商店街の活性化を目指した地域連携型キャリア教育の実践

Practice of area cooperation career education through revitalizing shopping districts.

星野浩司　青木 幹太　井上 友子　佐藤 佳代　佐藤 慈　進藤 環
Hoshino Koshi　Aoki Kanta　Inoue Tomoko　Sato Kayo　Sato Shigeru　Shindo Tamaki
九州産業大学 芸術学部

Abstract : In this study, we implemented a human resources development program aiming for a cross-institutional approach to careers education and specialist training. The project involved the cooperation of our own university with academic institutions in Fukuoka and the Nagazumi shopping district (Minami-ku, Fukuoka), and aimed to revitalize shopping districts in Minami-ku through branding initiatives.
The project involved initiatives including the production of commercials advertising shops in the Nagazumi by the elementary school students themselves in a workshop-style setting, as well as the development of educational arcade games that the students could use to learn about Nagazumi. We were able to provide them with an opportunity to understand the pressing importance of coming up with a new breakthrough to resolve the problems faced by local regions.

Keywords: Career education, Revitalizing shopping district, Workshop

1. はじめに

戦後、我が国は急速な経済発展を遂げ、大都市圏に人口が集中し過密化する一方で、各地方都市においても都市化が進められていった。このような日本国内における都市化は住居や勤労、教育など様々な分野においても市民生活に変化をもたらしてきた。近年、地方都市を中心に、都心部の郊外に多様な店舗からなる大型商業施設の建設が盛んに行われている。また、週末を家族で過ごす際、大型の乗用車を家族の移動手段に用いる市民も増えていることから、そのような郊外の大型商業施設で買い物や遊戯など家族と余暇を過ごす生活様式が一般化してきている。そのような生活様式の変化に伴い、商店街からは子育て世代を中心に徐々に若い家族連れの姿が消えていくと共に、近年、商店街の利用者における高齢化が進んでいる。我が国全体においても国民の高齢化は深刻化しており、今や日本は世界でも類を見ない高齢化社会へと突入した。内閣府が発表した「平成 29 年版高齢社会白書」では、65 歳以上の高齢者人口は 3,459 万人に上り、総人口に占める高齢化率は 27.3%と、総人口が減少するなか常に高齢化率は上昇傾向にある。このような社会背景の中、住宅や教育・医療施設、行政サービスなどの都市機能の郊外移転による中心市街地の空洞化が生じており、急速な高齢化と人口減少や流出による市場の縮小も影響し、商店街の衰退は進む一方である。中小企業庁が全国の商店街を対象に行なった実態調査「平成 27 年度商店街実態調査報告書」では、「経営者の高齢化による後継者問題」「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」「店舗の老朽化」といった問題を商店街が現状、抱えていることが把握されている。このような厳しい状況下においても、各地の商店街では活性化における試行錯誤が重ねられている。

近年、大学と地域が連携し、地域力の創造や地方の再生をテーマとした地域づくりが推し進められている。総務省は「域学連携」として大学生と大学教員が地域の現場に参画し、地域の住民や NPO 等と共に、地域の課題解決又は地域づくりに継続的に取組み、地域の活性化及び地域の人材育成に資する活動を支援している（総務省：http://www.soumu.go.jp/　「域学連携」地域づくり活動）。

本研究では、これらの動向を踏まえ、福岡市南区の商店街におけるブランディングを目的とした活性化事業として、本学の芸術学部と福岡市、長住大通り商店街（福岡市南区）の産官学が協働で取り組む、産官学連携型のキャリア教育・専門教育を目的とした人材育成教育プログラムの実践を行った。本活動としては、芸術学部の各分野における学生が、それぞれの専門性を活かした取り組みとして、4 月から 10 月までの間に計画・準備した各チームの企画を商店街の夜市（ながずみ夜市）の中で実践した。特に、写真・映像メディア学科の学生は、長住地区の小学生をターゲットとして、小学生による長住大通り商店街の店舗コマーシャルの制作をワークショップ形式で実施する取り組みや、長住地区についてゲーム形式で学習するアーケード型ゲームコンテンツの開発を行っている。これらの取り組みを通して高齢化や人口流出の問題、生活様式の変化による商店街衰退の現状について直に触れることで、地域が抱える課題解決に向けた打開策の必要性という切迫した状況を理解する機会を得ることが出来た。また、授業で学んだ知識や技術の応用として学外での本取組みの中で、問題の解決や渉外交渉を通し、主体性を持った行動力とコミュニケーション能力の育成を図ることが出来たと考える。

２．小学生による CM 制作ワークショップ（ 図-1 図-2 ）

九州産業大学では、芸術学部が活動主体となり、福岡地域の伝統工芸をはじめ地域住民や企業と学生が主体となってキャリア教育や実践教育を目的とする産学連携活動を 2008 年より 6 カ年に渡り行ってきた。この産学連携活動を「九産大プロデュース」と称し、福岡の産業や文化における魅力を大学の視点から捉え、多様な媒体や作品を通して地域振興・産業振興を目的とした情報発信を行っている。この中で、芸術学部の写真・映像メディア学科、芸術表現学科、ビジュアルデザイン学科、生活環境デザイン学科、ソーシャルデザイン学科の５学科それぞれの専門性を活かした作品作りや様々な取組みを通して、それぞれに所属する学生が主体となって産学が連携する実践教育を目的とした活動を行っている。

今回、写真・映像メディア学科では、長住小学校の生徒による長住大通り商店街の店舗を広報するコマーシャル映像の制作を

表-1 プロジェクトの推移

作業過程	内容	詳細
1.計画・準備	ワークショップの内容検討	商店街担当者との打合せ
	学校関係者との協議	長住小学校での打合せ
	チラシによる勧誘	小学校におけるチラシ配付
	参加者受付け	電話による受付け
2.実　施	自己紹介、名札作り	参加者のアイスブレーキング
	チーム分け	各チーム内でのリーダー決め
	インタビュー質問作成	各チーム内での質問の話し合い
	撮影スタッフの担当ぎめ	スタッフ、レポーター担当ぎめ
	機材の操作説明	各担当別に取扱い説明
	撮影	リポーターによるインタビュー
3.仕上げ	編集	素材の整理と編集、完パケ
4.最　終	公開	ながずみ夜市での一般公開

表-2 コンテンツの構成

メニュー	内　容
長住間違い探し	２枚の写真を比較し、正しい写真を選択するゲーム
長住クイズ	長住にちなんだクイズ問題を複数の選択肢から選ぶゲーム
長住パズル	切り分けられた画像を正しい写真へと並べ替えるパズル

図-1 店舗での撮影

図-2 店主へのインタビュー

図-3 商店街でのゲーム公開

図-4 ゲーム操作の様子

ワークショップ形式で取り組んでいる。このプロジェクトでは、現在、長住大通り商店街が抱える課題として、商店街と周辺の若い世代の住民（特に子育て世代）との乖離が生じている現状に着目し、両者の関係性が深くなるきっかけ作りを課題解決の糸口として計画を進めた。本プロジェクトの推移は**表-1** の通りである。(**図-1**, **図-2**)

このプロジェクトにおける実践活動を通して、住民と商店街の関係性を深くするだけでない様々な点が明確になって来た。

1．子供達の取材に取り組む一生懸命な姿は店主たちの気持ちを前向きにさせる
2．先入観を持たない子供達が作る映像は商店街と住民の距離を埋め、街としての一体感を促す
3．子供達に自分たちで物を作ることの達成感と「わが町 長住」としての自覚を促す

その他、小学生相互のコミュケーションを促す多くの有益な効果を見出すことが確認された。

【取材対象】４店舗
・（有）スプリングガーデン：生花店　・鯖猫食堂：飲食店
・めん屋　満月：ラーメン店　・パンフの森　長住店：洋菓子店
【実施期日】平成 29 年 9 月 23 日（土）・24 日（日）各日共に 9：00～17：00
【参加小学生】
9 月 23 日（土） 9 名（男子： 5 名、女子：4 名）
１年生 2 名、2 年生 3 名、3 年生 1 名、5 年生 2 名、6 年生 1 名
9 月 24 日（日）23 名（男子：14 名、女子：9 名）
１年生 4 名、2 年生 3 名、3 年生 4 名、4 年生 3 名、5 年生 4 名、6 年生 5 名

３．長住についてゲーム形式で学習するゲームコンテンツ開発

前述の CM ワークショップ同様、本プロジェクトにおいても商店街と長住周辺の住民との関係性を深くするきっかけ作りを目的とした取り組みを計画した。また、周辺住民における、わが町長住としての再認識と愛着を喚起するようなコンテンツをゲーム形式で構成し、エデュテイメント形式のプログラムとして開発を進めた。コンテンツの構成は**表-2** の通りである。

各コンテンツの素材は学生が長住地区の住民に対する取材を通して内容の検討を重ねたものであり、普段住民が良く目にしている風景や地元にちなんだ問題を通して、長住地域の特徴や地元商店街についての再認識を促すよう設計している。

特に、「長住間違い探し」では長住大通り商店街を中心に各店舗の看板文字の色を変えたり、アルファベット文字を変えたりするなど、店舗の名称に着目させることで改めて商店街の店舗について再認識を促している。また、「長住クイズ」では、町名の由来や通りの正式名称、公園の数など普段の生活であまり意識しない事柄を中心に、様々な角度から問題を出すことで日常において「長住」を考える機会へとつなげている。さらに、「長住パズル」では、切り分けられた風景写真や店舗写真、航空写真を正しい位置に並べる際に、ヒントとして完成写真を逐次参照できるよう設計しており、各ピースを正しい位置に配置する際、細かな特徴を分析する観察眼を育て、長住の風景や道路、宅地の配置など地元の特徴が次第に記憶されるよう促している。本システムは「ながずみ夜市」にて商店街の一角を使って一般公開し、各ゲームは夜市に訪れた子供達を中心に広く人気を集め、ゲーム参加者に景品を配布することで口コミにて利用者増へとつながった。(**図-3**, **図-4**)

４．まとめ

近年、地域に開かれた学究のあり方として総務省が提唱する「域学連携」では、学生が大学を出て地域が抱える様々な課題の解決、地域への理解と気づきを促し、将来に向けた人材育成に資することが期待されている。また、専門的な知識や技術を日々大学の授業で学んでいる学生も、限られた教諭の中で課される課題や指導だけではなく、社会の中で実務を取り扱う行政や産業、地域の人々との関わりの中でこそ、本来の実践的な経験を得ることが可能となる。このような相互の目的が効果的に実現できるのが産学連携の取り組みでもある。今回の研究活動の中では、特に特徴も無く広く一般的にあるような商店街の問題において、その要因を分析し、それらの課題解決に向けて、学生自ら考えだしたアイデアで取り組んだことは非常に重要なことである。特に、今回の両プロジェクトでは、地域住民と商店街との乖離の解決要因として子供達の存在を想定し、子供達の活動を通して地域住民にとって商店街の顔が見えてくるような取り組みになるのではないかという仮説のもと本活動を行った。

本実践活動の中において、子供達の先入観を持たない積極的な行動力は多くの大人たちを動かし、周辺住民と商店街が一体感を持って取り組む街づくりの推進要因となり、本活動を企画した学生においては、日頃、大学で学んでいる専門的な知識や技術を子どもたちに教授することで、その能力醸成と学習の喚起に繋がったことが検証された。