

〔論 説〕

商店街内店舗とのかかわりにより創出される関係人口 —大学教育としてのアクティブ・ラーニング活動への参加回数から—

猪 熊 ひろか

1 はじめに

商店街と大学生とのかかわりについて、地域コミュニティ形成の観点に着目した伊藤雅一(2017¹)や、教育手法としてのアクティブ・ラーニングプログラムとしてとらえた齊藤紀子・和田義人(2021²)などが挙げられる。本稿は、小口広太(2020)や酒井千絵・越智祐子(2020)、土屋薫・須賀由紀子(2021)によって指摘されている地域と学生のかかわりによる関係人口³創出について、大学教育としてのアクティブ・ラーニング活動への参加回数が商店街内店舗への入りやすさや立ち寄り回数に及ぼす影響について考察する。

土屋・須賀は、「まちあるき」プログラムを大学生と地域住民が開発する中で、「たとえ突出した特徴がない地域であっても……関係人口創出のモデルとなり得る(2021:87-88)」という。また、大学生と地域とのかかわりの様相として、大学教育として地域の諸団体とかかわるアクティブ・ラーニング活動により大学周辺地域にある商店街内店舗にたいして、「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、複雑な思いがある(猪熊 2021:25)」ことが明らかになっている。

本稿は、新型コロナウイルス感染症感染拡大による影響⁴にも触れながら、上記にて課題となっていた商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数が商店街内店舗への入りやすさや立ち寄り回数に及ぼす影響について、関連する要素を明らかにすることを目的とする。

2 調査方法

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(イベント企画運営・フィールドワーク・ボランティア等、主に学外で実施するもの)への参加を推奨する千葉商科大学人間社会学部の学部生に対して実施した2019年の量的調査⁵(以下2019年

(1) 稲毛商店街振興組合と近隣大学の学生団体との連携により実現した「稲毛あかり祭夜灯」による地域コミュニティ形成について研究したものである。

(2) 市川大門通り商店会と千葉商科大学の学生メンバーとの連携により実現した「真間あんどん祭り」を教育手法としてのアクティブ・ラーニングプログラムとしてとらえた研究である。

(3) 関係人口に関する主な議論として、指出一正(2016)、小田切徳美(2018)、田中輝美(2021)などが挙げられる。

(4) 2020年3月頃からの感染拡大をうけて、大学への登校頻度、アクティブ・ラーニング活動への参加回数に多大な影響が生じた。

調査)の単純集計とクロス集計(猪熊 2021)について解説したうえで、以下の2種類の調査を実施した。

(1) 質的調査

①調査対象

千葉商科大学人間社会学部「まちづくり論／健康・福祉とまちづくり論⁽⁶⁾」履修者

②サンプリング方法

全数調査

③調査法

千葉商科大学ポータルサイト「CUC-PORTAL」の「課題提出」機能を使用。採点対象となる「課題」として提示。課題提示の際、「考えたこと」を問う形式とした。

④有効回答率

履修者(対象者)数:190名

有効回答数:164名(有効回答率 86.3%)

⑤調査期間

2021年12月3日～12月7日

(2) 量的調査⁽⁷⁾

①調査対象

千葉商科大学人間社会学部「まちづくり論／健康・福祉とまちづくり論」履修者

②サンプリング方法

全数調査

③調査法

千葉商科大学ポータルサイト「CUC-PORTAL」の「クリッカー」機能を使用。採点対象とならないことを明示。

④有効回答率

履修者(対象者)数:190名

有効回答数:127名(有効回答率 66.8%)

⑤調査期間

2021年12月30日～2022年1月31日

-
- (5) 2018年に開始した大学周辺地域の商店会・店舗への聞き取り調査をもとに2019年に実施した量的調査で、アクティブ・ラーニング活動を推奨している千葉商科大学人間社会学部の当時の学部生1年生～3年生への全数調査(有効回答数461通、有効回答率99.4%)である。なお、今回の調査対象は2021年度の「まちづくり論／健康・福祉とまちづくり論」の履修者であり、単純に比較することはできないが、履修登録時の抽選により190名に絞られた学生が履修していることから、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響について考察する際に傾向を参照する場合がある。
- (6) 専門科目として設置されている科目で、2年生～4年生が履修可能である。
- (7) 表中の比率(%)については、四捨五入の関係で合計100.00%にならない場合がある。

3 新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響

2020年3月頃からの新型コロナウイルス感染症感染拡大をうけて大人数の集まりやイベント、各種会合が不開催（無期限延期を含む）となり、アクティブ・ラーニング活動も多大な影響を受けた。今回の調査は調査時点で2年生から4年生を対象としたが、このうち2年生は、2020年4月の入学時から感染拡大の影響によりアクティブ・ラーニング活動そのものが制限されてきた時期を過ごしてきた。一方、3年生以上は少なくとも1年間アクティブ・ラーニング活動への参加に際しそのような外的要因はなく、2年次以降の2年間、アクティブ・ラーニング活動への参加回数に制限を受けてきた。そこで、調査当時の学年を手掛かりに、感染拡大がアクティブ・ラーニング活動への参加回数や店舗への立ち寄りに与えた影響の検討を行う。

まず、「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」について尋ねた問3と「学年構成」をクロス分析する。表1は回答者の学年構成の単純集計、表2は商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数についての単純集計である。

表1 「学年構成」

	人数	比率
2年生	86	67.72%
3年生	34	26.77%
4年生	7	5.51%
総計	127	100.00%

回答者の学年構成は、2年生が最も多くおよそ7割を占め、4年生はおよそ5%程度である。

表2 問3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」

	人数	比率
1.0回	66	51.97%
2.1回	26	20.47%
3.2~3回	21	16.54%
4.4~10回	2	1.57%
5.11回以上	2	1.57%
N/A	10	7.87%
総計	127	100.00%

商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数について、参加したことの無い人の割合はおよそ5割と半数を占め、2019年調査のおよそ3割という傾向と大きく異なる。また4回以上参加した層について、2019年調査ではおよそ15%であったが、今

回の調査ではおよそ3%である。

さて、問3の回答3. 4. 5. を統合して「2回以上」とし、「学年構成」の3年生と4年生を統合して「3年生以上」としたうえで、クロス集計を行う。クロス集計の結果は表3の通りである。

表3 問3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」と「学年構成」のクロス表

	2年生	3年生以上	総計
0回	57 (86.36%)	9 (13.64%)	66 (100.00%)
1回	12 (46.15%)	14 (53.85%)	26 (100.00%)
2回以上	13 (52.00%)	12 (48.00%)	25 (100.00%)
総計	82 (70.09%)	35 (29.91%)	117 (100.00%)

p < 0.01

※最小期待度数は7.48である。

商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動に参加した回数を0回と答えた人は2年生に多く、1回以上参加した人はアクティブ・ラーニング活動への参加に新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響のない時期のあった3年生以上に多い。商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動は、課外で行われるイベント運営型のものに加え、少人数の授業やゼミナール形式の授業の一環として実施されるフィールドワーク⁽⁸⁾の手法をとる場合もあり、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響をうけてそれらへの参加回数が減少したものと推測される。また、そのうち2回以上参加した人については、2年生の割合が少し高くなっている。

次に、商店街内店舗への立ち寄り回数について検討を進めるため、「商店街内店舗立ち寄り回数」について尋ねた問4と「学年構成」をクロス分析する。表4は商店街内店舗への立ち寄り回数についての単純集計である。

表4 問4「商店街内店舗立ち寄り回数」

	人数	比率
1. 0回	56	44.09%
2. 1回	17	13.39%
3. 2~3回	29	22.83%
4. 4~10回	9	7.09%
5. 11回以上	4	3.15%
N/A	12	9.45%
総計	127	100.00%

(8) アクティブ・ラーニングをゼミナール形式の授業で実施する際、龍田建次・丹羽誠次郎・上田裕(2013)に手法が示されているようなフィールドワークやインタビューにもとづく提案発表を行う場合も散見される。

「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」と比べ、「商店街内店舗立ち寄り回数」の方が多く、2～3回以上立ち寄った割合は3割を超えている。

次に、表2同様、問4の回答3. 4. 5. を統合して「2回以上」とし、「学年構成」の3年生と4年生を統合して「3年生以上」としたうえで、クロス集計を行う。クロス集計の結果は表5の通りである。

表5 問4「商店街内店舗立ち寄り回数」と「学年構成」のクロス表

	2年生	3年生以上	総計
0回	45 (80.36%)	11 (19.64%)	56 (100.00%)
1回	10 (58.82%)	7 (41.18%)	17 (100.00%)
2回以上	25 (59.52%)	17 (40.48%)	42 (100.00%)
総計	80 (69.57%)	35 (30.43%)	115 (100.00%)

$p < 0.05$

※最小期待度数は5.17である。

商店街内店舗への立ち寄り回数を0回と答えた人は2年生に多く、1回以上と答えた人は3年生以上に多い。こちらも、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響のない時期のあった3年生以上の立ち寄り回数が多く、商店街内店舗での買い物や飲食に制限がかけられた影響の大きさを推測することができる。

4 アクティブ・ラーニング活動への参加回数と入りやすさ・立ち寄り回数

ここからは、1にて問題提起した商店街内店舗とのかかわり方について、アクティブ・ラーニング活動への参加回数と関連する要素の検討を進めていく。まず、商店街内店舗への入りやすさや立ち寄り回数とアクティブ・ラーニング活動への参加回数の関連について考察するために、「店舗への入りやすさ」を尋ねた問2と「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」についての問3をクロス分析する。表6は問2の単純集計である。

表6 問2「店舗への入りやすさ」

	人数	比率
1. 入りやすい	9	7.09%
2. どちらかといえば入りやすい	27	21.26%
3. どちらかといえば入りにくい	69	54.33%
4. 入りにくい	13	10.24%
N/A	9	7.09%
総計	127	100.00%

商店街内店舗への入りやすさについて、「入りやすい」「どちらかといえば入りやすい」

と答えた人はおよそ3割, 「入りにくい」「どちらかといえば入りにくい」と答えた人はおよそ7割となり, 2019年調査のおよそ半々という傾向と大きく異なるものとなった。

クロス集計の結果は表7の通りである。問2の回答1. 2. を統合して「入りやすい」, 回答3. 4. を統合して「入りにくい」, 問3の回答3. 4. 5. を統合して「2回以上」としたうえで, クロス集計を行った。

表7 問2「商店街内店舗への入りやすさ」と問3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」のクロス表

人 (%)	0回	1回	2回以上	総計
入りやすい	15 (41.67%)	13 (36.11%)	8 (22.22%)	36 (100.00%)
入りにくい	51 (62.96%)	13 (16.05%)	17 (20.99%)	81 (100.00%)
総計	66 (56.41%)	26 (22.22%)	25 (21.37%)	117 (100.00%)

p < 0.05

※最小期待度数は7.69である。

商店街内店舗へ「入りやすい」と答えた人は店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数を「1回」と答える人の割合が高く, 「入りにくい」と答えた人は参加回数を「0回」と答える人の割合が高くなっている。参加回数を「2回以上」と答える人については, 「入りやすい」「入りにくい」とも大きな差はなかった。全く関係がないと「入りにくい」が, 参加回数が1回の場合入りやすくなり, それ以上関係が深まるとその中間におさまっていくという結果となった。なお, 2019年調査では, アクティブ・ラーニング活動への参加回数0回の場合半数以上が「入りやすい」と答え, アクティブ・ラーニング活動に参加するほど「入りにくい」と答える割合が高くなっていた⁽⁹⁾。2019年調査では「どちらかといえば入りやすい」「どちらかといえば入りにくい」という選択肢を設けずに「入りやすい」「入りにくい」の2択としていたため, 今回の調査では, 商店街内店舗と接点のない層にとって, 選択に際し影響があったものと考えられる。

なお, アクティブ・ラーニング活動に参加して商店街内店舗とかかわることにより, むしろ距離を感じる学生の記述内容として以下①・②・③がある。

- ①アクティブラーニングで携わったお店に関しては, 社会や生活支援の場であるように感じ, なかなか自分が利用者として入ることができなくなってしまっているのではないかと考える。
- ②アクティブラーニングなどで活動しているため, 抵抗感がある学生も多い。私もアクティブラーニングで活動していて, 協力してくれるお店が商店街にある。活動の際には訪れるが, プライベートでは利用しない。

(9) 2019年調査では, 参加回数について, 2019年調査では0回・1~3回・4~10回・11回以上という分け方を採用した。一方, 今回調査ではアクティブ・ラーニング活動への参加回数が全体的に少ないことが予想されたことから2019年調査の参加回数の選択肢「1~3回」を「1回」と「2~3回」に分けた。さらに, クロス集計に際し, 予想通り参加回数が少なかったため, 期待度数の関係で選択肢を統合した。

③ AL⁽¹⁰⁾などで形式的にかかわる学生はいるもののやはりプライベートの部分でかわる学生は多くない。

①・②は、アクティブ・ラーニング活動に参加することで、かかわった商店街内店舗を「生活支援の場」と感じ、「利用者として入ることができなくな」ったり、「プライベート」で利用することに「抵抗感」を感じたりするという。③の場合、アクティブ・ラーニング活動で商店街内店舗とかわることを「形式的」と表現している。②・③に共通するのは、アクティブ・ラーニング活動と自身の余暇の過ごし方を分けて、「プライベート」とアクティブ・ラーニング活動を対置する捉え方である。

このような距離のあり方について考える際に、東日本大震災の被災地にて支援を受ける側を経験した立場からの「住民と『一緒に』ではなく、支援を『する側』と『される側』が明確に分かれ……ていった⁽¹¹⁾」という見解が参考になるだろう。震災の被災地支援についての見解であるため状況は異なるが、「支援」を介して「する側」と「される側」に明確に分かれることにより、「一緒に」ではなくなるということが指摘されている。つまり、アクティブ・ラーニング活動へ参加することで「する側」と「される側」に分かれ、そこに関係性上の距離があらわれ、商店街内店舗に入りにくくなる場合があることが明らかになったといえる。アクティブ・ラーニング活動には継続参加しているが「プライベート」ではかわらない、というような地域との関係の保ち方は、関係人口のあり方の様相をより明確にしていくだろう。

さて次に、実際に商店街内店舗へ立ち寄った回数と店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数の関連について検討を進めるため、「商店街内店舗立ち寄り回数」を尋ねた問4と問3をクロス分析する。

クロス集計の結果は表8の通りである。問4の回答3. 4. 5. を統合して「2回以上」、問3の回答3. 4. 5. を統合して「2回以上」としたうえで、クロス集計を行った。

表8 問4「商店街内店舗立ち寄り回数」と問3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」のクロス表

人 (%)	0回 (参加回数)	1回	2回以上	総計
0回 (立寄り回数)	43 (76.79%)	9 (16.07%)	4 (7.14%)	56 (100.00%)
1回以上	22 (37.29%)	17 (28.81%)	20 (33.90%)	59 (100.00%)
総計	65 (56.52%)	26 (22.61%)	24 (20.87%)	115 (100.00%)

p < 0.01

※最小期待度数は 11.68 である。

商店街内店舗に立ち寄ったことのない人は店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加経験のない人に多く、店舗に立ち寄ったことのある人は参加経験のある人が多かった。

(10) Active Learning の頭文字。

(11) 丹波新聞 2022年3月13日、宮城県石巻市のNPO法人「石巻復興支援ネットワーク」の兼子佳恵氏のコメント。

さらに、アクティブ・ラーニング活動への参加回数が1回の人より2回以上の人に、商店街内店舗へ立ち寄ったことのある人が多かった。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への立ち寄り回数は関連しているといえる。この結果は、2019年調査の傾向から大きな変化はなかった。

学生の記述内容からは、上述の結果に関係するものとして④が挙げられる。

④実際私は「A」で地元のお店の方と多くかかわってきたが、お店の人と仲良くなることで、お店に入りやすくなったり、おまけをもらえたりするので、他の人も入りやすくなったのではないかと考えていた（筆者註：引用に際しアクティブ・ラーニング活動の名称をアルファベットとした）

④で触れられている「A」は、感染症の影響を比較的受けずに活動してきたアクティブ・ラーニング活動のひとつで、商店街内店舗と連携して月に2回程度市場開催型イベントを開催するものである。この学生はこちらの活動に積極的に参加し、商店街内店舗の方々とかわり、そこから前向きな関係性を構築し、アクティブ・ラーニング活動以外でも関係する店舗に立ち寄っているという。

5 アクティブ・ラーニング活動への参加回数と店舗への印象

次に、アクティブ・ラーニング活動に参加して商店街内店舗とかかわることによる他の影響について検討を進めるため、商店街内店舗の印象としてしばしば言及される「品揃え」と「接客」について、アクティブ・ラーニング活動への参加回数との関連をみていく。まず、「商店街内店舗の品揃えへの印象」について尋ねた問6と問3をクロス分析する。表9は問6の単純集計である。

表9 問6「商店街内店舗の品揃えへの印象」

	人数	比率
1. 欲しい物が常に揃っている	4	3.15%
2. 欲しい物がある程度揃っている	38	29.92%
3. 欲しい物はあまり揃っていない	68	53.54%
4. 欲しい物は全く揃っていない	4	3.15%
N/A	13	10.24%
総計	127	100.00%

商店街内店舗の品揃えへの印象については、「欲しい物はあまり揃っていない」と答えた人が半数を超え、「常に揃っている」「ある程度揃っている」と答えた人は合わせておよそ3割となった。

クロス集計の結果は表10の通りである。問6の回答1. 2. を統合して「揃っている」、回答3. 4. を統合して「揃っていない」、問3の回答2. 3. 4. 5. を統合して「1回以上」

としたうえで、クロス集計を行った。

表 10 問 6「商店街内店舗の品揃えへの印象」と問 3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」のクロス表

人 (%)	0 回	1 回以上	総計
揃っている	18 (42.86%)	24 (57.14%)	42 (100.00%)
揃っていない	46 (63.89%)	26 (36.11%)	72 (100.00%)
総計	64 (56.14%)	50 (43.86%)	114 (100.00%)

$p < 0.05$

※最小期待度数は 18.42 である。

商店街内店舗の品揃えへの印象について、「揃っている」と答えた人は商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動に 1 回以上参加した人に多く、「揃っていない」と答えた人は参加回数 0 回の人に多い。アクティブ・ラーニング活動により商店街内店舗のことを知ることで「揃っている」と感じる傾向を読み取れる。

次に、商店街内店舗のもうひとつの特徴とされる「商店街内店舗の接客への印象」について尋ねた問 8 と問 3 をクロス分析する。表 11 は問 8 の単純集計である。

表 11 問 8「商店街内店舗の接客への印象」

	人数	比率
1. もっと話しかけてほしい	24	18.90%
2. また同じように接客してほしい	77	60.63%
3. もう少し距離をとってほしい	13	10.24%
N/A	13	10.24%
総計	127	100.00%

接客への印象については、「また同じように接客してほしい」と答えた人がおよそ 6 割と最も多く、「もっと話しかけてほしい」とより積極的な関係性構築を望む人がおよそ 2 割、「もう少し距離をとってほしい」と答えた人がおよそ 1 割となった。

クロス集計の結果は表 12 の通りである。問 8 の回答 1. 2. を統合して「それ以外（「距離をとってほしい」以外）」、問 3 の回答 2. 3. 4. 5. を統合して「1 回以上」としたうえで、クロス集計を行った。

表12 問8「商店街内店舗の接客への印象」と問3「商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数」のクロス表

人 (%)	0回	1回以上	総計
距離をとってほしい	11 (84.62%)	2 (15.38%)	13 (100.0%)
それ以外	53 (52.48%)	48 (47.52%)	101 (100.00%)
総計	64 (56.14%)	50 (43.86%)	114 (100.00%)

$p < 0.05$

※最小期待度数は5.70である。

接客の際に「距離をとってほしい」と答えた人は、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動でのかかわりが無い人に多く、アクティブ・ラーニング活動でのかかわりが1回以上ある場合は極端に少なくなる。

学生の記述内容から店構えについて述べるものとして⑤を参照する。

⑤以前私はフィールドワークの一環としてBに取材をしに行ったが、それ以前もそれ以降も利用していないことを考えると、入りづらさは課題であると思う。……Bに取材をしに行った時も地域の常連さんがいらしており、地域に根差していることは分かったが、学生からBの話聞いたことがない。聞いたことがあるのはCだけなので店の中に入らず注文できるというのは大きな要素になっていると思う。(筆者註：引用に際し店舗名をアルファベットとした)

⑤では、アクティブ・ラーニング活動でかかわった店舗B、他の学生から日常的な利用を聞いている店舗Cについて、店構えの観点から述べられている。なお、店舗B・店舗Cとも、アクティブ・ラーニング活動でかかわりのある店舗としてよく挙げられる店舗である。この学生は、店舗を利用する際に「注文しやすい」ことを条件として挙げている⁽¹²⁾。アクティブ・ラーニング活動で品揃えや接客について前向きな印象を持ったとしても、実際の利用に際しては、また別の課題が生じうることを示している。今回の調査では、商店街内店舗の品揃えと接客への印象以外に値段と外観への印象についても尋ねたため、それらとも掛け合わせたが、 χ^2 乗検定の結果有意な関連は見られなかった。

6 おわりに

本稿では、猪熊(2021)にて提示された、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数が商店街内店舗への入りやすさや商店街内店舗への立ち寄り回数に及ぼす影響について、関連する要素を明らかにするため実施した追加的調査を用いて考察を行った。また、2019年調査の後、新型コロナウイルス感染症感染拡大によりアクティブ・ラーニング活動や登校頻度を含めた学生生活に大きな変化があったため、可能な限りその要素

(12) 商店街にある店舗の外観について、小崎美希(2017)は、開口部の大きさ・商品展示・利用者の有無・緩衝帯の存在により入りやすさが向上することを明らかにした。

についても検討した。

今回の調査で明らかになったことは、以下の3点である。

(1) 新型コロナウイルス感染症感染拡大により、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数、商店街内店舗への立ち寄り回数とも減少したものと推測できる。

(2) 商店街内店舗への立ち寄りについては、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への複数回の参加により「入りにくい」と答える割合が高くなるが、参加回数が増えるほど立ち寄り回数が増えることが示され、感染症感染拡大という状況下にあっても、それ以前（2019年調査）の傾向から大きな変化はなかった。なお、アクティブ・ラーニング活動に複数回参加しながらも店舗に「入りにくい」と答える例として、アクティブ・ラーニング活動により「支援」を介して「する側」と「される側」を分けて認識し、「プライベート」での店舗への立ち寄りを避けようとするといった関係の保ち方も見られた。

(3) 商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動に参加すると、品揃えや接客への印象が前向きなものとなるが、実際の立ち寄りについては店構えなど他の要素との関連が示唆された。

アクティブ・ラーニング活動を通して商店街内店舗とのかかわり、その結果、店舗へ立ち寄りやすくなる場合もあれば、アクティブ・ラーニング活動を続けながら「プライベート」と分け、かかわり方を自ら制限する場合もある。いずれも、「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）」といえるだろう。このように、アクティブ・ラーニング活動は、若者と地域の関係のあり方を広げ、活動でのかかわりと「プライベート」でのかかわりに際し、異なるふるまい方を生じさせる。関係人口の観点からみる若者と地域の関係のあり方において、アクティブ・ラーニング活動は、若者と地域とのかかわりの展開可能性の契機となっているといえるだろう。

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。

〔文献リスト〕

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』第29集，ハーベスト社，89-102.

猪熊ひろか，2021「地域の諸団体とかわるアクティブ・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——」『千葉商大紀要』第59巻第2号，千葉商科大学国府台学会，15-27.

小崎美希，2017，「商業店舗の外観評価と外観構成要素に関する研究——単独店舗および商店街を対象とした探索的研究」『日本建築学会環境系論文集』82巻738号，日本建築学会，695-704.

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.

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.
- 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』株式会社ポプラ社.
- 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.
- 龍田建次・丹羽誠次郎・上田裕, 2013 「課題解決型演習授業を通して見られた学生の変化——岡崎中心商店街の活性化をめぐる事例報告——」『愛知学泉大学・短期大学紀要』第48号, 67-74.
- 土屋薫・須賀由紀子, 2021, 「地域の価値共有プログラムの開発に関する考察——地域と関わる「関係人口」の創出手法として——」『江戸川大学紀要』第31号, 87-96.

(2022.4.25 受稿, 2022.6.7 受理)

〔抄 録〕

本稿は、地域と大学生のかかわりによる関係人口創出について、大学教育としてのアクティブ・ラーニング活動への参加回数が商店街内店舗への入りやすさや立ち寄り回数に及ぼす影響を、新型コロナウイルス感染症感染拡大による影響にも触れながら考察するものである。

新型コロナウイルス感染症感染拡大により、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への参加回数、商店街内店舗への立ち寄り回数とも減少したものと推測できる。商店街内店舗への立ち寄りについては、商店街内店舗とのアクティブ・ラーニング活動への複数回の参加により「入りにくい」と答える割合が高くなるが、参加回数が増えるほど立ち寄り回数が増えることも示され、感染症感染拡大という状況下にあっても、それ以前（2019年調査）の傾向から大きな変化はなかった。アクティブ・ラーニング活動を継続しながらも店舗に「入りにくい」と答える例として、アクティブ・ラーニング活動により「支援」を介して「する側」と「される側」を分けて認識し、「プライベート」での店舗への立ち寄りを避けようとするといった関係の保ち方も見られた。関係人口の観点からみる若者と地域の関係のあり方において、アクティブ・ラーニング活動は、若者と地域とのかかわりの展開可能性の契機となっているといえるだろう。