

## 地域レベルにおける協働についての一考察

～秦野市と武蔵野市を事例として～

大瀬 浩子

### 概要

本論文では、地域レベルでの協働のあり方について、秦野市と武蔵野市で行われている協働を事例として取り上げ、比較し考察する。秦野市の協働は、上智短期大学の「サービスマーケティング活動」を取り上げ、武蔵野市の協働は、「むさしのリユースキャンペーン」を取り上げる。「サービスマーケティング活動」については、上智短期大学二年生へのヒアリング調査を行った。「むさしのリユースキャンペーン」については、キャンペーンが行われた吉祥寺地区と、キャンペーンが行われていない渋谷地区におけるリユース容器使用率を比較し、その成果を示した。また、武蔵野市でゴミの減量に関わるボランティアを行っている住民へのヒアリング調査を行った。これらの調査により、地域レベルの協働について、その影響や成果を提示するとともに、今後の課題や可能性について述べる。

### ～はじめに～

本論文は、上智短期大学の「サービスマーケティング活動」を、チューターという立場でサポートして得た経験から出発している。「サービスマーケティング活動」は、秦野市において、上智短期大学の教職員、上智短期大学の学生、秦野市などとの協働で行われている、外国籍市民への学習支援である。

「むさしのリユースキャンペーン」は、武蔵野市、企業、市民、NGO との協働で行われた、循環型社会構築へむけたキャンペーンである。

「サービスマーケティング活動」と、「むさしのリユースキャンペーン」は、地域社会における協働という点で共通している。「サービスマーケティング活動」は、主に地域の外国籍市民への学習支援活動であり、「むさしのリユースキャンペーン」は、地域の循環型社会の促進を目的とした活動である。

それぞれ目的は違うが、目的を達成していくプロセスとして、地域社会で協働が行われている点は共通している。「サービスマーケティング活動」と「むさしのリユースキャンペーン」を、取り上げ比較することにより、地域における協働について考察してゆく。

## 1. 地域社会と協働

### 1-1 地域社会とは

地域社会とは、英語の local community の訳であり、どのように捉えるかについては、これまで様々は社会的アプローチがなされてきた。

R・M・マッキーバー<sup>1</sup>は、地域社会の形成に着目し、「コミュニティ」という概念を初めて学問上に提起した。マッキーバーは、著書「コミュニティ」において、アソシエーションとの対比においてコミュニティを次のように定義している。

「私は、コミュニティという語を、村とか町、あるいは地方や国とかもっと広い範囲のいずれかの領域を指すのに用いようと思う。ある領域がコミュニティの名に値するには、それより広い領域からそれが何程か区別されなければならない、共同生活はその領域からそれらが何らかの意味をもついくつかの独自の特徴をもっている。物理的、生物学的、心理学的な宇宙諸法則のすべては、共に生活する諸存在を互いに類似させるうえに力を貸している。人間が共に生活するところには常に、ある種のまたある程度の独自の共通の諸特徴—風習、伝統、言葉使いそのほかが発達する。」<sup>2</sup>

つまり、マッキーバーによれば、コミュニティとは地域社会における共同生活体であり、人間社会がつくりだす地域的領域である。また、共同生活や共同感情を生み出すのに基本となる場所であるということである。

### 1-2 地域社会における協働の分類

地域社会における協働は、主として、住民、自治体、大学、NPO、企業、財団公団などの主体により行われる。住民と自治体、企業と自治体、また住民とNPOと自治体で行われる場合など、主体の組み合わせは様々である。持続する期間も、永続的なものと一時的なもの、またその中間的なものもある。取り組みが行われている分野は、多岐にわたっている。環境、多文化共生、福祉、人権保護、災害援助、地域の安全など幅広い。

地域社会における協働がどのように行われているかを見る場合、取り組みが行われているのがどの分野で、参加している主体がどこであるか、活動期間がどれくらいかの三点（分野、参加主体、活動期間）を見ることにより、大まかな分類をすることが出来る。

---

1. イギリス出身のアメリカの社会学者、1882-1970。

2. R・M・マッキーバー（2009）

## 2. 秦野市における協働

### ～上智短期大学サービスラーニング活動を実例として～

#### 2-1 上智短大のサービスラーニング活動とは

上智短大のサービスラーニング活動とは、「社会参加、実践を通じた学外での学びと、授業などの学内での学びの融合」である。学生は学内で学んだ知識を基に、奉仕活動を行う。たとえば、地域の小学校国際教室での日本語教育支援、地域の外国籍市民を対象とした日本語・教科支援ボランティアコミュニティフレンドなどである。また、地域社会での奉仕活動をアカデミックな学内での学びと関連させ、地域から得られた体験を振り返り、社会性を核としたさまざまな能力を育てていく学習プロセスである。<sup>3</sup>

#### 2-2 学生へのヒアリング調査

サービスラーニング活動の経験が、上智短期大学の学生の進路へ、またボランティアや地域社会への考え方に、どのような影響をもたらすのか、在学生（2年生）5人に、2010年7月に上智短大サービスラーニングセンターにて、ヒアリングを行いまとめた。

地域社会における協働への意識とボランティアを続ける動機について、また、学生ボランティアであるということから、サービスラーニング活動が進路決定に及ぼした影響についてヒアリングを行った。

#### ・地域社会における協働への意識とボランティアを続ける動機について

##### 【Aさん】

地域社会において、行政が介入してくることは時として非常に有効的であるし、また必要なことだと思う。行政が介入する場合、行政システムの中に市民やボランティアを引き寄せるのではなく、市民を中心に考え、地域の中に行政が歩み寄る姿勢を見せることが、協働をよりよいものにしていくと思う。大学やNGOなどの非営利団体と市民のボランティアを中心とする協働が、のぞましいと考えている。

秦野市におけるボランティアでは、外国籍市民への学習支援をしているが、外国籍市民への学習支援への理解と興味が深まるとともに、他の分野へのボランティアへの興味も大きくなった。ボランティアの分野（環境、福祉、国際理解など）で分けて考えるよりも、ボランティア自体の構造の重要性を認識し始めた。どのような分野のボランティアであっても、ボランティアがやりがいを持って取り組めることが最も大切なことであると思う。よりやりがいを持って活動出来る構造をつくることが重要であると思っている。私にとってのやりがいは、外国籍市民の方との会話を重ねることにより、意思の疎通が出来た

---

3. 上智短期大学ホームページ

ことであり、それがボランティアを続ける大きな動機の一つになっている。

**【Bさん】**

様々な背景を持つ外国籍の人々に、一対一で長い期間接し、お互いに交流を深めることには、地域社会という狭い地域の中だからこそ、より親密で安定した関係が築けるのだと思った。高校時代、ボランティアに興味はなかったが、地元にはブラジルやペルー国籍の人々が多くいることを再認識し、改めて地元の地域の外国籍市民支援の状況について意識を向けるようになった。

ボランティアには様々な分野のものがあるが、人々とコミュニケーションをとることにより、関係を築き上げることに、最も活動の意義を感じる。ボランティアする側、される側双方にとって心地よいコミュニケーションがとれ、その結果、お互いに良い形で出せれば、それがどの分野であっても関わりたいと思う。ボランティアを続ける動機となるのは、人とのコミュニケーションにより関係を築き、その結果、何かしら有意義なものが生み出せることが実感できることである。

**【Cさん】**

ボランティアには短大入学以前から興味があったが、短大を通じて活動できることに安心感があり、敷居を高く感じることなく、また不安感を感じることなくスムーズに活動を始められたことは大きい。地域社会においてボランティアに興味がある人は多いと思うが、いざ始めるとなるとどこに行けば良いのか分からない場合が多々あると思う。また、ボランティアされる側にとっても、地元地域にある身近な大学が介入し学生が関わることに、安心感が持て敷居も低くなる利点があるのではないかな。

ボランティアに関わることは、分野に関わらず続けていきたい。自発的なものだけに責任感を感じるが、その分やりがいがある。会社や学校は、上司や先生から発信されることに答える形が多くなりがちだが、ボランティアでは自発性とそれにとまなう責任感と充実感がある。外国籍市民とのふれ合いの中に充実感を感じ、おのずと自発性が高まる。ボランティアを続ける動機の主なものとしては、自らの意志で自発的に参加することによる責任感と、外国籍市民とのふれ合いで感じる事が出来る充実感である。

**【Dさん】**

ボランティアは、上智短大のコミュニティフレンドしか経験が無いが、コミュニティフレンドを経験したことにより、他の分野のボランティアにも興味広がっている。地域に安心して暮らしていくためにも、人と人との繋がりの重要性を感じている。ボランティアの経験をしたことにより、人と人との繋がりは、地域社会の活力になり得ることを実感している。

常に、人に必要とされ人助けがしたいという気持ちが強く根底にある。また、自分の周りの人たちと、アットホームに繋がってほしいと思いがあり、ボランティアはその思いを満たしてくれる。人との繋がりがそれがもたらす安心感が、ボランティアに求めるものであ

り、そこが動機にもなっている。

**【Eさん】**

生まれ育った地域には外国籍の住民が多くなかった。秦野市に住むようになって、地域によりさまざまな特色があることが分かった。各地域ごとに、ボランティアを必要とする分野が変わってくるのではないかと思った。どのような分野が必要とされても、地域単位という比較的狭い範囲のなかだからこそ、きめ細かい対応が可能で成果を出しやすいと思った。

一対一、一対複数のコミュニケーションや分野の多様性もあり、ボランティアの形は様々だが、より良いコミュニケーションを築くことは、双方にとって気持ちの充実感をもたらす。コミュニケーションによって得られる充実感こそがボランティアに求めるものであり動機でもある。

**・サービスマーケティング活動が進路決定に及ぼした影響について**

**【Aさん】**

短大入学当時はマスコミ業界への就職を希望し、新聞学科などマスコミへの就職に繋がりのやすい学科へ編入を希望していた。しかし、ボランティアを続ける中で、人への貢献や援助への興味が深まり、地域福祉の分野へ進みたいと思うようになった。

**【Bさん】**

現在は英語を専攻しているが、もともと大学は医療系学部に進学し、出来るだけ直接的に人を助ける仕事に就きたい希望があった。SL活動を通じて、多少なりとも、もともとしたいと思っていた人の役にたつことに関わられて嬉しく思っている。就職もなるべく直接的に人の役に立つ仕事がしたいと思っている。サービスマーケティング活動を経験したことにより、具体的には、外国籍市民の多い自治体の職員となって、外国籍市民を支える仕事をしたいと思っている。

**【Cさん】**

1年次から、多文化共生に興味があり、それを学べる学部への編入学希望であるが、サービスマーケティング活動を通して、さらにその分野への興味が深まった。以前から多文化共生における問題意識はあったが、それを現実問題としてより身近に感じるようになった。

編入することが出来たら、サービスマーケティング活動から発生した問題意識をもちながら研究したい。

**【Dさん】**

サービスマーケティング活動により、小学校の教員になりたいと明確に思うようになり、小学校の教員免許が取得出来る大学へ編入希望である。サービスマーケティング活動をつうじて個々の児童と密接にコミュニケーションをとった経験により、外国籍児童の内面への理解が深まった。そのことにより、外国籍児童の小学校における学習について、さまざまな問

題点を認識した。その問題点を改善する方法について、編入先の大学で研究するとともに、小学校教員になり研究を活かしてゆきたい。

#### 【Eさん】

企業における人材能力開発に興味があり、そのようなことが研究出来る学部への編入を希望している。小学校において、外国籍の子供が、先生とより良くコミュニケーションがとれている授業では積極的に勉強に取り組んでいるのに対し、先生とのコミュニケーションが希薄である授業では、その授業の科目に苦手意識を持つようになる過程を見た。コミュニケーションの質や量が、個人の能力を引き出す要因になり得ることを理解し、人材能力開発をコミュニケーションの側面から研究したいと思うようになった。

以上、5人の学生へのヒアリング調査である。次に、このヒアリング調査をもとに、考察してゆきたい。

### 2-3 ヒアリング調査からの考察

サービスマーケティング活動を体験した、5人の2年生からのヒアリングから、サービスマーケティング活動は学生の進路、地域社会とボランティアへの意識へ、少なからず影響があることが分かった。

地域社会におけるボランティアについては、地域社会という比較的狭い範囲の中であるからこそ、きめ細かく的確な対応が可能であることを、体験により認識している。秦野市において活動することにより、自らの地元の状況について関心をもつようになった学生が多い。サービスマーケティング活動は学生にたいし、進路選択という近い将来に影響を及ぼし、また、ボランティアのやりがいを実感し、地域におけるボランティアの必要性を認識したことにより、遠い将来においてもライフスタイルに影響を及ぼす可能性があるといえる。

ボランティアを続ける動機については、実施されるボランティアの分野が何であれ、人と人とのコミュニケーションによってもたらされる充実感であることを実感し、そこに期待する学生が多い。学生により、「意思の疎通」、「ふれ合い」、「人との繋がり」など表現の違いはあるが、総じて外国籍市民とのコミュニケーションが、やりがいや続ける動機となるようだ。

進路への影響については、学生それぞれが興味を持っている分野が、福祉、経営、初等教育、多文化共生など多様である。そこにサービスマーケティング活動と関わりを個々に見出している。これはサービスマーケティング活動が単に外国籍市民への学習支援というだけでなく、学習機会のさまざまな側面を内包していることを示している。ボランティア経験は、学生がそれぞれもっている興味や関心に関連するかたちで、進学や就職についての多面的な視点をなげかけているといえる。

### 3. 武蔵野市における協働

#### ～循環型社会構築への取り組みを実例として～

#### 3-1 むさしのリユースキャンペーンの目的<sup>4</sup>

武蔵野市は、環境省の「平成 19 年度循環型社会の形成に向けたエコ・コミュニティ事業（循環型社会形成実証事業）」として、東京都武蔵野市をモデル地区に「ファストフード、コーヒーショップと自治体の自主協定によるリユースの推進事業」である「むさしのリユースキャンペーン」を、NGO、企業、市民と協力して実施した。

ファストフード・コーヒーショップチェーンでは、依然として店内飲食に紙やプラスチックの使い捨て容器を使用し、リユース容器の提供を望む多くの利用者の声が、反映されていない店舗も多く見られる。そこで、リユースを実施および推進する意志のある店舗が、自治体と協定を締結（市長にリユース推進宣言を提出）することで、地域における脱使い捨ての目標を共有し、事業者の意欲向上と地域市民のグリーン購入を啓発する。

#### 3-2 キャンペーン実施の概要<sup>5</sup>

##### ■ 2007 年 11 月 参加店舗登録

エクセルシオール・カフェ、サブウェイ、サンマルクカフェ、スターバックスコーヒー、フレッシュネスバーガー、ミスタードーナツ、モスバーガーの、武蔵野市内 7 チェーン 16 店舗が参加

##### ■ 2007 年 12 月 「リユース推進宣言」提出

参加店舗ごとに取組目標を 1)、2)、3) とカテゴリー分けした。

取組目標 1)：全てのドリンクメニューでリユース容器を使用

取組目標 2)：一部のドリンクでリユース容器を使用

取組目標 3)：顧客の希望に応じてリユース容器を使用

##### ■ 2008 年 1 月～ 店内飲食におけるリユース推進の取組み

- ・各店舗の自主的取組みの実施
- ・店頭、レジ前等に小型ポスター掲示。
- ・むさしのリユース推進マップを、各店舗及び武蔵野市施設、商工会議所、吉祥寺駅前の案内所などに設置するほか、武蔵野市内のイベント等で配布。

4. FoE JAPAN (2007)

5. 同上

### 3-3 キャンペーンの成果<sup>6</sup>

むさしのリユースキャンペーンに参加した、サンマルクカフェ、スターバックスコーヒー、サブウェイ、フレッシュネスバーガーについて、吉祥寺地区と渋谷地区において、リユース容器使用率を比較調査した。

#### ・調査方法

各店舗で飲み物（ホットドリンク）を注文し、店内を周り、リユース容器と使い捨て容器の数を数える。

#### ・調査期間と調査回数

1店舗につき、平日2日（2回）と、土日1日（1回）で、合計3回調査を行った。

平日1回目は、2009年6月4日から6月10日の中から1日。

平日2回目は、2009年6月11日から6月17日の中から1日。

土日は、2009年6月20日から7月5日の中から1日。

#### ・調査容器数

吉祥寺地区平日1回目の調査：170個

吉祥寺地区平日2回目の調査：194個

吉祥寺地区土日の調査：202個

渋谷地区平日1回目の調査：218個

渋谷地区平日2回目の調査：223個

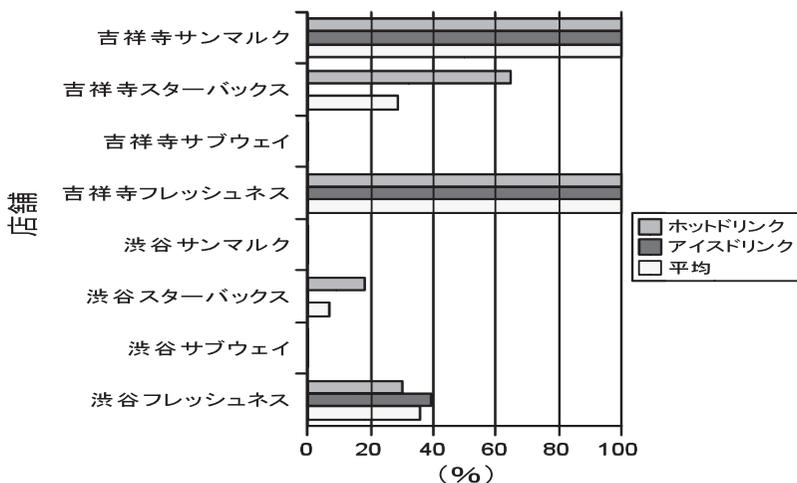
渋谷地区土日の調査：199個

リユースキャンペーンが実施された吉祥寺地区と、実施されていない渋谷地区の店舗ごとのリユース容器使用率を、比較をすると、サブウェイは吉祥寺地区、渋谷地区ともに0%であるが、サンマルク、スターバックス、フレッシュネスバーガーは、いずれも、吉祥寺地区の方が渋谷地区に比べて、リユース容器使用率が高い。

---

6. 上智大学大学院地球環境学研究科（2010）

吉祥寺地区と渋谷地区のリユース容器使用率



	リユース容器率		
	ホットドリンク	アイスドリンク	合計
吉祥寺サンマルク	100% (69個/69個)	100% (86個/86個)	100% (155個/155個)
吉祥寺スターバックス	65% (106個/163個)	0% (0個/202個)	29% (106個/365個)
吉祥寺サブウェイ	0% (0個/10個)	0% (0個/12個)	0% (0個/22個)
吉祥寺フレッシュネス	100% (6個/6個)	100% (14個/14個)	100% (20個/20個)
渋谷サンマルク	0% (0個/72個)	0% (0個/88個)	0% (0個/160個)
渋谷スターバックス	18% (23個/125個)	0% (0個/199個)	7% (23個/324個)
渋谷サブウェイ	0% (0個/5個)	0% (0個/12個)	0% (0個/17個)
渋谷フレッシュネス	30% (16個/53個)	39% (38個/98個)	36% (54個/151個)

また、サンマルクカフェ、スターバックスコーヒー、サブウェイ、フレッシュネスバーガー各本社へのヒアリング調査によれば、リユース容器の使用率を高めることへの障害としては、1) スペースの問題（リユース容器の置き場所の問題）、2) リユース容器の洗浄など手間（人件費）の問題、3) リユース容器の盗難の問題、などが主だったものであるが、一番大きな要因としては、スペースの問題が大きいようだ。

フレッシュネスバーガーは、新しい店舗から順次、リユース容器を廃止して使い捨て容器に変更している。サンマルクカフェは、使い捨て容器を使用している店舗を改装することにより、リユース容器を置くスペースを確保する具体的な方向性にある。スターバックスは、当面は現状維持の方向性。サブウェイは、リユース容器を使う方向性に向かう意思はありながら、まだ具体的な方策は打ち出されていない。このように、リユース容器の使用に関する企業の動向は様々である。

様々な企業の意向がある状況の中で、自治体という比較的狭い範囲の中で、きめの細かい対策を施すことにより、企業の対応の相違をある程度揃え、一定の成果を出すことが出来た。

自治体という範囲の中においては、NGO・NPO、自治体、市民の協力により、企業の対応の違いを出来る範囲で揃え、循環型社会推進に向けて成果を上げていける可能性が示されたといえる。

### 3-4 武蔵野市民へのヒアリング

武蔵野市では「むさしのリユースキャンペーン」の他に、さまざまなゴミ減量に関する活動が行われている。武蔵野市民のゴミ減量に関するボランティアに関わっている方々の、地域社会における協働への意識とボランティアを続ける動機について、2010年9月、男女3名の方々にヒアリング調査を行った。

#### 【Aさん 40歳代 女性】

地域社会へボランティア通して貢献することにより、自らの生活にさまざまな情報を取り入れることが出来る。ボランティアへ参加し、人間関係が築かれていくことにより、子供の学校の情報や、地域の安全に関する情報などが得られる場合が少なからずある。市民と武蔵野市との連携をさらに深める必要を感じるが、市側の担当者が数年で変わってしまうため、ままならない部分が多い。

もともとは、環境問題に感心がありゴミ減量を行うことを目的とした地域ボランティアであったが、ボランティアを行う他の人々との間の地域情報の交換は有意義だ。つまり、ボランティアを始めるきっかけは、ゴミ減量への感心であったが、継続していく動機となるものはそれだけではなく、地域社会のあらゆる情報を共有できる点も多い。

#### 【Bさん 50歳代 女性】

もともとは、子供が大きくなり、手がかからなくなったことで、何か地域に貢献がしたいと思ったことと、転勤で武蔵野市に引っ越してきたため地域に詳しくなく、地域住民との関わりが少ないことを感じていたため、ボランティアに参加するようになった。ボランティアを続けて6年になるが、共働き世帯が増えたこともあり、若い女性の参加が以前より少なくなり、ボランティアする市民が高齢化していることを危惧している。

行政に広く若い世帯への呼びかけをしてもらいたい。さらには、企業への呼びかけも積極的にして欲しい。個人では出来ない呼びかけを行政にしてもらい、市民、行政、企業などのまとめ役になってもらいたい。

現在、ボランティアを続けている動機は、ゴミの減量が少しずつでも目に見える形で成果を出しているということと、成果を出すためには、ボランティアに参加している人々との連携の重要性を認識しているため、その関係性を継続させたいと思う気持ちが大きい。

#### 【Cさん 70歳代 男性】

ボランティアに参加するきっかけは、もともと妻が参加していたからである。会社を定年退職し、妻に誘われる形で活動に参加するようになった。ボランティア活動の中で知り合った同年代の人々と、ボランティア以外でもコミュニケーションを取る機会を得られる

のではないかと期待もあった。武蔵野市は世間の環境問題への関心の高まりを反映して、以前より積極的な姿勢を示すこともあるが、市側のゴミ減量への姿勢をさらに強く打ち出すことが市民へのボランティア活動の呼びかけに繋がると考えている。

ゴミ減量への感心は、当初それほどあるとは言えなかったが、活動により成果が見えてくると、次第に、環境問題への関心も大きくなってきた。地域住民とのコミュニケーションや情報交換を目的として活動に参加し始めたが、ボランティアを続けることにより、ゴミ問題、環境問題への興味が深くなった。現在、ボランティアを継続している動機の主なもの、地域における住民同士のコミュニケーションの継続と、ゴミ減量への関心の高まりである。

### 3-5 ヒアリング調査からの考察

ヒアリングした3名の方々は、現在は3名とも環境問題、ゴミ問題に関心があり、地域におけるボランティア活動へ参加することの動機にもなっている。しかし、活動のきっかけは必ずしもゴミ減量が最大の活動目的ではなく、地域社会の中で、他の市民とのコミュニケーションそのものや、コミュニケーションを通じた情報交換などを求めて活動を始めた場合もあることがわかる。逆に、活動当初はそれほど環境問題に興味が大きくなくても、活動を継続していく中で、次第にゴミ減量への関心が高くなっていく場合もあるようだ。

地域社会において、ゴミ問題を解決の方向へ向かわせることは、住民の連携が核となるものであり、連携を強固なものにするためには、コミュニケーション自体や、そこから発生する住民同士の有意義な情報交換なども重要な要素になる。このヒアリング調査から、人と人との繋がりを基本として重視した上で、さらに行政や企業との関わりを深めていくことが、地域における協働の方向性として示唆されている。

## 4. まとめ—秦野市・武蔵野市における協働の比較—

地域社会における協働の例として、秦野市における上智短大のサービスラーニング活動と、武蔵野市におけるリユースキャンペーンの取組を事例として取り上げた。この二つの事例は、秦野市は外国籍市民への学習支援、武蔵野市は循環型社会の構築と、異なった分野の取組みである。しかし、地域社会における協働という点は共通している。二つの事例とも、地域という狭い範囲での活動により、よりきめの細かい対応が可能になり、成果も目に見えやすくやりがいもあることが分かる。

秦野市の取組みから武蔵野市の取組みが取入れるべき点は、安定的かつ長期で取組むことである。秦野市における協働は、短大のカリキュラムに組み込むことによって、安定して長期的な活動が行える。一過性のキャンペーンでは、たとえ成果があったとしてもそれがその後、サポートなしに成果を出し続けていくのは難しい面もある。長期的に行いフィードバックを

繰り返し、よりよい活動に育てていくことが望ましい。継続性のある活動が、経験の蓄積をもたらすことにより、持続的な地域社会構築に繋がる。

武蔵野市の取組みから秦野市の取組みが取り入れるべき点は、市民の多くを巻き込んでいるという点である。コーヒーショップやファストフードを利用する市民は多い。多くの市民を巻き込むことは影響力も大きく、市民への環境教育の側面を考えると、有効なキャンペーンであったといえる。秦野市における協働においては、外国籍でない市民との連携の部分を進める余地がある。短大の学生の活動を、市民にまで広げることで、地域全体における意識共有を拡大していくことが、さまざまな可能性の拡大に繋がるのではないかな。

分野の違う二つの協働の実例であるが、二つを比較することにより、協働をよりよくするために有効な点をお互い取入れれば、現在より大きな成果へと繋がる可能性が考えられる。

また、上智短大生、武蔵野市民へのヒアリング調査により、地域レベルで問題を解決していく過程において、人々のコミュニケーションの重要性を認識できた。人々がもともと持っているコミュニケーションへの欲求は、人と人との繋がりをもたらし、意思の疎通を促すことにより、あらゆる分野の問題への共通認識を生む。さまざまな分野における問題解決への道は、問題の認識を共有したところからはじまると考えるならば、コミュニケーションは問題解決の原点となりうるのではないかな。

## 引用文献

- R・M・マッキーバー著 中久郎・松本通晴監訳 (2009) 「コミュニティ」(ミネルバ書房)  
上智短期大学ホームページ (<http://www/jrc.sophia.ac.jp>)  
FoE JAPAN (2007) 「むさしのリユース推進キャンペーン 2007 年度活動報告書」  
大瀬浩子 (2010) 「循環型社会に向けた自治体レベルの取組に関する研究ーリユースプロジェクトを実例としてー」(上智大学地球環境学研究科 地球環境学ジャーナル)