

地域再発見！温故地脈^{おんこちしん}

地と知の架け橋になるために

渡利 あすか
港区立三田図書館

1 はじめに

私が港区の図書館員として勤務を開始して2年が経ち、ビジネス関係の担当を任され1年ほどになる。講習会へは「図書館がビジネスを支援する」が何かを知らずに資料を並べるだけの日々を打開するため、今後に活かせる知識と視点を学びたく参加を決めた。

本レポートでは、まとめとして「古き良き港区の歴史を活かし、更なる振興と発展に繋がりたい」という想いのもと、「温故地脈」を掲げ図書館を通じた区の活性化に繋がる事業を計画した。

2 港区における課題

港区は千代田区、中央区と並ぶ都心3区のひとつだ。区内は芝、赤坂など5つの地区に細分化され、それぞれのエリアに異なった魅力がある。

港区立三田図書館（以下、当館）は芝地区の大型複合施設・札の辻スクエア内にあり、区内11の図書館及び連携館の中心を担っている。また、同ビル内にある産業振興センターと連携し、セミナー開催や相談窓口の紹介なども行っており「区民へのビジネス支援拠点」としても活用されている。

令和7（2025）年1月1日時点での港区の総人口は267,780人¹であり、23区のうち17番目にあたる。面積では20.36km²で12番目の広さとなっており、総人口と共に都内全区の中間あたりに位置する。オフィス街や商業・娯楽施設の多さと「港区」という地域ブランド性からも大都市の印象が強いが、実際は異なっていることがそれぞれの資料から見て取れる。

併せて、区内で働く人々についても調査した。令和3（2021）年時点での民営事業所数は41,049事業所³で、総従業者数は1,117,898人³である。様々な業種において年々事業所数は増加していたが、新型コロナウイルスの影響による業務のデジタル化、通販やフードデリバリーなどの需要が高まり、情報通信業やサービス業に従事する事業者は急激に増加³している。一方で、人材不足や従業員の高齢化による課題を抱えている事業所も多い³。そのため、今後の経営継続に関して未決定、もしくは廃業予定という声もある⁴。

そこで、図書館が地と知の架け橋となり、区内外の若者を積極的に取り込むことで地域活性化や事業継承に繋げることができないかと考えたのが本事業案である。

3 事業について

3-1 概要

各連携先と協力し、2つのイベントを開催する。本事業における最大のテーマは「見て、調べて、知ってほしい」。図書館資料を用いた調べ学習だけでなく、実際に地域を見る・歩く体験を通じ、港区への理解を深めてもらう。

3-2 目的

本事業の目的は、港区の歴史文化と魅力を在住者に再発見・再認識してもらうことである。加えて、それらを区外・県外の人々へ発信することで広報力を強化する狙いもある。

発信される情報が住みたい・働きたい・訪れたいなど「港区で～をしたい」と思うきっかけとなり、将来的な地域振興や区のブランド価値の上昇に繋がることが期待される。

3-3 対象者

本事業の対象者は、**①区内の高校生から大学生を含む20代の若者と②港区の歴史文化に興味関心のある区民**とする。ここでは①を個人課題、②は①への追加要素としてグループ課題で定めたものである。（以下、①と②で表記）

①は事業を「就職活動」と絡めようと考え、設定した。高校生は進学に加え就職という選択肢が増えるポイント、大学生と社会人は就活の本格化や転職を考え動き始める年代でもある。そこで事業を通じて地域の魅力を知ってもらい、区内企業等への就職率を高めることで企業の人材不足解消に繋げる狙いがある。

②ではさらに地域への理解という要素を強めるため、若年層だけでなく様々な年代が参加できるよう設定した。対象範囲を拡大することで、老若男女問わず地域住民同士の交流を生む方向へシフトしたいという思いがあるからだ。さらに、何世代にも渡って住み続けている住民と新世代の若者とで「この場所はかつてこうだった。」という情報の新旧を補完できるメリットもあると考えられる。

②で対象範囲を拡大するにあたり、参考として過去に当館で開催したイベントの報告書を確認してみた。すると、どのイベントも20人程度の参加者のうち、20～30代の参加はほぼ無く、40～60代が中心となっていることが分かった。また、英会話や朗読会などのイベントであれば70～80代の参加も複数見られたが、ビジネス関係の講習やコミュニティづくりを主体とするイベントは概ねこの通りだ。

先に述べた「何世代にも渡って区内に住み続けている住人」に年齢による制限はないが、個人として「①の祖父母にあたる年齢層（70～80代）」を中核に据えることを想定していた。しかし、祖父母世代に絞ることは「老若男女問わず地域住民との交流を生む」チャンスを減少させることになるのではないだろうか。そこで今回の企画では、②の範囲を「**40～80代の港区のこれまでを知る区民、またその歴史に興味のある区民**」とすることに

した。

3-4 具体的な企画内容

地域の歴史や文化と触れる機会を増やすことを目的達成の第1歩として考え、ワークショップとまち歩きの2種類のイベントを開催する。

・ワークショップ「歴史を解説(よ)む」

港区周辺の古地図や浮世絵、写真などを使用したワークショップ。現在の場所、名称の由来について図書館資料を用いて調べ、比較する。

・まち歩き「歴史さんぽ」

ワークショップで起用した場所を中心に実際に歩いてまわるイベント。

3-3で述べたように、過去の実績を見ると対象者①の参加率が低い。①の安定した参加のためには、図書館スタッフが近隣の高校・大学に訪問する出張授業型での開催が望ましい。しかし、開講時期や各学校との連携・交渉が難航する可能性があり臨機応変な対応が求められるため、担当者との打ち合わせや準備は念入りに行う必要がある。

また、一般向けとして開催する際は、事前申込み制で対象者①と②どちらも参加可能な形とする。これまでと同様に参加者の年代が固まることが懸念されるため、申込みフォームに年代の項目を用意。内容を確認し、様々な年代の方が入り混じるよう事前にグループ分けを行うとより目的達成に近づけると考えられる。

3-5 集合研修でのグループワーク

グループワークでは3-3で述べたワークショップを改良し、デジタル版の「まちのこしカード」及びMAP作成を提案した。本事業案は滋賀県の^{えちがわ}愛知川図書館で作成されている

「町のこしカード」⁵及び大阪府豊中市立図書館の「^{ほくすつ}北摂アーカイブス」⁶を手本にしたものである。愛知川図書館では手記入のカードをファイリングしている⁷が、今回は「デジタル化」をキーワードとし下記の手法で行うこととした。

手法	概要
1.専用データベース構築	データベース内の MAP に集めたカード情報をアップロードしていく。(MAP 上にピンを刺していくようなイメージ) Wikipedia 方式を採用し、情報は逐一更新可能な仕様にする。
2.カード情報の収集	3-2 の対象者①に情報提供を依頼する。 対象者は Instagram や X などの SNS に、専用の # (ハッシュタグ) をつけ写真や動画投稿をするだけで OK。 〈ハッシュタグの例〉 # 港区まちのこしカード # みなとさんぽ

手法 2 では「ちょっとした日常の共有」という観点で、飲食物や風景などジャンルを問わず気軽に投稿をしてもらう。若者は投稿への共感（いいね機能）などで承認欲求を満たすことができ、図書館側は効率的に情報収集ができる win-win な関係性が期待される。また、構築したデータベースは区内小学生のまち探検の資料や商店街の店舗案内へ活用したい。

3-6 企画運営における連携先

連携先は下記の通りで、各種資料協力の依頼先と観光関係の事業を行っている施設・団体を中心とする。

〈資料・データベース協力〉

- ・港区立郷土歴史館
- ・公益財団法人三康文化研究所附属 三康図書館
- ・港区立三田図書館（当館）ほか港区立図書館

〈施設・団体〉

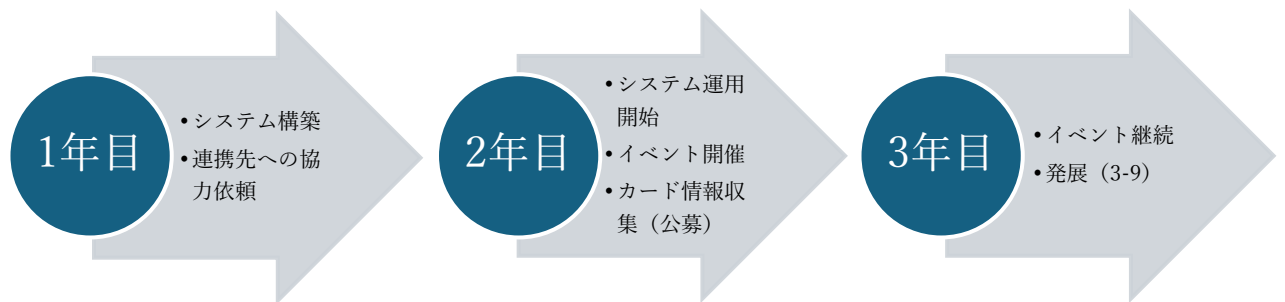
- ・港区観光協会
- ・港区立産業振興センター
- ・芝の語り部（まち歩きガイドを行う区内のボランティア団体）

〈その他〉

- ・区内の商店街／商店会

3-7 スケジュール

初年度はホームページ製作と整備などシステム構築および 3-6 への協力依頼を行うなど準備期間とする。まちのこしカード事業は 2 年目以降に本格的な運用を開始する。同時進行で、カード情報の収集（SNS 投稿による公募）やイベントを行うよう計画した。



3-8 予算案

事業名	時期	金額	用途と内訳
デジタル版 まちのこしカード	1 年度	¥ 800,000	MAP 及びカード情報掲載用の専用ホームページ作成費
デジタル版 まちのこしカード	2～3 年度	¥ 720,000	ホームページ運営費 運営費：¥ 30,000/月 ¥ 30,000/月×12 か月＝¥ 360,000/年 ¥ 360,000/年×2 年＝¥ 720,000
広報	1～3 年度	¥ 500,000	イベントの告知ポスター、チラシ製作
合計：¥ 2,020,000（3 年度分）			

まち歩きとデジタル版まちのこしカード/MAP は事業終了後も継続し、定例化およびサービスの恒常化を目指す。ホームページ運営費と広報費は 4 年度目以降も必須である。図書館側として確実に予算獲得をすることが求められる。

3-9 発展

課題解決と目的達成のためには利用者や区民の様々なニーズに応えていくことが近道だと考え、3-4 と 3-5 で述べたイベントについて新たな案を考えてみた。

・まち歩きのコース（ルート）増加

今回は「歴史文化に触れる」がテーマの事業だが、テーマを変えてルート設定することでより参加しやすい事業となるのではないだろうか。

例えば、港区は大人気少女漫画『美少女戦士セーラームーン』と深い関係にある。国内外に熱狂的なファンを持つ本作品は、麻布十番エリアをはじめ東京タワーなど区の象徴的なスポットが多数描かれている。また、令和 6（2024）年 3 月には区内 5 ヶ所にイラスト付きマンホールが設置⁸されたことでも話題だ。これらをベースに「聖地巡礼（推し活）」ルートを作成することで、図書館利用者だけでなく作品のファン層も取り込む狙いである。

・商店街支援制度「港区商店グランプリ」⁹と協力

世間一般の認識として商店街をはじめ個人経営の商店・飲食店は「馴染みがないと気軽に立ち寄りにくい」という印象が強いように思う。そこで、まちのこしカードと MAP の「広告塔化」を提案する。

本制度に関して当館でもガイドブックの配布を行っていることに加え、3-6 に挙げた産業振興センターも商店街支援へ携わっている。関係各所より受賞店舗をはじめ区内の商店会について情報提供をしてもらい、紹介ページを作成してデータベースへ追加する。どんな店か、何が目玉かなど「知ってもらう」から「行ってみたい」を生み出し、MAP 利用者の「(まち歩きの) ついで利用」促進と商店街活性化に向けた 1 歩としたい。併せて、店舗利用で電子スタンプを集めると特典（割引やノベルティ贈呈）が受けられるなど、利用したくなる仕組みづくりにも積極的に取り組みたいと考えている。

また、上記の施策により来店者増加および利益確保のサイクルが回るようになれば、2 で述べた経営課題解決にも繋がるのではないだろうか。

・まち歩き特別ルート「専門図書館と区内の老舗書店めぐり」

図書館が行う事業ならではの企画としてさらに発展させ、先の 2 案を合わせたルートを提案する。

〈ルートに組み込む施設の例〉

施設名	特徴
公益財団法人三康文化研究所付属 三康図書館（芝公園）	3-6 で挙げている専門図書館 ¹⁰ 。 江戸時代の写本から大正～昭和期の児童・成人向け雑誌まで多数の貴重書を所蔵している。
かえるの本屋さん 崇文堂書店 （麻布十番）	令和 7（2025）年度の「港区商店グランプリ」 ¹¹ にて港区長賞を受賞。マスコットキャラクター「かえるのジュバピョン」がお店に立つことでも有名。
山陽堂書店（青山 表参道）	明治 24（1891）年の創業から 135 年経った今も現役の老舗書店。

港区には創業 100 年を超える老舗書店と一般も利用可能な専門図書館が複数存在する。書店は近隣の区民にも馴染みがある店舗だと考えられるが、専門図書館は世間一般的に認知が薄い。加えて今日、街の書店は通販や電子書籍などの普及によって全国規模で減少しており¹²、近年では無書店の自治体も増加していると聞く。

そこで、同じ図書を扱う場所として街に根付く書店と専門図書館を巡るルートを企画し、各施設を「見て、知って、興味を持ってもらいたい」と考えた。足を運ぶ人が増加す

れば、自然と街も賑わう。本企画が知と地（人）の結びつきを強めて、古き良き街の歴史および図書館、商店を守っていく手法のひとつになることも期待したい。

現在、日本全国で戦争体験をはじめとする歴史文化の伝承をしている人々は減少の一途を辿っている。同じように「これまでの港区」を知っている人も今後は減少していく。受け継ぎ手のいない歴史や伝統は風化していくだけである。

私は図書館の存在意義は「歴史を風化させず、今に繋ぐ」ことにあると考える。この提案が本当の意味で「まちのこし」への一手となるよう努めることが我々図書館員の役割であり、地と知に繋がる「温故地賑」なのではないだろうか

4 おわりに

今回の研修を通じて、ビジネス支援への新たな視点と知識を得た。その中で特に印象的だったのは、常世田講師の「市民はすでにビジネスのために図書館を利用している」という言葉だった。講義を聞き、私自身「ビジネス支援」という言葉の意味を履き違えていたと気付いた。ビジネス支援の真意は経営書を集めたコーナーを設置して「これだけ集めたのだから、いつか必要とする誰かが利用するだろう。」と待つ自己満足なものではない。物事の実現への手がかりを求める利用者へ図書館員自ら手を差し伸べ、資料の提案や連携先の担当者へ引き継ぎなど「解決策は1つではない」と発信していけば与えられる武器は自然と増えていくのだと学んだ。どの講義も本当に興味深く、良い刺激を受けた。

グループワークでは厳しい指摘も多かったが、それ以上に、これまでの経験を基にたくさんさんの意見でブラッシュアップしてくれたメンバーの存在がとても心強かった。短い期間ではあったが提案における多角な視点からの物事の見方を教えてもらい、改めて周囲と協力することの重要性を感じる有意義な時間だった。

最後に、本講習会を開催してくださった事務局、講師の皆さまへ感謝申し上げます。

5 参考文献

1. 東京都総務局統計部 東京都の統計より「住民基本台帳による東京都の世帯と人口（町丁別・年齢別） 令和 7（2025）年 1 月」([jy25qf0001.pdf](#))
2. 国土交通省 国土地理院より「令和 7（2025）年全国都道府県市区町村別面積調」PDF 版 P.33～東京都 ([GSI-menseki20251001.pdf](#))
3. 『第 4 次港区産業振興プラン令和 3（2021）年度～令和 8（2026）年度 令和 5（2023）年度改訂版』より「第 2 章 港区の産業を取り巻く環境《現状と課題》」([nishou.pdf](#))

4. 『第4次港区産業振興プラン後期計画策定に係る基礎調査報告書』
PDF版 P.35～37 「6.中小企業の事業承継の状況」 ([honnnpenn.pdf](#))
5. 愛荘町立図書館公式ホームページ「あいしょうデジタルライブラリー」
「町のこしカード（情報）」
(<https://www.town.aisho.shiga.jp/toshokan/library/naiyou/fuukei/index.html>)
6. 北摂アーカイブス (<https://hokusetsu-archives.jp/cms/>)
7. 文部科学省ホームページ「図書館とまちづくり（滋賀県愛知川町立図書館）」より
「3.事業の概要・方法」
(https://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/tosho/houkoku/06040715/013.htm)
8. 港区ホームページ「美少女戦士セーラームーン デザインマンホール」
(<https://www.city.minato.tokyo.jp/citypromotion/manhole.html#map>)
9. 港区産業振興センターホームページより「商店グランプリ」
(https://minato-sansin.com/street_suport/store_grand_prix/)
10. 公益財団法人三康文化研究所附属 三康図書館ホームページ
(<https://sanko-bunka-kenkyujo.or.jp/>)
11. 港区ホームページより「令和7年度港区商店グランプリ受賞店舗決定」
(<https://www.city.minato.tokyo.jp/sangyousinkou/shoutennnguranpuri.html>)
12. 出版科学研究所ホームページより「日本の書店数」データ「2003年度～2024年度」
(<https://shuppankagaku.com/knowledge/bookstores/>)