

平成28年度

# 学生による 地域活性化プログラム 活動報告書



権五景ゼミナール



村山光博ゼミナール



橋長真紀子ゼミナール



高橋治道ゼミナール



山川智子ゼミナール



広田秀樹ゼミナール



権五景ゼミナール



鯉江康正ゼミナール

平成29年3月

## 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 年度に文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代G P)に採択された「学生による地域活性化提案プログラム 一政策対応型専門人材の育成」に始まり、今年度で 10 年を迎えることができました。これまで長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、深く感謝しております。まだ十分には地域の活性化に貢献しているとは言えませんが、このプログラムの取り組みを始めた 10 年前と比較すると、周辺地域における「学生による地域活性化プログラム」の認知度は明らかに高まってきていると感じております。これまで本プログラムの運営において積極的にご協力をいただいていた地域連携アドバイザーだけでなく、たくさんの地域の方々からも本プログラムの個々の取り組みテーマに対するお問い合わせや称賛の声をいただいております。また、これらの学生の取り組みに関して、新聞やテレビなどのマスメディアでも大きく取り上げていただくことが多くなりました。

長岡大学の建学の精神は、

- ・幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進
- ・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本学の中心となる教育プログラムであると言えます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えは無いと思いますが、本プログラムでは、答えの無い課題に対して、どのように考え、どのように行動して行くのかを学生が自ら試行錯誤しながら体得していくことができます。大学を卒業して地域社会の一員となる学生たちが、これからの地域が抱える課題に積極的に取り組んでいくことを期待されることを考えると、彼らにとってこれらの体験は貴重なものとなると思います。

本プログラムでは、各ゼミナールでテーマを設定し、ゼミに所属する学生のグループが活動を進めて行くこととなりますが、時には学生同士の意見の食い違いや、ちょっとしたすれ違い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回り成長する要素となります。ゼミで決めた研究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、チームで何かをやり遂げた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、学生が地域の皆様と一緒に汗をかき、考え、そして楽しむことで、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ける人材の育成を目指しております。

地域の皆様には、日頃より本プログラムへの多大なるご支援とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

平成 29 年 3 月

学生による地域活性化プログラム  
平成28年度 活動報告書 第I部

目 次

第1章	学生による地域活性化プログラムの概要	I-1
1.1	プログラムの位置づけ	I-1
1.2	プログラムの概要	I-1
第2章	平成28年度取組の経過	I-4
2.1	本年度取組の経過	I-4
2.2	平成28年度の学生による地域活性化取組ゼミ	I-5
2.3	平成28年度の推進体制	I-6
第3章	本取組における学生教育の評価	I-7
3.1	社会人基礎力の評価	I-7
3.2	ビジネス展開能力の評価	I-18
第4章	取組結果のまとめ	I-20
4.1	取組成果と今後の課題	I-20
4.2	取組結果の概要	I-20
参考資料		
1	学生による地域活性化プログラム平成28年度成果発表会（ポスター）	I-29
2	学生による地域活性化プログラム平成28年度成果発表会（チラシ）	I-30
3	社会人基礎力診断シート（学生用）	I-31
4	社会人基礎力診断シート（教員用）	I-32
5	平成28年度「地域活性化プログラム成果発表会」意見シート	I-33

学生による地域活性化プログラム  
平成 28 年度 活動報告書 第Ⅱ部

学生による活動報告 目次

- 権 五景 ゼミ  
十分杯で長岡を盛り上げよう！  
～十分杯を、地域から愛される“問題児”に！？～……………Ⅱ－1
- 村山 光博 ゼミ  
企業ホームページの改善による効果の確認……………Ⅱ－53
- 橋長 真紀子ゼミ  
未来の農業革新Ⅲ  
～地産地消を通じた循環型社会への貢献～……………Ⅱ－107
- 高橋 治道 ゼミ  
地域の文化と伝統をつなぐ  
～高橋九郎生誕 165 周年を記念する活動～……………Ⅱ－159
- 山川 智子 ゼミ  
長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信  
～温泉☆ドキドキプロジェクト～……………Ⅱ－201
- 広田 秀樹 ゼミ  
グラスルーツグローバリゼーション  
～草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進～……………Ⅱ－269
- 権 五景 ゼミ  
酒粕で長岡を盛り上げよう！  
～地域資源としての酒粕の可能性を探る～……………Ⅱ－301
- 鯉江 康正 ゼミ  
「まちの駅」をフィールドとした活動等による  
地域活性化への貢献……………Ⅱ－349

学生による地域活性化プログラム  
平成28年度活動報告書

第 I 部

## 第1章 学生による地域活性化プログラムの概要

### 1.1 プログラムの位置づけ

「学生による地域活性化プログラム」は、「平成19年度採択文部科学省現代的教育ニーズ取組支援プログラム（現代G P） 学生による地域活性化提案プログラムー政策対応型専門人材の育成ー（平成19年度～21年度）」（略して、地域活性化G P）を継続的に行う取組であるが、提案にとどまらず具体的な行動を学生が行うことによって、学生の社会人基礎力と地域貢献を目指すものである。

地域活性化G Pは、長岡市の総合計画を題材に地域活性化提案を行うものであったが、本プログラムは「NPO法人長岡産業活性化協会（NAZE）との共同研究」や「地域コミュニティ」など、広く中越地域や新潟県を対象とした取組である。また、活動は本学3，4年生のゼミを基本とするが、ゼミを越えたチーム・任意団体でも良い。

（注）「学生による地域活性化提案プログラムー政策対応型専門人材の育成ー」については、長岡大学ブックレット第16号『長岡大学教育プログラムVI 学生による地域活性化提案プログラムー政策対応型専門人材の育成ー』を参照されたい。

### 1.2 プログラムの概要

#### (1) プログラムの内容

長岡市は三度にわたって11市町村で合併したが、新市として発展する上で様々な地域課題の解決に迫られている。また、地域創生や人口減少問題もあり、地域問題は益々広域化し、より独自の方向性の検討が期待されている。

本プログラムにおいては、学生グループが長岡地域や新潟県の課題を対象に実地に調査研究を行い地域活性化方策の提案・地域活性化の実践を行う。これによって、学生の社会人基礎力、企画・提案力の開発と地域活性化への貢献を同時に実現することを目的とする。

本プログラムの内容は、①問題解決型教育＝体験・参加型教育の実践として、②長岡地域および新潟県内、またより一般的に地域の課題（環境、福祉、市民生活、産業等）をゼミナール（3年次，4年次）のテーマとしてとりあげ、③ゼミナールの学生グループがテーマごとに設ける地域連携アドバイザー（市担当者、関係団体の職員等）との緊密な連携と専門教員の指導の下に、④専門知識とスキルを応用してフィールド調査等の作業を行い、⑤地域活性化に貢献するとともに、その活動を広報し、地域社会にフィードバックすることである。

#### (2) プログラムの趣旨・目的

長岡大学は地域の産業界のニーズに対応した「幅広い職業人」の育成を第一の使命として設立された。長岡大学の教育の基本は社会人基礎力とビジネス展開能力（企画力、提案力）の育成、ビジネスの現場に直結した専門的な知識とスキルの習得である。この考えを実現するため、地域の産業界との緊密な連携の下に実践的教育を展開する「産学融合型専門人材開発プログラムー長岡方式ー」を確立した。

本プログラムは既に確立している長岡大学の教育プログラムをさらに発展させ、産業界だけでなく、まちづくりや生活環境の改善など地域社会のニーズにも貢献で

きる人材を育成することを第一のねらいとしている。長岡地域は、この11年の間に「7.13水害」、「中越大震災」、「豪雪」と多くの災害にみまわれてきた。そのような経験の中で、地域社会が必要とした人材は、自分で判断して行動できる実践力のある人材であった。本取組は、学生をこのような地域が求める人材に育て上げることを目的としている。

### (3) 学生教育の目標、養成する人材像

本学の基本理念に対応して、長岡大学改革宣言（平成16年10月発表）において、本学の教育の目標を次のように掲げた。

地域社会、地域の企業と連携し、地域の産業界のニーズに直結した長岡大学独自の「ビジネス能力開発プログラム」を展開し、ビジネスを発展させるための企画を立て、提案し、実行させる能力と人間力のある人材を創造する。

さらに、学生に対して「毎日の学生生活で充実感を、レベルアップを確認して達成感を、卒業のときに4年間を振り返って満足感を」実感してもらうことを約束している。

本取組は、上記のような本学の教育の目標と学生に対するコミットメントを達成することと、本学の基本理念を具体的に実践することを目指した教育プログラムの一環である。

本プログラムは、産業界ばかりでなく、市民活動やNPO等の非営利的な活動をも含めて、地域社会と連携し、地域の活性化に貢献できる実践力のある人材育成を目指すものである。

### (4) 設定する学生教育の目標と養成する人材像のニーズ

本取組における学生教育の目標は、

- ① 社会人基礎力(アクション力、シンキング力、チームワーク力)の向上
- ② ビジネス展開能力(企画・提案力・実行力)の向上
- ③ 専門的技法に関するスキルの向上

である。

専門的技法として学習するものは、情報・データ収集技法(情報検索、インターネット活用)、統計分析技法(統計の読み方、表計算ソフトの応用)、社会調査技法(アンケート、インタビュー)、レポート作成法、プレゼンテーション技法などである。なお、専門的技法については「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—平成19年度活動報告書」(平成20年3月、長岡大学)を参照されたい。

上記の能力と技法を身につけ、実際に長岡地域の社会的問題に関わった学生は、地域社会が必要とする、自分で判断して行動できる実践力のある人材として歓迎されると考えている。

#### (5) 目標を達成するための教育プログラム

本プログラムは、3、4年次のゼミナールにおける問題解決型教育（Problem-based Learning、Project-based Learning、PBL）＝体験・参加型教育の実践により、学生の企画・提案力の向上を図ろうとするものである。プログラムは大きく、

- ① 実課題の設定（地域社会が実際に解決したいと考えている問題を理解した上で、取り組むべき実課題の設定を行う）
- ② 参考になる情報やデータの収集（実課題に関する調査報告、統計データ、論評、過去の実績等を収集し要点を整理する）
- ③ フィールド調査の実施（アンケート調査やヒアリング調査、市民活動への参加を通じて、市民や産業界が真に求める施策や地域が活性化するための方策を検討し実際に活動する）
- ④ 報告書の作成と発表（調査検討を通じて得られた知見をもとに報告書の作成を行うとともに、行政当局、市民団体、企業等の関係者、市民に対して活動報告を行う）

の4つのステップで構成されるが、課題の選択、活動の内容等によって具体的な方法は様々なものになる。それについては「4.2 取組結果の概要」を参照されたい。



## 第2章 平成28年度取組の経過

### 2.1 本年度取組の経過

平成28年度の「学生による地域活性化プログラム」の主な実施経過は次のとおりである。  
<平成28年度取組の経過>

4月28日（木）	平成28年度第1回地域活性化プログラム運営部会開 （以後毎月1回開催）
5月26日（木）	平成28年度第2回地域活性化プログラム運営部会開催
6月23日（木）	平成28年度第3回地域活性化プログラム運営部会開催
6月29日（水）	平成28年度第1回地域活性化プログラム推進協議会開催 於：長岡大学
7月28日（木）	平成28年度第4回地域活性化プログラム運営部会開催
8月24日（水）	平成28年度第5回地域活性化プログラム運営部会開催
9月28日（水）	平成28年度第6回地域活性化プログラム運営部会開催
10月11日（火）	高橋ゼミ：中間レビュー
10月18日（火）	広田ゼミ：中間レビュー
10月27日（木）	平成28年度第7回地域活性化プログラム運営部会開催
10月29日（土） ～30日（日）	悠久祭（大学祭）において、地域活性化プログラムの活動を紹介
10月31日（月）	橋長ゼミ：中間レビュー
11月1日（火）	山川ゼミ：中間レビュー
11月7日（月）	村山ゼミ：中間レビュー
11月19日（土）	鯉江ゼミ：中間レビュー
11月22日（火）	権ゼミ：中間レビュー
11月24日（木）	平成28年度第8回地域活性化プログラム運営部会開催
11月29日（火）	権ゼミ：中間レビュー
12月3日（土）	平成28年度地域活性化プログラム成果発表会開催 於：ホテルニューオータニ長岡 NCホール
12月14日（水）	平成28年度第2回地域活性化プログラム推進協議会・交流会開催 於：長岡大学
12月22日（木）	平成28年度第9回地域活性化プログラム運営部会開催
1月26日（木）	平成28年度第10回地域活性化プログラム運営部会開催
2月23日（木）	平成28年度第11回地域活性化プログラム運営部会開催
3月21日（火）	平成28年度地域活性化プログラム活動報告書発行（合冊並びに各取組ごと8分冊）

## 2.2 平成 28 年度の学生による地域活性化プログラム取組ゼミ

本年度は7ゼミの取組が実施された。各取組の活動報告については「第4章 取組結果のまとめ」を、学生が作成した成果報告については「第Ⅱ部 学生による活動報告」を参照されたい。

<取組ゼミとテーマ>

ゼミ名	テーマ
権 五景 ゼミ	十分杯で長岡を盛り上げよう！
村山 光博 ゼミ	企業ホームページの改善による効果の確認
橋長真紀子ゼミ	未来の農業革新Ⅲ～地産地消を通じた循環型社会への貢献～
高橋 治道 ゼミ	地域の文化と伝統をつなぐ ～高橋九郎生誕 165 周年を記念する活動～
山川 智子 ゼミ	長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信
広田 秀樹 ゼミ	グラスルーツグローバルイゼーション ～草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進～
権 五景 ゼミ	酒粕で長岡を盛り上げよう！
鯉江 康正 ゼミ	「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献

(注) 成果発表会での発表順および「第Ⅱ部 学生による活動報告」の掲載順である。



## 2.3 平成28年度の推進体制

平成28年度の「学生による地域活性化プログラム」の推進体制は、次のとおりである。

### <総合アドバイザー>

(敬称略)

所 属	職 名	氏 名
長岡市地方創生推進部政策企画課	課長	佐藤 実
株式会社パルメソ	代表取締役	松原 亨

### <地域連携アドバイザー>

所 属	職 名	氏 名
長岡歯車資料館	館長	内山 弘
長岡市青少年育成センター	所長	渡辺 茂
NPO法人長岡産業活性化協会NAZE	事務局長	山田 哲也
株式会社アルモ	代表取締役社長	柴木 樹
長岡市農林水産部 農水産政策課	課長	五十嵐 智行
山古志こだわり屋	代表	諏訪 弥須雄
長岡市神谷区	区長	白井 湛
NPO法人ながおか生活情報交流ねっと	理事長	桑原 眞二
越路もみじの会	ボランティアガイド隊長	廣川 篤
新潟大学 人文社会教育科学系	准教授	村山 敏夫
よもぎひら温泉 和泉屋	常務	金内 智子
コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク	代表	大出 恭子
フェアトレードショップ ら・なふう	オーナー	若井 由佳子
越銘醸株式会社	取締役製造部長	浅野 宏文
特定非営利活動法人まちなか考房	事務局長	大沼 広美
まちの駅里山ログハウス	駅長	中川 一男
長岡市市民協働推進部市民協働課	主査	岩嶋 雄人

### <学内推進委員>

ゼミ担当教員	准教授	権 五景	ゼミ担当教員	教 授	山川 智子
ゼミ担当教員	教 授	村山 光博	ゼミ担当教員	教 授	広田 秀樹
ゼミ担当教員	講 師	橋長真紀子	ゼミ担当教員	教 授	鯉江 康正
ゼミ担当教員	教 授	高橋 治道			

(注) 成果発表会での発表順および「第Ⅱ部 学生による活動報告」の掲載順である。

### 第3章 本取組における学生教育の評価

地域活性化プログラムにおける学生教育の目標は、

- ① 社会人基礎力（アクション力、シンキング力、チームワーク力）の向上、
  - ② ビジネス展開能力（企画・提案力・実行力）の向上、
  - ③ 専門的技法に関するスキルの向上、
- にある。

#### 3.1 社会人基礎力の評価

社会人基礎力が伸びたかどうかについては、学生に「社会人基礎力診断シート(学生用)アンケート」(参考資料3)を実施した。また、地域活性化プログラム運営部会の構成員であるゼミ担当教員には、同様の「社会人基礎力診断シート(教員用)アンケート」(参考資料4)を実施した。

アンケートは、取組に参加した学生一人一人を対象に、社会人基礎力の変化を評価する形で実施した。したがって、学生は自己評価(有効回収数64)であり、教員は各ゼミ学生についての評価である。

##### (1) アクション力の評価

アクション力に関する指標は、[主体性]、[働きかけ力]、[実行力]である。

###### ① 主体性

取組に「進んで取り組んだ」と答えている学生は65.6%で、教員評価では59.4%となっている。学生と教員の評価を比較すると、教員評価の方が6.2ポイント低くなっているが、昨年度の教員評価は48.5%であったので、10.9ポイント高くなっている。

Q1. [主体性] あなた(この学生)は、進んで取り組みましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 進んで取り組んだ	42	41	65.6%	59.4%
2. あまり進んで取り組めなかった	22	21	34.4%	30.4%
3. 取り組めなかった	0	7	0.0%	10.1%
無回答	0	0	0.0%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%



## ② 働きかけ力

取組の実施にあたって他の人に積極的に働きかけたかどうかについては、「積極的に働きかけた」と回答している学生が43.8%で、教員が43.5%となっている。学生と教員の評価を比較すると、教員評価の方が0.3ポイント低くなっている。「あまり働きかけられなかった」「ほとんど働きかけなかった」と回答している学生は56.3%で、教員の評価では56.5%となっている。

昨年度の「積極的に働きかけた」学生は48.5%であったので、4.7ポイント低く、また教員は39.7%であったので、3.8ポイント高くなっている。

Q2. [働きかけ力] あなたは、取組の実施にあたって他の人に働きかけましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 積極的に働きかけた	28	30	43.8%	43.5%
2. あまり働きかけられなかった	32	28	50.0%	40.6%
3. ほとんど働きかけなかった	4	11	6.3%	15.9%
無回答	0	0	0.0%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

## ③ 実行力

取組にあたって確実に実行できたかどうかについては、「確実に実行できた」と回答している学生が59.4%で、教員が62.3%と、学生と教員の評価を比較すると、教員評価の方が2.9ポイント高くなっている。「あまり実行できなかった」「ほとんど実行できなかった」と回答している学生は40.7%で、教員評価では37.7%となっている。

昨年度の「確実に実行できた」学生は67.6%であったので、8.2ポイント低く、また教員は61.8%であったので、0.5ポイント高くなっている。

Q3. [実行力] あなたは、取組を確実に実行できましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 確実に実行できた	38	43	59.4%	62.3%
2. あまり実行できなかった	22	16	34.4%	23.2%
3. ほとんど実行できなかった	4	10	6.3%	14.5%
合計	64	69	100.0%	100.0%



#### ④ アクション力

取組前と比較して、アクション力が「上昇した」と回答している学生は76.6%で、教員は59.4%とアクション力の総合評価でも上昇した学生が多いことが分かる。

昨年度の「上昇した」学生は67.6%であったので、9.0ポイント高く、また教員は55.9%であったので、3.5ポイント高くなっている。

とりわけ、学生は「上昇した」と回答している割合が高くなっており、総合的には成長を実感しているものと思われる。

Q4. 取組前と比較して、アクション力は、上昇したと思いますか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 上昇した	49	41	76.6%	59.4%
2. あまり上昇しなかった	12	15	18.8%	21.7%
3. ほとんど変化がなかった	2	13	3.1%	18.8%
無回答	1	0	1.6%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

#### (2) シンキング力の評価

シンキング力に関する評価項目は、[課題発見力]、[計画力]、[創造力]である。

##### ① 課題発見力

課題を「明らかにできた」と回答している学生は65.6%であり、教員評価では43.5%となっている。学生と教員の評価を比較すると、教員評価の方が22.1ポイント低くなっている。昨年度の「明らかにできた」学生は54.4%であったので、11.2ポイント高く、また教員も41.2%であったので、2.3ポイント高くなっている。

学生と担当教員との「課題としてとらえ方」という認識の一致が見られないので、今後積極的な指導が期待される。

Q5. [課題発見力] あなたは、課題を明らかにできましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 明らかにできた	42	30	65.6%	43.5%
2. あまり明らかにできなかった	20	27	31.3%	39.1%
3. ほとんど明らかにできなかった	2	12	3.1%	17.4%
無回答	0	0	0.0%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%



## ② 計画力

課題解決の準備については、「準備できた」と回答している学生が57.8%で、教員評価では44.9%となっている。教員評価が学生評価に比べて12.9ポイント低くなっている。

昨年度の「準備できた」学生は52.9%であったので、4.9ポイント高く、また教員は48.5%であったので、3.6ポイント低くなっている。

学生と教員の間では、計画に関する認識に相違がみられる。その要因として、学生は自分自身で最終目標を捉えて計画することが乏しく、教員は最終的に効果がどのように現れるのかを予測する。その点がポイントの差となっていると考えられる。

Q 6. [計画力] あなたは、課題解決の準備ができましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 準備できた	37	31	57.8%	44.9%
2. あまり準備できなかった	24	26	37.5%	37.7%
3. ほとんど準備できなかった	2	12	3.1%	17.4%
無回答	1	0	1.6%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

## ③ 創造力

新しいアイデアを出せたかという質問に対して、「十分出せた」と回答している学生の割合は32.8%で、教員評価では36.2%という結果になっている。

昨年度の「十分出せた」学生は29.4%であったので、3.4ポイント高く、また教員も36.8%であったので、0.6ポイント低くなっている。

取組の検討段階で、実際には多くの学生がいくつかのアイデアを出せているが、実行に移そうという段になって行動に移せない面が見られる。取組内容にも関係するかもしれないが、自分が出しているアイデアをなかなか実行に移せないことが影響しているように思われる。

Q 7. [創造力] あなたは、新しいアイデアを出せましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 十分出せた	21	25	32.8%	36.2%
2. あまり出せなかった	42	32	65.6%	46.4%
3. ほとんど出せなかった	1	12	1.6%	17.4%
合計	64	69	100.0%	100.0%



#### ④ シンキング力

取組前と比較してシンキング力が向上したかどうかについては、「上昇した」と回答している学生は65.6%で、教員評価では47.8%となっている。「ほとんど変化がなかった」と回答している学生は4.7%で、教員は20.3%で、学生と教員の乖離が大きい。

昨年度の「上昇した」学生は57.4%であったので、8.2ポイント高く、また教員は48.5%であったので、0.7ポイント低くなっている。

この結果から、本取組は個人の感じ方もあるが、昨年度に比較すると学生評価は「アクション力」「シンキング力」ともに成長したとなっているが、教員評価は反対である。

Q 8. 取組前と比較して、シンキング力（課題発見力、計画力、創造力）は、  
上昇したと思いますか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 上昇した	42	33	65.6%	47.8%
2. あまり上昇しなかった	17	22	26.6%	31.9%
3. ほとんど変化がなかった	3	14	4.7%	20.3%
無回答	2	0	3.1%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

### (3) チームワーク力の評価

チームワーク力に関する指標は、[発信力]、[傾聴力]、[柔軟性]、[状況把握力]、[規律性]、[ストレスコントロール力]である。

#### ① 発信力

自分の意見を相手に伝えられたかどうかについて、「十分伝えられた」と回答している学生の割合は60.9%で、教員評価では53.6%となっており、教員評価の方が7.3ポイント低くなっている。

「あまり伝えられなかった」、「ほとんど伝えられなかった」を合わせると学生の割合は37.5%、教員評価では46.3%である。

昨年度の「十分伝えられた」学生は55.9%であったので、5.0ポイント高く、また教員も54.4%であったので、0.8ポイント低くなっている。

Q 9. [発信力] あなたは、自分の意見を相手に伝えられましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 十分伝えられた	39	37	60.9%	53.6%
2. あまり伝えられなかった	23	25	35.9%	36.2%
3. ほとんど伝えられなかった	1	7	1.6%	10.1%
無回答	1	0	1.6%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%



## ② 傾聴力

相手の意見を聞けたかどうかの傾聴力については、「十分聞けた」と回答している学生の割合は90.6%で、教員評価でも78.3%となっている。

「発信力」は低い、「傾聴力」は高いという傾向は毎年同じである。

昨年度の「十分聞けた」学生は77.9%であったので、12.7ポイント高く、また教員も73.5%であったので、4.8ポイント高くなっている。

Q10. [傾聴力] あなたは、相手の意見を聞けましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 十分聞けた	58	54	90.6%	78.3%
2. あまり聞けなかった	6	8	9.4%	11.6%
3. ほとんど聞けなかった	0	7	0.0%	10.1%
無回答	0	0	0.0%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

## ③ 柔軟性

意見の違いなどを理解したかどうかについては、「十分理解した」と回答している学生の割合が79.7%、教員評価では79.7%となっている。

昨年度の「十分理解した」学生は75.0%であったので、4.7ポイント高く、また教員は70.6%であったので、9.1ポイント高くなっている。

Q11. [柔軟性] あなたは、意見の違いなどを理解しましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 十分理解した	51	55	79.7%	79.7%
2. あまり理解しなかった	13	8	20.3%	11.6%
3. ほとんど理解しなかった	0	6	0.0%	8.7%
無回答	0	0	0.0%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

## ④ 状況把握力

周囲の人や物事との関係をよく理解したかという質問に対しては、「十分理解した」と回答している学生の割合は62.5%で、教員評価は62.3%となっている。教員評価の方が0.2ポイント低くなっている。昨年度の「十分理解した」学生は52.9%であったので、9.6ポイント高く、また教員も63.2%であったので、0.9ポイント低くなっている。

Q12. [状況把握力] あなたは、周囲の人や物事との関係を良く理解しましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 十分理解した	40	43	62.5%	62.3%
2. 一定に理解した	22	18	34.4%	26.1%
3. ほとんど理解しなかった	1	8	1.6%	11.6%
無回答	1	0	1.6%	0.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

⑤ 規律性

ルールや約束を守ったかどうかについては、「守った」と回答している学生の割合が84.4%で、教員評価では76.8%となっている。教員評価の方が7.6ポイント低くなっている。

昨年度の「守った」学生は83.8%であったので、0.6ポイント高く、また教員は76.5%であったので、0.3ポイント高くなっている。

Q 13. [規律性] あなたは、ルールや約束を守りましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 守った	54	53	84.4%	76.8%
2. あまり守れなかった	10	16	15.6%	23.2%
合計	64	69	100.0%	100.0%

⑥ ストレスコントロール力

ストレスをうまく解消できたかという質問に対して「うまく解消できた」と回答している学生の割合は68.8%で、教員評価では68.1%となっている。教員評価の方が0.7ポイント低くなっている。昨年度の「うまく解消できた」学生は77.9%であったので、9.1ポイント低く、また教員も82.4%であったので、14.3ポイント低くなっている。

Q 14. [ストレスコントロール力] あなたは、ストレスをうまく解消できましたか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. うまく解消できた	44	47	68.8%	68.1%
2. あまり解消できなかった	20	22	31.3%	31.9%
合計	64	69	100.0%	100.0%

⑦ チームワーク力

取組前と比較して、チームワーク力が上昇したかどうかについては、学生の71.9%が「上昇した」と回答している。教員評価では66.7%となっている。昨年度の「上昇した」学生は80.9%であったので、9.0ポイント低く、また教員も72.1%であったので、5.4ポイント低くなっている。

Q 15. 取組前と比較して、チームワーク力は、上昇したと思いますか。

回 答	学生	教員	学生	教員
1. 上昇した	46	46	71.9%	66.7%
2. あまり上昇しなかった	16	14	25.0%	20.3%
3. ほとんど変化がなかった	2	9	3.1%	13.0%
合計	64	69	100.0%	100.0%

#### (4) 3つの社会人基礎力の比較

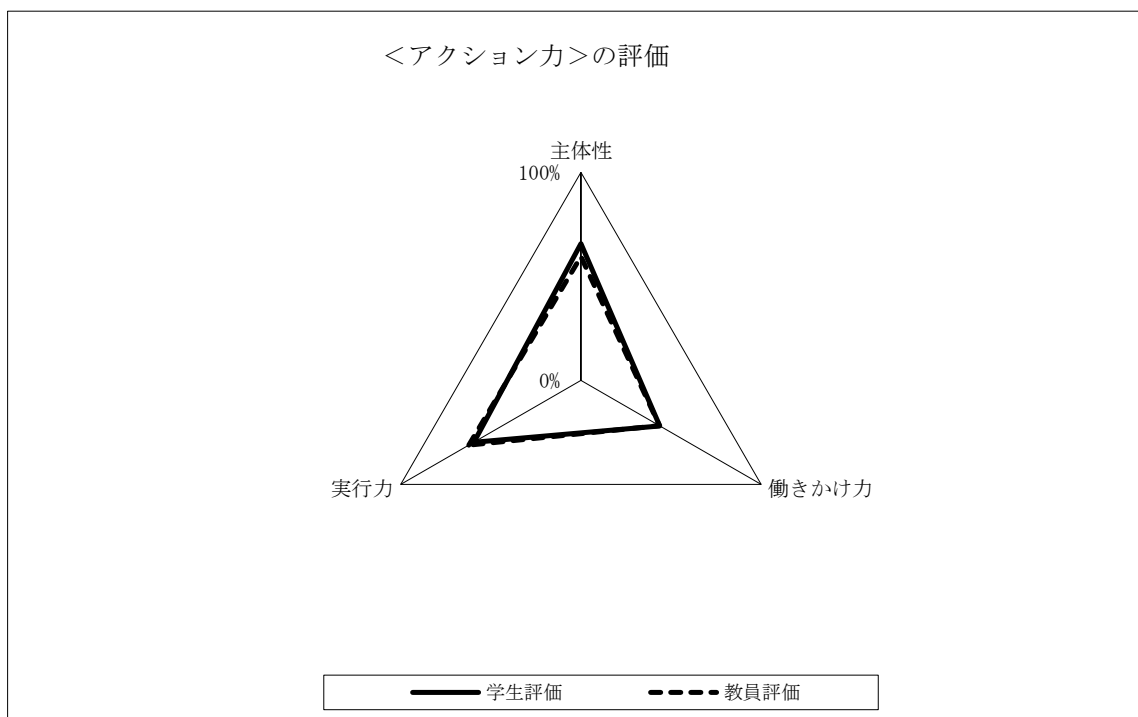
以上3つの社会人基礎力の評価結果を図示すると、次のとおりである。

##### ① アクション力

アクション力では、例年通り、働きかけ力の評価が、学生、教員ともに低くなっている。

アクション力の3つの指標を比較すると、今年度の学生も、昨年度と同様に主体的には取り組めたと思っている学生の割合が65.6%と高いが、教員の評価は59.4%である。学生はそれなりに積極的に活動していると感じている一方で、教員はもう一步踏み出してほしいという期待感を持っているようである。

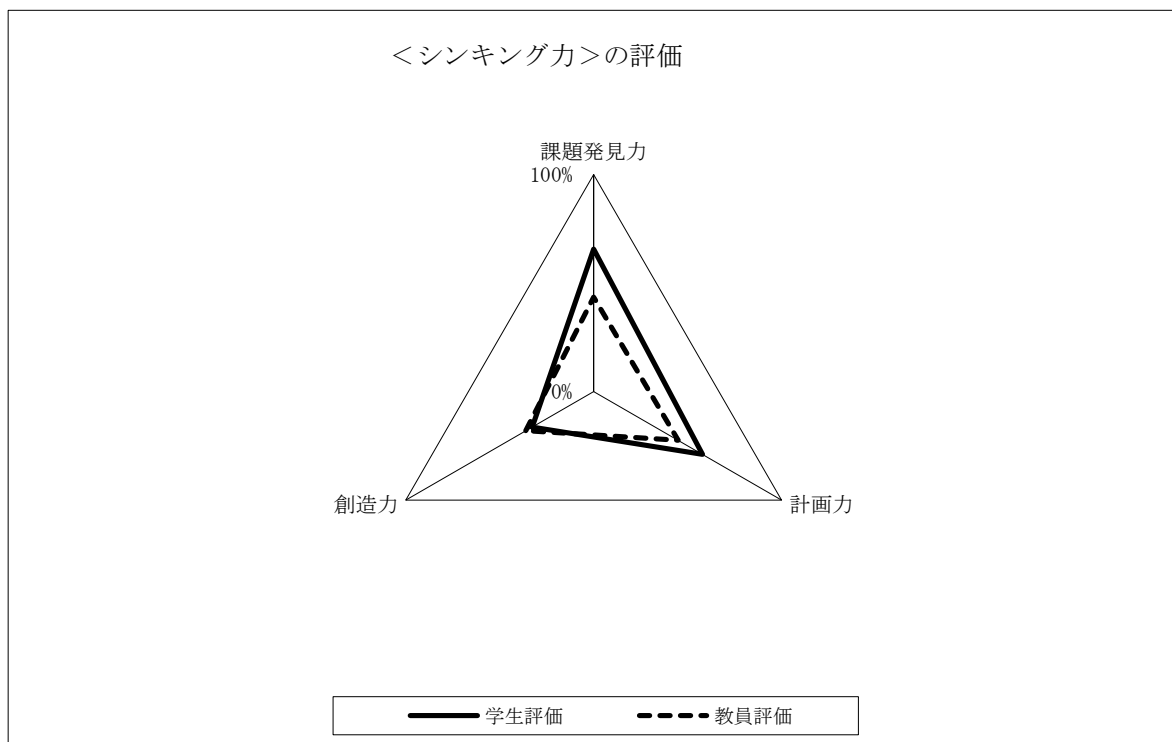
<アクション力>の評価		学生評価	教員評価
主体性	進んで取り組んだ学生の割合	65.6%	59.4%
働きかけ力	積極的に働きかけた学生の割合	43.8%	43.5%
実行力	確実に実行できた学生の割合	59.4%	62.3%



② シンキング力

課題発見力は、学生では65.6%であるが、教員は43.5%であり、22.1ポイントと乖離がみられる。計画力は学生では57.8%で、教員は44.9%であった。創造力では、学生の自己評価が概ね3割と特に低い。教員評価でも創造力については厳しいものになっているが、学生の自己評価よりも3.4ポイント高い。例年のことであるが、シンキング力が弱い傾向があり、この点をどのようにして伸ばしていくかが課題として残った形である。

<シンキング力>の評価		学生評価	教員評価
課題発見力	明らかにできた学生の割合	65.6%	43.5%
計画力	準備できた学生の割合	57.8%	44.9%
創造力	十分出せた学生の割合	32.8%	36.2%

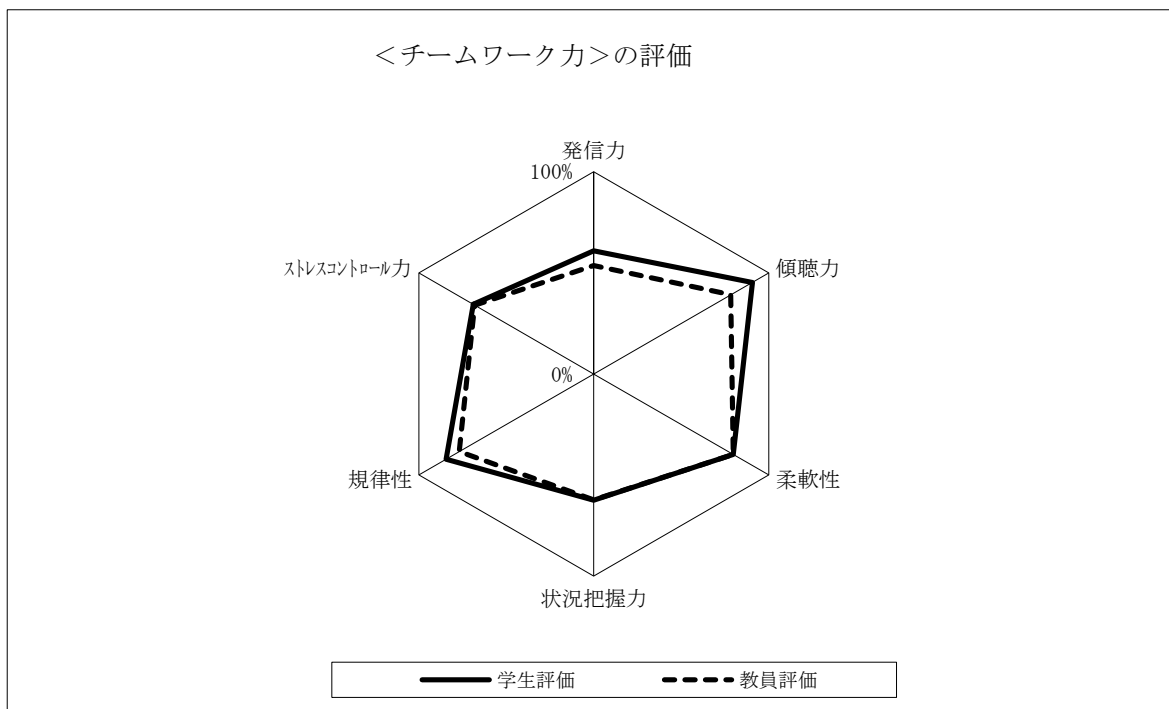


③ チームワーク力

チームワーク力は、「アクション力」や「シンキング力」よりも学生評価と教員評価の類似性が高い。個別にみると、傾聴力、柔軟性、規律性で、評価が高くなっている。

学生の自己評価も同様であるが、教員の評価が発信力と状況把握力が低い点は、今後指導を強めていく必要がある。

<チームワーク力>の評価		学生評価	教員評価
発信力	十分伝えられた学生の割合	60.9%	53.6%
傾聴力	十分聞いた学生の割合	90.6%	78.3%
柔軟性	十分理解した学生の割合	79.7%	79.7%
状況把握力	十分理解した学生の割合	62.5%	62.3%
規律性	守った学生の割合	84.4%	76.8%
ストレスコントロール力	うまく解消できた学生の割合	68.8%	68.1%



#### ④ 社会人基礎力の上昇度

3つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、学生の自己評価と教員評価の間に乖離があり、アクション力、シンキング力で学生評価の方が高くなっている。

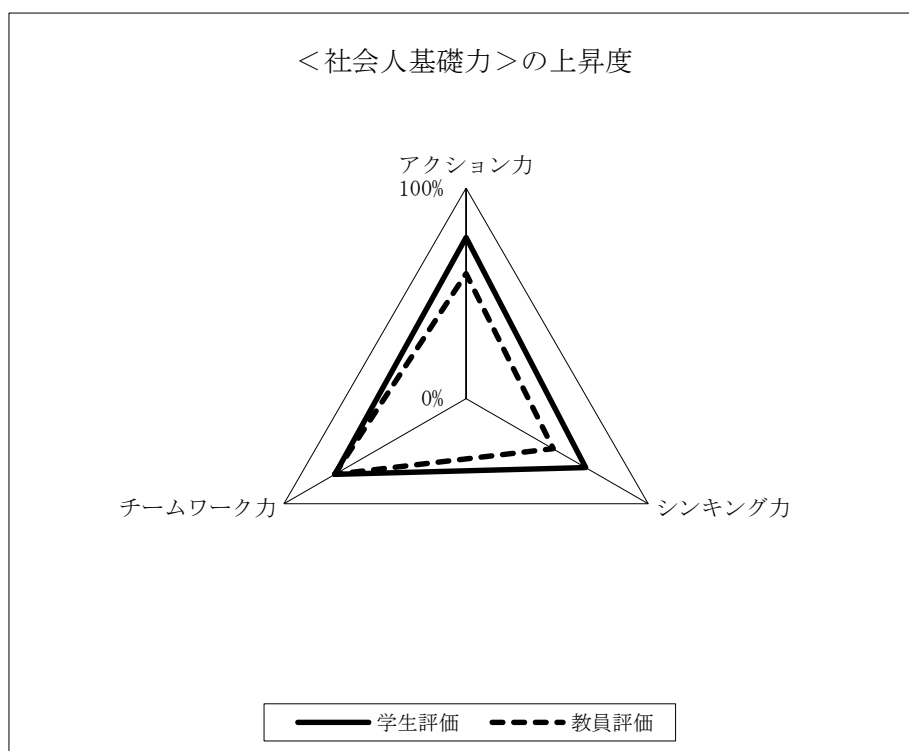
特に学生評価で高いのは、アクション力76.6%である。地域活性化プログラムの取組みの中で、学生が自分なりに挑戦している姿勢が伺える。社会人基礎力を習得するための効果が表れている。

また、乖離ポイントを見てみると、アクション力が17.2ポイント、シンキング力が17.8ポイントである。この数値が高いか低いかは評価が分かれるところであるが、プログラムとしては一応の成功がみられる。

今後の取組においては、今年度の結果に表れている学生評価と教員評価との差を小さくすると同時に全体的な上昇度を高めていくことに対して、継続的に検討していく必要がある。

＜社会人基礎力＞の上昇度

		学生評価	教員評価
アクション力	上昇した学生の割合	76.6%	59.4%
シンキング力	上昇した学生の割合	65.6%	47.8%
チームワーク力	上昇した学生の割合	71.9%	72.1%



### 3.2 ビジネス展開能力の評価

ビジネス展開能力（企画、提案）については、『成果発表会』において、参加者（地域連携アドバイザー、一般参加者、本学学生、本学教職員）に対して、「地域活性化プログラム成果発表会意見シート（参考資料5）」にて、取組の評価等をいただいた。

意見シートは、186名に対して152名回収できた。回収率は81.7%である。当日は9取組の発表がなされた。

#### (1) 取組テーマ（タイトル）と内容の合致

取組テーマ（タイトル）と内容の合致については、「合致していた」との回答が全体で93.1%であった。活動を進めるなかで活動の範囲や方向性が変わった取組もあったようであるが、タイトルは非常に重要であり、この点は担当教員が指導していくことが望まれる。

Q1 取組テーマ（タイトル）と内容は合致していましたか。							
		合致していた	あまり合致していない	合致していなかった	小計	無回答	合計
	アドバイザー17人	118	15	1	134	2	136
	一般40人	236	30	2	268	52	320
実数（人）	学生138人	984	50	1	1,035	69	1,104
	教職員26人	189	14	0	203	5	208
	合計221人	1,527	109	4	1,640	128	1,768
	アドバイザー17人	88.1	11.2	0.7	100.0		
	一般40人	88.1	11.2	0.7	100.0		
構成比（%）	学生138人	95.1	4.8	0.1	100.0		
	教職員26人	93.1	6.9	0.0	100.0		
	合計221人	93.1	6.6	0.2	100.0		

#### (2) 取組は地域活性化に役立つ

各取組の地域活性化については、「役立つ」という回答は、全体で77.5%であった。アドバイザーは82.0%と取組の役立ち割合が高いが、一般参加者は78.2%とやや低く、両者の差は3.8ポイントである。さらに一般参加者では、「どちらともいえない」が20.3%とやや高く、取組内容が地域活性化となるか想定できないものとなっている。一方、本学学生は77.0%が「役立つ」と感じており、取組への理解度が伺える。

Q2 この取組は地域活性化に役立つと思いますか。							
		役立つ	どちらともいえない	役立たない	小計	無回答	合計
	アドバイザー17人	109	23	1	133	3	136
	一般40人	208	54	4	266	54	320
実数（人）	学生138人	798	217	21	1,036	68	1,104
	教職員26人	157	47	2	206	2	208
	合計221人	1,272	341	28	1,641	127	1,768
	アドバイザー17人	82.0	17.3	0.8	100.0		
	一般40人	78.2	20.3	1.5	100.0		
構成比（%）	学生138人	77.0	20.9	2.0	100.0		
	教職員26人	76.2	22.8	1.0	100.0		
	合計221人	77.5	20.8	1.7	100.0		

### (3) 取組の評価

取組の評価については、「高く評価できる」が55.4%であった。また、「評価できる」まで加えると92.4%でそれなりに取組が評価されていることがわかる。昨年度の82.5%と比較すると、9.9ポイント高くなっている。本学学生についてみると両者の合計は94.9%である。この結果からも、シンポジウム等への参加機会や学生間の交流機会を増やしていくことが、学生の興味を引き起こし、社会人基礎力を向上させたり、ビジネス展開能力を養成したりするために必要であると思われる。

Q3 学生の取組として評価できると思いますか。								
		高く評価できる	評価できる	やや物足りない	あまり評価できない	小計	無回答	合計
実数 (人)	アドバイザー17人	60	61	13	0	134	2	136
	一般40人	127	113	25	4	269	51	320
	学生138人	626	358	48	5	1,037	67	1,104
	教職員26人	99	76	26	4	205	3	208
	合計221人	912	608	112	13	1,645	123	1,768
構成比 (%)	アドバイザー17人	44.8	45.5	9.7	0.0	100.0		
	一般40人	47.2	42.0	9.3	1.5	100.0		
	学生138人	60.4	34.5	4.6	0.5	100.0		
	教職員26人	48.3	37.1	12.7	2.0	100.0		
	合計221人	55.4	37.0	6.8	0.8	100.0		

### (4) 発表の仕方

発表については、「非常に優れていた」が48.7%、「優れていた」が42.1%で、この評価はかなり厳しいものではあるが、多くの学生が、壇上で一般市民をも含めた方々の前での発表は初めての経験であり、一応の評価はできるものと思われる。

このプログラムも地域活性化GPの取組から通算すると10年目である。学生の視点から地域活性化の必要性を考察するとともに、市民と一緒に活動していく必要がある。また、質疑応答に戸惑う学生を見受けられたので、資料準備や応用力、チームワーク力をもう一度指導していく必要もある。

Q4 発表の仕方についてどう感じましたか。								
		非常に優れていた	優れていた	やや問題あり	問題あり	小計	無回答	合計
実数 (人)	アドバイザー17人	44	82	8	0	134	2	136
	一般40人	108	133	26	0	267	53	320
	学生138人	573	377	71	10	1,031	73	1,104
	教職員26人	71	97	33	3	204	4	208
	合計221人	796	689	138	13	1,636	132	1,768
構成比 (%)	アドバイザー17人	32.8	61.2	6.0	0.0	100.0		
	一般40人	40.4	49.8	9.7	0.0	100.0		
	学生138人	55.6	36.6	6.9	1.0	100.0		
	教職員26人	34.8	47.5	16.2	1.5	100.0		
	合計221人	48.7	42.1	8.4	0.8	100.0		



## 第4章 取組結果のまとめ

平成27年度長岡大学「学生による地域活性化プログラム」のまとめとして、取組成果と今後の課題、各取組の概要を整理しておく。なお、各取組の詳細な内容は「第Ⅱ部 学生による活動報告」を参照されたい。

### 4.1 取組成果と今後の課題

本プログラムは学生の社会人基礎力、企画・提案力の開発と地域活性化への貢献を目指すものである。ここで本年度の成果と今後の課題を簡単にまとめておく。

- ① 取組に熱心に参加した学生については、社会人基礎力のうち、アクション力とチームワーク力はかなり向上したと思われる。また、シンキング力については、教員評価ではその成長度合いが他の2つの「力」よりも低かったものの、提案（地域活性化GPの主たる目的）から実際の活動にウエイトを変えたことにより、自分たちで考えて行動する力の成長は数値以上にみられた。
- ② 専門的技法の活用能力についても、活動の中心となっている学生は真剣で成長がみられたが、基礎調査や情報処理が苦手な学生もおり、彼らをどのようにして取組に積極的に参加させ能力アップを図っていくかの方策の検討が必要であろう。
- ③ 地域活性化への貢献については、アンケートやヒアリングの実施、地域イベントへの参加、ボランティア活動への参加を通して、かなり満足のいく結果が得られていると感じている。また、今年度の成果としては、取組10年目のゼミも多く、学生が調査の進め方をかなり身につけてきている点あげられる。しかしながら、非常に積極的に地域に入り込み活動していく学生がいる一方で、自主性という点についてはまだまだ足りない面も見られる学生がいることは事実である。大学である以上、4年生は卒業していくことになるので、3年生が次の3年生にどう活動を伝えていくかが重要なポイントになると思われる。なお平成26年度から2年生の参加が認められ、少人数ではあるがある程度の成果が得られた。次年度以降も2年生の参加を促し、学生が早期から地域の実課題にじっくりと取り組める環境を整えていきたい。
- ④ 一部のゼミでは次年度の活動について議論を始めており、実際に街へ出て活動しようという機運も見られる。次年度以降も取組が継続されるため、地域社会からの応援をお願いしたい。1年間お世話になった皆様、ありがとうございました。今後とも、ご指導、ご鞭撻のほど、よろしく願い申し上げます。

### 4.2 取組結果の概要

以下、本年度の取組結果の概要をパネルで紹介して、第Ⅰ部のまとめとしたい。

平成28年度 学生による地域活性化プログラム

権 五景  
ゼミナール

# 十分杯で長岡を盛り上げよう！

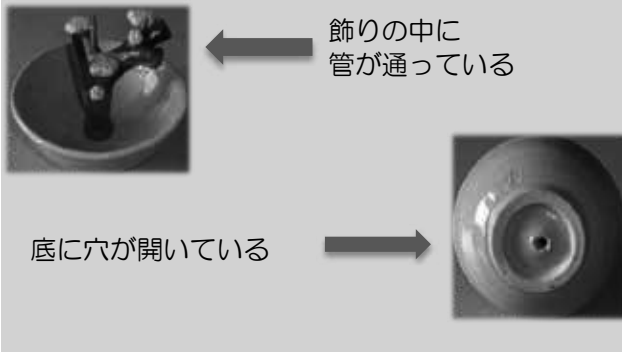


【参加学生】 4 年生 中澤司  
3 年生 大滝皓史 小布山大喜 早川裕章  
周 天奇  
2 年生 佐野毅 水落柊哉

【アドバイザー】 長岡歯車資料館 館長 内山 弘氏  
長岡市青少年育成センター 所長 渡辺 茂氏

## ほかの杯と大きく異なる4つの点

- ① 杯なのに底に穴がある。
- ② 杯の中に「飾り」という突起がある。
- ③ 飾りの中は管が通っている。
- ④ この杯に一定の量(8分目程度)を超えて注ぐと中に入っていたすべてのお酒が底の穴から漏れてしまう。



## 長岡と十分杯の関わり

長岡藩と十分杯の出会いは三代藩主牧野忠辰公(まきのただとき 1665-1722)の時代にまで遡ります。忠辰公以前からも武士は簡素な生活を旨としていました。ところが、元禄時代(1688-1704 年)になると貨幣経済が発展し、戦国期の苦しい時代から民衆も生活水準が向上し、生活必需品以外を購入する余裕もでき、町人の生活が奢侈化するにつれて武士たちも同調し華やかな生活をするようになりました。長岡藩も例外ではなかったのですが、高田城二の丸請収のための出費、度重なる水害で藩の財政が悪くなっていました。そこに、塚越という領民(おそらく庄屋)の持参した十分杯に忠辰公が感銘を受けて詩を詠み、処世訓としたことから長岡に十分杯が知られることになりました。忠辰公は、十分杯が持つ「満つれば欠く」という処世訓を藩士に示すことで、財政を引き締める一方で、武士としての戒めを大事にしたと思われます。

まちキャン  
十分杯講座  
での活動風景



酒の陣と観光列車  
越乃 Shu \* Kura  
での活動風景



平成28年度 学生による地域活性化プログラム

村山光博  
ゼミナール

# 企業ホームページの改善による 効果の確認



【参加学生】

4 年生 内山絵美 河村信太郎 佐々木圭太 福崎秀一郎  
山田和弥 山田里津子 山本幸之介  
3 年生 尾木和磨 菊地紘基 宋超

【アドバイザー】

NPO法人長岡産業活性化協会NAZE 事務局長 山田哲也 氏  
株式会社アルモ 代表取締役社長 柴木樹 氏

## 取組みの目的

企業の自社ホームページにおいて、各社のターゲット（対象者）に合わせた情報をより効果的に発信できるように改善を図ることで、ホームページへのアクセス数の増加から問い合わせや引き合いの増加へとつなげ、地域企業の活性化を目指す。

## 取組みの意義

- ・ 自社ホームページの改善に向けて企業の業務内容、得意な技術、製品の特徴等を整理することにより、他社との違いや強みを明らかにすることができる。
- ・ 企業のホームページを学生グループが第三者的な立場から評価することで、いろいろな視点からわかりやすいホームページを目指す。
- ・ ヒアリング調査やホームページ情報の調査等を通して企業研究を行うことで、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

## 活動の枠組みと方法

- ・ 本取組みは、NPO法人長岡産業活性化協会NAZEの「企業ホームページ改善支援事業」との連携事業である（平成22年度より）。
- ・ これまでの活動では、NAZEの会員企業からホームページを改善したいという意欲のある企業を募集し、各年度で2～3社を対象として学生グループが各企業のホームページに対する改善提案を行ってきた。
- ・ これまでは改善提案にとどまっていたが、今後はリニューアル（改善）後の効果の確認や評価にも取組んでいきたい。

## 活動の概要

- ・ NAZE事務局を訪問し、NAZEの事業内容等についてヒアリング調査を行った。
- ・ ホームページ改善対象企業の3社をそれぞれ訪問し、業務概要やホームページの運用状況等のヒアリング調査と工場見学を行った。
- ・ 各社に対するヒアリング調査の結果と学生によるホームページの診断結果に基づいてホームページ改善案の策定を行った。
- ・ リニューアル後のNAZEのホームページを閲覧し、改善による効果の確認を行った。

## 取組みの成果

- ・ NPO法人長岡産業活性化協会NAZEの会員企業である小川コンベヤ株式会社、有限会社シンエー木型工業、株式会社タカハシの3社に対する自社ホームページの改善案を策定し、各社に提案した。
- ・ 昨年度の活動で改善提案を行ったNAZEのホームページが7月にリニューアルされたことから、リニューアル後のホームページの評価をゼミ内で行い、その結果を8月に開催されたNAZEの広報部会において発表した。



平成 28 年度「学生による地域活性化プログラム」 橋長ゼミナール

未来の農業革新Ⅲ — 地産地消を通じた循環型社会の貢献 —

研究目的

若者の就農率を上げるため、農業の魅力や楽しさを発信していくこと。若者に農業の楽しさを伝えるため、地産地消の取り組みを通じ長岡市の循環型社会への貢献に寄与する農業のあり方を検討することを研究目的とした。

研究方法

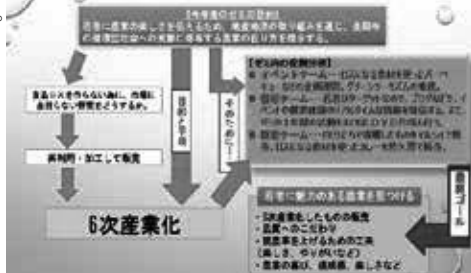
この6次産業化の事例を少しでも多くの人に知ってもらうため、農業の魅力や楽しさを発信できたらと考えた私たちは今年度、ゼミ内で「イベントチーム」、「情報チーム」、「販売チーム」の3つのチームに分けて活動を進めてきた。

橋長ゼミナール  
メンバー

橋長真紀子 講師、繪面伊央璃、金子雅人、齋藤拓海、佐藤裕貴、鈴木敢、長谷川嵩、三村勇貴  
五十嵐嵩生、須田滉介、薙澤雄樹、森本拓也、山崎隼斗、周天奇

研究の背景

今年度は、昨年度の提言内容を受け、若者の就農率を上げるためには、農業の魅力や楽しさを発信していくことが大切だと考えた。そこで、「若者に農業の楽しさを伝えるため、地産地消の取り組みを通じ、長岡市の循環型社会への貢献に寄与する農業のあり方を検討する」ことを研究目的とした。そこで、私たちが「循環型社会に貢献できる方法」として考えたのが、農作物のB級品など市場に出回らないような廃棄物を再利用し、加工して販売する「6次産業化」を行うことである。



2016 年度 活動内容

- 4 月：長岡市農水産政策課へヒアリング
- 6 月：山古志こだわり屋 収穫作業の手伝い
- 7 月：木沢ハウスで農家民宿体験
- 9 月：ゼミ合宿
- 6 月～9 月：山古志こだわり屋でのインターンシップ
- 10 月：悠久祭でカレーの販売
- 11 月：農業イベント
- 12 月：成果発表会

<各ゼミ生のインターンシップ活動>

- ・かぐら南蛮の生産、加工  
かぐら南蛮の手入れ、収穫の手伝い  
加工では南蛮みそのラベル貼の手伝い
- ・ばくばくマルシェでの販売  
アオーレで行われる市場で販売の手伝い
- ・山古志闘牛祭での販売  
山古志で行われた闘牛イベントの手伝い



<他県の6次産業化事例>

全国農業 地域 都道府県	農業生産 関連事業 の実績 数	事業種別別(取扱回数)							
		農産物の 加工	消費者 に 直接 販売	体験 農園等	観光 農園	農家 民宿	農産 レストラン	海外へ の輸出	その他
北海道	5,286	682	4,597	296	291	219	140	48	153
新潟	8,127	687	7,760	77	109	61	33	51	48
長野	12,618	2,644	11,044	210	592	242	77	45	101
高知	3,948	262	3,822	14	15	24	14	7	20
岡山	2,426	352	2,207	21	22	13	19	2	4

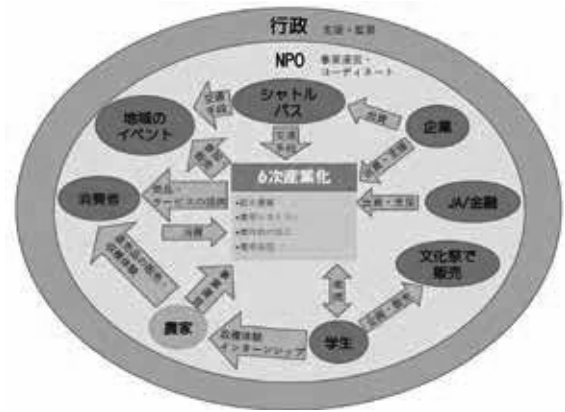
出典：農林水産省「2016年農林業センサ結果の概要」より一部抜粋者作成

<山古志地区のSWOT分析>

		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	・地方創生 ・地域振興の推進 ・地域振興の推進 ・地域振興の推進	・人口減少による過疎化 ・TPP
	弱み	・山古志に来て人々の滞在が に繋がらない ・観光客を誘引する ・観光客を誘引する ・観光客を誘引する	・かぐら南蛮など有名な 農産物を消費地に運ぶ ・人々が農産物に触れ るようになる
機会	・観光客の増加 ・観光客の増加 ・観光客の増加	・観光客の増加 ・観光客の増加 ・観光客の増加	・観光客の増加 ・観光客の増加 ・観光客の増加

山古志の  
住民と自然に  
触れることが  
できる農  
泊が必要

<6次産業化の事業スキーム>



平成28年度 学生による地域活性化プログラム

高橋治道  
ゼミナール

## 地域の文化と伝統をつなぐ ～高橋九郎生誕 165 周年を記念する活動～



【参加学生】

4 年生 板谷千紀 今井練 高野奏翔 山田大智  
3 年生 黒田陽一 周文 中村涼平

【アドバイザー】 神谷区長 白井 湛氏

NPO 法人ながおか生活情報交流ねっと 理事長 桑原眞二氏  
越路もみじの会 代表 廣川篤氏

取り組みの目的

長岡市神谷地区における 7 年間の取り組みを通して、明治時代後半に生きた高橋家の 10 代目当主高橋九郎が現在の神谷やもみじ園の基礎を作ったことを知った。しかし、亡くなってから 95 年が過ぎ、神谷や地域の人たちの間からその史実が忘れ去られようとしている。そこで、地域のために尽くした氏の功績を神谷の人達やもみじ園を訪れた人たちに知らせ、後世に伝え残すことを目的として、本年が氏の生誕 165 年目の節目の年であることから、資料展示と講演のための生誕 165 周年記念事業を企画した。

取り組みの意義

高橋九郎が行っていた様々な試みは非常に先駆的なものであり、今で言う地方創生に相当するものである。明治時代に地域復興に力を注いだ氏の存在と業績は神谷地区を初め旧来迎寺村一帯の大きな財産であり、その人物像や業績を地域住民や関心を持つ人々に伝えていくことは地域の伝統と誇りを後世に伝え残すことにつながり、地域に活力をもたらし、地域の活性化につながる非常に意義深いものである。

取り組みの成果

越路観光協会様、越路もみじの会様、長岡市役所越路支所産業建設課様をはじめとする多くの皆様、団体のご協力で、11月6日に高橋九郎ゆかりのもみじ園において「高橋九郎翁生誕165周年記念シンポジウム」を開催した。長岡大学教授松本和明による講演の後、「地方創生時代に九郎翁から学ぶことは！」というテーマで6人のパネリストで活発な討論を行った。また、このシンポジウムに合わせて、11月5, 6, 12, 13日の4日間、神谷の「歴史・文化の会」や市内在住の収集家からご協力いただいた写真や古文書の資料展示展を開催した。この資料展では、ゼミ生が展示資料の説明を行った。訪問者からは、高橋九郎のことを知ることができたなどの意見が寄せられた。またこれをきっかけに、高橋九郎に関する常設展示場設置の計画が検討されている。

シンポジウムの様子



ゼミ学生による展示資料の説明



平成28年度 学生による地域活性化プログラム

山川智子  
ゼミナール

## 長岡周辺地域の温泉資源の 現状分析と情報発信 温泉☆ドキドキプロジェクト



【参加学生】 4 年生 丸山貴樹  
3 年生 安仲諒人 藤田春樹  
2 年生 高山汐音 永井想 武士俣大智

【アドバイザー】 よもぎひら温泉和泉屋 常務 金内智子氏  
新潟大学 教育学部保健体育・スポーツ科学講座 准教授  
村山敏夫氏

今年度の取り組みの目的と狙い：「長岡の温泉を、楽しむ・伝える・掘り下げる」  
長岡の温泉をもっとよく知り、「地の宝」である温泉の良さを情報発信するのが狙いである。

長岡市及びその周辺地域にある温泉・入浴施設が、その地域においてどのような役割を担っているのかを実地調査することで、それぞれの強みや魅力をより深く掘り起こし情報発信することを目指している。

### 今年度の主な活動内容

- ①長岡周辺地域にある日帰り温泉や入浴施設に行き実地調査する。
- ②調査した各施設の特色や気づきをまとめる。
- ③気づきをもとに温泉施設の魅力を掘り下げて紹介パネルを作成する。
- ④悠久祭で施設紹介パネルの展示を行う。
- ⑤実地調査やヒアリングをもとに発表や報告書として、学生の視点から長岡市や周辺地域の温泉施設・入浴施設の現状の情報発信を行う。

### 今年度の活動で学生が実地調査をした施設

『麻生の湯』、『桂温泉』、『よもぎひら温泉和泉屋』、『えちご川口温泉』、『寺宝温泉』、『喜芳』、『アクアレー長岡』、『太古の湯』、『さくらの湯』、『長岡かまぶろ温泉』、『いい湯らてい』、『ごまどう湯つ多里館』、『花の湯館』、『秋葉温泉花水』、『ホテル丸松』、『しらさき荘』、『桂の関温泉ゆ〜む』、『カーブドッチヴィネスパ』、『よりなれ』、『ナステビュウ湯の山』、『よもやま館』、『福引屋』、『おいらこの湯』、『ホテル飛鳥』などの 24 施設。昨年度よりも充実した内容に。

寺宝温泉、えちご川口温泉、蓬平温泉 和泉屋、花みずき温泉 喜芳、麻生の湯、桂温泉、太古の湯、アクアレー長岡、灰下の湯 東栄館、志保の里荘、おいらこの湯、長岡かまぶろ温泉、秋葉温泉 花水、ソルト・スパ潮風、いい湯らてい、松之山温泉 ひなの宿ちとせ、かわら亭、竜神の館、あまやち会館、養楽館 延命の湯、エコトピア寿、越後長岡ゆらいや など昨年度作成した 22 施設に加えて、新規に花の湯館、ごまどう湯つ多里館、桂の関温泉ゆ〜む、カーブドッチヴィネスパ、ナステビュウ湯の山、ホテル丸松と 6 施設を作成して、合計 28 点の施設紹介パネルを悠久祭で展示し、温泉への理解を深めた。



平成28年度 学生による地域活性化プログラム

広田秀樹  
ゼミナール

# グラスルーツグローバルゼーション

～草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進～



**【参加学生】**

4 年生：高野誉、Nyam Tsedensodnom、長谷川翔茉  
3 年生：王 吉、川村拓也、土井健太、吉田綺璃

**【アドバイザー】**

コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表 大出恭子氏  
フェアトレードショップら・なぶうオーナー 若井由佳子氏

**取り組みの目的**

「グローバルゼーションと地域の関係」という問題意識を中心に多様なアクションに挑戦する。

**活動の枠組みと方法**

- ・ Study (グローバルゼーションに関する学習)
- ・ Invite (外国人の方等を招待しての交流)
- ・ Visit (グローバルゼーションに関する場所への訪問)
- ・ Donate (学園祭に出店しユニセフに寄附) という 4 つの活動フェーズを展開

**取り組みの意義**

グローバルゼーションを平和的にランディングさせることへの貢献

悠久祭でフェアトレードの販売



フェアトレード (Fair Trade) とは発展途上国の人々とフェアなトレード、すなわち適正な条件で取引するというビジネス。



**活動の概要**

Study・Invite・Visit・Donate の 4 つの活動フェーズを進める中で、LSG (Learn by Stimulation of Globalization: グローバリゼーションの刺激をきっかけにした学習) として、各ゼミ生が自身の選択したグローバルゼーションに関する個別テーマで研究・調査を進めた。

外国人をお招きしてヒアリング



**取り組みの成果**

グラスルーツグローバルゼーション (草野の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進) という独自コンセプトを確立し、それを地域に広めることができた。

平成 28 年度学生による  
地域活性化プログラム成果発表



平成28年度 学生による地域活性化プログラム

権 五景  
ゼミナール

## 酒粕で長岡を盛り上げよう！



【参加学生】 4 年生 中澤司  
3 年生 大滝皓史 小布山大喜 早川裕章  
周 天奇  
2 年生 佐野毅 水落柊哉

【アドバイザー】 越銘醸株式会社 取締役・製造部長 浅野宏文氏  
NPO 法人まちなか考房 事務局長 大沼広美氏

### 《取組概要》

長岡は醸造のまちです。その中心は日本酒であり、多くの蔵元を擁する長岡にとって、「酒粕」は地域資源と言えます。しかし、その活用法については、まだ可能性を秘めていると思います。そこで、私たちは、地域企業と連携して酒粕の新たな商品化を目指します。

— 権ゼミの基本姿勢 —

「有から有の経済発展」  
「地域資源の活用」



私たちは、「十分杯」一筋に5年間取り組んで参りました。その中で、「無から有」を生む経済発展は難しい」ということを実感しました。「地域の発展のためには多額の投資をすれば良い」という時代は終わったと考えます。では、どうすればよいのか・・・

私たちは、「有から有」の経済発展に活路を見出したいと思います。すなわち、その地に有るもの(土地・気候・地元企業・文化財など)を活用・磨きをかけることで更なる発展・新たな展開を目指します！



共に取り組む皆様(敬称略)

- ・越銘醸株式会社
- ・TOCHIO no BAR
- ・nature farm しまだ
- ・NPO 法人 まちなか考房
- ・ながおか・若者・しごと機構





平成28年度 学生による地域活性化プログラム

鯉江康正  
ゼミナール

# 「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献



【参加学生】 4 年生 新保祐樺 小林川子 趙清宇  
3 年生 池田諒馬 江口枝里子 片桐湧太 木島俊久  
小松綾乃 陈 奥 田源一 中島なつ美  
中曽根湧 楊婉蘭 横田百合江 鷲尾創太  
2 年生 鹿島大輝

【アドバイザー】 まちの駅里山ログハウス 駅長 中川一男氏  
長岡市市民協働推進部市民協働課 主事 岩嶋雄人氏

今年の合い言葉は『GO!』 活動は楽しく。やらされてるから、自ら活動し地域貢献を。

## ＜取組1＞新潟県内のまちの駅の情報発信を目的とした活動

県内のまちの駅 129 駅のうち 126 駅とアポを取ることができ、62 駅のパネル更新（ヒアリングに伺ったまちの駅は 37 駅、電話や fax による更新が 25 駅）を行いました。数年ぶりに模擬店も行いました。



## ＜取組2＞まちの駅全国フォーラム in TOKYO への参加

国立オリンピック記念青少年総合センターで2日間にわたって行われた全国大会に参加して、「まちの駅のビジネス力」に関する分科会と地域の魅力を発信する「マップづくり講座」に参加しました。また、「新潟県内まちの駅交流会」を本学で実施しました。「越後長岡まちの駅ネットワーク駅長会議」にも参加しました。



## ＜取組3＞地域活性化活動への参加

「ハロウィンみつけ」、「とうきび観音祭り」、「今町まちなかマルシェ」へも参加しました。とりわけ、ハロウィンでは実行委員として企画段階から参加しました。右のリーフレットは学生がデザインしたものです。





学校法人 中越学園

長岡地域(創造人材)育成プログラム

平成25～29年度文部科学省「地(知)の拠点整備事業(COC)」採択

平成28～31年度文部科学省「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」参加



地(知)の拠点

# 平成28年度 学生による地域活性化プログラム 成果発表会

日時

平成28年 **12/3** 日

定員

200名

入場  
無料

会場

ホテルニューオータニ長岡  
「NCホール」

※ホテル及び周辺駐車場は有料駐車場のみです。公共交通機関をご利用ください。

地域の課題に対して、学生が調査研究を通して解決策を提案し、  
社会人基礎力を身につける長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は  
10年目を迎えました。皆様のご来場お待ちしております。

プログラム

- ①十分杯で長岡を盛り上げよう! .....権五景ゼミ(1)
- ②企業ホームページの改善による効果の確認 .....村山光博ゼミ
- ③未来の農業革新Ⅲ～地産地消を通じた循環型社会への貢献～ .....橋長真紀子ゼミ
- ④地域の文化と伝統をつなぐ  
～高橋九郎生誕165周年を記念する活動～ .....高橋治道ゼミ
- ⑤長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信 .....山川智子ゼミ
- ⑥グラスルーツグローバルゼーション  
～草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進～ .....広田秀樹ゼミ
- ⑦酒粕で長岡を盛り上げよう! .....権五景ゼミ(2)
- ⑧「まちの駅」をフィールドとした活動等による  
地域活性化への貢献 .....経江康正ゼミ

【総評】 長岡市地方創生推進部 政策企画課長 佐藤 実氏  
株式会社バルメソ 代表取締役 松原 亨氏



◆主催/長岡大学

◆後援/長岡市・長岡市教育委員会・長岡商工会議所・NPO法人長岡産業活性化協会NAZE・公益財団法人にいがた産業創造機構

お申込方法

お電話、EメールまたはFAXにてお申し込みください。

申込締切は **11月25日(金)**

(お問合せ先・お申込み)

長岡大学教務学生課 担当 笠井

TEL:0258-39-1600(代)

FAX:0258-39-9566

〒940-0823 長岡市御山町80-8

http://www.nagaokauniv.ac.jp

E-mail:kyoumu-g@nagaokauniv.ac.jp

# 平成28年度 学生による地域活性化プログラム成果発表会

2月3日、ホテルニューオータニ長岡NCホールにおいて、平成28年度 学生による地域活性化プログラム成果発表会を開催いたしました。7ゼミ8取組が発表を行い、約250名の皆さまからご参加いただきました。学生たちは今までの活動内容や提案、調査結果について発表を行い、それに対して担当の地域連携アドバイザー様より、多くのアドバイスをいただきました。

総評として総合アドバイザーの長岡市地方創生推進部 政策企画課課長 佐藤 実様からは、各ゼミの活動内容についてのアドバイスと、今後、地方創生として地域の魅力づくりに取り組んでいる長岡市の活性化に役立てていきたいとのご意見をいただきました。同じく総合アドバイザーの株式会社バルメソ代表取締役 松原 亨様からは昨年度以上に学生のプレゼンテーションのレベルが高くなったこと、プレゼンテーションは人に自分を知ってもらうために行うものであるという、プレゼンテーションの本来の意味についてもお話しいただきました。学生が地域人として活躍できますよう、今後ともご支援、ご協力をお願いいたします。



## 1. 権五景ゼミ(1) 十分杯で長岡を盛り上げよう!



## 5. 山川智子ゼミ 長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信



## 2. 村山光博ゼミ 企業ホームページの改善による効果の確認



## 6. 広田秀樹ゼミ グラスルーツグローバリゼーション



## 3. 橋長真紀子ゼミ 未来の農業革新Ⅲ ～地産地消を通じた循環型社会への貢献～



## 7. 権五景ゼミ(2) 酒粕で長岡を盛り上げよう!



## 4. 高橋治道ゼミ 地域の文化と伝統をつなぐ ～高橋九郎生誕165周年を記念する活動～



## 8. 鯉江康正ゼミ 「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献



学籍 番号		学生 氏名	
----------	--	----------	--

### 社会人基礎力診断シート（学生用）

本取組（地域活性化の取組）について、各質問の該当する番号に○をつけてください。

ア ク シ ョ ン	[主体性] あなたは、進んで取り組みましたか。 1. 進んで取り組んだ      2. あまり進んで取り組めなかった 3. 取り組めなかった
	[働きかけ力] あなたは、取組の実施にあたって他の人に働きかけましたか。 1. 積極的に働きかけた      2. あまり働きかけられなかった 3. ほとんど働きかけなかった
	[実行力] あなたは、取組を確実に実行できましたか 1. 確実に実行できた      2. あまり実行できなかった 3. ほとんど実行できなかった
	取組前と比較して、アクション力（主体性、働きかけ力、実行力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった
シ ン キ ン グ	[課題発見力] あなたは、課題を明らかにできましたか。 1. 明らかにできた      2. あまり明らかにできなかった 3. ほとんど明らかにできなかった
	[計画力] あなたは、課題解決の準備ができましたか 1. 準備できた      2. あまり準備できなかった 3. ほとんど準備できなかった
	[創造力] あなたは、新しいアイデアを出せましたか。 1. 十分出せた      2. あまり出せなかった      3. ほとんど出せなかった
	取組前と比較して、シンキング力（課題発見力、計画力、創造力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった
チ ー ム ワ ー ク	[発信力] あなたは、自分の意見を相手に伝えられましたか。 1. 十分伝えられた      2. あまり伝えられなかった 3. ほとんど伝えられなかった
	[傾聴力] あなたは、相手の意見を聞けましたか。 1. 十分聞けた      2. あまり聞けなかった      3. ほとんど聞けなかった
	[柔軟性] あなたは、意見の違いなどを理解しましたか。 1. 十分理解した      2. あまり理解しなかった      3. ほとんど理解しなかった
	[状況判断力] あなたは、周囲の人や物事との関係を良く理解しましたか。 1. 十分理解した      2. 一定に理解した      3. ほとんど理解しなかった
	[規律性] あなたは、ルールや約束を守りましたか。 1. 守った      2. あまり守れなかった
	[ストレスコントロール力] あなたは、ストレスをうまく解消できましたか。 1. うまく解消できた      2. あまり解消できなかった
	取組前と比較して、チームワーク力（発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった

（資料）長岡大学「長岡地域若者キャリア育成事業報告書」（平成 19 年 3 月）をもとに作成

学籍番号		学生氏名	
------	--	------	--

### 社会人基礎力診断シート（教員用）

本取組（地域活性化の取組）について、各質問の該当する番号に○をつけてください。

ア ク シ ョ ン	[主体性] この学生は、進んで取り組みましたか。 1. 進んで取り組んだ      2. あまり進んで取り組めなかった 3. 取り組めなかった
	[働きかけ力] この学生は、取組の実施にあたって他の人に働きかけましたか。 1. 積極的に働きかけた      2. あまり働きかけられなかった 3. ほとんど働きかけなかった
	[実行力] この学生は、取組を確実に実行できましたか 1. 確実に実行できた      2. あまり実行できなかった 3. ほとんど実行できなかった
	取組前と比較して、アクション力（主体性、働きかけ力、実行力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった
シ ン キ ン グ	[課題発見力] この学生は、課題を明らかにできましたか。 1. 明らかにできた      2. あまり明らかにできなかった 3. ほとんど明らかにできなかった
	[計画力] この学生は、課題解決の準備ができましたか 1. 準備できた      2. あまり準備できなかった 3. ほとんど準備できなかった
	[創造力] この学生は、新しいアイデアを出せましたか。 1. 十分出せた      2. あまり出せなかった      3. ほとんど出せなかった
	取組前と比較して、シンキング力（課題発見力、計画力、創造力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった
チ ー ム ワ ー ク	[発信力] この学生は、自分の意見を相手に伝えられましたか。 1. 十分伝えられた      2. あまり伝えられなかった 3. ほとんど伝えられなかった
	[傾聴力] この学生は、相手の意見を聞きましたか。 1. 十分聞いた      2. あまり聞けなかった      3. ほとんど聞けなかった
	[柔軟性] この学生は、意見の違いなどを理解しましたか。 1. 十分理解した      2. あまり理解しなかった      3. ほとんど理解しなかった
	[状況判断力] この学生は、周囲の人や物事との関係を良く理解しましたか。 1. 十分理解した      2. 一定に理解した      3. ほとんど理解しなかった
	[規律性] この学生は、ルールや約束を守りましたか。 1. 守った      2. あまり守れなかった
	[ストレスコントロール力] この学生は、ストレスをうまく解消できましたか。 1. うまく解消できた      2. あまり解消できなかった
	取組前と比較して、チームワーク力（発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力）は、上昇したと思いませんか。 1. 上昇した    2. あまり上昇しなかった    3. ほとんど変化がなかった

（資料）長岡大学「長岡地域若者キャリア育成事業報告書」（平成 19 年 3 月）をもとに作成

## 平成 28 年度学生による地域活性化プログラム成果発表会

### 【 意見シート 】

2016. 12. 3 (土)

本日の発表についてお聞かせください。この意見シートは各取組の優劣を判断するものではありませんので、忌憚のないご意見をお願いいたします。該当するものに○をつけてご意見をご記入ください。ご協力よろしくお願い申し上げます。

#### 〔1〕 あなた様の所属を教えてください

- |                     |          |           |          |
|---------------------|----------|-----------|----------|
| 1. アドバイザー           | 2. 一般参加者 | 3. 本学の学生  | 4. 本学教職員 |
| 4. 本学以外の学生(大学生・高校生) |          | 5. その他( ) |          |

#### 〔2〕 各ゼミの発表内容についてお聞きします (発表順)

ゼミ :	(ゼミテーマ)
Q 1 取組テーマ (タイトル) と内容は合致していましたか。 1. 合致していた 2. あまり合致していなかった 3. 合致していなかった	
Q 2 この取組は地域活性化に役立つと思いますか。 1. 役立つ 2. どちらともいえない 3. 役立たない	
Q 3 学生の取組として評価できると思いますか。 1. 高く評価できる 2. 評価できる 3. やや物足りない 4. あまり評価できない	
Q 4 発表の仕方についてどう感じましたか。 1. 非常に優れていた 2. 優れていた 3. やや問題あり 4. 問題あり	
Q 5 取組の内容や発表に対するご意見をご自由にお書きください。	



学生による地域活性化プログラム  
平成28年度活動報告書

第Ⅱ部 学生による活動報告



学生による地域活性化プログラム  
平成 28 年度 活動報告書 第Ⅱ部

学生による活動報告 目次

- 権 五景 ゼミ  
十分杯で長岡を盛り上げよう！  
～十分杯を、地域から愛される“問題児”に！？～……………Ⅱ－1
- 村山 光博 ゼミ  
企業ホームページの改善による効果の確認……………Ⅱ－53
- 橋長 真紀子ゼミ  
未来の農業革新Ⅲ  
～地産地消を通じた循環型社会への貢献～……………Ⅱ－107
- 高橋 治道 ゼミ  
地域の文化と伝統をつなぐ  
～高橋九郎生誕 165 周年を記念する活動～……………Ⅱ－159
- 山川 智子 ゼミ  
長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信  
～温泉☆ドキドキプロジェクト～……………Ⅱ－201
- 広田 秀樹 ゼミ  
グラスルーツグローバリゼーション  
～草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進～……………Ⅱ－269
- 権 五景 ゼミ  
酒粕で長岡を盛り上げよう！  
～地域資源としての酒粕の可能性を探る～……………Ⅱ－301
- 鯉江 康正 ゼミ  
「まちの駅」をフィールドとした活動等による  
地域活性化への貢献……………Ⅱ－349

十分杯で長岡を盛り上げよう！

—十分杯を、地域から愛される“問題児”に！？—

権ゼミナール

4年	13M022	中澤 司		
3年	14K017	大滝 皓史	14K037	小布山 大喜
	14K069	早川 裕章	14K405	周 天奇
2年	15K056	佐野 毅	15K096	水落 柊哉



## 目 次

1. 序章-なぜ、この活動をするのか
  - 1.1 権ゼミの基本姿勢 ～なぜ地域資源に着目するのか～
  - 1.2 活動の意義と十分杯の位置付け
  - 1.3 活動のモデルと具体的な方針
2. 今年度の活動紹介と成果
  - 2.1 昨年度までの活動
    - 2.1.1 過去5年間の概略
    - 2.1.2 昨年の提案事項の経過
  - 2.2 今年度の活動 -広報活動-
    - 2.2.1 「越乃 Shu\*Kura」車内でのイベントの継続
    - 2.2.2 「長岡酒の陣」への参加
    - 2.2.3 「長岡まちゼミ」への参加（2年目）
    - 2.2.4 「まちなかキャンパス長岡」での市民プロデュース講座の実施
    - 2.2.5 「ながおかバル街」への参加
    - 2.2.6 悠久祭での活動
    - 2.2.7 Facebook の開始
    - 2.2.8 「高野邸」での広報活動
    - 2.2.9 「県立歴史博物館」での展示
    - 2.2.10 メディア出演
    - 2.2.11 太刀川喜三様よりの十分杯寄贈
    - 2.2.12 「長岡イノベーションカレンダー」制作協力
    - 2.2.13 十分杯の自作
    - 2.2.14 「公道杯」についての研究
    - 2.2.15 ホテルメッツ長岡の「十分杯宿泊プラン」
  - 2.3 今年度の活動 -企画・提案活動-
    - 2.3.1 「たいこうビジネスプランコンテスト」および「NAZE ドリームプロジェクト」への応募
    - 2.3.2 「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」への応募（および、その前段としてのセミナー参加）
3. 提案事項
  - 3.1 「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」での提案事項
    - 3.1.1 「メッセージ入り十分杯の製作」
    - 3.1.2 「イベントの企画・提案」
    - 3.1.3 「十分杯の製作を企画・提案する」
  - 3.2 その他のアイデア
    - 3.2.1 十分杯クリアファイル・十分杯エコバッグなどの関連商品
    - 3.2.2 3Dプリンターによる十分杯作成
    - 3.2.3 十分杯にちなんだ銘柄を作る

4. 次年度以降への課題

5. 結びに代えて

【補論】

補論.1 十分杯入門

補.1.1 4つの特徴

補.1.2 教訓

補.1.2.1 『十分盃銘』の中の「天道虧盈」

補.1.2.2 様々な「足るを知る」と「満つれば欠く」と歴史

補.1.3 杯の構造と原理

補.1.4 十分杯という名称

補.1.5 長岡と十分杯の関わり

補.1.5.1 江戸時代

補.1.5.2 明治時代以降

補論.2 日本酒チャートづくり

補論.3 十分杯の広報活動用 新・はっぴづくり

参考文献

参考ウェブサイト

## 1. 序章-なぜ、この活動をするのか

### 1.1 権ゼミの基本姿勢 ～なぜ地域資源に着目するのか～

権ゼミの理論的命題は「経済発展は地理的特性から離れることはできない」である。つまり、当該地域の地理的特性をうまく活用することで経済発展が可能となると考えている。私たちが地域資源に着目している理由として、まず、表1を確認されたい。この表は右側に長岡の現在の産業を示し、左側にはそれぞれの産業の発展の元になった地域資源・できごとを示している。例えば現在の長岡は、機械工業の集積地となっている。これについて、元をたどると、当地の油田における石油掘削機械の製造・修理の過程で、技術が培われてきたという背景がある<sup>1</sup>。また、長岡を創業の地とする北越製紙(現:北越紀州製紙)は当初、市内の城岡地域にて稲わらを用いて紙を生産していた<sup>2</sup>。他にも、大雪(水資源)や稲作に由来する、日本酒・発酵食品(醸造業)などの事例がある。

地域資源の活用について国家レベルで見ると、産業化初期における欧米諸国の地下資源を活用してのエネルギー源獲得と製鉄業の振興や、スイスにおけるミルクチョコレート産業にその一例を見ることができる。

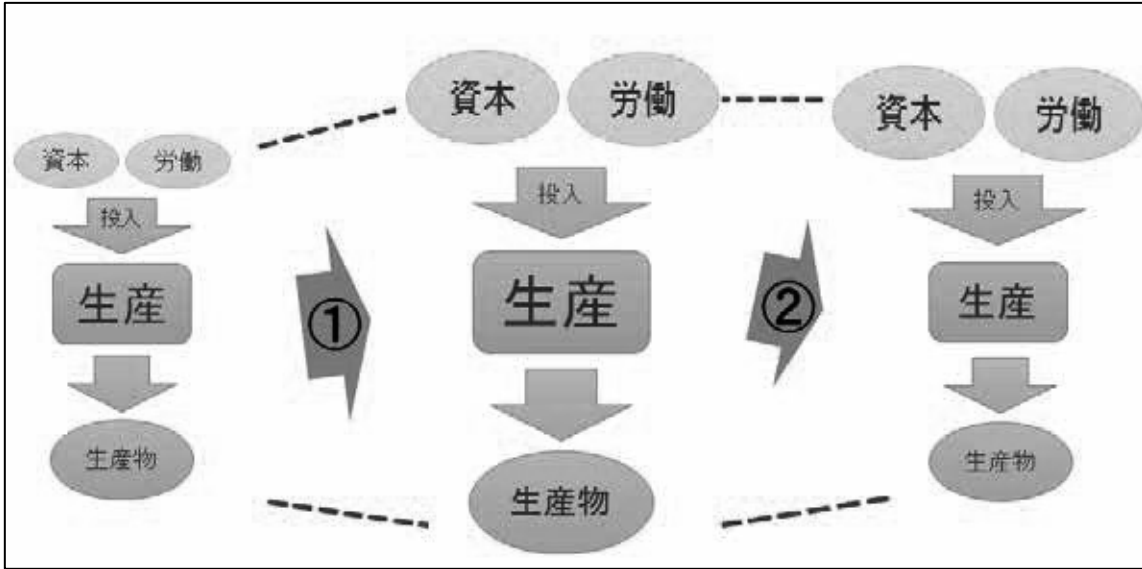
<表1>長岡の産業・現在とそのルーツ

地域資源・きっかけ		産業・現在
石油	⇒	機械工業
	⇒	金融業
稲作	⇒	製紙業
	⇒	米菓製造
	⇒	日本酒
大雪(水資源)	⇒	日本酒
空襲(戦災からの復興)	⇒	花火・まつり(観光業)
<b>十分杯</b>	⇒	<b>おみやげ・イベントなど 観光業</b>

### 1.2 活動の意義と十分杯の位置付け

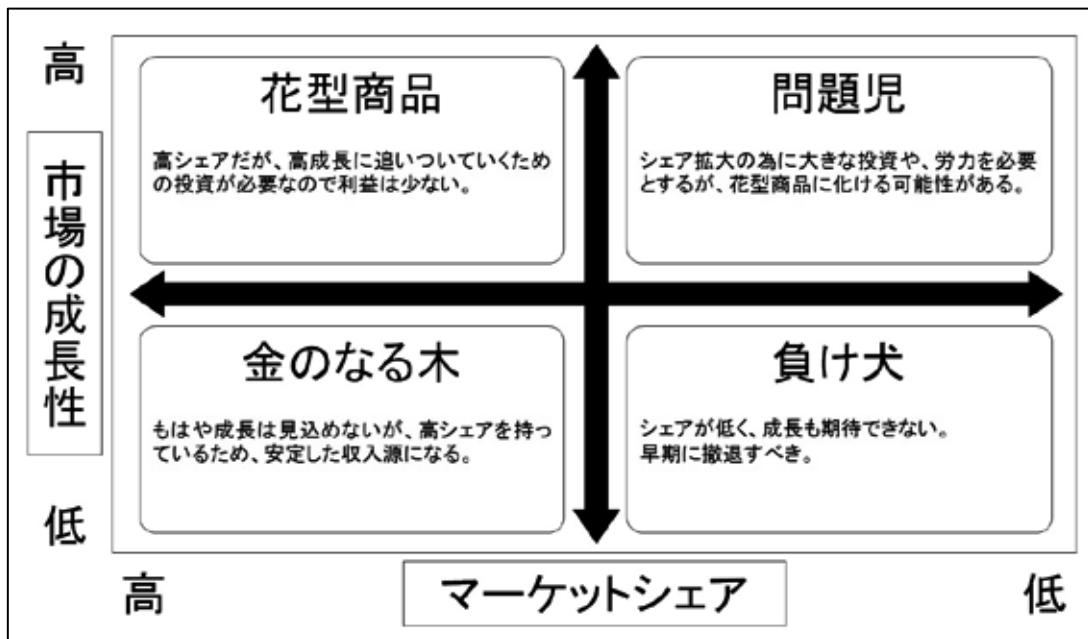
次に活動の意義についての見解を紹介する。図1を参照されたい。経済学において一般的に、資本や労働などの生産要素の投入量を増加させると、その結果の生産物も増加する。しかし、それは無限に続くのではなく、多くの場合投資の規模に対して収穫が逡減するため、いずれ頭打ちとなり、やがては減少へと向かう。このことから、プロダクトライフサイクルにおいて矢印①のような成長期には既存産業を成長させるための投資が重要になり、矢印②のような成熟・衰退期には新産業育成・開拓のための投資が重要になるのである。この考え方は、ボストンコンサルティンググループ(BCG)が企業を対象として考案したものであるが、私たちは、地域を対象とする場合にも有効だと考えている。

<図 1> 成長期と成熟期



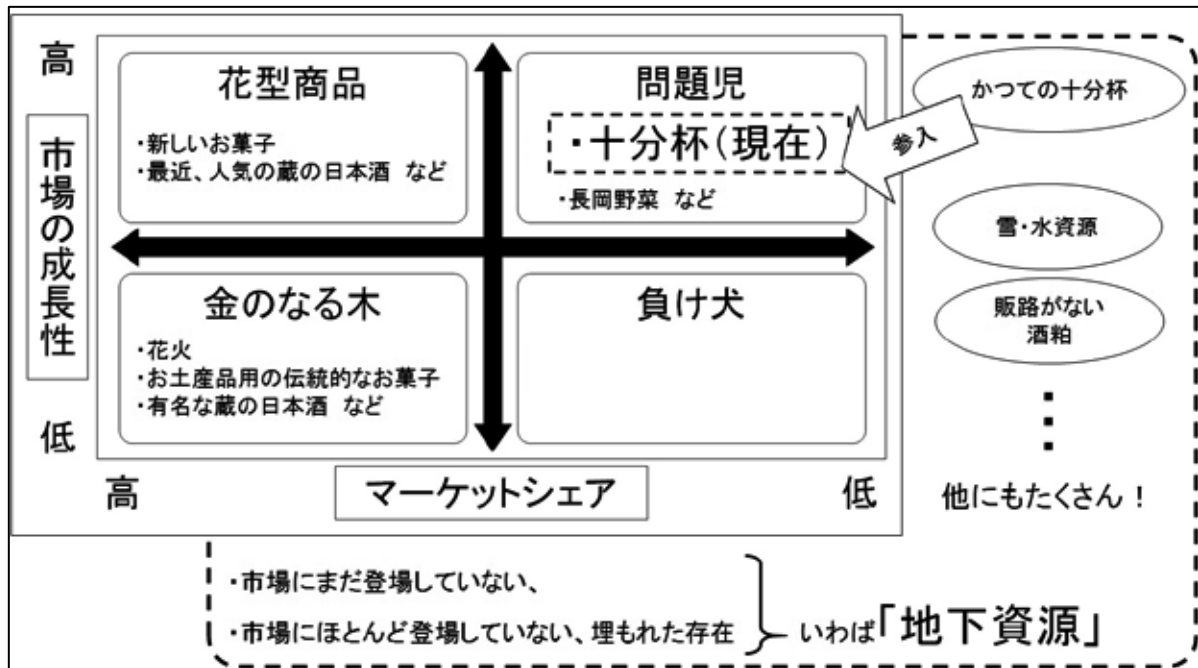
また、プロダクトポートフォリオマネジメント（図 2）の視点から見ると、十分杯をはじめとする「地域資源」は、「問題児」に該当すると考えられるが、それだけでは不十分である。確かに地域資源は、他所にはない独自性や強力な個性を持ち、市場の成長可能性には満ち溢れている。しかし、そもそも知名度が低いため地域の中に埋没しており、ほとんどあるいは全く「市場に登場していない」のが現状ではなかろうか。この視点から、長岡における地域資源の一部を、図 3 にまとめた。

<図 2> プロダクトポートフォリオ



(出所) 「京都府中小企業診断士会 Web ページ」を参考に作成。

<図 3> 権ゼミが考える、長岡版プロダクトポートフォリオ



長岡では、花火や、お土産品として既に高い知名度・人気を持つ商品が金のなる木であると考えられる。多くの人が長岡の定番商品として買い求めるものである。それに対して、最近登場したお菓子や、インターネットで話題の酒蔵などは、花型商品と言えよう。定番商品になれるか、今が勝負時である。そして、「問題児」である。この分析ではこの象限が最も重要である。なぜなら、市場の成長性が高いため、上手くいけば将来の花形商品、金のなる木の原型になり得るためである。ここに該当する地域資源はとして、現在の十分杯や長岡野菜があると考えている。

ここまでは通常のプロダクトポートフォリオと何ら変わりはない。しかし、私たちはこの4象限に分類することができない地域資源が存在すると考えている。それは、先述したような知名度が低く、市場に全く、あるいはほとんど登場していない、埋もれた地域資源たちであり、彼らを仮に「地下資源」と名付けたい。長岡では、雪・水資源や販路を持たない（廃棄物扱いの）酒粕などがこれにあたりと見ている。また、当然のことだが、埋もれているわけだから、私たちの知らないものもまだまだたくさんあるはずである。

地域活性化に取り組んでいる私たちの役目は、この地下資源を掘り起こし、問題児として市場にデビューさせることである。かつての十分杯は、まさに地下資源であった。それを、歯車資料館の内山様が掘り起こし、郷土史家のネットワークを通じてPRしてきた。私たちもそれに賛同し、ゼミ活動を通じて、市民、コンベンション協会、民間企業、行政にPRしてきた。その途上で、十分杯を販売する企業が現れたり、イベントに活用する事例ができたりして、十分杯は徐々に「問題児」へと進化していった。私たちはこの流れを、他の地下資源にも適用できるものだと考えている。

しかし、残念なことに、私たちは既存産業をさらに発展させるための資本や労働は提供できないし、新産業を生み出すための技術もない。そこで、私たちは「知恵」と「汗」を出したい。具体的には、1. 十分杯を「埋もれていた地域資源」として再認識し、長岡にお



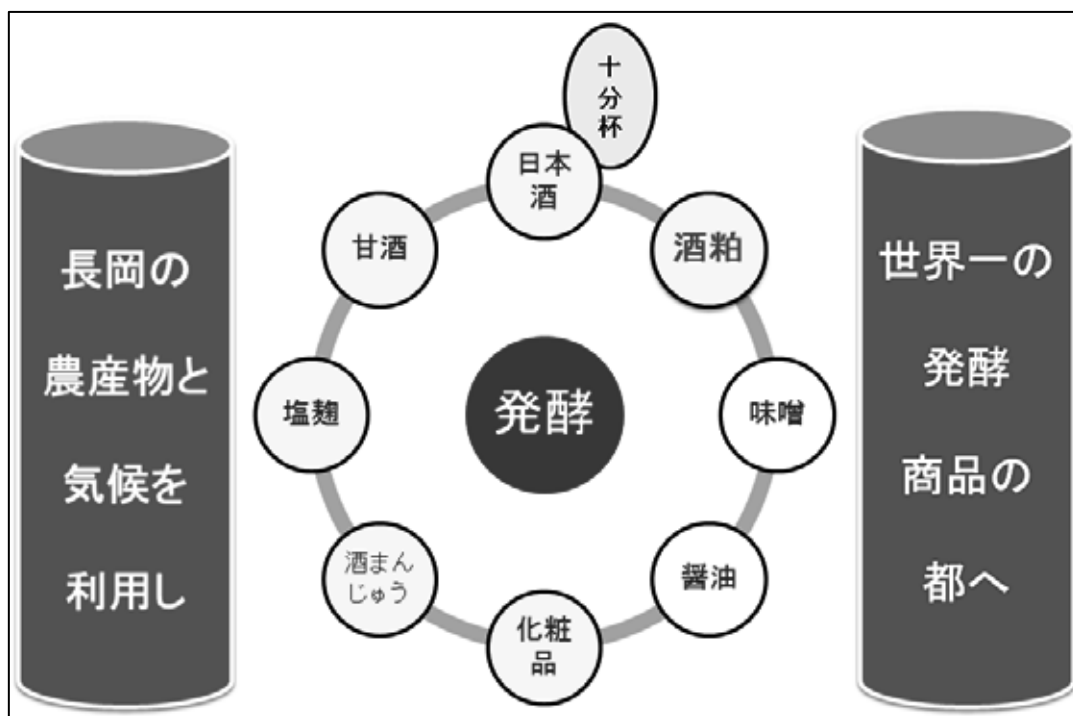
ける新たな生産要素として活用すること。2. 企業や地域に提案を行い、新しい産業あるいは市場を芽吹かせることの2点を「知恵」と捉えている。

続いて、私たちの考える地域資源としての十分杯の位置づけについて触れたい。先述のように、私たちは経済が発展している地域や国は、基本的に地域資源の活用に成功しているところだと考えている。無から有ではなく、あるものを活用していく中で経済は発展していくとすると、長岡は100年以上の歴史がある機械産業と米菓産業を除けば、地域資源を生かして発展をしている分野は少ないのではないだろうか。新潟県は日本有数の農業地帯であり、長岡市もその内多くの面積を占めている。とは言うものの、欧米先進国の農業が他の産業と密接に関わっているのに対し、日本の農業は他産業との関係性が低く、高付加価値の実現には至っていない。その理由として、農業が役割を果たしていないというよりは、それを活用するための工夫が足りないように見受けられる。長岡は米や大豆を活用した発酵食品の宝庫であるが、「発酵食品の街」というイメージは強くない。

また、バイオ産業と発酵は関連が深いはずであるが、今のところ市内のバイオ関連企業の話を目にするのはあまりない。なお、Web検索にて確認したところ、長岡市内でバイオガス発電などを行う「株式会社 長岡バイオキューブ」以外に目立った話題は見つからなかった。私たちは長岡の農産物を発酵食品に加工することで付加価値を高め、その過程での技術を生かし、将来的に長岡が発酵産業の拠点になることを期待している。

話が非常に大きくなったが、現在の長岡の発酵食品の中核とも言える「日本酒」を、これまで以上に盛り立てる脇役として十分杯を位置付け（図4）、活動している。

<図4> 十分杯の位置づけ

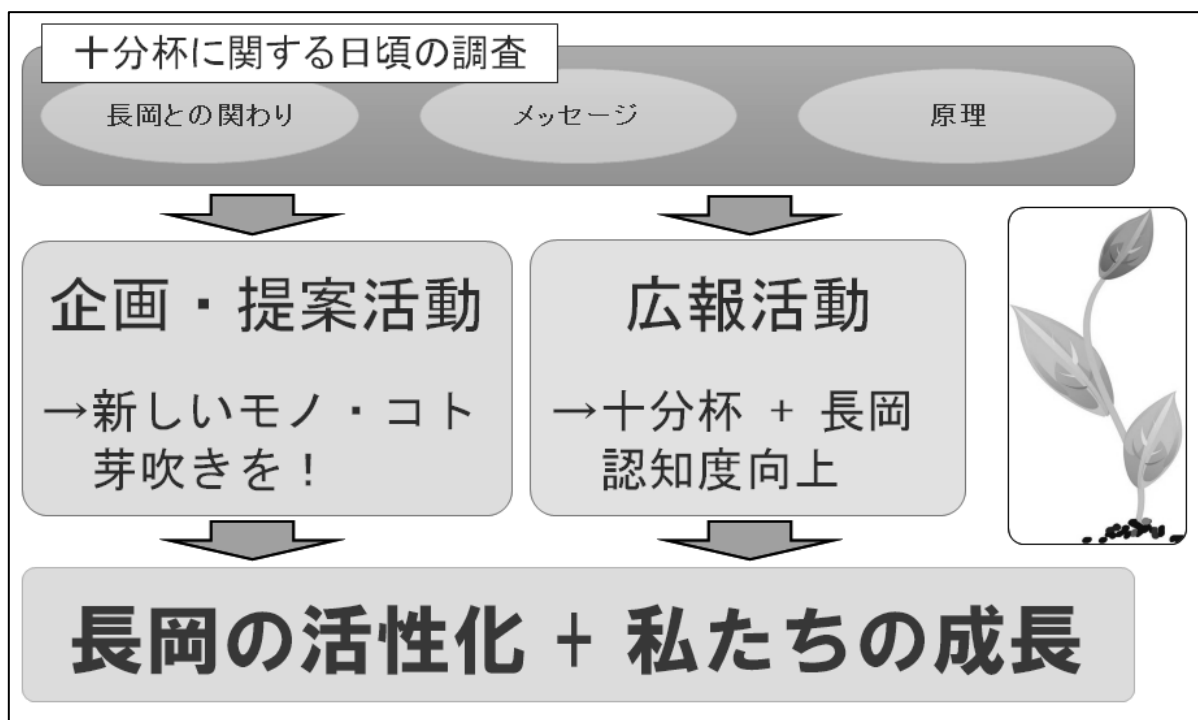


### 1.3 活動のモデルと具体的な方針

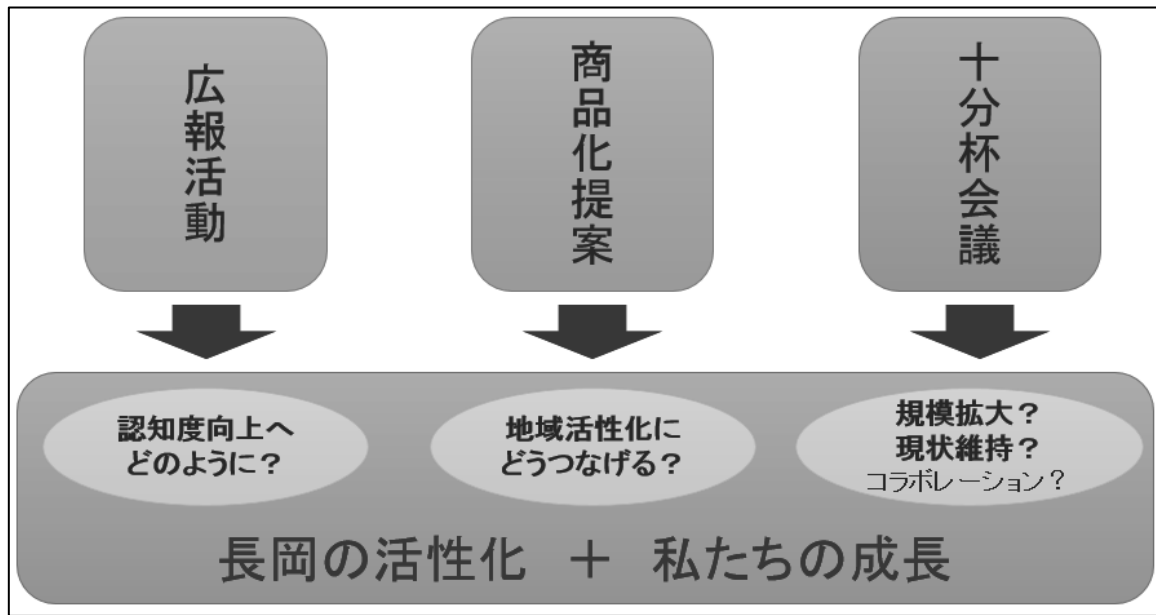
続いて、活動の方針について紹介する。図5は私たちの取り組みのモデルである。取り組みの基礎となるのは、十分杯についての「長岡との関わり」「メッセージ」「原理」の3点からの調査である。そして、その先は2本の柱から成る。1本目は、調査結果を広報することで認知度を向上させるという「広報活動」である。2本目は、調査結果をどのように地域活性化に結び付けるかを考え、企業や地域へ提案していく「提案活動」である。これらを、活動のモデル≒基本姿勢としている。

図6にはより具体的な活動方針を示す。なお、調査活動は継続的に取り組むため、ここでは除外している。活動の基本は、大まかには3点で、①広報活動、②商品化提案、③十分杯会議である。広報活動においてはさらなる認知度向上を目指し、考えを深め行動を起こしていく。商品化提案においては、その提案や商品を地域活性化にどうつなげていくのかを深く突き詰めていきたい。そして、十分杯会議に関しては、今後の方向性や議題、運営主体、規模などについて議論の余地がある。そして、これらのことを地域の皆さまからの助言をいただきながら、考え、提案することで、長岡地域の活性化を目指したい。また、これらの貴重な経験を通じて、ゼミ生自身が成長することも大きな目標としている。

<図5> 取り組みのモデル



<図 6> 具体的な活動方針



## 2. 今年度の活動紹介と成果

### 2.1 昨年度までの活動

#### 2.1.1 過去5年間の概略

権ゼミでは、2011年度から十分杯の広報活動を行ってきた。そのきっかけを紹介したい。権ゼミでは、もともと企業見学を通して現実経済や経営に対する理解を深めることを目標としており、ある時、長岡の工業の成り立ちを学ぶため、長岡歯車資料館を見学し、その帰りに十分杯に遭遇した。当時のゼミ生がそのからくりとメッセージに惹かれたことが始まりであった。その後、昨年度までゼミのアドバイザーを務めてくださった太刀川喜三氏が長岡市民センターにて開催された十分杯展示会に偶然足を運ぶことになった。その後、十分杯についての講演会があることを知り、その時の講師が、現在も権ゼミのアドバイザーを務めてくださり、何と以前の見学先だった長岡歯車資料館長の内山弘氏であった。その講演会に参加して以来、権ゼミでは十分杯に積極的に関わるようになり、活動を始めた。

1年目（2011年度）は、地元の若者が地元の歴史を学び、それを知らせていこうとする活動ということで、テレビや新聞の取材を受けた。初めての体験で、多くのゼミ生がわくわくしていた。そして、活動の目標は十分杯の認知度を高めることに設定した。また、活動開始にあたって、からくりの仕組みをわかりやすく伝えるためにオリジナルの紙コップ十分杯を製作して広報活動で配布した。毎月1回ほど、アオーレ長岡で暑い日も寒い日も活動を行った。

2年目（2012年度）は、認知度の低さがそもそもの問題であったが、どれだけ低いかを確認したいと考え、長岡駅周辺でアンケート調査を行った。また、秋にアオーレで開催された「ながおか酒の陣」という大きなイベントに十分杯専用の立派なブースを長岡市が用意してくださり、認知度上昇にも効果があった。

3年目（2013年度）は、主に十分杯が長岡に初めて入った当時の経済・社会状況はどのようなものだったかについて、文献研究を行った。また、50点ほどで数は少ないが、それでもおそらく世界一多い十分杯のコレクションを学生食堂の脇のショーケースに展示した。なおこれは、太刀川喜三氏、内山弘氏、邱跃長岡大学准教授のご好意・ご協力によって実現したものであり、この場を借りて深く御礼申し上げる次第である。

4年目（2014年度）は、着実にやってきたおかげで、それなりの収穫をすることができた。第1に、昨年に引き続き綿密な文献研究を行った結果、多くのことが判明し、それを年表という形にすることができた。第2に、地域の関係者と意見交換をはかる目的で「十分杯会議」を初めて開催した。非常に意義深い会議であった。第3に、同会議で提案した、観光列車「越乃 Shu\*Kura（シュクラ）」と十分杯のコラボレーションのアイデアを実現することができた。また、「満つれば欠く」という教訓についても深く勉強することができた。

5年目（2015年度）は大きく前進した1年であった。4年間続けてきた街頭広報活動は行わなかったが、計11回のシュクラでの広報活動の効果は実に大きかったと感じている。また、十分杯に関する理解を深めてもらうための小冊子を作成したが、これも非常に好評を得ることができた。2回目の十分杯会議も非常に有意義であった。そこでは、関係機関に13の提案（一例として、ふるさと納税の返礼品として十分杯の活用）を行った。

### 2.1.2 昨年度の提案事項の経過

次に、昨年度の活動の中で私たちが提案した事項がどの程度実現したかを確認する。なお、本項目で取り上げる提案事項は、第2回十分杯会議（平成27年10月開催）及び地域活性化成果発表会（平成27年12月）にて提案したことである。十分杯会議の目的・意義については、平成27年度の活動報告書に詳しく述べてあるので参照されたい。

提案事項とそれぞれの経過は、<表2>に示し、一部については詳細を後述する。

<表 2> 第 2 回十分杯会議及び地域活性化発表会での提案事項と現状

主な意見・提案		評価	結果・現状
①	ふるさと納税の返礼品の一つに加える	○	詳細は後述する。
②	大きな十分杯を設置	○	巨大十分杯（図 7 参照）の製作はされたが、設置場所は未定。
③	観光列車越乃 Shu*kura の土産物（限定品）に	△	詳細は後述する。
④	十分杯陶芸教室の復活	△	詳細は後述する。
⑤	十分杯という銘柄のお酒	△	全国の事例調査を行った。酒蔵関係者によると、「十分杯自体の認知度がさほど高くないため、現状では踏み込みにくい」とのこと。
⑥	十分杯で酒蔵ツアー	△	実現に向けて調査・検討中。ただし、観光業は許認可業でありハードルは高い。（第 3 章参照）
⑦	干支の十分杯	△	市内企業と検討中。
⑧	十分杯を盛り込んだカルタ作り	×	手つかずのまま。
⑨	十分杯通帳作り	×	手つかずのまま。銀行関係者によると、「デザインの著作権と使用期間があるため、直ちに更改できない」とのこと。
⑩	日本酒乾杯条例とマッチする十分杯作り	×	長岡の土産品としての十分杯の製作には取り掛かっている。
⑪	長岡市指定文化財への登録	×	詳細は後述する。
⑫	「杯サミット」の開催	×	手つかずのまま。何名か賛同者はいる。
⑬	長岡酒の陣での「川柳大会」の開催	×	手つかずのまま。

①のふるさと納税の返礼品への活用については、今年度半ばより長岡市の 1 万円以上の寄付を対象とする返礼品ラインナップに十分杯が加わっている。これは、市内の十分杯販売店が申請し認められたものであり、間接的に私たちの提案が実現されたと言えよう。なお、十分杯は『月間新潟 Komachi 編集部が選んだ、長岡ふるさと納税おすすめ品ベスト 5』（<http://na-nagaoka.jp/nagaoka/3430>, 2017. 1. 22 10:11 時点）にて、食品以外の品ベスト 5 に紹介されている。

③の越乃 Shu\*Kura 車内での十分杯の販売については、JR 関係者から「申請して認められれば販売はできるかもしれない」「列車の運行と車内販売は別会社なので、手数料負担は

店頭販売より大きくなってしまおう」などの指摘を頂いている。このことから、現状では直ちに車内販売を実現できる可能性は低いと言わざるを得ない。しかし、後述する十分杯の自作（第3章参照）などで販売価格の低下や原価の引き下げを実現できれば、まだチャンスはあるとみて今後も検討を続けていきたい。

④の十分杯陶芸教室については、具体的に決まっていることはない。しかし、後述するまちなかキャンパスながおかでの十分杯講座の終了後に「今度は、“まちなか大学”という5回連続の講座枠を使って十分杯でやってみないか」との打診があった。私たちは、その枠内に作陶体験も盛り込めればよいと考え、アドバイザーや関係者との協議・調査を進めている。

⑩の文化財登録に関しては、関係部署に相談に出向いたところ、「年代を明確に証明できる木箱（多くの陶器は箱やふたに裏書があるため）などの証拠品がないため困難だ」との回答を得た。しかし、牧野忠篤直筆の掛け軸などが残存しており、それらが間接的な証拠となる可能性を信じて、これからも働きかけを続けていきたい。

<図7>直径1メートルの巨大十分杯



(左から、磯田長岡市長、株式会社アルモの柴木社長、中越鋳物青年研究会の宮下会長)

このように、提案事項の多くを実現することはできなかったが、いくつかの取り組みは実現ないし実現に向けて進行している。中でも、十分杯が長岡市のふるさと納税の返礼品として採択されたことは、十分杯を長岡市の代表的なもののひとつとして認識されつつあるという意味で、大いに意義のあることである。

今後は、ビジネスコンテストや今年度開催した十分杯アイデア会議などで出たアイデアを、アドバイザーなどの方とともにブラッシュアップし、より実現可能性の高い企画を提案するべく活動を続ける。

以上が、昨年度の提案事項についての総括である。

## 2.2 今年度の活動 -広報活動-

### 2.2.1 「越乃 Shu\*Kura」車内でのイベントの継続

昨年度に引き続き今年度も広報活動の中心は、観光列車「越乃 Shu\*Kura」（以下、シュクラ）車内でのイベントであった。昨年度の開催日程を終えた後、長岡観光コンベンション協会（以下、コンベンション協会）を通じて JR 新潟支社よりイベント継続の打診があり、今年度も乗車することとなった。今年度は、4月から11月にかけて計7回のイベントを開催した。参加者について正確な数値は計測していないが、コンベンション協会が実施したアンケートの回収数から、7回を通じて300名程度の参加があったと推測できる。これは、昨年の11回実施、450名程度の参加という数値に比して、1回当たりの参加者が増えていることを表しており、嬉しい限りである。

さて、イベントの継続は我々にとっては嬉しい話ではあったが、列車内の限られたスペース、限られた時間の中で、いかに初年度との違いを出していくかという点には苦労した。そこで3つの改善策を実施した。1つ目は、説明資料の更新である。昨年度の研究成果である「十分杯伝来時の江戸と長岡の経済状況について」を年表にまとめ、イベント時に掲示した。2つ目は、説明以外に参加者との「対話」を重要視したことである。昨年度は、ゼミ生が十分杯について講義的に説明するスタイルが中心であった。しかし、こちらが一方的に話すだけでは一体感が生まれないと思い、今年度は参加者の発言を積極的に受け止め、それに答えるように解説を行った。これにより、参加者にとってより興味のある部分を重点的に解説することができたと思っている。3つ目は、「留学生による多言語での情報発信」である。本学の留学生に協力を依頼し、イベントの様子を英語、中国語、ベトナム語、モンゴル語でフェイスブックに掲載してもらった。当初は、同郷の乗客に対する母国語での対応も想定していたが、今年度の外国人乗客はツアー等での参加が多く通訳者がいる場合がほとんどであったため、そのような機会はなかった。以上の3点が、昨年度の経験を踏めた上での今年度の改善点であり、ある程度の効果があったとみている。その証拠として、今年度に入ってから Web 上で、シュクラでの十分杯イベントについての情報記事やブログ記事が増加傾向にあることが確認された。

また、昨年度からの活動が評価されゼミ生1名が、JR 東日本新潟支社より感謝状を頂いた。大変光栄に思うとともに、貴重な活動の場を提供して下さった、JR 東日本新潟支社ならびに長岡観光コンベンション協会に、この場を借りて深く御礼申し上げる。

<図 8>越乃 Shu\*Kura 車内イベントの様子

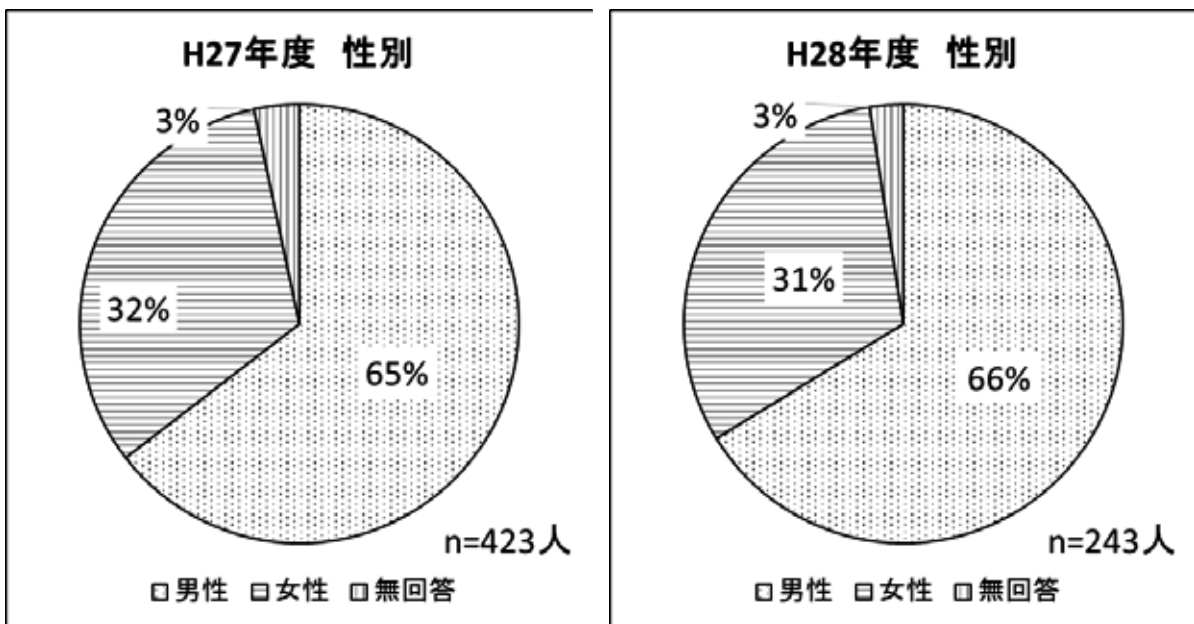


<図 9> JR 新潟支社から感謝状を頂いた



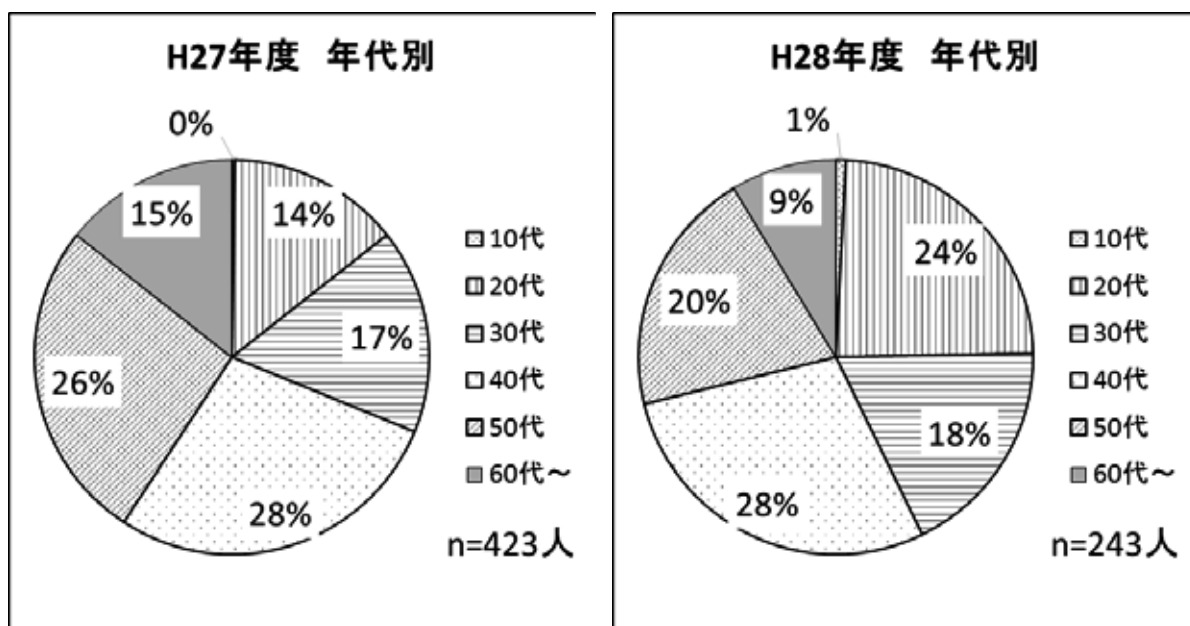
ここで、シュクラにて実施したアンケートの結果に少し触れておきたい。まずイベント参加者の性別、年齢層と県内外比についてである。昨年度と今年度で、イベント参加者の男女比（図 10）がおおよそ 2 : 1 であることに変化はなかった。しかし、年齢別（図 11）で見ると 20 歳代の参加者が昨年度より約 10 ポイント上昇し全体の 4 分の 1 に迫っている。30 歳代でもわずかながら約 1 ポイントの上昇がみられ、今年度はより若い世代に十分杯と長岡の地酒を PR できたことが成果として指摘できる。同時に、特定の年代に偏った分布をしているわけではないため、「幅広い年代を対象とする」か、年代を絞り込むのであれば「多品種少量的」な考えに基づく PR が必要になってくることが確認された。

<図 10> 昨年度と今年度のシュクラ車内イベント参加者の男女比



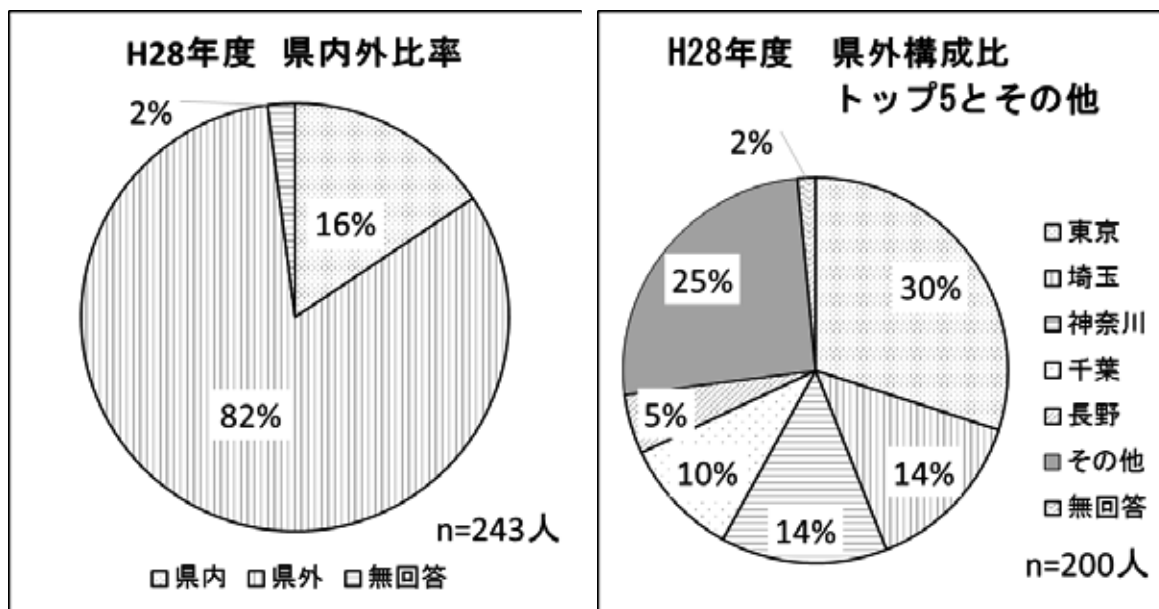


<図 11> 同、参加者の年代別割合



なお、県内外比率（図 12）には昨年度と大きな変化は見られなかった。県外の内訳についても昨年度同様に、関東地方と長野県からの参加者が 4 分の 3 を占めた。このことから、今後の広報活動を県外に展開していく場合、それらの地域での PR がシュクラの活動との相乗効果を生む可能性が示唆された。

<図 12> 今年度の参加者の県内外比率と県外構成比

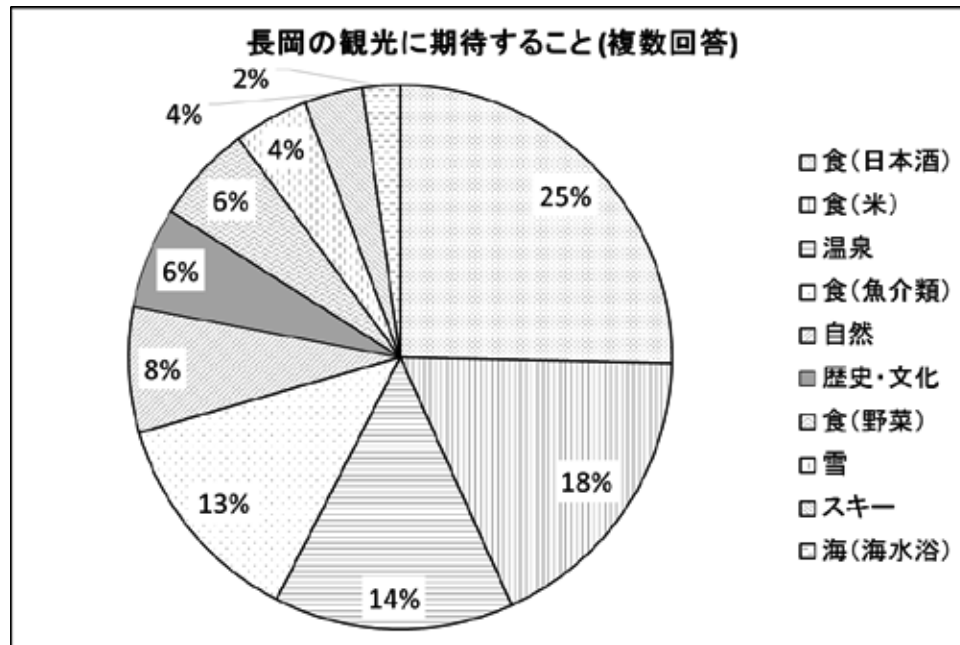


そして、「長岡を観光するとして、期待することは何か（複数回答可）」（図 13）という問いに対し、「日本酒」という答えが 4 分の 1 を占めた。これはシュクラ車内という場所柄、当然と言えるかもしれない。それを踏まえても、日本酒、米、魚介、野菜の「食」という回答が 6 割以上を占めたことは、多くの観光客が「食」への期待を胸に長岡を訪れていることを示している。もう 1 点注目したいのは「温泉」という意見が 14% を占め全体の 3 位

にランクインしたことである。長岡は温泉の豊富な地域でもあるためこれと十分杯を絡めていくのも、方向性としては面白いのではないか。また、「歴史・文化」を期待する方は6%にとどまり、十分杯の広報においても、その歴史をいかに「手軽に」知ってもらうかが重要であることを再認識した。

このアンケート結果を参考にしつつ、来年度以降も改善を続けリピーターにも飽きられないイベントづくりに取り組んでいきたい。

<図 13> 「長岡を観光するとして、期待することは何か？（複数回答可）」



なお、本項目の作成にあたっては一般社団法人長岡観光コンベンション協会よりアンケートデータの提供をいただいている。この場を借りて深く感謝申し上げる。

### 2.2.2 「長岡酒の陣」への参加

長岡市から誘われ長岡酒の陣への参加は今年度で5回目になった。例年通り十分杯専用のブースを頂き、来場者に十分杯や長岡の歴史の説明を行った。来場者にとってはお酒を楽しむ他のブースとは違い、長岡の歴史や教訓に触れることができたことが魅力的だったようで、そういったお言葉を多く頂いた。また、高見副市長（長岡市）も来場され私たちに励ましてくれた。これまでの長岡酒の陣よりも大きな賑わいを見せていたように感じる。ゼミナールのメンバーにとっての成長の場になり大変意義を感じている。説明力や会話力を高めるためには、活動初期のような学外での地道な広報活動が“修行の場”として重要であることを再認識した。一方で十分杯の紛失が相次いでおり、活動内容の見直しが急務である。

<図 14>今年度の長岡酒の陣の様子



<図 15>今年度の長岡酒の陣のチラシ



### 2.2.3 「長岡まちゼミ」への参加（2年目）

今年度も「長岡まちゼミ」に参加した。9月に開催された「第5回長岡まちゼミ」にて、CoCoLo長岡内の「わがんせ」（十分杯を販売している店）と共に、十分杯で長岡の地酒を試飲するイベントを行った。2回のイベントで来場者は15名ほどであり、座談会のような和やかな雰囲気の中で、十分杯を体験しながらゼミ生が解説を加えていった。少人数のため、丁寧に説明することができた。また、私たちにとっても市民の十分杯に対する生の声をじっくりと聞くことができ、貴重な時間となった。参加者の声として最も目立ったものは、「十分杯を聞いたことはあるがよく知らない」あるいは「知ってはいるが見たことがないからよく分からない」という声であった。このような意見に応えるためには、私たちが普段展開している試飲による「体験型」のイベントは有効であると考えられるため、今後

も積極的に展開していきたい。

なお、「第6回長岡まちゼミ」への参加も決定しており、2月中に開催予定である。

<図 16>長岡まちゼミの様子



#### 2.2.4 「まちなかキャンパス長岡」での市民プロデュース講座の実施

今年度の新たな取り組みとして「まちなかキャンパス長岡」（以下、通称の「まちキャン」を用いる。）にて、十分杯の市民向け講座を開催した。これは、まちキャンで市民からの応募によって開催される「市民プロデュース講座」に参加申請をし、採択されたものであった。なお参加者は、満員の30名であった。講座の内容は以下の通りである。

<表 3>まちキャン十分杯講座 各回の内容

日時	内容
5月11日(水) 第1回	題：「長岡藩と十分杯」 長岡藩と十分杯の歴史・関わりについて知ってもらうため、講義形式で展開した。長岡藩牧野家第17代当主 牧野忠昌氏ならびに、長岡歯車資料館長 内山弘氏にご講演を頂いた。
5月18日(水) 第2回	題：「十分杯で試飲しながら教訓と原理について考える」 初回の内容への補足として、十分杯の教訓・精神の説明と、それが長岡にどのように貢献してきたかをゼミ生が説明した。同時に、これまでの活動報告も行った。その後は、実際に長岡の地酒を味わい、透明の模型による実験も行った。
5月25日(水) 第3回	題：「十分杯を広めるアイデア会議」 参加者を2班に分け、ゼミ生も加わって十分杯を広めるためのアイデアや、実現したら面白そうなことなどを話し合った。最後に付箋紙を使って両班の意見を共有した。

特に第 3 回のアイデア会議は、「十分杯会議」の新しい形として試験的に開催したものである。これまでは十分杯をよく知っている、あるいは関わりのある方々を中心に会議を開催していた。しかし、市民の方々の十分杯に対するイメージや意見を耳にする機会が少なかったという問題意識があり、その第一歩として今回のアイデア会議を行った。その中で、今後の活動の参考となる意見が多くあった。特に印象に残っているのは「サイフォンの管の内径を大きくすることで、酒が一気になくなるようにすること」と「十分杯ではなく意味の面から考えた“充分杯”という名称にすべき」という 2 点である。

また、「読み方として“じゅうぶんはい”“じゅうぶんぱい”どちらが正しいのか」という質問があったが、これは私たちにとって予想だにできなかったものであり、十分杯を知らない方と私たちとの目線の差を常に意識すべきだということを実感した。

講座を通じて、参加者の皆様からは「長岡の十分杯の歴史の深さを実感した」「長岡が他所に誇れるものだ」といった感想を頂き、十分杯の広報活動においてこういった講座形式のものを展開していくのも意義があることを実感した。

また、講座の様子は UX、NST、新潟日報、読売新聞の 4 社に取材、紹介を頂いた。

<図 17> 講座第 3 回 「アイデア会議」の様子



<図 18> 講座の様子を伝える読売新聞の記事



### 2.2.5 「ながおかバル街」への参加

今年度ゼミアドバイザーである、NPO 法人まちなか考房事務局長の大沼広美氏からの誘いを受け「ながおかバル街」に初参加した。なお、本学の地域活性化プログラムでは、各取り組みにつき2名の学外アドバイザーがいる。現在、権ゼミでは十分杯の他に酒粕の活用にも取り組んでおり、大沼氏は酒粕プロジェクトのアドバイザーである。

バル街とは地域・街の活性化と飲食店の活性化を目的として地域・街が密着して開催するバルを食べ歩き・飲み歩きするグルメイベントのことである。バルとは、英語で BAR と書いてスペイン語でバルと読む。食堂と喫茶店と居酒屋が一緒になったもので、スペイン等の南ヨーロッパでは地域のコミュニケーションの場として使用されている。

<図 19>スペインのバルの様子



このバル (BAR) と街を一体化させたものがバル街である。日本全国で開催されており、一般的に数枚のチケットを購入し、飲食店でそれとお酒やおつまみと交換しながら地域を回るというスタイルとなっている。今回私たちはバル街のイベントとして長岡の日本酒飲み比べを行った。なお、本取り組みは内田エネルギー科学振興財団の後援によって行われたことを記しておく。長岡市内の15の酒蔵の純米酒を道行く人に飲み比べてもらい、味覚調査を行うことで、長岡市の各酒蔵の日本酒味覚チャートを作る (補論2参照) という企画である。権ゼミナールでは十分杯の広報活動を通じて、様々な方から、「日本酒を選びたいけど数が多くて選べない」、「自分に合う日本酒が見つからない」という言葉を耳にして来た。十分杯は酒器であり、その性質上、日本酒とは切っても切り離せないため、日本酒の活用法についても権ゼミナールは目を向けていた。今回のバル街ではこれまでにない新しい刺激を受けた。また、客足は予想を大きく上回る大盛況で、試飲用のお酒を買い足したほどであった。

<図 20>バル街当日の権ゼミブースの様子



### 2.2.6 悠久祭での活動

私たちは、10月29、30日に開催された「悠久祭（本学の学園祭）」での広報活動を行った。ここでの活動は、本学の教室を使用し、普段あまり見ることや触れることのない十分杯の展示や十分杯についての説明を行った。その際は、実際に十分杯の仕組みが分かるように私たちが作ったプラスチック製の透明な十分杯の模型に、食紅を溶かした水を用いて、十分杯の中でどのように水が動くのかを見て取れるようにした。

また、バル街と同様に日本酒の試飲を来場者にしてもらい、味や香りを皆様に判断してもらった。チャートに味や香りなどのシールを貼ってもらいチャート作りのデータ集めも行った。対象者の年齢・性別によって味覚が変わることを実感し驚いた。

悠久祭での活動では、十分杯について知っている人もいたが、やはり知らない人の方が多くいることが実感として分かった。この活動を通してもっと多くの人に十分杯の良さが伝わっていけば、もっといろいろな活動につながっていくのだろうと思った。

また、来場客も例年に比べて多かつたし、利き酒でもいろいろな意見を頂き、改めて思うところもあり、とても良かったと思っている。先述のバル街では、多くの来場者からチャートづくりについて「目の付け所が良い」とのお言葉を頂いた。その反面、来場者が多すぎたため個別の会話の中から新たな気づきや意見を得ることは難しかった。今回の悠久祭では、例年より多いとはいえ手に負えないほどの来場数ではなかったため、十分杯にしてもチャートにしても、丁寧に説明することができた。それによって、新しい発見や、いろいろな意見を皆様から頂き、我々もまた、一步成長できこれからの活動でも生かしていきたい。来てくださった皆様には、本当に感謝している。

<図 21> 悠久祭での展示の様子



### 2.2.7 Facebook の開始

昨年度の権ゼミナール Twitter 開設に加え、SNS の活用をさらに充実させるため、今年度から Facebook を開始した。これにより、以前よりも容易に広報ができるようになり、私たちの投稿件数も大幅に増えた。ブログ、Twitter、Facebook と様々なツールを使うことで、更に情報発信が行いやすくなった。また、写真なども同時に掲載でき、活動の記録にも役立っている。

一方で、以前作成したブログ、Twitter の更新が減っているのも事実である。今後はこの現状を踏まえて、開設するだけでなく「継続」「運用」していく方法についてゼミ内で真剣に検討していきたい。

<図 22> Facebook の開設



### 2.2.8 「高野邸」での広報活動

4月16日、17日の2日間、悠久町にある「高野邸」にて十分杯の広報活動を行った。これは、NPO 法人まちなか考房とのコラボレーションにより実現したものである。民家の広報活動は初めてであり、年度が始まってすぐということもあり広報活動に慣れたゼミ生が少ない中での活動でもあったため、なかなか大変であった。長岡歯車資料館の内山館長から貸して頂いた卓上噴水器が、子供達から好評を頂いた。そして、高野様との会話はとても有益であった。長岡の歴史や人前での話し方の心得などを教えてもらい、とても貴重な経験となった。



<図 23> 高野邸での広報活動



### 2.2.9 「県立歴史博物館」での展示

12月3日から1月9日にかけて、新潟県立歴史博物館での「第13回マイ・コレクションワールド」展に出展した。同展は新潟県立歴史博物館友の会が主催し、同会員以外にも一般のコレクターが収集した多彩なコレクションを展示し、展示品だけでなくコレクターの思いやその背景をも知ることができるユニークな展示会である。

これは、本学職員に歴史・芸術関係のネットワークとつながりを持つ方がおり、その方を通じて歴史博物館側へ参加意思を伝え、このような大舞台への出展が実現できた。

この場を借りて、職員の方、ならびに県立歴史博物館の皆様にも深く御礼申し上げる。

<図 24> マイ・コレクションワールド展のポスター

新潟県立歴史博物館友の会主催展覧会

平成の蒐集家たちによる  
マイ・コレクション・ワールド

ある時は、草をかきつてカモフラージュし  
またある時は、草の根をかきつけて心を鬼にして集める  
こうして集めた物を、他の先に見つからないよう  
草をかきつけてすりつけた...

蒐集

第13回

平成28年 平成29年  
12月3日(土)～1月9日(月・祝)

■時間 午前9時30分～午後5時 ■入場料 無料 ※参加費の徴収は有りです。  
■会場 新潟県立歴史博物館企画展示室 ■問合せ TEL 0258-47-0135 FAX 0258-47-0138  
(新潟市中央区1丁目4番地220番2)  
E-mail reki\_tone201@yahoo.co.jp

主催 新潟県立歴史博物館友の会 共催 新潟県立歴史博物館

出品作品紹介

映画チラシが語る上映史

ペットボトルのふた

蛇口

十分杯

日本のFM放送局  
長岡教育放送局

小学生全集

苳苳徳利

ループ組紐

土器

方言の酒

全国の花火大会プログラム

納豆パッケージ

昔の箱はがき

新潟県内に自まつた水族館

体験コーナー  
組みひもミサンガを作る

古くから伝わる技法で自家製の  
組みひもミサンガを作ります  
会場：常設展示室体験コーナー  
日時：12/3, 10, 11, 17, 18  
13:30～16:00  
(受付は15:30まで)  
◎体験料  
方なし(参加費別途)必須  
(1歳150円 高校生200円 中学生以下無料)

新潟県立歴史博物館  
The Niigata Prefectural Museum of History

会場では3つのショーケースに、本学所蔵の十分杯の他、ゼミアドバイザーの渡辺茂様のコレクションも併せて40点ほどを展示した。会期中には1,508名の来場があり、新聞にも取り上げられるなど話題となった。

<図 25>同展を伝える記事 (2016.12.4 新潟日報朝刊より)



## 2.2.10 メディア出演

今年度は、私たちの活動を様々なメディアにから取り上げて頂くことができた。特に UX 新潟テレビ 21 の番組では、先述のまちキャンでの市民講座を中心に、十分杯を2度に渡って取り上げてもらった。その内1回は、夕方のニュース番組内に特集コーナーを設けて頂いた。その際、本物の十分杯を使った実演の様子を放映してもらったことで、これまで以上に具体的に十分杯のことを伝えることができ、大きな意義があった。また、放送後には大きな反響があった。私たちだけでなく販売店にも十分杯についての問い合わせがあり、影響力の大きさを実感した。企画・取材を担当されたスタッフ、記者の皆様に、この場を借りて深く御礼申し上げる。

また、テレビだけでなく新聞・ラジオでも紹介されたことで、より多くの方に十分杯の魅力を発信できたと思っている。種々のメディアに出演しその影響力の大きさを実感した。このことは今後の活動に役立てていきたい。

<図 26>6月14日 UX 新潟テレビ 21 生放送番組出演時の様子



## 2.2.11 太刀川喜三様よりの十分杯寄贈

これまで私たちは、郷土史家の太刀川喜三氏（ゼミアドバイザー。平成 27 年度まで。）より借りている十分杯コレクションを、本学学生食堂前にて常設展示していた。今年度、太刀川氏より「十分杯広報活動の一層の充実のため」として、十分杯を正式に寄贈したいとの申し入れがあった。これを受けて 5 月 23 日、本学にて寄贈式を執り行い、本学からは感謝状を贈呈した。太刀川氏は、数十年にわたって集めてきた貴重な十分杯をすべて本学に寄贈くださったのである。そのお心に、最大限の敬意を表したい。

貴重な、また多量の十分杯を頂戴し、太刀川氏にはこの場を借りて改めて感謝申し上げる。同時に、私たちに託された「長岡の歴史」「十分杯」を多くの方に伝え広めるという使命を重く受け止め、たゆまぬ努力を続けることを誓うものである。

## 2.2.12 「長岡イノベーションカレンダー」制作協力

「長岡イノベーションカレンダー」とは、シンクタンク・ザ・リバーバンクが中心となって作られたカレンダーである。その内容は、長岡における先進的・独創的な取り組みをする企業・団体を紹介するもので、これまであまり知られていなかった長岡の特徴を知らしめようとするものである。

今回、同カレンダーの 2017 年版において 1 月のページに十分杯が紹介されることになり、大変光栄に思っている。私たちは紹介文の原稿を担当した。先述のような趣旨を持つカレンダーに掲載されたことは、市内における十分杯への注目度の高まりを感じさせるものであり、大いにモチベーションが高まった。

<図 27>長岡イノベーションカレンダー



### 2.2.13 十分杯の自作

今年新たに十分杯の自作に挑戦した。本ゼミのアドバイザーである長岡歯車資料館の内山館長から、道具一式と木製の枡をお借りして取り組んでいる。外側の穴と管の部分は電動ドリルで、内側の穴は彫刻刀で加工を施し、サイフォンの仕組みを再現することに成功した。しかし、これまで十分杯の自作をしたことがなく、工具の扱いにも慣れていなかったのも初めのうちはたくさん失敗してしまい、十分杯の製作の難しさを実感した。また、「吾唯足知」「Not Too Much」のゴム印を作ったが、これも繊細で大変な作業であった。100%成功することができないのが現状である。出来上がった十分杯を内山氏に見ていただいたところ、よりうまく製作するためのアドバイスを受けることができた。今後は、自作した十分杯をイベント等で販売することも検討したい。

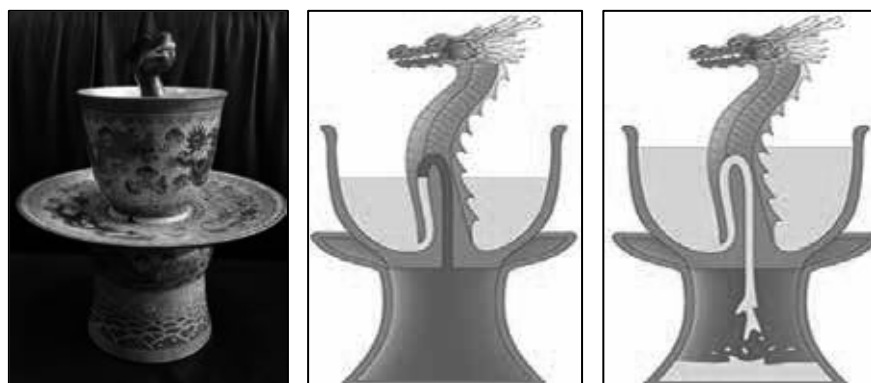
<図 28> 自作の枡十分杯と工具類



### 2.2.14 「公道杯」についての研究

今年度新たに調査したこととして、中国のサイフォン杯である「公道杯」の名前の由来について述べたい。中国にも十分杯と同じ仕組みの杯がある。平心杯、莫貪杯とも呼ばれているが、最も一般的な名前は公道杯である。サイフォン杯であるため、中の構造は日本の十分杯と全く同じであるが、異なるのは飾りと模様である。杯の外側とお皿に五本の爪を持っている龍が描かれている。それが八頭であり、飾りとして作られたのが一頭ある。つまり、合わせて龍が九頭となる。中国の易経によれば、九は陽を表し、陽の象徴が龍である。また、五は君主を表す。

<図 29>九龍公道杯（左）とその構造（中・右）



（出所）左 「乾隆年的龙和九龙公道杯—新浪博客」

[http://blog.sina.cn/dpool/blog/s/blog\\_5f9189050102wpk9.html?vt=4](http://blog.sina.cn/dpool/blog/s/blog_5f9189050102wpk9.html?vt=4) (2017.1.23 時点)

中・右 「中國的科學智慧—九龍公道杯(青釉瓷)—賽先生科學工廠」

<http://www.mr-sai.com/web/product.php?id=CNY110218> (2017.1.23 時点)

現在、中国のサイフォン杯の飾りを見ると、デザインは主に龍である。ところが、老人もあるようである。本学所蔵の深川製磁（宮内庁御用達）の公道杯はまさに飾りが老人となっているのである。その意味からすると、本学所蔵の公道杯はとても珍しく、しかも完成度が高いものだと言えよう。ところで、なぜ、老人が飾りになっているのだろうか。老人はただの老人ではなく、寿老人で酒を好み長寿の神とされている。寿老人は不死の靈薬を含んでいる瓢箪を運び、長寿と自然との調和のシンボルである牡鹿を従えている。手には、これも長寿のシンボルである不老長寿の桃を持っている。これまで飾りの老人は誰だろうと疑問に思っていたが、謎が解けた。また、左手に持っている丸い物が桃だということも分かったので、今後の広報活動の際に有効に活用していきたい。

続いて、なぜ公道杯と命名されたかについて述べたい。まず、今回も公道杯がいつごろから作られたかについて知ることはできなかった。ただし、公道杯という名前の由来については解明することができた。

明朝を開いた朱元璋が江西省景德鎮に皇室御用達の窯を開設して、腕利きの陶工たちが苦勞に苦勞を重ね公道杯を完成させたと中国のウェブサイトで紹介されているが、誰が考案したかについては記述されていない。また、この段階での名前は「九龍杯」である。もし、明代初期に公道杯が初めて作られたとすれば、世界で最初に作られたサイフォン杯は間違いなくギリシャのピタゴラス杯となる。

さて、景德鎮で作られた九龍杯を朱元璋(洪武帝)に献上したところ、開国功臣を集めて宴会を開いた。その際、洪武帝は景德鎮の九龍杯に自ら酒を注ぐから、功臣たちは皇帝の前で自分の功績が杯のどれほどに当たるかを指せと命じた。すると、酒好きで自身の功績が最も大きいと考えていた徐達は杯の高いところまで指を指した。洪武帝が溢れるほどいっぱい注いだところ酒は一滴も残らず無くなってしまった。皆が騒めいているとき、洪武帝が「足るを知る者には酒が残り、戒めを知らない者には酒は一滴も残らない」と言い、この宴席でこの杯の名前を「公道杯」と名付けたのである。公道とは、「世の中の道理」「当たり前」を指すのである。つまり、「欲張る者には何も残らず、戒めるものには残るのが世の中の道理で、当然のことだ」ということである。

## 2.2.15 ホテルメッツ長岡の「十分杯宿泊プラン」

今年度、市内のホテルメッツ長岡では、十分杯と地酒をセットにした宿泊プランを販売していた。これは十分杯と柿の種、市内酒蔵の純米酒がセットになったものであった。私たちが直接何かを提案したわけではなかったが、むしろ私たちと関わりのなかったところでも十分杯の活用が始まりつつあることを実感し、嬉しく思っている。

## 2.3 今年度の活動 -企画・提案活動-

### 2.3.1 「たいこうビジネスプランコンテスト」および

#### 「NAZE ドリームプロジェクト」への応募

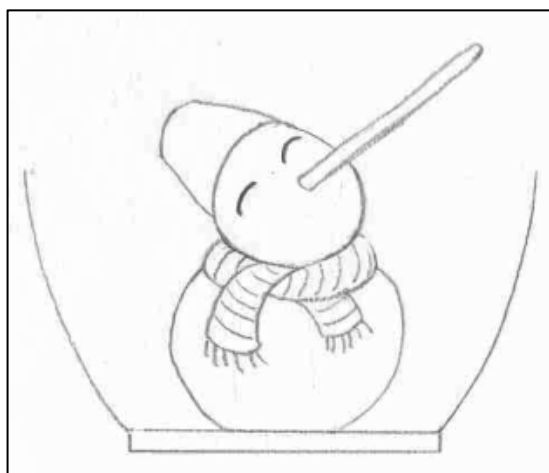
新たな活動の一つにビジネスコンテストへの応募がある。今年度は主に大光銀行主催のたいこうビジネスプランコンテストと NAZE 主催のモノづくり PR 事業に応募した。たいこうビジネスプランコンテストは成長分野等における革新的・創造的なビジネスプランの実現・成長に向け、同行がその実現をサポートすることで、新産業・新市場の創出を促進し、地域の雇用創出など地域活性化に貢献することを目的としたコンテストである。残念ながらこちらのコンテストには落選してしましたが、来年度以降、再挑戦したい。

NAZE ドリームプロジェクトは、世界へ「長岡モノづくり技術」を広く PR するため、学生からアイデアを募りそれを形にしていこうという企画である。今回私たちは、既存商品であるアルミ製十分杯の新デザイン開発を提案したところ、採用された。現在、長岡大学内のデザインサークルと連携し活動を続けている。

そして、デザイン案として「①ピノキオを模した雪だるま（図 30）」「②飾りに縁起の良い文字を入れる（図 31）」の 2 点を提案し、②が採用となった。その理由として、「①案に比べて造形がシンプルで、コスト低下を図れること」と「メーカー側がかつて持っていたアイデアと似ていて、イメージしやすかったこと」の 2 点があった。

今後の進展は未定の部分が多いが、2 月中に完成できれば「ニイガタ IDS デザインコンペティション 2017」に出展することになっている。

<図 30>ピノキオ雪だるま



<図 31>文字入りの飾りのイメージ



### 2.3.2 「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」への応募 (および、その前段としてのセミナー参加)

今年度の企画・提案活動のうち最も大きな進展があったのは「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」への応募であった。

まずは、同コンテストへの応募のきっかけとなった「The 6th U.S. Embassy-Keio SFC-TOMODACHI Entrepreneurship Seminar」(以下、TOMODACHI セミナー)への参加について紹介したい。同セミナーは9月6日から9日までの4日間、神奈川県横浜市の慶応義塾大学日吉キャンパスにて開催された。セミナー名に冠された「TOMODACHI」とは、在日米国大使館と米日カウンシルによって、東日本大震災の復興支援から生まれた枠組みである。具体的には、教育や文化交流といったプログラムを通じて日米の次世代のリーダーの育成を目指すものであり、同セミナーはこの趣旨に基づき、日米の若者の企業家精神(Entrepreneurship)を養うことを目的としていた。そして、あらかじめ考えてきたビジネスアイデアを4日間でブラッシュアップし、最終日のプレゼンテーション審査にて、上位のチームは最終選考、その先のアメリカ研修と進んでいくというものであった。

<図 32>セミナー開会式の記念撮影 全国 14 チームと学生スタッフが集合



セミナーには、全国各地から書類審査を通過した 14 の団体が参加した。各チームに担当の学生スタッフが 1 人配属された。また、実社会で活躍する社会人メンターからメンタリングを受けることができた。これにより、アイデアや気づきなどのフィードバックを得て、チームのビジネスアイデアの完成度を高められたと考えている。中には宿泊施設にまで来て、深夜まで相談に乗ってくれたメンターもあり、私たちもそれに応えられるよう寝る間も惜しんで取り組んだ。そして、これまでにない知的刺激を受け、チームの中にはセミナー中の 4 日間で睡眠時間が 4 時間しかない者もあり、一晩の議論で A1 サイズのメモ紙 15 枚を使い切るなど、これまでの日常とはかけはなれた時間を、とても楽しく、有意義に過ごすことができた。

ここで得たものは多くあるが、そのうち特に 2 つを紹介したい。1 つは「全国の大学生に会うことができた」点である。他チームのアイデアやこれまでの取り組みを知り、彼ら・

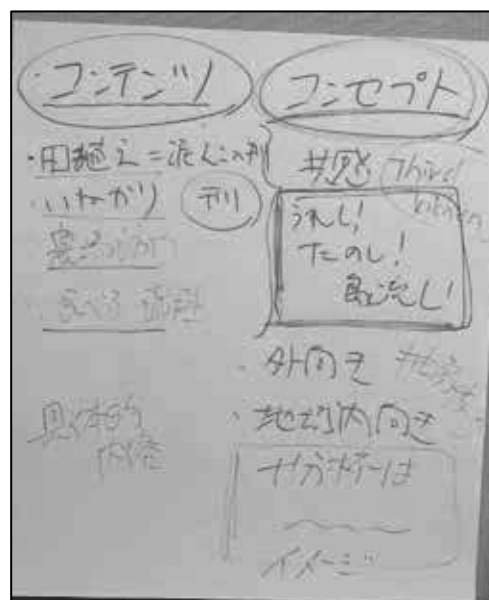
彼女らの「やる気」や、「チャレンジ精神」に満ちあふれた姿勢が強く印象に残った。それと同時に、本気で取り組んでいる人たちにとってはこうした姿勢が当たり前なのだとことを知り、私たちもいま一度襟を正して活動に臨みたいと決意した。もう1つは「チーム内で方向性の共有ができた」点である。メンタリングの最中、「本当にしたいことは何か」と問われて言葉に詰まってしまった。これまで、私たちは十分杯を「広報」することに主眼を置いており、「ビジネス」として考えることをほとんどしてこなかったきらいがあった。この問いに対し、メンターも交えてメンバー同士が納得のいくまで徹底的に話し合い、「大儲けしたいわけではない」「活動継続のためのビジネスがしたい」という結論に至った。普段のゼミではなく、外からの意見もあり私たち自身もより真剣に話し合った中で、方向性を共有できたことは、今後の活動を考える上でも非常に大きな意義があったと振り返る。

セミナーの結果として、プレゼンテーション審査での上位入賞はならなかったが、大学生としてとても良い刺激や気づきに満ち溢れ、自分たちを見つめなおす機会にもなり、この上なく充実した4日間を過ごすことができた。

<図 33>初日のブラッシュアップの様子



<図 34>実際に使用したメモ用紙



そして、セミナー参加によって得られた経験や経営者であるメンターからのフィードバックを活かし、私たちのアイデアに磨きをかけて挑戦したのが「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」である。第四銀行と新潟三越伊勢丹によって主催された同コンテストでは、地域資源を活用した斬新な商品や、サービス開発のビジネスアイデアが募集された。私たちは、まず書類審査を通過した。そして11月12日に、新潟市の新潟日報メディアシップにて最終審査プレゼンテーションが行われ、書類審査を通過した6団体が参加した。なお、私たちの提案内容については第3章にて紹介する。同コンテストにおいて、私たちはグランプリの手前の第四銀行特別賞を受賞することができた。また、他チームの視点や発表方法、審査員からのフィードバックなども大いに参考になり、セミナー以降の充実した経験を重ねることができた。審査員から「十分杯には大きな魅力を感じるので、長岡に限らず県内に広く展開したらどうか」というコメントを頂いたことは、大きな励みになった。



<図 35> NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト表彰式での記念撮影



なお、その後の動きとして第四銀行のコンサルティング担当部署より、私たちの提案事項の実現に向けて、ブラッシュアップやマッチングなどの支援が始まっている。実際に 12 月 20 日に 1 回目の会合を開いており、今後の方向性や定期的に会合を続けることを確認した。そして、「新潟淡麗 にいがた酒の陣」と関わりの深い、新潟県酒造組合と連絡を取ってもらい、1 月 13 日にゼミ生と共に同組合を訪ねた。目的はにいがた酒の陣で十分杯を広報することについて可能性を探り、可能なら出展したい旨を伝えることであった。結果的には、今年度の申込期限が過ぎていたこともあり、望む結果とはならなかった。しかし、同組合の専務理事自らが十分杯に強い興味を示してくださったことは、私たちにとって大いに心強かったし、次年度以降に向けて大きな意味があったと考えている。

また、その他にも今後に向けていくつかの動きが調整中であり、詳細はその都度ブログ・フェイスブック等で発信していきたい。

以上のように、これまでの長岡でのつながりを活かした 2 つのビジネスコンテストへの応募が新たな取り組みへの出発点になった。また、地域外での活動から、長岡以外にも新たなつながりができ、今後の可能性を広げることができたように思う。これらの点から、今年度の「企画・提案活動」は、これまでの「アイデア提供」だけでなく、「より具体的な提案」という新たな局面へと舵を切りその一歩を踏み出したと言えよう。しかし、この流れが今年度限りで終わってしまえば意味がないし、なにより、私たちにご協力くださった多くの皆様をがっかりさせてしまうことになる。

私たちは、私たちと関わりを持ってくださる皆様への強い感謝を決して忘れず、次年度以降に向けて、これからも真剣に取り組む続けていくことをここに誓うものである。

### 3. 提案事項

本項では、毎年度恒例の「十分杯に関する私たちからの提案事項」を紹介していく。

#### 3.1 「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」での提案事項

まずは、先述した「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」での 3 つの提案事項について紹介したい。それらのアイデア考案に至った背景・動機として、第 1 章で述べたような活動に取り組む中で課題が生じていたことが挙げられる。具体的には、これまでのように「十分杯」だけを PR するのではなく、その「教訓・歴史」や、それらがある「長岡」そのものを広く知ってもらう方策を考えたいと思ったのである。また、今までの私たちの活動は大学の予算に頼りきりであったことから、今後は大学に頼りすぎず、なおかつ活動をうまく継続できるような仕組みを整える必要性を感じていた。以上の 2 点を踏まえて、以下に示すアイデアを考案した。

##### 3.1.1 「メッセージ入り十分杯の製作」

これは、自作した木製の十分杯にオリジナルのメッセージを入れる加工を施し、販売するというものである。現在、木の柀の十分杯の試作を重ねており、ゴム製のはんこなどを使用し、メッセージや絵柄を入れることにも成功している（図 36 参照）。販売に関しては、これまでの活動の中でつながりを持っており、十分杯の販売にも協力してくださっている、長岡市内の店舗に委託したいと考えている。また、空港での販売も行いたいと考える。

<図 36>ゼミ生が試作した十分杯

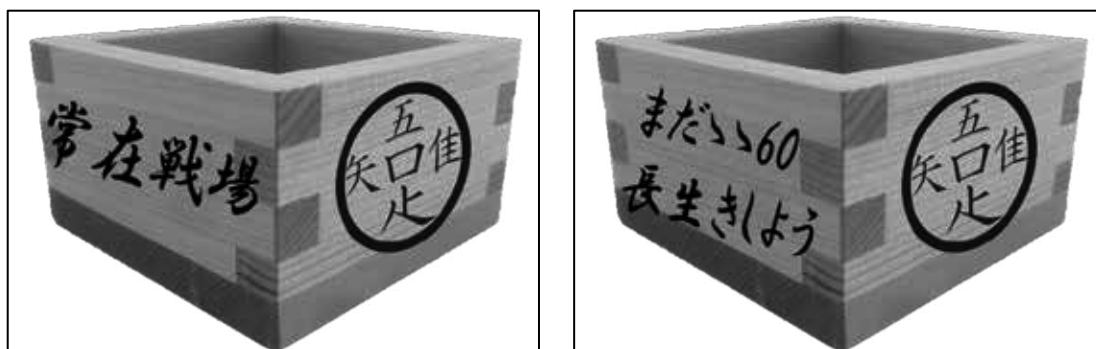


このアイデアの特徴として、私たち自身が製作することで販売価格の低下を図る。現在、市販の柀の十分杯は 1 個 2,500 円で販売されており、広報活動をしていると「少し高い」という声が目立つ。価格を下げることでより購入しやすくし、市内外への一層の普及の足掛かりにしたい。

また、空港での販売というのは、私たちの目標である「世界に十分杯の教えを発信する」ために、ふさわしい場所を考えた結果である。「長岡・日本ならではのお土産品」として、インバウンド向けにPRしていきたい。

そして、このアイデアの最大の特徴は、メッセージ入りのオリジナル十分杯を製作することが、「長岡の文化の維持・継承」につながるということである。長岡には節目や祝い事の際に十分杯を贈る・配るという文化（補論1参照）がある。この文化を目に見える形でしっかりと残していけるのが、「メッセージ入り十分杯」である。活用例として成人祝い、還暦記念などを想定している（図37参照）。

＜図37＞オリジナルメッセージの例



### 3.1.2 「イベントの企画・提案」

これは、十分杯に関するイベントを私たちが企画・提案し、その対価を受け取るというものである。提案先としては、観光団体や旅行会社を想定している。イベントなどに十分杯を取り入れることで、長岡らしさや独自性を強める効果が期待できる。

企画例として「十分杯で酒蔵見学」を提案する。これは、酒蔵見学において、試飲の際に十分杯を使用し、地酒を試飲・購入しながら酒蔵を巡るものである。終了後、十分杯はお土産として持ち帰ってもらう。これまでの活動の中で、シュクラ車内での十分杯で長岡の地酒を楽しむイベントが各回とも大好評であった。日本酒ファンの中には、長岡の地酒や変わった杯に興味を持つ方も多きことを実感した。そこで、実際の酒蔵でも同じようなことをやってみる価値はあると考え、この企画を考案した。私たちは、十分杯の説明や、試飲に使用する銘柄・蔵名入り十分杯の提供などによって対価を得たいと考える。

このアイデアの特徴として、参加者に長岡を深く知ってもらうことができる。なぜなら、地酒は長岡の特産品であり、十分杯は長岡の精神を表している。この2つを同時に体感することは、まさに「長岡を体感できる」と言えよう。また、十分杯での試飲は長岡でしかできないことであり、他地域の酒蔵見学とは一味違ったものになる。これらによって、長岡をより強くアピールできると考察する。各関係者のメリットを考えてみると、共通のものは、繰り返しになるが「他地域との差別化」である。ツアー主催者にとっては「マンネリの防止」につながるという利点がある。そのために、毎回違ったデザインの試飲用十分杯を用意するのも良いかもしれない。次に、酒蔵にとっては「見学時の販売機会の獲得」と「話題性」である。日本酒愛好家たちのコミュニティなどで「変わった体験のできる酒蔵がある」と話題になれば、宣伝効果は大きいと考えられる。最後に、私たちにとっての

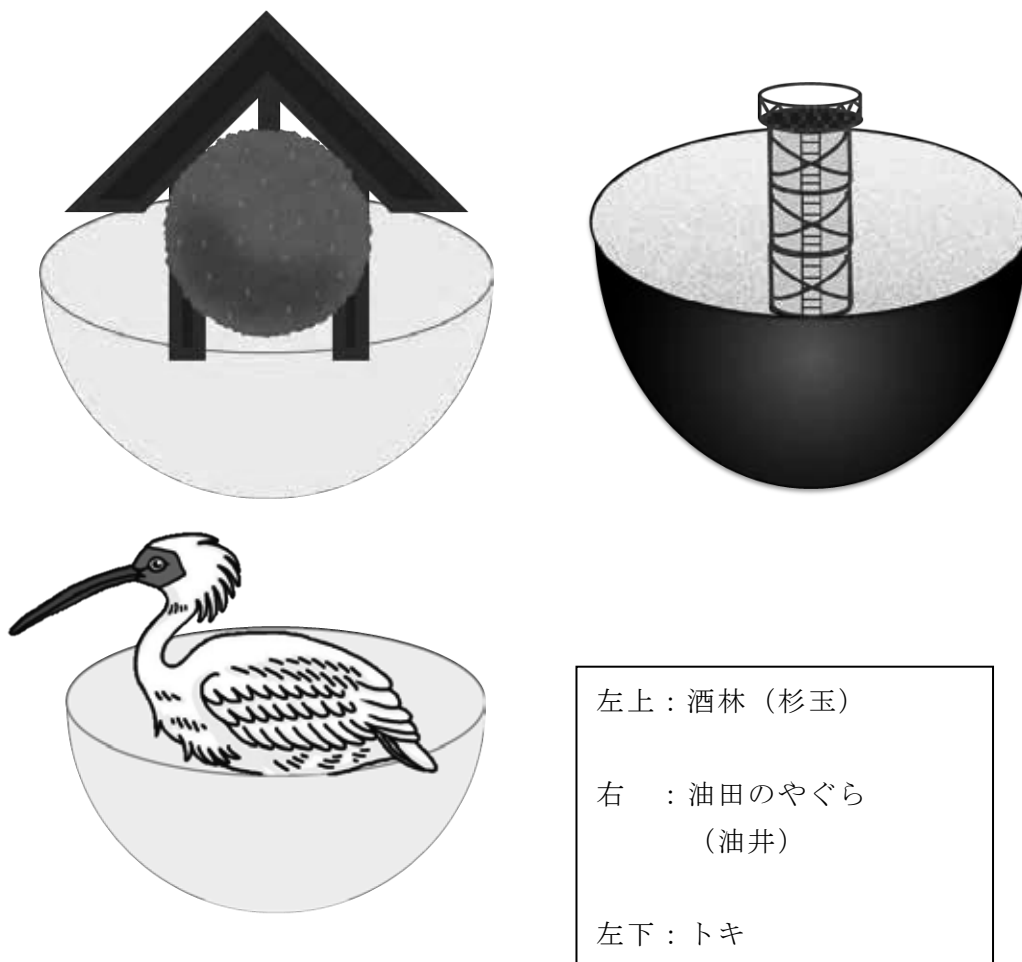
メリットは「十分杯を知ってもらえる機会が増えること」と、「活動資金の獲得」である。

### 3.1.3 「十分杯の製作を企画・提案する」

これは①のように自分たちで作るのではなく、「飾りやデザインの提案」「歴史背景などの情報提供」を行い、それに対して売り上げの一部を受け取るというものを想定している。

具体例として考えているのが、「長岡・新潟らしい十分杯の製作」である。現在販売されている十分杯には、長岡・新潟を想起させるデザインのものがほとんどない。そこで、長岡・新潟ならではのデザインの十分杯を作ること、「長岡・新潟を実感できる・体現する」ものへと育てていきたいと考えている。以下に、長岡・新潟らしい飾りのデザインの例を示す（図 38 参照）。「酒林」は、特産である日本酒、酒造業のシンボルであり、「油田のやぐら」は、かつて長岡に油田があり、そこから長岡が栄えていったことにちなんでいる。「トキ」は、新潟を代表する鳥として採り上げた。

<図 38>長岡・新潟らしい飾りのデザインの例



長岡・新潟らしい十分杯の製作に関して、需要は確実にあると実感している。これまで、広報活動、各種イベントを通じて少なくとも 2,000 人程度の方々と接し、実感としてそのうち約 7 割の方から「十分杯がほしい」との言葉を頂いている。一方で現状として、「十分杯が欲しい」という声を聞いても販売できる在庫がなく、販売機会のロスが生じていた。十分杯の製作提案を通じて供給を増やし、販売機会ロスの軽減につなげたいと考えている。

以上の3つがNIIGATAビジネスアイデアコンテストにて私たちが提案した事項である。

## 3.2 その他のアイデア

以下には、普段の活動の中で考案したアイデアについて列記していく。なお、雑考も含むため具体性は低い点に留意されたい。

### 3.2.1 十分杯クリアファイル・十分杯エコバッグなどの関連商品

これまで、十分杯をデザインしたグッズの製作・販売は行われてこなかった。加えて、十分杯そのものは高価であるという問題点も存在する。そこで、十分杯や「満つれば欠く」などの格言をデザインしたクリアファイルやエコバッグを販売し、十分杯や長岡の精神について知ってもらうとともに、手軽な十分杯に関するお土産品としての需要の開拓につながられるのではないかと考える。

### 3.2.2 3Dプリンターによる十分杯作成

3Dプリンターを利用することで、複雑なしくみをもつ十分杯を簡単に大量生産できるとともに、これまでにない色やデザイン、質感をもつ新たな十分杯を製作することができる。これについては、3Dプリンターを保有している長岡工業高等専門学校の教員や有識者との話し合いで、問題点や解決案が検討されている。

### 3.2.3 十分杯にちなんだ銘柄を作る

十分杯とコラボレーションした日本酒を制作することでまたさらに十分杯の認知度向上につながると考えている。これについては酒蔵に打診したこともあったが、十分杯自体の認知度がさほど高くないため、現状では踏み込みにくいとのことであった。

#### 4. 次年度以降への課題

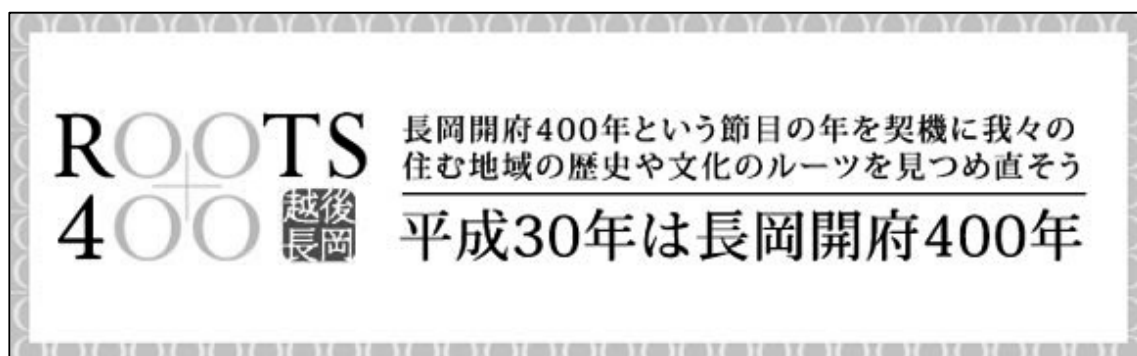
私たち権ゼミナールの十分杯を使った地域活性化への取り組みは今年で5年目になった。活動も徐々に軌道に乗り始め、活動三昧の毎日である。そんな中、私たちにとって今年度はチャレンジの年であったと感じている。私たちはこれまでの地域活性化プログラムを通じて、十分杯をPRしていく際、長岡の中だけで活動をしていくことに限界を感じていた。そこで、日本の最先端の知識を取り入れるためにこれまで取り組んだこともないビジネスコンテストへ応募した。また、今回はテーマを増やし、「酒粕」の活用についても研究を始めた（「酒粕」については別途で記述する。）。このような新たな活動に取り組むことで、権ゼミナールの結束力が強まり、学生それぞれの視野が広がったように感じる。それに伴い、これからの活動における新たな課題も見えてきた。第一に、十分杯を長岡の中だけに完結させていること。第二に、これからの活動をどのように継続させていくのかということである。まずはこの2点を来年度の最重要課題としたい。また、次のような課題も残っている。

私たち権ゼミナールでは、長岡市郷土資料館所蔵の十分杯の文化財登録も考え活動してきた。しかし長岡市立科学博物館の文化財担当の方へインタビューを行いに出向いた際、現状では難しいとのお言葉を頂いた。文化財に登録するには、文化財としての基準を満たしており、更に、対象の物がしっかりとした歴史的価値のあるものだと証明できる資料がなければならない。現在長岡市郷土資料館にある十分杯には、はっきりとした年代が分かる資料が現存しておらず、今後の研究が重要である。

来年2018年には、長岡藩開府400周年を控えている。長岡市ではこの年に向けての気運が高まっており私たちとしても大々的に十分杯をPRしていく準備を進めている。

数多くの偉人を輩出してきた長岡の精神を物語る物として「十分杯」ほどストーリー性に優れた郷土品は類を見ない。現代に通じる「足るを知る」、「満つれば欠く」といった教訓・精神を伝え広めていくためにも自分たちだけで終始せず、積極的に前に出ていき周囲を巻き込んでいく力が必要である。

<図 39>長岡開府400年に向けた「ROOTS400」プロジェクト



## 5. 結びにかえて

まず、本書の題名にあるように、十分杯は「問題児」である。そして、私たちは「長岡に問題児を増やしていきたい」のである。この言葉の真意を、ここまでの文中で読者の皆様にはご理解いただけたはずである。

今年度の活動は、従来に比べて「調査・研究」の部分は少なかった。その分、今までに得た知識を使って「いかに十分杯を広報するか」と、十分杯の新たな活用法を目指して「企画・提案する」活動に重きを置いてきた。そんな1年を経て、これまでの活動全てを振り返った我々がたどり着いた認識こそ「十分杯は問題児だ」という点である。第1章にて詳述したが、「地下資源」は「問題児」に化ける前の姿だと私たちは考えている。同時に、私たちの力だけでは何をも成しえないのだから、その「火付け役」になろうではないかというのが基本方針である。

長岡は地下資源が豊富である。これについては、「石油がとれた町だから」という現実的な話もできる。しかし、私たちが言いたいのはそのことではない。今一度、足元を見直すのではないか。私たちが立っている長岡の地を見つめなおそうではないか。かつて石油は「越の宝 燃ゆる水」と呼ばれたことがあった。私たちはまさに、宝の山の上で暮らしているのではないか。「石油」、「稲わら」、「信濃川」と郷土の先人たちは、その時代ごとに足元の「宝」を巧みに活用し、長岡の発展を導いてきた。今度は私たちの番である。今の長岡を盛り上げるために私たちは地域を掘り起こし、新たな「資源」を見つけていかなければならない。さらには、私たち以後の世代の為にも「問題児」をたくさん残していかなければならない。今年度の活動を通じてこの点に気づいたことは、今後に向けての大きな収穫であったと確信している。

この報告書を書いているのは、2017年の1月である。十分杯の活動に取り組んできて、この時期になると毎年思うことがある。それは、「今年もあつという間だったな」ということである。今年度は、第2章で述べてきたように毎月のシュクラを中心に、高野邸、まちキャン、TOMODACHI セミナー、ビジネスコンテスト、酒の陣、バル街と大きな出来事が目白押しのせわしない一年であった。また、今年度は權ゼミにとっては3年ぶりとなる4年生が在籍していた。これはすなわち、就職活動によって半年程度はゼミ活動が制限されることを意味しており、人手不足が常態化した。正直に言うと「忙しいなあ」と思うことは多々あった。

しかし、それは今にして思えば大いに「喜ぶべきこと」「感謝すべきこと」である。なぜなら、私たちに「声をかけてくれる人」「関わろうとしてくれる人」「頼りにしてくれる人」がいるからこそ忙しくなるわけで、裏を返せば、私たちを「信用してくれる人」が増えていることを意味するからである。

先にも述べたが、私たち自身の力だけでは何もかも実現できないことを、私たちは自覚している。十分杯会議を経ず、JR 新潟支社に直接売り込みをして、シュクラとのコラボレーションが実現し得たか。TOMODACHI セミナーを経ず、自分たちの目線だけで磨きかけたつもりになったビジネスアイデアで、第四銀行特別賞を受賞できたのだろうか。答えは否であろう。前者が実現したのは、観光コンベンション協会の皆様の協力があった

からであり、後者を達成できたのはセミナー中お世話になった多数の社会人メンター、学生スタッフ、他大学の学生そして、参加のきっかけを与えてくださった本学職員の方の協力があったればこそである。

もちろんここに紹介したのはごく一部に過ぎず、さらに多くの方々のお力の上に私たちの今日が成り立っている。私たちは、この信頼関係を無下にするようなことを決してするわけにはいかない。「人手不足」は問題だが、それを逃げ道にするつもりはない。力が足りなければ、もっと「知恵」を絞るだけのことである。

また、私たちはこういった素晴らしい方々との出会いが、自身にとって大きな財産になることをすでに知っている。これはゼミ活動を通じて、「アイデア考案→提案・相談→ブラッシュアップ→実現」といった流れを多少なりとも経験してきたからこそ分かるのである。今年度のゼミ生の中に、長岡市民は1人もいない。しかし、地元ではないからこそ、この長岡の地で得た「つながり」を大事にしていきたいと思っている。それが、卒業後に社会で幅広く活躍することにつながればよいと思っているし、むしろ、そうなるように挑戦を続けていくのが私たちの「責任」だと自覚している。

私たちは、十分杯の活動を通じてその教訓を深く学んできた。その真髄は「過ぎたる欲」を戒めることにあった。たしかに健康のためには、「腹八分」の食生活は良いと言えるし、常に自分の望みを100%叶えようとすれば、周囲と軋轢を生むことは必至である。これらの点では、「知足」の精神にも賛同する。しかし、ゼミ活動をしていく上では、そういうわけにはいかない。私たちの考え得る、最良の手段を常に追い求めていかなければならない。十分杯の教えには反するが、ゼミ活動に関しては今後とも「貪欲」に、さらなる高みを目指して挑戦を続けていくことをここに宣言する。

最後になるが、ゼミアドバイザーの内山弘様、渡辺茂様のご両名には1年を通じて大変お世話になった。今一度、この場を借りて深く御礼申し上げる。

<図 40>ゼミメンバー集合写真 「来年度も全力で参ります！」





## 補論.1 十分杯入門

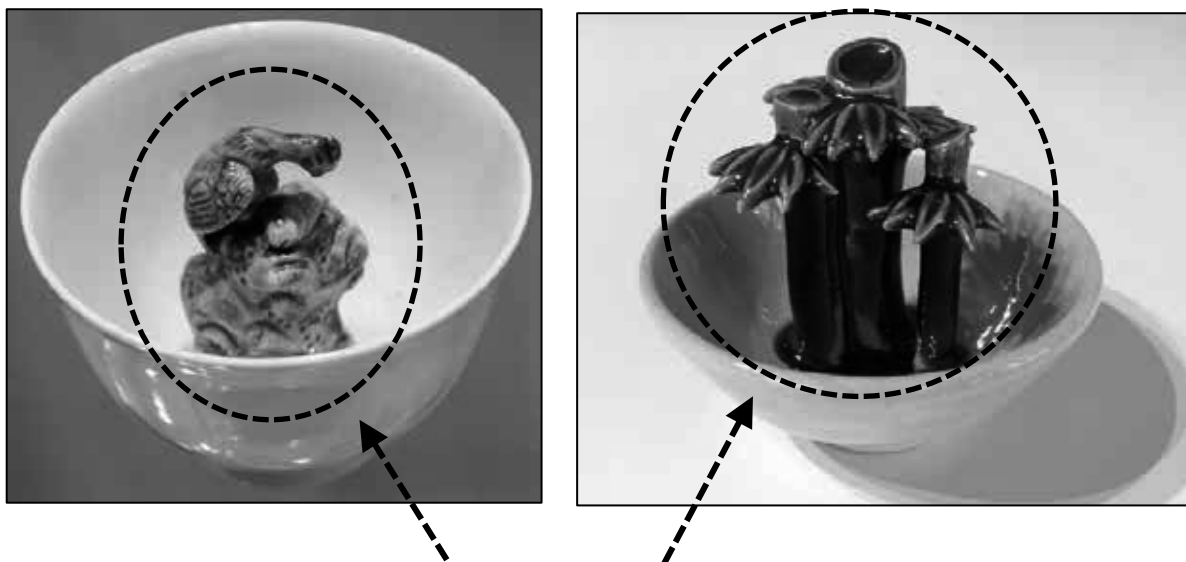
本項では、「十分杯」そのものを「特徴」「仕組み」「歴史」などに着目しながら紹介していく。本書を手にとって、初めて十分杯のことを知るといふ読者の方もおられよう。そのような方は、まず本項を一読されることで、十分杯のことを大まかに知った上で、第1～5章の本論をお読みいただければ幸いである。

### 補.1.1 4つの特徴

十分杯は陶器やガラスや木のマスなど様々な形のものが存在している。そして、多くの十分杯に共通していることは、①<補・図1>の写真のように真ん中に柱（“飾り”と呼ばれる）が立っている、②その飾りの中を管が通っている、③<補・図2>のように底に穴があいている、④一定の量（8分目程度）を超えて注ぐと、中に入っていたすべてのお酒が底の穴から漏れてしまうため杯の中は空になる、の4点が挙げられる。

十分杯はお酒を飲む際は中央にある飾りが鼻についてしまい、非常に飲みにくいいため実用性はあまりない。しかし、十分杯という杯は目でも十分に楽しむことができる杯である。十分杯の飾りは数多くの種類があるため、季節や行事によって飾るものを変えることでインテリアとしての役割も果たすことができる。人によっては、お正月に飾る家庭もあるようである。

<補・図1> 江戸時代中期の平戸焼の十分杯（左）と北越銀行の竹十分杯（右）



この造形物が「<sup>かざ</sup>飾り」

この十分杯の仕組みにはサイフォンの原理というものが使われている。サイフォンの原理とは、サイフォン（ギリシャ語で、チューブ・管という意味）を使って、高いところの水を低いところへ移すしくみのことである。液体の量が少ないのであればこの原理を活用する出番は少ないが、量が多くなれば、管一本で解決できる非常に便利なものである。この原理はトイレの水道管、消火器、灯油ポンプなど私たちの身近にも使われている物がある。

<補・図 2> 十分杯の底の穴



(注) この穴と<図 1>の飾りに隠れている管が繋がっている。

## 補. 1. 2 教訓

### 補. 1. 2. 1 『十分盃銘』の中の「天道虧盈てんどうきえい」

十分杯には「足るを知る」という教訓がある。現状を満ち足りたものと理解し、不満を持たない、程々で満足するという意味である。しかし、十分杯の教訓として一般的に知られている「足るを知る」という言葉は、十分杯を長岡に広めたといわれる長岡藩 3 代藩主の牧野忠辰が詠んだ『十分盃銘（補・図 3）』という詩の中には出てこない。

牧野忠辰は、十分杯に感銘を受けて『十分盃銘』という詩を詠んだ。その詩の中には‘足るを知る’という言葉ではなく‘満つれば欠く’という言葉が出てくる。‘満つれば欠く’とは、あまり欲張りすぎるとかえって失ってしまうので欲張るなという意味である。

江戸時代において、長岡藩はもともと、豊かな藩であり財政的にも余裕があったが、高田城の請取、幕府の委託事務、度重なる水害などが財政を圧迫し、財政的に厳しい状況になってしまった。その頃、長岡藩には十分杯が伝わったとされる。十分杯は領民が持参したとされ、その十分杯に感銘を受けた牧野忠辰は、『十分盃銘』を詠んだという。さらに牧野忠辰は、十分杯を藩士たちの生活を戒め、節約をさせるための手段として活用した。

では、具体的にどのような表現になっているのか確認してみよう。牧野忠辰の『十分盃銘』に出てくる「満つれば欠く」は正しくは「天道虧盈」の 4 文字である。この 4 文字は、もともとは易経に出てくる言葉である。易経には「天道は盈（みつる）を虧（か）きて謙

に益し」と出てくる。「天は満ちたもの（＝盈）を欠けさせ、欠けたもの（＝謙）を満ちるようにする」という意味である。このように、牧野忠辰は十分杯を見て、大きな感銘を受けたため詩を詠んだわけであるが、大きな感銘とはずばり、「天道虧盈」だと解釈することができる。

<補・図3> 『十分盃銘』の中の「天道虧盈」



前述したように、飾りの中には管が通っており、約8割以上の液体を注ぐと、サイフォンの原理により底の穴から液体がこぼれてしまう。この約8割以上の液体を注ぐとこぼれてしまう様子から、「欲張りすぎるとこぼれてしまう」という意味で、「足るを知る」という教訓がつけられた。初めは、この足るを知るについて調べていたが、2014年十月の悠久祭で行った「第1回十分杯会議」の際に、権ゼミナールアドバイザーの長岡歯車資料館長の内山弘氏から、十分杯の教訓は「足るを知る」だが、長岡に十分杯を広めた長岡藩3代藩主牧野忠辰の『十分盃銘』には「足るを知る」は出てこず、「満つれば欠く」という言葉が出てくるとのご指摘をいただいたため、「満つれば欠く」についても調べることとした。

### 補.1.2.2 様々な「足るを知る」と「満つれば欠く」と歴史

十分杯の広報活動を行うにあたり、十分杯の教訓についてより充実した説明をするために、「足るを知る」と「満つれば欠く」について調べてみると、様々なところに出てくることがわかった。

‘足るを知る’という言葉が最も古く記述されたのは、おそらく中国の『老子』で、作者の老子が生まれたのは紀元前6世紀頃だと思われる。そして、その後、紀元前5世紀になってから、インドで仏教が成立した。日本の‘足るを知る’は徳川光圀が寄進したとき

れる「知足の躑躅」が龍安寺にあり、日本には知足院という寺があることから、おそらく仏教から来ていると思われる。

日本では、江戸時代に徳川光圀が龍安寺に「知足の躑躅」を寄進したとされ、さらに‘満つれば欠く’と似たような意味を持つ「九分は足らず、十分はこぼれると知るべし」という言葉を残した。おそらく、徳川光圀も十分杯、あるいはそれと似たようなものを知っていたに違いないだろう。ただ、現代と違うのは、‘八分’ではなく‘九分’を使うということである。江戸時代前期には‘八分’ではなく、‘九分’という言葉が一般的だったのかもしれない。とにかく、長岡つまりは牧野忠辰に十分杯が伝わったのも江戸時代で、そこから長岡の儉約の精神が始まったことが文献上確認できた。

また、森鷗外は、大正5年に『高瀬舟』を書き、知足と安楽死をテーマとしている。

以下では、上述したものを、より詳細に紹介することにしたい。

## ① 老子

一般的に知られている「足るを知る」は『老子』の第33章である。辞書にも出てくるのはこの「足るを知る」である。『老子』には第33章、第44章、第46章の3ヶ所に「足るを知る」が出てくる。

第33章には、「足るを知る者は富み、強(つと)めて行なう者は志有り」と出てくる。(持っているものだけで)満足することを知るのが富んでいることであり、自分をはげまして行動するものがその志すところを得るという意味である。しかし、森(1978)は、この章に出てくる、‘足るを知る者は富む」という言葉は前後の句とはあまり必然的なつながりはない。あるいは昔からあった格言であったのかもしれない’と指摘している<sup>3</sup>。

第44章には、「足ることを知れば辱(はずか)しめあらず、止(とど)まることを知れば殆(あや)うからず。以(もつ)て長久なる可(べ)し」と出てくる。(どの程度で)満足すべきかを知れば、屈辱を免れ、(どこで)とどまるべきかを知れば、危険に出あわないという意味である。この章で老子は名声欲の否定をしている。‘老子には生きることを尊び、長生を望ましいとする思想があるといわれる。生存ということが人間にとって本質的なものである以上、これは当然のことである。そのためには生命の自然に反する欲望を去る必要が生まれれば老子は考えている’と森は解説している<sup>4</sup>。

第46章には、「禍(わざわい)は足るを知らざるより大なるは莫く、咎(とが)は得んことを欲するより大なるは莫し」と出てくる。満足することを知らないほど大きな災いはなく、(他人のもちものを)ほしがることほど大きな不幸はないという意味である。この章では前半に戦争のことを述べており、老子が生まれたのは春秋時代であり、当時の中国は様々な勢力があり、争いもたびたび起きていたようなので、その物欲は領土欲を特に意識しているのかもしれない。

## ② 仏教

仏教にもいくつかの經典に「足るを知る」が出てくる。よく知られているのは『遺教經』<sup>ゆいきょうぎょう</sup>であり、ここでは『遺教經』の「足るを知る」について説明する。

遺教經には、「比丘達よ、もし諸々の苦惱から脱却せんと思ふならば、よく知足（の教え）を觀じよ。「知足」という教えは豊かで安樂、安穩なるものである。足ることを知る人は、地面で寝るような暮らしを送っていても、なお安樂である。足ることを知らない者は、豪勢豪華な家で暮らしていたとしても、まだ満足がいかない。足ることを知らない者は、裕福であっても（心が）貧しい。足ることを知る人は、貧しくとも（心が）豊かである。足ることを知らない者は、常に（モノ・音・臭い・味・肌触りに対する）五つの欲望に振り回され、足ることを知る者の憐（あわ）れまれる。これを知足と名づける。」と出てくる。遺教經は仏教の祖である釈迦の最後の説法であり、根幹には、「八大人覺」<sup>はちだいにんがく</sup>という悟りを得るためにたもつべき八つの条件・意識があり、「知足」はその中の一つでもある。

遺教經にはさらに、「欲することを少なくすること」という意味の「少欲」という言葉があり、この「少欲」は八大人覺の一つでもある。この「少欲」と「知足」を合わせた「少欲知足」という四字熟語もある。「あまり、いろいろな物を欲しがらず、現在の状態で満足すること。欲望を全て、消してしまふのではなく、欲張らないで、与えられた現実を素直に受け入れること。」という意味である。

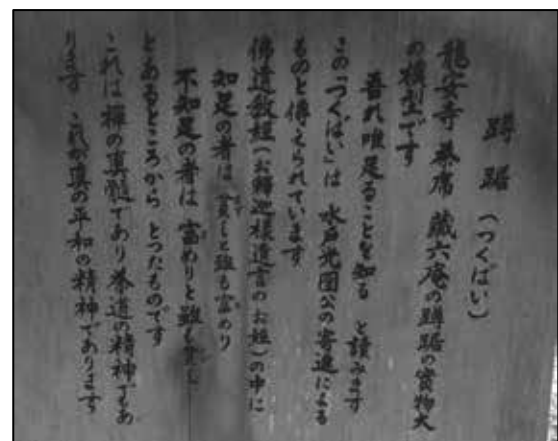
## ③ 徳川光圀

京都の龍安寺には徳川光圀が寄進したとされる、「知足の蹲踞（補・図4）」というものがある。蹲踞とは茶室に入る前に手や口を清めるための手水を張っておく石のことである。丸い石の造形物の真ん中に、四角があり、その周りに、五、佳、止、矢の4文字が彫られている。おもしろいのは、この4文字に真ん中の四角、つまり「口」という字を足すと、それぞれ吾、唯、足、知という字に代わるということである。もちろん、その意味は字のごとく「吾唯足るを知る」という意味である。その意味合いから石庭の石が「一度に14個しか見ることができない」ことを「不満に思わず満足する心を持ちなさい」という戒めでもあるといわれる。また、徳川光圀は「九分は足らず 十分はこぼれると知るべし」という言葉を残している。九分目では足りないと思ひ、十分まで求めようとすれば、(水は)こぼれてしまうということであり、人に欲があるのは仕方がないが、際限なく求めることは危険だという意味である。

<補・図4>知足の蹲踞



<補・図5>龍安寺の蹲踞の説明文



#### ④ 森鷗外の『高瀬舟』

森鷗外の書いた小説、『高瀬舟』は、財産の多少と欲望の関係、および安楽死の是非をテーマとしている。ここでは小説のあらすじを簡潔に紹介したい。京都の罪人を遠島に送るために高瀬川を下る舟に、弟を殺した喜助という男が乗せられた。護送役の同心である羽田庄兵衛は、喜助がいかにも晴れやかな顔をしている事を不審に思い、訳を尋ねる。庄兵衛は喜助になぜそのように晴れやかな表情をしているのかを尋ねると、喜助は苦しい生活から一転、皮肉にも罪人となることで、食事をもらえるようになり、流刑先での生活費までももらえるようになり、晴れ晴れとしている。あの極貧生活に比べれば、十分すぎるほどの待遇をしてもらっていると答える。満足している様子に、船守りの庄兵衛は、「足るを知る」境地にいるような喜助に、人生というものを考えさせられる。その考えが高瀬舟の本文には、「庄兵衛はただ漠然と、人の一生というような事を思ってみた。人は身に病があると、この病がなかったらと思う。その日その日の食がないと、食ってゆかれたらと思う。万一の時に備えるたくわえがないと、少しでもたくわえがあったらと思う。たくわえがあっても、またそのたくわえがもっと多かったらと思う。かくのごとくに先から先へと考えてみれば、人はどこまで行って踏み止まることができるものやわからない。」と出てくる。このように高瀬舟には、「足るを知る」という言葉は出てこないが、その考え方は出てくる。文豪森鷗外が我々に残したかった大きなメッセージだったと受け取りたい。

#### 補.1.3 杯の構造と原理

以下の<補・図6>を見ると、飾りの内部に通っている管の曲がっている部分が、器の八分目になるように作られている。この八分目の曲がっている部分より多く液体を注ぐと、後述するサイフォンの原理が作用して、すべての液体がこぼれてしまう仕組みになっている。

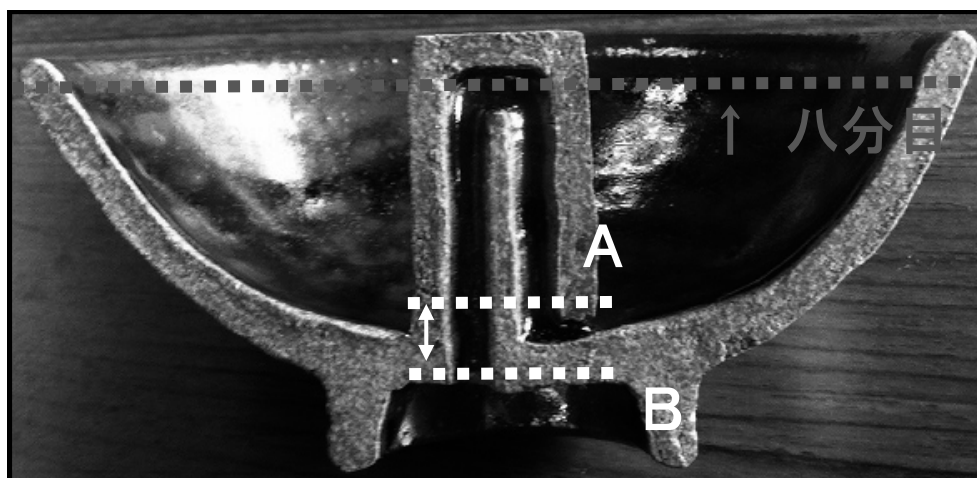
そのサイフォンの原理について、簡単に述べたい。<補・図6>で、管の入り口Aと出口Bの高さには少し差がある。水は“高低差”があると、低い方へ流れる性質があるので水は出口へと移動していく。私たちの実験を通して分かったことだが、水がいっぱい入ったストローを<補・図6>のように逆さまにしてみた。面白い結果が出た。ストローの両断面AとBの地面からの高さが同じときは不思議なことに水はどちらからも落ちなかった。しかし、AとBのバランスが少しでも崩れると、ストローの全ての水は低い方から全部落ちるのである。つまり、十分杯の管の構造と同じなのである。

もう一つ大事なのは、なぜ、Aから入った水が管の頂点まで逆流することができるかということである。水は高いところから低いところに移動するのが自然の法則であるが、これは真逆である。その理由は圧力差にある。まず、8分目まで注ぐと、管の中も8分目までは酒が入る。それ以上注ぐと、管の頂点まで酒がいっぱいになり、頂点にあった酒は下に落ちる。これによって落ちてなくなった酒の分だけ管の外の酒がAを通過して管の中に入る。その際、管の外より管の中は細いためより圧力がかかる。つまり、同じ杯の中でも管の中と外で圧力の違いが生じるのである。この圧力の違いによって酒は圧力が低いところから高いところに移動するのである。

ただ、この原理については、専門家の間でも異なる主張がある。従来「大気圧説」の他に、「水分子の鎖説」、「圧力差説」なども提唱されている。詳しくは2014年度の権ゼミ

ナールの報告書を参照されたい。

<補・図6>十分杯の断面図



(資料) 長岡在住の陶芸作家の岡崎宗男氏が製作したもの

#### 補.1.4 十分杯という名称

私たちが広報活動で質問されるのが「十分杯」という名前についてである。具体的には、「八分の杯」ではないか」という質問である。その際に私たちは決まって『十分杯銘』を取り上げ3代藩主が十分杯と命名していることを伝えてきた。しかし、3代藩主がなぜ、八分ではなく、十分としたかはわからない。ここでは、それについて推測の域を出ないが、推理してみたい。

もともと「十分」は同じ発音で「充分」という単語がある。「十分」は「10割、100%」の意味があり、「充分」は「必要なだけ」、「enough」、「not too much」の意味が込められている。つまり、「充分」は必ず100%でなくてもその人がいいと思うのであればそれでいいという意味がある。

そうすると、発音は「十分」から、意味は「充分」からとったのではないかと推論している。つまり、十分杯は教訓がある杯であるが、その教訓とは自身にとっての「充分」を理解することなのである。

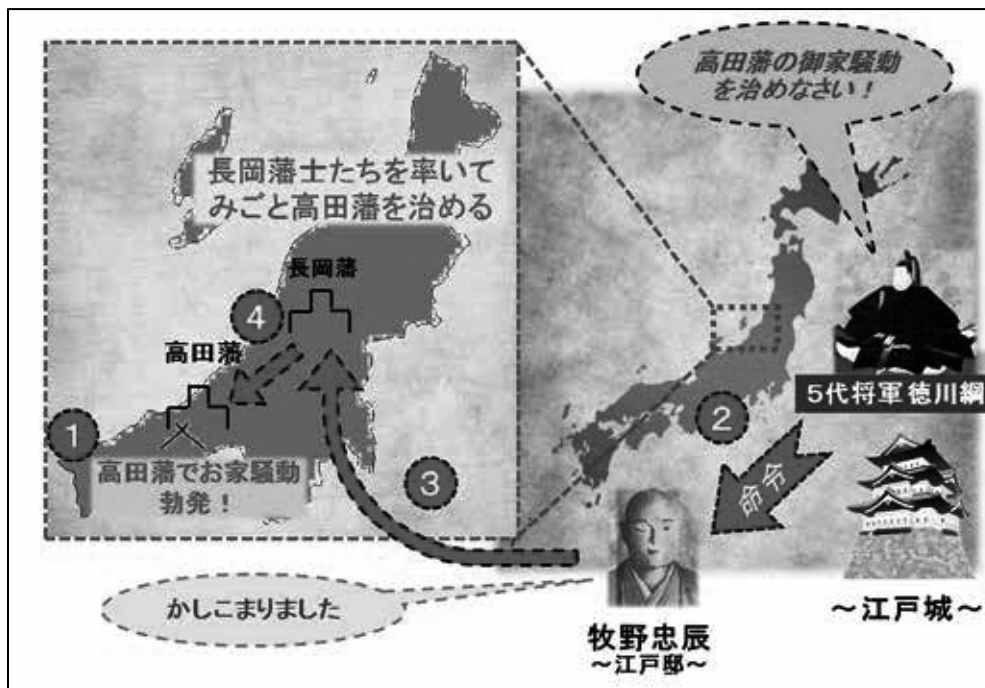
#### 補.1.5 長岡と十分杯の関わり

##### 補.1.5.1 江戸時代

最初に、<補・図7>は、十分杯と長岡との関わりを年表にしたものである。江戸と長岡に分けたのは、江戸からの影響を見るためである。以下では、十分杯と長岡がどういった関係なのかを江戸時代と近現代に分けて説明する。まず江戸時代の十分杯と長岡の関わりについて説明する。十分杯は、江戸時代以降の長岡藩との関わりが深かったと推定される。今から約400年昔、長岡藩が開府する。長岡藩の財政は、開府当時、表高は年間7万4千石だったと言われていた。しかし、その後の新田開発や検地などにより、実際はその約2倍の14万27百石であることがわかった。開府してからしばらくの間の財政状況はかなり余裕だったと推定される(蒲原・坂本(1980)p.89)。そういった時に、高田藩で越後騒動<sup>6</sup>が勃発する。

1681年、長岡藩の三代藩主牧野忠辰に高田城二ノ丸<sup>せいしゅう</sup>請収、そして、それに伴う高田藩の運営の命が下る（＜補・図8＞参照）。当時、江戸の長岡藩邸にいた彼は、急ぎ長岡へ戻り、高田に出兵した。この出兵は長岡藩にとって財政的には大きな負担となった。このことに加え、長岡ではこの頃、水害<sup>7</sup>が多かったようである。ちなみに、江戸時代を通して長岡城まで浸水する事が7回もあったと言われている。中小の氾濫を含めるとかなりの回数に及び、6万6千石強の損害になったこともあったようである（長岡市史編集委員会近世史部会(1992)p.34-35）。主に、高田藩の請収、それに伴う高田藩の管理運営、度重なる水害、以上の3つの事が原因で、開府当時は余裕だった財政も厳しくなっていた。ちょうどその頃、大阪から戻った領民が長岡に十分杯を持ち込み、忠辰が知るところとなった。忠辰は、三河<sup>8</sup>からの「儉約」「戒め」といった精神を持っていた。そして、十分杯には、この精神に似た「足るを知る」という精神が込められている。これが、忠辰の心に響いたのではないだろうか。忠辰は、十分杯に『銘』という形で言葉を残した。

＜補・図7＞越後騒動における関係図



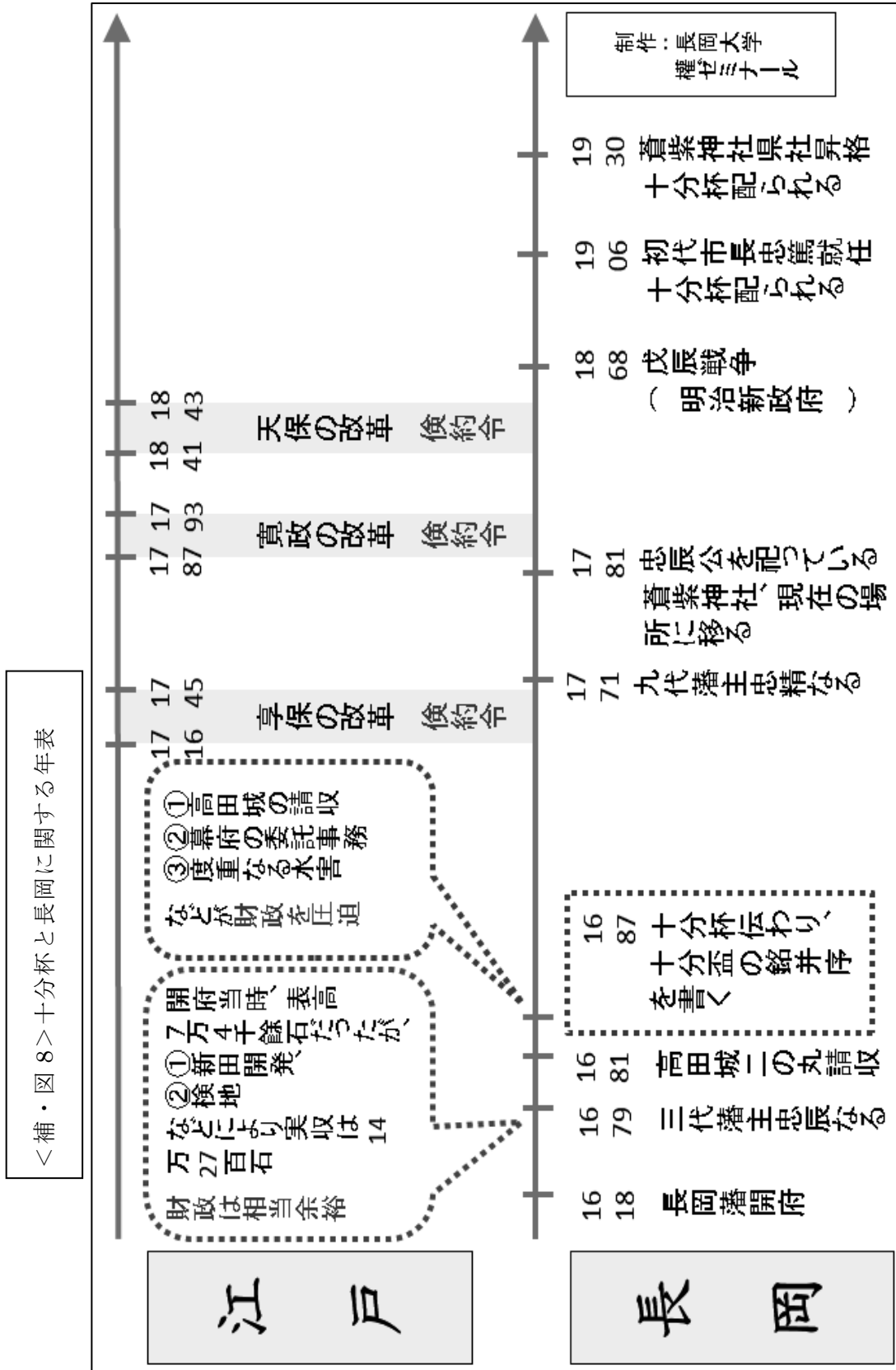
### 補 1.5.2 明治時代以降

次に、近現代の十分杯と長岡の関係を説明する。時代が下って、1906年、長岡市が誕生する。そして、長岡市の初代市長に牧野家の14代目の当主、牧野忠篤が就任する。戊辰戦争に敗れ、長岡は焼け野原となっていた。如何にして長岡の復興と近代都市への発展を実現するか。この苦境に、彼は歴代の藩主たちの教を深く心に刻んで臨んだ。彼は、明治時代の日本を代表する陶芸家の宮川香山<sup>みやがわこうざん</sup>に、十分杯の作成を依頼し、この十分杯に込められた精神を座右の銘として、事に臨んだのである。そして、忠篤は十分杯を貴族に配ったようである。以降、長岡では、事の節目や、記念品として十分杯を配る事が文化の一つになった。例えば、

- ・阪之上小学校の100周年記念で配られた「鳩」の十分杯
- ・長岡高校の140周年記念で、同窓会で配られた「龍」の十分杯



・北越銀行の110周年記念で作られた「松竹梅」の十分杯  
 などがある。また、最近は結婚式、祝い事などの引出物として贈られる事もあるうえ、商品開発も進んでいる。



＜補・図8＞十分杯と長岡に関する年表

## 補論. 2 日本酒チャートづくり

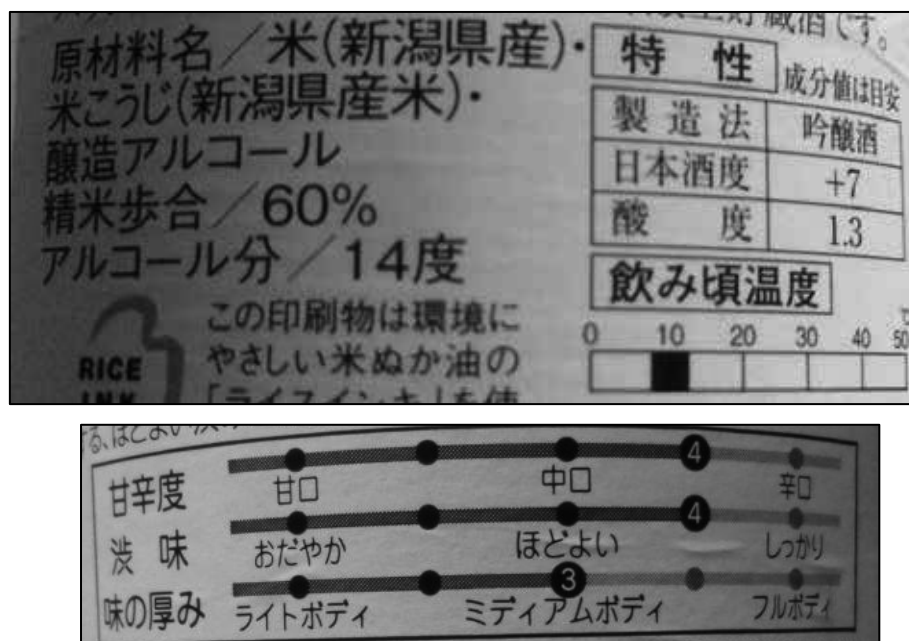
日本酒チャート作りとは、長岡市の各酒蔵の日本酒をそれぞれ、一般の方に飲みくらべてもらい、味を評価してもらうものである。最終的に味や香りについての評価を、十字方向に表したチャート表を作成することで、純粋な消費者の感想のみに基づく日本酒の分類を試みるものである。

これまで、ゼミ生の実体験として日本酒のラベル表示を見ると「精米歩合」「日本酒度」といったあまりなじみのない数値、や「純米酒」と「特別純米酒」、「吟醸酒」と「吟醸造り」など一見ただけで違いが分かりにくい場面に、多々遭遇してきた。それは、同じ酒類のワインが1軸の指標で端的に表されているのとは対照的に感じられた。さらに、十分杯の活動で、「日本酒を選びたいけど数が多くて選べない」、「自分に合う日本酒が見つからない」というお言葉を多く耳にしてきた。このことから、「日本酒の表示が分かりにくい」という悩みは、多くの人に共通の悩みなのかもしれないと思うようになった。そこで、何名かの酒蔵関係者と相談した結果、「消費者の感想に基づくチャート表」を作成することで、酒造業自体や小売業、観光業など多方面で長岡のために活用できるのではないかと考え、この活動を立ち上げた。

今のところ、2回のイベントを通じて長岡市内16蔵のうち、15蔵分の試飲調査を終えており、どのように取りまとめるかを検討中である。

なお、本取り組みは内田エネルギー科学振興財団より後援を受け、各イベント等を展開している。

<補・図9>日本酒のラベル表示例（上）とワインのラベル表示例（下）



### 補論. 3 十分杯の広報活動用 新・はっぴづくり

今年度の長岡大学ヒューマンパワーアッププロジェクト（通称 HPP）にゼミメンバーが「チーム十分杯」として応募した。HPP は本学学生が個人、または団体が主体的に取り組む事業について、審査を経て有意義と認められた場合に大学から資金援助をするものである。

チーム十分杯では、「思わず記念撮影がしたくなる“十分杯 PR 衣装”作り」と題して、新しいデザインのはっぴとのぼり旗を作ることを企画・申請した。従来、広報活動においては本学所有のはっぴを使用していたため、一見しただけでは十分杯の広報をしているとは分からなかった。そこで、背中に十分杯そのものをデザインし、襟元に長岡大学の文字を入れることで、「十分杯」「長岡大学」どちらも知ってもらえるような工夫を施した。また、両腕の上腕部に長岡藩ゆかりのデザインである「五間梯子」を取り入れ、長岡らしさを強くアピールできるようにした。

新しいはっぴは、10 月半ば頃から広報活動にて使用しており、多くの方から好評を頂いている。

<補・図 10>新しいデザインのはっぴ



## 参考文献

- 朝尾直弘他（1994）『日本通史 第13巻 近世3』岩波書店
- 内山弘（2016）『長岡鉄工業の歩み』長岡歯車資料館
- 小田切宏之（2010）『企業経済学 第2版』東洋経済新報社
- 蒲原拓三、坂本辰之助（1980）『長岡藩史話』歴史図書社
- 国史大辞典編集委員会（1990）『国史大辞典 第11巻』吉川弘文館 p.874
- 権五景（2016）『先進国になるための必要条件と十分条件-新潟県長岡市の機械工業の事例を通じて-』長岡大学地域連携研究センター
- 塚本 学（1998）『徳川綱吉』日本歴史学会
- 長岡市史編集委員会近世史部会（1992）『長岡藩政資料集（4）長岡平蔵収集長岡藩資料』長岡市
- 日置栄継（2010）『新・国史大年表 第五巻 - I（一六〇一～一七一五）』国書刊行会 p.649、p.709
- 深井雅海（2012）『日本近世の歴史3 綱吉と吉宗』吉川弘文館
- 松本和明（2001）『田村文四郎の企業者活動と北越製紙の設立』長岡短期大学生涯学習センター
- 森鷗外（2002）『山椒大夫・高瀬舟 他四編』岩波文庫緑 5-7
- 森三樹三郎（1978）『老子・荘子 人類の知的遺産5』講談社

## 参考ウェブサイト

- ・「江戸時代の貨幣価値と物価表 - Teio コレクション」  
<http://www.teiocollection.com/kakaku.htm>（2016.1.10 時点）
- ・「経営戦略の基本(2).PPM 分析 - 協同組合京都府中小企業診断士会」  
<http://www.kcs-net.or.jp/koza/1-3.htm>（2017.1.24 時点）
- ・「バルとは？ - 街バルジャパン」  
<https://machi-bar.jp/whatisbar>（2017.1.23 時点）

---

1 長岡の機械工業の歴史については、内山（2016）、権（2016）を参照されたい。

2 この経緯については松本（2001）が詳しい。

3 森（1978）p.138

4 森（1978）p.31

5 少欲（欲をわずかにす）、知足（足るを知る）、楽寂静（寂静を楽 [ねが] う）、勤精進（精進を勤める）、不忘念（念を忘れず）、修禅定（禅定を修める）、修智慧（智慧を修める）、不戯論（戯論せず）の八つ。なお、八大人覺の概念自体は、別の経典（『長阿含経』『阿那律八念経』等多数）にも見ることが出来るが、その内容は、それぞれ相違する場合がある。

6 越後騒動・・・高田藩にて起った御家騒動。藩の政治を執っていた「小栗美作」と、これに敵対する重臣とが争い、徳川五代目将軍綱吉の裁定で両派に厳しい処分が下され、高田藩は幕府に没収された。没収に際し、高田城の受け取りの役を命じられたのが牧野忠辰であった。

7 水害・・・信濃川は暴れ川と言われており、治水技術の発達していない当時は多くの水害があった。寛文十年（1670年）から嘉永四年（1851年）までの約180年間で52回の水害が記録されている。これは単純計算で、3年半に1回の水害が起きている事になる。

8 三河・・・三河国みかわのくには、現在の愛知県東部にあたる。牧野家は三河出身である。



## 企業ホームページの改善による効果の確認

村山光博ゼミナール

13M002 内山絵美	13M006 河村信太郎
13M012 佐々木圭太	13M029 福崎秀一郎
12M034 山田和弥	13M036 山田里津子
13M037 山本幸之介	14K018 尾木和磨
14K025 菊地紘基	14K050 宋超



## 目 次

### 1. はじめに

- 1.1 本取り組みの背景と活動の概要
- 1.2 今年度の活動について
- 1.3 診断シートの改善
- 1.4 中間レビューの実施について
- 1.5 学生による地域活性化プログラム成果発表について

### 2. 長岡産業活性化協会 NAZE ホームページリニューアル

- 2.1 NAZE の概要
- 2.2 NAZE 事務局訪問とヒアリング調査
- 2.3 ホームページリニューアルの効果について

### 3. ホームページ改善案の策定 1 (小川コンベヤ株式会社)

- 3.1 小川コンベヤ株式会社の企業概要
- 3.2 ヒアリング調査と工場見学の実施
- 3.3 現在のホームページ構成と診断結果
- 3.4 改善案の策定
- 3.5 まとめ

### 4. ホームページ改善案の策定 2 (有限会社シンエー木型工業)

- 4.1 有限会社シンエー木型工業の企業概要
- 4.2 ヒアリング調査と工場見学の実施
- 4.3 現状のホームページ構成と結果診断
- 4.4 改善案の策定
- 4.5 リニューアルによる効果について

### 5. ホームページ改善案の策定 3 (株式会社タカハシ)

- 5.1 株式会社タカハシの企業概要
- 5.2 ヒアリング調査と工場見学の実施
- 5.3 現在のホームページ構成と診断結果
- 5.4 改善案の策定
- 5.5 リニューアルによる効果について

### 6. 企業のホームページ活用

- 6.1 NAZE 会員企業のホームページ掲載状況
- 6.2 NAZE 会員企業のホームページ活用状況
- 6.3 NAZE 会員企業の SNS 導入状況

### 7. ホームページ改善案の策定 まとめ



## 1. はじめに

### 1.1 本取り組みの背景と活動の概要

情報通信技術の発展に伴い、インターネットを中心としたネットワーク環境もめまぐるしく変化し続けている。ホームページをはじめ、ブログ（Blog）、SNS(Social network service)、ツイッター（Twitter）、フェイスブック（Facebook）など多様な手段により、新聞、チラシ、テレビ、ラジオなど従来の媒体に比べ、低コストで即時性の高い情報発信を容易に実現できる環境が整ってきている。このような状況下において、企業の情報発信の一つの手段としてホームページの重要性が高まっており、単なる広報的な役割だけでなく、情報公開やマーケティングのツールとしてもその役割を期待している。

長岡大学村山ゼミナールでは、「企業ホームページの改善による効果の確認」をテーマとして企業ホームページを調査・研究し、独自に設定した評価項目に沿った診断結果から改善案の策定に取り組んでいる。この取り組みはNPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の企業ホームページ改善事業と連携しており、これまでの取り組みにおいて、NAZE の会員企業のご協力をいただき、ホームページの診断と改善提案を中心としたホームページ改善支援を行った（表 1-1）。

今年度はこの取組みを継続し、会員企業の自社ホームページの改善案を策定する一方で、昨年度の改善提案を受けてリニューアルを行った NAZE のホームページの改善状況を調査し、その効果についての確認を行う。

表 1-1 ホームページ改善支援対象企業（平成 22～27 年度）

年度	企業名	年度	企業名
22	(株)大原鉄工所	25	長岡電子(株)
	(株)小西鍍金		(株)システムスクエア
23	(株)サカタ製作所		マコー(株)
	(株)オオイ	26	越後工業(株)
	(有)毛利製作所		(株)サカタ製作所
24	(株)大菱計器製作所		(株)片山抜型製作所
	(株)七里商店	(株)大原鉄工所	
	(株)ソリマチ技研	27	NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE
	(株)小西鍍金		

### 1.2 今年度の活動について

今年度の主な活動として NAZE 事務局への訪問、小川コンベヤ株式会社、有限会社シンエー木型工業、株式会社タカハシの 3 社に対してホームページの診断と改善案の策定を行った。なお、今年度の活動は次のような流れで行った。

4月～5月	・テーマ設定、活動計画作成
5月	・NAZE事務局のヒアリング調査
6月	・小川コンベヤ(株)のヒアリング調査
7月	・小川コンベヤ(株)へのホームページ改善案の提出
8月	・『平成28年度「地(知)の拠点大学によるCOC+地方創生」シンポジウムー地域の未来創生に向けた新潟の魅力発見ー』において発表(8/22 ANAクラウンプラザホテル新潟) ・NAZEホームページのリニューアル後の評価についてNAZE広報部会にて発表(8/31 まちなかキャンパス長岡)
9月	・(有)シンエー木型工業のヒアリング調査
10月	・学園祭でゼミ活動紹介パネルの展示
11月	・中間レビューの実施(11/7) ・(有)シンエー木型工業へのホームページ改善案の提出 ・(株)タカハシのヒアリング調査
12月	・学生による地域活性化成果発表会での発表(12/3 ホテルニューオータニ長岡NCホール) ・(株)タカハシへのホームページ改善案の提出

#### (1) 小川コンベヤ株式会社のホームページ改善提案

ホームページ改善支援の対象企業の1社目として、小川コンベヤ株式会社にご協力をいただいた。6月にゼミ学生10名で同社を訪問し、業務内容とホームページの運用状況等についてヒアリング調査と工場見学を行った。ゼミ内で同社のホームページ改善案をまとめ、7月に同社の小川社長にホームページ改善案を提出した。同社では、来年度(平成29年度)のホームページリニューアルに向けて作業が進められている。

#### (2) 有限会社シンエー木型工業のホームページ改善提案

ホームページ改善支援の対象企業の2社目として、有限会社シンエー木型工業にご協力いただいた。9月にゼミ学生4名で同社を訪問し、業務内容とホームページの運用状況等についてヒアリング調査と工場見学を行った。同社では、来年度(平成29年度)のホームページリニューアルに向けて作業が進められている。

#### (3) 株式会社タカハシのホームページ改善提案

ホームページ改善支援の対象企業の3社目として、株式会社タカハシにご協力をいただいた。11月にゼミ学生3名で同社を訪問し、業務内容とホームページの運用状況等についてヒアリング調査と工場見学を行った。同社では、来年度(平成29年度)のホームページリニューアルに向けて作業が進められている。

#### (4) リニューアル後のNAZEホームページの評価とNAZE広報部会への参加

昨年度(平成27年度)のゼミ活動では、NAZEのホームページリニューアルに向けた改善案を策定し、NAZE広報部会への提案を行った。それを受けて、NAZEのホームページは平成28年7月にリニューアルされた(図1-1)。

リニューアル後のホームページは旧ホームページと比べ、全体的に見やすくなったと同

時に、検索機能がシンプルになったことで閲覧したい情報にすぐにたどり着けるようになった。また、確認された効果の一つとして、スマートフォンやタブレットからの閲覧時の滞在時間が増加している傾向が出ている。

8月末に行われたNAZEの広報部会にゼミ学生が参加し、リニューアル後のNAZEホームページについてのゼミでの評価結果の発表や部会員との意見交換を行った。

リニューアル前のホームページ



リニューアル後のホームページ



図 1-1 NAZEのホームページ

### 1.3 診断シートの改善

今年度の活動では、ホームページの診断のためにこれまで利用してきたコンテンツ診断シートとシステム診断シートについて、評価項目と配点の見直しを行って改善した。

図 1-2 は改善後のコンテンツ診断シート、図 1-3 はシステム診断シートである。

コンテンツ診断チェックシート

企業名 (URL)	(http:// )
診断者 氏名	
診断日	年 月 日

Contents

チェック項目		配点	採点
会社概要	01 経営理念が記載されている。	1	
	02 経営目標が記載されている。	1	
	03 代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。	1	
	04 会社の所在地・連絡先がトップページに記載されている。	1	
	05 資本金が記載されている。	1	
	06 売上高が記載されている。	1	
	07 従業員数が記載されている。	1	
	08 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	
	09 会社の雰囲気分かる静止画や動画などが配置されている。	1	
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	
小計		10	
商品・サービス	01 商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	
	02 商品・サービスに関する静止画や動画が効果的に使われている。 〔全く使われていないか、使われていても効果的とは言えない場合は0点〕	1	
	03 商品・サービスの開発・生産工程や提供方法などがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	
	04 商品・サービスの特徴や強みがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	2	
	05 商品・サービスの取引に関する問合せ先や対応方法がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	
	06 商品・サービスの製作事例や導入実績が記載されている。 〔お客様の声や課題解決に至ったある程度具体的な事例の紹介など〕	1	
	07 商品・サービスに関する問合せを受け付ける入力フォームを用意している。 〔問合せの種類を利用者が選択できるチェックボックスなどを設けることが望ましい〕	2	
	08 問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する。 〔よくある問い合わせや質問などの例がまとめられたページが設けられている〕	1	
小計		10	
採用情報	01 求める人材像（採用基準）が記載されている。	1	
	02 教育制度や資格取得支援制度が記載されている。	1	
	03 職場の様子や社員のメッセージ等が記載されている。	1	
	04 募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	1	
	05 賃金（初任給等）が記載されている。	1	
	06 勤務地（支店・営業所）が記載されている。	1	
	07 勤務時間（始業・終業時刻、休日、休暇等に関する事項）が記載されている。	1	
	08 採用選考のプロセス（流れ）が記載されている。	1	
	09 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	
	10 就職希望者専用の問い合わせ先が記載されている。	1	
小計		10	

2016/06/13 版

図 1-2 コンテンツ診断シート

システム診断チェックシート

企業名 (URL)	(http:// )
診断者 氏名	
診断日	年 月 日

**System**

チェック項目		配点	採点
構成・デザイン	01 欲しい情報に容易にアクセスできる。 〔ナビゲーションの表記がわかりやすく、少ないクリック数で欲しい情報にたどり着ける。〕	1	
	02 ハイパーリンクが適切に使用されているか。 〔リンクと他の文章との区別が明確であり、リンク切れもない。 ※リンクが無い場合は1点〕	1	
	03 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる。 〔各ページでトップページへのリンクがある。ロゴマークにリンクされている場合もある。〕	1	
	04 更新された内容が明示されている。 〔トップページの「新着情報」などで、更新日、内容、ページへのリンクが表示されている。〕	1	
	05 サイトマップが存在する。 〔サイトマップとは、ウェブサイト内のページ構成を一覧できるようにした案内ページ〕 〔トップページの下段に表示されている場合や、別ページで用意している場合がある。〕	1	
	06 現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるか明示されている。 〔パンくずリストとも呼ばれる。 例) ホーム>大学案内>学長メッセージ〕	1	
	07 文字の色や大きさが適切で、読みやすい。	1	
	08 無駄な空きスペースがなく、文字や画像の配置が適切である。	1	
	09 社名またはロゴマークを全ページに表示している。 〔ヘッダー部分などに配置して、いつも同じ場所に表示されるようになってほしい。〕	1	
	10 コンテンツ（掲載内容）に合ったタイトルが全ページに付けられている。 〔ページの上端およびブラウザのタイトルバーに適切なタイトルが表示されている。〕	1	
小計		10	
機能・運用	01 文字サイズを変えるボタンが用意されている。 〔トップページのヘッダーに「小」「中」「大」のようなボタンを配置する場合などがある。〕	1	
	02 スマートフォンやタブレットに対応している（レスポンシブデザイン等）。 〔画面の解像度や大きさに応じて、ナビゲーションやコンテンツが適切に配置される。〕	1	
	03 Facebook, Twitter, Line®等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。	1	
	04 日本語だけでなく外国語（英語、中国語、韓国語など）への対応がある。	1	
	05 意見や感想を伝える方法が明示されている。 〔問い合わせ方法が明示されているかどうか〕	1	
	06 ドメインは自社ドメインになっている。 〔プロバイダのドメインではなく、会社独自のドメイン名を取得し、サイトを構築している。〕	1	
	07 入力フォームで送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている。 〔入力フォームがない場合は1点〕	1	
	08 個人情報保護（プライバシーポリシー）に関する記述がある。	1	
	09 著作権表示が全ページに表示されている。 〔例: Copyright © 長岡大学 All Rights Reserved〕	1	
	10 免責事項等へのリンクが設置されている。 〔免責事項=例, 「本サイトの関係者は、あなたに対して一切責任を負いません」 「あなたが本サイトを利用する場合は、自己責任で行う必要があります」 などの記述がある。〕	1	
小計		10	

特記事項・その他

2016/06/13版

図 1-3 システム診断シート

#### 1.4 中間レビューの実施について

11月に開催された中間レビューでは、村山ゼミで今年度行ってきた活動の概要を発表した。発表後は、会議に参加されていたアドバイザーの方々からの質疑応答を行い、今後の活動に向けてご意見をいただいた（図 1-4）。

##### <中間レビューの実施>

日 時：平成 28 年 11 月 7 日（月） 14:40～16:10

会 場：長岡大学

アドバイザー：株式会社アルモ 代表取締役社長 柴木樹氏

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局長 山田哲也氏

参加者：内山絵美、河村信太郎、佐々木圭太、福崎秀一郎、山田和弥、山田里津子、  
山本幸之介、尾木和磨、菊地敏基、宋超



図 1-4 長岡大学において NAZE 中間レビューの様子

##### <アドバイザーからのご意見>

- ・技術面を出したいのか、商品売り込みたいのか、企業によって目的が違うので、企業側にたってもう少し診断シートの評価項目を変えてみたらどうか。
- ・依頼企業の求めているものは何か、そして最終的には、どうしたらその企業の製品（記述）が多く売ることができるか。そのためにはどうしたらよいか。反対にホームページを見る人は、何を知りたくて見るのかを考える必要がある。
- ・既に完成度の高いホームページを有する企業からの依頼に対しての改善提案は、難易度も高いと思う。
- ・ゼミの一人一人が、経営者の立場や、お客様の立場に立って考えることが大切である。
- ・長岡地域の中小の製造業（特に鉄工・鋳物機械関係など）は、自社製品を持っていない企業がほとんどで、自社製品を持っている企業とはそれぞれ違った主観による PR 方法や紹介を提案できるとより良いのではないのでしょうか。
- ・本事業に取り組んだ企業の追跡調査により、改善の成果をまとめ、今後の取り組みに活かして欲しい。
- ・刻々と変化していく Web を活用した情報発信方法などについて、常にトレンドをつかみ取り組んでほしい。

## 1.5 学生による地域活性化プログラム成果発表について

12月3日(土)、ホテルニューオータニ長岡NCホールにおいて、平成28年度「学生による地域活性化プログラム成果発表会」を開催した。

村山ゼミからも今年度の活動の成果について3年生の3名が発表を行った(図1-5)。

### <実施概要>

日 時：平成28年12月3日(土) 13時00分～17時00分

会 場：ホテルニューオータニ長岡 NCホール

参加者：内山絵美、河村信太郎、佐々木圭太、福崎秀一郎、山田和弥、山田里津子、  
山本幸之介、尾木和磨、菊地鉦基、宋超



図1-5 学生による地域活性化プログラム成果発表会の様子

### <アドバイザーからのご意見>

- ・NAZEの広報部会に来てもらい、実際に刺激になった。今まではホームページ改善をしてそこで終わりだったが今年からそれを振り返って評価、また今後に生かす取り組みを行って、さらに力を入れ改善を生かした評価した。しかし、まだ効果が出ていないのでNAZEのホームページ改善の効果を引き続き上げていく。また対象の会員企業に対してもこの取り組みを進めていく。
- ・長岡の製造業企業のホームページ改善にあたっているが、対象となっている各社の技術スタイルが異なっている。一つはオリジナルの商品・売り物、もう一つは技術を売りにしている企業である。どちらも最終的にはホームページから顧客の増加につながって欲しいと考えている。しかし、その企業によってホームページに記載できない情報がある。長岡の企業は技術を売りにしている企業がほとんどなのである。今後このような企業のホームページでいかに顧客増加に繋がるような改善提案をし、若い観点からの提案で長岡の製造業の企業のホームページの改善にあたって欲しい。

## 2. 長岡産業活性化協会NAZE ホームページリニューアル

### 2.1 NAZEの概要

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE は、平成 17 年 4 月に長岡地域のモノづくり産業の活性化を目的に産業界が主体となって設立された組織である。自発的な意思をもった企業の主導で推進しており、地域内製造業を中心に、大学などの高等教育機関、また、金融機関等も会員として参画している。行政等の支援機関からも様々な場面でアシストを受け、企業の意向が反映されやすい環境がつけられている。

以下の文は、NAZE についての説明である。NAZE はどのような役割を担っているのか、どのようなことを目的に行動している団体なのか、また、どのような企業が参加しているのかを紹介したい。

#### 2.1.1 NAZE の役割とは

長岡の魅力ある企業・地域を目指してし、各企業にはない資源を NAZE がつなぎ、それを会員企業が活用することにより、成長する仕組みを提供することが NAZE の役割である。

NAZE ホームページ内の「NPO 設立趣旨・目的」においては、次のような記述が掲載されている。

豊かな魅力ある長岡地域の形成にむけて

##### ①目的


企業、大学等教育機関、産業支援機関、地域金融機関、商工団体、行政等が有機的かつ濃密に連携して従来型の組織と異なる「産業界」主体の組織として、新技術の開発や新事業を次々と生み出す「ものづくり拠点地域」を形成することを目的とします。

NAZE の行動を通じて、「もっと長岡を良くしていこう」、「何か行動していきたい」、「意欲的な仲間と出会いたい」という方は是非参加いただき一緒に活動していきましょう。

平成 17 年 4 月 11 日 設立

平成 21 年 4 月 1 日 NPO 法人化

##### ②名称

名称	特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 NAZE	
通称	NAZE (ナゼ)	
英文名	Nagaoka Activation Zone of Energy	

NAZE のロゴの中には「A」と「Z」の文字が隠れています。ものづくりの「AtoZ」つまり、ものづくりの「初めから終わり」までが NAZE の中に存在し、それを活用することで新たなアクションを生み出すことができます。

初めの「A」は、正確なカタチではないけれど、終わりの「Z」では、高度な技術、情報、さまざまな連携を育て、きちんとしたカタチ（モノ）に仕上げていくそのプロセスもこのデザインに表現されています。



カラーのレッドは「a-z」を強調する、熱意と団結力、そしてメイドインジャパンの高度な技術もイメージしています。

**NAZE = 「なぜ？」**

という未知の技術に取り組む姿勢を意味しています。

出典：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 「NPO 設立趣旨・目的」NAZE ホームページ,  
<http://www.naze.biz/about/purpose/> (平成 28 年 12 月 26 日閲覧)

## 2.1.2 事業活動

NAZE では、平成 28 年度は「産産ネットワーク構築事業」、「産学ネットワーク構築事業」、「情報発信事業」、「技術力向上事業」、「ドリームプロジェクト」の 5 つの事業が行われており、NAZE ホームページでは、各事業について以下のように紹介されている。

### 産産ネットワーク構築事業

企業間連携のできる関係の形成、企業の現場競争力の充実・強化に向けた活動等を展開。

(1) 現場改善支援事業：

インストラクター養成スクールの運営、インストラクター派遣、5S 推進

(2) 企業視察等連携事業：

会員企業視察会、他地域企業視察会など

### 産学ネットワーク構築事業

長岡地域の大学・高専等の高等教育機関との連携強化と、研究シーズと企業ニーズのマッチング促進に向けた活動を展開。

(1) 人的ネットワーク構築事業：

シーズプレゼンテーション会、大学研究室訪問

(2) 留学生との交流連携事業：

交流塾、企業訪問会、留学生・企業交流会など

### 情報発信事業

長岡地域の優れた技術・製品・企業を、地域内はもちろん全国・世界へ発信するための活動を展開

(1) 各種展示会への出展事業：

機械要素技術展など展示会への出展、長岡地域モノづくり PR イベント

(2) 多様なツールを活用した情報発信事業：

機関紙 NAZE Style の発刊、メルマガ発信、ホームページの改善、フェイスブックの活用、会員ガイドブックの発刊 など

(3) 子供達への情報発信事業：

小学生工場見学会 など

### 技術力向上事業

地域産業の強み強化を目的に、企業の経営者・後継者・従業員の人材育成支援や、企業の技術力の向上に向けた研究開発支援を展開。

(1) 地域産業の強み強化事業：

優れた技術・製品(豪技を含む)の発信、NEXT 道場の開催

(2) 技術力の向上事業：

チャレンジ事業 など

(3) ナノテク技術の強化：

にいがたナノ基盤技術実践会運営、ナノテク機器を利用した講習会の開催

### ドリームプロジェクト

産学連携により、長岡地域の技術を集めた「モノ(製品)づくり」を行うとともに、学生のアイデア・作品の事業化支援、企業の情報発信力の向上支援等を展開。

(1) ドリームプロジェクト (学生との連携事業)：

モノづくり PR 事業、ホームページ改善事業、デザイン知財応援事業 (長岡造形大学) など

出典：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE「事業活動」NAZE ホームページ、  
<http://www.naze.biz/business-activity-top/business-activity/>

(平成 28 年 12 月 26 日閲覧)

### 2.1.3 NAZE 会員企業一覧

表 2-1 は現在の NAZE 会員企業一覧である。平成 28 年 12 月現在の会員企業は計 70 社あり、主に製造業が中心である。

表 2-1 NAZE 企業一覧 (平成 28 年 12 月 26 日現在)

株式会社 アサヒプレシジョン	株式会社 タカキ
飛鳥運輸 株式会社	株式会社 タカハシ
株式会社 アドテックエンジニアリング	中越鋳物工業協同組合
株式会社 アルモ	テラノ精工 株式会社
株式会社 アンドウ	株式会社 東洋冶金
株式会社 イートラスト	株式会社 トーエイ
株式会社 池田機工	ナウエス精工 株式会社
エヌ・エス・エス 株式会社	株式会社 中津山熱処理
株式会社 NDC	株式会社 長岡金型
株式会社 エム・エスオフィス	長岡技術科学大学
有限会社 エムケイ技研	長岡工業高等専門学校
株式会社 オオイ	長岡信用金庫
株式会社 大善	長岡造形大学
株式会社 大原鉄工所	長岡大学
株式会社 大菱計器製作所	長岡電子 株式会社
小川コンベヤ 株式会社	株式会社 永島工機
株式会社 片山抜型製作所	株式会社 ナノテム
株式会社 カバサワ	株式会社 難波製作所

久保誠電気興業 株式会社	株式会社 ネオス
有限会社 倉品鐵工	株式会社 波多製作所
クリーン・テクノロジー 株式会社	株式会社 林メッキ工業所
クリエイトエンジニアリング 株式会社	株式会社 パートナーズプロジェクト
株式会社 小西鍍金	株式会社 BSN アイネット 長岡支社
有限会社 小林超硬研磨	株式会社 プラカード・ジャパン
株式会社 サカタ製作所	古川機工 株式会社
株式会社 佐藤板金	株式会社 プレテック・エヌ
株式会社 サンシン	株式会社 北越銀行
株式会社 システムスクエア	株式会社 ホクギン経済研究所
株式会社 七里商店	北陽精工 株式会社
株式会社 シナダ	マコー 株式会社
有限会社 シンエー木型工業	株式会社 丸栄機械製作所
株式会社 鈴民精密工業所	有限会社 毛利製作所
株式会社 大光銀行	ユニオンツール 株式会社 長岡工場
株式会社 第四銀行	吉井国際特許事務所
第四電設 株式会社	JPC 株式会社

## 2.2 NAZE事務局訪問とヒアリング調査

今年度の取り組みを始めるにあたり、NAZE 事務局を訪問し、事務局長の山田哲也氏から NAZE の事業概要と会員企業の現状についてご説明いただいた。その後、学生からの質問にもご回答いただいた（図 2-1）。

### <実施概要>

日時：平成 28 年 5 月 2 日（月）15 時 10 分～16 時 30 分

訪問先：NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局

対応者：事務局長 山田哲也 氏、アシスタントマネージャー 渡貫大介 氏

参加者：内山絵美、河村信太郎、佐々木圭太、福崎秀一郎、山田和弥、山田里津子、  
山本幸之介、尾木和磨、菊池紘基、宋超



図 2-1 NAZE 事務局ヒアリングの様子

## 2.3 ホームページリニューアルの効果について

昨年度（平成 27 年度）に改善提案を行った NAZE のホームページが、今年度の 7 月にリ

リニューアルされたため、村山ゼミではリニューアル後のNAZEホームページを閲覧し、改善状況の確認とその効果について整理を行った。また、8月31日にNAZE広報部会に参加し、その結果について発表し、部会の参加者との意見交換を行った（図2-2）。

#### <実施概要>

日時：平成28年8月31日（水）17時00分～18時00分  
訪問先：NAZE広報部会（会場：まちなかキャンパス長岡）  
参加者：河村信太郎、佐々木圭太、山田和弥、山本幸之介、尾木和磨、菊池紘基、宋超



図2-2 広報部会参加の様子

当日は、提案を反映していただいた項目、その他リニューアルにより改善された点、確認をお願いしたい点について発表を行った。以下がその概要である。

#### （1）提案を反映していただいた項目

- ・写真が以前より多く使用されているのでわかりやすく、見やすくなった。
- ・以前より色分けをして見やすくなっている（新着情報）。
- ・スマートフォンに対応している。
- ・コンテンツの整理（NAZEナビなどの削除）。
- ・ホームページにFacebook窓が組み込まれている。
- ・イベントカレンダーがカレンダー形式で見やすい。  
→記載されている情報にカーソルを合わせるとリンクされている詳細が表示される
- ・ぱんくずリストが設定されている。
- ・サイトマップが簡素化されて見やすくなった。

#### （2）その他リニューアルにより改善された点

- ・トップページのタイトルに一言説明がついており、わかりやすい。  
（例 豪技：長岡の秀でた技術・製品をご紹介）
- ・問い合わせのフォームが使いやすくなった（入力例が表示される）。
- ・企業一覧で、会社の概要がわかりやすくなった。

- ・検索機能が一つになりわかりやすくなった。
- ・カーソルを合わせると動きのあるホームページで面白い。
- ・NAZE スタイルが表紙つきで表示されている。
- ・全体的にシンプルな配色で見やすい。
- ・会員企業のロゴマークが載せてあって面白い。
- ・「NAZE」で検索したときに、Twitter や Facebook など SNS が上位にきている。

### (3) 確認をお願いしたい点

- ・新着情報の位置がわかりづらいように感じます。
- ・フリーワード検索で社名以外の検索は出来ないでしょうか（商品名や加工名など）。
- ・イベントカレンダーの空欄が多いように思いますが、ある程度埋まるでしょうか。
- ・写真のスライドをユーザーのクリックで選択が可能になりますか。
- ・100%表示だと大きく見えすぎて逆にわかりづらいように思います（75%程度が良いように思います）。
- ・メニューバーが真っ白で少しわかりづらいように思います。
- ・入会案内で、資料請求はこちらから・・・というところで「こちら」にリンクがないようですが、何かリンクするものはありますか。
- ・トップ画像は横長で配置しているほうが見やすいと思います。
- ・会員企業情報にもう少し写真を加えたほうが良いと思います。

当日はこれらの意見、感想、要望などに対して、制作を担当された企業の方から大変丁寧にご説明していただいた。

### 3. ホームページ改善案の策定1(小川コンベヤ株式会社)

#### 3.1 小川コンベヤ株式会社の企業概要

自社ホームページ活用事例調査の対象企業として、小川コンベヤ株式会社にご協力をいただいた。同社の企業概要を表3-1に示す。

表3-1 小川コンベヤ株式会社 企業概要

会 社 名	小川コンベヤ株式会社
設 立 年 月	創業：昭和32(1957)年4月 設立：昭和34(1959)年2月
代 表 者 名	小川 智史
資 本 金	4,800万円
所 在 地	本社：〒940-1128 新潟県長岡市滝谷町2006番地 TEL：0258-22-2211 FAX：0258-22-2214 URL (http://www.ogacon.jp/)、e-mail (nagaoka@ogacon.co.jp) 営業所・工場・店舗等：【東京営業所】 〒103-0005 東京都中央区日本橋久松町11-8 日本橋118ビル4F
従 業 者 数	総数：人数49名 (平成28年6月現在)
沿 革	昭和34年2月 個人営業を法人に改め株式会社小川製作所設立 資本金150万円 昭和35年7月 各県経済農業協同組合連合会指定に加え、日本通運株式会社、 東京食糧保管協会加盟倉庫業者の指定となり、京浜地区営業 倉庫等に納入 昭和38年4月 増資後資本金1,000万円 昭和38年5月 東京都江東区新大橋3丁目18番3号に東京営業所を開設 昭和39年3月 建設業に基づく建設業者建設大臣登録 昭和43年7月 本社第二工場新設 昭和44年6月 福岡県久留米市善導寺町与田153の4に久留米出張所を開 設 昭和45年7月 長岡市滝谷町に滝谷工場を新設 昭和46年7月 本社事務所を滝谷工場に移設 昭和48年4月 本社を長岡市滝谷町2006番地に移す 昭和50年10月 労働基準局エレベーター製造許可工場となる 昭和51年3月 増資後資本金3,000万円 昭和51年5月 久留米出張所をオガワ機工(株)として分離 昭和51年7月 社名を小川コンベヤ株式会社に変更 昭和52年4月 増資後資本金4,000万円 昭和57年6月 垂直連続搬送機(ハイレーター)工場を新設 昭和58年4月 「オガコン」商標登録 昭和61年4月 オフィスコンピューター導入 昭和63年4月 増資後資本金4,800万円

	<p>平成2年7月 CADシステム導入</p> <p>平成3年8月 垂直搬送機工場増設</p> <p>平成5年10月 本社新社屋竣工</p> <p>平成6年3月 工場棟改修、構内整備工事完了</p> <p>平成10年5月 東京都中央区日本橋久松町11-8日本橋118ビル4Fに東京営業所を移転</p>
<b>企業理念</b>	お客様の求める搬送機械を創造し、物流の合理化を通じて社会に貢献する。
<b>経営方針</b>	<p>1. 私たちは、お客様の良きパートナーとして信頼に応えます。</p> <p>2. 私たちはものづくりを通じて、人格・能力・見識を高め、幸せな人生になるよう努力します。</p> <p>3. 私たちは、環境負荷軽減を常に考え仕事をします。</p>
<b>主な事業・商品</b>	垂直搬送・傾斜搬送・水平搬送・3D搬送
<b>経営の特徴 強み・課題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しい搬送設備を構築すること コンベヤ搬送システムの新設や増設など、お客様の作業方法や設備レイアウトなどを総合的に考え、効率の良い生産・搬送ラインを構築。(各種生産設備や機械装置との接続も行う。) 特に、垂直搬送機を含む立体的なコンベヤ搬送システムの構築が得意である。</li> <li>・オーダーメイド(特注)でコンベヤを作成すること お客様の①作業方法、②搬送物、③使用環境など、様々なご要望に合わせたコンベヤを製作する。</li> <li>・既設搬送設備を更新、変更、改造すること 既設設備の更新、レイアウト変更、ライン改造など、搬送設備の様々なご要望に応える。</li> <li>・搬送設備における改善をサポート 搬送設備の様々なお困り事に対し、搬送のプロとして改善提案する。</li> <li>・搬送設備のメンテナンス</li> </ul>

(調査日：平成28年7月12日)

### 3.2 ヒアリング調査と工場見学の実施

同社のホームページ改善案を策定するにあたり、同社をゼミ学生が訪問してヒアリング調査を行った(図3-1)。当日は、代表取締役社長の小川智史氏から業務内容とホームページの運用状況についてご説明いただき、学生からの質問にも快くご回答をいただいた。

「顧客からの受注生産が多いため、製品をホームページ上で見せることが難しい」や「6Sの取り組みを生かして、顧客への良い提案が出来るような企業を目指したい」などのお話しがあり、優れた技術を付加価値として提供して行きたいという同社の思いを感じることができた。

## <実施概要>

日時：平成 28 年 6 月 20 日（月）15 時 10 分～16 時 30 分

訪問先：小川コンベヤ株式会社

対応者：代表取締役社長 小川智史 氏、営業部広報担当 織田彩香 氏

参加者：内山絵美、河村信太郎、佐々木圭太、福崎秀一郎、山田和弥、山田里津子、  
山本幸之介、尾木和磨、菊池紘基、宋超



図 3-1 小川コンベヤ株式会社ヒアリングの様子

## <ヒアリングによって得られた情報>

### ●業務に関して

- ・社内では 6 S（整理・整頓・清掃・清潔・躰+習慣）活動に取り組んでいる。
- ・現在はほとんどが受注生産で行っている。
- ・競合会社は県内にはない。
- ・NAZE に入会していることで他社との交流や、大学とのつながりが増えた。補助金もうまく活用できている。
- ・物流の業界では倉庫や卸の物流の規模が大きくなってきている。
- ・顧客とのパートナー関係の構築が鍵となる。
- ・顧客の生産効率を上げるのはスピードやマシントラブルが起りにくいなどの要素であり、顧客の生産作業のやり方を理解することが必要である。
- ・単なる機械メーカーではなく、コンサルティングも含めた付加価値を売りたい。

### ●ホームページに関して

- ・現在のホームページは 2 作目で、すべて自社制作している（現在は 3 作目を制作中）。
- ・アクセス解析では「よくある質問」の項目が比較的アクセス数が多い。
- ・1 日平均で 100 アクセス程度はあり、Google、Yahoo での検索では「コンベヤ」、「コンベア」などのキーワードで上位に表示される。
- ・動画で見せたい部分はたくさんあるが、技術の流出等の不安要素もあるので、どのような形で活用できるかを模索しているところである。
- ・現時点では SNS の利用は考えていないが、何か良い活用方法があれば提案をお願いしたい。



- ・「OGACON」のロゴは20年前位にデザインしてもらったものである。
- ・海外からの問い合わせもあるが、台湾、中国などからが多い。
- ・問題解決につながるホームページを作りたいが、技術をどこまで見せるかが課題になる。
- ・ホームページのリニューアルに際して、リニューアル前後の問い合わせ数や内容を比較して改善の効果を評価したい。
- ・受注につながりやすい情報を出していきたい。

### 3.3 現在のホームページ構成と診断結果

現在、小川コンベヤ(株)のホームページはすべてのページにおいて「製品情報」、「メンテナンス」、「アクセス」のバナーから各ページにリンクしている。

さらに「製品情報」のページから製品一覧、製品一覧からさらに垂直搬送、傾斜搬送、水平搬送、3D搬送といった細かく製品情報が掲載されており、各製品についての画像も豊富に利用されているので分かりやすくなっている。

図3-2は現在のホームページのトップページで、図3-3はサイト構成図である。トップページには「製品情報」、「営業内容」、「会社方針」、「会社概要」、「採用情報」、「お問い合わせ」の各ページへのリンクが設置されている。また、「製品情報」、「メンテナンス」、「アクセス」のバナーがあり、どのページからでもアクセスが可能となっている。

その他に、トップページにコンベヤ検索があり、搬送物で検索する機能、動きで検索する機能、製品一覧で検索する機能がある。そして、「よくある質問」も掲載されており、丁寧で分かりやすい説明文である。



図 3-2 小川コンベヤ株式会社トップページ

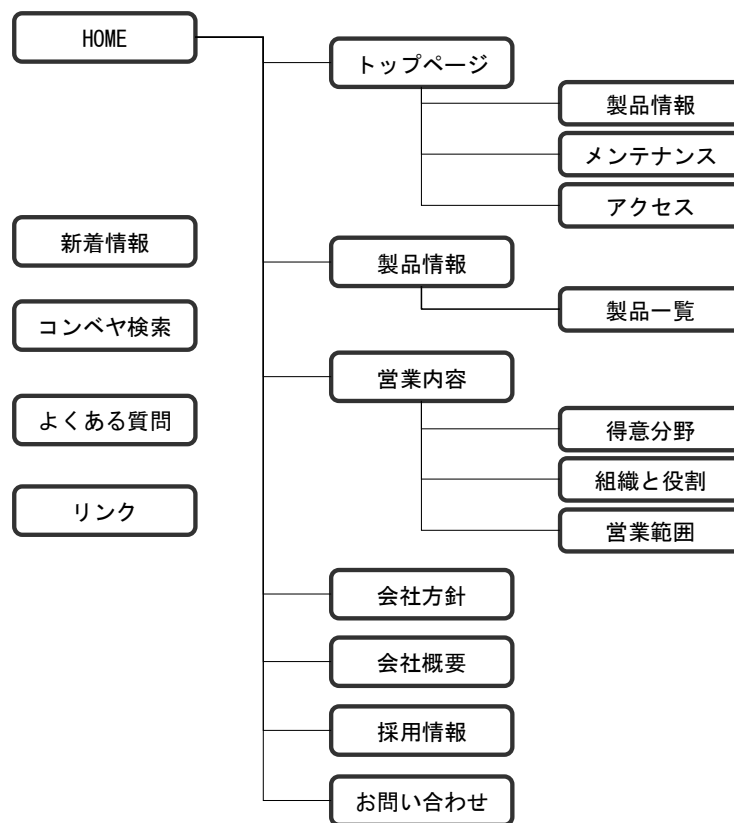


図 3-3 小川コンベヤ株式会社のサイト構成図

「製品情報」のページには製品一覧から派生し、垂直搬送、傾斜搬送、水平搬送、3D搬送のページへのリンクがあり、各リンク先には製品画像と共に、製品の詳細な情報が記載されている。さらに検索機能で、搬送物から検索と、動きで検索といった検索機能もついでいて、親切に検索できるようになっている。

「営業内容」のページでは、得意分野の説明として、搬送設備を作ることに對して、新しい設備を作ること、オーダーメイドで製品を作成すること、既設搬送設備を更新、変更、改造すること、搬送設備における改善の手伝いのことを記載している。

「会社方針」のページでは企業理念、経営方針、代表取締役社長のあいさつが記載されている。

「会社概要」のページでは主な概要とともに沿革も記載されている。

「採用情報」のページでは、2017年度新卒採用の項目に、①製造、②設計、③制御の採用情報があり、各リンク先には概要や、選考情報などが記載されている。

「お問い合わせ」のページでは、メールでのお問い合わせアドレスや、本社・工場、東京営業所のアクセスが記載されている。

### 3.4 改善案の策定

小川コンベヤ(株)の現在のホームページについて、コンテンツ診断シート(表 3-2)とシステム診断シート(表 3-3)で診断を行い、採点を行った。また、ヒアリング調査、コンテンツ診断とシステム診断の結果、さらに診断シート以外で挙げられた学生の意見を踏まえ、改善案を策定した。

表 3-2 コンテンツ診断シートによる採点結果

チェック項目		配点	採点
会社概要	01 経営理念が記載されている。	1	1
	02 経営目標が記載されている。	1	1
	03 代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。	1	1
	04 会社の所在地・連絡先がトップページに記載されている。	1	1
	05 資本金が記載されている。	1	1
	06 売上高が記載されている。	1	0
	07 従業者数が記載されている。	1	1
	08 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	1
	09 会社の雰囲気が分かる静止画や動画などが配置されている。	1	1
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0
小計		10	8
商品・サービス	01 商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	1
	02 商品・サービスに関する静止画や動画が効果的に使われている。 〔全く使われていないか、使われていても効果的とは言えない場合は0点〕	1	1
	03 商品・サービスの開発・生産工程や提供方法などがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	1
	04 商品・サービスの特徴や強みがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	2	2
	05 商品・サービスの取引に関する問合せ先や対応方法がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	0
	06 商品・サービスの製作事例や導入実績が記載されている。 〔お客様の声や課題解決に至ったある程度具体的な事例の紹介など〕	1	1
	07 商品・サービスに関する問合せを受け付ける入力フォームを用意している。 〔問合せの種類を利用者が選択できるチェックボックスなどを設けることが望ましい〕	2	0
	08 問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する。 〔よくある問い合わせや質問などの例がまとめられたページが設けられている〕	1	1
小計		10	7
採用情報	01 求める人材像（採用基準）が記載されている。	1	1
	02 教育制度や資格取得支援制度が記載されている。	1	0
	03 職場の様子や社員のメッセージ等が記載されている。	1	0
	04 募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	1	1
	05 賃金（初任給等）が記載されている。	1	1
	06 勤務地（支店・営業所）が記載されている。	1	1
	07 勤務時間（始業・終業時刻、休日、休暇等に関する事項）が記載されている。	1	1
	08 採用選考のプロセス（流れ）が記載されている。	1	1
	09 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	1
	10 就職希望者専用の問い合わせ先が記載されている。	1	1
小計		10	8

表 3-3 システム診断シートによる採点結果

チェック項目		配点	採点
構成・デザイン	01 欲しい情報に容易にアクセスできる。 〔ナビゲーションの表記がわかりやすく、少ないクリック数で欲しい情報にたどり着ける。〕	1	1
	02 ハイパーリンクが適切に使用されているか。 〔リンクと他の文章との区別が明確であり、リンク切れもない。 ※リンクが無い場合は1点〕	1	1
	03 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる。 〔各ページでトップページへのリンクがある。ロゴマークにリンクされている場合もある。〕	1	1
	04 更新された内容が明示されている。 〔トップページの「新着情報」などで、更新日、内容、ページへのリンクが表示されている。〕	1	0
	05 サイトマップが存在する。 〔サイトマップとは、ウェブサイト内のページ構成を一覧できるようにした案内ページ 〔トップページの下段に表示されている場合や、別ページで用意している場合がある。〕〕	1	0
	06 現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるか明示されている。 〔パンくずリストとも呼ばれる。 例) ホーム>大学案内>学長メッセージ〕	1	0
	07 文字の色や大きさが適切で、読みやすい。	1	1
	08 無駄な空きスペースがなく、文字や画像の配置が適切である。	1	1
	09 社名またはロゴマークを全ページに表示している。 〔ヘッダー部などに配置して、いつも同じ場所に表示されるようになっていないことが望ましい。〕	1	1
	10 コンテンツ（掲載内容）に合ったタイトルが全ページに付けられている。 〔ページの上部およびブラウザのタイトルバーに適切なタイトルが表示されている。〕	1	1
小計		10	7
機能・運用	01 文字サイズを変えるボタンが用意されている。 〔トップページのヘッダーに「小」「中」「大」のようなボタンを配置する場合などがある。〕	1	0
	02 スマートフォンやタブレットに対応している（レスポンシブデザイン等）。 〔画面の解像度や大きさに応じて、ナビゲーションやコンテンツが適切に配置される。〕	1	0
	03 Facebook, Twitter, Line@等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。	1	0
	04 日本語だけでなく外国語（英語、中国語、韓国語など）への対応がある。	1	0
	05 意見や感想を伝える方法が明示されている。 〔問い合わせ方法が明示されているかどうか〕	1	1
	06 ドメインは自社ドメインになっている。 〔プロバイダのドメインではなく、会社独自のドメイン名を取得し、サイトを構築している。〕	1	1
	07 入力フォームで送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている。 〔入力フォームがない場合は1点〕	1	1
	08 個人情報保護（プライバシーポリシー）に関する記述がある。	1	0
	09 著作権表示が全ページに表示されている。 〔例： Copyright © 長岡大学 All Rights Reserved〕	1	1
	10 免責事項等へのリンクが設置されている。 〔免責事項=例。 「本サイトの関係者は、あなたに対して一切責任を負いません」 「あなたが本サイトを利用する場合は、自己責任で行う必要があります」 などの記述がある。〕	1	0
小計		10	4

### 3.4.1 コンテンツ診断の結果に対する改善案

診断項目	改善案
<b>【会社概要】</b>	
06 売上が記載されている。	できれば売上高を記載してほしい。
10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	できれば記載してほしい。
<b>【商品・サービス】</b>	
05 商品・サービスの取引に関する問い合わせ先や対応方法がわかりやすく記載されている。	単にメールアドレスや電話番号を表示するだけでなく、想定している問い合わせ種類や問い合わせへの対応の流れなどをより明確に示したほうが良い。

【採用情報】	
02 教育制度や資格取得支援制度が記載されている。	人材育成の方針や教育制度などは記載してほしい。
03 職場の様子や社員のメッセージ等が記載されている。	就職後の自分の姿がイメージできるので記載されているほうが良い。
04 募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	できれば記載されているほうが親切ではないか。

### 3.4.2 システム診断の結果に対する改善案

診断項目	改善案
【構成・デザイン】	
04 更新された内容が明示されている。	新着情報はトップページに記載されているほうが良い。 新着情報の更新状況がサイト全体の情報の鮮度に対する印象に影響を与える（更新がないと見る気がなくなる）。
【機能・運用】	
01 文字サイズを変えるボタンが用意されている。	できれば用意したほうが良い。
02 スマートフォンやタブレットに対応している。	ぜひ対応してほしい。
05 意見や感想を伝える方法が明示されている。	問い合わせ用のフォームを設置してユーザーが問い合わせしやすい環境を作ったほうが良い。
08 個人情報保護（プライバシーポリシー）に関する記述がある。	問い合わせと同時に個人情報を得る以上は、記載したほうが良い。

### 3.4.3 その他の改善案

- ・会社の歴史に関する古い写真を沿革に加えることでこれまでの実績に対する信頼度が向上するのではないか。
- ・「営業内容」のページにある「得意分野」をトップページなど目立つところに出して、顧客とのパートナー性を高めるために意見交換している風景やお客様の生産工場の仕事を理解しようとしている様子などがわかる画像などがあると良い。
- ・6S活動について掲載したほうが良い（トップページにバナーを置いても良い）。
- ・組織図を掲載してはどうか。
- ・少しわかりにくいので、コンベヤ検索をトップページから外してはどうか（その代わりにトップページには新着情報を表示する）。
- ・トップページに記載されている「豊富な経験と確かな技術で～」、「お客様とのコミュニケーション～」、「小川コンベヤ株式会社は～」これら3カ所に記載されている文章をわかりやすくまとめて1カ所に記載したほうが良い。
- ・トップページの右にある「製品情報」のバナーはすぐ上のナビゲーション（メニュー）と重複しているので、無くとも良い。
- ・現在トップページに記載されているニュースはここから詳細情報にリンクしていないようなので、詳細情報のページを表示できるようにしたほうが良い。

#### 3.4.4 優れている点

- ・会社方針が書いてあり、目標が明確であると印象を受けやすい。
- ・HPの色合いが派手ではなく、会社の印象が穏やかであると印象を受ける。
- ・言葉と写真が一致しており、内容がイメージしやすい。
- ・メンテナンス情報が分かりやすい。
- ・必要な情報がほぼ網羅されている。

#### 3.4.5 ホームページ改善案の提出

策定を行ったホームページ改善案については、7月25日に同社を訪問して報告を行った。

##### <実施概要>

日時：平成28年7月25日（月）15時00分～16時10分

訪問先：小川コンベヤ株式会社

対応者：代表取締役社長 小川智史氏、営業部広報担当 織田彩香氏

参加者：内山絵美、河村信太郎、佐々木圭太、福崎秀一郎、山田和弥、山田里津子、山本幸之介、尾木和磨、菊池紘基、宋超



図 3-4 小川コンベヤ株式会社 改善案の報告の様子

#### 3.5 まとめ

まず、同社へのヒアリング活動を行ってわかったのは、現在のホームページでは各ページをクリックすることで、詳細な情報を得ることができ、一般人が閲覧してもどのような商品を製造しているのかがよく分かる構成となっている。製品情報のページでは各製品にリンクがあり、見やすい構成になっている。そして、顧客からの受注生産が多いため、製品をホームページ上で見せることの難しさや、6Sの取り組みを生かして、顧客への良い提案が出来るような企業を目指すなどのお話があり、優れた技術を付加価値として提供して行きたいという同社の思いを感じることができた。

その後、チェックシートを用いたコンテンツ診断とシステム診断を行い、学生からの意見を踏まえ、改善案を策定した。

改善案には、ホームページの優れている点や修正をかけた方がよい点や、お問い合わせフォームを設けること、沿革のページに会社パンフレットに記載されていた創業時からの生産体制の歴史なども新しいホームページに記載されることなどを提案した。

今後は、ホームページを介して新規顧客を獲得するためにも、同社の高い技術力の情報をどの範囲まで公開することができるかも鍵になる。

## 4. ホームページ改善案の策定2（有限会社シンエー木型工業）

### 4.1 有限会社シンエー木型工業の企業概要

有限会社シンエー木型工業のホームページ改善案を作成するにあたり、最初に企業研究シートを利用して企業概要（表 4-1）をまとめた。

表 4-1 有限会社シンエー木型工業 企業概要

会 社 名	有限会社 シンエー木型工業		
設 立 年 月	創業：1987年 7月 設立： 1989年 5月		
代 表 者 名	高橋大輔		
創 業 者 名	高橋栄	資本金	1,000 万円
所 在 地	本社：〒940-0871 新潟県長岡市北陽1-53-46 TEL (0258-22-7604) FAX (0258-22-7641) URL (http://www.shin-eh.jp/pc/) e-mail (shin-eh(AT)cup.ocn.ne.jp )		
従 業 者 数	総数： 15 人 内訳（男：12人、女：3人）		
沿革	1987年7月 創業 1989年5月 設立 2005年 北陽工業団地に移転		
経営理念・ビジョン	鋳造型製作を中心に事業を行い、「品質」「価格」「納期」を最重要課題とし、高度な技術力と情報を駆使した質の高い製品を低価格で提供する。		
経営目標・戦略	鋳造品用金型、木型、発泡型においてあらゆるニーズにお応えする。		
主な事業・商品	<u>事業</u> ・ 鋳造用金型における金型、木型、 発泡型の設計製作 ・ フォラスチック金型部品加工 ・ 難削材、高硬度材加工 <u>商品</u> 鋳造用金型、鋳造用発泡型、樹脂型		
主な顧客・市場	自動車、トラック、工作機械、産業機械、公共関係		
主な事業・商品の提供方法	注文に合わせて金型、木型、発泡型において型を作成する。		
経営の特徴強み・課題	「品質」「価格」「納期」を最重要課題としている。		
人材育成等人事政策	一人ひとりの仕事上の役割を多く設定している。平均年齢が若いため、若いうちに経験を積んでもらうことが目的。		

### 4.2 ヒアリング調査と工場見学の実施

#### 4.2.1 工場見学

平成 26 年 9 月 26 日に、有限会社シンエー木型工業を訪問した。まずはあいさつや会社の紹介、次に工場内の見学をさせていただいた（図 4-1）。

見学したところは発泡型工場、金型工場、設計室の3か所である。発泡型は大まかな切断以外のほとんどが従業員である職人の手作業であり、技術を身につけるまで5年はかかると説明をいただいた。発泡の細かい溝や、左右対称にしなければならない部分を淡々と仕上げていく様子を見て、長岡の製造業の技術の高さや素晴らしさを感じた。

一方、金型はほとんどが機械加工で、稼働時間を計算して作業を同時進行するなど時間効率が重要であることを学んだ。注文によっては作業開始から型が完成するまでに60時間かかるものもあり、ひとつの型の製作が終了したら速やかに次の型にとりかかる必要がある。4.1 会社概要の「人材育成等人事政策」に記載したとおり、シンエー木型工業は一人ひとりの仕事上の役割が多いため、複数の機械と時間をうまく使わなければならない。

設計室の作業はコンピューター（3次元 CAD）を使用した型の設計作業である。とても細かい部分まで設計されており、さまざまな角度から型の設計図を見ることができるようになっている。この設計図をもとに試作をして、不備がある部分があればその点を修正することを繰り返して型を作っている。このことから、ただ単に“速さが売り”ではなく、精密さにもこだわっている企業だと感じた。



図 4-1 工場見学とヒアリングの様子

#### 4.2.2 ヒアリング調査

ヒアリング調査では、工場見学をした後に疑問に思ったことや事前にホームページを確認して準備しておいた質問を行った。それに加えて、シンエー木型工業で作成された型を使用して商品の説明や、雑談等も交えてホームページの現状について話し合いをした。現状では業務の都合でホームページの更新になかなか手が回らないということなどが課題とこのことであった。質疑応答では、企業理念とターゲット（対象顧客）に重点を置いて話し合いを進めた。その結果、ターゲットは新規顧客、企業理念としては「規律の中の自由」を意識していることがわかり、改善案策定のための良い情報を得ることができた。他にもシンエー木型工業独自の取り組みとして、花火の協賛や町内の清掃活動、年に4回の社内親睦会や2年に1度の社員旅行などを行っていることもお聞きした。

これらの情報は企業の印象を伝えるために有効であると考えられるので、情報をまとめてホームページに掲載した方がよいと考える。



### 4.3 現状のホームページ構成と結果診断

図 4-2 はホームページのメニュー構成である。構成としては最低限の情報は載っており、大きく変更する必要はないと考える。しかし、会社の魅力を伝えるためには、沿革や商品の事例を載せるページを設けて、少しでも閲覧者に信頼感を与えられるように努めるべきだと考える。情報を整理してそれぞれの情報を別ページに分けたり、地域活動の様子を伝えるページを設けてページを新しく増やすとよいと考える。ここからはそれぞれのページの特徴や改善点の紹介をしていく。

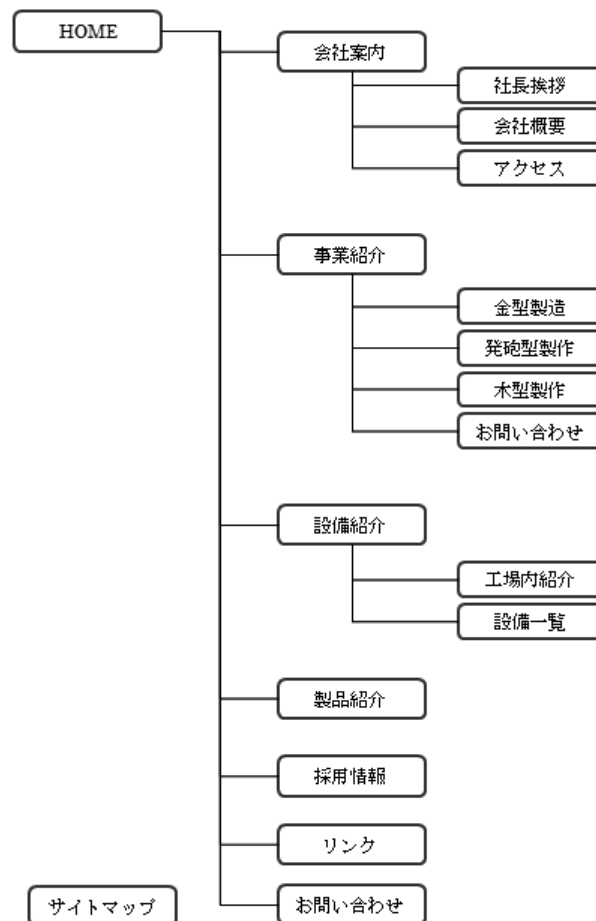


図 4-2 メニュー構成（現在）

図 4-3 は現在のトップページである。写真や動画が多く使用されており、会社のイメージがしやすいという印象がある。さらに写真は一定の時間が経つと自動で切り替わるシステムになっており、閲覧者の目を引き付けやすくなっている。他にも Youtube（動画）がトップページに組み込まれていることで動画から会社についておおよそ知ることができる点や、配色が白や薄いみどりで見やすいという利点がある。

しかし、改善するべき点もいくつかある。1 つ目は新着情報（お知らせ）がほとんど更新されていない点である。次にパッと見ただけでは企業の売りが分かりにくい点や、トップページに設備紹介や製品紹介など情報が詰め込まれすぎていることがあげられる。メニュー「お問い合わせ」の下にある情報は、ホームページには必要だが記載場所があまり良

くないため別のページに移動させてもう少し詳しく記載すると改善されるのではないかと。



図 4-3 トップページ（現在）

「会社案内」のページでは、社長挨拶や会社概要が記載されている。会社の外観が写真で載っており、さらに「会社概要」が記載されている下にはアクセスマップが載っている。そのため会社に訪問する際にとっても分かりやすいページとなっている。企業訪問、見学の時に得た「規律の中の自由」ということと、このページで記載されている社長あいさつの内容はどちらも大切にこだわりを感じられてよいと思うが、内容が異なっているためターゲットやほかの情報をよく考えどちらを前面に出して使用するか、また二つをうまくすり合わせるのか、もしくは全く別の言葉で表現して閲覧者に伝えるのかということを決めるのが会社案内のページでは課題だと考える。企業訪問の際にしっかりと歴史のある企業であることを知ったため、これらの情報のほかに会社の沿革等も載せるべきだと考える。

「事業紹介」のページでは、要点がまとまっていてどのようなことをしている会社なのかは伝わる。しかし、金型・木型・発泡型とさまざまな事業を行っているというアピールポイントがあるため、それぞれページを分けてひとつずつどのような型ができてどのような用途で使用できるのかなどの情報を盛り込んでも良いと考える。そしてトップページと同様に、一目でどのような商品・技術なのか、ポイントはどこなのかがわかるように強調するべきところを自体や色を使い分けてアピールすると良い。発泡型製作の紹介では熟練した職人たちが加工を行うと記載されているが、この技術を習得するには5年かかると

いう。このような具体的な情報も載せたほうが技術力の高さが伝わりやすくてよいと考える。

「設備紹介」のページはシンエー木型工業の技術力を発信するページであるが、他のページと比べて紹介文が少なく、設備や機械について詳しい情報を知ることが難しい。企業訪問で見学させていただいた際に、設計の緻密さや機械の正確さを知ってからホームページを見ると、実際の半分も魅力や技術力が伝わらないため非常にもったいないと感じる。写真はたくさんあり様子が伝わってよいため、これらの写真を説明する文書を付けたすべきだと考える。そのほかにこのページには動画で設備を紹介する方法を取り入れてもよいと考える。機械は写真よりも実際に動いているところを見ることで、どのように製作されているかがわかり依頼者側もイメージが付きやすく安心して頼めると思われる。その上技術力を広報することができて一石二鳥だと考える。

有限会社シンエー木型工業は、自社のオリジナル商品等を持たず、技術を売りとする企業のため、情報をどこまで公開してよいのかという難しい部分がある。しかし、閲覧者が情報を得るためには製品の写真や紹介文が必要となる。そのため、発注者にホームページ掲載の許可を得て製品紹介をさせてもらうことが一番良いが、許可がもらえる保証もないため他の手段も考える必要がある。案の一つとしては、鍋など依頼の多い商品の型をサンプルとして複数個あらかじめ試作してホームページに載せることは可能なため、そのような取り組みをしてもよいと考える。まためったに注文が来ないような難しい型を試作してもよいと考える。そうすることによってどんなものでも作ってもらえるのではないかと閲覧者、発注者に印象を与えることができると考えられる。

「採用情報」のページでは詳細がほとんど記載されていないためホームページを見ただけでは採用に関する情報をあまり得ることができない。給与や募集人数などは、はっきりした数値が出せないとしても、おおよその数値は記載すべきだと考える。職種が製造業のため、専門の資格の有無や必要なスキルなど、このページを見る人が知りたいと思われる情報を予測して載せるべきだと思われる。就職活動をする場合は、ほとんどの人が企業のホームページを閲覧し情報を得るため、募集要項のほかにも「自分が働いたらどのような様子になるか」が創造できるような写真、従業員のコメントやメッセージを記載すると考える。また、特殊な技術やスキルを必要とする企業のため、新卒に求められることと中途採用に求められることを分けてそれぞれ明確に記載することで、企業側と就職活動をする側の間に情報のずれが生じにくく、採用活動をするにあたって円滑に進みやすくなると考えられる。

「お問い合わせ」のページは、入力フォームを修正する必要がある。画面下にある2つの質問は必要性が低く、この項目があることによって質問しづらさが生じてしまうことも考えられる。一方、個人情報保護のための文章が記載されていることは大切で高く評価することができるポイントである。実際に現状は問い合わせ件数が多くないとのことなので、トップページの次に改善に力を入れるべきだと考える。

#### 4.4 改善案の策定

表 4-2、表 4-3 では改善案策定のために最初に行った取り組みである。ゼミナール内でシンエー木型工業のホームページを閲覧しながら各項目に点数をつけて集計した。この集

計結果を参考にしながら改善案の策定を行った。しかし、改善に対する大きな効果の見込めない項目もあるため、採点が0のものをすべて改善提案したわけではない。

表 4-2 コンテンツ診断シートによる採点結果

	チェック項目	配点	採点
会社概要	01 経営理念が記載されている。	1	0
	02 経営目標が記載されている。	1	0
	03 代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。	1	1
	04 会社の所在地・連絡先がトップページに記載されている。	1	1
	05 資本金が記載されている。	1	1
	06 売上が記載されている。	1	0
	07 従業者数が記載されている。	1	1
	08 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	0
	09 会社の雰囲気が分かる静止画や動画などが配置されている。	1	1
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0
	小計	10	5
商品・サービス	01 商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	0
	02 商品・サービスに関する静止画や動画が効果的に使われている。 〔全く使われていないか、使われていても効果的とは言えない場合は0点〕	1	1
	03 商品・サービスの開発・生産工程や提供方法などがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	0
	04 商品・サービスの特徴や強みがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	2	0
	05 商品・サービスの取引に関する問合せ先や対応方法がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	0
	06 商品・サービスの製作事例や導入実績が記載されている。 〔お客様の声や課題解決に至ったある程度具体的な事例の紹介など〕	1	0
	07 商品・サービスに関する問合せを受け付ける入力フォームを用意している。 〔問合せの種類を利用者が選択できるチェックボックスなどを設けることが望ましい〕	2	2
	08 問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する。 〔よくある問い合わせや質問などの例がまとめられたページが設けられている〕	1	0
	小計	10	3
採用情報	01 求める人材像（採用基準）が記載されている。	1	0
	02 教育制度や資格取得支援制度が記載されている。	1	0
	03 職場の様子や社員のメッセージ等が記載されている。	1	0
	04 募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	1	1
	05 賃金（初任給等）が記載されている。	1	0
	06 勤務地（支店・営業所）が記載されている。	1	1
	07 勤務時間（始業・終業時刻、休日、休暇等に関する事項）が記載されている。	1	1
	08 採用選考のプロセス（流れ）が記載されている。	1	0
	09 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	1
	10 就職希望者専用の問い合わせ先が記載されている。	1	0
	小計	10	4

表 4-3 システム診断シートによる採点結果

	チェック項目	配点	採点
構成・デザイン	01 欲しい情報に容易にアクセスできる。 〔ナビゲーションの表記がわかりやすく、少ないクリック数で欲しい情報にたどり着ける。〕	1	1
	02 ハイパーリンクが適切に使用されているか。 〔リンクと他の文章との区別が明確であり、リンク切れもない。 ※リンクが無い場合は1点〕	1	1
	03 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる。 〔各ページでトップページへのリンクがある。ロゴマークにリンクされている場合もある。〕	1	1
	04 更新された内容が明示されている。 〔トップページの「新着情報」などで、更新日、内容、ページへのリンクが表示されている。〕	1	1
	05 サイトマップが存在する。 〔サイトマップとは、ウェブサイト内のページ構成を一覧できるようにした案内ページ〕 〔トップページの下段に表示されている場合や、別ページで用意している場合がある。〕	1	0
	06 現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるか明示されている。 〔パンくずリストとも呼ばれる。 例) ホーム>大学案内>学長メッセージ〕	1	0
	07 文字の色や大きさが適切で、読みやすい。	1	0
	08 無駄な空きスペースがなく、文字や画像の配置が適切である。	1	1
	09 社名またはロゴマークを全ページに表示している。 〔ヘッダー部などに配置して、いつも同じ場所に表示されるようになっていないことが望ましい。〕	1	1
	10 コンテンツ（掲載内容）に合ったタイトルが全ページに付けられている。 〔ページの上部およびブラウザのタイトルバーに適切なタイトルが表示されている。〕	1	1
小計		10	7
機能・運用	01 文字サイズを変えるボタンが用意されている。 〔トップページのヘッダーに「小」「中」「大」のようなボタンを配置する場合などがある。〕	1	0
	02 スマートフォンやタブレットに対応している（レスポンシブデザイン等）。 〔画面の解像度や大きさに応じて、ナビゲーションやコンテンツが適切に配置される。〕	1	0
	03 Facebook, Twitter, Line@等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。	1	0
	04 日本語だけでなく外国語（英語、中国語、韓国語など）への対応がある。	1	0
	05 意見や感想を伝える方法が明示されている。 〔問い合わせ方法が明示されているかどうか〕	1	1
	06 ドメインは自社ドメインになっている。 〔プロバイダのドメインではなく、会社独自のドメイン名を取得し、サイトを構築している。〕	1	1
	07 入力フォームで送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている。 〔入力フォームがない場合は1点〕	1	1
	08 個人情報保護（プライバシーポリシー）に関する記述がある。	1	1
	09 著作権表示が全ページに表示されている。 〔例： Copyright © 長岡大学 All Rights Reserved〕	1	1
	10 免責事項等へのリンクが設置されている。 〔免責事項＝例. 「本サイトの関係者は、あなたに対して一切責任を負いません」 「あなたが本サイトを利用する場合は、自己責任で行う必要があります」 などの記述がある。〕	1	0
小計		10	5

続いて企業調査やヒアリング活動などの結果をもとに以下の改善提案を行った。

(1) トップページについて

- ・ターゲット（対象顧客）を“新規顧客”とするため、初めてホームページを見た人でも、どのような企業で、どのようなことができるのかをわかりやすいようにする。
- ・トップページに「設備紹介」、「製品紹介」、「会社概要」が掲載されているが、これらはそれぞれページを分けて記載するほうがよい。
- ・「依頼を受けてから完成するまでのスピード感が売り」ということなので、トップページにスピード感が伝わる言葉や写真を載せたい。
- ・トップページにある「お知らせ」（新着情報）は定期的に更新したほうが良い。
- ・ユーザーが必要な情報に速やかにたどり着くために、サイトマップを用意したほうが良い。
- ・メニュー（ナビゲーション）は「HOME」、「会社案内」、「事業紹介」、「製作事例」、「設

備紹介」、「お問い合わせ」、「採用情報」、「地域活動」等を配置する。

(2) 「会社案内」について

- ・会社の沿革・経緯を記載したほうが信頼感を得るためには良い。
- ・トップページの下のほうに配置されている下記の文章は、もう少し強調し、「会社案内」のページに移動させてもよいのではないか。  
『高品質、短納期、低コスト』がモットーです  
お客様満足度 100%に努めております  
試作から量産まで、満足のいく製品をお届けいたします。お気軽にご相談ください。

(3) 「事業紹介」・「製作事例」・「設備紹介」について

- ・「事業紹介」のページに注文から製品受け渡しまでの流れを図で表すことで、顧客がイメージしやすくする。
- ・「製品紹介」というタイトルを「製作事例」等に変更し、必要なものについては、顧客の製品の写真についてホームページ掲載の許可をとった上で掲載する。
- ・「製作事例」、「設備紹介」では写真だけでなく紹介文も入れるとよい。
- ・可能ならば、つながりのある製造業と協力してそれぞれのホームページに貴社のホームページをリンクできるようにしてもらおう。

(4) 「お問い合わせ」について

- ・「お問い合わせ」の入力フォームの下二つ「今まで(有)シンエー木型工業にいらしたことはありますか?」、「(有)シンエー木型工業より、お知らせのメールを送信してもかまいませんか?」は必要性が薄いため、削除してはどうか。

(5) その他

- ・できれば、地域貢献活動等について掲載したほうが親しみを感じて良い。
- ・今日では PC だけでなくスマートフォンやタブレットで閲覧される傾向が強いため、ホームページをスマホ・タブレット対応にしたほうが良い。
- ・全体的にページを広く使うようにした方がよい。

図 4-4 は、改善案を元にトップページのイメージを図にしたものである。改善案には記載していないが、ホームページを開いてすぐに問い合わせができるように住所と電話番号を目につきやすい位置に配置した。製作工程の様子は一枚の写真だけでなく、複数枚の写真を一定時間で切り替わるように設定した。新着情報に関しては、業務連絡だけでなく町内清掃や花火の協賛など小さなことでも更新してみてもどうかと提案した。

図 4-5 は上記 4.3 節で述べてきた改善点をまとめて策定したメニュー構成案である。新着情報とリンクは HOME 等のメニューバーとは別に場所を設けたところがポイントである。他には閲覧者が多く見られる「会社案内」「事業紹介」「製作事例」を充実させた。



図 4-4 トップページ改善案

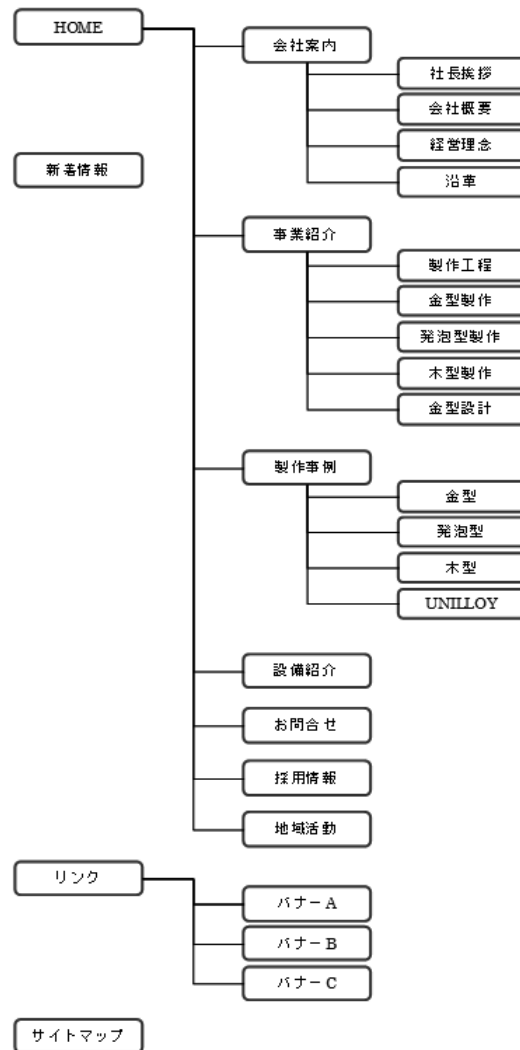


図 4-5 メニュー構成改善案

#### 4.5 リニューアルによる効果について

前述した内容を平成 28 年 11 月 25 日に有限会社シンエー木型工業を訪問し、改善提案を行った。同社では、ホームページのリニューアルを来年度に予定している。これからホームページ専門の業者と詰めて行くことになるため、詳細な日程は未定である。

改善による効果として、問い合わせ件数の増加を第一の目標としている。さらに、ただの問い合わせではなく、受注につながるような内容の問い合わせの向上が理想である。

この目標を達成させるにあたり、問い合わせ件数やホームページ閲覧数をどのように把握するのかという課題が生じるため、その改善策も考える必要がある。問い合わせ件数に関しては問い合わせ専用のアドレスを作成することによって対応できると考える。ホームページ閲覧数は解析できたとしても閲覧データを得るためにある程度の時間を要する。その上に結果をまとめることにも時間がかかるため、来年度にホームページがリニューアルした場合に分析結果をみて効果についてさらにまとめていくことを予定している。



## 5. ホームページ改善案の策定3（株式会社タカハシ）

### 5.1 株式会社タカハシの企業概要

今年度のホームページ診断および改善案策定の対象企業として、NAZEの会員企業である株式会社タカハシにご協力いただいた。企業概要を以下にまとめた（表5-1）。

表5-1 株式会社タカハシ 企業概要

会 社 名	株式会社タカハシ
設 立 年 月	創業：昭和45(1970)年10月 設立：昭和62(1987)年
代 表 者 名	高橋弘
資 本 金	1,000 万円
所 在 地	本社：〒949-4502 新潟県長岡市黒坂250番地 TEL (0258-74-3721) FAX (0258-74-3722) URL ( <a href="http://www.kabu-takahashi.jp/index.htm">http://www.kabu-takahashi.jp/index.htm</a> ) e-mail ( <a href="mailto:info@kabu-takahashi.jp">info@kabu-takahashi.jp</a> )
従 業 者 数	総数：35 人 内訳・男女別（男 25人、女 10人） 職種別（総務系 2、技術系 6、営業系 7、現場系 20）
沿 革	1970年(S45) 三島郡寺泊町(現長岡市)にて個人にて溶接業開始 1984年(S59) ブレーキ・プレス／シャーリング／コーナーシャー／手動パンチ等導入。製缶板金事業開始 1985年(S60) タレット・パンチプレス等板金設備増設 1987年(S62) 株式会社 高橋溶接として法人成り 1989年(H1) 新工場を三島郡和島村(現長岡市)に新設移転、株式会社タカハシに改称改組。レーザー加工機等板金設備拡充 1990年(H2) 開発部門を新設し、自社内外の製品開発を開始 1993年(H5) 3次元CAD／CAMシステムの導入 1995年(H7) 第二工場増設、塗装設備の導入。塗装事業開始。2台目のタレット・パンチプレスやタッピング・マシンの導入 1996年(H8) 第三工場増設、機械加工設備(マシニングセンター／NC旋盤)の導入 2001年(H13) 2台目のレーザー加工機と3次元CAD／CAMの増設 2004年(H16) 3台目のレーザー加工機増設、デジタル制御の溶接機器への交換及びYAG溶接設備の導入 2005年(H17) 中小企業新事業活動促進法(経営革新計画)承認企業認定 高圧ガス設備の設置。研磨工場拡張 2005年(H17) 室内インテリア事業：デザイン・アクアリウム制作販売開始 2006年(H18) 5面加工機の導入 2007年(H19) 自動平面バフ研磨機の導入 2008年(H20) テーブル型スタッド溶接機の導入 2008年(H20) 室内インテリア事業：卓上苔庭制作販売開始

	<p>2009年(H21) 新潟市(有)アガ技研と業務提携 機械制御開発、ソフトウェア開発、電子機器製作分野に参入</p> <p>2012年(H24) 食品機械等の設計・組立を開始</p> <p>2016年(H28) レーザー&amp;パンチ複合機の導入</p>
主な事業・商品	<p>半導体製造装置、各種洗浄装置、真空応用機器、印刷機器、医療介護機器、食品・厨房機器、クリーニング機械、配電ボックス、工作機械カバー類、プラント物ダクト類、製缶物、インテリア器具用品、健康具</p> <p>製品開発から設計及び、精密板金には欠かせないレーザー加工・機械加工を施し、各種産業機器の精密板金加工から手づくり板金まで、高品位なステンレスの溶接と研磨仕上げ、焼き付け塗装、組立までの一貫生産による製品提供をおこなっております。</p>
主な顧客・市場	<p>(株)ソニック、三菱マテリアルテクノ(株)、(株)システムスクエア、(株)葵製作所、システム精工(株)、(株)テー・シー・イー、大成ラミック(株)、(株)プレテック・エヌ、鈴与工業(株)、(株)エス・シー・エムシステムズ</p>
主な事業・商品の提供方法	<p>製品工程</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 受注 接遇/打ち合わせ</li> <li>2 部品展開 CAD/CAM</li> <li>3 レーザー加工</li> <li>4 曲げ/ロール加工</li> <li>5 溶接 バフ研磨・ヘアライン研磨 切削加工 粉体/焼付塗装</li> <li>6 出荷/納品</li> </ol>
経営の特徴強み・課題	<p>N a t u r e &amp; M i n d</p> <p>ものづくりには豊かな感性と創造力、そして技術への絶えることのない積み重ねが必要です。その源泉となるものは、自然の摂理から学び調和することだと考えます。その精神を活かして、ニーズに応じた適正な製作コンセプトづくりと、既存形態にとらわれない製作提案の上で、お客さまを通じて社会貢献できるよう努力いたしております。「NAZE より」</p>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レーザー加工 (SUSクリーンカット)</li> <li>・製缶/精密板金 (ロール・曲面加工)</li> <li>・TIG溶接 (SUS薄板細密溶接)</li> <li>・SUSの高品位研磨仕上げ</li> <li>・5面加工機による高精度機械加工</li> <li>・粉体/溶剤焼き付け塗装</li> <li>・食品機械等の設計・組立</li> </ul>

(調査日：平成28年9月12日)

## 5.2 ヒアリング調査と工場見学の実施

### 5.2.1 ヒアリング調査と工場見学の実施概要

同社のホームページを診断するに先立ってヒアリングを実施した(図5-1)。当日は、専

務の高橋様と総務課長の中島様に同社の概要をご説明いただき、さらに学生からの質問にも快くお答えいただいた。同社は2017年中にホームページのリニューアルを予定しており、今回のホームページ診断の結果を参考にするために、現在のホームページの診断を希望されたとのことであった。

#### <ヒアリング実施概要>

日 時：平成 28 年 11 月 21 日（火）10：30～12：00
訪問先：株式会社タカハシ 本社：新潟県長岡市黒坂 250 番地
対応者：専務取締役 高橋謙 氏 総務課長 中島紳雄 氏
参加者：河村信太郎、福崎秀一郎、山田和弥
担当教員：村山光博



図 5-1 ヒアリングの様子

#### 5.2.2 ヒアリング調査で分かったこと

##### ●株式会社タカハシはどんな会社であるか

- ・「総合精密板金加工会社」であり、精密板金加工を中心に各種溶接、ステンレスの研磨仕上げ、機械加工、焼き付け塗装、組立（ここ3～4年の新事業）までを一貫して行う会社である。
- ・現状、企業理念と経営目標は掲げていないが、経営の特徴として、「Nature&Mind」を挙げている。意味は同社の周りには自然が溢れておりそこから「自然の調和」という意味と、総合精密板金加工という「タカハシの技術」の高さを融合した意味である。
- ・商品のストックはなく、ほとんどは受注生産している。
- ・提案型 →顧客企業とのパートナー関係を深くするためである。
- ・品質の良いものを作ることを徹底している。

##### ●会社について

- ・「Nature&Mind」が企業理念に近い。
- ・地域・社会貢献は中学生対象に工場見学を行っている。
- ・この先は新規顧客もターゲットにしていきたい。
- ・お客様の多くは長野の企業である。
- ・現在、採用は中途採用が中心で必要な時にハローワーク等で募集している。

●ホームページについて

- ・ホームページからの問い合わせはあまり多くない。
- ・「総合精密板金加工」と「組立」の技術の高さがセールスポイントであり、分業ではなく一貫して事業を行っているところが強みであるため、HPでも強くアピールしていきたい。
- ・採用面を充実させたいため、採用情報を載せていきたい。(リクナビ・マイナビ等)
- ・会社をよりイメージしやすくなるために従業員の声などを載せた方が良い。
- ・2009年でHPの更新が止まっているため、新事業である組立が載っていない。また、他にもすでに変わってしまっている事があるため、随時更新していく必要がある。(沿革も更新した部分を追加する)
- ・水槽とコケ庭のページを無くす。

5.3 現在のホームページ構成と診断結果

5.3.1 現在のホームページの特徴

図 5-2 は株式会社タカハシの現在の会社概要ページである。

特徴は以下となっている。

<特徴>

- ・文字が非常に小さく見づらい。
- ・全体的に左側に寄っているため右側の余白が多い。
- ・沿革が 2009 年で止まっている (ヒアリング調査で新たに追加したことが分かった。詳細は上記の企業研究シートに記載)。
- ・グーグルマップを載せてあることで、初めて見た人でも会社がどこにあるのかが分かる。



図 5-2 株式会社タカハシ 会社概要ページ

その他のページの特徴は以下となっている。

● 「トピックス」 ページの特徴

- ・ 写真が載せてあり、工場内の様子や仕事の風景が分かる。
- ・ 全体的に左側に寄っているため右側の余白が多い。
- ・ タカハシの特徴である「Nature&Mind」である自然の調和が示す通り写真に自然が使われているため、イメージしやすい。
- ・ ホームページが 2009 年で止まっているため、写真が古い。
- ・ 新着情報が記載されていない。

● 「製作工程」 ページの特徴

- ・ 全体的に左側に寄っているため右側の余白が多い。
- ・ 制作工程とは関係ない「タカハシの特徴」が載せてある。しかし同社の強みであり、内容もお客様第一に考えてあるため良い印象を与える。
- ・ Web 工場見学の数字にカーソルを合わせると、写真が載せてあり工場内の様子や雰囲気分かる。
- ・ 制作工程の葉っぱにカーソルを合わせると、それぞれ説明が詳しく載せてあり一連の仕事の流れが理解できる。

● 「社内設備」 ページの特徴

- ・ 社内設備の写真が多く載せてある。しかし機械の説明がなく、こういった用途で使用するかも記載されていない。また写真も少し古い印象を受ける。
- ・ 文字が非常に小さく見づらい。

● 「加工サンプル」 ページの特徴

- ・ 文字が非常に小さく見づらい。
- ・ 文字が左側によっているため右側の余白が多い。
- ・ 加工サンプルの種類が非常に多い。
- ・ 特徴は記載されているが、こういった時に使用するのか使用用途が記載されていない。

● 「自社製品」 ページの特徴

- ・ 文字が非常に小さく見づらい。
- ・ 文字が左側によっているため右側の余白が多い。
- ・ 写真でもわかる通り様々な種類の自社製品があるため、決まった商品にこだわっているのではないことが分かり、「総合精密板金加工」の強みの一つである印象を受ける。

● 「お問い合わせ」 ページの特徴

- ・ 文字が非常に小さく見づらい。
- ・ スпам投稿対策として、確認コードを記載する対策を行っている。

### 5.3.2 現在のホームページのサイト構成

図 5-3 は株式会社タカハシの現在のホームページのサイト構成である。

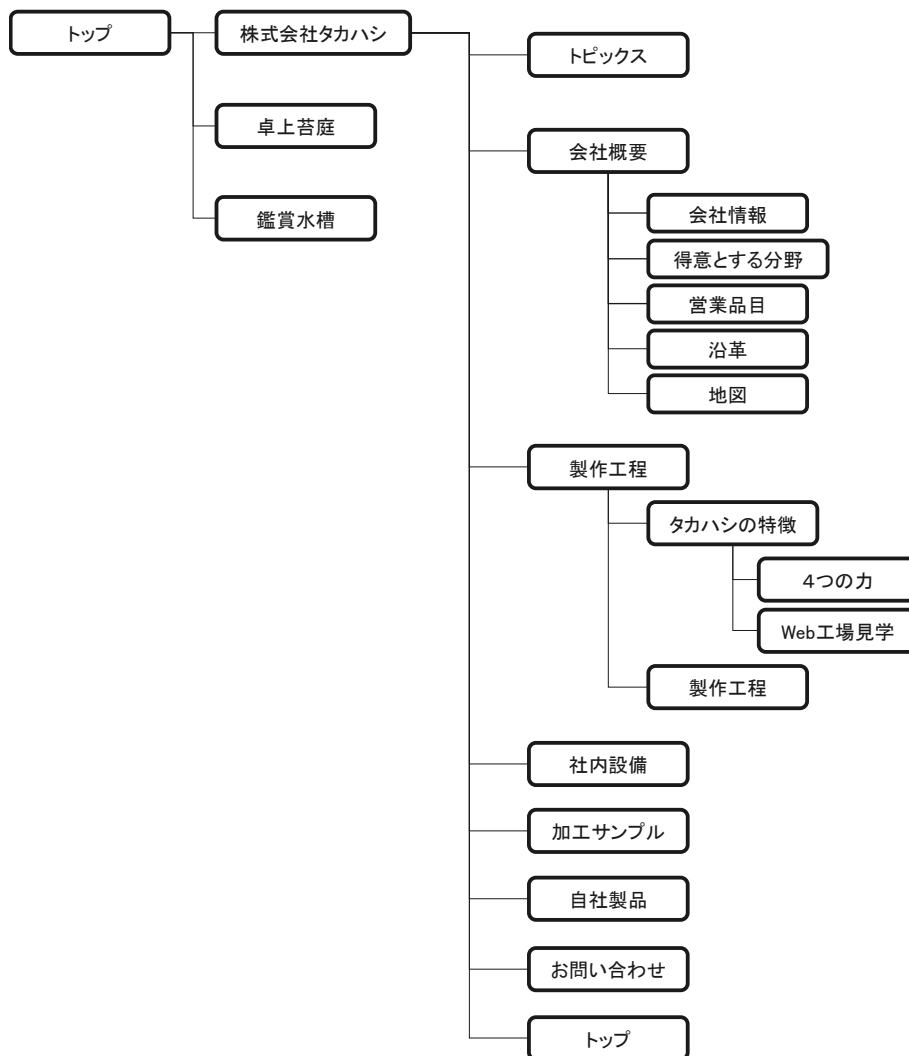


図 5-3 株式会社タカハシ 現在のサイト構成

### 5.3.3 採点を行った診断シートの結果

表 5-2 は株式会社タカハシの現在のホームページのコンテンツ診断シートによる採点結果で、同じく表 5-3 はシステム診断シートによる採点結果である。

また、同社のホームページの優れている点としては、次のような項目がゼミ学生から挙げられた。

<ホームページの優れている点>

- ・制作工程のWeb工場見学が分かりやすい
- ・制作工程の見た目が良い、葉っぱが良い
- ・制作工程のタカハシの特徴でお客様第一に考えていること
- ・ロゴが良い (Nature&Mind)
- ・自社製品などの写真が多い

表 5-2 コンテンツ診断シートによる採点結果

	チェック項目	配点	採点
会社概要	01 経営理念が記載されている。	1	0
	02 経営目標が記載されている。	1	0
	03 代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。	1	0
	04 会社の所在地・連絡先がトップページに記載されている。	1	1
	05 資本金が記載されている。	1	1
	06 売上高が記載されている。	1	0
	07 従業者数が記載されている。	1	1
	08 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	1
	09 会社の雰囲気分かる静止画や動画などが配置されている。	1	1
	10 地域・社会貢献の考え方や具体的な活動状況などが記載されている。	1	0
	小計	10	5
商品・サービス	01 商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	1
	02 商品・サービスに関する静止画や動画が効果的に使われている。 〔全く使われていないか、使われていても効果的とは言えない場合は0点〕	1	1
	03 商品・サービスの開発・生産工程や提供方法などがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	1
	04 商品・サービスの特徴や強みがわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	2	2
	05 商品・サービスの取引に関する問合せ先や対応方法がわかりやすく記載されている。 〔記載されていないか、記載されていてもわかりにくい場合は0点〕	1	0
	06 商品・サービスの製作事例や導入実績が記載されている。 〔お客様の声や課題解決に至ったある程度具体的な事例の紹介など〕	1	0
	07 商品・サービスに関する問合せを受け付ける入力フォームを用意している。 〔問合せの種類を利用者が選択できるチェックボックスなどを設けることが望ましい〕	2	2
	08 問い合わせの多い項目をまとめたページが存在する。 〔よくある問い合わせや質問などの例がまとめられたページが設けられている〕	1	0
	小計	10	7
採用情報	01 求める人材像（採用基準）が記載されている。	1	0
	02 教育制度や資格取得支援制度が記載されている。	1	0
	03 職場の様子や社員のメッセージ等が記載されている。	1	0
	04 募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	1	0
	05 賃金（初任給等）が記載されている。	1	0
	06 勤務地（支店・営業所）が記載されている。	1	0
	07 勤務時間（始業・終業時刻、休日、休暇等に関する事項）が記載されている。	1	0
	08 採用選考のプロセス（流れ）が記載されている。	1	0
	09 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	0
	10 就職希望者専用の問い合わせ先が記載されている。	1	0
	小計	10	0

表 5-3 システム診断シートによる採点結果

	チェック項目	配点	採点
構成・デザイン	01 欲しい情報に容易にアクセスできる。 〔ナビゲーションの表記がわかりやすく、少ないクリック数で欲しい情報にたどり着ける。〕	1	1
	02 ハイパーリンクが適切に使用されているか。 〔リンクと他の文章との区別が明確であり、リンク切れもない。 ※リンクが無い場合は1点〕	1	1
	03 サイト内のどのページからでもトップページに移動できる。 〔各ページでトップページへのリンクがある。ロゴマークにリンクされている場合もある。〕	1	1
	04 更新された内容が明示されている。 〔トップページの「新着情報」などで、更新日、内容、ページへのリンクが表示されている。〕	1	0
	05 サイトマップが存在する。 〔サイトマップとは、ウェブサイト内のページ構成を一覧できるようにした案内ページ 〔トップページの下段に表示されている場合や、別ページで用意している場合がある。〕	1	0
	06 現在アクセスしているページがサイト内でどの位置にあるか明示されている。 〔パンくずリストとも呼ばれる。 例) ホーム>大学案内>学長メッセージ〕	1	0
	07 文字の色や大きさが適切で、読みやすい。	1	0
	08 無駄な空きスペースがなく、文字や画像の配置が適切である。	1	0
	09 社名またはロゴマークを全ページに表示している。 〔ヘッダー部などに配置して、いつも同じ場所に表示されるようになっていることが望ましい。〕	1	1
	10 コンテンツ（掲載内容）に合ったタイトルが全ページに付けられている。 〔ページの上部およびブラウザのタイトルバーに適切なタイトルが表示されている。〕	1	1
小計		10	5
機能・運用	01 文字サイズを変えるボタンが用意されている。 〔トップページのヘッダーに「小」「中」「大」のようなボタンを配置する場合などがある。〕	1	0
	02 スマートフォンやタブレットに対応している（レスポンシブデザイン等）。 〔画面の解像度や大きさに応じて、ナビゲーションやコンテンツが適切に配置される。〕	1	0
	03 Facebook, Twitter, Line@等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。	1	0
	04 日本語だけでなく外国語（英語、中国語、韓国語など）への対応がある。	1	0
	05 意見や感想を伝える方法が明示されている。 〔問い合わせ方法が明示されているかどうか〕	1	1
	06 ドメインは自社ドメインになっている。 〔プロバイダのドメインではなく、会社独自のドメイン名を取得し、サイトを構築している。〕	1	1
	07 入カフォームで送信する情報はSSL等の暗号化技術によって保護されている。 〔入カフォームがない場合は1点〕	1	0
	08 個人情報保護（プライバシーポリシー）に関する記述がある。	1	0
	09 著作権表示が全ページに表示されている。 〔例： Copyright © 長岡大学 All Rights Reserved〕	1	1
	10 免責事項等へのリンクが設置されている。 〔免責事項=例. 「本サイトの関係者は、あなたに対して一切責任を負いません」 「あなたが本サイトを利用する場合は、自己責任で行う必要があります」 などの記述がある。〕	1	0
小計		10	3

## 5.4 改善案の策定

### 5.4.1 改善案の策定

改善案は以下のとおりである。

- ・現在は業務を行っていない「卓上苔庭」、「鑑賞水槽」のページを削除したほうが良い。
- ・メニュー（グローバルナビゲーション）をページ上部に横方向で配置したほうが良い。
- ・メニュー内の「トピックス」を「ホーム」に変えたほうが良い。
- ・メニュー内の「トップ」ボタンはないほうがいい。
- ・「会社概要」、「製作工程」のコンテンツがページ内の左に寄っているため中央に寄せたほうがいい。→レスポンシブウェブデザインで全面的に改善
- ・余白が多すぎるので、コンテンツのレイアウトを工夫する。
- ・字が小さい部分があるので、フォントサイズを調整する。



- ・2009年でホームページの更新が止まっているため、新事業である組立に関する情報が載っていない。また、他にもすでに変わってしまっている事があるため、随時更新していく必要がある（沿革も更新が必要）。
- ・会社の雰囲気をもっとイメージしやすくするために、従業員の声などを載せた方が良い。
- ・潜在顧客からの信頼感を高めるため、理念や社長の声を掲載したほうが良い。
- ・「製作工程」の「タカハシの特徴」は「製作工程」とは直接関係はないが、一方で当社の強みでもあるため新しく独立したメニューとして加えたほうが良い。
- ・「タカハシの特徴」のページに力強さを表現したい。
- ・具体的にどういったサービスを提供しているのかをできるのかわかりやすく書いたほうが良い。
- ・「社内設備」の機械の写真がわかりづらいので、機械の名前や簡単な用途などの説明を加えたほうが良い。
- ・問い合わせでよくある項目を載せたほうが良い。

#### 5.4.2 提案するホームページのサイト構成案

図 5-4 は株式会社タカハシのホームページのトップページデザイン案であり、図 5-5 はサイト構成案である。

#### ホームページのトップページデザイン案の特徴

- ・「Nature&Mind」の自然がイメージできるように全体的に緑を起用する。
- ・メニューバーをページ上部に横位置で配置する。
- ・メニューバーに新たに「タカハシの特徴」項目を追加する。
- ・「総合精密板金加工」が一番の強みであるため、それをトップページでPRする項目を追加する。
- ・新たに「新着情報」項目を追加。トップページデザイン案では新着情報のみを定期的に更新するという形をとっていく。
- ・「制作工程」、「社内設備」、「制作事例」項目を追加し、それぞれの詳細が分かるように画像及び写真とそのページに移動できるようにリンクを設置する。
- ・新たに「よくある質問」項目を追加する。
- ・「NAZE」、「NICO」等の関連機関にリンクするバナーを追加する。
- ・サイトマップを新たに追加する。
- ・メニューバー、製作工程、社内設備、制作事例の画像の下の「詳細はこちら」のボタン、サイトマップの計3つの項目からそれぞれのページに移動できる仕組みとする。
- ・トップページに新たに会社の住所、TEL、FAXを追加する。

#### 5.4.3 株式会社タカハシ 会社訪問（改善案報告）

以上の改善案を報告するために二度目の会社訪問を実施した。当日は、専務の高橋様に改善案の報告を行った。今回の改善案を参考にしてホームページのリニューアルに着手したいとのお返答をいただいた。

<会社訪問実施概要>

日 時：平成 28 年 12 月 20 日（火）13：30～14：00  
 訪問先：株式会社タカハシ 本社：新潟県長岡市黒坂 250 番地  
 対応者：専務取締役 高橋謙 氏  
 参加者：福崎秀一郎、山本幸之介  
 担当教員：村山光博



## 株式会社タカハシ

お問い合わせ  
**TEL: 0258-74-3721**  
**FAX: 0258-74-3722**

会社概要

タカハシの特徴

製作工程

社内設備

製作事例

採用情報

お問合せ



**板金加工ならおまかせください!**  
 中厚金属鋼板の精密板金加工を中心に、  
 各種溶接・ステンレスの研磨仕上げ・機械加工・  
 焼き付け塗装・組立までを一貫して社内で  
 まとめる技術集団です。

タカハシの特徴である総合精密板金加工について一言

**新着情報**

2016年〇月〇日 ○〇中学校の工場見学を行いました。  
 2016年〇月〇日 新しい事業を始めました。  
 2016年〇月〇日 忘年会を行いました。  
 2016年〇月〇日 新たな社内設備を導入しました。

製作工程の様子

よくある質問

**社内設備**

詳細はこちら

**製作事例**

詳細はこちら




会社概要

タカハシの特徴

製作工程

社内設備

製作事例

採用情報

お問合せ

よくある質問

株式会社タカハシ 〒949-4502 新潟県長岡市黒坂250番地 TEL: 0258-74-3721/FAX: 0258-74-3722

図 5-4 株式会社タカハシ トップページデザイン案

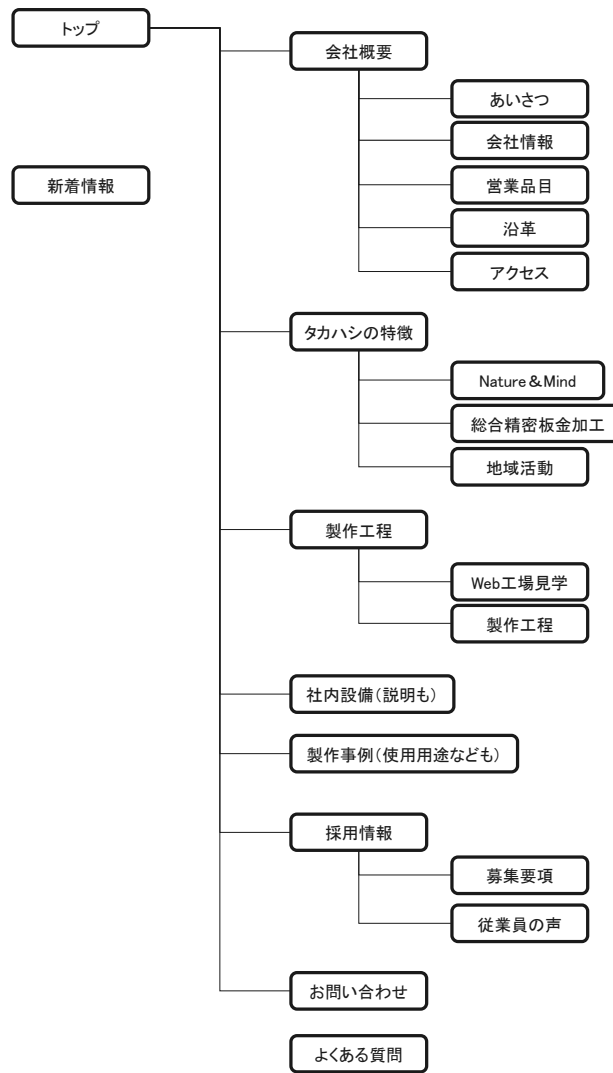


図 5-5 株式会社タカハシ サイト構成案

### 5.5 リニューアルによる効果について

村山ゼミナールでは平成 28 年 9 月に株式会社タカハシのホームページの改善を行うための調査を開始した。そこから約 3 か月間で改善案の策定を行い、提案に至った。リニューアル予定は 2017 年中とのことであるが、リニューアル後の効果で一番望んでいることは閲覧者の増加である。同社が「総合精密板金加工」にこだわる理由として、「多くの企業から頼りにしてもらいたい」という意向が強くあるということが分かった。ホームページを通してのお問い合わせ件数を増やすためには、やはり現在のホームページをより良い形にリニューアルして、同社の魅力を多くの人に理解してもらうことが大切である。具体的には改善案にもあるようにトップページで一番の特徴である「総合精密板金加工」をアピールすることで閲覧者にインパクトを与え、また新着情報を常に更新することで活気のある会社という印象を受け興味を持ってもらうことができる。

そしてその魅力を理解してくれた人が同社を頼り、注文や受注などが増え、会社全体がさらに活気ある雰囲気になることが、私たち村山ゼミナールの理想である。リニューアルまでにはまだ少し時間があるが、同社のホームページがより良いホームページになることを期待している。

## 6. 企業のホームページ活用

### 6.1 NAZE会員企業のホームページ掲載状況

表 6-1 は、平成 29 年 1 月現在における NAZE 会員企業のホームページ掲載状況である。各ホームページを 1 件 1 件閲覧して表中のチェック項目にしたがってチェックと集計を行った。この中で最も記載割合の高い項目は「商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。」(71.7%) であり、次に高い項目は「代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。」(55.0%)、「会社の雰囲気分かる静止画や動画などが配置されている。」(55.0%) である。

また、記載割合が最も低いものは、同率で「求める人材像（採用基準）が記載されている。」、「スマートフォンやタブレットに対応している。」、「Facebook, Twitter, Line@等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。」(15.0%) である。

表 6-1 NAZE 会員企業のホームページ掲載状況

NAZE会員企業の自社HP情報掲載状況調査	対象企業(件)	60
チェック項目	記載件数(件)	記載割合
経営理念・経営目標・経営方針が記載されている。	28	46.7%
代表者のあいさつ文やメッセージが記載されている。	33	55.0%
会社の雰囲気が分かる静止画や動画などが配置されている。	33	55.0%
商品・サービスの説明がわかりやすく記載されている。	43	71.7%
商品・サービスの特徴や強みがわかりやすく記載されている。	27	45.0%
求める人材像（採用基準）が記載されている。	9	15.0%
募集職種（スキル・資格等）が記載されている。	28	46.7%
採用選考のプロセス（流れ）が記載されている。	15	25.0%
サイトマップが存在する。	32	53.3%
スマートフォンやタブレットに対応している。	9	15.0%
Facebook, Twitter, Line@等に代表される即時性の高いメディアとリンクしている。	9	15.0%

平成 29 年 1 月 16 日現在

### 6.2 NAZE会員企業のホームページ活用状況

#### 6.2.1 経営理念の記載例

経営理念を記載している企業（図 6-1、図 6-2）はホームページを閲覧するユーザーにわかりやすく、会社概要や会社情報の上部に記載されている企業が多かった。また経営理念はその会社が何のために存在しているのかまたは、社員一人一人がこの会社で仕事をする意義について掲載してある。

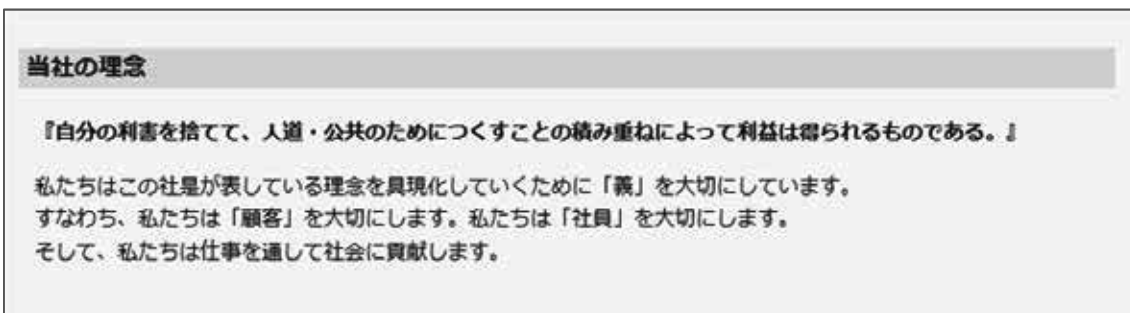


図 6-1 経営理念の掲載例①

(出典) 株式会社大原鉄工所「会社情報・経営理念」

<http://www.oharacorp.co.jp/policy/> (閲覧日：平成 28 年 12 月 26 日)

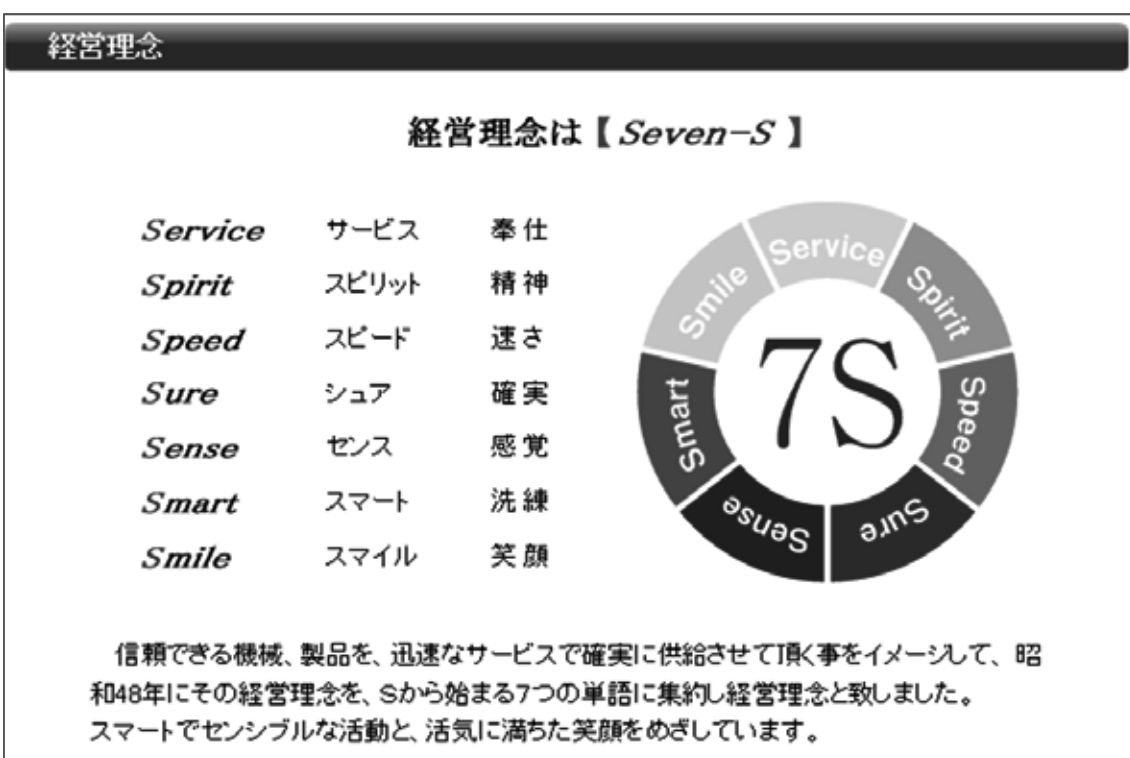


図 6-2 経営理念の掲載例②

(出典) 株式会社七里商店「会社案内・経営理念」

<http://www.shichiri.co.jp/company/idea.html> (閲覧日：平成 29 年 1 月 9 日)

### 6.2.2 経営目標の掲載例

図 6-3、図 6-4 は経営目標を掲載している企業の例である。経営目標を掲載することで、その会社が将来どのようにして後世に繋いでいくのか、また、これからのビジョンが明確となる。

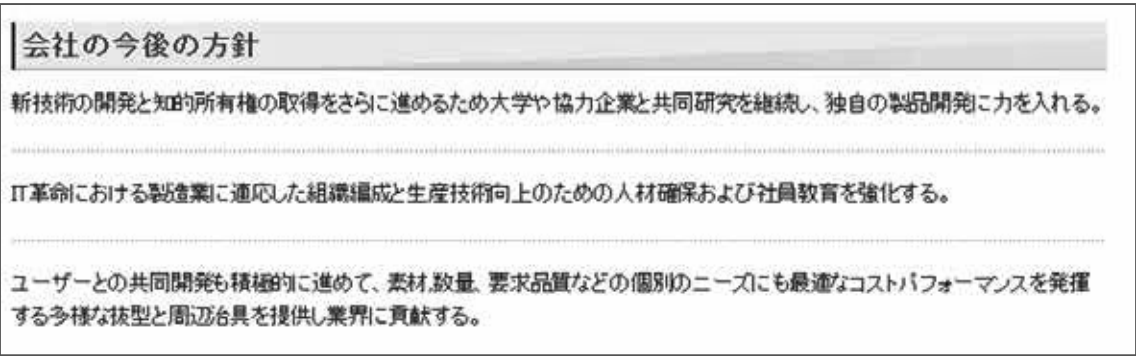


図 6-3 経営目標の掲載例①

(出典) 株式会社片山抜型製作所「会社情報・会社概要」  
<http://diemex.com/company/outline.html> (閲覧日：平成 29 年 1 月 10 日)

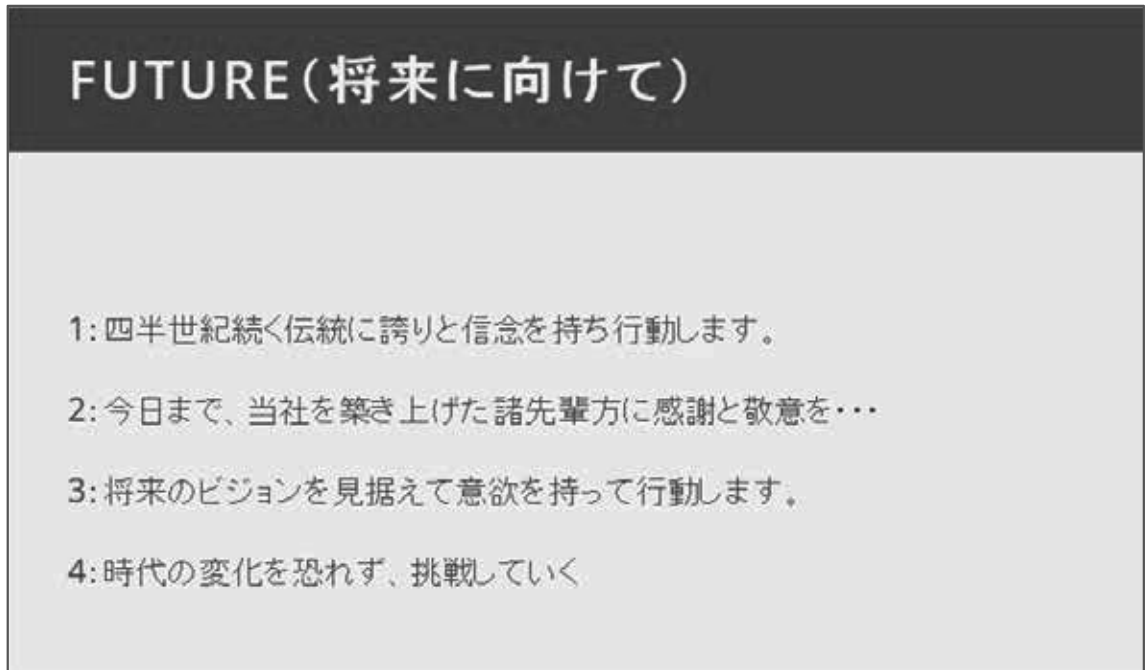


図 6-4 経営目標の掲載例②

(出典) 飛鳥運輸株式会社「会社情報」  
[http://www.asuka-t.co.jp/about.html#ank\\_a03](http://www.asuka-t.co.jp/about.html#ank_a03) (閲覧日：平成 29 年 1 月 10 日)

### 6.2.3 経営方針の掲載例

経営方針を掲載している企業(図 6-5)は経営理念や経営目標と言った会社の軸となる会社情報の欄に多く掲載されていた。経営方針は会社経営するために大切なお客様との関係性やその会社の強みをアピールしている。

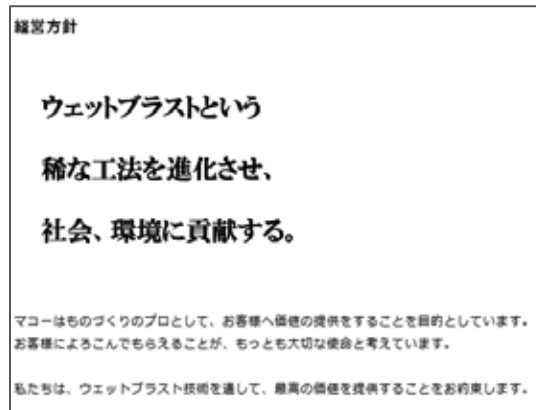


図 6-5 経営方針の掲載例

(出典) マコー株式会社「会社情報・経営理念・経営方針・行動指針」  
<http://www.macoho.co.jp/company/management.html> (閲覧日:平成 29 年 1 月 9 日)

#### 6.2.4 求める人材像の記載例

求める人材像を掲載している企業(図 6-6)は企業がどのような人材を採用したいのか、または応募を希望している人がその会社に向いているのかの基準にもなる。今回の集計結果を見ていくと、記載件数が 9 件、記載割合は 15%と低いことがわかった。就職活動をする人にとってみると、求める人材像を記載している企業は、入社後の姿がイメージしやすいといったメリットがあるように感じられる。

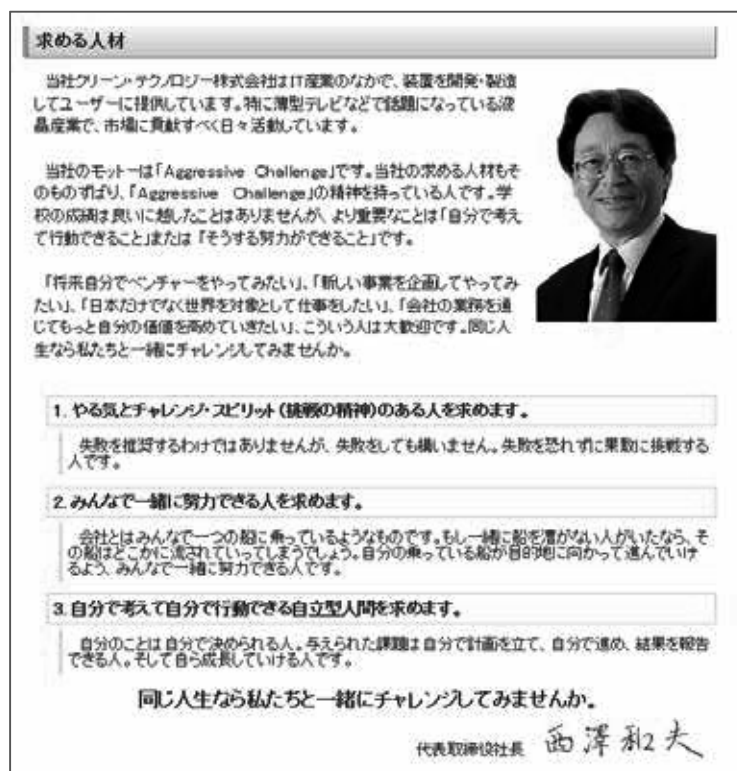


図 6-6 求める人材像の掲載例

(出典) クリーン・テクノロジー株式会社「採用情報」  
<http://www.cleantechnology.co.jp/contents/recruit.html>  
 (閲覧日:平成 29 年 1 月 9 日)

### 6.2.5 スマートフォンやタブレットに対応している記載例

スマートフォンやタブレットに対応しているかについては今現在、スマートフォンやタブレットが普及しパソコンだけでなくスマートフォンやタブレットでもホームページを見る人も多い。そこで図 6-7 のようにスマートフォンやタブレットに対応している企業のホームページの方が容易に知りたい情報などにアクセスできる。



図 6-7 スマートフォンやタブレットに対応している例

(出典)

左図：株式会社イトラスト

<http://www.naze.biz/database/etrust/> (閲覧日：平成 29 年 1 月 11 日)

右図：株式会社 NDC

<http://www.ndcnew.co.jp/> (閲覧日：平成 29 年 1 月 16 日)

### 6.3 NAZE会員企業の SNS 導入状況

SNS を利用するメリットとして様々なユーザーが見ることができるため、企業独自の商品やサービスを知ってもらえる。また拡散することができるため、同じ業界だけでなく、別の業界の方々や学生の目にも留まる。学生には就職活動をする際に活用できる。

主な SNS の説明

Twitter	最大 140 文字で日々の出来事などを画像や動画で投稿していく小さなブログのようなものである。さらに個人個人にメッセージを送ることや拡散できるので直接伝えることや様々なユーザーに知ってもらうことができる。
Facebook	ツイッターやブログ、インスタグラムとの連動ができる。ツイッターやブログ、インスタグラムでつぶやいた内容を Facebook に投稿することもできる。NAZE 会員企業の中で一番使われているのが Facebook である。



Instagram	画像や動画を共有することができる。また、TwitterやFacebookと連動することでより多くのユーザーが観覧できるようになる。NAZE 会員企業の中では1社で使われている。
LINE	チャットや通話ができる。電話料金がかかる通常の電話と違って電話自体は無料のため便利だ。NAZE 会員企業では2社の企業で使われている。



図 6-8 Facebook の導入例

(出典) 株式会社サカタ製作所「Facebook」

<http://www.sakata-s.co.jp/> (閲覧日：平成 29 年 1 月 16 日)



図 6-9 Instagram と Facebook の導入例

(出典) 長岡信用金庫「Facebook」「Instagram」

<http://www.nagaoka-shinkin.com/> (閲覧日平成 29 年 1 月 16 日)

## 7. ホームページ改善案の策定 まとめ

企業の情報発信の手段としてその重要性が高まっているホームページの役割を検討し、コンテンツ面とシステム面の両面からの改善を施すことで、企業の情報発信における効果を高めようという観点から、本年度の活動では次のことを行った。

- (1) 小川コンベヤ株式会社のホームページ診断および改善案の策定を行った。6月20日に同社をゼミ学生が訪問して業務内容とホームページの運用状況についてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査の結果と診断シートを用いたコンテンツ診断とシステム診断の結果、さらに診断シート以外で挙げられたゼミ学生の意見を踏まえ、改善案を策定した。その結果については、7月25日に同社を訪問して報告を行った。
- (2) 有限会社シンエー木型工業のホームページ診断および改善案の策定を行った。9月26日に同社をゼミ学生が訪問して業務内容とホームページの運用状況についてヒアリング調査を行った。ヒアリングではホームページを見ながら行ったシステム診断とコンテンツ診断シートの結果を用いて、企業理念とターゲット（対象顧客）に重点を置いて話し合いを進めた。ヒアリング調査の結果と診断シートを用いたコンテンツ診断とシステム診断の結果、さらに診断シート以外で挙げられたゼミ学生の意見を踏まえ、改善案を策定した。その結果については、11月25日に同社を訪問して報告を行った。
- (3) 株式会社タカハシのホームページ診断および改善案の策定を行った。11月21日に同社をゼミ学生が訪問して業務内容とホームページの運用状況についてヒアリング調査を行った。ヒアリング調査の結果と診断シートを用いたコンテンツ診断とシステム診断の結果、さらに診断シート以外で挙げられたゼミ学生の意見を踏まえ、改善案を策定した。その結果については、12月20日に同社を訪問して報告を行った。
- (4) 昨年度の村山ゼミナールの改善提案を受けて7月にリニューアルされたNAZEのホームページについて、改善後の評価を行った。8月31日に行われたNAZEの広報部会ではNAZEホームページのリニューアル後の効果について村山ゼミナールで意見をまとめたものを発表した。NAZE ホームページのリニューアルに関しては未だ明確な改善による効果が見えてきていないので、今後も継続的に評価を行っていく必要がある。

## 謝辞

本活動において、お忙しい中、連携アドバイザーとしてご指導をいただいた NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局長 山田哲也様、株式会社アルモ 代表取締役社長 柴木樹様にお礼を申し上げます。また、今年度の自社ホームページ改善支援事業の対象企業としてご協力いただいた株式会社小川コンベヤ、有限会社シンエー木型工業、株式会社タカハシの関係者の皆様に厚くお礼を申し上げます。本当にありがとうございました。



## 未来の農業革新Ⅲ～地産地消を通じた循環型社会への貢献～

### 橋長真紀子ゼミナール

4年

齋藤 拓海  
絵面 伊央璃  
金子 雅人  
佐藤 裕貴  
鈴木 敢  
長谷川 嵩  
三村 勇貴

3年

五十嵐 嵩生  
周 天奇  
須田 滉介  
薙澤 雄樹  
森本 拓也  
山崎 隼斗



## 目 次

- 1 はじめに
    - 1-1 研究背景と目的
    - 1-2 研究方法
    - 1-3 橋長ゼミナール活動記録
  - 2 先行研究
  - 3 長岡市農水産政策課との企画会議
    - 3-1 イベントチーム企画
    - 3-2 情報チーム企画
    - 3-3 販売チーム企画
  - 4 6次産業化の先進事例
    - 4-1 6次産業化の県別比較
    - 4-2 新潟県の事例
    - 4-3 長野県の事例
    - 4-4 富山県の事例
  - 5 循環型社会の構築
    - 5-1 日本の食品ロスの実態
    - 5-2 長岡市の循環型社会への取組
  - 6 山古志こだわり屋でのインターンシップ
    - 6-1 こだわり屋ヒアリング
    - 6-2 かぐら南蛮の収穫
    - 6-3 かぐら南蛮味噌の製造
    - 6-4 ばくばくマルシェでの販売
  - 7 農業イベントの実施
    - 7-1 イベント企画の概要
    - 7-2 イベントの効果検証
  - 8 長岡大学悠久祭での「かぐら南蛮カレー」の販売
    - 8-1 試作品の研究
    - 8-2 悠久祭での販売
    - 8-3 かぐら南蛮カレーに関するアンケート調査
  - 9 農業の魅力を伝えるブログの制作
  - 10 長岡市山古志の現状と課題
    - 10-1 山古志の現状と課題
    - 10-2 山古志のSWOT分析
  - 11 長岡市山古志の就農率向上策の提案
    - 11-1 6次産業化の事業スキーム
    - 11-2 若者就農者の向上策
- 引用文献

# 未来の農業革新Ⅲ～地産地消を通じた循環型社会への貢献～

## 1. はじめに

### 1-1 研究背景と目的

橋長ゼミナールは、昨年度、「長岡の自然や食文化の豊かさを国内外の人々に伝え、長岡でしか味わえない味覚を堪能するために長岡に若者を呼び込む仕組みを考案すること」を目的として研究活動を進めてきた。長岡市農水産政策課や観光企画課と連携し様々な農業体験を経験することで、新たな視点で長岡の農業を若者に魅力のある産業とする方策を検討した。また、夏合宿で実施した北海道視察では、農業、グリーン・ツーリズムにおいて参考になる点が多くあった。長岡では農業を体験できる施設が少なく、一般の方からすると少し農業は遠い存在であると感じる。しかし北海道では週末に家族で楽しめる「食」「体験」「販売」をまとめて体験できる施設があった。私たちがその視察した日は週末だったが、家族連れで賑わっていた。また、北海道は農業従事者が多く、首都圏からの就農者も他県に比べて多いことがわかった。それはやはり「北海道＝農業」というブランドが日本人には根付いているからだと感じた。そして直接現地でグリーン・ツーリズムの施設を訪問し専門家のヒアリングを行うことで、地域ブランドを構築するには「行政」「生産者」「企業」「市民」という四本柱が協働することが大切であるという北海道の先進事例を学んだ。長岡市は四本柱の協働と市民の農業に対する考えかたが北海道と比べると低いと感じた。また県外の人たちの長岡の農業に対する知名度も低く、宣伝効果や宣伝力の低さも改めて実感した。

今年度は、昨年度の提言内容を受け、若者の就農率を上げるためには、農業の魅力や楽しさを発信していくことが大切だと考えた。そこで、「若者に農業の楽しさを伝えるため地産地消の取り組みを通じ、長岡市の循環型社会への貢献に寄与する農業のあり方を検討する」ことを研究目的とした。

そこで、私たちが「循環型社会に貢献できる方法」として考えたのが、農作物のB級品など市場に出回らないような廃棄物を再利用し、加工して販売する「6次産業化」を取り入れることである。6次産業化とは、「農林水産業と2次産業・3次産業を融合・連携させることによって、農山漁村の有する農林水産物、自然エネルギー、伝統文化などの「地域資源」を、食品産業をはじめとするさまざまな産業と連携して利活用し、新たな付加価値を生み出し、地域ビジネスや新産業を創出すること」である（農林水産省 2016）。

### 1-2 研究方法

この6次産業化の事例を少しでも多くの人に知ってもらい、農業の魅力を発信できたらと考えた私たちは今年度、ゼミ内で「イベントチーム」、「情報チーム」、「販売チーム」の3つのチームに分けて活動を進めてきた。各チームの活動内容は、以下の通りである。

#### 【イベントチーム】

食品ロスになる食材を使ったイベントを農水産政策課と企画した。農水産政策課の企画

した首都圏の方々に向けた宿泊型就農イベントの1日を、学生の企画日として設けていただいた。そこで農業体験やB級品の野菜などを使った料理などを企画し、農業の魅力と6次産業化に触れてもらえるような企画を考えた。

### 【情報チーム】

若者をターゲットとしたため、各チームの体験報告や農業の魅力、イベントの告知をブログにてリアルタイムに発信した。また、1年間の活動や長岡の魅力、農業の魅力をまとめたDVDも作成した。

### 【販売チーム】

B級の食材を使い食品ロスを減らすと共にその加工品をメンバー自ら加工し、長岡市が主催する産直野菜のマーケットである「ばくばくマルシェ」や、本学の大学祭である「悠久祭」で販売した。自分達で採ったものを加工し、販売することで、農家の苦労を実際に体験し、やりがいを感じることで、6次産業化の取り組みを少しでも多くの方に知ってもらうために行った活動である。

これらの活動を支えてくださったのは、長岡市農水産政策課様、山古志にある「こだわり屋」様および越後川口の「木沢ハウス」様である。ゼミ生全員で、「こだわり屋」様の事業に関わらせていただき、実際にかぐら南蛮の収穫・加工・販売の一連の6次産業化の取り組みを1年間通して体験してきた。このように今年度は6次産業化という新たな農業の取り組みを中心に農業の魅力を発信する。

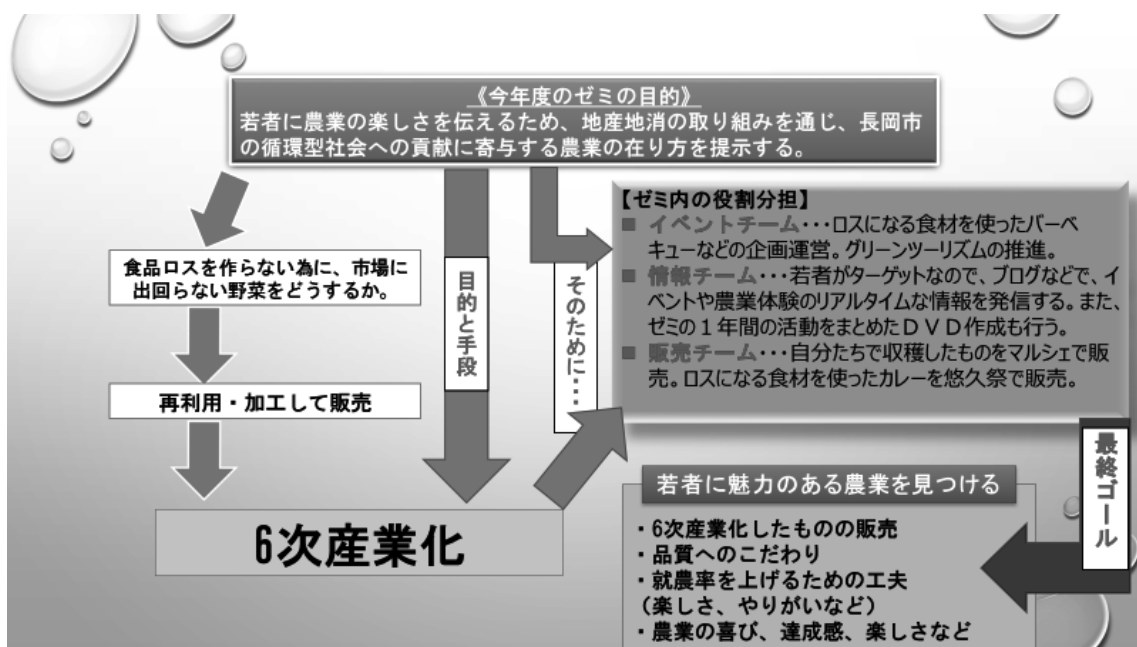


図 1-1 研究構造図

(文責：齋藤 拓海)



### 1-3 橋長ゼミナール活動記録

日時	講義回数	活動内容
平成 28 年 4 月 11 日(月)	ゼミ 1 回目	自己紹介・ガイダンス
平成 28 年 4 月 18 日(月)	ゼミ 2 回目	今年度の活動方針・ゼミ活動のテーマの検討
平成 28 年 4 月 25 日(月)	ゼミ 3 回目	長岡市農水産政策課ヒアリング
平成 28 年 5 月 9 日(月)	ゼミ 4 回目	ヒアリング内容検討
平成 28 年 5 月 16 日(月)	ゼミ 5 回目	活動内容検討
平成 28 年 5 月 16 日(月)	ゼミ 6 回目	夏のゼミ合宿の計画
平成 28 年 5 月 23 日(月)	ゼミ 7 回目	夏のゼミ合宿の計画
平成 28 年 5 月 30 日(月)	ゼミ 8 回目	フィールドワーク 農家民宿訪問
平成 28 年 6 月 6 日(月)	ゼミ 9 回目	長岡市農水産政策課との打ち合わせ
平成 28 年 6 月 20 日(月)	ゼミ 10 回目	ゼミ合宿企画
平成 28 年 6 月 27 日(月)	ゼミ 11 回目	ゼミ合宿準備
平成 28 年 6 月 27 日(月)	ゼミ 12 回目	山古志こだわり屋 収穫作業の手伝い
平成 28 年 6 月 28 日(火)		ばくばくマルシェ 2016 参加、木沢ハウスで農家民宿
平成 28 年 7 月 4 日(月)	ゼミ 13 回目	夏のゼミ合宿の計画、前期活動のまとめ
平成 28 年 7 月 11 日(月)	ゼミ 14 回目	山古志こだわり屋収穫作業の手伝い ビデオ撮影の講義
平成 28 年 7 月 12 日(火)		ばくばくマルシェ 2016 参加
平成 28 年 7 月 16 日(土)		山古志闘牛準備
平成 28 年 7 月 17 日(日)		山古志闘牛イベント手伝い
平成 28 年 7 月 18 日(月)	ゼミ 15 回目	反省会
平成 28 年 8 月 9 日(火)		ばくばくマルシェ 2016 参加
平成 28 年 8 月 14 日(日)		山古志闘牛準備
平成 28 年 8 月 15 日(月)		山古志闘牛イベント手伝い
平成 28 年 9 月 18 日(日)		ゼミ合宿
平成 28 年 9 月 19 日(月)		ゼミ合宿
平成 28 年 9 月 20 日(火)		悠久祭出店カレー試作 老人会への炊き出し
平成 28 年 10 月 3 日(月)	ゼミ 16 回目	報告書作成
平成 28 年 10 月 10 日(月)	ゼミ 17 回目	報告書・パネル・中間発表資料作成・悠久祭打ち合わせ
平成 28 年 10 月 17 日(月)	ゼミ 18 回目	報告書・パネル・中間発表資料作成・農業イベント準備
平成 28 年 10 月 24 日(月)	ゼミ 19 回目	報告書・パネル・中間発表資料作成・悠久祭準備
平成 28 年 10 月 28 日(金)		悠久祭準備・DVD 撮影
平成 28 年 10 月 29 日(土)		悠久祭 カレーの販売
平成 28 年 10 月 30 日(日)		悠久祭 カレーの販売
平成 28 年 10 月 31 日(月)		中間発表
平成 28 年 11 月 7 日(月)	ゼミ 20 回目	農業イベント
平成 28 年 11 月 14 日(月)	ゼミ 21 回目	成果発表会の発表準備
平成 28 年 11 月 21 日(月)	ゼミ 22 回目	成果発表会の発表練習
平成 28 年 11 月 28 日(月)	ゼミ 23 回目	成果発表会の発表練習
平成 28 年 12 月 3 日(土)		成果発表会
平成 28 年 12 月 5 日(月)	ゼミ 24 回目	成果発表会の振り返り・報告書作成・DVD 編集
平成 28 年 12 月 12 日(月)	ゼミ 25 回目	報告書作成・DVD 編集
平成 28 年 12 月 19 日(月)	ゼミ 26 回目	報告書作成・DVD 編集
平成 28 年 12 月 26 日(月)	ゼミ 27 回目	報告書作成・DVD 編集
平成 29 年 1 月 9 日(月)	ゼミ 28 回目	報告書作成・DVD 編集
平成 29 年 1 月 16 日(月)	ゼミ 29 回目	報告書の最終調整
平成 29 年 1 月 23 日(月)	ゼミ 30 回目	まとめと振り返り

## 2. 先行研究

文献調査から長岡に適応できることを整理した。まず金丸弘美の『地域ブランドを引き出す力』（2011）では、農家の一般的な農産物販売方法は農業協同組合（JA）や経済農業協同組合連合会（経済連）を通じて市場に販売するものであると述べられている。さらに、規格外の大きさや形、傷があるものは市場に出まわらずに廃棄されてしまうことが一般的とも述べられている。しかし、近年では直売所や農家レストランでそれらの農産物を独自に加工して、高い値段で販売している農家も多い。そこで我々は長岡でも農家自身で農産物を販売する方法が充実すれば、廃棄ロスが減り、農家の利益も上がるのではないのかと考えている。

加えて、杉本淳・矢崎栄司の『田舎の宝を掘り起こせ』（2012）でも同じようなことが述べられている。また、市場にA級品しか出回らないことによって高齢者を中心とした「買い物難民」が増加していることも指摘されている。その現状を打破するべく、庭先直売所のネットワーク化を目指していると述べられているが、これは長岡でも適応できるのではないかと考えている。特に当ゼミでは農産物の廃棄ロスに着目しているが、この事業では廃棄するような農産物を収入源とすることができ、ランニングコストを抑えられるような運営方法ができつつあるため、注目していきたいところである。また、地元の農産物が地元で消費されるのはせいぜい10%ほどとしている。市場に出まわる段階で輸送費や管理費といったコストが掛かるのだから、地元産を地元で販売することで無駄が減るのではないだろうか。また、農家にとっては仲介料が減る分だけ価格を上乘せしてより収益を上げられるのではないかと考えている。そうでなくとも、農産物としての品質には問題のない規格外品を身近な地域で販売することはその分経済効果が生まれ、社会に寄与できると考えている。また、長岡の農産物だからこそのブランド力を引き出して販売することで、外からの観光客も増加するのではないかと考える。そして長岡のブランドに興味を持ってもらうことで経済を活性化させることができるのではないかと我々は考えている。

また、山浦晴男の『住民・行政・NPO 協働で進める最新地域再生マニュアル』（2010）では、住民・行政・NPO 法人それぞれの悩みについて述べられている。地域のことは自分たちでなんとかしたいという気持ちはあるが、具体策や資金面の問題からなかなか一歩踏み出せないのが現状だと考える。実際に我々の活動でも、我々のゼミの力だけでは解決できないこともある。地域の方々やアドバイザーのご支援をいただき、協働で地域の活性化を目指している。このようにさまざまなステイクホルダーが一同に会して課題を議論する場所を創ることにより、地域振興が現実味を帯びる。そのため、我々は地域の住民や関係団体との連携が大切だと考えている。さらに我々は地域振興の一番の近道は新しい何かを発見することだと考える。しかし、そんなに簡単には見つからない。そこで、今ある自慢できるものを探し、アピールすることがまずすべきことなのではないかと考えている。様々な視点からもっと長岡の魅力を発見・発信していくことで、地域振興につなげられるように活動したいと考えている。さらに伊豫谷登士翁・斉藤純一・吉原直樹の『コミュニティを再考する』（2013）では、「従来の社会学におけるコミュニティの定義は『地域性』と『連帯性』を二大要件とし、『特定の地域で利益や価値観を共有する人間の集まり』とされ、さらには「『連帯性』がコミュニティの基本的な要件である」と述べられ

ているが、我々は『連帯性』と同等に『地域性』も重要なのではないかと考えている。『地域性』を前面に出さなければその地域の良さを広めることはできないのではないかと考えている。『連帯性』が優れていても『地域性』を知ってもらわなければ意味がないのではないかと考えている。反対に『連帯性』が欠けていてはみなさんに伝えたい『地域性』を広めることができないのもまた事実である。『地域性』を重点に置きつつ『連帯性』もしっかり意識することでより良いコミュニティを作り上げることができるのではないかと考える。我々は当ゼミの一員として長岡の農産物の良さを発信し、知ってもらうことが目標であり、役目だと考えている。『連帯性』は我々で言えば農水産政策課や農家の方々と協力することだと考えている。『地域性』は長岡の農産物だからこそできることでその農産物の良さを発信することだと考えている。寛裕介の『コミュニティが元気になる 30 のアイデア 地域を変えるデザイン』（2011）では秋田県で農業政策「こめたび」を事例に取り上げている。これは農家のお米を消費者に直接届けられる通信販売が主体となっており、お米だけでなく地酒や旬の食材も一緒に注文することが可能となっている。また農家と消費者の交流イベントも行われており、農家と消費者が顔を合わせて、農家のこだわりを直に体験することによって、農業の現状を知ることができるようになっている。これは地域活性化や地方創生へも貢献している。我々はこのように農家と消費者が win-win の関係を築けるような活動をしていけば、長岡もより地域を盛り上げていくことができるのではないかと考えている。

阿部真大の『地方にこもる若者たち 都会と田舎の間に出現した新しい社会』（2013）では、「『内』にこもりつつ、『外』に開いていく」という新しい生き方をしていると述べられているがこの概念は人によって「内」と「外」の考え方や捉え方が違うので非常に難しい問題だと考える。阿部（pp14-43）の挙げた一例として、イオンモールが休みの日の家族や若者たちの遊び場の例として紹介されている。長岡市で生活している我々にとって、決して長岡市には「遊ぶ場所」は多くはない。休みの日になれば学生も家族連れも皆こぞって「リバーサイド千秋」に足を運ぶ。特に大きな目的があるわけではない。楽しむ場所のない家や学校・職場を離れ、ドライブやショッピング、映画を観るといったいわゆる遠足のような余暇の過ごし方ができるから、皆そこへ足を運ぶのだ。「リバーサイド千秋」は我々にとって余暇の中心地であり、さらには、日常生活の延長線上なのである。

しかしこれはあくまでも休日の余暇の過ごし方を参考にした事例である。本当に現代の若者たちが新しい生き方をしているのか、本当にそうすることが正解なのかと言われると私は一概にはそうは言えないと考える。農業の視点から例を挙げると「都会に住んでいる若者」と「田舎に住んでいる若者」もある意味では「内」と「外」の考え方に関係しているのではないかと考える。ここでは「田舎に住んでいる若者」が農家の子どもだと仮定してみよう。農家を継ぐ子どもは「内」にいると言えるであろう。なぜなら農業をすることが日常であり、そのことが当たり前になっているからである。逆に農家を継がず、都会に飛び出していく子どもは「外」に出ていくと言えるであろう。普段の日常から飛び出していくことは、本人にとっては新しい環境（＝外の世界）に出ていくことと同じだからである。

今度は「都会に住んでいる若者」を例に挙げてみる。おそらく彼らにとって農業をすることは非日常なのではないか。「農家に住んでいる若者」と同じ考え方をすれば、「都会

に住んでいる若者」にとっては都会の企業で働くことは「内」であり、田舎に行って農業に携わることは「外」であると言えよう。

近年では若者の農業に対する意欲やイメージが低下している傾向にある。それはおそらく上記のように若者が「内」にこもりがちになっていることや、「農業をするのは農家の人間の役目」という固定概念や、「都会から田舎に行くことにメリットがない」といった考え方が定着しているからだと思う。農業を発展させていくために田舎に住む農家ももっと外に向け情報を発信し、都会に住む若者たちがそれを積極的に受信していくことが重要なのではないかと考える。そういった点で考えれば、「内」にこもりつつ「外」に開いてくという新しい生き方はある意味邪魔になっているのではないか。つまり「内」から一度完全に「外」に開いていくという考え方を持つてみるのも良いのかもしれないということである。

そのためには農家と若者のつながりが非常に重要になってくると思う。農家と若者たちを取り巻く「内」という環境と、その外側にある「外」という環境をそれぞれがうまくかみ合わせることができれば、もっと若者農業に対するイメージは変わるのではないだろうかと考える。

大社充『体験交流型ツーリズムの手法 地域資源を活かす着地型観光』(2008, pp64-67)では、プログラムづくりについて「『なぜ、なぜ、なぜ』と問いかけることによりプログラムは磨かれていく』(p72)とも述べている。私たちはただ人を集め、「あれを体験させよう」、「ここに連れて行こう」「この人の話を聞かせよう」と安易にアイデアを形にしがちである。しかし、「なぜそこに連れて行くのか」、「なぜこれを体験させるのか」、「なぜ話を聞くのか」と、プログラムの意図を明確化させることによってひとつひとつのプログラムを無駄なくより良い形のプログラムに近づけることができるのである。このことから、今年度の農業イベント企画においても、活動のねらいを明確にし廃棄ロスの食材の有効活用により、農家の収益を上げることや、活動を通して農業の楽しさを伝えることに焦点を当てた企画を考えるのが重要である。

(文責：山崎 隼斗)

### 3. 長岡市農水産政策課との企画会議

#### 【調査概要】

- ・日 時：2016年4月25日(月) 15:00-16:00
- ・場 所：長岡市農水産政策課
- ・参加者：絵面伊央璃 佐藤裕貴 鈴木敢 山崎隼斗 須田滉介 五十嵐嵩生 薙澤雄樹  
周天奇+教員1名

今回の長岡市農水産政策課との打ち合わせでは、去年の活動を踏まえたうえでの今年の活動について意見交換を行い、活動方針を検討した。

### 3-1 イベントチーム企画

橋長ゼミナールでは研究の主題としてグリーン・ツーリズムを掲げている。主題の下、一案として農業体験イベントを実施したら良いのではないかという意見が出た。理由としては、農業を体験することで農業に対して理解が得られること、農家の方と参加者が交流することでその地域の活性や新たな発見が得られること等が挙げられる。

したがって、農業イベントを実施することは長岡におけるグリーン・ツーリズムとしては有効なのではないかと考えた。具体案は以下の2つである。

#### (1) 中学生を対象とした農業体験

中学から高校へ進学する際に、農業関連の高校への進学を視野に入れている学生への助けになるのではと思い農家民宿のイベントを企画した。小学生対象の農家民宿が人気だが1度限りの参加となるため中学生へ2度目の体験として農業体験イベントとして実施する。期間としては苗付けと収穫時期に3日ほど予定している。

#### (2) 農業を利用した交流会

大学生や社会人を対象に農業がどのようなものか知ってもらうきっかけづくりをする。農業を体験することのほかに参加者や地域住民との交流を楽しむことにも焦点を当てたい。収穫した野菜を使用したバーベキューや農家レストランを使用しお酒を交えた食事会を考えている。期間としては1、2日程度を予定している。

#### <農水産政策課様の意見>

中学生を対象とした企画を立てることはとても難しい。子どもを預かることは、食事の衛生面や現場での安全面の確保、もしなにかあったときのための対策などとてもデリケートな問題が付きまとうことになる。また、中学生は部活等で空き時間が少なく、参加者を募る方法も市政だよりへの掲載や教育委員会へお願いするなど手間がかかることが多い。

提案された企画は農家民宿での宿泊とあるが、農家民宿との兼ね合いが難しく受け入れが難しいと考える。提案された企画を実行するには対象者を集める、場所を探す、農産物を探す、農家を探すというように事前準備がたくさんある。以上の事を考えると、提案された農業イベントを企画実行することは難しい。しかし、内容を見直せば、農水政策課が企画するイベントに組み込むことはできるかもしれない。

### 3-2 情報チーム企画

今年度は、ブログを作成しリアルタイムでの活動の様子を広めていく。また、ブログだけでなく SNS とも連携しさらに身近での情報発信をしていこうと考えている。ターゲットとして年代の近い 20 代の若者へ農業イベントやゼミナールでの活動を伝えていく。

昨年度と同じように今年の活動でも最終成果物として DVD を制作し、記録を残す。昨年度は 1 年間の活動を大まかにまとめた PR 映像であったが、今年度はドキュメンタリー形式でまとめて行こうと考えている。これには自分たちの活動の表裏すべてを伝えることで間接的にでも、若者たちに農業の活動、楽しさが伝わりやすいのではないかという意図がある。

### <農水産政策課様の意見>

ホームページや雑誌と違い、ブログや SNS は双方向での情報発信ができるためとても良い企画であると思う。可能であれば農水産政策課のホームページとも連携しブログを広める手伝いをすることも可能である。DVD の制作は単発で何本か作るのか 1 年で 1 つ作り上げるのかも考えた方が良いかもしれない。

### 3-3 販売チーム企画

昨年度の活動は長岡の観光スポット調査から始まり、農水産政策課様、観光企画課様へのヒアリング、インターンシップ、農業体験、北海道での調査・ヒアリング、ばくばくマルシェ、酒の陣など多岐に渡った。それぞれの活動で貴重な体験ができたものが多かった一方で、反省点として活動の幅を広げすぎて焦点が定まらなかったという意見があった。今年度は昨年度の活動を生かした上でより密度の高い活動をしていきたいということになり、いくつか活動の企画が挙げた中で2016年のばくばくマルシェで野菜を売りたいという提案があった。

内容としては、ゼミ生の 1 人の実家が農家を経営しているので、そこで農作物の収穫作業を手伝わせてもらい、獲れたものをばくばくマルシェで販売させていただくというものである。また、収穫した農作物もしくは、ばくばくマルシェで販売されている野菜を使用し調理したものを悠久祭へ出店することも考えている。昨年度は農業体験を通じて、農作物を収穫することの楽しさ、苦労を体験できたので、今年度はそれを販売するところまで発展させたいという考えである。



農水産政策課での企画会議

### <農水産政策課様の意見>

ゼミ生の実家の作物を販売とあるが、ばくばくマルシェでは販売作物を長岡野菜にこだわっているため、他地区の野菜の販売は難しいと考える。

橋長ゼミナールで野菜を作るようであれば、空いている土地貸すことも可能である。しかし、学業との両立が難しいと考えられるため、ばくばくマルシェに出店している農家の方のお手伝いとして参加する選択肢が良いかと考える。

協力していただければそんな農家へこちらから連絡を取ることも可能である。ただし、通年での活動は農家の方への負担となる可能性もあるため期間を区切った活動になると思われる。

もし話し合いがまとまらなければ「うまい米コンテスト」への参加、ブース出展も可能であるので各種農業イベントでの販売の手伝いであれば参加が可能である。

### 3-4 考察

今回は長岡市農水産政策課様より貴重な意見を伺うことができた。全体的にはいい企画であるとお言葉をいただいた。しかし、我々学生が考えるより実際に行おうとする活動によっては課題もあるようである。特にイベントチーム企画はまだまだ手直しが必要なようなので熟考を重ねより良いものにしていきたい。販売チームは、農水産政策課様より支援をいただいて活動の土台をうまく作り上げていこうと思う。ブログおよび DVD 作成チームは早速活動へと入っていけるので情報をより多く発信していくべく努力していく。

(文責：薙澤 雄樹)

## 4. 6次産業化の先進事例

### 4-1 6次産業化の県別比較

昨年の夏に訪れた北海道、我々が住んでいる新潟県、新潟県と隣接しており6次産業化の事例が多い長野県、今年の夏に合宿地として予定していた高知県、更に富山県を取り上げ、実際の統計データを基に比較する。2015年のデータによると、ほとんどの項目で新潟県より長野県が上回っていることが読み取れる。特に、「農業生産関連事業を行っている実経営体数」(12,618件)と「消費者に直接販売」(11,044件)の項目は、長野県が大きく上回っていることがよくわかる。「農業生産関連事業を行っている実経営体数」は北海道と約7,000件、新潟県と約4,000件の差がついており、農業経営体数が多いことにより農産物の加工など各事業数も多くなっている現状が読み取とれる。

また、長野県は「農業生産関連事業を行っている実経営体数」(12,618件)と「消費者に直接販売」(11,044件)と「農産物の加工」(2,644件)は、日本一の数値である。

表4-1の5県の中で、新潟県に隣接する長野県、富山県の6次産業化の事例を紹介する。

表 4-1 農業生産関連事業を行っている経営体の事業種類別経営体数

全国農業 地域 都道府県	農業生産 関連事業 の実経営 体数	事業種類別(複数回答)							
		農産物 の加工	消費者 に 直接販 売	貸農園 体験 農園等	観光 農園	農家 民宿	農家 レスト ラン	海外へ の輸出	その他
北海道	5,286	882	4,597	296	291	219	140	48	153
新潟	8,127	687	7,760	77	109	61	33	51	48
長野	12,618	2,644	11,044	210	592	242	77	45	101
高知	3,948	262	3,822	14	15	24	14	7	20
富山	2,435	352	2,207	21	22	13	19	2	4

出典：農林水産省「2015年農林業サンセス結果の概要」より一部抜粋著者作成

(文責：金子 雅人)

## 4-2 新潟県の事例

### 4-2-1 新潟県の6次産業化の実態

新潟県内には実経営体が約 8,000 あり、そのうち約 600 の経営体が 6 次産業化に取り組み加工品を販売している（農林水産省「2015 年農林業サセス結果の概要」）

2015 年農林業サセス結果の概要によると新潟県の 6 次産業には大きく分けて 2 つある。1 つは「地域全体としての収益力向上のために行政が軸となって推進する 6 次産業化」と、もう 1 つは「各経営体で地域に根ざした取り組みを行い地域ブランドという付加価値を生み出す 6 次産業化」の取り組みである。

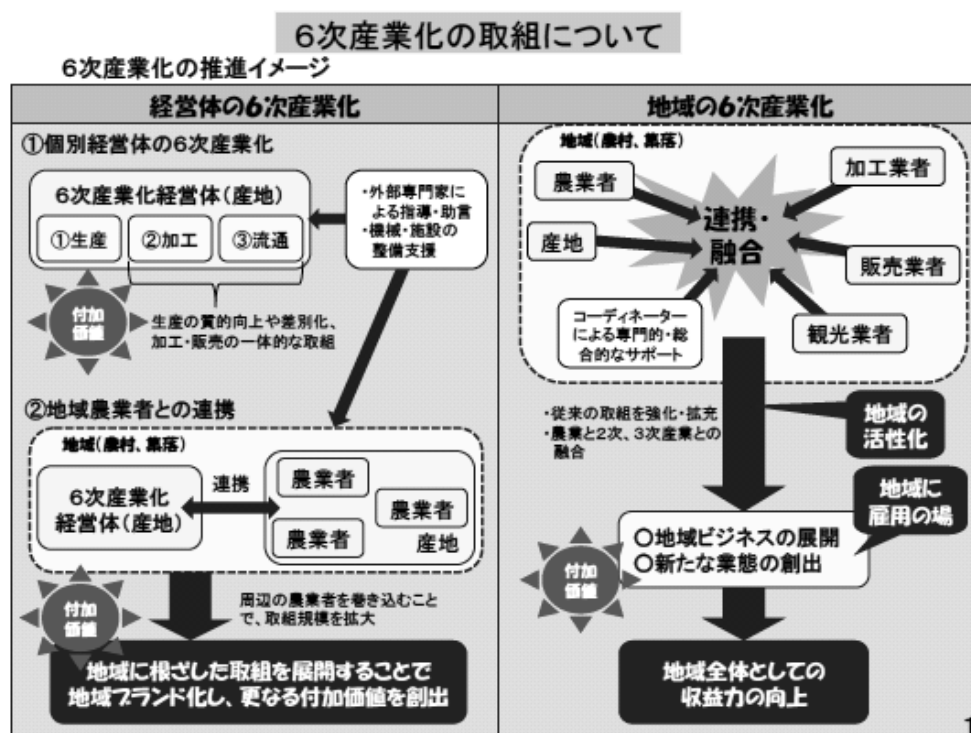


図 4-1 6 次産業化の取組について

出典：新潟県 Web サイト「6 次産業化の取組について」

[http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML\\_Article/491/655/101101\\_shingikai\\_shiryoushu8.pdf](http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/491/655/101101_shingikai_shiryoushu8.pdf)

上記の 2 つの取組のうち、経営体が行っている 6 次産業化に着目してみる。同報告書によると、経営体が行っている 6 次産業化の現状は以下の通りである（図 4-2）。

- ・加工や直売を行っている農家は全体の約 4 割
- ・その 4 割の中でも加工を行っているのは 0.6 割程度
- ・農家の平均販売額は、加工・直売を行っている農家全体で約 2,657 万円、行っていない農家では約 2,141 万円であり加工や直売を行っている農家のほうが販売額は大きい。

すなわちこの現状から、6 次産業化に取り組んでいる農家と農業のみで経営に取り組ん



でいる農家には販売額に大きな差があることがわかる。

### 経営体の6次産業化の現状

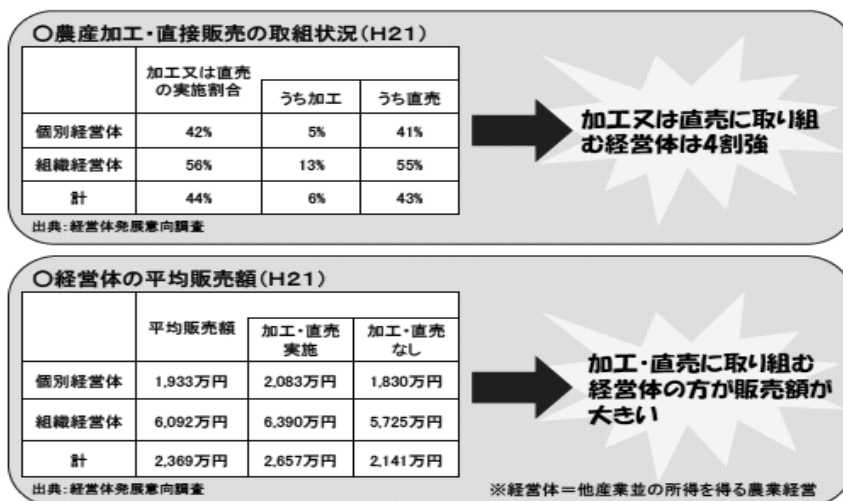


図 4-2 経営体の6次産業化の現状

出典：新潟県 Web サイト「6次産業化の取組について」  
[http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML\\_Article/491/655/101101\\_shingikai\\_shiryous.pdf](http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/491/655/101101_shingikai_shiryous.pdf)

ではなぜ加工や直売を行う方が販売額は大きいのに取り組まない農家が多いのか、その課題として以下の項目が挙げられる。

### 経営体の6次産業化の取組課題及び対応

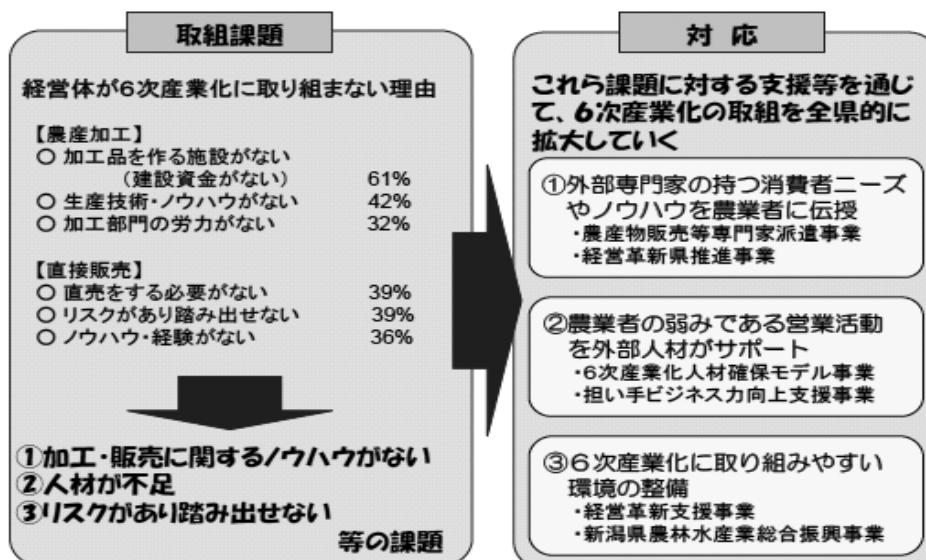


図 4-3 経営体の6次産業化の取組課題および対応

出典：新潟県 Web サイト「6次産業化の取組について」  
[http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML\\_Article/491/655/101101\\_shingikai\\_shiryous.pdf](http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/491/655/101101_shingikai_shiryous.pdf)

このように新潟県では6次産業化を推進するにあたり、多くの課題があるのが現状である。中でも深刻な問題は、新規就農者や6次産業化に取り組む人材不足ではないかと私は考える。実際に、加工や販売に関するノウハウについては下記のように県内の団体が支援、指導などでサポートを行っている。

#### 4-2-2 新潟県の6次産業化の事例

##### (1) にいがた6次化フェア

このフェアは支援機関、バイヤー、生産者をつなげることを大きな目的としたイベントである。6次産業化に取り組む（関心のある）生産者が抱えている課題である、売主や加工者の発見、人材、生産能力や資金の確保、6次産業化のアドバイスや事業計画書の作成などを、地域間・業態間連携で問題解決する取り組みであり、県内の様々な加工を行っている会社も出展している。また、バイヤーとの商談機会を創出し、販路開拓をサポートしている。



にいがた6次化フェアの様子  
出典：にいがた6次化フェア Web サイト  
<http://foodmesse.jp/6fair/>

##### (2) アグリパーク

アグリパークでは様々な体験プログラムがあり、農産物の加工に興味がある人向けの加工体験もある。基本的には、農家の方々に対し、食品加工技術や商品化の指導を行い6次産業化への取り組みを支援するための、多様なプログラムが用意されている。

学校の授業のように、講義のコマ数が決まっておりそれに合わせてプログラムを行っている。

また、宿泊施設やレストラン、子どもたちに向けた体験プログラムもあり、農業を身近に感じることのできる施設である。



アグリパークの施設マップ  
出典：アグリパーク Web サイト  
<http://www.niigata-aguri.com/program/program8.html>

このように新潟県ではこれから農業を始めてみよう、加工に興味があるなどの就農希望者に向けてのサポートにも力を入れている。

#### 4-2-3 長岡市の6次産業化の事例

##### (1) あぐらって長岡（行政）

あぐらって長岡では毎月、加工体験や講座を企画している。企画は市政だよりで案内されるので長岡市民に情報が入りやすく、思ったよりも参加者が多い。また、予約体験も可能なので子供会などの参加もある。



あぐらって長岡での加工体験と田植まつりの様子

出典：長岡市（農の駅あぐらって長岡）Web サイト

<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/sangyou/cate04/green/center.html>

##### (2) 長岡グランドホテル（企業）

長岡グランドホテルのオリジナル商品として販売されているカレーとジャムがある。長岡野菜の代表的な巾着なすとかぐら南蛮の野菜の特徴をうまく引き出してひき肉を加え、本格的欧風料理のさらっとしたスープのような「キーマカレー」と、お父さんしか食べられないものをお母さんやお子様にも・・・との想いで試行錯誤してたどり着いた「かぐら南蛮ジャム」がある。この「かぐら南蛮」は、生産者の想いが伝わり、品質が一定であるため山古志地区で収穫されたもののみを使用している。



長岡グランドホテルの「キーマカレー」と「かぐら南蛮ジャム」

出典：長岡グランドホテル Web サイト

<http://breezbay-group.com/nagaoka-gh/restaurants/souvenir.html>

#### 4-2-4 考察

このように新潟県では長野県に比べると事例の数は少ないが、6次産業化の推進に力を入れていることは確かである。また、「6次産業化サポートセンター」も新潟市に設立されており、6次産業化に関する相談を受け付ける6次産業化相談窓口が開設されている。そして同センターには「新潟県6次産業化プランナー」という有資格者が登録されており、6次産業化に関心のある方が6次産業化法に基づいた総合事業計画の認定に向けたサポートや、認定後フォローアップなど6次産業化を目指すにあたってのサポート体制も整っている。新潟県の6次産業の推進の背後には、行政、企業などのサポートがあることがわかった。

(文責：齋藤 拓海)

### 4-3 長野県の事例

#### 4-3-1 しあわせ信州創造プラン

長野県では、「しあわせ信州創造プラン」を計画し、6次産業化を取り組み重点プロジェクトとして位置づけている。県内の6次産業化推進組織として設立された「信州6次産業化推進協議会」では、六次産業化法に基づく「総合化事業計画」の認定を受けた事業者が約45社もある。そこで、北信地域、東信地域、中信地域、南信地域の4地域で行われている6次産業化の事例を各地域3事業ずつ紹介する。

##### (1) 北信地域

###### ・有限会社 まごころ・ふれあい農園

自ら生産した有機野菜及び特別栽培野菜を利用した漬物加工品の商品開発・製造を行い、直売などの販路拡大により、農業経営の安定化を図る。

###### ・社会福祉法人 くりのみ園

「地域福祉と自然農業の連携」をコンセプトに6次産業化に取り組み、栽培期間中、農薬不使用のエンレイ大豆で作られた味噌や、平飼い有精卵などの商品開発で「安心・安全な食品」の提供を推進している。

・わくファーム株式会社 化学肥料や除草剤は使わず、土づく わくファーム(株)の製造所では無添加・無着色にこだわり、大量には作れないが、「信州伝統野菜ぼたんこしょう」



##### (2) 東信地域

###### ・農事組合法人 信濃霧山ダッタンそば

組合員が生産するダッタンそばを使用した新商品を開発するとともに、そばレストランを出店し、そばづくしのメニュー化を図り、ダッタンそばの普及に取り組んでいる。

###### ・有限会社 ブラウンエッグファーム

自社生産の卵と廃鶏、「信州黄金シャモ」を活用した直営レストランによるメニュー提供により直営の安定化を図っている。

・株式会社 永井農場

自社農場で生産した生乳を活用した乳製品の開発、製造、自社直売所での販売事業により経営の安定化を図っている。

(3) 中信地域

・有限会社 ティーエムしろうま農場

自ら生産した米、大豆、ブルーベリー、そばなどの農産品を活用し、加工品等の産直販売や新たな体験メニューの提案を通じ、地域の活性化と農業経営の安定を図っている。



しろうま農場の自信作である  
白馬村産コシヒカリ

・株式会社 辰巳

自社で生産する信州サーモンを活用した押し寿司、岩魚などの甘露煮などを開発・商品化し、直売所及び販路開拓により経営の安定化を図っている。

・川船ふぁーむ株式会社

環境保全型農業で自社生産したコシヒカリ・小麦を使った製粉の商品開発し、併せて通年販売を行うことで経営の多角化・高度化を図っている。

(4) 南信地域

・農業生産法人 株式会社 なかひら農場

自ら生産するりんごを原料として、プレザーブスタイルのジャム、瓶詰めスープ等の加工品の開発・販売を行うとともに、インターネット販売等販路拡大を目指している。



虎岩旬菜園の自家製野菜たっぷりの  
辛口カレー

・虎岩旬菜園

自ら生産する野菜を使用したコーンスープ及びトマトソースの商品化を行い、直売所、レストラン等への販売に取り組む。

・有限会社 みなみ信州平谷リゾート

平谷村・特産トウモロコシ等活用した加工品の開発及び村民レストランでの提供により農家の所得向上及び農業経営の安定化を図る。

<画像引用>

長野県の6次産業化サポーター！しあわせ信州6次化広場 [www.shinshu-6jika.jp/](http://www.shinshu-6jika.jp/)

4-3-2 考察

これまで、北信地域から南信地域で行われている6次産業化の事例を取り上げてきたが、全体的に見ると新潟県と変わらない点がほとんどだった。しかし、どの地域でも共通で表せられるのは、地域によって特産物が違うことだ。例えば、新潟県はお米、日本酒等が有

名だが長野県は蕎麦、リンゴ等が有名。長岡市は、かぐら南蛮が特産物だが松本市では味噌が特産物。このように、地域の特産物を使用した加工品の製造・販売やレストランでお客へ振る舞うことがそれぞれの地域の強みでもあり6次産業化の取り組みだと感じた。

行政の取り組みについては、両県とも大きな違いはないがインターネットでの6次産業化の取り組みを閲覧できるWebサイトの見やすさが違うことである。新潟県と長野県は、大きさも地域の数も違うのでWebサイトの構成も違うことは当然なのだが、長野県のWebサイトの方が地域ごとに分けられており、更の一つ一つの事業の詳細を見ることのできるWebサイトも閲覧可能となっていた。一方、新潟県のWebサイトは、表でまとめられているが地域ごとになっておらず、6次産業化の事業計画の認定された順番に表示されている。ここで感じたことは、長野県のWebサイトのように、各商品をより詳しく知りたい人のために、専用のWebサイトへのリンクを貼り、個別サイトをいつでも閲覧できる環境を整えるとともに、各事業の紹介欄に具体的な商品の画像も掲載すれば、閲覧する人にわかってもらえると感じた。

(文責：金子 雅人)

#### 4-4 富山県の事例

##### 【調査概要】

プログラム名： とやま農山漁村インターンシップ IN 大長谷  
 日 程： 2016年8月2日(火)～8月8日(月)  
 場 所： 大長谷ふるさとセンター  
 参 加 者： 周 天奇

##### 4-4-1 プログラム概要

富山県には、都市圏の学生や若者を対象とした滞在型の農山漁村インターンシップがある。「とやま農山漁村インターンシップ」は農林業や地域づくり活動に従事し、地域社会を学ぶ滞在型のインターンシップ事業である。参加者は、富山県内の農山漁村地域に滞在し、「地域づくり活動」(農林業、地域づくりワークショップ等)に取り組み、外部から来た若者ならではの視点で、地域の現状や課題について考える。また、受入地域側(農山漁村)にとっても、参加者との交流や意見交換等をとおし、地域活性化や地域の課題解決の契機となることを目的としている。

今回、私はこのインターンシッププログラムに応募し、多数の応募者の中から選ばれ上記の日程でインターンシップに参加した。活動内容の詳細は、以下の通りである。

インターンシップの募集要項

#### 4-4-2 体験内容

- 8/2（火） 新潟出発、富山現地集合（日本全国から選ばれた7名大学生）簡単な自己紹介をして、その後村長から地域概要を伺い、大体の状況を理解した。夕飯は自分達で作って、一日目終了。
- 8/3（水） 地域見学、住民の調査を行った。ラベンダーの販路問題と商品化の問題を提起した。昼食にふるさとセンターで食べた地場産の食材のおいしさに観光資源としての魅力を感じた。
- 8/4（木） 朝4時起床。白木山を登山して、いろいろな山菜の種類を教わった。夜、東京から移住して来た人たちと交流会を行った。その移住者は、都会の生活が嫌いになり、田舎に引越してきたという話を伺った。
- 8/5（金） 住民調査、地域資源の整理、今村さんから有機/循環型農業についてのお話を伺いつつ、草取り、肥料まき、野菜収穫などに取り組んだ。
- 8/6（土） 今村農園体験（鳥絞め、ブルーベリー採り）、農作業体験、BBQ
- 8/7（日） グループに分かれて、自由散策、提案の準備
- 8/8（月） 発表会

#### 4-4-3 富山の農山漁村の課題

1週間の体験を通じ、以下の課題が見えてきた。

- 移住・定住者が少ない
- 高齢化による活動を継続してくれる人材がいない
- 交通手段が乏しい
- 産業（仕事）がない
- 活用できていない観光資源がある
- 情報発信が活発ではない
- 地域が求める交流人口（平日・冬季）が少ない
- 個々の活動ばかりでつながりがない



鳥を絞めるために世話をする様子

#### 4-4-4 富山の農産漁村活性化のための提案

上記の課題を解決するために、私が考案した内容として、平日の交流人口を増やすためには山菜・きのこ採りに参加し、自分が山で採った山の幸をふるさとセンターで調理してもらい、その場でいただくことが出来るツアーを平日限定のサービスにすることである。具体的には、ツアー参加のプラスαで小物などのお土産をつける。平日に参加できる小さなコミュニティ（老人会、婦人会）を対象とする。季節に合わせた内容（春～夏…山菜、秋…きのこ）で集客する。課題はバスの手配の問題。ターゲットは主に中高年層であるため、プラン内容に配慮が必要(徒歩での移動距離 etc)。冬季の交流人口を増やすためには村づくり協議会では、12月上旬ごろにふるさとセンターで「夜なべ談議」というイベント

を行っている。そのイベントに雪山登山をセットにしたツアー早期予約の特典をつける。冬以外のシーズンでの利用回数に応じた特典をつける。バックカントリー、雪山登山をしに来る初心者を対象とする。課題は天候に左右されてしまうこと（吹雪などによりキャンセルが発生した場合の対応）。山登用に必要な器具などのレンタル(村づくり)を行い、



参加者 7 名との記念撮影

日程としては、1 週間程度の短期間のプログラムを実施し、長期的な視野から見て、年間を通じ定常交流人口を増加させることで持続可能で定常的な都市農村交流につながると考える。

以上のプログラムに参加することで、富山のインターンシッププログラムから長岡の就農支援インターンシップの多くのヒントをいただいた。

(文責：周 天奇)

## 5. 循環型社会の構築

### 5-1-1 循環型社会を目指すために

循環型社会を構築するにあたって、食品ロスは目を話すことのできない問題である。循環型社会形成推進基本法では、「『循環型社会』とは、製品等が廃棄物等となることが抑制され、並びに製品等が循環資源となった場合においてはこれについて適正に循環的な利用が行われることが促進され、及び循環的な利用が行われない循環資源については適正な処分が確保され、もって天然資源の消費を抑制し、環境への負荷ができる限り低減される社会」としている。

循環型社会、特に食における循環を目指す理由として、より多くの人々が安定して食を得られる社会にしたいからだ。FAO（国際連合食糧農業機関）の報告書によると、農業生産から消費に至るフードチェーン全体で、世界の生産量の 3 分の 1 に当たる約 13 億トンの食料が毎年廃棄されているという。そのうち日本では年間約 1,700 万トンの食品廃棄物が輩出されている。本来食べられるのに廃棄されているいわゆる「食品ロス」年間約 500～800 万トン含まれると推計されている（平成 22 年度推計）。

この数は世界全体の食糧援助量の約 2 倍に当たる。これを是正するだけで、世界の飢餓で喘いでいる人びとのための食糧支援に回すことや、国内の問題である食料自給率を改善することができるはずだ。



循環型社会を目指す他の理由として、モノを捨てること自体にコストが掛かるからだ。消費される前の段階で廃棄されるモノ（生産、流通過程での汚損や破損で出る規格外品）は、廃棄するためのコストのみならず生産するときの時間や労力まで無駄にできてしまっている。これではこの過程が無意味になってしまい、もったいない。そうは言っても現状では商習慣や衛生管理の問題から食品ロスを根本から減らすことは難しいかもしれないが、食品ロスとなってしまうものを使い、2次利用3次利用に向けた活用方法を考えていきたい。

### 5-1-2 日本の農産物における食品ロスの現状

食品ロスとは、食料の生産から貯蔵、流通、加工、販売、消費までの一連の過程で発生する損失のことを指す。

今回は主に農産物についての食品ロス（廃棄ロス）について考えるが、農林水産省は「本来食べられるのに廃棄されているもの」を食品ロスと呼んでいるため、農産物廃棄は食品ロスとは位置づけられていない。しかし、木村正子は、「日本における食料ロス・廃棄の発生メカニズムー農業生産物廃棄抑制に関する一考察ー」（2016年10月10日アクセス）の中で「圃場から収穫され、規格に合わないために出荷されない農産物、過剰生産のために供給過多になり卸価格が下がった結果、適正価格維持のために収穫されないで圃場でつぶされてしまう農産物は、明らかに食料であると思われるが、廃棄されても食品ロスには含まれず、減耗量としている」と指摘している。そのため、本研究では、市場に出回らないで廃棄されてしまう農産物も食品ロス（廃棄ロス）として捉えることとする。表5-1は、指定野菜の収穫量と出荷量の差から出荷前段階で廃棄されている野菜の量を示している。

表 5-1 指定野菜2011年産の収穫量と出荷量の比較  
(単位千トン)

	収穫量	出荷量	差	%
	(1)	(2)	(1)-(2)	(1)-(2)/(1)
大根	1,493.0	1,180.0	313.0	21.0
人参	617.3	546.5	70.8	11.5
白菜	897.4	707.6	189.8	21.1
キャベツ	1,375.0	1,209.0	166.0	12.1
ほうれんそう	263.5	217.3	46.2	17.5
ねぎ	485.1	383.9	101.2	20.9
レタス	542.4	508.6	33.8	6.2
キュウリ	584.6	492.7	91.9	15.7
なす	322.4	243.4	79.0	24.5
トマト	703.1	625.9	77.2	11.0
ピーマン	141.8	122.4	19.4	13.7
馬鈴薯	2,387.0	1,961.0	426.0	17.8
里芋	171.3	107.0	64.3	37.5
玉ねぎ	1,070.0	942.1	127.9	12.0
合計	11,053.9	9,247.4	1,806.5	平均値17.9%

農林水産省2011年産作況状況(野菜) アクセス2013/8/17  
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001102731>



して大幅な値引き価格で引き取られるか、畑に捨てざるをえない状況がある」と指摘している。

### 5-1-3 廃棄ロスとされる農産物の再販売化

食品ロスを削減する方法として廃棄農産物の再販売化や加工販売が考えられる。もともと捨てられる農産物に新たな付加価値を加えることによって、農家の収益を増やすことができる。

農産物の再販売化では地産地消の概念を元に流通網を構築する事を考えなければならない。杉本淳・矢崎栄司（2012, p.30）では庭先直売所という事業を紹介している。これは農家の自宅や他の住宅に簡易直売所を設置してもらい、農家から取引手のない規格外品の農産物を互いに損のない価格で買い取り、販売するという事業である。まだ実験段階であり、「農家とのネットワークづくり」「直売所への安定的来店」「庭先直売所の担い手の確保」という問題があるものの、初期投資が少なく、ランニングコストという利点がある。様々な点でコストがかからないということは農家にとっても取り組みやすい事業であると考えられる。

加工販売では廃棄寸前の農産物に付加価値を付けることと、保存可能期間の延長を考えたい。その一例としてひげにんにくのC級品加工を紹介したい。以前、起業家について勉強する場面があり、工場見学を行った。その際に信越工業株式会社とその子会社である農業生産法人の越後808の取り組みを教えていただく機会を得た。越後808ではひげにんにくや青ネギといった農産物の生産を行い、信越工業ではその農産物の加工や販売をしている。ひげにんにくの加工品の中に「ひげにんにくパウダー」というものがある。独自の製法でひげにんにくの栄養を損ねること無く粉末化しているそうなのだが、ここにB級品やC級品を混ぜているという。生産管理がしっかり行われており、あまり規格外品が出ることは無いそうなのだが、加工することで廃棄することがないとのことであった。

野菜によって加工できる範囲や方法が変わってくるだろうが、工夫次第では廃棄0を目指すことができるはずだ。ジャムや惣菜など調理加工だけではなく、新たな野菜の提供方法として野菜ペーパーやフレーク、フリーズドライ等といったように乾燥加工することによって、日持ちさせ、ロスを減らしていくことができるのではないかと。すなわち、これは農家の6次産業化ということである。

廃棄農産物の再販売化の仕組みや取り組みについて述べてきたが、もっとも重要なことは誰が行うかということである。生産者、消費者の双方がこ



野菜フレーク

「【検証】大人気！離乳食に使える野菜フレークを食べてみた！」  
[http://www.mamanity.net/article\\_id/1611](http://www.mamanity.net/article_id/1611)

の事について問題意識をもって、社会全体で改善していかなければならない。

(文責：須田滉介)

## 5-2 長岡市の循環型社会への取り組み

### 5-2-1 長岡市の取り組み

長岡市の循環型社会の取り組みの1つとして、平成16年10月から「ながおかのごみ改革」に着手し、家庭ごみの一部有料化、資源物の分別収集や集団回収、拠点回収等の資源化を実施し、ごみの減量化・資源化を推進してきた。この取り組みを行う前の平成16年と平成26年では、事業系および家庭系のごみの排出量が減少している(表5-2)。また、平成25年7月から生ごみを発酵させて発電をする生ごみバイオガス発電センターの稼働を開始し、エネルギー回収の推進に取り組みを進めている。同表の、熱回収量の項目を見るとバイオガス発電センターによるエネルギー生産量は、平成26年では、180万Nm<sup>3</sup>を生み出していることがわかる。すなわち、それだけごみを有効活用し、エネルギーを再生産したということである。

表 5-2 ごみ処理 目標達成状況

		現状 (平成16年)	目標 (平成26年)	実績 (平成26年度)
排出量	事業系排出量	38.364 t	33.228 t (-13.4%)	29.829 t (-22.1%)
		2.48 t/事業所	1.92 t/事業所 (-22.6%)	1.84 t/事業所 (-16.9%)
	家庭系排出量	73.156 t	71.697 t (-2.0%)	59.191 t (-19.1%)
		184.90 kg/人	124.06 kg/人 (-32.9%)	112.27 kg/人 (29.9%)
合計	事業系家庭系総排出量	111.520 t	104.925 t (-5.9%)	89.083 t (-20.1%)
熱回収量	熱回収量(年間発電電力量)		300万Nm <sup>3</sup>	180万Nm <sup>3</sup>

出典：長岡市「平成26年度循環型社会形成推進地域計画目標達成状況報告書」より一部抜粋

### 5-2-2 生ごみバイオガス化事業

環境省「長岡市循環型社会形成推進地域計画(第二期)」によると、長岡の「生ごみバイオガス発電センター」は、平成25年7月から本格的に稼働始めた事業である。この事業は、従来のごみ焼却で出る焼却灰の埋め立て方式を資源化に変換し、燃やすごみの量を減らす効果だけでなく、二酸化炭素の排出も抑える非常にエコな事業である。今後のエネルギー対策のモデルとして国内だけでなく、アジア各国からも注目されている事業である。また、平成26年7月から施設で発電した電気は、「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」を活用し、余剰電力を電力会社へ送電している。

### 5-2-3 越後長岡菜の花プロジェクト

長岡の地元の食料、資源、エネルギーの地産地消を通じた循環型社会の取組みの一事例として、「越後長岡菜の花プロジェクト」がある。越後長岡菜の花プロジェクトの Web サイトによると、最近では、地球温暖化の影響で食品価格の高騰や農産物の生産能力は大きく低下しつつあり、我が国の食糧自給率は 40%、また長岡は 87%である。しかし長岡のこの数値は市内で消費しきれない米を含み、その量を除けば実質 28%（カロリーベース）しかないのが現実である。そこで、長岡市では、油としても活用ができカロリーも大きく、食料自給率の確保への貢献も期待できる油糧作物の「菜種」に着目した。現在、全国の菜種の生産量は 799ha、900t で、そのうち北海道と東北地方で全国生産量の 78%を生産しているが、ほとんどは、輸入に頼っており、輸入量は約 230 万 t（そのうちカナダ産 90%以上）に上っている。そのため、長岡市で菜種の生産が進めば新たな長岡市の魅力の 1 つとなると考え、事業に取り組んでいる。

同サイトによると、菜種の特徴は、以下の 3 つが挙げられている。

1. 除草など、栽培手間がかからず省力作物として導入しやすいため、農地の遊休化・耕作放棄化の解消に効果が期待できること。
2. 菜種油を搾ったあとのカスや残渣が、有機肥料等として土づくりに活用でき、環境保全型農業に寄与できること。
3. 菜の花は、日本の原風景として景観を形成できること。

である。そのため収穫前は視覚で楽しむことができ、収穫後は調理として活用でき、菜種を栽培するということは、非常に利点が多いことだと考えた。

また、菜種の効能として、

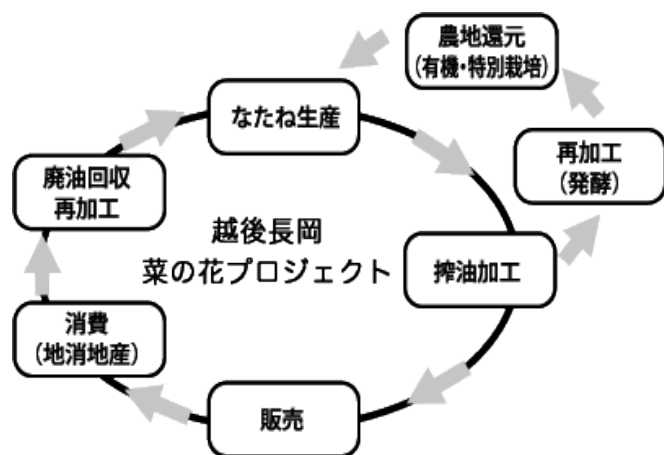
1. 地域でつくった菜種油を日常生活の中で消費することで、地産地消が促進できること。
2. 生産者の顔が見える食用油（なたね油）を利用し、消費者が求める食の安全安心を確保できること。
3. 使用済みの食用油を回収し、リサイクルすれば資源循環の環が形成できること。

を挙げている。すなわち、菜種という農作物を通して、長岡の町で循環型社会を形成する仕組みを構築しているということである。

### 5-2-4 考察

長岡市では、家庭から排出される生ごみを減らす活動だけではなく、排出された生ごみ

図 5-2 越後長岡菜の花プロジェクトを通じた循環型社会の構図



出典：越後長岡菜の花プロジェクト Web サイト  
<http://nagaoka-nanohana.jp/about/index.html>

を新たな資源に変換し、エネルギーに活用していることを知り、強い感銘を受けた。また、ガスだけでなく、発酵の残りかすまでも民間のセメント工場などの燃料として売却し、ごみを無駄なく100%利用していることには、大変驚いた。

長岡市の「越後長岡菜の花プロジェクト」は、生産後はもちろん様々な用途で循環型社会が成り立っているが、生産過程でも綺麗な菜の花を楽しむことができ、この活動を通し、多くの観光客を呼ぶことができると思う。この活動が地域活性化にも繋がっていくと考えた。捨てるだけでコストが掛かってしまう世の中で、長岡市でこの事業は、今後ますます発展していく事業だと感じる。

(文責：長谷川 嵩)

## 6. 山古志こだわり屋でのインターンシップ

### 6-1 こだわり屋ヒアリング

#### 【調査概要】

- ・日 時：2016年5月30日(月) 15:00-16:00
- ・場 所：山古志こだわり屋
- ・参加者：橋長ゼミナール13名+教員1名  
山古志こだわり屋 諏訪弥須雄様 職員の皆様

#### 6-1-1 ヒアリングの背景

今年度の橋長ゼミナールのアドバイザーに就任して下さった山古志こだわり屋の諏訪弥須雄様は、長岡市の主催する産直野菜マーケット「ばくばくマルシェ」への参加農家である。その諏訪様の生産する「かぐら南蛮」の生産作業に関わらせていただき、収穫・加工・販売の一連の6次産業化の活動を通し、農家の方の思いや苦勞を知って、そのことを発信していき将来農家をやってみたいと思う若者をたくさんつくりたいという思いからのご協力いただけるかのご相談で伺った。

#### 6-1-2 ゼミ活動の概要説明

昨年度は活動の幅を広げすぎたことで焦点が定まらず、上手くまとめることができなかった。そのため本年度は、活動を農業に焦点化し、成果を深め農業の魅力が伝わるような周知方法を検討していく。これにより、ゼミ生自身が、農作物を収穫する楽しさと苦勞を知り、その魅力を大学生目線で発信していくことを説明した。

以上のことから、諏訪様の農園でかぐら南蛮の生産の収穫やばくばくマルシェでの販売の手伝いをさせていただけないかと依頼したところ、ご快諾いただいた。また、今年度のテーマは、廃棄食材を活用し6次産業化に繋げ、付加価値をつけて収益率を上げる取り組みを狙いとしているので、B級品のためそのまま販売できないかぐら南蛮をご提供いただき、本学の大学祭「悠久祭」でカレーを作り販売をしたいと考えていることを説明し、このことについてもご快諾いただいた。その時の売り上げの利益は還元する予定である。

### 6-1-3 諏訪様の回答

農園で生産したかぐら南蛮を加工所に運び、「かぐら南蛮味噌」「かぐら南蛮オイル」等に加工している。また、ばくばくマルシェなど色々なイベントがあるところで販売をしている。一連の流れのすべてを自社で行っている。出荷するのはA級品だけである。たまにB級品の注文もある。B級品は加工用である。かぐら南蛮のA級品の規定は、形が良く、硬さがあり、重さが50グラム以上あるという3つの条件をクリアしたものとなる。その規格外がB級品となる。販売時は、重さの違いで、4つ玉、5つ玉と詰める量で分類することもある。それ以外のものは加工に回している。

加工所が完成した経緯は、長岡の中央製菓の鈴木慶介さん（長岡野菜の産みの親）から「かぐら南蛮を商業化してスーパー等で販売をしたい」というお話があり、ご支援をいただき、「山古志かぐら南蛮」が出来上がった。

もともとは「かぐら南蛮」という販売名の予定であったが、震災によって山古志という地域名のが知名度が上がったため商品名を「山古志かぐら南蛮」として販売することになった。いざ販売開始となっても、最初は知名度がないため売れず、出荷停止になったこともある。農家が集まって深く相談しあって加工できるような体制をつくったらどうだろうかと提案し、約20名の方が仲間になってくれて、加工所ができた。農協や新潟大学などから指導していただき、産官学連携で完成した加工所である。3年間の相談（勉強会）のもと、「かぐら南蛮保存会」というものができあがった。震災復興基金を利用して、平成21年にこだわり屋が完成し、現在に至っている。今でも農林局から指導を受けている。

一年の内、5月から11月までかぐら南蛮の生産や加工を行っている。長岡の小学校や中学校の給食では、かぐら南蛮が食材として入っているの、長岡の子ども達は皆、かぐら南蛮の存在を知っている。幸いリピータの方が多くいるが生産量が少ないため、インターネット販売は行っていない。また、手数料が高いことや生産が追いつかないこともインターネット販売をしない理由である。

#### 山古志こだわり屋の伝統辛味シリーズ

つけて、垂らして、炒め物の隠し味として  
「和、洋、中、韓、エスニック」何にでも合う辛さ！！



**かぐら南蛮みそ**

辛さ：★★★★

長岡産「えちごいち味噌」を使用。茄子のかぐら南蛮味噌焼・チーズフォンデュ、その他、焼いた白身魚、焼わにぎり・ご飯などに。

内容量：30g



**かぐら南蛮しょうゆ**

辛さ：★★★

醤油は歴史ある「越のむらさき」を使用。カルパチョ、ドレッシングのアクセントに、また肉料理の下味にもみ込んで。

内容量：80ml

#### かぐら南蛮オイル

辛さ：★★★★

複雑な化学的処理をしない  
圧搾法で搾られた長岡産の菜種油使用。  
パスタ、エスニックや韓国料理に。



内容量：50g

※大変辛み強い商品ですので、ご使用の際は味を見てからご使用ください。



調味料として、タレとして、またそのままご飯や焼きおにぎりにつけても美味しく頂けます。



山古志こだわり屋の加工商品

#### 6-1-4 考察

今回、山古志こだわり屋でヒアリングをさせていただき、色々なことに気が付くことができた。まず、生産量が少ないためインターネット販売をしていないということである。作業を行っている方々がご高齢であることが原因であると思った。

しかし、ここで製造されているかぐら南蛮は非常に丹精込めて作られているので全国に販売しても絶対に売れると感じた。これからはもう少し製造が増やせたらいいなと感じた。

(文責：三村 勇貴)

#### 6-2 かぐら南蛮の収穫

##### 【調査概要：1回目】

- ・ 日 時：2016年7月4日（月）9:00－11:30
- ・ 場 所：山古志村こだわり屋
- ・ 参加者：佐藤裕貴 長谷川嵩 五十嵐嵩生 須田滉介

9時に現地に集合をし、農家の方6人と一緒に農作業を行った。職員の皆様はいい方ばかりですぐに打ち解けることができた。その日はとても気温が高く熱中症にならないように水分補給をしながら進めた。まず始めにかぐら南蛮が大きく成長したときに、横に倒れないようにするため、棒を横一直線に15本ほど土に打ち込み、その棒の下の方と上の方にロープを巻く作業から始まった。そのロープにかぐら南蛮を紐で巻くことでかぐら南蛮がまっすぐに成長できることにつながる。その後、かぐら南蛮の収穫作業にかかった。収穫するのは大変だと思っていたが、農家の人と一緒に収穫をしたので簡単に収穫することができた。かぐら南蛮の茎の先端をハサミで切ることで収穫できる。収穫したかぐら南蛮でもA級品やB級品がある。その見分け方のポイントとしては、柔らかすぎない、形が悪くない、傷や虫に食われた跡がないのがA級品になる。逆にそれ以外の物がB級品になる。その後、こだわり屋に移動をしてかぐら南蛮のA級品とB級品の仕分けの作業をおこなった。

##### 【調査概要：2回目】

- ・ 日 時：2016年7月11日（月）9:00－11:30
- ・ 場 所：山古志村こだわり屋
- ・ 参加者：齋藤拓海 五十嵐嵩生

9時、山古志村にある畑に集合し、かぐら南蛮の収穫の手伝いを行った。天候に恵まれ非常に暑い中行われた収穫であったが諏訪さんを中心にスムーズに収穫が行われた。どの



ようなかぐら南蛮が収穫に適したものなのかを目で見て、手で触って確かめるという非常に細かく丁寧な作業で、始めは戸惑いながらもアドバイスをいただきながら収穫できた。目でみて良さそうなものでも触ってみると柔らかかったりするものが多くまず触って確認した。座りっぱなしなので足腰が痛くなり農作業ならではの大変さもあったが普段体験できないことができ、改めて農作業の大変さについて身をもって知ることができた。

収穫が終わると袋詰め作業を行った。凸凹しているものや変色してしまっているもの、柔らかいものはB級品として加工に回し、形が綺麗で傷もなく固いものはA級品として袋に詰めた。直接スーパーに届けられる商品なのでよく見極めて袋詰めをした。

### 6-2-1 考察

神楽南蛮の収穫は機械でまとめて収穫されるのではなく1つずつ丁寧に収穫されているということで大変さもあったがそれ以上にかぐら南蛮に対する愛情が芽生えた。そこから袋詰め作業まですべて私たちの手で行われているので味わったことのない達成感も体験できた。それをみなさんがスーパーで購入し食卓に並ぶところを想像するととても嬉しく思う。また、大きな畑を6人だけで作業しているのはとても大変なことだと感じた。苗植えから収穫までの期間、本当に頑張っているのだと思う。しかし、それを1から自分の手で作っているので、できた時の喜びや達成感は素晴らしいものだと思う。それを商品にもしているのも、やりがいにも繋がっているのだと思う。無理をせずに体に気を付けて、これからもかぐら南蛮作りを頑張ってもらいたいと思う。

(文責：五十嵐 嵩生)

## 6-3 かぐら南蛮味噌の製造

### 【調査概要】

- ・日 時：2016年6月13日(月) 9:00-12:30
- ・場 所：山古志こだわり屋
- ・参加者：須田滉介、五十嵐嵩生、薙澤雄樹、山崎隼斗、絵面伊央璃

この日は雨天のため、農作業が難しいとのことで、山古志こだわり屋での製品加工の手伝いを行った。9時からの活動は塩蔵してあるかぐら南蛮を塩抜きし、加工しやすいようにヘタタを取って半分にちぎるといった作業をした。その後種を取る作業も行った。種は手についたりすると皮膚がかゆくなったりするのでビニール手袋を着けての作業だった。その後はかぐら南蛮を煮込む作業で最初は辛いかぐら南蛮も煮込ん



でいく内に辛さの中にほんの少し甘さが出てくるのがわかった。

11 時からかぐら南蛮のさまざまな種類の商品のラベルを貼る手伝いをした。シールを瓶に貼るのだが、お客様に届くものなので慎重に貼った。

農作業ができなかったため時間が余り、出荷のパソコンソフトを見せていただきながら商品の管理方法や、今後のスケジュールを紹介していただき、帰るときには畑の紹介もしていただいた。



かぐら南蛮のへた取りと種抜き

### 6-3-1 考察

作業上の苦勞と感じたのはやはり人員不足である。さまざまな会社から自分たちの会社でも売らないかという電話が来るそうだが、山古志こだわり屋は今いる従業員など地元の人たちとの絆を大事にしているため、そのような提案には乗らずに人員は少ないながらも、自分たちの力でかぐら南蛮を作り販売している。

作業をされていて気づいたことは従業員の皆さんが生きがいを持って仕事をされていることである。話を聞くと、震災によって山古志を離れた人が多いそうだ。山古志こだわり屋も震災当時はたくさんの苦勞があった。しかし震災がありやむ負えなく故郷を離れてしまった人が山古志こだわり屋に働きに来ているという。このことから山古志こだわり屋が山古志を離れても故郷を思う気持ちを持つ人と山古志をつなぐ役割を担っているとも感じた。

(文責：絵面 伊央璃)

## 6-4 ばくばくマルシェでの販売

### 【調査概要】

- ・ 日 時：2016年6月28日(火) 10:00-12:00  
2016年7月12日(火) 10:00-14:00  
2016年8月9日(火) 10:00-12:00
- ・ 場 所：アオーレ長岡
- ・ 参加者：金子雅人 三村勇貴 須田滉介 薙澤雄樹 森本拓也 山崎隼斗

### <6月28日(火)>

アオーレについてまず行った作業が朝に収穫したナスを拭く作業だった。その日の朝は雨が降っていたため、濡れた野菜を拭く作業があったが、雨が降っていなければその作業をしなくて済むとのことであった。その後、拭き終わった野菜を、1袋500グラムになるように計測して4~5個を1つの袋に詰めた。袋詰めされた野菜は木箱に並べられ販売を行

う。私たちがお手伝いをしている時は天候にも恵まれ、たくさんのお客さんが来店された。マルシェ全体の雰囲気は、どのお店にも活気があり、とても賑やかだった。

### <7月12日(火)>

アオーレ長岡にて、「山古志こだわり屋」が参加するマルシェにお手伝いとして参加をさせていただいた。今回のマルシェで販売した商品は、かぐら南蛮味噌・山古志野菜（かぐら南蛮・きゅうり・茄子・たまねぎ・人参など）・漬物（茄子など）などである。活動内容については、販売のお手伝い・お客様の呼び込みである。具体的には、試食の案内・販売している野菜の案内・声掛けによるお客様の呼び込みを行った。試食では、



ばくばくマルシェの販売

かぐら南蛮味噌2種類の試食・茄子の漬物の試食を配布した。また、かぐら南蛮味噌の試食に関しては、きゅうりに味噌をつけて試食をしていただいた。お客様の呼び込みに関しては、試食などを配りながら声掛けし、歩いているお客様にも声掛けを行い集客した。

### <8月9日(火)>

今回のばくばくマルシェの手伝いでは、ただ単に手伝いをするだけではあまり勉強にならないと考えたため、こだわり屋の方に出店の概要について訊ねてみた。

アオーレで出店するためには、1区画を借りるのに200円程掛かるという。こだわり屋にとってこの料金は比較のお買い得ということで、このイベントの場を有効に使わせてもらっているという。しかし、ばくばくマルシェでの売り上げはこだわり屋全体の売り上げの1割未満で、収入としては大きなものではないという。ここで出店する意義は、アオーレの来訪者に対して山古志を宣伝することであるとのことであった。ばくばくマルシェでは出店者同士での交流が自然と行われている。そこで生まれる関係もこのイベントの魅力といえそうである。

#### 6-4-1 考察

思っていたより若い方がお客様として来られていたことや販売していた野菜の価格がスーパーと比べてもとても安いことにも驚いた。それと同時に販売の難しさを感じた。商品を買ってもらうためには、その商品のことをお客様にしっかりと伝えなければいけない。参加者は、お客様との会話も楽しんでいるのかなと感じ取れた。スーパーなどと違って、面と向かって販売をしているので、美味しい食べ方などの話をしながら販売できる。雑談もありつつ、しっかりと商品の魅力を伝えていて、直売の良いところを知ることができた。

また、ばくばくマルシェに来る客は主にお年寄りや主婦である。山古志こだわり屋さん、この出店で山古志を知ってもらうきっかけとしているが、主婦やお年寄りは、直接、山古志に来る機会はありません。山古志の野菜を宣伝するにしても、名前に地名を冠しているかぐら南蛮位しか有効なものがないので、売り方やPOPを工夫するべきかと思う。

(文責：森本 拓也)

## 7. 農業イベントの実施

### 7-1 イベント企画の概要

橋長ゼミナールでは今年度のゼミナール活動を3つのグループに分けて行った。その中のイベントチームが主体となり取り組んだ企画である。

ゼミナールの目的の1つである農業の魅力を実際に肌で触れて感じてほしいという考えから、私たちは「自分達で収穫した野菜を使ってBBQをする」という企画を考えた。最初は長岡市農林水産課と協力して行ったがうまく企画が進まず、自分達で企画、運営、人集めを行うことになった。川口にある木沢ハウスの平沢様の御協力の元「収穫祭」という位置づけで企画を進めた。

内容としては学内外から人を集め、木沢ハウスで農作業体験を行ってもらいその後収穫した野菜を使ってBBQを行うというものである。この企画は農業の魅力を味わうことと、山の暮らしを体験することで非日常的な暮らしを味わいグリーン・ツーリズムの推進にもなると考えた。

#### 7-1-1 イベント企画立案

まず、平沢様のご協力をいただくため10月10日(月)のゼミ講義の時間に平沢様と打ち合わせを行った。そこで、今回のイベントのコンセプトを説明した後、野菜の収穫ができ、かつ成果発表会までに報告の準備が間に合う時期を検討した結果、橋長ゼミおよび平沢様のご都合があう11月7日(月)に開催することとなった。本来は週末のイベントの方が集客を考える理想であるが、今回は、時間的な制約もあり、平日に行うことにした。

企画の狙いは、収穫祭という位置づけでのグリーン・ツーリズムであり、全国からインターン生を募り、山の暮らしを体験させている実績がある木沢ハウスで行うことで、自分達が収穫したのを使い蕎麦打ちやピザ作り、BBQなどのプログラムを取り入れることができた。また当日までに、会場の確保や用具、食材の確認、

**秋の収穫祭**

自分で収穫した秋野菜でBBQしませんか?  
BBQの後は…  
川口温泉で疲れた体をリフレッシュ!!!

日時 **11月7日**(月) 10:00~18:30  
※宿泊希望者は、「農家民宿木沢ハウス」に宿泊可  
翌日9:00解散

場所 **川口 農家民宿木沢ハウス**  
参加費 **日帰り: 3000円 宿泊: 6000円**

\*\*1日の流れ\*\*

10:00	集合	
10:30~12:00	軽い農作業、蕎麦打ち お昼ごはん	
13:00~14:00	川口めぐり(朝田、紅葉、きずな館) ~川口運動公園 移動~	
14:30~17:30	バーベキュー(お酒も出ますよ!)	
17:30~18:30	超後川口温泉サントリー	

主催 長岡大学橋長ゼミナール イベントチーム  
共催 農家民宿木沢ハウス  
お問い合わせ: hoshizemi.nagasaki2016@gmail.com

図 7-1 集客のために作成したチラシ

農作業の内容などを平澤様と調整し、学園祭などでチラシを配りゼミ生だけで参加者を募集した。

## 7-2 イベントの効果検証

### 【調査概要】

- ・ 日 時：2016年11月7日（月）10:00－18:30
- ・ 場 所：長岡市川口 木沢ハウス 川口総合運動公園
- ・ 参加者：橋長ゼミナール生全員＋教員1名 一般参加者2名 木沢ハウス代表平澤様

### 7-2-1 イベント実施後の課題

まず、イベントでは実際にゼミ生以外の一般参加者は学内から2名のみの参加であった。

その要因として考えられる事として

- ・ 農業、山の暮らしに興味がない
- ・ 平日に行うイベントだったため予定が合わない
- ・ 参加費が高い
- ・ 実施日までの期間が短い
- ・ 川口までの移動手段がない

などの要因が挙げられる。

そこから、もっと周りに認知されるように大々的に宣伝が必要であると学んだ。また、農業に興味がない人に対して農業の魅力を発信することでもっと気軽に参加できるようなイベントにすることが大切なのではないかと考えた。農業や山の暮らしにあまりいいイメージを持っていない人にかに参加してもらおうかが課題として見つかった。



平澤様特製のピザ窯でのピザ作り

### 7-2-2 参加者の感想とイベントの効果

#### ● 一般参加者 A さん

わたしはあまり農作業などやったことがなくて、難しそうだな大変そうだなと思っていました。でも意外とやってみたら楽しかったし手間暇かけて育てたからこそ美味しい物が作れるんだと実感しました。まだ収穫の段階しかしてないので大変さを知らないですが、1から野菜を作ってみたいなと思いました。そのあとの BBQ では火をつけることから始まりました。炭や着火剤を使わないのは初めてで少し心配でしたが、すぐ火はついてよかったです。そして1番楽しかったのはピザ作りです。生地を広げて具を乗せて窯で焼くピザでした。生地を綺麗に丸く広げるのが難しく苦戦しました。自分が作ったピザは格別でした。こんな貴重な体験をさせていただいた平澤さんと橋長ゼミの皆さんには感謝しています。ありがとうございました。

● 一般参加者 B さん

私はあんまり農業とか関わりがない生活をして来ていたのでとても貴重な体験をさせていただき本当にありがとうございました。やっぱり自分達が育て関わった物なら普通のものより 100 倍美味しく感じる物だと思います。ピザなんて関わってない私でも物凄く美味しく感じました。橋長ゼミの皆さんはもっと美味しく感じたと思います。私もそういった農業と関わりのある事を是非ともやってみたいと思いました。本当に全ての物がおいしくて感動しました。あんな貴重な体験をさせてもらって本当にありがとうございました。

このように、参加して頂いた方からは「意外と楽しい」や「野菜を作ってみたい」などの意見があった。このことから、はじめは農業に興味がなくてもやってみると意外に楽しいと感じてくれることがわかった。農業に対して一步踏み出す事で、今まで感じていた農業に対してのマイナスイメージを 180°変えることが出来ると考える。しかし、その一步を踏み出すきっかけや、チャンスを逃している人が多い。

新潟県内では幅広くグリーン・ツーリズムを推進しているため、探せば誰でも体験できるのだが若者にはほとんど認知されていないのが現状である。

今後若者に農業の魅力を知ってもらうには、まずこのようなイベント型農業体験に参加してもらい農業に対しての壁を越えることが大切になると感じた。



長ネギの収穫



参加者と平澤様での集合写真

(文責：齋藤 拓海)

## 8. 長岡大学悠久祭での「かぐら南蛮カレー」の販売

### 【調査概要】

- ・ 日 時：2016 年 9 月 20 日（火）9:00－15:00
- ・ 場 所：長岡市川口 里山食堂
- ・ 参加者：鈴木敢 絵面伊央璃 佐藤裕貴 齋藤拓海 三村勇貴 須田滉介 薙澤雄樹  
教員 1 名 木沢ハウス代表平澤様

## 8-1 かぐら南蛮カレー試作品の研究

悠久祭で廃棄食料を活用したカレーを販売するにあたって、事前に木沢ハウス様で行われたイベントにて、カレーの試作を行った。小さなお子様からお年寄りの方まで幅広く集まるイベントだったので、試作したカレーの率直な感想をいただけたことで悠久祭に向けて非常に参考になった。

### 8-1-1 試作品の調理

カレーのルーは、試作段階では中辛と甘口の2種類を用意し、どちらのほうが良いか意見を集めた。小さなお子様やお年寄りの方々からは、やはり少し辛いという声もあったが、辛味が効いていて美味しいという声も聞かれたため、悠久祭では中辛のルーを使用することになった。かぐら南蛮から出る辛味もあるためバランスが難しかったが、かぐら南蛮を入れる量などを調節することによって、丁度良い辛さに整えることができた。カレーのルーもスパイスなどを入れて一工夫加えるのはどうかという案もあったが、あくまでコンセプトは廃棄食料を使って低コストで作るということなので、今回は断念した。

カレーに入れる野菜のサイズや米の炊き方、調理する際の注意点などを農家の方々からアドバイスしていただきながら作業を進めた。かぐら南蛮は直接手で触れると辛味の成分によってヒリヒリとしてしまうので苦労した。試作では大量の具材を分担して一度に切ったので調理にやや時間がかかってしまったが、その反省を生かして悠久祭では事前に野菜を切っておくことで、スムーズに調理に入れるようにした。具材や水の量などは、一応の目安として大まかな数字を出していたものの、いざ作るとなると本当にこれで合っているのか分からないので、不安を抱えながらの作業となった。結果的に具材とカレーの量・とろみ、米の量や炊き具合などに大きな問題はなく、悠久祭での販売に向けて手応えを掴むことができた。

数十人規模のカレーを一度に作るという経験はなかったので手探りしながらではあったが、農家の方々のアドバイスによって滞りなく調理を進めることができた。



中辛と甘口用に分けたカレー作り

### 8-1-2 試作品の評価

無事に完成したかぐら南蛮カレーを当日イベントに集まった方々に実際に食べていただき、感想や意見を募った。コンセプトをお客様に向けて説明し、悠久祭で販売するにあたってカレーの味はどうであったか、もっと改善すべき部分はどこかなど、率直な声をいただいた。自分たちを含め、美味しかったという声が多く、当日に向けて自信を深めることができた。一方、「若い人は良いがお年寄りには量が少し多かった」という声や、「子ど

も向けに甘口を用意するといいいのではないか」というアドバイスもいただけたことで、改善点を明らかにすることができた。

イベントには30人ほどのお客様が集まり、多くの感想をもらうことができた。悠久祭での販売に向けて、非常に意義のある試作になった。

(文責：鈴木 敢)

## 8-2 悠久祭での販売

### 【調査概要】

- ・日 時：2016年10月29日(土)、30日(日) 10:00-16:00
- ・場 所：長岡大学
- ・参加者：橋長ゼミ生全員+教員1名

### 8-2-1 カレーの準備

山古志こだわり屋様および木沢ハウス様をはじめとして、地元の農家の方々と連携して、悠久祭当日にカレーの具材としての廃棄食材を揃えることは可能か、集められるとしたらどのような野菜が適当かなどを調整の上、結果的にかぐら南蛮、玉ねぎ、じゃがいも、にんじんを入れることになった。山古志の「かぐら南蛮」を全面に出したカレーにするために、山古志のこだわり屋様から多くのかぐら南蛮を提供していただいた。その他の具材に関しては、廃棄食料を利用するため未知数ではあったが、木沢ハウス様のご協力もあってカレーに適した具材を揃えることができた。さらに、白米30kgも栃尾の農家の富山様から提供していただき、調理に必要な主な食材は揃った。また、100人分のカレーを作る大きな調理器具を持ち合わせていなかったため、調理に必要な釜や鍋なども木沢ハウス様からお借りした。カレーのルーと挽肉は集めることができないため、スーパーで事前に購入した。試作の結果、カレーのルーは中辛を使用することになった。今回のカレーはあくまで廃棄食料を活用することが大きなテーマであったので、スーパー等での買い出しは最小限にとどめた。先述のルーや挽肉、水を除いて他の食材はすべて地元の農家の方々から提供していただき、当初のコンセプト通りに計画を進めることができた。

悠久祭では2日間「かぐら南蛮カレー」を販売した。初日は食材や調理器具が予定時刻に届かないというトラブルがあり、10時の悠久祭開始時刻に調理が間に合わなかった。カレーができたのは12時頃でちょうど昼食の時間だったためカレーができてから暇になることはなかった。カレーの作る手順などは事前に試作していたため、レシピ通りに進めることができた。

2日目は初日の失敗を繰り返さないよう8時から調理を開始し10時の悠久祭開始時刻にはカレーを店頭に並べることができた。

### 8-2-2 販売時のこだわり

販売時のこだわりとしては、一般の家庭で作るカレーには入れないであろう「かぐら南蛮」を使い、ただカレーに入れるだけではなく、よりインパクトを持たせるためにトッピ



ングとして焼いたかぐら南蛮をのせて販売したことである。この点は、かなり評判が良かった。また、ゼミ活動の一環としてのカレーの販売を行ったので、販売時にお世話になった方々や農家を紹介するチラシを配布し、山古志こだわり屋様の6次産業化商品である「かぐら南蛮味噌」や「かぐら南蛮オイル」なども併せて販売を行った。また、実際に購入してくださった方のカレーに対する評価を得るために、「かぐら南蛮カレー」に関するアンケートも実施した。また、他の模擬店との差別化を図るため、橋長先生の「顔出しパネル」を作成し、そのパネルに模擬店名「真紀子のカレーライス」の文字を表示し店頭に掲げた。結果として同様の看板を出している模擬店は存在しなかったため、かなりのインパクトがあり、通りがかりの人は、必ず目に留めており、なおかつ大学内の教職員、学生はその

パネルが誰なのかが想像できたので、かなり評判が良かった。また子どもたちを中心に通りがかりの多くの方が足を止め、写真を撮るなど、看板としての効果は絶大であった。

お世話になった農家の方を紹介するちらし

### 8-2-3 カレーレシピ

#### <コンセプトと目的>

食品ロスの活用法のひとつを提示することを目的として、本来なら使わずに廃棄されてしまうような食材や調味料を使って、カレーを作る。一般的に使用される野菜ではなく、長岡野菜をメインの具材として利用する。

#### <材料> (100人分×2日)

米...40合、市販のカレールウ(中辛)...3,500g、合挽き挽肉...1,800g

かぐらなんばん...60個、ジャガイモ...30個、ニンジン...20本、玉ネギ...30個

サラダ油...大さじ8杯、水...2,800ml

各々の自宅に眠っている、カレーに使えるようなスパイスやバターなど...お好みで

#### <作り方>

①厚手の鍋にサラダ油を熱し、挽肉と一口大に切った野菜をよく炒める

- ②水を加え、沸騰したらアクを取り、具材が柔らかくなるまで弱火～中火で煮込む
- ③いったん火を止め、ルウを少しずつ振り入れて、溶けるまで混ぜる。再び弱火でとろみがつくまで煮込む



#### 8-2-4 結果と考察

想定していたよりいただいた野菜の量が少なかったためルーを多めに作ったが具材が物足りないのは否めなかった。米は釜で炊いていることもあり、初日は水の量が少なく無駄にしまったものもあったが、炊き方をマスターすれば炊飯器で炊く米とは全く違う香りと美味しさを感じることができた。また、悠久祭にゲストで来ていた「wacci」というアーティストの方々も私たちのカレーを食べてくださり美味しいと絶賛して下さった。子どもや大学関係者に人気があったのが手作りの橋長先生ほぼ等身大のパネルだった。記念に撮影していく人などに声をかけ、集客にも繋げることができた。

カレーの辛さは中辛で設定したため、もう少し辛いほうが良いという方や、もう少し甘いほうが良いという方がいて個々の好みに合わせるには3鍋ほど使い、味を分けることも1つの案ではあったが悠久祭ではガスコンロのコストなどを考えた結果、1つの鍋で作ることに決まったので商品化やイベントなどでまた販売する機会があれば、次は好みの辛さで食べられるようにしたいと考える。

#### <販売額>

カレー1杯 400円、かぐら南蛮味噌 1瓶 500円、かぐら南蛮オイル 1瓶 500円

#### <売上>

1日目 40皿 (24,000円)

2日目 80皿+かぐら南蛮味噌、かぐら南蛮オイル (56,400円)

計 80,400円

真剣勝負のカレー調理



カレーを食べに来てくださった「wacci」の当日のTwitterの投稿  
出典：Twitter@onope

<仕入れ>

調理器具レンタル代金 20,000 円、材料費 15,476 円

<利益>

44,924 円

最終的に、コンセプトや取り組み、売上額が評価され模擬店大賞第3位をいただくことができた。今回、メインで使用した食材は廃棄野菜であり、農家の方々のご好意により無償で提供していただいたため、購入した物は肉とカレールーのみでありかなりコストを抑えることができた。このような6次産業化による付加価値をつけた販売は、実際の農家の収益向上に役立つと感じた。「カレー」として商品化するのも一案ではあるが、各種イベントでこのような手作りカレーを出品し販売するだけでもかなりの利益率向上に役立つのではないかと考える。



2日間の販売を終え充実感で満たされたゼミ生

(文責：繪面 伊央璃)

### 8-3 かぐら南蛮カレーに関するアンケート調査

長岡大学 悠久祭での模擬店で「かぐら南蛮カレー」を販売し、購入をしていただいたお客様120名を対象にアンケート調査を行った。その分析結果は以下の通りである。

#### 8-3-1 調査概要

調査名	: 橋長ゼミ「かぐら南蛮カレー」についてのアンケート
調査目的	: 本調査では、完成したカレーの評価と廃棄食料を加工して販売するという取り組みに対して試食した方の意見を伺うこと
調査期間	: 2016年10月29日(土)から2016年10月30日(日)まで
調査方法	: 質問紙法
調査対象	: 長岡大学 悠久祭にて「橋長ゼミかぐら南蛮カレー」を購入していた

だいた 120 名

回答数 : 59 名 (回答率 49%)

回答者性別 : 男性 39 名、女性 20 名

回答者年齢 : 10 代 9 名 (15%)

30 代 7 名 (12%)

50 代 8 名 (13%)

20 代 27 名 (46%)

40 代 4 名 (7%)

60 代 4 名 (7%)

### 8-3-2 調査結果

「カレーの味はいかがでしたか」という質問に対して、81%が「美味しかった」、19%が「まあまあ美味しかった」という回答であった。また、「美味しくなかった」「あまり美味しくなかった」と回答した人は0人で全ての方が味に満足していたことが明らかとなった。具体的には、「かぐら南蛮の辛みが良かった」「ちょうど良い辛さと挽肉の量が良かった」「かぐら南蛮の味がして、給食のカレーより美味しかった」という意見があった。

次に、カレーの見た目については、ほぼ全員が「見た目が良かった」という回答であった。この回答の詳細コメントとしては、「かぐら南蛮を焼いた物がのっけてよかった」「かぐら南蛮があることにより見た目が色鮮やかでよい」「ひき肉を使用していて見た目が良かった」などが挙げられた。

カレーの量については、78%が「ちょうど良かった」と回答しており、10%が「少なかった」、12%が「多かった」と答えた。そのため、400円で販売する量としても適切であったと言える。

次に、「このような廃棄食料を利用した取り組みは今後も実現可能だと思いますか」という質問に対して、61%が「実現可能だと思う」、39%が「工夫すれば実現可能だと思う」という回答を頂いた。また、「実現不可能だと思う」という回答はなかった。次に、具体的な意見として、「廃棄だとイメージが悪いので、違う言葉を使ったほうが良いと思う」「調理方法を増やす」「配送コストが気になる」「あくまでも廃棄食料なの

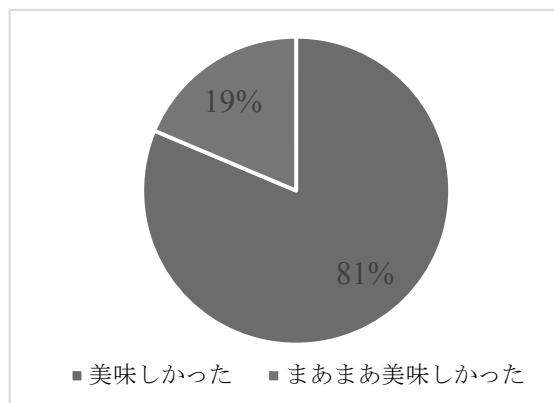


図 8-1 カレーの味

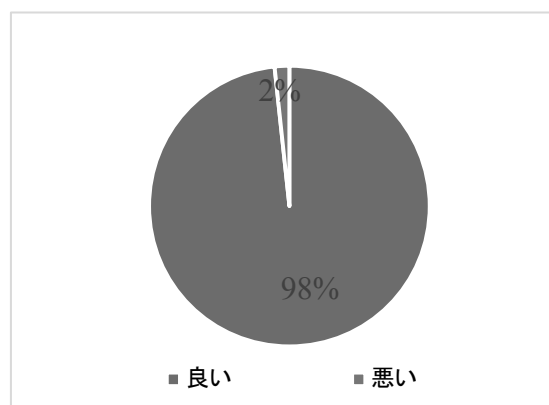
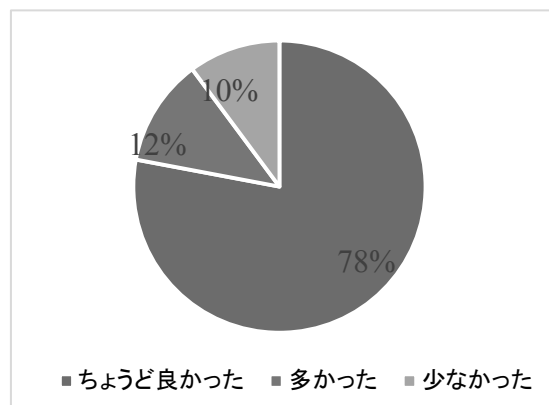


図 8-2 カレーの見た目



で事業化するなら安定供給が難しい」などが寄せられた。

この結果からわかることとして、コンセプトを説明する用語を「廃棄食料」という言葉を使うのではなく「規格外品」にすることや、配達コストやメニューを増やすなど商品化に向けては数々の課題が挙げられた。

最後に、「今回のような調理以外に、あったらいいなと思う廃棄食料を活用した取り組みがあれば記述してください」という質問に対して、78%の方が回答をしてください、貴重な意見を頂いた（図 8-1）。

この結果から、廃棄食料を活用した取組には今回のカレーという食品以外にも、様々な可能性があるということが明らかとなったので、農家の 6 次産業化の方法は多岐にわたると思われる。

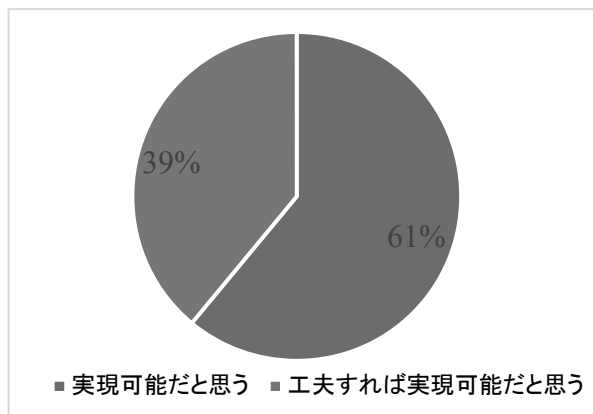


図 8-4 廃棄食料を利用した取り組み

表 8-1 あったらいいなと思う廃棄食料の活用例

鉄腕 DASH の 0 円食堂のような感じ
ペットのエサに使用する。
野菜はなんでも利用できるの、何でもよいと思います。
クックパッドに投稿する。
煮込み料理・豚汁等
肥料
シチュー

廃棄される漁業資源の利用
私たちはカナダのバンクーバーに住んでいて、サンライズマーケットというスーパーは、傷のついた野菜を格安で販売しており、いつも利用していました。長岡でもそういう所が増えるといいなと思います。
フリーズドライ加工をし、長持ちするようにする。
肥料を作って利用するという取り組みがあってもいい。

### 8-3-3 まとめと考察

今回アンケート調査をしたことによって様々な意見を頂くことができた。自分たちが思っていたよりもかぐら南蛮カレーが好評であったので、商品化できるのであれば継続して取り組みたいと思った。また、回答者から寄せられた意見にもあるように、カレー以外にもフリーズドライ、肥料化、漁業資源の活用、他の煮込み料理など廃棄食料を活用して多様な料理への展開の可能性が示唆された。

最後に、6 次産業化に取り組む長岡の農家は、2014 年度の橋長ゼミナールの調査によると、1 割に留まっているが、農家、大学、食品メーカー等、様々なセクターが連携することにより、農産物の有効活用が広がると考えた。

(文責：三村 勇貴)

## 9. 農業の魅力を伝えるブログの作成

### 9-1 活動記録をブログで発信

今年度我々は新たな試みとして、ブログの作成を行った。目的は今年度の我々の活動目標のひとつでもある若者に向けて農業の魅力を伝えていくということである。近年の若者の農業離れの原因のひとつとして、若者の農業に対するイメージの悪いことが挙げられると考えた。そこで我々は若者の間で普及率の高いブログを利用することで実際に我々が行った活動の様子をリアルタイムで発信していくことで、若者に農業の魅力を伝えていこうと考えた。

このブログは週に一度は 50 件を超えるアクセス数を記録し、不特定多数の方に見ていただくことのできたものになった。



実際に投稿した記事の一部

## 10. 長岡市山古志の現状と課題

### 10-1 山古志地区の現状と課題

#### 10-1-1 山古志地区の概要

山古志地区は新潟県の中越地方に位置し、棚田、錦鯉の養殖、牛の角突きなどが有名な地域であり「日本の原風景が残る村」として村の自然を観光資源に PR している地域である。

2004年10月23日に発生した新潟県中越地震により山古志は大きな被害を受けた地域である。震災時は、村につながる道路は寸断され、村は孤立した。当時、村民全員に避難指示が出され、長岡市での仮設住宅生活を余儀なくされた。この災害が全国的なニュースとなり、「山古志」の名が著名になった。皮肉にもこの震災をきっかけに生活拠点を山古志から他の地域に移した世帯も多く、山古志は急速に高齢化が進んだことでも知られている地域である。



主要道路、家屋が崩壊する  
震災直後の山古志村

出典：須藤 眞啓 オフィシャル・サイト  
「平成 16 年 10 月 新潟県中越地震」  
<https://savior-web.sharepoint.com/Pages/chuetsujishin.aspx>



土砂崩れでせきとめられ  
川に飲み込まれた家屋

出典：新潟日報モア Web サイト

<http://www.niigata-nippo.co.jp/bousai/earthquake.html>

### 10-1-2 山古志地区の現状

長岡市の Web サイトやウィキペディアに掲載されている山古志の現状および私が実際に足を運んで感じたことをまとめると、村の特徴は以下の項目にまとめることができる。

- ・ 長岡市 Web サイト「人口と世帯数」を参照すると、山古志は 2016 年 11 月 1 日現在で世帯数：434 世帯、人口 1,057 人（男性 532 人、女性 525 人）である。この数値は、ウィキペディア「山古志」に記載された 2005 年 3 月 1 日現在の人口 1,960 人から比較して、毎年人口の現象が進んでおり、2004 年の東日本大震災を契機に、2005 年から今日まで約 900 人も人口が減少しているといえる。そのことにより村の過疎化と少子高齢化が進んでいるといえるであろう。
- ・ 観光地がなく観光客も少ない。
- ・ 交通の便、コンビニやスーパーなどもなく、買い物に行くにも市街地に降りなくてはならない。
- ・ 道路の整備が行き届いていない。
- ・ 豪雪地帯なので冬場は雪が多い。
- ・ 病院がない。

### 10-1-3 農業に関する課題

長岡市 Web サイトの直売所情報によると、山古志では野菜や加工品の直売所が 2016 年 4 月現在で 13 店舗ある。しかし、豪雪地帯である山古志では、直売所を営業できる時期も限られる。冬の期間はほとんどの直売所が休みである。そして直売所を運営、管理している方々は高齢であるため後継者不足などの課題が残る。また同じ集落にいくつも直売所があり、売っている商品も似ているため直売所同士の競争が起こる。このように山古志村には生活上も農業においても様々な課題があることがわかる。また現在も人口は減る一方であり、一番重大な課題である人口減少に対する打開策が必要になってくる。

### 10-1-4 復興した山古志地区

現在、山古志は震災の影が見えないほどの復興を遂げている。そして海外の人たちが山古志の錦鯉に注目し、毎年大勢のバイヤーが買い付けに来る。また最近では山古志牛というブランドも確立されつつある。このように海外にも評価される貴重な資源は山古志には存在する。そのため、海外や全国の人々にもっと山古志の魅力を伝えることが出来ればおのずと注目されるようになるだろう。

私自身生まれも育ちも長岡だが、震災があった 10 歳のころまで山古志の存在は知らなかった。そして山古志にいったのは高校生の時が初めてである。しかし、今年のゼミ活動を通じ頻りに山古志に足を運ぶことで山古志の自然や人の温かさに直接触れ、山古志の魅力を感じることができた。

まだまだ村の過疎化、市街地へのアクセス、冬期間の休業など山古志の課題はたくさんあるが、震災から復興した力強さと粘り強さがあれば山古志の課題も解決することが出来ると考える。



出典：やまこしの棚田（支所前の展示錦鯉）  
[http://www.geocities.jp/hase\\_169y/yamakoshi/yamakoshi.html](http://www.geocities.jp/hase_169y/yamakoshi/yamakoshi.html)



夜明けの棚田

出典：新潟フォトギャラリー  
 （春・・・・・・そして夏へ）  
<http://photo-niigata.com/niigata/hare/hare9.html>

（文責：齋藤 拓海）

## 10-2 山古志地区の SWOT 分析

文献調査や研究活動を通じて見えてきた山古志の強みと弱みを見極めるために、SWOT 分析を行った。その結果は、表 10-1 の通りである。

今回、山古志の SWOT 分析をして判明したこととして、外部環境では機会として、「地方創生」「中越地震の影響でネームバリューの向上」。脅威としては、「人口減少による過疎化」「TPP」が挙げられた。次に内部環境では強みとして、「人々の温かさ」「農業がさかん」「食文化が豊か」などがあり、弱みとしては「観光地が少ない」「生活に必要不可欠な店・施設が少ない」「道路の整備が行き届いていない」が上げられた。

表 10-1 山古志地区の SWOT 分析結果

		外部環境		
		機会	脅威	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方創生</li> <li>・中越地震の影響でネームバリューの向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少による過疎化</li> <li>・TPP</li> </ul>	
内部環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人々の温かさ</li> <li>・農業がさかん</li> <li>・食文化が豊か</li> <li>・大自然</li> <li>・養鯉業が世界的ブランド</li> <li>・闘牛</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山古志に来て人々の温かさに触れてもらう</li> <li>・田園風景を見てもらう</li> <li>・農家民宿を利用した体験型農作業の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・かぐら南蛮など有名な食品を大消費地に発信しする</li> <li>・人々が旅行に訪れたいくなるように宿の増加を進める</li> </ul>
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地が少ない</li> <li>・生活に必要不可欠な店、施設が少ない（スーパー、病院など）</li> <li>・道路の整備が行き届いていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内のバスを増加させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都心への商品の発信</li> </ul>



これらの結果から山古志が強化する項目として「山古志に来て人々の温かさに触れてもらう」ことの必要性が見えてきた。その理由としては、実際に私たちが悠久祭のかぐら南蛮カレーの食材探しをしていた際、規格外品ではあるが、かぐら南蛮や玉ねぎなど、カレーに必要な食材を譲ってくださったことからわかる通り、山古志の方々是人としてとても温かい。そのため観光に訪れた人たちにその地元の方々の人柄に触れてもらうことにより、山古志の魅力が伝わることであろう。また、棚田で有名な「田園風景を見てもらう」ことで景観の美しさに感動するとともに、そのような感動を与えている農業にも興味を持ってもらえるだろうと考えた。

次に「農家民宿を利用した体験型農作業の推進」することについてであるが、ただ山古志に来るだけでは農業の楽しさをわかってもらうことはできないので、既存の農家民宿を活用し、日帰りの体験型農作業ではなく、農作業を体験し、ゆっくりと湯船に浸かり、美味しいご飯をみんなで食べ、安心して眠りにつくという1日を通した流れで体験することにより農業の楽しさ、大変さ、達成感を味わえ、農業に興味を持ってくれるのではないかと考えた。

一方、山古志の課題であるが、現在の山古志は、遠方に行く手段が限られている上に、宿泊施設が少ないため、観光客が訪れても効率的に名所を廻ったり長期滞在することができないという現状がある。このことから村外の人間が移住地として選びにくいという傾向がみられる。そのため、現地の生活を体験する意味でも「農家民宿を利用した体験型農作業の推進」が必要になると考えた。山古志の人々の温かさ、田園風景の素晴らしさ、農業の魅力をこのような形で発信することができれば、交通手段は少ないが農業に魅力を感じ、県内外から農業をやりたいと山古志を訪れる若者が増えるのではないかと考える。

(文責：繪面 伊央璃)

## 11. 長岡市山古志の就農率向上策の提案

### 11-1 6次産業化事業スキーム

#### 11-1-1 事業スキームの具体案

6次産業化の具体的事業は、農作物の加工・販売、農家民宿の経営、観光農園、農家レストランの運営などが挙げられるが、その中でも山古志に必要なのは、観光農園と農家レストランの運営であると考えた。まず、農家が農作物の生産とならび、自らの畑で収穫した農作物を活用した農家レストランや観光農園も事業として展開する。そして、農家の6次産業化を推進するため、企業、JAや金融機関から事業資金の支援もいただき経営する。JAや金融機関には、経営のコンサルタントとしても農家を支援していただきたい。農家レストランや観光農園、地域のイベントへ足を運んでいただくための交通手段としては、企業に協力していただきシャトルバスを利用する。次に消費者についてだが、商品の購入の他にも、観光農園で収穫体験をし、自分で収穫した野菜をその場でBBQをしたり、自宅に持ち帰り食べていただく。大学は観光農園、農家レストランと連携し、不揃いで出荷が

困難な廃棄野菜を利用し、文化祭で販売を行う。その他の販売先としては、地域イベントも活用する。NPOには、事業運営や全体のコーディネートをしていただき、更に行政は各団体への支援や法への準拠等の監督の役割を担っていただく。

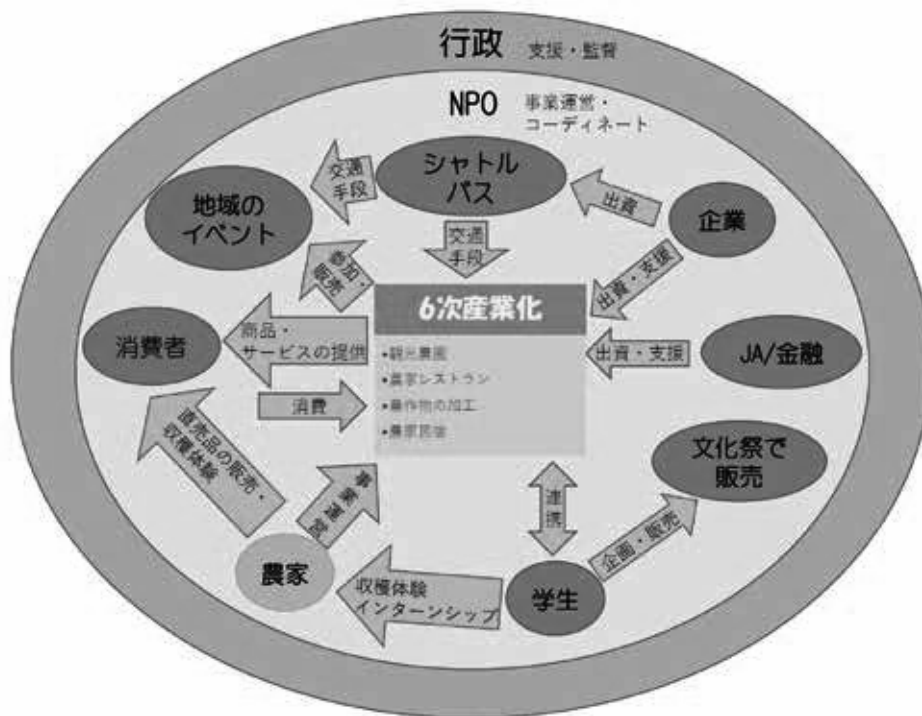


図 11-1 6次産業化事業スキーム

### 11-1-2 考察

山古志の6次産業化事業スキームを考えるにあたり、昨年同様に農家レストランが重要なポイントになると考えた。廃棄ロスの食材を有効活用するためには、農家レストランは非常に有効で、規格外の野菜も調理することで活用することができ、無駄を減らすことができる。また、観光農園は、実際に橋長ゼミで実施した「秋の収穫祭」のイベントへの参加者が、自分の収穫した野菜をその場で調理し、食事をするを通して農業に対するイメージを変え、野菜を育てることにも関心を示すという変化が見られた。すなわち、スーパーで買ってきた野菜には商品の品質としての満足度があるが、自分で収穫した野菜には愛着がわくものである。また、現代の旅行形態は「体験型旅行」に関心を示す旅行者が多いことから考えても観光農園とアウトドアイベントとの融合は有効的な方法であると考えられる。そのため、6次産業化の手段として食材の加工品の販売や直売所での販売と並び、観光農園や農家レストランは若者利用者にも魅力的な施設であるし、農家の多角化経営の方向性としても取り入れる価値があると考えられる。また、プロモーションに関しては、NPO、行政、学生等、様々なステイクホルダーが協力、連携することでその地域の6次産業化の推進を実現し、ひいてはその地域の活性化も可能とするであろう。そのことは、先行研究の文献調査でも明らかとなった「地域のファン作り」に役立ち「地域への経済効果」を生み出すことにつながると考える。

(文責：長谷川 嵩)

## 11-2 若者就農者の向上策

どのようにしたら若者の就農が増えるのか検討した結果、3つの向上策を提案する。1つ目は農業の自由化の推進、2つ目は観光農園の増加、3つ目は農業のマンガ本やゲームの開発である。これら3つの策を導入することで少しでも若者の就農が増えていくと考えている。

### 11-2-1 農業の自由化の推進

農業を始めるには主に、雇用就農と独立就農がある。全国農業ナビ「農業を始めるには～手続き等について～」に記載されている就農方法を項目に分けて以下のように整理した。

#### ● 雇用就農の方法

雇用就農とは農業法人に就職することである。「農業法人」とは、株式会社や農事組合法人などの法人形態で農業を営んでいる法人の総称であり、その法人に就職し、従業員として農業に携わることを雇用就農という。

#### <雇用就農のポイント>

##### ① 農業法人で働く目的を明確にすること。

(1) 農業法人の正社員として長期にわたる就業を希望するのか、将来の独立のための事前就業とするのか、目的を明確にする。

(2) 作目、地域、労働条件の希望を整理する。

(3) 勤務内容も、農作業中心か、加工・販売・事務作業など、希望を整理する。

##### ② 希望する農業法人を探し、就職活動を始める。

(1) 求人情報を全国新規就農相談センターや都道府県新規就農相談センターのホームページ、ハローワーク等から調べる。

(2) 候補となる農業法人が見つかったら、農業インターシップ制度などを活用し、実際に作業体験、研修を通じて、希望する農業法人の魅力を確認する。

(3) 農業法人と就業時間、休日、休憩、公的保険の加入状況など労働条件をよく話し合い、納得の上で雇用契約を結ぶ。

#### ● 独立就農の方法

独立就農するには、①技術・ノウハウ、②資金、③農地、④機械・施設、⑤住居の5つの要素が必要である。

#### <独立就農までのステップ>

(1) 農業法人に就職して技術を学びながら資金を工面し、農地を探すといった方法

(2) 自治体等が実施している研修・助成を受けて独立就農を目指すといった方法がある。

### <土地の確保>

農地の購入もしくは賃借には、農地法や農業経営基盤強化促進法の規定に基づき、市町村農業委員会の許可を受ける必要がある。また、農地中間管理機構が行う農地の借り手の募集へ応募する方法もある。

### <認可用件>

- (1) 【全部効率利用要件】 農地のすべてを効率的に利用して耕作の事業を行うこと
- (2) 【下限面積要件】 経営面積の合計が原則 50a 以上（北海道は 2ha 以上）であること（市町村農業委員会によってはこれより低い面積を設定している場合がある）
- (3) 【農作業常時従事要件】 個人の場合は農作業に常時従事すること
- (4) 【農業生産法人要件】 法人の場合は農業生産法人であること
- (5) 【地域との調和要件】 周辺の農地利用に悪影響を与えないこと

この5つの要件を満たしていないと法律の許可が下りない。

以上、全国農業ナビに記載された農業を始めるに当たる手続きの概要であるが、農業を始めるには上記の様々な用件をクリアしなければいけないので、農業を始めたいけれどこのような制限があるのでなかなか大変だと思いつづけている人がいると思われる。特に独立就農の方法については、規制が厳しいので、自由化し、他業界の人々の農業参入を容易にする必要があると思われる。農地を借りる資金に加え、最初から機械や施設を揃えるのには莫大な資金が必要となってくるので、かなり厳しいのではないかと思う。

### 11-2-2 観光農園の増加

特徴的な観光農園の事業として「朝カフェ」という農園がある。新潟県燕三条の「畑の朝カフェ」は、田畑のロケーションを活用した農園体験型カフェである。地域の果樹園、畑、ハーブ園などを会場に農園まるごとの魅力を感じてもらおうと生産者自らが企画を練り、採れたて野菜や果樹を使った食事や畑仕事のミニ体験など会場ごとのメニューを提供している。

朝カフェの魅力は、自分の時間が自由に持てるということである。読書したり、勉強したり、スマホでゲームやニュースを読んだり、音楽を聴いてリラックスしたりと自分の好きなことができる。仕事のストレスが溜まっていたりしたら朝カフェに行くことで心にゆとりができリフレッシュすることができるのも朝カフェの魅力である。



燕三条「畑の朝カフェ」の様子  
出典：畑の朝カフェ <https://asa-cafe.jp/>

(文責：佐藤 裕貴)

## 謝 辞

本研究は、多くの方々のご支援・ご協力のもと、完成したプロジェクトであります。本ゼミのアドバイザーとして、長岡市農林部農政課長の五十嵐智行様、山古志こだわり屋の諏訪弥須雄には、ヒアリング・中間発表でのご助言のほか、多岐にわたるインターンシップの機会を与えていただき、心より深謝申し上げます。また、山古志こだわり屋の職員の皆様、木沢ハウス代表の平澤勝幸様には、ご丁寧なご指導及びご支援を賜り心より御礼申し上げます。



成果発表会を終え、安堵の一枚

## 引用文献

アグリパーク Web サイト

<http://www.niigata-aguri.com/program/program8.html> (2016年11月19日現在)

阿部真大(2013)「地方にこもる若者たち 都会と田舎の間に出現した新しい社会」

伊豫谷登士翁・齋藤純一・吉原直樹(2013)「コミュニティを再考する」

ウィキペディア「山古志村」

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%B1%B1%E5%8F%A4%E5%BF%97%E6%9D%91>

(2016年11月19日現在)

越後長岡菜の花プロジェクト

<http://nagaoka-nanohana.jp/about/index.html> (2016年10月23日現在)

大社充(2008)「体験型ツーリズムの手法 地域資源を活かす着地型観光」

笈裕介(2011)「コミュニティか元気になる30のアイディア 地域を変えるデザイン」

金丸弘美(2011)「地域ブランドを引き出す力」

環境省「長岡市循環型社会形成推進地域計画(第二期)」

[https://www.env.go.jp/recycle/waste/3r\\_network/5\\_region/project\\_list/15\\_niigata/13\\_nagaoka\\_h26.pdf#search=%E9%95%B7%E5%B2%A1%E5%B8%82+%E5%BE%AA%E7%92%B0%E5%9E%8B%E7%A4%BE%E4%BC%9A+2014](https://www.env.go.jp/recycle/waste/3r_network/5_region/project_list/15_niigata/13_nagaoka_h26.pdf#search=%E9%95%B7%E5%B2%A1%E5%B8%82+%E5%BE%AA%E7%92%B0%E5%9E%8B%E7%A4%BE%E4%BC%9A+2014) (2016年10月23日現在)

ギガジン「『キャプテン翼』からサッカーの素晴らしさを教えてもらった世界中のプロ選手たち」

<http://gigazine.net/news/20131215-football-player-influenced-captain-tsubasa/> (2016年11月19日現在)

杉本淳・矢崎栄司(2012)「田舎の宝を掘り起こせ 農村起業成功の10か条」

全国農地ナビ「農業を始めるには～手続き等について～」

<https://www.alis-ac.jp/Doc/Procedure> (2016年11月19日現在)

とやま農山漁村インターンシップ IN 大長谷

<http://gt-toyama.net/staffblog/1706> (2016年12月26日現在)

中瀬勝義、明戸眞弓美、庄司邦昭(2008)「海洋観光立国のすすめ[増補版]」

長岡市「生ごみバイオマス化事業」

<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/kurashi/cate08/biogas/> (2016年10月23日現在)

長岡市「人口と世帯数」

<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/syokukai/jinkou/jinkou.html> (2016年11月19日現在)

長岡市「農の駅めぐらって長岡」

<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/sangyou/cate04/green/center.html> (2016年11月19日現在)

長岡市「直売所情報」

<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/sangyou/cate04/shinkou/chokubuy.html> (2016年11月19日現在)

長野県の6次産業化サポーター！しあわせ信州6次化広場 [www.shinshu-6jika.jp/](http://www.shinshu-6jika.jp/)

(2016年7月1日現在)

新潟フォトギャラリー (春・・・そして夏へ)

<http://photo-niigata.com/niigata/hare/hare9.html> (2016年11月19日現在)

新潟県「6次産業化の取組について」

[http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML\\_Article/491/655/101101\\_shingikai\\_shiryous.pdf](http://www.pref.niigata.lg.jp/HTML_Article/491/655/101101_shingikai_shiryous.pdf)

にいがた6次化フェア <http://foodmesse.jp/6fair/>

農林水産省(2016)「特集1 めざせ、6次産業化(1)」

[http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1108/spe1\\_01.html](http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1108/spe1_01.html)

農林水産省「2015年農林業サンセス結果の概要」

畑の朝カフェ <https://asa-cafe.jp/> (2016年11月19日現在)

やまこしの棚田 (支所前の展示錦鯉)

[http://www.geocities.jp/hase\\_169y/yamakoshi/yamakoshi.html](http://www.geocities.jp/hase_169y/yamakoshi/yamakoshi.html) (2016年11月19日現在)

山古志 牛の角つき

<http://kennai.fc2web.com/yamakoshi2.html> (2016年11月19日現在)

山浦晴男(2010)「住民・行政・NPO協働で進める 最新 地域再生マニュアル」



## 地域の文化と伝統をつなぐ

### ～高橋九郎生誕165周年を記念する活動～

#### 高橋ゼミナール

4年	13M035	山田 大智	13E004	板谷 千紀
	13M019	高野 奏翔	13E005	今井 練
3年	14K067	中村 涼平	14K030	黒田 陽一
	14K048	周 文		





# 目 次

1. はじめに
  1. 1 取り組みの趣旨
  1. 2 取り組みの目的
  1. 3 取り組みの概要
2. 神谷地区の概要
3. 高橋九郎の紹介
4. 高橋九郎マップ
  4. 1 マップの配布
  4. 2 高橋九郎マップについて
    4. 2. 1 人物活動の概要紹介
    4. 2. 2 活動の概要紹介
    4. 2. 3 業績紹介
    4. 2. 4 ゆかりの場所
    4. 2. 5 その他
5. 生誕165周年記念事業
  5. 1 記念事業の概要
  5. 2 資料展示
    5. 2. 1 展示資料の作成
    5. 2. 2 学園祭での展示
    5. 2. 3 もみじ園での展示
  5. 3 生誕165周年記念シンポジウム
    5. 3. 1 共催・後援団体
    5. 3. 2 シンポジウム
    5. 3. 3 アンケート結果
6. 成果発表会
7. まとめ

参考資料

謝辞

## 1. はじめに

### 1. 1 取り組みの趣旨

地方創生という言葉がある。もともとは第二次安倍内閣発足時に掲げられた政策のキーワードのひとつとして使われた言葉である。しかし、今ではこの言葉の意味や使われ方は当時とは異なり、「国内の各地域・地方が、それぞれの特徴を生かした自律的で持続的な社会をかたちづくること。魅力あふれる地方のあり方を築くこと。」というような使われ方をしている。

私たちは、「魅力あふれる地方を築く」には、その地域がもつ魅力を知り、それを地域住民の共通の財産として守りつつ活用した試みを行うことが第一歩であると考えている。そこで、地域コミュニティが機能し、他地域と比較して地域住民の一体感が強い長岡市神谷地区において、地域の魅力を見出し、その魅力を生かした地域活性化の試みを地域活性化プログラムの取り組みとして行っている。

この活動を通して、現在の神谷地区は、明治時代の大地主であった高橋九郎によってその基礎が作られたことを知った。しかし時間が過ぎるとともに高橋九郎のことは忘れ去られ、氏のことを知っている人が今ではあまり残っていないということも知った。明治時代に地域復興に力を注いだ高橋九郎は神谷地区の大きな財産であり、その人物像や業績を若い世代に伝えていくことは地域の伝統と誇りを後世に伝え残すことに通ずる。また、高橋九郎のことを広く PR することで神谷を盛り上げることもできる。これは「自分たちの地域は自分たちで守っていく」という神谷地区の地域活性化に対する考え方にも沿っている。

高橋九郎が行っていた様々な業績は、今で言う地方創生であり、私達がゼミナール活動などを通じて高橋九郎について調査しそれを広めることもまた地方創生につながる。

今年が高橋九郎の生誕165周年の年であることから、あらためて、その人物像と業績を地域の人に知らせることは、非常に意義のあることだと考える。

### 1. 2 活動の目的

地域創生で言われている「各地域や地方が持つ特徴を生かした自律的で持続的な社会をかたちづくり、魅力あふれる地方を築く」には、自分たちの住む地域の歴史と伝統を知ることを通して、地域に対する誇りと愛着を持つことがまず第一歩である。

そこで、旧来迎寺村一帯の土地を所有した大地主が在住し、旧神谷信用組合や旧来迎寺村役場が在った長岡市神谷地区に残る伝統・歴史・文化・史実を明らかにし、それらを地域の魅力として紹介・発信する活動を神谷地区に於いて7年間にわたって行ってきた。

そうした中、今年が高橋九郎の生誕165年の節目の年であることから、これまでの調査で明らかにしてきた事柄を「高橋九郎」をキーワードにして自分たちなりにまとめ、その成果を「高橋九郎生誕165周年記念事業」という取り組みを行う中で発表することにした。

この取り組みを行う目的は、取り組みを通して高橋九郎のことを神谷地域だけでなく新潟県全域や県外の人々にも知らせ、後世につなげる糸口を作ることである。また、神谷の人達には、地域振興に人生をささげ、地域の発展に尽力した高橋九郎という素晴らしい人物を輩出した地域であるという誇りと郷土に対する愛着を持ち続けてもらうことである。

### 1. 3 取り組みの概要

今年度は「高橋九郎生誕165周年記念事業の開催」を地域活性化プログラムの取り組み課題にすることを決め、4月の段階からこの記念事業開催に向けた活動を行った。

初めに、高橋九郎の業績などを広めることにし、昨年度のゼミナール活動で作成した「高橋九郎マップ」の配布活動を行った。配布先には、高橋九郎が作ったもみじ園や多くの市民が集まる長岡市民協働センター、越路地域の「まちの駅」を選んだ。

次に、紅葉が紅葉するころに高橋九郎の別荘であった「もみじ園」で毎年開催される「もみじ祭り」での「もみじ園の一般開放」に合わせて、高橋九郎についての資料展示と記念講演会（後に、正式名称を「高橋九郎翁生誕165周年記念シンポジウム」とした）を開催する取り組みを行った。この取り組みでは、記念シンポジウムの開催にむけた共催・後援要請活動、シンポジウムの内容の企画、開催日当日の事務作業を行った。

さらに、このシンポジウム開催と一緒に企画した「高橋九郎ゆかりの資料展」では、展示資料の作成、展示資料の説明を行った。展示した資料は、n 神谷地区の「歴史・文化の会」が収集保管する写真・資料や長岡市内の歴史愛好家が収集された資料を貸していただいた。しかしこれらの資料は貴重なものばかりであるため、防犯上のことも考えて現物を展示することは避け、コピーを作成して展示した。

## 2. 神谷地区の概要

長岡市神谷地区は、信濃川と渋海川に挟まれた長岡市南部（旧越路町の東部）の平野部に位置し、周りを田んぼに取り囲まれた現代日本の平均的な農村地域である。地区には、戦後の農地解放が行われるまでこの地域一帯の土地を所有していた大地主高橋家が在住していた。また、昭和30年3月に来迎寺・岩塚村・塚山村・石津村が合併して越路町が誕生するまでの間、旧来迎寺村の村役場が所在した地でもある。さらに、明治37年に設立された神谷信用組合が所在した歴史に富んだところでもある。

その上、1850年に高橋家の長男として生まれた高橋九郎（明治44年に帝国議会の衆議院議員）が地域の農業振興に力を注いだことから、地域の産業活性化への取り組みが古くから行われ、新潟県の県花であるチューリップが県内で初めて開花した地でもある。

現在も米作を中心とする農業地域ではあるが、サラリーマンとして働いている農家が大半を占めている。現在の戸数は約160戸、人口は約630人である。その約25%はここ20数年間の間に2度にわたって行われた宅地造成によって他の地区から移り住んできた人たちで構成されている。そのため、都市化が進む大中都市周辺の農村地域同様に、古くからの住人と新興住宅地の住民との間の協調を課題として抱えている地域で

### 3. 高橋九郎の紹介

1850年（嘉永3年）に高橋家9代目初の長子として生まれた。幼名は繁太郎、後に右八郎に名乗った、父亡き後は10代目の家督を相続し、父名の九郎を継いだ。

1864年（元治元年）から1869年（明治2年）まで小千谷市片貝町の私塾「耕読堂」で丸山貝陵より漢学を学んだ。1870年（明治3年）から1873年（明治7年）までは、浦の私塾「慈光齋」で旧長岡藩校崇徳館都講木村鈍叟より漢学を学ぶと同時に優れた数理能力をみがいた。この私塾での学びを通してその後の人生に於いて大きなかわりを持つことになる石黒忠恵や井上円了などと出会い、自らの飛躍のための人的基盤を得た。

1894年（明治27年）3月に行われた帝国議会の第三回衆議院選挙にて当選し、当時の来迎寺村における初の帝国議会議員となった。旧越路町域出身の国会議員は、後に大地主互選の貴族院議員に当選した塚山出身の長谷川赳夫氏の2人だけである。後に東京に出て活躍する長谷川氏に対して、高橋九郎は議員時代もその関心を地元地域へ向けていた。

その後、神谷信用組合の創設など、経営者としての才覚も発揮する。幼時に学んだ「修身・齐家・治国・平天下」を一生の信念としていた。時鐘及び私設气象台の設置、共同苗代の導入、土地改良の推進など、その生涯を地元地域の発展に捧げた。

地域の名望家として高橋九郎氏は、1878年（明治11年）に十六大区小六区受け持ちの副大区長に就任した。その後1881年（明治14年）には、宮川外新田・道半両村の戸長に選出（公選）された。1884年（明治17年）からは、宮川外新田はじめ10ヶ村連合の戸長に推された。若くして既に地域住民から敬慕を集めていたことを伺わせる。また同時期に、自宅の倉庫屋上に時鐘を設置した。当時、農家に時計はなく、時間を知るすべがなかったことから、鐘を鳴らすことによって田畑に働く人々に時を知らせていた。鐘は、昼食の準備を知らせるために午前11時に1回、亭主の帰宅を促すために午前零時に1回鳴らしていた。これは釣鐘が廃止されるまでの53年間継続された。昼食の準備の時を知らせる風習は、午前11時にサイレンを鳴らすという形で現在も神谷に引き継がれ、地元住民にとっては馴染み深いものとなっている。

高橋九郎氏が地域住民から信頼と敬慕を得て、地域自治に参画していく契機となったとされているのが、家督相続後間もなく参画した地租改正事業に尽力したことである。これは各地域において長い年月と費用を要した大事業であり、当時20歳代であった高橋九郎はその優れた測量技術と熱心な公共精神が認められ、これに関わる測量業務の遂行者に選ばれた。

高橋九郎の独創的な発想の1つに、1906年（明治39年）に設置した私設气象台がある。これは農業にとって気象情報が必要であると考えてのものであり、高橋九郎は自記晴雨計と自記温度計を購入し、自宅前に百葉箱を設けて気象観測を行った。また新潟測候所へ毎日連絡をして得た天気予報を竿頭に信号旗として掲げ、地域住民にその日の天気を知らせた。農業はもちろんのこと、付近の小学校はこの予報を頼りに屋外諸行事を行った

図表3-1 高橋九郎



といわれている。

1908年（明治41年）には、宮川外新田・道半地区の土地改良を推進した。信濃川と渋海川に挟まれた農村集落における最大の課題は、洪水対策であった。農民の協力を得ながら村中を流れる須川の水路の付け替えなどを行い、耕地整理を施工した。また、県外から技術者を招き、暗渠排水を施工し、成功させた。これにより農民の苦労は軽減するとともに収量の増大に結びつき、大変喜ばれた。

高橋九郎は1916年（大正5年）66歳で病のために退隠するまで、目線を地域振興に置いて篤農家・起業家・地方政治家とし明治を生き抜いた。

1904年、54歳の時、不慮の自然災害に対する復旧や耕地開発・改良、副業の導入等の生活基盤向上のために、県下初の信用組合となる神谷信用組合を設立し、経営に当たった。組合員には自発性を促し、督励して好業績を上げ、明治43年には大日本産業組合新潟支部より表彰されている。

1908年（明治41年）には、宮川外新田・道半地区の土地改良を推進した。このころ、高橋九郎は農家に果樹園芸等の副業を奨励し、チューリップを県内で最初に導入した。

1916年（大正5年）に地域振興にかかわる多大の貢献により藍綬褒賞を受賞している。

1920年（大正9年）70歳で神谷信用組合の組合長辞任したのを最後に一切の公務から身を引いた。

1922年（大正11年）9月72歳で逝去した。

これらの活躍を年表にして図表3-2に示した。

図表 3-2 高橋九郎の年表

## 高橋九郎年表

- 1850年(嘉永3年) 12月27日 長岡藩西組宮川(現長岡市神谷)の庄屋高橋九郎右衛門の長子として誕生。
  - 1852年(嘉永5年) 南魚沼郡歌神村大字後山(現在の南魚沼市野江乙)で1100年以上の伝統を誇る、母・祖母の実家の親戚にあたる佐藤家へ後継養子に入る。
  - 1884年(元治元年) 高橋家に男子が誕生しなかったために生家に戻る。  
隣村片貝の【講談堂-丸山貝陸塾-】(現小千谷市片貝町浄照寺境内)に入門。石黒忠恵(後の軍医総監、日本赤十字社長、根室顧問、正二位子爵)との交流始まる。
  - 1870年(明治3年) 浦私塾「慈光堂」において木村純賢(本名を誠一郎、旧長岡藩校崇徳館都講)に就いて漢学を深める(1871年まで)。
  - 1873年(明治6年) 8月14日 公立の外新田校(小学校)が宮川外新田に開校。明治42年には基本金を設立し、利子をもって学校の経費に充当し、学区民からは教育費を徴収せず。
  - 1878年(明治11年) 第十六大区小六区戸長に就任。
  - 1880年(明治13年) 父高橋九郎右衛門の死去により家督を継承。
  - 1881年(明治14年) 12月 宮川外新田・道半両村の戸長に選出(公選)。
  - 1882年(明治15年) 時の鐘を自宅土蔵の上に設置し、毎日午前11時と夜12時に時を知らせた。  
神谷では、現在も午前11時になると火の見櫓のサイレンが時を知らせる。
  - 1882年(明治15年) 時の鐘を自宅土蔵の上に設置し、毎日午前11時と夜12時に時を知らせた。  
神谷では、現在も午前11時になると火の見櫓のサイレンが時を知らせる。
  - 1884年(明治17年) 8月 宮川外新田はじめ10か村連合の戸長となる。
  - 1888年(明治21年) 村会議員に就任(晩年に至るまで)。
  - 1891年(明治24年) 村内救民に救助米を施興。
  - 1894年(明治27年) 3月 帝国議会の衆議院議員となり、第六回帝国議会に出席。
  - 1896年(明治29年) 神谷信用組合を設立。
  - 1896年(明治29年) 巴ヶ丘別邸(現もみじ園)を建築。
  - 1898年(明治31年) 8月 帝国議会の衆議院議員に再任。一三回、十四回、十五回、十六回の帝国議会に出席。
  - 1903年(明治36年) 蘭草苗を岡山より移入し、栽培を奨励。畳表工場を作り普及に力を注ぐ。
  - 1904年(明治37年) チューリップ球根を入手し、譲り受けた同村水島義郎氏が県内で初めて開花に成功。
  - 1906年(明治39年) 私設気象台を開設し、気象旗掲揚による天気予報の告知開始。以後40年間、ラジオが普及するまでの40年間続けられた。
  - 1908年(明治41年) 宮川外新田・道半地区の土地改良を推進。
  - 1908年(明治41年) 共同苗代一町歩を設置。
  - 1908年(明治41年) 2月 来迎寺村村長に就任(明治45年3月まで)。
  - 1904年(明治37年) 神谷信用組合を設立。初代組合長となる。
  - 1911年(明治44年) 9月9日 ウェップ夫婦による神谷信用合などの調査。巴ヶ丘別邸(現もみじ園)に1泊。
  - 1911年(明治44年) 小作米品評会開催。100年以上の小作継続者を表彰。
  - 1914年(大正3年) 8月 信濃川大洪水。神谷信用組合は水害救済のために式萬円の貸出を行う。
  - 1916年(大正5年) 10月25日 神谷銀行を設立(1934年4月第六九銀行と合併)。
  - 1916年(大正5年) 勅定藍綬褒章を賜る。
  - 1922年(大正11年) 9月21日 永眠 享年七十三歳。
- その他
- 銀行経営に関与：第六九銀行、与板銀行、関原銀行、新潟県農工銀行の経営に関与。
  - 鉄道事業への関わり：北越鉄道(現 JR 信越本線)の現ルートを推進、両毛鉄道の第2位の大株主、毛越鉄道の計画に関係。
  - 日本石油会社(現 JR 日鉱日石エネルギー)の設立：殖産協会に参画、設立発起人に名を連ねる。
  - 銀山殖産株式会社の設立：取締役、北魚沼郡湯之谷村下枝折字赤川の大規模開発を計画。
  - 長岡病院(現長岡赤十字病院)の設立：病院設立に際し、石黒忠恵に相談。創設時の医師の大方を石黒氏が斡旋。
  - ソメイヨシノ桜：巴ヶ丘に移植し、新潟県で育つことが確認できた後、悠久山に植えられた。
  - 言い伝え：神谷中央公園(旧栗樹園跡)内に現存するプラタナスの大樹は、高橋九郎さんが移植したものだと言われている。高橋家と神谷小学校との境界の石垣にもかなりの数のプラタナスの大木が植わっていた。

## 4. 高橋九郎マップの配布

### 4. 1 マップの配布

昨年度の活動で作成した「高橋九郎マップ」は、長岡市神谷地区へは完成後直ちに回覧板を使って全世帯へ配布したが、年度末ということもあって、それ以外のところへは配布することができなかった。

そこで、今年度の最初の活動として高橋九郎マップの配布を行った。配布場所は、高橋九郎とのかかわりが強い越路地区を訪問する人や住民の方々が訪れる所、また市民活動に興味を持つ人が多く訪れる市の施設とすることにした。種々検討した結果、下記の6ヶ所を訪問し、マップの配置をお願いした。

5月10日 長岡市民協働センター様

5月17日 長岡市役所越路支所様、もみじ園様

5月24日 ドリーム岩塚様、井口製材所様、岡鶴堂様

これらの施設への訪問では、電話で訪ずれる日時のアポイントメントを予め取ってから訪問し、マップ作製の趣旨や高橋九郎の業績などについて説明したうえで配置のお願いをした。これらの活動とは別に、鯉江ゼミナールが「まちの駅」をテーマにした地域活性化の取り組みの中で訪問した「ビューティーたちばな」様からは是非マップを置かせてほしいとの連絡が大学にあり、置かせてもらいました。また、「越路もみじの会」の関係で朝日酒造(株)の「あさひ山蛸庵」様にも置かせてもらいました。

図表 4-1-1 市民協働センター



図表 4-1-2 もみじ園正面



図表 4-1-3 ドリーム岩塚



図表 4-1-4 (株)井口製材所





## 4. 2 高橋九郎マップについて

昨年度の地域活性化プログラムの取り組みで作成した高橋九郎マップの配布活動を今年の活動で行ったので、マップについて簡単に紹介する。

高橋九郎マップは、神谷に在住した高橋九郎の活躍を多くの方々に伝えることを目的に作成したものである。高橋九郎の簡単な人物紹介と活動の概要、業績（政治家としての業績、地主としての業績、企業家としての業績、その他）、神谷に残るゆかりの場所、年表をA-3用紙の裏表にまとめ、このパンフレット一つで高橋九郎のすべてがわかるように工夫して作ったものである。

### 4. 2. 1 人物活動の概要紹介

高橋九郎の人物を簡単に紹介するために、高橋家9代目当主の長男として1850年に生まれたことや小作人を大切に「家族的親愛＝協調性をもって接する」ことを信条にしていたことについて1ページ目に記述した（図表4-2-1）。

### 4. 2. 2 活動の概要紹介

神谷のみならず地域のために行った産業基盤向上のための事業や神谷信用組合の設立・経営、信越本線や両毛線の建設、銀山平や北海道の開拓など、高橋九郎の活動の概要を1ページ目に簡単に紹介した（図表4-2-1）。

### 4. 2. 3 業績紹介

高橋九郎の活躍は幅広い分野にわたっていることから理解しやすくするために、政治家としての業績、地主としての業績、企業家としての業績の3分野に整理して、1ページ目から2ページ目にわたって紹介した（図表4-2-1、図表4-2-2）。

政治家としての業績では、明治11年の第16大区小6区戸長から明治31年の第6回衆議院銀選挙当選までの主な活動を年代に沿って紹介した。

地主としての業績では、耕地整理と暗渠は椅子の施工、共同苗代と果樹園、畳表や花筵などによる副業の推奨について紹介した。

企業家としての業績では、神谷信用組合の設立、北越銀行の前身である神谷銀行の設立、鉄道事業への参画、その他日本石油（現JXエネルギー）や長岡病院（現長岡赤十字病院）設立への関与などについて紹介した。

図表 4-2-1 高橋九郎マップ (1 ページ)



(高橋家遺景 - 昭和16年5月-)

学校法人 中岡学園

## 長岡大学

製作：高橋治道セミナー3・4年生  
(地域活性化プログラム)  
平成27年

### 高橋九郎とは？

1850年、長岡市神谷の創元\*である高橋家の9代目当主の長男として生まれる。地域振興に生涯を捧げた政治家・企業家・瓦葺家である。また地主として小作人を大事にしている「家族的親愛= (協調性を持って接する)」ことを大前提とし、親分・子分の間係を築きました。

\*創元=地方行政にあたった村役人の最上位の者。

### 高橋九郎の活動の概要

高橋九郎が神谷のみならず地域の為にした主な活動には、災害復旧、耕地開発と改良等の産業基盤向上を目的とした事業等があります。また新潟県内で2番目と称する神谷信用組合の開設・経営に当たりました。神谷信用組合は「全国の模範組合」と称されるほどに成長し、その意思は現在の「JAさんどう」へ受け継がれています。更に、共同苗代の導入、果樹園芸等の副業奨励、私設気象台や時を知らせる鐘(時鐘)の設置、県下チューリップ移植の活動を地域のために進めました。

その一方、信越本線や両毛鉄道の開設、羅山平や北河道の開拓、長岡赤十字病院の開設、北越銀行の前身である「神谷銀行」の設置等、事業家としても多くの成功績を残しました。その傍ら、政治家としても活躍し、帝国議会の衆議院議員を務めました。

このように数多くの功績を神谷や地域に残し、今でも「地主様」として多くの人に慕われています。

### 其の老~公人としての高橋九郎~

明治初期の帝国議会の衆議院議員にも選ばれ、当時の産業組合の創設者となり、新潟県内の産業組合組織の発展に力を尽くした。

明治11年 年若い父に代わり第16代区小六区戸長に就任。この時九郎は28歳。

明治13年 父の死により家督を継ぐが、家業の医業と行政の仕事で多忙を極めた。

明治14年 31歳で宮川・道平村の区長に選ばれる。信濃・渋海合流地域の治水事業をおこなった。

明治17年 34歳で宮川新田始め10か村連合の区長に推薦される。

明治27年3月 第3回衆議院議員総選挙において、自由党(後の政友会)推薦で立候補し当選、国会議員となった。この時44歳。

明治31年8月 第六回総選挙に再度立候補して再び当選する。同三十五年まで国政に参加し、国政の場においても活躍した。



- 1 -

### 其の貳 ～地主としての高橋九郎～

農業技術者でもあった高橋九郎は、旧態依然たる藩政的な農業政策でなく、農民みんなが幸せになる近代的農業の確立を考への根幹としていた。そこで、私財を惜しみなく農業技術の向上と地域住民の暮らしを豊かにする為に使ひ、率先して地域振興に努めました。

#### ☆耕地整理と暗渠排水の施工

得意な教理の測量技術を生かして、農業用水路の整備・小河川の改修などの水利事業を積極的に行った。

昔から神谷地区の田んぼの区画は乱雑で、用排水や農道の不備による稲作上の支障が多かった。また浜海川の氾濫が甚しい状態であった。明治 39 年当時、本県では珍しかった耕地整理を約百町歩に亘って行った。また、私財を投じて暗渠排水を設置したが、県下にその技術者がおらず、熊本県より技師を招いて施工した。

この事業は、農業の労苦の一つを軽減するだけでなく、地域の農業収量を増大させた。

#### ☆共同苗代と果樹園、畳表や花簾などによる副業の推奨

明治 41 年には県内最初の共同苗代を設け、入選種、薄播を奨めて健苗の育成を図った。また、誘蛾灯の設置、馬耕や正条植を奨励するなどの農事の改良を行った。

競わせることで農業全体の質を高めるために、永年に亘り優良納米の小作者を表彰して産米の品質向上に努めた。

単作地帯における農家の収入が少ないことや天候や災害で収入が得られないことも多くあったことから副業に着目し、屋敷内の雑木を伐採して果樹の栽植を始めた。明治 36 年には自費で製簾工場を建て、岡山県から技術者を招いて畳表や花簾の製織法を人々に教えた。

### 其の参 ～企業人としての高橋九郎～

高橋九郎は農業経営のみならず、地元商工業の発展のためにも尽力を惜しまなかった。

#### ☆神谷信用組合の設立

明治 29 年に始まった私設線北越鉄道の工事は、農民に多大なる賃銀の収入をもたらしたが、当時貯蓄思想に乏しく、奢侈の弊風と徳義の頹廃をもたらした。また明治 29・30 両年の大洪水は、生活の途を失わせるものであった。奢侈の弊風を矯正し、信用道徳の尊重を広めるために、明治 37 年に有限責任神谷信用組合を設立し、初代組合長となった。神谷信用組合の活動は国内のみならず、海外からも注目され、明治 44 年 10 月には英国のウェット夫婦の訪問を受けた。

#### ☆神谷銀行の設立

地元商工業発展のための金融機関として、神谷銀行を大正 5 年に設立した。のちに国立第六九銀行と合併し、現在の北越銀行へと引き継がれている。また、第六九銀行、与板銀行、関原銀行、新潟県農工銀行等の銀行経営に関与し、地元発展に寄与した。

#### ☆鉄道事業への参加

北越鉄道(現 JR 信越本線)の現ルートを推進し、鉄道開設に尽力した。両毛鉄道の第 2 位の大株主として、毛越鉄道の計画に関係した。

#### ☆その他

日本石油会社(現 JX 日鉱日石エネルギー)の設立や長岡病院(現長岡赤十字病院)の設立に関与した。また、北海道の開拓や銀山平の開拓に関わった。

## 4. 2. 4 ゆかりの場所

神谷を訪れた人が簡単にゆかりの場所を訪問できるように、神谷の地図の中に高橋九郎が関係する場所 1 6 ヶ所を番号を振って紹介した(図表 4-2-3)。

- ①高橋家邸宅所在地 ②船着場 ③時の鐘 ④果樹園 ⑤プラタナスの大樹  
 ⑥气象旗揚場所 ⑦献穀田 ⑧高橋家報恩記念碑 ⑨神谷神明社 ⑩共同作業所  
 ⑪旧来迎寺村役場 ⑫火の見櫓 ⑬旧神谷信用組合 ⑭旧神谷小学校  
 ⑮旧神谷信用組合事務所 ⑯新潟県チューリップ初開花場所

図表 4-2-3 高橋九郎マップ (3 ページ)



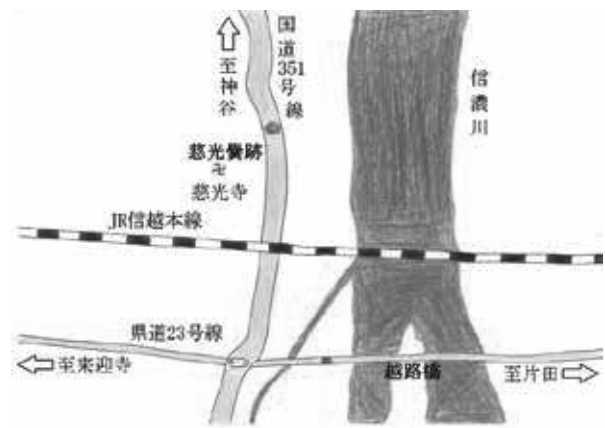
さらに高橋九郎が関係した場所は神谷地区だけにはとどまらないことから、幼いころ養子として過ごした場所、塾生として漢学などを学んだ場所、新潟県内で初めてソメイヨシノを植樹した場所4ヶ所も関連史跡として紹介した（図表4-2-3）。

- ① JR来迎寺駅から行くことのできる「もみじ園」の地図。旧高橋家別宅である（図表4-2-4）。
- ② 長岡市浦の善光寺にある「慈光龕」の地図（図表4-2-5）。
- ③ 小千谷市片貝の浄照寺境内にある「耕読堂」の地図（図表4-2-6）。
- ④ JR浦佐駅から行くことのできる南魚沼市野絵乙にある「後山」の地図（図表4-2-7）。

図表 4-2-4 もみじ園



図表 4-2-5 慈光龕



図表 4-2-6 耕読堂



図表 4-2-7 後山



#### 4. 2. 5 その他

歴史的にも貴重な史実であるにもかかわらず、地域で忘れ去られつつある5つの事柄についても紹介した（図表4-2-8）。

- ① 時の鐘 午前0時と午前11時に時を知らせる鐘を鳴らした。
- ② 気象旗 農事にとって大切な天気予報を気象旗を使って毎日知らせた。
- ③ 神谷とチューリップ 新潟県初のチューリップが明治39年に神谷で開花した。
- ④ ソメイヨシノ 新潟県でソメイヨシノが育たないものかともみじ園に移植した。

⑤ 果樹園 副業奨励の一環として、自宅横の果樹園に桃、柿、苺、梅などを試栽した。

図表 4-2-4 高橋九郎マップ (4 ページ)

### ～神谷信用組合～

1896年(明治29年)から始まった北越鉄道(現JR信越本線)の工事は酒蔵の農民に土木工事の労働需要をもたらした。その資金収入が農家を潤した。しかし、番付の弊害をもたらしたことから、高橋九郎は、番付放棄の風習を正し、信用造進を尊重するため、そして協同一致の考えの普及及び地産の良風を振興するために、県下2番目の信用組合となる有限責任神谷信用組合を1904年(明治37年)に設立しました。この組合は年々発展の道をたどり、内容が充実し、成績が優秀であったことから政府の全国表彰を受け、信用組合として全国有数の歴史を誇りました。神谷信用組合は、現在の山越線さんどうのルートとなりました。1911年(明治44年)シドニーとビクトリアのウェッジ夫妻は、世界調査旅行の途中、社会政策調査のため来日し、神谷信用組合の調査も行いました。高橋九郎は、当時の高橋家の巴ヶ丘別荘(現もかじ園)で夫妻を接待し、宿泊でもてなしました。このことから神谷信用組合は、世界的に注目されていたことがわかります。

### ～時の鐘～

昔は一般の農家には時計がなく、時刻が知られることができないため農事に不便でした。高橋九郎は1883年(明治15年)、自宅の屋上に時刻塔を設け毎日午前11時と午前0時の2回、鐘を打ち鳴らして時を知らせました。その音は遠くの地村にまでも聞こえ、午前11時の時報を聞くこと田圃に働く人々は昼食のため途次路につくの嚮としたものです。

### ～気象旗～

農業を行うのに雨・曇・霧・風力を知る必要を感じていた高橋九郎は、1906年(明治39年)から毎日(休日を除く)新潟県庁から電報で気象予報を知らせてもらい、宅前の果樹園内に設けた高さ20mの電報塔に気象旗や警報旗を掲げ、翌日の天気を知らせて農家の便宜を図りました。これは太平洋戦争中まで約40年間継続しました。

### ～神谷とチューリップ～

1904年(明治37年)、遊羊村(現長岡市神谷)に住む水島義郎は、高橋九郎が新潟県議員当時の調帳から入手したチューリップの球根を分けてもらい、自宅の庭に植えました。太陽光で温めた井戸水を与えるなど、手塩にかけて育てた甲斐あって、きれいなチューリップが咲きました。これが、新潟県初のチューリップです。当時小千谷市小栗田にあった陸軍の飛行場に勤務する軍人が高橋にまたがって見に来たということです。

### ～ソメイヨシノ～

江戸末期に作られたソメイヨシノが新潟県で育たないものかと東京から苗木を運び、巴ヶ丘にある高橋家の別荘(現もかじ園)に植え、育成に成功しました。この話が伝わり、長岡市の悠久山に大量のソメイヨシノが移植されることとなりました。

### ～果樹園～

自宅横に果樹園をつくり、桃、柿、梅、苺などを試栽して、育つかどうかの試験を行いました。成果の見込まれるものについては、希望者に苗木を分け与え、普及を図った。ここには、ブラタナスの苗木も植えられ、大樹となって育っています。

### ～高橋九郎の年表～

1860年(嘉永3年)12月17日 長岡藩御用出陣新田村(現長岡市神谷)の庄屋高橋九郎右衛門の長男として誕生。幼名聚太郎。その後右八郎。

1852年(嘉永5年) 南魚沼郡神村大字後山(現在の南魚沼市野江之)で1千年以上の伝説を誇り、母・祖母の喪事の際に当たる任務をへ後継者に入る。

1864年(元治二年) 高橋家に男子が誕生せず、生念に候る。隣村片貝の「講堂一丸山貞助堂一」(現小千谷市片貝町浄原寺境内)に入門。石黒忠憲(後の軍医総監、日本赤十字社長、相模顧問、正二位子爵)と交際始まる。

1870年(明治3年) 蘭私塾「啓光塾」にて本村判官(本名を誠一郎、旧長岡藩支隊総監)に就いて漢字を修める(1873年まで)。

1873年(明治6年)8月14日 公立の外新田校(小学校)が吉川外新田に開校。明治42年には基本金を設立し、判子をもって学校の経費に充当し、学区民からは教育費を徴収せず。

1878年(明治11年) 第十六大区小千谷戸長に就任。

1880年(明治13年) 父高橋九郎右衛門の死去により家督を継承。父名の九郎を継ぐ。

1881年(明治14年)12月 吉川外新田・遊羊両村の戸長に選出(公選)。

1882年(明治15年) 時の鐘を自宅土蔵の上に設置し、毎日午前11時と夜12時に時を知らせた。神谷では、現在も午前11時になると犬の見物のサイレンが時を知らせる。

1884年(明治17年)8月 吉川外新田等の10か村連合の戸長となる。

1888年(明治21年) 村会議員に就任(晩年に至るまで)。

1891年(明治24年) 村内救民に活動果を奮興。

1894年(明治27年)3月 帝國議会の衆議院議員、第六回帝國議会で出席。

1896年(明治29年) 神谷信用組合を設立。

1898年(明治31年) 巴ヶ丘別荘(現もかじ園)を建築。

1898年(明治31年)8月 帝國議会の衆議院議員に再任。一三回、十四回、十五回、十六回の帝國議会で出席。

1903年(明治36年) 稲草苗を岡山より移入し、鋤きと肥料、量産工場を作り普及に力を注ぐ。

1904年(明治37年) チューリップ球根を入手し、譲り受けた水島義郎氏(遊羊村在住)が県内で初めて開花に成功。

1906年(明治39年) 私設気象台を開設し、気象観測による天気予報の告知開始。以後40年間、ラジオが普及までの40年間続けた。

1906年(明治39年) 本郷村農会会長及び新農会正副会長に選出に就任。

1907年(明治40年) 土地改良の目的で排水路を建設。

1908年(明治41年) 吉川外新田・遊羊地区の土地改良を推進。

1908年(明治41年) 共同近代一町歩を設置。

1908年(明治41年)2月 本郷村村長に就任(明治45年3月まで)。

1904年(明治37年) 神谷信用組合を設立。初代組合長となる。

1911年(明治44年)9月9日 ウェッジ夫妻による神谷信用組合などの調査。巴ヶ丘別荘(現もかじ園)に1泊。

1911年(明治44年) 小作果品評会開催。100年以上の小作農者表彰。

1914年(大正3年)8月 信濃川大洪水。神谷信用組合は水害救済のために式馬門の開出を行う。

1918年(大正5年)10月25日 神谷銀行を設立(1934年4月第六大銀行と合併)。

1918年(大正5年) 勸定福院豪華を贈る。

1922年(大正11年)9月21日 承継 享年七十三歳。

其の他の功業

★銀行経営に開与：第六大銀行、与信銀行、開成銀行、新潟県農工銀行の経営に開与。

★鉄道事業への開与：北越鉄道(現JR信越本線)の現ルートを推進。両毛鉄道の第2位の大株主。毛越鉄道の計画に開与。

★日本石油会社(現JR日能日石エネルギー)の設立：殖産院会に参画。設立発起人に名を連ねる。

★新潟山越線株式会社設立：臨時役員。北魚沼郡豊之谷村下枝新守赤川の大規模開発を計画。

★長岡病院(現長岡赤十字病院)の設立：病院設立に際し、石黒忠憲に相談。創設時の医師の大方を石黒氏が幹線。

★ソメイヨシノ林：巴ヶ丘に移植し、新潟県で育つことが確認できた後、悠久山に植えられた。

★古い伝説：神谷中央公園(旧果樹園)内のブラタナスの大樹は、九郎さんが移植したと伝えられている。高橋家と神谷小学校との境界の石垣にもかなりの数のブラタナスの大木が植わっていた。



巴ヶ丘のソメイヨシノ  
(昭和16年)



チューリップの巨木 神谷 果樹園



果樹園のブラタナス

- 4 -

## 5. 生誕165周年記念事業

### 5. 1 記念事業の概要

昨年度の活動で作成した「高橋九郎マップ」を作る活動の中で、今年が高橋九郎が生まれて165年目の節目の年であることが分かった。

そこで今年の活動は、神谷在住の大地主であった高橋九郎が地域発展に残した功績を広く知らせ、後世に伝えるために、生誕165年を記念する催し物をもみじ園で開催することを地域活性化プログラムの取り組み課題として計画した。

7月19日に越路もみじの会会長である廣川篤氏を訪問（図表5-1-1）し、これまで収集した資料展示と記念講演会をもみじが紅葉する時期にもみじ園で記念行事として開催できないかと考えていることを話した。この際、協力要請文と記念行開催企画書（案）を持参して説明した（図表5-1-2、図表5-1-3）。

廣川氏の話では、近年紅葉の頃にもみじ園を訪れる観光客は増え、昨年度は約6万人の人が訪れたとのことであった。しかし、もみじ園を作った高橋九郎のことを知る人は殆どおらず、また高橋九郎を紹介する催しなどもこれまで行ってこなかったとのことであった。

廣川氏からは、記念行事開催について越路もみじの会として全面的に協力するということを快諾いただいた。さらに、開催時期と場所について越路観光協会様とその場で連絡を取ってくださり、記念講演会(後の記念シンポジウム)を11月6日（日曜日）午後からもみじ園の「もみじの間」で開催することとなった。

資料展示会については、10月末から11月末にかけてもみじ園の建物が一般公開されるのに合わせて開催することを考え、ゼミ中での話し合いでは11月5日（土）、6（日）、12（土）、13日（日）の計4回行いたいと考えていることを話し、この日時で開催することです承を得た。

その後、長岡大学地域連携研究センターからもCOC+の活動の一環として協力していただけることになった。

図表5-1-1 もみじの会会長廣川篤への協力要請訪問



図表 5-1-2 越路もみじの会への要請文

越路もみじの会  
会長 広川篤 様

長岡大学  
高橋ゼミナールⅢ・Ⅳ

高橋九郎生誕 165 周年記念展示・講演会への「主催者」参加のお願い

拝啓 御会におかれましては、益々ご隆盛のこととお慶び申し上げます。

日ごろは長岡大学および当ゼミナールの活動にご理解とご協力くださり、誠にありがとうございます。

さて、当高橋ゼミナールは、平成 18 年から本学の特徴ある教育プログラムの一つである「学生による地域活性化プログラム」に参加し、「地域の資産を生かした地域活性化」をテーマとした活動を神谷地域において行っております。これまでに、地域コミュニティ活性化要因の抽出、「神谷情報マップ」の作成、「新潟県初のチューリップ開花地を知らせる看板」設置、旧神谷信用組合の建物と休耕地活用に関する提案、神谷の自然を子供たちに伝えるためのEポートによる須川下り、「もみじ園をひらいた高橋九郎マップ」の作成などの活動を行ってきました。

この活動を通して、神谷地区の人達からは、神谷の素晴らしさを再認識できた、神谷のこの素晴らしさを次世代に伝え残して行きたい、自分たちが住む地区の歴史・文化・遺産に誇りを持って、などの声が寄せられました。また、神谷地区が主催する催し物にも積極的に参加し、神谷の人たちとの交流を深めて来ました。

私たちはこの活動を行う中で、現在の神谷の姿を作ったキーパーソンは、地主、議員、企業家として活躍した高橋九郎であることに気づきました。また、昨年度「高橋九郎マップ」を作成する中で、本年が生誕 165 周年にあたることを知りました。そこで私たちは、地域の発展にその人生のすべてを捧げた高橋九郎の人物象と業績を伝える 165 周年記念事業を本年度のゼミ活動として取り組むことにいたしました。

つきましては、日ごろ高橋九郎がひらいたもみじ園の維持・発展のために活動されておられる御会からも本記念事業に主催としてご参加いただきたく、お願い申し上げます。

記念事業の詳細については、別紙“『高橋九郎生誕 165 周年記念展示・講演会』開催企画書（案）”に記した通りです。

本事業開催の趣旨をご理解の上ご検討くださいますよう、よろしく申し上げます。

敬具



図表 5-1-3 高橋九郎生誕 165 周年記念行事開催企画書（案）

『高橋九郎生誕 165 周年記念展示・講演会』開催企画書（案）

高橋ゼミナールⅢ・Ⅳ

趣旨

近年多くの観光客が訪れるもみじ園をひらいた高橋九郎が 1850 年（嘉永 3 年）12 月 27 日に長岡藩西組宮川（現長岡市神谷）の庄屋高橋九郎右衛門の長子として誕生して 165 年周年を迎えました。

氏は、農業技術の改良や耕地整理、神谷信用組合や神谷銀行の設立、衆議院議員など地主、企業家、政治家として多彩な活動を行い、旧来迎寺村をはじめとする地域の発展にその生涯のすべてを捧げました。しかし、現在では、その功績や人となりは語られることはほとんどなく、歴史の片隅で忘れ去られようとしております。

氏の生誕 165 年を迎え、地域振興にその生涯を捧げた氏の生き方は、地方の時代と言われる現代に生きる私たちにも通ずる何かを語りかけてくれるのではないかと考え、氏の業績と人生を振り返り、その先駆的でダイナミックな活躍を学ぶ会を開催することとしました。

名 称 高橋九郎生誕 165 周年記念 展示・講演会  
～地域の発展に生涯を捧げた軌跡～

日 時

講演会 2016 年 11 月 6 日（日）

展示会 2016 年 11 月 5 日（土）、6 日（日）、12 日（土）、13 日（日）

\*ボランティアガイドによる来園者への案内は、10 月 29, 30 日、11 月 5, 6, 12, 13 日に行われる。

場 所

もみじ園

内 容

講演会 地域の発展に生涯を捧げた高橋九郎の軌跡 講師 長岡大学教授 松本和

明

展示会 神谷地区と歴史文化の会が収集・所有する高橋九郎ゆかりの資料の展示

- ・地主・農業技術者としての資料
- ・企業家としての活躍を物語る資料
- ・政治家としての活躍を紹介する資料

## 準備活動

7月中旬	主催、後援要請活動
下旬	長岡市広報誌への掲載依頼
8月下旬	案内・ポスター作成と配布
9月	展示資料の準備・作成
10月	展示資料の準備・作成、説明練習
11月4日	展示資料設置
11月5日	資料展示・説明、講演会準備
11月6日	講演会準備・開催
11月12日	資料展示・説明
11月13日	資料展示・説明、展示物撤収

## 5. 2 資料展示

### 5. 2. 1 展示資料の作成

展示会で展示する資料は、神谷の「歴史・文化の会」がこれまでに収集した写真や古文書と市内の収集者が寄贈されたり貸して下さったりした資料を使うことにした。しかし、どの資料も貴重なものであるため現物を展示することは避け、イメージスキャナーで読み込んで印刷したコピーを展示することにした。

展示した資料の数は、展示場所の広さの関係もあり全部で45点とした。資料の数はそれほど多くはないが、これまで一度も公表されてこなかった資料も多数含ませ、興味を持って観ていただけるように工夫した。

これらの展示資料についてアドバイザーの方々からのご意見をいただくために、10月11日に中間レビューを開催した。展示資料に対するご意見は特になかったが、発表のしかたについて、原稿に目を落としながら説明するのではなく、写真を見ながら説明したほうが良いとのご意見をいただいた。

中間レビューで展示資料に対する修正意見が特になかったことから、準備しておいた展示資料をA2サイズで印刷して額に入れ、イーゼルに立てて展示する準備を行った。また展示資料に簡単な説明文を付けることにして、その用意を行った。

資料の展示では、訪問者に活動の内容が伝わりやすいように、高橋家に関するもの、九郎翁に関するもの、模範村建設に関するもの、企業活動に関するもの、議員活動に関するもの、その他にグループ分けして配置し、一巡することで高橋九郎の業績の全体像が把握できるように工夫した。

展示会当日は、訪れた人に展示資料の題名を紹介する「展示資料の一覧」を印刷して配布した(図表5-1-4)。

この一覧の裏には、高橋九郎の考えを少しでも知っていただけたらと考え、高橋九郎が大正4年5月の神谷信用組合十周年大会に際し組合長として行った訓示「恒心より恒産を生ず」を印刷した(図表5-1-5)。

図表 5-1-4 展示会で配布した展示資料一覧

国登録有形文化財登録及び高橋九郎翁生誕165周年記念展示資料一覧				
種別	写真	資	料	名 称
	1	高橋九郎翁写真展		
高橋家	2	高橋家の歴史		
	3	高橋家系図		
	4	高橋家旧家屋		
	5	高橋邸図面		
九郎翁	6	高橋九郎翁銅像		
	7	高橋九郎翁年表		
	8	産業組合中央会新幡支会発行「高橋九郎翁」		
模範村建設	9	耕地整理と河川改修		
	10	気象旗		
	11	作業場外観		
	12	作業場での作業風景		
	13	製筵工場		
	14	火の見櫓		
	15	果樹園の設計図		
	16	温室設計概要		
	17	創立当時の神谷信用組合事務所		
	18	神谷信用組合旗		
	19	神谷信用組合設立7周年記念祝賀の辞		
	20	神谷信用組合専売の葉		
	21	神谷信用組合20周年記念誌		
	22	ウェッブ夫婦による神谷信用組合調査		
	23	「大英国産業組合活動」に関するメモ		
企業活動	24	神谷銀行開業広告		
	25	「浦」に駅を設置要求する理由書		
	26	銀山日記		
	27	銀山記		
議員等活動	28	第16大区副区長任命書		
	29	道半村・宮川外新田戸長任命書		
	30	衆議院議員の証		
	31	国会活動		
	32	第6回衆議院請願委員会		
その他	33	創設当時のもみじ園		
	34	花下宴会		
	35	今は無き観音像		
	36	六十九銀行員運動会		
	37	30連隊長が食後に茶飲む図		
	38	東京の別邸		
	39	柳田国男氏講話への同行図		
	40	井上円了氏		
	41	石黒忠憲氏		
	42	新潟県最初のチューリップ開花者 水島義郎氏		
	43	プラタナスの木		
	44	高橋家報恩記念碑		
	45	神谷に遺る史跡		

(長岡大学 高橋治道ゼミナール)

図表 5-1-5 恒心より恒産を生ず

大正四年五月神谷信用組合十周年大会に際し組合長として行つた訓示  
恒心より恒産を生ず

古人言う、恒産なきものは恒心なし、衣食足りて礼節を知る云々とあるは古今の金言にして、吾人の常に敬服するところであるがしかし予は言にここに経験の一斑を裏面から述べてみよう。さて世の中は万般のものに就いて総じて表裏がなくはならぬものである。一例を揚げれば家屋の内、戸障子、畳の表裏又は衣服に至りては、縞の表に無地染色の裏を付けて一枚の着物になるが如きもので、表あれば必ず裏がある。今ここに恒の産と云うものを小農工商者の恒の産なき者をして、百姓流に是が裏手から、遠慮なくいわしむるときは、資本家に恒心乏しくして、無産者の方かえつて恒心多しと思う。我々小農工商の無産者を相手として産業組合を経営従事する者の実驗上よりみるときは恒産よりも恒心なる者を、第一位に置かなければならぬと思う。要するに恒心なるものは常の心にして何も別段の心にあらず、非常に好き心にもあらず又非常に悪しき心にもあらず、ただ平々凡々約言すれば、常識を備えただけの平常の心なれば、何人も生まれながらにして持つてゐるところの素心であると思う。故に無産の者に対し、勤儉貯蓄の美風を奨導して、常の心を発起せしむるときは、恒徳を重んずる道に向かうと共に、自然と恒産も出来る、これに引きかえ大資本家も、恒心に乏しければ、たちまちにして数万の財産を蕩尽する者実例甚だ多し、故に恒産が恒心を支配するものではなく、恒心即ち常の心が活動して人格を造り又常の産を作るのである。古人が精神一到何事かならざらんと云うも常の心が変わらぬ、撓まず進み行けば人の望みは足るものと云う、範を示したものである、人間に常の産が無ければ、常の心が無きものと云うならば府県郡の官吏中にも恒産を有せざる人士なしとも限られず、もしあるとすれば、いやしくも人民の上に立ちて政事を行う官吏にして、恒の心なしとすれば、はなはだ危険千万と云わねばならぬ次第である。しかるに事實は是に反し恒産なき官吏も、百姓も商人も、下男女といえども生れ得て、備わりおる所の素心、即ち常の心が変わらざる限りは自然に道徳も向上し、善政も行われ、又興産もできる。これ我が信用組合員の恒産なきものが恒心の発達と共に資産を造りたる実例にして、学説の反対なれども、これが物には表裏のある現象にして我が組合員が裏面より常の心を発達せしめて、今日表面に恒産を作る途に向けて進みつつある結果を共に祝賀に堪えざる次第なり、組合員諸氏ますます進で恒心を磨かれんことを。

大正四年五月十六日

神谷信用組合長

高橋 九郎

### 5. 2. 2 学園祭での展示

もみじ園で開催する「高橋九郎生誕 165 周年記念シンポジウム」での展示資料の説明の練習を兼ねて 10 月 28、29 日に開催された悠久祭において作成したパネルを展示し、説明を行った。午前と午後一回ずつの説明を数名の方が聞いてくださいました。

これまでのゼミ活動では、高橋九郎のことを説明する機会は成果発表会のみだったので、シンポジウムに向けてとても良い経験になった。

説明を聞いてくださった方に感想などをお聞きしましたが、よく調べてまとめられている、名前は聞いたことあるがここまで活動しているのは初めて知ったなどの声をいただきました。また、説明をする中で早口になっていたという改善点も見つかりました。

図表 5-2-1 悠久祭での展示の様子 1



図表 5-2-2 悠久祭での展示の様子 2



図表 5-2-3 悠久祭での展示の様子 3



### 5. 2. 3 もみじ園での展示

もみじ園の一般開放に併せ、11月5日、6日、12日、13日の土日に実施した。展示した写真は全部で45枚である。朝日山山荘（もみじ園）内の全ての部屋を使い、分野ごとに展示した。また、希望する見学者の方には写真の説明を行い、高橋九郎の業績をより知ってもらうように活動した。

図表 5-2-4 もみじ園での展示の様子（入口）



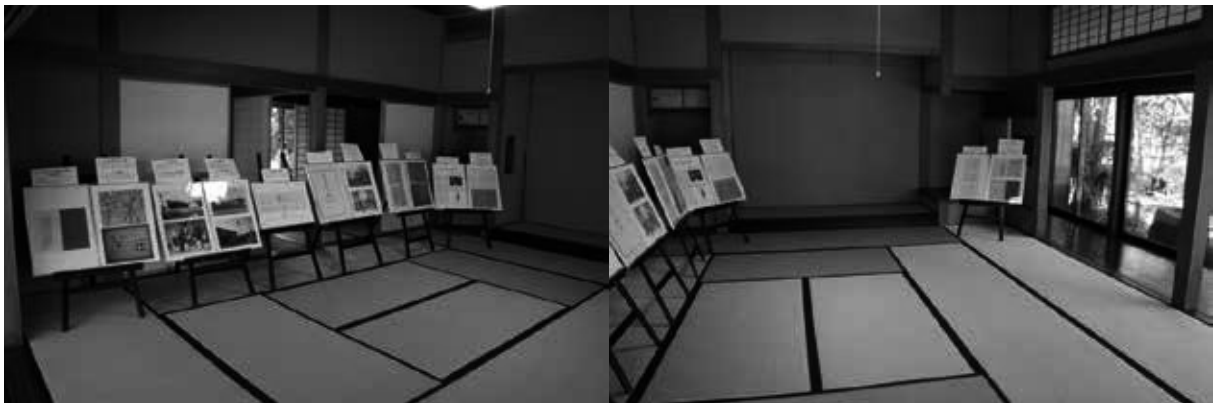
図表 5-2-5 もみじ園での展示の様子（玄関）



図表 5-2-6 もみじ園での展示の様子（さくらの間）



図表 5-2-7 もみじ園での展示の様子（もみじの間）



図表 5-2-8 もみじ園での展示の様子（さつきの間）



図表 5-2-9 もみじ園での展示の様子（廊下）



図表 5-2-10 もみじ園での展示の様子（いろりの間）





展示した資料の中の一部をここに紹介する。

図表 5-2-11 高橋九郎



図表 5-2-12 設立当時の神谷信用組合事務所



創立当時の事務所

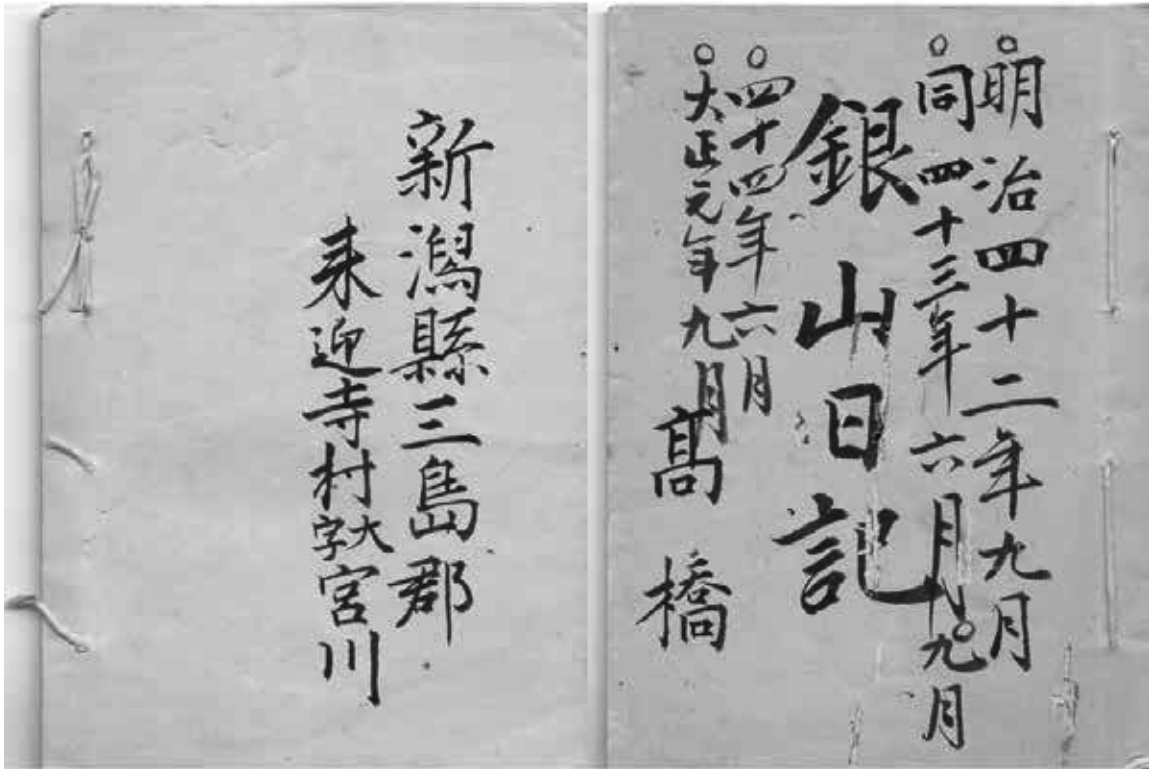
図表 5-2-13 神谷信用組合旗



組合旗と木綿の組合員制服（羽織り）を着用された組合長。（大正2年1月撮影）



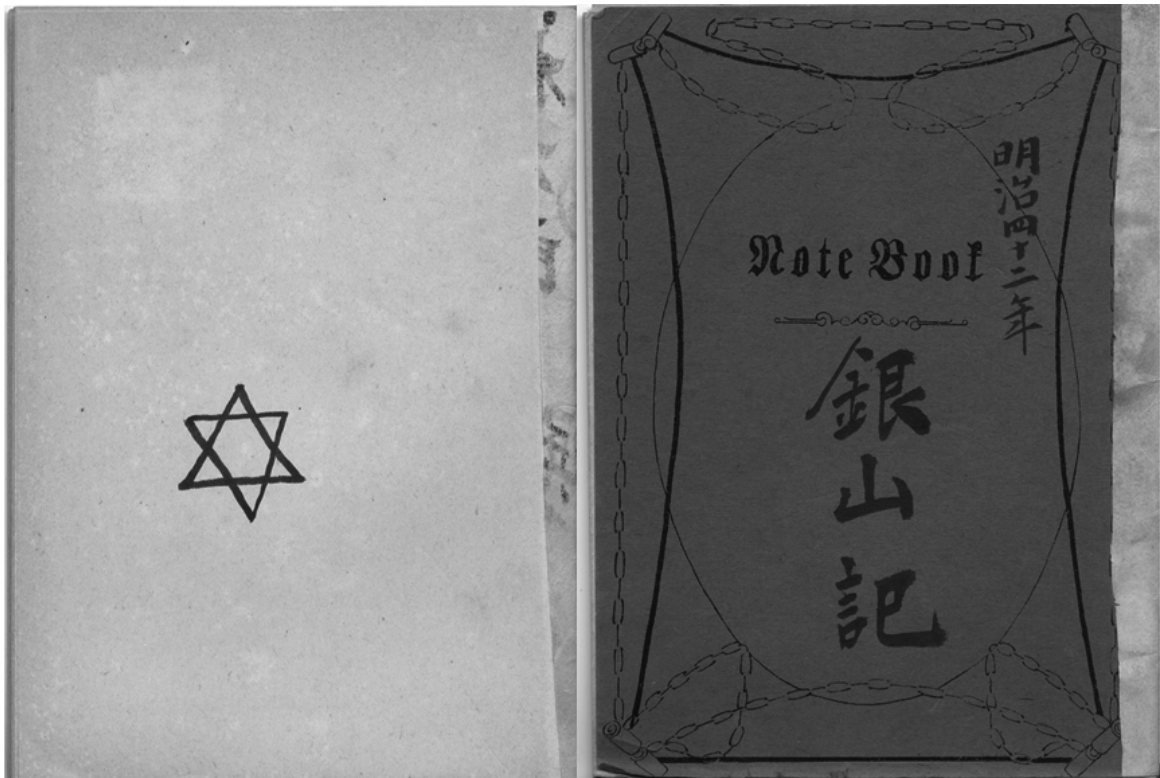
図表 5-2-16 銀山日記・銀山記



裏表紙

表紙

図表 5-2-17 銀山記



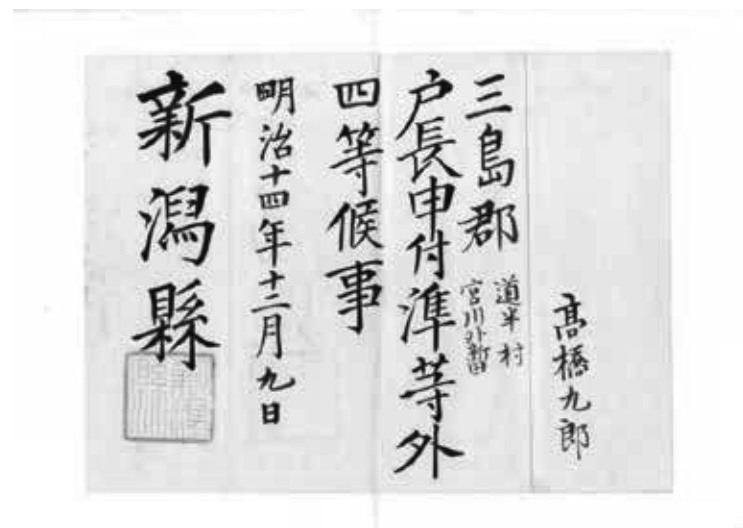
裏表紙

表紙

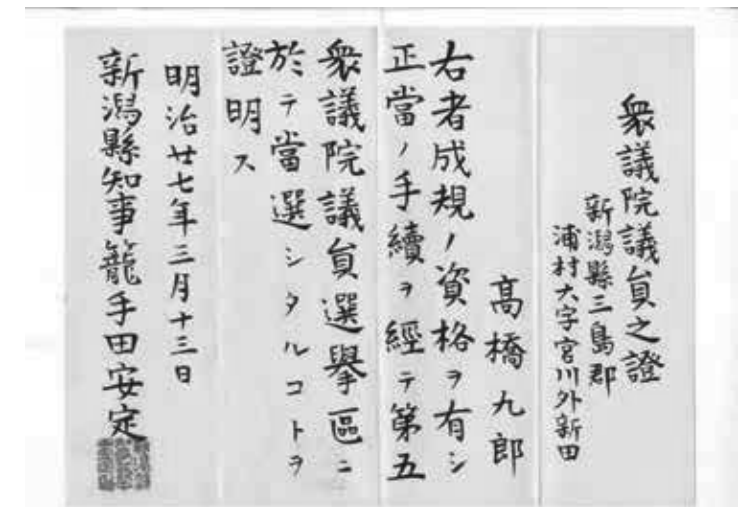
図表 5-2-18 第 16 区副長任命書



図表 5-2-19 道半村・宮川外新田戸長任命書



図表 5-2-20 衆議院議員之證



図表 5-2-21 国会活動資料一覧

検索結果一覧

NO	議会	院名	種別	会議名	号(回)	開会日付
001	13	衆議院	索引	議事速記録索引	-	-----
002	15	衆議院		請願委員会	1	明治34年01月23日
003	15	衆議院		請願委員会	2	明治34年02月01日
004	15	衆議院		請願委員会	3	明治34年02月13日
005	15	衆議院		請願委員会	4	明治34年02月20日
006	15	衆議院		請願委員会	5	明治34年03月15日
007	15	衆議院		請願委員会	6	明治34年03月20日
008	15	衆議院		請願委員会	7	明治34年03月22日
009	15	衆議院		社寺上地林処分法案外、存置を要せざる国有林野の特売に関する法律案委員会	1	明治34年03月16日
010	15	衆議院		社寺上地林処分法案外、存置を要せざる国有林野の特売に関する法律案委員会	2	明治34年03月18日
011	15	衆議院		台湾事業公債法中改正法律案委員会、明治三十二年法律第一百号中改正法律案委員会	1	明治34年02月25日
012	16	衆議院		請願委員会	1	明治34年12月12日
013	16	衆議院		請願委員会	2	明治34年12月16日
014	16	衆議院		請願委員会	4	明治35年02月05日
015	16	衆議院		請願委員会	5	明治35年02月14日
016	16	衆議院		請願委員会	6	明治35年02月28日
017	16	衆議院		請願委員会	7	明治35年03月04日
018	16	衆議院		請願委員会	8	明治35年03月05日
019	16	衆議院		請願委員会	9	明治35年03月07日
020	16	衆議院		鉱業法案委員会	1	明治35年03月05日
021	16	衆議院		鉱業法案委員会	2	明治35年03月06日
022	16	衆議院		鉱業法案委員会	3	明治35年03月07日
023	16	衆議院		鉱業法案委員会	4	明治35年03月08日
024	16	衆議院		工業試験所に板硝子製造練習工場設置に関する建議案委員会	1	明治35年01月22日
025	16	衆議院		工業試験所に板硝子製造練習工場設置に関する建議案委員会	2	明治35年01月24日
026	16	衆議院		国有土地森林原野下戻法施行法案委員会	1	明治35年01月24日
027	16	衆議院		国有土地森林原野下戻法施行法案委員会	3	明治35年01月31日
028	16	衆議院		国有土地森林原野下戻法施行法案委員会	4	明治35年02月05日
029	16	衆議院		国有土地森林原野下戻法施行法案委員会	5	明治35年02月13日
030	16	衆議院		徴兵令中改正法律案委員会	1	明治35年02月14日

4日間を通して1,000名を超える方から見ていただき、説明を行った（図表5-2-11）。

図表5-2-11 展示資料の説明



見学者から寄せられたご感想と説明しての感想は、次の通りである。

#### 見学者の感想

資料展示と説明を通して、次の様々な声が寄せられました。

- ・今までは建物の見物だけで終わっていたが、創設者の事を知ることが出来て良かった。
- ・高橋九郎さんの事を全く知らなかったので知ることが出来て良かった。
- ・今まで以上に高橋九郎さんの事が深く知る事が出来た。

等々

#### 説明しての感想

- ・建物の中を見たいという方々が多く、その方々に積極的に説明をしていくことで高橋九郎を知らない人にもどんな人物か伝えることが出来た。
- ・今回の活動で高橋九郎生誕165周年を飾ることが出来た。
- ・今後もシンポジウムなどを開催することで、さらに高橋九郎という人物の知名度が上がると確信出来た。

### 5. 3 生誕165周年記念シンポジウム

既に述べたように、本年が高橋九郎が生まれて165年目の年であることから、地域振興に生涯をささげたその一生と業績を紹介する資料展示会と記念講演会からなる生誕165周年記念行事を開催することを計画した。

当初は松本和明先生による記念講演を考えていた。しかし、準備を進める中で長岡大学地域連携研究センターがCOC+の活動の一環をして取り上げてもらえることになり、パネルディスカッションを含んだ「高橋九郎翁生誕165周年記念シンポジウム～地域の発展に生涯をささげた軌跡～」として11月6日の午後2時半からもみじ園のもみじの間で開催することとなった。

記念行事の内容と共催・後援団体が決まった時点でポスターとチラシを地域連携研究センターから作成していただき、主だったところに配り、展示・配布していただいた。

図表 5-3-1 シンポジウムのチラシ

**長岡大学** **地(知)の拠点**

平成28年度 長岡大学地(知)の拠点大学シンポジウム

## 高橋九郎翁生誕165周年 記念シンポジウム

～地域の発展に生涯を捧げた軌跡～

平成28年  
とき **11月6日** 13:00～16:00

場所 登録有形文化財 **もみじ園** (岡崎市朝日600番地)

定員 **先着50名 入場無料**

近年多くの観光客が訪れる“もみじ園”をひらいた高橋九郎翁の生き方は、地方の時代と言われる現代に生きる私たちに何かを語りかけてくれるのではないのでしょうか。“もみじ園”は、国の登録有形文化財に指定されました。  
なお、このシンポジウムは、長岡大学「地(知)の拠点大学地方創生推進事業(COC+)」として、地域の方々のご協力で開催するものです。

**第1部/講演 13:00～14:00**  
「高橋九郎の足跡と活動」 講師：長岡大学教授 松本 和明

**第2部/パネルディスカッション 14:30～16:00**  
「地方創生時代に九郎翁から学ぶことは！」

(リネリスト)	越路神谷区長	白井 滯 氏
	長岡市役所越路支所産業建設課課長	新保 浩一 氏
	越路もみじの会会長	廣川 篤 氏
	ながおが生活情報交流わっと理事長	藤原 眞二 氏
	長岡大学教授	松本 和明
	長岡大学学生	高橋ゼミナール学生
(コーディネーター)	長岡大学教授	高橋 治道

〈お申込〉  
電話・FAXでお申込下さい。FAXでのお申込は、このチラシの下欄に記入し、下記のFAX番号に送信してください。  
**TEL: 0258-39-1600(代)**  
**FAX: 0258-39-9566**  
長岡大学地域連携研究センター  
担当：小田原、山田  
〒940-0828 長岡市朝山町80-8  
<http://www.nagaokauniv.ac.jp>

主催／長岡大学地域連携研究センター (企画・運営／長岡大学高橋治道ゼミナール) 共催／越路観光協会  
後援／長岡市、越路神谷区、歴史・文化の会、越路もみじの会、筑北越路銀行、JA越後さんとう



### 5. 3. 1 共済・後援団体

作成した資料の展示、説明、高橋九郎翁誕生記念シンポジウムをもみじ園で行うにあたって、以下の企業に共催、後援団体として協力して頂いた。

- ・共催 越路観光協会
- ・後援 長岡市、越路神谷区、歴史・文化の会、越路もみじの会、(株)北越銀行、JA 越後さんとう

共催と後援の願いは、手続き的に難しい問題があったため、地域連携研究センターに協力してもらって行った。

### 5. 3. 2 シンポジウム

高橋九郎翁生誕165周年記念シンポジウムは高橋家の別荘であったもみじ園のもみじの間で11月6日に開催した。参加者は定員いっぱいの50名であった。

シンポジウムでは、まず初めに本学の教授である松本和明教授から講演を行なっていただいた。「高橋九郎の足跡と活動」と銘打たれたこの講演では、高橋九郎がどんな人物だったのか、何をした人物だったのかなどがわかりやすく紹介された。この講演に対する反響は大きく、シンポジウムの後に記入してもらったアンケートにも「松本先生の話が素晴らしく、シンポジウムの内容がインターネットで見られるようにしてほしい。」といった意見や感想が寄せられた。

松本教授の講演の後に5人のパネリストによるパネルディスカッションを行った。

パネリストとコーディネータは以下の通りである。

パネリスト	越路神谷区長	白井湛様
	長岡市役所越路支所産業建設課課長	新保浩一様
	越路もみじの会会長	廣川篤様
	ながおか生活情報交流ネット理事長	桑原眞二様
	長岡大学教授	松本和明
	長岡大学高橋ゼミナール学生	今井練
コーディネータ	長岡大学教授	高橋治道

各パネリストから自己紹介を行っていただいた後、メインテーマである「地方創生時代に九郎翁から学ぶことは！」に沿って、以下の内容でシンポジウムを行った。

#### 1) 自己紹介と所属する組織の紹介

全員

#### 2) 高橋九郎翁に対する印象・感想

白井様 ご自身の印象・感想。地元神谷の皆さんの九郎翁に対する印象・認知度。

新保様 ご自身の印象・感想。越路地域の九郎翁に対する印象・認知度。

廣川様 ご自身の印象・感想。もみじ園訪問者の間での認知度や関心の度合いも含めて。

桑原様 ご自身の印象・感想。ネットで越路地域の情報発信をされている立場から見て。

松本 産業史を専門とされる立場からの印象や感想。

学生 ゼミ活動で九郎翁のことを調べてみての印象や感想。

- 3) 越路地域の活性化について、各自の立場から見た良い点・欠けていると思う点・課題
- 白井様 神谷区長として。  
新保様 行政の立場から。  
廣川様 もみじの会の立場から。  
桑原様 ながおか生活情報交流ネットの立場から  
松本 他地域で生まれ育ったたちばから
- 4) 地方創生という観点から見た時に、高橋九郎翁から学ぶことは何か  
各パネリストからそれぞれの考えを一人3分目安で話していただいた。
- 5) 高橋九郎翁のことを今後広め、地域の宝として行くには
- 白井様 神谷での今後の取り組みの計画や考えられるアイデアは何か。  
新保様 越路地域の偉人の一人として、今後広めて行くうえで行政の立場からできることは何か。  
廣川様 九郎翁、もみじ園、松籟閣の三点を有機的に結びつけて広めるのに必要なことは何か。  
桑原様 様々な地域の活動を見てこられた立場から、必要と考えられるものはなにか。  
松本 教育者、産業史の専門家として、九郎翁のことを越路地域で今後どのように取り上げていったら良いと考えるか。
- 学生 若者の立場から、九郎翁のことを若者に伝え、残してゆくには何が必要か。
- 6) 地域活性化について、長岡大学に望むことは何か  
白井様、新保様、廣川様、桑原様から発言していただく。
- 7) 会場からの質疑・応答

パネリストの皆様からは、活発な発言をしていただき、とても有意義なシンポジウムであった。なかでも、もみじ園を観光資源として活用し、それに合わせて高橋九郎翁のことを伝えて行くには、若者目線に合わせた取り組みを考えてゆくべきである、これまでの活動から一歩も二歩も発想を広げた取り組みが必要であるなどの意見などは、とても新鮮な意見であった。

図表 5-3-2 シンポジウムの受付



図表 5-3-3 パネルディスカッション



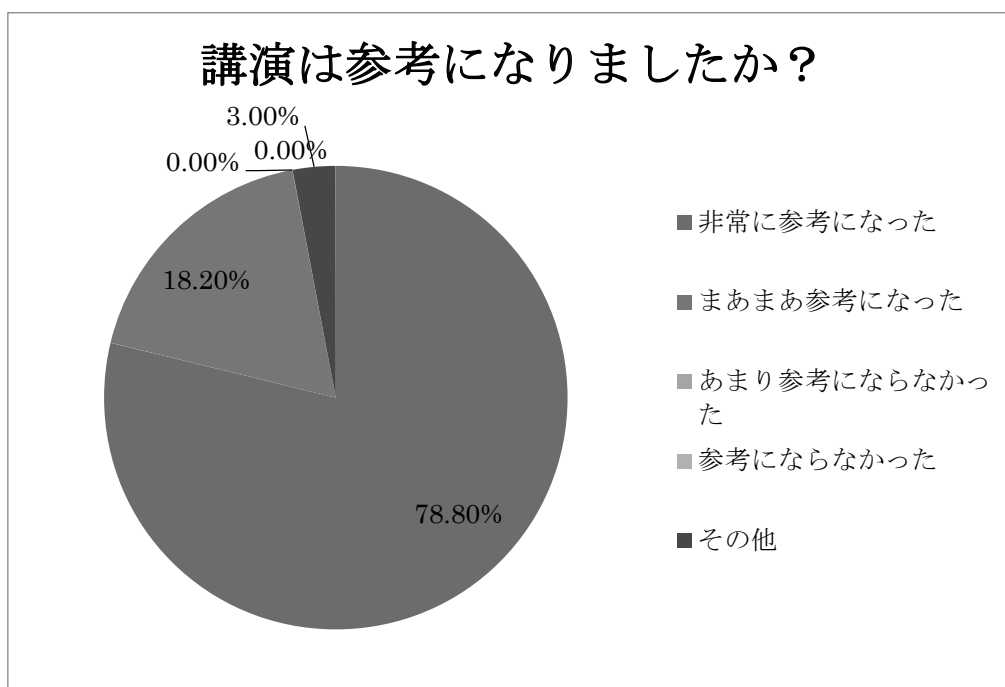
### 5. 3. 3 アンケート結果

シンポジウム参加から答えていただいたアンケートの結果は以下のとおりである。

#### 問1 講演は参考になりましたか？

非常に参考になった	26	78.8%
まあまあ参考になった	6	18.2%
あまり参考にならなかった	0	0.0%
参考にならなかった	0	0.0%
その他	1	3.0%
計	33	

その他 神谷出身の為、初めて聞く話で良かった。

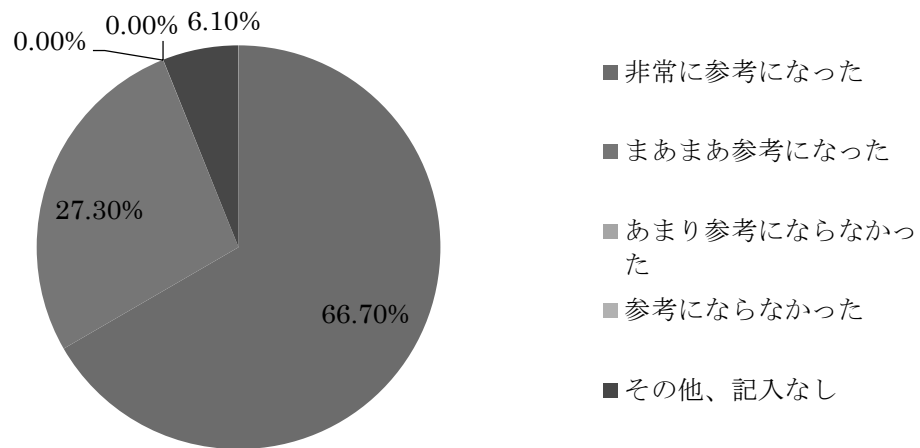


#### 問2 パネルディスカッションは参考になりましたか？

非常に参考になった	22	66.7%
まあまあ参考になった	9	27.3%
あまり参考にならなかった	0	0.0%
参考にならなかった	0	0.0%
その他、記入なし	2	6.1%
計	33	

その他 関係者の方の御努力に感謝致します。

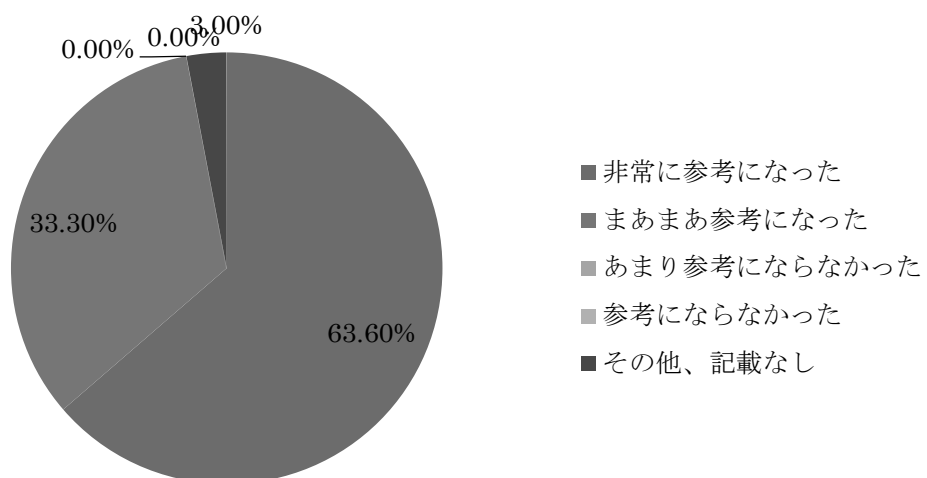
## パネルディスカッションは参考になりましたか？



### 問3 シンポジウムの評価について

非常に参考になった	21	63.6%
まあまあ参考になった	11	33.3%
あまり参考にならなかった	0	0.0%
参考にならなかった	0	0.0%
その他、記載なし	1	3.0%
計	33	

## シンポジウムの評価について？



問4 地域の活性化に役立つと思われるご意見、ご提案などを具体的にご記入ください。

**地域活性化に役立つと思われるご意見、ご提案**

- ・越路だけにとどまらず、せっかく合併したのだからALL長岡で考えたほうが良いと思う。旧越路地区にこだわりすぎていると思う。
- ・PRパネルを銀行や駅、役所などにも提示して市民に知らせてほしい。
- ・高橋九郎マップの風景写真のような歴史的な写真をもっと埋もれているものを掘り興し出来る様に進んで行ってほしい。
- ・企業（地域の歴史人物）行政、地域（集落）活性活動を実践されている内容を面的に結びつける事で更に役立つと思われる。
- ・地域貢献されてきた方々で高橋九郎様のような、強い心を持って推進されてきた方の生き様を紹介されると、とても力になると思うので、いろんな方々を紹介して、聞かせて頂きたい。
- ・高橋九郎の活躍の足跡を尋ねるツアーを春、秋に計画されたい。もみじ園→越路駅→信用組合跡→果樹園→松籟閣→蛍苑等
- ・松本先生のお話が大変良かったので、この内容が気軽に見られるように、インターネットで公表してほしい。
- ・もみじ園からの眺望がすばらしいものをもっと利用すべき。

**感想**

- ・現在の姿を歴史と共に感じる事が出来る。今回のようなシンポジウムを開催していただくと大変良いと思います。
- ・地域課題をさぐり、これまでのように活動を継続して欲しい。
- ・パネラー各位の提案（活動）から全てが役に立つと感じられた。パネラーから大学に要望のあった「継続的取り組みに同感した。
- ・歴史が判れば、未来が見える。したがって地域のことを大いに住民に知ってもらう必要がある、今後とも歴史教育に力を注いで欲しい。
- ・これからも継続して活動を深めて頂ければと存じます。
- ・越路町の生まれですが、高橋家の事が大変良く判りました。
- ・高広源の教えは現代でも生きている、活かしていけるものと実感しました。大変勉強になりました。
- ・地域を発展させた偉大な人達を、これからもどんどん紹介して欲しいと思います。
- ・教材化して個人的には偉人の小説、アニメ、映画化して欲しい。

問5 長岡大学のシンポジウムやフォーラムでとりあげたらよいと思うテーマ等ご希望がありましたら、ご自由にご記入ください。

**長岡大学のシンポジウムやフォーラムでとりあげたらよいと思うテーマ**

- ・地元ネタで昔話をするのはいかがと。
- ・地域毎の歴史（人物）を順次取り上げてください。



## 6. 成果発表会

今まで、高橋九郎についての説明は年表などの歴史や起業、功績の説明をするだけだったが、今年は今まで違った大きな活動ができた。

その活動というのは、もみじ園で行われたシンポジウムである。もみじ園は紅葉が有名で、地方からもたくさんの方が足を運んでおり、もみじ祭りという祭りも行われている。その中で、もみじ園の中心に建てられた高橋九郎の別荘がシンポジウムの会場であった。

成果発表会は、その様子を説明するだけではうまく伝わらないということから写真をふんだんに使用し、当時の様子をイメージできるよう工夫した。

発表を聞いていた方が少しでも興味を持ちもみじ園に足を運んでいただくことが、今回の活動と発表に大きな意味があると感じた。

アドバイザーの方からは、よくまとめて説明できていると言葉をいただいた。しかし、中間発表の際に楽しく発表したほうがいとアドバイスをいただいていたが、緊張していたために楽しく発表はできず勿体無い発表になってしまった。

## 7. まとめ

私たちは、昨年、神谷に足を運び泥んこ田などの行事に参加させていただいた。しかし、今年は悠久祭の行事と重なったり就職活動とぶつかるなどして神谷の行事に参加することができなかった。

今年度のゼミ活動は、昨年作成した高橋九郎マップを配布することから始まった。マップをより多くの方に見ていただけるよう、人通りが多い「まちの駅」などにおいてもらうことを考え、アポイントをとりマップを置いていただけるよう話し、マップを置いていただいた。どこのアポイントを取るのか分担を自分たちで話し合っ決めて、各自足を運び活動した。

初めは、ゼミ生一人ひとりが人任せであったために活動に遅れが出るなど、ゼミとしてまとまった行動ができなかった。しかし、もみじ園で行われた高橋九郎生誕165周年行事では、高橋ゼミとして活動ができた。ゼミ生一人一人がガイドとなって資料の説明を丁寧に行い、助け合いながら仕事を行うことができた。

一年間の活動を通して、高橋九郎に関する知識が増えたが、ゼミ生一人ひとりがそれぞれの役割を果たし活動することができたことが一番の収穫であった。もみじ園で行われたシンポジウムも高い評価を得て、非常に内容の濃い活動ができたと考える。

## 参考資料

越路町史 資料編 3 近代・現代、越路町、平成 11 年 3 月 31 日発行

越路町史 通史編 下巻、越路町、平成 13 年 11 月 30 日発行

創業百年史、株式会社 北越銀行、昭和 55 年 9 月 10 日発行

決定版 長岡ふるさと大百科、郷土出版、2005 年 10 月 1 日発行

越路町制 50 周年記念誌、29 項より、2005 年 3 月 20 日発行

高橋九郎 郷土長岡を創った人々、長岡市、2009 年 3 月発行

越路町 100 年の歩み、

(<http://www.e-net.city.nagaoka.niigata.jp/elibrary/ayumi/other/koshiji.html>)

平成 27 年度 学生による地域活性化プログラム活動報告書、長岡大学、2016 年 3 月発行



## 謝 辞

「高橋九郎マップ」作り、もみじ園でのパネル展示、説明、高橋九郎翁生誕 165 年周年記念シンポジウム開催の活動を進めるにあたり、神谷区長をはじめ多くの方々にお世話になりました。

本研究を進めるにあたり、ご指導頂いたアドバイザーの神谷区長 白井湛様、ながおか生活情報交流ねっと理事長 桑原眞二様、越路もみじの会会長 廣川篤様には、中間発表や成果発表会の際にアドバイスを頂き、またシンポジウムではパネリストとして参加していただきありがとうございました。シンポジウムで頂いた意見は、今後のゼミナール活動の参考にさせて頂きたいと思います。

資料展示とシンポジウム開催に際してお世話になった越路支所産業建設課課長 新保浩一様をはじめとする係の皆様、もみじ園の管理人の皆様、越路観光協会様、越路もみじの会様、(株)北越銀行様、J A 越後さんとう様、長岡市役所様、本学教授松本和明様に厚くお礼申し上げます。また、資料展示に際して、資料を快く貸し出してくださった神谷の歴史文化の会様、長岡市の井上道弘様、資料を寄贈してくださった内山弘様の御厚意に厚く感謝いたします。

マップの配置にご協力くださいましたまちの駅の皆様、そして様々な場面でお世話になりました神谷の住民のみなさんに感謝申し上げます。

活動全体を通して厳しくも優しい指導を賜りました高橋治道教授に感謝します。

たくさんの方に出会い、ご迷惑をおかけしながらも無事にこの 1 年間活動を続けることができました。この活動を通じて成長した私たちの姿をいつの日か、今回関わった方々にお見せするとき、それが初めて恩返しとなると考えております。これからも学生生活等を通してさらなる精進を行って行く覚悟でおりますので、ご指導ご鞭撻のほどお願いいたします。

協力していただいた皆様へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

**長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信**

**～温泉☆ドキドキプロジェクト～**

山川智子ゼミナール

13E022	丸山 貴樹	14K003	安中 諒人
14K072	藤田 春樹	15K069	高山 汐音
15K080	永井 想	15K089	武士俣 大智



目次

- 1 『温泉☆ドキドキプロジェクト』「温泉は地域の宝」地域の魅力再発見！（丸山 貴樹）
  - 1-1 昨年度からの取り組み
  - 1-2 今年度の取り組み
  - 1-3 「3本の矢」楽しむ・伝える・掘り下げるの3点を意識しての研究活動
  - 1-4 温泉の魅力を伝えるには
- 2 今年度の地域活性化活動の概要（安仲 諒人）
  - 2-1 温泉の基礎知識の学習と心構え
  - 2-2 自主的に取り組んだ温泉施設の調査活動
  - 2-3 悠久祭での温泉紹介パネル展示活動
  - 2-4 温泉施設の情報発信調査
    - (1) スーパー銭湯越後長岡ゆらいや（長岡市）
    - (2) ナステビュー湯の山（十日町市）
- 3 ゼミにおける情報発信の試み：施設紹介パネル作成での苦勞（丸山 貴樹）
  - 3-1 施設紹介パネル作成にあたって
  - 3-2 パネル作成の手順
  - 3-3 施設紹介パネル作成で苦勞した点
  - 3-4 施設側との情報発信のやり取り
    - 3-4-1 悠久祭での施設紹介パネル展示とその後
    - 3-4-2 施設紹介パネルをお届けするまでの試行錯誤
    - 3-4-3 各施設のパネルに対するリアクション
    - 3-4-4 目からうろこのご指摘と試行錯誤の連続から得たもの
      - (1) 『花水』風間さんからのメールについて
      - (2) 『花の湯館』小川さんからのメールについて
    - 3-4-5 施設紹介パネルを作成して得たもの
- 4 ゼミ学生による温泉マップの作成と調査した温泉施設一覧  
（丸山 貴樹、安仲 諒人、藤田 春樹、高山 汐音、武士俣 大智）
- 5 新潟大学・村山敏夫先生の温泉と地域資源を活用した健康づくり講座（丸山 貴樹）
  - 5-1 健康づくりを考える入浴法と実践
  - 5-2 菩提寺山眺望トレッキングと自然体験
- 6 よもぎひら温泉和泉屋金内智子さんからのヒアリング（丸山 貴樹）
  - 6-1 よもぎひら温泉 和泉屋の概要とヒアリングの目的
  - 6-2 金内智子さんへのヒアリング内容：質疑応答形式
  - 6-3 【ヒアリング後の考察】金内智子さんからパワーをいただいて考えたこと
- 7 宿泊における魅力と日帰り温泉との比較検討（武士俣 大智）
- 8 温泉を軸とした日帰りモデルプラン：車持ち実家暮らし(栃尾)の場合（武士俣 大智）
  - (1) 太古の湯（寺泊）を中心としたモデルプラン
  - (2) おいらこの湯を中心とした栃尾満喫プラン

9 長岡一人暮らしの女子大学生（車なし）が考える日帰り温泉プラン（高山 汐音）

9-1 今年度のゼミ活動で体験した温泉施設（2016年4月～11月）

9-2 地域活性化活動を経験した上でお勧めしたい3つのプラン

9-2-1 温泉初心者の女子学生が考える日帰りプラン

9-2-2 長岡大学から行きやすく勧められる温泉施設

- (1) 麻生の湯：すぐにでも温泉体験をしたいのならココ！
- (2) よもぎひら温泉和泉屋：何度でも来たいと思える温泉ならココ！
- (3) 越後長岡ゆらいやと華の湯：入浴と遊びを両立させるならココ！

9-2-3 新潟市と長岡市の温泉施設・入浴施設事情の違いについて

- (1) 交通アクセス面での違い
- (2) 施設の所在地による違い

9-2-4 温泉初心者が体験を通じて変化したこと

- (1) 日帰り温泉一人旅で苦労したこと、得られたこと
- (2) 地域活性化活動を通して得たこと

9-2-5 経験を踏まえて温泉を3つの観点から考えた

- (1) 地域の結びつきと「温泉の魅力」
- (2) 温泉の持つ「力」を宿泊体験から得る
- (3) 温泉において大切なこととは何か

10 日帰り温泉におけるリラクゼーション体験の報告（永井 想）

11 横田百合江さん☆ドキドキ縄文カフェインタビュー（藤田 春樹）

11-1 横田百合江さんへのインタビュー（ヒアリング）の目的

11-2 横田百合江さんへのヒアリング内容：質疑応答形式

11-3 【インタビューからの考察】若者の利用者を獲得するためには

12 ゼミ活動を通じての温泉調査の振り返りと総括（藤田 春樹）

12-1 温泉へ行くのにネックとなっていることと予算の見当

12-2 温泉施設への設備上の要望と施設を選ぶ基準

12-3 温泉について学生が思ったことを紙に書きだしてみた

12-4 おわりに～

今年度の活動の振り返りと長岡市及び周辺地域の温泉・入浴施設に若者を呼び込むために

参考文献・謝辞

今年度新規作成温泉紹介パネル

- 01 花の湯館（丸山 貴樹）
- 02 ごまどう湯っ多里館（丸山 貴樹）
- 03 桂の関温泉ゆ～む（高山 汐音）
- 04 カーブドッチヴィネSPA（安仲 諒人）
- 05 ナステビュウ湯の山（藤田 春樹）
- 06 ホテル丸松（武士俣 大智）

# 1 『温泉☆ドキドキプロジェクト』「温泉は地域の宝」地域の魅力再発見！

## 1-1 昨年度からの取り組み

山川ゼミナールでは、昨年度中盤から長岡周辺地域の温泉施設・入浴施設の現状分析と情報発信をテーマに活動を行ってきた。温泉施設や入浴施設は、温浴や湯治だけではなく、地域の人たちの大切な交流の場や、地域の重要な観光資源としてかけがえのない存在となっている。また、地域のイベント等のチラシが置いてあったり、ポスターが貼られていたり、地域の情報を取り入れることが出来る場所でもある。温泉へ行くことで地域の魅力を再確認できるのは素晴らしい。温泉は、文字通り「地域の宝」と言える存在だ。

「長岡はドキドキする温泉の宝庫だ！」これは今年度のゼミ活動を示したキャッチコピーである。長岡市や周辺地域には数多くの温泉施設や入浴施設が存在しているが、あまり認知されていないところが意外と多く、半ば宝の持ち腐れ状態なのは大変もったいない。

## 1-2 今年度の取り組み

今年度の山川ゼミナールでは、「若者を温泉に！」という目標を掲げて、どうすれば学生や若い人を温泉施設に呼び込めるのかを考えながら活動してきた。その一端として今年度は悠久祭で、今までに作成した温泉紹介パネルの展示をした。それ以外にも実際に調査を行った温泉や入浴施設をまとめた温泉マップの作成も試みた。昨年度に続いて今年度もできる限り多くの温泉・入浴施設を調査した。毎回レポートにまとめることで各施設の特色などを把握し、施設への理解を深めた。また今年度は「温泉施設について深く掘り下げること」、「温泉施設の魅力をより強く伝えること」、そして「何よりも自分たちが温泉を楽しむこと」以上の3点を心がけて、いわば「3本の矢」として温泉調査研究を実施した。

写真 01 山川ゼミ温泉調査研究の「3本の矢」



### 1-3 「3本の矢」楽しむ・伝える・掘り下げるの3点を意識しての研究活動

以前に調査した温泉施設に繰り返し行くことで、施設への理解をより深く掘り下げることができた。一度施設を利用しただけでは気づかなくても、新たな魅力の発見があった。

例えば『よもぎひら温泉和泉屋』さんである。最初は入館するだけでも施設の豪華な雰囲気圧倒されていたのだが、何度も伺うことでさまざまな気づきを得た。先日は大浴場の入り口前にネイルの除光液が置いてあるのに気づいた。当初は接客対応の丁寧さにひたすら驚いていたが、何度か行くうちに直接お客さんに接客をしない場所でも、施設の隅々までお客さんへの気遣いがなされていることを認識した。『よもぎひら温泉和泉屋』さんのお客さんへの「思いやり、おもてなし」に改めて感動した。

温泉の魅力を強く伝えるには、まず自分たちが温泉を楽しまなくてはいけないと考えて、積極的に温泉を楽しんだ。たまたま同じタイミングで入浴していた県外からの利用客と仲良くなり、話が弾んでついつい長風呂になったこともあった。改めて裸の付き合いの温泉ならではの楽しさを体感した。このように初対面の方とも仲良くなれるのは温泉の楽しみの一つであるといえる。

新潟市秋葉区の『花の湯館』さんに、温泉調査や村山敏夫先生の講座の際に何度か訪問することで、受付のスタッフの方が私のことを覚えてくれた。施設の方々と仲良くなり、会話ができるようになることも温泉施設の一つの楽しみかた、と自分なりに発見できた。

『よもぎひら温泉和泉屋』さんで宿泊体験をすることで日帰りの立ち寄り湯では味わえない夜の「らうめん処」や、午前中で売り切れてしまう人気の高い温泉まんじゅうの購入、ゼミメンバーと夜中までの談笑に朝風呂の堪能など、昨年度以上に温泉施設を楽しめた。

### 1-4 温泉の魅力を伝えるには

温泉の本当の魅力は、実際に体験した人にしかわからない面も多く、インターネットやパンフレットでは伝えきることができない。しかし、実際に温泉施設を自分自身が楽しむことで、その魅力や楽しさを伝える際に説得力が増すと思う。施設を利用した時の接客の対応、温泉の感触や気持ち良さ、施設の雰囲気といった実体験はリアルな情報だ。実体験を的確に伝えることで、聞いた人が「温泉へ行ってみよう！」という気持ちになるのではないか。今の時代インターネットで検索をすると沢山の情報が出てくるが、そういう時代であるからこそ自分自身が実際に体験したことに価値があると思う。

**写真 02 (左)** 「温泉とは何か」の提言のひとつ

**写真 03 (右)** 『花の湯館』にて。アヒルのマスコット「こすどん」との記念撮影



## 2. 今年度の地域活性化活動の概要

### 2-1 温泉の基礎知識の学習と心構え

今年度のゼミでは、「地域の宝」としての温泉施設の実地調査研究だけでなく、そのための準備や企画の検討など様々な活動を行ってきた。以下に主な取り組みの概要をまとめた。

表 01 今年度のゼミ活動の取り組み一覧

取り組み内容	内容の詳細
①昨年度の取り組みの振り返り	昨年度調査に行った施設の確認と取り組み内容の確認
②温泉の泉質の学習	温泉の条件や細かい泉質の確認、県内に多い泉質の確認
③温泉利用の歴史	温泉の利用の起源などを様々な資料を使って学んだ
④温泉施設の実地調査	ゼミの時間に施設を訪れ、情報だけでは分からない細かな点を調査
⑤温泉パネルの新規作成と修正	今年度新規に訪れた施設を中心に新たに温泉パネルを作成し 既存のパネルを修正
⑥宿泊体験と中間レビュー	和泉屋さんにて宿泊での入浴を体験し日帰り入浴との比較、周辺地域の調査。成果発表会に向け、アドバイザーの方に中間報告
⑦悠久祭展示活動(アンケート実施)	悠久祭で温泉パネルを展示、同時に温泉に関するアンケートも実施
⑧成果発表会の準備と実施	成果発表会に向け発表原稿の準備・読み合わせ、発表の実施
⑨活動の振り返り	今年度の活動の振り返りと反省・感想

実際に温泉に出かけて調査することから、よそのゼミの友人たちからはよく「楽しそう」とか「楽そう」と言われたが、決してそんなに甘い活動ではなかったと断っておきたい。確かに温泉に浸かってリラックスするのは心地よいが、入浴にはヒートショックや湯あたり、転倒によるケガなど意外と様々な危険が伴っている。一歩間違えれば死に至る場合もありうる。だからこそ安全面には十分に注意を払った。「楽しそう」や「楽そう」といった安易な甘い考えでは余計な危険を招くし、せっかくの安らぎの時間を無駄にしかねない。

このように周囲から「楽しそう」などと思われやすい活動のため、ゼミ学生として人一倍行動には気を付けた。常に節度ある行動を取るようにと心がけた。



写真 04 ゼミでの活動の様子 (温泉パネル発送の準備中)



## 2-2 自主的に取り組んだ温泉施設の調査活動

温泉について学ぶため、調査で長岡市やその周辺地域の様々な温泉施設を訪れた。温泉施設の情報発信をするために、ゼミ学生が調べた施設の情報や交通アクセス、ゼミ学生が考えた施設のキャッチコピー等をまとめた「温泉レポート票」や施設の特色や強み、弱みや脅威、調査での出来事や感想などをまとめた「湯めぐり日記」を作成した。(次ページにフォーマットを掲載) 始めは勝手もわからず、作成作業にも慣れていなかったため1件当たりの作成時間もかかる上に、内容もあまり良くないなど課題だらけではあった。回数を重ねるうちに押さえるべきポイントもわかり、時間をかけずに比較的良好な内容のものが作成できるようになってきた。

ただ特徴が似ている温泉の時や、良い文言が思い浮かばない時は大変で、後期の調査で作成する際はどうしても似たような内容になってしまった。いずれにしてもきつい作業であったことには変わりはなく、とりわけ各施設の強みや魅力を伝えるキャッチコピーの作成作業は何回やっても大変だった。この調査で培った経験や観察力は、アルバイトで次の作業をすればいいのか自分で考えて行動しなければいけない時やお客さんの対応をする時、大学の講義において重要なまとめのポイントを探す時や他の講義でのレポートを作成する時など、日常の幅広い状況で十分に役立っている。

夏には学生自らが調査の計画を立てて、実地調査を行った。初めての自主的な実地調査の計画で、さらには一人ひとりの温泉レポート票や湯めぐり日記が重要となる。しっかりできるか不安であったが、普段の生活でここまで物事を計画して実行することがないため良い経験になった。この経験は確実に自分を成長させてくれたと感じている。夏の調査で自分が行った温泉は、施設や風呂の大きさは関係なく、フロントの人が気さくな温泉や自宅のような居心地の良い温泉だった。お客さんに素っ気ない対応をしたり、ゆっくり休憩できない温泉は好まない、と自分の好みもはっきりした。

秋には宿泊を体験した。日帰り入浴と宿泊して入浴することの双方のメリットや違いを比較検討した。宿泊した際に近くの他の温泉施設にも行ったら、一緒に入浴していた富山から来ていた方から話を聞くことが出来た。以前に会社で来たことがあり、その時にすっかり気に入って、また会社の仲間と富山からわざわざ来たという。翌日の朝には施設の周辺を散策し、他にどのような観光できる場所があるのか、温泉と絡めて若者をどのようにしたら温泉に呼び込めるのかを考えた。

この調査を通じて長岡市内だけでも特色豊かで多くの人に愛されている素晴らしい温泉がたくさんあること、温泉に入る時の正しい入浴法やマナーの大切さを体で実感した。



写真 05

『よもぎひら温泉和泉屋』さんにて、  
宿泊体験の時の様子。(11月1-2日)  
4人部屋で見晴らしが最高に良かった。

写真 06 温泉レポート票のフォーマット

長岡大学

学生提出用

平成 28 年度 山川ゼミナールⅢⅣ日帰り温泉レポート票

日帰り温泉・入浴施設の名称			
記入者の学籍番号		記入者氏名	
記入年月日 (調査した日を記入)	平成 28 年 月 日 ( ) : ~ :		
温泉の泉質・湯温 (温泉以外は湯温)			
移動手段 (該当するものに○)	・自家用車(山川) ・自家用車( ) ・バス ・JR ・タクシー		
日帰り温泉・入浴施設の住所・連絡先 担当者のお名前	〒 新潟県 TEL FAX *担当者名: *ヒアリングの際は必ず記入		
営業時間と定休日 (不定休なども記入)	: ~ : 【定休日】		
大人 1 人入浴料金 (割引があればそれも併せて記入する)	円 入浴料金の印象 ・高い ・ちょうどよい ・安い ・わからない		
浴槽の種類 (男湯・女湯の別も)			
館内の附属施設 (休憩室や食堂など)			
主な効能 (温泉の適応症)			
宿泊施設の有無 (1泊2日基本料金)	・なし ・あり <基本料金: >		

長岡大学

学生提出用

浴槽の備品 (アメニティーなど)			
タオルセットの設定 (フェイスタオル)	・入浴料金に含む ・別途料金設定 円		
入浴マナーの掲示 (注意喚起など)	・明確に掲示されている ・掲示されている ・特に見当たらない		
館内の清掃状態 (男湯・女湯の別も)	・とても行き届いている ・行き届いている ・少し気になる点あり		
交通アクセス (JR、バスなどの公共交通機関や自家用車利用でのアクセス、送迎などの有無)			
施設のサービスについての感想 (男湯・女湯の別も)			
入浴客の特徴 (男湯・女湯の別も)			
バリアフリーの配慮 (男湯・女湯の別も)			
入浴施設の強み			
入浴施設の弱み			
入浴施設のキャッチコピーを作ろう! (魅力を伝えるように)			
全体的な感想			



日帰り温泉・ 入浴施設の名称			
学籍番号		学生氏名	
調査した日	平成 28 年 月 日 ( ) : ~ :		
温泉の泉質・湯温 (温泉以外は湯温)			
日帰り温泉・入浴施 設の住所・連絡先	〒	新潟県	
	TEL		
	FAX		
強み	弱み		
チャンス	脅威		
【全体的な感想及び体験日記】			

写真 07 湯めぐり日記のフォーマット

### 2-3 悠久祭での温泉紹介パネル展示活動

悠久祭で行うゼミの活動報告の展示に向け、温泉施設の情報や魅力をわかりやすく伝えるために「温泉紹介パネル」を作成した。作成ではその施設の魅力を最大限伝えられるようにし、いかに見やすくするかを工夫して作った。前年度に作成した分はヘッダーを最新版に書き換える作業もあった。新規に作成したものは施設ごとのイメージの表現や色使いがとても難しく、ゼミ学生同士や先生と全員の協力でもようやく完成した。悠久祭での展示では原本を A2 サイズに拡大したものと原本を増刷して一緒に置いておいたら、持ち帰って下さる方がいるほどだった。アンケートや全体の雰囲気からも予想以上に好感触を得た。

悠久祭では準備段階から人手不足で、パネルを入れるフレームを展示する部屋へ運び、そのフレームにパネルを入れる作業が思いのほか大変だった。展示レイアウトや見せかたも自分たちで考えたのだが、見せかたには特に頭を悩ませた。フレームを飾るための道具は数に限りがあり、既に他のゼミ等が使用していた。やむなく部屋にあった机の上にガムテープで固定し展示する方法を取った。パネルだけでなく、自分たちのメッセージも一緒に掲示することにした。見やすい展示レイアウトにも苦労した。多くの枚数を見やすくまとめるだけでなく、部屋を見たら思わず入りたくなるように調整するのが大変だった。

悠久祭では作業をする人数の不足にも悩まされた。実質的に作業に従事したのは3年生2人と4年生1人の3人だけだった。それでも準備から後片付けまで中心メンバーとして活動したことで、とても内容の濃い経験をする事が出来た。

また、温泉紹介パネルの展示の他に温泉に関する実態の把握の為のアンケートを行い、実に130人以上の方から協力していただくことが出来た。想定していた以上に温泉に対する関心が高く、多くの方が長岡市内や周辺地域の温泉をたくさん知っており、実際に行ったことがあるとわかった。昨年度長岡大学の学生を対象に実施したアンケートと比較して貴重な知見を得ることが出来た。アンケートに協力していただいた方の中には自分のお気に入りの温泉の情報を教えて下さる方もいらっしやった。展示に来ていただいた方にゼミ生のおすすめの温泉や聞かれた施設の説明をすることがあったのだが、その際に自分たちの今までの活動で得た経験や知識が余すことなく役立った。

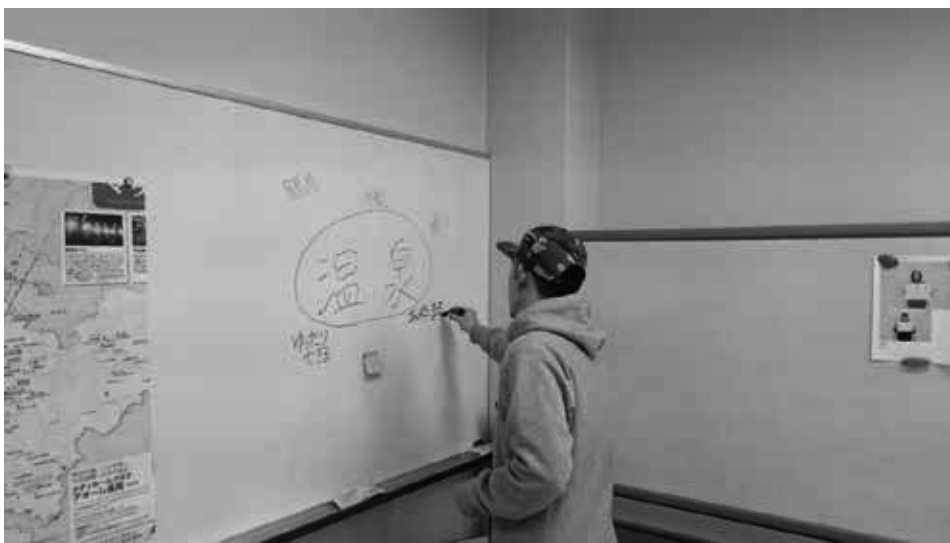


写真 08 悠久祭の展示で「温泉」をテーマとしたキーワードを考えている様子



写真 09 悠久祭の展示でアンケートに回答してもらっている様子

## 2-4 温泉施設の情報発信調査

調査した温泉施設・入浴施設が、情報発信をどのように行っているのかは重要である。近年利用者が急増している SNS やインターネットのサイトを活用しているのか、紙媒体としてパンフレットを作成しているのかを調べて以下の表に示した。

表 02 各施設の情報発信方法 一覧表

施設名	公式サイト	Facebook	Twitter	LINE	パンフレット
えちご川口温泉	○	○	×	×	○
ソルトスパ潮風	○	○	○	×	○
桂温泉	○	○	×	×	○
喜芳	○	○	×	○	○
灰下の湯 東栄館	○	×	×	×	×
寺宝温泉	○	○	×	×	○
いい湯らてい	○	○	×	×	○
スーパー銭湯越後長岡 ゆらいや	○	○	○※1	○	○
長岡かまぶろ温泉	○	○	○	×	○
太古の湯	○※2	○	○※2	×	○
麻生の湯	○	○	○	×	○
アクアーレ長岡	○	○	×	×	○
養楽館 延命の湯	○	×	×	×	○
志保の里荘	○	×	×	×	○
蓬平温泉 和泉屋	○	○	○	×	○
招福の宿 福引屋	○	○	×	×	○
蓬平温泉 よもやま館	○	○	○	×	○
エコトピア寿	○	○	○	×	○
おいらこの湯	○	○	×	×	○
あまやち会館	○	○	×	×	○
かわら亭	○	○	×	×	○
松之山温泉 ひなの宿ちとせ	○	○	×	×	○
花水	○	○	×	×	○
竜神の館	○	×	×	×	○
しらさぎ荘	○	○	×	×	○
さくらの湯	○	○	×	×	○
カーブドッチ ヴィネSPA	○	○	×	×	×
游雁の湯 よりなれ	○	×	×	×	○
桂の関温泉ゆーむ	○	○	×	×	○
咲花温泉 ホテル丸松	○	×	○	×	○
ホテル飛鳥	○	○	○	×	○
ナスデビュウ湯の山	○	○	○	○	○

※1 施設内のリラクゼーションルームのアカウント  
 ※2 ホテル飛鳥のサイトまたはアカウントに含む

改めて調べてみると、今や公式サイトやパンフレットを作成し、Facebook を利用して情報を発信することはさほど珍しくないというのがわかった。一方で、Twitter や LINE の利用率はまだ低く、Facebook も施設の公式アカウントがあっても更新が数年前で止まっている施設もあった。中には載っている情報がかなり古く、すでにやっていないサービスなどについての情報が修正されていないところもあった。一口に SNS での情報サービスと言っても、相当に温度差というか、施設が提供する情報の質や量の違いがあった。

調査前は「SNS の利用はまだまだそれほど進んでいない」と予測していたのだが、Facebook の利用率が想像以上に高い。詳しくは後述するが、今までの携帯のメール会員の代わりに着信拒否などの心配がない SNS を利用している施設もあり、SNS が持つ手軽さが温泉施設側にも、見るお客の側にも好まれている印象を受けた。

SNS の活用は比較的若い世代の利用が高いため、若い人に温泉をもっと利用してもらうためにも重要である。ちなみに今年度のゼミメンバー自身の SNS の利用は、メールと LINE は 6 名全員がしており、ゼミ長は Facebook、Twitter も活用しているらしい。今後はただ情報を発信するだけでなく、その活用をより洗練させていく必要があると思う。

情報発信について特に熱心に取り組んでいる施設を 2 つ以下に紹介する。

#### (1) スーパー銭湯越後長岡ゆらいや（長岡市）

公式サイトへの更新が頻繁に行われているだけでなく、温泉に関する情報だけではなく、リラクゼーションに関する情報も SNS から得られるようになってきているのも重要である。

公式サイトには有名な CM の動画と音楽のリンクがあり、その他の色々な SNS のリンクもサイトのトップページから行けるようになってきているのも便利である。新着情報もサイトを開いてすぐ確認できる位置にあって見やすくなっている。SNS の更新状況もサイトから確認しやすいようになっている。



写真 10 ゆらいやの Facebook から引用

## (2) ナステビュー湯の山（十日町市）

県内においては一番といっても過言ではないほど SNS や公式サイトに力を入れている。中でも社長の高橋さんの熱心さは半端ではない。ブログをほぼ毎日更新している他に **Twitter** も社長自らがやっており、頻繁に施設や周辺地域について書いている。施設の情報だけではなく、普段の仕事についても細かく書かれており、この施設の隅々まで知ることが出来る。実にさまざまな内容の記事がある。**Facebook** にも多くの写真や動画が貼っており、フォローしている人の数も県内の温泉施設としては群を抜いている。

公式サイトも使いやすく、リンクには施設の公式 **Facebook** や社長のブログだけでなく、周辺地域の観光に関する情報が載っているサイトへのリンクがあり、あろうことか県内の他の日帰り入浴施設のおすすめが書いてあるページのリンクまで載っていて、温泉が好きである気持ちが伝わってくる。情報がたくさん載っていて見るだけでも楽しくなる。思わず行きたくなるようなサイトであり、県内においてこの施設の情報発信能力は秀でている。

2017.1.22 (日)

f 1 t 0 G+ 0 B! 0

温泉の事

**泉質名から分かる事、⇒温泉の温度について。**



ナステビュー湯の山の泉質名はナトリウム・カルシウム — 塩化物泉（弱アルカリ性・高張性・高温泉）という泉質名です。

### 写真 11 ナステビュー湯の山の社長のブログ「ほっこりと湯の山ブログ」より

特に印象が強かった 2 つの施設を示したが、他の施設にもそれぞれに特徴や魅力はある。他のゼミがやっているようにゼミ活動自体の **Facebook** や **Twitter** の作成、あるいは温泉紹介パネルなどをダウンロードできるようなホームページの運営など、いろいろと考えてはみたが、そこまで手が回らなかった。とは言っても、ゼミ活動を通じて情報発信の大切さを実感し、報告書で温泉マップを示せたのは一応の情報発信の成果だと思っている。

### 3 ゼミにおける情報発信の試み：施設紹介パネル作成での苦勞

#### 3-1 施設紹介パネル作成にあたって

山川ゼミでの約1年半の地域活性化ゼミ活動は苦勞の連続だった。周囲からは「温泉に行けて楽しそう」「温泉に入って単位がもらえるなんて楽でいい」「ただの湯巡りじゃん」と相当にお気楽な活動と思われていた節はあるが、実際に活動した身としては真逆だった。

前学長の内藤敏樹学長からの勧めもあって、昨年度後期から地域活性化プログラム活動に加わった。途中からの参加で他のゼミナールより短い活動期間の中で温泉・入浴施設の調査、活動報告発表、活動報告書の作成を行わなければいけなかった。時には温泉施設に宿泊調査へ行き深夜までヒアリングと打ち合わせを行った。宿泊してもあまりゆっくりと休めず、翌朝すぐに次のヒアリング先へ向かうこともあった。ホテルニューオオタニでの発表会も報告書作成も、きちんと動けるメンバーが少ない中で必死に活動を行ってきた。

ゼミ活動の情報発信として重要な位置づけなのが、調査した温泉施設・入浴施設の紹介パネル作成である。昨年度の報告書でも最も力を入れたところであり、見た目よりも大分手間がかかっている。以下にパネル作成の手順を示すと共に情報発信について考えた。

#### 3-2 パネル作成の手順

##### 手順①施設名の作成

最初に行う作業は主に施設名の作成である。ワードで地域活性化のフォーマットを開き、施設名から施設の雰囲気が感じられるように書体やフォントの色を選び、インターネットでフリー素材のイラストなどを探し二つを組み合わせる。例を挙げると、海沿いの施設は「海 イラスト」などでインターネット上にあるフリー素材を検索し、施設の雰囲気と自分自身が感じたイメージに近いイラストを探し出す。そこに青や水色のフォントで施設名を打ち込む。

##### 手順②施設紹介文の作成

施設のキャッチコピーや施設を紹介する分を考え、テキストボックス内に打ち込む。

##### 手順③施設の基本情報の記載

主に施設の利用料金、営業時間、定休日、浴槽の種類、泉質、効能、主な施設、住所などをテキストボックスで打ち込む。

##### 手順④施設の写真を挿入

施設の外観や、浴室内の写真などをパネルに挿入することにより、パネルを見た人が施設の雰囲気をイメージしやすくなる。また浴室の写真を貼ることで、「浴槽からこの景色を見てみたい」「この面白そうな浴槽に浸かってみたい」などの施設に興味を持ってもらいやすくなり、施設を利用してみたいという気持ちが湧く。



### 手順⑤「学生からのひとこと」の作成

この「学生からのひとこと」の覧には実際に施設を利用して、学生なりに感じたことや思ったことを自分たちの言葉で書いてある。

### 手順⑥全体のレイアウトの調整

施設紹介パネルに必要な情報を全て打ち込んだら、最後の調整となる。施設の基本情報や学生からのひとことが書かれたテキストボックスの配色、フォントの書体や色が施設に合っているか確認を行う。そして写真や図、テキストボックスの配置を綺麗にパネルフォーマット上に整え基本情報や文章に間違いがないか確認を行う。

### 手順⑦添削

パネルが出来上がったらゼミ担当のチェック・添削を受ける。各施設の担当者の方からも確認をしてもらい修正点がある場合は修正を行い、特に修正がなければ完成となる。

## 3-3 施設紹介パネル作成で苦勞した点

以上の手順を踏まえて作成する施設紹介パネルは、学生が作成してゼミ担当の手直しを受ける前の段階で、パネル1枚に対し平均6時間から10時間の作成時間がかかっている。またゼミ担当の手直しや確認の時間も考えると、学生がパネル作成にかけた時間のゆうに2倍から5倍の時間がかかっているパネルもある。とにかく時間がかかって苦勞をした。

どうしてここまで時間がかかるかという点、主にパネルのレイアウトと施設情報の修正である。まずパネルを作成する際に施設を紹介する文面や基本情報をテキストボックスで入力する。施設の雰囲気をイメージしながら、文字の大きさや色、書体などを考慮する。パネルを見た人が施設の雰囲気を感じ取れるような物を目指した。例えば和の雰囲気が印象的な施設では黒や茶色を基調とする。木目のイラストをインターネットのフリー素材から探してきて、文字は行書体とした。パネルが全体的に出来上がると次は文字の大きさの調節を行った。施設紹介の文章が長い場合は文字の大きさを小さくして枠内に収めるが、限られたスペースのため、うっかりすると文字が小さすぎて読みづらくなったりする。

施設の利用料金や営業時間など、大きく表示した方がいい情報もあり、パネルの空間をいかに無駄なく埋め、文字が読みやすくなるように大きさを工夫した。バランス良く1枚のパネルに情報を収めるために試行錯誤を繰り返し完成に時間が掛かってしまった。表示するパソコンの仕様によってはレイアウトのズレが生じることもあった。文字・写真・図などの配置のズレを直そうとすると今度は、その横に配置されていた図やテキストボックスがズレを生じる。パネルの構成が細かければ細かいほど修正の範囲が大きくなりパネル全体のズレへと繋がってしまうのである。パネル作成は見た目よりもはるかに根気のいる細かい作業なのであった。この作業がパネル作成時間の大半を占めることとなった。

さらに施設の情報の修正がある。温泉施設や入浴施設の公式ホームページなどのインターネットの情報を引用しても、ホームページと実際の施設の状況が変わっていることなどが多々あった。学生ならではの目線でコメントを設けたが、施設の担当者にパネルを確認していただいた時に担当者側の考え方やこだわりと、学生が調査して感じたことに違いが

あり、学生の言葉を残しつつ施設側の拘りを反映させるのに何度も繰り返し施設担当者とパネルの文言修正についてのやり取りを行った。昨年はこの作業で毎日4時間しか眠れず寝不足が続いた。精神的にも肉体的にもかなりダメージを受けていたのは事実である。

### 3-4 施設側との情報発信のやり取り

#### 3-4-1 悠久祭での施設紹介パネル展示とその後

今年度は昨年度よりも計画的に情報発信の場を作れたのは収穫だった。昨年度作成したパネル22点と今年度新たに作成したパネル6点を悠久祭で展示して施設紹介を行った。予想以上に多くの方々から見て頂いて好評だったことに勇気づけられ、実際に展示したA2サイズのパネルを各施設に見てもらって感想や意見を頂くことにした。

#### 3-4-2 施設紹介パネルをお届けするまでの試行錯誤

ところが、作成したパネルのサイズが大きいくどのように送るかというところで思い悩み、送付状の書きかたもわからずじまいですっかり時期を逸してしまった。1か月以上も経過してから、業を煮やしたゼミ担当から学生が直接パネルを渡しに行くようにと指示された。『花の湯館』、『花水』、『ごまどう湯っ多里館』、『喜芳』、『アクアレー長岡』、『おいらこの湯』の6か所は実際に学生が伺った。その他の施設については全部ゼミ担当が持参した。ゼミメンバーが協力し一気にやっていたらそんなに時間をかけなくても済んだのだろうが、手際が悪かったのと作業の分担をうまくできなかったことが大きな反省点となった。郵送ではなく持参という形を取ったのは、時期を逸したことで仕方がない面もあったが、自分たちの活動を知ってもらおうという目的もあった。手間はかかったが、実際に施設側のリアクションが肌で感じ取れたのは大いに参考になった。主に学生たちが持参したところからFAXやメールでコメントをいただいたのもありがたいことだった。



写真 12 (左) それぞれの温泉紹介パネルの内容を見直ししているところ。

写真 13 (右) 温泉紹介パネルの梱包作業をゼミメンバーで協力して行っている。

### 3-4-3 各施設のパネルに対するリアクション

#### (1) 花の湯館

送付状が完成し最初にパネルを持って行った。担当者の小川さんは不在だったが受付のスタッフの方に事情を説明しパネルをお渡したところ大変親切に迎え入れてくれた。後述するが、小川さんからはとても示唆に富んだコメントをいただくことができた。

#### (2) 花水

タイミングが良く担当者の風間さんがいらっしゃったので直接パネルをお渡しできた。風間さんは「数ある温泉の中から花水を選んでくれてありがとうございます。」と言ってくださった。その際に風間さんから、その日のイベントの「ワイン風呂」が行われているメディテーションバスについての詳しいお話を聞かせていただき、とても参考になった。

今回パネルを直接お渡ししたことで、「清潔、リラックス、安全」の3点を常に心がけている『花水』さんの拘りを聞くことができた。後日メールでもコメントをいただいた。

#### (3) アクアレー長岡

#### (4) 旬食・ゆ処・宿 喜芳

3年生2人がパネルを持って行ったところ、両施設共にスタッフの方が喜んでくれたようだ。特に『アクアレー長岡』からは後日FAXでメッセージをいただいて有難かった。

#### (5) おいらこの湯

2年生男子1名が自宅に近い『おいらこの湯』へパネルを持って行ったところ、スタッフの方が喜んで下さったようだ。昨年度調査へ行った時のことを憶えていてくれたらしい。今年度はゼミ活動として伺えなかったが、好意的な対応をして下さったのは嬉しかった。

#### (6) ごまどう湯っ多里館

パネルを渡した受付のスタッフの方が喜んでくれた。ちょうど雪かきをしていた最中の館長さんもこちらの活動を憶えていて下さったのは個人的にも嬉しかった。

#### (7) その他

ゼミ担当が持参した『ゆらいや』の大関さんからも次の日に早速FAXをいただいた。悠久祭のパネル展示の際に、割引券を置いておいたら来た人が結構持って行ってくれた。さらに、『灰下の湯 東栄館』のご主人も持参したパネルを早速玄関口に貼って下さったという。これらの施設には今年度の活動としては伺えなかったが、とても有難いことである。

施設によって反応もさまざまだったが、それでも紹介パネルを作成した甲斐があった。直接パネルを渡すことで施設のリアクションをその場で感じることもできたのはいい経験となった。ただ手順に沿って作成するのではなく、「どうすればその施設の魅力をうまく伝えることができるのか？」と考えに考えた姿勢をどこかで汲み取っていただけたと思う。

### 3-4-4 目からうろこのご指摘と試行錯誤の連続から得たもの

紹介パネルを施設にお渡しする際、パネルについての率直なご感想やご要望、さらにアドバイスがあればお願いします、と一言添えた。特に、以下に挙げる2つの施設の担当者からのコメント(下線部で示したもの)は大変に参考になったので引用させていただいた。

#### (1) 『花水』風間さんからのメールについて

基本情報の他にも、併設されているリラクゼーション サロンやレストラン、貸切風呂や貸切個室などの写真も施設紹介パネルに取り入れることで、パネルの魅力を更に高められるのではないか。

確かに併設されている施設を取り上げることで温泉以外の施設の魅力を発信でき、より沢山の方に施設について興味を持ってもらえるかも知れない。単に温泉に入るだけでなく利用客のニーズに合わせてさまざまなサービスを選択してリラックスした時間を味わって欲しい、という思いが伝わってきた。施設紹介パネルのスペースの都合上、あまり細かい内容まで記載できなかつたのだが、風間さんのアドバイスは本当にその通りだと思った。温泉以外の施設の魅力も盛り込めるような物を作成すれば、より多くの人に興味を持っていただけるパネル作りが出来ることに気づけた。

#### (2) 『花の湯館』小川さんからのメールについて

施設紹介パネルについて、学園祭での調査活動の展示に使われたということですが、作成の目的が何かわかりにくいと思いました。各施設の何を紹介したいのかが、見えてこない気がします。自分の行った施設を他の人にも行ってもらいたいというためのパネルなのか？一覽で他の施設との比較を行うためのものなのか？ このパネルで伝えたいことは何なのか？

インターネットで集めた情報で作っても、表層的なことしか書けません。

本当にいいものを作ろうと思ったら、勇気をもって施設にアポ取りの電話をして訪問理由を述べて、図々しく何度もおしかけ、そこで働くスタッフに話を聞き、ホームページからの転載ではなく、館内の写真を自分で撮影して、自分の言葉で書くことがなによりも大事だと思います。それは、学生だからできることでもあります。なぜなら、学生だから多少の失礼も許されるし、周囲も育てようという気持ちで接するからです。臆せず、電話してぶつかってきてください。そうやって、得た情報と知識と写真は、他のどの日帰り温泉本やインターネットの情報にもない独自の価値あるものになります。それでこそ、初めて、読む人に訴えることができる文章になると思います。

情報を得るには、まずは人と会って話を聞くことだと思います。すべてはそこからです。断られてもめげないで、また次の人にトライしてください。そこから人生を変える出会いがあるかもしれません。

正直言って、小川さんからのメールを見た当初はとてもショックを受けた。作った施設紹介パネルが全否定された気持ちにすらなった。しかし、小川さんからのメールを何度か読み返すことで昨年度と今年度では明らかにパネル作成のテンションが違っていることや、今の自身に足りないものを気づかせていただけた。小川さんには本当に感謝をしている。

昨年度は1枚のパネルを作成するのに5時間近くかかっていたが、今年度は1枚3時間程度でパネルを作成できるようになった。昨年度の経験を踏まえ、パネル作成の手順やポイントがわかってきて効率良くパネルを作れるようになったものもある。しかし、パネルを全体的に見ても、昨年度作成したパネルの方が拙い面も含めて何とも言えない迫力がある。忙しさを理由に意識していないところで手を抜いていたのかも知れない。このメールのおかげで、小川さんが私たちに対して真剣に考えてくれていることがわかって嬉しく思えた。

上記で引用した部分以外にも、小川さんからは細かく貴重なアドバイスをいただいた。そこでパネルを修正することにした。最初にご指摘を受けた「基本情報の欄の大きさ」や「学生の考察があったほうが紹介に奥行きが出る」といった言葉をただ鵜呑みにして修正を行い「とにかく早く返信を行わなければ失礼だ」と焦って修正パネルを送ってしまった。

翌日そのパネルを見たゼミ担当からきついダメ出しを受けた。パネルとしてのバランスも悪くなり、文字も読みにくいし、かえって小川さんを困らせてしまうようなパネルだと言われた。もう一度小川さんから頂いたアドバイスをよく考え直して改めて修正を行った。

大きく分けると4ヶ所修正を行った。まずは「施設の基本情報」の修正である。小川さんからは「施設の基本情報は今の時代インターネットで検索できる」とご指摘を受けて、最初の修正では基本情報を極端に小さく記載した。しかし、基本情報を大きく記載することでパネルを見た瞬間に施設の概要をつかめる「この料金なら行ってみよう」「この時間まで営業しているなら行けそう」「家から学校までの通り道で寄れるかも」といった気持ちになってもらえるかも知れない。作成する側としては基本情報をわかりやすく伝えたいと思ったので、表示する大きさはあまり変えないことにした。2つ目はご指摘のあった「サービス満点、遊びゴコロ満載の趣向が盛りだくさん」という学生の感想部分の表記を、「スタッフの方の丁寧な対応やお客さんを楽しませるアイデアに、お風呂を通してお客さんを幸せにしたいという思いが伝わってきました。」と変えた。自分が施設を利用して感じたことを具体的に書き直したことで、何を言いたいのかわかりやすくなった。3つ目は写真の変更である。修正前はホームページに載っていた写真をそのまま引用したが、修正後は実際に自分が撮影した写真も取り入れた。プロのカメラマンによる写真の方が圧倒的に見栄えが良いが、敢えて自分が撮った写真を取り入れることで、より学生らしいパネルになったと思う。4つ目は「温泉カフェわかば」の紹介文の変更である。修正後はメニューにある「豆乳ソフト」を取り上げ紹介文に盛り込むことで、施設の写真だけでは伝わらない生の情報を発信できたと考えている。



写真 14 (左) が修正前で、写真 15 (右) が修正後の『花の湯館』紹介パネルである。

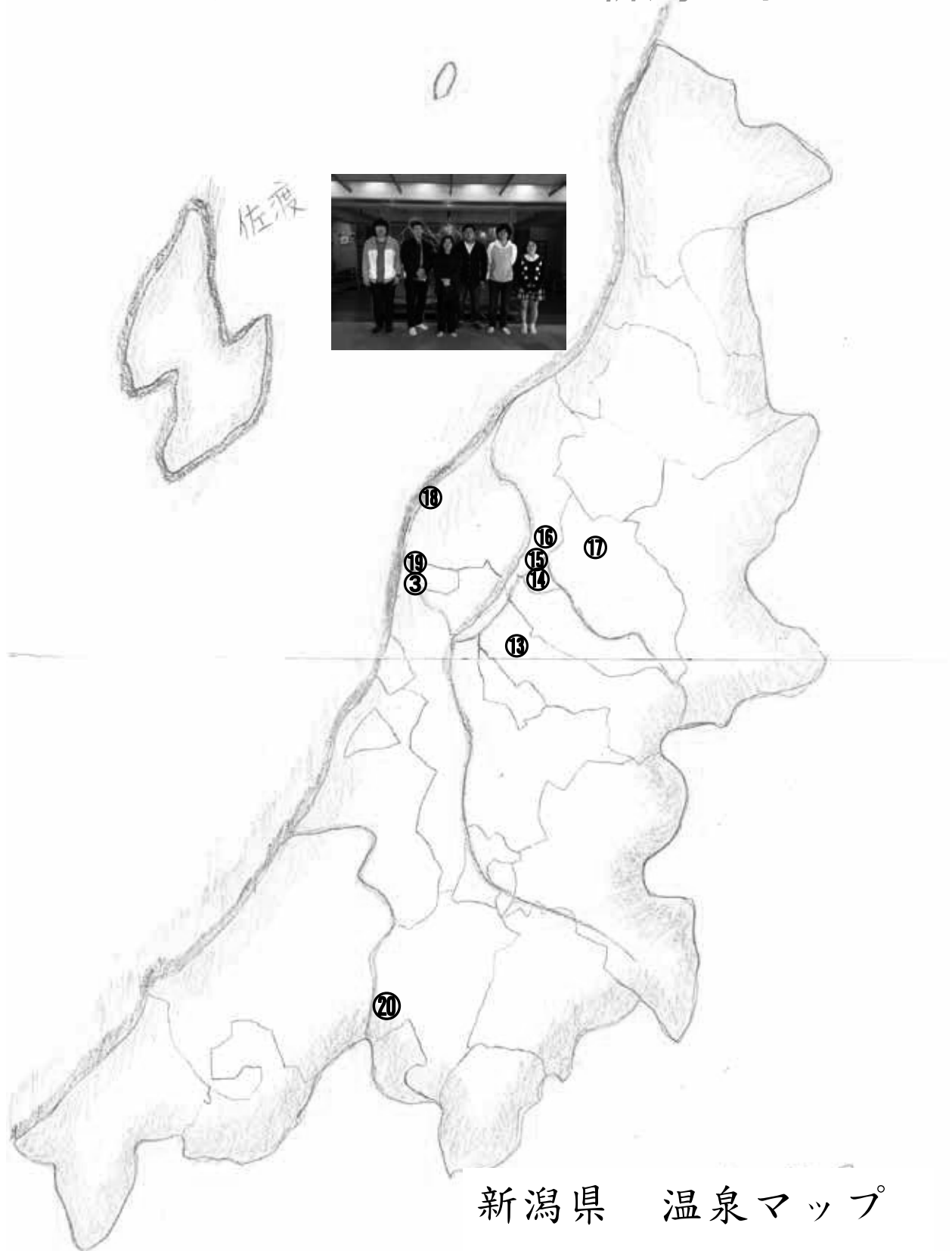
修正前のパネルと修正後のパネルを比べてみると、修正後の方がパネル一枚に施設の情報詰まっているのがわかる。こうして2つのパネルを並べると、ホームページから引用した写真を使いつつも実際に自分で撮影した写真も掲載した修正後の方が見栄えが良く、施設の雰囲気も伝わりやすくなっている気がする。基本情報の文字は大きく残しつつテキストボックスのサイズを小さくし、スペースに余裕が出来た分、施設紹介の文を多くした。

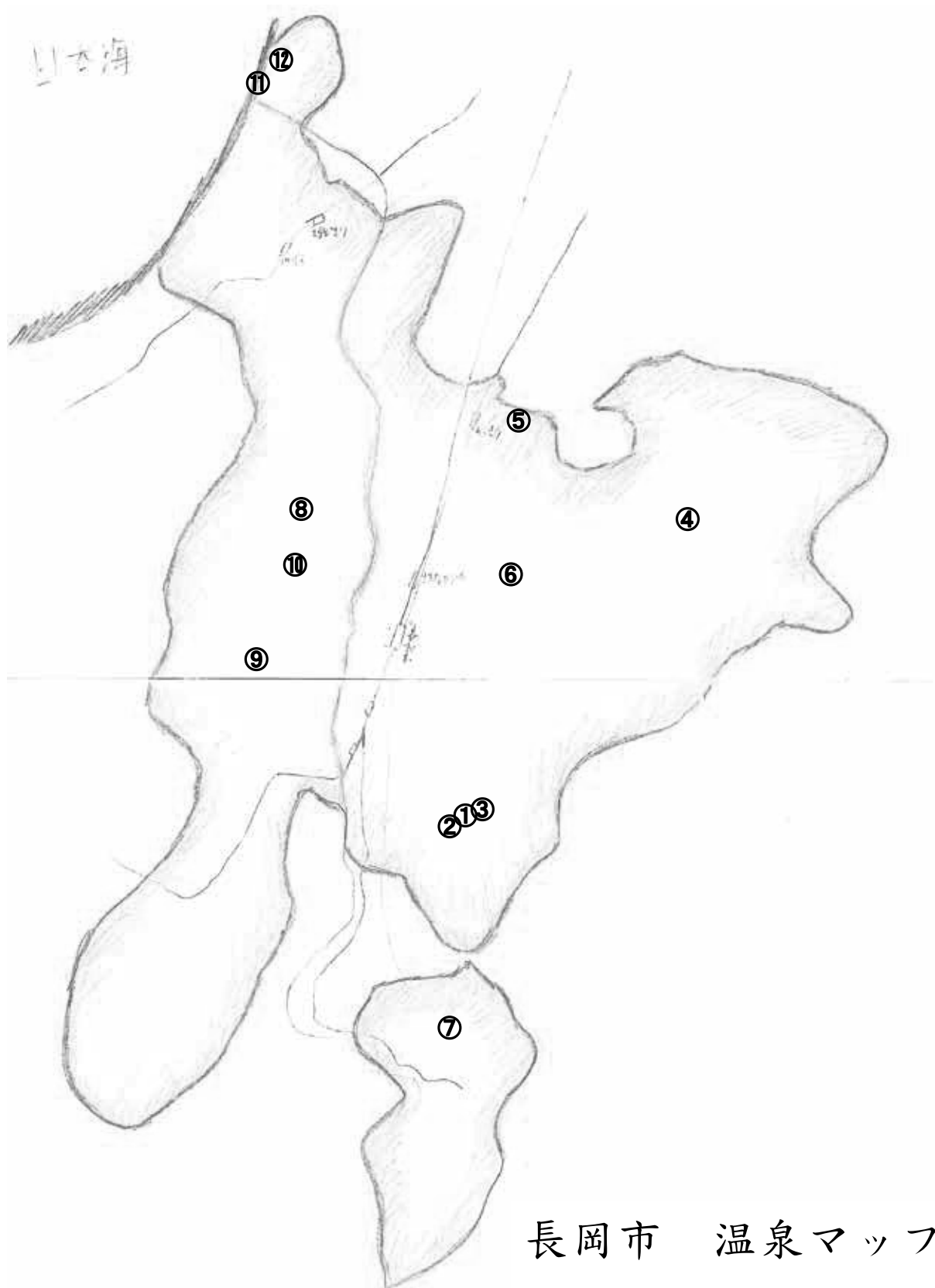
### 3-4-5 施設紹介パネルを作成して得たもの

今思い返すと、施設紹介パネルの作成はもう少し効率よく上手くできたのかも知れない。しかし、この一連のパネル作成作業を通じて良い物を作るには時間をかけ追求すること、手間ひまを惜しんではいけないということを頭と体が納得するまで学べた。また悠久祭でのパネル展示が好評になると思っておらず、温泉を取り上げることで温泉施設の方を含め沢山の方に喜んでいただけたのは驚きだった。学内外で多くの方々を支えられてきたのを本当に感謝している。この活動を通してゼミ担当の指導の元で、領収書の取り扱い方や送付状の作り方、メールの書き方などこれから社会に出て大切になってくるマナーや社会性が身についた。この活動期間で人間としてどれくらい成長できたのか、まだよくわからない。それでも、今後の社会人生活を送るうえで大切なことを十分に得ることができたと思う。

次ページからは昨年度の活動の課題としてあった学生による温泉紹介マップである。

# 山川ゼミナール ドキドキ！新潟温泉マップ





長岡市 温泉マップ

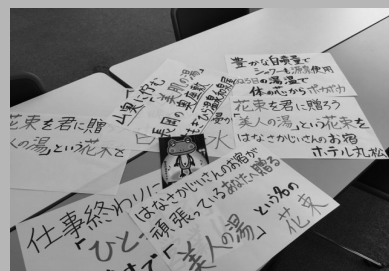


施設名及び住所、電話番号	交通のアクセス
①：よもぎひら温泉 和泉屋 〒940-1122 TEL 0258-23-2231 長岡市蓬平町甲 1508-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関越道長岡 IC または小千谷 IC より車で約 40 分</li> <li>・ JR 長岡駅より車で約 25 分</li> <li>・ 北陸自動車道中之島 IC から車で 40 分。小千谷方面へ進み横枕交差点左折後 1 本道を進む。</li> </ul>
②：花の宿 よもやま館 〒940-1122 TEL 0258-23-2121 長岡市蓬平町甲 130-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上越新幹線長岡駅より定期バス～高龍神社行き</li> <li>・ 関越道南越路スマート IC より県道蓬平温泉方面へ車で約 20 分</li> </ul>
③：蓬莱館 福引屋 〒940-1122 TEL 0258-23-2221 長岡市蓬平温泉	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長岡駅～蓬平温泉 バス 約 40 分、タクシー約 20 分</li> <li>・ 長岡南越路 IC より、車で約 15 分</li> <li>・ 小千谷 IC、中之島・見附 IC、長岡 IC より、車で約 30 分</li> </ul>
④：越後とちお温泉 おいらこの湯 〒940-0147 TEL 0258-89-8590 長岡市赤谷 179 番地 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長岡駅大手口 11 番線から栃尾車庫行きバス（急行）乗車、終点「栃尾車庫」で乗り換え、栃堀又は栗山沢行きバス乗車「いずみ苑前」下車徒歩 5 分</li> <li>・ 「道の駅 R290 とちお」から魚沼市方面へ約 1km</li> </ul>
⑤：桂温泉 〒940-0802 TEL 0258-44-8480 長岡市桂町 1527	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長岡駅より車で約 20 分</li> <li>・ 関越道長岡 IC より車で約 20 分</li> </ul>
⑥：麻生の湯 〒940-0806 TEL 0258-31-9300 長岡市麻生田町南谷 2063 番地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長岡駅より車で約 15 分</li> <li>・ 北陸道中之島見附 IC より車で約 15 分</li> </ul>
⑦：えちご川口温泉 〒949-7503 TEL 0258-89-3000 長岡市川口中山 2515-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関越道越後川口 IC より車で約 10 分</li> <li>・ JR 越後川口駅より車で約 5 分</li> </ul>
⑧：旬食・ゆ処・宿 喜芳 〒940-2314 TEL 0258-42-4126 長岡市上岩井 6964 番地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ JR 長岡駅より越後交通バス「脇野町行き」 関原経由 35 分、役場前バス停下車 徒歩 5 分</li> <li>・ 長岡 IC 下車、国道 352 号線を寺泊・出雲崎方面へ車で約 20 分</li> </ul>
⑨：アクアレー長岡 〒940-2147 長岡市新陽 2 丁目 5-1 TEL 0258-47-5656	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関越道長岡 IC より車で約 10 分</li> <li>・ JR 長岡駅より車で約 35 分</li> </ul>
⑩：寺宝温泉 〒940-2057 TEL 0258-28-4126 長岡市寺宝町 82 番地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長岡 IC から車で約 5 分</li> <li>・ 長岡駅から車で約 15 分</li> <li>・ 長岡駅大手口からバスで 2 番線から河根川経由与板行き乗車約 20 分 寺宝温泉前停留所で降車（当温泉正面）</li> </ul>

施設名、住所	アクセス
⑪：寺泊岬温泉 太古の湯 〒940-2501 TEL 0258-75-5533 長岡市寺泊野積 107-23	・北陸道中之島見附 IC より車で約 40 分 ・JR 分水駅より車で約 5 分
⑫：寺泊岬温泉 ホテル飛鳥 〒940-2501 TEL 0258-41-6111 長岡市寺泊野積 107	・北陸道中之島見附 IC より車で約 40 分 ・JR 分水駅より車で約 5 分
⑬：八木ヶ鼻温泉 いい湯らてい 〒955-0128 TEL 0256-41-3011 三条市南五百川 16 番地 1	・北陸自動車道三条燕 IC より車で国道 289 号線を直進約 40 分 ・上越新幹線燕三条駅より車で国道 289 号線を直進約 40 分 ・JR 東三条駅より車で国道 289 号線を直進約 30 分 ・JR 東三条駅より路線バスで約 40 分
⑭：ごまどう湯っ多里館 〒959-1502 TEL 0256-57-6301 南蒲原郡田上町大字田上丙 3673-1	・JR 田上（新潟県）駅出口から徒歩約 7 分 ・JR 田上駅より車で約 2 分
⑮：花の湯館 〒956-0114 TEL 0250-38-5800 新潟市秋葉区天ヶ沢新田 498-1	・JR 信越本線「矢代田駅」より徒歩で約 25 分、またはバスで約 5 分 ※バスは 3 時間に 1 本程度 ※矢代田駅より区バス「うららこすど」行きへ乗車 ・北陸自動車道「三条燕 IC」より車で約 40 分
⑯：秋葉温泉 花水 〒956-0833 TEL 0250-24-1212 新潟市秋葉区草水町 1-4-5	・JR 信越本線 新津駅から車で約 7 分 ・JR 磐越西線 東新津駅から徒歩 0 分、目の前 ・磐越自動車道 新津 IC より車で約 10 分
⑰：咲花温泉 ホテル丸松 〒959-1615 TEL 0250-47-2331 五泉市佐取 2986	・JR 咲花駅より徒歩約 2 分
⑱：カーブドッチヴィネスパ 〒953-0011 TEL 0256-77-2226 新潟市西蒲区角田浜 1661	・北陸道巻潟東 IC より車で約 15 分 ・JR 巻駅より車で約 10 分
⑲：さくらの湯 〒959-0318 TEL 0256-94-1126 西蒲原郡弥彦村弥彦大字麓 1970	・北陸自動車道 三条燕 IC より弥彦方面へ車で約 35 分 ・JR 弥彦線弥彦駅下車、タクシー車で約 5 分
⑳：ナステビュウ 湯の山 〒942-1431 TEL 025-596-2619 十日町市松之山湯山 1252-1	・塩沢・石打 IC から車で約 50 分 ・六日町 IC から車で約 50 分 ・JR 十日町駅から車で約 30 分

以上はゼミで調査を行い温泉マップに掲載した温浴施設の一覧である。

写真 16 (右) 温泉にまつわるキーワード探しの作業  
でゼミ学生たちが書いたものの一部



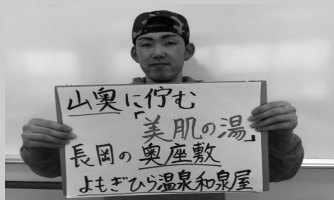
### ①：よもぎひら温泉 和泉屋



【営業時間】  
11:00～20:00  
【定休日】  
混雑したときのみ、お断りするケースあり。  
※電話で要確認

#### 明治2年創業から長年親しまれている老舗温泉宿。

長岡市蓬平町の山奥に行む、「長岡の奥座敷」よもぎひら温泉の和泉屋。トロトロとした独特のぬめりのある泉質が特徴的な温泉で肌がツルツルになると評判。長岡の大自然のなか、山あいの四季を感じながら日常を忘れゆったりとした時間を過ごせる。日常から抜け出し、長岡の奥座敷で大切な人と至福の時を過ごしてみたいかだろうか。



【入浴料】  
1000円  
【泉質】  
単純硫黄冷鉱泉

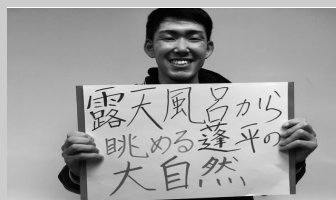
### ②：花の宿 よもやま館



【営業時間】  
12:00～15:00、  
18:00～21:00  
【定休日】  
※電話で要確認

#### 古風のある佇まいに、安心や落ち着きを感じる温泉宿

浴槽からは山が見え目の前は川が流れ、蓬平の自然の豊かさを間近で味わえ、贅沢な入浴時間を過ごせる。宿泊施設であるが立ち寄り湯も可能で、宿泊する時間が取れない方でも、素敵な温泉に浸かることができるのはありがたい。また「花舞台」という舞台があり宿泊を行うと、よもやま館オリジナルの舞が楽しめる。



【入浴料】  
1000円  
【泉質】  
ナトリウム塩化物炭酸水素塩泉

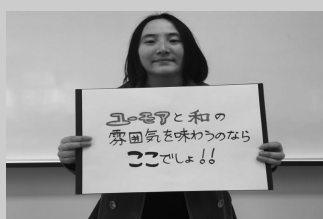
### ③：蓬莱館 福引屋



【営業時間】  
※電話で要確認  
【定休日】  
毎月2回  
(風呂のメンテナンスのため) ※電話で要確認

#### 験を担ぎ幸福を授かる湯

館内は外観からは想像しにくい開放感あふれている。温泉はぬるっとした肌触りで心地良いがその反面滑りやすい。男女の湯名の由来が書かれた看板があるので是非現地でご確認を！地元愛や人のぬくもりを感じられる手作り品を取り扱うお土産コーナーが充実しており、従業員がお出迎え・お見送りの言葉をかけてくれるので気持ちよく利用できるのが強みだ。



【入浴料】  
800円  
【泉質】  
単純硫黄アルカリ性・低張性温泉

### ④：越後とちお温泉 おいらこの湯



【営業時間】  
金・土曜日以外  
11:00～20:00  
(入浴：12:00～19:00)  
金・土曜日  
11:00～21:00  
(入浴：12:00～20:00)  
【休館日】  
毎週木曜日  
(老人の日(9月15日)に当たるときは、その翌日)  
年末年始  
(12月28日～1月4日)

#### 自宅のようにゆったりと

栃尾の豊かな自然の中に建つ温泉施設。2012年に出来たばかりの木造建築の清潔感がある施設で、食事もある。「おいらご御膳」という栃尾の食材を使ったヘルシーな御膳は年代問わず優しい味わいである。

(写真 komachi web から引用)



【入浴料】  
一般 400円、  
高齢者(65歳以上)、  
障害者、介助者 250円  
【泉質】  
ナトリウム-塩化物強塩温泉

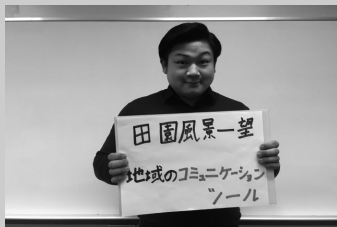
## ⑤：桂温泉



【営業時間】  
10:00～22:00  
【定休日】  
月曜日

### 地域の人たちの、憩いの場

田園地帯にある温泉である。入浴しに行ったときに近隣に住んでいる方とお話しする機会があった。地域の人と会って間もないのに、会話が弾むのは温泉ならではの効果だと思った。地域の人に愛されている温泉。内湯は熱めのお湯とぬる目のお湯が楽しめ、夏場は露天風呂も楽しめる。



【入浴料】  
500円  
【泉質】  
アルカリ性単純温泉

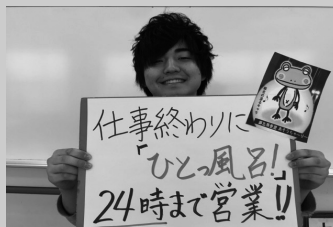
## ⑥：麻生の湯



【営業時間】  
9:30～24:00  
【定休日】  
なし

### 長岡の温泉の入門編、ここから始まる温泉の旅。

無料シャトルバス、広い駐車場によるアクセスのしやすさ、食事処ではレストランのような幅広いメニューの料理が注文でき家族で行きやすい温泉地だ。他の温泉地と比べても豊富なボディケア、仮眠スペースやサウナと、温泉に行ったらあってほしいと思うものが揃っている。24時まで営業しておりとても通いやすい温泉施設だ。



【入浴料】  
800円  
【泉質】  
ナトリウム・カルシウム 塩化物泉

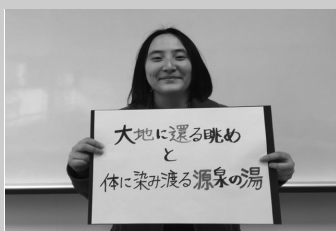
## ⑦：えちご川口温泉



【営業時間】  
10:00～21:00  
【定休日】  
第1,3,5 火曜日

### 日帰りではもったいないと思われる温泉施設

楽な姿勢で利用できる寝湯や腰掛け式流水浴、源泉の濃さを体感できる源泉浴などがある。脱衣所には床暖房、温泉は身体の保温効果が高く、冬でも冷えることなく利用が可能。ツボ押しやジム、夏季限定のプールなど付属施設も充実！2階の広場や大展望露天風呂からの景色は一見の価値あり。ホテルサンローラが隣接しているため宿泊で利用しやすく、様々な時間の景色を楽しむのもおすすめだ。



【入浴料】  
700円  
【泉質】  
ナトリウム-塩化物  
強塩温泉

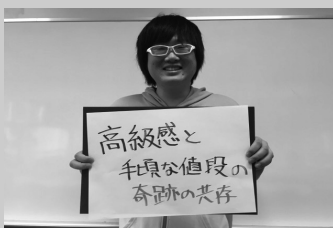
## ⑧：旬食・ゆ処・宿 喜芳



【営業時間】  
10:00～22:00  
【定休日】  
年中無休

### 季節を楽しめる高級温泉！

玄関先にいる大きなカエルの像が印象的で平日は870円でタオルだけでなく館内着もついてくる。露天風呂から眺める田園風景は、四季折々な景色が楽しめる。ヒノキ、陶器、岩の三種類の露天風呂があり浴槽の種類が豊富などところもポイントだ。温泉だけでなく食事処もきれいで、ごろ寝処やリラックスルームなどもあり楽しむポイントが沢山ある温泉施設である。



【入浴料】  
平日 870円  
土日祝 1080円  
【泉質】  
単純温泉  
(中性低張性低温泉)

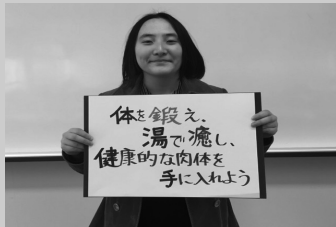
## ⑨：アクアーレ長岡



【営業時間】  
10:00～21:00  
【定休日】  
第2,4月曜日  
(祝日の場合は翌日)

### 疲れを癒しつつ美ボディを手に入れよう

この施設では温水プールとフィットネス設備にも力を入れているので疲れた体を癒すのに温泉を利用するプランにして最大限に楽しみたいところだ。しかし、学校や仕事帰りでは存分に堪能出来ないため休日の利用をお勧めする。運動で血圧上がりやすい状態にも優しい低温浴槽もあるため、そこらのジムの設備に負けずとも劣らないトレーニング施設で体を鍛えて健康になろう。



【入浴料】  
760円  
【泉質】  
青葉温泉  
「メタケイ酸」を含む鉱泉

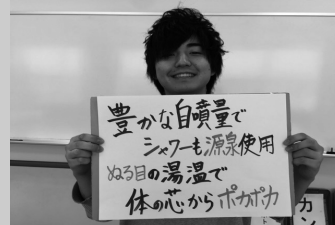
## ⑩：寺宝温泉



【営業時間】  
7:00～22:00  
10～3月まで21:00閉館  
【定休日】  
なし

### 浴槽溢れる掛け流し温泉。

県内トップレベルの水質を誇り、豊富な湧出量によりシャワーも温泉水を活用することが可能となっている。勿論すべての浴槽は源泉掛け流しで見ている気持ちが良いほどだ。二種類の内湯と三種類の露天風呂という豊富な種類の浴槽で、濃質な温泉を体験することができる。



【入浴料】  
700円  
【泉質】  
ナトリウム-塩化物温泉

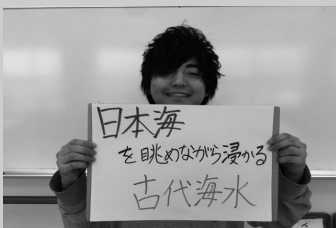
## ⑪：寺泊岬温泉 太古の湯



【営業時間】  
10:00～21:00  
【定休日】  
なし

### 海の帰りに最適、旅の終わりに安らぎを。

広まるガラス張りの景色に、ゆったりとくつろげる広さの浴槽。夕方には光輝く海と沈んでいく太陽の壮大な姿を見ることが出来る。市場や海で遊んだ後に訪れたい温泉だ。休憩所では気軽に仮眠をとれるスペース、リラクゼーションルームと一息つくことが可能なため、海帰りや市場へ行った後に訪ねることをお勧めする。



【入浴料】  
700円  
【泉質】  
ナトリウム・カルシウム-塩化物強塩泉  
(中性高張性高温泉)

## ⑫：寺泊岬温泉 ホテル飛鳥



【営業時間】  
11:00～18:00  
17:00受付終了  
【定休日】  
電話で要確認

### 湯船から見渡す日本海！豪華な料理でおもてなし！

浴槽から景色が良く見える造りになっているので、温泉に入りながら日本海と弥彦山を見ることができる。大浴場、陶器風呂、寝湯、藻枯風呂、水風呂、露天風呂と浴槽の種類が豊富で、つい長時間入浴してしまうほどだ。温泉以外にも豪華な料理やカラオケを楽しむことができる施設である。



【入浴料】  
700円  
【泉質】  
ナトリウム・カルシウム-塩化物強温泉  
(中性高張性高温泉)

### ⑬：八木ヶ鼻温泉 いい湯らてい



【営業時間】  
10:00～22:00  
【定休日】  
毎月第三水曜日(祝日  
の場合は翌日休館)

#### 露天風呂で青空と共に八木ヶ鼻を望む

三条市の山奥、下田にある温泉施設。周りにはキャンプ場もあり週末は家族連れの利用客などで賑わっている。下田の自然と迫力のある八木ヶ鼻を望める浴槽が魅力的。露天風呂には「たなごころの湯」という日替わり湯もあり毎日来ても楽しめるのがポイントだ。



【入浴料】  
850 円  
【泉質】  
ナトリウム・カルシウム  
-硫酸塩泉(弱アルカリ  
性低張性高温泉)

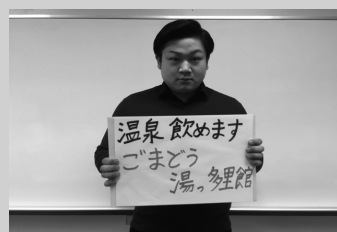
### ⑭：ごまどう湯っ多里館



【営業時間】  
10:00～22:00  
【定休日】  
毎月第2火曜日

#### 数少ない飲める温泉！一度お試しあれ!!

駐車場からエレベーターで本館に向かうと県内でも希少な飲泉スペースがある。浴室からは越後平野が一望でき、晴れた日の浴室からの眺めは絶景だ。また「ごまどうの湯」には珍しいサウナがあり、ソルティーサウナといって塩を体に塗ってから入るサウナで美肌効果やダイエット効果が期待でき女性に好評だ。



【入浴料】  
700 円  
【泉質】  
ナトリウム-塩化物泉  
(アルカリ性低張性温泉)

### ⑮：花の湯館



【営業時間】  
10:00～21:00  
【定休日】  
第2水曜日

#### 毎週日曜日にアヒル降臨！花の湯館

毎週日曜日は「アヒル風呂」というイベントが開かれ浴槽に大量のアヒルが泳ぐ。その他にも「小判風呂」などお子様連れのお客さんが楽しめるイベントが沢山行われている。施設に併設されている「温泉カフェわかば」では地元の食材を使った豆乳ソフトやラーメンを頂くことができる。荷物を持たずに行っても貸しタオルの料金を含めワンコインで入浴できるのは魅力的である。



【入浴料】  
450 円  
(貸しタオル+50 円)  
【泉質】  
泉質名なし(メタケ  
イ酸含有の中性泉)

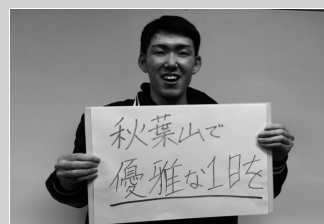
### ⑯：秋葉温泉 花水



【営業時間】  
10:00～22:00  
【定休日】  
年中無休

#### 非日常的空間で味わう極上の癒し

秋葉区の JR 東新津駅の隣に建つ温泉施設。ヨーロッパや国内のスパを丹念に視察して造られており、日常生活では味わえない優雅な空間を楽しむ。洋風のオシャレな建物で、広々とした開放感のある大浴場や、隔離されていて安心しながら寛げるメディテーションバスが魅力的である。レストランやカフェ、リラクゼーションサロンも館内に併設されていて、日ごろの疲れをゆっくり癒し、時間を忘れて1日中寛げる。



【入浴料】  
950 円  
【泉質】  
弱アルカリ性・ナトリ  
ウム・塩化物温泉

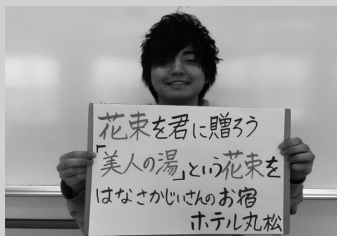
## ⑰：咲花温泉 ホテル丸松



【営業時間】  
 ※電話で要確認  
 【定休日】  
 ※電話で要確認

香り痺れる、硫黄温泉。本格派温泉ここにあり

その昔、「湯の花」が咲いていたことから「咲花」の名前が付けられた、「咲花温泉」。毎分 2,000 リットルの湯量豊富な源泉にゆったり浸かり、体の芯までポカポカとあたたまる事が出来る。つん、と鼻につく温泉ならではの芳香に入る前から本格的な温泉の片鱗を味わうことが可能だ。



【入浴料】  
 700 円  
 【泉質】  
 単純硫黄物泉

## ⑱：カーブドッチヴィネスパ



【営業時間】  
 平日 10:00~22:00  
 土日祝 7:00~22:00  
 【定休日】  
 年中無休

キレイな景色に美人の湯、究極の露天風呂ここにあり

更衣室からもきれいな景色が見える、露天風呂が大きく景色は最高の一言。女性専用のマッサージや休憩室を始め、スタッフも基本的に女性ばかりと女性が気軽に行けるようになっている。男性のみでも十分満足できたので友達同士やカップルで利用するのもおススメだ。



【入浴料】  
 1000 円  
 【泉質】  
 ナトリウム-硫酸塩・塩化物・炭酸水素塩泉(アルカリ性低張性高温泉)

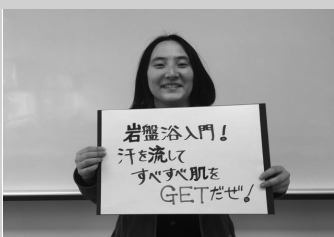
## ⑲：弥彦桜井郷温泉 さくらの湯



【営業時間】  
 10:00~22:00  
 【定休日】  
 (年 5 回程度メンテナンス休館有り)

多種多様な湯と岩盤浴は飽きることが無い！

温泉は日替わりのハーブ湯が楽しみ、露天風呂には立ち湯や壺湯などがあり、目玉ともいえる岩盤浴は説明や水分補給の促しをしてくれるので初体験でも安心して体験してみよう。平日の 17 時以降は仕事帰りの 20 代から 30 代の人が多く利用しており、中高年層だけでなく若者や特に女性へのサービスの質の良さがあると感じたのでご自身の目で確かめてはいかがだろうか。



【入浴料】  
 1000 円  
 【泉質】  
 ナトリウム-カルシウム-塩化物泉(低張性アルカリ性高温泉)

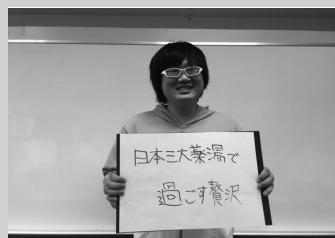
## ⑳：ナステビュー 湯の山



【営業時間】  
 10:00~22:00  
 (12~3 月は 21 時まで)  
 【定休日】  
 毎月第 2 金曜日(5 月のみ)  
 第 3 金曜日)

ここに通えば病気知らず！最高の薬湯！

くじ引きを実施するなど、様々なイベントを積極的に行っているこの施設は日本三大薬湯にも数えられる名湯。大浴場には音楽が流れていてよりリラックスできる。平日でもお客さんは多く、温泉の良さはもちろんだが、サービスの良さも物語っている。90 度以上の源泉が利用されているので火傷に注意！



【入浴料】  
 650 円  
 【泉質】  
 ナトリウム・カルシウム-塩化物泉(弱アルカリ性・高張性・高温泉)

## 5 新潟大学・村山敏夫先生の温泉と地域資源を活用した健康づくり講座

### 5-1 健康づくりを考える入浴法と実践

日 時：平成 28 年 11 月 15 日（火） 9 時 00 分～12 時 00 分

場 所：花の湯館（新潟市秋葉区天ヶ沢 498-1）

参加者：4 年 丸山 貴樹

教 員：山川 智子

11 月 15 日、新潟市秋葉区にある『花の湯館』で行われた新潟大学教育学部の村山敏夫先生の「温泉と地域資源を活用した健康づくり講座」を受講してきた。この講座は 2 回に渡りこの日は第 1 回目で、「健康づくりを考える入浴法と実践」というテーマで座学と実習があった。開館前の午前 9 時に始まったこの講座には、10 名ほど受講者が集まった。講座の冒頭村山先生が挨拶された後すぐに水着に着替えて浴室へと移動した。実際に浴槽に浸かりながら「健康づくりを考える入浴法」を教わった。村山先生には今年度ゼミ活動の地域活性化アドバイザーでもあり、特別授業等でも随分とお世話になった。

今回教わった「健康づくりを考える入浴方法」の内容は、次ページの通りである。



(上)写真 18 村山先生の講座風景



(左)写真 19 『花の湯館』での記念撮影の 1 枚

(下)写真 17 今回の講座の告知ポスター



新潟大学教育学部 村山准教授の

**温泉と地域資源を  
活用した健康づくり講座**



---

**第1回**  
健康づくりを考える入浴法と実践

11月15日(火)午前9時～午前11時

毎日の入浴も健康づくりに役立つ入り方があります。新潟大学教育学部の村山准教授と一緒に楽しく勉強しながら健康づくりしましょう！

- 場所…新潟市小須戸温泉健康センター花の湯館
- 参加費…1,000円  
(入館料と貸しタオル代、飲み物代含む)  
※講座では男女が同じ湯船に入浴しますので、水着着用となります。
- 定員…先着20人(要申込)
- 申込…電話かFAXで花の湯館(0250-38-5800)へ10月16日受付開始






---



**第2回**  
菩提寺山眺望トレッキングと自然体験

11月22日(火)午前9時～午後3時

里山ビジターセンターを出発して菩提寺山を眺めるトレッキングでさわやかに汗を流しましょう。ゴール後村山准教授がストレッチや入浴方法もお伝えします。

- 場所…里山ビジターセンター
- 参加費…1,000円  
(入館料と貸しタオル代、保険代含む)  
※花の湯館から里山ビジターセンターに戻る際、別途バス代170円がかかります。
- 定員…先着20人(要申込)
- 申込…電話かFAXで里山ビジターセンター(0250-22-6911)へ10月16日から受付開始



## 健康づくりを考える入浴方法



①浴室に入ったらいきなり浴槽に浸かるのではなく、入浴前に一旦イスに座り一呼吸する。

脱衣所と浴室では室温や湿度などが違うので、まずはイスに座り身体を浴室の環境に馴染ませることが大切である。

②その後、呼吸をしたら 40～42℃くらいの温度のシャワーを手足の指先などにかける。

手足は毛細血管が集合していて温度変化などに敏感であるため、これから入浴する浴槽の湯温と同じくらいの温度のシャワーをかけることで、身体がこれから入浴すると認識する。この行為を行うことで身体が入浴前の準備体操を行った状態になり、ヒートショックなどへの危険性が軽減し身体への負担が少ない入浴が出来る。

③次は浴槽への入り方だ。浴槽にはゆっくりと浸かっていく。

浴槽へは一気に肩まで浸かるのではなく、ゆっくりと浸かっていくことが重要である。

④入浴は 3 分を目安に浴槽から上がる。

この時もいきなり立ち上がるのではなく、ゆっくりと立ち上がり一旦浴槽のへりなどに腰掛け、一呼吸をしてから上がる。そうすることで、入浴中に暖まって緩んだ血管が急に立ち上がることで縮まり、立ちくらみなどが起こることを防げる。

⑤浴槽から上がった後、同じように②③④の入浴法を 3 回繰り返す。(シャワーで手先足先にお湯をかけてからゆっくりと浴槽に 3 分ほど浸かる。)

こういった同じ入浴の方法を繰り返すことを交互浴という。この交互浴を 3 回繰り返すと身体の芯からジワジワと汗ばんでくる、お風呂から上がった頃には身体がポカポカと温まった状態になるので、3 回を目安に交互浴を行うと良い。

⑥入浴を終え、お風呂から上がる際はシャワーで冷たい水を出して、手足を絞めてから上がる。

手足を冷水で絞めることで湯冷めすることなく、温まった状態を維持することができる。



お風呂上がりには身体を撫で、さすりながら筋肉などを伸ばすイメージで軽くマッサージをすると良いと村山先生は言っていた。マッサージだからと言って身体を揉み解すのではなく、優しくさするのがポイントのようだ。この【事故のない入浴方法】の一連の流れを村山先生から実践形式で教わった後、着替えて休憩室に移りスクリーンを使用し写真やスライドを使いながら、入浴法のおさらいや「健康」についての話を聞いた。

「健康」についての話は、温泉と健康がなぜ結びつくのかという内容だった。「温泉は人と人をつなぐ力を持っている」と村山先生は言っていた。以前村山先生が阿賀町で実施したトレッキングと入浴を合わせた体験講座での写真を使いながら説明が行われた。

トレッキング前の集合写真では表情が硬かった参加者が、ゴールを迎えてから撮った集合写真では笑顔になっていた。このトレッキングは初対面の人同士でも一緒にトレッキングをすることにより仲良くなる。つまりトレッキングや温泉が仲間作りの場になるのだ。仲良くなった仲間と温泉に入り、トレッキングでかいた汗を流し裸の付き合いをすることでお互いの距離がさらに縮まる。これのどこが健康に結びつくのか、トレッキングで身体を動かすことだと思ふ人もいるかもしれないが、一番大切なのはそこではないようだ。実は健康になるには、食事や運動より「人と繋がること」が大切らしい。人と繋がりコミュニケーションを取り笑いが起きることで、笑うという行為が脳を活性化させ身体の免疫力を上げてくれるようだ。

また、トレッキングは自然の中を散策する自然浴でもある。皮膚に風を当てて歩くことで免疫が上がると言われている、海外では自然浴が病気の治療法の一つとなっているようだ。その他にも歩くことで地面の起伏が足の平へ刺激を与える、その刺激でホルモンが分泌され、今度は脳に刺激が行き脳の活性化が行われる。ゆっくりリズムよく歩くことが脳にとって1番良い歩き方で、歩くコースは平らではなく上り下りのある起伏があるコースだと身体へ少しの負荷がかかり筋肉の運動にも良いと言われている。そして運動することで、泣いた時と同じホルモンが分泌されスッキリする。

つまりトレッキングも健康になるための要素が詰まっていて、更にリフレッシュ効果があるともいえる。またトレッキングを行う前に地図を見てコースを考え、実際にコースを歩き、ゴールした後に反省を行う。この一連の流れも頭を使うことばかりなのでトレッキングには脳を活性化する沢山の要素が詰まっている。脳の栄養になるものは、知りたいという興味や欲求からなる知的好奇心であり、そういった興味がある場所へ足を運び実際に体験することが大切と村山先生は言っていた。

その他にもお風呂についての話として、お風呂の浮力、抵抗、水温、水圧の話もして頂いた。その中でも水温についての話で、入浴には不体感温度という丁度いい水温で入浴する不体感温度浴、ぬるめのお湯で入浴する低温浴、熱いお湯で入浴する高温浴などがあり、水温によって自律神経への影響が違ふようである。37~40℃の水温での低温浴を行うと副交感神経が刺激されリラックスした状態になり、42℃前後の水温で高温浴を行うと交感神経が刺激され緊張した状態になるようだ。ゆっくり寛ぎたいと思う時はぬるめのお湯で入浴をすると良く、スポーツの大会や気合を入れて何かを行う前は熱いお湯で入浴すると良いようである。また村山先生は「お風呂は生活のリズム」と言っていた。この話は普段の生活でも利用できそうだと思うのでこれからは水温を意識して入浴したいと思った。

## 5-2 菩提寺山眺望トレッキングと自然体験

日 時：平成 28 年 11 月 22 日（火）9 時 00 分～16 時 00 分

場 所：里山ビジターセンター、花の湯館

参加者：4 年 丸山 貴樹

11 月 22 日、「温泉と地域資源を活用した健康づくり講座」の第 2 回で「菩提寺山眺望トレッキングと自然体験」というテーマで屋外での活動が中心だった。新潟市秋葉区の里山ビジターセンターを出発し、裏山の菩提寺山をトレッキングしながら自然と触れ合い最後にゴールの『花の湯館』で村山先生から入浴方法やストレッチなどを教わり、入浴後解散という運びである。「里山ビジターセンター」をスタートし、「白玉の滝」を經由し山頂を目指す。下山コースは「大沢森林公園」を經由し、ゴールの『花の湯館』へと向かう。



写真 20 里山ビジターセンター発トレッキングマップ：今回のコース

9 時前にビジターセンターに着くと既に何人かの参加者が集まっていた。参加者はほぼ全員が登山靴を履いていて万全な装備だった。スニーカーを履いてきたので心配になった。9 時になり開会式が行われ、これからの工程の説明や村山先生のご挨拶があった。里山ガイドの方とビジターセンター内にある里山の模型を確認しながらこの日のトレッキングコースの説明が行われた。その後集合写真を撮影し、9 時半頃トレッキングへ出発した

ビジターセンターを出発して、この地域で石油が取れた時代に石油を採取する際に使っていた機械などを見学しながら5分くらい歩き堀出神社に到着した。堀出神社の階段には紅葉し終わった落ち葉が散りばめられていて綺麗な絨毯のようになっていた。階段を上り本堂で参拝をしてから里山ガイドの方の案内のもと本堂の裏にある道を通って菩提寺山の登山コースへ入って行った。アップダウンのある山道を20分程歩くと白玉の滝の雌滝に着いた。ここで一旦トイレ休憩があり各々が滝を眺めるなど休憩を取った後、トレッキングを再開した。トレッキング中は里山ガイドの方が登山コースに咲いていた植物や木々などについての説明を行った。里山ガイドの方が冗談を言って参加者を笑わせ場が和んだ。

頼もしい里山ガイドの方や村山先生や新潟大学大学院生の四家さんと会話を楽しみながら菩提寺山の頂上を目指した。トレッキング前日に雨が降ったせいで所々ぬかるんでいる道があったり、滑りやすくなっている道があったりと険しい道のりが多かったが、登ること50分ですぐに菩提寺山を登頂した。山頂からは越後平野を眺望でき、紅葉の時期ということもあり赤色や黄色に色づいた山が綺麗だった。山頂についてからすぐにお昼休憩になったので村山先生や四家さんと一緒に山頂からの景色を眺めながら食事を取った。私がビジターセンターで売っていた店員の方オススメのかりんとうを食べていたら、村山先生がおにぎりをおすそ分けしてくれたので、かりんとうをお返しで渡した。

空気が澄んでいて綺麗な景色が見える山頂での食事はとても気持ち良かった。お昼休憩が終わり山頂で参加者と記念撮影を行った後、登ってきたコースと別のコースで下山しながら次のポイントを目指した。

写真 21 白玉の滝 雌滝



写真 22 菩提寺山山頂からの景色



下山コースの途中では、やまびこが聞こえる「ヤッホーポイント」があり里山ガイドの方が向かい側に立つ山に「ヤッホー」と叫ぶとやまびこが3回ほど聞こえた。参加者も続きながら「ヤッホー」と言って楽しんだ。初対面だった参加者たちも一緒にご飯を食べ、険しい道でもお互いに声を掛け合いながら登ることで距離が縮まり笑顔なども垣間見えた。

山頂から30分程山道を下り次のポイントの「展望スペース」に着き、景色を撮影した後、また10分ぐらい歩き大沢森林公園に到着。ここでトイレ休憩を行い、ここからはアスファルトで舗装された道を歩き竹林などを通りながら30分程すると花の湯館に到着した。大沢森林公園を後にした辺りから疲れもあって参加者の足並みが揃わなくなり、それぞれのペースでゴールを目指したが、何とか参加者全員でゴールの『花の湯館』に辿り着くことが出来た。入口の前で記念撮影を行い館内へ移動し村山先生の講座の前に、入浴時間が設けられた。参加者が入浴し終えて全員揃ったところで村山先生の講座が始まった。



写真 23 (左) 写真 24 (右) 大沢森林公園から花の湯館へと向かう参加者たち

村山先生の講座は、トレッキング中に村山先生がアイフォン (iPhone) で撮影した写真をスクリーンに映しながら 1 日を振り返ることから始まった。開会式の集合写真や道中の景色、山頂での集合写真や山頂からの景色、展望スペースからの景色や花の湯館での集合写真をスクリーンに写しながら参加者と 1 日を振り返った。最初は初対面の集まりで表情が硬かった参加者の方も、トレッキングが進むにつれ笑顔になっていくのが写真からもよくわかる。初対面の方がトレッキングを通し仲良くなり笑顔が生まれる。この笑顔が体を健康にする 1 つの要因である。

この日のトレッキングを振り返った後は、前回の講座でお話頂いた自律神経のしくみについての復習や、スクリーンに映し出された文字が何色で書いてあるかを声に出して発する、脳を活性化させるトレーニングなどを行った。その他に参加者全員で一列になり前に立っている人の肩をさすってマッサージをし合うなど、前回の講座でも取り上げた身体を撫で、さすりながら筋肉を伸ばすイメージで行うマッサージを実践した。

今回の講座は、前回座学で受けた講座を実際に体験するものだった。前回は過去に開催された物をスクリーン上で見ながら話を聞いているだけだったが、その話を聞いたうえで実際にトレッキングからの入浴の一連のコースを体験するというで前回聞いた話を体で覚えることが出来た。綺麗な澄んだ空気を吸いながら山の中をトレッキングし自然に触れ自然浴というものを自分なりに感じ、紅葉などの景色に感動し自分の足で大地を踏みしめることでゴツゴツとした道が足の平に与える刺激を感じた。そしてトレッキングや温泉での裸の付き合いを通し初対面の人同士の距離が縮まり、打ちとけ合い、会話をしながら笑顔が生まれ、笑うことで健康に繋がる。そういった感覚を前回の講座で学んだ知識とリンクさせながら自分自身の身体に刻んだ。

また、地域の資源を活かしながら何かを行い、その活動が心と身体のリフレッシュに繋がり、友達が出来て、笑顔が生まれ、そのすべてが健康に繋がる。地域の資源である「地の宝」を利用することで地域が活性化して、人を健康に出来る相乗効果が生まれる仕組みが存在することを村山先生と『花の湯館』さんの講座のおかげで身をもって知ることが出来た。地域活性化や街おこしなどは大人が考えても答えが出せていない難しい問題と講座を通じて改めて認識したが、同時に小さなことでも始めてみることでいずれは何か大きな成果に結びつくのではないかという気持ちにもなった。

地域活性化発表会の後、ゼミでも村山先生に特別授業をしていただいた。同じような気持ちをゼミの他のメンバーとも共有できたのではないかと思う。本当に楽しい経験だった。

## 6 よもぎひら温泉和泉屋金内智子さんからのヒアリング

日 時：平成 29 年 02 月 03 日（金） 11 時～13 時

ヒアリング対応者： よもぎひら温泉 和泉屋 常務 金内 智子 様

参加者： 4 年 丸山 貴樹

教 員： 山川智子

昨年度に引き続き、今年度も長岡市内の温泉・入浴施設の中では格式の高い『よもぎひら温泉和泉屋』で地域活性化アドバイザーでもある金内智子さんにヒアリングを行った。昨年度は行くだけで緊張してドキドキしていたほどだったが、今年度は何度も足を運び、この報告書でもたびたび出てくるが、特別プランを利用して宿泊体験をしたことで一気に心の距離が縮まった。今回のヒアリングでも昨年度と多少の重複はあるが、お互いに深く知り合えたことでさらに内容の詰まったお話が伺えた。大事なことは何度でも伝えたい。

### 6-1 よもぎひら温泉 和泉屋の概要とヒアリングの目的

『よもぎひら温泉和泉屋』さんは「長岡の奥座敷」とも呼ばれる由緒ある温泉旅館である。観光の拠点として長岡の観光を PR して、地域創生にも大いに貢献している。泉質は単純硫黄冷鉱泉で、身体にやさしくなじみやすいのも特徴である。宿泊客だけでなく、日帰りの立ち寄り湯の利用者に対しても常にレベルの高いおもてなしを行っている。

今回のヒアリングの主な目的は、実際に体験した内容も踏まえ、昨年度からの変化や、最近の利用客の傾向、さらに今後の展望について伺うことであった。



写真 25 (左) 『和泉屋』の看板と季節の紅葉が見事にマッチしている。

写真 26 (右) 宿泊した部屋にあった観光案内のパンフレット、説明が親切丁寧。

### 6-2 金内智子さんへのヒアリング内容：質疑応答形式

#### 質問 1 主にどのような方々に利用して欲しいと思いますか？

温泉を楽しみたい幅広い年代層の人達に来て欲しい。この温泉は美肌効果があるので女性の方々に是非おすすめである。性別や年齢を問わず、お客様を大事にしたい。

**質問 2 より多くのお客様から来てもらうために、どのような工夫やサービスを心掛けていらっしゃいますか？また、若者の立ち寄り湯利用者で何か変化はありましたか？**

立ち寄り湯は、若い人も多く利用してくれている。ここ近年インターネットの影響か、宿泊も含めて明らかに若い人の利用が増えている。よもぎひら温泉にある温泉旅館 3 館共通入浴チケット（期間限定）も好評である。今後、若い人にもっと温泉を身近に感じてもらいたいし、インバウンドを見据え留学生を対象に「温泉体験」の機会も作っていきたいと考えている。

**質問 3 今年度のゼミでも利用させていただいた特別宿泊プラン（1泊約1万円）のサービスを始めてから、宿泊利用者はどのように変化しましたか？**

明らかに定着している。定期的に期日限定で実施しているが、是非またやって欲しいと好評を得ている。今度はいつやるのかと矢のような催促を受けることもある。宿泊利用者の傾向は時代とともに変わるが、『お日にもち限定ぷらん』は評価も高く満足して頂いていると思っている。

**質問 4 「長岡の奥座敷」とも呼ばれる由緒ある和泉屋さんがライバルと思っている施設はあるのですか？（蓬平温泉以外の施設などでも）**

この業界はオンリーワンの世界だと思っている。周辺地域でのしのぎあいというよりも地域間競争という様相を呈してきている。新潟県内で言うと、例えば村上、五頭、関川、など自分たちの持っている地域素材を活かし様々な活動に活かしている姿勢に危機感と刺激を受けている。この機会に自分達の足元から見直し地域素材を掘り起こし、他の地域に負けないものを磨きあげていくことで自分達のポジションが明確になっていくのだと思う。

**質問 5 長岡駅などでよく見かけるエンジ色の送迎バスは1つの宣伝ツールになっていると思いますが、その他にも何か特別な宣伝は行っていますか？**

あのバスは言わば走る広告塔として、単なる輸送手段ではなく、宣伝においても重要な役割を担っている。お客様が安全に当館にお越しいただくようドライバーにお願いしている。また、積雪の時期などは周辺の歩行者に飛び跳ねがないように、ドライバーに責任のある運転をするよう指導している。長岡駅東口発 13:30 という送迎のバスはお客様にかなり定着しており、蓬平へお越しくださる為の手段の選択肢のひとつにもなっている。

**質問 6 11月末に立ち寄り湯で伺った際、ちょうどスタッフの方が館内と浴室の清掃をされていきました。そのような日常的なメンテナンスはどれくらいの頻度で行っていますか？**

先に出てきたバスが走る広告塔ならば、スタッフはひとりひとりが歩く広告塔だと思う。又、清掃には力を入れている。特に浴室清掃では 4~5 名の清掃スタッフがローテーションを組んで、1 か所 1 時間くらい掛け念入りに清掃をしている。泉質の関係で手を抜けない場所なのでプロ意識を持ち取り組んでもらっている。又、清掃時間でもお客さまの邪魔にならないように細かく配慮をしながら、清潔な状態が常に維持されるように心がけている。

**質問 7 宿泊した際の接客のすばらしさに改めて感動しました。スタッフの方が宿泊客の客室案内からすべてひとりで担当できるようになるまで、どれくらいの研修を行っているのですか？また、接客の手順などをスタッフに伝える際の苦労や、ここだけは必ず守ってもらうといったことはありますか？**

スタッフが単独で宿泊のお客さまのご案内から夕食の終わりまでできるようになることを当社では「ひとり持ち」と呼んでいる。一人持ちができるには半年はかかる。基本的なマニュアルはあるがマニュアル止まりでは 70 点。若いスタッフが多いので、まずサービスというものの価値を教えるのが大事だと考えている。人間相手の仕事なので、ケースバイケース、柔軟に対応しながらも、おもてなしの心を常に保つ。日々お客様と真摯に向き合い試行錯誤しながら、時にはお叱りやクレーム等お客様の声に戸惑いながらも自分で経験を積み重ねてゆくことしか『おもてなし』のプロになる方法はない。誠実に真剣に仕事に向き合う姿勢と積極的に失敗を恐れず行動してゆく勇気が大切。若いうちは明るく元気に少し無鉄砲なくらいがいい。決して忘れてはいけないのは素直さと謙虚な姿勢。お客さまから代金をいただく以上、ご納得していただける（おもてなし）を提供できるよう努めてもらいたい。サービス業はハート、想いが重要だと思う。諦めずに挑戦し続けるという強い意気込みと細やかな気配りは忘れてはいけない。

例えば、長岡大学の卒業生でもあるスタッフの星野緑さんは、現在トップレベルのおもてなしができています。感情のコントロールがうまく、常に平常心で接客に従事しています。

**質問 8 改めて伺いますが、和泉屋さんの強みやアピールポイントは何ですか？**

温故知新という言葉があるが、代々引き継がれてきたものを大切に守りながら、新しいものを積極的に取り入れ時代のニーズに合わせる姿勢がのれんを引き継いでこれた要因かも知れない。お湯は評判で「美肌の湯」とも言われて、女性客に人気がある。当館のイチオシは大浴場と露天風呂であり、ずっと力を入れきた。一番お金をかけていると言っても過言ではない。露天風呂は旅館の顔であると父から教わった。父の思い入れだけで造った石を 200 個程使った露天風呂は今でも一番人気である。是非とも実際に来てこの風情と温泉の良さを味わって欲しい。

**質問 9 改めて伺いますが、これまで大変だったこと、困っていることは何ですか？**

やはり中越地震は最大の試練だった。地震の影響で露天風呂が川に流されてしまった時に、当時の市長のホームページからそのことが世間に広がってしまった。こちらとしてはあまり広げたくはなかったのだが…。災害はインフラの問題と自分の人生を振り返る機会になった。営業再会まで本当に様々な出来事があったが、不思議と乗り越えてきたことであらためて最後は『人の力』だという信念を持つに至った。近年インターネットが普及で、施設の情報がすぐお客様にお伝えできる。その反面、小さいミスが大きなミスにつながってしまうことを懸念している。難しい時代だと実感しているが、インターネットはこれからも活用しつつ新しい顧客発掘と地域発信に努める必要があると考える。

**質問 10 昨年度の和泉屋さんのキャッチコピーは「お客さまに笑顔を感じと喜びを」と伺いました。今年度のキャッチコピーは何ですか？**



「お客様に最高の笑顔と感動を」と昨年度から少しだけ変わった。「最高の」というひとことを加えたことで、より一層心からの『おもてなし』しようという姿勢を社員に意識し実行してほしいと願っている。当面このキャッチコピーは変えずに行く方針である。

**質問 11 改めて伺いますが、観光をどのように考えているか教えてください。**

昨年も述べたが、観光というのは「裾野が広い」、「多くの雇用が生まれる」、「地域を発信できる」と地域創生につながる3つの重要な要因を含んでいる。若年層が地元に残り地域に貢献できる状況をつくるためには観光は非常に大切なものである。「興味があるもの」「感動したもの」に人は寄って来る。まさにそれこそが観光の真髄である。そして何よりも大事なことは、観光は人の幸せにつながるものであって欲しいということだ。

人が「そこへ行こう！」と決意する理由はいろいろあるだろうが、究極は人のやさしさやあたたかさに触れることが目的なのではないか。観光の土台となるのは人である。

**質問 12 宿泊時に部屋に置いてあった観光案内パンフレットを拝見しました。とても濃い内容でした。しかし、蓬平温泉周辺は今のような積雪の時期にお客さんに「観光スポットなどはないか？」と訪ねられた場合は、どのように対応されているのですか？**

確かに冬の時期は屋外での行動が制約されやすい。しかし、長岡周辺の観光スポットとしてお客さまに是非行ってみたいという場所は屋内も多いので、それなりに満足していただけていると思う。今考えているのは、ある意味でカセとなっている雪をうまく活用できないかということだ。越後湯沢やその他の豪雪地区ほどに圧倒的な量ではないが、この雪を主軸とした文化的な試みや切り口がないかと検討している。

**質問 13 昨年度のヒアリングからここ1年間で、何か大きく変化したことはありますか？ また、今後新たに考えているプロジェクトなどはあるのでしょうか？**

地元だけに限らず、北陸新幹線の開業で関西やその他の地域の動きや社会情勢にも注意を払っている。観光はきっかけづくりや仕掛けというものが大切と考える。みんなの意表をつくようなアイデアが浮かんだら本気を出して実行するくらいの意気込みは持っていたい。いくつか考えているプランはある。地域に活気をもたらす切り口になればと思う。

**6-3 【ヒアリング後の考察】金内智子さんからパワーをいただいて考えたこと**

ヒアリングに応じて下さった金内智子さんは不思議な魅力を持っている。これは先に紹介した村山先生についても言えるのだが、お話を伺うだけで何だか元気になってくる。そのような方々に地域活性化ゼミ活動のアドバイザーをしていただけたのは本当に有難いことだった。前回もそうだが、今回もお忙しいところを貴重なお時間を割いて語っていただいた内容は一生の心の財産になるものばかりだった。大事にしてゆきたいと思った。

用意した質問事項以外にも、大変に参考になる経営のお話やこだわりなども伺えた。『お客さまに最高の笑顔と感動と喜びを』、温泉は笑顔をもたらすパワースポットだ！

## 7 宿泊における魅力と日帰り温泉との比較検討

2016年11月1日から2日にかけて『よもぎひら温泉和泉屋』で行った宿泊体験をまとめた。今回の宿泊体験の目的は、主に3つであった。①和泉屋さんでの宿泊の魅力、②宿泊と日帰り温泉の違い、③宿泊する際のコース考察のための周辺散策である。

結論から言うと、宿泊体験はとても楽しかった。日帰り温泉では味わえない様々なことを経験できて、はっきり言って予想以上に満足度が高かった。

その中の一つに食事があった。日帰り温泉でも食事処がある施設は多いが、会席料理はなかなか食べられない。個人的に印象に残ったのは、お米を釜に入れその場で炊き上げるサービスだった。食事の開始と共に火を付けて、頃合いを見て炊き立てのご飯を頂くことが出来た。料理の量は男子大学生の自分でも十分に満足できるものだった。それでも話に聞いていた夜のラーメン処に先輩らと出向き、しっかりと夜食のラーメンもいただいた。このラーメンは味わいも量も程良くて、飲み会の締めなどに食べたら最適だと思った。



写真 27 (左) 『よもぎひら温泉和泉屋』さんから眺めた冬の雪の風景

写真 28 (中) 今回の宿泊でいただいた夕食の様子、品数も豊富だった。

写真 29 (右) 夜9時以降に開く「ラーメン処」でいただいたラーメン。

宿泊での魅力に部屋でゆっくり寛げることがあった。日帰り温泉でも休憩所や仮眠室を備えた場所もあるが、全体的にざわざわしていてなかなか落ち着けない。余計な気を遣うストレスがない分、開放的な気分を味わうことが出来た。日帰り温泉での個室利用は時間制限があるが、宿泊では部屋に留まっている必要がなく、かなり自由度が高かった。食事から戻ると、部屋にはきちんと布団が敷いてあり、至れり尽くせりだった。今回の宿泊はちょうど紅葉の季節だっただけに窓から見える景色はとても良かった。

旅館に泊まると、ただ何もしない幸せを得ることが出来る。これは自分たちで泊まってみて初めて得られる感覚だった。今年度の活動では随分とさまざまな温泉を回ってきたが、この感覚を得られたのは宿泊体験の時だけだった。なぜ日帰り温泉では得られず、宿泊をしたときのみ、感じられたのかは、自分の経験の無さからか、実はまだよくわからない。

宿泊を行う前は、個人的に温泉旅館はただ高いだけの先入観があった。しかし、今回の体験で温泉旅館での食事、幸福感などの自分にもたらす効果は、金額に見合うだけの価値があると納得した。これらは実際に体験した上で初めて理解できたことであった。

宿泊の際、和泉屋さんの周辺散策も合わせて行った。和泉屋の近くにある高龍神社は何百年にも渡り信仰の対象となってきた。由来によれば、今から約600年前に、南朝の武将高野木（コウノギ）民部永張が戦いに敗れて深手を負い、会津に向かう途中で、龍神の住むという蓬平（ヨモギヒラ）に辿り着き傷を癒したという言い伝えがあるそうだ。高龍神社の御神体は龍の使い、白蛇が祭られて商売繁盛にご利益があると言われている。途中までエレベーターもあったが、そこから先の階段はかなりの急勾配で、当時は雨上がりで滑りやすかった。参道入り口付近の売店では、御神酒、ロウソク、生卵が入ったお供えセットが売られていた。



写真 30 高龍神社の階段

この一泊二日の宿泊体験を踏まえて、宿泊と日帰り温泉や立ち寄り湯のそれぞれの魅力を改めて考えてみた。以下は、学生同士の話し合いで出た意見をピックアップしたものだ。

#### <宿泊のメリット>

- ① 温泉を気の済む隅々まで堪能できる。

日帰りに比べて宿泊では、ある程度時間に余裕が出来る。そのため長時間の滞在により、温泉を思う存分楽しめる。温泉のもたらすリラックス効果は、ゆっくり浸かることの方がより効果的に感じられる。

- ② 施設によって異なる美味しい料理を味わえる。

どこの旅館に行こうかと決める際に、料理を重視する人も少なくないだろう。普段あまり食べることのできない類の品であることで贅沢な気分を味わうことが出来る。

- ③ 何よりも思い出になる。

温泉に宿泊することは、そうそう年に何度も出来ることではない。貴重な体験ゆえ一種の特別な思い出が生まれる。行った後も、その時一緒だった仲間と、思い出を語り合える。強く記憶に残る楽しい思い出こそが最も大きい利点だ。

#### <日帰り温泉や立ち寄り湯のメリット>

- ① 少しの空き時間でも寄ることが出来る。

日帰り温泉では、宿泊とは違い、準備にあまり時間をとられず、旅先でも気が向いたら立ち寄ることが可能だ。その時々状態に合わせて時間の自由が利きやすい。

- ② 仲間を誘いやすい。

日帰り温泉のメリット①でも示したように自分で好きなタイミングで行けるため、仲間と予定を合わせやすい。また、料金も比較的リーズナブルなので、気軽な気持ちで行くことが出来る。

次ページ以降でも述べるが、日帰り温泉や立ち寄り湯の良いところは、他の目的と併せてプランを立てやすいという点でもある。両方のメリットを味わえたことは良かった。

## 8 温泉を軸とした日帰りモデルプラン：車持ち実家暮らし(栃尾)の場合

長岡周辺地域には温泉・入浴施設が数多く存在するが、若者の遊び場・デートスポットとしては馴染みにくい面もある。長岡の温泉は魅力的なものが多いが、若者の姿はあまり見かけなかった。そこで、自らの体験を元に、どうすれば若者が温泉に出向き、最大限楽しむことが出来るのかを考えて、温泉を主体としたモデルプランを考えてみた。

### (1) 太古の湯（寺泊）を中心としたモデルプラン



写真 31 (左) 太古の湯外観

写真 32 (右) 太古の湯の浴槽の様子 (ホームページから引用)

長岡大学からは案外遠いが、学生間で人気のあるドライブスポットに寺泊がある。寺泊と言えば海である。海と言えば釣りである。寺泊市場の賑わいもさることながら、寺泊では海に関することであれば大抵のことは体験できる。市場では通りに面して串焼きの販売がいくつもあるので、手軽に海の幸を味わえるのも魅力である。個人的には釣りが好きなので、釣りを楽しんだ後に『太古の湯』で汚れや疲れを取るというのを想定した。

寺泊地区には他にも温泉旅館や入浴施設などさまざまなものがある。その中で『太古の湯』を選んだのは、ゼミ活動で調査に伺った時の対応がとても親切であったからだ。長岡大学から寺泊までの往復（途中釣りえさの購入など多少の寄り道はしても）大体 75.5km である。まだ運転に不慣れな若者としては、移動だけでも結構疲れる行程である。そして、最後に仕上げの温泉だ。温泉の効能は、疲労の蓄積に対して効果的と感じている。釣りをすると餌や魚の匂いが手や身体に染みつくし、潮風のせいで髪の毛がごわごわになる。水で洗い流すだけでは中々取れないので厄介だ。温泉はそれらの全てを解消してくれる。

『太古の湯』では休憩室に座敷やテーブルがあるが、4人掛けでちょうどいい大きさの物が多いので是非活用したい。ちなみにタオルは入浴料金に含まれないので持参するのを勧めます。

ここの休憩室は1階と2階で分かれている。仮眠が2階で出来るので、運転をして軽く横になりたいときは、1階と2階で分かれることで他のメンバーも退屈せず休息を得ることが出来る。午後5時以降は夜間割引で料金が500円と安くなるが、『太古の湯』の最大の魅力はオーシャンビューである。なるべくならば日没前に雄大な眺めを味わいたいところだ。

## (2)おいらこの湯を中心とした栃尾満喫プラン

海の次は山である。山とくればスキーである。スキーを楽しむなら栃尾は是非お勧めだ。実を言うと栃尾は地元なので、栃尾のいいところをなるべくみんなに知ってほしいという熱意がある。あれこれモデルプランを考えながら気が付いたのは、地域の紹介をするならば、そこに住んでいる人柄を伝えることも重要なポイントではないか、ということだった。



写真 33 (左) 『おいらこの湯』 外観



写真 34 (右) 『おいらこの湯』 の内部

『おいらこの湯』は近郊の温泉施設の中では 2012 年オープンと比較的新しい。内装もきれいでトイレも清掃が行き届いている。清潔さを重視する若者にも自信をもってお勧めできる温泉だ。注意点としては、地元の人が多く利用するので混んでいる時間帯は駐車場が満杯になることだ。また冬期は無料の足風呂は開いていない。食事処の営業は昼のみで、夜はやっていない。休憩所はスペースが広く取ってあるので、比較的気兼ねなくゆったりとした時間を過ごせるだろう。

よく知らない人にその地域を紹介する際に、温泉と道の駅はランドマークとして重要である。いずれも人が多く出入りし、地元の人もが大勢集まる場所だ。

日帰り温泉に行く時に、場所を選ぶ基準としてその地域を知っているかどうかは大きな指標になりえると思う。実際自分が温泉に行く際にも、温泉自体の魅力は A の方が高いけれど、B の方が行く道や周辺の施設を把握している状態では、B の温泉地に向かうケースが多いと感じている。また、温泉に行くことでその地域に対する理解が深まるということも十分にありうると考える。



写真 35 (左) 道の駅とちお R290



写真 36 (右) 栃尾ファミリースキー場

## 9 長岡一人暮らしの女子大学生（車なし）が考える日帰り温泉プラン

### 9-1 今年度のゼミ活動で体験した温泉施設（2016年4月～11月）

ゼミ活動を通して行った温泉施設は下記のマップに示したように長岡市内のみならず新潟県の広域に渡る。但し、長岡駅や長岡大学からの距離や交通アクセスを踏まえると、個人又は友人と行く場合は自家用車で行く方が何かと便利である。

**麻生の湯**  
〒940-0806  
長岡市麻生田町南谷 2063 番地

**長岡では初の温泉体験！  
来るなら火曜限定ゆあがり  
セットや唐揚げがお勧め！**

**ジムがあるのに  
体験してないので  
今度は温泉と両方  
楽しみたい。**

**アクアール長岡**  
〒940-2147  
長岡市新陽 2 丁目 5 番地 1

**長岡駅**

**よもぎひら温泉和泉屋**  
〒940-1122  
長岡市蓬平町 1508 番地 2

**男女日替わりで3カ所の  
露天風呂が堪能できる！  
1度来ただけでは物足りない！**

**広々とした露天風呂の源  
泉の湯で体を温め、景色  
を存分に満喫！**

**えちご川口温泉**  
〒949-7503  
長岡市川口中山 2515-3

(\* 写真はいずれも公式サイトより引用)

**花の湯館**  
〒956-0114  
新潟市秋葉区天ヶ沢 498-1



家族で過ごしやすい雰囲気  
2階の町屋カフェで  
一服するのをお勧め！



**さくらの湯**  
〒959-0318  
西蒲原郡弥彦村弥彦大字麓 1970

岩盤浴初体験！  
体が思った以上にスッキリ  
して良い気分♪



**ごまどう湯っ多里館**  
〒959-1502  
南蒲原郡田上町大字田上丙 3673 番地 1



見晴らしの良さと寛げる空間  
飲泉体験もできます！

(※写真はいずれも公式サイトより引用)

## 9-2 地域活性化活動を経験した上でお勧めしたい3つのプラン

### 9-2-1 温泉初心者の女子学生が考える日帰りプラン

本稿は長岡在住の女子学生が一人または友人と行くことを想定して、モデルコースを練ったものである。筆者は新潟市中央区出身で、現在は長岡市で一人暮らしをしている。車を所持していないため、どうしても行動範囲が限られている。移動の場合は、公共交通機関を利用するか、自家用車を所有する友人が同行するものと想定する。また気軽に温泉を楽しめるように、平日の授業が終わった後に日帰り温泉に行くという前提である。移動の利便性を考慮して、長岡駅を出発地点として3~4箇所の温泉施設を提案する。温泉の初心者が1年弱温泉調査の経験を踏まえて考えた。温泉初心者かつ長岡の温泉に興味がある人には是非行ってみたい場所ばかりである。

### 9-2-2 長岡大学から行きやすく勧められる温泉施設

#### (1) 麻生の湯：すぐにでも温泉体験をしたいのならココ！

長岡大学から最も近い温泉として、リラクゼーションもできる『麻生の湯』がある。大人の入浴料は800円だが、午後5時以降は夜間割引で670円となる。入館料はタオルとバスタオル込みの料金なので、着替えさえ用意すれば荷物があまり重くならず済む。

火曜日限定の「ゆあがりセット」は食事に入浴料込みで1,300円と断然お得である。特にこのセットについてくる唐揚げはとても美味しいので、是非とも一度味わって欲しい。長岡駅と『麻生の湯』を結ぶ無料シャトルバスは火曜・水曜限定で出ている。周辺に他に回ったり遊んだりするような場所がないため、温泉のみを楽しむプランとなる。長岡大学から車であれば10分程度で着くので長岡の温泉体験の取っ掛かりには最適である。

#### (2) よもぎひら温泉和泉屋：何度でも来たいと思える温泉ならココ！

『麻生の湯』と同じく、長岡駅東口から送迎車が出ている『よもぎひら温泉和泉屋』も是非行ってみたい場所だ。日帰りの立ち寄り湯の大人料金が1,000円であるため温泉初心者には少し高く感じるかも知れない。しかし、男女日替わりで趣きの異なる3種類の露天風呂を楽しめることやおもてなしの良さから、初めて温泉旅館を利用する人や大切な人と行きたい時には是非お勧めである。豪華な内装もすばらしいが、流れているBGMもオルゴールの音色だったり、川のせせらぎだったり落ち着いた癒しの雰囲気醸し出している。天高く開放感溢れる空間の「風の湯」、効能の異なる3つの岩盤浴を楽しめる「星の湯」、四季それぞれに異なる自然の趣きを味わえる「月の湯」と露天風呂はどこに入っても満足度が高い。料金以上に充実したサービスを味わえる場所でもある。

難点は、山間にあって途中の道路が狭く、送迎バスや自家用車がないとなかなか単独では行けないことだ。混雑時には立ち寄り湯が利用できないこともあるので、行く際には面倒でも事前の問い合わせはした方がいいと思う。



### (3) 越後長岡ゆらいやと華の湯：入浴と遊びを両立させるならココ！

車を所持している友人と入浴しながら周辺の施設を利用するのであれば、スーパー銭湯『越後長岡ゆらいや』・『華の湯』は外せない。『華の湯』はショッピングモールや映画館、カラオケやゲームセンターなど大学生向けの施設が集まった「リバーサイド千秋」に近い。『越後長岡ゆらいや』は、川崎インター近くで大学から最も近い入浴施設で便利である。

『越後長岡ゆらいや』・『華の湯』は共に会員大人料金 600 円で、各種リラクゼーションのサービスもオプションで利用可能だ。基本的には両施設とも同様の設備だが「越後長岡ゆらいや」は男性同士、高濃度人口炭酸泉がある「華の湯」は女性同士の方が向いていると思う。「華の湯」では、以前恥ずかしい思いをしたことがある。下駄箱の鍵は自己管理なのに知ったかぶりしてフロントに出してしまった。高濃度人口炭酸泉は血圧・血行不良の改善や疲労回復効果があるという。ややぬるめだが、湯上がりはほどよい気分を味わえた。「越後長岡ゆらいや」では幻想的な光景が素敵なトンネル風呂やごろ寝の湯、各種ジェットバスなど種類の豊富さが魅力でもある。両施設とも気軽に入りやすい雰囲気なのもいい。

### 9-2-3 新潟市と長岡市の温泉施設・入浴施設事情の違いについて

#### (1) 交通アクセス面での違い

出身地の新潟市中央区と 2 年近く一人暮らしをしている長岡市の違いは何があるのか。交通面で見ると、新潟市特に中央区は主要地域がそう距離を置かない位置にあるのでバスや自転車などで大体の場所は行ける。JR だけでなくバスセンターもあって利便性は高い。例えば、新潟市内でも特に賑わう万代シティと新潟駅は徒歩にして約 10 分の距離である。中央区だとこの 2 カ所だけでも十分に買い物・娯楽などの用件を済ますことが可能だ。

一方で長岡市は信濃川と長岡駅各々を跨いだ東西で住宅街と商店街のバランスに差がある。実際に筆者が友人と出掛ける時は、長岡駅の周辺か西側の施設に行くことが多い。東側である長岡大学の周辺となるとアクロスプラザ長岡で買い物をして帰る程度で、それ以外で足を伸ばすことはほとんど無いと言ってよい。

#### (2) 施設の所在地による違い

新潟市の目ぼしい温泉は、秋葉区の「花の湯館」・「花水」、西蒲区の「遊雁の湯 よりなれ」・「じょんのび館」・「カーブドッチ ヴィネスパ」・「だいろの湯」と中央区以外にある。両地区は中央区から少々距離があることと中央区内で娯楽施設が充実していることもあり、わざわざ他の区にある温泉に行く気が起きなかった。その上、新潟市は一つの区に住宅街と商店街が密接になっている場所が多く、その密接した空間からある程度の距離を置く区外となると遠くまで行く必要を感じない。長岡市は住宅街と商店街がはっきりと分けられた立地が多く、個人差はあるが新潟市の区ほど距離を感じるものがなく広いからこそより遠くまで行くことに抵抗が無い。よって 2 つの市の住宅街と商店街の距離感や境界線が人の目的地への距離の認識を左右していると考えられる。

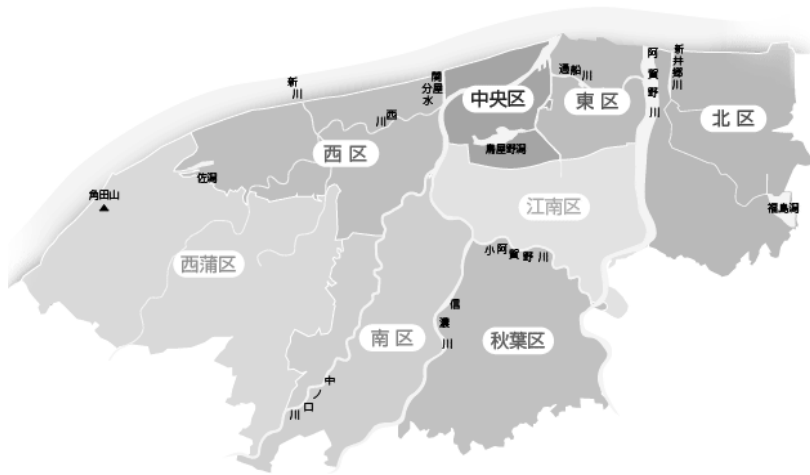


写真 37  
新潟市 8 区の地図  
(公式サイトより引用)

## 9-2-4 温泉初心者が体験を通じて変化したこと

### (1) 日帰り温泉一人旅で苦労したこと、得られたこと

2016年8月20日、夏休みを利用しJRのえちごワンデーパスを使い、単独で関川村の『桂の関温泉ゆ〜む』への調査活動を行った。普段電車を利用することがないため乗車時間と乗り継ぎの時間を調整する作業だけでもかなり疲れた。当日、朝早くに長岡駅でワンデーパスの領収書を書いてもらうのに苦労して、事前に購入しておけば良かったと準備の大切さを痛感した。2回の乗り継ぎの合間には1時間ほど待ち時間もあり、4時間くらいかけて『桂の関温泉ゆ〜む』にたどり着いた。帰りの行程を考慮するとあまり長居はできないが、併設の道の駅を30分ほど散策した。無料で利用できる足湯「ちぐら」は満員状態で入れず、帰り際に写真だけ撮った。



写真 38 足湯「ちぐら」

いざ、『桂の関温泉ゆ〜む』に入館すると家族連れや友人同士で来ている人が多かった。地域の温泉として親しまれているようだ。女湯には歩行浴槽があったのが印象的だった。地域向けかつ健康志向で、一人でも利用しやすい雰囲気なのが良かった。今回の一人旅ではJRを利用したが、思ったよりも苦労した。公共交通機関は時間に縛りが大きいので、自家用車に乗せてもらうありがたみを再認識した。この経験で計画力と実行力を鍛えることができた。一人気ままに旅をしたくなった時や自家用車でドライブに行く分には良い距離であったと思われる。



写真 39 『桂の関温泉ゆ〜む』外観

## (2) 地域活性化活動を通して得たこと

地域活性化ゼミに参加して変わったのは、温泉に対する見方や考え方である。入浴料に見合うサービスの充実とは何かを考え、温泉施設の館内の設備、周辺のロケーション等も含めて広い観点から施設を意識して見るようになった。入浴料、営業時間・定休日の設定、館内の附属施設、宿泊施設の有無、館内の清掃状況、バリアフリー対応など細かく見ると特徴が掴めてくる。若者が好む施設かそうでない施設かも大体わかるようになってきた。

一方で自分の弱点も再認識した。例えば、温泉施設がある地名と地図上の位置があまり結びつかないことだ。方向音痴ではせつかくの経験を日常生活で活かすことが出来ない。敢えて地図を作成して内容を整理することで、今まで体験してきた温泉施設の位置関係や大学からの距離を把握できた。今まで足りなかった自主的な行動力を伸ばす機会と自身の弱点を改善する機会をこのゼミ活動で得られた。

### 9-2-5 経験を踏まえて温泉を3つの観点から考えた

#### (1) 地域の結びつきと「温泉の魅力」

温泉が「地域の宝」であると、経験を通じて感じる事ができた。しかし、温泉施設で若者を見かけることはあまりなかった。温泉を「地域の宝」としてこれからも活用するために若者ももっと温泉を活用して欲しい。温泉入浴だけでなく、各種リラクゼーションや、カラオケやプールなど温泉以外の魅力も兼ね備えている所が多かったからである。

#### (2) 温泉の持つ「力」を宿泊体験から得る

『よもぎひら温泉和泉屋』で宿泊体験をしたことで温泉の「力」を感じる機会を持てた。帰りの心配など他のことで気負わずに温泉が心地良いものであると感じることができた。日帰り温泉では施設の特徴を掴むのに集中していたため、温泉で体を休めることにまでは意識が向かなかった。宿泊で気を抜く時間があったからこそ温泉の魅力に原点に戻って気付くことができたのだ。目に見えるデータも大切だが、一般の客は温泉にこの心地良さを求めていると思う。この感覚こそが温泉の持つ「力」ということである。宿泊体験により温泉の持つ「力」が何かをゼミ学生がそれぞれ感じ、全員で共有できたことが収穫である。

#### (3) 温泉において大切なこととは何か

温泉に入る前に掛け湯するとか、最低限かつ基本のマナーを守ってこそ温泉を楽しめる。活動で得たものを皆に情報発信して広めることもこの活動においては大切なことである。

温泉は多くの人々が利用する場であるので、多くの人々との出会いを得られ繋がることのできる。人との出会いと繋がり、温泉という裸の付き合いの場だからこそ起こりやすく大切にしたいものである。しかし、自分の体調を把握して心身を気遣うこともまた温泉を楽しむ上で大切であると実感したのも貴重な経験となった。

## 10 日帰り温泉におけるリラクゼーション体験の報告

2016年7月19日『麻生の湯』で初めて体験したリラクゼーションサービスをまとめた。『麻生の湯』には、個人的にもかなり頻繁に行っている。長岡大学から最も近い日帰り温泉施設だし、露天風呂からの長岡市の眺めも素晴らしい。地域活性化ゼミ活動が始まって、最初に行ったのが『麻生の湯』だった。しかし、まさかこんなサービスがあったとは知らなかった。「男子学生目線での日帰り温泉リラクゼーション体験」が、今回の調査の狙いだ。

入浴や食事だけでなく、プラスアルファとしての体験サービスとして「リラクゼーション」(マッサージとかいろいろあるようだが、正直言ってあまり区別がついていない…)がある。まず温泉に入り身体をきれいにすることから始まった。普段通り温泉に入って汗などを流す。私はいくつかあるコースの中からフットケアの40分のコースを体験した。料金は3,900円だった。施術の時間や対象部位によって細かく料金体系が作られている。学生個人としてはちょっと高いような気もするが、一般的な相場としては妥当なものだという。入浴後、専用の術衣に着替えてから、フットケアのサービスを受ける場所へ行った。(『麻生の湯』では、食事処のそばにある)最初に足全体をざっくりと揉み解された。続けてローションかオイルのようなものを塗られた。老廃物を出して、血行を良くする効果があるというものらしい。

私は整形外科での治療経験が割と多いのだが、ただ足を揉み解されるというだけのサービスは初体験で少し緊張してきた。最初はとても痛く顔を顰めてしまう時が多々あった。普段の私ならば多少痛くても我慢するのだが、今回の足つぼマッサージでは思わずもっと弱くして下さいとお願いしてしまった。足の裏のツボで悪いところがあると痛いというのは知っていたので、自分の身体に悪い箇所があるんじゃないかと心配になってきた。

足つぼの後は膝上まで圧迫されるようなマッサージを受けた。それも最初は痛く感じたが我慢できるものだった。サッカーとフットサルを週3回程度やっているため筋肉やその他の足の部分に疲れが溜まっていたみたいだ。全体的に痛かったが慣れてくると気持ちが悪かった。気持ち良くて眠くなってしまった。意外と時間がたつのが早くあつという間に終わってしまった。足がとても軽くなった感覚があった。温かいものを特に使ったわけではないのだが、何故か足が温かくなっていた。血行が良くなったのではないかと思った。

ただ優しく気持ちいいだけではなかったが、実感として身体に良い効果があるサービスが温泉施設でお手頃な価格で受けられるのはすばらしいと思った。このようなサービスは主に女性が利用するものだと思っていたが、意外にも男性の利用客も多かった。スタッフの方に話を聞くと、男性のリピーターも結構いるらしい。最近ではあちこちにマッサージのサービスが増えてきているが、温泉入浴のついでに気軽にサービスを受けられるというのは、確かに便利だ。何よりも癒された感じを味わえるのが魅力である。私が受けたのはフットケアだが、全身のボディケアや顔や首を中心とするフェイシャルケアなど、本当にさまざまなサービスの種類があるようだ。

『麻生の湯』自体は何回も利用しているが、このようなサービスがあることはこれまで気づかなかつた。今後温泉施設を利用する際には、温泉入浴以外のサービスにも今後注目しながら利用したいと思う。温泉施設に対する見方が変わり新たな発見もたくさんあったので、今回の調査での体験は個人的にも非常に価値があったと思っている。

## 11 横田百合江さん☆ドキドキ縄文カフェインタビュー

日 時：平成 29 年 01 月 18 日（水）15 時～16 時  
インタビュー対応者：長岡大学 3 年生 横田百合江 様  
参加者：3 年 藤田 春樹

### 11-1 横田百合江さんへのインタビュー（ヒアリング）の目的

まず、横田百合江さんは長岡大学の 3 年生である。つまり私とは同学年の学生である。地域活性化ゼミ活動では他にもさまざまなヒアリングが行われているが、同学年の学生相手というのはこれが初めてだろう。なぜ彼女にインタビューしたのか。明確な理由がある。

横田百合江さんは、今年度行われた「ながおか仕事創造アイデア・コンテスト」にて『縄文カフェ』というアイデアで、いいね！アイデア部門最優秀賞を獲得している。

これはすばらしいことだと思う。改めて後述するが、今年度ゼミ活動を行って最も頭を悩ませたのが、若者がなかなか温泉に行こうとしないという点である。このインタビューの最大の目的は、見事最優秀賞を獲得した『縄文カフェ』というアイデアで若者を呼び込もうと考えた横田百合江さんにアドバイスをもらうためである。彼女にインタビューをして、若者の温泉離れという問題を解決する発想のヒントが得られたらと思ったのだ。



写真 40 ながおか仕事創造アイデア・コンテストの様子（長岡大学ホームページから）  
写真前列右から 6 人目が横田百合江さん。

## 11-2 横田百合江さんへのヒアリング内容：質疑応答形式

### 質問1 なぜ『縄文カフェ』というアイデアを思いついたのですか？

企業家塾からの流れで「ながおか仕事創造アイデア・コンテスト」に出場した。現在の長岡市には何も無いと若者が言うのをよく耳にすることがある。長岡市には何も無いのではなく、若者が知ろうとしていない、または知る機会がないだけであって沢山の魅力がある。長岡市の魅力を若者に伝えるために、長岡の歴史である火焰土器と縄文文化を使ってカフェにしようと考えた。

### 質問2 『縄文カフェ』では若者を呼び込むためのどのような工夫がありますか？

若者（10～30代）を呼び込むために珍しさを取り入れた。美術館や博物館の展示物をモチーフにした食事やサービスを提供する。食器に土器のレプリカを使い、制服は縄文時代をイメージした服。店舗は竪穴式住居をイメージした内装にして食事はランチに長岡野菜、ジビエを使った縄文鍋、デザートにどんぐりのクッキー、土器柄のラテアート、火焰土器風のコーンに入れたソフトクリームにする。縄文体験として、縄文土器づくり、勾玉づくり、縄文服の試着。こうした珍しさを取り入れることにより新しいものや珍しいもの好きの若者が来るのではないかと考えた。さらに若者が気軽に入店できるようにカフェにした。

### 質問3 この企画を練り上げるのに大変だったことは何ですか？

たくさん出たアイデアをプレゼンテーションで発表するために練っていくのが大変だった。アイデアがよくてもプレゼンテーションが上手くないと伝わらないと言われ、プレゼンテーションのやり方にも力を入れた。アイデアに指摘や指導されたが、実現したいビジョンが明確にあったため、変えることなく意見を貰った。

### 質問4 温泉についてどのような印象を持っていますか？

以前から温泉に行きたいと思っているが、何か特別なことでもないに行く機会がない場所である。旅館など宿泊施設付きの温泉は気軽にいけない場所だと思う。若者がほとんどいなくて、ご年配の方が多そう。

### 質問5 温泉に行くのにネックになっていることは何だと思いますか？

微妙に遠く、山道で行きづらい。温泉に入浴するためにだけに出かけるのも億劫な気がする。車がない人には移動手段がないので行く気にならない。

### 質問6 温泉に行くメリットは何だと思いますか？

温泉に浸かり日常の生活を忘れてリラックスできることや、自宅の風呂にはない温泉による効能や癒しの効果がある。普段は味わえない温泉ならではの雰囲気や空間を味わえる。

### 質問7 温泉施設に若者を呼び込むにはどうしたら良いと思いますか？

施設ごとに個性をより強く出していくことが大切だと思う。例えば『縄文カフェ』の火焰土器型のコーンを使ったアイスクリームや火焰土器造りのようにここでしか味わえないサービスを考えてどんどん試していくべきだと思う。

さらに期間限定で若者に人気なアーティストや有名なパティシエとコラボレーションし、斬新なデザインの更衣室や浴室にして、おしゃれなで写真を撮りたくなるようなデザートを提供してみる。

温泉ライブをするのも良いと思う。若者が好きなアーティストを呼び、温泉に入りながら（男女水着着用）ライブを楽しめるといった新しさ。珍しいことやお客さんが喜ぶようなイベントやサービスをしていれば、SNSで噂になって若者を呼び込めると思う。要は他の温泉施設との差別化をしていかないといけない。さらに25歳以下若者割引やおひとり様割引など、現在の若者が一人でも来やすいようにしてみたらよいと思う。

### 質問8 温泉にあったら良いと思うものは何ですか？

アメニティの充実。温泉街のようなかわいい浴衣のレンタルができること、その土地の名産を食べられる雰囲気のあるレストランや野外テラスがあるなど若い女性が喜ぶようなものがほしい。

### **11-3 【インタビューからの考察】若者の利用者を獲得するためには**

温泉と縄文土器の共通する問題点は、どちらも長岡の魅力、すなわち「地の宝」であるにも関わらず、若者がほとんど知らないこと（またはあまり馴染みがないこと）である。

長岡市とその周辺地域の温泉施設にとって、どのようにして若者を呼び込むかがこれからの重要な課題であると感じている。温泉だけのために出かけるのが億劫だと横田さんは言っていた。それが今の若者の正直な声だろう。現に当ゼミ学生も温泉のためだけに外出するという者はこれまであまりいなかった。

これからの時代は、横田さんの『縄文カフェ』のようなその施設でしか味わえないサービスを作りだし、温泉だけでなくその他に若者が魅力を感じるような何かがある施設にする必要があるのではないか。話を伺いながら、横田さんの発想の柔軟さと着眼点の鋭さに圧倒された。また芸能人とコラボレーションしたおしゃれな館内、若い女性が喜ぶアメニティを豊富にすること、若者の喜びそうなアーティストのライブをすることなどはアイデアとしてもとても面白い。実際に横田さんの考えたアイデアを実践している温泉施設はほとんどないと思う。このアイデアを実行するためには、まず施設のスタッフに若者を増やすことが必須であると感じた。

インターネットを使いSNSなどで積極的に温泉施設や、イベントを発信していけば地域の若者だけでなく、興味を持った県外の若者や外国人の集客が望めるのではないか。この

ような取り組みを続けてゆくことで新潟県に若者を呼び込むことができ、経済的にも潤い、地域も活発化するのではないかと期待している。

そのために、温泉施設もただ従来からのやり方を守るだけでなく、例えばアイデア・コンテストをしてアイデアを募る必要があるとインタビューをしながら考えた。アイデア・コンテストをすることによって若者が温泉施設について考えるきっかけになるのである。募ったアイデアの中で最優秀賞のアイデアをさらに練りに練って改善し、実践していくこと、実践して浮き彫りになった問題点をまた改善してさらに実行していくことが重要だと感じている。いわば PDCA サイクルだが、このような動きを繰り返していくことが温泉に若者を呼び込むためには必要である。

実際に温泉の調査活動をしてゆく中で、温泉施設のほとんどが若者の喜ぶようなサービスがあまり充実しているようには思えなかった。若者を呼び込むためには温泉も時代と共に変化していかなくてならないのである。

忙しい中で快くインタビューに応じて下さった横田さんには、心から感謝とリスペクトをしている。こちらが用意した質問事項だけでなく、同学年の気安さもあって、地域活性化ゼミ活動の話やその他の話題でも盛り上がった。同じゼミのメンバーと温泉についてあれこれ考えるのとはまた別の刺激があった。最後に、横田さんからのアドバイスとして、地域活性化活動を行う上で彼女自身が気をつけていることを3点示して締めくくりとする。

- ① ヒアリングへ行く際には事前準備は万全にする。
- ② コミュニケーション、伝えることと聞くことは大事。
- ③ 愛想の良い対応を心がける。

以上の3つは、課外活動を行う上でどれもこれも大事なことばかりだと思う。今後とも肝に銘じておきたい。



写真 41 (左)

横田百合江さんとのツーショット

写真 42 (右)

横田百合江さんの記念ショット



## 12 ゼミ活動を通じての温泉調査の振り返りと総括

今年度の温泉調査を振り返って、調査していく中で感じたゼミ学生の意見をまとめた。

### 12-1 温泉へ行くのにネックとなっていることと予算の見当

意見が多く出たのは交通面の問題である。車を持っている学生からはガソリン代の自己負担が大変という声や、道がわかりづらくルート検索が大変である、山道で道幅が狭く運転が怖い、夜中になると街灯が少なく危ないという意見も出た。車を持っていない学生からは交通手段がないため行こうという気にならない、路線バスがあっても待ち時間が多くて移動が不便という声も聞かれた。全員一致なのは、荷物が多くなるのが困る点だった。

若者を温泉に呼び込むためには、交通手段や道路整備などインフラの改善が必要と思う。運行バスを多くするという意見も出たが、経費や利用客さんの数が日によってバラバラであるため実現はなかなか難しいだろう。

予算については、入館料や食事代その他を考えて1回当たりの日帰り温泉利用では1,500～2,000円程度が好ましいという意見に集約した。宿泊では10,000円～15,000円程度が良いとなった。（実際に宿泊体験した『よもぎひら温泉和泉屋』さんでの1人当たり一泊二日料金は特別プラン利用で10,950円だった。通常ではもっと高いはずである。）

温泉に泊まるというのは何か特別な日や連休といったことが多いため、学生でも少しは奮発するだろう。話し合って全員が妥当と思った金額が10,000円～15,000円だった。

### 12-2 温泉施設への設備上の要望と施設を選ぶ基準

男女共通の要望として真っ先に上がったのが、浴室や脱衣所の定期的な清掃と清潔の維持である。温泉に行くと汚れが目立ったりするのを見ると、気分も萎えてきてしまう。

男子からは、タオルセットがついてくる場合は、フェイスタオルの増加（大抵は1枚）、バスタオルも貸してほしいという意見が出た。原則としてゼミ活動では毎回自分のタオル持参だったが、入館料にタオル付きの方が便利だった。タオルの色合いや材質などよりも余計な荷物を持たなくて済むという点が重要だった。女子からはドライヤーと洗面台の数が少ないので増やして欲しいという意見が出た。女性は髪が長い方が多いため、髪を乾かすのに時間が掛かるからである。その人の髪質や長さ等によっても事情は変わってくる。

温泉施設といっても多種多様でサービスもそれぞれ違う。一緒に行く人によって場所を選ぶべきだと思う。例えば、友達と行くならば『越後長岡ゆらいや』や『華の湯』などのスーパー銭湯や『麻生の湯』のような日帰り温泉がよいという意見が出た。大学から近く気軽に行けて交通アクセスも良く、営業時間が長いのが主な理由である。日帰り温泉の1回当たりの入館料も500円～700円程度だと、学生にとっては手頃である。

そして、家族や大切な人と行くなら『よもぎひら温泉和泉屋』や『ホテル飛鳥』などの施設が良い。宿泊できる施設は大抵少し豪華なつくりとなっていて雰囲気も良い。大切な人と大切な時間を過ごすために、通常の日帰り温泉より値が張ってでも思い出づくりや、良いサービスを受けさせてあげたいという気持ちが優先するからだ。

### 12 - 3 温泉について学生が思ったことを紙に書きだしてみた

調査してわかった温泉の良さや楽しさを視覚的にわかりやすく伝えるためにどうすればよいかと考えて、とりあえず紙に書き出してみた。これが意外と役に立った。ゼミ学生同士の意見の共有や頭の中にあるものの整理、伝えたいこと、キャッチコピーをまとめる際に大いに効果があった。実際に書き出したものを温泉パネルとともに悠久祭で展示し、好評を得ることもできた。紙に書き出すことにより温泉調査活動で気づいた温泉の良さや素晴らしさを再確認することができた。①～③に示したように何らかのお題（テーマ）を決めて、それについてのゼミ学生同士のブレインストーミングはやっても楽しかった。

#### ① 温泉の魅力を学生で考えた



写真 43 (左) 写真 44 (右) いずれもゼミでのブレインストーミングでのアウトプット

写真 43 で示した温泉の魅力は、地元の人にとって温泉が昔からある馴染みの観光地であり、地域活性化に既に十分役立っているという点だ。また温泉が交流の場になっていることも魅力のひとつだと気づいた。『桂温泉』に調査に行った際、仕事終わりに入りに来ていた地元の方と話す機会があった。温泉が元気の源になっていることがわかる。

写真 44 の学生が感じた温泉の魅力は、昔ながらの温泉施設と違って現在の温泉施設はさまざまなサービスが受けられることだ。『えちご川口温泉』は、夏休み期間のプール営業だけでなくトレーニングルームもあり、健康づくりや体力づくりが可能となっていた。『ホテル飛鳥』にはカラオケルームがあった。『よもぎひら温泉和泉屋』では立ち寄り湯の際にも無料でマッサージ機を使用できた。最近の温泉施設は、一般的に露天風呂やサウナだけでなく、さまざまな浴槽の種類も多くなっていることが特徴だ。ジャグジー付きの温泉や花や海藻の香りがする温泉など様々な工夫を凝らした施設があった。

現在の温泉施設が昔に比べてさまざまなサービスが受けられるようになったことから、お客さんのニーズが増えた今の時代では、新規の温泉施設はサービスを充実させなければ集客が望めないことがわかる。昔ながらの風情ある温泉も、今風の温泉もどちらも捨てがたく魅力的である。昔ながらの温泉も良さを残しながら、サービスを増やしていくことがこれから必要になってくるだろう。

## ② 体験して感じた温泉へ行くことによって得られた効果



写真 45 (左上) 写真 46 (右上) 写真 47 (左下) 写真 48 (右下) いずれもゼミにて。

写真 45 の左側の学生が感じたのは、温泉には心身の疲労を回復させてくれる効果があることだ。日頃の生活で溜まった疲労やストレスは、自然に囲まれた落ち着いた雰囲気温泉にゆっくり浸かることでより回復しやすくなる。リラックスして景色を楽しみながら入る露天風呂は家では味わえない温泉ならではの贅沢であり楽しみの1つでもある。

写真 45 の右側の学生が感じた効果は、温泉に入ることによって心の距離が近づいたという経験だ。温泉施設の調査を行っている際、ほとんどの施設で近隣の人たちやその他の利用客が向こうから話しかけてくれた。他人同士と一緒に温泉に入り、裸の付き合いをするなかで会話が生まれ仲良くなれるのは温泉の持つ心を近づけてくれる効果のおかげだ。

写真 46 の学生が印象深かったのは、『よもぎひら温泉和泉屋』で宿泊した際、さまざまなおもてなしを受けることで日常を忘れ寛ぐことができたことだ。普段やらなくてはならない家事等をせずに、好きなようにリラックスして時間を過ごすことができることこそ、温泉旅館に泊まる大きなメリットだと再認識した。

写真 47 の学生が感じたのは、リラックス効果である。これも『よもぎひら温泉和泉屋』に泊まった体験がベースとなっている。温泉には人をリラックスさせる効果があると肌で感じる事ができた。

写真 48 の学生が温泉へ行くことで得られた効果は、温泉への心理的な抵抗がなくなった点だ。温泉について調査活動を行うまでは、実は温泉のことをあまり良く思っていなく、他人と風呂に入るなど考えられないと言っていたほどである。

しかし、ゼミ活動で初めて麻生の湯に行き来して以来、彼の（実は私であるが…）温泉に対する考えが少しずつ変わって行ったのだ。温泉は楽しいものであり人の心を繋げるコミュニケーションツールだと思えるようになった。

### ③ 温泉に行く上で伝えておきたい大切な知識



写真 49 (左上) 写真 50 (左下) 写真 51 (右上) 写真 52 (右下) いずれもゼミにて。

写真 49 の学生が言いたいのは、入浴前には心身の準備をしたほうが良いということだ。新潟大学の村山先生が特別授業でおっしゃっていたように、温泉に入る前に身体をほぐすことが大切である。代謝が良くなることによって入浴した際に体が驚かないための工夫である。入浴後も柔軟体操を行うとダイエットなどにも良いのだと聞いた。

写真 50 の学生が伝えておきたいのは、入浴前にコップ 1 杯水分補給をすること、シャワーで身体を洗ってから入浴すること、かけ湯を手足にかけてから入浴するなどマナーやしなければならないことが多々ある。きつい言いかたをするようだが、準備を怠ったり、最低限のマナーが守れない者に温泉に入る資格はないというところも確かにある。

写真 51 の学生が伝えておきたい大事なことは、温泉は人と人が交流するコミュニケーションの場という点だ。地域に密着した温泉などに行けばお客さんのほとんどが地元の人で、その温泉のファンまたはマニアであると考えてよい。そこによそ者がお邪魔して一言も喋ることもなく入浴していたらかなり浮くのではないだろうか。かなり気まずいと思う。ひとりでゆっくり浸かるのも良いがたまには地元の方やマニアな方と会話を楽しみながら温泉を堪能するのも悪くないだろう。見ず知らずの人同士でも仲良くコミュニケーションをとれるのが温泉の魅力であり大切なことである。

写真 52 の学生の実体験にあったようだが、忘れてはならないのは長湯の危険性である。温泉から上がろうとした時に一緒に入っていた年配のお客さんに話しかけられたそうだ。その時思わず長話をしてしまい、のぼせてしまったという。温泉に長く入ることは意外と危険なのだ。コミュニケーションも大事だが、自分の身体を一番に考えるべきである。



写真 53 (左) よもぎひら温泉和泉屋さんでの記念撮影

写真 54 (右) 高龍神社へと抜ける道での風景

#### 12-4 おわりに～今年度の活動の振り返りと長岡市及び周辺地域の温泉・入浴施設に若者を呼び込むために

昨年に続き今年度のゼミ活動の目的は、温泉施設・入浴施設の現状を把握することと、若者を温泉に呼び込む為には何が必要か調査しアウトプットすることである。そのために実際に温泉施設に行き、調査したことをレポートにまとめた。悠久祭で学生が作成した温泉施設紹介パネルを展示した。悠久祭や活動報告発表会を通してアウトプットができた。

調査していく上で、若者の温泉施設についての関心が低いことがわかった。まず若者に知ってもらうことが大切だと気づいた。若者に温泉の魅力を外アウトプットしていくために、温泉の特徴や強みは何かと考えながら調査を行ってきた。温泉調査で若者に温泉の効能や場所を伝えることよりも、温泉の楽しさについて伝えたほうが興味関心を持ってもらえることがわかった。今後、温泉に足を運んでもらうためには、温泉施設の情報と共に楽しさを発信することが重要だと認識できた。

現在ほとんどの温泉施設がホームページを開設してはいるが、若者が多く利用しているtwitterやfacebook、instagramなどSNSを活用している施設はまだそう多くないのが現状である。今年度はそこまでできなかったが、大学のホームページ等に温泉施設紹介パネルや情報を載せたページを追加してもらうようにすることや、SNSを使ってリアルタイムで温泉の紹介していくことなども効果があったかも知れない。

実際のところ、温泉に行くためには車がないと厳しいと思う。公共交通機関で行くこともできるが、駅やバス停の近くにある温泉は少ないし、時間的制約が大きい。交通面の改善は現実的に費用や経営から見ても難しい問題であり、行政のバックアップが必要である。

温泉調査を通して領収書を書いてもらうこと、温泉施設のレポートを調査日の翌日までに提出することなど、これまであまり経験しないことをやってきた。地域活性化ゼミ活動を通じて社会に出てから必ず必要になる能力を鍛えることができた。

温泉施設は長岡にとって地域の宝であり、かけがえのないコミュニケーションツールであることを再確認できた。温泉施設に若者を呼び込むには交通面の改善など多くの課題が残るものの、SNSでの情報発信や今後も地道に調査を続けていくことが温泉施設に若者を呼び込むことにつながるのではないかと考えている。

## 謝辞

地域活性化アドバイザーとして今年度ご指導・ご鞭撻いただきました『よもぎひら温泉和泉屋』の金内智子さま、新潟大学教育学部の村山敏夫先生に心から感謝申し上げます。

小川和宣さま、風間正人さま、大関雅人さま、小林和彦さま、小林説人さま、山川富士夫さま、蓮池浩咲さま、諸橋 薫さま、その他お世話になったみなさまにも、この紙面を借りて厚く御礼申し上げます。

大学内の事務手続きで大変お世話になった職員のみなさま、ヒアリングにご協力いただいた横田百合江さん、パネル作成を手伝ってくれた金子玲奈さん、その他多くの方々に支えられてきました。お世話になった皆様全員に心から御礼申し上げます。

今年度の活動は昨年度以上に苦労はしましたが、嬉しいことも多かったと思います。

昨年度のゼミ活動で奮闘した卒業生の釣巻貴弥くんや井口美咲さん、長岡大学に着任して初めて送りだしたゼミの卒業生である星野 緑さんが、それぞれの場所で精いっぱい力を振り絞っている姿を見聞きできたのは何よりの喜びとなりました。有難いことです。

(ゼミ担当：山川 智子)

## 参考文献

- ・「新潟日帰り温泉パラダイス 2016-2017 年版」新潟日報社
- ・「日帰り温泉 三段スタンプ本」(2016) ジョイフルタウン
- ・「最新版 新潟日帰り湯」(2016) Komachi WEEK!
- ・「新潟温泉大図鑑 2014-2015 年版」Newsline
- ・「温泉の科学」(2013) 佐々木信行、サイエンスアイ新書

その他、各施設のパフレット、ホームページなども参考にさせていただきました。

## 小須戸温泉健康センター

「花」と緑の小須戸

思い出話に「花」が咲く カフェわかば

温泉で心も体も温まり 笑顔に「花」が咲く

お湯も人も「花」がある ~花の湯館~

# 花の湯館

営業時間 10:00 ~ 21:00

休館日 毎月第2水曜日

【祝日の場合は前日】、12月31日

【泉質】泉質名なし

(メタケイ酸の項による温泉、  
メタケイ酸含有の中性泉)

入館料

大人(中学生以上)	タオル付	500円
	タオル無	450円
小人(小学生まで)	タオル付	200円
	タオル無	150円



学生からのひとこと (丸山 貴樹)

実家からも近く、馴染みの深い温泉です。地元では「お湯がいい」ともっぱらの評判で、常連客も多いと思います。日曜日恒例の子供に大人気のアヒル風呂を始め、さまざまなイベントが毎月のように開催されています。スタッフの方の丁寧な対応やお客さんを楽しませるアイデアに、お風呂を通してお客さんを幸せにしたいという思いが伝わってきました。ホームページも充実していて、見ているだけでも楽しいです。



小須戸の食材を使った料理が味わえる「温泉カフェわかば」

小須戸の食材を使った料理を小須戸でいただける町屋風のカフェ。地産地消で地域活性化に貢献している。小須戸の人なら誰もが知っている「徳永豆腐屋」さんの豆乳ソフトは甘すぎず、程良いあっさりとした甘味でお風呂上がりのクールダウンに最適！来たらは是非味わって欲しい逸品です。

【交通アクセス】

〒956-0114 新潟県新潟市秋葉区天ヶ沢 498-1

TEL:0250-38-5800

- ・JR 信越本線「矢代田駅」より徒歩で 25 分、  
またはバスで 5 分 ※バスは 3 時間に 1 本程度
- ※矢代田駅より区バス「うららこすど」行きへ乗車
- ・北陸自動車道「三条燕 IC」より車で 40 分





ごまどう

湯っ多里館



【営業時間】

10:00 ～ 22:00 (最終受付午後9時まで)

【定休日】

毎月第2火曜日(祝祭日の場合は翌日)

【入浴料金】

大人 700 円 (午後 5 時以降 600 円)

小人 400 円

【平日 大人タオルセット無料】

泉質:ナトリウム-塩化物泉

(アルカリ性低張性温泉)

主な効能

【浴用】きりきず、末梢循環障害、冷え症、うつ状態、皮膚乾燥症

【飲用】萎縮性胃炎、便秘

学生からのひとこと (丸山 貴樹)

露天風呂から見た田園風景は最高の眺めです。明るく清潔で開放的な雰囲気のある浴室は、本当に名前の通りにゆったりできると実感しました。毎週土曜日に男湯・女湯の入れ替えがあって、右下の「あじさいの湯」と左下の「ごまどうの湯」もそれぞれ甲乙つけがたい魅力があります。

護摩堂山に佇む、ゆったりゆたりの時空間

越後平野を一望できる大パノラマ露天風呂

新潟の美しさを再確認できる温泉

～ごまどう湯っ多里館～



屋外の飲泉場の様子

ごまどう湯っ多里館には県内でも数少ない飲泉場があります。温泉水を安心して気軽に飲める場所は珍しいです。実際に温泉水を手につくってみると、かすかに硫黄のにおいがします。少ししょっぱい不思議な味わいがしました。



あじさいの湯



ごまどうの湯

田上町多目的交流施設 ごまどう湯っ多里館

〒959-1502 新潟県南蒲原郡田上町大字田上丙 3673-1

TEL : 0256-57-6301 FAX : 0256-57-6302

【交通アクセス】

- ・JR 田上(新潟県)駅出口から徒歩約7分
- ・JR 田上駅より車で約2分
- ・JR 新潟駅より車で約50分



関川村健康保養センター

えちごせきかわ 桂の関温泉

# ゆ～む

ゆ～むとは？

「ゆ～む」という名前には、誰もが「湯」に親しみ、「遊び」と「ゆとり」をもって「友」と「夢」を語り合える場にしたいという願いがこめられている。

**【営業時間】**

9:00～22:00 (4/1～10/31)  
9:00～21:30 (11/1～3/31)

**【休館日】**

毎月第3水曜日

**【入浴料金】**

大人500円(中学生以上)  
小人300円(4歳未満無料)

**【泉質】**

ナトリウム・カルシウム-硫酸塩温泉

**【主な効能】**

動脈硬化症、切り傷、慢性皮膚病、慢性消化症、神経痛、筋肉痛、関節痛



地域文化交流会館の足湯ちぐら

**【学生の体験レポート】**(高山 汐音)

道の駅に併設していることが相乗効果となっている。私が昼頃行った時は、休憩室が買い物や昼食を終えた地元客で賑わっていた。浴室でも友人同士、楽しくお喋りしながら寛ぐ姿が見られた。「ゆ～む」という言葉に込められた願いが実現されていると思う。女湯のみの歩行浴槽や、女性専用のリラックスマームなど、女性が安心して寛げるような設計になっているのが嬉しい。道の駅関川の地域文化交流会館にある足湯「ちぐら」も家族や友人、色々な人と交流できるのでお勧めである。



**【住所】** 〒959-3265

新潟県岩船郡関川村下関 1307-11

TEL: 0254-64-1726

**【アクセス】**

JR 新潟駅から白線線・羽越線経由、  
JR 坂町駅乗り換え、米坂線 JR 越後下関駅下車。徒歩約10分。  
JR 坂町駅から車で約15分。

**写真引用・参考**

<http://www.sekikawa.org/yu-mu/yu-mu.html> より

# カーブドッチ ヴィネスパ

カーブドッチヴィネスパ～極上の時を約束する総合温泉施設  
泉質が異なる大小2つの露天風呂から見る角田山の風景に心癒されます。



## <主な施設>

内湯、露天風呂、遠赤外線サウナ(男湯のみ)、ジェットバス(女湯のみ)、アロマ岩盤浴(女湯のみ)、貸切部屋 ガーデンスパ、整体・足つぼ、ヘアサロン・スパ・ショップ「カーブドッチ アヴェダ」(スパは女性のみ)、貸切和室、リラクゼーションルーム、レストラン「湯楽」、洋室【宿泊】など

## <泉質>

第一号源泉 アルカリ性低張性高温泉  
第二号源泉 単純泉

## <適応症>

(第一号源泉)

きりきず・やけど・慢性皮膚病・虚弱児童・慢性婦人病・動脈硬化症 etc.

(第二号源泉)

神経痛・筋肉痛・関節痛・五十肩・運動麻痺・関節のこわばり・うちみ・くじき・慢性消化器病・痔疾・冷え症・病後回復期・疲労回復・健康増進 etc.

## <営業時間>

平日 10 時～22 時 土日祝 7 時～22 時

<定休日>年中無休

## <入館料>

平日・土日祝	1000 円
平日割引 (17 時～)	600 円

## <学生のひとこと>

周辺にはレストランやワイナリーがあり、色々と楽しめました。施設はとにかくおしゃれで、お風呂は湯加減がちょうど良く、眺めは絶景の一言に尽きます。女性のお客さんが多いヴィネスパですが、男の自分も大満足の温泉でした。

(安仲 諒人)



〒 953-0011

新潟市西蒲区角田浜 1161

TEL: 0256-77-2226

## <交通アクセス>

北陸道 巻潟東 IC より車で約 25 分

JR 越後線 内野駅よりタクシーで 15 分

\* 施設前には路線バスのバス停もあり。

# ナステビュー湯の山

## 〈営業時間〉

午前 10 時～午後 10 時  
(冬期は午後 9 時まで)  
休館日：毎月第 2 金曜日

～松之山温泉を灯台のように見渡す絶景の湯～

## 〈泉質・主な効能〉

ナトリウム・カルシウム硫酸塩泉

神経痛 筋肉痛 慢性消化器病



本館

## 〈入浴料金〉

大人 650 円 小学生 300 円

～夜間料金～

午後 5 時以降の入館は大人 500 円

閉館 1 時間前以降 30 分前まで大人 350 円



露天風呂

## 〈浴槽の種類〉

大浴槽、露天風呂、  
サウナ、水風呂

## 〈主な施設〉

- ・大広間・売店
- ・食堂・個室(有料)
- ・中広間・仮眠室



大浴槽



大広間

## 〈交通アクセス〉

関越自動車道 塩沢石打 IC から車で約  
50 分、六日町 IC から車で約 50 分  
JR 十日町駅から車で約 40 分  
ほくほく線まつだい駅から車で約 20 分

〒942-1431  
新潟県十日町市松之山湯山 1252-1  
TEL.025-596-2619  
FAX.025-596-2448

## 〈学生のひとこと〉(藤田春樹)

露天風呂から見た松之山の風景や館内の  
雰囲気心に癒されました。露天風呂  
の横には、白い椅子が並んだ休憩スペース  
があって長時間景色を堪能できます。

浴槽は清潔でとても気持ちよく利用で  
きました。クジをやっていて、当たると  
ソフトドリンクやアイスの無料券が貰え  
ました。サービス満点の施設でした。

# 咲花 温泉 ホテル丸松



JR 咲花駅から徒歩で約 2~3 分、咲花温泉街の中ほどに風情のある建物が見えてくる。雄大な阿賀野川のほとりにあるはなさかじいさんのお宿、ホテル丸松。

## ホテル丸松温泉の特色!

- 泉質  
単純硫黄物泉
- 温度 (源泉)  
54 度
- 効能  
婦人病、皮膚病、神経痛、高血圧症など
- 特記事項  
加熱循環なし、  
源泉 100%そのまま 24 時間の掛け流し

### ■入館料 (日帰り立ち寄り湯)

大人・・・700 円(税込)

小人・・・400 円(税込)

\*事前に電話で要確認。お得な宿泊プランや詳しい内容はホームページで確認を。

〒959-1615

新潟県五泉市佐取 2986

TEL : 0250-47-2331 FAX : 0250-47-2323

☆車では安田 IC から 国道 49 号経由約 8km

三川 IC から 国道 49 号経由 15km



正鬼の湯



花の湯



### 学生からのひとこと (武士俣 大智)

温泉に入ると、たちまち硫黄の香りが嗅覚を刺激する。穏やかで本当に温泉らしい匂いだと思う。エメラルドグリーンというのか、黄昏を思わせるお湯の色も独特だ。心からゆったりと浸かった後、一献傾ければこれほどの至福はないと思わせる。そんな温泉だ。

過去には長岡大学のリーダーズ研修に使わせていただいたこともあるようだ。樹木や岩場に囲まれた露天風呂に入りながらふと物思いに耽ってしまっていた。女将さんたちに温かくもてなしていただいたのもありがたく嬉しかったし、いい思い出となった。

### 「ピンクリボンのお宿」とは?

乳がんの手術を受け順調に回復した女性たちに、気兼ねなく入浴や旅を楽しんでもらおうという趣旨で設立されたネットワークです。

ホテル丸松は、新潟県内でも数少ない「ピンクリボンのお宿」のひとつ。一歩進んだやさしいおもてなしが自慢の宿です。



## グラスルーツグローバルゼーション

-草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進-

広田秀樹ゼミナール

13E016 高野誉

13E405 Nyam Tsedensodnom

13M025 長谷川翔茉

14K015 王吉

14K024 川村拓也

14K058 土井健太

14K085 吉田綺璃



## 目 次

1. グローバリゼーションとグラスルーツグローバリゼーション
2. 活動手法：Learn by Stimulation of Globalization (LSG)
3. カンボジア経済産業省タビィ女史との交流と LSG
4. スリランカ出身ナヤニ女史との交流と LSG
5. コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク (CLN) 代表大出恭子女史との交流と LSG
6. フェア・トレード・ショップ「ら・なぷう」オーナー・若井由佳子女史との交流と LSG
7. グローバリゼーションの未来を考える

謝辞



# グラスルーツグローバル化

## －草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進－

### 1. グローバリゼーションとグラスルーツグローバル化

私たちのゼミでは長年に渡って、「グローバル化と地域」をテーマに活動を進めてきた。「近年の時代の最大の特徴は、グローバル化(グローバル化・地球一体化)の急速な進展にある」という認識が、ゼミ生に代々受け継がれてきた時代認識である。

実際、グローバル化の影響は絶大である。例えば、世界経済の成長でみても、グローバル化の進展は、資本・技術・労働力等の経済発展要因の相互乗り入れを加速させ、世界経済全体を急速に成長させた。

世界 GDP はグローバル化が本格的に開始された 1989 年の約 2000 兆円から、2015 年の約 7000 兆円と約 25 年の間に約 3 倍以上に拡大した。潜在的国内市場が巨大な人口超大国、中国、インドは、グローバル化が進む中で最も発展した。

1989 年時点では世界経済で全く目立った存在ではなかった中国、インドは、この 25 年程で、世界中から資本・技術を吸収し経済を爆発的に成長させた。中国はその GDP を拡大させ 2010 年代に世界第 2 位の経済大国になり、2020 年代には現在世界第 1 位のアメリカと並ぶ勢いである。インドの GDP は現在約 2 兆ドルとなり、イギリス・フランスに迫っているが、人口スケールで 2020 年代に中国を抜くという予測から、最も潜在成長が期待されている。

しかし反面、近年、グローバル化による格差の拡大、先進諸国における産業空洞化の問題が発生し、グローバル化に対する不信感や反発が政治・経済・社会の多様な面で拡大している事実もある。

イギリスの EU 離脱、米国トランプ政権の米国第一主義など、かつてグローバル化を推進してきた大国の最近の動向は、グローバル化が調整過程に入ったことを象徴している。

歴史的にふりかえると、グローバル化は、1991 年のソ連崩壊以降、アメリカの一極体制の確立に伴い自由主義が大きく拡大したことに始まった。

即ち、冷戦構造の終結が、資本主義と共産主義の対立構造を消滅させ、それまで隔絶し二分されていた資本主義陣営と共産主義陣営の垣根をなくし、インターネットの普及が世界中の金融をオンラインで繋ぎ、ジェット旅客機の実用化と普及は人種の国境を越えた素早い移動と交流を可能にし、世界中の情報・資本・人間の移動が低コストで容易となり世界規模で自由な経済活動が発生した。

金融のオンライン化はグローバル化を加速させている。昔の金融は銀行があり、窓口があり、そして金融マンと呼ばれる銀行員が窓口で顧客のお金を預かり、所定の手続きを経て、預金や他者の口座への振り込みが行われていた。

しかしインターネットの普及がこの方式を大きく変えた。現在の金融はインターネット

により世界中とリアルタイムで繋がり、銀行やコンビニには様々な金融機関とインターネットを介しオンラインで繋がれた ATM が設置され、預金・口座振込み・送金、果てには投資まで全て、ネット・オンライン上で可能となっている。世界レベルで大規模な資本の瞬時の移動が可能になったのである。

ジェット旅客機の世界的拡大もグローバリゼーションを加速させている。1970 年代頃までは、ジェット旅客機自体が、現在より普及していなかった。エンジンの性能や運搬能力も低く、移動手段としては非常に高価な乗り物だった。

しかし、1980 年代頃から、ジェット旅客機の急速な世界的普及が始まり、冷戦構造の終結による航空の自由化なども背景に、航空運賃が一举に下落した。最近では、数万円で日本からアメリカのワシントンやニューヨークへ行けるプランすらある。

グローバリゼーションは概ね、世界にメリットを与えている。しかし、代償・コスト・負の要素があることも忘れてはならない。

第 1 に、グローバリゼーションによる、産業の空洞化・雇用の喪失という現象がある。グローバリゼーションは、世界中でより安く製品を生産するために人件費の安い途上国に工場などの生産拠点を移す事を可能にしたので、そこに産業の空洞化問題が発生した。当初は「安いコストで製品を生産できる＝利益率が上がる」・「安く商品が買える」というメリットがもてはやされたが、近年では、雇用喪失というデメリットが目立ってきている。

第 2 に、移民問題がある。グローバリゼーションは世界的スケールでの、人間の移動を実現している。移動が容易になる中で、「よりよい生活ができる国に移動する」というトレンドが発生するのは当然である。実際、EU は人類史上画期的な「主権国家の統合・連合」に挑戦しているが、グローバリゼーションによる人間の移動により、移民の急激な増加に直面している。従来からそこに居住している人の雇用が、大規模に移民が担うことになれば、「移民が自分たちの仕事を奪っているのでは？」という感情が発生する。実際、移民排斥を叫ぶ極右政党が急激に支持を伸ばしつつある現象もある。

2016 年のアメリカ大統領選挙の結果は、世界に衝撃を与えた。「アメリカ第一主義」を掲げ、TPP 反対、保護主義、グローバリゼーションに疑問をもつ、ドナルド・トランプ氏が当選した。トランプ氏が当選した背景にはアメリカ国内の格差拡大、そしてそれを牽引してきたグローバリゼーションに対する反発と疑問が根底にあると考える。

トランプ氏は当初の予想を破りインディアナ州・オハイオ州・ミシガン州・ウィスコンシン州といったアメリカの中西部から大西洋岸中部地域で支持を集めた。この地域はアメリカで「ラストベルト」と呼ばれている地域である。ラスト(rust)は金属のサビのことで、使われなくなった工場や機械を表現しているのである。この地域はアメリカ経済の象徴とも言える重工業と製造業の重要な部分を形成してきた。しかしグローバリゼーションの拡大に伴い、海外への工場移転や製造の外部委託が進む中で、老舗の工場は次々廃業となり、町には失業者が溢れ、地域は深刻な不景気となった。

トランプ氏の「メキシコとの国境に壁を作る」・「中国製製品に 45% の関税を掛ける」と言った過激な発言の数々は、これらの国に工場や仕事を奪われたラストベルトの人々の心を揺さぶり、既存のアメリカ社会の格差やグローバリズムに辟易していたアメリカ国民の熱狂的な支持を集めた。グローバリゼーションを牽引してきたアメリカ自体が、国内・地

域を重視したローカリズムの動きに傾きつつある。

グローバリゼーションを考える上で、広がる格差の問題は無視できない。グローバリゼーションがもたらす自由な投資と生産活動は豊かさをもたらし、世界全体で見た経済や発生する利益は過去類を見ない大きな規模のものである。しかし、富裕層と貧困層の格差、「持てる者」と「持たざる者」の差が、拡大していることも事実である。

2015年、フランスの経済学者トマ・ピケティ氏が著書『21世紀の資本』を発表すると、それは瞬く間に世界中の経済学者に広まり、世界的ベストセラーになった。ピケティ氏は2000年から15年間に渡り、世界中のあらゆる経済に関する記録とその歴史を分析し「なぜ格差は広がるのか」ということを研究した結果、世界中を震撼させる一つの不等式を導き出した。

それが、**【 $r > g$ 】**、である。

$r$ は「資本収益率(リターン)」、 $g$ は「経済成長率(グロース)」を表わしている。

資本収益率とは、株式や土地への投資と言った「資本運用」で得られる収入である。経済成長率は「経済の成長・労働収入(給与)の伸び率」である。

$r$ が $g$ を上回っており「資本収益( $r$ )は労働収入( $g$ )を上回る勢いで成長し、持てる者( $r$ )と持たざる者( $g$ )の格差が拡大する。資本主義は恣意的かつ持続不可能な格差を生み出す」と言うのがピケティ氏の重要な主張である。

当然、圧倒的な富裕層は、 $r$ ：「資本収益率(リターン)」を高い速度で拡大し、それをテコに、多様なビジネスを支配することも可能である。

ピケティ氏は「人類の歴史では、 $r$ と $g$ の関係は常に $r > g$ である」とも指摘するが、一方この格差は人類の歴史の中では著しく縮まることがあったとしている。

20世紀以前、封建的社会がまだ存在した頃の世界経済というものを見ると、ヨーロッパの貴族社会・王族社会に代表されるように、一握りの金持ちと大多数の生活に困窮する庶民で経済は構成されていた。これは革命や民主主義の広まりと共に崩壊し、世界恐慌や二度に渡る世界大戦の後、一転して20世紀後半では世界中で格差の縮小が見られた。

この現象は歴史的に見ても例外的な高度成長の継続(経済成長率 $g$ の長期的拡大)により、裕福な中間層と呼ばれる人々の登場によるところが大きいと考えられている。

実際には「二度に渡る世界大戦による富・資本のリセット」・「インフレと各国の格差是正的な税政策」が最大の背景であり、格差は無限に広がることはなく、何かしらの暴力的な歴史事件や要因を背景にリセットされてきたのである。

現在、世界中でグローバリゼーションから離れようとするローカリズム、自国や地域を第一に考え経済の仕組みを考えようとする動きが急速に拡大している。フランスの極右政党・フランス国民戦線の台頭などもその一つである。

フランス国民戦線は人種差別的な主張を繰り返す極右政党として知られ、フランス大統領選挙で有力候補を出せるほどまでに躍進している。グローバル化で衰退した農村を回って集会を開き、支持を広げている。フランスの農村部では農家の廃業が相次ぎ、生活苦から強い不満が出ていると言われている。集会で国民戦線の候補者は熱弁し、最後に一言言う「国民戦線はあなた達を見捨てない」と。酪農家N氏もそんな国民戦線の言葉に心を打たれた人の一人である。しかし彼は決して人種差別主義者ではない。国民戦線を支持するの

には意外な理由と苦しい背景が存在するのである。N氏が国民戦線を支持する理由、それは「国民戦線を支持するのは普通に働けば暮らしていける国にして欲しいから」そのただ一つである。N氏の月収は日本円にして約4万円。収入は下がりに下がり続け、もはや酪農では生活できない。グローバル化で他国から安い乳製品が入り、苛烈な価格競争に晒されたのが原因である。

現在、グローバリゼーションのメガトレンドを背景にして、世界政治・世界経済は成り立っている。しかしその反面で、グローバリゼーションの代償が小さいものではなく、それへの対応が迫られていることも事実である。

多くの人々に「豊かさ・平等性」をもたらすものに、グローバリゼーションが転換していく時代にきている。

ここで、近年高度化したグローバリゼーションのカテゴリー・次元を整理したい。グローバリゼーションと言っても、ここまで発展・高度化してくると、いろいろなカテゴリー・次元が出てくることを認識したい。グローバリゼーションの主なカテゴリー・次元については、以下のように整理できる。

第1に、エコノミック・グローバリゼーション（経済的地球一体化）。輸出入・直接投資・雇用等の次元での、経済的地球一体化である。世界レベルで、ありとあらゆる商品が世界中で売買され、証券・公債・土地・建物への投資もボーダーを越えて展開されている。ワーキングホリデーやファームステイで世界中に働きに出る若者も増えてきたし、ニューヨークやロンドン・シドニーの仕事（job）の情報も、世界中からアクセスできて、人を世界中から雇用したり、世界中で仕事を探したりする人も出てきている。近年話題になっているTPPもエコノミック・グローバリゼーションの中で、起きている現象である。

第2に、インフォメーションリレイティド・グローバリゼーション（情報関係の地球一体化）。インターネットや衛星放送、また最近のFace bookなどに象徴的なように、世界的レベルでの情報交流や情報共有が、インフォメーションリレイティド・グローバリゼーションである。

第3に、カルチャラル・グローバリゼーションがある。世界中の人が、世界中の多様な文化、ファッション、アート、音楽などの文化とコンタクトをとり、お互いに刺激を得るようになってきているのが、カルチャラル・グローバリゼーションである。

第4に、ダイレクト・エンカウンター・グローバリゼーション。世界中の人がボーダーを越え、直接交流して行くことが、ダイレクト・エンカウンター・グローバリゼーションである。この積み重ねはやがて、人々の意識を、「国民意識」から「世界市民意識」にシフトさせることになると思う。日本のマスコミなんかでも『セカイ人』みたいな言葉が出てきている。

第5に、ポリティカル・グローバリゼーション（政治的地球一体化）。G20・WTO・EU・世界銀行・IMFの諸活動のような世界一体的な政治がポリティカル・グローバリゼーションである。2008年のリーマンショックを端緒とした世界同時の金融危機・同時不況の深刻化においても、G20による国際経済政策調整が効果を発揮し、1930年代・1940年代初頭のような破滅的な国際政治危機には至らなかったのは、ポリティカル・グローバリゼーションのおかげである。

5つのカテゴリーでみると、特に現在世界で問題になっているのは、エコノミック・グローバリゼーションによる、特定地域での雇用喪失、格差であることが分かる。その他のインフォメーションリレイティド・グローバリゼーション、カルチャラル・グローバリゼーションなどについては、目だって反対する動きがあるわけではない。

ーグローバリゼーションの多様な次元ー

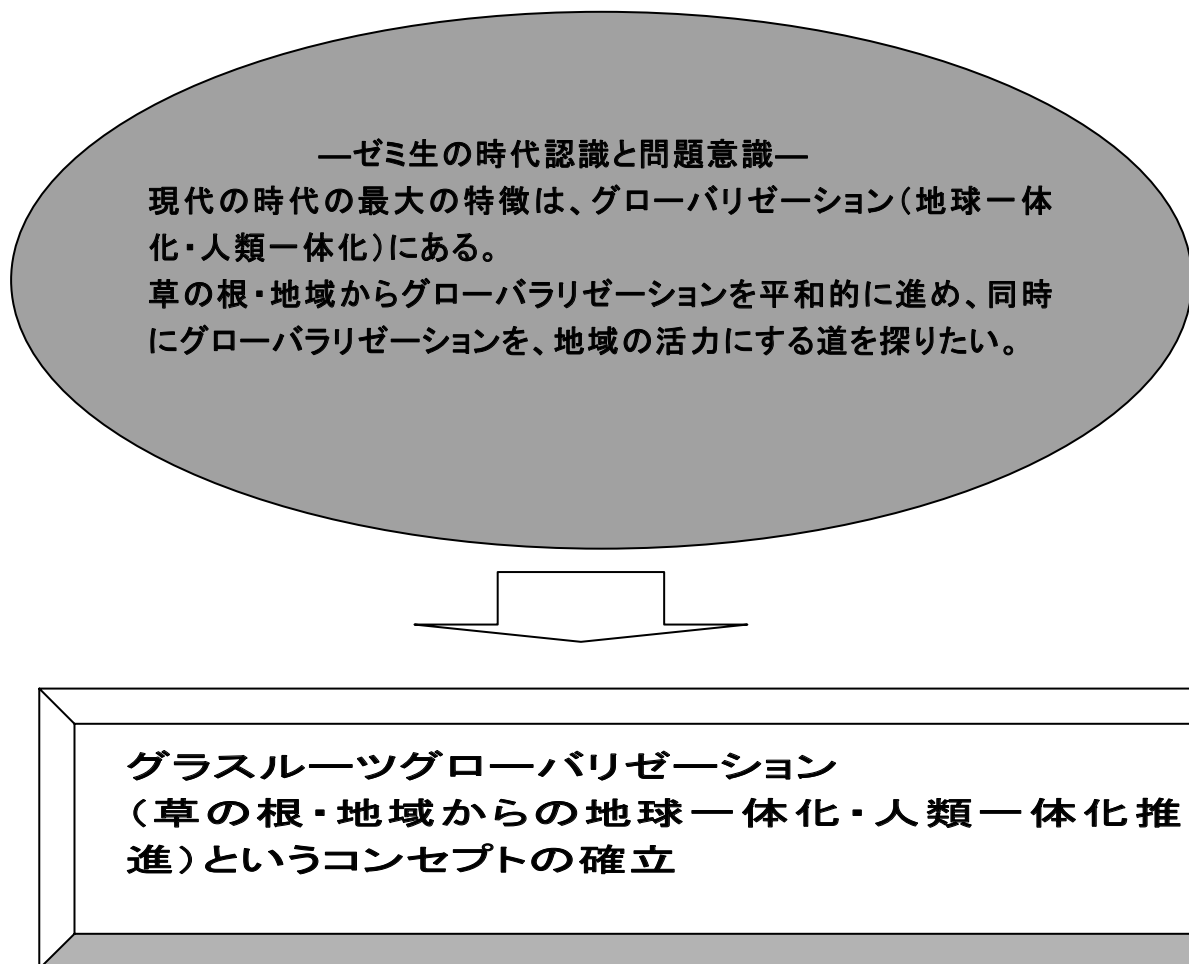
グローバリゼーション	エコノミック・グローバリゼーション（経済的地球一体化）	世界中の商品、資本、店、会社、工場、労働力等の経済要因の相互乗り入れ。 これら経済要因を効果的に呼び込むことに成功している国・地域は発展している。 グローバリゼーションを地域の活力にする戦略のポイントもここにある。
	インフォメーションリレイティド・グローバリゼーション（情報関係の地球一体化）	世界中の出来事等に関する情報が衛星テレビ、インターネット等を通じて、迅速に伝わり、世界中の人が同時に共通の情報を得ることが可能になっている情報面での地球一体化。
	カルチャラル・グローバリゼーション	世界中の人が、世界中の多様な芸術・ファッション、アート、音楽などの文化とコンタクトを取り、刺激し合うようになる文化的な地球一体化。
	ダイレクト・エンカウンター・グローバリゼーション	世界中の人々がボーダーを越え、直接交流し対話するようになるのが、ダイレクト・エンカウンター・グローバリゼーションで、この蓄積はやがて現在の「国民意識」の限界を突破させ、多くの人間の思考パラダイムを「世界市民意識」に高めることになる。
	ポリティカル・グローバリゼーション（政治的地球一体化）	1600年代の「ウェストファリア条約」以来の国民国家を国際政治の基本単位とする世界政治の状態から、G20を舞台とした多数の国家間での活発な政策調整等による世界政治の共同運営のような現象がポリティカル・グローバリゼーションである。

私たちゼミ生の基本スタンスは、「グローバリゼーションは不可逆的な人類史における画期的な潮流であり、グローバリゼーションをどのように地域の活力として行くか」というところにある。

グローバリゼーションは、複数の課題を乗り越え、やがて平和的にランディングさせる必要がある。そのためには迂遠なようだが、世界の各地域で、「世界の人々が、出会い対話し交流し、お互いに学ぶ」ことこそ必要であり、そのような活動を歴代のゼミ生は、「グラスルーツグローバリゼーション—草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進—」と名付け活動してきた。

実際、世界各地において、「姉妹都市」・「地域間の国際交流活動」など、草の根の国際交際活動は、既に活発になってきている。世界各地での「グラスルーツグローバリゼーション」の拡大こそが、グローバリゼーションを平和的にランディングさせ行く底流となると私たちは確信している。

—ゼミ生の時代認識・問題意識とグラスルーツグローバリゼーション—



## 2. 活動手法 : Learn by Stimulation of Globalization (LSG)

私たちのゼミでは、「グラスルーツグローバリゼーション」の具体的な活動フェーズとして、以下の4つを伝統的に確立し、歴代のゼミ生が受け継いできた。

即ち、第 1 にグローバルゼーションに関する学習(Study)、第 2 に世界から来られた外国人の方等をゼミに招待しての対話・交流(Invite)、第 3 に外国人の方が集まる場所等への訪問・交流(Visit)、第 4 に悠久祭(学園祭)に出店しその利益をユニセフに寄附(Donate)である。

ーゼミの 4 つの活動フェーズー

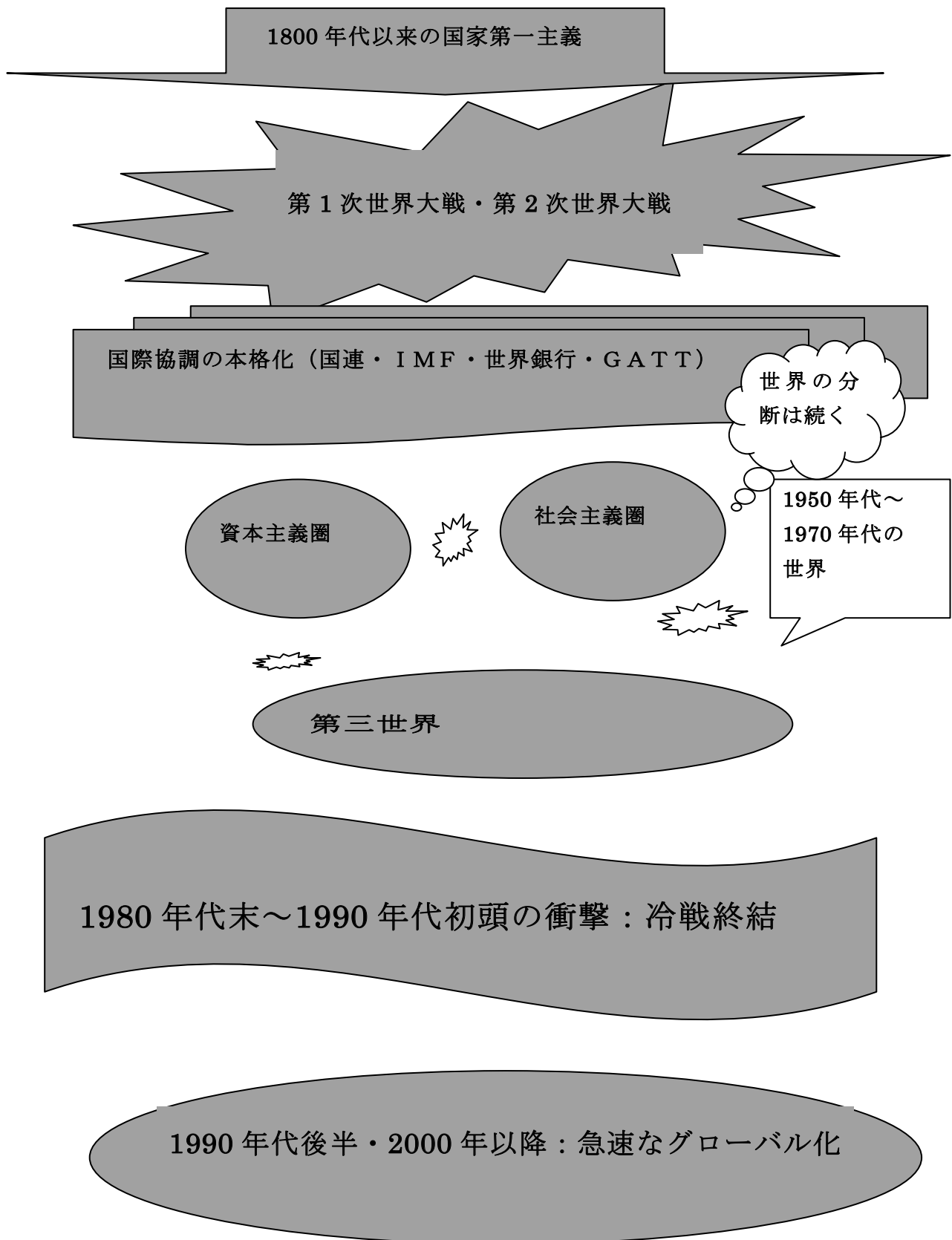
- 1) Study : グローバル化に関する学習
- 2) Invite : ゼミに外国の方を招待しての交流
- 3) Visit : 外国人の方が集まる場所等への訪問
- 4) Donate : 学園祭で出店しその利益を世界に寄付

ゼミでは、伝統的に受け継がれている以下のような、グローバルゼーションの基本資料をベースに、先ずグローバルゼーションの歴史と全体像の把握を行った。

—ゼミでの学習基本資料：「グローバリゼーション関係年表」—

年代	歴史的事項
1800年代	国家（nation-state）の形成と台頭 国家第一主義
1914年～18年	第1次世界大戦
1939年～45年	第2次世界大戦
1940年代後半 ～1970年代	—国際協調の動き— ★国際連合（UN） ★国際通貨基金（IMF） ★世界銀行（The World Bank） ★関税と貿易に関する一般協定（GATT） ↓ それでも世界の基調は「分断」 「自由主義・民主主義・資本主義 V S 社会主義 V S 第三世界」という対抗軸
1980年代	本格的なグローバル化への突破口が開かれた10年
1981年	アメリカでレーガン政権誕生 「力による平和」の大戦略 あらゆるパワーで社会主義圏を圧倒
1985年	ソビエトでゴルバチョフが最高指導者に就任 自由度を許容した国内政策・対外政策 ↓ 社会主義圏の崩壊へ
1989年	ベルリンの壁崩壊
1991年	ソビエト連邦の消滅
1990年代後半 2000年以降	グローバル化の急速な進展 ↓ 2010年代：ローカリズムの台頭・グローバリゼーションの総合調整の必要性の現出



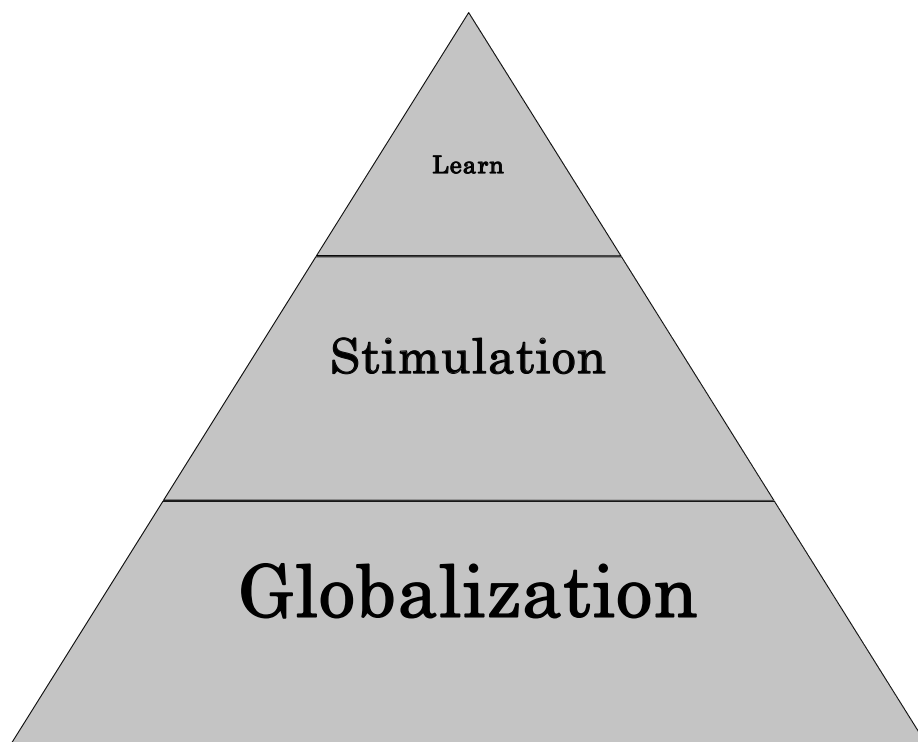


4つの活動の中で、Learn by Stimulation of Globalization (LSG) という活動コンセプトを深化させている。即ち、グラスルーツグローバリゼーションに関する招待活動、訪問・交流活動、情報収集活動などをする中で、各ゼミ生がその時点で大きく心を動かされた何かを、「グローバリゼーションによる刺激 (Stimulation of Globalization)」として、各人が研究・調査・学習を行い、定期的にゼミの時間に発表するという形をとったのである。この活動方法は、ゼミ生の視野、知識、問題意識を飛躍的に拡大させている。

「教養・知識・体験・視野」といったバックボーンの豊かさは、激しい戦いのような人生において勝利するための正しい判断を下すための戦略的・戦術的思考力の土台である。

以下は、Learn by Stimulation of Globalization (LSG) によって展開した本年度の活動内容である。

—Learn by Stimulation of Globalization (LSG) —



### 3. カンボジア経済産業省タヴィ女史との交流と LSG



カンボジア経済産業省のタヴィ女史との交流・対話が切っ掛けになり、カンボジアについて集中的に研究した。

カンボジアは、正式名称「カンボジア王国」、面積 18.1 万平方 km（日本の約半分）人口約 1400 万人の国であり、首都はプノンペンである。公用語はクメール語、地域によっては英語やフランス語も通じる。人口の 90%がカンボジア人（クメール人）であり、大半の国民は仏教を信仰しており、信仰心のあつい国柄である。アンコール遺跡群で知られるように、古くから文化の栄えた歴史のある国である。

カンボジアは、1 世紀ごろから国があったと考えられている。1 世紀頃の中国の歴史書に、カンボジア付近に「扶南（ふなん）王国」という国があったことが書かれている。

6 世紀には真臘（しんろう）という今のカンボジアの原型に近い国ができた。クメール文字という独自の文字はその頃に編み出されたものと考えられる。

1000 年頃から栄えるアンコール王朝は、インドシナ半島に強大な勢力を築いていった。大規模な治水・灌漑用の貯水池（バライ）を次々と建築していった。さらに街道の宿駅や医療施設なども整えられ、インフラの整備が進んだことで社会の統治が安定し、流通や交易も活発化、アンコール王朝は大いに繁栄していった。建築や彫刻に代表されるクメール文化が花開く輝かしい時代となっていく。

12 世紀の初めに即位したスーリヤヴァルマン 2 世王は周囲の王国とも激しく交戦して領土を大きく拡張していった。そしてアンコールに新都を建設して、中心にヒンドゥー教寺院として 30 年間以上もの年月をかけてアンコール・ワットの建設に取り掛かった。

ジャヤヴァルマン7世の時代に、マレー半島やミャンマーにまで領土を拡大し、アンコール王朝は繁栄の路を辿っていった。ジャヤヴァルマン7世は仏教に帰依し、とくに観音菩薩を信仰した。そのため仏教中心の統治思想をとり、彼が造営した新都アンコール・トムやその中央寺院バイヨンなどには観音菩薩の顔を多数造形した。これらのアンコール遺跡群は現在、世界遺産となっている。

カンボジアと日本は古くから関係を持ち、17世紀には、日本の朱印船貿易が盛んになり、東南アジアの国に多くの日本人が渡り、その国に日本人街が形成された。カンボジアにも数百人の日本人がいたといわれる。その頃は、カンボジアからカボチャが運ばれてきたようである。アンコールワットには、日本人、森本右近太夫一房が書いた文字のあとがある。

アンコール王朝の繁栄は、15世紀をはじめに徐々に衰退していくことになる。度重なる遠征や大寺院の建設などで国力は急激に疲弊し、15世紀の前半にシャム（タイ）のアユタヤ朝に侵略された。15世紀以降は西のシャムに、17世紀以降は東のベトナムに徐々に侵食されていった。19世紀前半にベトナムに行政権を奪われ、1841年には国土が併合される。そんな戦乱の最中、1845年にシャムとベトナムの妥協が成立し、1847年にアン・ドゥオン王が即位、国内には一時的な平和が訪れ、カンボジア王国は両国の中で存続することになる。

カンボジア国王ノロドム王は、タイとイギリスの進出からカンボジアを守るため、ベトナムに進出していたナポレオン3世のフランスと結ぶことになる。1863年にフランス＝カンボジア保護条約が締結され、カンボジアはフランスの保護国となっていった。

第2次世界大戦の時代、1941年、フランスはわずか19歳目のシハヌークを国王に据えた。日本軍は太平洋戦争末期の1945年3月に国王シハヌークに独立を宣言させた。しかし、8月の日本の敗戦とともにフランスが戻ってきて植民地支配が再開された。

1953年11月9日、シハヌーク国王の名で、カンボジアは独立を宣言した。1955年、シハヌークは王位を父に譲り、「より自由な皇太子の立場」によって新生カンボジアの発展に挑戦した。「シハヌーク殿下」は「仏教社会主義共同体（サンクム）」という独自の政治組織をつくった。

隣接するベトナムで南北の対立が激化し、1965年、ベトナム戦争が本格化した。シハヌーク・カンボジアは北ベトナム寄りの反米姿勢をとり、北の支援ルートや南ベトナム解放戦線の基地としてカンボジア領内を使うことを容認した。

1970年、カンボジアの親米右派のロン＝ノル将軍がクーデターにより、シアヌーク体制を崩壊させ、ロン＝ノル政権を誕生させた。シハヌークは中国に亡命した。

しかし、1970年代初頭からの米国の「ベトナム・インドシナからの撤退の流れ」の中で、ロン＝ノル政権は崩壊した。

ロン＝ノル政権打倒の中心勢力となったのが、共産主義勢力であるポル＝ポト派（クメールルージュ）であった。ポル＝ポト政権は1976年、全面的な独自の共産化政策を展開した。中国の文化大革命の影響もあり、農業主体の極端な共同社会の建設、通貨廃止など、極端な原始共産制の実現を目指した。反対派などに対しては強行な弾圧手段がとられた。死亡者数はおよそ170万人と言われた。

1979年、ベトナム軍がカンボジアへ侵攻しポル＝ポト派を排除し、親ベトナムのヘン＝サ

ムリン政権を樹立した。

1991年、パリでカンボジア和平協定が成立され、国連カンボジア暫定統治機構（UNTAC）による統治の後に、再び立憲君主制のカンボジア王国が誕生し、シハヌークが国王となった。

#### 4. スリランカから移住されたナヤニ女史との交流と LSG



スリランカから長岡に移住されたナヤニ女史と交流した。スリランカの民族衣装を着てくれたナヤニ女史から、多くのことを学んだ。その中で、ナヤニ女史が、日本の書道を愛好し、「書道で一心に文字を書いていると悩みが消えて精神が安定していく。日本の書道文化は素晴らしい」との一言に、衝撃を受けた。

私たちは、日本独自の文化に、もっと目を向けるべきと考え、日本の独自の文化を研究してみることにした。

日本独自の文化にはどのようなものがあるかと聞かれて、真っ先に思い浮かぶものは日本の伝統的な衣装の着物（和服）である。着物とは日本在来の衣装であり、近年では民族衣装ともされている。着物は身体に布をかけて着る懸衣（かけぎぬ）型の服であり、長着を身体にかけ、帯を結ぶことによって着付けるものである。和（日本）の正装でもあることから和服とも呼ばれている。

日本の服の歴史は、縄文時代まで遡れる。縄文時代、寒さや暑さを防ぎ、外敵や雨風から身を守るために、人間は服を用いたようだ。狩りなどで得た獣や魚の皮、羽毛、木の皮などの簡単なものを身にまとって、服としていた。

弥生時代、女性は貫頭衣という大きな布の真ん中に穴をあけて頭を通して着る衣類を着

た。ペルーなどで見られるポンチョのような服を着ていた。男性は1枚の布を肩からかけて前で結び、もう1枚を腰に巻いて前で結んだ袈裟衣（けさい）と言われるものを着た。インドなどで着用されるサリーのようなものである。

大和朝廷が成立する時代、大陸との交流が盛んになり中国などの他国による影響を受けた。女性は中国の模倣と思われる筒袖を打ち合わせした上衣にスカートのようなもので韓国のチマチョゴリに似た衣裳（きぬも）を、男性は同じく筒袖を打ち合わせした上衣にズボン状のものを足結（あゆい）という膝あたりを紐で縛った衣禪（きぬばかま）を着用していた。

飛鳥時代、聖徳太子により冠位十二階が制定され、冠位の階位を十二階に分け、位によって冠と衣服の色が定められた。

奈良時代には礼服（らいふく）、朝服（ちょうふく）、制服（せいふく）を位により服装を三分類する「三公服」が制定された。衣服では衿を立てたコート上のもので、装束を構成する前開きのガウン状の表着のものを袍といい、それを着用した形式である袍（ほう）形式といわれるものが支配階級の服装（朝服）として男性は衣に袴、女性は衣に裙（も）というものを着ていた。

平安時代には遣唐使が廃止され、日本独特の服装が発展した。男性は朝服から束帯へ、女性は唐衣裳装束（からぎぬもしょうぞく）といわれる晴装束を公家などが着用していた。また襲着（かさねぎ）することから唐衣裳装束や女房装束のことを十二単（じゅうにひとえ）とも呼ばれた。束帯、唐衣裳装束ともに袖部分は袖口の下を縫わない大袖を用いた。これは現在の産着（うぶぎ）や長襦袢（ながじばん）などに用いられる袖の形のひとつで、現在の和服用語では広袖ともいわれている。女性の唐衣裳装束の下に着用した市議のことを白小袖と呼んだ。また、平安時代は、京都の風土の影響や宮廷文化の発達により特徴的な装束がある。

—奈良・平安時代の公家男性・一般男性・公家女性の服装の概略—

	公家男性	一般男性	公家女性
晴装束	束帯 (そくたい)		女房装束(唐衣裳装束)
略装	衣袴(ほうこ) 衣冠(いかん)		
平常着	直衣(のうし)	狩衣(かりぎぬ) 水干(すいかん)	小桂(こうちぎ)
野外出	狩衣 (かりぎぬ)		
旅装			壺装束 (つぼしょうぞく) 衣(きぬ)かつぎ

この頃には、服は社会的ステータスを象徴する「ステータスシンボル」になったことが

分かる。

鎌倉・室町時代の衣服の中心は、武家の男性の服装は直垂（ひただれ）、女性は衣袴（きぬばかま）を用いていた。そして、武家階級勢力が増し政治の実権を握った時代だったこともあり、やがて戦闘などの目的に応じた実用的な服装へと変えていった。装束の表着を1枚ずつ簡素化し、袴や裳は省略され下着ではない小袖のみ衣服に変わっていき、室町末期には現代の着物の原型ができあがった。この頃から「身八つ口」のある着物になった。

安土・桃山時代には縫箔（ぬいはく）、摺箔（すりはく）、絞りなどの緻密な細工のものが多く、染織技術が飛躍的に進歩したことが小袖からも伺え、この時代に「辻が花染（つじがはなぞめ）」が染められるようになった。衣服は、男性は前時代に生まれた肩衣袴（かたぎぬばかま）が主流で、女性は打掛姿（うちかけすがた）、腰巻姿（こしまきすがた）、また庶民には名護屋帯（なごやおび）が流行した。名護屋帯とは、文禄の役（1592年）に朝鮮から現在の佐賀県である肥後の名護屋に伝わった韓組（からくみ）の技術によって唐の糸で組んだ帯である。両端に総（ふさ）がついていて絹糸を丸組し縄状の帯であるため、縄帯とも呼ばれている。長澤一丈二尺（約450cm）、総は八寸（約30cm）で、それを腰に幾度にも巻き後ろや横で結んで用いた。男女ともに垢が好まれたようであるが、白や黄色、青などを用いた多色使いのものもあり、江戸時代初期まで流行した。

元禄期（1688～1703年）には、元禄文様（元禄文様）と呼ばれる明るい色調で金糸が多く用いられた華やかな小袖などがつくられ、この頃には現在の着物とほとんど変わらない形の小袖が生まれ、小袖が完成した時代ともいわれている。また、江戸時代後期には帯締め、帯揚げを用いた「お太鼓結び」をするようになった。

明治時代には宮中の礼服は洋服となり、それによって上流社会の欧米化が進み和洋折衷（わようせっちゅう）の服装が次第に一般人にまで浸透し始めた。この頃の礼装は、男性は黒羽二重五つ紋付羽織袴（くろはぶたえいつつもんつきはおりはかま）で、女性は黒や色無地の縮緬五つ紋付裾模様下襲（ちりめんいつつもんつきすそもようしたがさね）に丸帯が用いられていた。

日本の独自文化としてもう一つ注目したのは日本食である。「寿司・てんぷら・刺身・会席料理」などの、日本食（和食）は、その「美しさ・美味しさ」において、世界に誇るべき、日本の文化である。

平安時代は現代における日本食の基礎が出来上がった時代である。平安時代の貴族の生活は、地方の庶民の多大な犠牲の上に築かれたものであった為、貴族階級と庶民階級との生活の落差は奈良時代よりも顕著となっていた。

貴族の食膳は調味や栄養よりも、「盛り合わせの美」をより尊重する「見る料理」を育成することになった。この伝統こそが、日本食の性格を後世にまで規制する源泉ともなった。

貴族食の中でも特に儀式や接待用の食膳は「盛饌」と呼ばれ、その形式は日常の食膳にも及んでいったと言われている。栄養や味覚よりも、食品を如何に美しく盛り合わせるかという美の工夫が施され、見た目の美しさを大切にする日本料理の性格が貴族生活の中から生まれ、確立した。

和食の特徴の一つに、「彩りを大事にする」ことが挙げられている。春夏秋冬の季節が

移り変わる日本では、食文化に「美しさ」が求められているのである。また、それぞれの食材のもっとも美味しい時期に合わせて「旬」の料理が生まれた。

和食文化は、四季という日本の特徴的な気候条件と密接に関わっている、日本のもっとも独特な文化の中の一つであるといえる。四季ごとの料理を正しく理解し、楽しむのが和食の醍醐味であると言える。日本食は日本が誇る文化の一つであり、我々が生活していく中で欠かせないものとなっている。

着物、日本色の他にも歌舞伎や建築、書道や焼き物など、日本には日本独特の様々な文化が存在する。どれも、世界に誇れる素晴らしき文化である。

日本文化を世界に紹介するためにはまだまだ勉強が必要である。しかし、日本文化の全てを調べ尽くし、世界に向けて発信するには何十年あっても成りない。自分も含め、多くの日本人が日本文化を世界に向けて発信していくことが大切である。

## 5. コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク (CLN) 代表大出恭子女史との交流と LSG



コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク (CLN) 代表大出恭子女史は私たちゼミが長年に渡ってお世話になり、心より尊敬している方です。

大出女史は、ヨーロッパ・アメリカ・インド・アジア・オセアニアなど全世界的スケールで、縦横無尽に活躍され、国家という枠をはるかに超えた『世界人 (コスモポリタン)』



として生きておられる方です。

いつお会いしても、対応される相手の状況、背景、心を瞬時に理解され、適切な言葉を、投げかけられ励まされるその洗練された振る舞いに、私たちゼミ生は魅了されてきました。

今年度は特に、大出女史から「フォレストガーデン」について学び、強い興味をもった。

「フォレストガーデン」とは、多種多様な樹木・植物を植え、森林のような農地をつくり、環境に優しい農法で、生活に必要な食料を全て自分のガーデンからの収穫でまかない、美しい自然の中で、ストレスを最小化して、自分らしく自由に生きる、ライフスタイルを可能にするものである。

現在、全国の地方には使われていない耕作放棄地が数多く存在する。それらの有効活用方法としても注目が集まっている。大出女史自身が、耕作放棄地を活用して、「フォレストガーデン」の構築に取り組みされた。

フォレストガーデンは、急激な人口減少に直面する日本の地域社会にあって、将来に大きな期待を抱かせる新たなライフスタイルである。

#### —大出恭子女史のフォレストガーデン—



#### —フォレストガーデンとは何か？—

フォレストガーデンの歴史は、南米ブラジルのアマゾンから始まった。アマゾンは世界最大の熱帯林で、生物多様性の宝庫である。

1929年、ブラジルのアマゾン東部の街、トメアスに最初の日本人移民がやってきた。彼

らはマラリアや貧困など数々の困難を乗り越え、やがて胡椒の栽培を始めるようになった。1950年になると世界で胡椒の価格が高騰し、日系農家は胡椒の単一栽培に集中した。

しかし1970年に入ると胡椒に病害が蔓延し収入が激減し、トメアスから出ていくものもいて大打撃となった。単一栽培に頼ることの恐ろしさを体感したのだった。このとき、苦境のなか1人の日本人が立ち上がった。坂口のぼるさんである。

移動手段に舟を使っていた坂口さんは川沿いに暮らす住民を見てふとした疑問を持った。「なぜ彼らは飢えることなく安定した生活を送れているのだろう」と。

彼らの生活をよく観察した坂口さんはあることに気づいた。彼らが家の周りに様々な果樹や作物を植え、たとえ1つが不作でも他の作物を食べて暮らしていたことだ。坂口さんは混植栽培の必要性に気づき、早速胡椒農地の整備をし、多種多様な植物を植え始めた。胡椒の病害に打ちひしがれていた他日系農家も、徐々に坂口さんの農法を受け入れ、様々な作物を植え付けていった。自然から自然を学べという坂口さんの教えは、坂口さんのフォレストガーデンを継いだ子にも受け継がれている。

1987年、国際協力機構JAICAの援助でトメアスにジュース工場ができた。フォレストガーデン産のジュースは健康に良く、環境にも良いとして多くの人に飲まれている。

そこは単一栽培のデメリットを最も肌で感じた地域であった。単一栽培だと植物に病害が発生した場合、その年の収入が無になってしまう。フォレストガーデンが目指すことは長期に渡って安定した収穫ができるようになること。樹木によって土壌に栄養分が行き、樹木の落葉・落枝は微生物によって分解され、やがて土壌に還っていく。

農業における樹木の役割は大きい、あまり知られていない。古来から存在する農法だが、グローバル化によって陽の目が当たらなくなっていった。その理由には世界の人口が1950年頃から急激に増加したことにある。

1950年代、国の独立が相次ぎ、各独立国は早急に経済力を強化することを迫られ、外国用に建築・紙用の木材を売るため森林を次々に伐採していった。そして人口増加に伴って国民の食料の必要量も増え、伐採された森林を農地として開拓していった。

こうして人々と森林との共生関係はしだいに薄れていった。ここから、単一作物だけを大量に栽培する効率主義時代が始まった。農地に余計なものが一切植えられていなければ機械化しやすく作業能率が良い。限られた農地から素早く最大の生産量を生むのが単一農業。短期的には効果が大きい、しだいに土壌に栄養がなくなっていき、植物の栽培に適さなくなっていく。時代が進み地球の持続可能性についての意識が高まってきて、古来の農法であるフォレストガーデンに目が向けられ始めた。

フォレストガーデンとは人類にとっての「原点回帰」ともいえる。農法としては農地に人間が食べられる野菜や果物などの植物を植え人工的な森林を作っていく。植物の成長は全て自然任せで、果実などができれば自分の手で収穫していくので、従来型の管理型農業と比べると非常に労力が少なく済む。

また、従来型の農法では山野を切り開く開墾がされるので、地球の生態系が崩れる危険がある。しかしこの農法では逆に失われた森林を再生するので未来世代へ豊かな自然を残すことができる。フォレストガーデン農法は森林の生態系の研究から生まれた。

研究者は自然の森林には従来型の農法を遥かに超える生産性があることに気づいたの

だ。従来は所有地に特定の作物だけを植える機械的な農法だった。

#### —フォレストガーデンの特徴—

フォレストガーデンの基本は、農薬を必要としない。フォレストガーデンでは自然を追求するため、農薬の散布をしないのが原則である。単一作物のみを大量に栽培するプランテーションと違い、多種多様な植物が植えられているため害虫が発生しにくい。

生物多様性により生態系のバランスが取れていることもそれに寄与している。農薬を使わなければ、自然で美味しい作物が収穫できるし、生物にとっても優しい。今日ではミツバチが世界から減少しているという事象が起こっているが、ミツバチが花に付着した農薬を食べたり巣の中に入れることが原因と言われている。

ミツバチは花から蜜や花粉を持っていくときに植物の成長に不可欠な受粉も同時に行っている。ミツバチが地球上からいなくなれば植物がなくなり、人間も生きられなくなるという。農薬と農業の切り離しはこれからの人類の未来を考える上で重要なテーマだ。

フォレストガーデンでは、肥料も不要である。フォレストガーデンでは、植物と菌類の共生関係を最大限に活かす工夫をする。土壌を耕さないのもその一つだ。耕すと土壌中の栄養分が消えていく。これは土壌中の菌類にとって好ましくないことだ。

菌類は土壌の炭素やリンなどの栄養分を吸収し、それを植物に根から与えていく。植物は自力では得にくかった栄養分を吸収することができ、さらに菌類は植物を病害から守る働きもする。反対に、植物は根に寄生する菌類に糖分を与える。このように、植物と菌類は相互に良い影響を及ぼし合う。農家は肥料にとらわれることが無くなり、作業量が減る。

#### —フォレストガーデン形成のポイント—

フォレストガーデンをつくるには、以下のようなポイントがある。

- ★植物を植えるときに各植物の根の深さに気をつける・根の深さが重なると競合して、お互いの成長を妨げ合うから。
- ★ミツバチが過ごしやすい環境を作る・植物が果実を実らせるためにはミツバチによる受粉が非常に大きい。人の手で受粉させるよりも、蜂に自然に受粉させる方が効率的で、品質の良い作物が得られる。ミツバチが好む花を多く用意し、森林全体にミツバチの波及効果を期待する。
- ★多年生植物を多く植える・多年生植物は天候の変化に左右されない。
- ★雑草対策にハーブを植える・雑草の発生は育てている作物の生育を妨げ、また害虫発生にもつながる。

#### —フォレストガーデンから学ぶ現代的テーマ「自分で生きること」—

全国の地方には使われていない耕作放棄地が数多く存在するが、それらの有効活用方法としても注目が集まっている。アドバイザーの大出女史は新潟県のある市役所から耕作放

棄地を購入し、将来は生活に必要な食料を全てそこから収穫できるようにするようだ。

もともとは、日本が大災害に襲われ全国の物流システムがストップしたときに「自分の力で生きられるようになりたい」と思われたことがきっかけだ。

近年、「自分で考え自分で判断して行動し人生を開くこと」の重要性が増している。自分の健康は自分で守り病気は自分で治すセルフメディケーションは、国の医療費負担を軽減するし患者の医療費も減る。

金融に関しては 2016 年現在、銀行にお金を預けていても 0.02%などの超低金利により全くお金がふえない。自分のお金を何に変えれば良いのかという金融知識がある人と無い人では、将来の資産に雲泥の差が生じる。

例えば株式では株の値下がりや損失を被るリスクがあるものの、保有しているだけで配当金や株主優待が企業からもらえる。株主総会に出席することができたり、自分のお金が企業活動に使われていると思うと、貯金しているだけでは得られない社会貢献もできる。グローバル化によって時代が急速に変わっているため、何か問題が起こったときに政府からの対応待ちでは追いつかない。

フォレストガーデンという食料確保術は現代の世界情勢を反映した最新のライフスタイルである。国の食料自給の観点から見てもフォレストガーデンは持続可能性に貢献する。現在、日本では食料の多くを輸入に頼っている。世界の天候不順や内紛が起これば食料が輸入できなくなり、食品価格の高騰→国民の生活負担増に繋がる。食料を輸入に頼らなくても、実はそのほとんどを国内で生産しようと思えばできるはず。フォレストガーデンはその助けとなるだろう。

フォレストガーデンは生物多様性を利用して農地の生産性を上げる農法である。この多様性の重要性はあらゆることに通ずると感じた。多様性に最も寛容な国、アメリカは他国を大きく引き離す、世界 1 の GDP を誇っている。世界中から人が集まってくるから今までに見たことのないアイデアが生まれ、良い製品やサービスがどんどん生まれる。日本でも最近では社員の多様性を重視する企業が増えており、就職面接の際は幅広い人材の獲得を目指している。

また、アメリカは 50 の州がありそれぞれの独自性が高い。カリフォルニア州のシリコンバレーは IT が盛んでグーグル、アップルなどの時代のリーディングカンパニーが多く集まっている。他にも金融のニューヨーク州、工業のマサチューセッツ州、カジノのネバダ州、自然観光地を多数有するケンタッキー州など、各州特徴がバラバラで多様性がある。

どこかの州で経済情勢が悪化しても、独自性の高い他の州があるため、国としては全く問題なく機能する。教育や法律も州ごとに大きく異なり、柔軟性や自由度に富む。

日本はというとその逆で多様性を排除する「集団行動の文化」が根強く残っている。集団行動の徹底的に統率が取れた様子は傍から見ると大変美しく、海外でも高く評価されている。ルールや常識を律儀に守る勤勉さはこうした文化があるからこそとも言える。

しかしそれが人間に与える悪影響があることも見過ごしてはいけない。日本では幼少期から行進、礼、体育座りという座り方まで徹底的に強制する。人と同じことをしなければならないという意識を幼少期より徹底させるので、集団への依存は強くなっていく。

自分の意見を言うより、集団を意識することが重要だと考え、意志のない人間となって

しまう。ルールや常識に疑問を持たず、人の意見に左右され偏見を抱きやすい。最近では SNS で毎日のように「炎上」という言葉をよく見かける。ネット上で目立つ行動をしているものを晒し者にし、ネットで活動できなくなるくらいに徹底的に潰すことだ。

皆ネット上では炎上が怖くて本音で話すことができていない。「よそ者を受け入れない村八分文化」、「出る杭は打たれるということわざなどの日本の集団意識」をよく表している。他国からは、日本人は礼儀正しく仕事熱心として尊敬を受けることが多い。

しかしこれから AI の急速な技術革新によって非常に多くの分野でロボットが人間の仕事を奪うと言われている。命令にただ従うことを美德としている日本の教育は時代遅れであり、そのような人間の価値が著しく低下する。

これからは今までにない付加価値を生み出す人間が必要だ。そのためには思考力が欠かせない。集団を意識しすぎることは危険だ。多様なアイデアが生まれる教育を取り入れていく必要がある。

現代人の食にとっても多様性は重要だ。現代人は仕事が忙しく食事を簡単に済ませる傾向がある。スーパーに行けば多くのレンジでチンの食品やパック惣菜が並べられている。これらばかりを食べていては食事が偏ってしまう。

飽食の時代だが、脂肪分の多い食事ばかりしている人も多く、栄養不足による健康障害に悩まされている。野菜・豆・魚・海藻・キノコ・イモ・肉など全てをバランス良くとることが大切だ。現代の農業は機械、肥料など原油に依存している。

原油は資源であり将来的に枯渇する。しかし世界の人口は増え続けている。このままでは需要が供給を上回り、原油価格はますます高騰し、農業は大打撃を受けるだろう。自然エネルギーの必要性が叫ばれている現代、農業も原油から脱皮する日が来るのかもしれない。

いかにテクノロジーが進歩しようとも、農業のように自然界のものは自然の判断に任せようが良い。全く人間の手がかかっていない森林を目にすると人は「未開の地」や「野蠻」などのイメージを持つことが多いが、そこには実は人間が考えるよりも遥かに高度な環境システムが構築されている。

自然は生き物であり、人間が上から支配しようとするほど農業にとっては逆効果となることを学んだ。

## 6. フェア・トレード・ショップ「ら・なぷう」オーナー・若井由佳子女史との交流と LSG



フェア・トレード・ショップ「ら・なぷう」オーナーの若井由佳子女史から、私たちは多大な影響を受けた。グローバリゼーションによって、世界的スケールの経済発展が実現しているとはいえ、まだまだ貧困は、消滅していない。経済的条件のみが、人間の幸福の条件ではないとはいえ、それでも、経済的貧困は多くの場合、人間の不幸を発生させる。

「世界の一人一人の力になりたい」という崇高な思い、偉大なヒューマニズムを、若井女史から学んだ。フェアトレードに関して、集中的に学習した。

### —世界の貧困の状況—

発展途上国の貧困の現状はいまだ深刻である。1日 1.25 米ドル（約 150 円）未満で暮らす人たちは世界の 20%（12 億人）を占めている。1.25 ドルというのは、極度の貧困ラインを表す数値であるが、世界人口の 5 人に 1 人という割合となる。1日 2 ドル（約 300 円）未満で暮らす人は、世界の 40%を超える。世界の 5 人に 2 人は 2 ドル未満の生活を送っている。地域別でみると、アフリカ、南アジアが大部分をしめている。

こういった人々の多くは、先進国の商品を作る農場・工場働いている。農業、洋服やアクセサリーを作る手仕事やジュエリーなどの原料の調達など様々です。グローバリゼー

ションの中で、経済は常に激しい環境変化の中にあり、不況や原料高騰など、波乱要因もある。その中で、民間企業は人件費を削減する傾向にあるが、そのマイナス要因を最も背負うことになるのが、発展途上国の人々である。発展途上国では、一度職がなくなると再び仕事を探すことは困難で、生活できなくなる恐怖があるため、どんな悪環境の中でも、辛抱して働く人たちがほとんどである。

#### ーフェアトレードとはー

「フェアトレード(Fair Trade)」とは公平貿易という意味で、発展途上国で作られた作物・製品などを適正価格で継続的に取引することにより、生産者の生活向上を持続的に支えるという活動である。

貿易・購買・ショッピングという自然な経済活動を通じての、ヒューマニズムをベースにした、人道的な、国際協力活動である。

1960年代頃より、フェアトレードはヨーロッパを中心に広まり、世界へと広がっていった。現在では数千のフェアトレード・ショップが世界中に展開されている。

単純な資本主義の競争原理から一定の距離をおいてビジネスを展開するのが、フェアトレードである。

フェアトレードでは、開発途上国で作られた作物・製品を、その価値や労働の対価に見合った適正な価格で、透明性と対話に基づく対等な条件下での、継続的な取引をすることによって、途上国の人々の生活改善に努めることを目指す。

フェアトレードはヨーロッパを中心に1960年代から広まりましたが、それはもともと、理解のある限られた市民による消費者運動であり、一般のマーケットと接点はないため、貿易額も限られていました。

フェアトレードを加速させたのは、「フェアトレードラベル運動」であった。フェアトレードラベル運動は、1988年にオランダの「マックスハベラー」という組織からはじまり、その後、1992年にドイツの「トランスフェア」を中心に、ヨーロッパに広まった。

1997年には、世界各国にあるフェアトレードラベル運動組織が1つにまとまり、FLO(Fairtrade Labelling Organizations International:国際フェアトレードラベル機構)という国際ネットワーク組織が設立された。このフェアトレードラベルは世界的に統一した基準を作り、基準をクリアした商品にのみ、フェアトレードラベルがつけられるようになった。

FLOは、フェアトレードの国際基準を設定し、それを守って取引された商品にラベルを与えることで、それまで一般のマーケットに広げにくかったフェアトレード商品のマーケットシェア拡大を可能にした。

現在、FLO加盟国は、ヨーロッパほぼ全域にわたり、他にもアメリカ、カナダ、日本の計32ヶ国に拡大した。

2014年時点で、国際フェアトレード認証を取得している生産者組織は、74カ国1,210組織となった。

日本でも、1990年代以降、フェアトレードが開始された。

「わかちあいプロジェクト」の設立者、松木傑(元ルーテル教会牧師)は、教会の活動でヨーロッパを訪問する中で、フェアトレードの仕組み、当時ドイツで進められていたフェアトレード認証「トランスフェア」の仕組みを学び、フェアトレードを日本に普及させることを開始した。

1993年11月、「わかちあいプロジェクト」を筆頭にいくつかの市民団体・教会組織が集まり、日本のフェアトレード認証組織「トランスフェア・ジャパン」が設立された。そして日本で最初の国際フェアトレード認証コーヒー「カフェ・マム」を第一コーヒー(株)の協力のもと、「わかちあいプロジェクト」が発売した。

「わかちあいプロジェクト」は、その後も世界中から国際フェアトレード認証製品を取り寄せ、国内では最も多くの種類の商品を取り扱っている。

フェアトレード市場は日本でも年々成長を続けていて大手の会社であるイオン、スターバックス、無印良品、森永製菓などが参入をはじめたことで、2014年には約94億円の市場となりました。

「フェアトレード」という言葉が日本でも普及しているが、日本では明確な定義がなされていない場合もあり、途上国から直接輸入したことで、独自の判断で「フェアトレード」商品と名乗るメーカー・店舗も存在する。

フェアトレードの基準を明確にしているのが、「国際フェアトレード認証ラベル」である。「国際フェアトレード認証ラベル」の条件は、各品目ごとに基準が設定され、基準に基づき、第三者機関としてのFLO認証会社の専門査察官により、監査されて販売者や輸入業者、生産者も監視される体制が作られている。基準は、公正な価格などを定める「経済的基準」、労働環境や人権などについて定める「社会的基準」、持続可能な生産を可能にするための「環境的基準」の3分野にわたる。商品に国際フェアトレード認証ラベルがついていることは、その国際基準をクリアしている。

国際フェアトレード認証ラベル商品があることで、私たち消費者は、安心して信頼できるためフェアトレードの商品を購入することができる。

「国際フェアトレードラベル認証マーク」をつけるために、輸入者は、商品価格のほかにフェアトレード・プレミアム(奨励金)を生産者へ支払い、輸入業者としてのライセンス登録料をFLOへ支払い、フェアトレードラベル使用料を各国フェアトレード・ラベル組織に支払うなど、短期的には負担が増える面もある。

フェアトレードラベル運動が始まる前から手工芸品を中心とする生産者、消費国のフェアトレード関係を結ぶ団体の連盟としてWFTO(World Fair Trade Organization:世界フェアトレード機関)がある。国際フェアトレードラベル認証が「製品」に対する認証であるのに対して、WFTOは団体や組織そのものが加盟するため、フェアトレードを目的に設立された団体の理念や活動がWFTOの指針を遵守する団体が加盟することができる。(フェアトレード商品の売上げが全体収支の50%以上)。

ヨーロッパの主要なフェアトレード団体は、FLOとWFTOに同時に参加している。ヨーロッパでは、フェアトレードでの売上げの90%が国際フェアトレードラベル認証商品、10%がラベルなし商品(WFTO加盟団体の製品を含む)だといわれている。



## 7. グローバリゼーションの未来を考える

### —多文化共生・多文化主義・異文化交流の価値—

グローバリゼーションの進展は、個人の自由・自由主義・自由経済（市場経済）・民主主義・福祉政策による極端な格差の是正といった普遍的価値・制度・文化を世界に拡大させている。

一方で、世界には、国家だけでも約 200 も存在し、実に多様な文化が存在する。グローバリゼーションの時代にあつては、それらの多様な文化は、人類の財産として、尊重され、認識されるべきである。

多様な文化を積極的に理解しようというトレンドは既に始まっている。1980 年代頃より、人口における移民比率の高いカナダ、オーストラリアを中心に多文化主義の必要性・有効性が認識され始めた。

英国・スウェーデンなどのヨーロッパ諸国でも、多文化主義が主張され始めた。米国では、マイノリティ異文化集団の文化・言語を学習する「エスニック・スタディーズ」の伝統があつたが、世界的スケールの多文化教育が、展開されるようになった。

実際、多文化共生・多文化主義における異文化交流のメリットは大きい。特定の文化の中で生きている人間は、異文化に触れることで、新しい価値観・制度などを新鮮に感じ、理解する。他の国と比べて日本が劣っている点、改善しなければならない点などにも気づかされるかもしれない。さらに、異文化にふれることで、逆に、自国の文化、自然、そして自国の素晴らしさにあらためて気づかされることもある。

個人的な体験であるが、私は家族旅行でタイに行ったときの異文化交流の体験の価値を実感した。タイでは仏教が生活の中心にあつて、僧侶が社会的に高い尊敬を受けていたことを知った。バンコクの有名な寺院を訪れるときは、短パンやティーシャツなど肌の露出が多いものを着ていくべきではないというルールがあつた。外国人がもしそのような格好で神聖な寺院に行けば、タイの人々は仏教が冒瀆されたと考え、感情が傷つけられる可能性もあることを知った。私たち家族は、暑い国での観光とはいえタイの人たちが重んじている場所に行くのだから、それにふさわしい格好をしようと気をつけた。

グローバリゼーションの恩恵によって、わたしたちは 20・30 年ほど前には手の届かなかった世界中の文化に触れることができるようになった。

多様な文化を知ることは、視野の拡大であり、自己のレベルアップである。

### —日本の開放化の加速—

急速なグローバリゼーションの進展にあつて、日本の開放化も加速している。1979 年、日本は国際人権規約に批准したことによって、国民健康保険の全外国人への適用や、公共住宅の国籍条項を撤廃した。

1982 年には難民条約の批准により外国人の国民年金加入や児童手当支給を開始した。

1990 年、「出入国管理及び難民認定法」が制定された。

2000年、法務省が第二次入国管理基本計画を策定し、その中で、「外国人に対する社会の意識・関心が高まり、その数的増加と活動範囲の拡大に伴い、今後、我が国社会において日本人は外国人とどのように共存していくのかについて将来像を示すことが、出入国管理行政に求められるようになってきている」としている。

2003年、日本経済団体連合会は、「活力と魅力溢れる日本をめざして」という経団連の新ビジョンを発表し、「多様性を容認する観点から、外国人も日本においてその能力を発揮できるよう、日本社会の扉を開いていく」とし、外国人受け入れシステムを2010年までに確立することを目標とした。そして、2009年の経団連事業計画において「これまでの外国人材受け入れの提言を踏まえ、多文化共生社会の形成、円滑な外国人材受け入れの推進に向け、制度改革の実現に取り組む」と発表したのであった。

#### —日本への外国人留学生—

日本政府は「留学生30万人計画」を掲げている。2014年の日本における外国人留学生数は18.4万人である。このうち6.6万人が大学、4.0万人が大学院、4.5万人が日本語教育機関に在籍している。全体の9割強に相当する17.2人を私費留学生在が占める。各目GDPで世界第3位の日本は、外国人留学生受入者数では第7位である、全学生に占める外国人留学生割合が、日本は3.5%とOECD平均の8.4%を大幅に下回っている。

外国人留学生は何を目的に渡日するのか。大学院へ留学する学生や、大学（学部）レベルでも理工系の学部で留学する学生は、高度な研究を行いたい、高度な教育を受けたいというアカデミックな目的が強い。

しかし、それ以外の外国人留学生に関しては、日本語を習得する、実務能力や管理能力を習得する、日本で就職する予定といった意向のほうが強い。最近では日本社会、もしくはアニメ・マンガを中心に日本文化に関心があり、それがきっかけとなって日本での生活を経験したいという留学生が増えている。

日本への留学生は、アジアの出身者が9割を占める。日本における外国人留学生のなかでも最も多いのが中国の出身であり、全体の5割を占める。しかし、数年中国人留學生の数は減少し、なお、韓国人留學生の減少傾向も、日韓関係の悪化が一因と推測される。一方、中国人留學生の減少を補って余りあるのがベトナム人留學生の急増であり、同じ期間（2010-2014年）に0.4万人から2.6万人へ2.2万人増加した。ベトナム人以外ではネパール人留學生数が大幅に増えており、出身国別の留學生数において中国、ベトナム、韓国に次いで4番目に多かった。

日本の大学が外国人留學生を受け入れるのは、大学の国際化、学生の確保、国際貢献と国際交流などの理由による。

第1に、大学の国際化とは、内外から異文化や異なる視点を有する学生、教員を招きいれことで教育・研究の質を向上させ、大学の国際競争力を高めるとともに、国際的に活躍出来る人材を育成するという社会の要請に応えることである。

第2に、学生を確保するために外国人留學生を受け入れることについては、大学の定員割れが深刻な問題となる状況下で重要性が増しており、一部の大学ではもはや外国人留學

生なしには定員の確保が難しいまでになっている。

一方、外国人留学生のなかには、比較的入学しやすい日本の大学（学部）にまず留学して学力レベルを高めた後、国際評価の高いアメリカなど第三国の大学院に進学する者もいる。数は少ないながらも優秀な外国人留学生ほどその傾向がみられ、日本の大学が優秀な外国人留学生のステップアップに活用されているといえる。

日本を含めてアジアの国々特に、中国、韓国、台湾、香港、シンガポール、マレーシアなどが相次いで自国を教育ハブとすることを宣言している。

これらのアジアの国・地域が教育ハブ化に乗り出しているのは、ほとんどの場合自国における高等教育の国際化・高度化と高度人材の確保のためである。内外の優秀な学生を集積させることによって教育・研究活動が活性化するとともに、国際的な学術・人的ネットワークの構築が進むことが期待されている。

#### —日本企業とグローバル人材・外国人採用—

グローバル化が進展しているなかで、日本企業は海外ビジネスの拡大に向けて人材面でも最も重視することとして、「日本人従業員のグローバル人材化」に次いで二番目に回答割合が高かったのが、「外国人の採用、登用」である。その理由としては主に3点が挙げられる。

第1に、彼らをグローバル事業に活用することである。出身国の言語に堪能であり商習慣にも馴染みが深いうえ、異文化に触れるなどしてすでに一定程度グローバル人材としていることを活かし、彼らが出身国あるいはグローバル事業全般において活躍することが期待されています。

外国人の採用では、日本の大学を卒業した外国人留学生を受け入れるケースが最も多いですが、採用する人数は限定的である。外国人を断続的に採用している企業の割合は71%に上る一方で、外国人採用人数の全採用人数に占める割合は2013年で3.4%に過ぎなかった。そのなかにあって、一部の企業は大量採用に動いている。ファーストリテイリングは、海外ユニクロ事業での売上高が全体の29.9%と3分の1近くを占めるようになるもて、東京本社の外国人社員数も少なくとも3分の1にする必要があると考え、外国人を積極的に採用していることである。

イオンとローソンも海外事業を拡大しようとして外国人社員数を増やし、2008年以降、外国籍の社員を多く採用している。楽天は開発職（エンジニア）を中心に外国人の採用にとりわけ熱心であり、2014年4月および9月入社の実験職約100名中、8割が日本への留学生、残りは海外の大学の卒業生を採用している。

近年の外国人留学生の誘致策は、日本企業に高度外国人材を提供することが一つの大きな目的となっている。ところが、外国人留学生を含む高度外国人材の採用意欲があるのは日本企業の一部にとどまること、たとえ採用意欲が高い企業であっても、多くの場合、採用する人数が限定的なこと、の2点を指摘出来る。

1点目に関し、現在の日本では、外国人を従業員として採用する必要性を感じない企業のほうが多いのが実情である。人口減少に見舞われているとはいえ1.2億人の人口を抱え

る日本では、事業が国内で完結する企業がいまだ多い。たとえ海外あるいは外国人との接点があったとしても、そのためにわざわざ外国人を雇用する必要性を感じない企業も少なくない。とりわけ中小企業の場合、接客や通訳・翻訳のためであればアルバイトで十分対応可能である。例えば、ある製造企業（正社員数 20 名）は、海外の展示会に出展する時のみ、通訳およびパンフレットの翻訳のために出展先の出身国の外国人留学生をアルバイトとして雇用している。また、観光地で宿泊施設を運営するある企業（正社員数 14 名）では、外国人留学生をアルバイトとして雇用することで、増加する外国人観光客に対応出来る。

外国人従業員を必要とするのは、大手を中心にグローバル市場での競争に晒されている企業、もしくはグローバル競争に立ち向かおうとしている企業であろうが、そうした企業は日本企業全体の一部にすぎない点に留意する必要がある。

外国人留学生の受入を増加すれば日本企業だけではなく、日本社会にも良い影響を与える。日本企業は優秀な外国人材を採用したら企業は国際的な市場につながることもできるうえに、従業員はお互いに経験を交換する。

現在、日本社会は高齢化が進んでいる状況ですが、これから工場、介護と農業で働く労働者の人数も減少しているので、その結果は日本の経済にも良くない影響を与える。また、結婚率と出産率も年々減少している。

では、そういう社会的な問題に外国人留学生はどんな影響を与えるのでしょうか。もし、彼らが日本企業に就職すれば以下のような現状が現れると思います。労働者の人数が増え、お互いに言語と文化的な交流が活発化し日本経済に良い影響を与える。国際結婚は人口高齢化への歯止めをかけるかもしれない。工場、介護、農業の分野で働く人数が増加することによって、以前よりそれらの分野が発展する可能性もある。

## 謝辞

私達は今年度、Learn by Stimulation of Globalization (LSG) というサブコンセプトをたて、グラスルーツグローバルイゼーションの活動をする中で、体験、発見した多数の刺激 (Stimulation of Globalization) を契機に、各自が集中的に学習、調査を行い、その成果を報告し合った。

私たちは、この方式から、自主的に学ぶ楽しみと醍醐味を知った。自分から興味をもって意欲的に学ぶことが非常に充実して楽しいことだと実感した。文献・資料・ネット検索等で、未知なことを、意欲的に調べて思考して、他人と議論して、自分なりの切り口で思考をまとめて行くという知的な作業は、充実感があり爽快であった。

この過程で、ゼミ生一人一人の視野が広がり、知性のレベルが上昇した。人間は一生涯、こうやって学び続けて行くことで、自己のレベルアップを実現して行くべきものだ理解した。

「自己のレベルアップ」。この一点こそが、生きることの目的、目標であることを、私たちは、体得した。生きるとは、一歩でも二歩でも、日々、年々、何とか自分をレベルアップさせて行くことだと、思った。

大いなる Stimulation (刺激) を与えて下さった、カンボジア経済産業省タヴィ女史・

スリランカ出身のナヤニ女史、コミュニティー・リーダーズ・ネットワーク代表大出恭子女史、フェアトレードショップ「ら・なぷう」オーナー若井由佳子女史に、心より感謝申し上げます。

酒粕で長岡を盛り上げよう！

—地域資源としての酒粕の可能性を探る—

権ゼミナール

4年	13M022	中澤 司		
3年	14K017	大滝 皓史	14K037	小布山 大喜
	14K069	早川 裕章	14K405	周 天奇
2年	15K056	佐野 毅	15K096	水落 柊哉



## 目 次

1. 序章—報告書を作成するにあたって—
  - 1.1 地域活性化プログラムに取り組むにあたっての權ゼミの捉え方
  - 1.2 活動の始まり
  - 1.3 十分杯と酒粕の共通点—魅力あふれる題材—
  - 1.4 酒粕の可能性
  
2. 酒粕の魅力探し
  - 2.1 日本酒と酒粕
    - 2.1.1 精米
    - 2.1.2 洗米・浸漬
    - 2.1.3 蒸米
    - 2.1.4 麴造り
    - 2.1.5 酛造り
    - 2.1.6 醪造り（仕込み）
    - 2.1.7 搾り—酒粕の誕生—
    - 2.1.8 ろ過・火入れ
    - 2.1.9 貯蔵・瓶詰
  - 2.2 栄養面から見た酒粕
    - 2.2.1 豊富な食物繊維
    - 2.2.2 豊富なビタミンB群
  - 2.3 栄養以外の健康面から見た酒粕
  
3. 今年度の活動紹介
  - 3.1 酒粕商品化に向けて
    - 3.1.1 酒粕の問題点
    - 3.1.2 朝日酒造へのインタビュー
    - 3.1.3 サポーター、協同者との出会い
    - 3.1.4 酒粕クリーミーパテの試作、初の試食アンケート調査
  - 3.2 試食アンケート
    - 3.2.1 トチオノアカリイベント
    - 3.2.2 長岡市商工会議所交流大会
  - 3.3 酒粕クリーミーパテの今後への展望



#### 4. 文献・記事調査—そこから見えてきたもの—

##### 4.1 文献調査

##### 4.2 記事検索

###### 4.2.1 事例（食材）

###### 4.2.2 事例（スイーツ）

###### 4.2.3 事例（化粧品）

###### 4.2.4 その他の事例

##### 4.3 事例の分類

###### 4.3.1 分類方法

###### 4.3.2 地理的特性

###### 4.3.3 ストーリー性

###### 4.3.4 その他の要因

##### 4.4 見えてきた課題

#### 5. 来年度に向けて

##### 5.1 今年度の総評

##### 5.2 現在残っている課題

##### 5.3 来年度の計画と提案

#### 6. 結びにかえて

#### 参考文献

#### 参考ウェブサイト

## 1. 序章—報告書を作成するにあたって—

はじめに、私たち権ゼミナールが酒粕を活用した地域活性化に取り組む理由と、報告書を作成するにあたって考えていることについて触れたい。

### 1.1 地域活性化プログラムに取り組むにあたっての権ゼミの捉え方

酒粕の話に入る前に、まず、「なぜ酒粕に着目したのか」について触れたい。私たち権ゼミナールでは「経済発展は地理的特性から離れることはできない」という考えの下で活動を始めている。従って、「その地域の経済発展は、その地域に有るものを活用するか、その地域の難題を解決していく過程」であると考えている。長岡もその例外ではない。

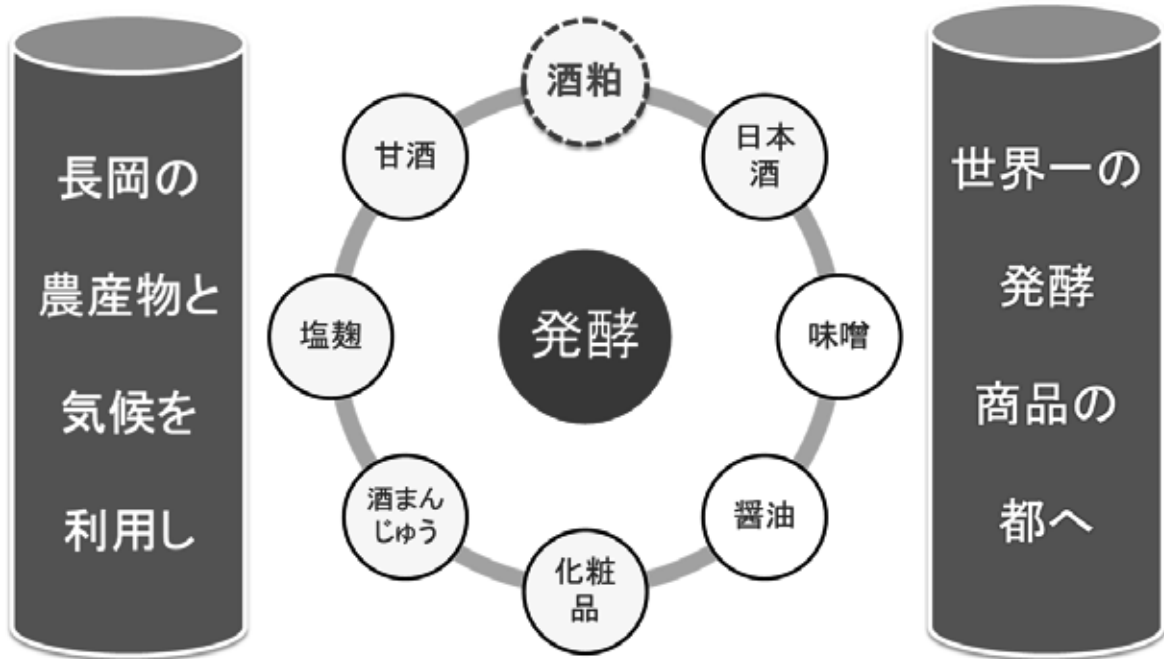
表 1 をご覧いただきたい。長岡では石油を発端とする機械工業、稲作から来た製紙業、米菓製造業など、もともとあった地域資源を上手く活用することで、新しい産業が生まれてきた。このことから、私たちは「経済発展」とは、「無から有」を産むものではなく、もともとの地域資源を上手く活用することで新たな産業を育てていく「有から有」の連続であると捉えている。

長岡市には図 1 のように、発酵を利用した商品が多々存在する。このような「発酵」を、長岡地域の豊富な雪解け水や夏の高温多湿、肥沃な土壌などの地理的特性と結び付ける過程において、長岡の経済発展の解がみつかると考えている。

<表 1>長岡の地域資源が現在に活かされた事例

地域資源・きっかけ		産業・現在
石油	⇒	機械工業
	⇒	金融業
稲作	⇒	製紙業
	⇒	米菓製造
	⇒	日本酒
大雪（水資源）	⇒	日本酒
空襲（戦災からの復興）	⇒	花火・まつり（観光業）

<図 1>長岡市の「発酵」を利用した地域資源の活用例



## 1.2 活動の始まり

私たちが今年度この活動に携わることになったのは、4月に栃尾地域の酒造会社である越銘醸株式会社（図2）を訪問したことが始まりであった。これは、十分杯の広報活動の一環として以前から面識のあった小林社長のもとへ十分杯リーフレットを届けるためであった。その際、酒蔵見学もできることになり、小林社長、浅野部長自ら懇切丁寧に説明をしてくださった。

そして、酒蔵内を一通り見学し最後に見せて頂いたのが「板粕（機械で酒をしぼった後の板状の酒粕）」であった（図3）。小林社長に勧められ板粕を食べてみると、酒粕自体の深い味わいや香りを感じた。そのまま食すと刺激が強すぎるようにも感じたが、出来立ての酒粕というのは初めての経験であったので強く印象に残り、酒粕に魅力を感じるようになった。また、この酒粕の活用法に困っているというお話を聞き何とかしたいと思うようになり、酒粕について調査を始めた。

その後、独自に調査を進めていた時に、以前の広報活動で出会ったNPO法人まちなか考房の大沼広美氏のご紹介で、ながおか・若者・しごと機構の坂田晃秀氏に出会った。坂田氏から「大学はおいしい」というイベントのお話を聞き、また、栃尾の新しいお土産品を探しているということを知った。そこで、私たちが越銘醸で酒蔵見学をし、酒粕に出会ったことを話したところ、越銘醸の酒粕で新しい栃尾のお土産品を開発するということが合意し、現在では様々な企業の方々と連携し、「大学はおいしい」というイベントに向け取り組んでいる。

<図 2>現在の越銘醸株式会社



<図 3>越銘醸株式会社が販売している酒粕「酒の華」



### 1.3 十分杯と酒粕の共通点—魅力あふれる題材—

私たち權ゼミナールでは、十分杯の活動は、あまり知られていない地域資源を発掘した一つの事例であると考えている。ここで私たちがこれまで活動で取り組んできた、「十分杯」の活動と経験から、「十分杯」と「酒粕」に共通点が多いような気がした。もし、そうならば、酒粕も地域資源として十分可能性があることを意味しているかもしれないと思った。以下では具体的に比較してみたい。

十分杯を活用した地域活性化プログラム活動は約4年前に始まった。元々十分杯は一般ではあまり知られておらず、知っていた人のほとんどが地元の有識者に限られていた。私たちが知ったのは、長岡歯車製作所という長岡市の地元企業に見学を訪れた時だった。そして十分杯の持つメッセージとからくりの魅力を感じ、調査を始めた。そしてこの十分杯

を活用して長岡を少しでも盛り上げることが出来るのではないかと考え、広報活動を中心に活動を始めた。現在では、JR 東日本の観光列車「越乃 Shu\*Kura」での十分杯イベントや長岡市主催の「長岡酒の陣」で十分杯専用のブースが設けられるなど活動が広がっている。最近では、十分杯目当ての観光客も訪れてくれるようになり、大変嬉しい限りである。

話を元に戻す。元々あまり知られていなかった十分杯が、世間からの注目を集めるようになっていった理由として、十分杯に優れたストーリー性が存在したことが一つの大きな要因である。十分杯が長岡に広まったのは江戸初期の頃である。この頃長岡には長岡藩があり、度重なる水害やお家騒動の鎮圧、家臣の浪費等によって財政難に苦しんでいた。そんな中、当時の長岡藩藩主牧野忠辰が十分杯を知り、教えを広めることによって苦境を乗り越えたとされている。また十分杯には次のようなからくりがある。十分杯にお酒を注いでいき、8分目まで注いでも何も起こらないが、杯の縁いっぱいまでお酒を注いしまうと、底面に空いている穴から全てのお酒が流れ出てしまう。長岡ではこのようなことを「満つれば欠く」と言う。十分杯は「何事も欲張りすぎでは全てを失ってしまう」という教訓を表した杯である。まさに長岡の精神を表す物と言える。当時の藩主忠辰が、十分杯を手にとって家臣に十分杯のからくりを示して見せ、家臣たちを戒めた情景が目には浮かぶ。このようなストーリー性が現在の歴史ブーム等に後押しされ十分杯の知名度向上が軌道に乗りつつある。

十分杯に優れたストーリー性があることは分かった。酒粕の場合はどうだろうか。酒粕には不溶性の食物繊維やビタミン B 群が豊富に含まれている。それぞれ「便通の促進」や「健康効果」が期待されており、健康・栄養面を見て非常に優れている。詳しくは後述する。また、製造元に目を向けてみると酒蔵の越銘醸株式会社もとても魅力にあふれている。

ここで、「越銘醸」の魅力について紹介したい。なお、本項では特に記載のない限り『栃尾市史』に基づいて話を進める。

越銘醸株式会社は、「越の鶴」「老醸」「越の川」などの銘柄や「ほだれ酒」で知られている。同社は山城屋と山家屋という 2 つの蔵が合併して、1934（昭和 9）年に誕生している。山城屋、山家屋ともに江戸時代から続く蔵元で、山家屋がより古く創業は 1845（弘化 2）年とされるが、実際には 1773（安永 2）年に「酒造株（当時の酒造業の許可）」を取得し酒造りをスタートしている。さらに源流をたどると、山家屋は和泉屋という別の蔵元の酒造株を購入して開業しているため、酒造株自体は和泉屋がこれを取得した年である 1727（享保 12）年までさかのぼることができる。このことから、山家屋は約 300 年の歴史がある。

歴史の古さをうかがわせるエピソードとして、戊辰戦争の際に長岡藩への援軍であった米沢藩軍の炊事場という、重要な役割を果たしたと伝わっている。これは、同社小林社長へのインタビューから判明したことである。酒造りのために大量の米を蒸すことができる釜があり、軍隊用の多くの兵糧米を炊飯するのに都合が良かったからだと言われている。

また、明治以降も同社は栃尾経済の中で重要な役割を果たしてきた。栃尾は明治以降、織物で栄えた町である。そういった町でありながら、明治 31 年の『越佐商工人名録』や大正 12 年の『栃尾町案内』にも両家はしっかりと名を連ねている。先述のように、両家は昭和 9 年に合併するが、その後太平洋戦争を迎えて栃尾の各業界にも「戦時統合」の波が押し寄せた。当時の栃尾には「越銘醸」「諸橋酒造」「長谷友」の 3 つの酒蔵があった。結果

的に、長谷友は廃止、諸橋酒造は休止（戦後、再開）となり、越銘醸のみが戦中も操業を許可された。さらに、戦後の1952（昭和27）年には、栃尾商工会の設立にあたり、顧問として当時の同社長の小林録平氏が名を連ねている。このように、同社は江戸時代から栃尾と共に歩み、多大な貢献をしてきた、地域企業なのである。

また、栃尾の雁木通りにある社屋は周囲の景観とも絶妙にマッチしている。これは、かつての山城屋の頃から受け継がれる社屋であり、酒蔵見学時に見ることができる屋内の趣ある雰囲気も相まって、第5回長岡市都市景観賞を受賞するなど、高い評価を得ている。

<図4>山城屋



（出所）酒くま熊倉酒店 Web ページ

#### 1.4 酒粕の可能性

以上のことから酒粕の地域資源としての可能性は非常に価値の高いものであると考えられる。しかし現在、栃尾の酒粕はさほど注目をされていない。理由はたくさんあるように見える。前述のいいところを知られておらず、活用方法が少なく、独特のにおいが嫌われる等々あるが、最大の理由は、具体的な良さがあまり認知されていないことだと考える。私たちが、酒粕を使用した様々な商品の事例調査を行ったところ過去の物から現在のものまで多く見つけた。そこで気づいたものとして、どれも魅力あふれる商品なのに対して、キャッチフレーズや商品の説明が表面的なものばかりということである。例えば、酒粕は健康に良いということを謳った商品があった。しかしその商品では、具体的にどの成分がどのような影響を人体に与えるのかがわからないものであった。

十分杯の活動が世間に評価され始めた最大の理由として、十分杯の歴史や原理を詳しく説明したリーフレットや、十分杯に関わる長岡の歴史を表した年表等を作成し、情報の見える化（良さの具現化）をしたことにあると私たちは考えている。十分杯がわからない人が、それを見るだけで十分杯についての基本知識を得ることが出来るようにした。これに

より、十分杯を知らなかった人が十分杯に魅力を感じやすくなる環境を整え、十分杯の認知度向上の火付け役になれたと考えている。

私たちは、酒粕でも同じように、健康面などの魅力等、情報の見える化や情報生産を行い、長岡市と栃尾地域に新しいこと・モノを芽吹かせたいと考えている。また、酒粕を使った商品開発に取り組む地元企業に対して、私たちの調査結果を元に考えたアイデアを提供することで、少しでもお力になればと考えている。その第一歩が、本報告書の作成である。

＜図 5＞リーフレット（左）、十分杯と長岡の関わりを示す年表（右）



## 2. 酒粕の魅力探し

ここでは、私たちが文献などを検索し、得た調査結果を元に、酒粕の具体的な魅力について触れたい。

### 2.1 日本酒と酒粕

酒粕は日本酒造りの工程に深く関わっている。酒造りは昔から「一麹二酛三造り」と言われてきた。酒造りは（1）精米（2）洗米・浸漬（3）蒸米（4）麴造り（5）酛造り（6）醪造り（7）搾り（8）ろ過・火入れ（9）貯蔵・瓶詰、が基本工程である。

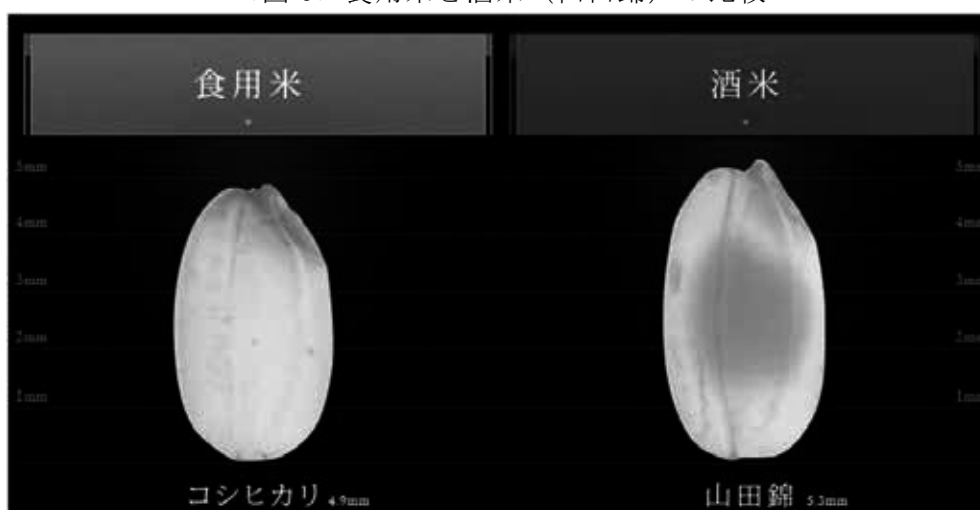
#### 2.1.1 精米

酒造りに使用する米を一般的に酒米と言う。日本酒を醸造する際、主に麴米として使うのが酒米であり、それに適する米を「酒造好適米」と言う。

酒造りに使う米には特有の品質が求められる。酒造りに必要なでんぷん質（心白）が大きく、適度に隙間があり麴が育ちやすく、雑味の原因となるたんぱく質、脂質が少ない。また、酒米は通常の食用米とは区別され、一般的に粒が大きいのが特徴である。精米の時に表面を大きく削る必要があるが、粒の小さな米だとすぐに砕けてしまうために大粒が好まれる。大吟醸などの香り高い日本酒を造るためには精米歩合が50%以下にもなる。また食用米に比べて軟らかく、生産産地も限られている上、耕作に複雑な技術が必要なことから価格も高価である。

代表的な酒米は、兵庫県の「山田錦」、新潟県の「五百万石」、長野県の「美山錦」などである。図6を参照されたい。

<図6> 食用米と酒米（山田錦）の比較



(出所) Les grands sakes de Hiroshima 広島の日本酒 Web ページより。

精米とは、この酒米の表面を削り、日本酒の雑味の元となるたんぱく質や脂肪を取り除く作業のことである。酒米を精米していくには酒米専用の精米機を使用する。この工程では、最近よく聞く「精米歩合」が関わる。精米歩合とは酒米を削り、残った重量の割合のことである。％が低くなるほど、削った割合が多くなる。精米歩合には2種類ある。「見掛け精米歩合」と「真精米歩合」である。見掛け精米歩合とは、米が砕けたなどの精米以外によってもたらされた重量減も含んだ値のことである。見掛け精米歩合は以下の式で表される。

$$\text{見掛け精米歩合 (\%)} = \text{精米後の白米重量 (kg)} \div \text{精米前の玄米重量 (kg)} \times 100$$

例を出してみる。長岡市の有名な蔵元朝日山の銘柄「純米大吟醸 久保田 萬寿」の大吟醸の精米歩合は最大35%である。35%という精米歩合の場合、残っている重量が35%になる。35kg残っているとすると、元々の玄米重量は100kgであり、高精米の日本酒であると言える。真精米歩合とは、精米時の酒米1000粒の重量と、元々の玄米1000粒の重量を比較することで、より正確な精米歩合を算出したものである。計算式は以下のものである。

$$\text{真精米歩合 (\%)} = \text{精米後白米 1000 粒の重さ (g)} \div \text{玄米 1000 粒の重さ (g)} \times 100$$

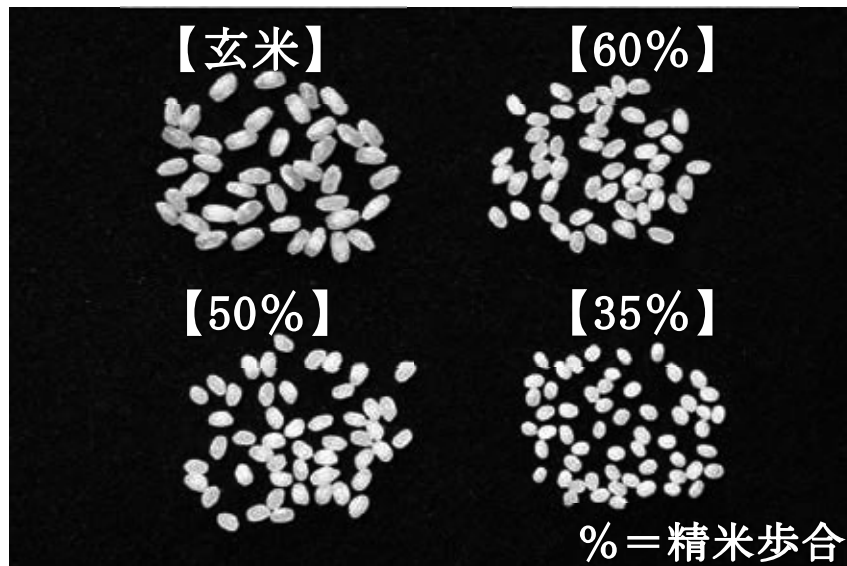
現代の酒蔵ではコンピューターの導入などにより真精米歩合の精度が非常に高くなっている。最近有名になった「獺祭」が良い例である。このように、精米歩合の割合が高いものが最近多くなっている。精米歩合が低いほど美味しくなるとは言えない。削り落とされているものは、雑味の元のたんぱく質に加えて、日本酒の味に深みを与えてくれる糖も一緒だからである。多く削っても、美味しく深い味わいが出せる日本酒を作ることが出来



る理由は、それぞれの酒蔵が培ってきた熟練の技術によるものである。

余談であるが、この精米で出た削りカスの活用法は結構多い。例えば、米の一番外側の部分は、家畜の餌や肥料に利用される。内側の部分は、米粉として使用され、煎餅や米粉パン等に使用されている。

<図 7> 精米歩合とは



(出所) 株式会社喜多屋のホームページより引用。

### 2.1.2 洗米・しんせき浸漬

精米後の米は熱を持っているため、袋に入れて 3~4 週間寝かせる。その後、米に残った糠(米を削った部分)を洗い流すために洗米という工程に入る。洗米とは文字通り、「米」を「洗う」作業のことを指す。米が砕けないよう、動力機械の水流を利用し優しく洗っていく。昔は機械もなく、手作業で行っていたため、砕けてしまう米が多かったという。洗米の後、水に浸けて吸水させる。

<図 8> 洗米の様子



(出所) 図 7 と同じ。

### 2.1.3 蒸米<sup>じょうまい</sup>

蒸米とは浸漬した米を蒸し、麴菌の繁殖を促したり、麴の中で溶けやすくしたりする工程である。大きな甑<sup>こしき</sup>と言われるせいろで蒸す。蒸した米は3工程に使用される。第一に麴菌を作る時。第二に酒母（酏）を作る時。第三に醪を作る時である。蒸す理由として麴が作りやすいためである。米を蒸すことでデンプン組織が壊れて、麴菌が繁殖しやすくなり、麴の酵素の分解を助ける作用がある。精米から蒸米までの工程を原料処理と呼ぶ。

<図9>甑



(出所) 図7と同じ。

### 2.1.4 麴造り

次の工程は三造りの一つ、麴造りである。麴造りとは、蒸米に種麴を振りかけ、麴菌を繁殖させる工程のことである。原料処理が終わり 30℃ぐらいまで冷ました蒸米を、麴室（製麴室）に移し、種麴を振りかける。麴造りには蒸米全体の4分の1を使用する。手作業の場合は「床もみ」と呼ばれる作業を行う。種麴を振りかけ、ムラ無く種麴を蒸米に行きわたらせるために蒸米を図10のように揉み解す作業である。よく聞く、「杜氏さんの手はきれい」という話はこの工程のことを指している。機械でもできるそうであるが、質の良い日本酒を作るために、長年の技術と経験で作業している酒蔵がほとんどであるという。この工程は酒造りで非常に重要な工程のため、慎重に行われる。

以前、越銘醸株式会社で酒蔵見学が出来ることになった際、この麴室に立ち入ることが出来た。麴室は大きな鉄の扉で厳重に閉じられており、室内は研究施設のようになっていた。この部屋が稼働する際には、壁の暖房などによって室温を管理する等、徹底していた。越銘醸だけでなく、全国の酒蔵すべてがこのように万全を期しているという。越銘醸の小林社長にお聞きしたことであるが、酒蔵には納豆を食さない風習が残っているという。これは納豆の菌が麴菌に悪影響を及ぼし、さらに納豆の菌を殺菌するのは難しいためである。その為、酒蔵見学で麴室に入れてくれる酒蔵見学は少ないという。ここで、快く酒蔵見学と、更に麴室にまで入れてくれる許可を下さった越銘醸株式会社の小林社長に今一度お礼を述べたい。

<図 10>床もみ



(出所) 図 7 と同じ。

### 2.1.5 酏造り

三造りの一つ、酏造りとは、麴と蒸米と水、酵母を混ぜ、図 11 のような酒母（酏）を造る工程のことである。酒母の役目は、健全なアルコール発酵をすることと、一定量の乳酸を含んでいることの2つである。酏で酵母が健全にアルコール発酵できるように環境を整えることと、酏での雑菌発生を抑制する乳酸を作り出すことが目的である。空気中には人間に見ることのできない様々な菌が存在している。日本酒づくりではこういった菌は大敵であり、その菌を駆逐するために一定量の乳酸が必要である。具体的には乳酸は酒母中の pH（水溶液の性質を表す単位であり、水素イオン濃度の量を意味）を中性から酸性に変える。これによって雑菌を死滅させる。日本酒造りではこの段階で清酒酵母を添加する。すると清酒酵母はアルコールを生成し始め、アルコールに弱い乳酸菌は勢力を衰え、最後には死滅してしまう。

<図 11>酒母（酏）造り



(出所) 図 7 と同じ。

### 2.1.6 醪造り（仕込み）

三造りの一つ醪造りの工程である。醪造りとは、酒母に、麴、蒸した米、水を添加し、醪を造り発酵させる工程である。完成した酒母を大きなタンクに移し、蒸した米等の原料を仕込む。この仕込みは3回に分けられ「3段仕込み」と呼ばれる伝統的な醸造技術を行う。3回に仕込む理由は、一気に混ぜてしまうと、乳酸が薄まってしまい、雑菌の繁殖が止められなくなってしまうからである。仕込みはそれぞれ、一回目「初添え」、二回目「中添え」、三回目「留添え」と呼ばれる。仕込み中のタンクの中では、アルコール発酵により、エタノールと炭酸ガスが発生し、無酸素状態になっている。そのため、醪の表面上に図13の様な多数の泡が浮かんでいる。この期間は密閉状態の空間で酸欠状態になるため危険な作業である。昔は酸欠により事故などが起こったこともあるという。このことから法律で、酸欠防止処置をとることが義務付けられている。

<図12> 醪の発酵する様子



(出所) 図7と同じ。

### 2.1.7 搾り—酒粕の誕生—

程よく発酵した状態を見極め、醪を搾って酒を取り出す工程を搾りという。搾りはほかにも、「あげふね」、「上槽」、「槽がけ」とも呼ばれる。搾り方には圧搾機と言われる機械を使用する方法と伝統的な袋搾りがある。袋搾りとは、出来上がった醪を酒袋に移し、それを吊るしたり、圧力をかけたりして搾る方法である。機械搾りも理屈は同じで、最初は人工的に圧を加えず、自然にろ過されるお酒を集める。その後お酒が出なくなってから徐々に機械で加圧していく。どちらの方法も、最初は濁ったお酒が出て、後に透明なお酒が出てくる。これを原酒という。

この搾りという作業で最後に酒袋に残った搾りかすが「酒粕」である。つまり、この作業が、私たちが研究テーマとしている「酒粕」にとっては誕生の瞬間である。

<図 13>袋搾りの様子



(出所) 図 7 と同じ。

### 2.1.8 ろ過・火入れ

この工程では、搾った酒をろ過し、その後、機械等（図 14）で 60～65℃の熱で低温殺菌「火入れ」を行う。搾られたばかりの原酒は、無色透明ではなく、まだ白く濁っている。ろ過をすることで、搾ったばかりではまだ溶解している雑味成分や色を取り除き、雑味を消し、澄んだ色にする。また、すっきりした味にする効果もある。火入れは、熱湯を通した蛇管や熱交換式のプレートを使用して行う。その後急冷する。火入れをする理由は、貯蔵中に日本酒を腐敗させないよう殺菌する目的と、品質の劣化の原因になる酵素の働きを止めるためである。昔は酒を木樽に入れ貯蔵していた。しかし、菌が入り込む危険性が高く、また、一度菌に汚染されると、何年もの間酒造りが出来なくなってしまふ。その為、廃業することになった酒蔵も多い。

ちなみにこの「火入れ」という工程は、世界最古の低温殺菌法である。火入れをした日本酒を「火持酒」と言う。室町時代に始まり現在までこの方法が用いられている。それ以前は、醪を作る際に、木炭を加える「灰持」と言われる殺菌法が使用されていた。この方法で作った酒を「灰持酒」と言い、土地によっては、赤酒、地酒、地伝酒などと呼ばれている。現在、酒税法では「雑酒」に分類されている。

<図 14>火入れの様子



(出所) 株式会社南部美人 Web ページより

### 2.1.9 貯蔵・瓶詰

最後の工程である。搾った後は、いったんタンクに貯蔵し、夏の時期、出来栄えを見るために利き酒を行う。この行事を「呑み切り」と言う。それ以降、新酒は気温の上昇と共にさらに熟成されていく。腐敗防止のためもう一度ろ過・火入れを行い、瓶詰し出荷する（図 15）。この時、同時に「水入れ」という作業を行う。日本酒ができたばかりの頃は、工程の性質上 18～20 度と高いアルコール度数になっている。アルコール度数を飲みやすい 15～16 度にする為に水を足して調整する。

<図 15> 瓶詰作業



(出所) 図 7 と同じ。

このように、我々が普段何気なく口にしている日本酒は非常に長い工程を経て、職人の手によってつくられる、まさに芸術品なのである。その過程で生まれる酒粕もまた、同様に職人の手によってつくられたものであり、今一度酒粕の価値を見直していくべきではなかろうか。

## 2.2 栄養面から見た酒粕

次に酒粕の健康面での魅力について紹介したい。表 2・3・4 は、表中の各食品の 100 g あたりの成分量を表している。なお各表は『日本食品標準成分表 2015 年版（七訂）』を基に、ゼミ生が作成したもので、表 2・3 の比較対象の選定に当たっては「酒粕と似た栄養面の特徴を持ち」、「手軽に入手できるもの」、および「酒粕の元となる“米”」を抽出したものを示し、表 4 は、「日本酒と酒粕の比較」である。

### 2.2.1 豊富な食物繊維

酒粕の魅力として、まず指摘できるのは「便通の促進」である。表 2 より酒粕は、不溶性の食物繊維が豊富に含まれていることが分かる。不溶性食物繊維は胃や腸内で膨張し、便通を促進する働きがある。一方で、過剰に摂取すると便秘になる恐れがあるため水分と共に摂取することが望ましい。その点では、「粕汁」は酒粕の理想的な摂取方法のひとつかもしれない。

### 2.2.2 豊富なビタミン B 群

酒粕の魅力の 2 つ目は、豊富に含まれる「ビタミン B 群」がもたらす様々な「健康効果」である。表 3 から見てとれるように、酒粕にはビタミン B 群が豊富に含まれている。そのうち、ビタミン B2 には、新陳代謝を補い皮膚や粘膜の健康維持効果が期待される。成人男性の推奨摂取量は約 1.5~1.6mg/日、成人女性では約 1.1~1.2mg/日とされる。ナイアシン（ビタミン B3）は代謝を補い、各種酵素の働きを助ける重要な役目を果たす。不足すると、ナイアシン欠乏症（ペラグラ）が発症し、主な症状は皮膚炎、下痢などである。成人男性の推奨摂取量は約 14~15mgNE<sup>1</sup>/日、成人女性では約 11~12mgNE/日とされる。ビタミン B6 は、タンパク質からエネルギーを生み出す際や造血などに作用する他、神経機能の維持効果が期待される。不足するとペラグラのような症状やうつ、錯乱等が起こる場合もある。成人男性の推奨摂取量は約 1.4mg/日、成人女性では約 1.2mg/日とされる。葉酸（ビタミン B9）は、核酸を合成する作用を持つ。これは、細胞分裂が活発な胎児の正常な発育に寄与する。また、妊娠初期に葉酸を摂取することで胎児の神経系の発育不全のリスクを軽減させる効果がある。成人男性・女性共に推奨摂取量は約 240μg/日とされるが、妊娠初期以降の女性はこの 2 倍程度の量を摂取することが望まれる。これらの働きを持つビタミン B 群が、酒粕に多様な健康効果をもたらすのである。

なお、表 2・3 を一見すると、「焼きのり」の栄養価が非常に優れているのが目立つ。しかし、「焼きのりを 100g 食べる」というのは容易ではない。この点から、酒粕の方が「より手軽に食べられる」という点で優位性があると考えている。また、表 3 から分かるようにこれらの栄養成分のほとんどが、日本酒の方には含まれておらず、しぼりかすである酒粕の方に残留しているのである。

<表 2>各食材 100 グラムあたりの成分含有量

名称 (単位)	タンパク質 (g)	炭水化物 (g)	水溶性 食物繊維 (g)	不溶性 食物繊維 (g)
<b>酒粕</b>	<b>14.9</b>	<b>23.8</b>	<b>0</b>	<b>5.2</b>
精白米	2.5	37.1	0	0.3
発芽玄米	3.0	35.0	0.2	1.6
ごぼう (ゆで)	1.5	13.7	2.7	3.4
らっきょう (生)	1.4	29.3	<b>18.6</b>	2.1
枝豆 (ゆで)	11.5	8.9	0.5	4.1
にんにく (加熱)	8.2	30.6	4.5	2.3
焼き海苔	<b>41.4</b>	<b>44.3</b>	36.0	(分類不能)

<表 3>各食材 100 グラムあたりのビタミン B 群含有量

名称 (単位)	V. B2 (mg)	ナイアシン (mg)	V. B6 (mg)	葉酸 (μg)
<b>酒粕</b>	<b>0.26</b>	<b>2.0</b>	<b>0.94</b>	<b>170</b>
精白米	0.01	0.2	0.02	3
発芽玄米	0.01	2.0	0.13	6
ごぼう (ゆで)	0.02	0.2	0.09	61
らっきょう (生)	0.05	2.1	0.12	29
枝豆 (ゆで)	0.13	1.0	0.08	260
にんにく (加熱)	0.09	0.8	<b>1.80</b>	120
焼き海苔	<b>2.33</b>	<b>11.7</b>	0.59	<b>1,900</b>

(注)表 1・2 の中では酒粕のみ太字・斜体とし、各項目の最大値を囲んでいる。



<表 4> 清酒（日本酒）と酒粕のビタミン B 群含有量

名称 (単位)	V. B2 (mg)	ナイアシン (mg)	V. B6 (mg)	葉酸 (μg)
清酒（普通酒）	0	0	0.07	0
清酒（純米酒）	0	0	0.12	0
<b>酒粕</b>	<b>0.26</b>	<b>2.0</b>	<b>0.94</b>	<b>170</b>

(注) 普通酒は醸造アルコールを添加し、純米酒は米由来のアルコールのみである。

次に「食物繊維」「ビタミン B 群」以外の項目に着目しながら見ていく。

#### ① レジスタントプロテイン

初めに紹介するのは「レジスタントプロテイン」である。レジスタントプロテインを端的に表すと「消化されにくく、食物繊維に似た働きを持つタンパク質」である。渡辺(2012)では酒粕に含まれる同物質の働きによって、LDL-（悪玉）コレステロール値の低下と HDL-（善玉）コレステロール値の増加や、「排便回数・排便量の増加」、さらには「肌表面の状態改善」が確認された。なお、これは酒粕 50g を甘酒にして 3 週間摂取した実験の結果である。

その後、月桂冠総合研究所の研究によって「非アルコール性脂肪肝炎 (=NASH)」の予防効果が確認された。脂肪肝炎とは肝臓に中性脂肪が蓄積するもので、この内 NASH は肥満などの生活習慣病を原因とする場合が多い。症状が進行すると肝硬変、肝臓がんに至る場合もある。実験で、レジスタントプロテインや後述する酒粕ペプチドをマウスに経口摂取したところ、先述のコレステロールに対する働きの他に、肝臓内での脂肪の沈着や肥大を抑制する等の予防効果が確認された。

#### ② K-2 乳酸菌および K-71 乳酸菌

続いて紹介するのは「K-2 乳酸菌」と「K-71 乳酸菌」である。どちらも酒粕から分離された乳酸菌であり、アトピー性皮膚炎、花粉症等のアレルギー症状を緩和する効果を持つ。また、インフルエンザウイルスに対する予防や症状の緩和が期待される。日本農芸化学会で発表した原崇ら(2013)が引用した林京子のマウスを対象とした実験によれば、K-71 乳酸菌の経口摂取が肺や気道内のインフルエンザウイルス量の抑制、交代の増加を促すことが確認され、タミフル耐性ウイルスに対しても同様の効果を示すことが確認されている。同じく、2013 年日本農芸化学会で発表した原崇らの実験では K-71 の特徴として、「粉末状の菌体のため添加物として幅広く利用できる」「異味・異臭がなく食味を乱さないこと」を挙げている。

#### ③ 酒粕ペプチド

ペプチドとは、アミノ酸同士がペプチド結合してつながったものであり、ホルモンや神経系などに対し多様な作用を持っている。この「酒粕ペプチド」は血圧上昇を抑える働き

を持つ。これは、血管の収縮や血液量を増やす作用のある物質が作られる際に作用する「アンジオテンシン変換酵素」の働きを酒粕のペプチドが阻害するためである。日本新薬食品開発研究所と月桂冠総合研究所の実験によると、医薬品の服用が急速な血圧降下を示すのに対し、酒粕ペプチドの摂取では1,2か月の服用で緩やかな血圧低下を示した。また、服用中止後も一定期間は血圧上昇が抑制されているのが確認された。このことから、酒粕ペプチドは直接の血圧降下以外にも、血圧を上がりにくくする「体質改善」らしき効果も期待されることが指摘された。同様の働きをするペプチドには動物由来のものが多い中、植物由来の酒粕ペプチドは、風味も良く一般食品や機能性食品への幅広い活用が期待されている。

### 2.3 栄養以外の健康面から見た酒粕

続いて、先ほど紹介した栄養に基づいて健康面に「どのような効果が期待されるのか」を紹介したい。

#### ① 肌への効果

酒粕には美肌効果がある。渡辺敏郎（2012）は研究で、被験者の肌を、酒粕を溶かして作った甘酒の摂取前後に分け調査した。摂取前は肌のキメが乱れた状態であった被験者は、摂取後3週間には肌の状態が改善されたという。研究結果から酒粕に含まれるレジスタントプロテインが腸内環境を整えることで、効率よくアミノ酸が吸収されたと考えられる。タンパク質は腸内で素早く吸収されるがアミノ酸は体に必要な様々なたんぱく質に再構築され、一部は肌細胞に供給されるものであるという。それが肌の美容維持につながるものと考えられる。酒粕にはさらに美白効果が期待されている。肌に大敵なシミ・ソバカスは、皮膚のメラニン色素の沈着により起こる。アミノ酸の一種のL-チロシンにチロシナーゼという酵素が作用して、ドーパクロムというメラニン色素になる前の物質ができる。このドーパクロムがメラニン色素に変わる事により、シミ・ソバカスの発生、日焼けして皮膚が黒くなるなどの現象が起こる。

しかし、チロシナーゼの働きを阻害する酵素を加えると、ドーパクロムは生成できない。このチロシナーゼの働きを阻害する物質の代表の一つが、遊離リノール酸と言われる成分であり、酒粕には遊離リノール酸が豊富に含まれている。

#### ② 健忘症予防への期待

酒粕には健忘症予防効果が期待されている。月桂冠総合研究所では2007年にマウスに迷路を学習させる実験を行ったところ、乳酸菌発酵酒粕を投与したグループでは、マウスがゴールに到着するまでの時間が短縮され、一時的に健忘症が抑制されることが確認されたと発表した。また、大浦（2007）は酒粕由来のPEP（プロリルエンドペプチダーゼ）阻害ペプチドが脳内において健忘症の原因となるスコポラミンの作用を打ち消す働きをしている可能性が示唆された、としている。

#### ③ 癌の予防効果

酒粕には、S-アデノシルメチオン（SAM）という清酒酵母が含まれている。SAMは必須アミノ酸であるメチニンとアデノシン三リン酸から体内で生成される物質の事である。欧米諸国では処方薬やサプリメントとして活用されており、主に、うつ病や認知症、エイズ、癌などに効果があるとされている。

### 3. 今年度の活動紹介

この項目では、今年度行ったインタビュー調査のきっかけや、実際に商品化に向け取り組んでいることについて触れたい。

#### 3.1 酒粕商品化に向けて

##### 3.1.1 酒粕の問題点

先ほどまで酒粕の魅力を力説してきた。しかし、この酒粕の商品価値は、現状ではそれほど高くないのが現状である。その理由として次の3点が考えられる。

まず、「かす」という名前である。これが直ちに商品価値の低下を招くという訳ではないが、「かす」と聞いて「大したことはない」印象を持ってしまうことは、ある程度納得できてしまう。つまり、名前で損をしているのである。

次に、西洋料理との融和が少ないことが挙げられる。高度経済成長を経て日本の食文化は、どんどんと西洋化してきた。その過程で、日本古来の食材や調味料と西洋料理のコラボレーションが各所で見られるようになった。一例として、「揚げ物に醤油をかけて食べる」などが挙げられる。日本人は西洋由来のカツやフライにもソースではなく醤油をかけて食べる場合がある。酒粕にはこのようなコラボレーションの機会がなかったのではないだろうか。

最後に、科学技術の進歩が起きているにもかかわらず、いまだに食材以外の活用方法で大ヒットした事例がないことである。酒粕を食品や原材料として使うのは、ある意味では最も手間がかからないと言えよう。しかし昨今では、食用の作物を全く違った分野に活用してしまう事例も多い。一例として、トウモロコシを使ったバイオマスエタノールが挙げられる。トウモロコシはバイオマスエタノールを作るのに必要なでんぷんを多く含むため、発酵させることで効率よくバイオ燃料を作ることができる。こういった大胆な活用事例は、酒粕においてはあまり耳にしない。

これらの要因により、商品価値が低いままなのであると考えている。長岡の地域資源として非常に面白く、発展可能性があるにもかかわらず、今まで注目されることが少なかったと言えるのではないだろうか。

##### 3.1.2 朝日酒造へのインタビュー

さて、酒粕をテーマにした私たちだが、前提となる知識が何もなかったため、既存の酒粕商品にどのようなものがあるかを調べることにした。酒粕の活用法の文献調査、事例調査を行い、専門家のもとへインタビューに伺うなどした。なお、事例調査の結果は第4章以降に詳述する。

調査結果をもとに、ゼミ内で新たな酒粕の活用法について、アイデアを出し合った。様々なものがあつたが、ゼミ生が最も興味をそそられたものが「酒粕ラーメン」であった。他にも酒粕を使った「デザート」や「化粧品」、また「笹団子」、「ぼっぼ焼き」のような新潟らしい食べ物と酒粕のコラボレーションもアイデアとして考えられた。

<図 16>酒蔵訪問と関係者インタビュー



### 3.1.3 サポーター、協同者との出会い

酒粕についての調査活動を進めていく中で、十分杯の活動を通じてつながりがあったNPO 法人まちなか考房の大沼広美氏のご紹介で、ながおか・若者・しごと機構の坂田晃秀氏に出会った。坂田氏から「大学はおいしい」というイベントの話を知り、さらに、「栃尾に新しいお土産品を」という声があることを知った。そこで、私たちが越銘醸で酒蔵見学をし、酒粕に興味を持っていることを伝えたところ、「まずは、実現できそうなものから商品化に挑戦してみよう」という話になり、越銘醸の酒粕で新しい栃尾のお土産品を開発するという次第に至った。

その後、数回の相談を経て、8月9日に栃尾地域の飲食店「Food Dining Tochio no Bar」の酒井一禎氏のもとを訪ね、本格的な商品開発が始まった。同日の会合では、ゼミ生が酒粕の栄養面の魅力などを紹介し、関係者の意見を求めた。酒井氏からは「栄養的な魅力も良いが、学生自身の素直な感想や意見を取り入れるべき」との指摘を頂き、私たちも気合を入れなおした。

<図 17>8月9日 酒井氏を訪ねて、栃尾での最初の会合



### 3.1.4 酒粕クリーミーパテの試作、初の試食アンケート調査

栃尾での1回目の会合の後、酒井氏に試作をしていただいたのが「酒粕クリーミーパテ」である。これは、越銘醸の銘柄である「壺醸」の酒粕から作られている。味は、この時点では「プレーン」のみであったが、後に「イチジク」、「クルミ+レーズン」が追加され計3種類となった。「プレーン」は3つの中でも酒粕の風味がより強く感じられる。「イチジク」は、プチプチとした食感を楽しむことができ、「クルミ+レーズン」は上品なアイスクリームのような味わいがある。

私たちが実際に試食を試してみたが、酒粕特有の深い味わいを感じつつも、刺激が少なくなっておりとても美味しかった。また、ワインとチーズの組み合わせのように、日本酒とクリーミーパテを組み合わせるのも面白いかもしれないと感じた。

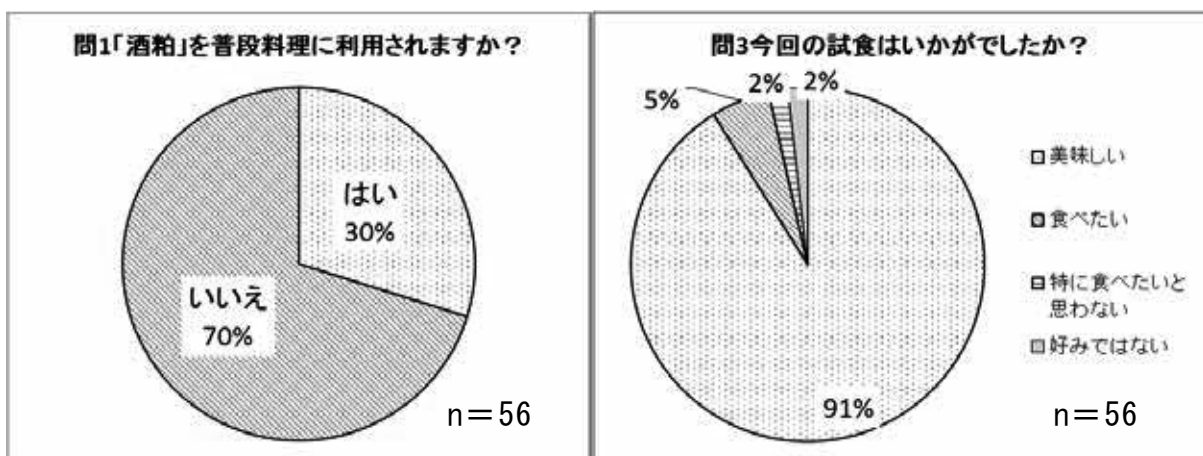
<図 18>酒粕クリーミーパテ



## 3.2 試食アンケート

### 3.2.1 トチオノアカリイベント

<図 19>トチオノアカリ イベント会場での試食アンケート結果



酒粕クリーミーパテのデビュー戦となったのが、9月24日に開催された「トチオノアカリ」というイベントでの試食アンケート調査であった。この日はイベント会場内の飲食店ブースに、栃尾地域の食品加工業「nature farm しまだ」の島田浩二氏の協力を得て参加することになった。アンケート調査の結果から分かったこととして、普段酒粕を料理に利用する方は3割程度であり、あまり一般に普及しているとは言えない状況である。しかし、右のグラフから「酒粕料理」への注目度は高く、需要は存在していると考えられる。

また、アンケートの自由記述欄より表5のコメントを頂いた。その中で、酒粕クリーミーパテとしては酒好きの方とそうでない方の評価の間に大きく差があり、今後のターゲットングとして生かしていきたいと考えている。

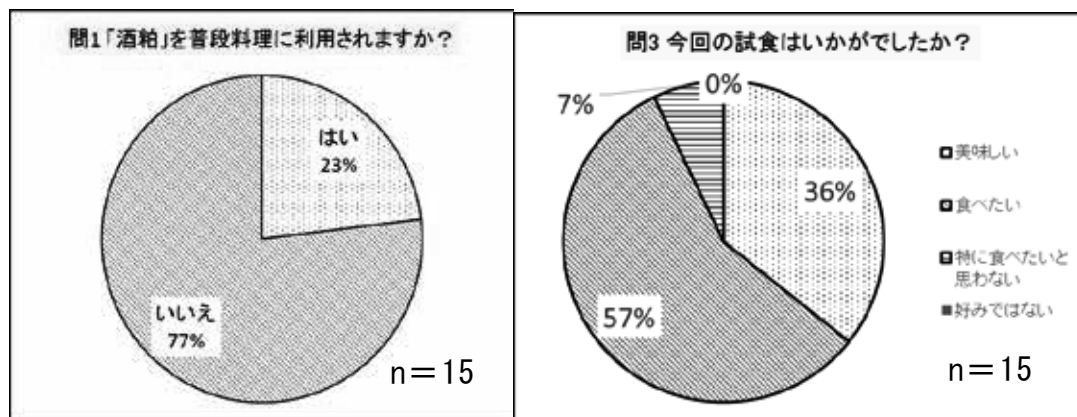
<表5>アンケートでの自由コメント欄

自由コメント
酒粕のジェラート有りだと思います
酒粕をたくさん食べて運転すると飲酒運転になりますか？
がんばってください
酒粕を使った化粧品を作ってください。
酒粕による商品開発は酒蔵の為になるのでがんばってください（現、諸橋酒造社員）
もう少しこくてもよいです
初めて食べた味発見！！びみょう
おいしかったです。若い人にも喜ばれそうです。
さけかすとクリーミーパテが合うなんて和と洋いいですね
お酒が苦手な方でも美味しくいただけると感じました！
風味がほんのり残って、大人の味だと思います。いつか栃尾のお土産になってほしいです
酒粕+クリームチーズ+α（？）おいしいです。
クリーミーで、酒粕のかおりがあいおいしい

### 3.2.2 長岡市商工会議所交流大会

10月13日に長岡グランドホテルで長岡市商工会議所の交流大会が開催された。私たちはそこで、酒粕クリーミーパテの試食ブースを頂き、第2回目のアンケート調査を行った。途中、メンバーの一人が遅刻する等ハプニングがあったが、無事調査を終えることが出来た。ここでは15名以上の方からアンケートを頂いた。自由記述欄には、「おつまみに最適！」や「男性にもアピールしてください」などのコメントを頂き、手ごたえを感じた。

<図 20> 酒粕クリーミーパテの試食アンケート結果



<表 6> 自由記述欄 2

自由コメント
おつまみに最適！男性にもアピールしてください！
とても美味しかった。
しまださんのとこのはいつもおいしいのでたのしみ！
じわ〜とくるおいしさ！
ちょっとすっぱい感じ。
お酒のつまみとかんがえるのはどうか？そもそも酒かすをお酒のおつまみと考えるのが間違いかな。
誰をターゲットに、どんな場で食べてもらうのか？
酒造会社の多い長岡で先行楽しみです。あるものを活かす道は多くあるからもっと頑張って
クラッカーを合わせたほうがうまい
少しクセがあっておいしかった
酒かすの味が少しきついかも
おいしいけど慣れが必要？
酒好きの人でもきついかも…

<図 21> 商工会交流大会での試食会で撮影



### 3.3 酒粕クリーミーパテの今後への展望

その後は、2度のアンケート調査で得られた情報を基に、相談を重ねている。先述の島田氏との連携を強めることで商品化の可能性を高めており、酒粕クリーミーパテは完成に近づきつつある。

現在残っている大きな課題としては「パッケージ」、「販路」、「マーケティング」の3点である。これらに関しては、アドバイザーや協同者と意見を交えつつ、解決に向けて取り組んでいく所存である。困難もあるが「大学はおいしい」にはぜひとも参加したいと考え、取り組んでいる。

また、栃尾はとても魅力あふれる地域である。その栃尾の魅力の一つ「酒粕」を最大限活用していくために、酒粕を中心とした地域共同体内の産学官連携を強め、更に形あるものへとつなげていきたい。酒粕という。栃尾の「美味しい」が読者の皆様のお手元に届く日を目指して、活動を続けていく所存である。

<図 22>メンバー全員がそろっての会合の様子





## 4. 文献・記事調査—そこから見えてきたもの—

権ゼミが酒粕について文献調査をする目的は、以前から取り組んでいた十分杯の活動の経験から来ている。

十分杯の活動は、主に2種類からなる。一つは、イベント・街頭等での広報活動であり、ゼミ生が直接魅力を地元の方々へとアピールした。そしてもう一つは、これまで多いとは言えなかった十分杯についての情報の生産であり、リーフレットや地域活性化報告書といった形で資料を作成してきた。そうした取り組みを評価される機会が増え、十分杯の取り組みは拡大しつつある。その経験を酒粕の活動にも活かしていきたいという思いから、酒粕に関する文献・新聞記事の調査を始めた。

### 4.1 文献調査

文献調査にあたり、酒粕に関する論文を調査した。

「ラットのコレステロール代謝改善効果を有する酒粕粉末の調整」という論文では、酒粕に含まれる食物繊維のもつコレステロール吸収阻害によるコレステロール上昇抑制効果や、腸内細菌叢の構成や代謝に影響があることについて触れた他、酒粕には食物繊維と似た働きをする「レジスタントプロテイン」というたんぱく質が含まれていることについて述べられた。

また高水分であり生分解性で腐敗する酒粕は取り扱いにくく、保存性改善のため乾燥すると著しい着色や臭気が発生する特徴を持つ。その解決となる、保存性と食品への応用性が高く生理的機能を有した高付加価値な酒粕粉末を作り出す方法として、水洗で着色原因となる可溶性糖を低減し、真空冷凍乾燥をすることで、着色を防ぎ風味が低下することが分かったが、完全な酒粕風味の除去ができないことや真空冷凍乾燥が高コストであることが問題点として挙げられ、他の洗浄・乾燥方法についての検討が必要である。

### 4.2 記事検索

我々は酒粕に関する新聞記事を調査するため、長岡大学の図書館及び長岡市立中央図書館を利用し、日本経済新聞・日経流通新聞・日経産業新聞・日経MJ・日経プラスワン・朝日新聞・新潟日報などの記事を検索した。なお、日本経済新聞と関連各紙については2000年以降、朝日新聞は2000年以降、新潟日報は2004年以降の期間を設定し調査した。その期間内で「酒粕」というキーワードでヒットした記事が計458件あり、そのうち「商品化」に関わる記事が計114件である。

#### 4.2.1 事例（食材）

酒粕を用いた食材の調査の結果、従来伝統食として食されている「粕汁」や「粕漬け」を含め多くの利用法が見つかった。今回、調査するにあたり、項目を特徴・酒粕のランク（純米大吟醸・純米吟醸・大吟醸・吟醸・純米など）・価格・地域に設定し、表を作成した。

食材の活用事例は以下の通りである。

<表7> 酒粕活用事例・食材

粕汁			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「山田酒造食品」商品名:いきなり粕汁	吟醸	¥210	兵庫県
・まるこめの「酒粕入り味噌汁」			
汁でなく味噌と酒粕をセットにし、各家庭で調理できるよう販売		¥350	長野県飯田市
小料理屋の粕汁 利尻昆布と鰹でとった風味豊かな出汁、 具は大根、人参、牛蒡、しめじ、油揚げ セリ 柚子			京都府京都市
計			4

酢昆布			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・旨味成分やアミノ酸を多く含む インターネットで料理法が多数公開			新潟県
計			1

おでん			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・スープに酒粕+味噌		くし8本+ 野菜セット ¥2,980 単品¥150 ~¥800	
計			1

しもつかれ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
郷土料理			栃木県小山市
計			1

かまぼこ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・スケトウダラ製 魚臭さを抑え、酒粕が保有するビタミンB群が摂取できる 魚だけでは味が淡泊なので、酒粕の風味やうまみを加える 酒粕中の酵素が魚肉を分解することを防ぐため、酵素の働きを抑える処 理技術を採用 酒粕を製品上20%配合 保存性向上	吟醸	120g ¥200	山口県山陽町
・フグかまぼこ		180g ¥500	山口県山陽町
計			2

ちくわ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・かまぼこ同様	吟醸		山口県山陽町
計			1

うどん			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕で煮汁を作った			新潟県南魚沼市
計			1

コロッケ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
			北海道栗山町
計			1

酒粕フォンデュ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・チーズフォンデュ風			新潟県南魚沼市
計			1

グラノーラ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・生地に酒粕や桜の葉・花びら、和三盆を使用した日本の伝統的な食材を使用したグラノーラ		250g ¥1,500	兵庫県神戸市
計			1

ソーセージ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を練り込んだ 吟醸酒の酒粕は量に限りがあるため、初年度は約8,000パックの出荷にとどまるといふ。	吟醸	¥420	新潟県長岡市
計			1

グラタン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・豆乳に酒粕と味噌を混ぜて作る 組み合わせで焼くことで酒粕の酒臭さがなくなりチーズのようなコクがでる			千葉県神崎町
計			1

ラーメン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「ラーメン玄屋」商品名:酒粕老麺 酒どころ京都・伏見の一角		一杯 ¥580	京都府伏見
計			1

粕漬			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
松浦漬(鯨の粕漬け)・日本5大漬物の一つ・酒粕に味付き 魚の粕漬 大正6年創業の高級鮮魚店「魚久」・「西京屋」	灘の酒粕	¥1,296 単価 ¥1,500	佐賀県 東京都日本橋
・ギンダラ(¥500)アコウダイ(¥650)サワラ(¥450)フグ(¥800)スルメイカ(¥500)など 十分に発行させた酒粕を使用し、魚介本来のうまみを引き出され、香りもよい		左記	東京都阿佐ヶ谷
・時鮭の粕漬 酒粕のやわらかなうまみと鮭のうまみがマッチした香り豊かな商品		1切れ ¥735	鮭=北海道 漬け=名古屋
奈良漬 明治3年創業「高島酒類食品」灘五郷の酒粕仲介業から出発	灘の酒粕	¥300 ~¥5,000	東京都・奈良県 ・兵庫県 神戸
・「樽正」酒粕奈良漬 ・宮崎県「サボテンハーブ園」サボテンを酒粕に漬けた奈良漬 ※現在売却され閉園中			宮崎県日南市
小判漬 「まんさくグループ」開発。酒粕とハチミツに漬けた漬物		1パック 250g ¥450	
豚肉粕漬 小まつ異業種交流研究会発売 豚の臭みを解消 ・「活庄社」イオン水で飼育した豚の肉の味噌酒粕漬を開発 他に味噌ワイン漬もある		600g ¥2,500	
牛粕漬 「朝日工業」商品名:越後牛粕漬 長岡市にある関連会社「酒舗越中屋」と共同開発 柏露酒造の酒粕使用		¥5,000 ~¥10,000	東京都
・牛タンを酒粕+西京みそに漬け込み、焼く ※粕漬樽・パック 野菜を入れておくだけで、簡単に粕漬が作成可		¥1,500 ¥400	東京都六本木
・十分発酵させた酒粕に食塩と砂糖が添加されている。 野菜をつけることで簡単に粕漬が作れる		1kg ¥550	愛知県名古屋
わさび漬 「小泉楼本店」開発 商品名:唯一無二 越乃寒梅の酒粕100%		100g ¥1,000	
・わさびの茎・根を約1年間寝かせた酒粕で漬ける			静岡県 安部川流域
花丸漬 江戸中期創業「焼酎屋」 もともと焼酎とみりんを作るメーカーだった 貝柱 貝柱(タイラギ)			福岡県大牟田市
瓜の粕漬 大阪府高槻市で栽培されている「服部しろり」の粕漬 1年通じておいしく食べられる			大阪府高槻市
計			19

香味改良剤			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・清酒「日本盛」商品名:ライスフラワー パン生地などに使用し、焼肌改良、増量、発酵助成、乳化促進、栄養分補強効果あり			
計			1

酒粕酢			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「ミツカン」江戸時代からの伝統的な製法		¥2,920	愛知県
計			1

万能調味料			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・塩麹に酒粕、ニンニク、ショウガ、水あめ、黒コショウを合わせた魚や肉の漬け込み、野菜炒めなどの他、ドレッシング代わりに		¥399	広島県福山市
計			1

醤油のような調味料			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「岩手県醸造試験場」研究。アミノ酸、ビタミン、ミネラル、繊維を多く含んでいる。1993年時研究中			岩手県
・「島根県立工業技術センター」と島根県の食品メーカー5社 醤油のような自然の甘味を持った調味料を開発。			島根県
計			2

ふりかけ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・鮭フレーク 鮭の臭みを消してくれる		¥270	東京都
計			1

クリーム			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を使った食用クリーム「ボンリカスカナ」は、加熱してアルコール分を飛ばしている。 クリームチーズ・ジンジャーシロップ・練乳の3種類があり、パンやヨーグルトと一緒に手軽に食べられる 美容や健康に関心の高い女性を対象		1個 ¥540	新潟県長岡市
計			1

ペースト			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・純米大吟醸の酒粕を石臼ですりつぶしたペースト状の商品 溜けやすく、塩分を含まないので手軽に使え、料理の隠し味にも向いている 冷蔵庫で保存しやすい大きさのキャップ付きスタンドパック入り	純米大吟醸	¥504	福島県二本松市
計			1

チーズ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・ブルーチーズに酒粕を加えた アミノ酸の総含有量が2倍近く増え、日本酒の香り成分も加わった		¥1,400	北海道旭川市
計			1

パウダー			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を乾燥し粉末状にした無縁調味料「大関 発酵パウダー・ふかみ」 鮮魚の臭い消し、パンの食味向上 うまみ成分を凝縮し、従来の酒粕に比べ約3.5倍のアミノ酸、約6.8倍の有機酸を含む			兵庫県西宮市
計			1

食べる酒粕			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕にうまみ成分の強いソウダガツオを加え、味噌や柚子胡椒でアクセントを付けた逸品		¥588	高知県佐川町
計			1

ソース			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・鶏や魚介出しで味付けした酒粕のソースの瓶詰		¥980	新潟県新潟市
計			1

甘酒			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・商品名:風花 酒粕を使用し、独特の酸味と舌ざわりを生み出した。清酒が飲めない女性を対象に生産していた。		360g ¥300	長野県松本市
・薬味酒として知られる保命酒の酒粕を粉末状にし、お湯を注ぐことで簡単に飲める 女性を意識しショウガやコラーゲンを配合		20g×4¥380	広島県福山市
・甘酒と相性の良い高級抹茶を加え、抹茶の上品な香りや渋みと甘酒の甘みが程よく調和する		¥120	神戸市東灘区
計			3

リキュール			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を発行させて作ったヨーグルト風味のリキュール(試作品)			新潟県
計			1

焼酎			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
「花の舞酒造」・商品名:舞心 焼酎の独特な味・風味を残し、飲みやすくした	酒米「五百万石」の酒粕	¥1,200	静岡県
「田苑栗源酒造」・商品名:元禄の焼酎辛蒸 明治期の製法を文献をもとに復元		720ml ¥3,000	鹿児島県
「樽平酒造」・商品名:たるへい ササニシキの酒粕だけでつくったもの		900ml ¥1,000	山形県川西町
「多聞酒造」・商品名:さなぶり 原料は清酒作成時に出た酒粕のみ		1本 ¥1,000	兵庫県神戸市
「沖正宗」・商品名:沖正宗本格焼酎 2000本の限定販売		720ml ¥2,000	山形県米沢市
粕取り焼酎 ・酒粕に日本酒用の黄麹を使った米麹を掛け合わせ減圧蒸留したパイナップルのようなさわやかな香りとうまみ	純米・純米大吟醸	720ml ¥1,296	大分県杵築市
計			6

発泡酒			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・発酵途中で酒粕を加えた 日本酒風味の発泡酒		350ml ¥280	長野県軽井沢市
計			1

粕湯			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を湯で溶かし、それに砂糖を加えてかき混ぜて飲む アルコール分が6~7%残っている			
計			1

酒粕+焼酎			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を焼酎で溶いて砂糖を混ぜたもの			岩手県
計			1

調査したところ、やはり「粕漬」や「粕汁」の事例は特に多く、全国的に活用されている。その他にも食品として多く活用されているが、意外に感じたのは飲料としての事例の多さである。清酒のしぼりかすである酒粕がリキュール・発泡酒・焼酎などの違った酒に加工される事例が多く、酒粕の可能性を強く感じた次第である。

しかし、活用された食材の種類は多いが、一般に浸透しているものが少ないことが問題点と言える。解決のために今後一層議論を重ねていく必要がある。

#### 4.2.2 事例（スイーツ）

次に、酒粕を用いたスイーツの事例を挙げる。

<表 8> 酒粕活用事例・スイーツ

アイス			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「北四国製菓」商品名：元祖・甘酒アイス 地酒の酒粕使用。 甘さ控えめであっさりした味。人工甘味料、合成着色料不使用		1本 ¥100	愛媛県
・大吟醸酒とその酒粕を加えたアイスクリーム	大吟醸	¥250	宮城県仙台市
・獺祭を利用した「獺祭酒粕アイス」濃厚なチーズケーキのような味わい	純米大吟醸	1個 ¥330	北海道函館市
・酒粕ヨーグルトのアイス			新潟県
・あっさりした中に酒粕の風味が広がる			栃木県益子町
計			5

ヨーグルト			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕に乳酸菌を入れて発酵させて作る アイスやドレッシングにも加工可能			
計			1

ケーキ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「セカントリーヌ」商品名：地酒ケーキ〈大吟醸〉〈大吟醸華〉〈大吟醸〉は生クリームとアーモンドの粉末を混ぜたケーキに大吟醸をしみこませた。〈大吟醸華〉は酒粕と柚子を使用	大吟醸	1個 ¥1,100	愛知県安城市
計			1

生キャラメル			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「泉流酒造塾」商品名：キャラメリッチ〈びんくの酒粕仕込み〉〈ほろにがチョコ仕込み〉〈ぶちぶちいちじく仕込み〉〈越後の塩仕込み〉〈とろ〜りミルク仕込み〉全国的にも珍しいピンクの酒粕使用 何度でも食べれる飽きの来ない味		各種1箱 ¥840	新潟県上越市
計			1

ゼリー			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・菓子製造・販売「ボンオーハシ」商品名：酒花寿実 八海山・日本海 ・千代の光・越の誉、の酒粕使用 ※現在販売しているか確認できず			新潟県長岡市
計			1

パン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒かす料理の定番。多数の料理サイトで作り方が掲載されている。			全国
・酒粕入りあんぱん 生地とあんに酒粕が練り込まれている		¥138	新潟県新潟市
・ドイツパンをベースに酒粕が使われている			広島県広島市 島根県松江市
計			4

マドレーヌ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・福光屋の純米吟醸酒粕を使って焼きあげたマドレーヌ(化粧箱入)	純米吟醸酒	5個 ¥1,500	石川県・新潟県
・酒が苦手な人でも食べられるよう、ほのかな香りに仕上げた		1個 ¥160	石川県・新潟県
		5個 ¥1,000	
計			2

カステラ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「金精軒」商品名:大吟醸粕てら 常温でも日持ちできる 卵白のみ使用しているため生地が白いのが特徴	大吟醸	1箱 ¥1,330	山梨県北杜市
計			1

バウムクーヘン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「朝日酒造」商品名:酒粕バウムクーヘン		¥890	新潟県長岡市
・女性の好みに合わせ、酒らしさはあえて強調しない工夫を凝らした			新潟県南魚沼市
計			2

クッキー			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・クッキーの中央に酒粕を饅頭餡のように詰めた 酒粕を使用したことでカビが生えにくくなった		1個 ¥150	北海道旭川市
・新潟県産の米粉に酒粕を練り込んだクッキー			新潟県長岡市
計			2

プリン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒が飲めない大人でも食べられるギリギリの量まで酒粕の割合を高めた 大人向けのデザート		1個 ¥262	青森県青森市
計			1

パウンドケーキ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕と和三盆を使用したパウンドケーキに日本酒を加えたシロップを 塗って仕上げた品	大吟醸	1個 ¥210	徳島県鳴門市
・瀬祭の酒粕を使い、ブランド力で勝負する商品	純米大吟醸	¥200	東京都世田谷区
計			2

クリームパン			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
			山口県萩市
計			1

フロマージュ			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
			新潟県新潟市
計			1

シュークリーム			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・利き酒シュークリーム(5個セット)			山口県萩市
			新潟県新潟市
計			2

どら焼き			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・大吟醸酒の酒粕を使い、豊かな風味が特徴 生地とあんに酒粕を練り込んだ	大吟醸	1個 ¥180	島根県奥出雲町
計			1

飴			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「北四国製菓」商品名:甘酒あめ 酒粕とオリゴ糖使用 人工甘味料、着色料不使用			
・酒粕飴 生姜味と抹茶味 なめらかな口どけと 控えめな甘さで、素朴な味わい		¥250	東京都中央区
計			2

ようかん			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「カンロファミリー」商品名:四季華衣 十勝産小豆と酒粕をブレンド 全国的にも珍しい		1セット ¥3,500	
・甘さを控えつつ、酒粕の香りが楽しめる		箱入り ¥945 袋入り ¥315	東京都千代田区
計			2

酒まんじゅう			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・出羽桜酒造 商品名:醸まん	大吟醸		山形県天童市
・スリーエフにて販売、1都3県でそれぞれの酒蔵の酒粕を使った 計4種を販売 こしあんと皮に酒粕を練り込む		1個 ¥150	東京都・神奈川県 千葉県・埼玉県
計			2

せんべい			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「大関酒造」商品名:灘の漣 清酒・酒粕・ハチミツなどを練り 焼き上げたもの		1袋70g ¥300	兵庫県西宮市
			兵庫県神戸市
計			2

料理に使われるイメージが強かった酒粕であるが、調査するとスイーツに関する事例の多様性に驚いた。

特に、山口県萩市のように地域を挙げて取り組む事例（後述）のような酒粕を用いた地域活性化の前例や、クッキーに酒粕を使用した結果カビが生えにくくなったなどの興味深い調査結果を得ることができた。

また、酒粕の風味を際立たせた例や、逆に風味を抑え酒が苦手な人でも食べられるようにした例もあり、酒好きとそうでない人のニーズを獲得している反面、同じ商品で双方の需要を満たすことが難しいといった面もあると言えるだろう。



#### 4.2.3 事例（化粧品）

酒粕の用いられた化粧品や美容関連商品の例を挙げる。

<表 9> 酒粕活用事例・化粧品

パック			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・ゼラチンやポリビニールアルコールなどの水溶性高分子を混ぜ合わせ、不織布に混ぜ合わせたパップ剤状 シミ・ソバカスの予防 皮膚の保湿性を高め、血行改善 医療用の消炎鎮痛パップ剤などに配合すると、かぶれの予防や効能の向上につながる			香川県白鳥町
・透明なクリーム状の洗い流すタイプ 酒粕のエキスを使っているので酒粕特有のにおいが 米ぬかエキスやヨーグルト、カミツレ花エキスなど11種類の天然保湿成分を配合		150g ¥2,100	広島県広島市
・自社醸造の清酒粕のエキスを。酒粕エキスは肌に有用なアミノ酸を豊富に含み、しみ・そばかすの生成を防ぐ。桜葉エキスやヒアルロン酸などの保湿成分も添加。		3枚 ¥1,700 5枚 ¥2,250	茨城県 常陸大宮市
計			3

シャンプー			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・酒粕を再利用して作られた米焼酎を仕込み、焼酎粕から得られる保湿成分入りの液体を化粧品販売会社に提供 日本酒に含まれている「α-EG」という保湿成分が入ったシャンプーが作られる	大吟醸	580ml ¥8,500	石川県白山市
・豆乳と酒粕を配合した自然素材が豊富なシャンプー 酒粕のアミノ酸やミネラルが頭皮と髪をしっかりと保湿し、豆乳に含まれるイソフラボンなどの栄養が頭皮の皮脂バランスを整える		250ml ¥2,160	北海道砂川市
計			2

洗剤			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・JSC開発・販売 手荒れ防止、美肌効果		500ml ¥480	
計			1

石鹸			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・例：神戸の酒蔵浜福鶴 商品名：手造り酒粕石鹸 セツメイ プリマリア（せっけんメーカー）社製のメイク落とし、シャンプー、ボディソープとして使用可。酒粕は保湿と保温に優れ、皮膚の表面温度を上げて毛穴を開き老廃物を取り除く。		¥720 1個(100g) ¥2,160	福島県郡山市
計			2

ハンドクリーム			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・肌を引き締める渋柿エキスと、酒粕に含まれるアルブチンを配合		1個 ¥950	兵庫県神戸市
・酒粕を純米酒で溶き、オリーブオイルなどの植物油、水酸化ナトリウムなどと混ぜ合わせて作る 酒粕の香りがほんのり漂う		1個 ¥620	茨城県つくば市
・酒粕にはシミのもとになるメラニンの生成を抑える効果があるとされるリノール酸が含まれている	大吟醸	1個 ¥1,200	福井県福井市
・フリーズドライの酒粕を使用。肌に潤いやハリをもたらす。とろみがあり、肌に柔らかにのび、乾燥した肌にも密着する。		130g ¥1,575	東京都新宿区
計			4

入浴剤			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
・「バンダイ規格」檜の抗菌作用と、酒粕の体を温め毛穴を広げる効果の組み合わせ	未廣酒造の酒粕使用		福島県
計			1

<b>美容液</b>			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
肌に優しい不織布マスクに美容液が染み込ませてあり、その中に酒粕エキスが含まれる。美白効果が期待される。		5枚 ¥2,500	富山県富山市
計			1

酒粕には美肌効果や保湿効果が期待される為、化粧品関連の事例も多く見つかった。化粧品として加工するために酒粕の匂いを取り除いた酒粕エキスが利用されている例がいくつか見つかった。

こうした酒粕から作られた化粧品などは、多くの種類のものが商品化されている反面、価格も高く、購入しにくい場合もある。酒粕という魅力ある「良いもの」を、売り込むのはもちろんのことである。一方で、酒粕の「普及」という点から考えると、価格を下げていく必要がある。現状では酒粕の人気も知名度も低いため、企業もリスクを大きく見て、高値に設定せざるを得ないのだろう。そう考えると、「高値だが良いもの」を売り込む方法」を考えるマーケティング的側面と、「酒粕関連商品をいかにして手に取ってもらいやすい価格で市場に提供するか」という原価管理的側面の両方向から考えを深めていく必要があるといえよう。

#### 4.2.4 その他の事例

<表 10> 酒粕活用事例・その他

<b>病気予防</b>			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
酒粕から分離したK-2乳酸菌、K-71乳酸菌には、アトピー性皮膚炎や花粉症に対する症状緩和効果が確認されている。また、どちらもマウス実験でインフルエンザウイルスに対する予防効果が確認された。K71株は、タミフル耐性ウイルスにも同様の結果を示した。			新潟県新潟市
計			1

<b>体質改善</b>			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
酒粕から抽出した酒粕ペプチド。血圧抑制効果を持つペプチドは多くが動物性で、食味が悪いのが欠点。酒粕ペプチドは植物性で、調味料のような風味を持つ。血圧降下剤と違い、1~2カ月の摂取で緩やかに血圧が低下、服用中止後も1、2週ほどは効果が残存する。体質改善的な効果を持ち合わせていると言える。	月桂冠の酒粕	1kg ¥15,000	京都府京都市
計			1

<b>土質改良剤</b>			
特徴	酒粕のランク	価格	地域
流失しやすい単粒構造の土壌(赤土など)を団粒化させる。従来の技法と異なり、耕さなくてよい。酸性土壌もアルカリ性土壌も中性域に収束させる。団粒・中性となり作物がより良く育つ。	崎山酒造廠の米を使った泡盛のカス		沖縄県金武町 沖縄県宜野湾市 など
計			1

ここでは、これまでの3項目に分類できない酒粕の活用事例を紹介していく。なお、本項目に該当する3事例は、いずれも研究的側面が強いため事例の成否を判断するのは困難である。そのため、各事例の詳細な解説や経過の報告を行うこととする。

まず、病気予防効果を発揮する酒粕から分離した乳酸菌であるが、この「K-2」「K-71」

はいずれも新潟大学と亀田製菓の共同研究によって発見されたものである。効能は表中に示すとおりである。同社ではこの K-2 乳酸菌を高配合した、幼児向けの米菓である「ハイハイ」を開発、販売している。このせんべいには、1 個包装（2 枚入り）に対し 10 億個の K-2 乳酸菌が含まれている。各年度の有価証券報告書を見ると、同社では 2014 年度以降、同商品を育成ブランドとして位置づけており、売り上げは好調とのことである。

< 図 24 > 酒粕由来の乳酸菌「K-2」を高配合する「ハイハイ」



(出所)「ハイハインスペシャルサイトー亀田製菓株式会社」

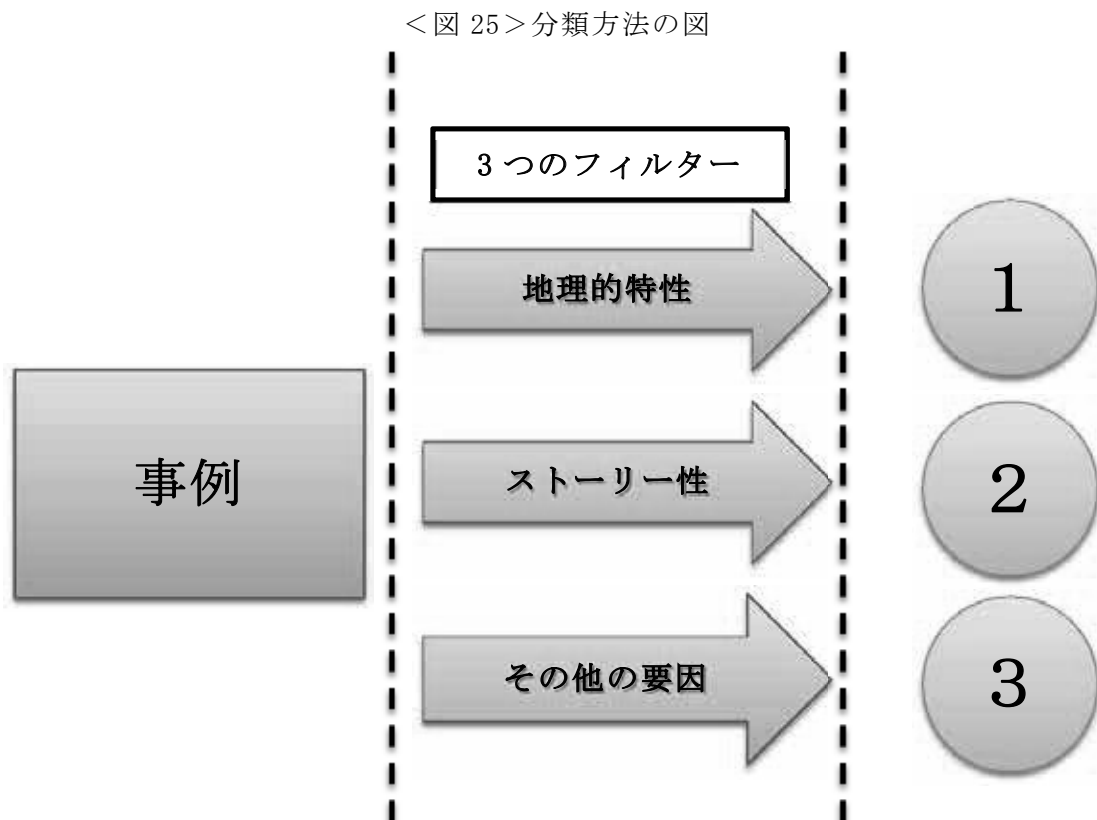
次に、体質改善効果が期待される酒粕ペプチドである。効能は表中に示したとおりである。これも乳酸菌同様に「素材」としての性格が色濃い。そこで酒粕ペプチドを配合する完成品にどのようなものがあるかを調査した。すると、化粧品販売などで知られる株式会社ノエビアとそのグループ企業を中心に、数社の商品が見つかった。そのすべてが、りんご酢、黒酢などの飲料用の酢であった。酒粕ペプチドの特徴である、動物性ペプチドに比べて良好な風味であることが、原料としての採用の一因になっているとも考えられる。なお、それら商品の原料に使われているものが、表中に示した月桂冠の酒粕によるものかは確認できなかった。

最後に、土質改良剤としての酒粕希釈液の利用である。表中の事項について少し解説する。団粒の対義語は単粒でありこれは砂地を指す。団粒とは粘土とそれよりも粗い粒子がいくつかまとまって粒ができた土壌のことである。これにより適度な保水と水はけのよさが同時に実現する。そして、多くの作物は pH6~7 の中性に近い領域で最もよく成長する。酒粕を薄めた液体を散布すると、土を耕さずにこの状態の土壌を作ることができるのである。この技術を研究している NPO 法人グリーンアースの Web ページでは、沖縄県宜野湾市での実証実験で、同農法を実践した土壌で作物の生育が改善することが紹介されている。

## 4.3 事例の分類

### 4.3.1 分類方法

4.2 では、主に食の観点から、事例进行分类した。調査結果を基に、別の観点から分類できないかと考え、地理的特性、ストーリー性、人材や広報等その他の要因に大きく分けることを試みた。4.3 では、過去の事例をこの3点の要因のフィルターにそれぞれを通すことで具体的にどのような要因が、成功・失敗事例に影響を及ぼすのかを、①、②、③の項目に分けて考えたい。



### 4.3.2 地理的特性

まず初めに「地理的特性」の観点から注目する事例を紹介したい。

山口県萩市の「Sweets うきしま工房」は、地元で人気のシュークリーム中心の洋菓子店である。関西圏の情報番組に取り上げられたり、芸能人の来店があったりするといい、萩市内の5蔵の酒粕を使用したカスタードクリームで「萩5酒利き酒シュー」を販売している。

昨年6月に2週間限定の販売予定であったが、延長希望が多かったことから、期間後もしばらく販売したとのことである。当初の予定期間中も、予想を上回る売れ行きだったという。なお、酒粕シュークリーム自体は、昨年が初めてではなく、それ以前からあった模様である。

<図 26>萩 5 酒利き酒シュー



(出所) 萩市役所のホームページより引用。

昨年、萩市では、市内 5 つの酒蔵と洋菓子店・カフェ（12 店舗）が連携して、酒粕を使用した各種スイーツやパンを販売した。

この事例で重要なのは、まちの各地にそれらの店が点在する地理的特性をうまく活用し、観光客向けに PR したことである。

山口県の城下町「萩市」には今尚古い町並みが残っている。萩市は廃藩置県に至るまでの 260 年余り、毛利 36 万石の城下町として発展した街である。幕末には、吉田松陰など明治維新の原動力となった人材を数多く輩出した街でもある。城下町の区画が江戸時代のまま残されており、今でも、江戸時代の地図を片手に探索できるほどである。

<図 27> 中村酒造



(出所) 中村酒造株式会社ホームページより引用。

<図 28> 萩市の地理



(出所) 萩—絵図をたよりに まちあるきが出来るまちより引用。

また、図 31 の様に、三角州に位置した、特異な地形をしており、それを基にした文化が維持されてきた。萩市では、このような現存する歴史遺産や、三角州を利用した豊富な海産物などの地理的特性を生かした、観光 PR を積極的に行っている。今回の事例は、城下町という古き良き町並みと共存してきた酒蔵という地理的特性の一つを活かし、酒粕の活用を考えた成功事例の一つと言える。

#### 4.3.3 ストーリー性

次に、「ストーリー性」の観点から注目に値する事例を紹介したい。

それは宮城県気仙沼市の「酒粕ミルクスイーツ」の事例である。気仙沼市内では現在、複数の菓子店が「酒粕ミルクジャム」を使ったスイーツメニューを展開し、人気を博している。これは、商品自体がおいしいということは大前提であろうが、その背景が実に興味深かったので紹介したい。

気仙沼には古くから酒粕の食文化があった。それは「あざら」（図 29 参照）という料理で、メヌケという魚のあらをぶつ切りにし、白菜の古漬けと一緒に酒粕を加えてとろ火で煮込むものである。その由来は、余った白菜の処理に困って作ったとする説や、正月料理の残り物を煮込んで食べたのが起源とする説もある。いずれにせよ、酒粕を入れて煮込むことで保存性を高めることができていた。しかし、現在では家庭で作られることはほとんどなくなり、酒粕の食文化がなくなろうとしていた。これを見て立ち上がったのが、地元の高校生であった。地域と協力して考えを深め、酒粕と乳製品の相性の良さを活かして作ったのが「酒粕ミルクジャム」であった。彼らの取り組みは、これで終わらなかった。食文化を守るだけでなく、地元を盛り上げたいとの思いから、地元企業に対する新メニューの提案を行ったのである。その熱意が、地域企業の心を動かし地元の洋菓子職人が、新メニューの開発を始めた。そして、何種類もの新しいスイーツが生まれ「酒粕ミルクスイーツ」という地域ブランドで売り出されていったのである。

<図 29> 気仙沼の「あざら」



(出所)「画像で見る日本の食文化 Vo. 6 【宮城県編】」より引用。

<図 30> 酒粕ミルクスイーツのブランドロゴ



(出所)「酒粕ミルクスイーツ」

この事例の興味深い点として、まず、「若者が取り組む」ことはやはりインパクトが大きいということである。それが高校生ともあれば、なおのことであろう。年配の方々にとっては、まるで自分の孫が作ったお菓子のよう感じられ、購買意欲を刺激されることは想像に難くない。このこと自体は、私たちの酒粕の取り組みにも応用できるはずである。

もう1点、指摘したいのはこの取り組みは「もともと、酒粕の食文化があった地域であるからこそ上手くいった」と見るべきではないだろうか。もともと酒粕を活用していた地域であったからこそ、人々はその地に「懐かしさ」のようなものを感じ、酒粕の新商品を受け入れやすい雰囲気が既に存在していたのではないだろうか。これを踏まえて考えると、食文化や独自の生活習慣なども「地域資源」と見るべきである。多くの場合、目に見える

文化財や、特産品を用いた地域活性化に発想は向きがちである。それがなければ、他地域と競争できないと思っているのではないだろうか。今回の事例で言えば、気仙沼市は酒粕に親しむ「雰囲気」があったことで、酒粕関連産業にとっては、他地域より参入障壁が低くなっていたとみることができよう。だとすれば、地域にとってそれは立派な強みである。

目に見えない地域資源の重要性を考えさせられる事例であった。

#### 4.3.4 その他の要因

ここまでは、「地理的特性」と「ストーリー性」の要因を考えてきた。他にはどのような要因が考えられるだろうか。まず、酒粕が広まった理由として、酒粕は健康にとっても良いことが、メディアやネットなどで多く取り上げられた。その中で2010年11月24日放送の『ためしてガッテン』の「日本伝統あの発酵食で驚きコレステロール効果！」で、酒粕の効能や効果を取り上げられ、それが話題になった。また、調査したところ新聞でも数百に及ぶ記事で取り上げられていたのが確認できた。各種メディアで取り上げられることは、大きな影響がある。このような、広報的な要因も存在する。

また、人的要因も考えられる。酒粕の事例ではないが、ここで一つ人的要因によるものを述べたい。近年、野菜を売るお店などでは「〇〇ばあちゃんが丹精込めて育てた大根」といったキャッチコピーをよく聞く。〇〇ばあちゃんとは誰かよくわからないが、なぜだか買って食べたくなる。そんな雰囲気が商品にある。川上徹也（2014）は「商品に人をプラスすると物語になる」と述べている。人は物語があるものに対し共感を持ちやすい生き物なのである。近年、科学技術などの進歩により、安くてもいいものが沢山世の中に出回るようになった。そういった中で、よくわからないけど惹かれてしまう「人」の物を買うことが、消費者にとって新たな価値基準となってきたのではないだろうか。このように「その他」の項目は、「地理的特性」にも「ストーリー性」にもなれる可能性が考えられる。

#### 4.4 見えてきた課題

4.3では、酒粕を活用した事例を、それぞれ「地理的特性」、「ストーリー性」、「その他」に分類し論述してきた。3つの論点はそれぞれ違うものであるが、これまでの調査結果からある事実と課題が見えてきた。酒粕の活用已成功している事例の多くが、「元々その地域で酒粕が身近な存在だった」、もしくは「酒粕を活用しやすい環境が整っていた」という共通点があった。酒蔵が、地元企業と連携して酒粕の商品開発に携わる話は多く、これまであまりこの事実には目を向けていなかった。しかし、まだ一部、大手の酒蔵だけしか酒粕の活用に乗っ出していないのである。事実、栃尾の老舗、越銘醸は、今年度の活動が始まるまで、酒粕の具体的な活用には踏み込んでいなかった。今回、事例調査をすることで、この事実には確信を持つことが出来た。

今後の課題として、私たちにできることは、このような活用されていない事例を掘り出し、情報提供を行うことであると考えられる。その結果、少しでも多くの注目されていない地域資源（地下資源）が活用されるよう、今後の活動に取り組みたい。



## 5. 来年度に向けて

### 5.1 今年度の総評

今年度、私たちが関われないところで様々な方にお世話になった。それであるだけでなく、任せきりになってしまった場面が多々あり大変反省している。ゼミナールの学生の予定が合わず、一貫して活動に関わられたメンバーは少ない。私たちが参加できなかった企業間の会議も多くあった。また、アンケート調査の際に遅刻をしてしまった学生もいる。してはいけないミスをした私たちにも優しく接してくれた企業の皆様、市の皆様には感謝してもしきれない。

地域活性化において産学館連携はとても重要である。私たちにできることをもう一度見直し、この活動の実現を目指し全力で取り組みたい。そしてこの思いを来年度へつなげたい。

### 5.2 現在残っている課題

現在残っている大きな課題としてはパッケージと販路とマーケティングの3点である。こちらに関しては、アドバイザーや栃尾の方々と随時意見を交えつつ解決に向けて取り組んでいきたいと考えている。また、酒粕化粧品や関連商品など、積極的に提案をしていきたい。そのためにも現在行っている様々な調査を今後も継続し、企業へ有力な提案ができるよう、しっかりした土台を作り上げることを目標にしたい。

### 5.3 来年度の計画と提案

来年度は更なる酒粕の活用を目指していきたいと考えている。現在行っている文献調査は引き続き継続したい。また、十分杯と同じように、酒粕をテーマにビジネスコンテストに参加したいと考えている。酒粕の活用の場所や活用方法などのヒントになるのではと大いに期待している。そのためにもまずは、「大学はおいしい」というイベントに向けて、邁進していきたい。

## 6. 結びにかえて

酒粕の地域活性化プログラムの取組は、今年度が初年度であった。わがゼミの軸足である十分杯の活動も年々忙しくなり、人手が不足している状態であった。そのような中で、全く知らない分野である「酒粕」の活動に取り組むことになった。正直なところ、とても不安であった。スケジュールの都合上、どうしても活動に参加できない者もいた。酒粕の活動に手が回らないことも多かった。しかし、活動を続けていく中で、Tochio no Bar の酒井氏、nature farm しまだの島田氏などに出会い、大変よくして頂いた。若輩者である私たちの話を真摯に受け止めてくださった。さらに、商品のアイデアを話すと、お忙しい中、すぐそのアイデアを盛り込んだ試作品を作ってきてくださった。年末には、皆様の知恵をお借りし、どうにか地域活性化プログラムの成果発表会にも間に合わせる事が出来た。今年度の活動は、支えられてばかりの年であった。

地域活性化プログラムの成果発表を終え、驚いたのは、様々な方から酒粕の発表の感想を聞いた際、私たちの予想以上の反響があったことである。私たちは「酒粕」という長岡の地域資源にスポットライトを当てたが、それに興味を持って下さった方が多くいたことは、非常に喜ばしいことであった。最もうれしかったことは、長岡大学の学生の感想である。「ぜひ商品化にこぎ着けてほしい」や「酒粕に興味を持った」などの声が聞かれ、何よりも「来年度この活動に関わってみたい」という言葉が印象に残った。おそらく現在の1年生が書いてくれたのだろう。このように後輩学生が、興味を持ってくれたことはありがたい。地域活性化プログラムの目的の一つに「地域から必要とされる人材育成」がある。地域活性化プログラムに参加し、さらに自分を成長していけるような環境に飛び込んで行ってほしい。大学生でいられる4年間はあっという間である。これを書いている3年生の私も、これまでの大学3年間はつい昨日のことのようと思う。やはり、もっと積極的に飛び出していくべきだったと後悔している。今の後輩学生にはその二の舞になってもらいたくないのである。そして、これからもより一層身を引き締めていかなければいけないと考えている。

十分杯の活動と同じく酒粕の活動も、思いがけない、たくさんの「縁」の連続によってスタートすることができた。今では具体的な商品化の案まで出来た。埋もれていた地域資源だった酒粕に、人を引き付ける魅力が何かある証明ではないだろうか。

近年、「地方創生」が叫ばれ、全国でこういった地域活性化の気運が高まりつつある。私たち権ゼミナールの活動が一つの成功事例となれるよう努力を続けたい。また、発展可能性のある地下資源を発掘し、調査研究を進めることで、これまでの「縁」への恩返しができる日を目指し、今後も研究や活動を続けたい。

## 参考文献

- 大浦新・鈴木佐知子・秦洋二・川戸章嗣・安部康久（2012）（月桂冠株式会社・総合研究所）『マウス試験による甘酒の機能性評価』
- 川上徹也（2014）『物を売るバカ 売れない時代の新しい商品の売り方』角川書店
- 佐藤信（2009）『美酒の設計図』マガジン
- 栃尾市史編集委員会（1980）『栃尾市史 上巻・中巻・下巻』栃尾市役所
- 日経プラスワン（2012）『酒粕の成分と効果は』11月10日
- 原崇（2013）「抗アレルギー作用と感染防御作用を併せ持つ酒粕由来乳酸菌」日本農芸学会プロシーディング
- 渡辺敏郎（2012）『健康と美容に貢献する「酒粕」の成分』日本醸造協会誌 107 巻 5 号
- 和田美代子（2015）『日本酒の科学 水・米・麴の伝統の技』講談社

## 参考ウェブサイト

秋田酒類製造株式会社

<http://www.takashimizu.co.jp/enjoy/health.html>

『栄養成分ナビゲーター 栄養成分百科（江崎グリコ株式会社）』

<http://www.glico.co.jp/navi/dic/index.html>

「画像で見る日本の食文化 Vo. 6 【宮城県編】」

<https://matome.naver.jp/odai/2143406974498644401/2143407061599499403>

亀田製菓 <http://www.kameda-okome.com/okome-k-2.html>

[http://www.kamedaseika.co.jp/info/2009/10/k2\\_1.html](http://www.kamedaseika.co.jp/info/2009/10/k2_1.html)

<http://www.kameda-okome.com/okome-pet.html>

喜多屋 <http://www.kitaya.co.jp/page/company.html>

月桂冠総合研究所 [http://www.gekkeikan.co.jp/company/news/201403\\_01.html](http://www.gekkeikan.co.jp/company/news/201403_01.html)

<http://www.gekkeikan.co.jp/RD/health/health04.html>

小林春吉商店 <http://www.sakekasu.com/nutrition.html>

「酒粕ミルクスイーツ」 <http://sakekasumilk.com/>

「酒くま 熊倉酒店 越銘醸」

<http://www.ginzado.ne.jp/~sakekuma/kosinoturu/kosituru04.htm>

大日本住友製薬

<http://kanja.ds-pharma.jp/health/ketsuatsu/complete/diagnosis/di10.html>

『タケダ健康サイト ビタミン・ミネラル栄養百科（武田薬品工業株式会社）』

<http://takeda-kenko.jp/kenkolife/vitamin/hyakka/index.html>

中村酒造 <http://shirouo.jp/>

南部美人 <http://www.nanbubijin.co.jp/>

日経 Gooday 日本酒は酔える化粧水?! アミノ酸たっぷりです肌にもよかったです!

<http://gooday.nikkei.co.jp/atcl/report/14/091100015/021200018/?P=2>

日本酒造組合中央会 <http://www.japansake.or.jp/sake/>

『日本人の食事摂取基準（2015年版）策定検討会報告書（厚生労働省）』

<http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/0000041824.html>

『各論（2）水溶性ビタミン』

<http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-10901000-Kenkoukyoku-Soumuka/000067134.pdf>

日本理化学薬品株式会社 <http://www.nipponrika.co.jp/amino/detail01/>

「ハイハインスペシャルサイトー亀田製菓株式会社」

<http://www.haihain.com/>

萩市 <http://www.city.hagi.lg.jp/site/hagitiikiokoshi/h14790.html>

伏見酒造組合 <http://www.fushimi.or.jp/guide/index.html>

「Les grands sakes de Hiroshima 広島日本酒」

<http://sake-hiroshima.com/jp/about/okome.php>

---

<sup>1</sup> mgNE(ナイアシン当量)という単位。

計算式：ニコチン酸(mg)+ニコチンアミド(mg)+トリプトファン(mg)×1/60

ナイアシンは摂取後に体内でも合成される。そのため、食品自体の含有量であるニコチン酸とニコチンアミドの総量に対し、体内でトリプトファンから転換される量を合計した数値を摂取量とすることが妥当である。体内での合成量は、トリプトファンからの転換率が60分の1とされるため、これに乗じて算定する。



## 「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献

### 鯉江康正ゼミナール

#### 4年生

13K015 新保 祐樺  
13E403 小林 川子  
13M020 趙 清宇

#### 3年生

14K005 池田 諒馬  
14K013 江口 枝里子  
14K019 片桐 湧太  
14K026 木島 俊久  
14K038 小松 綾乃  
14K055 陳 奥  
14K057 田 源一  
14K062 中島 なつ美  
14K063 中曾根 湧  
14K082 楊 婉蘭  
14K084 横田 百合江  
14K087 鷺尾 創太

#### 2年生

15K028 鹿島 大輝



# 目 次

1. 調査・研究の目的
2. 「まちの駅」の概要と過年度ゼミにおける調査・研究活動の概要
  - 2.1 「まちの駅」の歴史と概要
    - 2.1.1 「まちの駅」の歴史
    - 2.1.2 「まちの駅」の概要
  - 2.2 過年度ゼミにおける調査・研究活動の概要
3. 新潟県内の「まちの駅」の情報発信活動
  - 3.1 新潟県内の「まちの駅」のヒアリング調査・パネルの作成
    - 3.1.1 ヒアリング調査を実施するまでの手順
    - 3.1.2 ブレイクタイム
    - 3.1.3 パネル作成から完成までの手順
    - 3.1.4 パネルの紹介
    - 3.1.5 まとめ
  - 3.2 悠久祭
    - 3.2.1 パネル展
    - 3.2.2 模擬店
    - 3.2.3 まとめ
4. 平成 28 年度まちの駅全国フォーラム in TOKYO
  - 4.1 開催趣旨
  - 4.2 まちの駅全国フォーラム参加の目的
  - 4.3 参加した企画
  - 4.4 まとめ
5. 新潟県内まちの駅交流会
  - 5.1 概要
  - 5.2 開催目的
  - 5.3 まとめ
6. 越後長岡まちの駅ネットワーク駅長会議



## 7. まちの駅や地域におけるボランティア活動への参加

### 7.1 ハロウィンみつけへの参加

#### 7.1.1 概要

#### 7.1.2 参加目的

#### 7.1.3 主なイベント概要

#### 7.1.4 まとめ

### 7.2 とうきび観音まつりへの参加

### 7.3 今町まちなかマルシェへの参加

## 8. ウェブページの更新

## 9. とりまとめ

< 謝辞 >

< 参考文献 >

## 1. 調査・研究の目的

平成28年度4月時点で、新潟県内の「まちの駅」の開設数は129駅である。地域の開設数の内訳では、長岡市59駅、見附市40駅、糸魚川市13駅の他にも新潟市や五泉市、十日町市などにも「まちの駅」がある。

過去の鯉江ゼミナールでは、全国のまちの駅へのアンケート調査や新潟県内のまちの駅を調査対象とした「おもてなし事例調査」等を実施してきた。

今年度は、『「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献』をテーマとして、新潟県内まちの駅の調査・研究と地域活性化活動（ボランティア）を行った。活動の目的としては、それらの活動を通して地域を盛り上げることである。

まちの駅の調査・研究では、各駅へヒアリングを行い、調査内容をパネルとしてまとめ（今年度は県内全駅のパネル更新を行った）、学園祭やアオーレ長岡市民協働センター（ながおかまちの駅）で展示、ホームページで掲載し、多くの方に「まちの駅」を知って頂くことを試みる。そのことで、まちの駅の認知度を上げ、まちの駅やその地域へ足を運んでもらうことを期待して地域の盛り上げを図っていくことを目的とする。

地域活性化活動（ボランティア）では、まちの駅を通じて地域イベントの運営に参加、加えて今年度の「ハロウィンみつけ」では、企画段階から実行委員として参加する。企画・運営を通じてイベントを盛り上げ、また地域の人々との交流を深めていきたい。

私たち自身が地域を盛り上げるだけでなく、上記の活動を通して「まち」を知る。その上で、新たに地域活性化の方法を模索することで更なる地域活性化へつなげていくことも目的とする。今年度のヒアリング調査では、長岡19駅、見附12駅、糸魚川2駅、新潟2駅、魚沼1駅、五泉1駅の合計37駅のまちの駅にヒアリングを実施した。ヒアリング調査後に「まちの駅紹介パネル」を作成し、悠久祭でのパネル展や地域活性化プログラムのホームページに掲載して情報発信していく。また今年度は、一昨年に制作した「新潟県内まちの駅」126駅のまちの駅紹介パネルの修正・更新を実施した。

本報告書の構成は以下のとおりである。

第2章では、まちの駅の歴史と概要、鯉江ゼミナールが過去に行ってきたまちの駅の調査・研究活動の概要について紹介する。

第3章では、まちの駅におけるヒアリング調査とパネル作成、悠久祭でのパネル展示、および模擬店の出店について紹介する。

第4章では、全国からまちの駅の駅長さんが集まる「まちの駅全国フォーラム in TOKYO」について、フォーラムでの流れ、参加したプログラムを紹介する。

第5章では、新潟県内まちの駅の駅長さんをお呼びして、長岡大学にて開催した「新潟県内まちの駅交流会」について紹介する。

第6章では、まちの駅長さんや市役所の方々と交流した「越後長岡まちの駅ネットワーク駅長会議」について紹介する。

第7章では、まちの駅の調査を通じて参加した地域におけるボランティア活動について紹介する。

第8章では、まちの駅の紹介パネルを掲載するホームページの更新について紹介する。

第9章では、これまでの活動を振り返りとともに来年度への展望を述べ、とりまとめとする。

## 2. 「まちの駅」の概要と過年度ゼミにおける調査・研究活動の概要

### 2.1 「まちの駅」の歴史と概要

#### 2.1.1 「まちの駅」の歴史

「まちの駅」は、「まちの案内所」「地域の茶の間」として、既存の施設、空間（公共施設・民間施設）を自発的に開放する活動として、平成10年からスタートされたものである。各地の「まちの駅」では「郷土愛」や「人間愛」をもった駅長・駅員（まちの案内人）が、地域の人や来訪者を「もてなしの心」で迎えるとともに、地域のちょっとした魅力を発信している。駅のネットワークにより地域全体の魅力を高めていこうという動きとともに、全国各地でまちの駅同士の交流・連携が進められている。

「まちの駅」が開設された歴史については、文献4に以下のように整理されている。『「まちの駅」は、「道の駅」の発想から変化していったものだ。「道の駅」は道路空間の一部と位置付けられ、国道・幹線道路沿いに設置される公共インフラとしてスタートしましたので、国道沿いに使える土地がない場合や、国道沿いではない場所に作りたいと考えても、「道の駅」は作れない。また、地域連携軸の構築という考え方の中で、「道の駅」が地域間連携の拠点となる機能を果たすと考えていましたから、「道の駅」を設置できない市町村では、同じ機能を果たす「連携センター」を作る必要があると考えた。そこで、一市町村一箇所の設置を想定して、平成10年に「連携センター」の仮設実験を行った。新たに整備するための助成制度もなかったため、既存の公共施設を活用・開放して、その中に「地域連携機能」を置くという考えた方だった。中部横断自動車道の早期完成を求める静岡・山梨・長野の33の市町村で形成する「中部西関東地域連携軸協議会」では、市役所や公民館、ホールなどを活用して、「連携センター」の実験を行い、地域連携軸の形成を検討した。また、「連携センター」の正式名称を公募ガイドで募集したところ、2,700もの応募があった中で、シンポジウムの中でも議論をして、その結果「まちの駅」の名称を使うことに決定した。

その後、富山県高岡市の伏江努氏から株式会社として「まちの駅」に参画したいという要請があり、民間経営第1号の「まちの駅たかおか」が生まれた。

官の中に民間の発想や運営原理が入ると、議論のあり方が変わっていく。さらに、福岡県甘木・朝倉地域の上野春樹氏、手嶋隆行氏からは、「まちの駅」を街中に多く作って日常的に人が交流できる語らいの場にしたいという提案が出された。新しい発想を得て、「この指とまれ方式」で、商店や民間施設も含めた公募による「まちの駅」の実験事業が、21施設の参加を得て行われた。その結果、多くの賛同を得て、民間施設の活用（開放）を中心に設置するネットワーク型まちの駅が、福岡から始まった。

設置賛同者が増えたところで、平成12年に「まちの駅連絡協議会」を立ち上げ、認証・登録を始めた。現在、全国に約1,550の「まちの駅」が設置されている。』（文献4）

## 2.1.2 「まちの駅」の概要

本節は、まちの駅連絡協議会の「<http://www.machinoeki.com/>」を参考にまとめたものである。

### (1) まちの駅の考え方

まちの駅を一言でいうと「公共施設からまちかどのお店まで、既存の施設・空間に設置できる、人と人の出会いと交流をサポートする、まちの情報発信拠点」である。そのコンセプトは、「ひと・テーマ・まちをつなぐ拠点」であり、具体的には次の4つの側面を持っている。

#### ★人と人の出会いと交流を促進する、ヒューマンステーション

「まちの駅」とは、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、人と人の出会いと交流を促進する空間施設である。また、まちづくりの拠点となり、まちとまちをつなぐ役割を持つものである。人と人をつなぐ場であるということから、ヒューマンステーションと呼ぶことができる。

#### ★まちの窓口、サロン機能などの機能を有する空間

機能は、まちの窓口としての案内機能（窓口機能）、人の交流を促進する交流機能（サロン機能）などを持ったものである。そして、何よりも重要なことは、その拠点が何らかのテーマを持っており、オープンな空間であるということである。

#### ★まちづくりテーマをつなぐ、テーマステーション

それぞれの「まちの駅」には活動テーマがあり、そのテーマを連携させることで、豊かなまちづくりに貢献することができる。人々が運営する諸施設のテーマには、福祉、医療、アート、教育、スポーツ、観光、農業、海など、様々なものがある。「道の駅」はドライバーの休憩拠点というのが大きなテーマであり、「道の駅」も「まちの駅」のひとつと考えることができる。「まちの駅」は、テーマとテーマをつなぐ場であるということから、テーマステーションと呼ぶことができる。

#### ★行政・民間を問わない設置・運営形態

「まちの駅」は主に、既存施設を活用して設置することを想定しており、その設置・運営主体は行政・民間を問わない。行政版の「まちの駅」と、民間版の「まちの駅」が連携することで、大きなネットワークができる。民間版の「まちの駅」にこそ自由な工夫が許されるといえる。

### (2) まちの駅の機能

具体的には公共・民間を問わず、広く人々が入ることができる施設がまちの駅となり、トイレ・休憩場所等を来訪者に提供するものであるが、現在全国のまちの駅のほとんどは小売店舗である。また、まちの駅となった施設内には観光パンフレット等が備えられており、施設の代表者や従業員がまちの案内人となって来訪者に観光地等への道案内を行うこともある。

まちの駅設置要項によれば、まちの駅の機能として以下の4つがあるとされている。

- ・ 休憩機能：誰でもトイレが利用でき、無料で休憩できる。
- ・ 案内機能：まちの案内人が、地域の情報について丁寧に教える。
- ・ 交流機能：地域の人と来訪者の、出会いと交流のサポートをする。

- ・ 連携機能：まちの駅間でネットワークし、もてなしの地域づくりをめざす。

道の駅とまちの駅は、地域への来訪者にトイレ・休憩場所を提供し、観光案内等様々な情報を発信するという機能面ではよく似ている。しかし、まちの駅は以下のとおり道の駅とは違った特色を持っている。

- ・ 設置主体に制限がない。
- ・ 道の駅を設置することができるのは、「市町村または市町村に代わり得る公的な団体であること」とある。つまり民間では設置することができない。
- ・ それに対してまちの駅は、行政であれ民間であれまちの駅として必要な基準を満たしていれば設置が可能である。
- ・ 設置場所に制限がない。

### (3) 名称およびシンボルマーク

三つの山のようなマークは「人」を表す。一つ目の山は「よそ者」、二つ目は「ばか者」、三つ目は「わか者」を表している。

真ん中の「i (アイ)」はインフォメーションを表している。つまりこのマークは「いろいろな人が集まり、出会いが生まれ、まちや地域のことを教えてくれる人がいる場所」を意味している。まちの駅は、このマークの本来の意味を保つためにも、人同士・駅同士の「交流」が何よりも大切である。



各まちの駅は、その理念を共有した上で、地理的条件、運営主体、運営目的などに応じて、個性ある名称を名付けることができる。ただし、全国共通のシンボルマークを併記することが必要である。全国共通のシンボルマークは「まちの駅連絡協議会」に入会した者で、かつ一定の条件を満たした施設に使用が認められている。

## 2.2 過年度ゼミにおける調査・研究活動の概要

本ゼミでは平成19年度より、「まちの駅」をテーマに調査研究活動を行ってきた。その概要は以下のとおりである。

<平成19年度>

①文献・資料調査により「まちの駅」の歴史と概要を整理し、②文献・資料調査及びヒアリング調査により、長岡市における「まちの駅」の現状と課題をまとめ、③「まちの駅 長岡大学」の活性化に向けて以下の4つの提言を行った。

提言1：交流会への積極的参加と学生への情報発信

提言2：教職員及び学生による「まちの駅 長岡大学」活性化協議会の設置

提言3：学内での「まちの駅 長岡大学」の認知と予算・人的協力体制の構築

提言4：学校施設の積極的解放と学外への情報発信

<平成20年度>

平成19年度の調査を受ける形で、①全国の「まちの駅」へのアンケート調査の実施、②長岡市の「まちの駅」のパネル及び商品の展示、③「まちの駅」の食材を使った模擬店（豚汁とおにぎりの販売）を行った。活動②及び③は学園祭（悠久祭）で実施したが、③につ

いてはG P（平成 19 年度採択、現代的教育ニーズ取組支援プログラム「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」）の活動ではなく、ゼミ独自の活動として行った（補助金の対象外）。

#### <平成 21 年度>

平成 20 年度のアンケートの調査結果及び、アドバイザーになって頂いている『長岡市民センター』の職員の方のすすめを受けて、①富土地域、会津地域、本庄地域の「まちの駅」にヒアリング調査を実施した。あわせて平成 20 年度同様、②長岡市の「まちの駅」のパネル及び商品の展示、③「まちの駅」の食材を使った模擬店（豚汁とおにぎりの販売）を実施した。昨年度のヒアリング調査からは以下の 3 点の提言を行った。

提言 1：マスコットの募集と作成

提言 2：パスポートの作成

提言 3：ウォーキングイベントの実施

上記以外にも、「まちの駅」やG Pを通しての活動をパネルにし、学内に展示するなど多くの活動を行ってきた。その結果、平成 19 年度には学生にほとんど知られていなかった「まちの駅」が、今ではほとんどの学生がその存在を知るようになっている。また、図書館や駐車場の一般開放など実行に移された提言もある。

#### <平成 22 年度>

長岡市内にある全ての「まちの駅」（平成 22 年調査時 50 ヲ所）でヒアリング調査を実施し、その内容を学生の視点でまとめた紹介パネルを作成した。作成したパネルは学園祭（悠久祭）でのパネル展として展示し、多くの人に足を運んで頂いた。そして、例年同様に「まちの駅」の食材を使った模擬店（豚汁とおにぎりの販売）も行った。

また、越時計店の協力を経て、大手通りにあるブロンズ像を使ったカレンダーを作成し、「まちの駅」のパネルと同様にホームページでの配信を行った。

その他にも様々なイベントに参加し、和島地域で行われたイベントでは平成 21 年度の提言であるウォーキングイベントも実施された。

#### <平成 23 年度>

平成 23 年度は、「越後長岡まちの駅ネットワーク」の情報と「まちの駅」の活動がまちの駅の方にどのような意識の変化をもたらしたのかを地域づくりの観点から検証した。

長岡地域の「まちの駅」が 50 駅から更に 7 駅増え、57 駅になった。既存の駅については、再度ヒアリング調査を行い、変更箇所などを直しパネルを新たにリニューアルした。新たに加わった 7 駅については、まちの駅になった経緯やお店の P Rなどをヒアリング調査し、新たなパネルを作成した。例年同様に、作成したパネルは学園祭でのパネル展として展示し、「まちの駅」の食材を使った模擬店（炊き込みご飯と味噌汁の販売）も行った。

併せて、23 年度はまちの駅の活動をとおして、その活動に参加している人々のまちづくりに関する意識がどう変わったかを検証するために、『「まちの駅」の活動による地域づくりに関する意識調査』を実施した。

#### <平成 24 年度>

平成 24 年度は、新たに見附地域の「まちの駅ネットワークみつけ」を対象にヒアリング

調査、アンケート調査を実施した。ヒアリング調査は、見附地域の全ての「まちの駅」に実施し、まちの駅になったきっかけ、お店のPRを中心にお聞きした。ヒアリングで聞いた内容でまちの駅紹介パネルを作成した。作成したパネルを学園祭でのパネル展として展示し、まちの駅からの物品もパネルと共に展示した。学園祭の模擬店では、まちの駅の食材を使い「麻婆丼」の販売を行った。

アンケート調査ではまちの駅の交流力、経済効果、影響力の3つをテーマにしてアンケートを実施した。その結果、地域へ様々な面で貢献していることがわかった。

#### <平成 25 年度>

平成 25 年度は、平成 24 年度までに制作した「越後長岡まちの駅」54 駅と「ネットワークみつけ」36 駅のまちの駅紹介パネルの修正・更新を行った。併せて、糸魚川地域のまちの駅 10 駅にヒアリングを実施、長岡 5 駅、見附 2 駅に新たにできた「まちの駅」にもヒアリングを実施した。ヒアリング調査後に「まちの駅紹介パネル」を作成し、悠久祭でのパネル展や地域活性化プログラムのホームページに掲載して情報発信を行った。

また、新潟県内の全てのまちの駅にアンケート調査を実施し、施設別での分析と長岡や見附などの地域ごとでの分析を行った。

#### <平成 26 年度>

平成 26 年度は、新潟県内の新たにまちの駅となった駅や未調査の駅（21 駅）をヒアリング調査した。ヒアリングでは、駅名や住所、電話番号などの基本項目の確認、店または施設の紹介・PR、まちの駅になった理由などをお聞きし、これらの情報を基にパネルを作成した。パネルは、それぞれの駅の基本情報や駅長からのメッセージ、駅の様子が見える写真などを載せた。また、学生それぞれが思い思いの「学生のつぶやき」を載せることで、よりそのまちの駅に興味を持ってもらえるようにした。そして、作成したパネルは学園祭（悠久祭）でのパネル展として展示し、まちの駅からの物品もパネルと共に展示した。

まちの駅全国大会に参加し、全国のまちの駅の方との交流を通して、各地域の取組や課題を共有化できた。

#### <平成 27 年度>

平成 27 年度は、新潟県内新たに開設された糸魚川、三条、上越、越路、新潟（各 1 駅）の 5 駅と、長岡市の組織変更により変更があった「ながおかまちの駅」の合計 6 駅をヒアリング調査し、パネルを作成した。

また、昨年度の成果発表会でアドバイザーの方から依頼された「各まちの駅がどのようなおもてなしをしているのかを調査し、各まちの駅の今後の活動の参考によるような情報を提供してほしい」に対応するために、新潟県内 127 のまちの駅に「おもてなし事例調査」を実施した。調査の目的については、①まちの駅としてのおもてなしの現状把握、②まちの駅になってよかった点、③自分のまちの駅や駅長さん自身がこれからどのような行動をしたらよいと考えているか、を知ることである。なお、アンケートの有効回収数は 82 駅であり、回収率は 64.6%であった。アンケートから、各まちの駅は、基本的な機能を果たしながら、来られたお客様に「おもてなし」の心で対応していることが分かった。

### 3. 新潟県内の「まちの駅」の情報発信活動

#### 3.1 新潟県内の「まちの駅」のヒアリング調査・パネルの作成

今年度は、活動の一つとして、新たにまちの駅として認定された駅（以下「新駅」とする）を中心にまだパネルを作成していないまちの駅のヒアリング調査及びパネルの作成と、過去に調査したまちの駅のパネル更新作業を行った。書面のみでの更新作業と駅長さんが変わったなどの理由から、集合写真を差し換えるため再びヒアリングに伺う更新作業の2種類があった。

今年度、更新を行った駅は62駅であり、そのうち、ヒアリングに伺ったまちの駅は37駅（うち、新駅が6駅）、紹介文のみの更新が25駅である。

##### 3.1.1 ヒアリング調査を実施するまでの手順

ヒアリング調査を実施するまでに行った作業の手順は以下の通りである。

###### <手順① リスト作成>

新潟県内のまちの駅のリストを作成した。

過去に使用したリストと「全国のまちの駅連絡協議会」ホームページ内にあるまちの駅帖を参考に作成した。この時点で、「まちの駅帖」に掲載されている住所や電話番号などが間違っているところが多く、思いのほか大変な作業となった。

###### <手順② パネルに関する確認文書の送付>

今年度は新潟県内にあるすべてのまちの駅にパネルの作成・更新に関する文書を送付した。

パネルがすでにある駅には更新を希望するか、その際ヒアリングが必要であるかについての確認を取る文書を、過去に作成した各駅のパネルと共にお送りした（「すでにパネルのある駅にお送りした文書」参照）。新駅には、ヒアリング調査を行いたいという旨の文書を昨年の報告書とともにお送りした（「新駅にお送りした文章」参照）。

###### <手順③ 必要な対応のチェック>

返信があった封書をチェックし、次の活動につなげようとしたが、返信の期限を設けなかったため、多くの駅に催促のお電話をすることとなってしまった。その際、自身の施設がまちの駅だと知らない、分からない従業員の方が出られたり、代表の方が不在であったりなど、思うように作業が行えなかった。

###### <手順④ アポイントメント>

新駅とヒアリングを希望される駅にヒアリング調査のアポイントメントを取った。この時も代表の方が不在であるなど苦労が多かった。

アポ取りから実施までの期間が短かったため、相手先にご迷惑をかけてしまったところもあった。また、各まちの駅の事前調査も十分に行えなかった。



## まちの駅紹介パネルの更新について

長岡大学 鯉江ゼミナール

学生責任者 片桐湧太

拝啓

時下いかがお過ごしでしょうか。

鯉江ゼミナールでは、「まちの駅」をテーマに活動を続けております。今年度は、過去に作成した新潟県内のまちの駅の紹介パネルの更新を計画しております。つきましては、下記の選択肢の中から対応を選択され、チェックを入れて下さい。更新後の内容確認等はFAXで行いたいと考えておりますが、写真や内容を更新する際にヒアリングが必要となった場合には、後日、連絡をさせていただきますので、ご協力をお願いします。

修正後のパネルは悠久祭（長岡大学学園祭、10月29日（土）、30日（日）に実施）で展示いたしますので、お時間がございましたら是非お越しく下さい。

お手数をおかけしますが、ご協力をお願い致します。

敬具

まちの駅名	
住所	〒
TEL	
FAX	
E-mail	

修正・変更が無い場合も下記の「修正変更等なし」にチェックし、返信をお願いします。

このパネル上での一部更新（パネルに変更部分をお書きください。）

ヒアリング希望

修正・変更等なし

現在は「まちの駅」ではない

<連絡先> 〒940-0828

新潟県長岡市御山町 80-8 長岡大学 地域連携研究センター 山田

TEL : 0258-39-1600 (代) FAX : 0258-39-9566

すでにパネルのある駅にお送りした文章

新潟県内「まちの駅」駅長様

長岡大学鯉江ゼミナール 鯉江康正

## 鯉江ゼミナール まちの駅調査活動ご協力をお願い

拝啓

はじめまして、私は長岡大学の鯉江ゼミナールの担当教員の鯉江と申します。

鯉江ゼミナールでは、平成 19 年度から「まちの駅」をテーマに、ヒアリングやアンケート調査を実施してきました。「越後長岡まちの駅」から始め、昨年度は、県内まちの駅を対象に同様の調査をしました。今年度は、すでに作成済みのパネルの更新とまだ作成の終わっていないまちの駅のパネル作成を計画しております。

つきましては、パネル作成のため、まちの駅担当の方にお話を伺いたいと思います。お忙しい中大変恐縮ですがご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

敬具

<ヒアリング内容>

- ☆ 貴「まちの駅」のご紹介およびアピールポイントをお聞きします。
- ☆ 周辺地域の若者が集う場（お店等）をご紹介ください。
- ☆ 周辺地域の地域資源（観光スポット、デートスポット等）をご紹介ください。

<ヒアリング予定>

- ☆ ゼミ学生より、後日アポイントの連絡をさせていただきますので、よろしくお願ひします。

<同封参考資料>

- ☆ 平成 26 年度および平成 27 年度「ゼミ活動報告書」

<連絡先>

〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8

長岡大学 地域連携研究センター 山田

TEL : 0258-39-1600 (代)

FAX : 0258-39-9566

新駅にお送りした文章

### <手順⑤ ヒアリングの実施>

夏季休暇を利用しヒアリング調査を実施した。まちの駅を始めたきっかけやそのまちの駅の特長、その地域のおすすめスポットなど色々なこととお伺いした。

パネルを作成する時に、文章の内容はもちろんのこと、文章や写真の位置、背景などといったデザイン面をどうしていくかなど駅長さんと話し合った。どの駅も温かく対応していただき、初めは不安であったヒアリング調査も慣れていくことができた。



ヒアリング時の様子

### 3.1.2 ブレイクタイム

まちの駅へヒアリングに伺った際、駅長さんからのおすすめでヒアリングと併せて空き時間を利用して地域の観光場所にも訪問した。その地域の歴史・文化にまつわる場所や歴史・文化問わずその地域の人気の場所に訪問し、普段あまり訪れることができない場所に行けたため、楽しみながらその地域の魅力を再発見することができた。

我々としては、まちの駅のヒアリング活動がメインであるため、一見関係のないように思えるが、このような各まちの駅周辺の観光場所に訪れる活動が意外にもアドバイザーの方々を中心に高い評価をいただくことができた。そこで気づいたことは、それぞれの地域にはまだまだ知らない魅力がたくさんあるということである。まちの駅の活動を広めてい

くことに加えて、駅長さんおすすめの地域の観光場所に訪れ、またそれを広めていくことにより、その地域が地域としての魅力・絆をより強めていくのではないかとと思われる。つまり、この活動が地域の共助に役立ち地域活性化につながっていくと思われる。



オススメスポットに  
行った様子

### 3.1.3 パネル作成から完成までの手順

パネルの完成までの手順は以下の通りである。

#### <手順① 情報整理>

まずヒアリング調査で得た情報を各自でまとめた。

#### <手順② パネルの作成>

Powerpoint を使用しパネルを作成した。「一部更新」のパネルは頂いた文章や資料を基に作成した。ヒアリング調査を行った駅のパネルは、頂いた資料やまとめた内容を基に作成した。新駅は前例がなく、一からの作成なのでデザインを考えるのが大変であった。また、実際に印刷してみると文字の大きさや全体の雰囲気などがパソコンのディスプレイで見た時と違っており、何度も作り直した。

今年度からすべてのパネルに地域名を入れることになった。

#### <手順③ 仮完成>

完成したパネルを各駅に FAX（「FAX 送信書」を参照）でお送りし、内容やデザインなどを確認していただいた。

<手順④ パネルの修正>

「修正あり」と返信を頂いた駅に関しては、電話で修正箇所の確認をした。内容としては、文章の修正や文字の大きさなどのデザイン面が中心であった。該当箇所を修正したパネルを再度 FAX でお送りした。

<手順⑤ パネルの完成>

駅長さんの OK を頂いて完成である。それぞれのまちの駅や地域の特徴・個性が出せるよう工夫しパネルを作成した。例えば、「ながおかまちの駅」には背景に花火を入れた。糸魚川地域では、地域名を入れる欄を勾玉にするなど工夫した。

FAX送信書	
送信先:	発信元: 長岡大学地域活性化プログラム
御中	鯉江ゼミ
	送付枚数: 2枚
FAX番号	日付: 1/10/2017
件名: まちの駅紹介パネルの修正について	

いつもお世話になっております。

鯉江ゼミのまちの駅調査活動にご協力いただき、ありがとうございます。

まちの駅の紹介パネルを作成いたしました。ご確認をお願いいたします。

お手数でも、「修正なし」「修正あり」のどちらかに✓をつけて、このまま FAXでお送りください。「修正あり」の場合は、後で確認のお電話をさせていただきます。

ご多忙中恐縮ですが、よろしく願いたします。

**返信 FAX 番号 0258-39-9566**

修正なし

修正あり : 後でお電話を差し上げます。

【ご担当者 様】  
【電話番号 〇】

〒940-0828  
新潟県長岡市御山町 80-8  
TEL. 0258-39-1600 FAX. 0258-39-9566

**長岡大学**  
地域連携研究センター

確認のためにお送りした FAX 送信

### 3.1.4 パネルの紹介

#### (1) 更新パネルの紹介

どのような更新を行ったのか、更新前と更新後の二つを一部紹介する。



#### <変更点>

- ・ 今年度のヒアリング内容を基に文章と写真を変更
  - 情報をより最新に近づけ、デザイン面を明るくした。
- ・「長岡花火」をイメージして背景を花火に変更
  - そのまちの駅にあった個性・特徴を活かすパネルに仕上げた。
- ・「pepper 君」を追加
  - 目を引く写真、面白さを取り入れた。

## (2) 新駅の紹介

今年度ヒアリングとパネル作りを行った新駅を2駅紹介する。

### (2-1) まちの駅ひすいの海

「ひすいの海」は糸魚川市にあるまちの駅です。落ち着いた雰囲気のカフェで、どなたが寄っても受け入れるという考えでやっているそうです。そのため、地元の落語家やバンドの方などがここでライブを開催することがあります。ここで生まれたアーティストもいるそうです。

刺激を受けながら成長できる場（交流の場）を提供したい、田舎でも楽しめるんだという思いでお店を始めたそうです。しかし、赤字が続き一度閉めてしまったそうです。今は、背伸びをしない、赤字を出さない、ありのままでやっていこうと頑張っているそうです。

駅長さんは糸魚川の歴史や自然に詳しい方で、糸魚川ジオパーク検定もお持ちです。また、とても親切な方です。駅長さんの親切心はアルバイトの人たちにも受け継がれており、私たちがヒアリングをしている際、こっそりパンケーキを作ってください、ご馳走して頂きました。とても美味しかったです。

駅からも近い位置にあるので、糸魚川に行かれた際には是非立ち寄ってみてください。



糸魚川  
地域

まちの駅

# ひすいの海

## まちの駅の紹介

2016年の8月からリニューアルをしたこちらの駅は、ゆったりとした雰囲気落ち着いたカフェです。おいしいランチやスイーツがありますよ！

また、毎週土曜日にはライブが開催されています。地元のバンドや落語家の方などが来られます。

メニューとアーティストが気になる方はホームページをチェックしてみてください。



駅長の利根川さんとアルバイトの高校生さんとの集合写真

お店の雰囲気はこのような感じです



メニュー表にはない特別メニューをごちそうになりました。

美味しかったです！



## 学生をつぶやき

駅長の利根川さんは元々糸魚川の方で、帰ってきた際に糸魚川について改めて知ろうと思って勉強されたそうで、糸魚川の歴史にとっても詳しく、地元の祭りの由来などのお話しをしてくださりました。大変勉強になりました。(ジオパーク検定も持っています)

私たちがこちらの調査をしている時にお客様が来られたのですが、メニューを丁寧に説明したり、お体を気遣ったりなど素敵な接客をされていました。こちらでバイトをしている生徒さんが、私たちにメニューにはないパンケーキを作ってご馳走してくださいました。このサプライズには利根川さんも驚いていました。とても美味しかったです。

14K026 木島俊久

〒941-0058  
糸魚川市寺町2-7-7  
TEL FAX 025-556-9100  
営業時間 11:00~21:00  
定休日 水曜・日曜日  
URL: <https://sites.google.com/site/hisuinoumi/>



Googleマップより

この看板が目印



平成28年度作成

「まちの駅 ひすいの海」作成パネル



## (2-2) まちの駅雲蝶の郷内田邸

「まちの駅雲蝶の郷内田邸」は魚沼市にあり、同市では初のまちの駅です。古民家を活用し、囲炉裏や畳など落ち着いた雰囲気のある場所です。まちの駅では、地元魚沼産のコシヒカリや野菜、木工品や陶芸品などの展示・販売を行っており、地元野菜を使ったレシピの提供などもしています。

また訪れた際には、まちの駅の方々からの厚いおもてなしを頂くことができました。私達がヒアリングに伺った際は、魚沼産コシヒカリを使ったご飯や野菜のスープなどを頂きました。食以外にも、まちの駅の方々とは気さくにお話ができ交流の面でも楽しめます。まちの駅の厚いおもてなしと落ち着いた雰囲気が相まって、1時間以上滞在される方もいるそうです。私自身も長時間滞在したいと感じるほど居心地が良かったです。まちの駅の方からおもてなしを頂き、「交流」という面でまちの駅の良さを改めて実感しました。

それ以外には、駅長さんの語りや観光案内などを行っています。まちの駅のすぐ近くに西福寺という寺があります。その寺に彫刻を残した石川雲蝶と魚沼の出会いについて、駅長さんが丁寧に説明してくださいました。私の感想としては、紙芝居による語りで内容が分かりやすく、石川雲蝶の作品を見る前に立ち寄ることをおすすめします。作品のとらえ方が変わるはずですよ。

観光案内としては、魚沼市のパンフレットを置いており道案内も行っていきます。まちの駅の方の紹介で、私達は魚沼市の永林寺に伺いました。

魚沼市を訪れた際やゆっくりくつろぎたいと感じる方は、是非「まちの駅雲蝶の郷内田邸」に立ち寄ってみてください。



魚沼  
地域

# まちの駅雲蝶の郷内田邸 【大浦雲蝶会】



〒946-0033  
魚沼市大浦292番地1  
TEL:025-792-0854  
FAX:025-792-0854  
営業時間：10:00～16:00  
営業日：毎週日曜日  
(日曜日以外は基本休日、ただし  
連絡があれば平日営業も可)



## 《まちの駅の紹介》

まちの駅雲蝶の郷内田邸は、西福寺から徒歩1分にある人・もの・情報の交流拠点です。魚沼産のコシヒカリや野菜、地元の木工品や陶芸品などの展示・販売を行っています。また、コーヒーやお茶等のサービスを受けることができます。

その他にも、まちの駅には語り部の方がおり、魚沼と石川雲蝶の出会いを説明していただけます。西福寺を訪れる際は、語り部の方の話を聞いてから行くのがおすすめです！

それ以外にも、魚沼のパンフレットがあり観光案内も行っていきます。



Googleマップより

## まちの駅の方々 からのメッセージ

まちの駅には、大人数よりも小人数で行くことがおすすめです！



このヤミーアイス(ラズベリー味)はここでしか食べられません！味が濃く、美味しいので一度ご賞味ください！



## 学生のつぶやき

ヒアリングに伺った際に、まちの駅の方々のご厚意で、魚沼産コシヒカリやバターナッツカボチャのスープなどを頂きました。そのおもてなしには本当に驚きました。まちの駅の方々との交流は楽しく、長時間でも居たい場所だと感じました。

14K019 片桐 湧太

平成28年度作成

「まちの駅雲蝶の郷内田邸」作成パネル

その他の新駅は以下の通りである。

- ・ 『接骨・整骨の駅』（見附市）
- ・ 『元気の駅』（見附市）
- ・ 『洋食の駅』（見附市）
- ・ 『ふれあい空間いろりはうす』（新潟市）

なお、新駅のパネルおよびこれまでに作成したパネルは、「8. ウェブページの更新」で紹介する長岡大学のホームページから閲覧できます。

### 3.1.5 まとめ

これまで、まちの駅へのヒアリング活動からパネル作成について述べてきた。以下、これらの活動を通じて気づいた反省点・今後の課題を整理して、この節のまとめとしたい。

★スケジュールが詰まってしまう、アポ取りなどに遅れが出てしまった。

今年度の活動を活かし、先を見据えて計画を立てていく。また、そのために計画を立てやすい環境・状況を作っていくことも必要になってくると考える。

★ヒアリングに伺えなかった駅があった。

こちらから文章をお送りし、「ヒアリング希望」と返信を頂いたにも関わらず、こちらのスケジュールの都合でヒアリングに伺えなかった。これはもっと早い段階から各まちの駅に文章をお送りし、返信を頂き改善していきたい。

★各まちの駅や「まち」について自発的に調べておくべきだった。

今後はヒアリング調査に伺う前に、ヒアリング箇所の駅について、またその駅がある「まち」についての文化や歴史、特徴、何を売っているお店なのかを調べておく必要がある。

これにより、ヒアリング時に駅長さんにより良い、より深い質問ができたのではないかと考える。それにより得た情報で他者が作れないような学生目線でのより深いパネル内容に仕上がったはずである。

また、自発的に調べることにより、その「まち」の魅力も再発見できたのではないかと考える。

★腰が重いまちの駅駅長さんとどうお付き合いしていくか。

あらゆるまちの駅にヒアリング調査に伺う中で、腰の重い駅長さんにどのようにして自分たちの活動を知ってもらうかが課題となる。まちの駅は「交流」「つながり」が重要になるため、そこといかに関連させていくかについても検討すべきである。

これらのことを踏まえ、今後のヒアリング調査をより一層良いものとしていきたい。

最後にこのヒアリング調査では、多くの新潟県内のまちの駅様に大変お世話になりました。この場を借りて御礼を申し上げます。

## 3.2 悠久祭

### (1) 概要

この企画は平成 20 年度から始まっており、今年度で 9 年目である。平成 20 年度は長岡市内の 29 のまちの駅を対象に行ったが、今年度には新潟県内の 126 駅のまちの駅のパネルを展示した。

今年はパネル展に加え、模擬店も出店した。模擬店では水餃子と湯圓（ゴマ入り団子）を販売した。

### (2) 日時

平成 28 年 10 月 29 日（土）～30 日（日）

### (3) 場所

パネル展…長岡大学 2 1 6 教室

模擬店…三号館側屋外



今年度のまちの駅パネル展の様子

### 3.2.1 パネル展

#### (1) パネル準備

今年度は、126 駅中 62 駅のパネルを更新・作成し、パネルを地域別に分け、見やすいように展示の準備をした。

#### (2) パネル展当日

ゼミ生 2 人がチームとなって、午前と午後に分かれてパネルの説明や来場者数のカウントを行い、来場者には模擬店の情報を書いた整理券を配布した。



前日準備後の集合写真

#### (3) パネル展取組結果

今年度のパネル展来場者数は 390 名であった。昨年より大幅に上回る結果となった。1 日目は寒かったが、2 日目は天候も良く来場者数が多かった。二日間とも来場者方にお茶やお菓子などでおもてなしをした。小学生の来客者の質問に先生が分かりやすく説明をしてまちの駅について興味をもってもらった。



当日の様子

#### (4) 反省点と課題

ゼミ生は昨年少人数で活動が難しかったが今年は人数が増えたため、日本人のゼミ生と中国人留学生が協力し合い一緒に活動をした。チームが一丸となって取り組み、活発な活

動ができたと思う。

中国人で説明が難しく上手く出来ない時は、日本人のゼミ生にフォローしてもらった。ゼミ生も増え、パネルにバリエーションが生まれ、素晴らしい出来となった。来場者のお客様に褒められて本当にうれしかった。

来年は、役割分担と時間を上手く調整してより良いパネル展になってほしい。中国人留学生と日本人ゼミ生がさらにコミュニケーションを取れるよう努力していきたい。

### 3.2.2 模擬店

#### (1) 模擬店準備

模擬店を出店するにあたりどのようなものを販売するかをゼミで話し合った。その結果、鯉江ゼミは中国からの留学生がいるため中国の伝統料理である水餃子と湯園というゴマ団子を販売することに決めた。水餃子は3つ入りで250円、湯園は4つ入り200円で販売することにした。

また、模擬店の内装なども決め、当日に向け準備を行った。

前日には、ゼミ生で水餃子と湯園を作り試食を行った。



当日の様子

#### (2) 模擬店当日

1日目は風が強く雨も降っていたためとても寒く、温かい水餃子の売れ行きは上々だった。予定していた販売数を上回ったため急遽買出しに出た。また、湯園がどのようなものかわからない方が多く、売れ行きが悪かったためサンプルを置いた。

2日目は雨が降っていなかったが寒かったため、水餃子の売れ行きはよかった。午後3時を越えると客足も少なくなり、水餃子も崩れてしまったため値段を下げ150円で販売した。

また、模擬店で品物を購入された方にはパネル展への招待券を配り、ゼミ活動を知ってもらった。



水餃子

#### (3) 取組結果

1日目は水餃子73個、湯園31個を販売した。2日目は通常価格の水餃子82個と150円の水餃子が8個、湯園は20個販売した。2日間の売上合計額は50,150円となった。仕入れ値などを引いた結果、24,150円の黒字となった。

#### (4) 反省点・課題

前年度の資料がなかったこともあり企画の段階から書類の書き方、品物の販売個数の目安などわからないことが多く手間取った。

当日の段取りを把握してなかったため検品などに時間がかかってしまった。次回出店する際は検品やトラブルがあることを見越して時間を管理したい。

水餃子の皮が薄くすぐに崩れてしまった。湯園はゆでる時間が難しく、ゆであがってからしばらく放置すると溶けてしまった。準備の段階から把握し、材料を替えるべきだった。

#### 3.2.3 まとめ

初めての取組みが多くメインのパネル展に加えて模擬店も出店したので準備や運営が大変だったが、状況に応じて臨機応変に動くことが出来た。忙しい中でも満足感を感じることができ、終わった後は達成感があった。

パネル展を見た後に模擬店に来てくださった方も多く、ゼミ活動を知ってもらえるいい機会になった。また、来場者の中にはまちの駅の関係者や、鯉江ゼミ 0B・0Gの方が来られ、ゼミ活動を通じた人脈の多さに気づくことができた。

悠久祭の前夜祭では大いに盛り上がり日本人学生と留学生共にゼミ全体で仲を深めることができた。

## 4. 平成 28 年度まちの駅全国フォーラム in TOKYO

### 4.1 開催趣旨

「まちの駅」はまちの案内所・地域の茶飲み場として、既存の施設・空間（公共施設・民間施設）を自発的に開放するもので、平成 10 年から活動が始まった。各地の「まちの駅」では故郷愛をもった駅長・駅員が、地域の人や来訪者をもてなしの心で迎えるとともに、地域の魅力を紹介している。駅のネットワークにより地域全体の魅力を高めていこうという動きとともに、全国各地でまちの駅同士の交流・連携も進められている。

全国フォーラムは、そうした全国各地のまちの駅仲間が一堂に介して、それぞれの取り組みを紹介し合い、課題を一緒に考える場として、毎年開催しているものである。

今回は先進的なまちの駅の実践例に学び、参加者同士の自由な意見交換によって地域を元気にする知恵やひらめきが湧き出すことを目指し、開催された。

### 4.2 まちの駅全国フォーラム参加の目的

鯉江ゼミナールは平成 19 年度よりまちの駅を対象に調査・研究を行っている。長岡大学はまちの駅であり、全国フォーラムには、まちの駅に携わる一員として参加した。

今回のまちの駅全国フォーラムへの参加者は全員 3 年生であった。まちの駅全国フォーラム in TOKYO を通じて新潟県のまちの駅のみならず、県外のまちの駅関係者と交流を深めると共に、まちの駅にまつわる現状の理解を深め、新たな発見に繋げることを目的とした。

#### (1) 開催日

2016 年 9 月 30 日（金）～ 2016 年 10 月 1 日（土）

#### (2) 会場

代々木オリンピック記念青少年総合センター

#### (3) 主催

全国まちの駅連絡協議会

#### (4) 共催

まちの駅東京交流会、あらかわ区まちの駅ネットワーク

#### (5) 後援

総務省、観光庁

### 4.3 参加した企画

#### (1) 1 日目：9 月 30 日（金）

13:20～ 開会挨拶

13:30～ 全国まちの駅連絡協議会 総会

14:40～ 基調講演「マップづくりから始める住民参加のまちづくり」

講演者 藤田 とし子（まちとひと感動のデザイン研究所代表）

15:15～ テーマ別分科会 第 3 分科会「まちの駅のビジネス力」

17:30～ 交流会懇親会

### <まちの駅連絡協議会 総会>

この総会では、平成 27 年度の事業報告案や決算案から平成 28 年度の予算案、役員案などの議事が行われた。また、会則や設置要綱などの一部改定について議事もなされた。

全国まちの駅連絡協議会会長でもある見附市長のごあいさつでは、「まちの駅全国フォーラム in TOKYO というこの機会を通じて、活動と知恵を学ぶ機会をつくりたい。そしてここで学び得た力で地方創生に繋げて行ければ」と述べた。



久住市長のごあいさつ

### <基調講演「マップ作りから始める住民参加のまちづくり」>

マップ作りから始める住民参加のまちづくりでは、講演者の藤田とし子さんがマップ作りを通じたまちの活性化について、講演を行った。まちに住まう人達が、自分たちの言葉でまちを紹介するマップ作りの事例などを紹介していただいた。



藤田とし子さんの講演

藤田さんは「活性化で大事なことは単に人がたくさん来る事ではなく、地域経済、組織の活動が活発になり、地域社会が潤うこと」であると語った。まちの魅力を発信するためには、まず自分たちで行動を起こしまちの棚卸しを行う。今まで知らなかった、まちに眠る魅力の掘り起こしが重要であり、まちに住まう自分たちが、まちを好きになることが「まちの良さ」を伝えるうえで欠かせない要素となる。マップという情報発信を基にして地域の魅力を届け、また訪れたいくなるようなまちのイメージづくりの大切さを知ることができた。この講演では、内側から知る魅力と自分たちが持ち得るまちの魅力をいかに発信していけばいいのかを考える良い機会となった。

### <テーマ別分科会>

テーマ別分科会では、以下の 5 分野に分かれさまざまな切り口から事例を基に話し合った。

- ・ 第 1 分科会「まちの駅と歩くまちづくり」
- ・ 第 2 分科会「まちの駅のおもてなしと観光戦略」
- ・ 第 3 分科会「まちの駅のビジネス力」
- ・ 第 4 分科会「まちの駅の広域連携」
- ・ 第 5 分科会「楽しく始めるまちの駅」

学生は第 3 分科会の「まちの駅のビジネス力」に参加をした。ここではまちの駅での実践例を紹介したのち、各グループに分かれ、事例の感想や課題について意見を交換した。

以下がその事例である。

#### <事例① 鹿児島県出水市麓町周辺で開催される「着物で出水武家屋敷を歩こう会」>

- ・ 参加費 5,500 円で当日着た着物、帯、足袋を持ち帰ることができる。
- ・ 着物等は全国から集めた古着を活用している。



- ・ 毎年、申込みが多く、女性や外国人観光客に人気(申込みは女性優先)。
- ・ そのまちを着物姿で歩いてもらい、伝統に触れ、活性化につなげる。

#### <実例② 福井県勝山市の「まちの駅ネットワーク勝山」ナビカード(まちなびカード)事業>

- ・ まちの駅の知名度向上、利用率を上げることが目的。
- ・ 勝山市の観光施設「恐竜博物館」からの地図をカードに記載。カードは色ごとに区別する(例：食べる…緑、泊まる…黄、買う…ピンク、見る…青など)。
- ・ カードの割引クーポンをつけることも可能だが、自己負担になること。
- ・ 印刷などでコストがかかる。

上記の実例に対する意見や感想を各グループで話し合い、最後にそれぞれの班からでた意見や課題のまとめを行った。

学生の質問では実例①について、「持ち帰った着物を次にどう活かすのか」という意見が出された。質問に対して堂脇さんは、「まさしくそこが課題である。持ち帰って貰った着物の次への活用、またイベントでの着付けスタッフの育成が今後の大きな課題になる」と述べられた。



堂脇忠男さんの講演

実例②については、観光客に向けた取り組みだけに、訪れた人が持って行くカードにバラつきがあるといった点が課題として挙げられた。

また学生の一人が分科会でのまとめをする係になり、そのグループで出た意見のまとめを一生懸命発表した。発表で学生は「それぞれの地域での成功例が、各地域でそのまま適用するとは限らない。それぞれの地域に合わせた対策が必要」とまとめた。

この分科会を通して、魅力をうまく活かした実例や、その課題など、いかなる取組みにも課題がつきものだということを学んだ。また、まちが持つ資源をいかに組み合わせ、効用が最大になるのか、直面した問題とどう向き合っていくのかを深く考えるきっかけとなった。

#### <交流懇親会>

まちの駅の駅長さんたちと一緒に交流懇親会を行った。学生達は駅長さんに料理やお酒を持っていくのを機会として多くの駅長さんたちとお話しをした。

途中でそれぞれの地域の駅長さんを紹介しあい、学生たちも新潟から来たグループとして紹介された。会食では、今まで行ってきたゼミでの取り組みや個人的な将来のこと、お互いの地域の話、まちの駅の今後についてなどを深く話し合った。分科会ではお話しできなかった方とも交流をすることができた。とても楽しく、盛り上がった懇親会だった。



交流懇親会にて

## (2) 2日目：10月1日（土）

8:40～ まとめのセッション

9:40～ お楽しみプログラム

①「藤田とし子さんのマップづくり講座」

②「明治神宮の森の散策」

### <まとめのセッション>

まとめのセッションでは、1日目に行われたテーマ別分科会のまとめが行われた。5つに分かれた分科会で議論された意見や新たに浮かび上がった課題などを全体に周知してもらうため、各分科会の代表が発表を行った。

### <2日目マップ作り講座>

お楽しみプログラムのうち学生は藤田とし子さんによるマップ作り講座に参加をした。マップ作り講座ではいくつかのグループを作り、学生はそれぞれの班に分かれて作業を行った。グループ内では自身を食べ物に例えたユニークな自己紹介を行い、藤田さんの指導の下、例えた食べ物が一番高価だった人が各グループの進行役となった。自分の住まう地域のバラエティに富んだ紹介マップが完成した後、それぞれのチームでまず紹介し合った上で、チーム内での上位3位を順番に発表した。歴史的なスポットから地域のちょっとした面白スポットなど、多種多様な魅力を発信した。ここでは、他の地域の人たちに自分たちの言葉で、自分たちのまちを伝える難しさを知ることができた。



マップ作りの様子



発表の様子

## 4.4 まとめ

今年度の鯉江ゼミは3年生が多く、今回のまちの駅全国フォーラム in TOKYOへ参加した学生も全員3年生であった。まちの駅と関わって経験も浅い中で、まちの駅や人生においても大先輩の方々と関わる事が出来た。

まちの駅全国フォーラムへの参加を通しての気づきは、自分たちが住むまちの魅力をまず自分たちで知ることが大事だということである。日頃身近に存在している、見落としがちなまちの魅力を見つけ十分に理解して発信していくことが、まちの活性化に繋がるからである。自分たちのまちを好きになることが地域活性化への第一歩であると考えた。そこからもう一歩、まちを好きになってもらうには、普段とは違った目線でいろいろな角度からまちを知り、深く考えることが地域活性化では重要になってくると感じた。

まちの駅全国フォーラム in TOKYOではそれぞれの地域に駅を構えている駅長さん達が東京に集い意見を交換し合った。観光、歴史、文化は日本の中でも地域によって異なる。まちの活性化に向けて今回で得た学びを自分たちの地域ではどのように応用すればいいのかを考えながら、今後の活動に活かす事が出来れば良いと思った。次回のまちの駅全国フォーラムも是非とも参加をして、まちと人との交流を深めると共に、新たな発見を学んでいきたい。

## 5. 新潟県内まちの駅交流会

### 5.1 概要

#### (1) 日時

平成 28 年度 11 月 19 日（土）

#### (2) 場所

交流会・・・長岡大学第 5 会議室

懇親会・・・長岡大学地域交流ホール

#### (3) 主催、司会

長岡大学鯉江ゼミナール：鯉江 康正

#### (4) 内容

ごあいさつ・・・長岡大学学長：村山 光博

鯉江ゼミの「まちの駅」活性化の活動について・・・長岡大学副学長：鯉江 康正

「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献：鯉江ゼミ学生

講評 アドバイザー：里山ログハウス 中川 一男 氏

講評 アドバイザー：長岡市市民協働課 岩嶋 雄人 氏

まちの駅紹介・PR・・・花火の駅・長岡花火ワールド悠：長谷川 栄久子 氏

まちの駅よってげさ おぐま酒家：小熊 勇三 氏

まちの駅長岡大学駅長：品川 十英

お菓子の駅駅長：鵜頭 明男 氏

学内見学

懇親会

乾杯・・・見附市地域経済課課長：森澤 亜土 氏

ごあいさつ・・・長岡大学教授：広田 秀樹

#### (5) 参加者

<まちの駅長参加者>

(敬称略)

地 域	駅 名	氏 名
長 岡	市民協働推進部市民協働課	岩嶋 雄人
	花火の駅・長岡花火ワールド悠	長谷川 栄久子
	まちの駅長岡大学	品川 十英
	まちの駅よってげさ おぐま酒家	小熊 勇三
見 附	里山ログハウス	中川 一男
	泊屋菓子舗	鵜頭 明男
	見附市地域経済課課長	森沢 亜土

#### < 学生参加者 >

4年生：新保 祐樺、小林 川子、趙 清宇

3年生：池田 諒馬、江口 枝里子、片桐 湧太、木島 俊久、小松 綾乃、陳 奥、  
田 源一、中島 なつ美、中曽根 湧、楊 婉蘭、横田 百合江、鷺尾 創太

2年生：鹿島 大輝

#### < 教職員参加者(敬称略) >

学長・・・・村山 光博

事務局長・・・・品川 十英

副学長・・・・鯉江 康正

教務学生課課長・・・・井比 亨

教授・・・・広田 秀樹

地域連携室・・・・山田 満智子

准教授・・・・米山 宗久

## 5.2 開催目的

まちの駅の駅長さんをお呼びし今年度行ってきたゼミナール活動をまとめ、まちの駅長さん方に発表を聞いていただくことによりゼミナールの活動を知っていただく。さらに、駅長さん方とゼミナールの学生が意見交換をすることによって今後の活動に活かす。また、まちの駅の方々と楽しく交流をすることによって親睦を深める。

## 5.3 まとめ

発表資料の作成の際は人手が足りず苦労した。しかし、空いている時間は全てこの作業に費やし、ゼミナールの学生と協力することで良い資料を完成させることができた。練習時間があまり取れない中での発表となってしまったが、スムーズに発表することができた。里山ログハウスの中川一男さんから「ゼミナールの活動の中で苦労したことについての発表が良かった」「人脈やコミュニケーション力がついたのではないか」などの感想をいただくことができた。また、他の駅長さんからもお褒めの言葉をいただくことができた。懇親会では、駅長さん方と食事を楽しみながらお話することで交流が深まり、距離を縮めることができた。

苦労した点もあるが良い発表ができ、ゼミナールの活動について知ってもらうことができた。さらに、意見交換をすることで今後の課題が見えた。それから、まちの駅の方と交流を深めることができた。

発表時の質疑応答の際、市民協働推進部市民協働課の岩嶋雄人さんからは「まちの駅のパネルを有効活用したらどうか」という意見をいただいた。これを受けて今後の課題としては、作成したパネルを作成で終わらせるのではなく、どのようにしてまちの駅の情報を広めていくかが重要であることが認識できた。例えば、アオーレ長岡市民協働センター(ながおかまちの駅)にパネルを展示させていただいた際、「パネルを縮小したものをアオーレに置き、利用者が手に取れるようにしたらどうか」という提案をいただいた。このようなことを今後行っていく必要がある。これからもまちの駅長さんだけでなく、多くの方たちと交流を深めていき、良い活動をしていきたい。

<発表の様子>



<懇親会の様子>



## 6. 越後長岡まちの駅ネットワーク駅長会議

概要
第一部 座談会 <ul style="list-style-type: none"><li>・長岡大学鯉江ゼミ成果発表</li><li>・越後ながおかまちの駅シールラリーの旅 2016 の振り返り</li></ul>
第二部 懇親会
目的：これまでの事業を振り返りながら次年度事業を考えると共に交流を深める
評価 <ul style="list-style-type: none"><li>・市役所によるまちの駅の活動について知ることができた。</li><li>・まちの駅長さんや市役所の方々と交流を深めることができた。</li></ul>
感想 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 駅長会議を通して駅長さんや市役所の方々と交流し、長岡大学によるまちの駅の活動や各地域によるまちの駅の活動について語り合える良い機会となりました。多くの方との交流を通して、来年度はもっと多くのご依頼を受け活動していけそうだと感じました。</li><li>・ 成果発表において、2度目の発表だったため私自身落ち着いて説明することができました。参加者の方々からはお褒めの言葉をいただき嬉しかったです。懇親会では、普段話すことができない市の職員の方々やまちの駅の方々と接することができて、貴重な時間となりました。</li></ul>



駅長会議の様子  
(写真上：座談会、写真下：懇親会)

## 7. まちの駅や地域におけるボランティア活動への参加

地域の人々との交流や地域への貢献を目的に、「まちの駅」の調査活動を通じて交流した駅の依頼でボランティア活動に参加した。

今年度は、ハロウィンみつけ、今町まちなかマルシェ、とうきび観音祭りの3つのイベントに協力することができた。

### 7.1 ハロウィンみつけへの参加

#### 7.1.1 概要

ハロウィンみつけは、「みんなおいでよ！オカシなストリート、モンスター注意報発令中」と題し、見附市本町商店街通りをメイン会場に平成28年10月23日(日)に開催されたイベントである。

今年度学生は「ハロウィンみつけ実行委員」としても参加し、ポスター、チラシのデザインやイベント内容、飲食ブースで売られたハロウィン特製のこんにやくなどアイデアだしにも参加し、見附本町商店街の人々を中心として連携し地域活性化につなげることができた。

当日は、仮装コンテストと仮装パレードなどのスタッフとして参加し活動を行った。

#### (1) ハロウィンみつけ当日

- ① 開催日時：2016年10月23日(日)
- ② 場所  
メイン会場 見附市本町商店街  
周辺エリア 見附市新町、本町、本町商店街及び周辺
- ③ 主催：ハロウィンみつけ実行委員会
- ④ 依頼元：まちなか賑わい活動応援隊（中川氏）
- ⑤ 参加メンバー

鯉江ゼミ	氏名
4年生	新保祐樺
3年生	池田諒馬、江口枝里子、片桐湧太、木島俊久 小松綾乃、中島なつ美、中曽根湧、横田百合江 鷺尾創太
2年生	鹿島大輝

#### ⑥ 当日スケジュール

11:00	開催挨拶	15:00	コンテスト表彰式
11:00	最強じゃんけん	15:15	最弱じゃんけん
12:00～13:00	仮装コンテスト	16:00	イベント終了
13:00～15:00	仮装パレード		

## (2) ハロウィンみつけ実行委員会

### ① 開催日時

日 時	会 議 内 容
7月7日(木) 第1回実行委員会	① 顔合わせ、体制発足 ② 事業、スケジュール案説明 ③ 資金調達等課題共有
7月19日(火) 第2回実行委員会	① 事業方針の決定 ② 事業プログラムの検討 ③ 資金集め等の文書確認
8月4日(木) 第3回実行委員会	① 事業プログラム案詳細決定 ② アトラクションなど依頼先の決定 ③ 交通規制、誘導員関係検討
9月1日(木) 第4回実行委員会	① PR原稿確認、確定 ② PR先などの分担 ③ 協力店の集約、用具手配 ④ 審査員など外部スタッフの依頼
9月20日(火) 第5回実行委員会	① 資金調達の間中締め切り ② PRの本格開始 ③ お菓子、景品などの手配
10月6日(木) 第6回実行委員会	① スタッフ、マニュアル作成 ② 役割分担の確認 ③ 資金集め、PRの追い込み
10月19日(水) 第7回実行委員会	① 当日の運営スケジュールの確認 ② 印刷、掲示物の作成確認 ③ 借用備品などの調達確認 ④ 設営、撤去担当の確認
10月22日(土) 第8回実行委員会 (前日準備)	① 備品借用、運搬作業 ② 最終確認
11月4日(金) 第9回実行委員会	① 反省会 ② 来年度のスケジュール案

### ② 会議場所：見附中央公民館



### ③ 参加メンバーと役割

役職	氏名	役割
4年生	新保祐樺	アトラクション
	趙清宇	PR・総括
3年生	江口枝里子	パレード
	木島俊久	PR・総括
	小松綾乃	コンテスト
	中曽根湧	アトラクション
	横田百合江	コンテスト
	鷺尾創太	パレード

### ④ ハロウィンみつけ実行委員概要

実行委員では、当日行うプログラム、ポスター案、飲食ブースで販売するお菓子などをハロウィンみつけにどのように組み込むかを以下4つの班に別れアイディアだしを行った。

- a. PR・総括班：ハロウィンみつけのポスター作り、SNSでの発信などをメインに広報活動を行った。
- b. パレード班：見附の商店街を来場者に知ってもらうプログラム作りを行った。
- c. コンテスト班：仮装コンテストの景品と当日の司会運営などを行った。
- d. アトラクション班：フラッシュモブや飲食ブースで売られるこんにやく、ホットサンド、カレーなどのアイディアだしを行った。

#### 7.1.2 参加目的

まちなか賑わい活動応援隊の中川氏から見附の商店街の地域活性化の依頼を受け、ハロウィンみつけの企画を立案する実行委員としても参加した。その目的は、見附商店街の地域活性化と学生の社会人基礎力の向上である。

#### 7.1.3 主なイベント概要

以下、ハロウィンみつけのイベント内容である。

##### (1) 最強じゃんけん大会

子供から大人まで参加し、二列の列を作り向かい合いペア同士でじゃんけんをする。勝ち抜いた上位3位までに豪華なプレゼントが用意された。

##### (2) 仮装コンテスト

子供から大人まで仮装をし、アピールポイントを含めたパフォーマンスを行った。入賞者には豪華なプレゼントが用意されました。学生は司会やコンテストの補助などをした。

〈仮装コンテストの様子〉



### (3) 仮装パレード

ハロウィン見附に協力する各協力店の店先で「トリック・オア・トリート」の言葉で協力店からお菓子の配布を行ってもらった。それに加え当日発表のスタンプラリー「宝探し」のイベントを行い見附の商店街を練り歩いた。

### (4) 最弱じゃんけん大会

最強じゃんけんとは異なり、じゃんけんの最弱を競うイベント。勝ち抜いた（負けた）ものには、景品が授与された。

### (5) フラッシュモブ

突然音楽が流れ始め、それに合わせ実行委員が続々に踊りだした。途中から一般参加者も加わり、会場は大いに盛り上がった。



〈フラッシュモブの様子〉

### (6) 飲食ブース

グルメエリアにて、学生はカレーやホットサンド、わたあめやこんにやくを販売した。その他にも商店街の方がお酒や焼き鳥などの販売を行った。その場で食べられるように飲食スペースを設け多くの来場者が利用していた。

#### 7.1.4 まとめ

会議終了の時間が遅くなりバスや電車などの時間が無く、毎回タクシーでの移動となったため、委員会開催方法を検討することによって、経費面からも今後改善できるのではないかとされる。たとえば、イベントのプログラム案や作業スケジュール案をあらかじめ作りこんでおいて、それに修正する形で実行委員会を運営すればもっと効率的に準備できたなどの反省点があがった。

地域に定着しているイベントの企画段階から参加し、学生がこのような会議に参加できることはほとんどないため、とても貴重な経験となった。この点については、ゼミ活動に限らず、今後社会に出たときに必ず役立つため、人間としても成長できたのではないかと感じている。実行委員会ではアイデアはたくさん出てくるが、その中から実際できることを選び、まとめていく苦労はスタッフになってみないとわからないことだったが、まちなか賑わい活動応援隊の皆さんや見附商店街の人たちと協力しイベントは成功裏に終わることができた。

〈中川氏と鯉江ゼミナールの集合写真〉



〈ハロウィンみつけポスター〉

みんなおいでよ! オカシなストリート

# モンスター 注意報 発令中!

★

第5回ハロウィンみつけ

10月23日

★

<p>メイン会場(本町中央地区)</p> <p>本町商店街通り・歩行者天国</p> <p>副会場(本町パレード)</p> <p>本町・本町中央商店街及び周辺</p> <p>キッチンカー登場</p> <p>※この日は、道路の状況により変更される場合があります。</p>	<p>最優秀じゃんけん大会</p> <p>優勝コンテスト</p> <p>優勝パレード</p> <p>優勝コンテスト表彰式</p> <p>最優秀じゃんけん大会</p>
---	--

主催 第5回ハロウィンみつけ実行委員会 問い合わせ先 0930-1930-3366

ハロウィンみつけ

可笑しなお菓子な商店街

見附ハロウィン雨天結構

モンスター注意報発令中、みんなおいでよ！オカシなストリートと題し、本町商店街通りをメイン会場に「第5回ハロウィンみつけ」が2日間に開かれた。雨模様の中、仮装パレードでは3000人の参加者がかわいらしい魔女やお姫様、怖いお化けなどのコスチュームに身をまかせ大行進した。(1)

写真①と② 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。

写真①と② 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。

写真③ 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。

ん大会。2列の長い列を作り、向かい合ったペア同士がまずは握手してから「じゃんけんぽん」。上位3位までに豪華な賞品がプレゼントされた。優勝者は長岡市から家まで訪れていた小学3年生の橋本ひかるさん。



写真④ 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。



写真⑤ 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。



写真⑥ 11新町・本町・本町中央商店街周辺を練り歩いた仮装パレードのニコマ。仮面をつけたり、カボチャ色のマントを身に付けた魔女や魔法使い、ガイコツ男など思い思いのコスチュームで参加者が大集合。



## みつけ新聞

平成 28 年 10 月 27 日

### 学生らしい着眼点光る 長岡大がハロウィン協力

同ゼミは「まちの駅」

あいにくの雨にも負けず今年もにぎやかなパレードが繰り広げられた「ハロウィンみつけ」。今年、長岡大学の副学長鯉江康正教授のゼミ生11人もスタッフとして参加し、イベントを盛り上げた。

をフィールドとして調査研究活動をしており、ハロウィンみつけの中川一男実行委員長が同ゼミのアドバイザーをしている関係から学生たちが協力。「モンスター注意報発令中」の文字が目立つポスター・チラシのデザインやイベント内容、飲食ブースで売られたハロウィン仕様のコンニャクなど学生らしい着眼点でアイデアを打ち出した。

当日は、仮装コンテストの司会やコンテスト発表前に突然パフォーマン

スが始まったフラッシュモブなども学生たちが楽しみながら披露。子どもたちの注目を集めていた。

ゼミ生の中曾根湧さんは「地域に定着しているイベントの企画段階から参加させて頂き、とても良い経験になりました。会議ではアイデアはたくさん出てくるが、その中から実際できることを選び、まとめていく苦労はスタッフになってみないと分からないことでした」と振り返り、鯉江副学長は「自分たちが責任を持ってやらないとイベントは成功できないということを学んでくれたようですね」と話していた。



## 7.2 とうきび観音祭りへの参加

日時：8月10日（水） 場所：栃尾谷内通り商店街 依頼元：日本茶の駅（広野茶店）
概要： 学生は、無料抽選会・1円玉ゆらゆらゲーム・輪投げ・スーパーボールすくい・ダーツゲームのイベントの運営ボランティアを行った。
感想（共有のもの） ・多くの親子連れが来場され、交流できたことが良かった。 ・準備や片付けが大変でしたが、商店街の人と協力して行うことができた。  感想（個人のもの） ・スーパーボールすくいの運営では、客層は親子での来場者が多くとても賑わいました。笑顔がいいねとのお声かけが嬉しかったです。毎年の事らしいのですが人気のあまりすぐに商品がなくなってしまい店じまいをしました。その後、他の屋台の手伝いを行いました。多くの方と交流し、元気な子供たちから栃尾の活気を感じられました。 ・輪投げの運営を行い、子供たちが参加しやすいように「ここから投げてね」や「頑張っ」などの声かけを積極的に行いました。楽しそうに子供たちが輪投げをしているのを見て、私自身とてもやりがいを感じました。また、祭りの運営をさせて頂き貴重な経験になりました。
評価 ・人との交流によってコミュニケーション能力が向上し、笑顔が身についた。 ・学生が進んでイベントの運営を行うことによって、主体性が向上した。
参加者 （鯉江ゼミ）池田諒馬、江口枝里子、片桐湧太、小松綾乃、中曽根湧 （本学学生）金井彩香、金子雅人、田中志季、林鉄朗、小林拓史、山口尊広

### 7.3 今町まちなかマルシェへの参加

日時：10月8日（土） 場所：見附今町商店街 依頼元：お菓子の駅（泊屋菓子舗）
概要： 学生は、フードコーナー（カレー&チャイ、ドリンク&ビール&おでん&焼きそば）と抽選会のイベントの運営ボランティアを行った。
感想（共有のもの） <ul style="list-style-type: none"><li>・多くのお客さんをできるだけ待たさない様に対応することが大変であった。</li><li>・子供から年配の方まで、多くの世代と交流できたことが良かった。</li><li>・学生はそれぞれが祭りを楽しむことができた。</li></ul> 感想（個人のもの） <ul style="list-style-type: none"><li>・私は、抽選会場の運営を行いました。客層は比較的年配の方が多いと感じました。大雨での開催となりましたが多くの方々が来場され大盛況でした。</li><li>・私も同様に抽選会場を担当し、景品の受け渡しを行いました。景品を正確に素早く袋に詰めることに苦労しました。素早く詰められず、来場された方を待たせてしまうことが多かったです。しかし、苦労したことばかりではなく、来場された方と交流できたことは嬉しかったです。</li></ul>
評価 <ul style="list-style-type: none"><li>・人との交流によってコミュニケーション能力が向上し、笑顔が身についた。</li><li>・学生が進んでイベントの運営を行うことによって、主体性が向上した。</li></ul>
参加者 （鯉江ゼミ）池田諒馬、江口枝里子、片桐湧太、木島俊久、小松綾乃、中島なつ美、 中曽根湧 （本学学生）山口尊広、鈴木康幸、松井亮介、山城時生



とうきび観音祭りの様子



今町まちなかマルシェの様子  
(写真上：抽選会場、写真下：フードコーナー)



## 8. ウェブページの更新

今年度は、トップページの更新と、新しく作成したまちの駅紹介パネルの追加、およびパネルの更新を行った。このページには、長岡大学のホームページにリンクが繋がれているので、ホームページ内にある「新潟まちの駅の紹介」から飛ぶことができる。

### (1)全体像

デザインは昨年度のものを使用した。

### (2)各項目説明

<まちの駅とは>

まちの駅の概要を紹介すると共に、より詳しくまちの駅の情報を得られる「全国まちの駅連絡協議会」の公式サイト「まちの駅」へのリンク機能が付いている。

<県内のまちの駅リンク>

新潟県内でまちの駅ネットワークを形成している「越後長岡まちの駅ネットワーク」「まちの駅ネットワークみつけHP」へのリンク機能が付いている。

<これまでの活動概要>

各年度活動概要に昨年度の鯉江ゼミナールの長岡大学地域活性化プログラム報告書ページへのリンク機能を追加した。

<今年度の活動概要>

今年度行った活動内容を紹介した。詳しい内容はこの報告書の通りである。

<まちの駅一覧>

今までに作成されたパネルに加え、今年度作成したまちの駅のパネルの追加と更新を行った。ここでは計126駅の新潟県内のまちの駅のパネルを紹介している。

地域ごとの検索ボタンから下にあるまちの駅のリストに飛べるようになっている。

今年度新たに追加・更新したまちの駅が一目で分かるように「更新」「NEW」と付いている。

## 9. とりまとめ

以下、今年度の活動・研究の結果明らかになった点をまとめ、今後の課題を整理する。今年度の活動・研究テーマは『「まちの駅」をフィールドとした活動等による地域活性化への貢献』である。

まちの駅の情報発信については、パネルを更新し、新潟県内のヒアリング調査では、長岡 19 駅、見附 12 駅、糸魚川 2 駅、新潟 2 駅、魚沼 1 駅、五泉 1 駅の合計 37 駅のまちの駅にヒアリングを実施しパネルを作成した。その成果を、平成 28 年度の悠久祭でパネル展という形で実施した。

ヒアリング調査は、まず新潟県内のまちの駅をリストアップするところから始まった。その後、全新潟県内まちの駅にパネル更新に関する意向を確認する文書をお送りし、新駅と併せて、ヒアリング調査を希望する駅にヒアリング調査を実施した。この調査では「駅を始めたきっかけ」や「そのまちの駅について」「その地域のオススメスポット」などをお伺いした。オススメスポットには調査の合間にブレイクタイムとして立ち寄りたりもした。

パネルでは、駅からいただいた文書や資料、ヒアリング調査時の内容を基に作成した。完成したパネルは各駅に FAX でお送りし確認をしていただいた。「修正あり」と返信を頂いた駅に関しては、電話で修正点を確認し修正後、あらためて FAX をお送りした。

完成したパネルは悠久祭で展示した。その他にもアオーレ長岡市民協働センター「ながおか まちの駅」での展示を行った。

大学の悠久祭では、例年通りパネル展を開催した。今年度は、前年までに作成したパネルと新設された駅を合わせて 126 駅を紹介した。今年は 2 日間で、390 名の方たちに来場していただきました。パネル展の来場者数は昨年より 218 名増となった。学生にまちの駅について質問をしてくれる方が多くいらっしやって、留学生も積極的に各まちの駅についてお話をすることができた。そして今年度は、パネル展示に加え、模擬店を出店した。中華料理の水餃子と湯圓を販売し、ゼミ生が全員で協力し合うことができて楽しかった。初日は悪天候で大変だったが、利益をあげることができた。

ホームページの更新では、パネルを紹介しているホームページの内容と今年度変更した更新点について述べた。

9 月 30 日と 10 月 1 日に東京にて「まちの駅全国フォーラム in TOKYO」が開催された。全国のまちの駅から駅長さんが集まり、報告・意見交換を通じた交流を行った。そこではまちの魅力発信についての事例や、まちの駅を通じた地域活性化の実例などを通じて、活性化への大切なポイントやノウハウ、考えるべき課題などを学ぶいい機会となった。交流で他の地域を知るとともに、長岡大学やゼミで行っている活動などを知ってもらうことができた。また開催地が東京という事もあり、参加した学生は東京ならではの体験を大いに楽しみながら、まちの駅全国フォーラムに参加をした。

「まちの駅や地域におけるボランティア活動への参加」では、まちの駅を通じて、ハロウィンみつけ、とうきび観音祭り、今町まちなかマルシェに参加し、企画、運営を行った。ボランティア活動を通し地域の人々と交流ができ学生自身もイベントを楽しむことができた。それによって、他の活動に取り組む意欲が向上した。次年度も今年度の反省を活かし地域活性化につながるよう積極的に参加したい。

まちの駅間交流の実施については、昨年度の提案でもあり、鯉江ゼミナールが主催し、

長岡大学で「新潟県内のまちの駅交流会」を行うことができた（参加者 28 名）。まちの駅全国大会のように、学生それぞれがご参加頂いたまちの駅の方たちとお話しすることができていた。来年も、「新潟県内のまちの駅交流会」を開催できるのであれば、今年の交流会よりもより良いものを作り上げていきたい。

「越後長岡まちの駅駅長会議」では、座談会（鯉江ゼミの活動発表と越後長岡まちの駅シーララリーの振り返り）と懇親会を行った。会議への参加により、まちの駅長や市役所の方々との交流が深められた。来年度もこのような会議に参加することにより、まちの駅の方々との更なる交流を図っていきたい。

ヒアリング調査やボランティア活動に参加することで、留学生にとっては日本をより知ることができ、大きな経験を得られたと思う。また、いろいろな場に参加したことにより、昨年度よりもまちの駅の理解が深まり、まちの駅の方々との繋がりが強くなったのではないと思う。今後もまちの駅に積極的に関わっていき、学生一人ひとりがまちの駅を広めていく「ファン」になっていくことが理想である。

今後の課題・反省では、先を見据えて、計画を立てることや詰めスケジュールになることを防ぐこと。在校生の皆さんには、これからはもっと自発的に自らまちの駅や「まち」のことを事前によく調べることによって、地域の新たな魅力発見に繋げてもらいたい。来年、腰が重いまちの駅長さんとの付き合いについて、今後の調査に協力してもらう方法を考えることを期待している。今年は、ヒアリングに行けなかった駅が3つあり、来年度に行くつもりであるが、依頼があった駅には必ず行くことが必須である。また、活動を通して多くのことを吸収し、まちの駅を広めるため、より一層の努力をしていきたい。

#### <謝 辞>

最後に、お忙しい中、私たちの取組を全面的に応援して下さった「長岡市市民協働推進部市民協働課」の岩嶋さん、「まちの駅里山ログハウス」の中川さんを始め、ヒアリング調査、パネル作成に協力していただきました地域の皆様、誠にありがとうございました。

また、日頃の活動のサポートや報告書の作成などでいろいろとご協力して頂いた「地域連携研究センター」の職員の方々にもお礼を申し上げます。ありがとうございました。

(以上)

#### <参考文献>

文献1：長岡大学『学生による地域活性化提案プログラム 平成26年度活動報告書』平成27年3月

文献2：長岡大学『学生による地域活性化提案プログラム 平成27年度活動報告書』平成28年3月

文献3：まちの駅ホームページ (<http://www.machinoeki.com/>)

文献4：特定非営利活動法人 地域交流センター『地域交流センター40周年記念誌 地域交流センターのあゆみ』平成28年10月

文献5：まちの駅連絡協議会 「第19回まちの駅全国大会 まちの駅全国フォーラム in TOKYO」(パンフレット)

**名 称** 平成28年度  
学生による地域活性化プログラム  
**活動報告書**

**【発行日】** 平成29年3月22日

**【発行人】** 村山 光博

**【発 行】** 長岡大学 地域活性化プログラム推進室  
〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8

T E L 0258-39-1600 (代)

F A X 0258-39-9566

<http://www.nagaokauniv.ac.jp>

# 長岡大学地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

- 1** 十分杯で長岡を盛り上げよう！  
ー十分杯を、地域から愛される“問題児”に！？ー  
権五景ゼミナール
- 2** 企業ホームページの改善による効果の確認  
村山光博ゼミナール
- 3** 未来の農業革新Ⅲ  
ー地産地消を通じた循環型社会への貢献ー  
橋長真紀子ゼミナール
- 4** 地域の文化と伝統をつなぐ  
ー高橋九郎生誕165周年を記念する活動ー  
高橋治道ゼミナール
- 5** 長岡周辺地域の温泉資源の現状分析と情報発信  
ー温泉☆ドキドキプロジェクトー  
山川智子ゼミナール
- 6** グラスルーツグローバリゼーション  
ー草の根・地域からの地球一体化・人類一体化推進ー  
広田秀樹ゼミナール
- 7** 酒粕で長岡を盛り上げよう！  
ー地域資源としての酒粕の可能性を探るー  
権五景ゼミナール
- 8** 「まちの駅」をフィールドとした活動等による  
地域活性化への貢献  
鯉江康正ゼミナール

