

地元商店街をフィールドとした子どものあそび空間の創造

—2013年度「商店街あそびの広場」実践報告—

清水池 義 治 長谷川 武 史 傳 馬 淳一郎
三 井 登 宮 内 俊 一 今 野 道 裕

名寄市立大学 道北地域研究所

「地 域 と 住 民」 第 3 2 号 抜 刷

2 0 1 4 年 3 月

地元商店街をフィールドとした子どものあそび空間の創造

—2013年度「商店街あそびの広場」実践報告—

清水池 義 治 長谷川 武 史 傳 馬 淳一郎
三 井 登 宮 内 俊 一 今 野 道 裕

名寄市立大学 道北地域研究所

「地 域 と 住 民」 第 3 2 号 抜 刷

2 0 1 4 年 3 月

彙報

地元商店街をフィールドとした子どものあそび空間の創造 — 2013 年度「商店街あそびの広場」実践報告—

清水池義治^{1)*}、長谷川武史²⁾、傳馬淳一郎³⁾、三井登³⁾、宮内俊一³⁾、今野道裕³⁾

¹⁾名寄市立大学保健福祉学部教養教育部、²⁾名寄市立大学保健福祉学部社会福祉学科、

³⁾名寄市立大学短期大学部児童学科

キーワード：商店街あそびの広場、商店街、あそび空間、子育て支援

1. はじめに

市街地中心に位置する商店街の衰退傾向に歯止めがかからない。全国の商店街を対象とした調査によれば、2012 年度直近 3 年間で来街者が減少したと回答した商店街は全体の 7 割超に達し、空き店舗比率も全国平均で 15%に近づきつつある（中小企業庁〔2013〕）。また、商店経営者の高齢化が進行し、後継者問題が深刻化している。商店街の置かれた状況は、人口 5 万人未満の都市・町村に立地する商店街、そして食料・雑貨といった日用品を地域の消費者向けに取り扱う地元密着型の商店街ほど厳しい。

名寄市街地中心部にも商店街が存在しているが、置かれた状況は全国的な動向と同様である。名寄商工会議所の調査（名寄商工会議所〔2008a〕）によれば、全体の約 9 割の商店が売上高は横ばい、ないし減少傾向と回答している。60 歳以上の経営者は全体の約半数を占め、次代を担う 30 代以下の若手経営者はわずか 6%程度である。そして、中心市街地の空き店舗・空き地数は 50 ヶ所程度に上っている（2012 年 7 月現在、名寄商工会議所〔2013〕）。名寄市も将来的な人口減少とさらなる高齢化が予想されており、商店街を取り巻く環境は厳しさを増すと思われる。

ところで、商店街衰退の要因として、従来は大型店の郊外進出といった商店街外部の要因が指摘されることが多かったが、近年では店舗の魅力低下・消費者ニーズに見合った業種業態の不足といった商店街内部の要因を指摘する声が商店街関係者から上がっている（例えば中小企業庁〔2013〕を参照）。こういった声に対応するように、各地で商店街活性化に向けた取り組みが活発化している。特に、買い物弱者対応や子育て支援などコミュニティ機能を商店街が継続的に支援することを通じて、地域と商店街の一体的な活性化を目指す事例が注目される（藤津〔2011〕、川上〔2011〕、北村〔2013〕、小室・中山〔2006〕、横内・後藤・佐藤〔2012〕参照）。ここ名寄駅前商店街でも、大学・農業団体・福祉団体などの連携により、地域の子どもたちに遊びの空間を提供する「商店街あそびの広場」が 2012 年より開催されている。

本稿では、名寄駅前商店街をフィールドとして開催された 2013 年度「商店街あそびの広場」（以下、あそびの広場）の実践報告を行うとともに、名寄駅前商店街活性化に向けてあそびの広場の課題を考察する。以上の課題を明らかにするために、まず、2013 年度のあそびの広場の目的および内容を述べる。次に、あそびの広場開催当日に来場者および学生ボランティアに対して実施したアンケートの結果から、あそびの広場の成果を確認する。最後に、同アンケート結果から得られた商店街の利用状況およびイメージを検討し、名寄駅前商店街の活性化に資するあそびの広場の実施・運営方法を考察する。

*責任著者

住所 〒096-8641 北海道名寄市西 4 条北 8 丁目 1 番地

E-mail: shimizuike@nayoro.ac.jp

2. 「商店街あそびの広場」の目的と内容

(1) 「商店街あそびの広場」実施の経緯

あそびの広場の実施にいたる経緯は、2010年にMOA 児童画展実行委員会¹⁾の委員が名寄市立大学を訪問し、同大学児童学科教員に絵画作品の展示を要請したことから始まる。これを受けて、児童学科教員の担当する授業で学生が作った作品を展示するかたちで協力することになった。同委員会は名寄市内で児童・生徒の児童画展を20年以上にわたって開催してきたが、2010年に初めて名寄駅前商店街の空き店舗を会場として利用した。児童学科教員は、この児童画展への協力を通じて、空き店舗を利用した人形劇フェスティバルの着想を得た。この教員は人形劇サークルの顧問として、学生を中心とした地域での人形劇開催に取り組んできたこともあり、北海道人形劇フェスティバルの開催地に立候補し、2011年度は名寄で開催されることになった。

2011年9月、第52回北海道人形劇フェスティバルが名寄駅前商店街を会場として開催された。北海道の助成金を受け、大学サークルをはじめ全道各地の人形劇サークルが参加したほか、プロの人形劇団や札幌のサークルなども招致して実施したが、事前の周知・売券活動が不十分であり、規模に見合った市民・子どもの参加とはならなかった。しかし、空き店舗活用という事業スタイルの前例となった点では意義があったと言える。

一定の意義があった人形劇フェスティバルだが、以下のような課題があった。同時開催した児童画展と人形劇の会場は共同使用が困難であること、他町村からの参加やプロ劇団の参加は経費その他の面で継続が難しいこと、人形劇というジャンルだけでは参加学生に限られるといった点である。そこで、「あそび」を中心とした取り組みに組み換えることにした。すなわち、人形劇は1ヶ所での開催として折り紙など児童画展の会場でもできる「あそび」を行うことにした。「あそび」に必要な資材は教員研究室から調達可能なものとし、経費がかからないようにした。また、多様な「あそび」を展開することで様々な学生が参加し、多様な体験をさせることができると期待されたのである。

児童学科教員がMOA 児童画展実行委員とともに基本的なイメージを作り上げた後、2012年6月にMOA 児童画展実行委員会、商店街団体、商工会議所、名寄市、教育委員会と会合をもち、「商店街あそびの広場」実行委員会を立ちあげて実施することが決まった。委員長には児童学科教員が就任した。第1回目のあそびの広場は2012年9月17日に開催された。人形劇以外に7つの「あそび」が商店街で提供され、26名の学生ボランティアが当日の企画運営にあたった。

(2) 「商店街あそびの広場」の目的

以上の経過で実施に至ったあそびの広場は以下の3点を目的としている（あそびの広場企画書より）。

第1に、児童作品展や人形劇、生花・茶の湯などを中心的な媒体とした文化活動を通じた商店街の活性化を図ることである。第2に、名寄市を中心とした道北地域の子どもたちや子どもの心を持った大人たちに、創ることの楽しさや豊かな未来を語り合う場を提供することである。第3に、大学生サークルの運営および公演参加を通じて、学生と地域との交流を図ることである。

(3) 「商店街あそびの広場」の実施体制

第2回目のあそびの広場は、2013年9月21日に実施された。

表1は2013年度あそびの広場の実施体制である。2012年度の第1回と同様に、商店街あそびの広場実行委員会が主催団体となり、MOA 美術館北の児童作品展実行委員会およびひまわりの絵コンクール実行委員会との共催形式である。実行委員会は開催日までに3回開催され、商店街スタンプラリー実施や会場選定、各あそびのプログラムなどについて話し合われた。実行委員会には、昨年度に引き続いて名寄市、商工会議

所、名寄市商店街連合会などが参加した。また、2013 年度から、当日の企画実施団体に FM なよろ、名寄市内で福祉施設を運営する丘の上学園、名士バスが加わった。

名寄市立大学での実施体制は、2013 年度は大きく変わった。まず、昨年度までは基本的に児童学科教員 1 名のみが関わっていたが、短期大学部児童学科教員 4 名、保健福祉学部社会福祉学科教員 1 名、同・教養教育部教員 1 名の教員 6 名体制に強化された。大学内競争的資金である教育研究経費特別枠による事業支援を受けて企画実施予算を確保するとともに、学内運営委員会を複数回実施して、各あそびのプログラムや

アンケートの実施内容・方法、学生ボランティアの確保対策などについて議論した。また、当日の学生ボランティアは約 35 名であった。第 1 回開催時のボランティアは児童学科学生に限られていたが、保健福祉学部社会福祉学科学生、吹奏楽部サークルの学生も新たにボランティアとして参加した。

(4) 「商店街あそびの広場」の内容

表 2 に、2013 年度あそびの広場の実施企画を示した。第 1 回に実施したスタンプラリー・児童作品展・ひまわりの絵コンクール・生花茶の湯体験・人形劇・牧草ロールお絵かき・積み木・けん玉・風船・折り紙・絵本紙芝居の 13 企画に加え、ジャグリング・バス体験・糸遊び・折り染め・ミニライブといった 7 企画が新たに実施された。これら企画のうち、11 企画が商店街空き店舗を会場として使用した。なお、全 20 企画のうち 11 企画を大学が担当し、学生ボランティアが携わった。写真 1 から写真 6 は当日実施された企画の様子である（全て筆者撮影）。

2013 年度あそびの広場の会場を図示したのが図 1 である。あそびの広場は、名寄せ通り商店街（南 6 丁目）・サンピラー商店街（南 5 丁目）・名寄名店街（三条通）の 3 商店街を会場として使用した。東西方向に約 400m、南北方向に約 170m の範囲である。空き店舗 7 ヶ所を含む 12 ヶ所に企画会場が設営された。また、スタンプラリーの参加商店は 20 店舗となった（図中の黒丸）。

表 1 2013年度商店街あそびの広場の実施体制

開催日	2013年9月21日（土）
主催	商店街あそびの広場実行委員会 委員長：今野道裕（名寄市立大学短期大学部児童学科） 事務局：村田光彦（MOA美術館）
共催	MOA美術館北の児童作品展実行委員会 委員長：高橋藤次（株式会社高橋組） ひまわりの絵コンクール実行委員会 委員長：山田典幸（農家、名寄市議会議員）
うち大学関係	教員 6 名（短期大学部児童学科 4 名、保健福祉学部社会福祉学科 1 名、同・教教育部 1 名）
当日学生ランティア	約 35 名

資料：商店街あそびの広場資料より作成。

表 2 2013年度商店街あそびの広場の実施企画

	担当団体	備考
スタンプラリー	商店街商店	
児童作品展	MOA	一部空き店舗活用
生花茶の湯体験	MOA	
ひまわりの絵コンクール	ひまわりの絵	空き店舗活用
バス体験	名士バス	
ジャグリング	FMなよろ	空き店舗活用
迷路	丘の上学園	
糸遊び	丘の上学園	
パン特別販売	丘の上学園	
牧草ロールお絵かき	大学	
積み木広場	大学	空き店舗活用
紙飛行機	大学	空き店舗活用
けん玉道場	大学	空き店舗活用
人形劇	大学	空き店舗活用
バルーンづくり	大学	空き店舗活用
折り紙	大学	空き店舗活用
絵本・紙芝居	大学	空き店舗活用
折り染め体験	大学	空き店舗活用
巨大ひまわりアート	大学	
街角ミニライブ	大学	

資料：商店街あそびの広場資料より作成。

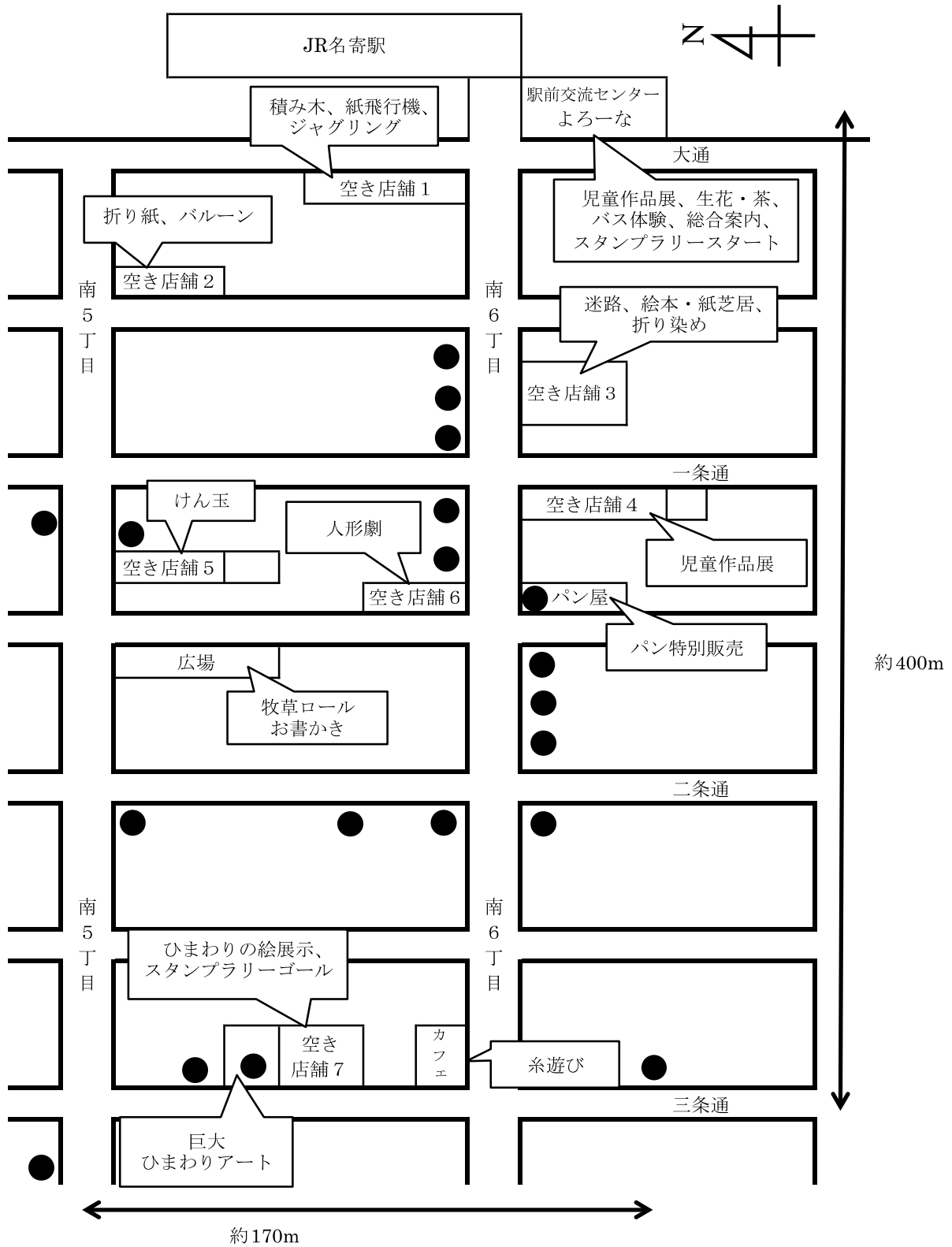


図1 2013年度商店街あそびの広場の会場

資料：商店街あそびの広場資料より作成。

註：黒丸はスタンプラリー参加商店の位置を示す。三条通西の国道40号沿いに1軒参加商店があるがここでは省略している。



写真1 人形劇



写真2 バルーンづくり



写真3 絵本・紙芝居



写真4 折り染め体験



写真5 牧草ロールお絵かき



写真6 街角ミニライブ

3. 「商店街あそびの広場」の成果

(1) 来場者向けアンケートの結果

2013 年度あそびの広場当日に会場を訪れた来場者のうち保護者と思われる者、ならびに学生ボランティアを対象にアンケートを実施した。来場者は即日、学生ボランティアは後日、アンケート用紙を回収した。本節ではこれらアンケート結果にもとづいて、あそびの広場の成果を確認する。

まず、来場者向けアンケートの結果である。回答者総数は 21 で、性別構成は女性 20・男性 1、年齢構成は 30 代 15・40 代 4・50 代 2 であった。回答者属性は小学生からそれ以下の子どもをもつ母親が中心であ

と思われ、約4分の3があそびの広場に初参加であった。

あそびの広場に参加した理由（複数回答、回答数 26）は、回答が多かった順に「子どもが参加したかった」14（54%）、「子どもの絵が展示される」6（23%）、「自分が参加したかった」4（15%）、「友人・知人に誘われた」2（8%）であり、自分の子どもが媒介項となって参加した来場者が8割程度を占めた。あそびの広場開催を知った媒体（複数回答、回答数 33）は、小学校・幼稚園・保育園で配布されたビラ 16（48%）、市公報などのビラ 8（24%）、新聞 4（12%）、友人・知人からの口コミ 3（9%）であった。紙媒体のビラが全体の4分の3を占めている。

各企画への参加動向²⁾（複数回答、回答数 110）は、スタンプラリー 13（12%）、迷路 12（11%）、バルーンづくり 11（10%）、ジャグリング・人形劇 8（7%）、牧草ロールお絵かき・巨大ひまわりアート・ひまわりの絵コンクール・折り染め体験・生花茶の湯体験 6（6%）、積み木・絵本紙芝居 5（5%）などであった。また、回答者に、参加した企画の中からよかったと思う企画を1位から3位まで選んでもらい、その1位から3位までの回答数合計を各企画を特に支持した人数とみなして各企画の支持率を求めた（各企画支持率＝特に支持した人数／各企画参加数）。支持率が高かった順に、糸遊び・折り染め体験 100%、バルーンづくり 70%、牧草ロールお絵かき 67%、人形劇 62%、ジャグリング 57%、生花・茶の湯体験 50%などである（ただし、参加数4名未満の企画は除外）。ただし、この評価は保護者によるものであり、子ども自身の評価でないことに留意すべきである。

全体としてのあそびの広場の評価は、「とても満足」6（28%）、「やや満足」14（67%）、「どちらでもない」1（5%）であり、ほぼ全ての回答者が満足したと評価している。

最後に、あそびの広場に対する要望の自由記述を表3に示した。休憩場所の要望や、商店街に点在する企画会場の表示方法、開催時間の長さ、

表3 来場者によるあそびの広場に対する要望の自由記述

スタンプラリーの景品などに関する指摘があった。
以上の結果から、各企画はおおむね評価され、来場者にとってあそびの広場の満足度は高かったと言える。具体的に指摘された回答者の要望にどう対応していくかが今後の課題である。

- ・休むためのイスがほしい。
- ・お店や展示のわかりやすい表示が欲しい。ポスターも良いが、分かるように表示されているところとスタンプラリーでは結構迷いました。
- ・スタンプラリーの中に無料給水場があると良いです。ラリー中にもらう飴が多くて困ります。飴以外でも良いのでは？
- ・2日あったらいいな。
- ・今回はチームジャンプ大会と重なったので、人形劇などにも参加させたかったが、思ったより時間がなかった。
- ・ちょっと広すぎる。
- ・スタンプラリーで飴を貰えるのは嬉しいが、もっと種類を増やしてもいいと思う。
- ・バルーン作りの詳しい人がいてほしかった。

資料：来場者向けアンケート結果より作成。

註：原文のままである。

（2）学生ボランティア向けアンケートの結果

つづいて、学生ボランティア向けアンケートの結果を示す。回答者総数は 11 であり、全体の3分の1程度の回収率にとどまった。性別は全て女性、学科構成は児童9・栄養2、学年構成は1年生7・2年生4であった。ボランティア経験は、「今回が初めて」5、「ほとんどしてしない」4、「年1～2回」2となった。回答者出身地は、名寄市以外の道内 10、道外 1 であり、名寄市出身者はいない。担当企画ごとの回答者数

をみると、大学で担当した企画から概ね2名程度ずつとなった。

今回のアンケートでは、あそびの広場に参加した動機、ならびに参加による成果の2つの点を中心に質問項目を設定した。妹尾・高木 [2003] の「ボランティア活動動機測定尺度」18項目と「援助成果測定尺度」17項目を参考に、前者に「教員・友人に誘われたから」「商店街に興味があったから」の2項目を追加して20項目、後者から1項目を削除した上で「あそびの広場に参加してよかった」「来年も遊びの広場に参加したい」の2項目を追加して18項目、合計35項目の質問を行った。回答結果には「強くそう思う」5点、「ややそう思う」4点、「どちらとも言えない」3点、「あまりそう思わない」2点、「全くそう思わない」1点の内容で得点を付け、各質問項目の平均値を求めた。

表4は、活動動機測定尺度の平均値である。各質問項目の平均値は、項目9を除いて、全て3を上回っており、回答者は質問項目に対して肯定的な回答をする傾向にあることがわかる。特に、項目13「自分の生活や将来にボランティア活動を通じての経験が生かせる」(4.73)、項目6「人に喜んでもらえる」(4.55)、

表4 学生ボランティアの活動動機測定尺度の平均値

(n=11)

質問項目	平均値	強く やや どちらとも あまり 全く
1 喜んだり楽しんだりできる	4.45	
2 人はお互いに助け合わねばならず、自分にもその義務がある	4.00	
3 自分の持っている知識、技術を使う練習になる	4.45	
4 余暇が有効に使える	4.27	
5 対象者の苦しみが和らぐ	3.18	
6 人に喜んでもらえる	4.55	
7 自己を再発見し、成長させることができる	4.09	
8 対象者が積極的に社会参加できる	3.73	
9 何らかの報酬や返礼が期待できる	2.91	
10 社会の一員として当然のことだ	3.36	
11 毎日の生活に充実感が出る	4.09	
12 人や社会の役に立てる	4.09	
13 自分の生活や将来にボランティア活動を通じての経験が生かせる	4.73	
14 対象者が喜びを感じることができる	4.18	
15 友人を得ることができる	3.09	
16 自分の知識、経験、技術を活かすことができる	4.09	
17 他のボランティアと楽しく活動できる	3.73	
18 活動を通じて積極的に社会参加できる	4.18	
19 教員・友人などから誘われたから	3.91	
20 商店街に興味があったから	3.18	

資料：学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

註：「強くそう思う」5点、「ややそう思う」4点、「どちらとも言えない」3点、「あまりそう思わない」2点、「全くそう思わない」1点として計算。

項目3「自分の持っている知識、技術を使う練習になる」(4.45)の3項目の平均値が高い。自らの持つ知識や技術を試すことができ、将来的に役に立つ経験ができ、なおかつ他人にも喜んでもらえるという動機で、あそびの広場に参加した学生が多いと示唆できる。一方で、相対的に平均値が低い項目のうち、注目されるのが項目15「友人を得ることができる」(3.09)と項目20「商店街に興味があったから」(3.18)である。これは、学生にとって、あそびの広場への参加を通じて人間関係を広げるといった動機があまりなかったこと、商店街への興味関心はさほど参加決定時の動機付けになっていないことを意味していると思われる。

表5に、援助成果測定尺度の平均値を示した。先ほどの活動動機測定尺度と同様に、各項目の平均値は3を超えており、回答者は質問項目に対して肯定的な回答をする傾向にあると言える。高い平均値となったのは、項目17「あそびの広場に参加してよかった」(4.91)、項目18「来年もあそびの広場に参加したい」(4.91)、項目2「活動そのものが楽しめた」(4.73)、項目3「人に対して思いやることを意識できた」(4.45)、項目5「活動を通じて喜びや感動を経験した」(4.45)、項目11「『もっと～したい』と自分自身を高める目標が生まれた」(4.45)である。これらの項目からは、あそびの広場参加により自分自身にとって肯定的な体験をするとともに、将来に向けて努力する目標を発見したと評価する学生の多かったことが指摘できる。この

表5 学生ボランティアの援助成果測定尺度の平均値

(n=11)

質問項目	平均値	強く やや	どちらとも	あまり	全く
1 仲の良い友達ができ	3.27				
2 活動そのものが楽し	4.73				
3 人に対して思いやるこ	4.45				
4 活動通じて自分自身	3.91				
5 活動を通じて喜びや	4.45				
6 対象者や他のボラン	3.64				
7 必要とされているこ	3.73				
8 やりがいが生まれ	3.73				
9 対象者や他のボラン	4.18				
10 気持ちの充足感が	4.27				
11 「もっと～したい」	4.45				
12 新しい出会いがあ	3.09				
13 自分にできること	3.91				
14 対象者の幸福・安	3.73				
15 人や地域に貢献し	4.18				
16 日常生活の中で人	3.64				
17 あそびの広場に	4.91				
18 来年もあそびの	4.91				

資料：学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

註：「強く思う」5点、「やや思う」4点、「どちらとも言えない」3点、「あまりそう
思わない」2点、「全くそう思わない」1点として計算。

評価もあり、「来年もあそびの広場に参加したい」という質問に対して、11名中10名の学生が「強くそう思う」と回答している。表4の結果と合わせて考えると、動機付けの内容に対応した成果が得られた点が高評価の要因と考えられる。

それに対して、相対的に平均値が低かったのが、項目1「仲の良い友達ができた」(3.27)、項目12「新しい出会いがあり、人間関係の輪が広がった」(3.09)である。表4の動機付けの検討でみたように、学生はもともとあそびの広場参加により人間関係をを広げることをさほど動機としておらず、成果にも事前の動機付けが反映されたとも解釈できる。しかし、学生同士にとどまらず、子どもや保護者、商店街関係者といった地域住民との関係性を深めるには不十分な活動内容となっている可能性もある。

来年度以降のあそびの広場への要望(回答数10)は、「特に要望はない」が5と半数を占めたが、「休憩時間をちゃんと取りたい」(3)、「担当コーナーを自分で選びたい」(1)、前半と後半の交代時刻を明確にしてほしいといった指摘がなされた。企画段階からの参加、開催時期の変更といった要望はなかった。

4. 地元商店街活性化に向けた「商店街あそびの広場」の課題

(1) 商店街の利用状況およびイメージ

あそびの広場当日に、来場者および学生ボランティア向けに実施したアンケートでは商店街の利用状況とイメージに関する質問項目も設けた。本節では、その結果を述べるとともに、名寄駅前商店街活性化に向けたあそびの広場の課題について考察する。

図2は、来場者および学生ボランティアの商店街利用状況である。これによると、ともに「月に1～2回」が最も多く、来場者で55%、学生で46%である。次に「ほとんど利用しない」が同じく30%、45%と続く。すなわち、「月に1～2回」以下の利用状況が、来場者で85%、学生で91%を占めている。「週に1～2回」以上の利用は少数派である。なお、過去一度も商店街を利用したことがない回答者はいなかった。学生には利用する店舗業種も聞いており、回答が多い順に菓子屋、居酒屋、雑貨屋、薬局となっている。

内側：来場者 (n=20)、外側：学生 (n=10)

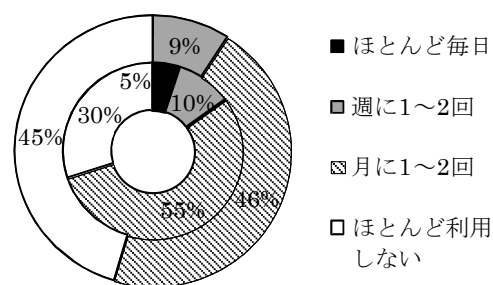


図2 商店街の利用状況

資料：来場者・学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

学生ボランティアの回答した、商店街を利用する

理由と利用しない理由を示したのが、表6である。まず、商店街を利用する理由(複数回答、回答数9)は、「魅力ある店がある」が過半数を占めている。次に、

表6 学生ボランティアによる商店街を利用する理由と利用しない理由

利用する理由 (n=9)			利用しない理由 (n=19)		
理由	回答数	比率 (%)	理由	回答数	比率 (%)
魅力ある店がある	5	56	商店街以外の店で用事がすむ	5	26
自宅・大学から近い	1	11	どこで何が売られているか知らない	4	21
買い物が一度ですむ	1	11	時間がない	3	16
商店街の雰囲気がよい	1	11	自宅・大学から遠い	3	16
その他(土産購入)	1	11	知らない店は不安	2	11
			魅力ある店がない	1	5
			営業時間が短く利用しづらい	1	5

資料：学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

利用しない理由だが、「商店街以外の店で用事がすむ」・「時間がない」・「自宅・大学から遠い」といった商店街由来ではない時間的・距離的な問題に関する回答が6割弱あった。一方で、「どこで何が売られているか知らない」・「知らない店は不安」という商店街の情報不足を要因とする回答が3割程度となった。

学生ボランティアを対象に、名寄駅前商店街の情報を得る媒体を尋ねたところ（複数回答、回答数 12）、「どこから情報を得るのか知らない」という回答が5で最も多かった。続いて、「実際に店を見て」（3）・「大学の友人」（3）・「大学以外の友人」（1）となり、商店街の情報は直接自分で確認するか、友人から得ていることがわかった。これ以外のチラシ・フリーペーパー・ホームページといった媒体をあげた回答数はゼロであり、情報提供手段や内容に問題があると考えられる。

ここで、菊地・上杉〔2003〕を参考に、学生ボランティアの抱いている商店街のイメージを調査した結果を示しておく。対極的な意味をもつ2つの言葉を提示して、名寄駅前商店街のイメージに合致する箇所を5段階で選んでもらう方法である。肯定的なイメージから順に5点、4点、3点、2点、1点で得点化し、各項目で平均値を求めた。表7にその結果を示している。1つ目に言えることは、平均値が3前後の項目が多く、あそびの広場参加後の

回答であるにも関わらず、学生が商店街に対して明確なイメージを持っていないと考えられる。先ほどの利用状況・理由の結果から、学生が商店街の情報をさほど持っていないことが示唆されたが、それとも合致する結果である。2つ目は、一部の項目からは商店街に対してやや否定的なイメージを持っていることが窺える。「地味な」・「閑散とした」・「古い」・「単調な」といった項目の平均値は2に近く、全体としては明確なイメージがない中で、そのような印象を商店街に抱いていると思われる。なお、6割の学生が、今回のあそびの広場に参加して商店街のイメージが変わったと回答しており、知らない店を見つけた・様子がわかった・商店街の人が親切でもっと利用したくなったといった理由を挙げている。

表7 学生ボランティアの商店街のイメージ

(n=11)

平均値	肯定的イメージ	非常に やや 言えない どちらとも やや 非常に	否定的イメージ
3.45	すっきりとした		ごちゃごちゃした
3.18	広々とした		狭苦しい
2.27	変化のある		単調な
2.55	明るい		暗い
2.18	新しい		古い
3.27	生活感のある		生活感のない
2.09	活気のある		閑散とした
3.45	開放的な		圧迫的な
3.27	きれいな		きたない
2.91	色彩豊かな		色彩に乏しい
2.73	雰囲気のある		雰囲気のない
2.09	派手な		地味な
2.73	統一された		バラバラな
3.27	清潔な		不潔な
2.64	楽しい		つまらない
3.18	親しみやすい		親しみにくい
3.00	センスのある		センスのない
2.91	快適な		不快な
3.00	行きたい		行きたくない

資料：学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

註：肯定的イメージから順に5点、4点、3点、2点、1点として計算。

表8に、来場者および学

生ボランティア
アの商店街に
対する要望

表8 商店街に対する要望

	来場者 (n=42)			学生ボランティア (n=45)		
	要望	回答数	比率 (%)	要望	回答数	比率 (%)
のうち、回答数の多かった項目を列挙した。来場者では「子どもの遊び場の充実」が26%、	*子どもの遊び場の充実	11	26	*学生向けサービスの充実	8	18
学生では「学	空き店舗の活用	8	19	空き店舗の活用	7	16
生向けサービ	商店街マップ作成	4	10	*友達とゆっくり過ごせる喫茶店	7	16
スの充実」が	商店街ホームページの充実	4	10	*安くてボリュームのあるメニューのある飲食店	5	11
18%で、それぞれで最も多い回答であった。来場者と学生とで共通して多い回答は、「空き店舗の活用」や、「商店街マップ作成」・「商店街ホームページの充実」（来場者のみ、学生では回答ゼロ）といった情報提供の充実に関する要望である。学生の要望には、「友達とゆっくり過ごせる喫茶店」・「安くてボリュームのあるメニューのある飲食店」・「若者世代の商品を扱う店」があり、学生特有のニーズを反映した回答が上位を占めた。こういった店舗は学生が多く居住する大学周辺にはほとんどなく、仮に名寄駅前商店街に店舗ができれば最寄り店となる。自転車・徒歩移動が基本の学生にとって、表6でみたように、自宅からの距離の近さは利用するかどうかの重要な判断材料となろう。	イベントの充実	4	10	*若者世代の商品を扱う店	4	9
なお、他の商店街における同種アンケート結果で指摘されることの多い、駐車場・駐輪場の充実、営業時間延長、日曜営業といった項目を挙げた回答者はいなかった。	有機野菜等の取り扱い	3	7	商店街マップ作成	3	7
	トイレの設置	3	7	*インターネットカフェ	3	7

資料：来場者および学生ボランティア向けアンケート結果より作成。

註：「*」の項目は片方のアンケートにしかない項目である。

なお、他の商店街における同種アンケート結果で指摘されることの多い、駐車場・駐輪場の充実、営業時間延長、日曜営業といった項目を挙げた回答者はいなかった。

(2)「商店街あそびの広場」の課題

最後に、これまでの分析を踏まえて、あそびの広場の課題を考察したい。第2節で述べたように、あそびの広場の実施目的は、大きく言うと、名寄駅前商店街の活性化、地域住民間の交流、地域住民と学生との交流である。これら3つの目的に即して、以下で課題を指摘する。

第1に、商店街活性化に向けた課題である。学生向けアンケート結果によれば、あそびの広場への参加は店舗情報入手や商店街関係者との交流を通じて、将来の商店街利用を促す効果のあることが示唆され、この効果は来場者についても妥当するであろう。商店街活性化のためにまずは商店街利用者を増やすことを念頭に置くならば、あそびの広場に参加する来場者を増加させる必要がある。そのためには、友人関係を基本とした母親のネットワークや SNS 活用による事前周知方法の充実、休憩所設置など今回来場者から出された要望に対応した企画の改善・充実が望まれる。来場者向けアンケートでは回答者の多くが「子どもの遊び場の充実」を商店街への要望として指摘したが、これはすでにあそびの広場というかたちで部分的に実現されている。名寄市の中心市街地には子どもの遊び場となる屋内施設が少なく、徒歩で気軽に行ける遊び場のニーズは一定存在すると思われる³⁾。

第2に、地域住民間の交流に向けた課題である。あそびの広場の場合、来場者同士、そして来場者と商店街関係者との交流を意味する。2013年度にはスタンプラリーのチェックポイント設置に協力した商店は20まで拡大したが、あそびの広場の企画運営に対する関与はまだ不十分と言える。あそびの広場来場者の増加が商店街利用者の増加につながる可能性が確認されたこともあり、商店街関係者のさらなる積極的な関わり

が望まれる。また、現在の来場者は各企画会場間を流動的に行き来していると思われるが、休憩所を設置するなどして一定時間滞留できる場を設ければ、来場者同士、そして来場者と休憩所を運営する商店街関係者との交流を促す効果が期待できる。商店街若手後継者の商店街活動参加率が3割程度にとどまっていることが課題として指摘されているが（名寄商工会議所〔2008b〕）、来場者と同世代の子どもをもつ親として企画に加わるという考え方もある。

第3に、地域住民と学生との交流に向けた課題である。現状では、学生は当日の企画運営を担うボランティアとして活動しており、事前の企画運営にはほとんど関与していない。また、当日は来場者やその子どもへの対応に忙殺され、来場者やその子ども、商店街関係者とゆっくり交流できる余裕がないとも考えられる。学生向けアンケート結果によると、学生は概ねあそびの広場参加を評価しているが、人間関係の広がりという面では評価はあまり高くなく、筆者による当日の観察と同様の状況が示唆されている。企画段階から学生が参画することで当事者意識を高めるとともに、ボランティア拡充による作業量の軽減、交流スペース（休憩所）設置を通じた地域住民との交流機会の充実を図る必要がある。

5. おわりに

本稿の課題は、2013年度「商店街あそびの広場」の実践報告を行うとともに、名寄駅前商店街活性化に向けてあそびの広場の課題を考察することであった。あそびの広場は、商店街活性化・地域住民間および地域住民と学生との交流を目的として、名寄駅前商店街を会場に空き店舗を活用しつつ、2012年度から開催されている。2013年度には大学側の実施体制強化や新たな企画担当団体の加入により、実施企画の充実が図られた。アンケート結果からは、来場者（保護者）はあそびの広場に全体として満足していることがわかったが、何点か要望のあることが把握できた。当日の企画に携わった学生ボランティアは参加動機に見合った成果があり高い達成感を得たと思われるが、人間関係の充実という点で課題が見出された。

以上の分析に加え、来場者および学生ボランティアの商店街利用状況・イメージ・要望から、今後のあそびの広場の課題を、商店街活性化・地域住民間の交流・地域住民と学生との交流の3点で整理した。対応すべき課題は多方面にわたるが、来年度のあそびの広場に向けては交流スペースとして利用可能な休憩所の設置を提案する。来場者が滞留できる空間を提供することで、来場者・商店街関係者・学生の3者間の交流充実を図るとともに、試行的に子育て支援のニーズを把握する場として活用する考え方もある。先進事例では、商店街の立地条件や顔の見える関係であることから、商店街の有する子育て支援機能の充実・強化に注目が集まっている。名寄市でも取り組みを重ねていくことで、子育て支援に関わる恒常的なまちなか拠点整備の可能性・必要性を検討する余地がある。

【註】

- 1) MOA 美術館は全国各地で美術品展示、生花、茶の湯、児童作品展といった文化活動を展開している。名寄市北部の智恵文地区には、自然農法を推進しているMOA名寄農場が設置されている。
- 2) ただし、この結果はアンケートに回答したタイミングがどの時点であったかに留意が必要である。口頭で帰宅時に回答するよう要望したが、参加途中で回答した来場者もいたと思われるため、正確な全体像を把握できていない可能性がある。来場者向けアンケートをどのような方法で行うかは来年度以降の課題である。
- 3) 来場者に対してあそびの広場会場までの移動手段を聞くと、自家用車は4割程度で、自転車と徒歩がそれぞれ約3割であった。

【引用・参考文献】

中小企業庁〔2013〕「平成24年度商店街実態調査報告書」、<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2013/0329Jittai2.pdf>、2013年3月、2014年1月21日アクセス

- 藤津勝一〔2011〕「商店街活性化に求められるコミュニティ支援機能—地域ニーズへの対応で新たな展開を目指す商店街事例—」『信金中金月報』第10巻第8号、2011年8月、pp.25-47
- 妹尾香織・高木修〔2003〕「援助行動経験が援助者自身に与える効果—地域で活動するボランティアに見られる援助成果—」『社会心理学研究』第18巻第2号、2003年、pp.106-118
- 川上由枝〔2011〕「商店街や地域とともに進める子育て支援活動とこれからの展開」『地域問題研究』No.80、2011年2月、pp.20-29
- 菊地一夫・上杉志朗〔2003〕「“まち”のイメージ研究—“まち”（松山市大街道商店街と銀天街商店街）の来街者イメージを中心に—」『電子情報通信学会技術研究報告：技術と社会・倫理』第103巻第224号、2003年7月、pp.23-28
- 北村安樹子〔2013〕「地域活性化と商店街の子育て支援」『都市計画』第62巻第5号、2013年10月、pp.52-54
- 北村安樹子〔2007〕「『つながり』を生む、商店街の子育て支援カフェ」『ライフデザインレポート』No.182、2007年11月、pp.35-37
- 小室桂・中山徹〔2006〕「生駒駅前商店街における子育て支援のあり方」『日本建築学会近畿支部研究報告集・計画系』No.46、2006年5月、pp.529-532
- 名寄商工会議所〔2013〕「空き地・空き店舗状況（H25.7現在）」、<http://cci.nayoro.biz/akitiakitenppo24.7.pdf>、2014年1月21日アクセス
- 名寄商工会議所〔2008a〕「平成20年度経営動向調査」、<http://cci.nayoro.biz/keieidoukoutyousa20.pdf>、2014年1月21日アクセス
- 名寄商工会議所〔2008b〕「平成20年度若手後継者調査」、<http://cci.nayoro.biz/syoutenngaiwakatekoukeisyatyousa20.pdf>、2014年1月21日アクセス
- 横内秀理・後藤春彦・佐藤宏亮〔2012〕「母親の地域参加からみた育児支援事業を支える商店街とNPOの協働関係構築プロセス—東京都練馬区ニュー北町商店街育児支援事業「かるがも親子の家」を対象として—」『都市計画論文集』第47巻第3号、2012年10月、pp.1033-1038

【付記】

本稿は、平成25年度名寄市立大学教育研究費特別枠による研究・事業支援「『あそびの広場』—『児童文化』で学生と子ども・地域をつなぐ—」における成果の一部である。