

# 都市政策研究所紀要

## 第 5 号

|                                                   |             |
|---------------------------------------------------|-------------|
| ベトナムの職業教育の現状と展望                                   | 吉村 英俊 …… 1  |
| 中古住宅流通促進の課題<br>ー北九州市における空き家の現況や需要者・供給者のニーズ調査を通じてー | 伊藤 解子 …… 19 |
| ベロタクシーの広告戦略からみた持続的運営への課題                          | 内田 晃 …… 43  |
| 高齢者の世帯構成による社会関係の比較<br>ーひとり暮らし高齢者に着目してー            | 石塚 優 …… 53  |
| Jリーグ加盟1年目におけるギラヴェンツ北九州のスタジアム観戦者分析                 | 南 博 …… 75   |

北九州市立大学  
都市政策研究所  
2011.3

### 晴山教授への謝辞

2006 年度から 4 年間、都市政策研究所所長を務められた晴山教授に研究所所員・職員ともに感謝いたします。

都市政策研究所は 2006 年 4 月に公立大学法人北九州市立大学への移行と同時に、北九州産業社会研究所から改称して誕生しました。北九州産業社会研究所の時代から 20 年以上の間、研究所専任所員が所長を務めてきましたが、この年に所長が副学長兼任となり、晴山教授が新所長として登場してきた訳です。

この年、都市政策研究所となり、受託事業などの新たな課題も課され、新たな専任所員も加わるなど大きな変化がありました。晴山教授は北九州産業社会研究所の時代から兼任所員として、その活動に長く貢献されてきた実績をお持ちとはいえ、副学長、キャリアセンター長と多忙であったことから新所長への危惧や不安が交錯していました。

このような状況下で晴山所長は柔軟で的を得た研究所運営を進められるとともに、4 年間所長を務められた間に積極的に研究所の研究活動・事業に参加され、このような難題や危惧を一掃された。おかげさまで、5 年目を経過した現在の都市政策研究所の運営基盤ができあがりました。今年度に定年を迎えられた晴山教授に研究所所員・職員ともに心から感謝いたします。

(文責：石塚)

# ベトナムの職業教育の現状と展望

吉村 英俊

- I はじめに
- II 教育制度
- III 職業教育の現状
- IV ハイフォン市の現状
- V 職業教育の展望

## ＜要旨＞

本調査研究では、ベトナムの裾野産業育成の鍵となる職業訓練人材の育成の現状と展望を示すものである。

まずベトナムの教育制度を総括し、次に職業教育について、職業教育の教育法上の規定や各種データから実状を考察し、職業教育が相対的に重要度を増していることを示す。さらに職業能力レベルやその賃金との関係、労働者の職業訓練への意向を述べる。また職業教育の事例として、ハイフォン市の工業職業大学を取り上げ、現状と課題を示し、最後に職業能力水準と職業訓練管理の観点から、ベトナム政府の取り組みを示すものである。

## ＜キーワード＞

職業教育(Vocational education)、職業訓練学校(Vocational training school)、職業能力レベル(Occupational ability level)、職業技能水準(Occupational skills standard)、職業訓練管理(Management of vocational training)

## I はじめに

ベトナムは成長著しい東アジア及び東南アジア諸国の中において、最も注目されている国といっても過言ではない。その成長率（名目 GDP）は過去 10 年間の平均で 15%を超え、その勢いが止まることは当分なさそうである。

さて現在、ベトナムは 2020 年の工業立国化を目指して、外資の導入や都市基盤の整備などを急ピッチで進めているが、何よりも工業化の基盤的要素である「裾野産業の育成」が不可欠であり、早期の実現が叫ばれている。この裾野産業の育成を図るためには、一定の職業能力を有した人材の養成・確保と、既存企業の技術力の高度化が成されなければならない。

人材の養成にあたっては、教育のあり方が重要である。教育機関においては、通常、高等学校、職業訓練学校、短大・大学があるが、職業能力の視点からは、理論と実践の両方を兼ね備えた人材を養成することを目標としている職業訓練学校が重要な役割を担う。ベトナムにおいては、教育法の大幅な改正（2005 年）と職業訓練法の制定（2006 年）を契機に、この職業訓練学校を含む職業訓練機関を量及び質の両方から充実させてきた。また職業訓練戦略（2011～2020 年）では、職業教育のシステムティックな運営と高度化を実現するために、標準化を推進することとしている。

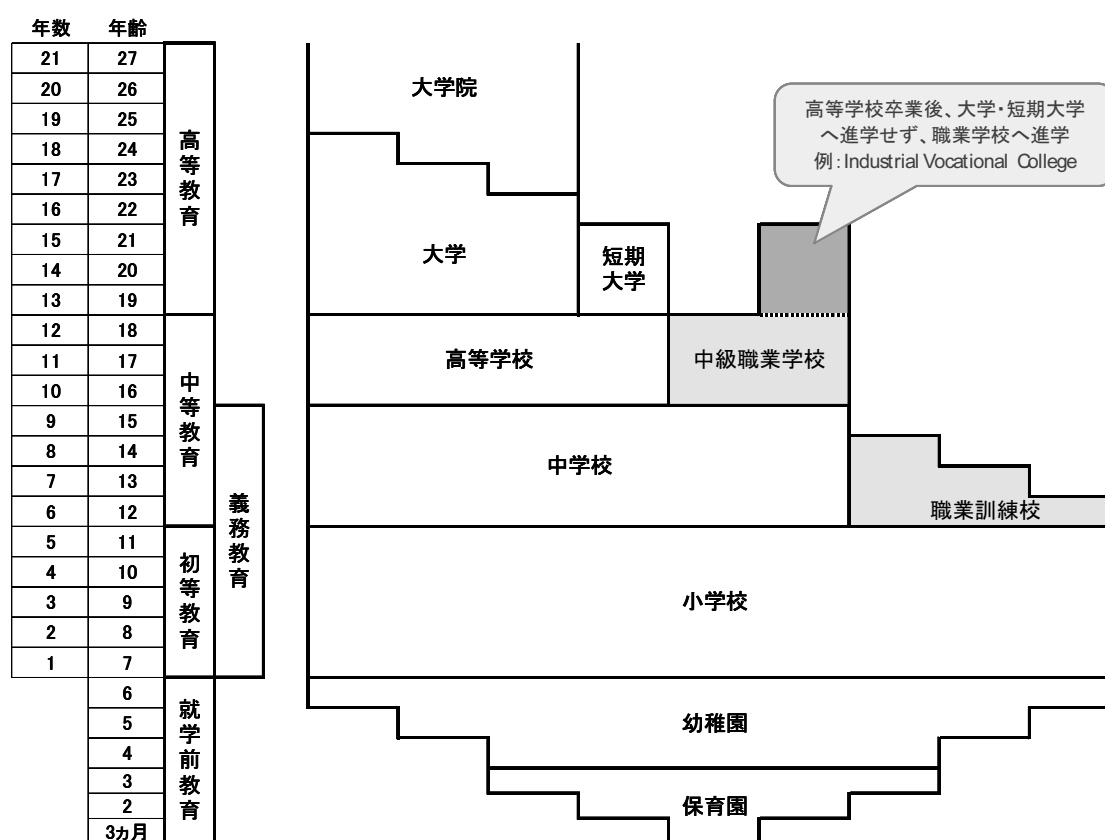
そこで本調査研究では、ベトナムの職業教育の現状と今後の展望について言及する。

## Ⅱ 教育制度

### 1. 学校教育体系

ベトナムの学校教育制度は 1989 年に一本化され、1998 年制定の教育法（2005 年改正、後述）に基づいて行われている。義務教育は小学校（5 年間）と中学校（4 年間）の 9 年間であり、短期大学が 3 年間である他、わが国の教育体系と大きく変わらない。

教育行政は、教育訓練省（Ministry of Education and Training）が国の教育政策や各教育レベルでの教育基準を策定し、省・市町村が実施及び監督の責任を負う。各学校の設置及び管理は、小学校及び中学校においては市町村、職業教育学校については関係行政機関、大学・短期大学においては教育訓練省が行う。なお一部、医科薬科大学については厚生省、美術大学については文化情報省が担当する。



資料：「ベトナムの教育制度」独立行政法人日本学生支援機構

図1 学校教育体系

### 2. 各種教育及び学校

#### (1) 就学前教育

幼稚園・保育園ともに、教育訓練省（日本の場合、幼稚園：文部科学省、保育園：厚生労働省）が所管しており、通常、託児所が生後3ヵ月～3歳、幼稚園が4～6歳までの子供を預かっている。なお、都市部と農村部では預け入れの状況が異なり、例えば、都市部では教育熱が高く、就学前教育に熱心であるが、一方、農村部においては祖父母が自宅にいる家庭ではわざわざ小さな子供を預けないことが多い。

## (2) 初等教育

通常、9月に新学期が始まり、翌年6月中旬に終了する。最終学年である第5学年の終了時に、全国共通の修了試験が行われ、これに合格すると卒業証書を受け取ることができる。

現在、小学校の進学率は、義務教育ということもあって、ほぼ100%であるが、ハノイやホーチミンといった都市部を除いた一部地方では、小学校までしか就学しないことがある（表2、表3）。また、都市部では教育施設が大幅に不足しており、生徒たちは午前組・午後組の二つの組に分かれて同一教室を2回使用（二部制）している。さらに学区制がないため、評判のよい学校へ生徒が集中している。

## (3) 中等教育

### ① 中学校

進学率は84%でここ数年横ばいの状況にある。小学校同様に、最終学年である第4学年終了時に、全国共通の修了試験が行われ、合格者に卒業証書が授与される。

### ② 高等学校

義務教育ではないため、高等学校に入学するためには、入学試験に合格しなければならない。現在のところ、進学率は高いとはいえないが、増加傾向にある（2003年：48%、2007年：55%）。

## (4) 高等教育

大学及び大学院の就学年数は学部・学科によって異なるが、通常、学士課程4年間（工学部5年間、医学部6年間）、修士課程2年間、博士課程3年間（修士号未取得者4年間）となっている。なお、短期大学は3年間である。学士課程への進学率は13%（2007年）と低いですが、近年急速に増加している（2003年7%、2005年10%）。

現在、大学は全国に145校あり、うち国立が103校、私立が28校、民立が14校となっている。なお、民立とは市町村の人民委員会が独自に設立した大学である。国立大学は、さらに国家大学と地方総合大学、専門大学、公開大学に分けられる。国家大学とは、他の国立大学に比べて、研究費の配分や大学の運営などにおいて、優先的な権限を有した大学であり、ハノイ国家大学、ホーチミン市国家大学など、全国に8校存在する。また地方総合大学とは、地方の中心都市にある総合大学であり、専門大学は単科大学のことである。公開大学とは、大学の校舎を国が準備し、運営資金を民間で賄うものであり、准国立として運営されている。現在、ハノイとホーチミンにそれぞれ1校設置されている。

表2 進学率

|      | 学生数       | 1学年あたりの学生数 | 進学率  |
|------|-----------|------------|------|
| 小学校  | 6,860,300 | 1,372,060  | 100% |
| 中学校  | 5,803,300 | 1,450,825  | 84%  |
| 高等学校 | 3,021,600 | 1,007,200  | 55%  |
| 大学   | 918,200   | 229,550    | 13%  |

注記：データ 2007～2008年

資料：「2010年ベトナム一般概要～数字で見るベトナム経済～」JETRO ハノイセンター

## (5) 職業教育

詳細はⅢ以降で述べるが、中級職業学校と職業訓練校などがあり、前者が職業的実践能力を備えた技術者、後者が技能工の育成を目指している。なお大学卒業者とは、賃金や昇進などの面で後れを取っている。

表 3 就学状況

|                      |   | 全 国  | ハノイ  | ホーチミン | ハイフォン |
|----------------------|---|------|------|-------|-------|
| 小学校を卒業しなかった比率        | % | 20.8 | 12.4 | 15.2  | 12.3  |
| 小学校を卒業した比率           | % | 25.7 | 16.8 | 24.7  | 16.7  |
| 中学校を卒業した比率           | % | 21.9 | 22.1 | 18.3  | 30.7  |
| 高等学校以上を卒業した比率        | % | 26.4 | 46.7 | 39.3  | 38.3  |
| 短期職業研修(3ヵ月未満)の修了者の比率 | % | 2.6  | 3.6  | 4.5   | 3.4   |
| 職業訓練研修(3ヵ月以上)の修了者の比率 | % | 4.7  | 7.5  | 3.7   | 8.1   |
| 短期大学卒業者の比率           | % | 1.6  | 2.5  | 1.8   | 2.1   |
| 大学学部以上の卒業/修了者の比率     | % | 4.4  | 13.3 | 10.0  | 6.6   |

注記：5 歳以上を対象

資料：'The 2009 Viet Nam Population and Housing Census' (April 1st, 2009 時点)

## Ⅲ 職業教育の現状

### 1. 教育法上の規定

ベトナム政府は、市場経済化が進展する中で、教育の普及を促進するため、1998 年 12 月「教育法」を制定した。教育法の施行により、関連法規が整備され、一定程度の普及が確認された後、教育の質や水準の向上が叫ばれるようになり、2005 年 6 月、教育法が改定され、2006 年 1 月に施行された。この教育法において、「職業教育」は主に第 3 章 第 3 節 職業教育の中で詳しく規定されている。以下、職業教育の内容について説明する。

表 4 教育法の体系

|                                   |
|-----------------------------------|
| 第 1 章 総則 (第 1 条～第 20 条)           |
| 第 2 章 国民教育制度 (第 21 条～第 47 条)      |
| 第 1 節 就学前教育                       |
| 第 2 節 普通教育                        |
| <b>第 3 節 職業教育：第 32 条～第 37 条</b>   |
| 第 4 節 大学教育                        |
| 第 5 節 生涯教育                        |
| 第 3 章 その他の学校・教育機関 (第 48 条～第 69 条) |
| 第 4 章 教員 (第 70 条～第 82 条)          |
| 第 5 章 学習者 (第 83 条～第 92 条)         |
| 第 6 章 学校、家庭、社会 (第 93 条～第 98 条)    |
| 第 7 章 国の教育管理 (第 99 条～第 113 条)     |
| 第 8 章 褒賞および罰則 (第 114 条～第 118 条)   |
| 第 9 章 施行に関する条項 (第 119 条～第 120 条)  |

職業教育は、主として「中級職業学校」と「職業訓練校」で行われる（第 4 条）他に、「職業訓練センター」や「職業訓練室」といった機関があり、これらを総称して「職業教育機関」という（第 36 条）。中級職業学校は、教育訓練省が所管し、職業訓練校や職業訓練センター、職業訓練室は、当機関で教育する職業分野を所管する国の機関が管理する。

中級職業学校においては、基本的な職業的知識と実践技能を備え、独立して仕事ができ、創造性を持ち、技術を仕事に応用できる「技術者」を養成する。一方、職業訓練校においては、生産・サービスに直結する技能を有し、受けた教育水準に合った職業能力を実践する「技能工」を養成する。いずれにしても、両者に共通しているのは、理論的授業と実践技能の調和であり、職業的实践能力を備えた人材の養成を目標としている（第 33 条、第 34 条）。

中級職業学校の就学期間は、中学校卒業後 3～4 年間、高校卒業後 1～2 年間とし、職業訓練校の就学期間は、初級レベル 1 年以下、中級・短大レベル 1～3 年間としている（第 32 条）。なお、カリキュラムの修了者に対しては、職業教育機関の長から修了証書や卒業証書が授与される（第 37 条）。また中級職業学校の卒業生は、短期大学及び大学（学士課程）への入学資格を得ることができる。なお、短期大学において、中級職業学校で同じ分野を専攻した者は、通常 2～3 年の就学期間を 1 年半もしくは 2 年で卒業することができる。大学学士課程においては、通常 4～6 年の就学期間を 2 年半～4 年で卒業することができる（第 38 条）。

職業教育のカリキュラムは、中級職業学校においては、教育訓練大臣が関係省庁の大臣あるいはその長と協力し、中級職業教育カリキュラム審議会の審議結果に基づいて、指導要領を定める。そしてこの指導要領に基づき、それぞれの中級職業学校が自らのカリキュラムを定める。職業訓練校においても同様に、職業訓練校を所管する国の機関の長が関係省庁の大臣あるいはその長と協力し、職業訓練校カリキュラム審議会の審議結果に基づいて、職業水準ごとに指導要領を定め、その後、職業訓練校が自らのカリキュラムを定める。また教科書は、これら職業訓練機関の長が招集する教科書審議会の審議結果に基づいて制作され、その後、編集・検定作業を受ける（第 35 条）。

職業教育に携わる教員は、中級職業学校においては、師範大学もしくは大学卒業資格と、教員免許状を必要とする。職業訓練校については、中級職業学校以上の卒業資格、もしくは高度な技術を持つ職人や熟練労働者であることを必要とする。（第 77 条）

表 5 中級職業学校と職業訓練校の比較

|      | 中級職業学校                           | 職業訓練校                          |
|------|----------------------------------|--------------------------------|
| 目 標  | 理論的授業と実践技能の調和による職業的实践能力を備えた人材の養成 |                                |
|      | 技術者                              | 技能工                            |
| 所 管  | 教育訓練大臣                           | 職業分野を管理する国の長                   |
| 就学期間 | 中学卒業後：3～4 年間<br>高校卒業後：1～2 年間     | 初級レベル：1 年以下<br>中級・短大レベル：1～3 年間 |
| 教員資格 | (師範大学卒 or 大学卒) and 教員免許          | 中級職業学校以上卒 or 高度技術者 or 熟練労働者    |

## 2. データにみる職業教育の現状

### (1) 職業教育機関数

全国に 2,155 の職業教育機関が設置され、とくに首都であるハノイ市がある紅河デルタ地域とホーチミン市がある南東部に多く立地している。

また施設の種類では、その他の職業教育機関を除くと、職業訓練センターが最も多く立地し、職業訓練校は比較的少ない。なお、過去 8 年間に於いて、職業訓練センターは 5 倍、職業訓練校は 2 倍以上増加している。

法人形態では、公立が 6 割占めており、中級職業学校において、とくにその割合が高く、国の教育訓練省の意気込みが窺える。

表 6 職業教育機関数

|                      | 全体    |       | 中級職業学校(短大課程) |    | 中級職業学校(中級課程) |     | 職業訓練校 |    | 職業訓練センター |     | その他の職業訓練機関 |     |
|----------------------|-------|-------|--------------|----|--------------|-----|-------|----|----------|-----|------------|-----|
|                      | 計     | 公立    | 計            | 公立 | 計            | 公立  | 計     | 公立 | 計        | 公立  | 計          | 公立  |
| 全体                   | 2,155 | 1,301 | 75           | 64 | 204          | 153 | 40    | 19 | 684      | 433 | 1,152      | 629 |
| 北東部                  | 232   | 175   | 8            | 8  | 20           | 8   | 2     | 1  | 98       | 64  | 104        | 85  |
| 北西部                  | 38    | 32    | 1            | 1  | 5            | 4   | 2     | 2  | 14       | 12  | 16         | 13  |
| 紅河デルタ<br>(ハノイ・ハイフォン) | 610   | 383   | 34           | 29 | 81           | 53  | 25    | 8  | 157      | 101 | 313        | 198 |
| 北部沿岸部                | 238   | 169   | 7            | 6  | 23           | 23  | 6     | 5  | 82       | 58  | 120        | 77  |
| 南部沿岸部                | 213   | 146   | 6            | 5  | 20           | 17  | 3     | 2  | 63       | 49  | 121        | 73  |
| 中央高原                 | 60    | 37    | 2            | 2  | 4            | 4   | 2     | 1  | 25       | 14  | 27         | 16  |
| 南東部<br>(ホーチミン)       | 420   | 165   | 12           | 9  | 33           | 27  | 0     | 0  | 133      | 45  | 242        | 85  |
| メコンデルタ               | 344   | 194   | 5            | 4  | 18           | 18  | 0     | 0  | 112      | 90  | 209        | 82  |

注記：データは 2009 年 6 月 30 日時点

資料：General Department of Vocational Training, 2009

### (2) 職業教育訓練修了者数

職業教育の訓練修了者は、1 年間で平均 9.3%増加し、2007 年には 170 万人を輩出した。これは 2001 年の 1.7 倍である。また研修期間が 1 年未満の短期研修の割合は 2007 年において 2/3 を数えるものの、その割合は年々減少してきている。言うなれば、長期研修のニーズが高くなっているといえる。

表 7 職業教育訓練修了者数

|        |   | 2001年   | 2002年     | 2003年     | 2004年     | 2005年     | 2006年     | 2007年     |
|--------|---|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 合計     | 人 | 995,800 | 1,131,100 | 1,220,600 | 1,329,400 | 1,409,700 | 1,570,000 | 1,696,500 |
| (対前年比) | % | —       | 13.6      | 7.9       | 8.9       | 6.0       | 11.4      | 8.1       |
| 短期     | 人 | 761,200 | 858,500   | 897,700   | 950,300   | 977,000   | 1,080,000 | 1,131,000 |
| (占有率)  | % | 76.4    | 75.9      | 73.5      | 71.5      | 69.3      | 68.8      | 66.7      |
| 長期     | 人 | 234,600 | 272,600   | 322,900   | 379,100   | 432,700   | 490,000   | 565,500   |
| (占有率)  | % | 23.6    | 24.1      | 26.5      | 28.5      | 30.7      | 31.2      | 33.3      |

注記：短期は研修期間が 1 年未満、長期は研修期間が 1 年以上

資料：General Department of Vocational Training, 2009

### (3) 教員の学歴と員数

全国に約 2 万人の職業教育に携わる教員がいる。中級職業学校においては、7 割が学士以上の学位を有しており、言い換えれば 3 割が教育法第 77 条で定める要件を満たしていないことが分かる。一方、職業訓練センターにおいては、学士以上の割合は 4 割に満たず、代わって 1/4 が技術を有した職人が教員になっている。

表 8 教員の学歴と員数

|          |   | 指導員数   | 博士  | 修士  | 学士    | 短期大学  | 技術者   | その他   |
|----------|---|--------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|
| 全体       | 人 | 20,195 | 83  | 927 | 9,707 | 3,663 | 3,339 | 2,476 |
| (占有率)    | % | -      | 0.4 | 4.6 | 48.1  | 18.1  | 16.5  | 12.3  |
| 中級職業学校   | 人 | 4,678  | 23  | 363 | 2,856 | 633   | 506   | 297   |
| (占有率)    | % | -      | 0.5 | 7.8 | 61.1  | 13.5  | 10.8  | 6.3   |
| 職業訓練校    | 人 | 9,583  | 55  | 388 | 4,748 | 1,820 | 1,319 | 1,253 |
| (占有率)    | % | -      | 0.6 | 4.0 | 49.5  | 19.0  | 13.8  | 13.1  |
| 職業訓練センター | 人 | 5,934  | 5   | 176 | 2,103 | 1,210 | 1,514 | 926   |
| (占有率)    | % | -      | 0.1 | 3.0 | 35.4  | 20.4  | 25.5  | 15.6  |

資料：General Department of Vocational Training, 2009

### (4) カリキュラム例

ここでは、中級職業学校の短大課程の「工業及び家庭電力」と、職業訓練校の「産業電気修理工養成コース」を例示する。

#### ①中級職業学校 短大課程「工業及び家庭電力」

一般教養と技術（基礎・専門）、実習より構成され、講義数において、大凡 2 割・4 割・4 割の構成比になっており、実習が多いことが分かる。

表 9 カリキュラム「工業及び家庭電力」

| 講義数  |          |     | 講義数  |              |     |
|------|----------|-----|------|--------------|-----|
| 一般教養 | 政治学      | 125 | 専門技術 | 高電圧技術        | 42  |
|      | 外国語      | 150 |      | 電極版          | 114 |
|      | 体育       | 60  |      | 電力システム(リレー)  | 不明  |
|      | 軍事教育     | 192 |      | 電力プラント(変電設備) | 168 |
|      | 経済学・生産組織 | 96  |      | 電気設備の操作・修理   | 90  |
|      | 数学       | 49  |      | 企業の電気設備      | 不明  |
|      | 情報       | 56  |      |              |     |
|      |          |     | 実 習  | 電気冷蔵作業       | 96  |
| 基礎技術 | 機械技術     | 112 |      | 電気学          | 96  |
|      | 製図技術     | 98  |      | 電気設備装置       | 96  |
|      | 電気技術     | 168 |      | 電気モータ製図      | 192 |
|      | 電気モータ    | 162 |      | 電気回路網装置      | 48  |
|      | 電気測定     | 56  |      | 電気モータ&設備のテスト | 96  |
|      | 工業用電子    | 66  |      | 工場見学         | 48  |
|      | 電気材料     | 42  |      | 生産           | 192 |
|      | 安全力学     | 42  |      | 卒業前インターン     | 384 |

出典：木村大樹編著『海外・人づくりハンドブック ベトナム』

## ②職業訓練校「産業電気修理工養成コース」

前項同様に、一般教養と技術（基礎・専門）、実習より構成される。特徴的なのは、講義数において実習が6割を超えることであり、生産に直結した技能工を養成する姿勢が窺える。

表 10 カリキュラム「工業及び家庭電力」

| 講義数  |          |     | 講義数  |            |      |
|------|----------|-----|------|------------|------|
| 一般教養 | 国語(読み書き) | 250 | 専門技術 | 企業での電気器具修理 | 不明   |
|      | 数学       | 450 | 職業実習 | 基礎実習       | 1500 |
|      | 物理       | 280 |      | 生産実習       | 1400 |
|      | 化学       | 170 |      |            |      |
|      | 外国語      | 200 |      |            |      |
|      | 政治学      | 120 |      |            |      |
|      | 体育       | 60  |      |            |      |
|      |          |     |      |            |      |
| 基礎技術 | 製図       | 140 |      |            |      |
|      | 機械技術     | 100 |      |            |      |
|      | 電気技術     | 60  |      |            |      |
|      | 電気材料     | 75  |      |            |      |
|      | 冶金技術     | 45  |      |            |      |
|      | 電気測定     | 60  |      |            |      |
|      | 生産管理     | 40  |      |            |      |
|      |          |     |      |            |      |

出典：木村大樹編著『海外・人づくりハンドブック ベトナム』

## (5)教育費

いずれの教育課程においても、教育費が増加しているが、とくに職業訓練は2004年比、全国平均で2.7倍、ホーチミン市がある南東部では3.7倍になっており、短期大学・大学の1.6倍に比べて、増加していることが分かる。なお、一人あたりのGDPに占める割合は、全国平均が24%であるのに対して、ハノイ市、ホーチミン市は共に13%であり、決して高いとはいえない(1US\$=90円、1000VND=5円で算出)。

表 11 教育費（年間）

|                       |      | 幼稚園   | 小学校   | 中学校   | 高等学校  | 職業教育  | 短期大学・大学 |
|-----------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 全 国                   | 2004 | 567   | 314   | 551   | 1,057 | 1,663 | 3,695   |
|                       | 2006 | 760   | 479   | 718   | 1,408 | 3,053 | 4,313   |
|                       | 2008 | 1,113 | 776   | 1,073 | 1,941 | 4,459 | 5,893   |
| 紅河デルタ<br>(ハノイ・ハイフォン他) | 2004 | 508   | 381   | 575   | 1,048 | 1,993 | 3,097   |
|                       | 2006 | 689   | 613   | 720   | 1,371 | 2,762 | 4,017   |
|                       | 2008 | 1,008 | 810   | 1,153 | 1,895 | 3,979 | 5,252   |
| 南 東 部<br>(ホーチミン他)     | 2004 | 1,475 | 579   | 989   | 1,593 | 1,532 | 4,881   |
|                       | 2006 | 1,692 | 1,037 | 1,360 | 2,466 | 4,348 | 5,042   |
|                       | 2008 | 2,560 | 2,071 | 2,306 | 3,543 | 5,719 | 7,155   |

単位：1000VND

参考：一人あたりのGDP（2008）ハノイ1,700US\$ ホーチミン2,500US\$ 全国平均1,024US\$

（市川匡四郎「ベトナムへの日本の投資状況と課題」九州・ベトナム経済交流セミナー、2009.11）

資料：ベトナム人口統計資料

## (6) 賃金

賃金を資格別に見てみると、職業教育を受けた者の賃金は、未熟練者の約 1.5 倍になっている。なお、参考までに短期大学・大卒以上は 2.3 倍であり、大学卒が優遇されていることが分かる。

表 12 資格別賃金（月収）

| 資格別       | 2002年     |           |           | 2004年     |           |           | 2006年     |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|           | 全体        | 男性        | 女性        | 全体        | 男性        | 女性        | 全体        | 男性        | 女性        |
| 未熟練       | 605,088   | 644,832   | 531,322   | 821,874   | 865,053   | 745,312   | 1,031,393 | 1,087,208 | 936,853   |
| 技術専門(短期)  | —         | —         | —         | 1,121,247 | 1,199,642 | 980,304   | 1,463,896 | 1,571,172 | 1,232,050 |
| 技術専門(長期)  | 1,083,092 | 1,156,387 | 827,491   | 1,378,482 | 1,459,069 | 1,033,013 | 1,621,811 | 1,631,151 | 1,590,615 |
| 職業訓練      | 931,307   | 1,008,867 | 874,537   | 1,204,757 | 1,270,257 | 1,140,541 | 1,490,622 | 1,673,376 | 1,314,254 |
| 短期大学・大学以上 | 1,411,091 | 1,544,017 | 1,216,062 | 1,750,472 | 1,926,603 | 1,523,508 | 2,395,963 | 2,612,099 | 2,132,269 |

注記：勤務時間：128 時間／月以上の賃金労働者を対象

資料：Calculating from Viet Nam Household Living Standards Survey, General Statistical Office, 2002, 2004 and 2006

さらに賃金を職種別で見えてみると、単純労働者に対して、高度専門技術者は 2.8 倍、中等専門技術者は 1.8 倍、熟練職人は 1.2 倍、機械操作は 1.8 倍になっており、職能によって差異が大きいことが分かる。なお賃金は、総じて 2 割程度、男性の方が女性よりも高くなっている。

表 13 職種別賃金（月収）

| 職種別     | 2002年     |           |           | 2004年     |           |           | 2006年     |           |           |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|         | 全体        | 男性        | 女性        | 全体        | 男性        | 女性        | 全体        | 男性        | 女性        |
| 高度専門技術者 | 1,491,119 | 1,640,166 | 128,084   | 1,873,395 | 2,051,585 | 1,662,361 | 2,549,550 | 2,759,246 | 2,288,500 |
| 中等専門技術者 | 902,577   | 1,032,894 | 829,050   | 1,213,430 | 1,305,444 | 1,153,162 | 1,679,875 | 1,914,256 | 1,529,980 |
| 熟練職人    | 727,614   | 773,699   | 633,276   | 938,956   | 1,019,395 | 779,415   | 1,137,165 | 1,176,464 | 1,057,600 |
| 機械操作    | 1,267,682 | 1,298,730 | 1,086,840 | 1,408,521 | 1,470,442 | 1,123,869 | 1,693,712 | 1,784,887 | 1,191,579 |
| 単純労働者   | 502,606   | 540,507   | 437,054   | 714,433   | 766,536   | 623,820   | 919,971   | 983,735   | 820,509   |
| 行政官     | 890,898   | 905,263   | 831,188   | 1,109,219 | 1,121,448 | 1,055,766 | 1,579,152 | 1,646,245 | 1,371,497 |
| 軍人      | 1,138,803 | 1,163,732 | 965,340   | 1,535,564 | 1,574,951 | 1,196,393 | 2,443,888 | 2,479,914 | 2,025,340 |
| 専門家     | 1,083,894 | 1,143,987 | 1,025,561 | 1,435,033 | 1,435,606 | 1,434,549 | 1,667,142 | 1,721,967 | 1,620,378 |

注記：勤務時間：128 時間／月以上の賃金労働者を対象

資料：Calculating from Viet Nam Household Living Standards Survey, General Statistical Office, 2002, 2004 and 2006

## (7) 教育予算

教育・研究関連予算は、支出額において、占有率を 2001 年：15.5%から 2008 年：20.0%へ増加させている。この教育・研究関連支出額に占める職業訓練関連支出額の割合は、さらに 2001 年：4.9%から 2008 年：7.5%へ増加させており、量的には依然多くないものの、国の職業教育への前向きな姿勢を感じ取ることができる。

表 14 国の教育予算

|               |       | 2001年   | 2002年   | 2003年   | 2004年   | 2005年   | 2006年   | 2007年   | 2008年   |
|---------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 国家予算支出額       | 10億ドン | 127,675 | 143,764 | 181,183 | 209,024 | 239,470 | 297,232 | 356,678 | 398,980 |
| 教育・研究関連支出額    | 10億ドン | 19,747  | 22,541  | 28,835  | 34,872  | 42,943  | 54,798  | 71,336  | 79,796  |
| (対国家予算支出額)    | %     | 15.5    | 15.7    | 15.9    | 16.7    | 17.9    | 18.4    | 20.0    | 20.0    |
| 職業訓練関連支出額     | 10億ドン | 968     | 1,240   | 1,644   | 2,164   | 2,791   | 3,671   | 4,993   | 5,985   |
| (対教育・研修関連支出額) | %     | 4.9     | 5.5     | 5.7     | 6.2     | 6.5     | 6.7     | 7.0     | 7.5     |

資料：General Department of Vocational Training, 2009

### 3. 職業能力の反映

政府は、2005 年 6 月に改訂された教育法（前述）において職業訓練政策のガイドラインを示し、その後、初級・中級・短大レベルの 3 つのレベルからなる職業訓練対策を定めた「職業訓練法<sup>1)</sup>」を 2006 年 11 月制定した。

表 15 に機械、電気、電子分野における 3 つのレベル（Group I～III）を例示している。例えば、電気設備及び機器の修理において、初級レベルでは家庭用の電気機器の修理しかできないが、中級レベルでは 35 キロボルトまで、さらに短大レベルになると電圧の大きさに関係なく取り扱うことができる。また金属を切断する作業においても、初級レベルでは鋸で単純に切るだけの能力しか要求されていないが、中級になると正しく切ることが要求される。さらにクレーンの運転において、中級レベルでは電気式の小型のクレーンしか運転できないが、短大レベルではすべてのクレーンを運転することができる。

当然ながら、レベルによって給与に差が生じる。各企業は、独自に給与表を作成して適用しなければならないが、ベトナムにおいては、職能レベルに基づいた給与体系が基本になっている。しかし現実には、この職能給制度の徹底により、労働者間で格差が生じるため、他の要件も加味するよう、もう少し柔軟な運用を求めて一部ストライキが発生しているという。なお政府は、企業が行き過ぎた給与体系を強いることがないように、最低賃金制度を導入している。現在、全国を 4 つの地域に分け、さらに自国企業と外国企業に分けて、最低賃金<sup>2)</sup>を設定しており、最も高いのが、ハノイ市とホーチミン市の区で、自国企業が 98 万 VND/月、外国企業が 134 万 VND/月となっている。

ハイフォン市内の中規模の金属加工業の経営幹部によれば、現場の作業者の中には上昇指向の強い者が比較的多くおり、日夜、職業訓練に励んでいるという。企業はこういった将来を嘱望される人材に対して、一定の職業技能に達した段階で、大学で勉強をする機会を与えている。なお当企業においては、学費などの経済的な支援は行っておらず、勉強する時間を優遇しているだけである。ただし、少しでも高い給料や幹部社員への昇進を目指して、多くの現場の作業者が日々精励しているという。

## VI ハイフォン市の現状

### 1. 就学等の状況

ハイフォン市においては、毎年 45,000～50,000 人が職業訓練を必要としている。その内訳は、中学校及び高等学校の卒業生が 22,000～25,000 人、現在社会人でありながら再び職業訓練を希望している人が約 15,000 人、周辺地域から学びにくる生徒及び社会人が約 10,000 人となっている。またハイフォン市においては、2008 年度、高等学校に約 80,000 人が在籍し、そのうち 29,199 人が 3 年生であった。そして、彼ら／彼女らのうち 40.9%が大学へ進学し、残りが中級職業学校や短期大学へ進学している。また中学卒業後、15%が職業訓練校へ進学している。

ハイフォン市では、現在 46 の職業訓練コースを開講しており、2007～2009 年の間の受講者は 140,359 人に及ぶ。その内訳は、短期コースが 64,150 人、長期コースが 16,351 人、中級職業学校が 43,850 人、同大学レベルが 16,008 となっている。なお、職業訓練コースには、造船、船舶運転、電気、電子、製造機械、農業機械、輸送機械、観光、衣料、獣医、食品加工、建設などがあり、多様である。

表 15 機械、電気、電子分野の 3 レベル

| Group I                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Group II                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Group III                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sawing metal;</li> <li>-Store-keeper, unskilled labor;</li> <li>-Washing safety working clothing, clout;</li> <li>-Household appliances;</li> <li>-Operating water pump with capacity under 8.000m<sup>3</sup> /h;</li> <li>-Electric station;</li> <li>-Checking,examining,adjusting,hanging and dismantling meter;recording electric number, collecting electric bill;</li> <li>-Managing and operating network and transformer station ≤35 Kv;</li> <li>-Repairing household electricity;</li> <li>-Producing roof, buffer and canvas for car;</li> <li>-Internal transporting, industrial hygiene;</li> <li>-Winding motor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Winding engine;</li> <li>-Sharpening metal</li> <li>-Chemical store-keeper;</li> <li>-Assembling; pressing plastic;</li> <li>-Medium and small pulling metal rope; twisting small rope;</li> <li>-Connecting electromagnetic rope, winding and wrapping electric rope;</li> <li>-Assembling electric tools;</li> <li>-Repairing mould of pulling wire, pressing mould, enamel mould;</li> <li>-Lathing, fraise, plane, bore, sharpening;</li> <li>-Driving electric crane</li> <li>-Repairing strain station tools;</li> <li>-Operating compressor, diesel machine</li> <li>-Car repairing;</li> <li>-Electroplating</li> <li>-Mechanic and electric repairing, installation and repairing water pipe;</li> <li>-Drilling, thrusting, sharpening lace, outlining, painting, and plastering;</li> <li>-Pressing rough draft, mixing and cutting iron;</li> <li>-Casting, grease pump, sifting sand, driving crane;</li> <li>-Checking product' s quality;</li> <li>-Repairing high voltage wire ≤35 Kv (no electricity);</li> <li>-Managing and operating high voltage wire from 66 Kv to under 500 Kv;</li> <li>-Assembling and operating electronics and informatics tools;</li> <li>-Producing electronic components, repairing computer electronics equipment;</li> <li>-Repairing, manufacturing machinery and mining tools;</li> <li>-Operating irrigation water pump with capacity from 8.000 m<sup>3</sup> /h and upper;</li> <li>-Manufacturing capacitor;</li> <li>-Repairing: steam valve; controlling heat; steam stove, water turbine; electric situation in power plan,diesel machinery;transformer station tools,battery in cave;</li> <li>-Experiment: electric equipment, high voltage;</li> <li>-Adjusting: steam stove; irrigation equipment, water turbine;</li> <li>-Discharging and charging battery in cave;</li> <li>-Welding and sharpening water turbine propeller;</li> <li>-Industrial hygiene (in power plan, 500 Kv transformers)</li> <li>-Driving 350 tons crane in hydro electric plant's cave;</li> <li>-Drilling concrete by hand-compressor (outside cave)</li> <li>-Filtering oil of transformer in cave;</li> <li>-Producing:electric equipment,composite material meter;insulation materials;</li> <li>-Operating plaiting aluminum cable machine,centrifugal concrete casting machine;</li> <li>-Repairing and drying transformer with capacity from 200 Kv and upper;</li> <li>-Monitoring terrain;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Forging big hammer, cleaning casting, thermal treatment metal;</li> <li>-Painting and welding in hermetic room;</li> <li>-Repairing electric mechanics at mine;repairing excavator,car,driller,and sorting out machinery;</li> <li>-Charging battery, repairing light in furnace;</li> <li>-Repairing train;</li> <li>-Driving crane;</li> <li>-Repairing mechanics, electricity in chemical factories;</li> <li>-Repairing vessel and river steamer;</li> <li>-Riveting in bridge, ship and air plane;</li> <li>-Building ship and maritime transport;</li> <li>-Repairing: steam stove in thermoelectric plant; electric equipment, hydraulic equipment,equipment in power plant,air turbine,mechanic-hydraulic equipment of floodgate and spillway; water pump in hydro electric plant; crane in generator's cave;ventilation system in hydro electric plant's cave; informatics and dynamology</li> <li>-Adjusting electric equipment;</li> <li>-Automatic electricity and thermo in generators;</li> <li>-Operator: crane in generator's cave; ventilation system in hydro electric plant's</li> <li>-Scraping, painting, sand blowing in hermetic tank and cave;</li> <li>-Drilling concrete in cave;</li> <li>-Checking metal by spectrum and ultrasound;</li> <li>-Managing and operating 500 Kv wire;</li> <li>-Repairing: high voltage wire connecting electricity; 66 Kv wire and upper (no electricity);</li> <li>-Boiling, mixing and pressing bakelite;</li> <li>-Painting and welding in chemical factory;</li> <li>-Automatic electricity and thermo in chemical factory;</li> <li>-Workerizing in power plan</li> </ul> |

出典 Decree No.205/2004/ND-CP, Salary Table for Worker, Staff Directly

## 2. 職業教育機関事例「ハイフォン工業職業大学」

ここでは、ハイフォン工業職業大学<sup>3)</sup> (Hai-Phong Industrial Vocational College、以下 HPIVC) を取り上げる。

HPIVC は、1961 年に工業系の職業訓練校 (Hai-Phong Industrial School) として設立され、2007 年に短大レベルに格上げされた。現在 5 学科 13 職業分野の人材を育成している。主たる技術分野は「機械」「電気・電子」であるが、2009 年に新たに「師範部門」を設置して教員の養成にも力を入れ始めている。在籍する学生数は約 3,500 人、そのうち 1,000 人は社会人であり、企業に勤めながら勉強している。大学入試が厳しくなる一方で、就職に有利な職業大学への人気が高まっており、同大学の入学競争率は 1.25 倍に上っている。また教員は 150 名在籍している。

中核となる教育レベルは、短大レベルであるが、中級及び初級レベルについても開講している。短大レベルは高校卒を対象とし、30 ヶ月を必要とする。中級レベルは高校卒ならば 24 ヶ月、中学卒ならば 36 ヶ月を必要としている。なお初級レベルについては、需要に応じて適宜カリキュラムを作成し、通常 3～9 ヶ月で行っている。

またハノイ工科大学やタイの Nguyen 工科大学と連携して、自動化や電気・電子などの分野の高度化を図るとともに、市内にある野村ハイフォン工業団地開発会社と提携して、教育の高度化や卒業生の就職先確保などを図っている。

HPIVC はハイフォン市政府の管理下にあり、校長の人事を工業貿易局 (Dept. of Industry & Trade) が担当し、カリキュラムを労働疾病兵社会問題局 (Dept. of Labor, Invalid & Social Affairs) が承認する。ちなみに労働疾病兵社会問題局は、理論と実践の割合を現在の 4 : 6 から 3 : 7 にしたいと考えている。なお、教員の人事権限は校長にある。

現在の課題としては、まず優秀な学生の確保が挙げられる。通常、大学に合格できなかったから職業大学へ行くという傾向にあり、二番手の学生しか採れない状況にある。次に企業のニーズを満たすハイテク設備が不足していることが挙げられる。大学には旧式の汎用機 (例：普通旋盤) は数多くあるが、NC 工作機械など、現在企業で主力となっている最新の工作機械は少ない。また教員もこれらのハイテク設備に接する機会が少なく、企業が望んでいる教育ができないでいる。三番目の課題は、教員の実践的なスキルの向上である。教員の多くは大学卒である。ベトナムにおいて大学の教育は理論が先行しており、企業が必要としている技術と差異がある。とくに後二者は、実践能力を備えた人材を育成することを目標としている職業訓練機関において存続に関わる課題である。



写真1 事務棟



写真2 校舎



写真3 旋盤の実習場



写真4 溶接の実習場



写真5 自動化システムの演習場



写真6 学生達（校内）

## V 職業訓練の展望

### 1. 職業能力基準の構築

政府は職業訓練法に基づいて、職業訓練の標準化と高度化を推進するために、「職業訓練戦略」（2011～2020年）を策定し、国家職業技能評価制度や職業訓練認定制度を含めた国家職業技能水準の構築や職業訓練管理システムの適用を推進している。

#### (1) 国家職業技能水準と職業技能評価

国家職業技能水準（National Occupational Skills Standard: NOSS）は、労働者が企業で必要とされる技術・技能を適正に、かつ意欲的に身に付けることを目的とし、技量レベル、資格取得への必要条件、スキル、職務遂行に対する姿勢が規定されている。ここで「技量レベル」とは、個々の職業の内容を、難易度によってレベル分けしたもので、そのレベル数はそれぞれの職業によって異なり、3～5段階に区分される。例えば、運転の場合は3段階、モータ製造の場合は5段階に分けられる。

職業訓練機関は、この国家職業技能水準に基づいて、職業技能レベルに対応した訓練基準や教育カリキュラムを開発しなければならない、現在85の職業<sup>4)</sup>で適用されており、2020年までに400種類の職業技能水準の作成を目指している。

労働者が業務経験を通して修得した知識や技能は、この国家職業技能水準に照らして評価され、「国家職業技能証明書」が授与される。具体的には、各職業の技能レベル別に、総合職業訓練局（General

Department of Vocational Training: GDVT) の管理の下、認定された「職業技能評価センター<sup>5)</sup>」において、評価が実施される。なお、2010 年度、19 の職種に対して試行されることになっており、2020 年までに 600 万人の労働者が、この評価を受けるものと予測している。

国家職業技能水準と職業技能評価の導入により、労働者は認定された職業技能レベルに見合った就職先を確保することが容易になり、相応の収入を得ることができる。なお、このことは同じレベルの職業技能を持つ労働者の賃金の平等化を可能にする。また企業においても、採用や配置、賃金支払などについて合理的な基準を作成することができ、円滑な労使関係を構築するとともに、労働者の技能向上を喚起することができる。

表 16 国家職業技能水準のレベル (1～5)

■レベル1 (修了証明書1)

- (a) 割り当てられた、単純又は反復作業が遂行できる。
- (b) 職業について多少の知識を持ち、その知識を活かして職務遂行することができる。
- (c) 必要に応じて情報の入手、注意、伝達ができる。自分自身の労働成果や作業出力に責任を持つ。

■レベル2 (修了証明書2)

- (a) 割り当てられた単純作業又は反復作業が遂行できる。また、通常と異なる条件においても指導の下、複雑な仕事をこなせる。
- (b) 職業の基礎知識を持ち、専門的な知識を活かして日常的な問題を処理できる。
- (c) 必要に応じて情報の検討、判断、説明ができる。他のメンバーとチームでも単独でも職務を遂行することができ、自分自身の労働成果や 作業出力に対して責任を持つ。

■レベル3 (修了証明書3)

- (a) 複雑な作業もほぼ遂行できる。多様な仕事も単独でこなせる。
- (b) 職業の基礎理論の知識と専門技術を持ち、技術や専門的な知識を活かして様々な状況においての日常的な問題を処理できる。
- (c) 様々な情報源から情報を理解し、分析、収集できる。チームのメンバーを指導することができ、自分自身の労働成果や製品品質、そしてチームのメンバーの仕事に関してもある程度責任を持つ。

■レベル4 (修了証明書4)

- (a) 複雑な作業もほぼ遂行できる。多様な仕事も単独で積極的に取り組む。
- (b) 職業の一部の分野について広い基礎理論の知識と確かな専門技術を持つ。技術や専門的な知識を伝えて様々な状況においての日常的な問題を処理できる。
- (c) 情報を分析、収集し、管理や調査について見解を持ち、提案ができる。仕事遂行のためにチームを監督、管理することができ、自分自身の労働成果や製品品質、そしてチームの仕事に関してもある程度責任を持つ。

■レベル5 (修了証明書5)

- (a) 熟練した、優れた作業を単独で積極的に取り組むことができる。
- (b) 職業について広い基礎理論の知識と確かな専門技術を持つ。技術的や管理的な問題に対応できる分析力や判断力を持ち、計画、検討することができる。
- (c) 情報を分析、収集し、自分の見解や計画を示すことができる。仕事遂行のためにチームを監督、管理することができ、自分自身の労働成果と製品品質、そしてチームの仕事の技術的パラメーターに関しても責任を持つ。

表 17 職業技能評価の受験資格

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>■職業技能評価(レベル1)の受験資格(下記いずれかに当てはまること)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・職業訓練(初等レベル)を修了</li> <li>・受験対象の職業と同じ職業に1年以上勤務</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                |
| <p>■職業技能評価(レベル2)の受験資格</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・職業訓練(中等、又は高等レベル)を修了</li> <li>・国家職業技能証書(レベル1)、若しくは職業訓練修了証書(初等レベル)、又は職業技能証書を取得後、受験対象の職業に2年以上勤務している</li> <li>・1つの職業に最低4年以上勤務</li> </ul>                                                                                                                                                   |
| <p>■職業技能評価(レベル3)の受験資格</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受験対象の国家職業技能評価と同じ職業の職業訓練(大学レベル)を修了</li> <li>・国家職業技能証書(レベル2)、若しくは職業訓練修了証書(中等、又は高等レベル)や職業技能証書、専修学校の卒業証書を取得後、受験する職業に2年以上勤務している</li> <li>・国家職業技能証書(レベル1)、職業訓練修了証書(初等レベル)、又は職業技能証書を取得後、受験対象の職業に6年以上勤務</li> <li>・1つの職業に8年以上勤務</li> </ul>                                                      |
| <p>■職業技能評価(レベル4)の受験資格</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国家職業技能証書(レベル3)、若しくは職業訓練修了証書(大学レベル)又は大学の卒業証書を取得後、受験対象の職業に2年以上勤務</li> <li>・国家職業技能証書(レベル2)、若しくは職業訓練修了証書(中等レベル)、又は専修学校の卒業証書を取得後、受験対象の職業に6年以上勤務</li> <li>・国家職業技能証書(レベル1)、若しくは職業訓練修了証書(初等レベル)、又は職業技能認定書を取得後、受験対象の職業に8年以上勤務</li> <li>・1つの職業に11年以上勤務</li> </ul>                                |
| <p>■職業技能評価(レベル5)の受験資格</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国家職業技能証書(レベル4)を取得後、受験対象の職業に2年以上勤務</li> <li>・国家職業技能証書(レベル3)、又は大学の卒業証書を取得後、受験対象の職業に最低5年以上勤務</li> <li>・国家職業技能証書(レベル2)、若しくは職業訓練修了証書(中等レベル)、又は専修学校の卒業証書を取得後、受験対象の職業に最低8年以上勤務</li> <li>・国家職業技能証書(レベル1)、若しくは職業訓練修了証書(初等レベル)、又は同等な認定書を取得後、受験対象の職業に最低11年以上勤務</li> <li>・1つの職業に14年以上勤務</li> </ul> |

## (2) 職業訓練管理システム

### ①職業訓練機関の品質管理

職業訓練機関は、職業訓練法により、方針や役割を労働市場や学習者のニーズ、産業界や地域の開発政策に十分は配慮して作成し、公表しなければならない。また当然ながら、これらの方針や役割などは、定期的に見直しを行い、管理機関へ報告することが義務づけられている。

職業訓練機関の組織や管理機構については、国の規則に従って検討され、運用されるものの、それぞれの機関には自治と責任が保証されていることから、教員やスタッフは政策決定や運営に積極的に参画することが求められている。

職業訓練機関は、学習を円滑に行うために、教室や実習場、教材、工具・備品はもとより、体育館、図書館、駐車場、寮、食堂などを整備するとともに、給排水設備や照明器具、換気装置、防カビ対策、火災報知器、消火装置なども適正に具備しなければならない。また、良好な運営状態や機能を保証するために、定期検査が義務づけられている。

とくに図書館については、十分な教材とスペースを確保しなければならない。教材は、概ね学生数の10～15倍の数を備えなければならない。教科書については5年以内、訓練分野に沿った専門技術誌については3～5年以内に出版されたものを使用しなければならない。また一般の図書館において、学生一人あたり1.8m<sup>2</sup>、電子図書館において1.5m<sup>2</sup>のスペースを確保しなければならない。

職業訓練機関の予算は、国の財務会計規則に従って行われ、機関の活動や部署の要求を満たす内容であるとし、機関内で公表されなければならない。また予算の執行監視や会計監査は、規則に従い、外部認定機関によって行われる。

## ②教育訓練プログラムの品質管理

学生の募集や選考、入学プロセスは、労働傷病兵社会福祉省 (Ministry of Labor, Invalids and Social Affairs : MOLISA) が定めた規則に従って行われる。なお、この規則は入学プロセスと応募者の質を公平性と客観性の観点から保証している。

教育訓練プログラムは、産業界の実状に即した理論、実習が提供されるように厳しく監視されている。例えば、職業訓練機関は、学期及び学年度毎にモジュール、科目、理論&実習時間などを定めた訓練計画を作成するとともに、教員、スタッフ、学生の訓練計画に対する意見や評価を集約しなければならない。またカリキュラムは、少なくとも5年に一度見直しを行われなければならない。教材や参考資料は、学術評議会の評価及び承認が必要である。

## ③教員及びスタッフの品質管理

教員は規則で定めた指導者としての能力である専門技能、外国語能力、コンピュータ操作能力を持ち、さらに職業訓練機関の全教員の最低60%は理論と実技の両方の指導ができなければならない。

また教員は、専門技能の向上を図るために、毎年開催される指導祭「優れた指導、優れた学習活動」に積極的に参加し、新たな指導法を取り入れたり、指導法の改善に努めなければならない。職業訓練機関においても、教員に対して、指導要件を満たすための実用知識の充実を目的とした研修を産業界と連携して毎年行わなければならない。

さらに労働傷病兵社会福祉省は、2020年までに教員の40%を大学院修了者とし、中級職業学校の教員対学生の割合を1:15にしたいと考えている。

職業訓練機関の長及び副長の選任にあたっては、機関の教職員の70%以上から承認されなければならない。その他のスタッフにおいても、役職別に定めた国の規則に従って、管理能力の向上に努めなければならない。

## ④学習者への支援サービスの品質管理

職業訓練機関は、学期の始めに、学習者に対して、訓練コースや科目、施設や規則などについて十分な情報提供をしなければならない。また学習者には、宿泊施設と医療サービスが提供され、必要に応じて食堂も用意される。さらに就職フェアや雇用情報の提供、就職指導、職業紹介などの責任を負うとともに、新入生に対しては学生支援部を設置しなければならない。

なお、総合職業訓練局 (GDVT) では、職業訓練機関の評価を行う人材の育成にも努めており、2009年には200名を対象に訓練を行った。さらに2010年には200名の訓練を予定しており、計400名の職業訓練調査官が誕生することになっている。

## 謝辞

調査にあたって、資料や情報を提供していただきました(株)麻生の山口耀司様、中小企業大学校直方校の松田義弘様、野村ハイフォン工業団地開発会社の湯元英一様、ハノイ在住の Ms. Dao Thi Thanh Hoa 様に深く感謝いたします。

注

- 1) 職業訓練法は、全 6 章 92 条からなり、職業訓練機関の組織と運営に関する規定、職業訓練に係わる組織や個人の権利と義務が規定されている。

| 賃金／月                          | 地域                                                  |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 自国企業： 98万VND<br>外国企業： 134万VND | ハノイ市とホーチミン市の「区」                                     |
| 自国企業： 88万VND<br>外国企業： 119万VND | ハノイ市の一部「郡」、ハイフォン市の「区」と一部「郡」、ダナン市の「区」「郡」、カントー市の「区」など |
| 自国企業： 81万VND<br>外国企業： 104万VND | ハノイ市、ハイフォン市、カントー市のその他の「郡」など                         |
| 自国企業： 73万VND<br>外国企業： 100万VND | その他の地域                                              |

3) Hai-Phong Industrial Vocational College:

187 Dai Duc Thang Str, An Dong, An Duong Tel+84-31-3-728-460 Fax+84-31-3-700-670

- 4) 製造・貿易部門：44 種類、建築部門：10 種類、運輸部門：10 種類、農業・農村開発部門：13 種類、観光・文化部門：8 種類、合計 85 種類
- 5) 職業技能評価センターは、次の条件を満たした職業訓練機関、研修機関、公営及び民間企業の関連施設として設立され、総合職業訓練局より 5 年間のライセンスが付与される。
- 学科試験用の教室、各技能レベルに応じた工具や機材が整った実技試験の教室や作業場などが備わっていること
  - 登録した職業の技能評価を実施するための専門家が十分に揃っていること
  - 受験者に対して、受験中の宿泊と食事などの必要なサービスを提供できること

参考文献・引用文献

- 1) 'The 2009 Viet Nam Population and Housing census', General Population and Housing Census Steering Committee, 2009
- 2) 'Information of Education and Training Situation', Dept. of Labor, Invalid & Social Affairs, Hai-Phong, 2010
- 3) 木村大樹編『海外・人づくりハンドブック ベトナム』財団法人海外職業訓練協会、2004
- 4) 坪井善明『ヴェトナム新時代』岩波文庫、2008
- 5) 近田政博訳『ベトナム 2005 年教育法』ダイテック、2009
- 6) 「ベトナムの教育制度」独立行政法人日本学生支援機構、2006
- 7) 「企業における人づくり」財団法人海外職業訓練協会、2008
- 8) 「ベトナム雇用労働事情」財団法人海外職業訓練協会、2009
- 9) 「ベトナム職業能力開発の政策とその実施状況」財団法人海外職業訓練協会、2009
- 10) 「ベトナム職業能力基準・職業能力評価」財団法人海外職業訓練協会、2009
- 11) 「2010 年ベトナム一般概況」ジェトロ・ハノイセンター、2010
- 12) 「ベトナム人材力調査報告書」ジェトロ・ハノイセンター、2010
- 13) 「ベトナムの教育制度」<http://cantho.cool.ne.jp/ctu/edu/edu.html>

# 中古住宅流通促進の課題

—北九州市における空き家の現況や需要者・供給者のニーズ調査を通じて—

伊藤 解子

- I はじめに
- II 空き家の現状と中古住宅の流通状況
- III 中古住宅流通に関する需給ニーズ等
- IV 中古住宅流通促進の課題

## <要旨>

都市における空き家対策の柱として中古住宅の流通促進が必要であるという観点から、北九州市を対象区域とし、空き家の実態、中古住宅の流通状況、関係者の意識等に関する調査・分析を行い、それらの結果を踏まえて需要との適合、立地条件との適合、及び良好な住宅ストックや居住環境の形成という観点から流通促進の課題や支援策の検討を行った。

## <キーワード>

空き家 (Vacant House)、中古住宅 (Existing House)、商品化 (Make Commodity Value)、住宅政策 (Housing Policy)

## I はじめに

### 1 調査研究の目的

全国的に世帯数が減少に転じる時代を迎え、空き家の増加が加速していくことが懸念されている。大量の空き家の出現は、土地利用、都市活動、社会資本等の効率低下、さらにそれらに起因する社会問題の顕在化につながる。そのような事態の深刻化を避ける対策の柱となるのが、ストックとして活用できる中古住宅の流通促進である。

しかし、空き家増加への懸念や対策の必要性が大きなものになりつつあるのに対し、空き家の実態や中古住宅の流通に関わる情報は不足している。住宅・土地統計調査で都市全体の空き家の状況はある程度把握可能であるが、具体的な「空き家像」、「中古住宅像」をとらえることは難しい。また住宅は、その種類、規模、所有関係、位置等によって抱える問題や課題は大きく異なるため、中古住宅流通対策が偏ったものや的外れなものとならないようにするためにはできるだけ幅広い情報把握が求められている。

そのような状況のもとで、北九州市を調査対象都市とし、中古住宅の商品化と流通促進に向けた基礎的な情報の収集と課題を明らかにすることが本調査研究の目的である。

なお、本調査研究は平成 21 年度に北九州市立大学が北九州市からの委託を受け、都市政策研究所が実施したものであり、本稿はその概要を紹介するものである。

## 2 調査研究の実施概要

空き家の実態、中古住宅の流通状況、関係者の意識などを把握するために、表 1 に示す調査を行い、それらの結果をもとに中古住宅流通促進に向けた課題の検討を行った。

表 1 実態調査・アンケート調査の実施概要

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>調査 1：戸建て空き家実態調査</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>空き家の抱える問題を明らかにするために実態調査を行った。ただし、共同住宅の空き家の判定は難しく、また入退きの動きも大きいため、調査対象は戸建て住宅に限定した。</p> <p>調査対象地区として、全市で 130 の小学校区のうち 32 小学校区を選定した。選定は、利便性、居住環境、人口動向、不動産流通状況等を勘案して行った。次に、住宅地図<sup>1)</sup> から、氏名表記がない住宅、約 3,000 件を調査対象として選定した。さらに、現地調査を行い、空き家であることが確認された 691 件について、建物や敷地の状況について目視による調査を行った。さらに、建築年や構造について不動産登記簿等から情報を得た。</p> |
| <b>調査 2：戸建て空き家所有者アンケート調査</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>戸建て空き家の所有者の意識を知るために、郵送方式によるアンケート調査を行った。</p> <p>調査対象は上記の調査 1、及び従前調査<sup>2)</sup> で空き家とみなされた住宅の所有者である。</p> <p>不動産登記簿情報から所有者の氏名・住所が特定できた 1,022 名を対象に調査票を送付し、157 の回答が得られた。回収率は 15.7%であった。</p>                                                                                                                                |
| <b>調査 3：マンション管理組合アンケート調査</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>分譲共同住宅の空き家化の状況や管理者の意識等を知るために、アンケート調査を行った。</p> <p>特定非営利活動法人福岡県マンション管理組合連合会から紹介された管理組合理事長、250 名に調査票を送付し、108 の回答が得られた。(回収率 43.7%)</p>                                                                                                                                                                                       |
| <b>調査 4：民間賃貸住宅所有者アンケート調査</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>民間賃貸住宅の空き家化の状況や所有者の意識等を知るためにアンケート調査を行った。</p> <p>調査対象は、市内の不動産会社 2 社から紹介された管理物件の所有者、及び拠点地区（都心・副都心の駅 1 km 圏、その他の主要駅の 500m 圏）にある築後年数 10 年以上の民間賃貸共同住宅の所有者のうち不動産登記簿情報から氏名・住所が特定できた所有者である。</p> <p>合わせて 2,456 名に調査票を送付し、432 の回答が得られた。(回収率 17.5%)</p>                                                                             |
| <b>調査 5：トータルリビングショー来場者アンケート調査</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>住宅に関心の高い人が、住み替えやリフォームについてどのような要望や意識をもっているかを知るためにアンケート調査を行った。</p> <p>調査対象は「第 29 回トータルリビングショー・第 11 回西日本国際福祉機器展<sup>3)</sup>」の来場者である。自己記入方式によるアンケートへの協力を呼びかけ 382 の回答が得られた。</p>                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 調査 6：不動産事業者ヒアリング調査                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 調査 7：リフォーム関連事業者ヒアリング調査                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>中古住宅流通の実態や問題点、再生・流通促進の課題等について、現場からの意見や情報の収集を目的に、不動産事業者やリフォーム関連事業者等へのヒアリングを行った。</p> <p>調査対象は、市内に本社を置く不動産会社（2 社）、及び「北九州市住宅リフォーム促進協議会」に加盟する事業所の代表者及び関係者（14 名）である。</p>                                                                                                                                         |
| 調査 8：賃貸用の流通物件調査                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 調査 9：販売用の流通物件調査                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>中古住宅の流通特性を把握するために実際に市場に出ている物件のデータを収集した。</p> <p>情報源はインターネット上の不動産総合情報サイトとし、北九州市の物件数が最も多いものを選択した。販売用はアットホーム株式会社運営の「at home web」、(<a href="http://www.athome.co.jp/">http://www.athome.co.jp/</a>, 2009 年 6 月)、賃貸用はリクルート株式会社運営の「SUUMO」(<a href="http://suumo.jp/">http://suumo.jp/</a>, 2009 年 9 月)を対象とした。</p> |

#### 〔注〕

- 1) 株式会社ゼンリン「住宅地図 2009 年」
- 2) 防災上問題のある空き家等について北九州市が平成 20 年度までに実施した調査
- 3) トータルリビングショーは（財）西日本産業貿易コンベンション協会が主催する西日本最大級の住宅見本市であり、住まいに関する様々な情報を専門バイヤーや一般ユーザーに紹介している。

## Ⅱ 空き家の現状と中古住宅の流通状況

本章では、現地調査、アンケート調査、及び不動産流通に関する調査にもとづき、戸建て住宅、分譲共同住宅、及び民間賃貸住宅の別に、空き家の実態や中古住宅の流通状況などについて要点を示す。

### 1 戸建て住宅

#### （1）空き家の状況

##### ①調査 1：戸建て空き家実態調査より

##### ア) 建築時期の古い空き家が多い（図 1）

建築時期について、新耐震基準<sup>4)</sup>が適用されていない 1980 年以前のものが 86%を占める。

「1945 年以前」の割合が大きいのは、若松区、次いで門司区、戸畑区、小倉北区である。また、「1946～1960 年」の割合が大きいのは、戦災被害の大きかった八幡東区（33%）、次いで八幡西区（25%）である。

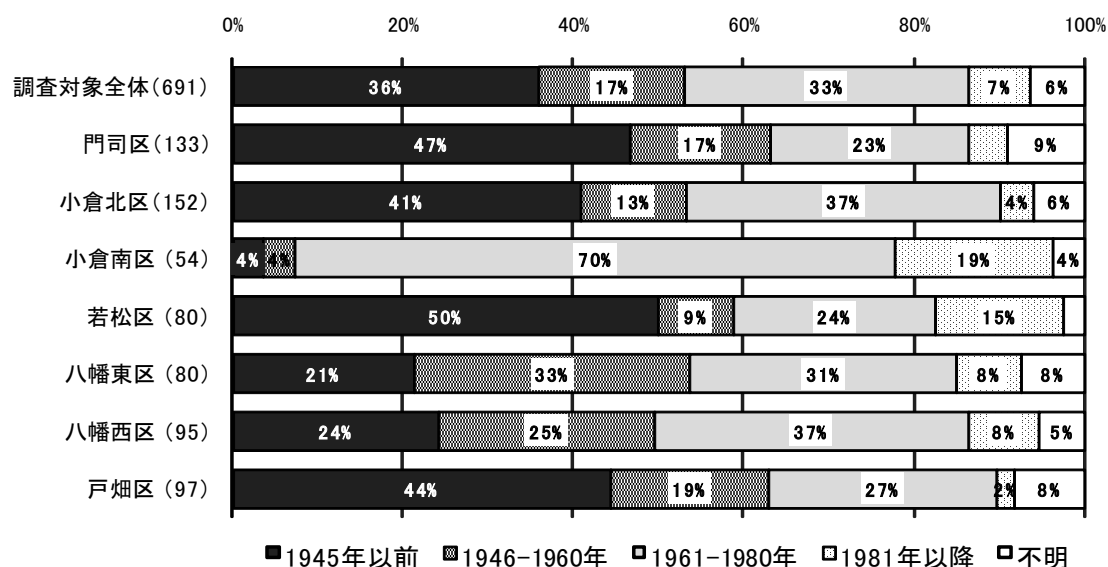


図1 行政区別・建築時期別の空き家比率（戸建て空き家）

#### イ）小規模な空き家や前面道路の狭い空き家が多い（表2）

2008年住宅・土地統計調査では、戸建て住宅のうち「50㎡未満」は2%であるのに対し、空き家に関する本調査の結果では「50㎡未満」が21%を占める。

建築年が古い方が、住戸面積が小さいものや前面道路が車両通行不可のものの割合が大きい。また、そのような規模や接道状況に問題のある空き家の割合は、戦前よりは戦後間もない「1946～1960年」に建てられたものの方が大きい。

#### ウ）修理が必要な空き家が多い（表2）

外観から「居住可」と判定されたものは26%である。また、比較的小規模な修理が必要とされている「要修理・小」が36%であり、「居住可」と「要修理・小」を合わせて62%が、何らかの対策によって再生・流通が比較的図りやすい空き家とみなせる。戦前に建てられたものでも、約半分は小規模な修理で再利用が可能である。

一方、廃屋状態にあるもの、外観劣化度が大きいもの、放置状態にあるものなど、「居住不可」と「要修理・大」を合わせて20%は流通物件としての再生が困難と考えられる。

表2 建築時期別にみた空き家の状況（戸建て空き家）

| 建築年        | サンプル数 | 住戸面積  |         |        | 前面道路   |       |       | 居住の可否・要修理度 |      |      |      |      |
|------------|-------|-------|---------|--------|--------|-------|-------|------------|------|------|------|------|
|            |       | 50㎡未満 | 50～100㎡ | 100㎡以上 | 車両通行不可 | 1車線以上 | 2車線以上 | 居住可        | 要修理小 | 要修理中 | 要修理大 | 居住不可 |
| 1945年以前    | 249   | 24%   | 47%     | 29%    | 39%    | 50%   | 8%    | 17%        | 35%  | 18%  | 14%  | 13%  |
| 1946-1960年 | 118   | 33%   | 48%     | 19%    | 49%    | 38%   | 12%   | 14%        | 43%  | 16%  | 19%  | 8%   |
| 1961-1980年 | 147   | 16%   | 58%     | 26%    | 36%    | 53%   | 10%   | 32%        | 37%  | 17%  | 10%  | 3%   |
| 1980年以降    | 83    | 4%    | 44%     | 52%    | 20%    | 70%   | 8%    | 67%        | 20%  | 6%   | 6%   | 0%   |
| 合計         | 691   | 21%   | 48%     | 26%    | 34%    | 55%   | 11%   | 26%        | 36%  | 16%  | 13%  | 7%   |

※：不明のものを表示していないため集計結果は100%にならない

## ②調査２：戸建て空き家所有者アンケート調査結果より

ア) 長期間空き家化しているものが多いが、賃貸や販売を考えていない所有者が多い(表 3)

5年以上、空き家となっているものが58%、その約半分の30%は10年以上の長期にわたって空き家となっている。

入居者または購入者を「募集していない、今後も募集しない」ものが54%を占める。募集しない理由として比較的回答率が高いのは、「建物を除却して空き地にする予定」が24%、「物置、倉庫にしているため」が20%である。

募集中の物件については、「購入者を募集している」と「いずれ購入者を募集したい」が合わせて27%、「賃貸入居者を募集している」と「いずれ賃貸入居者を募集したい」が合わせて16%であり、販売希望の方が多く賃貸希望の約1.7倍である。

表 3 空き家化の期間（戸建て空き家）

| サンプル数 | 1年未満 | 1～2年 | 3～5年 | 6～10年 | 11～20年 | 21年以上 |
|-------|------|------|------|-------|--------|-------|
| 151   | 5%   | 11%  | 25%  | 29%   | 24%    | 5%    |

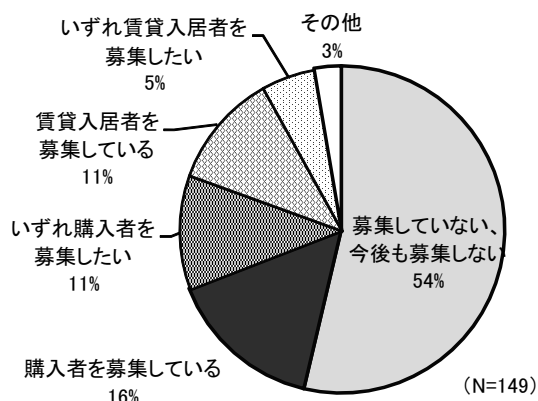


図 2 入居者または購入者の募集状況

イ) 建物や設備が古くなっているものが多いが、リフォームを予定しているものは少ない(表 4)

新耐震基準に基づかない1980年以前に建てられたものが92%と大部分であり、1960年以前の古いものが40%を占める。それに対して耐震診断をしたことがあるものは2%とわずかである。

また、リフォーム経験が無いものが45%であり、設備面でも高齢者対応等に遅れがみられる。しかし、今後リフォームを予定していないという回答が85%を占め、「資金的余裕がない」、「対策を行っても入居が見込めない」というのがその主な理由である。

表 4 高齢者対応が遅れている住宅の比率

|                  | 浴室がない | トイレが洋式でない | 高齢者のための対策がない※2 |
|------------------|-------|-----------|----------------|
| 戸建て空き家所有者アンケート結果 | 7%    | 30%       | 54%            |
| 戸建て全体(※1)        | 0.5%  | 4%        | 37%            |

※1：2008年住宅・土地統計調査結果より

※2：手すり、段差の解消等の対策が全くないもの

現在、購入者または賃貸入居者を募集中の物件でも、決定の阻害理由として「建物が古くなっている」ことを挙げる所有者が多く、その回答率は58%で他の理由を大きく上回る。

ウ) 敷地面積にゆとりがないものが多い

敷地内に駐車場がないものが57%を占める。また、「駐車場がない」ことを購入者または賃貸入居者の決定阻害要因とする回答率も40%と高い。

しかし、敷地面積が200㎡未満のものが合わせて56%であり、「100㎡未満」も21%を占めることから、駐車場新設に必要な敷地面積の余地がないものが多い。

## （２）流通市場にある中古住宅の状況

### ①調査８：販売用の流通物件調査より

#### ア）建築時期の比較的古い物件が多い（表５）

新耐震基準に基づかない 1980 年以前に建てられた物件が 52%を占める。販売用の共同住宅（分譲マンション）の場合は 1980 年以前のもは 13%であり（表 10）、戸建ての方が古い物件の流通度が高い。

#### イ）住戸面積が狭い物件は少ない（表 5）

流通市場にある物件は 100 m<sup>2</sup>以上が 62%であり、「50 m<sup>2</sup>未満」の小規模な物件は 2%とわずかしがなく、ほとんど流通していない。

最も多いのは「100～150 m<sup>2</sup>」で 43%を占める。

#### ウ）規模の大きな物件は、中古と新築との販売価格差が小さい（表 5）

中古住宅の平均価格は 1,813 万円/戸で、新築の 2,592 万円/戸と比べておよそ 3 割安い。

比較的小規模な「50～100 m<sup>2</sup>」の物件の平均価格は中古が 1,077 万円/戸で新築の 2,245 万円/戸の約半額であるが、規模の大きな「150 m<sup>2</sup>以上」の物件では中古が 3,339 万円/戸で新築の 3,875 万円/戸よりも約 1.5 割安であり、あまり差はない。

### ②調査９：賃貸用の流通物件調査より

#### ア）建築時期の比較的古い物件が多い（表 6）

1980 年以前に建てられた物件が 60%で新耐震基準以前のもののが多い。賃貸用の共同住宅の場合は 1980 年以前のもが 10%であり（表 14）、販売物件と同様に賃貸物件も、戸建ての方が共同住宅よりも古い物件の流通度が高い。

#### イ）共同住宅に比べて住戸面積が広く家賃単価は安い（表 6）

70 m<sup>2</sup>以上のものが 59%を占める。賃貸用の共同住宅では 70 m<sup>2</sup>以上のものは 5%しかなく（表 14）、規模の差は大きい、そのため、床面積当たりの平均家賃単価は 915 円/m<sup>2</sup>で、共同住宅の 1,353 円/m<sup>2</sup>に比べておよそ 3 割安い。

表 5 販売用物件の状況（戸建て住宅）

| 建築時期                | 住戸面積                   | 販売広告件数（戸） |       | 平均価格（万円/戸） |       |
|---------------------|------------------------|-----------|-------|------------|-------|
|                     |                        |           | 比率    | 中古         | 新築※1  |
| 全 体                 | 合計・平均                  | 660       | 100 % | 1,813      | 2,592 |
|                     | 50 m <sup>2</sup> 未満   | 15        | 2 %   | 750        | 1,350 |
|                     | 50～100 m <sup>2</sup>  | 235       | 36 %  | 1,077      | 2,245 |
|                     | 100～150 m <sup>2</sup> | 284       | 43 %  | 1,801      | 2,811 |
|                     | 150 m <sup>2</sup> 以上  | 126       | 19 %  | 3,339      | 3,875 |
| 1981 年以降<br>（新築を除く） | 計・平均                   | 320       | 48 %  | 2,307      | -     |
|                     | 50 m <sup>2</sup> 未満   | 5         | 1 %   | 778        | -     |
|                     | 50～100 m <sup>2</sup>  | 64        | 10 %  | 1,448      | -     |
|                     | 100～150 m <sup>2</sup> | 168       | 25 %  | 2,016      | -     |
|                     | 150 m <sup>2</sup> 以上  | 83        | 13 %  | 3,651      | -     |
| 1980 年以前            | 計・平均                   | 340       | 52 %  | 1,348      | -     |
|                     | 50 m <sup>2</sup> 未満   | 10        | 2 %   | 736        | -     |
|                     | 50～100 m <sup>2</sup>  | 171       | 26 %  | 938        | -     |
|                     | 100～150 m <sup>2</sup> | 116       | 18 %  | 1,489      | -     |
|                     | 150 m <sup>2</sup> 以上  | 43        | 7 %   | 2,738      | -     |

※1：ここでは築後 5 年以内を新築とした（以下同様）

表 6 賃貸用物件の状況（戸建て住宅）

| 建築時期                | 住戸面積                 | 賃貸広告件数（戸） |       | 家賃単価（円/m <sup>2</sup> ） |
|---------------------|----------------------|-----------|-------|-------------------------|
|                     |                      |           | 比率    |                         |
| 全 体                 | 合計・平均                | 126       | 100 % | 915                     |
|                     | 30 m <sup>2</sup> 未満 | 3         | 2 %   | 1,446                   |
|                     | 30～50 m <sup>2</sup> | 19        | 15 %  | 1,086                   |
|                     | 50～70 m <sup>2</sup> | 30        | 24 %  | 994                     |
|                     | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 74        | 59 %  | 817                     |
| 1981 年以降<br>（新築を除く） | 計・平均                 | 50        | 40 %  | 938                     |
|                     | 30 m <sup>2</sup> 未満 | 2         | 2 %   | 1,618                   |
|                     | 30～50 m <sup>2</sup> | 5         | 4 %   | 1,037                   |
|                     | 50～70 m <sup>2</sup> | 10        | 8 %   | 1,100                   |
|                     | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 33        | 26 %  | 832                     |
| 1980 年以前            | 計・平均                 | 76        | 60 %  | 899                     |
|                     | 30 m <sup>2</sup> 未満 | 1         | 1 %   | 1,103                   |
|                     | 30～50 m <sup>2</sup> | 14        | 11 %  | 1,103                   |
|                     | 50～70 m <sup>2</sup> | 20        | 16 %  | 941                     |
|                     | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 41        | 33 %  | 804                     |

#### ウ) 建築時期の新旧による家賃差は小さい (表 6)

1980 年以前に建てられた物件の平均家賃単価は 899 円/㎡であり、一方、1981 年以降に建てられたものは 938 円/㎡である。その差は小さく 4%程度である。

### (3) まとめと考察

#### ア) 戸建て住宅の流通件数は少ないが、今後急増が見込まれる

戸建ての中古住宅の流通物件数は共同住宅に比べてかなり少なく、なかでも賃貸用の戸建て住宅の物件数が少ない。しかし今後は、加齢や死亡、経済事情などから戸建て住宅を維持できなくなる人が増え、流通市場に登場するものが急増すると予想されている。

#### イ) そのままでは流通商品化できない空き家が多い

現在空き家となっているものの大部分は、そのままでは流通商品化できない物件である。

5 年以上の長期にわたって空き家となっているものが大半を占め、そのなかには、廃屋状態にあって放置されているものなど、再利用よりも除却が必要な物件もかなりみられる。また、斜面地や旧来の市街地では、前面道路や敷地が狭く車両通行や駐車場が確保できない場所に多く空き家が生じている。

#### ウ) 旧くても再利用可能なものは多い

現在流通している戸建て物件は、販売用、賃貸用いずれも過半数は 1981 年以前に建てられたものであり、共同住宅に比べて建築時期の古いものの割合が大きい。

戦前に建てられたものでも、約半分は小規模な修理で再利用可能である。

#### エ) 旧くても一定水準以上であれば、商品価値を再生・維持できる可能性がある

戸建て住宅は、共同住宅に比べて建築時期の新旧による販売価格や家賃の差が小さい。

販売物件の販売額を決定するのは主に土地価格であり、決定判断にはまず場所や広さが重視され建物の新旧にはあまり左右されない。また賃貸物件でも 70 ㎡以上のものは新旧の家賃差がほとんどなく、一定規模以上であれば古いものでも需要があると考えられる。

## 2 分譲共同住宅

### (1) 空き家の状況

#### ○調査 3：マンション管理組合アンケート調査より

#### ア) 空き家を抱えたことがあるものが多く、一部を賃貸しているものが多い (表 7)

本調査のアンケート対象である福岡県マンション管理組合連合会には早い時期に建設されたマンションの管理組合が多く参加していることから、寄せられた回答も 1990 年以前に建てられたものが多く 85%を占めている。

そのような、サンプル特性を反映した結果であるが、これまでに空き家を抱えたことがあるというマンションが 68%あり、そのうち現在空き家を抱えているものは 47%である。

表 7 賃貸物件の割合 (分譲マンション)

| サンプル数 | 全住戸数に占める賃貸戸数の比率 |             |             |            |          |
|-------|-----------------|-------------|-------------|------------|----------|
|       | 10 %<br>未満      | 10～<br>20 % | 20～<br>30 % | 30 %<br>以上 | なし<br>不明 |
| 108   | 46 %            | 26 %        | 10 %        | 3 %        | 14 %     |

また、区分所有者が賃貸経営している住戸があるマンションが多く 86%を占める。ただし、賃貸物件の割合が全戸数の 3 割を超えるマンションは 3%にとどまっている。

イ) 駐車場やオートロックシステムがないものの空き家化が進んでいる (表 8)

設備状況によって空き家化の状況をを比較すると、駐車場がないマンションでは 88%が空き家を抱えたことがある。また、オートロックシステムがないマンションでは空き家を抱えたことがあるものが 71%であり、オートロックシステムがある場合の 44%と比較してその差は大きい。1990 年以前に建てられたものでオートロックシステムになっているものは少ない。

表 8 設備・道路条件・立地条件別にみた空き家化の状況 (分譲マンション)

|            |         | サンプル数 | 空き家を抱えたことがある | 空き家を抱えたことはない |
|------------|---------|-------|--------------|--------------|
| 平均         |         | 108   | 67 %         | 33 %         |
| 駐車場        | 1 台/戸以上 | 21    | 56 %         | 44 %         |
|            | 1 台/戸未満 | 74    | 69 %         | 31 %         |
|            | 駐車場なし   | 8     | 88 %         | 13 %         |
| オートロックシステム | なし      | 87    | 71 %         | 29 %         |
|            | あり      | 16    | 44 %         | 56 %         |
| 前面道路幅員     | 6m 以上   | 40    | 58 %         | 43 %         |
|            | 6m 未満   | 60    | 77 %         | 23 %         |
| 最寄駅からの距離   | 1km 以上  | 55    | 78 %         | 22 %         |
|            | 1km 未満  | 66    | 62 %         | 38 %         |

ウ) 前面道路が狭いものや駅から遠いものの空き家化が進んでいる (表 8)

道路条件や立地条件によって空き家を抱えたことがあるものの割合をみると、前面道路が 6m未満の場合には 77%、また最寄駅からの距離が 1 km以上の場合には 78%であり、いずれも相対的に高い割合となっている。

エ) 区分所有者の高齢化が懸念されている (表 9)

約半数のマンションでは、65 歳以上の高齢者がいる世帯が 30%を超えており、50%を超えているものも約 2 割ある。また、管理組合運営上の課題として「区分所有者の高齢化」が多く、その回答率は 55%で最も高い

表 9 管理組合運営上の問題点 (分譲マンション)

| サンプル数 | 区分所有者の高齢化 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 | 管理組合の活動の増加 |
|-------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 108   | 55 %      | 43 %       | 37 %       | 21 %       | 20 %       | 20 %       | 19 %       | 17 %       | 7 %        | 7 %        | 6 %        | 2 %        | 1 %        | 1 %        | 0 %        | 0 %        |

複数回答であるため、合計は 100%にならない。

## (2) 流通市場にある中古住宅の状況

### ①調査 8 : 販売用の流通物件調査より

#### ア) 耐震性や住戸面積が一定水準以上のものが多い (表 10)

流通市場にあるものは、1981 年以降に建てられた物件が 87%で、大部分が新耐震基準に適合している。

住戸面積は 50 m<sup>2</sup>以上が 93%、70 m<sup>2</sup>以上が 45%で、ファミリー対応可能な物件が多い。

イ) 中古と新築の価格差、また中古の建築時期の新旧による価格差が大きい (表 10)

平均価格は 896 万円/戸であり、新築の 2,005 万円/戸に比べて半額以下である。

また、建築時期が 1980 年以前のものの平均価格は 516 万円/戸であり、1981 年以降の 951 万円/戸に比べて約 3 割安い。

## ②調査 9：賃貸用の流通物件調査より

ア) 比較的新しいものが多く、家賃単価も比較的高い (表 10・表 14)

賃貸用流通物件のなかには分譲マンションの一部を賃貸しているもの、いわゆる「分譲賃貸」が含まれるが、それらを特定するのは難しいことから、ここでは、マンションタイプの賃貸住宅のうち「70 m<sup>2</sup>以上」のものを「分譲賃貸」に相当するものとして、概況をみていく(表 14)。

「分譲賃貸」とみなされるマンションタイプの賃貸住宅の平均家賃単価は 1,170 円/m<sup>2</sup>であり、アパート等の 953 円/m<sup>2</sup>に比べて約 2 割高く、また一戸建の 817 円/m<sup>2</sup>に比べて約 4 割高い。

イ) 建築時期の新旧による家賃差が大きい (表 11・表 14)

建築時期が 1981 年以降ものの平均家賃単価は 1,183 円/m<sup>2</sup>であるが、それに比べて建築時期が 1980 年以前のものは約 3 割安く 852 円/m<sup>2</sup>であり、アパート等や一戸建てと同程度の単価となる。

表 10 販売用流通物件の状況 (分譲マンション)

| 建築時期             | 住戸面積                  | 販売広告件数 (戸) |      | 平均価格 (万円/戸) |       |
|------------------|-----------------------|------------|------|-------------|-------|
|                  |                       |            | 比率   | 中古          | 新築    |
| 全体               | 合計・平均                 | 717        | 100% | 896         | 2,005 |
|                  | 50 m <sup>2</sup> 未満  | 50         | 7 %  | 304         | -     |
|                  | 50～70 m <sup>2</sup>  | 344        | 48 % | 699         | 1,150 |
|                  | 70～100 m <sup>2</sup> | 301        | 42 % | 1,145       | 2,158 |
|                  | 100 m <sup>2</sup> 以上 | 22         | 3 %  | 1,904       | 3,157 |
| 1981 年以降 (新築を除く) | 計・平均                  | 626        | 87 % | 951         | -     |
|                  | 50 m <sup>2</sup> 未満  | 39         | 5 %  | 287         | -     |
|                  | 50～70 m <sup>2</sup>  | 287        | 40 % | 747         | -     |
|                  | 70～100 m <sup>2</sup> | 280        | 39 % | 1,180       | -     |
|                  | 100 m <sup>2</sup> 以上 | 20         | 3 %  | 1,956       | -     |
| 1980 年以前         | 計・平均                  | 91         | 13 % | 516         | -     |
|                  | 50 m <sup>2</sup> 未満  | 11         | 2 %  | 366         | -     |
|                  | 50～70 m <sup>2</sup>  | 57         | 8 %  | 456         | -     |
|                  | 70～100 m <sup>2</sup> | 21         | 3 %  | 677         | -     |
|                  | 100 m <sup>2</sup> 以上 | 2          | 0 %  | 1,380       | -     |

表 11 賃貸用流通物件の状況 (分譲マンション)

| 建築時期     | 住戸面積                 | 賃貸広告件数 (戸) |                |                       |                    | 家賃単価 (円/m <sup>2</sup> ) |                |                       |                    |
|----------|----------------------|------------|----------------|-----------------------|--------------------|--------------------------|----------------|-----------------------|--------------------|
|          |                      | 計          | 共同住宅           |                       | 参考<br>一戸建<br>(表 6) | 平均                       | 共同住宅           |                       | 参考<br>一戸建<br>(表 6) |
|          |                      |            | マンション<br>(注 5) | 参考<br>アパート等<br>(表 14) |                    |                          | マンション<br>(注 5) | 参考<br>アパート等<br>(表 14) |                    |
| 全体       | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 423        | 313            | 36                    | 74                 | 1,090                    | 1,170          | 953                   | 817                |
| 1981 年以降 | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 363        | 301            | 29                    | 33                 | 1,135                    | 1,183          | 979                   | 832                |
| 1980 年以前 | 70 m <sup>2</sup> 以上 | 60         | 12             | 7                     | 41                 | 819                      | 852            | 846                   | 804                |

※：不動産広告で、アパート、ハイツ、タウンハウス、長屋といった表示がされているタイプの賃貸住宅

## (3) まとめと考察

ア) 築年数によって設備面の差が大きい

流通市場にある分譲マンションは大部分が新耐震基準にもとづいて建てられたもので、構造上の安全面で差はないといえる。しかし、設備面では新しいものと比較的古いものの

差は大きい。特に近年ニーズが高いオートロックシステムは 1990 年以前に建てられたものにはほとんど設置されておらず、それが中古物件の流通阻害要因となっている。

#### イ) 立地条件や環境条件によって空き家化に差がみられる

駅から遠い物件の空き家化が進んでいるのは、買物や通院などの利便性に問題があるためと考えられる。一方、前面道路が広いものは空き家化が比較的進んでいないが、その理由は車の利用しやすさや日照・通風などの環境面での条件が比較的良好なためと考えられる。

#### ウ) 販売価格が下がり、買い手に有利な状況となっている

中古マンション価格が下がり、賃貸共同住宅よりも広い物件を、家賃並み、またはそれ以下の費用で取得できるようになっている。安く購入して賃貸経営すれば利益率が高いという「うまみ」があり、投資用物件としての利用可能性も高くなっている。

#### エ) ファミリータイプの賃貸住宅としての活用可能性は高い

規模の大きい賃貸住宅は家賃単価が低くならざるを得ないためファミリータイプの民間賃貸住宅の供給は少なく、その不足をいわゆる「分譲賃貸」が補っている。マンションの家賃単価はアパート等よりも高いことから、マンション販売価格の下落が大きい状況のなかで、売るよりも貸す方が有利となる場合も多い。また設備、管理体制などもアパート等に比べ整っていることから、手を加えることによって付加価値の向上が図りやすい。

### 3 民間賃貸住宅

#### (1) 空き家の状況

##### ①調査 4：民間賃貸住宅所有者アンケート調査より

##### ア) 空き家を抱えたことがあるものが大部分である (表 12)

入居者が決まらずに空き家化する賃貸住宅が増えており、2008 年の住宅・土地統計調査結果によると、市内の空き家総数の約 6 割は賃貸用の住宅の空き家である。

アンケート調査の結果からも空き家化の状況は明白であり、現在、空き家を抱えているものが 60%、さらに以前に空き家を抱えたことがあるものを合わせると 79% を占め、大部分が空き家対策を迫られた経験があることがわかる。

表 12 住宅タイプ別にみた空き家化の状況 (民間賃貸住宅)

| 住宅タイプ    |       | サンプル数 | 現在、<br>空き家が | 抱えていた<br>以前、<br>空き家を | すも<br>も決<br>ま<br>る<br>居<br>に<br>な<br>つ | 家が<br>抱え<br>た<br>こ<br>き |
|----------|-------|-------|-------------|----------------------|----------------------------------------|-------------------------|
| 平均       |       | 367   | 60 %        | 19 %                 | 16 %                                   | 5 %                     |
| 戸建・長屋    |       | 49    | 27 %        | 29 %                 | 20 %                                   | 24 %                    |
| 共同<br>住宅 | 1・2 階 | 109   | 67 %        | 23 %                 | 8 %                                    | 2 %                     |
|          | 3・5 階 | 141   | 66 %        | 13 %                 | 18 %                                   | 3 %                     |
|          | 6 階以上 | 68    | 63 %        | 18 %                 | 18 %                                   | 1 %                     |

#### イ) 建築時期が古いものほど空き家化が進んでいる (図 3)

建築時期が古い賃貸住宅ほど抱える空き家の割合は高くなっている。空き家を抱えている賃貸住宅のうち建築時期が 1980 年以前のものでは、賃貸住戸数の半分以上が空き家となっているものが約 1/3 を占めており、厳しい経営状況にあることがわかる。

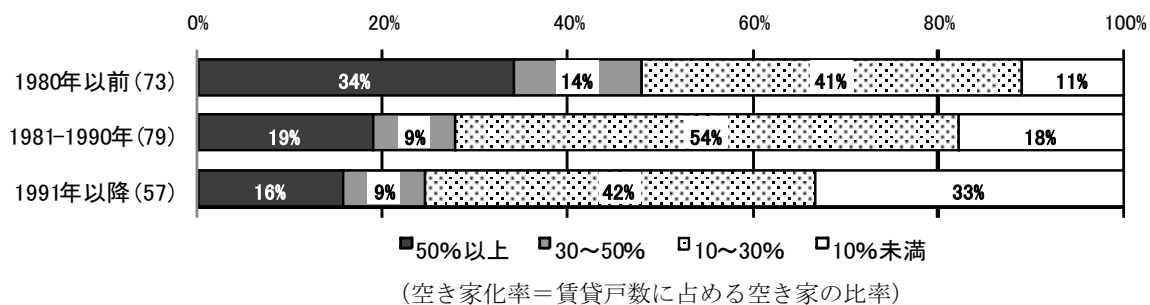


図3 建築時期別にみた空き家化の状況（民間賃貸共同住宅）

ウ) 駐車場が不足しているものやエレベーター、オートロックシステムがないものの空き家化が進んでいる（表13）

駐車場が全戸に1台以上用意されている場合には空き家を抱えるものは44%であるが、1台未満では67%、駐車場が用意されていない場合は66%であり、明らかに差がみられる。

また、エレベーターのないものでは70%、オートロックシステムがないものでは72%が空き家を抱えており、両設備の無いことが空き家化に影響している。

エ) 駅から近いものの空き家化が進んでいる（表13）

駅に近いところでは、建築時期の古い賃貸住宅が多く残っていることやワンルームマンションの供給過剰などによって空き家が増加している。

オ) 面積の広いものや家賃が高いものは、

比較的空き家化が進んでいない（表13）

住戸面積が60㎡以上のものでは、空き家を抱えるものは30%であり、60㎡未満のものに比べて半分以下である。

また、家賃が6万円以上のもので空き家を抱えているものは38%であり、家賃が安いものよりも家賃の高いものの方が入居率が高い。

カ) 入居者が決まらない大きな理由は類似物件の供給過剰（図4）

空き家が解消できない理由として、「同じような広さや間取りの物件が供給過剰」が最も多く回答率は44%である。

表13 設備・立地条件・規模・家賃別にみた空き家化の状況（民間賃貸住宅）

|            |          | サンプル数 | 現在、空き家がある | 以前、空き家を抱えていた | 空き家がすぐ決まるも入居者 | これまで空き家を抱えていない家 |
|------------|----------|-------|-----------|--------------|---------------|-----------------|
| エレベーター     | あり       | 93    | 58%       | 19%          | 20%           | 3%              |
|            | なし       | 224   | 70%       | 11%          | 17%           | 2%              |
| オートロックシステム | あり       | 56    | 48%       | 25%          | 21%           | 5%              |
|            | なし       | 147   | 72%       | 11%          | 16%           | 1%              |
| 最寄駅からの距離   | 500m未満   | 119   | 71%       | 13%          | 13%           | 3%              |
|            | 500m～1km | 111   | 54%       | 24%          | 17%           | 4%              |
|            | 1km以上    | 65    | 53%       | 22%          | 15%           | 10%             |
| 住戸面積       | 30㎡未満    | 103   | 72%       | 15%          | 12%           | 2%              |
|            | 30～60㎡   | 177   | 69%       | 15%          | 15%           | 1%              |
|            | 60㎡以上    | 87    | 30%       | 32%          | 21%           | 17%             |
| 家賃月額       | 4万円未満    | 111   | 69%       | 16%          | 13%           | 2%              |
|            | 4～6万円    | 149   | 68%       | 17%          | 14%           | 1%              |
|            | 6万円以上    | 101   | 38%       | 26%          | 21%           | 16%             |

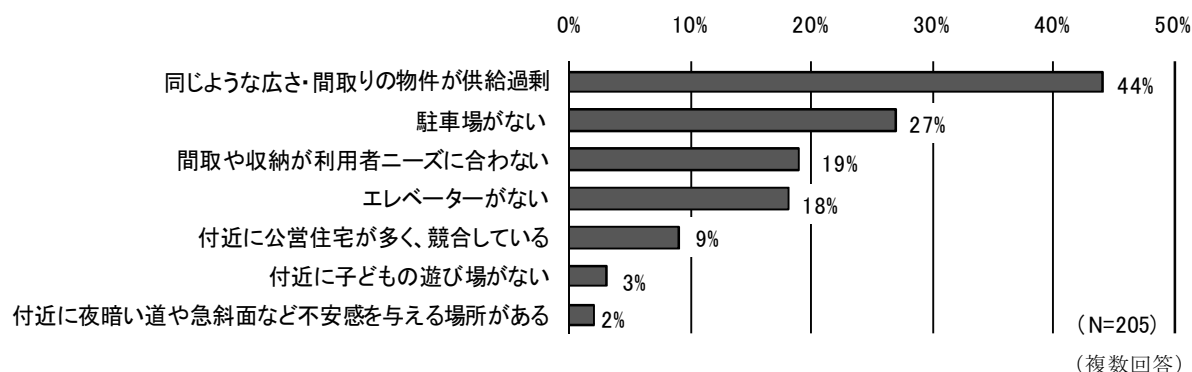


図4 入居者が決まらない理由（民間賃貸住宅）

## （２）流通市場にある中古住宅の状況

### ①調査８：賃貸用の流通物件調査より

#### ア）古い物件は少なく、住戸面積が狭い物件が多い（表14）

入居者募集中の物件に1981年以前に建てられた古い物件は少なく、約10%しかない。

また、間取りでいえばワンルームマンションや2K以下に相当する「30㎡未満」が36%であり、小規模な物件が多い。一方、3LDK以上に相当する「70㎡以上」は5%と少ない。

#### イ）マンションタイプの家賃単価が比較的高い（表14）

マンション<sup>5)</sup>の平均家賃単価は1,385円/㎡で、アパート等の1,295円/㎡に比べて約1割高く、また一戸建の915円/㎡に比べて約5割高い。

表14 民間賃貸住宅の状況

| 建築時期         | 住戸面積    | 募集件数（戸） |       |       |         |       |       |                    | 家賃単価（円／㎡） |       |       |                    |
|--------------|---------|---------|-------|-------|---------|-------|-------|--------------------|-----------|-------|-------|--------------------|
|              |         | 共同住宅    |       |       |         |       |       | 参考<br>一戸建<br>（表 6） | 共同住宅      |       |       | 参考<br>一戸建<br>（表 6） |
|              |         | 計       | マンション |       | アパート等 ※ |       | 計     |                    | マンシ<br>ョン | アパ-ト等 |       |                    |
|              |         |         | 注 5)  | 比率    |         | 比率    |       |                    |           |       |       |                    |
| 全体           | 合計・平均   | 6,763   | 100 % | 4,311 | 100 %   | 2,452 | 100 % | 126                | 1,353     | 1,385 | 1,295 | 915                |
|              | 30 ㎡未満  | 2,468   | 36 %  | 1,653 | 38 %    | 815   | 33 %  | 3                  | 1,630     | 1,634 | 1,621 | 1,446              |
|              | 30～50 ㎡ | 1,941   | 29 %  | 1,159 | 27 %    | 782   | 32 %  | 19                 | 1,294     | 1,361 | 1,198 | 1,086              |
|              | 50～70 ㎡ | 2,005   | 30 %  | 1,186 | 28 %    | 819   | 33 %  | 30                 | 1,101     | 1,117 | 1,078 | 994                |
|              | 70 ㎡以上  | 349     | 5 %   | 313   | 7 %     | 36    | 1 %   | 74                 | 1,148     | 1,170 | 953   | 817                |
| 1981 年<br>以降 | 計・平均    | 6,064   | 90 %  | 3,833 | 89 %    | 2,231 | 91 %  | 50                 | 1,388     | 1,425 | 1,322 | 938                |
|              | 30 ㎡未満  | 2,376   | 35 %  | 1,604 | 37 %    | 772   | 31 %  | 2                  | 1,640     | 1,639 | 1,642 | 1,618              |
|              | 30～50 ㎡ | 1,567   | 23 %  | 936   | 22 %    | 631   | 26 %  | 5                  | 1,352     | 1,427 | 1,249 | 1,037              |
|              | 50～70 ㎡ | 1,791   | 26 %  | 992   | 23 %    | 799   | 33 %  | 10                 | 1,121     | 1,150 | 1,084 | 1,100              |
|              | 70 ㎡以上  | 330     | 5 %   | 301   | 7 %     | 29    | 1 %   | 33                 | 1,165     | 1,183 | 979   | 832                |
| 1980 年<br>以前 | 計・平均    | 699     | 10 %  | 478   | 11 %    | 221   | 9 %   | 76                 | 1,048     | 1,060 | 1,018 | 899                |
|              | 30 ㎡未満  | 92      | 1 %   | 49    | 1 %     | 43    | 2 %   | 1                  | 1,366     | 1,468 | 1,244 | 1,103              |
|              | 30～50 ㎡ | 374     | 6 %   | 223   | 5 %     | 151   | 6 %   | 14                 | 1,043     | 1,080 | 984   | 1,103              |
|              | 50～70 ㎡ | 214     | 3 %   | 194   | 5 %     | 20    | 1 %   | 20                 | 938       | 947   | 849   | 941                |
|              | 70 ㎡以上  | 19      | 0 %   | 12    | 0 %     | 7     | 0 %   | 41                 | 850       | 852   | 846   | 804                |

※：不動産広告で、アパート、ハイツ、タウンハウス、長屋といった表示がされているタイプの賃貸住宅  
情報源：リクルート株式会社「SUUMO」(<http://suumo.jp/>, 2009年9月)

#### ウ) 建築時期の新旧による家賃差が大きい (表 14)

建築時期が 1980 年以前の物件の平均家賃単価は 1,048 円/㎡であり、1981 年以降の物件の 1,388 円/㎡に比べて約 2.5 割安い。

#### **②調査 6：不動産事業者ヒアリング調査より**

前記の調査 8 の結果はインターネット上で広告募集を行っているものであるが、それ以外のものも多く、賃貸住宅の空き家の約 3 割は広告による入居者募集を行っていない。地元の縁故などを頼みに募集しているものも少ないが、大部分は老朽化などの問題を抱え商品化できないものである。北九州市では賃貸住宅の更新が遅れており古い物件が多いが、新耐震基準以前の物件やエレベーターが無い物件は、「リフォームしてもペイしない」、「銀行の融資も得られない」という状況にある。

#### **(3) まとめと考察**

##### ア) 賃貸住宅では大量の空き家が生じており市況が悪化している

賃貸住宅経営者の約 8 割は空き家を抱え対策を必要とした経験がある。建築時期が 1980 年以前（築 30 年以上）のものでは、空き家率が 50%を超えるものがおよそ 1/3 を占めるが、入居者を得ることが難しい状況となっている。

##### イ) 需給のアンバランスによって狭小な空き家が増加している

比較的新しいものでも、家賃単価が高い小規模物件（ワンルームマンションなど）に供給が偏って過剰となり、インターネット広告物件の約 4 割を 30 ㎡未満のものが占める状況となっている。また、相対的に地価が高い場所で小規模物件が多く供給されたことから駅徒歩圏で空き家が多く生じる結果となっている。

##### ウ) 古い物件や問題のある物件は入居者の確保がますます難しくなっている。

古いものは駐車場やエレベーター、オートロックシステムなどの設備がないものが多く、そのために新しいものと競合できず空き家化が進んでいる。

インターネット広告では新しいものが優先され、約 9 割が 1981 年以降（新耐震基準以降）の物件であり、それ以前のは新規入居者を確保するための商品価値が低い（ほとんどない）とみなされている。また、老朽化や損傷、入居者に起因するトラブルなどによって新規入居者の募集ができないものが増えつつある。

##### エ) 広い物件は比較的に入居者が決まりやすい

家賃が高いものの方が空き家化が進んでいないことから、広さや設備の水準が高ければ家賃がそれなりに高くとも借り手がいることがわかる。

そのため、設備水準が比較的高い分譲賃貸や、面積が比較的広い戸建て賃貸が増えれば、小規模な物件の空き家化はさらに進むと考えられる。

---

#### **〔注〕**

4) 現在の建築基準法の「耐震基準」は、震度 5 程度の地震時に建物が壊れないこと、ま

た震度6程度の地震時でも建物が倒壊せず中にいる人の安全を確保することを目的に1981年に定められた。以前の基準と区別するために「新耐震基準」と呼ばれている。

5) 広告で用いられる「アパート」と「マンション」の違いに明確な定義はないが、一般的に、木造や軽量鉄骨造の準耐火・低層物件が「アパート」、鉄骨鉄筋コンクリート造や鉄筋コンクリート造などの耐火構造の集合住宅が「マンション」とされている。

### Ⅲ 中古住宅流通に関する需給ニーズ等

本章では、アンケート調査やヒアリング調査にもとづき、需要者、供給者、及びリフォーム関係者の別に、中古住宅の流通に関してどのようなニーズや問題意識を有しているかについて要点を示す。

#### 1 需要者のニーズ等

##### ①調査5：トータルリビングショー来場者アンケート調査より

ア) 若い世代の多くが戸建て住宅購入を希望している(表15)

本調査は住宅への関心はかなり高いリビングショーの来場者を対象にしている。そのため、賃貸住宅を借りたいという希望者は少なく、若年齢層は住宅購入、高年齢層はリフォームの希望者が多いという結果はある程度予想できた。そのなかで着目されるのは、20歳代の戸建て住宅購入希望者が55%を占めており、マンション購入希望者の10%を大きく上回っていることである。

できるなら戸建てを選びたいという志向は、依然として高いことがわかる。

イ) 設備や広さへの要望が高い(表16)

表15 住み替えやリフォームの希望

| 年齢     | サンプル数 | したい戸建てを購入 | マンションを購入したい | 賃貸共同住宅を借りたい | たい戸建てを借り | たいリフォームし | その他 | い希望していない |
|--------|-------|-----------|-------------|-------------|----------|----------|-----|----------|
| 全体     | 370   | 30%       | 6%          | 2%          | 1%       | 23%      | 4%  | 35%      |
| 20歳代   | 108   | 55%       | 10%         | 1%          | 2%       | 10%      | 3%  | 19%      |
| 30歳代   | 72    | 35%       | 6%          | 4%          | 1%       | 14%      | 3%  | 38%      |
| 40歳代   | 57    | 14%       | 2%          | 2%          | 2%       | 25%      | 7%  | 49%      |
| 50歳代   | 58    | 12%       | 2%          | 2%          | 0%       | 36%      | 5%  | 43%      |
| 60歳代以上 | 62    | 10%       | 6%          | 2%          | 2%       | 39%      | 0%  | 42%      |

表16 住み替えやリフォームを希望する理由

|               | サンプル数 | 持ち家が増えたい | 住み替えたい | 良き家を探したい | 家族構成が変 | 場所にと住み利便な | 家を減らす負担 | 住環境を良くしたい | その他 |
|---------------|-------|----------|--------|----------|--------|-----------|---------|-----------|-----|
| 全体            | 241   | 32%      | 20%    | 28%      | 15%    | 4%        | 9%      | 9%        | 10% |
| 一戸建を購入したい     | 110   | 61%      | 31%    | 17%      | 5%     | 4%        | 9%      | 10%       | 3%  |
| 現在の家をリフォームしたい | 84    | 1%       | 5%     | 56%      | 24%    | -         | 5%      | -         | 13% |
| マンションを購入したい   | 21    | 38%      | 14%    | 10%      | 10%    | -         | 24%     | 10%       | 10% |
| 賃貸住宅を借りたい     | 7     | -        | 43%    | -        | 29%    | 29%       | 29%     | 43%       | -   |
| 一戸建を借りたい      | 5     | -        | 40%    | -        | 20%    | -         | -       | 20%       | 20% |

複数回答：横計は100%にならない

戸建て購入希望の理由として、持ち家がほしいという理由の他には広い家に住みたいという要望が高く、設備よりは広さが重視されている。一方、リフォーム希望の理由は設備の向上や家族構成の変化への対応が大部分である。

#### ウ) 中古住宅のメリットは価格とリフォームしやすさ (図5・図6)

購入希望者のうち、「主に中古住宅を検討したい」という回答は少ないが、「新築を優先するが中古住宅も検討したい」を合わせると59%が中古住宅を検討対象と考えている。

その理由として「価格が安い」が最も多く約8割を占め、その他にも、「同程度の予算で新築よりグレードの高い物件が買える」、「同程度の予算で新築より良い地域の物件が買える」といった価格面でのメリットを理由とする回答が比較的多い。また、「価格が安い」に次いで多かったのは、中古住宅を購入後に「リフォームなど手を加えて自分好みの家にできる」という回答であり、これは中古住宅ならではの大きなメリットである。

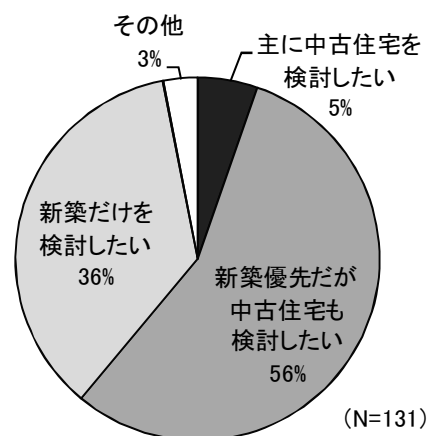


図5 住宅購入の検討対象  
(中古・新築)

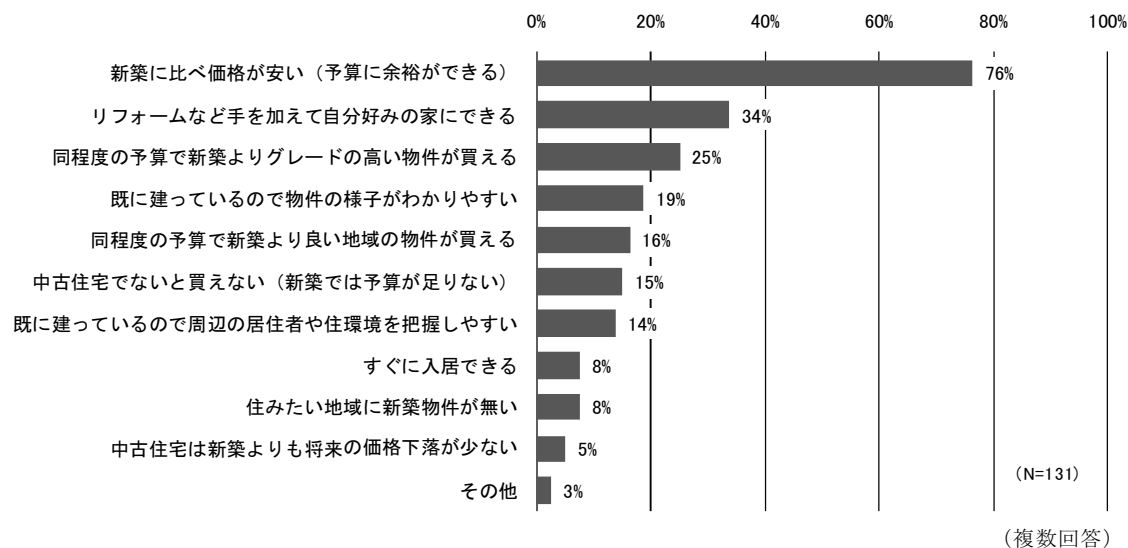


図6 中古住宅の購入を検討する理由

#### エ) 中古住宅を買うとき気になるのは、価格よりも隠れた欠陥や不具合 (図7)

中古住宅を検討する場合に気になることや不安なこととして、最も回答が多かったのは「隠れた不具合や欠陥」であり「価格の適正さ」を上回った。

耐震性や耐火性など「住宅の構造が安全かどうか」を気にするという回答も比較的多く、これも隠れた不具合や欠陥と同様に住宅の品質に関する不安である。

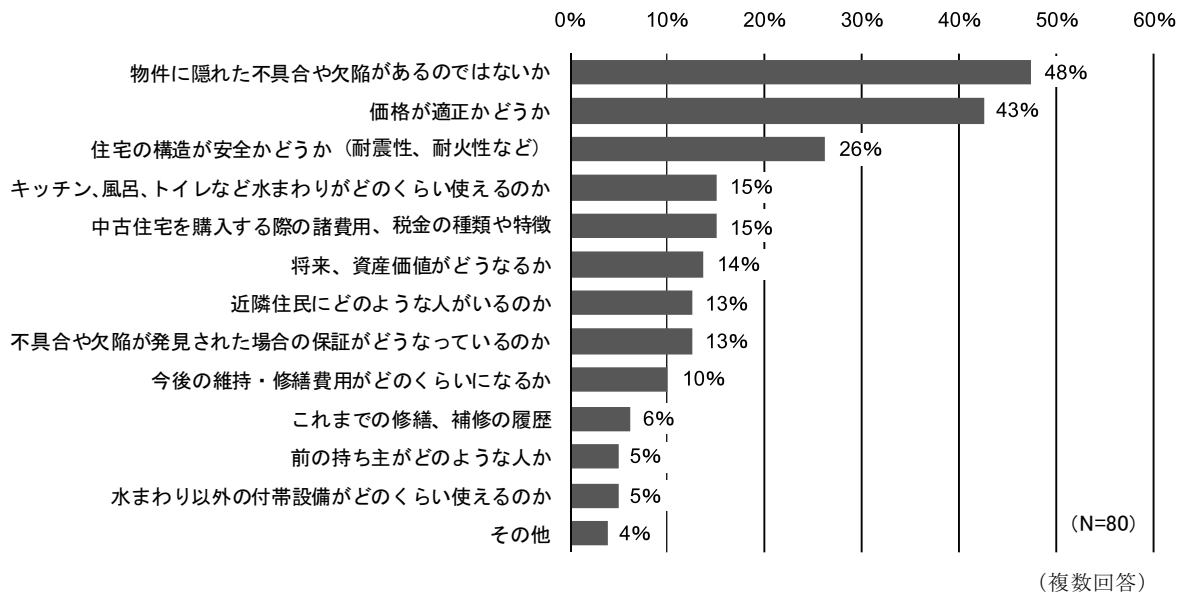


図7 中古住宅の購入について気になることや不安なこと

## ②調査6：不動産事業者ヒアリングより

直接、需要者に接している不動産事業者へのヒアリングによって、住み替え希望者の住宅に関するニーズの現状や動向について知ることができた。

〔購入物件について〕

### ア) 住宅価格の値下がりによって、賃貸より購入が選ばれる傾向が強まっている

- ・家賃と住宅ローンを比較して賃貸か購入かを判断する際、その比較基準は、かつては月額10万円程度だったが、住宅価格の値下がりによって現在は7万円程度となっている。

### イ) 買い手によるリフォームが増えている

- ・売買物件のリフォームは、買い手が購入後に行う場合が多くなっている。
- ・売り手はリフォームの手間と費用を省くことができ、その費用分を上乗せせずに販売できることから、実質的な値下げとなる。

〔賃貸物件について〕

### ウ) 購入よりも賃貸の場合の方が新しいものへのニーズが高く、外見が重視される

- ・建築後10年前後の物件でも「古い」と思われる。
- ・ワンルームで築15年以上、風呂とトイレが一緒という物件は、もう借り手がつかない。
- ・単身よりファミリーの方が新しい物件を好む傾向にある。
- ・購入者よりも賃貸の借り手の方が、建物の「見かけ」を重視する。

### エ) リノベーション物件や戸建ての賃貸物件は、入居者が決まりやすい

- ・リノベーションを行った物件は、建築時期がかなり古いものでも、普通の中古物件より人気がある。
- ・戸建て住宅の賃貸物件は、空き家になっても比較的早く入居者が決まりやすい。

オ) 入居期間が限られるものは入居者が決まり難い

- ・基本的に長く住みたい人が多いため、定期借家契約付きの物件は人気がなく、2割程度家賃を下げなければ入居者が決まり難い。

カ) 経済的理由などで、住み替えの動きが小さくなっている

- ・かつては2～3年で住み替える動きが多かったが、現在は平均入居期間がおおよそ5～6年となっている。
- ・市内外との転出入が減少しただけでなく、市内の住み替えの動きも小さくなっている。

〔共通〕

キ) エレベーターやセキュリティ対策へのニーズが高い

- ・戸建ての持ち家からエレベーター付マンションなどへ住み替える高齢者が増えている。
- ・オートロックシステムなどの安全対策は、女性にとっては必須条件となっている。
- ・周辺の道路に街灯があることも、入居や購入を決める場合の重要な条件となっている。

ク) 選択眼が厳しくなっている

- ・物件が増えて価格が下がるなか、賃貸の場合も購入の場合も、じっくり時間をかけて選ぶ人が増えている。

## 2 供給者のニーズ等

### ○調査2～4：戸建て空き家所有者、マンション管理組合、及び民間賃貸住宅所有者へのアンケート調査より

住宅所有者へのアンケート調査によって、既に不動産市場に住宅を供給している所有者や今後供給する可能性のある所有者には、次のようなニーズがあることが明らかになった。

ア) 持ち家は「貸したい」人より「売りたい」人の方が多い

- ・戸建ての空き家について、購入者や入居者を現在募集中、あるいは今後募集したいと所有者が考えている物件のうち、現在と今後の意向を合わせて、購入者募集物件の方が賃貸入居者募集物件よりも約6割多い（表3）。
- ・分譲マンションでは、販売募集中の空き家の方が賃貸募集中の空き家より約3割多い。

イ) 情報化対策へのニーズが多い（図8）

- ・空き家対策に役立つ公的支援策として「物件紹介システム」を選んだのは、戸建て空き家所有者とマンション管理組合の約3割、民間賃貸住宅経営者の約5割で、いずれも第1位であった。
- ・情報化対策に関する個別意見として、民間賃貸住宅経営者からは物件広告について不動産事業者の連携を求める声が比較的多く、また、物件情報だけでなく家賃相場や周辺環境などに関する情報提供を望む声もあり、さらに、貸借双方の情報交換促進、高齢者にも分かりやすいシステム構築などが求められている。

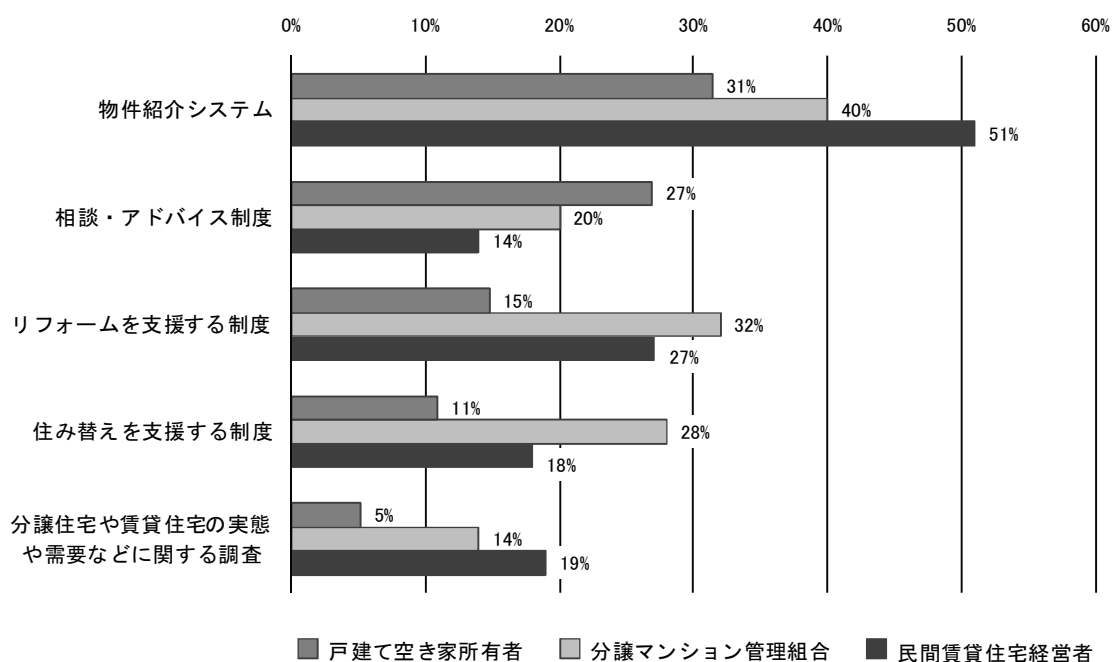


図 8 空き家対策に役立つ公的支援策

ウ) リフォーム支援へのニーズが多い (図 8)

- ・民間賃貸住宅では約 4 割が大規模修繕やリフォームを予定しており、分譲マンション管理組合も約 5 割が積極的に修繕や改修を検討している。
- ・空き家対策に役立つ公的支援策として「リフォームを支援する制度」を選んだ人は、民間賃貸住宅経営者と分譲マンション管理組合では約 3 割で、いずれも第 2 位であった。
- ・リフォーム支援策に関する個別意見としては高齢者対応やエコ対応のリフォームへの補助・融資に関するものが比較的多く、また、分譲マンション管理組合では、築年数だけでなく管理組合の積立金貯金額や信用性を考慮した融資を希望する声がある。
- ・リフォーム支援策については、少数ながら、利用者のリフォームニーズを把握するためのアドバイス、借り手がリフォームしやすいような対策、またメンテナンス対策も合わせて、定期検査への補助、長期の修繕計画の義務化、借り手と貸し手による補修費積立制度、即時修理対応システムなどを望む声がある。

エ) 戸建て所有者は相談・アドバイスへのニーズが多い (図 8)

- ・戸建て空き家所有者は、「物件紹介システム」とほぼ並んで約 3 割が「相談・アドバイス制度」が空き家解消に役立つと考えている。

### 3 仲介・リフォーム関係者のニーズ等

○調査 6・7：不動産事業者及び北九州市住宅リフォーム促進協議会へのヒアリングより  
仲介・リフォームを手がける当事者へのヒアリングによって、中古住宅の流通促進につ

いて次のような意見や示唆を得ることができた。

ア) まず、空き家化を防ぐ対策が必要

- ・空き家になる前に、現入居者の退却を防ぐための再投資（テナントリテンション）を行う方が、リノベーションよりも有利である。
- ・空き家になっているものは問題が見え難く、取り扱いに消極的にならざるを得ない。

イ) ビジネスとして成り立つ物件の流通促進対策が必要

- ・利用価値の高いものへの対策が必要である。
- ・かなり古い物件でも、買い手にメリットがあれば行政のモデル事業になり得る。
- ・築 20 年以上の物件は、普通のリフォームでもかなり費用がかかるので、リノベーションの対象となりやすい。
- ・再利用できないものの除却についても対策が必要である。

ウ) ビジネスとして成り立つ場所での流通促進が必要

- ・立地がよければ、リフォームなどによって付加価値を高めることができるため、商品化しやすい。
- ・都心は新築物件と中古物件との価格差が大きいことから、安く買える中古住宅を選ぶことのメリットは大きい。
- ・学校や店舗が整っている郊外の住宅団地は、買い取りリフォームをして若い人に提供していくビジネスモデルの場になり得る。
- ・個別リフォームでは市民の意識転換につながらないため地域ぐるみの対策が望ましい。
- ・暮らしやすいが高齢化が進んでいるところを変えていくことが北九州市のテーマでありそのような場所は物件が売れるのも早い。
- ・斜面地の住宅の商品化には、道路整備、防災・危険対策の必要性が高い。

エ) リフォームやリノベーションのための資金調達の円滑化が必要

- ・銀行が不動産に対する融資に消極的で、資金調達の苦労が大きい。

オ) 関係者の連携による流通システムづくりが必要

- ・売りたい人、貸したい人が気軽に登録できる住情報センターが必要である。
- ・信頼のおける中古住宅情報や市場分析を示すことが行政の課題である。
- ・市、公社、県の住情報のトータルなシステムが必要である。
- ・住宅性能を中立的立場で判断するという建築士会の役割を果たすために、建築士の登録システムが必要である。
- ・いろいろなステージの人のニーズに合った「住宅の回し方」のシステムが大事である。
- ・インターネットを活用して中古住宅の「流行」を生み出せば需要を喚起できる。
- ・リフォーム、リノベーションを喚起するためには、居住者にメリットはあるが民間事業者では難しいような取り組みを、住宅供給公社が先導的に行うことが課題である。

#### IV 中古住宅流通促進の課題

以上の調査結果を踏まえて、ここでは、中古住宅流通促進の基本的な課題を示す。

##### 1 ニーズに適合した利用価値のある中古住宅の流通促進

###### (1) ニーズの多様化、高度化に対応した中古住宅の活用

中古住宅の第一のメリットは、「価格・賃料が安い」こと、または「同程度の価格・賃料で、新築よりも良い、または有利な物件や地域が選べる」ことである。従って、中古住宅の選択にあたっては、「安さ」、「利便性」、「住宅の質」、「居住環境」について、各々が重視する条件が新築を選択する場合よりも確実に「有利」であることが決定理由となる。

持ち家を望む若い世代は多いが、かつてのように新築に限定的ではなく、中古住宅購入も併せて検討しようという人が約6割を占めるようになってきている。戸建ての場合は広い物件が得やすいこと、分譲マンションの場合は新築と中古の価格差を中古のメリットと考える人が多い。

また、賃貸の場合、かつては持ち家を取得するまでの住まいと考える人がほとんどであったが、現在は「買う」より「借りる」方が合理的と考える人が増えている。資産価値が低下して所有のメリットは薄れ、また経済事情から買うことに慎重にならざるを得ない人が増えている。そのような借り手は、長期にわたって住みやすい借家を探す傾向が強く、賃貸住宅の質や居住環境へのニーズは高いと考えられる。

「買う」場合も「借りる」場合も選択眼は厳しくなっており、また一方で、個人の嗜好に合えば多少問題がある物件でも受け入れられるようになってきている。シェアハウスやコレクティブハウス、二地域居住といった新しい住まい方も選ばれるようになってきている。

どのような物件が受け入れられるか、ニーズの変化を的確に把握することが重要であり、需給のミスマッチを解消していくような、また潜在的な需要、新しい需要を喚起していくような流通促進が課題である。

###### (2) 中古戸建て住宅の流通促進

近年、戸建て住宅の空き家の増加率が高まっている。その理由は主に、入院や福祉施設への入所、別に住む家族との同居など居住者の高齢化にともなうものであり、そのような空き家化の動きは超高齢社会化とともに加速していく。また、住宅ローン返済が困難になって住宅を売却したいというケースも増えている。

そのような中古の戸建て住宅は、不動産事業者が積極的に取り扱っていきたい物件の第1位となっており<sup>6)</sup>、流通商品としての価値は高く評価されている。その理由は、戸建てを買いたいというニーズが若い世代に依然として強いためであり、それに対して、多くの不動産事業者は、古い物件でも一定水準以上であれば商品として提供していけると考えている。土地付きの戸建て住宅は分譲マンションに比べて旧くなっても資産価値はさほど下落しない。それが売り手にも買い手にも優先的に選ばれる理由となっている。

また、賃貸の場合も戸建て住宅は共同住宅に比べて入居者が決まりやすいと評価されて

いる。共同住宅よりも広い物件を分譲マンションの賃貸物件より安い家賃単価で借りられることがメリットである。しかし流通量は少なく、広告募集物件全体の2%足らずであり、今後積極的に取り扱いたいという不動産事業者も今のところ少ない<sup>6)</sup>。一方、空き家所有者で販売または賃貸を希望している人のうち、賃貸希望者は約4割を占めている。売りたい人の方が多いが、手放したくないと考えている人も少なくない。思い出のある家を買りたいと考える人は多く、また、いずれ販売競争は激しくなり、安く「売る」よりは「貸す」方が有利となる可能性も十分あり得る。分譲マンションの賃貸は既に通例の方法となっているが、戸建て住宅の賃貸も潜在的な需給ニーズは大きいと思われる。

戸建て住宅は、現状では空き家になっても流通商品化されていない物件が大部分であり、販売用、賃貸用のいずれも、商品価値の高い物件、つまり良好なストックを活かすために流通促進の必要性が高い。優良な、または比較的良好な戸建て住宅の流通市場への参入は住宅選択肢の拡大につながり消費者ニーズの多様化、高度化に応えるものとなる。

### (3) 中古分譲マンションの流通促進

分譲マンションの供給は大部分が1981年以降であるが、比較的早い時期に建てられたものでは所有者の高齢化が進み空き家が増加している。

空き家のうち流通物件は約6割であり、販売用が賃貸用よりも多い。中古の販売物件の価格は下がり幅が大きく、賃貸アパートよりも広い物件を家賃並み以下の費用で取得できるものが増加し、買い手に有利な状況となっている。一方、賃貸物件は、グレードの高い賃貸住宅やファミリータイプの賃貸住宅の供給不足を補完して、家賃が高くても入居者を確保しやすい「分譲賃貸」として賃貸住宅市場のなかで比較的有利なポジションを占めてきた。また、以上のように、かなり「安く」買って「高く」貸せることから、投資用物件として買われるものも増えている。このような動向と流通量、取引量の増加を見通して、今後、中古分譲マンションを積極的に取り扱いたいと考えている不動産事業者は多い<sup>6)</sup>。

しかし分譲マンションは建築時期の新旧による設備面での差が大きい。オートロックシステムは今や新築では賃貸マンションでも必須となっているが、1990年以前に建てられた分譲マンションにはほとんど設置されていない。そのような設備面での差が比較的古い物件の流通阻害要因となっている。一方、流通が進むことによる区分所有者の入れ替わりや不在所有者の増加は管理組合の運営を難しくする要因となっている。

分譲マンションの品質と商品価値の維持に管理組合の果たす役割は大きく、できるだけ良好なストックとして維持できるように。管理のあり方と合わせて資産価値の維持・回復につながるような流通促進対策が課題である。

### (4) 民間賃貸住宅の流通促進

市内の空き家全体の約6割を占めるのが民間賃貸住宅の空き室である。賃貸物件には販売物件よりも新しさが求められ、新築物件が次々に増えたことによって比較的古いものが入居者を確保することはますます難しくなっている。古いものは駐車場やエレベーター、

オートロックシステムなどの設備がないものが多く、新しいものと競合できずに空き家化が進んでいる。現行の耐震基準以前に建てられた物件は商品価値がほとんどないとみなされ広告募集もされなくなっている。老朽化や損傷、入居者に起因するトラブルなどによって新規入居者の募集ができないものも増えつつある。

また、比較的新しいものでも、家賃単価が高いワンルームなどの小規模物件に供給が偏り、需給のアンバランスによってそれらの多くが空き家となっている。募集中の物件の約4割が30㎡未満という状況である。しかし、大量の空き家があっても新築が選好されれば新規供給は続き、また戸建て住宅や分譲マンションの中古住宅の流通が進めば競合相手は増え、民間賃貸住宅の空き家はますます増加することが予想される。

需要は縮小しつつあるが、そのなかで、持ち家からエレベーター付きの賃貸住宅に移り住む高齢者は増えている。しかし、高齢者が住みやすい賃貸住宅は不足しており、そのような物件として中古の賃貸物件を再生することは有意義といえる。不動産事業者も賃貸物件のなかでは高齢者対応の設備を備えたものを積極的に扱っていきたいという意向をもつところが多い<sup>6)</sup>。

賃貸住宅の経営環境が厳しさを増すなかで、経営意欲を後退させている所有者が増えているが、一方で、新市場開拓や付加価値の向上などに取り組もうという前向きの動きもあり、そのような経営者の意欲を高めるような対策が課題である。

## 2 居住再生の必要性、可能性が高い場所における流通促進

### (1) 市民生活の安全や利便性を確保しやすい場所における流通促進

空き家が増加し個々の住宅が拡散したまま都市全体が低密度化すれば、将来的な社会費用の増大は免れない。市民生活の安全や利便性を確保しやすい場所において、空き家の増加抑制につながる中古住宅の流通促進が望ましい。

暮らしやすい条件が整っているが、高齢化が進み空き家が増加しているところに重点を置いて、循環型の地域づくりを進めていくことがことが北九州市の課題である。そのような成熟度の高い居住地は、中古住宅の需給ニーズが多く、中古住宅の流通が図りやすい場所でもある。

また、個別のリフォームでは市民の意識転換につながらないため、地域ぐるみの対策が実施できるような場所で、モデル的な中古住宅促進を図ることも必要である。

### (2) 街なかにおける流通促進

北九州市では旧5市時代に形成された市街地、つまりモータリゼーション以前に歩いて暮らせた市街地の区域を「街なか」として、その居住・産業の再生による持続可能な都市づくりを政策の柱としているが、中古住宅の流通対策も、生活利便性が高く、多様かつ多くの中古住宅流通の可能性が高い街なかを重視して取組むことが合理的、効果的といえる。

北九州市には、建築後40年以上経過した建物が多く、その大部分が街なかにあって再

生利用可能な物件も多い。郊外に較べて既存住宅の多様性が高い街なかで、「中古住宅の改善・流通促進」と「高品質な住宅の新規供給」の両輪によって、「ニーズに適合できる良好で多様なストックの形成」につながる。不動産事業者も便利に暮らせる街なかの物件を積極的に取り扱いたいというところが多い<sup>6)</sup>。

なかでも、都心など利便性が特に高い拠点地区では入居者を得やすく流通を進めやすい。また、新築物件の価格や家賃が比較的高く中古物件との差が大きいことから、中古住宅を選ぶことによるメリットは大きいといえる。

### （３）郊外部における流通促進

郊外において空き家が増加している。比較的優良な中古住宅が多いのは郊外の計画的に開発・整備された住宅団地である。郊外における住宅需要は減少しているが、街なかでは得難い「環境の良さ」を重視する郊外居住のニーズが絶えることはなく、ある程度の利便性が確保されている住宅地であれば、中古住宅の流通は可能と思われる。

道路や公園、学校、店舗などが揃っている郊外の住宅団地は、買い取りリフォームをして若い人に提供していくビジネスモデルの場になり得る。さらに地域ぐるみの対策（エリアマネジメント）を図ることができれば、市民意識を変えるモデル地区にもなり得る。

## ３ 良好な住宅ストックや居住環境の形成につながる対策の重視

### （１）中古住宅の利点を生かした魅力ある住まいづくり

そのまま商品化できる中古住宅は少なく、また中古住宅を選ぶ人のニーズや嗜好は多様化している。中古住宅の流通には何らかのリフォームやリノベーションがとれない、それがどのように行われるかによって流通への影響は大きい。魅力ある中古住宅再生の事例が増えれば、中古市場の活性化につながる。

中古住宅を販売する場合、リフォームを行って商品価値や付加価値を回復・向上させて提供する場合と、買い手が購入後にリフォームを行う場合があるが、リフォームなど手を加えて自分好みの家にできることは中古住宅ならではの利点であり、分譲マンションや街なかの古い戸建て住宅では購入後のリフォームが多くなっている。

賃貸住宅の場合は、建築時期がかなり旧くてもリノベーションを行った物件は、比較的新しい普通のリフォーム物件より人気があり、北九州市でも事例が増えつつある。

市内や全国の事例を紹介するなど、リフォームやリノベーションへの関心を高めることで、中古住宅人気を創り出すような対策が課題である。

### （２）中古住宅の安全性や品質の確保

中古住宅の購入を検討するときによくの人が不安に思うのは隠れた不具合や欠陥、住宅の構造の安全性などである。建物の品質証明や欠陥が見つかった場合の保障が求められている。

しかし、住宅の安全性や品質について所有者の関心があまり高くないというのがわが国

の実情である。住宅への関心が高いと思われるトータルリビングショーの来場者アンケートでも、耐震対策や省エネルギー対策を目的とするリフォーム希望者は1割程度にとどまっている。

北九州市では木造戸建て住宅の約半分は耐震性能に問題があるものとされている。そのなかには老朽化したものや急斜面地にあるものも多く、それらは再生よりも建て替えや除却を図るべきと思われるが、一方、手を入れることによって付加価値を高めることができるものは上手く活用していくことが必要である。問題があってもリノベーションなどによって商品化できるものは多く、できるだけ活用したいという意向の不動産事業者は多い<sup>6)</sup>。

中古住宅の流通商品化にともなうリフォームは格好の機会であり、耐震改修等によって基本的な性能というべき建物の安全性や品質をの改善を促進することが課題である。

### (3) 中古住宅の再生を通じた居住環境の改善・向上

住宅を選ぶとき、利便性ととも環境が大きな判断要因となる。安全安心な環境、快適な環境が重視されるが、それとともに街の景観や美観を重視する傾向が強まっている。購入の場合このような環境への要求水準はいつそう高くなる。入居者自身がリフォームできない賃貸住宅の場合、建物の外観が重視される傾向にあるが、これも景観や美観重視の選択眼によるものといえる。

中古住宅のリフォームやリノベーションが、将来的に良好な居住環境の形成につながるよう、景観、美観への配慮や緑化などを誘導するような対策が課題である。

また、老朽化した空き家の除却も、防災対策としてだけでなく環境対策としても重要な課題である。

---

#### 〔注〕

6) 筆者が2010年2月に行ったアンケート調査の結果である。調査対象は社団法人福岡県宅地建物取引業協会及び社団法人全日本不動産協会の北九州エリアの会員であり、有効回答数は198（回収率23%）であった。〔参考文献4〕

（都市政策研究所 教授）

#### 〔参考文献〕

- 1) 社団法人不動産流通経営協会（2010）「既存住宅流通市場活性化への取組」，住宅金融支援機構『季報住宅金融 2010年度春号』，pp27-35
- 2) 小林重敬，松村徹（2010）「社会・経済の変化と不動産業」，不動産流通研究所『月刊不動産流通 No.333』，pp10～26
- 3) 榊原渉（2009）「中古住宅市場の可能性」，総合ユニコム株式会社『月刊プロパティマネジメント No.111』，pp20-23
- 4) 伊藤解子（2010）「良好な住宅ストック形成に向けた中古住宅流通の課題」，『地域課題研究』，北九州市立大学都市政策研究所，pp1-22

## ベロタクシーの広告戦略からみた持続的運営への課題

内田 晃

- I 研究の背景と目的
- II ベロタクシーの概要と各国での運営
- III 日独比較から見た広告戦略の特性
- IV 持続的運営に向けた事業展開方策
- V おわりに

### <要旨>

本調査研究では、まず日本と欧州のベロタクシー事業の運営面での比較を行った。次いで、ベロタクシーに貼り付けるラッピング広告に着目し、そのプロモーション戦略の特性を主にドイツ・ベルリンでの事例から整理した。以上を踏まえて、日本においてベロタクシーを持続的に運営していくためには、第一に幅広い広告事業の展開が必要であることを示し、あわせて走行空間の柔軟な運用、観光目的以外の新たな活用による効率的な運営が求められることを明らかにした。

### <キーワード>

ベロタクシー(Velotaxi)、自転車タクシー(Bicycle taxi)、広告代理店(Advertising company)、企業プロモーション(Corporate promotions)、走行空間(Driving conditions)

### I 研究の背景と目的

環境問題への関心の高まりや、集約型都市構造への転換が求められる中、公共交通手段の一つとして排気ガスを発生しない自転車タクシーが注目されている。アジアでは、インドネシアのベチャ、ベトナムのシクロ、タイのサムローなど、古くから独自のスタイルを持つ自転車タクシーが見られ、通勤通学や買い物など日常の移動手段として幅広く利用されており、市民にとっては欠かせない交通機関となっている。欧米でも近年新しいタイプの自転車タクシーが各地で次々と登場しており、その代表格が1997年にドイツ・ベルリンで運行が開始されたベロタクシーである。日本にも2002年に輸入され、多くの都市で走行している。

インドネシアの伝統的な自転車タクシーであるベチャを対象とした筆者の論文<sup>1)</sup>では、市民生活に密着した乗り物として機能していること、収入面や勤務時間の面でドライバーは厳しい労働環境に置かれていることなどを明らかにするとともに、メインストリートの車道と側道において、車・バイク・ベチャのすみ分けがされており、ベチャが走行しやすい環境が整っていることを明らかにした。一方、日本で走行するベロタクシーを対象とした論文<sup>2)</sup>では、その運行特性を走行空間、利用目的、ドライバーの3つの視点から整理するとともに、運営面での課題として、「走行エリアの制約解除」「ドライバーの確保」「運行効率の向上」「広告収入の確保」「事業者のネットワーク化」の5点を指摘した。日本では自転車タクシーの認知度も低く、その走行環境も十分に整っているとはいえず、既にベロタ

クシーの運行事業を停止した都市もある。

そこで本研究では、ベロタクシー事業で成功をおさめているドイツをはじめとした欧州の事業者を対象として、その事業運営について調査を行う。特に欧州では日本の事業者と違い、ベロタクシーに貼り付ける広告事業が軌道に乗っていることから、その広告戦略について分析を行うことで、日本で持続的な運営を行っていくための示唆を得ることを目的とする。

## Ⅱ ベロタクシーの概要と各国での運営

### 1. ベロタクシーの歴史

ベロタクシー (velotaxi) の「velo」とはラテン語で「自転車」を意味する言葉で、直訳するとまさに「自転車タクシー」となる。ドイツで開発された車両を用い、1997年に首都ベルリンで運行が開始され、その後2000年のドイツ・ハノーヴァー万博や2004年のアテネオリンピックなどの大規模イベントでも運行された。現在、ドイツ国内ではベルリンをはじめ、フランクフルト、ケルン、ドレスデン、ハンブルグなど、ヨーロッパでもロンドン、アムステルダム、バルセロナなど、その他アメリカやアジアなどでも多くの都市で運行されており、その数は、約50カ国、120都市に広がっている。全世界で走行しているベロタクシーの台数は2,000台を超え、現在でも増え続けている。

日本国内では、東京にあるNPO法人環境共生都市推進協会が、ベルリンにあるベロタクシー本部 (Velotaxi GmbH Berlin) から公式に認定を受け、2002年5月に京都で、同年10月には東京で運行を開始し、以後20以上の都市で運行されている。

### 2. ベロタクシー車両の特徴

初期に開発されたシティクルーザー I (City Cruiser I) は、図1及び写真1、写真2に示すように、全長3,050mm、幅1,100mm、高さ1,750mmで、全重量は144kgである。大人2名が乗車するとドライバーも含めて総重量が300kg近くにも達するため、ドイツ・ヘインツマン社製の電動アシストモーターが装備されている。市販の電動アシストモーター付きの自転車と違い、ベロタクシーは走行しながらONとOFFの切り替えや強弱の調整を右手のグリップ操作ひとつで行うことができる。フルで充電していても、常時電動アシストを使っていると1～2時間で充電が切れてしまうため、ドライバーは走行条件の変化に対応して電動アシストモーターを上手に使用しながら走行している。

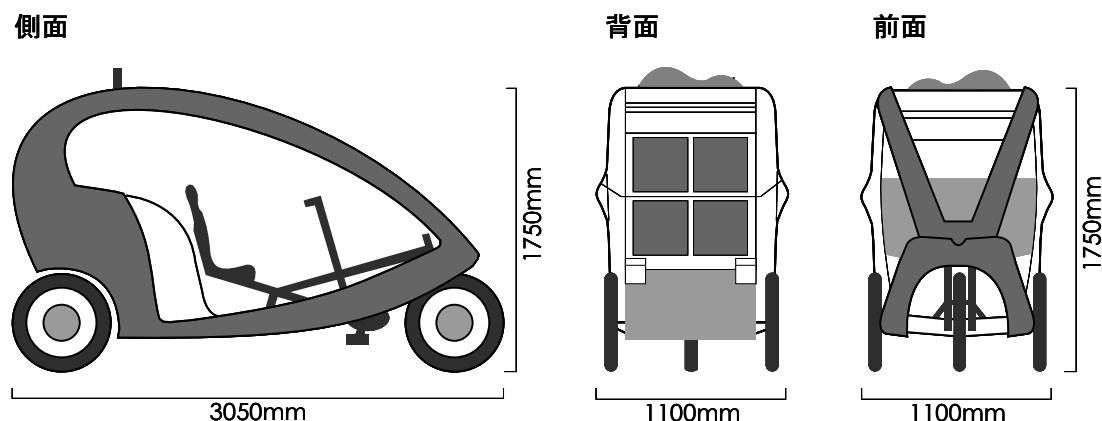


図1 ベロタクシー車両のスペック



写真1 シティクルーザーⅠ（側面）



写真2 シティクルーザーⅠ（正面・背面）

電動アシストとともに、ドライバーの駆動を補助するシステムとして日本・シマノ社の変速ギヤが装備されている。フロントはレバー式の3段、リヤはグリップ式の7段で、両者の組み合わせによって21段の変速走行が可能となる。ドライバーが走行条件に相応しいギヤを適切に選択することで、使用時間に制限のある電動アシスト走行を最小限に抑えることができ、効率的な走行が可能となる。また、後輪車軸には内輪差を解消するためのディファレンシャルギヤが内蔵されており、カーブをスムーズに曲がることができる。

ベロタクシーのデザインを最も特徴付けている流線型の卵形ボディは、走行時の空気抵抗を減らすために設計されている。ボディはポリエチレン製で、自動車と接触した際に乗客を守ることできるように客席と一体となっている。このボディが鉄製のシャーシフレームの上にしっかりと固定されている。ボディ、シャーシフレームともに100%リサイクルが可能となっており、環境にやさしい乗り物のコンセプトを車両自体が体现している。

2006年にはシティクルーザーⅡ（City CruiserⅡ）と呼ばれるモデルチェンジ車が発表された。シティクルーザーⅠと比較すると長さや高さはほとんど変わらないが、幅が100mm、重量が9kgそれぞれ小さくなっている。また、荷物のみを積載するためのデリバリークルーザー（Delivery Cruiser）が2007年に発表された。容積323リットルの荷台に最大250kgの荷物を積載可能で、ファーストフードの宅配や、移動しながらの屋台営業などの活用方策が想定されている。



写真3 シティクルーザーⅡ



写真4 デリバリークルーザー<sup>(1)</sup>

### 3. ベロタクシーの運営体制

日本におけるベロタクシーの運営体制を図2に示す。日本国内では、NPO法人環境共生都市推進協会（東京）が、ベルリンにあるベロタクシー本部（Velotaxi GmbH Berlin）から総代理店として公式に認定を受け、各地域での運営団体と業務提携を結び、管理・サポートにあたっている。各地でベロタクシーの運行管理を行っている団体はNPO法人、株式会社、有限会社、財団法人など多種多様である。なお、ベロタクシー事業の収入の多くを車体に掲載するラッピング広告収入に依存していることから、広告代理店がベロタクシーの運営にも関与しているケースがある。

一方、欧米の各都市も、基本的には各事業者がベルリンの本部（Velotaxi GmbH Berlin）と業務提携を結び、車輛の提供から運営サポート等を受けている。日本のケースのように総代理店を通じた運営提供を行っている国もあれば、各事業者が本部と直接やり取りを行っているケースもある。ドイツ語、英語、フランス語など基本言語で情報交換ができるかどうかによって、その運営方法にも違いがある。

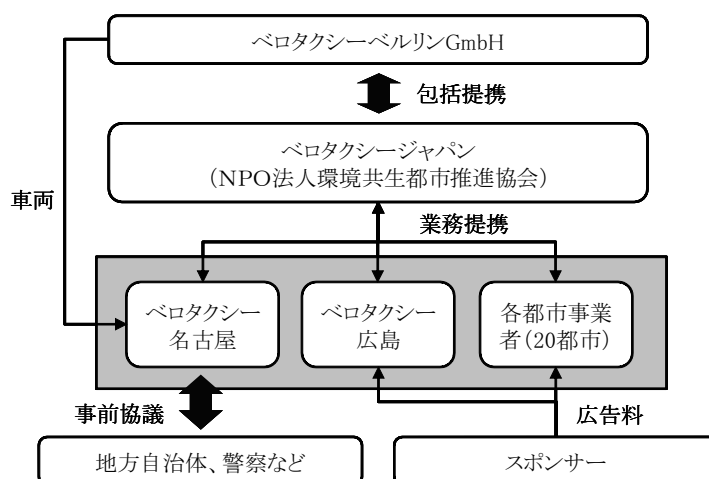


図2 ベロタクシーの運営体制（日本）

## Ⅲ 日欧比較から見た広告戦略の特性

### 1. 日本における広告料金の設定と現状

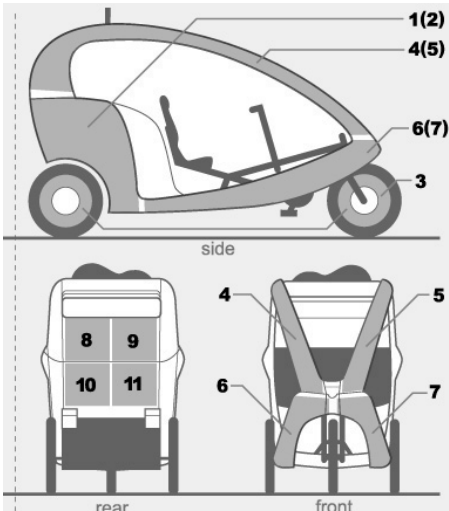
ベロタクシー事業者の収入のほとんどは車輛に貼られるラッピング広告が占めている。広告は1年や半年といった長期の契約から、イベントや選挙啓発などスポット的なものまでである。広告料金は各事業者が設定しており、表1から表3に示すように、例えば全面に貼付した場合、敦賀では月額約22万円、平泉では月額約30万円、広島では契約期間によって月額約26～30万円となっている。

ベロタクシージャパンが広告料金の下限を1日当たり6,000円（月額約18万円）に設定している<sup>(2)</sup>ため、値下げすることが難しく、特に地方都市においては、各事業者は広告の確保に苦労しているのが現状である。

また広告が付いていないと走行できない制約があるため、仙台では9台あるうちの4台は広告のない状況が続き、運行できずに車庫に眠っている<sup>(3)</sup>。他の都市でも、電力会社や大手スーパーなどが社会貢献的な発想で環境にやさしいベロタクシーへの支援という形で広告を掲載してくれているケースも多く、景気が悪化し続ける中で、ベロタクシーに協力的な企業が今後も永続的に広告を出してくれるかは全く不透明である。各地で芽生えたベロタクシーの芽をこれ以上摘み取らずにすむためにも、

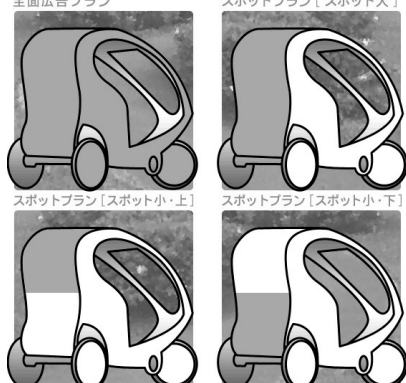
地域企業や行政による支援体制を充実させ、定期的な広告収入が得られるように図っていくこと、あわせて地域の実情に応じて柔軟に広告料金を設定できるような制度への転換を検討することが必要であると考えられる。

表1 広告料金の設定例（敦賀）

|  | 掲載場所   | 番号           | 広告料金（1ヶ月）  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------|------------|
|                                                                                   | 客席右側面  | 1            | 30,000 円   |
|                                                                                   | 客席左側面  | 2            | 32,000 円   |
|                                                                                   | 車輪4面   | 3            | 15,000 円   |
|                                                                                   | フレーム上部 | 4, 5         | 各 10,000 円 |
|                                                                                   | フレーム下部 | 6, 7         | 各 10,000 円 |
|                                                                                   | 背面     | 8, 9, 10, 11 | 各 25,000 円 |
|                                                                                   | 合計     |              | 217,000 円  |
| ※広告料金には施工料を含まず                                                                    |        |              |            |

出典：社団法人敦賀観光協会ホームページ（<http://www.turuga.org/velotaxi/support.html>）

表2 広告料金の設定例（平泉）

|  | 掲載プラン        | 広告料金（1ヶ月） |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------|
|                                                                                     | 全面広告         | 300,000 円 |
|                                                                                     | スポットプラン（大）   | 200,000 円 |
|                                                                                     | スポットプラン（小・上） | 150,000 円 |
|                                                                                     | スポットプラン（小・下） | 150,000 円 |
| ※広告料金には施工料を含まず                                                                      |              |           |

出典：ベロタクシー平泉ホームページ（<http://www.zipangu-iwate.com/>）

表3 広告料金の設定例（広島）

| 掲載期間               | 広告料金（1ヶ月） |
|--------------------|-----------|
| 1～2ヶ月              | 296,000 円 |
| 3～5ヶ月              | 288,000 円 |
| 6～7ヶ月              | 264,000 円 |
| 8～9ヶ月              | 256,000 円 |
| ※掲載期間や契約台数による割引もあり |           |

出典：ベロタクシー広島ホームページ（[http://www.primalconcept.co.jp/velotaxi/velo\\_ad\\_p.pdf](http://www.primalconcept.co.jp/velotaxi/velo_ad_p.pdf)）

## 2. 欧州における広告戦略

### (1) 広告料金の設定と現状

ドイツでもペロタクシーの収入のほとんどを占めるのは車両に貼り付けた広告である。ベルリンの場合、広告料金は全面に貼り付けた場合1ヶ月当たり1,800ユーロ（約20万円<sup>(4)</sup>）となっており、前述の日本の地方都市とほとんど変わらない設定となっている。ちなみにベルリン本部によると東京での広告料金は1ヶ月当たり4,000ユーロ（約44万円）と世界でもかなりの高額ということであった。

ベルリンや他のドイツの都市では、日本の地方都市のように広告を獲得するのにはほとんど苦勞をしていないのが現状である。元々ベルリンで走行を開始した際の目的が、交通手段を提供することではなく、広告媒体としての新しい装置を都市の中に組み込むことであり、ペロタクシーを広告媒体として位置づけている。加えて、1台のペロタクシーに複数社からの広告を貼り付けるケースや、ドライバーのユニフォームも広告を掲載している例もある（写真5,6）。

ドイツの都心部においては、歴史的な景観を保全するため、広告看板類に関する規制が強いケースが多い。そのため、都心部ではビル上部への大規模な看板や、電柱、街路樹などへの貼り紙広告はほとんど見られない。このような厳しい規制があることから、広告を貼り付け、自由に都市の中を動き回る自転車タクシーが着目されることとなった。高額な広告料を払う企業にとっては、駅前、目抜き通り、観光地など人目に留まる街の中で、ただ単に停まっているだけでも十分に価値が高いのである。

表4 広告としての価値を生み出す待機中の自転車タクシー

|           |                                                                                                         |                                                                                                                                                                           |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 駅前での待機    | <br>(ベルリン中央駅)        | 中央駅は、都市内外から多くの来街者が集まる都市の玄関口である。駅に着いた観光客を乗せて観光案内をするため、あるいは近くのホテルへと届けるために、常時自転車タクシー車両が待機している。駅の利用客そのものが多く、人目に触れる機会が多いため、広告宣伝効果は非常に高い。                                       |
| 目抜き通りでの待機 | <br>(ベルリン・KaDeWe 前)  | ベルリン最大の百貨店 KaDeWe デパートの入口前に停車しているペロタクシー。積極的に声掛けをして客をつかまえるというよりもむしろ、ドライバーは本を読みながら数時間そのまま停車している様子がみてとれる。ペロタクシー自体が動くよりも、この場所に留め置く方が、広告宣伝効果が高いためである。手前にある広告スクリーンと同じ役目を果たしている。 |
| 観光地での待機   | <br>(ベルリン・ブランデンブルグ門) | ベルリン最大の観光スポットであるブランデンブルグ門周辺は、世界中から多くの観光客が集まる。周辺は条例によって屋外広告類が規制されているため、自転車タクシーに貼り付けられた広告は周辺で展開できる唯一の広告と言える。                                                                |



写真5 数社の広告を貼り付けた車両



写真6 ドライバーのユニフォームにも広告

## (2) イベントでの活用

加えてペロタクシー事業者が力をいれているのが、企業や行政が主催するプロモーションとしての活用(写真7)である。見本市会場などで、企業の広告を貼り付けた数台のペロタクシーが走行することで、その企業の存在を大きくアピールすることができ、企業にとっては大きな宣伝効果が得られる。ベルリンではこのようなケースの場合、1日1台当たり190ユーロ(約20,900円)の料金に加え、ドライバー1人1日につき100ユーロ(約11,000円)が事業者の収入となり、別途広告の貼り付け工賃として1台当たり700ユーロ(約77,000円)が必要となる。



写真7 企業プロモーションとしての活用<sup>(1)</sup>

さらに、イベントシャトルといってA地点からB地点への移動のみを、企業とタイアップして行っている利用形態もある。例えばニューヨークでのUSオープンテニスの開催時に最寄りの地下鉄駅と会場の間を往復するシャトルサービスとして提供する、ベルリン市内の地下鉄リフレッシュ工事による不通区間の代替輸送として活用するなどのサービスが既に展開されている。この場合も前述のプロモーションと同様に、工賃とは別に事業者1日1台当たり190ユーロ、ドライバーに1日当たり100ユーロが入ることとなり、事業者やドライバーにとっては大きな収入源となる。

世界各国のドライバーが参加し、ペロタクシー運転の技術やスピードを競う「ペロタクシーワールドカップ」も毎年ベルリンで開催されている。2010年の大会は、ベルリン最大手の銀行(Berliner Bank)がスポンサーとなり「Berliner Bank Velotaxi WM 2010」と題して、ベルリンのオリンピック公園で2010年8月21日に開催された(写真8)。短距離走(300m)、長距離走(2,000m)、障害物競走の3競

技に、地元ヨーロッパを中心に、アジア（日本、中国など）、中東（イラン、レバノンなど）、北中米（カナダ、エクアドル）、オーストラリアなど、あわせて 20 ヶ国以上の約 50 人のドライバーが参加した。この大会は技術の向上はもとより、ドライバー同士の交流を深める年間最大のイベントとしても位置づけられている。

このようにベルリンをはじめ欧米で成功している秘訣は、企業とのタイアップに力を入れ、デザイン的にも注目度の高いペロタクシーと企業プロモーションとを結びつけた点にあると言える。



写真 8 US オープンでのシャトルサービス<sup>(1)</sup>



写真 9 ペロタクシーワールドカップ 2010

### (3) 新しい車輛を活用した進化形ペロタクシー

ロンドンには背面にソニー製フラットスクリーンを装備した「マルチメディア DC」と呼ばれる車両がある（写真 10）。車体価格が 35,000 ユーロ（約 385 万円）、週単位の広告料が 55,000 ポンド（約 715 万円）と桁外れであるが、駅前など不特定多数の市民の目に触れる場所に置くことで、広告媒体としては価格相応の価値があるというわけである。

乗客を乗せる部分を荷物搭載用のスペースとした「デリバリークルーザー」がパリには約 10 台配備され、大手物流業者のフェデックスが、都心部での配送業務に活用している。パリ都心部では正午を挟んだ一定時間内にトラックの走行が禁止されており、このような制約を逆手に取った運用ケースとして注目される。



写真 10 ロンドンのマルチメディア DC<sup>(1)</sup>



写真 11 パリの宅配用ペロタクシー<sup>(1)</sup>

## IV 持続的運営に向けた事業展開方策

### (1) 広告収入の安定的な確保へ向けて

欧州の事例から分かるように、ベロタクシーは公共交通手段としてではなく、完全に広告の一媒体としての位置づけにある。日本においても収支構造は欧州と同様であり、ベロタクシーを持続的に運営していくためには、第一に幅広い広告事業の展開が不可欠である。この点を踏まえると、日本でも屋外広告物等の規制が厳しい大都市の都心地区などで走行するベロタクシーにとっては大きな利点となり得る。しかし経済状況の落ち込みによって企業が広告宣伝費の圧縮に取り組んでいる状況において、欧州と同様に広告を取るだけでも容易ではなく、ましてや地方都市であればなおさらである。

そのためには、ベロタクシーに広告をつけた企業の社会貢献面での優位性が上がること、ベロタクシーが環境に優しい乗り物であることを多方面に向けてアピールすることなどが求められる。地域企業や行政による支援体制の充実や、地域の実情に応じた柔軟な広告料金設定なども課題としてあげられる。

### (2) 移動・待機空間の柔軟な運用

日本では道路交通法上、自転車と同じく軽車両として位置づけられるため、自転車が走行できる空間は、基本的にはベロタクシーも走行可能である。しかし乗客を乗せて営業活動を行うという観点から、歩道の走行禁止、交差点での二段階右折、公園内の走行禁止といった一定のルールを警察や地元行政機関などとの間で決めているのが現状である。

一方、ドイツでも基本的には歩道は走行できない。ただし、例えばベルリンでは歩行者専用の空間となっているブランデンブルグ門周辺は走行可能であり、歩道上での待機も認められている。日本と違い、公園内も自由に走行できる。ベルリン市民の憩いの場として有名なティアガルテンという大公園は、自転車タクシーの観光ルートとしても組み入れられている。つまり、一般の自転車が通行できる空間は、基本的には自転車タクシーも通行可能であるというスタンスである。このように、幅員の広い歩道や大きな公園での走行が可能となるような柔軟な運用を図っていくことは、企業プロモーションやイベントでの活用可能性が広がることにつながる。

### (3) 観光目的以外の新たな活用

大きな収入源となる企業プロモーションや、イベントでの活用は、特に保有台数の少ない地方都市においては、今後もあまり望めないものと思われる。運賃収入を上げるのにも限界があるが、それでも地道に利用者を増やすことを図り、街への出現頻度を高めていかないことには、広告もつかず悪循環に陥ってしまう。

観光客に依存するのではなく、市民の生活交通としてサービス提供し、中心市街地活性化などの商業施策とセットで考えるなどの新たな視点が必要であろう。平日は市民の生活の足となり、時間帯によっては宅配業を補完する役割を担い、休日は観光地での輸送に活躍するといった、効率的に走行できる新しいビジネスモデルの構築が課題である。

## V おわりに

日本では一般のタクシーよりも速度の遅いベロタクシーの方が高い運賃設定となっている。そのため運賃収入には限界があり、広告収入による収入割合を増やしていかないことには、持続的な運営につながらないことは言うまでもない。行政側に求められる点は、自転車道などの新たな整備や公園内での走行などの都市空間側の柔軟な運用であり、効率的な運用を図っていくことが事業者側の自助努

力として求められる。このような施策が正のスパイラルとして機能することで、企業からの広告を継続的に取ることが可能となり、ベロタクシーが環境に優しい公共交通手段として市民権を得るようになるであろう。

#### 〔参考文献〕

- 1) 内田晃 (2010) 「自転車タクシーの走行に適した都市空間に関する研究ー日本とインドネシアの比較調査よりー」 北九州市立大学都市政策研究所紀要第4号, pp. 1-12
- 2) 内田晃 (2009) 「ベロタクシーの国内での運行実態と今後の課題」 北九州市立大学都市政策研究所紀要第3号, pp. 19-29

#### 〔注〕

- (1) 写真の出展は veloform のホームページ (<http://www.veloform.com/>) より。veloform はベルリンにあるベロタクシーの製作会社である。
- (2) 2008 年 10 月に那覇市のベロタクシー事業者である NPO 法人 ecomo. i の高江洲義公氏、高江洲悦子氏にヒアリングした際にうかがった内容であり、価格は当時のもの。
- (3) 2008 年 9 月に仙台市のベロタクシー事業者である株式会社イト営業企画の花井一幸氏にヒアリングした際にうかがった内容であり、運行台数などの数字は当時のもの。
- (4) 邦貨換算は 2011 年 1 月第 1 週のレートを参考に 1 ユーロ=110 円、1 ポンド=130 円で計算した。

#### 〔謝辞〕

本研究の実施にあたっては、ベロタクシー本部 (Velotaxi GmbH Berlin) の Mr. Stefan Kruschel 氏、ドイツ・ケルン市のベロタクシー事業者である Perpedalo の Mr. Johannes Wittig 氏、さらにはベルリンで観光用の自転車タクシー事業を営んでいる Berlin Rikscha-Tours の Mr. Helmut Millan 氏にヒアリングをさせて頂き、貴重なお話しをお聞かせ頂きました。また日独語通訳としてドイツ・デュッセルドルフ市在住の Yukiko Kishi-von Heyden 女史には、先方とのアポイントメント取りやヒアリング当日の通訳などで大変お世話になりました。ここに記して感謝申し上げます。

# 高齢者の世帯構成による社会関係の比較

—ひとり暮らし高齢者に着目して—

石塚 優

## 目次

### はじめに—問題意識と仮説、調査の概要

#### 1 調査の手続き

#### 2 図表を読む際の留意事項

#### 3 対象者の基本属性

### I 年齢区分で見る世帯構成の変化

### II 生活上の困難や重要なこと

#### 1 生活上の困りごとや悩み

#### 2 日常生活を安心して送るために重要なこと

### III 近隣との付き合いと友人数

#### 1 近所の人との付き合い方

#### 2 友人数

#### 3 近所の人との相互支援

### IV 家族との関係と参加団体

#### 1 家族との関係

#### 2 活動への参加

### IV 仮説の検討と今後の課題

### 引用・参考文献

## 【要旨】

一人暮らし高齢者の閉じこもりや孤立を念頭に、他の世帯と社会関係を比較した。他の世帯と比べた結果は、生活満足度が高く、困り事も少ない。近所の人との付き合いはむしろ活発で親密であるが、近隣との相互の支援や地域の活動への参加が少ない。家族が遠方に居住し困った時の手助けが期待できない等である。女性が多くを占め、課題は困った時の手助けや緊急時の支援と、少数派であるが孤立や閉じこもりへの留意が必要である。

## 【キーワード】

世帯構成(households type)、社会関係(social relations)、独居(living alone)、社会的孤立(social isolation)、孤独(loneliness)、重要な他者(significant others)、近所の人との相互支援(mutual aid of residents in the residential area)

## はじめに－問題意識と仮説、調査の概要

近年の都市の中心市街地や商店街、小売店の変貌や衰退は郊外に多数の大規模店・量販店が出店したことによる生活の郊外化が一因である。この生活の郊外化は自動車を利用出来ることで成立し、徒歩でも行ける小売店や商店街がこのために閉店するなどの事態に至っている。これにともない、自動車を利用できない高齢者などは日用品・食料品の買物にも支障をきたすなどの事態になっている。この点を踏まえて一昨年度、昨年度と坂道や階段の多い地域に居住する高齢者を対象に調査を実施し、「斜面地居住高齢者の生活問題－距離と社会関係に視点を置いた生活問題」（関門地域研究 18、2009）、「斜面地に居住する高齢者の日常生活の問題と社会関係に関する調査」（同 19、2010）として報告書にまとめた。

この調査により、以下の①～④のことが明らかになった。①坂道や階段の多い地域に居住する高齢者は日用品や食料品の買物では距離と時間に支障がある（④とも関連する移動手段の問題）。②近所の人との関係は他の地域と比較して特に親密なわけではない。③相互の助け合いが他の地域と比較しても特に活発に行われているわけではない（ただし、相互の手助けの必要性は社会関係とは独立して無関係に起こる事象のため、近所の人同士が親密でも必ずしも活発に手助けが行われるとは限らないことは留意を要する）。④転居するならスーパーマーケットが近いことが条件として多い。

08 年度の調査結果からは以上のような点が問題として明らかになったが、09 年度は調査地点を変えて、主要な問題である買物や通院などの前年度の調査に地域活動や近所の人との付き合い、家族からの支援などを加えて調査を行った。仮定（仮説）は、上記の 08 年調査から得られた結果を仮説として、さらに社会関係が他の地域と大差がないのであれば、家族との関係は密である。生き方に信念がある等である。また、町内会自治会活動を行っている人やその経緯についても質問した。調査の方法や対象は以下の調査の手続きに記述した通りである。調査の時期の都合により上記の 09 年度の調査報告（上記の関門地域研究 19）は単純集計結果を掲載するに止めた。対象者の多くは斜面地に居住しているが、その他の地域に居住する人も含んでいることから、この両者の比較や自家用車の有無による比較等の詳細は未報告である。

ここでは、09 年度の調査資料から高齢者の世帯構成による比較を行った。仮説は、一人暮らし世帯（以下、一人暮らし）は夫婦のみ世帯（以下、夫婦のみ）や同居世帯に比べて、

- ①日常生活上の不便等の問題が多い
- ②閉じこもりがちで社会関係が少ない
- ③団体活動への参加が少ない

④家族との関係が密である等である。以下では一人暮らしの孤立や閉じこもりを念頭に、生活上の問題、近隣との関係、家族との関係、友人や仲間等の社会関係について一人暮らし世帯に着目して検討する。09 年度調査の概要は以下の通りである。

## 1 調査の手続き

### (1) 調査対象者及び対象者数

斜面地に居住する 65 歳以上の 1,165 人（全ての人が斜面地に居住するとは限らない）。

### (2) 調査地点

北九州市八幡東区

### (3) 調査期間

2010 年 2 月 6 日から 3 月 11 日。

### (4) 調査方法

町内会自治会、校区社会福祉協議会、北九州市社会福祉協議会の協力により町内会自治会役員が対象者の自宅に配布し、回答後封筒に入れて封をした調査票を回収する留め置き法による。

### (5) 回収率

調査票配布数 1,165

回収票数 1,057      回収率 90.7%

有効回収票数 1,051      有効回収率 90.2%

## 2 図表を読む際の留意事項

(1) 集計結果は数値で示し、単位は実数と百分率である。ただし、百分率の場合は少数第 2 位を四捨五入しているために、合計が 100.1%や 99.9%等になる場合もある。また、複数回答の合計は 100%を超える。表 1～3 は上段が実数、下段が百分率を示す。

(2) 集計結果では回答選択肢の文言を略記している場合もある。

## 3 対象者の基本属性

以下の検討の視点とする世帯構成は表 1 に示した。これを「一人暮らし」「夫婦のみ」「親・子・孫等同居世帯（以下、同居世帯）」にまとめ、「同居世帯」には表 1 の通り「親世代との二世世代家族」「子世代との二世世代家族」「親子孫の三世世代家族」「その他」を含めているが「無回答」は除外した。従って、以下の集計対象は「無回答」を除く 1,027 票である。

表 2 には世帯構成別の基本属性を示しているが、世帯構成は表 1 の通りにまとめた結果により示している。

これによると、性別では、「一人暮らし」は女性が 8 割以上と多く、男性は 2 割に満たない。「夫婦のみ」は男性が多く 6 割以上を占める。「同居世帯」は女性が約 6 割で、男性よりも多い。

年齢では「一人暮らし」は 75～79 歳が最も多く、70～74 歳、80 歳以上で減少する。「夫婦のみ」は 65～69 歳が最も多く、以降徐々に減少する。「同居世帯」も「夫婦のみ」同様に 65～69 歳が最も多く、以降徐々に減少するが、減少幅は「夫婦のみ」より小さい。

「居住年数」は世帯構成による違いは認められないが、20 年以上が 8 割以上である。

「斜面・階段の多少」は世帯構成により大差はないが、「夫婦のみ」「同居世帯」の約 7

割が「多い」と回答したのに比べて「一人暮らし」は6割であり、「夫婦のみ」「同居世帯」の方が斜面や階段が多い地域に住んでいる人が多少多いようである。

「自家用車の所有」は「一人暮らし」は「所有せず」が8割近く、「夫婦のみ」は「所有」が5割、「同居家族」は「所有」よりも「家族所有」が多く、4割以上を示している。「本人所有」と「家族所有」を合わせると「夫婦のみ」は約6割、「同居家族」は約8割の自家用車所有率になる。このように「夫婦のみ」「同居家族」に比べて「一人暮らし」は交通手段が不利であると推測される。

表1 世帯構成

| 世帯構成        |       | 世帯構成のまとめ            |       |
|-------------|-------|---------------------|-------|
| 一人暮らし       | 329   | 一人暮らし               | 329   |
|             | 31.3  |                     | 31.3  |
| 夫婦のみ        | 360   | 夫婦のみ                | 360   |
|             | 34.3  |                     | 34.3  |
| 親世代との二世世代家族 | 55    | 親・子・孫等同居世帯(以下、同居世帯) | 338   |
|             | 5.2   |                     |       |
| 子世代との二世世代家族 | 184   |                     |       |
|             | 17.5  |                     |       |
| 親子孫の三世世代家族  | 66    |                     | 32.2  |
|             | 6.3   |                     |       |
| その他         | 33    |                     |       |
|             | 3.1   |                     |       |
| 無回答         | 24    | 無回答                 | 24    |
|             | 2.3   |                     | 2.3   |
| 合計          | 1,051 | 合計                  | 1,051 |
|             | 100.0 |                     | 100.0 |

表2 世帯構成別の基本属性

| 性別    | 合計    | 男性   | 女性   | 無回答 |
|-------|-------|------|------|-----|
| 一人暮らし | 329   | 61   | 268  | —   |
|       | 100.0 | 18.5 | 81.5 | —   |
| 夫婦のみ  | 360   | 236  | 122  | 2   |
|       | 100.0 | 65.6 | 33.9 | 0.6 |
| 同居世帯  | 338   | 133  | 205  | —   |
|       | 100.0 | 39.3 | 60.7 | —   |

| 年齢    | 65～69 歳 | 70～74 歳 | 75～79 歳 | 80～84 歳 | 85 歳以上 | その他 | 無回答 |
|-------|---------|---------|---------|---------|--------|-----|-----|
| 一人暮らし | 47      | 71      | 89      | 72      | 47     | 2   | 1   |
|       | 14.3    | 21.6    | 27.1    | 21.9    | 14.3   | 0.6 | 0.3 |
| 夫婦のみ  | 108     | 90      | 88      | 47      | 24     | 2   | 1   |
|       | 30.0    | 25.0    | 24.4    | 13.1    | 6.7    | 0.6 | 0.3 |
| 同居世帯  | 74      | 71      | 64      | 57      | 55     | 17  | —   |
|       | 21.9    | 21.0    | 18.9    | 16.9    | 16.3   | 5.0 | —   |

| 居住年数  | 1～4 年 | 5～9 年 | 10～14 年 | 15～19 年 | 20 年以上 | 無回答  |
|-------|-------|-------|---------|---------|--------|------|
| 一人暮らし | 2     | 12    | 17      | 5       | 255    | 38   |
|       | 0.6   | 3.6   | 5.2     | 1.5     | 77.5   | 11.6 |
| 夫婦のみ  | 4     | 6     | 12      | 13      | 300    | 25   |
|       | 1.1   | 1.7   | 3.3     | 3.6     | 83.3   | 6.9  |
| 同居世帯  | 10    | 7     | 18      | 11      | 277    | 15   |
|       | 3.0   | 2.1   | 5.3     | 3.3     | 82.0   | 4.4  |

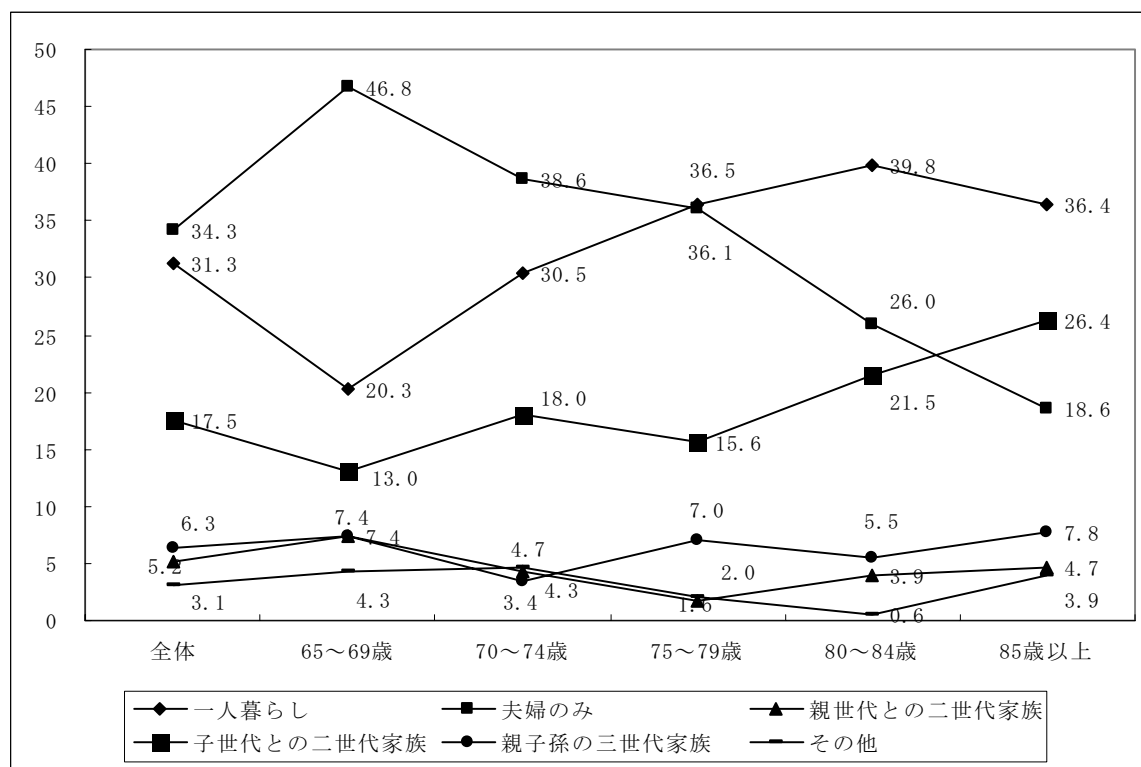
  

| 斜面階段の多少 | 多い   | 普通   | 無回答  | 自家用車所有 | 所有   | 所有せず | 家族所有 | 無回答 |
|---------|------|------|------|--------|------|------|------|-----|
| 一人暮らし   | 194  | 92   | 43   | 一人暮らし  | 45   | 259  | 17   | 8   |
|         | 59.0 | 28.0 | 13.1 |        | 13.7 | 78.7 | 5.2  | 2.4 |
| 夫婦のみ    | 248  | 80   | 32   | 夫婦のみ   | 180  | 139  | 33   | 8   |
|         | 68.9 | 22.2 | 8.9  |        | 50.0 | 38.6 | 9.2  | 2.2 |
| 同居世帯    | 227  | 75   | 36   | 同居世帯   | 124  | 70   | 144  | —   |
|         | 67.2 | 22.2 | 10.7 |        | 36.7 | 20.7 | 42.6 | —   |

## I 年齢区分で見る世帯構成の変化

世帯構成別の基本属性を表2に示したが、年区分別に見た場合の世帯構成の変化を図1は示している。

図1 年齢区分別世帯構成の変化



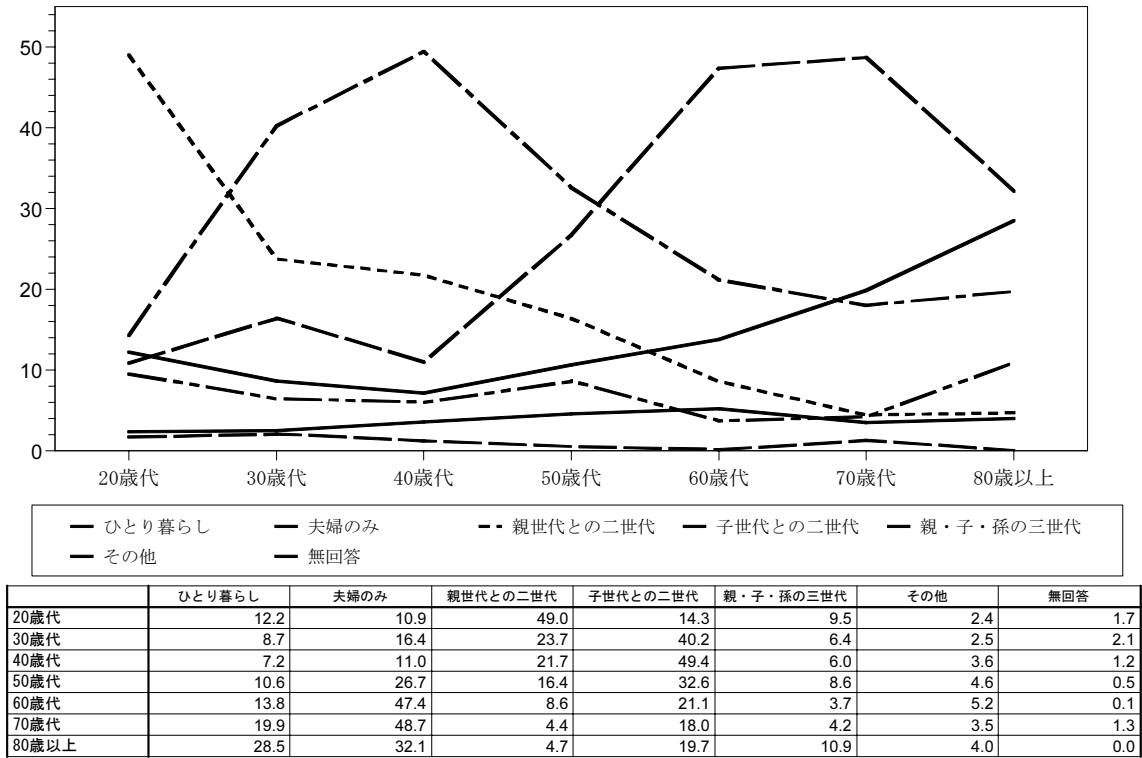
これによると同年代で世帯構成を比較すると、65～69歳、70～74歳では「夫婦のみ」が最も多いが70～74歳では減少する。75～79歳では「一人暮らし」が多くを占めるようになり「夫婦のみ」と同水準で最も多くなる。80～84歳、85歳以上では「一人暮らし」が最も多くなるが、85歳以上では減少し、80歳以上で「子世代との二世世代家族」が増加する。「親世代との二世世代家族」や「親・子・孫世代との三世世代家族」は変化がない。このように同居世帯でも「子世代との二世世代家族」が変化しているのは、年齢が高くなることで一人暮らしが難しくなる、一人暮らしになる等の理由で子世代と同居する人が増加するためと推測できる。

図2は20歳代から80歳以上までの世帯構成を折れ線グラフで示した。これによると、「一人暮らし」は50歳代以降から徐々に各世代ごとの世帯構成の多くを占めるようになり、80歳以上では最も多い「夫婦のみ」と同水準まで増加する。「夫婦のみ」は50歳代以降から急増するよう見えるほど各世代の最も多くを占めるようになるが、80歳以上では水準

が低下する。60 歳代を 80 歳以上まで最も多いのが「夫婦のみ」であるが、60 歳代、70 歳代を頂点に 80 歳以上では減少し「親・子・孫の三世代」が増加する。世代が高くなるに従い減少を続けるのは「親世代との二世代」であり、30 歳代～50 歳代で最も多く、40 歳代まで増加し、以降 70 歳代まで減少し続けるのは「子世代との二世代」である。

このように世代による世帯構成を推移として見ると、年代が高くなるに従い家族員が減少し、80 歳以上になると、子との同居が増える傾向を認めることができる。

図2 年代から見た世帯構成



北九州市保健福祉局「北九州市民の地域福祉に関する意識調査」2010 より作成

## Ⅱ 生活上の困難や重要なこと

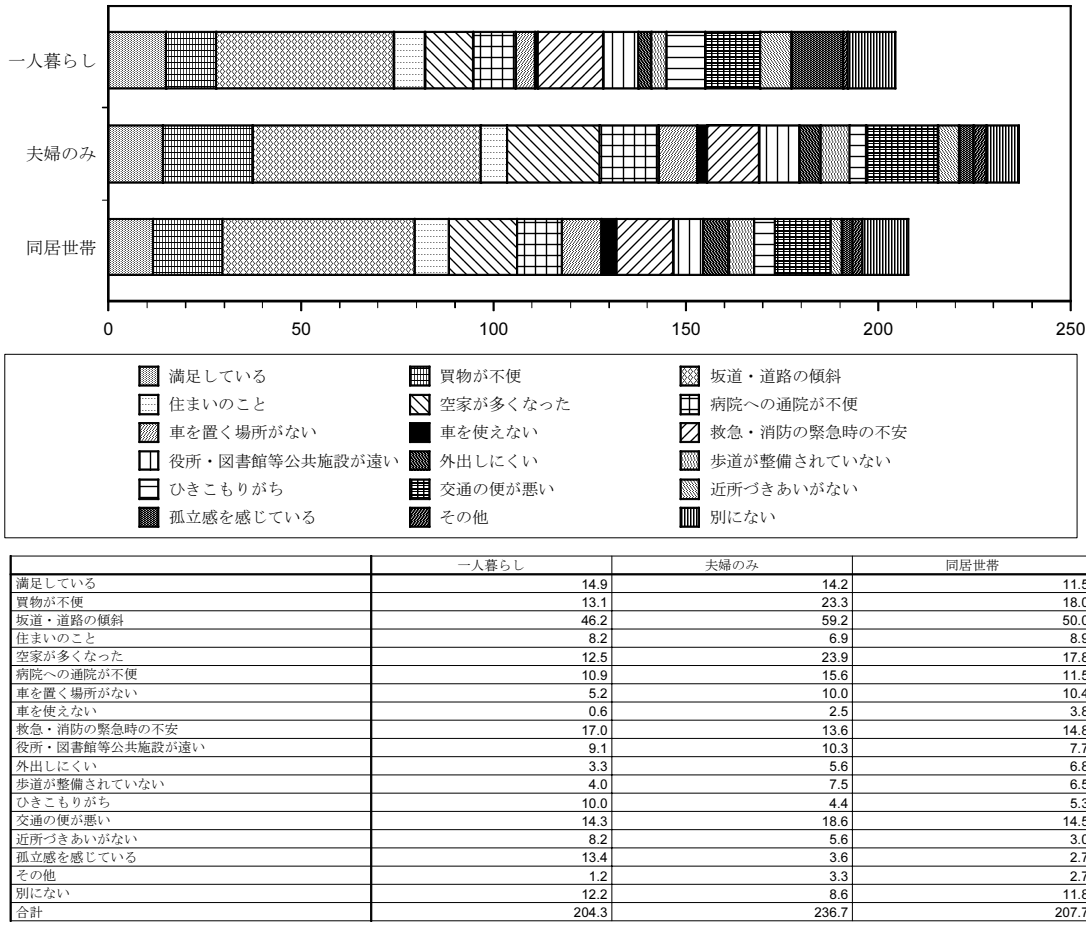
### 1 生活上の困りごとや悩み

上述の通り、一人暮らしは8割以上が女性で、自家用車の所有率も低く、6割近くが斜面や階段の多い地域で生活している。このような一人暮らしの生活上の困難について他の世帯と比較した。図3の集計表は縦集計で示している。

生活上で困っていることや気になること、悩みごとについては図3に示した通りである

が、「満足している」を比較すると、女性が8割を占め、自家用車の所有率も2割程度である一人暮らしの方が高く、同居世帯で低くなっている。同様に「買物が不便」と感じている人は夫婦のみが最も多く、一人暮らしが最も少ない。この傾向は「坂道や道路の傾斜がきつい」「住まいのこと」「病院への通院が不便」「自家用車(図中では車以下同様)を使えない」「交通の便が悪い」等に共通して認められる。この結果は生活上の困りごとや悩みごとを感じている割合は、一人暮らしの方が少なく、満足度が高いことを示唆している。

図3 生活上の困りごと



各世帯に共通して困りごとや悩みごととして多いのは「坂道や道路の傾斜がきつい」であり、一人暮らし、同居世帯の約5割、同居世帯では約6割の人が回答している。次いで共通して多い困りごとや悩みごとは、「買物が不便」「空き家がなくなった」「交通の便が悪い」「救急・消防等の緊急時が不安」「病院への通院が不便」等が多い方であるが、「坂道や道路の傾斜がきつい」に比べると2割に満たない程度である。

一人暮らしが唯一最も多い困りごとや気になること、悩みごとは「救急・消防等の緊急時が不安」である。また、社会関係としては「孤立感を感じている」「近所づきあいがいい」

「ひきこもりがち」でも一人暮らしが他の世帯よりも多い傾向が認められる。

このことから、満足度は一人暮らしの方が高く、生活上の困りごとや悩みごと一人暮らしは少ないが、緊急時に不安があり、近所づきあい等の社会関係が少ない傾向がある。

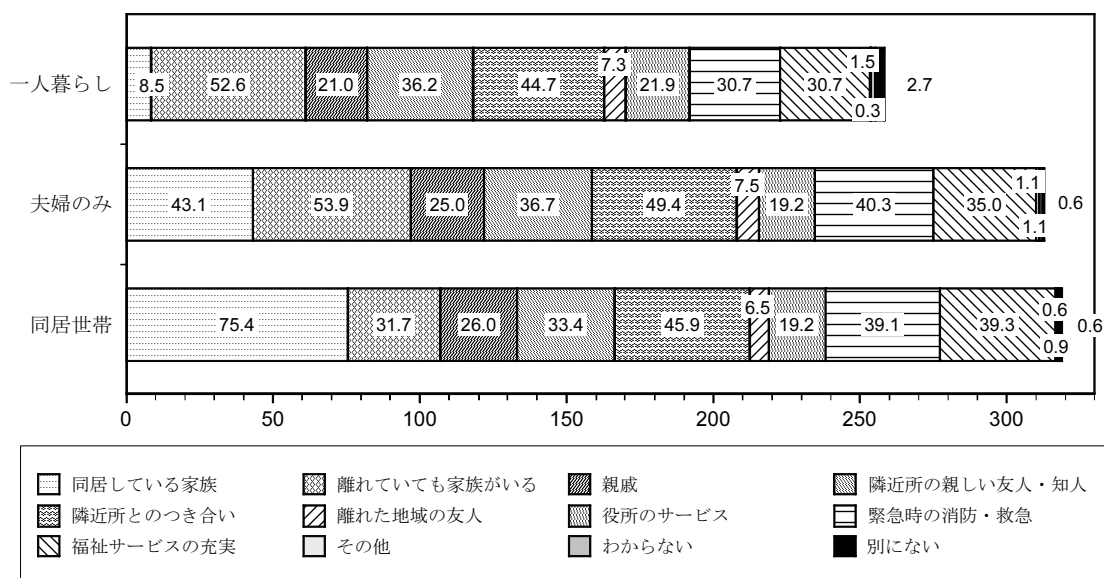
## 2 日常生活を安心して送るために重要なこと

生活の満足度が高く、生活上の困りごとや悩みごと少ないが、緊急時に不安があり、近所づきあい等の社会関係が少ない一人暮らしの人が日常生活を安心して送るために重要だと思っていることは、図4に示した通りである。

これによると、世帯構成により大きな違いは認められない。

各世帯構成に共通しているのは、生活上の安心のためには「家族」が重要と思っている人が多いことである。同居世帯は「同居している家族」を最も多くの人々が重要とし、一人暮らしと夫婦のみは「離れていても家族がいる」ことが安心の上で重要と思う人が最も多い。このように重要なのは家族と思っている人が多いのであるが、次に多いのは「隣近所とのつき合い」「隣近所の親しい友人・知人」である。しかも、この両者ともに各世帯ともに約8割からそれ以上を示し、「親戚」を上回り「家族」に迫っている。特に「隣近所とのつき合い」は「隣近所の親しい友人・知人」よりも重要と捉えられている。

図4 生活上の重要なこと



家族、隣近所とのつき合いに近い水準で重要と捉えているのは「緊急時の消防・救急」「福祉サービスの充実」である。

このように高齢者には、日常生活を安心して送るために重要だと捉えている三つの重要な要素がある。一つは家族・親戚、一つは近所の人とのつき合いや近所の親しい友人・知

人、そして緊急時の救急・消防と福祉サービスである。これらに関しては一人暮らしや夫婦のみ、同居世帯等の世帯構成には関わりなく、共通して重要と捉えられている。次では、この中から「近所の人とのつき合い方」や「相互の支援の有無」について社会関係として検討した。

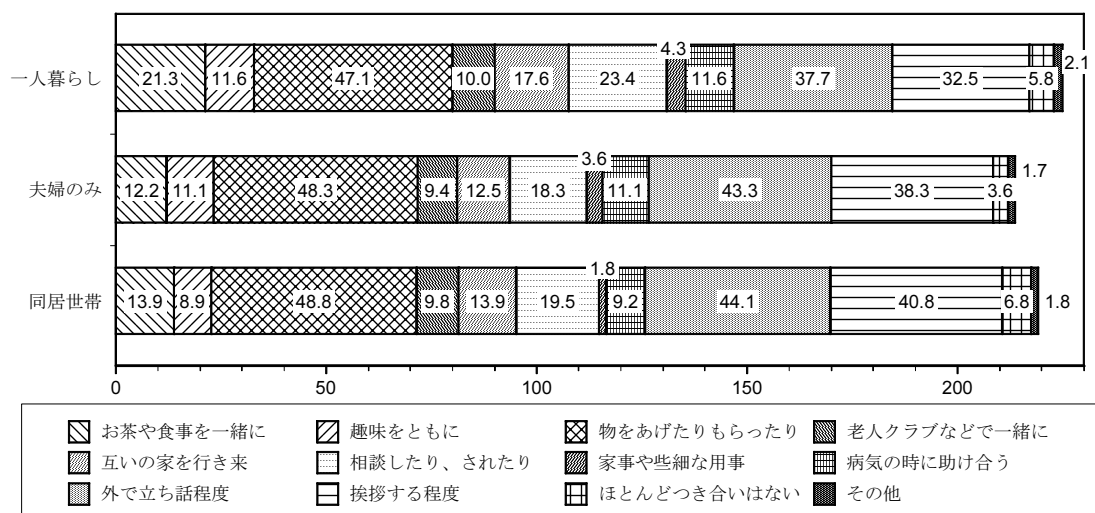
### Ⅲ 近所の人とのつき合いと友人数

上述した通り、高齢者が日常生活を安心して送るために重要と捉えている一つに近所の人とのつき合いがある。ここでは社会関係として、近所の人とのつきあい方と友人数、近所の人との相互支援の必要性及び、相互支援の有無について世帯構成から検討する。図9の集計表は縦集計で示している。

#### 1 近所の人とのつき合い方

世帯構成から見ると、図5に示した通り、世帯構成による大きな違いは認められない。その中で一人暮らしは他の世帯と比べて、「お茶や食事を一緒にする」(21.3%)、「相談したり、されたりする」(23.4%)、「互いの家を行き来する」(17.6%)が多く、「外で立ち話程度」(32.5%)は少ない。同居世帯が「病気の時に助け合う」(9.2%)や「家事や些細な用事をする」(1.8%)が少ないのは家族がいるためと推測できるが、一人暮らしや夫婦のみもそのようなつき合いが多いわけではない。

図5 近所の人とのつき合い方



このような結果から、一人暮らしが閉じこもりがちであるとか蟄居状態であるとは言えず、むしろ、立ち話程度のつき合いという会話は多いが浅いつき合いよりも、「お茶や食事

を一緒にする」「相談したり、されたりする」「互いの家を行き来する」等の親密な付き合いの相手が近所に存在することが分かる。「物をあげたりもらったりする」はどの世帯にも共通して多いが、「お茶や食事を一緒にする」に比べて親密な付き合いとは言い難い。

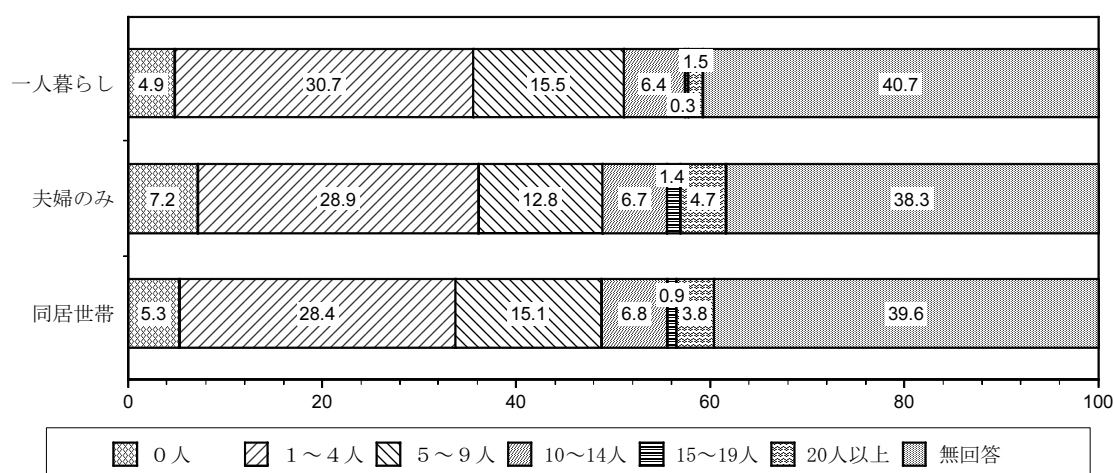
## 2 友人数

高齢者が日常生活を安心して送るために重視しているのは近所の人との付き合いとともに隣近所の親しい友人・知人である。この友人について居住地域内友人数と居住地域外友人数を示したのが図6～7である。

### (1) 居住地域内友人数

居住地域内友人数は世帯構成による大きな違いは認められない(図6)。どの世帯も友人数は「1～4人」程度が最も多く、次いで「5～9人」である。「0人」は一人暮らしの方がむしろ少ない。友人数に関しては地域外友人数ともに「無回答」が多かった。

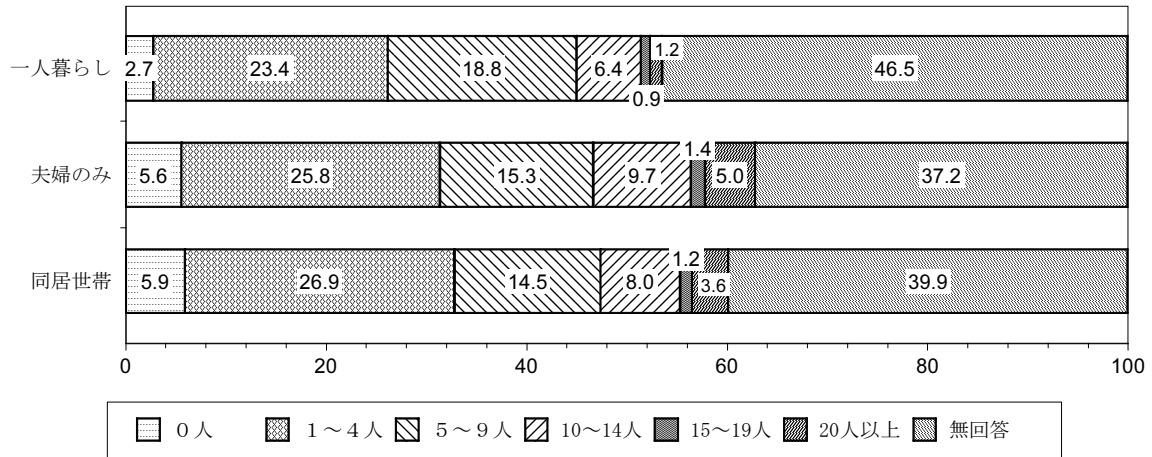
図6 居住地域内友人数



### (2) 居住地域外友人数

居住地域外友人数は、一人暮らしが他の世帯に比べると「0人」は少なく、「5～9人」が多い(図7)。また、「20人以上」の中には100人という回答も含まれているが、これは一緒に活動等をしている仲間の数とも推測できることから、友人数と解釈できにくい数値である。このように世帯構成により、それほど大きな違いは認められないが、友人数でも一人暮らしの方が他の世帯よりも多いという傾向を認めることができる。居住地域外友人数も、どの世帯にも共通して「1～4人」程度が最も多く、次いで「5～9人」である。地域外友人数にも「無回答」が多かった。

図7 居住地域外友人数



### 3 近所の人との相互支援

日常生活で、重視される近所の人とのつき合いや親しい友人・仲間であるが、近所の人との相互支援を感じることもあるのか、感じるとすればその内容はどのようなことか。また、実際に近所の人にどのような手助けをした経験があるかについて以下の図8～9は示している。

#### (1) 近所の人との相互支援の必要性を感じる内容

近所の人との相互支援の必要性に関しては図8に示した。

図8 近所の人との相互支援の必要性を感じる内容

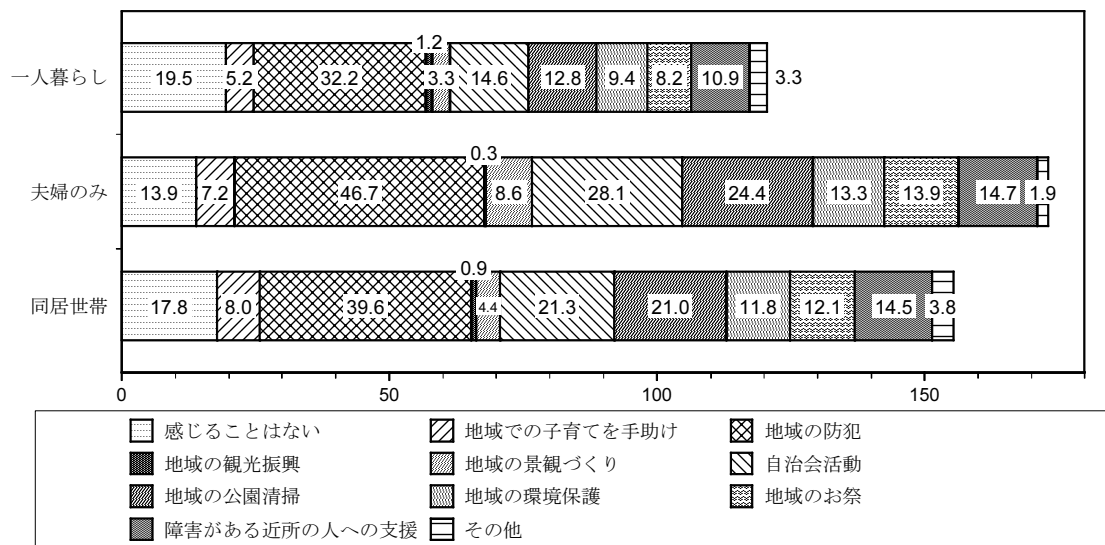
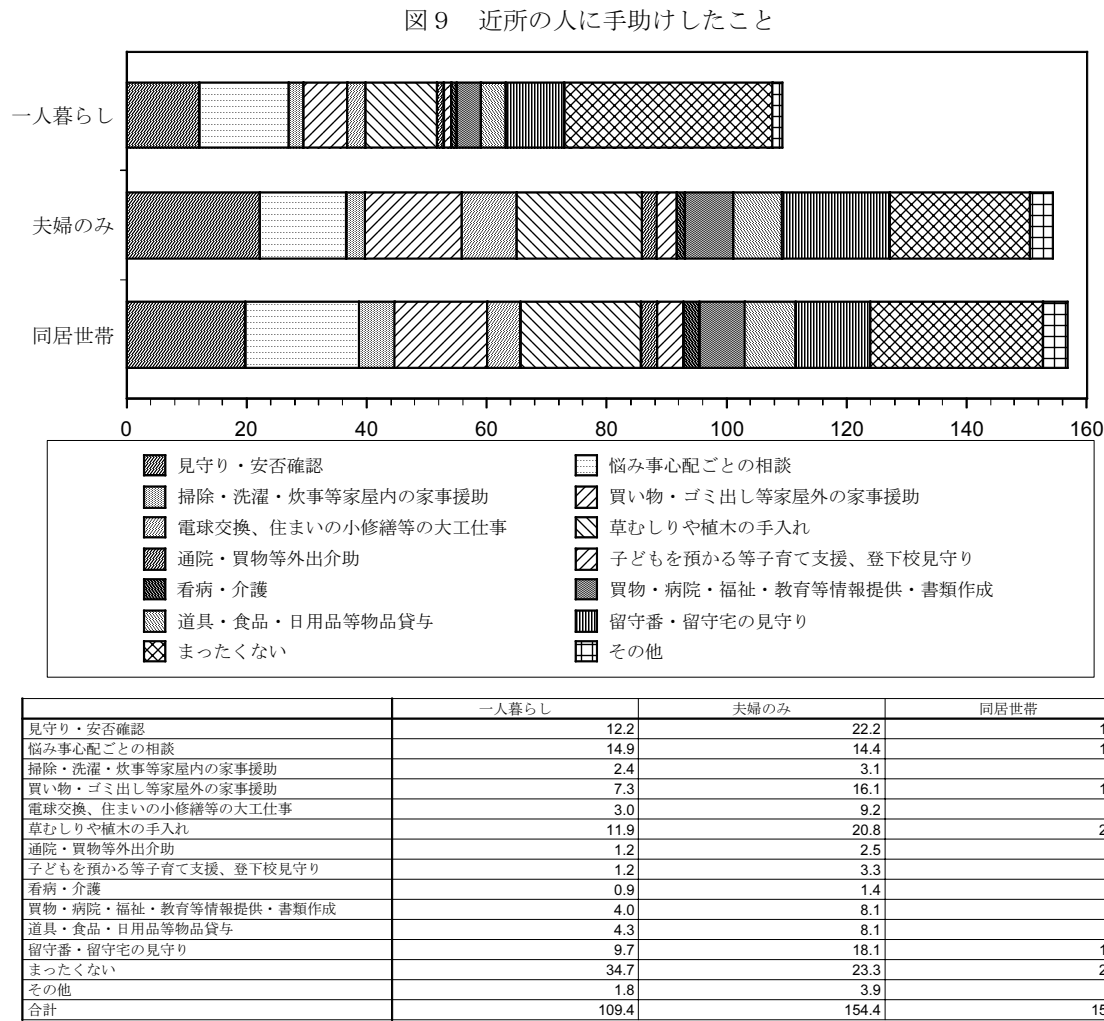


図8の通り、世帯構成で比較すると、一人暮らしは相互支援の必要性を「感じることはない」が多く、相互支援の必要性を感じる内容についても全体に少ない。相互支援の必要をより多く感じているのは夫婦のみであり、「地域の防犯」や「自治会活動」「地域の公園清掃」等が夫婦のみで特に多く必要性を感じている内容である。これら三者に関しては一人暮らしも同居世帯も同様に多くの人が必要性を感じているが、夫婦のみほどではない。また、「地域のお祭」や「障害がある近所の人への支援」も、夫婦のみや同居世帯では必要性を感じている人が多い。

このように一人暮らしは、「地域の防犯」を除き、他の世帯と比較して地域の人との相互支援の必要性を感じている人は少ないようである。

## (2) 近所の人への実際の支援内容

図9は実際に行った近所の人への手助けの内容を示している。



上述した通り、このような支援は必要とする人の存在で成立するために、社会関係としては近所の人や友人とのつき合いとは別の事象として起こることになる。そのため、手助けの多少がその親密さや活発さと関連しているとは言えない。また、この図は近所の人への手助けを「した・しない」を示しており、回数ではない。

実際に行った手助けを世帯構成で比較すると、一人暮らしは「まったくない」が多いことから、近似の人への手助けは少ないことが分かる。

最も多くなされている「見守り・安否確認」「買物・ゴミだし等家屋外の家事援助」「草むしりや植木の手入れ」等は他の世帯に比べて少ない。また、夫婦のみに多い「留守番・留守宅の見守り」も少ない。

このように、一人暮らしは他の世帯に比べて、近所の人との相互支援の必要性を感じている人が少ないことと、実際に手助けする機会が少ないことが分かる。手助けを受けることに関しては不明であるが、「見守り・安否確認」「買物・ゴミだし等家屋外の家事援助」「草むしりや植木の手入れ」等は社会福祉協議会が実施している小地域福祉活動の福祉協力員調査(村山、2009)に示されている通り、見守りの対象は主として一人暮らしや夫婦のみ世帯であり、助け合い活動は話し相手に次いでゴミだしが多い等は、高齢者の一人暮らしを支援の対象者と見なす場合が多いことによるのかも知れない。

しかし、このように支援の対象と見なされる一人暮らし高齢者自身は近所の人との相互の手助けの必要性を、夫婦のみや同居世帯に比べてあまり感じていないという結果である。

## IV 家族との関係と参加団体

高齢者のみならず多くの人は、困りごと、相談ごと、世話や介護、緊急時等のあらゆる場面で家族を中心に位置づけている。しかし、家族との関係に大変不満を持っている人で、困ったときの手助けを受けられると回答した人は世帯構成の違いにかかわらず皆無であった。このことから関係性により支援や手助けは変化すると推測できるが、以下では、困ったときに家族の支援を受けられるか、家族の住まいとの距離はどの位か、さらに社会との関わりとして自治会・町内会活動や行事への参加や参加している団体について世帯構成により比較し、その違いを見る。

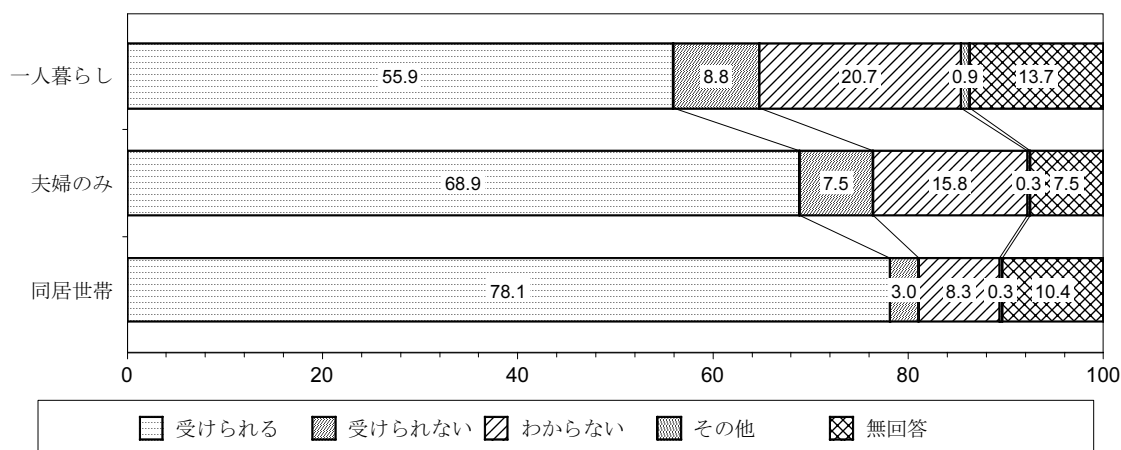
### 1 家族との関係

#### (1) 困ったときの家族の支援

図 10 には、困った時に家族や親族の手助けを受けられるかを質問した結果を示した。これによると一人暮らし、夫婦のみ、同居世帯の順で「受けられる」が増加する。一人暮らしの2割は「わからない」と回答しているが、1割近くは「受けられない」と回答している。「受けられない」に関しては夫婦のみや同居世帯に比べて多く、「わからない」も同

様である。しかし、同居世帯にも「受けられない」は存在する。

図10 困った時の家族・親族の手助け

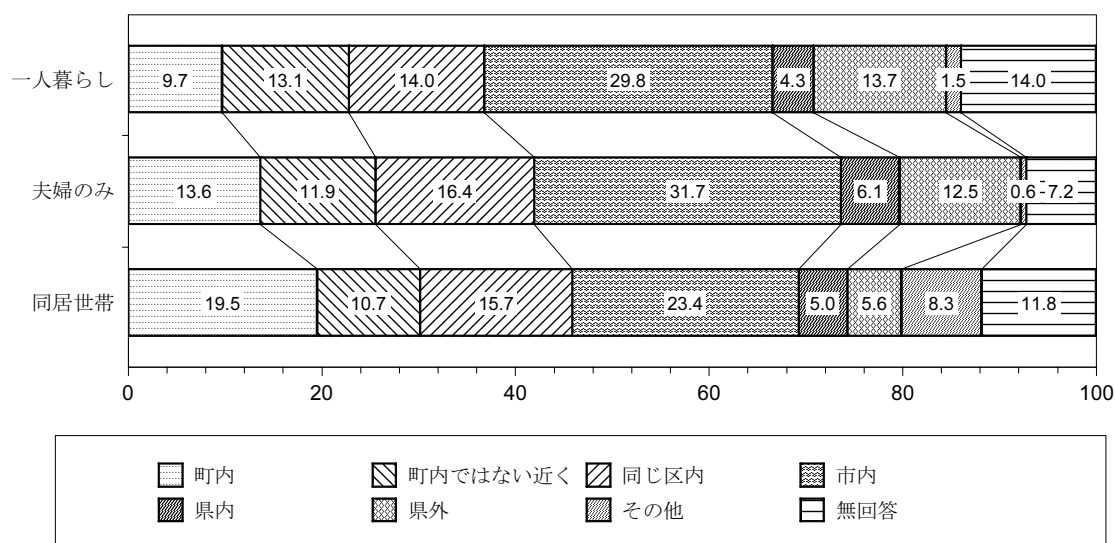


## (2) 家族との距離

困ったときに家族や親族の手助けが受けられないのは、住まいとの距離に関わりがあるようである。一人暮らしで見ると「町内でない近く」「同じ区内」「市内」は他の世帯と変わりはないが「同じ町内」が少なく、「県外」が多い(夫婦のみと同水準であるが)。

一人暮らしが手助けを受けられるとの回答が他の世帯に比べ少ないのは、このような距離が影響しているのかも知れない。

図11 最も近い家族・親族の住まい



## 2 活動への参加

### (1) 自治会・町内会活動への参加

近隣との社会関係に関して、自治会・町内会活動への参加をしてみる。図12から、「楽しんで参加している」に関しては世帯構成により違いはない。しかし、一人暮らしは「役員や当番で参加」が少なく、「参加していない」が同居世帯同様多い。この図からは夫婦のみが「役員や当番で参加」が多く、「参加していない」が少ないなど、自治会活動への参加が多いことが分かる。図13には地域活動の役員について示しているが、これからも夫婦のみが自治会役員等をよく担っていることが分かる。逆に一人暮らしは「特になし」が多く、役員が全体的に少ない。

図12 自治会活動への参加

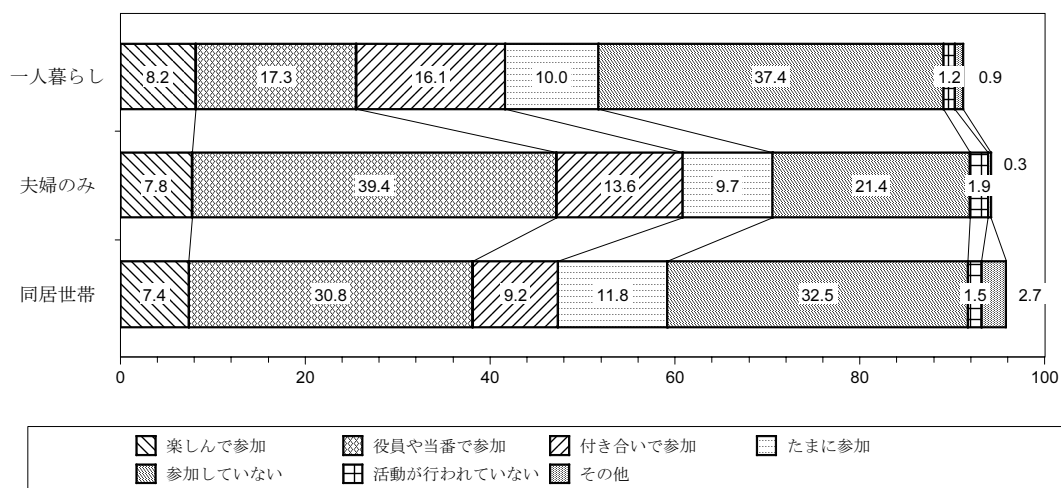
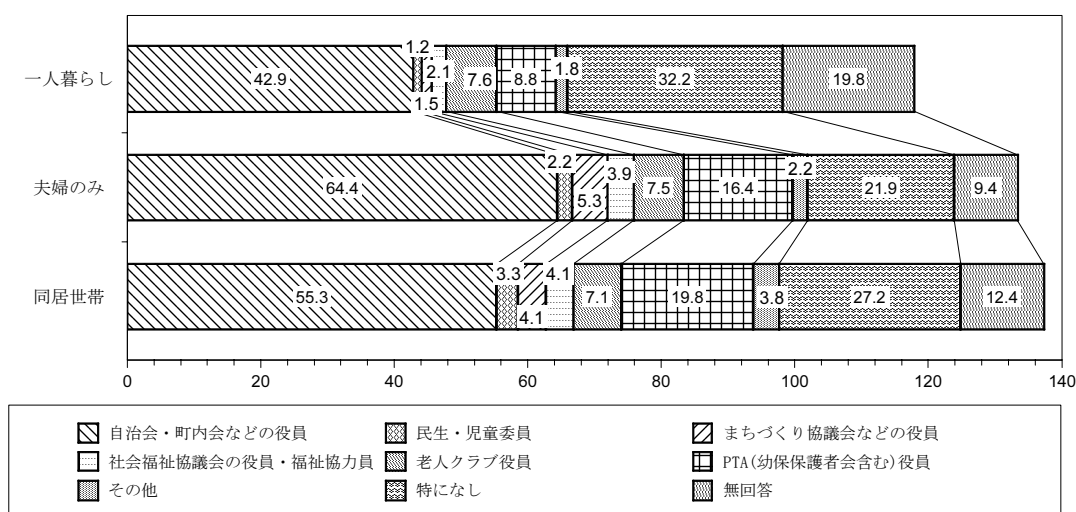


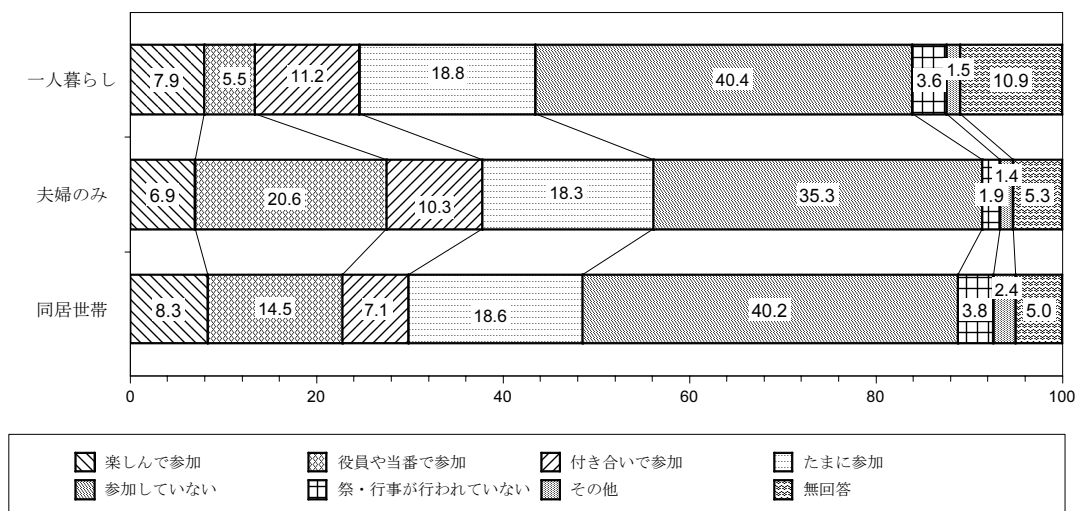
図13 携わった地域活動の役員



## (2) 地域の行事や祭りへの参加

地域の行事や祭への参加に関しても、夫婦のみが多く一人暮らしは少ない。同居世帯も「役員や当番で参加」は一人暮らしより多いが、参加という点では一人暮らし同水準である。地域の行事や祭には、概ね5割以上が参加していない(図14)。

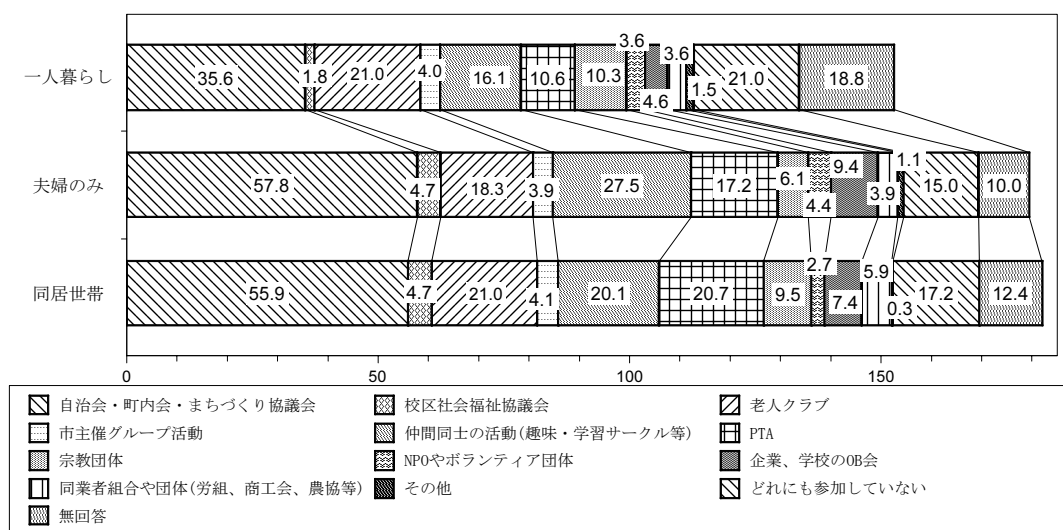
図14 地域の行事や祭への参加



## (4) 参加経験のある団体

一人暮らしは「自治会・町内会・まちづくり協議会」への参加が少ないが、その他でも、女性が多くを占めることから「企業・学校のOB会」「同業者組合や団体」を除き、「仲間同士の活動」等を含め全体に低調である(図15)。

図15 現在・過去に参加したことのある団体



## IV 仮説の検討と今後の課題

### 1 仮説に基づく検討

以上が 09 年度に行った高齢者の調査結果の中から、一人暮らしに着目して、社会関係に関する部分を抜き出して整理した結果である。

仮説は、一人暮らしは夫婦のみや同居世帯に比べて、①日常生活上の不便等の問題が多い、②閉じこもりがちで社会関係が少ない、③団体活動への参加が少ない、④家族との関係が密である、である。

①の仮説、日常生活上の不便等の問題が多いに関しては、困りごと、気になること、悩みは夫婦のみが多く、一人暮らしは同居世帯よりも満足度が高く、買物や通院等や外出に不便を感じている人も少なく、仮説は当てはまらない。一人暮らしの気になること、悩みごととは「救急・消防等の緊急時が不安」である。しかし、社会関係になると、一人暮らしの方が他の世帯よりも「孤立感を感じている」「近所づきあいが無い」「ひきこもりがち」と感じている人が多い。

②の仮説、閉じこもりがちで社会関係が少ないに関しては、上記の通り、一人暮らしの方が他の世帯よりも「孤立感を感じている」「近所づきあいが無い」「ひきこもりがち」と感じている人が多い。これは感じていることであり、既に図 5 で示した通り、一人暮らしは他の世帯と比べて「お茶や食事を一緒にする」「相談したり、されたりする」「互いの家を行き来する」が多く、「外で立ち話程度」は少ない。「あいさつ程度」「外で立ち話し」や「物のやりとり」は浅い関係を示唆し、「趣味」「家の行き来」「相談事」は親密度が高いつき合いである。このことから、一人暮らしは近所の人と親密なつき合いがなされていることを示している。

この結果からは、「孤立感を感じている」「近所づきあいが無い」「ひきこもりがち」は感じているだけであり、表 3 の通り、外出の頻度か他の世帯より少ないわけではない。このように仮説とした閉じこもりがちで社会関係が少ないは当てはまらない。

③の仮説、団体活動への参加が少ないについては、自治会・町内会活動及びその役員や地域の行事や祭への参加が少ないことから、この仮説が当てはまると考えられる。

④の仮説、家族との関係が密であるについては、一人暮らしは困ったときや緊急時に家族の手助けが得られない人が多く、遠方に家族が居住する等の条件もあり、他の世帯と比べて密とはいえなかった。

以上が仮説に基づいて検討した結果である。これらの社会関係は生活の質の確保という視点からも重要な条件である。

表3 外出の頻度

|       | 毎日   | 週に2<br>～3回 | 週に1<br>回程度 | 月に2～<br>3回程度 | 月に1回<br>程度 | ほとんど<br>しない | まったく<br>しない | その他 |
|-------|------|------------|------------|--------------|------------|-------------|-------------|-----|
| 全体    | 362  | 409        | 96         | 28           | 6          | 24          | 7           | 16  |
|       | 35.2 | 39.8       | 9.3        | 2.7          | 0.6        | 2.3         | 0.7         | 1.6 |
| 一人暮らし | 97   | 140        | 36         | 8            | 3          | 5           | 1           | 6   |
|       | 29.5 | 42.6       | 10.9       | 2.4          | 0.9        | 1.5         | 0.3         | 1.8 |
| 夫婦のみ  | 142  | 157        | 30         | 6            | —          | 3           | 2           | 3   |
|       | 39.4 | 43.6       | 8.3        | 1.7          | —          | 0.8         | 0.6         | 0.8 |
| 同居世帯  | 123  | 112        | 30         | 14           | 3          | 16          | 4           | 7   |
|       | 36.4 | 33.1       | 8.9        | 4.1          | 0.9        | 4.7         | 1.2         | 2.1 |

## 2 孤独と今後の課題

上述の一人暮らし高齢者が「孤立感を感じている」と回答したのは、独居(living alone)が大きな要因であろう。西欧社会では孤独という「ひとりぼっちで身寄りのない人の状態」を指す言葉として Solitude を一般的に用いる(山口、1984: 96)ようであるが、日本の場合は孤独と孤独感を混同して使用することもある。

J. タンストール(1978: 44-45)は孤独(alone)の諸形態として次の様に示し、説明している。その諸形態は独居(living alone)、社会的孤立(social isolation)、孤独不安(loneliness)、アノミー(anomie)である。その説明によると、「独居」は定期的に子どもと会える人は好む。「社会的孤立」は独居と密接に関連があるが、独居の高齢者全てが孤立化するとは限らず、身体的障害度や住居の移動とは関連が薄く、孤立化と友人、隣人あるいは社会参加との間にあまり関連性はみられない。「孤独不安」と社会的孤立とは関連性があるが少数派である。あまり交流のない子どもをもつ独居高齢者は孤独不安に陥る危険性をもつが、孤独不安は特定の対象と結びついた形で感じられ、夜と冬が厳しい。「アノミー」は社会参加の欠落したグループと関連性がある。女性よりも男性の方が多い(定年退職がきっかけになったりする)。

また、孤独の概念はしばしば曖昧な定義で使用される用語であり、単純いえば、孤独は如何に個人がもつ社会的ネットワークや、社会との交流・関与を評価するかに関係し、個人の望みと現実との差がある状態を示す相対的概念である。これは単独(being alone)、独居(living alone)、社会的孤立(social isolation)と区別するべきである(ヴィクター、2009: 108)という指摘もある。

J. タンストールのこのような説明からは一人暮らし高齢者が「孤立感を感じている」のは孤独不安に近いと推測できる。孤独不安が特定の対象と結びついているのであれば、近

所の人や友人との交流が頻繁であっても解消されない可能性がある。また、一人暮らし高齢者は近所の人や友人との交流はあるが、地域の活動への参加が少ないという上記の調査結果から見えるのは社会的孤立の危惧である。多くの場合、知人・友人や近所の人と交流があれば、社会的孤立は否定されがちであるが、社会的孤立は身体的障害度や住居の移動とは関連が薄く、孤立化と友人、隣人あるいは社会参加との間にあまり関連性はみられないという示唆によると、社会的孤立に関しては知人・友人や近所の人と交流があるだけでは否定できず、重要な他者の存在とその関係を捉える必要がある。知人・友人や近所の人と交流だけでは捉えられない高齢者の孤独不安と社会的孤立の2点を今後の課題とする必要がある。

### 3 日常生活の質の確保に関する今後の課題

この調査は年齢の上限を設けなかったことで、最高齢は90歳を超える。E. H. エリクソン (E. H. Erikson, 1982) は心理・社会的発達課題として8段階を設定したが、今日では90歳代、100歳以上の人々が増加している。このような85歳を超える高高齢者 (oldest old) には発達課題の第8段階では対応できないとして、J. M. エリクソン (J. M. Erikson, 1997) は第9段階を加えた。つまり、85歳前後以降の多くの人々は種々の多重障害を経験し、虚弱、罹患率、認知症有病率も増加し、社会的には配偶者との死別、病院への入院や施設への入所を経験する人が多い等、心身の状態や生活そのものへの適応が困難になる。心理的には満足感の低下や孤独を志向する傾向が強まる等、高高齢期には悲観的にならざるを得ない問題を抱えることになる。J. M. エリクソンは自己の心身の能力に加え社会的にも多くの喪失を経験する高高齢者には第8段階は当てはまらないとして、第9段階として第1段階で獲得したはずの「基本的信頼感」という他者の存在を前提とした課題を設定した。英国のグローイング・オールダー・プログラム (1999～2005) による高齢者から見た高齢者の生活の質が示されているが、このように第9段階や第4世代と位置づけられる高高齢者の生活の質の確保を今後、問い直す必要があるだろう。

#### 【引用・参考文献】

- ウォーカー, A., ヘネシー, C. H. 編著／山田三知子訳『高齢期における生活の質の探求』ミネルヴァ書房、2009
- エリクソン, E. H., エリクソン, J. M., /村瀬孝雄、近藤邦夫訳「ライフサイクル、その完結増補版」みすず書房、2001、162～165
- 瀧本孝雄、鈴木乙史編「近隣社会の人間関係」(島田一男監修『講座人間関係の心理 5』)ブレイン出版、1988
- タンストール, J./光信隆夫訳「老いと孤独」垣内出版、1978、pp44～45
- ヴィクター, C. R., スカンプラー, S. J. 他「高齢期の孤独」(ウォーカー, A., ヘネシー, C. H. 編著

／山田三知子訳『高齢期における生活の質の探求』)ミネルヴァ書房、2009、pp108～111  
村山浩一郎「福祉協力員の小地域福祉活動調査まとめ」(地域づくり研究会『地域づくりに関  
する調査研究報告書』)北九州市立大学都市政策研究所、2009、pp63～107  
山口信治「孤独な老人」晃洋書房、1984、p96

# Jリーグ加盟1年目におけるギラヴァンツ北九州の スタジアム観戦者分析

南 博

- I はじめに
- II 2010年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の実施概要
- III 主な分析結果
- IV おわりに

## <要旨>

プロスポーツクラブは、本拠地を置く地域に様々な好影響を与えることが期待できる。本研究においては、プロスポーツクラブがこれまで存在しなかった地域である北九州市に誕生したプロサッカークラブ・ギラヴァンツ北九州に着目し、Jリーグ加盟1年目という特異な年のスタジアム観戦者の特性や意識に関するアンケート調査を実施して基礎的な分析を行い、様々な傾向を明らかにするとともに、生じている課題等の考察を行った。

## <キーワード>

観戦者特性 (spectator's characteristic)、アンケート調査 (questionnaire)、ギラヴァンツ北九州 (Giravanz KITAKYUSHU)

## I はじめに

### 1. 研究の背景と目的

北九州市は企業スポーツや学校スポーツの盛んな地としての歴史を有するが<sup>1)</sup>、公営競技等を除くと、2009年までプロスポーツリーグ<sup>2)</sup>あるいはそれに準じるスポーツリーグ<sup>3)</sup>に属するクラブの本拠地とはなっていなかった。そのような中、2001年に北九州市をホームタウンとするサッカーチームとして活動を開始したニューウェーブ北九州は、2009年に日本サッカーにおけるアマチュアリーグの最上位であるJFL(日本フットボールリーグ)で戦って必要条件を満たした結果、2010年からプロリーグである日本プロサッカーリーグ(Jリーグ)に加盟を果たし、名称をギラヴァンツ北九州に改称して北九州市に本拠地を置く貴重なプロスポーツクラブとなった。

プロスポーツクラブの存在は本拠地を置く地域に様々な好影響<sup>4)</sup>をもたらすことが期待されるが、プロスポーツクラブ側にとっても本拠地を置く地域の市民から広く応援されることが経営上不可欠である。またギラヴァンツ北九州が加盟したJリーグは、「地域に根差

したスポーツクラブ」を核としたスポーツ文化の振興活動に取り組むことを掲げ、「地域と一緒に街をつくる」「クラブと地域とともに子ども達を育てる」といったホームタウン活動を積極的に推進している<sup>5)</sup>。それに基づきギラヴァンツ北九州も様々なホームタウン活動に取り組みは始めている。また地域側においても、市民がサポーターズクラブの会員となったり、試合を観戦したり、あるいは試合運営ボランティアとして参画したりするなど、クラブを支える様々な草の根的活動が行われているほか、地元経済界を中心とした「ギラヴァンツ北九州後援会」による諸活動、また北九州市による支援など、地域活性化の観点なども含めてプロスポーツクラブを支える取り組みが進められている。

しかし、プロスポーツクラブとしての経営面での蓄積がほとんど無い状態からのスタートであるため、ギラヴァンツ北九州が的確なマーケティングを行ってクラブ収益に結びつけたり地域貢献を行ったりするために、今後、様々なデータの収集・分析が不可欠と言えよう。特に、ギラヴァンツ北九州のＪリーグ加盟初年は、戦績はＪ２の 19 チーム中最下位、主催試合の観客動員数は 16 位（一試合平均 4,189 人）と厳しい状況であり、今後の経営努力及び地域からの一層の支援が極めて重要な課題となっているものとする。

そのためには、「ギラヴァンツ北九州に対し関心のない市民も含めた幅広い市民等からの意見の収集・分析」、および「既にギラヴァンツ北九州に関心を持ち試合観戦に訪れている市民等からの意見の収集・分析」が特に必要と考えられる。このうち前者については、初めてのＪリーグ開幕直前（2010 年 2 月末）における市民意識を南・神山・片岡（2010）で分析している。後者についてはこれまで取り組まれてきていない。

こうした点を踏まえ、本研究においては、Ｊリーグ加盟 1 年目のギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで実際に観戦している観客の特性や意識等について、プロスポーツクラブの経営や地域からの支援方策の今後の検討に資するための基礎的な分析を行う事を目的とする。

## 2. 研究方法

ギラヴァンツ北九州の主催試合において観戦者に対するアンケート調査を実施し、分析を行うこととする。調査は、社団法人日本プロサッカーリーグが加盟全クラブを対象に毎年行っている「スタジアム観戦者調査」の 2010 年分の実施にあたり、筆者が実査協力者として参画する機会<sup>6)</sup>に合わせ、独自の設問を追加する形で実施する。独自設問については試合の主催者であるギラヴァンツ北九州と協議した上で設計し、社団法人日本プロサッカーリーグの了承を得たものである。また、その結果を本稿で公表することについては、ギラヴァンツ北九州及び社団法人日本プロサッカーリーグの了承を得ている。なお、社団法人日本プロサッカーリーグによる加盟全クラブに対する共通設問については、同法人から 2011 年 2 月に集計およびクラブ相互比較分析結果が公表されているため<sup>7)</sup>、本稿では共通設問については主要なものだけに言及し、北九州の独自設問を中心に分析を行う。

### 3. 先行研究等の状況と本研究の位置付け

Jリーグのスタジアム観戦者の基礎情報等については、前述の社団法人日本プロサッカーリーグによる「スタジアム観戦者調査」（2009 年の場合、仲澤・原田・藤本・高橋らが協力）のサマリーレポートが毎年公表されており、幅広く活用されている。また、同調査を活用する形や独自にアンケート調査を行う形で、スポーツマネジメントの観点からは直近のものだけ見ても永田・岩村（2010）など多くの研究があり、また、まちづくりの観点からも梶島・小久保（2006）などが見られ、様々な知見が得られている。一方、プロスポーツクラブとしてのギラヴァンツ北九州の試合、あるいは北九州地域において開催された他のプロスポーツの試合における観戦者に関する先行研究は見当たらない。

こうした点を踏まえた上で、本研究においては、プロスポーツクラブがこれまで存在しなかった地域である北九州地域に着目し、Jリーグ加盟 1 年目という特異な年の試合観戦者の特性や意識に関する基礎的な分析を行い、その結果を社会に還元することに意義を見出すものである。

## Ⅱ 2010 年ギラヴァンツ北九州スタジアム観戦者調査の実施概要

### 1. 実施概要

#### (1) 概要

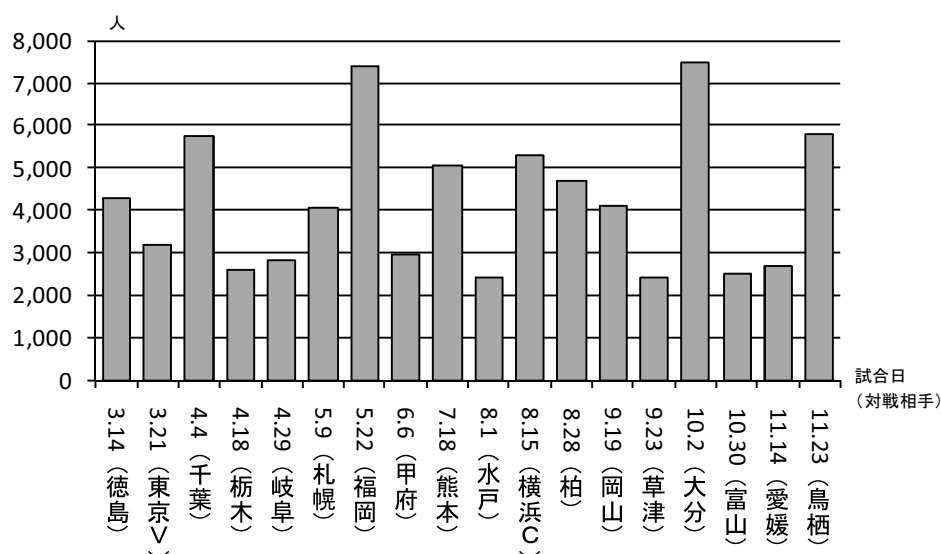
調査は 2010 年 10 月 2 日（土）に北九州市立本城陸上競技場で開催された J 2 公式戦「ギラヴァンツ北九州対大分トリニータ」の試合前に実施した。実施概要を表 1、配布回収状況の詳細を表 2 に示す。なお、調査方法については、可能な限り回答者の属性等に偏りが生じないよう無作為抽出に近い形となるように努め、事前に調査対象とする座席を指定し、当該席に着座した観戦者に調査員<sup>8)</sup>が回答を依頼する方式を用いた。しかし、当該席に着座が無かったり調査協力を断られたりするケースもあり、結果として調査協力を得られる観戦者を求めて幅広く依頼を行う形となった。より統計的な信頼性を高める手法の検討が今後の課題と考えている。

表 1 調査実施概要

|        |                                                                                                       |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 調査日時   | 2010 年 10 月 2 日（土） 12:00～14:00（回収終了）                                                                  |
| 調査場所   | 北九州市立本城陸上競技場（北九州市八幡西区御開 4-16-1）                                                                       |
| 対象試合概要 | 2010 J 2 リーグ第 29 節 ギラヴァンツ北九州 対 大分トリニータ<br>ホーム：ギラヴァンツ北九州 試合開始時間： 14:04<br>入場者数： 7,470 人 天候：雨 気温： 22.1℃ |
| 調査方法   | 訪問留め置き法（事前に調査対象として抽出しておいた座席に着座した観戦者に調査員が回答を依頼し、約 20 分後に再訪問して回収）                                       |
| 調査対象   | スタジアムに観戦に訪れた 11 歳以上の観戦者個人。調査対象とする座席はホーム側（ギラヴァンツ北九州を応援する観戦者が多く着座するエリア）とした。                             |
| 配布回収概要 | 配布数 468、有効回収数 457 （有効回収率 97.6%） ※入場者の 6.1%相当                                                          |

表2 配布回収状況の詳細

| スタンド            | 席種 | 配布数 | 有効回収数 | 有効回収率 |
|-----------------|----|-----|-------|-------|
| メインスタンド         | S  | 36  | 35    | 97.2% |
|                 | A  | 244 | 237   | 97.1% |
| バックスタンド         | B  | 147 | 145   | 98.6% |
|                 | C  | 41  | 38    | 92.7% |
| 不明（試合後に入場口等で回収） |    | —   | 2     | —     |
| 合 計             |    | 468 | 457   | 97.6% |



※一試合平均入場者数 4,189人

※開催場所は全て北九州市立本城陸上競技場

(出典) Jリーグ公式記録「2010 Jリーグ ディビジョン2 クラブ別入場者数」をもとに作成

図1 2010年におけるギラヴァンツ北九州主催試合の入場者数

## (2) 調査実施日の特異性に係る考察

調査実施日は、2010年のギラヴァンツ北九州主催試合において最多となる7,470人の入場者数であった(図1)。当日は試合を盛り上げるため、ギラヴァンツ北九州が試合会場付近で様々なイベントを開催した。また、対戦相手は隣県の大分トリニータであり、大分ファンも多数来場していた。一方、当日は雨の天気予報であり、試合開始の14時前後までは時に小雨が降る程度であったが、試合開始後に本格的な降雨となった。なお、北九州市立本城陸上競技場の観戦席には屋根が無く、また傘をさしての観戦は禁止されている。

これらの状況を勘案すると、調査実施日においては、「あまり観戦に訪れない人々も多く観戦に訪れた可能性」、ただし「雨の天気予報であり、観戦中に濡れる懸念があったにも関わらず訪れた人々は観戦意欲が高い可能性」、また「調査対象とする座席はホーム側としたものの、対戦相手のファンも他試合より多くホーム側に着席していた可能性」などが、調

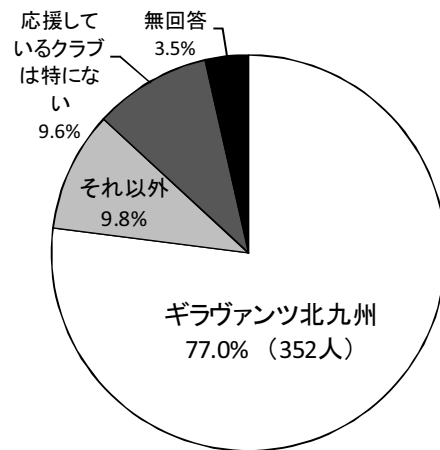
査実施日の観戦者の特異性となっていることがあり得る。ただし、これにより本調査結果が一般的なギラヴァンツ北九州の主催試合の観戦者の意識等から大きく乖離しているとまでは言えないと考え、一定の普遍性を有する結果であるとみなすこととする<sup>9)</sup>。

## 2. 本研究の分析対象となる回答者について

調査においては有効回収数 457 を得たが、対戦相手のファンは試合ごとに大きく人数・属性等が変化することが推測される。また、本研究はギラヴァンツ北九州を事例としてプロスポーツクラブの経営や地域からの支援方策の今後の検討に資する基礎的な分析を行うことを目的としており、ギラヴァンツ北九州の地元ファンの特性等を中心に把握することが重要となる。こうした点を鑑み、457 サンプルのうち、ギラヴァンツ北九州のファンを対象として分析を行うこととする。

「あなたはホームクラブ（ギラヴァンツ北九州）のファンですか。」という問いに対し、「はい」という回答（つまり、ギラヴァンツ北九州ファン）は 77.0%（352 人）であった（図 2）。本研究においては、この 352 人を対象とし、以下に分析を行うこととする。

なお、前述のとおり本調査はスタンドのホーム側に着席した観戦者を対象としているため、ギラヴァンツ北九州のファンの比率が高いと考えられる。従って、この比率（77.0%）は当日の全入場者数 7,470 人に占めるギラヴァンツ北九州ファンの比率とは言えない<sup>10)</sup>。



n=457

図 2 応援するクラブ（全回答者対象）

## 3. 回答者の基本属性

分析対象となる 352 人の回答者について、基本属性を以下に整理する。

### (1) 性別・年齢

調査対象者の 70.5%は男性であり、年齢別に見ると 40 歳代、30 歳代が多い（表 3）。性別・年齢のクロス集計で見ると、男性 40 歳代が回答者全体の 19.3%、男性 30 歳代が 15.9%と多くな

表 3 回答者の性別・年齢

|     |       | 性別          |              |              |
|-----|-------|-------------|--------------|--------------|
|     |       | 合計          | 男性           | 女性           |
| 年齢別 | 合計    | 352<br>100% | 248<br>70.5% | 104<br>29.5% |
|     | 10歳代  | 22<br>6.3%  | 19<br>5.4%   | 3<br>0.9%    |
|     | 20歳代  | 40<br>11.4% | 30<br>8.5%   | 10<br>2.8%   |
|     | 30歳代  | 89<br>25.3% | 56<br>15.9%  | 33<br>9.4%   |
|     | 40歳代  | 93<br>26.4% | 68<br>19.3%  | 25<br>7.1%   |
|     | 50歳代  | 51<br>14.5% | 36<br>10.2%  | 15<br>4.3%   |
|     | 60歳代  | 42<br>11.9% | 30<br>8.5%   | 12<br>3.4%   |
|     | 70歳以上 | 11<br>3.1%  | 9<br>2.6%    | 2<br>0.6%    |
|     | 無回答   | 4<br>1.1%   | 0<br>0.0%    | 4<br>1.1%    |

っている。女性では30歳代が最も多い。  
 なお、前述のとおり本調査は11歳以上の  
 の観戦者を対象として実施している。

回答では実年齢の記入を求めており、  
 単純平均年齢を算出したところ、男性  
 は平均42.7歳、女性は平均42.3歳、  
 男女計の平均42.5歳<sup>11)</sup>であった。

10歳代は男女計でも回答者全体の  
 6.3%であり、特に女性は少ない。これ  
 が概ねギラヴァン北九州ファンの観  
 戦者全体の傾向を反映していると考え  
 えると、中高年男性に人気があり、若  
 年女性には不人気というのが現状と  
 言えよう。

## (2) 居住地<sup>12)</sup>

回答者の74.7% (263人) が北九州市  
 に居住しており、市内では八幡西区 (本  
 城陸上競技場所在地) 居住者が最も多い。  
 大分県居住者が多いのは、試合当日の対  
 戦相手の影響であると考えられる。

なお、参考として、本分析の対象外  
 となる、「ギラヴァンツ北九州以外の  
 ファン」、「応援しているチームは特に  
 ない」及び当該設問無回答の回答者の  
 居住地を見ると、最も多いのは北九州  
 市の居住者で66人であった(表5)。  
 北九州ファンの結果と合わせると、当  
 日の有効回収数457に占める北九州市  
 居住者は329人(72.0%)となる。観  
 戦者の多くを北九州市居住者が占め  
 てはいるが、周辺地域や対戦相手の本  
 拠地の居住者など、市外からもある程  
 度多くの人数が観戦に訪れていると  
 も言えよう。

表4 回答者の居住地

| 地区等      | 市町村等 | 行政区        | 人数  | 比率     |
|----------|------|------------|-----|--------|
| 北九州市     | 北九州市 |            | 263 | 74.7%  |
|          |      | 門司区        | 18  | 5.1%   |
|          |      | 小倉北区       | 38  | 10.8%  |
|          |      | 小倉南区       | 32  | 9.1%   |
|          |      | 若松区        | 33  | 9.4%   |
|          |      | 八幡東区       | 25  | 7.1%   |
|          |      | 八幡西区       | 76  | 21.6%  |
|          |      | 戸畑区        | 10  | 2.8%   |
|          |      | ※区不明       | 31  | 8.8%   |
| 中遠       |      |            | 18  | 5.1%   |
|          |      | 中間市        | 6   | 1.7%   |
|          |      | 芦屋町        | 4   | 1.1%   |
|          |      | 岡垣町        | 2   | 0.6%   |
|          |      | 遠賀町        | 4   | 1.1%   |
|          |      | 水巻町        | 1   | 0.3%   |
| 京築       |      |            | 10  | 2.8%   |
|          |      | 行橋市        | 7   | 2.0%   |
|          |      | みやこ町       | 1   | 0.3%   |
|          |      | 京都郡(町不明)   | 2   | 0.6%   |
| 筑豊       |      |            | 4   | 1.1%   |
|          |      | 直方市        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 飯塚市        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 赤村         | 2   | 0.6%   |
| 福岡県内その他  |      |            | 14  | 4.0%   |
|          |      | 福岡市        | 10  | 2.8%   |
|          |      | 宗像市        | 3   | 0.9%   |
|          |      | 須恵町        | 1   | 0.3%   |
| 山口県      |      |            | 10  | 2.8%   |
|          |      | 下関市        | 5   | 1.4%   |
|          |      | 宇部市        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 山陽小野田市     | 1   | 0.3%   |
|          |      | 山口県(市町村不明) | 3   | 0.9%   |
| 大分県      |      |            | 25  | 7.1%   |
|          |      | 大分市        | 17  | 4.8%   |
|          |      | 別府市        | 2   | 0.6%   |
|          |      | 臼杵市        | 3   | 0.9%   |
|          |      | 大分県内その他    | 3   | 0.9%   |
| その他の都道府県 |      |            | 8   | 2.3%   |
|          |      | 東京都        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 愛知県        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 徳島県        | 1   | 0.3%   |
|          |      | 佐賀県        | 2   | 0.6%   |
|          |      | 熊本県        | 2   | 0.6%   |
|          |      | 宮崎県        | 1   | 0.3%   |
| 合計       |      |            | 352 | 100.0% |

表5 ギラヴァンツファン以外の回答者の居住地

| 地区等  | 市町村等 | 行政区  | 人数  |
|------|------|------|-----|
| 北九州市 | 北九州市 |      | 66  |
|      |      | 門司区  | 5   |
|      |      | 小倉北区 | 3   |
|      |      | 小倉南区 | 6   |
|      |      | 若松区  | 13  |
|      |      | 八幡東区 | 5   |
|      |      | 八幡西区 | 18  |
|      |      | 戸畑区  | 2   |
|      |      | ※区不明 | 14  |
| 中遠   |      | 中間市  | 1   |
|      |      | 遠賀郡  | 2   |
| 京築   |      | 行橋市  | 1   |
|      |      | 京都郡  | 3   |
| 福岡県内 |      | 福岡市  | 3   |
| その他  |      | その他  | 4   |
| その他の |      | 山口県  | 4   |
| 都道府県 |      | 大分県  | 14  |
|      |      | その他  | 7   |
| 合計   |      |      | 105 |

表 6 北九州市内の行政区別の人口と観戦者比率の比較

|                  | 合計(人)   | 門司区   | 小倉北区  | 小倉南区  | 若松区   | 八幡東区 | 八幡西区  | 戸畑区  | ※区不明  |
|------------------|---------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|
| 北九州市人口(2010.9.1) | 981,129 | 10.7% | 18.6% | 21.8% | 8.7%  | 7.4% | 26.5% | 6.3% | -     |
| ギラヴァンツファン        | 263     | 6.8%  | 14.4% | 12.2% | 12.5% | 9.5% | 28.9% | 3.8% | 11.8% |
| ギラヴァンツファン以外      | 66      | 7.6%  | 4.5%  | 9.1%  | 19.7% | 7.6% | 27.3% | 3.0% | 21.2% |

注) 市人口については、北九州市「北九州市推計人口（平成 22 年 9 月 1 日現在）」より作成

北九州市内の行政区別の観戦者数比率を人口比率と比較すると（表 6）、本城陸上競技場に近い八幡西区、若松区、八幡東区においては観戦者数比率の方が高く、競技場から遠い門司区、小倉北区、小倉南区、戸畑区においては観戦者比率の方が低くなっている。競技場に近いところからより多くの観客が集まる傾向が明らかである。なお、競技場へのアクセスと居住区との関係などの詳細な分析については後述する。

### Ⅲ 主な分析結果

#### 1. 分析結果に関する留意点

前述の基本属性も含め、本稿においては設問ごとの「無回答」の回答についても集計対象に含めて回答比率を算出している。一方、本調査データの一部及び他クラブでの調査データをもとにした社団法人日本プロサッカーリーグ『Jリーグスタジアム観戦者調査 2010 サマリーレポート』（2011 年 2 月 3 日公表）においては、無回答を除いた比率で北九州の集計を行っている。そのため、本稿の結果（うち Jリーグ共通設問）の一部と Jリーグのサマリーレポートでは、回答比率等が若干異なっている場合がある点に留意されたい。

#### 2. ギラヴァンツ北九州の応援履歴等

##### (1) ギラヴァンツ北九州の応援年数

回答者の 39.8%が「ギラヴァンツ北九州を応援して 1 年目」であり、Jリーグ加盟後に応援を始めている（表 7）。Jリーグ加盟により、ファン層がある程度拡大したことがうかがわれる。また、JFLに所属していた頃からのファンは

表 7 ギラヴァンツ北九州の応援年数

|       | 回答者数 | 比率     | ※計    | ※クラブの所属リーグ |
|-------|------|--------|-------|------------|
| 1年目   | 140  | 39.8%  | 39.8% | Jリーグ       |
| 2年目   | 78   | 22.2%  | 36.9% | JFL        |
| 3年目   | 52   | 14.8%  |       |            |
| 4年目   | 12   | 3.4%   | 20.7% | 九州リーグ      |
| 5年目   | 21   | 6.0%   |       |            |
| 6年目   | 14   | 4.0%   |       |            |
| 7年目以上 | 26   | 7.4%   |       |            |
| 無回答   | 9    | 2.6%   |       |            |
| 合計    | 352  | 100.0% |       |            |

36.9%、九州リーグに所属していた頃からのファンは 20.7%となっている。アマチュア時代からのファンも少なくないと言えよう。

##### (2) ギラヴァンツ北九州（ニューウェーブ北九州時代含む）の試合のスタジアム観戦経験

###### ① 2009 年以前の観戦試合数

ホームゲーム（北九州市内で開催）とアウェイゲーム（対戦相手の本拠地等で開催<sup>13)</sup>）別の 2009 年シーズン以前のスタジアム観戦試合数を見ると（図 3）、ホームゲームでも 0

試合が 30.7%と最多であり、1～5 試合とする回答はそれぞれ 5～6%、6～9 試合とする回答はほとんど無く、10 試合（7.4%）あるいは 11 試合以上（13.4%）とする回答は比較的多くなっている。平均観戦試合数は 4.7 試合と算出<sup>14)</sup>されるが、これは古くからの熱心なファンの存在に因るものである。一方、アウェイにおいては 0 試合が 58.2%を占めており、平均観戦試合数は 0.6 試合となる。

この結果から、多くの観戦者はスタジアムで実際に観戦する経験は浅いと言える。これらの観戦者は、ギラヴァンツ北九州が J リーグに加盟したことが J リーグ観戦の大きな契機になっているものと考えられ、新たな「時間の楽しみ方」をギラヴァンツ北九州が提供したと言えよう。

なお、本調査の実施に際しては、いわゆる「ゴール裏」と呼ばれる熱心なサポーターが集まる席種（本城陸上競技場の場合は C 席）も調査対象としたが、特に応援に熱心な「コア・サポーター」の観戦者が陣取る一画については、試合開始前（調査実施時点）において応援準備、あるいは応援活動等をサポーターが行っているため、その妨げにならないよう、調査対象から除外している点には留意が必要である。

## ② 2010 年の観戦試合数

J リーグに加盟した 2010 年の観戦試合数（調査日の試合含む。）を見ると（図 4）、ホームゲームは 1 試合が 21.3%と最も多く、試合数が増えるにつれ減少するものの、10 試合、あるいは 15 試合とする回答はそれぞれ約 10%と多くなっている。調査日までのギラヴァンツ北九州のホームゲームは全 15 試合であり、2／3あるいは

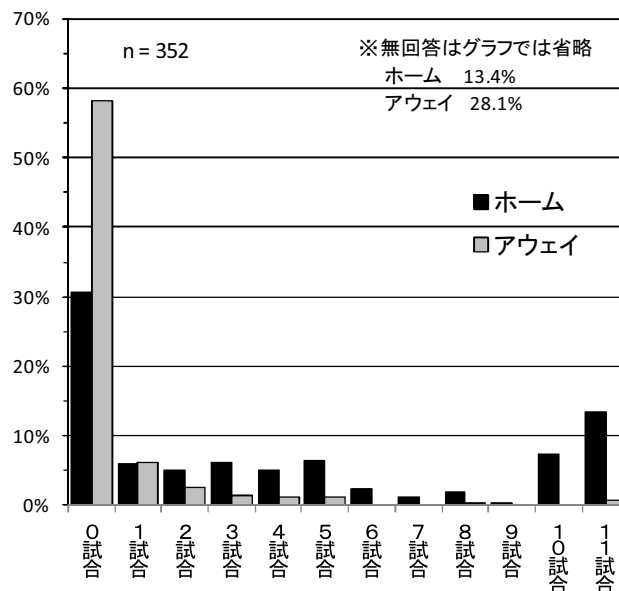


図 3 2009 年以前（J リーグ加盟前）のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

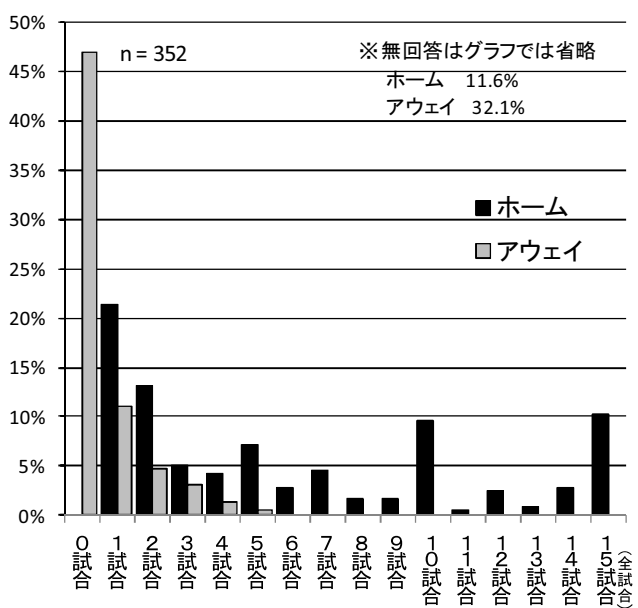


図 4 2010 年（J リーグ加盟年）のギラヴァンツ北九州の試合観戦数

全試合を見たとする、いわゆる「常連」の観戦者も比較的多いと言えよう。ただし、観戦者がリピーターとして定着するかどうかの目安となる 2～3 試合目の比率を見ると減少率が高いとも言え評価が難しい。今後、さらに詳細な調査分析が必要と考えられる。なお、累計すると、ホームゲームについては 1～5 試合という観戦者が 50.9%となる。

一方、アウェイゲームについては、0 試合が 46.9%と最も多く、最多でも 5 試合 (0.6%) となっている。2010 年は J 2 にギラヴァンツ北九州のほか、アビスパ福岡、サガン鳥栖、ロアッソ熊本、大分トリニータの九州 5 クラブが揃い、「バトルオブ九州」としてキャンペーンが行われた。調査日までに大分と鳥栖での試合を済ませており、これがアウェイの試合観戦数の機会増加に結びついている可能性もあり、今後経年変化を分析していきたい。

### 3. 調査対象試合について

#### (1) チケットの入手方法

調査対象となった試合のチケットの入手方法を尋ねたところ、「招待券をもらった」とする観戦者が 34.7%で最も多かった (図 5)。この招待券の種類については定かではないが、スポンサー企業を通じてチケットを入手したケースや、あるいは当日は北九州市が抽選で 800 人を無料招待する企画を実施しており<sup>15)</sup>、それに該当するケースなどが考えられる。次いで多いのは「コンビニで購入した」、「シーズンチケットを購入した」となっている。

コンビニでの購入が多いのは、一般的にコンビニでの各種チケット購入が広く普及してきたことに加え、前売り券の料金の方がスタジアムで購入する当日券より安い設定となっていることも影響していると考えられる。

これを席種別に見ると (表 8)、メインスタンド中央部で最も高額な S 席 (座席指定) では過半数が「シーズンチケットを購入した」とする一方、メインスタンドのゾーン指定となる A 席では、半数近くが「招待券をもらった」としている。バックスタンド側の B 席では「招待券をもらった」が多いが「コンビニで購入した」とする回答と同程度であり、また「スタジアムで購入した」の比率が他席と比較し高い。ゴール裏となる C 席は、64.5%が

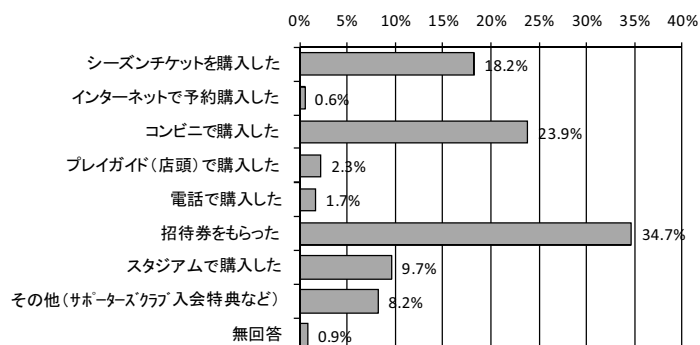


図 5 当日のチケットの入手方法

表 8 席種別 当日のチケットの入手方法

|                      | 合計    | S席    | A席    | B席    | C席    |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 回答者数                 | 352   | 25    | 186   | 108   | 31    |
| シーズンチケットを購入した        | 18.2% | 52.0% | 15.1% | 15.7% | 16.1% |
| インターネットで予約購入した       | 0.6%  | 0.0%  | 0.5%  | 0.9%  | 0.0%  |
| コンビニで購入した            | 23.9% | 24.0% | 16.1% | 25.9% | 64.5% |
| プレイガイド(店頭)で購入した      | 2.3%  | 4.0%  | 2.7%  | 0.0%  | 6.5%  |
| 電話で購入した              | 1.7%  | 0.0%  | 2.2%  | 1.9%  | 0.0%  |
| 招待券をもらった             | 34.7% | 4.0%  | 47.3% | 27.8% | 6.5%  |
| スタジアムで購入した           | 9.7%  | 12.0% | 4.8%  | 18.5% | 6.5%  |
| その他(サポーターズクラブ入会特典など) | 8.2%  | 4.0%  | 10.2% | 8.3%  | 0.0%  |
| 無回答                  | 0.9%  | 0.0%  | 1.1%  | 0.9%  | 0.0%  |

※合計には「席種不明」の 2 件を含む

「コンビニで購入した」としている。席種によってチケットの入手方法は大きく異なっていると言え、今後の観戦者拡大戦略の検討に際しては、こうした現状を踏まえた取り組みが必要と言えよう。

なお、参考として、ギラヴァンツ北九州ファン以外（応援しているクラブが無いという回答者を含む。）の105サンプルについて席種別状況を見ると（表9）、S席、C席では「コンビニで購入した」が多く、A席は「招待券をもらった」、B席は「スタジアムで購入した」が多くなっている。

表9 ギラヴァンツファンではない観戦者の席種別 当日のチケットの入手方法

|                      | 合計    | S席    | A席    | B席    | C席    |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 回答者数                 | 105   | 10    | 51    | 37    | 7     |
| シーズンチケットを購入した        | 1.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 2.7%  | 0.0%  |
| インターネットで予約購入した       | 1.0%  | 10.0% | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  |
| コンビニで購入した            | 21.9% | 50.0% | 9.8%  | 24.3% | 57.1% |
| プレイガイド(店頭)で購入した      | 1.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 2.7%  | 0.0%  |
| 電話で購入した              | 1.0%  | 0.0%  | 2.0%  | 0.0%  | 0.0%  |
| 招待券をもらった             | 41.9% | 40.0% | 60.8% | 21.6% | 14.3% |
| スタジアムで購入した           | 18.1% | 0.0%  | 5.9%  | 37.8% | 28.6% |
| その他(サポーターズクラブ入会特典など) | 8.6%  | 0.0%  | 15.7% | 2.7%  | 0.0%  |
| 無回答                  | 5.7%  | 0.0%  | 5.9%  | 8.1%  | 0.0%  |

## (2) 観戦同行者の人数と種類

当日の試合を一緒に観戦に来た人数については、「2人」とする回答が各席種とも最も多い（表10）。席種別に特徴を見ると、S席は1人の観戦者が比較的多く、A席は3～4人、C席は5～9人のケースが比較的多い。B席に関しては、少人数から大グループまで、様々な観戦者がいることをうかがうことができる。

2人以上で来た場合の同行者の種類については、「家族」とする回答が過半数となっている（図6）。なお、「その他」の内訳は、「職場の同僚」などとなっている。

表10 当日一緒に観戦に来た人数

|       | 合計    | S席    | A席    | B席    | C席    |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 回答者数  | 352   | 25    | 186   | 108   | 31    |
| 1人    | 18.2% | 40.0% | 18.3% | 15.7% | 9.7%  |
| 2人    | 40.1% | 44.0% | 33.3% | 44.4% | 58.1% |
| 3人    | 13.6% | 8.0%  | 15.1% | 14.8% | 6.5%  |
| 4人    | 13.6% | 4.0%  | 18.8% | 9.3%  | 6.5%  |
| 5～9人  | 8.0%  | 4.0%  | 9.1%  | 4.6%  | 16.1% |
| 10人以上 | 4.8%  | 0.0%  | 4.8%  | 7.4%  | 0.0%  |
| 無回答   | 1.7%  | 0.0%  | 0.5%  | 3.7%  | 3.2%  |

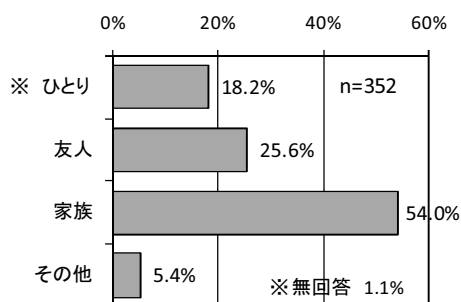


図6 同行者の種類（複数回答可）

## (3) 観戦理由

調査対象となった試合の観戦理由を12項目に分け、それぞれの度合いについて5段階評価で質問したところ、「大いにあてはまる」「ややあてはまる」という回答が多いのは、「地元のクラブだから」（計87.2%）、「好きなクラブを応援したいから」（計81.0%）、「サッカー観戦が好きだから」（計76.4%）等であった（図7）。回答が少なかったのは、「応援しているクラブの成績が良いから」、「周囲で盛んに話題になっているから」等であった。「友人や家族に誘われたから」という回答は、「あてはまる」と「あてはまらない」が同数

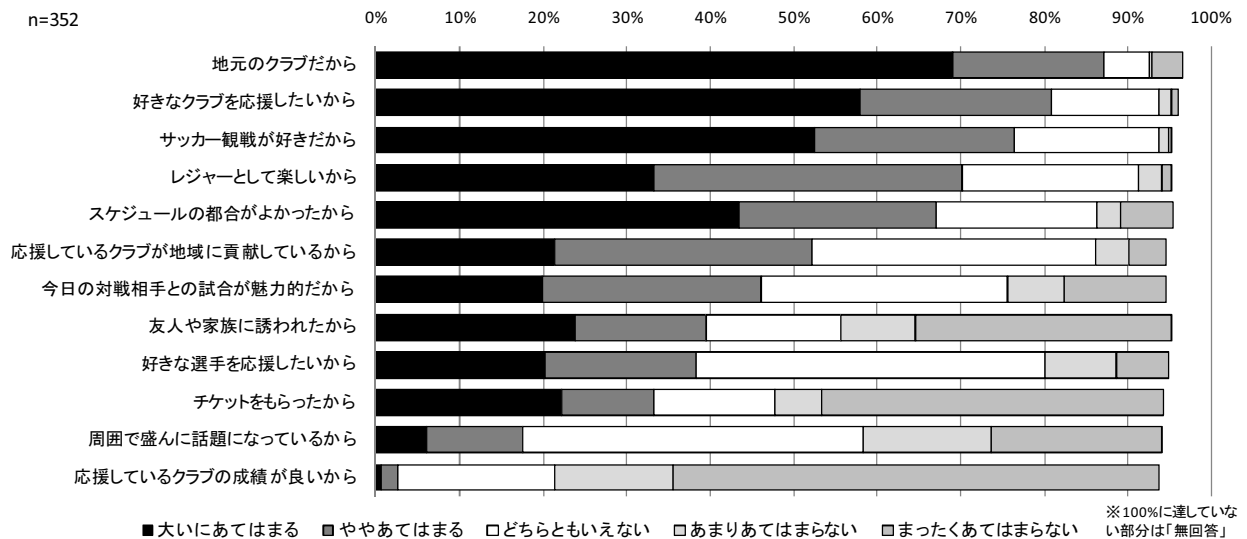


図7 調査対象試合の観戦理由

であり、受動的に観戦に訪れた人も相当数にのぼることがうかがわれる。ただし、受動的にせよ、地元のクラブを応援したいという気持ちが来場につながった人が多いと考えられることから、地元のクラブであると市民に幅広く認識され、愛着を持たれることが観戦者拡大の基本になることが再確認できると言えよう。その観点から見ると、「周囲で盛んに話題になっているから」について「どちらともいえない」「あてはまらない」とする回答が多数に上っている点は、ギラヴァンツ北九州にとっての大きな課題を表していると言える。

なお、「チケットをもらったから」という回答は、他項目との比較で見るとあてはまり度合いが低いものの、30%を超える回答者があてはまると回答している点は図5の結果とも整合しており、ギラヴァンツ北九州の2010年観戦者の特色と点と言えよう。

#### (4) スタジアム内及び周辺で開催している関連イベントへの印象

ギラヴァンツ北九州のホームゲームでは、毎試合、メインスタジアム入口付近を中心に各種関連イベントの実施や、「ギラヴァンツ・ビレッジ」という屋台村形式のスタジアムグルメ販売を行っている。また、調査対象試合においては、「イエローデー」と銘打ち、来場者先着1,300名に無料でTシャツを配布する等のイベントが行われた。

調査対象試合当日におけるこうしたイベントについて印象を尋ねたところ、「とても良い」13.1%、「どちらかと言えば良い」61.1%と高評価の回答が多い結果となった(表11)。ただし席種別に見ると、バックスタンド側のB席、C席においては「わからない」とする回答が比較的多くなっている。当日のイベントのTシャツ配布はバックスタンド側も対象となったが、その他のイベントは基本的にメインスタンド入口付近で実施され、バックスタンド(特にC席)入口からは距離が遠いことが「わからない」回答が多い要因となった。

ものと考えられる。

なお、2011年シーズンから、ギラヴァンツ北九州はホーム側、アウェイ側の座席を入れ替える措置を行い、駐車場やバス停から至近の場所にホーム側C席の入口が設けられることとなった。これによりメインスタンド入口付近で開催される関連イベント等にも行きやすくなるため、イベントへの反応も向上することが期待できる。

#### (5) チームカラー（黄色）の服・持ち物等の着用・使用状況

調査対象試合における、各観戦者の服および持ち物等にギラヴァンツ北九州のチームカラーである黄色がどのような形で用いられているか尋ねたところ（最もあてはまる項目の択一式）、「レプリカユニホーム、コンフィットTシャツ、ポンチョなど、オフィシャルグッズを着用している」が最も多く42.0%であった（図8）。「チームカラーに関連するものは特に着用・持参していない」も22.4%と多いものの、観戦に際して応援するクラブのチームカラーやグッズを身につけることはある程度浸透していると言えよう。

表11 試合関連イベントへの印象

|            | 合計    | S席    | A席    | B席    | C席    |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 回答者数       | 352   | 25    | 186   | 108   | 31    |
| とても良い      | 13.1% | 24.0% | 11.3% | 14.8% | 9.7%  |
| どちらかと言えば良い | 61.1% | 64.0% | 66.1% | 53.7% | 54.8% |
| どちらかと言えば悪い | 6.0%  | 4.0%  | 6.5%  | 4.6%  | 6.5%  |
| とても悪い      | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  |
| わからない      | 11.6% | 4.0%  | 8.1%  | 15.7% | 25.8% |
| 無回答        | 8.2%  | 4.0%  | 8.1%  | 11.1% | 3.2%  |

※合計には「席種不明」の2件を含む

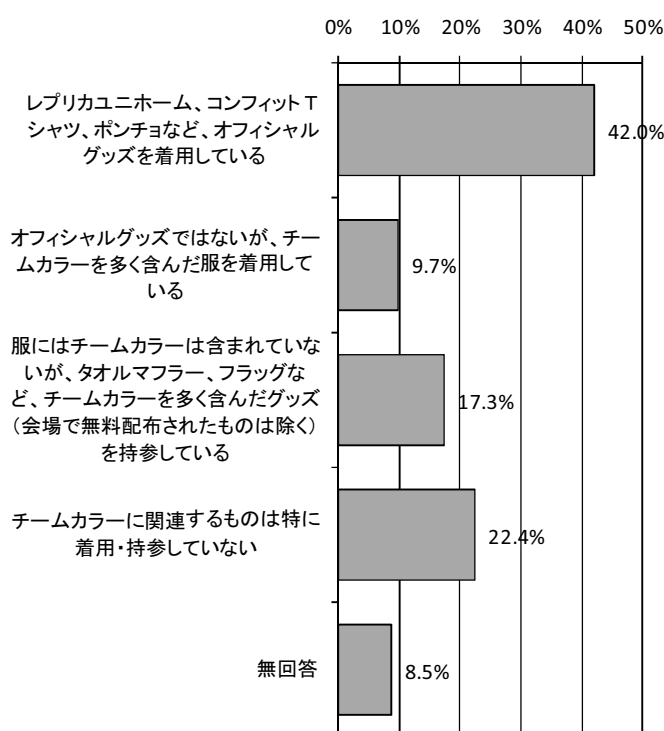


図8 チームカラーの着用・使用状況

## 4. ギラヴァンツ北九州に対する印象等

### (1) ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等

ギラヴァンツ北九州にとって喫緊の課題とも言えるファン拡大のために必要だと思う点について尋ねたところ（3つまで複数回答可）、最も多いのは「チームが強くなること」で61.9%、次いで多いのは「試合や選手の情報がもっと広報されること」で48.3%、続いて「観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること」38.4%、「本城陸上競技場への交通アクセスをより良くすること」33.2%、「子どもへのサッカー指導やボランティア活動など、選

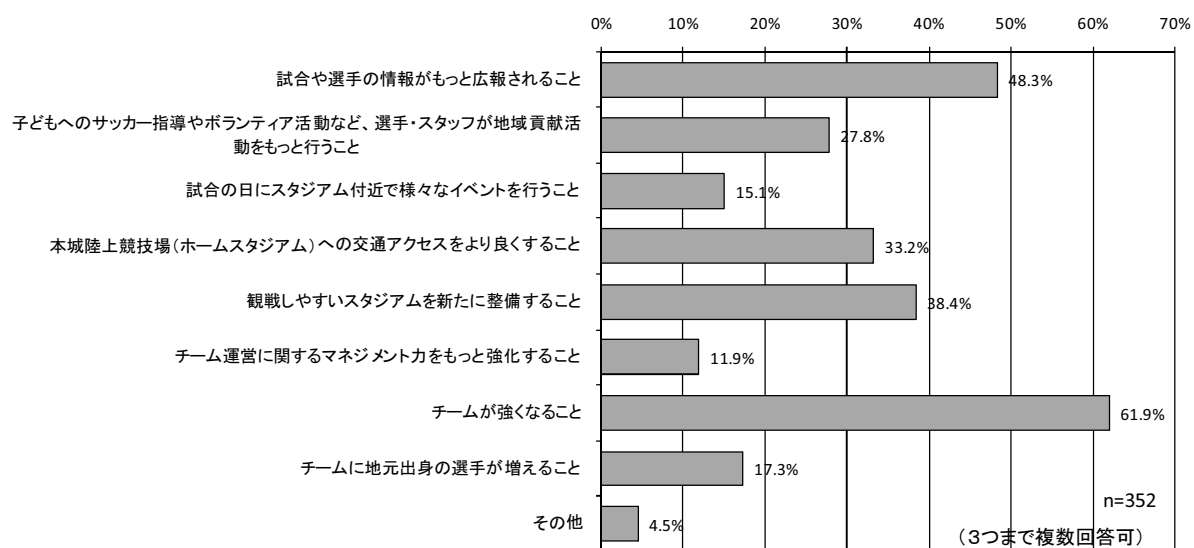


図9 ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等（3つまで複数回答）

表12 観戦回数別 ファン拡大のために必要な取り組み等（3つまで複数回答）

|                                               | 合計    | 2010年 北九州ホームゲーム観戦回数 |       |       |
|-----------------------------------------------|-------|---------------------|-------|-------|
|                                               |       | 1試合                 | 2～5試合 | 6試合以上 |
| 回答者数                                          | 352   | 75                  | 104   | 132   |
| 試合や選手の情報がもっと広報されること                           | 48.3% | 58.7%               | 51.0% | 50.8% |
| 子どもへのサッカー指導やボランティア活動など、選手・スタッフが地域貢献活動をもっと行うこと | 27.8% | 40.0%               | 27.9% | 25.8% |
| 試合の日にスタジアム付近で様々なイベントを行うこと                     | 15.1% | 21.3%               | 13.5% | 15.2% |
| 本城陸上競技場(ホームスタジアム)への交通アクセスをより良くすること            | 33.2% | 30.7%               | 43.3% | 34.8% |
| 観戦しやすいスタジアムを新たに整備すること                         | 38.4% | 16.0%               | 36.5% | 60.6% |
| チーム運営に関するマネジメント力をもっと強化すること                    | 11.9% | 5.3%                | 11.5% | 18.2% |
| チームが強くなること                                    | 61.9% | 65.3%               | 77.9% | 62.1% |
| チームに地元出身の選手が増えること                             | 17.3% | 28.0%               | 15.4% | 18.2% |
| その他                                           | 4.5%  | 5.3%                | 2.9%  | 6.8%  |

※観戦試合数無回答(41サンプル)は「合計」にのみ集計

手・スタッフが地域貢献活動をもっと行うこと」27.8%となっており、これら5つの回答が目立って多い結果となっている（図9）。

このうち、チーム強化、広報、地域貢献活動についてはクラブが主体的に取り組むべきものであり、クラブとしての総合力の向上が強く求められていると言えよう。一方、交通アクセスについてはクラブと行政及び地域の交通機関等が共同して取り組むべき課題であり、新スタジアム整備については行政が取り組むべき大きな課題と言えよう。

これを、2010年のギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦数別に見ると（表12）、初めて観戦に訪れた人は広報、地域貢献といった、クラブが地域に親しまれることへの回答

が多く、2～5 試合程度のリピーターでは、チーム強化、交通アクセスといった観戦のおもしろさ、快適性の向上に向けた回答が多い。また観戦回数の多い人（6 試合以上）は、新スタジアム整備への回答が他と比較して顕著に多い。観戦歴によって重視する点は若干異なっていると言え、今後のマーケティング活動に際しては、ターゲットとする層のニーズをどのように把握・反映していくかが大きな鍵になると言えよう。まずは新たな観戦者の取り込みを主眼に置くのであれば、やはり広報、地域貢献活動等を通じ、ギラヴァンツ北九州の存在を広く知らせていくことが最重要と考えられる。

なお、南・神山・片岡（2010）では、インターネット調査により、ギラヴァンツ北九州の試合の観戦経験の無い市民<sup>16)</sup>も含む北九州市民意識調査を実施しており、同様の問いを設けている。その回答傾向との比較では、市民意識調査の方がチーム強化への要望が一層強く、また「チームに地元出身の選手が増えること」への回答も比較的多かった。一方、観戦者調査の方が広報、新スタジアム整備に対する回答の比率がより高い傾向が見られる。

本調査においては、この選択式の設問の後に、回答者に観戦者の立場から「クラブや地域が取り組むべき具体的アイデア」について自由記入式で回答を求めた。その結果についてはクラブ側に提供しており、今後のファン拡大への具体的取組への活用を期待したい。

## (2) ギラヴァンツ北九州が北九州市に与える影響に関する印象

ギラヴァンツ北九州が J リーグで今後活躍していった場合、北九州市にとってどのような影響があると考えるか、8 項目を挙げて項目ごとに 4 段階で評価を求めた（図 10）。「北九州の新しいシンボルになる」「北九州の知名度、イメージが向上する」「市民の北九州に

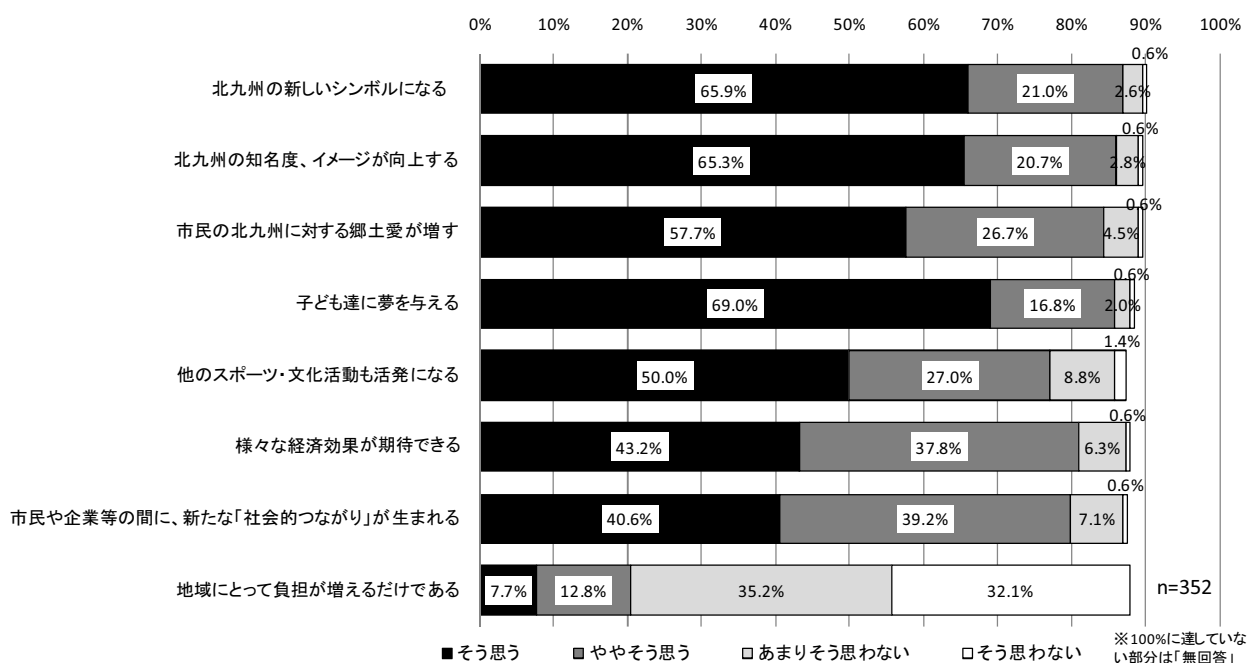


図 10 ギラヴァンツ北九州が北九州市に与える影響に関する印象

対する郷土愛が増す」「子ども達に夢を与える」「他のスポーツ・文化活動も活発になる」「様々な経済効果が期待できる」「市民や企業等の間に、新たな“社会的つながり”が生まれる」という、前向きなイメージ項目に対しては、「そう思う」「ややそう思う」という回答の合計がいずれも約 80%以上となっている。一方で、後ろ向きなイメージ項目である「地域にとって負担が増えるだけである」に対しては、「あまりそう思わない」「そう思わない」とする回答が約 67%となっている。こうしたことから、スタジアム観戦者はギラヴァンツ北九州が北九州市に様々な好影響を与えるとイメージしている人が大半であると言える。

このうち、「そう思う」という強い肯定的評価に着目すると、「子ども達に夢を与える」が 69.0%と特に回答が多く、次いで「北九州の新しいシンボルになる」「北九州の知名度、イメージが向上する」が共に約 65%となっている。これらの項目は、ギラヴァンツ北九州の設立時に「決意」として表されている「プロスポーツリーグでの活躍を通じて地域に誇りと活力を！子どもたちに夢と感動を！」というスローガンの内容と一致しており、クラブの存在意義は、観戦者にはよく理解され、支持されていると言えよう。

一方で、こうした高い期待を裏切ると観戦者からクラブが見放されることにつながるとも言え、クラブ及びそれを支える地域の各主体が一体となって、ギラヴァンツ北九州に寄せられる期待を具体化していくことが、今後強く求められよう。さらに、「地域にとって負担が増えるだけである」に「そう思う」「ややそう思う」と回答した観戦者も約 20%いることは重視すべきであり、地域に支えられながらもクラブがより自立的な企業活動を展開していくことへの期待が表れていると言えよう。なお、地域の各主体は、無理のない形で持続可能な支援をクラブに対して行っていくことが重要であると考えられる。

なお、前出の南・神山・片岡（2010）における、ギラヴァンツ北九州の試合の観戦経験の無い市民も含むインターネット北九州市民意識調査での同様の設問の回答結果と比較すると（表 1 3）、幅広い北九州市民もギラヴァンツ北九州に対して好イメージを持っている人が多いものの、スタジアムに実際に訪れる人々と比較すると、全般的にスタジアム観戦

表 1 3 ギラヴァンツ北九州が北九州市に与える影響に関する印象に関する調査間比較

|                             | 「そう思う」+「ややそう思う」<br>回答比率 |                   |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------|
|                             | 観戦者調査                   | インターネット<br>市民意識調査 |
| 北九州の新しいシンボルになる              | 86.9%                   | 70.3%             |
| 北九州の知名度、イメージが向上する           | 86.1%                   | 70.9%             |
| 市民の北九州に対する郷土愛が増す            | 84.4%                   | 59.6%             |
| 子ども達に夢を与える                  | 85.8%                   | 86.1%             |
| 他のスポーツ・文化活動も活発になる           | 77.0%                   | 64.6%             |
| 様々な経済効果が期待できる               | 81.0%                   | 54.9%             |
| 市民や企業等の間に、新たな「社会的つながり」が生まれる | 79.8%                   | 55.3%             |
| 地域にとって負担が増えるだけである           | 20.5%                   | 33.6%             |
|                             | n = 352                 | n = 2,486         |

※観戦者調査：2010年10月2日 ギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦者を対象

インターネット市民意識調査：2010年2月末～3月初旬 民間調査会社登録モニター（北九州市在住）を対象

者調査の方が、ギラヴァンツ北九州が地域に好影響を与えるとイメージしている人が多い傾向にあることがわかる。一般的な北九州市民により一層好イメージを持たれるように努力することがクラブには求められ、それが観戦者数の増加に直結するものとする。

### (3) 今後の観戦希望

今後、ギラヴァンツ北九州の主催試合（北九州市内で開催される試合）をスタジアムで観戦したいと考えているかどうか尋ねたところ、全体では68.8%が「ぜひ観戦したい」と積極的な観戦意欲を示し、15.6%が「きっかけがあれば観戦するかもしれない」と回答した（図11）。「今のところ観戦するつもりはない」は0.9%に止まっている。多くの観戦者が再訪を希望していると言え、ギラヴァンツ北九州及びサッカー観戦に対し好意的と言え

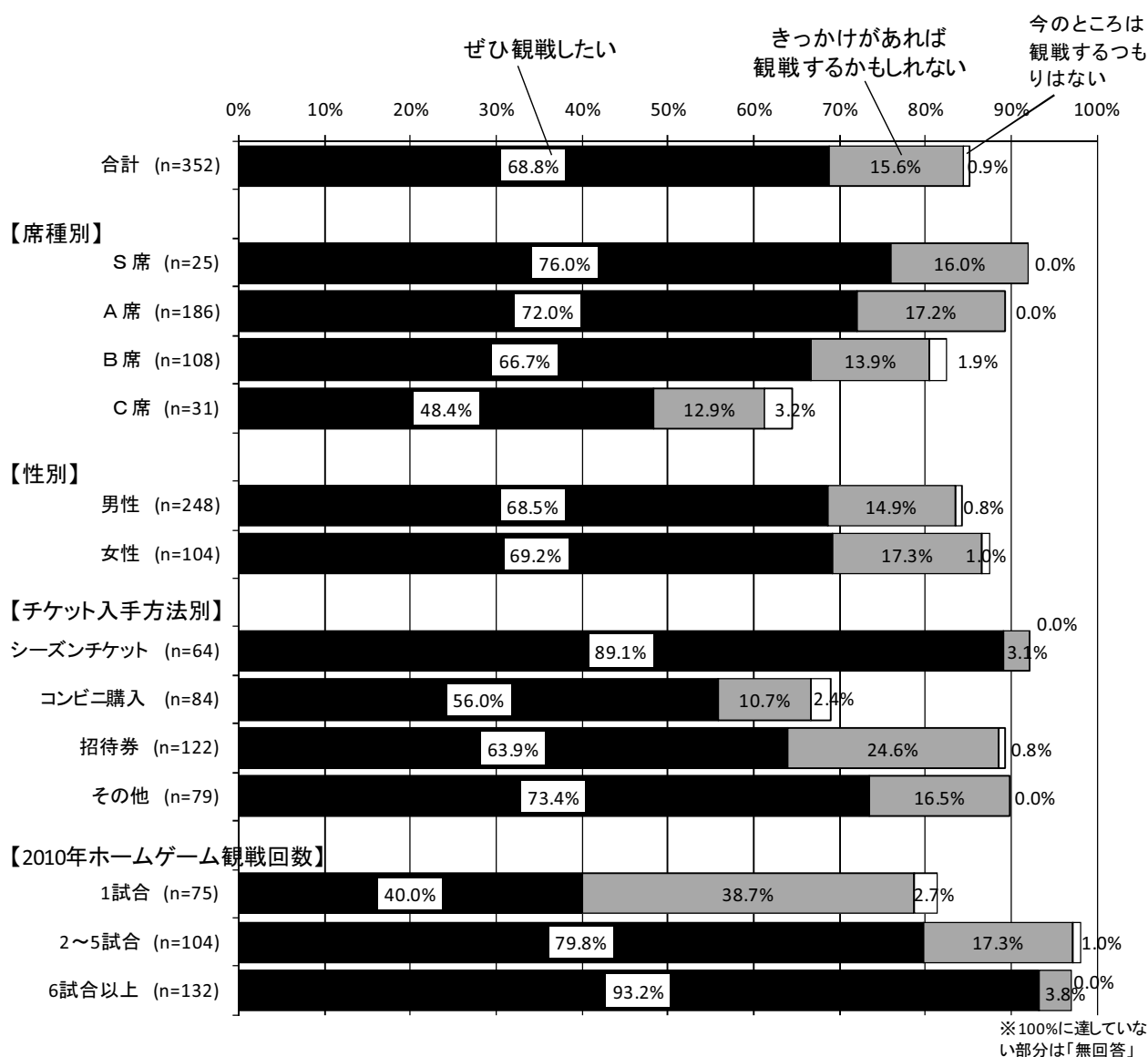


図11 今後のギラヴァンツ北九州の主催試合のスタジアム観戦希望

よう。ただし、本設問については無回答が 14.8%と多い点には考慮が必要<sup>17)</sup>である。なお、本調査は試合開始前に実施したものであり、試合観戦後の場合は異なる結果となる可能性もある。観戦者が満足するような質の高いプレーが随所にあり、また盛り上がりのある試合展開となった場合、今後の観戦意欲は高まることが予想される。

これを席種別に見ると、メインスタンド側の S 席、A 席は観戦意欲が高いものの、C 席では「ぜひ観戦したい」が 48.4%に止まっている。性別に見ると、ほとんど差はない。

調査対象の試合のチケット入手方法別に見ると、熱心なファンの証とも言えるシーズンチケット購入者は大半が積極的な観戦意欲を示している。コンビニ購入者は無回答者が多く、また観戦意欲が高い人が過半数を占めているものの比較的少ない。招待券で入場した観戦者については、63.9%が「ぜひ観戦したい」、24.6%が「きっかけがあれば観戦するかもしれない」と回答している。一般的に、招待券は利用者がリピーターとなることを期待して配布されるケースが多いと思われるが、その狙いはある程度成功していると言えるのではないかと。ただし、次回も自らチケットを購入するのではなく招待券で観戦したいと考えている回答者も含まれることが想定されるため、招待券の効果については今後さらに調査等を行って分析していく必要があろう。

2010 年におけるギラヴァンツ北九州のホームゲーム観戦回数別に見ると、調査対象試合が 1 試合目の観戦であった場合、「ぜひ観戦したい」は 40.0%に止まっている。ただし調査時点が試合前であり、初めて訪れた人にとっては評価が難しい中での結果であることを考慮すると、初めて訪れた人がリピーターになろうとする意欲はかなり高いと考えられるのではないかと。なお、観戦回数が多いほど今後の観戦意欲も高く、いわゆる「常連化」の傾向が見られる。このことから、一度スタジアムに訪れて観戦するとその魅力が伝わり、回を重ねるごとにその考えが確固たるものとなり、観戦者として定着していく可能性は高いと言えよう。クラブにとっては新規客の開拓が特に重要であり、そして試合内容や試合運営において観戦者が楽しく快適に観戦できる環境をつくることがリピーターを増やし、観戦者数増加につながるという、当然の集客モデルがこの設問からも導き出される。

## 5. Jリーグに関連する消費について

### (1) 当日の試合観戦後の経済活動予定

調査当日の試合観戦後、どこかに立ち寄って買い物・飲食・宿泊等の経済活動を行う予定があるかどうか尋ねたところ、「予定はない」とする回答が 70.5%にのぼった（図 1 2）。当日の試合は 16 時前後に終了見込みであり、観戦後に活動を行う時間はあると

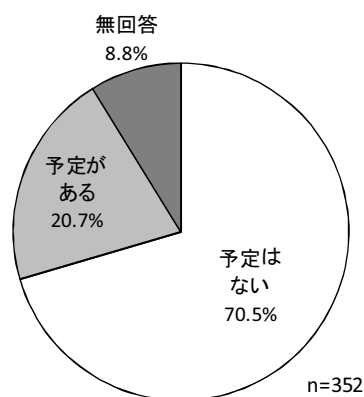


図 1 2 当日の試合観戦後の経済活動予定

見込まれ、事前に想定した回答よりは「予定がある」とする回答が少なかった。ただし当日は雨の予報であり、試合前に時折雨が降っていたことも試合後の活動予定に影響を与えた可能性はある。また、本設問では、試合前に行った経済活動については尋ねなかった。14 時試合開始であったため、飲食店での昼食や近隣の商業施設での買い物を済ませてから競技場に来

たケースもあると考えられ<sup>18)</sup>、本結果への評価は難しいが、試合観戦が他の経済活動に直結したケースが多いとは言えない結果であろう。

「予定がある」と回答した 20.7% (73 サンプル) について、主な行動予定場所の記入（自由記入式）を求めたところ、本城陸上競技場周辺の商業施設、飲食店等の記入が 37.0% で最も多かった。競技場周辺の店舗・飲食店等への経済効果はある程度期待できると言えよう。仮に競技場周辺に商業施設等がより多く存在した場合は、試合前後に経済活動を行う観戦者がさらに増加することも十分考えられる。なお、競技場周辺以外の場所としては、市内の主要市街地等が挙げられている。

表 1 4 試合観戦後の経済活動予定場所

|                     | 回答者数<br>(n=73) | 比率    |
|---------------------|----------------|-------|
| 本城陸上競技場周辺(イオン若松を含む) | 27             | 37.0% |
| 小倉駅周辺               | 9              | 12.3% |
| 若松駅周辺、若松競艇          | 6              | 8.2%  |
| 折尾駅周辺               | 3              | 4.1%  |
| 黒崎駅周辺               | 2              | 2.7%  |
| 戸畑                  | 2              | 2.7%  |
| 門司                  | 2              | 2.7%  |
| 福岡市                 | 2              | 2.7%  |
| 直方、中間               | 2              | 2.7%  |
| その他(場所の特定できない回答)    | 12             | 16.4% |
| 無回答                 | 6              | 8.2%  |

## (2) 今シーズンのＪリーグ関連消費活動の状況

2010 年シーズンにおいて、Ｊリーグに関連し回答者一人でどの程度の消費活動を北九州市内で行ったか、おおよその合計値の記入を求めた。その結果をもとにギラヴァンツ北九州の観戦試合数別に見た、一人あたりＪリーグ関連平均消費額（ただし北九州市内での消費）を算出した結果を表 1 5 に示す。なお、無回答の回答者のうち、消費額が無い際に「0 円」と記入せず無記入としている回答者もいると考えられるため、平均消費額を過大に算出しないよう、無回答を平均算出に用いない場合と、無回答を「0 円」として平均算出に用いた場合の 2 ケースを計算した。

結果を見ると、観戦 1 試合あたり一人 2,000～4,000 円程度（チケット代を除く。）の消費が行われていると言え、北九州市内に一定の経済効果があることがうかがわれる。回答者全体で消費内容の内訳を見ると、交通費、スタジアム内飲食費、スタジアム外飲食費、関連グッズ購入費がそれぞれ同程度の金額（無回答を「0 円」として計算した場合でもそれぞれ 2,500～4,000 円）の消費が見られる。特に、交通費やスタジアム外での関連飲食費も一定額認められることは、観戦における消費がスタジアム内あるいは試合開催に直接関連する企業等に止まらず、ある程度幅広く地域へ経済効果を与えていることを表していると言えよう。

表 15 ギラヴァンツ北九州の観戦試合数別に見た、一人あたりＪリーグ関連平均消費額  
(北九州市内での消費)

|                                     | ①                                 | ②                        | ③              | ④                                                    | ⑤                                                        | ⑥                                                 | ⑦=②～⑥の計 | ⑦/①                     |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|----------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------|-------------------------|
|                                     | ギラヴァンツ北九州の<br>試合観戦数<br>(ホーム+アウェイ) | 交通費<br>(ガソリン代、宿<br>泊費含む) | スタジアムでの<br>飲食費 | その他の飲食<br>費<br>(試合前後や、<br>試合中継するレ<br>ストランでの飲<br>食など) | ギラヴァンツ関<br>連グッズ、応援<br>グッズ等購入<br>(オフィシャル<br>グッズ以外も含<br>む) | その他<br>(ただしチケット<br>代、サポーター<br>ズクラブ会費、<br>持株会費は除く) | 単純計     | 【参考】<br>観戦1試合平<br>均(注1) |
| 1)<br>無回答を平均算<br>出に用いない場<br>合       | 1試合 (n=70)                        | ¥1,029                   | ¥1,003         | ¥860                                                 | ¥1,029                                                   | ¥369                                              | ¥4,290  | ¥4,290                  |
|                                     | 2試合 (n=48)                        | ¥1,633                   | ¥1,717         | ¥1,811                                               | ¥2,056                                                   | ¥571                                              | ¥7,788  | ¥3,894                  |
|                                     | 3試合 (n=17)                        | ¥4,854                   | ¥1,857         | ¥1,667                                               | ¥1,591                                                   | ¥714                                              | ¥10,683 | ¥3,561                  |
|                                     | 4試合 (n=17)                        | ¥9,111                   | ¥2,530         | ¥2,960                                               | ¥8,214                                                   | ¥2,500                                            | ¥25,315 | ¥6,329                  |
|                                     | 5試合 (n=28)                        | ¥5,950                   | ¥3,115         | ¥5,024                                               | ¥5,146                                                   | ¥3,200                                            | ¥22,435 | ¥4,487                  |
|                                     | 6試合 (n=9)                         | ¥7,222                   | ¥5,688         | ¥4,460                                               | ¥4,188                                                   | ¥0                                                | ¥21,557 | ¥3,593                  |
|                                     | 7試合 (n=17)                        | ¥5,946                   | ¥5,669         | ¥8,600                                               | ¥9,553                                                   | ¥1,667                                            | ¥31,435 | ¥4,491                  |
|                                     | 8～9試合 (n=10)                      | ¥10,333                  | ¥8,843         | ¥9,000                                               | ¥8,900                                                   | ¥4,333                                            | ¥41,410 | ¥4,872                  |
|                                     | 10～11試合 (n=34)                    | ¥5,555                   | ¥7,134         | ¥6,583                                               | ¥9,500                                                   | ¥4,400                                            | ¥33,172 | ¥3,159                  |
|                                     | 12～13試合 (n=12)                    | ¥6,818                   | ¥6,955         | ¥8,300                                               | ¥11,750                                                  | ¥1,667                                            | ¥35,489 | ¥2,839                  |
|                                     | 14～15試合 (n=26)                    | ¥10,308                  | ¥7,938         | ¥5,095                                               | ¥10,225                                                  | ¥2,364                                            | ¥35,928 | ¥2,478                  |
|                                     | 16試合以上 (n=26)                     | ¥16,624                  | ¥6,523         | ¥13,643                                              | ¥17,000                                                  | ¥5,000                                            | ¥58,789 | -                       |
|                                     | 回答者全体 (n=352)                     | ¥5,636                   | ¥4,035         | ¥4,759                                               | ¥6,530                                                   | ¥1,549                                            | ¥22,510 | -                       |
| 2)<br>無回答を「0円」<br>として平均算出<br>に用いた場合 | 1試合 (n=70)                        | ¥765                     | ¥745           | ¥430                                                 | ¥588                                                     | ¥153                                              | ¥2,680  | ¥2,680                  |
|                                     | 2試合 (n=48)                        | ¥1,327                   | ¥1,502         | ¥1,019                                               | ¥1,156                                                   | ¥250                                              | ¥5,254  | ¥2,627                  |
|                                     | 3試合 (n=17)                        | ¥3,998                   | ¥1,529         | ¥882                                                 | ¥1,029                                                   | ¥294                                              | ¥7,733  | ¥2,578                  |
|                                     | 4試合 (n=17)                        | ¥4,824                   | ¥1,488         | ¥1,741                                               | ¥3,382                                                   | ¥294                                              | ¥11,729 | ¥2,932                  |
|                                     | 5試合 (n=28)                        | ¥4,675                   | ¥2,893         | ¥3,768                                               | ¥4,411                                                   | ¥1,143                                            | ¥16,889 | ¥3,378                  |
|                                     | 6試合 (n=9)                         | ¥7,222                   | ¥5,056         | ¥2,478                                               | ¥3,722                                                   | ¥0                                                | ¥18,478 | ¥3,080                  |
|                                     | 7試合 (n=17)                        | ¥4,547                   | ¥5,335         | ¥5,059                                               | ¥8,429                                                   | ¥588                                              | ¥23,959 | ¥3,423                  |
|                                     | 8～9試合 (n=10)                      | ¥6,200                   | ¥6,190         | ¥5,400                                               | ¥6,230                                                   | ¥1,300                                            | ¥25,320 | ¥2,979                  |
|                                     | 10～11試合 (n=34)                    | ¥3,921                   | ¥5,246         | ¥3,485                                               | ¥4,191                                                   | ¥647                                              | ¥17,490 | ¥1,666                  |
|                                     | 12～13試合 (n=12)                    | ¥6,250                   | ¥6,375         | ¥6,917                                               | ¥11,750                                                  | ¥833                                              | ¥32,125 | ¥2,570                  |
|                                     | 14～15試合 (n=26)                    | ¥8,325                   | ¥7,327         | ¥3,723                                               | ¥7,865                                                   | ¥1,000                                            | ¥28,241 | ¥1,948                  |
|                                     | 16試合以上 (n=26)                     | ¥13,427                  | ¥5,519         | ¥7,346                                               | ¥12,423                                                  | ¥769                                              | ¥39,485 | -                       |
|                                     | 回答者全体 (n=352)                     | ¥3,955                   | ¥3,026         | ¥2,515                                               | ¥3,822                                                   | ¥471                                              | ¥13,789 | -                       |

(注1) 観戦1試合平均に用いた観戦試合数はギラヴァンツ北九州の試合(ホーム+アウェイ)であり、他クラブ同士の観戦試合数は考慮していない。

(注2) アウェイ観戦の場合も北九州市内で鉄道切符や航空券を購入している場合も考えられるため、アウェイも含んで算出した。

(注3) 回答者全体のサンプル数352には、観戦試合数無回答の38サンプルを含んでいる。

なお、経済効果に関しては、今回は主たる調査対象としていない遠方からの観戦者（対戦相手のファンが中心）の方が、宿泊や飲食、あるいは土産物購入、その他観光活動等で、観戦1回につき、多くの消費を北九州市内で行っていると推測できる。

一般的にイベントや事業の経済効果の算出に際しては、ここで挙げているような飲食費等も含んで算出されるものであり、他の事業との比較との観点等からはギラヴァンツ北九州の経済効果を推計する際もこれらを含んで算出することが望ましいと考えるが、特に飲食費に関しては、Ｊリーグ観戦が仮に無かった場合でも北九州市内で支出されたであろう金額も含まれていることが想定される<sup>19)</sup>。つまり、「市内でのお金の流れが変化しただけ」のケースも含まれていると言えよう。一方、市外からの観戦者（特に対戦相手のファンなど遠方から北九州を訪れる人々）による北九州市内での関連消費は、北九州市にとってギラヴァンツ北九州が存在することによって新たに加わったことが明確な経済効果となる。今回の調査は対戦相手のファンを含まない形での調査であったため、経済効果の推計に十分資する基礎数値を得るためには、今後、新たな独自調査を行っていく必要がある。なお、

Jリーグクラブが存在することによって新たに加わったことが明確な経済効果としては、観戦者による消費以外に、試合運営に伴う各種事業費なども大きい<sup>20)</sup>。

## 6. 北九州市立本城陸上競技場へのアクセスについて

### (1) 所要時間

北九州市立本城陸上競技場へのアクセスに要した時間を自由記入式でたずねたところ、30分以内の回答者が過半数を占め、また60分以内では86.1%という結果となった（表16、図13）。一方、ギラヴァンツ北九州のファンであり1時間半以上かけて会場を訪れる観戦者も約8%おり、広範囲から集客していると言えよう。なお、本調査は対戦相手のファン（当該試合においては大分トリニータ）は調査及び分析対象としておらず、これらの観戦者はより長い所要時間をかけて本城陸上競技場を訪れていることとなる。対戦相手により、そのファンの所要時間、来場観戦者数は大きく異なることは言うまでもない。

この所要時間について、居住場所別に平均時間を算出した結果を表17に示す。北九州市内については、本城陸上競技場に近い八幡西区北部、若松区からは20分前後、八幡西区南部、八幡東区、戸畑区からは30分前後、小倉北区は40分、小倉南区及び門司区は55分前後となっている。周辺地域では、中遠（中間市・遠賀郡）地域からは26分、それ以外の地域からは60分以上となっている。全回答者（ギラヴァンツ北九州のファン）の平均所要時間は45分<sup>21)</sup>となっている。

表16 所要時間の分布表

| 所要時間     | 回答数 | 比率     | 累計比率   |
|----------|-----|--------|--------|
| 15分以内    | 56  | 15.9%  | 15.9%  |
| 16～30分   | 138 | 39.2%  | 55.1%  |
| 31～45分   | 56  | 15.9%  | 71.0%  |
| 46～60分   | 53  | 15.1%  | 86.1%  |
| 61～75分   | 7   | 2.0%   | 88.1%  |
| 76～90分   | 12  | 3.4%   | 91.5%  |
| 91～105分  | 2   | 0.6%   | 92.0%  |
| 106～120分 | 12  | 3.4%   | 95.5%  |
| 121～180分 | 9   | 2.6%   | 98.0%  |
| 180分以上   | 5   | 1.4%   | 99.4%  |
| 無回答      | 2   | 0.6%   | 100.0% |
| 合計       | 352 | 100.0% | -      |

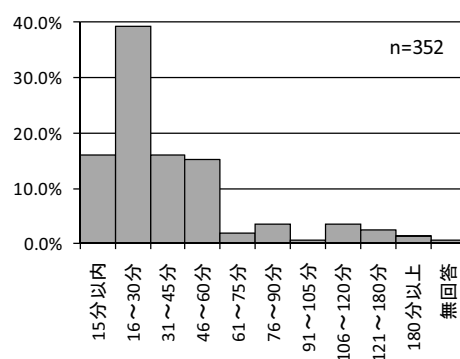


図13 所要時間の比率分布図

表17 居住場所別 平均所要時間

|          | 回答者数 | 平均所要時間 (分) |
|----------|------|------------|
| 北九州市内    | 263  | 33         |
| 門司区      | 18   | 55         |
| 小倉北区     | 38   | 40         |
| 小倉南区     | 32   | 53         |
| 若松区      | 33   | 17         |
| 八幡東区     | 25   | 30         |
| 八幡西区北部   | 51   | 21         |
| 八幡西区中南部  | 25   | 31         |
| 戸畑区      | 10   | 31         |
| ※区不明     | 31   | 33         |
| 中遠地域     | 18   | 26         |
| 京築地域     | 10   | 70         |
| 筑豊地域     | 4    | 60         |
| 福岡都市圏    | 14   | 73         |
| 山口県      | 10   | 90         |
| 大分県      | 25   | 96         |
| その他の都道府県 | 8    | 173        |
| 合計       | 352  | 45         |

※八幡西区北部： 浅川、本城、折尾、則松、熊西、穴生、黒崎、引野、花尾中学校区  
八幡西区中南部： 永犬丸、沖田、上津役、八尾、千代、香月、木屋瀬中学校区

## (2) アクセスに対する印象

本城陸上競技場へのアクセスに対する印象を尋ねた結果について、居住場所別に回答比率を整理したものを図14に示す。なお、各居住場所とも該当サンプル数は分析に用いる際に必ずしも十分多いとは言えない点に注意が必要である。

「とても良い」「どちらかと言えば良い」と肯定的な回答が過半数を占めたのは、本城陸上競技場が位置する八幡西区北部の観戦者と、中遠地域の観戦者のみとなっている。競技場に近接する若松区においても肯定的な回答は半数にやや満たず、各居住場所とも、概ね「どちらかと言えば悪い」という回答が多い傾向にある。小倉北区については、「とても悪い」とする回答が34.2%に上っている。一方、大分県からの観戦者については「どちらかと言えば良い」とする回答が多くなっている<sup>22)</sup>。

全体的には、アクセスに対する印象は良くないと言えよう。なお、この印象については、

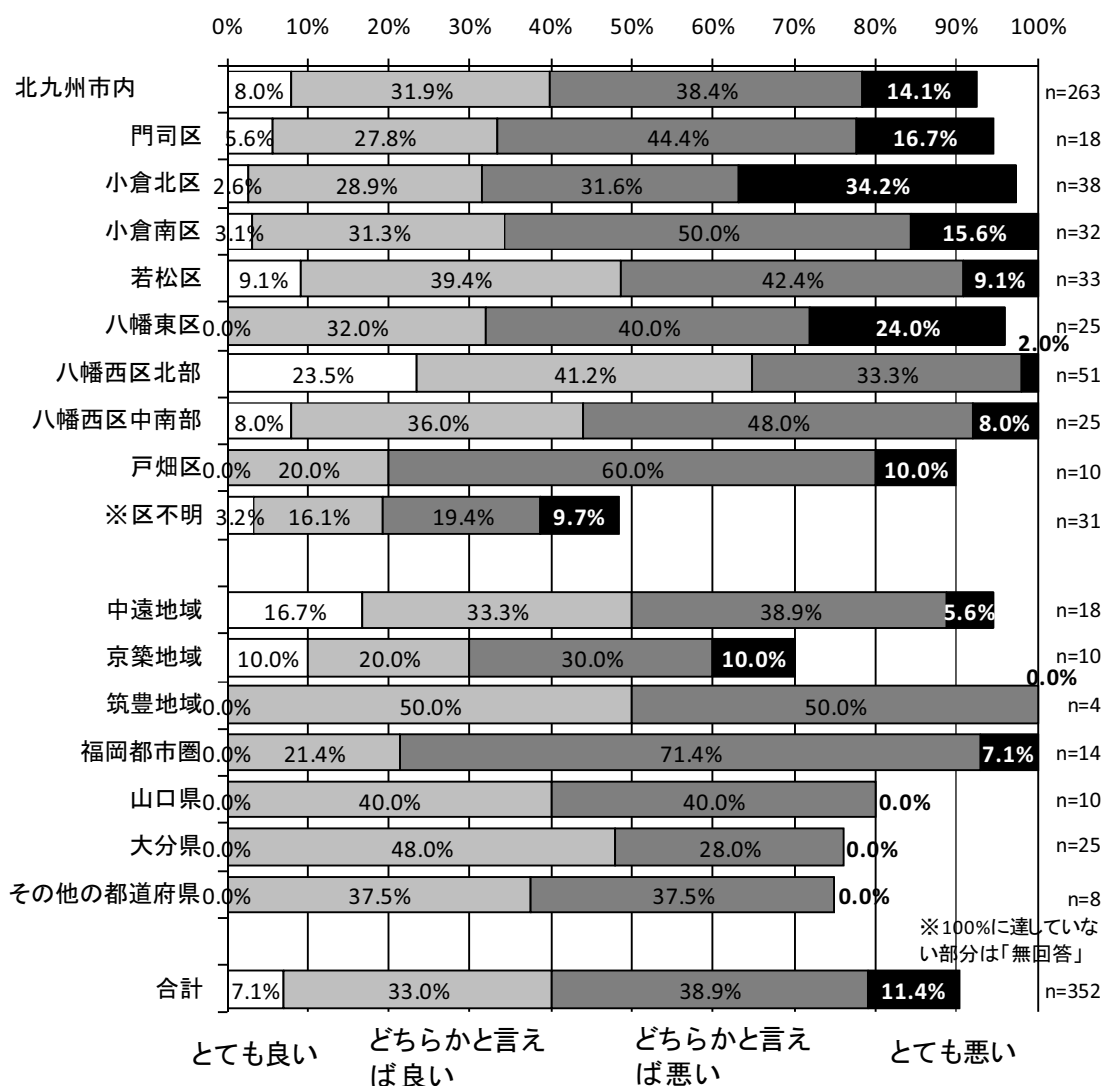


図14 居住場所別 本城陸上競技場へのアクセス印象

実際にギラヴァンツ北九州の応援のためにスタジアムを訪れた観戦者が持ったものであり、これから新規に観戦者として呼び込みたい一般的な市民の持つ本城陸上競技場へのアクセスイメージとは違う可能性がある点にも留意が必要である。

### (3) 交通手段

調査当日における本城陸上競技場へのおおまかな交通手段について尋ねた結果を、居住場所別に整理したものを表18に示す。どの場所からも、概ね「本城陸上競技場の駐車場を利用」したとする回答が多く、観戦者全体の49.7%を占める。次いで、若松区、八幡西区北部を除くと、「若松競艇場臨時駐車場から無料送迎バスを利用」したとする回答が多い傾向にある。本城陸上競技場の位置する八幡西区北部、若松区においては、「徒歩または自転車」とする回答が約30%と多くなっている。「折尾駅からシャトルバス」と回答した観戦者は、比較的遠方から鉄道を利用して訪れたと思われる人が多い。なお、「その他」として自由記入された回答を見ると、大分県からの団体バスを利用したケース、小倉駅方面等から市営バスを利用したケース、自宅等からタクシーを利用したケース等が見られる。

多くの観戦者は自家用車によって来訪しており、公共交通機関（バス、タクシー等）を利用しているのは遠方からの観戦者など比較的少数であると言えよう。

また、利用の多い上位4項目の交通手段別に、該当する観戦者の本城陸上競技場へのアクセス印象を集計すると、「徒歩または自転車」の場合はアクセスが良いとする回答が多い一方、「若松競艇場臨時駐車場から無料送迎バスを利用」の場合はアクセスが悪いとする回答が目立って多くなっている（図15）。「本城陸上競技場の駐車場を利用」及び「折尾駅からシャトルバス」の場合は、いずれもアクセスが良いとする回答は40%強であり、アクセスが悪いとする回答の方がやや多い傾向が見られる。

表18 居住場所別 本城陸上競技場への交通手段

|            | 回答者数 | 徒歩または自転車 | 本城陸上競技場 駐車場利用 | 若松競艇場臨時駐車場から無料送迎バス | 折尾駅からシャトルバス | 折尾駅からタクシー | 黒崎駅からタクシー | 小倉駅からタクシー | その他   | 無回答   |
|------------|------|----------|---------------|--------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| 北九州市内      | 263  | 13.3%    | 52.5%         | 15.2%              | 6.5%        | 0%        | 0%        | 0%        | 5.3%  | 7.2%  |
| 門司区        | 18   | 5.6%     | 33.3%         | 16.7%              | 33.3%       | 0%        | 0%        | 0%        | 11.1% | 0%    |
| 小倉北区       | 38   | 2.6%     | 57.9%         | 26.3%              | 10.5%       | 0%        | 0%        | 0%        | 2.6%  | 0%    |
| 小倉南区       | 32   | 0%       | 56.3%         | 28.1%              | 6.3%        | 0%        | 0%        | 0%        | 9.4%  | 0%    |
| 若松区        | 33   | 33.3%    | 57.6%         | 6.1%               | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 3.0%  | 0%    |
| 八幡東区       | 25   | 0%       | 64.0%         | 20.0%              | 4.0%        | 0%        | 0%        | 0%        | 12.0% | 0%    |
| 八幡西区北部     | 51   | 31.4%    | 49.0%         | 5.9%               | 7.8%        | 0%        | 0%        | 0%        | 3.9%  | 2.0%  |
| 八幡西区中南部    | 25   | 0%       | 84.0%         | 16.0%              | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 0%    | 0%    |
| 戸畑区        | 10   | 10.0%    | 40.0%         | 40.0%              | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 10.0% | 0%    |
| ※区不明       | 31   | 16.1%    | 22.6%         | 0%                 | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 3.2%  | 58.1% |
| 中遠地域       | 18   | 0%       | 72.2%         | 5.6%               | 11.1%       | 0%        | 0%        | 0%        | 5.6%  | 5.6%  |
| 京築地域       | 10   | 0%       | 40.0%         | 40.0%              | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 0%    | 20.0% |
| 筑豊地域       | 4    | 25.0%    | 75.0%         | 0%                 | 0%          | 0%        | 0%        | 0%        | 0%    | 0%    |
| 福岡都市圏      | 14   | 0%       | 50.0%         | 0%                 | 28.6%       | 7.1%      | 0%        | 0%        | 14.3% | 0%    |
| 山口県        | 10   | 0%       | 50.0%         | 20.0%              | 10.0%       | 0%        | 0%        | 0%        | 0%    | 20.0% |
| 大分県        | 25   | 0%       | 8.0%          | 24.0%              | 12.0%       | 0%        | 4.0%      | 0%        | 32.0% | 20.0% |
| その他の都道府県   | 8    | 0%       | 37.5%         | 0%                 | 37.5%       | 12.5%     | 0%        | 0%        | 0%    | 12.5% |
| 合計         | 352  | 10.2%    | 49.7%         | 15.1%              | 8.5%        | 0.6%      | 0.3%      | 0%        | 7.1%  | 8.5%  |
| ※平均所要時間（分） | 45   | 21       | 36            | 48                 | 88          | 165       | —         | —         | 65    | 50    |

※ 利用の多い交通手段のみ抜粋

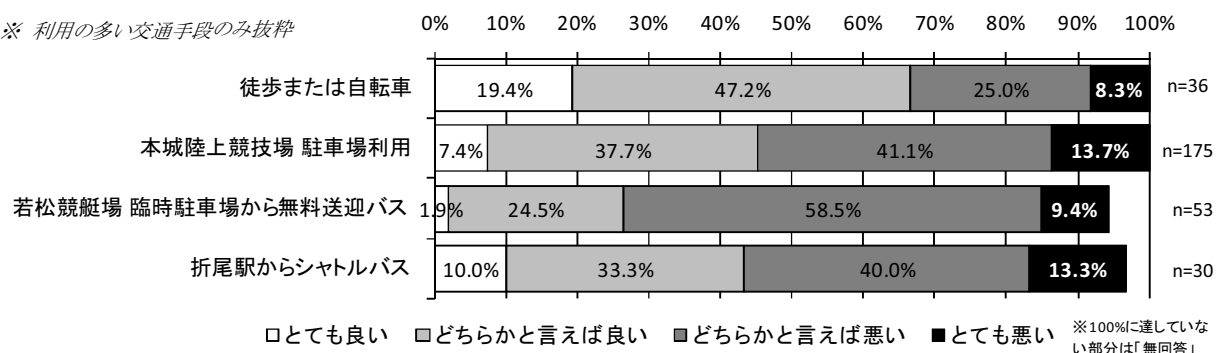


図 1 5 利用交通手段別 本城陸上競技場へのアクセス印象

図 9 で示したように、ギラヴァンツ北九州のファン拡大のために必要な取り組み等の中で、「本城陸上競技場への交通アクセスをより良くすること」も比較的多くの回答を集めており、今後は観戦者の利用交通手段等への検討をさらに深め、様々な制約条件の下でより快適に観戦者が競技場に来訪できるよう、クラブ及び交通機関、行政等が連携して取り組んでいくことが必要と言えよう。

#### IV おわりに

本研究では、Jリーグ加盟 1 年目のギラヴァンツ北九州の試合をスタジアムで実際に観戦している観客の特性や意識等について基礎的な分析を行い、様々な傾向を明らかにするとともに、生じている課題等の考察を行った。これらの結果をギラヴァンツ北九州及び関係機関等に提示することにより、プロスポーツクラブの経営や、地域におけるプロスポーツ支援方策の検討に少しでも役立つことがあれば幸いである。

なお、こうした観戦者特性・意識等は、経年的にデータを蓄積することにより、新たな経営課題等の発見や、クラブや地域の取り組み成果の的確な評価につながっていく。今後もこうした調査研究に継続して取り組んでいく必要があるものとする。継続実施に際しては、調査方法や調査項目を改めて精査し、より有効で精度の高い分析を行うことができるよう努めていくことが必要となる。また、対戦相手のファンによる北九州市内での経済活動の把握など、調査対象についても改めて検討が必要と考える。これらは 2011 年以降の課題としたい。

(都市政策研究所 准教授)

#### 謝辞

本文にも記したとおり、本研究は社団法人日本プロサッカーリーグによる「2010 スタジアム観戦者調査」の実施にあたり、筆者が実査協力者（ギラヴァンツ北九州担当）として参画する機会に合わせ、独自の設問を追加する形で実施した調査結果に基づいている。また、基本属性等については Jリーグ全クラブに共通する設問の結果を利用している。機会

を与えていただき、また調査実施に協力していただいた社団法人日本プロサッカーリーグおよび株式会社ニューウェーブ北九州(2011年2月に株式会社ギラヴァンツ北九州へ社名変更)の御担当者に深謝する。

〔注〕

- 1) 例えば、北九州市長の北橋（2010）は、かつての八幡製鐵所の各運動部及び所属選手の活躍を例に挙げ、「これまで、多くのオリンピック選手やトップアスリートを輩出するなど、日本のスポーツ界をリードしてきました。」[北橋（2010）：33]としている。
- 2) 日本における代表的なものとして、いわゆる「プロ野球」（社団法人日本野球機構）、サッカーの「Ｊリーグ」（社団法人日本プロサッカーリーグ）、バスケットボールの「bjリーグ」（株式会社日本プロバスケットボールリーグ）がある。その他、野球の独立リーグが各地で運営されるなどの動きが見られる。なお、財団法人日本プロスポーツ協会の構成団体には、日本中央競馬会、財団法人ＪＫＡ（競輪とオートレースの振興法人）、財団法人日本モーターボート競走会なども含まれており、これらの公営競技等は北九州市及び周辺地域にレース場等がある。
- 3) 日本における代表的なものとして、バレーボールの「Ｖリーグ」、ラグビーの「トップリーグ」など。
- 4) 例えば株式会社日本経済研究所（2009）では、実態調査等に基づき「Ｊクラブの存在が地域にもたらす効果」として別表１のような事項を挙げ、そのうえで、「Ｊクラブは、その社会貢献的な性格から、“ソーシャルビジネス（社会的企業）”としての性格を持つ」「わかりやすい言葉で言うと、Ｊクラブは「地域の重要無形文化財」になりうると言える」[株式会社日本経済研究所（2009）：12]としている。

別表１ Ｊリーグクラブの存在が地域にもたらす効果（例）

| 対象       | 効果（例）                                                                                                                                                                            |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地域住民     | ① 地域への新たなアイデンティティの付与<br>② 地域愛の源泉<br>③ コミュニティ活動の活発化・コミュニティの再生<br>④ イベントの増加（日常の中の「少しだけ非日常的な経験」の増加）<br>⑤ 若い世代への「夢」の付与<br>⑥ 他のスポーツ・文化の呼び水<br>⑦ その他（市民の健康増進効果・スポーツを楽しむ人々の増加、地域間交流の発生） |
| 自治体      | ① 知名度の向上・イメージアップ ② ホームタウン同士のつながり<br>③ 自治体の宣伝活動へのコンテンツの付与 ④ 税収効果<br>⑤ 自治体所有のスタジアムの有効活用・ネーミングライツによる歳入増大                                                                            |
| 地域企業・商店街 | ① 各種の経済効果（地域の観光・交通・飲食、印刷、警備業界等への貢献）<br>② 雇用の増加                                                                                                                                   |
| 地域マスコミ   | ① 報道内容の多様化・活発化（全国紙との差別化）<br>② 売上向上への貢献                                                                                                                                           |
| スポンサー    | ① 自社の知名度・イメージ・信頼度・評価の向上<br>② クラブとの人間的な付き合いそのものから得られる喜び・楽しみ<br>③ スポンサー企業の社員の誇り・レクリエーションの増加                                                                                        |

（出典）株式会社日本経済研究所（2009）p.8の図を加工し作成

- 5) Jリーグ Web サイト「about Jリーグ」ページより。
- 6) 筆者が 2010 年に実査協力したのはギラヴァンツ北九州の主催試合のみ。
- 7) 2011 年 2 月 3 日に社団法人日本プロサッカーリーグがサマリーレポートを公表している。  
(<http://www.j-league.or.jp/aboutj/2010kansensha.pdf>)
- 8) 14 名の調査員（本学国際環境工学部生）および筆者で実施した。
- 9) 調査実施日の特異性については、今後、経年的に調査分析を行うことによって改めて考察する必要が生じることもあり得る。
- 10) 当日のスタンドを目視したところ、スタンドのアウェイ側には大分トリニータファンと思われる観戦者が高密度で集まっており、全観戦者に占めるギラヴァンツ北九州ファンの比率は 77.0%より低いものであったと考えられる。
- 11) 席種別の平均年齢については、S 席 47.0 歳、A 席 43.7 歳、B 席 39.2 歳、C 席 50.9 歳である。
- 12) 調査票では、Jリーグ共通設問として居住都道府県、市町村の記入を求める問があるが、北九州独自の設問として自宅の郵便番号の記入を求める問を設定した。ここでの集計は、この二つの設問を合わせて集計した結果を示している。
- 13) アウェイゲームについては、ニューウェーブ北九州（当時）が九州リーグに属していた 2001～2007 年は九州・沖縄、JFL に属していた 2008～2009 年は全国各地のスタジアムで開催された。
- 14) 単純平均値であり、算出時には具体的回数記述の無い回答（無回答等）を除いている。
- 15) 800 人という人数は募集人数であり、実際にこの企画によって何名が来場したかは確認していない。
- 16) このインターネット市民意識調査は、北九州市に居住する 18 歳以上の市民のうち、民間調査会社である（株）インテージが管理・利用する調査モニターへ登録している市民 2,486 人を対象として、2010 年 2 月 26 日～3 月 2 日に筆者らが実施している。このうち、ギラヴァンツ北九州の前身のニューウェーブ北九州の時代も含め、実際にスタジアムでこれらのクラブの試合を観戦した経験者は 9.3%であり、大半の回答者は観戦経験が無く、またギラヴァンツ北九州の名称を調査当時（Jリーグ開幕直前）には知らなかった回答者も約 35%となっている。
- 17) 「観戦するつもりはない」ことを消極的に示した可能性がある。ただし当該設問は調査票の末尾であったため、単純な回答漏れである場合も多いと考えられ、また調査回答時点は試合開始前であるため、試合内容次第で観戦意欲は変化すると回答者が考えたため意識的に無回答とした場合も考えられる。
- 18) 今後、継続的に調査を行う際、調査票の設計において試合観戦前の行動も含む形に改めることとしたい。
- 19) 原田（2008）などで指摘されている。

- 20) 南（2009）などで分析・推計を行っている。
- 21) 本稿に用いたデータを提供してまとめられた社団法人日本プロサッカーリーグ（2011）におけるギラヴァンツ北九州の結果（平均アクセス時間 43.3 分）との若干の違いが生じている理由は、本稿はギラヴァンツ北九州のファンに絞った結果であるのに対し、Ｊリーグ集計はファン以外の観戦者も含んでいることによるものである。
- 22) その要因としては、ツアーによって観光バスで会場を訪れた場合は比較的円滑に会場に到着できたこと、あるいは他のＪリーグの試合会場と比較すると大分トリニータの本拠地を除いては大分県からはかなり近い競技場であるため相対的な比較から好印象を持ったこと等が考えられる。

#### 〔参考文献〕

- 梶島邦江・小久保諭（2006）「試合観戦者の属性に関する研究：Ｊリーグ試合開催が地域へ与える影響(1)」、『日本建築学会学術講演梗概集』F-1、pp.921-922
- 株式会社日本経済研究所（2009）『Ｊクラブの存在が地域にもたらす効果に関する調査（概略）』
- 北橋健治（2010）「プロスポーツチームが担うシティセールスーギラヴァンツ北九州」、『地域開発』vol.554、pp.32-35
- 財団法人日本プロスポーツ協会 Web サイト（<http://www.jpsa.jp/>）
- 社団法人日本プロサッカーリーグ（2010）『Ｊリーグスタジアム観戦者調査 2009 サマリーレポート』（協力：仲澤眞、原田宗彦、藤本淳也、高橋義雄）
- 社団法人日本プロサッカーリーグ（2011）『Ｊリーグスタジアム観戦者調査 2009 サマリーレポート』（協力：仲澤眞、原田宗彦、藤本淳也、高橋義雄）
- 社団法人日本プロサッカーリーグ Web サイト（<http://www.j-league.or.jp/>）
- 永田秀隆・岩村聡（2010）「同一プロサッカークラブが異なる競技場で試合をする際の観戦者の特性に関する事例研究：ベガルタ仙台のホームゲームを事例として」、『仙台大学紀要』Vol.41 No.2、pp.223-230
- 原田宗彦（2008）「メガ・スポーツイベントと経済効果」、『都市問題研究』第 60 巻第 11 号、pp.80-94
- 南博（2009）「プロサッカーチームが北九州市に与える経済効果に関する研究」、『地域課題研究 2008』、北九州市立大学都市政策研究所、pp.187-210
- 南博・神山和久・片岡寛之（2010）「Ｊリーグ加盟当初のギラヴァンツ北九州に関する市民意識分析」、『スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究』、北九州市立大学都市政策研究所、pp.37-48

# 資 料

|      |       |     |
|------|-------|-----|
| 事業概要 | ..... | 101 |
| 刊行物  | ..... | 103 |
| 事業日誌 | ..... | 109 |

## 都市政策研究所 事業概要

### 1. 地域課題研究

都市政策研究所では、北九州地域の「産業経済」「都市計画」「社会福祉」などの分野に係わる諸問題について、学際的・総合的・客観的な立場から調査研究を実施しています。今年度は各専任所員が、「NPO 活動と行政の協働」「地域小売業を取り巻く環境変化と消費行動」「持続可能性からみた居住地の評価」「プロスポーツにおける集客戦略」「小倉都心地区の商業環境と来街行動」「通勤時利用交通手段とモビリティマネジメント」「地域産業の創造性開発」のテーマをそれぞれ掲げ、地域課題解決に向けた政策提言へつなげるという視点から、各研究課題に取り組んでいます。

### 2. 関門地域研究（下関市立大学との共同研究）

北九州市立大学都市政策研究所（2006 年度に北九州産業社会研究所を改称）と下関市立大学附属地域共創センター（2007 年度に産業文化研究所を改称）が共同で設立した「関門地域共同研究会」は、1994 年度から関門地域に関する調査研究を行っています。

2010 年度は 2 つのテーマに取り組みました。一つは、2008 年度に取り上げた斜面地居住の生活問題に改めて着目し、アンケート調査等を通じた実態の把握・分析と政策課題に係る考察等を行いました。二つ目は、2009 年度に実施した若年者労働市場に関する調査研究に続き、高齢者の雇用に着目してアンケート調査を実施し、分析・考察を行いました。

また、2010 年 6 月には、前年度の実施内容をもとに「関門地域における企業の雇用ニーズと若年者の能力」に関する成果報告会を下関市において開催し、成果を地域に還元しました。

なお、関門地域共同研究会の運営に関し、大学コンソーシアム関門との連携の可能性等に関する検討も行いました。

### 3. 受託事業

地域が抱える中・長期的な課題に対して、学際的・中立的視点から調査研究を行い、その成果を政策立案や助言指導などにより広く地域に還元し、地域社会の発展に努めています。

今年度受託した調査研究のテーマは、北九州市の商圈調査、J リーグスタジアム調査、LED（発光ダイオード）の地域経済への影響、太陽光発電システムのリサイクルシステムの検討、ベトナム・ハイフォン市の人材育成及び技術指導計画策定、ロシア・チェリャビンスク州の投資戦略策定など、多岐に亘っています。

### 4. 研究交流

2010 年 11 月 3 日から 6 日までの 4 日間、韓国・仁川発展研究院との研究交流を行いました。本年度は本学において「都市の交通政策」をテーマとした「研究発表会」を行い、発表者それぞれ

の専門的立場から興味深い研究成果が報告されました。あわせて、北九州都市モノレール、九州鉄道記念館、門司港レトロ観光トロッコ列車、J R小倉駅周辺の交通施設などの現地視察を実施しました。以下に、発表題目と発表者名（敬称略）のみ紹介いたします。

- 「北九州市環境首都総合交通戦略」（北九州市建築都市局都市交通政策課 泊伸明）
- 「自転車タクシーを活かしたまちづくりの課題」（北九州市立大学都市政策研究所 内田晃）
- 「Green Transportation Policy of Incheon City」（仁川発展研究院都市交通研究室 林聖洙）
- 「Introduction of the Status and Future Plan about Public Transportation in Incheon Metropolitan City」（仁川発展研究院都市交通研究室 韓鐘学）

## 2010 年 都市政策研究所 刊行物

| 都市政策研究所紀要 第4号<br>2010 年 3 月発行                                |                                             |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| タイトル                                                         | 執筆者（所属）                                     |
| 自転車タクシーの走行に適した都市空間に関する研究<br>ー日本とインドネシアの比較調査よりー               | 内 田 晃<br>(都市政策研究所)                          |
| ケーブルカー活用の意義と可能性<br>ー帆柱ケーブルの活用に関する検討を通じてー                     | 伊 藤 解 子<br>(都市政策研究所)                        |
| 多様な市民意見の政策反映に関する一考察<br>ー防犯をテーマとした宗像市まちづくり検証会議（試行）を<br>事例としてー | 南 博<br>(都市政策研究所)                            |
| 地域活動への参加要因に関する試論<br>ー調査結果に基づいてー                              | 石 塚 優<br>(都市政策研究所)                          |
| 創造的都市論の課題と可能性                                                | 岡 俊 明<br>(日本経済政策学会)<br>吉 村 英 俊<br>(都市政策研究所) |

| 地域課題研究<br>2010 年 3 月発行                     |                                                                                                                 |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| タイトル                                       | 執筆者（所属）                                                                                                         |
| 第一章 良好な住宅ストック形成に向けた中古住宅流通の課題               | 伊 藤 解 子<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                                                                                     |
| 第二章 自転車を活かしたまちづくりの課題と展望                    | 内 田 晃<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                                                                                       |
| 第三章 知識社会における都市政策<br>一見えざる都市の質に関する考察を中心として一 | 岡 俊 明<br>(日本経済政策学会)                                                                                             |
| 第四章 リサーチパークに要求される機能・環境                     | 吉 村 英 俊<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                                                                                     |
| 第五章 就業及び居住に関する国際比較                         | 吉 村 英 俊<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                                                                                     |
| 第六章 折尾地区の研究開発拠点としての評価と展望                   | 吉 村 英 俊<br>(北九州市立大学都市政策研究所)<br>吉 田 潔<br>(北九州市立大学大学院マネジメント研究科非常勤講師)<br>(株式会社地域マーケティング研究所)<br>岡 俊 明<br>(日本経済政策学会) |
| 第七章 折尾地区のブランド化とその方向性                       | 吉 田 潔<br>(北九州市立大学大学院マネジメント研究科非常勤講師)<br>(株式会社地域マーケティング研究所)                                                       |

| <p>地域課題研究</p> <p>「地域づくり」に関する調査研究報告書</p> <p>2010年3月発行</p>        |                                                  |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| タイトル                                                            | 執筆者（所属）                                          |
| <p>第1部 地域資料に関する調査研究</p> <p>地域資料に関するアンケート結果</p>                  | <p>石 塚 優</p> <p>(北九州市立大学都市政策研究所)</p>             |
| <p>地域づくりのための資料をどう残し活用するか</p> <p>～市民センターを対象にした地域資料の現状調査について～</p> | <p>山 田 留 里</p> <p>(北九州社会教育・生涯学習研究会)</p>          |
| <p>調査票：「地域資料」に関するアンケート調査</p>                                    |                                                  |
| <p>第2部 地域づくりに関する調査研究及び活動</p> <p>北九州市議会議員の議員活動広報状況についての調査</p>    | <p>岩 丸 明 江</p> <p>(北九州NPO研究交流会運営委員)</p>          |
| <p>子育て期の親のためのコミュニケーションプログラムのあり方</p>                             | <p>岩 丸 明 江</p> <p>(NPO法人GGPジェンダー・地球市民企画代表理事)</p> |
| <p>公－民パートナーシップと協働</p>                                           | <p>山 崎 克 明</p> <p>(北九州市立大学名誉教授)</p>              |
| <p>転換点に立つ地域福祉－奥田知志氏に聞く</p>                                      | <p>山 崎 克 明</p> <p>(北九州市立大学名誉教授)</p>              |

| 2009 年度 地域課題研究<br>スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究<br>2010 年 3 月 発行  |                                                                 |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| タイトル                                                       | 執筆者（所属）                                                         |
| 第 1 章 はじめに<br>～スポーツを通じた地域活性化に関する基礎的研究について                  |                                                                 |
| 第 2 章 シンポジウム「スポーツを通じた北九州地域の活性化」                            |                                                                 |
| 第 3 章 J リーグチームと大学生の連携に関する研究<br>—学生の主体性と活動の継続性を生み出すための二つの鍵— | 北九州市立大学<br>学生グループ NavyWavy<br>(指導) 見 館 好 隆<br>(北九州市立大学キャリアセンター) |
| 第 4 章 J リーグ加盟当初のギラヴァンツ北九州に関する市民<br>意識分析                    | 南 博<br>神 山 和 久<br>片 岡 寛 之<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                   |
| 第 5 章 総合型地域スポーツクラブ事業の現状と課題                                 | 上 村 英 樹<br>(NPO 法人北九州スポーツ<br>クラブ ACE 理事長)                       |
| 第 6 章 おわりに                                                 | 南 博<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                                         |
| 参考資料                                                       |                                                                 |
| 1. 前年度研究「プロサッカーチームが北九州市に与える経済<br>効果に関する研究」概要               |                                                                 |
| 2. シンポジウム会場でのアンケート結果                                       |                                                                 |

| <p>関門地域研究 Vol. 19 若年者労働市場</p> <p>2010 年 3 月発行</p> |                                               |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| タイトル                                              | 執筆者（所属）                                       |
| 第 1 部 北九州市における学卒労働市場の調査                           | 晴 山 英 夫<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                   |
| 第 1 章 北九州市の雇用の現状                                  |                                               |
| 第 2 章 学卒労働市場と若年者雇用                                | 吉 村 英 俊<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                   |
| 第 3 章 北九州地域の大学院、大学、短大・高専、実業高校<br>卒業生の就職地域         |                                               |
| 第 2 部 企業の雇用ニーズと若年者の能力に関する調査                       | 真 鍋 和 博<br>(北九州市立大学地域創生学群)                    |
| 第 1 章 企業が若年者に求める能力                                |                                               |
| 第 2 章 企業の若年者に対する研修実施状況                            | 見 館 好 隆<br>(北九州市立大学キャリアセンター)                  |
| 第 3 章 ニーズ等に係わる事例調査                                |                                               |
| 第 4 章 若年者の転職意向<br>(若年ワークプラザ・ヒアリング調査)              | 真 鍋 和 博<br>(北九州市立大学地域創生学群)                    |
| 第 5 章 北九州市立大学における基礎力調査                            | 見 館 好 隆<br>(北九州市立大学キャリアセンター)                  |
| 第 3 部 下関市内の雇用・就業状況についての考察<br>序章 下関市の就業状況          | 素 川 博 司<br>道 盛 誠 一<br>田 中 裕美子<br>(下関市立大学経済学部) |
| 第一部 下関市の雇用動向と若年者就業意識                              | 素 川 博 司<br>道 盛 誠 一<br>(下関市立大学経済学部)            |
| 第 1 章 市内事業所の雇用動向                                  |                                               |
| 第 2 章 市内に居住する若年者の就業意識                             | 道 盛 誠 一<br>田 中 裕美子<br>(下関市立大学経済学部)            |
| 第二部 企業の期待する人材と若年者の自己評価                            | 素 川 博 司<br>道 盛 誠 一<br>(下関市立大学経済学部)            |
| 第 1 章 市内事業所が期待する人材像                               |                                               |
| 第 2 章 基礎的な能力に関わる自分像                               | 道 盛 誠 一<br>田 中 裕美子<br>(下関市立大学経済学部)            |
| 終章 若年者の就業についての基礎的考察                               | 道 盛 誠 一<br>(下関市立大学経済学部)                       |
| 付録 斜面地居住の生活問題と社会関係-2009 年度調査から-                   | 土 屋 敏 夫<br>(下関市立大学経済学部)                       |
| 1. 下関市における斜面地居住者の生活問題                             |                                               |
| 2. 斜面地に居住する高齢者の日常生活の問題と社会関係に<br>関する調査             | 石 塚 優<br>(北九州市立大学都市政策研究所)                     |

| 都市政策研究所ニュース 第 51 号 (2010 年 1 月 1 日発行) |                      |
|---------------------------------------|----------------------|
| タイトル                                  | 執筆者 (所属)             |
| 自然素材を活かした風景づくり・まちづくりへの期待              | 内 田 晃<br>(都市政策研究所)   |
| 中古住宅を活用した多様な住宅ストックの形成に向けて             | 伊 藤 解 子<br>(都市政策研究所) |

| 都市政策研究所ニュース 第 52 号 (2010 年 4 月 1 日発行) |                      |
|---------------------------------------|----------------------|
| タイトル                                  | 執筆者 (所属)             |
| 都市政策研究所に期待されること<br>～都市政策研究所長就任に当たって～  | 古 賀 哲 矢<br>(都市政策研究所) |
| 市民活動からソーシャルビジネスへ：振興策の課題               | 松 永 裕 己<br>(都市政策研究所) |

| 都市政策研究所ニュース 第 53 号 (2010 年 7 月 1 日発行) |                      |
|---------------------------------------|----------------------|
| タイトル                                  | 執筆者 (所属)             |
| 関門地域共同研究会の前年度成果報告会：開催報告               | 南 博<br>(都市政策研究所)     |
| 北九州市商圈調査について～今後の政策立案に向けて～             | 片 岡 寛 之<br>(都市政策研究所) |

| 都市政策研究所ニュース 第 54 号 (2010 年 10 月 1 日発行)               |                      |
|------------------------------------------------------|----------------------|
| タイトル                                                 | 執筆者 (所属)             |
| 初代、2 代の大学附置研究所、その設立趣旨に回帰する<br>～都市政策研究所の成長期への移行をめざして～ | 神 山 和 久<br>(都市政策研究所) |
| 地域活動活性化を阻害する要因について考える                                | 石 塚 優<br>(都市政策研究所)   |

※ 所属は、発行時のもの

## 2010 年 都市政策研究所 事業日誌

| 月 | 日                        | 事業内容                                                                                         |
|---|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 13<br>23～2/1<br>26<br>30 | 福岡県街路事業促進協議会研修会<br>【出張】自転車タクシー調査(ドイツ)<br>【出張】現地調査(ベトナム)<br>地域づくり研究会                          |
| 2 | 19<br>19<br>23           | 北九州市役所職員研修<br>環境イノベーションフォーラム講演<br>関門地域共同研究会運営委員会                                             |
| 3 | 3<br>20～25               | 地域づくり研究会<br>【出張】自転車タクシー調査(シンガポール、マレーシア)                                                      |
| 4 | 15<br>17<br>24           | 都市政策研究所・研究報告会<br>遠賀・中間広域連携シンポジウム<br>地域づくり研究会                                                 |
| 5 | 6<br>8<br>22             | 関門地域共同研究会運営委員会<br>道州制に関する講演(佐賀県鳥栖市)<br>地域づくり研究会                                              |
| 6 | 15<br>23～25<br>26<br>29  | フィンランド・オウル大学 スーレ研究所来訪<br>産学連携学会(函館)<br>九州大学国際学術交流フォーラム「非東京の地域デザインを九州から考える」<br>関門地域共同研究会成果報告会 |
| 7 | 4<br>13～20<br>31         | 地域づくり研究会<br>ベトナム・ハイフォンとの産業経済交流に係わる調査<br>地域づくり研究会                                             |

| 月  | 日                             | 事業内容                                                                                  |
|----|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | 16～25<br>17～24<br>26～28       | 自転車タクシー調査(ドイツ、フランス等)<br>フィンランドの産業クラスター調査<br>経営工学国際シンポジウム 2010                         |
| 9  | 7<br>9～11<br>25<br>29～30      | 東谷地区まちづくり講演会<br>日本建築学会全国大会 2010(富山大学)<br>地域づくり研究会<br>函館国際水産・海洋都市構想調査                  |
| 10 | 23<br>23～24<br>28<br>30<br>31 | 地域づくり研究会<br>【学会】日本都市学会<br>産業経済研究会<br>地域住宅計画全国シンポジウム 2010 丹波篠山大会<br>【学会】日本スポーツマネジメント学会 |
| 11 | 9<br>13～20                    | 【講演】九州経済同友会九州はひとつ委員会<br>対日投資戦略策定のための現状調査(ロシア・チェリャビンスク)                                |
| 12 | 11<br>16～19<br>21             | 地域づくり研究会<br>自転車タクシー調査(カンボジア・タイ)<br>産業経済研究会                                            |

---

---

## 都市政策研究所紀要 第5号

2011年3月25日 印刷

2011年3月31日 発行

発行所 公立大学法人 北九州市立大学

都市政策研究所

〒802-8577 北九州市小倉南区北方4丁目2-1

電話 093-964-4302

FAX 093-964-4300

印刷所 南印刷所

〒804-0066 北九州市戸畑区初音町4-6

電話 093-881-4048

---

---

**STUDIES**  
OF  
INSTITUTE FOR  
URBAN AND REGIONAL POLICY STUDIES  
CONTENTS

|                                                                                                                            |                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----|
| A Current state and future prospects of the vocational education in Viet Nam                                               | Hidetoshi YOSHIMURA..... | 1  |
| Problems to activate the existing housing market<br>-Research on actual conditions of existing housing in Kitakyushu City- | Tokiko ITO.....          | 19 |
| Problems for the sustainable management for velotaxi based on advertising strategy                                         | Akira UCHIDA.....        | 43 |
| Comparative Study on Social Relations of One Person Households and Other Type Households of the Aged                       | Masaru ISHITSUKA.....    | 53 |
| Stadium spectator analysis of Giravanz KITAKYUSHU in the first year of JLeague participation                               | Hiroshi MINAMI.....      | 75 |

No.5  
March 2011  
INSTITUTE FOR URBAN AND REGIONAL POLICY STUDIES  
THE UNIVERSITY OF KITAKYUSHU  
KITAKYUSHU CITY, JAPAN