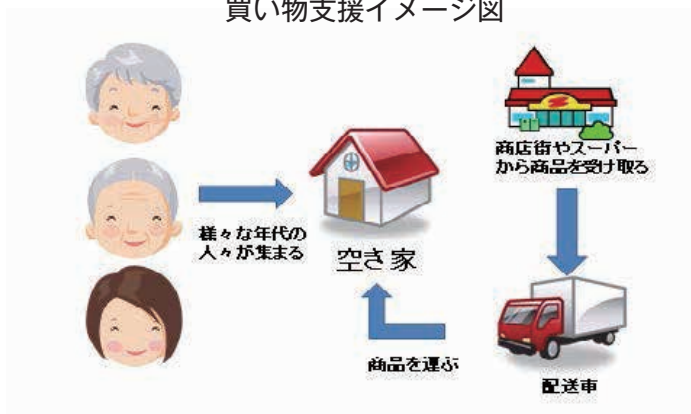


学生による地域活性化プログラム

高齢者の買い物支援 —地域のつながりの再構築—

(平成25年度)

買い物支援イメージ図



米山宗久ゼミナール

| | | |
|-----|-------|-------|
| 4年生 | 斎藤 郁美 | 菅原 伸吾 |
| | 高野 憲和 | 高橋 将貴 |
| | 豊岡 丈 | 前山 倫世 |
| | 山倉 恵莉 | |
| 3年生 | 小野澤泰介 | 川津 敬永 |
| | 小林 美穂 | 坂井 愛優 |
| | 酒井 直也 | 福原 寛生 |

長岡大学ブックレット刊行にあたって



平成26年6月
長岡大学長 内藤 敏樹

私は、平成24（2012）年4月に、長岡大学の第3代学長に就任しました。この1年間、本学の教育・研究・社会貢献活動を進めるとともに、新潟・長岡地域の諸活動にも参加してきました。その過程を通して、あらためて、「長岡大学は地域に役立つ教育機関」をめざすべきことを強く実感し、長岡大学の教育等の活動内容を地域社会に発信するブックレットの刊行を再開することとしました。

そもそも、本学の建学の精神は、次の2つに表現されておりますので、本質的に、長岡大学は「地域に役立つ大学」を目指さなければなりません。

☆幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進

☆地域社会に貢献し得る人材の育成

本学は、この間の大学改革の流れのなかで、次の4件のプログラムが文部科学省の大学改革補助事業（補助金）に選ばれ、改革を進めてまいりました。

- ・平成18～20年度 現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代GP）「産学融合型専門人材開発プログラム－長岡方式－」
- ・平成19～21年度 現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代GP）「学生による地域活性化提案プログラム」
- ・平成19～21年度 社会人の学び直しニーズ対応教育推進プログラム
「長岡地域産業活性化のためのMOT教育『イノベーション人材養成プログラム』」
- ・平成21～23年度 大学教育・学生支援推進事業【テーマB】学生支援推進プログラム「学生の3つの就職力一体形成支援プログラム」

こうしたプログラムによる教育改革を経て、現在、一言でいうと、＜産学融合教育プログラム＞を進化させ、＜専門能力（資格対応型専門教育）+社会人基礎力（産学連携型キャリア開発教育）＞を身につけた＜地域が求める人材＞を養成しています。その結果、就職内定率も大変すばらしい結果（平成25年3月卒業生は99.0%）を生んでいます。

私は、常々、大学全入時代を迎え、地方の大学は「魅力」を出し地域に評価されていかないと生き残れないと思ってきました。地方の、小さな大学ができることのひとつが「地域活性化」だと思います。都会のマンモス大学にはできない地域活性化策を具現化することで、地域の産業・企業や地域社会の方々に＜長岡大学の卒業生は使えるね＞とか＜役に立つね＞という評価を頂けるよう、大学挙げて地域との協働を進めて行きたいと考えています。

この長岡大学ブックレットは、本学の教育の様々な特徴ある取組をご紹介する媒体ですが、私としては、以上の趣旨を踏まえて、この「地域活性化」の取組を中心に、刊行していきたいと考えます。ブックレットをご一読いただければ、長岡大学の地域活性化の取組がわかり、地域との協働の姿が浮かび上がるよう、継続的に刊行して行きたいと考えます。そして、このブックレットの内容に関し、企業や地域の方々からどしどしご意見をいただき、情報交流を活発にし、取組の改善を図って行きたいと考えます。ご感想等どしどしご意見ください。ご連絡先は次の通りです。

☆ご連絡先 TEL 0258-39-1600（代） 担当：総務
E-mail info@nagaokauniv.ac.jp

高齢者の買物支援 — 地域のつながりの再構築 —

長岡大学准教授／ゼミ担当教員

米山 宗久



現在、経済産業省では「買い物弱者」は600万人いると推計している。特に中山間地域を中心とした農山漁村では、スーパーや商店の撤退や廃業に伴い、「買い物弱者」が増加していると言われている。また、都市部においても、食品や日用品などの生活必需品の買い物へのアクセスが悪くなったり、老化などを理由に身体的な問題で外出することが困難であったり、様々な理由で買い物に不便や苦痛を感じる人が増えている。この現象は高齢化が進むにつれて、より「買い物弱者」は増加していくと予測されている。

このようなことから、本ゼミでは、「買い物」を中心とした長岡地域の活性化のため、次の5つの視点から活動を行った。1つは、長岡市における高齢福祉施策を知ること。市役所長寿はつらつ課から高齢者の現状、介護予防事業や地域包括ケアシステムについて説明を受ける。社会福祉協議会からボランティア銀行における買い物支援の現状の説明を受ける。2つは、高齢者や障がい者の立場になること。車いす体験、栖吉地区のお茶の間（いきいきサロン）、すこやかともしびまつりに参加する。3つは、高齢者や障がい者を支えている方の活動を知ること。ボランティア銀行の協力会員4名から支援している高齢者の買い物動向、依頼内容などの説明を受ける。4つは、高齢者自身の意見を聞くこと。長岡市内の高齢者3名から普段の生活状態、買い物で困っていること、必要としている物品、協力会員に期待していることなどを傾聴する。5つは、新たな支援策を創出すること。学習・体験・ヒアリングから新たな買い物支援策をゼミ生全員で考察する。基本は、近いところでの買い物、交流、コミュニケーション、空き家利用を兼ね備えた支援策として、「空き家を使った移動販売型買い物支援」を創出することができた。

今回のゼミ活動において、アドバイザーとして協力していただいた長岡市役所長寿はつらつ課 綿貫哲夫さま、長岡市社会福祉協議会 本間和也さま、さらにヒアリング調査に快く協力していただいたボランティア銀行の協力会員・依頼会員みなさまに厚く感謝申し上げます。

本活動により、ゼミ生は社会人として必要とされる主体性・実行力、課題発見力・計画力・創造力、発信力・傾聴力・把握力を成長されることができたと思っております。特に発表会におけるプレゼンテーションは創造力と発信力を思う存分発揮でき、自信に繋がっております。

今後は、新たな支援策を実現できるようにモデル地区を設定して検証を行う予定です。

なお、平成25年度学生による地域活性化プログラムの各事業の概要を、本事業も含めて巻末に掲載しました。

学生による地域活性化プログラム 高齢者の買い物支援 —地域のつながりの再構築—

(平成25年度)

米山 宗久ゼミナール

| | | | | | |
|-----|-------|-------|-----|-------|-------|
| 4年生 | 斎藤 郁美 | 菅原 伸吾 | 3年生 | 小野澤泰介 | 川津 敬永 |
| | 高野 憲和 | 高橋 将貴 | | 小林 美穂 | 坂井 愛優 |
| | 豊岡 丈 | 前山 倫世 | | 酒井 直也 | 福原 寛生 |
| | 山倉 恵莉 | | | | |

目 次

| | | |
|---|---------------------------|----|
| 1 | はじめに | 1 |
| 2 | 社会環境と高齢者の動向 | 3 |
| 3 | 買い物支援の現状分析 | 5 |
| 4 | 長岡市における買い物支援 | 6 |
| 5 | 買い物支援の課題とニーズポイント | 11 |
| 6 | 新たな買い物支援 | 12 |
| 7 | まとめ | 14 |
| 8 | 参考文献 | 16 |
| 9 | 平成25年度 学生による地域活性化プログラムの概要 | 17 |

● はじめに

1.1 研究の目的

近年、日本では少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴い、商店や公共交通機関、医療・福祉等の日常生活において不可欠な「生活インフラ」が弱体化している。こうした中、住民ニーズに地方自治体だけでは応えることが困難となってきているという現実がある。

このような問題が懸念される中、経済産業省では、流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等が連携し、持続的に行う地域の課題に対応する事業（宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携等）について、「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」で検討されている。経済産業省の研究では、買い物弱者の増加等の問題を解決するためには、流通事業者や地方自治体等の地域の主体が連携して事業を実施することが重要であるとの結論に至っている。

このような地域の主体の連携による取り組みを進めていくために、関係省庁が協力しながら、買い物支援等での成功事例のポイントを整理した事例集を作成し、セミナー等を通じて普及・啓発していく等、国としても積極的に関与を図っていくことを提言している。この考え方に基づいて、本研究では、「高齢者の買い物支援——地域のつながりの再構築」として長岡市在住の高齢者を対象として高齢者の現状調査を行い、今後の買い物支援の在り方を見つめ直し、より良いまちづくりを進めるための提案をすることを目的とする。

1.2 高齢者とは

WHO（世界保健機関）の定義では、65歳以上の人のことを高齢者としている。65歳から74歳までを前期高齢者、75歳以上を後期高齢者としている。現在、日本の高齢者の割合は2割を超え、世界で最も高い水準となっている。高齢者の割合は今後も増加していくと考えられ、総務省統計局によると2015年には25%を超えると見込まれている。

1.3 高齢者の買い物弱者とは

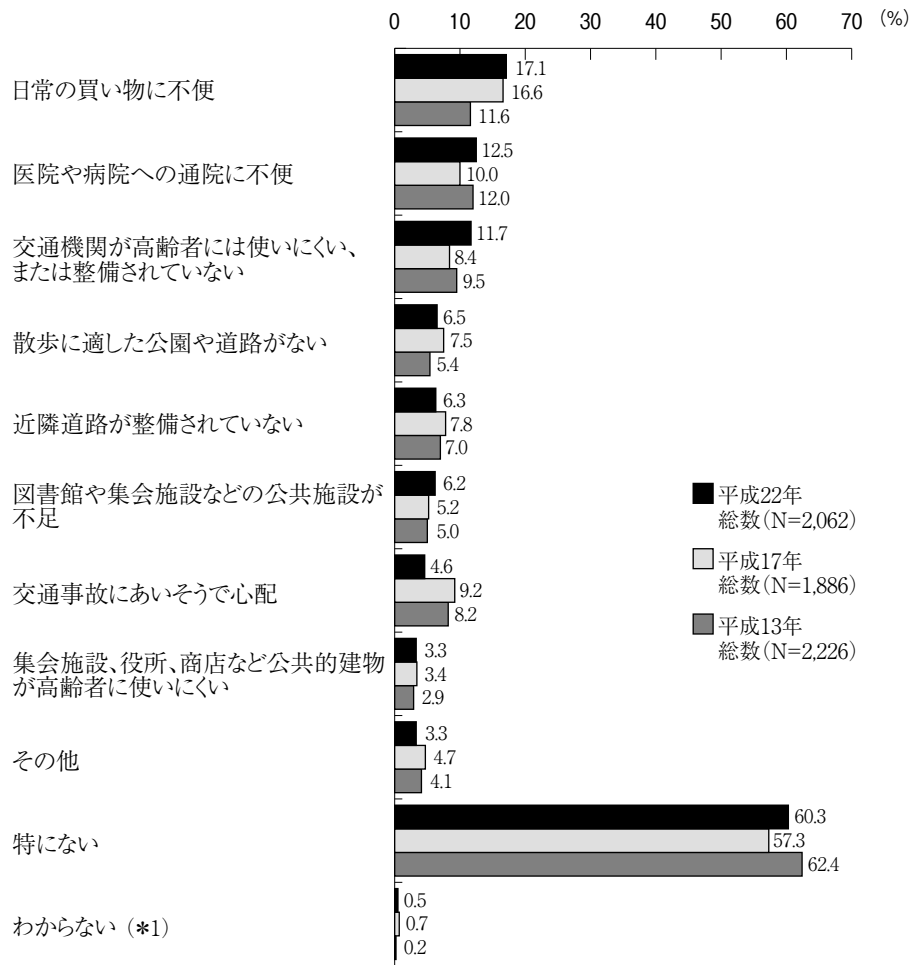
買い物弱者とは、流通機能や交通網の弱体化、高齢による身体的な問題により外出が困難、近くにスーパーがない、車を所有していない等の理由によって、食料品や生活必需品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている高齢者のことである。

近年、その増加の兆候は高齢者が多く暮らす過疎地域や高度成長期に建設された大規模団地等で見られ始めている。現在、経済産業省では、買い物弱者と呼ばれる人々が日本に600万人程度いると推測されており、買い物弱者600万人時代と言われている。特に中山間地域を中心とした農山漁村では、スーパーや商店の撤退や廃業に伴い、買い物弱者が増加していると考えられている。さらに少子高齢化が進むにつれて、より買い物弱者は増加していくと予測されている。

1.4 買い物支援をテーマにした意義

平成22年度に内閣府が60歳以上の高齢者を対象に行った「高齢者の住宅と生活に関する意識調査」によると、「日常の買い物に不便」と回答した方が17.1%と多くいることがわかる。高齢者以外にも日常の買い物に不便さを感じている人も少なくはないが、高齢者の場合は足腰も弱く若年層と比べ遠距離への移動が困難と考えられるため負担が大きくなる。

図表1 地域の不便な点（複数回答）



(*1) 平成13、17年は「無回答」

(出所) 内閣府 (2010)

1.5 研究方法

1.5.1 調査対象者

調査対象者は、長岡市在住のおおむね65歳以上のボランティア銀行利用会員ならびにボランティア銀行協力会員である。調査対象者は、長岡市社会福祉協議会の職員の紹介により、ボランティア銀行利用会員3名、ボランティア銀行協力会員4名の協力を得ることが出来た。

1.5.2 調査方法

ボランティア銀行利用会員への調査は、利用会員の自宅2ヵ所、長岡市内の社会福祉協議会1か所に訪問しヒアリング調査を行った。

ボランティア銀行協力会員への調査は、長岡市社会福祉協議会に訪問し協力会員へのヒアリング調査を行った。

2 社会環境と高齢者の動向

2.1 社会環境動向

2.1.1 核家族化と単独世帯

まず始めに核家族とは夫婦とその未婚の子からなる家族のことであり、近年増加傾向にある家族形態のことである。現在日本の世帯規模は年々縮小しており、三世帯世帯や核家族世帯の一般世帯数に占める割合が減少している。核家族の世帯が増えていることはもちろんのこと単独世帯（一人暮らし）も年々微々ではあるが増加傾向にある。また少子高齢化に伴い一人暮らしの高齢者も年々増加しており、我が国は迅速な対応が求められる。例えば買い物にフォーカスを当てると、一人暮らしの高齢者で足が不自由な方は買い物をひとつするにも大変な労力が必要となる。

図表2 長岡市の世帯状況

| 区分 | 総世帯数 | 核家族世帯数 (%) | 三世帯世帯数 (%) | 単独世帯数 (%) |
|-------|--------|---------------|---------------|---------------|
| 平成12年 | 93,347 | 46,616 (49.9) | 21,142 (22.6) | 20,906 (22.4) |
| 平成17年 | 96,169 | 49,046 (51.0) | 18,943 (19.7) | 22,930 (23.8) |
| 平成22年 | 98,548 | 51,130 (51.9) | 16,716 (17.0) | 25,094 (25.5) |

(出所) 長岡市 (2010)

2.1.2 少子高齢化

少子高齢化は、出生率の低下により子供の数が減ると同時に平均寿命の伸びが原因で、人口全体に占める子供の割合が減り65歳以上の高齢者の割合が高まっている。また、「日本の将来推計人口」(中位推計)によれば、我が国の総人口は平成17(2005)年をピークに減少を続け、平成27(2015)年には4人に1人が65歳以上となり、我が国はかつてない少子高齢化社会へ突入しようとしている。

2.1.3 過疎化

三大都市圏の人口割合をみると、従前から一貫して増加傾向にある。特に多くが東京圏のシェア上昇分である。一方で過疎化が進行している地域は、三大都市圏以外の地域で増加傾向にある。このように三大都市圏への人口集中と過疎化の進展が並行して進んでいる。

2.2 高齢者動向

2.2.1 身体的動向

①足腰が悪く遠出ができない

老化に伴い足腰が不自由になり近場に行くのも容易ではない。

②車いす生活のため外出が難しい

老化に伴い骨折や寝たきりの状態に陥ってしまって外出が困難となる。

③重い荷物が運べない

腕力や背筋力の低下により重い荷物を運べない。

④障害を持っている

知能や視覚、聴覚に障害があったりする。

2.2.2 住環境的動向

①お店が近くにない

駐車場完備の大規模なショッピングモール等が新たに誕生し、中心市街地の小売店が衰退しつつある。

②交通の便が悪い

電車での移動が困難な地域のバスは、発展地域より利用者が少ないのに伴い本数も少ない状況である。

③季節の問題（例：雪の問題など）

大雨や大雪の影響により外出が困難な場合がある。

2.2.3 経済的動向

①まちの衰退

現在長岡市に限らず、全国規模での過疎地域の衰退が著しい。まちに昔からあった商店街はシャッター通りとなり、活気が以前と比べ減少している。

②年金で生活していくのは難しい

年金の受給額は年々減少しつつある。

③高齢者だけの世帯では収入がない

ひとり暮らしの高齢者でかつ年金の額が少額であれば一か月暮らすには容易ではない。

2.2.4 交通手段

①公共交通機関（バス・電車）

衰退している地域のバスや電車の運行は、減少傾向にある。

②自家用車（同乗）

自動車免許を持たず、かつ自動車免許を保有していない高齢者にとっては利便が悪い。

③タクシー

電車やバスがない場合には、タクシーを利用するが、料金が高額となる。

④自転車

足腰が丈夫な場合、自転車に乗って行動する高齢者も数多い。

⑤徒歩

足腰が丈夫な方や杖を使い歩行が可能な方は、徒歩で行くという方が多い。

2.3 市場動向

2.3.1 大規模小売店

大規模小売店舗法の規制緩和を受けて大型店の出店が急増し、さらにその多くは郊外に立地している。一方では、中心市街地や商店街など既成市街地における大型店の閉店が増加し、そうした中で商店街を立地基盤としていた小規模小売店も減少している。また商店街における空き店舗の年々増加が進んでいる。

2.3.2 小売店の減少

中小小売店は小売販売額の約7割を占め、人口規模が小さい市区町村ではその割合が高く、中小小売店がその地域の消費を支えている。主な客層は、主婦と高齢者の割合が約8割と突出して高い。

2.3.3 専門店の減少

業態別をみると、食料品専門店や衣類品専門店が減少し、専門スーパー・住関連スーパー等が増加している。

3 買い物支援の現状分析

3.1 買い物支援動向とは

買い物支援動向とは、少子高齢化や過疎化などの問題で、身近な場所から買い物をするための店舗が撤退し、発展地区に大型商業店舗が増えている。歩いて行ける距離に商店がなくなり、公共交通機関も減少している。高齢者は自動車や自転車を運転できない等の理由で遠くまで外出が困難になっている。

3.2 経済産業省による買い物支援動向の3つの支援

買い物ができない高齢者を買い物できるよう問題を少しでも解消する方法として経済産業省は3つの方法を実行している。

(1) 身近な場所に「店を作ること」

身近に買い物できる場所で、生活に必要なモノやサービスを提供できる店を作る提案である。

(2) 家まで「商品を届けること」

身近な場所で提供できないモノやサービスを移動販売車や仮設店舗、宅配などでお届けする提案である。

(3) 家から「出かけやすくすること」

家まで乗合タクシーで送迎したり、気軽に乗れるコミュニティバスで運営したりすることで、外出しやすくする提案である。

図表3 買い物弱者を応援する3つの方法



4 長岡市における買い物支援

4.1 ボランティア銀行

4.1.1 ボランティア銀行の概要

(1) 活動の概要

長岡市地域福祉・在宅福祉サービス事業（通称：ボランティア銀行）は、長岡市社会福祉協議会（以下「市社協」という。）を実施主体として、地区住民の福祉の向上を図ることを目的としており、旧長岡市地域の概ね小学校区に組織された市内31の地区福祉会・地区社会福祉協議会（以下「地区社協」という。）をベースに行われている住民相互の助け合い事業である。

この活動は、地域にお住まいの方の協力を得ながら、高齢者や体の不自由な方とその家族の日常生活上の負担を少しでも軽くするためのものである。

また、ボランティア銀行では、高齢者や心身障害者などのサービスを必要とする方を「利用会員」、理解と熱意をもってこの事業に協力くださる方を「協力会員」とする、会員方式による在宅の福祉サービスである。



(2) 設立の目的と経緯

ボランティア銀行は、「地域福祉の相互扶助を基調に、住民相互の助け合いが日常的に行われるよう地域福祉を推進し、在宅要援護者に対する福祉の向上を図る」ことを目的に、“で愛・ふれ愛・たすけ愛”をスローガンとして活動を開始した。

この事業を始めた経緯は、昭和62年から始められた住民の自主活動である。最初は、地域福祉の推進には住民の関わりが不可欠との考えから、4地区で住民相互の助け合い活動が開始された。その後、「これからは、これまで以上に住民が主役となって地域で役割を担っていこう」という市社協の呼びかけのもと、平成6年度末にはすべての地域で活動が開始されるようになった。

4.1.2 会員

ボランティア銀行では会員方式を採っており、地区内にお住まいの高齢者や心身障害者、母子・父子世帯、単身世帯等の方で、日常生活に支障があり地域でサービスを必要とする方を利用会員。地区内にお住まいの方で、この事業に理解をもって協力してくださる方を協力会員。また、この事業の趣旨に賛同し、支援金等の援助をしてくださる方を賛助会員としている。

4.1.3 サービスの内容

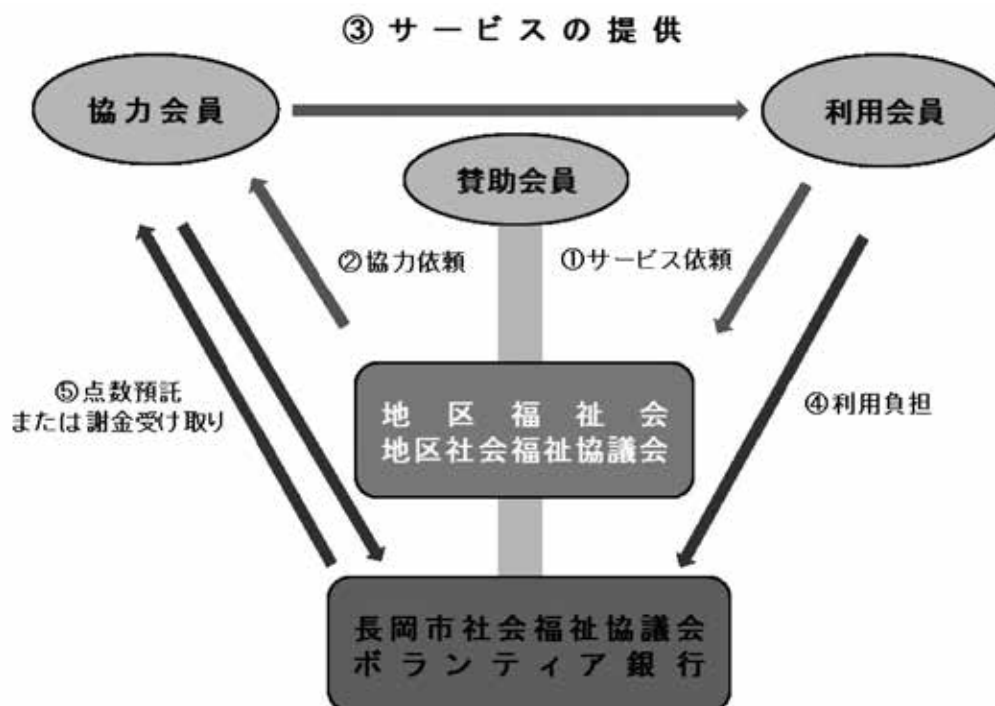
サービスの内容は、主に食事のお世話、衣類の洗濯・補修、住居等の掃除・整理・補修・軽易な雪かき、買い物などの家事のお世話。身の回りのお世話、通院・外出時のつきそいなどの介助サービス。その他として、官公庁・医療機関等への連絡、相談相手、代筆・朗読などがある。ボランティア銀行でおこなわれるサービスは、すべて特に技術を必要としない、どなたでもできるサービスである。

4.1.4 サービスの仕組み

(1) サービスの仕組みの流れ

ボランティア銀行のサービスの仕組みは図表4-1のとおりである。①サービスを受けたいと思った利用会員は、地区福祉会・地区社協に依頼をする。②依頼を受けたら、地区福祉会・地区社協はボランティア銀行に登録している協力会員へ協力を依頼する。③依頼を受けた協力会員は、利用会員へサービスを提供することができる。④サービスを受けた利用会員は、利用負担を市社協・ボランティア銀行に負担する。⑤サービスを提供した協力会員は、市社協・ボランティア銀行から点数を預託してもらうか、謝金を受け取ることができる。

図表4-1 サービスの仕組み

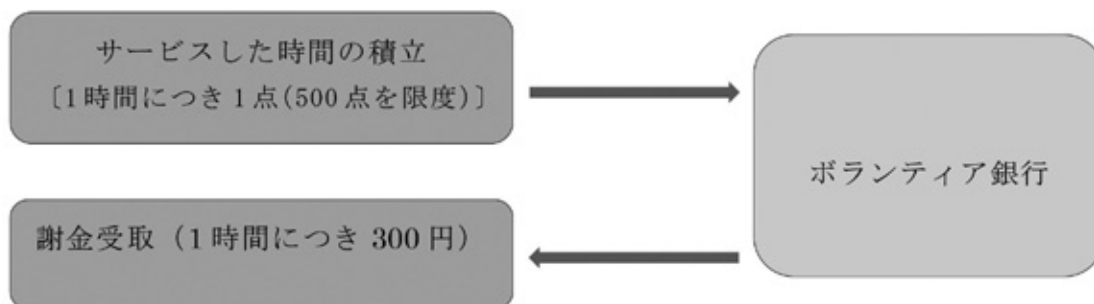


(出所) 長岡市社会福祉協議会

(2) 活動システム

この制度は地域の「お互いの助け合い活動」である。したがって協力会員がサービスを行ったときは、ボランティア銀行に積み立てて将来に備えるか、あるいは謝金を受け取るか、協力会員自身が選択することができる。

図表4-2 協力会員のサービス時間の積立・金銭清算



(出所) 長岡市社会福祉協議会

4.2 ボランティア活動

4.2.1 会員数

平成24年度の会員数を見てみる。長岡地域を含めた実施地区数36地区でのボランティア銀行の50歳から70歳の会員数は2,674人であった。会員種別で見ると、利用会員は1,206人で、そのうち男性が304人、女性が902人と利用会員の数は女性のほうがおよそ3倍も多かった。協力会員の数は1,468人で、そのうち男性は409人、女性は1,059人と女性のほうが2倍以上多かった。どちらの会員とも女性の会員のほうが多いのは、口コミや友達から誘われて会員になる場合が多いなどの理由がある。

図表4-3 会員数（平成24年度）

| 実施地区数 | 会員種別 | | 計 |
|-------|-------------------------|---------------------------|--------|
| | 利用会員 | 協力会員 | |
| 36地区 | 1,206人 (男性304 女性902) | 1,468人 (男性409 女性1,059) | 2,674人 |

(出所) 長岡市社会福祉協議会

4.2.2 活動・利用状況

平成24年度の活動・利用状況を見てみる。ボランティア銀行を実施している36地区のうち、実際に活動を行った地区は25地区であった。ボランティア銀行のサービスの利用者の数は790人であり、利用会員のうちおよそ7割の方がボランティア銀行を利用していた。サービスの提供をした協力者の数は868人であり、協力会員のうちおよそ6割の方がボランティア銀行に協力していた。利用者が利用したすべてのサービスの回数は2,885回であり、利用時間は3,392時間であった。

図表4-4 活動・利用状況（平成24年度）

| 実活動地区数 | 延利用者 | 延協力者 | 延回数 | 延時間 |
|--------|------|------|--------|---------|
| 25地区 | 790人 | 868人 | 2,885回 | 3,392時間 |

(出所) 長岡市社会福祉協議会

4.2.3 サービスの内訳

平成24年度のサービスの内訳を見てみる。もっとも利用されたサービスは「住居等の掃除・整理」で、回数にすると1,051回、時間にすると1,379時間であった。次に利用されたサービスは「買い物」で、回数にすると1,036回、時間にすると969時間であった。3番目に利用されたサービスは「通院・外出時の介助」で、回数にすると221回、時間にすると412時間であった。したがって、ボランティア銀行のサービスの中で、買い物支援のサービスが多く利用されていることがわかる。

図表4-5 サービスの内訳（平成24年度）

| 24年度のサービスの内訳 | | | 事業開始からの累計 | |
|------------------|-------|-------|-----------|---------|
| サービス内容 | 回数 | 時間数 | 回数 | 時間数 |
| 1 身の回りの世話 | 59 | 60 | 6,262 | 9,229 |
| 2 入浴の介助 | 0 | 0 | 107 | 141 |
| 3 病気の看護 | 10 | 26 | 235 | 411 |
| 4 通院・外出時の介助 | 221 | 412 | 66,133 | 57,254 |
| 5 食事の世話 | 168 | 174 | 10,495 | 15,253 |
| 6 衣類洗濯・補修 | 1 | 1 | 896 | 1,225 |
| 7 住居等の掃除・整理 | 1,051 | 1,379 | 18,921 | 25,921 |
| 8 住居の補修 | 4 | 4 | 237 | 423 |
| 9 軽易な雪かき | 128 | 59 | 1,666 | 1,008 |
| 10 買い物 | 1,036 | 969 | 9,331 | 9,766 |
| 11 官公庁・医療機関等への連絡 | 29 | 59 | 502 | 808 |
| 12 相談相手 | 5 | 13 | 2,611 | 3,810 |
| 13 代筆 | 0 | 0 | 91 | 127 |
| 14 朗読 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 留守番 | 0 | 0 | 212 | 467 |
| 16 その他 | 173 | 236 | 6,348 | 7,887 |
| 計 | 2,885 | 3,392 | 124,047 | 133,730 |

(出所) 長岡市社会福祉協議会

4.3 買い物支援状況

4.3.1 ボランティア銀行協力会員への聞き取り

(1) Aさん：民生委員

- ・80歳代の方3人の買い物支援をしている
- ・買った商品を家の中まで運んだり、保存したりまでする
- ・その他の支援として、雪かき、銀行への同行、話し相手もする
- ・利用者は話がしたいので、買い物支援の時間も長くなる

(2) Bさん：ボランティア

- ・74歳の方の買い物支援をしている
- ・買い物前に10分、買い物に30分、その後に15分の時間割としている
- ・歩いていける距離のスーパーに買い物に行っている

(3) Cさん：ボランティア

- ・80代の一人暮らしの利用者の買い物支援をしている
- ・毎週水曜日に買い物にいくと決めている
- ・買いたいものをメモしてもらっておく

(4) Dさん：ボランティア

- ・80代の3人の買い物支援
- ・安く、新鮮なものを買うようにしている
- ・長く支援しているので、利用者との信頼関係ができている

4.3.2 ボランティア銀行利用会員への聞き取り

(1) 神田地区 女性

①「買い物」に関する質問

- ・骨折しているため自分ではいかない。
- ・1度に買う商品は1,000円～2,000円くらい

②「コミュニケーション」に関する質問

- ・普段の会話は、ボランティアの方との会話が多い
- ・同年代と話をしたいがそれ以上に若い世代とも会話をしたい

(2) 中之島地区 女性

①「買い物」に関する質問

- ・週に2回買い物に行く
- ・食品はボランティア。日用品は自分。自分の目で見たい。
- ・移動手段は自転車
- ・買い物の場所は近くのお店

②「コミュニケーション」に関する質問

- ・普段の会話は近親者

(3) 栖吉地区 男性

①「買い物」に関する質問

- ・基本的には自分では行かないが、食糧が足りなくなった際には行く
- ・一度に4～5千円の商品を購入する
- ・移動手段はタクシー

②「コミュニケーション」に関する質問

- ・自分と同じように障害者手帳を所持している方とよく話をしている
- ・話す場所は基本的には相手に自宅に来てもらって話をする
- ・孫は高校生のため部活等で忙しくなかなか会うことはできないが、クリスマス・孫の誕生日・お正月等イベントの時には必ず来る。

4.4 まとめ

利用会員3名の方のお話で共通する点

- ・買い物支援は信頼関係が大切である
- ・買い物支援で購入する商品は食品が多い
- ・近所づきあいが少ないと感じている
- ・コミュニケーションをとりたいと思っている
- ・欲しい商品と違う場合がある
- ・買い物支援を利用して良かったと感じている

5 買い物支援の課題とニーズポイント

5.1 課題

長岡市ボランティア銀行を利用している利用者と支援者からのヒアリングから、買い物支援に対する課題となっていることをまとめると以下のとおりである。

1つは、長岡市ボランティア銀行の支援者一人に対して、複数の利用者がいるため支援の負担が大きくなっている。さらに高齢化に伴いボランティア銀行の利用者が年々増えており、今後支援者を増やさなければならない。

2つは、利用者の中には近くに商店がない方もいる。特に中山間地域では著しく商店が少ない。さらに中心市街地においても、スーパーやホームセンターが郊外へと出店しているため、車などを所有していない方は買い物に困難をきたしている。さらに買い物の足となってくれる若者が減少している。一方で高齢者は年々増えているのが現状である。

3つは、核家族化や一人暮らし家庭の増加により買い物を頼める人がいないことである。週末などは市内の別の場所で暮らしている親族と一緒に買い物に行く方もいたが、市外や県外に親族がいる場合には、ボランティア銀行の支援者が唯一の頼みの綱となっている。

インタビュー風景



5.2 利用者ニーズ

(1) 買い物を自らしたい・もしくは出来ない

ヒアリングを行った中心市街地の利用者は自ら買い物に行き、自分が欲しい商品を買いたいと思っている利用者が多数であった。しかし、高齢に伴い足腰が悪くなり身体が不自由になってしまい結果としてボランティア銀行を利用せざるを得ない状況となっている。

(2) コミュニケーションをとりたい

ボランティア銀行の利用者の多くは足腰が不自由であり、自宅から容易に外出するのが困難な利用者が多い状況となっている。コミュニケーションをとりたいが近所にコミュニケーションをとれる友人が居ないという利用者や、一人暮らしにより話し相手（同年代）が周囲にいないという利用者もいた。そこで周囲の環境的問題と足腰が不自由である身体的問題があり、かつコミュニケーションをとりたい利用者にとってボランティア銀行（支援者）の活動は必要不可欠なのである。

(3) 買い物の品目

利用者が支援者に買ってきてもらう品目は主に食料品が多く、次いで日用品（洗剤やせっけんなど）だった。食料品は毎日消費するものなので、支援者に買ってきてもらいたいという理由だった。日用品も毎日消費するものだが食料品ほど多く消費するものではないので、支援者に買ってきてほしいというニーズはあまりなかった。

5. 3 支援者ニーズ

(1) 高齢者支援

高齢者が増加している現状から同じ地域に住んでいる高齢者を支えることの必要性がある。支援者の活動場所においても居住している地域、隣接している地域であった。購入店舗をみても、支援者が普段から買い物をしている店舗で購入している。

(2) 買い物要望内容

直接利用者が商品を見て買いたいという利用者からの意見などがある。また、利用者が同行しない場合の方は大概の方は口頭や、メモを渡されてリストに沿った商品を購入する。他にはスーパーマーケットの特売日の広告を支援者に見せ、特売品の中から買ってきて欲しい商品を指定される場合があるようだ。

(3) 買い物場所の要望

長岡市中心部の支援者は基本的に利用者の自宅から近いスーパーマーケットで商品を購入する。品揃えが良く、低価格でさらに利用者が近所のスーパーであれば何が置いてあるかおおよそ把握出来てあるからだ。また支援者も基本的には徒歩で買い物に行くため、近場のスーパーを利用している。

6 新たな買い物支援

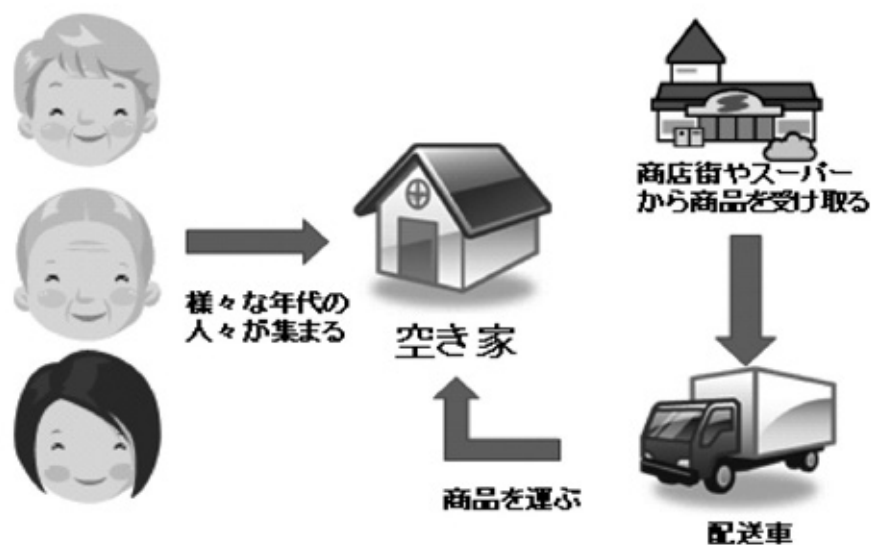
6. 1 解決手段

6. 1. 1 「空き家を使った移動販売型買い物支援」

私たちは新たな買い物支援として、近隣に商店がない地域を対象として「空き家を使った移動販売型買い物支援」（市場併用）という案を考案した。

これは、その地域にある使われなくなった家もしくは学校や商業施設をそのまま放置せずに、リノベーションを行い地域の人たちが買い物や休憩、災害時には避難所になるようなコミュニティスペースとして作り直す。商店街やスーパーから商品受け取り、販売車で商品を運ぶ。そうすることで、その地域の様々な年代の人々が集まることが可能となる。これは、空き家活用によるコミュニティスペースを作ることで、希薄化している近隣関係を改善することができる。月二回に「市（いち）」を行うことも私たちは考えている。

図表6-1 買い物支援イメージ図



6.1.2 メリット

「空き家を使った移動販売型買い物支援」(市場併用)のメリットは以下の事が挙げられる。

図表6-2 メリット一覧表

| | 期待出来ること | 左記からさらに期待出来ること |
|---|---|------------------------------------|
| ① | わざわざ車を出さずに買い物が出来る。 | 車を出さない為CO2削減に繋がる。 |
| ② | 利用者同士でコミュニケーションをとれる。 | コミュニケーションをすることにより脳を活性化出来る。 |
| ③ | 地域の人を知ることが出来る。 | 今までになかった新たな交流が出来る。 |
| ④ | お茶のみサロンになる。 | 今までよりも繋がりが親密になる。 |
| ⑤ | 評判により利用者が増える。 | 他の町内にも出店の可能性がある。 |
| ⑥ | 他の町内もすることで脚光を浴びる可能性がある。 | 脚光を浴びることで新潟県や全国にPR出来、活動が広まる可能性がある。 |
| ⑦ | 全国に広まれば、利便性の悪い地域に住む住民すべての利便性が高まる可能性がある。 | 活気が薄れている地域もこの案件で活気づく可能性がある。 |
| ⑧ | 「市(いち)」を行えば、様々な年代の人と交流が出来る。 | ⑦と同様に地域が活気づく。 |

6.2 活用資源

6.2.1 空き家の活用

私たちが提案するこの案に空き家がなければ始まらない。放置されて使われなくなった小学校・公民館・潰れてしまったお店などを借りて活用する。空き家がない地域はこの案が使えないのかという疑問が浮かんだが、公民館を借り、空き家でなくてもガレージ等を借りて行えると考えられる。

6.2.2 ボランティアの活用

空き家を借りてお店を開いたとしても、お店を機能させるには人員が必要である。そのためボランティア銀行の会員・地域ボランティアの方々の力を借りて、お店を機能させる。

たとえば、ボランティア銀行の支援者では、利用者の近隣にお店ができるため、一緒に買い物に連れて行くことができ、利用者の「直接商品を見たい」という要望をかなえることができる。また地域ボランティアは、利用者が外出することで「見守り」に対する姿勢や会話の助長にもつながる。

7 まとめ

高齢者にヒアリングを取った結果、ニーズが3点あった。自宅の近くで買い物をしたいこと、商品を自分の目で見て決めたいこと、そして、コミュニケーションが取りたいということである。私たちの提案は、この3点を包括していると考ええる。

7.1 推測している効果

7.1.1 近所で買い物ができるという効果

居住地域での移動販売を行うため、高齢者の身近な空き家（コミュニテースペース）に行き商品を展開する。このことから、高齢者自身の自宅の近くで買い物ができるというニーズが満たされることとなる。

自宅の近くで買い物ができるということは、もっとも重要なことだと思われる。調査の結果に、全員が遠くのスーパーよりも近くで買い物がしたいと答えている。足が不自由なことや、運動能力が衰えている高齢者にとっては、遠くまで行くには酷な話といえる。

7.1.2 商品を自分の目で見て決めることができる効果

買い物は、その場の商品を自分の目で見て、肌で感じて、頭で料理のメニューを考えたり、家にあるティッシュペーパー、トイレットペーパーといった消耗品の数を思い出したり、時には、衝動買いをしながら楽しむべきものではないだろうか。そして、調査の結果に買い物は自分でしたいと全員が答えていた。さらに、買い物は、頭を使う。日常的に行う家事の中で頭を使うことはそう多くない。

頭を使うということは、認知症の予防にもなる。買ってきた食材で、料理をすることも大切な認知症の予防方法のひとつだ。料理は、メニューを考えることで、頭を使い、ナイフや包丁を使うことで手と指を使う。これらの行動は、認知症予防に大きく効果があると、近年様々な研究から明らかになってきている。

7.1.3 コミュニケーションができるという効果

コミュニケーションのニーズも満たされると推測する。空き家（コミュニテースペース）に商品を展開するため、その場所に人が集まることを前提としている。集まる人たちは、みな近くに買い物ができる場所を望んでいた高齢者の人々であると考えられる。同じ年代、近所、近くで買い物ができること、そして、コミュニケーションを望んでいた者同士が集まるわけであり、利用者同士で交流が生まれる可能性が考えられるからだ。

7.2 予測している影響

7.2.1 交流の幅が広がるという影響

近所の夫婦、親子、子供、若者といった人たちも立ち寄る可能性もある。近くにあるという事

はそれだけで大きなメリットとなる。近所の夫婦、親子は休日の自宅でゆっくりしたい時などは近くに昼食や夕食のときに利用できる。遠くまで移動手段に乏しいであろう子供や、学校帰りの子供にはそのまま立ち寄ることが出来る。子供は、様々な文化に触れることが出来、豊かな人間性と多様性を育むことが出来る。これらのことを踏まえると、高齢者が高齢者同士の交流をするばかりだけではなく、近隣住民が、近隣住民同士の交流をすることができると言える。

7.2.2 空き家の解消に一役担う可能性があるという影響

空き家は、そのままでは地域の治安悪化、不審火、家屋倒壊により災害を引き起こす要因にもなりかねない。

空き家率については、2008年では、13.1%であるが、現状維持で行く場合、その20年後の2028年には23.7%になると予想されている。空き家を再利用することを前提としている私たちの案はこの空き家除去に貢献できるのではないだろうか。

7.3 実施に向けた方策

実施に向けた方策なるものの道標として、下記の5項目をあげる。

- ①モデル地域を作りそこで検証を行う
- ②意向調査・利用調査をする
- ③ボランティアをしてくれる人の確保
- ④空き家の確保について
- ⑤スーパー等の参入確認

7.4 総まとめ

私たちは、今年から買い物支援というテーマで活動を始めた。長岡市の買い物支援の実態を知り、現実の人の意見を聞いて、新規性、有効性のある提案をすることを前提に活動を始めた。すでに長岡で行われている買い物支援「ボランティア銀行」の協力を得て調査を行い、貴重な生の意見を聞くことができた。特に、信頼関係築くこと、コミュニケーションを図ること、商品の誤購入を防ぐことから、目標だった提案をすることまで進めることが出来た。

しかし、こうして1年かけて提案している間にも、買い物弱者に分類される方々は、日々に買い物に困っている状況が続いている。今後は、提案で終わらずに実施に向けて活動を行うことが課題である。

参考文献

1. 一般社団法人日本食農連携機構／財団法人流通経済研究所農山漁村買い物支援プロジェクト
(<http://www.kaimono-shien.com/intro/index.html>)
2. 菊池いづみゼミ、2012、「セーフコミュニティの可能性－命を大切にするまちづくり－」
『学生による地域活性化プログラム 平成24年度活動報告書』長岡大学地域活性化プログラム推進室
3. 経済産業省「買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（前半）」
(http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/pdf/kaimonomanual_ver1.pdf)
4. 経済産業省「買い物弱者応援マニュアル（第2版）ファイル（後半）」
(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/manyuaruver2-2.pdf>)
5. 経済産業省「買い物支援弱者対策支援について（METI/経済産業省）」
(<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonoshien2010.html>)
6. 高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査結果 平成22年度「地域の不便な点」
(<http://www8.cao.go.jp/kourei/ishiki/h22/sougou/zentai/index.html>)
7. 笹井かおり2010「買物難民問題～その現状と解決に向けた取組～」
(http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2010pdf/20100801109.pdf)
8. 長岡市2006地域福祉・在宅福祉・サービス事業
(<http://www3.shakyo.or.jp/cdvc/jusan/jirei/jirei03.htm>)



平成 25 年度 学生による地域活性化プログラム

高齢者の買い物支援
—地域のつながりの再構築—

◆担当教員
米山宗久 准教授

■ゼミ学生 4年生 : 斎藤郁美、菅原伸悟、高野憲和、高橋将貴、豊岡 文、前山倫世、山倉恵莉
3年生 : 小野澤泰介、川津敬永、小林美穂、坂井愛優、酒井直也、福原寛生

■アドバイザー: 本間和也氏(社会福祉法人長岡市社会福祉協議会本部事務局地域福祉課 課長)
綿貫哲夫氏(長岡市福祉保健部長寿はつらつ課 主査)

取組の目的

- 少子高齢化や過疎化等に伴い、商店や公共交通機関等の日常生活に不可欠な「生活インフラ」が弱体化している。
- 高齢者は年齢を重ねるごとに、身体的、精神的、住環境的、経済的要因によって買い物機会を失われつつある。
- 小売店の減少と反比例するように大規模小売店が規制緩和を受け、郊外に出店している
- 本研究では、今後の買い物支援のあり方を見つめ直し、新たな支援策を提言することを目的とする。

研究の意義

- | | | | |
|-------------|-------------|---|---------|
| 1 地域福祉の推進 | : 地域住民の支えあい | ⇒ | 地域の活性化 |
| 2 買い物支援 | : 食の確保・健康維持 | ⇒ | 経済波及 |
| 3 コミュニケーション | : 地域住民の交流 | ⇒ | 生きがいの創出 |
| 4 地域振興 | : 経済効果・起業喚起 | ⇒ | 雇用拡大 |

取組の流れ

- | | |
|-------------------------|---|
| ① 長岡市の高齢福祉施策の学習 | ⇒ 長寿はつらつ課職員から高齢福祉施策の講義を受ける |
| ② 長岡市社協実施のボランティア銀行の学習 | ⇒ 社会福祉協議会職員からボランティア銀行の利用動向の講義を受ける |
| ③ 車いす試乗及び介助体験 | ⇒ 車いすを使い、大学校舎内や坂道で介助体験を行い、高齢者や障がい者行動を理解する |
| ④ 経済産業省の買い物支援の検証 | ⇒ 「店を作る」、「商品を届ける」、「出かけやすくする」の3つの支援を検証する |
| ⑤ ボランティア銀行協力会員へのヒアリング | ⇒ 買い物支援を行っている4名の協力会員から支援内容や高齢者の要望を聞く |
| ⑥ ボランティア銀行依頼会員へのヒアリング | ⇒ 買い物支援を依頼している3名の高齢者から依頼理由や買い物品目などを聞く |
| ⑦ 栖吉地区高齢者お茶会への参加 | ⇒ 元気高齢者との交流を行い、買い物動向や生きがい活動などを聞く |
| ⑧ 現行の買い物支援と高齢者の買い物要望の精査 | ⇒ 現行の買い物支援策やヒアリングから支援策の検証をする |
| ⑨ 新たな買い物支援の提案 | ⇒ 個別に具体的な支援策を提案し、その中から新たな支援策を協議して決める |

新たな買い物支援策

〈空き家を使った移動販売型買い物支援(市場併用)〉

- ◆ **近所での買い物**
歩いていける、友人知人と一緒になる、買ったものを持ち帰れる、買い物代行も頼みやすい、買い物時に会話をする
- ◆ **商品を目で見れる**
好きなものが見える、視覚で商品を選べる、予算を考える、頭を使う、認知症予防につながる。
- ◆ **コミュニケーションができる**
地域住民間の会話の促進、世代間交流の機会拡大、地域のイベントに参加、若者との会話の場や相談の機会
- ◆ **交流の場の拡大**
地域コミュニティ活動の活性化、世代間交流の機会拡大、近隣住民との関係づくり
- ◆ **空き家の解消**
空き家の再生利用、地域の安全確保、安心できる場所の確保、地域で気軽に集まれる場所の確保



高齢者ヒアリング



ボランティア銀行の講義



高齢者ヒアリング



車いす体験

実施に向けた方策

- | | |
|------------|--------------------|
| ○モデル地区での検証 | → デモ地域での実施検証 |
| ○意向調査・利用調査 | → 高齢者の意向や利用希望の調査実施 |
| ○ボランティアの確保 | → 買い物支援へのボランティアの協力 |
| ○空き家の確保 | → 借用できる空き家の検証 |
| ○小売店の参入 | → スーパーなどの事業協力の意向調査 |

空き家を使った移動販売型買い物支援イメージ図





平成 25 年度 学生による地域活性化プログラム
新潟県内まちの駅の情報発信と
地域への影響調査

◆担当教員
鯉江 康正 教授

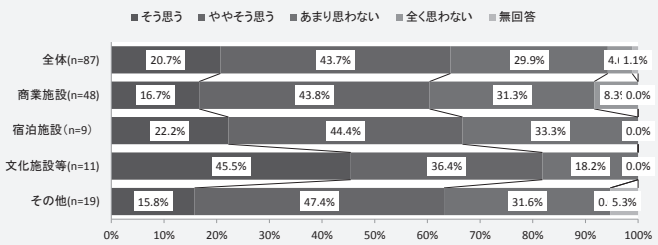
■ゼミ学生
4年: 永井 友之、西山 和之
3年: 伊佐 夏美、高野 綾夏、滝沢 晶、
目黒 達典、劉 洋

■アドバイザー
長岡市市民協働推進室市民協働班主任: 木村 圭介氏
まちの駅ネーブルみつけ駅長: 中川 一男氏

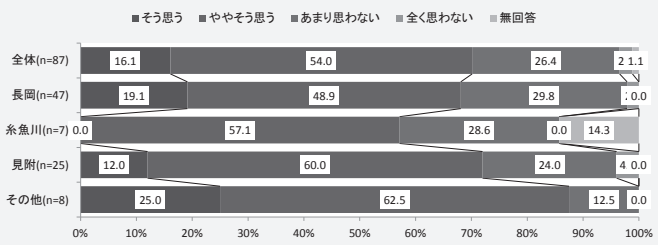
取組の目的

新潟県内のまちの駅の情報発信の活動を通して地域の魅力を地域の人々に伝えると共に、まちの駅が地域にどのような影響を与えているかを、アンケート調査をから明らかにしていく。

ロコミによる情報発信の機会が増加したと思いますか。(1つだけ)



地域の情報が伝わりやすくなったと思いますか。(1つだけ)



取組の成果と分析結果概要

- 新潟県内まちの駅の情報発信
 - 学園祭でパネル展を開催し、来場者は413名だった。
 - 「長岡デザインフェア 2013」に越後長岡まちの駅のパネルを出展した。
- 新潟県内まちの駅(120駅)への「まちの駅の活動による影響調査」(回収数87駅、回収率72.5%)
 - 「あなたが観光や遊びで出かけたときに地域全体でどのようなまちづくりがおこなわれているか興味がありますか」という設問に対し、89.7%が「そう思う」「ややそう思う」と回答し、10.3%が「あまり思わない」「全く思わない」と回答している。
 - 「ロコミによる情報発信の機会が増えたと思いますか」という設問に対し、全体では、64.4%が「そう思う」「ややそう思う」と回答し、34.5%が「あまり思わない」「まったく思わない」と回答している。
 - 「地域の情報が伝わりやすくなったと思いますか」という設問に対し、70.1%が「そう思う」「ややそう思う」と回答し、28.7%が「あまり思わない」「全く思わない」と回答している。
 - アンケート調査を通して、まちの駅の方は、地域への関心が高く、地域の情報発信に意欲的であることが分かった。
- 今後の方向性

地域を活性化するために、地域や業種を超えて協力できる「まちの駅」の活動が期待されると共に、わがゼミも協働していきたいと考えております。

研究の枠組みと方法

「まちの駅」の歴史と概要
(文献調査)

過年度調査結果の概要
(過去6年間の取組の振り返り)

活動内容の検討・決定、活動計画の作成

【今年度の活動】

- 長岡・見附・糸魚川地域の「まちの駅」の情報発信 <活動内容>
 - 糸魚川のまちの駅(全10駅)
長岡・見附の新規まちの駅(7駅)の紹介パネル作成
(ヒアリング調査、パネル作成)
 - 過去に作成したまちの駅紹介パネル(90駅)の修正・更新
(ヒアリング調査、紹介文の修正、情報更新)
 - パネル展及び商品展示(学園祭でのパネル展実施)
 - まちの駅を通じた各種イベントへの参加
(スタッフとしてボランティア参加)
- アンケート調査による地域への影響調査 <調査内容>
 - 「まちの駅」の属性
 - 「まちの駅」の交流・連携
 - 「まちの駅」の活動による地域への影響

成果発表と報告書のとりまとめ





平成 25 年度 学生による地域活性化プログラム 十分杯の広報活動



◆ゼミ教員
権五景准教授

■ゼミ学生名 4年生 : 宇尾野大樹 佐藤旭 3年生 : 三國弦
■アドバイザー : 内山弘氏 (長岡歯車資料館 館長)
太刀川喜三氏 (ながおかまちの駅 駅長)

取組みの目標

長岡ゆかりの十分杯の認知度を高めることで、十分杯やその教え(足るを知る)を地域社会に広げることを当面の目標として取り組んだ。長期的目標としては、十分杯をモチーフとした長岡土産を開発することで少しでも長岡の活性化につなげることを目標としている。

活動の意義

地域の由緒ある文化遺産であるが、知名度が低いため評価してもらえなかったものを地道な広報活動で認知度を高めたことが地域文化の再発見という意味において大きな意義がある。

主な広報活動

1. 長岡大学学食入り口に十分杯を展示
2. わかりやすいパネル製作
3. 長岡と十分杯にかかわる文献研究
4. 大学祭で展示
5. 十分杯の認知度調査
6. 十分杯ホームページ作成
7. 越後長岡酒の陣で展示
8. 新潟日報に掲載

長岡と十分杯の関わり

長岡藩を根底から支えていた精神は二つあったと言われている。一つが常在戦場(常に戦場にいる心構えを持って生き、ことに処す)の精神であり、もう一つが十分杯(戒め、節儉)の精神であるが、現在では十分杯の精神はあまり知られていない。

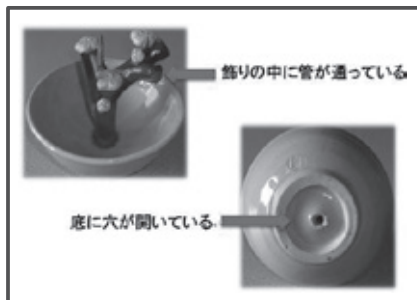
長岡藩と十分杯の出会いは三代藩主牧野忠辰公(まきのただとき 1665-1722)の時代にまで遡る。

忠辰公以前からも武士は簡素な生活を旨としていた。ところが、元禄時代(1688-1704年)になると貨幣経済が発展し、戦国期の苦しい時代から民衆も生活水準が向上し、生活必需品以外を購入する余裕もでき、町人の生活が奢侈化するにつれて武士たちも同調し華美な生活をするようになった。長岡も例外ではなかったかもしれない。そこで忠辰公はこれを憂い、文武の奨励や制度の改定をして、藩士の引き締めをはかった。

その象徴が十分杯だった。「満つれば欠く」という処世訓を示したものである。

忠辰公が塚越という領民(おそらく庄屋)の持参した十分杯に感銘を受けて詩を詠み、処世訓としたことから長岡に十分杯が知られることになった。

<十分杯の仕組み>

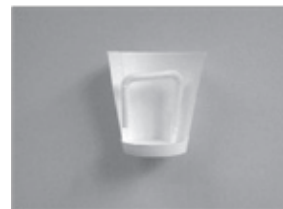


<のぼり>



今後の目標

- ◇十分杯をモチーフとした長岡土産製作
- ◇十分杯めぐり観光コースの開発
- ◇十分杯フォーラムの開催



権ゼミオリジナル
の紙コップ十分杯

<アオーレ長岡での広報活動の様子>





平成25年度 学生による地域活性化プログラム

地域の魅力発信による絆結び
—神谷の魅力をつなげ・広げる—

◆担当教員
高橋治道 教授

■学生名 4年生 : 阿部亮太 上野晋矢 大沢健介 佐山奈津美 高橋達郎 早川祐也
3年生 : 伊藤健宏 太田愛実 國松優樹 古田島夏希 羽賀雄介 星田周哉
水品拓郎 大山真実

■アドバイザー : 白井湛氏(長岡市 神谷区長)
桑原真二氏(NPO 法人ながおか情報交流ねっと 理事長)

取組み目的

長岡市神谷地区(旧越路町神谷地区)をモデルとして、地域に残る文化や歴史などの資産を守りながら地域の活性化を図る方策を試みる。今年度は、これまでゼミで取り組んできた活動を地域住民が主体となった取り組みへと継続・発展させ、魅力をつなげ・広げてゆくための足がかりを作りを目的とした。

取組みの意義

神谷地域に残る有形無形の歴史的建造物や伝統文化等を生かした地域活性化策を考える中で、自分が生まれ育った地域を新たな視点で見つめなおし、地域コミュニティに参加して行く姿勢を学ぶことができる。また、取り組みの企画・実行、陳地域住民との交流を通して、陳キング力、アクション力、コミュニケーション力などを身に着けることができる。

取組みの成果

- 新潟県初のチューリップ開花地をアピールするチューリップ植栽を行い、国道を通る人にアピールした。
- eコミュニティ・プラット・フォームを使った「越後長岡神谷のサイト」を作り、ネット上に神谷を紹介するサイトを作った。
- 神谷の自然を子供たちに伝えるために、eボートを使った川下りを企画し、実施に向けた準備を進めている。

<活動の成果>

チューリップの植栽



越後長岡神谷のサイト



Eボート現地調査



活動の枠組みと方法

メンバーが話し合った結果、4年生は24年度の取り組みを継続発展させるために、24年度の班構成のまま活動することになった。3年生は、全員で新たなテーマで取り組みを行うことにした。設定したテーマは、次の3つとした。

- ①「神谷の魅力を創り引き出す」
- ②「神谷の魅力を他の場所へアピール」
- ③「神谷の自然を知り、伝える」

このテーマに沿って3つの班を設定し、各班が独自に活動を行うと共に、地域の行事には積極的に参加し、神谷の人たちとの交流を深める活動を行う。

活動の概要

第1班

- ・新潟県初のチューリップ開花地であることをアピールするためのチューリップ植栽を行い、今年はずべての球根の開花を目指した。
- ・チューリップ植栽を神谷地域に定着させ、神谷の住民が主体となって、チューリップ植栽を神谷地域に定着させることを目的に、「花壇づくり」、「球根植栽」を知らせるチラシを回覧板で回覧し、参加を呼びかけた。

第2班

- ・神谷の歴史と伝統を住民のみならず広く知らせるためにeコミュニティ・プラット・フォームを使った「越後長岡神谷のサイト」作りに取り組み。公開した。
- ・作成・公開した「越後長岡神谷のサイト」を恒常的に運営してゆくための運営システムの提案を目指した。

第3班

- ・神谷の自然を知り、自然と親しむ楽しさを子供たちに伝えることを目指し、昔は子供たちの夏の水遊び場であるとともに荷物の運搬にも使われていた「須川」の川下りに向けた計画に取り組んだ。
- ・「須川」の川下りに安全性の高いeボートを使うこととし、計画実現に向けて活動を継続している。

その他

- ・観桜会、どろんこ田植え、ボート作りと進水式、秋祭りの演芸カラオケ大会、神谷区民運動会、収穫祭などの行事へ参加し、神谷の人たちとの交流を深めた。





平成25年度 学生による地域活性化プログラム グラスルーツグローバル化推進 一草の根・地域からの地球一体化推進

◆担当教員
広田秀樹 教授

■ゼミ学生名 4年生 : 王偉志・松川貴之・李又輝・鹿又幸太
3年生 : 間野宏樹

■アドバイザー : 大出恭子氏(コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表)
デビット=ブズロー氏(IT コンサルタント)

グローバル化とは?



「グラスルーツグローバル化推進」の定義

草の根・地域からグローバル化推進(地球一体化)を平和的に進めその過程を地域活性化に役立てることを志向する活動を、グラスルーツグローバル化推進(草の根・地域からの地球一体化推進)と定義

私達の目標

世界のどこの出身の人が来ても歓迎されるような地域の構築!

グラスルーツグローバル化推進の活動方法

- 1) Study : グローバリゼーションに関する学習
- 2) Invite : 外国人の方等をゼミに招待し交流
- 3) Visit : 外国人の方が集まる場等への訪問
- 4) Donate : 学園祭に出店し利益を世界に寄附

1) Study : グローバリゼーションに関する学習

本年度は、「グローバル化推進の世界的レベルでの恩恵」
「グローバル化推進を地域の活力にするには?」
「グローバル化推進に反対する勢力について」
「グラスルーツグローバル化推進の展開」
という4つのメインテーマを決め学習を行った。

2) Invite : 外国人の方等をゼミに招待し交流

世界から地域にやってきた外国人の方や国際交流で活動する方を招待し、対話・交流しさまざまなことを学んだ。

3) Visit : 外国人の方が集まる場等への訪問

世界から来られている外国人技能実習生の会合に出席し交流した。
長岡市内にある母国料理を提供する外国の方のお店を訪問した。

4) Donate : 学園祭に出店し利益を世界に寄附

世界の子供たちを応援する目的でお店を開いた。
少しでも世界の商品を知ってもらうことを考え、毎年世界からの輸入品を扱っている。
得た収益の全てを『ユニセフ』に寄附している。

コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表
大出恭子氏を迎えての意見交換会



カメルーンからの留学生
レイナー=タバタンド氏との交流



外国人技能実習生と交流



ユニセフへ寄附



**Yokoso ! Welcome to Nagaoka !
Nice to Meet You !**



平成25年度 学生による地域活性化プログラム 企業の情報発信とホームページの役割

■担当教員

村山光博 教授

■ゼミ学生

4年生：袁苗、小田優、胡礼橋、関匠、深澤修三、山口真代、山本心美、叶静
3年生：猪俣陵、神田美典、黒崎修平、佐々木貴章、布川尊也、喻彬

■アドバイザー：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 情報化コーディネーター 杉浦聡氏

取組の目的

- 企業が自社ホームページで発信している情報がターゲットに向けた適切な内容であるか、また情報を効果的に伝える仕組みになっているかを調査し、改善案を策定する。
- 企業ホームページを改善することにより、地域企業の特徴や強みをPRする。

今年度の取り組み

① ホームページ診断および改善案の策定

株式会社システムスクエアのホームページ診断と改善案の策定を実施した。ゼミ学生全員で同社のホームページを開覧し、「コンテンツ診断シート」および「システム診断シート」で評価を行った。また、ゼミ学生の意見収集・整理することで「優れている点」と「改善を期待する点」をまとめた。これらの診断結果と改善案を平成25年10月に同社に提出した。

同社のホームページは、同じく10月に全面リニューアルされた。

② ホームページデザイン案の策定

長岡電子株式会社のホームページ開設に向けて、ホームページデザイン案の策定を行った。デザイン案の策定に先立って、同社の工場見学やヒアリングを通して事業の概要や特徴の理解を深めた。

ゼミ学生のグループが検討したメニュー構成とホームページデザインの1次案を同社に提案し、今後も検討を進めていくことを確認した。

③ ホームページ活用事例調査

株式会社システムスクエアとマコー株式会社の2社に対して、各社のこれまでの自社ホームページ改善の取り組みに関するヒアリング調査を行い、ホームページの優れた活用事例として文書にまとめた。

ヒアリング・工場見学の様子

(株)システムスクエア

長岡電子(株)



マコー(株)

(株)システムスクエア

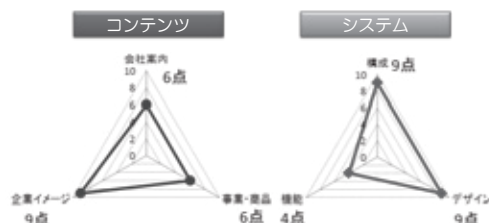


① ホームページ診断および改善案の策定 株式会社システムスクエア

1. ホームページ診断時のトップページ



2. ホームページ診断の結果



3. 改善を期待する点

- よくある質問をまとめたページを追加してはどうか。
- [お問合せ]のページに連絡先の電話番号やファックス番号も記載したほうが良い。
- [お問合せ]のページに、個人情報保護に関する記述を追加したほうが良い。
- トップページに本社の住所、電話番号、FAX番号などの情報を掲載したほうが良い。
- 左サイドのメニュー下の余白部分を活用して情報を掲載できないか。
- [ダウンロード]のメニューはそのままでは意味がわからないので、[製品情報]の中に[カタログダウンロード]という表示を行って、カタログファイルを掲載してはどうか。
- 会社紹介VTRと製品紹介の動画ファイルの形式を変えることはできないか(ユーザーのPC環境によって見られない場合がある)。→YouTubeの利用を検討してはどうか
- クリックしたリンクの色が変わるようにしたほうが良い。(掲載されている製品の数が多いため、どれを見てどれを見たいのかを知りたい)
- 文字サイズ変更ボタンをつけてほしい。
- サイト内検索窓をつけてほしい。

(順序不同)



平成25年度 学生による地域活性化プログラム 企業の情報発信とホームページの役割

② ホームページデザイン案の策定 長岡電子 株式会社

1. ホームページ作成方針の検討

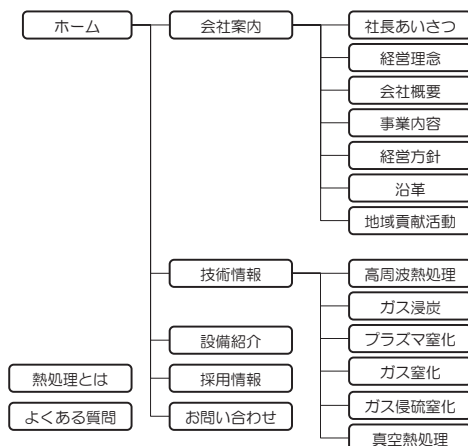
長岡電子(株)のヒアリング結果を踏まえて、ゼミ内で意見を出し合い、同社ホームページの作成方針やゼミ活動の進め方などを検討した。



2. メニュー構成案の検討

ゼミ学生のグループが検討したメニュー構成とホームページデザインの1次案を同社に提案し、今後も検討を進めていくことを確認した。

同社ホームページのメニュー構成案では、「ホーム」の下に「会社案内」、「技術情報」、「設備紹介」、「採用情報」、「お問い合わせ」などの項目を配置し、さらにその下に細かく項目を分けている。また、熱処理に関するわかりやすい説明を掲載する「熱処理とは」という項目や、熱処理に関して同社に多く寄せられる問合せなどを集めた「よくある質問」という項目も配置することを考えた。



ホームページデザイン案の一例



③ ホームページ活用事例調査 マコー 株式会社の事例



同社のホームページは、閲覧する顧客側の視点でつくることを念頭に置いていた。企業側の伝えたい情報と、顧客側の知りたい情報が必ずしも同じとは限らないからである。また、掲載する情報の内容や量についても、ただ膨大なデータベースを載せるだけでは一般の人には見てもなかなか分かりづらいという問題点があるため、検索機能に工夫を施していた。情報量と検索機能とのバランスがとれているため非常に見やすく、情報を探しやすいホームページとなっていた。

ホームページ作成に必要なのは、伝えたい情報の明確化、顧客の求める情報の明確化、情報の簡潔化及び整理を行うことであると考え。検索ワードにも注意を払うことで閲覧者の増加を狙うことができるかもしれない。ホームページの有効活用にはこれらに注意を払う必要がある。

株式会社システムスクエアの事例



ホームページ運用では、部分的に外部の業者に委託することも可能である。しかし、外部の業者に委託してホームページを開発しても、それでホームページが完成したわけではない。顧客が自社ホームページに何を求めているのか、ニーズを常に把握して反映していくことがとても重要である。

顧客が書き込みをしやすい問合せページを設置すると、ホームページからの問合せ数の増加に繋がる。同社は問い合わせ件数が思ったように伸びないことを受け、これまでは自由記述方式になっていたお問合せページのレイアウトを、あらかじめ想定される質問項目を並べた中から顧客が問合せたい項目にチェックを付けるレイアウトに変更した。その結果、問い合わせ件数が著しく増加した。このようなPDCAが質の高いホームページ制作への礎になっている。



平成25年度 学生による地域活性化プログラム

長岡市東山地域の
自然、歴史、文化をエコウォークで楽しむ

◆ゼミ教員名
吉盛一郎 教授

■ゼミ学生名 3年生 : 渡邊孝志・池田隆祥・小田勇太・謝吉詰・長橋賢和
Baavlai Badralmaa・涌井要
2年生 : 須田一聖

■アドバイザー : 林智和氏(長岡市 市長政策室政策企画課 主査)
和田行夫氏((財)長岡市企業公社 東山ファミリーランド・長岡市営スキー場 施設長)
桑原一頼氏(長岡東山フェニックスグループ 長岡市営スキー場・東山ファミリーランド・
東山テニス場・八方台いこいの森 施設長)

取組みの目的

東山地域は、長岡市の信濃川を挟んで東部に属する地域であり、山古志地域、栃尾地域も含んでいるが、本年度の活動地域は、東山ファミリーランド地区と悠久山地区に限定している。長岡市政策企画課が主催する「東山つうしん会議」に参加して、参加メンバーとの交流から地域の発展に貢献することを目的とする。

活動の意義

東山ファミリーランド地区にある、スキー場、ファミリーランド、農作業体験、植樹会等の各団体の主催する行事に参加する学生の活動によって地域の活性化に繋げる。

アンケートに寄せられた意見

- ① 全般的に自然環境がよいが、PR 不足、もっと人が来ないといけない。
- ② トレッキングに良いコースが何コースもあるので、ハイキングも楽しい。
- ③ ファミリーランドが好きな施設である。子供がうさぎに触れられるので。
- ④ 牛を放牧してところや、夜空の星がきれいなところが好きである。
- ⑤ 東山の名称は聞かぬが、イベント、いろいろな施設のこともなど、聞かない。
- ⑥ このままでよい。

アンケート結果からの提案

多くの長岡市民が、東山地域に来て、ファミリーランド、ふれあい農業公園やスキー場を利用している。景色が良く、家族が楽しめて、運動にもよく、そして癒せる場所のようである。

ただ、夏場の暑い日には、屋根付きの休憩場、自販機や売店が有ってほしい。農業公園のトイレ施設を改善してほしい。また、東山地区の情報発信が足りないのではないかと意見もある。

また、東山ファミリーランド地域のエコウォークの散策コース名として、「コスモスの道」や、「悠久の道」、「天空の道」、悠久山の散策コース名として「長岡偉人の道」を挙げてみた。散策コースに名称があれば楽しく散策できると考えるからである。

活動の枠組みと方法

- ① 長岡市の東山地域の活性化に向けた取組みに参加すること
- ② 東山地域の自然・歴史・文化を学習すること
- ③ 悠久山公園と東山ファミリーランド地区のエコ・健康マップを作成すること
- ④ 東山地域の行事に参加すること
- ⑤ 東山地域の活性化に向けてのアンケート調査と分析からの提案
- ⑥ 第5回全国エコツーリズム学生シンポジウム(東大会場)に参加して、エコツーリズム大賞(環境省)に応募すること

(活動) 植樹会とエコウォーク



ブックレット既刊号のご案内

〈長岡大学ホームページ <http://www.nagaokauniv.ac.jp> でもご覧いただけます〉

- ① アタマは鍛えれば強くなる 原 陽一郎
- ② 授業評価の実態 -学生満足度の高い授業とは- 平野 順子
- ③ ニートとフリーター -揺れる若者の選択- 玄田 有史 児嶋 俊郎
- ④ 2005長岡大学「起業家塾」 原 陽一郎 原田 誠司
- ⑦ 現代GPシリーズ1 情報力を鍛える -長岡大学における情報リテラシー・資格教育- 村山 光博
- ⑧ 現代GPシリーズ2 長岡大学教育プログラム
- ⑨ 現代GPシリーズ3 長岡大学教育プログラムⅡ
- ⑩ 現代GPシリーズ4 第3回 長岡大学文化講演会特集 第Ⅰ部 若者の社会人基礎力を鍛える -若者自立の教育を考える-
- ⑪ 現代GPシリーズ5 2006長岡大学「起業家塾」 原 陽一郎 原田 誠司
- ⑫ 夢をかなえる長岡大学の教育プログラム -平成19年度、環境経済学科・人間経営学科がスタート-
- ⑭ 長岡大学教育プログラムⅣ 学生公募型人間力育成プログラム -プロジェクト型自主活動とリーダー育成-
- ⑮ 長岡大学教育プログラムⅤ 長岡地域産業活性化のためのMOT教育 -イノベーション人材養成プログラム-
- ⑯ 現代GPシリーズ6 長岡大学教育プログラムⅥ 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成-
- ⑰ 現代GPシリーズ7 いま、なぜ大学改革か…21世紀の新しい大学像は 原 陽一郎
- ⑱ 現代GPシリーズ8 第4回 長岡大学文化講演会特集 第Ⅰ部 脳科学と教育-21世紀の新しい教育を考える-
- ⑲ 現代GPシリーズ9 2007長岡大学「起業家塾」 原田 誠司
- ⑳ 現代GPシリーズ10 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成- 平成19年度成果報告
- ㉑ 現代GPシリーズ11 情報力を鍛える -長岡大学における情報リテラシー・資格教育- 村山 光博
- ㉒ 現代GPシリーズ12 第5回 長岡大学文化講演会特集 若者の自立支援とキャリア教育 宮本みち子
- ㉓ 現代GPシリーズ13 学生による地域活性化提案プログラム -政策対応型専門人材の育成- 平成20年度成果報告(概要)
- ㉔ 「米百俵の精神」と長岡大学 原 陽一郎
- ㉕ 資格検定ガイドブック
- ㉖ 学生の3つの就職力一体形成支援プログラム
- ㉗ 現代GPシリーズ14 平成21年度地域活性化GPプログラム 学生による成果発表会(概要)
- ㉘ 現代GPシリーズ15 社会人基礎力育成グランプリ出場報告
- ㉙ 現代GPシリーズ16 学生による地域活性化提案プログラム 平成19年度～21年度活動報告(概要)
- ㉚ 長岡大学イノベーション人材養成講座 平成19～21年度成果報告書
- ㉛ 長岡大学のグローバルスタディ -21世紀の基盤精神「グローバルマインド」を身につける学習プログラム-
- ㉜ 大学とはどういうところか? -高校生への進路選択のために-プログラム-〈2010年版〉
- ㉝ 楽しもう!越後長岡「まちの駅」 ~長岡大学鯉江ゼミナール 地域活性化への取り組み~
- ㉞ 長岡大学のキャリア教育 平成21～23年度「学生の3つの就職力一体形成支援プログラム」
- ㉟ 旧神谷信用組合を活用したコミュニティ活性化(平成22年度) 高橋治道ゼミナール
- ㊱ 企業の情報発信とホームページの役割(平成24年度) 村山光博ゼミナール
- ㊲ 長岡地域<創造人材>養成プログラム -「地域で役に立ち、頼りになる大学」をめざして-
- ㊳ 長岡大学茶道部 活動記録(2012年度)
- ㊴ 学生による地域活性化プログラムの展開(平成24年度)
- ㊵ 長岡大学資格取得のすすめ(平成26年度版)

長岡大学ブックレット ㉔

【発行日】平成26年7月31日
【編集】長岡大学ブックレット編集委員会
【発行】長岡大学
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8
TEL.0258(39)1600(代) FAX.0258(33)8792



長岡大学ブックレット