

## 〔論 説〕

# 地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動と関係人口論 —商店街とのかかわりにかんする大学生への量的調査から—

猪 熊 ひろか

## 1 はじめに

近年注目されている主体的な学びを促す教授・学習の手法として、アクティブ・ラーニングが挙げられる。アクティブ・ラーニングとは、学習者による能動的な学習への参加を促す教授法・学習法の総称とされる。具体的には、グループワークや発表、ディスカッション等の教室内で実施されるものから、フィールドワーク・PBL (Project Based Learning や Problem-Based Learning) など、さまざまなものがある。

アクティブ・ラーニングという表現は、上述の通り教授者・学習者からみた表現であり、実態としてさまざまな形態で実施されるが、このアクティブ・ラーニングのうち、地域の諸団体 (商店会・各種店舗、任意団体やNPO など) とかわるアクティブ・ラーニング活動は、地域からの協力が不可欠である。地域の諸団体が協力する理由として、イベント等の開催に学生 (や大学) の参加を得ることや、その地域に滞留する人の数を増やしてにぎわいにつなげることに、さらには人の往来に伴う地域の店舗の売り上げ増についても期待される事項として含まれる。

本稿では、大学教育として実施される地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動へ参加することと、その活動に関係する商店街内店舗と大学生との間に生じるかわりとの関連に焦点を当て、量的調査を用いて明らかにし、関係人口論の観点から考察する。後述のように、関係人口論において、このようなアクティブ・ラーニング活動は関係人口の創出につながるとされる。本稿では、関係人口が地域と築く関係性の内実について考察する。

## 2 関係人口論とアクティブ・ラーニング

関係人口とは、川端亮・佐藤功・宮前良平 (2021) によると、「最も一般的な定義」として「定住人口と交流人口の間のグラデーション」とされる。より具体的には、「地域に関わってくれる人口 (指出 2016: 219)」という表現も用いられる。また小田切徳美は、「交流人口」について、現在の「交流人口」は「主に観光で短期滞在する人 (小田切 2018: 14)」を指すが、1980年代の「交流」では、「もっと多様で奥行きがあるものが想定されていた (小田切 2018: 14-15)」が、「いつのまにか短期の観光として語られる傾向が出てきた (小田切 2018: 15)」ため、「関係人口という新しい言葉が、本来の意味での交流人口に代わり……新たな要素をとめない (小田切 2018: 15)」登場した、とする。

ここでいう新たな要素として挙げられるのは、「自分のお気に入りの地域に週末ごとに通ってくれたり、頻繁に通わなくても何らかの形でその地域を応援してくれる (指出

2016：219)」ことや、「真剣に地域のことを考えてくれる(指出 2016：223)」ことであり、「関わり価値<sup>(1)</sup>(小田切 2018：15)」である。これらの考え方では、若者が地域に関わる点に焦点があてられている。

田中輝美(2021)は、関係人口に対する批判について、「人口獲得合戦に疲れ、そして失敗したことを隠すために、関係人口を持ち出しているのではないか」という指摘(田中 2021：65)、「『(住んでいない人が)何の役に立つのか』という素朴ともいえる疑問<sup>(2)</sup>(田中 2021：65)」などを挙げながら、関係人口の特質は、「人口という量ではなく、質に目を向けたアプローチ(田中 2021：60)」であり、「アイデンティティの揺らぎ(田中 2021：72)」を背景にした「まなごしの変化(田中 2021：71)」であるという。その上で、「特定の地域に継続的に関心を持ち、関わるよそ者(田中 2021：77)」と定義する。

大学と関係人口の関連について、齊藤理(2021)のように、出身地域以外への大学への進学自体が関係人口創出にかかわるとする考え方もあるが、小口広太(2020)は、大学教育として地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動(AL)について、「ALは関係人口をつくり、増やす有効な手段となる(2020：195)」という。また、酒井千絵・越智祐子(2020)は、大学の演習として実施する1泊2日の調査実習への参加でさえ関係人口の創出につながる可能性を指摘する。本稿では、小口や酒井・越智の指摘を手掛かりに、大学教育として地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動と関係人口論について考察を進める。

### 3 大学生と大学周辺地域の商店街

千葉県市川市は、都心からおよそ20km圏内にある人口およそ50万人の市で、人口は増加傾向にある<sup>(3)</sup>。鉄道駅数16<sup>(4)</sup>と鉄道を用いた移動に恵まれている。

この市川市内北西部には、真間大門会、真間本通り会、真間銀座会、大門通り会の4つの商店会が入り組んでいる地域があり、量的調査の対象である千葉商科大学もここに位置する。京成本線の国府台駅と市川真間駅の間、駅北西側のこの地域が聞き取り調査の主たる調査対象であり、量的調査にある「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動」の活動場所ともなっている<sup>(5)</sup>。この地域の商店会・商店街は、一般的な郊外地域にある商店街同様、店舗数の減少やにぎわいの減少といった課題に直面している。

#### 3-1 聞き取り調査

聞き取り調査については、大門通り周辺の八百屋、肉屋、酒屋、珈琲店、カフェ、レス

(1) 「地域とのかかわりを持つこと自体にある種の価値を感じる(小田切 2018：15)」こと。

(2) ここで田中は、関係人口はふるさと納税などによる「消費者集団」であり「地域再生にはつながらない」とする貞包英之による指摘と、「『ゆるい』人間に何ができるのか」という批判(田中 2021：65)」を挙げている。

(3) 令和3年4月30日現在、492,298人(市川市HP <https://www.city.ichikawa.lg.jp/gen01/1111000001.html> 2021年6月1日参照)。

(4) JR総武本線(市川駅、本八幡駅)、JR武蔵野線(市川大野駅)、JR京葉線(市川塩浜駅、二俣新町駅)、東京メトロ東西線(南行徳駅、行徳駅、妙典駅)、都営地下鉄新宿線(本八幡駅)、京成本線(国府台駅、市川真間駅、菅野駅、京成八幡駅、鬼越駅)、北総鉄道(北国分駅、大町駅)。

(5) 本調査の一部は、千葉商科大学人間社会学部猪熊ひろかゼミに当時在籍していたゼミ生とともに実施した。

トラン、介護関係店舗、建築関係店舗にて実施<sup>(6)</sup>した。この聞き取り調査において、JR市川駅や京成本線の国府台駅と千葉商科大学をつなぐ道路（商店会・商店街）を多くの千葉商科大学生が毎日通行するにもかかわらず、商店街内店舗と学生の接点が少ないのではないかと、という問題提起がなされた<sup>(7)</sup>。

そこで、商店街の店舗と学生のかかわり方について、入店の際の抵抗感を中心に、どのような要素が抵抗感へとつながるのか、そして実際に店舗をどの程度利用するのか、といった実態について調査を進めることとした。

### 3-2 量的調査

量的調査については、大学教育として地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動（主にイベント運営や商品開発等）<sup>(8)</sup>に参加する千葉商科大学人間社会学部の学生のうち、日常的に大学へ通う1年生から3年生<sup>(9)</sup>（調査当時）に対して、千葉商科大学と市川駅の間に位置する市川真間地域の店舗と学生のかかわり方やその頻度、学生の日常生活の様子について、調査票を用いた集合調査を実施した。

---

(6) 聞き取り調査や各種打ち合わせについては、以下の日程で実施した（実施場所）。

2018年

9月11日 かも設計室（かも設計室）

10月1日 かも設計室、フレッシュマートあるが（千葉商科大学 University Dining）

10月15日 かも設計室、フレッシュマートあるが（千葉商科大学第4PC実習室）

10月16日 リフォームヤコ（リフォームヤコ）

10月18日 カフェレストランクルール、base de carin、シルバン介護センター、平野珈琲、肉の山崎、フレッシュマートあるが、夏秋武蔵屋酒舗（各店舗）

10月22日、29日 リフォームヤコ、カフェレストランクルール、base de carin、シルバン介護センター、平野珈琲、肉の山崎、フレッシュマートあるが、夏秋武蔵屋酒舗、かも設計室（各店舗）

11月12日 かも設計室、フレッシュマートあるが（千葉商科大学第4PC実習室）

12月10日 かも設計室、フレッシュマートあるが、シルバン介護センター（千葉商科大学1210教室）

2019年

9月27日 真間銀座会（雑貨の店もえぎ）

11月11日 真間銀座会（千葉商科大学1206教室）

12月9日 真間銀座会、フレッシュマートあるが（千葉商科大学第9PC実習室）

2020年

1月7日 真間銀座会、かも設計室、株式会社タンポポデザイン（アンカー市川）

1月22日 真間銀座会（M☆WOOD THEATER事務所）

2月4日 真間銀座会（千葉商科大学1207教室）

(7) 2019年の段階で、地域からの要望であった単純集計表の提供と市川うららFMの番組（「ま・ま・ま・ままだんご」、2019年12月11日放送）への出演を終えている。

(8) 千葉商科大学人間社会学部が大学教育として用意する具体的なプロジェクトとして、小口（2020）では「さんむ田んぼアートプロジェクト（千葉県山武市）、ど根性栽培ブルーベリー・飲む果実フルーツ酢の商品開発（千葉県木更津市）、真間あんどん祭り（千葉県市川市）、EDOROCK MUSIC & ART FESTIVAL（千葉県市川市）など」が挙げられている。齊藤・和田（2021）、権（2020）では、そのうち、本調査での対象地域で実施されている「真間あんどん祭り」の詳細について述べられている。また、勅使河原（2020）では、具体的な事例として「あららぎフェス」「山武和牛」「ままカフェ」が挙げられている。

(9) 調査当時の千葉商科大学人間社会学部では、4年次になるとカリキュラム上多くの学生が週1回程度の登校となっていたため、調査対象を1年生から3年生に限定した。

### 3-2-1 調査方法

(1) 調査対象

千葉商科大学人間社会学部 学部学生 (1年生から3年生, 調査当時)

(2) サンプルング方法

全数調査

(調査票を作成・分析する1教室を除き全41教室中39教室の協力が得られた)

(3) 調査法

調査票を用いた集合調査

(学年毎に同時時間帯に配置されている研究科目の教室へ赴き出席者へ回答を依頼することで重複回答の可能性を排除した)

(4) 有効回答率

調査票配布数: 464通

有効回答数: 461通 (有効回答率 99.4%)

(5) 調査期間

2019年10月7日～10月21日

### 3-2-2 分析 (1) 商店街内店舗への入店の際の抵抗感

本項では、問5「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」を出発点として、学生の属性や行動との関連を分析していく。

この設問に対する回答の単純集計は、表1のようになった。

表1 問5「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」

	人数	比率
1. 入りやすい	215	46.64%
2. 入りにくい	220	47.72%
N/A	26	5.64%
総計	461	100.00%

「入りにくい」との回答が少し多かったが、傾向としては、「入りやすい」・「入りにくい」ともほぼ同数であった。

では次に、クロス分析していこう。まず、問5と性別を尋ねた問1をクロス分析する。表2が問1の単純集計である。

表2 問1「性別」

	人数	比率
1. 男性	355	77.01%
2. 女性	102	22.13%
N/A	4	0.87%
総計	461	100.00%

男女比はほぼ3：1程度であり、本調査は全数調査でかつ有効回答率が99.4%であることから、全体の男女の比率とほぼ同率であると考えられる。

クロス集計の結果は表3の通りである。

表3 問1「性別」と問5「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」のクロス表

人 (%)	1. 入りやすい	2. 入りにくい	総計
1. 男性	179 (53.43%)	156 (46.57%)	335 (100.00%)
2. 女性	34 (35.42%)	62 (64.58%)	96 (100.00%)
総計	213 (49.42%)	218 (50.58%)	431 (100.00%)

p < 0.01

男性は「入りやすい」と答える割合が高く、女性は「入りにくい」と答える割合が高い。単純集計では「入りやすい」と「入りにくい」はほぼ同数であったが、これは調査対象者の男女比によるもので、男女比が5：5であった場合には「入りにくい」と答える割合が高くなるものと考えられる。

次に、問5と「昼食を選ぶ際に重視すること」を尋ねた問14をクロス分析する。表4は問14の単純集計である。

表4 問14「昼食を選ぶ際に重視すること」

	人数	比率
1. 値段	201	43.60%
2. 量	75	16.27%
3. 味	147	31.89%
4. その他	19	4.12%
N/A(回答ミス)	8	1.74%
N/A	11	2.39%
総計	461	100.00%

値段を重視する人が最も多く4割以上を占め、次に味を重視すると答えた人が多く、最も少なかったのは量を重視すると答えた人だった。

クロス集計の結果は表5の通りである。

表5 問14「昼食を選ぶ際に重視すること」と問5「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」のクロス表

人 (%)	1. 入りやすい	2. 入りにくい	総計
1. 値段	83 (43.68%)	107 (56.32%)	107 (100.00%)
2. 量	43 (61.43%)	27 (38.57%)	70 (100.00%)
3. 味	75 (54.35%)	63 (45.65%)	138 (100.00%)
総計	201 (50.50%)	197 (49.50%)	398 (100.00%)

p < 0.05

昼食を選ぶ際に「値段」を重視する人は「入りにくい」と答える割合が高く、「量」や「味」を重視する人は「入りやすい」と答える割合が高い。なかでも、「量」を重視する人に「入りやすい」と答える割合が最も高いことが分かる。しかしながら、問8「通学途中の1回の買い物金額」や問12「昼食場所」、問13「昼食費用」に関しては、 $\chi^2$ 乗検定の結果有意な関連はみられなかった。昼食を選ぶ際に「値段」を重視する人は「入りにくい」と答える傾向があるのに対し、実際に費やす費用や場所（店舗）と「入りやすさ」には関連がないということを意味している。そこで、「入りやすい」を選ぶ場合、値段以外にどのような要素が関連しているか、さらに検討を進める。

### 3-2-3 分析 (2) 大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数との関連

本調査の対象である千葉商科大学人間社会学部は、イベント企画運営・フィールドワーク・ボランティア等の、主に学外で実施するアクティブ・ラーニング活動に注力し、年間数十程度のプロジェクトを実施している。これらのプロジェクトの中には、大学周辺地域の商店街内店舗の方々とは接する機会の多いものもある。そこで、これらのアクティブ・ラーニング活動への関与が商店街内店舗への入店の際の抵抗感を減じるのではないか、という仮説に基づき、問5と「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数（打ち合わせも含む）」を尋ねた問10をクロス分析する。表6は問10の単純集計である。

表6 問10「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数」

	人数	比率
1. 参加したことはない	136	29.50%
2. 1～3回	241	52.28%
3. 4～10回	53	11.50%
4. 11回～	20	4.34%
N/A	11	2.39%
総計	461	100.00%

大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動へ参加したことがあると答えた人はおよそ7割、最も多いのは参加回数1～3回の層で、5割強を占める。クロス集計の結果は表7の通りである。

表7 問10「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数」と問5「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」のクロス表

人 (%)	1. 入りやすい	2. 入りにくい	総計
1. 参加したことはない	75 (57.69%)	55 (42.31%)	130 (100.00%)
2. 1～3回	107 (47.56%)	118 (52.44%)	225 (100.00%)
3. 4～10回	23 (46.94%)	26 (53.06%)	49 (100.00%)
4. 11回～	4 (20.00%)	16 (80.00%)	20 (100.00%)
総計	209 (49.29%)	215 (50.71%)	424 (100.00%)

p < 0.05

大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動へ「参加したことはない」と答えた人は、「入りやすい」と答える割合が高い。しかし、参加回数1～3回、4～10回の層は、「入りにくい」と答える割合がやや高くなっている。さらに、参加回数11回以上の層は、「入りにくい」と答える割合が8割とかなり高くなっている。大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加する回数が増えると、むしろ商店街内店舗への入店の際に抵抗感が増すという結果になっている。

そこで次に、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数と、商店街内店舗での買物の頻度との関連について検討を進めるため、問10と「アクティブ・ラーニング活動で関係する店舗利用」を尋ねた問11をクロス分析する。表8は問11の単純集計である。

表8 問11「アクティブ・ラーニング活動で関係する店舗利用」

	人数	比率
1. 全くない	385	83.51%
2. 週1回未満	44	9.54%
3. 週1～2回未満	8	1.74%
4. 週3回以上	4	0.87%
N/A	20	4.34%
総計	461	100.00%

「アクティブ・ラーニング活動で関係する店舗」を利用したことがないと答えた人は8割強、利用回数週1回未満がおおよそ1割を占める。クロス集計に際し、問10の回答3、4を統合して「4回以上」、問11の回答1を「利用したことはない」、回答2、3、4を統合して「利用したことがある」としたうえで、クロス集計を行った。結果は表9の通りである。

表9 問10「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数」と問11「アクティブ・ラーニング活動で関係する店舗利用」のクロス表

人 (%)	1. 利用したことはない	2. 利用したことがある	総計
1. 参加したことはない	129 (98.47%)	2 (1.53%)	131 (100.00%)
2. 1～3回	204 (86.44%)	32 (11.44%)	236 (100.00%)
3. 4回以上	50 (70.42%)	21 (29.58%)	71 (100.00%)
総計	383 (87.44%)	55 (12.56%)	438 (100.00%)

p < 0.01

大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に1～3回参加したと答えた層が関係する店舗を利用した割合はおおよそ1割である。一方で、アクティブ・ラーニング活動に4回以上参加した層は、おおよそ3割が関係する店舗を利用したことがあると答えている。「入りにくい」と答える傾向があるにも拘わらず、アクティブ・ラーニング活動に参加す

る回数が増えるほど関係する店舗を利用する、という傾向が明らかになった。

上述のように、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動へ参加することにより商店街内店舗へ「入りやすい」を選ぶ割合が低くなるが、実際に店舗を利用する割合は高くなる。それでは、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加と、大学周辺にあってほしいと考える店舗や施設はどのような関連を示すだろうか。そこで、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加回数と、「あったらいいなと思う施設（飲食）」との関連について検討を進めるため、問10と「あったらいいなと思う施設（飲食）」を尋ねた問15-2をクロス分析する。表10は問15-2の単純集計である。

表10 問15-2 「あったらいいなと思う施設（飲食）」

	人数	比率
1. カフェ	225	48.81%
2. 居酒屋	89	19.31%
3. お惣菜屋	41	8.89%
4. その他	60	13.02%
N/A(回答ミス)	7	1.52%
N/A	39	8.46%
総計	461	100.00%

「あったらいいなと思う施設（飲食）」のうち、最も多いのは「カフェ」と答えた人で、5割弱を占める。「居酒屋」と答えた人は2割弱、「お惣菜屋」と答えた人は1割弱である。クロス集計の結果は表11の通りである。

表11 問10「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動参加回数」と問15-2「あったらいいなと思う施設（飲食）」のクロス表

人 (%)	1. カフェ	2. 居酒屋	3. お惣菜屋	総計
1. 参加したことはない	59 (57.28%)	31 (30.10%)	13 (12.62%)	103 (100.00%)
2. 1～3回	127 (66.84%)	41 (21.58%)	22 (11.58%)	190 (100.00%)
3. 4～10回	32 (74.42%)	7 (16.28%)	4 (9.30%)	43 (100.00%)
4. 11回～	4 (25.00%)	10 (62.50%)	2 (12.50%)	16 (100.00%)
総計	222 (63.07%)	89 (25.28%)	41 (11.65%)	352 (100.00%)

p<0.01

大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加したことのない層で最も割合が高いのは「カフェ」であるが、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加したことのある層と比較すると、「居酒屋」を希望する割合が比較的高い。また、アクティブ・ラーニング活動に数回程度参加する層（1～10回参加）において「カフェ」を選ぶ割

合は他の層に比べてより高く、「居酒屋」を選ぶ割合はほかの層に比べてより低くなっている。一方、アクティブ・ラーニング活動に11回以上参加している層は6割強が「居酒屋」を選んでいる。なお、「あったらいいなと思う施設」のうち「娯楽(カラオケ, ダーツ, ゲーセン)」、「文化(ブックギャラリー, ミニシアター, ライブハウス)」についても掛け合わせた $\chi^2$ 乗検定の結果有意な関連は見られなかった。

### 3-2-4 小括

ここまでの分析をまとめると、以下のようになる。

まず、「商店街内店舗への入店の際の抵抗感」について、商店街内の店舗へ「入りやすい」と答えるグループが存在するとすれば、昼食を選ぶ際に「量」や「味」を重視(うち「量」を最も重視)し、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加したことはないと答えた男性であるだろう。また、「入りにくい」と答えるグループが存在するとすれば、昼食を選ぶ際に「値段」を重視し、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加(なかでも11回以上参加)したことのある女性であると考えられる。

昼食を選ぶ際に重視することが商店街内店舗への入店の際の抵抗感に関係する理由として、商店街内店舗で購入できる昼食に、「量」が多い、というイメージがあることが挙げられるだろう。とくに、「入りやすい」と答えるグループは大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加していないこともあり、ステレオタイプのイメージ通り、商店街内店舗の昼食に「量」を求めるものと考えられる。反対に、「入りにくい」と答えるグループは、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動への参加を通して商店街内店舗の価格設定が彼ら/彼女らの想定よりも高いことに気づき、「入りにくい」と感じているのだろう。

次に、「大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動参加回数と商店街での行動」について、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加したことのないグループの典型的な意識や行動が存在するとすれば、商店街内店舗へ「入りやすい」と感じるが、アクティブ・ラーニング活動で関係する店舗を実際には「利用したことはなく」、商店街にはカフェが「あったらいいなと思う」ような意識や行動となるだろう。また、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加したことがあるグループの典型的な意識や行動が存在するとすれば、商店街内店舗へ「入りにくい」と感じるが、実際にはアクティブ・ラーニング活動に参加する回数に応じて関係する店舗を「利用したことがある」と答える割合が高くなる。さらに、そのうち参加回数1~10回の層はカフェを「あったらいいなと思う」割合が比較的高く、参加回数11回以上の層は居酒屋を「あったらいいなと思う」ような意識や行動となると思われる。

大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加する回数の多いグループが、商店街内の店舗へ「入りにくい」と感じながらも実際には店舗を利用し、アクティブ・ラーニング活動に参加していないグループは「入りやすい」と感じながらも実際には店舗を利用していないというように意識と行動に矛盾が生じている点については、以下のような理由が考えられる。アクティブ・ラーニング活動に参加することで、商店街内店舗の方々と具体的な関係性が生まれ、自分のことを店舗側に認識されていると自覚して「入りにくい」と感じるが、店舗側との信頼関係がそれまでの活動により醸成されているために、実際に

利用することになる。また反対に、アクティブ・ラーニング活動に参加しないグループは、商店街内店舗の方々とは具体的な関係性が生じていないため、「入りやすい」と感じていても実際の利用には至らないのではないだろうか。

このように、大学周辺で実施されたアクティブ・ラーニング活動に参加する回数は、商店街内店舗への入店に際する意識と行動において、それぞれ異なる種類の矛盾を生じることが明らかになったものと思われる。

#### 4 商店街と関係人口論

社会学分野における商店街・商店会にかかわる研究として、まず地域団体・組織研究の一部として八王子市を事例として言及している磯村英一・鶴飼信成・川野重任編(1971)が挙げられる。商店街を利用しやすいと答える属性について、磯村他によれば、〈地域共同体〉モデルに分類される人々のみ、準拠集団(町内会や商店会など)からの脱地域(共同体)化の過程にないことが明らかになっている(1971:160)<sup>(10)</sup>。具体的には、旧市内や都営団地、農村地域に分類される地域や、分譲住宅団地や農村と新しい一般住宅の混在地域に住む方は、中心市街地(商店街)を「利用しやすい」と答える傾向にあるという。

商店街・商店会側の立場に目を向けると、蓮見音彦・似田貝香門・矢澤澄子編(1990)では、神戸市を事例に地域諸集団を分析しているが、「表6・10 地域生活にかかわる活動と担い手団体(全地区)(pp.120-123)」において、商工会議所・同業組合は「地域産業の活性化」を自らが担う活動と認識する一方で、「まちづくり活動」を自らが担う活動とは認識していなかった。その流れはその後も続き、硬直化した商店街組合が地域活性化の阻害要因になっている、とする辻井啓作(2013)や、商店街の衰退の理由を「商店街が、恥知らずの圧力団体になったこと(2012:196)」とする新雅史(2012)が挙げられる。その中で、本稿でも対象とするような商店街・商店会による歩み寄りが見られ始めている。たとえば、伊藤雅一は、稲毛地区の商店街を事例に、商店街のイベントが地域コミュニティ形成へ展開することを明らかにした(伊藤 2017)<sup>(11)</sup>。

このような商店街・商店会によるまちづくり活動は、商店街・商店会に自ら担う活動として認識されはじめている一方で、イベントの実施等における本業圧迫といった課題も指摘されている(川端・佐藤・宮前 2021)<sup>(12)</sup>。このような中で、関係人口論を用いて若者と地域のかかわりについて検討することが、互いの歩み寄りに寄与するだろう。今回の調査は、商店街と大学生が互いにどのように歩み寄ることができるか、その可能性について考える題材となり得る。とくに、アクティブ・ラーニング活動に参加する回数が多いほど、商店街内の店舗へ「入りにくい」と感じながらも実際には店舗を利用するという結果は、

(10) 〈第91表〉準拠集団×地域モデル

(11) 既存の商店街・商店会とは別様のまちおこし活動について、矢部拓也は、滋賀県長浜市における調査より「彼らは商店街とは絶縁宣言を出し……中心市街地の『既存のまちおこしの担い手(山組)』に順応・適応するのではなく、彼らとは異なった『新しいまちおこしの担い手』として中心市街地で定着することをめざしている(2006:98)」というあり方を提示している。

(12) 同様の課題は、今回の聞き取り調査においても散見された。

地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動が関係する商店街内店舗の利用実績と関連する可能性を提示する。関係人口の要素である若者と特定の地域とのかかわりについて、かかわりが多くなればなるほど「入りにくい」と感じるがより多く「利用する」という、より深みのある関係性のあり方を提示することになるだろう。

## 5 おわりに

本稿では、大学教育として地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動を積極的に導入することと、商店会や各種店舗等の地域の諸団体における購買行動等との関連について、量的調査を用いて考察を進めてきた。その中で、アクティブ・ラーニング活動へ参加する回数が多いほど関係する店舗を利用するという、容易に推察可能な関連が示されたが、同時に、アクティブ・ラーニング活動への参加回数が多いほど関係する店舗へ「入りにくい」と感じ、それでも実際には利用するという、複雑な思い<sup>(13)</sup>がある中で利用していることも明らかとなった。若者が地域に対して抱く関心が一様ではないことから、関係人口論における若者と地域の関係のあり方に多様な展開の可能性を見出すことができるだろう。

## 謝辞

調査にご協力いただいた皆様に深く感謝申し上げます。

## 〔参考文献〕

- 新雅史，2012，『商店街はなぜ減びるのか——社会・政治・経済史から探る再生の道』光文社。
- 権英詞，2020，「集客メディアとしてのアート：『真間あんどん祭り』への導入例における可能性と課題」『国府台経済研究』第30巻第2号，千葉商科大学経済研究所，3-24。
- 蓮見音彦・似田貝香門・矢澤澄子編，1990，『都市政策と地域形成——神戸市を対象に』東京大学出版会。
- 磯村英一・鵜飼信成・川野重任編，1971，『都市形成の論理と住民』財団法人東京大学出版会。
- 伊藤雅一，2017，「商店街組合におけるコミュニティ形成機能の創出——稲毛あかり祭夜灯を事例に」『地域社会学会年報』ハーベスト社，29：89-102。
- 川端亮・佐藤功・宮前良平，2021「関係人口論からみる大学の地域とのかかわり——西予市野村地域における事例」『大阪大学大学院人間科学研究科紀要』47，75-94。
- 小田切徳美，2018，「関係人口という未来——背景・意義・政策」『月間ガバナンス』No. 202，14-17。

---

(13) 複雑な思いを醸成する要素として、アクティブ・ラーニング活動で担った役割や、時間を経て培われる関係性といった要素も考えられる。

- 小口広太, 2020, 「農村ツーリズム in 岩手県花巻市大迫町の活動記録——1年目の成果と課題——」『千葉商大論叢』第58巻第1号, 千葉商科大学国府台学会, 189-199.
- 齊藤紀子・和田義人, 2021, 「地域の多様な主体の協働が作るアクティブ・ラーニングプログラム『真間あんどん祭り』——課題解決型学習及び社会人基礎力育成のフィールドとして」『千葉商大論叢』第58巻第3号, 千葉商科大学国府台学会, 183-196.
- 齊藤理, 2021, 「大学をプラットフォームとした『関係人口』創出に関する基礎的研究(その1)」『山口県立大学学術情報』第14号, 山口県立大学, 9-14.
- 酒井千絵・越智祐子, 2020, 「『新規移住者』と『関係人口』が人口減少に直面する山村に果たす役割——奈良県川上村における学生調査をとおして」『関西大学社会学部紀要』第51巻第2号, 関西大学社会学部, 17-50.
- 指出一正, 2016, 『ぼくらは地方で幸せを見つける——ソトコト流ローカル再生論』株式会社ポブラ社.
- 田中輝美, 2021, 『関係人口の社会学——人口減少社会の地域再生』大阪大学出版会.
- 勅使河原隆行, 2020, 「現代における地域社会と地域福祉」, 千葉商科大学人間社会学部編『はじめての人間社会学』中央経済社, 95-103.
- 辻井啓作, 2013, 『なぜ繁栄している商店街は1%しかないのか』阪急コミュニケーションズ.
- 矢部拓也, 2006, 「地域経済とまちおこし」岩崎信彦・矢澤澄子監修『地域社会の政策とガバナンス 地域社会学講座3』東信堂, 88-102.

(2021.9.20 受稿, 2021.10.27 受理)

〔抄 録〕

本稿は、近年注目されている主体的な学びを促す教授・学習の手法であるアクティブ・ラーニングのうち、大学教育として実施される地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動へ参加することと、その活動に関係する商店街内店舗と大学生との間に生じるかかわりとの関連に焦点を当て、量的調査を用いて明らかにし、関係人口論の観点から考察するものである。関係人口論において、このようなアクティブ・ラーニング活動は関係人口の創出につながるとされる。本稿では、創出された関係人口が地域と築く関係性の内実について考察する。

調査より、アクティブ・ラーニング活動により商店街内店舗の方々と具体的な関係性が生じたことで、参加する回数が多いほど「入りにくい」と感じながらも実際には利用回数が増える、というかかわりが生じたことが明らかとなった。若者と地域とのかかわりについて検討する関係人口論における関係のあり方について、多様な展開の可能性を提示した。