

追手門学院大学
北摂総合研究所報

第1号

2016

追手門学院大学北摂総合研究所

はじめに

追手門学院大学北摂総合研究所長 豊島 眞介

追手門学院大学北摂総合研究所報第1号をお届けします。

北摂総合研究所は地域文化創造機構の後継組織として2016年4月に開設されました。研究の中核として教育、地域連携、産官学連携への発展を目指す組織です。

開設初年度、研究については北おおさか信用金庫との包括連携協定、国立民族学博物館との学術交流協定に基づいて研究をいかに深めるかが課題でした。北おおさか信用金庫には、ベンチャービジネス研究所とタッグを組んで北摂エリアの活性化を目的とした「北摂エリアマッププロジェクト」を提案して受け入れられ、紙ベースと、ネット、ラジオを加えた3媒体でのマップ作りが進んでいます。国立民族学博物館との共同研究も着実に進んでいます。

教育、地域連携では茨木市と共催した連続講座「いばらきまちづくりラボ『ミツバチでまちづくり』」や、茨木市観光協会と共催したシンポジウム「観光は大阪・茨木を元気にする」も一定の成果を挙げました。新作狂言「茨木童子2016」開催を祝う「お練り」も追手門学院高校生の参加もあって、町のにぎわいづくりに貢献しました。

2年目からは本分の研究に所員一同一層力を入れていく所存です。今回は月1回の定例会での研究発表や、連携事業の報告を柱にしましたが、所報を研究紀要に発展させていく考えですので何卒ご理解を賜りますようお願いいたします。

2017年3月

追手門学院大学 北摂総合研究所報

第1号 目次

はじめに	豊島 眞介	
「食」のプロジェクト		
「大阪府中央卸売市場提携事業」2016年度の活動報告.....	村上 喜郁	1
「見山の郷提携事業」2016年度の活動報告.....	村上 喜郁	5
「追大ミツバチプロジェクト」2016年度の活動報告.....	今堀 洋子	9
「株式会社伏見屋との連携事業」2016年度の活動報告.....	葉山 幹恭	13
国立民族学博物館との共同研究		
「地域文化の継承と創造」2016年度の活動報告.....	橋本 裕之	17
社会連携事業		
新作狂言「茨木童子 2016」の開催を祝う		
185人の「お練り」は迫力満点.....	豊島 眞介	19
2016年度コンサート活動レポート「追手門とクラシック」.....	門田 展弥	21
北摂エリアマッププロジェクト	水野 浩児	23
シンポジウム「観光は、大阪・茨木を元気にする」.....	山本 博史	25
研究発表		
住宅双六の国際比較	大泉 英次	29
茨木城下町の復元的研究	南出 眞助	35
追手門学院大学北摂総合研究所規程		

「食」のプロジェクト

「大阪府中央卸売市場提携事業」2016年度の活動報告

所員 村上喜郁
(経営学部准教授)

はじめに 2016年度の大阪府中央卸売市場提携事業概要

北摂総合研究所「食」のプロジェクトにおける大阪府中央卸売市場提携事業は、2012年7月13日に追手門学院と大阪府中央卸売市場（以下、「市場」とも表記）の間で結ばれた覚書をもととして実施されている。市場側の役割は地域貢献に資する人材を育成する事業への協力、追手門学院側の役割は食の安心・安全、食育等に関する研究・広報活動等への協力と定められた。この役割分担を基礎として、追手門学院大学 経営学部 村上喜郁とその担当ゼミが実際の事業に当たっている。

2016年度については、(1) 第4期 追手井（おうてどん）プロジェクト、(2) 地域での食育活動、(3) JA 全農岐阜との連携事業、(4) 市場に関する学術研究・講演を中心に活動をおこなった。加えて、これら活動について、北摂総合研究所「食」のプロジェクトとして、参加学生が「2016年度 追手門学院大学 学生表彰 優秀賞」を受賞したことを申し添える。

(1) 第4期 追手井（おうてどん）プロジェクト

追手井プロジェクトとは、地方一次産業の活性化や大学の地域貢献、若者の魚・野菜離れなどについて、参加学生がご当地グルメの開発を通じて考える「食育プロジェクト」である。実際の活動としては、魚や野菜を用いた丼を企画、開発、オープンキャンパスでの配布、学内食堂での一般販売など、一連の活動をおこなう。この活動を通じて、参加学生自身が、日本における食の問題、農業の問題などについて考え、また実際にビジネスの現場に触れ、マネジメントやマーケティングの知識・理論を実践で経験することを意図している。

2016年度の追手井プロジェクトは、第4期となる。2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されことを背景とし、丼の原点とされる料理「芳飯（ほうはん）」を取り上げ、「和食」は魚と野菜を中心としたヘルシーな食事であるという解釈のもと、参加学生がオリジナル丼を企画した。参加学生が、当学入試課、市場、まいどおおきに食堂と直接交渉をおこない、教育後援会総会でのふるまい（2016年6月4日（土）：80食）、オープンキ



学生製作の追手井ポスター



オープンキャンパス学食体験の様子

キャンパス学食体験, (2016年7月24日(日), 8月5日(金), 6日(土):合計247食), 大阪中学生サマーセミナー講座でのふるまい(2016年8月8日(月):19食), 学内食堂での一般販売(2016年11月8日(火), 9日(水):450円, 220食)を実施している。

(2) 地域での食育活動

地域における食育活動として, 主に魚や野菜の摂取促進, まな板の使い分けなどの衛生教育を未就学児から小学校低学年程度の児童向けに実施した。具体的には, バランスの良い食生活や一日の野菜摂取目標について学ぶ「食育輪投げ」, 魚類等と野菜のまな板を衛生面で使い分ける「食育まな板」のイベントをおこなった。加えて, 市場との連携活動として, 「市場の仕組み」について学ぶ講座や市場における価格形成について学ぶ「模擬セリ」もおこなっている。

具体的には, 参加学生による大阪府中央卸売市場「市場開放デー」(2016年11月13日(日):大阪府中央卸売市場)における食育コーナーの企画・運営, ならびに, 茨木市主催「いばらき適塩宣言! フェスタ」(2016年11月23日(水):茨木市生涯学習センター)にブースを出展した。

なお, 例年参加している「茨木フェスティバル キッズ市場」における模擬セリについては, 会場変更に係る市場側の事情から実施しなかった。

(3) JA 全農岐阜との連携事業

2016年度について, 大阪府中央卸売市場を通して JA 全農岐阜より関西地域における若年層に向けたキャンペーンへの協力依頼があり, 参加学生のマネジメント・マーケティング教育に資すると判断し快諾した。

実際の協力内容としては, 参加学生から「大阪府中央卸売市場, JA 全農岐阜の広報による知名度向上」, 「野菜食の啓蒙」, 「経営学部生のマネジメント実践の経験」の3点が挙げられた。これをもとに, 追手門学院大学の大学祭である「将軍山祭」での模擬店出店, 学内食堂である「まいどおおきに食堂」でのキャンペーン企画・運営をおこなった。

まず, 将軍山祭(2016年11月5日(土), 6日(日))では, 野菜摂取啓蒙メニューとして, オリジナル汁ビーフン「野菜たっぷり汁ビーフン」を企画し販売した。ここでは, JA 全農岐阜が推す飛騨野菜「飛騨やまっこ(しいたけ)」と「飛騨トマト」を使用し, 広告した。マネジメント・マーケティング学習の面では, メニュー作成に



将軍山祭での出店の様子



学生製作飛騨やまっこポスター

加えて、店舗の設計、調理オペレーション、広報活動等の学習をおこなった。

一方、まいどおおきに食堂でのキャンペーン企画・運営については、当学学生課と協力し、2016年11月30日(水)、12月1日(木)の二日間実施した。当日は、まいどおおきに食堂で販売される定食のすまし汁、小鉢に「飛騨やまっこ」を用いたメニュー(お浸し、焼きしいたけ等)を加え、JA全農岐阜の周知促進キャンペーンに参加学生がおこなった。

(4) 市場に関する学術研究・講演

市場に関する学術研究・講演については、学生による研究調査・発表ならびに、担当教員による講演をおこなっている。

まず、2016年5月17日(火)には例年おこなっている新参加学生による大阪府中央卸売市場見学会をおこなった。水産仲卸業者・青果競り等の見学に加えて、大阪府中央卸売市場の概要、市場流通の仕組み等についての講義を大阪府中央卸売市場 根来実課長より受けた。学生による研究調査・発表については、北摂総合研究所の2016年度 第8回会合(1月26日(木))にて、2016年度大阪府中央卸売市場提携事業に関する学生発表をおこなっている。なお、当日は担当教員である村上喜郁も、課題解決型学習(PBL: Project Based Learning)の観点から大阪府中央卸売市場提携事業についての考察を発表している。また、学生プロジェクトとしては、食育活動のキャップストーンとして、大阪府「平成28年度 食育ヤングリーダー育成支援事業」に参画し、例年通り2017年3月27日(月)開催の「食育ヤングリーダー フォーラム」に参加予定である。

担当教員による講演については、プロジェクト担当の村上喜郁が、「平成28年 大阪府中央卸売市場せり人更新講習会」(2016年9月28日(水))において、学術の視点より「新しい卸売市場の役割 経営戦略論の視点から」と題した講演をおこなった。内容は、国内外の先進的な市場の紹介、卸売市場におけるCSR(企業の社会的責任)論・CVS(共通価値の創造)論、経営戦略論の観点から見たせり人(すなわち仲卸業者)の役割として、製品ライフサイクルと製品ポートフォリオの理論を解説した。

(5) その他

その他事項として、茨木市「商店街×大学生!炊き出し試食会」への参加、「チラシデザインのスキルアップ研修」実施とメディアへの露出を特記する。

村上喜郁ゼミの別働プロジェクトとして動いている茨木市商業団体連合会提携活動と連携して、茨木市「商店街×大学生!炊き出し試食会」(2016年9月17日(土):岩倉公園)に参加した。災害時の炊き出し訓練、特に地域団体との協力関係構築を目指し、大阪府中央卸売市場管理センター株式会社、農事組合法人 見山の郷 交流施設組合、茨木宙いもプロジェクトからの材料提供を得て、オリジナル味噌汁「追味噌汁(おうみそしる)」を187食配布した。

「チラシデザインのスキルアップ研修」については、次年度以降に本格的に「食」のプロジェクトに参加する学生へのデザイン技術向上を目的に、アイディアリミックスクラブ株式会社より現役のデザイナーである奥村雅一氏を講師として招き開催している。ただし、オープンでの研修会としての位置づけを取ったことから、経営学部村上ゼミ生を中心に、地域創造学部 葉山ゼミ生、その他学部生に加えて、教職員の聴講もあり、総計49名(学生40名、教職員9名)の参加者があった。理路が明快で、かつ実践的な研修会となった。

最後に、大阪府中央卸売市場提携事業に関連するメディア露出は、下記の【露出メディア一覧】のとおりである。また、本プロジェクトは、追手門学院大学の広報誌である『Bridge』vol.9(2016年10月)記事「巻頭特集:社会で求められる力を養う次世代型の授業」の作成にも協力している。

【露出メディア一覧】

- 2016. 08. 05 「真夏の茨木で開催されるイベントはこちら！2016年8月のイベント」『いばジャル』
- 2016. 08. 12 「魚と野菜，食べてます？追手井プロジェクト×中央卸売市場が提案する鯛芳飯」『いばジャル』
- 2016. 08. 23 「追手井振る舞う」『みなと新聞』
- 2016. 09. 03 「大学生と商店街が力を合わせて防災イベント」『サンケイリビング北摂東』
- 2016. 09. 10 「店主と学生防災担い手に」『読売新聞』
- 2016. 09. 20 「防災力アップへ地域の輪広がる」『朝日新聞』（大阪版）
- 2016. 11. 04 「ふわふわの鯛の塩焼きにお吸い物をかけてめしあがれ／追手門学院大学」『LIVING 大阪（北摂）』



茨木市「商店街×大学生！炊き出し試食会」の様子

おわりに 2016年度の大阪府中央卸売市場提携事業のまとめ

まず、本年度の大阪府中央卸売市場提携事業について、事故等が無く、また目標に対して、質・量ともに満足できる内容の事業を完了できたことで、胸をなで下ろしている。特に、期中より開始されたJA 全農岐阜との連携ならびに茨木市「商店街×大学生！炊き出し試食会」については、学生の積極的な参加があり、特筆すべき成果であったと考えている。教学面においては、本年度も参加学生により作成中（2017年3月発行予定）である『追手門学院大学経営学学生論集』掲載予定の「追手門学院大学・大阪府中央卸売市場 提携事業 報告書」とSNS（Facebook）を連携させた学年間の引継ぎシステムもほぼ完成し、円滑な課題解決型学習をおこなうことが出来たと思料している。

次年度以降については、上記引継ぎシステムの精緻化ならびに、より一層の学外活動の活性化を目標としたい。

最後に、本提携事業は、参加学生の課題解決型学習の場としての側面を持っている。特にこの点で、大阪府中央卸売市場の皆様、まいどおおきに食堂 ごはんや追手門食堂の皆様、追手門学院大学の教職員の皆様、ならびにご協力いただいた皆様様に、この場を借りてあらためて御礼申し上げたい。

補記

本事業は、追手門学院大学 特色ある研究奨励費制度（2015年度～2016年度）に採択された「「食」をフィールドとした社会科学系 PBL の可能性に関する研究」における事例研究の対象としたことを申し添える。

「食」のプロジェクト

「見山の郷提携事業」2016年度の活動報告

所員 村上喜郁

(経営学部准教授)

はじめに 見山の郷提携事業の概要

北摂総合研究所「食」のプロジェクトの1つである見山の郷提携事業は、2013年に追手門学院大学 地域文化創造機構「見山の郷商品開発プロジェクト（略称：MSP）」として開始されている。当初からの本事業の目的は、追手門学院大学が農事組合法人 見山の郷 交流施設組合（以下、「見山の郷」と表記）と連携し、大学生の若いアイデアと行動力で、地域の新しい商品を開発しようという地域連携であり、課題解決型学習（PBL：Project Based Learning）である。

2013年度は、学生による見山の郷とその周辺地域でのフィールドワーク、研究発表（2014年3月12日 於：はなやか関西「関西の食文化」シンポジウム）を実施した。ここで明らかとなったのは、「見山の郷への訪問客の高齢化・固定化」の問題である。この問題意識のもと、2014年夏には見山の郷の特産品である「赤しそ」と「米粉（こめこ）」を活用した若者・家族向け商品である「おうてもん赤しそ塩あんぱん」を開発している（現在、見山の郷で通常販売）。2015年4月23日には、追手門学院と見山の郷の間で、相互の更なる充実・発展に資することを目的として、正式に覚書が締結された。その後は、この覚書に基づいて「平成27年度茨木市産学連携スタートアップ支援事業」に「若者向け地元産やさいを使った「やさいジュレ」の開発」を応募し、採択されている。そして、この成果としてジュレ（ゼリー：商品名「見山ジュレ（赤しそ・ゆず）」）を開発し、販売までこぎつけた。この内容については、2015年10月18日（日）、大学コンソーシアム大阪主催で開催された「地域連携学生フォーラム2015 in 大阪」にて学生発表ならびに報告書作成をおこなっている。



おうてもん赤しそ塩あんぱん



見山ジュレ

加えて、2016年3月に『人としくみの農業 地域をひとから人へ手渡す六次産業化』第3章「地域の大学が六次産業に果たす役割」（追手門学院大学出版会）として、担当教員である村上喜郁が研究をまとめている。

2016年度事業については、(1)「見山ジュレ」の販売促進活動、(2)見山の郷に関する学生による研究発表を中心に活動をおこなった。加えて、これら活動について、北摂総合研究所「食」のプロジェクトとして、学生メンバーが「2016年度 追手門学院大学 学生表彰 優秀賞」を受賞したことを申し添える。



学生製作の見山の郷ポスター発表

(1) 「見山ジュレ」の販売促進活動

2015年度、見山の郷商品開発プロジェクトは、先述の通り「平成27年度茨木市産学連携スタートアップ支援事業」に「若者向け地元産やさいを使った「やさいジュレ」の開発」にて応募・採択され、「見山ジュレ」¹⁾の開発までをおこなった。2016年度は、この「見山ジュレ」の販売促進を主たる目的と設定し、課題解決型学習をおこなっている。そして、具体的課題として、参加学生から「販路開発」と「商品PR」が挙げられた。

まず、4月には新規の参加学生メンバーを募り、11名が加入した。そして、新規メンバー対象の「見山の郷見学会」を開催し、同時に在来メンバーによる「見山ジュレ」の販売促進の案についてのプレゼンテーションが、見山の郷に向けおこなわれた。この案に基づいて、2016年度の販売促進イベント、販売促進用衣装とPOPの作成が計画された。

見山ジュレのおひろめについては、イベント開催の打診があったイオンモール茨木にて、2016年9月15日(木)に「見山ジュレ 新発売キャンペーン」として実施した。イオンモール茨木1階 生鮮売り場前に特設会場を設け、「見山ジュレ (赤しそ・ゆず)」の試食を軸としておこなった。また、これに先んじて、学生メンバー用のピンク(しそ色)の販売促進用衣装を学生がデザインし、製作している。

次に、2016年10月1日(土)、見山の郷交流施設組合にて開催された「見山の郷 収穫祭」にて、「見山ジュレ」の試食販売を実施した。続く、2016年11月5日(土)、6日(日)には、追手門学院大学「將軍山祭」にブースを出展し、同様に試食販売会をおこなった。また、6日(日)の追手門学院大学 校友会 ホームcomingデーの経営学部ブースでも、活動プレゼンテーションならびにお土産配布をおこなっている。

これらの活動もあり、2016年度の生産分のジュレについて、順調な売れ行きを見せている旨、見山の郷より報告を受けている。

(2) 見山の郷に関する学生による研究発表

見山の郷に関する学生による研究発表としては、追手門学院大学オープンキャンパスでのポスター発表、「大阪中学生サマー・セミナー」での学生による講義、茨木市の「学生リサーチプログラム」への参加が主な活動となった。

2016年8月5日(金)、6日(土)、追手門学院大学 オープンキャンパス経営学部ブースにて、来校の高校生とその保護者に向けて、MSPの活動報告についてのポスター発表をおこなった。また、大学コンソーシアム大阪が主催する「大阪中学生サマー・セミナー 見て、食べて、学ぶ流通システム」では、受講の中学生に向け六次産業に関する講義をおこなっている。最後に、2017年12月からは、茨木市 都市整備部 北部整備推進課の「学生リサーチプログラム」に参加し、見山の郷を中心とした「いばきた(茨木市北部地域)」の魅力を発信・発信する活動をおこなっている(2017年2月25日(土)に成果報告会に参加)。



見山ジュレ 新発売キャンペーンの様子



オープンキャンパス・ポスター発表の様子

(3) その他

その他事項として、メディアへの露出を特記する。

【露出メディア一覧】

- 2016. 10. 29 「高槻・茨城産新米の季節がやってきた」『サンケイリビング北摂東』
- 2016. 05. 26 「話題の本：人としくみの農業」『日刊工業新聞』
- 2016. 05. 25 「追手門学院大学 完成間近！見山マダム期待のご当地野菜ジュレ。」『関西の大学を楽しむ本』
- 2016. 06. 01 「茨木・見山地区の魅力の商品化せよ！追手門学院大学が野菜ジュレを開発」『ほとんど0円大学』

おわりに 2016年度の見山の郷提携事業のまとめ

まず、本年度の見山の郷提携事業について、茨木市「学生リサーチプログラム」など報告書作成時点で継続の活動はあるものの、全体として大過無く完了できることを喜ぶたい。本年度は、昨年度の茨木市産学連携スタートアップ支援事業採択を受けて完成した「見山ジュレ」が実際に販売開始されたことで、販売促進活動を課題とした課題解決型学習が中心の一年となった。この点では、夏に生産したジュレが、期末を待たず完売に近い状態となったことは、大きな成果であろう。

一方、PBL 運営としての面では、参加学生の公募期間の短さもあり、今年度の新規加入者は村上喜郁ゼミの新年度生が中心となったことは、反省事項である。この点は、参加学生公募期間の調整とより適切な告知方法を既存の参加学生とともに考え実行したい。

最後に、本提携事業にご協力いただいた見山の郷の皆様、追手門学院大学の教職員の皆様、ならびにご協力いただいた皆様に、この場を借りてあらためて御礼申し上げます。

補記

本事業は、追手門学院大学 特色ある研究奨励費制度（2015年度～2016年度）に採択された「「食」をフィールドとした社会科学系 PBL の可能性に関する研究」における事例研究の対象としたことを申し添える。

注

- 1) 「見山ジュレ」について、2015年度に赤しそ味（果肉：ぶどう）・ゆず味を試作した。2016年度の製品版では、赤しそ味の果肉は、生産時期等を考慮して「あまっこ（ミニトマト）」に変更した。

「食」のプロジェクト

「追大ミツバチプロジェクト」2016年度の活動報告

所員 今堀 洋子
(地域創造学部准教授)

地域文化創造機構に引き続き、北摂総合研究所からもご支援いただいている「追大ミツバチプロジェクト」ですが、3年目は、念願の採蜜ができたことにより、活動の幅がぐっと広がりました。2016年の春からどんな活動をしてきたのか、ここで振り返ってみたいと思います。

3年目の追大ミツバチプロジェクトは、大学の地元の安威在住で、週末養蜂をなさっている浅井さんにご指導、ご支援をいただきながら、浅井さんの巣箱二箱と共に共同飼育するというところでスタートしました。2年目の秋から冬にかけて、ミツバチの数を激減させてしまい、緊急処置として梅田ミツバチプロジェクトに里子に出し、ミツバチの数を増やしていただいた巣箱が戻ってきたのが4月14日でした。

プロジェクトの学生メンバーは総勢12名、うち1回生の2名は、プロジェクトは履修していないけれど、ミツバチへの関心が非常に高く、土日の活動にも、積極的に参加してくれました。ミツバチの活動が活発である時期は、毎週、巣箱の中身を点検する内検が必要になります。浅井さんとメンバーとで、毎週末に、内検をし、スズメバチ捕獲器の作成をすることで、しだいに作業に習熟していきました。

プロジェクト初の採蜜は、2016年6月4日の早朝に行いました。採蜜に必要な道具、蜜蓋をそぎ落としたための蜜刀、ハチミツを絞るための分離機などは、浅井さんのものを使わせていただきました。この日、20リットル程度のハチミツを採蜜することができました。

初採蜜をした6月4日は、大阪府と大阪市による共同開催の南港エコフェスタに追大ミツバチプロジェクトとして出展する日でもありました。プロジェクトの紹介と、ミツバチの紙芝居を披露するというに加えて、採れたてのハチミツを持参して、来場者に試食していただきました。プロジェクトメンバーにとって、自分達の活動を説明する際にも、ハチミツという具体的なモノがあることにより、聞き手の興味もまし、会話も弾み、プロジェクトの活動に手ごたえを感じることができたようです。南港エコフェスタに向けて、研究所のご厚意でプロジェクトのオリジナルTシャツを作成することができました。その後、Tシャツを着用する場面が何度もあり、Tシャツ自体も大活躍をしました。

今年度は、bioaの瀬口さんのコーディネートの元、安威小学校の5年生に、ミツバチをテーマとした環境教育の授業をする機会にも恵まれました。1度目は、5年生に追大に来てもらい、ミツバチについての話や紙芝居と共に、実際に養蜂の現場も見学してもらい、ミツバチ達の様子も見てもらいました。2度目は、安威小学校に出向き、1度目の授業の時に、5年生から出た疑問に答えるべく、プロジェクトメンバーがグループに分かれて、5つのテーマでプレゼンをしました。3度目は、「もし、ミツバチがいなくなったら？」というテーマで、グループに分かれて対話をしてもらう機会を持つと準備していましたが、残念ながら、スケジュールが合わず、実現できませんでした。

採蜜の話に戻りますが、2度目の採蜜は、7月31日に行いました。6月の蜜は春蜜として、7月の蜜は夏蜜として、安威という地域の春の味と夏の味が形になり、披露することができるようになったのだと改めて実感しました。ハチミツの商品名ですが、安威の地域にちなんで、「あいみつ」と名付けました。ハチミツを通じて、安威の地域を知っていただけたらいいなという想いも込めました。秋の「あいみつ」の本格的な披露に向けて、瓶詰、ラベル貼などの作業は、夏休みに入る直前にスタートさせました。また、保健所に、ハチミツを販売する許可についての確認をとる作業もこの時期にしました。ちなみに、伏見のミツバチ愛好家の田中正志さんに測っていただいたところ、春蜜が82.9、夏蜜が79.9と非常に高く、発酵することなく半永久的に保存できるレベルのものだということが判明しました。

お盆を過ぎる頃になると、ミツバチにとっての最大の天敵であるオオスズメバチがやってきます。夏休みの時

期ですが、10日に1回の頻度で、学生メンバー中心に内検を続けました。オオスズメバチと対峙するのは、非常にリスクが高く、五感をフル活動することが求められます。メンバーは、わからないことや疑問に思ったことは、その場でスマホを使って調べるなどもしながら、ミツバチ達をオオスズメバチから守るべく、尽力しました。その様子を大学の広報が取材してくださり、追大ミツバチプロジェクトのPRビデオもできあがりしました。

夏休み明け直後には、茨木市都市政策課と北摂総合研究所の共同企画で、いばらきまちづくりラボ「ミツバチでまちづくり」という講座の第1回目が開講されました。ミツバチの養蜂に関心がある方、ハチミツに関心がある方など、20名を超える熱心な市民の方々が参加してくださいました。第1回目は、養蜂の現場を見ていただきました。養蜂をされたいという方々からは、具体的な質問が出されて、養蜂に関心が高まっていることを肌で感じました。「あいみつ」の試食もしていただきました。

9月18日には、大阪市環境局主催のエコ縁日というイベントに声がかかり、初めて「あいみつ」を販売する予定でしたが、生憎の天候で、イベントが延期になってしまい、「あいみつ」の販売はお預けとなりました。

そして、10月31日は、プロジェクトメンバーの学生8人と首相公邸を訪れ、安倍昭恵夫人に「あいみつ」をお届けし、ミツバチ談義をしてきました。昭恵夫人は、公邸で、ニホンミツバチの養蜂をされており、養蜂の現場も見せていただきました。公邸のニホンミツバチは、天敵のオオスズメバチもいないせいか、昭恵夫人の手のひらに乗ってもおとなしくしていました。昭恵夫人自身も、ミツバチを通じて、様々な地域の活動をつなげておられました。平和活動にも熱心な昭恵夫人は、何かに対して、賛成・反対と分断してしまうのではなく、共にそれを乗り越えていける道を模索しており、私はその姿勢に共感しました。そして、それぞれが立場を超えて、手を取り合って進んでいこうという時に、その中心にあるものとして「ミツバチ」や「ハチミツ」に可能性や魅力を感じている点も共通だと感じました。そして、ぜひ、平和の祭典としてのハチミツサミットを開催しましょうと盛り上がりました。

翌11月1日、東京に残ったメンバー4名と共に、玉川大学のミツバチ科学研究センターを訪問しました。ミツバチ科学研究センターは、1950年からミツバチの研究をされているのですが、最近のセンターの活動について中村純先生がお話をしてくださり、養蜂の現場も見せてくださいました。中村教授が、時代の変化に伴い、ミツバチを社会的に研究する人材が足りていないとおっしゃっており、追大ミツバチプロジェクトの方向性の一つの可能性を示していただきました。追大ミツバチプロジェクトで経験を重ねた学生が、玉川大学のミツバチ科学研究センターで研究を続けるというような日が来たら良いと妄想しました。

11月5日、6日の学園祭、将軍山祭で、初めて「あいみつ」の販売をしました。プロジェクトメンバーのご親族の方々の予約注文もたくさん入っていたこともあり、予定していた200個は、あっという間に完売してしまいました。2日目は、おひとり様2つまでという限定販売でした。世界中でミツバチの数が激減しておりミツバチに対する関心が高まっていることに加えて、混じりけなしの天然ハチミツの希少性があがってきており、その割には、100ml 500円と、値段が安いこともあり、あっという間に売れてしまったようです。プロジェクトの性格上、商売でやっているわけではないですし、手広くやれるわけでもないのに、「あいみつ」は、販売するというよりは、別の形、例えば、ギフトとしてお渡ししていくというような形を考えていきたいと思っています。

そんな想いが通じたのか、サンケイリビングのリビング新聞の創刊45周年記念チャリティー企画「リビング北摂45th ほくほく袋」の候補として声がかかり、春蜜と夏蜜のセットで20組の「あいみつ」をギフトとして提供させていただきました。リビング新聞に掲載されると、読者からの「あいみつ」の関心が高く、どこで購入できるのか?といった問い合わせが多数寄せられたようです。企画された編集者の方からは、「『学生がこんな取り組みをしているんだ!』というポイントに驚き、注目されていました。」というコメントもいただきました。

11月23日には、残り少なくなった「あいみつ」50個を持って、大阪市生涯学習センター主催の総合フェスタに出展しました。リビング新聞の読者も来てくださったようで、お一人さま限定1つにも関わらず、お昼前に完売してしまいました。当日は祝日でしたが、大学は授業があったこともあり、追大ミツバチプロジェクトの1期生の中村さん(社会人)と藤本さん(院生)に、手伝ってもらいました。彼女たちも、このような形で、プロジェクトに関われることを、とても喜んでくれました。

12月と1月には、いばらきまちづくりラボ「ミツバチでまちづくり」の2回目と3回目の講座が開催されました。2回目では、公邸訪問や、玉川大学訪問、学園祭でのあいみつ販売などを、学生メンバーが発表しました。

市民の方々は、それを熱心に聴いてくださいました。また、ミツバチを取り巻く環境について、映像も紹介しました。3回目は、ワークショップ形式で、ミツバチに限定せずに、参加した方々が、地域の人達とやってみたいことを挙げていただき、それについて、グループに分かれて、対話をしてもらいました。耕作放棄地で農作業をやりたい人、自作のミニ巣箱で養蜂をしたい人、街路樹として果樹を植えたい人、追大にミツバチプロジェクトに参加してみたい人などがおられ、それぞれ、活発な対話がされていました。

2月4日には、京都産業大学の高橋純一先生の第一回ミツバチ産業科学研究会で、メンバーの学生達がプロジェクトの活動報告をしました。イベントと違って、アカデミックな場所で、企業の方々や研究者に交じって発表をさせていただく機会も、貴重であったと思います。当初から、ニホンミツバチのことをご指導いただいている京都学園大学の坂本先生からも、学生達の発表に関して、お褒めの言葉をいただきました。昨年の冬に巣箱を里子に出した梅田ミツバチプロジェクトのメンバーの方々も来られており、お世話になった方々に我々の一年の活動の様子を知っていただく機会にもなりました。

春からの活動を振り返ってみて、たくさんの方々のご支援で、このプロジェクトが成り立っていたのだなという感謝の気持ちと共に、「ミツバチ」、「ハチミツ」のおかげで、たくさんつながりが自然発生的に生まれたのだと確信いたしました。色々な可能性を秘めている「ミツバチ」「ハチミツ」を、今後、どう展開していくのか、今までもそうであったように流れに任せながら、向き合っていきたいと思っています。このプロジェクトでお世話になった方々に感謝を申し上げますと共に、引き続きご支援の程、よろしく願い申し上げます。



週末の内検の様子



採蜜時蜜刀で蜜蓋をそく作業



南港フェスタで紙芝居上映中



安威小学校での授業風景



公邸の中庭で
昭恵首相夫人と



学園祭での「あいみつ」お披露目



プロジェクト OG の中村さんと藤本さん

「食」のプロジェクト

「株式会社伏見屋との連携事業」2016年度の活動報告

所員 葉山 幹 恭
(地域創造学部講師)

1. はじめに（活動内容について）

本年度の北摂総合研究所所員の取り組みとして、茨木市に本社を置く株式会社伏見屋と連携し、平成28年度茨木市産学連携スタートアップ支援事業補助金への申請に向けた取り組みを行うこととなった。

株式会社伏見屋は1891年に創業された老舗企業であり、1967年より豆腐の製造、販売を行っている。商品は豆腐のほか、様々な豆腐および豆乳、おから等を利用した食品が用意され、店舗商品の充実が十分に図られていることが特徴的である。また、店舗だけではなく移動販売も2012年より行われており、商圏の拡大にも努力されている。



写真1 株式会社伏見屋本店（茨木市）

2. 株式会社伏見屋との連携内容

先述の補助金申請に向けて打ち合わせを重ね、幾つかの新規事業のアイデアを検討した結果、内容を「豆腐作りを通じた食育および食品製造過程の体験事業」のプログラム化とした。大学及び大学生との共同で食育に寄与する有料の体験プログラムの開発を行うとともに、製造過程の材料で豆腐とは異なる加工によって生まれる商品の開発を産学共同で行い提供することで、加工による食材の変化とその豊かさについての知識を顧客である（茨木市及び北摂を中心とした）地域の人々に伝えることをテーマとして設定した。以下、申請に向けて整理した新規事業を考えるに行った背景、事業の課題、新規事業の目標である。

【背景】

現在、食育関連の取り組みとしては、食育推進の一環として国による啓発活動、小学校など学校を通じた教育、農林漁業の体験等、様々なものが実施されており、食育に対する関心が広がりを見せている。また、食品関連企業も工場見学等の実施が人気を博しており、製造工程を一般に公開すること自体にニーズがあることを示している。

この国の推進事業である「食育」と消費者の「ニーズ」という二つ背景から、本事業はその両方に対応する取り組みとして進めるものである。

【課題】

こだわりを持った食品を提供する側として、そのこだわりに対する知識や価値を正しく顧客に理解してもらえるように情報を提供することは必要不可欠なことである。情報不足によって正しい商品価値が伝わらず、単に価格競争によって消費が行われることは、原材料である高品質な国産の農産物や歴史のある食文化・製法が失われてしまうという可能性を広げるものでもある。価値の所在や商品の魅力を体験や経験によって伝える必要性はここにあり、環境を整備することが急務である。

【最終目標】

食育に寄与する体験プログラムを通して、食品の価値の所在および加工工程を知ることによって次のような効果を得ることが到達点である。①豆腐需要の確保・拡大、②自社ブランド力の強化、③販路の拡大。

また、具体的な食育効果には以下のようなものが考えられる。

- ・食への関心を高める（特に子供への関心）
- ・生産者と消費者との交流増加
- ・食文化の継承
- ・栄養に関する情報提供など

以上を目標とすることによって、自社製品の価値を正しく伝えることにつなげ、自社ブランドの価値向上ならびに地域経済への継続的な寄与を図る。

3. 茨木市産学連携スタートアップ支援事業補助金審査部会でのプレゼンテーションと採択

申請書の提出の後、事業内容を審査する「茨木市産学連携スタートアップ支援事業補助金審査部会」が5月20日に茨木市役所で行われ、そのプレゼンテーションにおいて図1のような事業の概要をはじめとして、事業内容・事業計画を発表した。その後、6月30日に補助金の交付決定が通知され、新規事業の実施に向けた本格的な準備へと進むこととなった。

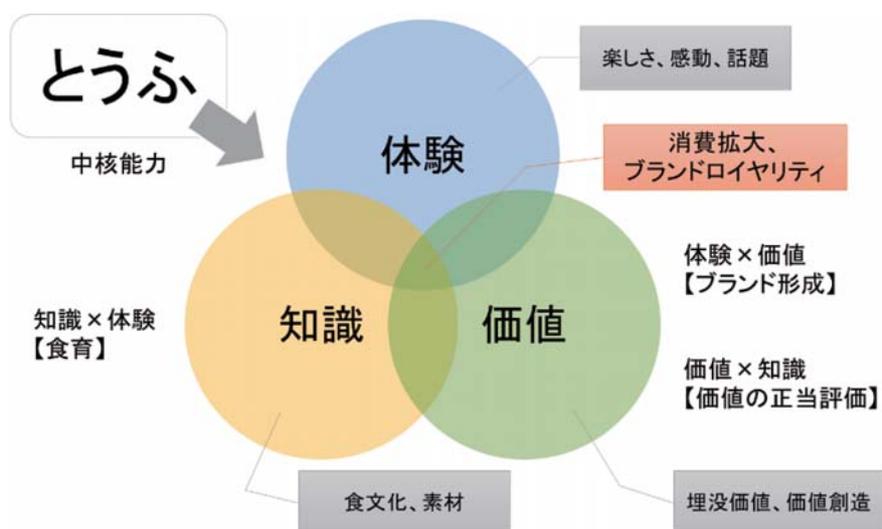


図1 新事業の概念図

資料：茨木市産学連携スタートアップ支援事業補助金審査部会（2016年5月20日）発表資料の一部

4. 学生の訪問および豆腐作り体験

新規事業を進める一環として、本学学生とともに株式会社伏見屋の本店を訪問した。訪問目的は豆腐作り体験

プログラム用資料の制作および新商品企画のアイデア提供である。資料の制作では、実際に豆腐作り体験を学生が受け、対象としている小さな子供が理解しやすいプログラム内容であるのか、理解しやすくするにはどのような資料を作成すべきか、という点について訪問の経験を踏まえ、学生同士の議論を重ねた。また、新商品企画では、写真2のように現行商品の説明や新商品に求めるものなどについて説明を受け、それを参考として新商品のアイデアを検討し、企画の提案を行った。



写真2 本学学生の訪問風景

5. 体験プログラム用資料の制作

学生による伏見屋本店の訪問後、学生によるミーティングを重ね、プログラム資料では豆腐の作り方を小学生にもわかりやすくするよう文章表現を検討し、視覚的に内容を理解しやすくするように文字だけで説明するのではなくイラストを中心とした構成にすることなどを決定した。なお、資料は小学生等が豆腐作り体験を体験したのちに、家庭でも同じように豆腐を作れることを目的としているため、豆腐の作り方が中心となるが、学生のアイデアによって、豆腐や原材料の大豆に関する知識を合わせて得てもらう目的で、豆知識を資料に合わせて載せることを学生が提案し採用された。これは食育の効果をさらに向上させるとともに、夏休み等の宿題として課される「自由研究」の参考資料として適することを狙ったものである。

6. アンケート調査

新規事業実施に向けては、豆腐作り体験プログラムのニーズ等の調査する目的で、アンケート調査も実施した。内容は、大きく二つに分け、1つを豆腐の消費に関する質問にし、もう1つを企業の行う体験型プログラムに関する質問で構成し、追手門学院大学・伏見屋の工場見学参加者・茨木市の茨木阪急本通商店街の三か所で調査を行い、合計で552名からの回答を得た。

結果では、豆腐の消費に関しての質問では、消費の傾向について3か所の対象者ごとの特徴が明らかになったことに加え、現在、豊富に取り揃えられる調味料や調理方法に関する情報の多さが起因になっていると考えられる豆腐の食べ方に関する現状も明らかになった。また、企業の体験型プログラムに関しての質問では、参加者がプログラムに対して何を求めているのか等について参考になる結果が得られた。

7. おわりに

茨木市の補助金申請およびその実施にかかわる今回の活動では、研究所の所員として研究に関連した連携を企業と行ったことに加え、大学の教育として学生を含めて大学が新規事業の立ち上げにかかわったという二つの面があった。研究としての連携については、事前調査・分析等がかかわり、新規事業を進めるうえでの参考としてもらうことを中心として活動を進めた。教育としての連携では、PBL型の授業の一環として進め、学生が企業と連携することの可能性・効果を検討するうえで非常に参考となる取り組みであった。今回の経験を踏まえ、引き続き北摂総合研究所所員として北摂エリアの企業・団体との連携を積極的に進めていきたい。

「地域文化の継承と創造」2016年度の活動報告

所員 橋本 裕之
(地域創造学部教授)

本研究が始まった2015年度は、国立民族学博物館が機関研究「文化遺産の人類学——グローバル・システムにおけるコミュニティとマテリアリティ」、追手門学院大学地域文化創造機構が機関研究「文化復興と芸術創造に関する総合的研究」を実施しており、地域文化の継承と創造という共通の課題に取り組む基盤が万全だった。学術交流協定の締結も実現した。

今年度は国立民俗学博物館の機関研究が終了したのみならず、地域文化創造機構も改組に伴い閉鎖されて、北摂総合研究所が設立された。今年度はこうした経緯を念頭に置いた上で、新しい体制において研究をどう展開させるべきかについて討議する一方、従来どおり研究会を開催して学術的な議論を重ねた。実際は以下のとおり、4回の研究会を開催した。

「地域文化の継承と創造」第4回（2016年度第1回）研究会

日時：2016年5月27日（金）13:00～16:00

場所：国立民族学博物館4階第1演習室

演題：「同輩による頼母子講の相互扶助——岐阜県郡上市八幡町の事例から」

演者：足立 重和（追手門学院大学社会学部教授）

「地域文化の継承と創造」第5回（2016年度第2回）研究会

日時：7月11日（月）13:00～17:00

会場：追手門学院大学1号館3階会議室5

演題：「地域文化の見せ方、捉え方－国立民族学博物館の展示をめぐって」

演者：日高 真吾（国立民族学博物館文化資源研究センター准教授）

「地域文化の継承と創造」第6回（2016年度第3回）研究会

日時：2016年10月7日（金）13:30～15:00

場所：国立民族学博物館4階大演習室

演題：「観光まちづくりの事例研究からみる「文化」概念の再考」

演者：安村 克己（追手門学院大学地域創造学部教授・学部長）

「地域文化の継承と創造」第7回（2016年度第4回）研究会

日時：2017年2月13日（月）15:00～17:00

場所：国立民族学博物館4階大演習室

演題：「武器をアートに——モザンビーク内戦後の平和構築」

演者：吉田 憲司（国立民族学博物館文化資源研究センター教授・副館長）



国立民族学博物館・日本の文化展示場（日々の暮らし）

「地域文化の継承と創造」

国立民族学博物館との共同研究会

第5回（2016年度第2回）

2016年7月11日（月）

15:00～17:00

追手門学院大学1号館3階 会議室5

参加費無料 定員50名（申込先着）

演 題：地域文化の見せ方、捉え方

～ 国立民族学博物館の展示をめぐって

演 者：国立民族学博物館 文化資源研究センター准教授

日高 真吾 氏

国立民族学博物館と追手門学院大学は、2015年4月に学術交流協定を締結。

「地域文化の継承と創造」のテーマで、今まで4回の研究会開催しています。

このたび第5回研究会を以下のとおり開催いたします。

学内外からの参加を歓迎いたします。お申込み、お待ちしております。

●申込方法：

メールで件名を「研究会参加」として、本文に「氏名」「ふりがな」「連絡用電話番号」を記入の上、以下に送信。[締め切り：7月8日（金）]

申込・問合せ：北摂総合研究所

shienka@otemon.ac.jp

072-641-9723（研究・社会連携課）

「地域文化の継承と創造」第5回（2016年度第2回）研究会 ちらし

新作狂言「茨木童子 2016」の開催を祝う 185 人の「お練り」は迫力満点

所員 豊島 眞介
(基盤教育機構教授)

茨木市のメインキャラクターである茨木童子を取り上げた新作狂言「茨木童子 2016」公演が開催される前日、2016 年 10 月 22 日（土）に「お練り」が実施されました。公演の PR をするだけでなく、追手門学院が地域と連携して新しい茨木市のお祭りを作り上げようという狙いで開催。鬼の扮装をした親子連れら計 185 人の隊列が中央公園から茨木阪急本通商店街などを約 1.5 キロ練り歩き、商店街では地元の商店主らと一行の掛け合いも行われて人気を呼びました。

新作狂言「茨木童子」は追手門学院大学と狂言大蔵流茂山千五郎家、(公財)茨木市文化振興財団が練り上げて 2013 年、2014 年と茨木市の真宗大谷派茨木別院で公演。2015 年は茨木童子が京都に還る凱旋狂言会と銘打って、京都市上京区の金剛能楽堂で開催。2016 年度は長く愛される古典になることを目指して台本を改訂して茨木クリエイトセンターで公演が行われ、茂山千三郎さんらが出演しました。

その新作狂言を PR する 2016 年のお練りは茨木市に新しいにぎわいづくりをと願って行われました。10 月 22 日午後 1 時、鬼の扮装をした親子連れに追手門学院大学生、追手門学院中・高等学校表現コミュニケーションコースの生徒たちが加わったお練りの隊列は「鬼のはなしを聞こうぞよ」と口々に歌いながら中央公園を出発。茂山千三郎さんが羽織はかま姿で先頭に立ち、「黒井清水の大茶会」が開かれている茨木神社でご挨拶。茨木阪急本通商店街では初めての試みとして 9 カ所の商店と商店の本日のお勧め商品と値段をやりとりする「掛け合い」を行いました。千三郎さんが「本日のおすすめは何ですかあ」と呼びかけると、隊列も大声で唱和して商店街に響き渡り、買い物客も隊列に大きな拍手をおくりました。

お練りの隊列は午後 2 時過ぎ、中央公園に帰着。ここから阪急本通商店街で運営しているダンススクール「BOOM」の子どもたちと、追手門学院中・高等学校表現コミュニケーションコースの生徒がダンスパフォーマンス。最後に素晴らしい仮装をしたグループを表彰して「お練り」を締めくくりました。

2016年度コンサート活動レポート 「追手門とクラシック」

客員教授 門 田 展 弥

2016年度は10月1日と12月6日の2回、追手門学院大学学生会館大ホールにおいてコンサートを開催しました。大阪城スクエアを拠点としていた前年度までに比べると回数は減りましたが、いずれも追手門ならではの大変ユニークなコンサートを開催できたのではないかと考えています。

先ず10月のコンサート「歩く詩人 ワーズワスと芭蕉にちなんで」ですが、これは兵庫県伊丹市の柿衛文庫で開催された秋季特別展「歩く詩人 ワーズワスと芭蕉」の館外関連イベントとして企画実施されました。この展覧会は日本で初めて公開されるイギリスの国民的詩人ワーズワスの手稿と芭蕉の作品が同時展示されるという画期的歴史的なものでしたが、二人の偉大な詩人の真筆展示だけでなく、両詩人の作品をモチーフとしたアートを日英の現代アーティストが競作するという国際的プロジェクトでもありました。当該コンサートはこの展覧会に呼応し、「第一部：ワーズワスと芭蕉にまつわる音楽」、「第二部：日英現代作曲家による新作初演」という二部構成で行われました。初めて邦楽をプログラムに取り入れたり、日英の作曲家に新作を委嘱するなど、追手門学院で開催した数多くのコンサートの中でも類例をみないユニーク且つ大規模なコンサートとなりました。その成果に対しては、柿衛文庫や英国のワーズワス・トラスト、そしてアートプロジェクトを主導したサンダーランド大学からも高い評価を受けました。



続いて12月には4回目となるキャンドルナイトコンサートを開催しました。今回は天候に恵まれ、コンサート後ホールを出るとキャンドルが点灯しているという大変印象深いものでした。キャンドルナイトコンサートでは毎年外来のアーティストを招聘してきましたが、今回は以前にも出演して頂いたことのあるイタリア出身の優れたクラリネット奏者、ロムアルド・バローネ氏とご令嬢エレナさん（ヴァイオリン）をゲストに迎え「日本イタリア音楽家交流コンサート 新たなるコラボへの試み」と題して実施しました。前半ではバローネ氏の友人でイタリア、フロジノーネ音楽院元院長アントニオ・ダント氏作曲『クラリネットソナタ（日本初演）』、及び拙作『クラリネット、チェロ、ピアノのための三重奏曲（改定初演）』、後半ではバッハやショパン、プッチーニ等の名作が演奏され、大学開催に相応しく啓蒙的でありながらクラシックの楽しさを満喫できる内容になりました。



さて、このキャンドルナイトコンサートは追手門学院が長年開催してきたファミリークラシック、アドバンストリサイタル等様々なコンサートの最後を飾るものでしたが、奇しくもそれは前身となる2007年7月の第1回毎日文化センタークラシックから数えてちょうど100回目に当たるものでした。これまで月刊『音楽現代』誌等で幾度か取り上げられましたが、これらのコンサートが関西のみならず全国の音楽家に多くの演奏機会を与え、外来演奏家との共演機会をもたらしたことは正に特筆に値することでしょう。音楽家育成を目的とする音楽大学が音楽家のサポートを行うことは原則ありませんし、できることでもありません。ましてや出身校の垣根を超えたサポートなどあり得ないことです。他方、音楽界では常識となっているチケットノルマを課さず演奏に専念できる環境をつくったことも稀有な例と言えるでしょう。単にクラシックコンサートを広く一般市民に開放し、クラシックの普及に貢献しただけではありません。この先進的事業が日本音楽界にもたらしたインパクトは一つの革命と言っても過言ではなく、今後も長く記憶されるものと確信しています。

北摂エリアマッププロジェクト

ベンチャービジネス研究所 所長 水野浩児
(経営学部教授)

ベンチャービジネス研究所では、2016年度重点目標として、従来の教育研究活動に加え、学生が活躍できる研究所の基盤固めと、産学連携強化に注力しました。

2016年3月に北おおさか信用金庫と連携協定を締結したことを有効に活用すべく、北おおさか信用金庫と北摂総合研究所・ベンチャービジネス研究所共同で、「北摂エリアマップ」プロジェクトを立ち上げました。

北摂エリアマッププロジェクト概要

北摂エリアマッププロジェクトとは、北摂ブランドを全国に認知するために、北摂地区に拠点をもつ北おおさか信用金庫が7市1町に呼びかけ、北摂エリアの魅力を伝える媒体を作るプロジェクトです。

2016年8月にプロジェクトはスタートし、2017年6月末に最終報告を行うことでプロジェクトは完了予定です。約10か月間の長期プロジェクトです。

これまで7市1町が一体となって北摂ブランドを告知する取組を行ったことはなく、地元の資源の活性化および活用の観点から地方創生を推進する活動です。7市1町を取りまとめる役割を北おおさか信用金庫が担い、北摂エリアの魅力をマクロ的な観点から検証及び指導を北摂総合研究所が担当し、各市町の調査や若者への効果的な告知手法の検討および媒体の作成をベンチャービジネス研究所が担当しています。

またプロジェクトに係る予算は全て北おおさか信用金庫が負担し、本学と北おおさか信用金庫が連携協定を締結した最初の産学連携事業であります。実働部隊となるのは、ベンチャービジネス研究所の学生研究員11名が担当(うち4名補助担当)しており、学生教育の観点からも効果があります。

北摂エリアマップの媒体

北摂エリアマップの媒体は、マップを紙媒体として捉えるのではなく、マップを「関連させる媒体」と捉え、一人でも多くの方に北摂エリアの魅力を伝える媒体を利用することになっています。検討の結果、媒体を紙媒体・ネット媒体・電波媒体と大きく3つに峻別し取組みました。ラジオやテレビを活用し告知を行い、SNSをうまく活用し魅力を伝え、成果物として可視性の高い紙媒体(いわゆるガイドマップ)を作成する取組です。

北摂総合研究所との情報共有

日々の調査や進捗状況は、北摂総合研究所の所員会議で学生研究員が進捗報告をプレゼンテーションなどで伝えています。また茨木市長を迎えて開催した茨木市観光協会・追手門学院大学共催シンポジウム「観光は、大阪・茨木を元気にする」(2016年12月12日)にて学生研究員が進捗報告を茨木市の魅力を調査した結果を報告させていただいています。

毎日の活動レポートを、北おおさか信用金庫・北摂総合研究所・ベンチャービジネス研究所・研究社会連携課に送付しており日々の情報共有を行っています。

現段階で約150回の報告を行っています。



北おおさか信用金庫および7市1町との情報共有

北おおさか信用金庫へは2か月に1度のペースで報告会を開催しています。北おおさか信用金庫役員会議室などで開催され、北おおさか信用金庫からは川脇副理事長・小牧常務以下10名以上の役員・部長クラスが参加します。本学からは、報告者である学生研究員とベンチャー研究所所長・北摂総合研究所の代表として研究・社会連携課石田係長らが参加します。

7市1町の課長クラスとの打ち合わせ会は、北おおさか信用金庫内で開催され、学生研究員らとの名刺交換もなされ、その後の市の調査に積極的な協力をいただいています。

世間への活動状況の告知（マスコミの協力）

本プロジェクトの成否は一人でも多くの人に知ってもらうことであるため、活動中の様子を知ってもらうことも北摂の魅力を知ってもらうこととなります。本活動の取組の様子はケーブルテレビジェイコムが定期的に取材をしてくれており、定期的にニュースで配信してくれています。北おおさか信用金庫で行う会議の様子などもテレビカメラを入れていただき、学生が発表する様子も放映されています。

また毎月各市の魅力を音声にまとめ、ラジオで放送しています。ラジオ大阪「土曜情報スタジオ」にて放送するにあたり、取材や音源のまとめなどは全て学生が行い、ラジオ局に各市の担当者呼んで、学生が主導で番組を組み立てています。この取組は企画自体に斬新性があり、多くのリスナーより高い評価をいただいています。番組ブログに1日2,000アクセス以上の日もありました。なお、音源の二次利用はラジオ大阪より使用許諾いただいております。北摂総合研究所・ベンチャービジネス研究所・北おおさか信用金庫・各市町のホームページなどにリンクさせていただく予定です。

現在の進捗

上記の活動コンセプトに基づき地道な活動を行い、7市1町の魅力に関する取材は概ね完了しており、現在は集めた情報を魅力あるネット媒体に作成し、音源をまとめています。また紙媒体も整理できつつあります。

茨木市・吹田市・豊中市・高槻市のラジオ放送は無事に終了しています。

今後の予定

6月の最終発表に向け、北おおさか信用金庫での中間報告を再度実施し、北摂総合研究所所員会議などで、成果物の検証を行っていきたいと考えています。

またマスコミへの告知も地道に行い、全国でも珍しい学生主体の産学連携活動・地域創生活動を成功させたいと考えています。

シンポジウム「観光は、大阪・茨木を元気にする」

所員 山本博史
(地域創造学部教授)

2016年12月12日(月)に、茨木市観光協会と本学との共催で、シンポジウム「観光は、大阪・茨木を元気にする」を茨木市福祉文化会館(オークシアター)302号室にて開催した(参加者は94名)。福岡洋一茨木市長の挨拶、経営学部水野ゼミ生による「大学生が実施した北摂イメージ調査」の後、パネルディスカッションが行われた。

「観光をキーワードに、大阪を、茨木市を活性化(元気に)する方向性を探る」ことが、開催趣旨であったが、3名のパネリスト(溝畑宏氏:本学客員教授・大阪観光局理事長、山野寿氏:茨木市観光協会会長、安村克己氏:本学地域創造学部長)によるパネルディスカッションのテーマ「インバウンドと大阪の観光の活性化、そして茨木は?」に、インバウンドという語が含まれていること、また、大阪と茨木とが安易に対比されていることが議論の噛み合わなさを引き起こした原因ではないかと、観光に関しては門外漢ありながらもコーディネーター役を務めた筆者は考えている。以下においては、当日のパネルディスカッションにおいて何が問題であったのかを、各パネリストの主張を簡単に振り返りながら、再度考えてみたいと思う。



1. 溝畑 宏 (公益財団法人大阪観光局理事長/追手門学院大学客員教授)

溝畑氏は、観光を「各地域の取組により、地域独自の資源を掘り起こし、それに付加価値を加え、広報や広告等により、全国、世界に通用するものをつくり、その結果、地域外(国内外)からヒト、モノ、カネを集めることにより、地域にとって持続可能な社会をつくる総合的戦略産業」として捉える(この観光の定義は、内閣府経済財政諮問会議の下位に置かれた「地域経済に関する有識者懇談会」での溝畑氏配布資料の中に登場するものである)。観光産業は裾野の広い産業であり、時間軸の延長(24時間化)や選択肢の多様化による消費の拡大、収益性・生産性の向上などによって経済活性化を図ることが可能だという主張は、国家的な経済成長戦略(アベノミクス)の文脈において捉えれば、非常に分かりやすいものである。

「ラグビーワールドカップ2019」、「オリンピック・パラリンピック東京大会」(2020年)、「関西ワールドマスタースズゲームズ2021」、IRの誘致や国際博覧会(万博)の開催などの大規模プロジェクトを背景に、大都市大阪においてインバウンドを拡大することが「大阪を活性化(元気に)する」という主張も、同じ文脈の中で捉えることができる。織田信長が大阪を「天下一の境地」と捉えた時代から、否、難波津・住吉津のあった古都大阪の時

代から、大阪はグローバルな志向性をもっていた。また、「文楽」に代表されるように、グローバルに受容されるローカルな特異なものが大阪には多くある。それゆえ、大都市大阪におけるインバウンドの拡大に関しては、大きな違和感はない。また、一段落した「爆買い」に代表される「大量」のイメージも、大都市大阪には違和感はない。

しかし、国家的経済成長戦略の中で語られる言わば〈大きな観光〉に関しては、腑に落ちないところがある。観光を経済成長戦略のツール（手段）としてのみ捉えることは、果たして妥当な捉え方なのであろうか。溝畑氏は、観光を「地域にとって持続可能な社会をつくる総合的戦略産業」と述べることによって持続可能性の問題に言及しているが、観光は経済活性化の手段だという主張と重ねて考えると、ここで言われている持続性は、経済成長（右肩上がり）の持続性という「旧来の成長概念」に根差したものであると言えよう。少子高齢化・人口減少社会が本格的に到来する日本の状況を考えれば、大阪市のような大都市であれ茨木市のような中小都市であれ、都市間競争・地域間競争に勝ち抜かなければ、都市・地域は衰退の一途をたどることになるという競争原理的な発想もここから出てくるのであろう。

2. 山野 寿（茨木市観光協会会長）

上記のような〈大きな観光〉に対して、茨木市観光協会会長の山野氏は、茨木市では、インバウンドの拡大という方向を直ちにとるべきではなく、身の丈に合った〈小さな観光〉を目指すべきだと私の私見を披歴した。グローバルに受容されるローカルな特異なものや、大規模プロジェクトも茨木市には存在しないのだから、大都市大阪市のようにインバウンドを拡大するという方向をとることは茨木市においては困難だという認識が、山野氏の根底にあるのだと思われる。山野氏は、豊かな自然、豊かな歴史的資源・文化的資源が存在し、人の温かきがある「落ち着いたまち」であることこそが、茨木市の魅力であると述べているが、「ほっと いばらき もっと、ずっと」をスローガンとする「第5次茨木市総合計画」のにも同様のことが述べられている。

「第5次茨木市総合計画」には、「文化芸術活動を支援し歴史と伝統を継承する」とともに、観光資源の発掘・創出・活用によって「魅力あるまちづくりをすすめる」ことにより、交流人口を拡大する施策が記載されている。この総合計画が目指しているのは、経済成長（右肩上がり）の持続性ではなく、人の持続的な循環と地域経済の持続的な好循環である。こうした〈小さな観光〉の根底にあるのは、あくまでも活力と魅力のある「まちづくり」なのである。

このような「観光まちづくり」においては、茨木市のまち魅力発信課と茨木市観光協会との連携など、公民協働による魅力発信も重要であるが、それ以上に重要なことは、住民が自分の住んでいる地域の魅力を認識し、自分が住んでいる地域に誇りをもっていることであろう。魅力ある地域づくりの主体はあくまでも住民であるのだから、交流人口として観光客を受け入れる姿勢や観光客の受け入れ体制の大前提として、住民にシビック・プライド（Civic Pride）がなければ、魅力ある地域づくりはそもそも成立しないのである。山野氏の主張は、シビック・プライドに基づく主張であると筆者には思われた。

3. 安村 克己（追手門学院大学地域創造学部長）

安村氏は、観光の語源が『易経』の「観国之光 利用賓于王」であることから話を始めたが、安村氏の主張は基本的には山野氏の主張に非常に近いものであると筆者には思われた。安村氏は、1980年台初めに日本各地でスタートした「新しい観光振興と新しい地域振興」による「観光まちづくり」の事例を紹介しながら、地域に密着した観光、生活に密着した観光に言及していた。『易経』の「観国之光」は、「国の光を観る」（地域の魅力を観る）とも解されるが、同時に「国の光を観す」（地域の魅力を観す）とも解される。来訪者を受け入れる側が、自らの地域がもつさまざまな価値を「誇りをもって示す」という後者の解釈が成り立つためには、来訪者に対して、価値あるものとして示すに値する「地域の暮らしをつくる」という「まちづくり」が前提になっている。安村氏は、この意味での「観光まちづくり」の事例を紹介した。それらは何れも、経済成長に取り残され周回遅れとなった地域が、地域の伝統文化や自然・生態系を観光の魅力とし、地産地消や六次産業化を実践することによ

って成功した事例であった。シビック・プライドという点でも、観光まちづくりの主体は住民であるという点でも、安村氏の主張は山野氏と通じるものがあったように思う。

4. まとめ

三人のパネリストの発表を聞いて、観光に関しては門外漢であるが、筆者が今後検討すべき課題であると思ったことは以下の二点である。(1) 地域間競争という問題を孕む、経済成長という旧来の枠組みで〈大きな観光〉を考えるのか、地域経済の持続的好循環という「新しい成長」概念――成長という概念が相応しいかどうかは疑問であるが――のもとで〈小さな観光〉を考えるべきなのか。(2) 大阪市のような大都市と、茨木市のような中小都市や農山漁村とで、観光のあり方が同一でありうるのか。

今になって思えば、当日のチラシに記載されている「観光は大阪・茨木を元気にする」「インバウンドと大阪の観光の活性化、そして茨木は？」というテーマそのものの中に、実は、この二つの課題が暗示されていたのである。

プログラム

開会のご挨拶

福岡 洋一 茨木市長

大学生が実施した北摂イメージ調査報告

追手門学院大学経営学部・水野ゼミ学生

パネルディスカッション

インバウンドと
大阪の観光の活性化、
そして茨木は？

〈パネリスト〉

溝畑 宏 公益財団法人大阪観光局理事長(追手門学院大学客員教授)

山野 寿 茨木市観光協会会長

安村 克己 追手門学院大学地域創造学部長

〈コーディネーター〉

山本 博史 追手門学院大学地域創造学部教授

日時 **2016年12月12日** 月
19:00 ~ 20:30(開場18:30)

会場 **茨木市福祉文化会館(オークシアター)
302号室**

申込み方法 FAX:072-641-7448 または メール:hsk@otemon.ac.jp
【定員100名 入場無料】 ※申込み詳細・アクセスは、裏面をご覧ください。

お問い合わせ **追手門学院大学 北摂総合研究所**
TEL:072-641-9723(研究・社会連携課:平日9:00~18:00)
E-mail:hsk@otemon.ac.jp
追手門学院大学HP <http://www.otemon.ac.jp/>



主催 一般社団法人茨木市観光協会・追手門学院大学
後援 茨木市



茨木市観光協会  想像もなかった自分史がはじまる
追手門学院大学

観光は、大阪・茨木を元気にする

茨木市観光協会・追手門学院大学 共催シンポジウム

中国人観光客をはじめとしたインバウンドの増大は、「爆買い」が一段落したとはいえ大阪の経済に大きな影響を与えています。これまでは経済活性化のわき役だった「観光」をキーワードに、大阪を、茨木市を活性化(元気に)する方向性を探ります。

茨木市観光協会・追手門学院大学 共催シンポジウム「観光は、大阪・茨木を元気にする」ちらし

イギリスの housing ladder

ところでイギリスには“housing ladder”＝「住まいの梯子（はしご）」という言葉がある。イギリスでは20～30歳代の青年層で持家を取得する人が多い。初めて持家を購入する1次取得層（first-time buyer）である。だが若い世代であれば資金力は乏しく、購入できる住宅の金額やレベルは限られている。そこで持家の買い替えを繰り返しながら居住水準の向上、ステップアップをめざすことになる。これが「住まいの梯子」である。

いわばイギリス版住宅双六であるが、しかし双六における持家取得の意味は異なる。日本では「上り」だが、イギリスでは「ふり出し」である。この違いはいかなる理由、背景があつてのことか。またそれは、持家所有者という経験における日英の違いとどうつながっているのか。これらを論ずることが小稿の目的である。

住宅市場の国際比較

まず小稿での議論の学問的背景について述べておこう。経済学の諸分科の1つに産業組織論というものがある。産業組織論は、完全競争モデルを前提とするミクロ経済学とは異なり、現実の市場（その多くは不完全競争市場である）と市場に対する公共的な介入、規制について考察する。

産業組織論の1つの方法論として、アメリカのハーバード学派が提唱したSCP仮説、市場構造（structure）・市場行動（conduct）・市場成果（performance）の3段階論がある。今日の産業組織論は応用ミクロ経済学という性格が強く、そのためSCP仮説は「古典的」（つまり、古くさい）と評価されているようだが、私は市場の実証的な分析において有効な理論枠組みであると考えている。

私の研究テーマの1つは、このSCP仮説を用いた住宅市場の国際比較研究である。そこで小稿は、日本とイギリスの住宅市場の比較を通じて、日英の「住宅双六」の違いはどこに由来するのかを考えてみたい。

イギリスの住宅市場

イギリス（ここではイングランド、ウェールズおよびスコットランドをさす）の住宅ストックにおいて持家率は65%、民間借家率は17%となっている（2010年）。イギリスは先進諸国のなかで最も持家率が高い国の1つである。

イギリスの住宅ストックは、築後年数がきわめて長い住宅が多い。1996年～2001年の期間に滅失した（取り壊された）住宅の平均耐用年数は77年であったという。2009年のイングランドの調査データでは、持家ストック（約1500万戸）のうち、20.8%が1918年以前に建築された住宅、18.6%が1919年～1944年に建築された住宅であった。民間借家ストック（約360万戸）では、じつに39.8%が1918年以前に建築された住宅、12.8%が1919年～1944年に建築された住宅であった。

きわめて古い住宅が今も現役で利用されているイギリスでは、既存住宅（つまり中古住宅）の流通市場が大きく発達している。2000年代住宅ブームの最盛期の2005年には、総売買取引戸数180万戸の88.6%が既存住宅の取引であった。

高度に発達したストック循環型のイギリス住宅市場では、持家市場は2次取得層（second-time buyer）、すなわち買い替え層の住宅売買が圧倒的多数を占めている。しかも買い替え＝住み替え（これによるhousing ladderのステップアップ）はきわめて頻繁に行われる。買い替えのたびに住宅ローンの繰り上げ一括返済が行われるので、住宅ローンの実際の融資期間はほぼ4～8年のレンジに収まっているというデータもある。

日本の住宅市場

他方、日本の住宅ストック5760万戸における持家率は62%、民間借家率は28%である（2013年）。イギリスには及ばないものの、日本も先進諸国のなかで持家率が高い国の1つである。

イギリスとの対比のため、若干のデータを紹介しよう。1998～2003年の期間に滅失した住宅の平均耐用年数は30年であった。既存住宅の流通市場は未発達であり、2008年に既存住宅流通量は17万戸で新築住宅着工戸数の16.3%にとどまっていた。ストック循環型のイギリス住宅市場とは対照的に、日本の住宅市場は新築住宅の売買が圧倒的に多数を占めている。

1950年代から今日まで日本で建設された住宅戸数は累計7400万戸を超える。人口対比でこれほど大量の住宅を建設してきた国は他に例がない。住宅を建てては壊し、壊しては建てるを繰り返す、スクラップ&ビルド型の住宅市場が成長してきたのである。

持家の1次取得層はもちろん、2次取得層の住み替え需要の多くも新築住宅に向かう。また、古くなった住宅では補修・リフォームよりも建て替えが選択される。これらのことが大量の住宅建設を促してきた。

イギリスにおける既存住宅市場の発達の背景

イギリスに見られる住宅の活発な買い替えは、築後年数が相当経過した住宅でも市場価格が維持され、既存住宅の流通市場が大きく発達しているからこそ可能なのである。希少性が高い高級住宅ならともかく、一般の住宅でなぜこういう状態が成立するのか。

ロンドンなど大都市の市街地や郊外に見られる住宅の多くは、18世紀から20世紀初めにかけて大量に建設された建売住宅である。ジョージアン、リージェンシー、ビクトリアンといった建築様式の建物は高級住宅の部類になるが、大衆向け住宅もそれぞれ時代を反映する統一的な外観デザインをもっている。住宅の構造は郊外ではsemi-detached house（二戸一建て住宅）、市街地ではterraced house（長屋建て住宅）が代表的である。もともと建売住宅なので居室の広さや間取りも画一的である。したがって住宅の広さは寝室の数で推定することができる。

またイギリスの人々は、住宅はレンガ造りでなければならないという確固たる嗜好を持っているようである。私は20数年前にイギリス留学の機会を得て、家族ともどもロンドン郊外に住んだことがある。ある時わが借家にもほど近い場所で、高齢者向け低層集合住宅の建設工事が始まった。イギリスでは、都心部の商業・オフィスビル建設は別として、住宅建設はきわめて少ない。そんなわけで散歩がてら何度も建築工事現場を眺めに行った。集合住宅なので鉄筋コンクリート構造、壁面はパネルである。ところが、やがて工事が進むと、パネルの上にレンガを積み始めたのには驚いた。そこまでするものかと感じ入った。

以上のように住宅の構造、外観、間取りはかなり定型化されている（けっしてワンパターンではないが）。そのため、わが国の中古自動車市場のような、「型落ち」で大きく市場価格が下がるということはないのである。

さらに、住宅の価値評価は住宅単体だけでなく、集合体＝街並みの景観で決まる。住宅の建築様式、外観デザイン、大きさなどが調和のとれた街並み。これがイギリスの人々にとって住宅選択の決め手となる。そのレベルの良し悪しが住宅の市場価値を決めるのである。

これらの事情が既存住宅流通市場の発達を支えているのであろう。

イギリスの2次取得層のビヘイビア

イギリスの持家所有者は住宅の買い替え・住み替えを繰り返して「住まいの梯子」を登っていく。これは居住水準向上の手段であるだけではない。住宅ローン負担と金利変動リスクを回避するための市場行動でもある。

持家取得は長期にわたる住宅ローン返済の負担を負うことでもある。これは日本もイギリスも変わらない。そして住宅ローン金利の高低はローン返済額を左右する要因である。世界的な超低金利のなか、現在のイギリスの住宅ローン金利は年5～6%だが、1990年代には年利7～8%、80年代後半には年利10%台で推移した。

インフレが進めば実質金利は低下するとはいっても、この金利水準ではローン返済負担は大きい。そしてイギリスの住宅ローンは伝統的に変動金利が中心なので、市場金利の上昇は返済金額の増加を引き起こす。

住宅価格が上昇するなかでの住宅買い替えは、住宅ローン負担を軽減し金利変動リスクを回避することを可能にする。住宅を購入時より高い価格で売却できれば、既存のローンを清算し、得られたキャピタルゲイン（住宅値上がり益）を頭金にして、グレードのより高い住宅を購入するための新たなローンを組むことができる。した

がって住宅買い替えは住宅価格の上昇局面、金利低下局面で活発化する。

持家所有者の住宅買い替え行動は住宅価格の変動とキャピタルゲイン／ロス期待に強く左右される。既存住宅取引が支配的なイギリスの住宅市場は、持家2次取得層＝買い替え層の動向に強く影響される市場である。住宅価格の上昇局面では住宅買い替えが活発化し市場は拡大するが、住宅価格の下落局面では住宅買い替えが減退するため市場は縮小する。それゆえイギリスのストック循環型住宅市場は、ボラティリティが高い不安定な住宅市場である。

日本における既存住宅市場の未発達の背景

わが国の住宅は築後年数の経過とともに価値減価が急激に進む。築後10年で住宅の市場価値は半減し、20年でゼロになると言われる。そのため、マンション市場は別としても、中古住宅市場は事実上住宅敷地市場である（つまり価値をもつのは敷地だけ）。イギリスの住宅市場とはまったく対照的である。その理由はなにか。

戦後の日本社会は住生活様式の急激な変化を経験した。それは住生活の洋風化、ユカ座からイス座への転換である。イス座への転換は家具の入れ替えを必要にする。それに加えて家庭電気製品など耐久消費財の開発と普及（三種の神器、3Cという言葉も生まれた）は住宅の居住面積拡大への要求を切実なものにした。そしてこの要求は人々を持家取得へと駆り立てる動力となった。

1970年代以降、持家2次取得（買い替え）が増加していく。買い替えの動機は、世帯主の転勤・転職よりも、住宅の狭さに対する不満が圧倒的に多かった。動機がこれであれば、住み替え需要の多くは新築住宅に向かう。住み替えではなく住宅の建て替えも高水準で進んだ。

住宅建築サイドでは1960年代から70年代にかけて、プレハブ工法やツーバイフォー工法が導入される。大手プレハブ住宅メーカーは新製品開発競争を展開し、それが在来工法の地域工務店にも強い影響を及ぼした。かくて住宅団地はそれ自体が多様な建売住宅の「モデル展示場」と化し、消費者が自分の嗜好に応じてこれを選択する。注文住宅の設計ももっぱら施主の嗜好や必要を反映し、将来の転売など想定されていない。住宅群、街区としての景観の調和、統一性が顧みられることはなかった。

戦後の住宅建設は高度成長期を通じて増加しつづけ、1972年に185万5千戸とピークに達した。スクラップ&ビルト型の住宅市場の成長は、むしろその後から本格化する。高度成長期に建設された住宅の除却（取り壊し、建て替え）が進んでいく。その結果、2003年時点で、1960年代に建設された住宅がストック全体に占める割合はわずか12.5%であった。

こうした状況の中では、既存住宅の流通市場が成長、発達する余地はまったくない。

日本の2次取得層のビヘイビア

新築住宅の大量供給、住宅のスクラップ&ビルトが続くかぎり、既存住宅の市場価値は急速に減価する。このことは持家2次取得者のビヘイビアに次のように作用する。

イギリスの住宅市場で見られるように、住宅の買い替えは所有住宅の売却価格とキャピタルゲイン／ロスに大きく左右される。住宅の減価が急激であることは、所有不動産（土地+住宅）の売却価格がもっぱら土地売却価格であることを意味する。他方、購入する住宅はもっぱら新築住宅（+土地）が選択されるから、それだけ買い替えは、売却収入のほかに追加の費用がかかることになる。

つまり既存住宅の流通市場が未発達であることは、持家の2次取得を高コストにするのである。それゆえ広い住宅の取得が目的である場合には、住宅の買い替えよりも建て替えが選択されることになる。

今日の日本の住宅問題

少子化と超高齢化、人口減少時代を迎えた今日の日本では、郊外戸建持家を「上り」とする従来の住宅双六は通用しがたい。なにより中年・青年層の持家率が著しく低下している。

世帯主年齢別持家率のこの25年間（1978年～2013年）の推移を見れば、30歳代前半で44.8%→28.8%、30歳代後半で58.5%→46.3%、40歳代前半で67.3%→56.2%、40歳代後半で73.9%→63.0%、50歳代前半で77.6%→69.2%、50歳代後半で79.6%→74.2%となっている。

今日の日本で大きく進む非正規雇用の増加、所得の低下と格差の広がりがその背景にある。50歳代を過ぎてからの持家取得は事実上難しい。現在、65歳以上の持家率は80%に達しているが、20年、30年先にはこれも低下していくであろう。

他方、今日の日本では大都市、地方都市、農村の別なく空き家が急激に増加している。2013年時点で空き家は820万戸、ストック全体に占める割合は13.5%である。20年後の2033年には、空き家は2150万戸、空き家率は30.2%に達するという推計もある。したがって、ストック循環型の住宅市場を成長させ、空き家ストックの再分配を促そうというのが今日の住宅政策の課題となっている。

だが、子が親の土地・住宅を相続しても利用しない／できない。かといって、それを販売・賃貸の市場に乗せる動きもなかなか進まない。空き家ストックと住宅需要との間には地域的なミスマッチや、供給価格と支払能力とのギャップがある。これをどう解決するかということも住宅政策の課題である。

若い世代にとって住居の確保と居住水準の向上を実現するコースは多様化している。好むと好まざるとにかかわらず、持家を「上り」とする選択肢は絶対的なものではない。とくに大都市では、良質でアフォーダブルな（住宅費を無理なく負担できる）借家へのニーズが高まっている。

今日のイギリスの住宅問題

イギリスの住宅市場は、2000年代のグローバルな住宅ブームの崩壊で深刻な不況に陥ったが、2010年以降は景気回復に向かっている。だがその回復過程で“housing divide”といわれる問題が浮上している。

“Housing divide”とは、住宅市場の二極化が生み出す住宅供給の分断、さらに言えば居住の格差をさしている。『フィナンシャル・タイムズ（電子版）』2013年10月11日の記事“The great UK housing divide”はつぎのように指摘する。

「…住宅ローン市場への新規参入者は金利コストの増大に直面しており、高年齢の持家所有者に比べて住宅購入資金を調達することが困難である。借家セクターに追いやられる若い人々が増え、そのため家賃が上昇する。こうしてイギリスの住宅市場の二極化が進んでいる」。

住宅市場は持家1次取得層と2次取得層との間に分断を広げている。また住宅市場の回復は大都市と地方都市とで地域差がきわめて大きく、住宅価格の上昇にもまた格差がある。“Housing divide”は若年層が「住まいの梯子」に足をかけることを困難にしている。

おわりに

日本もイギリスも、今日の社会経済状況のもとでは、従来の住宅双六が指し示す居住水準向上のストーリーは実現が困難になっている。そのため、良質でアフォーダブルな借家に対するニーズが増加している。これが小稿の結論である。

最後にドイツの住宅市場に言及しよう。ドイツの持家率は42%（2006年）。これはEU諸国で最も低い。持家取得の時期は比較的高年齢であり、イギリスのような「住まいの梯子」は見られない。社会住宅（social housing）制度を基盤とする借家市場の発達と居住権保障、そして家賃補助が、持家取得へのニーズを弱めているのである。これは日本の住宅政策の今後を考えるうえで重要なモデルと言えよう。

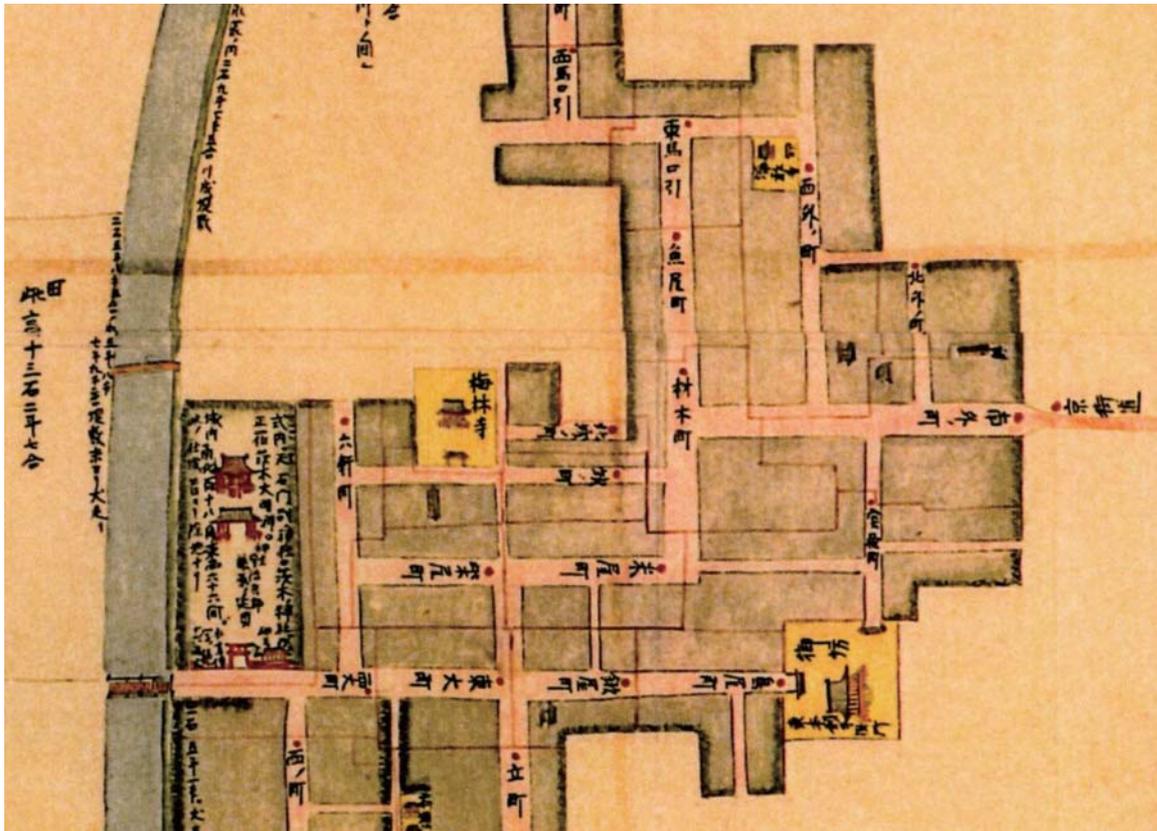
*小稿は、北摂総合研究所研究例会（2016年7月14日）での報告の配布資料をもとに作成したものである。各論点の詳しい考察および典拠については、小著『不安定と格差の住宅市場論』（白桃書房、2013年）を参照されたい。

茨木城下町の復原的研究

所員 南出 眞助

(国際教養学部教授)

2016年9月15日(木)の月例研究会において、「茨木城下町の復原的研究」と題した研究発表を行った。内容は「追手門学院大学文学部紀要」28(1993年)に発表した論文「近世茨木町の形成過程」を骨子とし、その後の知見を加えたものである。近世の茨木は「在郷町」であったが、その空間構造は基本的に戦国期城下町を踏襲するものであった。今回の発表では近世絵図や古文書、明治期の地図、空中写真などを用いて景観を復原してゆく方法も含めて説明した。なお本発表に他の資料を加え、茨木市立文化財資料館主催の「絵図で楽しむ茨木-江戸時代の村を巡る-」展の一環として、2016年12月10日(土)に「茨木城下町の形成と近世在郷町への変容」と題する特別講演を行い、研究成果の地域還元と北摂総合研究所の広報にも努めた。



享保18年(1733)「摂津国島下郡茨木村之地図」(図中央、梅林寺北方の空白部分が旧城郭地区)
(原図は国立公文書館内閣文庫所蔵、『新修茨木市史』第五巻史料編近世、2009年所収)

追手門学院大学北摂総合研究所規程

2016年3月25日制定

(設置)

第1条 追手門学院大学（以下「大学」という。）に、北摂総合研究所（以下「研究所」という。）を設置する。

(目的)

第2条 研究所は、北摂を中心とする地域における課題解決に向けた研究を中核として、教育、地域連携及び産官学連携への発展を目指すことを目的とする。

(事業)

第3条 研究所は、前条の目的を達成するため、次の事業を行う。

- (1) 教育研究機関及び地域社会における諸機関との学術的連携を推進させ、本学の教育力強化に貢献する事業
- (2) 研究発表会、講演会及び講座の開催
- (3) 産官学連携及び地域社会連携事業
- (4) その他、前条の目的達成に必要な事業

(所長)

第4条 研究所に所長を置く。

- 2 所長は、学長の推薦により常任理事会の議を経て、学長が任命する。
- 3 所長の任期は、4月1日から2年間とし、年度の途中で任命された場合は、就任した年度の翌年度の4月1日から起算して2年を経過する日までを任期とする。ただし、再任を妨げない。
- 4 所長は、研究所の業務を統括する。

(副所長)

第5条 研究所に副所長を置くことができる。

- 2 副所長は、所長の推薦により、学長が任命する。
- 3 副所長の任期は、4月1日から2年間とし、年度の途中で任命された場合は、就任した年度の翌年度の4月1日から起算して2年を経過する日までを任期とする。ただし、再任を妨げず、所長の任期の終期を超えることができない。
- 4 副所長は、所長を補佐し、研究所の要務に従事する。

(所員)

第6条 研究所に所員を置くことができる。

- 2 所員は、大学の専任教職員の中から、第2条の目的を達成するために必要な専門性を有する者を所長が推薦し、学長が委嘱する。ただし、任期は2年とし、再任を妨げない。

(客員研究員)

第7条 研究所に客員研究員を置くことができる。

- 2 客員研究員は、学外の有識者の中から、第2条の目的を達成するために必要と判断される者を所長が推薦し、学長が委嘱する。ただし、任期は1年とし、再任を妨げない。

(奨励研究員)

第8条 研究所に奨励研究員を置くことができる。

- 2 奨励研究員は、第3条に定める事業を推進できる若手の研究者・実践者を養成するため、学内外の大学院生の中から、所長が推薦し、学長が委嘱する。
- 3 奨励研究員の任期は1年とし、再任を妨げない。ただし、最長3年を超えないものとする。

(特別顧問)

第9条 研究所に特別顧問を置くことができる。

- 2 特別顧問は、所長の推薦により学長が任命する。
- 3 特別顧問は、研究所の事業推進について所長に助言等をする。
- 4 特別顧問の報酬については、必要な場合に「客員教授の給与等に関する内規」を準用する。

(研究部会の設置)

第10条 研究所に、領域別の研究部会を置くことができる。

- 2 各研究部会に主任を置き、主任は所員の中から所長が指名する。
- 3 主任は、各研究部会を主宰する。

(研究所会議)

第11条 研究所に研究所会議を置き、第3条に定める事業の遂行にかかわる事項を審議する。

2 研究所会議の構成員は次の各号のとおりとする。

(1) 所長

(2) 副所長

(3) 所員

3 研究所会議は、所長が招集し議長となる。

4 研究所会議は、必要に応じて客員研究員、奨励研究員及びその他の教職員の出席を求めて意見を聴くことができる。

(事務の所管)

第12条 研究所に関する事務は、研究・社会連携課の所管とする。

(規程の改廃)

第13条 この規程の改廃は、大学教育研究評議会の議を経て学長が行う。

附 則

1 この規程は、2016年4月1日から施行する。

2 追手門学院大学地域文化創造機構規程(2012年3月16日制定)は、2016年3月31日をもって廃止する。

北摂総合研究所報 第1号

2017年3月30日 発行

発行所 追手門学院大学 北摂総合研究所
〒567-8502 大阪府茨木市西安威2丁目1-15
電話 (072) 665-5269

印刷所 協和印刷株式会社
