

大学機関の防災活動に関する一考察 ～ 共助と拠点性の観点から ～

A Study on Disaster Prevention Activities at University Institutions
– From the Perspective of Mutual Assistance and Hub Status –

村 上 真 理*

Shinri MURAKAMI

要 旨

大規模災害が頻発する昨今、なお一層の防災力強化が求められている。わが国の防災対応は「自助・共助・公助」という3種に区分されるが、この体系に基づく対応には実効性の面で問題点を指摘する声が少なくない。特に共助は、住民という集合体の取組みであり、地域ごとに過去の被災経験も現在の災害リスクも異なる。また、高齢化や過疎化など既存の問題が防災対応の阻害要因となりやすい。総じて、その機能には捉え難いものがあるといえる。

筆者は所属先の九州国際大学において「地域防災リーダー育成プロジェクト」を組織し、身近な領域での防災活動を展開してきた。それは、学生のリーダーシップ教育、ならびに大学ならではの拠点性による地域貢献を目的としたものである。これまで子供向けの防災啓発や在宅避難のための防災マニュアルの作成、高齢者向け災害図上演習などに取り組み、個々には一定の成果を得た。しかし、いずれも地域のためにする防災活動でありながら、共助の視点が

* むらかみしんり、現代ビジネス学部、地域防災リーダー育成プロジェクト顧問
murakami@cb.kiu.ac.jp

欠けていたことは否めない。

そこで本研究では、まずマーケティングにおける相互作用や価値共創に関する先行研究を参照し、共助のメカニズムについて考察した。その結果、仮説としての概念モデルの必要性を確認したが、そのようにしてメカニズムを明らかにすることは、防災に留まらず、街おこしや防犯などさまざまな地域課題を検討する際にも、役立つものと期待される。さらに、地域防災リーダー育成プロジェクトのこれまでの活動を総括した。そして今後の共助のメカニズムに関する研究を、このプロジェクト主体で進めていくことの有効性についても示唆を得たものである。

キーワード：自助・共助・公助、地域コミュニティ、相互作用、価値共創、
エンカウンター・プロセス

1 背景と目的

このところ日本列島では毎年のように大規模な豪雨災害や土砂災害が発生し、さらに震度5クラス以上の地震に見舞われることも珍しくない。避難指示や緊急安全確保の対象となる地域は、以前とは比較にならないほど広範なものとなった。これに伴い、あらためて防災における「共助」への関心が高まっている。地域が協働して防災に対応する共助は、行政による公助、個人の対応である自助とならんで防災の一翼を担うものといえる。しかしながら、対応の成否が明らかになるのは災害発生以降のことであり、納得感を伴う事前の評価が難しいのである。

さらに昨今の議論では、共助の概念自体に疑問を呈したものもある。すなわち「防災対応は本来的に自助と公助とで成り立っており、共助はそれらの間で便宜的に想定されるものではないか?」「共助の要否は地域性や住民特性によって決まるので、すべての地域で自助・共助・公助による対応が有効である



図1 自助および公助からの影響によって形成される共助

（出所：筆者作成）

とは限らない」等がそうである。共助への取り組みに地域差があるのはしばしば指摘されるところだが、理想と現実との乖離が共助の取り組みへの評価を厳しくしているという面はあると思われる。

筆者はこれまでの研究で共助を「所与」のものとして扱い、地域住民へのアンケート調査やヒアリング等を通じて、その在り方を検討してきた。いくつかの発見事実はあったが、本質へのアプローチは充分でなく、限定的な実態把握に留まっていた。ここでは共助を、防災対応を3分割したうちの1つではなく、あくまで必然的に生じた単体として捉えることとする（図1）。その上で、自律的に機能する共助メカニズムについて考えてみたい。

防災に関する研究では、実際に起きた災害の教訓を出発点に、いわば帰納的に理論化されたものが多く見受けられる。研究分野は都市工学やリスク管理論、社会学、心理学にいたるまで多岐にわたるが、そこで重視されるのは、対象に共通する事象をいかに集約するかである。これに対し、本研究では、マーケティング研究の鍵概念を用いて概念モデルを作成し、それにより共助のメカニズムを明らかにしようとするものである。結果として、演繹的なアプローチとなるが、研究成果の社会実装までを目指すなら、それぞれの地域特性を踏まえた対応を担保するメカニズムを示すことの意義は大きい。

先行研究には、共助の機能を特定の学問領域で一貫して検討した研究は見当たらない。また、共助を所与のものとして捉えるなら、自助・共助・公助を包括的に扱うことへの違和感が低減する。それだけ共助の機能への興味・関心も薄まりかねないのではないか。ここでは共助を「自助からのニーズと公助からのニーズが相互作用することで生じる」と仮定するが、これはマーケティング

理論の援用により着想したものである。このようにして適合度の高い概念モデルを構築し得るなら、それは防災研究のみならずマーケティング研究におけるケース・スタディとしても有意なものとなろう。

2 先行研究のレビュー

自助・共助・公助による膨大な防災対応を、1つの学問領域で捉えきけることは難しい。そもそも3段階で体系化することの根拠が不明確といった声もあり、先行研究では3段階の体系による問題点や課題に言及したのが見られる。例えば、自助・共助・公助の配分割合とそれをめぐる論争について考察したもの（永松，2015）、自助・共助・公助の担い手に関する認識には行政・住民間で大きなギャップがあることを指摘したもの（矢守・岡田，2023）、さらに自助・共助・公助に付随して援用される補完性原理について検討したもの（飯田，2021）などである。これらのように自助・共助・公助を一体的に扱った研究は少なくないが、3段階の対応のいずれかに特化して検討したものは見当たらない。この点、本研究においては共助の独自性や特殊性に注目し、そのメカニズムを相互作用と価値共創の面から解明しようとするものである。

一方、集団における相互作用の研究としては、Jackson（1960）による集団規範を計量的に測定して表示する方法（リターン・ポテンシャル・モデル）が知られている。この他にも社会的促進に関するTriplett（1898）の研究、社会的抑制に関するZajonc（1965）の研究などが著名であるが、これらは社会心理学からのアプローチである。本研究では、マーケティング研究を援用することで、ここに価値共創という観点を加えた。これは共助の主体となる地域住民の防災ニーズを勘案したものだが、共助を含めた防災機能の検討で、相互作用と価値共創の発想からアプローチした研究はこれまで試みられていない。

サービス・ドミナント・ロジック（S-Dロジック）はマーケティングにおける新たな理論体系である。2004年に提唱されて以降、これまで様々な研究成

果が蓄積されてきた。Lusch and Vargo (2014) は、個人や組織といった主体間における社会的・経済的交換をより良く理解するためには、サービスを中心としたS-Dロジックが有効であると主張する。本研究で援用するマーケティング理論もこのS-Dロジックであり、そこで価値共創は最大の目的概念と位置付けられている。

価値共創やそのプロセスを具体的に検討した研究の代表的なものにPayne, Storbacka and Frow (2008) がある。Payneらによると相互作用は3つの過程からなる。すなわち顧客プロセスとサプライヤー・プロセス、エンカウンター・プロセスである。この概念フレームは価値共創の本質を表わすものとされるが、注目すべきは相互作用の生じる過程が〔感情・認識・振舞い・機会・企画・実証と研究〕という6つの要素に細分化されている点である。これらによって規定されるエンカウンター・プロセスで価値が共創されると考える。

以上のように、相互作用や価値共創に関する先行研究には、共助の概念との親和性を持つものが少なくない。そこで本研究では、このPayneらの研究を参照し、共助をエンカウンター・プロセスから生じたものと捉える。そして構造にかかる仮説モデルを作成し、疑似コミュニティを用いてその適合性を検証したい。このアプローチは共助の概念操作であり、これにより共助メカニズムの一端が明らかになるが、これはマーケティング研究においては、S-Dロジックのリサーチギャップを補完するものでもある。

3 活動主体の概要

2017年に九州国際大学では「地域防災リーダー育成プロジェクト」(以下、防災PJ)を立ち上げた。これは単に防災士資格の取得だけでなく、在学中に具体的な行動を開始することをミッションとした学生主体の活動である。教育面では、大学生に必要な防災知識と的確なリーダーシップをいかに体得するかを標榜しており、いわば即戦力としての地域の防災リーダー育成を目指したも

のである。学内では、活動費の関係から学長直属の組織として位置づけられ、学部学科を問わず学内横断的な組織化がなされている。

コロナ禍の影響により対外活動を自粛せざるを得ない場面もあったが、その間は活動範囲を学内に限定し、学術的な座学や勉強会を行うなどして活動水準を維持してきた。最近では、プロジェクトの活動がいわゆる「ガクチカ」と認識されることへの期待感もあり、総じて参加学生のモチベーションは高い。学生に対しては「1人1活動」を合言葉に自覚と責任感を求めてきた経緯から、活動項目は多岐にわたる。なお、これらの活動が評価されたことで2019年度福岡県防災賞（県知事表彰）を授与された。

プロジェクトの特徴としては、防災と減災を峻別し、基本的に防災に特化している点が挙げられる。これは災害が発生して以降の対応（減災）と、発生に先回りしての対応（防災）とでは行動の本質が異なるとの判断によるものである。但し、甚大な被害に見舞われた九州北部豪雨災害では、福岡県浮羽市に設置された学生のボランティア拠点『うきはベース』に出向き、減災としての復興支援をサポートした。

プロジェクト運営上の課題としては、例えば、学生が日本防災士機構の「防災士」資格を取得することで一種の達成感を得、その後の活動が消極的になるといった面が見受けられる。むろん学生によって個人差はあるものの、取組み事項を検討する都度、活動の具体性と達成目標を明確に設定することで、学生のやる気を後押しするようにしている。

以上のような防災PJでは、プロジェクト全体の目標として、学生への教育効果、防災面からの地域貢献、大学の拠点性のアピール、防災マネジメントにおける学術寄与、を掲げている。なお、参考までに、2024年度の具体目標は以下のとおりである。コロナ禍による対外活動自粛の折、学内活動において、子ども向け防災啓発のための『りのちゃんと、ぐらぐらおおじしん』という絵本を作成した。それ以降、地元の幼稚園などでの読み聞かせ会が好評を得ていることから、この活動が中心となっている。

①学生への教育効果

ぼうさい絵本の再版にかかる工程管理や印刷業者との交渉、読み聞かせ会のための訪問先との折衝や実施内容の検討などを、プロジェクトメンバーの学生のみで行う。また、絵本と同内容のパネルを用い、紙芝居風に読み聞かせるパフォーマンスについても、自治体主催の防災イベント等での実演に向け、完成度を高める。

②防災面からの地域貢献

ぼうさい絵本の読み聞かせ会を、北九州市八幡東区内の幼稚園・保育園、療育センター、福祉施設などで開催する。さらに、北九州市ベトナム人協会とタイアップした親子向け防災講習会も複数回、実施する。

③大学の拠点性のアピール

八幡東消防署との連携により、引き続きベトナム人留学生向け防災講習会を開催する。北九州市ベトナム人協会との連携についても、適宜、プレスリリースすることでパブリック・リレーションに配慮する。さらに、在福岡ベトナム総領事館の協力を求めるなどして、今後の内容充実や実施規模の拡大を図る。

④防災マネジメントを通じた学術貢献

ぼうさい絵本の読み聞かせを通じた防災意識の伝承について、被災体験の語り部活動の視点から効果を検証し、学内紀要や防災シンクタンクの活動報告書等で発表する。

4 これまでの学術的アプローチ

筆者は、これまでの研究において、主に当事者間のリレーションシップ(関係性)の面から、価値共創ならびに相互作用の機能を検討してきた。また、防災関連事項については、防災行動とリレーションシップ・マーケティングとの親和性に鑑み、マーケティング研究の経験的蓄積を目途としたケーススタディ

を行っている。それらの詳細については、文末の業績一覧を参照されたい。

特に、関係性については、一貫してリレーションシップ・マーケティングをベース理論とし、顧客関係というコンテキストにおいて構成概念を考察してきた。具体的には、北欧学派の立場から理論の概要を整理したもの、理美容業の現場の顧客関係性を考察したもの（業績4・5）、論点と本質、関係の方向性と距離などについて検討したもの（業績12・13）、サービス社会における企業とステイクホルダーとの関係性を論じたもの（業績10）、組織における顧客関係性の事例研究（業績11・14）などである。

防災に関する研究も、基本的にリレーションシップ・マーケティングの理論を援用している。具体的には、地域防災の概要やコミュニティの可能性について検討したもの（業績1・2・7）、被災時における在宅避難者と地域との関わりについて検証したもの、災害弱者の在宅避難の適否を論じたもの（業績3・8）、管理組合を主体としたマンション居住者の共助を考察したもの（業績6）、さらには被災体験の語り部を通じた「災害の疑似体験」に関する論考（業績9）である。

以上を通じ、主体間関係性に着目したマーケティング理論と共助概念との共通性、さらには相互作用や価値共創といったマーケティングの新しい概念を防災研究に用いることの整合性についても検討と考察を重ねてきた。特に、共助のメカニズム解明については、一連のアプローチのいわば最終段階に位置するものであり、確実な知見と有意なインプリケーションを引き出すための対応が望まれる。

5 今後の研究計画

本研究では、今後の研究プロセスとして以下項目を設定している。

①鍵概念についての理論検討および概念モデルの作成

共助メカニズムの概念モデルを作成し、予備調査を通じてモデルの精度向上

を図る。具体的には、筆者が行ってきた相互作用や価値共創に関する文献調査を継続しつつ、最新の研究動向をフォローする。特にS-Dロジック関連の研究は海外で盛んであるため、国際ジャーナルを中心に調査を進める。そして、既存研究についての批判的検討や、過去の筆者の調査・研究も含め、相互作用の分析枠組みの構築とモデル化を試みる。

②疑似コミュニティにおける仮説検証

共助メカニズムの概念モデルを検証するための、疑似コミュニティを組成する。これは九州国際大学の学生の協力を得るもので、組成にあたっては、防災に関する勉強会やボランティア活動への参画といった事前準備を経て、過去の被災経験や自助としての防災意識の程度、留学生であればコミュニケーション能力の状況などを勘案し、タイプの異なる複数のコミュニティを設ける。なお、この調査過程では、コミュニティの構成員へ意識変化にかかるインタビューを継続的に行うため、調査期間も2年間程度を想定する。

③現場調査と、社会実装のための提案の作成

市民センターや地域の自治会、マンション管理組合など共助の拠点となる諸団体・組織に対し、概念モデルに基づいた現状診断と取組みの改善提案を行う。ここでの調査はグラウンデッド・セオリー・アプローチによることとし、既存の組織行動やエピソードについて深度ある把握に努めるほか、記録用のフィールドノート等も活用する。これらを通じ、地域コミュニティの共助において、いかなる価値が共創されるかを明確化するとともに、そのコミュニティならではの事情や特性を踏まえた提案を策定したい。

6 進捗状況

これまで防災PJの活動では、北九州市内の複数の市民センター（貫・田野浦・尾倉ほか）の依頼に基づき、高齢者向けDIG（災害図上演習）や子供向けの防災講習会などを行ってきた。これら市民センターは災害時の正規の避難所

に指定されているところで、平素より共助の拠点となっている施設である。この意味で、市民センターが管轄する地域住民のみならず、市民センターの役割そのものが「共助」であるともいえる。これらの市民センターとはすでに一定の関係構築になっており、今後も協力を得ることが期待される。

特に、九州国際大学の近傍にある尾倉市民センターでは、2023年度、地域住民を対象としたアンケート調査を行った。その結果、自助としての防災対応はある程度なされているものの、それが共助としての集団行動には十分に繋がっていないこと、その一方でコミュニティ内のコミュニケーションは良好で、町内会単位での防災イベントが、かなりの程度で共助の意識付けに奏功していること等といった実態が明らかになっている（村上、2023）。

また、過去に防災P Jで行った在宅避難に関する実態調査および当事者へのアンケート調査などを通じ、北九州市障害者社会参加推進センターや北九州市立総合療育センターといった機関からの協力を得た実績がある。共助のメカニズムを検討する上では、専門性の高い領域に踏み込む必要もあることから、今後はこういった機関も調査拠点に設定し、連携を図っていく必要があろう。

そして筆者は、S-D ロジックに関する文献レビューならびにPayneらによる

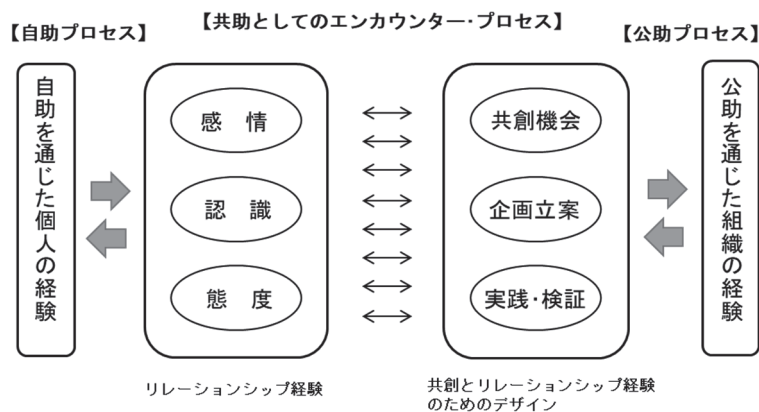


図2 共助メカニズムの概念モデル（出所：筆者作成）

相互作用の概念モデルを参照するなどして、先行的に共助の概念モデルを作成した(図2)。ここでは共助を「自助からのニーズと公助からのニーズが相互作用した結果」としている。Payneらはこの相互作用の過程をエンカウンター・プロセスと呼称しているが、ニーズへの対応すなわち共助として課題解決に取り組んだ結果、価値が共創されるのである。疑似コミュニティを用いた検証に向けては、エンカウンター・プロセスを規定する6要素と防災行動との整合性の検討が必要である。

7 おわりに

自助・共助・公助の3種に区分されるわが国の防災対応は、しばしば実効性の面で問題点を指摘される。特に共助は、住民という集合体の取り組みであり、地域ごとに過去の被災経験も現在の災害リスクも異なるため、その機能には捉え難いものがある。筆者は所属先の九州国際大学において「地域防災リーダー育成プロジェクト」を組織し、身近な領域での防災活動を展開してきた。それは学生のリーダーシップ教育、ならびに大学の拠点性を活かした地域貢献を目指したもののだが、これまでの活動には共助の視点が欠けていたと思われる。

そこで共助のメカニズムを明らかにするという目的のもと、本稿では、マーケティングにおける相互作用や価値共創に関する先行研究をレビューして概念を整理した。そして仮説としてのモデルを提示し、予備的考察を行ったものである。今後は疑似コミュニティを組成して仮説検証に取り組むが、そのプロセスに防災PJの活動を関与させることは、同時に大学の拠点性を活かした地域貢献にも繋がるはずである。

前述したように、共助のメカニズムを明らかにすることは、防災対応に留まらず、街おこしや防犯など様ざまな地域課題を検討する際にも、役立つものと期待される。一定のマンパワーを有し、必要に応じてアカデミックな面からのアプローチも行い得ることを勘案すれば、それこそが地域における大学の拠点

性といえる。そのような大学機関の機能も含めた共助のメカニズムについて、本研究を通じ、確たる知見と有意なインプリケーションとを引き出していきたい。以上をここでの結論として稿を閉じる。（了）

参考文献

- 飯田 高 (2021)「自助・共助・公助の境界と市場」『経済分析』内閣府経済社会総合研究所 (203), pp.285-311.
- 門間敏幸・渋谷往男・半杭真一・黒瀧秀久・菅原 優 (2021)「大災害からの復興・創生における自助・共助・公助連携による持続的支援活動の展開」『復興農学会誌』1 (2), pp.24-33.
- 村上真理 (2023)「共助による地域防災とコミュニティの可能性 -尾倉市民センターでの取組みを事例とした予備的考察-」『九州国際大学国際・経済論集』第11号, pp.65-86.
- 矢守克也・岡田夏美 (2023)「メタレベルの視点に立った防災・減災に関する質問紙調査研究の分析」『実験社会心理学研究』advpub (0), 日本グループ・ダイナミックス学会.
- Grönroos, C. (2011) "Value Co-creation in Service Logic: A Critical Analysis," *Marketing Theory*, Vol. 11 No. 3, pp.279-301.
- Grönroos, C. (2013) "Critical Service Logic: Making Sense of Value Creation and Co-Creation," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(2), pp.133-150.
- Grönroos, C. (2014) "The service revolution and its marketing implications: service logic vs service-dominant logic," *Managing Service Quality*, Vol.24, No.3, pp.206-229.
- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2014). *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. New York: Cambridge University Press.
- Möller, K. and Halinen, A. (2000) "Relationship Marketing Theory: Its Roots and Direction," *Journal of Marketing Management*, Vol.16, pp.29-54.
- Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2008) "Managing the Co-Creation of Value," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, pp.83-96.

業績一覧

1. 村上真理 (2023)「共助による地域防災のメカニズム -エンカウンター・プロセスにおける価値共創の視点から」『国際・経済論集』第12号, pp.65-86, 九州国際大学現代ビジネス学会
2. 村上真理 (2023)「共助による地域防災とコミュニティの可能性 -尾倉市民センターでの取組みを事例とした予備的考察」『国際・経済論集』第11号, pp.65-86, 九州国際大学現

代ビジネス学会

3. 村上真理 (2022) 「避難所外避難者等の避難支援にかかる諸問題について」『危機管理レビュー』vol.13, 日本防火・危機管理促進協会
4. 村上真理 (2021) 「リレーション シップ・マーケティング」『北欧学派のマーケティング研究：市場を超えたサービス関係によるアプローチ』第7章, pp.105-120, 総頁299, 白桃書房
5. 村上真理 (2021) 「理美容業のリレーションシップ・マーケティング」『北欧学派のマーケティング研究：市場を超えたサービス関係によるアプローチ』第13章, pp.209-225, 総頁299, 白桃書房
6. 村上真理・梅枝優華 (2021) 「地域における『防災計画』の実効性に関する考察 - マンション管理組合の取組みを事例として」『国際・経済論集』第7号, 九州国際大学現代ビジネス学会
7. 村上真理 (2020) 「地域コミュニティの共助に関する一考察 - 取組事例から抽出される成功要因に着目して」『国際・経済論集』第6号, 九州国際大学現代ビジネス学会
8. 村上真理・隈本美星 (2020) 「災害弱者の在宅避難に関する一考察 - 地域コミュニティにおける関係性の視点から」『国際・経済論集』第5号, 九州国際大学現代ビジネス学会
9. 村上真理・木村寛大 (2019) 「語り部を通じた災害の疑似体験に関する考察 - 地域防災シンポジウムの参加者アンケートより」『国際・経済論集』第3号, 九州国際大学現代ビジネス学会
10. 村上真理 (2018) 「社会関係のマネジメント - ステイク・ホルダーの構築と維持」『サービス社会のマネジメント』第11章, pp.137-148, 総頁250, 同文館出版
11. 村上真理 (2017) 「生協と流通」『ベーシック流通論』第9章, pp.129-142, 総頁218, 同文館出版
12. 村上真理 (2015) 「関係性マーケティングの論点と本質」『価値共創とマーケティング論』第3章, pp.36-53, 総頁272, 同文館出版
13. 村上真理 (2010) 「関係性マーケティング - 関係の方向性と距離」『顧客起点のマーケティング・システム』第2章, pp.26-48, 総頁264, 同文館出版
14. 村上真理 (2010) 「協同組織金融機関のリレーションシップ構造」『顧客起点のマーケティング・システム』第11章, pp.239-260, 総頁264, 同文館出版

