

## IV 考察

### 1 調査結果から見る「地域への愛着と地域活動」に関する考察

八戸学院大学 地域経営学部 准教授 井上 丹

#### はじめに

2024年、まち・ひと・しごと創生法が施行され、地方創生の取組が本格的に始まってから10年の節目を迎えた。内閣官房の「地方創生 10 年の取組と今後の推進方向」では、人口減少に歯止めをかけ、東京圏への過度な一極集中を是正する目標の実現に向け、我が国全体で戦略的に挑戦するとともに、人口減少下においても、希望を持って住み続けることができる持続可能な地域づくりを進めるため、従来の取組を超える新たな発想に基づく施策を検討・実行していくことで、一人ひとりが多様な幸せ（well-being）を実現する社会を目指すことが重要であると言われている。

コロナ禍以降、テレワークが普及し、東京圏から地方への移住も増えてきており、各地方自治体でも移住・定住政策に力を入れており、青森県においても、特に若者の地元定着を目的とした政策が進められている。都市部から地方への移住は期待したいが、移住したいと思える地域になるには、まず地元県民が住み続けたいと思えるような地域にしていかなければならない。前段のように多様な生き方が求められる地域社会においては、学校教育や仕事だけでなく、自分自身がどのように地域と関わっていくべきか、つまり地域に対してどのような意識でどのような行動を取っていくべきかを考えていく必要がある、地方自治体としても行政サービスとして、その考える機会をいかに創っていけるかが持続可能な地域づくりにつながる。

本稿では、青森県教育委員会が実施した青森県への意識と行動に関する調査結果と、地域活動がどのように結びついているのかに焦点をあて、青森に愛着と誇りを持つ教育の充実に向けた施策の方向性について考察する。

#### 1 いつどのように愛着をもつのか

##### (1) 「愛着」とは何か

まずは「地域への愛着」とは何かを定義したい。愛着には大事に思う、大切に思う、守りたいと思うという意味があるが、問11の設問では「好き」という表現を使っている。好きとは個人的な感情であり、特に具体的なことがなくても持てる郷土愛だと言えよう。ちなみに問9では「気に入っている」または「大事にしたい（誇りだ）」と思うものという表現を使っている。これはその後の選択項目にあるような、住んでみて知ったことやわかったことがあって感じるもので、近年ではシビックプライドという言葉があるように、自分自身だけでなく地域の具体的なことやものと一緒に感じることで考える。今回の調査では多様な回答項目があるため、人によって感じ方は異なるという前提ではあるが、住民が地域を構成する要素（具体的でも抽象的でも）に対して「好き」という感情を持てば、それが地域への愛着と言えて、多くの人と同じように感じられれば地域の良さや魅力につながっていくものと定義する。

問9で「豊かな自然」(56.5%)の次に多いのが「伝統的な祭りや伝統芸能」(51.0%)となっている点に注目したい。属性別にみると、「中南」と「三八」地区では最も多くなっている。年代で見ると「20歳～39歳」「50歳～59歳」が最も多い回答である。この点については次章から述べ

る考察においてもポイントになる「地域のお祭りやイベント」に関係する要素であり、詳細な回答は得られていないが、同地域を代表する祭りと言え、弘前ねぶた祭と八戸三社大祭があげられる。問 10 において、誇りに思うときに多いのは「自分自身が見たり、体験したりしたとき」とあるため、祭りに参加している人は、誇りに感じる割合が高いと推察される。

問 11 の愛着度については、「好き」と「どちらかと言えば好き」が合計して 87.1%となることから、愛着を感じている県民が多いことがわかるが、「どちらかと言えば好き」の方が若干多いため、強い愛着とは言えない。人によっては微妙な差かもしれないが、この違いには人の意識に大きな差があると感じたため、次章にて詳しく分析する。

## (2)愛着を持った時期と理由

まず回答者の属性について、住んでいる地域や性別は偏りが無いが、年齢については 60 歳～69 歳 (24.0%) と 70 歳～79 歳 (27.9%) の合計が 51.9%と過半数になっており、居住年数も 30 年以上が 81.2%と圧倒的多数となっている。青森県の少子高齢化の現状を踏まえるとこのような結果になることはやむを得ないが、問 13 で最も多い理由が「住み慣れているから」(52.1%) で次が「育った地域だから」(30.3%) という結果論になっているような、ある程度の偏りが発生することに留意したい。

問 12 の愛着を持った時期については「社会人になってから」と「いつの間にか何となく」が合わせて 69.6%となっており、学生時代の割合が低い。同様に問 13 の愛着を持った理由でも「家族からこの地域の良さを教わってきたから」(5.6%) 「学校でこの地域の良さを学んできたから」(4.7%) が低い。今回は 60 歳以上が過半数を超えており、学生時代の記憶がどこまであるのか定かではないが、その世代が身近な人たちから良さを伝えられていない、学生時代に地域に愛着を持てるような機会がなかったとなれば、結果として愛着を持たずに県外へ流出した層が一定数いたと考えられる。これは、青森県内の社会流出結果 (図 1) を見ても、2024 年から 46 年前の 1978 年から 1990 年頃まで社会流出が多く、ちょうど 60 歳～79 歳が 20 歳代 30 歳代の頃であるため、時代背景の影響はありつつも、地域への愛着が低かった可能性は高い。

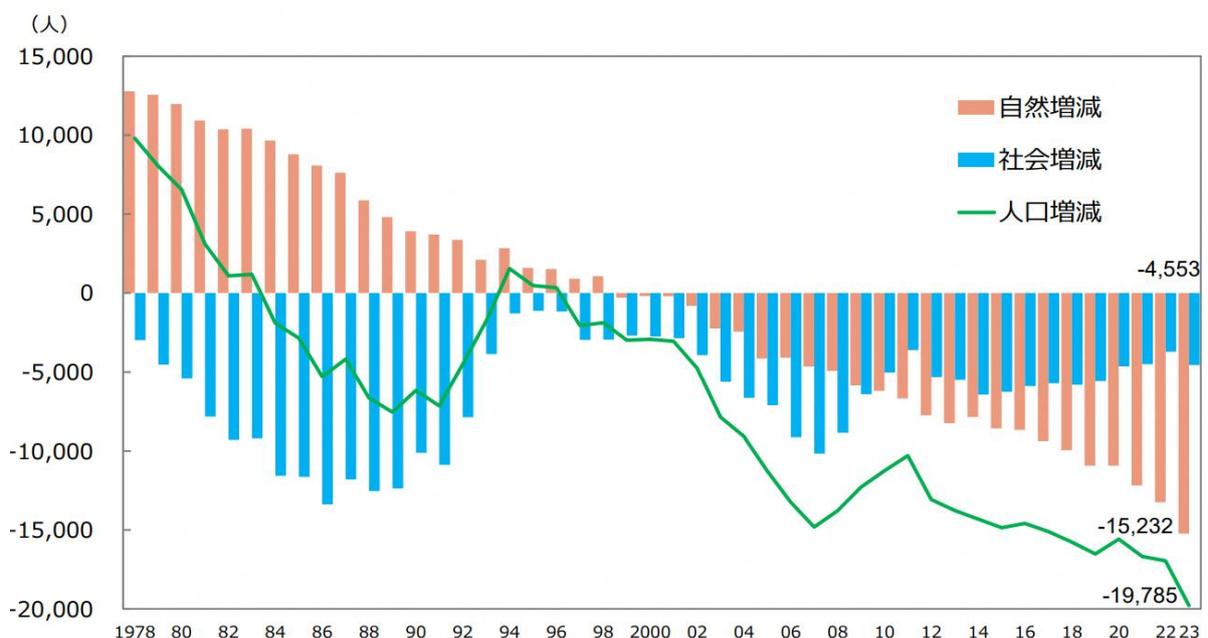


図 1 青森県「人口移動統計調査」

一方で回答数は49人と多くはないが、問12の「20歳～29歳」では「小学校の頃」が14.3%、「高校生の頃」が10.2%と多世代に比べて高い結果となっている。また、問13の「20歳～29歳」の属性は、「学校でこの地域の良さを学んできたから」が12.2%と高い数値になっている。約20年前から始まった学校での「総合的な学習の時間」の導入により、学校教育の中で社会や地域と関わる機会が増えたことから一定の成果が表れ始めている可能性が考えられる。その後も2017年度から学校運営協議会制度が始まり、地域と学校の連携が強化されたり、青森県教育庁では2022年度から県立高等学校において総合的な探究の時間に「あおり創造学<sup>1</sup>」の導入を進めたりと、現在の子どもたちは地域に関わる機会が増えてきており、地域への愛着については今後の成果が期待できる。

## 2 地域活動と愛着の関連性

### (1) 地域に対する意識と行動について

まず、問15の「(5)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい」「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」と問16「(2)地域を散策・観光することがある」「(3)地域の文化施設を利用したことがある」「(5)地域のお祭りや催し物に参加したことがある」にはクロス集計結果から相関関係があり、意識があるから行動しているし、意識がなければ行動もしていないという二極化状態だと言える。

しかし、問16の(7)～(11)については、意識があっても行動しているとは限らない。問15「(3)自分とのつながりを感じる」が「あてはまる」層は「(3)地域の文化施設を利用したことがある」「(5)地域のお祭りや催し物に参加したことがある」が70%を超えるが、「(8)公民館等が主催する教養やスポーツに関する学習活動に参加したことがある」は「あてはまらない」割合の方が高い。問15「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」群であっても、「(10)地域を訪れる人と交流する機会がある(仕事や地域のイベントなどで)」は33.4%や「(11)地域の風景や自然、お店、催し物などをSNSに投稿することがある」は23.1%と「あてはまる」より「あてはまらない」方が多く行動に至っている人は少ない。

この結果から、今後に向けて2段階の対策が必要だと考える。一つは地域に対して意識が低い(問15,16で「あてはまらない」と回答)層が地域活動に参加したいとなるための対策、二つ目は地域に対して意識が高い(問15,16で「あてはまる」と回答)層がさらに活発に行動するための対策である。

### (2) 意識が低い層への対策

現状、地域に対して前向きな意識がない層に対して、急に地域活動に参加を呼び掛けても参加する可能性は低い。そこでまず着目したのは、問16「(4)友人や知人に話すことがある」があるが、問15「(5)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい」の「あてはまらない」が33.5%であることと、問16「(6)近所付き合いがある」が問15「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」の「あてはまらない」が36.2%とある点である。この層は、地域活動に限らずとも身近な人との日常の交流があると言えるので、地域に対して意識が高い層と

---

<sup>1</sup> あおり創造学とは、生徒一人一人の「ふるさとあおり」への愛着や誇り、夢を抱き未来に向かって挑戦する意欲を醸成するために、地域資源や人材を活用して、高校の所在地及び自身の居住地域等について理解を深める学習(青森県庁ホームページより)。地域の自治体や企業・団体と連携して実施する高校も増えてきている。

の会話があれば、地域活動について話題が出て「参加したい」と思える可能性が考えられる。その根拠には、問 16「(6)近所付き合いがある」層は問 15「(5)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい」が 76.6%と全体の 57.6%より 19 ポイント高い結果となっている。身近で熱心に地域活動に参加している友人・知人がいて、活動の話や誘いを受けたら、意識が低い層であっても自分も参加しようという意識になる可能性はある。

具体的な対策として例えば、問 16「(3)地域の文化施設を利用したことがある」群で、問 15「(5)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい」は「あてはまらない」49.1%や問 15「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」は「あてはまらない」43.5%という層がいる。文化施設は不特定多数の住民が利用するため、意識が低い層の利用も考えられることから、まずは意識が高い層と会話や交流ができる機会をつくり、さらに地域活動について理解できる時間、そして参加したいと思えるような広報活動が必要である。

次に、年齢層別について検討する。問 16「(8)公民館等が主催する教養やスポーツに関する学習活動に参加したことがある」は 20 歳～29 歳の 18.4%から 70 歳～79 歳の 37.6%まで年代で大きな差がみられる。同様に「(9)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したことがある」も 20 歳～29 歳の 12.2%から 70 歳～79 歳の 43.3%と大きな違いがある。この背景として考えられるのは、問 16「(6)近所付き合いがある」は 20 歳～59 歳までが 40%台だが、60 歳以上になると 60%台になっていることや、職業別でも「会社員」と「公務員」が 40%台と他の職業に比べて低いことがあげられる。働いている世代は、近所付き合いする時間が取れず、結果として地域活動のことを知らないまま生活している可能性が高い。この層へアプローチするには、日常生活での情報入手や広報展開がポイントになりそうだ。後述するが、子育て世代であれば、学校を通じた広報が可能であるため、まずは親子で参加できるイベントなどの企画提案が考えられる。

### (3)意識が高い層への対策

問 15,16 と愛着度のクロス集計が表 1 である。愛着度で「好き」と「どちらかと言えば好き」の差を一番右の列に追加している。前章で述べた通り、愛着度の「好き」と「どちらかと言えば好き」には大きな差が出ている。例えば、問 15「(2)友人や知人に自慢できる」では 31.8 ポイントの差があり、問 16「(11)地域の風景や自然、お店、催し物などを SNS に投稿することがある」でも 31.4 ポイントの差がある。これだけ行動に違いが出ることをみても、「好き」と「どちらかと言えば好き」では愛着や地域への意識、行動の度合いが異なると言える。次に差が出ている項目としては問 15「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」が 26.3 ポイント、問 15「(5)地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい」と問 16「(4)友人や知人に話すことがある」が同率の 23.8 ポイントとなっている。この結果から、青森県としては「どちらかと言えば好き」ではなく「好き」の割合を増やした方が、地域活動への参加や県民自らによる地域の情報発信につながると考えられる。

ではどうすれば意識が高い層が地域をより「好き」になり積極的に行動するようになるのか。対策として広報活動と何度か述べているが、その手段を検討するには「情報入手」が参考になる。まず問 17 の地域に関する情報の入手方法をみると、年齢で違いがわかる。20 歳～59 歳はテレビが最も多く、インターネットが 2 番目に高い。一方で 60 歳～69 歳広報誌が最も多く次いで新聞、70 歳～79 歳は新聞が最も多く次いでテレビとなっている。このように、年代によって広報媒体は変える必要があり、59 歳以下の対策を検討するのであれば、テレビやインターネットの効果的な

使用が求められる。

問18のインターネットの活用方法については、20歳～49歳はSNSが最も高くなっているため、広報活動においては、個人が発信する地域の情報についても愛着につながる効果が期待できる。表1の通り「好き」の割合が高くなれば、人に自慢する一つ的手段としてSNSで発信する可能性が高くなる。問16「(11)地域の風景や自然、お店、催し物などをSNSに投稿することがある」で「あてはまる」割合が最も高かったのは問15「(6)地域のお祭りやイベントに参加したい」群23.1%であったことから、今後は自ら参加して楽しかったことを積極的にSNSで発信してもらえよう仕掛けを検討していきたい。

表1 愛着度と問15、問16のクロス集計および愛着度の差 (単位：%)

	好き	どちらか と言え ば好き	どちらか と言え ば好き ではない	好きでは ない	無回答	愛着があ る計	「好き」と 「どちらか と言え ば好き」の差
一般全体 n=878	42.8	44.0	10.1	2.7	0.3	86.8	-2.2
(1) 暮らしやすい	57.0	40.3	2.4	0.2	0.0	97.4	16.7
(2) 友人や知人に自慢できる	65.0	33.3	1.5	0.3	0.0	98.3	31.8
(3) 自分とのつながりを感じる	60.7	37.8	1.5	0.0	0.0	98.5	22.9
(4) ずっと住み続けたい	60.3	38.5	1.3	0.0	0.0	98.7	21.8
(5) 地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したい	59.0	35.2	4.2	1.5	0.0	94.3	23.8
(6) 地域のお祭りやイベントに参加したい	60.0	33.7	4.6	1.7	0.0	93.7	26.3
(7) 訪れる人を増やしたい	55.0	38.3	5.4	1.3	0.0	93.4	16.7
(1) 地域に関わるニュースは興味を持って読む	47.7	42.7	8.5	1.1	0.0	90.4	5.1
(2) 地域を散策・観光することがある	51.7	41.0	6.1	1.1	0.0	92.7	10.7
(3) 地域の文化施設を利用したことがある	48.4	42.9	7.3	1.5	0.0	91.2	5.5
(4) 友人や知人に話すことがある	59.1	35.3	4.3	1.3	0.0	94.4	23.8
(5) 地域のお祭りや催し物に参加したことがある	49.4	41.9	6.9	1.5	0.4	91.3	7.4
(6) 近所付き合いがある	49.8	42.7	6.4	0.9	0.2	92.5	7.1
(7) 地域の住民同士で、近所付き合い以外の交流がある	50.7	43.3	4.4	1.5	0.0	94.1	7.4
(8) 公民館等が主催する教養やスポーツに関する学習活動に参加したことがある	49.8	42.2	6.5	1.4	0.0	92.1	7.6
(9) 地域の役に立つ活動(町会・自治会の活動や地域づくり活動など)に参加したことがある	51.3	40.9	5.7	2.0	0.0	92.3	10.4

(10) 地域を訪れる人と交流する機会がある(仕事や地域のイベントなどで)	57.7	35.7	4.2	1.8	0.6	93.5	22.0
(11) 地域の風景や自然、お店、催し物などをSNSに投稿することがある	62.7	31.4	3.9	2.0	0.0	94.1	31.4

なお今回の調査では、問 17 の情報入手の媒体として「家族や知人、学校」という項目はなく、同様の項目は問 13 で質問しているため、情報入手という認識ではないと考えられるが、問 13 で下北地域 50 人は「家族からこの地域の良さを教わってきたから」が 14.0%と他地域に比べてかなり高くなっているため、詳細を確認することができれば今後の対策につながるかもしれない。ちなみに子ども世代は今回の調査対象ではないが、八戸市のまちの魅力創生ネットワーク会議で 2023 年度に実施した「若者意識調査」では、図 2 にある通り子どもが地域の情報を得るのは家族（親、祖父母）という回答が多い。先述した学校での総合的な学習の時間での取組だけでは足りず、親や祖父母世代（今回の調査対象）が地域の情報を子どもたちに伝えていかなければならない。例えば、問 16 「(8)公民館等が主催する教養やスポーツに関する学習活動に参加したことがある」は「あてはまらない」が 50%を超えている。学習活動と聞けば対象は子どもや学生という偏った認識があるのかもしれないため、社会人であっても参加できることを伝えていかなければならないし、親子や家族で参加できるような取り組みが求められる。そして家族や学校はもちろん、住民同士の会話の中で、地域について話題が出て、地域の良いところを称え合うような文化を醸成していれば、問 13 の「家族からこの地域の良さを教わってきたから」や「学校でこの地域の良さを学んできたから」の回答率が高くなっていくと考える。

最後に問 19 の県教育委員会に期待する今後の取組について、問 15(5)と(6)の「あてはまる」群は、「地域全体で子どもを育む活動の充実」が全体より 10 ポイント高いのは、活動や祭りを次の世代に伝えていきたいという思いがあるからではないだろうか。既に活動している団体は広報活動を行っているだろうが、活動しながら広報活動するには限界があるうえ、SNS の発信をしても、SNS は同分野の興味関心がある層しか見ない可能性があり、新規の参加者を募るには、別の場所や機会での広報が必要である。知ってもらい、興味を持ってもらうためにも、教育委員会は取組内容の議論だけではなく、同時に効果的な広報手段についても検討すべきである。

問 18-1 あなたは、「地元のこと」について、誰から情報を入手しますか。また、メディア等から入手する場合、どの情報源から入手しますか。(〇は3つまで可)(人からの場合)

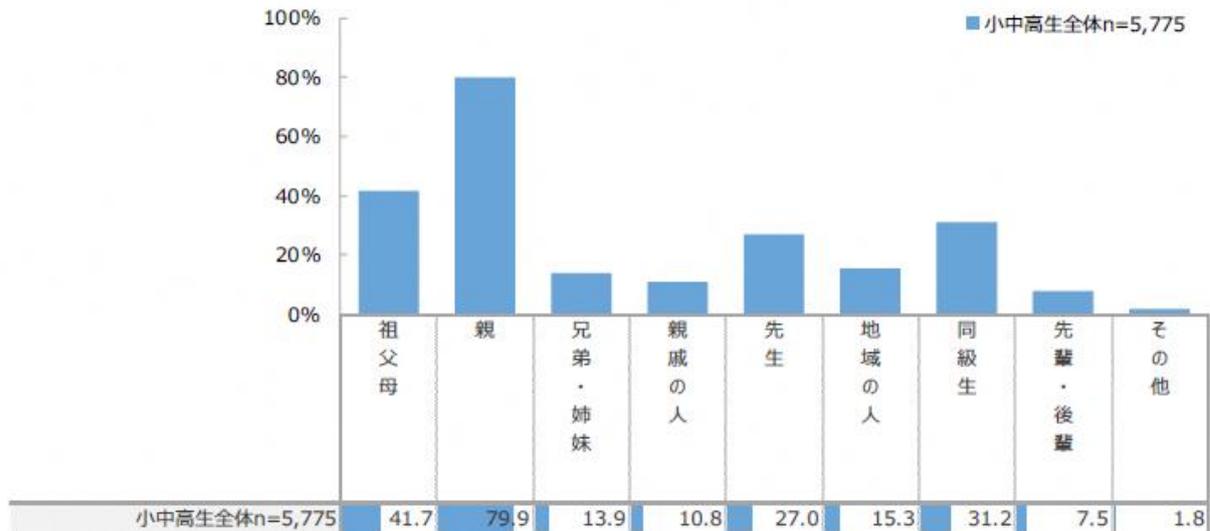


図2 八戸市令和5年度八戸市「若者意識調査」アンケート結果より  
 ※小学生は八戸市内4校の5,6年生が対象、中高生は市内の全生徒が対象

おわりに

問20の自由記述では教育や学習に対する意見が多く寄せられていた。今回は世帯構成を聞かなかったため、子育て世帯とそうではない世帯では教育に対する意識は異なることが考えられるものの、地域を理解し愛着を持てるような学校教育や学習機会を青森県民は求めているようである。また調査結果から、地域活動やお祭り、イベントへの参加は、愛着を高めるうえで有効な手段だと言える。青森県には青森ねぶた祭のような世界に誇れる祭りが多くあるにもかかわらず、近年では参加者の減少や運営の担い手不足が課題となっている。地域の関係団体からの広報だけでなく、学校や家族の間でも、気軽に地域活動に参加できるような広報や仕掛けが必要である。教育と言えば以前は、学校だけとか親から子へという概念だったかもしれないが、いまや学校は地域と連携して子どもたちを育てていく方向性になっていて、親も子どもと共に学ぶ時代であることから、生涯学習の機会は今後ますます重要であると言える。

## 2 「ふるさと青森」に対する県民の意識と県教育委員会への期待

弘前大学教育学部 准教授 越村康英

はじめに

2024年に青森県教育委員会が実施した「ふるさと青森を愛する心と行動に関する県民の意識調査」に対し、県内6地区（東青・西北・中南・上北・下北・三八）に暮らす計878人の県民から回答が寄せられた。本稿では、調査結果<sup>(1)</sup>から見えてきた「ふるさと青森」に対する県民の意識について考察を行うとともに、「ふるさと青森」への愛着や誇りを醸成するための青森県教育委員会の取り組みについて、県民からの期待もふまえつつ、いくつかの提起を行いたい。

### 1 「ふるさと青森」に対する県民の意識

#### (1) 「誇りを感じる地域資源」に対する世代間ギャップー方言 ※「問9」関連

「誇りを感じる地域資源」として、全体の半数以上が挙げているのが「豊かな自然」の56.5%、「伝統的な祭りや伝統芸能」の51.0%の2項目である。ただし年齢別に見るとややギャップも見られる。

「豊かな自然」に関しては、「60歳～79歳」の方の回答割合が高く、若い世代、とりわけ「20歳～29歳」では38.8%とそれほど高くない。一方、誇れる地域資源が「特にない」という人の割合は、全体的にそれほど高くないものの、「20歳～29歳」では18.4%に上る。

「方言」に関しても同様の傾向が見られる。「20歳～59歳」では、どの年代でも、20%強の人が「誇りを感じる地域資源」として方言を挙げている。しかし、「60歳～79歳」では約10%低い。ここには、かつて（昭和30年頃）、青森県を含む東北地方の学校で行われた「方言札による標準語指導」<sup>(2)</sup>の影響が表われているように思われる。方言とは、その土地で培われてきた暮らしの知恵を豊かに内包している大切な「ことば」であり、「文化」でもある。しかし、それを否定するような「教育」により、上の世代ほど、方言を「恥ずかしいもの」や「地方の『後進性』を象徴するもの」として否定的に受け止めているのではないか。地元への愛着を醸成していく上で、方言の扱い方（扱われ方）についてもあらためて見つめ直していく必要もあると考える。

#### (2) 直接的な「体験」が地域への誇りを育む ※問10 関連

「地域資源を誇りに思うとき」としては、「自分自身が見たり、体験したりしたとき」が70.3%であり、メディアやSNSなどを通じて他者から評価されたときよりも、高い割合となっている。このことは、地域への愛着や誇りを育んでいく上で、直接的な「体験」が重要な意味を持っていることを示唆している。自由記述欄にも、「実際に肌で感じる事のできる経験をすることが大切」など、「体験」の重要性を指摘する意見が多く寄せられている。

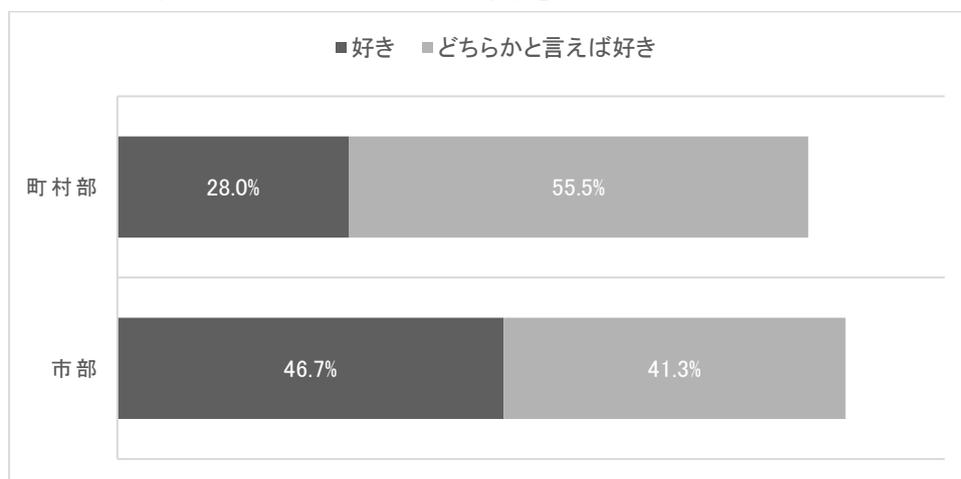
他方、年齢別に見れば、「20歳～49歳」では「インターネット上で有名になったとき」を挙げている人の割合も少なくない。テレビや新聞等の既存のメディアに加えて、SNS等を効果的に活用した情報発信などにも、より積極的に取り組んでいく必要があるだろう。

#### (3) 「地域への愛着度」に影響する要因ー生活上の利便性／居住年数 ※問11 関連

「地域への愛着度」について、全体では「どちらかと言えば好き」が最も高く44.1%、「好き」が43.0%である。このように、地域への愛着をもっている人は87.1%に上る。

ただし、図1に示したように、「町村部」より「市部」の方が地域への愛着をもっている人の割合は高い。

（図1）市部・町村別の「地域への愛着度」

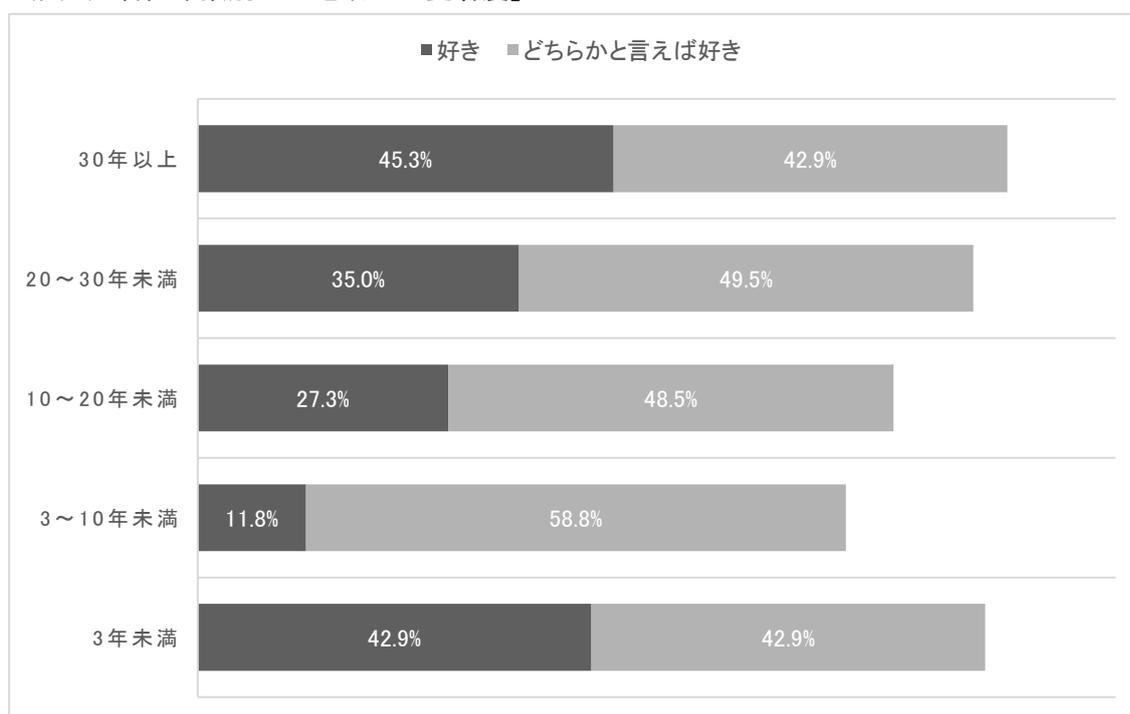


「好き」と「どちらかと言えば好き」を合わせると、「市部」では88.0%、「町村部」では83.5%であり、両者にあまり大きな差は見られない。しかし、「好き」の回答比率は大きく異なっており、「町村部」では28.0%なのに対し、「市部」では46.7%と約19%のひらきが見られる。地域別でも、住んでいる地域が「好き」「どちらかと言えば好き」という割合は、弘前市を含む「中南」で91.0%、八戸市を含む「三八」で88.8%、青森市を含む「東青」で87.2%となり、「西北」の83.5%、「上北」の82.8%、下北の82.0%よりもやや高い。

こうした結果からも、生活上の利便性（学校や病院へのアクセス、買い物など）が「地域への愛着度」にも一定の影響を及ぼしているものと思われる。

また、図2に示したように、「居住年数」が長いほど、愛着をもっている人の割合が高い。

（図2）居住年数別の「地域への愛着度」



(4)「地域への愛着」と「地域に対する意識」「地域での行動」の関連 ※問 11、問 15、問 16 関連

表 1 は「地域に対する意識」(問 15)と「地域への愛着度」(問 11)の結果を、表 2 は「地域での行動」(問 16)と「地域への愛着度」(問 11)の結果をクロス集計したものである。

(表 1)「地域に対する意識」と「地域への愛着度」の関連

地域に対する意識 ※【問15】	愛着をもっている人の割合		差
	該当	非該当	
(1) 暮らしやすい	97.4%	43.0%	54.4%
(2) 友人や知人に自慢できる	98.3%	50.0%	48.3%
(3) 自分とのつながりを感じる	98.5%	52.4%	46.1%
(4) ずっと住み続けたい	98.7%	44.4%	54.3%
(5) 地域の役に立つ活動に参加したい	94.3%	74.4%	19.9%
(6) 地域のお祭りやイベントに参加したい	93.7%	74.1%	19.6%
(7) 訪れる人を増やしたい	93.4%	65.6%	27.8%
※該当 = 「あてはまる」 + 「ややあてはまる」			
※非該当 = 「ややあてはまらない」 + 「あてはまらない」			
※差 = 「該当」 - 「非該当」			

(表 2)「地域での意識」と「地域への愛着度」の関連

地域での行動 ※【問16】	愛着をもっている人の割合		差
	該当	非該当	
(1) 地域に関わるニュースに興味を持って読む	90.4%	50.0%	40.4%
(2) 地域を散策・観光することがある	92.7%	69.9%	22.8%
(3) 地域の文化施設を利用したことがある	91.2%	75.7%	15.5%
(4) 友人や知人に話すことがある	94.4%	71.0%	23.4%
(5) 地域のお祭りや催し物に参加したことがある	91.3%	75.6%	15.7%
(6) 近所付き合いがある	92.5%	72.8%	19.7%
(7) 地域の住民同士で、近所付き合い以外の交流がある	94.1%	80.2%	13.9%
(8) 公民館等が主催する教養やスポーツに関する学習活動に参加したことがある	92.1%	81.8%	10.3%
(9) 地域の役に立つ活動に参加したことがある	92.3%	81.8%	10.5%
(10) 地域に訪れる人と交流する機会がある	93.5%	81.7%	11.8%
(11) 地域の風景や自然、お店、催し物などを SNS に投稿することがある	94.1%	85.2%	8.9%
※該当 = 「あてはまる」 + 「ややあてはまる」			
※非該当 = 「ややあてはまらない」 + 「あてはまらない」			
※差 = 「該当」 - 「非該当」			

これらの結果が示すように、「地域に対する意識」「地域での行動」に関するいずれの項目においても、意識・行動がポジティブ（前向き・積極的）な人の方が「地域への愛着度」は高い。特に「暮らしやすい」「ずっと住み続けたい」「友人や知人に自慢できる」「自分とのつながりを感じる」という意識、「地域に関わるニュースに興味を持って読む」という行動においては、「地域への愛着度」に 40%以上の差が見られる。

#### (5) 「地域への愛着」は年齢をかさねながら形成されていく ※問 12 関連

「地域への愛着を持った時期」については、「社会人になってから」が最も高く 37.3%、次いで「いつの間にか何となく」が 32.3%である。多くの人にとって、地域への愛着とは、年齢をかさねていくなかで、自然と形成されていくものであると言える。

#### (6) 学校での学習も「地域への愛着」をもつ契機となる ※問 13 関連

「地域への愛着をもった理由」としては、「住み慣れているから」が最も高く 52.1%、次いで「育った地域だから」が 30.3%である。先述の『「居住年数」が長いほど、愛着をもっている人の割合が高い』ということとも関わって、「生まれ育ち、長く暮らしてきた土地である」ということがアイデンティティの構成要素のひとつでもあり、地域への愛着を感じる主要な理由になっていると考えられる。

一方、「学校でこの地域の良さを学んできたから」という理由を挙げているのは、「40 歳以上」では 1~2%程度であるのに対し、「20 歳~29 歳」では 12.2%、「30 歳~39 歳」では 9.3%と一定の割合を示している点にも注目したい。若い世代の回答数が多くないことから断定はできないが、学校での「特別活動」や 2000 年に新設された「総合的な学習（探究）の時間」などを通じて多様に実践されてきた地域学習の成果が表われているとも言えよう。逆に言えば、学校での地域学習をさらに充実・発展させていくことが、地域への愛着を醸成していく上でも重要な契機ともなり得る。そのためにも、地域学校協働の仕組みを活かし、豊かな地域学習の機会を地域学校協働活動として展開していくことが大切である。

また、「こどもの頃からこの地域の祭りや行事に参加してきたから」という理由を挙げる人も 24.6%と少なくない。特に「20 歳~39 歳」では約 30%の人が理由に挙げており、「住み慣れているから」に次いで 2 番目に高い。このように若い世代にとっては、地域の祭りや行事への参加体験が、地域への愛着を形成する重要な契機ともなっている。しかし、担い手の不足・高齢化などから、地域の祭りや行事の継続が困難なところも多く、コロナ禍を経て、状況はさらに厳しくなっている。こうした状況にあって、地域の祭りや行事を継承していく手立てを模索していくことも重要な課題である。

#### (7) 暮らしにくさの内実を具体的に把握する必要性 ※問 14 関連

「地域に愛着がない理由」として最も回答割合が高いのは、「この地域が暮らしにくいから」の 47.7%である。とりわけ「20 歳~59 歳」では、この理由を挙げている割合が高い。この年代の一般的なライフイベントとしては、「就職・仕事」「結婚」「出産・子育て」「親の介護」などが考えられるが、それらの「どこに」「どのような」な悩みや不安を感じているのかを具体的に把握していくことが必要である。内閣府「国民生活に関する世論調査」（令和 6 年 8 月調査）では、生活のなかで悩みや不安を感じている人の割合は 78.2%に達し、1981 年の調査開始以降で最多となっている。全国的にもこうした状況にあるなかで、住民の悩みや不安の背後に存在している地域の課題を明らかにし、誰もが安心して暮らし続けられる地域づくりを進めていく必要がある。

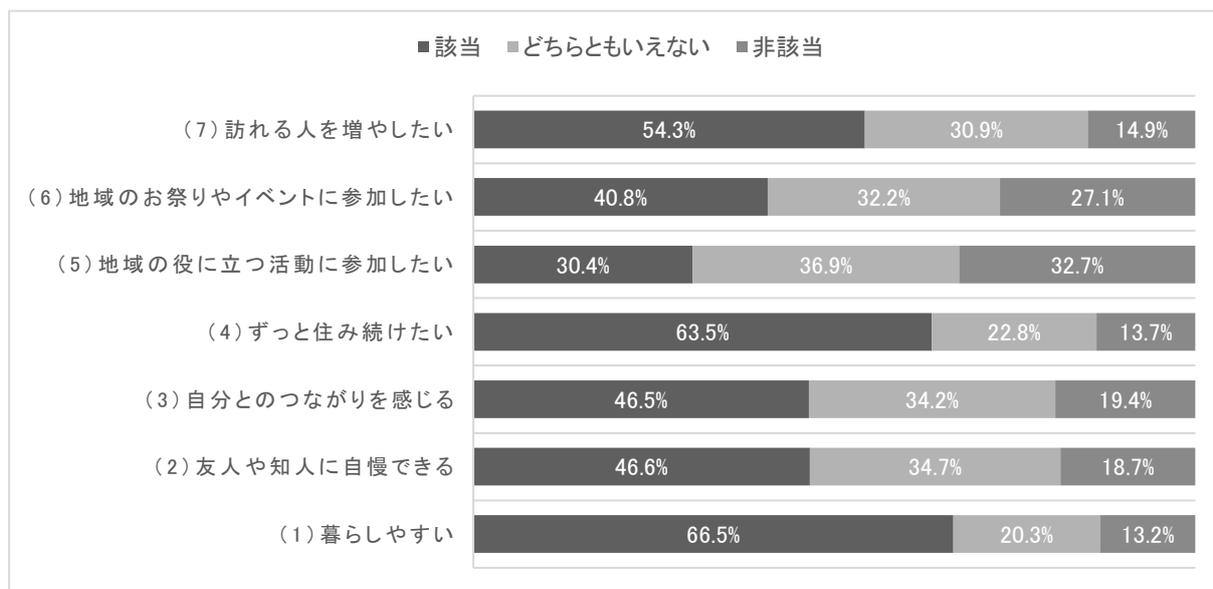
また他の理由としては、「この地域は魅力がないから」が 29.7%、「閉鎖的な雰囲気があるから」が 27.9%であり、比較的、割合が高い。これらについても、他の地域への人口流出、移住や関係人口・交流人口の増減にも関係することであり、その実態を把握しつつ、住民とともに必要な対策を講じていくことが必要である。

### (8)自治の土壌を耕す社会教育実践の必要性 ※問 15 関連

図3に示したように、「住んでいる地域に対する意識」に関する7項目のなかで最も回答割合が低いのは、「地域の役に立つ活動（町会・自治会の活動や地域づくりの活動など）に参加したい」の30.4%である。「参加したくない」と思っている人は32.7%、「どちらともいえない」という人は36.9%である。また、若い世代ほど地域活動を敬遠している傾向も見られ、「20歳～29歳」では51.0%が地域活動に対して後ろ向きの回答をしている。

この項目は、住民の自治意識を表しているとも言える。少子高齢化・人口減少が進行し、地域コミュニティの機能が低下しつつあるなかで、「地域みんなの幸せ（Well-being）を、地域みんなで創り出す」という自治の土壌を耕していくことが重要であると考えられる。そのためのカギとなるのが、「社会教育」ではないか。社会教育とは、学校以外での趣味的な学習活動を支援することだけを指すのではない。その本質は、住民のリアルな生活要求（「こうありたい」という願い）や生活課題（悩み・不安）を起点に、協同性（つながり）を紡ぎ出し、生活要求や生活課題の実現・解決に向けた相互主体的な学習活動を組織・支援していくところにある。身近な地域における社会教育活動の拠点である「公民館」の機能強化を図り、暮らしと地域に根ざした社会教育実践を積み重ねながら、自治の意識や力量を培っていくことが重要である。

(図3) 住んでいる地域に対する意識



### (9)地域活動と地域コミュニティへの帰属意識 ※問 16 関連

「住んでいる地域での行動」については、当然、「地域に対する意識」を反映した結果となっている。

「地域の役に立つ活動に参加したことがある」という人は34.5%であり、「ほぼ参加経験はない」という人が半数を占めている。また、地域活動への参加経験がある人は「60歳～79歳」で40%を超えているのに対し、「20歳～29歳」では12.2%、「30歳～39歳」では18.7%に留まっている。こうした結果からも、地域活動が年配の世代を中心に担われていることが分かる。少子高齢化・人口減少が進行していくなかで、地域における相互扶助機能の重要性は増している。町会・自治会への若い世代の参加をはじめ、地域コミュニティの維持・活性化に向けた活動に、より多くの住民が（強制ではなく）主体的に関わっていきけるような手立てを講じていく必要があるだろう。

「近所付き合いがある」という人は54.1%と半数は超えているが、「近所付き合い以上の交流がある」という人は31.4%に留まっている。他方、「近所付き合いがない」という人は23.5%、「近所付き合い以上の交流がない」という人は44.0%に上る。年齢別では、若い世代ほど地域コミュニティとの関わりが希薄であるという傾向があり、「20歳～29歳」では、「近所付き合いがない」という人が42.9%、「近所付き合い以上の交流がない」という人が59.2%に上る。こうした状況にあるなかで、まずは孤立した人を減らすことを意識し、地域のつながりを紡ぎ直していくことが重要である。前に述べた地域コミュニティの維持・活性化に向けた活動とも関連づけながら、ねばり強く取り組みを進めていくことが求められる。

## 2 県教育委員会に期待する取組

「ふるさと青森を愛する心を醸成する」ために県教育委員会に期待する取組として、属性別に、回答割合が高い上位3項目を整理したものが表3である。この結果も踏まえながら、今後の取り組みに関して3つのことを提起したい。

(表3) 県教育委員会に期待する今後の取り組み

		1位	2位	3位
全体		<b>地域を知る学習の充実 (60.9%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (44.5%)	地域住民が気軽に集える場所の充実 (38.8%)
年齢	20歳～29歳	<b>地域を知る学習の充実 (59.2%)</b>	地域課題の解決に向けた学習の充実 (32.7%)	大人が持つ知識等を地域に生かしていける方策 (32.7%)
	30歳～39歳	<b>地域を知る学習の充実 (57.3%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (49.3%)	地域課題の解決に向けた学習の充実 (33.3%)
	40歳～49歳	<b>地域を知る学習の充実 (54.9%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (49.3%)	大人が持つ知識等を地域に生かしていける方策 (33.3%)
	50歳～59歳	<b>地域を知る学習の充実 (55.0%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (41.7%)	地域課題の解決に向けた学習の充実 (35.1%)
	60歳～69歳	<b>地域を知る学習の充実 (58.8%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (44.1%)	地域住民が気軽に集える場所の充実 (42.7%)
	70歳～79歳	<b>地域を知る学習の充実 (64.9%)</b>	地域住民が気軽に集える場所の充実 (50.6%)	地域全体で子どもを育む活動の充実 (40.0%)
地域	東青	<b>地域を知る学習の充実 (58.1%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (40.9%)	地域住民が気軽に集える場所の充実 (38.9%)
	西北	<b>地域を知る学習の充実 (57.1%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (46.2%)	地域住民が気軽に集える場所の充実 (41.8%)
	中南	<b>地域を知る学習の充実 (63.5%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (49.2%)	大人が持つ知識等を地域に生かしていける方策 (37.6%)
	上北	<b>地域を知る学習の充実 (48.4%)</b>	地域住民が気軽に集える場所の充実 (38.3%)	地域全体で子どもを育む活動の充実 (37.5%)
	下北	<b>地域を知る学習の充実 (52.0%)</b>	地域住民が気軽に集える場所の充実 (42.0%)	地域課題の解決に向けた学習の充実 (38.0%)
	三八	<b>地域を知る学習の充実 (68.4%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (47.6%)	大人が持つ知識等を地域に生かしていける方策 (38.0%)
市部 町村部	市部	<b>地域を知る学習の充実 (61.4%)</b>	地域全体で子どもを育む活動の充実 (44.7%)	地域住民が気軽に集える場所の充実 (36.8%)
	町村部	<b>地域を知る学習の充実 (53.3%)</b>	地域住民が気軽に集える場所の充実 (40.7%)	地域全体で子どもを育む活動の充実 (39.6%)

### (1) 様々な視点から地域の姿を捉えられる地域学習の機会を

いずれの属性においても最も回答割合が高く、半数以上の人々が挙げている項目は、「地域を知る学習の充実」である。地域への愛着や誇りを醸成していく上で、「地域学習の充実がカギとなる」

と考えている人が多いということである。こうした期待に応えていくためにも、学校教育と社会教育（家庭教育への支援を含む）の両面から、既存の地域学習の在り方（目的・内容・方法など）を問い直し、質・量ともに発展・拡充させていくことが求められる。

その際、調査の選択肢にも括弧書きで「食・文化・歴史・産業・祭り等」と例示されていたように、地域について様々な視点から学習することができるよう、多様な学習機会を創出したい。例示された視点の他にも、「政治」「行財政」「人口動態」「教育」「福祉」「環境」などからのアプローチも必要である。地域学習を通じて「地域の魅力や素晴らしさ」を知ることはもちろん大切であるが、同時に、地域の現実を（根拠をもって）科学的に理解することも重要である。そして、そこから住民自身が地域課題を発見・共有し、解決の糸口を探り出す学習へと発展させていくことが期待される。こうした課題解決型の地域学習は、主権者（若者を含めた大人）にとって極めて重要である。県教育委員会として、高等学校での「総合的な探究の時間」やサービス・ラーニング<sup>(3)</sup>、公民館などの社会教育施設における地域課題解決学習のさらなる充実に向けた支援が求められるのではないか。

## (2)各地域の状況等に応じたオーダーメイド型の取組を

表3を確認すると、2位以下の項目にある程度の共通性は見られるものの、順位は様々である。たとえば「20歳～29歳」では、「地域課題の解決に向けた学習の充実」「大人が持つ知識等を地域に行かしていける方策」がいずれも32.7%で、2位である。一方、「30歳～69歳」では「地域全体で子どもを育む活動の充実」が2位であり、子育て世代の「30歳～49歳」においては約半数が同項目を挙げている。「70歳～79歳」では「地域住民が気軽に集える場所の充実」が2位となっている。このように、「年齢」によって上位の項目は変わってくる。「地域」や「市部・町村部」によっても2位以下の順位に違いが見られることから、ライフステージや地域の状況をふまえてターゲットを明確化し、オーダーメイド型の取り組みを構想していくことも必要ではないか。

また、「30歳～69歳」で2位に挙げられている「地域全体で子どもを育む活動の充実」は、未来を担う子どもへのアプローチとして重要である。地域学校協働の仕組みを活かし、学校支援にとどまらない多彩な地域学校協働活動が創り出されていくように、必要な働きかけを行っていくことが期待される。

## (3)各項目を構造的・複合的に捉えた取組を

問19の選択肢に挙げられた10項目は、いずれも「ふるさと青森を愛する心を醸成する」ために重要な取り組みである。しかし、個別バラバラに取り組んでいては十分な効果は得られないだろう。また、県民からの期待が高い項目ばかりを優先し、その他の項目を軽視することも避けなければならない。

これらの10項目は、次のように相互に関連している。

たとえば、県民からの期待が最も高い「地域を知る学習の充実」を図っていくためには、「他の地域や外国との交流」も有効な方法のひとつとなるだろう。また、「地域課題の解決に向けた学習の充実」を図っていくためには、「地域住民同士のつながりづくり」が土台となり、地域課題の発見・共有に向けた「地域を知る学習」の機会も必要となる。

「地域全体で子どもを育む活動の充実」を図るためにも、「地域住民同士のつながりづくり」は不可欠であり、「大人が持つ知識・技術・経験を地域に生かしていけるような方策」（＝地域の子どもたちに伝えていく方策）を講じる必要も出てくる。また、「地域住民同士のつながり」を豊か

にしていくためには、「地域住民が気軽に集える場所」が必要であり、公民館等で「性別や障がいの有無による差別のない社会を作るための学習」機会を提供することや、「〇〇カフェ」のような住民の居場所づくりを進めていくことも期待される。

このように、各項目を結び合せてこそ効果が期待される。(2)でも述べたように、ライフステージや地域の状況に応じて「いま、求められていること」を具体的に把握し、そのために必要な複数の項目を関連付け、「ひとつのパッケージ」として一体的に推進していくことが肝心である。

## おわりにー「ふるさとを育てる教育」への模索

本調査とも関わって、宮下宗一郎知事のコラム「ふるさとを育てる教育へ」<sup>(4)</sup>が目にとまった。コラムには、ご自身の子ども時代を思い返しながらかのように綴られている。

それでも自分がこうして青森に戻って来られたのは、「ふるさとを育てる教育」を受けていたからだと思います。先生方が地域に根ざして一人一人の個性を育み、地域の人々は目や手や足となって学校を支え、親はPTAとしてそうした活動をつなぎました。運動会ともなればもはやお祭りのようで、酔っ払ってヤジを飛ばす人、親や近所の人たちの大声援を受けながらグラウンドを駆け回りました。

人々の心にこうした「あたたかな原風景」が息づくことによって、「ふるさと」への愛着や誇りが醸成されていくことが伝わってくる。

地域の多様なアクターが協同し、子どもも大人も豊かに育ち合える地域・学校を主体的につくっていく。そのプロセスや、その延長線上に、「ふるさとを育てる教育」の内実があるのではないだろうか。第17期青森県生涯学習審議会委員として、本調査から見てきたこともふまえつつ、「ふるさとを育てる教育」の今日的な在り方について模索していきたい。

### 【補注】

(1) 調査結果（全体集計の結果）を見る上で、回答者の年齢構成にも留意が必要である。

本調査の回答総数 878 件の内訳は、「20 歳～59 歳」が 47.7%、「60 歳～79 歳」が 51.9%、「無回答」が 0.3%となっている。しかし、青森県における実際の年齢構成比は、「20 歳～59 歳」が 58.5%、「60 歳～79 歳」が 41.5%である。このように、全体集計の結果には、60 歳以上の回答傾向がやや強く反映されているものと思われる。

なお、実際の年齢構成比については、「青森県の推計人口－年報－2023 年（令和 5 年）」（<https://opendata.pref.aomori.lg.jp/dataset/2156.html> 最終閲覧：2025 年 3 月 8 日）をもとに算出した。

(2) 「方言札」とは、学校で方言を使った際に、子どもの首に下げられた札のことである。標準語を身に付けさせるために、方言を使った罰として用いられた。

(3) サービス・ラーニングとは、授業などで学んだ知識・スキルを、地域課題を解決するための具体的な活動に活かすことを通じて、市民性（市民的な責任・役割）を学び取ることを意図した教育方法のひとつである。

(4) 連載 宮下宗一郎知事の青森新時代（vol.05）「ふるさとを育てる教育へ」 ※「AOMORI MAG 05」2025 年 2 月号に掲載