

2022—2023年度

龍谷大学法学部

法政アクティブリサーチ

堀クラス成果報告書

「かおり・においと環境」

執筆・担当者一覧

指導担当	堀 清史（龍谷大学法学部）
教育補助員	橋田 奈知
香りとまちづくり	大木 のぞみ、小野 愛実、鈴木 啓太
においと法律—喫煙者と非喫煙者の共存の観点から—	奥村 祐太、梨元 壮太、古池 仁太郎、西馬 淳弥

目次

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P5 2

第一章 香りとまちづくり・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P5 3

文責：大木のぞみ 小野愛実 鈴木啓太

I はじめに

1 テーマ及び問題意識

II におい、香りについて

1 においとは

2 香りの活用方法

III まちづくりについて

1 まちづくりの歴史

2 全国の「まちづくり」の事例

IV 香りとまちづくりについて

1 環境省による取り組み

2 各地域の取り組み

V 富山県中新川郡上市町について

1 富山県中新川郡上市町に着目した理由

2 富山県中新川郡上市町の概要

3 富山県中新川郡上市町で行われている政策について

4 富山県中新川郡上市町で行われているまちづくりについて

5 「香り文化」推進プロジェクトについて

6 株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECTについて

VI 事前調査を踏まえた考察

1 香り独自の利点について

2 まちづくりについて

VII 上市町役場、株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECTへのヒアリング調査等の結果と考察

1 ヒアリング調査の要旨

2 AROMASELECT抽出場の見学

3 湯あがりセラピールームの見学

VIII 最終考察

1 これまでの調査を踏まえた考察

2 まちづくりの提案

IX おわりに

X 参考文献

第二章 においと法律—喫煙者と非喫煙者の共存の観点から—・・・・・・・・・・ P 9 4

文責：奥村 祐太、梨元 壮太、古池 仁太郎、西馬 淳弥

- I 調査の目的
- II 調査の趣旨
 - 1 全国の喫煙率
 - 2 健康増進法の改正について
 - 3 改正による全国の変化
 - 4 分煙とは
 - 5 調査の小括
- III 龍谷大学保健管理センターへのヒアリングと回答
 - 1 龍谷大学保健管理センターの禁煙対策の概要
 - 2 ヒアリング調査のまとめ
 - 3 ヒアリング調査の小括
- IV 株式会社トルネックスについて
 - 1 株式会社トルネックスの概要
 - 2 視察の様子
- V ヒアリング調査と回答
 - 1 ヒアリング調査のまとめ
 - 2 ヒアリング調査の小括
- VI 学生からの提案
- VII まとめ
- VIII 参考文献

おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 1 0 9

はじめに

堀クラスでは、「かおり・においと環境」という大テーマの下、2つの具体的なテーマについて調査研究を行った。かおり・においについては、多くの人にとって心地よい香り（良いにおい）と、多くの人にとって不快なにおい（悪いにおい）がある。本クラスにおける調査についても、良いにおいについて調査研究を行うチーム（良いにおいチーム）と悪いにおいについて調査研究を行うチーム（悪いにおいチーム）に分かれ、各チームでテーマや課題設定を行ってきた。

第一章では、「香りとまちづくり」というテーマのもと、香りを活かしたまちづくりについて調査した。そこでは、香りそのものについて、まちづくりそのものについての調査はもちろん、香りを活かしたまちづくりを行うためにはどのようにすればよいかといった点についての調査研究が行われた。

第二章では、「においと法律—喫煙者と非喫煙者の共存の観点から—」というテーマのもと、悪いにおいを発する物質としてタバコを取り上げて調査した。タバコについては身体・健康への有害性という観点から語られることが多いが、ここでは、タバコの発する悪いにおいという観点から、喫煙者と非喫煙者が共存できないかということが調査研究の対象となっている。

I はじめに

1 テーマ及び問題意識

(1) テーマ及び問題意識の内容

本章における調査研究では、「香りとまちづくり」というテーマを設定した。そのうえで、まちづくりにおいては、目に見えるもの、味として感じるものなどが一般的な中、我々は、香りを活かしてまちづくりを行うことによって、得られる効果やそれによって生じる課題について調査研究を進めている。

(2) テーマ及び問題意識の背景

近年、日本では、少子高齢化だけでなく、過疎化が進行し、それぞれの地域が特有の課題を抱えている。そこで、各自治体では、それぞれの課題を解決するために、様々な取り組みが行われている。その多くの例が、地域でとれた特産物、歴史的遺跡、歴史的でなくとも様々な施設などといった、目に見えるものを利用している。

こうした背景をうけ、我々は香りをまちづくりに活かすことで、得られる効果やそれによって生じる課題について調査研究を進めている。

II におい、香りについて

本書では、におう物質は「におい」、花や食べ物のように多くの人がいいにおい、心地よいと感じるにおいは「香り」と表現する。³

1 においとは

(1) においとは何か

においとは、においがある「化学物質」が集まったものである。我々がにおいと感知するのは、これらの化合物のうち気体となって漂っているもので、なかでもにおいを感じる「におい物質」は地球上に約40万種類あるといわれている⁴。

我々がにおいを感じる過程は、まず、におい物質が鼻から入り、嗅細胞の受容体がにおい物質を受け入れる。その後、におい物質の科学信号が電気信号に変換され、脳の組織のひと

³長谷川香料株式会社、「絵でわかるにおいと香りの不思議」（講談社、2020）、vi 頁

⁴長谷川・前掲注1、2頁

つである嗅球のなかにある糸球体で統合された信号が脳に伝わると、我々はおいを感じる
ことができる。⁵

（２）においが記憶に与える影響⁶

においと記憶の結びつきが大きく影響を与えているのは、記憶や空間学習能力にかかわる
器官である海馬を経由したルートである。見たもの、聞いたものといった様々な情報が扁桃
体や海馬に伝わり、記憶に結びつく。その中で、においの伝達ルートは他の感覚のルートよ
りも単純かつ直接的に間脳視床下部や扁桃体、海馬に入っていく。つまり、においによって
素早く記憶が蘇り、より直接的に心を動かすことにつながっていると考えられている。特定
のにおいが記憶や感情を呼び起こす現象は、「プルースト効果」と呼ばれる。においを嗅ぐ
とそのときの記憶が蘇るのは、においと記憶の結びつきが大きく影響しているからである。

（３）香りがもたらす効果

香りがもたらす効果として櫻井和俊は、「意識水準（覚醒、鎮静）への作用のほか、疲労
の回復、疲労低減、作業能率の向上、ストレス緩和、入眠導入、眠気防止、睡眠改善、皮膚
状態改善、免疫系に対する効果、痩身効果（体重減少）などの各種効果」⁷を挙げている。

２ 香りの活用方法

近代以降は、科学技術の発展により、香料原料を安定的に入手することが可能になった。
その結果、昔のように特権階級の人たちだけではなく、我々も香りを生活の一部として取り
入れることができるようになった。

以下、現代社会における香りの活用方法を２つほど紹介する。

（１）香料として活用する

１）化粧品香料(フレグランス)⁸

「化粧品香料(フレグランス)」とは、我々の身の回りにあるさまざまな商品に使用されて
いる香料のことを指す。たとえば、シャンプーや化粧品、柔軟剤やカラーリング剤にも化粧
品香料(フレグランス)が使用されている。

香料を使用しなくとも、その目的を果たすことができるこれらの商品に香料が使用されて
いるのには理由がある。

それは、我々の生活をより彩り豊かなものにするためである。

⁵長谷川・前掲注1、100-102頁

⁶長谷川・前掲注1、104頁

⁷櫻井和俊、「香りの分析と香りの効果効能について」、『日本食生活学会誌』、2010、Vol.2
1、No. 3、182頁

⁸長谷川・前掲注1、144-145頁

たとえば、シャンプーを使用する際に、花の香りや爽快なミントのような香り、フルーツのような甘い香りなど、今では当たり前のようにさまざまなにおいが香ってくる。このにおいが我々の気分に与える影響は大きい。

もし仮に、シャンプーが無臭だった場合、たとえ清潔感が保たれ、生活しやすい状況が整ったとしても、生活全般が心なしか味気ないものに感じてしまうのではないだろうか。

また、香料は不快なおいを和らげる「マスキング機能」という機能を有する。

ここでもシャンプーを例にとって考えてみる。シャンプーの原料として用いられる洗浄成分には少し脂っぽさを感じさせるものがある。

もしもシャンプーに香料が使用されていなかった場合、この脂っぽさを拭うことが出来ない。たとえシャンプーによって頭皮の汚れを落とすことができて、爽快感や満足感を得ることは困難ではないだろうか。

このように、我々の生活を彩り豊かにするために、香料は欠かすことができないと言っても過言ではない。

2) 食品香料(フレーバー)⁹

「食品香料(フレーバー)」とは、食品の風味全体を向上させるために使用される香料のことを指す。

たとえば、果実ジュースには、果汁が0%であっても100%であっても、食品香料が使用されている場合がある。果汁が一切入っていない果実ジュースは、主な原料が甘味料や酸味料であり、本来果実の味がしない甘酸っぱい水である。そこにオレンジ等の果実のにおいがする香料を加えると、甘酸っぱい水が果実のような風味の飲料になる。

また、果汁100%の果実ジュースであっても、長期間保存によって生じるコストや劣化によって風味が変わってしまうことへの対策として、本来であれば失われてしまう果実の風味を補完するかたちで香料が使用されている。

さらに、食品香料(フレーバー)は、香粧品香料(フレグランス)と同様に、不快なおいを和らげる「マスキング機能」を有している。

このように、食品香料(フレーバー)は、もともと香りが微量にしか含まれていないものにおいをつけたり、加工食品の製造過程で失われてしまうにおいを補ったりなど、商品のおいしさを支える縁の下の力持ちであると言える。

(2) 精油

1) 精油とは

⁹長谷川・前掲注1、150-153頁

日本アロマ環境協会では、「植物の花、葉、果皮、果実、心材、根、種子、樹皮、樹脂などから抽出した天然の素材で、有効成分を高濃度に含有した揮発性の芳香物質¹⁰」と定義されている。

具体的には、花や葉、果皮や根などを蒸す、皮を搾るなどして抽出される。これらは、大量の原料植物から、少量しか採ることができない貴重なエッセンスである。また、純粋な精油はエッセンシャルオイルと呼ばれる。

2) 精油の抽出方法

精油の抽出にはいくつかの方法が採用されている。

①水蒸気蒸留¹¹

多くのハーブやスパイスの葉、茎、幹、根の香りは、水蒸気蒸留の方法によって作られている。

この方法は、釜・水・火の3点があればできることから、植物の栽培地のすぐそばに蒸留所を設置することが可能であり、収穫した植物をトラック等で移動させる必要がないというメリットがある。

また、水蒸気蒸留の中でも、ウォーターディスティレーション、コーホベーション、ウォーター・スチームディスティレーション、スチームディスティレーションの4種類がある。

これらは、それぞれ異なる蒸留方法であり、精油の特性によって使い分けられる。

②溶剤抽出¹²

ジャスミンやローズなどの花の香りは、含まれる精油の量が少なく、水蒸気蒸留のように高い温度では香りが変化してしまうことから、多くの場合は溶剤抽出の方法によって作られている。

この方法は、まずヘキサンで抽出して「コンクリート」を作成する。この「コンクリート」のみでも精油として商品化することは可能である。

それをさらにアルコールで再抽出して「アブソリュート」を作成して精油として商品化することもしばしばある。アルコールで再抽出することにより、不溶物除くことができ、沈殿物がなくなるといったメリットがある。

③コールドプレス¹³

多くのシトラス精油を抽出する場合、コールドプレスの方法によって作られている。

¹⁰AEAJ、「精油とは」 <https://www.aromakankyo.or.jp/basics/oil/>（最終閲覧日2023年5月31日）

¹¹長島司、「ビジュアルガイド 精油の化学」（フレグランスジャーナル社、2020）、13-19頁

¹²長島・前掲注9、19-22頁

¹³長島・前掲注9、22-23頁

この方法は、果汁と果皮を潰し、機械的に果汁、精油、パルプ(繊維質)を分別することで、副産物として精油が得られるという仕組みである。果汁の品質を管理するために極力熱がかからないようにされている。

また、精油の他にも、脂質含量の多い植物油も近い方法で作られている。

④超臨界炭酸ガス抽出¹⁴

この方法は、物質一定の温度の高圧の環境で、気体でもなく液体でもない「超臨界流体」と呼ばれる状態を作り出して精油を抽出する方法である。

抽出物が熱によって劣化することを防ぐことが可能である。一方で、設備が高価であり、1回当たりの抽出量が少ないため、コストが非常に高くなってしまうというデメリットもある。

Ⅲ まちづくりについて

1 まちづくりの歴史¹⁵

「まちづくり」という用語が初めて使われたのは、秀島乾が1947年に行った「町造り」事例報告であり、それ以降都市計画の分野で使われてきた。また、1970年代から盛んになった市民参加の社会運動の延長線上でも「まちづくり」という言葉が使われている。つまり、都市計画というハードの視点と、市民の活動というソフトの視点を持つ用語である。現在は、「まちづくり」は防災、福祉、観光など、幅広い分野で使われる用語であるが、ここでは観光におけるまちづくりに焦点を当てる。

2 全国の「まちづくり」の事例

(1) 静岡県熱海市¹⁶

1) 基本情報

静岡県熱海市は、伊豆半島の東端に位置しており、面積は61.61km²である。総人口は、34493人¹⁷（2022年11月現在）である。就業人口の83.7%が第3次産業に従事し、その約半数（49.15%）が「飲食店、宿泊業」および、「卸売・小売業」に区分されており、観光関連産業に従事する比率が高い。市内には、熱海温泉（中心市街地）、南熱海温泉（綱代・伊豆多

¹⁴長島・前掲注9、24-25頁

¹⁵大久保あかね、「観光と地域振興 その実践的応用」（中央経済社、2019）、4-5頁

¹⁶大久保・前掲注13、5-22頁

¹⁷熱海市、「2022年地区・月別人口及び世帯」<https://www.city.atami.lg.jp/shisei/toukei/1001267/1012229.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

賀)、伊豆湯河原温泉(泉地区)、伊豆山温泉(伊豆山地区)の4つの温泉地区を有し、ホテル・旅館の半数は中でも熱海温泉に集中している。

2) 熱海市による取り組み

熱海市は、2007年に「熱海市観光基本計画」を策定した。その前年度の宿泊者数はピーク時である1970年代の約55%に減少していた。この計画では、それまでの観光産業の振興を中心に進められてきた熱海市の観光行政を、市民との協同体制を築くことを中心としたものにするための第一歩であった。

具体的な活動として、観光プロモーションの3年委託契約や、番組の製作担当であるADを支援し、番組誘致をする施策が挙げられる。このような支援により、熱海市のメディア露出が増加し、観光客数の増加も推察される。また、ロケやドラマのエキストラの参加により、結果として市民によるプロモーションの機会が増加し、当該事業への市民の理解が深まった。

そのほかにも、特定非営利活動法人atamistaの活動が挙げられる。代表理事である市来広一郎氏は、高校時代まで熱海市で育ち、東京で働いていたが、退職し、熱海に戻り、活動を開始した。最終的には、民間まちづくりの会社として、株式会社machimoriを設立し、様々なイベント開催、ゲストハウスの開業、コワーキングスペースの開業など、熱海市で起業する人々の支援の場を構築した。この活動によって、熱海市で起業する30~40歳代の参入住民が増加し、熱海の人口課題である20~30歳代の地域外への流出の解決の一步となっている。

熱海市では、市民が先導してまちづくりに参加していることが特徴として挙げられる。この「市民」は熱海市に住み続けている人に加えて、Uターン者や移住者なども含まれる。Uターン者や移住者の知見もまちづくりに取り入れることで、新たな事業の創出が促進され、市の活性化につながっていると考えられる。

(2) 京都府宇治市¹⁸

1) 基本情報

京都府宇治市は京都の南部に位置し、人口は約19万人程の地域である。3分の1は市街地で3分の2は山で構成されている。

宇治市を紹介する時に必ず出されるのは平等院と宇治上神社である。2つとも1994年に「古都京都の文化財」として世界遺産に登録された。その他にも宇治市は宇治川を挟んで豊かな自然景観や歴史遺産が存在する。

2) 宇治市による取り組みとその問題点

かつて宇治市の名所である平等院などが1994年に世界遺産に登録された。しかし、登録された直後に平等院の背後に高層マンションが建設された。多くの人が宇治市にはこのような

¹⁸篠原修・内藤廣・川添善行・崎谷浩一郎編、「このまちに生きる GS群団底力編」、(彰国社、2013)、184頁-207

高いビルは建てられないだろうと考えられていた。しかし、実際に建設され、多くの人はこのことに驚いた。このことがきっかけとなり宇治市では国の景観法が作られる前に独自の景観条例が施行された。この景観条例では重要構成要件として宇治川、山、宇治橋、地区内の道路、公園、商店街、社寺、家屋十件、茶畑、遺跡が取り上げられている。ここでは茶畑について取り上げようと思う。宇治市は全国でも有数の茶どころである。宇治で生産される茶は手摘みで行われる。そして街中には製茶工場も多く存在する。そして、平等院表参道や宇治橋通り商店街などには茶問屋がある。このように茶問屋の町並みや茶畑の景観を一体的に守っていくことは宇治市の景観を守っていくだけでなく茶業を育て継承していくことになると思う。

しかし、上記の茶業を含め宇治市は文化的な景観を守っていく上でいくつか壁が存在すると考えている。まず、「意識の壁」である。市民、開発業者や建築業者などの企業、そして自治体などの行政この3者がそれぞれ文化的景観について正しく理解する必要がある。次に「制度の壁」である。文化的景観という制度と都市計画法や建築基準法などの法律とのすり合わせに苦労しているという。さらに耐震化や火災対策といった、地域の安全と景観の保全をどのように調整していくのかなどが課題である。最後に「社会的変化の壁」である。少子高齢化による跡継ぎ問題や不景気による倒産は文化的景観に大きな影響を与えてしまう可能性があるといった問題がある。このように現在のところ様々な壁や問題点がある。

現在、宇治市には歴史まちづくり推進課というところがある。この課には文化財を守ってきた側の人だけでなく土木出身で実際にトンネルをつくっていた人もいる。3つの壁を紹介したが、他にも問題が数多く存在している。まちづくり推進課には色々な人間がいて多面から総合的に取り組むことで初めて文化的な景観が守られていくものだと考えている。

Ⅳ 香りとまちづくりについて

1 環境省による取り組み

(1) 「みどり香るまちづくり」企画コンテスト

「みどり香るまちづくり」企画コンテストは平成18年度から実施されていた、環境省主催のコンテストである。住みよいかおり環境を創出しようとする地域の取り組みを支援するため、「香りのする樹木・草花」を用いた「みどり香るまちづくり」の優れた企画を支援する取り組みである。なお、このコンテストは令和2年度で終了している。

2 各地域の取り組み

(1) 株式会社フプの森による取り組み（北海道下川町）¹⁹

¹⁹フプの森ホームページ <https://fupunomori.net/> (最終閲覧日2023年5月31日)

株式会社フブの森は北海道の下川町²⁰にあり、主な事業内容としては「FUPUNOMORI」²¹シリーズのエッセンシャルオイル、アロマミスト、フレグランススプレー等の製造、販売を行っている。その他にも「NALUQ」シリーズといった森の植物成分をベースとした、コスメ・アロマ雑貨の製造、販売やハンドクリーム、ソープ、ボディオイル、なども製造・販売している。

下川町の面積の9割が森林であるが、林業の衰退や人口減少により、過疎化が問題視されていた。これに対して、下川町は独自の取り組みで森林業を軸にまちづくりを進めてきた。現在は環境未来都市にも制定されている。

初めは、木炭の事業化に取り組んだ。これらを作る際に出る副産物についても、新たな製品に活かすゼロミッションの考えを実践していった。このゼロミッション工場の中で、最後に造られたのがトドマツエッセンシャルオイルの工房である。そこでは枝葉を活用して、エッセンシャルオイルが作られた。

森林組合によってブランドが立ち上げられ、その後NPO法人へ移管、最終的に株式会社フブの森として独立した経緯は以下の通りである。

1998年	下川町森林組合によって製造が開始。
2000年	下川町森林組合が事業化、「HOKKAIDOもみの木」名で商品の販売が開始。
2008年	下川町森林組合からNPO法人「森の生活」へ事業移管し、ブランド名「フブの森」としてリニューアル。
2012年	「株式会社フブの森」として独立。

精油事業単独の会社として、事業を展開している。「北海道の素材であること」「高品質を追求すること」「森とくらすライフスタイルを伝えること」の3つのこだわりを軸として、事業を行っている。

以上のように、フブの森は企業として独立し、下川町のまちづくりに貢献している。

（2）株式会社ハート未来による取り組み（福岡県広川町）²²

株式会社ハート未来は、2012年に福岡県へ拠点を移して「未来アロマ」を展開した。

未来アロマは、かんきつ類の皮や間伐材、規格外の農作物を原料としたアロマを生産している。日本アロマ環境協会によると、未来アロマは、福岡県広川町から発生する間伐材等を利用して事業を展開している。

²⁰下川町ホームページ<https://www.town.shimokawa.hokkaido.jp/>（最終閲覧日2023年5月31日）

²¹フブの森オンラインストア<https://store.fupunomori.net/>（最終閲覧日2023年5月31日）

²²未来アロマ、「未来アロマ - アロマ抽出ビジネスサポート」<https://mirai-aroma.net>（最終閲覧日2023年5月31日）

また、未来アロマの事業はメディアでも取り上げられた経験があり、広川町のまちづくりに貢献している。さらに、調査を進めて行く中で、広川町の行政機関と未来アロマは特に連携していないことが判明した。

以上のように、未来アロマは、行政機関と連携を取ることなく、独自の事業形態で広川町のまちづくりを支えている。

V 富山県中新川郡上市町について

1 富山県中新川郡上市町に着目した理由

上市町では、白萩地域山村活性化協議会による3つのプロジェクトの一環として、「『香り文化』推進プロジェクト」と呼ばれる、間伐後の樹木を活用した精油等による商品の開発や、体験プログラム等の開催によって、「香り文化」の普及啓発を促進する取り組みが行われている。また、受け入れ企業として、「株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECT」が樹木を加工し、精油等の商品の製造、販売を行っている。

我々は、香りを活かしたまちづくりを行っている自治体や企業について、調査研究を行っている。そして、上市町について調査研究を行うことで、事業者との協働の下での香りを活かしたまちづくりを探求することができるものと考えた。こうしたことから、我々は、富山県中新川郡上市町を調査先として選定した。

2 富山県中新川郡上市町の概要

(1) 基本情報

富山県中新川郡上市町は、富山市の東、約15kmに位置する面積236.71km²で、総人口は19,228人（2023年1月現在）の町である²³。東南部に標高2,999mの劔岳を主峰とする北アルプスの山々を仰ぐ田園工業都市である。

(2) 現状と課題²⁴

上市町では、町の課題や変化する社会的潮流などを見極め、自然環境や、歴史や分化などの地域資源を大切にしながら、町が取り組むべきまちづくりの方向を明らかにする、「第8次上市町総合計画」を策定している。

この計画においては、「第2期上市町まち・ひと・しごと創生総合戦略」と呼ばれる、都市から上市町へひと・もの・しごとの流れを呼び込み、地域の活性化を図る地方創生の施策を総合計画の基本計画の中でも、「重点施策」としている。この施策では、上市町出身の細

²³ 上市町ホームページ <https://www.town.kamiichi.toyama.jp/>（最終閲覧日2023年5月31日）

²⁴ 上市町、「第8次上市町総合計画 第2期上市町まち・ひと・しごと創生総合戦略」
<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/uploaded/attachment/2935.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

田守監督のアニメーション作品「おおかみこどもの雨と雪」で描かれた生活シーンを目指すべき地方創生のイメージに位置づけ、3点を基本方針として施策を推進する、「おおかみこどもプロジェクト」を行っている。

第一に、「子育て支援の充実と地域で活躍する人を育む（基本目標1 つながる上市）」として、子育て環境の充実、そして、自然豊かな地域での学びや、ICTを活用した学びなどの特色ある教育によって、これからの社会に必要とされる人間力と社会性を培い、地域の将来を担うことのできる子どもたちを育む。第二に、「移住者を受け入れることができる雇用と住まい（基本目標2 にぎわう上市）」として、上市町の魅力を発信し、劔岳や自然を活かして、交流人口・関係人口の増加策を進める、産業の活性化、住まいと仕事の提供体制及びまちの基盤の充実に取り組む。第三に、「ぬくもり溢れる交流とささえあいで幸せを感じる暮らし（基本目標3 ささえあう上市）」として、地域の資源を守ることで、安全・安心な生活環境を保障し、住み慣れた地域でのつながりを大切にした、交流と支えあいの活動の充実などの幸福度向上につながる取り組みを行っている。

そして、急速な少子高齢化による人口減少や、都市への実行一極集中を止め、それぞれの地域で住み良い環境を確保し、地方を活性化するための基本的な理念「まち・ひと・しごと創生法」を定めている。この趣旨を踏まえて、2015年に「第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。その後、2020年度には、この戦略の計画期間が満了を迎えるため、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。この戦略が掲げる、上市町におけるまちづくりの課題は以下の8点である。

①少子化や若年層の流出への対策

少子化の進行や、若年層の転出が多いことから、教育や福祉、子育て支援などの住民サービスを充実させ、若者や子育て世代が住み続けたいと思えるような環境整備が必要である。

②超高齢化社会への対応

高齢化に備え、健康づくり活動や介護予防などの、「健康寿命の延伸」による、健やかな長寿社会を目指したまちづくりを進めていく必要がある。

③雇用の創出や地域活性化に向けた取組

地域の魅力を高め、産業の担い手や上市町への訪問者を呼び込む取り組みが必要である。

④安全・安心な地域社会づくり

住民の環境への認識を深め、意識を高める必要がある。

⑤まちの基盤整備と維持の推進

住環境においては、計画的な宅地開発や空き家の解消が求められている。また、美しく快適なまちづくりのために、取り組みを進める必要がある。

⑥誰もが住みやすい環境づくり

今後も人口が減少していくことは避けられない状況にある。そのため、都市部との交流や関係人口の拡大、移住・定住の推進による人口維持へ向けた取組と併せ、人口減少に対応できる地域社会の構築のための取り組みが求められる。

⑦コミュニティの活性化と協働のまちづくり

まちづくりに関わる団体の構成員の高齢化など、人材不足が起きていることから、今後の担い手育成の支援が求められる。

⑧行政の効率化と財政の健全化

社会保障費の増大、高度成長期以降に整備してきた社会資本の維持管理及び更新コストの増大に伴う財政負担の拡大が懸念される。一方で、人口減少の進行に伴う労働人口の減少や市場規模の縮小等によって、税収の伸びが見込めない状況が予想される中で、健全で持続可能な行財政運営がこれまで以上に強く求められている。

3 富山県中新川郡上市町で行われている政策について

(1) コンパクトシティ政策について

1) コンパクトシティとは

コンパクトシティとは、1970年代にアメリカ合衆国で登場したまちづくりに関する考え方である。内原英貴、吉川徹は、「コンパクトシティとは、市街地の無秩序な拡大を抑え、既存都市の中心部に多様な機能を集約させ、生活の利便性の向上、エネルギー消費の抑制を図る考え方」²⁵であるとしている。

富山県富山市は、コンパクトシティ政策を展開する著名な都市である。以下では、富山市の政策について記述する。

2) 富山市の取り組みについて²⁶

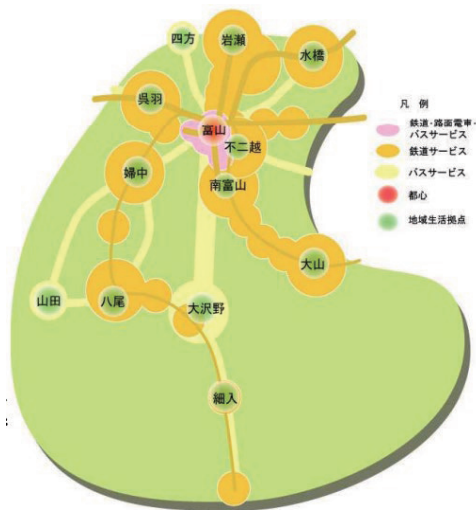
富山市のまちづくりの基本方針は、「お団子と串」の都市構造（図1参照）として示されているように、公共交通機関の沿線にそって居住、商業、業務、文化等の都市の諸機能を集積させることによって、公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくりを実現するといったものである。一極集中を目指すのではなく、多極をつくってそれらを公共交通機関のネットワークで結ぶといった考え方である。

これを実現するために、①公共交通機関の充実、②規制強化よりも誘導的手法を採用、③市民の居住選択の自由を保障（強制的な移転は行わない）、④多極的な拠点整備により全市的にコンパクト化を推進、⑤居住地としての中心市街地の魅力向上といった基本方針を掲げている。

²⁵内原英貴、吉川徹（2009）、「コンパクトシティからみた地方都市の人口社会増減の分布と生活利便性の関連分析—浜松市と金沢市を例として—」、『日本建築学会計画系論文集』、第74巻、第642号、1805頁より引用

²⁶森雅志（2018）、「コンパクトシティ戦略による富山型都市経営の構築～公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり～」、地方制度調査会、1-23頁

https://www.soumu.go.jp/main_content/000582312.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）



【図1】富山市が目指す「お団子と串」の都市構造²⁷

具体的な政策としては、第一に、LRTネットワークの形成により、車に依存したライフスタイルを見直し、歩いて暮らせるまちの実現を目指すことが挙げられる。LRTとは「Light Rail Transit」の略で、低床式車両（LRV）の活用や軌道・電停の改良による乗降の容易性、定時性、速達性、快適性などの面で優れた特徴を有する軌道系交通システムのこと²⁸である。第二に、「まちなか居住推進事業」として、中心市街地地区への居住を推進するため、良質な住宅の建設事業者に対しては住宅の建設費や改修費等の助成、住宅の建設・購入、賃貸で入居する市民に対しては、住宅の購入費や家賃の助成を実施することが挙げられる。第三に、「おでかけ定期券事業」と呼ばれる、交通事業者と連携し、65歳以上の高齢者を対象に、市内各地から中心市街地へ出かける際に公共交通料金を1回100円とする割引制度を実施することが挙げられる。これによって、高齢者の外出機会の創出、中心市街地の活性化、交通事業者への支援等を図る。

これらの政策の効果として、以下の点が挙げられる。

①転入人口の増加

中心市街地（都心地区）の社会増減（転入、転出）の推移については、平成20年から転入超過を維持している。また、公共交通沿線居住推進地区の社会増減（転入、転出）の推移については、平成24年の転入超過以降、転入超過の傾向にある。

②中心市街地の小学校児童数の増加

中心市街地の小学校児童数が増加している。また、富山市全体に占める中心市街地の小学校児童の割合も増加している。

③人口の回復、人口減少率の鈍化

²⁷ 神田昌幸、「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり～地域特性、機会特性を活かした公共交通の活性化とまちづくり～」、13頁

<https://www.tb.mlit.go.jp/chugoku/content/000097728.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

²⁸ 国土交通省、「LRTの導入支援」

https://www.mlit.go.jp/road/sisaku/lrt/lrt_index.html（最終閲覧日2023年5月31日）より引用

人口の回復については、一度減少した人口が年数をかけてではあるが、回復している。また、富山市の総人口は日本、富山県全体と同様に減少傾向にある。富山市の総人口は高齢化に伴って減少しているが、社会増減については、先述のように近年は転入超過傾向にある。つまり、富山市の人口減少率は、富山県全体と比較すると鈍化している。

④県外からの転入増

社会増減が転入超過傾向にあることから、県外からの転入についても増加している。

⑤地価の上昇

富山県全体の地価平均は下落傾向にあるが、富山市、商業地・住宅地ともにでは上昇傾向にある。上昇の要因としては、商業地については、北陸新幹線の開業、路面電車南北接続への期待感、民間による再開発の活性化が挙げられる。また、住宅地については、中心市街地周辺での利便性、まちなか居住・公共交通沿線居住推進政策の進展が挙げられる。

3) 富山広域連携中枢都市圏について

①連携中枢都市圏構想について

連携中枢都市圏とは、三大都市圏以外の政令市や中核市が中心となって、近隣市町村と連携し、「圏域全体の経済成長のけん引」、「高次の都市機能の集積・強化」、「生活関連機能サービスの向上」を行うことで、人口減少・少子高齢社会においての一定の圏域人口を有し活力ある社会経済を維持するための拠点を形成する取り組みである。

②富山広域連携中枢都市圏について²⁹⁾

前述の連携中枢都市圏の構想を受けて、富山市では、市域を越えた圏域全体の魅力を一層高め、一定の圏域人口を維持する「人口のダム機能」を果たすために、富山市と強い結びつきのある滑川市、舟橋村、上市町、立山町との間で、2018年1月に連携中枢都市圏を形成した。中枢都市圏の形成は、これまでの市町村同士の結びつきをさらに発展させ、連携協約に基づいた取り組みを推進することで、この圏域において住民の誰もが安心して快適に暮らしていけるよう、活力ある、住みよい魅力あふれる都市圏の実現を目指すものである。富山市では、この取り組みに向けて2017年度に「富山広域連携中枢都市圏ビジョン」（以下、第1期ビジョン）を策定、その後、2023年度に「第2期富山広域連携中枢都市圏ビジョン」（以下、第2期ビジョン）を策定した。

第1期ビジョンにおいては、前述した3つの役割に関する事業を進めてきた。具体的な取り組みは以下の通りである。

i 圏域全体の経済成長のけん引

²⁹⁾富山市（2023）、「第2期富山広域連携中枢都市圏ビジョン」

https://www.city.toyama.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/011/749/2023.pdf
f（最終閲覧日2023年5月31日）

観光資源の創出・発信等に取り組むため、圏域市町村観光事業担当者や観光関連事業者などによる検討会を開催し、参加者間の情報交換、圏域内観光資源の洗い出しなどを通じて、新たな滞在型周遊ルートの造成や合同観光プロモーションを実施した。

ii 高次の都市機能の集積・強化

圏域の高度な中心拠点である富山駅周辺の整備の着実な進捗により、周辺での商業施設やホテル等の立地が進み、圏域内外から訪れる人々の利便性向上や賑わい創出が図られている。

iii 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

福祉の充実を図るため、富山市の中心部で実施されている、障害児支援事業、病児保育事業、お迎え型病児保育事業及び産後ケア事業を連携市町村の住民も利用できるよう体制を整え、圏域内での統一的なサービスの提供を行った。その他にも、教育・文化の振興を図るため、圏域内の小学生を富山市の施設に招待し、施設見学を行うプログラムを実施している。

第2期ビジョンにおいての取り組みは以下の通りである。

i 圏域全体の経済成長のけん引

圏域の経済成長を図るため、産学金官民一体となったビジョン懇談会の開催、新産業・事業の創出や人材育成、起業家への支援、観光客の誘致促進や地域資源の活用による観光資源の創出・発信等を行う。

ii 高次の都市機能の集積・強化

高度な医療サービスの提供、中心拠点の整備・広域的公共交通網の構築に取り組む。

iii 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

福祉の充実、教育・文化・スポーツの振興、地域を担う人材の育成、にぎわいの創出等の地域振興、暮らしの安心・安全確保の各種対策の充実、地域公共交通の充実、社会インフラの整備、圏域マネジメント能力の強化、地域の生産者や消費者等の連携による地産地消、圏域内外の住民との交流、移住促進に取り組む。

富山広域連携中枢都市圏は、富山湾から立山連峰までの美しい景観に恵まれ、製造業をはじめとした多様な産業や高等教育機関を含めた都市機能の集積が高く、自然と都市が調和した圏域であると言える。また、将来像として、「都市の魅力と海山の豊かな自然が調和し、働きやすさ、住みやすさが実感できる活力あふれる圏域」を設定し、全ての世代から選ばれる圏域の形成を目指している。

③ 上市町との関係

上市町は前述した富山広域連携中枢都市圏に含まれており、相互に連携をとりながら、圏域全体の発展に取り組んでいる。また、上市町は暮らしに必要な施設が半径1km圏内に所在する「コンパクトローカルシティ」と呼ばれている。

(2) 交付金事業について

1) 生物多様性保全推進交付金（エコツーリズム地域活性化支援事業）³⁰

これは、環境省によるエコツーリズムを行う地域に対する交付金である。エコツーリズムに関するルールやプログラム作り、人材育成などの活動経費の一部を国が助成し、エコツーリズムの普及、定着、推進を図るとともに、自然観光資源を持続的に活用することにより、魅力的な地域づくりを支援する。エコツーリズムに取り組む地域協議会等に対し、国が事業費の2分の1以内を助成し、交付額は1地域あたり500万円を限度としている。

上市町では、「上市まちのわ推進協議会」のエコツーリズム事業が支援事業に採択されている。

2) 農山漁村振興交付金（山村活性化対策）³¹

これは、農林水産省によって、平成27年度から始まった交付金事業である。山村の特色ある農林水産物や、地域資源を活用した新商品の開発・販売等を通じて、地域経済の活性化を図り、所得・雇用の増加や定住促進を目指す取り組みに対し、支援を行う。

4 富山県中新川郡上市町で行われているまちづくりについて

(1) エコツーリズムについて

1) エコツーリズムとは

日本では、1990年頃から屋久島などの自然豊かな観光地でエコツアーを実施する民間事業者が見られるようになったことを契機に、徐々にその取り組みが拡大していった。1991年には、環境庁（当時）による「沖縄におけるエコツーリズム等の観光利用推進方策検討調査」が実施され、エコツーリズムに対する調査が開始された。

さらに、1990年代後半には、日本エコツーリズム推進協議会（現在は日本エコツーリズム協会）などの民間推進団体が多く設立されたことにより、エコツーリズムの普及に向けた動きが加速することとなった。

エコツーリズムとは、自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を地域ぐるみで伝えることにより、その価値や大切さが観光客に理解されることで保全に繋がっていくことを目指す仕組みである。観光客に地域の資源を伝えることにより、地域の住民も自分たちの資源の価値を再認識することが狙いである。

また、そうすることで、地域の観光事業だけではなく、地域そのものの活性化にも期待できる。

³⁰環境省、「生物多様性保全推進交付金（エコツーリズム地域活性化支援事業）」

https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/chiiki_shien/koufu/index.html（最終閲覧日2023年5月31日）

³¹農林水産省、「令和5年度農山漁村振興交付金（山村活性化対策（山村活性化対策事業））の募集について」

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tiiki/sanson/R5bosyul.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

2) 富山県上市町による取り組み

上市町には、「町の宝」とも呼べる自然・歴史・伝統文化・産業が数多く存在する。

たとえば、古くから山岳信仰の山として知られている劔岳や、山岳信仰の興隆に伴い、多くの人が往来することによって物資交流の中心的な商業の町として栄えてきた歴史、さらに特産化にも取り組んでいる里芋に生姜などさまざまな「町の宝」がある。



【写真1】劔岳（堀クラス撮影）

これらの宝を後世に繋ぐため、上市町では、平成23年7月の観光元年キックオフ宣言以降、積極的にエコツーリズムを推進している。その結果、「上市町エコツーリズム推進全体構想」が環境大臣、国土交通大臣、文部科学大臣及び農林水産大臣に認定されている。

上市町で行っている取り組みとして、「まちのわ推進協議会」を設立し、そこで、町の宝を「活かす」「守る」「伝える」ことを目標に掲げて活動を行っている。それぞれの活動内容については以下のとおりである。

①「活かす」取り組み

森林セラピー基地を活用した癒しのツアーや寺院での坐禅、滝行、写仏の体験、劔岳を間近に眺めながら屋外で富山の海と山の幸を堪能する森のレストランツアーなどの企画を行っている。また、地域固有の資源を活用した土産品の開発・販売を支援することで地域内循環型経済を推進している。

②「守る」取り組み

「森の学校」の開催などである。ここでは、森林セラピーガイド等により、森での遊び体験を通して、森と人の生活のかかわりや自然の循環、環境保全の大切さを親子で学ぶことができる。他にも、全小学校の高学年を対象としたエコツーリズム出前授業を開催し、そこで町内にある専門学校と首都圏にある姉妹校の生徒を対象に、自然体験学習を実施している。

③「伝える」取り組み

協議会が作成した「上市まちのわ宣言」や協議会の活動を紹介したリーフレットを町内全体に配り、エコツーリズムの普及啓発を行っている。また、掲載されている取り組みを実際に体験することができるツアーも実施した。

（２）森林セラピーについて

森林セラピーとは、森林浴効果のことを指す。森林セラピーで期待される効果として、ストレスの発散やリラックス効果、身体の中からのアンチエイジングなどの効果が挙げられる。

上市町は、エコツーリズムに対する取り組みの一環で、森林の香りを活用した森林セラピーツアーを行っている。ツアーの中では、「五感で森林パワーを楽しむこと」に重点を置いており、それぞれの感覚で森林を感じることができるツアーとなっている。

また、上市町には、眼目エリア・大岩エリア・馬場島エリアの3箇所の森林セラピーエリアがある。

眼目エリアは、樹齢400年以上のトガが立ち並ぶ森で、すがすがしく爽やかな香りが広がっている。さらに森林セラピーを楽しむために、「古刹」という由緒ある古い寺の四季の変化を森の中で楽しむ体験も用意されており、「古刹の森で香りをきく」目的でツアーの中に組み込まれている。また、大岩エリアは、六本滝が流れており、澄んだ空気が充満している。さらに、「おおかみこどもの雨と雪」の中で、花の家のモデルとなった古民家を見学することもできる。最後に、馬場島エリアは、広葉樹の明るい森・針葉樹の静かな森の2種類を雰囲気や視覚で楽しむことができる。ここでは、「こもれび浴」を体験することができ、座って森林の景色を眺めることで、森林セラピーで得ることができるリラックス効果をシャワーのように浴びることができる。

このように、上市町は、「森林セラピー」でエコツーリズムに積極的に関わりつつ、地域特有の香りを活用してまちおこしを行っていることが分かる。

５ 「香り文化」推進プロジェクトについて

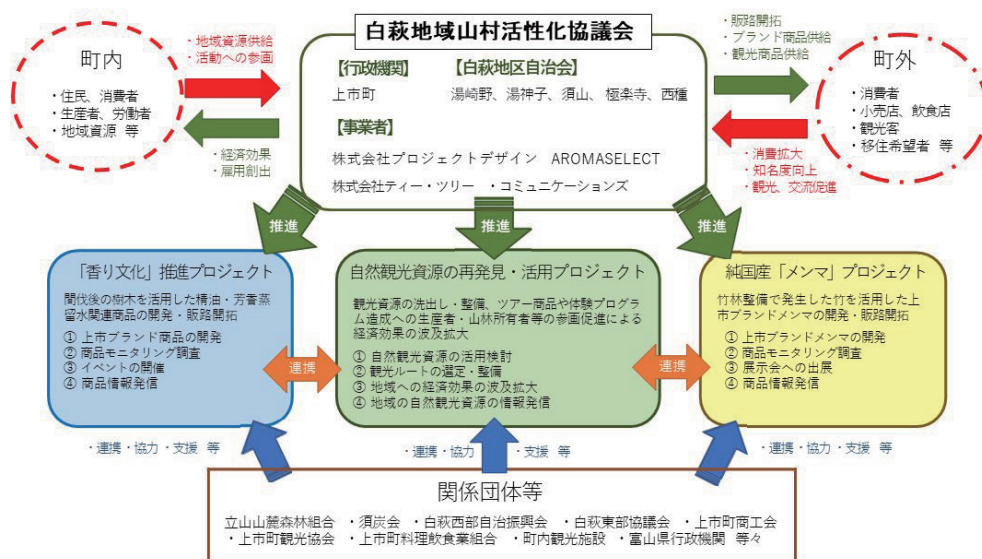
（１）「香り文化」推進プロジェクトの概要

上市町では、行政機関・白萩地区自治会・事業者が連携して、白萩地域が所有する資源を活用し、地域活性化を図る、白萩地域山村活性化協議会によって「『香り文化』推進プロジェクト」、「自然観光資源の再発見・活用プロジェクト」、「純国産『メンマ』プロジェクト」の3つの取り組みが行われている。本書で注目するのは、「『香り文化』推進プロジェクト」である。

「『香り文化』推進プロジェクト」では、間伐後の樹木を活用し、精油や芳香蒸留水による新たな商品の開発や販路開拓が行われている。精油に関するイベントや展示会の開催によって、「香り文化」の普及啓発を推進している。これらの活動による香り市場の拡大によって、地域の山林の価値向上、樹木の需要拡大、地域産業の所得向上、雇用拡大、担い手育成を図る。

また、このプロジェクトでは、「株式会社プロジェクトデザインAROMASELECT」によって、樹木の加工、アロマ商品の製造・販売が行われている。

白萩地域山村活性化協議会 実施体制図



【図 2】 白萩地域山村活性化協議会 実施体制図³²

(2) 地域おこし協力隊について

1) 地域おこし協力隊とは

現在の日本の大きな問題として少子高齢化があげられる。特に地方においてその進行が著しい状態である。その地方力の維持・強化を図るには担い手となる人材の確保が必要不可欠である。一方で、豊かな自然や文化に恵まれた地域で生活することや地域社会へ貢献したいという若年層を含めた都市住民のニーズが高まっていることも指摘されている。地域外からの人材の確保、そして定住・定着を図りたい地方と都市住民のニーズに応えられる政策である。

地域おこし協力隊員はおおむね1年から3年の期間の間で地方自治体から委託された業務に取り組む。この際の雇用形態は自治体の臨時職員という形を取ったり、個人事業主としての活動など地域によって変わる。主な業務活動の例としては・地域ブランドや地場産業の開発、販売、農林水産業に従事し農作業の支援などが行われている。例に上げた以外にも多くの活動があり、内容は地域によって様々である。これら隊員の活動は国から条件に応じて1人当たり最大480万円の経費が支給される。さらに任期の最終年及び、任期終了後1年以内の起業や、事業承継に際しても最大1人当たり100万円が支給されるなど、隊員としてキャリア終了後も定住がしやすい制度となっている。隊員以外にも地方に支給される経費も多くあり、自治体自体も制度を利用しやすくなっている。隊員は地方へ住民票を移し、その地域に移住する必要があるなど一見ハードルが高そうに思える。もっとも、地域おこし協力隊インターンというものがある。この制度は協力隊員希望者が2週間から3か月の期間において実際

³² 上市町移住・定住ポータル かみスイッチ、「研究型地域おこし協力隊を募集します ～企業研修で専門スキルを身につけ上市町を創造する～」 <https://iju-kamiichi.com/3560/posts/>
 (最終閲覧日2023年5月31日)

に地域おこし協力隊の業務に従事する制度である。インターンの期間は住民票を移動させる必要がなく自分に合っているか確認することができる。さらに活動先での住まいの紹介などサポートを行っている地域もあるなど手厚い支援が行われている。

この制度は年々広がりを見せており、令和3年度には全国で6000人以上の隊員が活動しており、受け入れている自治体数も1000を超えている。隊員の7割は20代、30代と若い年代であるなど比較的若い世代が活躍しているのが特徴である。

2) 上市町での地域おこし協力隊

今回ヒアリングを行った上市町でも地域おこし協力隊が活動している。令和5年2月時点で2名の隊員が上市町で活動している。さらに、令和5年4月から新しい地域おこし協力隊隊員が携わり活躍している。

その他にも上市町ではこの香り文化推進プロジェクト以外にも隊員が活躍している。AROMASELECTとは別の地域プロジェクトである「純国産メンマ」プロジェクトがある。この「純国産メンマ」プロジェクトには東京都で生まれ育った隊員が携わっている。この隊員は東京都出身だが、子どもの頃から山に親しんでおり、自然が豊かな地方へ移住したいと考えていた。上市町では自分のキャリアを生かせるとともに自然豊かな地域であるため地域おこし協力隊に応募した。活動先である「味蔵」では商品開発として放置竹林を整備して取れた幼竹を使ったメンマが作られている。「国産メンマ」プロジェクトだけでなく観光の知識などを活かし上市町のファンを増やす活動もしたいと述べられた。また、商品として売られているのは竹林で採れたタケノコだけでない。竹自体も活用しており、竹炭に加工し今回のヒアリング調査で訪れた温泉施設のアルプスの湯等にも送られている。

6 株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECTについて³³

(1) 会社概要と取り組み

株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECTは、富山県滑川市に所在する精油などのアロマ商品を製造、販売する会社である。精油の抽出は、富山県中新川郡上市町湯上野にある、立山山麓森林組合上市支所内で行っている。精油の原材料は、育林や枝打ちで廃棄される樹木を使用していて、植林や栽培は行っていない。樹木の伐採から、抽出、商品化まで手作りで製造している。本来であれば廃棄される樹木を活用することで、森林保全にもつながっている。商品には、クロモジ、タテヤマスギ等の富山県で採取できる樹木が使用されている。また、ラベンダーやユズ等の樹木以外を使用した商品も製造されている。加えて、アロマクラフト体験や香りの展示会等の開催によって、樹木の香りの魅力や山の魅力、国産精油の楽しみ方を伝える企画を開催している。

³³ AROMASELECTホームページ <https://aroma-select.jp/home> (最終閲覧日2023年5月31日)

VI 事前調査を踏まえた考察

1 香り独自の利点について

我々が考える、香りを活用することによる利点は三点である。

第一に、香りと記憶には密接なかわりがあり、他の感覚からは得ることができない効果を有する点である。この効果とは、一定の香りを嗅ぐことにより、当時の記憶や感情が蘇りやすいこと等が挙げられる。これは、においが脳へ情報を伝達するルートが他の感覚と大きく異なることが理由であるとされており、他の感覚よりも印象に残りやすいのではないかと考える。

第二に、視覚・聴覚に障がいを抱える人々であっても、香りであれば感じ、楽しむことができる点である。風景等と異なるかたちで印象に残る香りを活用することで、土地の特産品を堪能することが困難である人々にも、土地の魅力を伝えることができるのではないかと考える。

第三に、香りが他の感覚と比べて、我々の生活の一部として取り入れやすい点である。科学技術の発展により香料原料を安定的に入手することが可能になった現代社会において、もはや香りは当たり前の存在となっていると言っても過言ではない。そのため、他の感覚よりも、土地の魅力を伝えやすいのではないかと考える。

以上のことから、我々は、香りを活かすことでしか得ることができない効果があると考え

2 まちづくりについて

現在の日本のほとんどの地域で過疎化や少子高齢化が問題となっている。先日には日本の2022年の出生数が80万人を切り、77万人前後であると報道された。日本政府も異次元の少子化対策と銘打って危機感を抱いている。以前、出生数が100万人を切り少子化対策が重要と報道されていたことが懐かしくも感じる。

現在の多くの自治体でまちおこし、まちづくりが行われているが、行政だけでは手の届かないところが出てくる可能性がある。そのためまちづくりにはその土地に住む住民の協力が必要不可欠ではないかと考える。しかし、その地域の存続には町おこしが必要なのは分かっているが自分が生まれ育った地域が変わることに抵抗のある住民もいるのではないかと考える。

また、まちづくりには企業との連携が必要であると考え。近年では、「官民連携まちづくり」といった行政と民間が連携して、まちづくりを行う事例が増加している。官民連携まちづくりの利点は二点挙げることができる。第一に、企業は資金力が高く、行政だけでは行えないような政策を生み出すことができる点である。第二に、企業は発信力が高く、政策のプロモーション等において、行政のみで行うよりも高い効果を得られる点である。以上の理由により行政だけで行うのではなく、住民や企業も一体となって連携していくことが大切だと考える。

Ⅶ 上市町役場、株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECTへのヒアリング調査等の結果と考察

1 ヒアリング調査の要旨

2023年2月28日（火）に、上市町役場、立山山麓森林組合上市支所内の抽出場にてヒアリング調査を実施し、上市町企画課課長碓井秀樹様、課長代理川口仁様、課長代理青木友季様、株式会社プロジェクトデザイン AROMASELECT福井千寿子様にご回答いただいた。

以下は、その要旨である。

（１）上市町で行われているまちづくりについて

<質問1>まちづくりを行う必要があると考えたきっかけは何か。（上市町役場による回答）

《回答》

従来よりまちづくりの取り組みは行っていたが人口減少や少子高齢化が進むにつれ従来の行政主導では活動に限界があり、人事異動などにより活動が持続しないなどの問題があった。

北陸新幹線の開業が迫った平成23年7月に「観光キックオフ宣言」を行い、地域一体型のまちづくりを進めていった。当時の広報には観光業界を盛り上げていくために「あなたにもできることがあります」として町民や事業者、団体などを募集した。

川口様によると上市町の町民はおもてなしの精神はあるが、町の外でおもてなしをする傾向があった。観光事業を盛り上げていくためには町民自体が町の良さを知っていかなければならないと考え観光パンフレットを各家庭に配るなどの活動が行われていた。

<質問2>上市町のまちづくりを行う中で、香りを利用することを決定した理由は何か。

（上市町役場による回答）

《回答》

まず、平成24年3月に眼目、大岩、馬場島の3エリアが森林による癒しの効果があると科学的に実証された。これら3つの地域が森林セラピー基地「劔・きらめきの森」に認定され、この地域をエコツーリズムに活用するにあたって五感を用いた体験プログラムやツアー、お弁当の開発、ガイドの育成を行った。

エコツーリズムは当初、環境省からの交付金で行われていた。その上で、雇用を生み出すために厚労省の交付金も活用した。これは通常とは異なり、厚労省にプロジェクトの内容をコンペとして提出する必要がある。そのプロジェクトが採用され、厚労省からの委託という形で行われた。人材育成事業で町の資源を活用して魅力的なものを作っていくブランド化するための人材を育成する。この時にアロマオイルの特産品の講座を行った株式会社プロジ

ェクトデザインの社員がこの講座に参加しアロマオイルの産業へ発展した。これがのちに香りを生かしたまちづくりにつながった。

まず、アロマセレクトの福井氏が香り文化推進プロジェクトを町に提案した。アロマオイルの事業拡大のために農水省の交付金を必要とした。しかしこの農水省の交付金は実施主体が自治体もしくは自治体を含めた協議会でないと交付金がもらえないため、福井氏は町に相談した。香りに自体に注目して行うことに斬新さがあり、新しい切り口から町を周知できるのではないかということもあり町単体だけでなく自治体を含めた協議会をつくることになった。

<質問3>まちづくりに「香り」を活用することの利点は何か。（上市町役場による回答）

《回答》

エコツアーのプログラムにおいて、アロマオイル等、気に入ったものを上市町の香りとして持ち帰ってもらう事ができる。持ち帰った後再び香りを嗅いでもらうことによって上市町の事を思い出してもらうなどして一定期間上市町とつながりを持続してもらうことができる。他にストレス解消の香りを持ち帰ってもらい上市町の良さを思い出してもらう。そのうえで移住につなげてもらうことができる。

コロナ渦では実際に上市町に来てもらっての移住体験ツアーが行えなかったため、オンラインでの開催となった。その時に事前に上市町の旅のお供セットとしてお菓子やお茶の他に樹木の葉なども送った。ツアー中の森林の場面で樹木の香りを嗅いでもらうことによって臨場感が増し満足度が上昇したなどの効果があった。

<質問4>「『香り文化』推進プロジェクト」はどのような課題解決に向けて行われているのか。（上市町役場による回答）

《回答》

まず第一次産業の衰退や白萩地域での若者の流失、さらに木材価格の下落に、持ち主の分らない森林の増加など様々な問題があった。白萩地域とは上市町全体の75%を占める地域であり、さらに白萩地域の81%は森林地域である。上市町全体で見れば、約60%ほどが森林地域である。つまり上市町の活性化には白萩地域の森林の活用が必要不可欠だった。しかし活用されていないのが課題であり、伐採後の樹木は未利用のままが多い状態であった。そのため地域の資源を利用しその資源の高付加価値化、大都市圏等との外部との販路開拓を行い地域の雇用創出を所得向上図る必要があるとのことでこのプロジェクトは行われた。かつてこのような町内の事業者において地域資源を利用しようと商品開発に力を入れ、販売なども行われていたが、同業他社の課題、町外への販路開拓の営業力が低いなど様々な課題が浮き彫りとなり単独事業者のみでは期待した事業効果が得られなかった。そのため多くの人や事業者、さらに町自体も協力していることがこれまでとの違いである。

このプロジェクトを行うにあたっての課題は多く存在した。一番の問題は山の所有者や山の区切りが分からないという点である。親の世代や祖父母の世代では共有されていた情報も下の世代には伝えられていないという事が多くあった。特にあまり利用されていなかった土

地にそのような傾向が多い。さらに不明確な境界線や税金対策で土地登記簿面積が実際と大きく異なる事例もあり山を活用するにあたっての大きな障害となっている。現在、森林組合主導で境界線をはっきりさせる事業が行われている。

(2) まちづくりを行なっていく中での課題について

<質問5> まちづくりに「香り」を活かしたことで生じた課題はあるか。また、課題が生じた場合、何か解決策はあるか。(上市町役場による回答)

《回答》

「香り文化」を推進するとなり、町民の方々へ「香り」を取り入れた生活を紹介し、個々の生活習慣としてもらうには時間がかかる。また、「香り」を取り入れた個々の生活習慣を「文化」として発展させていくためには、地域の日々の生活に密着した常識となる必要がある。これは容易ではないが、常識となり「文化」として発展させていくことを目標としている。

まずは、どのような場所で、どんな方法で、どんな年齢層の方々から取組を広げていくことが効果的なのかを模索しながらプロジェクトを推進している。

「香りとまちづくり」の研究に取り組む龍谷大学や学生にも連携、協力していただければ課題解決に近づけると考えているため、今回をきっかけに龍谷大学とのつながりが深まることを期待している。

(3) 精油について

<質問6> なぜ森林資源を活用して「香り文化」を広めるにあたって、精油に着目したのか。

(AROMASELECTによる回答)

《回答》

山間部で生まれ育った原体験から山への関心が非常に高かったため、林業が衰退し、森林が荒廃する様に危機感を感じずにはいられなかった。上市町主催の雇用促進協議会で開催されたセミナーをきっかけに日本の樹木から精油を抽出することができることを知り、荒れ果てた山に何かできるかもしれないと考え、精油事業を開始した。

森林資源を活用した香り文化を広めるために精油を使用したのではなく、森林保全として精油を生産する上で、日々の生活の中に精油を取り入れる「香り文化」が推進されると、精油をより使用してもらえないのではないかと考えた。富山県では、「心身共に健康でいよう」といった考え方である、「ウェルビーイング」を推進している³⁴。上市町は立山山麓が綺麗に見える町であることから、香りと景色を含めて、町として魅力的な要素が多くあるため、ウェルビーイングを実現できればと考えている。

³⁴富山県、「ウェルビーイングの推進」

<https://www.pref.toyama.jp/100224/wellbeing-toyama.html> (最終閲覧日2023年5月31日)

<質問7> 精油が生産される前、間伐材はどのように利用されていたのか。（上市町役場による回答）

《回答》

富山県産のスギの間伐材を原料とした木質ペレット（商品名：とやまペレット³⁵）の製造に利用されている。富山市に平成22年3月に木質ペレット工場が完成し、富山県の森林からの間伐材や間伐材加工場から発生する端材などで製造している。これを受けて、ペレットの需要拡大に協力するため、平成23年10月からペレットストーブの購入費を支援する補助金制度を開始した。

<質問8> 上市町で生産されている精油は、他県産また海外産の精油と比べてどのような特徴があるのか。（AROMASELECTによる回答）

《回答》

[他県産（国産）の精油との違いについて]

国産の精油は、樹木系、柑橘系、ハーブ系といったように種類が限られてくるため、香りに大きな違いはない。樹木によっては、採取時期や産地で抽出した精油、芳香蒸留水の香りに違いが生じる。AROMASELECTで主に生産しているクロモジという樹木の場合は、産地によって香りに差がある。富山県の西部と東部でも香りが異なる。クロモジの場合、春先は葉を含む枝葉から抽出するが、落葉樹のため秋には葉が落ちてしまうため香りに違いが生じる。生産者によっては、枝のみで販売しているところもあるが、AROMASELECTでは全て自然のものがままたその時の状態で抽出している。クロモジは、甘くて優しい柔らかい香りであるが、上市町のクロモジは、さっぱりした香りと言われることが多い。また、自然のものであるため、大雪の年の翌年やあまり雪が降らなかった年の翌年とでは香りが異なると考えている。その違いがよくわかるのが芳香蒸留水である。

精油というものの自体、植物がもつフィトンチッドが含まれるため、あくまでも野生種（その場にあるもの）に限って生産している。自社農園での栽培や培養はしていない。

[海外産の精油との違いについて]

香りにおける違いについては、海外産のものは鋭く、刺激的ですぐに香りとして感じられるものが多い。国産精油は商品の製造から販売までのサプライチェーンが短いため、抽出したての香りを楽しんでいただくことができると考えている。海外産の精油と一口に言っても産地も様々で、精油の種類は何千種類とある。日本人はそこで生まれ育った植物の香りが馴染みやすいのではないかと考える。お客様からは、水や土などその土地のもので育まれたものなので心にずっと馴染みやすいと言われることが多くある。

国産と海外産の一番の違いは、生産過程にある。海外産の精油は、大きな工場で従業員がどんどん枝を入れていって生産されている。このような海外産の精油の生産背景を辿ると、社会的に問題になっている児童労働や環境破壊、従来の資本主義に行き着くブラックな業界であるが、国産精油についてはこれとは真逆の経済効果を生み出す。里山に雇用が生まれ、

³⁵丸新志鷹建設株式会社、「とやまペレット」

<https://shitaka.net/pages/7/>（最終閲覧日2023年5月31日）

森林の環境整備が実現できる。そういった面も知っていただければいいと考えている。実際に山に入って採取することもある。誰にでもできるわけではないが、興味のある方には親しみやすい林業として受け入れられると考えている。

<質問9> 間伐材以外の材料で精油を生産する予定はあるのか。（AROMASELECTによる回答）

《回答》

〔間伐以外の樹木での生産について〕

その予定はない。未利用材や間伐材から生産することに意義があると実感している。森に人が入り、森林作業員が増加しないと山は荒廃する一方である。樹木にとって風通し、木漏れ日がいかに重要かを知っていただくため、森林インストラクターによる森林ツアーなどの開催予定である。

ヒノキやスギから精油を抽出する際は、木こりさんが間伐したものの中にヒノキやスギが入っていたらいただくという形をとっている。

〔樹木以外の材料での生産について〕

ラベンダー³⁶・ローズマリーは生産の中に取り入れている。その他にも、ユズ、上市町の特産品であるシンショウガで精油を生産していた。これら以外にも、ウメ、サクラ、チェリーリップ、カリン、ヨモギ等を試したが、思うような香りにはならなかった。

数々の材料を試してきた中で、主にクロモジを材料としている理由としては、香り、取りやすさ、森林のためになるといった点が挙げられる。

<質問10> まちづくりを行うにあたって、上市町と株式会社プロジェクトデザインAROMASELECTとはどのように連携しているのか。（上市町役場による回答）

《回答》

〔白萩地域山村活性化協議会におけるそれぞれの役割〕

白萩地域山村活性化協議会では、上市町は事務局として会計・経理の役割を担っている。一方で、AROMASELECTは「『香り文化』推進プロジェクト」の責任者・推進リーダーという役割を担っている。

AROMASELECTにこのポジションを任せているのは、今後白萩地域山村活性化協議会が解散する運びとなった場合に、この協議会を通じて行ってきたことを継続してもらうためである。

〔上市町とAROMASELECTの連携とその取り組み〕

上市町と連携するにあたって、農林水産省の交付金は人件費に充てることができない。しかし、人を増やさないことには新たな活動を始めることができない。

³⁶一般的には真正ラベンダーといった品種が用いられるが、富山県ではこの品種が育てづらいため、AROMASELECTではラバンジン（真生ラベンダーとスパイクラベンダーの交配種）と呼ばれる真生ラベンダーよりもスパイシーな香りの品種を使用している。

そこで、上市町の「地域おこし協力隊」の制度を利用することになった。3年間の任期が終了しても、まちづくりに携わってくれる人材を募集した。そこで、人材を採用するにあたって、AROMASELECTも面接官として参加した。

そうした取り組みを経て、令和5年4月から新たに1人がこの活動に参加することとなった。まちづくりの活動に新たに参加するメンバーには、仕事に重点を置くのではなく、町民へ「香り文化」をより広めるための取り組みに力を注いでほしい。その理由として、町民が町民に対して地域協力活動の一環としてこの取り組みを行うことで、より「香り文化」が広まりやすくなることを期待できることが挙げられている。たとえば、自治体が公民館で「香り文化」を知ってもらうためのイベントを催したりするには準備にかなりの時間や人手を要する。こうした問題を解決することが期待されている。

また、情報発信を行う中で連携を取っている。

たとえば、上市町における地域資源を活かした地域創生の事例として、AROMASELECTの取り組みやイベントの開催情報を紹介・拡散している。他にも、上市町が開催するイベントへAROMASELECTに出展してもらったり、県外の企業や大学が上市町を視察で訪れた際にAROMASELECTの工場を見学させたりしている。

<質問11> まちづくりを行うにあたって、地域の住民の方との連携はあるのか。（上市町役場による回答）

《回答》

白萩地域山村活性化協議会では、自治会が構成員となっている。そのため、地域の住民の方も構成員として活動に参加しており、連携を図っている。

また、活動を行っていく中で、取り組みについての声かけを構成員同士で行うことが多いため、日々の連携が大切である。AROMASELECTでは構成団体より、材料の供給を行っている。たとえば、山を所有している構成員から所有している山で採れた間伐材や、地域の住民の方から地域で食されることがなくなったユズを購入してAROMASELECTがアロマオイルを製作したりしている。

当初から協議会創設の目的である「所得を増やす」という目標を達成するためにも、活動を行っていく中で少しでも提供者の収入になるように、今後も地域の住民と連携していきたいと考えている。

<質問12> まちづくりに「香り」を活用したことで得られた効果は何か。（AROMASELECTによる回答）

《回答》

「『香り文化』推進プロジェクト」に取り組んでから3年目のため、現段階でまちづくりにおける効果を期待するのは早いと感じる。

今後、期待することができると考えられる効果として、体験ツアー等を企画し県外から上市町を「香りのまち」として認識してもらうことで、町内でまちづくりに対する意識が高まることが挙げられる。

また、現段階では、時間等の関係で招待された場合にのみ出展をしている。その中で、AROMASELECTが日本橋とやま館で実施した新商品の森の香りアンケート調査では、「香りについて詳しく知りたい」「現地である上市町へ行ってみたい」という声が多く見受けられた。

〔上市町役場による回答〕

植物が放つ天然アロマである「フィトンチッド」には、人間のストレスを和らげ、リフレッシュさせる効果があるとされている。この効果は、森の中で深呼吸したりして様々な木の香りを体感することによっても得られる。

そのため、森林セラピープログラムでは、「匂いを嗅ぐ」という体験は不可欠である。このプログラムにおいて「香り」を活用することで、確実にツアーや体験プログラムの参加者の満足度向上を図ることが可能であるという。

<質問13> 「『香り文化』推進プロジェクト」は、上市町におけるまちづくりの課題解決にどのような影響を有するのか。（上市町役場による回答）

《回答》

少しずつ新たな商品の開発や販路の拡大が進んできているが、当初の目的である「地域雇用の創出」や「所得の向上といった効果は、現段階では得られていない。そこで、一定の特産品だけではなく、香りを取り入れた体験プログラムや食事、お土産品等の事業を拡大していきたいと考えている。

<質問14> これからどのように「『香り文化』推進プロジェクト」の活動を広めていく予定なのか。（上市町役場による回答）

《回答》

今後は、精油商品の開発・販売を進めていく中で、新たな「香り」に関わる商品や体験プログラム、食事やお土産品等の開発・販売を進めていくにあたって、販路及び事業の拡大に繋げていく予定である。その中で、町内の事業者とも連携を図っていきたいとしている。

また、併せて、「『香り文化』推進プロジェクト」をより町内外に広く周知し、「香り」を取り入れた生活習慣を町地域へと浸透させることが重要なポイントであると考えている。さらに、プロジェクトに参加する地域おこし協力隊の活動を効果的に組み合わせることで、プロジェクトに関わる町民や事業者、団体等の仲間を増やしていくことも大切であると考えている。

「『香り文化』推進プロジェクト」が拡大していくにあたって、上市町へ訪れたお客さんに対して地域の住民の方から、上市町の魅力を発信することができるよう活動を進めていくことが理想であるとしている。



【画像２】上市町役場外観（写真左）

【画像３】上市町役場でのヒアリング調査の様子（写真右）

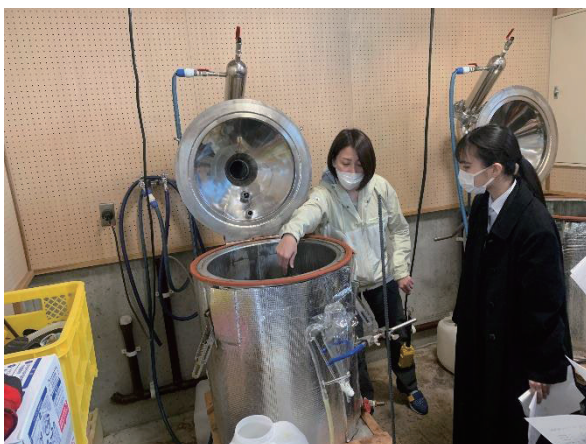
（画像２、３いずれも堀クラス撮影）

２ AROMASELECT抽出場の見学

上市町役場でのヒアリング調査後、立山山麓森林組合上市支所内の抽出場にて、株式会社プロジェクトデザインAROMASELECT福井様へのヒアリング調査に加えて、抽出場を見学させていただいた。抽出場に入ると、樹木の香りが全体に広がっていた。AROMASELECTでは、精油の抽出の様子を実際に見ていただく工場見学会も行っているが、冬場は材料を集めづらいため、今回は抽出の様子を実際に見学することはできなかった。抽出場では、使用している材料や抽出方法、製造している商品などについて説明していただいた。AROMASELECTでは、水蒸気蒸留を用いて精油を抽出し、精油、アロマスプレー、うるおうバーム、ボディオイル、芳香蒸留水、ディフューザーなどの商品³⁷を製造している。

³⁷AROMASELECT、「精油について」

<https://aroma-select.jp/seiyu>（最終閲覧日2023年5月31日）



【画像 4】 AROMASELECT抽出場でのヒアリング調査の様子（写真左）

【画像 5】 抽出の際に使用している蒸留窯（写真右）

（画像 4、5 いずれも堀クラス撮影）



【画像6】 AROMASELECTで製造されている商品（写真左）

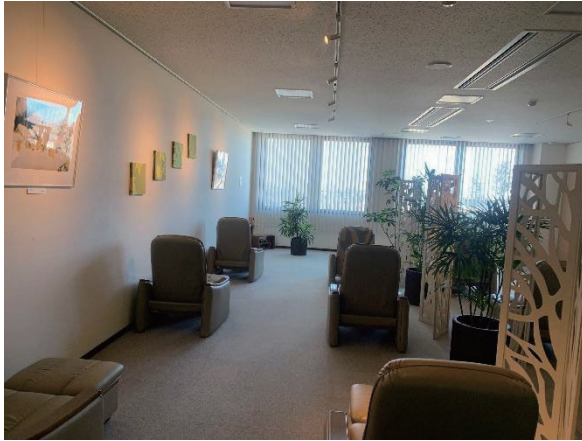
【画像7】 抽出に使用する材料（写真右）

（画像6、7いずれも堀クラス撮影）

3 湯あがりセラピールームの見学

上市町役場、株式会社プロジェクトデザインAROMASELECTへのヒアリング調査終了後、つるぎふれあい館内にある、天然温泉アルプスの湯にて、上市町の香りを活かした取り組みの一つである、「湯あがりセラピールーム」を見学させていただいた。

「湯あがりセラピールーム」とは、入浴後、コップ1杯の水を飲んでセラピールームで30分休息をとると、全身の血管機能の改善、心臓の負荷の軽減、気分の爽快感が得られるなどの効果がある、「和温療法」を取り入れたセラピールームである。森林の音（「剣・きらめきの森」の森の音）、色（観葉植物や写真を配置）、香り（森林由来のアロマオイルの香り）を楽しみながら、温泉に入った後にリラックスすることができる。また、ここでは、このセラピールームのために作られた「TSURUGI Green」と呼ばれる森林由来の香りを楽しむことができる。



【画像8】湯あがりセラピールームの様子（写真左）

【画像9】「TSURUGI Green」（写真右）

（画像8、9いずれも撮影堀クラス）





【画像 1 0】和温療法に関するポスター（写真左）

【画像 1 1】全行程終了後の集合写真（写真右）

（画像 1 0、1 1 いずれも堀クラス撮影）

VIII 最終考察

1 これまでの調査を踏まえた考察

我々は、今回行ったヒアリング調査を踏まえて、事前調査を行った際と同様に「香り」でしか得ることができない効果があると感じた。それは、香りを生かすことで、より多くの人々に魅力を伝えることができる点である。「香り」は視覚や聴覚等に障がいを抱える方々はもちろん、実際その場所に居ない方々にも感じてもらえる方法がある。これは、「香り」を活かすことの大きな強みであると考えます。

上市町は、「香り」を活かしたまちづくりとして精油を利用した「『香り文化』推進プロジェクト」を行っているが、このプロジェクトは開始して数年のため、具体的な効果はまだ出ていないことが分かった。しかし、今後もこの活動を進めていくことで、販路や事業の拡大に繋がることを期待できる。

また、我々はヒアリング調査を行う中で、まちづくりを効果的に行うためには、観光客含む町外の人々から得られる「外からの協力」だけではなく、その地域住民のまちづくりに対する関心や理解が深まることで得られる「内からの協力」が重要であると考えた。当初の上市町では、行政が主体となってまちづくりのために様々な取り組みを行っていた。しかし、人口減少や少子高齢化等の問題が生じたことにより、行政主導のまちづくりに限界を感じたことを契機に、現在のような住民、町内の事業者と連携した地域一体のまちづくりを行っている。住民や事業者の協力が不可欠となる取り組みを進めることで、行政・住民・事業者がそれぞれの役割を担うことになるため、住民自身もまちづくりを行う一員であることを自覚することができる。

さらに、上市町では、「『香り文化』推進プロジェクト」だけではなく、森林セラピーを中心とした「エコツーリズム」も推進している。他にも、上市町では地域おこし協力隊の方々もまちづくりに参加しており、今回調査した「『香り文化』推進プロジェクト」以外のプロジェクトにも参加している。このことから、上市町は活動全体を通して町の資源を有効活用し、その魅力を町内外に伝えるために尽力していることが分かった。

しかし、まちづくりを行う中で住民の協力が必要不可欠なものであることを踏まえて、具体的にどのようにして住民に「『香り文化』推進プロジェクト」をはじめとする香りを活用したまちづくりに協力してもらえるのが課題となる。

多くの場合、香りは日常生活の中でも気軽に取り入れることが可能である。ただし、ある程度住民の生活習慣が固まっている等のことから、直ちにその地域特有の香りを今までの日常生活に定着させることが困難である場合も十分に考えられる。また、上記のように、より効果的なまちづくりを行うためには、住民の協力を得ることと同時に町外の人々の協力が必要であるとする。

このことから、様々な活用方法が考えられるという大きな強みを持っている「香り」を活かしたまちづくりを行う上市町は、今後の販路や事業の拡大が大いに期待できるのではないかと考えられる。しかし、その魅力を町内外へ広く発信していくためには、町外の人々からだけではなく、住民からも興味関心を持ってもらうことが重要である。

2 まちづくりの提案

今回のヒアリング調査によって、短い時間ではあったが実際に訪問して感じることで上市町の素晴らしさを知ることができた。さらに、上市町の発展、活性化を願い、我々は以下の事を提案する。

(1) 森林セラピーのお土産として香りを活かしたものを販売する

ここでは、森林セラピーのお土産として香りを生かした物を販売することを提案する。

この提案では、お土産を2種類に分類する。1つ目としては木をそのまま使ったものを販売する。例としては葉、木片チップを使った消臭剤、そもそも木で作ったはがきを作ったことがあり得る。2つ目は木そのものではなくアロマオイルなど、香りを染み込ませたものを販売することである。例として葉書や便箋にアロマオイルを染み込ませたものを販売することが考えられる。または、こするとにおいが出てくるようなものもあり得るであろう。現地へ足を運んだ人はそこでの香りを認識しているが、他の人にとってはなかなか香りは想像しにくいものである。そのため香りを届けることを意識した商品を販売し、現地に足を運ぶ人を増加させることを目標とする。

さらに、柔軟剤や入浴剤などのメーカーとコラボし日常的に使うものにクロモジなどの香りを使うことにより、上市町の素晴らしさを知ってもらい、上市町を身近に感じてもらうといったこともあり得る。

（２）香り空間を作る

ここでは、駅の待合室等、地域住民が利用する場所で、香りがするスペースとしないスペースを区別して、香りを楽しみながら、上市町の魅力を感じることができる空間を作ること提案する。駅の待合室等であれば、観光客も利用するため、上市町の魅力を香りから伝えることができると考える。そこでは、箱や袋を利用して、香りの体験ができる空間を作る。これによって、上市町の樹木や植物等の香りを実際に嗅ぎ、上市の香りを堪能してもらう。また、AROMASELECTで製造されている製品を実際に展示し、香りを体験してもらうことで、購入を促す。

上市町では、「香り」を取り入れた個々の生活習慣が、地域の日々の生活に密着した常識となり、「文化」と発展させていくことを目指している。そのため、まずは地域住民が利用する場所にこのような空間を作ること、地域住民に対して、「香り文化」の推進を行い、地域の文化へと発展させていくことができると考える。また、駅は多くの学生が利用する場所であり、そこで上市町の香りを体験することができると、その学生が大人になったとき、香りをきっかけとして故郷を思い出すことができると期待される。

（３）スタンプと香りを組み合わせる

①スタンプラリーと香り

ここでは、上市町の魅力を視覚と嗅覚の両方で感じることができるスタンプラリー形式のまちづくりを提案する。これは、上市町のそれぞれの観光スポット(劔岳を一望できるスポット等)にスタンプを配置しておいて、多くの観光スポットや、いわゆるSNS映えができるスポットを周れば周るほどスタンプが溜まっていき、それと同時に上市町の魅力を知っていくことができる仕組みである。その中で、手軽に楽しむことができる短めのコースとじっくり魅力を堪能できる長めのコースの２種類を作成することで、より多くの人たちに興味を持ってもらえるのではないかと考える。

さらに、そのスタンプの朱肉に、AROMASELECTで製造されているアロマオイル等を仕込み、スタンプを押すとその場で香りが広がるようにすると、なお他のスタンプラリーと差別化することができ、まちづくりをより一層進めていくことができると考える。

②切符と香り

ここでは、切符を手動で切る際に、その切符に押されるスタンプに香りを混ぜ合わせることを提案する。

我々が上市町へヒアリング調査で赴いた際に、富山地方鉄道を利用する機会があった。我々の世代では電車に乗るとき切符は自動改札に通す。さらにICカードの普及により切符すら珍しくなりつつある。今回手動で切符を切っている点に我々は魅力を感じた。上市駅では切符に穴を開けるのではなくスタンプを押していたということから先ほどのスタンプラリーと同じように朱肉に香りをつけることを提案する。この歴史を感じさせる仕組みを香りと組み合わせることでより多くの人々に興味を持ってもらいたいと感じたからである。切符は持ち帰ることができないが、電車に揺られている間、香る切符と上市町の景色を楽しんでも

らうのも面白味があるのではないかと考える。さらに季節ごとに異なる香りを使用すればリピーターの獲得もできるのではないだろうか。

昨今では頻繁に見かけることはない仕組みの改札と、上市町が持つ魅力的な香りを混ぜ合わせることで、さらにまちづくりを進めることが期待できるのではないかと考える。

(4) SNSの利用

近年、SNSは情報発信の大きなウエイトを占めている。情報社会において発信力は非常に重要であることは言うまでもない。上市町は劔岳を正面に見ることができるなど、調査前は知ることのなかった様々な魅力を持っている。しかし、この魅力が町外の人に伝わっていないことは非常にもったいないことである。新聞、テレビ等での広告もいまだに絶大な力を持っているがコストが大きくSNSに比べ情報発信に時間がかかるという欠点がある。その点、SNSではリアルタイムで発信できる。上市町では当たり前である風景も他の地域の人間には非常に珍しく魅力的に感じることも多い。SNSでの発信は新聞、テレビに比べ確実性は無いかもしれないが、ささいな出来事でも発信することができる。日常の風景や劔岳の様子。さらにそこに住む人々の笑顔など、日常的な風景だとしてもそれを元に上市町に興味を持ってもらうことができるならば非常に素晴らしいことではないだろうか。

(5) 未来に向けての投資

最後に提案するのは小中学校で香りを活かしたものを配るということである。地域によっては、小学生全員にお茶が配られる地域も存在する。ペットボトルではなく急須に入れて飲むような小学生に配るには高価なものでありその価値も多く的小学生は理解せず飲む。しかし、歳を重ねるごとに当時飲んだお茶のおいしさが分かるようになることがある。それと同様に、町に住む小中学生に香りを活かしたものを配ることがあり得るのではないか。恐らく配られたその時は本当のその香りの素晴らしさには気づかないかもしれない。しかし、その子ども達が大きくなるにつれふと、その香りを通して上市町の事を思い出すことができる。誰しも生まれ育った地域には一定の思いがあるのではないか。進学、就職等で上市町を離れたとしても、そこで出会った人々と話す中で自慢話や思い出話として上市町について話し、もう一度上市町に戻ってこようと思える。またそれを聞いた周りの人間に上市町を知ってもらい興味を持ってもらう機会になるのではないかと思う。

IX おわりに

本書では、「香りとまちづくり」に着目し、まずは、「香り」、「まちづくり」の両方について調査研究を行った。そして、香りをまちづくりに活かすことの利点、まちづくりに必要な点について検討した上で、ヒアリング調査を実施した。

ヒアリング調査では、香りを活かしたまちづくりを行っている地域として、富山県中新川郡上市町を調査先に選定した。上市町では、少子高齢化や過疎化、観光客・移住者をどのよ

うに呼び込むかといった全国共通の課題だけでなく、持ち主の分からない森林の増加などの
上市町特有の課題に向けた取り組みが進められていた。

ヒアリング調査を行い、上市町では、まちづくりにおいて、香りを活かすことだけではなく、町の資源の活用、事業者・住民との連携などが行われており、町を活性化させることへの町全体の熱意を感じることができた。上市町では、AROMASELECTとの連携、白萩地域山村活性化協議会の結成、地域おこし協力隊の募集といったまちづくりのための様々な取り組みを行っているが、まだ結果が得られる段階には至っていない。地域一体となったまちづくりは容易ではなく、それを効果的に進めるためには何が必要であるのかは検討する必要がある。これは答えのない問いであるが、町に関わる全ての人々が、より良い町を造っていくために関心を持つことだけでもその達成に近づくのではないかと考える。本書において、私たちは上市町のさらなる発展に向けたいくつかの提案をさせていただいた。

末筆ではございますが、お忙しい中、ヒアリング調査にご協力いただいた、上市町役場、AROMASELECTの方々に心から感謝申し上げます。ヒアリング調査の際も、暖かく歓迎してくださり、大変有意義な時間となりました。また、私たちの拙い質問に対しても丁寧に回答していただき、本報告書を完成させることができました。本当にありがとうございました。

X 参考文献

- ・大久保あかね、「観光と地域振興 その実践的応用」（中央経済社、2019）
- ・篠原修・内藤廣・川添善行・崎谷浩一郎編、「このまちに生きる GS群団底力編」、（彰国社、2013）
- ・長島司、「ビジュアルガイド 精油の化学」、（フレグランスジャーナル社、2020）
- ・長谷川香料株式会社、「絵でわかるにおいと香りの不思議」、（講談社、2022）
- ・諸富徹、「人口減少時代の都市 成熟型のまちづくりへ」、（中公新書、2019）
- ・稲雄次（2009）、「日本のコンパクトシティ」、『総合政策論集』、第8巻、第1号、65-71頁
- ・内原英貴、吉川徹（2009）、「コンパクトシティからみた地方都市の人口社会増減の分布と生活利便性の関連分析—浜松市と金沢市を例として—」、『日本建築学会計画系論文集』、第74巻、第642号、1805-1811頁
- ・櫻井和俊（2010）、「香りの分析と香りの効果効能について」、『日本食生活学会誌』、Vol. 21、No. 3、179-184頁
- ・杉岡秀紀（2007）、「大学と地域との地学連携によるまちづくりの一考察」、『同志社政策科学研究』、第9巻、第1号、77-96頁
- ・三橋浩志（2014）、「コンパクトシティ政策と産業政策の関係に関する考察—富山市を事例として—」、『地域政策研究』、第16巻、第2号、83-102頁
- ・山本晃輔（2008）、「においによる自伝的記憶の無意図的想起の特性：プルースト現象の日誌法的検討」、『認知心理学研究』、第6巻、第1号、65-73頁

- ・横山彰（2017）、「連携中枢都市圏の実態と比較分析」、『中央大学政策文化総合研究所年報』、第21号、73-93頁
- ・富山県上市町産業課商工観光班（2018）、「かみいちのヒキダシ プラス オンリーワン保存版」
- ・天然温泉アルプスの湯パンフレット
- ・AROMASELECT、Aroma Catalog
- ・上市まちのわ推進協議会、「はじめまして、『上市まちのわ』です。」
- ・神田昌幸、「公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり～地域特性、機会特性を活かした公共交通の活性化とまちづくり～」
- <https://www.tb.mlit.go.jp/chugoku/content/000097728.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・森雅志（2018）、「コンパクトシティ戦略による富山型都市経営の構築～公共交通を軸としたコンパクトなまちづくり～」、地方制度調査会
- https://www.soumu.go.jp/main_content/000582312.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・森雅志、「コンパクトシティ戦略による富山型都市経営の構築」
- https://www.soumu.go.jp/main_content/000154425.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・AEAJ、「精油とは」、AEAJホームページ
- <https://www.aromakankyo.or.jp/basics/oil/>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・全国山村振興連盟ホームページ
- <http://sanson.or.jp/>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・丸新志鷹建設株式会社、「とやまペレット」、丸新志鷹建設株式会社ホームページ
- <https://shitaka.net/pages/7/>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・富山市都市整備部都市政策課（2012）、「富山市型LRTによる低炭素交通まちづくり～コンパクトなまちづくりとの軸となる公共交通活性化～」、EST創発セミナー資料
- http://www.estfukyu.jp/pdf/2012hokurikushinetsu/04_toyamashi.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・熱海市、「2022年地区・月別人口及び世帯」、熱海市ホームページ
- <https://www.city.atami.lg.jp/shisei/toukei/1001267/1012229.html>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・未来アロマ、「未来アロマ - アロマ抽出ビジネスサポート」、未来アロマホームページ
- <https://mirai-aroma.net>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・しもかわ観光協会ホームページ
- <http://www.shimokawa-time.net/>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・下川町、「下川町SDGs 未来都市計画」、下川町ホームページ、
- https://www.town.shimokawa.hokkaido.jp/section/.assets/SDGs_plan_shimokawa.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・下川町、「下川町について」、下川町ホームページ
- <https://www.town.shimokawa.hokkaido.jp/shoukai/shoukai/>（最終閲覧日2023年5月31日）
- ・下川町政策推進課、「2030年における下川町のありたい姿」、

<https://www.town.shimokawa.hokkaido.jp/section/kankyomirai/sdgs/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・北海道下川町移住情報サイト『タノシモ』

<https://shimokawa-life.info/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・NPO法人しもかわ観光協会、「フプの森」、NPO法人しもかわ観光協会ホームページ

<http://www.shimokawa-time.net/timesingle/fupunomori/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・フプの森ホームページ

<https://fupunomori.net/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・Spaceship Earth、「株式会社フプの森 | 北海道エッセンシャルオイルを通して、日本の森と林業にまつわるストーリーを伝えたい」、Spaceship Earthホームページ

<https://spaceshipearth.jp/fupunomori/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・フプの森オンラインストア

<https://store.fupunomori.net/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町ホームページ

<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町、「第26回統計書（令和2年）」、上市町ホームページ

<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/uploaded/attachment/2059.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町、「第8次上市町総合計画 第2期上市町まち・ひと・しごと創生総合戦略」、上市町ホームページ

<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/uploaded/attachment/2935.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町、「令和3年度 山村活性化支援交付金事業実施評価書」、上市町ホームページ

<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/uploaded/attachment/1783.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町、「令和3年度山村活性化対策事業評価結果」、上市町ホームページ

<https://www.town.kamiichi.toyama.jp/uploaded/attachment/1784.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町移住・定住ポータルかみスイッチ

<https://iju-kamiichi.com/local/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町移住・定住ポータルかみスイッチ、「上市町ってどんなところ？」

<https://iju-kamiichi.com/about/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町移住・定住ポータルかみスイッチ、「研究型地域おこし協力隊を募集します ～企業研修で専門スキルを身につけ上市町を創造する～」

<https://iju-kamiichi.com/3560/posts/>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・上市町移住・定住ポータルかみスイッチ、「『人との”つながり”で地域を活性化していきたい』地域おこし協力隊 有吉直弘さん」

<https://iju-kamiichi.com/5316/posts/>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町移住・定住ポータルかみスイッチ、「『上市町は』とっておきの秘密基地」。魅力をもっと知ってもらいたい』地域おこし協力隊 所真一さん

<https://iju-kamiichi.com/5307/posts/>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町移住・定住ポータルかみスイッチ 「『” 富山の香り文化” を知って一緒に広めていきましょう』 AROMA SELECT 福井千寿子さん」

<https://iju-kamiichi.com/3600/posts/>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町観光協会、かみいち旅ネット

<http://kamitabi.net/>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町観光協会、「上市町観光パンフレット」、かみいち旅ネット

<http://kamitabi.net/pamphlet/doc/sin-kankoupanf.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町観光協会、「森林セラピー～上市町森林セラピー基地『剣・きらめきの森』～」、かみいち旅ネット

<http://kamitabi.net/shinrin/>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 上市町観光協会、「観光スポット」、かみいち旅ネット

<http://kamitabi.net/spot/index.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ AROMASELECTホームページ

<https://aroma-select.jp/home>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ AROMASELECT、「精油について」、AROMASELECTホームページ

<https://aroma-select.jp/seiyu>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 富山市（2023）、「富山広域連携中枢都市圏とは」、富山市ホームページ

<https://www.city.toyama.lg.jp/shisei/seisaku/1010733/1011731/1011730.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 富山市（2022）、「富山市の目指すコンパクトシティ」、富山市ホームページ

https://www.pref.toyama.jp/documents/29782/05_1110shiryo2.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 富山市（2023）、「第2期富山広域連携中枢都市圏ビジョン」、富山市ホームページ

https://www.city.toyama.lg.jp/_res/projects/default_project/_page/_001/011/749/2023.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 富山県（2023）、「ウェルビーイングの推進」、富山県ホームページ

<https://www.pref.toyama.jp/100224/wellbeing-toyama.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室、官民連携まちづくりポータルサイト

https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000047.html（最終閲覧日2023年5月31日）

・ 国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室、「官民連携まちづくりの進め方—都市再生特別措置法に基づく制度の活用手引き—」

<https://www.city.mutsu.lg.jp/kurashi/machi/jigyuu/files/20120217-152224.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・国土交通省、「官民連携とは」、国土交通省ホームページ

<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanminrenkei/1-1.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・国土交通省、「LRTの導入支援」、国土交通省ホームページ

https://www.mlit.go.jp/road/sisaku/lrt/lrt_index.html（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「におい対策・かおり環境について」、環境省ホームページ

<https://www.env.go.jp/air/akushu/akushu.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「『みどり香るまちづくり』企画コンテスト」

<https://www.env.go.jp/air/midori-kaoru/index.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「平成24年度エコツーリズム地域コーディネーター活用事業採択事業一覧（一次募集）」、環境省ホームページ

https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/chiiki_shien/koufu/pdf/h24_1.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「平成26年度生物多様性保全推進交付金（エコツーリズム地域活性化支援事業）採択事業一覧」、環境省ホームページ

https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/chiiki_shien/koufu/pdf/h26.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「平成27年度生物多様性保全推進交付金（エコツーリズム地域活性化支援事業）の採択一覧」、環境省ホームページ

https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/chiiki_shien/koufu/pdf/h27.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省、「生物多様性保全推進交付金（エコツーリズム地域活性化支援事業）」、環境省ホームページ、

https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/env/chiiki_shien/koufu/index.html（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省自然環境局、「エコツーリズムのススメTOP」

<https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/index.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・環境省自然環境局、「推進法認定団体 上市町」、エコツーリズムのススメTOP

<https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/certification/kamiichi/torikumi/01.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・総務省、「地域おこし協力隊とは」、総務省ホームページ

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/02gyousei08_03000066.html（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・総務省「地域おこし協力隊について」総務省ホームページ

https://www.soumu.go.jp/main_content/000826128.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・総務省「地域おこし協力隊推進要綱」総務省ホームページ

https://www.soumu.go.jp/main_content/000799726.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・総務省「地域おこし協力隊の活躍先」総務省ホームページ

https://www.soumu.go.jp/main_content/000874995.pdf（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・YouTube 総務省チャンネル、「地域おこし協力隊PRムービー」

https://www.youtube.com/watch?v=Hj1_7hzkZhY（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・文部科学省「地域おこし協力隊自治体向けQ&A」「地域おこし協力隊の受け入れに関する手引き(第3版)」、文部科学省ホームページ

https://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/katsuyou/faq.htm（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・農林水産省、「山村振興について」、農林水産省ホームページ

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tiiki/sanson/index.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・農林水産省、「令和5年度農山漁村振興交付金（山村活性化対策（山村活性化対策事業））の募集について」、農林水産省ホームページ

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tiiki/sanson/R5bosyu1.html>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・農林水産省、「農山漁村振興交付金（山村活性化対策（山村活性化対策事業））募集要項、農林水産省ホームページ

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/tiiki/sanson/attach/pdf/R5bosyu1-1.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

- ・農林水産省農村振興局地域振興課、「山村活性化支援交付金」、農林水産省ホームページ

<http://sanson.or.jp/wp/pdf/1063/1-2nousui.pdf>（最終閲覧日2023年5月31日）

第二章 おいと法律—喫煙者と非喫煙者の共存の観点から—

(文責：奥村 祐太、梨元 壮太、古池 仁太郎、西馬 淳弥)

I：調査の目的

たばこはにおいの強い物として知られている。においの感じ方は人によって異なるため、たばこのにおいを好む人もいれば、快く思わない人も存在する。この人によって異なる感覚のすべてに配慮することは難しいが、可能な限り多くの人が過ごしやすい環境を整えることが重要であると考えた。そこで、たばこのにおいについて興味を持ち、調査研究を行うことを決めた。

近年、喫煙に対する取り締まりが強化されている。2018年に初めて健康増進法に受動喫煙に関する規定が盛り込まれた。それ以降、同法における受動喫煙防止義務が適用される範囲は、年々拡大されていった。2020年の改正では、自治体だけではなく、全ての事業主が受動喫煙防止義務を負うこととなった。龍谷大学（以下「本学」と呼称）でも卒煙支援ブースと呼ばれる喫煙可能なエリア以外では全面禁煙となっている。

しかし、現在でもたばこを嗜好品として好む人は約2割となっており、未だに少なくはない。本学の学生にも、一定数の喫煙者がいる。にもかかわらず、本学の卒煙支援ブースは年々削減されており、卒煙支援ブースの外や付近のコンビニ等で喫煙をする学生も多く見かける。実際に喫煙をしている人に話を伺うと「卒煙支援ブースが狭く、人が全員入りきらない。」「テーブル付近で喫煙をした場合には換気設備に煙が吸われるが、人が多くなりテーブルから離れた場所で喫煙をした場合はうまく煙が吸われずに、卒煙支援ブース内に煙が充満してしまう」等の回答が得られた。卒煙支援ブースに関する不満があり、外での喫煙をしている人が一定数存在することが分かった。この状況では、かえって受動喫煙の機会を増やしてしまっているようにも思われる。

そこで我々は、非喫煙者に健康被害を与えず、喫煙者と非喫煙者がうまく共存する方法を模索することが大切であると考えた。そのためには分煙についての調査研究が必要であると考えた。

具体的には、本学の保健管理センターと、分煙装置の作成、販売をしている株式会社トルネックス様にヒアリング調査を行い、その内容を元に分煙に関する調査研究を行った。以下にその研究結果をまとめていく。

また、その研究結果を元に、学生の目線で本学の分煙の新しい在り方を提案していこうと思う。

II：調査の趣旨

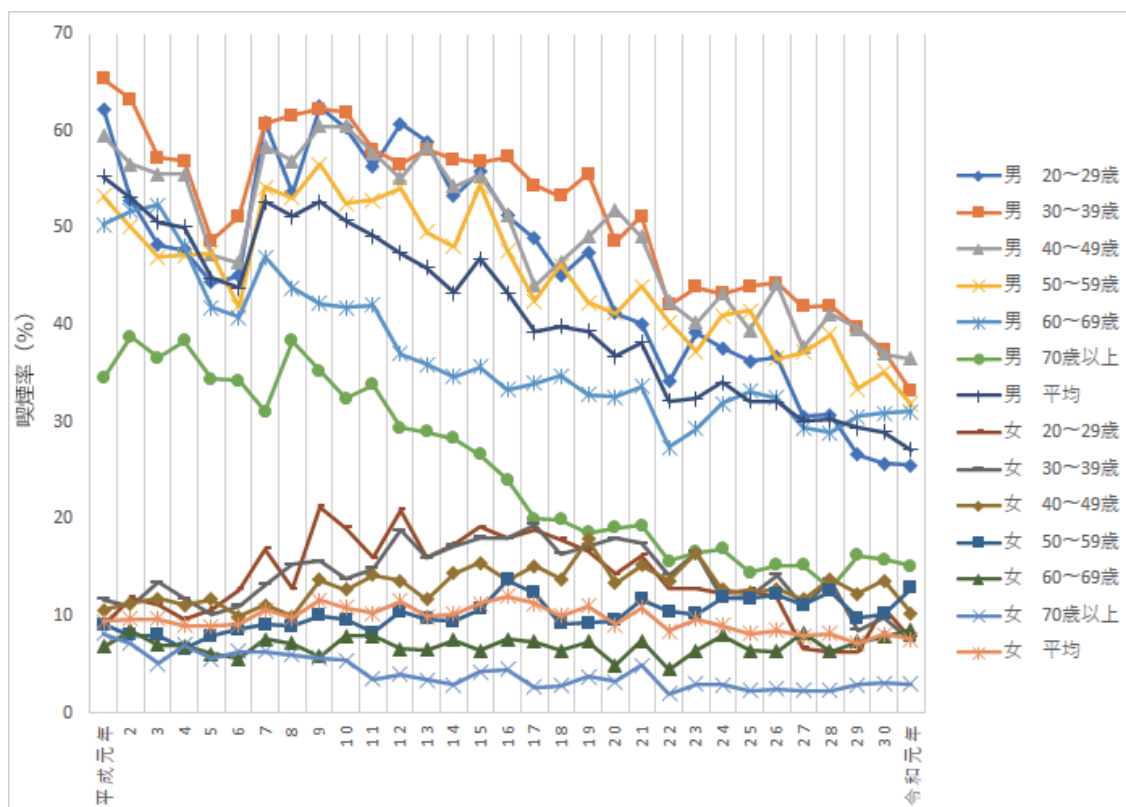
1. 全国の喫煙状況

〈男性〉

平成元年55.3%（最大値） 令和元年27.1%（最小値）

〈女性〉

平成元年9.4% 平成16年12.0%（最大値）平成29年7.2%（最小値） 令和元年7.6%



(図0-1)健康ネット | 最新タバコ情報 | 成人喫煙率（厚生労働省国民健康・栄養調査）

https://www.health-net.or.jp/tobacco/statistics/kokumin_kenkou_eiyoubi_report.html

グラフから、男性の喫煙率は全体的に減少傾向にあり、平成元年と令和元年の喫煙率を比較するとおよそ半分近く減少していることがわかる。女性の場合、平成元年と令和元年を比較しても変化は少なく、全体的に見ても減少と増加を繰り返していることから、喫煙率があまり変化していないことが分かる。

年代別に見ると、男性の最も喫煙率の高い年代は、平成元年は20～39歳の比較的若い年代が喫煙率60%を超えており、令和元年は40～49歳が特に高い喫煙率となっている。女性は、平成元年は30～49歳の年代が喫煙率10%を超えており、令和元年は50～59歳が特に高い喫煙率となっている。70歳以上の喫煙率は、ほかの年代と比べても顕著に減少していることが分かる。

2. 健康増進法（以下、この項目において法と呼称することがある）の改正について

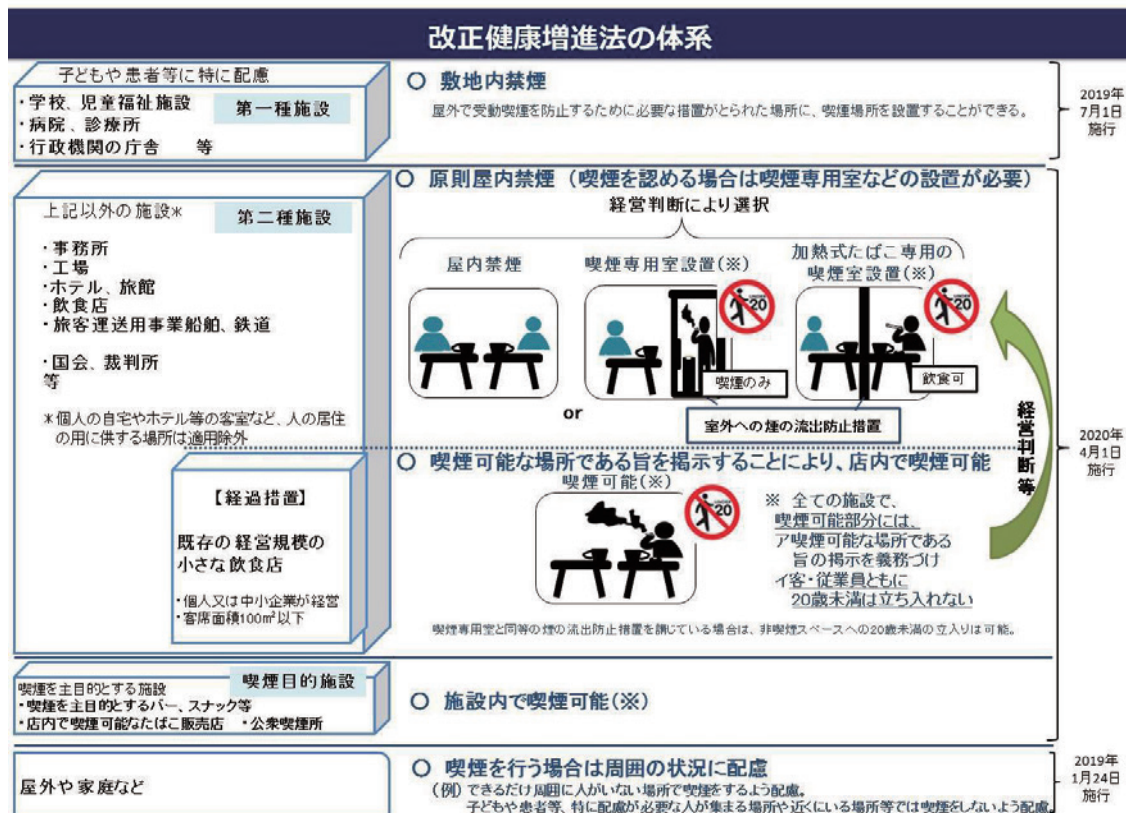
新しく改正された健康増進法は2018年7月に成立し、2020年4月1日より全面施行された。この法律は望まない受動喫煙の防止を図るため、①「望まない受動喫煙」をなくす、②受動喫煙による健康影響が大きい子ども、患者等に特に配慮する、③施設の類型・場所ごとに対策を実施する、といった三つの考え方をもとに改正された。法律の施行に伴い、各都道府県は様々な動きを見せている。改正された健康増進法の概要は以下のとおりである。

（1）国及び地方公共団体の責務等

- 1) 国及び地方公共団体は、望まない受動喫煙が生じないよう、受動喫煙を防止するための措置を総合的かつ効果的に推進するよう努める。（法二十五条）
- 2) 国、都道府県、市町村、多数の者が利用する施設等の管理権限者その他の関係者は、望まない受動喫煙が生じないよう、受動喫煙を防止するための措置の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努める。（法二十六条）
- 3) 国は、受動喫煙の防止に関する施策の策定に必要な調査研究を推進するよう努める。（法四十一条）

(2) 多数のものが利用する施設等における喫煙の禁止等

- 1) 多数の者が利用する施設等の類型に応じ、その利用者に対して、一定の場所以外の場所における喫煙を禁止する。（法二十九条）



(図0-2) 改正健康増進法の体系

<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000744289.pdf>

- 2) 都道府県知事(保健所設置市区にあっては、市長又は区長。以下同じ。)は、
 - 1) に違反している者に対して、喫煙の中止等を命ずることができる。また、旅館・ホテルの客室等、人の居住の用に供する場所は、①の適用除外とする。（法二十九条二項）
 - 3) 喫煙をすることができる室には20歳未満の者を立ち入らせてはならないものとする。（法三十三条五項、法三十五条七項）

- 4) 屋外や家庭等において喫煙をする際、望まない受動喫煙を生じさせることがないよう周囲の状況に配慮しなければならないものとする。(法二十七条)
- (3) 施設等の管理権限者等の責務等
 - 1) 施設等の管理権限者等は、喫煙が禁止された場所に喫煙器具・設備(灰皿等)を設置してはならないものとする。(法三十条)
 - 2) 都道府県知事は、施設等の管理権限者等が①に違反しているとき等は、勧告、命令等を行うことができる。(法三十二条)
- (4) その他
 - 1) 改正後の健康増進法の規定に違反した者について、三十～五十万円以下の過料に処される。(法七十六条、法七十七条)
 - 2) この法律の施行の際現に業務に従事する者を使用する者は、当該業務従事者の望まない受動喫煙を防止するため、適切な措置をとるよう努めるものとする。(法二十五条)
 - 3) 法律の施行後5年を経過した場合において、改正後の規定の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。(附則七条)

2020年4月1日、新たに改正された部分として、屋内は第二種施設の原則屋内禁煙や都道府県知事の規則に違反したものに対する勧告や命令権が与えられたこと等である。これにより、より一層望まない受動喫煙を防止する体制となった。屋外は、改正前と同じく周囲の状況に配慮しながら喫煙する様努めることに留まっている。

3. 改正による全国の変化

健康増進法改正に伴い、いくつかの都道府県が受動喫煙防止に努める内容の条例の制定や取り組みを行った。

全国的な傾向として、受動喫煙防止を目的とした条例は、健康増進法の内容よりも受動喫煙防止に踏み込んだ内容のものが多く、路上喫煙やポイ捨てを規制する条例はすでに制定されている場合が多かった。また、喫煙率の高い都道府県が新たに条例を制定する場合が多かった。

以下、一例として北海道と福島県の取り組みをまとめる。

(1) 北海道

健康増進法の改正や、成人喫煙率や肺がんの死亡率・罹患率が全国よりも高いといった北海道内の現状を踏まえ、2020年3月に「北海道受動喫煙防止条例」が制定された。この条例は改正健康増進法の内容を守りつつ、屋外喫煙所の設置禁止、飲食店の出入り口に喫煙の可否を示す標識の掲示を義務付けるなど、より受動喫煙防止に考慮した要素を付け加えた形となっている。

(2) 福島県

受動喫煙による県民への悪影響を未然に防ぐことを目的として、令和3年4月1日から施行されたふくしま「受動喫煙防止条例」は、改正健康増進法の内容を守りつつ、喫煙者に対して周囲への配慮を促す内容となっている。

4. 分煙とは

分煙とは、喫煙と禁煙の空間等を分けて非喫煙者が喫煙時に出る煙を吸い込まないようにする行為のことを指す。一口に分煙といっても、場所や状況に応じてその方法は異なる。

ここでは分煙の種類について、以下説明していく。

(1) エリア分煙

喫煙用・禁煙用のスペースを用意し、区分により喫煙者と禁煙者を分ける分煙方法。喫煙スペースと禁煙スペースを壁などで区切り、喫煙者を喫煙スペースに案内する一般的な方法であり、カフェやレストラン等で「喫煙席」「禁煙席」といった形で行われている。

施設内を壁などで区切れればいい為小コストで済むメリットがあるが、区切るだけでは煙が漏れやすく、分煙効果が弱いといった側面も持つ。

(2) 時間分煙

時間ごとに分煙ルールを設ける方法。

例を挙げると、「ランチタイムは喫煙不可」としているレストランは時間分煙を採用していると言える。スペースではなく時間で区切ることが特徴である。この方法もエリア分煙と同じく小コストで済むといったメリットがあるが、指定された時間範囲外の非喫煙者はどうしても煙を吸ってしまうこと、においが壁や天井に残ってしまうこと等がデメリットとして挙げられる。

(3) 喫煙ブース設置による分煙

施設内の一角に喫煙のための密閉空間を設け、その他の場所は完全禁煙とする方法。煙が喫煙スペースから流れ出しにくくするための設備が整っていることが多く、駅にある扉付きの喫煙ブースなどがこれに該当する。この方法はコストが高くなるが、その設備により非喫煙者が受動喫煙にさらされる可能性はほぼ無くなる。

5. 調査の小括

全国的に喫煙率は減少傾向にあるものの、喫煙をする人は少なからず存在する。喫煙者が一定数存在する以上、喫煙者と非喫煙者がどちらも不快な思いをしない、分煙などの受動喫煙対策の重要性が高まっている。

そこで、私たちが通っている龍谷大学はどのような受動喫煙対策、分煙をしているのか疑問に思ったため、受動喫煙対策をしている龍谷大学保健管理センターにヒアリングを行った。

Ⅲ：龍谷大学保健管理センターへのヒアリングと回答

1. 龍谷大学保健管理センターの禁煙対策の概要

龍谷大学は喫煙対策として、2009年度より大学内全面禁煙を決定したが、近隣住民や大学内で「ポイ捨て」や路上喫煙などの問題があり、全面禁煙を撤回した。その後、改訂された健康増進法28条5号並びに、29条1項1号より第一種施設は全面禁煙するように定められ、第一種施設には教育施設、大学も含まれている。必要な処置（分煙用ボックス化した分煙室）を設置すれば、喫煙場所の確保を取る事は可能である。しかし、龍谷大学では全面禁煙に向けて、卒煙ブースの削減を目指している。

龍谷大学保健管理センターではどのような望まない受動喫煙対策をしているのか、禁煙のためのサポートはあるのか、なぜ分煙ではなく卒煙を目指す理由などに疑問を抱いた。そこで、龍谷大学の禁煙対策をしている保健管理センターにヒアリングを行った。

2. ヒアリング調査のまとめ

以下、龍谷大学保健管理センターの質問と回答である。

（1）卒煙を重視している点について

質問1 なぜ「分煙」ではなく「禁煙」を重視し、キャンパス内全面禁煙を目指しているのでしょうか。

〈回答〉文部科学省が示している指針が大きな理由となっている。改正健康増進法では、第一種施設（受動喫煙により健康を損なう恐れが高い、18歳未満の者、患者等が主に利用する施設）になる大学では、ボックス化した喫煙室等、必要な措置が取られている場合は喫煙場所が設置できるとなっている。しかし、本指針では敷地内禁煙が原則であるとし、喫煙所を設置することを推奨しているものではないとしている。また、他大学も徐々に喫煙所の削減を進める等、全面禁煙を進めているところも多いため、本大学でも全面禁煙を目標に掲げている。

（2）龍谷大学 キャンパス内完全禁煙に向けた指針（以下「同指針」）について

質問2 同指針には、段階的に卒煙支援ブースを削減していくという目標が定められました。そこで、今現在、卒煙支援ブースを削減するめどが立っているのか、削減に踏み切るための具体的な基準等もありましたら、合わせて伺いたく存じます。

〈回答〉現在も削減途中。元々は深草キャンパス中央にある広場にも卒煙支援ブースが設置されていたが、現在は撤去されている。また現在は2号館の工事が行われているが、その際に2号館の卒煙支援ブースも撤去予定。

質問3 HPを拝見したところ、外来、ニコチンパッチ配布等の様々な卒煙支援に関するサポートを行っておられますが、HPに記載されている内容以外の取り組みも行っているのか伺いたく存じます。

〈回答〉以前は「グッドマナープロジェクト」というイベントを行い、ポイ捨てや路上喫煙を啓蒙するためにビラ配りやポスター掲示、講習会等を行っていた。また、世界禁煙デー（毎年5月31日）にも同様にビラ配りやポスター掲示等を行っていたが、どちらもコロナ禍で中止になっている。また、健康診断中（採血中）にたばこの害について解説するという取り組みも行っている。

質問4 様々な卒煙対策を講じておられますが、それらの利用者（月間、年間）が具体的にどのくらいいるのか疑問に思いました。また、卒煙支援ブースについては、学外からの利用者がいるのか、いる場合はどのくらいの人数が利用しているのかも併せて伺いたく存じます。

〈回答〉禁煙相談・外来の利用者に関しては、2018年で17名、2019年で13名（全キャンパスの合計）。利用者の多くは教職員で学生の利用者はほとんどいない。また、卒煙支援ブースの具体的な利用者数の統計はとっていないが、外部からの利用者は主に業者の方が多い。（喫煙率は2009年～2019年は減少傾向。）

（3）卒煙支援ブースについて

質問5 本学の卒煙支援ブースは技術的にどのようなものが設置されているのか（屋内用、屋外用なのか等）をお聞きしたいです。また、特に分煙装置を導入していない場合はその理由、今後導入する予定はあるのか等を伺いたく存じます。

〈回答〉具体的な設備の型番等の詳しい内容は分からないが、屋外用と判断しており、ボックス化した部屋を設置し、その中に単純な換気設備のみが取り入れられている。また、以前は壁で仕切るだけでも良かったが、現在は完全にボックス化することが義務付けられている。追加で分煙設備を導入するか否かについては、今後もブース自体を撤去予定であるため、今のところ設置予定はない。

質問6 本学の卒煙支援ブースは屋外に設置してあるため、副流煙のにおいに 関するトラブルが発生することがあるのではないかと考えました。そこで、実際にトラブルに発展したことがあるのか、またにおいに関する相談などがあるか否かを伺いたく存じます。

〈回答〉喫煙者と非喫煙者で直接のトラブルになった事例はないが、保健管理センター側に、近隣の住民の方から苦情の電話が来ることはたびたびあった。また、HPの意見書にも、学生や職員から苦情がよれられることもある。（現在はコロナ禍でオンライン授業の科目が増え、そもそも大学に来る人数が少なくなっているため、苦情も少なくなっている。）対策として、主に2号館卒煙支援ブース付近に、人を感知して音を鳴らすセンサーを設置する、立て看板を設置する

等の対応をした。しかし、看板を勝手にどかされる、センサーから出る音を変えられる等のいたづらをされたため、現在ではすべて撤去されている。

3. ヒアリング調査の小括

保健管理センターから以上のような回答を得られた。一番の疑問点であった卒煙を重視する理由としては、文部科学省の指針にある原則全面禁煙のため、卒煙ブースの削減が求められていることが挙げられる。また、2009年度に一度、全面禁煙をしたが近隣住民や学生からのクレームより撤回したが、前回(2009年度)と違う点として禁煙率が低下している事が挙げられる。これはコロナ禍で大学に来る人が減少したことや、ポスターによる啓発活動で数は減っていると考えられる。禁煙外来相談も学生からの相談はほぼ無く、大学関係者の相談が大半を占めている。分煙室(ボックス化)は簡易的な設備となっており、追加の分煙機の設置は考えられていない。分煙室外でたばこを吸う喫煙者に対して、センサー(分煙室外で吸う人に反応して音が鳴る設備)を置く対策や看板を設置して中で吸う様に促したが、センサーはいたづら(音が鳴らないように細工)をされてしまい、看板は勝手に撤去されたため、現在は撤去となっている。そのため、分煙室外で吸う喫煙者に対策を取れないのが現状である。前回の様なルールを守らない喫煙者は、喫煙者の減少に伴い少なくなる事は分かったが、このまま全面禁煙を施行しても非喫煙者、地域住民からのクレームは存在するのではないかと考える。

そこで分煙についての調査、ヒアリングを必要だと感じ、分煙装置の販売などを展開する会社の株式会社トルネックスに分煙効果、健康増進法改正によってどのような変化が生じたのか、話を伺った。

IV：株式会社トルネックスについて

1. 株式会社トルネックスの概要

1968年創業。東京都中央区に本社を置く。室内空気環境(Indoor Air Quality)の改善に取り組んでいる。

最初は大型のエアカーテン設備事業から始まり、「人工竜巻」や「強制負圧」など、独自の気流制御技術を開発した。そのノウハウを基に、現在は喫煙所における分煙装置の開発、販売を行っている。

国内では日本全国の公用施設をはじめ、オフィスや空港、宿泊施設等、様々な場所に分煙装置を設置。海外では、アジア、欧米、中東などでも分煙装置の販売・設置、分煙コンサルタント事業等を展開しており、7万件を超える設置、相談実績がある。

代表的な製品として、エアカーテンの技術を用いて煙が外に漏らさない「分煙脱臭ブース」や、換気が不足している箇所に設置して換気回数を増やすことが出来る「トルネックス ブラスト」等がある。

2. 視察の様子

我々はヒアリング調査を行う前に、実際に株式会社トルネックスが東京ミッドタウン

(東京都港区赤坂9丁目7-1) に設置した喫煙所・分煙装置の視察を行った。

東京ミッドタウンには、高性能プラズマ集塵脱臭装置、通過型衣服中和脱臭装置（エアカーテン）、衣服消臭の3種類が導入されていた。

高性能プラズマ集塵脱臭装置VFL（写真1）は、喫煙所内の空気を吸い込み、内部のフィルターを通して、たばこの煙に含まれる粉塵やにおい成分を除去する装置である。この装置は喫煙所の壁の外側に設置されるため、今回の視察では実物を確認することは出来なかった。（ヒアリングの際に稼働していないサンプルを見せていただくことは出来た。）通過型衣服中和脱臭装置（エアカーテン）（写真2）は、中和消臭剤（フィトンチッド）を含む風を吹きかけ、衣服を消臭する、喫煙所内の空気の漏れを防止する等をする装置である。衣服消臭スポットエアー（写真2、写真3）も同様に、中和消臭剤（フィトンチッド）を含む風を吹きかけ、衣服やの消臭を行う装置である。

我々が視察した東京ミッドタウンの喫煙所には、通過型衣服中和脱臭装置（エアカーテン）が3台設置されていた（図 ①）。この装置で十分な脱臭効果を得るためには、5秒程立ち止まって装置から出る風を浴びる必要がある。しかし、喫煙所付近で一人ひとりが立ち止まっていると混雑してしまう。そこでこの喫煙所では、喫煙所の入り口につながる通路沿いにこの装置を3台並べて設置している。歩きながら装置からの風を浴び、その間に5秒程が経過することで、混雑を避けながら十分な脱臭効果が得られるように工夫されていた。また、空気を壁状に吹き付けて喫煙所の外と中の空気の流れを遮断していたため、喫煙所内の空気が漏れ出すのを防ぐ役割も果たしていた。

衣類消臭スポットエアーは、喫煙所の扉の上に設置されていた（図 ②）。この装置も通過型衣服中和脱臭装置と同様に、中和消臭剤を吹きかけて喫煙者の衣服に着いたたばこのにおいを脱臭すると同時に、喫煙所内の空気が漏れ出すことを防いでいた。

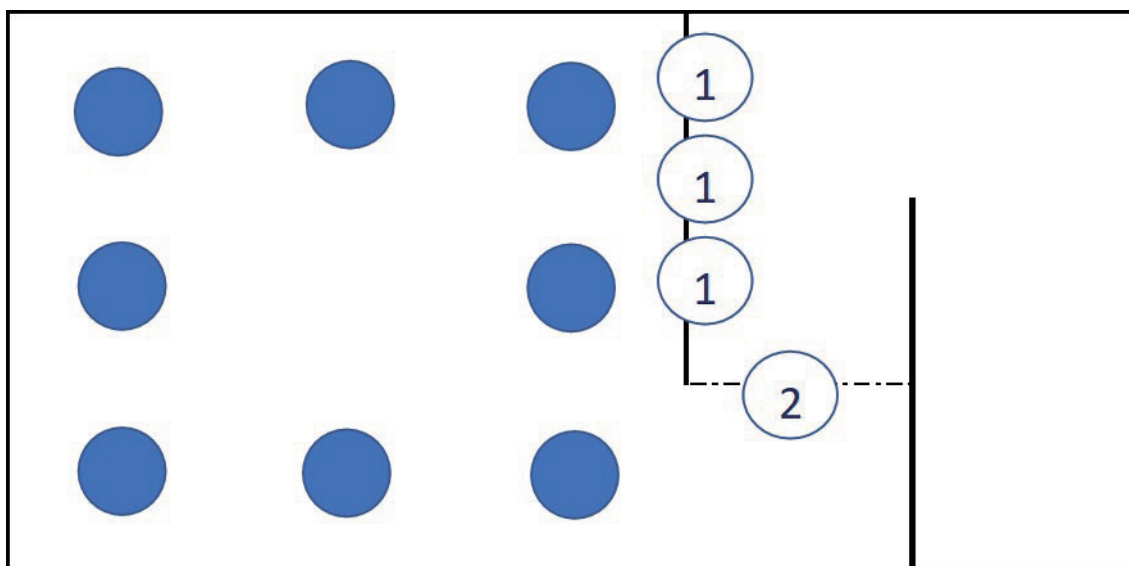


（写真1 堀クラス撮影）

(写真2 堀クラス撮影)



(写真3 引用 : <https://www.tornex.co.jp/cases/2889-2-2-2>)



(図 ①)

V：株式会社トルネックスへのヒアリング調査と回答

1. ヒアリング調査のまとめ

以下、株式会社トルネックスへの質問とその回答である。

質問1 貴社が分煙に着目した背景についてお伺いしたいです。

〈回答〉株式会社トルネックスは昔エアカーテン（外の風つむじ風）のメーカーだった。当時は喫煙率が8割と、タバコはどこでも吸うことが出来た。しかし、当時からタバコのおいさを嫌う人も少なからずいた。そこで当時少数派だった煙を嫌う人のために人工的な竜巻を作り、煙をコントロールすることのできる商品を開発することを思い付き、現在の分煙装置開発、販売に至った。

質問2 分煙相談は、どのような方からどのような相談が多いのでしょうか。

〈回答〉2020年健康増進法が改正されて以降、法をいかに守るかの問い合わせが基本ほとんどで、相談内容についてはタバコの匂いに関しての相談がほとんどを占めている。その問い合わせ先は企業や工場が多く、相談件数は少ないが学校（大学や専門学校）である。

匂いに関して日本は屋内よりも先に屋外の禁煙化を進めたため、屋内にある喫煙所の匂いに関して対策というのがとれておらずこのような相談が多くなっている。（海外の先進国では逆に屋内にある喫煙所に対しての法整備を先に整えている。）

質問3 健康増進法改正によって依頼数・内容に変化はあったのでしょうか。

〈回答〉2020年健康増進法が変わったタイミング（2019年夏～2020年4月ごろ）時点では相談件数が1.5から2倍に増えた。ただ、元々タバコに関してのガイドライン（喫煙者と非喫煙者の相互理解や受動喫煙防止の方法などが書かれている。）があったため、健康増進法が改正された前と後では相談内容というのはさほど変わってはいない。

質問4 健康増進法が定める喫煙室の基準に対する見解を教えてください。

〈回答〉今の法律では屋内の喫煙所内に充満している煙は外に漏れないが、喫煙所内では煙が残り処理できない時がある。よって、喫煙所内の空気清浄の基準を見直す必要がある。過去に喫煙所内の空気を規制があったがタバコの煙や匂いに関しての基準値が高すぎて廃止された。

質問5 貴社の分煙製品のうちどの製品が多く売れているのか、また、健康増進法改正後に売上が伸びた製品はあるのかをお聞きたいです。

〈回答〉喫煙所内に設置されているのはテーブル型の清浄機が多くを占めている。しかし、近年ブース型を設置した喫煙所も増えつつある。株式会社トルネックスでは、喫煙所を作る際に、喫煙所内の煙を浄化してから外に出すことを提案している。

質問6 喫煙専用室と加熱式たばこ専用喫煙室の設置依頼件数の割合をお聞きたいです。

〈回答〉加熱式たばこ専用の喫煙室は少ない。現在は紙巻タバコを吸う人が多く、普通の喫煙所の問い合わせが9割を占めている。

質問7 タバコのおいの特徴を教えてください。

〈回答〉たばこの匂いのもとアンモニアやアセトアルデヒドなどこれらはVOCガスといい、服についたその匂いのクレームが1番多い。ただ、フィトンチッドの匂いで中和させることが出来る。

株式会社トルネックスのエアカーテンでは、においを中和させることが出来るため、においが漏れることはあまりない。また、喫煙所の出入り口付近にフィトンチッドを用いて消臭する脱臭装置を導入することで、さらににおいを減らすことが出来る

る。実際に我々が視察に行った東京ミッドタウンの喫煙所でも同様の設備が導入されていた。

質問8 本学の卒煙支援ブースについてご意見をいただきたいです。

〈回答〉卒煙支援ブース内にはテーブル型の集塵・脱臭装置が導入されているため、ある程度の匂いは緩和されている。しかし完全に匂いを除去することは難しい。テーブルで処理しきれなかった煙が換気扇を通してそのまま外に出てしまうためである。（換気扇は2つ設置されており、換気量は十分。）コストはかかってしまうが、何らかの分煙装置を導入し、匂いを除去してから外に出すことが一番効果的である。

2. ヒアリング調査の小括

株式会社トルネックスから以上の回答が得られた。まず、トルネックスが分煙に着目した背景についてお聞きした。昔は喫煙率が8割と、タバコはどこでも吸うことが出来るものだった。しかし、当時からタバコのおいさを嫌う人も少なからずいたため、嫌煙権の問題をめぐって裁判も起きていた。例えば昭和55年国鉄を利用していた際に他の乗客の扱うタバコの煙によって被害を受けたとし損害賠償920万円を支払うことを求めた事例がある。そこで株式会社トルネックスは、当時少数派だった煙を嫌う人のために人工的な竜巻を作り、煙をコントロールすることのできる商品を開発することを思い付き、現在の分煙装置開発、販売に至った。

その分煙において2020年健康増進法が改正されて以降、法律で定められた基準をいかに守るかの問い合わせがほとんどで、問い合わせ先は企業や工場、学校（大学や専門学校）等である。タバコの匂いについてはアンモニアやアセトアルデヒドなどを含むVOCガスと呼ばれるものが原因の1つで、服についたそのガスのにおいのクレームが1番多い。ただそのにおいも、フィトンチッドによって中和させることが出来る。

最後に本学の卒煙支援ブースについては、テーブルが集塵・脱臭機になっているため匂いはある程度緩和出来ている。しかし、タバコの煙を外にそのまま排出している。よって、タバコの匂いを卒煙支援ブース内で除去してから外に出すべきであるとの意見をいただいた。

VI：学生からの提案

本学で過去に行った学内全面禁煙では、近隣トラブルや学生からの反発があった。そのため、今後も禁煙対策を進めていくためには、より慎重に対策を講じる必要があるように感じた。そこで、いきなり禁煙にするのではなく、まずは分煙対策をしっかりと行い、その上で徐々に禁煙対策を講じていくことが重要であると考えた。

そこでさらに分煙について深く学習するために、株式会社トルネックスへのヒアリングを行い、そこで集塵・脱臭装置の有効性について知ることが出来た。しかし、集塵・脱臭装置の効果を最大限活かす為には、装置に煙を通す必要がある。本学の卒年支援ブースにも一部

集塵・脱臭装置が導入されているが、装置の近くで喫煙をしないと本来の効果が発揮出来ない。

より効果的にたばこの煙を脱臭するには、やはり追加の分煙装置の導入が最善の方法である。分煙装置の導入については、集塵・脱臭装置をさらに導入する、エアカーテンを導入する等が考えられる。しかし、これらの分煙装置は高額であり、複数台導入することは難しい。加えて、本学ではそもそも卒煙支援ブース自体を削減していく方針である為、卒煙支援ブースへ設備投資をすることは厳しい。

そこで、まずは低コストで出来る対策を講じることから初めることが最善であると考えた。具体的には、喫煙室に設置されている集塵・脱臭テーブルの付近に足跡のシール等を貼り、たばこを吸う位置を認識してもらう、ドアに戸締りと呼ばいかけるシールを貼る等の対策を考えた。テーブル付近で吸うことを意識してもらうだけで、テーブルがたばこの煙を吸引しやすくなり、分煙効果を高める事が出来る。また、ドアを閉めて吸うことで、たばこの煙が外に漏れにくくすることができる。

ポイ捨てについては、元々設置されている灰皿が足りず、吸い殻が入りきっていない所や、たばこの箱やライターのごみが卒煙支援ブース内に放置されている所をたびたび見かける。そのため、灰皿の数を増やす、たばこに関係するゴミを捨てるためのゴミ箱を卒煙支援ブースの付近に設置する等の対策を考えた。

Ⅶ：まとめ

今回は喫煙者と非喫煙者の共存に注目し、分煙についての調査研究を行ってきた。

事前調査に関しては、健康増進法の具体的な改正の内容や、全国の都道府県の受動喫煙対策の動き、分煙について等の基礎知識を調べ、その後のヒアリング調査に活かすことができた。

龍谷大学保健管理センターへのヒアリング調査では、事前調査で調べた内容を基に質問をした。本学のこれまで行ってきた禁煙対策の経緯や今後の展望、卒煙支援の利用状況や具体的な卒煙支援ブースの設備等を聞くことができ、本学の喫煙状況に関する問題点を明確にすることが出来た。

株式会社トルネックスへのヒアリング調査では、たばこ健康増進法の関係や本学の卒煙支援ブースに関する意見等、専門家の目線から見た非常に具体的な分煙に関するお話を聞くことが出来た。

これらの調査を基に、学生からより効果的な分煙を行うための対策を提案し、今回の調査研究を終えたいと思う。

本調査を行った際に、最も大きな学びとなったのは、社会人の方との交流が出来た点であるように思う。電話でのアポイントや名刺交換等、初めて経験することが非常に多かった。先方とのやり取りの中でイレギュラーが起こった際の対応なども、最初はどう対処したらよいか分からず混乱した場面も多々あった。しかしこの経験を通じて、臨機応変に対応する能

学生からの提案に関しては、健康増進法の規定だけではなく、大学側の方針や予算、学生からの声等、様々な意見を斟酌して結論を出すことが非常に苦勞した。理想はこの提案をもっともう一度本学の保健管理センターへヒアリング調査を行おうと考えていたが、今回は時間の関係で難しかった。

①受動喫煙対策 厚生労働省（最終閲覧日2023年6月14日）

②なくそう！ 望まない受動喫煙。 厚生労働省（最終閲覧日2023年6月14日）

③加熱式たばこの科学的知見 厚生労働省（最終閲覧日2023年6月14日）

④加熱式たばこ JTウェブサイト（最終閲覧日2023年6月14日）

⑤北海道受動喫煙防止条例 保健福祉部健康安全局地域保健課（最終閲覧日2023年6月14日）
⑥北海道受動喫煙防止条例 - 保健福祉部健康安全局地域保健課（hokkaido.lg.jp）

https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fs/4/7/1/8/6/0/5/_/gaiyou.pdf

https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fs/4/7/1/8/6/0/7/_/houtojyoureinohikaku.pdf

ふくしま受動喫煙防止条例について - 福島県ホームページ (fukushima.lg.jp)

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/uploaded/attachment/436666.pdf>

⑪禁煙サポート 保健管理センター 龍谷大学You,Unlimited (最終閲覧日2023年6月14日)

107

1%AB%E5%8A%AA%E3%82%81%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82, 2%20%E7%A6%81%E7%85%99%E5%95%93%E7%99%BA%E6%B4%BB%E5%8B%95%E3%82%92%E5%AE%9F%E6%96%BD%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%A8%E3%81%A8%E3%82%82%E3%81%AB%E3%80%81%E7%A6%81%E7%85%99%E7%BD%A5%E5%8D%92%E7%85%99%E6%94%AF%E6%8F%B4%E3%81%AB%E5%8A%9B%E3%82%92%E5%85%A5%E3%82%8C%E3%81%A6%E5%8F%96%E3%82%8A%E7%B5%84%E3%81%BF%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82%20%20%E6%9C%AC%E5%AD%A6%E3%81%AB%E9%9B%86%E3%81%86%E3%81%99%E3%81%B9%E3%81%A6%E3%81%AE%E4%BA%BA%E3%81%AE%E5%81%A5%E5%BA%B7%E4%BF%9D%E6%8C%81%EF%BD%A5%E5%A2%97%E9%80%B2%E3%82%92%E7%9B%AE%E6%8C%87%E3%81%97%E3%80%81%E3%82%AD%E3%83%A3%E3%83%B3%E3%83%91%E3%82%B9%E5%86%85%E5%AE%8C%E5%85%A8%E7%A6%81%E7%85%99%E3%81%AB%E5%90%91%E3%81%91%E3%81%A6%E7%A9%8D%E6%A5%B5%E7%9A%84%E3%81%AB%E5%8F%96%E3%82%8A%E7%B5%84%E3%81%BF%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82

⑫株式会社トルネックス ホームページ（最終閲覧日2023年6月14日）

<https://www.tornex.co.jp/>

⑬喫煙所数と路上喫煙、ポイ捨ての関係

路上喫煙禁止条例・歩きたばこ禁止条例がある自治体（最終閲覧日2023年6月14日）

<http://www1.sumoto.gr.jp/shinryou/kituen/walkingsmoking.htm#:~:text=%E8%B7%AF%E4%B8%8A%E3%81%AE%E3%80%8C%E6%AD%A9%E3%81%8D%E3%81%9F%E3%81%B0%E3%81%93%E3%80%8D%E7%A6%81%E6%AD%A2,%E5%89%B2%E4%BB%A5%E4%B8%8B%E3%81%AB%E6%B8%9B%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%80%82>

⑭環境省環境再生・資源循環局（最終閲覧日2023年6月14日）

<https://www.env.go.jp/content/900536127.pdf>

⑮三菱電機 喫煙用集塵・脱臭装置 スモークダッシュ（最終閲覧日2023年6月14日）

<https://www.mitsubishielectric.co.jp/ldg/ja/air/products/smokedash/index.html>

おわりに

堀クラスでは、「かおり・においと環境」というテーマについて調査研究を行った。調査研究を通じて、一見かかわりのなさそうな「かおり・におい」と法・政策の関係が明らかになった。すなわち、悪いにおいでは、健康増進法との関係で喫煙室を設置する場合に満たさなければならない性能が定められており、結果としてにおいが遮断されていること、良いにおいでは、生活に取り入れやすい香りを活かした住民を巻き込んだまちづくりが進められていた。これらについては、ヒアリング調査で、実際に課題対処に当たっている方々にお話を伺うことで、現状の課題などについて理解を深めることができた。

今回の調査研究活動を踏まえ、法的・政策的な課題に対し、実際の現場を意識しながら、今後の学生生活・社会生活を送っていききたい。

最後に、今回の調査研究に当たってヒアリング調査にご協力いただいた皆様に、心より御礼申し上げます。皆様からいただいた貴重なお話をもとに、報告書という一つの成果に至ることができました。本当にありがとうございました。