

目次

●巻頭論文

- 健康で持続可能な社会の実現に向けたおいしい減塩の取組…………… 1
— 食事はおいしく、楽しく、健康的に！ —
早瀬 仁美（（公財）福岡アジア都市研究所 グランドフェロー）

●研究報告

- 「福岡・博多の伝統工芸品」の展示施設を巡る課題と展望…………… 13
— 指定管理者管理運営評価表と消費者意識調査結果を用いた考察 —
大淵 和憲（九州産業大学伝統みらい研究センター 研究員）

- 中国深圳市の人材優遇政策の変化と日本への示唆…………… 23
彭 雪（（公財）アジア成長研究所 上級研究員）
戴 二彪（（公財）アジア成長研究所 教授）

- 社会の揺らぎ 統計にみる COVID-19 の影響とニューノーマルの現在…………… 35
— 福岡市の生活者視点を中心に —
畠山 尚久（（公財）福岡アジア都市研究所 主任研究員）

- ウェルビーイングの政策的構造に関する考察…………… 47
菊澤 育代（（公財）福岡アジア都市研究所 研究主査）

- 福岡市市民意識調査とウェルビーイング指標…………… 57
山田 美里（（公財）福岡アジア都市研究所 研究主査）

- 『谷根千』から学ぶ地域ブランドの作り方…………… 69
— ローカルメディア制作による地域の魅力再認識の可能性 —
山田 美里（（公財）福岡アジア都市研究所 研究主査）

- 変化に強い企業・都市に関する一考察…………… 81
— URC 都市セミナー「変化に強い企業の作り方」を振り返る —
菊澤 育代（（公財）福岡アジア都市研究所 研究主査）

- 論文等要旨英訳…………… 87

Contents

● Opening Article

- A salt reduction initiative, without compromising taste for a healthier and sustainable society** 1
“Let's eat tasty, enjoyable, and healthy diets!”

HAYABUCHI Hitomi (Grand fellow, Fukuoka Asian Urban Research Center)

● Research Report

- Challenges and Prospects concerning Exhibition Facilities for “Traditional Crafts of Fukuoka and Hakata”** 13
- Consideration using Designated Manager Administration Evaluation Sheet and Consumer Attitudes Survey -

OBUCHI Kazunori (Researcher, MIRAI Research Center for Traditional Crafts, Kyushu Sangyo University)

- Changes of Talent Attraction Policies in Shenzhen and Their Implications to Japan's Major Cities** 23

PENG Xue (Assistant Professor, Asian Growth Research Institute)

DAI Erbiao (Professor, Asian Growth Research Institute)

- ‘Social Upheaval’**..... 35

The Impact of COVID-19 on Statistics and the ‘New Normal’ Today

HATAKEYAMA Naohisa (Senior Researcher, Fukuoka Asian Urban Research Center)

- Policy Framework for Well-being** 47

KIKUSAWA Ikuyo (Chief Researcher, Fukuoka Asian Urban Research Center)

- Fukuoka City Citizen Attitude Survey and Well-Being Index** 57

YAMADA Misato (Chief Researcher, Fukuoka Asian Urban Research Center)

- Learning From “Yanesen” How to Create a Local Brand** 69

-The Possibility of Re-Recognizing the Attractiveness of the Region Through Local Media Production-

YAMADA Misato (Chief Researcher, Fukuoka Asian Urban Research Center)

- A Study on the Resistance of Companies and Cities to Change** 81

- Reflecting on the URC City Seminar “How to create a resilient company” -

KIKUSAWA Ikuyo (Chief Researcher, Fukuoka Asian Urban Research Center)

- **English Summary** 87

健康で持続可能な社会の実現に向けたおいしい減塩の取組 — 食事はおいしく、楽しく、健康的に！ —

早瀬 仁美 HAYABUCHI Hitomi

(公財) 福岡アジア都市研究所 グランドフェロー

公立大学法人 福岡女子大学 名誉教授

■**要旨**：「減塩」は高血圧をはじめ色々な生活習慣病の予防と健康寿命の延伸に欠かせない重要な栄養課題であり、料理や加工食品の嗜好性を減ずることなく食塩を減らす食環境整備が、国際的にも重要になっている。本稿では、健康で持続可能な食事を目指して実施した「おいしさを損なわない減塩の取組」を2つ紹介し、「おいしく、楽しく、健康的な食生活」の実践を可能にする今後の食環境整備のあり方について考察する。

■**キーワード**：減塩、うま味、食環境整備、ナトリウム、カリウム、血圧、高血圧、二重盲検、無作為割付介入研究 (RCT)、自由行動下

1. はじめに

食塩の摂取過剰は健康寿命の観点から主要なリスク要因の一つであり⁽¹⁾、2013年国連総会で採択された2025年までの非感染性疾患 (NSDs) 対策の目標の一つ「食塩摂取量30%低減」に向けて、世界各国が色々な減塩戦略を実施している。従来から行われてきた個人への働きかけ (教育・情報の普及啓発) に加え、人々が選択する食物の食塩量を低減する、あるいは食塩の少ない食物の選択を促すような食環境整備が重視、推進され、効果をあげている⁽²⁾。

日本人の食塩摂取量は徐々に減少しているが、令和元 (2019) 年度国民健康・栄養調査では、成人男性 10.9g/日、女性 9.3g/日⁽³⁾ と依然として多く、日本人の食事摂取基準 (2020年) の目標量 (男性 7.5g、女性 6.5g 未満)⁽⁴⁾ より約 3g 多く、国際基準 WHO 推奨量 5g/日⁽⁵⁾ の約 2 倍摂取している。一方、わが国の高血圧者の推計数は 4300 万人と多く⁽⁶⁾、世界の疾病負荷研究 2019GBD のデータを用いて、日本における非感染疾患と障害による成人死亡について、健康リスク因子別寄与割合を推計した結果、予防可能な行動要因及び代謝性要因のリスク要因の1位が「高血圧」、2位が「喫煙」で、9位が「食塩の

高摂取」であったことが報告されている⁽⁷⁾。

日本高血圧学会では、2005年に減塩委員会が組織され、食品の食塩表示の申し入れ等の活動を行い、適正でおいしい減塩食品の普及を目的に、2013年からJSH減塩食品リストを一般向けホームページで紹介⁽⁸⁾するとともに、減塩食品の開発販売に積極的に取り組んでいる企業に対してアワードを授与、また2018年に栄養及び生活習慣病予防関連13の学会等と「健康な食事・食環境」コンソーシアムを発足、「スマートミール」認証⁽⁹⁾に関わっている。2019年には「6gを目指した6つの戦略」①食塩の過剰摂取による弊害と減塩の必要性についての啓発、②個人や集団における食塩摂取量の評価と減塩手法の提示、③こどもの食育の一環としての減塩の推進、④外食・中食・給食の減塩化の支援、⑤企業に対する減塩食品の開発・普及の働きかけ、⑥行政に対する減塩推進に向けた取組の働きかけを提唱 (JSH減塩東京宣言) し、産官学連携で減塩社会を実現させる取り組みを進めている。2020年から厚生労働省と経済産業省の委託を受け「食行動の変容に向けた尿検査及び食環境整備に係る実証事業」が始まった⁽¹⁰⁾。

このような国内外の動向をふまえ、厚生労働省は2021年6月「自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会」報告書⁽¹¹⁾を公表、その方針に基づき、2022年3月「健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ」⁽¹²⁾を設立、最優先課題を「減塩」として、産学官等の連携・協働で、誰もが自然に健康になれる食環境づくりを目指している。

しかし、減塩のための「食行動の変容」や「誰もが自然に健康になれる」食環境整備の重要な課題となるのが「おいしい減塩」である。本稿では、日本人によって発見された「うま味」⁽¹³⁾の活用による「おいしい減塩」の追究と、低ナトリウム高カリウム食の実装可能性に関わる研究成果を紹介する。

2. うま味の減塩効果検証と汁として好まれる塩分濃度の検討

2.1 目的

食塩の摂取源になっている麺類を含む汁物に注目し、低濃度食塩水溶液の塩味とおいしさに及ぼす「うま味」の効果について検証し、減塩を目的とした汁物の好ましい食塩濃度を官能評価によって明らかにすることを目的とした。まず、研究室レベルの基礎実験で、塩味とおいしさの変化を定量的に検証、次

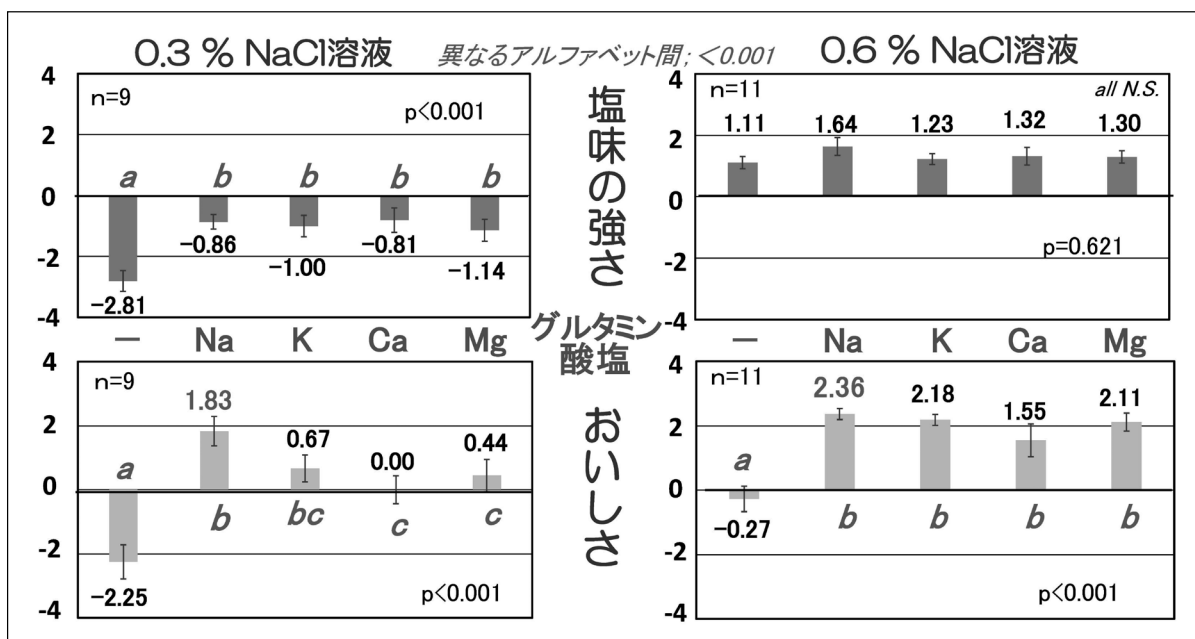
に全国多施設一般成人を対象に無作為化盲検調査による官能評価によって汁物の好ましい食塩濃度を追究した。

なお、一定の条件下で実験調査を行うために、うま味物質として純粋なL-グルタミン酸を、溶媒には蒸留水を、食塩には精製食塩を用いた。また、研究室レベルの基礎実験は(公)福岡女子大学、全国多施設調査は、(公)福岡女子大学と(国)奈良女子大学の疫学等研究倫理審査委員会の承認を受け、試験開始前に対象者から書面による同意を得て実施した。

2.2 研究室レベルでの基礎実験

2.2.1 主なグルタミン酸塩添加食塩水の比較⁽¹⁴⁾

0.3%あるいは0.6%の食塩水溶液に、グルタミン酸イオン濃度が同じ、グルタミン酸ナトリウムと、カリウム、カルシウム、マグネシウムを添加した混合水溶液と、添加無しの食塩水溶液を比較した。塩味の強さは、0.3%の低食塩水溶液で、グルタミン酸塩を添加した方が全て無添加より有意に高く、塩の種類とは無関係に塩味増強効果が認められた。しかし、0.6%食塩水溶液では、その差が小さく有意差が認められなかった。おいしさ評価は、いずれの食塩水でも、グルタミン酸添加溶液は無添加より評価が高く、有意差が認められた。なお、塩の種類により、うま味の味が微妙に異なり、低濃度の0.3%



アルファベット a,b,c : 異なるアルファベット間に有意差 (p < 0.001) があることを示している

図 1. 主なグルタミン酸塩添加食塩水の比較

食塩水溶液では、ナトリウムイオンの評価が最も高く、有意差が認められた（図1）。

また、ナトリウム塩以外のグルタミン酸塩は非常に吸湿しやすく、保管や取り扱いの面で課題があり、安定した品質を保つことが難しいことが分かった。

そのため、本調査・実験のうま味物質には、グルタミン酸ナトリウム（Mono Sodium Glutamate：MSGと表記）を用いることにした。

2.2.2 うま味活用効果の定量的検証⁽¹⁴⁾

低濃度食塩水溶液にMSGを添加した際の塩味とおいしさの変化を定量的に調べた。塩味の強さは、いずれのMSG濃度でも食塩濃度とよく相関していた。一方、「汁物としてのおいしさ」評価は、食塩0.6%で評価が最も高く、その後で低くなった。また、MSG濃度は0.3%で最も評価が高かった（図2）。

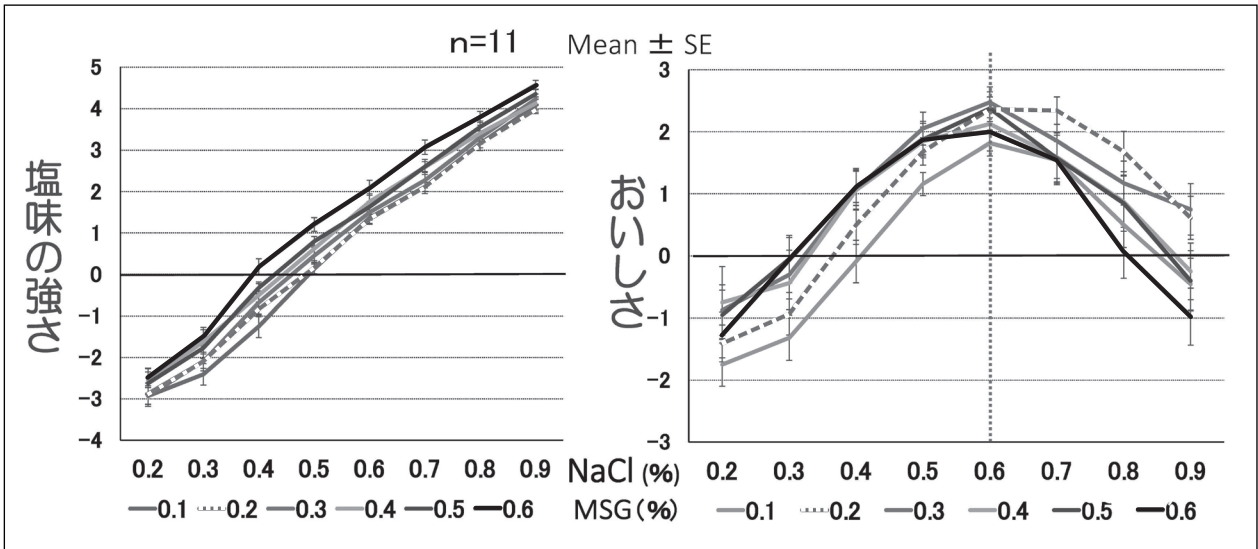


図2. 食塩濃度 /MSG 添加濃度と塩味・おいしさの評価結果

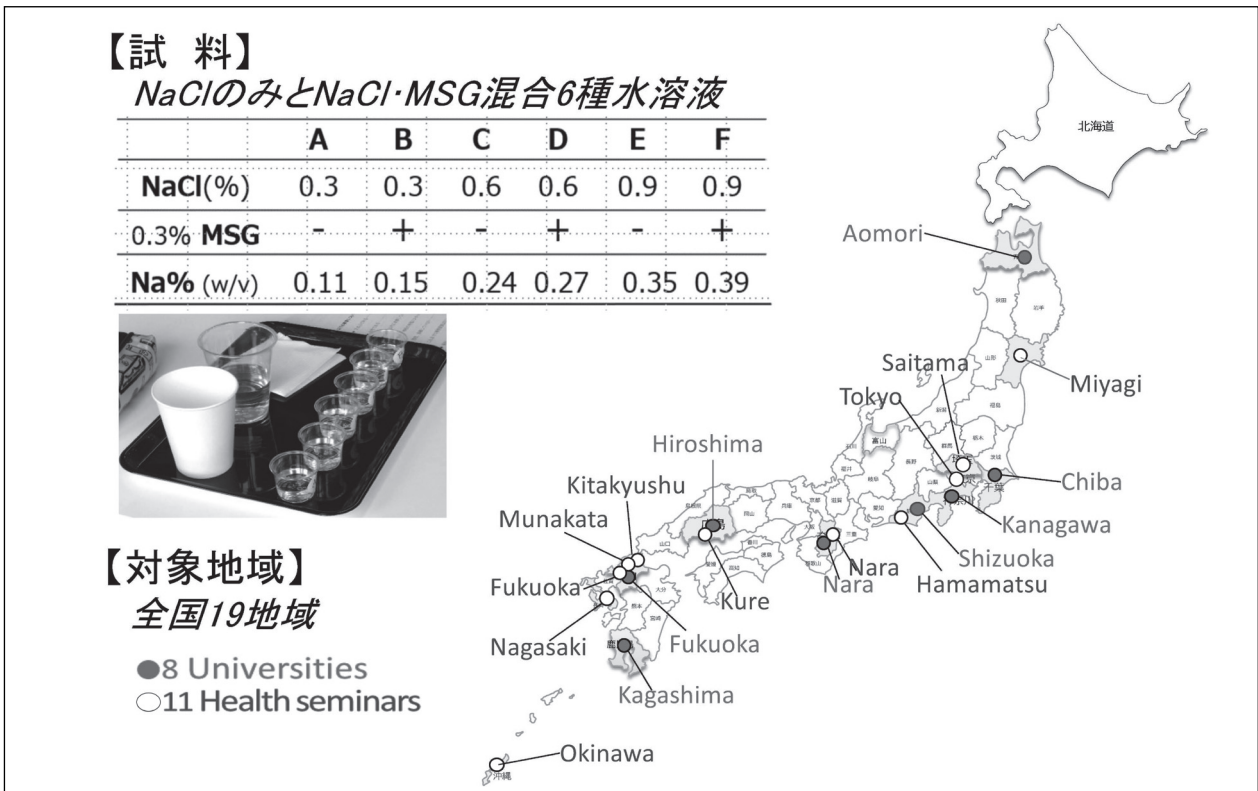


図3. 全国多施設官能調査の試料と対象地域

2.3 全国多施設一般成人対象無作為化盲検調査

2.2の結果に基づき、一般人を対象に、うま味物質による減塩効果の検証を行い、汁物として適正な塩分濃度について検討した。

2.3.1 全国多施設無作為化盲検調査の概要⁽¹⁵⁾

官能評価には、3段階の食塩水単独とMSG添加食塩水溶液を用い、8大学の20歳代男女学生259名と、11地域の健康セミナー参加者30-80歳の男女392名を対象に、全て同じ条件下で調査を実施した(図3)。

官能評価は無作為盲検法で、Visual Analogue Scale (VAS) 法⁽¹⁶⁾により「塩味の強さ」と「おいしさ」を評価してもらい、溶液の順番を入れ替えて一人2回実施した。統計解析には、各人2回の平均評点を用い、6種溶液間の評点差には反復測定ANOVA検定を、2溶液間の評点差はTukeyのHSD検定を行い、 $p < 0.05$ を統計的有意とした。

2.3.2 全国多施設無作為化盲検調査の結果⁽¹⁵⁾

味覚異常が無く、記入不備がなかった584名を対象に解析した結果を図4に示す。横軸が6種溶液で、薄い色がMSG無、濃い色が有、縦軸はVAS評点である。塩味は、食塩濃度が高いほど強く感じられており、食塩濃度と大変よく相関している。また、

うま味添加による塩味増強効果は、0.3%で特に大きく、0.6%で少しあるが、0.9%ではむしろ若干弱くなる傾向がみられた。汁物としてのおいしさは、いずれの濃度でも、うま味添加で評価が有意に高く、特に、0.3%のMSG添加溶液が最高評価で、他の溶液との間に有意差が認められた。なお、大学別あるいは地域別にみても、全て、この全体結果と同様で、実施場所による差は認められなかった。

2.3.3 食塩摂取量や塩味嗜好別の再解析結果⁽¹⁷⁾

2.3.2の全国調査データを用いて、年齢や出生地域の食塩摂取量、個人及び家庭の塩味嗜好別に再解析した。「塩味の強さ」には、年齢の3群間に有意差がみられ、加齢による味覚低下の影響が示唆されたが、出生地域の食塩摂取量、個人及び家庭の塩味嗜好別では3群間にほとんど差がみられず、全ての群で、塩味の強さは食塩濃度とよく相関し、0.3%溶液はMSG添加で塩味が有意に増加した(図5-1)。

「おいしさ」評価に関しても同様に、いずれの項目・群においてもMSG添加溶液の方が無添加より、おいしさの評点が有意に高く、0.3%食塩・0.3%MSG溶液の評点が最も高く、出生地の食塩摂取量や個人・家庭の塩味嗜好間に有意差は認められなかった(図5-2)。

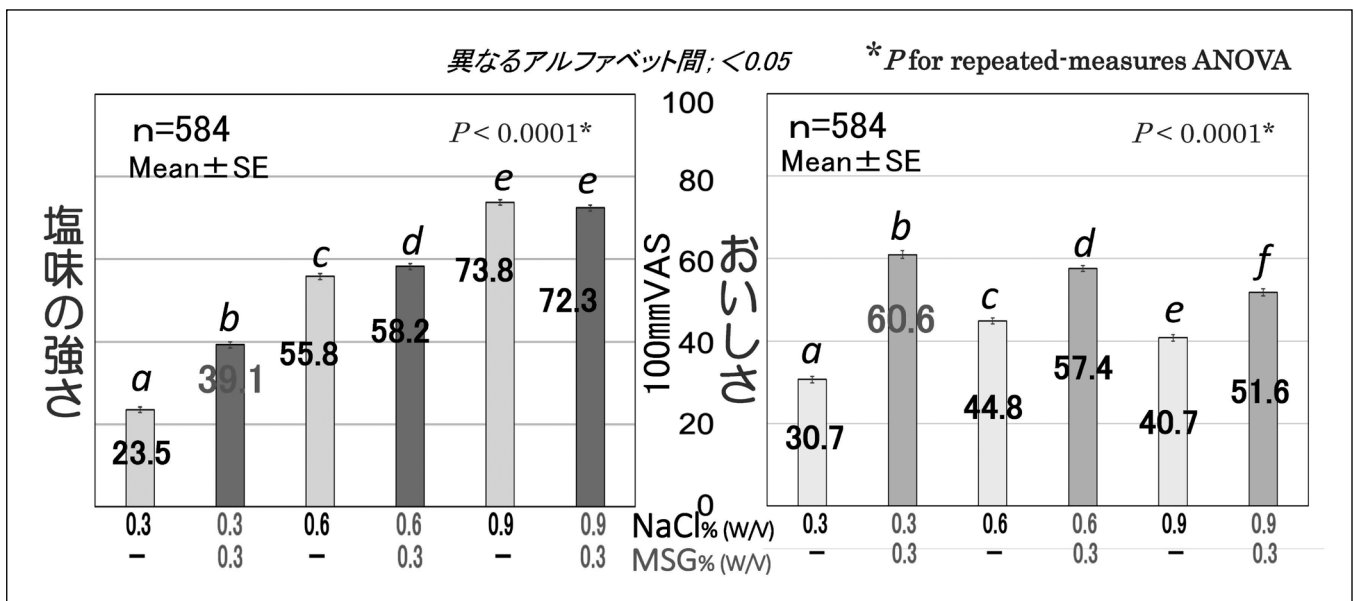


図4. 全国多施設官能調査による6種溶液の塩味とおいしさの評価結果

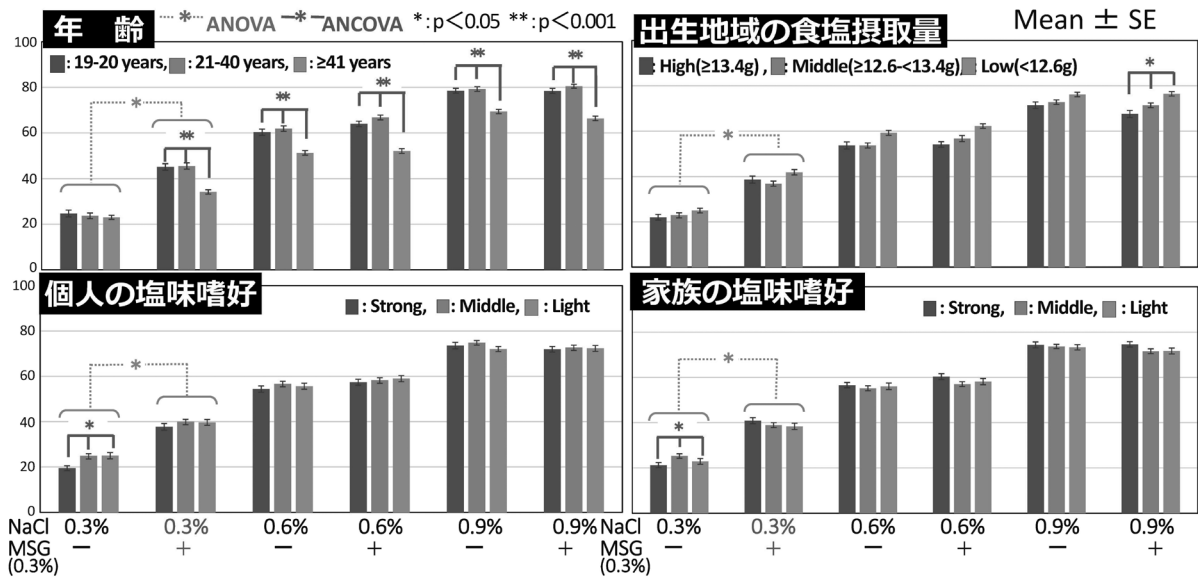


図 5-1. 食塩摂取量・塩味嗜好別再解析結果（「塩味の強さ」評価）

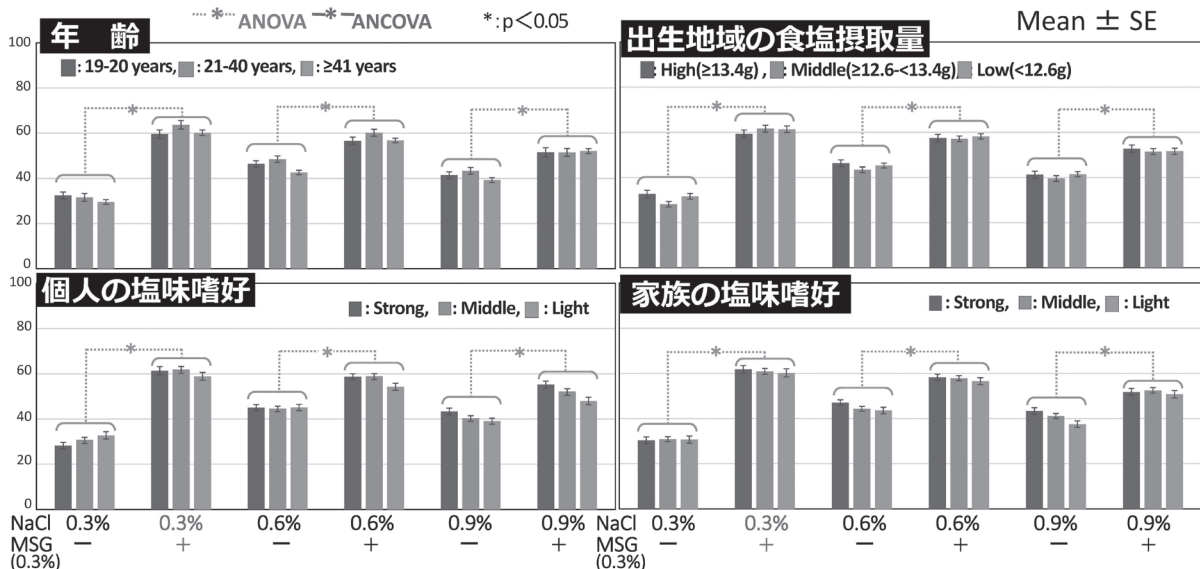


図 5-2. 食塩摂取量・塩味嗜好別再解析結果（汁物としての「おいしさ」評価）

2.4 考察とまとめ

低濃度食塩水溶液は、適量のうま味添加で「塩味」と「おいしさ」が増強されることが確認され、0.3%食塩・0.3%MSG溶液が最も好まれることが分かった。

なお、うま味調味料（MSG等）にはナトリウム（Na）が含まれているので、うま味調味料を使うとNaが増えるのではないかとと言われることがある。確かに、MSGにはNaが12%含まれ、使用したMSG0.3%には0.037%のNaが含まれる。しかし、最も好まれた0.3%食塩・0.3%MSG混合溶液のNa

量は0.155%、100mlあたり食塩相当量は0.39gで、一般的な汁物（0.9%食塩・0.3%MSG混合溶液）のNa量0.391%、食塩相当量0.99gの約40%であり、Na（食塩相当量）が約60%少なくなる（表1）。

表 1. 官能評価に用いた6種溶液のナトリウム(Na)量

NaCl (g/100 mL)	0.3		0.6		0.9	
	-	+	-	+	-	+
0.3% MSG	-	+	-	+	-	+
Na (g/100 mL)	0.118	0.155	0.236	0.273	0.354	0.391
Na (100% : 0.9% NaCl + 0.3% MSG)*	30.2	39.6	60.4	69.8	90.5	100

*0.9%食塩・0.3%MSG試料のNa含有量を100%として、その他の試料のNa量を算出

すなわち、食塩相当量 0.09% の MSG 添加で、食塩量を半分以上減らしてもおいしさが損なわれなかったことを意味しており、うま味調味料の活用は非常に有効な減塩手段であることが分かった。

なお、食塩を減らさずにうま味調味料を加えると、Na 濃度は当然高くなるが、塩味はそれほど強く感じられない。うま味添加による塩味増強効果は、食塩濃度が低い時に大きく、食塩濃度が高くなると、むしろ塩味を抑え感じ難くする（図 4）ためと推察される。

おいしい減塩のポイントは、うま味調味料を適量、極少量使用すること、食塩の使用量を半分に減らして、味見をすることである。

3. 低 Na 高 K 食の社会実装可能性と血圧抑制効果の検証⁽¹⁸⁾

3.1 目的

WHO のガイドラインでは、成人の血圧と心血管疾患、脳卒中、冠動脈性心疾患のリスクを減らすために食物からのカリウム (K) 摂取量を増やすことを強く推奨、K 摂取量 90mmol (3,510mg) / 日以上を目標としている⁽¹⁹⁾。日本人は先に述べた通りナトリウム (Na) の摂取量が多いため、Na の摂取量低減に加え、Na の排泄を促す K の摂取が重要⁽²⁰⁾と考えられるが、日本人の K 摂取量は成人男性 2,436mg/日、女性 2,273mg/日⁽³⁾で、日本人の食事摂取基準 (2020 年) の目標量 (男性 3,000mg、女性 2,600mg 以上)⁽⁵⁾より少なく、国際基準の 3 分の 2 程度で不足している。

そのため、食塩の Na の一部を K で代替し、味を調整しておいしくした低 Na 高 K の新規減塩食品が開発されたが、「減塩 = うす味で不味い」という負のイメージがあるため、減塩食品を買わない、売れない、そのため食品関連企業では、減塩食品の開発と販売に消極的という状況があり課題となっていた。

そこで、低 Na 高 K の新規減塩食品を用いて作成した食事を、減塩食か否か意識することなく 6 週間継続摂取してもらい、その味と血圧等に及ぼす影響を検証することを目的に、一般成人男性を対象にして、二重盲検無作為割付介入研究を行った。

3.2 低 Na- 高 K 食品を用いた減塩弁当の開発

おいしい低 Na 高 K 料理を開発するに当たっての工夫ポイントは 2 つ、①だしや食材のうま味を活かすなどの調理の工夫、②新規低 Na 高 K 食品の有効活用で (図 6)、本介入研究には当時開発中だった新規減塩調味料類と、漬物・塩蔵魚介・水産練り製品・畜肉加工品類を最大限活用し減塩弁当を開発した。

1. 調理の工夫

うま味 (だし・食材) を活かす
酢 (柑橘類) ・香辛料・油脂を適宜活用
調味タイミング、焦げ風味付与等

2. 新規高 Na 低 K 食品の有効活用

調味料類 (食塩、醤油、味噌、加工塩類等)
漬物類 (梅干、佃煮、ふりかけ等)
塩蔵魚介類 (塩鮭、辛子明太子等)
水産練り製品 (蒲鉾、さつま揚げ等)
畜肉加工品 (ソーセージ、てり焼き・フライドチキン等)

図 6. おいしい低 Na 高 K 料理開発のポイント

弁当の平均栄養価を表 2 に示す。減塩弁当のエネルギーと主な栄養素 (たんぱく質・脂質・炭水化物) の量は対照品とほとんど変わらないが、減塩弁当の Na 量は対照の約半分、K 量は約 2 倍で、Na/K 比は、対照 2.74mg/mg、減塩 0.69 mg/mg であった。

表 2. 介入 (対照・減塩) 弁当の平均栄養価

栄養素等	対照	減塩	P-Value
エネルギー (kcal)	740±40	724±32	0.348
たんぱく質 (g)	28.8±2.8	28.1±2.7	0.596
脂質 (g)	21.1±4.8	20.9±4.5	0.928
炭水化物 (g)	101.7±9.1	98.1±7.0	0.323
ナトリウム (mg)	1654±220	783±135	<0.0001
食塩相当量 (g)	4.20±0.55	1.99±0.34	<0.0001
カリウム (mg)	635±142	1156±199	<0.0001
Na/K比 (mg/mg)	2.74±0.79	0.69±0.12	<0.0001

3.3 二重盲検無作為割付介入研究の概要

二重盲検無作為割付介入研究の実施概要を図 7 に示すが、参加者は 35 ~ 67 歳の日本人で、直前の定期健診の血圧値が高く降圧剤等を使用していなかった男性である。事前に (公) 福岡女子大学疫学等研究倫理審査委員会の承認を受け、説明会を行い紙面による同意が得られた対象者を無作為に、対照群 (n=94) と介入群 (n=93) に割り付けた。

6 週間の介入期間中、月曜から金曜平日 5 日間の昼食時に、二重盲検で介入弁当と即席みそ汁を配布、

参加者：健常一般男性年齢35-67歳，SBP \geq 125mmHg; DPB \geq 80mmHg，降圧剤等使用無し

無作為に割付 対照群: n=94 (48 years, SBP127 mmHg)
(RCT) 介入群: n=93 (48 years, SBP128 mmHg)

ナトリウム (mg)			カリウム (mg)		
弁当	みそ汁	合計	弁当	みそ汁	合計
1654	589	2243	635	68	703
783	392	1175	1156	320	1476

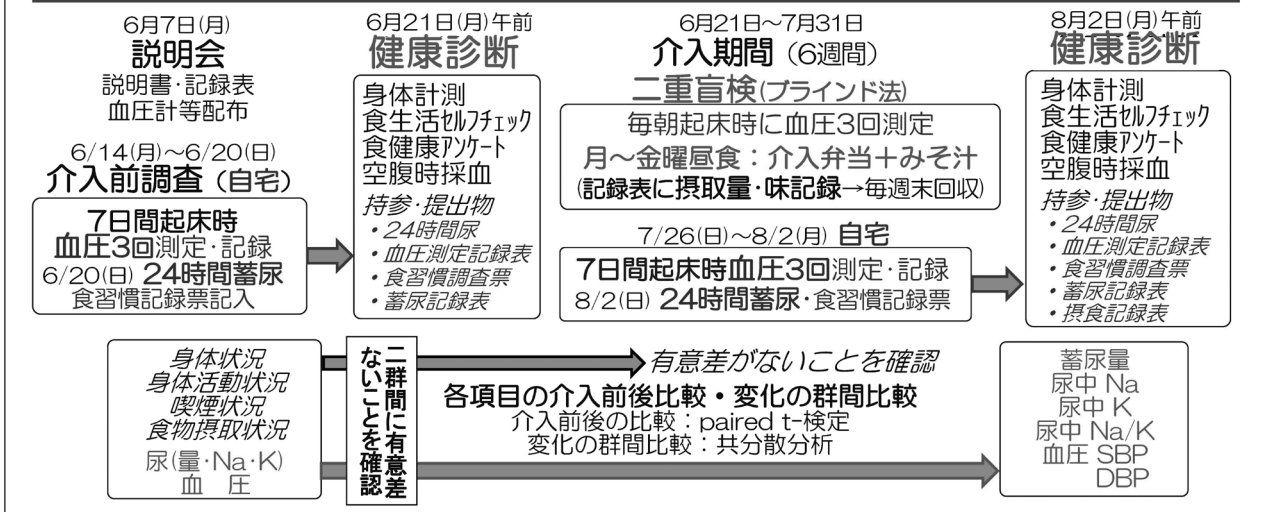


図7. 二重盲検無作為割付介入研究の実施概要

食べた各々の料理の摂取量と味を記録してもらった。

また、介入前後に同様の方法で、7日間の血圧測定と健診前日の24時間蓄尿、および健康診断を行い、介入前の2群間に身体状況や活動状況、喫煙、食物摂取状況等に有意差がないことを確認して、各項目の介入前後の比較には paired t-検定を、変化の群間比較には共分散分析 (ANCOVA) を行った。

3.4 二重盲検無作為割付介入研究の結果

3.4.1 低Na-高K食の盲検(ブラインド)化と味の評価

配布した介入弁当2種の例を示す(図8)が、容器が違うだけで、弁当の中身は外観と主材料、全く同じものだった。また、介入期間中、弁当を配布する人と喫食者には、どちらが減塩か知らされなかった。



図8. 配布した介入(対照・介入)弁当例

平日の30日間、昼食用として配布されたが、喫食率は両群ともに92%前後で有意差はなかった。また、介入終了後の質問票で、自分が食べた物が通常食だと思つたと答えたのは、対照群59.6%、介入群55.9%で、両群ともに半数以上が「通常食」と思つて食べ続けており、有意差はなかった(表3)。

表3. 介入弁当の摂取状況と盲検介入の成否

	対照群 (通常食)	介入群 (減塩食)	P-Value
喫食者数	94名	93名	
配布日数	30日	30日	
喫食弁当数	2566食	2572食	
喫食率(%)	91.0%	92.2%	0.44
通常食認識者 認識率(%)	56名 59.6%	52名 55.9%	0.61

すなわち、対象者は自分が対照群か介入群かわからずに6週間食べ続け、低Na・高K食が通常食と同じように摂取されており、盲検介入(ブラインド)が成功だったことを意味している。

また、対象者が毎食記録した全料理の味の評価を点数化して、数値処理を行った結果を表4に示す。対照品と減塩品の料理はほとんど普通の味(0点)以上の評価で、総料理の平均点はいずれもほぼ0.2で有意差はなかった。このことから、低Na・高

表 4. 介入（対照・減塩）料理の味評価結果

分類	料理名	平均点 (n=回答者数)		分類	料理名	平均点 (n=回答者数)	
		対照 (n)	減塩 (n)			対照 (n)	減塩 (n)
白飯 n=6	白飯(味付おかか)	0.27 (329)	0.30 (345)	焼き物 蒸し物 n=6	ウインナー	0.25 (266)	0.23 (261)
	白飯(しそふりかけ)	0.26 (258)	0.27 (270)		てり焼チキン	0.29 (256)	0.34 (265)
	わかめご飯(梅干)	0.29 (265)	0.31 (261)		ハンバーグ	0.21 (266)	0.27 (271)*
	白飯(味付黒胡麻)	0.23 (259)	0.19 (272)		鶏つくね	0.14 (259)	0.15 (265)
	白飯(味付白胡麻)	0.23 (263)	0.24 (268)		カニカマ	0.17 (253)	0.16 (269)
	わかめご飯	0.29 (250)	0.30 (262)		ピリ辛塩鮭	0.34 (248)	0.28 (261)
	味ご飯 n=4	明太子・高菜炒飯	0.33 (184)*		0.23 (189)	炒め物 n=2	にんじん明太子炒
かしわご飯		0.35 (269)	0.30 (263)	さつま揚げピリ辛炒	0.20 (255)		0.30 (270)**
きのこご飯		0.23 (266)***	0.09 (271)	揚げ物 n=10	鰻フライ+タルタル	0.38 (184)	0.34 (188)
鶏ご飯		0.27 (255)	0.32 (268)		鶏竜田揚げ	0.19 (325)	0.25 (340)
スパゲティ n=3	スパゲティ・和風	0.12 (585)	0.19 (606)**		さばの竜田揚げ	0.13 (269)	0.20 (263)
	スパゲティ・洋風	0.19 (257)	0.20 (267)		エビフライわかさまヨ	0.34 (258)	0.30 (271)
	スパゲティ・中華風	0.00 (526)	0.17 (534)***		鶏肉甘辛ゴマ揚げ	0.23 (261)	0.29 (254)
煮物 n=6	筑前煮	0.29 (184)***	0.15 (189)		チキン南蛮	0.20 (255)	0.27 (269)*
	里芋そぼろ味噌	0.18 (326)	0.22 (335)	鶏唐揚げ	0.18 (258)	0.19 (262)	
	かぼちゃの煮物	0.05 (521)	0.04 (533)	さばの黒酢あん	0.04 (262)	0.04 (268)	
	高野豆腐	0.09 (253)	0.24 (248)***	エビフライ	0.25 (255)	0.29 (268)	
	ひじき豆	0.23 (262)	0.27 (263)	蓮根の唐揚げ	0.06 (247)	0.14 (258)	
	肉じゃが	0.35 (250)	0.36 (258)	漬物 n=2	桜漬	0.23 (175)	0.18 (181)
和え物 n=3	マカロニサラダ	0.16 (270)	0.18 (264)		きゅうり漬	0.20 (317)	0.21 (333)
	蓮根のしそ和え	0.03 (508)	0.08 (515)	汁物	味噌汁	0.29 (1879)**	0.24 (2023)
	和風根菜マリネ	-0.02 (261)	0.04 (257)		総料理平均	0.21 ±0.100	0.22 ±0.085

総料理数：43 品目。点数化：非常においしい1点、おいしい0.5点、ふつう0点、まずい-1点

K食が、対照の通常食と同様普通に、抵抗なく摂取されたことが分かった。

3.4.2 低 Na- 高 K 食の効果検証結果

介入前後における 24 時間蓄尿中の Na と K 排泄量の結果を図 9 に示す。尿中 Na は両群ともに減少し、介入群の減少量の方が大きかったが、介入前

の値で調整した共分散分析の結果、両群間の差は -156 mg/d で有意差は認められなかった。一方、K は介入群で有意に増加、対照群で有意に減少し、両群間の差は 646 mg/d で有意差が認められた。また、Na/K 比は介入群で大きく減少し、両群間に有意差が認められた。

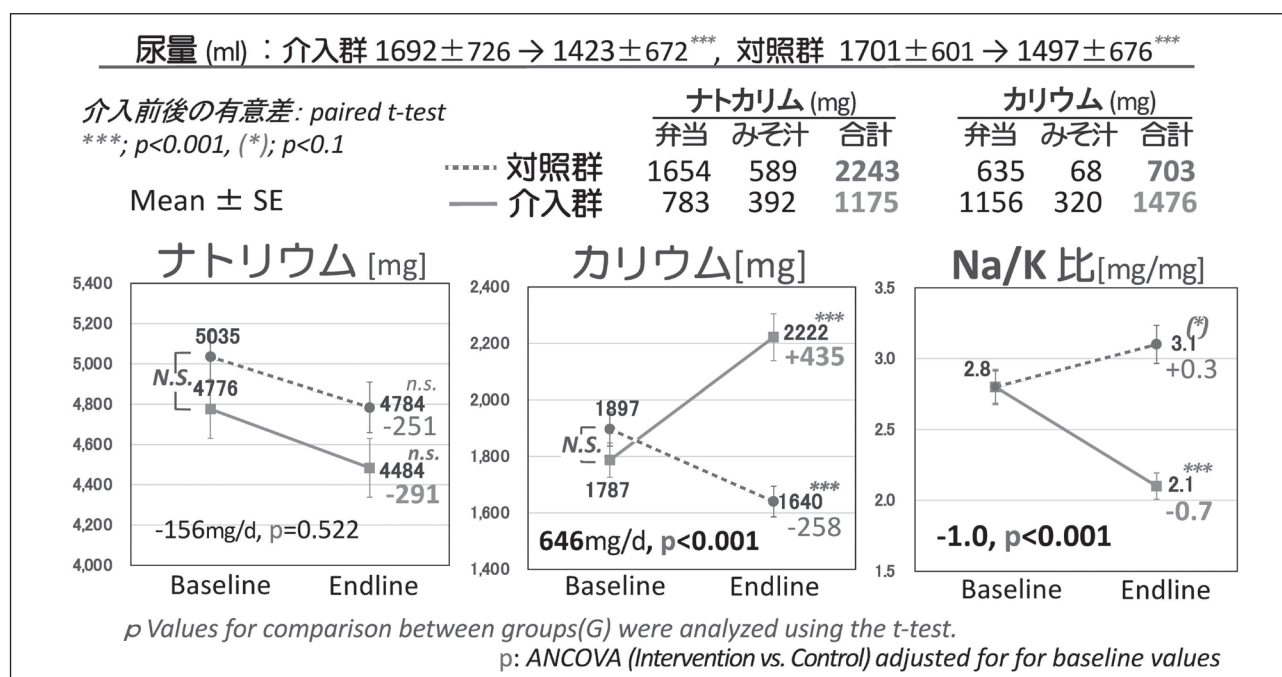


図 9. 介入前後の 24 時間尿中 Na と K 排泄量の変化

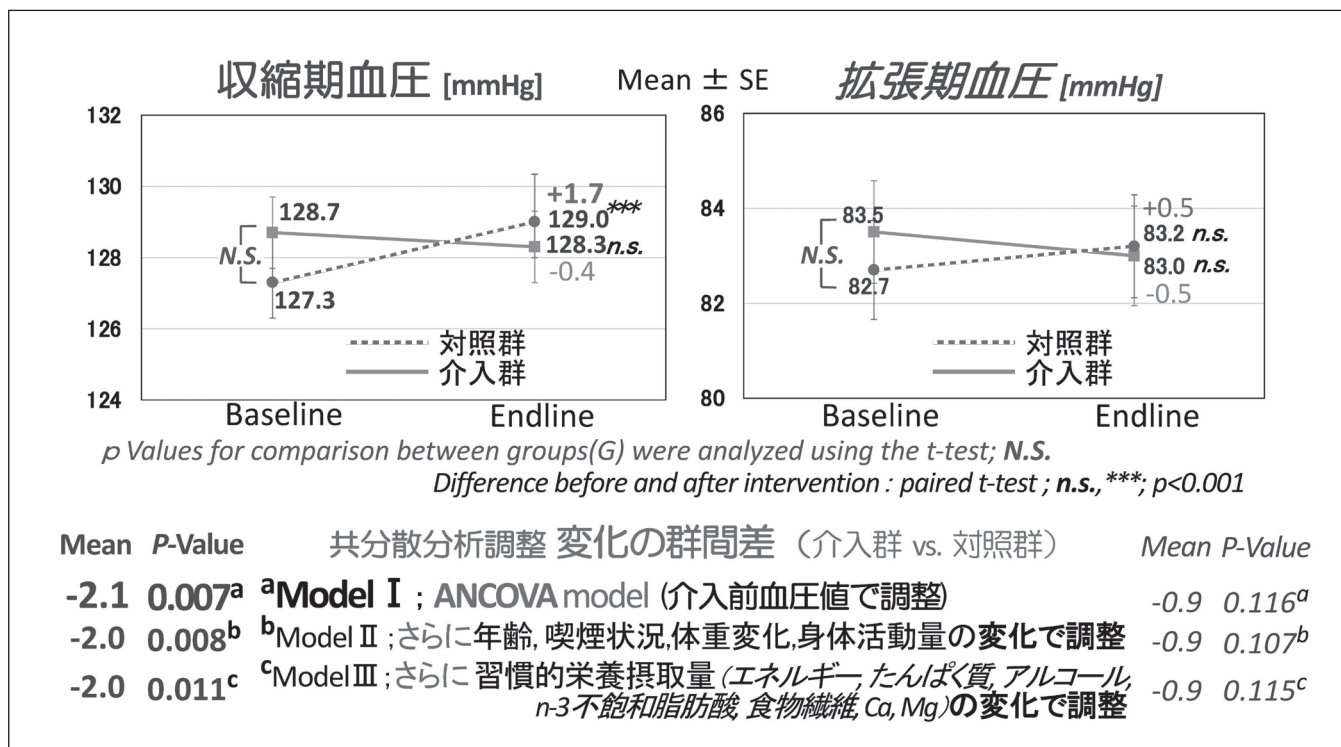


図 10. 介入前後の介入群と対照群の血圧の変化

なお介入後の尿量が、介入前より両群とも有意に減少しており、実施時期が6月後半から7月、8月上旬にかけて非常に暑い時期だったため、汗からの排泄が多く尿への排泄が少なかった、また介入群のNa量は対照群より少ないはずだが、Kによって排泄が促進され対照群との差が小さくなったと考えられた。

また、介入前後の介入群と対照群の血圧の変化に関して (図 10)、介入群の平均収縮期血圧は、介入後わずかに低下したが、介入前後で有意差は認められなかった。しかし、対照群の平均収縮期血圧が、介入後平均 1.7mmHg 上がっており、介入前の値で調整した共分散分析の結果、介入前後の収縮期血圧の変化の群間差が -2.1 (-2.0) で有意差が認められた。

なお、拡張期血圧も収縮期血圧と同様、介入群で若干減少、対照群で上昇したが、2群間に有意差は認められなかった。

3.5 考察とまとめ

Na を K に代替した食塩や醤油は不味い、減塩料理はおいしくないと思っている一般成人男性を対象に、低 Na 高 K 食を用いた6週間の二重盲検無作為割付介入を行った。うま味を活かした調理の工夫と

新規低 Na・高 K 食品を活用して開発した弁当が、通常食と同等に最後まで摂取され、各料理の味の評価にも差がみられなかったことから、誰もが無理なく自然に健康になれる「おいしい減塩食」を提供することの可能性が示唆された。また、低 Na 高 K 食の摂取によって、Na の尿中への排泄が促され、血圧の上昇が抑制されたことから、K 摂取増の意義が明確になり、今後の食環境整備に寄与する成果が得られた。

4. おわりに

以上、極少量のうま味調味料を活用することで、おいしさを損なわずに食塩を劇的に削減できること、また低 Na・高 K 食品の実装可能性と血圧抑制効果を一般成人介入研究によって実証することができた。

なお、令和4年10月に公表された「健康日本21 (第二次) 最終評価報告書」⁽²¹⁾ で、「食塩摂取量の減少」目標達成状況は、成人の食塩摂取量平均値が平成28 (2016) 年から変化しておらず、「B* : 改善傾向にあるが目標達成が危ぶまれる」評価で、「野菜・果物摂取量の増加」は「D : 悪化している」と

評価されている。すなわち、日本人の食塩の摂取過剰と K 摂取不足が改善されていないことを意味しており、従来から行われてきた個人への働きかけ（教育的アプローチ）では不十分で、集団全体の行動変容に繋がり難く、特に食事内容の修正は困難であることが示唆された。

そこで、「健康な食事・食環境」コンソーシアムが「スマートミール」の審査・認証を行っていることや、厚生労働省・経済産業省「予防・健康づくりに関する大規模実証事業（食行動の変容に向けた尿検査及び食環境整備に係る実証事業）」の取組等が紹介されており、課題として誰もが自然に健康になれる食生活の実現に向けて、ターゲットに応じた効果的な介入手法の検討が必要であることがあげられている⁽²¹⁾。

食塩摂取源に関する研究で、自宅調理での摂取が半分強（男性 52.3%、女性 57.1%）、調味料類由来の Na が 60% 強（男性 61.7%、女性 62.9%）と報告されている⁽²²⁾ことから、自宅でうま味や低 Na 高 K 等の減塩調味料を利用するのが普通になれば、自然に Na 摂取量が減り、K 摂取量が増える。また、外食や中食（弁当）でも低 Na 高 K 食品を使用するのが普通になれば、さらに有効で、集団レベルで血圧の上昇抑制、高血圧をはじめ多くの生活習慣病の発症が抑えられ、医療・介護費削減、生活の質の向上と健康寿命の延伸に繋がることが期待される。

健康で持続可能な社会の実現のために、海外では、多くの国や自治体で法的規制を伴う食環境整備が進められているが、わが国では産官学連携による食環境整備の推進を目指しており、民間企業の自主性が尊重されている。行政や学術関係者は、中立的・公平な立場で、減塩に取り組む事業者に適正な支援、取組の評価を行い、その情報や成果を消費者へ伝達する役割を果たしていかなければならないと考える。

参考文献・資料

- (1) GBD 2017 Diet Collaborators. Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *Lancet* 2019, 393, 1958-73.
- (2) Santos JA, et al. A Systematic Review of Salt Reduction Initiatives Around the World: A Midterm Evaluation of Progress Towards the 2025 Global Non-Communicable Diseases Salt Reduction Target. *Adv Nutr.* 2021,12,1768-1780.
- (3) 厚生労働省：令和元年国民健康・栄養調査報告 https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/kenkou/eiyuu/r1-houkoku_00002.html（2022 年 10 月 25 日アクセス）
- (4) WHO. Guideline: Sodium intake for adults and children. Geneva:World Health Organization; 2012. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241504836>（2022 年 10 月 25 日アクセス）
- (5) 厚生労働省：日本人の食事摂取基準（2020 年版）https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_08517.html，ミネラル（多量ミネラル）<https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000586565.pdf>（2022 年 10 月 25 日アクセス）
- (6) 日本高血圧学会高血圧治療ガイドライン作成委員会：高血圧の疫学. 高血圧治療ガイドライン 2019, 4-12, 日本高血圧学会, 2019
- (7) Nomura S, et al. Toward a third term of Health Japan 21-implications from the rise in noncommunicable disease burden and highly preventable risk factors. *Lancet Reg Health West Pac.* 2022, 21, 100377
- (8) 日本高血圧学会ホームページ：さあ、減塩！～減塩・栄養委員会から一般のみなさまへ～ https://www.jpns.jp/general_salt.html（2022 年 10 月 25 日アクセス）
- (9) 「健康な食事・食環境」認証制度. <https://smartmeal.jp/>（2022 年 10 月 25 日アクセス）
- (10) Tsuchihashi T. Dietary salt intake in Japan.

- past, present, and future. *Hypertens. Res.* 2022, 45, 748-757.
- (11) 厚生労働省：自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会報告書 https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/newpage_19522.html (2022年10月25日アクセス)
- (12) 健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ. 特設サイト. <https://www.nttdata-strategy.com/hsfe/> (2022年10月25日アクセス)
- (13) 特定非営利活動法人うま味インフォメーションセンター：うま味の知識を世界中の人々に. <https://www.umamiinfo.jp/> (2022年10月25日アクセス)
- (14) Morita R, et al. Quantitative verification of the effect of using an umami substance (L-glutamate) to reduce salt intake. *Hypertens. Res.* 2020, 43, 579-581.
- (15) Hayabuchi H, et al. Validation of preferred salt concentration in soup based on a randomized blinded experiment in multiple regions in Japan - influence of umami (L-glutamate) on saltiness and palatability of low-salt solutions. *Hypertens. Res.* 2020, 43, 525-533.
- (16) Heller GZ, et al. How to analyze the Visual Analogue Scale: Myths, truths and clinical relevance. *Scand. J. Pain.* 2016, 13, 67-75.
- (17) Morita R, et al. Effect of Monosodium Glutamate on Saltiness and Palatability Ratings of Low-Salt Solutions in Japanese Adults According to Their Early Salt Exposure or Salty Taste Preference. *Nutrients* 2021, 13, 577.
- (18) Umeki Y, et al. Feasibility of Low-Sodium, High-Potassium Processed Foods and Their Effect on Blood Pressure in Free-Living Japanese Men: A Randomized, Double-Blind Controlled Trial. *Nutrients* 2021, 13, 3497.
- (19) WHO. Guideline: Potassium intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2012. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241504829> (2022年10月25日アクセス)
- (20) Vinceti M, et al. Meta-analysis of potassium intake and the risk of stroke. *J Am Heart Assoc* 2016; 5: e004210.
- (21) 厚生労働省. 「健康日本21(第二次)」最終評価報告. 第3章(Ⅱ5~Ⅳ). <https://www.mhlw.go.jp/content/001000513.pdf> (2022年10月25日アクセス)
- (22) Asakura K, et al. Sodium sources in the Japanese diet: difference between generations and sexes. *Public Health Nutr.* 2016, 19, 2011-23.

「福岡・博多の伝統工芸品」の展示施設を巡る課題と展望 — 指定管理者管理運営評価表と消費者意識調査結果を用いた考察 —

大淵 和憲 Kazunori OBUCHI

九州産業大学伝統みらい研究センター 研究員

■要旨：福岡市内において伝統工芸品を展示販売する公的施設として、はかた伝統工芸館、博多町家ふるさと館及びアクロス福岡・匠ギャラリーを採り上げ、それぞれ伝統文化の発信拠点として事業活動を行っている現状を把握する。現状把握に際しては、熊本市所在の熊本県伝統工芸館と熊本市くまもと工芸会館の運営状況に関する情報と比較する形を採った。また、市民や全国消費者の意識調査の結果から、様々な消費者のニーズを公的施設が受け止めることができる余地があることがわかった。これらの分析を経た上で、「福岡・博多の伝統工芸品」の展示販売を行う公的施設の認知度や来館者数の拡大に向けた方策の提案を行った。

■キーワード：福岡・博多の伝統工芸品、指定管理者、管理運営評価表、消費者意識調査

1. はじめに

1.1. 研究の背景

福岡市やその近郊には、長い歴史と伝統の中で育まれた伝統的技術、技法により製造された様々な工芸品が存在している。福岡市は、表1に示した国指定の伝統的工芸品2品目、福岡県指定の特産民工芸品7品目の計9品目を主な対象に、これらの工芸品のPRや、後継者育成や販路拡大等の支援を行い、伝統産業の振興を図っている⁽¹⁾。

表1 福岡市やその近郊で製造される伝統工芸品一覧

種類	指定品目名	工芸品の分類	主な産地組合・事業者(敬称略)
経済産業大臣指定 伝統的工芸品	博多織	織物	博多織工業組合
	博多人形	人形	博多人形商工業協同組合
福岡県 知事指定 特産民工芸品	博多曲物	木・竹工品	柴田徳商店
	博多鋏	金工品	高柳商店
	博多張子	民工芸	中尾俊雄商店
	福岡積層 工芸ガラス	ガラス	(有)マルチグラス
	博多独楽	民工芸	博多独楽保存会
	博多おきあげ	民工芸	清水清子
	今宿人形	人形	佐藤由美子

出所：福岡県パンフレット「福岡県の工芸品」(福岡県観光政策課、2022年3月)等を参考にして筆者作成

福岡市は、「令和3年度市政に関する意識調査」(以下「福岡市意識調査」という。有効回答数：2,380人)において、「福岡・博多の伝統工芸品」^{注1)}をテーマとするアンケートを行い、これらの9品目の認知度や興味・関心度等について尋ねている⁽²⁾。今回注目したのは、「福岡・博多の伝統工芸品」を展示・紹介している公的施設であるはかた伝統工芸館への来館経験について、「ある」と回答した市民の割合は14.9%に留まっていた点である⁽³⁾。

公的施設の利用経験に関連する調査として、2013年に日本政策投資銀行ほか全国規模で実施した「公共施設に関する住民意識調査」(有効回答数：1,054人)がある。この調査では、歴史館や美術館及び博物館を含む教育・文化施設の利用頻度について「年に1回以上利用した」と答えた人は69.2%に上った⁽⁴⁾。この数字と比べると、はかた伝統工芸館の来館経験者の割合はかなり低く、福岡市意識調査の報告書にも「福岡・博多の伝統工芸品を紹介する施設として、観光客だけでなく、福岡市民に対しても、さらに認知度を高めるための情報発信を充実させていくことが求められる」との指摘がある⁽⁵⁾。

また、福岡市意識調査では、「福岡・博多の伝統工芸品」の購入場所についても調査している（有効回答数：794人）。最も高額な伝統工芸品の購入場所は、「生産者による直販店、専門店」が32.2%で最も多く、はかた伝統工芸館等の6施設を合わせた「福岡市の施設」は6.5%であった⁽⁶⁾。

この伝統工芸品の購入場所については、JTB総合研究所が2018年に全国規模で実施した「地場産業・伝統産業品への意識についての調査」（有効回答数：482人）の中で同様の質問を行っている⁽⁷⁾。この中では、「生産地の工房や工場、直販店等」と「都市部に出店している直営店」の合計が28.1%で最も多く、「都市部の物産館、アンテナショップ」が1.7%となっていた。設定された選択肢の数や内容が福岡市意識調査と異なるため、単純比較することはできないが、伝統工芸分野を扱う施設で伝統工芸品を購入している消費者が存在していることがわかる。

ところで、全国の地方自治体における公的施設の多くが、現在指定管理者制度を採用している。この制度は、2003年の地方自治法改正により導入され、公共的な団体等に限られていた公的施設の管理運営を、民間事業者・団体にも認めるものである⁽⁸⁾。総務省はこの制度の導入状況に関する調査を2006年以降概ね3年毎に実施しており、その調査内容をウェブサイトで公表している⁽⁹⁾。本研究で対象とするはかた伝統工芸館等の公的施設も、この指定管理者制度を採用している。

上記の状況から、「福岡・博多の伝統工芸品」を扱う公的施設の認知度を上げるためには、施設の機能や特徴、さらに運営についての情報を開示し、市民の関心を喚起する重要性を考える必要がある。また、公的施設を利用した人や利用しようとする人及び伝統工芸品消費者のニーズを把握する調査の必要性があると考えた。

1.2. 先行調査研究の概観

(1) 伝統工芸品を扱う施設に関する情報アクセシビリティの現状

伝統工芸品を扱う施設に関する情報に、市民はどれだけアクセスしやすい状況にあるのであろうか。

日外アソシエーツ『伝統工芸館事典』⁽¹⁰⁾は、2003

年9月時点での、伝統工芸分野を扱う博物館・展示施設・体験参加型施設（全国203施設）について、その所在地や設置主体等に関するデータを収載している。設置者は地方自治体やその外郭団体、伝統工芸産地組合及び産地事業者等様々である。しかし、この書籍以降、伝統工芸分野を扱う施設に関する情報を一元的・包括的に収載した書籍は発行されていないとみられ、個別の施設をインターネット上で検索するのが市民の一般的な手段となっている^(注2)。

また、総務省行政評価局⁽¹¹⁾は、伝統工芸品の展示施設を拠点として、国内外からの観光客を誘致している例として、東京都台東区の「江戸下町伝統工芸館」や沖縄県宮古島の「宮古島市体験工芸村」及び埼玉県秩父市の「ちちぶ銘仙館」を挙げ、各施設内の展示状況や見学・体験ツアーの運営内容等について調査を行っている。これらの施設では、伝統工芸品が展示されているだけでなく、その制作体験も行える等、地域資源として活用する場として公的施設が位置付けられており、いずれも入館者数や体験者数の推移が公表されている。展示施設の運営状況を市民が知る上で、入館者数等を始めとする定量データの情報開示は重要な事項であると考えられる。

(2) 伝統工芸品を扱う施設の運営に関する先行研究

次に、文化施設や公共施設の役割や公共性についての研究はどのように展開されているのであろうか。

須川ほか⁽¹²⁾は文化施設として水族館を対象とし、運営形態の経年的変遷や、維持管理のあり方及び施設利用の実態分析を通じて、水族館が質の高いサービスを提供し、文化施設としての公共性を持続する上で必要な「社会教育性」の検討を行っている。また、渡部ほか⁽¹³⁾は、文化施設の運営や組織のあり方について、2003年に導入された「指定管理者制度」について触れ、表面上には明らかでない問題を、個々の施設を分析することで提示するという研究手法の有効性について指摘している。また中村ほか⁽¹⁴⁾は、長野県内の公共ホールを対象に、自主事業の特色や地域の芸術文化活動に公共ホールが果たす役割について検討を行っている。

上記の先行研究はいずれも伝統工芸と異なる分野を扱う公共文化施設を対象としているが、指定管理

者制度の導入については公的施設全般の課題であることが窺えた。

(3) 指定管理者制度に関する先行研究

全国の公的施設の多くが採用している指定管理者制度についての研究は、2003年の制度開始以降、様々な観点からの研究が行われている。

松井⁽¹⁵⁾は、福岡県内の地方自治体を対象に、2006年時点での指定管理者制度への対応状況について調査を行った。指定管理者制度の導入から3年ほどしか経過していない時期であるが、文化施設の管理運営を適切にモニタリング・評価する必要性や、明確な管理運営方針を記載した仕様書を作成することの重要性を指摘している。

今西ほか⁽¹⁶⁾は、都市公園の指定管理者制度における評価やフィードバックの実態調査を基に、事業報告書の客観的評価基準や採点方法の導入等を課題として挙げている。

新田⁽¹⁷⁾は、指定管理者制度を導入後に、運営実態の把握不足等の様々な理由で失敗した5市町の事例を踏まえ、指定管理者制度を有効活用するには、指定管理者自身による経営状況等の適切なモニタリング・評価が欠かせないと指摘している。特に、「経営破綻を未然に防ぐ」や「施設管理運営の質を確保する」等4つの観点からモニタリングの再構築を行うべきであると述べている。

いずれの研究においても伝統工芸品を扱う公的施設は対象ではないが、各施設の指定管理者管理運営評価表^{注3)}を用いることで、情報開示の現状把握や課題抽出が可能であると考えられる。

1.3. 本研究の目的

以上の先行調査研究を踏まえ、本稿では、福岡都市部に存在し「福岡・博多の伝統工芸品」を扱う公的施設の機能や特徴及び運営状況に関する情報開示が不足している現状を明らかにし、認知度の向上を図るための提案を行うことを研究の目的とする。

1.4. 本研究の方法

まず、認知度不足の根拠資料として指定管理者管理運営評価表に着目し、はかた伝統工芸館に類する施設との比較を通じて情報開示面における課題を抽出し検討を行う。次に、福岡市意識調査の結果と、

筆者が2022年に実施した消費者意識調査（以下「全国消費者意識調査」という。）の結果を基に、伝統工芸品に関する施策に対する消費者の受け止め状況等を確認する。これらの検討を通じて、今後伝統工芸産業支援がさらに反映された都市政策が策定されるべきであると考えられる。伝統工芸という文化の発信拠点を、消費者のニーズに即した形で都市部に的確に配置することの重要性に言及する。

1.5. 本研究の構成

本稿の構成については以下の通りである。第1章では、先行研究を概観した上で本研究の目的・方法について述べる。第2章では、福岡市内の伝統工芸品を展示販売する公的施設の設置状況の整理と、比較対象として採り上げる熊本市内所在の同種の公的施設について現状把握を行った上で、管理運営評価表の公表状況を比較する。第3章では、2つの消費者調査の結果を基に、伝統工芸品に対する市民のニーズ受け止め状況等を確認する。第4章では考察を行い、第5章で伝統工芸品の展示販売を行う公的施設の機能向上に向けた提案を行い、まとめとする。

2. 分析対象の公的施設の現状整理

2.1. 福岡市内の施設

本研究で対象とするのは、表2に掲げた福岡市内に所在する3つの公的施設である。

表2 福岡市内に所在する3施設一覧

施設名	開設年	福岡市内の所在地	設置者	設置根拠例規
はかた伝統工芸館	2011年	早良区*	福岡市	はかた伝統工芸館条例
博多町家ふるさと館	1995年	博多区	福岡市	博多町家ふるさと館条例
アクロス福岡・匠ギャラリー	1995年	中央区	福岡県	福岡県国際文化情報センター条例

*2021年4月に博多区から早良区に移転。 出所：筆者作成

(1) はかた伝統工芸館

はかた伝統工芸館は福岡市が設置する施設である。この施設は、福岡市を代表する伝統工芸品である「博多織及び博多人形その他の伝統工芸品の紹介、展示、情報提供等を行うことにより」、「伝統産業の承継及び発展を図る」目的で⁽¹⁸⁾、2011年4月に開館した。

福岡市は、博多人形や博多織の名品を常設で見ら

れる初めての施設として⁽¹⁹⁾、同年全線開通した九州新幹線鹿児島ルート等を利用して訪れる観光客に博多の伝統産業の良さを知ってもらうとともに、地場産業の振興や地域活性化につなげることを狙いとしていた⁽²⁰⁾。設置条例は事業内容として特に「伝統工芸品に関する交流活動を行うこと」を掲げている⁽²¹⁾。

(2) 博多町家ふるさと館

博多町家ふるさと館も福岡市が設置する施設である。「福岡の歴史、文化、伝統等に関する資料などを提供することにより」、「観光の振興と地域の活性化に資する」目的で⁽²²⁾、1995年8月に開館した。

この施設は、明治中期建造の旧博多織織元の工房兼住居が移築・復元された建物が用いられており、福岡市は明治、大正期の町家の雰囲気が味わえる歴史体験施設と位置付け、同時期に開催のユニバーシアード大会と絡め、徒歩観光の目玉としてPRを行った⁽²³⁾。設置条例の事業内容には「観光案内に関すること」が掲げられており⁽²⁴⁾、「みやげ処」を設置した販売面に注力している。

(3) アクロス福岡・匠ギャラリー

アクロス福岡（福岡県国際文化情報センター）は、福岡市中央区天神の旧福岡県庁舎跡地に、「福岡県における文化の振興並びに文化に関する情報の提供及び交流の促進を図り、もって県民の文化の向上と地域社会の活性化に寄与する」目的で⁽²⁵⁾、1995年に開設された国際交流文化拠点施設である。この施設内の2階部分に、伝統工芸品の紹介や展示を行う拠点として「匠ギャラリー」が設置され、活用されて

きたが、2022年に再整備が行われている⁽²⁶⁾。

2.2. 比較対象とする熊本市内の施設

ここでは、上記の福岡市内に所在する3施設と比較検討を行うために、熊本市内に所在する2施設を採り上げ（表3）、各々の指定管理者管理運営評価表を確認する。

表3 熊本市内に所在する2施設一覧

施設名	開設年	熊本市内の所在地	設置者	設置根拠例規
熊本市くまもと工芸会館	1991年	南区	熊本市	熊本市くまもと工芸会館条例
熊本県伝統工芸館	1982年	中央区	熊本県	熊本県伝統工芸館条例

出所：筆者作成

これら2施設を研究対象としたのは、1) いずれも政令指定都市に所在し、2) 施設規模や来館者数が福岡市内3施設と概ね同規模である等、まちの形成要素の共通点があるからである。

(1) 熊本市くまもと工芸会館

熊本市くまもと工芸会館は熊本市が設置する施設である。熊本市の「工芸の振興及び発展を図り、もって地域社会の活性化に資する」目的で1991年に設置条例が施行され⁽²⁷⁾、工芸品の紹介や展示、創作活動の促進を図るべく様々な事業を実施している。この施設は過去5か年度分の「指定管理者管理運営評価表」を熊本市のウェブサイトにて公開している⁽²⁸⁾。

(2) 熊本県伝統工芸館

熊本県伝統工芸館は熊本県が設置する施設である。熊本県の「伝統的工芸品産業の振興及び発展を

表4 福岡市内3施設及び熊本市内2施設の指定管理者の管理運営評価表の記載事項一覧

項目	はかた 伝統工芸館	博多町家 ふるさと館	アクロス福岡 ・匠ギャラリー	熊本市くまもと 工芸会館	熊本県 伝統工芸館
指定管理料 ・管理経費収支の記載	無	無	有	有	有
指定管理者の自己評価と 行政側の評価の併記	有 (5段階評価)	有 (5段階評価)	(行政側の 5段階評価のみ)	有 (3段階評価)	(行政側の 文章記述のみ)
年間入館者目標数	無	無	無	無	有
年間入館者実績数	無	無	有	有	有
販売売上目標額	無	無	無	無	有
販売売上実績額	無	無	有	無	有
利用料金収入の記載	無	無	無	有	無
主な事業・イベントの記載	無	無	有(開催数のみ)	無	有
利用者アンケート結果の記載	無	無	無	有	有

※灰色地は記載事項がある項目。 出所：筆者作成

図る」目的で1982年に設置条例が施行され⁽²⁹⁾、熊本県の伝統的工芸品等の展示や販売等を行っている。この施設の「指定管理者管理運営評価票」も過去5か年度分が熊本県のウェブサイトに掲載され、広く公開されている⁽³⁰⁾。

2.3. 各施設の指定管理者管理運営評価表の比較

5施設の指定管理者管理運営評価表の記載内容を比較したものが表4である。

このうち、はかた伝統工芸館と博多町家ふるさと館の指定管理者管理運営評価表には、年間指定管理料の記載がなく^{注4)}、評価項目に対するコメントと5段階評価の英数字のみが並んでいる⁽³¹⁾⁽³²⁾。年間入場者目標数については明示されていない^{注5)}。他方、アクロス福岡の指定管理者管理運営評価表には、指定管理料や匠ギャラリーの入館者数等の数値が記載されている⁽³³⁾。

一方で、熊本市内の2施設の指定管理者管理運営評価表には、年間入館者数や指定管理料を始めとした多くの情報が詳細に記載され、収支を含めた事業内容が把握できる⁽³⁴⁾⁽³⁵⁾。また、両施設ともに利用者へのアンケート調査を継続的に実施しており、指定管理者管理運営評価表の記載事項の中に調査で得られた意見を反映させ、利用しやすい施設運営に努める方針について言及している。

2.4. 小括1

以上まで、伝統工芸品の展示販売を行う公的施設として、福岡市内の3施設と熊本市内の2施設を例に採り、指定管理者管理運営評価表の記載内容に着目して比較検討を行った。その結果、福岡市が設置する2施設の指定管理者管理運営評価表は記載項目が少なく、年間入館者数や販売売上の実績を他施設と比較したり、経年的な推移を把握したりすることが容易ではないことがわかった。新田⁽³⁶⁾は、指定管理者の経営破綻を未然に防ぐ観点からも、「団体の経営・財務状況に関する項目のモニタリング・評価を行い、その結果を確実に『フィードバック』する流れを仕組み化していくことが、今後のモニタリング・評価の有効性に大きく寄与する」と指摘している。このことから、管理運営評価表上に経営上の定量データの記載が重要であるといえよう。

3. 消費者調査

次に、福岡市意識調査の結果について把握するとともに、筆者が行った全国消費者対象意識調査の結果も援用して、伝統工芸品を展示販売する公的施設が今後どのような消費者層を取り込むべきであるかを以下考察する。

3.1. 福岡市意識調査

福岡市意識調査は1976年から毎年実施されており、2021年度調査で「福岡・博多の伝統工芸品」について尋ね、2,380人から有効回答を得ている^{注6)}。以下は調査結果から得られた主な特徴である。

(1) 購入場所は生産者による直販店、専門店が最多

表5は「福岡・博多の伝統工芸品」の購入場所についての回答状況である。

表5 福岡市意識調査結果：購入場所

問15-4 選択肢(SA) [n=794]	割合(%)
1. 生産者による直販店、専門店	32.2
2. まちなかや駅・空港等にある土産物店	13.0
3. 百貨店や大型商業施設	26.4
4. 雑貨店やセレクトショップ	4.2
5. 骨董品店やリサイクルショップ	1.1
6. 福岡市の施設 (はかた伝統工芸館、博多町家ふるさと館、 福岡市美術館、福岡市博物館、 福岡アジア美術館、ユニバーサルカフェ)	6.5
7. 生産者のウェブサイト	0.4
8. 生産者のウェブサイト以外のインターネット上の ショッピングサイト	0.5
9. カタログ販売(通販)	0.1
10. その他	2.0
11. わからない、覚えていない (回答なし)	7.2 6.3

出所：福岡市「令和3年度市政に関する意識調査」を基に筆者作成

この中で最も多いのは「生産者による直販店、専門店」(32.2%)、次いで「百貨店や大型商業施設」(26.4%)となっている。「福岡市の公的施設」は6.5%に上っており、購入場所として期待している市民が少なからず存在していることが窺える。

(2) 工芸品振興施策は「後継者育成」と「商品開発」に重点をおいてほしいという声が多い

表6は今後重点的に取組むべき「福岡・博多の伝統工芸品」の振興施策についての回答状況である。

この中で最も多いのは「新たな担い手や新規伝統

工芸士の育成」(32.4%)、次いで「伝統工芸品の小物・グッズ等の商品開発」(30.1%)となっている。

若い後継者がその技術を実演する場や、様々なアイデア溢れる小物・グッズ等の新商品を展示販売する場合は、これらの期待の受け皿的な役割を果たすものと考えられる。

表6 福岡市意識調査結果：今後重点的に取り組むべき「福岡・博多の伝統工芸品」の振興施策

問21 選択肢(MA)	割合(%)
1. 消費拡大の推進	12.0
2. 販路の拡大(直売店や専門店の増設等)	21.3
3. 伝統工芸品のブランド化の推進	20.2
4. 伝統工芸品の小物・グッズ等の商品開発	30.1
5. 有名人や有名ブランドとコラボした商品開発	20.7
6. 伝統工芸品の生産者の支援	25.1
7. 新たな担い手や新規伝統工芸士の育成	32.4
8. 人間国宝や伝統工芸士等、技術ある職人の作品PR	13.2
9. 伝統工芸品PRのためのイベントの開催	14.4
10. 伝統工芸品PRのための広報の充実	15.3
11. その他	2.3
12. わからない	13.9
13. 特になし	4.9

出所：福岡市「令和3年度市政に関する意識調査」を基に筆者作成

3.2. 全国消費者意識調査

筆者による全国消費者意識調査は、インターネットを介して実施し、1,000人から有効回答を得た^{注7)}。以下は調査結果から得られた主な特徴である。

(1) 購入場所は生産者による直販店、専門店が最多

表7は最も高額な伝統工芸品を購入した場所についての回答状況である。

この中で最も多いのは「生産地の工房や工場・直販店」(36.8%)、次いで「生産地の土産物屋・駅」(22.4%)となっている。「都市部の土産物館・アンテナショップ」は5.1%となっており、工芸品を展示する公的施設での購入を期待する消費者が存在している可能性がある。

(2) 工芸品制作体験は「旅行先で体験したい」が多数

先行調査研究で触れた総務省行政評価局の調査では、伝統工芸品を扱う施設における制作体験について注目していた。表8は伝統工芸品の制作体験について、消費者がどのような意向を持っているかの回答状況である。

表7 全国消費者意識調査結果：最も高額な伝統工芸品の購入場所

Q6 選択肢(SA)	割合(%)
1. 生産地の工房や工場・直販店	36.8
2. 生産地の土産物屋・駅	22.4
3. 生産地で開催されたイベント	6.8
4. 生産者や生産地のウェブサイト	2.6
5. 都市部に出店している直営店	3.4
6. 都市部の土産物館・アンテナショップ	5.1
7. 都市部の百貨店	6.5
8. 都市部で開催される期間限定のイベント	3.3
9. 都市部のおしゃれな雑貨店やセレクトショップ	3.3
10. 骨とう品店	1.9
11. 問屋街	1.4
12. ショッピングウェブサイト	3.6
13. カタログ通販	0.8
14. その他	2.1

出所：筆者作成

表8 全国消費者意識調査結果：伝統工芸品の制作体験についての意向

Q11 選択肢(MA)	割合(%)
1. 自宅の近くで体験してみたい	15.1
2. 旅行先で体験してみたい	40.8
3. 展示会で体験してみたい	19.4
4. 半日程度で作れるものがあれば、体験してみたい	25.9
5. 一日じっくり時間をかけて作ってみたい	18.1
6. 1泊2日程度で作ってみたい	10.6
7. 3日以上かけて作ってみたい	6.1
8. 何回かに分けて体験し、少しずつ自分の作品が完成に近づく喜びを感じたい	11.0
9. 制作体験ではなく、ものづくりの歴史や背景について学びたい	18.6
10. その他	0.3
11. 体験に興味がなく、作ってみたいとは思わない	18.3

出所：筆者作成

この中で最も多いのは「旅行先で体験してみたい」(40.8%)、次いで「半日程度で作れるものがあれば、体験してみたい」(25.9%)となっている。さらに「制作体験ではなく、ものづくりの歴史や背景について学びたい」が18.6%と続いていた。観光客が旅行先で伝統工芸品を紹介展示する公的施設での見学や制作体験を行うニーズが存在している可能性がある。

3.3. 小括2

2つの消費者調査の結果について検討を行ったが、伝統工芸分野を扱う公的施設を消費者が訪れる

際に、工芸品の購入や制作体験等、来訪の契機となる要素が存在していることが示唆された。また、旅行先として福岡市を来訪した消費者が、都市部に所在するはかた伝統工芸館のような公的施設を訪れることによって、伝統工芸品の制作体験といった様々なニーズを満たすことが可能となり、「福岡・博多の伝統工芸品」の新たな認知に繋がることが示唆された。

4. 考察

5施設の指定管理者管理運営評価表の比較を通じて、福岡市所在の3施設ともに、運営状況のさらなる情報開示の余地があるだけでなく、その開示を行う過程で、公的施設同士の特徴の把握や、施設毎の特性の差別化に繋げることができると考えられる。

また、2つの消費者調査の結果から、様々な消費者のニーズを公的施設が受け止めることができる余地が存在していることが示唆された。このようなニーズは、大規模なアンケート調査を行わなければ把握できないということではなく、来訪者が感想やニーズを記入できる小さなアンケート用紙を、施設の現地で配布し記入を促すことだけでも、十分に汲み取ることが可能であると考えられる。

5. 結論：「福岡・博多の伝統工芸品」の展示販売を行う公的施設の機能充実に向けた提案

以上の考察を踏まえ、①運営内容の公表を積極的に進めることと、②展示販売品目の多様化を進めることの2点を念頭に、以下提案を行う。

なお、本研究では「福岡・博多の伝統工芸品」を展示販売する公的施設の利用率がなぜ低いのかという問いについて明らかにする具体的な踏み込んだ議論を進めることができなかった。この点については今後の研究課題としたい。

5.1 指定管理者管理運営評価表を充実させ積極的な情報公開を推進する

本稿で引用した熊本市内の2施設における指定管理者管理運営評価表と比較すると、福岡市内の2施設（はかた伝統工芸館と博多町家ふるさと館）の評価表は情報量がかなり少ないことがわかった。

このため、今後は熊本市内2施設をベンチマークとして設定し、評価表に「指定管理料」、「年間入場者目標数・実績数」、「販売金額目標額・実績額」及び「年間行事・イベント一覧」等の運営状況に関する情報を積極的に記載することが望まれる。これらの情報を踏まえた上で、指定管理者の自己評価並びに行政側の評価を併記することは、指定管理者管理運営評価表の説得力が増すとともに、市民の理解がより得られるものとなるはずである。

5.2 来場者に対する継続的なアンケートの実施

熊本市の2施設はいずれも来場者アンケートを継続的に実施しており、書かれている意見に目を通す作業を行っている状況が指定管理者管理運営評価表から伺えた。福岡市意識調査のような大々的なアンケートである必要はなく、来場者からの短い一言を頂く程度の分量であっても十分である。タブレット端末等を用いることも可能であり、市民や観光客が気軽に答えることができるアンケートを実施する事は、今後の評価表の記載内容の充実に繋がるだけでなく、消費者が求める展示販売品目の現状を把握する上での有効な手段であり、ひいては福岡市における公的施設の効率的配置の策定に反映すべき意見を聴取できる可能性もあると考えられる。

【注釈】

- 1) 表1の9品目について、福岡市意識調査では「福岡・博多の伝統工芸品」と称しているが、本稿においてもこの呼称を用いることとする。
- 2) 例えば、アクロス福岡ウェブサイト「福岡の伝統工芸」(https://www.acros.or.jp/r_culture/craftwork.html?takumi_lp,2022年11月14日閲覧)には福岡県内の主な公的展示施設の紹介があり、経済産業省近畿経済産業局ウェブサイト「関西の見学可能な産業施設ガイド」(<https://www.kansai.meti.go.jp/2kokuji/tvlist/tvindex.html>,2022年11月14日閲覧)には関西地域の伝統産業施設の紹介があるが、記載されている情報のカテゴリー分けや内容等に差異がある。全国の施設に関する情報を一様に収集できるサイトは見受けられない状況にある。

- 3) この書類については、「指定管理者業務評価表」や「指定管理者管理運営評価票」等、施設毎に異なる名称が用いられているが、本稿では「指定管理者管理運営評価表」という呼称を用いる。
- 4) 2施設の年間指定管理料は令和3年度当初予算で約570万円ずつ計上されている。
- 5) 2021年度の見込みが「5万人」という字句を、福岡市経済観光文化局「令和3年度当初予算案等説明資料」p.5で見つけることができる。
- 6) 調査対象者は住民基本台帳から無作為抽出された福岡市内に居住する満18歳以上の市民4,500人。2021年6月22日から7月6日までの間に実施され、有効回答数2,380件、回答回収率52.9%であった。質問項目は、「福岡・博多の伝統工芸品」の認知度（問13）や所有状況（問14）、過去3年間の購入経験（問15）、購入金額や購入した場所及び理由（問15-1~5）、はかた伝統工芸館の来館経験（問16）、工芸品のデザインのあり方（問17）、魅力（問18）、関与（問19）、工芸品の関心を高める要素（問20）及び市が取り組むべき振興施策（問21）であった。
- 7) 実査は株式会社クロスマーケティングに委託し、「伝統工芸品に興味を持ち、過去に伝統工芸品を購入したことがある」と回答した人のみを採用した。また、総務省総計局「人口推計」（2020年10月1日現在）を基に、全国を7地区、性別及び年齢を10区分とした人口構成比割付を行った（付表1）。

付表1 全国消費者意識調査の人口構成比割付

	全体	北海道 ・東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州 ・沖縄
全体	1000	108	352	180	163	58	30	109
男性10~20代	79	7	30	14	13	5	2	8
男性30代	75	8	29	13	11	4	2	8
男性40代	97	10	36	18	15	5	3	10
男性50代	87	9	32	16	14	5	2	9
男性60代以上	158	19	50	30	25	10	6	18
女性10~20代	76	7	29	13	13	4	2	8
女性30代	72	7	27	12	12	4	2	8
女性40代	95	10	34	17	16	5	3	10
女性50代	85	9	30	15	15	5	2	9
女性60代以上	176	22	55	32	29	11	6	21

出所：筆者作成

調査期間は2022年3月4日から3月8日まで

で、有効回答数は1,000件。質問項目は参考文献(7)のJTB総合研究所を参考に作成し、伝統工芸品の好きなデザイン(Q1)、九州7県の国指定伝統的工芸品の認知・関心度(Q2)、購入経験(Q3)、購入した工芸品のジャンル(Q4)、購入最高額(Q5)、最高額の工芸品の購入場所(Q6)、興味を引く工芸品像(Q7)、工芸品の位置づけ(Q8)、工芸品産業との関わり方(Q9)、工芸品生産者との繋がり方の位置づけ(Q10)、工芸品制作体験の意向(Q11)であった。

有効回答を得た1,000人というサンプル数は、標準誤差5%、信頼水準95%及び回答比率50%とした場合に算出されるサンプル数である384人以上を満たしている。また、サンプルを抽出した対象も「人口推計」に倣った割付を行ったものであることから有効であると考えられる。

【参考文献】

- (1) 福岡市ウェブサイト：福岡市の伝統産業の振興 .<https://www.city.fukuoka.lg.jp/keizai/c-syogyo/business/dentousangyo-shinkou.html>,2022年10月21日閲覧。なお、「福岡積層工芸ガラス」は福岡県が特産工芸品として告示した名称であるが、福岡市は「マルチグラス」と呼称している。
- (2) 福岡市市長室広聴課記者発表資料：令和3年度「市政に関する意識調査」調査結果について .<https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/89842/1/r3ishikityousa.pdf?20211207093347>,2022年9月28日閲覧。
- (3) 福岡市市長室広聴課：令和3年度市政に関する意識調査報告書「福岡・博多の伝統工芸品」.p.70. <https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/2967/1/69Pdentoukougeihin102P.pdf?20220809152640>,2022年9月28日閲覧。
- (4) 日本政策投資銀行・日本経済研究所：公共施設に関する住民意識調査（平成27年度版）.p.6. https://www.dbj.jp/pdf/investigate/etc/pdf/book1402_01.pdf,2022年10月21日閲覧。
- (5) 注(3)と同じ。

- (6) 注(2)と同じ。
- (7) JTB総合研究所：地域の特産品（地場産業・伝統産業品）への意識についての調査.2018.
<https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2018/03/local-specialty-goods.pdf>,2022年9月29日閲覧.
- (8) 出井信夫：「指定管理者制度」の課題と展望.新潟産業大学人文学部紀要,第17号,pp.35-78,2005.
- (9) 総務省ウェブサイト「地方公共団体の行政改革等」<https://www.soumu.go.jp/iken/main.html>,2022年11月14日閲覧.
- (10) 日外アソシエーツ編集部：伝統工芸館事典.日外アソシエーツ,2003.
- (11) 総務省行政評価局：伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査結果報告書,pp.7-11,2021.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000818488.pdf,2022年10月21日閲覧.
- (12) 須川靖子・森傑・野村理恵：水族館の運営と施設利用における社会教育性に関する考察・文化施設としての水族館の公共性とサステナビリティに関する研究.日本建築学会計画系論文集,第79巻第701号,pp.1505-1514,2014.
- (13) 渡部春佳・田中秀幸：「市民自治」の観点からみた公設文化施設研究.日本社会情報学会第26回全国大会研究発表論文集,pp.133-136,2011.
- (14) 中村文宣・曾我俊生：地方都市における芸術文化活動に公共ホールが果たす役割-須坂市メセナホールの市民利用と自主事業の分析から-.地域研究年報,第33号,pp.197-211,2011.
- (15) 松井武：指定管理者制度への対応状況に関する考察.文化経済学,第5巻第3号,pp.129-134,2007.
- (16) 今西純一・中村亮：都市公園の指定管理者制度におけるフィードバックの現状と課題.日緑工誌,第42巻第1号,pp.212-215,2015.
- (17) 新田順子：今後の指定管理者制度の活用について～モニタリング・評価の視点から～.経営戦略研究,第5号,pp.165-179,2011.
- (18) はかた伝統工芸館条例第1条.
- (19) 西日本新聞（福岡都市圏版）2011年2月23日付朝刊 p.22：街が変わる新博多駅誕生へ＝来年春、開館の「はかた伝統工芸館」人間国宝の名品常設展示.
- (20) 西日本新聞（福岡都市圏版）2011年3月30日付朝刊 p.27：博多人形や博多織など展示「伝統工芸館」開館へ4月7日、上川端町.
- (21) はかた伝統工芸館条例第2条.
- (22) 博多町家ふるさと館条例第1条.
- (23) 西日本新聞 1995年8月8日付朝刊 p.20：「博多町家ふるさと館」開館へ、明治・大正の生活再現.
- (24) 博多町家ふるさと館条例第2条.
- (25) アクロス福岡ウェブサイト「財団概要」
<https://www.acros.or.jp/zaidan/>,2022年9月28日閲覧.
- (26) アクロス福岡ウェブサイト「新匠ギャラリー(仮称)整備・運營業務委託実施要領」
https://www.acros.or.jp/news/download/file01_pdf.pdf,2022年11月14日閲覧.
- (27) 熊本市くまもと工芸会館条例第1条.
- (28) 熊本市ウェブサイト「指定管理者管理運営の評価結果について」
https://www.city.kumamoto.jp/hpKiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=1133,2022年9月28日閲覧.
- (29) 熊本県伝統工芸館条例第1条.
- (30) 熊本県ウェブサイト「人事課・指定管理者制度」
<https://www.pref.kumamoto.jp/soshiki/6/>,2022年9月28日閲覧.
- (31) 令和3年度「はかた伝統工芸館」指定管理者業務評価表
<https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/100061/1/3gyoumuhyouka.pdf?20220816160717>,2022年9月28日閲覧.
- (32) 令和2年度「博多町家ふるさと館」指定管理業務評価表（評価シート）
<https://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/86191/1/R2hakatamatiyahurusatokanjigyohyouka.pdf?20210712102919>,2022年9月28日閲覧.
- (33) 福岡県「指定管理者による管理運営の実施状況

報告・福岡県国際文化情報センター」

https://www.pref.fukuoka.lg.jp/uploaded/life/550172_60487979_misc.pdf,2022年10月21日閲覧.

- (34) 熊本市「令和2年度(2020年度)指定管理者管理運営評価表」pp.13-15.

https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=1133&sub_id=10&flid=292349,2022年9月28日閲覧.

- (35) 熊本県伝統工芸館 指定管理者 令和2年度管理運営評価票

<https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/attachment/155529.pdf>,2022年9月28日閲覧.

- (36) 新田順子：前掲(17).p.176.

中国深圳市の人材優遇政策の変化と日本への示唆

彭 雪 PENG Xue

(公財) アジア成長研究所上級研究員

戴 二彪 DAI Erbiao

(公財) アジア成長研究所教授

■要旨：持続可能な都市発展を実現するには、全要素生産性（TFP）の上昇を確保することは必要不可欠である。TFPの上昇に対する優秀人材の貢献が非常に大きいので、都市間・国家間の人材獲得競争が近年ますます激しくなっている。深圳は中国で最も速い発展を遂げた大都市であるが、その成功要因の一つは、常に都市発展戦略と産業構造の転換に応じて人材政策を調整していることである。既存文献には、深圳各時期の人材政策に関する紹介が多いが、各時期の人材政策の諸側面に関する体系的な考察及びその変化の原因に着目する分析がかなり少ない。本稿は深圳を研究対象都市として、人材優遇対象・誘致体制・優遇措置・産出（成果）促進の4方面から同市各時期の人材政策の特徴を考察した。そして、人口移動の「プッシュプル」理論、産業発展の法則、都市発展の法則、および人間の欲求の段階理論などの角度から、深圳の人材政策の変化の原因を探った。本研究の結果から、さらなる発展と国際影響力の向上を目指す福岡市を含む日本の主要都市にも有益な示唆が得られる。

■キーワード：人材誘致政策、変化、原因、深圳

1. はじめに

都市の成長は、資本・産業・人口の空間的集積過程である。持続可能な都市発展を実現するためには、資本投入・労働力投入の継続が必要であるが、全要素生産性（TFP）の上昇を確保することはより重要である。TFPの上昇は主に技術進歩と制度改革に依存し、さまざまな優秀な人材の貢献によってもたらされるものである。1980年代以降、経済成長における人的資本の役割はますます重視されるようになった^(1,2)。関連理論と成功都市の影響を受けて、近年主要各国の大都市は相次いで人材優遇政策を制定し、激しい「人材競争」を展開している。

華南地域の広東省の小さい町だった深圳は、中国の改革・開放後、最も急速に発展している都市であり、40年余りの間に深圳の人口は1979年の31.41万人⁽³⁾から2021年の1768.16万人⁽⁴⁾に急増している。さらに、現在の深圳は、工業生産能力・輸出規模・技術革新力・経済影響力が世界主要都市の上位に位

置するような国際大都市に躍進しており、所得水準も先進国に近づいている。深圳の驚くべき急速な発展の裏に、多くの要因があると見られているが、同市の人材優遇政策が果たした役割は無視できない。本稿は、1980年以降の各時期における深圳市の人材受け入れ政策の変化について詳しく考察するとともに、これらの変化の原因も分析する。最後に、深圳の経験から日本への示唆を述べる。

2. 深圳市における人材の現状及び都市発展への貢献

2.1. 人材の現状

人材の規模が大きく、高度人材が集まっている。2021年に深圳における各種専門技術人材の総人数は216.63万人に達し⁽⁴⁾、2003年からの年平均伸び率は7.7%であった（図1）。これは同時期の常住人口の増加速度（年平均4.7%）よりも速いペースである。また、2022年5月、市内の大学以上の教育（短大を含む）を受けた人口数は663万人に達して

いる。2010年と比較すると、人口10万人当たりの大学教育を受けた人数は1.75万人から3.75万人へと113.7%増加した。そのうち、海外帰国者は18万人、認定された国内外高度人材は約2.2万人、常勤の中国科学院・中国工程院院士は74人となっている⁽⁵⁾。

人材構成が国際化している。深圳における短期居住の外国人は2015年に延べ115.2万人、常住の外国人は2.66万人に達した⁽⁶⁾。常住外国人の出身地は127カ国・地域にわたるが、そのうち、上位5カ国は日本、韓国、米国、インド、カナダの順である⁽⁶⁾。

国内外人材への誘致力が強い。「中国都市人材誘致力ランキング：2022」⁽⁷⁾によると、深圳におけ

る人材誘致力は3位で、深圳より上位は北京と上海のみである。その前年度の「中国都市95後人材(1995年~2009年生まれの者を対象)誘致力ランキング：2021」⁽⁸⁾によると、若者向けの都市誘致力では深圳の順位はさらに上昇し、北京に次ぐ2位となっている。また、「2022『理想の都市』世界ハイレベル科学者分析報告書」⁽⁹⁾によると、2012年から2021年までの10年間における世界のハイレベル科学者の増加人数では、世界主要20都市の中に深圳は北京、上海、ロンドン、ニューヨークに次ぐ5位となっている。

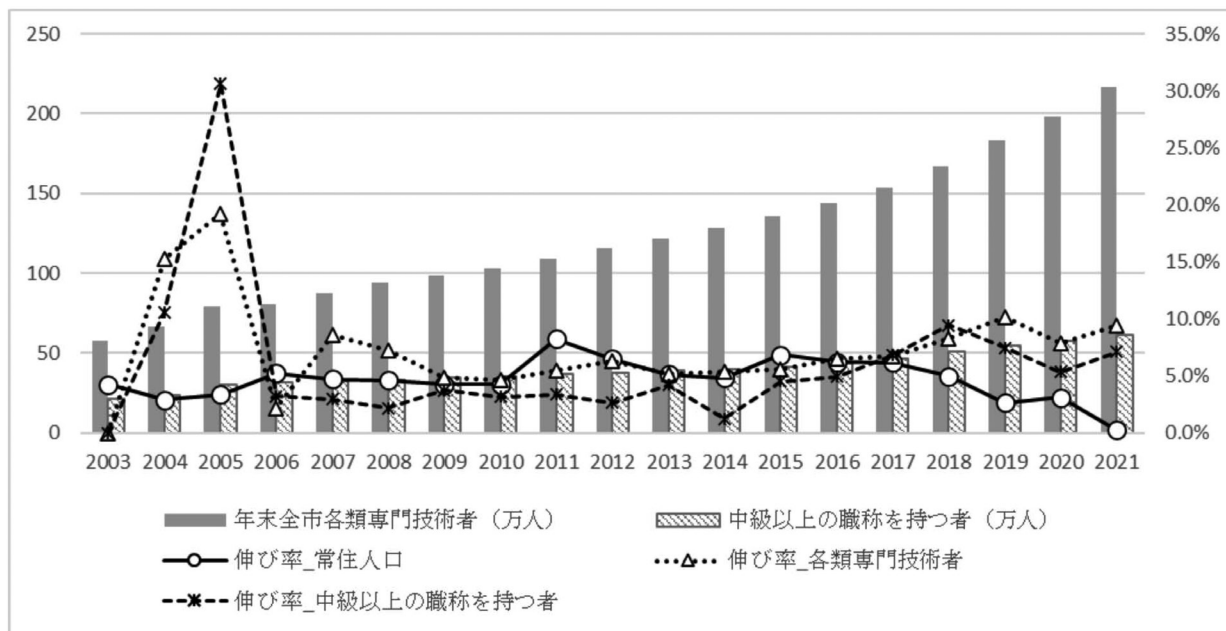


図1 深圳市の2003-2021年暦年の専門技術人材数、増加率及び常住人口増加率

出所：深圳市統計局、「深圳市統計年鑑2021」
 深圳市統計局、「深圳市国民経済と社会発展統計広報」(歴年版)

2.2. 人材に支えられてきたハイテク産業の躍進

2021年の深圳のGDPは30,664.85億元で⁽⁴⁾、中国大陸部の都市では北京、上海に次ぐ3位だった。1979年から2020年までの年平均成長率は20%⁽³⁾を超えている。こうした急速な成長を牽引しているのはハイテク産業である。深圳市には、2万社以上のハイテク企業が集積しており、そのうち情報技術産業のファーウェイ (Huawei)、Tencentと新エネルギー車分野のBYDを含む10社が「フォーチュン・グローバル500」にランクインしている。2021年に七つの戦略的な新興産業 (図2) は合計12,146.37

億元の付加価値額を産出し、GDPに占める割合は39.6%に達している。

人材集積によって深圳の科学研究や技術開発の水準は著しく上がっている。深圳では国家スーパーコンピューティング深圳センター、深圳国家遺伝子バンク、大亜湾ニュートリノ実験プロジェクトなどの重大科学インフラが設置されている。2020年末までに産業技術研究開発キャリア (工程センター・企業技術センター) は1,516カ所に達した。同年の重点実験室は計354カ所になっており、そのうち、国家級重点実験室は15カ所である (表1)⁽³⁾。2020

年に特許査定件数は 22.24 万件で（そのうち発明特許は 3.11 万件）、PCT 国際特許出願件数は 2.02 万件に達した⁽³⁾。

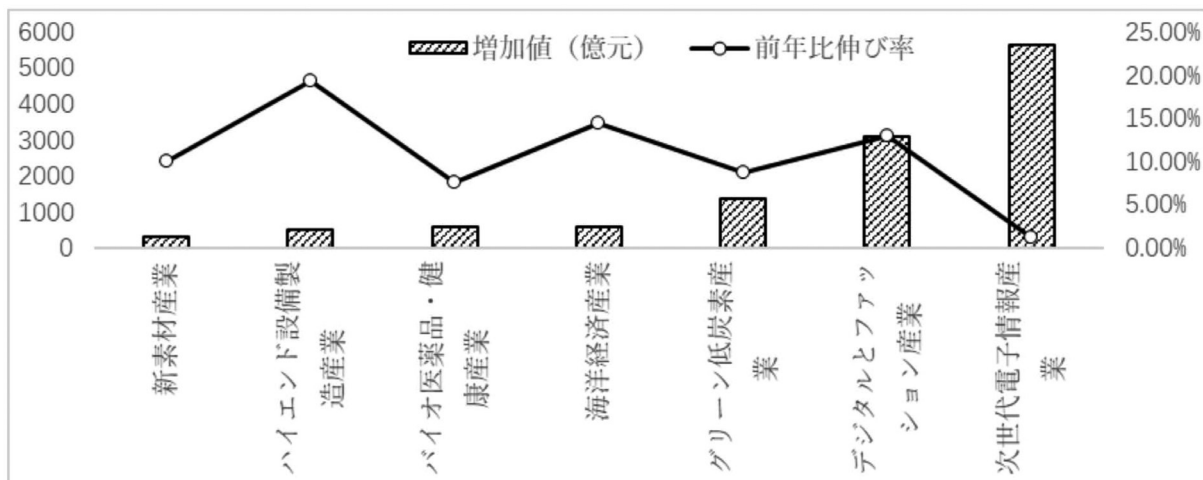


図 2 2021 年深圳市の戦略的新興産業の構成状況

出所：深圳市統計局、「深圳市 2021 年国民経済と社会発展統計広報」

表 1 2020 年深圳市のイノベーションキャリア (Innovation Carriers) の状況

種類	Types	国家級	省級	市級	合計
重点実験室	Key Laboratory	15	57	282	354
工程実験室	Engineering Laboratory	36	12	448	496
工程センター	Engineering Center	18	885	272	1175
企業技術センター	Enterprise Technology Center	35	—	306	341
科学技術企業インキュベーター	Technology Enterprise Incubator	15	—	108	123
公共サービスプラットフォーム	Public Service Platform	4	—	184	188
合計	—	124	957	1600	2681

出所：深圳市統計局、「深圳市統計年鑑 2021」

3. 深圳市における人材優遇政策のいくつかの段階と主な変化

深圳は、1980 年に中国政府の指定によって経済特区として設立された。同市近年の人材誘致政策は、都市の産業構造の変化や経済発展水準の上昇を参照して、1) 1980 - 1991 年、2) 1992 - 2001 年、3) 2002 - 2020 年、4) 2021 - 現在の 4 段階に分けることができる。各段階の人材優遇政策を比較すると、優遇対象・誘致体制・優遇措置・産出促進の 4 つの方面で、時代に合わせて変化してきたと言える。

3.1. 優遇対象の変化

改革開放の初期、深圳は一般技能労働力の誘致とトレーニングに重点を置いていた。1980 年に経済特区として設立されてから、深圳は香港に隣接する地理的優位性と経済特区の政策的優位性により、香港から中国大陸に移転しようとした労働集約型の製

造業を大量に受け入れた。多くの来料加工、来様加工、来件組立と補償貿易（「三来一補」と略称）企業が深圳に進出し、加工貿易が急速に発展した。それに伴い大量の就職機会が生まれ、内陸部から多くの一般労働力が深圳へ流入したことで、製造業の人手不足が解消された。この時期に、人数はまだ少なかったが、海外帰国人材の役割も注目されるようになった。1988 年の「海外留学生の深圳での就労を奨励する暫定規定」によって、深圳は率先して帰国留学生に国内外の自由移動、職稱評定など十数項目の優遇措置を与えた。

1992 年以降の約 10 年間に、深圳の主な人材誘致対象は徐々に技術人材にシフトした。1992 年の鄧小平「南巡講話」の後、中国の市場経済体制が確立され、一層の対外開放が始まった。大量の「三来一補」企業は深圳から脱出し、（土地・労働などの）コス

トのより低い周辺地域へ移転した。深圳自体は「相手先ブランド名製造」(OEM)の生産モデルにシフトし、工業生産を単純な委託加工から技術改良型生産へとアップグレードさせた。同時に、深圳はIT産業技術の国際移転のきっかけをつかみ、高付加価値化と省資源化を特徴とするIT産業を積極的に発展させた⁽¹⁰⁾。この時期に、ファーウェイ・賽格・ZTE・Tencentなどのハイテク企業が急速に台頭した。これに伴い、多くの技術人材が必要とされたので、深圳は大学・高等職業学院・高等専門技術学校などを多く設立し、市内での人材育成に力を入れたと同時に、海外人材の国際的視野・知識・技術・ネットワーク資源に注目し、留学生の帰国誘致を強化した。

2002年以降、深圳は技術人材を招聘するための措置を多く実施したとともに、高度人材の誘致にも徐々に重点を置くようになった。改革開放後の20年近くの発展を経て、深圳は製造業において強固な基盤を形成したが、経済の急速な発展に伴い、建設用地・(エネルギーや水)資源・人口・環境など4つの面で限界が指摘され、経済成長モデルを見直すことを余儀なくされた。結果として深圳は自主イノベーションの道を選び、ハイテク技術と戦略新興産業の発展に力を入れるようになった。製造業のほか、金融業・物流業・文化産業などの現代サービス業も総合的に発展させた⁽¹⁰⁾。この時期の人材需要に応じて、深圳は一般人材を大量に受入・育成しながら、高度人材の優遇政策を一層強化した。同時期に、国内人材向けの「2008 鵬城(深圳の別称)計画」と海外人材向けの「2011 孔雀(海外人材を例えた言い方)計画」がそれぞれ打ち出された。また2019年には、「傑出人材育成特別プロジェクト」が実施された。基礎・応用基礎研究、優位・特色産業及び未来発展の鍵となる分野に重点が置かれ、優遇政策の対象を徐々に関連分野に絞り込み、優遇措置の有効性を高めようとした。

2021年9月1日、従来実施されてきた大卒者及び修士の戸籍取得に伴う補助金が廃止されたことを皮切りに、深圳の人材優遇政策は新たな転換点を迎えた。広範な優遇政策をやめ、対象を絞って効率よ

く誘致するのが深圳の新たな人材戦略である。この新戦略による都市のイノベーション力と経済発展への影響は、引き続き注目すべき点である。

全体として、深圳の人材誘致は、一般技能労働者の大量受入から専門技術人材へ、そして高度人材や特定人材へという過程を経てきた。この変化傾向は移民伝統を持つ先進国の一般的な経験と類似しており⁽¹¹⁾、経済発展による人材需要の変化に順応したものだといえる。

3.2. 誘致体制の変化

改革開放前、中国では計画経済体制を基本としており、深圳もその例外ではなかった。1992年から、社会主義市場経済体制への移転に伴い、人材移動を厳しく制限した旧制度は段階的に改革された。深圳は次の一連の措置を通じて、全国の労働制度改革をリードしてきた。

(1) 率先して求人公募制を導入した。深圳は中国で初めて公募の方法で、全国に向けて「幹部」(計画経済制度における三種類の就業者の身分の中、「農民」、「工人」と異なる管理職や専門技術職人材)を選抜した⁽¹²⁾。また、1983年に「人材交流中心」を設置して、人口移動の際に規定期間内で同時に移動しなければならない人材档案(履歴等を含むドキュメント)を、幹部達のために受入・保管した。これによって、「幹部」身分の人々が安心して企業と労働契約を締結できるようになった。

(2) 率先して労働契約制度を設立した。1980年に労働契約制度の整備を始め、1992年には全面的に実施した。人々は、たとえ「農民」の身分だったにもかかわらず、従業員として企業と労働契約を締結できるようになった。身分制限の緩和により、様々な外来人口の深圳での就業が可能になった。

(3) 率先して賃金制度の改革を推進した。1980年代に、企業は従業員の労働効率(成果)に基づいて給料を与える制度を開始した。また、人材と技術の市場による評価制度も推進した。さらに技術出資を全国に先駆けて開始し、ファーウェイを代表とする一部のハイテク企業は「頭腦出資」方式を採用し始めた。経営層に対しては、経営業績と連動して報酬を決めるようにした^(12, 13)。

(4) 率先して人材を企業への流入を促進した。1990年代には中国の企業所有制の改革時期を迎え、国有企業の民営化が本格化し、民営企業は市場の新興勢力となった。深圳は率先して人材管理体制による制限を取り払い、民間企業を支援した。例えば、従来ではファーウェイなどの民間企業に対する雇用人数枠（人事指標という）という制限が存在していたが、深圳はこうした旧人事計画制度を改革し、企業の独自の人事枠裁量権を与えた。同時に、大卒者を大量に受け入れることによって、企業の人材需要を確保した。

そのほか、深圳は人材流入による都市増員費・試験制度・指標制度などの一連の政策を続々と廃止し、人材移動の障壁を可能な限り撤廃した。深圳の改革は中国の人材制度において、計画体制から市場体制へ転換するプロセスを力強く牽引したといっても過言ではない。これらの多くの措置によって、深圳は人材移動を円滑化する環境を築き上げた。

3.3. 優遇措置の変化

(1) 戸籍及び公共サービス政策

改革開放の直後、深圳の戸籍は計画経済方式で管理され、人口の移動が厳しく制限されていた。決められた計画指標の枠を超えると、戸籍の移動はできなくなった。産業の発展を支援するために、技術・技能者に対して特別な措置を取り、高学歴・高技術職種の「双高」人材及び（ハイテクプロジェクト・市の重点建設プロジェクト・社会福祉型プロジェクトに投資する）「三類企業」の人員を戸籍移入の特別枠に適用した。また、技術人材の多くが当てはまる「幹部」の戸籍移入ルートを開設した⁽¹⁴⁾。2005年の「深圳市戸籍転入若干規定（試行）」の中には、これらの技術・技能人材の戸籍移入認可制度が引き継がれたと同時に、大卒者及び一定の職稱・技能・業績を有する者に対して、直接戸籍移入が許可されるようになった。2016年の新規定では戸籍移入の認可種類に高度人材や短大卒者が追加されたが、各種人材に年齢の上限要件が設けられた。

一方、全外来人口を対象に、深圳はポイント制による戸籍取得制度も早い時期から導入した。2012年の「深圳市外来務工人員の積分入戸暫定規定」に

よって、外来人口がポイント制の評価で条件を満たせば、深圳戸籍を申請できるようになった。ポイント制の設定において、大卒以上の高学歴者が容易に条件を満たし、スムーズに戸籍を取得できるが、非高学歴者も透明性の高い制度の下で深圳戸籍を取得できるようになっている。

中国では、戸籍が住宅・医療・子供教育や福祉厚生などと緊密に関連している。所在都市の戸籍を持つすべての住民に公共サービスを提供することは基本的な原則であるが、深圳戸籍のない者でも、ポイント制で定められている基準にもとづき子供の教育など一部の公共サービスを受けることが可能である。都市の供給力をオーバーしない限り、住民は各自のポイントに基づいて公共サービスを受ける資格を高い確率で得られる。

全体として、深圳の戸籍移入政策では、高学歴と専門技能を有する人材を優遇し続けている。ただし、公共サービスなどの供給対象は徐々に拡大している。

(2) 住宅に関する優遇措置

深圳は1988年から住宅分配制度の改革を推進し、計画経済時代の実物配給から市場による配分へ調整した。1998年の中国国務院23号文により、住宅の実物配給が形式的に廃止された。それから、深圳では住宅市場化の発展に伴い、地価や住宅価格が急激に上昇した。これにより、中低所得者層や新規転入人材への住居保障の必要性が出てきた。

2007年以降、深圳は徐々に経済適用住宅、廉価賃貸住宅、公共賃貸住宅から構成される住居保障体系を構築した。そのうち、廉価賃貸住宅は最低収入家庭の必要最低限の住居として無料で提供され、経済適用住宅と公共賃貸住宅はそれぞれ購買や賃貸の形で中低所得層を対象に提供されていた。その後、経済適用住宅（所有期間が5年過ぎると取引できる）において、価格の高騰や配給管理の難化などの問題点が露呈した。結果的に、経済適用住宅の価格は分譲住宅に近くなり、想定したような住居保障としては機能しなかった。そのため、深圳は2010年からより安い価格（一般的に分譲住宅価格の約50%）、より厳しい取引制限（所有期間が10年以上）とい

う安住型住宅の建設へ転換した。同時に供給を拡大し、毎年の不動産開発プロジェクトに対して、延べ床面積の30%以上を安住型商品住宅として建設することが規定された。

2011年以降、深圳は人材に対する住宅保障をより強化した。2011年の「深圳市人材安住暫行弁法」とその後の一連の政策を通じて、住宅供給・価格決定などの措置を人材認定政策と統合した。一方で、高度人材が安心して居住するためのサポートを提供した。例えば「傑出人材」の場合、10年間無料の面積200平方メートル前後の賃貸住宅^(15,16)、あるいは5年間計600万円の補助金⁽¹⁷⁾を選択できる(10年後には、その賃貸住宅が贈与される^(15,16)、或いは住宅購入補助金1000万元が支給される⁽¹⁷⁾)。それ以外の高度人材は、最長3年間で、毎月最大1万円の賃貸住宅補助金、或いは面積最大150平方メートルの住宅に無料で入居という選択肢が与えられる。また、深圳に新規移住した大卒者・社会人・帰国留学生に対しては、住宅レンタル補助金を交付される。同時に、高度人材としての認定を受けていない一般人材も、条件を満たせば公共賃貸住宅、安住型商品住宅を申請できるようになった。

全体として、深圳の人材向け住宅優遇措置は人々の住宅賃貸と購入の両方のニーズに配慮しているといえる。住宅価格の高騰を背景に、その購入ニーズにどう対応するかが悩ましい課題となった。慎重かつ公開に検討した結果、一般的に、深圳での住宅購入資格は戸籍と結び付けられているが、一部の高度人材への住宅贈与については戸籍を問わずに行えるようになっていた。これら高度人材に向けた住宅優遇政策の手厚さに対して深圳市民のほとんどが支持していることは注目に値する。

(3) 直接的な経済補助金

1) 高度人材を対象とする補助金

深圳は2008年に国内高度人材を対象とした「1+6 鵬城計画」関連政策、2011年に海外高度人材を対象とした「1+5 孔雀計画」関連政策を発表した。これらの政策策定により、国内と海外の高度人材を誘致する包括的な体制が構築されるとともに、直接的な経済補助金措置が導入され、高度人材の誘致がさ

らに円滑となった。

その後、深圳は2016年に「人材優先発展の促進に関する若干の措置」を発表し、人材に対する従来の奨励金金額を引き上げた。例えば「孔雀計画」におけるA、B、C類人材の奨励金(5年1期)を150万、100万、80万元からそれぞれ300万、200万、160万元に変更した。また、より顕著な成果をあげた「傑出人材」に対して奨励金を600万元に設定した。2018年に、「傑出人材」の奨励金額をさらに引き上げ、最大で2000万元を支給することが可能となった。同時に、人材誘致の対象の種類をより明確化し、高度先端技術の研究開発人材や、供給が都市発展の需要に追いつかない人材のジャンルをカバーするようにした。

ただし、上述した優遇強化の傾向から一変して、2021年9月に深圳は「新鵬城孔雀計画」を発表した。ここでは高度人材の奨励金の年間金額が一部引き下げられた。例えば、「孔雀計画」のB類とC類は年間40万、32万元からそれぞれ35万、24万元へ引き下げられた。その同時に、期間設定も変えられ、1期ごとに5年から3年へ短縮されたとともに、期数が1期から最大3期まで増加された。したがって、高度人材がもらえる合計金額が増えた。最高ランキングのA類の例を挙げると、その合計金額が300万元から720万元へアップされた(表2)。ただし、期間更新する際に審査が必要となる。審査方法については雇用側の評価と人材市場への誘導効果をより重視する傾向が見られるようになった。まずは審査側が政府部門から雇用機構に変更された。また、評価基準について、昔の「四唯」(論文・職稱・學歷・受賞歴など四つの評価指標のみを重視する)から「能力+業績」という総合評価体系へ変更された。新制度によって、深圳は分野別に高度・先端・希少な人材を採用することができ、人材選出と科学技術・産業発展の適合性を高めた。

2) 一般人材を対象とする補助金

そのほか、人材の戸籍移入後に、深圳は家賃と生活補助金を提供してきた。金額は2010年に博士一人当たり合計1.2万元、修士0.6万元、学士0.24万元と設定されたが、2016年に博士3万元、修士

表2 深圳市の高度人材に向けた直接経済補助金政策の推移

奨励体制の構築段階	奨励措置のアップグレード段階		奨励措置のダウングレード段階
<p>2009年鵬城計画⁽¹⁸⁾： 鵬城傑出人材：50万元</p> <p>2011年孔雀計画⁽¹⁹⁾： 孔雀計画A類（国家領軍人材）：150万元計5年 孔雀計画B類（地方級領軍人材）：100万元計5年 孔雀計画C類（後備級領軍人材）：80万元計5年</p>	<p>2016年人材若干措施⁽¹⁷⁾： 傑出人材：600万元計5年；或いは面積200平方メートル近くの住宅の無料使用权10年（10年後に、住宅所有権を無料贈与；あるいは1000万元の住宅購入補助金を支給） 孔雀計画A類：60万元/年（計5年即ち300万元） 孔雀計画B類：40万元/年（計5年即ち200万元） 孔雀計画C類：32万元/年（計5年即ち160万元） 鵬城傑出人才：100万元</p>	<p>2018年鵬城英才計画⁽²⁰⁾： 傑出人材：1000万元、1500万元、2000万元三つの等、計5年の金額 基礎研究人材、核心技术研究開発人材：200万元/期計2年（前者は5期以上を延長することが可能） 創業人材、商業モデルのイノベーション人材、設計人材、金融人材、教育人材、医療健康人材、技能人材、イノベーション型企業家などの枠で特別奨励を設け</p>	<p>2021年鵬城孔雀計画： 孔雀計画A類：60万元/年（180万元/期計3年，最大4期即ち720万元） 孔雀計画B類：36万元/年（108万元/期計3年，最大3期即ち324万元） 孔雀計画C類：24万元/年（72万元/期計3年，最大3期即ち216万元） 孔雀計画D類：12万元/年</p>

出所：筆者が深圳市の公表政策に基づき整理・作成

2.5万元、学士1.5万元に引き上げられた。ただし、2021年9月以降、学士と修士を対象とする補助金が停止され、博士向けの補助金は10万元に引き上げられている。

上述したように、深圳は早い時期から直接的な補助金政策を続けており、近年に至るまでその優遇措置は徐々に強化されてきた。しかし、2021年から優遇措置は二極化している。一部の人材に向けた奨励金は削減または取り消しとなったが、一部の優れた人材を対象とする奨励金の金額は引き上げられた。同時に、奨励方法の設定や対象の選出方法も変化した。これらの政策変動は、都市発展・産業発展戦略の調整に伴い、人材ニーズの変化に合わせる対応である。

3.4. 産出促進政策の変化

深圳は、科学技術研究開発の支援について、海外機構が深圳で技術移転機構を設立する場合、最高1,000万元の資金助成を提供する。国内外の人材が技術研究開発成果や専門技術など独自の知的財産権プロジェクトを深圳で産業化する場合、最大2,000万元の助成を行う。

創業支援の面では、深圳は海外イノベーションセンター、専門サービスプラットフォーム、創業インキュベーター、特色科学技術産業パークなどの建設を支持し、奨励金額を最大で500万~2000万元と設定している。また、起業や誘致のプロジェクトが成功した場合、プロジェクト1件につき最大100万元が支給されることが規定されている。そのほか、

深圳は海外高度人材及び留学帰国者に対する各種の助成制度を統合し、統一的な人材創業助成プロジェクトを設立した。条件を満たせばプロジェクト別に創業助成金50万~150万元、事務所・工場等の賃借料の補助金を最大80万元が支給される。特に優れたプロジェクトは最大で500万元の助成金を受け取ることが可能である。

研究促進の面でも、前述の高度人材やポストクなどに科学研究費が助成される。また、人材の所属する機構にも助成金が別途支給される。

全体的に深圳は人材誘致による研究開発成果を促進すること、特にその産業化を重視しており、強い支援策を講じている。

3.5. まとめ

改革開放から現在に至るまで、深圳は人材の誘致・育成・戸籍移入・社会保障などをめぐって数多くの人材優遇措置を実施してきた。上述した4方面の政策を主体として各種の追加政策が加えられることによって、深圳は、受け入れた人材のために、医療・教育・居住・起業・創業など多様なニーズに対して全方位的な支援を提供している。

4. 深圳市における人材政策変動の要因

深圳市の人材政策の主な変動は、以下の3つの要因から説明できる。

(1) 人材移動の「プッシュ・プル」理論：中国国内のほとんどの地域は特区である深圳より経済発展が遅れているため、就職機会や賃金水準が相対的に

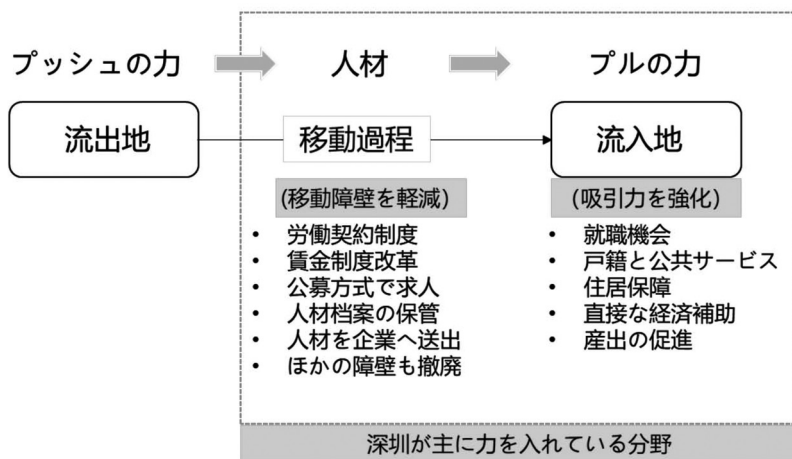


図3 深圳における人材政策及び「プッシュ-プル」理論の関係図
出所：筆者作成

低い。そのため、多くの人材が深圳による「引っ張り力」（即ちプルの力）を感じることは容易に理解できる。人材の流入センターを目指して、深圳は「引っ張り力」の強化と移動障壁の軽減という両方面に力を入れてきた（図3）。「引っ張り力」の強化については、主に条件の良い就業機会の大量創出や、住みやすい・働きやすい環境の整備などを通じて、人材への吸引力を強化する。移動障壁の軽減については、主に人材の移動ルートを円滑にすることで行われた。深圳は改革実験区の優位性を発揮し、旧計画経済体制における人材移動の制度上の障害を取り除き、市場経済体制に適応した流動性の高い人材管理制度を構築してきた。

(2) 産業発展の法則：都市産業構造は一般的に、経済の中心となる産業が農業から製造業へ、製造業からサービス業へ変遷するという法則に従って変化する。深圳における2021年の一次～三次産業の構成は0.1%：37.0%：62.9%となっており、すでにサービス業を中心とした経済構造に転換している。ただし、深圳では一部の製造業が市外へ移転しつつものの、最も付加価値の高い製造業は引き続き市内で発展している。現代サービス業の急

成長および製造業の高度化に伴う人材の需要変化に応じて、人材誘致の主な対象も大量の産業労働者から技術人材へ、さらに高度人材に移ったのである。キャッチアップ型の経済発展が限界を迎えた転換期において、深圳はさらなる発展の原動力を、全要素生産性の向上から獲得する必要がある。そのため、科学技術の推進や技術成果の産業化をもたすことが期待できるような高度人材は、深圳の人材優遇対象の中心に置かれている。

(3) 都市発展の法則と人間の欲求の段階理論：深圳は改革開放後、小さい町から現在のような国際メガシティに発展してきた。40年の時間をかけたとはいえ、比較的短い期間で都市発展の初期、急成長期、調整転換期を経験した。諸発展段階において、外来人材の求めるものも徐々に変化した（図4）。1) 初期では人々の欲求は生理的欲求にとどまっており、自分と家族を養うことを目的で金稼ぎのために深圳に来ていた。2) 急成長期では人々の所得水準が向上し、住居・医療・教育など安全と社会的な欲求が目覚めた。この時期において、深圳は公共サービスへの投資を増やし、社会保障の水準を徐々に高めていた。3) 調整転換期に入ると、人々の安全と社会的な欲求が継続して存在するものの、深圳の公共サービスの供給能力が人口増加の速度に追いつかない問題は顕著となった。常住人口が1,700万人以

	発展初期	急成長期	調整転換期
産業の発展	簡単な加工製造業が急速に発展	製造業の高度化とモデルチェンジ	製造業のイノベーションと現代サービス業の発展
都市の発展	小規模人口と建設用地、都市インフラや公共サービスが少ない	都市が急速的に広がる；建設用地の利用が粗放化；都市インフラや公共サービスが発展しつつある	土地などの資源の利用は持続困難；人口規模が大きい；都市の公共サービスが向上されつつあるが、不足が依然として深刻
人間的欲求	生理的欲求：生存、金稼ぎ	安全的欲求：住居、医療、福祉厚生 社会的欲求：子供教育	
主な人材誘致対象	大量な産業労働者	大量な技術人材	大量な技術人材、高度イノベーション人材

図4 深圳における人材優遇政策の変化と主な影響要因の関係図

出所：筆者作成

上の規模に達している現在、戸籍問わず市民に全面的に社会保障を提供することが現段階ではまだ難しい。そのため、深圳は、人材優遇政策の対象を調整し、公共サービスの量と質を高めると同時に、主に戸籍や居住証によって保障対象の人数規模を管理しており、需要と供給のバランスをとるように努力している。

5. 深圳の人材優遇政策における問題点

深圳の人材優遇政策は、同市の産業発展と経済成長に大きく貢献したといえるが、以下のいくつかの問題点もあるとみられる。

(1) 財政から奨励金を支給する方法は持続が難しく、政策変動の過渡期に混乱が起きること

上述した深圳市レベルの人材優遇政策は主に市の財政資金を財源としている。経済不況と財政悪化が発生した場合、優遇政策の継続は難しい。これにより政策が変動する際、過渡期に混乱が起き、一部の人材に大きな不便を与えている。特に「孔雀計画」においては制度の変更が早急すぎたため、旧政策の実施期間にポストクとなった者にとって、その後の新しい「鵬城孔雀計画」で奨励金を受け取るハードルが一気に高まってしまったことは、論争や不満を引き起こし、深圳市政府への信頼感を一定程度損なった。

(2) 国際的な人材誘致では市場化程度が低いこと

現在、深圳では国内の人材誘致は市場によって主導されているが、海外からの人材誘致については主に政府部門が担っており、市場化がまだ大きく進んでいない。学术界や産業界においてはまだ成熟した人材紹介ルートが形成されておらず、学術フォーラム・採用説明会・創業大会などを通じて定期的に人材を募集しているにとどまっている。グローバル人材向けの転職エージェントやヘッドハンティングなどの紹介機構の育成が不十分である。海外の人材仲介会社や専門家協会など社会組織との協力ネットワークも未だ十分に形成されていない。深圳の海外人材のさらなる受け入れには不利な状況になっている。

(3) 住みやすい・働きやすい環境が整っていない

こと

人材を安心して定住させるために、住みやすい・働きやすい環境を整備することが重要である。しかし深圳では、人材が関心を持ついくつかの面で深刻な問題がある。第一に、住宅価格が高騰している点である。2022年半ばに深圳の住宅価格対収入比率は41.24に達しており、日米英独仏など主要先進国の最も高い数値の10~21を大幅に上回っている⁽²¹⁾。第二に、教育供給の不足である。深圳では人口急増による入学需要の上昇に対応できていない。例えば、2018年の中学校進学需要と比べ、6万人程度の学生の進学機会が不足していた。第三に、医療資源の供給の不足である。深圳では2021年における人口千人当たり病床数はわずか3.62床で、中国平均の6.77床より大きく下回っている。このような医療供給能力は、国際メガシティとしての経済の実力や影響力と大幅に乖離している。

6. 深圳の経験から日本の主要都市への示唆

深圳の発展過程には、日本の大都市が経験したのもあれば、独特なものもある。日中両国の政治体制が異なるので、その成功経験には模倣しがたいものがある。しかし、福岡市を含め、さらなる発展と国際影響力の上昇を目指す日本の主要都市にとって、中国の主要都市の中でも、経済体制や経済発展の水準が日本などの先進国と最も近い深圳の人材政策の変化からは、以下の示唆が得られる。

(1) 持続可能な都市発展を実現するためには、資本投入・労働力投入の継続が必要であるが、全要素生産性(TFP)の上昇を確保することはより重要である。TFPの上昇は主に技術進歩と制度改革に依存し、さまざまな優秀な人材の貢献によるものである。都市間・国家間の人材獲得競争が激しさを増している現在、政府・企業・世論および社会全体が人材戦略を重視し、人材を大切にしなければならない。

(2) 発展段階によって異なる人材戦略が必要である。福岡市など日本の主要都市と同様、深圳の人材の圧倒的多数は国内からの人材移動によって供給されてきた。しかし深圳の産業構造の高度化につれ、

一部の分野で優秀な人材をグローバル市場から獲得する必要が徐々に大きくなった。近年、海外から深圳で働く各種の高度専門人材が年々増加しており、深圳の科学・技術・金融・経営・教育・医療・芸術などの重要分野の発展を著しく促進している。現在の日本は、伝統産業の優位性が東アジアの新興工業国などに挑戦され、IT/デジタル産業など新分野では米中などに後塵を拝している、という危機に直面しているが、国内において真剣な危機感や積極的な人材対策はまだ見られていない。日本の将来を左右する諸戦略産業においては、国内の人材育成に重点を置くべきであるが、グローバル市場で海外人材を獲得する必要性も高まっている。

(3) 必要な人材をタイムリーに獲得するために、各主要都市はまず、魅力的な都市発展ビジョンや競争力のある求人情報を国内外に迅速に発信すべきである。同時に、人材移動の制度的障害を可能な限り取り除き、人材移動の経路を円滑にしなければならない。日本の伝統的な「年功序列型人事・給与制度」は、企業の経営と発展に少なからず貢献してきたが、技術革新が急速に進んでいる時代に国際競争力のある若い人材を呼び込むには不利である。現在、ITなどのハイテク産業分野において、日本の若手専門人材の賃金水準は、米国との格差が拡大しているだけでなく、東アジアの近隣諸国の主要都市よりも低くなっているという異常な現象が起きており、日本の関連産業の成長には非常に不利な競争環境となっている。今後、在日外資系企業の人事給与制度などを参考にしながら、国内外の若手人材に対する日本企業の魅力を高めていく改革を進めていくべきである。

(4) 人材のタイプは多様であり、柔軟で多様な評価制度が必要である。日本国内の人材市場では、そのような認識は成熟しているとみられるが、外国人材の受け入れにおいては、移民政策（出入国政策）の改善がまだ必要である。現在、日本ではすでにポイント制に基づく「高度人材」ビザが創設されており、必要なポイント基準ライン（70点以上）をクリアした外国出身申請者は「高度人材」とみなされ、入国と永住などの面で多くの優遇措置が受けられ

る⁽²²⁾。ポイント制は、多くの項目を設け申請者の専門能力を総合的に評価する制度で、日本のグローバル人材戦略における重要な政策イノベーションであるが、同制度には依然として改革の余地がある。例えば、「高度人材」ビザ申請者の出身校を一律国際ランキングで評価しており、総合ランキングは高くないものの、特色のある分野の教育・研究水準が非常に高い一部の大学が除外されている。また、加点可能な外国資格項目においても、現在評価対象となっている資格が少なく、既存の専門的評価リソースを十分に活用していない。これを改善しなければ、日本各界の発展に資する多様な優秀な人材をスムーズに受け入れなくなる。

(5) 人材戦略の実施には、政府と市場が共に協力し、それぞれの強みを発揮する必要がある。今までの日本の人材受け入れにおいて、政府が前面に出ることは少なく、主に求人側（企業など）が市場メカニズムの下で実施してきた。今後、日本政府と地方自治体も、深圳など海外都市の取り組みを参考にし、必要な人材の受け入れをより積極的に取り組んでいくべきである。例えば、地方自治体は、高度人材に対して、住居・子供の学校教育・創業資金・創業場所（用地）などの面で支援サービスと優遇措置をより大胆に提供してもよいであろう。ただし、日本の地方財政が全般的に厳しくなっているため、人材優遇政策を支える資金源を多様化する必要がある。例えば、社会各界の寄付によって人材基金を創設することは、一つの有効な資金源になると考えられる。人材基金の運用によって安定な収益があれば、人材優遇政策の持続可能性がより高くなる。一方、金融政策などマクロ経済政策を検討する際に、日本政府は、過度な円安が国内の頭脳流出や海外人材の「日本離れ」に与える影響を重視すべきである。

(6) 機会の平等は結果の平等よりも重要である。経済成長の低迷が続いている日本において、所得分配（結果）の平等を過度に重視した方針で税制等の制度改革が行われれば、優秀な人材を集めることには不利であり、新産業・ハイテク産業の発展や経済成長にマイナスの影響を与えるリスクがある。結果として社会全体の福祉水準をかえって低下させかね

ない。これについて、学术界と政府はもっと深く研究し、エビデンスに基づく政策議論を一層展開すべきである。

7. 参考文献

- (1) Romer, P. M.: Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, vol.94, no.5, pp.1002-1037,1986.
- (2) Lucas, R. E. Jr.: On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, vol.22, no.1, pp.3-42, 1988.
- (3) 深圳市統計局：深圳市統計年鑑 2021. 中国統計出版社,2021. (中国語)
- (4) 深圳市統計局：深圳市 2021 年国民経済と社会発展統計広報.2022 年 5 月.
http://tjj.sz.gov.cn/zwgk/zfxxgkml/tjsj/tjgb/content/post_9763042.html (2022 年 10 月 31 日最終アクセス). (中国語)
- (5) 深圳商報：外国のパスポートを持っていても国有企業の社長になれる、世界の人材が集まる深圳市、市政協の「深談会」が国際人材の誘致状況を調査.2022 年 5 月.
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733264319202600891&wfr=spider&for=pc> (2022 年 10 月 31 日最終アクセス). (中国語)
- (6) 深圳晚報：国際化した深圳では外国人が何人いるのか. 延べ 115.2 万人、常住 2 万 6 千人.
<http://www.szwaishi.com/index.php?m=Article&a=show&id=143>(2022年10月31日最終アクセス). (中国語)
- (7) 智聯招聘, 澤平宏観：中国都市人材誘致力ランキング 2022.2022 年 5 月. (中国語)
- (8) 智聯招聘, 澤平宏観：中国都市 95 後人材誘致力ランキング 2021.2021 年 10 月. (中国語)
- (9) 上海市科学学研究所, Springer Nature:2022「理想の城」グローバルハイレベル科学家分析報告.2022 年 8 月. (中国語)
- (10) 袁義才：深圳経済特区における 40 年間の発展の段階的特徴と経験の検討. 特区実践と理論, 第 6 号, pp.33-41,2020. (中国語)
- (11) 殷路阳, 康傑：粵港澳大湾区を背景とした香港・マカオ地区の人材の現状及び将来の発展に関する研究. 蕭鳴政 (編)：粵港澳大湾区人材戦略と革新発展に関する研究 2021. 中国社会科学出版社,2022. (中国語)
- (12) 崔宏軼, 潘夢啓, 吳帥：我が国経済特区科学技術人材政策変遷と対策提言-深圳を例として. 江淮論転, 第 5 号, pp.30-36,2020. (中国語)
- (13) 王蘇生, 陳博等：深圳科学技術革新の道. 中国社会科学出版社,2018. (中国語)
- (14) 陳少兵, 謝志巋等：深圳社会建設の道. 中国社会科学出版社,2018. (中国語)
- (15) 深圳市：深圳市人材安住暫行弁法 (市政府令第 229 号),2011. (中国語)
- (16) 深圳市：深圳市人材安住弁法 (市政府令第 273 号),2015. (中国語)
- (17) 深圳市：人材優先発展の促進に関する若干措置 (深発 [2016] 9 号),2016. (中国語)
- (18) 深圳市：鵬城傑出人材賞の選定方法 (試行) に関する通知 (深府弁 [2009] 73 号),2009. (中国語)
- (19) 深圳市：海外高度人材を誘致する「孔雀計画」の実施に関する意見 (深発 [2011] 9 号),2011. (中国語)
- (20) 深圳市：「鵬城英材計画」の実施に関する意見 (深発 [2018] 10 号),2018. (中国語)
- (21) *Numbeo: Property Prices Index by City 2022 Mid-Year*. 2022. <https://www.numbeo.com/property-investment/rankings.jsp?title=2022-mid> (2022 年 11 月 15 日最終アクセス)
- (22) 戴二彪：日本における外国人企業家の地域分布と影響要因 - 外国人創業促進政策の効果に関する考察を兼ねて. アジア成長研究所調査報告書 21-01,2022 年 3 月.

社会の揺らぎ 統計にみる COVID-19 の影響とニューノーマルの現在 — 福岡市の生活者視点を中心に —

畠山 尚久 HATAKEYAMA Naohisa

(公財) 福岡アジア都市研究所 主任研究員

■要旨：2020年以降、新型コロナウイルス（COVID-19）感染拡大により、福岡市の生活者の意識や行動は、どのように変化したか。統計データを中心に、その推移と変化が示す社会の「揺らぎ」から、コロナ禍を経た現在の「ニューノーマル」な社会を考察した¹⁾。その結果、統計にみる影響度は、2020年の最初の緊急事態宣言発出時が最大で、以降、感染者数が増えても、影響度は比例していない。一方で、統計値は、2019年水準に戻り切れていないものも多く、公共交通機関利用者は、現在も7割程度の水準にとどまる。生活者の意識や行動として、買物行動は、購入する商品等やサービスをより選択的に行う傾向がみられた。飲食行動は、外食、とりわけ飲酒行動を控える動きが顕著だが、2022年に入り、回復の兆しもみられる。働き方では、2020年にテレワークの利用が一気に進んだものの、以降は勢いが衰え、一定の水準にとどまる。生活者は、家庭志向が強まるなど、生活の充実に向けたためか、福岡市民の生活満足度は、コロナ禍前よりむしろ高まっている。この傾向は、ウェルビーイングを重視する社会の到来と符合した、生活者像のニューノーマルも垣間見える。

■キーワード：新型コロナウイルス（COVID-19）、統計データ、緊急事態宣言、市民生活、ニューノーマル

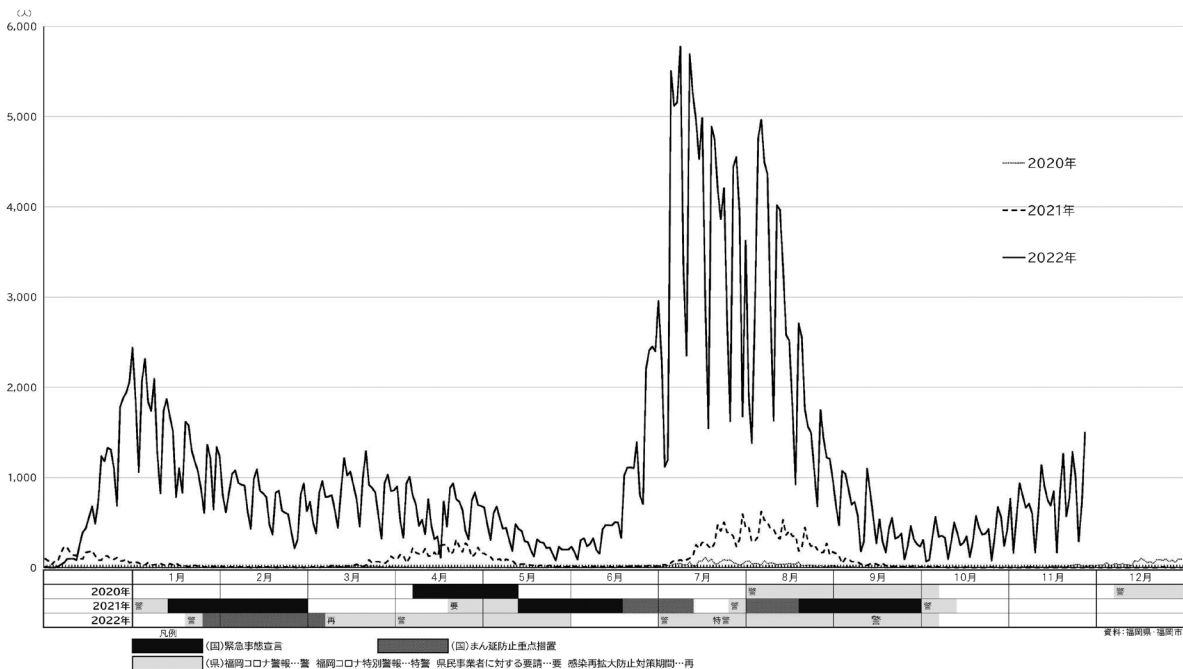


図1 2020年～2022年(11月) 福岡市・新型コロナウイルス新規感染者数の推移

1. はじめに

1.1 研究の背景

2020年、新型コロナウイルスは、急速に世界各地へ感染拡大し、国内においても感染の拡大と収束を繰り返し、感染の拡大は第7波にまで至る(2022年10月現在)。今なお完全に収束することなく、新たな波の度に新規感染者数は増加する傾向にある(図1)⁽¹⁾。

2020年、国内初の感染者が確認されて以降、未知のウイルスに対する不安が大きくなり、外出を自粛する動きが広まる中で、新型インフルエンザ等対策特別措置法(平成24年法律第31号)の規定に基づく国内初の「緊急事態宣言」が発出され(2020年4月7日)、強制力はないものの、多くの人々が不要不急の外出自粛の呼びかけに従った。都心部の百貨店なども臨時休業が相次ぎ、まちなかから人が消えるほどのインパクトが各所でみられた。市民生活が一変した様相は、社会の状態を数値化するさまざまな統計にも表れ、数値は大きく揺らぎ、これまでにはみられない動きを見せた。

「ファースト・インパクト」となった感染拡大初期の影響の後、徐々に統計の揺らぎは小さくなったものの、感染のリスクと社会生活のバランスの中で、生活者は、これまでとは異なる生活行動が求められるようになった。

2022年、実質的なWith コロナ時代を迎えた今、生活者の現状を把握することは、今後の都市政策を検討する上で重要な課題である。

人々は、未知のウイルスへの不安に直面し、市中での感染症拡大という未曾有の事態の中で、さまざまな経験や学習により、危機を乗り越えながら、レジリエンス²⁾を高めてきた。それまでの当たり前の日常を考え直す大きな転機となり、新たな社会との関わり方や生活様式を模索している。

2021年、「統計データから見るパンデミックと都市基盤」では、2021年までの2年間の統計データをもとに、新型コロナウイルスによる社会変化と福岡市の都市基盤のあり方について、コロナ禍における中間的な報告をまとめた⁽²⁾。

本稿は、その後の変化も踏まえ、福岡市の生活者

の視点で、新型コロナウイルス感染拡大により、生活者はどのように影響を受け、行動が変化したのか -あるいはコロナ禍前の状態に戻ったのか- について、統計データの推移から考察する。

1.2 みたび注目された「ニューノーマル」

新型コロナウイルス感染拡大により、「ニューノーマル」という言葉が各所でみられるようになり、感染拡大初期には、国も「ニューノーマル時代」という言葉を使用している⁽³⁾。

「ニューノーマル」は、新型コロナウイルス感染拡大以前からある言葉で、1990年代にはインターネット社会の到来を見据えた社会のあり方として、2008年には、アメリカのエコノミストであるモハメド・エラリアンが、世界的不況「リーマン・ショック」の後に景気が回復しても以前の状態には戻らないことを見通した社会システムの転換の必要性を指す言葉として使われた⁽⁴⁾。

「ニューノーマル」は、世界規模の大きな社会の変化、変革の度に注目される言葉であるが、今回、新型コロナウイルス感染拡大が、大きな社会の変化をもたらす出来事としてとらえられ、世界共通の社会課題の意味も含めて、みたび世に出てきたものである。

「ニューノーマル」は、特に生活者の視点から見た、感染拡大で変化した社会の状態、推奨される生活行動規範を指すが、コロナ禍における -あるいはコロナ後も継続すべき- 生活者の行動規範として、2020年5月には国の新型コロナウイルス感染症専門家会議が「新しい生活様式」を示した⁽⁵⁾。「新しい生活様式」は、手洗いの徹底やマスク着用、3密の回避などの基本的な要件に加え、日常生活を営む上での基本的な生活様式として、「公共交通機関の利用」「買物」「食事」など生活の場面ごとの具体的な取組み例のほか、テレワークなど新しい働き方についても示されている。これらも、「ニューノーマル」と同義的にとらえられる。

本稿では、生活者が、コロナ禍の不安と混乱の中で、試行錯誤を繰り返しながら変化に対応し、どのような「ニューノーマル」に辿り着きつつあるのか、現在の社会の姿を浮き彫りにする。

2. 統計にみる福岡市生活者の変化

2.1 日常的な外出行動 - 福岡市地下鉄乗降客数 - (統計の揺らぎ)

生活者の外出行動について、地下鉄乗降客数の変化をみると、2020年4月に初の緊急事態宣言発出による外出自粛が求められたことで、2019年同月比は5割以下にまで落ち込んだ(表1)。その後、増減を繰り返しながら徐々に回復し、2022年に入ると、第6波、第7波と呼ばれる過去最高を更新する新規感染者数の拡大の中でも、乗降客数の落ち込みは運動しなくなり、第7波渦中の2022年7-8月は、2019年同月比の約8割を維持した。

日常的な外出行動は、外出目的によりその影響度が異なると考えられるが、さまざまな用件で訪れる人が多い天神駅の乗降客数は、「定期」利用者は、2020年4-5月でも2019年同月比7割程度の落ち込みにとどまるのに対し、「それ以外(=切符や定期機能の付加しないICカード等)」利用者は、同3割以下と、落ち込みがより大きく、その後の回復度も鈍い(表2・3)。

表1 福岡市地下鉄乗降客数の推移

千人	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	27,758 (100.0)	26,853 (100.0)	29,553 (100.0)	28,785 (100.0)	30,215 (100.0)	29,640 (100.0)	30,278 (100.0)	30,136 (100.0)	30,771 (100.0)	29,834 (100.0)	29,125 (100.0)	29,485 (100.0)
2020年	28,795 (103.7)	26,738 (99.6)	22,787 (77.1)	13,952 (48.5)	14,476 (47.9)	18,702 (63.1)	20,078 (66.3)	18,876 (62.6)	19,246 (62.5)	20,786 (69.7)	20,937 (71.9)	19,994 (67.8)
2021年	17,704 (63.8)	16,995 (63.3)	20,092 (68.0)	20,605 (62.8)	18,983 (65.8)	19,504 (65.8)	21,025 (69.4)	19,136 (63.5)	18,388 (59.8)	21,416 (71.8)	22,587 (77.6)	23,428 (79.5)
2022年	20,374 (63.4)	18,196 (67.8)	21,349 (72.2)	22,699 (78.9)	24,063 (79.6)	23,985 (80.9)	23,749 (78.4)	23,202 (77.0)	23,197 (75.4)	-	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

*数値は速報値 資料:福岡市

表2 地下鉄天神駅「定期」乗降客数の推移

千人	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	2,084 (100.0)	2,064 (100.0)	2,006 (100.0)	1,985 (100.0)	2,197 (100.0)	2,239 (100.0)	2,206 (100.0)	2,277 (100.0)	2,346 (100.0)	2,319 (100.0)	2,190 (100.0)	2,091 (100.0)
2020年	2,105 (101.0)	2,120 (102.7)	1,945 (96.9)	1,410 (71.0)	1,435 (65.3)	1,633 (72.9)	1,689 (76.6)	1,704 (74.8)	1,613 (68.7)	1,620 (69.9)	1,630 (74.4)	1,543 (73.8)
2021年	1,495 (71.7)	1,462 (70.9)	1,454 (72.5)	1,565 (78.8)	1,723 (78.4)	1,674 (74.8)	1,690 (76.6)	1,641 (72.1)	1,555 (66.3)	1,611 (69.5)	1,678 (76.6)	1,623 (77.6)
2022年	1,576 (75.6)	1,536 (74.4)	1,494 (74.5)	1,605 (80.8)	1,797 (81.8)	1,804 (80.6)	1,783 (80.8)	1,794 (78.8)	1,701 (72.5)	-	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

資料:速報値

表3 地下鉄天神駅「定期以外」乗降客数の推移

千人	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	2,359 (100.0)	2,223 (100.0)	2,771 (100.0)	2,462 (100.0)	2,543 (100.0)	2,362 (100.0)	2,480 (100.0)	2,611 (100.0)	2,391 (100.0)	2,264 (100.0)	2,298 (100.0)	2,665 (100.0)
2020年	2,417 (102.5)	2,043 (91.9)	1,671 (60.3)	534 (21.7)	606 (23.8)	1,116 (47.2)	1,295 (52.2)	1,131 (43.3)	1,219 (51.0)	1,453 (64.2)	1,501 (65.3)	1,537 (57.7)
2021年	1,093 (46.3)	1,047 (47.1)	1,554 (56.1)	1,371 (55.7)	1,022 (40.2)	1,141 (48.3)	1,444 (58.2)	1,213 (46.5)	1,124 (47.0)	1,496 (66.1)	1,628 (70.8)	2,004 (75.2)
2022年	1,409 (59.7)	1,163 (52.3)	1,735 (62.6)	1,672 (67.9)	1,728 (68.0)	1,648 (69.8)	1,692 (68.2)	1,705 (65.3)	1,661 (69.5)	-	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

資料:速報値

〈ニューノーマルの現状〉

地下鉄乗降客数は、徐々に回復傾向となり、2022年現在、2019年水準には完全には戻らない中で、通勤など定期利用者はコロナ禍前の8割程度、それ以外利用者は同7割程度というのが、一つの目安となりつつある。

公共交通機関利用する外出行動は、定期利用者は、通勤などで、義務的に外出する人の利用中心であるのに対し、「それ以外」利用者は、不定期に、買物など、その都度目的で外出する際の利用が多いと考えられることから、生活者は、義務的の用件を除き、以前のように頻繁に外出することはなくなり、感染状況をみながら、用件や目的により、外出可否を判断する状況がうかがえる。

生活者の日常的な外出行動は、当初の自粛を徹底する状況から変化し、未曾有の事態、未知のウイルスへの不安を越え、3年にわたる感染拡大と収束の繰り返しを体験する中で、感染の回避や予防への対応力が向上し、外出への抵抗は低減しつつある。

2022年は、緊急事態宣言の発出がない中で、感染拡大の状況でも、以前のように自粛を徹底することはなくなり、今後も、外出頻度は増加傾向になるとみられる。

2.2 買物行動

2.2.1 消費行動

〈統計の揺らぎ〉

生活者の買物行動について、福岡市民の消費支出からみると、食料品など日常的に必須な買物の基礎的消費は大きな影響がみられないものの、選択的に購入する物やサービスについては、コロナ禍の影響がみられ、2020年前半は、支出額が7割前後まで減少した(表4・5)。

一方、商業面では、2020年4月には、生活者が外出行動の自粛を徹底したことで、特に都心部に立地する百貨店では2019年同月比2割以下の売上高となるなど大きな影響を受けた(表6)。一方で、生活者にとって身近なスーパーは、大きな落ち込みのないまま、安定した売上を示し、業態による明暗が分かれる形となった(表7)。

大きく落ち込んだ百貨店も、2020年夏以降は売上を回復し、2021年以降は対前年比でプラスとなる月が増え、現在ではコロナ禍前水準の9割程度まで回復している。

表4 福岡市民の「基礎的」支出額の推移

円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	179,168 (100.0)	152,221 (100.0)	170,865 (100.0)	153,597 (100.0)	157,973 (100.0)	161,976 (100.0)	164,523 (100.0)	171,728 (100.0)	153,303 (100.0)	159,284 (100.0)	160,142 (100.0)	202,307 (100.0)
2020年	168,568 (94.1)	167,844 (107.3)	177,671 (104.4)	164,985 (107.4)	167,318 (105.9)	176,194 (108.8)	171,238 (104.1)	183,729 (107.0)	165,930 (108.2)	180,333 (113.2)	200,426 (125.2)	209,649 (103.6)
2021年	176,874 (98.7)	164,308 (114.0)	194,730 (98.0)	150,519 (98.0)	163,684 (103.6)	151,983 (93.8)	136,977 (83.3)	149,014 (86.8)	157,324 (102.6)	149,972 (94.2)	153,622 (95.9)	186,043 (92.0)
2022年	157,382 (87.8)	146,938 (96.5)	167,665 (98.1)	172,450 (112.3)	153,421 (97.1)	151,941 (93.8)	177,585 (107.9)	183,338 (106.8)	175,081 (114.2)	178,946 (112.3)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)
資料:総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)
*基礎的支出…必需品的なもの(食料、家賃、光熱費、保健医療サービスなど)

表5 福岡市民の「選択的」支出額の推移

円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	139,444 (100.0)	123,024 (100.0)	167,764 (100.0)	159,792 (100.0)	130,354 (100.0)	134,132 (100.0)	140,810 (100.0)	132,811 (100.0)	136,597 (100.0)	155,384 (100.0)	148,714 (100.0)	152,604 (100.0)
2020年	126,202 (90.5)	94,319 (76.7)	107,207 (63.9)	132,746 (83.1)	90,867 (69.7)	159,199 (118.7)	146,924 (104.3)	175,843 (132.4)	143,771 (105.3)	173,223 (120.5)	179,173 (127.5)	141,210 (92.5)
2021年	131,248 (94.1)	160,395 (130.4)	123,518 (73.6)	124,923 (78.2)	111,851 (85.8)	92,274 (68.8)	96,256 (68.4)	97,865 (73.7)	110,459 (80.9)	148,592 (95.6)	151,247 (101.7)	142,222 (93.2)
2022年	135,396 (97.1)	109,062 (88.7)	123,186 (73.4)	111,065 (69.5)	105,657 (81.1)	106,268 (79.2)	108,800 (77.3)	104,536 (78.7)	111,582 (81.7)	144,726 (93.1)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)
資料:総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)
選択的支出…贅沢品的なもの(教育費、教養娯楽用耐久財、月謝など)

表6 福岡市百貨店の売上高の推移

百万円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	18,349 (100.0)	15,198 (100.0)	18,212 (100.0)	15,983 (100.0)	16,506 (100.0)	16,909 (100.0)	18,799 (100.0)	15,511 (100.0)	18,214 (100.0)	14,944 (100.0)	17,472 (100.0)	24,008 (100.0)
2020年	17,626 (96.1)	13,107 (86.2)	11,824 (64.9)	2,263 (14.2)	5,254 (31.8)	13,102 (77.5)	14,842 (79.0)	11,521 (74.3)	11,871 (65.2)	14,644 (98.0)	16,218 (92.8)	21,095 (87.9)
2021年	11,617 (63.3)	11,391 (74.9)	15,805 (86.8)	12,727 (67.6)	10,015 (60.7)	13,137 (77.7)	16,034 (85.3)	10,484 (67.6)	11,624 (63.8)	15,783 (105.6)	17,998 (99.6)	24,267 (101.1)
2022年	14,561 (79.4)	11,798 (77.6)	16,495 (90.6)	14,425 (90.3)	15,100 (91.5)	15,653 (92.6)	17,661 (93.9)	13,741 (88.6)	13,973 (76.7)	17,191 (115.0)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)
資料:(一社)日本百貨店協会

表7 福岡県スーパーの売上高の推移

百万円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	29,789 (100.0)	26,243 (100.0)	29,436 (100.0)	28,265 (100.0)	29,303 (100.0)	29,140 (100.0)	30,841 (100.0)	31,691 (100.0)	30,748 (100.0)	28,387 (100.0)	29,009 (100.0)	36,907 (100.0)
2020年	29,571 (99.3)	27,389 (104.4)	31,343 (106.5)	28,632 (101.3)	31,997 (109.2)	32,797 (112.5)	33,610 (109.0)	34,611 (109.2)	30,757 (100.0)	31,621 (111.4)	31,714 (109.3)	40,011 (108.4)
2021年	32,058 (107.6)	28,180 (107.4)	30,956 (106.0)	30,539 (108.0)	31,861 (108.7)	31,413 (107.8)	33,433 (108.4)	33,404 (105.4)	30,997 (97.9)	31,499 (111.0)	31,105 (107.2)	39,466 (106.9)
2022年	32,220 (108.2)	28,493 (105.8)	31,143 (105.8)	30,803 (109.0)	32,182 (109.8)	31,251 (107.2)	34,309 (111.2)	33,625 (106.1)	31,021 (100.9)	-	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)
資料:九州経済産業局

〈ニューノーマルの現状〉

生活者は、感染症拡大の中でも、日常的な買物行動は、大きく変化することなく、消費を控える様子もみられない。一方で、娯楽や余暇などに関する選択的消費行動は、コロナ禍によるさまざまな自粛の影響がみられた。

都心部に立地する百貨店は、2020年には外出自粛の影響を大きく受けたが、その後はコロナ禍前の水準に戻りつつある。外出行動が徐々に戻ってきたことや、EC販売の強化⁽⁶⁾などの営業努力に加え、生活者が、家、家庭の生活を充実するための買物に

目を向けるなど、自分が気に入った付加価値には対価を払う「プレミアム消費」スタイルが増加したことも指摘される⁽⁷⁾。また、控えていた旅行費用が、プレミアムな消費に回された可能性もある。

2.2.2 買物・決済方法

〈統計の揺らぎ〉

買物に関する「新しい生活様式」の中で、人との接触を避ける通信販売や電子決済の利用が推奨されている。通信販売の中でも、インターネットショッピングを介した電子商取引が可能で全国的なEC市場は、コロナ禍前から拡大を続けていたが、2020年は、旅行サービス商品取引の減少で「サービス系」が伸び悩んだことで、全体では横ばいになったものの、物販関係の利用が12兆円を超え、前年から21%を超える大幅な増加をみせた(図2)。2021年にはさらに増加し、国内の市場規模は20兆円を超えた。

決済方法は、もともとキャッシュレス決済の利用拡大が続いており、事業者のポイント還元などの利用促進策に利用比率が大きく左右されるため、特にコロナ禍の影響はみられず、2021年には、全国の全決済に占める電子決済割合は、約1/3を占める(表8)。

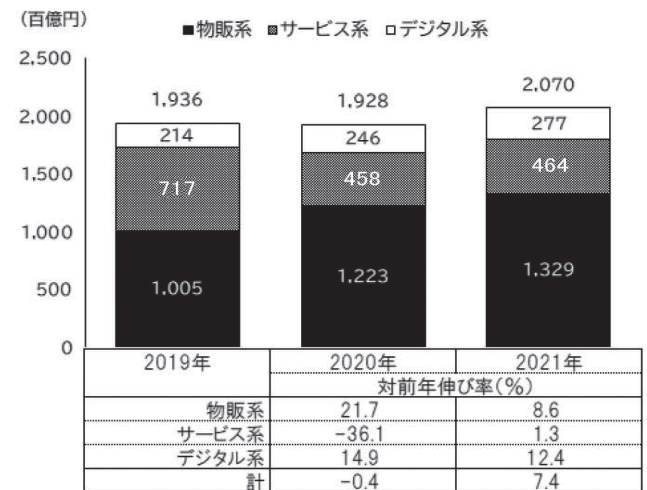


図2 EC市場規模と対前年伸び率(全国)

出所:経済産業省「電子商取引に関する市場調査」から筆者作成

表 8 キャッシュレス決済比率の推移（全国）

(%)	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
クレジット	16.50	18.00	19.20	21.90	24.00	25.80	27.70
デビット	0.14	0.30	0.37	0.44	0.56	0.75	0.92
電子マネー	1.50	1.70	1.70	1.80	1.90	2.10	2.00
コード決済	—	—	—	0.05	0.31	1.10	1.80
計	18.2	20.0	21.3	24.2	26.8	29.7	32.5

資料：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

〈ニューノーマルの現状〉

インターネットショッピングやキャッシュレス決済は、技術の進化と対応店舗の増加により、もともと利用の拡大傾向にあったものが、新しい生活様式における人との接触を避ける買物行動の推奨により、さらに利用は加速し、結果的に、買物や決済の手段の多様化が進んだ。生活者は、買物する場や手段、決済方法も、目的に応じて、選択する機会が増えたことになる。

2.3 飲食行動

2.3.1 飲食消費

〈統計の揺らぎ〉

福岡市の食料品売上高（百貨店・スーパー）は、コロナ禍の間も安定した推移を見せ、家庭内での食事に関しては、生活者の家庭志向により、2019年を上回る水準が続いている（表9）。

これに対し、飲食・喫茶売上（百貨店・スーパー）は影響が大きく、2020年4月には2019年同月比1割以下まで落ち込み、その後緩やかに回復したものの、2022年によろやく2019年同月比6割程度まで回復するにとどまっている（表10）。

消費面からも同様の結果で、福岡市民の「食料」支出額は変化がみられないのに対し、「一般外食」支出額は大幅に減少した（表11・12）。

表 9 福岡市の百貨店・スーパー「食料品」売上高

百万円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	18,349 (100.0)	15,198 (100.0)	18,212 (100.0)	15,983 (100.0)	16,506 (100.0)	16,909 (100.0)	18,799 (100.0)	15,511 (100.0)	18,214 (100.0)	14,944 (100.0)	17,472 (100.0)	24,008 (100.0)
2020年	17,626 (96.1)	13,107 (86.2)	11,824 (64.9)	2,263 (14.2)	5,254 (31.8)	13,102 (77.5)	14,842 (79.0)	11,521 (74.3)	11,871 (65.2)	14,644 (98.0)	16,218 (92.8)	21,095 (87.9)
2021年	11,617 (63.3)	11,391 (74.9)	15,805 (86.8)	12,727 (79.6)	10,015 (60.7)	13,137 (77.7)	16,034 (85.3)	10,484 (67.6)	11,624 (63.8)	15,783 (105.6)	17,398 (99.6)	24,267 (101.1)
2022年	14,561 (79.4)	11,798 (77.6)	16,495 (90.6)	14,425 (90.3)	15,100 (91.5)	15,653 (92.6)	17,661 (93.9)	13,741 (88.6)	13,973 (76.7)	17,191 (115.0)	—	—

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

資料：(一社)日本百貨店協会

表 10 福岡市の百貨店・スーパー「食堂・喫茶」売上高

百万円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	286 (100.0)	241 (100.0)	286 (100.0)	247 (100.0)	267 (100.0)	253 (100.0)	271 (100.0)	281 (100.0)	246 (100.0)	239 (100.0)	242 (100.0)	305 (100.0)
2020年	270 (94.7)	191 (79.2)	136 (47.6)	12 (5.0)	38 (14.2)	131 (51.9)	145 (53.6)	140 (49.6)	148 (60.2)	178 (74.5)	178 (73.6)	190 (62.4)
2021年	110 (38.5)	121 (50.3)	182 (63.6)	136 (55.2)	81 (30.5)	109 (43.0)	158 (58.2)	103 (36.8)	107 (43.6)	176 (73.5)	187 (77.2)	229 (75.3)
2022年	146 (51.1)	113 (46.8)	174 (60.9)	164 (66.3)	185 (69.3)	176 (69.5)	184 (67.8)	172 (61.3)	166 (67.5)	—	—	—

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

*数値は速報値 資料：九州経済産業局

表 11 福岡市民の「食料」支出額

円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	72,146 (100.0)	70,494 (100.0)	78,584 (100.0)	73,479 (100.0)	79,123 (100.0)	76,636 (100.0)	82,700 (100.0)	84,587 (100.0)	75,695 (100.0)	78,473 (100.0)	76,333 (100.0)	98,163 (100.0)
2020年	73,693 (102.1)	72,123 (102.3)	74,691 (95.0)	67,960 (92.5)	75,365 (95.3)	80,519 (105.1)	81,902 (99.0)	86,041 (101.7)	79,711 (105.3)	78,659 (100.2)	76,510 (100.2)	96,493 (98.3)
2021年	74,260 (102.9)	73,973 (104.9)	77,316 (98.4)	72,435 (98.6)	76,408 (96.6)	70,773 (92.3)	73,685 (98.1)	79,842 (94.4)	80,465 (101.4)	79,596 (101.4)	80,129 (105.0)	106,673 (108.7)
2022年	77,093 (106.9)	73,285 (104.0)	82,576 (105.1)	76,580 (104.2)	79,636 (106.6)	74,018 (96.6)	76,171 (92.1)	78,300 (92.6)	76,911 (101.6)	81,702 (104.1)	—	—

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

資料：総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)

表 12 福岡市民の「一般外食」支出額

円	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	13,723 (100.0)	11,265 (100.0)	14,990 (100.0)	13,821 (100.0)	14,414 (100.0)	13,239 (100.0)	15,066 (100.0)	18,637 (100.0)	14,251 (100.0)	14,774 (100.0)	13,890 (100.0)	15,144 (100.0)
2020年	15,863 (115.6)	11,340 (100.7)	10,668 (71.2)	4,778 (34.6)	7,368 (51.1)	10,407 (78.6)	12,578 (83.5)	14,959 (80.3)	11,594 (81.4)	14,161 (95.9)	13,334 (96.0)	11,442 (75.6)
2021年	9,009 (65.6)	9,853 (87.5)	11,714 (78.1)	9,917 (71.8)	8,329 (57.8)	7,768 (58.7)	9,975 (66.2)	8,721 (46.8)	8,500 (59.6)	10,521 (79.4)	11,027 (79.4)	15,366 (101.5)
2022年	11,620 (84.7)	8,164 (72.5)	11,602 (77.4)	9,989 (72.3)	12,671 (87.9)	10,694 (80.8)	11,160 (61.0)	11,364 (61.0)	10,709 (59.6)	14,233 (96.3)	—	—

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

資料：総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)

〈ニューノーマルの現状〉

生活行動の重要な要素である飲食については、コロナ禍によって、内食と外食で明暗が分かれた。飲食店がコロナ禍で大きく影響を受けたのは、生活者の外食行動が大きく変化したためである。

生活者の行動のうち、最も変化が大きいのが飲食行動といえる。家庭志向が強まるなど、コロナ禍により生活者の飲食行動は様変わりしたが、外出の自粛傾向が緩む中で、今後は、外出に付随する飲食行動の回復が進む可能性はある。

2.3.2 飲酒行動

〈統計の揺らぎ〉

福岡市民の消費支出のうち、家での飲酒のための「酒類購入費」は、2020年以降増加し、外出自粛にともなう「家飲み」需要が増加し、2019年同月比最大約150%となったのに対し、飲食店の「飲酒費」は、2020年4月や2021年5月など、緊急事態宣言発出時は、特に大きく落ち込んだ（表13・14）。ただし、2022年に入り、最低水準からは脱する傾向もみられる。

表 13 福岡市民の「酒類購入」支出額

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	2,493 (100.0)	2,574 (100.0)	3,050 (100.0)	2,909 (100.0)	3,348 (100.0)	3,330 (100.0)	3,528 (100.0)	3,411 (100.0)	2,701 (100.0)	2,884 (100.0)	2,983 (100.0)	4,335 (100.0)
2020年	2,847 (114.2)	3,257 (126.5)	3,458 (113.4)	3,509 (120.6)	4,813 (143.8)	4,245 (127.5)	4,123 (116.9)	3,639 (106.7)	3,368 (124.7)	3,629 (125.8)	3,666 (122.9)	4,638 (107.0)
2021年	3,350 (134.4)	3,321 (129.0)	2,921 (95.8)	2,902 (99.7)	3,054 (91.2)	3,960 (118.9)	3,868 (109.6)	4,862 (142.5)	4,100 (151.8)	4,201 (145.7)	4,289 (143.8)	6,019 (138.8)
2022年	3,435 (137.8)	3,159 (122.7)	3,375 (110.6)	3,881 (133.4)	3,784 (113.0)	3,718 (111.7)	3,208 (90.9)	4,025 (118.0)	4,021 (148.9)	3,038 (105.3)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%) 資料:総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)

表 14 福岡市民の「飲酒」支出額

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	1,876 (100.0)	1,069 (100.0)	1,972 (100.0)	1,507 (100.0)	1,571 (100.0)	1,594 (100.0)	1,634 (100.0)	2,227 (100.0)	1,812 (100.0)	1,857 (100.0)	1,518 (100.0)	3,035 (100.0)
2020年	3,038 (161.9)	1,623 (151.8)	994 (50.4)	113 (7.5)	659 (42.0)	1,409 (88.4)	1,204 (73.7)	1,237 (55.5)	1,025 (56.6)	1,202 (64.7)	1,034 (68.1)	416 (13.7)
2021年	211 (11.2)	898 (84.0)	1,975 (100.2)	296 (19.6)	64 (4.1)	266 (16.7)	242 (14.8)	123 (5.5)	17 (0.9)	790 (42.5)	588 (38.7)	2,003 (66.0)
2022年	1,149 (61.2)	62 (5.8)	747 (37.9)	636 (42.2)	929 (59.1)	567 (35.6)	546 (33.4)	353 (15.8)	407 (22.5)	1,070 (57.6)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%) 資料:総務省「家計調査」(福岡市・2人以上世帯平均月額)

〈ニューノーマルの現状〉

飲食行動の中でも、特に影響を受けたのは飲食店での飲酒で、コロナ禍による行動変化が顕著に表れた。飲酒は、家庭で飲むいわゆる「家飲み」と、飲食店で楽しむ飲酒があるが、ここでも、家庭志向の高まりの影響がみられる。

社会全体がコロナ禍で外出自粛を求める中で、生活者は、早く帰宅しようという意識が強まったことで、飲酒行動から遠ざかる人が増えた。前述の通り、生活者が、外出の用件を選択する傾向が強まり(2-1項)、飲酒行動の優先度は相対的に低下したと考えられる。飲酒は、基本は夕方以降の行動であり、飲酒のためだけに外出する人が減少し、飲酒は、より特別な行動となったと考えられる。

ただし、2022年に入り、緊急事態宣言発出や飲食店営業自粛がない中で、感染が拡大しても、飲食店での飲酒を自粛する人は、以前ほどは多くはない。今なお影響は残るものの、外出の自粛傾向が緩む中で、飲酒行動をする人は徐々に増えつつあり、特別な行動から、徐々に日常的な行動へと戻りつつある。

外食や飲食店での飲酒は、それ自体の目的に加え、買物などその他の用件での外出機会が増えるほど、それに付随して飲酒する人も増えるとみられる。

コラム 感染拡大と飲酒行動 -AI による人流解析-

飲食店での感染拡大と飲酒行動の減少は、消費面からも一定の相関がみられたが、影響度は、当初と比較すると徐々に薄れつつある。

九州大学と公益財団法人九州先端科学技術研究所が、AIカメラによる人流の軌跡の検出とその属性(性別・年代)解析による福岡市繁華街の人流調査のデータから、2022年の新型コロナウイルス感染拡大時の「飲みに行く人」の行動変化をみる⁽⁸⁾。

ここでは、都心部の調査地点のうち、国体道路の天神から中洲に架かる「春吉橋」カメラデータを使用した。春吉橋を渡った中洲地区は、飲酒を行う店が多い歓楽街であり、「飲みに行く人」が多い場所である。データにみる通行量も、18時以降、30代以上の割合が多いことから、当該地点の通行量は、飲酒行動中心であることが推察される(図3)。データ収集は今も続いているが、調査が開始された2022年3月末から8月中旬までのデータを使用した。

この期間の福岡市の新規感染者数の推移と、週ごとの通行量の変化を重ねてみると、7月の第7波前は、週の通行量は25,000人前後で安定して推移していたが、感染が爆発した7月18日週には2万人以下とやや減少した(図4)。感染拡大に対する飲酒行動の自粛傾向と読み取れるが、爆発的な拡大に対し、減少幅は小さく、飲酒行動をしたと思われる人の数は、2万人程度と一定水準で留まっている(8月15日週の減少はお盆休みによる影響とみられる)。

緊急事態宣言の発出がなく、宣言にともなう飲食店への自粛要請のない2022年では、2020年、2021年宣言発出時と比較して、飲酒行動を自粛する人は少なかったと考えられる。宣言発出がなかったことに加え、生活者自身も、飲酒行動への不安や抵抗感が低下している可能性もある。

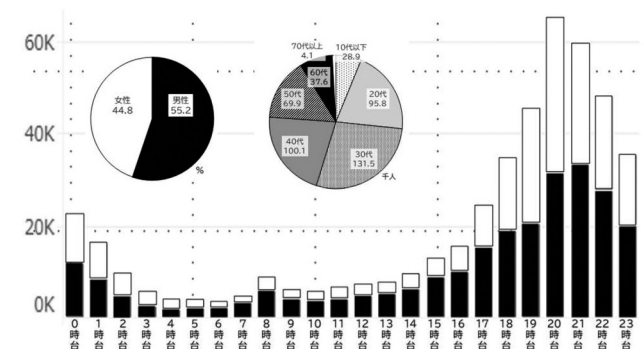


図3 「春吉橋」時間帯別通行量
出所:九州大学・ISIT「ICT等を活用した賑わい分析の実証実験」データ、福岡市感染者数より筆者作成

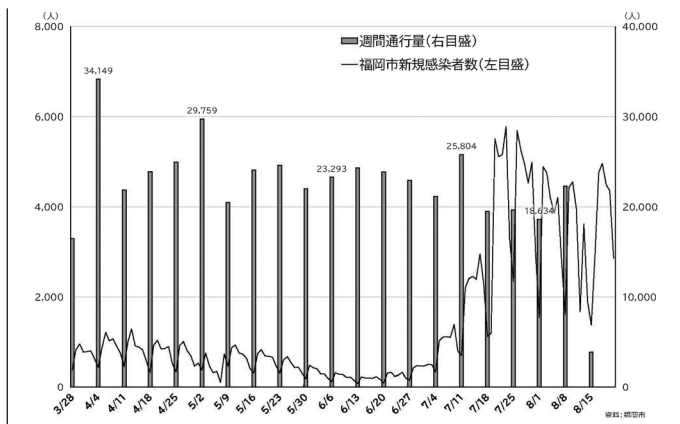


図4 「春吉橋」週間通行量と福岡市新規感染者数
出所：九州大学・ISIT「ICT等を活用した賑わい分析の実証実験」データ、福岡市感染者数より筆者作成

2.4 仕事・働き方

〈統計の揺らぎ〉

生活者の仕事や通勤にかかる活動の状況は、前述の通り、地下鉄天神駅の定期乗降客が、2019年同月比8割以上となるなど、大きな落ち込みのないまま、一定の水準を維持しているものの、2019年水準には完全には戻り切れないままである。

これは、都心部などに通勤する従業者が、コロナ禍を経て、テレワークなどに移行したことなども要因として考えられる。地方圏におけるテレワーク実施率は、2019年の8.1%から2020年初の緊急事態宣言発出直後の2020年5月には19.1%と急上昇し、その後一時的に低下したものの、2021年以降は20%あまりで推移している（図5）。2020年5月の上昇は、明らかに緊急事態宣言発出による外出自粛の影響を示しており、一気にテレワーク導入が進んだが、その後一旦落ち込み、やや上昇した後、2021年以降、これ以上上昇する兆候はみられず、2022年に入ると、逆に低下する傾向も見せ始めている。東京23区においても、テレワーク実施率は50%前後で頭打ちとなり、やや低下傾向も見え始めるなど、テレワークを見直す動きももうかがえる。

このテレワーク実施率調査が「就業者」=仕事をする生活者が調査対象であるのに対し、「企業」対象調査では、やや状況は異なる。総務省「通信利用動向調査（2021年8月）」での「九州・沖縄」地区企業の「テレワークを実施している」割合は41.7%で、東京を含む「南関東」地区の64.3%と比較する

と低いものの、前述の「就業者」割合よりも高い割合を示している。2019年調査の「九州・沖縄」地区の13.1%からは、3倍以上の伸びであり、「企業」ではコロナ禍を経て、テレワーク導入は確実に進んでいることを示す（表15）。

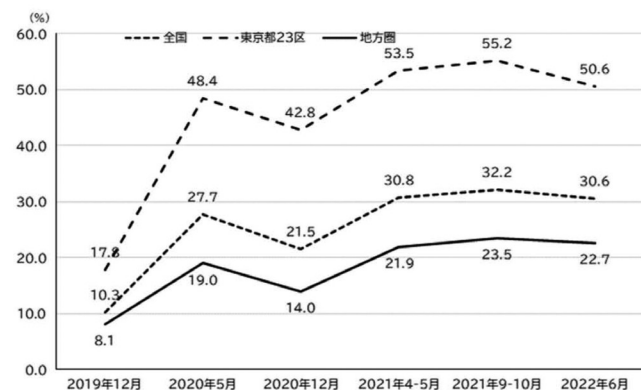


図5 地域別テレワーク実施率の推移（就業者）
出所：内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

表15 企業のテレワーク導入状況（2021年）

	導入している (%)	在宅勤務	勤務テレワーク （テレワーク・オフィス）	モバイルワーク	今導入していないが、導入予定がある	な具導入していないが、導入予定もない
南関東	64.3	60.1	11.4	21.4	3	32.4
九州・沖縄 (2019年)	41.7 (13.1)	37.2 (6.3)	8 (2.0)	10.9 (6.7)	6.5 (9.9)	51.9 (76.7)

総務省「令和3年通信利用動向調査」

〈ニューノーマルの現状〉

2020年に、テレワークの導入が一気に進んだが、その後はさらなる導入拡大には至らず、現状では、あくまでも、「コロナ禍前と比較して導入が進んだ状態」ととどまる。地方圏でのテレワークの導入は一段落し、今後は、現在の利用率20%強が、一つの基準となるとみられる。

企業のテレワーク環境や通勤の状況など、背景が異なるため単純には比較できないが、約50%と高い実施率の東京23区と比較すると、地方圏は半分以下の水準で、コロナ禍前から実施率の差はより開く結果となった。

福岡市地下鉄の「定期」乗降客数が、8割前後で安定して推移していることから、オフィスに出勤する人はやや減るのみで、一部の人がテレワークを実践する今の状況が続くとみられる。一方で、「企業」のテレワークを受け入れる環境は進んでいることから、企業の導入促進や生活者の意識の変化によっては、就業者のテレワーク実施拡大の余地は残る。生活者にとっては、働き方の選択肢が充実しつつある状況になったとみることが適当であろう。

2.5 旅行・長距離移動

〈統計の揺らぎ〉

福岡空港利用者は、国内線は、2020年4月5月は2019年同月比1割程度まで減少するなど大きく影響を受けたが、2021年は同4割程度まで持ち直し、その後は徐々に回復しながら、2022年に入るとさらに増加傾向が顕著となり、2022年夏以降の第7波時にも同8割程度まで回復するなど、利用者は増加傾向にある（表16）。

国際線は、渡航制限の緩和や相手国の状況等により、ゼロに近い状況は脱しつつあるが、国内線と比較して、回復は大きく遅れている（表17）。

一方、観光客等を受け入れる福岡市の宿泊施設客室稼働率は、2020年5月には10%以下まで落ち込み、大きな影響を受けたが、その後、回復速度は遅いものの、着実に改善しつつあり、2022年の7月には、第7波渦中にも関わらず、2019年比7割近くまで回復している（表18）。

表 16 福岡空港「国内線」旅客数

千人	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	1,430 (100.0)	1,412 (101.0)	1,628 (102.0)	1,425 (103.0)	1,519 (104.0)	1,438 (105.0)	1,524 (106.0)	1,628 (107.0)	1,524 (108.0)	1,566 (109.0)	1,633 (110.0)	1,553 (111.0)
2020年	1,496 (104.6)	1,395 (98.8)	864 (53.1)	181 (12.7)	142 (9.4)	357 (24.8)	548 (36.0)	522 (32.1)	588 (38.6)	803 (51.3)	986 (60.4)	823 (53.0)
2021年	408 (28.5)	372 (26.3)	756 (46.4)	675 (47.4)	494 (32.5)	505 (35.1)	724 (47.5)	720 (44.2)	561 (36.8)	887 (56.6)	1,121 (66.6)	1,233 (79.4)
2022年	881 (61.6)	590 (41.8)	1,051 (64.5)	1,045 (73.3)	1,136 (74.8)	1,083 (75.3)	1,206 (79.1)	1,306 (80.2)	1,163 (76.3)	1,429 (91.3)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

*数値は速報値 資料:大阪航空局利用実績速報

表 17 福岡空港「国際線」旅客数

千人	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	593 (100.0)	558 (101.0)	646 (102.0)	585 (103.0)	564 (104.0)	557 (105.0)	532 (106.0)	507 (107.0)	417 (108.0)	462 (109.0)	463 (110.0)	514 (111.0)
2020年	505 (85.2)	315 (56.5)	47.4 (7.3)	0.3 (0.1)	0.4 (0.1)	0.8 (0.1)	0.8 (0.2)	0.9 (0.2)	0.7 (0.2)	1.1 (0.2)	2.0 (0.4)	4.3 (0.8)
2021年	3.3 (0.6)	1.4 (0.2)	1.5 (0.2)	1.6 (0.3)	1.2 (0.2)	1.5 (0.3)	1.5 (0.3)	1.3 (0.3)	1.6 (0.4)	1.8 (0.4)	2.4 (0.5)	2.9 (0.6)
2022年	2.5 (0.4)	2.8 (0.5)	5.1 (0.8)	10.3 (1.8)	11.9 (2.1)	13.7 (2.5)	28.0 (5.3)	40.7 (8.0)	39.6 (9.5)	116.4 (25.2)	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

*数値は速報値 資料:大阪航空局利用実績速報

表 18 福岡市宿泊施設客室稼働率

%	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2019年	74.3 (100.0)	82.7 (100.0)	83.8 (100.0)	81.1 (100.0)	79.4 (100.0)	81.9 (100.0)	79.3 (100.0)	79.9 (100.0)	74.4 (100.0)	78.7 (100.0)	82.6 (100.0)	76.9 (100.0)
2020年	69.4 (93.4)	68.1 (82.3)	35.5 (42.4)	11.2 (13.8)	7.8 (9.8)	18.0 (22.0)	25.5 (32.2)	22.0 (27.5)	30.9 (41.5)	38.1 (48.4)	49.2 (59.6)	40.8 (53.1)
2021年	20.5 (27.6)	25.2 (30.5)	35.5 (42.4)	34.9 (43.0)	22.2 (28.0)	24.5 (29.9)	35.5 (44.8)	28.7 (35.9)	26.5 (35.6)	42.6 (54.1)	51.3 (62.1)	55.3 (71.9)
2022年	35.7 (48.0)	33.1 (40.0)	41.8 (49.9)	48.8 (60.2)	45.7 (57.6)	47.6 (58.1)	52.5 (66.2)	53.6 (67.1)	55.3 (74.3)	-	-	-

下段()は2019年同月を100とした割合(%)

*数値は速報値 資料:宿泊旅行統計調査(観光庁)

〈ニューノーマルの現状〉

生活者は、コロナ禍において、日常的な外出を控えてきたが、海外旅行をはじめ、長距離の移動を伴う移動も自粛を余儀なくされた。長らく旅行や帰省などが自粛されてきたが、生活者の旅行に対する意欲が高まる中で、2022年夏には、第7波の感染拡大に関わらず、長距離移動する人は増加した。子どもの夏休みという要素も含まれるが、2021年までは同時期でも5割以下の水準だったことから、生活者の旅行に対する抵抗感が低減したことを示している。緊急事態宣言発出のない中で、感染拡大が、旅行欲を抑える理由とはなりにくくなっている。

生活者の旅行に対する意識は、コロナ禍前に戻りつつあるといえるが、感染の回避や予防は、各交通事業者等の対応が進んだことに加え、生活者が、生活圏でも旅行先でも、対応は大きく変わらないことを理解し、これまで得た知識や経験から、外出への不安が払拭されてきたことも要因と考えられる。

加えて、2022年10月に開始された全国旅行支援⁽⁹⁾などの旅行推奨施策や、一部海外へのビザなし渡航の再開など、国内外への旅行者は、今後も増加傾向が続くとみられる。

一方、インバウンドの状況は、福岡空港国際線利用者数は、国内線と比較して、回復は大きく遅れているが、2022年10月には、政府による入国規制の緩和により68か国・地域対象のビザなし入国が再開されたこと⁽⁹⁾、既に韓国から福岡市への観光客も大幅増加しており、今度は、国際線旅客数も急回復する可能性がある⁽¹⁰⁾。

コロナ禍前に、インバウンドの中心であった中国からの観光客は、当該国の政策などにより、完全には戻っていないが、韓国をはじめ、多くの国で海外旅行の完全な解禁が進み、既にまちなかでは、韓国人観光客らが多数戻るなど、今後は、さらに回復が

加速する可能性がある⁽¹¹⁾。

3. 考察

3.1 社会の揺らぎと揺り戻し

-“ファースト・インパクト”を超える揺らぎなし-

福岡市の生活者の新型コロナウイルス感染拡大の影響は、2020年以降の統計値からみられる通り、多くは最初の緊急事態宣言発出時に最も数値が変化し、“ファースト・インパクト”が最大であった。

国内初の緊急事態宣言発出により、折からの外出自粛の意識は徹底され、結果、外出に関連する地下鉄乗降客数や福岡空港旅客数、百貨店売上高など、生活者の不要不急の外出減少による影響が顕著にみられた。それほど、未知のウイルスに対する生活者の不安が大きく、外出をとまなう生活行動を一変させるインパクトであったことがわかる。

その後、感染者数は増減を繰り返す度に新規感染者数が増加する傾向が続いているが、統計値にみる影響度は、必ずしもこれに比例しない。毎回、過去最大の感染者数を更新しても、統計値自体は、小さな揺らぎはあるものの、緩やかにコロナ禍前の水準に戻る動きをみせている。

統計値が、大きな揺れの後の余震のような、比較的小さな揺れを繰り返しつつ、徐々に以前の水準に近付いている状況は、社会の対応力が徐々に高まった結果でもある。企業をはじめとした社会におけるさまざまな感染対策が、徐々に充実したことによるのは言うまでもないが、生活者もまた、この3年の経験から、学び、得た知識や工夫によって、感染症への回避や予防という対応力を高めながら、Withコロナ時代の生活行動を模索してきた結果ともいえる。

新型コロナウイルス感染拡大に関しては、よほど大きなウイルスの変異か、それに伴う強力な行動制限に関する要請の発出がない限りは、“ファースト・インパクト”を超える統計の揺らぎが起こることはないであろう。

「統計データから見るパンデミックと都市基盤」では、今回のパンデミックにおける行政と市民の信頼関係の醸成やITを活用した都市基盤の強化の重要性が示されたが、これらに加え、生活者の経験と

知識の積み重ねが、社会変化を揺り戻す原動力となることが示された。未知のウイルスに対する既知の領域が増えたことで、生活者が自律した行動がとれるようになり、新しい生活行動、生活様式を実践してきた。

一方、統計値の揺り戻しは、2022年10月現在、完全にコロナ禍前水準に回復しないままのものも多い。完全に戻り切らない現状は、コロナ禍前とは異なる社会の姿、すなわち「ニューノーマル」の姿でもある。

3.2 変化した福岡市の生活者意識

-むしろ高まった生活満足度-

「福岡市政に関する意識調査」(福岡市)の、個人の主観に関わる「住みやすさ」評価や「生活満足度」評価の変化から、福岡市民の意識の変化をみることができる。

コロナ禍では、生活者の多くが、経験したのではない混乱の中で、さまざまな困難や不安に直面した。一方で、同調査にみる福岡市民の住みやすさや生活満足度は、コロナ禍の影響を受けても低下せず(図6)、むしろ生活満足度は高まる結果となった(表19)。

満足度評価の分野別には、2022年は、「物価」を除く全ての項目でコロナ禍前(2019年)から評価を上げている。特に2019年から2020年に、評価を大きく伸ばしている項目が多いのが注目される。2020年の調査実施時期は7-8月で、“ファースト・インパクト”直後にあたるが、特に評価を上げたのは「福祉」で、市民の安全・安心に深く関わる項目の評価が高くなったのは、大きな社会不安に対して、市の福祉施策や取組みが、より注目された可能性がある。「住宅事情」の上昇は、まさに外出自粛で、在宅時間が増えた直後であり、巣ごもり需要など、生活環境の充実に目を向けた時期でもあり、改めて自身の住宅環境に、高い満足度を実感したことが推察される。「市民マナー」も大きく上昇しており、感染拡大を防ぐ市民一人ひとりの努力やマナー、エチケットへの関心の高まりから、相互の信頼感や評価が高まったとみることができる。

その後も満足度の数値が落ちていないことは、

With コロナ時代の、生活者意識の変化した姿ともいえる。

生活満足度の上昇傾向は、3年毎に実施される「生活者1万人アンケート調査」(NRI)でも、コロナ禍後初の調査となった2021年の生活満足度が、過去最高を記録し、「生活満足度の上昇は、平穏であることのありがたみを再認識し、ウィズ・コロナの新しい生活様式にも充実感を見出している」と指摘している⁽⁷⁾。

一般的には、不安と満足度は反比例すると考えるのが自然であるが、福岡市民の、2019年から2020年にかけての生活満足度の上昇は、社会不安の中で、外出を控え、家での時間の充実を図るなど、生活者が、より自分自身や、家庭、家族とのつながりを重視するようになったことで、安心の拠りどころとして、生活への関心が高まり、満足感を得る人が増えたと考えられる。

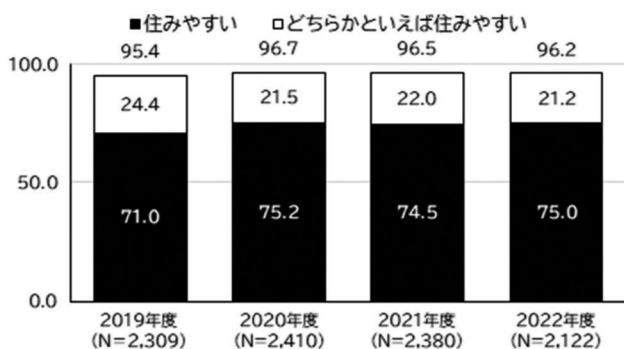


図6 福岡市民の「住みやすさ」評価

出所：福岡市「市政に関する意識調査」

表19 福岡市民の生活満足度変化

	2019年度 (N=2,309)	2020年度 (N=2,410)	2021年度 (N=2,380)	2022年度 (N=2,122)	2019-2020増減	2022/2019 (%)
自然環境の豊かさ	78.5	84.4	84.9	84.5	5.9	107.6
生宅事情	69.0	76.5	75.5	74.1	7.5	107.4
交通の便	71.7	78.4	78.2	78.0	6.7	108.8
買い物の便利さ	82.5	87.8	88.4	89.9	5.3	109.0
物価の安さ	68.9	72.0	72.2	64.2	3.1	93.2
新鮮でおいしい食べ物豊富さ	87.1	90.5	90.8	91.3	3.4	104.8
芸術・文化水準	62.4	65.3	63.4	67.5	2.9	108.2
教育環境	55.5	61.3	62.0	61.7	5.8	111.2
子育てのしやすさ	49.8	54.6	56.2	54.8	4.8	110.0
就業機会の多さ	45.4	48.8	50.6	49.0	3.4	107.9
医療機関の充実	75.1	78.3	79.8	80.7	3.2	107.5
福祉の充実	44.8	53.0	53.8	52.7	8.2	117.6
人の親切や人情味	73.7	76.0	77.0	77.6	2.3	105.3
地域住民の連帯感の強さ	49.2	51.6	51.9	51.9	2.4	105.5
自然災害の少なさ	72.5	71.7	77.0	76.1	▲0.8	105.0
犯罪の少なさ	36.5	41.0	40.7	41.6	4.5	114.0
市民のマナー	40.8	47.7	46.3	47.4	6.9	116.2
レジャー・レクリエーション施設の充実	49.2	54.3	52.1	56.9	5.1	115.7

出所：「市政に関する意識調査(福岡市)」から筆者作成
▲は5ポイント以上上昇

4. 終わりに

コロナ禍は、生活者に、自身のこれまでの行動や考え方を見つめ直す機会となった。本稿で紹介したさまざまな統計は、この3年の福岡市の生活者、そして社会の変化を示している。

福岡市の生活者が、With コロナの変化を受け止め、経験と学習により不安と共存しながら、これまでの生活慣習、“当たり前”を見直し、改めて行動を選択した結果として、より自身の生活の充実を重視するようになり、結果的に福岡市民の生活満足度は上昇した。

このことは、個人の幸福や満足感を重視する“ウェルビーイング”³⁾な社会の到来とも符合する。

社会不安とウェルビーイングの明確な相関関係は不明だが、生活者が、不安を乗り越える中で、より自身の幸福や満足感に意識を向けるようになったとみることができる。

コロナ禍を経た「ニューノーマル」は、3年間の大小の揺らぎの結果たどり着きつつある、人々がより自身の幸福や満足を重視して、自ら考え選択し、行動する社会の姿である。

注釈

- 1) 2022年11月30日現在で入手できる統計月次値のため、項目により最新月は異なる。
- 2) 困難や脅威に直面している状況に対して、適応していくこと。またはその能力。
- 3) 肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること(日本WHO協会仮訳)。

資料・出所

- 1) 福岡市：福岡市・新型コロナウイルス新規感染者数
(https://www.city.fukuoka.lg.jp/hofuku/coronataisaku/health/jirei/cohs_.html, 2022年11月末日現在)
- 2) 安浦寛人・畠山尚久：統計データから見るパンデミックと都市基盤-COVID19の例から学ぶこと-, (公財)福岡アジア都市研究所,2022

- (3) 内閣官房: ニューノーマル時代の IT の活用に関する懇談会
(https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/new_normal_it/dail/gijisidai.html, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (4) Schoo for Business: ニューノーマルとは?
(<https://schoo.jp/biz/column/616>, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (5) 厚生労働省: 新型コロナウイルスを想定した「新しい生活様式」(https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_newlifestyle.html, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (6) ヒットモール・アイテック阪急阪神(株): コロナ禍で変わる百貨店 EC、デジタルシフトが加速 (<https://www.hit-mall.jp/blog/build/column-038.html>, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (7) NRI JOURNAL: 日本人の価値観・消費行動はコロナ禍でどう変化したのか
自分が気に入った付加価値に価値を払う「プレミアム消費」スタイルが 21 年に 24% に増加
「現状の生活にどの程度満足しているか」の質問に「満足している」「まあ満足している」と回答した人の合計は 78% で調査開始以来最高値 (<https://www.nri.com/jp/journal/2022/0114>, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (8) 九州大学: 福岡市繁華街における「ICT 等を活用した賑わい分析」の実証実験を開始 (https://www.kyushu-u.ac.jp/f/47349/22_03_30_02.pdf, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (9) 観光庁: 全国旅行支援
(https://www.mlit.go.jp/kankocho/page06_000261.html, 2022 年 10 月 31 日確認)
- (10) 外務省: ビザ免除国・地域 (<https://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/tanki/novisa.html>)
- (11) RKB オンライン: 「韓国→日本旅行」5.3 倍に急伸～安くて近い“福岡”が東京・大阪を上回る (<https://rkb.jp/news-rkb/202210113384/>)

イノベーション・ラボイノベーション・アーキテクト・九州大学システム LSI 研究センター准教授には、「福岡市繁華街における ICT 等を活用した賑わい分析」(九州大学)の実証実験の貴重なデータを提供いただき、深く感謝申し上げます。

公益財団法人福岡アジア都市研究所安浦寛人理事長には、「統計データから見るパンデミックと都市基盤 -COVID19 の例から学ぶこと」(2022)での共著に続き、本研究の視点及びコンセプトに対して大変示唆に富む助言をいただき、深く感謝申し上げます。

謝辞

公益財団法人九州先端技術研究所高野茂オープン

ウェルビーイングの政策的構造に関する考察

菊澤 育代 *KIKUSAWA Ikuyo*

(公財)福岡アジア都市研究所 研究主査

■要旨：ウェルビーイングを都市の新たな指標として利用する動きが進みつつある。しかし、ウェルビーイング指標を政策的に展開するノウハウや施策の効果に関する検討は進んでいない。そこで、本稿では、関連研究を政策的な構造に整理することでウェルビーイングの政策的展開の一助となることを目的とする。結果、ウェルビーイングの1) 概念、2) 計測・現状把握、3) 規定因、4) 効果の4つの研究分野のうち、政策的な展開には1) - 3)を一連のプロセスとして捉え、相互に行き来する必要性が認められた。

■キーワード：主観的ウェルビーイング、都市の指標、ウェルビーイングの政策的適用、持続的ウェルビーイング

1. はじめに

古来より、ウェルビーイング (well-being) あるいは幸福 (happiness) は、人間行動における最高の善であり究極の動機であると哲学者らの間で捉えられてきた⁽¹⁾。哲学・思想・宗教などの分野を中心に、幸福とは何かといった幸福の概念そのものについての議論が盛んに行われ、のちに、心理学、組織開発、健康、教育、経済学など科学的なアプローチに広がってきた⁽²⁾。

2000年代に入ると、ウェルビーイングを政策評価に取り込む動きが見られるようになる。

最も知られる事例としては、ブータンが、GDPに変わる国の発展を測る指標として「国民総幸福度指標 (GNH, Gross National Happiness)」を導入したことがある。2005年から指標策定の研究が始まり、2008年の採択以降、試行錯誤を繰り返しつつ調査が実施されている⁽³⁾。

2008年には、フランスのサルコジ大統領 (当時) の諮問によって、「経済パフォーマンスと社会の進歩の測定に関する委員会 (CMEPSP)」が設立され、委員長を務めた Stiglitz やアドバイザーの Sen らが

2010年「GDPに代わる指標」に関する報告書を刊行した。同様に、英国のキャメロン首相 (当時) は、2010年、国家ウェルビーイングプログラムを設立し、経済の成長だけではなく生活の向上によって、生活水準だけではなく生活の質によって国の発展を測ることを表明した⁽⁴⁾。

さらに、経済協力開発機構 (OECD) は、2011年に「より良い暮らし指標 (BLI, Better Life Index)」を開始し、ウェルビーイング指標の分析・公表を行うなど⁽⁵⁾、政策的な活用を後押ししている。

都市レベルにおいてもウェルビーイングを政策に取り入れる試みが進んでいる。オランダ・アムステルダムでは、ドーナツ経済が提唱され、社会的および生態学的なウェルビーイングのバランスをとる持続可能な開発のための視覚的なフレームワークが提示された。

国内では、荒川区「荒川区民総幸福度 (GAH)」(2012) や熊本県「熊本総幸福量 (AKH)」(2012) が他都市に先駆けて、ウェルビーイングの政策的適用を進めている。

内閣府の「経済財政運営と改革の基本方針 2021

(2021年6月)」では、「政府の各種の基本計画等について、Well-beingに関するKPIを設定する」ことが閣議決定され、政策指標としてのウェルビーイングの全国的な展開も見えてきた⁽⁶⁾。

一方で、ウェルビーイングには確立された定義が存在せず、包括的な概念であることも手伝って、一般に理解が進んでいるとは言えない。また、国・自治体レベルでウェルビーイングの政策的適用が進んできたとは言え、KPIの設定や政策形成の過程など、主観的ウェルビーイングを実態として政策に活用するための体系的な知見の蓄積が見られていない⁽⁷⁾。さらに近年の科学的知見の蓄積により、ウェルビーイングの評価尺度に新たな考えが加わるなど、政策的な展開には社会のダイナミズムを踏まえた検討が必要となる。

こうした背景から、本稿では、ウェルビーイングの概念について考察するとともに、関連研究を体系的に整理し、政策として展開するためのフレームワークを提示することを目的とする。

2. ウェルビーイングとはなにか

2.1. ウェルビーイングの定義

ウェルビーイングは、単に「幸せ」と同義とみなされることが多いが、必ずしもそれだけにとどまらない(後述)。英語で Well-being と表記されるとおり、「良く在る・居る状態」と捉えることで多義的な概念を理解する必要がある。1946年の世界保健機関(WHO)の設立に際し、「健康」が「身体的、精神的、社会的に良好な状態(Well-being)であり、単に疾病や病弱の存在しないことではない」と定義されたことにより、ウェルビーイングという言葉の認知が広がったとされる⁽⁷⁾。

ウェルビーイングは、「景気」や「天気」などと同じく、状態やメカニズムを説明するために人為的に構成された要素からなる「構成概念」として説明される⁽⁸⁾。このため、どの要素を持ってウェルビーイングを捉えるかについては諸説あり、ここでは、代表的なウェルビーイングの定義を整理することで、概念の理解を深めていきたい。

主観的ウェルビーイング(後述)に関する研究に

おいては、特に精神的ウェルビーイングについての議論が多く見られる。1980年代から主観的ウェルビーイング研究に多大な影響を与えてきたDienerは、人生におけるポジティブな感情とネガティブな感情の比率によって理解される快楽的要素と、生活満足度によって主観的ウェルビーイングを把握できるとした⁽⁹⁾。

Dienerに代表される快楽的幸福論に対し、Ryff(1989)は、精神的ウェルビーイングを「人生全般にわたるポジティブな心理的機能」と位置づけ、個人としての成長、人生における目的、自律性、環境制御力、自己受容および他者との良好な関係の6次元で構成されるとした⁽¹⁰⁾。

さらに、Huppert(2009)は、これらポジティブな感情と個人の能力・機能性の両者を組み合わせた10の特徴をウェルビーイングの構成要因とした。10の特徴とは、有能感、情緒的安定、没頭、意義、楽観性、ポジティブ感情、良好な人間関係、心理的抵抗力・回復力、自尊心、活力であり、うつ病や不安の反対の状態を定義することによって特定されている⁽¹¹⁾。

表1 ウェルビーイングの構成要素

対象		要素
個人	身体	健康状態
	精神	ポジティブな感情の多さと不快な状態の回避(Hedonism)
	生活	人生の意味や意義につながる持続的な幸福(Eudaimonism)
社会・場	経済状況、住環境、仕事など	社会的つながりなど、自分と周囲の相互依存的な幸せ

これらのウェルビーイングの定義を整理すると、身体、精神、社会、生活における良好な状態と捉えることができる(表1)。精神的ウェルビーイングは、ポジティブな感情と不快な状態の回避からなる快楽的要素(Hedonism)と、人生の意味や自己実現など人が機能している程度で幸福を定義するユーダイモニズム(Eudaimonism)の2つに分けられる⁽¹²⁾。

さらに、身体・精神・生活は、個人に付随するのに対し、社会・場は、自分と他者との関係の中に存

在すると捉えられる。内田は、ウェルビーイングをより包括的で、個人および個人を取り巻く「場」も含めた持続的な良き状態であると捉える⁽¹³⁾。これらの構成要素が総合的にポジティブな評価にある場合、ウェルビーイングな状態にあると考えられる。

2.2. 主観と客観

ウェルビーイングの測定には、主観的指標と客観的指標が存在する。従来、経済的な豊かさを示すGDPはウェルビーイングを反映する指標として認識されてきた。しかし、GDPの上昇が幸福感や生活満足度に結びついていないことが指摘されるようになり（図1）、客観データで捉えきれない側面を主観的指標が表しているのではないかと議論がなされるようになった。

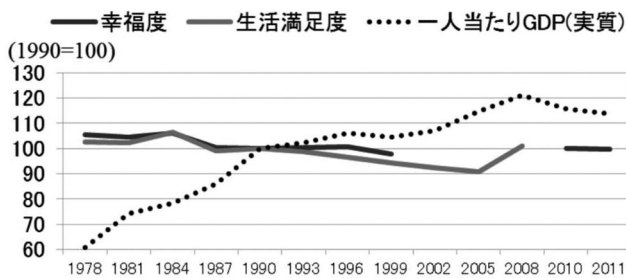


図1 日本における幸福度とGDPの推移⁽¹⁴⁾

また、これまで非科学的な概念とされてきた「幸福」が、ポジティブ心理学（何が幸せに影響を与えているかを追求する学問分野）を始め、科学的なエビデンスとともに議論されるようになり、幸福度の指標化や政策的展開の可能性が生まれてきた⁽¹⁵⁾。そのため、政策決定のプロセスにウェルビーイングや関連の主観指標を使用することが学術的にも後押しされるようになった⁽¹⁶⁾。

主観的ウェルビーイングでは、どの要素が人生のウェルビーイングに寄与するかは、試験者ではなく、回答者によって決定される⁽¹⁷⁾。つまり、人が何をもちて良い人生と考えるかについて回答者の判断に頼ることで、試験者側の先入観を取り除くことができる⁽¹⁸⁾。

このことは、政策評価において新たな意味を投げかける。特定の施策に対して、取り組み自体の進捗や達成度のみならず、その取り組みが個々人の課題にアプローチできているかどうか、個々人にとって

のその課題は優先度の高いものであるかを主観的な評価によって確認するプロセスが加わるからである。

2.3. 幸福とウェルビーイング

ウェルビーイングは、生活満足度と同義と捉えられることが多く、事実、統計分析にて生活満足度と密接な関係にあることが示されている。内閣府の「満足度・生活の質に関する調査報告書2022」においても、主観的ウェルビーイングの代表的な指標として生活満足度が用いられている⁽¹⁹⁾。ただし、上述のように、ウェルビーイングは、個々人が定義し、状態を評価するという特性上、個々の価値観が大きく影響することに留意する必要がある。

ポジティブ心理学を創設したSeligmanは、ウェルビーイング概念の変化を捉え、従来の幸福論(happiness)とウェルビーイング理論の違いを次のように整理する⁽²⁰⁾。従来の幸福論が生活満足度を計測因子とすることに対し、ウェルビーイング理論(Seligmanの唱えるPERMA理論)では、ポジティブな感情、没頭する体験、人生の意味や意義、達成感、周囲との良好な関係という複数の因子によってウェルビーイングを計測する(表1)。

表2 セリグマンによる幸福論とウェルビーイング理論の違い

	幸福論	ウェルビーイング理論
トピック	幸福	ウェルビーイング
計測因子	生活満足度	ポジティブな感情、没頭する体験、人生の意味や意義、達成感、周囲との良好な関係
ゴール	生活満足度の向上	ポジティブな感情、没頭する体験、人生の意味や意義、達成感、周囲との良好な関係を増やすことで開花する

Inglehart(2018)もまた、幸福感と生活満足度は密接に関連しており、生活満足度の上昇と幸福度の上昇は同時に起こりやすいが、両者が主観的幸福(本稿で言う主観的ウェルビーイング)の異なる側面を反映していると指摘する⁽²¹⁾。生活満足度は、経済状況など金銭的な満足との結びつきが強く、幸福感は感情的要因との結びつきが強く確認されるという(図2)。

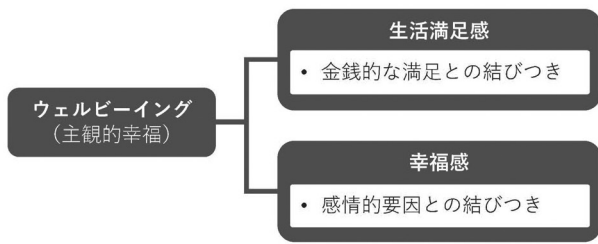


図2 イングルハートのウェルビーイング

両者を分けて考える理由は、世界価値観調査に見られる長期的に観測される価値観の変化と傾向によって説明することができる。1981年から2007年の世界価値観調査を見ると、経済発展・民主化・社会的寛容が高まるにつれ、幸福感や生活満足感が上昇したことがわかる⁽²¹⁾。発展の第1のステージとして、近代化（世俗的・合理的価値観の増大）による主観的幸福の増大傾向が見られる。しかし、一定のポイントに達すると、経済の成長が与える影響は限定的になる。そして、そのポイントを過ぎた第2のステージでは、非経済的な側面（個人の選択の自由の拡大）がウェルビーイングに与える影響が大きくなるという⁽²¹⁾。前者を経済的充足の結果としての生活満足度の向上、後者を自己認知や民主化を含めた幸福度の向上と捉えると、経済発展が一定程度進んだ国・地域では、経済的な満足度以上に選択の自由の増大が幸福感の増大につながることを示唆される。

以上の通り、生活水準の上昇など物質的な満足感と選択肢の自由などの脱物質的な満足感の両方の側面の違いを理解する必要があると言える。

3. ウェルビーイングの現状把握

3.1. 傾向分析

ウェルビーイングを政策的に導入するにあたって、まず現状を把握するための測定が重要となる。属性別の多様な特徴が見られるが、以下に代表的な傾向を示す。

年齢別では、幸福のU字型曲線と呼ばれるように、40 - 50代の働き盛りで幸福度が下がる傾向が示されている^(22,23)。また、性別による傾向を見ると、日本では、女性の方が男性より常に幸福度が高く、女性の幸福度が男性を上回る程度が世界的に非常に

高いという特徴がある⁽²⁴⁾。さらに、家族構成別では、未就学児の子どもを持つことは、幸福度に対してプラスの要因として働くが、子どもの年齢が上がるにつれてマイナスの要因として働くことが示されるなど、多様な条件の違いが幸福度に異なる影響を与えていることがわかってきている⁽²³⁾。

国別の幸福度調査では、日本のウェルビーイングが、2012年から15年までは40位台、16年以降は50位台、20年は62位、21年は56位、22年は54位と低いことが指摘される⁽²⁵⁾。この結果については、評価が低い要因が模索されるとともに、欧米を中心に開発が進んできたウェルビーイングの尺度が、日本を含むアジア地域の幸福感を正しく評価していないのではないかと疑問も投げかけられるようになっている⁽²⁾。

3.2. 単一尺度から多次元的な尺度へ

主観的評価の報告には、回答者自身に幸福度や生活満足度を評定尺度で答えてもらうアンケート調査が採用されてきた。中でも、キャントリルのはしご（Cantril Ladder）と呼ばれる0から10までの11段階評価の質問は、国連の世界幸福度調査（WHR, World Happiness Report）や米Gallup社のGallup World Pollなど多くの調査にて用いられてきた。

一方で、近年、評価尺度についての研究の進展とともに、単一尺度から多元的尺度への転換が見られている⁽²⁶⁾。従来、ウェルビーイングの計測には、客観的経済指標であるGDPや、現在の生活にどの程度満足しているかを自己評価する生活満足度、キャントリルのはしごのような主観的幸福度評価などの単一的尺度が用いられることが多かった。しかし、複雑な社会の全体像やウェルビーイングを構成する多様な要素を捉えるため、多次元的なアプローチへのシフトが求められている⁽²⁾。

3.3. 評価尺度の開発

ウェルビーイングの評価尺度には、感情的側面を測るものと認知的側面を測るものがある。感情的尺度は、一時点の感情に焦点を当て、喜びやワクワクなどのポジティブ感情と悲しみ・怒りなどのネガティブ感情の頻度のバランスによって計測される。感情的側面を計測する代表的な尺度として、

Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)がある。

認知的尺度は、自分自身や人生の状態に対する認知について質問する。認知的尺度の一つに、Dienerらによる人生満足尺度 (SWLS, Satisfaction with Life Scale) がある (表3)。人生の満足感を測る単一の尺度として捉えられ、理想と現実のギャップを捉えることで満足感を測ろうとする。様々な国・地域で実施され、その信頼性や妥当性が報告されており、新たな尺度の開発の基準として用いられることも多い⁽²⁷⁾。

表3 SWLS

- ・ ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い
- ・ 私の人生は、とてもすばらしい状態だ
- ・ 私は自分の人生に満足している
- ・ 私はこれまで自分の人生に求める大切なものを得てきた
- ・ もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう

表4 SHS

- ・ 全般的に見て私は自分のことを (非常に不幸から非常に幸福まで7段階) であると考えている
- ・ 私は自分と同年輩の人と比べて () であると考えている
- ・ 全般的に見て非常に幸福な人たちがいる。この人たちは、どんな状況の中でもそこで最良のものを見つけて人生を楽しむ人達である。あなたは、どの程度そのような特徴を持っているか
- ・ 全般的に見て、非常に不幸な人たちがいます。この人たちは、うつ状態に在るわけではないのに、はたから考えるよりも、全く幸せでは内容です。あなたはどの程度そのような特徴を持っていますか
- ・ いる

Lyubomirskyらの主観的幸福感尺度 (SHS, Subjective Happiness Scale)⁽²⁸⁾ は、認知的側面および感情的側面の両方をカバーしつつ、SWLSと同様に単一の要因からなる4項目で主観的幸福感を計測する (表4)。日本版SHSの開発に携わる島井らは、多面的尺度の場合、幸福感という主観的経験そのものと幸福感を支える要因とが混同されがちであり、これを避けるため、少数の項目からなる単一尺度の開発が必要との見解を示している⁽²⁷⁾。

WHOの主観的健康感尺度 (SUBI, Subjective Well-being Inventory) もまた多く使用される尺度の一つである。心の健康度と心の疲労度に関する11の下位尺度からなり、認知的側面と感情的側面

が含まれる (表5)。精神医療の分野で開発されたため、ストレス反応に関する質問が多いことや、心理的健康をもたらす社会的な支えについても尋ねることが特徴として挙げられる⁽²⁹⁾。

以上の尺度は、日本版の開発も進んでおり、翻訳に留まらず、日本的な要素を踏まえた調整がなされている。こうした動きに並行して、数値が高いほどウェルビーイングであると評価する西洋的な評価尺度が、日本的な価値観や幸福を正しく表していないのではないかという指摘が強まり、新たな指標の開発や項目の追加が模索されている。

表5 SUBI

心の健康度 (陽性感情)	心の疲労度 (陰性感情)
<ul style="list-style-type: none"> ・ 人生に対する前向きな気持ち ・ 達成感 ・ 自信 ・ 至福感 ・ 近親者の支え ・ 社会的な支え ・ 家族との関係 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 精神的なコントロール感 ・ 身体的不健康感 ・ 社会的つながりの不足 ・ 人生に対する失望

表6 IHS

- ・ 自分だけでなく、身近なまわりの人とも楽しい気持ちでいると思う
- ・ 周りの人に認められていると感じる
- ・ 大切な人を幸せにしていると思う
- ・ 平凡だが安定した日々を過ごしている
- ・ 大きな悩み事はない
- ・ 人に迷惑をかけずに自分のやりたいことができている
- ・ まわりの人たちと同じくらい幸せだと思う
- ・ まわりの人並みの生活は手に入れている自信がある
- ・ まわりの人たちと同じくらい、それなりにうまくいっている

一言・内田らは、個人を基本的単位とする西洋的な考えから、他者との協調の中にウェルビーイングを見出す日本的視点を含めた協調的幸福感尺度 (IHS, Interdependent Happiness Scale) を提示する (表6)⁽³⁰⁾。また、Lambertらは、生活満足度等の既存の尺度に、1) 自然との関係性、2) 困難への対処能力、3) 人生の意義、4) 生活における平穏さ、5) 生活のあらゆる側面におけるバランス、6) 親しい他者の幸せ、7) 個人の尊厳が保たれる社会、8) 自由時間の充足、9) 困難な課題への耐力・回復力 (レジリエンス) の9項目の追加を提案する⁽²⁾。

こうした動きを受け、WHR2020では、初めて「バランスと調和」に注目し、バランスの取れた人生や

平穏さ、他者への思いやりなどについての質問項目が追加された⁽³¹⁾。

このように、ウェルビーイングの評価尺度は、単一／多次元、感情的／認知的、西洋的／アジア的などの多様な次元で、対象や目的、評価の正しさなどが模索される中で発展してきていることがわかる。ウェルビーイングの計測にあたっては、こうした動向を把握しつつ、政策等における目的を明確にして、評価尺度を設定／設計していく必要がある。

また、主観的評価尺度を用いる場合、質問項目の順序やその時々、被験者の気分などが測定値に与える影響に注意する必要がある⁽¹⁸⁾。例えば、複数の大規模調査において、その日の天候が幸福度の判断に与える影響は限定的であることが確認されているが、ウェルビーイングの主観評価が直前の質問によって影響を受ける可能性は指摘される⁽¹⁸⁾。

さらに、回答を得やすい被験者と回答を得にくい被験者の間で、性別や年齢層によって主観的ウェルビーイングが異なることも指摘され、主観的評価におけるバイアスの存在に留意する必要がある。

4. ウェルビーイングをいかに実現するか

4.1. ウェルビーイングの規定因

現状把握が進み、属性等によって異なるウェルビーイング特性が明らかになると、次に検討されるのは、いかにウェルビーイングな状態を実現するかということである。

人々の主観的ウェルビーイングに影響を与える要因は、大きく、遺伝特性と環境特性に分けられる⁽¹⁸⁾。遺伝特性は、外交的な性格など、特定の人々が他の人々よりも幸せを感じやすいという性質を言う。一節では、主観的幸福感の30 - 40%が遺伝的影響に起因し、60 - 70%は環境的影響に起因するという⁽¹⁸⁾。遺伝や幼児体験に影響を受ける幸せは「変えにくい幸せ」と言われ⁽³²⁾、一方で、住居や食事、経済的豊かさなどの基本的ニーズと自治性や社会関係の充実などの心理的ニーズからなる環境特性は変えることのできる要因と考えられる⁽¹⁸⁾。

ウェルビーイングを予測する環境的要因としてよく挙げられるのは、人々の気質、収入、社会的関係

などである。なかでも、収入と主観的ウェルビーイングの関係性についての研究は最も広く行われている⁽¹⁸⁾。これは、人々の幸福を構成する基本的ニーズおよび心理的ニーズ（自律性など）の多くが収入によって一定程度確保されると考えられるからである⁽¹⁸⁾。収入は、ポジティブ感情やネガティブ感情よりも、生活満足度と強く関連していることも示唆されてきた。ただし、生活満足感への肯定的な影響は、年間収入95,000米ドル前後、感情的幸福感への影響は60,000 - 75,000米ドル前後を境に相関が見られなくなることもわかってきている⁽¹⁸⁾。これは、2.3で論じた生活水準の向上や価値観の変化に伴って、収入等の経済的因子がウェルビーイングに与える影響が弱まる可能性を示唆している。

また、影響因子には、「普遍的」なもの、「固有」のものが存在し、普遍的因子は、生活の基本的ニーズを満たす収入などであり、固有因子は、個々人の考え方や生活環境に依存する⁽¹⁸⁾。こうした指摘は、地域や目的によって有効な規定因が異なりうることや、個々人のウェルビーイングを形成する因子は個々に重要度が異なることを示唆する。つまり、政策としてウェルビーイングを促進する場合、地域特性や対象、政策の優先順位などによって考慮すべき因子が変わってくることに留意する必要がある。

4.2. ウェルビーイングを実現する行動

前向きな活動が、前向きな感情・思考・行動を促進し、健康を促進するというように、幸せは、意図的に行う何らかの行動によって高められることを多くの研究者らが明らかにしている^(33,34)。

例えば、過去24時間のうちに起こったポジティブな体験を日記に書くことで、脳がそれを追体験し、脳がよりポジティブに働くことが証明されている⁽³⁴⁾。また、人々の幸福と行動の關係に着目した矢野(2021)は、幸福度の高い人がどのような行動を取っているかを計測し、フラット(均等)、インプロバイズド(即興的)、ノンバーバル(非言語的)、イコール(平等)の4つを幸せな組織の特徴として挙げた⁽³²⁾。つまり、人とのつながりが特定の人に偏らない、5 - 10分の短い会話が高頻度で行われる、会話に身体が同調してよく動く、発言権(量)が平

等な組織は幸せな組織であるという。こうした研究結果を元に、幸福度を見える化し、向上させるテクノロジー（アプリ）の開発も進められている。

上記の通り、主観的ウェルビーイングは、個人の単位だけでなく組織単位の行動によっても向上できることが示されてきている。しかし、1.で論じたとおり、政策的にウェルビーイングに着目する国や自治体が増えてきている一方で、具体的なKPIと政策の導入により効果を発している事例は未だ乏しい⁽⁷⁾。個人の行動や組織内のコミュニケーションなどと異なり、個別の施策のウェルビーイングに対する直接的な影響を測ることが困難であることから、政策的な活用のあり方については、今後も引き続き議論を重ねる必要がある。

一方で、ウェルビーイングの規定因に関する研究は、対象別（大学生⁽³⁵⁾、高齢者⁽³⁶⁾、女性⁽³⁷⁾など）にも環境別（特定の地域、職場⁽³²⁾、共同体⁽³⁸⁾など）にもあらゆる分野で蓄積があることから、そうした規定因と結びつけて適切な施策を検討することは有意義であると考えられる。

5. ウェルビーイングがもたらす効果

ウェルビーイングが最高善と位置付けられる一方で、ウェルビーイングの実現が、さらなる効果を創出することも明らかになっている。ポジティブ心理学をリードしてきたマーティン・セリグマンは、幸福自体が目的でなく、幸福によってもたらされる効果に注目を促す⁽³⁹⁾。

高いウェルビーイングは、健康、長寿、より良い社会的関係、仕事のパフォーマンス、創造性などへの影響が明らかとなっている⁽¹⁸⁾。例えば、定期的な運動が3年寿命を伸ばすことに対し、ウェルビーイングであることは、6-7年長寿命化の効果があるという。仕事のパフォーマンスにおいて、幸福感の高い社員の創造性はそうでない人より3倍高く、生産性は31%、売上は37%高いという結果に加え、幸福度が高い社員は、欠勤率が低く、離職率も低いということが報告されている⁽⁴⁰⁾。

こうした研究結果は、ウェルビーイングを政策的に押し進める上で、市民への説得力を高めるととも

に、地域経済の活性化や市民の健康増進、医療・介護費用の抑制など、派生的な効果が期待できることを示唆している。

6. 考察

上記の議論から、ウェルビーイングに関する研究が、1) ウェルビーイングとは何であるかを示すウェルビーイングの概念・状態についての研究、2) ウェルビーイングの現状把握・計測方法、3) ウェルビーイングを規定する要因およびウェルビーイングを実現するための手法、4) ウェルビーイングによってもたらされる効果・影響の4つに大別できる。

これらを踏まえ、ウェルビーイングを政策に適用しようとする場合、1) から3) を一連のプロセスとして捉える必要がある（図3）。

まず、国や地域によってウェルビーイングの捉え方や要素が異なることから、特定の地域や対象におけるウェルビーイングを特定することが必要となる。平凡でも穏やかな日々を送ることにウェルビーイングを感じる人に対して、興奮を伴う新しい挑戦をしているかどうかを尋ねても適切に評価することはできないように、何を持ってウェルビーイングと捉えるかは様々である。対象が自治体等の場合、都市のビジョンを踏まえた定義となることも想定される。1) においては、目指すウェルビーイングに対応する指標の決定と個々の指標の重要性（重み付け）の確認が求められる。

次に、定義付けられたウェルビーイングに対し、現状の充足度・達成度を計測する（現状把握）。3.3で論じたウェルビーイング評価尺度などを用いて総合的にウェルビーイングのスコアを把握し、さらに属性やその他の特性（行動・価値観）別の分析を加えることで、より詳細に課題や講じるべき行動を明らかにする。

次に、現状調査の結果をもとに適切な対策を講じる。例えば、調査結果として、新しいことに挑戦すること（例：キャリアアップ）がウェルビーイングの重要な要素であると特定された場合、転職やスキルアップを促すしくみづくりや求職期間の生活保障などの施策が考えられる。この場合、施策の振り返

りとしては、施策自体の進捗や直接的な評価に加え、その施策が対応する主観的ウェルビーイング指標の両方から評価することが求められる。つまり、ウェルビーイングを個々の施策に反映する場合、KPIには、政策を評価する指標と主観的ウェルビーイングを評価する指標の両方が必要となる。ただし、施策の実施とその効果が顕在化する、あるいは市民が実感するまでには時間的なギャップが想定されることも考慮に入れる必要がある。

また、時代や人口動態の変化とともに、ウェルビーイングに対する価値観も変化していくことが想定される。ウェルビーイングの定義や要素ごとの重要度の変化にも留意しつつ、計測・評価を行っていくことが重要であろう。

7. まとめ

善い人生とはどのようなものであるか（あるべきか）という古典的な議論は、ウェルビーイングに関する研究の深まりとともに、人々がそれぞれの人生を意義深く価値があると“主観的に”捉えるためにはどのような要因が存在するか、という視点にシフ

トしてきた⁽¹⁸⁾。

こうした主観的な要因の把握に努め、さらにそれを政策に活かしていく過程は、まだ発展途上の段階にある。多様な価値観に配慮しつつ、市民のウェルビーイングを実現するサービスを提供するにあたり、本稿で明らかにした政策的構造は、ウェルビーイングの政策的展開の考え方を示す最初の一步に過ぎない。今後、KPIの設定や政策評価の手法、継続的な測定と政策への反映プロセスなど、一つ一つ探っていく必要があるだろう。

参考文献

- (1) Diener E. Subjective Well-Being. Psychol Bull. 1984; 95 (3) : 542-75.
- (2) Lambert L, Lomas T, van de Weijer MP, Passmore HA, Joshanloo M, Harter J, et al. Towards a greater global understanding of wellbeing: A proposal for a more inclusive measure. International Journal of Wellbeing. 2020; 10 (2) .
- (3) 山下修平, 高見沢実. ブータンの国民総幸福度

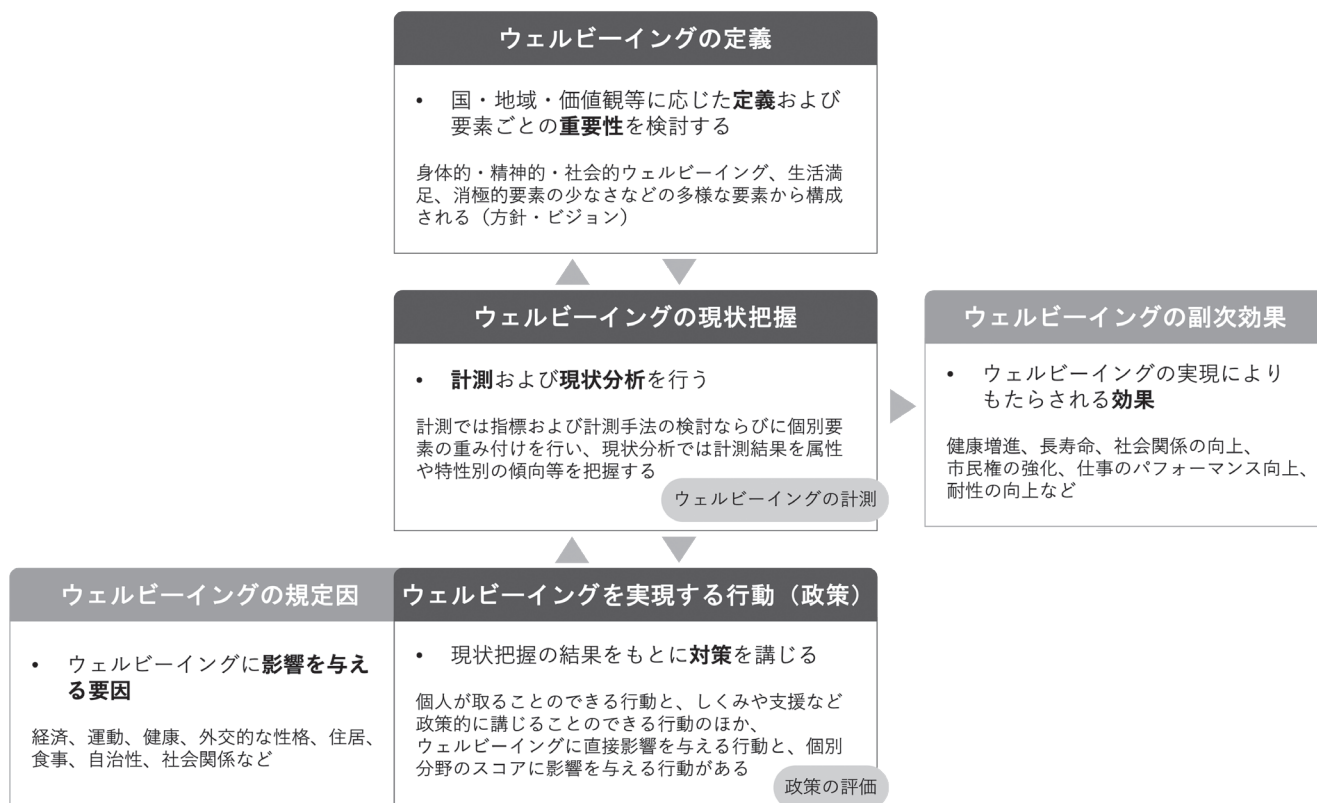


図3 ウェルビーイングの政策的構造

- 指標 (GNH Indicators) の変遷に関する研究. 都市計画論文集. 2019; 54 (2) : 102-13.
- (4) Government of United Kingdom. National Wellbeing [Internet]. 2013 [cited 2022 Nov 12]. Available from: <https://www.gov.uk/government/collections/national-wellbeing>
- (5) 内閣府政策統括官. 平成 28 年度子供の貧困に関する新たな指標の開発に向けた調査研究報告書. 2017.
- (6) 内閣府. 経済財政運営と改革の基本方針 2021 日本の未来を拓く 4 つの原動力 ~ グリーン、デジタル、活力ある地方創り、少子化対策 ~ [Internet]. 2021 [cited 2022 Nov 12]. Available from: https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/2021/2021_basicpolicies_ja.pdf
- (7) 高野翔. ウェルビーイングの概念の自治体政策への適用可能性と課題に関する考察: 福井県永平寺町におけるウェルビーイング調査をもとに. ふくい地域経済研究. 2021; (33) : 41-59.
- (8) 渡邊淳司, Chen D, 安藤英由樹, 坂倉杏介, 村田藍子. わたしたちのウェルビーイングをつくりあうために: その思想、実践、技術. ビー・エヌ・エヌ新社; 2020.
- (9) Eid M, Larsen RJ. The science of subjective well-being. Guilford Press; 2008.
- (10) Ryff CD. Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. J Pers Soc Psychol. 1989 Dec; 57 (6) : 1069-81.
- (11) Huppert FA, So TTC. Flourishing Across Europe: Application of a New Conceptual Framework for Defining Well-Being. Soc Indic Res. 2013 Feb 15; 110 (3) : 837-61.
- (12) Ryan RM, Deci EL. On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. Annu Rev Psychol. 2001 Feb; 52 (1) : 141-66.
- (13) 内田由紀子. 協調的ウェルビーイングと働き方ー幸福観の国際比較を通してー. In: ウェルビーイングリーダーズサミット. 2022.
- (14) 幸福度に関する研究会. 幸福度に関する研究会報告ー幸福度指標思案ー. 2011.
- (15) 森田修康. 自治体における幸福度指標の課題と方向性. 自治体学. 2014; 27 (2) : 60-6.
- (16) Biswas-Diener R, Diener E, Lyubchik N. Wellbeing in Bhutan. International Journal of Wellbeing. 2015 Jun 20; 5 (2) : 1-13.
- (17) 石川義樹. ウェルビーイング経営のすすめ - “イイ感じ”の調和を目指す-. In: Sansun Evolution Week 2021 [Internet]. 2021. Available from: <https://logmi.jp/business/articles/324148>
- (18) Diener E, Oishi S, Tay L. Advances in subjective well-being research. Nat Hum Behav. 2018; 2 (4) : 253-60.
- (19) 内閣府政策統括官 (経済社会システム担当). 満足度・生活の質に関する調査報告書 2022 ~ 我が国の Well-being の動向 ~. 2022.
- (20) Seligman MEP. Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being. Simon and Schuster; 2012.
- (21) イングルハートロナルド, 山崎聖子訳. 文化的進化論. 勁草書房; 2019.
- (22) 前野隆司. 実践ポジティブ心理学: 幸せのサイエンス [Internet]. Vol. 1110, PHP 新書. PHP 研究所; 2017. 230p p. Available from: <https://ci.nii.ac.jp/ncid/BB24222686>
- (23) 鶴見哲也, 藤井秀道, 馬奈木俊介. 幸福の測定: ウェルビーイングを理解する. 中央経済社, 中央経済グループパブリッシング; 2021.
- (24) 本川裕. 世界 120 位「女性がひどく差別される国・日本」で男より女の幸福感が高いというアイロニー. PRESIDENT Online [Internet]. 2021 [cited 2022 Nov 24]; Available from: <https://president.jp/articles/-/44903?page=4>
- (25) World Happiness Report. Sustainable Development Solutions Network.
- (26) 村上由美子, 高橋しのぶ. GDP を超えて - 幸福度を測る OECD の取り組み. サービスロジー. 2019; 6 (4) : 8-15.

- (27) 中坪太久郎, 平野真理, 綾城初穂, 小嶋祐介, Takuro N, Mari H, et al. 幸福感尺度使用の現状と今後の展望. 淑徳大学研究紀要 総合福祉学部・コミュニティ政策学部. 2021; 55: 141-58.
- (28) Lyubomirsky S, Lepper HS. A Measure of Subjective Happiness: Preliminary Reliability and Construct Validation. Soc Indic Res. 1999; 46 (2) : 137-55.
- (29) 伊藤裕子, 相良順子, 池田政子, 川浦康至. 主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討. 心理学研究. 2003; 74 (3) : 276-81.
- (30) Hitokoto H, Uchida Y. Interdependent Happiness: Theoretical Importance and Measurement Validity. J Happiness Stud. 2015 Feb 30; 16 (1) : 211-39.
- (31) Helliwell JF, Layard R, Sachs JD, Neve J-E de, Aknin LB, Wang S. World Happiness Report 2022. 2022;
- (32) 矢野和男. 予測不能の時代: データが明かす新たな生き方、企業、そして幸せ. 草思社; 2021.
- (33) Doheny K. Acts of Kindness Can Make You Happier Researcher says frequency, variety play a key role. USNews. 2013 Jan 24;
- (34) Achor S. ショーン・エイカー「幸福と成功の意外な関係」[Internet]. 2012 [cited 2022 Nov 24]. Available from: <https://digitalcast.jp/v/12025/>
- (35) 吉村英. 女子大学生における幸福の概念と幸福感の規定因. 2015;
- (36) 安永明智, 谷口幸一, 徳永幹雄. 高齢者の主観的幸福感に及ぼす運動習慣の影響. 体育学研究. 2002; 47 (2) : 173-83.
- (37) 西田裕紀子. 成人女性の多様なライフスタイルと心理的 well-being に関する研究. 教育心理学研究. 2000; 48 (4) : 433-43.
- (38) 北川夏樹, 藤井聡. 共同体帰属意識と主観的幸福感の規定因に関する研究. グループダイナミクス学会 59 回大会発表論文集. 2012; p54-57.
- (39) セリグマンマーティン. ウェルビーイングの実現に向けて、日本が今すべきこと. In: ウェルビーイングリーダーズサミット. 2022.
- (40) 前野隆司. ウェルビーイング時代への価値転換 ~ 私達はいかに生き、いかに働くべきか ~. In: ウェルビーイングリーダーズサミット. 2022.

福岡市市民意識調査とウェルビーイング指標

山田 美里 YAMADA Misato

(公財) 福岡アジア都市研究所 研究主査

■**要旨**：本稿は、福岡市が実施する二つの市民意識調査「市政に関する意識調査」と「福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査」を、既存の都市のウェルビーイング指標（幸福度指標）を参考にしながら比較し、市民の主観的ウェルビーイングを把握するために必要な項目や要素を見出す試みとしてまとめた研究ノートである。比較の結果、①基盤となる都市像・基本方針に応じた指標と設問を設定すること、②住民のウェルビーイングを価値観と現状のセットで把握すること、の2点を考慮する必要性が明らかとなった。そのうえで、多様な社会、多様な価値観に対応していくために、「安らぎ・興奮」、「やりがい」、「利他性」などの新たな観点も取り入れつつ、個人的、情緒的、具体的な設問も考慮しながら、ウェルビーイング指標の検討を進める必要がある。

■**キーワード**：ウェルビーイング、Well-being、幸福度、主観的ウェルビーイング、主観的満足度、意識調査、地域政策、荒川区民総幸福度、熊本県民総幸福量、Liveable Well-Being City 指標、World Happiness Report、Canadian Index of Wellbeing

1. はじめに

技術革新とともに社会環境のデジタル化や自動化が進められるなか、新型コロナウイルス感染症の世界的流行を契機に、改めて「人間中心のまちづくり」が世界中で目指されるようになった。まちはスマートになれども、いかに人が住みやすさや生きやすさを実感できるかが問われ、モノの良い状態だけではなく、人の良い状態（Well-being: ウェルビーイング）が重要視されている。

「生活の質の向上と都市の成長の好循環を創り出す」ことを都市経営の基本戦略として掲げる福岡市も⁽¹⁾、2021年11月に開催された福岡都心再生サミット¹⁾において高島市長が「ウェルビーイング」を新たなまちづくりのプロトコルとして実装することを提唱し⁽²⁾、2022年4月、働く人のウェルビーイングの向上とSDGsの達成を支援するための登録制度「福岡市 Well-being&SDGs 登録制度⁽³⁾」を発表した⁽⁴⁾。市は、同制度の第1回受付にて登録の

あった260団体をホームページ上で紹介している⁽⁵⁾。また同年9月には、福岡市職員の勤務と勤務の間に少なくとも11時間の間隔を空けることを促す「勤務間インターバル宣言」と「男性育休100%宣言」を発表する⁽⁶⁾など、ウェルビーイングに関わる取組みを次々と打ち出している。

ウェルビーイングは、所得や健康寿命などの社会指標によって測ることのできる「客観的ウェルビーイング」と、生活満足度や幸福度など、人の実感や意識を反映させた「主観的ウェルビーイング」がある。特に、主観的ウェルビーイングは、他者からみた良い状態ではなく、本人にとって良い状態であるかを示すものであり、個々人の価値観や捉え方が影響するため、計測は難しいとされてきた。しかし1980年頃より主観的ウェルビーイングの研究が活発になり、ウェルビーイングの計測尺度開発に関する研究や、要因や要因間の因果関係の明確化に関する研究も行われてきている⁽⁷⁾。

自治体による住民意識の把握は、これまでも市民意識アンケート調査という形で行われてきた。福岡市においても、福岡市長室広聴課による「市政に関する意識調査」や、福岡市総務企画局企画調整部による「福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査」が毎年実施され、市民の意識や生活実態の統計的な把握が試みられてきた。どちらも市政についての意見や評価を問うものであり、ウェルビーイングに特化した調査ではないものの、「住みやすさ」や「都市環境に関する満足度」など一部、主観的ウェルビーイングに関連する指標項目もある。

本稿では、この二つの意識調査の内容をもとに、既存の都市のウェルビーイング指標を参考にしながら、福岡市民のウェルビーイングの現状を把握するために必要となる項目や要素は何かを検討する。

なお、ウェルビーイング (Well-being) とハピネス (Happiness) は同等ではなく、ウェルビーイングは持続的であり、より包括的、社会的な概念であるが、本研究では、人の良い状態を幸福と捉え、幸福度調査とウェルビーイング調査を区別なく扱うこととする。

2. 既存の都市のウェルビーイング指標

住民のウェルビーイング (幸福) を測定するために、指標を定め、主観的ウェルビーイング調査を行っている自治体は国内に複数ある (例えば、富山県「とやま幸福度関連指標」、新潟市「市民の幸福量」、三重県「幸福実感指標」) が、本研究では、「荒川区民総幸福度 (GAH)」、「熊本県民総幸福量 (AKH)」、「Liveable Well-Being City 指標 (LWCI)」の三つの指標を、福岡市の意識調査の項目との比較分析対象とする。GAH は国内自治体の中で比較的早い段階から開発に取り組んだこと、AKH は GAH と同様に政策に反映する方向性が示されたうえで開発されたこと、LWCI は最も直近に全国自治体向けに開発されたことが選定理由である。

これらに加えて、国連「World Happiness Report (世界幸福度レポート)」に採用されている、米国の民間調査会社 Gallup 社の「Gallup World Poll (ギャップ国際世論調査)」の主観指標 (表 4、表 5) も、

国レベルの調査ではあるが人々の主観的ウェルビーイングを測る指標として定評があることから、参照対象とする。また、カナダ国内外の専門家チームによって開発された「Canadian Index of Wellbeing (カナダ・ウェルビーイング指標)」も、都市レベルのウェルビーイング測定に活用されていることから、参照対象とする。

2.1. 荒川区民総幸福度 (GAH)

2004 年 11 月、東京都荒川区長に就任した西川太一郎氏は、「区政は区民を幸せにするシステムである」と区のドメイン (事業領域) を明確にし、翌 2005 年 11 月に「荒川区民総幸福度 (GAH)」を区政の尺度として取り入れることを宣言した⁽⁸⁾。GAH とは、そのシステムが機能しているかを測る尺度である。

まず、若手区職員による庁内プロジェクトチームが組織され、検討会議の開催や、国民総幸福量 (GNH: Gross National Happiness) の提唱で先行していたブータン王国への視察が実施された⁽⁸⁾。2006 年度からは試験的に、1965 年から毎年実施している荒川区政世論調査に GAH に関する設問を加え、以降、学識経験者から助言をもらいながら毎年度、質問事項や分析方法等の模索と改善を重ねた⁽⁹⁾。2009 年には、幸福度の指標化を中長期的で多角的な視点で取り組む必要性から、他の課題を含めた専門的な調査研究組織「荒川区自治総合研究所 (RILAC)」が設立され、GAH に関する調査研究に本格的に取り組むこととなった⁽¹⁰⁾。指標化に向けて、RILAC 研究員と外部専門家、区職員 (総務企画部長、区民生活部長など) で構成される「GAH に関する研究会」と、荒川区の現場職員 (事務職、保健師、保育士、建築職、土木職などの区職員) と RILAC 研究員で構成される「GAH に関するワーキング・グループ」の二つの組織が設置され、マクロ目線の「研究会」と現場目線の「ワーキング・グループ」が相互連携しながら、区の政策・施策とリンクした指標作りを基本理念に、具体的な検討が進められた⁽¹⁰⁾。

GAH 指標は、区の基本構想で掲げられた 6 つの都市像に対応する、「健康・福祉」「子育て・教育」「産

業」「環境」「文化」「安全・安心」の6つの分野にわたる45の指標項目と、そのすべてを総合する「幸福実感」指標の、合計46項目で構成される。

開発されたGAH指標をもとに、2013年度から毎年実施されている「GAHに関する区民アンケート調査」では、表1に示すように、46項目の各実感の5段階評価と、幸せにとって重要と思う6つの分野および45の項目の順位付け、幸せや不幸・不安にまつわる考えやエピソード（自由記述）が問われ⁽¹¹⁾、重要度と実感度の関係分析や、年齢別、性別、世帯構成別などの属性分析が行われる。

表1 GAH アンケート調査の設問概要

	設問概要	回答方法
下位指標	各項目(45)の実感度合い	5段階評価
	回答者の幸せにとっての各項目(45)の重要度	順位付け(分野内1~3位)
上位指標	回答者の幸せにとっての各分野(6)の重要度	順位付け(1~6位)
	幸せの実感度合い	5段階評価
総合指標	回答者の幸せにとって重要だと思うこと	自由記述
	不幸・不安だと感じること	自由記述
	人生に影響を与えた出来事	自由記述(いつ・何が・どう感じたか)

出所：荒川区「令和3年度荒川区民総幸福度(GAH)に関する区民アンケート調査票(2021)」をもとに筆者整理

2.2. 熊本県県民総幸福量(AKH)

AKHは、2008年に蒲島郁夫氏が熊本県知事に就任して以降、「県民幸福量の最大化」を県政運営の中心に据えて政策が進められ、「幸福量の最大化」の見える化が必要とされるなかで開発された、県民幸福量を測る総合指標である。

2010年10月、当時の熊本県企画振興部の企画により結成された熊本学園大学の専門家で構成される「くまもと幸福量研究会」は、県民の幸福実感を簡便に把握すること、そしてその把握された幸福実感が政策判断基準に用いられることを目的とし検討に取り掛かった⁽¹²⁾。2008年に策定された県政運営の基本方針である「くまもとの夢4カ年戦略」に定められた「くまもとの夢の実現に向けた取組み(4つの分野)」(①「経済上昇くまもと(経済)」、②「長寿安心くまもと(暮らし)」、③「品格あるくまもと(誇り)」、④「人が輝くくまもと(人)」)が、幸福要因の大きな枠組みとなり、4つの分野、①「夢を持っている」、②「誇りがある」、③「経済的な安定」、④「将来に不安がない」が設定され、同じく基本方針に定められた12の戦略と他の県民共通の幸福要

素が意識されながら、各分野に3項目、合計12の項目が幸福の要因として設定された⁽¹²⁾⁽¹³⁾。

設定されたAKH指標をもとに、県民の主観を把握するため、2011年にアンケートの試行と住民参加ワークショップが実施され、改善が施された上で、2012年度から毎年、県民アンケート「県民の幸福に関する意識調査」として表2に示す項目の調査が行われるようになった。AKHの値は、幸福の要因である12の項目の満足度(実感や考え)と、4つの分類がどれだけ重視されるかの重要度(重み付け)を掛け合わせ合計することで算出されるが、2021年度調査からは、過去7回の調査によりAKHと直観的な幸福度の間の相関性が明らかとなったため、設問数を減らし、直観的な幸福度からAKHを算出することとなった⁽¹⁴⁾。

表2 AKH アンケート調査の設問概要

	設問概要	回答方法
2012~2019年度まで※	直観的な幸福度	5段階評価
	回答者の幸せにとっての各分野(4)の重要度	重み付け(幸福全体を10点とした際の点数配分)
	各項目(12)の満足度(実感・考え)	5段階評価
2021年度~	直観的な幸福度	5段階評価
	回答者の幸せにとっての各分野(4)の重要度	順番付け(1~4の順番。複数選択可)
	各分野(4)の満足度	5段階評価

注：※ H26(2014)、H27(2015)年度のみ追加設問あり(①幸福を高めるために必要なこと(自由記述)、②「熊本県しあわせ部」の認知度)

出所：熊本県「県民幸福量の指標化に係る調査報告書」(2012)、「県民総幸福量(AKH)に関する調査結果について」(2013-2021)をもとに筆者整理

2.3. Liveable Well-Being City 指標(LWCI)

一般社団法人スマートシティ・インスティテュートによって2019年から開発に取り組みされたLWCIは、政府が「デジタル田園都市国家構想」を進めるにあたり、「人間中心主義のスマートシティ・まちづくり」であることを明確にし、自治体が容易にウェルビーイングを測ることができるよう、2022年から利活用が推奨されるようになったスマートシティ・まちづくりに取り組む自治体向けの指標である⁽¹⁵⁾。LWCIは「①主観的幸福感指標(「地域における幸福の因子」と「協調的幸福)」、「②活動満足度指標」、「③活動実績指標」、「④生活環境指標」で構成されており、極めて網羅的な指標である。また、客観指標と主観指標との差を見ることで、社会的環境と住民の実感との乖離を確認できるように設計されている⁽¹⁵⁾。LWCIで採用されている「Well-

Beingに関するアンケート」は、主観的幸福感を計測する①地域生活の Well-being、②協調的幸福、③ ActiveQoL、④センシユアス・シティ + 寛容性の4つの調査と、主観的な暮らしやすさを計測する⑤追加調査で構成されている⁽¹⁵⁾。

アンケートの特徴として、例えば「自宅近辺の街並みは、私の好みに合っている」(因子:地域との相性)や「暮らしている地域の時間の流れ方は、自分にあっている気がする」(因子:地域との相性)、「人に迷惑をかけずに自分のやりたいことができている」(因子:地域の幸福)など個人を軸とした設問が含まれること、そして、実感を尋ねる質問であっても具体的であること、例えば「自宅の間取りは、使い勝手がよく快適である」(因子:居住空間の快適さ)、「町内(集落)には、私に必要なものを貸してくれる人がいる」(因子:地域内の社会関係資本)といったものが含まれることが挙げられる。また、「都市における官能的な体験の実際をつかむ」ことを目的に開発されたセンシユアス・シティ調査⁽¹⁶⁾をもととした「センシユアス・シティ」分野には、「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」(因子:街を感じる)や「木陰で心地よい風を感じた」(因子:自然を感じる)といった情緒的な設問が含まれている。

表3 LWCIのWell-Being アンケート調査票項目

分野	因子	分野	因子
①地域生活の Well-being	ダイナミズムと誇り	④センシユアス・シティ+寛容性	共同体に帰属している
	生活の利便性		機会がある
	生活ルールの秩序		食文化が豊か
	自然の体感		街を感じる
	居住空間の快適さ		自然を感じる
	つながりと感謝		歩ける
	健康状態		寛容性
	過干渉と不寛容		社会貢献のための寄付
	地域との相性		世代が異なる人との交流
	地域行政への信頼		テレワークで自宅勤務
②協調的幸福	地域内の社会関係資本	⑤追加調査	オンライン飲み会の実施
	地域の幸福		デジタル手続きの実施
	地域の一体感(シェアド・リアリティ)		オンラインでの日用品購入
	異質性・多様性への寛容さ		地域の介護・福祉施設サービスの受けやすさ
	向社会的行動		あり運転等、危険な運転の目撃
	多世代共創		地域の暮らしの満足
③Active QoL	モチベーション		移動の自由
	直近1か月の●●の活動満足度		地域の自然景観 地域の都市景観

出所:一般社団法人スマートシティ・インスティテュート「Liveable Well-Being City 指標」をもとに筆者整理

2.4. 世界幸福度レポート (World Happiness Report: WHR)

WHRは、国連の持続可能開発ソリューションネットワークが、「Gallup World Poll (ギャラップ国際世論調査)」をもとに、主観的幸福度と6項

目の説明変数(独立変数)を加味し、回帰分析を行って各国の幸福度をスコア化し公表したレポートである⁽¹⁷⁾。「Gallup World Poll」は、Gallup社が、世界150ヶ国以上における各国1,000人以上を対象に実施する世界最大の世論調査である。

表4 国連WHRの指標項目

	指標	設問	回答方法	Source
従属変数	1 生活の自己評価	0の段が最も低く10の段が最も高い梯子をイメージして、最も高い段があなたにとって最も良い生活、最も低い段が最も悪い生活を意味しているとした場合、あなたは現時点での段にいますと感じるか?	10段階評価	Gallup World Poll (国際世論調査)
	2 肯定的感情	あなたは昨日、十分に休息できたと感じましたか?	Yes/No形式	
		あなたは昨日、一日中、敬意を持って扱ってもらえませんでしたか?	Yes/No形式	
		あなたは昨日、よく笑顔でいましたか、またはたくさん笑いましたか?	Yes/No形式	
	3 否定的感情	あなたは昨日、何か面白いことを学びましたか、またはしましたか?	Yes/No形式	
		あなたは昨日、一日のうちの多くの時間、楽しいという感情を経験しましたか?	Yes/No形式	
昨日一日のうちの多くの時間に、あなたは体の痛みを感じましたか?		Yes/No形式		
独立変数	1 一人あたりGDP(対数)	国内総生産(国際ドル表示購買力平価(PPP)を2017年国際恒常ドルに調整したもの)		世界銀行「世界開発指標(WDI)」
	2 社会的な支援	あなたが困っている場合、いつでも助けてくれる親戚や友人がいるか?	Yes/No形式	Gallup World Poll (国際世論調査)
	3 健康寿命	平均寿命から寝たきりや認知症など介護状態の期間を差し引いた期間		世界保健機関「Global Health Observatory」
	4 人生の選択の自由	自分の人生で何をするかを選択する自由に満足しているか、不満か?	二択	Gallup World Poll (国際世論調査)
	5 寛容さ	過去1ヶ月間に慈善団体に寄付をしたことがあるか?	Yes/No形式	
	6 (政治的・社会的)腐敗の認識	汚職は政府全体に蔓延しているか? 企業の中で汚職が蔓延しているか?	Yes/No形式	

出所:国連Sustainable Development Solutions Network「World Happiness Report 2022」,「Gallup Global Emotions 2022 Report⁽¹⁸⁾」をもとに筆者抄訳、整理

また、同レポートでは、非西洋的な価値観を取り入れた指標の開発も進んでいる。表5の「バランス・調和に関する調査」の項目は、日本を拠点とする公益財団法人 Well-being for Planet Earth の研究者たちが、2019年から研究に取組み、新たに開発した9つの指標項目を基に、Gallup社と共同で開発した5つの指標である。この指標は、2020年に初めて「Gallup World Poll」で実際に調査され、その結果は「World Happiness Report 2022」に発表された⁽¹⁷⁾。その結果、バランス、安らぎ、平穏を体験した人は、満足度の最も高い欧米諸国に多く、貧しい国々では少なかったこと、そして、ほぼすべての国で刺激的な生活よりも穏やかな生活を望む人が多く、その割合が東洋諸国でより高いわけではないことが分かり、バランスと平穏が世界中の全ての地域で満足のいく生活に大きく影響することが明らかとなった⁽¹⁷⁾。

表 5 国連 WHR 2022 「バランス・調和に関する調査」の指標項目

指標	説明	回答方法
1 バランス	あなたの人生の様々な側面は、総じてバランスが取れていると感じますか、それとも感じませんか？	Yes/No形式
2 安らぎ	総じて、あなたは自分の人生に安らぎを感じていますか、それとも感じませんか？	Yes/No形式
3 平穏さ	昨日、一日の多くの時間、次のような感情を経験しましたか？ [一連の感情が質問文に続く...] 平穏さはどうですか？	Yes/No形式
4 平穏さに対する意向	刺激的な生活と穏やかな生活のどちらを送りたいですか？	四択(いずれか、どちらも、どちらでもない)
5 自己と他者の優先順位付け	人は自分自身のケアと他人のケアのどちらに重点を置くべきだと思いますか？	四択(いずれか、どちらも、どちらでもない)

出所:国連Sustainable Development Solutions Network 「World Happiness Report 2022」,「Gallup Global Emotions 2022 Report」をもとに筆者抄訳、整理

2.5. カナダ・ウェルビーイング指標 (Canadian Index of Wellbeing: CIW)

CIW は、1999 年にカナダのアトキンソン財団が、独立した信頼できる国民の声として、カナダ人の経

済的、健康的、社会的、環境的ウェルビーイングを測定する必要性を認識しプロジェクトを立ち上げ、指標の専門家と共に、住民の声も取り入れながら開発したカナダ住民のウェルビーイングを測る指標であり、研究チームは 2010 年末以降、オンタリオ州のウォータールー大学に拠点を置く⁽¹⁹⁾。CIW 指標は、表 6 に示すように 8 つの分野の 64 の指標で構成されており、約 4 割が主観指標である。このうち約 6 割が「行動」を尋ねる指標で、約 4 割が「実感や考え」を尋ねる指標となっている。

特徴として、図書館の機能が、「教育」と「レジャー & 文化」の二つの分野でウェルビーイングに貢献すると捉えられていることと、「時間の使い方」が

表 6 CIW の指標項目

分野	指標群	主観			
1 地域社会の活力	社会的関与	1 地域社会への帰属意識が「やや強い」「強い」と答えた人の割合 2 組織的な活動に参加していると答えた人口の割合	実感・考え 実感・考え		
	社会的サポート	3 一人暮らしをしている人口の割合 4 親しい友人が5人以上いる人口の割合	行動		
	地域安全	5 犯罪深刻度指数 6 暗くなってから一人で歩いても安全だと思う人口の割合	実感・考え		
	社会的規範と価値観	7 自ら他人に無報酬の援助をする人口の割合 8 多くの人／ほとんどの人が信頼できると思う人口の割合 9 差別を受けたことがあると答えた人口の割合	行動 実感・考え 実感・考え		
		2 民主的関与	1 前回の連邦選挙で投票した有権者の割合 2 法律、擁護、政治団体でボランティア活動をした人口の割合 3 連邦議会に対する信頼度が非常に高い、またはかなり高いと答えた人の割合	行動 実感・考え	
			政治的リーダーシップ	4 連邦議会における女性議員の割合 5 女性の州議会議員 (MPP) の割合	
			コミュニケーション	6 国會議員が選挙区内の一般家庭に情報を送るために使用した費用の総計の割合	
	3 教育	学業成績	1 教育関連の活動に参加している25歳以上の人口の割合 2 25歳から64歳の人口のうち、大学の学位を持つ人の割合	行動	
		進捗状況の測定	3 生徒の健康や福利厚生に関する進捗状況を測定している小学校の割合 4 市民としての能力の進捗状況を測定している小学校の割合 5 創造性の進捗状況を測定している小学校の割合 6 社会情緒的な能力の進捗状況を測定している小学校の割合 7 学校の学習環境に関する進捗状況を測定している小学校の割合		
図書館			8 子ども1,000人あたりの、早期識字・早期学習プログラムの平均数 9 子ども1,000人あたりの、その他の子ども向けプログラムの平均数 10 成人人口1,000人あたりのキャリア、就職支援、技能プログラムの平均数 11 成人人口1,000人あたりの成人向け学習プログラムの平均数		
			チャイルドケア	12 センターに規定の保育スペースがある0歳から4歳までの子どもの割合 13 0歳から14歳までの子どもの1日あたりの対話型(会話中心)保育時間の平均	
			4 環境	大気	1 地上レベルオゾン濃度(人口加重、単位:十億分率) 2 温室効果ガス総排出量(年間CO2メガトン) 3 州のGHG排出量(年間CO2メガトン)に占める地域別の割合
水質				4 pHレベル(1から14のスケールに基づいており、7が中性)	
廃棄物削減		5 自治体が転換した家庭ごみの総量の割合(「フルボックス」等を含む)			
5 健康な人口		自己申告による健康状態		1 全般的な健康状態を「非常に良い」または「素晴らしい」と評価する人の割合 2 自分の精神的健康状態を「非常に良い」または「良い」と評価する人の割合 3 健康上または活動上の制限がない人口の割合 4 自己申告の糖尿病を持つ人口の割合	実感・考え 実感・考え 行動 行動
		健康関連行動		5 10代(12~19歳)における毎日または時々喫煙する人の割合 6 インフルエンザ予防接種を受けている人口の割合	行動 行動
		健康管理へのアクセス	7 定期的に健康診断を受けている人口の割合	行動	
		6 レジャー&カルチャー	レジャー参加	1 前日に社会的なレジャー活動に費やした時間の平均割合 2 前日に芸術・文化活動に費やした平均時間の割合 3 15分以上の身体活動に参加した月平均回数 4 過去1年間に文化・娯楽団体で行ったボランティア活動の平均時間数 5 過去1年間に自宅から80km以上離れた場所に旅行した際の平均宿泊日数 6 人口10万人あたりの州立公園の数 7 州立公園ごとの過去1年間の平均来園者数(単位:千人) 8 過去1年間に訪れた人口1,000人あたりの図書館プログラム数 9 人口1万人あたりの過去1年間の文化の日、詩や物語の朗読会、アートショーの開催数 10 人口1,000人あたりの、通常の週に図書館を訪れた人の数 11 人口1万人あたりの図書館のインターネット接続数	行動 行動 行動 行動 行動 行動
7 生活水準			経済的安定	1 世帯の税引き後の所得中央値 2 低所得者層の割合 3 中度または重度の食糧不安を抱える世帯の割合	実感・考え
			住居確保	4 住居費が税引き前世帯収入の30%を超える世帯の割合	
	仕事上のストレス		5 仕事上のストレスを「かなりある」または「極度にあり」と回答した人口の割合	実感・考え	
	8 時間の使い方		時間	1 週に50時間以上働いていると答えた人口の割合 2 有給で働いている人の平日の平均(往復)通勤時間(1日あたりの分数) 3 友人と過ごす平均時間(1日あたりの分数)	行動 行動 行動
タイミング			4 平日に正規の労働時間を持つ労働力の割合 5 フレックスタイム制を採用している有給休暇取得者の割合		
一時性			6 7~9時間の良質な睡眠をとっていると回答した人口の割合 7 時間的プレッシャーが大きいと答えた15歳から64歳の割合	行動 実感・考え	
総合的な生活満足度			ウェルビーイング	1 人生に「多少なりとも」から「大変」満足していると答えた人口の割合	実感・考え

出 所 :Smale, B. 「A Profile of Wellbeing in Ontario: Toronto, Waterloo, ON: Canadian Index of Wellbeing and University of Waterloo. (2016)」をもとに筆者抄訳、整理

指標に取り入れられていることが挙げられる。

3. 福岡市市民意識調査のウェルビーイング項目

3.1. 福岡市市長室広聴課「市政に関する意識調査」

福岡市の「市政に関する意識調査」は、住民基本台帳から無作為抽出法によって選ばれた福岡市内に居住する満18歳以上の市民4,500人を対象に毎年度1回郵送で実施されるアンケート調査である⁽²⁰⁾。調査項目は、大きく三つ設けられている。一つは「福岡市の住みやすさ」についてであり、1976年度より毎年継続して調査されている。残りの二つは、毎年度特定の施策テーマが設定されている。住みよさは幸福度と深いかかわりを持っている⁽²¹⁾ことから、本研究では、2021年度調査の「福岡市の住みやすさ」に関する設問内容を分析対象とする。いずれの設問も、実感や考えを尋ねていることから、市民の主観的ウェルビーイングの現状を測る指標になり得る。

3.2. 福岡市総務企画局企画調整部「福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査」

「福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査」は、「市政に関する意識調査」と同様に、住民基本台帳から無作為抽出法によって選ばれた福岡市内に居住する満18歳以上の市民4,500人を対象に実施されるアンケート調査である⁽²²⁾。調査の目的は、「福岡市基本計画」に掲げられた目標へ向かって実施されている取り組みの進捗状況や成果を把握するために定められた「成果指標」の一部として用いるために、市民の意識や生活実態を統計的に把握することである⁽²²⁾。

2021年度調査の設問項目は、「健康」や「子育て」、「公園」、「農林水産」など19の分野ごとに回答者の「実感」、「考え」、「行動」、「(行政の取組みの)認知状況」を尋ねる設問で構成されている。政策の成果指標に活用するための意識調査であり、全ての設問をウェルビーイングの計測に活用できるわけではない。しかし、喫煙が個人の幸福度や充実度に影響を及ぼす⁽²³⁾ことや、人とのつながり(社会関係資本)が幸福にとって重要である⁽²¹⁾ことがこれまでの様々な研究で明らかにされており、喫煙習慣を尋ねる設問や、近所づきあいの程度を尋ねるフェイスシート(統計的に分析するために個人の性別や年齢

を尋ねるセクション)の設問など、「行動」を尋ねる設問であっても、ウェルビーイングを計測する指標として活用できる。

4. 主観的ウェルビーイング指標の検討へ向けて

福岡市の主観的ウェルビーイングの計測に必要な指標の検討を目指し、2章で挙げた5つの指標のうち特に荒川区のGAHと熊本県のAKHの構造と、福岡市の既存の意識調査の構造とを比較分析した。その結果、指標の検討に際し、以下の2点、①基盤となる都市像・基本方針に応じた指標と設問を設定すること、②住民のウェルビーイングを価値観と現状のセットで把握することを考慮する必要性が明らかとなった。

4.1. 基盤となる都市像・基本方針に応じた指標と設問の設定

人の幸福の形はさまざまであることから、その実現に向けて行政ができることは限定的である。しかし、加藤らによって、社会基盤整備が「健康」を介して間接的に人々の幸福度に影響を及ぼす可能性が示されたように⁽²⁴⁾、例えば生活環境や教育環境の整備、ソーシャル・キャピタルの醸成促進など、行政が関与できることでウェルビーイングの規定因に寄与できることはある。都市では、その地域にどのような人が住み、どのような都市生活を望んでいるのか、そしてその実現のためにどのような課題に取り組む必要があるのかなどを把握した上で、都市の目指すビジョン(基本構想)が掲げられ、それに向かうための基本計画が策定される。

荒川区では、2007年3月策定の「荒川区基本構想」の中で「幸福実感都市あらかわ」が目指すべき将来像として定められ、それを構成する6つの都市像、「生涯健康都市」、「子育て教育都市」、「産業革新都市」、「環境先進都市」、「文化創造都市」、「安全安心都市」と、それぞれの推進へ向けた施策や事業が示された⁽²⁵⁾。

「区民の幸福実感の向上」を究極の目的とする荒川区⁽²⁶⁾におけるGAHの指標検討においては、「指標が区の政策・施策とリンクしていなければ幸福度の指標化を行う意味がない」⁽¹⁰⁾という考えのもと、6つの都市像と関係づけられた、「健康・福祉」、「子

育て・教育」、「産業」、「環境」、「文化」、「安全・安心」の6つの分野ごとに、それぞれ1つの上位指標と6~8項目の下位指標が設定され、指標ごとの実感を問う設問が定められた⁽²⁶⁾。これにより、各指標の測定・分析を通じて、区政が「区民を幸せにするシステム」としてうまく機能しているか、そして、各事務事業が上位目標である都市像や最上位目標の「幸福実感都市」へ向かっているかを確認しながら行政行動を進めることができる仕組みになっている(図1)。例えば、「子育て・教育」分野は、「子どもの成長の実感」を感じるかどうかを上位指標として設定され、それを細分化した下位指標として、『生きる力』(①規則正しい生活習慣、②『生きる力』の習得)、家族関係(③親子コミュニケーション、④家族の理解・協力)、子育て教育環境(⑤子育て・教育環境の充実、⑥地域の子育てへの理解・協力、⑦望む子育てができる環境の充実)があり、各指標の実感度合いを確認する設問が「荒川区民総幸福度(GAH)に関する区民アンケート調査」に設けられている。設問は、③であれば、「親子の間でコミュニケーションがとれていると感じますか?」や、⑦であれば、「自分が望む子育てができるような環境があると感じますか?」といった、個人的な状況について尋ねる内容となっており、なるべく住民の実感に近い状況を把握しようとする試みがわかる。

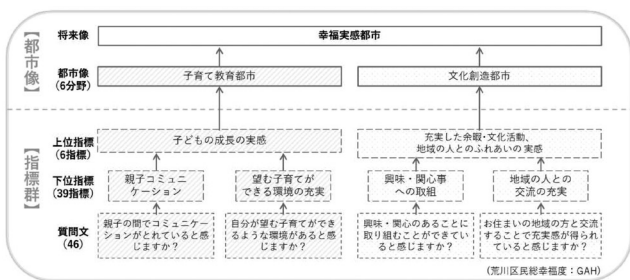


図1 GAHと荒川区基本構想の都市像との関係
出所:荒川区自治総合研究所「荒川区民総幸福度(GAH)に関する調査研究報告(2018)」および荒川区基本構想(2007)をもとに筆者作成

一方、熊本県のAKHは、前述の通り、県政の基本理念である「県民幸福量の最大化」の「見える化」が必要とされる状況下で開発された総合指標である。荒川区と違い、政策や施策とのリンクは目指されなかったものの、「くまもとの夢」の実現に向け

た取組みである4つの分野「経済上昇くまもと(経済)」、「長寿安心くまもと(暮らし)」、「品格あるくまもと(誇り)」、「人が輝くくまもと(人)」が、県民の幸福を考えた時に幸福の要因の大分類として適切であると捉えられ、それぞれ、「経済的な安定(稼げる、所得)」、「将来に不安がない(健康、安全・安心)」、「誇りがある(自然・文化、生きがい)」、「夢を持っている(夢、希望)」という4つの分類が設定され、県民共通の幸福の要因が考慮されながら、各分類に3つの項目(合計12項目)が設定され、それぞれに合わせた実感や考えを問う設問が定められた⁽²⁷⁾。

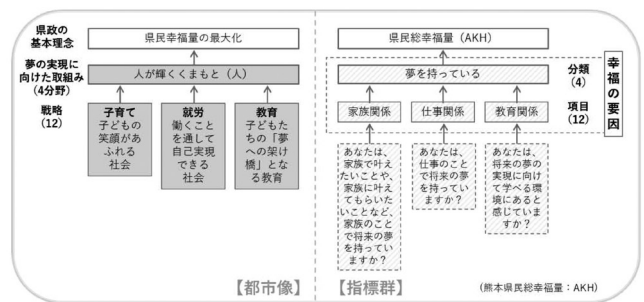


図2 AKHと熊本県政の基本理念との関係
出所:熊本県「県民幸福量の指標化に係る調査報告書」(2012)、「県民総幸福量(AKH)に関する調査結果について」(2013-2021)、坂本正「熊本の幸福量最大化への挑戦:日本の自治体による幸福度政策と熊本のAKH(2022)」をもとに筆者作成

各事例に共通することは、住民のウェルビーイング(幸福)を最上位目標とし、その目標へ向かってどのような分野において行政として寄与できるか、どのような分野に注力するのか、といった基盤となる考えが存在することである。福岡市において、市民の主観的ウェルビーイングを測る指標を設定するにあたり、ウェルビーイングという大きな枠の中でも、行政としてどの分野にフォーカスするのか、目指す方向性が必要となる。

4.2. 住民のウェルビーイングを価値観と現状のセットで把握

渡邊らは、ウェルビーイングを実現する要因は、画一的なものではなく人それぞれにとって個別なものであると指摘する⁽²⁸⁾。ある人にとってのウェルビーイングはその人の置かれた環境や価値観が影響し、その価値観もライフステージによって変化が伴う。米国の政治学者イングルハートによると、経済先進諸国における人々の価値観は、第二次世界大戦

後の経済成長や福祉国家の出現、主要大国間における戦争の不在などによって得ることのできた「生存への安心感の高まり」によって、「物質主義的価値観」から「脱物質主義的価値観」へ、「生存重視の価値観」から「自己表現重視の価値観」へと転換してきた⁽²⁹⁾。

行政として、多様な価値観をもつ住民のウェルビーイングの実現に寄与することを検討するには、住民にとってのウェルビーイング実現の要因を、価値観の把握から探る必要がある。また、その価値観と合わせて、現状はどうなのかを把握したうえで、どのように寄与できるのかの検討につなげることができる。

例えば熊本県の AKH では、図 3 に示すように、県民の幸福に寄与する 4 つの分野のうち、どれが県民の幸福にとって重要なのか（価値観）を尋ねたうえで、各分野の項目（幸福の要因）ごとにその実感度合い（満足度）を尋ねている。価値観と現状をセットで尋ねることで、住民の望むウェルビーイングの実現のおおよその形（個人の全ての幸福を満たせるわけではないため）と、それがどの程度満たされているかを把握することができる。これを、年齢、性別、居住地域などの属性と合わせて尋ねることで、各属性の特性や注力すべき課題の把握が可能となる。

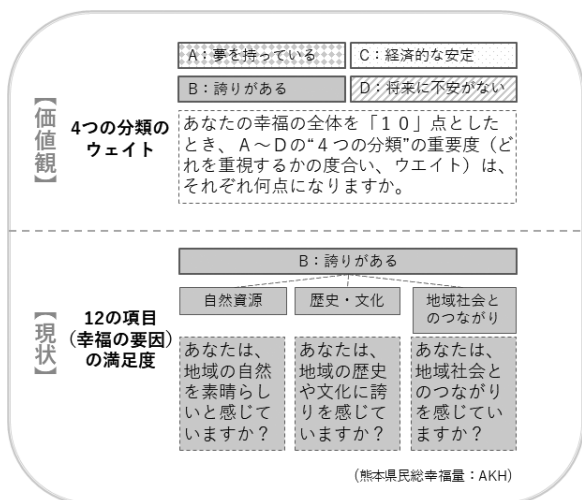


図 3 AKH のアンケートの価値観と現状の関係図
出所：熊本県「県民幸福量の指標化に係る調査報告書」(2012)、「県民総幸福量（AKH）に関する調査結果について」(2013-2021)をもとに筆者作成

次に、図 4 に示す、荒川区の GAH に関するアンケートも、熊本県の AKH と同様に、6 つの分野ごとの各指標に合わせてどれくらい実感を持っているかを尋ねたうえで（現状の把握）、各分野のなかで回答者の幸せにとって重要と思う項目はどれか、さらに 6 つの分野そのものがどれだけ幸せにとって重要かを尋ねる構成になっている。

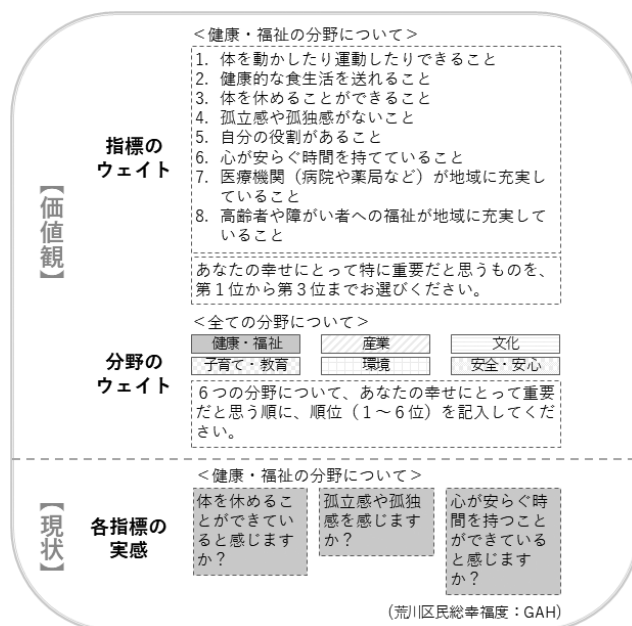


図 4 GAH のアンケートの価値観と現状の関係図
出所：荒川区「令和 3 年度荒川区民総幸福度（GAH）に関する区民アンケート調査票（2021）」をもとに筆者作成

5. ウェルビーイング指標の設定に必要な要素

次に、2 章で挙げた 5 つのウェルビーイング指標に加え、複数の文献調査^(21,30-34) から抽出したキーワード（表 7）を念頭に置き、ウェルビーイング指標の設定に必要な要素を模索する。表 8 に、福岡市の既存の意識調査のうち、ウェルビーイングに関連すると考えられる設問を抽出し、他の 5 つのウェルビーイング指標の設問との比較分析を行った。分野分けについては、福岡市の意識調査で設定されている分野（「安全・安心」、「健康・福祉」）に加え、表 7 のキーワードを参考に分類した。

表 8 ウェルビーイング指標（設問）比較

分野・キーワード	指標・設問	個人	情緒	具体	出所
安全・安心	あなたの地域は犯罪の少ない安全なまちだと思いますか。				福岡市
	暗くなってから一人で歩いても安全だと思う人口の割合	●		●	CIW
	中度または重度の食糧不安を抱える世帯の割合	●		●	CIW
	生活を送るために必要な収入を得ていくことに不安を感じますか？	●		●	GAH
	災害時に近隣のひとと助け合う関係があると感じますか？			●	GAH
健康・福祉	あなたは、日頃健康であると感じていますか。	●			福岡市
	いろいろなことを総合して、あなたは、毎日、意識的に健康づくりに取り組んでいると感じますか。	●			福岡市
	体を休めることができていると感じますか？	●		●	GAH
やすらぎ・興奮	活気ある街の喧騒を心地よく感じた	●	●	●	LWCI
	コンサート、クラブ、演劇、美術館などのイベントで興奮・感動した	●	●	●	LWCI
	暮らしている地域では、新たな発見や刺激が得られる	●	●		LWCI
	平凡だが安定した日々を過ごしている。	●	●		LWCI
	大きな悩み事はない。	●	●		LWCI
	心が安らぐ時間を持つことができていると感じますか？	●	●		GAH
	刺激的な生活と穏やかな生活のどちらを送りたいですか？	●	●		WHR
	総じて、あなたは自分の人生に安らぎを感じていますか？	●	●		WHR
	あなたの人生の様々な側面は、総じてバランスが取れていると感じますか？	●	●		WHR
やりがい	仕事に、やりがいや充実感を感じますか？	●	●		GAH
	あなたは、仕事のことで将来の夢を持っていますか？	●			AKH
協調系	私は、町内（集落）の人が自分をどう思っているかが気になる。	●	●		LWCI
	孤立感や孤独感を感じますか？	●	●		GAH
	お住まいの地域の方と交流することで充実感が得られていると感じますか？	●	●		GAH
	人に迷惑をかけずに自分のやりたいことができている。	●			LWCI
私のWB・社会のWB	福岡市民や訪問者のために何か役に立ちたいと思うか	●			福岡市
	自分だけでなく、身近な周りの人も楽しい気持ちでいると思う。	●	●		LWCI
	多くの人／ほとんどの人を信頼できると思う人口の割合	●	●		CIW
	ほとんどの人は、基本的に誠実に振る舞う。	●	●		LWCI
	お住まいの地域に頼れる人がいると感じますか？	●		●	GAH
周囲の環境	将来生まれてくる世代のために、良い環境や文化を残したい。	●		●	LWCI
	あなたは、日々の暮らしの中で、居場所と思える場所がありますか。	●	●		福岡市
	福岡市は住みやすいと思いますか。				福岡市
	自宅近辺の街並みは、私の好みに合っている	●	●		LWCI
	暮らしている地域には、自然と向き合う喜びがある	●	●		LWCI
人生の選択の自由	自宅の間取りは、使い勝手がよく快適である	●		●	LWCI
	「男は仕事、女は家庭を守るべきである」という考え方について、あなたのご意見をおうかがいします。	●		●	福岡市
	自分の人生で何をするかを選択する自由に満足しているか、不満か？	●			WHR
	興味・関心のあることに取り組むことができていると感じますか？	●			GAH
	あなたは、将来の夢の実現に向けて学べる環境にあると感じていますか？	●			AKH
多様性・寛容度	暮らしている地域には、新たな事に挑戦・成長するための機会がある	●			LWCI
	いろいろなことを総合して、福岡市では一人ひとりの人権が尊重されていると感じますか。				福岡市
	あなたは昨日、一日中、敬意を持って接してもらえましたか？	●	●	●	WHR
	差別を受けたことがあると答えた人口の割合	●		●	CIW
短期的・長期的	私は見知らぬ他者であっても信頼する。	●			LWCI
	お住まいの地域には、文化や言語が自分と異なる人々を理解しようとする雰囲気があると感じますか？			●	GAH
	あなたは、日々の暮らしに、喜びや楽しみを感じていますか。	●	●		福岡市
	時間的プレッシャーが大きいと答えた15歳から64歳の割合	●	●	●	CIW
利他性	人生に「多少なりとも」から「大変」満足していると答えた人口の割合	●	●	●	CIW
	生涯にわたって学習できる環境が充実していると感じますか？	●			GAH
	人は自分自身のケアと他人のケアのどちらに重点を置くべきだと思いますか？	●	●		WHR
	私は、見知らぬ人が困っていたら手助けをする。	●		●	LWCI
利他性	私は、必要とされれば、町内（集落）の人の相談に乗る。	●		●	LWCI
	私は、ささいなことでも、町内（集落）の役に立つことを提案する。	●		●	LWCI
	家庭や職場、学校、地域などで、自分の役割があると感じますか？	●			GAH

出所：荒川区「令和3年度荒川区民総幸福度(GAH)に関する区民アンケート調査票(2021)」、熊本県「県民幸福量の指標化に係る調査報告書」(2012)、熊本県「県民総幸福量(AKH)に関する調査結果について」(2013-2021)、一般社団法人スマートシティ・インスティテュート「Liveable Well-Being City 指標」、国連 Sustainable Development Solutions Network「World Happiness Report 2022」、Gallup Global Emotions 2022 Report」、Smale, B.「A Profile of Wellbeing in Ontario: Toronto, Waterloo, ON: Canadian Index of Wellbeing and University of Waterloo. (2016)」、福岡市「令和3年度市政に関する意識調査」、福岡市「令和3年度福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査」をもとに筆者抄訳、作成

表 7 ウェルビーイング指標のキーワード

キーワード	
・人生の選択の自由度	・私たちのウェルビーイング
・多様性・寛容度	・社会的健康・場のウェルビーイング
・安らぎ・興奮	・つながり（社会的関係資本）
・協調	・短期的・長期的
・保証（チャレンジ失敗後の生活保証）	・周囲の環境
・利他性（他者への奉仕、感謝してもらう）	・夢を持っている
・持続性のある幸福	・生きがいとしての仕事
・やりがい	・引きこもり
・居場所	・格差

出所：文献 21,30,31,32,33,34 をもとに URC 作成後、筆者追記

その結果、既存のウェルビーイング指標では、「個人」的、「情緒」的、「具体」的設問が比較的多く見られた。例えば、「多様性・寛容度」の分野において、福岡市の意識調査では「いろいろなことを総合して、福岡市では一人ひとりの人権が尊重されていると思いますか」という設問があるが、WHR 指標の設問では、「あなたは昨日、一日中、敬意を持って接してもらえましたか？」というように、より個人的な視点が入り込められている。CIW 指標でも、「差別を受けたことがあると答えた人口の割合」と、個人的な経験が指標とされている。また、LWCI 指標の「暮らしている地域には、自然と向き合う喜びがある」という設問は、福岡市の「福岡市は住みやすいと思いますか」という設問と比較すると、より情緒的である。「健康・福祉」分野において、福岡市の意識調査には「あなたは、日頃健康であると感じていますか」という設問があるが、GAH 指標では、より具体的にイメージしやすい「体を休めることができていると感じますか？」という設問になっている。

「個人」的、「情緒」的、「具体」的な視点が設問に加わることで、政策が前提の意識調査ではなく、市民目線でのウェルビーイングの把握につながる可能性が考えられる。また、分野に関して、福岡市の意識調査には、「安らぎ・興奮」「やりがい」「利他性」などの分野の設問は取り入れられていない。これらの分野の指標は、多様な価値観を踏まえた新たな観点のウェルビーイング指標として検討の余地がある。

6. おわりに

本稿では、福岡市の既存の意識調査の内容をもとに、他都市のウェルビーイング指標を参考にしながら、福岡市民のウェルビーイングの現状を把握するために必要となる項目や要素は何かの検討を試みた。ウェルビーイング指標の設定において、基盤となる都市像や基本方針とのリンクを考慮する必要があること、そして福岡市民にとってのウェルビーイングはどういったものかという価値観と、その現状をセットで把握することを考慮する必要があることが明らかとなった。また、技術が日々進化するように多様性を増す人々の価値観に留意しつつ、計測後の活用を見据えた指標設定や設問作成が重要となる。

謝辞

本稿では、文献調査に加え、荒川区自治総合研究所の皆様、熊本学園大学 シニア客員教授 坂本正先生、熊本県企画振興部企画課 久米田様へのインタビューを通じて知り得たことをまとめた。ご協力いただいた皆様にこの場を借りてお礼申し上げたい。

注釈

- 1) 福岡の都心のまちづくりに関わる5つの協議会（福岡地域戦略推進協議会、天神明治通り街づくり協議会、We Love 天神協議会、博多駅エリア発展協議会、博多まちづくり推進協議会）が初めて連携企画し、2021年11月12日に「Beyond Coronavirusのまちづくり:Well-beingを感じられるまちへ」と題して開催した公開サミット。

参考文献

- (1) 福岡市. 第9次福岡市基本計画. 福岡市; 2012 Dec.
- (2) 福岡チャンネル by Fukuoka city. 福岡市長高島宗一郎 福岡都心再生サミット2021「Beyond Coronavirusのまちづくり:Well-beingを感じられるまちへ」に出席しました [Internet]. Online video. YouTube. 2021 [cited 2022 Oct 5]. Available from: <https://youtu.be/XawbV5MI51s>

- (3) 福岡市. 福岡市 Well-being&SDGs 登録制度について [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: https://www.city.fukuoka.lg.jp/soki/kikaku/shisei/fukuoka-well-being/fukuoka_well-beingSDGs.html
- (4) 福岡市. 市長会見 2022 年 4 月 19 日 [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: <https://www.city.fukuoka.lg.jp/shisei/mayor/interviews/20220419choteireikaiken.html>
- (5) 福岡市. 福岡市「Well-being&SDGs 登録制度」登録事業者一覧 [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: https://www.city.fukuoka.lg.jp/soki/kikaku/shisei/fukuoka-well-being/master_partner.html
- (6) 福岡市. 取組事例の紹介: 福岡市 「勤務間インターバル & 男性育休 100% 宣言」 [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: https://www.city.fukuoka.lg.jp/soki/kikaku/shisei/fukuoka-well-being/pickup/pickup1_fukuokacity.html
- (7) 喜多島知穂, 飛鳥井正道, 末吉隆彦, 磯崎隆司, 前野隆司. 主観的ウェルビーイングの分析と構造化. 日本感性工学会論文誌. 2021;20 (2) :129-39.
- (8) 西川太郎. はじめに. In: 荒川区民総幸福度 (GAH) に関する研究プロジェクト第二次中間報告書. 荒川区: 公益財団法人荒川区自治総合研究所; 2012. p. i-ii.
- (9) 北川嘉昭, 米澤貴幸, 長田七美, 森田修康, 川原健太郎. 荒川区における取り組み. In: 荒川区自治総合研究所, editor. あたたかい地域社会を築くための指標—荒川区民総幸福度 (グロス・アラカワ・ハッピネス:GAH). 八千代出版; 2010. p. 126-42.
- (10) 北川嘉昭, 米澤貴幸, 長田七美, 森田修康, 川原健太郎. 荒川区自治総合研究所における調査研究. In: 荒川区自治総合研究所, editor. あたたかい地域社会を築くための指標—荒川区民総幸福度 (グロス・アラカワ・ハッピネス :GAH) . 八千代出版; 2010. p. 143-71.
- (11) 荒川区. 令和 3 年度荒川区民総幸福度 (GAH) に関する区民アンケート調査 調査票. 2021.
- (12) 坂本正. 熊本の幸福量最大化への挑戦: 日本の自治体による幸福度政策と熊本の AKH. 熊本学園大学 産業経営研究所; 2022.
- (13) 熊本県企画振興部企画課 (受託機関: 株式会社地域総研). 平成 24 年度「県民幸福量の指標化に係る調査」報告書 参考資料: 主なポイント. 2013 Mar.
- (14) 熊本県. 令和 3 年度県民総幸福量 (AKH) に関する調査結果について. 2021.
- (15) 一般社団法人スマートシティ・インスティテュート. Liveable Well-Being City 指標 ご紹介と活用について [Internet]. 2022 [cited 2022 Aug 4]. Available from: <https://www.sci-japan.or.jp/LWCI/index.html>
- (16) 株式会社ネクスト HOME'S 総研. Sensuous City[官能都市]: 身体で経験する都市; センシユアス・シティ・ランキング. 2015.
- (17) Tim Lomas, Alden Yuanhong Lai, Koichiro Shiba, Pablo Diego-Rosell, Yukiko Uchida, Tyler J VanderWeele. Insights from the First Global Survey of Balance and Harmony. In: Helliwell JF, Layard R, Sachs JD, de Neve JE, Aknin LB, Wang S, editors. World Happiness Report 2022. New York: Sustainable Development Solutions Network; 2022. p. 127-54.
- (18) Gallup. Gallup Global Emotions Report 2022. 2022.
- (19) Canadian Index of Wellbeing. About the Canadian Index of Wellbeing - History [Internet]. University of Waterloo. 2021 [cited 2022 Oct 21]. Available from: <https://uwaterloo.ca/canadian-index-wellbeing/about-canadian-index-wellbeing/history>
- (20) 福岡市. 市政に関する意識調査 [Internet]. 2022 [cited 2022 Aug 12]. Available from: <https://www.city.fukuoka.lg.jp/shicho/kocho/opinion/002.html>

- (21) 鶴見 哲也, 藤井 秀道, 馬奈木 俊介. 幸福の測定. 中央経済社; 2021. 128-150 p.
- (22) 福岡市. 令和3年度福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査 調査票. 2021.
- (23) 亀坂安紀子, 吉田恵子, 大竹文雄. ライフステージの変化と男女の幸福度. 行動経済学 [Internet]. 2010 [cited 2022 Oct 28];3(0) :183-6. Available from: <https://cir.nii.ac.jp/crid/1390001205344830592.bib?lang=ja>
- (24) 加藤文嗣, 山本俊行, 安藤章. 社会基盤整備が主観的幸福度に及ぼす影響の分析. 第52回土木計画学研究発表会・講演集. 2015;533-40.
- (25) 荒川区. 荒川区基本構想全文 (HTML版) [Internet]. 2020 [cited 2022 Oct 18]. Available from: <https://www.city.arakawa.tokyo.jp/a001/kousoukeikaku/kihonkousou/zenbun.html>
- (26) 上田望. 第4章 最大幸福の実現: 第1節 目標設定と測定. In: 西川太一郎, 藁谷友紀, ホルスト・アルバッハ, editors. 基礎自治体マネジメント概論: 荒川区自治総合研究所叢書. 三省堂; 2018. p. 176-86.
- (27) 坂本正. Interview. 2022 Oct.
- (28) 渡邊淳司, 村田藍子, 安藤英由樹. 持続的ウェルビーイングを実現する心理要因. 日本パーソナルリサーチ学会誌. 2018 Mar;23(1):11-8.
- (29) ロナルド・イングルハート, 山崎聖子 (訳). 文化的進化論: 人びとの価値観と行動が世界をつくりかえる. 勁草書房; 2019.
- (30) アラン・ドゥアズ, 日経BP. 編集長インタビュー: アラン・ドゥアズ氏: 「感情的知性」が人を束ねる. 日経ビジネス. 2022 Jun 27; (2146) :44-8.
- (31) 日本経済新聞. 起業失敗でも失業手当 受給権利、3年間保留可能に. 日本経済新聞. 2022 Jan 6;
- (32) 渡邊淳司, ドミニク・チェン, 安藤英由樹, 坂倉杏介, 村田藍子. わたしたちのウェルビーイングをつくりあうために - その思想、実践、技術. ビー・エヌ・エヌ; 2020.
- (33) 内田由紀子. これからの幸福について: 文化的幸福観のすすめ. 新曜社; 2020.
- (34) 矢野和男. 予測不能の時代: データが明かす新たな生き方、企業、そして幸せ. 草思社; 2021.

『谷根千』から学ぶ地域ブランドの作り方 — ローカルメディア製作による地域の魅力再認識の可能性 —

山田 美里 YAMADA Misato

(公財) 福岡アジア都市研究所 研究主査

■要旨：東京の人気観光エリア「谷根千（ヤネセン）」の名は、1984年に地域住民らによって創刊されたローカルメディア『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』をきっかけに生まれ、のちに人々の注目を集める地域ブランドが確立した。一方、福岡市は観光客数が増加傾向にあるものの、市内に際立つ観光名所がないという認識を市民が持っており、市内の特定地域に対する愛着から観光エリアづくりに発展させる事例は見られない。「谷根千」の地域ブランド形成の要因は、①人、②内容、③マスメディアと観光、④地域活動であったことから、地域ブランドを作る方策のヒントとして、①地域の一員が、②多様な地域活動とともに、③読者が共感できる内容を発信することが考えられる。

■キーワード：谷根千、地域雑誌 谷中・根津・千駄木、地域ブランド、町の魅力、まちづくり、ローカルメディア、地域メディア

1. はじめに

「観光名所」が福岡市内にはないという市民の認識は今に始まったことではない。1987年度の福岡市中堅職員研修第1班が作成した「ふくおか みどころ 再発見」の冒頭に、「私達は、福岡市に居ながら・勤めながら福岡市の見どころを良く知らないのではないだろうか。それは、他都市から来客があると市内であれば美術館や植物園などのわずかな限られたところを案内または紹介し、その他は、太宰府や柳川等の市外に案内しているのが現状ではあるまいか。福岡の町は古く、歴史もある町なのに、なぜだろうか。そんな筈はない、私達が知らなすぎるのではないか。」⁽¹⁾と、自分たちで観光案内書を作ろうと思いついた経緯が記されている。

新型コロナウイルス感染症が蔓延する前、福岡市の入込観光客数は年々増加し、2019年には過去最高の2,148万人と推計されていた⁽²⁾。近年は、商業施設以外においても観光客が楽しめるまちにいくために、福岡市やまちづくり団体による様々な取り組みが進められている。例えば、博多旧市街プロ

ジェクト（2017年開始）、一人一花スプリングフェス（2011年開始）、きらめき通り歩行者天国（2014年開始）、公開空地活用、Park-PFI（都市公園における公募設置管理制度）など都心を回遊してもらう様々な施策が導入されたことにより、都心への来街者をもてなす効果を発揮していると考えられる。しかし、買物や飲食の他に見所がないという認識は今でも市民の間で根強く残っている。

このような認識は、福岡市に観光資源が本当にないのではなく、観光資源としての価値が市民によって認識されていないことが考えられる。東京の人気観光地の一つ「谷根千（ヤネセン）」は、住民が発行した季刊誌『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』によってまちの魅力が発掘、発信され、やがて全国的な知名度を誇る地域ブランドとなった。本稿では、「谷根千」地域における地域ブランドの形成過程を整理し、福岡市のように観光名所が乏しいと市民が思っている都市においても地域の魅力が再認識され地域への愛着が醸成される方策や可能性のヒントとなり得る要因について考察する。

2. 谷根千とは

2.1. 地域雑誌の通称名から地域名へ広がった経緯

2.1.1. 地域雑誌『谷中・根津・千駄木』

地域雑誌『谷中・根津・千駄木』（以降、『谷根千』）は、1984年から2009年までの25年間に計94号が刊行されたA5版の季刊誌である。東京都文京区の「根津」、千駄木、台東区の「谷中」、荒川区の「西日暮里」、北区の「田端」エリアを生活圏とする⁽³⁾、仰木ひろみ氏、森まゆみ氏、山崎範子氏の三人が、「江戸の寛永寺の創建に始まる350年を超える地域の歴史を掘り起こし、聞き書きという手法で『記憶を記録に変える』」⁽⁴⁾ことを目的として創刊した。

1984年10月『谷根千』創刊号の発行部数はわずか1,000部であったが、創刊から4年後頃には発行した1万部が一年で完売するようになりその後も安定的に1万部を販売できていた。しかしながら、『谷根千』編集者らは、地域でのネットワーク力、影響力の高まりが、権力構造に繋がりがかねないことを危惧し、「読者や町の人との人間的な関係を大事にするため、1992年の夏（『谷根千』第32号発行前後）に、発行部数を8,000部に減らし再販はしないこととした」⁽⁵⁾。その後15年以上にわたり合計約60号を発行し続けてきていたが、販売部数は徐々に減り、2009年8月に終刊した。

2009年終刊後は、2000年6月に開設されたホームページ上で、バックナンバーの在庫状況のお知らせや、絶版となった第1号～10号の本文テキスト掲載、情報発信などの活動が継続されている。2022年10月には全94巻が別冊17巻とともにデジタル化され、電子復刻版として販売され始めた⁽⁶⁾。

2.1.2. 「谷根千」という通称の広がり

①雑誌名

「谷根千」という地域名は、1984年に地域雑誌『谷根千』が創刊されるまで存在しなかった⁽⁷⁾。誌名の「谷中・根津・千駄木」が長いこと、編集者たちや地域の人たちが縮めて呼び始めたのが始まり⁽⁴⁾であるが、活字として初めて世に出たのは、同年10月15日発行の創刊号「其の一 菊まつり特集号」の裏表紙に掲載された、「地域雑誌『谷中・根津・千駄木』」の紹介文の中である。そこには、「『谷根千』は池之端、

桜木、向ヶ丘、日暮里など周辺部も含め、この街に住む方々（原文ママ）、いいお店、史跡、古い町並、年中行事などをテッテイ的に取材、ご紹介します。」⁽⁸⁾と書かれてある。

新聞紙上初めて「谷根千」という言葉が使われたのは、『谷根千』の英語版が発行された時で、1987年10月26日朝日新聞夕刊の「ジョルダン・サンドさん 下町ミニコミ英語版（人きのうきょう）」と題した記事に、「東京の下町の活気が伝わってくる英文雑誌「Yanesen」創刊号がこのほど刷り上がった。谷中、根津、千駄木の頭をとった題名。」とあり、同記事に「地域の隔月誌『谷根千』」の言及も見られる⁽⁹⁾。

また、1987年11月27日東京読売新聞朝刊の「季刊タウン誌『谷中・根津・千駄木』」が路地を調査し特集記事を組んだことを紹介する記事にも、「『谷根千』（やねせん）の愛称がすっかり定着したようだ。」とあり⁽¹⁰⁾、創刊からわずか3年で、雑誌の通称名が人々に認知されていたことがうかがえる。

②編集者名（屋号）

『谷根千』第3号・初版（1985年3月発行）のクレジット欄に、「発行＝谷根千工房（編集室トライアングル改め）」と書かれ、発行人の屋号が「トライアングル」から「谷根千工房」へ変わった。「谷根千工房」と印字し始めたのは第3号からで、その経緯について仰木ひろみ氏は、「雑誌を置いてくれている方達が『谷根千さんが来たよ』と言っていたから、「谷根千工房」にしてしまおう、となった」と話す⁽¹¹⁾。

第3号以降、クレジットには毎号「谷根千工房」が印字されるようになった。初版では「編集室トライアングル」であった創刊号と第2号は、のちに増刷される際に、「谷根千工房」と印字されている。また、1986年5月5日には有限会社として法人化され、会社名「谷根千工房」が公的にも登録された⁽¹²⁾⁽¹³⁾。

③エリア名

創刊から2ヶ月後に発行された『谷根千』第2号（1984年12月）に、「谷根千マップ」と題した、森まゆみ氏による手描き地図が見開きで掲載されている。この地図に、名所旧跡や誌面の特集記事で取り

上げた銭湯の位置とともに、『谷根千』の販売店が「『谷根千』のおいてある所」としてプロットされている。評論家の田中直毅氏は、週刊『エコノミスト』の記事のなかで、「谷根千と一括されるこの地域が、新しいイメージをまとい始めた⁽¹⁴⁾」と記し、同記事が発行された1985年10月の時点で、人々にエリア名として認識され始めていることがわかる。また、『谷根千』第20号(1989年7月発行)前後から、誌面で紹介される読者からのお便りに、エリア名としての「谷根千」の使い方が見られ始めた。

図1は、日本経済新聞社が提供するオンラインデータベース「日経テレコン」で1984年～2021年における、新聞、雑誌、テレビ¹⁾、企業情報などのメディアを対象として「谷根千」「谷中 and 根津 and 千駄木」「Yanesen」をそれぞれ検索した結果である。1985年頃から、「地域雑誌 谷中・根津・千駄木」が、1987年頃から「谷根千」が地域雑誌の略称として新聞で使われるようになった。

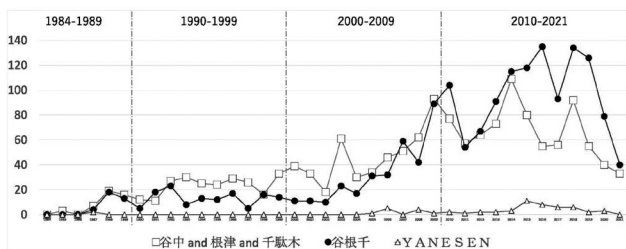


図1 日経テレコン検索結果
出所：日経テレコン検索結果をもとに著者整理

1989年5月27日東京読売新聞の、文京区と台東区が協力して秋祭りを開催することを伝える記事に、「この一帯は通称『谷根千』と呼ばれ、昔から住民たちの連帯意識も強いところ。」⁽¹⁵⁾とあり、エリア名としての「谷根千」が、地域住民の間で浸透していることがわかる。

2.1.3. 地域雑誌『谷根千』の活動の認知

① NTT タウン誌大賞

1985年11月、地域雑誌『谷根千』が、第1回「NTT タウン誌大賞」を受賞した。全国から408誌のタウン誌が応募し、どれだけ地域文化・地域コミュニケーションの発展に貢献しているかを選考基準に選ばれた大賞10誌のひとつが『谷根千』であった⁽¹⁶⁾。

さらに『谷根千』は、1988年の第4回「NTT

タウン誌大賞」を再び受賞し、1994年の第10回NTT全国タウン誌フェスティバルで「特別賞」を受賞した⁽¹⁷⁾。

森まゆみ氏が第1回受賞誌座談会のタウン誌仲間から聞いた話としてエッセイに書いているが、当時、「高度成長期以降の『モノからココロへ』『会社人間から地域人間へ』という流れの中で、第二次タウン誌ブームが起きていた」⁽³⁾ことから、毎回400～600誌もの全国のタウン誌の中から特に秀でた雑誌として選ばれたことは、『谷根千』の域内外での知名度をさらに高めることに寄与したと考えることができる。

② トヨタ財団研究コンクール助成事業採択

『谷根千』の活動が広く知られるきっかけになったもう一つの大きな出来事は、1986年5月に、大学の教授や学生、地域住民らとともに結成したグループ「江戸のある町 上野・谷根千研究会」が、トヨタ財団の研究コンクールの助成事業に採択され、約2年半に渡り「上野・谷中・根津・千駄木の『親しまれる環境』の調査研究」を実施し、1989年4月の研究報告会にて優秀賞を受賞したことである。

グループ結成の背景として、上野、谷中、根津、千駄木の町で、再開発や地上げ行為が散見されるようになり、住民が転出を余儀なくされる状況が続くなか、「このままじゃ、街がダメになる！」と危機感を持ったことが紹介されている⁽¹⁸⁾。

なお、この活動はのちに、地域資産の調査・周知イベントの開催や、歴史的景観・生活環境の保全育成など数々の活動を手がけてゆく、まちづくりグループ「谷中学校」の結成のきっかけとなった⁽¹⁹⁾。

③ サントリー地域文化賞受賞

1992年には、サントリー文化財団が、地域文化の発展に貢献した団体や個人に、1979年から毎年贈呈している「サントリー地域文化賞」を、「地域雑誌の刊行を中心に、地域の歴史と文化を掘り起こすコミュニティ活動」を行う団体として「谷根千工房」が受賞した⁽²⁰⁾。雑誌制作だけでなく、地域の環境保全、街並み、歴史・建築物の保存活動に地域住民と共に取り組んできたことが評価され、受賞によって、その活動意義が内外に知られることとなった。

2.1.4. 現在の「谷根千」の使われ方

社会情報学研究者の岡村圭子氏が「2000年代から、不動産のチラシにも「谷根千」の表記が見られるようになってきた」と考察しているように⁽²¹⁾、『谷根千』とは直接関係のない媒体において、「谷根千」が用いられるようになった。特に、2009年に『谷根千』が終刊して以降は、雑誌名が言及される機会が減り、エリア名としての「谷根千」が定着した。

現在発売中（2022年10月末時点）の、「谷根千」を紹介している旅行ガイドブック16誌（詳しくは、3.3、表2）のうち、「谷根千」が「谷中」「根津」「千駄木」地区の総称であると説明しているガイドブックは、全体の75%（12誌）あったが、地域雑誌『谷根千』がその言葉の発祥であることを説明しているガイドブックは、わずか13%（2誌）であった。加えて、その2誌は同じ出版社であり、他社での言及がないということは、今後ますますエリア名としての「谷根千」の定着が進むと考えられる。

2022年9月末の「谷根千」界隈で実際に見つけることのできた地域雑誌『谷根千』以外の「谷根千」は、「谷根千整骨院」（整骨院）、「谷根千薬局」（薬局）、「谷根千 az café」（カフェ）、「谷根千のへそ」（デザートメニュー）、「谷根千ゆかりの文人まっぷ」（文京区立本郷図書館オリジナル制作のまち歩き地図）、「HOTEL GRAPHY と谷根千」（ホテルが制作するガイドマップ）、「谷根千フラサークル」（フラダンスの市民活動団体）であった。

2.2. 「谷根千」の人気エリア化の状況

2.2.1. 観光客数

「谷根千」地域で最も観光客の集まる谷中が属する台東区の観光客数（図2）は、2020年以降は、他地域同様、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で大幅に減少しているが、2000年代より国内外からの観光客が着実に増加した。「谷根千」界隈の最寄り駅の一つ、日暮里駅は、2010年に在来線で国内最速の特急列車が導入され⁽²²⁾、成田空港から最速36分で到着できるようになった⁽²³⁾ことで「世界からの玄関口」となり、外国人観光客の流入が著しく増加した。また、台東区全体だけでなく、谷中地区の観光客数も2008年から2倍以上に増えており（図

3）、「谷根千」地域の人通りが多くなっていたことがわかる。

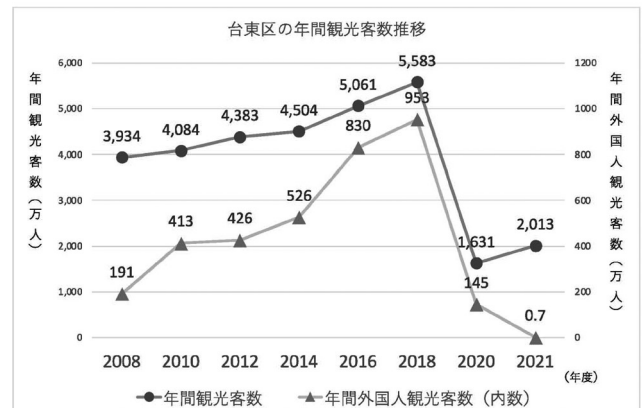


図2 台東区の年間観光客数

出所：台東区「令和3年台東区観光統計分析報告書」（2022）をもとに著者整理



図3 谷中地区の年間観光客数

出所：台東区文化産業観光部観光課「台東区観光統計・マーケティング調査」（2010、2012、2014、2016年度）をもとに筆者作成。※注：2012年度調査は、精度向上を目的にアンケート調査地点や設問項目を増やし「観光目的で来訪した観光客の割合」が低下したため、最終的な推計値が減少した。

2.2.2. 商店街の賑わい

日暮里駅から近い谷中銀座商店街（通称：谷中ぎんざ）は、「谷根千」の観光スポットとしてメディアに取り上げられる機会の多い商店街である。商店街が1996年のNHK朝のテレビ小説『ひまわり』の舞台になると域外からの来街者が増え、2000年代に近隣型商店街から広域型商店街へと発展し、図4に示すように、2000年代後半以降、平日と休日の来街者の差が広がり、観光地化が進んだ⁽²⁴⁾。

1990年、谷中ぎんざの端にある石段の再整備にあわせ、地域の町会は石段の愛称を一般公募した。森まゆみ氏によると、偶然通りかかった際に適当に書いて投函した「夕焼けだんだん」が採用された⁽²⁵⁾。

現在でもその愛称が使われており、谷中ぎんざとともに、多くの人を訪れる人気スポットとなっている。

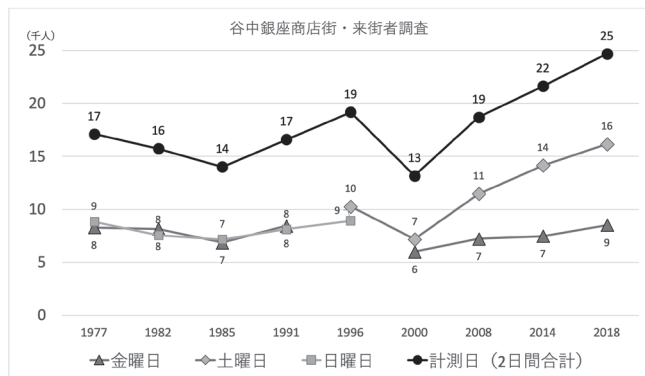


図4 谷中銀座商店街への来街者数推移
出所：谷中銀座商店街振興組合「商店街研究会平成31年2月例会」発表資料(2019) p.52「来街者調査」をもとに著者整理

2.2.3. メディアでの言及

1985年頃から、エリア名「谷根千」がメディアに登場し始めたことは、2.1.2の③で示したが、表1に挙げるように、4年後の1989年には、「谷根千」地域の人気が増していることを表す「ブーム」の言葉が使われ、町を訪れる人が増加したことがわかる。2003年には、新たな層として若者の往来が町中で見られるようになり、また、「ブーム」から20年以上経つ2011年の時点でもその人気は衰えていない。

表1 「谷根千」の人気に関する言及

年	媒体	言及内容	参考文献
1987	日経流通新聞	「この地域は日本の情緒を残すかいいわいとして以前から外国人の旅行者に人気があったが、最近は住む人も多い。」	26
1989	日経流通新聞	「このところ『谷根千』（谷中、根津、千駄木）ブームで学生のグループや外国人客が増えた。」	27
2003	日経トレンディ	「訪れる人といえば以前は墓参りの人が主だったが、最近は若い人の散歩スポットとして注目されるようになってきた。」	28
2011	日本経済新聞電子版	「路地に沿ってレトロな建物が並び、行列ができるメンチカツ販売店のある『谷中銀座』商店街やカフェなどに大勢の街歩き愛好者が訪れる。」	29

出所：参考文献^{(26)、(27)、(28)、(29)}をもとに著者整理

3. 『谷根千』ムーブメントの要因

地域雑誌『谷根千』から、地名「谷根千」が一般に浸透し地域ブランドとして確立するほどのムーブメントが起きた要因として、①人、②内容（名称、クオリティ、双方向のコミュニケーション、販路）、③マスメディアと観光、④地域活動が挙げられる。

3.1. 人

『谷根千』編集者の仰木ひろみ氏、山崎範子氏、

森まゆみ氏の才能と性格、志、そしてバイタリティ（どんな困難にもあらゆる方法で乗り越えようとする活力）が、このムーブメントには欠かせない。

山崎範子氏と森まゆみ氏には約2年間の出版社での勤務経験があり、雑誌の編集に加え、どう売るか、どうすれば読んでもらえるかという戦略や考え方に關しても素地があった。さらに、森まゆみ氏は、出版社の前に7か月間PR（パブリック・リレーションズ）会社にも勤務しており、ここで習得した、例えば協力者の増やし方や、行政機関の中での味方の見つけ方、ジャーナリズムを味方につける方法などの戦術・戦略経験が、その後の市民運動に活かされている、と2016年の講演で話す⁽³⁰⁾が、この経験は地域雑誌『谷根千』の協力者、支援者、愛読者、情報提供者のつくり方にも活かされていたと考えられる。

3.2. 内容(名称、クオリティ、双方向のコミュニケーション、販路)

3.2.1. 名称

これまで誰も一括りにしていなかった場所を一括りにして、「谷根千」という聞き心地のよい言葉で呼び始めたことは、ムーブメントの大きな要因のひとつである。

建築史家の陣内秀信氏は、2021年の森まゆみ氏との対談の中で、「『谷根千』というネーミングが絶妙。タイトルとしてだけじゃなくて、コンセプトが抜群にいい。谷中、根津、千駄木を一緒の地域として括ってしまうという発想が画期的でした。」と話し、お屋敷町と町人地の住民が互いに上下意識を持ちつつも助け合いながら暮らしてきた江戸時代からの地域性を、『谷根千』はうまく切り取った、と高く評価する⁽³¹⁾。

また、行政区域ではなく住民目線の生活圏を中心に、なおかつ明確な地理的境界を定めず²⁾『谷根千』の刊行を続けたことは、岡村圭子氏が指摘するように、メディアや個人による「谷根千」のイメージのズレを生じさせたが⁽²¹⁾、その曖昧さが余白を生み、『谷根千』に共感する人や親近感を持つ人を増やし、認知拡大に繋がったのであろう。

3.2.2. クオリティ

『谷根千』第45号(1995年12月発行)の「サトウハチロー」特集を読んだ作家の小沢信男氏から、「後世、弥生町とサトウハチローを調べる人が現れたら、これは第一級資料になるでしょう」(1996年3月発行『谷根千』第46号 p.48)と絶賛されるほど、『谷根千』の記事の質は高かった。1989年8月28日付日本経済新聞の記事でも、『谷根千』は、「郷土史的な特集の切り口の鋭さと、情報が次々と寄せられる『場』の活性化ぶりが、地域外の人々からも評価されている⁽³²⁾と紹介されている。

森まゆみ氏の1996年のインタビュー記事によると、仰木氏は「衣服・食べ物など生活風俗」に、山崎氏は「自然環境や都市問題」に、森氏は「文学・美術史や建築」に興味や関心を持ち、三人のそれぞれの関心が編集に生かされたことで雑誌の独自性が作られた⁽³³⁾。

多種多様なテーマと丹念な取材が『谷根千』の質を高め、幅広い読者を惹きつけていた要因であろう。

3.2.3. 双方向のコミュニケーション

『谷根千』は創刊当初から、一方通行のメディアではなく、双方向のコミュニケーションの場となることが意識されていた⁽³²⁾。間違いを恐れずにまず書いて発行し、指摘された間違いは謝って訂正し、新たなコミュニケーションや気付きが生まれた。

歴史学研究者のジョルダン・サンド氏は、「『谷根千』は徐々に、誌上に出会いの空間を創り出し、編集人、記事の書き手、イラストを提供する画家、聞き書きの相手、谷根千内外の読者、便りの投稿者といった人々が、この空間に加わっていき、「誌上のコミュニティ」が形成されたと分析する⁽³⁴⁾。

販売店に『谷根千』を買いに行くことができない購読希望者へは宅配や郵送による販売が行われていたが、その購読者向けに、主催や協力イベントの情報やスタッフの身近な話が手書きで書きこまれた『谷根千通信』が毎回作成され、新刊の『谷根千』に同封された⁽³⁵⁾。このような手作りだよりも、編集者らと読者の距離を縮め、イベントに参加したりお便りを送ったりといったアクションを促すことに一役買っていたと考えられる。

3.2.4. 販路

『谷根千』の販路について、当初、一般的なタウン誌のように、地域で商売をしているお店から広告料をもらう代わりに雑誌を何十部か提供し、店頭で無料で配ってもらうことが考えられていたが、地域住民を相手に数百円の商売をしているため雑誌の無料配布を付加価値と捉えないお店が多いことがわかったため、雑誌本体に値段をつけて協力店に置いてもらい、読者に買ってもらう方針をとることになった⁽³⁾。『谷根千』創刊号の販売が好調だったことについて、週刊『エコノミスト』編集部の原沢政恵氏は、「お金を出して買ってもらえる数少ないタウン誌の誕生だった」と考察する⁽³⁶⁾。

約300の『谷根千』販売協力店は、主に「谷根千」地域に所在し、本屋だけでなく、飲食店、専門店、ギャラリー、旅館、病院、大学生協など多様性に富み、幅広い読者層へのリーチと新たな読者の獲得を可能にした。

3.3. マスメディアと観光

谷根千工房が新聞記者やテレビ局から映像映えする場所の問い合わせを受けたり、特定のシチュエーションの再現の相談を受けたりした背景には、1980年代の江戸・東京ブーム⁽³⁷⁾と、それに続く下町ブーム、そして「下町」の観光地化⁽³⁸⁾がある。ブームに合わせて話題を探すマスメディアにとって、郷土史や文化、町並みを若い女性編集者らの目線で取り上げる『谷根千』は話題の宝庫であり、谷根千地域に取材対象を見つけようとした。そして、社会学者の五十嵐泰正氏が、地理的な定義とはあまり関係なく「『下町』と呼ばれる場所が(観光)スポット化する傾向が加速」したと指摘するように⁽³⁸⁾、マスメディアが谷根千エリアを取り上げるにつれて、地域の観光地化が進んだ。

「大宅壮一文庫」雑誌記事データベースによると、雑誌記事に「谷根千」が初めて登場したのは、1988年に創刊された若い女性向け雑誌「Hanako」の1989年2月2日の記事「ラスト・ダウンタウン特集 谷中・根津・千駄木」である。この年に、この雑誌を発祥とする社会現象から生まれた言葉「Hanako族(ハナコ族)」⁽³⁾が流行語大賞を受賞し

ており、「下町」を求めて谷根千に向かう若い女性が増えたと推察できる。

「大宅壮一文庫」データベースにおける、「谷中・根津・千駄木」、「谷根千」、「Yanesen」を含む雑誌記事のそれぞれの年間発行数の推移（図 5）を見ると、「谷中・根津・千駄木」および「谷根千」は、2000 年代以降安定的に発行され、2009 年に『谷根千』が終刊した後もその傾向は大きく変わっていない。「谷根千」がエリア名として言及され続け、エリア名としての認知がさらに広がったと考えられる。

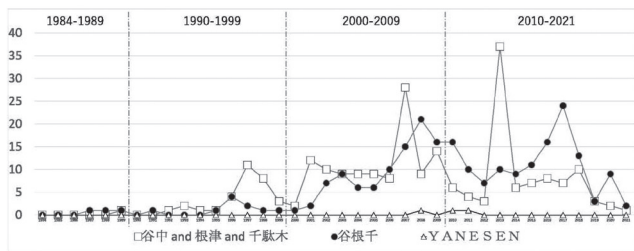


図 5 大宅壮一文庫データベース検索結果
出所：大宅壮一文庫検索結果をもとに著者整理

2022 年 10 月末時点で発売されている、東京を旅先とする旅行ガイドブック 17 誌のうち 16 誌に「谷根千」が掲載されており、観光地としての「谷根千」

の人気の高さがわかる。表 2 は、16 誌に掲載されている紹介文から抽出した「谷根千」を表現するキーワードである。

「散歩」や「まち歩き」に適した場所であるという認識は全誌に共通している。7 割強でみられる「下町」という表現は、前述した「下町ブーム」の影響であるが、特徴として、「寺町」、「商店街」、「レトロ」、「昭和」、「江戸」、「猫」などの多彩な表現がみられることが挙げられる。また、「文化・芸術・個人的」の背景には、美術評論の西原珉氏が指摘するように、寺の講堂がアトリエ代わりになったり、家賃の代わりに絵が受け取られたり、町のあらゆる空間を使った展示会（「芸工展」）が開催されたりする「谷根千」地域の住民らのアートに対する理解の深さがある⁽³⁹⁾。これら「谷根千」の観光地としての多様性は、幅広い層の観光客を引きつける要素があることを示しており、地域ブランドが確立した要因であろう。

3.4. 地域活動

谷根千工房のメンバーらは、雑誌の刊行のほか、お祭り、展覧会、映画上映会、まち歩きイベント、

表 2 「谷根千」を紹介する旅行ガイドブックでの表現キーワード

ガイドブック	出版社	出版年	紹介ページタイトル	紹介ページ本文での表現キーワード											地域名の説明	地域雑誌「谷中・根津・千駄木」の説明	
				散歩・まち歩き	下町	寺町	商店街	レトロ	ノスタルジック・懐かしい	暮らし・庶民的	文化・芸術・個人的	昭和	猫	江戸			人情
るるぶ 東京 超ちいサイズ	JTBパブリッシング	2022	昔懐かしい街並みや商店街が魅力 谷根千	○	○	○	○	○	○	○					○		
片手で持って歩く地図 東京	成美堂出版	2022	郷愁あふれる下町散歩の人気コース 谷中・根津・千駄木	○	○	○	○	○	○	○					○		
ハレ旅 東京	朝日新聞出版	2021	下町情緒あふれる人気のおさんぽスポット 谷根千	○	○	○	○	○	○	○					○		
Tokyo guide 24H	朝日新聞出版	2021	レトロっぽが新鮮な 谷根千へ	○	○	○	○	○	○	○				○			
地球の歩き方 aruco 東京	学研プラス	2021	情緒あふれる下町をぶらりおさんぽ 谷根千	○	○			○	○	○				○	○		
まっふる 東京観光mini'22	昭文社	2021	路地裏も楽しい下町ディープ探検	○	○					○							
まっふる 超詳細！東京さんぽ地図	昭文社	2021	谷根千 のんびりとした雰囲気や下町 神社や静かな寺町、名物商店街を散策	○	○	○	○	○	○	○					○		
& TRAVEL 東京 2022 ハンディ版	朝日新聞出版	2021	谷根千エリア & まだまだ行きたい！	○				○							○		
おとな旅プレミアム 東京	TAC出版	2021	庶民の人情と下町の活気が残る 谷中・根津・千駄木	○	○	○	○	○	○	○				○	○		
地球の歩き方 東京	学研プラス	2021	谷中・根津・千駄木（谷根千）	○				○	○	○						○	
ことりっぶ 東京	昭文社	2020	①懐かしい風景に出会える谷根千を街歩き ②探検するように、谷根千の路地裏さんぽへかけましょう	○		○	○	○	○	○					○		
ココミル 東京	JTBパブリッシング	2020	下町の人情とアートが根付く谷根千のおさんぽ	○	○					○					○	○	
ソロタビ 東京・横浜	JTBパブリッシング	2019	ディープタウン：下町情緒をひとり感じながら 谷根千 谷中・根津・千駄木 のんびりさんぽ	○	○			○	○	○				○	○		
歩いて楽しむ 東京	JTBパブリッシング	2018	人情味あふれるノスタルジックな下町 谷中 根津 千駄木	○											○	○	
COLOR+ 東京	昭文社	2018	レトロな魅力漂うエリアで食べ歩き♪ ほっこり谷根千グルメさんぽ	○		○	○	○	○	○				○	○		
楽楽 東京	JTBパブリッシング	2017	坂道・寺町の谷根千 谷中・根津・千駄木	○	○		○							○	○		
合計（誌）				16	12	8	8	8	8	6	6	5	4	4	3	12	2

出所：各旅行ガイドブック（表 2）をもとに著者作成

講演会、路上観察会、環境調査など多くの地域活動を行い、住民運動にも協力している⁽¹⁷⁾。住民運動は、主なもので、上野の奏楽堂のパイプオルガンの保存や、赤レンガ建築の東京駅の保存、不忍池の地下駐車場建設問題などだが、ほとんどが単独で起こした運動ではなく、協力を求められたり、相談を受けたり、困っている人に出会ったりといった外部からの働きに対し、谷根千工房としてできることは何かを考え、行動に移してきたものである。岡村圭子氏は、『『谷根千』においては、住民が一丸となった強烈的な反対運動を先導するのではなく、あくまで『記述』というスタイルをとる』と分析する⁽²¹⁾。

地域の様々な人との活動が、雑誌の特集記事に発展することもあり、また取材活動から地域活動に発展することもあった。そして、それらの活動を通じて、多くのキーパーソンや協力者、支援者に出会うことができた。谷根千工房のメンバーらが、雑誌刊行だけでなく、雑誌刊行と地域活動の両方に注力していたからこそ、「谷根千」ムーブメントは拡がりを見せたと考えられる。

4. 注目すべき論点

『谷根千』が地域ブランド「谷根千」となる過程において、いくつか注目すべき点がある。

4.1. 周囲の理解と協力

発刊当初は、地域の人たちに宗教活動や政治的活動ではないかと疑われ信用してもらえなかったが、子連れで自転車に『谷根千』を積み、販売店へ配達、集金、取材に駆け回る谷根千工房の三人の姿を見るうちに、地域の人たちが徐々に理解を示してくれ、『『この人たちは本当にこの街が好きでやっているだけなんだ』ということ、わかっていただいた』と、創刊から10年経った1993年に森まゆみ氏が振り返っている⁽⁴⁰⁾。

『谷根千』の販売に特に協力的であった店では、レジの側に『谷根千』が置かれ、客が会計を待つ間に買える工夫がなされていた⁽⁴¹⁾。

4.2. プライバシーの保護と情報発信のバランス

25年続いた地域雑誌「谷中・根津・千駄木」の終刊の理由に、販売部数の減少だけでなく、2003

年に成立し2005年に施行された個人情報保護法がある。人の生き死にに注目し、「記憶を記録する」活動を雑誌発行の軸としてきただけに、「個人情報」の保護に敏感になった町の人たちから「話を聞くのが難しくなり、話が面白くなかったり大事なところの削除を求められたり」するようになったという変化は、編集者たちに終刊を決意させるきっかけとなった⁽⁴²⁾。

4.3. 自治体の関わり方

谷根千工房のメンバーが、一般に開かれたお寺での祭りのポスターの掲示を区境付近の公共施設に頼んだところ、行政区が異なるという理由で断られた⁽⁴³⁾ように、『谷根千』が対象とする地域が複数の行政区をまたぐものであったことは、行政区域内で公共サービスを行う自治体を困惑させた。

しかし、区役所同士が協力して、区境に捉われずに住民の活動を支援できる方法はある、好例として、1989年から1999年にかけて台東区と文京区が地域住民らと協力して開催した「文京・台東下町まつり」が挙げられる。

同祭りは両区による開催の終了後、それぞれの区の地元住民らが主体となり、「根津・千駄木下町まつり」(文京区)、「谷中まつり」(台東区)として開催されるようになった⁽⁴⁴⁾⁽⁴⁵⁾。

「根津・千駄木下町まつり」の実行委員会と2008年頃から10年間連携し、ゼミ生らとともに祭りに参加し調査研究を実施した東洋大学の東海林克彦教授は、商店街や町会主催の祭りとは違い、行政が主体となって始まり実行委員会形式で様々な人が関わるようになった「下町まつり」は、新旧住民の参加と交流を促す効果があるため、公共性が高いと評価する⁽⁴⁶⁾。一方で、行政は派手なことを実施したがる傾向があるが、やはり地元住民あってこそその地域であり観光であるため、地図製作や雑誌発行のような住民による地道な活動も大事にする必要があると話す⁽⁴⁶⁾。

5. ムーブメントの起こし方への示唆

ローカルメディアを発端として、特定エリアの地域ブランドが確立されるようなムーブメントを起こ

す方策として、その地域の一員が、多様な地域活動とともに、読者が共感できる内容を発信することが考えられる。これは、福岡市と同様に、住民が地域に観光名所がないという認識を持っている都市においてもヒントとなり得るだろう。

5.1. 地域の一員として参画

まちづくりグループ「谷中学校」の創設メンバーの一人である手嶋尚人氏は、「町が元気であるためには、暮らしている人が自分の町にまず関心があることが大切である」と指摘し、『谷根千』によって発掘された町の魅力が人の目に触れたことで住民の町への関心が高まったと振り返る⁽⁴⁷⁾。

他都市においても、特定地域の物語や記憶は、他の地域との差別化の要因となる地域固有の魅力を作るが、それらを丁寧に掘り出すには地域密着が重要となり、その地域の一員であることが役に立つ。たとえその地域に住んでいなかったとしても、地域での活動度合いや、地域住民や事業者との関わりやの深さが影響するため、特定地域に活動拠点を設け、地域コミュニティに入っていくことで実現できる。

5.2. 多様な地域活動の実施

また、ムーブメントを起こすには、ローカルメディアの製作活動だけでは大きな影響を及ぼすことは難しい。

3.4で言及したように、谷根千工房による雑誌刊行以外の活動の豊富さと幅広さは著しい。編集者ら三人の地域に根ざした様々な活動は、地域内外での広いネットワークの構築と深い交流を促し、また、森まゆみ氏の作家としての活動は、『谷根千』のメディア露出の機会を増やした。

他都市においても、例えばローカルメディア製作を軸に、地域での多岐にわたる活動やイベントを仕掛けていく必要がある。活動を通じて、キーパーソンに出会ったり、ムーブメントへの影響が増幅されたりする可能性がある。

5.3. 共感できる内容の発信

そして、ローカルメディアが発信する内容への共感が、読者や地域住民に地域への愛着に気づかせ、魅力を認識することに繋がる。共感を生むには、その内容が読者や住民の関心や興味と合致する必要がある。

あり、そのためにも地域の一員であることが重要になる。そして、共感が共感を呼び、その地域の魅力に惹かれる人を増やすことができる。

6. まとめ

2009年の『谷根千』終刊から10年以上経っても、「谷根千」地域では、新旧の住民や商人、住職、アーティスト、建築関係者、学生などがゆるやかに繋がりながら暮らしを楽しみ、また、そのような町に新たな担い手が引き寄せられるという、活きのいい町としての好循環がある。

『谷根千』から、人々が歴史あるものに価値があることに気付くきっかけを作ることの重要性を学んだが、その価値の認知が浸透した今は、他の事例も考察の余地がある。

謝辞

本調査を進めるにあたり、谷根千工房 代表 川原温様、同 仰木ひろみ様、同 森まゆみ様、同 山崎範子様、九州大学名誉教授 藤原恵洋先生、藤原馨様、谷中銀座商店街振興組合 理事長 福島様、(株)HAGI STUDIO「まちまち眼鏡店」店長 坪井様、東洋大学教授 東海林先生、文京区アカデミー推進課、台東区観光課の皆様にご協力いただいた。この場を借りて深くお礼申し上げたい。また、友人 Rika との縁で藤原先生にいただいた谷根千工房の皆様と東京大学大学院 高口葵様とご縁と心温まる交流の機会に心より感謝申し上げたい。入手困難な過去の情報の検索に共に一喜一憂してくれた、弊所 松熊常務理事、同 都市政策資料室 本田司書にも深謝申し上げます。最後に、『谷根千』を知るきっかけとなった冷店御プロジェクトチームの仲間に心より感謝する。

注釈

1) 2008年1月以降の東京の各テレビ局（フジテレビを除く）、2015年1月以降の大阪、名古屋の各テレビ局、東京のフジテレビで放送された番組内容（放送日、番組名、サマリーなど）が対象とされている。

- 2) 「『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』其の九」(昭和61(1986)年9月20日発行) p.35、読者からのお便りへの返信に編集者が「谷根千に境界線はありません。」と記している。
- 3) 1986年男女雇用機会均等法施行により女性の社会進出が進み、雑誌「Hanako」から流行情報を得て街に繰り出す女性が多くみられたことから生まれた言葉。

参考文献

- (1) 福岡市中堅職員研修第1班. ふくおか みどころ 再発見. 1987.
- (2) 福岡市. 福岡市の観光・MICE 2021年版(福岡市観光統計). 2021.
- (3) 森まゆみ. 「谷根千」の冒険. 筑摩書房; 2002.
- (4) 森まゆみ. 30年後の「谷根千」其の一. In: scripta winter 2017. 紀伊國屋書店; 2017. p. 6-11.
- (5) 森まゆみ. タテ場とヒラ場の権力. In: 路地の匂い 町の音. 旬報社; 1998. p. 101-6.
- (6) イースト株式会社. イースト、読書の秋に、春陽堂『明治大正文学全集』、『地域雑誌: 谷中・根津・千駄木』、南雲堂『不死鳥選書』など、280点を電子復刻 [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 5]. Available from: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000046987.html>
- (7) 森まゆみ. 貧楽暮らし. 集英社; 2010.
- (8) 編集室トライアングル. 地域雑誌 谷中・根津・千駄木 其の一. 編集室トライアングル; 1984.
- (9) 朝日新聞. ジョルダン・サンドさん 下町ミニコミ英語版(人きのうきょう). 朝日新聞. 1987 Oct 26;2.
- (10) 東京読売新聞. [消える街並み] (7) 路地の魅力 捨てがたい便利さ(連載). 1987 Nov 27;22.
- (11) 仰木ひろみ. Interview. 2022 Sep.
- (12) 谷根千工房. ベスト・オブ・谷根千 町のアーカイブス. 谷根千工房, 河上進, editors. 亜紀書房; 2009.
- (13) 山崎範子. 谷根千工房の代表交代のお知らせ [Internet]. 谷根千工房. 2021 [cited 2022 Sep 20]. Available from: http://www.yanesen.net/kantou_archives/2021_sep.html
- (14) 田中直毅. 地域自体をメディア化する「谷根千」: 消費の渦の外側からの街づくり論. 毎日新聞社『週刊エコノミスト』. 1985 Oct;46-50.
- (15) 東京読売新聞. GWは谷中・根津・千駄木で! 市民団体が文化の集い 30日から映画祭など. 東京読売新聞. 1989 Apr 23;27.
- (16) NTT全国タウン誌フェスティバル事務局. 全国タウン誌ガイド 1985年版. 日本電信電話株式会社電話帳事業部; 1985.
- (17) 谷根千工房. 地域雑誌『谷中・根津・千駄木』年表(1984~2006). In: 河上進, editor. ベスト・オブ・谷根千 町のアーカイブス. 亜紀書房; 2009. p. 303-11.
- (18) 渡辺元. トヨタ財団レポート No. 48. トヨタ財団. 1989 Apr.
- (19) 椎原晶子. コレクティブタウンへの道のり: 谷根千のまちの20年から. 住総研『すまいろん』. 2008;86:6-13.
- (20) サントリー文化財団. 谷根千工房 地域雑誌の刊行を中心に、地域の歴史と文化を掘り起こすコミュニティ活動 [Internet]. 1999 [cited 2022 Sep 19]. Available from: https://www.suntory.co.jp/sfnd/prize_cca/detail/1992kt2.html
- (21) 岡村圭子. ローカル・メディアと都市文化: 『地域雑誌 谷中・根津・千駄木』から考える. ミネルヴァ書房; 2011.
- (22) 京成電鉄株式会社. ニュースリリース「『京成スカイライナー』ご利用“4000万人”を達成しました!」. 京成電鉄株式会社. 2022 Oct 28;
- (23) 京成電鉄株式会社. スカイライナー終日20分間隔で運行中! [Internet]. 2022 [cited 2022 Oct 28]. Available from: <https://www.keisei.co.jp/keisei/tetudou/skyliner/jp/index.php>
- (24) 谷中銀座商店街振興組合理事長福島正行. 谷中銀座商店街: 谷中銀座商店街のブランディング戦略~これまでの歩みとこれからの課題~. 2019.
- (25) 森まゆみ, 荒木経惟. 夕焼けだんだん. In: 人町.

- 旬報社；1999. p. 174-7.
- (26) 日経流通新聞．情報誌——下町の風情横文字に乗せ（消費者情報）．日経流通新聞．1987 Nov 3;19.
- (27) 西田真二郎．菊見煎餅総本店（東京・千駄木）——真四角、四種だけ（この店はやっています）．日経流通新聞．1989 Jan 21;7.
- (28) Street Watching- 東京 谷根千 - 蔵、長屋、職人の世界…本物の古さが若者を魅了．日経トレンドィ．2003 Aug;296.
- (29) 日本経済新聞．路地人気、防災の壁にもモクミツは甦るか（3）．日本経済新聞 電子版．2011 Nov 17;
- (30) 森まゆみ．地域雑誌「谷根千」から「新国立競技場」まで．In: 八巻和彦, editor. 日本のジャーナリズムはどう生きているか．成文堂；2016. p. 153-68.
- (31) 森まゆみ, 陣内秀信．対談: エリアブックレット（地域雑誌）がつなぐもの: 『谷根千』が見てきた町．第一生命財団機関誌『City&Life』No 132. 2021 Aug;
- (32) 日本経済新聞．熱い思いを発信、雑誌にも都市論ブーム——証言集め「町」浮彫り（アーバンNOW）．日本経済新聞．1989 Aug 28;11（夕刊）.
- (33) 森まゆみ,（聞き手: 編集委員 矢作弘）．路地裏にほお寄せて(1) 地域誌編集人森まゆみ氏(人間発見)．日本経済新聞．1996 Nov 5;5（夕刊）.
- (34) ジョルダン・サンド；訳: 池田真歩．東京ヴァナキュラー: モニュメントなき都市の歴史と記憶．新曜社；2021.
- (35) 山崎範子．Interview. 2022 Sep.
- (36) 原沢政恵．タウン誌で町を再発見(東京都 谷中・根津・千駄木)．毎日新聞社『週刊エコノミスト』．1993 Sep;72-4.
- (37) 森まゆみ, 陣内秀信．現代都市の「里という居住地」とは: みんなが共有感を持つまちを持続させる谷根千の人づきあい．機関誌『水の文化』．2003 Oct; (15) :19-25.
- (38) 五十嵐泰正．上野新論: 変わりゆく街、受け継がれる気質．せりか書房；2019.
- (39) 西原珉．アートに寛容な街、谷中・根津・千駄木．In: 江戸のある町 上野・谷根千研究会『新編・谷根千路地事典』．住まいの図書館出版局；1995. p. Appendix 2-13（葉）．
- (40) 森まゆみ．まちの個性を見つけ出す眼と心: 内在するポテンシャル．In: 地域資源の発見と創造と活用と——内発型活性化の実践: 開発戦略と行政のリエンジニアリング．地域科学研究会；1994. p. 135-42.
- (41) 森まゆみ．配達は社会勉強．In: 路地の匂い 町の音．旬報社；1998. p. 48-9.
- (42) Takako-Oikawa. 「ママ友」が始めて四半世紀。「谷根千」という地域雑誌がまちにもたらしたものは [Internet]. JIBUN マガジン 文京区. 2021 [cited 2022 Jun 3]. Available from: <https://jibunmedia.publishers.fm/article/24696/>
- (43) 森まゆみ．小さな雑誌で町づくり: 「谷根千」の冒険．晶文社；1991.
- (44) 住民が手作り「下町まつり」きょうから根津・千駄木地区で / 東京．朝日新聞．1999 Oct 23;27.
- (45) 台東区議会．台東区議会 平成 26 年 9 月文化・観光特別委員会会議録．2014.
- (46) 東洋大学 教授 副学長 東海林克彦．Interview. 2022 Sep.
- (47) 手嶋尚人．つながりのある町．In: 矢作弘, 小泉秀樹, editors. 成長主義を超えて: 大都市はいま．日本経済評論社；2005. p. 157-71.

変化に強い企業・都市に関する一考察 — URC 都市セミナー「変化に強い企業のつくり方」を振り返る —

菊澤 育代 KIKUSAWA Ikuyo

(公財)福岡アジア都市研究所 研究主査

■要旨：「地域経済のレジリエンス」をテーマに実施した福岡アジア都市研究所（URC）の2021年度の総合研究報告を兼ねて、2022年8月にURC主催の都市セミナーを実施した。セミナーでは、中小企業及びスタートアップ企業の経営者ならびに企業の経営をサポートする専門家とともに、さらなる議論の発展を目指した。本稿では、登壇者らの講演およびパネルディスカッションでの議論を整理し、地域経済のレジリエンス構築に向けたさらなる示唆を提示することを目的とした。その結果、「社内のコミュニケーション」、「従業員のエンゲージメント」、「地域資源のシェア」の3点が、企業が変化に立ち向かい、変化を利用してさらに成長する「地域経済のレジリエンス」にとって重要なキーワードとして抽出された。

■キーワード：中小企業、組織のレジリエンス、社内コミュニケーション、従業員エンゲージメント、地域資源のシェア

1. はじめに

レジリエンス (resilience) は、「強靭性」や「復元力」と訳され、災害から街が復旧・復興する力や、個人が逆境やストレスから回復する精神的な能力などとして用いられる。

福岡アジア都市研究所の2021年度の総合研究¹⁾では、「地域経済のレジリエンス」がテーマであった。本報告書で、レジリエンスは、地域経済があらゆる変化や危機にしなやかに対応できる力と捉え、そうした力を備えるために必要な要素や方向性を取りまとめた (図1)⁽¹⁾。

研究成果をさらに成熟させ、社会で広く活用が進むよう、2022年8月、「変化に強い企業のつくり方」と題したURC都市セミナーを開催した。上記報告書の紹介に加え、中小企業及びスタートアップ企業の経営者ならびに企業の経営をサポートする専門家らを招き、さらなる議論の発展を目指した。

都市セミナーは、会場とZoomによるライブ配信のハイブリットで開催し、会場には、12名、Zoom

でのオンライン参加は75名の合計87名の方にご参加いただいた。

本稿では、都市セミナーの土台となった上記報告書の概要に触れた上で、セミナーの講演内容およびパネルディスカッションでの議論を整理する。また、セミナーの時間内に取り上げることのできなかった議題や事前打ち合わせでの協議内容を踏まえた考察を加えたい。

2. 地域経済のレジリエンス (報告書概要)

URC総合研究報告書『地域経済のレジリエンス』では、前提として、技術革新の進展やグローバル化、環境問題等の長期にわたる変化と、金融危機や自然災害、感染症の勃発のような突発的な変化が合わさることで、未来がますます予測できないものとなっているという課題認識がある。地域経済がレジリエンスを高めるには、地域経済を支える主体が、そうした変化にしなやかに対応し、新たな価値の創造につなげる力を有する必要がある。

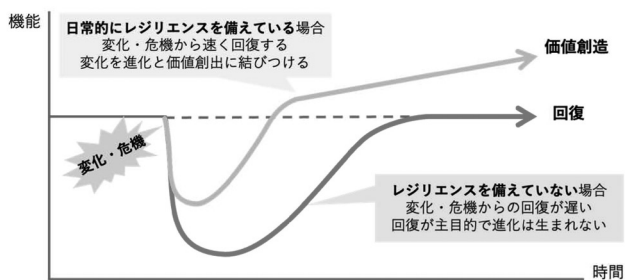


図 1 レジリエンスを備えた状態⁽¹⁾

第 1 章では、福岡市の地域経済の一主体である中小企業が、人材育成や人材不足、人材の定着など、人材戦略に関する課題を多く抱えている実態を明らかにした。

第 2 章では、変化に柔軟な先進企業の事例分析を行い、(1) 組織編成、(2) ビジネスモデル、(3) 人材戦略の分野で重要な変革が見られることを明らかにした。(1) 組織編成では、意思決定機能の分散化や業務の内製化による俯瞰的視野の獲得、意思疎通の円滑化、(2) ビジネスモデルでは、リスク分散、多様性への対応、生産性向上、付加価値向上、(3) 人材戦略では、柔軟な働き方の採用による多様な人材の活用、処遇改善による人材の確保、スキルアップの機会の提供による人材育成等がキーとなることが示された。

第 3 章では、個別企業の活動という点を面的に広げる仲介機能について考察を加えた。多様な主体の連携を促す仲介者の存在、地域としてのブランドを明確化することで地域の方向性を共有すること、プラットフォーム等の活用による既存資源の融通・共有が、都市の面的な耐性を強化する可能性が示された。

次の項では、上記の研究を土台とした都市セミナーの講演内容を紹介する。

3. 講演

3.1. 地域経済のレジリエンス ~URC 研究報告

最初の登壇者は、2021 年 3 月まで URC に所属し、報告書の執筆を担当した中村由美氏（現中村学園）による URC 研究報告である。概略は前項のとおりであるが、中村氏は、特に、中小企業の実情に触れ、人材育成や働き方の改革、デジタル化などの局面で

慢性的に（コロナ以前から）課題を抱えていることを指摘した。新たな価値創造を含む回復力が重要であり、ワークライフバランスを重視した働き方や自社製品への理解促進による顧客対応力の強化など、社員の自立性を高める人材育成の優れた点が共有された。さらに、プラットフォームなどの仲介者が介在することによって促される資源の共有や、産官学のネットワーク構築による企業が地域で育っていく仕組み（エコシステム）の形成についても言及があった。

3.2. 失敗から学ぶ中小企業の耐力づくり

次に、株式会社申匠の代表取締役野中一英氏より、コロナ禍における非常に厳しい飲食業界の実態について報告があった。コロナ禍において、社員の給料を下げないという宣言をしたものの、協力金や雇用調整助成金によって何とか繋いできた延長線に今があり、本当に大変なのはこれからであるという。

過去には、カンボジアへの出店を試みたが、1 年あまりで退店するという苦い経験を経て、社員に無理をさせたことへの反省から、社員が「ここで働けてよかった」と思ってくれる会社にしようとの思いを新たにしたいという。現在は、コロナ禍で、冷凍申揚げの通販やテイクアウト、デリバリーなど考えられる事業モデルを軒並み試してはいるものの、未だ打開策に辿り着いていないというのが実情のようだ。働き方の転換は都市から就業者を遠ざけ、飲食店に通う客数の減少を予期させる。コロナ後に従来の客足が戻るかという点にも不安が募る。

しかし、そうした中でも、同社は、社内に新しい評価制度を取り入れ、評価シートを通して企業の価値観を共有するほか、社員全員で経営計画書を読み合わせするなど、経営意識を持つ人材の育成にも取り組んでいる²⁾。このほかにも、社員のモチベーション向上のため、売上ではなく人時生産性（にんじせいさんせい）³⁾を用いたインセンティブ付与の工夫をするなど、社員と向き合った経営姿勢には、これからの人材戦略で必須となる、社員を「人的資源」ではなく「人的資本」と見る考え方⁽³⁵⁾が通底していると感じられる。

3.3.“このチームと一緒に仕事できてよかった”を生み出す会社運営

続いて、株式会社ヌーラボの代表取締役橋本正徳氏より、会社運営の軸となる考え方が共有された。

まず中枢にあるのが「一匹狼の群れ」というコンセプトである。自己肯定感が強く自律的な一匹狼が“群れる”というのは矛盾のようにも感じるが、主体性と判断力を持つ個人が集まることでユニークな着想や強固なチームづくりにつながる。

次に、弱みを開示することで強みを引き出すという逆説のコラボレーションという考え方である。強みを伸ばそうということはよく言われるが、弱みをオープンにすることでヘルプを受けやすくなる。ヘルプを与える側は、自分の強みを生かして助けようとするため、結果として弱みの開示は誰かの強みを引き出すことになるのである。

さらに、社の重要な情報をアクセシブルな状態にする（参照できるようにする）ことにも注力する。法人の人格がわかるような情報をインターネット上に公開することで、採用のミスマッチを減らすと同時に、社としての方針を開示することが社会を動かす力としても働きやすい（例えば、カスタマーハラスメントに対する方針の公開）⁽²⁾。社外だけでなく社内に対しても情報をアクセシブルにすることで、一匹狼たち（社員ら）が自ら行動を決めることにつながるほか、社内から社外へヌーラボのサービスや考えが“浸み出して”いくことが期待される⁽⁴⁾。

社員が自己決定できる社内環境の形成には、従業員エンゲージメントの重視も寄与しているようだ。橋本氏は、従業員エンゲージメントの要素として、会社理解、愛着、行動意欲などを挙げ、それらにつながる取り組みを強化することで、自発的に社員が企業文化を作るようになるという。会社が従業員のエンゲージメントを高めようとする、社員もまた顧客のエンゲージメントを高めようという行動を取る。このため、ヌーラボの顧客には熱量の高いファンが多く、口コミや紹介などでユーザーが増える構造になっており、エンゲージメントは会社の成長に不可欠となっている。

こうした社風の形成は、橋本氏の著書『会社は仲

良しクラブでいい』でも紹介されている。役職によって縛られる階層的な組織の構築よりも、それぞれの個性に合った人材の配置が重視され、社員の個性を受け入れる多様性への寛容さや、社の考え方の共有、社内コミュニケーションの在り方が示される⁽³⁾。従来の経営層を中心とした会社運営と管理の対象としての社員という構造の対局にあり、URC 報告書で提示した社会のニーズや変化に柔軟に対応できる会社（＝レジリエンスな組織）と重なる部分が多い。

3.4. 外部人材の活用による中小企業のポテンシャル拡大

最後に、一般社団法人福岡中小企業経営者協会常務理事古賀正博氏から、人材を中心とした組織のレジリエンスについての示唆が共有された。

古賀氏は、人事部門に長く携わった経験から、ヒューマンリソース（HR）領域からのアプローチとして組織開発と人材確保の2点に注目する。古賀氏によれば、組織開発は、「コミュニケーション開発」とほぼ同義であると言う。コミュニケーションの動きが組織のありように反映されるが、実際は、商品・サービスに対する議論（商品の陳列、原価…）はあっても、社内の風通しについて十分に議論されていない。

サイボウズが社の取締役を新卒社員や外国人を含む社内公募から選出したという事例は、まさに組織開発・コミュニケーションのあり方への挑戦であると捉えられる。同社は、経営会議も社内でオンライン配信し、個人情報以外は共有しようという考え方を徹底している。また、顧客と接触する第一線が一番大事であり、最新の情報がそこにあるとの考えから大胆な権限移譲を進めている。

従業員に権限を移譲し、個々が意思決定に関わる組織の形成としてティール組織が注目されている。これが理想形であるかは別にしても、従来の固定観念を払拭し、コミュニケーションのあり方を模索しようとする動きは望ましいと考えられる。

2点目の人材確保については、人材のシェアというアイデアが紹介された。人材は、育てる・買う・借りる、の3つの方法が認識されてきたが、これからはそれらに加え「シェアする」という考え方が可

能である。人材のシェアは、必要な技術やノウハウの獲得などに留まらず、イノベーションの創出や柔軟な人材活用、社内の負担軽減、事業継承のお試しなどとして活用することも可能である。

また、シェア人材は、技術職などの専門分野だけでなく、人材・財務のスペシャリストという分野でも活用され始めている。福岡でも、人事部長を月2回程度で外部から迎え入れるという事例があった。会社の最も重要な情報を外部と共有することを懸念されるかもしれないが、多様な組織を見てきた知見は貴重であり、プロとの契約でむしろ情報漏えいが防げるとも考えられる。

組織開発（＝コミュニケーション開発）やシェア人材の活用などには、経営者の固定観念の打破が求められる。古賀氏の用いたカマス理論⁵⁾は、経営者らが自ら壁を作ってしまったのではないかという指摘と、外の価値観や人材を取り入れることで新たな気づきを得られるという示唆が感じられる。

4. パネルディスカッション

4.1. 従業員のエンゲージメントを高める方法

橋本氏:従業員エンゲージメントを高めるには、企業理念の理解、共感、行動意欲の3つがあるが、まずは理念の理解である。会社の代表が理念を伝えるというのがよくあるが、しっかりと伝わるためには、企業理念と社員の経験の紐付けが重要と考える。会社の考え方を自身の体験と紐付けることで理解が促進され、共感を生むことにつながる。

野中氏:社員それぞれが経営者感覚を持つようになれば組織が強くなることはわかるが、それをどう導けばよいか非常に難しい。エンゲージメントを高める1つの方法として、頑張ったことが給料に反映されるしくみを考えている。そのために人時生産性の導入を試みている。生産性を高めれば給料に反映されるということで、その金額の多寡よりも成果が目に見える形で還元されることに意味があるのではないかと考えている。店舗によって繁閑のばらつきがあるので、人時生産性で捉えることで、千円二千円といった差かもしれないが、それぞれが置かれた環境でのモチベーションにつながると良い。

古賀氏:一匹狼のように当事者性の高い集団の雰囲気はどう作るか。権限移譲や風通しを高めることなど手法はあるだろうが、社会貢献であったり、給料であったり、その組織に所属していること自体が一種のプライドに感じられるようなしくみである必要がある。承認欲求を満たしていくことは、表彰制度などでも可能であり、可視化がしやすい。

4.2. 一企業内だけでなく、地域で組織のレジリエンスを支える上で望まれること

野中氏:経営者同士で話すことがほとんどないが、本音で話す機会・場があれば刺激になると考える。

橋本氏:地域の支え合いの方法として、人材のシェアに共感する。育てる・買う・借りるの3要素のうち、買うと借りるは技術に関連するため、シェアすることに適している。技術者が積極的に組織間を渡り歩くことは、地域の企業、ひいては地域経済にとって望ましい。個々人が技術を磨くことで人材獲得の市場競争が活性化し、人材の流動性が上がるだろう。「育てる」に関しては、人が人を育てることは難しいので、完璧に育成できる前提で進めず、ある程度は諦めたほうが良いと思う。実務を通して色々な経験をしてもらうことで人徳や人格、スキルを上げていくことができる。そんな人材を社員として迎えたいと思う。

古賀氏:人材も長いスパンで考えた際の世の中からの借り物と考えるのが良い。人材を含めあらゆるリソースを地域でシェアできることが望ましい。中経協では、まな板の上の鯉談義（通称「まなこい」）を開催している。企業の抱えるリアルな課題を経営者らで喧々諤々と協議する。経営企画部門などのない中小企業において、考えもつかない方向からアイデアや意見をもらえるなど、社内だけでは起こらない議論の場となっている。

4.3. コミュニケーションを望まない社員とのコミュニケーションの取り方

野中氏:以前は、休みの日でも会社の飲み会に出てこいという雰囲気があったが、今はそうではない。ただ、コミュニケーションは大事で、飲み会という場でなくてもそうした会が設けられたら良いと思う。

橋本氏: コミュニケーションを望まないとか、コミュニケーションを取る相手を選びたいという気持ちもわからなくはない。ただし、仕事をする上でコミュニケーションなしではタスクが完結しないため、業務コミュニケーションは必然的に発生すると考える。

古賀氏: 社内のコミュニケーションに消極的な人でも、家族や友人とはよく話すということがある。その違いにヒントがあるのではないか。一方で、コミュニケーションを取る人が素晴らしいというわけではなく、会話でなくても、文章を深く読み取ることができる人もいる。コミュニケーションの方法は色々あるので模索は続けられると良い。

5. まとめ

改めてセミナーを振り返ると、コミュニケーションという言葉が何度も登場することに気づく。それは、社外への情報開示という側面と、社内の風通しを含めたコミュニケーションの活性という2つの側面があるようだ。

本セミナーで、より強調されたのが社内のコミュニケーションである。会社の理念に始まり、顧客ニーズなど現場の担当者が収集した情報、社員への評価、経営会議の内容まで、社内のコミュニケーションツールやしくみの確保が重視されていることが伺える。会社の中から考えること、すなわち、社員が会社を信頼し、その会社で働くことに幸せやプライドを感じ、ともに価値を創造するということのスタート地点にコミュニケーションがあるのではないだろうか。会社の社会的意義を社員が理解し、モチベーションを持って仕事に取り組み、価値を創出することは、組織のレジリエンスにつながる。そして、そうした組織が社会に向き合うことで地域経済のレジリエンスにもつながると考えられる。

また社外とのコミュニケーションについても、顧客、取引先、未来の働き手などあらゆるステークホルダーに対し、会社の考え方をオープンにすることは、リスク回避の側面よりも価値創出の側面があることも共有された。

2つ目のキーワードとして、従業員の主体性ある

いはエンゲージメントの向上が挙げられる。従業員エンゲージメントは、従業員評価の仕組みや承認欲求を満たすような表彰制度などの社内コミュニケーションによって向上できる可能性が示唆された。また、従業員への権限移譲など、組織構造やガバナンスのあり方が従業員の主体性を高めることも指摘された。従業員が管理の対象として捉えられ、人的“コスト”として捉えられる経営から、主体的に判断し、課題解決や価値の創出に寄与する人的資本として位置づけられることは、組織に新たな価値を創出し、社会の変化や多様な価値観を捉え、ダイナミックに変化する社会的ニーズに答えることにつながる。

3つ目のポイントとして、地域資源のシェアという考え方が共有された。人材のシェアという考えの中で、人手不足や専門知識の不足に悩む中小企業が、専門人材のシェアによって、新たな方向性を見出す可能性が示された。

政府の方針でも、従来の年功序列・終身雇用型の働き方から人材の流動性を高める方向性が示されているが、本セミナーの議論では、とにかく人材の流動性を高めるというよりも、技術者や人事部門のプロフェッショナルのように専門知識やスキルを売りにする人材の流動性を高めることで、中小企業が高品質なサービスを享受できる可能性が示された。

また、URC 報告書では、人材のほか、スペースや物流スキーム、個人の技術などあらゆるもののシェアの可能性が生み出されていることが示されている。中小企業などが、プラットフォームを通じて、技術、施設、機会などを含む資源・資本を共有する仕組みは、社会の変化への柔軟な対応や生産性の向上、経営の持続性に寄与すると考えられる。

本セミナーでポイントとなった、「社内のコミュニケーション」、「従業員のエンゲージメント」、「地域資源のシェア」はいずれも、企業が変化に立ち向かい、変化を利用してさらに成長する「地域経済のレジリエンス」にとって重要なキーワードとなるであろう。

近年、気候変動やパンデミック、軍事侵攻など多次元で世界的な脅威が広がる中、地域経済あるいは地域経済を支える企業活動の逆境への適応力などを

含む「地域経済のレジリエンス」は重要性を増していると言える。些細な変化に対しても大きな衝撃に対しても、一人ひとりが相対し、考え、判断する人が社会や組織で育つ環境づくりを進めていくことが求められる。

注釈

- 1) URC では、毎年時宜を得たテーマを設定し、社会の変革を捉えた都市戦略を構想し、市民社会に資する研究として「総合研究」に取り組んでいる。
- 2) 申匠野中氏との事前打ち合わせより（2022年5月16日）。
- 3) 従業員1人の1時間あたりの粗利益を表す指標。人時生産性が高いほど、短い時間で価値の高い商品やサービスを生み出していることを示す。
- 4) ヌーラボ五十川氏との事前打ち合わせより（2022年5月12日）。
- 5) カマスは透明の間仕切りの向こうにいる小魚を食べようとするが、間仕切りに阻まれることを学習するうちに、間仕切りが取り除かれた後も、小魚の方に行こうとしなくなる。そして、新しく投入されたカマスが小魚を食べ始めると、元のカマスも改めて小魚を追い始めるという話から、人間の思い込みを取り払おうという学び。

参考文献

- (1) 公益財団法人福岡アジア都市研究所．地域経済のレジリエンス 人の力を引き出す変革が生み出すレジリエントな都市．2022.
- (2) nulab. ヌーラボ、労働施策総合推進法の改正に伴いパワーハラスメント・カスタマーハラスメント対策強化方針を策定 [Internet]. 2020 [cited 2022 Nov 15]. Available from: <https://nulab.com/ja/press/pr-2006-customer-harassment-policy/>
- (3) 橋本正徳．会社は「仲良しクラブ」でいい．ディスカヴァー・トゥエンティワン；2021. 274p p.

Summary

● Opening Article

A salt reduction initiative, without compromising taste for a healthier and sustainable society
“Let's eat tasty, enjoyable, and healthy diets!”

HAYABUCHI Hitomi
Grand fellow
Fukuoka Asian Urban Research Center

Salt reduction is a vital nutritional step for good health and longevity. The world is striving to achieve the World Health Organization target of 30% salt reduction by 2025, but no country has achieved it yet. There is an urgent need to promote a food environment where people can eat delicious, enjoyable, and healthy diets with reduced sodium effortlessly. In this report, we present an initiative for salt reduction without compromising taste, based on two of our research findings. First, we focused on soups to assess the effect of umami substances on the saltiness and palatability of low-salt solutions and investigate the preferred salt concentration in soups for the purpose of salt reduction. Laboratory-level experiments and a randomized blinded study conducted in multiple locations in Japan (n=651) found that low-concentration salt solutions enhanced saltiness and palatability with an optimum amount of umami substances. Additionally, 0.3% sodium chloride with 0.3% monosodium glutamate was validated as the most preferred concentration of salt in soups. These findings suggest that using the right amount of umami seasoning can reduce excessive salt intake. Second, we aimed to verify the feasibility of interventions using the new low-sodium, high-potassium foods in free-living settings and to evaluate their effects on blood pressure. The study participants (n=187) were randomly allocated to an intervention group (n=93) and a control group (n=94). They consumed a boxed lunch and miso soup for their weekday lunch every day for 6 weeks in a double-blinded manner. Compliance between the groups was found to be similar, suggesting successful blinding. The low-sodium, high-potassium lunch consumption was found to promote urinary excretion of sodium and reduce the increase in systolic blood pressure. In conclusion, the combination of umami substances with the new low-sodium, high-potassium foods may prove to be an effective strategy for improving the food environment and promoting a healthier and sustainable society.

Keywords: salt reduction, Umami, food environment improvement, sodium, potassium, blood pressure, hypertension, double-blind, randomized controlled trial, free-living settings

● Research Report

Challenges and Prospects concerning Exhibition Facilities for “Traditional Crafts of Fukuoka and Hakata”
-Consideration using Designated Manager Administration Evaluation Sheet and Consumer Attitudes Survey-

OBUCHI Kazunori
Researcher
MIRAI Research Center for Traditional Crafts, Kyushu Sangyo University

This paper focuses on the Hakata Traditional Craft and Design Museum, the Hakata Machiya Furusatoka and the Takumi Gallery in ACROS Fukuoka as public exhibition facilities that exhibit and sell traditional crafts in Fukuoka City. Each facility conducts various activities as a base for disseminating traditional crafts. In particular, the author grasped the current situation by comparing the operational status of these facilities with that of the Kumamoto Prefectural Traditional Crafts Center and the Kumamoto Handicrafts Promotion Center in Kumamoto City. In addition, the results of awareness surveys of citizens and nationwide consumers suggested that there is room for public facilities to respond to various consumer needs. Based on these analyses, the author proposed measures to increase awareness and visitor numbers of public facilities that exhibit and sell traditional crafts of Fukuoka and Hakata. Conducting questionnaires that citizens and tourists can easily answer may not only lead to the improvement of the administration evaluation sheet, but also be an effective means of understanding the current state of consumer needs. There is a possibility that it can also be reflected in the formulation of efficient placement of public facilities.

Keywords: Traditional Crafts of Fukuoka and Hakata, Designated Manager, Administration Evaluation Sheet, Consumer Attitudes Survey

Changes of Talent Attraction Policies in Shenzhen
and Their Implications to Japan's Major Cities

PENG Xue
Assistant Professor
and
DAI Erbiao
Professor
Asian Growth Research Institute

The sustainable development of a city needs its total factor productivity (TFP) to keep rising, in which the contribution of creative talents is indispensable. In recent years, the competition for talents among major cities in various countries has become increasingly fierce. As the fastest growing city in China, one of the main reasons of Shenzhen's 40 years of strong growth lies in its talent attraction policy, which always goes compatible with the city's development strategy and industrial structure transformation. There are many introductions about the general characteristics of Shenzhen's talent policies in different periods in the existing literature, but there is a lack of systematic investigation on various aspects of these talent policies and analysis on the reasons for their changes. This paper analyzes the changing characteristics of Shenzhen's talent policies from four aspects: types of target talents, institutional support system, preferential measures to the talents, and preferential measures to stimulate output. It also discusses the reasons of policy changes in Shenzhen from the perspectives of push-pull theory of migration, industrial development law, urban development law, and Hierarchy of Needs theory. The analysis results of this study can shed light on talent policies of major cities in Japan, including Fukuoka.

Keywords: Talent Attraction Policy, Changes, Reasons, Shenzhen

'Social Upheaval'
The Impact of COVID-19 on Statistics and the 'New Normal' Today

HATAKEYAMA Naohisa
Senior Researcher
Fukuoka Asian Urban Research Center

The report summarizes how the attitudes and behaviors of Fukuoka City residents have changed due to the expansion of COVID-19 infection after 2020, focusing on statistical data, and examines the social fluctuations and the current state of the "new normal" in Fukuoka City. As a result, the level of impact seen in the statistics was at its maximum when the first declaration of a state of emergency was issued in 2020, and the impact has not been proportional to the increase in the number of infected people since then. On the other hand, many statistics have not fully returned to 2019 levels, and the number of public transportation users remains at 70% of the 2019 level. As the consciousness and behavior of consumers indicated by these statistical data, shopping behavior tended to be more selective in purchasing products and services. In terms of eating and drinking behavior, there is a noticeable trend to refrain from eating out, especially drinking, but there are signs of recovery in 2022. In terms of working style, the case of remote working increased rapidly in 2020, but the momentum has declined since then and will remain at a certain level. Fukuoka citizens are more satisfied with their lives than they were before the coronavirus pandemic, perhaps because they have turned their attention to the fulfillment of their lives, such as by becoming more family-oriented. This trend is consistent with the advent of a society that emphasizes well-being, and gives us a glimpse of the new normal of the image of consumers.

Keywords: COVID-19, Pandemic, State of Emergency Declaration, Statistical Data, Civilian Life, "New Normal"

There is a growing movement to apply well-being as a new indicator for cities. However, little progress has been made in examining the political process and the effects of measures to deploy well-being as policy indicators. Therefore, the purpose of this paper is to help develop a policy framework for well-being by organizing related research. As a result, 1) the concept or compass of well-being, 2) the measurement and understanding of well-being situation, 3) the determinants of well-being, and 4) the effects of well-being are shown to be the key research fields of well-being. Of these, the first three fields are considered as a cyclical series of processes for policy development. Measurements are needed in both steps 2) and 3). At the second step, it measures the subjective well-being of citizens, and at the third step, it measures the implementation status of policies, such as the progress of policies. Through this, the framework will allow us to confirm whether the implementation of the policy is effective to the expected fields of well-being. However, it is also necessary to take into consideration the fact that there will be a time gap between the implementation of measures and their effects being apparent.

Keywords: Subjective well-being, city index, application of well-being to public policy, flourishing

Fukuoka City Citizen Attitude Survey and Well-Being Index

YAMADA Misato
Chief Researcher
Fukuoka Asian Urban Research Center

This research note compares two citizens' awareness surveys that have been conducted by Fukuoka City, "Survey of Attitudes toward City Administration" and "Survey of Attitudes toward the Performance Indicators of the Fukuoka City Master Plan," with reference to existing urban well-being indices (happiness indices), to identify items and elements necessary for understanding the subjective well-being of citizens. As a result of the comparison, it became clear that it is necessary to consider the following two points: 1) setting indicators and questions according to the underlying urban vision and basic policies, and 2) understanding residents' well-being as a set of values and current conditions. On top of this, it is necessary to consider well-being indicators while incorporating new perspectives such as "comfort and excitement," "fulfillment," and "altruism," as well as considering personal, emotional, and specific questions in order to respond to a diverse society and diverse values.

Keywords: Well-being, Happiness, Subjective Well-being, Subjective Satisfaction, Attitude Survey, Regional Policy, Gross Arakawa Happiness, Aggregate Kumamoto Happiness, Liveable Well-Being City Index, World Happiness Report, Canadian Index of Wellbeing

Learning From “Yanesen” How to Create a Local Brand
-The Possibility of Re-Recognizing the Attractiveness of the Region Through Local Media Production-

YAMADA Misato
Chief Researcher
Fukuoka Asian Urban Research Center

The term "Yanesen," a popular sightseeing area in Tokyo, originated from the local media magazine "Yanaka, Nezu, Sendagi," which was first published by community residents in 1984, and later established a local brand that attracted people's attention. On the other hand, in Fukuoka City, although the number of tourists is on the increase, citizens have a negative perception that there are no outstanding tourist attractions in the city, and there have been no cases of tourism areas being developed out of attachment to specific areas of the city. The factors that led to the formation of the "Yanesen" regional brand were 1) people, 2) content, 3) mass media and tourism, and 4) community involvement. Therefore, a possible clue for creating a regional brand would be for 1) members of the community, 2) along with a variety of community activities, 3) to deliver the content that readers can relate to.

Keywords: Yanesen, local magazine Yanaka, Nezu, Sendagi, local brand, regional branding, charming town, town development, local media, regional media, community movements

A Study on the Resistance of Companies and Cities to Change
-Reflecting on the URC City Seminar “How to create a resilient company”-

KIKUSAWA Ikuyo
Chief Researcher
Fukuoka Asian Urban Research Center

In August 2022, City Seminar was held by the Fukuoka Asian Urban Research Center (URC) in conjunction with the 2021 URC Research Report on the theme of "Resilience of the Local Economy". The seminar aimed to develop further discussions with managers of SMEs and start-ups, as well as experts who support corporate management. The purpose of this paper is to summarize the lectures and panel discussions held by the speakers, and to present further suggestions for building resilience in local economies. As a result, the following three points were extracted as keywords: "internal communication," "employee engagement," and "sharing of local resources". These were found as important for "local economy resilience," in which companies face changes and grow further by taking advantage of those changes.

Keywords: SMEs, organizational resilience, internal communication, employee engagement, sharing of local resources

福岡アジア都市研究所（URC）について

公益財団法人福岡アジア都市研究所（URC）は、都市政策に関する調査研究、知識の普及及び情報の収集、提供、アジア諸都市との研究交流並びにこれらに関する事業を通じ、地域社会の発展に寄与することを目的としています。

沿革

- 1988（昭和 63）年 8 月 1 日 財団法人福岡都市科学研究所設立
- 1992（平成 4）年 10 月 7 日 財団法人アジア太平洋センター設立
- 2004（平成 16）年 4 月 1 日 両財団統合、名称変更（財団法人福岡アジア都市研究所）
- 2012（平成 24）年 4 月 1 日 公益財団法人福岡アジア都市研究所に名称変更

事業内容

- 都市政策に関する調査研究
- アジア交流ネットワークの形成
- 情報の収集・分析・加工・発信
- 人材育成

URC 都市政策資料室のご案内

（公財）福岡アジア都市研究所の都市政策資料室では、アジア地域および都市政策関連図書、各種調査・研究の成果報告書、行政資料などを幅広く収集し、公開しております。

- 場所 福岡市博多区博多駅前 2-8-1（博多区役所 10 階）
- 開室時間 月曜日～金曜日 11：00～18：00

図書の貸出や、調査相談、URC ホームページでの蔵書検索などのサービスを提供しております。ご利用について、お気軽にお問い合わせください。

- 電 話 092-710-6435
- メール library@urc.or.jp
- URL <http://urc.or.jp/reference>

編集委員

松熊 功 (公財) 福岡アジア都市研究所 常務理事
唐 寅 (公財) 福岡アジア都市研究所 主任研究員 博士 (教育学)
菊澤 育代 (公財) 福岡アジア都市研究所 研究主査 博士 (芸術工学)

編集スタッフ

山本 美香 (公財) 福岡アジア都市研究所 主任研究員

都市政策研究 第24号

Urban Policy Studies

発行
2023年2月

編集・発行

公益財団法人福岡アジア都市研究所
〒812-0011 福岡市博多区博多駅前2丁目8-1
Phone 092-710-6431
Fax 092-710-6433
E-Mail info@urc.or.jp
URL <http://www.urc.or.jp>

Fukuoka Asian Urban Research Center
2-8-1, Hakataekimae, Hakata-ku, Fukuoka, 812-0011, Japan
Phone +81-92-710-6431
Fax +81-92-710-6433

印刷
株式会社 博多印刷

表紙デザイン 日本気象協会衛星画像より作成