

コミュニケーションと地域づくり

—熊本市都市型地域の事例からの考察—

河村 洋子

熊本大学 政策創造研究教育センター 准教授

我が国の現代社会において地域社会の「つながり」の重要性の認識は高まっている。地域づくりにおいても、高度経済成長期以降失われた人同士のつながりをどのように再構築していくかが重要であり、そのような取り組みでは「コミュニケーション」の要素が重要な役割を果たす。しかしながら、その定義の難しさ等を背景とし、地域づくりにおける「コミュニケーション」の役割を、特に帰納的視点で考察する国内の先行研究は見られない。本稿では、地域づくりにおける「コミュニケーション」の役割を検証することを目的とし、熊本市における子育て支援をテーマとする事例を取り上げ、その活動についてコミュニケーションという視点から考察した。

1. 背景

(1) 地域内のつながり

平成22年NHKが「無縁社会」という言葉を初めて使い、我が国の現代社会の危険な状態に警告した。その後間もなくの翌年3月11日に、私たちは東日本大震災という大規模な地震と津波による未曾有の災害を経験をした。これは、私たちが人同士のつながりの重要性を再認識する機会となった。

個人が住み家庭を持つ地域コミュニティは、日々の生活の基盤を提供する。日中職場に出かける者も、家族がいるとすれば子どもは地元の学校に通い、引退した両親は地域コミュニティ内にある自宅で多くの時間を過ごす。家族皆が安心安全な生活を送ることができてこそ、自らも生産的な社会生活を営むことができる。しかし、我が国の特に都市部では、若い世代の多くは自ら安心安全な地域コミュニティづくりに関わることに積極的ではない。我が国の大きな政府の体制の下で多くの都市部の市民は行政の提供する市民生活サービスの「顧客」となり、住民同士が横でつながることの必要性を感じることなく日々の生活を送ることができることも大きな要因のひとつであろう。

「新しい公共」という言葉が提案された。人口減少に伴い税収が減少し財政が逼迫する中、住民が市民生活サービスの「顧客」から、地域の将来について他者と共に主体的に考える地域づくり「参加者」「協働者」へと変わることを求めるものである。そして個人が参加したり協働したりすることは、地域コミュニティとつながっていることが前提となる。

(2) 地域づくりにおけるコミュニケーションの役割

例えば、防災・減災¹⁾や環境に関する²⁾ コミュニケーションプログラム等の実践的な

研究は多く見られる^aが、地域づくりにおける「コミュニケーション」の役割を俯瞰的かつ帰納的アプローチで議論するような国内の先行研究を見つけることはできなかった。コミュニケーションという言葉の汎用性と定義の難しさが第一の要因であろう。また我が国では、コミュニケーション学の専門家が地域づくりの領域に関与することが少ないことも要因の一つとして考えられるかもしれない。しかし、地域づくりの実践をみてみると、多くの場合コミュニケーションの要素が含まれていると考える。例えば、公共施設の建設というような極めてハード的な事業であったとしても、近年は多くの場合、地域住民が過程に参加し、意見を出す機会が設けられている。地域づくりの内容が地域コミュニティの「参加」「協働」そして「つながり」を重視する場合、コミュニケーションの要素の占める割合はさらに高まる。

私は自らの専門が保健医療であるため、地域コミュニティそのものの「健康度」についても人間の個体の健康と重ね合わせて考えるようになった。地域コミュニティに必要なと思われる要素を人体の機能に重ね合わせてみるのである。

ここでは詳述しないが、本稿の本題となる地域コミュニティ内の「コミュニケーション」は、血液とリンパ液と重ねて考えることができる。つまり体の組織に栄養を運び、老廃物を集めて捨てる血液系の機能である。さらに、循環器系の血管は「コミュニケーション」の経路あるいはネットワークと重ね合わせることができる。コミュニケーションにおける発信者と受信者の存在という「相互性」と、やり取りされる内容つまり情報の重要性も考慮すると、人体における血流の機能が地域コミュニティ内のコミュニケーションに最適な喩えであると考えられる。

地域コミュニティが地域づくりという自己実現を成し遂げるためには、様々な機能がきちんと作用している必要がある。そして体の末端まで栄養と酸素を届ける血流のような役割を果たすコミュニケーションは、地域コミュニティにとってまさにバイタルなものである。したがって、地域づくりにおけるコミュニケーションの多様性を視野に入れつつ役割について考察し、理論的蓄積を進めることは学術的な価値があり、地域づくりの実践に有用な知見の提供にもつなげることができると考える。

(3) 事例プロジェクトのフィールドとなる地域コミュニティ^b

事例プロジェクトは、熊本市東区に位置する「健軍周辺地域」の中の若葉校区及び泉ヶ丘校区の2小学校区^cをフィールドとし、地域コミュニティ内で既に子育て支援関連する組織の代表者^dで構成されたプロジェクトチームで展開しているものである。

東区の人口は約19万人（約7万7千世帯³⁾で、市内5区の中で最も多い。新興の住宅地が点在し、若年世帯が多く出生率も高い。しかし、対象の2小学校区では古い住宅地も多く、東区の中で際立って高齢化が進んでいる。熊本市電の終点である健軍町を起点とし、2小学校区が健軍商店街を挟むように位置し、生活の利便性は高い。しかし若年層の買い物や娯楽活動等の場所は郊外に移り、健軍商店街の顧客層も高齢化し、空き店舗も少なくない。

プロジェクト立ち上げに際し、複数の地域コミュニティ内組織のリーダーや担当行政職員に対するインフォーマルなヒアリングを行った。高齢の地域組織のリーダーは若い世代がもっと地域コミュニティと関わりを持つように願っていた。一方、子育て世代の

リーダーからは、若い世代が地域コミュニティの中で活動したいと感じていても、新しいものを提案するための対話の機会がないという指摘もあり、地域の運営に関わるコミュニケーションとコミュニケーションの場を提供するような組織の構造的な問題も垣間見えた。

地域コミュニティの状態を把握し、プロジェクトの方向性に参考になるようなデータを収集するために、平成23年3月に実施した地域福祉力調査^{6,4)}の結果も、ヒアリング結果を後押しするものであった。地域コミュニティとのつながりの度合いを示すソーシャルキャピタルの指標は、60歳未満の「若年層」では高齢者世代と比較して極めて低い。さらに、2小学校区全体ではソーシャルキャピタルが低くても幸福度が高く、地域コミュニティ内で都市型のライフスタイルが確立されていることが明らかになった。一方、年齢に関わらず、地域貢献に前向きな回答も散見された。自由記述の中にはコミュニティのメンバーが互いに支え合うことができるようになることの必要性を認識し、自分のことで役に立つことを願う意見も少なくなかった。このような結果は、地域コミュニティメンバーの参加したいというニーズがうまくマッチングされていないことを示唆していると言えるかもしれない。また、地域コミュニティとの関わりについてより多様な認識を受け入れ、それを地域コミュニティ内で実現できる柔軟性が必要であることも示唆していると言えよう。

以上のように、状況を把握していく中で、若い世代の地域コミュニティとのつながりの希薄化が客観的にも示された。また、地域コミュニティの運営について、現代的な地域コミュニティの構成員のライフスタイルと現状との間にギャップがあることが浮き彫りになってきた。そこで、若い世代に「自分ごと」として捉えることのできる子育て支援をテーマに、地域コミュニティメンバーが互いに支え合う力、すなわち地域福祉力に光を当て、コミュニティ全体がよりつながっている状態をつくることを本プロジェクトの目的として設定し、平成23年度秋から本格的に取り組みを開始した。

2. 目的

本稿の目的は、具体的な地域づくりの活動事例から、地域づくりにおけるコミュニケーションの果たす役割を考察することである。

3. 方法

熊本市内若葉校区・泉ヶ丘校区における、子育て支援をテーマとして地域福祉力の向上を目指し産官学協働で取り組んでいるプロジェクトを取り上げ、事例プロジェクト全体のデザインと具体的な個別活動を記述した。それぞれの活動の果たした役割についてコミュニケーションという視点から考察した。

4. プロジェクト事例

(1) 「きらプラ」グランドデザイン

平成23年秋、プロジェクト全体の名称を「きらきらプラン」(略称「きらプラ」)プロジェクトと決定した。きらプラの方向性について、プロジェクトチームで地域福祉力調査の結果をふりかえり、地域コミュニティの状況を共有しながら、十数回に及ぶ話し合



図-1 「きらプラ」グランドデザイン

いを重ねた。その結果、チームで描いたグランドデザインを図-1に示した。

これは、地域コミュニティ内の情報がそれを必要とする住民に届いていないという気づきに基づくものである。地域コミュニティの中での情報という血液を増量し、コミュニケーションの活性化を目指すものである。

ITを活用しローカルな情報を提供しながら、地域コミュニティとの現実的なつながりの機会と橋渡しをするという、「ヴァーチャル」と「リアル」を結ぶ役割を担う。地域コミュニティに対する関心を高め、愛着を醸成するような情報を提供し、地域活動への参加の動機を高める。また世代の近いメンバーで構成するヴァーチャルなコミュニティをつくる機能を持たせ、現実の地域活動にも一緒に参加することができる。一人ではなく、仲間と一緒に参加することは動機の向上と継続的な参加につなげていくことができる。

(2) 個別の活動

次に、グランドデザインに基づきプロジェクトが平成23秋から24年12月の間に取り組んだ活動について記述する。

a) ホームページとFacebookページの制作・運用

平成23年11月から情報ツールとして、地元性の高い情報を発信・共有するホームページ（HP）とFacebookページの企画と制作に着手し、翌年3月から運用を開始した（図-2）。HPは「ひと」「まち」「もの」という視点から、2小学校区に関する事柄を紹介する。プロジェクトメンバーやその他の地域コミュニティからのボランティアが協力して制作に関わることができるような仕組みになっており、現段階で3名のプロジェクトチームメンバーが担当のコーナーをもち記事を執筆している。

ソーシャルネットワークサービスであるFacebookページは、HPに不足している周知拡大機能を補うものである。Facebookページの利点は、すでに個人のアカウントを持っている者に対して、購読のようなかたちで情報提供できる点である。情報を掲載するとそれが自動的に（「いいね！」ボタンを押した）購読者に提供されることになる。しか

し、利用者はタイムライン上で多くの友達やその他の購読しているFacebookページから発信される内容を目にし、それは「流れていく」情報である。従って、蓄積していくべき情報はHP上で掲載し、情報の性質によって分けて活用している。



図ー2 きらプラHPとFacebookページ

b) 地元トレーディングカードの制作・配布

地域福祉力調査で多くの回答者が地域の資源として挙げていた江津湖の名をとって「エツコカード」、略して「エツカ」を制作した。これは、地域コミュニティ内に埋もれている資源について、より多くの地域コミュニティメンバーと共有することを目的とするトレーディングカード（トレカ）である。第一弾の制作では地元の保育園児と小学生が元になるキャラクターのアイデアを出し、そこから選ばれたアイデアをプロデザイナーが本格的なカードに仕上げるという参加の要素を取り入れた（図ー3）。



図ー3 小学校区内にある熊本市立動物園にいるペンギンを題材にしたエツカ制作の一例（左は子どものアイデア、右は実物のエツカ）

第一弾では配布の過程を重視し、子どもたちが地域コミュニティ内の普段接することのない大人と接する機会をもつような仕組みをデザインした。子どもたちは、夏休み中の地元のお祭りで組み合わせの異なる基本の10枚のセットを受け取り、地域コミュニティの中の20ヶ所の商店街内店舗やコミュニティセンター等を回り、自分が持っていない残りの10枚を集める。20ヶ所の配布ポイントには、エヅカが置いてあることを示すポスターを貼り、子どもたちがきちんと挨拶をしてお願いをした場合にカードを渡すよう依頼した。第一弾の配布期間は平成24年8～11月の約4ヶ月間であった。

c) 保育園児保護者に対する質問紙調査とママさん座談会

平成24年5月、2小学校区にある保育園と託児施設の全5ヶ所に協力を得て、保護者の保育に関する悩みや考え方の実態把握のために簡易な自記式質問紙調査を実施した。この調査は研究目的ではなく、先述のHP上で内容を共有する目的で実施したものである。さらに、調査協力者の中で実際に対面して母親同士で語り合う座談会に参加したい方には、連絡先を記入していただいた。ヴァーチャルだけではなく、リアルなコミュニティの形成も進めていこうというものである。

平成24年9月の第1回の座談会には4名の母親（子どもの年齢は1歳～小学3年生）が、12月の第2回には3名の母親（子どもの年齢は2歳～小学校5年生で、一人は妊娠中）が参加した。座談会ではティーセットを準備し、プロジェクトメンバーも同じ輪に座り気楽に会話できる雰囲気づくりをしている。年齢の近い母親（子どもの年齢も近い）同士が集える機会が求められていることや、子育て支援に関する地元の情報が見つけない等の課題が整理、再確認された。また、座談会参加者の一人を除くほぼ全員が県外出身者であり、参加者はつながりづくりに特に積極的な方であったと言える。東区は公務員宿舎や社宅等も多く、実家の助けも得られない県外出身の母親が特に苦勞している様子が伺えた。



写真－1 第2回ママさん座談会の様子



写真－2 ハロウィンパレードの様子

d) ハロウィンパレード

未就学児童の親子が参加できる地域のイベントとしてハロウィンパレードを新たに企画し、平成24年10月13日にきらプラメンバーでもあるNPO法人おーさあの例年の秋祭りと同時に開催した。米国を中心とした欧米諸国で「ハロウィン」は年中行事として楽し

みの機会として定着している。日本でも近年注目度が高まり、全国ではイベント化している地域もあるが、熊本県内で地域コミュニティ主体のイベントの開催は確認できなかった。「仮装する」という非日常的な要素を含むこのイベントは、親子・家庭そして地域コミュニティの新たな楽しみの機会の提案であった。

きらプラ自体とHPの認知度が低いため、周知は回覧板を活用して呼びかけた。事前登録制で20組38人（子どもの年齢は1歳～小学5年生）が参加した。参加者は公民館に集合し、商店街内で踊る予定のくまモン体操を練習した後、商店街に向けて行進し、入口でくまモン体操を実演した。その後、事前に依頼しておいた商店街内4店舗で「トリックorトリート」と声をかけてお菓子を集めて回った。その際、商店街に関するクイズゲームも行い、正解者には賞品を渡した。商店街を回って、秋祭り会場であるおーさあに戻り、秋祭り開始直後にハロウィン仮装コンテストを実施した。きらプラメンバーが決めた受賞者に対して、おーさあ理事長から表彰状が進呈された。また地域コミュニティ内の組織長等が集合しているこの機会にきらプラについて説明した。

5. 考察

図-4 にプロジェクト全体が目指す地域コミュニティの状態と各個別活動が果たす役割を整理して示した。この図に沿って、それぞれの活動についてコミュニケーションという視点から考察する。

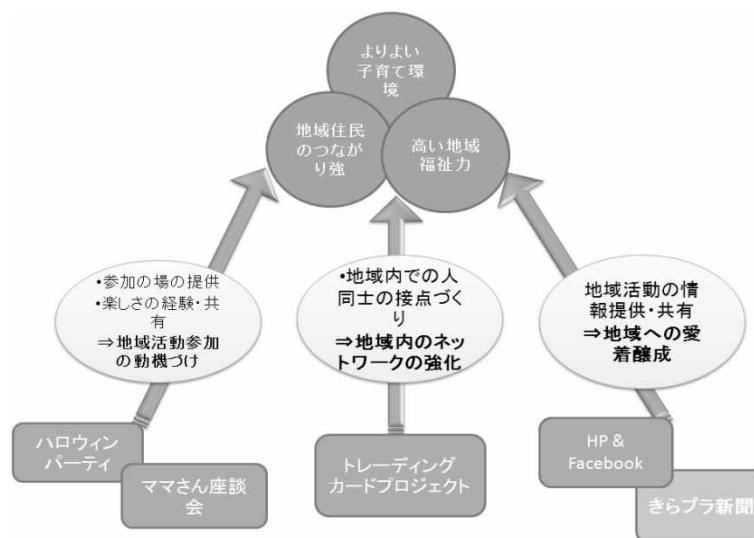


図-4 個別活動の位置づけ

(1) コミュニケーションの有機性を高める

HPやFacebookページは、地域コミュニティ内の情報提供や共有を目的とする。地域住民は、地域コミュニティ内でどのようなことが起きているのか知ることなしに活動に参加できない。しかし回覧板のような既存の情報伝達ツールだけで、コミュニティ内に行き届くように情報伝達できているのか疑問がある。さらに、共有される情報の内容や見せ方も重要である。地域コミュニティの特徴として、多世代にわたりそこに住む家族だけではなく、通勤族で地元ではない者も多い中、地域コミュニティの良さを改めてしっかりと伝える内容と方法が必要である。ハロウィンパレードの告知では回覧版の底力を

垣間見たが、告知のチラシも大変目を引くものであった。図-4 中で薄地になっている「きらプラ新聞」は子育て世代だけではなく、それ以外の地域コミュニティメンバーにもプロジェクトの活動の周知をはかるために、平成25年1月から発行を計画しているものである。これも世代を問わず心地よく心を引き付ける内容とデザインになるように制作を進めている。

情報伝達・共有はコミュニケーションの基本的な役割であり、この個別活動についてコミュニケーションという視点から敢えて考察する必要はないかもしれない。しかし、本プロジェクトがITも活用して目指すものは、ただ情報を右から左へ流すという「無機質」なものではなく、極めて地元性の高い情報を魅力的に伝え、コミュニティに対する愛着を醸成しうる有機的なコミュニケーションである。

(2) コミュニケーションの接点を増やす

第1弾のトレーディングカード（エヅカ）プロジェクトでは、制作には子どもたちが関わった。関わった子どもたちにとって、コミュニティ内にある資源について、先生や友達とコミュニケーションの機会になったかもしれない。さらに、エヅカプロジェクトでは配布のプロセスに重点を置き、子どもたちの地域コミュニティとの接点を増やすことを第一の目的とした。

普段商店街やコミュニティセンターを利用しない親をもつ子どもたちが、自ら商店街の店舗で買い物をしたり、コミュニティセンターに遊びに行くことは考えにくい。さらに、昨今子どもたちの多くが放課後の時間を習い事や塾に通って過ごし、友達同士で遊ぶ際も屋外ですら小さなグループで一所に固まってゲーム機で対戦する等、家族や親以外の地域コミュニティ内の大人と接する機会が減っている傾向にあると言えよう。エヅカは、子どもたちが楽しみを探しに地域コミュニティに出て、そこですれ違ったことはあっても誰か知らなかったり、きちんと挨拶したことがなかった大人、あるいは全く知らなかった大人と知り合う機会となるようにその配布の仕組みをデザインした。

一度の訪問だけでは接点は強固なものにはならないであろう。しかし、子どもたちが家族や先生以外の地域コミュニティ内の大人との良いコミュニケーションの経験をするすることで、地域コミュニティ内で様々な人と接点をもつことへの関心が高まる一助になるとしたら、大きな一歩であろう。

子どもだけではなく大人たちもエヅカに関心を寄せ、地域コミュニティの話題となったようである。その趣旨に賛同した協力者が配布しており、商店街に子どもたちが足を運び元気にあいさつをするという良い効果が、周囲の人の目にも入り理解は着実に広がっている。つまり、コミュニケーションの接点を強化し、増やす下地が出来始めていると言える。

(3) ポジティブな感情を伴う経験の共有によりコミュニケーションを深める

ママさん座談会とハロウィンパレードはいずれもリアルなイベントである。参加の場・機会をつくり、そこに集う人は楽しさを感じ、他者と楽しい経験を共有する。このように、実際のイベントへの参加は、参加者がヴァーチャルなコミュニティへの参加では得られない、他者と同じ時間と空間の中で実際の経験を共有する機会となる。

一般に、一対一の仲の良い者同士の関係性の場合には、ITツールを介したヴァーチャルな対話よりも、実際に対面し時間と空間を共有しながら対話する方が、コミュニケーションが深いだろうことは想像に難くない。しかし、それが互いに知らない者同士の場合、そこに集う目的が共有されていることは前提として、「楽しさ」等のポジティブな感情を伴うことが大切である。従って、場や機会は、参加者が「楽しい」「面白い」「勉強にある」「ためになった」というようなポジティブな感情を持ち帰ることができるようにデザインする必要がある。

例えば、ママさん座談会ではプロジェクトメンバーはファシリテーターとして概ね聴いているが、保育・子育てに関する専門性を活かして気づいたことについて参加者同士の会話に入ることもあった。その場合、参加者から質問が出され、それに対して答える(応える)こともあった。参加者からは、互いに悩みや経験を共有し学び合うだけではなく、専門家と同じ目線で会話できることが良いという感想も出された。対話の内容が有用感を生み、ポジティブな感情が残る。椅子の配置やティーセット準備等の場づくりも然ることながら、ポジティブな感情が生まれるとき参加者の心は緩み、全体の雰囲気もオープンになる。場がそのような状態になれば、個人が感じる有用感や楽しさはさらに高くなるであろう。

6. おわりに

本稿では、子育て支援をテーマとして地域福祉力向上に産官学連携で取り組んでいる熊本市内のプロジェクトを事例として取り上げ、その目的達成に向けて展開してきた個別活動の位置づけをコミュニケーションという視点から考察してみた。

プロジェクト全体とそれを構成する個別活動には目的がある。本稿で取り上げたプロジェクトは、全体としても「コミュニケーション」をその根幹とするものであり、すべての活動がコミュニケーションの要素を備えているのは自明と言えるかもしれない。私が提案したように地域づくりにおける「コミュニケーション」の役割を血流に喩えてみると、地域コミュニティ内で共有される感情や思い等も含む様々な情報(血液)の量、質、そしてネットワーク(体中に行き届く血管)が地域の健康度には重要である。事例プロジェクトの各活動も、IT情報ツールは地域コミュニティ内に流れる良質の情報の量を増やそうとする取り組みである。そして、エツカプロジェクトは情報交流の接点の増加、すなわちネットワークの強化である。そして、ママさん座談会やハロウィンパレードは、ネットワークの強化と、ヴァーチャルな機会には存在しえない情報の交流を生むことを目指すものである。

さらに、これらの個別の活動が互いに連動していることが重要である。個々の活動が地域コミュニティを元気にする「コミュニケーション」向上に、それぞれの特長をもって貢献していながら、成果が連動し循環する仕組みがランドデザインに織り込まれているのである。

一方、経験を通して、ランドデザインを基に個々の活動をデザインする際の重要な教訓を得た。それは、全体の目的の中での位置づけを確認しながらも、機動力をもって試行的にかたちにしてみることの重要性である。例えば、エツカの制作に当たり、最初は学校から協力を得るのは非常に難しく、まずは同意を得た学童と保育園から協力を得て進めることにした。しかし、出来上がって配布を開始したとき、当初は協力を示した人た

ちの目にも、地域コミュニティに生じた良い効果が明らかになった。全く新しいアイデアをかたちにしようとするとき、その結果生まれ得る効果はイメージしにくいものである。地域コミュニティの同意を得ていくには、かたちにしてみても「可能性を見せる」ことが有用である。その後モニタリングをして、修正しより良いものにしていくわけだが、その改善に協力してもよいという人たちを仲間にしていくことを忘れてはいけない。エツカプロジェクトの第2弾では、学校とも協力して子どもたちがアイデアづくりにより深く関わるような過程を計画している。

本稿は、事例プロジェクトの成果に関する客観的な評価データを提示するものではない。さらには、さらなるプロジェクトには、地域コミュニティ内での認知度の低さ、持続可能性の観点から核となる地域コミュニティメンバーの拡大の必要性等多くの課題があり、現段階では成功事例であるとは言えない。しかしながら、「地域づくり」という多種多様な専門分野の専門家に関わる実践において「コミュニケーション」がどのように関連しているかを考察することで、地域づくりの中で実は大きな一角を担っている「コミュニケーション」の重要性に光を当てることができたと言えるのではないだろうか。

【参考文献】

- 1) 例えば、山田文彦、柿本竜二、山本幸、迫大介、岡裕二、大木照憲。(2008). 自然災害科学, 27 (1), 25-43.
- 2) 例えば、森岡和子。(2007). コンセンサス会議における円滑なコミュニケーションのための考察: 「遺伝子組換え作物の栽培について道民が考える『コンセンサス会議』」を事例として. 科学技術コミュニケーション, 1, 96-104.
- 3) 熊本市。(2012). 統計でみる熊本市.
http://www.city.kumamoto.kumamoto.jp/content/web/asp/kiji_detail.asp?LS=41&ID=11513 (2012年1月4日にアクセス).
- 4) 熊本大学政策創造研究教育センター。(2012). 熊本市泉ヶ丘、若葉校区の子育て支援に関する地域調査報告. 平成23年度産官学共同による共創的地域マネジメント創成事業報告書. pp264-285.

文末脚注

- a Google Scholarで「地域づくり」と「コミュニケーション」で検索したところ678件の結果が上がってきた。介入やプログラムの中にコミュニケーションの要素が取り入れられた実践報告が多く見られた。
- b 熊本大学政策創造研究教育センターでは、平成22年度から「産官学共同による地域マネジメント創成事業」に4ヵ年計画で取り組んでおり、県内の5地域を主なフィールドとしている。この事業は、産官学が地域コミュニティの課題に協働して取り組みながら地域をマネジメントする力を向上し、関連する知見を蓄積することを全体の目的としている。フィールドとなる各地域は、景観保全、集落機能維持、子育て支援・地域福祉、産業振興等、それぞれが重要と感じている個別の課題に取り組んでいる。
- c 熊本市は小学校校区を地域づくりの単位とし、その基盤となる自治協議会の設置を推進してきた。平成24年4月より政令市に移行し区行政が開始されるとともに、区内の様々

- な観点からの地域づくり活動で、小学校区を単位とする方針がさらに強化されている。
- d 平成24年12月現在、小学校区子育て支援ネットワーク会会長、青少年健全育成協議会役員、NPO法人健軍支え愛工房おーさあ職員、熊本市東区役所子ども保健福祉課・まちづくり推進室職員、大学教員と学生、かつあきデザインの代表者がコアメンバーとして活動している。
 - e 平成23年3月に郵送法で配布回収。2小学校区に居住する成人約12,000人を対象とし、無作為抽出による5,000人に配布した。回答に約3週間の猶予を設け、返信を依頼した。1,685名が回答（回収率33.7%）。詳しい結果は、参考文献4）を参照のこと。

ROLES OF COMMUNICATION IN COMMUNITY DEVELOPMENT

Yoko KAWAMURA

The perceived importance of connectedness in communities has increased after the 3.11 earthquake and tsunami disaster in the Northeastern part of Japan in 2011. Researchers and practitioners of community development work on rebuilding connections that were lost since the sharp economic growth of the late 20th century. To intervene such problems, communication is key and in fact components of communication have been intentionally utilized in many community development activities. However, due to the difficulty in defining “communication,” there is no Japanese literature that inductively assessed the roles of communication in community development practices.

The purpose of this paper was to discuss the roles of communication in community development by showcasing the project that has focused on child and community welfare in progress in the eastern part of Kumamoto City.