

地域住民の交流拠点としてのコミュニティスタジオに関する報告

—「第三の場」としての機能と可能性—

A report of community studio as a hub for residents' interaction
—Functions and possibilities as "Third place"—

相良 友哉¹

¹東京都健康長寿医療センター研究所 社会参加と地域保健研究チーム

Tomoya Sagara¹

¹Research Team for Social Participation and Community Health, Tokyo Metropolitan Institute of Gerontology
35-2, Sakae-cho, Itabashi-ku, Tokyo, 173-0015 Japan

キーワード：サードプレイス、コミュニティスタジオ、市民社会

Key words : Third place, Community studio, Civil society

抄録

社会構造の変化により、「社会的な居場所づくり」への関心が高まっている。とりわけ、家庭、職場・学校に次ぐ第三の場、いわゆるサードプレイスを持つことが重要視されているが、コロナ禍の外出自粛に代表されるように、様々な事情で、人々が直接集うことが出来ない場合がある。このような問題に対処するひとつの方策として、サイバー空間にサードプレイスを形成し、オンラインで交流する方法がある。そこで、本研究は、動画の生配信を行うコミュニティスタジオに注目し、サードプレイスとしての要件を持っているか検討した。

首都圏にあるスタジオCのFacebookページの内容分析および、スタジオでの参与観察により、スタジオCが、サードプレイスとしての8つの特徴を備えていること、スタジオにおけるオフラインの直接的なコミュニケーションと生配信を通じたオンラインのコミュニケーションとが重層的に機能しており、配信者にとっても、視聴者にとっても心地よい居場所になっていることが示唆された。

1. はじめに

1.1. 「社会的な居場所」の必要性

急速な少子高齢化の進展により、日本の総人口に占める高齢者割合（65歳以上の者の割合）は2018年時点で28.1%であり^[1]、今後もますます増加していくと推計されている。2025年には、いわゆる団塊の世代が75歳以上となり、国民の医療や介護の需要が、さらに増加すると考えられる。このような社会状況を背景に、厚生労働省は、2025年を目途に「地域包括ケアシステム」を構築し、国民が住み慣れた地域で居住継続できるような仕組みづくりを目指している^[2]。そのためには、医療や介護のみならず、生活圏域内における住民の健康増進、疾病予防、生活支援、福祉サービスが一体的に提供される環境づくりが重要である^[3]。既存の仕組みとしての公助や共助の活用のみなら

ず、自己努力としての自助、地域の人々によって形づくられる互助を重層的・複合的に機能させることが必要である。しかし、核家族化が進んだ現在の日本は、かつて家族三世代が同居していた頃の社会状況とは異なり、家族関係や地域との繋がりが希薄になっている。その背景として、個人主義的な思考の広まりにより、血縁関係や地縁関係が重視されなくなったことが指摘されている^[4]。

このような問題を解決するためのひとつの手立てとして、昨今、「社会的な居場所づくり」への関心が高まっており、様々な実践が報告されている。例えば、小松らの研究^[5,6]や井上の研究^[7]では、住民やNPO等が主体的かつ自発的に構築した居場所の事例が紹介されている。また、石井の研究^[8]では、近隣大学とURとの連携により計画的に構

築された居場所の事例が紹介されている。社会的な居場所の例として、プレイパーク、地域住民が自由に出入りできる高齢者向けグループホーム等の福祉施設、商店街の空き店舗を利用したフリースペース、コミュニティカフェ、銭湯、駄菓子屋などが想定されている^[9, 10]。居場所についての明確な定義はないが、地域住民が気軽に訪れることが出来る地域の交流拠点であるという共通点が見られる。

社会的な居場所に類する概念として、「サードプレイス (=第3の場所)」がある。Oldenburg (オルデンバーグ) は、第1の場としての「家庭 (生活拠点)」、第2の場としての「職場や学校 (生産拠点)」に次ぐ、第3の場として、地域に交流拠点を持つことが重要であるという^[11]。オルデンバーグは、サードプレイスを「Great Good Place (とびきり居心地よい場所)」と表現しており、本稿が扱う「社会的な居場所」の概念とも通ずるところがある。サードプレイスを持つておくことが、その人の生活の質・地域への意識にポジティブな影響を与えている可能を示唆する研究もあり^[12]、地域の中で人々の交流拠点を一層増やしていくことが望まれる。尚、本稿では、社会的な居場所を含有する概念として、以降「サードプレイス」の語を使用する。

1.2. サードプレイスとしての構成要件

オルデンバーグは、地域内のサードプレイスは、表1に示す8つの特性を備えているとしている^[11]。

表1. サードプレイスを持つ特性

- | |
|-----------------------|
| (1) 中立的な空間 |
| (2) 平等主義の空間 |
| (3) 会話が主たる活動の空間 |
| (4) 容易にアクセスすることが出来る空間 |
| (5) 場の雰囲気形成する常連客がいる空間 |
| (6) 地味で控え目な空間 |
| (7) 遊び心に満ちた空間 |
| (8) 公共空間にある第二の家のような空間 |

(1) 中立的な空間

誰もがその空間へ自由に出入りすることが出来て、接待役を引き受ける必要がないため、その空間に居る全員がくつろぎ、心地よさを感じられる。それにより、豊かで多様な交流が提供されている。

(2) 平等主義の空間

また、中立的な空間では、階級や社会的身分に関係なく、誰もが等しく受け入れられる。本人の持つ人柄や魅力こそが重視される。出入りする者に世俗の地位を持ち込ませないことにより、平等化 (レヴェリング) が担保されている。

(3) 会話が主たる活動の空間

中立的で平等な空間では、主な活動として、会話を通じたコミュニケーションが展開されている。ただし、一方的に話をする事は許されない。多くの場合、このような人は「ボア (退屈な話により周囲をうんざりさせる者)」として毛嫌いされる。

(4) 容易にアクセスすることが出来る空間

多くの場合、このような空間へ容易にアクセスすることが出来る。比較的長時間開いていて、足を向けやすい場所に存在しているため、家庭や職場での義務から解放され、気軽に訪れることが出来る空間である。

(5) 場の雰囲気を形成する常連客がいる空間

このような空間では、そこにいる常連客により、場の雰囲気が形成されることが多い。店主の歓迎と常連客の受容により、新参者はその空間の交友の世界に誘われる。

(6) 地味で控え目な空間

多くの場合、飾り気がない地味で控えめな空間であるという点で共通している。質素な作りは、そこに集う人々の虚構を取り除き、空間の中立性と平等性を担保することを後押しする役割を果たしている。

(7) 遊び心に満ちた空間

外の社会から隔離された一時的な空間であり、そこは遊び心に満ちている。だから、帰るころには、誰もがまたそこに訪れたくなる。

(8) 公共空間にある第二の家のような空間

家には、住み処としての場所、家族により形成される社会単位としての側面のほかに、快適な環境という側面もある。公共空間の中にありながら、気楽に訪れることが出来て、ぬくもりを感じることで、人々が元気を取り戻せる。

これら 8 つの特性を踏まえ、マイク・モラスキーは、「とりたてて行く必要はないが、常連客にとって非常に居心地がよいゆえに行きたくなる場所」であり、会員制になっておらず、いつでもふらっと立ち寄って、店主や常連に歓迎され、帰りたくなったらいつでも帰ればよい場所がサードプレイスであると説明している^[13]。

1.3. コロナ禍におけるサードプレイス

ところで、これまでの研究で上げられているサードプレイスの事例^[5-13]は、いずれも地域の人々がこれらの場に集い、直接交流をすることが前提となっている。しかし、2020 年 2 月以降に世界的なパンデミックを引き起こしたコロナウイルスは、強い感染力を持っており、世界各国が相次いでロックダウン（都市封鎖）や外出自粛令を出すなどの対応を行った^[14, 15]。これにより、人々が地域内のサードプレイスへ出向き、対面での交流を伴う社会参加活動が制限されてしまい、閉じこもりや社会的孤立、生きがい喪失などの問題が顕在化している^[16]。

このように、人々が地域内の場所を訪れて交流する従来型のサードプレイスは、コロナ禍をはじめ、社会情勢の変化により人々の行動が制限されてしまうことで、突如その機能を失ってしまうことが明らかとなった。そのため、サードプレイスには、必ずしも実体としての「空間」が備わっている必要はないと考えられる。むしろ、様々なツールを用いて、オンラインで交流できる仕組みを創出することにより、これまで、人々がどこかに集まって、直接対面で行っていた「オフラインの交流」を代替することが出来る可能性がある。ただし、インターネット回線の不調や機材故障などのトラブルも想定され、オンラインでの交流にも短所はある。したがって、実空間での直接的交流（オフライン交流）と、サイバースペースでの間接的交流（オンライン交流）を重層的に活用する方策についての検討が望まれる。

本研究では、その一例として、コミュニティスタジオに焦点を当てる。コミュニティスタジオは、レンタルスタジオとして地域住民が自由に使用することが出来る。住民により主体的な情報発信が行われたり、あるいは、時間貸しのイベントスペースの代わりとして使われたりすることもある。昨今、生配信が出来る機材を備えたコミュニティ

スタジオも見られるようになっており、その用途が格段に広がっている。コロナ禍のように人々の行動に制限がかけられた社会において、コミュニティスタジオが、人々のコミュニケーションを橋渡しする役割を担っている可能性がある。そこで、本研究は、2019 年に設立された新しいコミュニティスタジオを取り上げ、(1) コミュニティスタジオはサードプレイスとしての要件を備えているか、(2) オンラインとオフラインの交流をいかに重層的に組み合わせているかについて検討する。

2. 研究対象および研究方法

2.1. 研究対象

コミュニティスタジオ C（以下、スタジオ C）を研究対象とする。スタジオ C は、2019 年 6 月に横浜市 A 区に設立された比較的新しいスタジオである。私鉄沿線に位置しており、駅から徒歩圏内である。主たる事業として、動画撮影および動画配信を行っている。

首都圏には、スタジオ C 以外にも、生配信機能を備えた私設スタジオが複数存在する。ただし、事業として小規模な地域コミュニティスタジオを運営しているところは、現状スタジオ C を除いて見当たらないため、ひとつの好事例として検討を行う。

2.2. 分析方法

本研究では、課題 1 として、コミュニティスタジオはサードプレイスとしての要件を備えているか、課題 2 として、オンラインとオフラインの交流をいかに重層的に組み合わせているかという点を検討することを目的としている。

スタジオ C の動向は、設立以来、ほぼ毎日、女性オーナーの A 氏（以下、A 氏）により、スタジオの Facebook ページに投稿されている。そこで、課題 1 の検討のため、これまでに投稿された全ての投稿内容を全てテキスト化し、その内容について分析した。分析の対象とする投稿は、2019 年 6 月から 2020 年 8 月までの期間とした。後述する通り、スタジオ C は 2019 年 6 月に設立され、同年 8 月にオンライン生配信事業を開始した。生配信事業が始まってから 1 年間の動向について分析する。

また、課題 2 を検討するため、2020 年 4 月から同年 7 月にかけて、合計 10 回に渡りスタジオ C へ赴き、実際に生配信を行うなどの活動を行いなが

ら、参与観察を行った。単独の研究者による参与観察は、確証バイアスがかかりやすいという指摘もあるが、本研究では、課題 1 の検討のため、スタジオ C の Facebook への投稿内容を分析する。このテキストと照らし合わせながら考察することで、出来る限りバイアスを排除する。

2.3. 倫理的配慮

本研究で取り扱う Facebook ページは、全て公開設定で投稿されている記事である。一般公開されている資料を二次分析する研究であるため、研究倫理上の問題はない。

ただし、個人情報保護の観点から、投稿記事に記載されている個人名や地名、スタジオ名などについては、すべてイニシャル化して表記した。参与観察によって得た記録も、同様の方法で、個人が特定されない形で表記した。

3. 分析結果

3.1. スタジオの動向および配信者の変遷

表 1 で紹介したサードプレイスの 8 つの要件をスタジオ C が備えているか検討するため、設立以降の動向を月毎にまとめ、別表 1 に示した。

2019 年 6 月～7 月は、スタジオの設立直後であり、スタジオの機材整備や動画収録が中心となっていた。テスト配信を経て、8 月からは、スタジオのアカウント、利用者の個人アカウントのそれぞれで生配信も始まった。その後、11 月には「まちの専門家」として、地域の起業支援センターのウェブページで紹介され、地域に根差したコミュニティスタジオとして人々の目に触れる機会が増えた。また、この起業支援センターは、2020 年 4 月まで、会員が情報発信するために、スタジオ C からの動画配信を行っていた。

2020 年に入ると、対談プランとして、A 氏と対談生配信が出来る仕組みが整えられた。時期を同じくして利用者也急増している。地域のビジネスアワードでのプレゼン発表や、地域課題解決会議のメンバーとして招聘されるなど、スタジオからの動画配信以外にも活発な地域貢献活動が見られるようになった。

また、2020 年 3 月以降には、新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延を踏まえた運営が見られた。具体的には、無料配信期間を設定し、配信者 1 人と A 氏の 2 人のみで最大 1 時間半というルー

ルで、コロナ禍においても継続してスタジオを運用していた。この時期には、複数の配信者が、曜日や時間を決めて定期配信をしており、スタジオに複数の帯番組が見られた。

開業から、ちょうど 1 年経った 2020 年 6 月に、スタジオ C は移転した。移転先は旧スタジオから徒歩数分程度の場所である。旧スタジオはレンタルスペースの 2 階一室を間借りしていたが、移転後は、建物 1 階のワンフロアを全てスタジオとして使用できる環境である。そのため、撮影ルームを 2 つ設定し、状況に応じた使い分けができるようになった。特に、7 月のグランドピアノの搬入により、それまで、電子ピアノを用いていた音楽配信の質が向上した。また、広いスペースを用いて転倒予防体操が行われたり、参加者同士が十分な距離を保って、リトミック講座を開催出来たり、以前にも増して地域の多様なニーズに応えることの出来るスタジオへと変貌を遂げた。

3.2. 社会的弱者が配信できるスタジオ

スタジオ C では、2020 年 3 月以降の無料配信期間に、実に多くの配信が行われた。配信者は、老若男女を問わず、バックグラウンドも様々であったが、皆共通して、動画発信を通じて誰かに思いを伝えたいという目的を持っていた。そこで、オーナーにより、2020 年 5 月にスタジオポリシーが定められた（表 2）。以来、不定期ながら、A 氏自らが出演をオファーして「社会的弱者」の当事者や、あるいはそのサポートをする働きをしている人を招き、トーク配信が行われている。

表 2. スタジオポリシー

Studio Policy
① 「自分の話が誰かの心を救い、癒すことができる」と信じる人のライブ配信を行います。
② 社会的弱者と呼ばれる人々の助けになるためにライブ配信を行います。
※社会的弱者とは：雇用・就学の機会や人種・宗教・国籍・性別の違い、あるいは疾患などによって、所得・身体能力・発言力などが制限され、社会的に不利な立場にある人。（高齢者・障害者・児童・女性・失業者・少数民族・難民・貧困層などが社会的弱者となり得る。）

3.3. 生配信におけるオンラインとオフライン

前述のように、配信者は YouTube や Facebook など、SNS で動画配信を行なっているが、配信の前後、また配信中に、スタジオオーナーと配信者は

対面で直接的なコミュニケーションを取っている。参与観察により、配信者がスタジオに到着してから帰宅するまでのおおよその流れを整理して、表 3 に示した。

表 3. 生配信時の一般的な流れ

配信前	・配信の 30 分前を目途に配信者が到着 ・進行や内容の事前打合せ (15 分程度) ・スタジオの背景に飾る絵やテーブルに置く小物や観葉植物を選ぶ ・カメラとマイクの機材チェックをする。機材トラブルの際には、オーナーの知り合いである N 氏や O 氏が協力して対応。 ・SNS への配信案内の投稿
配信中	・30 分から 60 分の配信時間 ・配信作業は概ねオーナー 1 人で実施。ただし音楽配信時は近隣の音楽スタジオ K の F 氏が配信協力することがある ・トークの配信時、オーナーが声のみ参加して配信者と掛け合いをすることがある。 ・YouTube や Facebook のコメントをオーナーが読み上げることもある。
配信後	・定期配信番組の場合には、次回の配信日程についての打合せ (15 分程度) ・夕方以降の配信では、追加料金を支払うことで、スタジオにて懇親会も実施可能

平均すると、配信者が到着してから撤収するまでは、1 時間半から 2 時間程である。

基本的には、ほとんどのプロセスを A 氏が一人で行っていたが、場合によって、外部の協力者に技術面のサポートを仰いでいた。配信時であってもカメラやマイク、あるいは配信ソフトの不具合が往々にして発生する。このような場合に、N 氏や O 氏が電話で対処法を指示するなどして、速やかに復旧、配信再開をすることもあった。また、音楽配信の際には、F 氏がスタジオに赴き、A 氏とともに、配信作業を行っていた。

4. 考察

本研究では、対面的な直接的交流が制限された社会環境下において、人々がオンラインにより交流を維持することにより、実体を伴わないサードプレイスを形成することが出来るか検討するため、事業として動画の生配信を行っているスタジオ C の設立から最近までの動向について分析を行った。

スタジオ C の設立から 2019 年末までは、生配信を行っている者はあまり多くない。主にスタジオを使用していたのは地域の起業支援センターであ

り、大半の配信者はその会員であった。このように、当初はビジネス目的でのスタジオ使用が多く見られた。しかし、世界的な感染症拡大が叫ばれた 2020 年 3 月以降は、ライバーと呼ばれる生配信者を募り、ビジネス向けよりも、むしろ一般大衆向けの動画配信にシフトチェンジした。老若男女を問わず様々なジャンルの配信者により、コンテンツが提供された。表 2 のスタジオポリシーにも見られるように、本人の思いがあれば、誰もが平等に配信者としてスタジオに迎え入れられる。現に、LGBT の当事者、疾病を抱えている者、地域福祉を推進している個人や団体等、あらゆる立場の人がスタジオから配信を行っている。これらの特徴は、「中立性」「平等性」というサードプレイスの要件に合致するものである。

生配信は YouTube や Facebook を通じて行われるため、誰もが視聴することが出来る。そのため、視聴者は場所に関わらず、容易に配信にアクセスすることが出来る。一方、配信する側も必ずスタジオに出向く必要はなく、例えば、Zoom などのシステムを用いて画面越しに出演したり、あるいは、電話を繋いで音声で出演したりも出来る。配信者も視聴者も容易にアクセスできるという特徴を持っていることが示唆された。

配信の多くは、対談形式である。複数の配信者が出演する場合もあるが、多くの場合、配信者は一人である。このような場合、オーナーの A 氏がバックヤードでカメラやマイク等の機材をコントロールしながら、質問やコメントを投げかける、あるいは、配信中に視聴者から寄せられたコメントを配信者に投げかけるなど、適宜、会話を織り交ぜるという工夫をしていた。この点もサードプレイスに求められる要件を満たしていると考えられる。

さらに、サードプレイスには、場の雰囲気形成する常連がいるとされる。別表 1 のスタジオ C の配信者に目を向けると、同じ人が何度も配信を行っていることに気付く。繰り返し、同じ人により配信が行われることにより、スタジオのイメージが少しずつ形成されてきた可能性がある。実際、スタジオポリシーや音楽配信の運営ポリシーは設立時に定められたものではなく、多くの配信者により蓄積されてきたスタジオ C の雰囲気やイメージが、後ほど A 氏により明文化されたものである。

表 3 の通り、配信者は事前の打合せの際に、ス

スタジオの背景に飾る絵や、あるいはテーブルに置く小物や観葉植物などを自由に選ぶことが出来る。また、対談形式の配信においても、比較的自由にスタジオの机やカメラの配置をアレンジすることが出来るため、配信者の思い描くような環境で動画を撮ることが出来る。このような柔軟な対応は、配信者に遊び心を感じさせ、生配信時の心地良さにも繋がると推察される。

一方で、サードプレイスには、地味で控えめであることが求められる。スタジオCは設立時、レンタルスペースの一角を使用しており、移転後は、商店街の中にあるビルの一階を使用している。いずれも地域に溶け込んでおり、そこがコミュニティスタジオであることには気付きにくい。また、A氏が作ったスタジオCの名刺には、住所や事業内容等は書かれていない。表面には、スタジオの名前とロゴマーク、裏面にはHP、配信用のYouTubeやFacebookへリンクするQRコードが印刷されているだけである。このような点もオルデンバーグが示すサードプレイスの要件に合致している。

では、スタジオCは、サードプレイスの8つ目の要件である、公共空間にある「第二の家」のような空間として機能しているだろうか。英語で「家」は、ハウスとホームという2つの語で表現することが出来る。長年、ホームレスの自立支援に携わっている奥田によると、ハウスレスは経済的困窮、つまり建物としての家を持っていない状態であり、ホームレスは、心理的な居場所や人との繋がりを持たない社会的孤立状態であり、使い分けが必要とされる^[17]。本研究の文脈においては、スタジオが社会的な居場所として、人々の「ホーム」になっているか否かという視点で考察するのが望ましいだろう。筆者が配信を行った際、A氏の子供とその同級生が学校からの帰り道に、スタジオに立ち寄り、ともに宿題をしたり、ゲームをしたりする姿が何度も見受けられた。また、近隣の店舗で働く人が動画配信に関して相談に来たり、あるいは、近隣のフォトグラファーがスチール撮影を行う際に使用したりという様子も見られた。さらに、一度対談番組で生配信を経験した人が、次の出演者を紹介したり、あるいは自らの事業のための動画撮影をするために、改めてスタジオを利用したりするケースも見られた。

つまり、第二のホームとして使用するのみならず、コミュニティ内部の結節点、つまりハブ(Hub)

としての側面も持ち合わせていると考えられる。つまり、スタジオの利用者は、個々人が持つオフラインのネットワークにより広がっていき、配信で語られた言葉は、オンラインのネットワークで広がっていく。このような重層的なネットワーク活用により、コミュニティスタジオが、効果的にサードプレイスとしての機能を発揮できる。

総括すると、コミュニティスタジオは、中立的かつ平等な立ち位置での動画の生配信により、オンライン上に配信者、視聴者、そしてスタジオ運営者が会話する場を形成している。スタジオ内での会話とオンラインでの会話が重層的に行われることにより、直接対面せずとも、人々の居場所たるサードプレイスを形成し機能する可能性が示唆された。昨今のコロナ禍のように、直接的な交流が突然制限されることは、今後の社会においても想定しておく必要がある。そのため、地域内に従来のような通いの場を設置しておくだけでは十分でない。既に、アプリを用いて、オンラインで通いの場をつくる動きなども見られる^[18]。このように、オンラインで人々が集まれる居場所づくりについて、社会的にも関心が高まってきている。本研究が対象としたようなコミュニティスタジオについても、動画の生配信を通して、人々の居場所をオフラインからオンラインへとシームレスに移行させることが出来る可能性がある。

ただし、本研究は、設立1年程度の比較的新しいスタジオCの動向に注目したケーススタディに過ぎない。スタジオCは首都圏にある比較的小さなコミュニティスタジオである。都心部や地方都市、大都市郊外、農村地域等、それぞれのコミュニティにおいて、どの程度のコミュニティスタジオが存在しており、いかなる役割を果たしているかという点については、引き続き検討が望まれる。また、年代によって、十分にICTの利活用が出来ない人がいることも想定される。これらの人々に対していかにアプローチをかけていくかというテクニカルな点についても検証していく必要がある。

5. 謝辞

本研究に際して、スタジオCに何度も赴き、実際に配信をしながら参与観察を行った。オーナーのA氏には、記して深謝する。

別表 1. スタジオ設立から 2020 年 8 月までのスタジオの動向と配信者

	スタジオの動向	配信者
2019年	6月 ・スタジオ設立、内装DIY ・Youtube、Facebook、ウェブサイト運用開始 ・機材設定（カメラ／音響／照明） ・テスト配信実施	
	7月 ・近隣地域で収録撮影を開始 ・壁面の改装DIY ・本撮影開始：スタジオ収録（短い動画を1時間に10本程度撮影可能） ・近隣で活動している写真家のブログで紹介される	
	8月 ・本配信開始：配信者自身のアカウント使用 ・本配信開始：スタジオのアカウント使用	・実業家 ・心理セラピスト
	9月	
	10月	・セミナー講師 ・一般企業の企画広報部門 ・地域の起業支援センター（NPO法人）
	11月 ・地域の起業支援センターのウェブサイトでの専門家として紹介される	・作曲家 ・輸入販売会社代表 ・音響技術者 ・がんサバイバー ・一般企業の社員 ・ファイナンシャルプランナー ・英会話講師 ・健康体操講師 ・地域の起業支援センター（NPO法人）
	12月 ・スタジオ撮影時の新しい照明機材を導入 ・Facebookの投稿で固定ハッシュタグを使用（#studio #ライブ配信 #動画撮影 #YouTube） ・技術スタッフが独立して配信作業をできるようになった	・印刷会社代表 ・自動車販売会社代表 ・地域の起業支援センター（NPO法人） ・ランドルム代表 ・地元の飲食店オーナー
2020年	1月 ・対談プランによる個人配信の開始 ・Facebookの投稿で【今日のStudio】を記載開始 ・テーブル内蔵の電子ピアノを用いたレッスン配信の開始	・アロマ講師 ・イラストレーター ・地域の起業支援センター（NPO法人）
	2月 ・地域課題解決会議「未来広場会議」へメンバーとして参加 ・地域のビジネスアワードで新しいビジネスモデルとしての「動画配信スタジオ運営」についてプレゼン発表 ・社会福祉法人から事業を受託 ・コンサート撮影配信を開始 ・感染症対策のため美術セットを再整備 ・ライブ（配信者）の募集開始 ・3月末まで無料配信期間として告知	・アロマ講師 ・作曲家 ・着物コンシェルジュ ・英語教員 ・ネット通販講師 ・心理セラピスト ・地域の起業支援センター（NPO法人）
	3月 ・スタジオ見学会を開始（希望者に応じて不定期） ・配信者個人のブログ／ウェブサイト等を通じてスタジオからの動画生配信について投稿される ・自粛期間中の小中学生ライブによる動画配信を開始 ・無料配信期間を4月末まで延長 ・感染症対策として配信者1人とスタッフ1人のみでの動画配信開始	・イラストレーター ・パフォーマー ・アロマ講師 ・占い師 ・政治家 ・セミナー講師 ・子育て支援団体代表 ・商店街連合会長 ・ミュージシャン ・健康体操講師 ・ライブ・小学生 ・地元のサッカーコーチ ・地元のアトリエ&カフェオーナー ・経営コンサルタント ・地元の飲食店オーナー ・地域活性化事業運営者 ・生命保険会社社員 ・地域の起業支援センター（NPO法人）
	4月 ・Zoomによるリモートライブ配信の開始 ・新しいレッスン方式としての、オンラインレッスンを音楽講師に向けてアピール	・占い師 ・アロマ講師 ・研究者 ・健康体操講師 ・心理セラピスト ・輸入販売会社代表 ・地域の起業支援センター（NPO法人） ・セミナー講師
	5月 ・スタジオ移転の決定（6月より新スタジオへ） ・スタジオの新しい名刺作成（住所を書かず、スタジオのロゴマークとSNSへリンクするQRコードのみ掲載） ・スタジオポリシーの策定／施行 ・近隣のカフェを音楽ライブ配信が出来るように改装工事／システム整備 ・地域の起業支援センター会員のプロフィール動画撮影 ・移転にともなう配信休止（6月上旬まで1週間）	・占い師 ・心理セラピスト ・アロマ講師 ・セミナー講師 ・健康体操講師 ・オペラ歌手 ・研究者 ・転倒予防体操インストラクター ・実業家
	6月 ・Aルームの美術セット（背景や壁）、照明、音声システムの最適化工事 ・開業1周年 ・新スタジオAルームからの配信開始 ・定期対談番組の配信開始 ・電話対談の配信開始 ・音楽演奏配信を地域ケアプラザより受託 ・ステールカメラマンの撮影用にスタジオ貸出開始 ・新スタジオBルームからの配信開始	・アロマ講師 ・セミナー講師 ・占い師 ・研究者 ・実業家 ・一般企業の企画広報部門 ・音響技術者 ・難病患者 ・健康体操講師 ・商店街連合会長 ・高校生 ・地域のケアプラザ ・転倒予防体操インストラクター
	7月 ・スタジオの動画配信活動についてタウンニュースが記事掲載 ・Bスタジオの壁を塗装 ・オンラインセミナー「ライブ配信まごころ相談会」に地域メディア運営者として登壇 ・ステール撮影&動画撮影のコラボプランを開始 ・グランドピアノを導入（Aスタジオ⇒Pスタジオ／Bスタジオ⇒Gスタジオに改称）	・占い師 ・セミナー講師 ・研究者 ・笑いヨガ講師 ・一般企業の企画広報部門 ・フォトグラファー ・清掃会社代表 ・児童養護施設職員 ・子育て支援団体代表 ・転倒予防体操インストラクター
	8月 ・リトミックの配信について地域ケアプラザと打ち合わせ ・ウエブナー用の動画収録 ・スタジオの運営について雑誌取材を受ける ・2度目の音楽演奏配信を地域ケアプラザより受託 ・一般の方の音楽配信開始（音楽配信時は、近隣のスタジオオーナーが技術協力） ・音楽配信の運営ポリシーを策定（9月より適用） ・機材を追加してカメラ7台による配信テスト	・塾講師 ・占い師 ・詩人 ・主婦 ・小物作家 ・子育て支援団体代表 ・飲食店経営者 ・不動産会社 ・健康体操講師 ・音楽家 ・LGBT当事者 ・がんサバイバー ・ケアプラザ

引用文献

- [1] 総務省. “1. 高齢者の人口”. 統計トピックス No.121 統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－.
<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1211.html>, (参照 2020-09-09).
- [2] 厚生労働省. “地域包括ケアシステムの実現へ向けて” 地域包括ケアシステム.
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/huku_shi_kaigo/kaigo_koureisha/chiiki-houkatsu/, (参照

2020-09-09).

- [3] 山口健太郎・井上由起子・本間里見・陳晨. “地域交流拠点の時系列変化と活性化要因に関する研究－市内全域に地域交流拠点が面的に整備された福岡県大牟田市を事例として－”. 日本建築学会計画系論文集. 2016, 81(723), p.1089-1099.
- [4] 空閑浩人. “高齢者の社会的孤立の問題とソーシャルワークの課題：オランダ・SWOLの「高齢者孤立防止プロジェクト」の活動から”. 評論・社会科学. 2006.

- [5] 小松尚・辻真菜美・洪有美. “地域住民の居場所となる交流の場の空間・運営・支援体制の状況：地域住民が主体的に設立・運営する交流の場に関する研究 その 1”. 日本建築学会計画系論文集. 2007, 72(611), p.67-74.
- [6] 小松尚・辻真菜美・洪有美. “設立者からみた交流の場の開設場所と運営および地域的つながりの相互関係：地域住民が主体的に設立・運営する交流の場に関する研究 その 2”. 日本建築学会計画系論文集. 2007, 72(620), p.95-102.
- [7] 井上温子. “住民主体で運営する多世代共生型の居場所の財政効果：地域リビングプラスワンの事例から”. 21 世紀社会デザイン研究. 2019, 18, p.93-108.
- [8] 石井義之. “郊外団地における地域の居場所形成と学生が参加した地域活動：2 つの団地におけるケーススタディ”. 日本世代間交流学会誌. 2020, 9(2), p.31-35.
- [9] 日本建築学会編. “まちの居場所まちの居場所をみつける／つくる”, 東洋書店, 2010.
- [10] 奥田欣也・山口健太郎. “複合型福祉施設の利用実態と交流様態に関する研究”. 日本建築学会計画系論文集. 2014, 79(705), p.2375-2385.
- [11] レイ・オルデンバーグ. “サード・プレイスコミュニティの核になる『とびきり居心地よい場所』”. みすず書房. 2013.
- [12] 川村竜之介・谷口綾子. “まちなかの居場所が生活の質・地域への意識に与える影響に関する研究”. 土木学会論文集 D3 (土木計画学). 2013, 69(5), I_335-I_344.
- [13] マイク・モラスキー. “日本の居酒屋文化ー赤提灯の魅力を探る”. 光文社. 2014.
- [14] 首相官邸. “新型コロナウイルス感染症対策本部（第 27 回）”. 令和 2 年 4 月新着情報一覧. https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202004/07corona.html, (参照 2020-09-11).
- [15] University of Oxford. “CORONAVIRUS GOVERNMENT RESPONSE TRACKER (OxCGRT)”. <https://covidtracker.bsg.ox.ac.uk/>, (Accessed 2020-09-11).
- [16] 日本理学療法士協会. “COVID-19 社会的制約班からの提言～第 1 報～【全体版】”. [http://www.japanpt.or.jp/upload/branch/prevention/object/files/COVID-19\(3\)socially/00.1_socially.pdf](http://www.japanpt.or.jp/upload/branch/prevention/object/files/COVID-19(3)socially/00.1_socially.pdf), (参照 2020-09-13).
- [17] 奥田知志. “困窮孤立者への支援 NPO 法人抱樸における伴走型支援”. http://jaswas.wdc-jp.com/pdf/20190123_05.pdf, (参照 2020-09-22).
- [18] 社会保険実務研究所. “オンラインで通いの場の機能を補強：国立長寿医療研究センターがアプリ発表”, 週刊国保実務, 2020, (3214), p.24-25.

(受付日：2020 年 9 月 24 日，受理日：2020 年 10 月 2 日)

相良 友哉（さがら ともや）

現職：東京都健康長寿医療センター研究所 社会参加と地域保健研究チーム

筑波大学大学院人文社会科学研究科

超高齢化社会に向けた高齢者の社会参加のあり方や，多世代共生型の地域づくりに関する研究を行っている．専門は，市民社会論，老年社会学など．