

## 石川英樹ゼミナール 活動報告書

令和元年度 学生による地域活性化プログラム

# 栃尾地域のPRによる活性化

～栃尾高校との協働による商品開発・販売と観光開発～



# 01

令和元年度

## ごあいさつ



長岡大学 学長 村山 光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は、平成 19 (2007) 年度の文部科学省現代的教育ニーズ取組支援プログラム (現代GP) に選定された「学生による地域活性化提案プログラム—政策対応型専門人材の育成—」の始まりから、これまで十数年に渡り継続・発展して参りました。現在では、本学の特徴的な教育プログラムの一つであると言えます。長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、ひとえに地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、心より感謝申し上げます。この取り組みが地域の活性化に十分に貢献しているとは言えませんが、これまで本プログラムの運営に多大なご協力をいただいていた地域連携アドバイザーをはじめ地域のたくさんの皆様から各取り組みテーマへのお問い合わせや激励のお言葉をいただいております。最近では、取り組みの中心である学生の活動を新聞やテレビ、ラジオ等のメディアでも取り上げていただく機会も多くなりました。地域の皆様には、日頃より本プログラムへの多大なるご協力をいただき、重ねて感謝申し上げます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えを述べることは難しいと思いますが、本プログラムでは、答えの無い様々な地域課題に対して、それらの課題をどのように考え、どのように行動を起こして対応して行くのかを学生が自ら体得していくことができます。本学を卒業後に地域社会の一員となる学生が、将来このような地域課題に対して日々取り組むことになることを考えると、彼らにとってこれらの体験は大変貴重なものとなることでしょう。

本プログラムでは、各ゼミナールで設定したテーマの下で学生グループが活動を進めて行くこととなりますが、時には学生同士のちょっとしたすれ違いや一緒に活動する地域の大人たちとの意見の食い違い等が起きることもあります。このような体験も学生がさらに一歩、人として成長するためのきっかけとなります。ゼミで決めたテーマをまとめ上げるために、どのように他者とかわりながら取り組みを進めて行くべきなのか、この取り組みの中で自分の役割は何であるのか、などを考えながら活動を行っていくことで、チームで活動することの難しさだけでなく、チームで目標に向かって何かをやり遂げることの充実感や達成感を味わうことができます。

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」では、学生が地域に飛び込んで地域の皆様と一緒に汗をかき、考え、そして楽しむ中から、目先の地域貢献活動だけでなく、将来にわたって地域の活性化を担っていく事のできる人材の育成を目指しております。本学の建学の精神は、「幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進」と「地域社会に貢献し得る人材の育成」です。本プログラムは、まさにこの精神を実現するための中核となる教育プログラムであると言えます。

なお、本プログラムは「令和元年度 新潟県大学魅力向上支援事業」の採択事業として行われましたことを申し添えます。

令和2年2月



長岡大学は、文部科学大臣の認証を受けた『公益財団法人日本高等教育評価機構』により、平成28年度大学機関別認証評価を受審し、平成29年3月7日、日本高等教育評価機構が定める大学評価基準を満たしていると「認定」されました。

## はじめに

### 栃尾地域のPRによる活性化 ～栃尾高校との協働による商品開発・販売と観光開発～



長岡大学教授／ゼミ担当教員 石川 英樹

本ゼミは、3年生 13 名により今年度の新規ゼミナールとしての活動を開始した。本年度の特徴は取り組んだ枠組みにある。具体的には、高校と協働で推進されたことである。その点で、ゼミ生による具体的な地域活性化活動に対する評価以前に、高校との共同授業の試行に挑んだ意義が非常に大きかったと考えている。

本ゼミが高大連携で取り組むに至った背景には、政府による教育の大転換とも言える「高大接続改革」がある。そのねらいは、知識偏重型教育から脱して、「学力の三要素」（基礎的な知識・技能／思考力・判断力・表現力等の能力／主体性・多様性・協働性）伸長を軸に据えた教育システムへの移行である。とりわけ高校・大学においては、大学入試制度の改革のみならず、「学力の三要素」をキーワードに、高校・大学間の教育のつながりを実質化していくことが目指されている。栃尾高校がその潮流先取りの1つとして大学との連携教育を志向され、そのパートナーとして長岡大学に呼びかけて下さったのである。

それに対して、本年度の石川ゼミが代表でチャレンジさせていただくことになった。その時点でゼミのテーマは栃尾地域の活性化に決まった。大学が域内の高校と連携し、地域課題の PBL（課題解決型学習）授業を実現して地域レベルで高大接続改革の推進を目指す、そのパイロット・プロジェクトである。将来の地域社会を担う人材輩出につながる地域教育システム構築への寄与が、本ゼミの隠された大きなテーマになったのである。

授業で具体的に高大連携をどのように進めるか。前年から栃尾高校商業科の桑原先生、徳永先生との打ち合わせを重ねた。時間割配置の調整、さらに試験期間や資格検定指導などお互いの全校的制度の相違を踏まえた大まかなスケジュール調整は重要だった。そうした舞台設定と平行して進められた本年度のゼミ活動である。高校側の適切なご対応により、年間 30 回の授業のうち 11 回を共同授業として実施できた。

具体的な取り組み内容やゼミ生による考察、次年度に向けた振り返りなどの解説は報告書本文に譲るが、指導教員の視点から、本年度は私自身の Instructional Design 不足が痛感された1年となった。授業担当者として授業デザインが不十分だったために、ゼミ生の主体性を十分引き出せず、肝心の地域活性化が不十分な結果となった。そのため、学生の授業満足度が低くなってしまったことが大いに反省される。

栃尾高校との協働は次年度も続く。ゼミ生は、3・4年生が揃って総勢 23 名になる予定である。初年度の経験を糧に、教育面のみならず地域活性化としての成果も大いに出せるよう引き続き取り組んでいきたい。

令和2年2月

石川英樹  
ゼミナール

# 栃尾地域のPRによる活性化 ～栃尾高校との協働による商品開発・販売と観光開発～



【参加学生】 13名(3年生13名)

3年生 旭和馬、石川孝太郎、大野航、駒形昌亮、竹内寛織、  
布川海渡、野澤幸紀、松平輝真、森雅希、  
王暢宇、温嘉楠、胡少峰、劉寒

【アドバイザー】

デザイン事務所オオタケコウスケ 大竹幸輔 氏  
espoir (エスポワール) 高林正和 氏

## 栃尾高校と協働して栃尾地区の活性化に取り組む (最終目標) 栃尾地区の交流人口の増加

◆ 栃尾のツアー開発 ◆ 栃尾PRにつながる商品開発

### 栃尾地区活性化への寄与

#### 栃尾高校生との協働(11回の共同授業)

##### ツアー開発班



##### 商品開発班



#### アドバイザー特別授業

(地域ブランディングの学びなど)



#### カントリーフェスティバルで販売



栃尾油揚げ入り  
『ラザニア・アル・フ  
オルノ』完成



#### 栃尾ツアーの試行



(今年度振り返り)  
実績乏しく満足度低い。  
短い高大共同授業の時間を  
補う準備が不足  
その中でも、私たちの成長と  
いう成果

(次年度目標)  
自立性の向上、計画的活  
動、高大間コミュニケー  
ション向上、目に見える  
成果の創出

**栃尾地域の PR による活性化**  
**～ 栃尾高校との協働による商品開発・販売と観光開発～**

石川ゼミナール

|        |       |        |        |
|--------|-------|--------|--------|
| 17K002 | 旭 和馬  | 17K009 | 石川 孝太郎 |
| 17K027 | 大野 航  | 17K054 | 駒形 昌亮  |
| 17K078 | 竹内 寛織 | 17K089 | 布川 海渡  |
| 17K091 | 野澤 幸紀 | 17K104 | 松平 輝真  |
| 17K114 | 森 雅希  | 17K304 | 王 暢宇   |
| 17K306 | 温 嘉楠  | 17K308 | 胡 少峰   |
| 17K311 | 劉 寒   |        |        |

## 目 次

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 1. ゼミの紹介                          | 1  |
| 2. ゼミの取組の目的・概要                    | 2  |
| 2.1 取組の目的について                     | 2  |
| 2.2 今年度のゼミの活動内容                   | 4  |
| 2.2.1 商品開発                        | 4  |
| 2.2.2 ツアー開発                       | 4  |
| 2.3 栃尾高校との共同について                  | 5  |
| 3. 取り組みの詳細                        | 7  |
| 3.1 全体としての取り組みー前半                 | 7  |
| 3.1.1 自分たちでの取組準備と調べた内容について        | 7  |
| 3.1.2 栃尾高校との協働開始                  | 8  |
| 3.1.3 アドバイザー大竹幸輔様特別授業から           | 10 |
| 3.2 グループ別の取り組み①～商品開発グループ          | 12 |
| 3.2.1 開発商品について～「栃尾の油揚」に注目         | 12 |
| 3.2.2 商品開発に向けた話し合い～「ラザニア・アル・フォルノ」 | 13 |
| 3.3 グループ別の取り組み②～ツアー開発グループ         | 13 |
| 3.3.1 自分たちでの取り組み、高校生との話し合い        | 13 |
| 3.3.2 JTB 長岡支店佐藤様の特別授業            | 14 |
| 3.3.3 高校生との共同現地視察について             | 16 |
| (1) 共同現地視察の目的                     | 16 |
| (2) 現地視察までの流れ                     | 17 |
| (3) 現地視察当日の様子                     | 18 |
| (4) 各視察場所の詳細                      | 19 |
| (5) 現地視察を通して                      | 23 |
| 3.4 取り組みの後半                       | 24 |
| 3.4.1 カントリーフェスティバルでのラザニアの販売       | 24 |
| 3.4.2 ツアー試行について                   | 26 |
| (1) 栃尾表町雁木の駅                      | 26 |
| (2) 琴平神社                          | 27 |
| (3) 石動神社                          | 28 |
| (4) とちパル                          | 28 |
| (5) たからや食堂                        | 28 |
| (6) a m i c o                     | 29 |
| 3.4.3 椽峰祭でのラザニア販売について             | 30 |
| 3.4.4 悠久祭でのラザニア販売について             | 30 |
| 3.4.5 高校生徒と共同での振り返り               | 30 |
| 4. 今年度の取組についての考察                  | 32 |
| 4.1 商品開発チームについて                   | 32 |
| 4.2 ツアー開発の成果と反省                   | 33 |
| 4.3 ゼミ全体での振り返り                    | 34 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 5. 来年度に向けて                | 38 |
| 5.1 全体的な目標                | 38 |
| 5.2 来年度の取組について            | 39 |
| 5.2.1 来年度のツアー開発           | 39 |
| 5.2.2 来年度の商品開発            | 40 |
| 5.2.3 雁木通り空き家活用プロジェクトについて | 41 |
| 参考文献                      | 44 |
| 謝辞                        | 45 |
| 執筆担当について                  | 45 |





## 1. ゼミの紹介

今年度の石川ゼミのメンバーは、3年生のみからなる13名である。本ゼミは今年度からの新規ゼミで、4年生は不在だった。これまでの取り組み実績がなく、過去の内容や取り組み法に縛られることがないという自由度があった反面、すべてをゼロから始めなければならないというハンデを背負うことになった。

取り組み内容としては、栃尾地区の活性化が基本目標とされた。ただし、これはゼミメンバーの議論から設定されたものではなかった。前年度、栃尾高校から呼びかけていただき本学3・4年ゼミが栃尾高校との授業連携を実施することが既に決まり、2019年度の石川ゼミナールⅢがその対象ゼミとなった。その段階で、本ゼミが栃尾地区関連の内容に取り組むことになったのである。そうした状況を前提に石川ゼミのゼミ生募集がなされ、そこに集結したのが現ゼミ生13名である。

新年度早々の4月下旬には全メンバーで栃尾高校を訪問した。同校商業科の桑原俊彦先生と徳永美智子先生のご指導の下で、12名の栃尾高校生の皆さんと対面し、高大連携による協働プロジェクトがスタートした。その12名は、栃尾高校総合学科で商業系科目を履修している2年生の皆さんである。こうして、長岡大・栃尾高校あわせて25名のチームにより、今年の取り組みが進められる体制ができた。

長岡大石川ゼミナールⅢとしての毎週の活動の中で、25人全体が顔を合わせた共同授業は11回実施された（9回が栃尾で、2回が長岡大での実施）。そこでは、大学生・高校生の混成チーム6班に分かれ、班別のグループワーク主体で進められた。次章以降で解説されるとおり、各班における高大の協働は当初なかなかスムーズにはいかなかった。しかし、回を重ねるにつれてお互いの理解も進展して、話合いが進む班も出てきた。年度後半には、25人全体にグループとしての連帯感も感じられるようになってきた。

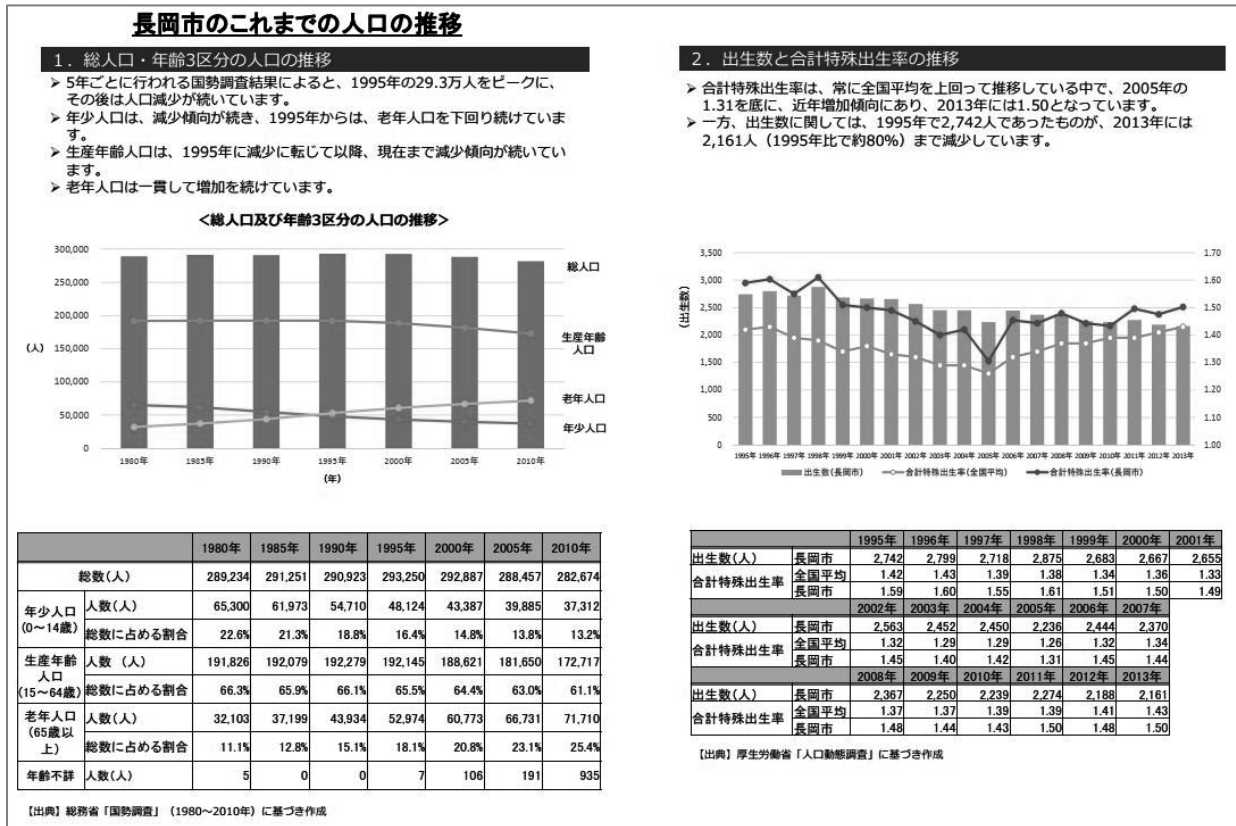
以下では、そうした石川ゼミ3年生13人および栃尾高校2年生12名を合わせた25人による本年度の取り組みについて報告したい。

## 2. ゼミの取組の目的・概要

### 2.1 取組の目的について

私たち石川ゼミナールは、栃尾高校生と共同して栃尾地区の活性化に向けた取り組みがテーマとなった。

〔図表1〕長岡市の人口と出生率の推移



(資料) 長岡市資料 ([https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate01/sougou/file/iinkai05\\_03.pdf](https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate01/sougou/file/iinkai05_03.pdf)) (2020/1/14 閲覧)

栃尾地域は全国各地でも問題となっている若者の人口減少、高齢者の増加が急速に進む地域の一つである。〔図表1〕は長岡市全体の人口と出生率の推移を示したものである。長岡市全体で人口数自体はあまり変化ないが、年少人口、生産年齢人口ともに減少している。それに比例して老年人口は増加の一途をたどっており、少子高齢化が進んでいる。出生数は、1995年と2013年を比べると600人ほど減少している。こうした少子高齢化は、若者の働き手の減少、地域の過疎化など様々な問題を連鎖的に派生させている。中山間地域を多く含む栃尾地区においては、以上の統計に見られる長岡市全体の傾向よりも一層顕著な少子高齢化が進展しているだろう。

私たちは、この問題の軽減に少しでも寄与できるよう、栃尾地区の交流人口の増加につながる活動を最終目標とした。具体的には、栃尾地区への新規訪問者やリピーターの増加を目指し、栃尾地区活性化への貢献を目的とした。

〔図表 2〕 2019 年度の石川ゼミの活動（悠久祭への参加まで）

|           |  |
|-----------|--|
| ①4/9      | ゼミナール・メンバーの顔合わせ、活動概要の説明と議論   |
| ②4/16     | 取組内容についての確認、チームメンバーの話し合いなど   |
| ③4/23★    | ゼミ生栃尾高校訪問（1回目）。授業概説と自己紹介   |
| ④5/7★     | ゼミ生栃尾高校訪問（2回目）。チーム別活動（アイデア出し、打ち合わせなど）  |
| ⑤5/14     | チーム別打ち合わせ・作業（計画、情報収集）、ゼミ生栃尾高校訪問（3回目）準備   |
| ⑥5/21     | チーム別打ち合わせの続き。栃尾高校訪問（3回目）の準備。   |
| ⑦5/28★    | ゼミ生栃尾高校訪問（3回目）。両校合同チーム別で打ち合わせ。JTB 佐藤様、栃尾文化センター大竹優様・中野様、カントリーフェスティバル事務局那須様が講師。          |
| ⑧6/4      | チーム別相談・作業の続き。栃尾高校訪問（4回目）の準備。   |
| ⑨6/11★    | ゼミ生栃尾高校訪問（4回目）。両校合同チーム別で打ち合わせ。<br>（商品班）試食の感想を元に商品化アイデア出し<br>（ツアー班）JTB 佐藤様ご指導の下で話し合い継続  |
| ⑩6/18     | デザイン事務所オオタケコウスケ 大竹幸輔様 を招へいしての講義  |
| ⑪6/25★    | ゼミ生栃尾高校訪問（5回目）。両校合同ディスカッション。<br>（商品班）商品化アイデアの発表<br>（ツアー班）7/9 現地視察の訪問地検討（JTB 佐藤様ご指導）    |
| ⑫7/2      | チーム別打ち合わせの続き。  |
| ⑬7/9★     | ゼミ生栃尾高校訪問（6回目）。<br>（商品班）高林様試作品の試食 （ツアー班）現地視察の実施  |
| ⑭7/16     | ⑮栃尾高校訪問（7回目）の準備。大竹幸輔様 を招へいしての講義  |
| ⑮7/25★    | ゼミ生栃尾高校訪問（7回目）。<前期授業期間の最終授業><br>（商品班）商品販売関連（ネーミング、パッケージ、ポスター等）の検討<br>（ツアー班）ツアールート・旅程検討 |
| ⑯8/1      | 栃尾日帰りツアー（大竹幸輔様企画）への参加  |
| ⑰9/17★    | ゼミ生栃尾高校訪問（8回目）。<br>（商品班）カントリーフェスティバル出店準備・打ち合わせ<br>（ツアー班）ツアー試行の準備・打ち合わせ                 |
| ⑱9/22★    | カントリーフェスティバル@道の駅<br>（商品班）カントリーフェスティバル出店 （ツアー班）ツアー試行の実施                                 |
| ⑲10/1     | 9/22 の振り返りと今後について、悠久祭展示パネル原稿の準備  |
| ⑳10/8     | 悠久祭展示パネルの作成（及び今後の検討）   |
| ㉑10/15★   | 椽峰祭・悠久祭準備と確認。9/22 共同振り返り今後の取組検討。<br>栃校生との振り返り  |
| ㉒10/19    | 椽峰祭で開発した商品の販売  |
| ㉓10/26-27 | 悠久祭で開発した商品の出店  |

（注）★は栃尾高校との共同授業

## 2.2 今年度のゼミの活動内容

### 2.2.1 商品開発

石川ゼミナールでは、交流人口増加に向けて2つの活動を行なってきた（取り組んだスケジュールについて前ページの〔図表2〕を参照されたい）。

活動の一つの柱は、栃尾地区の名産品を使ったオリジナルの商品開発である。地元の産物を使い、オリジナルな商品を提案、開発することで、活性化に貢献するという活動である。地域外の人にも買いに来てもらい、栃尾地域外にも商品として店頭で販売してもらえそうな商品作りができれば、栃尾の知名度を上げられるだろう。

栃尾の洋食レストラン「espoir」のシェフ・オーナーの高林様とデザイン事務所オオタケコウスケ代表の大竹様のお二人にアドバイザーをお願いし、そのご指導の下で、栃尾高校生と長岡大生が協力して商品開発について議論した。

大まかなスケジュールとして、4月前半時点は大学生だけで栃尾地域についての情報収集とディスカッションを行なった。4月末ごろから栃尾高校を訪問し、同校商業科の桑原先生と徳永先生にご指導いただきながら、12名の高校2年生と大学生とで混合の小グループ3班に分かれた。グループ別でのディスカッションや試食会等を経て、アイデアを固めた。5月中には分野を食品に絞り、名産品でもある油揚げの使用により商品開発を行なうことにした。

何度か自分たちの考えた商品案をプレゼンしたが、プロの料理人であるアドバイザーの高林様に認めていただくまでには至らず、自分たちの実力不足が痛感された。後の話し合いの結果、ラザニアの中に油揚げを入れた商品が完成した。

その後、制作された商品は、栃尾地域で開催されるカントリーフェスティバル（9月22日）、栃尾高校の学園祭である椽峰祭（しょうほうさい、10月19日）、長岡大学開催の悠久祭（10月26、27日）にて出店し、販売を行なうことになった。

これらのイベント終了後に高大共同で反省会を行い、そこでは、自分たちはネーミングと商品考案だけに終わったこと、また製造原価や販売価格設定などに携わることができなかったことなどの反省点が出された。製造はすべて「espoir」様に任せっきりだったため、今後はもっと勉強して関わるができるようにすべきだとの感想もあった。

その後11月後半からは、来年度に向けた話し合いが行われた。その中では、目標達成度を確認し今年度できなかったことを明確にして、残りの日程で来年度までにやれるべきことを話し合った。

### 2.2.2 ツアー開発

商品開発に続いて2つ目の活動の柱は、栃尾地区のツアーの開発である。具体的には、栃尾地域のスポットを巡るバスツアーを想定し、地域の魅力を伝えられるようなツアー開発に取り組んだ。地域外の人を呼び込むツアーを商品化することで、活性化に貢献しようとする活動である。とりわけ、地域外から参加した人々が栃尾の良さを知って、「また栃尾に来たい」と感じてもらえるようなツアー開発を目指した。JTB 長岡支店の佐藤様、アドバイザー大竹幸輔様にもご指導いただき、まずはツアーとして何が必要かの学びから始まった。

大まかなスケジュールとして、4月、5月は商品開発班と同様に大学生間のディスカッションと栃尾高校生との共同のアイデア出しや情報収集を行なった。その後、本格的にツアー開発に取り組むのにあたり、どんなツアーにしていきたいか、というツアーのコンセプトについて話し合った。6月頃には、アドバイザー大竹様を招き、地域ブランディングについての講義を受け、より具体的に地域を商品化していくには何が必要なのかを学んだ。

しかし、この時期から、ディスカッションが効率的に進められなかったことなどから足踏み状態になってしまい、迷走時期に陥った。結果、今年度中にはツアーの商品化は難しいと判断し、9月までに自分たちが考案した模擬ツアーの開発を目標に活動していくことに切り替えた。

7月には、模擬ツアーを行うにあたって数カ所の現地視察を行なった。その後はツアーの旅程とタイムスケジュールなどを具体的に決め、上半期の活動を終えた。8月の長期休み中には、今後のツアー構成の参考のためにと、大竹様が実施された栃尾のパワースポット巡りの日帰りツアーに大学生のみ参加した（8月1日）。

その後9月22日のカントリーフェスティバルに合わせて模擬ツアーを行なったが、当初希望していた酒蔵見学は季節的に実施不可能で、さらに時間の都合上、午前中のみで切り上げてしまうという結果となった。急遽内容変更となったこともあり、全体的に内容が薄く、あまり良い活動ではなかった。模擬ツアー終了後は、商品開発班同様、反省会と来年度への取り組みを話し合った。来年度はぜひ、今年度に行うことができなかったバスツアーの商品化を目指していきたいという意見が多く出た。

## 2.3 栃尾高校との共同について

私たちが高校生と共同して活動してきた点について補足する。

今年度私たちは、毎週のゼミ授業の一環として、栃尾高校2年生12人の皆さんと共同で活動してきた。共同授業は全部で10回以上に及ぶ。悠久祭が行われるまでの期間は、私たち大学生が栃尾高校にうかがいグループワークを行なった。大学から高校までは、最初2回のジャンボタクシーでの移動を除くと、毎回学生の自家用車の活用により移動した。

共同授業を開始した当初は、コミュニケーションを取れるグループ、取れないグループで差が大きく、活発な意見交換を行えないグループもあった。大学生側が率先しコミュニケーションができず、年齢差から高校生側が発言を遠慮してしまう面も目立った。打ち解けるまでに時間がかかったグループが多かったと思う。もう少し大学生である私たちが自発的に意見を言いやすい環境を作ることができれば、良いディスカッションを行うことができたと考えられる。

しかしそうした中でも、高校生ならではの貴重な意見も少なからず出されて、有意義なディスカッションが行われた場面があったのは確かである。高校生の皆さんは、私たちと違い栃尾という地域により多く触れている。その反映として大学生とは違う視点からの意見も出されるようになってきた。これは高校生との協働の1番のメリットだったと考えられる。

1年間高校生と共同で授業を行ない、高校生の皆さんから出された振り返りの意見と

して、是非とも来年度も継続して活動を行いたいという発言があった。これは大学生側からすれば、とても嬉しく、来年度に向けたモチベーション向上につながった。

最後に、大学生と高校生の共同授業についての大きな意義をまとめておきたい。それは、現在全国で進められている「高大接続改革」につながるという視点である。

「高大接続改革」とは、高校・大学入試・大学の一体的な教育改革のことである。文部科学省が2015年に始めた取り組みで、学力の3要素「知識・技能」「思考力・判断力・表現力」「主体性を持って多様な人々と協働して学ぶ態度」を育成、評価するための改革である。今日、グローバル化の進展、それによる技術革新、国内における生産年齢人口の急減などの社会状況の変化が目まぐるしく起こっている。そうした将来見通しが困難な社会において、新たな価値を創造していく力を育てていく教育が必要になっている。

この力を育むためには、上記の学力の3要素をバランスよく育成、評価していくことが大切であると考えられている。石川ゼミナールで高校生と大学生が共同で授業を行うのは、「高大接続改革」の推進につながるのではないだろうか。学力の3要素を高め合うという授業が進める取り組みは、長岡大学発の全国に先駆ける高大接続の授業の取り組みとなっていると思う。

(執筆担当)野澤 幸紀

### 3. 取り組みの詳細

#### 3.1 全体としての取り組み～前半

##### 3.1.1 自分たちでの取組準備と調べた内容について

私たちは、4月のゼミ開始時に、栃尾地域の活性化のために具体的に何をすればいいのか検討した。そこで商品開発グループとツアー開発グループの2つのグループを編成して活動することを確認した。

2グループに分かれた話合いで、商品開発グループでは、栃尾の名産品を利用して新しい商品を考えることになった。ツアー開発グループは、栃尾地域のお寺や自然豊かな場所などの観光スポットを巡るツアー案を考えることになった。

石川ゼミナールは結成一年であるため、4年生が存在しなかった。また、2年計画で栃尾高校の生徒の皆さんと協働することも決まっていた。初回のゼミ授業でメンバーが初めて顔を合わせた時は初対面同士も多かったが、やがては自分たちが高校生を引っ張っていかなければならないという自覚を感じた。

4月9日のゼミナール初日の活動では、ブレインストーミングとして、栃尾地域の名産品や歴史、自然豊かな観光スポットをシートにまとめた。インターネットから得られた情報や知っている栃尾の名産品や自然の観光スポットをランダムにまとめた。そこで書き出された内容は、栃尾の名産品として、醤油、もち米、コシヒカリ、山菜、油揚げ、豆腐、豆乳、豆乳、笹団子、のっぺ、夏野菜、ワイン、日本酒（越の鶴、景虎）などだった。

お寺や観光スポットについては、栃尾の道の駅、上杉謙信公銅像、栃尾美術館、栃尾城跡、秋葉公園、常安寺、栗山沢、刈谷田ダムなどが挙げられた。

〔図表3〕初回のゼミでアイデアをシートにまとめている様子



こうした作業を通じてわかったことは、私たちが栃尾地域のことを全くわかっておらず、ゼロから栃尾地域について学ばなければならないということだった。ゼミ生には栃尾地域や栃尾高校出身の者はいなかったの、誰かに頼って活動することができなかった。また、栃尾に行ったことがないという者も多かった。しかし、それが逆にみんなのモチベーションを上げることにつながったかもしれない。一致団結しなければ良い活動をするにはできないということ、みんなは認識していったように感じられた。

授業2回目の4月16日には、取り組み内容について確認し、商品開発グループとツアー開発グループのメンバー編成を決めた。この時点でも、まだ私たちが1年間でどのような活動をしていくか明確に理解していなかったため議論も不十分で、メンバー編成は希望に加えて一部はくじ引きで決めた。この時は、まだ私たちはゼミナールの今後の活動内容を甘く見ていたのかもしれない。

この頃、ゼミ生のコミュニケーション能力はかなり低かったと感じる。さらに石川ゼミを引っ張っていくリーダーを決めていなかったことから、困惑があったかもしれない。あるいは、リーダーを明確に決めなかったことから、逆にみんなが自分のやることをやらなければならないと自負した面があったかもしれない。

このようにして、商品開発グループとツアー開発グループは、様々なアイデアを整理して、4月下旬の栃尾高校の生徒との共同授業に向けて始動した。

### 3.1.2 栃尾高校との協働開始

4月23日に栃尾高校の1回目の訪問をした。そこでは、石川ゼミナールと栃尾高校の生徒の皆さんとの簡単な自己紹介のみで終わった。

その時に感じたことが2つある。1つ目は、協働の時間が限られているということである。大学から栃尾高校までの移動に片道25分前後かかるため、毎回栃尾高校で活動する時間は40分弱しかなかった。

2つ目は、短時間で高校生と効率的に時間を活用できそうに思えなかったことである。高校生はかなり大学生に対して緊張しているように見えた。無理もないことだと感じた。自分が高校生だったとしても、歳が大きく離れている大学生に対して積極的に意見が言えなかつただろう。私たちゼミ生が高校生をうまくリードしなければならないということ、ゼミ生のみんなが考えたように思われた。

5月7日に栃尾高校に2回目の訪問をした。そこでは商品開発グループとツアー開発グループに別れて活動した。各グループを3班に分けて、計6班とされた。栃尾高校での初めてのグループワークだった。具体的な活動は、ゼミ1回目の授業と同じ要領で、大きなシートに栃尾の名産品や歴史あるお寺や自然豊かな観光スポットをまとめ、最後にそれぞれのグループの発表を行った。

5月28日には栃尾高校3回目の訪問を行い、6つのチーム別で打ち合わせを進めた。商品開発グループにはespoirの高林様、長岡市栃尾文化センターの大竹優様と中野様、カントリーフェスタ事務局の那須様を、またツアー開発チームにはJTB長岡支店の佐藤様を講師としてお招きした。



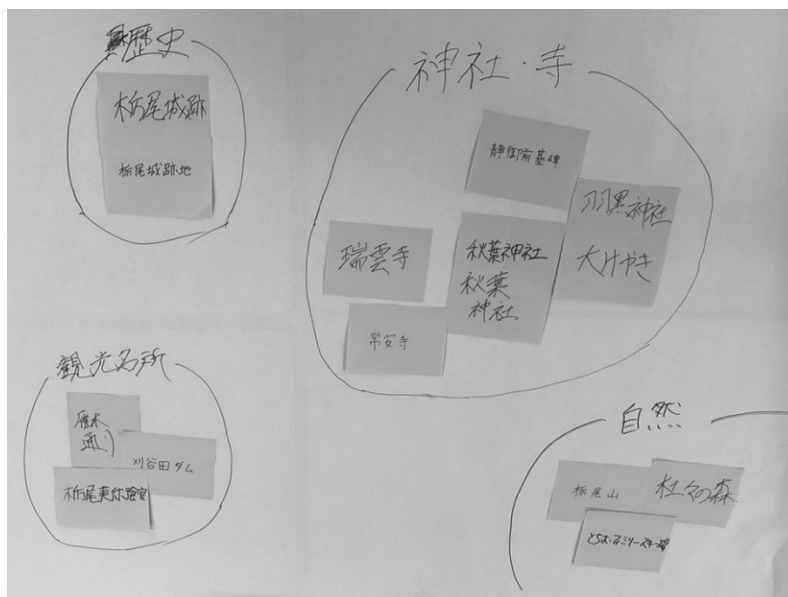
商品開発グループでは、espoir 様提供の各種トッピング、「豆撰（まめせん）」様の油揚げ、「いろは」様の肉団子を試食した。試食後には、各商品についての感想や試食品を活用した商品化のためのアイデア出しなどを含めて、班別のディスカッションを行った。

ツアー開発チームではワークシート（JTB 様提供）をもとに相談した。まずは、ツアー企画として、栃尾の何を、誰に（どんな人に）見てもらうのか、その実現のためにどこに行くかについてアイデアを整理した。また、考えた訪問場所をもとに、どのような旅程を組むか相談した。

〔図表4〕 栃尾高校での最初のグループ別議論



〔図表5〕 アイデア出しの結果（ツアー班のシートから）



（執筆担当）石川孝太郎

### 3.1.3 アドバイザー大竹幸輔様特別授業から

このゼミナールは今年度に開設されたため、ノウハウがなく、手探り状態で進めざるを得なかった。活動指針もなく、ゼミナールの中で命題として掲げていた栃尾地域の活性化とは何か、それには何をすべきなのか、また活性化の達成をどのような形で実現すべきなのかということが、自分たちの中で見出せていなかった。

そうした状況下、デザイナー／プランナーとして栃尾で活動されている大竹幸輔様にアドバイザーとなって頂き、今後の活動に向けてのアドバイスを頂くことになった。大竹様は、旧栃尾市ご出身で東京造形大学ご卒業後に一線級のプランナー・デザイナーとして首都圏で活躍してこられた方である。栃尾にUターンされた後、「栃尾のワイン」のプロデュースに携わられて、商品名を「T100k」と改められるなど商品価値を創出された地域ブランディングのプロである。

大竹様の講師招へい以前から、ゼミにおいて、ツアープロジェクトのモデルケースとして大竹様の行われているパワースポット巡りを参考にさせて頂いていた。特別授業では、我々の活動の礎となる目標・行動指針についての考え方をご教授頂いた。その講義を受けて考察した内容を以下に整理した。

#### ◆特別授業実施概要

日時：令和元年6月18日（火） 14：40～16：10

場所：長岡大学 LC3

参加者：旭和馬、石川孝太郎、大野航、駒形昌亮、竹内寛織、布川海渡、野澤幸紀、松平輝真、森雅樹、王暢宇、温嘉楠、胡少峰、劉寒

〔図表6〕大竹様による特別授業の様子（長岡大学 LC3 にて）



この特別授業の中では、①高校生との協働の難しさについて、②地域ブランディングの考え方のゼミナール活動への応用について、の2つをご教授頂いた。

まず1つ目は、高校生との協働の難しさについてである。高校生は基本的には大学生よりも若く社会経験も少ない。そのため、年上の我々大学生がけん引していかなければならない。

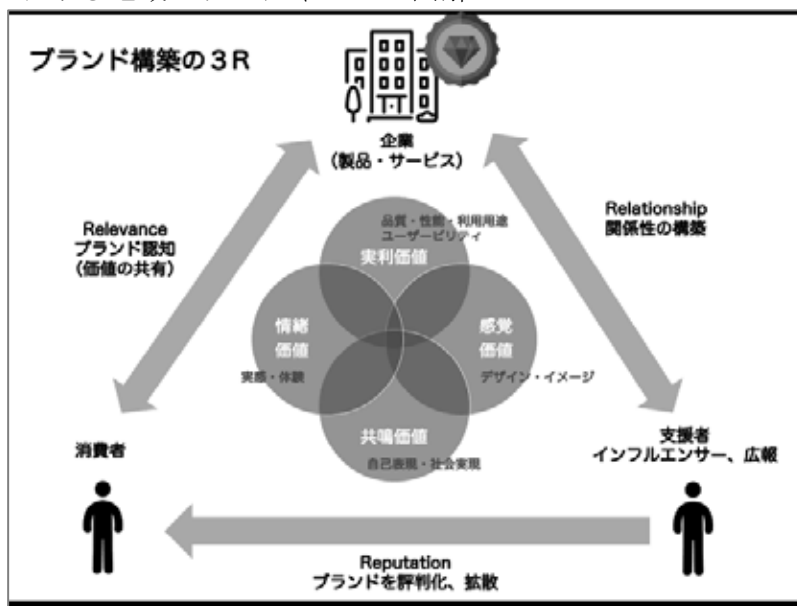
講話では、両者の差は全体の進行のボトルネックとなってしまう可能性を再認識させられた。それまでの栃尾高校との協働の中でも、長岡大学から栃尾への移動、高校と大学の授業時間のずれで話し合いの時間をほとんど確保できないこと、話し合いの中で年齢の差などの要因で円滑な会話が行えない事態にも直面しており、改めてこの問題に向き合う必要性を強く実感した。

2つ目の地域ブランディングの考え方について、ゼミナールの活動への応用可能性を考察した。関連資料によると、「地域ブランディングとは、行政・企業・地域の有志などの働きかけによってその地域の魅力を極大化しようとする活動をさします。」「地域ブランディング 見慣れた地域が見違える」 paddle design company (URL <https://www.paddledesign.co.jp/service/area/>) (最終閲覧日：2020年1月2日) とある。我々ゼミナールの活動はこの定義に当てはまり、この考え方を我々の活動にも応用できると考えた。

地域ブランディングには、その地域のことを考えた際に連想されるようなイメージを生み出すことが必要とされている。それをヒントに、地域に根付いた栃尾高校を拠点としたイメージ創出を、地域活性化手段の一つに意識していくべきではないかと感じた。

学生主導の活動は世間からの注目も浴びやすい。さらに、長岡大学での活動は成果発表会などの複数の形で世間へと広めることができる。それは、ゼロから価値を創出するうえで適していると考えられよう。地域ブランディング形成のメカニズムは、私たちの活動を進める上での参考として、さらにその活動成果の指標としても応用できないかと考えた。

〔図表7〕 企業における地域ブランディングの図解



(出所) 「地域ブランディング成功のための5つのポイント」、株式会社イノバのウェブページ (URL <https://innova-jp.com/branding-area/>) (2020/1/6 閲覧)

栃尾には栃尾の油揚げという知名度を既に確立したブランドがある。我々の活動は一からの活動である点から、油揚げの存在を利用できないかと考えた。後々結果的に、商品開発では栃尾の油揚げを用いることになった。

他方で、ツアーのプロジェクトでは、大竹様のパワースポット巡りを参考にしつつ、大竹様にアドバイスを頂きながら活動していくことを決めた。

(執筆担当) 駒形 昌亮

### 3.2 グループ別の取り組み①～商品開発グループ

#### 3.2.1 開発商品について～「栃尾の油揚げ」に注目

商品開発チームは栃尾高校でのディスカッションを通じて、栃尾名産品の油揚げの活用をターゲットに絞った。そこで、以下に栃尾の油揚げについての情報を整理した。

栃尾の油揚げの特徴の1つは、他の油揚げとは比べ物にならないほど大きいことである。栃尾の油揚げは、通常の油揚げの約3倍、長さ20cm・幅6cm・厚さ3cmという巨大なもので、あまりの大きさに厚揚げと見間違える人もいるほどである。

その製造過程では、一枚一枚手揚げをしたあと金串に刺し、しっかり油切りがされる。油を切る事により、油ぬきをせずに材料本来の味が味わえる。そのジャンボサイズながら鍋で2回揚げられるので、芯までふっくらと揚がる。クセのない淡白な風味で、そのままでもおいしく食べられるが、煮物などに使うと他の食材の味が一層深まると言われている。栃尾地区の油揚げ店が販路拡大を目指して、積極的に県内外へPR活動を行ってきたことから、現在では県外でも有名になりつつある。

以上のような特徴を持つ栃尾の油揚げを活用した商品開発に絞ったことで、次の課題は油揚げを用いたどのような製品にするのかということになった。

〔図表8〕 栃尾の油揚げ



(出所) 有限会社佐藤豆腐店ウェブサイト (URL <https://www.aburaage.co.jp/item/index.html>) (2020/1/9 閲覧)

### 3.2.2 商品開発に向けた話し合い～「ラザニア・アル・フォルノ」

高校生とのディスカッションの合間に、〔図表9〕にあるとおり、栃尾の油揚げに合うトッピングの試食会を実施した。その試食会での意見交換を踏まえて、具体的な商品についてのアイデア出しを行い、どんな食品を開発するのか相談した。そこでは、アドバイザーである espoir の高林様に指導していただき、栃尾文化センターの大竹優様と中野様にも情報提供などの面でサポートしていただいた。

グループワークを進める中で、9月22日に栃尾道の駅R「290」で開催される「カントリーフェスティバル」、10月19日の栃尾高校の橡峰祭と10月26、27日の悠久祭で、商品を販売することが目標に設定された。それに間に合うように開発を進めねばならなかった。

最初のターゲットになる「カントリーフェスティバル」は、「アメリカの片田舎のお祭り」をコンセプトに開かれるフェスティバルである。それにより、ウェスタンな雰囲気の商品を開発するということが制約として加わり、いくつかの商品案を出し合った。食品加工面などでの知識不足から、学生側のアイデアはなかなか受け入れられず、最終的には提示された選択肢の中から多数決によりラザニアに決定された。商品名は、ディスカッションを経て、オープンで焼き上げたラザニアを意味する「ラザニア・アル・フォルノ」に決まった。

〔図表9〕 栃尾高校での油揚げとトッピング試食



(執筆担当) 王 暢宇

### 3.3 グループ別の取り組み②～ツアー開発グループ

#### 3.3.1 自分たちでの取り組み、高校生との話し合い

ツアー開発での大学生と高校生の話し合いは、主に高校生側にはアイデアをどんどん出してもらい、大学生側は意見を出しつつも出た意見を整理しまとめていくといった役割分

担で進められた。

大学生側は大学での準備段階で構想を練った。年配者向けの酒蔵見学ツアーなどいくつかのツアー案を出し、高校生側からはそのツアー案に付随する昼食場所の案や、現地の高校生だからこそ知っている大学生側の知らないスポットの案などを多く出してもらったように思う。

この頃の高大の話し合いは、まだ互いに少し緊張感があった。大学生側は高校生の意見を上手く引き出すことができず、とても苦勞した印象が強い。回を重ねるごとにお互いに打ち解けることに成功し、徐々に話し合いを弾ませているグループがある一方で、なかなか打ち解けられず、話し合いが難航しているグループもあり差が見られた。

そうした中でも、高校生側から得られる意見は、現地に長年住んでいるからこそ出せる意見が多かった。実際に栃尾地域に足を運んだことのない者も含む大学生達だけでは得ることのできない情報を、多く得ることができた。高校生との協働の最大の利点はここにあったと感じる。普段接することの少ない自分たちより若い世代と協働することで、大学生側も刺激が得られたと思う。

〔図表 10〕 栃尾高校でのツアー班の話合いの様子



### 3.3.2 JTB 長岡支店佐藤様の特別授業

5月28日から数回に渡る栃尾高校での共同授業では、JTB 長岡支店の佐藤様による特別授業が行われた。佐藤様はツアー企画シートを提供くださり、それを用いて何のために今回のツアーを実施するかを考えるように指導してくださった。その時に使われたシートを〔図表 11〕として掲げた。

ツアー班では、それまでに既に、どの年齢層をターゲットにするか、ツアーでどこをまわるかについては話し合っていたが、何のためにツアーを行うかというこのプロジェクトの根幹の問いを改めて投げかけられ、ツアー班全員が少し困惑した様子だったように思えた。

〔図表 11〕 JTB 佐藤様の特別授業で用いられたワークシート

<シート 1 > 2019/5/14~21 石川ゼミ B班  
ツアー企画シート  
(氏名: \_\_\_\_\_.)

A: ツアーの目的 (なぜ実施するのか)

↓

B: 目的達成に必要なこと

↓

C: Bを実施するうえでの課題

↓

D: 課題を解決する方法

この佐藤様の問いについての話し合いは、栃尾地域の活性化というこのゼミのテーマの真の意味を改めて考える機会になった。どうなれば地域を活性化したことになるのか、それを考えることで、ツアー班は人口減少問題に目を向けた。栃尾地域も例に漏れず人口減少が進んでいる地域のひとつであり、その結果、高齢化などの様々な問題が起こっている。

考察の結果、私たちは、今回計画するツアー当日にだけ人が集まっても全く意味がないと考えた。栃尾地域外からの新規訪問者の獲得にプラスして、栃尾地域にまた来たいと思ってもらえるようなツアーの開発を目指すべきだ、という重要な視点に気づかされた。さ

らには、この特別授業では、リピーターの増加や、交流人口の増加など、これから活動を進めていくなかで、とても重要なキーワードを得ることができた。

改めてツアーの目的が定まった後、その達成のためにどのような場所をまわり、どのように魅力を発信していくべきかを考えた。それまでの話し合いでは、油揚げ店や酒蔵などの、栃尾としてすでに有名なものを多くツアーに組み込む案が考えられていたが、栃尾地域外からの新規訪問者の獲得に向けて、まだあまり知られていない栃尾地域の名所、名産を新たにツアーに組み込むことを目指した。

こうして、実際のツアー作りに関わっている JTB 佐藤様の特別授業を通して、自分たちの活動の目的を再確認することが出来た。この授業をもっと早い段階で受けることが出来ていたら、その後の活動の進捗具合にも大きな差が出たのではと感じた。

と同時に、私たちが栃尾地域の新たな魅力を発信していくに際し、自分たちの栃尾地域についての圧倒的な知識不足を痛感した。ゼミ生の中に栃尾地域出身の人間はおらず、インターネットの情報だけで話し合いを進めており、なかなか各スポットのイメージをつかめずにいた。栃尾高校生はスポットについての情報は知っているが、実際に行ったことのないという生徒が大半だった。そういった現状を打開するために、ツアー班は7月上旬に現地視察をおこなうこととなった。

〔図表 12〕 JTB 佐藤様による栃尾高校での特別授業



(執筆担当) 竹内 寛織

### 3.3.3 高校生との共同現地視察について

#### (1) 共同現地視察の目的

この栃尾地域でのツアー開発を行う上で、当初からゼミメンバーが感じていたことは、栃尾の地域を知らないという大問題であった。何となくは知っていても、そこがどんな場所で、どのような雰囲気なのか、これらはツアーを行う場所を検討する前提の材料として



不可欠であった。ゼミナール内のメンバーは栃尾に足を運んだ経験がない人がほとんどだった。高校生はというと、毎日栃尾に通学はしているのだが、全員が栃尾出身というわけではなかった。そうしたことから、共通理解を得るためにも、実際に栃尾の地域に足を運んでからツアー開発に繋がりたいと考え、現地視察が必要だったのである。

## (2) 現地視察までの流れ

まず、現地視察以前の活動として、6月にJTB佐藤様から多くのご指導をしていただいた。6月18日にはアドバイザーの大竹幸輔様から、ツアーの話も含めて、商品開発班も含めて今後の活動に繋がる非常に重要となるアドバイスをいただいた（その詳細は前出の「3.1.3 アドバイザー大竹幸輔様特別授業から」を参照）。

この講義は大学生のみで行われた。それまでの両班に共通の課題は、ビジネスをする上で何を活用するのかを明確にすることだった。それに対して、常識にとらわれず、違った視点で物事を考える、すでに有名なものを取り上げるだけでは意味がないという教えをいただいた。さらには、高校生と協働するならば、大学生から考えたものとは違った視点を、高校生から高校生らしいものを引き出せるといい、というアドバイスもいただいた。この講義によってゼミ生の士気が上がったのはもちろん、高校生と協働する意義を改めて確認することができたと感じた。

大竹様の講義以降、ツアー開発班は、視察すべき場所を具体的にピックアップするとともにルートを検討が課題となり、高校生とともに3チームに分かれチーム別にディスカッションを進めた。

このディスカッションでは、高校生から自分たちが行ったことのない場所の案も出てきた。視察位置・道順のチェックも重要であった。各班は、インターネットを使い、視察候補地の場所を調べ、地図も見ながら詳細を詰めていった。

最終的に3チームの選定場所を共有した。その結果、多く挙げられたのが秋葉神社、社々の森、道の駅 R290 とちおなどだった。最も多かったのが道の駅で、選定理由としては「道の駅を訪れることでどんなものがその地域で盛んなのか知りたい」「道の駅 R290 とちおでは、気軽に栃尾の油揚げを食べることができる」という意見があった。ゼミ生では、栃尾の油揚げを食べたことがない人が多かった。

なお、今回の視察場所の留意点として、いつも通りの高校生との共同授業の時間内に現地視察を終わらせる必要があるという制限があった。基本的に土日など授業時間外の活動は難しく、授業時間内での実施が前提とされた。その点で、栃尾の市街地から遠く離れた場所は候補から外さざるをえなかった。以上の過程を経て挙げた候補地リストをもとに、特別講義をして下さったJTB佐藤様が、現地視察予定場所および道順などをアレンジして下さいました。

そうして、高大双方の同意により、時間面を考慮して視察場所として最終的に決定したのが、常安寺、秋葉公園、秋葉神社、六守稲荷神社、道の駅 R290 とちお、社々の森というルートだった。また、大学生側はただ訪問するだけでなく、自ら視察場所を調べ、訪問時には高校生にガイドのような解説ができるよう、調べる作業に入った。この作業もゼミ生が視察場所ごとに分担した。

こうして、7月9日の栃尾高校との共同授業6回目の訪問時に、商品開発班とは別行動

でツアー開発班は高大連携での現地視察を行った。

〔図表 13〕 栃尾高校でのツアー訪問先の検討（2019/6/25）



### (3) 現地視察当日の様子

ついに、7月9日の現地視察当日となった。視察ルートは〔図表 14〕のとおりである。この日の天候はあいにく雨。交通手段として、大学生と高校生はジャンボタクシーに乗り、JTB 佐藤様やアドバイザーの大竹幸輔様が同行して下さった。

各訪問地では、大学生側が事前に調べた情報を基に高校生に解説を行う流れとなった。また、大学生による現地の解説が終わった後に、大竹様が補足説明をして下さった。

ジャンボタクシーでの移動時間には、大学生と高校生は感想を共有したり、移動の途中にあるお店の情報などについて会話が飛び交った。高校生とのコミュニケーションを深める機会になったようにも感じられた。

〔図表 14〕の各スポットに加え、歴史的価値、情報量の多さ、景観の良さなどから、時間が余れば栃尾城跡にも訪問予定だったが、雨天だったため中止となった。

〔図表 14〕 現地視察予定ルート

- |  |
|--|
| (1) 栃尾高校出発<br>↓車で 3 分                      |
| (2) 常安寺<br>↓車で 3 分                         |
| (3) 秋葉公園・秋葉神社<br>↓車で 4 分                   |
| (4) 穴守稲荷神社<br>↓車で 10 分                     |
| (5) 道の駅 R290 とちお(油揚げ試食：10 分滞在)<br>↓車で 20 分 |
| (6) 社々の森<br>↓車で 30 分                       |
| (7) 栃尾高校                                   |

#### (4) 各視察場所の詳細

第一の訪問地は常安寺だった。常安寺は、天文 16 年(1547)に長尾景虎(のちの上杉謙信)によって創建された寺院である。開山したのは瑞麟寺五世泰廉門察和尚(ずいりんじごせいたいれんもんさつおしょう)である。

当寺の前身となる瑞麟寺は、謙信が門察和尚に伴われて乱を逃れ、栃尾在住時の少年期に、学問と修行に打ち込んだところである。その後、瑞麟寺は全焼してしまったが、それを継承する形で謙信が大人になってから常安寺を建立したのである。

謙信直筆の「五言対句」や謙信公画像、書状など貴重な文化財が今も大切に保存されている。<sup>1)2)</sup>実際に視察した際の雰囲気として、駐車場がとても広くバスツアーを行う際は、すぐに降りて見学ができる点は良いと思った。境内には入らなかったが、外からでも常安寺から発せられる強い雰囲気によって圧倒される印象だった。

〔図表 15〕 常安寺を訪問



〔図表 16〕 秋葉神社・秋葉公園の見学と解説



次の訪問地は秋葉神社、秋葉公園だった。秋葉神社の境内は秋葉公園として四季を通じた憩いの場となっている。公園の一角には僧形された謙信公の銅像が建てられている。火伏せの神様である秋葉三尺坊威徳大権現は、全国に多くの神社や末社を持つ。栃尾の秋葉神社は、秋葉信仰における「日本総本廟」の称号を徳川幕府により与えられた火防の霊場である。

現在の建物は安永 5 年(1776)に建てられたもので、平成 8 年(1996)に一部改修された。奥の院は市文化財にも指定されており、建物自体が入念に作り込まれており美しい。とりわけ、「東洋のミケランジェロ」と呼ばれた石川雲蝶の傑作である彫刻は非常に見事である。<sup>4) 5)</sup> 視察時は雨天だったため、石川雲蝶による彫刻が長時間見学できなかったのが非常に残念に思えた。秋葉公園は非常に広く、自然に溢れていた。

三カ所目として、穴守稲荷神社を訪問した。この神社は、大正年末か昭和初期頃に東京羽田の穴守稲荷分霊をまつたものである。商売繁盛を祈念する花柳界の人々を中心として信仰されていたが、その霊験などが評判で多くの信者が講となった。女性の健康に霊験が現れるとされ、婦人病などにも効果があるとされている。<sup>5)</sup>

この神社が建てられるきっかけとして、栃尾地域の産業も関わっているとの解説が大竹様よりあった。神社は事前の想像よりも小さく感じられた。大竹様の補足解説などにより、栃尾の歴史的背景やこの神社を支えている人々の存在の重みを学んだ。

四カ所目には、「道の駅 R290 とちお」を訪問した。この道の駅は国道 290 号線沿いにあるブレイクステーションで、食事・おみやげ・情報、栃尾の全てが詰まった栃尾観光の発信源でもある。具体的には、「は～もに～物産館」、「レストランとちお」、「揚げ処さとう」、すべて栃尾産の野菜を扱っている「野菜直売所スマイルとちお」などがある。

〔図表 17〕 穴守稲荷神社



「は～もに～物産館」には、栃尾の特産品を中心に栃尾のあぶらあげ、どぶろく、地酒、栃尾産コシヒカリなどが多く売られている。そして、利用客の多い「レストランとちお」には、冷やしラーメン、油揚げ定食など豊富なメニューが揃っている<sup>6)</sup>。8月1日に行われた大竹幸輔様のツアーに参加させていただいた時には、「レストランとちお」で冷やしラーメンを食べた。夏の暑さにはぴったりで非常に美味しく、利用客もたくさんいた。

今回の視察では、「揚げ処さとう」の油揚げを食べた。この店舗では老舗である「佐藤豆腐店」の揚げたて油揚げが気軽に味わえる。メニューとして、あげたてそのまま・ネギ付き・キムチ味など売っている。視察時は全種類を食べ、栃尾の名産品である油揚げを満喫できた。

〔図表 18〕 道の駅 R290 とちおの訪問



〔図表 19〕 社々の森



最後の視察地は社々の森（とどのもり）だった。この場所は、昭和 60 年に環境省により全国名水百選に選ばれている。社々の森の湧水は、冷たく澄んだ水質の良さが人気である。この湧水を目的に、市内だけではなく、市外、県外からも訪れる人が絶えないと言われる。

硬度の低い軟水で、四季を通じて涸れることなく湧き、夏の渇水時にも一日約 2000 立方メートル湧出している。地元の水田用水や、飲料水にも利用されている。<sup>7)</sup>だが、近年は湧水量の少なさや大腸菌の存在が危惧され、飲用利用は基本的には勧められていない。

周辺には、ブナやケヤキ、ホオノキなどの古木が群立するうっそうとした森があり、52 種類もの野鳥が生息している。森全体が鳥獣保護区、特別環境保全林となっている。名水会館、遊歩道や公園、20 ヶ所のテントサイトや温水シャワー完備されたキャンプ場なども整備されている。<sup>8)</sup>

強く感じられたのは、この場所は市外から少し離れていることもあり自然豊かだということである。視察場所の中で一番の広さだった。イベント企画など、何かしらできるのではないだろうかと思った。また、大竹様の解説によると、かつては女人禁制の地で、神様のいる山として有名だったそうだ。さらに、地元住民の方たちの間には、神話や神様のエピソードが多数あるとのことである。自然豊かな長所を活かして、体験型のツアーに活用できるのではないかと思った。

#### 【脚注】

- <sup>1)</sup> 寺院 of 栃尾観光協会「曹洞宗 常安寺」を参考。
- <sup>2)</sup> 攻城団「栃尾城の写真：常安寺」を参考。
- <sup>3)</sup> Komachi Web「観光ガイド 常安寺」を参考。
- <sup>4)</sup> 長岡市「秋葉神社(秋葉三尺坊拝殿)」を参考。
- <sup>5)</sup> 栃尾商工会「とちお パワースポット MAP」を参考。
- <sup>6)</sup> アクセス of 道の駅 R290とちお「施設紹介」を参考。
- <sup>7)</sup> 新潟県ホームページ「社々の森湧水」を参考。
- <sup>8)</sup> 長岡市栃尾支所商工観光課「とちお 観光ガイド」を参考。

### (5) 現地視察を通して

この現地視察を通して気づいたことは、さらに栃尾について調べる時間が必要だということである。大学生は各視察場所を分担して調べたが、明白に自分たちの知識不足、準備不足を感じた。特に、場所によって情報量の差があったが、事前に視察する場所についての情報をもっと深く掘り下げておいて、訪問時に紹介できるとなお良かったと思う。大竹様の補足説明でこちらが学ぶ形になってしまった。

実際に足を運んでみて始めて分かったことはたくさんあった。そして、大竹様の解説の素晴らしさに感動した。実際に、大竹様はパワースポットのバスツアーを企画・実施されている。今回の現地視察で、私たちの求めるガイド・解説の理想像を見ることができ、非常に貴重な体験となった。実際に視察する重要さがわかり、来年度には、もっと現地に赴く機会を増やしたいと強く感じた。

来年度に向けた改善課題はさらに2点ある。スケジュールの明確化と高校生との協働時間の増加だ。スケジュールに関しては、今回の現地視察は遅すぎた。9月に仮ツアーの実施を控えて、それまでに8月は長期休みを挟むので協働時間がほとんどない。一回あたりの協働時間の増加、またはもっと早い段階から現地に赴き情報収集して余裕を持って共有していく必要があると思う。

最後に、栃尾の観光スポットを調査するにあたり、チームや人によって事前に調べてきた情報量に大きな個人差があった。大学生側はもっと主体的・自主的に活動していかなければならない。来年度こそ、もっとたくさんの場所を視察して、まだ知らない場所、隠れた名所など発見できたらと思う。

(執筆担当) 大野 航

### 3.4 取り組みの後半

#### 3.4.1 カントリーフェスティバルでのラザニアの販売

私たちは、9月22日に栃尾の道の駅R290で行われた「カントリーフェスティバル」で、開発した商品の販売活動を行った。それに向けて、栃尾高校のみなさんと考察して完成したのが栃尾の油揚げ入りラザニア、「ラザニア・アル・フォルノ」である。

商品開発のプロジェクトを始めて紆余曲折はあったが、それでも高大間のグループワークで、高校生も積極的に話し合ってくれて、商品の完成にこぎ着けることができた。

〔図表 20〕 カントリーフェスティバル会場（2019/9/22）



〔図表 21〕 完成品「ラザニア・アル・フォルノ」





〔図表 22〕 カントリーフェスティバルでの販売



販売に至るまでの段階では、私たちにとって初めての経験で、どのような準備が必要なのか、どのようなお客様が来られて、どのくらいの価格で販売すればよいのかなど、あらゆることが分からなかった。そうした中で、espoir 様に指示いただいて、当日は 50 食を用意し、単価 500 円で販売することを確認した。

必ずしも私たちの企画が積み上げられた成果としての商品とは言えなかったが、ともかくカントリーフェスティバルで販売に望め、お客さまに用意した商品を販売することができたことは、素直にとっても嬉しく感じられた。

カントリーフェスティバルの当日朝、会場に着いた段階でも、お客様にきちんと販売できるのか、500 円という価格で買ってもらえるのか、会場の多くの出店者と競合する中で完売できるのか、など私たちは不安でいっぱいだった。

しかし、その不安は一気に吹き飛んだ。まだ開店準備をしている段階から、私たちの販売テント前に、既に多くのお客様が様子を見に来られており、並んでくださっていたからだ。その様子に大変驚いた。

並んでくださっていたお客様に話をうかがったところ、

「そのラザニアが新聞記事やネットに掲載されていて、気になって買いに来ました。」

「大学生と高校生のコラボはおもしろそうで気になった。」

などと、事前に強い関心を抱いてくださったとの声が聞かれた。新聞やネットでの掲載情報に対して、多くの方々が目を留められていたことに気付かされた。来年度も、新聞記事で取り上げていただくなど、ネット活用を進められるような取り組みの検討が重要だと感じた。

私たちは予定どおり 10 時に販売を開始したが、そのわずか 45 分後に、他のどの店舗よりも早くに完売となった。栃尾高校での事前の打ち合わせでは、販売担当チームを 3 班に分けて、それぞれが 1 時間刻みで担当するローテーションを決めていた。しかし、結果的に最初のグループだけで完売してしまい、他の 2 グループは何もすることがないことになり、驚くばかりだった。まだ昼食どきでもないのに、たくさんのお客様に買っていただい

たことに感謝しかない。買っていただいたお客様が食べておられるのを、間近で見ることができた。笑顔で喜んで食べてくださっているのが分かり、とてもうれしく感じられた。

「おいしい」

「初めてこの味！もっと食べたい！」

などと多くの好評が聞こえてきて、もっと多くの個数を売ることができたらなお良かったと、残念だった。とは言え、それは今回の活動の進め方として限界があり、仕方のないことでもあった。

こうして、無事カントリーフェスティバルでのプロジェクトは終わった。そこで得られた考察は以下のとおりである。

1つ目は単価の設定に関してである。高校での話合いでも、ポイントになった点である。500円という価格になったが、高すぎるのではという意見が多かった。

2つ目は、品数について。あまりに売り切れになるのが早すぎて、可能であれば商品数がより多ければ、一層成功したと思われる。しかし、今回は espoir 様に商品を全面的に依存せざるを得なかったことから、議論の余地は無かった。

3つ目は、次年度に向けて私たち自身による調理も検討したいと感じられたことである。会場の他の食品店舗を見ると、そのほとんどがその場で調理し、できたての状態でお客様に提供されていた。私たちも、自分達での商品作りを実現したいという意欲が一層かき立てられた。

以上のような反省はあったが、カントリーフェスティバルでの販売が上手くいったことは、素晴らしいことだと思う。特に、初めての高校生との協働で成し遂げることができたことについて、達成感が得られた。しかし、同時に、地域活性化プロジェクトとして、もっと幅広く私たちが自立して行動をしていかななくてはならないのではないかと感じられた。さらには、新聞やネット情報によって来られたお客様が大勢いたことから、広報の影響力の大きさに気づくことができ、次年度の取り組みでは、この点を重視して続けていこうと思った。

### 3.4.2 ツアー試行について

一方、ツアー開発チームは、カントリーフェスティバルに合わせて同日、栃尾地域でのツアー試行を実施した。今回は招待客を招くことができず、大学生と高校生のチームメンバーのみでの試行となった。事前にどこに行くかを高校生と検討して、その後に大学生だけで相談した結果、6か所行くことに決まっていた。その訪問先について以下解説する（旅程表は〔図表 23〕を参照）。

#### (1) 栃尾表町雁木の駅

雁木の駅は、人と人との出会いと交流を促進する拠点である。「まちの駅」としても機能しており、地域住民や来訪者が求める地域情報を提供する機能を備え、人と人との出会いと交流を促進し、まちづくりの拠点としての役割をも持つ。

ここは、休憩と交流の場であるとともに、栃尾の雁木通りについての知識を得ることができる場所になっている。雁木の模型が数多く展示されており、構造などについて詳しく知ることができる。訪問時には案内ご担当がおられて解説をお聞きできた。お話は非常

に興味深く、あらためて栃尾の雁木通りの貴重さが理解できた。

## (2) 琴平神社

正式名所は、金刀比羅社である。その創建時代等は不詳であるが、栃尾表町の鎮守である。栃尾の市街地の目抜き通りの両側に続く雁木を通り、金比羅小路を入った奥にある。鳥居をくぐり境内へ上がると右側に「おびんずるさま」が祀られている。そしてそのさらに奥に行き、石段を上ると右手に琴平神社社殿がある。

〔図表 23〕 試行ツアーの資料

長岡大学 × 栃尾高校  
地域活性化  
FOOT  プロジェクト  
～地域のこと、一步一步～

2019/9/22 長岡大学・栃尾高校



### 2019/9/22 ツアー試行版の行程

※ 9 : 15 栃尾高校出発 (ジャンボタクシー 2 台にチーム別分乗)  
※ 9 : 20 ~ 11 : 30 雁木通りの散策 (徒歩): 下記地図参照

- ① 栃尾表町雁木の駅 (長岡市栃尾表町 9-1-1) ジャンボタクシー下車  
《散策開始前または歩きながら雁木通りの成り立ち・外装等を解説》
- ② 金毘羅神社 《金毘羅神社の解説》
- ③ 石動神社 《石動神社の解説》
- ④ とちパル (長岡市谷内 2 丁目 5-9): 11 時前頃まで時間調整か  
《店内解説と休憩。入れなければ販売商品等の紹介》
- ⑤ たからや食堂 (長岡市谷内 1-1-5)  
《名産品「あぶらげ巻き寿司」の紹介等》
- ⑥ amico…… 11 : 30 頃 着  
《昼食》

<雁木通り散策地図>



(資料) Google Map データをもとに作成 ©Google

※ 12 : 30 amico 出発 (ジャンボタクシー 2 台に分乗) 秋葉神社下車  
⑦ 12 : 45 秋葉神社 《秋葉神社、秋葉公園内の解説》  
※ 13 : 50 秋葉神社出発 (ジャンボタクシー 2 台に分乗) とちお道の駅下車  
⑧ 14 : 00 とちお道の駅 《道の駅の解説》  
※ ツアー終了、休憩・おみやげ購入等

以上

〔図表 24〕 雁木の駅にて



### (3) 石動神社

石動神社は旧栃尾市境界線近くの宮路町にある。旧宮路村の産土神で、少彦名命を祭神とする。創立年は定かではないが、拝殿に貼られた「神社のいわれ」には延暦16年（798年）の創立と書かれている。明治以前は、境内に大弘寺、大弘坊、円寿寺の三ヶ寺が建っていたが、以後廃された。石段を登り終えると石鳥居と随神門があり、中に仁王像が置かれている。そこには、奉納された絵馬なども見える。

### (4) とちパル

2014年にオープンした拠点で、栃尾の中心市街地の商店街谷内通りにある。1階は地元特産品販売、飲食スペースと情報発信機能を持った「まちの駅」にもなっている。2階は栃尾商工会事務所で、3階は地域内外の多くの方が使用できる便利な多目的コミュニティスペースとなっている。

施設名「とちパル」とは、栃尾の「とち」と友や仲間を意味する「PAL」を組み合わせた愛称である。まちの駅として栃尾の魅力を発信すると同時に、観光の拠点として今後重要な機能を果たすことが期待される。

私たちは、1階で休憩させていただいたが、栃尾の名産品の買い物を楽しんだメンバーもいた。

### (5) たからや食堂

こちらで取り扱っている商品は、栃尾あぶらげ寿司、海鮮寿司、ネギみそ油揚げ、黒米いなり寿司などである。中でも、栃尾の油揚げで巻いた巨大巻きずしは名物であり、各地での物産展などにも出品されたことがあり、県外のファンも少なくないとのことである。

〔図表 25〕 「とちパル」で見学と休憩



#### (6) amico

守門岳を望む栃尾の街に薪窯を開いたイタリア料理店になっている。最高の薪窯ピッツァを焼くために、店長本人が調理を手がけられているそうだ。生地も季節によって仕込み具合を調整している。食材はイタリアから輸入した厳選素材を使用した、本場の味と日本の季節の具材でピッツァを作っている。客席には、フロアテーブル席と洋風小上がり席があり、来店客の人数や用途により柔軟に対応してもらえる。小さなお子様連れでも気兼ねなく気軽にイタリアンを楽しめる雰囲気、家族連れ客も安心してお食事を楽しめそうだ。私たちは、ここで揃って昼食を楽しませてもらった。パスタとピザが事前にオーダーされていた。非常に美味だった。

〔図表 26〕 amico で食事



当初は午後の予定も組まれ、より多くのスポットに行くことになっていたが、カントリーフェスティバル会場での商品開発チームによる販売が想定外に早く終わってしまったため、昼食後に道の駅で集合して解散となった。

ツアー試行として全体の流れを体験した意味は大きかった。他方で、訪問すべき場所についてもっと早くに調べておけば、よりスムーズにツアー設計ができたであろう。これまでの共同での授業をより効率的に進めて、もっと準備をしておくべきだったと感じられた1日となった。

(執筆担当) 森 雅希

### 3.4.3 橡峰祭でのラザニア販売について

カントリーフェスティバルに続いて、2019年10月19日に行われた栃尾高校文化祭の橡峰祭で、ツアー班と商品開発班が共同でラザニア・アル・フォルノを販売した。〔図表27〕はその時の様子である。高校生の皆さんは、それぞれのクラス独自のイベント運営などで多忙なために、共同販売はできなかった。

これで第二回目の販売となり、ツアー班メンバーにとっては初めての販売実習だったが、特に問題はなくスムーズな取り組みができた。高校生相手に500円という価格は高すぎるのではないかと心配されたが、順調に販売できてお昼頃には完売となった。朝の準備中には、内山校長先生が挨拶に来て下さった。

### 3.4.4 悠久祭でのラザニア販売について

さらに、10月26、27日の長岡大学悠久祭でも、両班協働でラザニアを販売した。初日は2時間弱で完売し、2日目も1時間半で完売した。

10時スタートで、9時頃に集合し準備に取りかかった。3回目の販売の機会となったことから、販売についての不安感がなく、完売できるのではないかと楽観していた。その予想通り、二日間とも、どの店よりも早く完売し、閉店することになった。「この店もう完売か」「もう無いの」と言った声が多く聞かれた。その点からも、今回の取り組みでは販売個数について検討できなかったことはとても残念に思われた。

### 3.4.5 高校生徒と共同での振り返り

カントリーフェスティバルでの販売実習、および同日のツアー試行が終わったことで、高大共同での年度内の取り組みは終わった。そこで、10月15日および11月19日の2回に渡り、今年度の活動の振り返りと来年度に向けた改善点について、高校生のみなさんと話し合った。〔図表28〕はその時の光景の写真である。

振り返りはこれまで取り組みを進めてきた6班に分かれて実施し、話し合いの後に全体発表を行った。これまでの取組について、高校生12名のみなさんの率直な生の声をあらためて聞かせてもらう機会となり、非常に有意義な時間だった。その中で、高校生の皆さんからの主な意見には、以下のものがあった。

- ・高校生だけでやるよりも話し合いが進んだ。
- ・高校生では得られない視点が得られた。
- ・来年も一緒にやりたい。

以上の意見は、大学生側にとってまったく予想外の意見だった。特に、「来年も一緒にやりたい」と言ってもらえたことは、とても嬉しいことだった。1年間を通して、高大が1つのチームになったという一体感を感じるコメントだった。気がつかない間に、大学生である自分たちもコミュニケーション能力を向上できたのか、という気づきをもたらした感じがした。

さらには、以下のとおり次年度に向けた反省点も挙げられた。取り組み改善に向けて、重要な指摘だったと思う。

- ・商品の単価となった500円は、学園祭で売るにはちょっと高かったのでは。
- ・商品数が少なかった。短時間で売り切れてしまい、もっと多くの商品提供ができればなお良かった。
- ・可能であれば自分たちでの制作ができれば良かった。
- ・カントリーフェスティバルや橡峰祭などのイベントを無事やり遂げた点は良かった。

〔図表 27〕 栃尾高校の橡峰祭でのラザニア販売



〔図表 28〕 高大共同の振り返り（長岡大学にて）



（執筆担当）劉 寒

## 4. 今年度の取組についての考察

### 4.1 商品開発チームについて

商品開発チームについて、今年度の活動を以下に整理しつつ振り返った。

ゼミでは、栃尾の名物を使った商品を考えイベントで販売するという活動をしてきた。高校生との協働で話し合っ完成した商品をイベントで販売した。販売したイベントは栃尾で行われたカントリーフェスティバルと栃尾高校で行われた椽峰祭と長岡大学の悠久祭に出店し販売した。そのイベントに向けて商品開発チームはさまざまな活動をした。最初は大学生だけで栃尾について調べるなどした。

最初のアイデア出しでは、油揚げや日本酒などたくさん出た。その後に栃尾に訪問して高校生とグループ別に分かれて意見を出し合った。当初は意見があまり出なかったが、地元出身の栃尾高校生に聞いたりインターネットで栃尾の名産品について調べたりしながら活動した。また、前半では、高校生とはあまりコミュニケーションがとれず、話し合いにとっても苦労した。

油揚げを使うという方向が決まった後も、商品の詳細、パッケージ、販売個数などを決めていく必要があった。栃尾の油揚げはどう食べれば美味しいか、どのようなトッピングが一番油揚げに合うかなどを、試食会も行って相談した。食材の試食後には、「こんな味があったらいいのでは」などといった意見がたくさん出るようになった。

その後も栃尾高校のみなさんとの意見交換を続けた結果、油揚げを生かしたラザニアに決定した。ありがたかったことに、パッケージについては、高校生側が授業実習なども活用して制作してくれた。

商品名は、高校生と話し合っ決めた。当日の販売方法は、すでに出来上がっている商品に自分たちで考えた商品ラベルを貼り販売するという方法である。

こうして販売実習を行うことができたが、活動全般で1番の成果は、第一に私たちが関わった商品が売れたことである。さらに、新聞報道の影響力を学んだことも重要な成果である。私たちの活動を新潟日報様が複数回取材しに来てくれた。試食をしている場面の取材内容は、新聞にも掲載してくださった。その影響で、カントリーフェスティバルでは、「新聞で知りました。」というお客様の声が多かった。たくさんのお客様が新聞を見て買いに来てくれたのである。

販売した商品は1時間もしない内に完売できた。椽峰祭や悠久祭では、カントリーフェスティバルで買えなかった人たちも買いに来てくれたりした。「話を聞いて、気になったので買いに来た。」というお客様もたくさんいた。この経験を通じて、新聞報道でメディアなどの影響力がすごいと感じた。商品販売においてメディアに掲載してもらうということは重要であるということを、あらためて認識した。

一方で反省点としては、アドバイザーであるエスポワール様に依存しすぎたことである。本来私たちでやるべきだったメニューの詳細決定や価格設定、製造作業などは、エスポワール様に任せっきりで、逆に自分たちが高校生と協働して実現したという実感はなかった。現実には、時間が足らなかったことに加えて、自分たちの勉強不足による点が大きい。プロの方と協働する以上、自分たちも商品を開発にあたって十分な専門知識を身につけるということが必要だと感じた。



さらに、栃尾の名産品を使った商品を開発するというにあたって、調査不足でかつメンバー間の情報共有があまりできていなかった。もともと栃尾のことを詳しく知らないのであれば、もっと積極的に情報収集して学び、それをグループでしっかり情報共有すべきだったと思う。

確かに栃尾名産品と言われて思い出すのは「油揚げ」だが、栃尾には油揚げ以外にもPRすべき産物は他にもたくさんあるはずだ。事前に栃尾の名産品について調べていればグループ内の意見の出し合いなどがスムーズにできたのではないのかと思った。

また、高大連携授業はとても貴重な機会になった。一般には大学生と高校生との共同の授業活動はあまりないが、それができたことは意味があったと思う。年齢差が大きい相手とのワークであり、当初は不安であった。話し合いの時のコミュニケーションがなかなかスムーズにはいかなかった。そうした中で、指導して下さった特別講師の皆さんが話題をふって下さるなど、議論しやすい雰囲気作りをして下さり、少し話が進んだ。アドバイザーの方への依存なしに、自分たちの自立的活動はなかなか難しかった。成果よりも課題の方が多いと感じた。

来年度はアドバイザーの方々に依存しすぎないように、自分たちで自立した活動を目指したい。主体的に何をすべきかを考えて行動していきたい。今回の活動を通してこれからは自分たちで積極的に行動していくべきだと感じた。

(執筆担当) 松平 輝真

## 4.2 ツアー開発の成果と反省

今年のツアー開発チーム取り組みについて、目に見えた成果は得ることがあまりできなかった。その原因は大きく分けて以下の4点だと思う。

第一番の原因として、そもそも栃尾に活性化をもたらすツアー開発というテーマが、我々大学生にとって非常に難しい課題だったということである。どのようなツアーが解決に寄与するのか、その絞り込みと計画は難しく、場当たりの取り組みに終わってしまったように思われる。

2つめは、全体として計画的な行動に欠けた点があったことだ。当初は栃尾地区に関する名所等の情報をインターネットによる検索で探そうとしたが、実際にどんな場所なのかはネット情報からだけではよくわからない。もっと早い時期に現地視察を実施する計画を立てておくべきだったと思う。さらには、視察からツアー試行までの、より具体的な計画があれば、目的意識を絞った取り組みが可能だったと思われる。

3つめは、ゼミ活動全体の話にもなるが、栃尾高校との共同授業での時間が短く、それをカバーする時間外学習などでの準備が不足した点である。4月から11月までの間で、私たちゼミ生全員がそろって栃尾高校を訪問したのは10回以上におよんだ。しかし、大学から栃尾高校までの往復に1時間かかるため、高校生の授業時間に合わせた正味の授業時間は30分強だった。その中で、グループワークを効率的に進めることはとても難しかった。毎回の授業では、先生方の説明を聞いてグループの議論を開始し、意見がようやく出るようになった頃に時間切れになるといった印象だった。そうした時間的な制約をカバーするために、授業時間外で栃尾地区の名所を挙げてルート候補を設定しておく等、毎回

の共同授業の準備作業や打ち合わせがもっと必要だったが、それが不足した。

4つめとして、栃尾地区には単独で栃尾地域を活性化できるほどの観光資源が乏しいのではないかということである。私たちの目標は、有料でも参加してもらえるような栃尾地区ツアーの開発であるが、そもそもそれは可能なのだろうか。現地視察もした上での印象として、それは難しいのではないかと感じられた。とはいえ、この認識は一年目の大きな発見でもあると考えている。観光的な魅力が不十分であれば、人々に足を運ばせる付加的な要素が必要だと学べた。

今年度、私たちは栃尾の魅力伝えるバスツアーの開発を目指した。地域外から参加した人々が栃尾の良さを知って「また栃尾にきたい」と感じるようなツアー開発だ。結果は、栃尾で観光業の開発に関する有効な情報を見つけることができないままに終わったように思われる。その学びを土台にして、次年度には、より多くの活動時間を確保し、情報収集と現地との交流を一層進めて、さらには観光に何か付加的な要素を加えることでツアー開発を進めていくべきだと学んだ。

(執筆担当) 胡 少峰

### 4.3 ゼミ全体での振り返り

ゼミナール全体として、今年度活動した結果の中から考えをまとめる。

総じて、商品開発チームとツアー開発チームのどちらも実績が出せず、大きな達成感が得られなかった。

しかし、現在こうして振り返ってみると、私たちは目に見える成果や自分たちの満足度ばかりにとらわれ過ぎていたのではないかと感じている。そもそも、このゼミは今年始まったばかりで、3年生のみでゼロからスタートした。それでも、具体的なイベント参加などを形式的にでも実現できたことは評価して良いのかもしれない。

また、時間割や授業内容など環境が大きく違う栃尾高校の高校生との連携でゼミ活動を進めたことは意味があったと思う。途中段階で、9月のカントリーフェスティバルで成果を出すことが目標に掲げられた。これらは私たちにとってとても高いハードルだったが、少なくとも形式面でそれは達成できた。

さらには、4月のゼミナール結成時に今よりはるかに低かったわたしたちのコミュニケーション能力が、高校生との協働に取り組む中で、大いに成長できたと思う。これは、大きな成果だと考える。何より、栃尾高校生の皆さんから「来年もまた一緒にやりたい」と言ってもらえたことは嬉しいことだった。そこまでに至った道のりを以下に整理しておきたい。

4月23日の顔あわせに続いて、5月7日の栃尾高校訪問で高校生とのディスカッションが開始された。商品開発チームでは商品化の素材の発掘、ツアー開発チームでは栃尾地区で紹介すべき場所についてのアイデア出しから始まった。この時はまだ2回目ということもあり、コミュニケーションがうまくとれないグループが多く、大学生がもっとリーダーシップをとって話し合いを進めていく必要があったように思われる。情報収集でもなかなか

か案が出なかった。高校生にも栃尾地区在住の人が意外に少なく、分からないことが多かった。さらには、大学生と高校生の親睦を深めるにはもっと時間が掛かりそうだという不安ばかりが目立った。

6月18日にアドバイザーの大竹幸輔様を講師に迎えた特別授業が実施された。地域ブランディングや、実際に栃尾地域で地域おこしに取り組むプロ視点からの、地域活性化の考え方その方法、ターゲット層の考察などをご教授いただいた。

その後も、栃尾高校での共同授業は続き、7月25日には商品開発チームは商品のネーミングやパッケージデザイン、ポスター等の広告の決定をするまでに進めることができた。商品のネーミングはイタリア語で「オーブンで焼き上げたラザニア」を意味する「ラザニア・アル・フォルノ」になった。パッケージデザインは高校生がデザインしたものに決まった。

ツアー開発チームは7月9日に現地視察を実施し、グループワークで試行ツアーのツアールートと旅程の検討を続けた。現地視察では、秋葉神社・杜々の森（とどのもり）など5カ所をピックアップし、ゼミ生が高校生に解説をして、ツアーガイドの予行も実施された。

9月22日に栃尾道の駅で開催されたカントリーフェスティバルでは、売り上げ目標とされた「ラザニア・アル・フォルノ」50個を、開店後わずか40分で完売達成することができた。予定では3グループに分かれて1時間交代制だったが、最初のグループで売り切れてしまったため、2、3グループの人は販売前の事前準備と片付けのみとなった。

同日に並行して行われた試行ツアーでは、8地点を訪問する予定だったが、ラザニアの販売が予想以上に早く終わったことなどから、午後の行程はキャンセルとなってしまった。こうして、今年度の共同授業としての目標に掲げられたイベントへ参加・実施は終えることとなった

以上の栃尾高校との活動全般についての反省点として、商品開発チームでは、アドバイザーへ併存しすぎたことから、自分たちの考えるメニューの実現に至らなかったことを挙げる声が多かった。それに対して、自分たちの理想を実現するためには、自分たち自身ももっと努力して商品の専門知識を身に付ける必要がある。ツアー開発チームについては、計画的な準備ができず、場当たりの満足いく試行ツアーができなかったこと、現地視察を早くやるべきだった、などの点が挙げられた。

その後、10月1日に悠久祭に展示パネルの作成に取り組んだ。また、10月19日の橡峰祭と26、27日の悠久祭では、ツアー開発チームと商品開発チームが共同でのラザニア販売に取り組んだ。

橡峰祭では、ラザニアが20食しか用意されなかったが、10時の開店からものの1時間で完売した。悠久祭では2日間両日とも50食が用意され、1日目は2時間ほどで売り切り、2日目は1時間半程度で完売した。1日目は悠久祭が開催時から大雨で天候が優れず、午前中は思っていたよりもお客さんが来なかったが、2日目は天候も回復したため1日目よりも早く売れた。天候やその日の気温などで客数が左右されるため、状況に対応しなければならないということを学んだ。

11月からは、おもに12月7日の成果発表会に向けて、発表内容の検討、プレゼン資料

の作成準備に取り組んだ。11月5日には、アドバイザーの大竹様のご指導の下に、本番の発表時間13分で話す内容を取捨選択した、テーマ主張をどうするか、活動の中で何が悪かったのかを改めて議論し、次はどう改善するのかに続ける流れを整理した。さらに、メディアを意識的に活用する大切さを学んだことも明示することにした。当初は、発表において、ツアー開発と商品開発のそれぞれの話を完結して並べるような構成をイメージしていたが、2つを分けるのではなく1つにまとめて発表する工夫によって、重複する部分などの時間的無駄を防いでスッキリした発表内容を目指すべきだというアドバイスを頂いた。

成果発表会前の最終授業でのプレゼン予行練習では、全体的に聞き取りやすく、総括部分が良い等の点を評価された。他方で、全体的に文章が多い、情報量が多くまとめる必要、高校生との協同で取り組んだ理由が必要など、改善点も指摘された。文章を削って制限時間以内にまとめることが、思っていたよりも難しいことがわかり、プレゼン作成の大変さが分かった。

12月7日の成果発表会では無事に発表を終えることができたが、他のゼミの発表をみると自分たちの改善点が見え、発表の仕方にも学ぶべきことが多くあった。来年の成果発表会で活用していきたいと考える。

今回の活動で自分たちが得た大きな成果の1つは、高校生と協働活動という貴重な経験である。さらには、ラザニア販売時に新聞などのメディアの重要性を認識できたことも大きい。何より、ゼミ結成時よりコミュニケーション能力の向上など私達自身が成長できたことは、私たちの将来にとっても重要なことだったと思う。

反面、商品開発チームについては、自分たちの力不足により、考えたことが必ずしも実現しなかったことが課題だった。来年度は食材や料理に関する専門知識を身につける必要がある。ツアー開発チームについての大きな反省点は、一つ目は現地視察が遅くなりツアー企画が進まなかったこと、二つ目は商品開発でもそうだが高校生と大学生が集まって活動することが難しかったことだ。

〔図表 29〕 成果発表会での発表の様子（2019/12/7 ホテルニューオータニ長岡）



さらに、ゼミ生の問題もある。活動参加の度合いに個人差があったことも課題だったと思う。特定の少人数に活動内容の編集やアイデア出しなどを行う等の負担をかけてしまうことが多々あった。その解消には準備段階などでゼミ生全員が受け身ではなくもっと主体的に活動すべきだ。そうして一人一人が平等な活動を実現する必要がある。

(執筆担当) 布川 海渡

## 5. 来年度に向けて

### 5.1 全体的な目標

本ゼミでは、全体目標として4つの課題・目標を設定した。

まず一つ目は、自立性の向上だ。2019年度は、ゼミナール活動参加の度合に個人差があった。ゼミで地域活性化に取り組む以上、ゼミメンバー同士や高校生との間でもっと一体感が必要だと感じた。来年度は、全員がより活発に行動し、ゼミ全体としてもっと自主的に動ける状態にしていきたいと考えている。

二つ目は、計画的な行動だ。私たちの活動は高大連携である。高校生の皆さんとの話し合いを有意義にするには、私たち大学生だけによる話し合いなどの準備がとても重要だ。1年目はそれが不足し、全体の進行の遅れにつながってしまった。ゼミ生各々の時間外活動がもっと必要だと痛感した。

授業の90分間のなかで、プロジェクトをどのように進めていくかを検討し、さらに栃尾の地域資源を調べ上げることはとても難しい。また、高校と大学の往復や、高校生と大学生の時間割の違いなどで協働の時間が限られてしまった点について、共同活動以外の時間でそれを補う段取りを工夫し、来年度は改善していこうと思う。来年度は、取り組み全体を見通した実効性のある計画を立案して、それを元に早めの取組として大学生は長期の休みを活用することも考えている。

三つ目は、高大間のコミュニケーション向上だ。私たちは、高校生と混合で商品開発とツアー開発の2チームに分かれたが、その2つをさらに分け、5～6人の少人数グループで活動をしてきた。そうした中で、グループによって話し合いの活発度に違いが生じてしまった。上手く話し合いを進め、全体の意見をまとめて発表できるグループや、意見や発言が活発ではなく、進行できていないグループがあるなどと様々であった。

その小グループでは、高校生との間でしっかりと話せるように、コミュニケーション能力を一層向上させることが課題となった。そのためにも気軽に会話ができる程度にはなるべきだ。相手は私たちよりも年下なのだから、それに合わせて発言しやすい環境づくりに注力するべきである。大学生側が積極的に高校生に意見を求めたり、意見を否定するのではなく良いところをしっかりと汲み取ったり、大学生側が具体的な意見や例を出すことも重要だと思う。

さらには、来年度は新しいゼミナール生を迎えることになる。高校生との話し合いで、小グループに分けたときギクシャクとした雰囲気にならないためにも、大学生同士のコミュニケーションも高めて行かなければならない。栃尾高校に訪問する前に、大学生間の交流も潤滑に行うため、早めの活動が必要である。新三年生には新年度を迎える前に顔合わせをすることによって、ある程度のコミュニケーションは取れるようになった。

四つ目は、目に見える成果の創出だ。これまでの報告のとおり、一年目の活動では、栃尾の活性化という目標に対して目に見える活動成果をあげることができなかった。商品開発班は「ラザニア・アル・フォルノ」を開発したが、自分たちの知識力・技術力不足からespoir様に任せっきりであった。自分たちが作ったという実感は少なく、満足度も低かった。他方で、ツアー班においても現地視察の遅れや、訪問場所についての詰めもできず、バスツアーの企画・試行すらできなかった。

しかし来年度こそは、自分たちのスキル向上や新たな発見、栃尾についての知識を深めることなどで自身の実力を高めていきたい。そうして、外部の人々を迎えたツアーの実施、さらには事業者まかせではない自分たちの企画・提案を通じた商品開発により、満足のいく成果実現を目標としたい。

(執筆担当) 旭 和馬

## 5.2 来年度の取組について

以上の全体的な目標実現に向けて、今後の具体的な取組としては、以下の三つのプロジェクトを推進していきたいと考えている。

- ① 栃尾のツアー開発（継続）
- ② 商品開発（継続）
- ③ 雁木通りの空き家活用（新規）

それぞれについて、以下で説明する。

### 5.2.1 来年度のツアー開発

今年度の活動を通して発見した課題を踏まえて、来年度も栃尾地区のツアー開発と商品開発は継続する。このうちツアー開発では、栃尾の観光資源に付加的な要素を加えて、イベントや体験型のツアーなどを企画したいと考えている。

既に述べたとおり、本年度のツアー開発では目に見える成果がないままに終わってしまったが、単なる失敗だったわけでもない。栃尾の観光資源だけでは有料でも参加者を募れるような魅力あるツアー企画は難しいのではないかと、という認識を得ることができたことは非常に有意義だった。そこで、付加的な要素を加えて、イベントや体験型のツアーなどを考えていきたい。

〔図表 30〕 栃尾フィッシングパーク



〔資料〕 「栃尾フィッシングパーク」 『にいがた観光ナビ』 ウェブサイト (URL <https://niigata-kankou.or.jp/spot/5855>) (2020/1/6 閲覧)

具体的には、栃尾の自然環境を活かしてファミリー層に向けたキャンプを体験するツアーや、キャンプ体験と婚活を組み合わせたツアーなどのアイデアがすでに出てきている。例えば、キャンプ体験のツアーでは、「杜々の森名水公園」は訪問の候補地の一つになるだろう。その森の裾から湧き出る清水は、昔から飲用水や灌漑用水等の命の水として人々の生活を支えてきた。昭和 60 年、環境庁から全国名水百選に選定されて以来、冷たく澄んだ水質のよさが人気を呼び、大勢の人々がうるおいを求めて水辺に集まるようになった場所である。杜々の森の大自然の中、トンボやバッタといった森の生き物たちも多い。これら自然に囲まれた場所でバーベキューなども可能だろう。

さらには、「栃尾フィッシングパーク」も魅力的な訪問候補地の 1 つである（〔図表 30〕参照）。溪流釣りの代表魚、ニジマス・イワナ・ヤマメが釣れる刈谷田川を利用した天然フィッシングパークである。参画型ツアーメニューの 1 つに釣りを加えても良いかもしれない。

ツアー開発の具体的な手法としては、事業者との新たなコラボも模索していこうと思う。キャンプ用品メーカーや、JTB 様などを視野に入れている。ツアーの基本的なコンセプトや具体的なメニュー考案においては、何より自分たちの企画力や知識の向上が課題になる。一人ひとりのアイデアが鍵であり、さらにそのアイデアをどのように具体化していくのか。もっと現地に足を運んで新たな発見を積み重ねていくことはもちろん、そらの学び・気づきをどのようにして活かすか。さらに、ターゲットはファミリー向けか若者向けか、はたまた綺麗な写真を撮りたいと思っているようなニッチ層をターゲットにするか、これから議論を進めていかなければならない。

### 5.2.2 来年度の商品開発

今年度の商品開発としては、油揚げ入りラザニア「ラザニア・アル・フォルノ」の開発・販売を実施したが、来年度も商品開発（食品）の取り組みを継続する。すでに述べたとおり、今年度の商品開発についても、ゼミとして満足のいく活動はできなかった。その振り返りを土台として、来年度はより多くの達成感が得られる活動にしていきたい。

既に有名な「油揚げ」に安易にこだわってしまった反省として、まずは商品作りの素材となる地元の食材を一層理解していく必要があるだろう。栃尾では、油揚げに加えて、まだ知名度はそれほどではないかもしれないが、様々な魅力的な食材が多いと思う。それらを使った商品開発ができれば、栃尾産の食材の宣伝になる。そのために、栃尾地区での食材提供者や農家の方々との協力など、その商品を製造していただける協力者の拡張にもつなげていくことができたらと考えている。新たな宝物の発掘である。

ブランド化に向けた方策の検討と実行もカギになるだろう。開発した商品にブランド力を付与できれば、購入者増加につながる。そうして、そのブランド品を持っている人が増えれば増えるほど、購入意識が増える。これによって、私たちの企画によるオリジナルのブランドが誕生する。栃尾地区のブランド化につなげていくことが究極の目標になる。



〔図表 31〕 栃尾地域「農業まつり」チラシ



(資料) 「栃尾地域農業まつり」、栃尾観光協会ウェブサイト (URL <http://tochiokankou.u.jp/matsuri/nougyou.html>) (2020/1/6 閲覧)

そのための栃尾の食の資源を探し出すことは容易ではないだろう。その参考として、既存の取り組みである「栃尾地域農業まつり」は注目される。これは例年 10 月下旬に開催され、旬の新鮮の野菜、果物、きのこ、漬物などが紹介されている。そこでの情報は、地域の食材発掘の 1 つのヒントになるかもしれない (〔図表 31〕を参照)。

(執筆担当) 温 嘉楠

### 5.2.3 雁木通り空き家活用プロジェクトについて

そして三つ目に、雁木通り空き家活用プロジェクトである。今年度はツアー開発と商品開発の二つの活動すら満足いく形にならなかったと述べたが、我々はあえて 3 つめのプロジェクトを立ち上げる方向性を決めた。

なぜ、この三つ目が出たのか。それには来年度に石川ゼミナールのメンバーがさらに増えることから、その活力を活かして、新たに何かチャレンジできるのではないかとゼミの中で議論されたことが土台になっている。

2020 年度に石川ゼミは 3・4 年生合わせて 23 人になる。さらに、今年度協働した 12 名

の栃尾高校生は来年度3年生になるが、そのみなさんも継続で協働してくださる予定である。高校生を合わせて総勢35人のチームである。この大所帯では、全員の意見をまとめるのが今年度以上に困難になり、具体的な活動において動きづらくなるだろう。

とりわけ気がかりなのは、高大の人数割合である。今年度は、高校生・大学生がほぼ同じ人数で対等に取り組むことにより、チーム意識を醸成できた。しかし、来年度には、高校生の倍近い大学生メンバーが高大連携プロジェクトに取り組むことになる。それで、高校生の皆さんとの話し合いなどが上手くいくだろうか。

この懸念に対して、ゼミ生による振り返りの話合いにおいて、大学生だけで組織化された発展的課題に取り組むチームが別途あっても良いのでは、という意見が出された。高校生とのコラボ・テーマと大学生のみによるテーマの2本柱で取り組むというアイデアである。

そうしたところに、ゼミ・アドバイザーの大竹様による特別講義において、大竹様が長岡市と組んで栃尾雁木通りの空き家活用のプロジェクトを進めておられるとの講話をいただいた。その大竹様のプロジェクトに対して、栃尾地区の活性化に向けた一つの取り組みとして加わらせていただくことはできないかと考えたのである。その後大竹様に相談した結果、私たちがそのプロジェクトに参加させていただくことを快諾いただいた。そうして立ち上げられることになったのが、この第三のプロジェクトである。

雁木とは、通りに面した家々が自分の土地を提供し合い、その上に軒先を伸ばして歩道を兼ねたコミュニケーション空間が連なる雪国特有の建築物である。それぞれの家が自分で作成するため、様々な高さ、形の雁木があり、独特の景観を作り出している。栃尾地区の中心部では古来よりの雁木通りが残され、風情ある景観がみられる。しかし、その中でも空き家が目立つようになってきた。

近年、日本各地で空き家が緊急の問題となり、栃尾もその例外ではない。現実に空き家問題が、栃尾の活性化に避けては通れない深刻な課題であることを大竹様からうかがった。さらには、それに対して魅力的な空き家活用法によって、交流人口を増やす契機を創出しようとしている大竹様の構想のお話をいただいた。そこで私たちゼミ生も、空き家の活用によって地域外の人々が栃尾に足を運ぶきっかけづくりを創出できるのではないかと。

雁木通りの空き家をどのようにして再利用していくのか。それには、空き家を雁木通りにおける魅力的な空間に変えていくことが1つのポイントだろう。その参考として注目される事例に、三条の古民家再生カフェ「tree」がある。それは古民家を改装した店舗で、昼はカフェ、夜はダイナーとして使われている。昔ながらの木造建築で丈夫な上に、木の温かさが感じられ、インスタ映えもするような内装でとても良い雰囲気である。

栃尾の雁木通りについては、こうした事例研究なども含めて、大竹様とともに再利用プロジェクトを考え、さらにはそれを実行していく。すでに、ギャラリーとしての空き家活用などのアイデアが考えられている。空き家対策になるとともに栃尾の交流人口増加につながっていくことができるかもしれない。地域外の人々が栃尾に足を運ぶきっかけ作りを創出し、栃尾地域の活性化に貢献につながりうるだろう。

〔図表 32〕 栃尾の雁木



(資料) 「長岡市栃尾の雁木通り」新潟県ウェブサイト (URL <https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/toshiseisaku/1202230849770.html>) および「とちおなぞ解き町めぐり雁木あいぼ」長岡市ウェブサイト (<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/kankou/event/gangiaibo.html>) (2020/1/6 閲覧)

大竹様は現実の栃尾の活性化策を進めておられる。そのようなプロフェッショナルの方と一緒に活動する以上、私たちが足を引っ張ることは許されない。より一層の努力が必要だと思う。この経験は、大いに自分たちのキャリアアップになると考えている。その上に大学では学べない様々な内容を吸収できるいい機会だと考えている。

このプロジェクトは、栃尾高校との連携外で進めていくことになる。これからどのようにして進めていくか、真剣な議論が必要である。

継続事業として栃尾のツアー開発と商品開発、さらに新規での雁木通りの空き家活用、以上の三つの活動を柱に、2020 年度こそは目に見える成果を挙げることが石川ゼミの目標である。

(執筆担当) 旭 和馬

[参 考 文 献]

- (1) 株式会社イノーバ「地域ブランディング成功のための5つのポイント」(URL <https://innova-jp.com/branding-area/>) (2020年1月6日閲覧)
- (2) 攻城団「栃尾城の写真：常安寺」(URL <https://kojodan.jp/castle/554/photo/31412.html>) (2020年1月5日閲覧)
- (3) Komachi Web「観光ガイド 常安寺」(URL <https://www.week.co.jp/kankou/109962/>) (2020年1月5日閲覧)
- (4) 有限会社佐藤豆腐店 (URL <https://www.aburaage.co.jp/item/index.html>) (2020年1月9日閲覧)
- (5) 栃尾観光協会「曹洞宗 常安寺」(URL <http://tochiokankou.jp/bunka/jiin.html>) (2020年1月5日閲覧)
- (6) 栃尾観光協会「栃尾地域農業まつり」(URL <http://tochiokankou.jp/matsuri/nougouyou.html>) (2020年1月6日閲覧)
- (7) 栃尾商工会「とちお パワースポット MAP パンフレット」
- (8) 長岡市、審議会資料 ([https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate01/sougou/file/iinkai05\\_03.pdf](https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate01/sougou/file/iinkai05_03.pdf)) (2020年1月14日閲覧)
- (9) 長岡市「とちおなぞ解き町めぐり雁木あいぼ」(<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/kankou/event/gangiaibo.html>) (2020年1月6日閲覧)
- (10) 長岡市栃尾支所商工観光課「とちお 観光ガイド」(2014年3月発行)
- (11) 新潟県「社々の森湧水」(URL <https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankyotaisaku/1215712855315.html>) (2020年1月5日閲覧)
- (12) 新潟県「長岡市栃尾の雁木通り」(URL <https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/toshiseisaku/1202230849770.html>) (2020年1年6日閲覧)
- (13) 新潟県観光協会「栃尾フィッシングパーク」『にいがた観光ナビ』(URL <https://niigata-kankou.or.jp/spot/5855>) (2020年1年6日閲覧)
- (14) paddle design company「地域ブランディング 見慣れた地域が見違える」(URL <https://www.paddledesign.co.jp/service/area/>) (2020年1月2日閲覧)
- (15) 文部科学省「高大接続改革」([https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/koudai/index.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/koudai/index.htm)) (2020年1年6日閲覧)
- (16) 道の駅 R290 とちお「アクセス of 道の駅 R290 とちお」(URL <http://r290tochio.jp/access/index.html>) (2020年1月5日閲覧)

## 〔謝 辞〕

2019（平成 31・令和元）年度の石川ゼミⅢによる活動は、以下の方々を始め多くの皆様にご指導、ご支援いただきました。深く御礼申し上げます。（順不同）（下記の所属などは 2019（令和元）年 12 月現在）

内山善博様（新潟県立栃尾高等学校 校長）  
桑原俊彦様（新潟県立栃尾高等学校商業科教諭）  
徳永美智子様（新潟県立栃尾高等学校商業科教諭）  
大竹幸輔様（アドバイザー）（デザイン事務所オオタケコウスケ代表）  
高林正和様（アドバイザー）（espoir シェフ・オーナー）  
大竹 優様（長岡市栃尾文化センター・市民会館館長）  
中野紀子様（長岡市栃尾文化センター・市民会館）  
那須一美様（Counfes crew 代表）  
佐藤 光様（株式会社 JTB 長岡支店教育営業課）

## 〔執筆担当について〕

本報告書は以下の通り各カ所を主担当により執筆した後、全体の調整を行い完成いたしました。

- ・野澤 幸紀…………… P. 1～6
- ・石川孝太郎…………… P. 7～9
- ・駒形 昌亮…………… P. 10～12
- ・王 暢宇…………… P. 12～13
- ・竹内 寛織…………… P. 13～16
- ・大野 航…………… P. 16～23
- ・森 雅希…………… P. 24～30
- ・劉 寒…………… P. 30～31
- ・松平 輝真…………… P. 32～33
- ・胡 少峰…………… P. 33～34
- ・布川 海渡…………… P. 34～37
- ・旭 和馬…………… P. 38～39, 41～43
- ・温 嘉楠…………… P. 39～41

以上

# 長岡大学 学生による地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

1. 栃尾地域のPRによる活性化  
～栃尾高校との協働による商品開発・販売と観光開発～  
石川英樹ゼミナール
2. 「まちの駅」から地域の魅力を発信し、地域を盛り上げたい！  
鯉江康正ゼミナール
3. 十分杯で長岡を盛り上げよう！  
－現在に続く世界と長岡の関係－  
権 五景（樂九）ゼミナール（1）
4. 商いを通じて学ぶ会計と経営戦略  
～地域に貢献する商品開発を通じて～  
平田沙織ゼミナール（1）
5. 長岡の誇れる地域資源を若人に広めよう！  
～長岡版「オープンファクトリー」の開催を～  
栗井英大ゼミナール
6. グラスルーツグローバリゼーション  
－草の根・地域からの人類一体化の推進－  
広田秀樹ゼミナール
7. 商いを通じて学ぶ会計と経営戦略  
～繁盛する模擬店を目指して～  
平田沙織ゼミナール（2）
8. 酒粕で長岡を盛り上げよう！  
－さらなる活用への道のりと課題－  
権 五景（樂九）ゼミナール（2）

## 令和元年度 学生による地域活性化プログラム 石川英樹ゼミナール活動報告書

【発行日】 令和2年2月26日  
【発行人】 村山 光博  
【発行】 長岡大学  
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8  
TEL 0258-39-1600（代）  
FAX 0258-39-9566  
<http://www.nagaokauniv.ac.jp/>