

平成27年度多摩未来奨学金報告書

巻頭言

我が国の今後の発展は「地域再生」の可否にかかっていると行ってよい。グローバル時代だからこそ、ローカルの「足腰の重要性」が浮かび上がる。「補完性の原理」に基づく国と地域との分業と連携が前提になるからである。

ところが、その「地域」が人口減少時代を迎えてぐらついている。時間距離を勘案して「人口は職を求めて移動する」から、東京一極集中傾向と同時に都道府県所在地などの地方核都市への多極集中傾向が同時に起こっている。また、相も変わらず国の政策は地域の均質化を助長するような「地方創生戦略」しか描けていない。これは着実に相互にライバル視した「都市間競争」を本格化させる。これは浅薄な適者生存の社会ダーウィニズムを意味する。これではグローバルな都市間競争のお粗末すぎる二番煎じでしかない。

都内においても同様の動きがある。若い人口を中心に「都心回帰」が進行中であると同時に、それを追いかけるように大学も都心に向けて移動を開始しだした。1970年代から80年代に起こった「郊外の時代」が完全に終わったことを意味する。都心に多摩地域は置いてきぼりを食うのだろうか、という疑心暗鬼が多摩地域に漂い込んでいる。

しかし、多摩地域に代表される「郊外」は都心に比較して見劣りするのだろうか。そんなことはない。公益社団法人学術・文化・産業ネットワーク多摩は「多摩の魅力を発見し、それを進化させ、それを発信する」使命を持って平成14年に任意団体からスタートした。大学を核として、行政と企業のそれぞれが持つ能力と資源を用い、連携を組みながら多摩地域の活性化に向けて貢献しようという基本的な認識のもとで結成された全国でも有数のかつユニークな産官学連携組織である。

文部科学省の「産学合同スカラシップ」事業の支援を受け発足した「多摩未来奨学金」制度は、都心回帰に揺れる多摩地域の再活性化、「郊外のルネッサンス」を若い意欲的な学生に委ねようという目的で始まった。多摩地域が持つ地域資源は、よく言われる自然環境だけではない。明治・大正・昭和・平成それぞれの期間で生まれ成長してきた万を超える活力あふれる優秀な企業群も重要な地域資源である。多摩に学ぶ学生はそのことを十分認識しているわけではない。多摩が持つ行政課題についても熟知しているわけでもない。このことは、大学が地域の中で様々な活動の拠点（Center of Excellence）として地域から期待されていることを踏まえると看過することは出来ない。多摩未来奨学金制度はそのことを鑑み、単に給付型の奨学金制度にとどまることなく、給付を受ける有為な人材に対して、もっと多摩地域に目を向け、多摩地域が抱える課題に果敢に挑戦し、多摩に存在する企業・行政・大学の蓄積した人的資源との積極的なネットワークを活用する機会を提供しながら育ててゆく「仕組み」を組み込んでいく全国でもユニークな奨学金制度である。産学官がその連携の強みを発揮し、共同して人材を育てる持続可能な奨学金制度を目指して、これからも「多摩未来奨学金」事業を前に進めてゆきたい。

本報告書はその意味を込め、この事業に賛同いただき、協力を惜しまない志の高い企業や大学の方々に対する感謝の気持ちを込めた「多摩未来奨学生」達の一年間をかけた活動報告である。ここに一言感謝の気持ちを込めて挨拶としたい。

公益社団法人学術・文化・産業ネットワーク多摩
会長 小川 哲生
専務理事 細野 助博

多摩未来奨学金とは

多摩未来奨学金は、多摩地域の企業・団体等の出資で奨学基金を作り、本法人加盟大学・短期大学の学生を対象とした奨学金です。

ネットワーク多摩の加盟大学・短期大学で学ぶ学生を、産官学（職員、教員、社員等）が協働し、多摩地域の活性化を目的とした活動等を通して育成することを目的とします。また、資金を拠出していただいた企業・団体、地方公共団体等にとってもメリットが得られ、大学にとっても有為な人材を社会に送り出す手立てとなる制度となることを目指します。

加盟大学・短期大学から選抜された多摩未来奨学生は、大学教員および専門家の指導の下、地域活動や企業訪問を通し、グループワークを行い、企業や地域への提言書を発表する「多摩未来奨学生プロジェクト」に参加します。これは多摩地域の学生が、地域企業・団体等に対する理解を深め、多摩地域活性化に資する人材を育成するプロジェクトです。

多摩未来奨学金審査委員

- 審査委員長 佐藤 浩二（多摩信用金庫 会長）
- 副審査委員長 白井 努（京西テクノス株式会社 代表取締役社長）
- 審査委員 小川 哲生（学術・文化・産業ネットワーク多摩 会長）
- 審査委員 田中 優子（法政大学 総長）
- 審査委員 清水 庄平（立川市長）
- 審査委員 馬場 弘融（前 東京市町村自治調査会 理事長）
- 審査委員 田辺 隆一郎（八王子商工会議所 会頭）
- 審査委員 花村 邦昭（大妻女子大学 学長）
- 審査委員 細野 助博（学術・文化・産業ネットワーク多摩 専務理事）

敬称略

(2016年12月)

目次

巻頭言	2
多摩未来奨学金とは	3
平成27年度募集要項	6

平成27年度 多摩未来奨学金提言発表会

主催者挨拶	11
会場校挨拶	12
来賓挨拶	13

多摩未来奨学生プロジェクト 提言発表内容

健康・福祉・環境グループ	15
教育・文化グループ	45
環境・産業グループ	71

講評	107
----------	-----

平成28年度多摩未来奨学金交付式

祝辞	113
謝辞	114

寄附協賛企業・団体等	115
------------------	-----

平成27年度『多摩未来奨学金』募集要項

応募資格

(1) 推薦学生

本奨学金制度の大学選考を行うネットワーク多摩加盟大学および短期大学所属の大学生（大学1年次～3年次／短期大学1年次）で学長等の推薦を受けた者。本奨学金の趣旨を十分に理解し、多摩未来奨学生プロジェクトに積極的に参加できる者とする。

(2) 公募学生

本奨学金制度の大学選考を行わないネットワーク多摩加盟大学・短期大学所属の大学生（大学1年次～3年次／短期大学1年次）。本奨学金の趣旨を十分に理解し、多摩未来奨学生プロジェクトに積極的に参加できる者とする。（1）の大学選考に不採用の学生でも公募での再応募を受付ける

*次年度大学生・大学院生でないものは除く。

*大学選考については所属大学で確認してください。

*日本学生支援機構並びに、学内奨学金、その他奨学金または授業料減免との併用可。併用する際、他奨学金でも併用可能かをご確認の上で申し込んでください。

給付金額

年額、30万円を給付（2回に分割）

採用者数

大学推薦者から25名程度（公募学生から若干名含む）

*ただし、当年度の寄附額が目標準を下回った場合はその限りではない。

応募方法

(1) 推薦学生

下記の必要書類を添えて、所属大学・短期大学の多摩未来奨学金担当窓口にご提出ください。なお、書類の提出締切日については、所属大学担当窓口でご確認ください。

【提出書類】

- ①多摩未来奨学金申込書
- ②多摩未来奨学金 応募小論文（2,000字見当）
テーマ「魅力的な多摩地域にするために、あなたのしたいこと、出来ることは何ですか」

大学奨学金窓口からネットワーク多摩事務局への書類提出期間

平成27年10月1日（木）～10月19日（月）（書類必着）

(2) 公募学生

下記の必要書類を添えて、ネットワーク多摩事務局に郵送（書留）にて公募受付期間中にご提出ください。

【提出書類】

- ①多摩未来奨学金申込書
- ②多摩未来奨学金 応募小論文（2,000字見当）
テーマ「魅力的な多摩地域にするために、あなたのしたいこと、出来ることは何ですか」

公募受付期間：

平成27年10月20日（火）～平成27年10月30日（金）
書類必着

*所属大学に報告してください。

選考方法

	推薦学生	公募学生
一次選考	所属大学・短期大学にて、提出書類並びに面接等により選考。順位を付けずに、多摩未来奨学金審査委員会へ推薦する(3名以内)。 *選考の日程については、各所属大学担当窓口でご確認ください。	所属大学・短期大学にて、提出書類並びに面接等による選考審査はございません。但し、所属大学・短期大学へ応募の旨をご報告ください。
二次選考	多摩未来奨学生プロジェクトコーディネーターによる書類審査 *平成27年11月中旬 *審査結果は所属大学を通じて応募学生に伝達する。	
最終選考	多摩未来奨学金審査委員会、多摩未来奨学金コーディネーターによる審査(書類・面接) *提出書類等を総合的に評価し、多摩未来奨学金審査委員会にて審査を行います。 *平成27年下旬	

採用の通知

奨学生が決定次第、ネットワーク多摩が本人並びに所属大学・短期大学に通知します。

採用決定後の提出書類

1. 誓約書
2. 多摩未来奨学金 口座振込依頼書(奨学生用)

推薦学生は所属大学を通じてネットワーク多摩に提出。

公募学生は直接ネットワーク多摩に提出。

奨学金の給付

奨学金は、交付式後と提言発表会後の2回に分けて採用者本人名義の口座に振り込みます。

奨学生の義務

1. 採用が決まった奨学生は、多摩未来奨学金交付式に参加。
平成27年12月6日(日)
※会場の都合で日程を変更する場合があります。
HP等でお知らせします。
2. 「多摩未来奨学生プロジェクト」に参加。
ネットワーク多摩加盟大学・短期大学から選抜された多摩未来奨学生は、「住むー健康・福祉・環境」「育てるー教育・文化」「働くー産業・企業」の3つのテーマを考察し、大学教員および専門家の指導の下、地域活動や企業訪問を通しグループワークを行い、企業や地域への提言書を発表する『多摩未来奨学生プロジェクト』に参加します。
3. インターンシップへの参加が望ましい。
4. 多摩未来奨学生プロジェクト提言発表会(平成28年12月上旬予定)に参加する。

9. その他

多摩未来奨学生プロジェクト活動において、特に顕著な活動もしくは提言を行った学生には特別奨励金を給付する。

平成27年度 多摩未来奨学金提言発表会

平成27年度多摩未来奨学生プロジェクト提言発表会次第

日 時：平成28年12月4日（日）13時00分～17時20分

場 所：明星大学 日野キャンパス32号館108教室

<平成27年度多摩未来奨学生プロジェクト提言発表会> ディスカバリーホール

13:00 開会挨拶

13:15 特別講演

14:25 平成27年度多摩未来奨学生プロジェクト提言発表会



主催者挨拶

公益社団法人 学術・文化・産業ネットワーク多摩 会長

明星学苑 副理事長

小川 哲生

皆さん、こんにちは。12月にも入って、お忙しいところ、またお疲れのところ、私ども学術・文化・産業ネットワーク多摩にご参集いただきまして、主催者を代表して心より御礼を申し上げたいと思っております。

本日は多摩未来奨学金制度がスタートして第4回になります。今年度の多摩未来奨学金の選考委員会が開かれて、この交付式で奨学生が確定します。そしてまた、前年度、第3回目の学生たちのこの1年間の活動に対する発表会ということでございます。

まずここに至るまで、とにかくも原資がなければ奨学金というのは成り立たないわけですが、現在、おかげさまで拡大しておりまして、66社1団体の方から大変な浄財をいただいております。この基金を非常に適切に、かつ若い人たちの将来的投資、ひいてはそれがこの多摩地区への還元ということで、協賛をしていただきました企業の皆様に本当に心より御礼を申し上げたいと思っております。

また、奨学生の選考に当たりましては、選考委員会から厳正な書類審査と面接があり、今日に至っております。多くの方々のご協力があったことを重ねて御礼を申し上げます。

また本日は、このような式典であるところの発表会に、文部科学省の高等教育企画課長の塩見みづ枝様が、次年度に向けて文科省が高等教育の政策をどのようにお考えになっているか、あるいは今後、日本という国をどういう方向に私たちは考えていこうかというようなことで貴重な講演をお願いをしております。この時間が、新たに奨学生となる学生の方あるいは既に1年間活躍してくれた奨学生の方々のみならず、ここにいる皆様方が貴重な時間となることを願ひまして最初のご挨拶とさせていただきます。本日はよろしくお願いいたします。

会場校挨拶

明星大学 学長

大橋 有弘

皆さん、こんにちは。明星大学の橋ですけれども、本日はこの多摩未来奨学生プロジェクト発表会あるいは28年度の交付式、この会場となる会場校の立場から一言ご挨拶申し上げたいと思います。

先ほど会長からご紹介ありましたように、この多摩未来奨学生プロジェクト、これで4回目になるところですが、例年、実に学生らしき、若者らしき斬新なアイデア、斬新な考え方で提言がされている。そしてなおかつ、その内容が非常に実践的、実用的で、フィジビリティの高い内容だったと、これまでずっと見てきております。

今回も健康・福祉・環境グループ、教育・文化グループ、産業・企業グループの3グループから発表があり、その発表内容について私どもは期待をしているところであります。

ちなみに手前みそですけれども、本学においても実践的な体験教育、実践的な学習、そういうものに力を入れてきておまして、特に体験教育、実践教育の対象として多摩地域のいろんな方々、いろんな部門の方、いろんな組織の方と大学のほうで学生も含めて連携活動しているところであります。そういう意味で多摩未来奨学生プロジェクトのこの発表会を本学で開催できるということは非常にうれしい限りで光栄であるというふうに思っています。

また本日は文科省の高等教育企画課長の塩見みづ枝様から貴重なご講演をいただくということになっております。ご承知かと思えますけれども、現在、高等教育の質の向上、そういうことを含めていろいろ議論され、政策方向も示されて、あるいは大学にとってもそれに向けて取り組んでいるところではあります。

一方において、私立大学の経営基盤の強化充実ということも非常に重要なことになっております。その辺の状況について、本日は塩見みづ枝様から、行政政策面でどのように今後展開されていくのか、そうした話をお伺いできるということも期待しているところであります。

会場校として用意万端がうまくできているとよいのですが、本日は学生の提言発表と、それから特別講演で、この日が有意義な開催になるということを祈念して私の挨拶とさせていただきます。本日はどうもありがとうございます。

来賓挨拶

実践女子大学 学長

田島 眞

ただいまご紹介いただきました、実践女子大学短期大学部学長をしております田島でございます。本日、多摩未来奨学金の発表会、それから交付式、参加者を代表いたしましてごあいさつをさせていただきます。

この多摩未来奨学金は、ご承知のように単なる給付型の奨学金ではございません。グループワークとか中間発表会だとか毎月、学生さんが集まって先生のご指導のもとにさまざまなテーマについて、共同して活動を行い、本日、発表するものでございます。

やはりその目的というのは、ご出資いただいております参加企業に対しまして若い学生さんがどのようなことに着眼しているのかということを発表することにあると思います。学生ならではの新しい着眼点の発表に大変期待しております。学内でもいろいろなプロジェクトを設けて学生に発表させておりますが、やはり今回は、他の大学様のご発表ということで非常に楽しみにしております。

奨学金交付式についてでございますが、残念ながら本日は私の大学では対象者がおりませんでした。応募者が減少しているというふうにお聞きしております。なぜ減少してしまったのかををつらつら考えますと、やはり何かグループワークあるいは共同研究というのが学生さんの少なからず負担になっているのではないかなというふうに若干感じております。

やはり今の学生さんは結構忙しいんですね。多摩地区というのは、ご承知のように交通が便利ではありません。自分の大学ならば毎日の通学ですので大したことはないのですが、他の大学に行くとなると、やはり足がない。もちろんマイカーは使えませんので、足がなくてなかなか集まるのも大変だということで、せっかくの給付型の奨学金なのに二の足を踏んでしまうのだらうと感じております。3年を過ぎまして、今後続けていくに当たりまして若干見直しをしていただければありがたいとつらつら考えております。

本日は基調講演といたしまして文科省の高等教育企画課長の塩見様においでいただいております。先ほどの明星大学の学長様のごあいさつにもございましたけれども、最近、大学改革というのは、どこの大学でも非常に懸命にやっております。それがひいては入学者の志願者増につながるものと思って、どこの大学も真剣にやっております。私どもの大学でも"3つのポリシー"を策定いたして、最近ではポートフォリオだとかグループウェアとか、そういうことにも取り組んでおります。本日は塩見様からはそういった新しい文科省の情勢についてお話が伺えるものと大変期待しております。

最後になりましたけれども、この多摩未来奨学金は多数の出資企業の皆様のお力によって成り立っているものでございます。今年は60社でしたか、多数の皆様のお力添えに厚く感謝申し上げます。私の挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

特別講演 「高等教育行政の動向と来年度概算要求」

塩見 みづ枝

文部科学省 高等教育局 高等教育企画課長



高知県生まれ。平成 2 年文部省入省。

初等中等教育局、文化庁、労働省職業能力開発局、高等教育局、千葉県教育委員会、生涯学習政策局、大臣官房人事課などを
経て、平成 2 2 年 7 月生涯学習政策局社会教育課長、平成 2 4
年 1 月初等中等教育局教育課程課長、平成 2 7 年 1 月高等教育
局大学振興課長、平成 2 8 年 6 月から現職。

文部科学省高等教育企画課長・塩見みづ枝氏が高等教育の改革の取り組みなどを織り交ぜて「高等教育行政の動向と2017年度概算要求」について特別講演がなされた。



塩見みづ枝氏が国としての高等教育全体の改革の取り組み、問題意識について講演



塩見みづ枝氏と奨学生4期生たち

健康・福祉・環境 グループ

多摩の商店街からの地域活性化

～理想的な“商店街を基軸とした地域コミュニティの形成”の実現～

コーディネーター

犬塚 潤一郎（実践女子大学 生活科学部 現代生活学科教授）

込戸 雄太（株式会社キャリア・マム 営業部部長）

多摩未来奨学生

池田 朱里（恵泉女学園大学 人間社会学部 社会園芸学科 3年）

猪股 輝子（実践女子大学 生活科学部 生活環境学科 3年）

岩舘 有紀（法政大学 経済学部 現代ビジネス学科 4年）

近藤 扶（中央大学 法学部 政治学科 2年）

塚本 鷹秀（法政大学 スポーツ健康学部 スポーツ健康学科 3年）

辻野 宏大（中央大学 法学部 国際企業関係法学科 3年）

藤森 彩也佳（多摩大学 経営情報学部 マネジメントデザイン学科 3年）

山本 佳奈（恵泉女学園大学 人間社会学部 現代社会学科 3年）

多摩の商店街からの地域活性化

～理想的な“商店街を基軸とした地域コミュニティの形成”の実現～

要旨：多摩地域の課題を生活者視点から幅広く議論・調査する過程を通じて、問題構造の現れとして“商店街の問題”に着目した。実際に商店街の訪問調査を実施し、商店街の問題解決が地域課題の解決につながる可能性を実感した。そのうえで、当面私たちが実際に取り組める施策として、商店街振興のイベントを検討した。様々な企画案の精査と実地調査などを経て、実現可能性と実施効果の観点から、多摩市に立地する恵泉女学園大学の学園祭に商店街祭りを出店することに絞り込んだ。複数の地域商店を招へいし、商店街を守る人々の「街への思い（熱意と温もり）」を地域の方々に伝え、共感を得ることを企画趣旨とした。実際に開催した学園祭イベント「多摩らん。」には目標を上回る来場があり、アンケート結果からも、企画目的の一応の達成が判断される。ニュータウン問題に象徴される現代の都市居住の課題は、地域住人の主体性の再生がカギとなると考えられる。商店街には「地域の間人関係の豊かさ」を促進する場として大きな可能性があることが確信され、今後の取り組みにつながることを期待している。

目次

はじめに	17
1章 現状分析	18
2章 多摩ニュータウン再生における商店街の存在	25
3章 商店街からの地域活性化	27
4章 実証イベント「多摩らん。」の実施	29
5章 結論	37
参考文献	44
さいごに	38

はじめに

私たち健康・福祉・環境グループは「多摩の商店街からの地域活性化、理想的な商店街を基軸とした地域コミュニティの形成」の実現について取り組んだ。3期生として、年度の枠を超えた縦のつながりを活かし、3期生オリジナルの活動を行うことを目指した。1期生では多摩地域の高齢化へ警鐘をならし、団地を利用した学生と高齢者の新しい生活の提案、2期生では多世代間交流による食育イベント「たまかんべえ」の提案を行ったが、私たち3期生は1期生2期生の次のステップであるコミュニティの形成や、学生・住民・高齢者の交流を実現するためにイベントを開催し、「商店街からの地域形成」について考えることにした。

多摩地域では、近年、多摩ニュータウンの再生が叫ばれているように、設計時の都市構造（設備や環境）と、住人の実際の生活実態（必要とすること）との間に乖離が生じ広がっていることがみられ、その問題解決のハードルは非常に高いものだと感じられる。特に、団地に住む人々の暮らしぶりは、不自由になる一方だ。シャッター街と揶揄されたり都市型買物難民問題など、商店街問題はその象徴である。しかし実際に商店街を訪れてみると、そこには数少ないながらも、問題への対処を自分のこととして捉え、住人を支えることを第一に考える商店の人々の存在があった。ここに私たちは、地域活性化・コミュニティ形成の起点があるのではないかと考えたのである。

1章では、多摩の現状と商店街の現状を、実態調査を踏まえて整理をする。2章では、多摩ニュータウンの固有の構造に対し、商店街が柔軟に対応し、多摩地域のコミュニティ形成において欠かせない存在であることを言及する。3章では、具体的な商店街からの地域活性化について、4章では実証研究について、最後に5章で私たちの結論を論じる。

1 章 現状分析

多摩地域の現状分析

多摩地域というと、緑豊かで敷地が広いなど人々にとって優しい場所であるかのような表現をイメージする。確かに、多摩地域の大学に通う私たち学生もその魅力について誇りに思い実感をしている。しかしながら、少子高齢化、生産年齢人口の現状、商業施設の閉鎖、ベッタウン化など、マイナス面の問題が浮き彫りにされていることも事実である。

図1のように多摩市の高齢化は顕著だ。平成29年度以降、国を上回るペースで高齢化は進行すると予測されている程だ。これは、平成25年から平成37年までの日本全国と多摩市の高齢化の推移を予想したものだ。平成28年現在では国と多摩市の高齢化率はほとんど等しいが、約10年後の平成37年では多摩市の高齢化が国を大きく上回る結果になっている。急激な高齢化が起こることにより、住民が求めるものと街が供給するものが大きく変わり、街と住民の乖離がますます深刻になると考えられる。

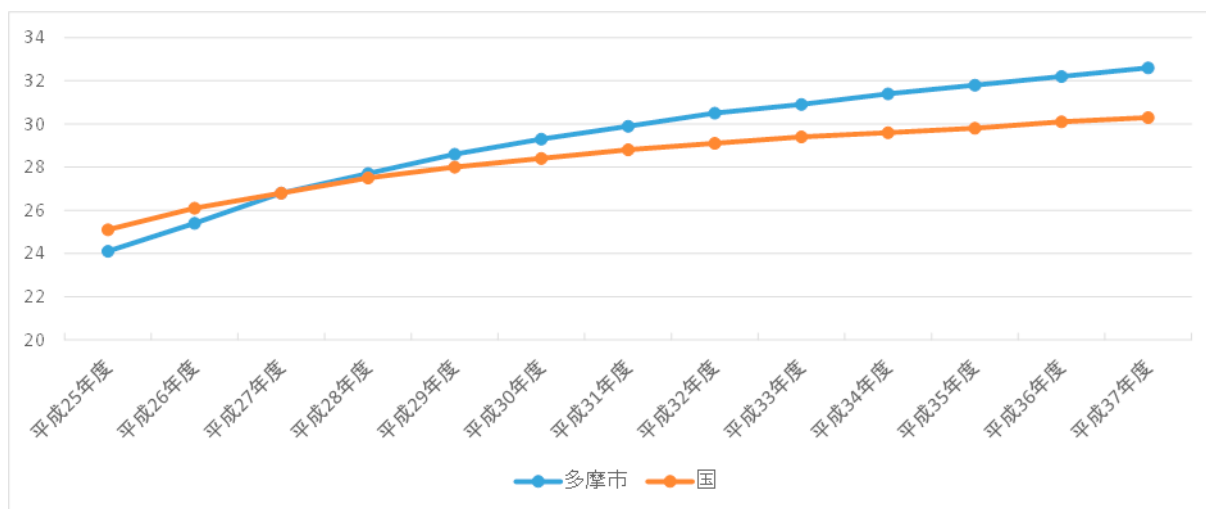


図1. 多摩市と全国の高齢化率のグラフ
出典) 第四次多摩市総合計画後期基本計画を基に筆者作成

例えば、子供には学校、働き手には居住施設である団地や子供を預けて働きにでるための保育所、そして高齢者にはデイサービスや病院などの医療・福祉施設が求められる。しかし、かつて建てられた団地や学校などの施設は役目を終えてもそこに残り続ける。急激な高齢化が発生する一方で、住民のライフスタイルや求めるものの変化に街が追いついていないのだ。その表れが廃校問題や買い物難民と言及できる。そこで、こうした街と住民の乖離に対して住民はもちろんそれ以上にこの問題の担い手となっている人を私たちは見つけた。商店街の人たちだ。私たちは、住民のことを最もよく考え、街とともに生きる商店街に注目し活動を行うことにした。

商店街の現状分析

商店街というと、全国に1万以上存在し、多摩市近隣センターの市内には10ヵ所程あるとされている。中小企業庁は、商店街の明確な定義はないとしている。しかしながら、経済産業省経済産業政策局調査統計部では、小売店、飲食店及びサービス業を含む事業所が近接して30店舗以上あるものを、一つの商店街と定義している。

そもそも商店街とは、4つのタイプに区別されると言われている。(表1) 横浜中華街、秋葉原などの観光客が訪れる商店街は超広域型商店街にあたり平均店舗数は約130店舗である。一方、多摩市の団地商店街は、主婦等が日用品を購入する商店街で、近隣型商店街に該当する。

表1. 商店街の区分 出典)「商店街実態調査報告書」(2015)を基に筆者作成

近隣型商店街	最寄品中心の商店街で地元主婦が日用品を徒歩又は自転車により買い物を行う商店街
地域型商店街	最寄品及び買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲で、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店で、最寄品より買回り品が多い商店街
超広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街

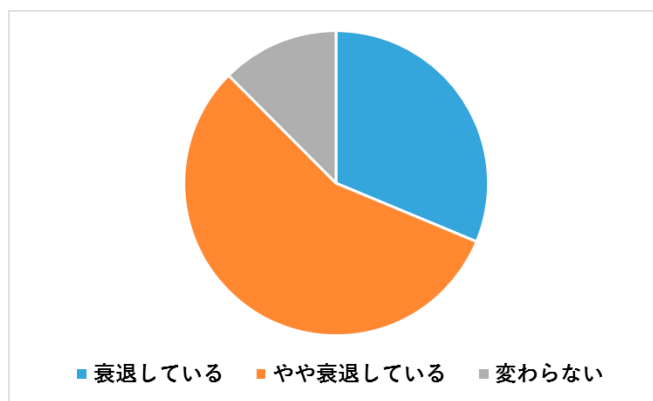


図2. 多摩市の商店街の現状
出典)「多摩市商業活性化計画」(2008)を基に筆者作成

図2は、多摩市内の商店街に、現在の経営状態について意見調査を行った結果である。調査によると、87.6%の商店街が衰退していると応えている。近隣センターには店舗総数が156店舗ある中でも、30.19%が空き店舗率だとされていること、更に諏訪4丁目商店会43%、貝取・豊ヶ丘商店街36%、鶴牧商店街30.19%が空き店舗率だとされていることから、多摩市商店街の衰退している現状が顕著に見受けられる。

しかし、多摩地域に多い近隣型商店街は、過去3年間で最も空き店舗数が増えた商店街で、典型的な空き店舗増加傾向タイプだと考えられる。多摩市の商店街は、偶然衰退している訳ではなく、衰退しやすいタイプなのだ（図3）。

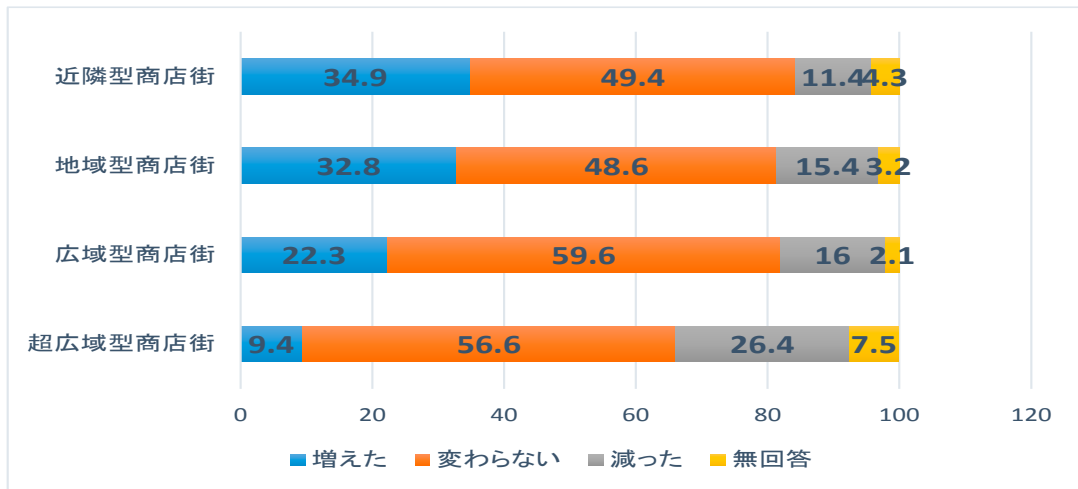


図3. 過去3年間の空き店舗数の変化（商店街タイプ）
出典）「商店街実態調査報告書（2015）」を基に筆者作成

空き店舗率の多い多摩市の商店街であるが、奨学生自ら実態調査として商店街訪問をしてみると、そこには人間の「温もり」が人間の生活を守り、多摩市の問題に歯止めをかけている姿があることを知った。表2の「商店街が期待されていると思うこと」として挙げた5つの項目が、多摩市の商店街で確かに感じ取ることができた。

表2. 商店街の役割
出典）「商店街実態調査報告書（2015）」を基に筆者作成

1	地域住民への身近な購買機会の提供
2	地域の賑わいの創出
3	治安や防犯への寄与
4	まちの中心となる顔としての役割
5	自治会活動の担い手

商店街の実態調査（訪問編）

商店街訪問は多摩市内商店街から、落合商店街、鶴牧商店街、永山商店街、諏訪商店街の4商店街を訪問し、気になる店舗には独自インタビューを実施した。

《落合商店街》

多摩センター駅からのアクセスの悪さが気になった。徒歩で向かうには遠く、自転車で向かうには急な坂道が不便だった。しかし、商店街内は近隣の団地住人が多く、店舗の前で日常会話をしていたり、主婦と子どもたちが顔を見合わせたり、店舗の販売商品であるプリンの販売を待ち望む住人がいて大変温かい空間が創造されていた。日頃人通りはさほど多くないが、お祭りには多くの人が集客する商店街である。

特に、多種多様なクッキーを販売している「ぐりんぴーす工房」が気になった。店舗では、手作りクッキーを多摩の原材料を使用して提供している。中でも、店内の装飾は季節によって変化があり温もり溢れるものとなっている。山本様によると、原材料の価格が上昇しても、お客様に提供する値段は変えないことを大事にしているということだった。



写真1. ぐりんぴーす工房



写真2. 落合商店街

《鶴牧商店街》

鶴牧商店街は、落合商店街の近くに位置するが、最寄り駅からのアクセスは悪い。団地の住人からアクセスは良いものの、店舗が閉まっていることもあり住人があまり利用していないように思えた。

しかしながら、「cafeGREEN」では、若者をターゲットにオシャレなカフェスタイルでおいしい飲食をゆっくり楽しめる工夫が凝らされている等、若者目線のお店が存在している。私たちメンバーの中にも、cafeGREENを以前から知っていた者もいて、若者への浸透度は他店舗と比較をして高いという実感がある。



写真3. cafeGREEN



写真4. 鶴牧商店街

《永山商店街》

最寄り駅の永山駅から徒歩約20分、自転車で10分である。商店街内にスーパー、公園があり、昼から夕方にかけて子ども達や高齢者が少しずつ集まってくる。シャッターを下ろしている店舗があり、自転車が数多く置かれている。

「豆腐工房れすと」に入店をした際には、年代・性別を踏まえて一つ一つ商品を紹介して下さった。中でも塩味の絹豆腐は格別だった。障がい者が店内で一生懸命に豆腐作りをされていて、販売スペースでは大変優しいご高齢の女性の方が豆腐を売って下さった。出張販売も頻繁に行っているそうだ。将来的に販売拠点を増やすなど考えているのか、あるいは一人でも多くの住人に食べてもらうことに意味があるのかどうか尋ねたところ、「一人でも多くの住人に、一步でも家の外に出て豆腐を買いに来てほしい」と願っているということだった。住人を守る姿勢が感じ取られ、商店街ほど住人のことを考え毎日商売をしている場所はないのではないかと感じている。

「焼菓子TOMO」では、手作りのマドレーヌを販売していた。独自のメニューが定期的に加えられていくことは、住人にとっても楽しみである。コンビニやスーパーとは違う、商品を買うことだけでなく、人との会話など多くの付加価値が商店街で買い物をする際にはあることを改めて実感した。



写真5. 豆腐工房れすと



写真6. 焼菓子TOMO

《諏訪商店街》

空き店舗率の多いことで文献でも焦点を当てられている商店街である。確かに空いている店舗は数えられる程しかなく、病院等飲食以外の店舗が半分を越えているようにも感じた。しかしながら、店が開いている店舗に入店をすると、住人が買い物をする姿があり、店舗側も「我が商店街を代表して住人を支える」といった姿勢が随所に感じ取られた。

特に、「あしたや」では、商品を全国から集め直接取引を行っている。住人に食べてもらいたいものにこだわり、全国から探していきている、と言う。当然、多摩で作った商品も販売している。HPの運営にも力を注いでいて、更新率も高い。販売している人達のお勧めの商品の紹介ページは、私たちメンバーでも定期的にチェックをして楽しんでいる。



写真7. あしたや



写真8. 諏訪商店街

商店街の実態調査（意見交換会編）

以下の通り、意見交換会を実施した。

日付 : 2016年10月22日

時刻 : 17時30分から19時30分

場所 : 株式会社キャリア・ママ

参加者 : 4 商店街×各1店舗、奨学生8名、コーディネーター1名

- ・落合商店街「ぐりーんぴーす工房」山本様
- ・鶴牧商店街「cafeGREEN」佐藤様
- ・永山商店街「豆腐工房れすと」石川様
- ・諏訪商店街「あしたや」長尾様



写真9. 商店街との意見交換会風景

【商店街の現状についてのコメント】

佐藤様) 基本的に人通りは少ない。「今日は cafeGREEN のために来る」という人以外、店舗には来ない。そもそも住人が少ない。

長尾様) これからが更なる問題が溢れている気がする。「あしたや」は自然食を販売しているが、諏訪商店街というと、スーパーは 4 回潰れていて、NPO 団体が多く 5 団体存在している。

山本様) 落合商店街もスーパー 3 回変わっている。医療系が増えている。

石川様) 来客者は、高齢者の方が多い。永山商店街は、八百屋、スーパー、NPO 系、ほかにクロネコヤマトのネコサポが最近多くなっている。祭りも力を入れて行っている。

長尾様) 飲食だけでは難しい印象もある。最近、認知症のご高齢も増えてきて、サービスを頼まれることも多い。例えば、「車に乗せてほしい」とか。

佐藤様) 地域の人々が「何を欲しているか」ニーズに対応することが大切な気がする。

【将来の商店街についてのコメント】

佐藤様) 子どもだけで行ける、お庭になってほしい。私自身も商店街が昔から大好きで、子どもの思い出に残ってほしいなと思う。そして、地元を愛して戻ってきてほしい。今は、発信力があまりないのかなと思う。「頑張っていこう!」というのが少なかったりする。これからは、若い子で頑張っていけるのかが問われる気がする。

石川様) 空き店舗にお店を入れたり、イベントを多くできたりしたらいいと思う。今は引き売りをしたりもしている。駅でできたらいいが、京王電鉄さんの関係もあって、叶っていない。

山本様) 少しずつ若い子も増えている実感はある。スタンプラリーは主婦層に人気で、まずは「信用」をもらうことが必要だと思う。これは年月が大事。

佐藤様) その後、利用するまでの時間が必要。その間は、外からの印象を伺って感じているのだと思う。

長尾様) 積み重ねが大事。少しずつふるいにかかってくる。外・生産者との関係性を大事にし、ダイレクトにお客様と話し、インターネットにも力を入れる。

石川様) 商品はお客様の中で支持を受けられている。今年で 10 周年になるので。信頼というのは従業員と話をすることで構築をしている。

山本様) メニューの作り手順を絶対に変えない。価格も変えずに頑張る。

以上、商店街との意見交換会を実施し、商店街の方々が感じるものが人の住まう場所としての地域の現実課題そのものであり、また同時に、商店街の方々にはその課題解決を担おうとする思いがあることを強く感じた。この商店街の方々への支援を通じて、地域活性化と住人主体の街づくり促進の道が拓かれるのではないかとの実感が得られた。

2章 多摩ニュータウン再生における商店街の存在

多摩に山積する問題を考えたときに商店街という存在はそれらに対処するためはもちろん、地域活性化のための起点ともなりえる。GMSと呼ばれる近年の郊外型大型量販店の増加は、地域住民の消費行動を町の中から外へと引き出すことに成功したがそれも近年限界を迎えているように見える。1960年代からのモータリゼーションと共に成長してきたGMSであったが高齢者の増加による顧客の機動力の低下、郊外の人口減によりその経営は厳しいものとなっている。

その点、商店街は今でこそシャッターが目立ってはいるが、量販店が台頭する前ではまちの中での消費の場を提供していたのに加え、実際多摩地域では高齢者の「買い物難民」が発生していることから都市内での購買機会の提供というものの重要性は高まっている。

また、衰退以前の商店街にはコミュニティを創出する役割もあった。日用品を買うために頻繁に店主と顔を合わせ、近隣の住民とコミュニケーションを図る場としての商店街は地域との交流の場であったといえる。実際に多摩地域の商店街の実態調査で買い物を行った際、個人商店独特の親しみやすさというものを感じることができた。商店街はコミュニティを作り出し、維持するポテンシャルがある。

高度成長期に首都圏への大量の人口流入へ対処し、それによる住宅供給に対し無秩序に開発されることを防ぐために多摩ニュータウンは計画された。最初の入居から45年以上経過した現在の多摩ニュータウンの人口は約22万4千人¹。その住区構成の理念はペリーの「近隣住区論」に基づいたものとなっている。「近隣住区論」は人間的なスケールでの都市ネット、住宅公団から引用設計を目指している。つまり、徒歩圏利用を前提とした街づくりというものがその目的となっている。住区は2小学校・1中学校程度を一単位、住区内の公園などをペDESTリアンデッキでつなぐことにより歩車道分離をなしている。また商店街や、郵便局、診療所などを集めた「近隣センター」が住区中央に整備されていることからそれは見て取れる。多摩ニュータウンはこのように行政によって計画的に人口が呼び込まれ、理論に基づいた理念のある都市であるといえる。

しかし、近年の多摩ニュータウンの現状を見ると、徒歩圏住区の要である商店街はシャッター化し歩車分離の表れであるペDESTリアンデッキは高齢者の新たなバリアの要素として問題になってしまった。ここから多摩ニュータウンの都市構造が居住者の経年変化するライフスタイルに対応することができなかったということいえる。特に開発初期から入居が始まっていた諏訪・永山、貝取・豊ヶ丘・落合地区ではその傾向を顕著にみることができる。

諏訪・永山の商店街を例にとる。1974年の商店街には空き店舗はほとんど存在しなく、当時の主な住人が30代であったことから食料品や日用品の店が目立つ(図4)。しかし年代が進んでいくにつれ食料品や飲食店が減少していき空き店舗や福祉サービス、薬局や整体院などの医療系の店舗が増加した。高齢化による購買力の低下によってスーパーが撤退を余儀なくされ、買い物ができなくなってしまうという状況も見られる。

1 東京都市整備局 (2015)「多摩ニュータウンの世帯数と人口について」



図4. 諏訪・永山商店街の商店推移
 出典) 多摩ニュータウン物語 (2012) 上野淳・松本真澄 鹿島出版会

多摩ニュータウンの意図していた機能は年を経るにつれ効果を発揮できなくなってしまい問題を発生させている。ここで問題に対して街の機能を重視し再設計をすることで対処しようとするならば、多摩ニュータウンの最初の計画の同じ轍を踏んでしまう。代わりに、街に生きる人々の思いや責任を創出することにフォーカスした対策をすることで住区の中の多様性や、ライフスタイルの変化にも対応できるような街づくりが可能になるのではないか。

3章 商店街からの地域活性化

「街に生きる人々の思いや責任の創出」とはつまり、自らが住んでいる地域に対して“自分のまち”という当事者意識を持つことである。そしてそれは地域の他者とのつながりによって生まれてくる。当事者意識を持つことにより地域の課題に対し親身に取り組むことが可能になり地域の様々な主体間の協力や助け合いが促進されることが期待できる。住民がその地域に住んでいることをアイデンティティとし地域の各人が主体的に行動していく仕組みを作ることができれば継続的な地域の活性化につながるのである。

そこで当事者意識の創出のために地域の様々な主体の間でどのようにしてつながりを持たせるかが問題となる。「つながり」とはコミュニティと言い換えても良い。その方策の一つとして商店街をコミュニティの結節点や核として再活用することを提案したい。

東京市町村自治調査会によれば61.2%の住民、73.3%の自治体が商店街に「地域コミュニティの形成・促進」を期待しており実際に地域住民からも強い要請がある²。更に、最近話題になっている幸福度研究においても、地域の人とのつながり（コミュニティ）は、人々の幸福感に有意に働くことが指摘されている³。

しかし、近年は、地域コミュニティの希薄化が叫ばれている。そもそも、地域コミュニティとは、**図5**のような役割を果たすものであり、更に地域にとって必要不可欠なベースであると私たちは意識づけをしている。

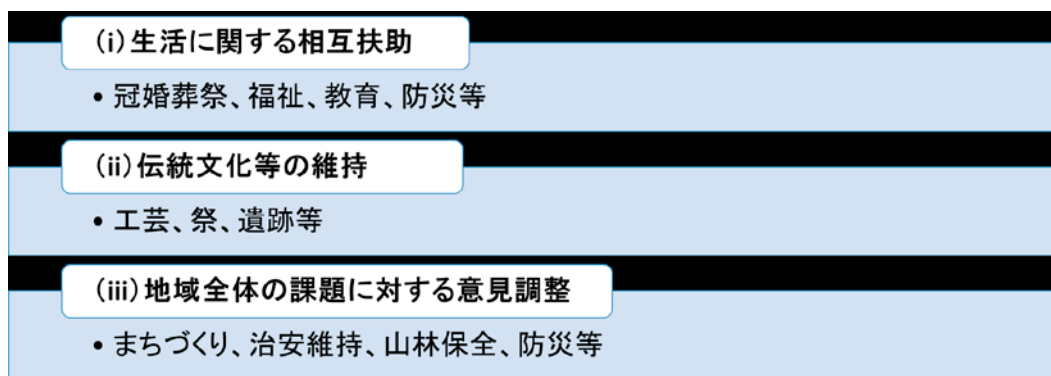


図5. 地域コミュニティの役割
出典) 総務省「地域コミュニティの現状と問題」を基に筆者作成

図6を見ると、近隣をよく行き来している人は、2007年で10.7%であり、ほとんど行き来していない人の割合はわずか7年の間に3.6%も減少をしている。更に、**図7**では、いかに10年間で地域のつながりが薄くなってきているのかがわかる。

2 交野財団法人東京市町村自治調査会（2013）「地域商店街の公共的役割と自治体の支援に関する調査研究報告書」

3 千田（2012）によると、他者とのつながり（＝社会的ネットワーク）を持つこと自体がハピネスを高め、地域社会のさまざまな主体間の協力や助け合いが促進され、こうした社会関係資本の充実によって行政の政策パフォーマンスも高まり市民のハピネスも高まる。

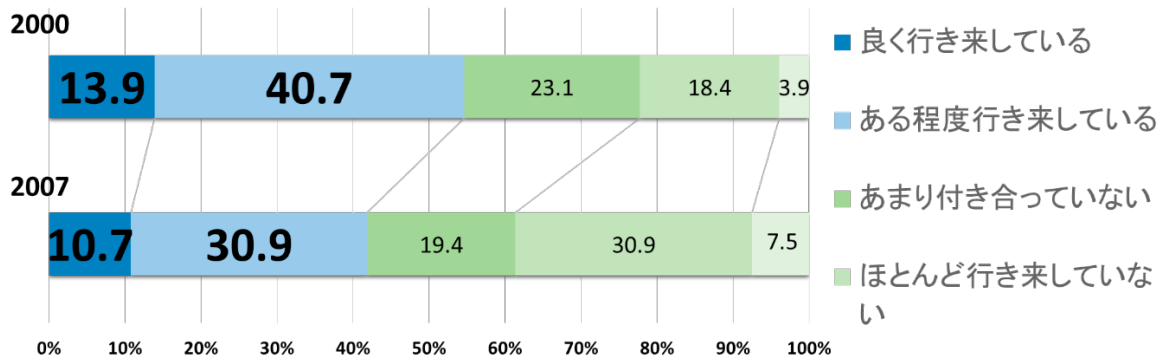


図6. 近隣関係の程度の推移
出典) 内閣府「生活国民白書」を基に筆者作成

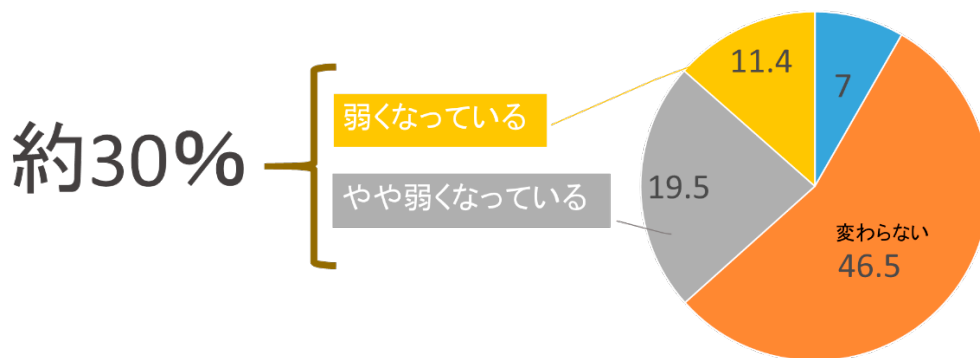


図7. 10年前と比較した地域のつながり
出典) 内閣府「生活国民白書」を基に筆者作成

私たちは、多摩の現状を踏まえて、商店街に存在する「住人とつながる姿勢」を広く住人に広めていくことで、多摩地域における根強いコミュニティを構築し、様々な問題に対処すべく多摩の基盤をつくることのできるのではないかと考えている。

そのために、シャッターを閉めている店舗も多い多摩の商店街の問題等を見直す必要も感じている。空き店舗にお店が入り、活気ある商店街を実現できた際には、地域住民との根強いコミュニティが浸透し、地域を活性化させる担い手として商店街が機能するはずである。

4章 実証イベント「多摩らん。」の実施

実際に、商店街を起点とした地域活性化が有効となりえるのかどうか、実証研究を行った。実証研究の方法としては、恵泉女学園大学の学園祭で、商店街イベントを開催しアンケート調査を行った。この企画に至るまでには、商店街活性化にはイベントが効果的であること（図8）を踏まえ、更に他団体の開催イベント『LIFE Camping』でのイベント調査を実施し勉強をした。

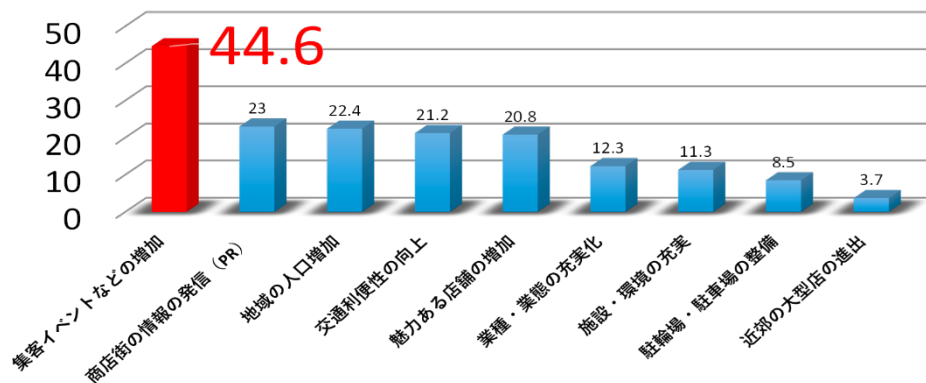


図8. 来街者が「増えた」又は「変わらない」要因
出典)「商店街実態調査報告書」(2015)を基に筆者作成

『LIFE Camping』の詳細

コンセプト：キャンプしながら、もう一度地元の繋がりを取り戻すプロジェクト

日にち：2016年5月28日（土）

場所：鶴牧西公園



イベントを開催するためには出店側にとっての「集客が見込める」というメリットが必要不可欠であることを学び、集客・宣伝が見込める学園祭での出店に決定をした。その他、イベント案としては、廃校舎を会場にすること、近隣サークルと共同開催をすること、多摩地域物産展、ゴミ拾いウォーキング、世界一長い料理教室（野菜等を植えて育てるところから調理をするところまで行う）等が挙がっていた。

恵泉祭に決めた理由は、学生に加え近隣住民が多く参加をすること、外部からの出店を受け入れていることが私たちにとって好都合であったからだ。実証イベントの名称は、「多摩らん。」だ。これは、商店街の食べ物非常においしく、温かい空間も含め、「たまらん。」と私たちが感じたことから名付けた。「多摩らん。」では、実態調査を通じて「たまらん」と思った店舗を集客し、「たまらん」飲食物を販売することで、来客者に「たまらん」と共感してもらうことを目的とした。

イベントを通じて、商店街の「温もり」を発信し、来客者に「商店街っていいな。」「こんな温かさっていいな。」と共感を得ることができたら、商店街は地域活性化の担い手になる可能性があることと実証されることと考えた。

「多摩らん。」詳細

【目的】 “恵泉祭” 来場者に、商店街の「温もり」を体感してもらう

【会場】 恵泉女学園大学 多摩キャンパス

【日程】 2016年11月5日（土） 10:00～17:00

【内容】 多摩市の4つの商店街から販売ブースで飲食物を販売してもらう。

その他、奨学生で子ども達向けの娯楽スペースを設ける。

【目標来場者数】 200人（恵泉祭の来場者数の10%）

「多摩らん。」実施に向けて、3つのポイントを大切にしたい。

1つ目は、住人に対する「温もり」が感じ取られる店舗との交渉だ。例えば、地産地消、作り手の顔が見える、住人とのつながりを大切にしている、というポイントを商店街訪問をしながら確認をした。交渉を行い、イベント参加をしてもらった店舗は以下の通りである。（表3）

鶴牧商店街のcafeGREEN様、落合商店街のぐりーんぴーす工房様、永山商店街の焼菓子TOMO様、豆腐工房れすと様からは店舗の方々に来ていただき直接来客者に販売をしていただくことにした。諏訪商店街のあしたや様は、当日お越しいただくことができなかったため、奨学生自身で商品の説明および販売を行った。

販売商品は、cafeGREEN様からは作業工程にこだわっている手羽先。ぐりーんぴーす工房様からは原材料にこだわって手作りをしているクッキー。焼菓子TOMO様からは原材料・作業工程共にこだわっているマドレーヌやケーキ等の焼き菓子。豆腐工房れすと様からはイベント限定のおからドーナツ。あしたや様からは生産者と直接交渉を行って販売をしているタルト、フェアトレード商品、チキンカレー、はちみつ等を。それぞれ「多摩らん。」来場者に100円～1000円前後で販売をした。

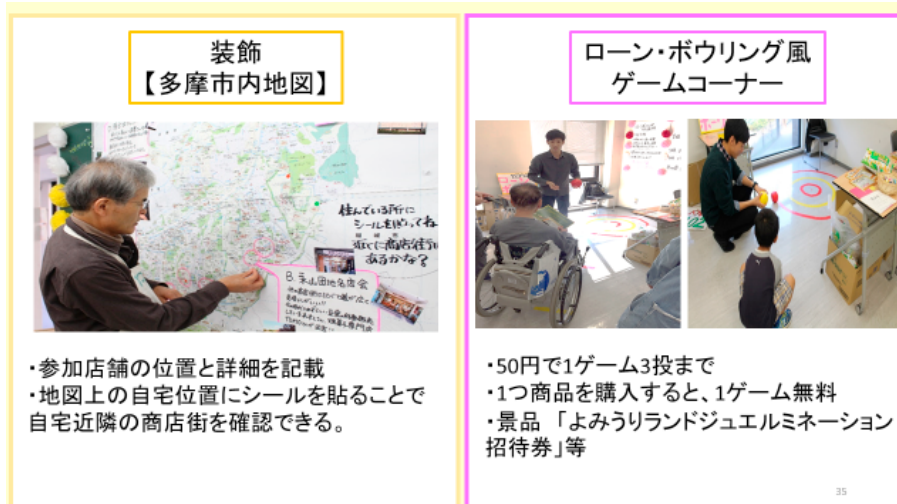
表3. 「多摩らん。」参加店舗一覧



2つ目は、来客者に「温もり」を共感してもらおう雰囲気づくりだ。店舗ごとの魅力・各商品の詳細の掲載、私たち自身が感じた魅力の掲載、多世代を呼び込む遊びコーナーの設置、フリードリンクの配布を行った。(表4)

多摩市内の団地が詳細に掲載されている地図は好評だった。商店街の位置を確認しながら、ご自宅の方面を教えてくださいました来場者が多数いた。ゲームコーナーも盛況だった。ご高齢から子ども、障がいをもっている方も様々な方が遊んでお菓子またはよみうりランドジュエルミネーション招待券を手にとり会場を後にして行った。

表4. 装飾



- ・参加店舗の位置と詳細を記載
- ・地図上の自宅位置にシールを貼ることで自宅近隣の商店街を確認できる。

- ・50円で1ゲーム3投まで
- ・1つ商品を購入すると、1ゲーム無料
- ・景品「よみうりランドジュエルミネーション招待券」等

3つ目は、来客者にイベントの概要を伝え、来客者自身の「プラス」につながるようなリーフレットの作成を手掛けた。(添付資料参照) 簡単な概要説明に加え、オリジナルの視点から「楽しく」来客者が商店街を知ってもらえることを念頭に置いて丁寧に作成をした。2日間の取材活動をし、店舗から直接魅力を聞き、更に奨学生自らが魅力だと思った点を追加して表現をした。ストーリー仕立てで手にとりたくなるデザインも丁寧に考えた。来場者に加え、商店街の参加店舗

からの反応が良かったことが何よりも嬉しかった。

告知は、学園祭実行委員が行うことになっていたが、商店街掲載用のポスターの作成（添付資料参照）、「多摩らん。」当日のビラの作成（添付資料参照）を行った。更に、ポスターは、奨学生の所属する大学にも掲載をしてもらった。ポスターを見た来場者がいたこと、ビラを持って商品を買ってゲームに参加してくれた来場者がいたことから、これら2つも効果があったと感じている。

結果として、恵泉祭出店日である11月5日の来場者数2103名のうち、257名に「多摩らん。」ブースに来てもらうことができた。恵泉祭は入り口からの一本道の屋外ブースがメインブースとなっているが、私たちのブースは1つの教室を会場とした屋内ブースであった。そのため、集客に不安があったが、ビラを用いてドリンクの無料、ゲームの景品を告知することで上記の人数を呼び込むことができた。

アンケートは、来客者に向けてアンケート用紙を用いて実施した。集計人数は49名である。この結果から、92%が商店街に関心を持ち（図9）、95%が商店街の魅力を感じ（図10）、84%が今後商店街を利用したい（図11）と、本イベントを通じて感じてもらったことがわかる。コメント欄にも多数の声が集まった。「こんなにおいしいものが多摩市内の商店街にあると知らなかった」、「作り手の顔が直接見られて、温かさを感じた」、「温かい雰囲気を感じた」、「商店街の方々の気さくな感じがよかった」といったコメントを、多摩市内・外の20代から80代の男性女性からいただくことができた。（表6：添付資料参照）以上から、「多摩らん。」の目的は達成でき、商店街は地域のコミュニティ活性化の担い手となり得ることが言及できる。

更に、以下は参加した店舗側からの調査結果である。（表5）「多摩らん。」に参加してよかった点としては、「学生が商店街に目を向けてくれた」、「雰囲気がよかった」、「今後大学などとの連携ができるかもしれない」、などの回答があった。一方、変化が生まれたか、に関しては、「特に変化はない」という回答を多くいただき、学園祭だけで何か変化を起こすというのは難しいことだと実感した。市民に知ってもらうためには大学だけではなく、市内でのイベント開催や、イベントの規模の拡大などの課題があることを見出すことができた。

表5. 調査結果（商店街）

	café GREEN	ぐりんびーず工房	あしたや
恵泉祭をどのように感じたか	とても穏やかな空気間、素敵な学園祭だった。多摩市民がもつと知れたらいいと思った。	思っていたよりも人が多く活気があった。野外の学生のブースが魅力的で見ていて楽しかった。	毎年恒例行事となり、地域に密着していると感じた。
イベント前と後とでどのような考えの変化が生まれたか	考えの変化というか、大学生の皆さんが商店街のことを真剣に考えて取り組んでくださったことに感動した。	学生が商店街に目を向けて、呼び込みも頑張ってくれたのでよかった。ほかの店舗の商品も見れてよかった。	いつもの顧客とは違う層へのアピールになったと感じた。
イベントの後に何か商店街に変化はあったか	特になし。	特になし。	今のところ特に変化は感じていないが、今後つながればよいなと感じている。
またイベントに参加したいか	機会があれば。ただ残念ながら私はお店を閉めてしまうので、どんな形になるかわからないがこのご縁を大切にしたいと思っている。	したい。継続して続ければ学生だけでなく大学など連携できるかもしれないから。	参加したい。

添付資料：リーフレット



**多摩未来奨学生
菊池 多摩らん太**

**「多摩らん。」は、
多摩未来奨学生プロジェクトの一環
として開催したイベントです**

多摩市は、深刻な少子高齢化に伴って
商店街の19%が空き店舗となり
買い物に困る方が増えています

しかし、そんな「商店街」には、
住人を一生懸命に考え商品を販売する
店舗様の姿 **「温もり」** があり、
今後の地域形成に欠かせない魅力があると
僕たちは学びました

商店街には「地域の人間関係の豊かさ」
を促進するパワーがあり、
今後の多摩地域のコミュニティ形成
において欠かせないと僕は考えています

※多摩未来奨学生とは…
多摩未来奨学金制度の支援により、
多摩地域の活性化研究に取り組む学生です。
<https://nw-tama.jp/activities/university/000937.php>

たまらん物語【終章】

多摩らん。にお越しくくださった皆様

本日は誠にありがとうございました

私たちの「温もり」に
共感いただけたら嬉しいです

私たちは、この「人間関係の豊かさ」
は尊いものだと思っています

是非、お近くの商店街にも
足を運んでみてください

たまらんく恋しくなるはずですよ

そして、
多摩市の落合商店街、鶴牧商店街、
永山商店街、諏訪商店街にも
遊びに来てください

終章は引き続き、皆様と一緒に
考えていくことにしたいと思います

**多摩未来奨学生
環境・福祉・健康グループ一同より**

To be continued . . .

多摩市

多摩らん。

たまらん物語のお福分け



落合団地商店会 ぐりーんぴー工房

お勤めは、こだわり抜いた無添加のクッキー。
季節感溢れるとっても可愛い装飾もお見逃しなく！



鶴牧商店街 cafeGREEN

オシャレな店内で食事をする時間は格別です。僕たち
イチ押し「やみつき坦々うどん」もお試ください！



たまらん物語【序章】



初めまして！
お豆腐を買いた
いのですが…

菊池 多摩らん太



いらっしゃい！
お豆腐ですね。
少しお値段が高
いだけけど…

れすと社員

今食べるということであれば、絹ごし豆腐ですね！
コクと甘みがあって特に
塩味の絹豆腐は特別です。
とうふコロッケもどうぞ

今日の記録ノート

豆腐もとろける程おいしか
ったし、お店の方の温かさ
を感じたなあ。僕のことを
考えて商品を選んでくれて
温かい所だった！近所って
いいものだなあ。

多摩市商店街マップ



豆腐工房れすと
カフェグリーン

たまらん物語【本章】



以前購入した
お豆腐本当に
おいしかったです



良かったです。
私達は近隣の方々に
食べてもらうことを
考えて商品に
こだわり、お店を
続けています。

最近、お家から出ない高齢
の方も多いのですが、一歩
でも外に出てお買い物を
楽しんでいただけるように、
と願って働いています。

今日の記録ノート

やっぱり店舗の皆さんは、
住人のことを第一に考えて
いて、その姿はかけがえの
ないもので、今後多摩の問
題を解決しうる力だと確信
したよ。

永山団地名店会 焼菓子TOMO

マドレーヌ！
そしてお豆腐！
一度食べたら、絶対
とりこになります
是非ご賞味あれ！



多摩諏訪名店会 あしたや

どこで誰が作ったのかを大切に
されているあしたやさん。
ここでしか出会えない
商品が必ずあります！
チキンカレーお勤めです



添付資料：ポスター（商店街掲載用）

11月5日(土) 10:00-17:00 場所：恵泉女子大学 G棟 102 多摩センター駅よりバスで10分

多摩らん。 in 恵泉祭

私たちが多摩・永山周辺を歩いて見つけた商店街の「多摩らん」うまいものを集めました。

多摩未来健康福祉環境グループ
E-mail: tamakenkouhukusi@gmail.com

添付資料：ビラ（当日配布用）

多摩の商店街が1大集合 G102教室

私たちが多摩・永山周辺を歩いて見つけた商店街の楽しいグルメを今回恵泉祭に集めました!!

ドムアースも用意!! 1回50円

教室内の商品1つお買上げでゲーム1回無料

多摩らん 多摩らん



写真10. 「多摩らん。」当日風景

添付資料：アンケート用紙

アンケート 結構おもしろいと思います

1. 住んでいる地域 多摩市() / 多摩市外()

2. 性別・年齢 男性 / 女性 (10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代)

3. 商店街に関心を持ちましたか Yes / No

4. 商店街の息抜き(温かさ・親しみやすさ)を感じていただけましたか Yes / No

5. 今後、商店街を利用したいと思えますか 利用したい 5 4 3 2 1

6. 商店街の印象に対する変化は、あなたの感想等ご自由に書いてください。

ありがとうございました

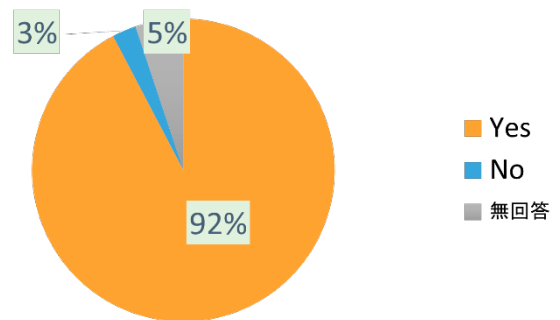


図9. 「商店街に関心を持ちましたか」

出典) 恵泉祭開催時アンケート調査を基に筆者作成

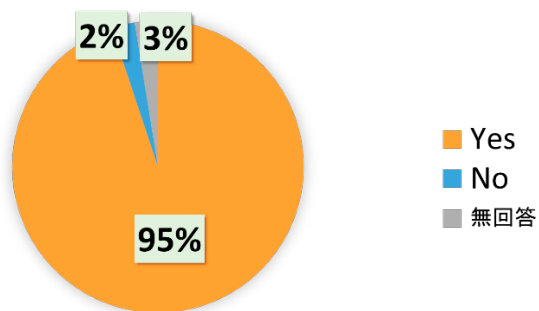


図10. 「商店街の魅力（温かさ、抜くもり）を感じていただけましたか」
出典）恵泉祭開催時アンケート調査を基に筆者作成

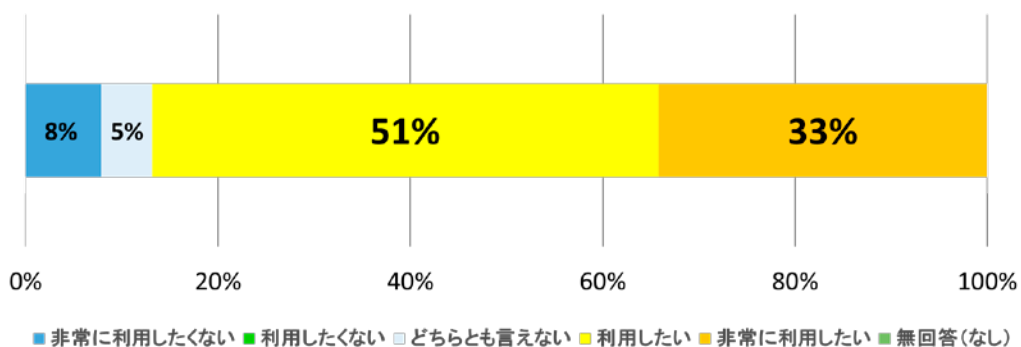


図11. 「今後、商店街を利用したいと思いますか」
出典）恵泉祭開催時アンケート調査を基に筆者作成

表 6. アンケート調査結果（「多摩らん。」米寄附者）

住んでいる地域	性別	年齢	商店街に関心を 持ちましたか	商店街の魅力（温 かさ、親しみやす さ）を感じていた けましたか	今後、商店街を 利用したいと思 いますか	商店街の印象に対する変化や、イベントの感想等ご自由に書いてください
多摩市外(八王子市)	男	50代	Yes	Yes		4 皆さん、色々ご工夫されていて勉強になりました！
多摩市外(八王子市)	女	20代	Yes	Yes		4 近場ではないけどなかなか行く機会がないけど、とてもおいしかったです。買いに行きたいです。
多摩市外(八王子市)	男	30代	Yes	Yes		5 小さい子にはもちろん親しんでもらえたら良いと思います。
多摩市外(八王子市)	女	20代	Yes	Yes		4 商店街はいいな〜！と思いました。池田さんに会えて嬉しかったです(笑)
多摩市外(千葉県)	女	30代	Yes	Yes		4 手羽先、片手で持って食べ歩ける食べ物が発売している。
多摩市外	男	20代	Yes	Yes		4 温かい雰囲気を感じた。絶対になくならない商店街だと思う。
多摩市外	男	20代	Yes	Yes		4 パワーを感じました！
多摩市外	男	20代	Yes	Yes		5 とても元気がありまします。発表をお祈りいたします。
多摩市外(杉並区)	女	20代	Yes	Yes		3 イベントがクッキーにひかれました。クッキー全般大好きなので、見ていてすごく楽しかったです。無料パ リケタありがどうも良かったです！
多摩市外(目黒区)	男	30代	Yes	Yes		5 活気ある雰囲気が良かったです。みんな笑顔でまた来たいと思える空間でした。実際のお店にも行ってみたいと思います。
多摩市外(八王子市)	女	20代	Yes	Yes		5 商店街好きです。
多摩市外(茅ヶ崎)	女	20代	Yes	Yes		4 とてもおいしそうなクッキーが買えて、販売がうまい女の子がいきました。
多摩市外(茅ヶ崎)	女	20代	Yes	Yes		4 色々な色んな商品を買って知りました。
多摩市外(杉並区)	女	30代	Yes	Yes		5 昔は活気があったが今は寂しい
多摩市外(福生市)	女	50代	Yes	Yes		4 コミュニケーションがとれて、とても良いと思います。
多摩市外	女	20代	Yes	Yes		4 もっと大きい部屋でやるといいと思います。
多摩市外(日野市)	女	20代	Yes	Yes		4 地域の方々と学生が協力すれば明るい商店街になるんだなあと感じました。
多摩市外(渋谷区)	女	20代	Yes	Yes		4 地域の方々と学生が協力すれば明るい商店街に感じました。
多摩市外(調布市)	男	80代	Yes	Yes		5 他国ではそれを守る姿がありました。
多摩市外(世田谷区)	男	20代	Yes	Yes		4 作り手の誰か直接見れて、温かさが重に伝わった！
多摩市外(稲城市)	男	30代	Yes	Yes		3 商店街にも名物があり、とてもおいしかったです！
多摩市(聖ヶ丘)	女	70代	No	No		1 <ブーイング>のお菓子がおいしかったです。
多摩市	女	60代	Yes	Yes		4 5 ゆったりと温かい雰囲気です。皆さんの頑張りが伝わりました。
多摩市外(江東区)	男	20代	Yes	Yes		5 いろいろな菓子や楽しいメニュー、店員さんが優しく接してくれたと思います。
多摩市	女	70代	Yes	Yes		5 地域の商店街をより立てて下さってありがとうございます。活気のあるお店が多くなるとうれしいですね。
多摩市	男	30代	Yes	Yes		1 すばらしい
多摩市外(調布)	女	50代	Yes	Yes		1 調布に住んでいるので利用するのはもちろんいいけど、企画はどれも素晴らしい、頑張ってください。
多摩市外	男	20代	Yes	Yes		5 玄米とバナナツツのクッキーがおいしかったです。素材の味が生きていました！
多摩市外	男	10代	Yes	Yes		4 商店街の魅力は一人か？つながりを具体的なカタチにするのに共通商品券や共通通過（ヘルパーなど片づけ、便利屋さんにも使える！）この いったいのがあれば、プレゼントできるし、今住んでいるくも団地に住むご両親に団地外に住むお子さんがプレゼントできるなど、アイデアは色々 どうかな？
多摩市外	女	20代	Yes	Yes		4

5章 結論

私たち健康・福祉・環境グループ第3期生は、多摩の現状分析を踏まえて、商店街に着目をした。商店街の実態調査、「多摩らん。」イベントの実施を通じて、商店街の魅力を実感し、更に魅力を第三者と共有し、「商店街は地域コミュニティの担い手と成り得る」可能性を実証することができた。しかしながら、初めての商店街活動であったこともあり、商店街からの地域活性化は実現できてはいない。商店街が地域コミュニティの担い手として機能するには、空き店舗の多い多摩市の商店街がより活性化する必要もある。団地住人の減少、アクセスの悪さ等現在の問題に合わせて、新たな商店街活用スタイルを導き出すこともできるだろう。

次期のメンバーには、本稿で扱ったアンケート結果やコメント等を一つの「実績」として、更なる活動に進展させてほしいと願う。商店街が地域の基軸として機能するため、商店街同士のモチベーションを向上させること、住人に商店街の存在を普及させることができるはずだ。そこで商店街が活性化した際には、自然と根強いコミュニティが構築され、街を活性化させていくことに繋がると確信している。学園祭出店は、多摩地域の大学に通う学生にPRできる機会であり、私たち奨学生にとっても実施の障壁が少ないことから継続させていくことができると考えている。加えて、多摩市内でイベントを開催することが更なる住人を商店街に巻き込む契機となるはずだ。

最後に、提言発表会で頂いたコメントにあったように、「私たち多摩地域の大学に通う学生も多摩地域の住人」であり、私たちが商店街と関わる方法（商品開発、商品の販売場所）の考案も行えると商店街からの地域活性化の実現度が上がるであろう。

さいごに

多摩未来奨学金プロジェクトとして、「商店街からの地域活性化」は、はじめの一步であった。商店街とのネットワークもなく、イベント開催実績もないところからの活動は、右往左往することが多々あった。その中でも、たくさんの商店街の方々と触れ合い、現地の声に耳を傾けることを大切にした。自然と、メンバー 8 名全員が我が多摩地域の活性化に商店街は欠かせないものがあると確信をし、商店街の魅力を広く伝えたいと思うようになった。更に、模索しながらも実証研究を成功させられたことは今後の多摩未来奨学金健康・福祉・環境グループに良いバトンを渡すことができたのではないかと感じている。

活動の中では、実態調査、イベント実施、その他多摩未来奨学生としての発表等、手分けをして進めてきた。是非とも、この商店街とのネットワーク、知見、商店街イベント結果を用いて、次年度以降も継続をして活動を進めてほしい。商店街の方が教えてくれた「積み重ねが大事」という言葉を 4 期生にも送りたい。

最後に、これまで私たちの活動に協力いただいた全ての方々に御礼申し上げます。商店街実施調査にご協力くださった店舗の皆様、多摩未来奨学金の協賛企業様・団体様、イベントの景品を提供してくださった株式会社よみうりランド町田茂樹様、「多摩らん。」にお越しくくださった皆様、多大なるお力添えを本当にありがとうございました。そして、特に 1 年間の活動を支えてくださったネットワーク多摩の和田様、実践女子大学教授の犬塚先生、株式会社キャリア・マムの込戸様、熱心なご指導本当にありがとうございました。

奨学生感想

池田 朱里：長いようで、終わってみればあっという間だったこの1年間は、自分のダメなところがよく分かり、それでもチームの中で一員として少し貢献し、仲間の凄さに救われながらなんとかここまで辿り着けた。学ぶことが多く、おそらく少しは成長できたことも嬉しく思うが、何より素晴らしい仲間に出会え、共に同じゴールを目指し、1つのものを創り上げるという経験ができたことが、私にとって宝だった。そして商店街を巡ったことにより、問題点や素晴らしい点を実際に肌で感じる経験もできて良かった。提言をこのように筋道の通ったカタチにできたのは、コーディネーターと、論理的思考派のメンバーのお陰様である。この場を借りて最高のメンバーにお礼を言いたい。1年間、本当にありがとう！！

猪股 輝子：私はこの1年間を通して、沢山のことに気づくことが出来ました。良かった点として、私は「多摩らん。」のイベント出店時にお店の看板のデザインをしました。そして、店舗側が撤退する際に看板をお店の方が持って帰ってもいいですか？と聞かれて持って帰って行きました。そのとき私の絵は人に喜んで貰えるものだとなりました。また、私の欠点は文章能力の低さです。グループの人の原稿と自分の原稿を読み合わせると語彙力や表現の広さの違いに圧倒され、いつも落ち込まれます。三期生の多摩未来奨学生としての活動とはここで一旦終わってしまいましたがまだまだ出し切れなかったものを社会に出て未来の多摩未来奨学生に恥じないように活躍して行きたいと思います。

岩館 有紀：学生時代というと、何かと就職試験を念頭に活動をしていた気がする。そこで、就職活動の目星がついた時に果たして自分もがき頑張ることはできるのか、一種の挑戦の意味をもって多摩未来奨学金活動に応募をした。正直、この1年間、葛藤があった。今最優先にすることは何なのか、もっと自分はできるのではないのか、これは他のメンバーに頼むべき事項なのではないのか、といった声を自問自答し続けていた。わからない時は、「やりたい」という自分の純粋な気持ちに従うようにした。そのことで、夏以降の活動ではチームから頼られ、自分が手掛けたリーフレットや発表資料において自分の思う最高の形に仕上げることができたと感じている。とはいえ、少しばかり自分がやりすぎだと感じたことは常々あった。自分も好きな商店街の活動ができたことは本当によかった。奨学生としてできる限りの活動を行えた実感をしている。今後は社会人として、今回の活動で知り得た自分の魅力を最大限に発揮し、周囲の人に感謝の気持ちを持ち続け、協力して日々を過ごしていきたいと思う。1年間本当にありがとうございました。

近藤 扶：私は、健康・環境・福祉グループの一員として、一年間、多摩地域の活性化のために活動するチャンスを与えていただきました。このことについて、経緯と感想を述べます。

初めは私的な感情と公的な感情が半々でこの活動に参加し、中途半端な気分で過ごしていました。しかし、具体的なデータを見て、その地域に住む人々の声を聞いているうちに、自分もまるで元から多摩地域の住民であったかのような感覚と、地元の問題に関わらなくてはいけないという義務感を覚えるようになり、これが活動のモチベーションを高めていきました。その結果が、恵泉

女学園大学での学園祭イベントに繋がったように感じます。

このように、地域に対して覚える感情が私を変えてくれたことは、多摩未来ネットワークで得た財産です。このような機会を下さった皆様には、感謝申し上げます。

塚本 鷹秀：この活動は地域への意識が高い方々が集まり、非常にレベルの高い活動を行うことができたと感じております。グループ活動を振り返ると駆け出しこそ遅かったものの、テーマや役割分担を設定してからはそれぞれが責任感を持って活動し、グループの目標であったイベントの開催に臨めました。そして「多摩らん。」を通して高齢者や郷土愛の強い人々がたくさんいる多摩地域だからこそ感じられる「人の温かさ」に触れることができました。その一方で商店街の人たちがそれぞれの問題に向き合っている姿を知ることとなり、私たち多摩未来奨学生の活動はここで終わりではなく、今後も必要としている地域住民へアプローチすべきであると確信しました。1年間の活動を通して机上の空論ではなく、これほど大きなPDCAを実際に達成したことこそが成長の証であり、同時に私の誇りでもあります。

辻野 宏大：多摩未来奨学生としての活動を終えてみて振り返ってみると多くの価値あることを学ばせてもらったと感じています。私は、もともとまちづくりに興味もありましたが、もっと現実に地域に寄与する形での活動をしてみたいという目的でこのプロジェクトに参加しました。それを「多摩らん。」という形で実現することができたことは本当に幸せなことであったと思います。また、「多摩らん。」の企画は地域の方々の意識変革を目的の一つにあげていましたが、私自身も企画を進めていく過程で商店街の方々に触れていくうちに地域に関する考え方を発展させていくことができました。地域に対して「当事者意識」を持つこと。私も多摩に住んでいる一員として地域のことを親身に考えていかなければいけないという意識を持つきっかけになりました。慌ただしく、大変な時もありましたがそれに見合う十分価値ある活動ができたと考えています。

藤森 彩也佳：一年間を振り返ると長いようでとても短い一年でした。ただなんとなく大学生活を送っていた自分に、“何かやらなくては”“何かチャレンジしてみたい”と思ったのが、私がこの未来奨学金に応募した理由でした。小論文を書く上で“多摩のためにできる事って何だろう…”課題を書くだけでも自分が住んでいる地域、自分自身を見つめ直すいい機会になったのではないかと感じました。いざ、活動が始まってみると、それぞれがやりたいこと、伝えたいこと、みんなの意見がまとまらず“健康福祉環境”というワードから数え切れない数の意見が飛び交いました。今思うと人の意見に“NO”から答えていた自分も“YES”とほかの人の意見も聞き入ることができる用になり成長できたなと思っています。一年間過す中で多く大人と出会い、学び、学生から刺激をもらうこともたくさんありました。今後は学んだことを自分のものにできるよう努力していきたいと思っています。この健康福祉環境グループで活動できて本当によかったなと思っています。

山本 佳奈：私は、給与型の奨学金がもらえること、自分の住んでいる多摩地域について考えることができることを魅力に感じ、この多摩未来奨学金に応募しました。選考にも無事通過し、一年前の提言発表会で、2期生の発表を聞いたとき、「とんでもないものに足を突っ込んでしまった」と、

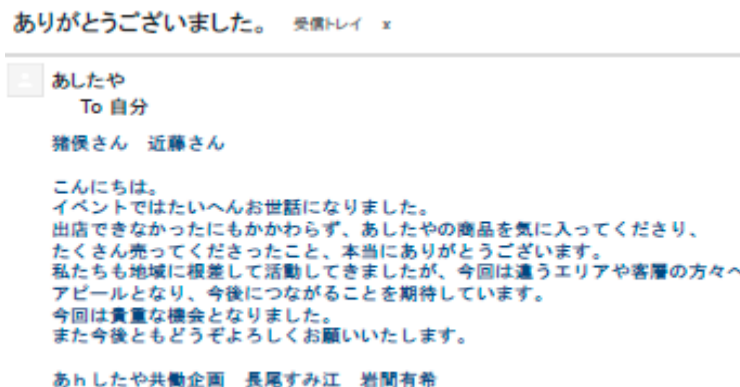
少し後悔しました。グループで分かれて初めの頃には、なかなかイベント案もまとまらず、リーダーとしての自分の在り方もわからず、投げ出したいと思ったこともありました。しかし、ミーティングを重ね、コーディネーターのアドバイスを取り入れる中で、なんとなく形になって、最終的にイベント「多摩らん。」を開催することができました。終わってみると、当初感じていた魅力以上のものがこの奨学金プロジェクトにあったことを感じました。学業と並行して活動するのは本当に大変だったけれど、その分いい勉強になったと感じています。ここでの経験を今後様々な場面で生かしていきたいと思えます。

活動記録

2016年2月から2週間に1回のペースで約2時間の会議を重ねた。その他、1週間に1度のペースで商店街訪問、各自資料の作成を行った。恵泉祭前及び提言発表会前は1週間に1回のペースで約2時間集まり活動を進めた。全体で集まる時間は少ないものの各自自宅や商店街でのワークに多くの時間を割いてきた1年間の活動であった。

2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
● 月に2回ずつの会議開始 「イベント開催」を決定	● イベント案の出し合い ● イベント開催した方に質問	「多摩市の魅力を発信するイベント」に決定 【コンセプト】	「多摩市のグルメを味わえるイベント」に決定 【詳細】	「恵泉祭」出展決定	「商店街の魅力を知ってもらうこと」に決定 【目的】	● 商店街訪問開始 イベント後の効果検証決定	● 参加店舗確定 ● 広報準備終了・イベント詳細決定 24日 店舗と打ち合わせ①	22日 店舗と打ち合わせ②	下旬 実態調査 5日 恵泉祭 実施	提言発表会

添付資料：あしたや様（「多摩らん。」参加店舗）イベント後のメール



(他の店舗様とは直接やりとりをすることが多かったためメールが残っておりません。)



写真11. ミーティング風景



写真12. 「多摩らん。」当日の各商店街ブース（左上からぐりんぴーす工房様、cafeGREEN様、焼菓子TOMO様、豆腐工房れすと様、あしたや様。）（あしたやブースでは販売は奨学生が行ったため、写真人物は奨学生。）



写真13. 「多摩らん。」イベント参加者（参加店舗の方々と奨学生）

参考文献

- [1] 上山信一、玉村雅敏、千田俊樹（2012）「住民幸福度に基づく都市の実力評価」
- [2] 清原一紀（2008）「住区住民による近隣センター商店街の利用と購買行動の実態」
- [3] 清原一紀、松本真澄、上野淳（2008）「多摩ニュータウン近隣センター商店街の系譜と現状に関する考察」
- [4] 久家あかね（2008）「多摩ニュータウン諏訪・永山地区における高齢者の野外活動に関する調査」
- [5] 津田祥子（2014）「多摩ニュータウン都営諏訪団地の移住実態と住環境評価に関する調査」
- [6] 細野助博（2010）「コミュニティの政策デザイン」
- [7] 松本真澄（2008）「多摩ニュータウン諏訪・永山商店街の変化過程と商店主の意向調査」
- [8] 交易財団法人東京市町村自治調査会（2013）「地域商店街の公共的役割と自治体の支援に関する調査研究報告書」（<https://www.tama-100.or.jp/cmsfiles/contents/0000000/278/h25syoutenngaizenpezi.pdf>）最終アクセス2016/12/07
- [9] 総務省「地域コミュニティの現状と問題」（http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/community/pdf/070207_1_sa.pdf）最終アクセス2016/11/17
- [10] 多摩市「多摩市商業活性化計画」（2008）（<http://www.city.tama.lg.jp/16962/001953.html>）最終アクセス2016/11/12
- [11] 多摩市「多摩市多摩ニュータウン再生方針」（2016）（http://www.city.tama.lg.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/023/275/tamashisaiseihoushin.pdf.pdf）最終アクセス2016/11/17
- [12] 多摩市公式HP「商店街の活性化」（<http://www.city.tama.lg.jp/seikatsu/21/000732.html>）最終アクセス2016/11/11
- [13] 中小企業庁「商店街実態調査報告書」（2015）（<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2016/160322shoutengaiB.pdf>）最終アクセス2016/08/24
- [14] 東京都市整備局（2015）「多摩ニュータウンの世帯数と人口について」（http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/tama/pdf/toukei_01.pdf）最終アクセス2016/12/07アクセス
- [15] 「第四次多摩市総合計画後期基本計画」（2006）（http://www.city.tama.lg.jp/dbps_data/_material/_localhost/02kikakuseisaku/10kikaku/soukei/4thsk/kouki_sk01.pdf）最終アクセス2016/11/11

教育・文化 グループ

多摩地域における多様性の理解の促進
～「体験」で気づき広がる 身近な世界～

コーディネーター

酒井 麻衣子（多摩大学 経営情報学部 経営情報学科准教授）

深沼 光（日本政策金融公庫総合研究所 主席研究員）

多摩未来奨学生

兼松 大智（中央大学 法学部 法律学科 4年）

熊江 琉衣（亜細亜大学 経営学部 経営学科 3年）

里見 董（帝京大学 文学部 心理学科 2年）

島崎 美和（拓殖大学 国際学部 国際学科 2年）

鈴木 宏彰（嘉悦大学 経営経済学部 経営経済学科 3年）

田中 優芽（創価大学 教育学部 児童教育学科 3年）

千葉 優輝（桜美林大学 リバ`ラルア`ツ学群 3年）

橋爪 悠祐（明星大学 教育学部 教育学科 4年）

藤田 貴史（帝京大学 教育学部 教育文化学科 3年）

多摩地域における多様性の理解の促進 ～「体験」で気づき広がる 身近な世界～

要旨

「多摩地域における多様性の理解の促進」をキーワードとして、この地域に住む人々が繋がる取り組みを考えてきた。「多様性」とは、個性、生育環境、文化、職業といった、様々な異なる背景を持った人々が存在することを指す。

身近にある多様性を「体験」を通して知り、視野を広げることで、「誰もが住みやすいまち」になるのではと考え、実践研究をしてきた。

実践研究を踏まえて、私たちは「多様性の理解を促進させるプログラムの共有システムの構築」を提言する。共有システムが活用されることによって、私たちのグループが目指す「誰もが住みやすいまち」が形成されると考えている。

目次

序章 年間活動概要（教育・文化グループ）	47
第1章 現状に対する考察	48
第1節 多摩地域の現状	48
第2節 私たちの問題意識	48
第3節 多様性の定義とこれからの方向性について	49
第2章 調査活動	50
第1節 現状に関する調査（企業へのインタビュー）	50
第2節 企画検討	52
第3節 運動会の様子	53
第4節 運動会での効果検証	53
第3章 提言	58
第1節 「多様性の理解を促進させるプログラムの共有システムの構築」の提言	58
第2節 今後の展開	59
おわりに	61
(1) 教育・文化グループ3期生 活動を振り返って	61
(2) 教育・文化グループ（平成27年度）コーディネーターより	63
(3) 謝辞	64
参考文献・出典	65
添付資料1 運動会種目企画 ブラインド・タッチ 運営マニュアル	

序章 年間活動概要（教育・文化グループ）

教育・文化グループは、活動を行うにあたって、学生個々が考える多摩地域の問題意識から共通して挙げられる多摩地域の現状について検討した。それを踏まえて、まちに暮らす「ひと」に焦点をあて「多摩地域を魅力的な場所にする」提言をすべく、1年間活動を進めてきた。

ミーティングを月2回程度行なった。コーディネーターや事務局の協力の下、多摩地域に根差した4企業・1団体にインタビューを行い、多摩地域の現状と企業が考える「多様性」についてお話しいただいた。

インタビューとグループ内での検討を重ねて、社内運動会で「体験」を通した多様性の理解の促進についての企画・運営を行なった。それを踏まえた効果の検証・振り返りを行い、「共有システムの構築」を提言としてまとめた。

本報告書では、これまでの活動を通して得られた成果と課題について述べる。

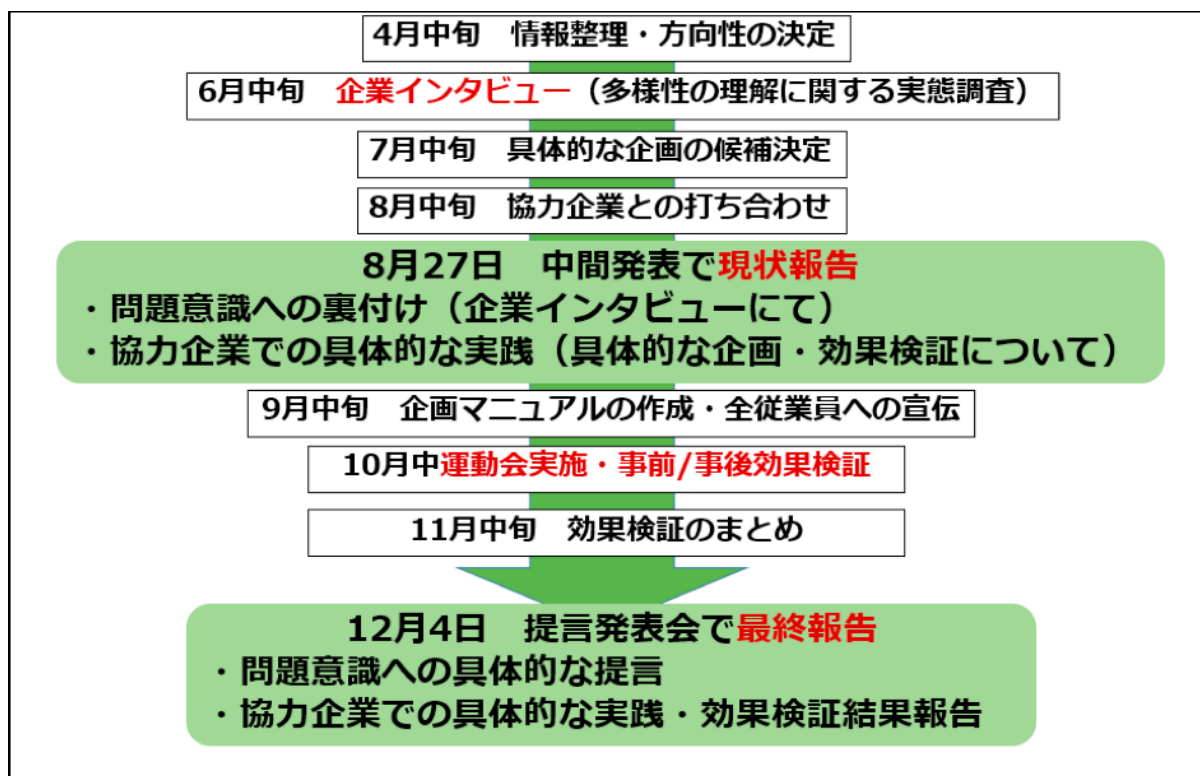


図1 教育・文化グループの年間活動

第1章 現状に対する考察

第1節 多摩地域の現状

私たちは、まず学生が個々に考えている問題意識について情報共有を行なった。多摩地域の現状の課題として「少子高齢化」「都心回帰傾向」「都心のベッドタウン化」の3つが共通していた。

まずは、少子高齢化については、東京市町村自治調査会の調査[1]によると、多摩地域の将来人口が減少していると推定されている。一方で、多摩地域における高齢化率は、特に奥多摩で高くなっているという問題が挙げられている。

次に、都心回帰傾向については、内閣府の資料[2]によると、戦後の日本で都心への人口の集中が起きたことで、郊外における住宅が増加する傾向にあった。しかしながら、近年では首都圏への人口流入の動きが緩和したことで、地方へのUターン等で首都圏からの人口流出が起きている現状がある。考えられる理由として、郊外から都心までの移動時間が長いために、通勤通学に時間がかかり不便という問題が挙げられる。

また、都心のベッドタウン化については、東京都総務局統計部の平成22年度東京都の人口に関する資料[3]によると、首都圏の人口を100とした場合に、その昼間の人口は、区部で130.9、市部で91.5である。市部が都心のベッドタウン化しており、住民が多摩地域にいないことが、コミュニティの希薄化や住民の地域に対する帰属意識の低さをもたらしていることが考えられる。

上記3点の問題意識から、「自分たちの地域を知らない」「周囲を知らない」という世帯が多いのではないかと私たちの考えに至った。

第2節 私たちの問題意識

前節で挙げた現状と課題を踏まえ、ここでは私たちの問題意識をまとめる。

前節でも述べたように、多くの人々は「周囲の人々を知らない」という状況がある。身近を知らないために、自分とは違うグループについて知る機会が少なかったり、関わりを避けたりするのではないだろうか。

私たちの中の1人の学生がこんなことを話してくれた。高校時代まで障害がある方との関わりがなく、バスの利用時に一緒になっても、なんとなく避けてしまっていたという。障害がある方のことを知らないために、「避ける」という行動をとってしまう人は多いのではないだろうか。

「周囲を知らない」ということは、こうした誤解も生じさせる。だからこそ、「周囲を知らないという現状意識を改善する」・「多様性を知る」必要があると考えた。



図2 問題意識から私たちの方向性まで
(提言発表会 教育・文化グループPowerPointより)

第3節 多様性の定義とこれからの方向性について

私たちが活動していくうえで、「多様性」について定義づけをした。

「個性、生育環境、価値観、文化、職業といった、さまざまな異なる背景を持った人が存在すること」とする。

私たちが考える、大きな枠での地域活性にむけての流れが図3である。

周囲への先入観を排し、身近な多様性に目を向けることで、新たな視点で地域を見なおすことができる。そこで地域の魅力に気づき、「誰もが住みやすいまち」になるのではないかと考え、活動を進めていった。



図3 私たちが考える「誰もが住みやすいまち」までの道のり
(提言発表会 教育・文化グループPower Pointを編集)

第2章 調査活動

第1節 現状に関する調査（企業へのインタビュー）

これらの考えをもとに、まず現状に関する調査を行うことにした。コーディネーターの指導の下、以下の要領で多摩地域に根ざした企業4社へインタビューを行った。インタビュー対象を企業に絞った理由として、企業は特定のコミュニティであると同時に、障害、出産、育児、介護等の社員の多様性を制度的にサポートする仕組みがあり、「まち」の縮図ともいえると考えたからである。なお、具体的な訪問先については、企業の希望等を鑑み、業種と所在地のみにとどめる。

〈調査概要〉

- ・調査方法：インタビュー形式
- ・調査時期：2016年5～6月の1か月間
- ・調査目的：多様性に関する企業の現状
- ・調査実施先：情報処理業（立川市）
：流通業（昭島市）
：金融業（立川市）
：サービス業（武蔵野市）
- ・調査項目：①多様性を意識した取り組みを行っているか
②企業として多様性を促進することに関してどのような考えを持っているのか
③多様性の理解を深める上での課題は何か

ここでは、すべての調査結果を紹介しきれないため、その一部を紹介する。

①多様性を意識した取り組みを行っているか

社員2,000名規模のある企業では、障害がある方を50人雇用し、障害者雇用促進法[4]で定められた2.0%を超える雇用率を確保している。また、産前・産後休業、育児休業、介護休業といった社内制度を充実させるとともに、それらを取得しやすい風土の育成に力を入れているという。

また別の企業では、障害がある方を採用し、接客業務を担当させている。受け入れる社員に対し、特に事前の研修などは行わなかったという。共に働く社員の方に話を聞くと、「最初は関わり方が分からなかったが、どのように接したらよいかを主体的に考えることで、相手の個性や考え方を受け入れられるようになった」とのことであった。日を改めてその障害者の方に直接話を伺ったところ、「みんな（仲間）と働くのが楽しい」ということで、社員として溶け込み、生き生きと働いている様子がかがわれた。

専門性が必要となるまた別の企業では、中途採用であっても必ずしもその専門性を事前に有していることを必須としていない。異なる背景を持つ人材を受け入れ、社員が助け合いつつ育て、また本人が努力してそれに応える中で、柔軟で活力ある社風が育まれているという。

これらの回答から、単に制度や仕組みを導入するだけでなく、それによって発生する多様な存在との自発的な関わりこそが、多様性の理解を促すものとなっていると考えられる。

②企業として多様性を理解することに関してどのような考えを持っているのか

多様性の理解を促進することで、「個々の違いを意識し、理解しあうことができ、社内の雰囲気良くなる」や「コミュニケーションが活発になる」などの回答を得られた。多様性の促進は、結果的に業務に良い影響を及ぼすと企業が認識していることが明らかになった。

③多様性の理解を深める上での課題は何か

多様性は「強制されて理解するものではない」といった回答が得られた一方、それらを組織として促進する効果や必要性は認識されている。しかし、業務の中で多様性の理解を促進する時間を確保することが難しいと考えていることも分かった。

インタビューから、これらの企業では共通して、強制せずに自然に多様性の理解が促進されていることが明らかになった。一方で、それらを社内の自発的なコミュニケーションに任せている面も強く、時間的な制約からも意識的な仕組みにはできていないことも分かった。

そこで私たちは、企業の方が気軽に参加でき、楽しみながらもっと多様性を理解できる『体験』を企画することを考えた。私たち独自で企画・運営し、さまざまな企業から参加者を募ることも検討したが、インタビューを実施した企業の中の1社から、学生が限られた期間の中でそれだけのことをするのは難しいのではないかと心配慮で、「社員を対象とした疑似体験的な企画を社内運動会の中で行ってもよい」とのご提案をいただいた。

私たちはいただいた提案を検討し、社内運動会の種目として1つの『体験』を企画、実施し、それを通して多様性理解に対してどのような効果が得られるのかを検証、明確化することとした。

第2節 企画検討

提案いただいた社内運動会とは、社内のふれあいや健康づくりを目的とし、多種多様な人が参加するというものであった。その中の種目の1つとして、「楽しみながら多様性を意識できる『体験』」を検討した。

より具体的な企画を作るために、社内運動会を毎年実施している企業に運動会についてインタビューをさせていただいた。そこで明らかになったのは、「騒音対策」「予算」そして「安全対策」に注意することが大切だということだった。助言を参考に、私たちも企画検討を進める上でこの3点に注意した。

かつ、グループで挙げている「多様性の理解の促進」に繋がる実施内容を検討した。取り上げる具体的な多様性の対象については、「障害のある方々」とした。世間では異質だと思われがちな障害がある方々の特徴を「個性」と捉えることで、多様性の理解の第一歩になると考えたためである。そこで、2020年東京パラリンピックなどでも注目されている「障害者スポーツ」を取り上げることにした。

そこで、障害者スポーツへの支援や理解促進をする事業を行っている団体にお話を伺ったところ、「企画者が工夫し、障害者の方と同じ条件で行えば、たいていのものは楽しめるだろう」ということであった。

以上の社内運動会についてのインタビュー・障害者スポーツについてのインタビューを踏まえて、具体的な実施内容を検討し、下記の企画候補案に絞り込んだ。

①ピンポン玉25m リレー

目隠しをした状態で、ピンポン球をスプーンで運ぶゲーム

②ブラインド・タッチ

目隠しをした状態で、15m先の箱まで歩いて、箱の中身を当てるゲーム

③車いす体験

実際に車いすに乗って、段差等を体験してもらう

上記の企画案を企業に提案する前に実際に行なってみた。

ピンポン玉25mリレーは、ピンポン玉が軽すぎるため、風などの天候に影響を受けやすく安定して行うことが難しかった。そこで、ゴルフボールなどの少し重いボールを使うよう改善した。車椅子体験は、実際に体験を行う際に車椅子がグラウンドに対応できるのかという問題が挙がった。タイヤで、グラウンドを傷つけてしまう恐れがあったからだ。

3つの企画を改善して、企画を提案いただいた企業、社内運動会を運営する企業、私たちの三者で検討を行い、今回の多様性の対象である障害のある方々、特に視覚障害がある方々の日常を体験することができる「ブラインド・タッチ」を行うことになった。(ブラインド・タッチの詳細な運営マニュアルは、添付資料1を参照)

第3節 運動会の様子

10月中旬に、提案を頂いた企業の社内運動会は開催された。晴天に恵まれ、まさに運動会日和であった。実際に行われた企画の様子は、**写真1・2**のとおりである。



写真1・2 実際のブラインド・タッチの様子

当日は、提案を頂いた企業のご厚意により、箱の中に入れて当てる物として、様々な種類の果物をご提供いただいた。当初の予定では赤白両組から8名ずつご参加いただく予定であったが、予想以上の参加希望者が申し出て下さったため、心苦しかったが数名の方には企画参加を辞退いただいた。司会が実況をしながら、参加者は仲間の応援や指示を頼りに、箱までたどり着こうと奮闘していた。見ている人にも楽しんでもらおうと、箱の中が応援者にも見えるようにするなど工夫をした。時には、参加者の方が応援者を自ら楽しませようと、わざとぐるぐる回って見せるような様子も見られ、大いに盛り上がった。

参加者・応援者の方々に助けられながら、無事に企画を終えることができた。

第4節 運動会での効果検証

社内運動会での『体験』企画の効果検証は、以下の要領で実施した。

<調査概要>

- ・ 調査方法：質問紙法（社内システムを使用したWebアンケート）
- ・ 調査目的：運動会の前後で、「社内の親密度」、「多様性に対する理解」、「社会・弱者に対する考慮」、「障害者に対する態度」が変化したのかを明らかにする。
- ・ 調査対象：運動会参加者
- ・ 調査時期：事前調査 2016年10月15日～22日の1週間
事後調査 2016年10月24日～11月5日の13日間
- ・ 質問項目：上記調査目的に関わる13項目（表1参照）

さらに事後調査では、「企画を終えて視覚障害に関して感じたこと」、および「企画の実施内容は運営方法に関する改善点や良かった点」の自由記述

表1 質問項目と尺度

NO	質問項目	尺度
1	社内の人と仕事以外でも会ったり活動したりすることがある	親密性：自身について1
2	社内の人のお互いのいろいろな面を知りたい	親密性：自身について2
3	社員同士の仲がよい	親密性：社員について
4	会社や上司は、社員の意見をよく聞いてくれる	親密性：会社について
5	社内に異なる考え方の人がいることは重要だと思う	多様性理解：自身について
6	社員同士はお互いの立場や事情を理解して助け合っている	多様性理解：社員について
7	会社は社員の特性や個人的な事情を考慮してくれる	多様性理解：会社について
8	自分の暮らす社会で今なにか問題になっているか気になる	社会考慮尺度1
9	社会の中で、自分とは異なる立場にいる人々のことについて考えることがある	社会考慮尺度2
10	社会的に弱い立場の人には、皆で親切にすべきである	弱者救済規範意識
11	障害のある人にも気軽に声を掛けられる	障害者に対する態度尺度1
12	障害のある人と積極的に交流したい	障害者に対する態度尺度2
13	障害のある人と一緒に仕事をしてみたい	障害者に対する態度尺度3

*注：いずれも、1「まったく当てはまらない」、2「当てはまらない」、3「どちらかという当てはまらない」、

*4「どちらかという当てはまる」、5「当てはまる」、6「とても当てはまる」の6段階で回答

なお、これらの項目のうち、「社会考慮尺度」は斎藤（1999）[5]、「視覚障害者に対する態度尺度」は徳田（1990）[6]、「弱者救済規範意識尺度」は箱井・高木（1987）[7]に依る。また、「親密性」および「多様性理解」に関する質問項目は、本研究の目的に照らし独自に作成した。

<回答者概要>

・回答数：97名

・性別：男性 82名（85%）、女性15名（16%）

・年代：20代23名（24%）、30代24名（25%）、40代30名（31%）、
50代13名（13%）、60代7名（7%）

・運動会および『体験』企画への参加状況

運動会参加者は90名、不参加者は7名。

運動会参加者のうち、『体験』企画への参加状況は以下のとおり。

- ①「参加した」 11名（12%）
- ②「参加していないが見ていた」 56名（62%）
- ③「見ていなかった」 23名（26%）

<分析方法>

運動会参加者90名のうち、『体験』企画への参加状況が「参加した」「参加していないが見ていた」「見ていなかった」の3群について、事前調査・事後調査で13項目（表1参照）6段階の回答に変化があったかどうかを、対応のあるt検定を用い明らかにする。

各群の分析結果は表2のとおりとなった。

まず各群の全体的な有意性の傾向として、①「参加した」群および③「見ていなかった」群については、5%水準で有意に変化した項目は見られなかった。一方、②「参加していなかったが見ていた」群では、13項目中8項目について、運動会後の回答の数値が5%水準で有意に上がっていた。

この結果から伺えるのは、『体験』企画を見ることで「親密性」「多様性に対する理解」「社会考慮」や「弱者救済規範」、そして「障害者に対する態度」が、より好ましい方向に変化したということである。①「参加した」群について、自ら障害の疑似体験をしたにも関わらず回答に大きな変化が見られなかったことについてはやや疑問が残るが、①群は11名と少人数だったことも考慮して、積極的な解釈を加えることは控えたいと思う。

次に②「参加していなかったが見ていた」群の結果について詳細に見てみると、1%水準で有意に回答の数値の上昇が見られた4項目のうち、3項目は以下のような社員や会社に対する評価であった。

NO3 社員同士の仲がよい（親密性：社員について）

NO6 社員同士はお互いの立場や事情を理解して助け合っている（多様性理解：社員について）

NO7 会社は社員の特性や個人的な事情を考慮してくれる（多様性理解：会社について）

『体験』企画の最中には、応援者から参加者に対して無茶ぶりする（「その場でぐるぐる回って！」など）といった、社員同士の親密度が高いと思われるような行動がみられた。上記のような項目で数値が上昇した理由として、このような行動を客観的に見た応援者は、社員同士の仲の良さを再認識したのではないだろうか。また、このような行動を受け入れるような状況を見て、会社は社員の個性を受け入れてくれるものだと実感したとも考えられる。

表2 各項目の基礎統計および対応のあるt検定結果

① 「参加した」群 (11名)		事前調査				事後調査				差(事後-事前)の検定結果			
NO	質問項目	尺度	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	t値	自由度	有意確率	有意性			
1	社内の人と仕事以外でも会ったり活動したりすることがある	親密性: 自身について1	3.82	1.662	4.55	1.036	0.727	1.896	10	0.087	*		
2	社内の人のいろいろな面を知りたい	親密性: 自身について2	3.36	1.362	3.73	1.794	0.364	0.886	10	0.397	n.s.		
3	社員同士の仲がよい	親密性: 社員について	4.82	1.401	5.18	0.603	0.364	0.841	10	0.420	n.s.		
4	会社や上司は、社員の意見をよく聞いてくれる	親密性: 会社について	3.91	1.375	4.64	0.809	0.727	1.896	10	0.087	*		
5	社内に異なる考え方の人がいることは重要だと思う	多様性理解: 自身について	4.09	1.640	4.73	1.009	0.636	1.550	10	0.152	n.s.		
6	社員同士はお互いの立場や事情を理解して助け合っている	多様性理解: 社員について	3.82	1.079	4.09	0.944	0.273	0.582	10	0.574	n.s.		
7	会社は社員の特性や個人的な事情を考慮してくれる	多様性理解: 会社について	3.82	0.982	3.82	0.751	0	0	10	1	n.s.		
8	自分の暮らす社会で今なにが問題になっているか気になる	社会考慮1	3.36	1.629	3.45	1.368	0.091	0.559	10	0.588	n.s.		
9	社会の中で、自分とは異なる立場にいる人々のことについて考えることがある	社会考慮2	2.91	1.446	3.36	1.362	0.455	1.047	10	0.320	n.s.		
10	社会的に弱い立場の人には、皆で親切にすべきである	弱者救済規範意識	4.09	1.300	4.18	1.250	0.091	0.166	10	0.871	n.s.		
11	障害のある人にも気軽に声を掛けられる	障害者に対する態度1	2.55	1.214	3.27	1.421	0.727	1.789	10	0.104	n.s.		
12	障害のある人と積極的に交流したい	障害者に対する態度2	2.45	0.934	3.00	1.000	0.545	1.491	10	0.167	n.s.		
13	障害のある人と一緒に仕事をしてみたい	障害者に対する態度3	2.55	0.820	2.82	1.079	0.273	0.607	10	0.557	n.s.		

② 「参加していないが見ていた」群 (56名)		事前調査				事後調査				差(事後-事前)の検定結果			
NO	質問項目	尺度	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	t値	自由度	有意確率	有意性			
1	社内の人と仕事以外でも会ったり活動したりすることがある	親密性: 自身について1	3.55	1.320	3.77	1.375	0.214	1.543	55	0.129	n.s.		
2	社内の人のいろいろな面を知りたい	親密性: 自身について2	3.30	1.249	3.57	1.204	0.268	1.936	55	0.058	*		
3	社員同士の仲がよい	親密性: 社員について	4.32	1.208	4.82	0.664	0.500	2.925	55	0.005	***		
4	会社や上司は、社員の意見をよく聞いてくれる	親密性: 会社について	3.93	1.248	4.11	1.107	0.179	0.944	55	0.349	n.s.		
5	社内に異なる考え方の人がいることは重要だと思う	多様性理解: 自身について	4.38	1.421	4.77	1.095	0.393	2.066	55	0.044	**		
6	社員同士はお互いの立場や事情を理解して助け合っている	多様性理解: 社員について	3.98	1.213	4.39	0.867	0.411	2.695	55	0.009	***		
7	会社は社員の特性や個人的な事情を考慮してくれる	多様性理解: 会社について	3.89	1.186	4.27	0.884	0.375	2.754	55	0.008	***		
8	自分の暮らす社会で今なにが問題になっているか気になる	社会考慮1	4.00	1.265	4.39	0.908	0.393	2.306	55	0.025	**		
9	社会の中で、自分とは異なる立場にいる人々のことについて考えることがある	社会考慮2	3.57	1.305	4.02	0.944	0.446	2.531	55	0.014	**		
10	社会的に弱い立場の人には、皆で親切にすべきである	弱者救済規範意識	4.23	1.414	4.54	0.972	0.304	2.076	55	0.043	**		
11	障害のある人にも気軽に声を掛けられる	障害者に対する態度1	2.95	1.257	3.32	1.081	0.375	3.098	55	0.003	***		
12	障害のある人と積極的に交流したい	障害者に対する態度2	3.16	1.156	3.25	1.031	0.089	0.843	55	0.403	n.s.		
13	障害のある人と一緒に仕事をしてみたい	障害者に対する態度3	3.11	1.123	3.30	0.952	0.196	1.847	55	0.070	*		

③ 「見ていなかった」群 (23名)		事前調査				事後調査				差(事後-事前)の検定結果			
NO	質問項目	尺度	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	t値	自由度	有意確率	有意性			
1	社内の人と仕事以外でも会ったり活動したりすることがある	親密性: 自身について1	3.83	1.337	3.83	1.337	0	0	22	1	n.s.		
2	社内の人のいろいろな面を知りたい	親密性: 自身について2	2.74	1.421	2.83	1.370	0.087	1.000	22	0.328	n.s.		
3	社員同士の仲がよい	親密性: 社員について	4.13	1.180	3.96	1.364	-0.174	-0.940	22	0.357	n.s.		
4	会社や上司は、社員の意見をよく聞いてくれる	親密性: 会社について	3.87	1.217	3.91	1.276	0.043	0.439	22	0.665	n.s.		
5	社内に異なる考え方の人がいることは重要だと思う	多様性理解: 自身について	4.39	1.500	4.39	1.644	0	0	22	1	n.s.		
6	社員同士はお互いの立場や事情を理解して助け合っている	多様性理解: 社員について	3.96	1.331	4.13	1.014	0.174	0.848	22	0.406	n.s.		
7	会社は社員の特性や個人的な事情を考慮してくれる	多様性理解: 会社について	3.70	1.428	4.04	1.331	0.348	1.785	22	0.088	n.s.		
8	自分の暮らす社会で今なにが問題になっているか気になる	社会考慮1	3.74	1.630	4.04	1.609	0.304	1.775	22	0.090	*		
9	社会の中で、自分とは異なる立場にいる人々のことについて考えることがある	社会考慮2	3.30	1.579	3.41	1.563	0.091	0.699	21	0.492	n.s.		
10	社会的に弱い立場の人には、皆で親切にすべきである	弱者救済規範意識	4.26	1.514	4.30	1.259	0.043	0.238	22	0.814	n.s.		
11	障害のある人にも気軽に声を掛けられる	障害者に対する態度1	2.96	1.261	2.96	1.107	0	0	22	1	n.s.		
12	障害のある人と積極的に交流したい	障害者に対する態度2	2.87	1.140	2.78	1.126	-0.087	-0.810	22	0.426	n.s.		
13	障害のある人と一緒に仕事をしてみたい	障害者に対する態度3	2.83	1.466	2.86	1.521	0.045	0.370	21	0.715	n.s.		

注: 有意性の表記方法 ***: p<0.001 ** : p<0.05 * : p<0.1 n.s.: p>=0.1

また、私たちとしてもっとも関心のある「障害者に対する態度」について見てみると、1%水準でNO11、また10%水準ではあるがNO13で回答の上昇が見られた。NO12に関しては有意な変化は見られなかった。

NO11 障害のある人にも気軽に声を掛けられる（障害者に対する態度1）

NO12 障害のある人と積極的に交流したい（障害者に対する態度2）

NO13 障害のある人と一緒に仕事をしてみたい（障害者に対する態度3）

3項目の中で大きな変化があったNO11は「気軽に声を掛けられる」というもっともハードルの低い内容ではあったが、こういった姿勢こそ多様性の理解につながる第一歩と言え、この点で改善が見られたことは、私たちの『体験』企画の効果として大いに評価できるものとする。

さらに、『体験』企画を通して視覚障害者に対して感じたことや、企画の実施内容についての感想の自由記述内容からは、『体験』企画に参加することや、その様子を見ることで、さまざまな気づきがあったことが分かった。これらの内容を分析し分類を試みたところ、「共感と理解」「援助意識」「機会」「尊敬」といったカテゴリーに整理することができた（表3参照）。

表3 参加者からの感想の分類と感想例

カテゴリー	感想例
共感と理解	改めて視覚障害者の方の苦勞・不安感を感じた
	視覚障害に関らず全ての障害者に対し環境の整備がまだまだ必要と感じている
	まっすぐに歩くことができなかつたり、勢い余って机にぶつかつたりと、歩行するだけでも危険がたくさんあると感じた
	商品に触って答える際も時間がかかっていました
援助意識	困っている際は、手を差し伸べたいと感じた
機会認識	障害者が近くにいない限り、なかなか考える事が無いのだと思います
	視覚障害のある方の気持ちを考えてあげたい
	子供達と視覚障害の事で話すことが出来た
尊敬	健常者が目隠しされると、何もできない
	視覚がない状態はだいぶ訓練が必要なのだとおもった

特に実際に障害の疑似体験をした人からは「共感と理解」や「尊敬」が生まれることが分かり、またそれを見ているだけでも、手助けしたいという「援助意識」が芽生えたり、この『体験』企画自体が障害（多様性）について考えるきっかけとなったという「機会認識」となったりしていることが分かった。

第3章 提言

第1節 「多様性の理解を促進させるプログラムの共有システムの構築」の提言

企業は人材育成をする上でのプログラム、学校は子供が心豊かに育つような教育プログラム、そして行政は地域のつながりを深めるようなプログラム、つまり「様々な多様性への理解が深まるプログラム」をみな求めていると私たちは考える。そこで、上記で紹介したような「ブラインド・タッチ」といった多様性理解の促進となるイベントを、もっと多くの方に気軽に体験してもらいたい。既にイベントを実施したことがある方々には、もっとうまくイベントを実施する手助けするため、「多様性理解プログラムの共有システムの構築」を提言とする。

仕組みとしては、まず初めに、教育や福祉といった多様性理解の促進によって良い影響が出そうな分野の既存のサイトを見つける。次に、その分野に適した私たちの多様性理解プログラムを紹介するページを組み込んでもらい、関心のある団体が自由に閲覧・利用することができるようにすることが私達の提案の軸である。そのサイトに訪れた人に、このようなプログラムがあることを知ってもらう機会をつくり、自団体で実施、より多くの人々に体験をしてもら得るようにすることで、多様性の理解度促進につなげるという流れである。共有システムの流れを図4にすると以下のようになる。

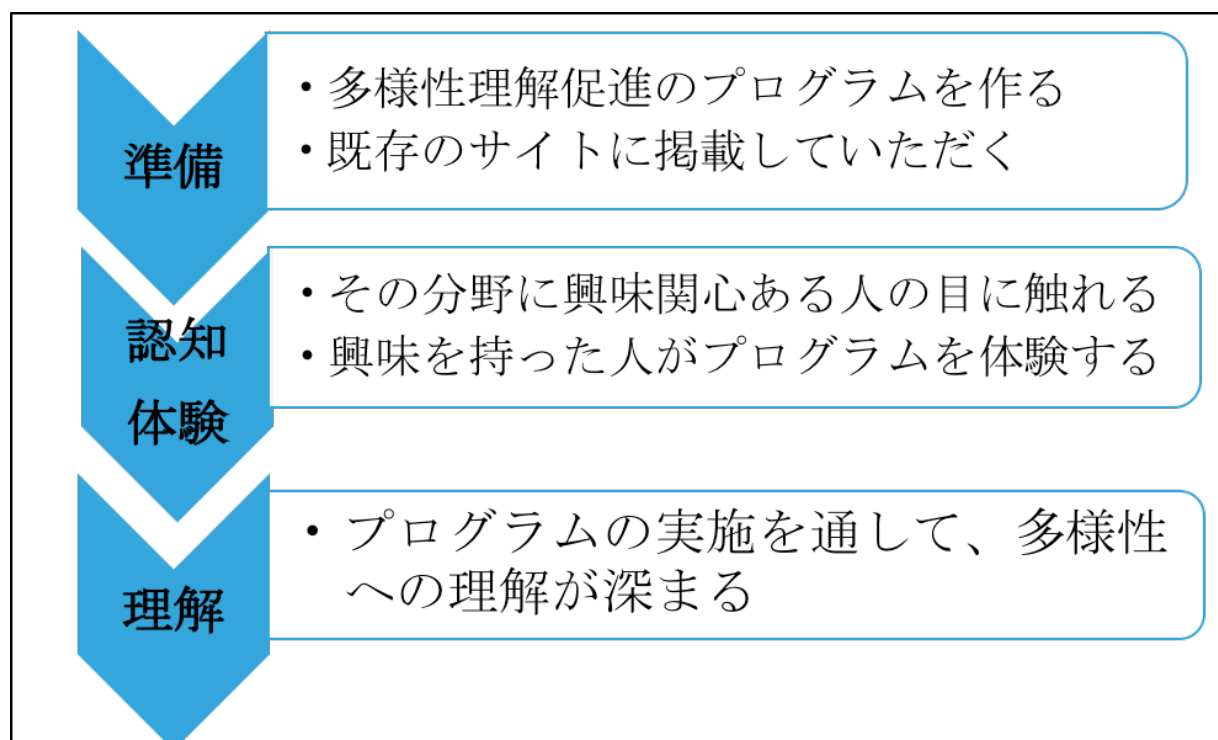


図4 「プログラムの共有システム構築」によって考えられる仕組みの流れ

もちろん、教育・福祉といった分野に限らず、例えば、ビジネスの分野であっても私たちが実行した「ブラインド・タッチ」のプログラムをレクリエーション関連のサイトにのせることで、ただのレクリエーションではなく、一癖あるような面白味のあるレクリエーションを求める方の目に留まるかもしれない。そのように、様々な立場にある人々にとって関心のある分野のプログラムを増やしていくことでより、多くの人に多様性に対する理解を促すことが可能となると考える。

産学官の連携とご協力があるところのシステムの認知度がより高まり、より効率的に多様性の理解を促進できると考える。

第2節 今後の展開

私たちは、この共有システムを活用することで、序章で述べた「誰もが住みやすいまち」にしていきたいと考えている。その過程は、理論的には次のようなサイクルを回すことで十分可能であるとする。(図5参照)

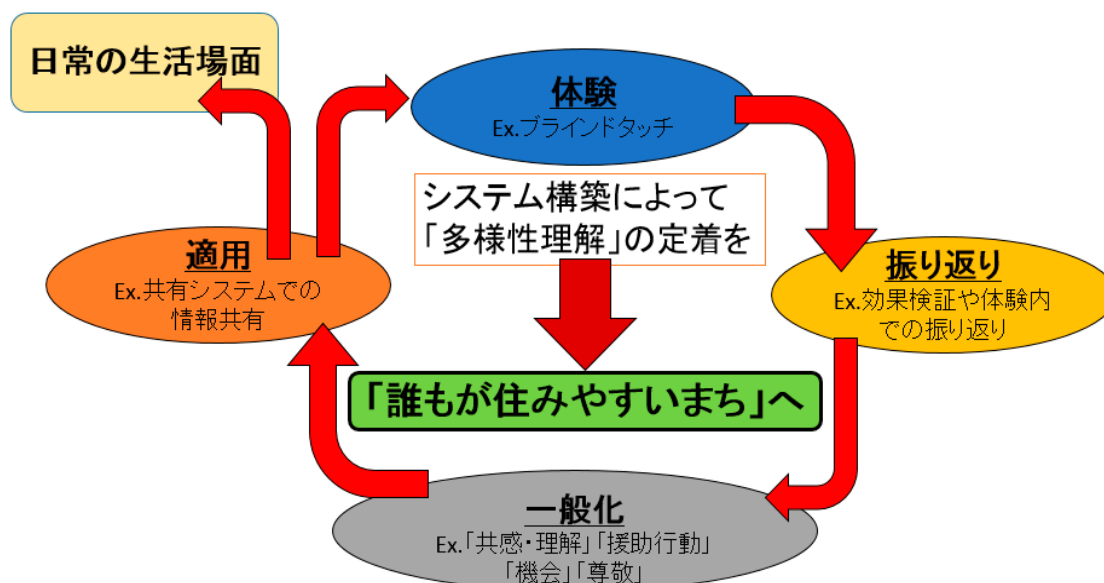


図5 共有システムの活用サイクル
(甲斐崎 (2013) [8] を参考に作成)

①体験

多様性の理解を促進させる体験を行なう。私たちの企画で例を挙げるならば、「ブラインド・タッチ」がこれにあたる。

②振り返り

体験を通して何が分かったのか、発見があったのかなどを全体で振り返る。私たちの企画で例を挙げるならば、効果検証や感想がこれにあたる。

③一般化

今の体験だけでなく、次につながるように情報を整理する。私たちの企画で例を挙げるならば、効果検証で挙げた4つの要素がこれにあたる。

④適用

体験を通して、知った気づきを日常の生活場面で活かされること、また今後の体験プログラム

の立案に活かされるなどが考えられる。

このサイクルを繰り返すことによって、徐々に多様性の理解は発展・定着をし、「誰もが住みやすいまち」が形成されていくと考えている。

おわりに

(1) 教育・文化グループ3期生 活動を振り返って

兼松 大智 (中央大学 法学部 法律学科)

共にプロジェクトを駆け抜けたメンバーは、私たちが扱ったテーマの如く多様性に富んでいました。それゆえ、自分とは違う意見が周りから出ることは日常茶飯事でしたが、たとえ違っていても、きちんと耳を傾けると「なるほど」と納得させられることはよくありました。

これまでは日常的に意識することが少なかった多様性という考え方ですが、この活動を通して私自身、多様性を日々意識することの重要性を再認識することができました。

熊江 琉衣 (亜細亜大学 経営学部 経営学科)

地域を活性化させるには様々な方法があり、その1つが多様性の理解だと私は思っていたので、それが実証されてよかったです。

多様性の理解は難しく聞こえるかもしれませんが、その中身は「誰に対しても尊敬の念と思いやりを持って接すること」だと思います。当たり前のようにできていないこれを皆ができたとき、多摩地域は本当に素敵な所になるのではないのでしょうか。

そのために、私も今回の活動を通して学んだことを自分から発信し、自分の身の周りから変えていきたいです。

里見 董 (帝京大学 文学部 心理学科)

イベントを通して、運動会参加者は視覚障害者だけでなくほかの障害を持った人のことについても関心を持って頂けました。

そのことからほかの障害を持った人にまで応用するまで色々と考えた人が多くいたことにとっても感動しました。

また、この奨学金プロジェクトを通じた交わりは大人になった先でも活用でき、忙しい中でもタイムスケジュールを組むスキルが身についたのではないかと感じます。

島崎 美和 (拓殖大学 国際学部 国際学科)

この活動を通して幼い頃から暮らし、慣れ親しんだ多摩地域の魅力や特徴、そして現在抱えている課題等、様々な面で今までより深く知ることができました。また、他大学の学生との活動やコーディネーターの先生方からのご指導、多摩地域の多くの企業の方々との交流の中で、プロジェクトを自分達で作り上げ進めていく大変さや社会でのルール等、社会人基礎力ともいえる知識を学び、多くを経験できたと感じています。皆様、本当にありがとうございました。今回の活動が、これから多摩地域の魅力のさらなる発展に寄与できることを願っています。

鈴木 宏彰（嘉悦大学 経営経済学部 経営経済学科）

この活動で、多様性についての重要性がより分かりました。一つだけの視点からでは、物事の本質は出来ないが多様性を理解する事によって物事を多種多様な面からみることによって理解度増すことが出来ると今回の活動を通じて、良い方法であることが分かりました。そして、多摩地域に根づく企業が、多摩地域を愛していることを感じました。そして、この活動が他の地域へと延びていき、他の地域の人が、多摩はいい所と感じ、多摩を愛し、定住して多摩地域が活性化してくれるものだと思います。

田中 優芽（創価大学 教育学部 児童教育学科）

この1年間、大学外でのグループでの活動の難しさを感じながらも、様々な活動を通し、たくさんのことを学びました。グループのメンバー、コーディネーターの先生をはじめ支えてくださった方に感謝で一杯です。活動中での多くの、この地域で働く方との出会いは自分にとって、とてもいい発見がありました。多様性理解は一人一人の意識が変わることが第一歩だと思います。私たちのこの活動が、多様性を理解してもっと住みやすい多摩地域に繋がればとても嬉しいです。

千葉 優輝（桜美林大学 リバラルアーツ学群）

多様性の理解を促進することで自然と思いやりある行動や言動が増加することを調査現場で感じました。思いやりをもって人々が接することで繋がりが強くなり安心安全に暮らせる地域に、そして自然とその地域への愛着もわき、定住率の増加にも繋がるのではないかと多様性の理解を促進する先に良い効果があることが予想されました。多様性の理解の促進ことは他者理解に留まらず地域活性化に繋がる大事な取り組みだと考えられました。

橋爪 悠祐（明星大学 教育学部 教育学科）

今回の活動を通して私自身、多様性の理解の重要性を強く実感しました。自分との違いを異質と捉えるのではなく個性と捉えることで、他者を思いやることができる。そう思えるような人が多い地域となれば、誰にとっても住みやすいよい地域になるのだと思います。定住率が問題視される多摩地域にとっては、誰でも安心して暮らせる地域作りをしていく上で、多様性の理解の促進というのは重要なことなのではないかと思いました。

藤田 貴史（帝京大学 教育学部 教育文化学科）

今回の活動では、様々な専門分野がぶつかり合うことが多くありました。ぶつかり合うことで新たな視点に気づき、議論し合ったからこそ今回の実践研究・提言が完成しました。

ダイバーシティーは、多摩地域だけでなく、これからの日本を生き抜くうえで生きる力となります。誰かがそれに気づくことによって、徐々に大きなムーブメントとなるはずですが、今回の提言が、大きなムーブメントへのきっかけになればと思います。その「気づき」から、インクルーシブな社会の構築が「広がる」ことを切に願っています。

(2) 教育・文化グループ（平成27年度）コーディネーターより

酒井 麻衣子（多摩大学 経営情報学部 経営情報学科准教授）

深沼 光（日本政策金融公庫総合研究所 主席研究員）

当初は多種多彩な意見が出て企画を一本化するのに苦労したが、積極的な意見交換で皆が納得できる企画になったと思う。非常に手間のかかるイベントにも、果敢に挑戦したことも評価できる。

学校や自宅の立地の問題から、ミーティングになかなか全員が参加できなかったのが少し残念だったが、フェイスブックなどを活用して、十分なコミュニケーションが取れたと思う。企業インタビューも交代で行うことで、多くメンバーが参加できた。

この活動を通して、グループをまとめていくことの難しさを知るとともに、どうすればうまく運営できるのか、どのように全員が参加できるようにするのなど、多くのことを学ぶことができたのではないだろうか。また、イベントの開催の際には、自分たちの考え方や企画の内容を他の人に正確に伝える方法などを理解することができたと思う。

一年間で、一人ひとりが大いに成長したと感じている。皆さんも大変ではあったものの、最後にはやりとげたという達成感と一体感が得られたのではないだろうか。今回の活動が、メンバーそれぞれの将来に役立つと信じている。

(3) 謝辞

今回のプロジェクトを進めることができたのは、インタビューや企画運営にご協力いただいた企業・団体のおかげです。何より、このような報告書としてまとめることができたのは、コーディネーターの多摩大学 酒井准教授、日本政策金融公庫総合研究所 深沼主席研究員の熱心なご指導・ご助言の賜物と考えます。ここで、これまで関わっていただいた方々へ心からの感謝と御礼を申し上げ、謝辞にかえさせていただきます。



写真3 グループミーティングの様子 (8月23日 明星大学ラーニング・commonsにて)



写真4 教育・文化グループの仲間たち

参考文献・出典

- [1] (財) 東京市町村自治調査会, 『人口減少期における多摩地域の「縮む」未来図』, 〈<https://www.tama-100.or.jp/cmsfiles/contents/0000000/204/jinkou.pdf>〉, 平成28年12月12日アクセス.
- [2] 内閣府, 『地域の経済2011 ―震災からの復興、地域の再生―』, 〈<http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr11/chr11040201.html>〉, 平成28年12月12日アクセス.
- [3] 東京都総務局統計部, 『平成22年度東京都の昼間人口 第1表 地域、昼間・夜間、男女別人口』 〈<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/tyukanj/2010/tj-10index.htm>〉, 平成28年12月12日アクセス.
- [4] 厚生労働省, 『障害者雇用促進法の概要』, 〈<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11600000-Shokugyouanteikyoku/0000062439.pdf>〉, 平成29年1月16日アクセス.
- [5] [徳田克己 (1990), 「視覚障害児・者に対する一般の人の態度を改善するための技法とその評価」, 『視覚障害心理・教育研究』, 7(1/2), 5-21, 筑波大学.
- [6] 吉田富二雄, 宮本聡介編 (2011), 『心理測定尺度集Ⅴ 個人から社会へ〈自己・対人関係・価値観〉』, 308-312, サイエンス社.
- [7] 吉田富二雄編 (2001), 『心理測定尺度集Ⅱ 人間と社会のつながりをとらえる〈対人関係・価値観〉』, 183-188, サイエンス社.
- [8] 甲斐崎博史 (2013), 『クラス全員がひとつになる学級ゲーム&アクティビティ100』, ナツメ社.

(添付資料 1)

(添付資料 1)

**多摩未来奨学生プロジェクト
教育・文化グループ**

運動会種目企画 フラインド・タッチ 運営マニュアル



実施企画

ブラインド・タッチ

「ブラインド・タッチ」ってなに？

目が見えない状況で特定のものを探しあてるゲームです。

目標

普段どれだけ、視覚に頼っているか感じ、「目が見えないことの大変さ」を知る

実施コンセプト

楽しく、そして見えない世界を感じる

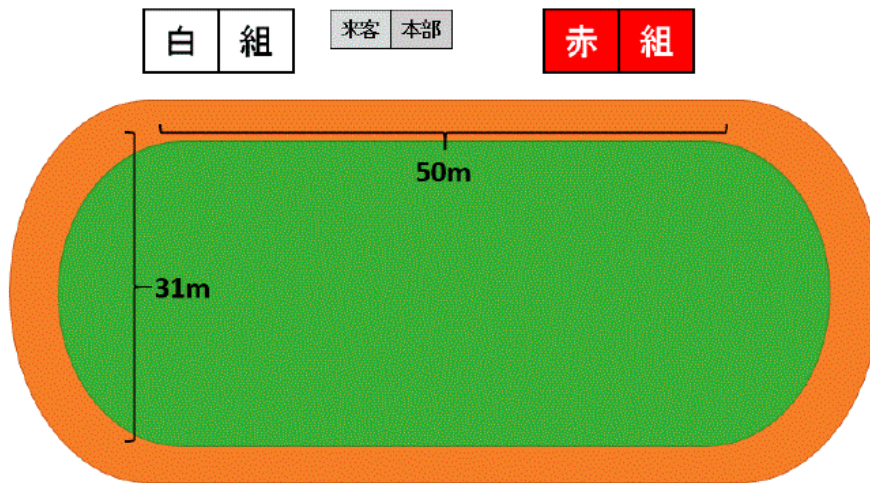
ルール

- ①1 チーム 8 人 計 2 チーム(赤組・白組)で勝負を行います。
- ②競技者は目隠しをします
- ③競技者は箱まで目隠しをした状態で歩いてください
- ④箱の中にあるものを触り、何か入っているか分かったら手を挙げ、司会に小声で伝えます
- ⑤箱の中に入っているものを当てたら、司会は「正解」といいます。次に、競技者を後ろに振り向き、スタート地点へ戻ります
- ⑥その後、②と同じように、チームのメンバーが待機している場所に戻ります。戻ることが出来たらチームに「5点」。
- ⑦次走者は、競技者から目隠しを付けてもらいましょう。準備ができたなら、②の要領で競技を続けましょう
また、制限時間は 15 分です。最後まで行かずとも、15 分経っても全員がゴールできなかった場合そこで終了
早く全員がゴールしたチームの勝ちです
(途中で終了の場合は、多くゴールしているチームが勝利で、「10点」を差上げます)

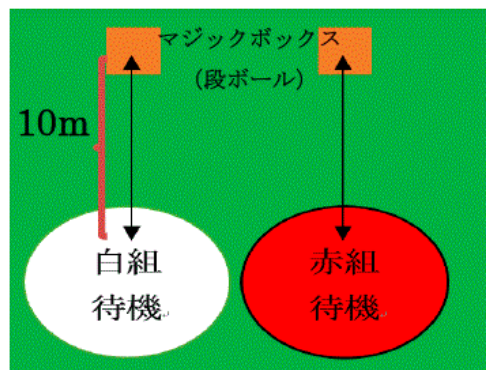
当日進行スケジュール

時 間	内 容	備 考
12:50	集 合(5分)	
12:55	競技説明(5分)	
13:00	競 技 開 始(15分)	
13:15	振 り 返 り(5分)	主に目標が達成できたかを確認できる質問を司会がする
13:20	終 了	

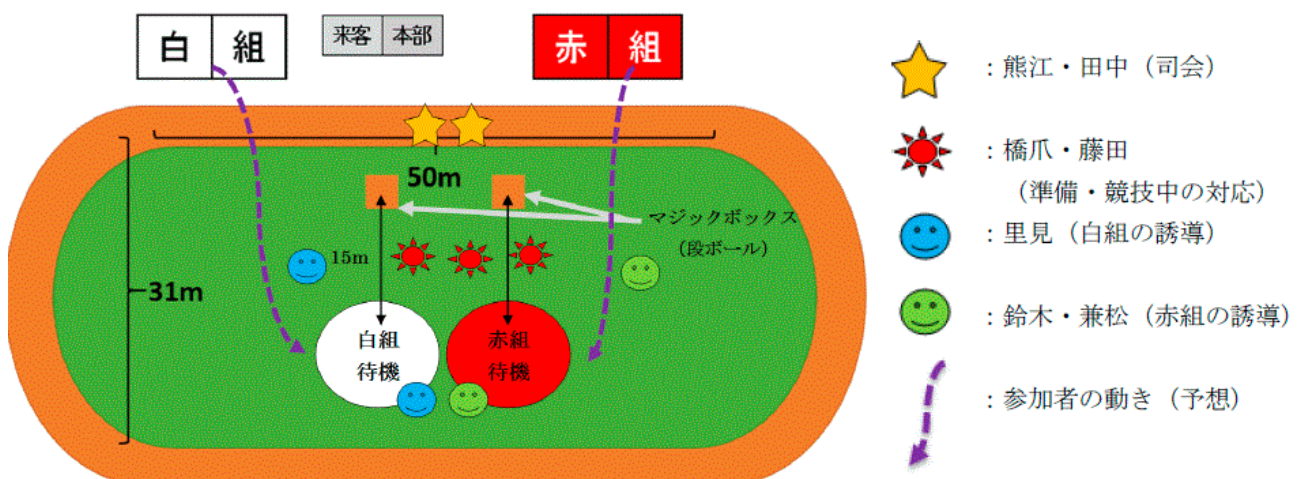
会場図



会場レイアウト



誘導図・スタッフ配置図



スタッフリスト

名 前	企 画 担 当 部 門	緊 急 連 絡 先
藤田 貴史(ふじた たかし)	運営準備	×××-××××-×××
橋爪 悠佑(はしずめ ゆうすけ)	運営準備	×××-××××-×××
兼松 大智(かねまつ だいち)	赤組準備	×××-××××-×××
熊江 琉衣(くまえ るい)	司会	×××-××××-×××
鈴木 宏彰(すずき あきひろ)	赤組準備	×××-××××-×××
千葉 優輝(ちば ゆうき)	写真撮影	×××-××××-×××
田中 優芽(たなか ゆめ)	司会	×××-××××-×××
里見 董(さとみ すみれ)	白組誘導	×××-××××-×××
島崎 美和(しまさき みわ)	—	×××-××××-×××

個人情報取り扱いに要注意

備品リスト

備品(使用用途)	個 数	発 注 元	担 当 者	予 算
段ボール(マジックボックス)	3箱(使用2箱 予備1箱)	主催者	兼松	-
メジャー(長さを図る)	1つ(20m測れるもの)	Amazon	藤田	¥682
目隠し(競技者の視界を遮る)	2つ(使用2つ)	Amazon	藤田	¥216
テーブル(マジックボックスを置く台)	2台(会場にあるものを使用)	運営会社	藤田	-
果物(マジックボックスの中の物)	8種類×2組	主催者	兼松	¥0
マイク(司会進行に使用)	2本(有線1本 無線1本)	運営会社	藤田	-
ホイッスル(開始・終了合図に使用)	2本(使用1本 予備1本)	100円ショップ	藤田	¥216
ストップウォッチ(制限時間を確認)	1つ(スマホを使用)	-	田中	-
			計	¥1,114

スタッフ 進行表

		12:50	12:55	13:00	13:05	13:10	13:15	13:20
藤田	準備・競技中の対応	机・段ボールの準備	待機(集合場所)	競技開始				撤収作業(白組コーン)
橋爪	準備・競技中の対応	机・段ボールの準備	デモンストラーション	競技開始				撤収作業(机)
兼松	赤組誘導	誘導(紅組集合場所)	デモンストラーション	競技開始				撤収作業
田中	司会	司会案内	司会	競技開始			振り返り	撤収作業
熊江	司会	司会案内	司会	競技開始			振り返り	撤収作業
里見	白組誘導	誘導(白組集合場所)	待機(集合場所)	競技開始				撤収作業(段ボール他)
鈴木	赤組誘導	机・段ボールの準備	待機(集合場所)	競技開始				撤収作業(段ボール他)

環境・産業 グループ

キラッと輝く中小企業と学生の縁結び
～就職マッチングアプリ「グロッシブ」の提案～

コーディネーター

糸久 正人（法政大学 社会学部 社会政策科学科 准教授）

中野 英次（多摩信用金庫 価値創造事業部 法人支援担当 主任調査役）

多摩未来奨学生

石塚 雅士（法政大学 社会学部 社会学科 3年）

金山 実生子（拓殖大学 国際学部 国際学科 3年）*前期のみ

佐藤 広基（中央大学 法学部 政治学科 4年）

瀬沢 正人（創価大学 文学部 人間学科 3年）

濱島 健吾（多摩大学 経営情報学部 経営情報学科 3年）

船山 真実（デジタルハリウッド大学 デジタルコミュニケーション学部 デジタルコンテンツ学科 2年）

李 修文（亜細亜大学 国際関係学部 多文化コミュニケーション学科 2年）

和田 桜咲（明星大学 経営学部 経営学科 3年）

要旨

多摩地域は、少子化と高齢化により大きく変化しつつある。これらは地域経済の衰退をもたらす一つの要因となっている。その地域経済の担い手の中で大きな存在感を示すのは、中小企業である。東京都の「平成25年工業統計調査」によれば、多摩地域は東京都の付加価値生産額約3兆円のうち、約5割を占める。このうち約8割が中小企業である。中小企業は、東京の経済を支えているのだ。同時に、我々の生活と中小企業は深く結びついている。例えば、中小企業は一企業あたりの雇用人数は小さくなくとも、これまで地域の雇用の受け皿として機能し職を提供してきた。また、普段我々が使用するインフラにも中小企業の技術が応用されている。例えば、人工衛星に搭載されている圧力計器には、中小企業の製品が使用されている。中小企業は身近な生活において欠かせない存在となっている。要するに、雇用の受け皿とい側面や必要不可欠な生活サービスの供給という点などから、中小企業は我々にとって欠かせない存在なのだ。しかし、人口減少などの影響により中小企業は様々な課題に直面しており、存続の危機にあるのだ。このような状況を踏まえれば、中小企業の持続的発展という観点から、中小企業を研究の対象とすることには意義があるものと考えられる。それでは、その中小企業はいかなる課題を抱えているのだろうか。

中小企業の課題を調べると、一番大きな割合を占めるのは、「人材の確保」である。一方、マイナビが大学生を対象に実施した調査によれば、大学生の過半数は「中小企業に就職してもいい」と答えている。これらから、大学生と中小企業の間には雇用のミスマッチが存在していると推測できる。その主な原因は大きく2つあると考えられる。第1の理由は、大学生と中小企業をマッチングさせる仕組みが有効に機能していないためだ。第2の理由は、学生が中小企業に対し、負の固定観念を抱いているためだ。このような構造を前提とすると、何が問題なのだろうか。それは、大企業にも負けない光った技術・製品を有する魅力的な中小企業が存在するのにも関わらず、その事実が十分に学生に伝わっていないという点である。

そこで、前述の分析を踏まえ、産業・企業グループは、中小企業の魅力を直接学生に発信し学生と企業のマッチングを図るアプリ、「グロッシブ」を提案する。

これにより、中小企業に対し優秀な人材を供給することで人材不足の解消と企業の発展につなげていく。一方、学生側においては、今まで見落としがちだった中小企業との出会いを創出することで、新しい働き方の選択肢を提供する。

以上のような学生と企業がWIN-WINの関係になる新しい仕組みを構築することで、雇用のミスマッチを解消する。これは、多摩地域にとってどんな影響をもたらすのだろうか。多摩に職を持つ人が増えることで、新たな住まいが多摩に形成される可能性が生まれるだろう。つまり、職を多摩で得たことをきっかけに、人が多摩地域へ移住することで、定住人口が増加していく。或は、多摩へ通勤することで、交流人口が増加する。そこで、人が経済活動を行えば地域経済が潤う。或は、地域の文化活動、まちづくりなどに参加すれば、地域コミュニティの活性化にもつながる。こうして、多摩地域の活性化に寄与していく。要するに、グロッシブは人の職や雇用という切り口から、多摩の活性化に寄与していく手段なのだ。

目次

要旨	72
序章　テーマ設定	74
第1章　現状と課題	75
第2章　前年度の検証	80
第3章　問題の再設定	83
第4章　解決策の提言	83
第5章　期待する効果	95
第6章　残された課題	97
終章　まとめ	101
参考文献	103

序章 テーマ設定

我々、産業・企業グループは、「産業・企業」という大きなテーマについて考えるにあたって、何を問題とするのかについて議論した結果、「中小企業」に注目することとなった。その理由は、2つある。

第1に、多摩の中小企業は、地域に雇用を創出する重要な役割を果たしており、地域の存続にとって欠かせない存在であるためだ。多摩には、モノづくり分野を中心とし中小企業が数多く立地しており、東京都の付加価値額の50%を占める程だ（東京都2015）（**図1**）。このような観点から見ると多摩の中小企業の役割は、地域経済を活性化させる役割を果たす。それに加え、雇用を生み、多摩への定住を促進する役割も果たすと言える。したがって、人口が減少し、地域経済が衰退し、雇用が減る世の中にあって、雇用の創出や提供を担う中小企業は欠かせない存在である。

第2に、多摩の中小企業の魅力が、学生及び社会全体に伝えきれていないためだ。多摩の中小企業の中には、日本又は海外の中で、唯一無二の技術を有している企業がある。又は、日本の大企業が行っていない独自の事業を展開している企業もある。（例えば、今までにないデザインの発想で家電を手掛ける株式会社バルミューダ）このような唯一無二の魅力を持しながら、それが人々に伝わっていないことは企業にとっての損失であるし、私たちの生活を便利にする意味でも損失であると気づいた。以上の理由から、中小企業に注目することとした。

このように大きな可能性を秘めた中小企業は、いかなる問題を抱えているのだろうか。調査した結果、最上位に挙げられたのは、「人材の確保」であった（東京商工会議所2015）。（なお、調査結果の詳細は後述する。）果たして、多摩地域の大学を卒業した学生は、多摩の中小企業へ就職していないのだろうか。多摩未来奨学金2期生産業・企業グループ（以下、2期生という）の報告書によれば、多摩の大学を卒業した学生のうち、16.5%しか多摩の中小企業に就職していないと指摘している（2期生最終報告会スライド資料2015）。つまり、学生が中小企業に就職しない傾向にあるのだ。それは、なぜなのだろうか。大企業では人手があまる程、求職者が殺到する一方で、中小企業に集まらないのはなぜなのだろうか。我々はこの疑問を出発点とし、テーマを「中小企業の人材確保」に絞った。

最も大きな割合となっている(図3)。

多摩地区の中小企業についても帝国データバンクが実施した「第3回 多摩地区企業の人手不足に対する意識調査(2016)」によれば、正社員を不足と考える企業が4割に上る。

これらの結果から、企業・学生側のニーズが一致しているにもかかわらず、依然として中小企業は人手不足の状態にあると言える。つまり、雇用のミスマッチが生じているのだ。次に、雇用のミスマッチが生じる原因にはどのようなものが考えられるのかについて検討する。

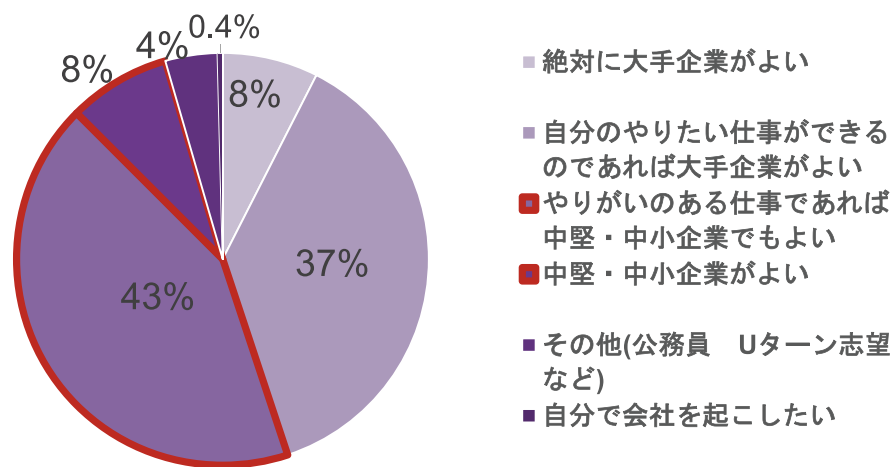


図2 大学生の就活観 出典：筆者自作

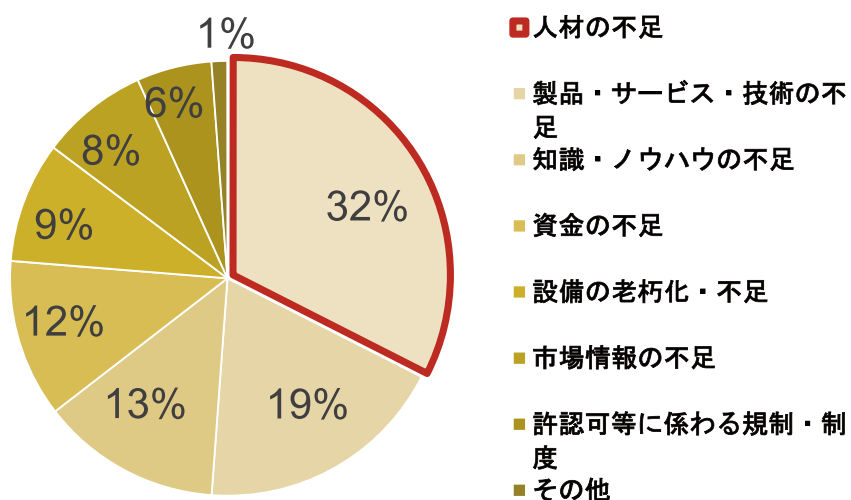


図3 中小企業の現状 出典：筆者自作

2 雇用のミスマッチが生じる原因

雇用のミスマッチが起きる原因は何であろうか。第1に、中小企業の魅力を伝え、人材確保を支援する仕組みが不十分であると考えた(図4)。現状、中小企業と学生を結ぶ仕組みには、就職ナビサイト、大学・キャリアセンター、ハローワークなどがある。しかし、これらそれぞれにウィークポイントがある。まず、就職ナビサイトについては、掲載料が高額なため、掲載料を捻出しやすい大企業にとって有利なサイト構成になる。その結果、中小企業情報が大企業広告の中に埋没してしまうことが考えられる。次に、大学のキャリアセンターについては、キャリアセンターなどを介しても個別に継続的なアプローチを取るのが困難であることが考えられる。続いてハローワークについては、同センターを介しての伝達情報に一定の制約があることが挙げられる。また、そもそもハローワークを新卒学生が利用しない傾向があることもハローワークの問題点として挙げられる。現行のマッチングシステムにはこのような問題点があり、中小企業と学生が十分に出会えていないと考える。

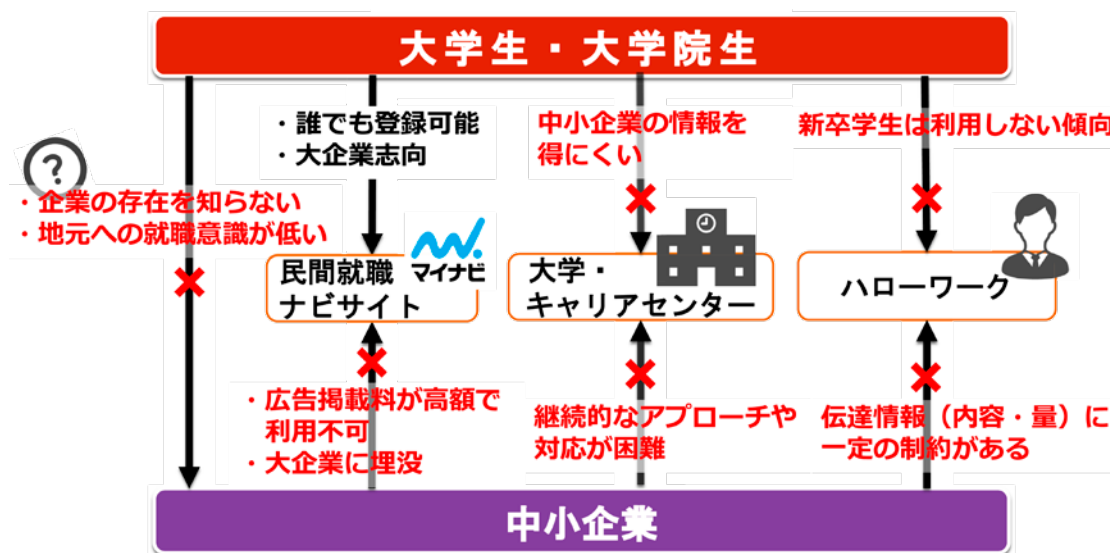


図4 中小企業と学生を結ぶ仕組みの不在
出典：筆者自作

ハローワークの利用状況を実際に見てみよう。ハローワークの就活生の利用状況について、数年前のデータではあるが厚生労働省サイトより平成24年の新規大学卒業者数が55万人存在するのに対し、その中で実際にハローワークによる個別職業紹介を利用した人数は38,973人となっており(首相官邸資料 平成24年)、卒業者全体の7%しか利用経験が無いということになる。もちろん卒業者の中には大学院への進学や留学など就職以外の進路を選ぶ学生も少なくないものの、全体で7%という数はごく少数の学生しかハローワークを利用していないといえる。そしてまた平成25年厚生労働省実施の「新卒応援ハローワーク利用者アンケート調査結果」からは就職活動を始めた時期の最多が大学3年次の10月から12月にかけてであり、就職決定者では40.4%、未就職決定者では34.3%であったが、新卒応援ハローワークの利用時期については未就職決定者の半数近くである49.6%が大学4年次の1月から3月にかけてであり、就職決定者でも大学4年次の6月

までは2割に満たないという結果が出ている。そしてまた首相官邸資料 平成24年からは新卒応援ハローワークを知ったきっかけの最多が学校であり、卒業年次学生の過半数である57.1%に達していることから、就職活動が最も盛んな時期は利用者が少なくなることで大手ナビサイトより安価に求人掲載できるハローワークの情報発信力が相対的に落ちてしまい、卒業を控えて就職が決まらない状況になって初めて学校から紹介を受けるという形で利用していると考えられる。このような状況では早い段階で中小企業が学生の希望に合った業種や業務内容といった情報を発信し、志望順位を上げる、ないし早い段階でミスマッチを防ぐことが難しい状況にあると考えられる。

また、中小企業庁資料（2013）の「中小企業への就職支援策の充実・強化について」からは、ミスマッチが発生する要因の一つとして「学生は大学等から中小企業の情報を得にくい」、「個別企業からのアプローチや継続的な関係構築が困難」なこと、「企業の存在を知らない」ことや「地元中小企業への就職意識が低い」ことを問題点として挙げており、中小企業での職場実習や「地域中小企業の人材確保・定着支援事業」を通じてキャリアセンターとハローワークの連携を強化することを対策として掲げている。企業の存在を知らないことについては中小企業にとって大手サイトより使いやすいハローワークの利用が伸び悩んでいることが少なからず影響していると考えられ、それによりOBの輩出も伸び悩めば口コミや知人からの情報入手といった手段についても利用できる機会が減り一層情報の入手が困難になるとも考えられる。

雇用のミスマッチが起きる原因として第2に、学生側が中小企業に対し、負の固定観念を有していることが挙げられる(図5)。就職情報サイト en 実施の「2013年度新卒採用 就職・採用活動11月度調査報告」によれば、学生が中小企業に持つイメージとして、多い順から次の項目が挙げられている。「売り上げや利益が安定的ではない」、「給与、福利厚生、休日、休暇など待遇が良くない」などが挙げられている。

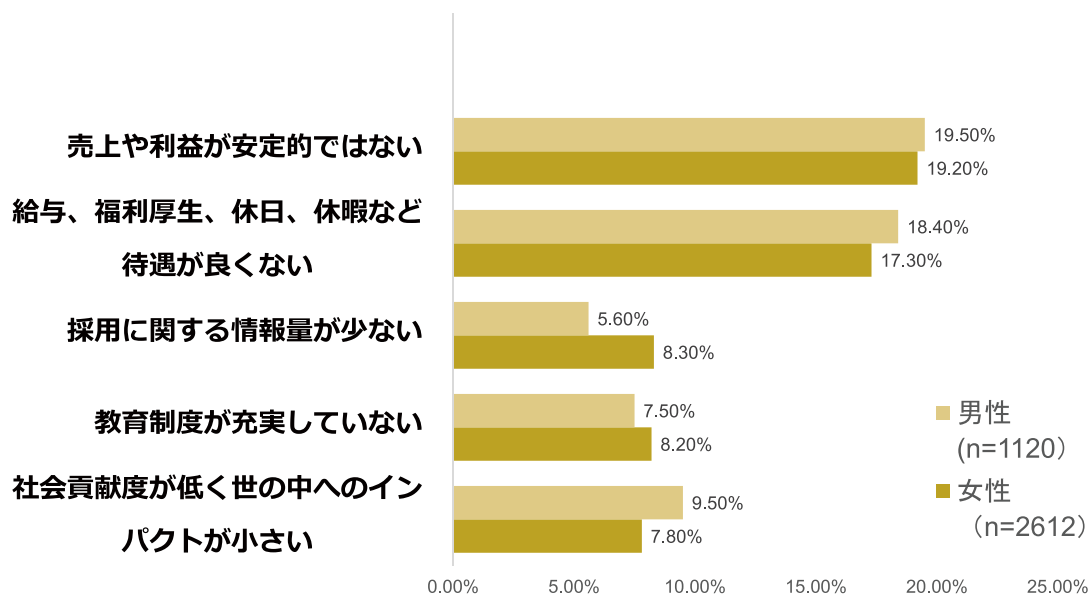


図5 中小企業に対する負の固定観念
出典：株式会社エン・ジャパン（2013）

確かに大企業ほど大規模な資金調達を行ったり従業員への研修を充実させたりといったことは難しいと考えられるものの、「グローバルニッチトップ企業」といった語で近年話題になるような海外におけるシェアを高水準で維持ないし拡大している企業も中小企業には少なくない。また、多摩地域においても優れたデザイン性と機能で高級家電製品の売り上げを伸ばす株式会社バルミューダをはじめとする成長企業も少なくない。その他、前述のグローバルニッチトップ企業に加え、2011年中小企業白書にて紹介されているクリングルファーマ株式会社における副作用の少ない制がん剤や再生治療薬の開発の例のような社会貢献度・インパクトともに高い事業に取り組む企業や京西テクノス株式会社のように元々下請け的ビジネスであった修理・サポート業務を独自にメーカー修理が不可能な計測機器の修理・サポートも引き受け独自のサポート体制を構築し業務拡大を続けるという企業の存在もある。したがって、社会的への貢献度や社会的インパクトが少ないという考えは現実にそぐわない固定観念であるといえる。また売り上げや利益が安定でないということはもちろん企業・業種により異なるが、前述した株式会社バルミューダなど確実に成長を続ける企業も少なくない上に、大企業が安定しているかといえば近年の台湾企業である鴻海によるシャープ社買収の一件や国内大手電機産業の衰退、twitter社の業績低迷などを見るに大企業だから安定している、逆に中小企業だから不安定で労働条件が良くないというのは事実に沿っていない。以上の事実を踏まえると、学生が有しているイメージが現実の実態に即していない面があると言える。

3 小括

中小企業には、人材確保の課題が上がっているがその一方で、学生の約過半数は中小企業に就職してもいいと回答している。本来であれば、その過半数の学生のいくらかかが中小企業へ就職することになる。その結果、人材の不足は起こりにくいだろうと考えられる。しかし、現状は、人材の不足が生じている。その原因は、①中小企業の魅力を伝える仕組みに問題があること、②学生が中小企業に対し負の固定観念を有しており、企業選択のリストから外してしまっていること、以上の2つが考えられた。したがって、この原因2つを解消する解決を考え実行していくことが必要となる(図6)。その答えとして、2期生が実施した「たまかつ」があった(たまかつの詳細は後述)。次の3章では、たまかつが及ぼした影響とその限界を検討する。

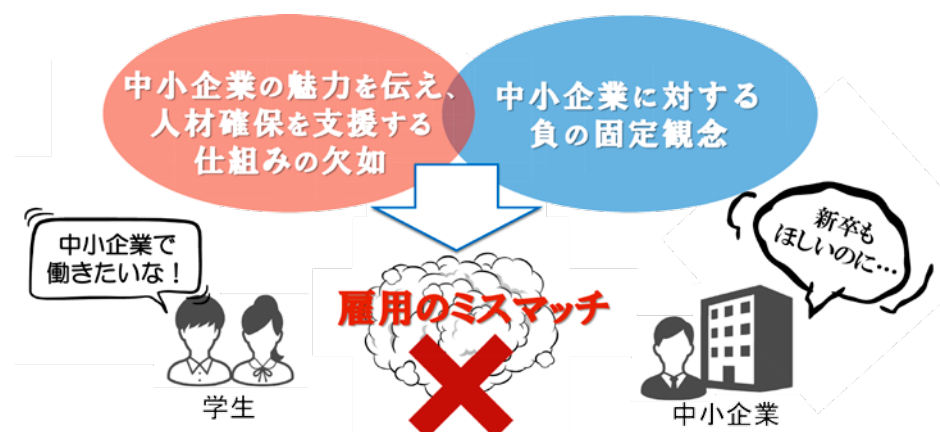


図6 雇用のミスマッチの構造
出典：筆者自作

第2章 前年度の検証

1 「たまかつ」の振り返り

序章で設定したテーマは、2期生と非常に近いものであった。2期生は、「就職活動において中小企業の隠れた魅力を学生に伝える」というテーマで活動しており、中小企業と学生のマッチングという点に共通項を発見できた。そして、2期生は、1章で指摘した雇用のミスマッチ構造を前提として、「たまかつ」を実施した。果たして、雇用のミスマッチを解決する上でどれほど効果があったのだろうか。たまかつが発揮した効果と限界を2章では検討していく。

2 「たまかつ」の概要

ここでは、たまかつが実施された経緯やその成果を中心に述べる。多摩の学生が多摩の企業に就職し、多摩の外の学生が多摩に就職することを促進させることを目的とした就職合同説明会イベントである(図7)。本イベントを開催するにあたって、以下のような問題意識があった。多摩の大学卒業生数は約60,000人に対し、多摩地域の会社数約8,800社である。多摩地域の1社当たりの新卒採用平均人数1.13人であるので、10,000人程が採用される計算になるが、実際に多摩で採用されている学生の割合は、約16.5%であった(2期生最終報告書)。そこで、2期生は、この数字をもっとあげる必要性を主張した。

本イベントの特徴は、①インターンシップに参加した学生が多摩の優良企業の魅力を多摩の学生に発信すること、②学生目線に近い若手社員が自社の魅力を直接伝えることであった。



図7 「たまかつ」の概要
出典：筆者自作

目的

多摩の中小企業の魅力を
学生に知ってもらい、
企業と学生の接点をつくる

内容

多摩の中小企業社員と
学生との交流説明会

広報手段：SNS
実施場所：明星大学
参加企業：多摩の中小企業7社
参加学生：22人

3 「たまかつ」の成果

ここでは、数ある成果の中で、重要だと思われる成果を取り上げる。たまかつの成果とは、固定観念の打破である。2期生は、次のような成果を挙げた。「参加前の多摩の企業の印象が、「小さな町工場専門性がある企業」、から「多摩でないと成立しないような企業、独特なサービス」と変化した」(2期生最終報告会スライド資料2015)。たまかつは、固定観念を打破するものとして機能したのだ。

4 「たまかつ」の問題点

前節では、たまかつが発揮した効果を確認した。ここでは、たまかつが有している限界を指摘する。その結果は、次の3点に集約される。

第1に、参加して頂いた中小企業は、優良企業ではあるが、学生が本気で就職したい！と思うかは疑問であるという点だ。たまかつに来る企業は、インターンシップを経験した学生が推薦した企業及び信用金庫の目利きを得た優良企業であった。しかし、学生が就職したいと思えるために必要な要素が抜けていたと考える。どんな企業であれば学生が就職したいと思えるのか。また、そのような企業が持つ特性とは何か明らかにする必要がある。

第2に、合同説明会の形式だと、1ブースあたりの時間が限られており、参加者も多いので、じっくり企業の人と話すことができないという点だ。1ブースあたりの説明時間が決められており、本質的な話にたどり着けなかった。これでは、うわべだけの情報しか得ることはできず、学生の就職に向けた動機形成へとつながらない。

第3に、イベント型の就職マッチングの場合、①学生と企業のスケジュールの制約、②地理的制約から、説明会に参加できる企業数、学生数に限界があるという点だ。たまかつを知っている且つ参加できた学生に対してのみしか、中小企業の魅力を伝えることができない。また、関東圏以外に住む学生は移動に時間がかかり参加しにくい。

以上3点において問題点があると考えられる。このような問題点を踏まえたうえで、今後の取り組みを考える必要がある。

5 就職活動全般の問題点

前節では、「たまかつ」に見られる特有の問題点に関して指摘した。これで、就職活動の問題点を網羅できているだろうか。これまで漏れてきた視点を補う意味で、たまかつの議論から離れて就職活動全般に関わる問題点を分析した(写真1)。その結果、次の通りになった。

第1に、企業が多すぎて探すのが煩雑という点だ。日本には、約490万の企業が存在している。これらの中から自分にあった企業を探し出すのは時間がかかり容易ではない。確かに、就職ナビサイト行けば、検索エンジンが備わっており、それを利用して探したい企業を見つけ出すことができる。しかし、その探したい企業をどのようにして見つければよいかについては、答えがない。つまり、どんな企業を探したらよいかは分からないが、企業を探すための機能は整備されている状態なのだ。まずは、探したい企業をはっきりさせなければ、企業を探す検索機能も意味をなさない。したがって、学生自身が企業に対する興味があるかないか判断できるようになる必要がある。

る。

第2に、企業の本当の良さが伝わっているか不明という点だ。これは、学生が企業の良さを本当に理解してもらっているのかについて企業は分からないという意味だ。企業は一般的に高額な参加費用を必要とする合同企業説明会に参加する。その場合、数多くの学生を企業のブースに呼び込むために、1回あたりの説明時間は限られており、企業の深い情報や本質的なところまで説明するまで至らない。このような状況にあつて、コストに見合った宣伝効果は得られているのだろうか。ましてや、大企業と比較して知名度やブランド力に劣る中小企業ならなおさらのことである。

また、就職サイトという観点からも同様のことが言える。リクナビなどの大手就職サイトでは、大企業の宣伝広告が目立つ。その中に中小企業の情報はあつるものの、オプション料金に払える額の限界から大々的に目立つ広告を打つことができない。学生は、大企業に目が行きがちであるので、サイト上に中小企業の情報が載っていると見落としてしまふし、見ようもしない。つまり、大企業の情報の中に中小企業の情報が埋没し、本当に効果のあるPRにつながっていないと考えられる。

このような経緯から、宣伝コストに見合った本当に効果のあるPR実現することが必要である。

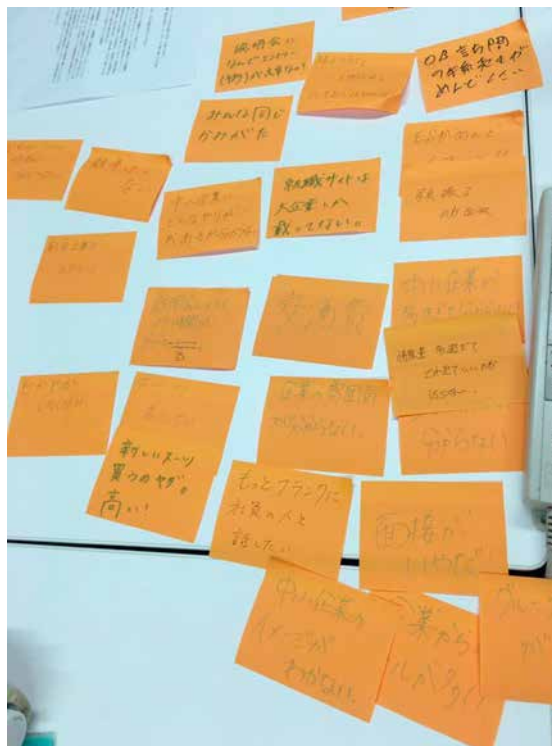


写真1 就職活動全般の問題点

出典：筆者撮影

第3章 問題の再設定

第2章で指摘した通り、たまかつは、中小企業の固定観念を払拭するという点において、一定の成果を見た。しかし、2章で指摘したような限界も抱えている。また、就職活動全般についても問題点を指摘した。これまでの問題点を整理すると次の通りだ。

(1) たまかつ特有の問題点

- ① 参加して頂いた中小企業は、優良企業ではあるが、学生が本気で就職したい！と思うかは不明
- ② 合同説明会の形式だと、1ブースあたりの時間が限られており、参加者も多いので、じっくり企業の人と話すことができない
- ③ イベント型の就職マッチングの場合、(1) 学生と企業のスケジュールの制約、(2) 地理的制約（つまり、説明会会場と企業の拠点又は学生の居住地が大きく離れている）などから、説明会に参加できる企業数、学生数に限界がある

(2) 就職活動全般の問題点

- ① 企業が多すぎて探すのが煩雑
- ② 企業の本当の良さが伝わっているか不明

これらたまかつの問題点を踏まえて、多摩未来奨学金3期生産業・企業グループ(以下、3期生)の取り組みは、「たまかつ」を発展させた形で実施することとした。

そして、たまかつ特有の問題点と就職活動全般の問題点を踏まえて、解決方針を固めた。次の章では、解決の方針とそれを踏まえた具体的な解決策を提示する。

第4章 解決策の提言

1 提言の方針

第3章で指摘した(1)たまかつと(2)就職活動全般に関わる問題点に対し、次の通り解決方針を決めた。

- ① ローカル企業の要素だけではなく、グローバル企業とベンチャー企業の要素を含む企業の紹介
- ② 企業の話じっくり聞ける形式
- ③ 自分の好きなタイミングで企業に出会える形式
- ④ 自ら探さなくとも、手軽に自分に合った運命の会社と出会える
- ⑤ 中小企業が大手情報に埋没しない実効性あるPR

これらの方針を踏まえた結果、合同説明会形式の「たまかつ」という枠組みを大きく転換し、ス

スマートフォン上の「アプリ」を利用した活動を展開していく結果に至った。そのアプリとは、人工知能AIを活用した企業と求職者のマッチングアプリである（図8）。我々3期生は、アプリの名前について、「グローバル」、「ローカル」、「就職支援部」それぞれのキーワードを組み合わせて、「グロッシブ」と命名した。アプリでは、可愛らしさを強調したマスコットキャラクターを作成し、誰もが気軽に利用しやすい雰囲気を作った（図9）。



図8 就職マッチングアプリ「グロッシブ」
出典：筆者自作



図9 グロッシブのマスコットキャラクター
出典：筆者自作

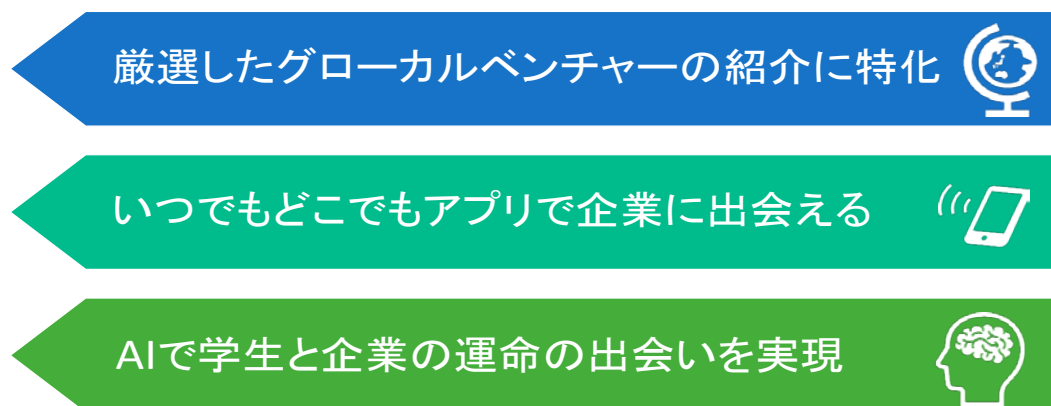
2 就職マッチングアプリ「グロッシブ」について

我々の提案するグロッシブには、3つの特徴がある（図10）。

第1に、厳選したグローバルベンチャー企業の紹介に特化している点である。たとえ優良企業であったとしても、「中小企業」というだけで好印象を持たない学生が多いということは事実である。しかし、グローバル展開をされていて成長の余地があるベンチャー企業ならば、学生も興味を持ち、集まるのではないかと考えた。つまり、紹介する中小企業に「ローカル」、「グローバル」、「ベンチャー」の要素を求めることで、学生が本当に就職したいと思える企業だけを紹介するのだ。同

時に、紹介する企業を「グローバルベンチャー企業」と名付けることで、従来の地味な中小企業のイメージを刷新する。

なお、ここで言う「ベンチャー企業」の定義は、「自社を今後成長させようとする強い意志をもった会社」とする。したがって、スタートアップのIT企業のみを指す用語ではないし、そのような企業だけを紹介するわけではない。第2に、スマートフォンのアプリケーションであることから、いつでもどこでも企業に出会えるという点である。就職活動、企業説明会における「めんどくさい」という固定観念を払拭できる。また、会場が遠い・スケジュールが合わないという理由でイベントに参加することができないという問題点を解決できる。第3に、人工知能で、学生と企業との運命の出会いを実現している点である。人工知能が、学生の企業選択の選好と企業の学生選択の選好をそれぞれ学習することによって、学生に合った企業、企業に合った学生、をより正確に判断することができる。人工知能が判断した「おすすめの企業」であれば、本当に就職したいと思えるきっかけになる。また、学生側に発生する「企業検索にかかる時間コスト」を削減することができる。学生だけではなく、企業にとっても、自分の会社に必要な人材を根拠のある選択ができるというメリットがある。



14

図10 グロッシブの特徴
出典：筆者自作

3 グロッシブと類似サービスとの違い

既存の就職活動支援サービスとグロッシブを比較する(図11)。マイナビ、リクナビは大企業を中心に、全国に展開している。登録企業数が多く、多くの企業を比較することができるが、中小企業が埋没してしまうというデメリットがある。あさがくナビは、全国の優良中小企業を中心に掲載しているが、非常に多くの中小企業が掲載されている為、多摩の中小企業が埋没してしまう可能性がある。

そこで、グロッシブでは、まずは多摩地域に本社を構える中小企業(グローバルベンチャー企業)を掲載するサイトとした。こうすることで多摩地域にあるキラッと輝く中小企業が多く、企業に埋没することがなく、学生に紹介することができるようになっている。それと同時に、企業

の数が多すぎて、探すのが煩雑と感じてしまうという問題点も解決することができる。

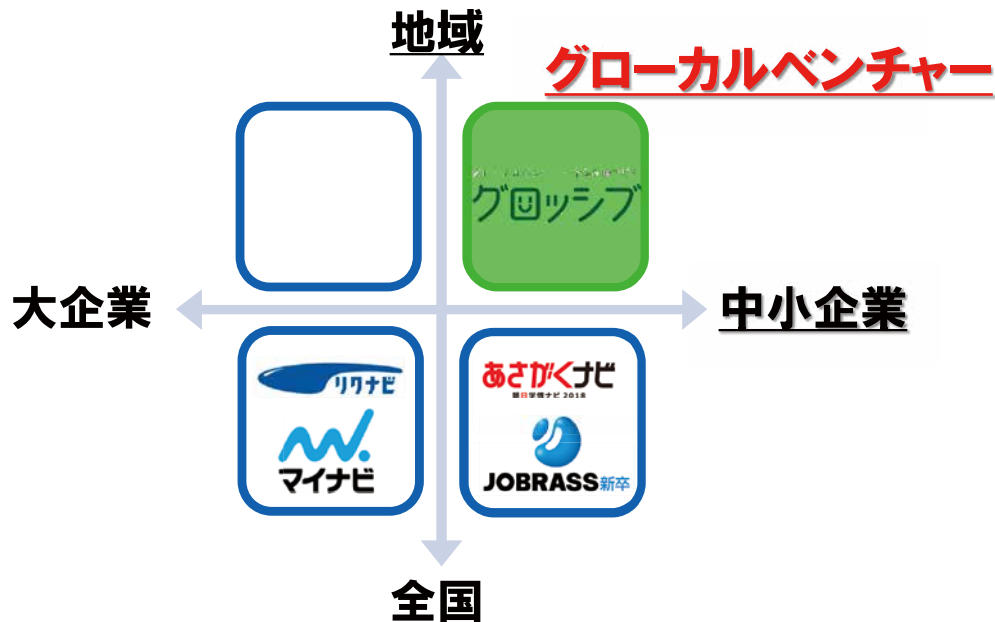


図11 既存の類似サービスとの比較
出典：筆者自作

4 他社サービスと比較したグロッシブの強み

グロッシブには、他者と比較した場合4つの強みを考えることができる(図12)。

(1) 効果的なPR

グロッシブは、グローバルベンチャー企業に絞って企業情報を掲載する。大企業は載せないの、大企業にばかり学生の注目が集中する状態を防ぐことができる。確かに、中小企業の中でも、認知度に差が生じ、目立たない企業が出てくるのではないかという意見もあるだろう。しかし、グロッシブでは、学生個人にマッチした企業のみをおすすめすることになっているので、他社の情報に埋もれることはない。

次にグロッシブは、独自に中小企業へインタビューを行うことで、一般的な就職サイトが扱う情報とは異なる情報を掲載する。例えば、社員の一日、社長の思い、商品・技術・サービスの紹介など、独自の視点から深い情報を掲載する。これにより、情報の質という点で他社就職サイトと差別化を図る。

(2) 学生・企業のコスト削減

人工知能を活用することで、マッチングの精度を高めることができる。第1に、企業の採用活動における費用対効果の改善をもたらす。つまり、マッチングの失敗を減らすことで、追加採用コストを払わなくとも済むようになる。第2に、学生は、やたらに企業の説明会に応募する必要がなくなる。これにより、就職活動の時間的コスト、移動コストを削減することにつながる。

(3) 学生による集客力

我々学生の強みである「口コミ」をいかに。口コミにより、自分たちの力で学生を集めることが可能になる。また、口コミ効果により、グロッシブの認知度が指数関数的に拡大する。これにより、クリティカルマスをスピーディーに達成することもできる。具体的には、学生サポートセンターとの協力やSNSを活用し、人を集めるという内容を考えている。

(4) 企業ブランド向上

グロッシブは、多摩の中小企業（グローバルベンチャー企業）を起点として事業の展開を目指しているアプリであるので、地域に根差した信用金庫にご協力頂く。多くの中小企業の中には、ブラック企業や業績が低迷している企業が紛れ込んでいる可能性がある。信用金庫の目利き力を活用し、厳選したグローバルベンチャー企業を掲載する。

そうした優れた目利き力を持つ信用金庫に選ばれた企業は、選ばれたことによるブランド効果を得ることができる。

強み	グロッシブ	マイナビ	あさがくナビ 朝日学情ナビ 2018
効果的なPR	<ul style="list-style-type: none"> ・大企業に埋没しない ・独自インタビュー 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業のコンテンツ埋没 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業のコンテンツ豊富 ・しかし個別企業の情報は一般的
コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> ・AIの導入 	<ul style="list-style-type: none"> 自己判断で企業選択 ミスマッチの発生 	<ul style="list-style-type: none"> 自己判断で企業選択 ミスマッチの発生
学生集客効果 企業ブランド 向上	<ul style="list-style-type: none"> ・信用金庫の目利き力を活用 ・厳選グローバルベンチャーを掲載 ・口コミの活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・総花的掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・総花的掲載

図12 グロッシブの強み
出典：筆者自作

5 グロッシブの利用方法

グロッシブの仕組みについて、学生と企業それぞれの観点から説明する。

まず、学生の観点から説明する（図14）。学生は、①グロッシブのアプリをインストール、②個人情報を入力、③アプリにログイン、④自分におすすめされた企業の中から、気になる企業を選択する、⑤説明会参加申請を送る、以上の流れとなる。④の段階において、人工知能は、学生が選択した企業の特徴を学習していき、データを蓄積していく。そのデータに基づき、おすすめする企業を決定する。

次に、企業の観点から説明する。企業は、①グロッシブのアプリをインストール、②企業の情報を入力、③アプリにログイン、④自社におすすめされた学生の中から、気になる学生に説明会の招待を送信、以上の流れになる。学生と同様、④の段階において、企業が選択した学生の特徴

を人工知能が学習し、データを蓄積していく。そのデータに基づいて、おすすめする学生を企業に対し提示する。

また、人工知能は、マッチングが成功した事例も学習していく。つまり、実際に説明会に参加した学生の特徴とその説明会を開いた企業の特徴を蓄積していくのだ。こうすることで、説明会開催における学生と企業のマッチング成功率を高める。



図13 グロツシブの画面(学生版)

ログイン画面

おすすめ企業選択画面

企業説明画面



説明会申し込み画面

出典：筆者自作



申し込み完了画面

6 グロッシブのビジネスモデル

グロッシブの利益は、広告掲載料とマッチング成功料の合計から運営費用(内定お祝い金、運営費等)を差し引いたものである。ここで言うマッチング成功料は、学生一人当たりの単価×就職学生数からなる(図15)。マッチングの定義は、グロッシブを利用した学生が実際に企業に就職した状態を指す。

グロッシブのビジネスモデルの特徴は、学生の企業への内定が決定した時に、学生へ「内定お祝い金」を支払うシステムにある。これにより、学生がグロッシブに登録するインセンティブを高める。

- **利益＝広告掲載料＋マッチング成功料－費用**
- **マッチング成功料・・・(学生一人当たりの単価×就職学生数)**



図14 グロッシブのビジネスモデル
出典：筆者自作

7 グロッシブの成長可能性

ここまで、グロッシブの具体的なビジネスモデルについて解説した。ここでは、グロッシブの持つ成長可能性について、外部環境と成長戦略の2つの側面から述べる。

第1に、外部環境についてである。グロッシブが対象とする市場環境は成長を続けており、また大きなニーズが存在するため、新規参入すべき領域だといえる。以下ではその分析の観点を大きく5つに分け、具体的に説明する。

(1) インターネット広告市場

グロッシブはインターネットを利用して求人広告を出すという性質上、大きな枠組みではあるが、BtoCのEC市場に位置づけられる。株式会社野村総合研究所(2015)のICT国内動向分析と市場規模の予測によると、2015年のBtoCにおけるEC市場規模は13.8兆円であった。これは今後毎年約1兆円ずつ増加していくとみられており、2021年には現在の約2倍の規模になると予測されている(図15)。

また、グロッシブが対象とするスマートフォン広告市場に対象を絞ってみても成長が著しい分野であることがわかる。株式会社サイバーエージェント(2015)によるスマートフォン広告市場規模

の分析では、2015年の市場規模は3,717億円であり、前年比120%を超える値となっている。また、2020年の市場規模予測においても、EC市場同様、現在の約2倍の7,527億円にまで成長すると考えられている(図16)。

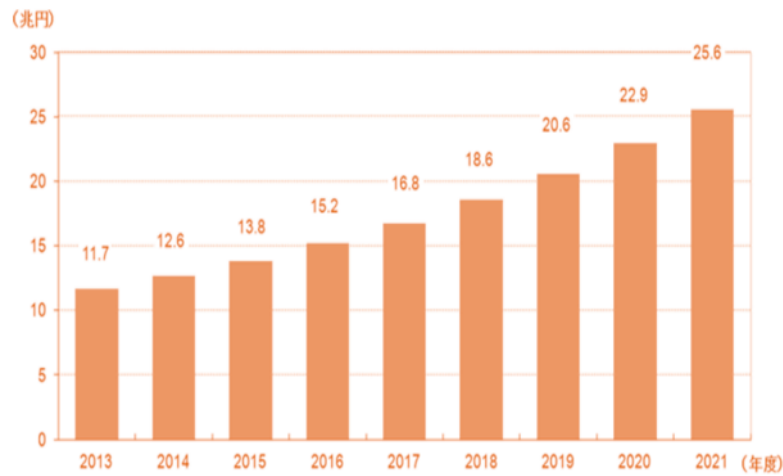


図15 BtoC EC市場規模予測
出典：株式会社サイバーエージェント (2015)



図16 スマートフォン広告市場規模予測
出典：野村総合研究所 (2015)

(2) スマートフォンの利用傾向

グロッシブは主な対象者を新卒者としているが、そのターゲットへ効果的にアピールできるのがスマートフォンアプリである。近年、スマートフォンは若年層を中心に急速に拡大し、現在では20代のスマートフォン所有率は94%に上る(総務省 2015)。また、スマートフォンの利用時間はこの10年間で約8倍に急増しており、インターネットへの接触経路がパソコンからモバイルへと移行してきている(メディア環境研究所2015)(図17)。

そして、急増するスマートフォンの利用時間の内訳をみると、全体の72%がアプリ、残りの28%がウェブブラウザとなっており、ユーザーがアプリを使う時間はウェブブラウザの2.5倍に匹敵する(ニールセン株式会社2015)(図18)。つまり、グロッシブが主に対象とする新卒者はスマートフォンアプリを頻繁に利用し、利用時間も増加傾向にある。このことから、アプリの形

態をとる「グロッシブ」は、ユーザーとの接触確率が高いサービス形態と言えるのだ。したがって、今後利用者の増加を見込むことができる。

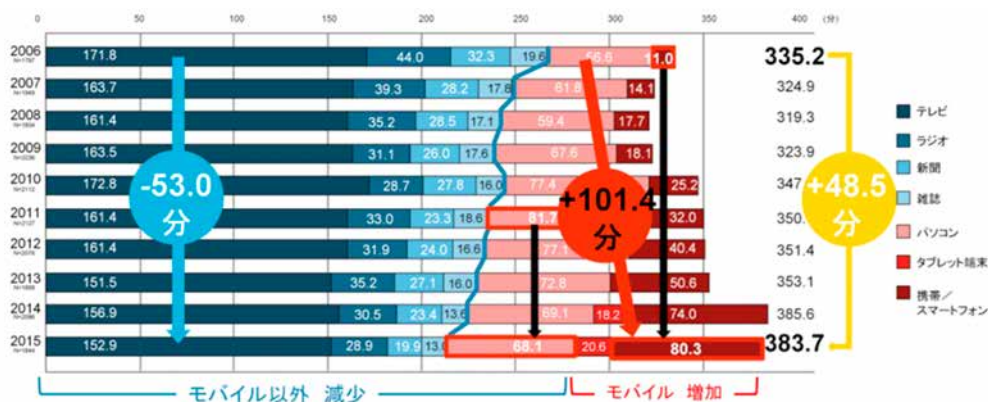


図17 情報端末への接触時間
出典：メディア環境研究所2015



図18 スマートフォン利用時間の内訳
出典：ニールセン株式会社 (2015)

ここでは労働市場の動向を人材紹介業市場、新卒採用市場、中小企業の慢性的人手不足の3点から見る。

(3) 人材紹介業市場

2015年度の人材紹介業市場規模は2,100億円であり、2009年度から毎年増加してきており、今後も成長が見込める(矢野経済研究所2015)(**図19**)。



注4: 当該市場は、ホワイトカラー職種の人材紹介業を対象とする。
注5: 事業者売上高ベース
注6: 2016年度は予測値

図19 人材紹介市場規模
出典: 矢野経済研究所 (2015)

(4) 新卒採用市場

労働人口全体が減少する中で、大卒求人倍率は5年連続で上昇している。リーマンショック以前の高水準に向かっており、今後も採用需要が増加していくとみられる(リクルートワークス研究所 2016)。また、若年労働人口が減少している時代にあっても、就職情報サイトの分野は成長を続けている(矢野経済研究所2016)。

(5) 中小企業の慢性的人手不足

中小企業では従業員の賃上げがされているにもかかわらず、人手不足が続いている。従業員の過不足を測る従業員過不足DI値は減少の一途をたどっており、5年前から15ポイントも減少している。そのため、中小企業にとって人手のニーズは今後も高まると考えられる(中小企業庁2016)(**図20**)。

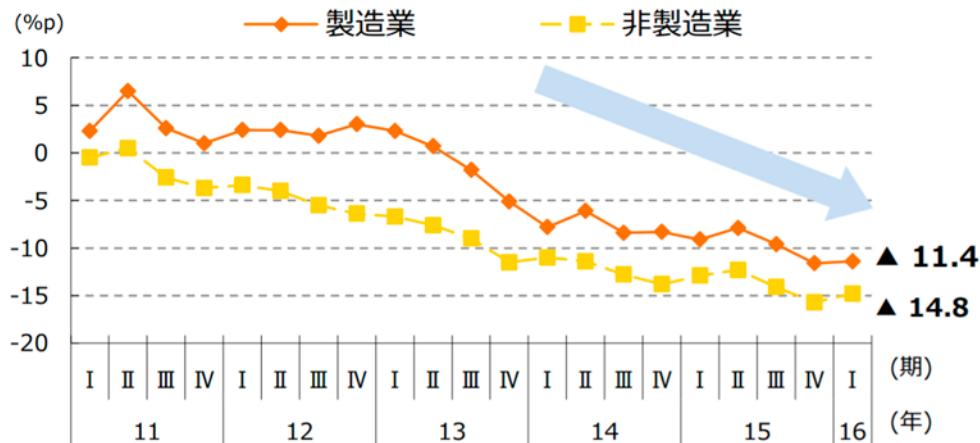


図20 従業員過不足DI
出典：中小企業庁(2016)

このように、労働市場において人材紹介業は成長を続けており、採用需要は増加、中小企業における人材のニーズは高まっているのである。

第2に、今後の成長戦略である。これは、大きく2点に分けられる。

1点目は、対象企業と学生のエリア拡大である。グロッシブはリーンスタートアップの考えを基にしており、将来的には全国にサービスを展開していく計画である。リーンスタートアップとは、新規事業等の立ち上げにおいて最低限のコストと短いサイクルで仮説の構築と検証を繰り返しながら、市場やユーザーのニーズを探り当てていくマネジメント手法のことである。つまり、グロッシブはまず多摩という限定された地域でシステムを成功させ、それを全国に広げていくのである。

ネットワーク多摩に加盟している大学の全学生数は約18万人であるが、全国の大学生は約286万人であり、仮にそのうちの5人に1人が登録したとするとその規模は57万人となる。これは競合にあたる朝学ナビの36万人を大きく上回る数字である。また、全国規模に展開することで全国の学生に多摩のグローバルベンチャー企業をアピールすることができる。また、毎年多摩地域の大学を卒業する学生数は約60,000人存在し、多摩の企業が採用可能な学生数は約10,000人である。しかし、実際に多摩の企業に就職する学生は約1,650人ととどまっており、残りの約8,350人もの数が多摩の企業に就職しなかった学生にあたる。この構造は全国の諸地域でも類似しており、グロッシブを全国展開させていくことで多摩発の中小企業活性化を応用できる可能性がある。

2点目は、イベント型就職マッチングとの連動である。これは2期生が行った「たまかつ」のような合同説明会をアプリと連動させる仕組みで、Uターン、Jターン就職を促進することができる。具体的には、アプリ上で学生と企業をマッチングさせ、たまかつのようなイベントに企業と学生を一堂に集めて実際に対面する機会を作るといったものである。メリットとしては、なかなか学生を集めることが難しい企業に対しても複数の企業を合同開催にすることで多くの学生とのマッチング機会をつくれたり、エリア拡大した際には、多くの学生を同じ時間・場所に集めることで企業側の地方出張の負担が軽減されたりすること等が挙げられる。

このように、グロッシブは①サービスエリアの拡大と②イベントとの連動の2点を成長戦略として位置付けている。以上、この6節ではグロッシブの成長可能性を外部環境と成長戦略の2つの側面から述べた。

8 グロッシブ運用上の課題

アプリ「グロッシブ」を実際に運用していく中で、さまざまな問題が生じるだろう。安定的にグロッシブを運営していくためには、起こりうる問題を予測し、対応策を事前に検討しておくことが必要である。そこで、我々は、学生がアプリを使って起こりうる問題と企業側が使用することによって生じる問題の双方の観点から、ポストイットを使いアイデアを出し合った。これによって、多くの課題が挙げられた。項目にすれば、初期の段階で30項目以上挙げられた(写真2)。ひとつひとつ、課題に対しての解決方法を模索し、議論する中でいくつかの課題を集約する事が出来た。この結果を受け、トラブルシューティングを作成した。トラブルシューティングとは、グロッシブを運用する中で生じる問題とその解決方法を示したものだ。

例えば、トラブルシューティングの中には、「全国展開にあたってグロッシブをどのように宣伝するのか」「ブラック企業はどうやって見分けるのか」「学生と企業はどうやって相手を評価するのか」などが具体的に挙げられる。以下にいくつか例示として挙げた。

第1に、全国展開に向けたグロッシブの宣伝方法についてである。我々の強みは、全国の信用金庫と連携できることと、学生による口コミなどの人海戦術を使えることである。前者については、他地域の信用金庫と連携することで、信用金庫の宣伝力及び信頼力を借りることができる。これにより、グロッシブの認知度が低い地域でもグロッシブの認知度、信頼度をスピーディーに醸成することができる。更に、ネットワーク多摩加盟大学学生によるSNS情報の拡散等により指数関数的に認知度を高めていく。

第2に、ブラック企業の掲載を防ぐ方法についてである。信用金庫相互の目利き力を活用し、基準に沿った企業を選抜していく。

第3に、説明会参加学生と情報掲載企業の評価方法についてである。これは、グロッシブに登録する学生や企業の数が多くなり、双方の質や行動に問題が生じ始めた時の対処方法である。学生と企業の評価は、他企業も閲覧できるシステムにする。つまり、学生と企業が相互に監視し合うことで、お互いの行動や振る舞いを監視する。また、評価を学生同士で比較させたり、企業同士で比較させたりすることで、評価の高低が分かるようにする。これにより、評価が著しく低い学生や企業は淘汰されていく仕組みとする。別の視点から見ると、高い評価を得ようと学生同士の競争や企業同士の競争が生まれる。この競争原理により、質の高い説明会を提供する企業が増えるという効果も考えられる。



写真2
出典：筆者撮影

第5章 期待する効果

ここまで指摘してきたように、現在の日本社会において、学生は就職活動の際に、適切な企業の情報を得ることができないことなど様々な困難がある。一方で、中小企業は、大企業の陰に埋没して人材を得られない状況になっていると考えられる。深く考えれば、企業と学生のつながりは大きな問題になってしまっている。

その問題を解決するために、我々は学生と企業をマッチングするアプリ「グロッシブ」を開発してきた。ここでは、このグロッシブは学生や企業、そして多摩地域へいかなる影響をもたらすのかについて考察する。

1 学生への影響

まず、学生への影響を述べる。「グロッシブ」は、学生が登録した情報に基づき、AIで学生におすすめ企業を提示することによって、学生は多くの就職情報の中で自分に適切な企業を早く見つけられる。つまり、一番大きな影響は学生達が自分に適切な企業を見つけられるということだ。

もう1つは、学生が当初予想していなかった企業と出会い、それにより自分の新たな側面を知るといった点が挙げられる。人工知能が提示する企業は、学生がこれまで選んできた企業とは異なる可能性もある。例えば、自分には、金融業界があっていると思いつている学生に対し、人工知能はアパレル業界の企業を提示するかもしれない。学生は、自分自身でも気づかない企業と出会える可能性があるのだ。

その他、就職活動に参加している学生達はその説明会で硬い雰囲気緊張したり、企業の人との交流に難しさを感じたりすることが少なくなるだろう。なぜなら、事前にこの会社が自分にマッチしていると分かっているし、企業側もこの学生が自社にマッチしていると分かっているからだ。学生と企業が説明会で初めて出会うときは、お互いはなんとなく気の知れた感覚で会うことができるのではないか。これは、企業と学生の対面コミュニケーションを更に促進することにつなが

るだろう。

最後に、就職活動にかかる学生の費用負担を軽減し、就職後の学生生活を豊かにできるという点を挙げる。グロッシブには、学生が会社から内定を得れば、学生は「内定お祝い金」が手に入る仕組みがある。そうすることで、学生の就職活動に対する積極性を高め、かつそのお祝い金を用いて、就職に向けた自己研鑽のための資金に充てることも可能となる。企業にとっては、新卒仕組みが力として使えるようになる可能性も出てくるかもしれない。

2 中小企業への影響

次に、中小企業への影響を述べたい。中小企業にとって、最も大きな影響は自社にマッチした優秀な人材を得られることである。日本では、早期離職率が高い。そのような中であって、マッチした人材を獲得することは、離職者の減少につながる可能性がある。

もう1つの影響は、「グロッシブ」は、中小企業のみ情報を掲載し、それぞれの中小企業の詳細な情報も掲載するので、中小企業の魅力を十分に伝えることができるという点である。

最後に挙げる影響は、企業の求人、採用コストの削減である。「グロッシブ」は大手企業と違って、人工知能の導入によって、マッチングの精度を高められる。それにより、不必要な採用コストを下げられるようになる。

3 多摩への影響

ここまで指摘したように、多摩地域の大学数は73あり、毎年、多摩の大学を卒業する学生数は約60,000人だが、多摩地域に就職した学生数は1,650人しかいない。多くの学生は地域外で就職することを選んだ。「グロッシブ」は、地域内の学生を流出させず地域で働く機会を増やす。それだけでなく、地域外の人材も呼び込んで、将来は多摩地で働く人が増えるだろう。その結果、地域周辺のレストランやコンビニなどの商店の客数も増えて、多摩地域の経済の成長を促すことができると考えられる。

そして、今の日本では、留学生の数が年々と増えているという現象が存在している。一部の留学生は卒業した後、日本で就職したいと考えている。もし、グロッシブが留学生達の目に留まったら、様々な国から来た外国人が多摩地域の大学に通い、卒業後に多摩地域にとどまって就職することが増える可能性がある。事業の海外展開を行っている企業にとって、優秀な留学生の出会いには有益だろう。例えば、海外出身の社員が海外の現地へ行き、日本にない考え方や技術を学び、日本の中小企業に持ち込むことにより、さらに新しい技術を開発できる可能性が高くなる。その技術や考え方を基に、商品化が進み、大量生産が可能となれば、新規の工場や子会社を創立することにつながるかもしれない。そうすれば、多摩地域の経済は更に活性化していくことだろう。そして、多摩地域全体にとっては、文化の発展や多文化の交流など促すことができ、多摩地域の多様性を高めることも可能になると考えられる。

4 地方創生の観点から日本への影響

「グロッシブ」は多摩地域で中小企業と学生をつなげるアプリである。多摩地域は東京圏の一部

として、日本全体の経済の発展に対して、非常に重要な役割を持っていると考えられる。地方は安定した雇用を創出し、人口の流入を促そうとしている。そのためには、若い世代の結婚と子育ての希望をかなえ、時代に合った地域をつくり、地域間の連携を推進することで、地域の活性化とその好循環の維持を実現することが望ましい。これが実現できれば、日本全国の経済や文化にとってプラスとなるだろう。

また、「グロッシブ」によって、学生を得られる中小企業の利益が上昇したり、規模が拡大したりすると、政府の税収は増加し、財源を活用するにあたっての自由度が高まる。さらに多摩地域以外の企業だけでなく、外国資本の会社も呼び込めば、先進技術や労働力を日本にもたらすこともできるだろう。日本では人口減少と少子高齢化に伴って、労働力不足は大きな問題になっている。この現象を解決するために、外国人が日本で働けるようにすることが非常に大切である。

将来の狙いは、「グロッシブ」を日本語だけでなく、英語や中国語などの外国語でも使えるようにして、外国人も自分に合った企業を見つけられるようにすることである。

第6章 残された課題

1 問題解決の範囲

ここでは、第5章で述べた期待する効果を踏まえつつ、雇用のミスマッチの問題がどの程度解決できそうなのかを多摩の中小企業の視点から3点考える。

まず1点目は、新卒採用における満足度である。多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫(2015)によれば、新卒採用を予定している多摩の中小企業(以下、新卒採用企業という)が採用において一番満足度が低いと答えている項目は「応募者数の数」となっている。これはどの企業においても応募者が集まらないという根本的な悩みを持っていることを示唆している(図21)。

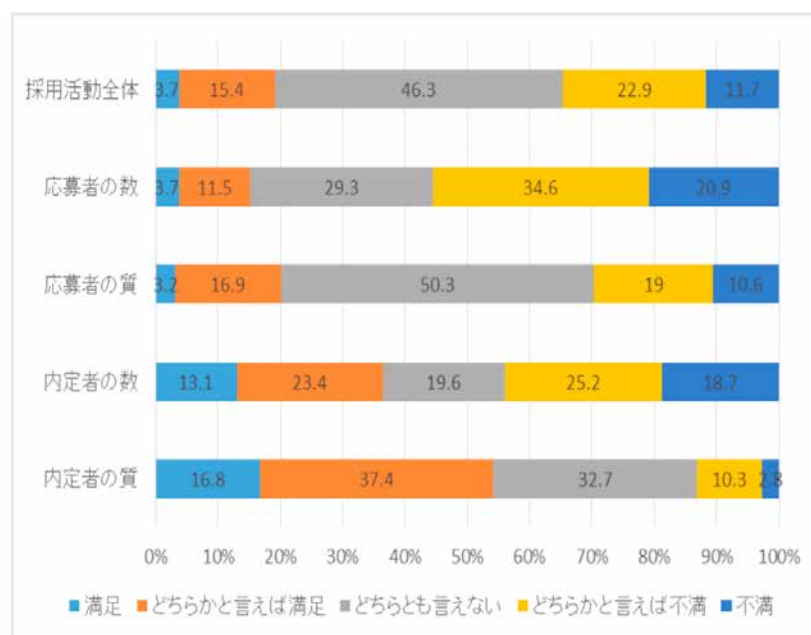


図21 新卒採用企業が持つ採用の不満
出典：多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫(2015)

この問題に対して、グロッシブは、①学生主体だからこそできる口コミ宣伝の強みを生かし、②グローバルベンチャー企業に光を当てた訴求力の強い求人方法によって今よりもさらに応募者数を増やすことができる。また調査で明らかになっている「応募者数の質」という問題に対しても、企業が説明会に参加した学生を評価するシステムや、企業がほしい人材像と学生の登録情報を参考にしたAIによる抽出を行うことで現状の問題を解決していくことができると考えられる。

2点目は、新卒採用にかかる費用である。採用にかかる費用の中で最も比重が高い項目は何か、という質問に対して、新卒採用企業の3分の2にあたる31.9%が「就活ナビサイトの利用費」と回答している(多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫 2015)。この項目は群を抜いており、企業が巨額の就活サイト利用費に苦しんでいることが見て取れる(図22)。

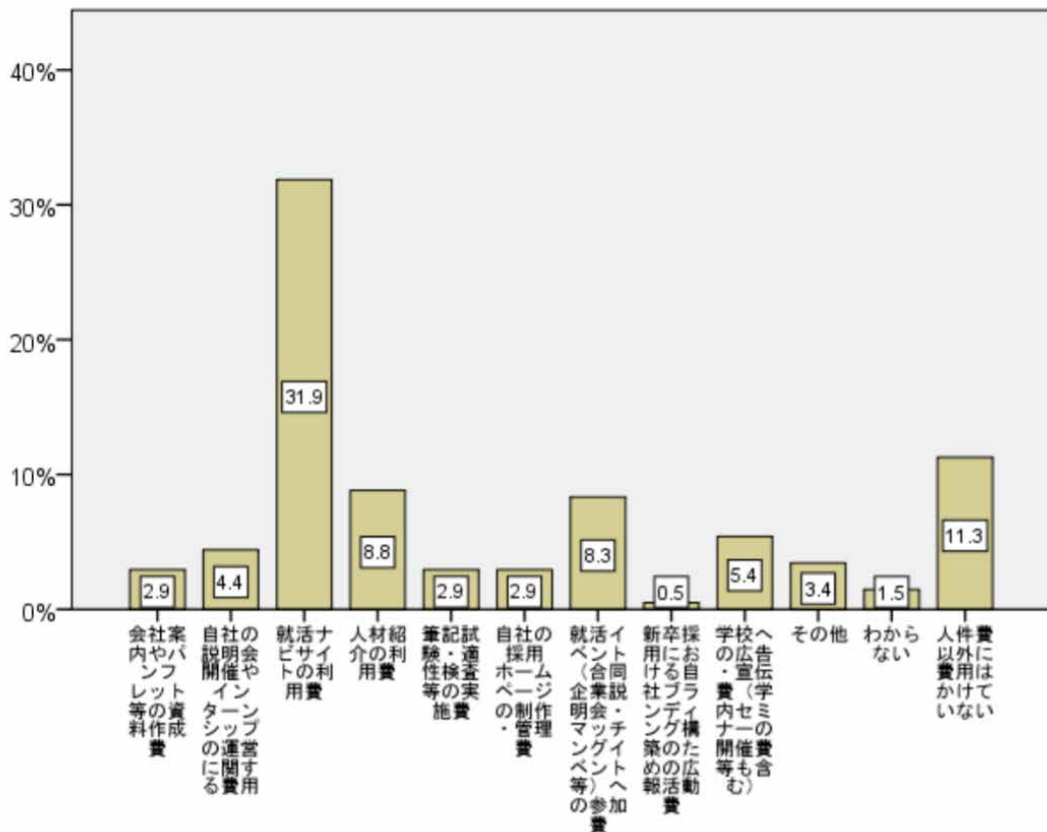


図22 採用にかかる費用の中で最も比重が高い項目
出典：多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫 (2015)

実際、中間報告会後の会食会の折、参加していただいた経営者の方が、「大手就活サイトの掲載料は本当に高い。しかも、何百万もかけて掲載しても実際に説明会に来てくれる人数はほんのわずかなんです。」と語ってくださったことから、その深刻さを知ることができた。こうした問題に対し、グロッシブは、①グローバルベンチャー企業に的を絞った戦略で効果的なPRをし、②AIの高いマッチングによる経費削減をすることができる。それによって企業が抱える悩みを解消していけると考えられる。

3点目は採用予定者数と実際の内定者数のギャップである。新卒採用企業が予定している平均新卒採用数は7.09人である一方、10月1日時点での新卒内定者は3.75人となっており、平均して

3.34人分不足していることがわかる(多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫2015)。それでは多摩全体で新卒採用はどれだけ足りていないのだろうか。この調査概要を見ると対象企業は従業員30人以上の事業所であり、新卒採用企業はその中の40.2%である。このことを踏まえて多摩にある30人以上の事業所をすべて数えてみると9,012カ所あり(たましん地域経済研究所 2008)、それに40.2%を掛けると3,622カ所となる(推算)。そして、これに不足している新卒採用数3.34をかけてみると12,100人になる(以下の数式参照)。

事業所(30人以上)あたりの平均新卒不足数 多摩地域の事業所数(30人以上) 新卒採用のギャップ

$$3.34 \text{ 人/事業所} \quad \times \quad 3,622 \text{ 事業所} \quad \equiv \quad 12,100 \text{ 人}$$

つまり、概算ではあるものの、多摩地域全体において新卒採用をしようと考えている企業は3,622カ所ほどあり、約12,100人分もの新卒採用のギャップが生じていることがわかる。また、ここでは従業員が30人以上の企業で計算しているため、30人以下の事業所も含めて考えると企業が採用したくてもできない新卒数が12,100人以上存在すると推測できる。

この問題に対して、グロッシブはネットワーク多摩の組織力や多摩未来奨学生自身のコネクション、各大学のキャリアセンターとの協力を最大限活用することで解決できる。多摩地域における毎年の大卒者数は約60,000人(2期生最終報告会スライド資料2015より)であり、そのうちの5人に1人がグロッシブを使って多摩の企業に就職できればこのギャップは解消されることになる。しかし、初期段階からいきなりこの目標が達成できるとは考えにくい。そのため、初期段階では多摩の学生を対象に運営し、徐々に事業展開をするなかで多摩地域外の学生も取り込んでいく計画である。またこの取り組みを通して、多摩全体、また多摩地域外にもマッチングの効果を波及させていきたいと考えている。

以上、この節ではグロッシブがどの程度問題を解決できるかについて、①新卒採用における満足度、②新卒採用にかかる費用、③採用予定者数と内定者数のギャップの3点から述べた。

2 グロッシブの限界

この節では、グロッシブが直面すると思われる限界について2点にわたり述べる。

まず1点目は、内定の不確実性である。グロッシブは会社説明会への参加を通して学生と企業をマッチングさせる。しかし、会社説明会にどれだけ学生が参加したとしても、最終的に学生がその企業に入社するかどうかはわからない。その意味では、グロッシブが行うマッチングが本当に中小企業の人材確保に直結するかどうかは不確実なのである。

2点目は、AI導入の技術的課題である。AIとは推論や問題解決などの知的行動を人間に代わってコンピューターに行わせる技術のことである。具体的には、特定の知識をデータとして蓄積しておき、問い合わせに対してその意味を理解しながら推論、判断するものだ。しかし、AIにも様々な種類があり、このグロッシブのような事例では応用しにくい場合があることが分かった。実際

に、最終報告会后に協賛していただいている IT 企業経営者の方やコーディネーターの大学教授から、「現時点では技術的に難しいところがあるから、従来から使われてきたデータのフィルタリングの方法を使うほうがよいかもしれない」との指摘を頂いた。

このように、グロッシブが近いうち直面する問題として主に、①内定の不確実性、②AI 導入の技術的課題の2点が挙げられる。

3 限界を踏まえた提言

それでは、前節で挙げられた課題をどのように乗り越えていけばよいのだろうか。ここでは、それぞれの課題に対応させてその解決策を考える。

1点目は、内定の確実性を高めるために学生と企業へのフォローを手厚くすることである。例えば、学生に対しては、説明会参加後にもその企業に質問したりすることができるように、アプリ上に担当者とのチャット機能を付ける。これにより、説明会では質問できなかったことや、参加後に出てきた疑問などを直接聞くことができる。そして、企業への理解がより深まり、入社後の自分が想像できるようになるなど、内定につながる体験を提供することにつながる。また、企業に対しては、学生の説明会参加後の感想や、参加してくれた学生がどのような同業他社に興味を持っているのかなどの情報を提供する。これによって、学生の考え方や志向性を踏まえた、効果的な説明会の実施をサポートする。

2点目は、AIの技術的課題に対応するために専門的な知識を持つ方にアドバイスを頂くことである。先述した通り、今回AIを使用したシステム構築の課題について、IT企業の経営者や大学教授からアドバイスを頂くことができた。経営者の方からは「この最終報告会に来場されている方の多くがAIの分野にも詳しいから、ぜひアドバイスを求めるとよいと思うよ。質問してくれれば喜んで協力します。」と一言でいただいた。振り返ってみると今回我々のグループでは、グロッシブのコンセプトやモデル構築などに時間を割いた半面、技術的課題についてはやや手薄になってしまった。そのため、今後はネットワーク多摩のつながりを活用しながら、専門家からの具体的なアドバイスを頂き、実現に向けた取り組みをしていくことが必要である。

このように、内定の不確実性やAIの技術的課題を乗り越えるには、①学生と企業への手厚いフォローと②専門家からのアドバイスを踏まえた取り組みをしていくことが必要だと我々は考えた。

4 開発プロセスの検証

ここでは、そもそもグロッシブがプロトタイプどまりになってしまった原因について自省的に振り返りながら、次年度の活動に向けた示唆を示す。

その結論としては、実現に必要な4つのリソースが足りていなかったためだと考えられる。1つ目は資金である。アプリの設計、開発には多くの資金が必要であり、AIを導入するにはそれ以上の何百万というお金が必要になるからだ。また、サーバー等の設備維持にも必須になる。2つ目は人である。グロッシブを形にするには、HTMLやJava、その他のプログラミングスキルが必要になるが、それを持つメンバーがいなかったためだ。3つ目は情報である。前でも述べた通り、専門

家からの助言をいただく機会が少なく、具体的な情報を得ることができていなかったからだ。4つ目は時間である。アプリのコンセプトやビジネスモデルを作るのに時間がかかってしまい、具現化するには時間が少なかったためである。このように、グロッシブがプロトタイプどまりになった原因は、資金、人、情報、時間の4つであると考えた。4期生にはこれらの反省を踏まえて、活動をしていってもらいたいと思う。

終章 まとめ

多摩の若者の就職現状は、多摩地域1社当たりの新卒採用平均人数は1.13人になる。多摩地域の会社数約8,800社であるから、10,000人程が採用される計算になる。一方、多摩の大学卒業生数は約60,000人である。約16.5%の学生しか多摩で活用されていない。この数字をもっとあげる必要があると我々は考えた。

つまり、多摩には多くの大学があり、多くの学生が多摩に在籍している。その豊富な「多摩の資源」が存在するのにもかかわらず、多摩の中小企業は「人材の確保」という部分で悩みを抱えている。そこで、我々は、「人」に着目し、多摩の大学生という人材と中小企業に焦点を当てた。

では、なぜ、そのような悩みが生じるのだろうか。その真相を突き止めようと、様々な角度から中小企業を検討した。その結果、①中小企業と学生を結ぶ仕組みに問題があること、②学生が中小企業に対し負の固定観念を抱いていることが分かった。この問題を解決する策が、「グロッシブ」である。これは、学生側にとっても、企業側にとってもメリットがあるアプリであり、学生と企業がWIN-WINの関係になるのだ。

このグロッシブを通して、一人でも多くの学生が多摩のグローバルベンチャー企業を知ってもらい、多摩の学生が多摩の企業に就職し、多摩地域以外の学生が多摩にある企業に就職するサイクルを創り出す。今まで中小企業に光を当てようとしたサイトや取り組みは存在したが、グロッシブのように就職に直結させた問題解決の仕組みはほぼ存在しなかった。また我々は学生独自の視点を生かし、グローバルベンチャー企業という新たな概念、アプリでの運営、UIの工夫、AIの導入などを組み合わせ、全く新しい就職支援の形を作り出した。つまり、これは従来からある既存のものを改善するというものではなく、むしろ中小企業における就活の在り方を新しく作り出すという試みであった。その意味では、グロッシブは中小企業と学生のマッチングにイノベーションを起こす存在と言えるだろう。

今後グロッシブを更に発展させていくためには、第6章の残された課題で指摘した内容を踏まえ、PDCAサイクルを回す必要がある。その際に覚えておかなければならない視点は、「リーンスタートアップ」の視点だ。修正できる範囲で、少しずつ微修正していきながら、コンパクトな規模感でグロッシブを構築する。中途半端な完成度であっても一通り構築したら、ユーザーの反応を見て再び微修正する。いきなり、完成度100点のアプリを目指さないからこそ、我々学生でも実施できるし、ユーザーのニーズを反映したものにより近づくことができるのだ。

さて、グロッシブは、長期的視点から見て、多摩地域にどんな影響をもたらすのだろうか。多摩に職を持つ人が増えることで、新たな住まいが多摩に形成される可能性が生まれるだろう。つまり、職を多摩で得たことをきっかけに、人が多摩地域へ移住することで、定住人口が増加して

いく。或は、多摩へ通勤することで、交流人口が増加する。そこで、人が経済活動を行えば地域経済が潤う。或は、地域の文化活動、まちづくりなどに参加すれば、地域コミュニティの活性化にもつながる。こうして、多摩地域の活性化に寄与していく。グロッシブは人の職や雇用という切り口から、多摩の活性化に寄与していくのだ。

<活動後記>

多摩未来奨学金は筆者にとって、非常に貴重な経験になった。他大学の学生とこのような形で1年間プロジェクトを行う事が出来るのは非常に珍しい取り組みである。企業様やネットワーク多摩様からのサポート体制も手厚く、円滑にプロジェクトを進める事が出来た。最終提言発表会まで、いくつかのプレゼンの場が設けられ、本番までモチベーションを継続させながら議論することが出来た。

我々が提案した就職マッチングアプリ「グロッシブ」は、学生側の意見が大きく反映しており、学生が使いやすいように工夫されている。我々是他グループとは違い、実際にイベントを行ったというものがないため、より完成度の高いものに仕上げなければならなかった。最終提言発表会では、プレゼンの最中に実演、プロモーションという事で、「グロッシブ」にどのようなコンテンツが含まれているのかも提示しながら、どのように始動するのかをプレゼンテーションを行った。

多摩未来奨学金での活動は、様々なバックグラウンドを持った学生がいる。各々のプロジェクトを並行して行っている学生も多くいた事もあり、月1,2回の全体ミーティングのスケジュールリングが非常に苦労した部分であった。また、プロジェクト内での仕事量の個人差が生まれてしまったというのは事実である。また、各自が忙しいながらせっかくミーティングに集まったのだから、個々の能力をどのようにして生かすのかという点も非常に苦労した部分である。最終的には、個々が持っている力を必要な所で出しきれたと思う。

我々は1年間を通して、様々なアプリケーションに触れ、就活生が利用したいもの、しやすいものに特化した。それができたのは、我々が学生であったためだ。議論はぶつかり合いが多かったけれども、それもこの完成度を見れば、全力でぶつかった証拠であると分かって頂けると思う。様々なバックグラウンドがある人と議論すれば意見も違い衝突することもある。そういうことも含めて、この多摩未来奨学金のメンバーは飛躍的に成長した。コーディネーターの多摩信用金庫主任調査役中野さんや法政大学准教授糸久先生の学生に対するサポートが厚く、学生同士が切磋琢磨できた。学生それぞれが違った角度からの視点があり、「そういう考えもあるか!」とミーティングは常に濃く、大変に勉強となるものであった。筆者にとっての人生の糧となる経験であった。

我々が考案した「グロッシブ」は、後輩達(4期生)にどのような形でもよいのでうまく活用して欲しい。時間の関係上、我々はこのアプリを実際に運用することは出来なかった。運用するにあたっての、「広報活動の仕方」や「グロッシブ課題に対してどのようにアプローチしていくか」など興味深い所ばかりである。実際にこのアプリを利用し、多くの学生がこういう企業もあったのか!とても気になるね!といったような学生が多く出てきてくれたら嬉しいばかりである。多摩地域がさらに潤う日は近いのではないだろうか。

<謝辞>

最終報告書の執筆にあたり査読頂きました、法政大学社会学部糸久正人准教授、多摩信用金庫

価値創造事業部主任調査役中野英次さん、多摩未来奨学金事務局の皆様、そして多摩未来奨学金に協賛していただいた企業の皆様、多大なるご支援、本当にありがとうございました。この経験を私たち自身、そして多摩のさらなる発展に生かせるよう今後も努力を重ねていきます。

最終報告会後の集合写真



【参考文献】

- [1] 東京都(2016)「平成25年工業統計調査」<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2015/02/60p2j200.html> (最終アクセス2016年12月9日)
- [2] 多摩未来奨学金2期生 (2015)「最終報告会スライド資料」
- [3] 東京商工会議所(2015)「『中小企業の経営課題』に関するアンケート結果について」<http://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=76544> (最終アクセス2016年12月9日)
- [4] 株式会社マイナビ(2014)「2015年卒マイナビ大学生就職意識調査2014年3月」https://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/ishiki/data/syuusyokuisiki_2015.pdf (最終アクセス12月10日)
- [5] 株式会社帝国データバンク (2016年)「特別企画: 第3回 多摩地区企業の人手不足に対する意識調査」http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s160901_97.pdf (最終アクセス12月10日)
- [6] 首相官邸(2012)「東京新卒応援ハローワークの取組み 首相官邸」<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/koyoutaiwa/wakamono/dai4/siryoku04.pdf> (最終アクセス12月10日)
- [7] 厚生労働省 (2012)「平成23年度『大学等卒業者の就職状況調査』」 <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000002a4ov.html> (最終アクセス12月10日)
- [8] 厚生労働省(2013)「新卒応援ハローワーク利用者アンケート調査結果 労働市場分析レポート第14号 厚生労働省 2013年7月」http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/roudou_report/dl/20130730_01.pdf (最終アクセス12月10日)
- [9] 中小企業庁(2013)「中小企業への就職支援策の充実・強化について 中小企業庁 2013年12月」http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afieldfile/2014/01/07/1343034_7.

pdf (最終アクセス12月10日)

- [10] 中小企業庁(2012)「中小企業白書 2011中小企業庁」http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h23/h23_1/110803Hakusyo_part3_chap1_web.pdf (最終アクセス12月10日)
- [11] 株式会社エン・ジャパン (2011年)「『[en] 学生の就職情報2013』就職・採用活動 11月度調査報告」<http://corp.en-japan.com/newsrelease/2011/696.html> (最終アクセス12月10日)
- [12] 株式会社野村総合研究所(2015)「2021年度までのICT・メディア市場の規模とトレンドを展望」https://www.nri.com/jp/news/2015/151125_1.aspx (最終アクセス2016年12月10日)
- [13] 株式会社サイバーエージェント「2015年のスマートフォン広告市場規模は3,717億円、前年比123.6% 2020年の市場規模は2015年の約2倍、7,527億円と予測」https://cyber-z.co.jp/news/research/2016/0420_3573.html (最終アクセス2016年12月10日)
- [14] 総務省(2016)「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01iicp01_02000028.html (最終アクセス2016年12月10日)
- [15] メディア環境研究所(2015)「メディア定点調査2015最新セミナー時系列分析に見る欲求変化と今後の進路」<http://www.media-kankyo.jp/wordpress/wp-content/uploads/teiten2015presen.pdf> (最終アクセス2016年12月10日)
- [16] ニールセン株式会社「スマホ利用は27個のアプリで利用時間の72%を占める~ニールセン スマホアプリ利用状況を発表~」http://www.netratings.co.jp/news_release/2014/10/Newsrelease20141001.html (最終アクセス2016年12月10日)
- [17] 株式会社矢野経済研究所(2015)「新卒採用支援市場に関する調査結果 2015-企業における新卒採用選考活動が活発化、市場は拡大基調-」<http://www.yano.co.jp/press/pdf/1390.pdf> (最終アクセス2016年12月10日)
- [18] 株式会社矢野経済研究所(2016)「人材ビジネス市場に関する調査」<https://www.yano.co.jp/press/pdf/1616.pdf> (最終アクセス2016年12月10日)
- [19] 中小企業庁(2016)「2016年版 中小企業白書概要」http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H28/PDF/h28_pdf_mokujityuuGaiyou.pdf(最終アクセス2016年12月10日)
- [20] コトバンク「リーンスタートアップ」<https://kotobank.jp/word/%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%B3%E3%83%BB%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%83%88%E3%82%A2%E3%83%83%E3%83%97-802337>(最終アクセス2016年12月10日)
- [21] 多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫(2015)「2015年度多摩地域の採用等実態調査報告書」http://www.tamashin.jp/14_report/data/saiyo2015.pdf(最終アクセス2016年12月15日)
- [22] たましん地域経済研究所(2008)「多摩地区経済要覧」http://www.tamashin.jp/14_report/data/summary_tama_2008.pdf(最終アクセス2016年12月15日)

講評

ネットワーク多摩 理事

帝京大学 理事長・学長

沖永 佳史

ご案内いただきました、帝京大学の沖永でございます。それでは私のほうから簡単でございますが、講評のほう進めさせていただきたいと思えます。

まずはこのたび、多摩未来奨学生プロジェクト、こちらに参加いただきました学生の皆さま方のそれぞれのグループにおけるご活躍、非常に感銘を受けるところでございまして、現在に至るまでの活動に対しまして、本当に心から敬意を表する次第でございます。それぞれの大学における活動、忙しい中で多様な大学から学生が集まり、このプロジェクトを推進していくということは非常に大変なことだったと思えます。しかしながらこれは、ここに関わった学生さんもそうですけれども、企業さんも含めまして、これからの多摩を形成していく上で非常に重要なきっかけ、そして経験を積まれたのではないかというふうに察する次第であります。

さて、それぞれのグループの発表に対して、私なりの講評を、簡単ではございますがお話しさせていただきます。

まず、健康・福祉・環境グループの商店街からの地域活性というお話がございましたが、少子高齢化を迎えた地域をどのように活性していくかということにおいて、商店街の活性からアプローチしたいということでありました。そのために、商店街が持っている本来の性質と申しましょうか、そういうものをさまざまな方に伝えること、特に若い人たちに向けた発信であろうかと思えます。そういう方たちに伝えることによって商店街という存在を再認識させ、そしてそこに集まる店舗の役割、そして当然それぞれの店舗が特徴として扱っている商品も含めた特徴というものを伝えることによって商店街の活性を図る。そして、そこに地域のコミュニティーを再形成していくということだったと思えます。

この着眼点は非常に素晴らしいものだと思いますけれども、一方で、やはりこのシステムだけでコミュニティーの形成を変化させたり図っていくということにおいては、時間もかかるでしょうし、多分、他のさまざまなシステムが取り組まなければならないかというふうに感じるころもございました。ただ、こういう着眼点を持って学生さんたちが、これからの商店街の活性ということを軸として地域の活性を図る活動を継続していくというきっかけをつくるということにおいては、非常に素晴らしい取り組みだったのではないかと思いますし、それなりの手応えというものを感じられたということでございますので、これが今後課題として挙げられていらっしゃるけれども、多摩市内の人々の意識変革につながってくれることを期待する次第であります。

そして、教育文化グループにおきましては、多様性を受け入れる土壌を形成する。これが多摩地域の活性につながるという論点から、特に多摩に集まっている企業さんにおける多様性の理解度はどのようなものなのかということを通じて、それに付随する体験というものを交えながら多様性理解というものを促進する意義というものを論じておられたと思えます。ことに企業におけ

る社内運動会において、障害者スポーツの要素を入れることにより、この多様性への理解に対する、それに関わった人々の意識がどう変わったかということ調査されたわけではありますが、それぞれの数値が上がっているというご認識を得られたということでもあります。

一方、この多様性への意識というものが、このイベントを通じてどれくらい持続されるものなのかということについて、私は個人的に非常に興味がある部分でもございますが、それがどう変化してくるのかということにも若干触れていただきたかったなというところもございます。あるいは逆説的に言えば、こういうイベントをどの程度の頻度、あるいは会社の仕組みの中で入れていくことによって、これが一般化するのかどうかということに関する切り口というものもお示しいただければよかったですかなと思います。しかしながら、この着眼点はすばらしいと思いますし、今後の皆さま自身の、学生さん自身の社会生活における視点というものに、ぜひ取り組み続けていただきたいなというふうに思います。

最後に産業企業チームでございますが。こちらは中小企業と学生を結ぶ新たな仕組みを作るということで、特にグローバルベンチャー企業さんに特化して、言うなれば多摩地域の有力中小企業さんに絞って、それを学生さんに、特に多摩地域の大学に在籍する学生さんに対して、その情報を伝えていくと。いいマッチングシステムを作るということでありました。強みとして独自インタビュー、それから企業の詳細な紹介についての部分、あるいはAIの導入やマッチング制度の向上によって低コスト化をするということによって、その活動を促進させるということ。そして、当然多摩地域にある企業さんのブランド力向上というものをこれを通じて図っていくということ。これが主題であったかと思えますけれども。

一方で、やはりこの強みを生かす上でも独自インタビュー、あるいは企業の詳細の紹介という点が、ものすごいキーポイントになってくるであろうということも感じました。あるいはAIの導入によるマッチング制度の向上という部分においても、学生がどのように自らをアピールするかということ。この発信情報力、発信の情報の中身というものがしっかりしていなければ、AIを幾ら使ってもピシッとしたマッチング制度の向上につながるかどうかということは、これは冷静に考えなければいけないところもございます。何を申し上げたいかというと、つまるところ、やはり企業さん側、学生さん側双方が自らの情報をきちっと発信していく姿勢と技術というものをお持ちでなければならぬというふうに感じた次第であります。

しかしながら、このモデル自体は非常にすばらしいモデルであるというふうに思います。また、スライドの中で示されたようにさまざまな課題を抱えていらっしゃるようですし、その課題解決の問題意識を持っていらっしゃるようです。今後のこのアプリケーションの精度向上、あるいは事業化を目指しているという話でございましたが、それを大いに期待する次第であります。

簡単ではございますが、私からの講評に変えさせていただきます。本当に面白いお話をたくさんありがとうございました。

講評

法政大学 副学長

新田 誠吾

法政大学の新田でございます。それでは、私からも講評を一言述べさせていただきます。

まず最初の多摩の商店街からの地域活性化の発表ですけれども、実際にイベントを企画して実施して検証したというところが、この発表の一番のいい点ではないかというふうに思います。この「多摩らん」というのは、商店街が「もうたまらん」と言っているのかと思ったんですが、そうではなくてポジティブな意味だということ。このパンフレットは非常によくできていて、この班のキーワードである温かみという点で、非常にこのパンフレット自体、私は温かみがあっていいなというふうに思いました。

これは他のチームでもあり得ることなんですが、多摩の現状分析というところをするときに私がいつも気になるのが、多摩は少子高齢化しているとか、人口も減っているとか、商店街が苦しくなっているという、マイナスのところをやっぱりどうしても見がちです。しかし、多摩をまず見るときに問題点から入るのではなくて、同時にプラス面とか、あるいはここにしかないものというのを考えていく。同時に考えていくということが大事じゃないかというふうに思います。つまり、ここにしかないものというのは資源なわけで、それは多摩にしかないというわけで。例えば観光地でいえば高尾山とかというのを考えるのもいいんですが、例えば高尾山の下の方に浅川という川が流れていますけれども、これも資源なわけですね。浅川があるということがあるわけですから、多摩川もあるとか、そういうことを考えて、そういった資源というのはいかにないのかなということと同時に考えていくのが、多摩をこれから考えていくことの視点では大事じゃないかというふうに思いました。

それから2点目は、商店街を考えるとときに、先ほど恵泉女学園大学の先生もおっしゃっていましたが、自分たちの行動を考えたときに、通常いろいろな飲み物を買ったり食べ物を買ったりというのはスーパーかコンビニに行きますね。それから、自宅で何か買いたいとか、あるいは最近水を買うのもコンビニに行かないで、例えばネットの中のアマゾンであるとかその他のところを夜クリックして。もう水を運んでくるのも面倒くさいので、クリックしたらもう次の日には届いてしまうと。皆さんもじゃあ商店街でどれぐらい物を買っているのかというと、実は商店ではそんなに買ってないはずなんです。そこに実は商店の問題があつて、なぜ皆さんが買わないのかというところ。これが大事なポイントです。皆さんが買うような商店になれば、商店街の問題も解決するので。

19ページ(本書21ページ)にあるような、こういうお店。こういうお店はそれぞれ特色がありまして、これはアマゾンでは買えないお店があると思うんですけれども、こういったお店だけでなく、普通のこういう特色がない商店にも声を掛けて、こういうのを出店して新しい商品を作ってみませんか、あるいは新しい売り方をしてみませんか——例えば皆さんの学生とか子育て世代になるような商品というのを作ってみませんかといって、実際に大学の中で売ってみるとい

う。大学は学園祭ですと若い人がたくさんいますので、そういう人たちに売れるかどうかをやってみると。売れるようになれば。もしかするとそういったところからも商店に足を向けてもらえるかもしれないというわけで。商店街が住民に対するぬくもりという、温かみのところだけからやっていくと、なかなか商店街は再生できないんじゃないかなというのが、これは私の印象です。

次の多様性理解促進というのは、多様性は最近ダイバーシティーとか、障害者の受け入れはインクルージョンとか言いまして、横文字がいっぱい並んで、あまり私は好きではないんですけども。多様性というのは障害者だけではないんですが、障害者と共に生きるという、いわゆるインクルージョンというのを体験からある程度改善できるということを示したというところは、すばらしいと思います。

実際にある会社の社内運動会を使って実施してみたというのは非常に大きい点で、もしかすると、こういった多様性というのは、ある程度体験によって学べるかもしれないというふうな仮説が立つかもしれないので、これは非常に大きい意味があると思います。実際に経験した皆さんは、2020年に東京オリンピックとともにパラリンピックがあるときに、何らかのこういった経験を基に、こういったものに貢献できるかもしれないというふうに思いました。

疑問点なんですけど、今回体験したのがいわゆる身体機能障害の体験でして。例えば心の機能障害であるとか、よく言われる発達障害なんかの場合は、こういった体験ができるのかというところは少し考えなきゃいけないと思います。ただ、もし体験によってこういったダイバーシティーを学ぶということが可能であるということになった場合は、きょうは文科省のほうからも来ていただいていますので、初等中等教育でもこういったダイバーシティーの教育というものを組み込んでいくということが、これからはもしかしたら可能になるんじゃないかと。こういった体験によって学ぶことが非常に効果があるということになると、今はダイバーシティー宣言をしたりとか、ダイバーシティーは大事という概念から入っているんですけども、頭ではなかなか理解できない点をこういう教育の中で定着させるということができるようじゃないかというふうに思いました。

もう一つは、これも先入観が入っているんじゃないかと思いますが。33ページ（本書27ページ）にあるような多摩の地域の現状を考えると、やはり素直に見るということは結構大事かもしれないなくて。多摩地域は都心のベッドタウンというふうになってしまうと、多摩の中にいろいろある次の中小企業さんとか、多摩でもいろいろな企業があるわけですけども、こういったものが全部飛んでしまって、みんな都心に通っているというふうな印象を持ちがちなんですけども。多摩を見るときには、やはりその辺も少し見る必要があるんじゃないかというふうに思います。

それから人口なんですけれども、私は同僚の専門家から聞いて面白いなと思ったんですけども。多摩の今後の予想は、このまま進むとという仮定ですけども、東京の23区の中では千代田区、港区、中央区ということところが人口がどんどん増えていって、多摩は最初に若い人が自分の家を買ったりするときの選択肢から外れる。つまり、今いる人たちが10年後、20年後、ただ年齢が上がるだけの状態になるという、ここが一番の問題点なので、やはり若い人に住んでもらう。若い人といっても、学生さんでもいいんですが、やはり結婚をしてここに住居を構えるという。つまり子育て世帯を中心にたくさん住んでもらうということを見ると、商店街も先ほどのもそうですが、ターゲットはそこら辺になるんじゃないかなというふうに思います。

最後の就職マッチングアプリ「グロッシブ」ですけれども、事業化を考えているということで。ちょっと私もこういうところの発表は、あまりそういう事業化まで踏み込んだ話というのは私学生から聞いたことがなくて、大体提案で終わるんですけれども。事業化は、本当に驚きました。いつでもどこでも気軽にとか、自分の運命の1社に会えて、しかも学生の就活コスト削減という、全く学生にとって都合のいいわがままなアプリですけれども、こういう発想も非常に面白いなというふうに思いました。これはぜひ事業化していただいて。多摩信用金庫もいらっしゃいますので、融資もしてもらえないかと私は思っていますが。

素朴な疑問として、もし事業化するのであれば、なぜ学生だけなのかというのが私の疑問です。先ほども言いましたけれども、多摩に全国のどこからでも若い人が来て住んでいただいていただければ非常に活性化になるので、学生のみをターゲットにする必要はないんじゃないかなと。転職する人も受け入れますよというふうに考えれば多摩に来てもらえるわけで。

単なるアプリですけれども、このアプリが有名になれば、多摩の企業を宣伝するには非常に効果的ではないかというふうに思います。信用金庫の目利き力というのも活用しているという点も、非常にしっかりしているかなというふうに思います。

メンバーの中に留学生も入っていますので、もう事業は国際展開をにらんでいるんだろうなと私は思います。これは笑い事じゃなくて、これが世界標準とか国際標準、日本ではもうこれが当たり前前のソフトになるということになると、やはり起業家としてはネットワーク多摩から起業家も出たというわけで、いずれは講演に来て講演料も頂けるんじゃないかというふうに思いますけれども。これはぜひ事業化を頑張っていただきたいと、私はエールを贈りたいと思います。

それから最後に、企業の皆さまにはいろいろ会場も提供していただいたり、あるいはいろいろな知恵も授けていただきまして、私からもお礼を申し上げたいと思います。どうもありがとうございました。

平成28年度多摩未来奨学金交付式

平成28年度 多摩未来奨学金交付式

日 時：平成27年12月4日（日）

場 所：明星大学 日野キャンパス32号館108教室

<平成28年度多摩未来奨学金交付式>

16:40 平成28年度多摩未来奨学金交付式

採用奨学生の所属大学と学部等（24名）

亜細亜大学	法学部	玉川大学	経営学部
桜美林大学	リベラルアーツ学群	中央大学	法学部
桜美林大学	リベラルアーツ学群	中央大学	法学部
嘉悦大学	ビジネス創造学部	中央大学	総合政策学部
嘉悦大学	経営経済学部	中央大学	法学部
創価大学	法学部	帝京大学	文学部
創価大学	文学部	帝京大学	文学部
創価大学	経営学部	帝京大学	法学部
拓殖大学	工学部	法政大学	現代福祉学部
多摩大学	経営情報学部	法政大学	社会学部
多摩大学	経営情報学部	法政大学	社会学部
多摩大学	経営情報学部	明星大学	教育学部

（50音順）



祝辞

ネットワーク多摩 理事

帝京大学 理事長・学長

沖永 佳史

平成28年度多摩未来奨学金の奨学生として選ばれた皆さま方、本当におめでとうございませう。まずは心よりお祝いを申し上げたいと思ひます。

先ほど決意表明をされたわけでございますけれども、この活動は先ほどからお話ございましたように、多くの大学に在籍する学生さんが集まって1つのプロジェクトを完成していくというものでございます。その過程におきましては、当然ご自身の学内における活動をきちっとこなしながら、なおかつこの多摩未来へのプロジェクトを推進していくという、非常にある種困難な作業に打ち込むこととなります。

根本常任理事からお話ございましたとおり、奨学生の応募数が若干減少気味ということでございますけれども、しかしながら皆さんは、この作業が困難だと。ある程度きついものであるということをお認ひする中で、あえて応募されたというふうにお思ひするところでございますので、ぜひ表明された所信、これを忘れることなくこの1年間きちっとした活動を展開していただければありがたいなと思ひます。

24名、11大学からの参加ということで。毎年のように、このプレゼンテーションをお聞ひさせていただきますけれども、サポートしていただいている先生方のご尽力もあろうかと思ひますが、年々その中身は濃くなっているというふうにお思ひしております。これはもとより、この多摩地域においては、さまざまな課題というものがあるということと同時に、その裏返しとして多摩には多くの魅力、ポテンシャルがあるということをお示しているものであると思ひます。ですので、皆さん方におかれましては、ぜひその多摩の魅力というものを発掘し、それを地域の活性、企業の活性につなげていただき、そして皆さま方が当然将来活動する社会というものが非常に魅力的なものになっている、そういう状況をつくる礎をこの1年で作り上げていくという思ひで活動していただきたいと思ひます。

また、この活動を通じて皆さんは、単に多摩の地域における社会の活性ということだけではなくて、それがやはり他の日本における地域への刺激にもなりますし、あるいは世界を見渡した中で多摩というところは何と魅力のある地域なんだろう、あるいは活動している方たちの魅力というものは、いかに高いものだろうという認識を持てるような社会、そういうものを作り上げる力になっていただければなと思ひます。これはひいては皆さま方が将来、一人一人が魅力のある人間として自立していくということに必ずつながるものでありますし、また多摩大学から参加している皆さま方が、このプロジェクトを通じて作り上げた、それこそ多摩のネットワークですね。これを将来の活動にぜひ生かしていただきたいと、こう強く願ひまして、簡単ではございますが、私の祝辞に代えさせていただきます。

本当におめでとうございました。

謝辞

ネットワーク多摩 専務理事
中央大学 総合政策学部教授
細野 助博

きょう、24名の第4期生、奨学生をお迎えいたしました。累計によりますと、87名になりました。1期生が19名、2期生が20名、そして3期生、4期生それぞれ24名ということでございます。先ほど、応募数が若干減ったという話がありましたけれども、私はそれは全然心配してないんでありまして、1期生、2期生、3期生、4期生、だんだん人材になり得る卵が、どんどん増えてきているという気がします。

ただし、先ほど塩見課長からお話がありましたように、これからの人材というのは問題発見能力、それからそれを理論化し、そして応用し、そして実践し、そしてそれにいろいろなバリエーションとか、それから障害がいろいろ来ると思うんですけども、それをどういう形で乗り越えるかと。その乗り越える力というものを使っていけないと、これからのグローバルで非常に大波が日本にやってくるわけですけれども、それを乗り越えることができないだろうと。そういう人材をわれわれはつくっていくんだということをここで改めて皆さんと心を1つにして考えて、そして決意をしたいというふうに思っております。

これから奨学生は新たな活動を始めるわけですけれども、きょうのこの決意ということ、苦しいことがたくさんあると思うけれども、思い出してほしい。原点に戻って、そして成長してほしい。私はきょう、3期生を見させてもらいました。1年間たちましたけれども、これほど成長してくれたということに対しては、非常に感慨深いものがございます。5年前に、今は文部科学審議官になっていらっしゃる、歯学部長だったんですけども、小松さんと2人でこれを制度化しよう。「できますか」という話だったのですが、「いや、もちろんネットワーク多摩だったらできます」というお話をしました。そしてきょう、4期生を迎えたわけですけれども、これを社会が要請する限り制度化して継続していきたいというふうに思いますので、ひとつ皆さま、よろしく願いしたいと思います。

さて、もう終わりの時間でございますけれども。ただし、この後お酒のまた会がございますので、どうぞそちらのほうに。塩見課長はとても強うございますので。私はそれを昔から知っております。20年前ぐらいからですね。そして、きょうこのすばらしい会場をお貸しくださいました明星大学の皆さん、ありがとうございます。それから、お忙しいにもかかわらず、お集まりいただいたビジネスの幹部の方々、それから大学の皆さま、本当にありがとうございます。これからも引き続き、ネットワーク多摩ともども、多摩未来奨学金のあしたに向かって、皆さまのお力をぜひお借りしたいというふうに思います。よろしく願いします。ということで、きょうはお礼のごあいさつに代えさせていただきます。

どうもありがとうございました。

寄附協賛企業・団体等 (50音順)

昭島ガス株式会社	東京システム運輸ホールディングス株式会社
安藤物産株式会社	東成エレクトロビーム株式会社
株式会社イデオモータロボティクス	東洋システム株式会社
株式会社いなげや	株式会社藤和ハウス
株式会社うかい	株式会社トーコー
HKT 株式会社	株式会社ナジック・アイ・サポート
エムケー株式会社	日本WeP流通株式会社
株式会社エリオニクス	日本たばこ産業株式会社
応用光研工業株式会社	日本電子株式会社
株式会社岡本製作所	日本電子工業株式会社
株式会社学生情報センター	日本ビニールコード株式会社
勝田産業株式会社	福永紙工株式会社
株式会社環境管理センター	武州工業株式会社
株式会社キャリア・맘	武陽ガス株式会社
株式会社クローバーズ	株式会社ベネッセコーポレーション
京西テクノス株式会社	株式会社ホトロンホールディングス
旭栄研磨加工株式会社	株式会社ホリコー
株式会社グッディーホーム	前田金属工業株式会社
京王電鉄株式会社	株式会社マキノ
国際計測器株式会社	株式会社三浦組
株式会社指田製作所	南観光交通株式会社
株式会社CSS技術開発	株式会社武蔵境自動車教習所
JR 東京西駅ビル開発株式会社	株式会社メディアラボ
シチズンホールディングス株式会社	株式会社メルヘン
新日本物流株式会社	株式会社物井工機
積水ハウス株式会社多摩支店	山口電材株式会社
株式会社セレモア	山三電機株式会社
株式会社創建	税理士法人 弓家田・富山事務所
株式会社相信	株式会社吉井製作所
株式会社立飛ホールディングス	吉野化成株式会社
たなべ物産株式会社	芳村石産株式会社
多摩信用金庫	株式会社よみうりランド
千代田運輸株式会社	
株式会社テージーケー	個人：佐藤浩二 様
テクノブレンズ株式会社	

多摩ブルー・グリーン倶楽部

エムケー株式会社

株式会社エリオニクス

株式会社キャリア・マム

京西テクノス株式会社

協同組合国立旭通り商店会

旭栄研磨加工株式会社

株式会社CSS技術開発

新日本物流株式会社

たなべ物産株式会社

東京システム運輸ホールディングス株式会社

東成エレクトロビーム株式会社

株式会社藤和ハウス

日本分析工業株式会社

白山工業株式会社

武州工業株式会社

武陽ガス株式会社

前田金属工業株式会社

南観光交通株式会社

株式会社メルヘン

協力企業・団体

多摩信用金庫

多摩ブルー・グリーン倶楽部

日本政策金融公庫 立川支店 中小企業事業

平成27年度多摩未来奨学金報告書

2017年3月31日発行

発行所 公益社団法人 学術・文化・産業ネットワーク多摩
〒191-8506 東京都日野市程久保2-1-1 明星大学20号館 6階
TEL 042-591-8540 FAX 042-591-8831
E-mail office@nw-tama.jp