電気鉄道の線路の形を参照した。同鉄道は1908年から1960年にかけて、日立鉱山に人員や貨物を輸送し続けたもので、これを参照することで、新広場にできる水場に企業城下町として発展した日立市の歴史の積層を表現している。

3.1.2 提案による効果

提案による2章で述べた現在の諸課題への効果を示していく。対象地域の課題として、導線や視線を阻害する構造物により、人々が広場を迂回していることや、通常時の広場が利用しづらく、利用者も少ないこと、イベントの際の利用のしにくさなどをあげた。

現在の広場は、その閉鎖的な空間構成ゆえに商店街、広場、駅それぞれが視覚的に分断されてしまっている。そこで、原因となっている高低差や柱、植栽などをなくしたり間引いたりすることで、駅構内から商店街にかけての連続的なつながりを持たせた。

また、通常時の利用者が少ない課題に対しては、広場にいくつかの魅力を持たせることで、改善できると考えた。芝生や水場は、遊び場や憩いの場としての魅力を有し、それらが人々をとどまらせることを期待している。水場は、水を流さないときは、座るのに適度な段差になるように設計しており、水を流さない夏以外の季節でも利用できるように配慮している。

背後に壁が設けられており、駅方向への視覚的な情報の一切を遮断している舞台は、位置を現在のJWAYがある場所に移し、シンプルなコンクリート平面にすることにより、駅前広場だけでなく、ガラス張りの日立駅構内のほぼ全体から、広場の賑わいを見れるようにした。

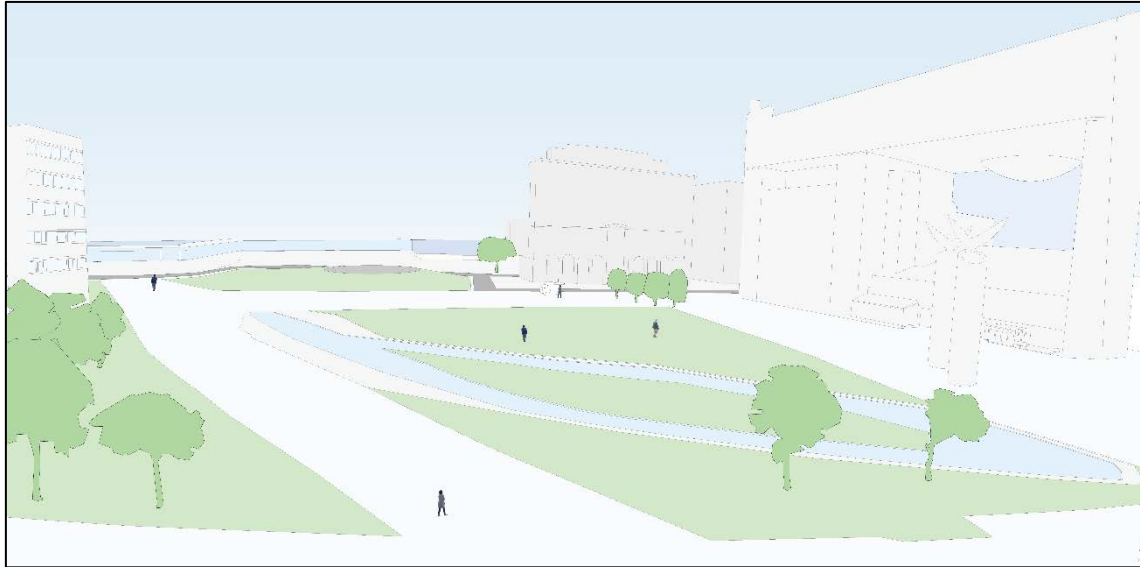


図-2 イメージパース

3.2 ソフト面の提案

運営は、行政、商店会、ホテル・フィットネスクラブなどに手伝ってもらい運営する。そしてその運営の資金としては屋台や公園を使う一般団体や、ホテル・フィットネスクラブなどの公園周辺の習慣的に利用する団体を主に出してもらうようにする。現在新都市広場は、市より委託され、公益財団法人日立市民科学文化財団が運営している。運営団体を官民一体の複合団体とすることで、イベント利用やトラブルが生じた等の際により柔軟で迅速な対応が可能になる。また、”地域をつなげる広場”というコンセプトから、今後は商店街から広場までが物理的、そしてシステムの一体となった環境づくりが必要だと考える。

ホテルやフィットネスクラブなどの公園を習慣的に商業的に利用する団体に対して、運営に関与してもらう代わりに、一般団体と比べ、利用費を安くしたり、利用するにあたっての手続きを簡略したりするなどの特典を与える。それによって、運営に関わるメリットを作り、運営に関わりやすい環境を作る。

○運営費に関して

運営費は「南池袋公園」の出店者の経費負担を参考にするようにする¹⁾。南池袋公園では利用費を①固定分、②歩合分に分けて徴収している。固定分はどの団体にも共通のひと月の固定の利用料をとるということであり、歩合分は利益の格差から不平等をなくすために利益の多い利用団体から多く利用料を取るというものである。この方法を私たちの考える公園でも利用しようと考えた。また、固定分の利用費について、移動式屋台を例に挙げる。移動式屋台は出店場所の制約が厳しく、私有地への出店が主であるが、トラブルも多く問題となっている。そこで私達の広場へ移動式屋台を誘致すれば、互いにメリットが生まれる。他の出店者や利用団体においても、このように利用することでメリットが生まれるシステムを構築することで、運営費の確保が可能になると考える。

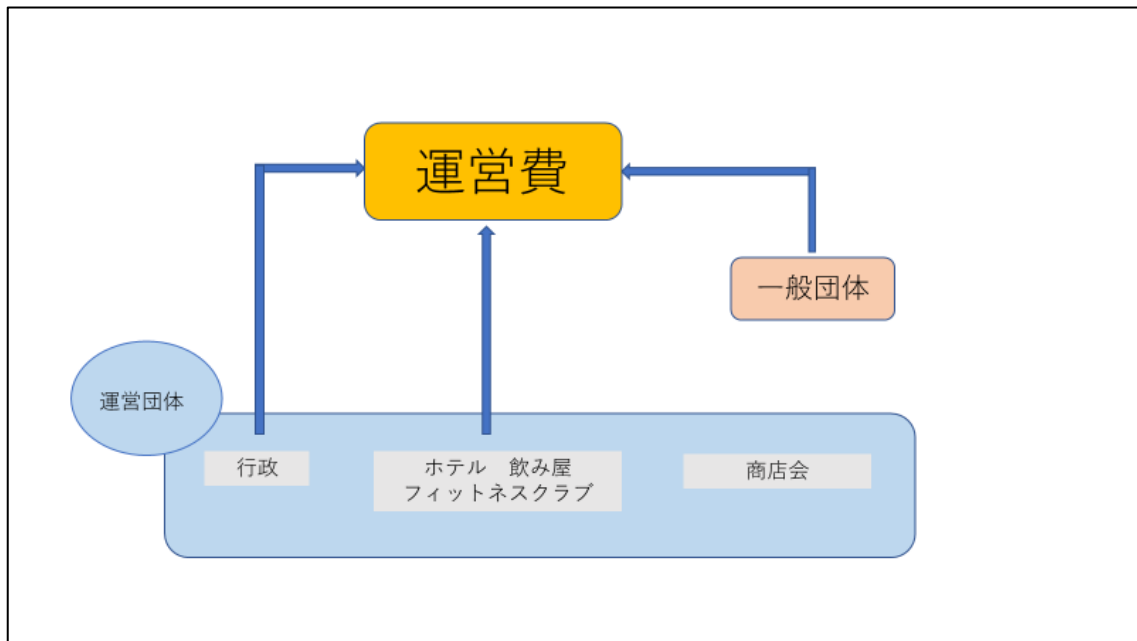


図-2 運営のフローチャート

○団体の公園に対する使い方の例について

①フィットネスクラブ

…ヨガ教室を出勤前のサラリーマン，OL を対象や，平日の昼間の公園のすいている時間帯の主婦層を対象として開催する．

②ホテル

…日中開催する野外でのビュッフェスタイルのランチや，土日を利用した結婚式などを行う．

③居酒屋

…日立製作所のノー残業デーである水曜日や，週末である金曜日の夜を利用したビアガーデンを開催する．

以上が運営に関わる団体の公園の使用例である．

次に一般利用団体の使用例を以下に書く．

①幼稚園・保育園・小学校

…おでかけや遠足の目的地として利用．芝生上でお弁当を食べたり，鬼ごっこなどの遊びをさせたりなど，一般的な公園として利用してもらう．

②屋台

…お昼や夕方などの時間帯に食べ歩きできるものの販売．

日常的に展開される屋台には，素早く展開し営業終了後も，素早く撤退することが求められる．そこで，シビックセンター横の道から直接広場にアクセスできて，日照の関係で芝生にすることが不可能な範囲を，屋台を展開する場所とした．

4. 役割分担

五十嵐倫太郎…中間発表, 最終発表でパワーポイントの説明

話し合いで有意義な提案

パワーポイント作成

池澤雄之介…話し合う日, 積極的な参加(出席)

最終発表でパワーポイントの説明

パワーポイント作成

現地調査(1回目)

伊藤終介…班長としての役割(役割采配, 司会進行)

現地調査(1回目, 2回目)

中間発表でのパワーポイント説明

パワーポイント作成

金田航平…最終発表でパワーポイントの説明

現地調査(1回目, 2回目)

パワーポイント作成

現地調査の際車だし

小谷野陽平…最終発表でパワーポイントの説明

現地調査(1回目, 2回目)

パワーポイント作成

現地調査の際車だし

徳元秀平…中間発表, 最終発表でパワーポイントの説明

現地調査(1回目, 2回目)

パワーポイント作成

図面作成

原案の意見出し

他の班員へのアドバイス(パワーポイント作成時)

現地の写真撮影

MAI ZHEN…最終発表でパワーポイントの説明

現地調査(1回目)

パワーポイント作成

パワーポイント, ワードの整理

5. 質問への返答

- ・地域をつなげるとはどのようなことなのか、具体例を知りたい。

→昔の日立駅をモチーフにしたデザインにすることによる歴史的つながり、再整備による歴史的つながり、運営を官民一体とすることによる地域的つながりを考えています。

- ・イベント時、通常時のパースや図面が欲しい。



図-3 通常時の屋台の利用図

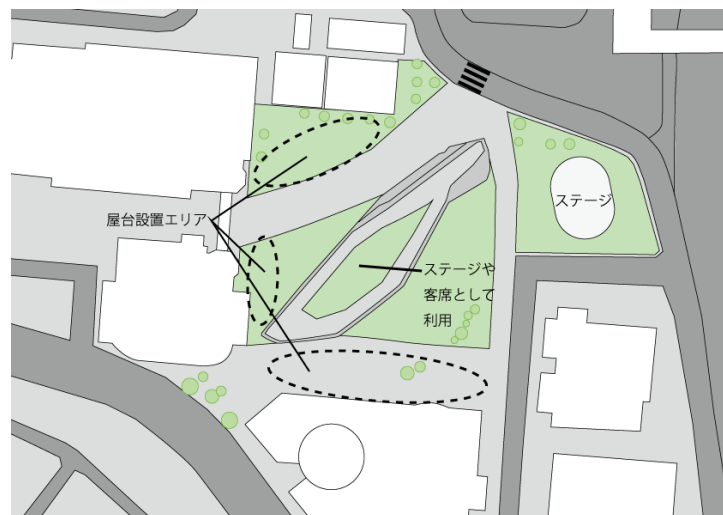


図-4 イベント時の利用図

- ・何を目的に再整備を行うのか。

→現在使われている公園は、モニュメントや石造の形が公園に入る人たちの導線を阻害しているようになっています。またステージが駅から見えなくなっているため、イベントを行うときにもったいない配置になっています。そのため導線の整備をするとともに魅力ある公園にするために再整備を行おうと思いました。

- ・ 広場にとどめたい人を明確に、またそのためのイベントや事業をしっかりと考えてほしい。
→朝は通勤前の会社員、昼間は高齢者や主婦や子供、夕方から夜にかけては会社帰りの会社員をターゲットにしようと思っています。また祝日や週末は結婚式やビアガーデンなど遠くから来た人でも楽しめるようにしようと思います。
- ・ 広場を整備するにあたって、工事費を削減する案はあるか。
→今ある広場やステージに利用されている石を再利用して材料費を削減しようと考えています。
- ・ 大規模な整備は非現実的では？
・ 広場が広すぎると維持費がかさむのももう少し狭くしたほうがいいのでは？
→広場全域を再整備しないと、活用できない無駄なスペースが生まれてしまい、再整備の意味がないと考えました。また、中途半端な大きさの広場ではイベント等にも利用しづらいと考えます。
- ・ 経済効果によって改修費をペイできるのか？
→再整備後の広場は日常的に個人や法人に利用されることを想定し、設計しました。再整備後すぐに改修費を回収できるとは思いませんが、現在の利用頻度、経済効果と比較し、長期的な目で見れば、十分な経済効果を見込めると考えました。
- ・ 日立駅周辺商店街の活性化を目的とした授業だが、広場の再整備によって商店街が活性化するか？
→本授業では、日立駅周辺地区における活性化を目的としており、必ずしも商店街を対象にしなければならないわけではないとの説明が先生よりありました。先生の話はしっかり聞きましょう。
- ・ 商店街についての対策は？
→日立駅から広場、パティオモールにかけてのつながりを意識して広場を設計しました。広場に賑わいが生じれば、広場にいる人々の商店街への流入も見込めると考えます。また、広場に出店する屋台では商店街の各店舗の商品も出品する計画です。

参考文献

- 1) 豊島区立南池袋公園カフェ・レストラン設置管理運営業務事業者募集要項
<http://www.ikebukuro-net.jp/backnumber/mpg/201501/minami-park2015.pdf>
2018.7.24 閲覧

未来につなげるアート事業

最終レポート

実践班 7 班

16T5016R	木暮聖
16T5017H	木下恵太
16T5019T	桐原廣大
16T5027Y	真保琢海
16T5032Y	田嶋和也
16T5043H	深谷泰己

1 テーマ・コンセプトの概要

私たちは、商店街を活性化に必要なキーポイントとしてその街で人々が誰かに話したくなるような「ストーリー」をつくること。そして、その街にしかない「個性的なもの・魅力」を形成することが、人々がその場所に来る形成につながると考えた。そこで私たちに班は、日立市の象徴的なものである「海」を商店街にテーマとして取り込み、アートの力によって商店街を盛り上げようと考えた。アートを取り入れた理由としては、時代のニーズに合わせて変容が可能であること、SNSなどで拡散されやすく、全国に広まりやすいということ、県北芸術祭が開催されるなど茨城県の芸術に対する意識が高まっていることなどが挙げられたためである。まず、商店街において景観を損ねているシャッターにプロで活躍しているアーティストを呼び、日立の海を連想させる素敵なイラストを描いてもらう。イラストが増えていけば、お客さんが足を運ぶきっかけとなり場の活性化を促し商店街の送り手の活性化につながる。また、商店街の活性化は徐々に拡大してくものなのでイラストのみで人を呼び込むには限界がある。そのため、月に1回のペースで道路を封鎖し子供をメインに自由にイラストを描けるイベントを行い往来の確保を行う。



図1 事業の概要図

2 現状と課題

現在、商店街では人通りが少なく、通る人々もほとんどの人が利用を目的ではなく道路として通過するだけとなっている。また、商店街の送り手である店経営者の高齢化や後継者不足などで、いたるところで空き店舗化や店舗の取り壊し、駐車場化が増えている。

このような衰退の中で、商店街の経営者たちが何も行ってこなかったわけではない。彼らは、昔のように人々が賑わう場を取り戻すため若者向けの店を出したり、映画館を建てたりイベントを行うなど様々なことを行ってきた。しかし、ほとんどが次に繋がることなく今の状態となった。結果として、商店街全体として送り手の方々のモチベーションが低下しまった。

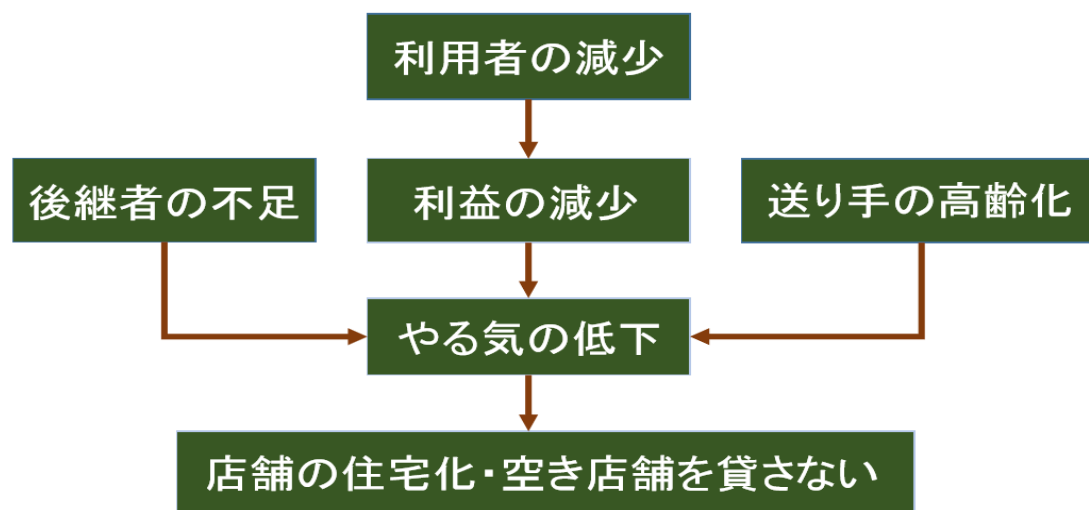


図2 現在の商店街の問題点

3.1 実践の内容

私たちは、この現状にアプローチするため、まずは商店街の送り手、商売をする側の方々のやる気の低下を解消するところに目的を置いた。理由として、商店街を活性化していくうえでそこで商いをする人のやる気の低下が起きている中、その商店街自体を活性化させることは、難しいと考えたからである。

そして、この目的達成のための手段として SWOT 分析を用いた。SWOT 分析とは、それぞれ強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、危機 (Threat) について当てはまる項目を列挙し、それぞれのグループを比較して解決策を模索する方法である。

この分析法の元、私たちは「アート」をテーマに、①商店街ウォールアート事業、②商店街お絵描き事業の二つの事業を行うことに決めた。

- ① 商店街ウォールアート事業は、SWOT 分析による『強み』と『機会』、『機会』と『弱み』に着目して、商店街を拠点とし、徒歩範囲で海を楽しめる街としての魅力づくりを図ることを目的に活動する事業である。使われなくなった商店街の店のシャッターにプロのデザイナーにウォールアートを描いてもらい、主に市外の人々を対象に、そのデザイナーの方の描いた絵を SNS で発信し、その効果で足を運んでくれた方々がまた SNS で発信するといったサイクルに期待した。また、SNS、ウォールア

ートをきっかけに、足を運んでくれた方々があまり知られていなかった商店街の新たな魅力を発見することで、日立の商店街の広域にわたる魅力の認知の形成を図る目的もある。

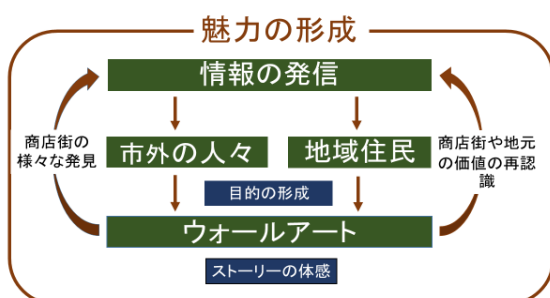
- ② 商店街お絵描き事業は、同分析による『強み』と『危機』の兼ね合わせに着目して、人々がコトを通じて交流・にぎわいを求める場づくりを目的に活動する事業である。
- ①で提案した事業では、主に外的な活性化を目的としていたことに比べ、この事業は、内的な（地域住民内の）活性化を主な目的として行う。この事業は主に園児や児童を対象に、その親御さんや商店街を普段から利用している老若男女を対象範囲として行う。まいもーる地区の一部の道路を借用して、その車道に対象者に『海』をテーマに好きな絵を描いてもらう。絵の材料は、後で落としやすいようにチョークを使用した。こちらも絵によるイベントになるため、情報発信による拡散を容易に行えるため、次のお絵描きイベントにつながる循環ができることにも期待した。

SWOT分析による商店街の診断

強み (Strength) ✓ 歩いて買い回れる環境がある ✓ 近くに海がある ✓ グットデザイン賞を受けた日立駅がある S	弱み (Weakness) ✓ 送り手のやる気の低下 ✓ 空き店舗・駐車場の増加 ✓ 人の流れを誘導できる魅力の不足 W
機会 (Opportunity) ✓ 2019年に茨城国体が開催される ✓ 2019年に第二回県北アートが開催される ✓ SNSの普及 O	危機 (Threat) ✓ 地域の人口減少と少子高齢化の進行 ✓ ネットショッピングによる市場の独占 T

図3 今回用いた SWOT 分析の図

ウォールアートの効果



お絵かき事業の効果

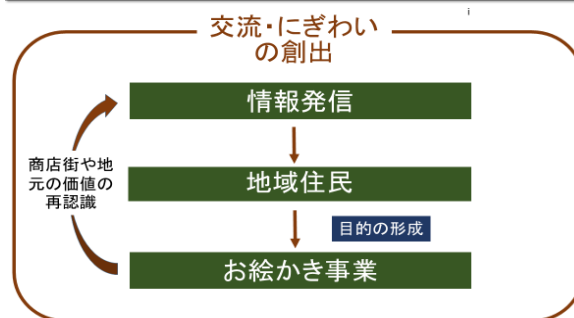


図4 それぞれの事業の効果の概要図

3.2 計画段階における事業のイメージ

1 ウォールアート



図 5 シャッターペイントのイメージ図

日立市の風景「海」をイメージしたアートを使われていない店舗のシャッターにデザイナーの方に描いてもらう。デザイナーの詳細については以下に記す。

デザイナー：熊谷春香さん

- ・ 1995 年 生まれ
- ・ 東北芸術工科大学グラフィックデザイン学科 卒業
- ・ 出身は山形県。フリーランスのグラフィックデザイナー兼クリエイター。茨城県北アートの参加経験もある。

2 お絵描きイベント

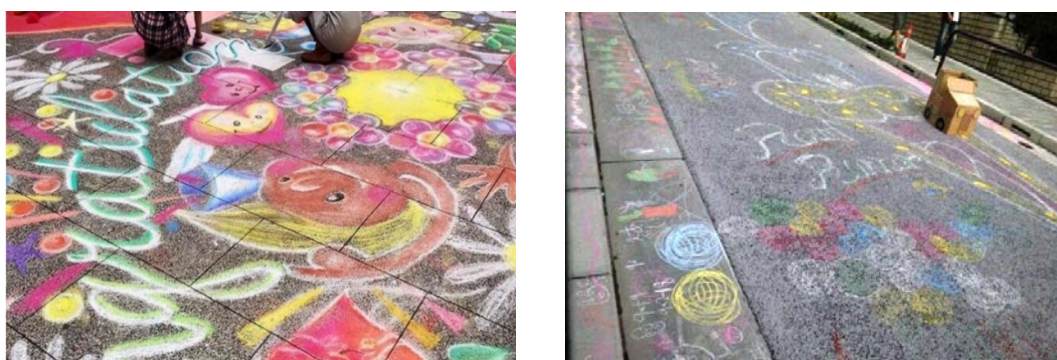


図 6 お絵描き事業のイメージ図¹⁾

前記のウォールアートのすぐ目の前の道路にチョークを用いて絵を描く。本イベントは、周辺の学童や学校にお知らせをし、園児や児童に自由に絵を描いてもらい、ひとつの絵として完成させる。ウォールアート同様、海をイメージした絵にする。

3.3 実践に至るまでの過程

事業遂行までの主な活動を開始時期に従って時系列にまとめた。

4月～5月

- ・デザイナーとの渉外作業
- ・ウォールアートを実施できるシャッターの選考，許可取り
- ・商店街利用者に対するアンケート調査

6月

- ・県主催商店街活性化コンペ事業への応募，及び最終審査（コンペ二次審査は7月）
- ・事業資金の調達
- ・道路占有許可の申請
- ・多賀工業会学生生活動支援助成の申請

7月

- ・事業資金の調達（6月から引き続き）
- ・事業宣伝用のポスター作製，及び宣伝
- ・道路占有に必要な看板，迂回路案内の作製，事前掲示
- ・チョーク等備品の購入，収支のとりまとめ

4月～5月

- ・デザイナーとの渉外作業

デザイナーの選考，選考後は実際にウォールアートを担当して頂いた熊谷春香さんと日程や依頼費用などについての交渉を逐次行った。

- ・ウォールアートを実施できるシャッターの選考，許可取り

商店街を訪れ，ウォールアートを描くことができるシャッターを探し，持ち主の許可を得た。実際にウォールアートを描くことになったシャッターは元々落書きがあり，持ち主も落書きが消えるということで承諾を得ることができた。同時に実施予定地区であったまいもーるで営業しているお店をすべて訪れた。その中でアート事業の説明を行い，事業計画についての賛否，意見を集めた。



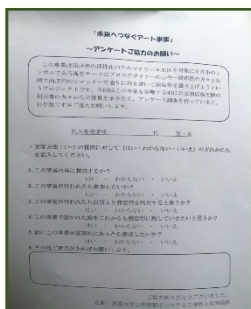
図7 承諾を得たシャッター

- ・商店街利用者に対するアンケート調査

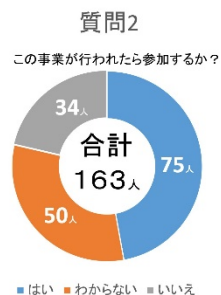
アート事業計画について普段商店街を利用している人々の意見を聞くために商店街で

アンケート調査を行った。結果 163 人から回答を得ることができた。アンケート内容、結果を図 8 に示す。

住民アンケート調査①



住民アンケート調査②



住民アンケート調査③

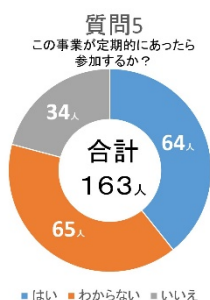
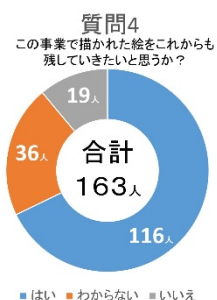


図 8 アンケート調査の結果

このアンケート調査の結果より、わからないと回答した人々を今後取り入れていくかということが重要であり、今回の事業のカギとなると分かった。

6 月

- ・ 県主催商店街活性化コンペ事業への応募、及び最終審査

事業継続資金源として、また活動の認知のために茨城県産業戦略部中小企業課主催のコンペ事業に応募した。本事業案は応募された 30 案の中から一次審査を突破し、県庁で行われた二次審査に進むことができた。7 月に行われた二次審査では残念ながら入賞することができなかったものの専門家からの意見を得ることができた。



図 9 コンペ二次審査の様子

- ・事業資金の調達のための企業訪問

事業資金を得るために商店街周辺の企業を自ら訪れ、本事業計画の説明を行い、協力（協賛金）のお願いを行った。7月までの活動の結果、6つの企業様から協賛金を頂くことができた。（企業名、金額は後述収支報告に記載）

- ・道路占有許可の申請

お絵かき事業実施のための道路占有許可を得るために日立市役所、日立警察署、日立消防署を訪れた。事業説明から許可証の発行については約1ヵ月を要した。

- ・多賀工業会学生活動支援助成の申請

事業資金を得るために多賀工業会学生活動支援助成を利用した。審査の結果、給付時期は未定であるが、活動が認められ、助成金給付対象に選考された。

- ・事業宣伝用のポスター作製、及び宣伝

道路占有許可が下りる目途が立ったのち、Photoshopを用いて宣伝用のポスターを作成した。作成したポスターは日立駅、常陸多賀駅周辺の学童保育所、幼稚園を訪問し、説明と掲示を行った。図10は実際に作成、掲示を行ったポスターである

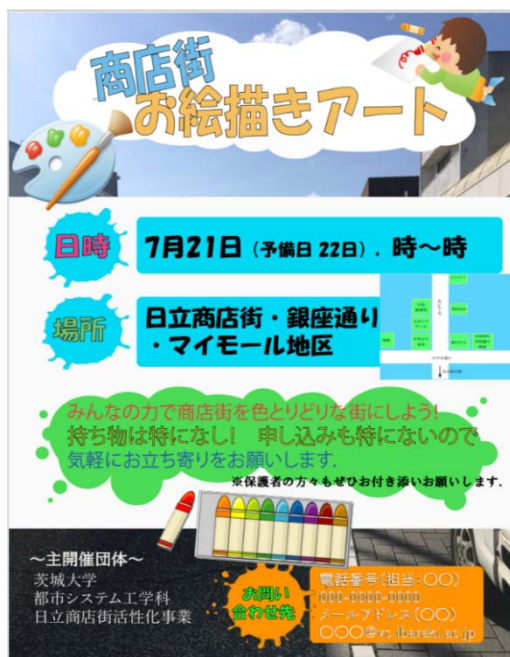


図 10 作成したポスター



図 11 案内用ポスター

- ・道路占有に必要な迂回路案内看板の作成、事前掲示

道路占有時に必要な迂回路案内看板を作成した。また道路占有の 3 日前からまいもー内で道路の通行規制を伝える看板、A1 サイズの案内を設置した。図 11 は実際に作成、掲示を行ったポスターである

- ・チョーク等備品の調達、購入、収支のとりまとめ

お絵かき事業に必要な備品を学務から借用し、チョークや清掃用具については購入した。2 つの事業にかかった金額をとりまとめ収支をまとめた。(収支報告は後述参考。)

3.4 行った 2 事業の概要と当日の写真

①商店街ウォールアート事業

- ・日時 7/14 (土) 13:00～, 15 (日) 9:00～ 仕上げ予定日、お盆中
- ・場所 ひたち銀座モール商店街まいもーる

当日の様子を図 12～15 に記す。



図 12 描き始め



図 13 作業途中 1



図 14 作業途中 2



図 15 作業終了時のシャッター

③ 商店街お絵かき事業

- ・日時 7/21（土）9:00~15:00（お絵描き自体は 10:00~14:00）
- ・場所 ひたち銀座モール商店街まいもーる
- ・対象 商店街通行者
- ・参加者人数 約 60 名

当日の写真を図 16~18 に記す。



図 16 絵を描く子どもたち



図 17 塗り絵の型枠



図 18 子供たちの絵

③収支報告

出費

依頼費	¥39,116
材料費	¥32,956
デザイナー滞在費・移動費	¥14,563
印刷・書類発行費	¥2,640
合計	¥89,275

収入

片岡法律事務所	¥20,000
青木信蔵工務店	¥20,000
和田林産株式会社	¥10,000
昭和活版所	¥10,000
株式会社イワマサービ ス	¥10,000
日立塗工店	¥10,000
みどり園	¥10,000
合計	¥90000

収入は日立市にゆかりのある企業様から協賛という形でお力を貸していただいた。

3.5 実践の結果と評価

実践の結果としては、ウォールアートは現段階では一つしかできていないことに加え、未完成ということもあり、図 4 に示した効果はまだ見られていない。しかし、制作する過程で様々な商店街の方々が参加・協力してくださったことにより、地元への愛着が前よりも増したことで、海の良さを再認識したという意見が多く寄せられた。地元での飲食店などでもウォールアートの話がよくでて、地域住民と商店街の人たちとをつなぐ話題になったとの声も挙げられた。このことから、今後、少なからずウォールアートの効果を生み出せるということが分かった。また、道路お絵かき事業に関しても、地域住民の方々約 60 名がこの事業に参加していただき、そこから地域住民と商店街との会話が生まれ、交流が行われていた。まだ、第一回目ということもあり、地元住民の参加が大変多いわけではなかったが、参加した地元住民の方々のほとんどが次回も開催される際は参加したいとのことであった。

加えて今回、商店街活性化の最終発表をしたところ以下の意見がでた。

- ・継続的に資金集めやアートの充実を進めていくことはできるのか。
- ・アートのコンセプトを伝えていくための方法はないか。

まず、一つ目の意見に対しては、現在、多賀工業会館からいただいた助成金を利用してアートの数を増やす計画である。それを強みとして、都市システム工学科と商店街と地域住民で委員会などを形成し、定期的に企業への事業の参加協力してもらえるように働きかける。また、クラウドファンディングを行い資金を集め、アートを充実させていく。

二つ目の意見に対しては、SNS を利用する、あるいは事業のホームページなどを開設し、ウォールアートの隅に描かれている QR コードを読み取るとそのホームページに移動してコンセプトなどが分かるようにするといった仕組みをつくっていききたい。

また、継続性として、図 19 に示すように、商店街の協力者と私たちが協力して、私たちとやる気が低下しつつある商店街の人々との間に協力者が入り、やる気を低下しつつある商店街の人たちを事業に取り入れていくためのキーパーソンとなってもらい、今後の事業を全国に広がる面へと発展させていく。また、事業を継続させていくために図 20 に示すように、まず、都市システム工学科で組織をつくる。そこから、都市システム工学科と商店街と地域住民で委員会などといったグループを形成し、デザイナーや企業・行政と連携して図 4 の効果を明確に発揮できていけるようにしていきたい。

事業の仕組み・波及効果

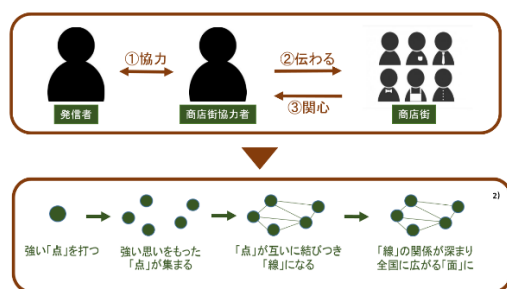


図 19 事業の展開

事業の継続②

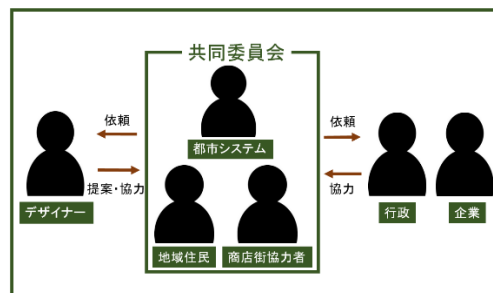


図 20 事業の継続の仕組み

4 役割り分担

- 木暮聖 アンケート調査, 企業への協賛の呼びかけ, イベント参加への呼びかけ
- 木下恵太 アンケート調査, 企業への協賛の呼びかけ, 市役所・警察・消防の許可申請,
コンペ発表, アーティス店トへのアポ, イベント参加への呼びかけ
- 桐原廣大 アンケート調査, 周辺商への事業説明, 企業への協賛の呼びかけ,
日立「新たな町興し」の6月会議へ参加, イベント参加への呼びかけ
- 真保琢海 アンケート調査, 周辺商店への事業説明, 企業への協賛の呼びかけ, パース制作,
日立「新たな町興し」の6月会議へ参加, ポスター制作,
イベント参加への呼びかけ
- 田嶋和也 アンケート調査, 周辺商店への事業説明, 企業への協賛の呼びかけ, ポスター制作
イベント参加への呼びかけ
- 深谷泰己 アンケート調査, 企業への協賛の呼びかけ, イベント参加への呼びかけ

<参考文献>

- 1) 浦安市落書きイベント <http://sumitai.ne.jp/urayasu/2016-0323/28763.html>

平成 30 年 7 月 26 日

商店街，客から見るか店から見るか

7 班（実践①）

16T5007S 石森未貴

16T5011Y 大澤 公

16T5020X 工藤みちる

16T5046N 松本拓海

16T5050T 山崎尚斗

目次

1. テーマ・コンセプト	2
2. 現状と課題	3
3. 実践の内容	5
3-1. 実践の目的，目標，手段	
3-2. 実践の詳細	
4. 役割分担	17
5. 参考文献	17
6. 付録：アンケート結果	17

1. テーマ・コンセプト

私たちは、将来的に商店街のキーパーソンとなり得る人材を育成することをコンセプトとした。

なぜ上記のようなコンセプトにしたかという点、今の商店街に活気がない大きな原因として以下の2つがあげられるからだ。それは商店街に後継者がいないこと、地域の方々が商店街に興味がなく利用していないことである。この2つの問題は子どもが商店街に興味を持ち、将来的に商店街の後継者になったり、商店街の活性化について考える専門家になったり、商店街を盛り上げるために活動する大人になってくれることで解決できると考える。

小さい頃の思い出はその後の人生で何かを選択するときに大きな影響力を持つ。今回商店街に関わりを持ったことで、今後何かを選択しなければならない場面になった時の選択肢の一つに「商店街を活性化させる活動がしたい」という考えがあって欲しいと思う。そこで今回は小学生を対象とした。また、小学生が単独でイベントを行うよりも、商店街の方々と関わりを持つイベントにすることにより、より商店街に愛着がわくのではないかと考え、小学生の職場体験を企画した。



写真-1 みどり園で茶葉の計り方
を習う小学生



写真-2 フラワーアレンジメント
をする小学生

2. 現状と課題

私たちは商店街の現状を把握するために商店街の各店舗への調査を実施した。それにより、各店舗の様子とどのようなお店があるかを把握した。そこで得られたことは、商店街には閉まっているお店が多かったことである。それゆえに店舗にお話を聞こうとしてもそもそも閉店しており調査が難しかった。ただそのような状況でもお店を続けている人もおり、その中から多くのお話を伺うことが出来た。

商店街のお店の一つである、「いづみや」にお話を伺った。そこでは商店街の現状について深く話すことが出来た。「いづみや」の取り組みの一つに若者でも気軽に立ち寄れるお店にしていこうという取り組みをしていた。それは小物屋である一部の場所に机とイスを設置しカフェにするという考えであった。もともと日立市商店街の治安はおおむね良いというのは周知の事実だが、人通りが少なく長年不審者が出現していることから、地元の子供達でも駆け込めるように若者向けのお店を作ることにしたらしい。

続いて商店会会長で「みどり園」の社長である佐藤さんのお話である。イベントは様々なものを開催しているがその時の盛り上がりだけであり、実際は商店街の活性化へはつながっていない。そのイベントに関して店側は積極的ではなく、自分たちに負担がかかるようなイベントはやりたがらない。そのため勝手に盛り上がるようなイベントだけ開催してほしいというのが商店街の店舗の本音である。

商店街の閉まっている店は、営業はしてなくても、土地を手放したくなくそこを住居としており、中々立ち退きをしないことから問題となっている。

また商店街で大きな問題となっているのは後継者不足である。日立市の若年層人口が減少していることも関係しているのだが、それによって商店街を利用する若者も少なく、かつそこで働く若者が減少していることが問題である。それを解決するために若者に商店街へ関心を持ってもらうために考えたのが小学生の職場体験という案である。

調査した商店街の問題点について、それぞれの相互関係を考え整理した。

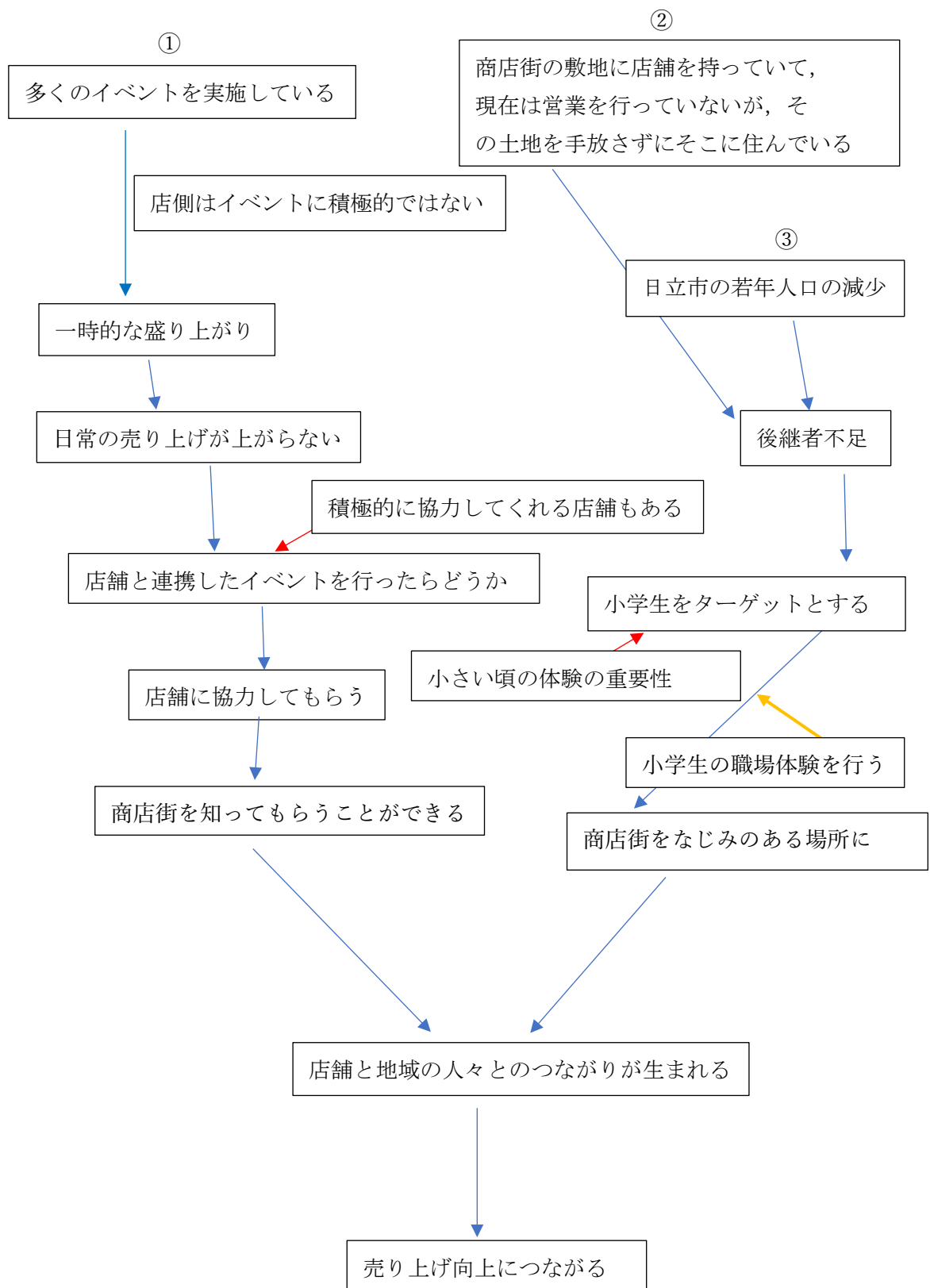


図-1 活性化までの流れ

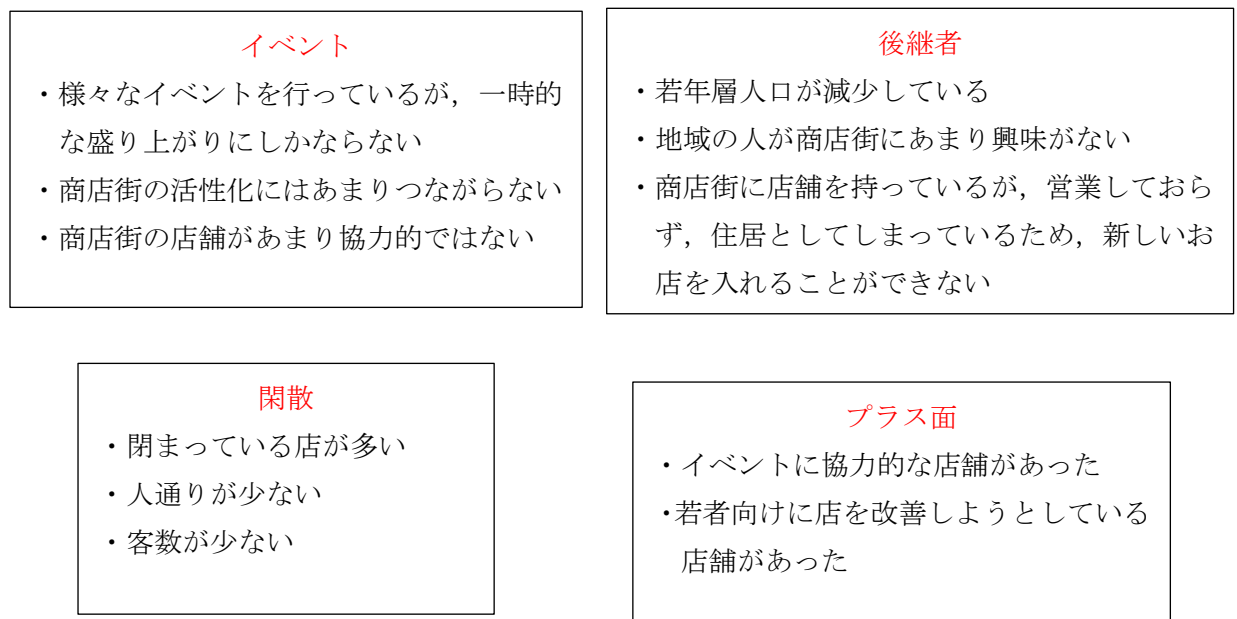


図-2 現状の分類

3. 実践の内容

3-1. 実践の目的、目標、手段

実践の内容について論述する前に、今一度目的、目標、手段の定義について確認しておく。なぜならば、①目的と目標と手段の区別が付きにくくなってしまうことがあるから、②目的は、次の目的を達成するための目標や手段になることがあるからである。以下の表は、このレポートにおける私が決めた定義¹⁾である。

表-1 目的と目標と手段の定義

目的	我々が最終的に実現したいと目指している事柄。取り組むための理由。
目標	目的を達成するために達成すべきこと。目的を達成するための通過点。
手段	目標を達成するために行うこと。目標を達成のための方法。

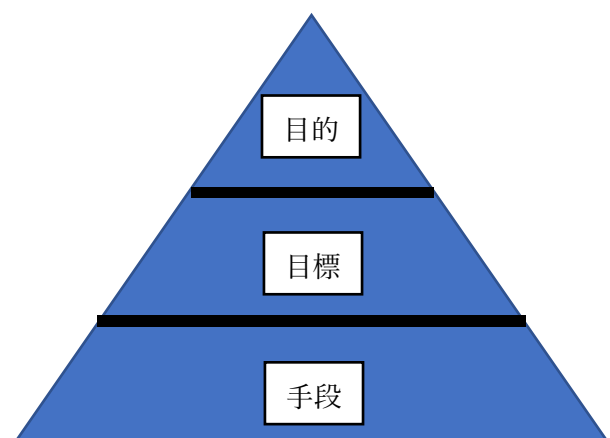


図-3 目的、目標、手段のヒエラルキー

さて、順に説明していく。

目的：日立駅周辺商店街の活性化

目標①：商店街を儲かる施設（店の経営により豊かな生活水準に達することができる店舗の集合体）にすること。

目標②：日立駅周辺の商店街の周辺に暮らす人（以下住民）の中で熱意のある人達（以下キーパーソン）が、商店街に革命を起こすこと

目標③：住民の次世代の人が、キーパーソンになること

目標④：住民の次世代の人が、商店街のことを考えるきっかけ、興味を持つきっかけ、かわりを持つきっかけを作ること。

目標⑤：住民の次世代の人が日立駅周辺商店の現状（いい面と悪い面）を体感すること。

手段①：住民の次世代の人による、日立駅周辺商店の散策。

手段②：住民の次世代の人による、日立駅周辺商店の職場体験。

手段③：住民の次世代の人による、日立駅周辺商店の買い物体験。

手段④：住民の次世代の人による、日立駅周辺商店の店主との対話や共感。

なぜ「日立駅周辺の商店街の周辺に暮らす人」がキーパーソンになることにこだわったかということ、自分のこととして考えることができ、かつ長いスパンでかわりやすいと判断したからである。

なぜ日立駅周辺の商店街の周辺に暮らす「次世代の人が」、熱意のある人達になることとしたか、というと、商店街の多くの人々が、商店街の明るい未来を諦めている（誰かのせいや、環境のせい、時代のせいにしている、）ということが調査で明らかになったからだ。

次世代の人とは、18歳以下の人と定義する。なぜなら、国立青少年教育振興機構の『子供の体験活動の実態に関する調査研究』²⁾により18才以下の体験はその後人生に影響することが科学的に証明されているからである。しかし実際の実践では、なかでも特に記憶に残りやすい小学生をターゲットにした。

3-2. 実践の詳細

○実践

今回、商店街で小学生の職場体験を実施した。概要を以下に示す。

・対象場所：拠点

- ・日立市まへのうち公園

商店街探検

- ・マイモール
- ・パティオモール

職場体験

- ・みどり園
- ・花日和
- ・さくらカフェ

・対象者：商店街付近に住む小学生 9 人

- ・方法・規模：
- ・小学生が来てすぐに商店街に関するアンケートをとる
 - ・大学生と小学生同士が打ち解けるよう、アイスブレイクを行う
 - ・アイスブレイクで質問した商店街に関する問題の答えを探しながら商店街を探検する
 - ・それぞれの職場体験場所に行き、体験する
 - ・クーポン券を配布する
 - ・日程終了後、商店街に対してのアンケートをとる

・日時：平成 30 年 7 月 22 日(日)

午前の部 9:00～12:00

午後の部 11:30～14:30

最初に職場体験の受け入れ可能な店舗を探すため、商店街にどのような店舗があるのかを把握すべく、実践班全員で調査を行った。その際に、店主と会話をしたり商品を拝見することで、いくつかの店舗に目星をつけた。まず、みどり園、花日和、さくらカフェ、趣味の店あいざわ、いづみや、スキューバダイビング、渡辺果実に声をかけさせていただいた。しかし、商店街の店舗の定休日が日曜日であることで、いづみやと渡辺果実に断られてしまった。また、別のイベントに参加するためという理由でスキューバダイビングに断られてしまい、業務内容があまりないという理由で趣味の店あいざわに断られてしまった。しかし、これらのお店はこの事業に協力的な姿勢であり、今後機会があれば協力してくれると考える。結果、今回職場体験に協力してくれる店舗はみどり園、花日和、さくらカフェの 3 店舗となった。



写真-3 職場体験に協力して下さった店舗
(左上：花日和，右上：さくらカフェ，左下：みどり園)

次に職場体験を行うにおいて、小学生への呼びかけを行うため、中小路小学校で宣伝をさせて頂こうと考え電話をした。しかし、当日7月22日（日）は小学生のための補講授業である「学びの平場」があるため、断られてしまった。そこで、小学生が多く集まる学童に呼びかけに行くことを考えた。日立市商店街付近に「おおぞら学童クラブ」という学童がある。そこに事前にアポイントメントを取り、宣伝に伺った。そちらの学童では、助川小学校，中小路小学校，宮田小学校，仲町小学校へ通う児童が集まっていた。その指導員である大沼さんが協力的な姿勢で迎えてくれ、また児童も関心を抱いてくれた。後日、大沼さんから連絡をいただき、小学生計9名が参加してくれることが決定した。



写真-4 おおぞら学童クラブの外観

後日、職場体験の詳細やチラシ、クーポンやプライバシーについての資料を作成し、学童へ配布しに出向いた。その資料を以下に示す。

小学生と保護者の皆様へ

2018年7月3日

イベント「商店街、客から見るか店から見るか」参加者募集

茨城大学工学部都市システム工学科設計演習実践Ⅱ
文責：都市システム工学科3年次：山崎尚斗

夏の訪れを謳歌するような暑い夏の季節になりましたが、いかがお過ごしでしょうか。さて、私たちは大学の授業で日立駅周辺商店街の活性化について学んでいます。小学生の皆様が社会体験をする機会を作りたい。商店街に楽しみを持ってもらいたい。そして最終的には大人になったときに商店街に貢献してくれるような人材になってもらいたいという思いから、私たちは小学生の職場体験イベントを企画しました。

いまは、そこで職場体験をする小学生を探しています。詳細は下の通りです。

1 概要

商店街のご協力してくださる店舗で1時間程度の職場体験を行う

○いつ：2018年7月22日（日）10：30～11：30、13：00～14：00

○どこで：数店舗（順不同）

- ・花日和（花屋さん）
- ・みどり園（お茶屋さん）
- ・さくらカフェ（カフェ）（午前のみ）

以上3つの店から希望の店を2店舗選択する

○誰が：1店舗につき 小学生2名程度

○どうする：商店街の職場体験をする。

○日 程：別紙参照

○目 的：小学生がこれから長く付き合っていく商店街のお店で働くことで、商店街になじみをもってもらうこと、知ってもらうこと。

2 参加費

お子さん1人につき1500円

連絡先

山崎尚斗
電話：080-9184-2468
メール：16t905@vc.ibaraki.ac.jp

小学生と保護者の皆様へ

2018年7月17日

イベント「商店街、客から見るか店から見るか」
クーポン券の詳細

茨城大学工学部都市システム工学科設計演習実践Ⅱ
文責：都市システム3年次：工藤みらる

今回イベント「商店街、客から見るか店から見るか」にご応募いただき、ありがとうございます。職場体験終了後、小学生の皆様にお渡しするクーポン券の詳細についてご通知いたします。

＜クーポン券配布の目的＞

職場体験当日、小学生の皆様には頂いた報酬として500円分のクーポン券をお渡しします。商店街で職場体験をした後に店舗前で買い物をするることによって、1日のうちに店主としての視点とお客様としての視点両方を体験し、商店街を知り、興味を持っていただくことが目的です。

＜クーポン券利用までの手順＞

① 職場体験終了後、授賞式でクーポン券500円分（100円×5枚）を大学生から受け取ります（300円の「自分のタイムスケジュール」を全て確認ください）。

② その日の日没終了後、クーポン券を使って商店街で買い物します。（使用できる店舗）

- ・みどり園
- ・花日和（数店舗、順不同）

③ クーポン券利用終了時刻は16:00となっております。

（注意事項）

- ・クーポン券は7月22日当日限りのものであります。
- ・おつぎは御まさん：例えば、250円のアイスを購入する際はクーポン券2枚と50円硬貨といった利用方法をお勧めします。
- ・※必ず、他の人への譲渡はご遠慮ください。小学生自身、または保護者の皆様でのご使用をお願いします。

（クーポン券の見た目）

＜連絡先＞

山崎尚斗
電話：080-9184-2468
メール：16t905@vc.ibaraki.ac.jp

職場体験が終わった後、小学生の皆様が少しでも商店街に楽しみを持っていただければと思います。そして、商店街の物を通る際に「あの職場体験が良かったな」と思い出していただける経験になるように準備をすすめています。疑問点やご意見がございましたらお気軽にご連絡ください。

小学生と保護者の皆様へ

2018年7月17日

個人情報取り扱いについて

茨城大学工学部都市システム工学科設計演習実践Ⅱ
文責：都市システム工学科3年次：松本拓海

個人情報の取り扱いについて連絡します。氏名と学年を店舗側に伝えさせていただきます。電話番号は緊急時の連絡先として利用させていただきます。当日の様子を写真や大学のHPや茨城大学の広報に掲載させていただきたいと思っています。

なお、提供された個人情報を大学生側で適切に管理し、これ以外の目的には利用しません。

当日のタイムスケジュール

～7月22日(日)～

午前		午後	
9:00	小学生集合	11:30	小学生集合
9:10	アンケート調査	11:40	アンケート調査
9:30	アイスブレイク	12:00	アイスブレイク
10:00	商店街探検	12:30	商店街探検
10:30	職場体験開始	13:00	職場体験開始
11:30	職場体験終了	14:00	職場体験終了
11:40	授賞式	14:10	授賞式
11:50	アンケート調査	14:20	アンケート調査
12:00	日程終了	14:30	日程終了




商店街で思い出を作ってみよう！

※ 当日参加するお友達と、留学生や大学生のお兄さんお姉さんとみんなでゲームをするよ！

※ みんなで商店街を探検してみよう！みんなの知らないお店がいっぱいあるかも…！

職場体験をするお店

○みどり園



内容
・お茶を入れてみよう！
・ソフトクリームを作ってみよう！



○花日和



内容
・お花のお世話をしよう！

○さくらカフェ



内容
・お客さんになって接客を受けよう！
・店員さんになってみよう！

※ 当日、体験内容が変更する可能性があります。ご了承ください。

資料-1 配布資料

左上：職場体験の詳細，右上：クーポンについて，中央：個人情報の取り扱いについて）
（左下：当日のスケジュール，右下：体験内容）

同日，職場体験の詳細やチラシ，クーポンや個人情報の取り扱いについての資料を商店街の協力してくださる店舗へ配布しに出向いた。商店街向けの詳細を記した書類を以下に示す。

商店街の皆様へ

2018 年 7 月 17 日

イベント「商店街、客から見るか店から見るか」
クーポン券の詳細
茨城大学工学部都市システム工学科設計実習Ⅱ
 文責：都市システム 3 年次：工藤みらる

今回はイベント「商店街、客から見るか店から見るか」にご協力いただき、ありがとうございます。職場体験終了後、小学生の皆様にお渡しするクーポン券の詳細についてご連絡いたします。

<クーポン券配布の目的>
 職場体験当日、小学生の皆様には働いた報酬として 500 円分のクーポン券をお渡しします。商店街で職場体験をした後に商店街で買い物することによって、一日のうちに店主としての視点とお客様としての視点両方を体験し、商店街を知り、興味を持っていただくことが目的です。

<クーポン券利用までの手順>
 ① 職場体験終了後、授賞式でクーポン券 500 円分（100 円×5 枚）を大学生から受け取ります（別紙の「前日のタイムスケジュール」をご確認ください）。
 ② その日の日終了後、クーポン券を使って商店街で買い物します。
 （使用できる店舗）
 ・さくらカフェ
 ・みどり園
 ・花日和（数店舗、順不同）
 ③ クーポン券利用終了時刻は 16:00 となっております。

<クーポン券利用後の手順>
 ① 各店舗に大学生が伺います。
 ② クーポン券の金額を集計し、現金と引き換えます。

（注意事項）
 ・クーポン券は 7 月 22 日印刷のものになっております。
 ・おつりは出ません。例えば、250 円のアイスを購入する際はクーポン券 2 枚と 50 円紙貨といった利用方法をお願いします。
 ・コピー、他の人への譲渡はご遠慮ください。小学生自身、または保護者の皆様での使用をお願いいたします。

（クーポン券の見た）



<連絡先>
 山崎尚斗
 電話：080-9184-2468
 メール：16t505t@vc.ibaraki.ac.jp

職場体験が終わった後、小学生の皆様が少しでも商店街に楽しさを持っていただければと思います。そして、商店街の前を通る度に「あの職場体験楽しかったな」と思い出していける経験になるように準備をすすめていきます。疑問点やご意見がございましたらお気軽にご連絡ください。

資料-2 配布資料 (クーポンについて)

また、当日の来客を図るため、協力してくれる店舗にポスターを張らせていただいた。

商店街活性化
イベント

**商店街
店から見るか
客から見るか**

▼日 ち 7 月 22 日(日)

▼場 所 商店街のお店
 花日和
 みどり園
 さくらカフェ(午前のみ)

▼時 間 午前の部 10:30～11:30
 午後の部 13:00～14:00

▼概 要 小学生が商店街での職場体験により、商店街の現状及び未来のあるべき姿について考える機会を設け、商店街に愛着を持ってもらうことが目的です。

ぜひ商店街へお越しください！！

茨城大学工学部都市システム工学科 実習班

資料-3 ポスター

当日はまず、大学生は午前 8 時に集合し、クーポンの整理と活動内容の確認を行った。その後、小学生が 9 時に集合し、来た順から保護者の方へのアンケートの配布、料金回収を行った。それと同意に、小学生に対しては商店街に関するアンケートを行った。内容は以下に示す。

○保護者向けアンケート

- ・今回のプロジェクトで商店街の活性化は保護者の視点から可能であると考え
るか？
- ・今回のプロジェクトにおいて保護者に大きな負担はあったか？
- ・今回のプロジェクトの内容をしっかりと理解したうえでお子様に参加させてい
たか？
- ・今後もこのような活動があれば参加したいと考えるか？
- ・運営側に求める改善点、ご意見などがございましたらよろしくお願い致します。

○小学生向けアンケート 1

- ・今までの商店街に興味はありましたか？
- ・商店街のどういうところに興味があった？
- ・今回の職場体験は楽しみかな？
- ・お兄さんお姉さんにしてほしいことなどあったら下に書いてね。

その後、小学生同士と大学生が打ち解けるため、簡単なアイスブレイクを行った。アイスブレイクとは、初対面の人同士が会うとき、その緊張を解きほぐすための手法のことをいう。今回行った内容としては、「あなたとおんなじところはなーんだ！？」と「人間知恵の輪」である。「あなたとおんなじところはどーこだ！？」とは、まず二人のグループを作り、その二人の間で共通点をたくさん探したグループが勝ちというものである。そのグループの人数をどんどん増やして、難易度をあげていく。実際に小学生と大学生とで行ったところ、自分の好きなことや好きなものについてどんどん会話が増えていき、笑顔が生まれていった。「人間知恵の輪」とは、まず複数人のグループに分かれ、そのグループ内で輪になる。それから、自分の隣の手以外と手をつないでいき、その交差した手を跨いだりくぐったりすることで 1 つの大きい輪にしていくという内容のものである。この時にかかった時間でグループの勝敗が分かれる。このアイスブレイクは大人数でもできるので、最後に全員で手をつなぎ、輪になったときは、大きな喜びがあった。



写真-4 アイスブレイクの様子

その後、商店街探検に行く前に、商店街に関する問題を出題した。その答えの予想を小学生に聞き、それから商店街へと出発した。商店街では小学生達が周りのお店に興味を示すようなことはなかったが、終点の新都市広場では小さな噴水があり、そこでは盛り上がりを見せていた。



写真-5 商店街探検の様子

その後、各職場体験の店舗に移り、体験を行った。大学生が各店舗に見回りにいったときには、一生懸命お店の人の手伝いをしたり、お話を聞いている様子を見ることができた。花日和ではお客さんに注文を受けた花を包んだり、ブーケを作っていた。さくらカフェでは、お客さんに水やお料理を配膳している姿を見ることができた。みどり園では、お茶の紹介をするポップを作成したり、ソフトクリームを注文したお客さんにソフトクリームを巻いたりしていた。



写真-6 職場体験の様子

また、小学生を店舗に連れて行ったとき、店舗にもアンケートを配布した。内容は以下に示す。

○商店街向けアンケート

- ・ 今回のプロジェクトで商店街の活性化は可能であると考えてるか？
- ・ 当日、お店への客足や売り上げに変化はあったか？
- ・ 店舗側から考えて今回のプロジェクトは負担が大きかったか？
- ・ 今後もこのような活動があれば参加したいと考えるか？
- ・ 運営側に求める改善点などありましたらよろしくお願いいたします。

職場体験終了後に各店舗にお迎えに行ったところ、疲れているような表情であった一方、楽しかったと笑顔で言ってくれた。公園に再集合し、再びアンケートを取った。内容を以下に示す。

○子供向けアンケート2

- ・ 商店街に興味は持てたかな？
- ・ 職場体験をして商店街のどういうところに興味がでた？
- ・ 今回の職場体験は楽しかったかな？
- ・ これからもこのような活動があれば参加したいかな？
- ・ お兄さんお姉さんにしてほしいことなどあったら下を書いてね。

その後、表彰式ということで、クーポンの入った封筒を表彰した。



写真-7 クーポン券と表彰式

最後には小学生と大学生全員で集合写真を撮った。



写真-8 集合写真

日程終了後には、小学生が買い物をしたクーポンと現金を引き換えるためと、協力費を支払うため、アンケートを回収するために改めて商店街の店舗に赴いた。

実践の結果として、最初は小学校の協力拒否などいろいろプロジェクトを進めるうえで問題が生じたが、子供集めに関してはおおぞら学童クラブの協力を得ることができ、無事子供たちが集まった。また、職場体験の直前のアンケートでは商店街に関心がなかった子供たちも、職場体験後おおむね楽しいという意見をいただくことができた。そのため、子供たちには商店街に関心をもってもらえたと言える。また子供たちに意見からは、さらにいろいろなお店を増やしてほしい、またお店が目立つようにしてほしい、店員さんが元気に働いてほしい、このよう

な意見をいただくことができた。よって、このような意見をいただいたことから、子供たちなりにもしっかりと商店街の問題に向き合うことができたのではないかと考えられる。ただ、小学生のなかではごく一部だか、つまらないという意見もいただいた。このことから、さらにバリエーションを増やし、様々な業種に小学生たちをチャレンジさせることが大切なのではないかと考察できる。

続いて保護者についてである。今回の保護者向けアンケートから、このような活動を通して商店街の活性化は多少可能であるのではないかと、という意見が多く占めた。ただ保護者の中には、継続的かつ大規模展開しなければ活性化は見込めないという意見もいただいた。このようなことから今後もしも今回の職場体験プロジェクトを進めるならば、受け入れ店舗、参加児童人数の増加を行わなければいけないと考察できる。また、小学生を募集するにあたって、今回のプロジェクトの本当の目的（日立市商店街活性化の取り組みという目的）について、しっかりとそのことを理解したうえで、保護者は小学生を参加させたかというアンケートについては、多くの人があまり理解せず参加させていた。学童の指導員に小学生の募集は委託してしまったため、本当の目的を知らずに保護者は参加させてしまったのではないかと考えられる。このようなことから、今後は小学生を募集するときは保護者に本当の目的を伝達することが課題であると考察できる。今後、保護者の視点からどのような商店街になってほしいかというアンケートに対しては、子供たちと商店街の関わりが大きくなってほしい、というご意見を複数いただいた。

今回のプロジェクトを今後も続けていくことにより、商店街の活性化は可能であるかというのを、商店街の3店舗に聞いたが、まちまちな意見であった。さくらカフェとみどり園は、活性化は可能であるという意見をいただけたが、花日和に関しては全くないという意見をいただいた。その理由として、体験した子供、家族が商店街へ買い物に出かけることが実際にあるのか、という理由であった。私たちはこの意見に対しては、職場体験を通してその子供と保護者が店とのつながりや付き合いをもっていただくことによって解決できるのではないかと考える。そのため、今後継続的にプロジェクトを継続することが大切ではないかと考えた。職場体験当日売り上げが増加したかというアンケートについてはさくらカフェとみどり園に関しては少しだけ増加したという意見だったが、花日和に関しては全く増加しないという意見であった。そのため今後プロジェクトを行う上で日立市民へのPRと規模を大きくすることが必要であると考えた。ただいずれの店舗も今後このような機会があれば参加したいという意見をいただくことができた。また、運営側に対しての改善点の要望などはなかった。

4. 役割分担

- 石森：商店街の調査，受け入れ店舗の調査，学童へのあいさつ，ポスター・チラシ作成，最終発表資料作成
- 大澤：商店街の調査，受け入れ店舗の調査，学童へのあいさつ，アンケート作成，最終発表資料作成
- 工藤：商店街の調査，受け入れ店舗の調査，学童へのあいさつ，クーポン券詳細資料，最終発表資料作成
- 松本：商店街の調査，受け入れ店舗の調査，学童へのあいさつ，個人情報取り扱いについての資料作成，最終発表資料作成
- 山崎：商店街の調査，受け入れ店舗の調査，学童へのあいさつ，職場体験詳細資料・クーポン券作成，最終発表資料作成

5. 参考文献

- 1) 『目的と目標と手段の違い』
<https://big-mac.jp/recommend/lifehack/objective-target-means/>
2018/7/24 閲覧
- 2) 『「子供の体験活動の実態に関する調査研究」報告書[概要]』
<http://www.niye.go.jp/kanri/upload/editor/62/File/10taiken-gaiyou.pdf>
2018/7/24 閲覧

6. 付録：アンケート結果

以下はアンケート結果である．考察の根拠とした．

1 小学生へのアンケート

①職場体験前

- (1) 商店街に興味があるか
 - a 大いにある...0
 - b 少しある...3
 - c あまりない...3
 - d 全くない...3

→c,d を選択した理由

- ・しらなかった...3
- ・行かないから分からない
- ・あまり行っていないから
- ・あまり行かないから

(2) 商店街のどういうところに興味があるか

- ・アイス屋
- ・ざっか屋
- ・食べるところ
- ・店
- ・ない
- ・どのような物が売っているか知りたい
- ・何があるかわからない

(3) 今回の職場体験は楽しみか

- a 大いにある...7
- b 少しある...2
- c あまりない...0
- d 全くない...0

(4) これからの商店街にどうなって欲しいか

- ・おかしやさんがほしい
- ・え顔であいさつしているところ
- ・おもちゃやさんがいっぱいあれば楽しい
- ・もっと人气が上ってほしい.
- ・目だつようにつくってほしい
- ・りょうりや, しなものをふやしてほしい.
- ・おもちゃやさん
- ・いろんなお店がふえてほしい
- ・きれいになってほしい

②職場体験後

(1) 商店街に興味を持てたか

- a 大いにある...4
- b 少しある...3

c あまりない...2

d 全くない...0

→a,b を選択した理由

- ・楽しかったから
- ・物がいっぱいあった.
- ・お花屋さん
- ・花について学べた.
- ・花をつくたから
- ・花を売ること
- ・お茶の重さ計り

→c,d を選択した理由

- ・さくらカフェがいしらなかった.
- ・難しかった

(2) 今回の職場体験は楽しかったか

a 大いにある...6

b 少しある...2

c あまりない...1

d 全くない...0

→c,d を選択した理由

- ・さいごのほうあるくしかなかったから

(3) これからも今回のような活動があれば参加したいか

a 大いにある...5

b 少しある...3

c あまりない...1

d 全くない...0

(4) 大学生にしてほしかったことはないか

- ・なし
- ・特にない...2
- ・さいしょのゲームをたのしくしてほしかった.
- ・ない

さくらカフェでは、お客さんがいっぱいいたのしかった。

2 保護者へのアンケート

(1) 商店街を普段利用しているか

- a ほぼ毎日利用する...0
- b 週 1 回程度利用する...0
- c 月 1 回程度利用する...3
- d 利用しない...3

(2) 今回のプロジェクトで商店街の活性化は保護者の視点から可能であると考えるか

- a 大いにある...0
- b 少しある...4
- c あまりない...2
- d 全くない...0

→c,d を選択した理由

- ・ ずい分活気がないから
- ・ 今回 1 度だけのプロジェクトだとあまり大きな効果は期待できない。継続的あるいは大規模展開で地域児童がほぼ体験できるなら将来的に商店街の活用に目を向ける人材が増やせるかも知れない。

(3) 今回のプロジェクトにおいて保護者に大きな負担はあったか

- a 大いにある...0
- b 少しある...2
- c あまりない...3
- d 全くない...1

→a,b を選択した理由

- ・ 少々集合時間が早い

→c,d を選択した理由

- ・ 子どもに付いて歩く事なく学生さん達が引率してくれるので、送り迎えで済むのは助かります。時間も半日で子どもの負担も少ない。
- ・ 金銭的な負担はありましたが、本人たちが経験から何かを学んでくれたら良いと思います

- (4) 今回のプロジェクトの内容（職場体験を通じて日立市駅前商店街の活性化を図る）
をしっかりと理解したうえでお子様に参加させていたか
- a 大いにある...0
 - b 少しある...1
 - c あまりない...5
 - d 全くない...0

→c,d を選択した理由

- ・ 学生さんの研究の為と考えていました
- ・ 学童の指導員に薦められて参加したので、積極的にプロジェクトの内容に賛同して参加したという訳ではなかった.
- ・ お友達（ほぼ知り合い同子）居るので参加しないか？と聞かれた流れで.
- ・ 活性化までは考えていなかった. 職場体験のみの話しをしたため
- ・ そこまで説明はしなかったです

- (5) 今後もこのような活動があれば参加させたいと考えるか
- a 大いにある...4
 - b 少しある...2
 - c あまりない...0
 - d 全くない...0

- (6) 保護者の視点からこれからどのような商店街になって欲しいか記載お願いいたします.
- ・ 子ども達が商店街で地域の方と関わり合いながら育ってくれたらと思います
 - ・ 利用価値のあるお店が増えて欲しい
 - ・ 活気があれば楽しそう.
 - ・ 学区内なので子どもにも近い存在であれば（子どもからみても）親しみも生まれそう
 - ・ 物販に関しては Amazon 他ネット通販が主流になりつつある中、ショールーム的な展開や別のサービスと組み合わせるアイデアが必要
 - ・ 飲食店に関しては取って付けた B 級グルメではない魅力のある商品展開ができて、地元以外からもお客さんを流入できるなら光は見えるか.
 - ・ 何か魅力のあるお店が並ぶと良いと思います.
 - ・ 地域に密着したものが良いと思います. 子供を気軽におつかいに行かせられるような、そんな経験を成長の過程でさせてあげたいです.

- (7) 運営側に求める改善点, ご意見などがございましたらよろしくお願いいたします.
- ・これからも継続的に実施して頂ければと思います
 - ・イベントをふやす? タウン誌でアピール? 商品の検討
 - ・お店で働くという事で報酬てきな (お給料みたいな) 金券をもらえる事で子ども本人も意欲的になれそうな企画でとても面白いと思いました.
 - ・タイムスケジュールに集合場所も明記して欲しかった.
 - ・地域の活性化は今後非常に難しい課題だと思います. 地域それぞれの中で都市機能の集約や一次産業の地域的分割・集約を含め, ダイナミックな構造改革のアイデアを若い学生さん達に考えてもらいたいです.
 - ・都市システム工学科の皆さんの考える力に期待します.

3 商店街へのアンケート

- (1) 今回のプロジェクトを今後も続けていくことにより商店街の活性化は可能であると考えるか
- a おおいにある...0
 - b 少しある...2
 - c あまりない...0
 - d 全くない...1

→c,d を選択した理由

- ・体験した子供・家族が商店街への買物へ出かける事があるか? このプロジェクトにより活性することはないと思う.
- ・どこの商店街か? 全ての? 狭い場所に多数の商店街がある. 全部の活性化は不可能だと思う. 当社もまいもーる商店街の店舗を今年閉店.

- (2) 当日, お店への客足や売り上げに変化はあったか
- a 大いにある...0
 - b 少しある...2
 - c あまりない...0
 - d 全くない...1

→c,d を選択した理由

- ・企業城下町ゆえに, 会社休日に来客数は少ない (イベント等がある日は別)

- (3) 店舗側から考えて今回のプロジェクトは負担が大きかったか

a 大いにある...0

b 少しある...1

c あまりない...0

d 全くない...2

→c,d を選択した理由

- ・ 同上の理由，ひまつぶしにちょうど良かった.
- ・ 楽しかったですよ

(4) 今後もこのような企画があれば参加したいと考えるか

a 大いにある...1

b 少しある...2

c あまりない...0

d 全くない...0

(5) 運営側に求める改善点などありましたらよろしくお願いします

- ・ 特になし 暑い中おつかれさまでした.
- ・ 特にありませんが，一生懸命携わっていただいて，感謝しております.

以下，商店街の方がアンケートの余白に下さったコメント

私見です.

現状の日立市中心部商店街は，とてもひどい状態です. 人口流出・少子化・高齢化. 自分が子供の頃から見るとゴースタウンです. 都市部の景気の良さは全くお恩恵を受けず，ますます不景気が進んでいると実感しています. 店舗を営業している自分ですら，商店街で買い物はまずしません. 当社も，各支店で，近隣の商店街に 4 つ入会（現在 3 つ）していますが過去様々なイベント（県の助成金あるものも含めて）をやってきましたがどれも失敗した感じです. 当店は花店ですが，来た子供達に聞いた処，家には花は飾ってないそうです. 残念ながら，自分の業種も，今の世代の方々が花を飾る文化・習慣等が薄れる世の中で先行は暗いと思っています. 活性化には，何が必要？と問われても自身わかりません.（ヒマと金かな？バブル期状態）自分の生活（市民の大部分の）によほど余裕がないと難しいのかな？と思う. 日立は家賃も高いし，なかなか下げない. 貸主も含めて考えてもらわないと良くない. 平和通りのフリーパーキングを 1 日中，私用に使っている，モラルのない

人間もいるし，こんだけ貧乏大勢の日立市に路面商店の将来はあるのでしょうか.