

平成26年度

学生による 地域活性化プログラム 活動報告書



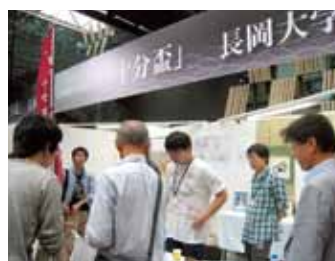
米山宗久ゼミナール



今瀬政司ゼミナール



橋長真紀子ゼミナール



権五景ゼミナール



中村大輔ゼミナール



高橋治道ゼミナール



小千谷活性化プロジェクトチーム



村山光博ゼミナール



広田秀樹ゼミナール



鯉江康正ゼミナール

平成 27 年
3 月

ご あ い さ つ

学長 内藤 敏樹



継続は力なりと申しますが、今回で8年目を迎えた地域活性化プログラムにこの言葉があてはまるでしょうか。指導教員が入れ替わったりテーマが変わったりで、最初から同じテーマで続いている取組はそれほど多くはないのですが、学園祭などで8年間の成果を一覧できるようになっていたりするのを見るとちょっとした壮観です。昨年度から文科省の「地（知）の拠点整備事業（COC）」の一環としての位置づけがなされ再スタートしましたが、当初の意気込みが指導教員によみがえったのではないかと期待しています。

地域活性化プログラムは、学生が地域の中に入って行って地域の課題を解決していこうとするものですが、その実は地域による学生生活活性化プログラムでもあります。つまり我々教員が講義やゼミ各種の演習を通じて学生を教導するだけでなく、さまざまな形で地域の方々と接し、時に怒られ時には褒められるという体験を積むことによって学生が実社会に出た時の「コミュニケーション能力」を飛躍的に伸ばせる可能性が期待されているのです。

またプログラムはチームで共同作業を行うものなのですが、率直に言ってメンバー間にはいろいろと温度差があります。時間を守らない、割り当てられたタスクをちゃんとやってこない等さまざまなドタバタが起きていること、これも実社会の縮図であるかと思えます。こうした困難を乗り越えることを通じて成長していく学生が増えています。

これまでのプログラムの中で学生と地域の方々がいろいろな形で接触し、さまざまな活動を行ってまいりました。中には「若い学生さんが地域の中に入ってきてくれるだけで充分です」というご意見もありましたが、さらにプラスしてもっと地域のためになることをしなければならないと考えています。

本学は開学以来、「去華就實」「社会に役立つ人間となれ」をモットーとしています。ただ役に立つかどうかを決めるのは社会であり他人です。ここで独りよがりがあったり、根拠のない独善があったりしたのでは真に「役立つ」人間にはなれません。つまり上のモットーは、自らに対する客観的な認識に裏付けられた自身が必要になってくるということです。いろいろな人たち—関係者から率直な評価をもらえることは、成長途上の学生にとって得難い機会であるかと思います。あとはその評価をどう活用していくかということですが、この点はまだ学生次第ということになりますので、このあたりも我々は考えていかねばならない点であるかと思っています。

地域交流、実社会との連携を行っている教育機関は他に数多くあると思います。東日本大震災の後も、被災地の支援を正課の中で取り上げた大学があると報告されています。ただ、本学のような形で長期間地域との関係を築き上げているものはあまりないのではないかと自負しています。地域の方々、特に学生と接することになる各位にはご迷惑なことも知れませんが、次世代の若者の成長のためによりしく願います次第であります。

なお、今年度は各プロジェクトの内容を広く知っていただくために、プロジェクトごとの報告書も刊行いたします。

平成27年3月

学生による地域活性化プログラム

平成 26 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26年度の経過	I - 4
2.1	本年度取組の経過	I - 4
2.2	平成26年度の学生による地域活性化取組ゼミ	I - 5
2.3	平成26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26年度成果発表会（ポスター）	I - 31
2	学生による地域活性化プログラム平成26年度成果発表会	I - 32
3	社会人基礎力診断シート（学生用）	I - 34
4	社会人基礎力診断シート（教員用）	I - 35
5	平成26年度「地域活性化プログラム成果発表会」意見シート	I - 36

学生による地域活性化プログラム
平成 26 年度 活動報告書 第Ⅱ部

学生による活動報告 目次

- 米山 宗久 ゼミ
高齢者の買い物支援
ー 栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より ー……………Ⅱ－1

- 今瀬 政司 ゼミ
とちお祭への裏方参画と調査・情報発信……………Ⅱ－55

- 橋長真紀子 ゼミ
Future Agricultural Innovationー未来の農業革新ー……………Ⅱ－117

- 権 五景 ゼミ
十分杯で長岡を盛り上げよう
ー知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるかー……………Ⅱ－169

- 中村 大輔 ゼミ
ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化……………Ⅱ－215

- 高橋 治道 ゼミ
地域の魅力発信による絆結び
ー 神谷の魅力をつなげ・ひろげる ー……………Ⅱ－265

- 小千谷活性化プロジェクトチーム
小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言……………Ⅱ－307

- 村山 光博 ゼミ
企業の情報発信とホームページの役割……………Ⅱ－331

- 広田 秀樹 ゼミ
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推進 ー……………Ⅱ－393

- 鯉江 康正 ゼミ
新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施……………Ⅱ－429

学生による地域活性化プログラム
平成26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GP） 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GP）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GP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10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（実課題に関係する調査報告、統計データ、論評、過去の経緯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26年度取組の経過

2.1 本年度取組の経過

平成26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26年度取組の経過>

4月24日	平成26年度第1回地域活性化プログラム運営部会開催（以後、毎月1回開催）
5月15日	平成26年度第2回地域活性化プログラム運営部会開催
6月5日	平成26年度第3回地域活性化プログラム運営部会開催
6月25日	平成26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17日	平成26年度第4回地域活性化プログラム運営部会開催
7月22日	中間レビュー：橋長ゼミ
9月18日	平成26年度第5回地域活性化プログラム運営部会開催
10月6日	中間レビュー：今瀬ゼミ
10月16日	平成26年度第6回地域活性化プログラム運営部会開催
10月20日	中間レビュー：今瀬ゼミ
10月21日	中間レビュー：村山ゼミ
10月25日	中間レビュー：権ゼミ・中村ゼミ
10月25・26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28日	中間レビュー：高橋ゼミ・米山ゼミ
11月11日	中間レビュー：広田ゼミ
11月13日	平成25年度第7回地域活性化プログラム運営部会開催
11月14日	中間レビュー：小千谷活性化プロジェクトチーム
11月15日	中間レビュー：鯉江ゼミ
12月6日	地域活性化プログラム平成26年度成果発表会開催 於：ホテルニューオータニ長岡 NCホール
12月17日	平成26年度第2回地域活性化プログラム推進協議会開催 於：長岡大学
1月29日	平成26年度第8回地域活性化プログラム運営部会開催
2月18日	平成26年度第9回地域活性化プログラム運営部会開催
3月26日	平成26年度地域活性化プログラム活動報告書発行（合冊並びにプロジェクトごと10分冊）

2.2 平成 26 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 9 ゼミ、1 チームの計 10 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　　マ
米山 宗久 ゼミ	高齢者の買い物支援 ー 栖吉地区における高齢者の買い物同行や調査より ー
今瀬 政司 ゼミ	とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
橋長真紀子 ゼミ	Future Agricultural Innovationー未来の農業革新ー
権 五景 ゼミ	十分杯で長岡を盛り上げよう ー 知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるか ー
中村 大輔 ゼミ	ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化
高橋 治道 ゼミ	地域の魅力発信による絆結び ー 神谷の魅力をつなげ・ひろげる ー
小千谷活性化 プロジェクトチーム	小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言
村山 光博 ゼミ	企業の情報発信とホームページの役割
広田 秀樹 ゼミ	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推進 ー
鯉江 康正 ゼミ	新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施

(注) ゼミの順序は、成果報告会発表順および「第Ⅱ部 学生による活動報告」の掲載順である。



2.3 平成26年度の推進体制

平成26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
長岡市市長政策室政策企画課	課長	中村 英樹
株式会社ホクギン経済研究所	副所長	宗田 俊弥

<地域連携アドバイザー>

所 属	職 名	氏 名
長岡市市民協働推進室市民協働班	主査	安達 一啓
まちの駅ネーブルみつけ	駅長	中川 一男
株式会社たかの		樋熊 捷平
小千谷市役所商工観光課	主査	星野 隆
長岡歯車資料館	館長	内山 弘
		太刀川 喜三
長岡市神谷	区長	白井 湛
NPO法人ながおか生活情報ねっと	理事長	桑原 眞二
自営	ITコンサルタント	David Boudreau
コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク	代表	大出 恭子
NPO法人長岡産業活性化協会N A Z E	事務局次長	山田 哲也
株式会社スノーキャスト	代表取締役	杉浦 聡
社会福祉法人長岡市社会福祉協議会 地域福祉課	課長	本間 和也
栖吉コミュニティセンター	センター長	佐藤 修一
特定非営利活動法人まちなか考房	事務局長	大沼 広美
株式会社パートナーズプロジェクト	代表取締役	高野 裕
長岡市栃尾支所商工観光課	観光係長	荒木 隆
長岡市農林部農政課	課長	小林 平仁
株式会社中村農園	代表	中村 郁雄

<学内推進委員>

学 長	教 授	内藤 敏樹		ゼミ担当教員	准教授	中村 大輔
運営委員長	教 授	鯉江 康正		ゼミ担当教員	教 授	広田 秀樹
ゼミ担当教員	准教授	今瀬 政司		ゼミ担当教員	専任講師	橋長真紀子
ゼミ担当教員	准教授	権 五景		ゼミ担当教員	教 授	村山 光博
ゼミ担当教員	教 授	高橋 治道		ゼミ担当教員	准教授	米山 宗久

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、

である。

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 69）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66.7%で、教員評価では60.9%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5.8ポイント低くなっている。

Q1. [主体性] あなた（この学生）は、進んで取り組みましたか。

	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	無回答	合計
学生	46	22	0	1	69
教員	42	26	1	0	69
学生	66.7%	31.9%	0.0%	1.4%	100.0%
教員	60.9%	37.7%	1.4%	0.0%	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40.6%で、教員が34.8%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5.8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58.0%で、教員の評価では65.2%となっている。

〔働きかけ力〕は、〔主体性〕や〔実行力〕に比較して「積極的に働きかけた」学生がやや少なく、まじめで、こつこつと取組には参加するが、リーダーシップを発揮できる学生が少ない結果となっている。

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。

	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	無回答	合計
学生	28	38	2	1	69
教員	24	43	2	0	69
学生	40.6%	55.1%	2.9%	1.4%	100.0%
教員	34.8%	62.3%	2.9%	0.0%	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63.8%で、教員が62.3%と、この設問では学生評価と教員評価がほぼ同じ割合となっている。「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36.2%で、教員評価では37.7%となっている。

Q3. 〔実行力〕あなたは、取組を確実に実行できましたか。

	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	合計
学生	44	23	2	69
教員	43	25	1	69
学生	63.8%	33.3%	2.9%	100.0%
教員	62.3%	36.2%	1.4%	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65.2%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。

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。

	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	合計
学生	45	18	6	69
教員	41	27	1	69
学生	65.2%	26.1%	8.7%	100.0%
教員	59.4%	39.1%	1.4%	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66.7%であり、教員評価では50.7%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15.9ポイント低くなっている。何を課題としてとらえているのかについて、各学生と担当教員との認識を一致させるような機会を積極的に設けていくことが期待される。

Q5. [課題発見力] あなたは、課題を明らかにできましたか。

	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	無回答	合計
学生	46	23	0	0	69
教員	35	30	3	1	69
学生	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
教員	50.7%	43.5%	4.3%	1.4%	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44.9%で、教員評価では58.0%となっている。教員評価が学生評価に比べて13.0ポイント高くなっている。教員の場合、過年度学生も見てきているわけで、継続的な取り組みでは手がかからなくなったと感じているようである。本学の学生の場合、言われたことはやるが、自分から進んで考え実行する力が弱い傾向がある。この傾向は本学のみならず、今の若者の特徴でもあると思われるが、次の指標の「創造力」でもわかるように、自分自身で考える能力の訓練が望まれる。

Q 6. 「計画力」あなたは、課題解決の準備ができましたか。

	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	合計
学生	31	32	6	69
教員	40	27	2	69
学生	44.9%	46.4%	8.7%	100.0%
教員	58.0%	39.1%	2.9%	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40.6%で、教員評価では34.8%という結果になっている。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。この点は、昨年度までのアンケート結果でも見られた傾向であり、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。

	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	合計
学生	28	39	2	69
教員	24	41	4	69
学生	40.6%	56.5%	2.9%	100.0%
教員	34.8%	59.4%	5.8%	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55.1%で、教員評価では52.2%となっている。学生・教員とも、参加学生全体の5割強が、シンキング力が上昇したと考えている。「ほとんど変化がなかった」と回答している学生は4.3%で、教員評価でも同数の4.3%である。

この結果から、本取組は個人の感じ方もあるが、少なくともプラスに働いていると思われる。「アクション力」同様、「シンキング力」でも総合評価では成長がみられている。

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。

	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	合計
学生	38	28	3	69
教員	36	30	3	69
学生	55.1%	40.6%	4.3%	100.0%
教員	52.2%	43.5%	4.3%	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46.4%で、教員評価では50.7%となっており、教員評価の方が4.3ポイント高くなっている。

「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52.2%、教員評価では49.3%であり、積極性の無い学生もみられる。

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。

	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	無回答	合計
学生	32	35	1	1	69
教員	35	31	3	0	69
学生	46.4%	50.7%	1.4%	1.4%	100.0%
教員	50.7%	44.9%	4.3%	0.0%	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79.7%で、教員評価でも78.3%と高くなっている。

「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。

Q 1 0. [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	合計
学生	55	14	0	69
教員	54	14	1	69
学生	79.7%	20.3%	0.0%	100.0%
教員	78.3%	20.3%	1.4%	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69.6%、教員評価では73.9%となっている。教員評価の方が4.3ポイント高くなっている。取組の継続により活発な意見交換がなされているゼミも多く見られるが、テーマが継続的であるために惰性で取り組んでいる学生も見られる。

Q 1 1. [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	無回答	合計
学生	48	19	1	1	69
教員	51	15	3	0	69
学生	69.6%	27.5%	1.4%	1.4%	100.0%
教員	73.9%	21.7%	4.3%	0.0%	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47.8%で、教員評価でも同数の47.8%となっている。また、「一定に理解した」を加えると、学生・教員ともに97.1%となっている。ここでも、取組の継続により、学生の活動への状況把握力の向上が見られる。

Q 1 2. [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。

	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	合計
学生	33	34	2	69
教員	33	34	2	69
学生	47.8%	49.3%	2.9%	100.0%
教員	47.8%	49.3%	2.9%	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73.9%で、教員評価では78.3%となっている。繰り返しになるが、取組の継続により、外部の人とのアポイントの重要性が十分に理解されてきていると思われる。また、学生同士の話し合い（学生自身によるサブゼミ）も多く実施されていた。

Q 13. [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	合計
学生	51	18	69
教員	54	15	69
学生	73.9%	26.1%	100.0%
教員	78.3%	21.7%	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71.0%で、教員評価では76.8%となっている。取組において多くの学生は悩みながら活動しているものの、比較的うまくストレスを解消できているようである。

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。

	1. うまく解消できた	2. あまり解消できなかった	合計
学生	49	20	69
教員	53	16	69
学生	71.0%	29.0%	100.0%
教員	76.8%	23.2%	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58.0%が「上昇した」と回答している。教員評価では68.1%となっており、それなりにチームワーク力は上昇したと考えられる。

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。

	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	合計
学生	40	21	8	69
教員	47	20	2	69
学生	58.0%	30.4%	11.6%	100.0%
教員	68.1%	29.0%	2.9%	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。

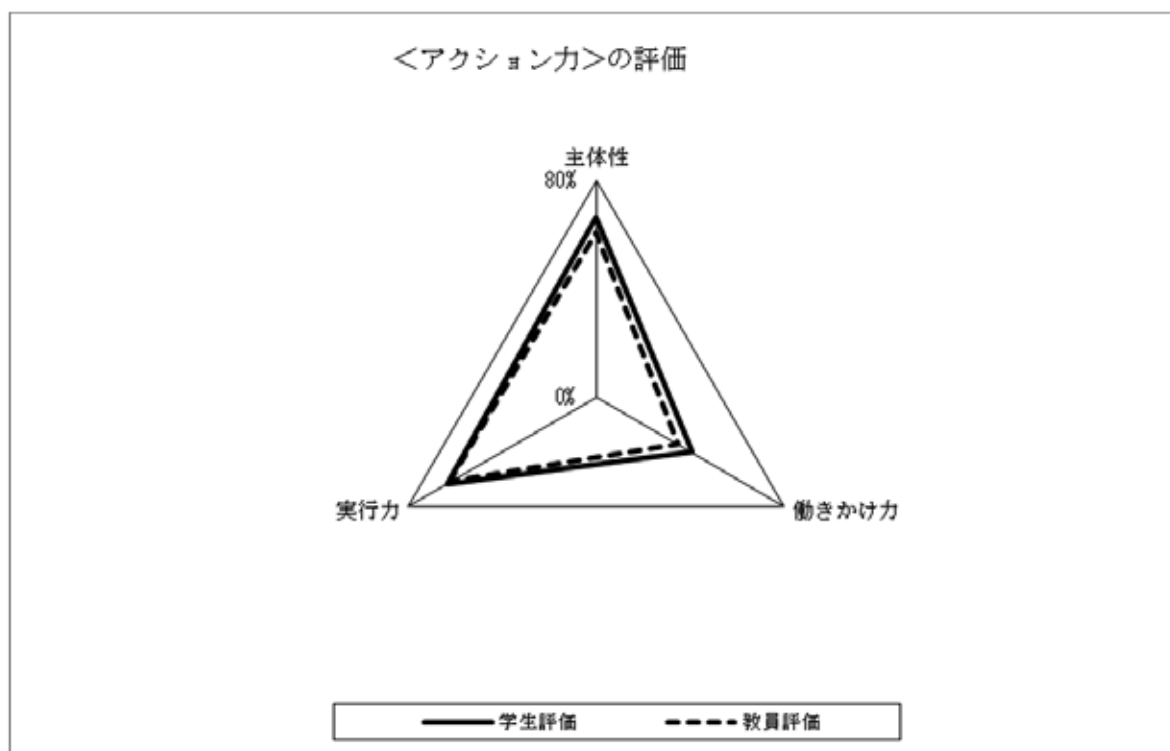
① アクション力

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、今年度の学生の場合、主体的には取り組めたと思っている学生の割合が66.7%と高いが、教員の評価は60.9%と低くなっている。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、教員はもう一歩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	66.7%	60.9%
働きかけ力	積極的に働きかけた学生の割合	40.6%	34.8%
実行力	確実に実行できた学生の割合	63.8%	62.3%

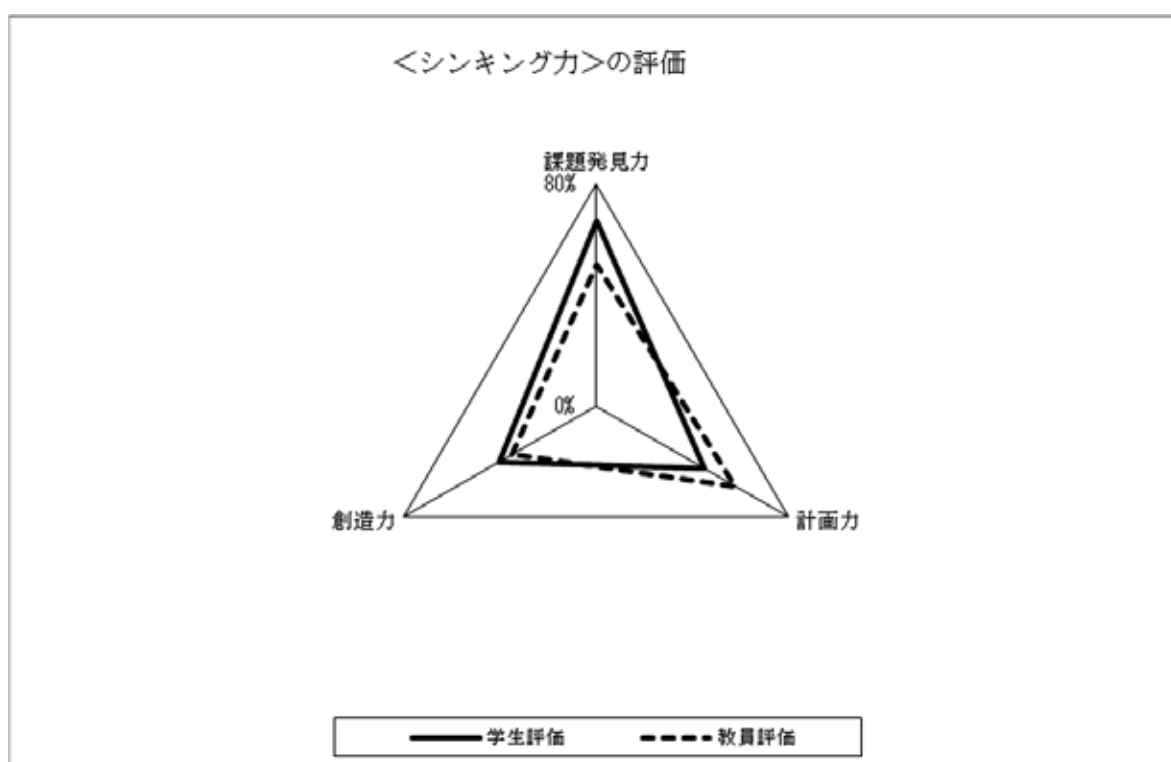


② シンキング力

学生の自己評価の場合、課題は見つけられたが、自分で計画して課題に立ち向かい、課題解決ができた学生は残念ながら少ないということになる。学生の自己評価では創造力が低くなっている。同様に、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。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	66.7%	50.7%
計画力	準備できた学生の割合	44.9%	58.0%
創造力	十分出せた学生の割合	40.6%	34.8%



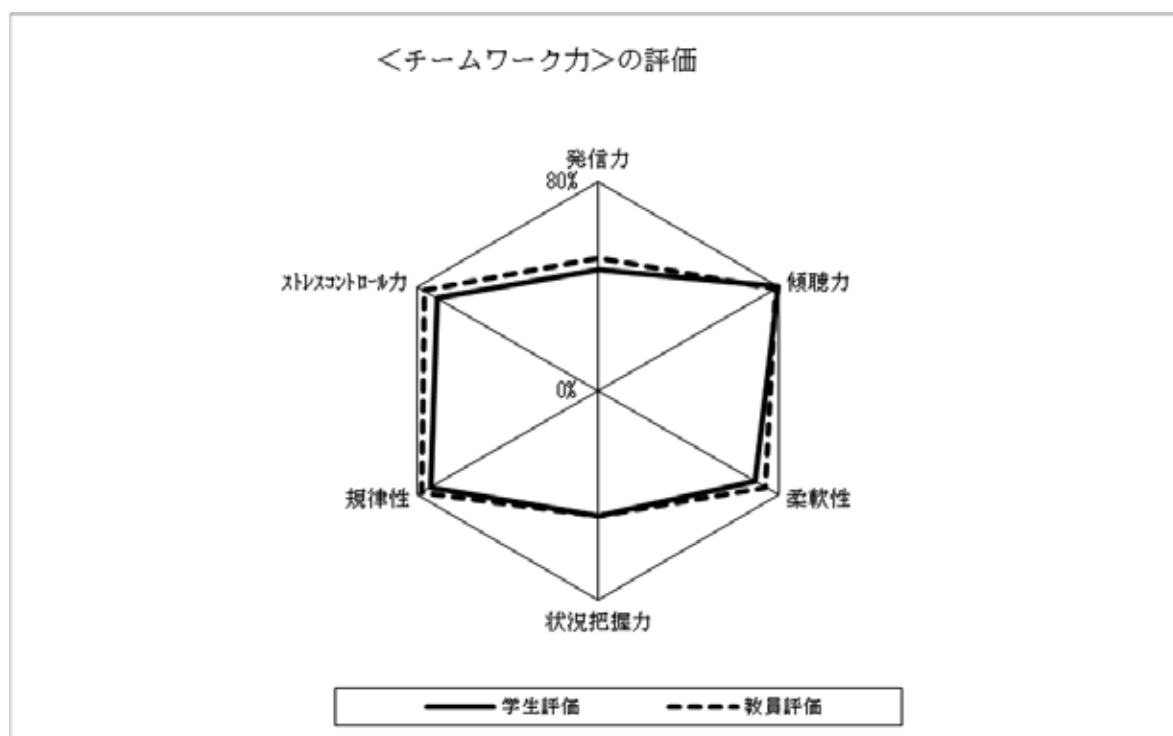
③ チームワーク力

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、ストレスコントロール力で、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だろう。

＜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	46.4%	50.7%
傾聴力	十分聞いた学生の割合	79.7%	78.3%
柔軟性	十分理解した学生の割合	69.6%	73.9%
状況把握力	十分理解した学生の割合	47.8%	47.8%
規律性	守った学生の割合	73.9%	78.3%
ストレスコントロール力	うまく解消できた学生の割合	71.0%	76.8%



④ 社会人基礎力の上昇度

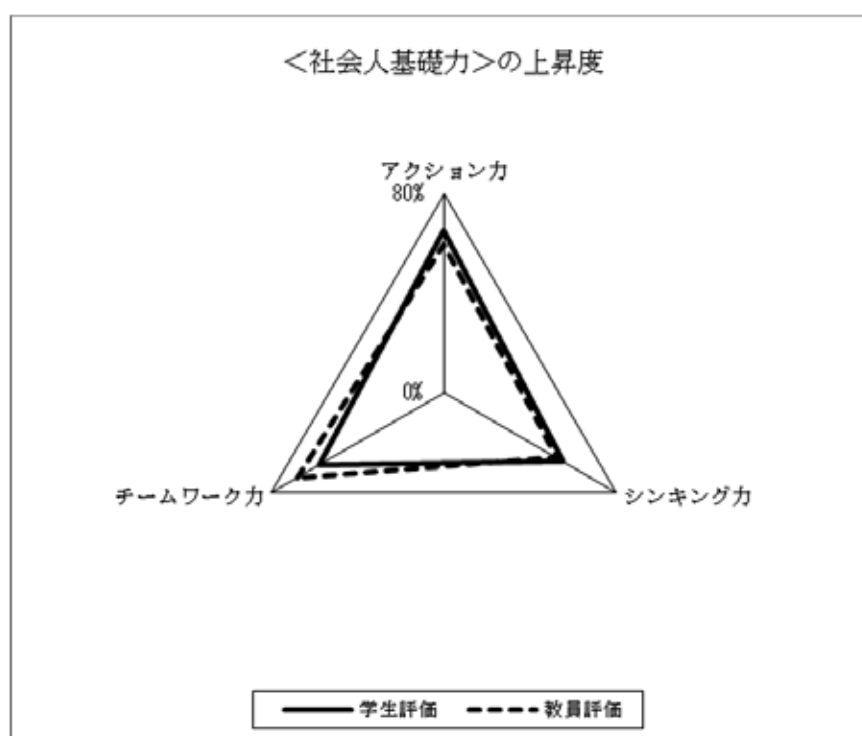
3つの社会人基礎力の上昇度（取組前と取組後の比較）は、学生の自己評価と教員評価の間にずれがあり、アクション力、シンキング力では学生評価の方が高いが、チームワーク力は教員評価の方が高くなっている。

この数値が高いか低いかは評価が分かれるところであろうが、1つの講義で学生の社会人基礎力がこれだけの伸びるということはあまり考えられず、プログラムとしては一応の成功がみられるのではなかろうか。

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	65.2%	59.4%
シンキング力	上昇した学生の割合	55.1%	52.2%
チームワーク力	上昇した学生の割合	58.0%	68.1%



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、185 名に対して 139 名回収できた。回収率は 75.1%である。当日は 10 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 87.4%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）と内容は合致しておりましたか。

		合致していた	あまり合致していなかった	合致していなかった	小計	無回答	合計
実数	アドバイザー	129	18	1	148	2	150
	一般参加者	217	40	4	261	89	350
	本学学生	493	58	7	558	52	610
	本学教職員	169	18	2	189	21	210
	不明	55	5	0	60	10	70
	合計	1,063	139	14	1,216	174	1,390
構成比 (%)	アドバイザー	87.2	12.2	0.7	100.0		
	一般参加者	83.1	15.3	1.5	100.0		
	本学学生	88.4	10.4	1.3	100.0		
	本学教職員	89.4	9.5	1.1	100.0		
	不明	91.7	8.3	0.0	100.0		
	合計	87.4	11.4	1.2	100.0		

(2) 取組に対する参加者の興味

各取組への興味については、「興味がある」という回答は、全体で 69.1%であった。興味を持てるかどうかは、扱う内容によるが、地域の課題を解決することを目的とした取組である以上、無意味な取組は無いわけで、この設問自体意味がないかもしれない。ただし、本学学生の興味の度合いが低い(56.4%)ことは問題であろう。学生がこれから社会に出て行く上で、多くの事柄に興味を持つことを期待したい。

Q2 この取組に興味がありましたか。

		興味がある	どちらかといえば、興味がない	小計	無回答	合計
実数	アドバイザー	125	24	149	1	150
	一般参加者	200	56	256	94	350
	本学学生	313	242	555	55	610
	本学教職員	141	48	189	21	210
	不明	56	4	60	10	70
	合計	835	374	1,209	181	1,390
構成比 (%)	アドバイザー	83.9	16.1	100.0		
	一般参加者	78.1	21.9	100.0		
	本学学生	56.4	43.6	100.0		
	本学教職員	74.6	25.4	100.0		
	不明	93.3	6.7	100.0		
	合計	69.1	30.9	100.0		

(3) 発表の仕方

発表については、「非常に優れていた」が 27.1%、「優れていた」が 53.3%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G Pの取組から通算すると8年目であり、学生の間には何とかなるだろうという雰囲気が感じられないこともない。自分たちの一年間の活動成果を発表することによって、地域貢献をしていくという意味を指導していく必要がある。

また、学生はミスをしないために原稿を作成するので、それを読むと棒読みになり、聞いている人に伝わりにくくなると言うことを指導していく必要もある。

Q3 発表の仕方はどう感じましたか。

		非常に優れていた	優れていた	やや問題あり	問題外	小計	無回答	合計
実数	アドバイザー	33	81	30	0	144	6	150
	一般参加者	55	136	53	17	261	89	350
	本学学生	174	299	78	7	558	52	610
	本学教職員	45	102	39	3	189	21	210
	不明	21	27	9	1	58	12	70
	合計	328	645	209	28	1,210	180	1,390
構成比 (%)	アドバイザー	22.9	56.3	20.8	0.0	100.0		
	一般参加者	21.1	52.1	20.3	6.5	100.0		
	本学学生	31.2	53.6	14.0	1.3	100.0		
	本学教職員	23.8	54.0	20.6	1.6	100.0		
	不明	36.2	46.6	15.5	1.7	100.0		
	合計	27.1	53.3	17.3	2.3	100.0		

(4) 取組の評価

取組の評価については、「非常に素晴らしい」が 29.7%であった。また、「素晴らしい」まで加えると 86.4%でそれなりに取組が評価されていることがわかる。本学学生についてみると両者の合計は 88.2%であり、興味を聞いた質問よりも 31.8 ポイントも増加している。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。

Q4 学生の取組としてどのように評価できますか。感想をお聞かせください。

		非常に素晴らしい	素晴らしい	やや物足りない	大学生のレベルに達していない	小計	無回答	合計
実数	アドバイザー	39	89	18	0	146	4	150
	一般参加者	60	151	39	3	253	97	350
	本学学生	189	306	61	5	561	49	610
	本学教職員	48	103	35	2	188	22	210
	不明	22	36	1	0	59	11	70
	合計	358	685	154	10	1,207	183	1,390
構成比 (%)	アドバイザー	26.7	61.0	12.3	0.0	100.0		
	一般参加者	23.7	59.7	15.4	1.2	100.0		
	本学学生	33.7	54.5	10.9	0.9	100.0		
	本学教職員	25.5	54.8	18.6	1.1	100.0		
	不明	37.3	61.0	1.7	0.0	100.0		
	合計	29.7	56.8	12.8	0.8	100.0		

第4章 取組結果のまとめ

平成26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あり、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8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があげられる。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、昨年度から2年生の参加が認められ、少人数ではあるが一定の成果が得られた。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。
- ⑤一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、よろしくお願い申し上げます。

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26年度 学生による地域活性化プログラム

高齢者の買い物支援 一栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より一

■担当教員

米山宗久

■ゼミ学生

4年生： 小野澤泰介 川津敬永 小林美穂 坂井愛優 酒井直也 福原寛生
3年生： 入澤郁也 尾坂亮 田中俊也 本間将嗣
2年生： 堀沙耶果 山田里津子 依田琴弓

■アドバイザー：佐藤修一 氏（栖吉コミュニティセンター長）

本間和也 氏（社会福祉法人長岡市社会福祉協議会地域福祉課 課長）

取り組みの目的

身体的・精神的状況、地域環境の変化、商店街の衰退、車社会の進展などによって、身近で買物できない高齢者が増加しています。このようなことから、平成25年度において提案した「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」を実現させるため、モデル地区を設定して「移動販売型買い物支援」の検証を行うことを目的としました。

取り組みの意義

昨年度のヒアリングで把握できたことは、高齢者にとって「買い物」とは、生活を維持するだけでなく、直接商品を見ること、人との会話やコミュニケーションを楽しむことが望まれていました。そのことを客観的に検証したり、生活品を販売している小売店の課題を考察することにより、高齢者が身近な場所で買物ができ、生きがいを持って生活することが実現できます。

活動の枠組みと方法

モデル地区を設定して検証を行いました。具体的には、

- ①栖吉地区の現状把握（バスツアーなど）
- ②栖吉地区の高齢者との交流（お茶の間）
- ③高齢者疑似体験の実施（大学内）
- ④高齢者買い物同行の実施（小売店への買い物）
- ⑤高齢者アンケートの実施（高齢者のみ世帯）
- ⑥小売店ヒアリングの実施（大型店と小規模店）

以上の取り組みから高齢者と小売店が抱えている課題や問題点を導き出し、さらに解決策を提案しました。

空き家を使った移動販売型買い物支援イメージ図



取り組みの成果

「移動販売型買い物支援」には、高齢者の期待や要望が多数を占めており、ゼミ提案の実現需要は大きく、一方、小売店は消極的な意見や運営面での不安が挙げられています。国で実施している買い物支援関係の補助金を充実する必要が求められています。今後の課題は、「空き家の利用」「財源確保」「地域住民組織との連携」を検証して、最終的集約を行い「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」を行政や関係機関などに提言することです。



平成26年度 学生による地域活性化プログラム

とちお祭への裏方参画と調査・情報発信

～長岡・栃尾地域を元気にするために～

■ゼミ担当教員
今瀬 政司

■ゼミ学生：五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎（3年生、五十音順）
■アドバイザー：荒木 隆（長岡市栃尾支所商工観光課）、安達一啓（長岡市市民協働推進室）

■今瀬政司ゼミナールの目的：「自治と協働による地域づくり」として、実社会の現場における実践的な活動や調査等のノウハウを学び、社会の中で「生きる力」の基礎を身につけ、地域の活性化に貢献すること
■成果：とちお祭の「裏方」として活動、調査、提言、情報発信等を行い（現場活動：30日間超）、栃尾の活性化に貢献

■事前取材とゼミ活動の企画立案 における試行錯誤【4～6月】	■「とちお祭」の歴史と現状の 調査【6月～翌1月】	■祭の会合等への参加と取材 【6月～11月】
<ul style="list-style-type: none"> ・ゼミ生が自ら企画を検討して立案。 ・企画書の第1案として「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」を作成後、様々な関係機関に訪問して事前取材・相談。 ・その過程で、具体的に「栃尾」、「とちお祭」、「裏方」に焦点を当てた。 ・企画書を何回も更新し、「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」として最終の企画書を立案した。 	<p>①「とちお祭」の歴史と経済的背景を文献資料と取材により調査</p> <p>②第60回とちお祭の「裏方」スタッフと「表方」参加者としての現場活動を通じて、実態を取材・記録して調査</p> 	<p>①結団式 ②安全祈願祭 ③仁和賀部会 ④仁和賀行進「栃尾本町」準備会 ⑤全日本樽みこし綱引き選手権大会説明会 ⑥祭りスタッフ打合せ会 ⑦大花火大会反省会 等</p> 
■祭の現場作業と取材（設営準備・当日運営・片付け）【6月～8月】	■大花火大会の現場作業と取材（設営準備・打上・片付）【8月】	■祭のイベント（当日の表方）への参加と取材【8月】
<p>①提灯・のぼり設置等の事前準備 ②チラシ配布等の事前PR活動 ③会場設営等の前日準備 ④当日の運営 ⑤会場等の後片付け</p> 	<p>①花火の打上げ場所の設営（枯れ草清掃、テント・防火水槽・照明・看板の設置等） ②花火の見学側の設営 ③打上の点火合図 ④花火の燃え殻回収、テント・防火水槽等の片付け</p> 	<p>①「全日本樽みこし綱引き選手権大会」に出場。準優勝！ ②「仁和賀行進」で栃尾本町区のパフォーマンス（ダンス・仮装等）に参加</p> 
■今瀬ゼミの「とちお祭」への提言【10月】	■とちお祭のイベント「仁和賀行進」の出前開催【10月】	■今瀬ゼミ活動の長岡市内巡回「パネル展」開催【10月以降】
<p>提言1 とちお祭の「裏方さん」（特に、若い人）が増えるようにすること</p> <p>提言2 「全日本樽みこし綱引き選手権大会」を栃尾以外に出前開催して魅力をPRすること</p> <p>提言3 地元の名物料理や家庭料理等の屋台を多く出すこと</p>	<p>長岡大学「悠久祭」で栃尾本町区の住民の方々と今瀬ゼミで、合同「仁和賀隊パフォーマンス」を披露（校舎を背に一緒に踊った）</p>  <p>※栃尾のPR活動</p>	<p>＜開催会場＞ ①長岡大学「悠久祭」 ②長岡市栃尾産業交流センターおりなす ③アオーレ長岡（市本庁舎） ④その他、市内各所で開催 ※栃尾のPR活動</p> 
■今瀬ゼミの情報発信【11月以降】	◆「第60回 とちお祭」の概要	◆今瀬ゼミの協力機関等（協働）
<p>①今瀬政司研究室ホームページ（今瀬ゼミの活動報告等を随時掲載） http://sicnp.jp/imase-nagaokauniv/</p> <p>②地域活性化プログラム成果発表会 ③「栃尾タイムス」に記事掲載 ※今瀬ゼミの活動報告等の情報発信を通じて栃尾と「とちお祭」をPR。栃尾への誘客等で地域活性化をめざす</p>	<p>◇日程：2014年8月23（土）・24（日） ◇内容：全日本樽みこし綱引き選手権大会／仁和賀行進／大花火大会／大民踊流し／みこし渡御／その他 ◇とちお祭事務局：栃尾観光協会（TEL）0258-51-1195（URL）http://tochiokankou.jp</p> 	<p>◇長岡大学ボランティア学生 ◇長岡市役所（栃尾支所商工観光課・地域振興課、市民協働推進室、政策企画課、地域振興戦略部） ◇栃尾観光協会 ◇栃尾本町区（住民） ◇栃尾煙火協会 ◇栃尾商工会 ◇NPO 法人市民協働ネットワーク長岡 ◇NPO 法人フォーラム栃尾熱都 ◇長岡市栃尾地域 NPO 連絡協議会 ◇山の暮らし再生機構栃尾サテライト</p>



平成26年度 学生による地域活性化プログラム

Future Agricultural Innovation

-未来の農業革新-

■担当教員

橋長真紀子

■ゼミ学生

4年生：池田隆祥、小田勇太、金子陽介、長橋賢和、Baavlai Badralmaa、涌井要

■アドバイザー：小林平仁氏（長岡市農林部農政課 課長）

中村郁雄氏（株式会社中村農園 代表）

研究の背景

安価な生産単価、また、新規参入者や後継者不足により高齢化の進行、そして労働人口の減少から大規模な経営ができないこと、また地球温暖化による天候不順より収穫量の減少と様々な問題を抱えている。

50～60年も続いた今までの古い農業のシステムでは現状に太刀打ちできず崩壊の危機を迎えている。農家を支えてきた農協。現在では、住宅ローンや金融を行い、本来の目的の仕事が中心となっておらず、年々、農協に卸す農家数や量も少なくなっている。生産量の問題ではなく、卸単価が叩かれているからである。ゆえに農家自身独自の販売が増えてきている。

高齢者農家は元気がないため、古い体制にしがみついているしかないが、若い世代のいる農家では、販売するために様々な取り組みや工夫を展開している。生産の面では海外の野菜生産、高級果物や販売単価の高めの野菜や果物の生産を中心に手広く生産物の種類を増やしている。販売の面ではスーパーや道の駅の一角に地元農家の直販スペースにてルートの開拓も積極的である。努力の結果、一部農家では多少なりとも収益は上がっているようだ。大きく収益を伸ばしている農家の成功例として魚沼のある農家は、高級食材として海外に卸している。

2014年度の取組

【アンケート調査3本柱：2014年10月】

- ① 認定農業者1100件〈郵送調査法〉
- ② 長岡市の地産地消（地産地消）の推進店100件〈郵送調査法〉
- ③ 長岡大学の学生302件〈集合調査法〉

〈2014年度 活動内容〉

- | | |
|-------|--------------------|
| 4～7月 | 先行研究＋アンケート作成 |
| 7月中旬 | 中間レビュー |
| 8・9月 | 調査票開発 |
| 9・10月 | 長岡市と調査票の校正＋調査票発送準備 |
| 10月 | 調査実施、中間発表パネル作成 |
| 11月 | 調査集計・分析 |
| 12月 | 成果発表会 |
| 1月 | 報告書の作成 |



【研究の総括】橋長ゼミによる提言





平成26年度 学生による地域活性化プログラム

十分杯で長岡を盛り上げよう

—知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるか—

■担当教員
権五景

■ゼミ学生
2年生：中沢 裕太、小川 雄気、中澤 司
■アドバイザー：太刀川喜三 氏
内山弘 氏（長岡歯車資料館 館長）

取り組みの目的

- ◇ 十分杯の認知度を高める。
- ◇ 「満つれば欠く」、「足るを知る」の文化を広める。
- ◇ 観光商品の開発

取り組みの意義

- ◇ 地域文化遺産の発掘
- ◇ 地元の歴史を活用した地域活性化
- ◇ 地域の企業や組織との協力による活動

取り組みの成果

- ◇ 地域の関係者と意見交換をはかる「十分杯会議」の開催
- ◇ 長岡藩と十分杯との関わりについての年表作成
- ◇ 観光列車「越乃シュクラ」で十分杯の広報活動がスタート
- ◇ 「十分杯ブログ」の開設



- ◇ アオーレ長岡での広報活動
- ◇ 「酒の陣」に参加
- ◇ 教訓について、詳細な文献研究

長岡と十分杯の関わり

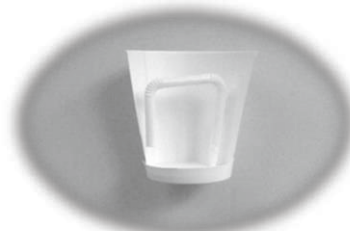
長岡藩を根底から支えていた精神は二つあったと言われている。一つが常在戦場（常に戦場にいる心構えを持って生き、ことに処す）の精神であり、もう一つが十分杯（戒め、節儉）の精神であるが、現在では十分杯の精神はあまり知られていない。

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）の時代にまで遡る。

長岡藩は開府してから新田開発や検地により財政が拡大一路にあった。さらに、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った。長岡も例外ではなかったかもしれない。

ちょうどその頃、高田藩で跡継ぎ問題が起きた。それを押さえるための出兵とその後の管理、そして度重なる水害により長岡藩は財政が逼迫するようになった。そこに、ある領民が持参した、「満つれば欠く」という教訓を持つ十分杯に強く感銘を受けた忠辰公は詩を詠み、藩の財政の引き締めをはかった。

また、近現代に入ってから長岡では、節目の年に記念品として配るという独特の文化が明治期から始まった。



学生が作成した紙
コップ十分杯

（十分杯会議の様子）



（アオーレでの広報活動の様子）





平成26年度 学生による地域活性化プログラム

ながおかバル街による 中心市街地・店舗の活性化

■担当教員
中村大輔

■ゼミ学生
4年生：小倉美樹、高橋奏、平野友望、村山夏生
3年生：波多将志、藤本峻生

■アドバイザー：大沼広美 氏（特定非営利活動法人 まちなか考房 事務局長）
高野裕 氏（株式会社パートナーズプロジェクト 代表取締役）

取り組みの目的

本取組は長岡市の中心市街地で年 2 回行われている「ながおかバル街」を通じた中心市街地・店舗の活性化を研究する。

具体的には、地域活性化およびバル街に関する文献研究、バル街運営への関与、シンポジウムの開催等を通じて、バル街の地域活性化に対する意義を学ぶ。そして中心市街地・店舗の活性化手段としてのバル街をこれまで以上に活性化させるための提言を行う。

取り組みの意義

①中心市街地が抱えている問題について、文献研究やイベントを通じて体感する。

②シンポジウムの開催やイベント運営に関与することで、社会人基礎力たる「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」を養成する。

活動の概要

①文献研究

小長谷ほか（2012）『地域活性化戦略』をゼミ生で輪読した（一部）。

②アンケート調査

3・4 年生を対象として、中心市街地の飲食店利用に関するアンケートを行った。結果はシンポジウムで報告した。

③シンポジウム開催

10 月の悠久祭において、「ながおかバル街シンポジウム」を開催した。

【ながおかバル街へ参加】



【バル街開催の手伝い】



取り組みの成果

10 月の悠久祭において、弘前市の「レストラン山崎」の山崎隆氏、まちなか考房大沼氏をお迎えして、シンポジウムを開催することができた。11 月のながおかバル街 Vol.6 では運営に関与し、学生目線でのバル街の楽しみ方をつづった Web ページを作成した。12 月の成果発表会では、これまでの活動を通じて得られた知識・体験から、これまで以上にバル街を活性化させるための提言を行った。

【ながおかバル街シンポジウムの開催】





平成26年度 学生による地域活性化プログラム

地域の魅力発信による絆結び

ー神谷の魅力をつなげ・ひろげるー



■担当教員
高橋治道

■ゼミ学生

4年生：伊藤健宏 太田愛実 國松優樹 古田島夏希 羽賀雄介 星田周哉
水品拓郎 大山真実

3年生：八藤後諒 今井大介 岡田孝

■アドバイザー：白井湛氏（長岡市 神谷区長）、
桑原真二氏（NPO 法人ながおか生活情報交流ねっと 理事長）

取組みの目的

長岡市神谷地区（旧越路町神谷地区）をモデルとして、地域に残る自然、文化・歴史、歴史的建造物などの資産を守りながら地域の活性化と次世代への継承を図る方策を試みる。今年度は、昨年度実施できなかった「E ボートによる須川下り」の実現を第一目的とした。また、神谷が「新潟県初のチューリップ開花地」であることを長岡市民に広めることを目的に、長岡市民の間における認知度の調査と神谷の地におけるチューリップ植栽活動を行う。

取り組みの成果

神谷地域に残る有形無形の歴史的建造物や伝統文化等を生かした地域活性化策を考える中で、参加学生自身が自分の生まれ育った地域を新たな視点で見つめなおし、地域コミュニティに参加して行く姿勢を学ぶことができる。また、取り組みの企画・実行、地域住民との交流を通して、シンキング力、アクション力、コミュニケーション力などの社会人基礎力を身に付けることができる。

【活動の写真集】

E ボート下見会の様子



運動会



チューリップの植栽



丘陵公園での認知度調査



観桜会

活動の枠組みと方法

昨年度からの「地域の魅力発信による絆結び」活動を引き続き行うこととし、一つは、25年度に実現できなかった「E ボートによる須川下り」の取り組みに再チャレンジすることとした。また、これまでの先輩が取り組んできた活動の成果を踏まえながら、神谷が「新潟県初のチューリップ開花地」であることを長岡市民に広く知らせるための活動を引き続き行うこととした。E ボートの活動は、これまでの活動の継続性から4年生が担当し、チューリップにかかわる活動を3年生が行うことにし、二つの班（E ボート班、チューリップ班）を設定した。

各班が独自に活動を行うと共に、地域の行事には積極的に参加し、神谷の人たちとの交流を深める活動も行う。

活動の概要

E ボート班

- ・昨年度、E ボートを借りるができず、実現できなかった“神谷の中を流れる「須川」をE ボートで下る”企画に再挑戦した。今年度は、須川の河川使用許可、E ボートの操船と安全講習会など、川下り当日までの諸課題を情報共有システムも使いながら議論・解決に向けて取り組んだ。10月18日に実施した川下りの様子は、10月22日にNHKの「クローズアップ現代」で全国放送された。

チューリップ班

- ・神谷が「新潟県初のチューリップ開花地」である認知度調査を10月19日に越後丘陵公園で行い、78名から聞き取りを行った。
- ・「新潟県初のチューリップ開花地」をアピールするチューリップ植栽を神谷の住民が主体となった活動にすることを目的に「チューリップ植栽活動への参加呼びかけ」のチラシを回覧板で回覧した。11月18日の植栽日は、神谷の住民4名も参加された。この様子は、11月22日の新潟日報朝刊で報道された。

その他

- ・観桜会、どろんこ田植え、いかだ修復作業、神谷区民運動会などの行事へ参加し、神谷の人たちとの交流を深めた。



平成26年度 学生による地域活性化プログラム

小千谷市中心市街地活性化のための 若者による提言

■担当教員
鯉江康正

■ゼミ学生
4年生：小幡陽生、石井恵夢 3年生：高橋良樹、廣川友香 2年生：新保祐樺、中原紗貴美
■アドバイザー：
樋熊捷平 氏（株式会社たかの）
安達一啓 氏（長岡市市民協働推進室市民協働班 主査）

取り組みの背景

近年、小千谷市本町通りは店舗の移転や閉店が相次ぎ、商店街はシャッターが多く見受けられ人の流れが少なくなっている。

株式会社たかの会長の高野雅氏から「学生のアイデアで本町通りを中心に小千谷市の地域活性化ができないか」との依頼を受け、平成25年度にこのプロジェクトが発足した。

活動の枠組みと方法

- 平成25年度は、まず住んでいる人から見た小千谷と、周りから見た小千谷では、どのような違いがあるのかといったアンケートを実施した。

アンケートの目的

小千谷市民および小千谷市以外に住んでいる人から見た小千谷市の魅力を調査することにより、今後の小千谷市の魅力発信に役立てる。

調査内容

- 1、回答者の属性（性別、年齢、居住地）
- 2、参加したことのある催し、購入したり食べたことのある名物
- 3、訪問したことのある景勝、史跡、施設

調査結果のポイント

小千谷市民が参加したり食べたりしたことのあるものの代表は「おぢやまつり」「小千谷そば」であった。これに対して、長岡市民からみたそれは「片貝まつり四尺玉花火」「小千谷そば」であった。

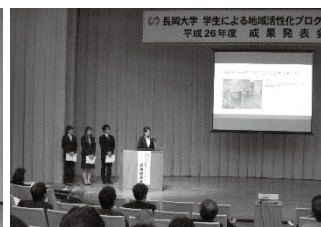


- 平成26年度は、昨年度の活動を踏まえ小千谷活性化案を具体化し、下記の3つの提案を行った。

1. 就学前児童を対象とした総合施設の提案
（「わんパーク」の機能強化）
2. 本町通りを利用したイベントの提案
（そばと坂道を利用した「流しそば」や雪と坂道を利用した「そり大会」）
3. 空き店舗、空き施設を利用した地域活性化案の提案
（「地域密着型複合施設」、「パブリックビューイング等の施設」、「ニュースポーツの場の提供」）



（成果発表会の様子）



2年間の取り組みを通して

ゼミナール活動とは違い不定期での活動だったため時間が足りなく、中途半端になってしまった点、情報収集不足だった点が多かった。もともとメンバーの大部分が小千谷市についての知識が無いなか、2年間小千谷市について活動して多くのことや魅力を知ることができた。多くの観光地やスポットが小千谷市にはあるので、そういったものとリンクして活性化につながればいいと感じる。



平成26年度 学生による地域活性化プログラム

企業の情報発信とホームページの役割

■担当教員

村山光博

■ゼミ学生

4年生：猪俣陵、神田美典、黒崎修平、佐々木貴章、謝吉喆、布川尊也、喻彬

3年生：高橋諒成、小野祥太郎、孫偉、宮崎翔、熊浩、李楊

■アドバイザー：山田哲也氏（NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 事務局次長）

杉浦聡氏（株式会社スノーキャスト 代表取締役）

取り組みの目的

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）に合わせた適切な情報を、より効果的に発信できるように改善を図ることで、閲覧者の増加から問い合わせや引き合いの増加へとつなげ、地域の中小企業の活性化を目指す。

取り組みの成果

1. 企業3社に対する自社ホームページの運用状況をヒアリング調査した結果から、優れた活用事例としてホームページ運用の要点をまとめた。
2. 越後工業株式会社のホームページのリニューアルに向けて、デザイン案を策定した。

取り組みの意義

- ・ 自社ホームページの改善に向けて企業の業務内容や商品の特徴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。
- ・ ホームページ情報の調査を通して企業研究を行うことにより、学生の調査能力や社会人基礎力の向上を図る。

活動の概要

1. 継続的なホームページの改善を図っている企業の代表として、NAZE 会員企業の株式会社片山抜型製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社大原鉄工所の3社を訪問し、ホームページの運用状況についてのヒアリング調査を行った。調査の結果から、ホームページの効果的な運用には、次のようなことが必要であることがわかった。

- ・ ターゲットとなる閲覧者からホームページに繰り返しアクセスしてもらうために、日々の情報発信と定期的な改訂を心がける。
- ・ ターゲットの利便性向上を常に考えて、コンテンツを企画し、提供する。
- ・ ホームページからの問い合わせへの適切な対応などから、顧客とのリアルな関係につなげていく。
- ・ 必要に応じて、専門業者の協力も得ながら継続的な改善を図る。

活動の枠組みと方法

本取り組みは、NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の「企業ホームページ改善支援事業」との連携事業である。これまでの5年間の活動では、NAZE の事務局を通して会員企業の中から実際に自社ホームページの改善を図ろうという意向のある企業を募集し、各年度で応募企業の2～3社を対象として学生グループが調査や改善提案を行ってきた。



2. 越後工業株式会社の自社商品である車椅子の中国への販売展開にともなう自社ホームページのリニューアルに向けて、ゼミ学生がページデザイン案の策定を行った。デザイン案の策定に先立って、同社を訪問し、業務内容およびホームページの運用状況などについてヒアリングを行った。



平成26年度 学生による地域活性化プログラム 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推進―

■担当教員
広田秀樹

■ゼミ学生
4年生：間野宏樹
3年生：新保太基・増田祐也・福澤里奈・刘婷・樋口将太
■アドバイザー：大出恭子氏（コミュニティ・リーダーズ・ネットワーク代表）
デビッド＝ブズロー氏（ITコンサルタント）

取り組みの目的

- ・草の根・地域からのグローバルゼーション推進
- ・世界のどこの出身の人が来ても歓迎されるような地域の構築
- ・グローバルゼーションの潮流を地域活性化に寄与させる方途の探究

グローバルゼーションとは？

Globalization（地球一体化）



あらゆる点で、世界的交流が盛んになり、世界全体が一体化していくこと。

取り組みの意義

草の根・地域からグローバルゼーション（地球一体化）を平和的に進めその過程を地域活性化に役立てることを志向する活動を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推進）と定義する。この活動の積み重ねが地域活性化に連動するものと確信する。



取り組みの成果

- ・世界から地域に来られた多数の方と交流する中で、「世界のどこから来ても歓迎されるような地域の構築」に寄与できた。
- ・グラスルーツグローバルゼーションの諸活動を切っ掛けとして集中学習を行い専門知識等を獲得することができた。

【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：外国人の方等をゼミに招待し交流

↓

Visit：外国人の方が集まる場所等への訪問

↓

Donate：学園祭に出店し利益を世界に寄附

【活動の概要】

- ・グローバルゼーションの包括的学習
- ・ベネズエラ人留学生との交流
- ・スリランカ人大学教員との交流
- ・タイレストランへの訪問・交流
- ・中国料理店への訪問・交流
- ・韓国料理店への訪問・交流
- ・フェアトレードショップへの訪問・交流
- ・ユニセフへの寄附活動
- ・グラスルーツグローバルゼーションの諸活動を切っ掛けとしての集中学習

＜ヒアリング活動の様子＞



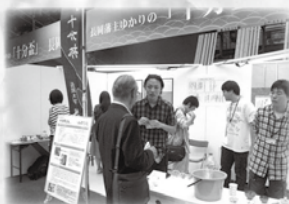
長岡地域〈創造人材〉育成プログラム
平成25～29年度文部科学省「地(知)の拠点整備事業」(大学COC事業)採択

学生による地域活性化プログラム 平成26年度 成果発表会

〈プログラム〉

- ◆米山 宗久ゼミ：高齢者の買い物支援 ― 栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より―
- ◆今瀬 政司ゼミ：とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
- ◆橋長真紀子ゼミ：Future Agricultural Innovation ― 未来の農業革新―
- ◆権 五景ゼミ：十分杯で長岡を知らせよう!
- ◆中村 大輔ゼミ：ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化
- ◆高橋 治道ゼミ：地域の魅力発信による絆結び ― 神谷の魅力をつなげ・ひろげる―
- ◆小千谷活性化プロジェクトチーム：小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言(鯉江 康正)
- ◆村山 光博ゼミ：企業の情報発信とホームページの役割
- ◆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推進―
- ◆鯉江 康正ゼミ：新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施

【総評】 長岡市市長政策室政策企画課 課長 中村 英樹 氏
株式会社ホクギン経済研究所 副所長 宗田 俊弥 氏



日時

平成26年 **12月6日(土)**
13:00～17:00 (受付開始 12:30)

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。

定員

250名 入場無料

申込締切／**12月1日(月)**

◆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
公益財団法人 いがた産業創造機構
NPO法人 長岡産業活性化協会 NAZE

お問い合わせ・お申込み

FAX: 0258-39-9566

TEL: 0258-39-1600(代)

〒940-0828 長岡市御山町80-8

<http://www.nagaokauniv.ac.jp>

e-mail: porev@nagaokauniv.ac.jp

長岡大学教務学生課

地域活性化プログラム担当: 恩田

氏 名				会 社 等	
住所・連絡先	〒				
電話番号			F A X		
E-mail					

※ご登録いただいた個人情報は、本学規定に従って厳正に管理します。

学生による地域活性化プログラム 平成 26 年度 成果発表会

平成 26 年 12 月 6 日（土）ホテルニューオータニ長岡 NC ホールにおいて、長岡大学生による地域活性化プログラム平成 26 年度成果発表会を実施いたしました。参加者は 194 名（地域連携アドバイザー 19 名、一般 58 名、本学教職員 41 名、学生 76 名）でした。

今年度は新たに 3 つのゼミナールが加わり、長岡・小千谷地域の活性化をテーマに 9 つのゼミナールと 1 チームの計 10 グループが成果発表を行いました。総合アドバイザー、各ゼミのアドバイザーの皆様から、多くの貴重なアドバイスやご意見をいただくことが出来ました。このような活動を通じて学生の社会人基礎力は大幅に向上したと思われます。

次年度も引き続き学生による地域活性化プログラムを計画しており、学生が地域人として活躍できるものと期待しております。



【プログラム】

- 米山 宗久ゼミ：高齢者の買い物支援－栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より－
- 今瀬 政司ゼミ：とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
- 橋長真紀子ゼミ：Future Agricultural Innovation－未来の農業革新－
- 権 五景ゼミ：十分杯で長岡を知らせよう！
- 中村 大輔ゼミ：ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化
- 高橋 治道ゼミ：地域の魅力発信による絆結び－神谷の魅力をつなげ・ひろげる－
- 小千谷活性化プロジェクトチーム：小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言
- 村山 光博ゼミ：企業の情報発信とホームページの役割
- 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推進－
- 鯉江 康正ゼミ：新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施



① 米山宗久ゼミ



② 今瀬政司ゼミ



③ 橋長真紀子ゼミ



④ 権五景ゼミ



⑤ 中村大輔ゼミ



⑥ 高橋治道ゼミ



⑦ 小千谷活性化
プロジェクトチーム



⑧ 村山光博ゼミ



⑨ 広田秀樹ゼミ



⑩ 鯉江康正ゼミ



株式会社ホクギン経済研究所
副所長 宗田 俊弥 氏



市長政策室政策企画課
課長 中村 英樹 氏

最後に総合アドバイザー2 名
から総評をいただきました。
アドバイザーの皆様、1 年間
ありがとうございました。

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	<p>〔主体性〕あなたは、進んで取り組みましたか。</p> <p>1. 進んで取り組んだ 2. あまり進んで取り組めなかった</p> <p>3. 取り組めなかった</p>
	<p>〔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。</p> <p>1. 積極的に働きかけた 2. あまり働きかけられなかった</p> <p>3. ほとんど働きかけなかった</p>
	<p>〔実行力〕あなたは、取組を確実に実行できましたか</p> <p>1. 確実に実行できた 2. あまり実行できなかった</p> <p>3. ほとんど実行できなかった</p>
	<p>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、上昇したと思いますか。</p> <p>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</p>
シ ン キ ン グ	<p>〔課題発見力〕あなたは、課題を明らかにできましたか。</p> <p>1. 明らかにできた 2. あまり明らかにできなかった</p> <p>3. ほとんど明らかにできなかった</p>
	<p>〔計画力〕あなたは、課題解決の準備ができましたか</p> <p>1. 準備できた 2. あまり準備できなかった</p> <p>3. ほとんど準備できなかった</p>
	<p>〔創造力〕あなたは、新しいアイデアを出せましたか。</p> <p>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</p>
	<p>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。</p> <p>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</p>
チ ー ム ワ ー ク	<p>〔発信力〕あなたは、自分の意見を相手に伝えられましたか。</p> <p>1. 十分伝えられた 2. あまり伝えられなかった</p> <p>3. ほとんど伝えられなかった</p>
	<p>〔傾聴力〕あなたは、相手の意見を聞けましたか。</p> <p>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</p>
	<p>〔柔軟性〕あなたは、意見の違いなどを理解しましたか。</p> <p>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</p>
	<p>〔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。</p> <p>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</p>
	<p>〔規律性〕あなたは、ルールや約束を守りましたか。</p> <p>1. 守った 2. あまり守れなかった</p>
	<p>〔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。</p> <p>1. うまく解消できた 2. あまり解消できなかった</p>
	<p>取組前と比較して、チームワーク力（発進力、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、上昇したと思いますか。</p> <p>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</p>

（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	<p>〔主体性〕 この学生は、進んで取り組みましたか。</p> <p>1. 進んで取り組んだ 2. あまり進んで取り組めなかった</p> <p>3. 取り組めなかった</p>
	<p>〔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。</p> <p>1. 積極的に働きかけた 2. あまり働きかけられなかった</p> <p>3. ほとんど働きかけなかった</p>
	<p>〔実行力〕 この学生は、取組を確実に実行できましたか</p> <p>1. 確実に実行できた 2. あまり実行できなかった</p> <p>3. ほとんど実行できなかった</p>
	<p>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、上昇したと思いますか。</p> <p>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</p>
シンキング	<p>〔課題発見力〕 この学生は、課題を明らかにできましたか。</p> <p>1. 明らかにできた 2. あまり明らかにできなかった</p> <p>3. ほとんど明らかにできなかった</p>
	<p>〔計画力〕 この学生は、課題解決の準備ができましたか</p> <p>1. 準備できた 2. あまり準備できなかった</p> <p>3. ほとんど準備できなかった</p>
	<p>〔創造力〕 この学生は、新しいアイディアを出せましたか。</p> <p>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</p>
	<p>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。</p> <p>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</p>
チームワーク	<p>〔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。</p> <p>1. 十分伝えられた 2. あまり伝えられなかった</p> <p>3. ほとんど伝えられなかった</p>
	<p>〔傾聴力〕 この学生は、相手の意見を聞けましたか。</p> <p>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</p>
	<p>〔柔軟性〕 この学生は、意見の違いなどを理解しましたか。</p> <p>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</p>
	<p>〔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。</p> <p>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</p>
	<p>〔規律性〕 この学生は、ルールや約束を守りましたか。</p> <p>1. 守った 2. あまり守れなかった</p>
	<p>〔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。</p> <p>1. うまく解消できた 2. あまり解消できなかった</p>
	<p>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、上昇したと思いますか。</p> <p>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</p>

（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 26 年度「地域活性化プログラム成果発表会」意見シート

2014. 12. 6 (土)

本シートは、学生の「ビジネス展開能力」を判断するもので、各取組の優劣を判断するものではありません。したがって、忌憚のないご意見をお願いいたします。

各質問の該当する番号に○をつけてください。

<あなたの所属を教えてください>

- | | | | |
|---------------|----------|---------|----------|
| 1. 地域連携アドバイザー | 2. 一般参加者 | 3. 本学学生 | 4. 本学教職員 |
| 5. その他 () | | | |

ゼミ : (ゼミテーマ)

Q 1 取組テーマ (タイトル) と内容は合致しておりましたか。

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 この取組に興味がもてましたか。

1. 興味がある 2. どちらかといえば、興味がない

Q 3 学生の取組としてどのように評価できますか。感想をお聞かせください。

1. 非常に素晴らしい 2. 素晴らしい
3. やや物足りない 4. 大学生のレベルに達していない

Q 4 発表の仕方はどう感じましたか。

1. 非常に優れていた 2. 優れていた 3. やや問題あり 4. 問題外

Q 5 本取組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26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 26 年度 活動報告書 第Ⅱ部

学生による活動報告 目次

- 米山 宗久 ゼミ
高齢者の買い物支援
ー 栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より ー……………Ⅱ－1

- 今瀬 政司 ゼミ
とちお祭への裏方参画と調査・情報発信……………Ⅱ－55

- 橋長真紀子 ゼミ
Future Agricultural Innovationー未来の農業革新ー……………Ⅱ－117

- 権 五景 ゼミ
十分杯で長岡を盛り上げよう
ー知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるかー……………Ⅱ－169

- 中村 大輔 ゼミ
ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化……………Ⅱ－215

- 高橋 治道 ゼミ
地域の魅力発信による絆結び
ー 神谷の魅力をつなげ・ひろげる ー……………Ⅱ－265

- 小千谷活性化プロジェクトチーム
小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言……………Ⅱ－307

- 村山 光博 ゼミ
企業の情報発信とホームページの役割……………Ⅱ－331

- 広田 秀樹 ゼミ
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推進 ー……………Ⅱ－393

- 鯉江 康正 ゼミ
新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施……………Ⅱ－429

高齢者の買い物支援

— 栖吉地区における高齢者買い物同行や調査より —

米山ゼミナール

11E007	小野澤泰介	12E004	入澤郁也	13M030	堀沙耶果
11E012	川津敬永	12E005	尾坂 亮	13M036	山田里津子
11E018	小林美穂	12E018	田中俊也	13M039	依田琴弓
11E020	坂井愛優	12M031	本間将嗣		
11E022	酒井直也				
11E040	福原寛生				

目 次

1. はじめに（小野澤泰介）
 - 1.1 研究目的
 - 1.2 高齢者と買い物弱者
 - 1.3 買い物支援をテーマにした意義
 - 1.4 研究方法
 - 1.5 今年度の目的
 - 1.6 昨年度のおさらい
 - 1.7 栖吉地区を選択した理由
 - 1.8 高齢者疑似体験
2. 栖吉地区について（小林美穂）
 - 2.1 高齢者の現状
 - 2.2 栖吉の現状把握
 - 2.3 高齢者との交流会
 - 2.4 買い物同行
3. 高齢者アンケートについて（坂井愛優）
 - 3.1 アンケート調査
 - 3.2 アンケートの結果
 - 3.3 アンケートの考察
4. 事業所ヒアリング（福原寛生）
 - 4.1 調査目的
 - 4.2 調査方法
 - 4.3 事業所の選定
 - 4.4 ヒアリング内容
 - 4.5 結果
 - 4.6 考察
5. 高齢者同行等、アンケート調査及び事業所ヒアリングからの課題（川津敬永）
 - 5.1 高齢者同行等を通しての課題
 - 5.2 高齢者アンケートを通しての課題
 - 5.3 事業所ヒアリングを通しての課題
 - 5.4 全体を通しての課題
6. ゼミ案実現に向けての方策（酒井直也）
 - 6.1 高齢者側の課題
 - 6.2 事業所側の課題
 - 6.3 まとめ

謝辞

参考文献

資料

1. はじめに

1.1 研究目的

近年、日本では少子高齢化や過疎化等の社会情勢の大きな変化に伴って、住宅地周辺の商店や公共交通機関、医療・福祉等において日常生活に必要不可欠な「生活のインフラ」が弱体化してきている傾向が見受けられる。こうした中、住民のニーズに地方自治体だけの対応では困難になってきているという現実である。こういった地域の高齢者に対しての問題が懸念される中、経済産業省では、流通事業者等を中心とした民間主体と地方自治体等が連携して、持続的に行う地域の課題に対応する事業（宅配、移動販売、地域のコミュニティ活動との連携・協力）について、「地域生活のインフラを支える流通のあり方研究会」で検討されている。

経済産業省の研究では、買い物弱者の増加等の問題を解決するためには、流通事業者や地方自治体等の地域の主体が連携して事業の実施をすることが重要であることの結論に至っている。こういった地域の主体の連携による取り組みを進めていくために、関係省庁が協力しながら、買い物支援等における成功事例のポイントを整理した事例集を作成して、セミナー等を通じて普及・啓発を行っていく等、国としても積極的に関与を図っていくことを提言している。

このようなことから、本研究では、昨年研究した「高齢者の買い物支援—地域のつながりの再構築」の具体策として提案した「空き家を使った移動販売型買い物支援(市場併用)」を実現可能とするため、モデル地区として長岡市栖吉地区在住の高齢者を対象にアンケート調査、また高齢者だけでなく地域周辺のスーパーや商店へのヒアリング調査や買い物同行を行い、今後これからの買い物支援を実現するための対策を提案することを目的とする。

1.2 高齢者と買い物弱者

WHO（世界保健機関）の定義では、65歳以上の高齢者の人たちのことをいう。65歳～74歳までの高齢者を前期高齢者、74歳以上の高齢者を後期高齢者としている。現在、日本の高齢者の割合は2割を超え、世界で最も高い水準となっている。そして、今後も高齢者の割合は増加していく傾向にあると考えられ、総務省統計局によると2015年には25%を超えると見込まれている。

平成25年12月1日頃の高齢者人口は3207万人で、総人口に占める割合は25.2%となっている。この傾向に伴って、近年、周辺地域の高齢者の買い物弱者が年々増えてきている。

買い物弱者とは、流通機能や交通網の弱体化、高齢による身体的な問題により外出が困難、また歩いて行ける距離に商店街やスーパーや大型商業施設がない、車を所持していない、遠くの場所に歩いていくことが困難等といった諸々の理由によって、食料品や生活必需品・日用雑貨等といった日常生活における買い物に困難な状況に置かれている高齢者のことを言う。そして、近年、こういった買い物に対して困難な状況に置かれている高齢者の方々が増加の兆候が見られてきている。そして、この兆候は高齢者が多く暮らす過疎地域や高度経済成長期の頃に多く建設された大規模団地地帯で多く見られてきている。

そして現在、経済産業省では、買い物弱者と呼ばれる高齢者の方々が日本国内におよそ600万人いると推測されており、今では、買い物弱者600万人時代とも言われている現状である。特に国内の中山間地域を中心とした農山漁村では、スーパーや商店の撤廃や廃業

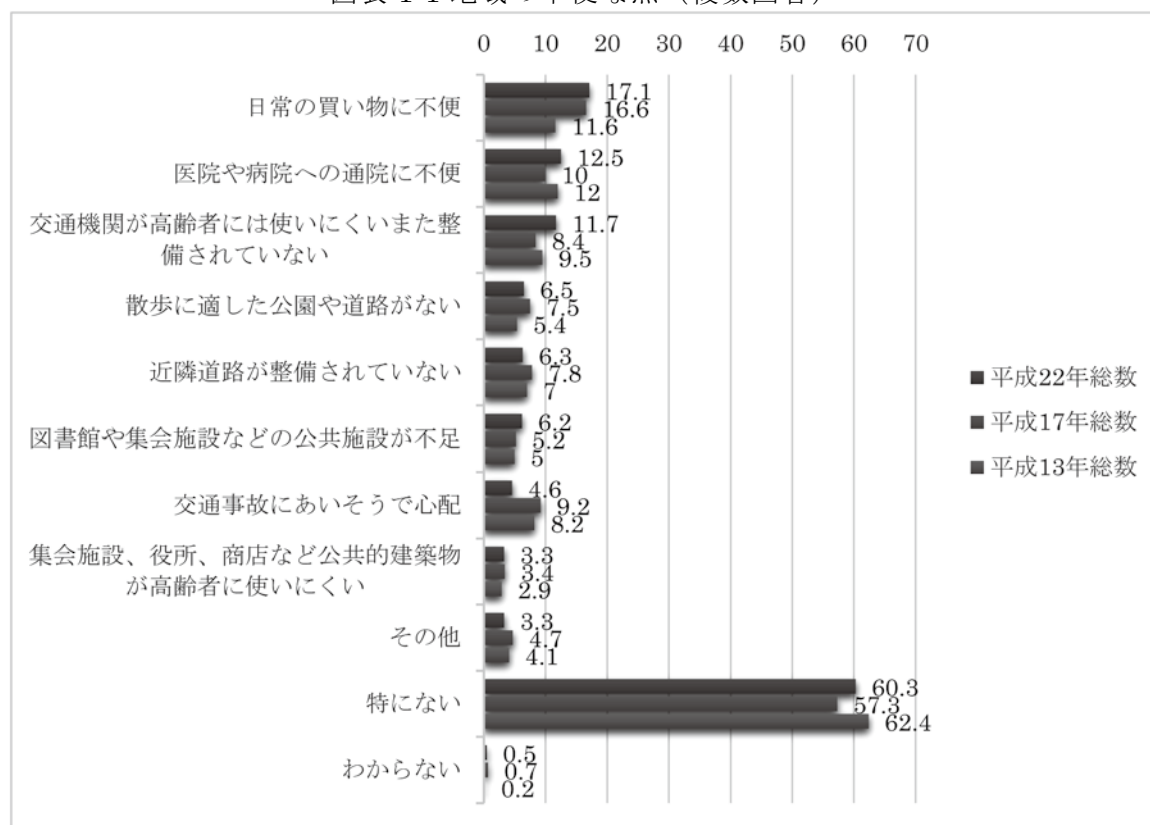
に伴って、買い物弱者が今後さらに増加していくと考えられている。さらに少子高齢化が進んでいくにつれて、より買い物弱者は増加していくかもしれないと予測されている。

現在、日本では小売業の店舗数は 1980 年代前半をピークに減少し続けているが、総売り場面積は増加傾向にある。その理由は、大型スーパーやデパートといった大型店の拡大によって売り場は拡大していく一方で、売り場面積の小さい個人商店といった小規模店舗などが減少していることを示している。さらに日本では、2020 年には 60 歳以上の人口割合が 35%を超えると推計されており、外出が困難になる高齢者がさらに増加していくと予測されている。

1.3 買い物支援をテーマにした意義

まず、平成 22 年度に内閣府が 60 歳以上の高齢者を対象に行った「高齢者の住宅と生活に関する意識調査」より、現在その地域に住んでいる高齢者が感じている不便な事をまとめた点について考察してみる。(図表 1-1)

図表 1-1 地域の不便な点（複数回答）



(出所) 内閣府 (2010)

地域に住んでいる高齢者の方々から住んでいる地域について不便だと思っている点について分析を行った結果では、「特にない」が 60.3%と全体の約 6 割を占めている結果となっている。またその他の項目に着目してみると、「日常の買い物に不便」と回答をした方々が 17.1%と最も多く、次に「医院や病院への通院に不便」が 12.5%、「交通機関が高齢者には使いにくい、整備されていない」が 11.7%と続く。

しかし、これは、高齢者以外にも日常生活における買い物に不便さを感じている地域住民も少なくないが、高齢者の場合は、足腰も弱く若年層の方々と比べて遠距離への移動が大変困難と考えられるため体にかかる負担が非常に大きくなる。そして、近年、住んでい

る地域から大きく離れた地域に大型スーパーやデパートといった大型商業店舗の増加に伴い、高齢者の方々が歩いていける距離にある商店などが大きく減少してきている。

そして、高齢者の方々は加齢に伴い、外出する機会が大きく減少していく傾向にあり、外出する頻度が低い人ほど日常生活における買い物が大変困難な状況となってくる。しかし、高齢者の方々を含むいろいろな人たちが日常生活をしていくためには、食事は絶対に欠かすことはできないため今後とも高齢者の方々が住んでいる地域で不便なく買い物をできる環境を作っていくことが今後の課題となる。

1.4 研究方法

1.4.1 調査対象者

本研究の調査対象者は、長岡市在住の栖吉地区の 65 歳以上の高齢者、大型店舗、コンビニエンスストア、個人運営の小規模の小売店舗とした。

1.4.2 調査方法

本研究では、昨年度とは違い、学生がモデル地域の人々と触れ合う機会を重視するだけでなく、毎月 1 回に行われる栖吉地区のコミュニティセンターでのお茶の間に参加して互いにコミュニケーションを取りながら情報交換を行った。

調査方法として、栖吉地区の高齢者の方々には、民生委員の方々とのアンケート項目の検討やアンケート実施時期の確認をして、栖吉地区在住の 65 歳以上の単身世帯または夫婦世帯の方々（110 名）にアンケート調査を実施した。また、ヒアリングの調査先としては、大型店舗 2 店、コンビニエンスストア 1 店・小規模小売店舗 2 店に訪問を行いヒアリングの調査を行った。

1.5 今年度の目的

今年度は、昨年度に提案した案を実現するためにモデル地区として栖吉地区を選定して栖吉地区在住の 65 歳以上の高齢者の方々との触れ合いと意見交換の場を設けた栖吉地区のコミュニティセンターでの月 1 回開かれるお茶の間に積極的に参加したり、実際に高齢者の立場になって高齢者の方の体の動作がどのくらい危険なのかを確かめるために高齢者疑似体験を行った。

さらに、民生委員と協力をして買い物支援に関するアンケート調査の打ち合わせやアンケートの作成を行い、実際に高齢者の方々に付き添って買い物に同行をして高齢者の方々がどういった商品を購入しているのかまた、どの商店で買い物をしているのか、買い物に同行することで商店までの移動のための交通手段について詳しく調査を行いさらに、店舗側から見た高齢者の実態調査をするために高齢者が買いものに行く商店の店員に事業所ヒアリングを行い商店と高齢者の買い物の概要について詳しく調査を行いまとめる。そして、アンケート、ヒアリングの調査結果や高齢者買い物同行から「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」を実現させるため課題を検証することを目的とした。

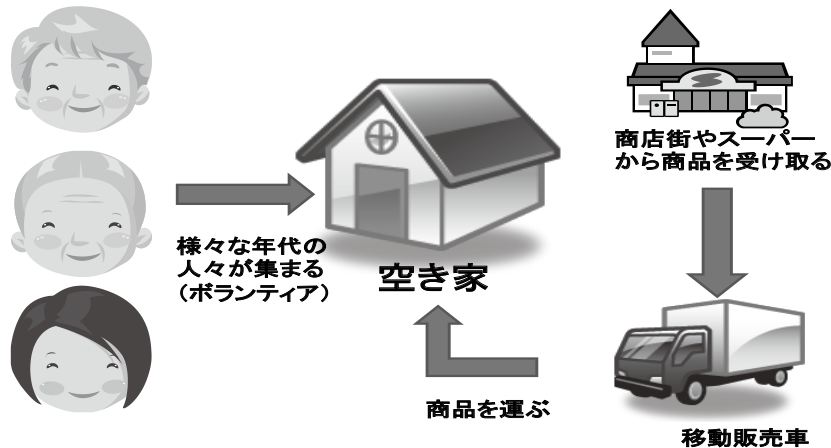
1.6 昨年度のおさらい

昨年度までは、身体的・精神的な状況、地域環境の変化に伴って、商店街の衰退や車社会の進展等のさまざまな要因によって、身近な商店で買い物ができない高齢者が増加して

いることを調査して、実際にボランティア銀行の利用会員の自宅に訪問をしてヒアリングを行い「高齢者の買い物支援―地域のつながりの再構築―」というテーマにもとづいて「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」を提言した。

図表 1-2 「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」

昨年度提案した概要



昨年度、ボランティア銀行の利用会員の高齢者のニーズはまず、自宅を出ないで買い物をするだけでは運動機能が低下していく一方で体が弱っていくため少しでも歩いて行けるところまで買い物をしたいと思っている。

次に、自宅からでの買い物では直接商品を自分の目で確かめることができないので実際の商品がどういったものなのか良くわからないので直接自分の目で確かめた上で商品を買いたいこと。また、自宅にこもってばかりでは、地域の人たちとの会話ができないためコミュニケーションを図ることができない。そのため、コミュニケーション能力が低下してきてしまうので少しでも外に出て地域の人たちと会話をしたいことを望んでいる。

「空き家を使った移動販売型買い物支援（市場併用）」のメリットとしては、まず、空き家を利用することによって地域の人たちが買い物だけでなく地域の人たちとの交流の場や休憩ができる場所ができる。次に、車を運転することができない高齢者の方々のためにも歩いていける距離の空き家に市を開くことによって遠くのスーパーや大型商業施設に行かなくても近くの場所で買い物ができる。

また、移動販売車を使うことで、高齢者の近くに簡易的な店を開くことができ、家から移動するのが困難な高齢者のためにもなる。定期的に空き家を使って市を開くことによって高齢者の方々だけでなくさまざまな年代の人たちを集めることができる。そして、店に来た人たちは、買い物をしながら地域の人たちと交流をすることができる。

1.7 栖吉地区を選択した理由

今年度、栖吉地区を買い物支援のモデル地区として選択した理由は、1 つ目は、この地域はとても広い地域で住んでいる住民も多く、その中でも 65 歳以上の高齢者の方々も多く住んでいる。さらに、夫婦世帯の高齢者や一人で暮らしている単身世帯の高齢者が年々増加傾向にある。

2 つ目は、地域内の商店が極端に少ないことである。商店は、コンビニエンスストアが

2 店と個人運営の小規模小売店舗が 2 店ととても少ない。コンビニエンスストアの近隣は住宅地である。小規模小売店舗は古くから住んでいる人が多く、歩いて行ける距離にある。

3 つ目は、この地域には大型店舗もないことである。中越地震以前はあったが、震災の影響で建築基準を満たすことができなく撤退した。

4 つ目は、公共交通機関であるバス路線がある。長岡駅方面への定期バス路線があり、買い物が可能である。

5 つ目は、長岡大学の位置関係的にはとても近いことである。地域住民との交流を頻繁に行うことができるからである。

以上のことから、栖吉地区を本研究のモデル地区として選んだ。

1.8 高齢者疑似体験

1.8.1 目的と体験

私たちが高齢者疑似体験を行った目的は、実際に高齢者と同じ身体状況にすることで普段高齢者がどういった身体状況で日常生活を送っているのかを肌で感じることを目的としている。

また、実際に高齢者疑似体験セットという道具を体に装着して高齢者の物理的・心理的特徴また、そこから発せられる恐怖について体験した。体験方法は、2014 年 5 月 20 日に長岡大学構内でそれぞれ 3 人 1 組のチームを作り、1 人は高齢者疑似体験セットを装着して体を動かした。残りの 2 人は、付き添いとして周りの安全を確保した。課題としては雑誌・パンフレットを読むこと、パソコンで検索を行うことなどをした。なお、この体験ではエレベーターを利用せずに階段を利用する条件を設定した。

1.8.2 物理的・心理的な恐怖

今回の高齢者疑似体験を行ってみて、「階段の上り下りがとても怖く感じた。」「体が重くとても動きにくく階段を上ったり下ったりするだけで大変な上に視界が全然見えなくて物や人にぶつかりそうになって怖かった」といった恐怖、体の不自由さといった意見が出た。

こういった意見や感想をもとに一番感じたことは膝や肘などに重りを身につけているため思うように動かすことができない。そのため手すりのない階段がある場所や電気がついていない薄暗い通路は大変歩きにくい。

視野に関しては、視界は一気にぼやけてしまい遠くのものはもちろん近くにあるものもよく見えない風景になった。そのため、文字やものは遠くからでは全然見えない上、近くから見てもぼやけていて物や人の姿形がはっきりしない上、文字もはっきりとした形で読むことができない。

以上のように、高齢者の身体状況は膝関節や肘関節といった関節部の動きが大きく制限されることや、視野が狭くなるということで、わずかな段差や階段で躓く恐怖心がある。

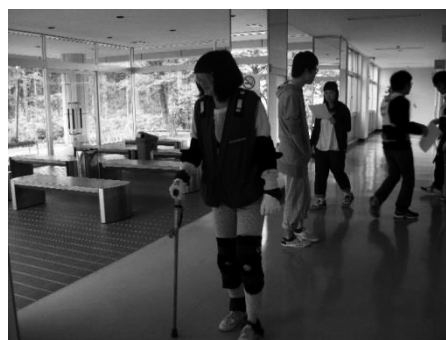
一方、心理的な面では、「目が見えにくく恐怖を感じる」、「周りに迷惑をかけている責任感」、「声をかけてもらうことでリラックスできる」という意見が出た。このことから、個人的サポート、集団的サポートがないことで孤独感・孤立感というような恐怖心を抱いてしまう。もし、こういった心理的な恐怖に見舞われた場合には周りの人たちから声をかけてもらうことでリラックスできる。

1.8.3 高齢者疑似体験結果

この体験を通して高齢者は、常日頃から危険な生活環境で過ごしていることを認識することができた。例えば、不自由な身体状況で日常生活を送っている高齢者は、外出をする時や自宅に帰る時などに転んでしまったりする。

しかし、高齢者の方々は自分の体の状態を把握して上手に周りの人たちとコミュニケーションをとったり、困ったことを相談したりしている。このようなことは若者も気遣う必要がある。

そして、今回の高齢者疑似体験によりゼミナール内での高齢者への印象が少しずつ変わってきた。高齢者は、普段の日常生活の陰で大変な苦勞をしていることが分かった。高齢者疑似体験は、普段の生活において味わうことのできない貴重な体験であった。



2. 栖吉地区について

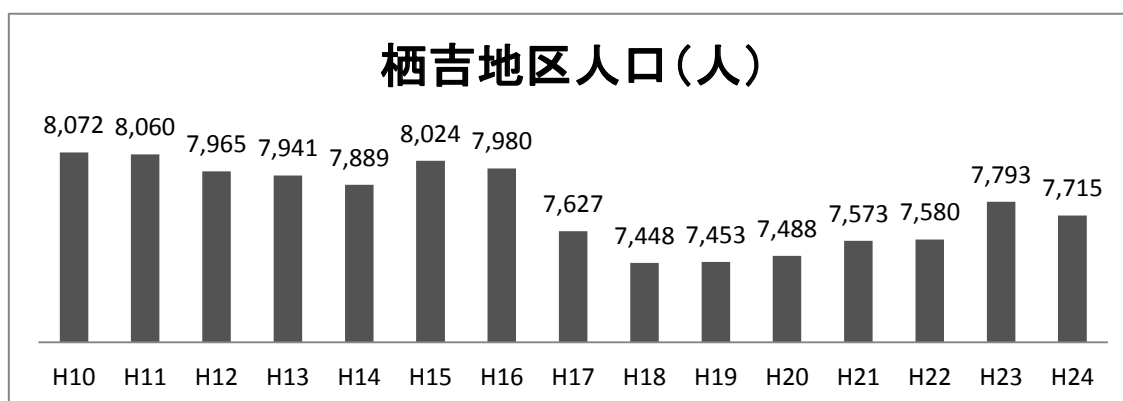
栖吉地区の人口や高齢者の状況、小売店などを調査分析した。

2.1 高齢者の現状

現在、高齢化は世界的にも大きな問題となっている。その要因としては、医療技術が進歩していることが大きい。医療技術が進歩したおかげで今までは治すことが困難だった病気を治すことができ、延命ができるようになったという点を考えれば高齢化も自然の流れである。しかし高齢化が進む中、日本では少子化の問題も取り上げられている。少子化と高齢化が相まって少子高齢化が進行している。子どもが減っていく中で高齢者が増加していくことにより、高齢者を支えていくことが困難な状況になりつつある。日本全体で大きな問題となっているが、このようなことから長岡市や栖吉地区に着目して現状を把握していくこととする。

2.1.1 栖吉の人口推移

図表 2-1



長岡市の住民基本台帳

図表 2-1 を見てみると、平成 10 年には、8,072 人もいた住民は、平成 16 年を境に翌年の平成 17 年から著しく減少した。さらに平成 18 年には、7,448 人にまで減少した。平成 10 年の時と比べ 624 人ものが栖吉地区からいなくなった。これは、平成 16 年 10 月 23 日に起こった中越地震の影響が大きいと考えられる。しかし、月日が経ち復興が進んでいくと栖吉地区にも徐々に人口が増加していつている。平成 23 年には、7,793 人になった。これは、平成 18 年の時と比べ 345 人の増加である。

2.1.2 高齢者の人口推移

図表 2-2

		総人口	65 歳以上	総人口に占める割合
平成 25 年度	栖吉	7,780 人	2,134 人	27.4% (3.6 人に一人が 65 歳以上)
	長岡市	281,100 人	74,185 人	26.4% (3.8 人に一人が 65 歳以上)
平成 24 年度	栖吉	7,715 人	2,086 人	27.0% (3.7 人に一人が 65 歳以上)
	長岡市	280,740 人	72,022 人	25.7% (3.9 人に一人が 65 歳以上)
平成 23 年度	栖吉	7,793 人	2,050 人	26.3% (3.8 人に一人が 65 歳以上)
	長岡市	282,099 人	71,270 人	25.3% (4.0 人に一人が 65 歳以上)

図表 2-2 は、長岡市の高齢者の現状から抜粋したものである。世界保健機関（WHO）の分類では、総人口に占める 65 歳以上の高齢者の比率によって 7%以上 14%未満は「高齢化社会」、14%以上 21%未満は「高齢社会」、21%以上は「超高齢社会」に分けられている。栖吉地区は 21%以上の超高齢社会ということになる。長岡市全体で見ても超高齢社会である。

2.1.3 高齢者の世帯状況

世帯状況の中では、直系家族の三世帯世帯もあるが、妻や夫を亡くし、離婚などによってひとりきりで生活をしている単身高齢者の世帯や、娘や息子などの親族が近場にいるが別で暮らしている、遠くにいるため一緒に暮らしていないなどの高齢者のみの世帯があるが、単身高齢者と高齢者のみの世帯は、年々増加傾向にある。

以下がその図表となる。

図表 2-3

		平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
単身高齢者	栖吉	184 世帯	212 世帯	222 世帯
	長岡市	6,379 世帯	6,916 世帯	7,177 世帯
高齢者のみの世帯	栖吉	251 世帯	254 世帯	280 世帯
	長岡市	8,007 世帯	8,198 世帯	8,666 世帯

図表 2-3 は、栖吉地区と長岡市全体の世帯別状況である。単身高齢者世帯では、平成 23 年度から平成 24 年度にかけて栖吉地区では約 1.2 倍（28 世帯）増え、長岡市全体では約 1.1 倍（537 世帯）増えている。高齢者のみの世帯では、栖吉地区が平成 24 年度から平成 25 年度にかけて約 1.1 倍（26 世帯）増え、長岡市全体では平成 23 年度から平成 24 年度にかけて約 1.1 倍（468 世帯）に増えている。栖吉地区と長岡市全体においても、単身高齢者世帯・高齢者のみの世帯は年々増加傾向にある。

2.2 栖吉の現状把握

2.2.1 目的

私たちは、栖吉地区内にある長岡大学に日々通っているが、地形、歴史、商店、公共物がどのようなになっているか把握していない。そのため地域住民の協力を得ながら栖吉地区について調査した。

2.2.2 調査概要

日 時：平成 26 年 7 月 30 日（水）31 日（木）

時 間：午前 9 時～12 時

参加者：栖吉地区に住んでいる高齢者の方数人、長岡大生（米山ゼミナール 2、3、4 年生、他）16 名、長岡大学教職員 3 名

内 容：栖吉地区に住んでいる方々と共にバスで栖吉地区を移動し、農の駅あぐらって（道の駅）、市営牧場、赤城コマランド、森のようちえん、スキー場、商店、成願寺温泉、悠久山などを回り、お話を聴いた。



2.2.3 調査してわかったこと

(1) 農の駅 あぐらって長岡（道の駅）

○平成 2 年創設、加工食品・味噌加工などの加工事業、農業体験・陶芸体験などの体験事業、野菜・花・手芸品などの販売事業 など

(2) 長岡市市営スキー場

○昭和 48 年開業、夏場はボブスレーやサマースキーを行っている、テニスコート、キャンプ場、遊歩道などもある、長岡花火がよく見える、小学生が訪れる など

(3) 市営牧場放牧場

○昭和 52 年開場、107 頭預かっている、人工授精の設備がある、牧草は 1 個 350 kg など

(4) 赤城コマランド

○元はゴミの処理場だった、PTAの方が遊具などを提供した、施設内で勉強することができ屋外でも遊ぶことができる など

(5) 森のようちえん ふたばっこ

○子ども達が自然の中で生きる力を学んでいる、手作りの遊具で子どもも大人も楽しめる、森林浴・石焼きピザ釜などもある、利用するときは事前申込が必要 など

(6) お店などの話

○中野商店・室橋酒店・石原商店は酒を販売している、池田屋は唯一残っているスーパー、あおし文具は体操着や制服を取扱っている、

○タバコ屋・酒屋・風呂屋・桶屋・豆腐屋・悠久山の元レストラン（小松パーラー）、茶屋・農作業の車屋・国の施設・松山亭・少年学院がある など

(7) 成願寺温泉

○成願寺温泉は 10 年前まではあった、中越地震の影響でなくなった、遊園地、鯉池もあった など

(8) 悠久山

○昔は三官山さんがんやまと呼んでいた、蒼柴大明神の神号を賜り悠久山と改められた

○大翡翠だいひすいの原石は、新潟県では糸魚川と長岡だけである

○長岡城は、「八文字の浮島城」と呼ばれていた

○蒼柴神社は、佐渡の杉や松などが植樹されている庭園である

(9) 栖吉の地形

○三の峠もったてとうげという 3 つの山が連なっている、森立峠は殿様の通る道であった

○栖吉は住民が住みやすい地域である、栖吉は扇状地である、集落が広がっているため水害になりづらい など

(10) 栖吉の拠点

○学校などは悠久町に集結している、雪氷研究所・少年学院といった国の施設がある など

(11) 栖吉自慢

○悠久山公園は長岡の名士がお金を出し合ってきれいにした、里桜・ソメイヨシノ・ギョイコウ・山桜がある

○「ホトケドジョウ」「クロサンショウウオ」「イシガメ」などが生息している など

(12) 昔の風景

- 長岡東バイパスができたことで、区分が変わった（中沢→美沢）
- アクロスプラザ周辺は、田んぼばかりで家はほとんど無かった
- 昭和 30 年頃は、中沢三叉路まで家がなく、田んぼだった
- 長岡中央病院付近の看護学校裏が火葬場だった
- 中沢城という城があった
- 「松山」というスキー場があった など

2.2.4 地図作り

7 月 30 日、31 日に栖吉地区をバスで移動したときに撮影した写真を使用して、建造物や商店などを地図にまとめた。

1 回目

日 時：平成 26 年 9 月 26 日（金）
時 間：午後 1 時 30 分～3 時
場 所：長岡大学多目的室

2 回目

日 時：平成 26 年 10 月 25 日（土）
時 間：午前 10 時～12 時
場 所：長岡大学食堂
参加者：両日とも栖吉地区に住んでいる高齢者の方、長岡大生（米山ゼミナール 2、3、4 年生）5 名、長岡大学教職員 3 名



2.2.5 まとめ

地図作りをしてわかったことをまとめる。

- 商店は中沢三叉路を起点として半径 1 km 以内に点在している
- 廃業しているお店も多い中、酒屋が 3 軒、日用雑貨店が 1 軒残っている
- 昔から営業している商店は住宅地に密集している
- 栖吉コミュニティセンターは子供からお年寄りが交流スペースになっている
- 栖吉地区に隣接している東山、悠久山エリアには人が集まりコミュニケーションができる施設、公園などあるが、中越地震によって温泉施設はなくなってしまった

2.3 高齢者との交流会

2.3.1 栖吉コミュニティセンターとは

栖吉小学校の近くに平成 25 年 9 月に新築オープンした公共施設である。住民の地域活動への参加を促し、子供からお年寄りなどの様々な年代の人たちが集まることのできる交流スペースである。また、地域の豊かな人間形成や地域意識の向上を地区単位で行うことにより、「自分たちでできることは自分たちで行う」という『住民自治』の浸透・定着を目

指し、平成 16 年 4 月 1 日から旧長岡地域の 31 地区で、地域施設（地区公民館、児童館、地区福祉センター、出張所・連絡所等）をコミュニティセンターとして統合した場所である。1 階には、和室 1（定員 15 人）、和室 2（定員 15 人）、調理室（定員 24 人）、工作室（定員 16 人）、大ホール（定員 100 人）があり、2 階には、集会室 1（定員 30 人）、集会室 2（定員 25 人）といった広々としたスペースのある栖吉コミュニティセンターでは、展示物が飾られ、お茶の間や料理教室などのイベントも行われている。また、テレビ、DVD デッキ、プロジェクター、ソフトバレーボール（支柱、一式）、バレーボール（支柱、一式）、卓球台などの備品の貸し出しも無料で行われている。

2.3.2 コミュニティセンターでのお茶の間

日時：毎月第 2 火曜日 午後 1 時 30 分～3 時 30 分

場所：栖吉コミュニティセンター（和室）

参加費：100 円

図表 2-4

5 月 13 日	健康寿命を延ばすお話と体操
6 月 10 日	中央病院リハビリの先生「ひざ痛」
7 月 8 日	ヤクルト健康教室（腸他）
9 月 9 日	栄養士「栄養について」
10 月 14 日	中央病院リハビリの先生「肩こり」
11 月 11 日	蒼柴スポーツ 肩こり軽減の軽体操
12 月 9 日	軽体操と忘年会

主に、毎月健康に関する講演や体操などを実施している。講演や体操が一通り終わったら、参加者全員が協力し机や座布団を並べ、お茶とお菓子が配られ、お茶会が始まる。様々な年代の人たちが集まる交流の場となっている。第 2 火曜日の参加希望者は、栖吉コミュニティセンターに電話をする。

また、毎月第 4 火曜日は無料開放日となっており、軽体操が実施されている。平成 26 年は、5 月 27 日、6 月 24 日、7 月 22 日、8 月 26 日、10 月 28 日、11 月 25 日（9 月と 12 月は休み）が無料開放日となっていた。平成 27 年の 1～4 月は、第 2、4（火）とも無料開放日で時間は午後 1 時 30 分から開放されている。

2.4 買い物同行

2.4.1 目的

高齢者と一緒に行き物することで、買い物の不便さや購入に対する考え方を理解する。同行は、移動から始めて店舗での買い物、帰宅までとする。

2.4.2 アポイント

5 月 13 日、6 月 10 日、5 月 27 日の 3 日間は、米山ゼミナール 2、3、4 年生を全員参加とし、各 3、4 人ずつのグループを作り 1～4 班に分かれ、コミュニティセンターのお茶の間に参加している高齢者の方々に質問をした。質問をした高齢者の方に、都合の良い日を聴き一緒に買い物を同行させて貰えないかという確認をとり、後日班ごとに買い物同行を行った。

2.4.3 高齢者買い物ヒアリング調査

(1) 質問の内容

氏名、年代、性別、世帯人員、職業、地区、買い物場所、買い物手段、買い物頻度、買い物品目、買い物の店を選ぶ理由、その他（買い物での副産物、悩み、家での過ごし方、要望、今後）について聴いた。

(2) 質問の回答

氏名：Aさん

年代：70歳代

性別：女性

世帯人員：旦那さんと2人暮らし

職業：専業主婦

地区：栖吉

買い物場所：マルイ、原信美沢店（歩いて30分くらい）、イトーヨーカドー・COCOL
O長岡（冬、梅雨時期にバスを使って行く）、池田屋、石原商店 など

買い物手段：自転車、バス（雨など天候の悪いとき）か徒歩、娘さんと車、タクシー

買い物頻度：チラシを確認し、週に3回ほど行く（午前中）

買い物品目：主に食料品

その他：人と会えるので楽しい、ストレス解消になる

悩み：バスの本数が少ない、店が少なくなった

家での過ごし方：家事がメイン、夫の介護、テレビはあまり見ない

要望：近くに日用品が買える店が欲しい、農家の人が余った野菜を自宅に届けたりしてい
る、移動販売はできれば定期的に来てほしい

今後：これからは、生協などの宅配サービスを利用しようかと検討中

(3) その他の意見

- ・油などの重い物が持てない
- ・トイレトペーパーなどのかさばる物も大変
- ・天気が悪いときは大変
- ・同居をしていても下着などの日用品は頼みづらい
- ・コープ、農協だと実物を自分の目で見て買えない、ばら売りをしていない
- ・娘さんなどから電話がかかってきて買ってきてもらったりもするが、自分の目で見て買いたいというのが本音ではあるが、わざわざ勝手きってくれるのでわがままは言えない
- ・タクシーの運転手に手伝ってもらったりしているが、タクシーばかりを利用することは、お金の面として大変
- ・休憩しながらアクロスプラザまで歩く
- ・杖や手押し車を使っているのに歩道が少ない
- ・バス停などが遠い
- ・冬でも自転車などを使うが、立地的な問題で仕方が無い
- ・昔ながらのつきあいで野菜を届けてもらっている人もいる
- ・近所の方からいただいた野菜を使っているため、なかなか買い物をしない

- ・原信のネットスーパーを利用する人もいる
- ・親族が近くに住んでる人もいる
- ・コープ、農協を利用する人もいる

2.4.4 同行内容

(1) Aさんの場合

性別：女性 年代：70 歳代

日時：平成 26 年 6 月 12 日（木）

時間：午後 1 時 35 分～3 時 10 分頃

買い物場所：原信美沢店

買い物手段：自家用車

買い物品目：主に食品、たまに日用品である。

- ・野菜類（トマト、ルッコラ、もやし、しいたけなど）
- ・調味料類（味噌など）
- ・飲み物類（ヤクルト、酒類など）
- ・お菓子類
- ・肉類
- ・日用雑貨類（浴槽洗剤など）

観察記録：

- ・入り口の右側、果物売り場から買い物をしていく
- ・生協では冷凍物を買っている（魚など）
- ・日曜日に卓球をしていて、その時に持っていくお菓子を買う
- ・酒粕はみそ汁に入れたり、焼いたりして食べている
- ・酒粕はなくなったら買い足す
- ・お吸い物は、ご飯にあえたりしている
- ・週 2 回程、メモを持っていく
- ・木曜日のシルバーデー（5%引き）
- ・1 か月に 1 回ポイント 3 倍の日があるから日用品買う
- ・週 2 回しか買い物に行かないので、一度に買う量がとても多い
- ・買い物に行くことで知り合いと会うことができ、コミュニケーションの場所になる

(2) Bさんの場合

性別：女性 年代：70 歳代

日時：平成 26 年 7 月 8 日（火）

買い物場所：原信美沢店

買い物手段：自家用車

買い物品目：70 人分の弁当を作ることだったので、量がとても多かった。

- ・野菜類（茄子、ジャガイモ、カボチャなど）
- ・魚類
- ・肉類
- ・果物類

観察記録：

- ・原信の喫茶コーナーでどの商品をいくつ買うかの打合せ
- ・買う食材が多いため全員で手分けをしながら商品を購入
- ・とにかく安く大きな商品を選ぶ（野菜、魚）
- ・スイカなどの重たいものは若い人に任せる
- ・家にあるものなどはきちんとメモまたは頭で覚えて商品の重複を避けていた
- ・自分の家で使うものは最低限の物しか買わない

援助内容：

- ・買い物かごを持つ
- ・お会計の手伝い
- ・買った商品を自宅まで運ぶ
- ・お米の精米

(3) Cさんの場合

性別：女性 年代 60 歳代

日時：平成 26 年 6 月 13 日（金）

買い物場所：イトーヨーカドー丸大長岡店

買い物手段：バスで駅まで行き、残りは徒歩で目的地へ

買い物品目：

- ・野菜類（もやし、大根など）
- ・果物類（リンゴなど）
- ・肉類（ハムなど）
- ・魚類（アジのたたきなど）
- ・飲み物類（低温殺菌牛乳など）
- ・冷凍食品類

観察記録：

- ・安い外国産の食品より、安全性等を考えて安心できる国産の物を選んで買う傾向がある
- ・そのため生産地を必ずチェックしていた
- ・国産の食品でも、震災地が原産となっているものは避ける
- ・賞味期限をチェックし、新しいものから選ぶ
- ・食品添加物などはなるべく少ないものを選ぶ
- ・レジ袋を使わないために、家から袋を持参する
- ・財布を入れたカバンは、肩にかけるタイプ

援助内容：

- ・届かない位置にある商品を代わりに取った
- ・帰りのバス停まで荷物を持った

(4) Dさん夫婦の場合

性別：男性、女性 年代：80 歳代、70 歳代

日時：平成 26 年 11 月 22 日（土）

買い物場所：原信、角上魚類

買い物手段：自家用車

買い物物品目：食材、日用品

観察記録：

- ・夫が車を運転し、夫婦で買い物へ行く
- ・買い物頻度は週に 3～5 回程度
- ・買い物時間帯は主に昼
- ・買い物場所は、近場で比較的値段の安い原信
- ・原信のシルバースデー等の利用
- ・買い物同行した際には、夕飯に新鮮な魚を食べたいということで、少し離れた川崎の角上魚類に向かった



2.4.5 まとめ

4 名の高齢者の買い物を同行して、共通することが 6 つあった。1 つ目は欲しい物は前もって自宅でメモをとっていくことである。その原因として考えられることは、商品を重複しないことや不必要な物を買わないことで無駄なお金を使わないことである。

2 つ目は、徒歩で行く場合まとめ買いがしづらいということである。その原因として考えられることは、徒歩ではかさばる物や大きい物などは持ち帰りにくいということである。

3 つ目は、一度に買う量が多いことである。その原因として考えられることは、高齢者は、あまり買い物へ行かないので買い物をするときは多くの量を買う。また付き添いの方がいるときや車で行くときなどには、普段よりも多くの買い物をすることができるからである。

4 つ目は、買い物をするときに注意することは、野菜、果物、魚、肉などを買うとき安くて大きな商品を選ぶようにしている。しかし、安全性などを考えて少し価格が高くても安心できる国産の物を選んで買っている。

5 つ目は、レジ袋を使わず、家からエコバッグを持参している。そこから考えられることは、スーパーなどによってはレジ袋を購入しなければいけないところもあるからである。またレジ袋で買い物をすることで自宅に使い道のないレジ袋が増えるため資源の無駄になるということである。またレジ袋は破損しやすく買い物途中に破れて商品が落ちてしまう恐れがある。

6 つ目は、知り合いと話ができるのでコミュニケーションの場所になっている。これは、普段高齢者は、自宅にいたことが多く知り合いに会う機会が少ないために買い物に行くことで知り合いに会える機会が増え、コミュニケーションをとることができるためである。

3. 高齢者アンケートについて

3.1 アンケート調査

3.1.1 アンケートの目的

栖吉地区の高齢者が普段からどのような移動手段で買い物に行き、どのような場所で何を買う、またコミュニケーションをとりたいかなど、買い物の実態を把握・検証することを目的とする。

3.1.2 アンケートの方法

民生委員から対象者への配布してもらい、その後民生委員が回収する訪問留め置き方式を採用した。さらに民生委員が回収したアンケート票を栖吉コミュニティーセンターに集め、ゼミ生が後日回収し集計を行った。アンケート内容は、民生委員と一緒に設問項目を検討した。

3.1.3 アンケートの概要

調査対象 栖吉地区在住の65歳以上で単身または夫婦世帯の方

回収率 104/110名 94.5%

性別 男性 28名 女性 71名 無回答 5名

3.1.4 アンケートの内容

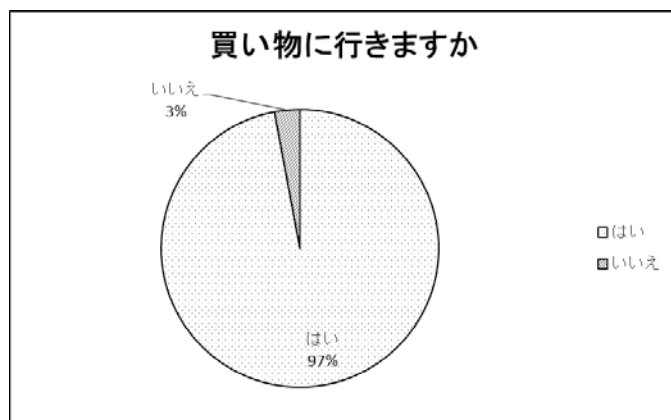
- (1) 買い物動行 問1～問13
- (2) 基本属性 問14～問17
- (3) クロス集計

3.2 アンケートの結果

3.2.1 単純集計

問1 あなたはお店に買い物に行きますか。

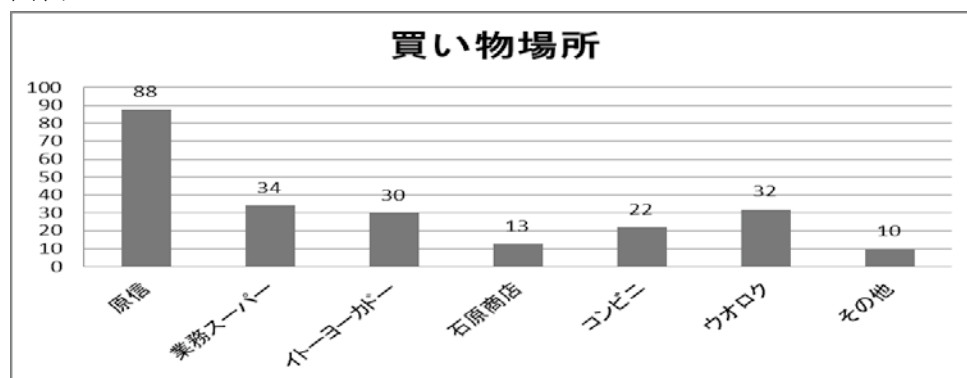
図表 3-1



アンケートに答えた97%の高齢者が、買い物に行くとは回答しており、買物をしないのはわずか3%である。

問 2(1) 買い物に行く場所はどこですか。

図表 3-2

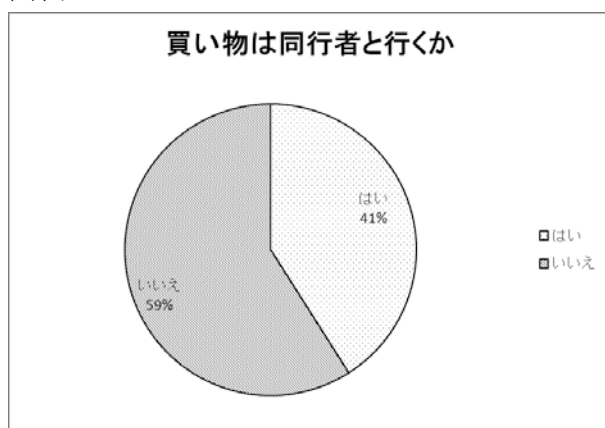


この質問は複数回答である。一番多かったのは「原信」で 88 人、二番目は「業務スーパー」で 34 人、三番目は「ウオロク」で 32 人、四番目は「イトーヨーカドー」で 30 人だった。栖吉地区内の石原商店とコンビニは合わせて 30 人と少数であった。

その他の回答には、C o C o L o、J A、T S U T A Y A、イオン、コメリ、チャレンジャー、マルイ、角上魚類、良食生活館、生協食材サービスを利用している方もいた。

問 2(2)① 買い物には同行者と行く機会が多いですか。

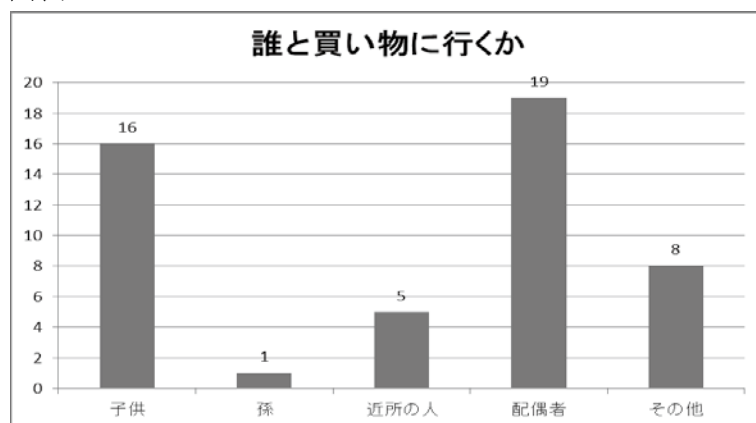
図表 3-3



買い物は一人で行く高齢者が 41%、同行者がいる高齢者は 59%を占めていた。

問 2(2)② 誰と買い物に行きますか。

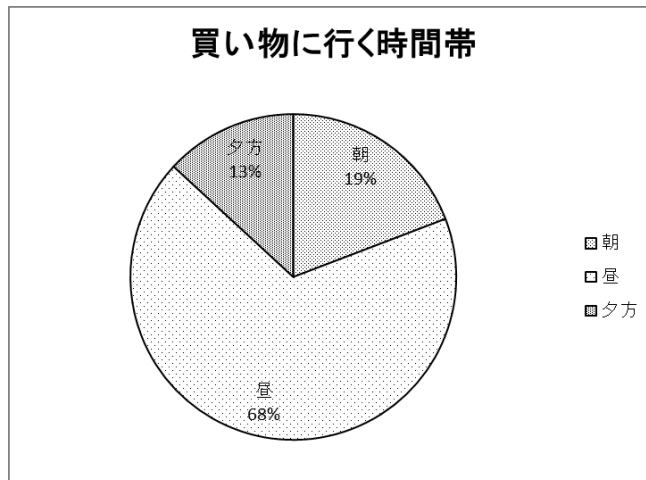
図表 3-4



問 2(2)①で「はい」と答えた人に聞いた。一番多かったのは「配偶者」で 19 人、次に「子供」が 16 人、「孫」が 1 人で親族を合計すると 36 人で全体の 73%を占めている。

問 2(3)① 買い物に行く時間帯が多いのはいつですか。

図表 3-5



「昼」が1番多く68%を占めている。次に「朝」が19%、「夕方」が13%である。

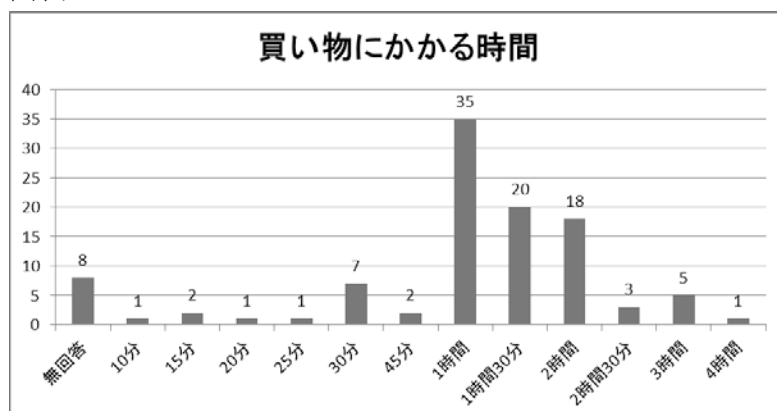
「昼」を選んだ理由

- ・ ゆっくり買い物できるから
- ・ 品物の種類が多く買い物がしやすいから
- ・ 移動手段が自転車・徒歩の為、明るい時間に行動をしたいから
- ・ 通院の帰路に寄るから
- ・ 買い物だけではなく他の用事も兼ねて出掛けるから
- ・ 安全な時間だから
- ・ 元気があるうちに行動したいから
- ・ 店まで同行してくれる方が声をかけてくれる時間だから
- ・ 用事を済ませ明るい内に帰るようにするため
- ・ 店内および駐車場が空いている
- ・ 道路が比較的空いている
- ・ 手が空くので（商品の陳列がそろってから）
- ・ 足元の良い時間にいろいろな用事が出来る
- ・ 家の中の仕事が一区切りするから

などがあげられた。

問 2(3)② 買い物にかかる時間はどのくらいですか。

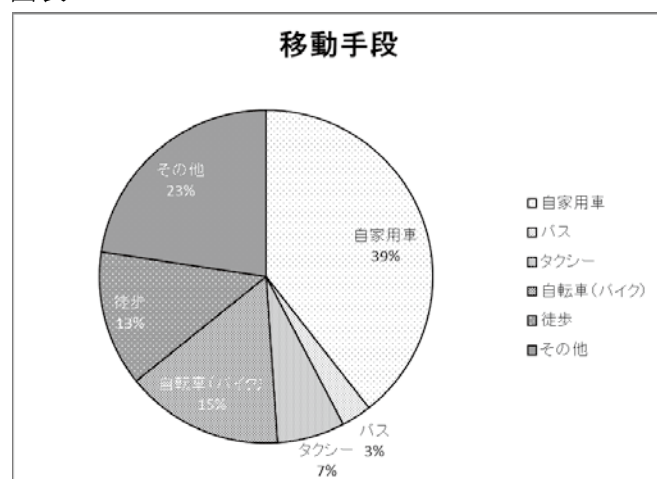
図表 3-6



買い物にかかる時間は約「1 時間」が 35 人と最も多く、次に「1 時間 30 分」が 20 人、「2 時間」が 18 人となっている。1 時間以上を合計すると 82 人で全体の 78%を占めている。

問 2(4) 移動手段はなんですか。

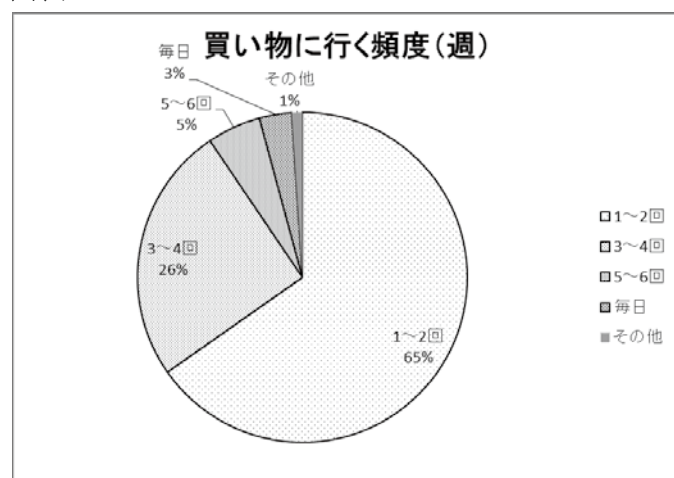
図表 3-7



「自家用車」で買い物をする高齢者が 39%、「自転車(バイク)」が 15%、「徒歩」が 13%、「バス」「タクシー」(公共交通機関)が 10%。「その他」の意見には、他者の車に乗せてもらうなどの意見があった。

問 2(5) 週に何回買い物に行きますか。

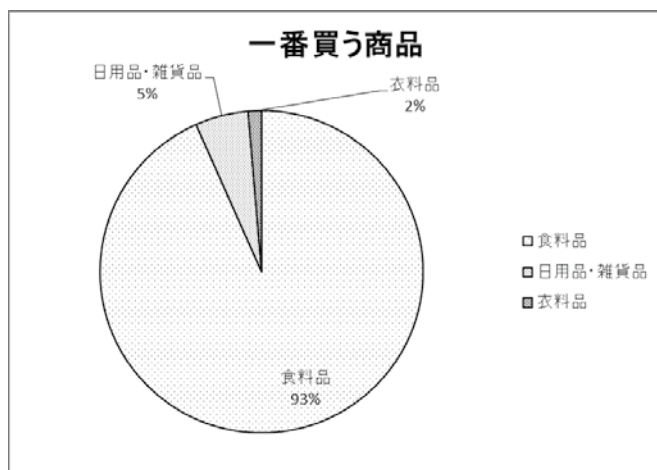
図表 3-8



週に「1~2 回」買い物に行く高齢者が 65%を占めている。次に「3 ~4 回」が 26%となっている。

問 3 買い物をする中で一番買う商品は何ですか。

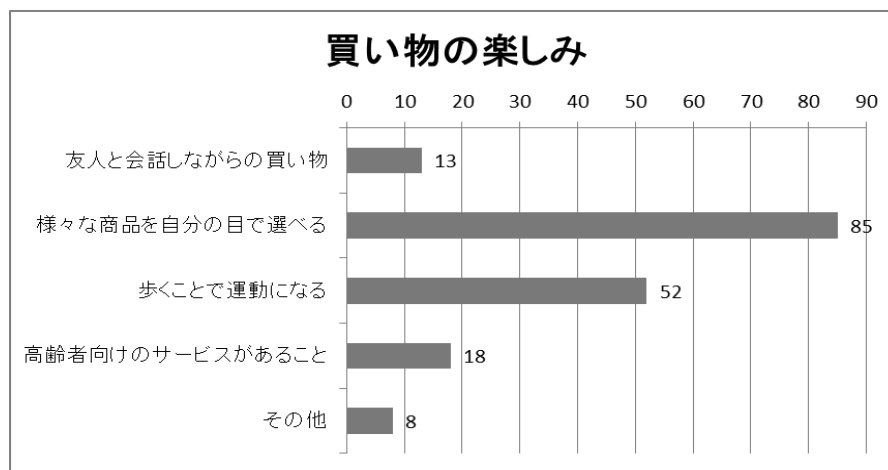
図表 3-9



買い物で一番買う商品は「食料品」が93%で、生きていく為の必需品を買っている。

問 4 買い物をしての楽しみ・便利なことはなんですか。

図表 3-10

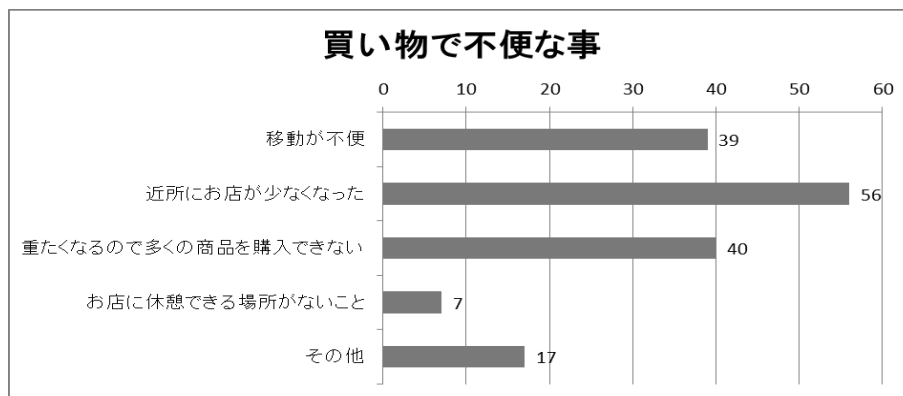


買い物をする上で楽しみにしていることは、「様々な商品を自分の目で選べる」ことで85人と最も多く、次に「歩くことで運動になる」が52人、「高齢者向けのサービスがあること」が18人、「友人と会話しながらの買い物」が13人という順になっている。

(複数回答)

問 5 買い物について不便に感じることはありますか。

図表 3-11

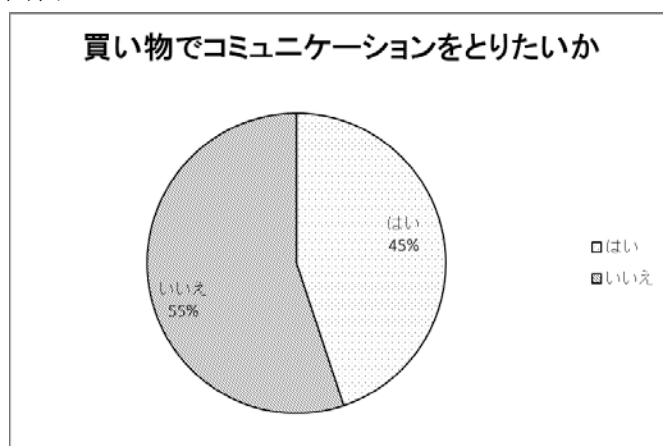


近所にお店が少なくなった」と感じている高齢者が 56 人、また「重たくなるので多くの商品を購入できない」高齢者が 40 人、「移動が不便」と感じている高齢

者は 39 人いた。移動に関する事で買い物の不便さを感じている高齢者が全体の 84% を占めている。(複数回答)

問 6 買い物を通して、友人・知人などとコミュニケーションをとりたいですか。

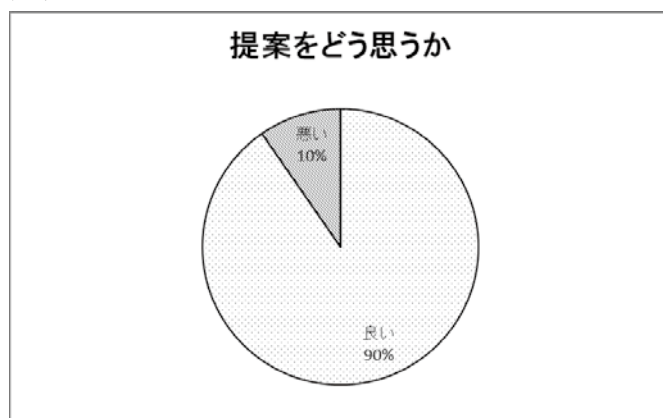
図表 3-12



買い物に行った際、コミュニケーションをとりたいかという質問で「はい」答えた高齢者は 45%、「いいえ」と答えた高齢者は 55% だった。

問 8 空き家を買い物場所として使うことはどう思いますか。

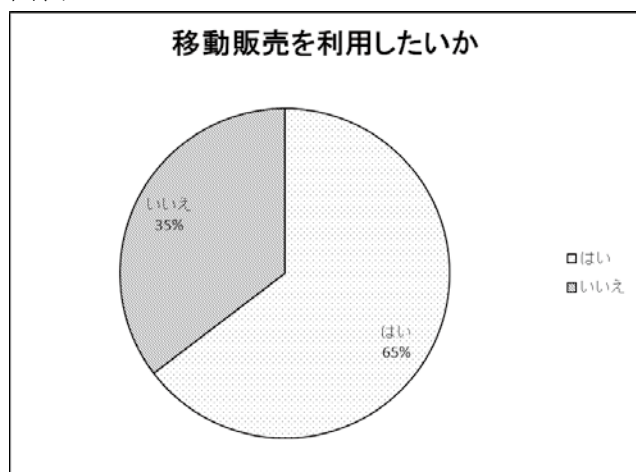
図表 3-13



空き家を買い物場所として使う提案について「良い」と答えた高齢者が 90%、「悪い」と答えた高齢者が 10% だった。

問 9 移動販売を利用したいですか。

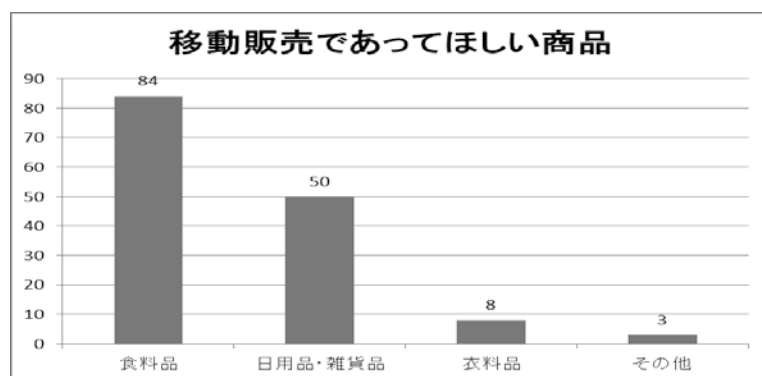
図表 3-14



移動販売を利用したいかという質問では、「はい」と答えた高齢者が 65%、「いいえ」と答えた高齢者は 35%で、栖吉地区では多く的高齢者が移動販売を利用したいと思っていることがわかる。

問 10 どのような商品があるといいですか。

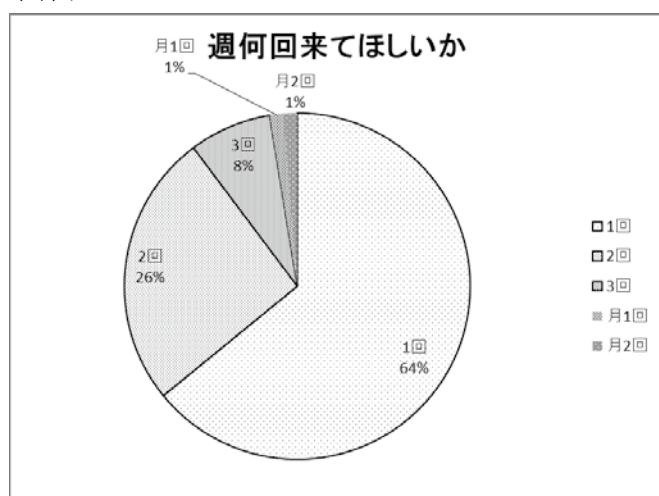
図表 3-15



移動販売では「食料品」があるといいと答えた人は 84 人、「日用品・雑貨品」と答えた人は 50 人、「衣料品」と答えた高齢者は 8 人だった。

問 11 移動販売は週何回来てほしいですか。

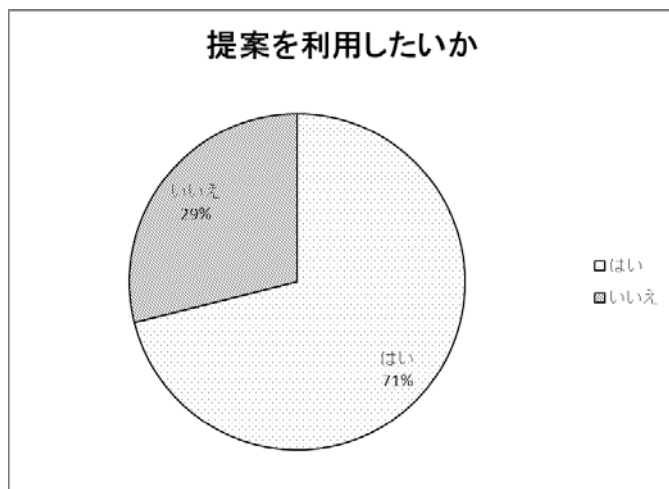
図表 3-16



一週間に「1回」で来てほしいという高齢者が 64%、「2回」は 26%、「3回」という高齢者は 8%だった。

問 13 あなたはこの提案を利用してみたいですか。

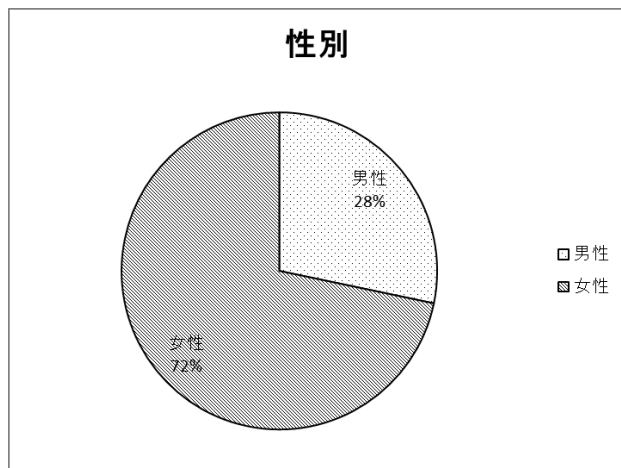
図表 3-17



提案を利用してみたいかという質問で「はい」と答えた高齢者は71%、「いいえ」と答えた高齢者は29%だった。

問 14 あなたの性別を教えてください。

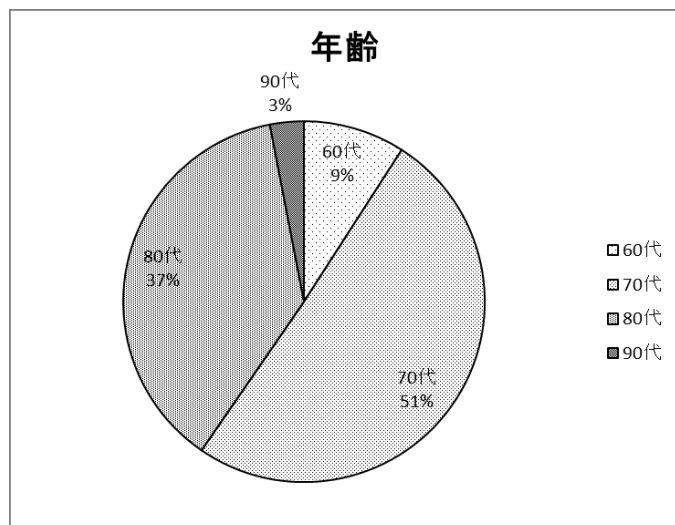
図表 3-18



性別については「女性」が72%、「男性」が28%だった。

問 15 あなたの年齢を教えてください。

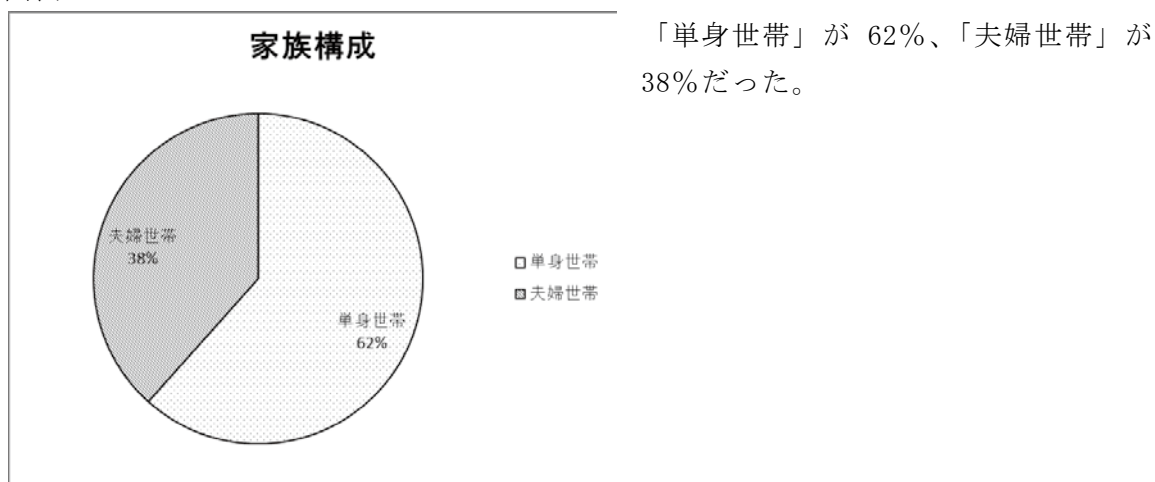
図表 3-19



アンケートの結果、「70代」が最も多く51%、次に「80代」が37%、「60代」が9%、「90代」が3%という順になっている。

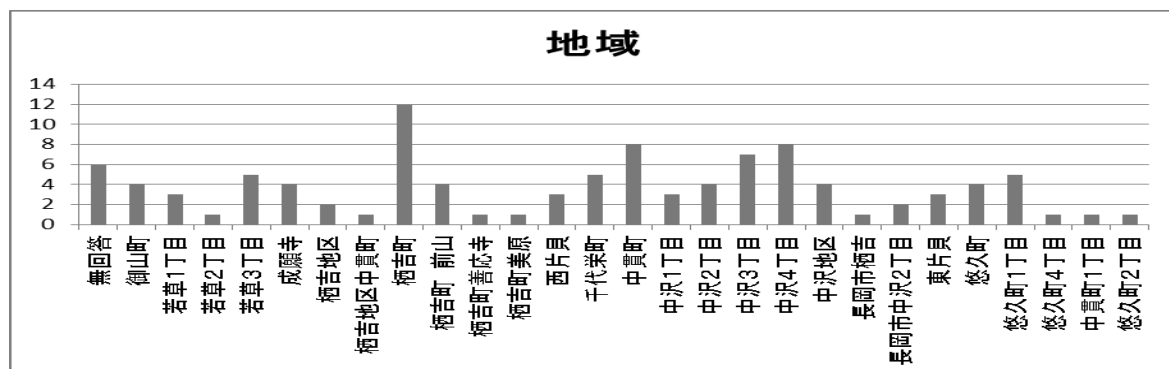
問 16 あなたの家族構成を教えてください。

図表 3-20



問 17 あなたの住んでいる地域を教えてください。

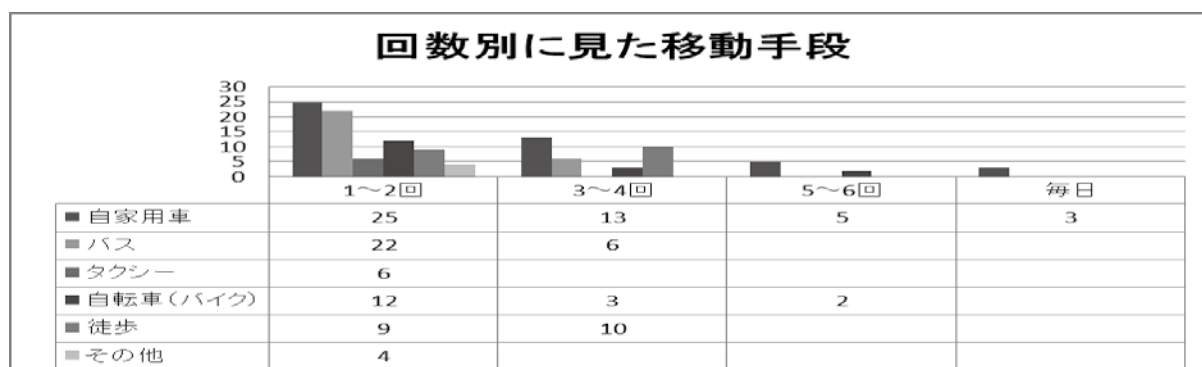
図表 3-21



回答者の地域別に見ると栖吉町が一番多かった。尚、地区別分類については高齢者の回答を遵守して分類してある。

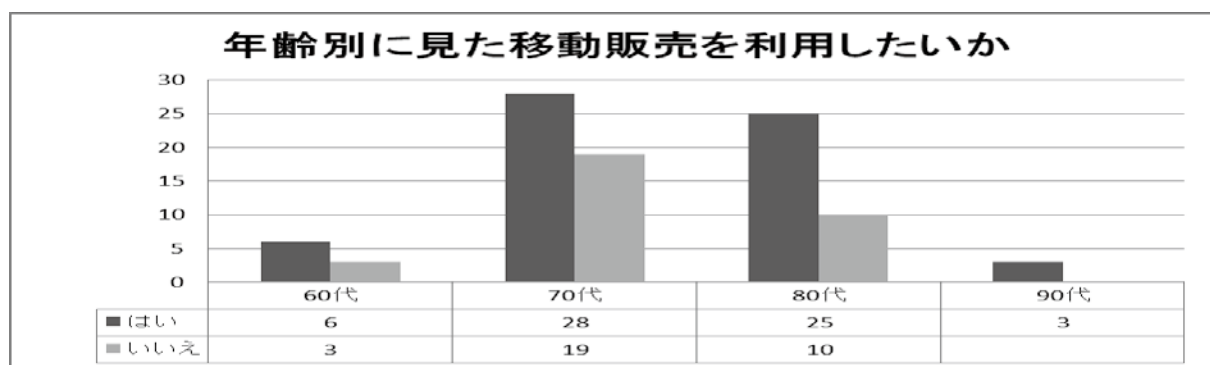
3.2.2 クロス集計

図表 3-22



回数別に移動手段を見てみると、「1～2回」は「自家用車」が 25 人で最も多く、次に「タクシー」が 22 人であった。「3～4回」は「自家用車」が一番多く 13 人で、次に「徒歩」が 10 人であった。回数が増えてくると、お金がかかるので自家用車でしか買い物に行かなくなる。

図表 3-23



年齢別に移動販売の利用について見てみると、「60代」は「はい」が6人、「いいえ」が3人、「70代」は「はい」が28人、「いいえ」が19人、「80代」は「はい」が25人、「いいえ」が10人、「90代」は「はい」が3人だった。「70代」と「80代」が「はい」と答えている高齢者が多かった。

3.3 アンケートの考察

アンケート全般を見てみると以下のことが考察できる。

1つ目は、車を持っていない高齢者が一人で買い物に行くと、たくさん買うことも重い物を買うことも難しい。

2つ目は、問2(3)②で買い物には時間がかかっていることがわかる。何回も買い物に行けないので、1回の買い物で大量の商品を購入しなければならない。

3つ目は、栖吉地区では近隣に小さな商店はあるものの、なんでも揃っているわけではないため、やはり大型スーパーに足を運ぶ高齢者が多い。また、「移動が不便」「重たくなるので多くの商品を購入できない」というのも近隣にお店がなく不便ということに繋がる。

4つ目は、出かけた際に近所の方や知り合いとコミュニケーションをとることを楽しみにしている高齢者も少なくない。そのためにも、自宅から近いところにコミュニケーションをとれる場所があるといい。例をあげると、現在栖吉地区で行われている「お茶の間」のようなものがもう少し近くにあれば、参加者も増え、コミュニケーション活発になる。

5つ目は、問10の「移動販売であってほしい商品」という質問、「食料品」が最も多く、さらに「日用品」を購入したいという人もいた。しかし、たくさん買うと大荷物になってしまうので、移動販売があると購入希望をかなえてあげることができる。「その他」の中には、生鮮食品と答えた高齢者もいた。買い物の移動に時間がかかってしまうと生鮮食品は傷んでしまうので、移動販売で買うことができれば便利である。

6つ目は、ゼミ提案である空き家を使った移動販売型買い物支援を実現することによって、買い物とコミュニケーションを促進することができ、問13「移動販売を利用したい」という要望にも答えてあげることができる。

4. 事業所ヒアリング

4.1 調査目的

店舗側から見た高齢者の実態調査及び「空き家を使った移動販売型買い物支援」の実施に向けた意向について調査する。

4.2 調査方法

ゼミ生（ヒアリング班）6名を2班編成にし、電話でアポを取り、ヒアリングを実施した。ヒアリング時にはヒアリングする人、メモを取る人、写真を撮る人にそれぞれ分かれ実施した。

4.3 事業所の選定

大型店2店、コンビニエンスストア1店、小売店2店

4.3.1 事業所選定理由

モデル地域に選定している栖吉地区には大型店舗がないため、隣接している大型店を選定した。コンビニエンスストア、小売店については栖吉地区内にあるため、その中から選定した。

4.3.2 事業所概要

（1）大型店A店

大型店A店については、事業の経営方針がホームページに掲載されているので、そこから引用する。

①お客様に対して

- ・安全な商品を適切な価格で販売する
- ・適正な表示を行う
- ・全てのお客様に公平な対応を行う
- ・衛生管理を徹底する
- ・安全な店舗設備を維持する
- ・高齢の方、障害をお持ちの方、お子様連れのお客様などへ配慮した対応を行う
- ・個人情報を適正に取扱う

②地域社会に対して

- ・社会貢献活動を推進する
- ・青少年の健全な育成を支援する
- ・地域の生活環境に配慮する
- ・防犯対策を推進する
- ・災害発生時には救援物資供給などの地域支援を行う

③広報活動において

- ・客観的事実に基づいて誠実に広報活動を行う

（2）大型店B店

大型店B店については、事業の経営方針がホームページに掲載されているので、そこから引用する。

①他社との差別化

今、日本の小売業は過当競争に突入している。当社が出来る事は、大手スーパーやコンビニチェーンにはない異なった規格の商品を取り扱い、異なった仕入れルートを確立する事による、差別化した販売方法しかないと考えた。

当社は、現在、世界各国と貿易を行い、世界中から品質のよい商品を割安に、直接輸入する事ができるし、海外に当社の食品加工工場や貿易会社等も有るので、いろいろな情報や自社製品の割安な商品供給もできる。ただ、貿易はスケールメリットの世界なので、ある程度の販売数量実績が必要となってきた。その為に当社では、本部でフランチャイズ店の展開をしていく事により、取り扱い量を増やし、スケールメリットを出して行きたいと考えている。又、そうする事により、差別化された価格での販売が出来ると考えている。

②安く販売できる理由

FC本部が、自社工場、関連工場を持つメーカーであり、尚且、商社でもあるので、多くの商品が自社内で、情報→規格→製造→流通→販売の全て（情報の共有化）を行なう事ができ、その為、無駄がなく、差別化された良い商品を安く販売する事ができる。

発注→流通→販売の全てに、新しい欧米スタイルのキャッシュアンドキャリーの形式を取り入れているので、作業効率が良く、普通の食品スーパーの約半分程度の経費で店舗運営ができる。その為、無理なく、安く販売する事ができる

当社は、エブリディ ロープライスを基本として考えられたスーパーなので、広告費もほとんど必要無く、毎日の特売品の入れ替え等の無駄な人件費も必要ない。又、冷凍食品を中心とした販売をしているから、日配食品中心よりも、保管、販売がし易く、その為に、無添加食品を安く販売する事ができる。

(3) コンビニエンスストア C 店

コンビニエンスストア C 店については、事業の経営方針がホームページに掲載されているので、そこから引用する。

①お客様に向けてのメッセージ

いつでも、いつの時代も、あらゆるお客様にとって「便利な存在」であり続けたい。私たちは、地域との信頼関係を築き、価値ある商品やサービスの提供を通じて、皆さまの「生活サービスの拠点」となるよう力を注いでいる。私たちはこれからも過去の発想にとらわれることなく、時代の変化に柔軟に対応し「便利の創造」に努める。

②社員行動規範（抜粋）

・お客様との関係

当社は、企業市民としての役割を果たし、社会に貢献するため、さまざまな活動を通じてお客様の更なる満足の獲得、維持、向上に努める。お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様に信頼される商品・サービスおよび情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていく。

当社は、安全で価値ある商品をお客様にお届けするという信念のもと、お客様には安心してご購入いただける商品を、加盟店には自信を持って販売いただける商品を開発することが私たちの務めであり、最大の責任であると考えている。この責務を全うすべく、安全・安心のためのさまざまな取り組みを行っていく。

・地域社会との関係

当社は、地域社会との連携と協調を図り、地域社会の一員としての責任を果たす。そして、当社の事業の運営を通して地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献する。

当社は、フランチャイズによりさまざまな地域に多くの店舗を営業している。オーナーさんと一緒に、これらの地域社会との連携と協調を図り、その店舗における事業運営を通じて地域社会に貢献する。

4.4 ヒアリング内容

ヒアリングの設問項目として、まず高齢者の来店状況、店としての工夫していること、移動販売についての考え方を中心としてヒアリングを行った。

- ①客の高齢者割合
- ②高齢者が買うもの
- ③来店時間、天候、季節
- ④誰と来店するか
- ⑤高齢者からの要望
- ⑥高齢者について困っていること
- ⑦高齢者に来店してもらうための工夫
- ⑧ネット販売高齢者利用割合
- ⑨今後、展開しようと思っている事業
- ⑩移動販売についてどう思うか、なぜできないのか、実現するためには

4.5 結果

図表 4-1

	大型店 A 店	大型店 B 店	コンビニエンスストア C 店	小売店 D 店	小売店 E 店
①客の高齢者割合	木曜シルバーズデイが多い →2割以上が65歳以上	2割程度	全体で2～3割、5人に1人ほど 19時以降は2割もない 常連客が多い	高齢者のみ	高齢者のみ
②高齢者が買うもの	野菜など小分けにしたもの	製菓、野菜、日用品 1000円以内での買い物が多い	タバコ、惣菜、お茶 買いだめが多い →持って帰れる範囲	日用品	お菓子

	大型店A店	大型店B店	コンビニエンスストアC店	小売店D店	小売店E店
③来店時間、 天候、季節	午前中が多い 雨や冬の時は少ないが、 晴れると一度にたくさんくる	開店～17:00 に来る 雨や雪で影響する	昼間が多い 雨が降ると少ない 冬は少ない	晴れでない ところない 14:00 過ぎが多い	16時ごろ 雨だところない 冬はほとんど移動販売の客
④誰と来店 するか	ヘルパーさんが1人で来る ヘルパーさんと一緒にくる時もある	夫婦	1人が多い 息子と一緒にくる ヘルパーさんは見たことがない	1人が多い 近所の人と	押し車で1人
⑤高齢者からの要望	鮮度 小分けにしてほしい	ない	高いところの物が取れない あまりない →高齢者にかぎったことではない	みかんなど生ものがほしい →近々販売予定	電話で配達してほしい →人手が足りないからできない
⑥高齢者について困っていること	配達してと言われる	マナーが悪い 自己中心的	話を聞き取りにくい	ない	物忘れ(財布など) →会計時に財布の色や、 お金、レシートなど注意して見ている
⑦高齢者に 来店してもらうための工夫	シルバーズ デイ →チラシが工夫される、 袋詰め バリアフリーなど店内工夫	レジが詰まらないように、 トランシーバーで情報共有	一緒に買い物を手伝ってあげる	買ったものを車まで運んであげる 日用品は切らさないようにする	レジ近くに椅子を置いておく →足腰が悪いから →買い物よりお話しにくる

	大型店A店	大型店B店	コンビニエンスストアC店	小売店D店	小売店E店
⑧ ネット販売高齢者利用割合	他店舗でやっている 高齢者はあまり利用しない →手数料がかかる	行っていない	中沢店ではやっていない	行っていない	行っていない
⑨ 今後、展開しようと思っている事業	床暖など、施設の整備 ノントレー商品、大、小サイズ商品、魚のおろしサービス強化	分からない	分からない	分からない	ない
⑩ 移動販売についてどう思うか、なぜできないのか、実現するためには	今後もしない 高齢者のコミュニケーションの場になるからその点は良い	分からない	ミールサービスはある →食事を届けるサービス、ネット予約、昼間利用する人が多い	移動販売は行っていないが、いいと思う →金銭面で問題	各場所40分、5～10人ほどの客 週1回木曜成願寺など3か所

4.6 考察

4.6.1 大型店と小売店の共通点と相違点

(1) 共通点

高齢者は昼間の来店がほとんどで、雨や雪が高齢者の来店に大きく影響することは、どの事業所のヒアリングでも共通した。事業所は高齢者の来店時間、天候が推測できるので、高齢者に対する配慮など、事前に準備がしやすいと感じた。

大型店やコンビニの経営方針では、高齢者、障がい者、子供など買い物弱者に対して配慮する意識が高く、様々なお客様に喜んでもらえるお店作りを目指しているように感じる。

これは小売店でも言えることだと思う。小売店の客は1日に高齢者が数人訪れる程度だ。だからこそ、客一人一人に対する配慮がより細かいと考える。



(2) 相違点

高齢者は大型店やコンビニで食料品や日用品を 1000 円ほど買い物する。これに対し、小売店ではお菓子などを少量買う程度だ。小売店へ買い物に行く高齢者は、買い物はほとんどせず、買い物より店員と会話をするのが目的であると考ええる。もはや小売店は高齢者にとって買い物をする所ではなく、コミュニケーションをはかる憩いの場でもあると思う。このような場は高齢者にとって貴重であるし、大切なものを感じる。

このことは、高齢者がお店に誰と来店するかでも考えることができる。大型店やコンビニへはヘルパー、家族など複数での来店が多い。しかし、小売店への来店はほとんどが 1 人だ。大型店やコンビニには、目的が買い物であるため、広い店内で商品を探したり、重い荷物を持つために助けが必要になる。これに対し小売店には、目的が会話のために、1 人での来店が多いと考える。

ヒアリングで各事業所に高齢者に来店してもらうための工夫を聞いてきた。大型店では、高齢者が安く買い物をすることができる優待日を設けたり、障がい者用トイレの設置、通路幅を大きく設定するなどの店内工夫、高齢者優待日にチラシに高齢者が好む商品を入れるなど工夫している。これに対し、小売店では買ったものを車まで運んであげたり、レジ近くに椅子を置き、来店したらとりあわず休んでもらう。そこで会話をする。

このことから、大型店、コンビニは来店客を中心とした考え方に対して、小売店は高齢者への配慮がより細かく、固定客を大事にしている印象を受ける。

4.6.2 移動販売の現状

大型店、コンビニでのヒアリングで、どのお店も移動販売は行っていない、今後もやらないと聞いた。現状ではネットショッピングが最新で移動販売は需要がなく利益にならないと考える。高齢社会の意識がまだまだ低いのだと感じた。

小売店 D 店では移動販売はやっていないが良いと思うとのことだった。しかし、資金や人手が足りず実際行うとなると難しいそうだ。

小売店 E 店では実際、移動販売を行っている。週 1 回木曜に 3 か所、各場所 40 分、5～10 人ほどの高齢者が来る。しかし利益はほとんど無い。

このようなことから、小売店が移動販売を行う上での課題は、資金や人手不足、利益がほとんどないことが上げられ、それに対する対策が必要と考えられる。

5. 高齢者同行等、アンケート調査及び事業所ヒアリングからの課題

5.1 高齢者同行等を通しての課題

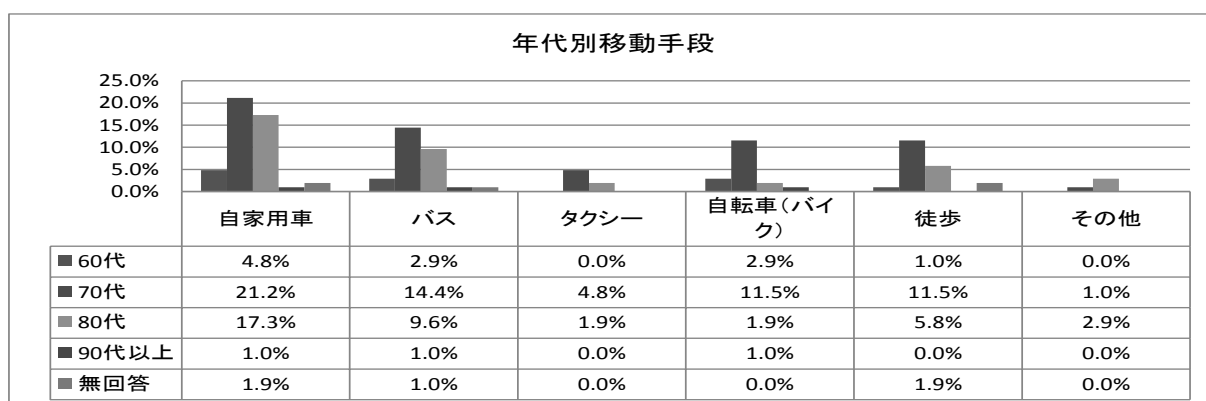
5.1.1 高齢者疑似体験から

高齢者疑似体験を通して、物理的特徴と心理的特徴から高齢者の課題を以下のようにまとめることにする。

まず、物理的特徴として、『手すりのない階段や暗い道は歩きにくい』、『膝、肘が曲げづらく動きにくい』、『文字が読みづらい』といった結果がまとまった。

栖吉地区には中沢三叉路を起点に半径 1 km 以内に商店が点在しており、廃業している店舗も多く地区外の大型店舗へ買い物に行かなければならないという現状がある。

図表 5-1 栖吉地区における年齢別買い物の移動手段



図表 5-1 は「栖吉地区における年齢別買い物の移動手段」である。図表を見ても分かる通り、70 及び 80 代は自家用車を使っていることが多く、90 代以上はほとんど自ら買い物に行かない傾向にある。また、70 代は他の年代よりもバス、自転車、徒歩を利用して買い物に行っている現状がある。

足腰が悪くなれば体も動きにくくなり、徒歩で行く方は、体に負担がかかる。それに加え、新潟県は屈指の豪雪地域でもあり、雪が降れば自転車（バイク）を使えなくなり移動手段が少なくなってしまうことや路面の凍結や暗い道が重なることで転倒などの危険が増すと考えられる。

また、高齢になれば視力の低下により、車の運転にも影響が出ると考えられる。どの年代も一番自家用車を利用して買い物をしているが、いざ使えなくなった時に徒歩や自転車で買い物に行くときに近くに買い物ができる店舗が必要だという課題がある。

次に心理的特徴として、『目が見えにくく恐怖を感じる』、『周りに迷惑をかけている責任感』、『声をかけてもらうことでリラックスできる』という結果がまとまった。物理的特徴でも書いたように、目が見えにくくなれば暗い道を歩くことは危険が増し、何かがあった時に咄嗟に判断が出来づらくなる要因があると考えられ、遠くに買い物に行くのは難しくなるのではないだろうか。

また、アンケートにおいて『徒歩やバスで買い物に行くため多くの品物が買えない、重いものが持てない』と回答されており、今までできたことが出来なくなり、誰かに助けってもらうことで相手に気を使い、申し訳なく感じてしまうこともあり、外出機会の減少にもつながる。このことにより近くに歩いて行ける店舗が必要だという課題がある。

5.1.2 栖吉地区の「お茶の間」から

月1回「お茶の間」に参加させて頂いていたのだが、来られる方はほぼ変わらず同じ方で、尚且つ足腰が丈夫で歩ける方が多い状況となっている。健康に関する講演や体操などの実施や交流の場があっても体の不自由な方は通えない現状がある。高齢になり仕事も趣味もなければ、何もすることがなくなり外出機会も減少する。単身世帯や高齢者夫婦世帯であれば、会話やコミュニケーションをとる機会も少なくなり体も動かさなくなれば病気の原因や体力、筋力の低下になりなおさら動かなくなる。

また、「お茶の間」において買い物ヒアリング調査を行い『近くにお店が欲しい』、『バスの本数を増やして欲しい』、『自分の目で商品を見たい』という意見が挙がった。車を所有していれば遠方への買い物もでき沢山の買い物できる。

しかし、徒歩や自転車で買い物に行く人は高齢になるほど移動できる距離も限られ、多くの量や種類を買い物ができない。参加されている方はまだ自分自身で買い物に行き、帰って来られるからよいが、そうでない方は近くに買い物できる店舗がないのは厳しいと言える。

さらに、参加されている方はよく会話をされている印象があった。上記にも書いた通り、会話やコミュニケーションをとらなければ身体的にも精神的にも様々な影響が出てくる。加えて、昨年行ったボランティア銀行の利用者からの聞き取り調査からもコミュニケーションをとりたいという意見があり、買い物と共にコミュニケーションも必要な要素と言える。

栖吉のコミュニティーセンターに来ることができない方が遠くの大型店舗に買い物に行くことはさらに厳しく、身体的にも精神的にも負担がかかる。加えてコミュニケーションも取れなければ気持ち的にも落ちてくると考えられ、近くに買い物ができる店舗と交流や休憩のできるサロンスペースが必要である。

5.1.3 買い物同行から

今回同行させて頂いた方の中には、『野菜や魚などは安くて大きな商品を選ぶ』、『外国産の食料品よりも国産の食料品を選ぶ』などといった自分の目で商品を見てから買いたい現状と少しでも得をしたいという節約志向があった。

図表 5-2 買い物同行における移動手段による買い物物品目の違い

	Aさん	Bさん
移動手段	自動車	バス及び徒歩
買い物物品目	トマト、ルッコラ、なめこ、もやし、椎茸、納豆、酒粕、切り干し大根、うどん、豆腐、油揚げ、シラス、冷麦、醤油、氷砂糖、鰹節、味噌、松茸のお吸い物、入浴剤、浴槽洗剤、洗顔料、お菓子、ゼリー、肉類×2、ヤクルト、赤ワイン	リンゴ×2、もやし、大根、納豆、アジのたたき、豆腐、油揚げ、パックご飯、低温殺菌牛乳、冷凍食品（国産カボチャ）、ハム（食品添加物の少ないもの）
品目数	計 27 点	計 14 点

図表 5-2 は「買い物に行くための移動手段による買い物物品目の違い」である。図表を見ても分かる通り、バス及び徒歩を使って行くよりも自家用車を使って買い物に行く方が多くの商品を買って来られることが見てとれるだろう。高齢になれば足腰の不自由である身

体的問題も出てくるため、長時間の移動や重たい荷物を持ってないなど様々ことに影響が出てくる。単純に考えれば、自家用車があれば自分の好きな時間帯に行くことができ、多くの商品を買える。加えて移動範囲も広がる。融通も利き負担もあまり大きくはない。

その反面、バスや徒歩で買い物に行けば、多くの量の買い物をできなく、重たい物を持って移動するのは身体的にも精神的にも苦痛になる。バスであれば移動時間も限られてくる。また、高齢者疑似体験のところでも書いたが、新潟県は雪が降る環境にあり、路面の凍結などによる転倒や視力低下による状況判断の遅れにより危険が増す。

現在、自家用車を運転出来ていてもこの先も運転できる保証はない。近くに買い物できる店舗があり、自分の目で商品を見ることが出来る環境が必要である。

図表 5-3 高齢者世帯の所得

出典資料：内閣府

区分	平均所得金額			
	一世帯当たり			世帯人員一人当たり (平均世帯人員)
高齢者世帯	総所得	307.2万円		197.4万円 (1.56人)
	稼働所得	53.5万円	-17.40%	
	公的年金・恩給	207.4万円	-67.50%	
	財産所得	27.2万円	-8.90%	
	年金以外の社会保障給付金	2.4万円	-0.80%	
	仕送り・その他の所得	16.7万円	-5.40%	
全世帯	総所得	538.0万円		200.4万円 (2.68人)
資料：厚生労働省「国民生活基礎調査」（平成23年）（同調査における平成22年1年間の所得）				
（注）高齢者世帯とは、65歳以上の者のみで構成するか、又はこれに18歳未満の未婚の者が加わった世帯をいう。				

さらに、同行させて頂いた方の中には、買い物をするときに事前にメモを書いてくる方や買い物袋を持参する方、割引ディーを活用して買い物し、少しでも買い物にかかる費用を節約する方などもいた。図表 5-3 は「高齢者世帯の所得」である。公的年金・恩給が主となっており、年金生活の高齢者も少なくはない。自家用車であればガソリン代、バスやタクシーであれば運賃代金、徒歩や自転車であれば多くの時間がかかってしまう。少しでも抑えたい気持ちがあっても遠くの店舗に行けば近くの店舗よりも無駄な浪費をしてしまう課題がある。

5.2 高齢者アンケートを通しての課題

5.2.1 現在の高齢者の買い物の実態から

栖吉地区における高齢者のアンケート調査を行い、現在の買い物実態から 5 つの課題があると考えた。それを下記にまとめた。

買い物実態からの課題点
①移動手段がない
②近くに買い物できる店舗がない
③自らの目で商品を見たい
④買い物に行く回数
⑤コミュニケーションをとりたい、休憩スペースが欲しい

(1) 移動手段がない

図表 5-1 を参照しても分かる通り、自転車（バイク）、徒歩で買い物に行く方であれば、高齢になり足腰が悪くなっていく中で、長距離、長時間の移動をするのは身体的にも負担がかかり、加えて重たい荷物を持って帰ることは危険である。アンケートにおいても『足腰が悪く移動が困難』、『自転車に積んでこられる量しか買えない』という意見も挙がっている。さらに、新潟県は雪が降る為、冬場は自転車（バイク）が使えないため移動手段がなくなってしまうことや路面の凍結で転倒の危険も増すことが考えられる。

バスで行く方であれば、一見して車のため安全で楽と考えられるが、アンケートにおいて『バスの乗り降りが大変』、『買い物のためだけにバスを利用するのは億劫だ』という意見があり、身体的、精神的に負担がかかり外出機会の減少にもつながる。また、バスで移動するとなれば時間を合わせなければいけなく、ゆっくり買い物ができないことや『バスの本数を増やして欲しい』などという意見も挙がり融通が利かない問題がある。

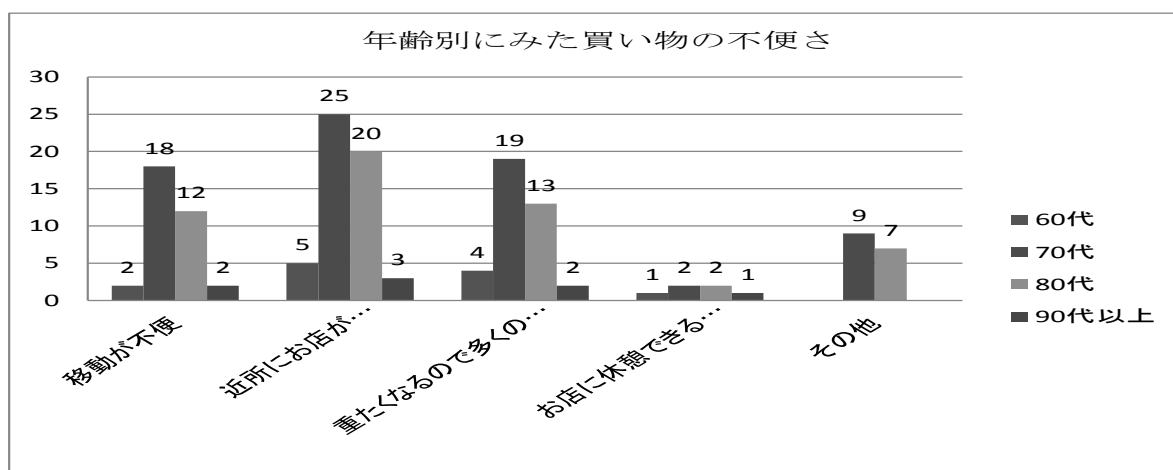
自家用車で行くという方は、多くの商品を買え、移動範囲も広がる。加えて時間制限もなく融通も利く。

しかし、このアンケートは 60 代以上を対象に行っている為、今現在で問題なくとも高齢になればなるほど足腰も悪くなり、病気にもかかりやすく視力も落ち判断能力も遅くなる。そうなればいつまでも車を運転することは厳しくなり、それ以外の手段を使わなければならない。遠くの店舗に買い物に行くということは、身体にも負担がかかり危険も増える。

(2) 近くに買い物できる店舗がない

高齢者疑似体験のところでも書いたように、栖吉地区には中沢三叉路を起点に半径 1 km 以内に商店が点在しており、大型店舗へ買い物に行かなければならないという現状がある。

図表 5-4 栖吉地区における年齢別買い物の不便さ



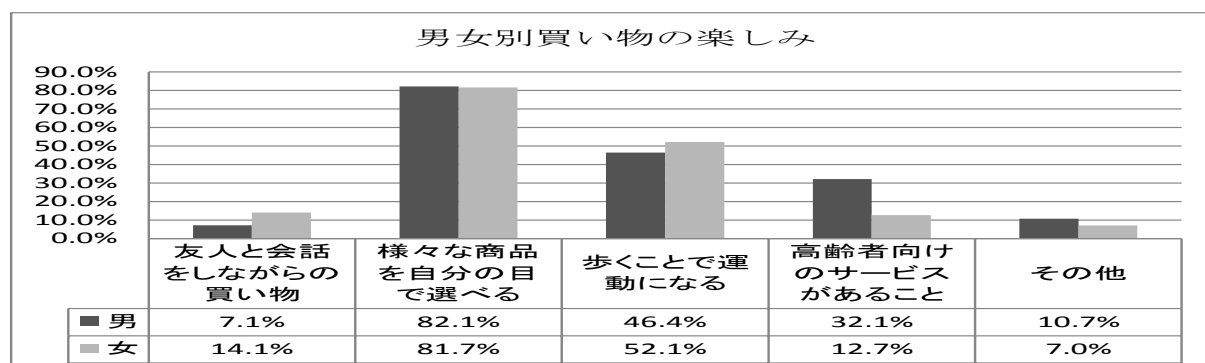
図表 5-4 の「栖吉地区における年齢別買い物の不便さ」である。60～80 代が買い物の不便さにおいて、『近所にお店が少なくなった』が最も多く回答している。

また、図表 5-1 と関連付けをしてみても 70 代は徒歩で買い物に行く率が他の年代よりも多く、近くにお店が欲しいと実感している。

毎回遠い店舗まで行くとなれば身体の負担にもなり危険も増す。近くになれば遠くに行かなければならず、その分の移動費もかかる。誰もが無理なく買い物に行け、負担が少しでもなくなる環境が必要である。

(3) 自らの目で商品を見たい

図表 5-5 栖吉地区における男女別買い物の楽しみ



図表 5-5 は「栖吉地区における男女別買い物の楽しみ」である。男女共にみても『様々な商品を自分の目で見て選べる』ことが一番の楽しみになっている。

自らの目で見たくとも移動手段がなく近くにお店がなければ時間をかけてまでも遠くのお店に行かなければならない。

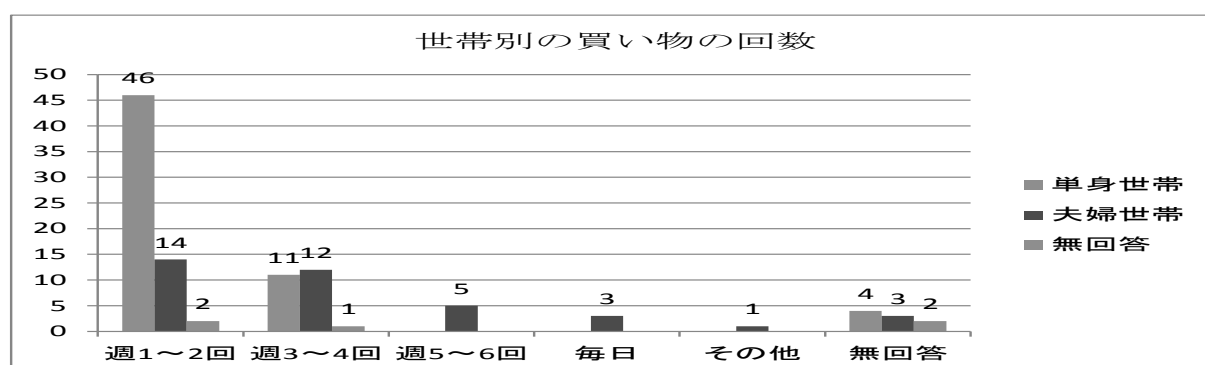
また、『魚などの生ものが好きだが近所にお店がなく不便』とアンケートで回答されている方もおり、近くに店舗があれば便利ということがわかる。加えて生鮮食料品などは夏の暑い時期に鮮度が落ちるし傷みやすくなる。

自家用車で移動できれば荷物も車に積み移動できる。加えて『歩くことで運動になる』という回答も男女共に 2 番目に多い。

しかし、徒歩で行かれる方は保冷剤や氷を使う場合もある為、荷物が重たくなりゆっくり帰ることができない。急ぐことで転倒の危険や身体的負担が増すことになる。近くで買い物できる店舗があれば自ら買い物に行くことができ自らの目で商品の品定めできる。

(4) 買い物に行く回数

図表 5-6 栖吉地区における世帯別の買い物の回数



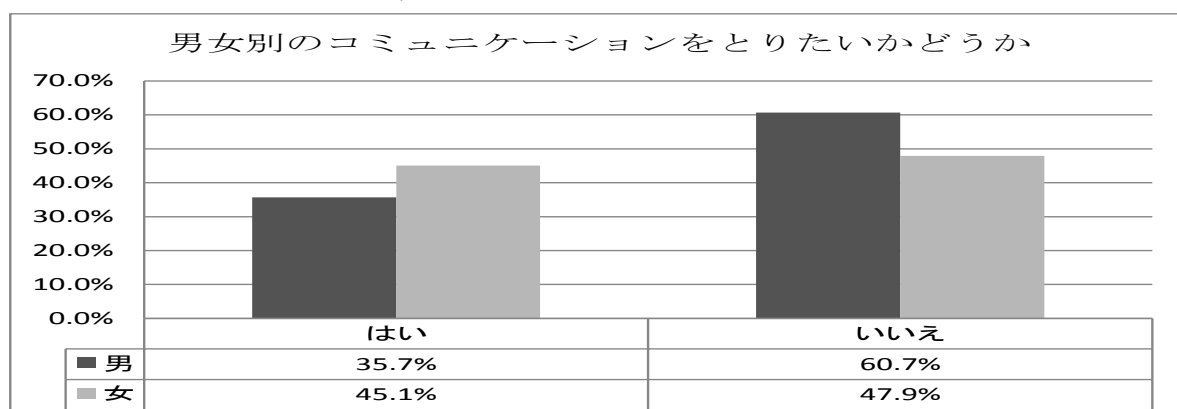
図表 5-6 は「栖吉地区における世帯別の買い物の回数」である。見ても分かる通り、単身世帯、夫婦世帯共に『週 1~2 回』が一番多い。

週に買い物に行く回数が少なければ単純に考えて買う商品の量も多くなる。アンケート意見の中には、『お昼ご飯を食べるついでに買い物に行く』、『通院時の帰路』など何かのついでに行き、買い物の他に楽しみを作り時間を有効に使っている方もいた。

そういった方は良いが、ただ買い物の為だけに遠く店舗まで買い物に行く方には体への負担がかかり時間も無駄になる。近くに店舗があり、尚且つ楽しく買い物できる場所が必要である。

(5) コミュニケーションをとりたい、休憩スペースが欲しい

図表 5-7 栖吉地区における男女別の買い物中にコミュニケーションをとりたいかどうか



図表 5-7 は、「栖吉地区における男女別の買い物中にコミュニケーションをとりたいかどうか」である。女性の方がコミュニケーションをとりたいと感じている。加えて図表 5-5 の「栖吉地区における男女別買い物の楽しみ」でも男性よりも女性の方が友人と買い物をしたいという意見が高い。『お茶を飲みながら、お客と休憩しながら会話をする』、『顔見知りの人に出会える楽しみがある』という意見も挙がっている。

また、図表 5-4 の「栖吉地区における年齢別買い物の不便さ」でもあるように少数意見だが休憩スペースがないといった意見も挙がっている。大型店舗であれば休憩スペースもありお茶や買った商品を食べることもでき、高齢者のコミュニティの場ともなっている。

しかし、小さな小売店や商店は買い物をするを基本になっている為、そういった場所がなく休憩やコミュニティスペースがない。徒歩や自転車で行く方は体力的に疲労が増し、足腰が悪い方は長時間立ってられない現状がある。休憩スペースがあるかないかによって楽しみや体の問題も変わってくると言える。

5.2.2 「空き家を使った移動販売型買い物支援」の提案についてから

私たちが考えた「空き家を使った移動販売型買い物支援」の提案について同じくアンケート調査を行い、3つの課題が見つかった。それを下記にまとめた。

提案からの課題点
①近くに買い物できる店舗が欲しい
②生鮮食料品及び日用品、雑貨品の購入
③コミュニケーションをとりたい

(1) 近くに買い物できる店舗が欲しい

毎回遠くの店舗まで買い物へ行き沢山の量の品物を持って帰ってくることは身体的負担も大きく疲労にもつながる。アンケート意見においても『とにかく近い距離で歩いて行ける所があればいい』、『冬とか体調が悪い時など近くにあれば大変助かる』といった声も挙がっている。

近くにあることで身体的負担も少なく雪などの季節問題も遠くの店に行くよりも交通面で便利になり気軽に買い物に行くことができる。

(2) 生鮮食料品及び日用品、雑貨品の購入

図表 5-8 「空き家を使った移動販売型買い物支援」におけるあつて欲しい商品

あつてほしい商品（複数回答）	（人）	（％）
食料品	84	80.8%
日用品・雑貨品	50	48.1%
衣料品	8	7.7%
その他	3	2.9%
総計	104	

図表 5-8 は高齢者が『空き家を使った移動販売型買い物支援』におけるあつて欲しい商品」である。

食料品に関しては、『新鮮な魚類があるといい』『新鮮な野菜を売ってほしい』などの生鮮食料品の購入をしたいことを挙げている方もいた。日用品・雑貨品では、『衣料品が世代に合う物を買う場所が少ない』という意見を挙げている方もいた。

自ら食べるものや使うものは自らの目で見たいという希望があった。遠くの大型店舗では食料品から日用品から雑貨品まですべて揃っているところもあり便利である。

しかし、自転車や徒歩、バスで買い物に行く方は手荷物もあれば移動費もかかる。特に日用品などは軽いものばかりではないため大変である。近場にあることで多くの商品を買っても遠くの店舗より移動のリスクが軽減され、何回でも来られる。また、買う商品を自らの目で見られることによって安心、安全面も増加する。

(3) コミュニケーションをとりたい

「空き家を使った移動販売型買い物支援」の提案において『近所の人とコミュニケーションがとれる』『色んな人と会って話をしたりして元気も出てくる』と言ってくださった方々がいた。このような面からも考えて高齢者がコミュニケーションをとりたいと望んでいるのかがわかる。ただ買い物をするだけでなくコミュニケーションをとれる場所、買い物後に休憩をしながら一緒にくつろげる場所が必要と言える。

高齢者疑似体験のところでも言ったように栖吉地区は中沢三叉路を起点に半径 1 km 以内にしか商店がなく廃業している店も多い為、買い物とコミュニケーションが一緒にとれる場所がない。大型店舗に行けばどちらも行うことは可能だが、わざわざ遠くまで移動するのは身体的にも精神的にも負担がかかる。近くに両方できる場所あれば負担軽減にもつながると言える。

5.3 事業所ヒアリングを通しての課題

5.3.1 個々の事業所の実態から

事業所ヒアリングを行い、高齢者の実態調査などから 2 つの課題があると考えた。それを下記にまとめた。

事業所の課題
①大規模小売店における高齢者への身体的、心理的不自由さや困難さに対する理解
②小売店への経営、運営面の支援

(1) 大規模小売店における高齢者への身体的、心理的不自由さや困難さに対する理解

大規模小売店が高齢者への身体的、心理的不自由さや困難さに対する理解を求める観点
は、3つある。

1 つ目は、買い物に来られる高齢者と来られない高齢者がいるということである。大規模小売店では、障害者トイレや広い通路幅の確保などのバリアフリー、レジにお客が詰まらないようにトランシーバーで情報共有などの様々な工夫をしている。

しかし、これはその店舗に来られる方だけが実感できることである。高齢者疑似体験のところでも書いたように高齢になれば筋力の低下や足腰が悪くなり、病気にもかかりやすくなる。買い物に行ける回数も減少する。そのため買い物に来られない人の事業展開などをし、理解を深めてもらう必要がある。

2 つ目は、商品の陳列方法である。種類も豊富で食料品から日用品、雑貨品まで揃い、非常に便利で利用もしやすい。

しかし、買い物同行をさせて頂いた時に高い所の商品が取りづらいという現状があった。1 つ目同様、足腰の悪さで腰が曲がり、肘が伸ばしづらくなり商品に手が届かない高齢者も少なくはない。店員や別の方をお願いして取ってもらうことなどもできるが、その場に誰もいなければ探さなければならないし、迷惑も掛けてしまう心理的要因も出てくる。いかに身体や精神的に負担をかけないように買い物をしてもらえるかという理解が必要である。

3 つ目は、高齢者皆がインターネットを使えないということである。ヒアリングを行った大規模小売店の中にネットスーパーを行っている事業所があった。その店舗に行かずとも買い物ができ便利ではあるが、全ての高齢者がインターネットを使えるわけではなく、それ以前にパソコンや携帯電話を持っていない高齢者もいることを理解してもらう必要がある。

(2) 小売店への経営、運営面の支援

商品の配達や個人への細かな配慮を行い高齢者に来店してもらえる工夫をしていること。また、昔ながらの創業のため地域に根付いていて安定しているようだが実際はそうでもない。店舗を経営、運営していくうえで細かく 4 つの問題点がある。

1 つ目は、人手不足であること。個人商店のため大規模小売店とは違い多人数で行っていないため、やれることも限られ、一人の負担も大きい。事業者が高齢になれば身体的にも大変になり後継者問題も大きく関わってくる。また、地域の高齢者のために移動販売を行っている小売店もあったが、人手不足により大変厳しい状況だが何とか行っている現状である。

2 つ目は、バリアフリーの工夫がないこと。大規模小売店では高齢者のために休憩スペースや車いすがおいてある店舗もあるが、小売店では少ない。ヒアリング調査でレジ近くに椅子を置いておく、足腰が悪い高齢者が来たら椅子に座らせ休ませるなど工夫をしており良いが大規模小売店のように店舗自体も小さく作れるスペースもないのが現状である。

3 つ目は、商品の種類と豊富さに不足があること。店舗が大きくないため、置ける商品も種類も少なくなってしまう。また、大規模小売店のように担当部門などの専門職が居ないため販売できる商品も限られてしまう。

4 つ目は、天候によっての来客の増減があること。どの店舗においても天候によって来

客の数は増減するが、ヒアリングを行った小売店は高齢者がメインの顧客のため、雨や雪などの天候が悪いと全く来ないという現状がある。加えて人手不足でも書いたが、地域の高齢者のために移動販売を行っているものの人手も足りず負担になり、車で移動するときのガソリン代などもかかる為、決して安定しているとは言えない。

店舗を経営していくためには資金が必要であり、無ければ存続できない。経営面や運営面、資金提供などの支援が可能になれば4つの問題点を改善できる可能性があると言え、移動販売も活発に運営できると考えられる。

5.3.2 高齢者が事業所に求めるものから

高齢者は、大規模小売店、コンビニ、小売店のそれぞれに求めるものがあつた。

大規模小売店では、『鮮度』、『小分けにして欲しい』という要望が挙がっている。鮮度を保ったまま持ち帰りたいと考えられる。また、一人暮らしや高齢者夫婦世帯であれば、少ない量で買いたいと思う。

しかし、高齢者だけがメインではないため、高齢者だけの要望を叶えるのではなく、事業所が提案するネットスーパーなどを活用して不便さをカバーして欲しいと考えられている。コンビニでは、『高い所の商品が取れない』という要望が挙がっている。

しかし、立地も小さく、店内における商品も限られてくる。また、最近は食品の他にキャッシュバンクや日用、雑貨品の販売も行っている為、なおさら商品を置くためには高い所まで陳列しなければならないと考えられる。

小売店では、『電話で配達をして欲しい』、『生ものを置いて欲しい』という要望が挙がっている。

しかし、コンビニ同様、広い立地ではないため商品を置けるスペースも限られ、食品を保存する機械の電気代もかかる。また、個人商店のため人手も足りず、新たな事業を行うには経済面的に厳しい状況と考えられる。

5.4 全体を通しての課題

アンケート調査などを通して高齢者は、『近く買い物できる店舗が必要』、『商品を自らの目で見たい』、『コミュニケーションをとりたい』という意見が分かった。買い物に行きたくとも身体的、精神的な要因や交通手段の限定により買い物に行ける回数も減少する。また、現段階で健康であり、車も運転できている方も将来的に同じ生活を続けられる保証はない。その先のことを考えた上でも解決策が必要と言える。

事業所に関しても小売店は、人手不足や経営面、運営面の不安定さにより新たな事業が行えない現状がある。

大規模小売店は、様々な事業を行ってはいるが、店舗に来られる方、インターネットを使える方などに限定してしまい、より多くの高齢者への理解を深めることが必要という課題がある。

一人でも多くの高齢者が楽しく、気軽に買い物をできるための課題解決をしていかななくてはならない。

6. ゼミ案実現に向けての方策

6.1 高齢者側の課題

私たちの調査の結果、高齢者は買い物のときに次の3点について要望していることが分かった。①歩いていける距離で買い物をしたい②様々な食料品、日用品を購入したい③様々な年代の方とコミュニケーションをとりたい。特にこの3点の要望については私たちの提案を実現するためにも取り組むべき課題である。

6.1.1 「歩いて行けるとところで買い物をしたい」という要望について

高齢者の方にアンケートをしたときに不便なこととして「近所にお店が少なくなった」「移動が不便になった」という意見が多くあがった。栖吉地区にある商店は中沢三叉路を起点として半径1km以内に点在しており、そのほかの場所には商店が少ないことが現状としてある。ヒアリングでは買い物に行く時間だけで1時間もかかるという人もいた。荷物が重くなるため一度に多くの買い物はできず一週間に何度も行くという人は少ない。週に何度も行くことになれば高齢者にとってその労力は計り知れないものになっている。このように遠くのお店にバスや自転車、徒歩で行くとなった場合、高齢者の方には非常に大きな負担となっている。

ゼミの提案では空き家を使ってこの買い物場所を近くにして、高齢者の負担を減らすことを目的としている。そのための空き家を確保する方法だが、インターネット上に「空き家バンク」というものがある。これは空き家の有効活用を通して、まちなか居住、住み替え、UJIターンによる定住を促進し、地域の活性化を図ることを目的としている制度である。この制度を利用して商店のない場所の空き家を確保できればそこには簡易的なお店が建ち、近所の人たちの負担を減らすことが期待できる。

6.1.2 「様々な食料品、日用品を購入したい」という要望について

私たちが普段見かける移動販売は食料品を運んでいるものが多いのではないだろうか。私たちのアンケートでも食料品がほしいという回答が多くを占めていた。ここは、高齢者のニーズに合っている。だが、アンケートでは、日用品・雑貨品を求める回答も見受けられた。実際、私たちは普段の生活で食事、風呂、トイレなど様々な行動をとり、そこで多くの日用品を使っている。これらの物は食料品とは違い頻繁に買うものではないが移動販売として近くで買うことができれば便利である。ただ、頻繁に買うものではない日用品を毎回持っていくのは効率が悪く、その分食料品を持って行ったほうが買い物をする人のためになるのではないだろうか。なので、日用品に関しては買い物に来た人からどの商品がいくつ欲しいのか要望を聞き次回持ってくるという販売方法にする。

食料品に関してはお店と同じ販売方法とする。その理由は高齢者が買い物の楽しみとして「様々な商品を自分の目で選べる」ことをあげているからである。要望を聞き決まった数だけを持って行くということは選択肢をなくし、買い物の楽しみもなくなることになる。私たちの調査では高齢者は買い物のときに価格、産地、鮮度、量に気を付けていることが分かった。自分の目で選べないということは高齢者の気にかけていることを店側が決めてしまうことになる。様々な家庭のニーズに応えていくにはこの方法が良いと考えられる。

6.1.3 「様々な年代の方とコミュニケーションをとりたい」という要望について

私たちが栖吉コミュニティセンターで開かれている「お茶の間」に参加したとき同じ施設にある体育館では子供たちが遊んでいることがあった。だが、高齢者と子供たちが同じ

場所にはいるが一緒にコミュニケーションをとることはなかった。しかし、重要なのはこの違う年代が一緒になれる施設があるということである。集まれる場所があるのならそこで地域の交流会を開くことで様々な年代の方とコミュニケーションをとることができる。

また、この交流会を私たちの提案する空き家で行った場合、普段は買い物場所として一定の賑わいを見せていた場所が交流スペースとしても利用されることで今まで以上に活気づくことが予想できる。

6.2 事業所側の課題

事業所側の課題としては①大規模店における高齢者への身体的、心理的配慮②小売店の経営、運営面の支援があげられる。この2点の課題について対応しなければならない。

6.2.1 「大規模小売店における高齢者への身体的、心理的配慮」について

6.2.1.1 高齢者の実態を学ぶために

図表 6-1

身体機能の変化	主な特徴と店舗への影響
関節や骨の委縮	高いところに手が届かなくなり上段の商品は取りづらくなる。
視野が狭くなる	横方向に展開した売り場は一覧することが難しい。足元や上が見えづらくなる。
握力の低下	重い商品は持ちにくい。まとめ買いもしづらい。
歩く速度が遅くなる	売り場面積の広い店舗は買い物に時間を要する。
咀嚼する力が低下する	固いものは食べにくく、飲み込むのも困難になる。販売する商品に工夫が必要になる。
白内障の進行	正確な色の認識が難しくなる。
聴覚の低下	接客でのコミュニケーションがとりづらくなる。
紙めくりがしにくくなる	指先が滑るためお金を財布から取り出しづらくなる。レジの清算に時間がかかる。

今後の日本は高齢化が進み店舗へ的高齢者の来店は増えていくと考えられる。これにより店舗側は高齢者に十分な対応をするための接客と店舗づくりの環境を整える必要がある。そのためには現場で働く社員への教育を徹底しなければならない。図表 6-1 は高齢者の身体機能の変化とそれに伴う店舗への影響を表したものである。高齢者の利用しやすい店舗を作るにはまず高齢者の身体的特徴を理解する必要がある、上記の表のことを理解しないとでは接客や店舗づくりに大きな差ができてしまう。また、身体的特徴だけでなく心理的な面からも高齢者にはサポートが必要になってくる。社員一人一人への教育を徹底し、高齢者が利用しやすい環境を整えていくことが重要である。

6.2.1.2 高齢者への接客で気を付けるべきポイント

図表 6-2

・過度な老人扱いはやめる
・狭い通路ですれ違う時は道を譲る
・広告やプライスカードの文字は大きくする
・会話をしたくて来店することもあるので話し相手になる
・困っているときは話しかけ必要なら買い物を手伝う

図表 6-2 は高齢者への接客で気を付けるべきポイントをまとめたものである。

身体的な面で見ると体力の落ちている高齢者にとっては広い店内を移動したり商品をとったりする動作だけでも相当な疲れが出る。疲れるという悪い印象をもたれた店舗では二度と買い物をしてもらえない可能性もある。来店した高齢者に快適に買い物をしてもらうためにも移動の邪魔にはならないこと、商品名、値段はわかりやすく表示する、必要であれば話しかけ買い物を手伝うなどのサービスをすることも必要になる。ただ気を付けたいことは、過度な老人扱いをしないことである。高齢者に電車やバスで席を譲ったら逆に怒られたという話をよく聞くがそれと同じである。過剰なサービスは逆に相手を不快な気持ちにさせてしまうこともあるので注意が必要である。

心理的な面では会話をしたいためにお店に来る人がいる。一人暮らしに多く買い物ついでに店員と会話をする高齢者である。この場合、言葉遣いには気を付けながら話し相手になることで高齢者は気持ちよく買い物ができる。また、話し相手になることで固定客につながることもある。

6.2.1.3 高齢者への店舗づくりで気を付けるべきポイント

図表 6-3

すれ違うための通路幅の広さを確保する
よく利用する商品は目線の位置に配置する
雨や雪の日には床のすべりやすさに注意する
文字の大きさ見やすさに注意する
売り場にある商品の場所をわかりやすくする
休憩スペースを設置する

図表 6-3 は高齢者への店舗づくりで気を付けるべきポイントをまとめたものである。

先ほど説明した通り高齢者は身体的な面でのサポートを必要としている。店舗では通路幅を広くすることで移動の不便をなくすこと、広告やプライスカードの文字を大きく表示することで目の悪い人にも対応できる。広い店内では様々な場所に商品が並べられているので欲しい商品が見つけにくい場合がある。商品の案内を掲示するなどの対応も必要である。また、雨や雪の降った日などは店舗にしかれているタイルは非常に滑りやすくなる。注意喚起の紙を掲示することや、濡れている床に気づいたら店員はタオルでふくなどの対応が必要となってくる。

腰の曲がった高齢者の場合、高いところにある商品は見えにくく、取りにくいことがある。高齢者がよく利用する商品は目線の高さに合わせた場所に配置することが大切である。

そして高齢者への対応として大事なことが休憩スペースの設置である。休憩スペースが

設置してある店舗では買い物のついでに近所の方との会話を楽しみ、お昼になるとお惣菜を買ってそこで昼食を済ませる高齢者もいる。移動距離の長い大規模な店舗ほど休憩スペースの設置は必要となる。そして、高齢者によっては休憩スペースがある店舗を選んで買い物をすることもあるので高齢者を支援する取り組みとして大切である。

6.2.2 「小規模小売店の経営、運営面の支援」について

日本全国にシャッター街と呼ばれる場所が増えていく中で、昔から同じ場所で経営を続けているという小売店も少なくはない。その小売店がなぜ経営を続けていけるのか、という理由については立地が良いことや、近くに大型スーパーがないことなど様々である。ただ、一番の理由としては昔からその場所にあるという信頼感や安心感なのではないだろうか。同じ場所で昔から経営することで地域に住む人のニーズを理解し、そこに対応する。その積み重ねがあったからこそ現在までお店が残っているのである。そういった小売店を利用している人は昔からの顔なじみの高齢者が多いと考えられる。ただ、高齢者の利用だけで、今後も経営を続けられるかは不透明であり、新たな利用者を増やしていかなければならない。新たな利用者を増やすためには、新たな取り組みが必要になってくる。小売店へのヒアリングで移動販売について聞いたところ「すでに移動販売を行っている」、「移動販売はしていないが良い取り組みだと思う」という回答が得られた。ただ、「移動販売での利益はない」、「始めるための資金が用意できない」という運営面についての意見もある。

小売店が移動販売を始める際に必要になる車は冷凍、冷蔵設備がついたもので 1,000 万円から 2,000 万円、軽トラックの小型車で 150 万円から 400 万円といわれている。この金額を自己負担で払うとなると、なかなか手は出しづらく移動販売での利益はないという意見もあるため、取り組みたい人がいてもできない状況である。この状況を変えなければ地域での買い物支援は難しくなり買い物弱者は増え続けることが予想される。

経済産業省では買い物弱者対策支援として都道府県や各地域で補助金が公募されている。また、新潟県では「買い物利便性向上ビジネス支援事業」を行っている。これは地域の買い物環境の向上に取り組む事業者を支援するもので対象者は商店街組合、社会福祉法人、民間事業者など幅広く対応している。補助率は経費の 2/3 以内のため多くの補助が見込める。このような支援事業の充実が地域の小規模小売店を支えていくのである。

6.3 まとめ

私たちは今回、「移動販売型買い物支援」実現に向けて栖吉地区の現状調査、高齢者の買い物に関するアンケート調査と事業所へのヒアリングなどを行ってきた。現状調査では栖吉地区内をバスで移動し商店などを見て回ることで栖吉地区への理解を深めることができた。また、理解を深めた中で行ったアンケート調査では多くの住民から回答を得ることができ信頼のある調査結果にまとめることができた。アンケートの結果では私たちの提案を良いと感じる高齢者は多く利用したいという回答も多数を占めていた。このことから提案を実現した際の高齢者からの需要は多く見込める結果となった。

だが、肝心の小売店からは移動販売には消極的な意見があがり、移動販売に積極的な小売店からは運営面での指摘を受ける結果となった。買い物支援があるのなら利用したいという高齢者が多くいるにもかかわらず小売店側は消極的であり、気持ちはあっても運営面でかかる費用を考えると取り組みないということが今の状況である。

現在、政府では買い物支援策に対する補助金の支援を行っている。私たちの提案では移動販売車に加え、空き家の確保も必要になってくるため多くの費用を負担することになる。補助金での支援が充実してくることでこれらの費用を抑えることができ提案の実現性も高まると考えられる。

今後の日本は高齢化が進み多くの買い物弱者が増えることが予想される。そのため、より一層、政府の支援や対策が必要になる。一方、小売店では買い物に対して果たすべき役割は増え、店舗に来る人だけを相手にするではなく、店舗に行けない人には商品を届けに行くという姿勢が必要になってくる。小売店がこれからの社会をどのように考えていくのか、小売店の「社会性」が重要であり、私たちが期待しているところでもある。

謝辞

今回の研究においては多くの方々からご協力をいただきました。この場を借りて感謝いたします。

長岡市社会福祉協議会の本間課長、栖吉コミュニティセンターの佐藤センター長のお二人にはアドバイザーとして本研究において貴重な意見をいただきました。中間発表でいただいた意見は参考になり、その後の活動に大きな成果を残すことができました。

栖吉コミュニティセンターの古屋主事には「お茶の間」という場を用意していただき栖吉地区の住民の方との交流する機会をいただきました。高齢者の普段の買い物の様子など深く知ることができました。

長岡地域包括支援センターふそきの五十嵐さんには栖吉地区の現状を講演していただきました。この講演で栖吉地区における高齢者の現状や買い物実態が分かりました。

栖吉地区民生委員・児童委員協議会の古屋信司さんをはじめとした他 10 名の民生委員の皆様にはアンケートの内容から住民への配布、回収と高齢者アンケート全般でご協力いただきました。回収率も高かったため研究資料として参考になるものとなりました。

この他にも買い物同行やアンケートに回答してくださった栖吉地区住民の皆様、事業所ヒアリングに協力してくださった 5 つの事業所の皆様にもお礼申し上げます。

来年度も研究を通じて皆様へご協力をお願いすることがあります。その時には何とぞよろしくお願い申し上げます。

参考文献

アクシアルリテイリング株式会社

(<http://www.axial-r.com/>)

移動販売・移動スーパー情報サイト - みんなの町の行商屋さん (2015)

(<http://www.idouhanbai.info/index.html>)

食品業として日本最大の製販一体企業 神戸物産

(<http://www.kobebussan.co.jp/>)

セブン - イレブン～近くて便利～

(<http://www.sej.co.jp/index.html>)

内閣府 (2011) 「高齢者の住宅と生活に関する意識調査」

長岡市栖吉地区町内会協議会 栖吉コミュニティセンター (2013)

「はばたけ栖吉 戦後 65 年のあゆみ」

長岡市 (<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisetsu/comm-cen/suyoshi.html>)

長岡大学 (2014) 「学生による地域活性化プログラム 平成 25 年度活動報告書」

中嶋正樹 (2015) 『月刊コンビニ 1 月号』 (株) 商業界

中嶋正樹 (2014) 『月刊コンビニ 10 月号』 (株) 商業界

新潟県ホームページ

(<http://www.pref.niigata.lg.jp/>)

空き家バンク 長岡市 (<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/akiya/>)

栖吉地区の高齢者の買い物についての現状調査

2014年9月26日（金）
長岡大学米山ゼミナール一同

調査目的：長岡大学米山ゼミナールでは、高齢者の買い物支援について調査を行っています。このアンケートは、栖吉地区にお住いの高齢者の方の買い物の実態を調べる目的で行うものです。

調査対象者：栖吉地区にお住いで65歳以上の方
尚且つ単身または夫婦世帯の方

調査提出期限日：10月27日（月）

回答は数値に置き換えて統計的に処理をいたしますので、調査結果の公表にあたって個人が特定されることはありません。どうかありのまますお答えください。

回答にあたってのお願い

1. 該当する番号を○で囲んでください。
2. 記述式の場合は、あなたの思っていることをお書きください。
3. 記入は黒または青色の筆記用具でお願いいたします。

アンケート項目について

1. 普段の買い物について
2. 「空き家を使った移動販売型買い物支援（月2回の市開催）」について
3. あなた自身について

※②の詳しい説明につきましては、4ページをご覧ください

記入が終わりましたら、担当地区の民生委員の方に提出してください
ますようよろしくお願いいたします。

【問い合わせ先】

長岡大学
担当 酒井 直也 電話番号 〇〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇
メール 〇〇〇〇〇〇〇@std.nagaokauniv.ac.jp

あなたの買い物の実態についてお伺いします

問1. あなたは、お店に買い物に行きますか。
(あてはまるもの1つに○)

1. はい 2. いいえ 問3へ
➡

問2. 問1で「はい」と答えた方にお伺いします。

(1) 買い物に行く場所はどこですか。(あてはまるもの全てに○)

1. 原信 2. 業務スーパー 3. イトヨーカドー
4. 石原商店 5. コンビニ 6. ウオロク
7. その他 ()

(2)

① 買い物には同行者と行く機会が多いですか。
(あてはまるもの1つに○)

1. はい 2. いいえ

② ①で「はい」と答えた方にお伺いします。

誰と買い物に行きますか。

1. 子供 2. 孫 3. 近所の人 4. 配偶者
5. その他 ()

(3)

① 買い物に行く時間帯が多いのはいつですか。
(あてはまるもの1つに○)

1. 朝 2. 昼 3. 夕方 4. 夜

②なぜその時間帯に行きますか。(理由を書いてください)

(記入例：夕市があって安くなるから)

問 4. 買い物をしての楽しみ・便利なこととはなんですか。
(あてはまるもの全てに○)

1. 友人と会話をしながらの買い物
2. 様々な商品を自分の目で選べる
3. 歩くことで運動になる
4. 高齢者向けのサービスがあること
5. その他

③買い物にかかる時間はどのくらいですか。(移動時間も含む)

(時間 分)

(4) 移動手段は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

1. 自家用車
2. バス
3. タクシー
4. 自転車 (バイク)
5. 徒歩
6. その他 ()

(5) 週に何回買い物に行きますか。

(あてはまるもの1つに○)

1. 週 1～2 回
2. 週 3～4 回
3. 週 5～6 回
4. 毎日
5. その他 ()

問 3. 買い物をする中で、一番買う商品は何ですか。
(あてはまるもの1つに○)

1. 食料品
2. 日用品・雑貨品
3. 衣料品
4. その他 ()

問 5. 買い物について不便に感じることはありますか。
(あてはまるもの全てに○)

1. 移動が不便
2. 近所にお店が少なくなった
3. 重たくなるので多くの商品を購入できない
4. お店に休憩できる場所がないこと
5. その他

問 6. 買い物を通して、友人・知人などコミュニケーション (お話し
ど) をとりたいですか。(あてはまるもの1つに○)

1. はい
2. いいえ

問 7. 買い物を通して要望はありますか。(ある方はお書き下さい)

(記入例：もっと休める場所が欲しい)

「空き家を使った移動販売型買い物支援

(月一回の市開催)」の提案についてお伺いします

「空き家を使った移動販売型買い物支援 (月 2 回の市開

催)」に関しての詳しい説明

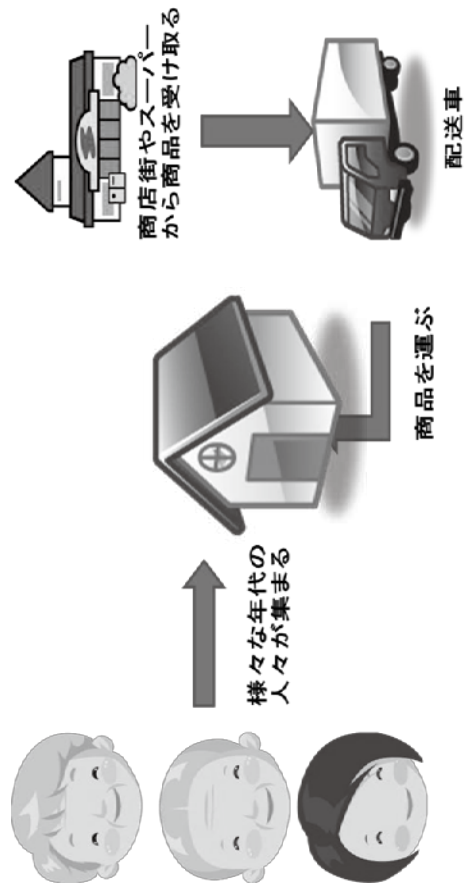
・支援内容の説明

その地域にある使われなくなった家もしくは学校や商業施設をそのまま放置せずに修理や改装を行い、地域の方々が買い物や休憩、災害時には、避難所になるような「憩いの場」や「集まりの場」として作り直します。

商店街やスーパーから商品を受け取り、販売車で商品を運びます。そのことで、その地域の様々な年代の方々が集まることが可能になります。また、移動販売車で地域ごとに作った場所（空き家）に向いてお店を開き、お店に来られた方は、買い物をしながら、地域の方々と交流することができず。

それに加え、月 2 回の「市（いち）」を行います。

イメージ図



※こちらの設問は 4 ページの資料を参考にお答えください。

問 8．空き家を買いたい場所として使うことはどう思いますか。
(あてはまるもの 1 つに○)

1. 良い 2. 悪い

問 9．移動販売を利用したいですか。
(あてはまるもの 1 つに○)

1. はい 2. いいえ

問 10．どのような商品があるといいですか。
(あてはまるもの 1 つに○)

1. 食料品 2. 日用品・雑貨品
3. 衣料品 4. その他 ()

問 11．移動販売は週何回来てほしいですか。
(数字を書いてください)

週 () 回

問 12．あなたが思う「空き家を利用した移動販売」についての良い点または要望はありますか。(ある方はお書き下さい)

(記入例：近くて便利だと思う)

問 13．あなたはこの提案を利用してみたいですか。
(あてはまるもの 1 つに○)

1. はい 2. いいえ

あなた自身についてお伺いします

問 1 4．あなたの性別お教えてください。(あてはまるもの 1 つに○)

1. 男性 2. 女性

問 1 5．あなたの年齢を教えてください。(あてはまるもの 1 つに○)

1. 60代 2. 70代 3. 80代 4. 90代以上

問 1 6．あなたの家族構成を教えてください。
(あてはまるもの 1 つに○)

1. 単身世帯 2. 夫婦世帯

問 1 7．あなたの住んでいる地域を教えてください。

()

以上になります、ご協力ありがとうございました。

とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
～長岡・栃尾地域を元気にするために～

今瀬政司ゼミナール

今瀬ゼミ生一同
(3年生、五十音順)

12E 001 五十嵐信彦
12M016 澤井芳秀
12M017 須田一聖
12M019 相山祐輝
12M021 太刀川健太郎

2014 年度 長岡大学 今瀬政司ゼミナール
とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
～長岡・栃尾地域を元気にするために～
目 次

本 編

1. 今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の目的と概要

- 1.1 今瀬政司ゼミナールの目的・概要
- 1.2 「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業の概要

2. 長岡・栃尾地域の誇り「とちお祭」の概要

- 2.1 「とちお祭」の歴史と経済的背景
 - 2.1.1 「とちお祭」の 60 年の歩み
 - 2.1.2 旧繊維まつりと産業振興
- 2.2 「第 60 回とちお祭」(2014 年) の概要
 - 2.2.1 祭りの概要
 - 2.2.2 各イベントの実施概況
 - 2.2.3 祭りの担い手

3. 今瀬政司ゼミナールの「とちお祭」への道

～「第 60 回 とちお祭」における裏方参画と調査・情報発信～

- 3.1 今瀬ゼミの企画立案における試行錯誤
 - 3.1.1 企画書(第 1 案):「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」
 - 3.1.2 企画書(中間案):「栃尾」に焦点を当てる!
 - 3.1.3 企画書(最終案):「とちお祭」のみに焦点を当てる!～とちお祭への参画決定～
- 3.2 今瀬ゼミの「第 60 回 とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」
 - 3.2.1 結団式
 - 3.2.2 仁和賀部会
 - 3.2.3 仁和賀行進に関する「本町」への取材
 - 3.2.4 全日本樽みこし綱引き選手権大会の説明会
 - 3.2.5 安全祈願祭
 - 3.2.6 「アオーレ長岡」でのとちお祭の事前 P R 活動
 - 3.2.7 とちお祭の事前準備
 - 3.2.8 とちお祭の前日準備①(祭り全体)
 - 3.2.9 とちお祭の前日準備②(大花火大会の事前準備)
 - 3.2.10 とちお祭 1 日目
 - 3.2.11 とちお祭 2 日目①～全日本樽みこし綱引き選手権大会～
 - 3.2.12 とちお祭 2 日目②～仁和賀行進～
 - 3.2.13 とちお祭 2 日目③～大花火大会～
 - 3.2.14 とちお祭の後片付け
 - 3.2.15 とちお祭のアンケート調査結果

- 3.2.16 今瀬ゼミから「とちお祭」への3つの提言
- 3.2.17 とちお祭のイベントの「出前開催」(PR活動)
- 3.2.18 とちお祭大花火大会反省会
- 3.2.19 学生による地域活性化プログラム成果発表会
- 3.2.20 今瀬ゼミ活動の「栃尾タイムス」での記事掲載
- 3.2.21 長岡大学悠久祭と長岡市内各所での巡回「パネル展示会」開催
- 3.2.22 「とちお祭」と今瀬ゼミ活動のホームページでの情報発信

資料編

- 4. 今瀬ゼミ活動の「栃尾タイムス」掲載記事
- 5. 今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」展示パネル
- 6. 今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」成果発表会資料

■今瀬ゼミ生一同（主な活動内容／主な報告書作成担当）

- 12E001 五十嵐信彦 （活動全般／3章の部分執筆）
 - 12M016 澤井芳秀 （活動全般／2・3・5・6章の部分執筆、全体編集）
 - 12M017 須田一聖 （活動全般、コーディネート／3章の部分執筆）
 - 12M019 相山祐輝 （活動全般／3章の部分執筆）
 - 12M021 太刀川健太郎 （活動全般／2・3・5・6章の部分執筆）
- （全3年生、五十音順）

■今瀬ゼミ担当教員（教育、監修）

長岡大学経済経営学部 准教授 今瀬政司

TEL：0258-39-1600(代)、研究室 0258-39-1907(直)、E-mail：imase@nagaokauniv.ac.jp

■今瀬政司研究室ホームページ（ゼミの活動報告等を随時掲載）

<http://sicnp.o.jp/imase-nagaokauniv/>

■協力者（協働）

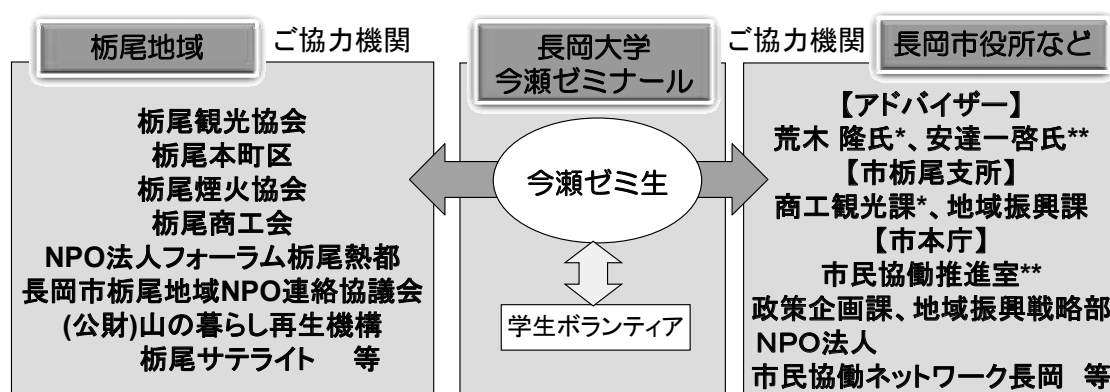
〔長岡大学ボランティア学生〕木島俊久、胡 波、中島なつ美、宮崎由貴（五十音順）

〔アドバイザー〕

荒木 隆 氏 長岡市栃尾支所商工観光課 観光係長

安達一啓氏 長岡市市民協働推進室市民協働班 主査

〔協力機関（協働）〕



1. 今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の目的と概要

1.1 今瀬政司ゼミナールの目的・概要

今瀬政司ゼミナールの授業目的は、授業を通して、実社会の現場における実践的な活動や調査等のノウハウを学び、社会の中で「生きる力」の基礎を身につけ、地域（社会）の活性化に貢献することである。

今、社会では市民（NPO・地縁組織、企業、大学等）と行政が、「自治と協働による地域づくり」を推進することで、地域の様々な社会的課題の解決を図り、地域を活性化していかうとする取組みが重要となっている。

そこで、今瀬ゼミでは2014年度、「自治と協働による地域づくり」という大テーマの中で、ゼミ生が自ら具体的な事業テーマの企画書を立案し、地域（実社会）の人たちとの調整を行い、スケジュールや役割分担の計画を立てて、実社会の現場において、活動、調査研究、提言、情報発信、社会貢献活動等の実践的な取組みを行った。そして、その成果を報告書や展示パネル等の形で取りまとめて公表した。

1.2 「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業の概要

長岡市栃尾地域で開催の「とちお祭」（2014年8月23・24日）において、長岡大学の今瀬政司ゼミナール等の学生たちが裏方として参画した。

2014年4月のゼミ授業の開始以降、参画の企画立案から、事前準備の作業協力、当日の運営協力、後片付けの協力までを「とちお祭」の裏方として参画して、地元の方々と協働で取組みを行った。

また、それと並行して、裏方として参画するからこそ分かる「とちお祭」の実態を調査して取りまとめた。実態調査では、祭りそのものはもとより、祭りに関わる地元の人々の様子、祭りを通して見える地域の素晴らしさと抱える課題などについて、準備から当日、後片付けまでの段階で取材・記録した。

そして、祭りの裏方としての参画と調査から得られた報告成果を、展示パネル、報告書、小レポート、写真・映像などのツールにして、長岡大学「学生による地域活性化プログラム成果発表会」のほか、学園祭（悠久祭）や市内の公共施設（長岡市栃尾産業交流センターおりなす、シティホールプラザ アオーレ長岡）でのパネル展示、ならびにホームページ、新聞記事掲載などで情報発信を行った。

そうした情報発信による栃尾と「とちお祭」の広報PRにより、栃尾への誘客をめざすなど地域活性化に貢献できるように努めた。



とちお祭のメイン会場で今瀬ゼミとボランティア学生が集合写真を撮影

■今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の活動記録

月日	「とちお祭」の主な全体的な取組み	今瀬政司ゼミナールの主な活動内容 (2014年4月～翌2月)	学外
12月	とちお祭の次の日程決定		
1月 ～3月	各地区・各団体への日程等の連絡 「オープニングイベント」の学校・幼稚園等への 出演依頼		
4月	14日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	21日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	28日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
5月	12日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	19日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	21日(水)	長岡市政策企画課・市民協働推進室、NPO法人市民協働ネットワーク 長岡に協力依頼(今瀬)	市本庁
	26日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	29日(木)	長岡市政策企画課・市民協働推進室・地域振興戦略部に協力依頼(今 瀬)	市本庁
6月	2日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
	3日(火)	「第1回仁和賀部会」	市本庁
	9日(月)	長岡市地域振興戦略部に事前取材・企画相談	市本庁
	10日(火)	「大花火大会」の協賛募集会議	市本庁
	中旬	「大花火大会」の寄附金の依頼状送付・調整作 業	
	16日(月)	長岡市栃尾支所商工観光課(荒木様にアドバイザー依頼)と山の暮らし 再生機構栃尾サテライトに事前取材・企画相談	市本庁
	17日(火)	「第2回仁和賀部会」	市本庁
	18日(水)	「全日本樟みこし綱引き選手権大会」委員会	市本庁
	23日(月)	長岡市市民協働推進室(安達様にアドバイザー依頼)に事前取材・企 画相談	市本庁
	24日(火)	「オープニングイベント」説明会	
	30日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
7月	4日(金)	「とちお祭結団式」	市本庁
	7日(月)	とちお祭「結団式」に出席&取材	市本庁
	8日(火)	「大花火大会」の寄附金募集の締切	市本庁
	14日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	市本庁
	16日(水)	栃尾観光協会と打合せ会(スケジュール・役割分担等調整)	市本庁
	18日(金)	「大民踊流し」「みこし渡御」「仁和賀行進」参加 申込の締切	市本庁
	中旬	とちお祭ポスター完成、送付、掲示依頼	
	21日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	市本庁
	25日(金)	「第3回仁和賀部会」	市本庁
	25日(金)	「全日本樟みこし綱引き選手権大会」参加申込 の締切	市本庁
	27日(日)	「ほだれ神輿」への栃尾域外からの参加案内送 付	市本庁
	下旬	「大花火大会」の開催許可	
	28日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	市本庁
	28日(月)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の事前準備&取材	市本庁
8月	4日(月)	道路の使用許可申請、行列行進・集団示威運 動許可書の申請、花火師への花火発注	市本庁
	6日(水)	とちお祭の事前準備(会場と街中の設営等)	市本庁
	6日(水)	「全日本樟みこし綱引き選手権大会」説明会	市本庁
	8日(金)	行列行進・集団示威運動許可書申請の許可	市本庁
	12日(火)	「みこし渡御」説明会	市本庁
	18日(月)	「安全祈願祭」、花火用単管運び、芳香稚草園 の太鼓積込み、警備会社打合せ、祭最終打合 せ	市本庁
	19日(火)	とちお祭の事前告知・PR、とちお祭パネル展 (アオーレ長岡で開催)	市本庁
	20日(水)	「大花火大会」寄附者への花火番付と御礼状の 送付、花火のアナウンス原稿確認、FMながお か・アナウンサーとの打合せ、警備会社との打 合せ	市本庁
	20日(水)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の練習会出席&取材	市本庁
	21日(木)	とちお祭チラシの新聞折込、保健所施設検査 (祭会場の秋葉公園)、やぐら組立・トイレ設置	市本庁
	22日(金)	花火番付の新聞折込、民踊流し会場電灯設 置・照明点検、スタッフ控室設置、みこし渡御会 場設営、花火打上げ会場設営	市本庁
	22日(金)	とちお祭の前日準備(会場と花火打上げ場の設 営等)	市本庁
	23日(土)	とちお祭当日	市本庁
	24日(日)	とちお祭当日	市本庁
	25日(月)	とちお祭の後片付け(会場と花火打上げ場の片 付け)、ごみの撤収、花火用単管片付け	市本庁

9月	3日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	8日(月)	とちお祭アンケート調査の締切		
	10日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	11日(木)	「仁和賀行進」反省会		
	17日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	24日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
10月	30日(火)	「とちお祭反省会」		
	1日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	2日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	6日(月)		長岡市市民協働推進室で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、長岡市政策企画課と地域戦略部に報告	市本庁
	8日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	10日(金)		内閣府等主催「地方共助社会づくり懇談会in上越」にて今瀬ゼミの活動報告「裏方さんが地域を支える」(今瀬講演)	
	13日(月)		定例ゼミ授業(報告書・パネル等作成打合せ、第2回中間レビュー練習)	
	14日(火)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	15日(水)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	16日(木)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
	20日(月)		長岡市栃尾支所で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、栃尾観光協会に報告	栃尾
	21日(火)		ゼミ打合せ会(パネル作成)、栃尾本町区「仁和賀行進」の打合せ	栃尾
	22日(水)		ゼミ打合せ会(パネル作成)	
	23日(木)		ゼミ打合せ会(パネル作成)、NPO法人フォーラム栃尾熱都にとちお祭パネル借用	栃尾
	24日(金)		ゼミ打合せ会(パネル作成)、今瀬ゼミ作成の展示パネル等の設置	
	25日(土)		悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
	25日(土)		悠久祭にて「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」	
	26日(日)		悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
	27日(月)		悠久祭でのパネル等の後片付け	
11月	10日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	11日(火)		ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	17日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
	22日(土)		今瀬ゼミのホームページ開設(成果物等の掲載、栃尾と「とちお祭」の情報発信)・以後随時更新	
	24日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成&パワーポイント資料作成)、成果発表会の練習	
	25日(火)	「大花火大会反省会」	とちお祭「大花火大会反省会」へ参加	栃尾
12月	26日(水)		パネルの栃尾での展示用に栃尾観光協会へ運搬	栃尾
	1日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成&パワーポイント資料作成)、成果発表会の練習	
	3日(水)		成果発表会の練習	
	5日(金)	栃尾タイムスに今瀬ゼミ「とちお祭」の記事掲載	成果発表会の発表原稿再編集、栃尾タイムスに今瀬ゼミ「とちお祭」の記事掲載	
	6日(土)		長岡大学「学生による地域活性化プログラム」の成果発表会(ホテルニューオータニ長岡)	市内
	8日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)、ゼミ生集合写真撮影	
	15日(月)	栃尾タイムスに今瀬ゼミ「とちお祭」の記事掲載	栃尾タイムスに今瀬ゼミ「とちお祭」の記事掲載	
	16日(火)		栃尾観光協会にて祭りの準備活動について取材	栃尾
	17日(水)		報告書作成打ち合わせ	
	22日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)	
	25日~1月28日	長岡市栃尾産業交流センターおりなすでの今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展示会(12/24設置、1/29撤収)	長岡市栃尾産業交流センターおりなすでの今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展示会	
1月	5日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)	
	6日(火)		報告書作成打ち合わせ	
	7日(水)		報告書作成打ち合わせ	
	12日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)	
	14日(水)		栃尾おりなすでの今瀬ゼミ「とちお祭」展示会の記録、各所への挨拶まわり	栃尾
	19日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)、打合せ会	
	26日(月)		定例ゼミ授業(報告書作成)、今瀬ゼミ「とちお祭」への裏方参画と調査・情報発信(2014年度)の最終報告書完成	
2月	2日~13日	アオーレ長岡(長岡市役所本庁舎)での今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展示会(2/2設置、2/13撤収)	アオーレ長岡での今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展示会(2/2設置、2/13撤収)	市本庁
3月			長岡大学「学生による地域活性化プログラム」の報告書発行	



道の駅にある栃尾観光協会のスタッフ
と今瀬ゼミで集合写真を撮影

2. 長岡・栃尾地域の誇り「とちお祭」の概要

2.1 「とちお祭」の歴史と経済的背景

今瀬ゼミでは、「とちお祭への裏方参画」の活動を行う中で、とちお祭の歴史についても調査を行った。調査に際しては、長岡市栃尾支所からの提供資料、栃尾地域図書館や長岡大学図書館等に蔵書されていた資料、「栃尾タイムス」や「刈谷田新報（旧栃尾新聞）」等の古くからある文献資料を中心に調査を行って、とちお祭に変化が訪れた頃の資料を主に分析し、以下のように整理した。

2.1.1 「とちお祭」の60年の歩み

長岡市の栃尾地域における「とちお祭」は、今年度（2014年度）で60周年を迎える。毎年、年に一度行われ、祭り事の多い栃尾の中でも地域を代表する祭りの一つである。

とちお祭の歴史は古く、1955年まで遡る。当時は、名前を「繊維まつり」として存在しており、栃尾の繊維業界が中心となって行われ、織物求評展示会なども行われていた。栃尾観光協会が1980年に発足して、その翌年に繊維まつりは当時の「うま市」と統合され、名称を「とちお祭」に変えた。

「繊維まつり」から「とちお祭」へと変わる際には、多くのイベントが引き継がれて、その後も続けられている。今年度も実施された「仁和賀行進^{にわか}」や「樽みこし綱引き」も古い歴史を持つ。かつての文献を見ると、仁和賀行進は1956年の第2回とちお祭から行われ（当時は「仁和賀行列」）、樽みこし綱引きは、1965年の第11回から名前が確認できる。樽みこし綱引きは、2001年の第47回において、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」に名称を変更している。

2.1.2 旧繊維まつりと産業振興

「繊維まつり」は、前述したように「とちお祭」の礎となった祭りであり、当時から栃尾地域（旧栃尾市）の代表的な祭りとして存在していた。「刈谷田新報」（当時は栃尾新聞、1956年7月15日）に「1956年 第2回繊維まつり」の様子が記されており、我々今瀬ゼミが調べた資料の中では最古となる。以下、その記事の内容を抜粋し編集したものである。

栃尾商工会主催の「第二回繊維まつり」は十日夜、スターマイン二十発を含む、二百数十発の花火を打ち上げ、夏の夜空を彩った。一方、繊維従組が仮装行列を繰り出し、空と地上に前夜祭を賑わした。

栃尾織物工業協同組合で11日、北村県知事の臨席を得て、東京、京阪、北海道及び県内等の一流メーカー商社二百名余を招き、同組合階上にて秋冬物求評会を催した。二百数十点余の出品を陳列して、各商社の審査投票を行い、午後三時から化繊維物に対する忌憚のない批評がそれぞれ発表された後、投票の入賞品と製造工場の氏名を発表、それにより商社と機業者間の座談会を行って、秋冬物の生産について意見交換を行い、求評会の幕を閉じた。

十二日は秋冬物展示会、柔剣道大会、コラージュ展が開催され、十三日は優良従業員三百五十名の表彰式、県相撲番付大会、国体予選会、市民囲碁、将棋大会があった。商店街では、ロマンスカーで夏の寺泊海水浴へご招待する「養蚕まつり連合大売出し」を行い、繊維まつりを賑わした。

「栃尾タイムス」には、1963年の第9回から当時の様子が記事に残されている。栃尾タイムス第12号（1963年10月5日）には、栃尾市長の「繊維まつりに寄せて」と題する寄

稿が掲載されている。以下はその抜粋である。

■「繊維まつりに寄せて」

全国に主要産地として誇る、栃尾市の繊維工業の振興と発展を祝福し、併せて春、夏織物の求評会を兼ねて行われます。

『繊維まつり』も第九回を数え、しかも年と共に盛大に催され商工業の進展に大きく寄与しておりますことは、市政の発展のためにもまことに喜ばしいことであります。

最近海外状況と貿易の自由化により、東南アジアをはじめ海外輸出を増進するため、各地の見本市に出品しておりますことは今後の業界発展に大きな影響を及ぼすものと存じます。

(中略)

市勢の発展とともに、栃尾織物の声価を高め、年々『繊維まつり』が盛大になることを念願してお祝いのことばといたします。

この内容からも窺えるように、当時の繊維まつりは、栃尾地域の商工業の中心であった繊維産業と深い関わりがあり、市長も祭りに対しては産業の振興・発展の象徴として期待を持っていた。

また、栃尾タイムスの同号には、「栃尾織物工業協同組合」の当時理事長であった石田務氏による、「第 16 回栃尾織物求評会の開催にあたって」と題する寄稿も掲載されている。以下、その抜粋である。

■「第 16 回栃尾織物求評会の開催にあたって」

恒例の栃尾織物求評会を本年も来る十、十一の両日当組合大ホールにおいて華々しく開催いたします。本催も今回をもって十六回目を迎えることになりました。

年一回のこの織物求評会は、終戦後私共栃尾産地の志向するところの織物を端的に且つ赤裸々に表示してまいつたもので、随つて既往におけるこの催の一回一回が産地にとって非常に有意義に作用していると同時に、過去十五回のこの催の指標の集積が今日の栃尾織物を形成している次第であります。この点、本求評会は、戦後における栃尾産地の「織物史」であります。しかも、この催は回を重ねる毎に、あまねく業界にその真価の御認識を深めつつあることは、主催者として誠に欣快に堪えぬところであります。

(後略)

「繊維まつり」に転機が訪れたのが、第 11 回目の 1965 年である。この年、現在の「とちお祭」でも主要イベントとして行われる「樽みこし綱引き大会」が初めて開催された。また、前年まで繊維まつりと併せて行われていた「織物求評会」と切り離して行われた。

そのことは、栃尾タイムス第 82 号(1965 年 9 月 8 日)の「上谷内が初優勝 樽みこし綱引き大会 花火で繊維祭り賑わう」と題する記事からも確認できる。以下、その抜粋である。

■「上谷内が初優勝 樽みこし綱引き大会 花火で繊維祭り賑わう」

栃尾市恒例の繊維まつりは今年から織物求評会と切り離して二十七日行われ新名物にしようとはじめられた樽みこし喧嘩まつりは旭町、滝之下、上谷内、下谷内、岩神、三光、新町が参加して、秋葉門前と諏訪神社にわかれて午後一時集まり、子供みこしや大団扇を従がいて市中を練り、他チームと出会つて綱引きの余興をするなど景気づけをし、午後四時から秋葉公園で呼びものの樽みこし綱引き決勝大会を行ない、町は終日にぎわった。

繊維まつりはこれまで織物求評会と同時に実施してきたが、商談のための求評会をより真剣なものにするため、まつりと切り離して実施することになったもので、樽みこしは盛大なものにするため商工会が張り切り、秋葉山公園での綱引き決勝大会は各町内の代表十人で樽みこしに綱をつけて引合い、約六千人の見物からかつさいを浴びた。この日はほかに諏訪神社境内で秋祭り奉納相撲が行なわれ夜は盆踊り、スイング・ローブリーの楽団演奏、土々町の市内民踊流しと恒例の花火大会が長峰スキー場で開かれ、市民を楽しませた。

樽みこし綱引き決勝大会成績（○印が勝）

○上谷内－三光　／下谷内－旭町○／○新町－岩神／○上谷内－滝之下／旭町－新町○　／○上谷内－新町　①上谷内　②新町　③旭町、滝之下

この記事の内容から分かるように、「樽みこし綱引き大会」は前年度まで「繊維まつり」と併せて行なわれていた「織物求評会」が切り離された事で、より祭りを盛り上げる為に商工会が企画したイベントであった。2014年の現在も樽みこし綱引きは、商工会青年部が中心となって企画・実施をする「全日本樽みこし綱引き選手権大会」として、とちお祭に残っているイベントである。

また、前述の栃尾タイムス第12号の記事からも分かるように、「繊維まつり」の初期の頃には、住民が参加し祭りを楽しむという意図とは別に、「栃尾市の産業、商工業を市内外に周知する」といった広報面での役割を担っていたのである。当時は、北海道、関東、関西など全国各地から200数十社の商社を招いていたということから、栃尾で繊維工業が如何に盛んであったかということが分かる。そして、その後は、繊維工業の衰退に伴い、現在の「とちお祭」の形に徐々にシフトしていったのである。

2.2 「第60回とちお祭」（2014年）の概要

2.2.1 祭りの概要

「とちお祭」は、2014年の今年度で60周年を迎えて、栃尾の人々にとって大きな一つの節目となった。開催日は、8月23日（土）と24日（日）の2日間で、栃尾観光協会（主催）や長岡市（共催）の栃尾支所が中心となり、栃尾の各町内や諸団体などの協力・参画のもと行われた。

■「第60回 とちお祭」の開催概要

とちお祭の幕開けを告げる「オープニングイベント」では栃尾のうまいものが大集合の味のテント村や各種演奏を披露。また、伝統の栃尾甚句が通りを埋めつくす「大民踊流し」や、半纏合わせ必見の「みこし渡御」、町内会ごとに時代を反映し趣向を凝らした山車と踊りで市街地をめぐる「仁和賀（にわか）行進」、全国でも珍しい、力自慢の男女が樽みこしを引き合う「全日本樽みこし綱引き選手権大会」など、見ごたえのあるお祭りです。

夜空を彩る約5,000発の花火が、とちおの夏と祭りのフィナーレを飾ります。

◇「とちお祭」のイベント内容

- ①オープニングイベント（ミュージックアトラクション）
- ②全日本樽みこし綱引き選手権大会
- ③仁和賀行進　④大民踊流し　⑤みこし渡御
- ⑥大花火大会　⑦味のテント村等

◇栃尾観光協会

新潟県長岡市栃尾宮沢1764　道の駅R290 とちお内
TEL：0258-51-1195　E-mail：info@tochiokankou.jp
ホームページ　<http://tochiokankou.jp/>

（資料）栃尾観光協会ホームページ

<<http://tochiokankou.jp/matsuri/tochio.html>>より引用



とちお祭のポスター

■「第 60 回とちお祭」の開催内容

1日目(2014年8月23日(土))			
内容	時間	会場	参加団体等
オープニングイベント			
ミュージックアトラクション	10:00~12:10	秋葉公園	みどり学童クラブとちおTAIKOキッズ 芳香幼稚園・栃尾天使幼稚園 双葉保育園・長岡向陵高校ダンス部 栃尾東小学校・栃尾南小学校 長岡大手高校ダンス部
味のテント村	10:00~15:00		栃尾市場組合 NPO法人フォーラム栃尾熱部
ゲームコーナー	10:00~15:00		
全日本少年少女樽みこし 綱引き選手権大会	13:00~15:00		大野町城山キッズ・大野町天神キッズ 栄町ファイターズ・原町オールスターズ 原町スターボックス
大民踊流し	19:00~20:30	谷内1丁目 ～滝の下町	別記
みこし渡御	20:30~21:40	大布橋東詰交差点～ 秋葉トンネル東口交差点	東町御神楽・金町御燈籠神輿 栃尾原町四神神輿・新町万灯神輿 ほだれ神輿・越後栃尾秋葉神輿 美飾睦
2日目(2014年8月24日(日))			
内容	時間	会場	参加団体等
全日本樽みこし綱引き 選手権大会	9:00~12:30	秋葉公園	
男子の部			大野町城山・栃尾保樽会・大野町天神 天下島・原町 黄龍・原町 翔龍 平成福祉会・IVUSAボーイズA/B 善昌寺保育園・あささ おここ IVUSAガールズA/B
女子の部			ALWAYS/IVUSA A～Fチーム 今瀬政司ゼミナール
チャレンジシップ			
仁和賀行進	12:00~15:05	出雲通り ～終了後各町内へ	リックススポーツ・栃尾旭町区 谷内2丁目・谷内1丁目・栃尾本町区 同住会・栃尾新町区・栃尾観光協会
大花火大会	19:30~21:00	栃尾東小学校～ 栃尾高校前防波堤 栃尾東小学校グラウンド 栄橋～巻淵橋間左側 (見物会場)	

■「大民踊流し」の参加団体

ALWAYS 天下島	谷内1丁目	栃堀一座
えくぼの会	第四銀行栃尾支所	(株)北越銀行栃尾支所
滝の下町区	シルバー人材センターまごころ会栃尾支部	谷内2丁目
上の原町区	栃尾大町区	金沢区
栃尾郷診療所・介護老人保健施設とちお 修士会	社会福祉協議会栃尾支所 刈谷田中学校	てまり総合ケアセンター 芳香幼稚園 有志
善昌寺保育園	栃尾原町区	越後ながおか農業協同組合栃尾総合支店
栃尾同住会&国際ボランティア学生協会	栃尾本町区	栃尾青年会議所
みどり保育園・みどりデイサービスセンター	栃尾表町区	秋葉中学校
長岡信用金庫栃尾支所	東ヶ丘整形外科	(以下、個人参加)
仲子町区	いずみ苑	
西谷小学校	東が丘区	
長岡市栃尾支所	栃尾大野町区	
オール繊維	諏佐縫製	

2.2.2 各イベントの実施概況

(1) オープニングイベント

とちお祭の始まりを合図するオープニングイベント。今年のオープニングイベントは、メイン会場の秋葉公園（栃尾美術館近く）のステージで10時から行なわれ、ミュージック・アトラクションとして地元の幼稚園の園児や高校生による演奏、演技が行なわれた。

また、味のテント村やゲームコーナーなども開催され、会場を賑わせた。

飲食ができる机、椅子も設置されており、屋台の飲食店ブースで買った食べ物をその場で食べることが出来る。

(2) 全日本樽みこし綱引き選手権大会

「全日本樽みこし綱引き選手権大会」は、全国でも珍しい、酒樽を積んだみこしを使った綱引き大会で、とちお祭の中でも非常に迫力のあるイベントである。酒樽を載せたみこし2基をロープでつなぎ、双方8人で引き合うという競技で、脚力や腕力だけでなく、8人のバランスとチームワークが求められる競技である。以下の3部門が用意されており、どの部門でも迫力のある試合を見ることが出来る。

(2-1) 全日本少年少女樽みこし綱引き選手権大会

「全日本少年少女樽みこし綱引き選手権大会」は、祭りの1日目に秋葉公園にて行なわれた。今年は全5団体が出場し、子供らしい元気のある大会であった。また、会場は子供の家族などが多く来場していたためか、非常に多くの人が集まっていた。

(2-2) チャレンジシップ

全日本樽みこし綱引き選手権大会の「チャレンジシップ」は、とちお祭2日目のイベントであり、その名の通り経験の少ない団体でも参加可能な部門である。全く経験がない団体であっても、経験者の方たちが樽みこしの持ち方や、勝つためのアドバイスを下さる。樽みこし綱引きの面白さは、実際に参加してみて初めて分かるため、一度は是非参加してみるべきである。

(2-3) チャンピオンシップ

全日本樽みこし綱引き選手権大会の「チャンピオンシップ」は、同じく2日目に開催される熟練者達の戦いであり、チャレンジシップとはまた趣向の異なった内容となっている。3つの部門の中で最も迫力がある部門である。今年は、男女13団体が出場し、熱い戦いを見せた。

(3) 大民踊流し

「大民踊流し」は、1日目の夜に行なわれる行事であり、今年度はとちお祭の中でも最多の37団体が出場する大きなイベントとなっていた。栃尾支所を始め、各地区や企業などが中心に出場していた。

衣装等にこだわりを持っている団体も数多くあり、参加せずに見て回るだけでも各団体の個性を感じることが出来て、とても面白いイベントである。

(4) みこし渡御

大民踊流しの終了後、その大民踊流しを行った同じ通りで「みこし渡御」が行われた。全7団体が出場し、栃尾地域で有名な「ほだれ神輿」などを筆頭に様々な神輿が現れた。祭りの1日目を締めくくするのに相応しい、非常に見応えがあるイベントとなっている。

(5) 仁和賀行進^{にわか}

「仁和賀行進」は、各地区・団体が時代や地域柄を反映した独自の出し物を行いながら街なかを練り歩くものである。2日目の「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の終了後に行なわれた。今年度は全7団体が出演し、内容としては、今瀬ゼミも参加した栃尾本町区のパフォーマンス（ダンス・仮装等）の他、各地区・団体が趣向を凝らした太鼓やよさこいなどの発表が行なわれた。

(6) 大花火大会

栃尾の「大花火大会」は、とちお祭2日目の夜に行われ、祭り全体を締めくくるとなるイベントである。打上場所は、全国でも珍しく、栃尾の町中の山の頂上にある。打上げ設営、点火合図、燃え殻回収などは（花火師のみが行う筒設置や玉点火等以外）、住民（栃尾煙火協会）が手作りで実施している。

花火の内容も、栃尾地域の四季を表現したスターメインなどもあり、規模は他の地域に比べて小さいが、花火の内容が一つのテーマとしてまとまりがあるように感じた。協賛や打上げ準備・片付けなど、住民の手によって打上げられる花火は、他の地域に負けないほどに魅力的に感じた。

2.2.3 祭りの担い手

(1) 祭りの「裏方」として企画・運営を担う組織やスタッフ

「とちお祭」の裏方として企画・運営を主に担って作業しているのは、栃尾観光協会の事業部や長岡市栃尾支所の商工観光課、ならびに栃尾商工会などのスタッフである。それに、「大花火大会」を中心的に担っているのが栃尾煙火協会、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」を主に担っているのが栃尾商工会商業青年部の方々である。

(2) 祭りの「表方」として参加する団体や参加者たち

栃尾の地元の団体・住民の参加が中心となっており、それに域外の団体も参加して、祭り全体を盛り上げている（参加団体は前掲の表の通り）。

数あるイベントの中でも特筆すべき事は、「大民踊流し」の参加者・参加団体の多さである。全37団体が出場しており、我々今瀬ゼミは当日に大民踊流しの様子も取材・記録させて頂いたが、各団体共に参加者が非常に多く、時間内に全ての団体を写真に収める事ができないのではないのか、という意見も出たほどであった。

一方、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」や「仁和賀行進」については、参加団体の減少が起きており、各部会では大きく見直すなど対策の必要があるのでは、という声も出ていた。

3. 今瀬政司ゼミナールの「とちお祭」への道

～「第 60 回 とちお祭」における裏方参画と調査・情報発信～

3.1 今瀬ゼミの企画立案における試行錯誤

今瀬政司ゼミナールでは、2014 年 4 月のゼミ授業の開始から 6 月にかけて、ゼミ生自身がゼミで取り組む事業の企画立案を行った。何を行うのか明確になるまで、長岡市役所の本庁（市民協働推進室、地域振興戦略部、政策企画課）や栃尾支所（商工観光課、地域振興課）、NPO 法人市民協働ネットワーク長岡、公益財団法人山の暮らし再生機構 栃尾サテライトに訪問して、事前取材や企画立案への相談に乗って頂いた。そして、何度か様々な方々にアドバイスを頂くことで、企画書が何度もバージョンアップしていった。

3.1.1 企画書(第 1 案)：「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」

我々今瀬ゼミは、地域活性化のこのゼミで何がしたいのかと話し合い、5 月 19 日、ゼミ生同士で話し合っ、企画書の第 1 案として、「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」という以下の企画書(第 1 案)を作成した。

2014 年 5 月 19 日	
「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」企画書（第 1 案）	
1. 目的	長岡の中心市街地から既存の交通網を利用し過疎地域を活性化させる。
2. 内容	長岡駅から出ているバスを利用し、過疎地域に人を呼び込む。そして、その場で観光客などに地域にお金を落としてもらえるようなイベントや場所を地域の人と協力し用意する事をゼミで一貫して行う。
(1) 長岡駅	駅やその周辺などで過疎地域の告知・広報活動を行う。また、バスを利用して過疎地域への観光を行ってもらえるような取組みを行う。
(2) 地域での活動	イベントや店などを地域の方と協力して用意し観光面での魅力を高める。
(3) アンケート	市内の人や観光にきた人などにアンケートを行って改善点などを見つける。

3.1.2 企画書(中間案)：「栃尾」に焦点を当てる！

そして、さらに検討を進め、地域活性化に取り組む上では具体性が必要であるため、「栃尾」地域に焦点を当てることにして、企画のテーマを「長岡駅から栃尾地域を繋ぐ」とした。長岡駅周辺など各地から栃尾地域（長岡市に合併する前の旧栃尾市）に多くの人を誘導し、人の流れや繋がりができることで栃尾地域を元気にしていきたいと考えたのである。以下が、5 月 22 日に第 1 案から更新した企画書(第 2 案)である。

なお、「栃尾」に地域活性化の焦点を当てた理由について、当初は、地域の現状をきちんと把握した上という訳ではなく、「自分たちが通う長岡大学から栃尾地域が近い」というような安易な考えで栃尾に決めた（報告書取りまとめの時点で振り返ると非常に恥ずかしいことである）。しかし、ゼミでの活動を通して、とちお祭や栃尾の地域について知ること、また、栃尾の方々とお付き合いすることで、途中から栃尾を選んで良かったと思うようになっていった。

「長岡駅から栃尾地域を繋ぐ」企画書（第 2 案）

1. 目的

長岡中心市街地から栃尾地域をつなげ人の流れを作る。

2. 内容

- (1) 長岡市、栃尾地域の自治体に残っている、観光・交通等の資料を集計し足りない部分を補うアンケートを作成する。
- (2) アンケートと集計した資料を参考に、イベントでのターゲット層を絞り込む。
- (3) 長岡・栃尾の自治体と協力し、長岡の市街地（アオーレ等）で栃尾地域を取り上げたイベントを行う。また、そのイベントで栃尾地域の広報・宣伝を行う等の活動で、長岡から栃尾への人の流れを作る。
- (4) 悠久祭にてイベント、資料の集計結果等をまとめたパネル展示を行う。
- (5) 最終報告のためのアンケート作成を行い集計し、成果発表会と報告書の準備をする。

6 月 3 日、企画書の第 2 案を持って、事前取材と企画書の相談、協力依頼のために、長岡市の地域振興戦略部を訪問した。地域振興戦略部の市職員の方からは、「(今瀬ゼミ生の) 企画書は非常に大雑把な企画であり、具体性に欠けている」「現実性がない」といった指摘を受けた。同じような指摘は、それ以前に今瀬先生からも指摘を受けていたが、我々ゼミ生自身、実際に市職員の方から指摘を受けると恥ずかしい気持ちになった。「長岡駅から栃尾地域を繋ぐ」とテーマを決めたことで、ゼミ生自身は明確な目的になっていると考えたが、「栃尾地域は広く、栃尾全体として考えるのは難しい」といった意見を頂いた時は、本当に勉強不足であったと感じた。市職員の方々が言葉を一生懸命にオブラートに包むのが伝わってきて悔しい気持ちも出てきた。

そして、市職員の方からは、「栃尾には既に祭りなどの計画があるから、その中でブースを出したりして協力するといいいのではないか」「市の栃尾支所（地域振興課）や NPO 法人フォーラム栃尾熱都に相談したり、道の駅に行ってみたりするといいいかもしれない」、といった様々なアドバイスを頂いた。

そうしたアドバイスをもとに、翌週の 6 月 9 日、長岡市の栃尾支所地域振興課へ行き、同じ企画書（第 2 案）を見て頂きながら、栃尾地域について様々なことを教えて頂いた。

栃尾では近年、人口が減り続け、少子高齢化が進んでいること。医療施設などは不十分で以前にあった総合病院も診療所となったこと。基本的な交通手段は乗用車でバスを利用する人は少ないこと。バスの本数自体少ないが、仮に本数が増えたとしても、長岡駅前から栃尾地域に行くには見附経由で約 1 時間もかかってしまうこと、といった様々な問題を地域が抱えていることを伺った。

栃尾の「道の駅 R290 とちお」は有名で年間約 50 万人もの人が訪れているが、道の駅の来訪者が栃尾の中心街まで足を運ぶことは少ないため、商店街の活性化などのためにも、その誘導を図ることが課題となっていることも伺った。

一方、栃尾には様々な祭りやイベントがあり、その多さ、多様さ、独自性が栃尾の地域特性であることを教えて頂いた。栃尾で最も大きい祭りが「とちお祭」(8 月) であること。栃尾を象徴するような特産品を軸にした祭りも多く、「とちお自慢市」(6 月) では、「巨大あぶらげ製作」や「とちおをイメージしたお菓子コンテスト」などが行われることなど。

そうしたアドバイスを通じて、我々今瀬ゼミ生が栃尾で何ができるのか、栃尾の活性化のために何をお手伝いさせてもらえるのか、徐々に見えてきた。

3.1.3 企画書(最終案):「とちお祭」のみに焦点を当てる!～とちお祭への参画決定～

そして、栃尾から戻り、すぐに我々今瀬ゼミ生は話し合った。そして、「とちお祭」のみに焦点を当て、栃尾活性化の取組みを行いたいと考えた。企画を再度練り直して、再更新した企画書(第3案)が以下の「とちおまつりへの参加とパネル展示」であり、その翌週6月16日に再度、市栃尾支所に伺うアポイントを取った。

2014年6月16日	
「とちおまつりへの参加とパネル展示」企画書(第3案)	
1. 目的	栃尾地域の歴史や名産品などの観光・文化面をアピールし栃尾に向かう観光客を増やす事を目的とする。
2. 内容	(1) 本学の学園祭である悠久祭にて、祭りや歴史などをまとめたパネルを作成し展示する事によって地域の魅力を来場者に知ってもらい栃尾と長岡間での交流人口を増やす。 (2) とちおまつりに参画する。運営や準備段階から手伝える部分を探しながら、ゼミ生と地域の方の交流ができる場を増やす。 (3) パネル展示のための等事前調査を行う、地域に対する理解を深めまた、栃尾の方との交流を行う。展示する栃尾の歴史などについてのパネルは、自分達の足で栃尾の道祖神や、謙信ゆかりの地などを回って見て調べ、栃尾に住んでいない人が知らないような部分を中心的にPRする。
3. スケジュール等について	①とちおまつりが開催される8月までに、まつりにどういった形で参画するのかを決定し、準備を進める。 ②10月に開催される悠久祭に向け展示用パネルの準備をするため、栃尾の文化歴史を勉強する。 ③10月から12月にかけて、栃尾地域の良い所を悠久祭と各地で情報発信する。 ④11月から2月にかけて、成果発表と報告書作成をする。

6月16日、企画書(第3案)を持って栃尾を再度訪問し、長岡市栃尾支所商工観光課と公益財団法人山の暮らし再生機構 栃尾サテライトにアドバイスを頂いた。ゼミ企画として、栃尾の「とちお祭」という具体的な取組みに焦点を当てたことで、これまでより現実性を持って相談のお願いができるようになった。「とちお祭」や栃尾地域のことを非常に具体的に教えて頂き、今瀬ゼミが現実性を持った取組みができるようにアドバイスを頂けることができた。

相談のやり取りの中から、「とちお祭の裏方」として参画させて頂くことはどうか、という話になった。祭りでは裏方として学べる部分が多くあるであろうし、普段目にすることがない裏方という視点・立場で活動をし、その活動を通じた成果を取りまとめて発表、情報発信してくことで、栃尾地域のPRにも繋がるであろうと考えた。また、栃尾の人たちも「祭りの裏方としてぜひ協力をして欲しい」と言って下さった。我々今瀬ゼミは「とちお祭の裏方」の活動に取り組むことに決定し、意気投合した。

そして、栃尾でのアドバイスをもとに、企画書をさらに見直して、6月17日に再更新した企画書(第4案)の「とちお祭への参画と調査・情報発信」を作成した。それを持って、翌週の6月23日には、長岡市の市民協働推進室を訪問して、企画内容へのご協力とアドバイスをお願いした。

今瀬ゼミでは2014年度、「自治と協働による地域づくり」という大テーマを掲げている。市民協働推進室に協力を求めたのは、栃尾地域の活性化には市民と学生と行政等の「協働」による取組みが必要であることや、長岡駅周辺などから栃尾への誘客の動きを広げるには

市役所の全庁・全市的な機能とも相互連携（協働）を図る必要があると考えたからである。

市民協働推進室では、企画書(第4案)について、これまでとはさらに違った視点からアドバイスを頂くことができた。「裏方として参画活動する際には、調査メモ、写真、ビデオ、録音等により記録をきちんと残すことが重要であること」、「記録したものをもとに取りまとめた展示パネルや映像、報告書などを作成して情報発信すること」、「記録とそれによる情報発信では、若いゼミ生たちならではのオリジナル性あふれるものを期待したい」、「とちお祭の記録として普段、表に出ないようなドキュメンタリー的なものにすれば面白いのではないか」、「良いものができれば、アオーレ長岡（長岡市役所本庁舎）でのパネル展示等で協力する」など、「とちお祭」後の情報発信の段階についてもアドバイスを頂けた。そして、企画書をさらにより具体的なものへと見直すことができた。後にアドバイザーを引き受けて下さることになった安達氏とともに、市の担当職員の小村氏、目黒氏はとても優しく丁寧に対応して下さい、ゼミのスタートとしても前向きな方向を持つことができた。

我々今瀬ゼミ生は大学へ戻り、企画書(第4案)の修正としっかりとした方向性について話し合った。こうして、毎週のように内容が変わっていた企画書がようやく固まってきた。

1 か月程前にはまだ目的や具体的な実施内容が定まらない曖昧な企画が、現実的な企画書(案)として出来上がりつつあった。そして、以下が最終の企画書である。

「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」企画書（最終案）	
長岡大学 今瀬政司ゼミナール ゼミ生一同 五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎（3年生、五十音順）	
1. 目的	栃尾地域の歴史や名産品などの観光・文化面をアピールし栃尾に向かう観光客を増やす事を目的とする。
2. 内容	(1)長岡大学の学園祭である悠久祭などにおいて、「とちお祭」（8月23・24日）をまとめた展示パネル等の情報発信ツールを作成し、多くの人に発表、告知を行う事によって、地域の魅力を来場者に知ってもらい、栃尾と長岡各地間での交流人口を増やす。 (2)「とちお祭」の裏方として参画する。運営や準備段階から手伝える部分を探しながら、とちお祭に参画していく中で、栃尾の方達と協働で作業を行っていき、ゼミ生と地域の方の交流ができる場を増やす。 (3)パネル展示等の情報発信のために事前調査を行う。内容を「とちお祭」一点に絞り、深い内容になるようにする。祭のなりたちや現在の状況等を中心にまとめ、狭く深い内容とすることにより、見ごたえのある制作を目指す。
3. スケジュール等について	(1)「とちお祭」の準備が本格化する7月には、祭りにどういった形で裏方参画するのかを調整、決定し、作業に入る。 (2)10月に開催される悠久祭等に向け展示パネルの準備をするため、とちお祭について調査する。 (3)10月から12月にかけて、栃尾地域の良い所を悠久祭と各地で情報発信する。 (4)とちお祭の終了後、8月から12月にかけて、報告書作成と成果発表をする。

なお、今瀬ゼミの取組みは、長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」にも位置づけられていることから、企画書の作成と並行して、ゼミのアドバイザーとして協力して下さいの方を探して、以下の御二人をお願いをして快諾を得ることができた。

荒木 隆 氏 長岡市栃尾支所商工観光課 観光係長

安達一啓氏 長岡市市民協働推進室市民協働班 主査

3.2 今瀬ゼミの「第 60 回とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」

3.2.1 結団式

7月4日、栃尾文化センターにおいて、「とちお祭」の関係者が参加して「結団式」が行われた。結団式では、「第 60 回 とちお祭実施要項」が参加者に配布され、「仁和賀行進」や「全日本樽みこし綱引き選手権大会」などの祭りのイベントについて説明が行われた。祭りの予算は、約 400 万円とのことであった（大花火大会の予算を除く）。説明会の終了後には、交流会が催された。

結団式の参加者数は約 90 人で、30 代と見受けられる若い方もおり、我々ゼミ生自身、高齢の方ばかりで運営しているとの先入観があったが、そうではなかった。しかし、やはり若い方の人数は少なく、今後、高齢の方が抜けてしまった分を埋めることができるのだろうかという疑問は残った。

今瀬ゼミも参加者の一員として、結団式に参加させて頂いた。配布された実施要項には、祭り全体とともに、イベントごとに具体的な内容や進め方、参加申込書などが載っていた。そのため、とちお祭で行われる各イベントについて、より詳しく知ることができた。

交流会では、他の参加者同様に料理やお酒を頂きながら懇親を深めさせて頂いた。また、ステージで今瀬ゼミの紹介もさせて頂いた。



結団式の様子

3.2.2 仁和賀部会

とちお祭の2日目に「仁和賀行進」が行われた。参加団体それぞれの地域の特色を生かした演技や衣装が魅力的なイベントである。このイベントを開催するにあたって、「仁和賀部会」というものが祭りの前に行われた。仁和賀部会は、参加団体の代表者と祭りで中心的な役割を果たす事業部で行われ、第1回は祭りの3ヶ月近く前の6月3日であった。

第2回（6月17日）の仁和賀部会では、部会長を中心に仁和賀部会の説明や質疑応答が行われ、最終回となった第3回（7月25日）では、行進の出発地点や出発時刻（12時）、演技をする場所、演技の時刻（開始 13:30～終了 14:30）、前回部会時からの変更点などの最終確認を行った。

仁和賀行進は、栃尾地域の過疎化に伴い、参加団体数も年々減少してきており、最盛期には 15 団体であったのに対し、今年の参加団体数は事前登録が 6 団体しかなかった（最終的には 8 団体が参加）。

■仁和賀行進の演技順

1. [栃尾旭町]→ 2. [谷内 2 丁目]→ 3. [谷内 1 丁目]→ 4. [栃尾本町]
- 5. [とちお同居会]→ 6. [栃尾新町] （リックススポーツと栃尾観光協会が追加）

今年度の仁和賀行進の目的は、「全ての町内が集まって演技を行うこと」と話し合っ

警備を確実に行う必要性も話し合われた。

今瀬ゼミは6月17日、栃尾文化センターで行われた第2回の部会に初めて参加させて頂き、取材・記録とともに、参加者の方々に挨拶をさせて頂いた。仁和賀行進はとちお祭のメインイベントの一つと聞いていたため、我々ゼミ生自身、部会には多くの参加者があるものと勝手に想像していたが、参加者数は十数名ほどであった。部会では、上述のように参加団体数が減少していることの報告があり、また、部会参加者の中からは「来年は仁和賀行進をやめて、それに代わるイベントを新たに検討すべきではないか」といった意見も出ており、栃尾地域の過疎化の深刻さを肌身で伺うことができた。また、部会では、あまり会議をするという雰囲気ではなく、決まった事項を報告・説明して確認し合うという意味合いが大きいもののように感じられた。



仁和賀部会

来年の「仁和賀行進」がどうなるのかはまだ分からないが、「繊維まつり」から「とちお祭」へと移り変わっていったように、仁和賀行進に関しても、栃尾地域の現状に合わせたイベント内容に変化させていくことが求められているのかもしれない。

7月25日の第3回の部会に参加した際には、仁和賀行進の参加団体で例年最も活気があると伺っていた「栃尾本町区」（以下、本町）の吉田美紀子氏にお話を伺うことができ、後日、本町の準備会・練習会等への取材もさせて頂けることになった（後述）。

3.2.3 仁和賀行進に関する「本町」への取材

仁和賀行進の参加団体である「本町」は、毎年とちお祭が近づくと連日のように、栃尾中心街の本町区内にある諏訪神社で仁和賀行進の準備を進めている。神社の境内には、過去の仁和賀行進で使われていた仮装の衣装、着ぐるみ、小道具などが多数置いてある。それらすべては住民の方々が手作りで作ったものと伺い、驚きを受けた。さすが繊維のまちといったところだろうか。



栃尾本町諏訪神社

2014年の今年度は、「とちお祭 60周年」という記念すべき節目の年であることから、それら過去の衣装なども使って新たな仁和賀パフォーマンスを企画、披露した。以下、本町の吉田氏らが企画した「本町」仁和賀行進の構成案である。

■2014年「本町」仁和賀行進のための構成案

テーマ「祝 60周年とちお祭 本町 RETURNS ～ありのままで～」

とちお祭（当時、繊維まつり）が始まった60年前から現在までの出来事をふりかえり、それにあわせて今までの本町の仁和賀パフォーマンスを披露。リクエストが多かったもの、「ジュリアナ」「ウォーターボーイズ」「セーラームーン」「レディ・ガガ」など。それにあわせ今年の流行、「妖怪ウォッチ」「アナと雪の女王」をからませ、最後のシーンで「ありのままの本町」ということで、全員でノリノリで踊っている姿を見せる。（一部抜粋）

今瀬ゼミでは、7月28日と8月20日に本町に取材、参加訪問をさせて頂いた。7月28日は夜7時半に、本町の仁和賀行進のまとめ役である吉田氏と合流し、諏訪神社の中に入らせて頂いた。10名近くの本町住民の方々が次々と集まってきて、仁和賀行進の演技で使

う衣装や小道具などの作成を始めた。我々ゼミ生は挨拶をした後、一緒に衣装を着て状態確認をしたり、小道具のポンポン製作のお手伝いをしたりした。

その後、懇親会を設けて頂いて、お酒やおつまみをご馳走になった。そこで話が弾み、「本町の仁和賀行進に参加しないか」とお声をかけて頂いて、我々今瀬ゼミも演技に加わって一緒に踊らせて頂けることになった。

またさらに話は弾み、その時の思い付きから、我々ゼミ生たちが長岡大学で開催する学園祭「悠久祭」において、本町住民の方々にお越し頂いて、大学キャンパスで「仁和賀行進」のパフォーマンスを披露して頂けることになった。「とちお祭の“出前開催”」の企画である（後述）。

8月20日には、仁和賀行進で使用するトラックの荷台を男性陣がメインになって装飾していた。また、諏訪神社の近くにあるスタジオでは、出演する多くの住民の方々が演技の練習をしていた。子供たちも複数人参加しており、とても賑やかであった。とちお祭直前ということもあって、一連の流れや細かい部分の確認という様子であった。本町の企画した踊りのテーマ「祝60周年とちお祭 本町 RETURNS ～ありのままで～」では、数十人が踊るがパフォーマンスの各場面で振り付けや衣装などが異なっているため、準備は非常に大変である。本町の仁和賀行進に向けての力の入れようを伺うことができた。

こうした本町のように、地区で集まって一緒に何かやるというのは、同じ地区の人との付き合いが深くなることにつながるのだろうと思われた。ただ一方、本町が最も活発に活動していると伺っていたが、栃尾本町区以外の地域が、どれほど活気づいているのか気になった。

3.2.4 全日本樽みこし綱引き選手権大会の説明会

8月6日、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の説明会が栃尾体育館のミーティングルームで夜7時から行われた。参加団体の代表者の方々が参加しており、綱引き大会リーダーの松生氏の進行のもと、大会当日の流れの説明、質疑応答などが行われた。

今瀬ゼミは、説明会の様子を写真やビデオで記録を撮りながら、取材させて頂いた。説明会の終盤では、松生氏から「長岡大学の今瀬ゼミさんも出場しないですか。1チームの出場選手は8名です」と声をかけて頂いた。そして、今瀬ゼミのゼミ生、長岡大学ボランティア学生、今瀬先生がチームを作って出場することが急遽決まった。それは、栃尾の地元からの参加チームが少なかったことも背景にあった。



神社境内でポンポン作成



ゼミ生と先生の女装



スタジオでの練習の様子



全日本樽みこし綱引き選手権大会
説明会の様子

3.2.5 安全祈願祭

8月18日の午後13時半から「長岡市栃尾産業交流センターおこなす」で、とちお祭の「安全祈願祭」が行われた。とちお祭が無事に成功するように祈願するものである。とちお祭の各イベントの代表者や栃尾観光協会をはじめ、祭りの関係者の方々が集まっていた。お酒の入った樽などが供えられ、宮司さんにより厳格な雰囲気の中で執り行われた。祭の前に安全祈願祭が行われるのは、歴史が深い祭だからこそと思った。



安全祈願祭の様子

我々今瀬ゼミも安全祈願祭に参加させて頂き、ありがたいことだと思った。地元の参加者が玉串を捧げるのに続いて、今瀬ゼミもゼミ生を代表して澤井が前に出て玉串を捧げた。木の枝でできた玉串を宮司さんから頂き、お供えしてから2礼2拍手1礼の一連の流れを行った。その後、小さなお皿に少しのお酒を全員が飲んだ。

3.2.6 「アオーレ長岡」でのとちお祭の事前PR活動

8月19日、「とちお祭」の事前告知のPRイベントが「シティホールプラザ アオーレ長岡」（長岡駅前の長岡市役所本庁舎）で開催された。アオーレ長岡のアリーナで栃尾の幼稚園児などが、とちお祭当日に行う太鼓の演奏を行ったり、流れる音楽に沿って踊ったりした。また、とちお祭に関するパネル展も同時に開催された。パネルは歴代のとちお祭のポスターが中心に飾られ、花火の絵や各年代の実際の写真なども展示された。樽みこしの実物やパンフレットも併せて置かれた。

今瀬ゼミの主な作業は、とちお祭の案内チラシ約200枚を通行人に配布したり、パネル展用のパネルを設置する作業などであった。

長岡の中心街などからも人を呼びたいということから、アオーレ長岡で事前PR活動が行われたが、イベントの来場者は栃尾地域の方が多かったため、既にとちお祭を知っている人が殆どであった。とちお祭を知ってもらうためには、祭を知らない人にも配っていった方が良いのではないかと思った。



とちお祭のチラシを配布

3.2.7 とちお祭の事前準備

8月6日、とちお祭の開催に向けて、会場周辺で様々な事前準備の作業が行われた。主な作業内容は、備品倉庫（大野倉庫）から祭りののぼりや提灯、ロープ等をトラックに積み込んで運搬。のぼりを組み立てて、各所に設置。道路端で提灯をくくりつけるためのロープの取り付け、その取り付けで邪魔になってしまう木の枝の剪定、剪定で落ちた葉や枝の回収、そして、提灯の設置であった。

今瀬ゼミは、道の駅、祭りのメイン会場（秋葉公園）、仁和賀行進・大民踊流し・みこし渡御が行われる街なかの会



祭りの備品倉庫（大野倉庫）

場（秋葉トンネル前の交差点付近）において、祭りの地元スタッフの方々と一緒に作業を行った。予算や人数がもっと多ければ、のぼりや提灯の設置場所を広げることが出来るのではないかと思った。

祭りの事前準備や後片付けなどの作業時に入らせて頂いた備品倉庫には、栃尾地域で行われる様々な祭りやイベントで使用される多くの備品が置かれていた。まさに、祭りの「裏方さん」でないと入れない場所であり、貴重な経験と勉強をさせて頂いた。



のぼりの組立・設置作業



提灯の取付作業

3.2.8 とちお祭の前日準備①（祭り全体）

8月22日には、「とちお祭」の前日準備として、祭りスタッフが栃尾観光協会のある「道の駅ルート290 とちお」に朝9時に集合した後、各イベント会場の設営作業などが行われた。メイン会場での作業としては、ステージの掃き掃除、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」競技場の雨よけのためのブルーシートがけ、テントや椅子など祭りで使う様々な備品の運搬等を行った。街なかの会場では、大民踊流しとみこし渡御の演奏ステージの設営や提灯付け等で行った。また、「大花火大会」の打上げ場所においては、「栃尾煙火協会」の方々が中心となって、花火打上げのための設営作業を行った（後述）。

今瀬ゼミは、祭りのメイン会場と街なかの会場で作業をするグループと、花火の打上げ場所で作業をするグループに別れて活動した。この日は、一部のゼミ生が事前準備の集合時間9時に遅刻してしまい、とちお祭の関係者の方々に多大なご迷惑をおかけしてしまった。この点は反省すべき点であり、信用の失墜につながる。このことを重く受け止め、今後こういった事がないよう、注意していきたいと、今瀬先生の前でゼミ生全員で確認し合った。



作業後の集合写真

3.2.9 とちお祭の前日準備②（大花火大会の事前準備）

花火の打上げの事前準備は、打上げ場所が山の頂上にあるため、その山での作業がメインであった。花火打上げの祭りに使う発電機、防火用噴霧器などを運んだり、落ちてきた花火の燃えカスが枯れ草等に燃え移らないように掃いたり（掃いた枯葉はまとめて火がつかないようにシートをかぶせておいた）、打上げ合図を出すためのテントを設置する、といったものである。防火用の簡易プールを作り、山の麓から水を運んできて入れる作業も行った。今瀬ゼミは、そうした一連の準備作業を栃尾煙火協会のスタッフの方々と



花火を打ち上げる筒
（雨が入らないように洗面器をかけビニールで覆われている）

一緒になって行った。

打上げ場所の設営では、必要な備品の運び込み等が行われるまでは栃尾観光協会等の祭りスタッフも一緒であったが、その後の設営作業や打上げ、後片付けの段階では、完全に花火関係の方々（高見氏をリーダーとする「栃尾煙火協会」のメンバーと打上げる花火師）だけになったのが印象的であった。

花火の打上げ用の単管設営は既に行われており、花火の筒には雨よけ(洗面器のようなもの)もかぶせられていた。雨の心配もあったために筒の事前設置は一部で、打上げ当日に花火師により筒が増やされた。昼には、栃尾煙火協会の高見氏に昼食をご馳走になりながら、花火に関する様々な知識を教えて頂いた。例えば、花火の筒には幾つかの種類があり(鉄、ステンレス、プラスチックのようなもの)、筒によって打上げ時の音も変わってくるそうで、栃尾ではステンレスが使われていた。

花火打上げの裏方作業は、通常は関わることはできないものであり、非常に貴重な経験で良い勉強となった。また、お手伝いをさせて頂く中で、火災など安全対策に力を入れていることを肌身で実感した。ただ、後継者への引継ぎが課題だとも伺った。

3.2.10 とちお祭 1 日目

8月23日(土)、「とちお祭」当日の1日目は、祭りスタッフがメイン会場の秋葉公園に朝8時に集合して、全体打合せが行われた後、会場整備や運営の作業に入った。今瀬ゼミもボランティア学生と共にメンバー10名が長岡大学に朝7時に集合した後に、栃尾に移動して朝8時の全体打合せに合流した(長岡大学からとちお祭の会場までは自動車で約30分の距離)。

我々ゼミ生たちは6月から祭りの前までと同様に、当日も祭りの裏方作業を行いながら手分けして、祭りの「裏方」作業や「表方」イベントの様子を撮影・録音して記録し続けた(機材は、デジタルカメラ3台、ビデオカメラ1台、ICレコーダー1台を使用)。



花火打上げ場所のテント設置作業



組立てた防火水槽に
運搬した水を入れる作業



立入禁止看板の設置作業



今瀬ゼミ生とボランティア学生
(大学で出発前に今瀬先生撮影)



雨で濡れた会場のレーキがけ

最初の裏方作業は、雨予防で前日からかぶせておいた「全日本樽みこし綱引き選手権大会」競技場のブルーシートを畳むことであった。今瀬ゼミも地元スタッフの方々と一緒にブルーシートを畳んだ後、雨で濡れた地面をスポンジを使って水分を取り除き、その後レーキがけをした。また、手分けして、メイン会場にテントを張り、机や椅子、屋台の備品、ゴミ箱などを運び、設置する作業を行った。子供用のアトラクションコーナーなどの設営も行った。

直前まで降っていた雨が上がり、会場整備も無事に間に合って、午前10時から「オープニングイベント」を開始することができた。正午になると、「全日本少年少女樽みこし綱引き選手権大会」の受付が開始され、午後1時から3時過ぎまで行われた。「全日本樽みこし綱引き選手権大会」は2日間行われるが、1日目は少年少女部門、2日目はチャレンジシップとチャンピオンシップの大人部門となっている。

今瀬ゼミは会場の整備・運営のお手伝いをしながら、手分けして各イベントの様子をカメラやビデオ等で記録し続けた。

また、ゼミ生2人（澤井、太刀川）と今瀬先生は前日準備時と同様に、途中の時間、山の上にある花火打上げ場所において花火の設営作業も行った。作業は前日準備に引き続き、枯葉を掃いたり、照明の設営、道路にはみだした枝の撤去、「立入禁止」看板の設置などのお手伝いであった。

日中のイベントが一段落してくると、今度は夜に中心市街地（商店街）で行われる「大民踊流し」と「みこし渡御」の準備に移った。祭りのスタッフは、午後5時に「とちパル」（栃尾秋葉門前商工プラザ）の3階にある控え室に集合し、夕食を取ってから、作業段取りや役割分担等の打合せを行った。打合せ終了後、6時前に祭りのスタッフは、大民踊流しとみこし渡御が行われる会場の各持ち場についた。

※「とちパル」は栃尾の中心市街地の真ん中にあり、栃尾の特産品を販売する休憩スペース等を持った街なか拠点機能となっている。

「大民踊流し」は、6時半に受付を開始し、6時45分には参加団体が踊りの開始位置に整列完了するよう誘導した。そして、7時から栃尾観光協会会長や長岡市長の挨拶の後、大民踊流しがスタートした。今年は30以上の団体が参加し、盛り上がりを見せた。8時半に大民踊流しが終了すると同時に、祭りのスタッフは、各参加団体のプラカードを回収



オープニングイベントの様子



子供用アトラクション
コーナーでヨーヨー販売



スタッフ控え室で打合せ



大民踊流しの様子
(様々な格好をした人達がいた)



みこし渡御の様子
(様々な神輿を担いでいた)

し、本部の片付けや道路の清掃、交通整理・誘導を行い（みこし渡御終了迄）、10 時前には後片付け、清掃、通行止め看板・マセ等を回収して終了となった。

一方、「みこし渡御」は、大民踊流しスタート時の7時から受付を開始した。渡御の参加では一人千円が支払われ、各参加団体はお酒などを持ってきた。参加者は、広く栃尾内外からあった。8時になると決められた場所に移動・準備をして、8時半の大民踊流し終了と同時に、同じ場所で渡御スタートとなった。「とちお祭」のみこし渡御では、「ほだれ様」のみこしが特徴的である（道祖神の一つである男根形のほだれ様（穂垂れ）は、農耕と人の実りを守る神様）。祭りの熱気は夜遅くまで続き、10時15分にみこし渡御が終了した。

今瀬ゼミの裏方としての主な役割は、大民踊流しのルート折り返し地点でサイリウムを使用した参加者の誘導、みこし渡御で使用するトラックのステージ設営（各参加団体が着用している着物のデザインを発表するためのもの）、みこし渡御の参加受付とそのための設備設置、トイレの案内、仮設トイレの水補給、会場の電灯のブレーカー切り替え、みこし渡御終了後の直会の準備手伝い（あぶらげ、箸、皿、ドリンク分配やブルーシートがけ）等であった。

3.2.11 とちお祭 2 日目① ～全日本樽みこし綱引き選手権大会～

8月24日（日）、「とちお祭」当日の2日目は、午前中に「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の大人部門、午後に「仁和賀行進」、夜に「大花火大会」が行われた。

「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の大人部門には、チャレンジシップとチャンピオンシップがある。チャレンジシップには、栃尾の外から学生ボランティア団体の「IVUSA」が組織的に参加しており、その学生たちが複数のチームを編成して競技に参加した。各チームの入場時には、IVUSAの学生たちが並んで20～30メートル程の人の道を作って、そこをハイタッチしながら競技場に入り、競技中は互いに声援を送って会場を大いに盛り上げた。

※「IVUSA」は、特定非営利活動法人国際ボランティア学生協会の略称。IVUSAは、中越大震災で大きな被害があった栃尾地域の仮設住宅の支援を行った縁で、その後も栃尾との交流が続いている。

今瀬ゼミは、「とちお祭」では「裏方」のスタッフとして諸作業を担っているが、前述のように、先の8月6日の「全日本樽みこし綱引き選手権大会」説明会に際して、「今瀬ゼミも出場しませんか」とお声がけを頂いたことから、急遽、当日は「表方」としての出場も行うことになった。チャレンジシップへの参加は、「IVUSA」の学生からなる7チームと栃尾の地元1チームに、今瀬ゼミが加わったことで全8チームとなった。我々今瀬ゼミは、ゼミ生、長岡大学ボランティア学生、今瀬先生の8名で即席のチームを作り、当日まで練習もせずに綱引き大会に臨んだため、勝てるとは思っていなかった。ところが、「IVUSA」のチームを次々と倒し、決勝



全日本樽みこし綱引き選手権大会の様子



樽みこし綱引きの入場時の様子

戦まで進んだ。実況の方が今瀬先生を弄るなど面白い場面もあり、祭りの「裏方」として参加しているとちお祭で「表方」としても楽しんだ。最後の決勝戦では地元の年輩チームにあっさりと負け、栃尾の中高年の方々の力と元気の良さを知った。

「全日本樽みこし綱引き選手権大会」は、当初、非常に激しい競技と聞いていて、敷居の高さを感じていたが、実際に参加してみると、怖さよりも興奮が上回るイベントであった。地元のもっと多くの若い世代にも、面白みを知ってもらいたいと感じた。

3.2.12 とちお祭 2 日目② ～仁和賀行進～

「とちお祭」の 2 日目、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」が終了し、午後になると、「仁和賀行進」が開催された。「仁和賀行進」当日の裏方作業は次のようなものであった。祭りのスタッフが、午前 10 時にスタッフ控え室のとちパル 3 階に集合して打合せを行った後、10 時 15 分から会場設営等を行った。11 時から演技会場となる中心市街地の道路を通行止めにして交通整理・誘導を行うと共に、昼食を兼ねた直前打合せを行った。12 時には役員の配置が完了し、午後 1 時半に主催者の挨拶・開会宣言で仁和賀行進がスタートした。

今年の仁和賀行進には、事前登録の 6 団体にリックスポートや番外の栃尾観光協会も加わって 8 団体が参加した。仁和賀行進では、各参加団体が中心市街地の予め決められた場所から何度か踊りながら行進をして、メインとなる演技会場（秋葉トンネル前）に向かい、最後にその演技会場で各参加団体が順番に演技を披露して踊りを競い合った。

各参加団体の演技は 5～15 分で、はじめは予定通り順調に進んだが、途中から雨が激しく降り出して、途中で一時中断する場面もあった。しかし、雨の中でも大勢の人たちが演技会場に留まって、演技を見続けて下さった。我々スタッフは雨にずぶ濡れになりながら、急いで雨よけの仮設テントを見学場所に設置した。

我々今瀬ゼミは、前述のように、栃尾本町区の方々に「本町の仁和賀行進で一緒に踊らないか」とお声をかけて頂いたことから、とちお祭の「裏方」作業の合間を縫って、仁和賀行進に「表方」としても参加させて頂いた。今瀬ゼミは昼食後に本町の方々と合流して、仁和賀行進の演技に加わり、事前に教えてもらっていた最後の部分だけを一緒に踊らせて頂いた。途中で降り始めた雨は、本町の発表の番になっても止むことはなかったが、踊りのテーマ「祝 60 周年とちお祭 本町 RETURNS ～ありのままで…」を無事に披露することができた。また、今瀬ゼミでは本町の演技に参加する一方で、長岡大学の女性の学生（中島氏）と職員（恩田氏）にボランティア協力をお願いして、番外として演技した栃尾観光協会の男性踊り手の



仁和賀行進の様子



会場へ向かう途中の演技の様子



お化粧のお手伝いの様子

お化粧（仮装）のお手伝いをした。

そして、仁和賀行進の参加団体すべての演技が終了した後は、すぐに会場の撤去作業や清掃作業を行って、次の「大花火大会」の会場設営などに向かった。

今年の仁和賀行進は参加団体が少なかったが、どこの団体の踊りも活気があり、雨の中でも見物客が多かった。今瀬ゼミとしても、演技に参加させて頂き、貴重な経験をする事ができた。

3.2.13 とちお祭 2 日目③ ～大花火大会～

「仁和賀行進」が終了した後、祭りのスタッフは仁和賀行進で使用した、テント、机、椅子、仮設トイレ、音響設備などを「大花火大会」の見学側の会場本部となる小学校の校庭に運んで設置した。道路侵入禁止標識も会場周辺に移動して設置し直した。そうした作業を今瀬ゼミも一緒になって行った。

その後 5 時半に、祭りのスタッフと花火師たちは、花火会場近くの食堂（丸五食堂）に集合して、食事をしながら打合せを行った。山の上の花火打上げ場所で作業を手伝う今瀬ゼミのゼミ生 2 人（澤井、太刀川）と今瀬先生は、頭にかぶるヘルメットと照明を貸して頂き、リーダーの栃尾煙火協会顧問の高見氏から注意事項を伺った。そして、打合せ後 6 時過ぎから、スタッフはそれぞれの持ち場に移動して配置についた。今瀬ゼミも、山の上の花火打上げ場所と花火見学側の会場本部の二手に分かれて持ち場についた。

山の上の花火打上げ場所では、栃尾煙火協会のスタッフが、花火の筒の近くに設置したテントや小屋に居て、そこから花火の番付に従って花火師が花火に点火するための合図を送る作業を行った。

打ち上げる花火ごとに名称や寄附者名などを会場本部（見学側）にいるアナウンサーがマイクで読み上げる。その様子がラジオ放送（FM ながおか）で流される。それを聞きながら、秒単位でちょうどどのタイミングを見計らって点火の合図をするのである。今瀬ゼミでは、今瀬先生がその合図の手伝いを行う一方、ゼミ生は打ち上げの様子をビデオや写真に撮って記録した。

花火打上げ場所は、山の頂上と少し下った場所の 2 か所にあり、頂上では大型の花火やスターマインが、下の場所では小型のものが打ち上げられた。ゼミ生は、ラジオや懐中電灯等の最終確認時に電池切れのトラブルが起こったため、2 箇所の打上げ場所を 2 回ほど往復して電池を届けに行った。花火の筒の近くには、花火の配線が地面にのぼしてあり、踏んだりしてしまうと配線が切れ、花火があがらなくなってしまう可能性があるため、踏まないように気を付けての移動であった。

夜 7 時半になると花火の打上げが始まった。花火の番付に従って、栃尾煙火協会のスタッフが、「何番、何々、点火」と言って花火師に指示を出し、打ち上げていった。

花火は、点火の合図を送る場所から筒まで、近いものでは 10m 程度しか離れていないところで打上げられるものもあった。そのため、花火が筒の中からごう音と共に火花を出しながら打ち上がり、とても迫力があつた。ほぼ垂直に上がり、頭上の真上で花開く花火は



ゼミ生がヘルメットを装着している様子

美しく圧巻である一方、花火の燃えカスが降ってきて非常に緊張感があった。時折、花火の燃えカスは雨のように降り注いでくこともあり、準備段階で行った火災対策の枯葉を掃くという作業の重要性が良く分かった。

花火番付に載ったすべての花火の打上げが終わり、9時に花火大会が終了すると、花火師たちが花火の筒を撤収し、大きな燃え殻だけを拾い集めて、車に乗せて帰っていった。

花火の打上げから筒の撤収などの作業までは、花火師のみが行うことになっている。花火師以外の祭りスタッフ(栃尾煙火協会と今瀬ゼミ)は、その間、点火の合図を送るテントや小屋の中から、絶対に一步も外に出てはいけないことになっていた。花火師が撤収を終わり、打上げ場所を後にして帰っていったのを確認してから、祭りスタッフはテントや小屋から外に出て、防火水槽の水を抜き、10時半頃に下山した。

大花火大会の終了後は、花火会場近くの食堂(丸五食堂)で祭り打上げの懇親会があり、今瀬ゼミも参加してご馳走になった。その後、11時半頃には抜けさせて頂き、長岡大学に戻って家路に着いた。花火の打上げ場所での裏方作業では、非常に貴重な経験をさせて頂いた。感謝を申し上げるとともに、こういった裏側の部分をしっかり伝えていかなければいけないと思った。



頭上で美しく打ち上がる花火



花火が打ちあがる瞬間
(火柱が立っている)

3.2.14 とちお祭の後片付け

8月25日(月)の「とちお祭」翌日、祭りのスタッフは当日にやり残した片付け作業を行った。今瀬ゼミも朝9時から、祭り会場全体と山の上の花火打上げ場所に分かれて片付けを行った。

祭り会場全体の片付けでは、「オープニングイベント」や「全日本樽みこし綱引き選手権大会」等があったメイン会場(秋葉公園)や観光協会のある道の駅において、主にテントの骨組みなどの回収・運搬や雨で濡れた提灯などを乾かす作業を行った。

テントはすぐに回収できるように各骨組みに結んであったが、それらをきちんと結び直し、2台のトラックの荷台に積んで祭りの備品倉庫(秋葉公園から大野倉庫までは車で5分程の距離)まで運んだ。それを流れ作業のように行い、倉庫を何度か行き来した。雨で濡れた物を乾かす作業では、提灯は紐でつなげてカーテンのようにぶら下げて乾かした。また、屋根と骨組みが一体の簡易タープを建てて、水分を落としていった。乾いたテントから次々と閉まっていった。

そうした片付け作業の中では、ハサミが見当たらず、地元スタッフの方がライターで紐を溶かして切ったりしていて、知恵を学ぶ場面もあった。運搬の車の中では、就職活動や大学のことを話しながらの移動で、ゼミ生にとって非常に有意義な時間であった。

一方、山の上の花火打上げ場所の片付けでは、辺り一体に散らかったままになっていた花火の殻を拾う作業がメインであった。他にテントの片付けや防火水槽を返却するなどの作業があったが、花火の殻を拾う作業が一番大変であった。打上げ時に、花火の筒に被せ

てあった銀紙等も地面に散らばっており、すべて拾わなくてはならなかった。

すべての作業が終わると昼食をご馳走になり、昼食後は栃尾煙火協会顧問の高見氏に栃尾の温泉（おいらこの湯）に連れて行って頂いた。温泉では祭りの当日と前後日の4日間の疲れが一気に取れたように感じた。その後、高見氏のご自宅に招いて頂いて、花火に関するお話や栃尾の地域づくりに関するお話などを聞かせて頂いた。長岡と栃尾の合併時の話も聞かせて頂いて、地名の表記の問題などいろいろと課題があることが分かった。

後日には、今瀬ゼミが今年の花火の様子を撮影したビデオのDVDを作成して、栃尾の方々に記録として見て頂けるように高見氏に届けた。



花火の燃え殻を拾う作業



燃え殻を集めたバケツ

3.2.15 とちお祭のアンケート調査結果

「とちお祭」の各イベント参加者を対象にして、祭り事務局の栃尾観光協会がアンケート調査を行った。その調査結果では、以下のような回答が見られた。

「仁和賀行進」では、参加団体を増やすよう働きかけて欲しいという声。仁和賀行進と同日に開催される「全日本樽みこし綱引き選手権大会」との兼ね合いで、どちらをメインとするのかという意見。一部の町内からは、仁和賀部会でも出ていたように、観客の少なさや参加団体の減少などから、今後の仁和賀部会の継続に疑問を持つ意見が出てきていた。

「オープニングイベント」では、昼食用に500円券を用意して頂いたものの、イベントの発表後に行くと屋台に食べ物が少なくて困った、という意見があがっていた。

「大民踊流し」では、踊りをする団体と団体の間隔をとるのが難しく、間隔が随分開いていたり、混んでいたりと、誘導の工夫を希望する意見が出ていた。また、大民踊流しの参加団体は多かったものの見物客が少ないのが残念、といった意見も出ていた。

「みこし渡御」では、半纏合わせの時に大民踊流しの音が大きくて司会者の声が聞こえにくかった、渡御は予定の時間を押してしまった、7団体が全てつかえることが無いようにどんどん前に進むべきだと思う、といった意見や、トイレはとちパルを使えてよかったと思う、といった意見が出ていた。

このように、アンケート調査の結果全体を通して、調査をしてみないと気づかない不満な点や要望、良かった点などが多くあるように思われた。また、参加していない団体からもアンケートを取ってみてはどうか、といった意見も出ており、参加団体だけでなく、それ以外からも意見を求め、一層の改善を行っていくことが大事なのではないかと感じた。

3.2.16 今瀬ゼミから「とちお祭」への3つの提言

今瀬ゼミでは、こうした「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の現場での活動を通して、「とちお祭」への3つの提言を行った。最初の提言発表は、10月25日・26日の長岡大学「悠久祭」で開催したパネル展で行った。

1つ目は、「とちお祭」の裏方さんが、地元で再評価されるような仕掛けをし、地元の裏方さんが増えるようにすることである。今瀬ゼミの活動を通して、様々な「裏方」の活動や「表方」の活動に参加させて頂いてきた。それらの活動を通して感じるのは、我々ゼミ生にできることは地域が活性化することの潤滑油になるまでのことであって、地元に住んでいる方々の地域を変えようという力がなければ、やはり変わっていかないのではないかとことだ。難しいことかもしれないが、その地域に住んでいる人でなくては出来ない事があるのではないだろうか。

2つ目は、とちお祭の「全日本樽みこし綱引き選手権大会」を、栃尾以外の地域の祭において「出前開催」し、樽みこし綱引きの魅力を多くの人に知ってもらうことである。我々ゼミ生も栃尾地域に関わるまでは、樽みこし綱引きを知らなかった。とちお祭のウリの一つである樽みこしを多くの人に知って頂くことが出来れば、とちお祭の誘客にもつながるのではないだろうか。

3つ目は、とちお祭の会場で地元の名物料理や家庭料理の屋台を多く出すようにして、域外からの来場者の楽しさを増やすことである。とちお祭の1日目、祭りのメイン会場（秋葉公園）には屋台が出店されていたが、たこ焼きや焼きそばなどの一般的なものを販売していたため、栃尾の名物「あぶらげ」（油揚げ）や、その他家庭料理を出すことで来客者の関心を深めることができるのではないだろうか。

我々今瀬ゼミでは、以上の事に着目し、次年度の活動をどういったものにしていくのか、考えていきたい。

■今瀬政司ゼミナールの「とちお祭」への3つの提言（2014年10月25日公表）

- 提言1.** 「とちお祭」で準備・運営・片付けなどを行う「裏方さん」の大変さ、大事さ、面白さが地元で再評価されるような仕掛けをして、「裏方さん」（特に、若い人）が増えるようにしていくこと。
- 提言2.** とちお祭の「全日本樽みこし綱引き選手権大会」を栃尾以外の地域の祭において出前開催すること。それにより、樽みこし綱引きの魅力を栃尾内外に波及的に広く知ってもらうこと。
- 提言3.** とちお祭の会場で、地元商店や料理上手な家庭の方などの力を借り、地元の名物料理や家庭料理などの屋台を多く出すようにして、域外からの来場者の楽しさを増やすこと。

3.2.17 とちお祭のイベントの「出前開催」（PR活動）

今年度の長岡大学の学園祭「悠久祭」において、今瀬ゼミでは、とちお祭のイベント「仁和賀行進」を出前開催した。栃尾本町区の住民の方々（約25名）が長岡大学にお越し下って、今瀬ゼミのゼミ生やボランティア学生たちと一緒に「栃尾本町仁和賀隊パフォーマ

ンス」を披露した。

悠久祭の前には、ゼミ生が踊りを覚えに栃尾に向かうなどして準備を進めた。とちお祭の本番に比べて、踊り手の人数は少なかったが、大勢の学生や大学周辺の地域の方々にも見て頂いて、本番に負けないイベントになったのではないだろうか。

また、出前開催により仁和賀行進を見て頂いたことで、多少なりとも「とちお祭」のアピールに繋がり、見て頂いた方々にとちお祭の雰囲気の一部を味わって頂けたのではないだろうか。そういった意味では、栃尾の現地においてだけでなく、長岡大学の学園祭「悠久祭」でも地域活性化に貢献する方法があることが改めて分かった。



栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス
(大学の校舎を背景に踊った)



栃尾本町と今瀬ゼミの集合写真

3.2.18 とちお祭大花火大会反省会

11月25日、夜7時から栃尾の福田屋というお店で「第60回とちお祭大花火大会反省会」が行われ、栃尾煙火協会、栃尾観光協会、長岡市栃尾支所、そして今瀬ゼミなどが参加した。内容は、今年度の花火の決算報告、来年度の他地域への花火大会視察、花火の観覧会場になった小学校での後片付け、今年度から始まった「FMながおか」による花火大会の放送などについて、話し合いが進められた。

栃尾煙火協会の会長である松生貞雄氏の挨拶から始まり、今年の大花火大会の決算に移った。花火の発注は小千谷煙火興業と阿部煙火工業に頼んでおり、また、多くの協賛金が集められ、今年度の決算額は約1千万円であった。今年度を実施できなかった花火の視察については、「とちお祭の花火大会と同程度の規模の近くの地域が望ましいのではないか」との意見が出ていた。

反省会終了後には懇親会が行われた。懇親会では食事をしながら、大花火大会や祭り全体のことについて意見を交わした。また、今瀬ゼミの活動についても触れられて、参加者の方に今瀬ゼミで作成した展示パネル21枚の原稿を見て頂いた。

この反省会でも、会場は花火の準備や後片付けの際に利用したお店と同じように、「祭り会場のある地元のお店」であった。とちお祭の中でも、花火関連は地元の人が経営しているお店を使うことが多いようで、「地元の住民・店舗の方との関わりを大事にすること」が大花火大会の運営では特に重要なのではないかと感じた。



とちお祭大花火大会反省会の様子

3.2.19 学生による地域活性化プログラム成果発表会

12月6日、長岡大学「学生による地域活性化プログラム成果発表会」(会場：ホテルニューオータニ長岡)において、今瀬ゼミの「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の活動報告(成果発表)を行った。我々今瀬ゼミとしては、単に学習の一環としてだけでなく、栃尾と「とちお祭」の情報発信(広報PR)の一環であることも意識して行った。

発表で使用するパワーポイント資料や台本（発表原稿）、当日の配布資料の作成では、我々今瀬ゼミ生と今瀬先生が発表までの時間の許す限り、何度も修正を加えながら完成した。パワーポイントには、ゼミ生が「とちお祭」の各イベントや「悠久祭でのとちお祭の出前開催」で撮影したビデオ動画も編集して盛り込んだ。

それらの発表の材料が揃ってから、ゼミ生で何度もプレゼンテーションの練習を行った。最高のプレゼンテーションにするために、アイコンタクトや手振り、声量をゼミ生で話し合いながら工夫し、発表時間が12分間と限られている中で話すペースを繰り返し調整した。発表会前日も深夜まで大学で発表の準備を行い、当日も早朝から大学に集合し、昼の会場行きのバスが出るぎりぎりまで練習した。

我々今瀬ゼミは10ゼミ中2番目に発表した。このような緊張感のある場所での発表は、社会に出れば数多くあるものであり、学生の我々には社会に羽ばたくための貴重な体験になったに違いない。数々の練習と努力の成果もあり、各ゼミ生が発表する箇所や役割をしっかりと担い、12分以内に発表を収め、満足のいく成果発表を成し遂げることができた。

発表後、アドバイザーの荒木氏と安達氏からご質問を頂いた。荒木氏からは、「秋葉公園（今年の祭りのメイン会場）は坂道を登らないと高齢者の方は見に行けないことから、中央公園に祭りの会場を移したいと考えているが、お客さんが少ない中どう感じられたか」との質問を受けた。ゼミ生を代表して澤井が、「想像していたよりも親子連れのお客さんがいる印象を受けましたが、これまで何回か祭りの会場を移動していると聞いています。高齢者が多くいらっしゃるには、会場を移動することも良いのかと思います」と答えた。

続けて荒木氏からは、「道の駅の年間入場者は55万人と多いが、まちの中心部と離れており、とちお祭に上手く外からお客を入れる、という仕掛けを来年提案して頂けますか」との質問を受けた。「私達が力になれるか分かりませんが、自分達の出来る事を力の限りやらせていただきたいと思います」と答えた。

最後は、安達氏から頂いた「今瀬ゼミでは、とちお祭の会場で地元の名物料理や家庭料理の屋台を多く出すようにして域外からの来場者の楽しみを増やす、と提言をしていたが、何故そういった提言に至ったのか」との質問に対して、ゼミ生は「栃尾には“あぶらげ”などの名物料理があり、ゼミ生は栃尾に行くまで知らなかったもので、そういったものを祭りの屋台で販売すれば、来場者の楽しみが増えるのではないかと思います」と答えた。

また、荒木氏と安達氏からは、「中間レビューの時とは大違いでびっ



長岡大学「学生による地域活性化プログラム成果発表会」



今瀬ゼミ生の成果発表の様子

（今瀬ゼミ生発表順）



須田一聖



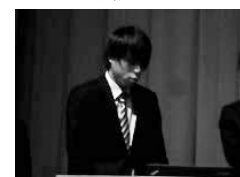
太刀川健太郎



澤井芳秀



五十嵐信彦



相山祐輝

くりした」、「良くまとまっている」、「中間レビューよりもよく改善されている」などのお褒めの言葉を頂いて嬉しかった。以上のことから、成果発表会では文字どおりに、今瀬ゼミのとちお祭での活動の成果を報告する良い機会となった。また、会場参加者の方々に対しては、栃尾と「とちお祭」の情報発信（広報PR）に少しでもなったのではないかとと思われる。

3.2.20 今瀬ゼミ活動の「栃尾タイムス」での記事掲載

12月5日付の「栃尾タイムス」では、今瀬ゼミ生も参加させて頂いていた大花火大会反省会の様子を取り上げて頂いた。（※『栃尾タイムス』2014/12/5、2面）

更に12月15日付の「栃尾タイムス」では、12月6日に行われた成果発表会での今瀬ゼミの活動も1面で大きく紹介して記事にして頂いた。今瀬ゼミによる「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」のプレゼンテーションの様子や、アドバイザーの荒木氏と安達氏からの質問への受け答えの様子を大きく取り上げて頂いた。また、ゼミの活動が、文部科学省の「地（知）の拠点整備事業」（大学COC事業）の一環として位置づけられたものであることも紹介して頂いた。（※「栃尾タイムス」2014/12/15、1面）

我々の活動が記事になったことは形に残るような大きな成果であったといえる。今瀬ゼミの今までの活動が栃尾の方々に文字として目に映るということで、地元の人などが「とちお祭」にもっと興味がわくようになれば幸いである。

3.2.21 長岡大学悠久祭と長岡市内各所での巡回「パネル展示会」開催

今瀬ゼミでは、長岡大学の学園祭「悠久祭」（2014年10月25日・26日）において、「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業における活動報告を20枚のパネル（A1サイズ）に表現し、1つの教室を用いてパネル展示会を開催した。このパネル展では、今瀬ゼミで独自に作成したパネルに加えて、NPO法人フォーラム栃尾熱都の佐藤昭氏からお借りした「とちお祭の歴史パネル」も同時に展示させて頂いた。

また、前述したように、悠久祭ではとちお祭の出前開催「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」を行ったが、その記録も1枚のパネル（A1サイズ）にした。



長岡大学「悠久祭」での
今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展

そして、長岡市役所（栃尾支所商工観光課、市民協働推進室）と栃尾観光協会のご協力（協働）のもと、12月以降、それらパネルを使って、長岡市内各所において巡回で「とちお祭りへの裏方参画と調査・情報発信」パネル展示会を開催している。2014年12月25日～2015年1月28日には「長岡市栃尾産業交流センターおりなす」（道の駅ルート290とちおに隣接）、2月2日～13日には「シティホールプラザ アオーレ長岡」（長岡市役所本庁舎）で開催した。この2箇所に続いて、今後も長岡市内の各種公共施設、スーパー・ショッピングモールなどで順次開催していく予定である。

我々今瀬ゼミが活動し、その証である展示パネルがこうして栃尾の地元や長岡市内各地の人々に見てもらえる機会があるのはとても嬉しいことである。これからも、栃尾と「とちお祭」の良いところを情報発信できればと思う。



長岡市栃尾産業交流センターでの今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展

■長岡市内で巡回 パネル展示会 開催

長岡大学 今瀬政司ゼミナール「とちお祭りへの裏方参画と調査・情報発信」パネル展
(※展示パネルはA 1 サイズ 21 枚)

◎今瀬ゼミ 「とちお祭」パネル展 in 栃尾おりなす 開催

- ・日時： 2014 年 12 月 25 日(木)～2015 年 1 月 28 日(水) 9:00～16:00
- ・会場： 長岡市栃尾産業交流センターおりなす 展示プラザホール
(長岡市栃尾宮沢 1765 TEL:0258-51-1331 (道の駅ルート 290 とちおに隣接))
- ・協力(協働)： 栃尾観光協会、長岡市役所(栃尾支所商工観光課)

◎今瀬ゼミ 「とちお祭」パネル展 in アオーレ長岡 開催

- ・日時： 2015 年 2 月 2 日(月)～2 月 13 日(金) 8:00～22:00
- ・会場： シティホールプラザ アオーレ長岡 西棟 3 階 ながおか市民協働センター
(長岡市大手通 1-4-10 長岡市役所本庁舎 TEL: 0258-39-2020)
- ・協力(協働)： 長岡市役所(栃尾支所商工観光課、市民協働推進室)、栃尾観光協会

※その他、長岡市内の各種公共施設、スーパー・ショッピングモール等で順次開催予定



シティホールプラザ アオーレ長岡(長岡市役所本庁舎)での今瀬ゼミ「とちお祭」パネル展

3.2.22 「とちお祭」と今瀬ゼミ活動のホームページでの情報発信

今瀬ゼミでは、「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」の活動報告(報告書、展示パネル、成果発表会資料、新聞記事等)などを随時、下記の今瀬政司研究室のホームページで公表している。我々ゼミ生の活動紹介としてだけでなく、栃尾への誘客など地域活性化に向けた栃尾と「とちお祭」の情報発信(広報PR)に役立てばと思っている。

■今瀬政司研究室ホームページ(今瀬ゼミの活動報告等を随時掲載)

<http://sicnpn.jp/imase-nagaokauniv/>

栃尾タイムス

第1853号 平成26年12月5日(金曜日) 2014年

とちお祭り花火打ち上げ反省会 長岡大学・今瀬ゼミ協力に感謝

栃尾煙火協会(松生貞雄会長)は、第60回とちお祭大花火大会の

決算が出たことを受け
11月25日、谷内・福田
屋において反省会を開



松生貞雄会長が花火打ち上げの感謝を述べる

いた。開会にあたり松生会長は「本場に厳しい中でしたが、皆さんからご協力を沢山頂き、素晴らしい花火を上げる事が出来ました」と感謝を述べるとともに「今回は長岡大学から今瀬先生はじめ学生の皆様から多大なご協力を頂きました。先生は勉強させて頂いた」と話されましたが、現場を見る中で、今後も大きな新しい力を我々の中に加えて頂き、より素晴らしい花火が毎年上げられるよう、力添えを頂きたいと思えます」とお礼を述べた。井田事務局長が「今年は今瀬ゼミの方々から裏方として、祭り全般にわたってお手伝い頂き、特に花火について

では上げるところの裏方までヘルメットをかぶってやって頂き、本場に有難うございました」と経過報告とお礼を述べ、「FMながおか」の実況中継について、次年度も継続して実施していく方針を確認した。

また最近、近郷花火会場の視察が出来なかつたことから、来年度はとちお祭の前に実施することを決め、事務局に一任。栃尾煙火協会として、来年2月7日に実施する『第30回遊雪まつり』前夜祭の花火大会に4万円を拠出することを決めた。

最後に、とちお祭り花火大会に協力された長岡大学の今瀬政司准教授が「先日上越市であった内閣府の講演に

おいて、とちお祭のお手伝いのことを紹介させて頂きました。学生達の最初の企画が、長岡とか市外から栃尾に誘客したい」というところから始まった訳です。少しずつでも栃尾のことを色んな方に知って頂くお手伝いを今後も続けて行ければと思っています」と述べ、ホームページも立ち上げ、12月6日ニユーオータニ長岡NCホール(開会午後1時)で成果発表を行なうためのプレゼン資料を作っていること等を報告した。



今瀬ゼミ生5人が「とちお祭り」行事の映像を交え発表

「とちお祭り」の裏方参画と調査 長岡大学・今瀬ゼミが成果発表

長岡大学の長岡地域(創造人材)養成プログラム「学生による地域活性化プログラム」平成26年度成果発表会が12月6日、ホテルニューオータニ長岡N.C.ホールで開かれ、10のゼミが参加。栃尾地域を題材に取り上げた、今瀬政司ゼミ生も「とちお祭り」の裏方参画と調査・情報発信」と題し発表を行った。

同プログラムは平成25年8月、文部科学省「(地)知」の拠点整備事業として大学COC事業に採択された。同事業は人々が自治体等と連携し、全学的に地域を志向した教育・研究・社会貢献を進めて、地域コミュニティの中核的存在(課題解決に資する人材、情報・技術の集積拠点)となり、地域コミュニティの再生・活性化の核となる大学へと、自ら改革することを目指す事業。

対象地域は、平成17年から22年の間に11市町村が合併した長岡地域で、地域課題は①産業活性化(産業の活性化による地域経済の発展)②市民協働による社会課題解決(少子高齢化・環境問題等の社会課題の解決)③地域・コミュニティ活性化(地域社会の喚起の課題)。

開会にあたり、内藤敏樹学長は「学生が地域社会の中に入って課題を見つけ出し、それに対する取り組みを自分の行動を通じて行なう、意義というものが実践活動に重点を置いている。我々大学が地域のために役立つこと以上に、体験した学生が社会において実践活動できる人間になることを期待して実践して来たと」挨拶した。

今瀬ゼミは「とちお祭り」の裏方参画と調査・情報発信」長岡・栃尾地域の元氣にするために」と題して五十嵐信彦さん、澤井芳秀さん、須田一聖さん、山田拓輝さん、太刀川健太郎さんの5人がそれぞれ映像を交えプレゼンした。

「多くの関係機関と市民協働で活動を行うことに力を入れ取り組んで来ました」と述べ、5つの活動に取り組みだことを発表。

「我々ゼミ生で企画書を作成し、当初は長岡駅から遠く離れたところ、というものを様々な協力機関と相談し貴重な助言やアドバイスを頂き、幾度か変更して現在の企画『とちお祭り』に出合いました。祭りは1955年から始まり今年60周年を迎え、2日間で開催されるイベントを行い地域を盛り上げています」と報告し、次の3つのイベントを推薦。

一つは「全日本博ひこし綱引き選手権大会」。一つは「山の上の花火大会」。二つ目は「仁和賀行進」。参加団体がパフォーマンスを演じる中を練り歩き、各町内の特色ある出し物を披露。三つ目は「大花火大会」。山の上から上がる美しい花火を見ることで、上近くで撮影した映像を流した。

表方としての活動で、表方として祭り当日に、裏方とともに栃尾本町区の仁和賀行進に参加。雨の中、ずぶ濡れになって踊ったが、多くの見物客から見てもらった。後日、長岡大学「悠久祭」で、今瀬ゼミと栃尾本町区の合同「仁和賀パフォーマン」を披露し、本番に負けないイベントになった。

参加。雨の中、ずぶ濡れになって踊ったが、多くの見物客から見てもらった。後日、長岡大学「悠久祭」で、今瀬ゼミと栃尾本町区の合同「仁和賀パフォーマン」を披露し、本番に負けないイベントになった。

【今瀬ゼミからの提言】
①「とちお祭り」準備、運営、片付けなど行なう裏方さんが地元で評価されるような仕組みを、地元の裏方さんに見られる祭にする。
②「博ひこし綱引き」を多くの人に知ってもらう。
③「とちお祭り」の会場が地元名物料理や家庭料理の屋台を多く出すようにし、地域外の来場者の楽しさを増やす。
発表後、アドバイザーの栃尾支所商工観光課・荒木隆光係長は「素晴らしいプレゼンで、10月の時とは別物で感動しました。とちお祭りを始めから手伝って頂き、非常に感謝しております。博ひこし綱引き選手権大会に出て頂いたり、裏方作業をやったり、秋葉公園には坂道を登らないと高齢者の方は見に行けないというネックがあり、来年から中央公園の平場に会場を移したいと考えています。今年参加して、お客さんが少ない中どう感じられたか」と投げかけると、学生たちは「想像していたより親子連れのお客さんがいる印象を受けましたが、これまで何回か会場を移動してはいると聞いています。やはり高齢者が多くいらっしゃるには、会場を移動することも良いのかと思います」と答えた。

続けて荒木係長は「道の駅の年間入場者は55万人と多いが、中心部と離れており、とちお祭りに上手く外からお客を入れる、という仕掛けを来年提案して頂きますか」と要望すると、ゼミ生は「私達も力になれるか分かりませんが、自分達の出来る事を力の限りやらせて頂きたいと思っています」と応えた。

5.今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」展示パネル



学校法人 中越学園
長岡大学

「地(知)の拠点整備事業」(大学 COC 事業)
長岡地域<創造人材>養成プログラム



文部科学省
地(知)の拠点

【パネル 1】 (C) 2014/10/25 今瀬ゼミ

今瀬政司ゼミナール

「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業 (2014 年度)

【紹介】長岡市栃尾「とちお祭」
(第 60 回 : 2014 年 8 月 23・24 日)

- ①全日本樽みこし綱引き選手権大会
- ②仁和賀行進
- ③大民踊流し
- ④みこし渡御
- ⑤大花火大会
- ⑥その他、各種イベント

※詳細は栃尾観光協会まで
TEL : 0258-51-1195
<http://tochiokankou.jp>

**とちお祭で裏方さん
になりました！**



【活動 1】裏方活動

長岡市栃尾の「とちお祭」に、「裏方」として活動に参画

- ①事前取材・ゼミ企画立案 (4~6 月)
- ②祭の事前準備と PR 活動 (6~8 月)
- ③直前設営と当日運営と片付け (8 月)

【活動 2】表方活動

祭当日の「表方」にも参加

- ①樽みこし綱引きのチャレンジシップで今瀬ゼミが準優勝しました！
- ②仁和賀行進で乱舞しました！

今瀬ゼミの活動目的

- ①ゼミ学生の学外現場における実践的な学習
- ②地元住民による「とちお祭」活性化に貢献
- ③栃尾への誘客など栃尾地域の活性化に貢献

【活動 3】記録・調査・まとめ

- ①ゼミ活動結果の取りまとめ
- ②裏方だからこそ分かる「とちお祭」の本当の姿と栃尾地域の良さ・課題を記録、調査して取りまとめ

【活動 4】情報発信・PR・提言

- ①裏方活動・表方活動と、記録・調査・まとめをもとにした情報発信 (報告書、パネル展示、HP、悠久祭、成果発表会、各種イベント等)
- ②今瀬ゼミと栃尾住民の方々の合同企画
「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」を悠久祭で開催(栃尾の PR 活動)
- ③「とちお祭」と栃尾地域の今後への提言



【今瀬ゼミ】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎 (五十音順)
【担当教員】長岡大学経済経営学部 准教授 今瀬政司
 TEL : 0258-39-1907(研究室)、0258-39-1600(代) E-mail : imase@nagaokauniv.ac.jp



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司



月日	今瀬ゼミナールの主な活動内容(2014年4月～10月)	学外
4月 14日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
21日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
28日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
5月 12日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
19日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
21日(水)	長岡市政策企画課・市民協働推進室、NPO 法人市民協働ネットワーク長岡に協力依頼(今瀬)	市本庁
26日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
29日(木)	長岡市政策企画課・市民協働推進室・地域振興戦略部に協力依頼(今瀬)	市本庁
6月 2日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
3日(火)	長岡市地域振興戦略部に事前取材・企画相談	市本庁
9日(月)	長岡市栃尾支所地域振興課に事前取材・企画相談	栃尾
10日(火)	ゼミ打合せ会(企画書立案等)	
16日(月)	長岡市栃尾支所商工観光課(荒木様にアドバイザー依頼)と山の暮らし再生機構、栃尾サテライトに事前取材・企画相談	栃尾
17日(火)	とちお祭「仁和賀部会」に出席&取材	栃尾
23日(月)	長岡市市民協働推進室(安達様にアドバイザー依頼)に事前取材・企画相談	市本庁
30日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
7月 4日(金)	とちお祭「結団式」に出席&取材	栃尾
7日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
14日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
16日(水)	栃尾観光協会と打合せ会(スケジュール・役割分担等調整)	栃尾
21日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
25日(金)	とちお祭「仁和賀部会」に出席&取材	栃尾
28日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
28日(月)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の事前準備&取材	栃尾
8月 6日(水)	とちお祭の事前準備(会場と街中の設営等)&取材	栃尾
6日(水)	とちお祭「全日本樽みこし綱引き選手権大会」説明会に出席&取材	栃尾
18日(月)	とちお祭「安全祈願祭」に出席&取材	栃尾
19日(火)	とちお祭の事前告知(長岡駅前アオーレにてチラシ配布等)&取材	栃尾
20日(水)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の練習会出席&取材	栃尾
21日(木)	保健所検査(現地不参加)	
22日(金)	とちお祭の前日準備(会場と花火打上げ場の設営等)&取材	栃尾
23日(土)	とちお祭当日(裏方運営&取材)	栃尾
24日(日)	とちお祭当日(裏方運営&樽みこし綱引き参加&仁和賀行進参加&取材)	栃尾
25日(月)	とちお祭の後片付け(会場と花火打上げ場の片付け)&取材	栃尾
9月 3日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
10日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
17日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
24日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
10月 1日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
2日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
6日(月)	長岡市市民協働推進室で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、長岡市政策企画課と地域戦略部に報告	市本庁
8日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
13日(月)	定例ゼミ授業(報告書・パネル等作成打合せ、第2回中間レビュー練習)	
14日(火)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
15日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
16日(木)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
20日(月)	長岡市栃尾支所で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、栃尾観光協会に報告	栃尾
21日(火)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、栃尾本町区「仁和賀行進」の打合せ	栃尾
22日(水)	ゼミ打合せ会(パネル作成)	
23日(木)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、NPO 法人フォーラム栃尾熱都にとちお祭パネル借用	栃尾
24日(金)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、今瀬ゼミ作成の展示パネル等の設置	
25日(土)	悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
25日(土)	悠久祭にて「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」	
26日(日)	悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
27日(月)	悠久祭でのパネル等の後片付け	
12月 6日(土)	地域活性化プログラムの成果発表会(ホテルニューオータニ長岡)＜予定＞	

「とちお祭」が長岡大学
悠久祭にやって来る！
～長岡・栃尾地域を元気にするために～

必見！驚き！大笑い！
「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」

■主催：今瀬ゼミナールと栃尾の方々

■日時：2014 年 10 月 25 日(土)
12:45～13:00 長岡大学玄関広場

■内容：栃尾地域で 60 年の歴史を持つ「とちお祭」。その最大の呼び物が「仁和賀(にわか)行進(踊り)」。栃尾住民の方々 25 名ほどがご来校下さり、ゼミ生やボランティア学生たちと一緒に、仁和賀行進の 60 周年記念、合同パフォーマンスを行います。テーマは、「祝 60 周年とちお祭 本町 Returns ～ありのままで。」「とちお祭」と栃尾地域の素晴らしさを見て、驚いて下さい。踊りへの乱入、大歓迎！

とちお祭で裏方さんになりました！
パネル展「とちお祭の裏側珍百景」

■主催：今瀬ゼミナール

■日時：2014 年 10 月 25 日(土)、
26 日(日) 10:00～17:00
長岡大学 242 教室

■内容：「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業での活動成果を報告します。(①裏方活動、②表方活動、③記録・調査・まとめ、④情報発信・PR・提言)。裏方だからこそ分かる「とちお祭」の本当の姿(素晴らしさ)と、栃尾地域の良さ・課題を報告し、今後への提言を行います。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

事前取材および企画書立案



長岡市栃尾支所
商工観光課の荒木さん

- ・今瀬ゼミナールでは、4月から6月にかけて、ゼミで取り組む企画の立案を行った。
- ・何を行うのか明確になるまで、長岡市役所の本庁（市民協働推進室、地域振興戦略部、政策企画課）や栃尾支所（商工観光課、地域振興課）、NPO 法人市民協働ネットワーク長岡、公益財団法人山の暮らし再生機構 栃尾サテライトに訪問して、事前取材や企画書立案への相談に乗って頂いた。

- ・6月16日、栃尾支所への訪問時、商工観光課の荒木さんと栃尾サテライトの西沢さんにアドバイスを頂いて、「とちお祭の裏方」として参画させて頂くことに決まった。
- ・この時は、具体的にどういったことをさせて頂けるのか、全く見当がつかなかったが、その後、打ち合わせを重ねることでより明確になっていった。

企画書(第1案)

「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」企画書(案)

1. 目的
長岡の中心市街地から既存の交通網を利用し過疎地域を活性化させる。
2. 内容
長岡駅から出ているバスを利用し、過疎地域に人を呼び込む。そして、その場で観光客などに地域にお金を落としてもらえるようなイベントや場所を地域のひとと協力し用意する事をゼミで一貫して行う。
- (1)長岡駅
駅やその周辺などで過疎地域の告知・広報活動を行う。また、バスを利用して過疎地域への観光を行ってもらえるような取り組みを行う。
- (2)地域での活動
イベントや店などを地域の方と協力して用意し観光面での魅力を高める。
- (3)アンケート
市内の人や観光に来た人などにアンケートを行って改善点などを見つける。

何回か変更

企画書(中間案)

「栃尾」に焦点を当てる！

「長岡駅から栃尾地域を繋ぐ」企画書(案)

1. 目的
長岡中心市街地から栃尾地域をつなげ人に流れを作る。
 2. 内容
- (1)長岡市、栃尾地域の自治体に残っている、観光・交通等の資料を集計し足りない部分を補うアンケートを作成する。
 - (2)アンケートと集計した資料を参考に、イベントでのターゲット層を絞り込む。
 - (3)長岡・栃尾の自治体と協力し、長岡の市街地（アオーレ等）で栃尾地域を取り上げたイベントを行う。また、そのイベントで栃尾地域の広報・宣伝を行う等の活動で、長岡から栃尾への人の流れを作る。
 - (4)悠久祭にてイベント、資料の集計結果等をまとめたパネル展示を行う。
 - (5)最終報告のためのアンケート作成を行い集計し、成果発表会と報告書の準備をする。

何度か様々な方にアドバイスを頂くことで、企画書が何度もバージョンアップしていった。

企画書(最終案)

何回か変更

「とちお祭」のみに焦点を当てる！

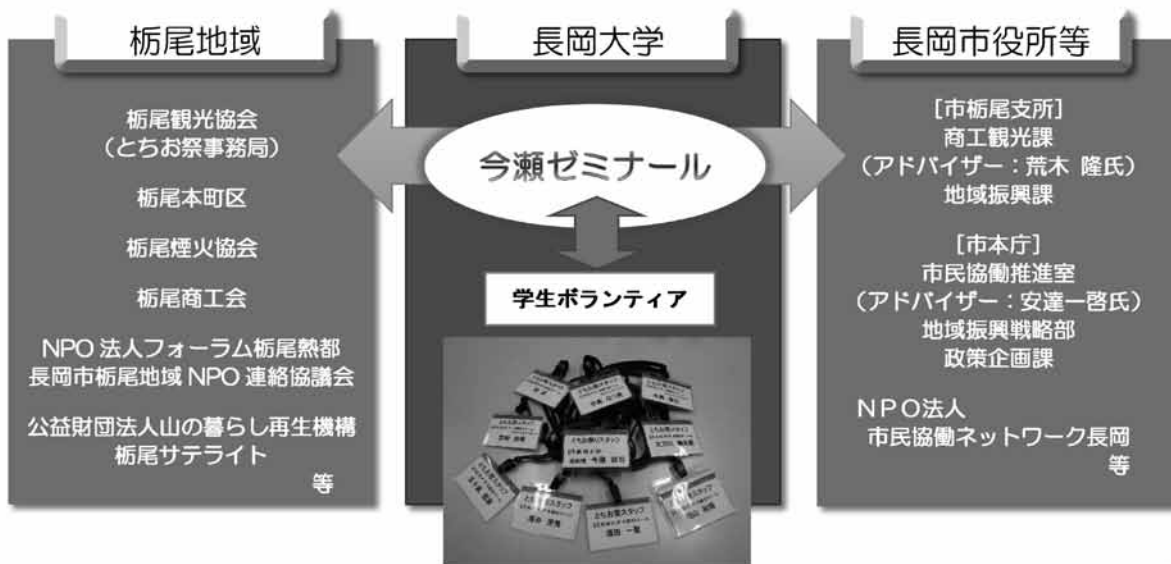
「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」企画書(案)

1. 目的
栃尾地域の歴史や名産品などの観光・文化面をアピールし栃尾に向かう観光客を増やす事を目的とする。
 2. 内容
- (1)長岡大学の学園祭である悠久祭などにおいて、「とちお祭」（8月23・24日）をまとめたパネル等の情報発信ツールを作成し、多くの人に発表、告知を行う事によって、地域の魅力を来場者に知ってもらい、栃尾と長岡各民間での交流人口を増やす。
 - (2)「とちお祭」の裏方として参画する。運営や準備段階から手伝える部分を探しながら、とちお祭に参画していく中で、栃尾の方達と協働で作業を行っていき、ゼミ生と地域の方の交流ができる場を増やす。
 - (3)パネル展示等の情報発信のために事前調査を行う。内容を「とちお祭」一点に絞り、深い内容になるようにする。祭のなりたちや現在の状況等を中心にまとめ、狭く深い内容とすることにより、見ごたえのある制作を目指す。
3. スケジュール等について
- (1)「とちお祭」の準備が本格化する7月には、祭にどのような形で裏方参画するのかを調整、決定し、作業に入る。
 - (2)10月に開催される悠久祭等に向け展示用パネルの準備をするため、とちお祭について調査する。
 - (3)10月から12月にかけて、栃尾地域の良い所を悠久祭と各地で情報発信する。
 - (4)とちお祭の終了後、8月から12月にかけて、報告書作成と成果発表をする。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

ゼミナールとの関わり（協働）



栃尾地域について

- ・栃尾地域は、新潟県中越地域の見附、三条、魚沼市などと隣接するところに位置している。
- ・2006 年に長岡市と合併し「長岡市栃尾」となる。



- ・名産物としては、油揚げ(あぶら揚げ)を筆頭に、米や地酒(景虎等)などがある。
- ・また、今回、関わった「とちお祭」でもファッションショーなども行われており、古くから繊維産業の町として栄えてきた。
- ・観光面では、数多くの祭などを中心として、歴史や文化面で非常に魅力的な土地になっている。

- ・一方、魅力的な観光資源を有しながらも、公共交通機関が殆ど無く（バスは1時間に1本ほど）、交通面での不便さを感じるところも多い。（今瀬ゼミナールの活動では、幾度も栃尾を訪問しているが、移動は主に車である。）
- ・また、裏方活動とともに、取材・調査を続ける中で、高齢化問題をはじめ、様々な社会的課題について話を聞くこともあった。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司



今年(2014 年)で 60 周年を迎えるとちお祭とは？

- ・2014 年度で 60 周年を迎えた「とちお祭」は、祭の多い栃尾地域でも特に大きな祭であり、様々な団体が参加する祭である。その歴史は古く、1955 年まで遡る。当時は「織維まつり」と呼ばれ、祭が行われていた。その後、栃尾観光協会が 1980 年に発足し、その翌年に「織維まつり」は当時のうま市と統合され、名前を「とちお祭」に変えた。
- ・今年度は、「仁和貫行進」「全日本樽みこし綱引き選手権大会」「大民踊流し」「みこし渡御」「大花火大会」「ミュージックアトラクション」「味のテント村」等、様々なイベントがあった。今瀬ゼミでも、イベントに参加して見ると、想像以上の面白さがあった。

今瀬ゼミでは、
裏方さんの活動
をしながら、取
材・調査を行っ
てきました！！

1日目(23日/土)			
内容	時間	会場	参加団体等
オープニングイベント			
ミュージックアトラクション	10:00~12:10	秋葉公園	みどり学童クラブとおTAIKOキッズ 芳香幼稚園・栃尾天使幼稚園 双葉保育園・長岡向陵高校ダンス部 栃尾東小学校・栃尾南小学校 長岡大手高校ダンス部
味のテント村	10:00~15:00		栃尾市場組合 NPO法人フォーラム栃尾熱部
ゲームコーナー	10:00~15:00		
全日本少年少女樽みこし 綱引き選手権大会	13:00~15:00		大野町城山キッズ・大野町天神キッズ 栄町ファイターズ・原町オールスターズ 原町スターバックス
大民踊流し	19:00~20:30	谷内1丁目 ～港の下町	参加団体多数の為別記
みこし渡御	20:30~21:40	大布橋東詰交差点～ 秋葉トンネル東口交差点	東町御神楽・金町御燈籠神輿 栃尾原町四神神輿・新町万灯神輿 ほだれ神輿・越後後尾秋葉神輿 美穂睦

2日目(24日/日)			
内容	時間	会場	参加団体等
全日本樽みこし綱引き 選手権大会			
男子の部	9:00~12:30	秋葉公園	大野町城山・栃尾保寿会・大野町天神 天下島・原町 黄龍・原町 翔龍 平成福祉会・IVUSAボーイズA/B 善昌寺保育園・あさき おここ IVUSAガールズA/B ALWAYS/IVUSA A～Fチーム
女子の部			
チャレンジシップ			今瀬ゼミナール
仁和貫行進	12:00~15:05	出雲通り ～終了後各町内へ	リックススポーツ・栃尾旭町区 谷内2丁目・谷内1丁目・栃尾本町区 同住会・栃尾新町区
大花火大会	19:30~21:00	栃尾東小学校～ 栃尾高校前防波堤 栃尾東小学校グラウンド 栄橋～巻瀬橋間左側 (見物会場)	

とちお祭 二日間のイベントの流れ



とちお祭事務局 栃尾観光協会

〒940-0233

新潟県長岡市栃尾宮沢 1764 道の駅 R290 とちお内

E-mail info@tochiokankou.jp

電話番号 0258-51-1195

ホームページ https://www.tochiokankou.jp

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

部会の様子

仁和賀部会の様子



- ・とちお祭の各イベントは、それぞれに部会などが各種団体・各地区等により構成され、企画・準備・運営がなされている。
- ・今瀬ゼミナールは、仁和賀行進を運営する「仁和賀部会」、全日本樽みこし綱引き選手権大会を運営する「樽みこし部会」などの打合せ会に出席させて頂き、併せて取材もさせて頂いた。

■第60回(2014年度)とちお祭役割分担表

プログラム	主 管
総括	事業部
オープニングイベント	事業部
みこし渡御	みこし連絡会
大民踊流し	事業部
全日本樽みこし綱引き選手権大会	商業青年部
仁和賀行進	事業部
大花火大会	煙火協会
広報・宣伝	事業部
本部(商工会館)	商工会
裏方協力者	長岡大学 今瀬政司ゼミナール

スタッフ体制

観光協会(事業部)(物産振興部)
商工会
織物組合
JA越後ながおか
長岡市栃尾支所商工観光課
シルバー
警備員
裏方協力者:長岡大学 今瀬政司ゼミナール

- ・今瀬ゼミナールがはじめて参加させて頂いた部会は、6月17日の「仁和賀部会」であった。仁和賀行進に参加する各地区の代表者が出席していた。ゼミ生が想像していたよりも、こじんまりとしたミーティングで、とちお祭の事務局の方と対面する形で、話し合うというよりも、事務的に連絡を行うといったような部会であった。
- ・また、この時、「仁和賀部会」の参加団体数が昔に比べて大幅に減少しているという話題も出て、「来年もとちお祭で仁和賀行進をやれるのか」、「来年は大幅に見直して、新たな取組みをすべきだ」、といった意見などが出た。栃尾地域の過疎化が進んでいることの現実を知った。

樽みこし部会の様子



- ・7月25日には、「仁和賀行進」の最終説明会が行われた。この日は、前回の部会よりも各地区から意見が多く出ていた印象を受けた。仁和賀行進で町内を練り歩くときの動きをどうするのかなど、細かく確認をしていた。
- ・また、この説明会に参加した目的の一つであった、栃尾本町の住民の方々への取材に関して、アポとりも無事に行うことができた。そして、7月28日には、栃尾本町の「仁和賀行進」の準備の様子を取材させて頂いた。



- ・8月6日には、「樽みこし部会」に出席して、その様子を取材させて頂いた。この日は、「全日本樽みこし綱引き選手権大会」についての最終説明会であった。
- ・今瀬ゼミナールは、とちお祭では「裏方さん」に徹するつもりであったが、この日、「樽みこし綱引きに参加してみないか」、と部会の方々から声をかけて頂き、樽みこし綱引きへの参加が決定した。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

事前準備の様子

のほりを立てる作業



- ・8月6日、とちお祭の事前準備のお手伝いをさせて頂いた。
- ・秋葉公園（メイン会場）とその周辺近くの作業が殆どであった。予算や人数がもっと多ければ、のほりの設置場所を広めるなど、より大掛かりな作業ができるのではないかと考えた。



提灯の設置



木の剪定



- ・上と左の写真は、とちお祭などのイベントを開催する時に使用される様々な備品を保管している倉庫である。この時以外にも、私たちは会場の設営や片付けの時に何度か倉庫を訪れた。
- ・まさに、イベントの「裏方さん」しか、足を踏み入れることがない場所である。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

とちお祭「結団式」に参加、本格スタート



- ・7月4日、とちお祭の「結団式」に参加させて頂いた。
- ・今までは部会の参加のみであったため、人数の多さに驚いた。

安全祈願祭に参加



- ・8月18日、「産業交流センターおりなす」のてまりホールにて、安全祈願祭が行われた。安全祈願祭の会場は、何回か変更されており、過去には、栃尾体育館前にて行われた年もあった。
- ・安全祈願祭の参加者は、とちお祭のイベントの代表者の方々が参加しているようであった。当日は宮司さん来られ、厳格な雰囲気の中で執り行われた。

とちお祭の事前PR活動



- ・8月19日、長岡市役所の「アオーレ」にて、とちお祭の事前PR活動が行われ、お手伝いをした。
- ・今瀬ゼミナールでは、とちお祭のチラシを配ったり、とちお祭の紹介パネル等の展示準備のお手伝いを行うなどした。
- ・当日、アオーレでは子供たちが演技を発表していた。観客はその子供の親御さんたちが殆どで、私たちがチラシを渡した人は、とちお祭について既に知っているようであった。今後、アオーレでPR活動をする際には、もっとアオーレにいる人を多く巻き込むと良いと思った。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

前日準備の様子

- ・裏方としての活動の中で、前日準備では、各会場の設営や花火打ち上げ場所の設営を行った。



- ・上の左図は、秋葉公園にある「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の会場である。当日、雨が降る恐れがあったため、事前にブルーシートを張った。
- ・上の中央図と右図は、前日の設営で雨対策としてテント等の備品を一箇所にまとめておいた様子である。



- ・山の上にある、花火打ち上げ会場にあがったゼミ生と今瀬先生は、花火を打ち上げるために必要な様々な作業をお手伝いした。



- ・花火打ち上げの準備を手伝ったゼミ生らは、丸五食堂で昼をごちそうになった。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

オープニング直前準備とイベントの様子

- ・「全日本樽みこし綱引き選手権大会」の会場が、予報通り、直前に雨で濡れてしまったため、会場を再整備する必要があった。今瀬ゼミナールでは、前日準備で雨対策として、会場を覆っておいたブルーシートをたたみ、その後、スポンジを使って地面を整備、レーキ掛けした。また、会場にテントを広げ、テーブルや椅子を設置した。
- ・会場の設置は、割とスムーズに行うことができ、人数不足であるという印象はあまりうけなかった。毎年、積み重ねてきたノウハウが活きていることもあるようだ。



- ・オープニングイベントでは、子供たちのグループや中学生等の団体が参加し、演技を披露していた。
- ・幅広い年代の人がオープニングイベントを見に来ており、賑やかであった。
- ・来場者数については、昔のとちお祭の写真で見せて頂いたほどの人数には及ばないが、親子連れなど多くの人たちが会場に来ていた。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」（2014年度）

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎（五十音順）【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

とちお祭一日目の様子

- ・とちお祭のオープニングイベントの後、「全日本少年少女樽みこし綱引き選手権大会」が行われた。子供たちの部門であったが、迫力があつた。
- ・また、例年の参加団体数は正確にはわからないが、想像していたより参加団体が多かった。



大民踊流しとみこし渡御

- ・とちお祭の1日目の夜には、商店街周辺の会場で「大民踊流し」と「みこし渡御」が行われた。
- ・「大民踊流し」は、30以上の団体が参加し、盛り上がりを見せていた。
- ・「みこし渡御」は、栃尾以外の地域や他市町村からも参加者がおり、他のイベントとは違った雰囲気を見せていた。
- ・今瀬ゼミナールでは、警備のお手伝いや「みこし渡御」の受付、祭本部での販売員のお手伝いをさせて頂いたりした。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

樽みこし綱引きとは？



- ・「樽みこし綱引き」とは、1965 年の第 11 回とちお祭（当時は繊維まつり）から続いているイベントである。
- ・現在のイベントの運営は、栃尾の商工会の青年部の方を中心に行われている。トーナメントは、少年少女（子供の部）・チャレンジシップ（初心者向け）・チャンピオンシップ（上級者向け）等がある。
- ・8 人組のチームで樽みこしを引き合い、綱引きを行う。3 ラウンドで 2 本先取したチームが勝利となる。

今瀬ゼミナールも樽みこしに参戦！

- ・とちお祭の 2 日目の朝から行われる「全日本樽みこし綱引き選手権大会」のチャレンジシップという部門に、今瀬ゼミナールも急遽、参加させて頂いた。
- ・力と力のぶつかり合いは、観客として見ても迫力がありますが、実際に参加すると予想以上に楽しめました。
- ・また、樽みこし初体験の今瀬ゼミでしたが、参加前にコツなどを担当の方から教えて頂きました。



参加結果は…

惜しくも、準優勝でした…

- ・決勝戦で always に敗れ、惜しくも 2 位でした。
- ・しかし、関係者の方などは、非常に驚いており、良い成績を残せたと思います。



イベントを終えて。

- ・今瀬ゼミナールは、樽みこし綱引きに、裏方とともに、表方の参加者としても関わらせて頂いた。
- ・そこから見てきたことは、樽みこし綱引きの持つ面白みでした。
- ・非常に激しい競技と聞いて、はじめは敷居の高さを感じていましたが、実際に参加してみると怖さよりも興奮が上回るイベントであり、もっと地元の人たち（特に我々ゼミ生のような若い世代）に、面白みを知ってもらわねばと感じました。
- ・今瀬先生は、ゼミ生をなんとか勝たせてあげたいと頑張り過ぎたようで、1 ヶ月間近く体の痛みが続きました。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

仁和賀行進とは

栃尾本町の行進で踊りました。



- 下図の赤い線の部分を練り歩く。途中で各団体が演技を发表するポイントがきまっている。
- 黄色い付箋が参加団体を表す。



仁和賀行進とは・・・

- 仁和賀行進と、とちお祭の前身である「繊維まつり」の頃から行われている、歴史の長いイベントである。
- 決められたコースを練り歩き、各参加団体が、仮装をしたり、演技を披露したりして競い合う。
- 繊維まつりの初期の頃は、前夜祭を含め、4日間の間、祭りが行われており、当時は前夜祭仁和賀行列、仁和賀行列と、2日間に分けて行われていた。



- とちお祭のイベントの一つである「仁和賀行進」。
- 最盛期は、15町内以上の団体が参加していたが、今年の参加団体数は7町内と、減少傾向にある。
- 来年からは、取組み方の見直しを行うという話も出ているようである。
- 今瀬ゼミナールでは、参加団体(地区)のうちの一つである、栃尾本町区に焦点をあて、取材を行った。



仁和賀行進の
現状を知る

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

仁和賀行進 ～栃尾本町区の踊りに参加～

- ・8月20日、栃尾本町区へ仁和賀行進の取材に伺った。トラックの装飾作業が行われており、町内のスタジオでは、仁和賀行進の練習を行っていた。



- ・全体的に見て、今瀬ゼミナールのゼミ生たちと同年代の人はいくつも見えなかったが、30代ぐらいの若い人は多くいるように感じた。
- ・仁和賀行進については、栃尾本町区が最も活気があるというように聞いていたため、他の地区はどうなのだろうかということが気になった。



栃尾本町の演技内容

- ・マリリン・モンローからの「ジュリアナ」、レディ・ガガ、フィンガー5からの「学園天国」、ウォーターボーイズ、セーラーMoon、マツケンサンバと続き、アナと雪の女王、最後に「samba de janeiro」という流れ。
- ・曲が変わる節目ごとに、子供たちが妖怪ウォッチの曲に合わせて前に出てきていた。



当日の様子

- ・ゼミ生も踊りに参加させて頂いた。参加団体数は少なく、雨が降っていたが、それぞれの団体はどれも活気があるように感じられた。



今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

とちお祭「大花火大会」



- ・とちお祭「大花火大会」は、とちお祭2日目の夜に行われるイベントである。
- ・花火大会では、多くの地元住民や企業からの協賛により打ち上げが行われている。
- ・中でも「千輪の会」が打ち上げるスターマインは、栃尾の四季を表現した見応えのある花火であった。
- ・今瀬ゼミナールとして、大花火大会の運営を行っている「栃尾煙火協会」にご協力いただき、花火の打ち上げにかかる設営・打ち上げ・片付けの作業に参加させて頂いた。



準備日の過程

- ・今瀬ゼミナールがとちお祭「大花火大会」の準備に参加したのは、祭前日の準備日からであった。
- ・他のイベントと違い、準備当日に「栃尾煙火協会」の方と始めてお会いしたため、ゼミ生たちは若干の緊張もあったが活動を共にし、非常に多くのお話を伺えた。
- ・花火の打ち上げに係る一連の作業に関わることができ、その準備の様子や花火の裏側に迫った記録をまとめることが出来た。

防火水槽の準備



打ち上げ会場本部テントの様子



昼食での様子



丸五食堂

- ・花火の打ち上げ準備のため、防火水槽に水を貯める作業(上写真)。
- ・約600リットルの水を山の上に上げ非常時の備えを行う。
- ・また、防火水槽だけでなく、噴霧器の手配や落ち葉の処理などで、火災への対策はぬかりなく行われている印象であった。
- ・また、打ち上げの指示を出すためのテントの設営や看板の設置等を行った。

- ・大花火大会でのスタッフの食事などは、花火打ち上げ現場付近の「丸五食堂」にて行われた。
- ・ここでの食事は、恒例になっているようで、「花火の打ち上げに、地元や付近の方との関わり合いは重要である」との事で、付近の食堂などを利用している面もあるとのこと。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

当日の流れ



観客席側の会場設営時の写真

- ・花火当日の準備は、観客席側の会場設営から始まった。仁和賀行進が終了後、撤収作業を終わらせ、市の倉庫へ向かった。
- ・会場設営の機材を栃尾東小学校に搬入し、「大花火大会」の本部会場設営を行った。
- ・観客席側の関係者席として、テントとテーブル・椅子の設営を行った。
- ・その後は、「丸五食堂」に打合わせに向かった。



打ち合わせ

- ・今回の「大花火大会」では、今瀬ゼミナールより3名（今瀬先生、澤井、太刀川）が打ち上げ現場にて、取材を行わせて頂くこととなった。
- ・花火の打ち上げ現場は危険が伴うため、参加者はヘルメットの装着が必須であった。

事前の打ち合わせの様子



高見氏による説明



ゼミ生がヘルメットを装着している様子



打ち上げ開始



とちお祭での花火(上)
打ち上げの瞬間の写真(左)

その後

- ・花火打ち上げ現場に向かった3名については、その準備等で「栃尾煙火協会」の方などと多く関わることができた。
- ・その中で、栃尾煙火協会の前会長である高見氏から、とちお祭「大花火大会」や栃尾煙火協会、花火業界のことなどについて、多くのお話を伺うことができた。栃尾の地域づくりなどのことも話して頂いた。
- ・今後とも、大花火大会の反省会などにも参加予定であり、報告書などに反映していく。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

片付け日の様子

- ・8月25日、とちお祭の後片付けのお手伝いをした。この日は、大学の補講期間であったため、ゼミ生やボランティア学生の参加が少なかった。
- ・ゼミ生の太刀川、澤井や今瀬先生は、花火打ち上げ場所の片付けをお手伝いした。須田は祭のメイン会場などの片付けをお手伝いした。
- ・暗い時にはわからなかったが、明るい時に花火打ち上げ後の場所を見ても、花火の殻や筒を覆っていた銀紙のかけらがあちこちに散乱していた。



- ・この日、他の片付け作業は、防火水槽をたたんだり、発電機を運んだり、打ち上げの本部テントをたたむといったものだった。
- ・打ち上げ会場の花火の筒が置いてあった地面は深く窪んでいた。



- ・片付け後には、栃尾煙火協会の方々に、お昼ご飯をごちそうして頂いた。また、煙火協会の高見さんには、その後に栃尾の温泉を案内して頂いたり、ご自宅で以前の花火の様子を学ばせて頂いたり、大変お世話になった。

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

今瀬政司ゼミナールの「とちお祭」への提言

- 提言 1. 「とちお祭」で準備・運営・片付けなどを行う「裏方さん」の大変さ、大事さ、面白さが地元で再評価されるような仕掛けをして、「裏方さん」(特に、若い人)が増えるようにしていくこと。
- 提言 2. とちお祭の「全日本樽みこし綱引き選手権大会」を栃尾以外の地域の祭において出前開催すること。それにより、樽みこし綱引きの魅力を栃尾内外に波及的に広く知ってもらうこと。
- 提言 3. とちお祭の会場で、地元商店や料理上手な家庭の方などの力を借り、地元の名物料理や家庭料理などの屋台を多く出すようにして、域外からの来場者の楽しさを増やすこと。

「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」を通じて気づいたこと

「大民踊流し」や「みこし渡御」の時に、食べ物の屋台を出すと、より祭りの雰囲気が出るかも… by 五十嵐



交通機関の利便性がもう少しよければ、栃尾に立ち入るのではないだろうか by 五十嵐、相山

裏方の仕事はとにかく大変で、少しでも裏方を担う人がいたら、負担が減ると思う。 by 相山

若い人が少なく、今後も過疎化が進んでいく恐れが十分にあるように思います。 by 澤井

「みこし渡御」のように、他のイベントも幅広い地域から参加団体を募っていけば、祭も賑やかになるし、多くの人に「とちお祭」を知って頂くことができ、栃尾地域がどういった場所なのか知って頂くことにもつながっていくのではないのでしょうか? by 澤井

「とちお祭」全体を通して、私たち今瀬ゼミ生に近い年代が少なく感じた。現地の 25 歳位までの人たちで、1 つの企画を試みたりすれば、今年とは違った盛り上がりがあったり面白と思う。 by 須田

同じ人ばかり動いていたので人手不足なのでは? by 五十嵐

全盛期はもっと賑やかであったのでしょうが、「とちお祭」は想像以上に活気があるように思いました。「大民踊流し」は多くの人数が参加していましたし、「みこし渡御」も栃尾以外の団体が参加していたことには驚きました。 by 澤井、須田

若い(18~25 歳位)現地のボランティアが出てくるようになると思う。未来に繋がると思うし、新しいノウハウが出てくるのでは… by 須田

「全日本樽みこし綱引き選手権大会」では、地元の学生(中・高校生)などに声をかけて参加を促したりすれば、参加者が増えてゆくのでは? by 太刀川

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014 年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順) 【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

「とちお祭」が長岡大学悠久祭にやって来る！ ～長岡・栃尾地域を元気にするために～

必見！驚き！大笑い！ 「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」

- 主催：今瀬ゼミナールと栃尾の方々
- 日時：2014 年 10 月 25 日（土）12:45～13:00
長岡大学玄関広場
- 内容：栃尾地域で 60 年の歴史を持つ「とちお祭」。
その最大の呼び物が「仁和賀(にわか)行進」(踊り)。
栃尾住民の方々 25 名ほどがご来校下さり、ゼミ生
やボランティア学生たちと一緒に、仁和賀行進の
60 周年記念、合同パフォーマンスを行います。
テーマは、「祝 60 周年とちお祭 本町 Returns ～
ありのままで」。「とちお祭」と栃尾地域の素晴らし
さを見て、驚いて下さい。踊りへの乱入、大歓迎！

仁和賀行進の様子



とちお祭で裏方さんになりました！ パネル展「とちお祭の裏側珍百景」

- 主催：今瀬ゼミナール
- 日時：2014 年 10 月 25 日（土）、26 日（日）
10:00～17:00 長岡大学 242 教室
- 内容：「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」
事業での活動成果を報告します。
(①裏方活動、②表方活動、③記録・調査・
まとめ、④情報発信・PR・提言)。
裏方だからこそ分かる「とちお祭」の本当
の姿(素晴らしさ)と、栃尾地域の良さ・
課題を報告し、今後への提言を行います。



今瀬ゼミナールの情報発信活動

2014 年度の今瀬ゼミナールでは、「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」と題しゼミナール活動を行っている。
8 月 23 日・24 日に行われた「とちお祭」までは、裏方での活動参画と取材・調査などを中心に活動を行ってきた。
今後の活動として、10 月 6 日にまとめた中間報告書などを追加取材・調査等で改善を図り、作成したパネルの各所
展示、ホームページ掲載、各所での成果発表などを行い、より多くの方々に「とちお祭」と栃尾地域のことを知って
もらうための情報発信活動を行っていく予定である。

地域活性化プログラムの成果発表会を行います！

入場無料

日時：2014 年度 12 月 6 日（土）13:00～17:00

会場：ホテルニューオータニ長岡「NCホール」

定員：250 名 申込締切は 12 月 1 日（月）

お問合せ・お申込み

FAX: 0258-39-9566 TEL: 0258-39-1600(代)

E-mail: porev@nagaokauniv.ac.jp

〒940-0828 長岡市御山町 80-8

長岡大学 教務学生課地域活性化プログラム担当 恩田

今瀬政司ゼミナール「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」(2014年度)

【ゼミ生】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、相山祐輝、太刀川健太郎(五十音順)【教員】長岡大学経済経営学部准教授 今瀬政司

「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」事業の足跡

月日	今瀬ゼミナールの主な活動内容(2014年4月～10月)	学外
4月 14日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
21日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
28日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
5月 12日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
19日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
21日(水)	長岡市政策企画課・市民協働推進室、NPO法人市民協働ネットワーク長岡に協力依頼(今瀬)	市本庁
26日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
29日(木)	長岡市政策企画課・市民協働推進室・地域振興戦略部に協力依頼(今瀬)	市本庁
6月 2日(月)	定例ゼミ授業(企画書立案等)	
3日(火)	長岡市地域振興戦略部に事前取材・企画相談	市本庁
9日(月)	長岡市栃尾支所地域振興課に事前取材・企画相談	栃尾
10日(火)	ゼミ打合せ会(企画書立案等)	
16日(月)	長岡市栃尾支所商工観光課(荒木様にアドバイザー依頼)と山の暮らし再生機構栃尾サテライトに事前取材・企画相談	栃尾
17日(火)	とちお祭「仁和賀部会」に出席&取材	栃尾
23日(月)	長岡市市民協働推進室(安達様にアドバイザー依頼)に事前取材・企画相談	市本庁
30日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
7月 4日(金)	とちお祭「結団式」に出席&取材	栃尾
7日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
14日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
16日(水)	栃尾観光協会と打合せ会(スケジュール・役割分担等調整)	栃尾
21日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
25日(金)	とちお祭「仁和賀部会」に出席&取材	栃尾
28日(月)	定例ゼミ授業(とちお祭の裏方参画の進め方検討等)	
28日(月)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の事前準備&取材	栃尾
8月 6日(水)	とちお祭の事前準備(会場と街中の設営等)&取材	栃尾
6日(水)	とちお祭「全日本樽みこし綱引き選手権大会」説明会に出席&取材	栃尾
18日(月)	とちお祭「安全祈願祭」に出席&取材	栃尾
19日(火)	とちお祭の事前告知(長岡駅前アオーレにてチラシ配布等)&取材	栃尾
20日(水)	栃尾本町区のとちお祭「仁和賀行進」の練習会出席&取材	栃尾
21日(木)	保健所検査(現地不参加)	
22日(金)	とちお祭の前日準備(会場と花火打上げ場の設営等)&取材	栃尾
23日(土)	とちお祭当日(裏方運営&取材)	栃尾
24日(日)	とちお祭当日(裏方運営&樽みこし綱引き参加&仁和賀行進参加&取材)	栃尾
25日(月)	とちお祭の後片付け(会場と花火打上げ場の片付け)&取材	栃尾
9月 3日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
10日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
17日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
24日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成)	
10月 1日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
2日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
6日(月)	長岡市市民協働推進室で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、長岡市政策企画課と地域戦略部に報告	市本庁
8日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
13日(月)	定例ゼミ授業(報告書・パネル等作成打合せ、第2回中間レビュー練習)	
14日(火)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
15日(水)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
16日(木)	ゼミ打合せ会(報告書作成&パワーポイント資料作成&パネル作成)	
20日(月)	長岡市栃尾支所で中間レビュー(中間報告書&パワーポイント資料提出)、栃尾観光協会に報告	栃尾
21日(火)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、栃尾本町区「仁和賀行進」の打合せ	栃尾
22日(水)	ゼミ打合せ会(パネル作成)	
23日(木)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、NPO法人フォーラム栃尾熱都にとちお祭パネル借用	栃尾
24日(金)	ゼミ打合せ会(パネル作成)、今瀬ゼミ作成の展示パネル等の設置	
25日(土)	悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
25日(土)	悠久祭にて「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンス」	
26日(日)	悠久祭にてパネル展示「とちお祭の裏側珍百景」	
27日(月)	悠久祭でのパネル等の後片付け	
12月 6日(土)	地域活性化プログラムの成果発表会(ホテルニューオータニ長岡)＜予定＞	



「とちお祭」が長岡大学悠久祭にやって来た！～長岡・栃尾地域を元気にするために～
 今瀬ゼミと栃尾本町の方々(約25人)との合同「仁和賀隊パフォーマンス」 (2014.10.25)





事前取材とゼミ活動の企画立案(4～6月)

- ・ご協力機関の方々に訪問して、事前取材・相談をする。
 - ・何度か様々な方にアドバイスを頂くことで、企画書を何回も変更し、バージョンアップしていった。
- ①企画書(第1案):「長岡駅から過疎地域を繋ぐ」
- ↓ 「栃尾」に焦点を当てる!
- ②企画書(中間案):「長岡駅から 栃尾地域を繋ぐ」
- ↓ 「とちお祭」と「裏方」に焦点を当てる!
- ③企画書(最終案):
- 「とちお祭への裏方参画と調査・情報発信」

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

4

長岡大学 今瀬政司ゼミナール 活動報告(2014年度)

とちお祭への裏方参画と調査・情報発信

～長岡・栃尾地域を元気にするために～

2014年12月6日

学生による地域活性化プログラム成果発表会
(会場:ホテルニューオータニ長岡)

【今瀬ゼミ】五十嵐信彦、澤井芳秀、須田一聖、
相山祐輝、太刀川健太郎 (五十音順)

【担当教員】長岡大学経済経営学部 准教授 今瀬政司
TEL: 0258-39-1907 E-mail: imase@nagaokauniv.ac.jp

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

活動概要「とちお祭で裏方さんになりました!」

- 【活動1】長岡市栃尾の「とちお祭」に、「裏方」として参画
※企画から事前準備、直前設置、当日運営、片付けまで
- 【活動2】さらに、「表方」として、当日イベントにも参加
- 【活動3】並行して、「裏方」だからこそ分かる「とちお祭」の
本当の姿を実態調査(取材、記録)して取りまとめ
- 【活動4】「裏方」「表方」活動と調査から分かった「とちお祭」
の魅力を情報発信(誘客PR)し、課題解決策を提言
※報告書発行、パネル展示(長岡大学悠久祭、市内各所
(公共施設やイベント時)、ホームページ、講演報告など
- 【活動5】「とちお祭」のイベントの出前開催
※「栃尾本町仁和賀隊パフォーマンズ」を悠久祭で開催
- (C) 2014 Imase Masashi Seminar

2

【裏方①】とちお祭の「結団式」、「仁和賀部会」、 「樽みこし部会」への参加と取材(6～8月)



仁和賀部会

とちお祭の「結団式」(7/4)では、参加人数の多さに驚いた。

「仁和賀部会」では、「参加団体数が昔に比べて大幅に減少」、「来年もやめるのか」、「来年は新たな取組みをすべきだ」などの意見が出た。栃尾地域の過疎化の現実を知った。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

7

【裏方②】祭の準備と片付と取材(事前・当日前後)



祭前日は、会場の掃除、雨よけシートがけ、テント等運搬などを行った。会場の設置は、わりとスムーズにできた。毎年、積み重ねてきたノウハウが活きているようだ。

備品倉庫は、まさに「裏方さん」しか入ることがない場所だ。



8

祭翌日の片付けでは、テントやその他重いものを運んだり、雨で濡れた提灯などを乾かしたりした。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

長岡市栃尾の「とちお祭」とは

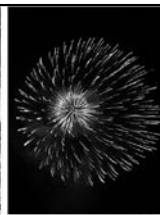
- 「とちお祭」の歴史は古く、1955年まで遡る。
当時は「繊維まつり」と呼ばれた(1981年に現名称に)。
- 祭の多い栃尾地域でも、特に大きな祭であり、
今年(2014年8月23・24日)で、60周年を迎えた。
- 今年の「とちお祭」のイベント内容
 - ①全日本樽みこし綱引き選手権大会
 - ②仁和賀(にわか)行進
 - ③大花火大会
 - ④大民踊流し
 - ⑤みこし渡御
 - ⑥ミュージックアトラクション、味のテント村等
- 詳細は、とちお祭事務局(栃尾観光協会)まで
TEL: 0258-51-1195 <http://tochiokankou.jp>

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

5

今瀬ゼミお薦めの「とちお祭」3大イベント

- ①「全日本樽みこし綱引き選手権大会」
全国でも珍しい、酒のたるを積んだみこしを使った綱引き大会です。 迫力満点!
- ②「仁和賀(にわか)行進」 必見! 驚き! 大笑い!
各地区・団体が時代や地域柄を反映した独自の出し物を行いながら街なかを練り歩く。
- ③「大花火大会」 山の上で美しく花開く花火!



打上場所は、全国でも珍しく、山の頂上。打上げ設置、点火合図、燃え殻回収などは(花火師のみが行う筒設置や玉点火等以外)、住民(栃尾煙火協会)が手作りで実施。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

6

ビデオ動画へ

【裏方⑤】祭の当日の運営と取材(8/23、24)



会場をレーキがけ

直前に雨が降ったが、雨対策のおかげで、予定通り開催できた。会場を覆っておいたブルーシートをたたみ、濡れた地面をスポンジで吸い取り、レーキがけをした。雨よけ場所から、会場にテントを広げ、テーブルや椅子を設置した。



祭当日の打合せ



子供達が踊る様子を記録

昔の祭の写真で見せて頂いたほどの参加人数には及ばないが、親子連れなど多くの人たちが会場に来ていた。

「みこし渡御」は、「ほだれ様」のみこしが特徴的だ。(道祖神の一つである男根形のほだれ様(穂垂れ)は、農耕と人の安れを守る神様) 広く栃尾内外から参加者があった。



祭の店で販売員



大民謡流しで交通整理

大民謡流しは、30以上の団体が参加し、盛り上がりを見せた。



みこし渡御で参加者の受付

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

11

【裏方⑥】大花火大会の準備・打上・片付と取材

花火打上げの準備、点火の合図、燃え殻の回収など(花火師さんの作業以外)、貴重な作業経験と記録づくりをさせて頂いた。



防火水槽の設置



看板の設置



ヘルメット装着

花火2日前、打上げ合図を出すテントや看板の設置。約600リットルの水を山の上に上げて防火水槽に入れ、落ち葉の清掃などを行なった。火災など安全対策に力を入れていることを実感した。リーダーの高見さんのもと、作業を確実にこなす手際の良さが印象に残った。ただ、後継者への引き継ぎが課題だと伺った。

当日、花火の筒から10m程の距離から見る打上げの音と美しさは圧巻だった。

翌日、打上げ場所周辺でたくさんの方々が燃え殻など、ごみを拾って集めた。防火水槽、テント、発電機などを片付けた。栃尾煙火協会の人数でやるには重労働だった。



花火の燃え殻回収

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

12

【裏方③】栃尾本町区の「仁和賀行進」の準備会・練習会への参加と取材(7～8月)

仁和賀行進の踊りの道具づくり「諏訪神社で準備会に参加」



町内のスタジオで仁和賀行進の練習

トラックの装飾作業



栃尾本町区では、「仁和賀行進」の準備会・練習会が頻りに行われていた。お手伝いの初日から地元の人には優しく対応し、下された。地区で集まって何かやるというのはいすごく、同じ地区のひととの付き合いが深くなるといった。

地区の人たちは、今瀬ゼミ生たちと同年代の人は少ないが、30代位の若い人は多くいるように感じた。

仁和賀行進では、栃尾本町区が最も活気があると聞いていたが、他の地区はどうなのだろうかと思った。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

9

【裏方④】とお祭の安全祈願祭への参加と取材、事前PRのチラシ配り・パネル展示(8月中旬)

とお祭の安全祈願祭



8/19、長岡市庁舎の「アオーレ」で、とお祭の事前PRとして、チラシ配布や紹介パネル等の展示作業などを行った。

当日、アオーレでは栃尾の子供たちが演技を披露していた。観客はその子供の親御さんたちが殆どで、私たちがチラシを渡した人は、とお祭について既に知っているようであった。今後は、とお祭を知らない人たちにも配った方がよいと思った。

祭のポスター展示



8/18、「産業交流センター」お祭り「安全祈願祭」が行われた。宮司さんが来られ、厳格な雰囲気の中で執り行われた。祭の前に安全祈願祭などが行われるのは、歴史が深い祭だからこそと思った。

祭のチラシ配り



(C) 2014 Imase Masashi Seminar

10

「とちお祭」のイベントの出前開催(PR活動)

「とちお祭」が長岡大学悠久祭にやってきました！(10月25日)
今瀬ゼミと栃尾本町(約25人)との合同「仁和賀隊パフォーマンズ」



仁和賀隊の出前
開催では、とちお祭
の本番に比べて踊
りの人数は少なか
ったが、本番に負け
ないイベントになっ
たのではないかと
思っています。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

15

ビデオ動画へ

最後に ～おれとお祝い～

栃尾の皆様、関係機関の皆様、今瀬ゼミの活動にご支援いただき、誠にありがとうございます。

「第60回とちお祭」が盛大に開催され、改めてお祝い申し上げます。
「とちお祭」と栃尾地域の一層の発展を祈念するとともに、今後とも、
栃尾地域の活性化に貢献していきます。(今瀬ゼミ一同)



山上の花火打上
げ会場から見る
栃尾の町並み

今瀬ゼミ

今瀬政司研究室ホームページにて、「とちお祭」関連情報を発信中！

<http://sicnp.jp/imase-nagaokauniv/>

(ゼミ活動の報告書、展示パネル、講演資料など掲載しています。)

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

16

【表方】祭の当日イベントへの参加と取材(8/24)



榊みこしに参加！準備中

今瀬ゼミは、裏方としての作業ととも、「全日本榊みこし綱引き選手権大会」の初心者向けのチャレンジシップに参加した。惜しくも準優勝！チャレンジシップでは、地元の参加団体の少なさを実感した。

榊みこし綱引きは、非常に激しい競技と聞いて、数居の高さを感じていたが、実際に参加してみると、怖さよりも興奮が上回るイベントで、地元のもっと多くの若い世代にも、面白さを知ってもらえたと感じた。

栃尾本町の仁和賀行進に参加！乱舞



今瀬ゼミは、裏方作業とともに、「仁和賀行進」にも参加し、栃尾本町の方々と一緒にパフォーマンス(ダンス・仮装等)をさせて頂いた。楽しかった！

参加団体数が少なかったが、どの団体も活気があり、雨の中でも見物客が多すぎたと思った。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

13

今瀬ゼミからの「とちお祭」への3つの提言

【提言1】

「とちお祭」で準備・運営・片付けなどを行う「裏方さん」の大変さ、大事さ、面白さが地元で再評価されるような仕掛けをして、「裏方さん」(特に若い人)が増えるようにしていくこと。

【提言2】

とちお祭の「全日本榊みこし綱引き選手権大会」を栃尾以外の地域の祭において出前開催すること。それにより、榊みこし綱引きの魅力を栃尾内外に波及的に広く知ってもらうこと。

【提言3】

とちお祭の会場で、地元商店や料理上手な家庭の方などの力を借り、地元の名物料理や家庭料理などの屋台を多く出すようにして、域外からの来場者の楽しみを増やすこと。

(C) 2014 Imase Masashi Seminar

14

Future Agricultural Innovation

—未来の農業革新—

橋長真紀子ゼミナール

11M002	池田	隆祥
11M016	小田	勇太
11M018	金子	陽介
11M041	長橋	賢和
11M043	Baavlai	Badralmaa
11M062	涌井	要

目次

1. はじめに
 1. 1 研究の背景・目的
 1. 2 平成 26 年度の活動記録
2. 農業に関するテーマ別研究
 2. 1 米の生産高
 2. 2 米のブランド
 2. 3 農業機械
 2. 4 六次産業化
 2. 5 国家戦略特区
 2. 6 後継者問題
3. 長岡市地産池消推進店へのアンケート調査
 3. 1 調査概要
 3. 2 調査結果
 3. 3 まとめと考察
4. 長岡市認定農業従事者へのアンケート調査
 4. 1 調査概要
 4. 2 調査結果
 4. 3 まとめと考察
5. 本学学生へのアンケート調査
 5. 1 調査概要
 5. 2 調査結果
 5. 3 まとめと考察
6. むすび
 6. 1 研究の総括

○謝辞

○引用文献

○資料

Future Agricultural Innovation

—未来の農業革新—

1. はじめに

1.1 研究の背景・目的

橋長ゼミナールは、平成 26 年度から「地域活性化プログラム」の取組を開始した。私たちはまず、取組テーマを設定するところからスタートした。ゼミナールのメンバー全員で議論していく中、キーワードとして「農業」が出てきた。

ちょうどその頃、新潟県では国の政策に関する、あるトピックスが話題となっていた。それは、2014 年 3 月に政府で開かれた国家戦略特別区域諮問会議で、新潟市が「国家戦略特別区域」に選定されたことである。同市は、農業分野における「大規模農業の改革拠点」として選定された。

このトピックスはゼミナールでも話題になった。私たちはこの話題で盛り上がっていたとき、ふとした瞬間、「長岡市の農業への波及効果はあるのか」、「今の長岡市の農業はどうなっているのか」という疑問を抱いた。

そこで、本ゼミナールでは平成 26 年度の取組テーマを「Future Agricultural Innovation —未来の農業革新—」として、長岡市の農業に関する実態を調査・研究することにした。

1.2 平成 26 年度の活動記録

今年度の調査・研究では、長岡市の農業分野における生産、流通、経営などの実態を把握するために、以下の流れで活動を実施した。

- ①長岡市を中心とする新潟県全体の農業に関する文献調査
- ②長岡市の農業分野に関する実態を把握するためのアンケート調査

まず、ゼミ生各自が文献等を活用して調査したあと、アンケート調査を実施した。アンケート調査対象者は、長岡市地産地消推進店経営者、長岡市認定農業従事者、本学の全学生とした。

これらの調査の分析結果をもとに、長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるための改革案を検討したうえで提言を行う。



平成26年度 橋長ゼミナール活動記録		
日時	講義回数	活動内容
平成26年4月15日(火)	ゼミ1回目	自己紹介・ガイダンス
平成26年4月22日(火)	ゼミ2回目	地域活性化への参加の有無
平成26年4月29日(火)	ゼミ3回目	教材内容の検討・ゼミ活動テーマの検討
平成26年5月13日(火)	ゼミ4回目	教材内容の検討・ゼミ活動テーマの決定・アドバイザーの決定
平成26年5月20日(火)	ゼミ5回目	教材内容の検討・ゼミ活動スケジュールの検討
平成26年5月27日(火)	ゼミ6回目	ゼミ活動中間報告(西俣ゼミとの共同開催)
平成26年6月3日(火)	ゼミ7回目	教材内容の検討・農業に関する文献調査
平成26年6月10日(火)	ゼミ8回目	教材内容の検討・農業に関する文献調査
平成26年6月12日(木)		長岡市農政課 小林課長様打ち合わせ
平成26年6月13日(金)		地産地消推進店視察
平成26年6月17日(火)	ゼミ9回目	教材内容の検討・農業に関する文献調査
平成26年6月24日(火)	ゼミ10回目	アンケート調査設計(認定農業従事者、地産地消推進店経営者、大学生対象)
平成26年7月1日(火)	ゼミ11回目	アンケート調査設計(認定農業従事者、地産地消推進店経営者、大学生対象)
平成26年7月15日(火)	ゼミ12回目	アンケート調査項目の検討
平成26年7月22日(火)	ゼミ13回目	中間レビュー:長岡市農政課 小林課長様
平成26年7月29日(火)	ゼミ14回目	アンケート調査項目の検討
平成26年8月26日(火)	ゼミ15回目	アンケート調査項目の検討:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ
平成26年8月28日(木)		郵便局への届け出書類作成、申請、調査票、封筒印刷原案の予算申請
平成26年9月10日(水)		調査票の調整:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ
平成26年9月19日(金)		調査票返信用封筒の送付:長岡市農政課
平成26年9月22日(月)		調査票の調整:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ
平成26年9月26日(金)		調査票の調整:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ
平成26年9月29日(月)		調査票の調整:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ
平成26年9月30日(火)		調査票の調整:長岡市農政課 阿部様、波形様打ち合わせ、調査票印刷発注
平成26年10月2日(木)		中間発表準備
平成26年10月7日(火)	ゼミ16回目	学生用調査票印刷・配布準備
平成26年10月9日(木)		中間発表準備
平成26年10月14日(木)	ゼミ17回目	調査票の集計(大学生対象)
平成26年10月16日(木)		認定農業従事者用調査票発送準備:長岡市農政課
平成26年10月21日(火)	ゼミ18回目	調査票の集計(大学生、認定農業従事者対象)
平成26年10月28日(火)	ゼミ19回目	調査票の集計(認定農業従事者、地産地消推進店対象)
平成26年11月4日(火)	ゼミ20回目	調査票の集計(認定農業従事者、地産地消推進店対象)
平成26年11月11日(火)	ゼミ21回目	調査票の集計(認定農業従事者、地産地消推進店対象)
平成26年11月13日(木)		調査票の分析(認定農業従事者対象)
平成26年11月14日(金)		調査票の分析(大学生対象)
平成26年11月18日(火)	ゼミ22回目	調査票の集計・分析(地産地消推進店対象)
平成26年11月25日(火)	ゼミ23回目	成果発表会資料準備
平成26年11月26日(水)		調査票の分析(地産地消推進店対象)
平成26年12月2日(火)	ゼミ24回目	成果発表会リハーサル
平成26年12月4日(木)		成果発表会リハーサル
平成26年12月6日(土)		成果発表会
平成26年12月9日(火)	ゼミ25回目	報告書の内容検討
平成26年12月16日(火)	ゼミ26回目	報告書の作成
平成26年12月19日(金)		次年度ゼミ生への引き継ぎ
平成27年1月6日(火)	ゼミ27回目	報告書の作成
平成27年1月13日(火)	ゼミ28回目	報告書の作成
平成27年1月20日(火)	ゼミ29回目	報告書の作成
平成27年1月21日(水)	ゼミ30回目	報告書の完成

2. 農業に関するテーマ別研究

ここでは、ゼミ生各自が農業に関するテーマの中から興味・関心があるものを選び、調査・分析した内容をまとめた。

2.1 米の生産高

2.1.1 収穫量の動向

表 2-1 の A (左表) は、平成 24 年産米の収穫量を都道府県別にランキング形式でまとめたものである。農林水産省の「水陸稲の時期別作柄及び収穫量（全国農業地域別・都道府県別）」（2012）より作成した「都道府県データランキング」によると、全国で収穫された平成 24 年産米の合計はおよそ 852 万トンであった。収穫量を都道府県別に見ると、平成 24 年産米収穫量の全国第 1 位はおよそ 66 万トンを収穫した新潟県であった。実は新潟県は一時期、北海道に米収穫量の全国第 1 位の座を奪われ全国第 2 位になったことがある。しかし、現在では新潟県が再び全国第 1 位の座を維持している。

表 2-1 の B (右表) は、新潟県の平成 24 年産米の収穫量を県内各市町村別にランキング形式でまとめたものである。農林水産省北陸農政局が平成 25 年に公表した「平成 24 年産水稻市町村別収穫量」によると、平成 24 年産米収穫量の県内第 1 位はおよそ 15 万トンを収穫した新潟市であった。

表 2-1 平成 24 年産米の収穫量トップ 5 (単位：トン)

	(A) 都道府県別 ¹⁾			(B) 新潟県内各市町村別 ²⁾	
1 位	新潟県	655,700	1 位	新潟市	146,600
2 位	北海道	640,600	2 位	長岡市	66,400
3 位	秋田県	522,000	3 位	上越市	61,800
4 位	茨城県	411,600	4 位	新発田市	45,600
5 位	山形県	403,500	5 位	佐渡市	32,100

出典：¹⁾ 都道府県データランキング（全国農業地域別・都道府県別）「米」（<http://uub.jp/pdr/a/i.html>）

²⁾ 農林水産省北陸農政局「平成 24 年産水稻の市町村別収穫量」
（<http://www.maff.go.jp/hokuriku/stat/data/index.html>）より一部抜粋、筆者作成

2.1.2 生産費の動向

図 2-1 は全国における平成 22 年産米生産費、図 2-2 は新潟県における平成 22 年産米生産費の 60 kgあたりの主要費目構成割合をそれぞれグラフでまとめたものである。新潟県の主要費目構成割合を全国平均と比較したところ、新潟県と全国平均ともに最も比率が高かったのは労働費用で全体のおよそ 3 割を占めた。要因としては、田植えや稲刈り、また日頃の手入れ作業には人手が必要であり、作業に関わった人数分だけ労働費用がかかるからだと思われる。

また、新潟県の各主要費目の比率を全国平均と比較したところ、水利費を除く主要 5 費目（農機具代、賃借料、肥料代、薬剤費、労働費）についてはいずれも全国平均を下回った。

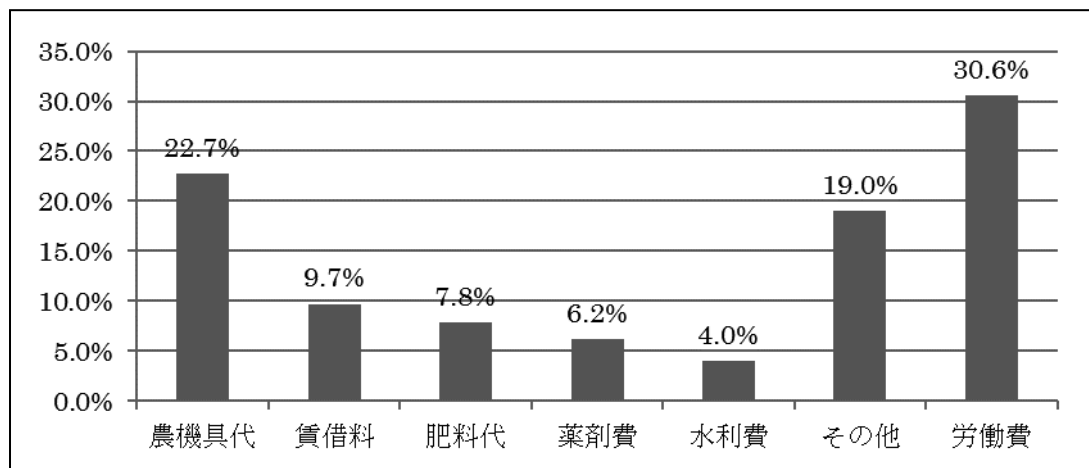


図 2-1 全国における平成 22 年産米 60 kg あたりの主要費目構成割合
(米生産費の費用合計：14,066 円/米 60 kg)

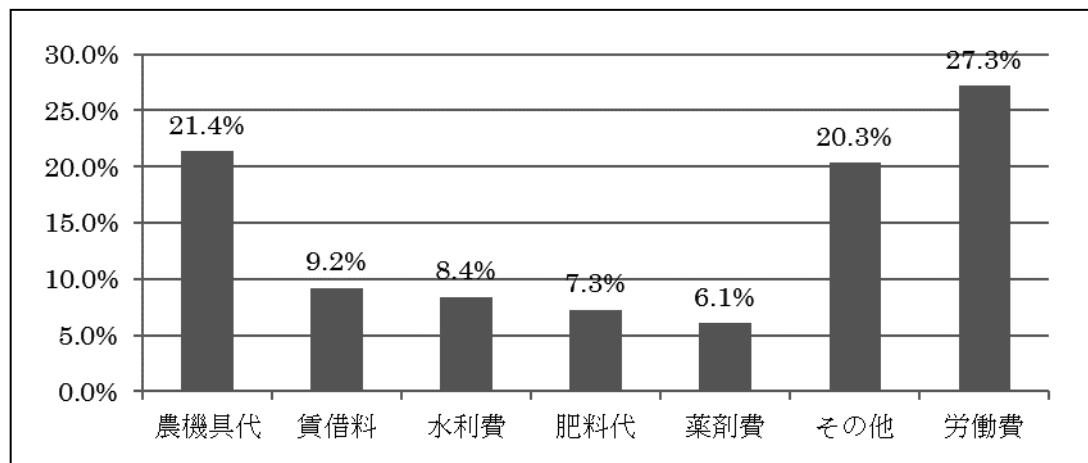


図 2-2 新潟県における平成 22 年産米 60 kg あたりの主要費目構成割合
(米生産費の費用合計：13,043 円/米 60 kg)

出典：農林水産省大臣官房統計部『農業経営統計調査 平成 22 年産米生産費』

(<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>)

農林水産省北陸農政局新潟地域センター『農業経営統計調査 平成 22 年産米生産費(新潟)』

(<http://www.maff.go.jp/hokuriku/stat/data/index.html>)

注 1) 各グラフとも「その他」の項目には、建物費、種苗費などを含めている。

注 2) 各グラフともデータの一部を抜粋し、筆者が独自に作成した。

2.1.3 考察

- ①新潟市の米収穫量は県内ダントツであった。理由としては、他の市町村と比べて土地、水、気候条件が揃っているからだと考えられる。
- ②新潟県における水利費の比率は全国平均よりも高かった。水田を整備、維持するための費用がなかなか抑えられないからだと考えられる。

(文責：涌井 要)

2.2 米のブランド化

2.2.1 コシヒカリのおいしさ

新潟といえば、コシヒカリの産地として全国で有名である。特に人気があるのは魚沼産コシヒカリである。

日本全国には多くの種類のお米があり、また、同じ品種のお米でも産地によって味、食感が大きく異なる。そのため消費者は、どの産地のどのお米がおいしいのかという判断がしにくい。

お米には一等米、二等米など、品位等検査という検査でつけられた等級が書いてあるものも多い。この表示を見たときに多くの人は、一等米のほうが二等米よりもおいしいと思うだろう。しかし、この品位等検査は、お米の汚れや割れなど、主にお米の見た目を等級づけしている。粒の大きさや水分含有量なども検査しているのである程度等級によって味に差はあるだろうし、厳しい検査を通った優良なお米ではあるのでまずいということはない。だが、一等米、二等米という表示だけで、おいしいかどうかの判断は難しいということになる。

そこで、今回おいしさを判断するために参考にするのが、一般財団法人日本穀物検定協会が行っている食味評価試験である。この食味評価試験は、お米の成分を調べる理化学試験と、専門パネラーが実際に食べる官能試験の結果を合わせて「特A」から「B⁺」でお米のおいしさをランク付けしている。コシヒカリは新潟だけではなく他県でも栽培されている。新潟県と他県のコシヒカリは、食味ランキングでは以下のようにランク付けされている。

表 2-2 平成 23 年産米から 25 年産米のコシヒカリの食味ランキング

産地	地区	品種名	H25年度産 ランク	H24年度産 ランク	H23年度産 ランク
新潟	上越	コシヒカリ	特A	A	A
	中越	コシヒカリ	特A	特A	特A
	魚沼	コシヒカリ	特A	特A	特A
	岩船	コシヒカリ	A	特A	特A
	佐渡	コシヒカリ	特A	特A	特A
山形		コシヒカリ	特A	特A	特A
福島	会津	コシヒカリ	特A	A	特A
栃木	県北	コシヒカリ	特A	A	A
千葉		コシヒカリ	特A	A	A ⁺
石川		コシヒカリ	特A	特A	A
福井		コシヒカリ	特A	特A	A
山梨	峡北	コシヒカリ	特A	特A	A
長野	南信	コシヒカリ	特A	特A	—
三重	伊賀	コシヒカリ	特A	特A	特A
京都	丹後	コシヒカリ	特A	特A	特A
兵庫		コシヒカリ	特A	A	A ⁺
佐賀		コシヒカリ	特A	A	A ⁺

注) 平成 23 年から平成 25 年の間に一度以上特 A 評価されているコシヒカリを抜粋

このように、同じコシヒカリでも、産地によって味が大きく異なるということがこの表からわかる。

また、新潟県産のコシヒカリのなかでも、特に魚沼産コシヒカリは人気がある。実際にどれだけおいしいのかということも、食味ランキングから見ることができる。一般財団法人日本穀物検定協会「平成元年からの特Aランク一覧表」によると、平成元年から、平成25年までの間、魚沼産コシヒカリのみがすべての年度で特Aランクの評価をされている。この中で特筆すべきなのは、平成5年に特Aランクの評価をされているのは魚沼産コシヒカリのみということである。平成5年（1993年）の夏は記録的な冷夏となり、その影響で戦後最大の米の不作年となった。別名、「平成の米騒動」と呼ばれているにもかかわらず、魚沼産コシヒカリは安定したおいしさの米を作ることができた。それだけ新潟県魚沼地域はコシヒカリの生産に適しているということである。

2.2.2 新たなコシヒカリ

新潟県といえばコシヒカリであるが、先ほども取り上げたように新潟県だけではなく多くの県でコシヒカリは栽培されている。それに加えて、新潟県のWebサイトによると平成17年度から、「コシヒカリBL」という新しいコシヒカリが新潟県で一斉導入された。

「コシヒカリBL」の「BL」とは、Blast Resistance Linesの略であり、いもち病に対しての抵抗性があることを意味している。そのため、従来のコシヒカリよりも農薬を減らして栽培ができる。農薬を減らせるお米で、環境にやさしく、より安全・安心である。

また、新潟県内でしか栽培されていないことと、病気に強い性質をプラスしていることでDNA鑑定により新潟県産であることを証明できる。新潟県でしか栽培されていないため「コシヒカリBL」は、新潟県の地域ブランドになりえるのではないかな。

2.2.3 考察

コシヒカリは多くの場所で栽培されている。平成22年に農林水産省が公表した「平成21年産水稻の品種別収穫量」によれば、都道府県別水稻収穫量1位品種がコシヒカリのところは22府県もあり、収穫量309万4,000トンで全体の収穫量に占める割合は36.5%である。多くの地域で栽培されているため、新潟におけるコシヒカリのブランド力は少なからず下がってしまうだろう。

また、ライバルも多い。北海道の「ゆめぴりか」、山形の「つや姫」など、多くの新種の米が生産され、コシヒカリの地位を脅かしている。

新潟県は、新潟県にしかない新たなブランドを作る必要があるだろう。「コシヒカリBL」のように品種改良により、よりニーズに合った作物を生産したり、県外では知られていないような既存の野菜を県外に向けてもっとPRするなど、新潟県の魅力をもっと発展・広めることで、新潟県がさらに発展できるだろう。

（文責：小田 勇太）

2.3 農業機械

2.3.1 農業機械の種類

図 2-3 に示すとおり水稻、麦類、大豆用の機械には、耕うん・整地・基肥機械としてプラウやロータリー等、育苗・移植・播種機械として田植機や不耕起汎用播種機等、追肥・除草・防除として動力散布機や乗用管理ビークル等、収穫機械として自脱コンバイン等がある。

作目	耕うん・整地・基肥	育苗・移植・播種	追肥・除草・防除	収穫
水稻・麦類・大豆	・プラウ 	・田植機 	・動力散布機 	・自脱コンバイン 
	・ロータリー 	・不耕起汎用播種機 	・乗用管理ビークル 	・汎用コンバイン 
	・肥料散布機 	・耕うん同時畝立て播種機 	・中耕除草機 	
	・溝掘機 			

図 2-3 土地利用型作物機械の種類

出典：農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」（2013）

2.3.2 農業機械の普及率

農業機械の普及率は昭和 50 年の 566,000 台から平成 22 年の 95,000 台へと徐々に減少している。しかし機械化が最も進んでいる土地利用型作物については、機械の普及率も高い状況である。なお、農業就業人口の減少に伴い、国内向け農業機械の出荷台数は年々減少している状況である。

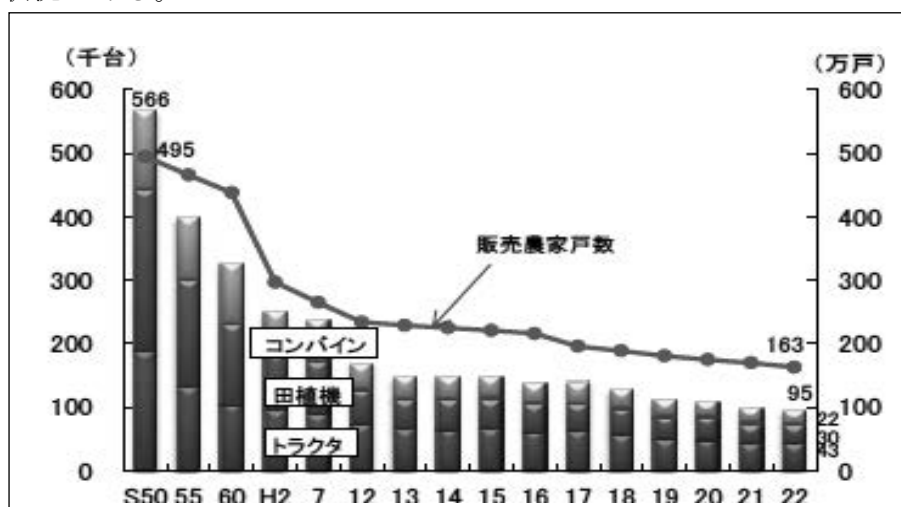


図 2-4 農業機械の普及率

出典：農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」（2013）

また、農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」（2013）によると「我が国は、経営規模が小さいにも関わらず農業機械の保有台数が多い状況である。農業機械の集約、効率利用の促進によるコスト削減を図る観点からも、中心経営体への農地集積等を促進している。例えば、30馬力級トラクターは導入コストの観点から、10ha程度以上での利用が適当である。しかしながら、農林業センサス（2010）では、1台当たりの平均利用面積は1.2haとなっている状況」である。

更に農業機械の開発・実用化の進展にあわせ、作目ごとに農業機械化体系の整備が進められているが、野菜の収穫作業など未だ機械化が実現していない部分も多く存在する。また、担い手不足が発生しており農業機械の使い方がわかる人が減ってきているのも今後の課題として挙げられる。メンテナンス費や維持費など多額のコストがかかることも農業機械の普及率が減少している原因でもある。なお、農業者が農業用機械を購入・利用において重視していることとしては、農林水産省「農業資材コスト低減及び農作業の安全確保に関する意識・意向調査」によると、図2-5に示すとおり「修理に迅速に対応してくれるなど、アフターサービスに優れている」点を重視する農業者が最も多いことが明らかとなった。

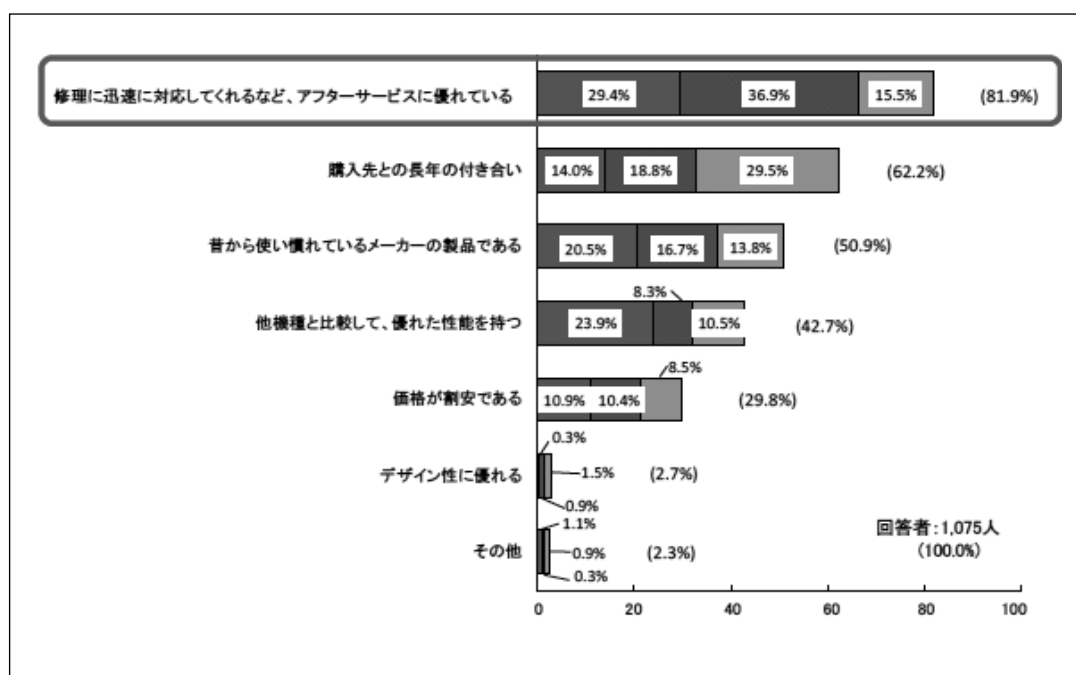


図 2-5 農業者が農業用機械の購入・利用において重視していること

出典：農林水産省「農業資材コスト低減及び農作業の安全確保に関する意識・意向調査」（2013）

2.3.3 リース・レンタルの活用

利用面積に対応した農業機械の有効活用の観点からは、リース・レンタルの活用も選択肢の一つである。ただし、特にレンタルについては農作業の特性上、農業機械の使用ニーズが特定の時期（播種時期、収穫時期等）に集中すること、事業として成立させるためにはレンタル料を一定額以上に設定する必要があることなどから、拡がりは限定的である。

表 2-3 農協レンタルの価格の例（A農協レンタル農機価格表より）

機種	レンタル料(例)
トラクター(26馬力)+ロータリー	31,500円/日
田植機(4条植)	17,850円/日
コンバイン(3条刈)	91,350円/日

出典：農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」（2013）

2.3.4 考察

今後の課題としてまず農業機械のメンテナンス費の改善である。上記でも示したように農業者は農業機械を購入・利用するにあたって「迅速に修理してくれる、アフターサービスに優れている」点を重視している方が多いので、農協や行政が定期的にメンテナンスを安価で行えばメンテナンス費は少なくなるのではないか。また、一部の農協では農業機械のレンタルを行っているが、価格がやはり高いのでもう少し低廉な価格でレンタルできるようにすれば普及率は上昇するのではないだろうか。

（文責：長橋 賢和）

2.4 六次産業化

2.4.1 六次産業化とは

6次産業化ポータルサイト第6チャンネルの農山漁村の六次産業化とは、『地域資源』を有効に活用し、農林漁業者（1次産業従事者）がこれまでの原材料供給者としてだけではなく、自ら連携して加工（2次産業）・流通や販売（3次産業）に取り組む経営の多角化を進めることで、農山漁村の雇用確保や所得の向上を目指すこと」である。ここでいう「地域資源」とは、農林水産物、バイオマス、自然エネルギー、風景・伝統文化などのことである。

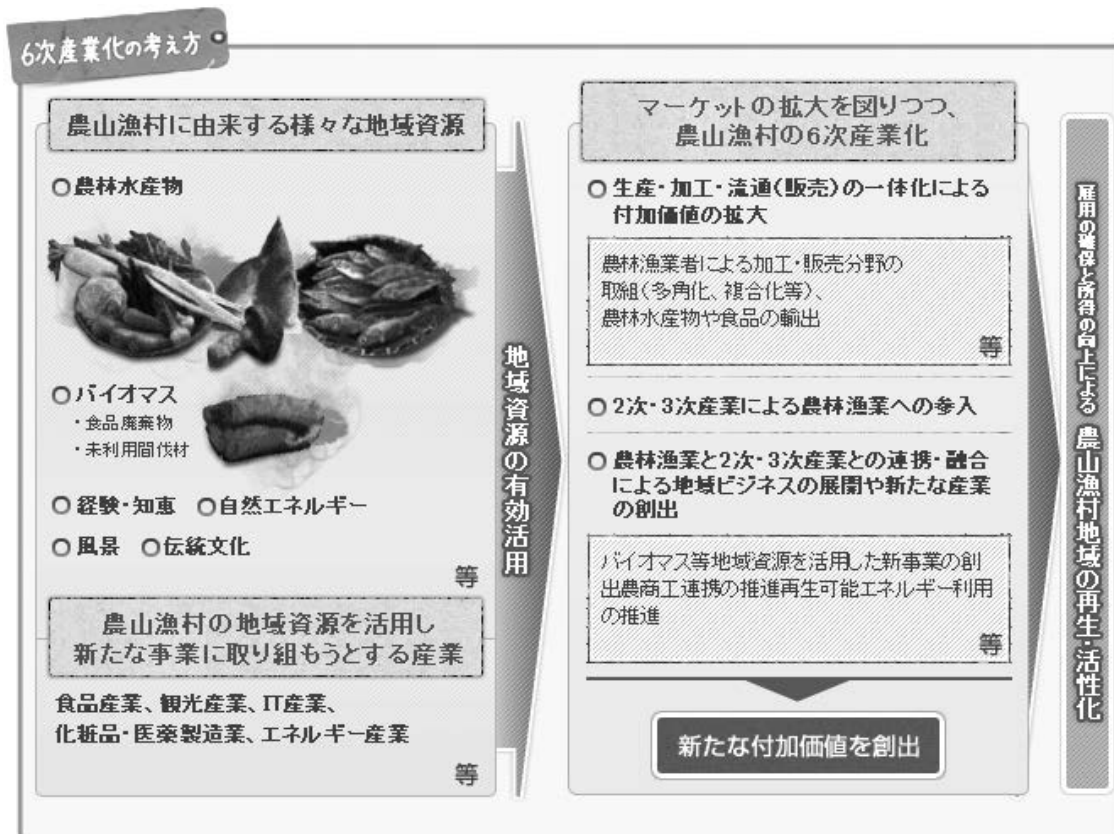


図 2-6 六次産業化の考え方

出典：6次産業化ポータルサイト第6チャンネル Web サイトより
(<http://www.6-ch.jp/known/pg182.html>)

6次産業化の理念とは、農林水産省食料産業局長の針原寿朗氏（当時）によると、1次産業、2次産業、3次産業を連携させることで1次産業とその周辺にある関連産業の業界規模を拡大させていこうとするもので、1と2と3は足し算でも6になるが、1次、2次、3次産業のどこかひとつが欠けても成り立たないという意味で掛け算だと言われている。

2.4.2 六次産業化のメリットと今後の課題

日本政策金融公庫が平成23年7月から10月に実施した6次産業化に取り組む農業者を対象としたアンケート結果では、「回答者の7割強は、所得向上につながったことを実感し事業規模の拡大につなげていく考えでいること」が明らかになった。また、6次産業化の

メリットとして「所得の向上」を挙げた回答者は 74.5%と突出した。続いて「生産の拡大」、「企業経営の確立」、「社員のやりがい向上」などが続いた。面談調査では、直接販売に伴い価格決定も主導的に行えることで利益率が向上したとの声が多く、市場流通の需給関係に左右されずに済む点をメリットに感じている」ことが示されている。一方、今後の課題としては、67.3%が「商品の差別化・ブランド化」を挙げ、次いで「必要な人材の確保」が 55.8%にのぼったほか、「円滑な資金調達」、「マーケティングにもとづく商品開発」、「販路拡大に向けた営業努力」が目立った。

2.4.3 六次産業化の法律

「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（六次産業化法）は、「農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の「6次産業化」）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する施策（「地産地消等」）を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与すること」を目指している。本法律は、6次産業化と地産地消について、基本方針を定めている。

6次産業化については、農林水産大臣が、農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化の促進に関する基本方針を定め、その基本方針を踏まえ、農林漁業者等が、単独で又は共同して、総合化事業に関する計画を作成し、農林水産大臣の認定を受けると、農業改良資金融通法等の特例、農地法の特例、野菜生産出荷安定法の特例等の支援措置を受けることができるようになる。

地産地消等については、農林水産大臣が、地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針を定め、都道府県及び市町村は、地域の農林水産物の利用の促進についての計画を定めるよう努めることとされている。

また、国及び地方公共団体は、直売所や、学校給食等を利用し、地域の農林水産物の促進をすることとされている。

2.4.4 考察

今回の研究内容から、私が 6次産業化について思ったのは、6次産業化に取り組むメリットは大いにあることである。2.4.2 で挙げた日本政策金融公庫のアンケート結果では 6次産業化に取り組む農業者の 7割以上が所得向上につながったと回答している。その他にも「生産の拡大」、「企業経営の確立」、「社員のやりがい向上」など大事なことが多数挙げられているからである。一方、同調査内の今後の課題として挙げられたのは「商品の差別化・ブランド化」が 67.3%、次いで「必要な人材の確保」で 55.8%になっているが、私は「必要な人材の確保」に関しては、このアンケート結果以上の課題だと考えている。現在、若者の農業離れは深刻化していて、いずれは課題の一番重要な項目になると思っている。

※本稿では、文脈の主旨から「六次産業化」と「6次産業化」を供用している。

（文責：金子 陽介）

2.5 国家戦略特区

2.5.1 国家戦略特区指定区域と新潟市の規制緩和

平成 26 年 3 月 28 日に新潟市が国家戦略特区に指定された。このニュースを見て、国家戦略特区とはどういうものか、どのような効果が生まれるのかと思い調査してきた。

そもそも国家戦略特区とはどういうものなのだろうか。経済ナレッジバンクによると「国家戦略特区とは、産業の国際競争力強化めざす地域を限って規制緩和を進め、日本経済全体の活性化を目指す制度」であり「アベノミクス『第3の矢』の成長戦略の一つ」である。「特区制度には、都市部を念頭に都道府県などを対象とする『広域特区』と、テーマを絞って市町村を指定する『革新的事業連携特区(バーチャル特区)』の2種類を設けたが、今回は特に区別をしていない」。また、「国家戦略特区は国際競争力の向上や新産業の創出などを目指し、国が前面に立って戦略的に方針を決める。国と地方、民間事業者も参加する特区会議で計画を作り、医療の拠点づくりや企業誘致、産業の活性化などを目指す。今回選ばれた東京などは先行地域と位置付けられており、大胆な規制緩和の試金石となる」と記載している。今回の国家戦略特区に指定されている県の中で新潟市は、大規模農業の改革拠点として指定された。

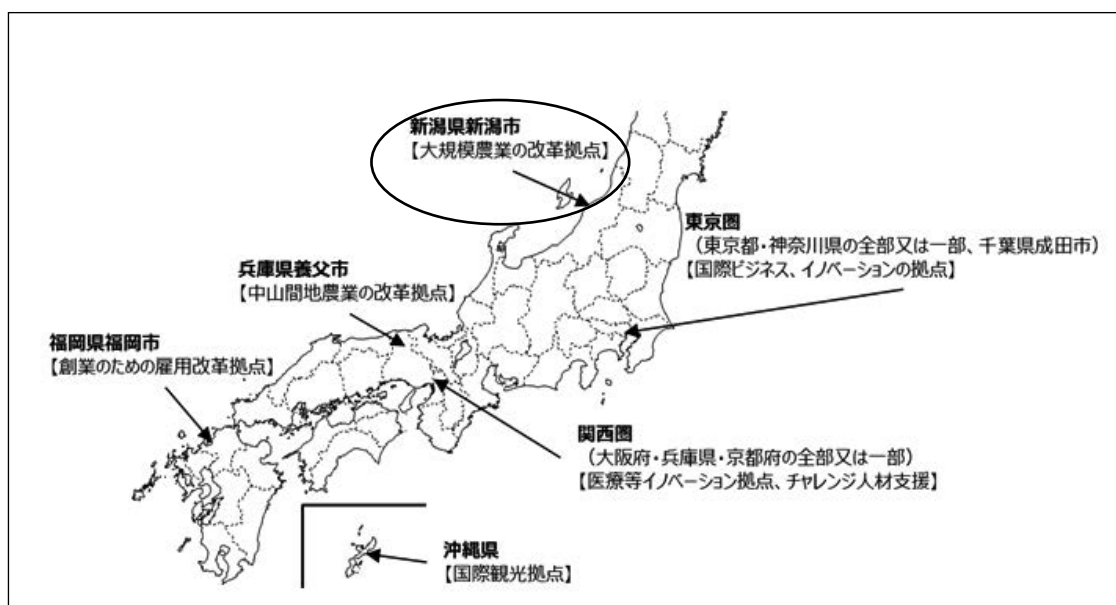


図 2-7 国家戦略特区指定区域と政策テーマ

出典：大澤秀一「過疎自治体が国家戦略特区に指定される」大和総研グループ 2014.4.14

注) 本資料は、第4回国家戦略特別区域諮問会議配布資料3-1『国家戦略特別区域の概要(案)』から大和総研作成、地図はWebサイト『白地図、世界地図、日本地図が無料』【白地図専門店】(三角形)から大和総研作成したものを著者一部改訂

新潟県 Web サイトに掲載された「国家戦略特区の概要」によると、大規模農業改革拠点とは、「農業の生産性向上及び農産物・食品の高付加価値化を実現し、農業の国際競争力強化のための拠点を形成する」としている。新潟市は、「国家戦略特区の概要」によると、大規模農業特区として6つの規制緩和の項目を挙げている。農業の分野として5つの規制緩和があり、雇用分野では1つの規制緩和を挙げている。

表 2-4 新潟市における規制緩和の項目

分野別	項目	内容
農業	No.1 農家レストランの設置要件緩和	地域の農畜産物を扱う農家レストランについて、農振農用地区域での設置が可能となります。農業者と企業との連携を促し、6次産業化を後押しします。
	No.2 農業生産法人の役員要件緩和	農業生産法人について、役員の過半の過半が農作業に従事する必要があるとした現行の規制を緩和。農作業従事者が役員に一人でもいれば、法人設立できるよう規制を緩め、企業が参入しやすくします。
	No.3 農業への信用保証制度の適用	国の中小企業向けの信用保証制度の対象を農業にも拡大し、資金調達の円滑化を図ります。商工業とともにを行う農業について、融資の際に新潟県信用保証協会の保証が使えるようになります。
	No.4 農地流動化（集積・集約）による新規参入の拡大	農業委員会が行っている農地の権利移動に関する事務（農地法第3条関係）のうち、企業の新規参入に関する部分を市で分担し、農地の流動化を加速させます。
	No.5 市独自の食品機能性表示制度の創設	安心・安全かつ機能性を備えた食品を市が独自に認証する制度を創設し、ブランド化を図ります。
雇用	No.6 農業ベンチャーの創業支援の拡充	ベンチャー企業の創業支援を行う「雇用労働相談センター」を設置し、雇用ルールの周知等を行うことで起業への不安解消を図ります。

出典：新潟県 Web サイト「国家戦略特区の概要」

注）区域計画に記載され、内閣総理大臣の認定を受けることで、規制緩和が実行される

2.5.2 考察

当初、特区は新潟県全域に恩恵をもたらすものと予想していたが、調査により新潟市の特区は、「新潟市」に限定されていることがわかった。新潟市の規制緩和項目を見ると、6次産業化を重要項目に挙げていることがわかる。しかし、新潟市のごくわずかな地域で6次産業化を推進しても新潟県全体の発展にはならないと私は推測する。新潟市より上越や下越、長岡の方が農業を発展させるのに十分な可能性を秘めているのではないだろうか。新潟市で今回挙げた規制緩和を成功させてから新潟県全域に範囲を広げていけば、新潟県の6次産業化は発展していくと私は考える。今回の規制緩和には農業従事者を増やすという案が入っていなかった。ただでさえ農業人口が減っている中、農家を増やさなければ大規模農業改革は成功しないのではないだろうか。現在の長岡市には、農家の現状をしっかり受け止め、そして今後の課題や要望を農業従事者と行政が対話する機会を持つことが大事であろう。長岡市は、国家戦略特区に頼らず自分たちの力で農業を発展させていかなければならないのであろうか。今後の国家戦略特区の反映を受けない地域の発展をどうしたらいいのか、若い力である学生とともに今後の発展を目指すというのではないかと私自身思う。

（文責：池田 隆祥）

2.6. 後継者問題

2.6.1 農業従業者の変化

(1) 新潟県の農業就業人口の推移

農業就業人口とは、農林水産省「農林業センサス」(2010)によると、「自営農家に従事した世帯員のうち、調査前1年間に自営農業のみに従事した者または農業とそれ以外の仕事に従事した者のうち、自営農業が主の者」をいう。新潟県統計年鑑(2010)によると、農業就業人口のうち半数以上が65歳以上である。平成12年から平成17年の5年間で毎年約1,000人近く減少している。また、農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」(2013)によると、平成7年から平成22年の15年間の推移を見ると農業従業者の平均年齢が59.6歳から66.1歳まで上昇しているのが見て取れる。このことから、農業従業者の高齢化が進行しているといえる(図2-1)。

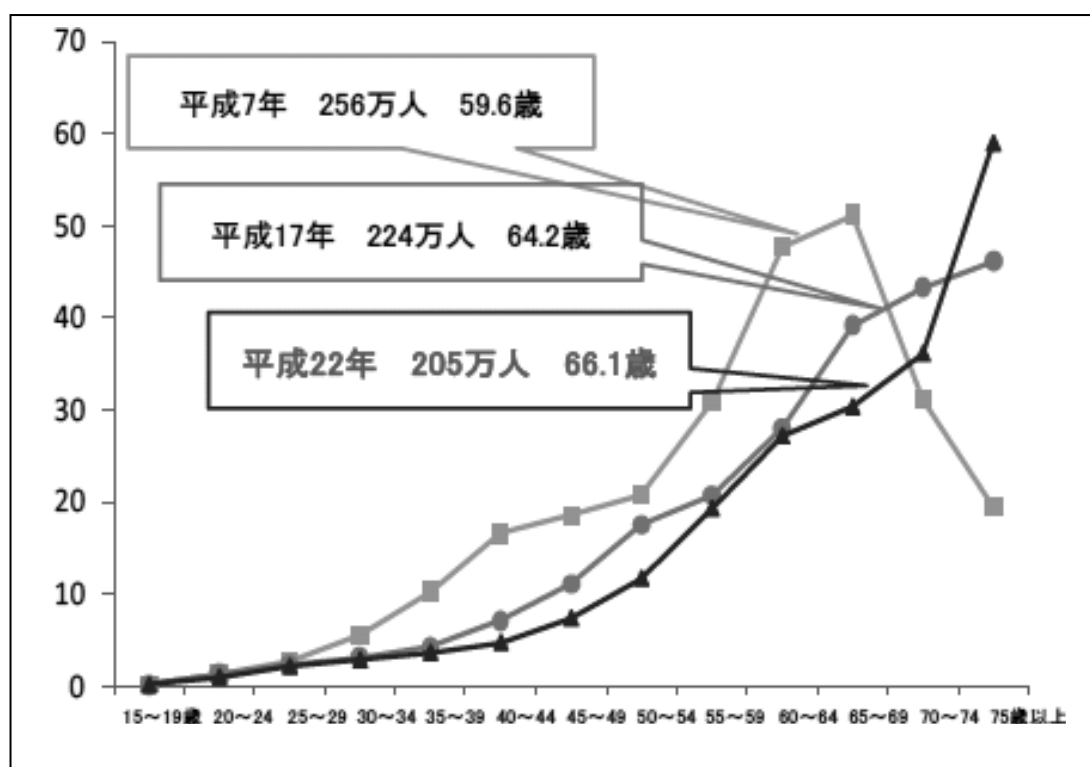


図 2-8 基幹的農業従業者の年齢構成

出典：農林水産省「農業機械をめぐる現状と対策」(2013)

(2) 新潟県の農業従事者の推移

次に、農林水産省「農林業センサス」(2010)より、長岡市と新潟市の農業従事者の年齢別世帯員数を集計しグラフに示したものである。

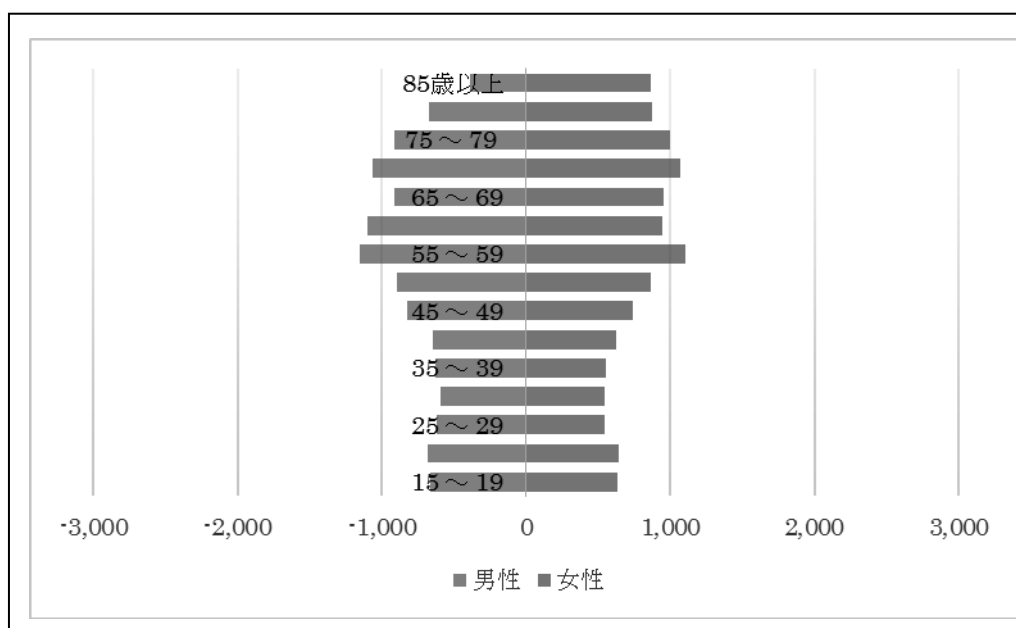


図 2-9 農業従事者の年齢別世帯員数（長岡市）

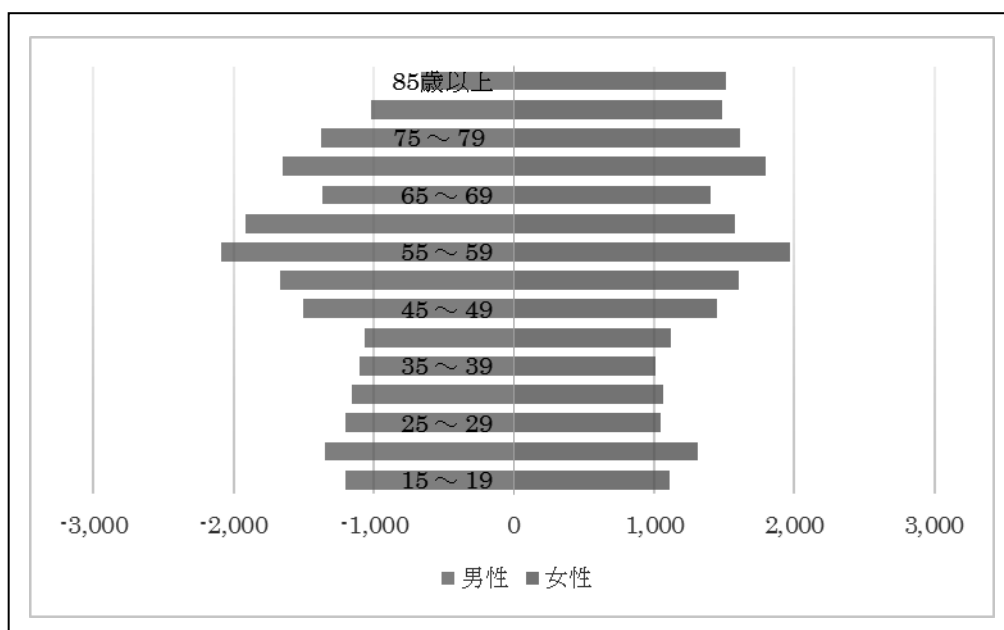


図 2-10 農業従事者の年齢別世帯員数（新潟市）

出典：農林水産省「農林業センサス」(2010)より著者作成

この両市の農業従事者の人口統計を見ても、最大値は、長岡市、新潟市の男女ともに 55～59 歳で、40～44 歳以下は、急激に減少していることがうかがえる。このことから、近い将来、急激な農業人口の減少が予想される。

(文責：バッドラルマ)

3. 長岡市地産地消推進店へのアンケート調査

本稿では、長岡市地産地消推進店の経営者 100 名を対象に実施したアンケート調査の結果を分析し、考察を行う。

3.1 調査概要

調査名 : 「未来の農業革新」に関する調査
 調査目的 : 長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるための方策を検討すること
 調査時期 : 2014 年 10 月 27 日(月)から 2014 年 11 月 17 日(月)まで
 調査方法 : 郵送調査法
 調査対象 : 長岡市地産地消推進店の経営者 100 名
 回答数 : 49 名(有効回答率: 49.0%)
 回答者性別: 男性 35 名、女性 7 名、無回答 7 名
 回答者年齢: ・ 30 歳代 11 名 (22.5%) ・ 60 歳代 12 名 (24.5%)
 ・ 40 歳代 10 名 (20.4%) ・ 70 歳代 3 名 (6.1%)
 ・ 50 歳代 13 名 (26.5%)

3.2 調査結果

3.2.1 地産地消の PR 方法

地産地消をどのようにアピールしているかについて複数回答方式で尋ねた結果、全体で 75 の回答が得られた。内訳を見ると、「メニューに記載」の回答者が 23 名 (30.7%) と最も多く、次に「ホームページ」が 20 名 (26.7%)、「その他」が 19 名 (25.3%) と続いた。なお、その他の PR 方法を記述式で尋ねたところ、一番回答が多かったのは「店頭表示」であった。ちなみに、回答の選択肢に含めていた「新聞広告」については回答者がいなかった。

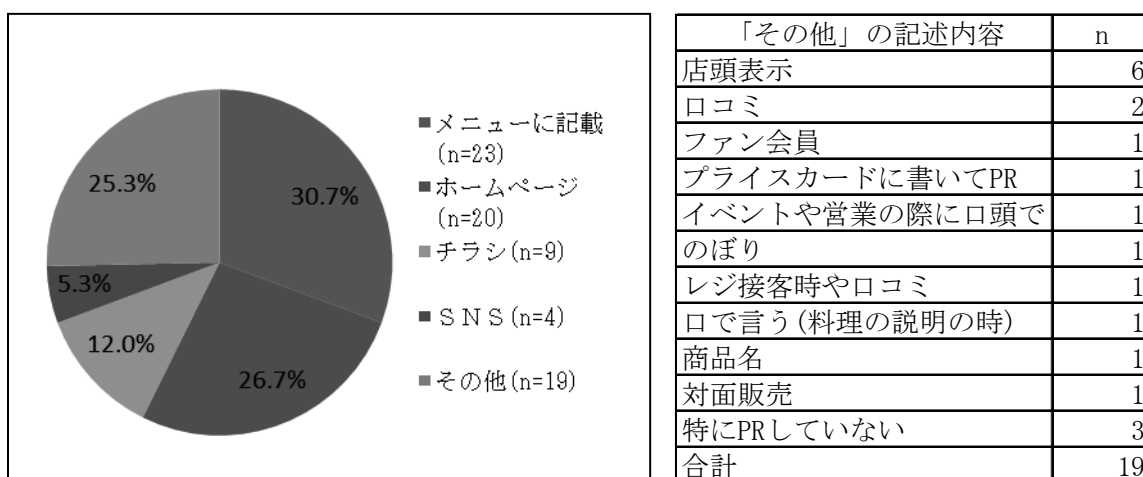


図 3-1 地産地消の PR 方法 (N=75) (複数回答)

3.2.2 地産地消の最大の魅力・課題

地産地消の最大の魅力について尋ねた結果、全体で 58 の回答が得られた。内訳を見ると、「地域の活性化に貢献できる」の回答者が 23 名（39.7%）で最も多く、次いで「新鮮な食材を提供できる」が 12 名（20.7%）、「安心・安全な食材を提供できる」が 10 名（17.2%）と続いた。

一方、地産地消の最大の課題については、全体で 56 の回答が得られた。内訳を見ると、「食材の種類が固定されている」の回答者が 20 名（35.7%）と最も多く、次が「収穫量が不安定」で 17 名（30.4%）であった。

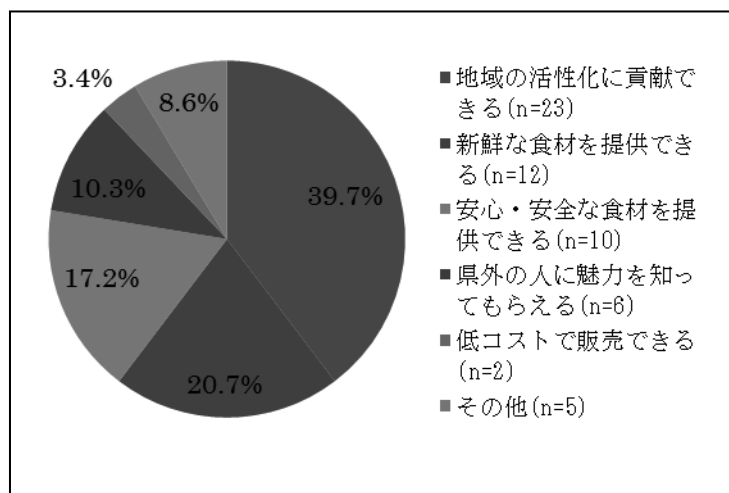


図 3-2 地産地消の最大の魅力 (N=58)

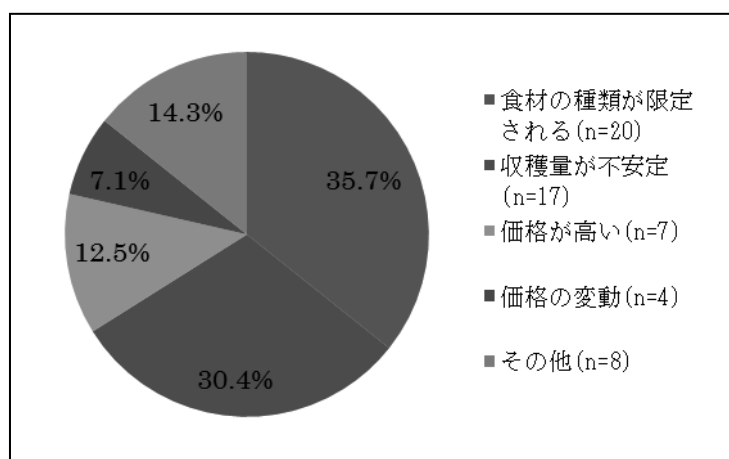


図 3-3 地産地消の最大の課題 (N=56)

3.2.3 地産地消推進店が対象としている顧客の年齢層

次に、どの年代のお客様を対象にビジネスをしているかについて尋ねた結果、全体で 105 の回答が得られた。内訳を見ると、「50 歳代」と「60 歳代」の回答者がともに 20 名（19.0%）で並び最も多かった。なお、「すべての年代を対象にしている」と回答した人は 6 名であった。

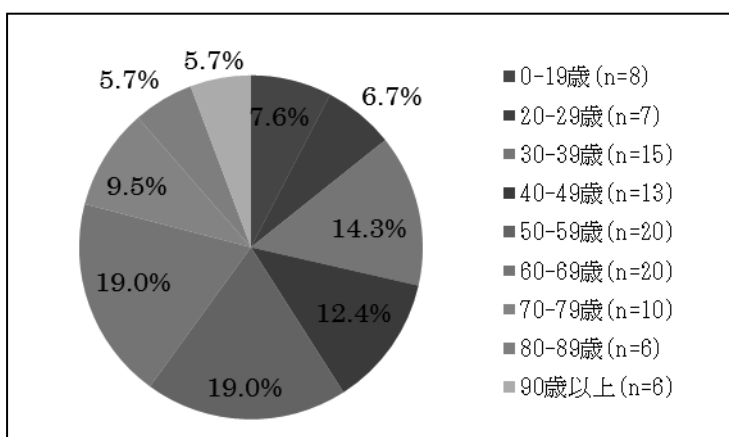


図 3-4 対象としている顧客の年齢層 (N=105)
(複数回答)

3.2.4 長岡産食材で仕入れている食材・注目している食材

地産地消の取り組みとして仕入れている長岡産食材について複数回答方式で尋ねた結果、全体で 153 の回答が得られた。内訳を見ると、「野菜」の回答者が 38 名（24.8%）と最も多く、次に「米」が 33 名（21.6%）、「いも」が 18 名（11.8%）と続いた。なお、その他の回答として、「ぎんなん」や「山菜」、「きのこ」を挙げた人がいた。

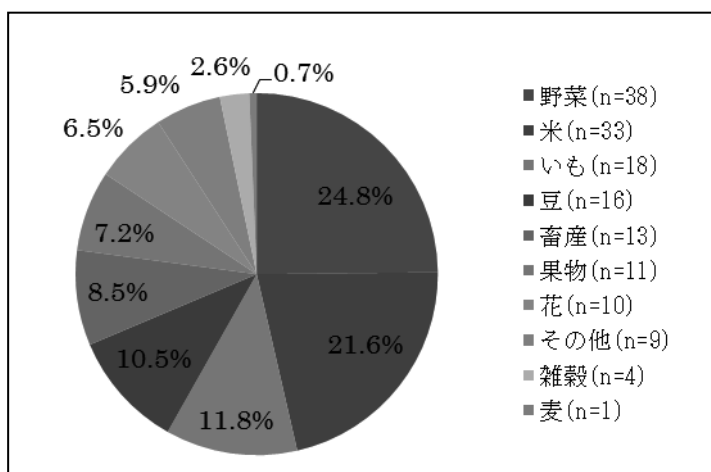


図 3-5 仕入れている長岡産食材 (N=153)
(複数回答)

一方、長岡産食材で現在最も注目している食材については、全体で 122 の回答が得られた。内訳を見ると、「野菜」の回答者が 40 名（32.8%）と最も多く、次に「米」が 20 名（16.4%）、「畜産」が 15 名（12.3%）と続いた。なお、その他の回答として「ぎんなん」や「ガンジー牛」を挙げた人がいた。

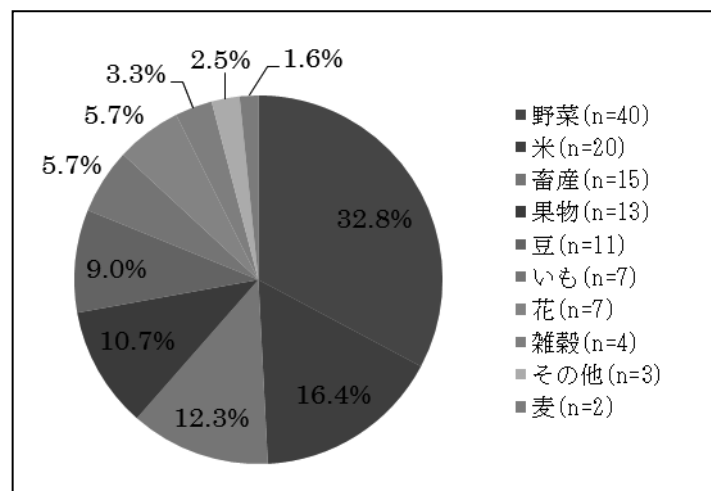


図 3-6 注目している長岡産食材 (N=122)
(複数回答)

3.2.5 地産地消推進店として考える最も必要なこと

お店の売上拡大及び販路開拓に最も必要なことについて尋ねた結果、全体で 49 の回答が得られた。内訳を見ると、最頻値は「商談会・イベント・フェア等の参加」（28.6%）で、ついで「自ら営業」（22.4%）、「販売先・取引先からの依頼」（20.4%）が続いた。なお、回答の選択肢に含めていた「コンサルタント・コーディネーターの助言」と「金融機関からの紹介」については回答者がなかった。ちなみに、その他の回答として、「お客様からの紹介」、「口コミ」、「店頭表示」が挙げられていた。

一方、お店の発展のために最も必要なことについて尋ねた結果、全体で 50 の回答が得られた。内訳を見ると、最頻値は「他店との差別化・差異化」（32.0%）で、次が「ブランド構築」と「人材育成」とともに 16.0%であった。なお、回答の選択肢に含めていた「新規事業への参入」と「資金調達」については回答者がなかった。

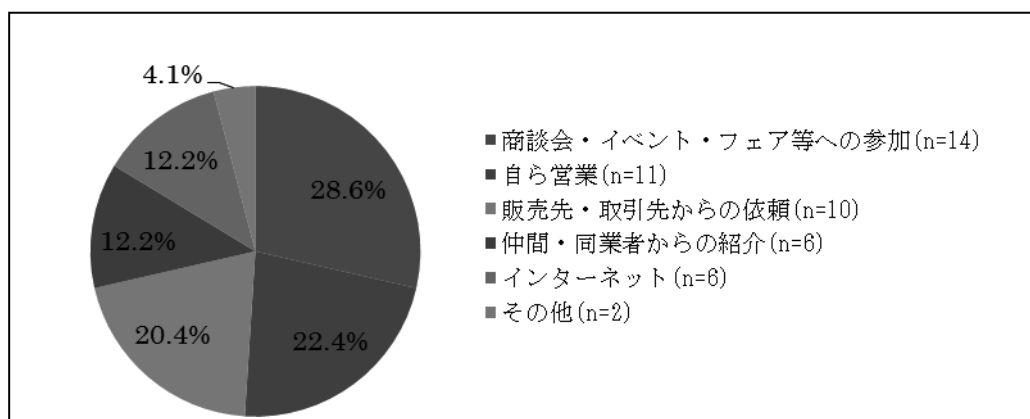


図 3-7 お店の売上拡大及び販路開拓に最も必要なこと (N=49)

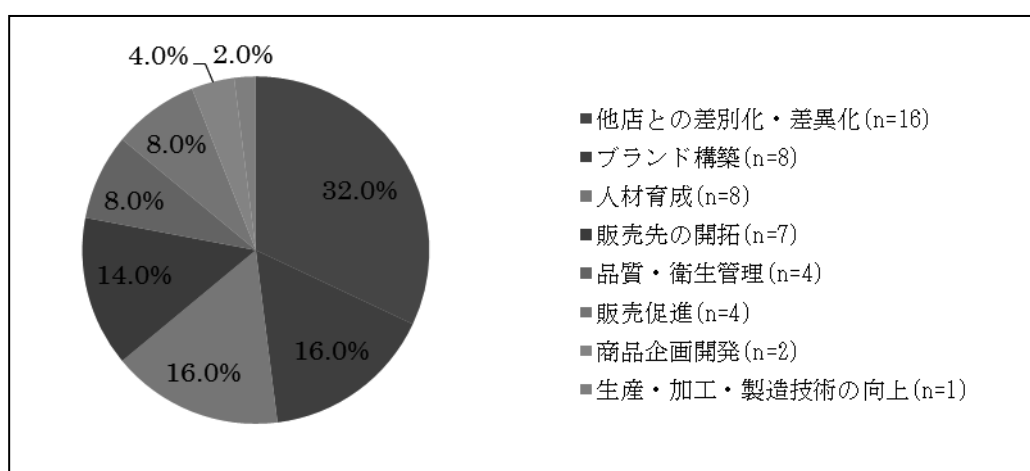


図 3-8 お店の発展のために最も必要なこと (N=50)

3.3 まとめと考察

3.3.1 長岡市が取り組む「地消地産」

私たちは「地産地消」という言葉を日頃よく耳にしているが、実はこれと似たような言葉に「地消地産」がある。この言葉は前後2つのキーワードが入れ替わっただけだが、前者とは意味が異なる。「地産地消」はあくまでも生産者を主体とした考え方であり、これに対し「地消地産」は消費者を主体とした考え方である(表3-1)。

長岡市では、消費者を主体に考える「地消地産」を柱としてPR活動に取り組んでいる(図3-9)。長岡産の食材が購入できる店、味わえるお店ではリーフレットのキャラクターを目印として表示している。

表 3-1 「地産地消」と「地消地産」の違い

地産地消	地消地産
「地域で生産したものを、地域で積極的に消費してもらおう」という <u>生産者を主体</u> とした考え方。	「地域で求められている、消費者ニーズに沿った生産を行なおう」という <u>消費者を主体</u> とした考え方。



図 3-9 「地消地産」を PR するリーフレット

出典：長岡市役所農林部農政課「食べて支える長岡産」

3.3.2 まとめ

アンケート調査の結果からみえてきたポイントを整理する。

- ①全体で6割近くのお店は、「メニュー表」または「ホームページ」（あるいは両方）を活用して地消地産をPRしている。
- ②地消地産の最大の魅力について、全体で4割近くのお店が「地域の活性化に貢献できる」と考えている。一方、最大の課題については全体で3割以上のお店が「食材の種類が限定されてしまう」と考えている。
- ③全体で4割近くのお店は50～60歳代の年齢層を中心にビジネスをしている。
- ④長岡産の食材について、全体で半数近くのお店は「野菜」または「米」（あるいは両方）を仕入れている。一方、現在注目している長岡産の食材については、全体で3割以上のお店は「野菜」に注目している。
- ⑤お店の売上拡大及び販路開拓の手段について、全体で3割近くのお店が商談会やイベント、フェア等に参加することが必要だと考えている。一方、お店を発展させるための手段については全体で3割近くのお店が他店との差別化を図ることが必要だと考えている。

3.3.3 考察

- ①地消地産をPRするとき、メニュー表とホームページ以外の方法があまり活用されていない傾向がある。お店に来店した人が目につくところに地消地産の取り組みを紹介する「店頭表示」も有効な方法だと考えられる。
- ②食材の種類が限定されることは地消地産最大の課題だが、食材の産地や生産方法、栄養素などを重視する消費者のニーズに合う食材が提供され続けることが第一だと考えられる。
- ③地消地産を推進する他店との差別化を図る方法としては、消費者にあまり知られていない長岡産食材を仕入れ、その食材をお店の料理に使用する方法が考えられる。また、お店の限定商品として販売する方法も考えられる。

（文責：涌井要、バッドラルマ）

4. 長岡市認定農業者へのアンケート調査

次に、長岡市の認定農業者 1,100 名を対象に実施したアンケート調査結果の分析及び考察である。

4.1 調査の概要

調査名：「未来の農業革新」に関する調査

調査目的：長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるための方策を検討すること

調査時期：2014 年 10 月 20 日（月）から 10 月 31 日（金）まで

調査方法：郵送調査法

調査対象：長岡市認定農業者 1,100 名

回答数：404 名（有効回答率：36.7%）

回答者の性別：男性：319 名、女性：4 名、無回答：81 名

回答者の年齢：・30 歳 9 名（2.2%） ・60 歳 208 名（51.5%）
・40 歳 34 名（3.4%） ・70 歳 51 名（12.6%）
・50 歳 101 名（25.0%） ・80 歳 1 名（0.2%）

4.2 調査結果

4.2.1 農業区分

農業区分については、回答者の 9 割が「販売農家」（90.9%）であった。「自給的農家」（4.7%）、「その他」（4.4%）であった。また販売農家の方に区分を尋ねたところ約 5 割の方が主業農家（53.3%）であった。他に準主業農家（36.9%）、副業的農家（9.8%）の回答があった。

この数値は、農林業センサス（2010）と比較をすると新潟市は準主業農家が 37%で最も高く、一方、長岡市では副業的農家が 55%で最頻値であった。しかし、今回の調査では主業農家が 53%で最も高かった。主業農家は、農業所得が 50%以上、一年間に 60 日以上自営農業に従事、65 歳未満の世帯員がいる農家である。準主業農家は、農業所得が 50%未満、

表 4-1 農業区分の比較

単位：戸

地区	合計	(%)	主業 農家	(%)	準主業 農家	(%)	副業的 農家	(%)
全国	66,601	100	11,001	17	23,364	35	32,236	48
新潟市	9,683	100	3,247	34	3,556	37	2,880	30
長岡市	6,151	100	683	11	2,089	34	3,379	55
本調査 回答者	379	100	202	53	140	37	37	10

出典：農林水産省「農林業センサス」（2010）より「農業区分」を一部抜粋、著者作成

一年間に 60 日以上自営農業に従事、65 歳未満の世帯員がいる農家である。副業的農家は、一年間に 60 日以上自営農業に従事、65 歳未満の世帯員がいない、主業農家と準主業農家以外の農家である。

4.2.2 農業経営区分

農業経営区分を尋ねたところ、全体の約 6 割が家族経営 (59.6%) であり、ついで個人経営体 (26.8%)、法人経営体 (12.6%) が続いた。

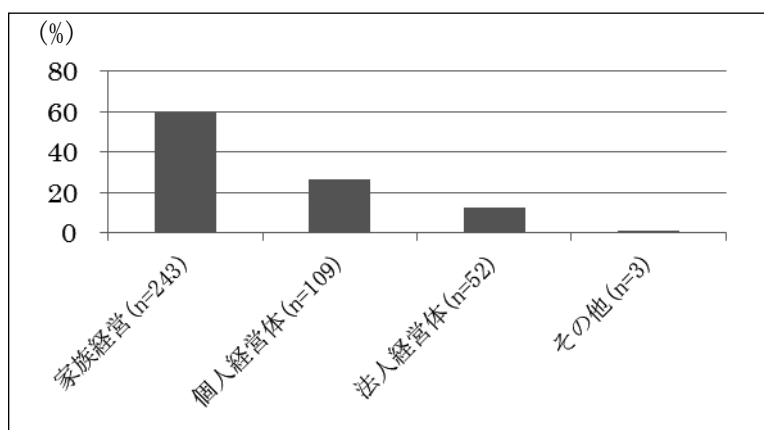


図 4-1 経営区分 (N=407)

4.2.3 農業従事者としての満足

農業に従事して良かったことについては、回答者の 3 割が、「やりがいがある」(31.1%)、「食べた人に喜んでもらえる」(31.1%) と答えた。ついで、「自給自足ができる」(26.5%) などがあげられた。その他の理由として、「地域に農業法人を設立するため」、「米 1 俵 18,000 円位の時分は、自給自足で良いと思ったが、今現在は、とても生活出来ないほど兼業、つまり、現金収入がなければ生活出来ない」、「生涯現役で仕事ができる」といった意見も見られた。

一方、農業に従事して最も困っていることは、全体の約 4 割の方が「設備投資に多額の費用が掛かる」(38.1%) と答え、ついで「収入が不安定」

(24.7%)、「後継者不足」(15.5%) であった。このことから設備に多額の投資で悩んでいる農業従事者が多く見られるという結果になった。

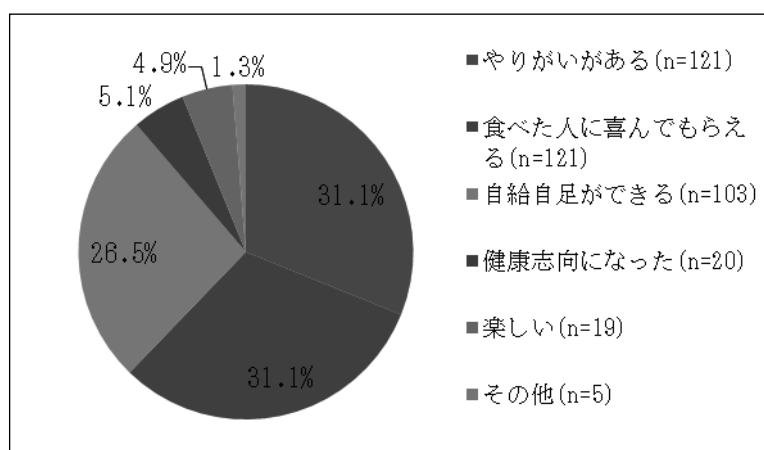


図 4-2 農業従事者としての満足 (N=389) (複数回答)

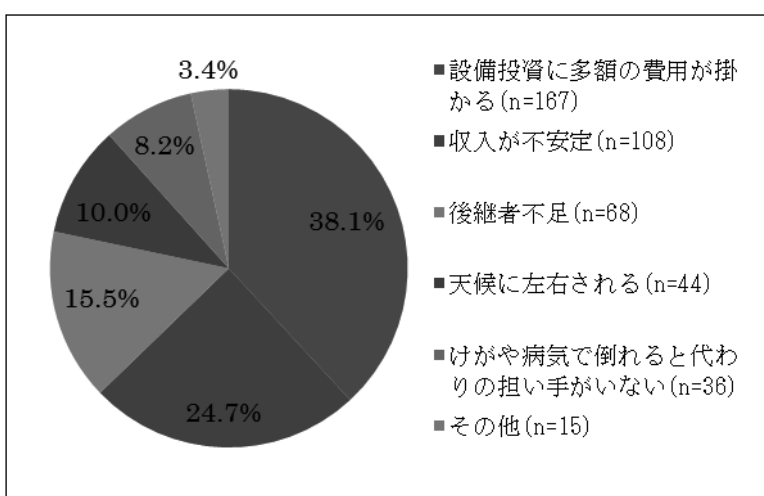


図 4-3 農業従事者としての不満 (N=438) (複数回答)

4.2.4 持続可能な農業に求められる要素

農業を持続させるために必要なことについて尋ねたところ、全体の 6 割が「所得向上」(62.8%)と答えた。次に、「後継者の確保」(19.7%)、「販売先の拡大」(9.1%)という回答が続いた。将来に対する持続性を考える以前に日々の生活に、最大の課題を抱えていることが浮き彫りになった。

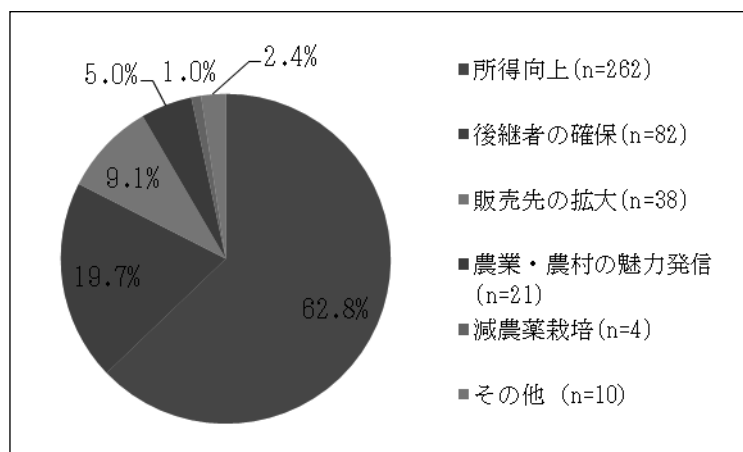


図 4-4 持続可能な農業に求められる要素 (N=417)
(複数回答)

4.2.5 行政・農業支援に対する評価

農業を促進するために、行政及び農協による多岐にわたる農業支援が行われているが、そのことを農業従事者がどのように感じているかを尋ねた。現在の農業に対する行政支援については、「満足している」(4.1%)に対して「不十分である」(95.9%)という結果になった。不十分であるとの回答者が期待している支援は、約 3 割が「補助金の増額」(28.3%)

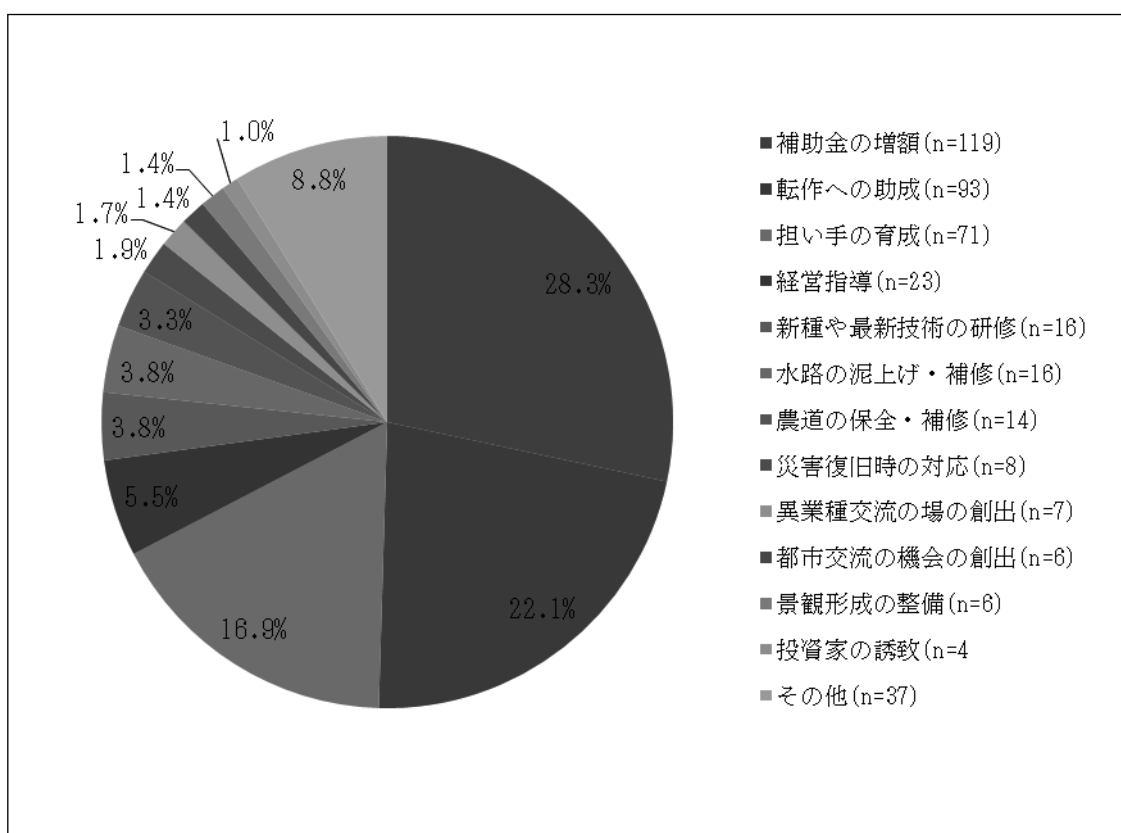


図 4-5 行政に期待している支援 (N=420) (複数回答)

と答えた。ついで、「転作への助成」(22.1%)、「担い手の育成」(16.9%)という回答が続いた。すなわち全体の5割は、現金(補助金・助成)による支援を望んでいるということが明らかになった。

行政による補助金の増額を望む声の中には、「米、大豆など作物への補助でなく10年後、20年後の担い手の(すべての農業者でない)所得補償が必要です」や「所得保障。雪も多く、冬季のハウス等が難しく若者が安心して従事できる所得確保が必要」、「転作作物の補助金、国内自給率に見合うように増額」といった希望が寄せられた。その他の欄では、「農業の国民に対する多面的効果を認め各省庁予算の効果的配分」や「補助金を全額農家に支払われる仕組み。40年間減反してきたが、途中で抜かれる機関が多すぎて直接農家に来ていない(中抜きされる)」、「本当に農業を知っている人が制度を作してほしい」という答えがあった。「所得向上への支援」に対する意見が特徴的であったが、「転作への助成」や「担い手の育成」の意見も多くあり、農業の未来を考える方は多いようだ。

次に、農協による支援の現状については、「満足している」(9.1%)に対して「不十分である」(90.1%)という結果になった。不十分であるとの回答の中には、回答者の約3割の方が「販路の拡大」(36.1%)と答えた。ついで、「担い手の育成」(13.1%)、「経営指導」(11.5%)という回答が続いた。

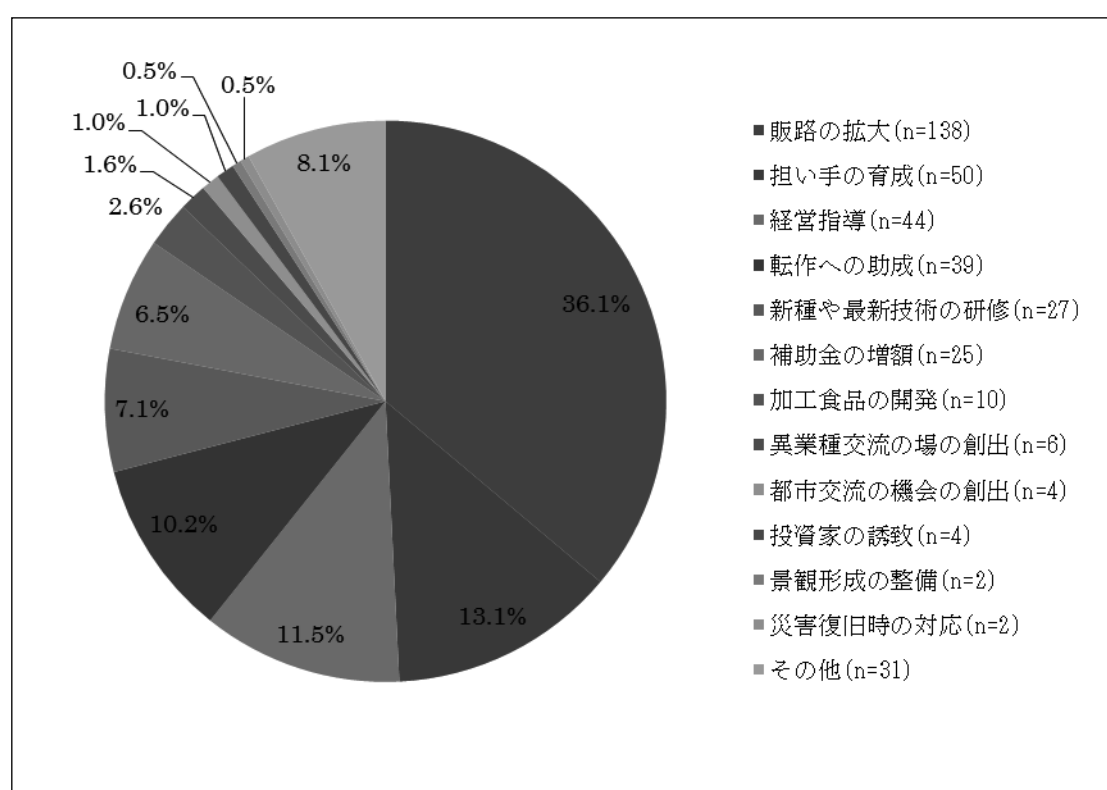


図 4-6 農協に期待している支援(N=382) (複数回答)

農協での補助金の増額の具体的な意見として、「米、今まで通り 15,000 円に減反をなくすな!」や「農協は、農家を守ってくれない」、「転作作物に高額補助」といった回答があった。その他の意見としては、「連合方式をやめて単協を独立させ単協同士、競争させること」や「生産コスト低減の為に生産資材、農機等の値下げの実施」、「農業の現場活動と営

農指導（知識と技術）」といった具体的な要望が寄せられた。

農家が実際に行政と農協へ求める支援内容は、「担い手の育成」という意見が両者ともに必要であるという意見が多かった。また、異なる意見としては、行政に対し「補助金の増額」が最も多いのに対し、農協には、「販路の拡大」が最重要な支援内容であった。これまでも様々な農業支援は行われてきていると思うが、今回の結果により農家の直接の声を明らかにすることができた。

今回の調査結果では、農業従事者の真の要望が明らかになったので、行政と農協には、この結果を真摯に受け止め、今後の方策を検討していただくことを期待する。具体的には、行政は補助金対象を再検討し、農協は熟練の農業従事者や経営コンサルタントと協力して経営指導をしていくと良いのではないだろうか。また、期待の上位には、「担い手育成」や「経営指導」等の両者に重複する期待もあるので、行政と農協が協働し、一つの対応策を見出すことも必要であろう。

4.2.6 6次産業化

6次産業化に取り組んでいるかについて尋ねたところ「はい」(10.2%)、「いいえ」(89.8%)大多数は、取組を行っていない現状が明らかになった。取り組んでいると回答した中で上位に挙げられているのが「農作物の加工」(68.0%)、「農作物の直売所」(14.0%)、「農家レストラン」(4.0%)であった。この点は、農林水産省「六次産業化・地産地消法に基づく認定の概要」(2014)の総合化事業計画の事業内容の割合(全国調査結果)と一致している。

「6次産業の取組年数」については、回答者の4割が「1-5年未満」(41.0%)と答えた。ついで、「5-10年未満」(20.5%)、「10-15年未満」(12.8%)、「15-20年未満」(15.4%)、「20年以上」(10.3%)となっていた。この結果から、6次産業化の取組は、一部の農家で行われるに留まり、かつその取組年数も5年未満が多数を占め、未だ成熟していない産業であることが明らかになった。

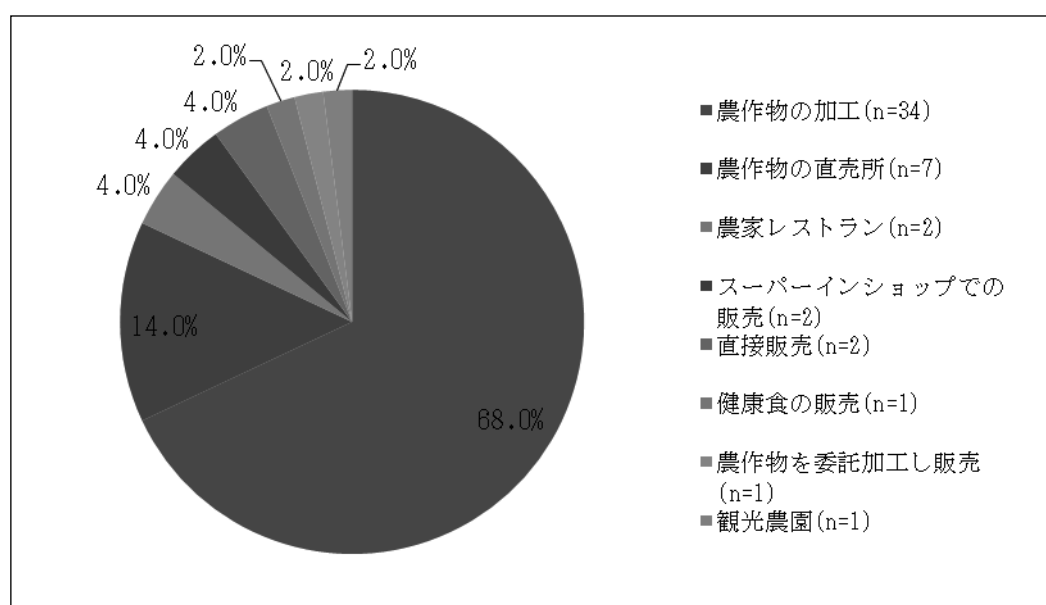


図 4-7 6次産業化の具体的な内容 (N=50) (複数回答)

次に、6次産業化を導入し、年間総販売金額に変化が見られたか尋ねたところ、「上昇した」(25.7%)、「変わらない」(62.9%)、「減少した」(11.4%)という結果であった。「上昇した」との回答者の約9割が「1000万円-5000万円未満」(88.9%)、「減少した」との回答者の約7割が「1000万円-5000万円未満」(66.7%)であった。そのため、年間総販売金額も増減の変化があっても5000万円未満が大多数であり、所得向上の起爆剤となるに至っていないことが窺える。この結果は、前述の2.4.2「六次産業化のメリットと今後の課題」記述した日本政策金融公庫の結果とは、一致しない。

4.2.7 他業界との連携

(1) 他業界との連携の現状

農業を持続発展させるために、現在、どのような業界と連携しているかについて尋ねたところ、「連携している」(9.0%)、「連携していない」(91.0%)という結果になり、大多数は連携していないことが明らかになった。「連携している」の回答者には、「小売業」(28.6%)、「飲食業」(25.4%)、「運輸業」(9.5%)が上位に挙げられた。

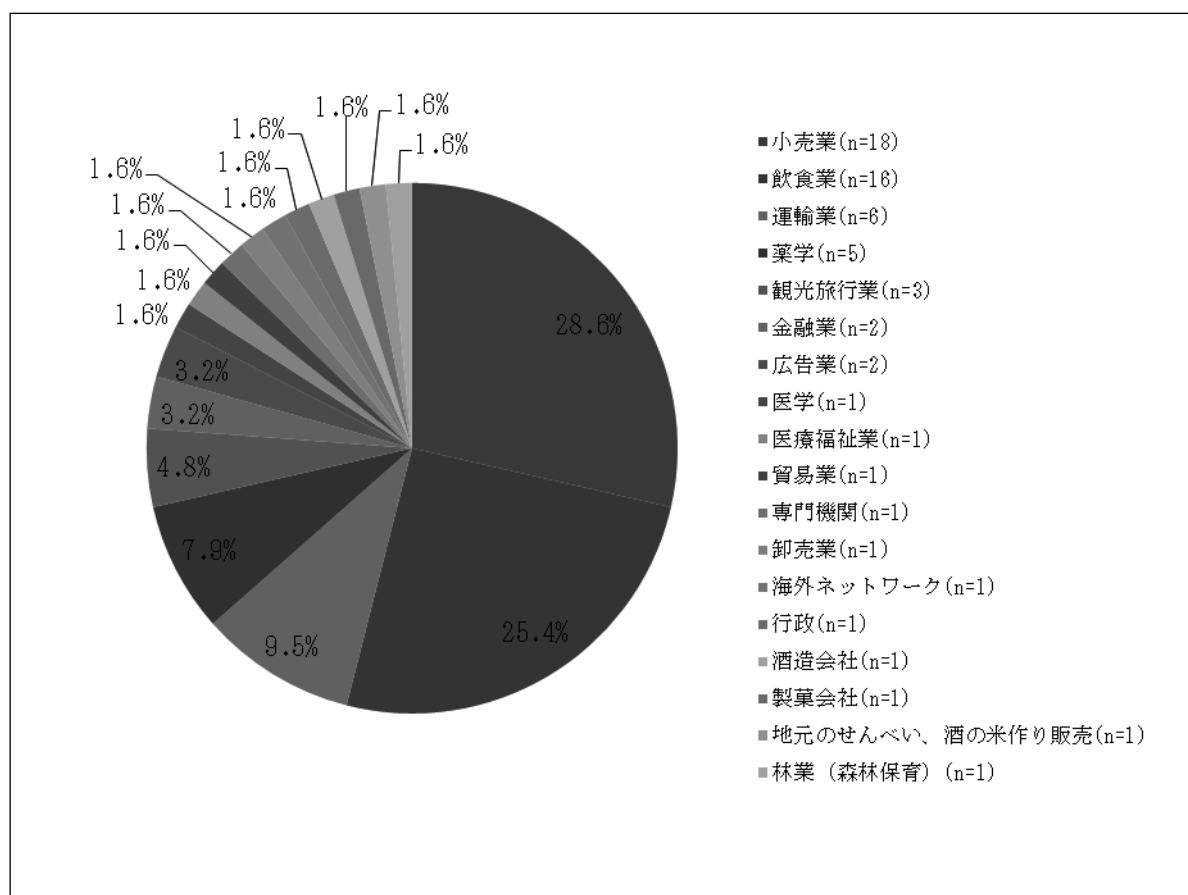


図 4-8 他業界との連携の現状 (N=63) (複数回答)

(2) 他業界との連携への期待

農業を持続発展させるために、将来、どのような業界と連携をしていきたいか尋ねたところ、研究機関では「薬学」(41.3%)、「医学」(34.3%)、「経営学」(17.2%)が上位に挙げられた。産業では「飲食業」(17.1%)、「小売業」(26.6%)、「貿易業」(12.6%)がそれぞれ上位3位を占めた。

研究機関の中のその他の欄には、「農業大学などの専門機関」、「米の成分分析」、「化学」、「経営学」などが挙げられた。産業の中のその他の欄には、「農機具会社」や「IT産業」、「食品製造業」、「建設業」などが挙げられた。

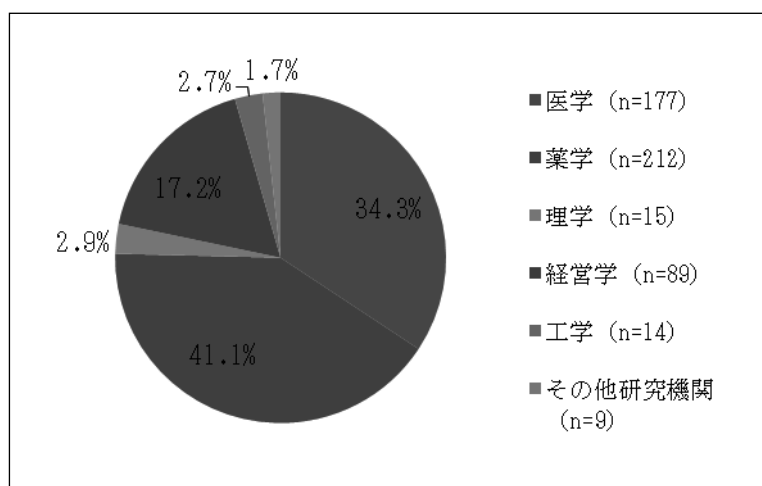


図 4-9 研究機関との連携 (N=516) (複数回答)

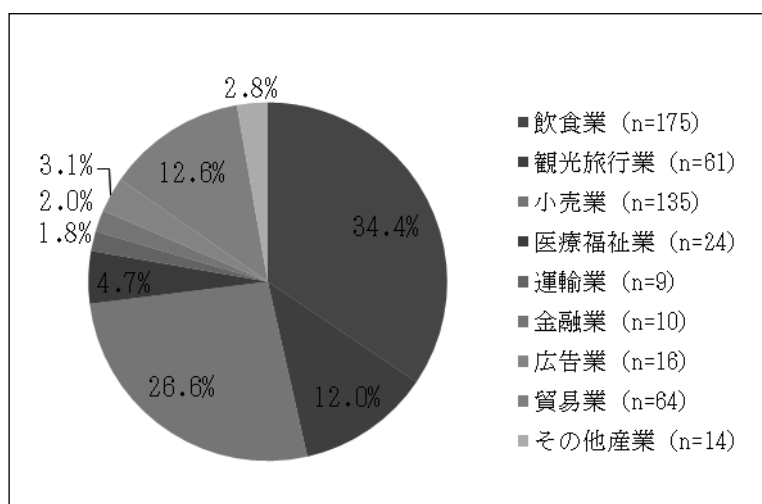


図 4-10 産業との連携 (N=508) (複数回答)

4.2.8 TPP について

農業従事者から見て、TPP についてどのように感じているかを尋ねたところ、「不安である」(73.2%)が多数を占めた。やはり、TPP 問題は農業従事者にとって不安の大きな要素となっていることが明らかになった。

TPP に期待している回答者の中には、「TPP に反対してもいずれ世界を相手にして生きていかないといけない」や

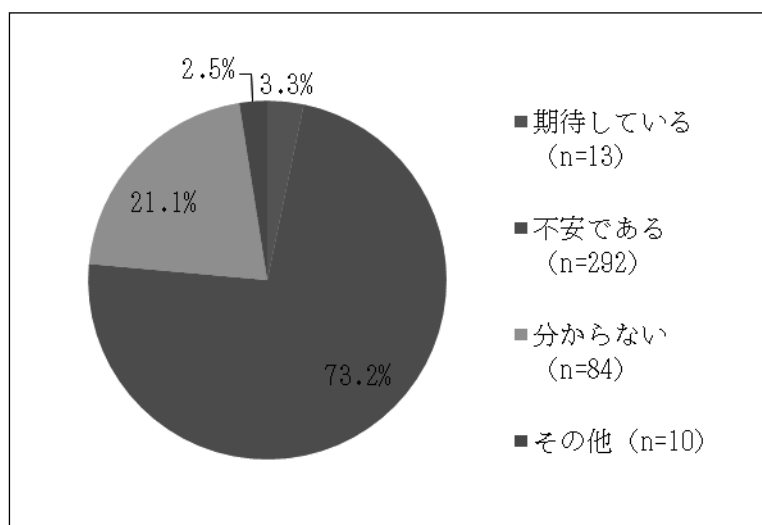


図 4-11 TPP 問題 (N=399)

「TPP とり入れてもっと米価格を安値にして補助金により採算米価格とする」という意見も見られた。逆に不安であると答えた回答者の中には、「TPP はアメリカが自国のために作った政策なのに日本はアメリカの言いなりになりすぎている」や「関税が低くなり、輸入が増え価格が下降する日本の規模からして、多少規模を大きくしても無駄であるように思う。そのうち地方では人が住めなくなる」、「今現在でも米の価格が下がり、先が見えないのに国は本当に日本の農業の現状をわかっているのか」という意見が見られた。

TPP 問題は、農業従事者の現場の声を反映して、国策に結びつけていくことが重要だろう。できれば、円卓会議のような協議会が設置され両者が議論する機会を設けた上で、結論を出すことが必要であろう。

4.3 まとめ・考察

4.3.1 まとめ

今回のアンケート調査から見えてきたことを整理すると

- ① 農林水産省「農林業センサス」(2010) のデータと今回調査したデータを比較すると、「農林業センサス」での長岡市のデータは副業的農家が多いのに対し、私たちが調査したデータでは主業農家が多いということがわかった。
- ② 農業従事者としての不満の中には設備投資に多額の費用がかかってしまうという回答が多かった。
- ③ 行政・農協に期待している支援の中には、行政には「補助金の増額」を期待しているに対して、農協には「販路の拡大」を最も期待しているということがわかった。
- ④ 6 次産業化をしていると私たちは考えていたが、ほとんどの農業従事者の方がやっていないと回答していた。まだ 6 次産業化は浸透していないということが窺える。
- ⑤ 他業界との連携は、現在は行っていないと回答した方が多かったが、今後連携したいという意識は高いようだ。

4.3.2 考察

これらの調査結果から、農業の未来を考えている方がほとんどであり、農業従事者は行政や農協に満足していない方が多いということが見えてきた。

農業の未来に関して、他業界との連携を調査してみると、現在は行っていないが今後連携したいという意識は高いようだ。特に研究機関では「薬学」、産業機関では「飲食業」と連携したい意識が高かった。また、6 次産業化は取組年数が 5 年未満と未だ成熟していないため今後 6 次産業化が進むような取組を施す必要がある。

行政・農協支援に対する評価を調査すると、行政では「補助金の増額」に対し、農協には「販路の拡大」と回答した方が多かった。この結果から、行政と農協に求める内容は違うことが窺える。しかし、行政・農協の両方に求めることとして「担い手の育成」が上位に挙がっていた。農業従事者のほとんどが 40 歳以上であり、農業を受け継ぐ若者が年々減っていくという状況があるからなのではないだろうか。この打開策として、都会の若者に農業を体験させるという取組が最近増えてきているが、農業を受け継ぐという若者は少ないのではないだろうか。この課題を克服するためには、行政と農協が協働して新たな取組

を行っていかねばいけないだろう。例として、長岡市全体の農業従事者が協力して「農業を体験し、農業の未来を一緒に考えよう」というイベントを開催し、全国各地から農業に興味のある若者を呼び込み、農業従事者と若者が一緒になって農業の未来を考えるのはどうだろうか。その具体的な方法として、イベントに参加する方を少人数のグループに分け、各グループでリーダーを決める。リーダーを中心に農業の未来を農業従事者と若者とで一緒に考える。ここで必要となってくるのが、ファシリテーターである。話し合いをスムーズに行うために長岡大学の学生がファシリテーター役としてイベントに参加する。そういう一連の経験が、長岡大生の良い経験にもなる。この企画を通して、若者は農業に興味を持ち、農業を受け継いでいくのではないかと考える。また農業従事者は、若者の新たな発想を聞き、それを6次産業化へと変換していければ良いのではないだろうか。そのことがひいては、長岡市の良い宣伝につながるのではないかと考える。

今回の調査で、今後他業界との連携の中で「産業」と「研究」分野で上位に挙がっていることを、行政や農協は再検討していただき、連携できることは協働して農業従事者を支援していくのが良いのではないだろうか。また各業界との連携のための橋渡し役として長岡大学の学生も関わっていけるのではないかと考えている。若い世代の人的資源や創造力活用し、行政と農協が協力していけば重複しているサービスの削減も可能であろうし、双方のコストの削減により、新たな農業従事者へ方策に予算を割り当てることも可能になり両者に対する相乗効果を生むであろう。農業の未来を農業に関わる全てのステークホルダーと捉え推進していけば、新しい農業の形態が創出されるのではないだろうか。



(文責：池田隆祥、長橋賢和)

5. 大学生へのアンケート調査

5.1 調査の概要

調査名：「未来の農業革新」に関する調査

調査目的：長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるための方策を検討すること

調査時期：2014年10月6日(日)から10月17日(金)まで

調査方法：集合調査法

調査対象：長岡大学在学学生 302 名

回答数：234 名（有効回答率：77.4%）

男性：176 名、女性：58 名

1 年生：70 名、2 年生：44 名、3 年生：48 名、4 年生 70 名、無回答：2 名

5.2 調査結果

5.2.1 親族の農業経営者の有無

大学生の実家や親戚で農業を営んでいる人がいるかについて尋ねたところ、回答者 233 名のうち、「はい」が 93 名（39.9%）、「いいえ」が 140 名（60.1%）であった。

農業が主要産業である新潟県であるが、それでも親族が農業経営者という学生は、4 割に留まった。

5.2.2 地産池消の認知度

地産池消という言葉を知ったことがあるかについて尋ねたところ、「ある」が 172 名（73.5%）、「ない」が 62 名（26.5%）であった。

長岡市農政課が地産池消を推進していることもあってか、大学生の地産池消に対する認知度は、多数を占めていた。

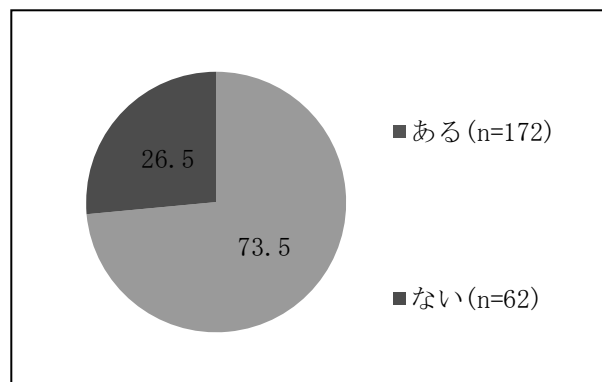


図 5-1 地産池消の認知度 (N=234)

5.2.3 6 次産業化の認知度

「6 次産業化」という言葉を知ったことがあるかについて尋ねたところ、「ある」が 74 名（31.6%）、「いいえ」が 160 名（68.4%）であった。

このことから「地産池消」とは異なり、「6 次産業化」の大学生への認知度は低いという現状がうかがえた。6 次産業化を推進するに当たり、認知度の向上が重要であることが示唆された。

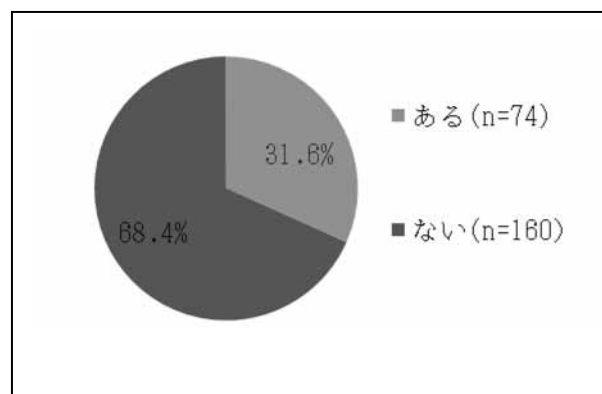


図 5-2 6 次産業化の認知度 (N=234)

5.2.4 農業に対するイメージ

農業に対し、どのようなイメージを持っているかを尋ねたところ、「魅力的」が 68 名 (29.3%)、「どちらともいえない」が 116 名 (50.0%)、「あまり魅力を感じない」が 48 名 (20.7%)であった。

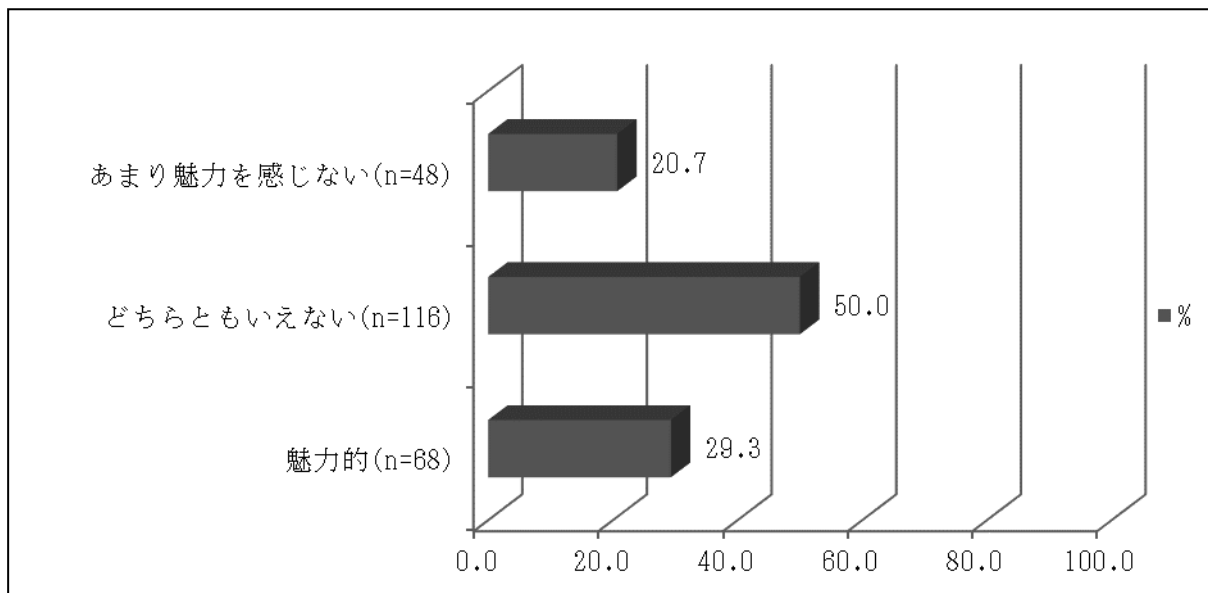


図 5-3 農業に対するイメージ (N=232)

また、それぞれの選択肢を選んだ理由を尋ねた結果、以下のような回答が得られた。

【魅力的】

- ・自分で何かを作るというのは魅力的
- ・自給自足の生活ができるから
- ・やりがいがある
- ・友人が農業をやっているから
- ・自分で作ったものを食べることができる喜びがあると思うから
- ・食べ物はなければならないもの
- ・農業高校出身者としては、食を支える農業はとても大切なものだと実感しているのとても魅力的だと思う
- ・自分で作ったものは信用できるから
- ・日本の食を支えているから

【あまり魅力を感じない】

- ・天候や年によって年収を大きく左右されるから
- ・重労働で大変そう
- ・食料を 1 から育てて提供する良い産業だと思うが、とても大変だと思う
- ・やりがいはとてもあると思うが、苦労もとても大きいと思う
- ・食べ物を作るのは楽しそうだけど、経済的には大変そうだから
- ・管理が大変だし生活が苦しうだから
- ・必要なことではあるがやりたいと思わないから

収入の不安定さから、農業に魅力を感じていないという人が多かった。しかし、農業に魅力を感じている人の方が多いので、収入がある程度安定化すれば、農業に従事する人も増えると思われる。

5.2.5 農業の未来予想

次に、農業の未来についてどのように思うかについて尋ねたところ、「発展する」が 51 名 (21.9%)、「変わらない」が 30 名 (12.9%)、「衰退する」が 96 名 (41.2%)、「わからない」が 56 名 (24.0%) であった。

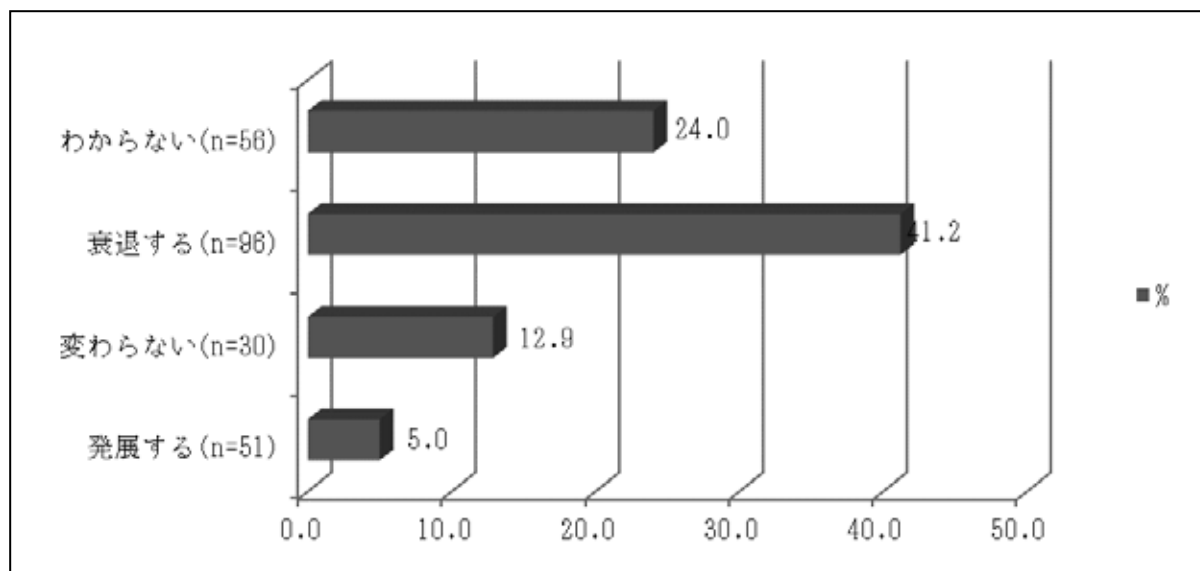


図 5-4 農業の未来 (N=233)

また、それぞれの選択肢を選んだ理由を尋ねた結果、以下のような回答が得られた。

【発展する】

- ・国内だけでなく海外への輸出にも期待されているから
- ・日本が農業に力をいれて活動してきているから
- ・これからの政策次第だが海外での販路が拡大するため
- ・農薬、農機具の発展があると思う
- ・品種改良が行われているから
- ・発展してほしいから
- ・主食は米だから
- ・集落に I ターンして農業を行う人もいるから
- ・TPP などの問題もあるが、農業に対しての見直しや改革も進められているから

【衰退する】

- ・価格が安い外国産の農作物に日本の農作物が圧倒されかねない
- ・農家が減っているから
- ・後継者が減っているから
- ・GDP 問題があるから
- ・外国の安い農産物に押されて衰退する
- ・機械に頼ったりして人は減ると思う
- ・地元で田畑を潰しているのを見るようになったから
- ・農家が減っているから
- ・TPP 等で、大規模農業が栄えても、中小高齢の農家にそれが伴わなければ、よくて現状維持程度だと思う
- ・どんどん田んぼが埋め立てられているから

これらの結果から、農業は発展すると考えている人よりも、衰退すると考えている人のほうが多いことがうかがえる。若者のこうした考えを払拭することができれば、農業に従事したいと考える若者も増えるのではないかな。

5.2.6 農業に従事すること

将来、自分の職業として農業に従事したいか尋ねた結果、「農業をしたい」が 44 名 (19.3%)、「農業をやりたくない」が 184 名 (80.7%) だった。

回答者の 8 割が農業に従事したくないという結果になった。

また、それぞれの選択肢を選んだ理由を尋ねた結果、以下のような回答が得られた。

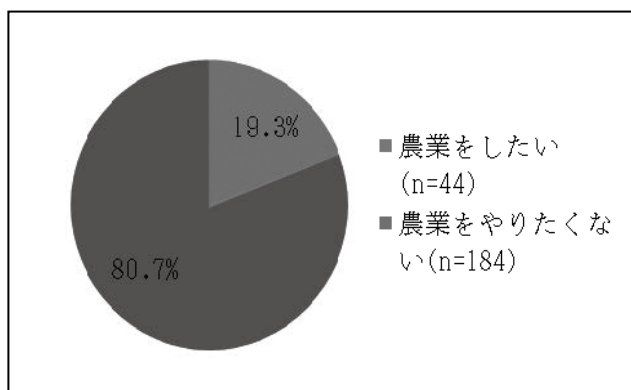


図 5-5 農業に従事したいか (N=228)

【農業をしたい】

- ・友人が楽しそうにしているから
- ・自分で食べ物を作りたい
- ・外に出るのが好きだから
- ・自然と関わる活動をしてみたいから
- ・やりがいがありそうだから
- ・実家で昔から受け継いできたものだから

【農業をやりたくない】

- ・生活が大変そうだから
- ・天候などの自然によって仕事(成績)が左右されるから
- ・なにをしているかわからないから
- ・農業についての知識が全くないから
- ・また力作業というイメージがあるから

先述の「農業に対するイメージ」で、「あまり魅力を感じない」を選んだ理由に出てきたように、収入が低い、安定しないという理由から、将来農業をやりたくないという人がいるようだ。また、「なにをしているからわからない」など、農業に対する知識、情報不足から、将来農業をやりたくないという人も見られた。

これらの結果から、後継者不足などを解決する際、農家の所得安定化だけでなく、農業に関する情報発信を若者などに向けて行うことが、重要な要素であることがうかがえる。



一方、どのような農業なら、経営もしくは従事してもよいと思うかについて自由記述で尋ねた結果、以下のような回答が得られた。

- ・ 米
- ・ 安値で買ったたかれるのではなく、きちんとした品質のものを適正な価格で買い取ってもらえる仕組みが確立していること
- ・ 自分たちの育てた野菜や米がちゃんとした値で取引されみんなに食べてもらえるならいい
- ・ 賃金の増加と、人材の確保を通して、一人一人の負担を減らし、やりがいを高める仕組み
- ・ 経済的負担を軽減する所得補償などの対策
- ・ 農業のネット販売に関係する仕事
- ・ 組織化された大規模な農業ならいいと思う
- ・ TPP 等の経済に流されなければ
- ・ 作った物を都市へ流す経済的なパイプがある
- ・ 国や地方がバックアップしてくれるなら
- ・ 自分が仕切って人にやらせる場合
- ・ 田植えや稲刈りなどを頼まれたら機械で行うことをしたい
- ・ 参加者を募って一緒にやる
- ・ 自宅のベランダにプチトマトを植える程度
- ・ 農業に従事したくない

上記の回答を整理すると以下のように分析できる。

- ① 農業の中では特に米が人気であり、米農家ならやりたいという人がいた。
- ② 収入に不安を感じている人が多く、所得補償や負担の軽減があるなら農業に従事してもよいと考えている人がいた。
- ③ 個人でやるのではなく、大規模農業や、他の人と協力してする農業なら従事してもよいという人も見られた。
- ④ 副業としての農業、趣味程度の農業なら従事してもよいという人もいた。
- ⑤ 農業に従事したくないという人もいた。

このことから上記の④、⑤の人たちにどれだけ農業に興味を持たせることができるかが鍵となろう。

今の農業に不足していることや、必要なことはどのようなことだと思うかについて自由記述で尋ねた結果、以下のような回答が得られた。

- ・ 農業従事者の担い手を確保すること
- ・ 国の支援
- ・ 法規制がもう少しゆるくなればいいのでは
- ・ 農協からの支援
- ・ ただ生産するのじゃなく、もっと国外に向けて何か取り組むべき
- ・ 土地が少ない
- ・ 需要と供給のバランス
- ・ 知識の宣伝
- ・ 機械化
- ・ 人々の関心、農業を行う人、農業をする知識を持つ人
- ・ 今の農業の現状を広く知らせること
- ・ 人手不足。人材の教育（20～30 歳代対象）
- ・ 若い農家、若い人にも魅力ある農業の P R
- ・ 若者が農業に対して情報不足であること
- ・ 若者が農業を敬遠してしまうのは農業に親しみをもてないからだと思う。親しみがもてたり、楽しさが知れたら良いと思った
- ・ 農業の経営をもっとわかりやすくする。どうしたら利益をだしていけるかなど
- ・ 農業は一人か親戚だけでやっているイメージが強いと思うので、インターネットを使ったコミュニティや共同体があると良いのではないかと思う

上記の回答からポイントを整理すると以下のように分析できる。

- ① 国や農協による支援を求める人がいた。
- ② 一番多い意見としては、農業に対する情報が不足していることであつた。若者が興味を持てるよう、農業の魅力を積極的に発信していくことが、若者が一番望んでいることである。
- ③ 農家同士のコミュニティ、共同体不足といった意見もあつた。

5.3 まとめと考察

アンケート調査では、今の農業には若者の後継者が足りないとの意見とともに、若者に農業の情報が足りないとの意見もあつた。若者に農業の現状、魅力、6 次産業化などの情報を発信する機関、仕組み作りをすることで、若者にもっと農業に関心を持ってもらうことが、農業の発展には欠かせないことであろう。

（文責：小田勇太、金子陽介）

6. むすび

6.1 研究の総括

これまでの調査研究を通して、2014 年度橋長ゼミナールでは、未来の農業革新のための複合的な連携の形を以下の構造図にまとめた。

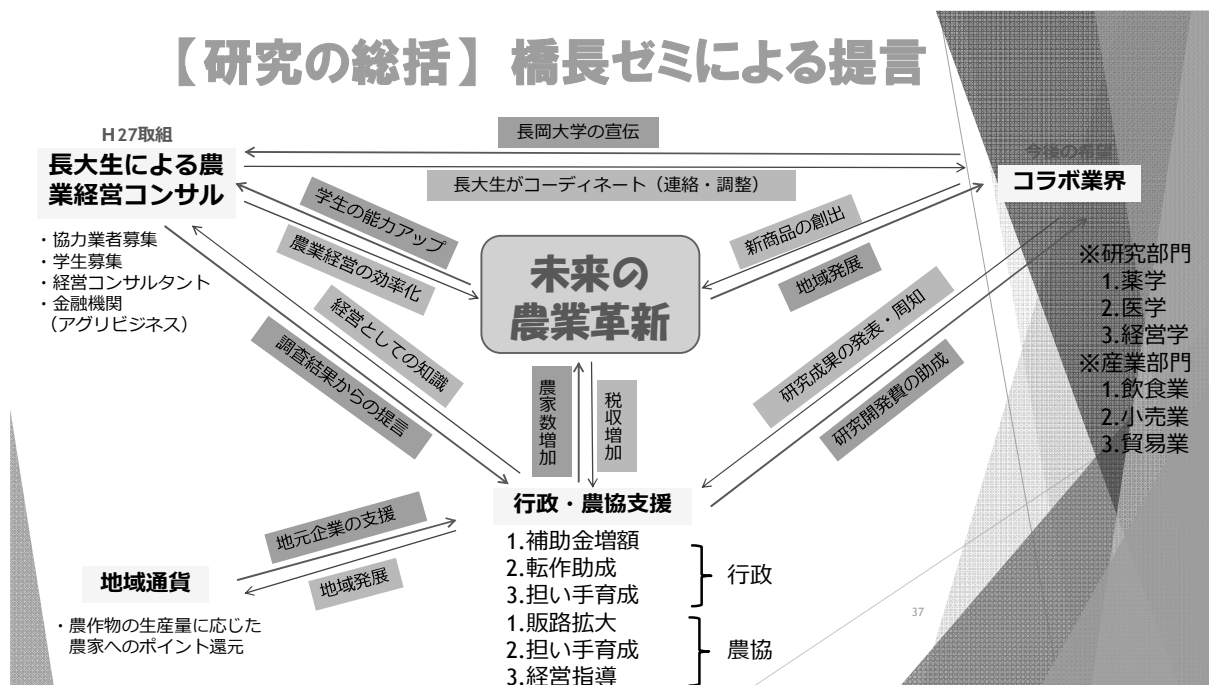


図 6-1 未来の農業改革の構造図



6.1.1 <提言 1>

長岡大学生と行政、飲食業、薬学の研究機関とのコラボレーション企画案として、長岡産の食材を使ったカレーのレシピを考案する。

- 【事業名】 「長岡支援のフェアトレードカレー」の開発
- 【実施主体】 長岡大学 橋長ゼミナール
- 【実施期間】 平成 27 年 4 月 1 日から平成 27 年 11 月 30 日
- 【連携先】 長岡市農政課、他大学(薬学部)、地産地消推進店、フェアトレード専門店「ら・なぷう」
- 【事業目的】 生産者の所得向上を図る目的で、消費者に親近感と安心感を持ってもらえるよう、長岡米と在来野菜、フェアトレードスパイスを使用し、消費による社会貢献の在り方を消費者へ啓発していくこと
- 【事業内容】 長岡米と在来野菜、フェアトレードのスパイスを使用したオリジナルカレーを開発し商品化につなげる。
- ① カレーの成分、栄養素などを他大学の薬学部に測定を依頼し、メニューに記載することで消費者に栄養価と安全性を保障する。食材の生産者の名前、写真、生産者と消費者をつなぐ流通経路などの情報も併せてメニューに記載することで、地元食材へのさらなる安全感を与える。
- ② 開発したカレーを長岡大学の学園祭や、長岡市のイベントなどで試験販売を行う。
- ③ 購入者の評判を踏まえ、商品の改良を行い、町のスーパーや、地産地消の飲食店で販売してもらえるよう PR 活動を行う。

レシピ（例）【カツカレー（4 人前）】

〈材料〉

・長岡産コシヒカリ 4 合	・サラダ油	大さじ 2
・だるまれんこん 1 本	・トマト中	1 個
・長岡巾着ナス 1 本	・にんにくみじん切り	1 ケ
・梨なす 1 本	・生姜擦り下ろし	1 ケ
・里芋 2 個	・カレー粉	大さじ 2
・白雪こかぶ 1 個	・白すりごま	大さじ 2
・かぐら南蛮 2 個	・醤油	大さじ 1
・山古志牛 140g	・米麴	大さじ 1
・スパイス（フェアトレード商品）	・コショウ	小さじ 1/2

〈作り方〉

- ① 野菜と肉は適当な大きさに切る
- ② 鍋にサラダ油大さじ 2、クミンシード小さじ 2、カルダモンパウダー小さじ 1 かぐら南蛮 1〜2 本を入れて弱火にかけ、香りがたってきたら野菜と肉も入れて中火で炒める
- ③ 軽く火が通ってきたところでトマト中 1 個、にんにくみじん切り 1 ヶ、生姜擦り下ろし 1 ヶ、カレー粉大さじ 2 を入れ、更に 2, 3 分炒める
- ④ 水、ローリエを入れて野菜が柔らかくなるまで煮込む
- ⑤ 沸騰したら、白すりごま大さじ 2、醤油大さじ 1、米麴大さじ 1、コショウ小さじ 1/2 を加えて 5 分煮る
- ⑥ 牛肉は脂身を切り落とし筋切りして叩く。塩コショウを振り、小麦粉を薄く塗す。よく溶いた卵にくぐらせ、パン粉をつける
- ⑦ フライパンに多めの油を熱し、牛肉を両面色よく揚げ焼きする。バットに取り油を切る
- ⑧ 皿にご飯、カレー、カツをのせて完成

6.1.2 <提言 2>

【事業名】 「農協・長岡大学との協働経営コンサル」

【実施主体】 長岡大学 橋長ゼミナール

【実施期間】 平成 27 年 4 月 1 日から平成 27 年 11 月 30 日

【連携先】 農協、農家、独立系経営コンサルタント会社、
もしくは金融機関（アグリビジネス部署）

【事業内容】 協力農家を募集し、その後学生が実際に長岡市の農家に伺い、経営分析を行う。その結果を経営コンサル会社に提出し、経営コンサルタント会社に診断を依頼する。

【事業目的】

[農協へのメリット]

- ・大学の持つ経営・経済に関するハイレベルな専門知識の導入
- ・学生の自由な発想により独自の分析を行い、農家の収益の向上を目指す

[大学へのメリット]

- ・ゼミナールでの学びを経営コンサルタントとして展開できる実践力を養う
- ・経営・経済の知識を実際の現場で活用することで、インターンシップとしての役割を果たす

【成果予想】

- ・1 年間で 2 件の農家の経営コンサルを行い経営コンサルタント会社との交流の中で、学生が実際に経営コンサルタントの知識や手法を学ぶことができ、学生の知識の定着化および実践力の修得が見込まれる

【長岡大学生、農協のコラボによる経営コンサル】

長岡大学生が農協に経営コンサルタントの公募を依頼し、学生と農協と経営コンサルタントの協働プロジェクトの企画案の作成を行う。その後、協力してくれる長岡市の農家を長岡大学生が探す。学生が農家の経営状況を分析し、その結果を経営コンサルタントに提出。経営コンサルタントが農家に行って経営コンサルを行い、農家の経営を見直し、利益の向上につなげる。

〈考察〉

学生が主体的に行うことで、費用の削減を図るとともに、学生への知識の定着化も見込める。経営コンサルタント会社との交流の中で、現場で経営コンサルタントを目にすることができ、さらなる知識の定着化とともに、仕事の現場を知ることによって就職活動にも役立てることができる。また、農業の現場を知ることができ、農業に興味を持つ学生が現れることも考えられ、長岡市の農業の発展にもつながる。

（文責：小田勇太、金子陽介）

6.1.3 <提言 3>

【事業名】 農業従事者へのポイント還元制度の創設

まず、未来の農業改革を実現するために、現在、行政及び農業共同組合（JA）が農業及び農業者に支援している事項について、我が長岡市を中心に調べてみる。

(1) 行政

行政は国・県・市町村を単位として、農業に関する様々な政策や制度を作り、それを運営する。行政自体が農業従事者になることは少ないと思われるが、農業に関する制度をより有効に、より浸透するよう全力を注いでいる。

(1-1) 補助金や資金等による助成

国や地方自治体では、各自自治体に応じて農業を発展させるために補助金制度を活用している。

例えば、新潟県農林水産部が助成している補助金は、図 6-2 の通りである。「農業近代化資金」は、建機物資金や、農機具等資金等、8 項目対象に対しての助成制度がある。また、「就農支援資金」としては、新規に農業を始める人のための事業資金の助成制度である。同様の助成制度は、長岡市独自にも設定されており、中でも特徴的なのは、「新規就農者新事業」の一つである「利用権設定促進」のための助成である。この助成は、新規に農業に参入した方が、土地を賃借する際の賃借料の助成制度である。このことにより、異業種の方も農業に参入しやすくなっているのではないかと思います。

農業制度資金のごあんない



農業制度資金は、農業者の皆様が経営規模の拡大や省力化などの経営改善を行ったり、農業後継者や新規参入者の方が新しく農業を始める場合等に、県などが補助を行うことにより長期かつ低利でお貸しできる資金です。
借入れの目的に応じて上手に活用し、経営の改善等にお役立てください。

こんなとき、こんな資金（●印）が利用できます。（▲は対象外です。）

資金名	利率 年利%	償還期間 (月)	農地等 借入れ	農業者の 借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ	農業後継者 の借入れ	新規参入者 の借入れ
農業近代化資金	0.60 ～1.20	7～20 (2～7)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
新規参入者経営安定資金	無利子	12(7)																
農業経営改善促進資金 (部スーパーS資金)	1.50	1																
就農支援資金	無利子	7～12 (1～5)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
農業経営改善促進資金	1.20	10(3)																
日本経済再生本部 農業経営改善促進資金 (スーパーS資金)	0.60 ～1.20	25 (10)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
農業改良資金	無利子	12 (5)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
経営体質強化資金	1.20	25 (3)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
農林漁業セーフティネット 貸付	0.60 ～0.75	10 (3)																

利率は、平成25年6月1日に現在です。借入れの額に融資限度額に達するまで貸付します。

平成25年7月 新潟県農林水産部

図 6-2 新潟県「農業制度資金のごあんない」

(1-2) 転作助成

首相官邸日本経済再生本部の産業競争力会議課題別会合（第 2 回）にて、平成 25 年 11 月 22 日、農業基本政策の抜本改革の方針が明示され、主食用の米からの転作を奨励し、戦略的作物「主作」の「攻めの農業」を実行することができるよう改革方針が示された。

4 つの基本方針について

- ・国民の主食の変化を踏まえた新たな農業政策の確立
- ・経営力のある担い手による自立した生産性の高い農業の実現
- ・助成による作付誘導を改め、作物選択の自由度の拡大

・産業政策としての農政の確立

具体的には、抜本改革の内容と4つの基本方針は次の通りである。

①生産数量目標の戸別に設定（5年後を目途に米の生産調整（減反+転作支援）を完全撤廃

②生産調整実施を要件とする助成は行わない

- ・米の直接払交付金を平成30年産から廃止し、経過期は単価大幅減額
- ・米価変動補填交付金を平成26年度から廃止
- ・米・畑作物の収入影響緩和対策による「収入保健」導入に向け検討を加速化

③減反補助金（水田活用の直接支払交付金）、戦略的作物を「主作」栽培とする新しい方針を明示

- ・主食用のコメからの転作奨励
- ・面積払いの転作助成金を数量払いで戦略的作物の育成を支援
- ・パンや麺類に適した小麦、多様性の飼料用米など戦略的作物の競争力強化のための技術開発等の推進

④その他

- ・政府は、余剰米の処理は行わない
- ・農地中間管理機構を通じた農地集約と補助金等との連携について検討等

出典：首相官邸日本経済再生本部の産業競争力会議課題別会合（第2回）資料「農業基本政策の抜本改革～コメの生産調整廃止と経営所得安定対策の見直し～」

現在、新潟市では、「田んぼフル活用促進事業費補助金」制度が実施されている。この補助金は、米の生産調整において転作田を有効利用した土地利用型作物へ作付け転換を推進、農業者に補助金を交付する制度である。転作作物として、麦、大豆、WCS、飼料作物の栽培作業の受委託に係る協議等に係る経費や、自作する認定農業者の作業に係る経費に対する補助である。この制度は、平成25年4月1日～平成28年3月31日の期限付制度として実施されている。

出典：新潟市「田んぼフル活用促進事業費補助金（土地利用型作物受託促進助成）」

（1-3）担い手育成

長岡市の「農業経営基盤強化促進基本構想」（平成26年9月12日）が施行された。これは都道府県が定めた今後10年間の総合計画である「農業経営基盤の強化の促進に関する基本方針」に基づいて、長岡市が独自に策定した基本構想である。

- ・農業経営基盤の強化の促進に関する目標
- ・農業経営の規模、生産方式、経営管理の方法、農業従事の態様等に関する営農類型ごとの効率的かつ安定的な農業経営の指標
- ・農業経営の規模、生産方式、経営管理の方法、農業従事の態様等に関する営農類型ごとの新たに農業経営を営もうとする青年等が目標とすべき農業経営の指標
- ・効率的且つ安定的な農業経営を営む者に対する農用地の利用の集積に関する目標その他農用地の利用関係の改善に関する事項
- ・農業経営基盤強化促進事業に関する事項

・農地利用集積円滑化事業に関する事項

出典：長岡市担い手ネット「担い手育成のページ」（2015）

また、45歳未満の認定新規就農者に対しても、「長岡市青年就農給付金」が平成24年度より実施されている。これは経営を開始した新規就農者へ最長5年間、年間150万円を給付する制度であり、青年の就農意欲と喚起と就農後の定着を図り、青年就農者の大幅な増大を図ることを目的としている。

出典：長岡市担い手ネット「担い手育成のページ」（2015）

そのほかにも、農林水産省が実施する女性に対する女性制度として、「輝く女性農業経営者育成事業」では、特に新規に就農する者に対し、将来に渡り就農できるよう支援する資金の制度が設けられている。

出典：農林水産省「輝く女性農業経営者育成事業」（2014）

(2) 農業協同組合（JA）

農協は、農業者の農事に関することから日常生活における生活相談、冠婚葬祭、JAバンクによる金融、共済、介護福祉まで幅広くサポートしている。農業者にとって最も身近な販売の場であり、農事サポートの場であり、生活サポートの場である。長岡市には「JA越後ながおか」と「JA越後さんとう」のJAがあり、JA越後ながおかについての取り組みを次に挙げる。

(2-1) 販路拡大への取り組み

地元への販売促進、また、情報化社会によるインターネットを利用した販売戦略を展開している。

①農産物直売所の販促戦略

長岡市の農産物直売所である。とれたて旬鮮市は、現在長岡市に2店舗ある。「なじら〜て」旬の新鮮野菜の他、種苗、加工品、農家起業ブース、精米コーナー、体験畑も存在する。また、こだわりおやつとしてながおかアイス、ソフトクリーム、たい焼き、なども販売している。

②ネットショップにて通信販売

楽天市場に出店し、季節に応じた商品や特産品を提供している。

③JAながおかとれたて旬鮮市」のイベント開催

地場農産物の直売を行う。イベントの開催日程について、長岡市WEBサイトや見どころや観光などで複数掲載し、検索されやすいよう工夫がされている。

④「ながおか農業まつり」の開催

生産者と消費者の交流を目的に毎年秋に開催。地場農産物の直売や食農体験イベントを行う。

出典：JA越後ながおかWebサイト(2015)

(2-2) 経営指導

J A越後ながおかでは、長岡市内5ヶ所（宮内地域、長岡地域、日越地域、上川西地域、栃尾地域）の地域営農センター設置している。この施設は、地域の特色ある地域農業の振興策や農畜産物の生産・販売、農家への栽培・経営指導、生産資材の供給、米の集荷・受検といった営農と経済を専門的に取り扱う「営農経済拠点」である。そして、地域農業振興への重点目標として次の目標を掲げ、農業者に支援をしている。

- ・担い手育成と農地利用調整
認定農業者、集落営農組織や法人の育成
- ・「エコ・5-5 運動」で常に新潟 No. 1
環境にやさしい、安全・安心、より高品質で良食味の越後ながおか米の生産の促進
- ・最大手取りを目指すライス戦略
米の販売促進と生産者収益アップ
- ・園芸生産基盤倍増と販売促進
担い手を核とした地域農業システムの実現
- ・中山間地域の活性化
米及び農畜産物の生産拡大と販売強化
- ・米需給調整対策への対応
センターの機能発揮

出典：J A越後ながおか 地域営農センター Web サイト(2015)

現在の農業は、農業者の高齢化、主食である米の消費減、T P P への参加意向、目まぐるしい政策変更など様々な問題を抱え、転換期の時期に直面している。また、国の米の転作に関する方針と農協の米の販売促進と矛盾している点、米・麦・大豆以外の農作物、例えば果樹等を栽培している農業者への支援などの課題も多数あるが、行政の政策や制度と農協の支援は、特に、新規就農者の育成・定着をメインに将来の農業について、力強く推進し始め実行している。

【事業内容】

これらの行政および農協の支援制度を分析したうえで、新たに提言できる内容としては、農協の「イーナ・ポイント制度」に対しての提言である。このポイント制度は、18歳以上の個人およびJA越後ながおかの組合員(法人・団体、農業生産法人)に対する還元制度である。この制度に、生産者が納品した生産物の取引価格に応じて、1～5%のポイント還元をする制度を組み込むという案である。このことにより、生産者はできるだけ多くの生産量を上げる動機づけになり、価格調整で減額された分の補てんとして、ポイント還元を行えばよいと考える。そのことにより、付与されたポイントは、地域での消費を呼び込み、ひいては循環型社会の形成に寄与できると考える。現在、長岡市農政課が推進する取り組みは、アグリビジネスからコミュニティビジネスへの転換である(長岡市農林部農政課長 小林平仁氏資料「長岡市の農業政策 きたるべきグローバル化を見据えて」)。コミュニティビジネスには、生産から消費ま

で循環型の社会が長岡市内で完結する取組みをいう。そのためには、消費者が地元の小売店で消費する仕組みを構築することが必要である。そのために我々は、「地域通貨」を考えたが、今回の行政・農協による農業従事者支援を再考する中で、「イーナ・ポイント制度」の存在を知ることができた。そのため、このポイントに、生産者への還元制度を導入することで、生産者が消費者となった場合、地元へ資金を落とすことにつながるのではないかと。つまり、循環型社会を形成し、長岡の地域を活性化することにつながるであろう。

(文責：バッドラルマ)



図 6-3 J A 越後ながおか
「イーサ・ポイント制度」(2014)

謝辭

本研究において、アドバイザーとして私たちの活動にご助言およびご支援くださった長岡市農林部農政課課長の小林平仁様、株式会社中村農園代表の中村郁雄様をはじめ、調査票の作成、発送作業にご協力頂いた長岡市農林部の職員の皆様、日頃の活動をサポートしてくださった本学地域連携研究センターの職員の皆様、大変お世話になりました。本報告で実施した調査は、全面的に長岡市農林部農政課のご支援を頂き実施できた調査であります。ここに感謝の意を表し、心より御礼申し上げます。また、ご多忙の中、アンケート調査にご協力頂いた長岡市地産地消推進店の経営者の皆様、長岡市認定農業従事者の皆様、本学学生の皆様に厚く御礼申し上げます。

○引用文献

- ESG ニュース(2014)「過疎自治体が国家戦略特区に指定される」,
〈http://www.dir.co.jp/research/report/esg/esg-news/20140414_008428.html〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 一般財団法人日本穀物検定協会(2014)「米の食味ランキング(平成 25 年産)Ⅱランク別表」,
〈http://www.kokken.or.jp/data/ranking_rankbetu.pdf〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 一般財団法人日本穀物検定協会(2014)「米の食味ランキング(平成 25 年産)(参考)平成元年からの特 A ランク一覽表」,
〈http://www.kokken.or.jp/data/ranking_tokua.pdf〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- J A 越後ながおか, 〈<http://www.ja-echigo.or.jp/contents/echigo/ja-e-na2.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- J A 越後ながおか 地域営農センター,
〈<http://www.ja-echigo.or.jp/contents/echigo/institution/institution.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 株式会社アール・ピー・アイ「第 6 チャンネル スペシャルインタビュー 農林水産省食料産業局長 針原寿朗氏」,
〈<https://www.6-ch.jp/pg172.html>〉 2015 年 1 月 21 日現在
- 株式会社アール・ピー・アイ「第 6 チャンネル 農山漁村の 6 次産業化について」,
〈<http://www.6-ch.jp/known/pg182.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 小林平仁(2014)「長岡市の農業政策 きたるべきグローバル化を見据えて」, 2013 年 7 月 22 日長岡大学地域活性化プログラム中間レビュー資料
- M. Higashide(2015)「都道府県データランキング(全国農業地域別・都道府県別)『米』」,
〈<http://uub.jp/pdr/a/i.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 長岡市担い手ネット「担い手育成のページ」,
〈<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/dpage/nagaokacityninaitenet/ninaite.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 日本経済新聞(2014)「国家戦略特区」, 〈<http://www.nikkei4946.com/knowledgebank/index.aspx?Saishin=863>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 日本政策金融公庫(2011)「6 次産業化で農業経営の 7 割強が所得向上を実感、今後の事業拡大に意欲課題はブランド化や人材確保ー日本政策金融公庫調査結果ー」,
〈http://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_111202_1.pdf〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 新潟県(2013)「農業制度資金のごあんない」,
〈<http://www.pref.niigata.lg.jp/keieifukyu/1221501753775.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 新潟県農業園芸課(2008)「コシヒカリ B L」,
〈<http://www.pref.niigata.lg.jp/nosanengei/1204823747830.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 新潟市(2014)「田んぼフル活用促進事業費補助金(土地利用型作物受託促進助成)」,
〈http://www.city.niigata.lg.jp/shisei/gyoseiunei/hojyokin/gyoseikeihi/norinsuisan/hojyokintop/suiden/06_4tanboful_tochi.html〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 新潟市(2014)「新潟国家戦略特区」,
〈<http://www.city.niigata.lg.jp/shisei/seisaku/kokkatokku/tokku/index.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省(2010)「農林業センサス」, 〈<http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/about/2010.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省(2013)「農業機械をめぐる現状と対策」,
〈http://www.maff.go.jp/j/council/sizai/kikai/16/pdf/data2_2.pdf〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省(2013)「農業資材コスト低減及び農作業の安全確保に関する意識・意向調査」,
〈<http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/zaicos.pdf>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省(2014)「輝く女性農業経営者育成事業」,
〈http://www.maff.go.jp/j/budget/review/h26/other/new0010_26syu.xls〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省大臣官房統計部(2011)「農業経営統計調査 平成 22 年産 米生産費」,
〈<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省北陸農政局(2012)「平成 24 年産水稻の市町村別収穫量」,
〈http://www.maff.go.jp/hokuriku/stat/data/24_12_25kome.html〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省北陸農政局新潟地域センター(2011)「農業経営統計調査 平成 22 年産米生産費(新潟)」,
〈<http://www.maff.go.jp/hokuriku/stat/index.html>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 農林水産省食料産業局産業連携課「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)について」,
〈<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/houritu/pdf/6jika.pdf>〉, 2015 年 1 月 21 日現在
- 首相官邸(2013)日本経済再生本部の産業競争力会議課題別会合(第 2 回)資料 1-2「農業基本政策の抜本改革～コメの生産調整廃止と経営所得安定対策の見直し～」,
〈<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/kadaibetu/dai2/siryou1-2.pdf>〉, 2015 年 1 月 21 日現在

『未来の農業革新』に関する調査へのご協力をお願い

本調査は、長岡大学 橋長ゼミナールで取り組んでいる地域活性化プログラムの一環で、長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるためにどのような方策が考えられるか、学生目線で新たな提言を行うことを目的としております。そのための現状把握として長岡市の地産地消の推進店の皆様に対し、現在のビジネスの取り組みや農業に対する考え方を伺いたく、アンケート調査をさせていただく次第です。調査の実施に当たり長岡市農政課のご協力を頂き、調査票の作成や文書発送を行っております。ご回答いただいた調査票は、統計上の処理をする目的で利用され、個人が特定されることはありません。ご回答の内容を活かして、学生の創造的な提言を行うための貴重な資料となりますので、ご協力をお願いします。

調査時期：2014 年 10 月 1 日～2014 年 10 月 12 日 調査方法：郵送調査法
返信方法：ご回答いただいた本調査票を、同封の「長岡大学地域連携研究センター宛」の返信用封筒に入れ
2014 年 10 月 12 日 までにご返送ください。

【ご連絡先】
長岡大学 橋長真紀子講師、池田隆洋、小田勇太、金子暢介、長橋賢和、Baavilai Bodralmaa、浦井要
電話：0258-39-1921 Email: hashisemi.nagaoka@gmail.com

6. 長岡産のどの食材に注目していますか【複数回答可】
- (1) 米 (2) 麦 (3) 雑穀 (4) いも (5) 豆 (5) 野菜 (5) 果物
(6) 花 (7) 畜産 (8) その他 ()
7. お店の売上拡大および販路開拓に最も必要なのは、どのようなことだとお考えですか
【該当する項目を1つ選んでください】
- (1) 販売先・取引先からの依頼 (2) 仲間・同業者からの紹介 (3) 自ら営業
(4) 商談会・イベント・フェア等の参加 (5) コンサルタント・コーディネーターの助言
(6) 金融機関からの紹介 (7) インターネット (8) その他 ()
8. お店の発展のために最も必要なことは、どのようなことだとお考えですか
【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 商品企画開発 (2) 他店との差別化・差異化 (3) ブランド構築
(4) 生産・加工・製造技術の向上 (5) 品質・衛生管理 (6) 販売先の開拓
(7) 販売促進 (8) 新規事業への参入 (9) 資金調達 (10) 人材育成
(11) その他 ()
- <ご回答者様について>
- 年齢: 20代 30代 40代 50代 60代 70代 80代 性別: 男 女
- 居住地: (例:長岡市御山町)

ご協力ありがとうございました

1. 地産地消をどのようにアピールしていますか【複数回答可】
- (1) メニューに記載 (2) 新聞広告 (3) チラシ (4) ホームページ (5) SNS
(6) その他 ()
2. 地産地消の最大の魅力は、どのようなことだと思いますか【該当する項目を1つ選んでください】
- (1) 地域の活性化に貢献できる (2) 県外の人に魅力を知ってもらえる
(3) 新鮮な食材を提供できる (4) 低コストで販売できる (5) 安心・安全な食材を提供できる
(6) その他 ()
3. 地産地消の最大の課題は、どのようなことだと思いますか【該当する項目を1つ選んでください】
- (1) 収穫量が不安定 (2) 食材の種類が限定される (3) 価格の変動 (4) 価格が高い
(5) その他 ()
4. どの年齢層のお客様を主な対象にビジネスをしていますか【該当する項目を1つ選んでください】
- (1) 0-19歳 (2) 20-29歳 (3) 30-39歳 (4) 40-49歳
(5) 50-59歳 (6) 60-69歳 (7) 70-79歳 (8) 80-89歳 (9) 90歳以上
5. 地産地消の取り組みとして、仕入れている長岡産の食材は、どの食材ですか【複数回答可】
- (1) 米 (2) 麦 (3) 雑穀 (4) いも (5) 豆 (5) 野菜 (5) 果物
(6) 花 (7) 畜産 (8) その他 ()

『未来の農業革新』に関する調査へのご協力をお願い

本調査は、長岡大学 橋長ゼミナールで取り組んでいる地域活性化プログラムの一環で、長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるためにどのような方策が考えられるか、学生目線で新たな提言を行うことを目的としております。そのための現状把握として長岡市の認定農業者様に対し、現在のビジネスの取り組みや農業に対する考え方を伺いたく、アンケート調査をさせていただく次第です。調査の実施に当たり長岡市農政課のご協力を頂き、調査票の作成や文書発送を行っております。ご回答いただいた調査票は、統計上の処理をする目的で使用され、個人が特定されることはありません。ご回答の内容を活かして、学生の創造的な提言を行うための貴重な資料となりますので、ご協力をお願いします。

調査時期：2014 年 10 月 20 日～2014 年 10 月 31 日 調査方法：郵送調査法

返信方法：ご回答いただいた本調査票を、同封の「長岡大学地域連携研究センター宛」の返信用封筒に入れ
2014 年 10 月 31 日 までにご返送ください。

【ご連絡先】

長岡大学 橋長真紀子講師、池田隆祥、小田勇太、金子陽介、長橋賢和、Baavilai Badralmaa、浦井要
電話：0258-39-1921 Email: hashisemi.nagaoka@gmail.com

1. 農業区分を教えてください【該当する項目を1つ選んでください】

(1) 販売農家

- ①主業農家（農業所得が50%以上、一年間に60日以上自営農業に従事、65歳未満の世帯員がいる農家）
②準主業農家（農業所得が50%未満、一年間に60日以上自営農業に従事、65歳未満の世帯員がいる農家）
③副業的農家（一年間に60日以上自営農業に従事、65歳未満の世帯員がいない、①と②以外の農家）
(2) 自給的農家

2. 農業経営区分を教えてください【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 家族経営 (2) 個人経営 (3) 法人経営

3. 農業面積を教えてください【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 0.3ha 未満 (2) 0.3-1ha 未満 (3) 1-5ha 未満 (4) 5-10ha 未満
(5) 10-20ha 未満 (6) 20-30ha 未満 (7) 30-50ha 未満 (8) 50ha 以上

4. 生産品目を教えてください【複数回答可】

- (1) 米 (2) 麦 (3) 雑穀 (4) いも (5) 豆 (5) 野菜 (5) 果物
(6) 花 (7) 畜産 (8) その他 ()

5. 農業に従事していて、最も良かったと思うことはどんなことですか【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 自給自足ができる (2) 楽しい (3) やりがいがある (4) 健康志向になった
(5) 食べた人に喜んでもらえる (6) その他 ()

6. 農業に従事していて、最も困っていることはどんなことですか【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 後継者不足 (2) 天候に左右される (3) 収入が不安定 (4) 設備投資に多額の費用がかかる
(5) けがや病気や倒れると代わりの担い手がない (6) その他 ()

7. 農業を継続させるために、どのようなことが必要だと思いますか【該当する項目を1つ選んでください】

- (1) 後継者の確保 (2) 販売先の拡大 (3) 所得向上 (4) 減農薬栽培
(5) 農業・農村の魅力発信 (6) その他 ()

8. 農業に対する行政による支援の現状について、どのように思いますか

- (1) 満足している
(2) 不十分である
↓

どのような支援があるかと思いますが【該当する項目を1つ選んでください】

- ①水路の泥上げ・補修 ②農道の保全・補修 ③担い手の育成 ④都市交流の機会の創出
⑤投資家の誘致 ⑥景観形成の整備 ⑦転作への助成 ⑧経営指導
⑨異業種交流の場の創出 ⑩災害復旧時の対応 ⑪新種や最新技術の研修
⑫補助金の増額(具体的な対象:) ⑬その他()

9. 農業に対する農協による支援の現状について、どのように思いますか

- (1) 満足している
(2) 不十分である
↓

どのような支援があるかと思いますが【該当する項目を1つ選んでください】

- ①販路の拡大 ②加工食品の開発 ③担い手の育成 ④都市交流の機会の創出
⑤投資家の誘致 ⑥景観形成の整備 ⑦転作への助成 ⑧経営指導
⑨異業種交流の場の創出 ⑩災害復旧時の対応 ⑪新種や最新技術の研修
⑫補助金の増額(対象:) ⑬その他()

10. 6次産業化に取り組んでいますか

(1) はい → 具体的な内容【複数回答可】

- ①農作物の加工 ②農作物の直売所 ③観光農園 ④農家レストラン
⑤その他 ()

(2) いいえ ⇒ 問13へ

『未来の農業革新』に関する調査へのご協力をお願い

本調査は、長岡大学 橋長ゼミナールで取り組んでいる地域活性化プログラムの一環で、長岡市の農業をより活性化させ、全国的な知名度を向上させるためにどのような方策が考えられるか、学生目線で新たな提言を行うことを目的としております。そのための現状把握として**長岡大学の学生**に対し、農業に対する考え方を伺いたく、アンケート調査をさせていただいております。調査の実施に当たり長岡市農政課のご協力を頂き、調査票の作成や文書発送を行っております。ご回答いただいた調査票は、統計上の処理をする目的で使用され、個人が特定されることはありません。ご回答の内容を活かして、学生の創造的な提言を行うための貴重な資料となりますので、ご協力をお願いします。

調査時期：2014 年 10 月 6 日～2014 年 10 月 17 日 調査方法：集合調査法

返信方法：ご回答いただいた本調査票を、同封の「長岡大学地域連携研究センター宛」の返信用封筒に入れ
2014 年 10 月 17 日(金)までにご返送ください。

【ご連絡先】

長岡大学 橋長真紀子講師、池田隆祥、小田勇太、金子陽介、長橋賢和、Baavlai Bodralmaa、涌井要
電話：0258-39-1921 Email: hashisemi.nagaoka@gmail.com

1. あなたの東家や親戚で農業を経営している人はいいますか (1) はい (2) いいえ
2. 「地産地消」という言葉を聞いたことがありますか (1) ある (2) ない
3. 「6次産業化」という言葉を聞いたことがありますか (1) ある (2) ない
4. 農業に対し、どのようなイメージを持っていますか (1) 魅力的 (2) どちらともいえない (3) あまり魅力を感じない
理由 ()
5. 農業の未来についてどのように思いますか (1) 発展する (2) 変わらない (3) 衰退する (4) わからない
理由 ()
6. 将来、自分の職業として農業に従事したいですか (1) 農業をしたい (2) 農業をやりたいくない
理由 ()
7. どのような農業なら、経営もしくは従事してもよいと思いますか
自由記述 ()
8. 今の農業に不足していることや、必要なことはどのようなことだと思いますか
自由記述 ()

<ご回答者様について>

学年： 性別： 男 女 居住地：(例：長岡市御山町)
ご協力ありがとうございました

11. (問10で「はい」と答えた方にお聞きします) 6次産業化の取り組み年数を教えてください

(1) 1-5 年未満 (2) 5-10 年未満 (3) 10-15 年未満 (4) 15-20 年未満
(5) 20 年以上

12. (問10で「はい」と答えた方にお聞きします) 6次産業化を取り入れて、生産総額(金額)にどのくらいの変化がありましたか、

(1) 減少した → 減少幅：①1000 万円～5000 万円未満 ②5000 万円～1 億円未満 ③1 億円以上
(2) 変わらない
(3) 上昇した → 上昇幅：①1000 万円～5000 万円未満 ②5000 万円～1 億円未満 ③1 億円以上

13. 農業を特産品にするために、野菜、他の業界と連携をしていますか

(1) 連携している

↓
どのような業界と連携していますか【複数回答可】

研究機関 → ①医学 ②理学 ③工学 ④経営学 ⑤工学 ⑥その他 ()
産業 → ⑦飲食業 ⑧観光旅行業 ⑨小売業 ⑩医療福祉業 ⑪運輸業 ⑫金融業
⑬広告業 ⑭貿易業 ⑮その他 ()

(2) 連携していない

14. 農業を特産品にするために、野菜、どのような業界と連携をしていますか【複数回答可】

(1) 研究機関 → ①医学 ②理学 ③工学 ④経営学 ⑤工学 ⑥その他 ()
(2) 産業 → ⑦飲食業 ⑧観光旅行業 ⑨小売業 ⑩医療福祉業 ⑪運輸業 ⑫金融業
⑬広告業 ⑭貿易業 ⑮その他 ()

15. 農業従事者から見て、TPP についてどのように思いますか【該当する項目を1つ選んでください】

(1) 期待している (2) 不安である (3) わからない (4) その他
理由 ()

16. 農業全般に関し、今感じていることを自由に記述してください。

<ご回答者様について>

年齢： 20 代 30 代 40 代 50 代 60 代 70 代 80 代 性別： 男 女
居住地：(例：長岡市御山町)

ご協力ありがとうございました

十分杯を使って長岡を盛り上げよう

—知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるか—

權ゼミナール

13M005 小川雄気 13E019 中沢裕太 13M022 中澤 司

目次

1. 序章
 1. 1 本稿の視点
 1. 2 2つの基準
 1. 3 活動の構成
2. 十分杯入門
 2. 1 4つの特徴
 2. 2 教訓
 2. 2. 1 『十分盃銘』の中の「天道虧盈」
 2. 2. 2 様々な「足るを知る」と「満つれば欠く」と歴史
 2. 3 杯の構造
 2. 4 原理
 2. 4. 1 大気圧説
 2. 4. 2 水分子の鎖説
 2. 4. 3 圧力差説
 2. 5 ルート
 2. 5. 1 ピタゴラス杯
 2. 5. 2 中国の敬器
 2. 5. 3 朝鮮半島の戒盈杯
 2. 5. 4 石垣島の教訓茶碗
 2. 5. 5 山形県の八分杯
 2. 6 十分杯の名称
 2. 7 杯と盃
3. 長岡と十分杯の関わり
 3. 1 江戸時代
 3. 2 明治時代以降
 3. 3 長岡との歴史的関わりを調べた感想
4. 今年度の活動紹介と成果
 4. 1 昨年度までの活動
 4. 2 今年度の活動
 4. 2. 1 アオーレでの広報活動
 4. 2. 2 長岡酒の陣での広報活動
 4. 2. 3 十分杯会議の立ち上げ
 4. 2. 4 悠久祭での展示活動
 4. 2. 5 ブログの立ち上げ
 4. 2. 6 成果

5. 文化財による地域活性化の事例研究

5. 1 事例研究の必要性

5. 2 事例紹介（歴史編）

5. 2. 1 一乗谷遺跡の特色

5. 2. 2 長岡と一乗谷の違い

5. 3 事例紹介（精神編）

5. 3. 1 日新館の特色

5. 3. 2 長岡と日新館の違い

5. 4 問題点・課題と新たな提案

5. 4. 1 問題点・課題の整理

5. 4. 2 新たな提案

6. 結びに代えて

1. 序章-本活動の視点と活動の位置付け-

1. 1 本活動の視点

日本経済はバブル経済が崩壊してからなかなか立ち直れない。安倍政権になってからかつてない大胆なマクロ政策が展開されているが、多くの国民が実感できるほどの成果には繋がっていないのが現状である。このような状況をどのように理解したらいいかについて、「お金が十分にあれば、また、お金の利用価格を安くすれば、社会の中でお金は以前より循環するようになるんだ。」ではなく、「欲しい物がないから個人はお金を使わないし、社会全体としてはお金が循環しなくなっているのではないか」と仮説を立てた。つまり、私たちは、「欲しい物」を作ることが経済活動として非常に重要だと認識しているのである。

そこで、欧米先進国にあって日本にないものは何かを考えてみた。世界的な大学、世界的な IT 企業、世界的な遊園地等々。確かにそのようなものは欧米発のものだが、日本に全くないわけではない。日本にあるものも欧米先進国と肩を並べられる、またはそれ以上の物もたくさんある。ただ、それらの産業は世界的規模で競争が展開されているのが現状である。では、ブランド物はどうか。殆どが欧米諸国のものであり、今は大企業となっているが成長過程は決して大企業ではなかった。スイスの時計産業、イタリアやフランスの皮革製品産業がそうである。日本に欠けているのはこのような産業ではないだろうか。と暫定的に考えるようになった。時計にしてもカバンにしてもブランド品はとんでもない高値で取引されている。それでもブランド品は客からのロイヤリティが高い。消費者の中にはそんなに高いものに金を使うのは「良くない」と見ている人たちが多い。ご飯一粒を大事にしている人がたくさんいるわけだし、節約は間違いではない。しかし、ヨーロッパでそのような「贅沢すぎて良くない」産業が雇用を増やし、資金への需要を高め、イノベーションを起こしているのが現状である。つまり、産業を倫理観に基づいて「良い」、または「良くない」で見えてはならないのである。どれだけの人の仕事で作られるのか、どれだけのお金を必要とするのか、どのようなイノベーションが期待できるかなどの見方が大事ではないかと、結論付けた。

そこで、長岡に富をもたらすにはどうしたらいいかを考えてみた。私たちの結論は、ヨーロッパのように、「他の地域や国になく、それなりの需要があるもの」を探すことだった。この結論に至る前に、長野県のどこかの市がやっているように、自転車を開発したらどうか、日本一の米菓をもっと世界市場で売れるようにしたらどうか、日本酒やコシヒカリ関連食品を世界市場に売り出せるようにマーケティングやデザインに力を入れたらどうか等々のことを考えてみた。しかし、これらのアイディアには大きな課題がある。第1に、大学2年の私たちはほぼ確実に実現可能にする力を持ち合わせていない点である。第2に、すでに存在しているものではないため、新たな投資を必要とするのはもちろんであり、それを可能にするためのノウハウはあまり蓄積されていないだろうと考えた。言い換えれば、そのようなノウハウがなかったからこれまでに実現できなかったのである。このような見方が正しいのであれば、前述したアイディアの実現は不可能に近い。そうする

と、アイディアは無意味なことになってしまう。つまり、実現に向けてのアイディアは「現実にあるもの」から始める必要があると結論付けた。

1. 2 2つの基準

そこで、私たちは「すでに長岡に存在する物や事」のなかで、「私たちが関わることのできる物や事」を考えることにした。つまり、長岡ならではの「もの作り」から「もの探し」へ方向転換をしたのである。まず、最初に思い浮かんだのは長岡花火だった。確かに復興という歴史的な意味合いもあり、規模も大きく、最後に打ち上げるフェニックスは多くの人を魅了する。ところが、私たちが関わることの意味は小さいと判断した。私たちにできることは、募金ボランティア、掃除ボランティア、案内ボランティアぐらいであろう。どれもその日限りのもので、すでに多くのボランティアが活動をしている。また、私たちにアイディアを積極的に出せるかが何より疑問だった。なぜなら、約70回の歴史のある行事、つまり、70回の試行錯誤を経験している歴史的イベントに対して、ただ観客として見るだけだった私たちにできることは少なすぎるのではないかと考えたからである。

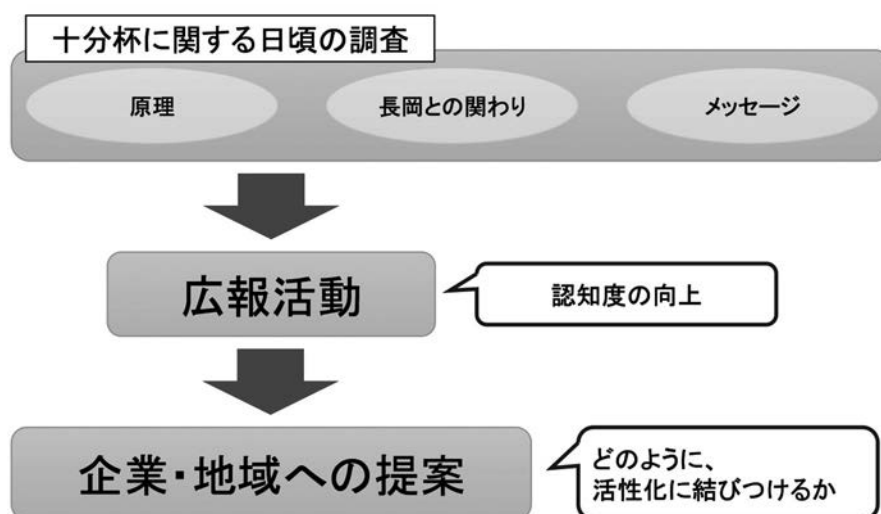
そこで、自然に私たちは權ゼミナールの先輩たちが3年間行ってきた十分杯の広報活動を新たに考えるようになった。なぜなら、十分杯は日本中に長岡だけにあるわけではないが、後述するように歴史と文化の観点からすれば最も盛んな地域が長岡だからである。また、長岡は全国的に有名な日本酒の酒蔵が複数ある日本酒の街というイメージもある。十分杯は杯であるから、アイディア次第では長岡の誇れる日本酒と一緒に広報できるかもしれないと思うようになった。十分杯は「満つれば欠く」、「儉約」というメッセージがあり、木製のものもあり、なお価格もそれほど高くないため、長岡土産として育てていくことも可能ではないかと可能性を高く見た。しかも、すでに3年間の広報活動の蓄積があるため、全くゼロからの出発でもない。それに、アドバイザーのお二方を含め人的ネットワークもあった。このように十分杯という題材は、長岡にある非常にユニークで長岡ならではのものであり、やり方次第では長岡の富を少しばかりかもしれないが大きくすることができるかと私たちは判断した。欧米において、時計産業や皮革製品産業が一国または一地域の生活の安定を実現するまでに成長したが、十分杯はそのような日用品ではないためそれほど成長は見込めない。しかし、かつての時計産業や皮革製品産業と同じく、ビジネスとしての可能性を持っている産業という点は共通しているのではなかろうか。

1. 3 活動の構成

このような理由と判断から、私たちはとりあえず1年間十分杯の広報活動を行うことにした。なぜなら、本来地域活性化プログラムは3・4年主導で行われているからである。私たち3人は全員2年で、しかも単位と関係なくこの活動を行ってきた。とりあえず、1年間活動をやってみてから3年以降もそれをやり続けるかを各自判断することとした。

上述した問題意識から1年間の活動を以下の図のように行うことにした。

<図1>この1年間の活動のイメージ図



最初の難関は、アオーレ長岡での広報活動のため、説明力を高めなければならないことだった。まず、説明の部分を①サイフォンの原理、②長岡との関わり、③十分杯に込められたメッセージの3つに分けた。ちょうど3人ということもありそうすることとした。これをベースに認知度向上のために広報活動を行い、最終的には活性化に結びつけるために地域の企業と社会に提案していくこととした。

2. 十分杯入門

2. 1 4つの特徴

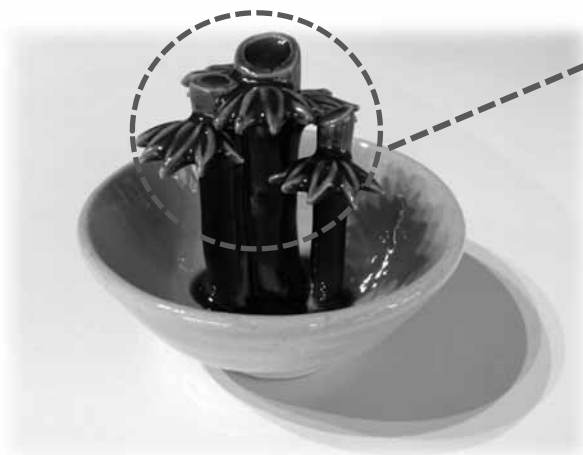
十分杯は陶器やガラスや木のマスなど様々な形のものが存在している。そして、多くの十分杯に共通していることは、①<図2>の写真のように真ん中に柱が立っている、②その柱（飾り）の中を管が通っている、③<図3>のように底に穴があいている、④（図2）の写真のように真ん中に柱が立っている、③その柱（飾り）の中を管が通っている、④一定の量（8分目程度）を超えて注ぐと、中に入っていたすべてのお酒が底の穴から漏れてしまうため、杯の中は空になるなどの4点が挙げられる。

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。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。

<図2> 江戸時代中期の平戸焼の十分杯（上図）と北越銀行の松竹梅（竹）（下図）



飾り
かざ



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（チューブ、管）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。

<図3> 十分杯の底の穴



(注) この穴と<図2>の飾りに隠れている管がつながっている。

2. 2 教訓

2. 2. 1 『十分盃銘』の中の「天道虧盈」

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（図4）』という詩の中には出てこない。

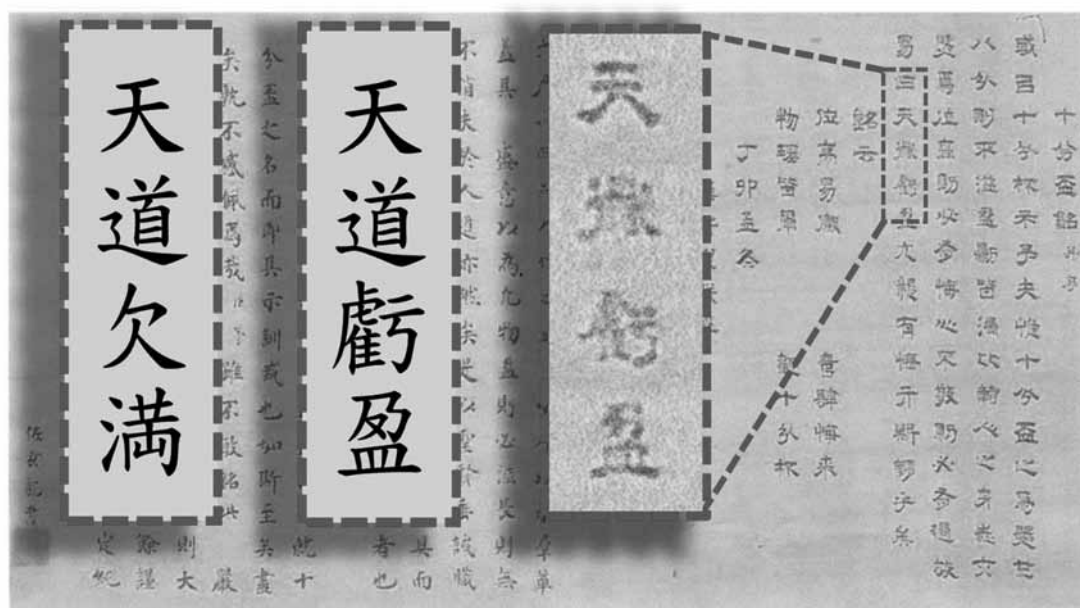
牧野忠辰は、十分杯に感銘を受けて『十分盃銘』という詩を詠んだ。その詩の中には「足るを知る」という言葉ではなく「満つれば欠く」という言葉が出てくる。「満つれば欠く」とは、あまり欲張りすぎるとかえって失ってしまうので欲張るなという意味である。

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、高田城の請収、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。

<図4>『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、十月の悠久祭で行った十分杯会議の際に、アドバイザーで長岡歯車資料館の内山弘館長から、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いう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にした。

2. 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される「知足の蹲踞^{みづくに}」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「知足の蹲踞」を寄進したとされ、さらに「満つればかく」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、より詳細に調べることにしたい。

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¹と指摘している。

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ると老子は考えている’と森三樹は解説している²。

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経典に「足るを知る」が出てくる。よく知られているのは『遺教経』^{ゆいきょうぎょう}であり、ここでは『遺教経』の「足るを知る」について説明する。

遺教経には、「比丘達よ、もし諸々の苦悩から脱却せんと思うならば、よく知足(の教え)を觀じよ。「知足」という教えは豊かで安楽、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、なお安楽である。足ることを知らない者は、豪勢豪奢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。遺教経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^{はちだいにんがく}」³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。

遺教経にはさらに、「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、消してしまうのではなく、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（図5）」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、隹、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い、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。

＜図5＞知足の蹲踞



④ 森鷗外の『高瀬舟』

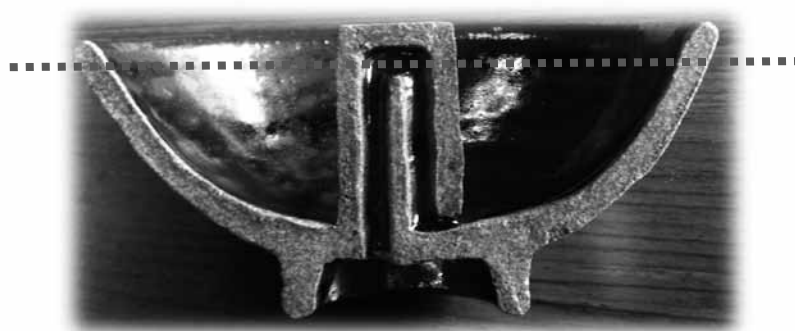
森鷗外の書いた小説、『高瀬舟』は、財産の多少と欲望の関係、および安楽死の是非をテーマとしている。ここでは小説のあらすじを簡潔に紹介したい。京都の罪人を遠島に送るために高瀬川を下る舟に、弟を殺した喜助という男が乗せられた。護送役の同心である羽田庄兵衛は、喜助がいかにも晴れやかな顔をしている事を不審に思い、訳を尋ねる。庄兵衛は喜助になぜそのように晴れやかな表情をしているのかを尋ねると、喜助は苦しい生活から一転、皮肉にも罪人となることで、食事をもらえるようになり、流刑先での生活費までももらえるようになり、晴れ晴れとしている。あの極貧生活に比べれば、十分すぎるほどの待遇をしてもらっていると答える。満足している様子に、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。

2. 3 杯の構造

この＜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。そして、權ゼミナールでは、広報活動の際に紙コップとストローを使って十分杯の仕組みがわかる模型を市民にプレゼントしてきた。

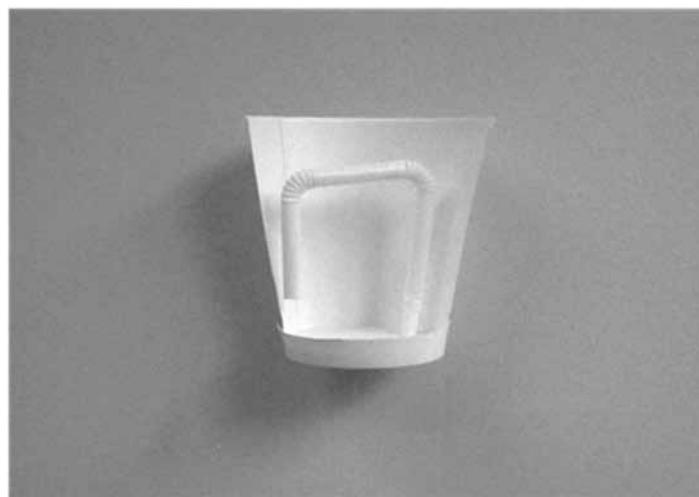
＜図6＞十分杯の断面図



八
分
目

（資料）長岡在住の陶芸作家の岡崎宗男氏が製作したもの

＜図7＞權ゼミナールが作った紙コップ十分杯



2. 4 原理

十分杯にはサイフォン（ギリシャ語でチューブ、管）の原理というものが応用されている。十分杯の底から水が漏れるのを理解するには、このサイフォンの原理というものを理解しなければならない。

サイフォンの原理とは、サイフォン（チューブ、管）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。

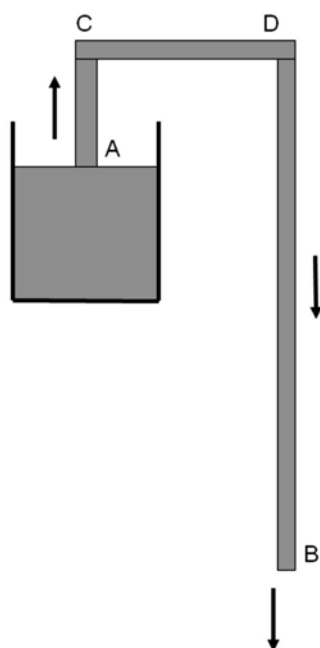
このサイフォンの原理を理解するために、まず、コップ（入れ物）の中の水を外に移すにはどうしたらいいかを考えてみよう。方法は2つしかない。一つは、コップを傾けてやる方法である。もう一つの方法がこのサイフォンの原理を活用することである。コップ（入れ物）の中に外と通じるパイプをつなげることで完成となる。ただし、人間が手に取ることができるコップの場合はコップを傾ければいいが、貯水池のような非常に大きな入れ物の水を移動させるにはどうしたらいいかを考えてみよう。まず、傾けることは不可能である。そうすると、サイフォンの原理だけが残る。パイプにはパイプの中が水でいっぱいになるようにモーターを付ける必要がある。そうすると、傾けずに殆どすべての水を出すことができる。十分杯の場合は、パイプを隠すために飾りとなっているのである。つまり、飾りの中を管が貫通しているのである。

以下では、サイフォンがどのようななどのような理屈で働くかについてこれまでに行われてきた説を3つほど紹介したい。

2. 4. 1 大気圧説

まずここでは、約350年間大気圧説が最も有力な説であったことと、近年、それは間違いだったことが解明されたことを紹介したい。松田卓也（2013）は＜図8＞を使って大気圧説を否定している。「上部の液面 A と下部の液面 B に働く大気圧はほとんど同じである。だからこの二つの圧力差で流れを起こすことは出来ない。さらに言えば、大気圧はわずかながら下部の B 点の方が高いのだから、大気圧の差によるなら流れは逆になるはずだ。つまりサイフォン現象を大気圧の作用で説明できないのは自明に思える。」

＜図8＞サイフォンと大気圧説



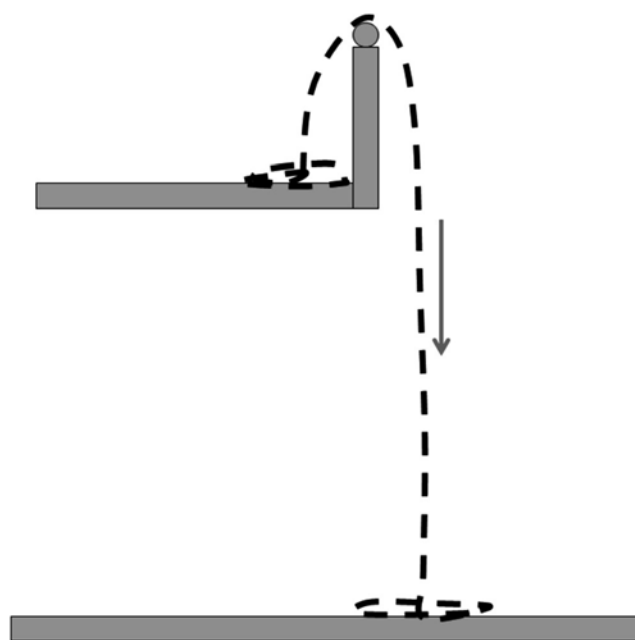
（資料）松田卓也（2013）p. 3

2. 4. 2 水分子の鎖説

2012 年 12 月に宮地祐司氏から『サイフォンの科学史—350 年間の間違いの歴史と認識』という本が出版された。本の要点は、大気圧説を否定して新たに水分子の鎖説を持ってサイフォンの原理を説明しようとしたのである。では、水分子の鎖説とはどのようなものかを見てみよう。以下の文章は前掲の松田卓也の説明文を紹介したい。

「鎖モデルとは、サイフォン内の水を一連のちぎれない鎖あるいは糸のようなものだと考える。＜図 9＞で右の長い部分の鎖は、左の短い部分の鎖より重いので落下して、左の部分の鎖がそれにつられて引き上げられるというモデルである。水が鎖や糸、あるいはボールチェーンのようにつながったものなら、それも良いだろう。実際、私はボールチェーンで実験してみたらくまく働いた。しかし水は鎖とは違う。引っ張るとちぎれるのである。しかし前掲書（宮地祐司（2012））によれば、水分子の凝集力は大きいので水がちぎれないと主張している。それは流体力学の常識と相容れない。」としている。要点だけいうならば、水分子の鎖説は個体では説明できるが、肝心な水には適用されないということであり、説明として正しくないことを主張している。

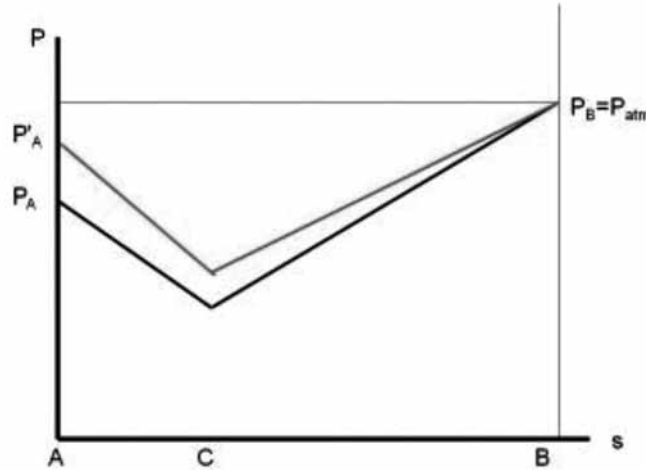
＜図 9＞水分子の鎖説のイメージ図



（資料）松田卓也（2013）p. 4

2. 4. 3 圧力差説

＜図 10＞サイフォンの 2 点における圧力差



(資料) 松田卓也 (2013) p. 7

そして、前掲の二つの先行研究を否定した松田卓也氏が新たに主張したものが圧力差説である。以下では、同氏の原稿をそのままの形で引用したい。

「問題を簡単にするために、サイフォンの最下端が大気中に解放されている場合、つまり＜図 6＞のケースを考える (2013/12/22 これも本質的ではないが、理解促進のためにそう仮定する)。この場合、B 点における圧力は大気圧 P_{atm} であると仮定して問題はない。すると管内で静水圧平衡を仮定すると、管内の圧力分布は＜図 7＞の黒線のようにになる。この場合 A 点における圧力は大気圧にならず、それより低い値 $P_A = P_{atm} - \rho g h$ になる。(2013/12/22 管の入り口を栓で塞げば、この圧力分布は実現する。つぎに栓を開くと、その圧力差で水が管の中に吸い込まれる。これがサイフォンの駆動力と説明することも出来る。)そこで管口 A における圧力は大気圧より低いという事実をそのまま受け入れるのである。すると周囲の水の圧力は大気圧に近いであろうから、管口付近で有限の圧力差が生じる。その圧力差のために、周りの水が管口に吸い込まれるのである。ビーカー内のその付近の流れを解析するには、もはや非線形項を無視するわけにはいかない。サイフォンを流れる水流の流速を求めるには、水面付近を出発して管口に吸い込まれるような流線を考えて、そこでベルヌーイの定理を適用する。水面付近では流速は 0 で、圧力は大気圧であることを考慮すると $0 + \rho g H + P_{atm} = \rho v^2/2 + \rho g h + P_A$ 故に $P_A = P_{atm} - \rho v^2/2$ それが先に求めた値と等しいから $P_A = P_{atm} - \rho v^2/2 = P_{atm} - \rho g h$ つまり $v^2 = 2gh$ となり、トリチェリの定理で得られる流速と等しくなる。(2013/12/22 この速度は自由落下速度である。)実際の流速は管壁の摩擦のため、先の速度より少し遅くなるであろう(ケースにもよるが、摩擦が大きく効く場合は、速度は少しではなく、大きく減少する。)しかし摩擦による圧力損失のために、実際の圧力分布は図 7 の赤線のようにになるであろう。具体的な流速を計算するには(層流の場合)2 次方程式を解けばよい。(乱流の場合は、むしろ簡単。)その結果は、ここでは示さないが、先の速度よりは遅くなる事が分かる。」

要するに、＜図 8＞の管口 A 点における大気圧はその周辺の大気圧と比べ低いため、水は圧力が低い管口 A 点に向かって移動し最終的には管に吸い込まれるという主張である。ところで、私たちがまだ十分理解できていないところがある。それは、なぜ、管口 A 点とその周辺の水面の間に圧力差が生じるからである。これ自体が新たな説であるのと同時に私たちもこれに接したのが 12 月の上旬だったということも原因である。今後の課題として真剣に取り組んでいきたい。

2. 5 ルート

十分杯と長岡とのかかわりは約 300 年になる。長岡に十分杯が入ってきたのは 1687 年（貞享 4 年）頃である。この時の藩主が長岡藩の内治整備の英主といわれている三代藩主の牧野忠辰（1665～1722）であった。

この時の十分杯と忠辰のエピソードについて書かれているもので一番多いものを紹介する。元禄時代になり、今まで質素儉約を心掛けていた藩士たちにゆりみが出てきてしまった。これを十分の杯を作らせ、十分杯を使うことによって藩士たちの引き締めを図った。十分杯という杯は径二、三寸ほどで杯の中央には柱が経っていて中に細い管が通っており、小さな穴が杯の内外にある。」このような文章は本によっても多少違うが、どの本にも共通している点がある。それは「牧野忠辰が十分杯を作らせた」という点である。アドバイザーの内山弘氏（長岡歯車資料館長）のお話を聞くと実際はこの文章は間違いであることが分かった。牧野忠辰が作らせたという文章ではまるで十分杯という杯を忠辰が考え、作り出したようになってしまっている。しかし十分杯というものはこの時代には既にお土産物として売られていたそうだ。そのお土産を塚越氏（おそらく庄屋）という方が和泉の国で手に入れ、忠辰に献上した。十分杯をたいそう気に入った忠辰は十分杯について詩を詠み、その詩を書記官に書かせた。

では、十分杯はもともと日本にあったものだろうか。いや、そうではない。日本が発祥の地ではないのである。世界中にサイフォンの原理が使われている杯が名前は異なるものの、多数残っている。では、十分杯はどのようなルートを通して日本に伝わったのだろうか。

十分杯の発祥の地はギリシャのようである。日本に伝えられるまでのルートは正確なことはわかっていないが、①ギリシャ→シルクロード→中国→琉球→日本、②ギリシャ→シルクロード→中国→朝鮮半島→日本の二通りのルートだと考えられている。その根拠は各地に十分杯と同じ仕組みのカップや杯が存在しているからである。

以下では各地のサイフォン杯を写真と一緒に紹介したい。

2. 5. 1 ピタゴラス杯

十分杯の起源は約 2500 年前のギリシャの数学者で哲学者でもあったピタゴラスにあると言われている。そのため、この杯には彼の名前がついている。長岡の十分杯との違いは飾りには特徴がなく、杯の外側に絵が描かれていることがある。因みにギリシャでは観光商品として定着しており、2015 年 1 月現在約 30 米ドルで販売されている。

<図 11> ピタゴラス杯



(注) 世界的インターネットショッピングモールの eBay のイタリアのサイトで Pythagoras または Pythagorean と検索すればいくつかのピタゴラス杯の写真が表示される。

2. 5. 2 中国の敬器

中国にもサイフォン杯はある。ところが中国の歴史に記録されている‘足るを知る’という教訓を伝えていたのは今のサイフォン杯とは形が異なるが、戒めの杯としては、もっとも古いものといえる。ここでは、面白さよりは教訓を重視し、敬器を紹介したい。

敬器は日本語ではイキ、中国語では yilqi4 (イーチ) と発音する。そして、宥坐之器 (ユウザノキ) という別の名称もある。つまり坐宥の銘とはここから生まれたのである。

この敬器が有名になったのは孔子 (紀元前 551-紀元前 479) にまつわるからであるが、じゅんし 荀子の宥坐編に紹介されている逸話を紹介したい。

孔子は弟子たちと一緒に魯国にあった桓公の廟を参拝しに行った時に、儀式の際に使う儀器を目にした。ところが、形が変わっており、その所以について廟守りに聞いた。

孔子：“あれは何の器ですか。”

廟守り：“桓公 (?-BC643、中国の春秋戦国時代の齊国の王だった人物。当時の中国には約 3,000 の大小の国があったが、その中でも大きな国は五つほどだったようである。それらの国を春秋五覇と言ったが、齊国もそのうちの一国だった。そして、桓公はその齊国の君主だった。仲がいつも近くに置き、座右の銘にしていちゃった器 (宥坐之器；宥という字は一般的に許すという意味がありますが、右の意味もあります。それで、いつも右において心の乱れが生じたときに見る物という解釈ができるのではないと思う。) である。

孔子：“わかった。その使い方がわかった。

孔子は弟子たちを見回りながら、語った。

孔子：“水を器に注いでみなさい。”

一人の弟子が水を汲んできてゆっくりと注いだ。みんな息を飲んで見ていた。

空っぽの器は水が少し入ると、傾き始めた。そして、器の真ん中まで水が入ったら安定して正しい形になり、器がいっぱいに近づくや否やひっくり返ってしまい、中の水が全部消えてしまった。

皆、大変珍しくまた、面白くて何も言えず、孔子を見るばかりだった。孔子は手を打ちながら感嘆した。

孔子：“そうだね。世の中には満ちてひっくり返らないものはないものだね”

子路：“先生、この器が空いていたときは傾いており、真ん中ぐらいに水が入っていたときは正しく立ち、満ちた時はひっくり返ってしまいましたね。ここに何の道理があるのでしょうか。”

孔子が弟子に答えた。

孔子：“そうとも。人もこの傾いた器と同じである。聡明で博識な人は自信の愚かな面を見なければならぬし、功績が高い人は謙虚で遠慮しなければならない。また、勇敢な人は恐れなければならない、豊かな人は節約しなければならない。謙虚に退けば損をしないということもこれと同じ道理だ。”

(資料)『荀子』の有坐編

要するに、敬器は、心の乱れが起きることを戒めるために近く（右）に置いておく物である。そのため、その教訓として「足るを知る」が強調されている。人間を動かすのは利害であり、その根底には欲がある。ところが、その欲が身の程を過ぎてしまったら、それまでの貯えが全部消えてしまう恐ろしい状況になってしまう。腹八分目という言葉はまさに十分杯のメッセージと重なるところがある。かといって、何もかも遠慮するという事はないだろう。あくまで身の程を知り、自身を戒め、節制するということに尽きる。

< 図 12 > 中国の敬器



< 図 13 > 朝鮮半島の戒盈杯



(注) この敬器は長岡歯車資料館館長内山弘氏が製作したものである。

2. 5. 3 朝鮮半島の戒盈杯

朝鮮半島にどのようなルートで伝わったかは不明だが、長岡の十分杯と全く同じ仕組みの杯がある。ただ十分杯は飾りの種類が非常に多いが戒盈杯はそうでもなく、飾りを楽しむことはあまりないようである。ところが青磁や白磁であるため、非常に品がある。また漏れて落ちてくる酒をためておく入れ物がついているのも特徴の一つである。その名は‘盈る（みちる）ことを警戒する’という意味を持つ戒盈杯（ゲーヨンベ）日本の読み方では「かいえいはい」である。記録上では、朝鮮の後期に作られたようである。白磁職人が大もうけをした後、酒や女遊びにふけたあげく、多くのものを失ってしまった。そこで、初心に戻り、全身全霊で作り上げたものが戒盈杯だと言われている。それが歴史ドラマとして放映され、多くの人々が見たようである。また、朝鮮後期の巨商が自身を戒めるために常にそばに置いたとも言われている。韓国では、政治家からのプレゼント、新婚さんへのプレゼントとして普及し始めているようである。しかし、まだまだ日本同様、知名度が低いのは同じようである。

2. 5. 4 石垣島の教訓茶碗

教訓とは‘欲張り過ぎるとすべてを失ってしまう’や‘欲張りすぎるとしっぺ返しがかかる’という古人の教えのことである。その「教訓」がそのまま茶碗としてカタチになったのが教訓茶碗である。

〈図 14〉石垣島の教訓茶碗



〈図 15〉山形県の八分杯



教訓茶碗には【宮良殿内の「八分さかずき」】として以下のような物語が伝えられている。

約 230 年前石垣島に宮良殿内に渡来物として贈答された 1 個のさかずきがあった。8 分目以上にお酒を入れると底からスーと抜けてしまう。この不思議さに宮良家では家宝同様に扱って大切に保管してきた。とはいっても来客にはこれを見せ、あるいは使って「驚き」を分かち合い「教訓」話のネタにしていたからタダの家宝ではない。コミュニケーションの手段としても大いに役立っていた。だから石垣島をはじめとする沖縄では宮良殿内の「八分さかずき」として知る人ぞ知るものであった。これもピタゴラス杯同様観光商品として売られている。

2. 5. 5 山形県の八分杯

山形県では「八分杯」という名となっている。非常に分かりやすい名である。

その昔、とあるお殿様が家臣の欲をいさめる為、考え出されたと言われている。もしかするとお殿様とは長岡藩 3 代藩主のことだったかもしれない。八分杯の意味は「腹八分目」から来ており、家臣が腹を満たそうと欲張って注ぐとサイフォンの原理によりお酒が下の穴から全て流れ落ちてしまう様に作られている。飾りになっているものが違うだけで基本的には「十分杯」と最も近い。名前だけが違うのである。

2. 6 十分杯の名称

私たちが広報活動でよく聞く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。そういう質問が出たら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。

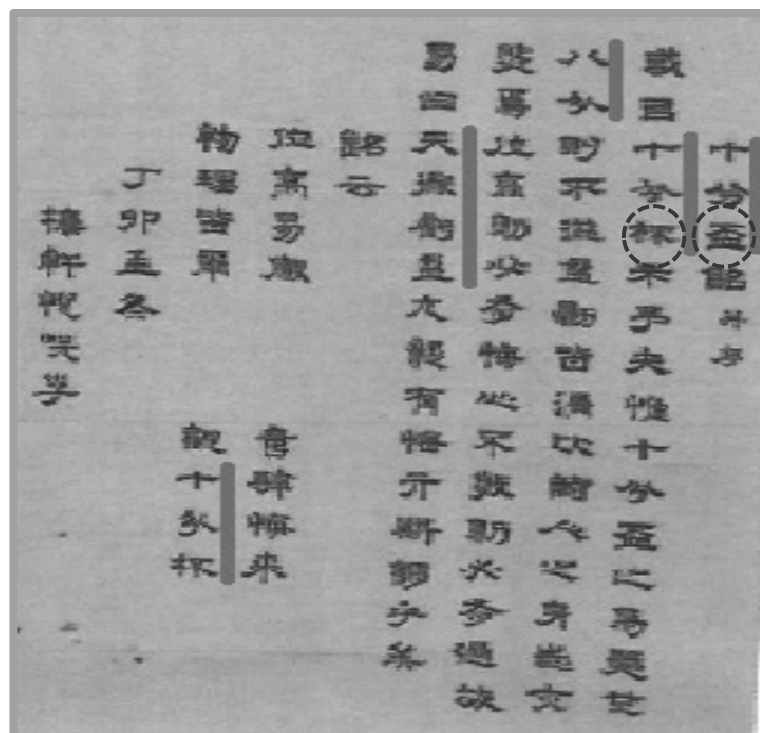
もともと「十分」は同じ発音で「充分」という単語がある。「十分」は‘10割、100%’の意味があり、「充分」は‘必要なだけ、enough’の意味が込められている。つまり、「充分」は必ず100%でなくてもその人がいいと思うのであればそれでいいという意味がある。

そうすると、発音は「十分」からとり、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。

2. 7 杯と盃

現在、長岡市内で十分杯は2種類の字が使われている。「十分杯」と「十分盃」である。‘どちらが正しいのか、どのように違うのか’という質問をよく受ける。その際に、私たちは、また『十分杯銘』を取り上げてどちらも正しいと説明してきた。銘にも両方の漢字が混ざって使われている。二つの字の違いは、‘杯’が正字で‘盃’は異体字である。それ以外の違いはない。

<図 16>長岡藩3代藩主牧野忠辰公の十分杯銘に出てくる杯と盃



3. 長岡と十分杯の関わり

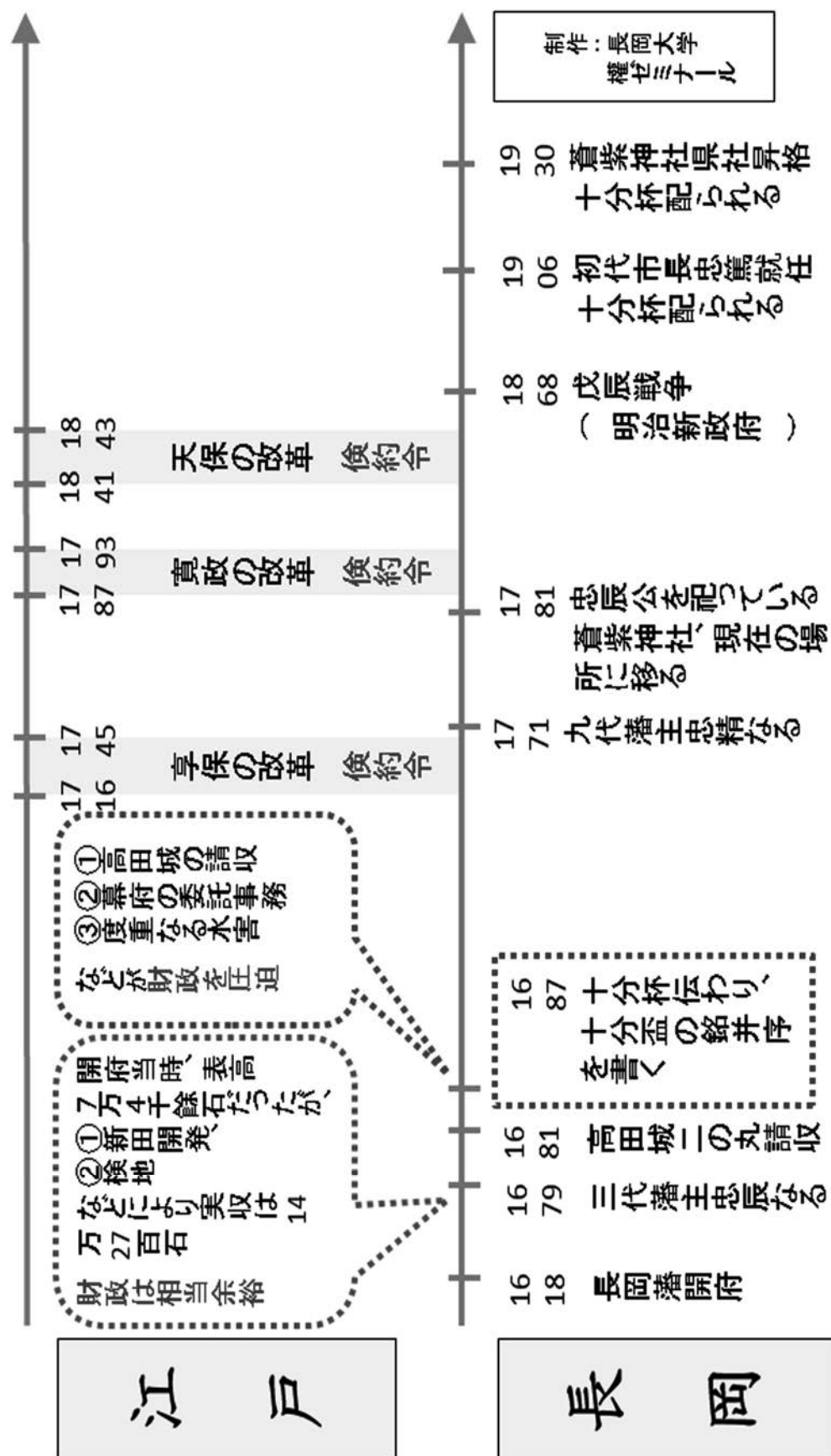
3. 1 江戸時代

今年の活動の中で最も収穫が大きかったのは歴史部門である。昨年度は3代藩主の人物像に注目したが、今年は‘十分杯が大事にされなければならない時代背景’について集中的に追求した。その結果は年表作りであった。

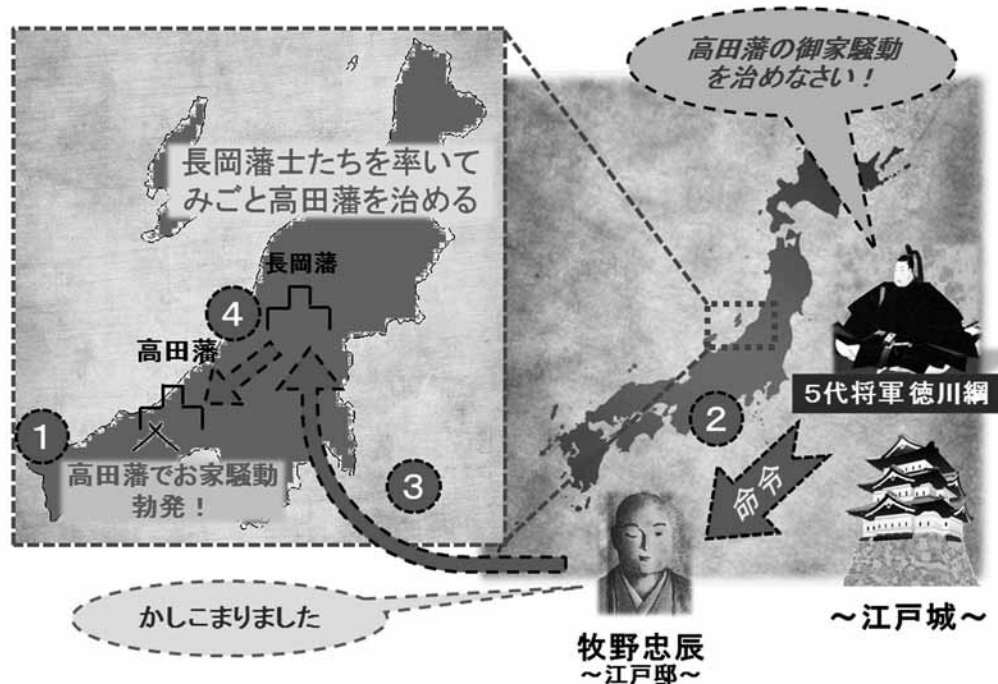
最初に、＜図 17＞は、十分杯と長岡との関わりを年表にしたものである。江戸と長岡に分けたのは、江戸からの影響を見るためである。以下では、十分杯と長岡がどういった関係なのかを江戸時代と近現代に分けて説明する。まず江戸時代の十分杯と長岡の関わりについて説明する。十分杯は、江戸時代以降の長岡藩との関わりが深かったと推定される。今から約400年昔、長岡藩が開府する。長岡藩の財政は、開府当時、表高は年間7万4千石だったと言われていた。しかし、その後の新田開発や検地などにより、実際はその約2倍の14万27百石であることがわかった。開府してからしばらくの間の財政状況はかなり余裕だったと推定される（蒲原・坂本(1980)p.89）。そういった時に、高田藩で越後騒動⁴が勃発する。

1681年、当時長岡藩の藩主だった牧野忠辰に高田城二ノ丸請取^{せいしゅう}、そして、それに伴う高田藩の運営の命が下る（＜図 18＞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⁵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事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、高田藩の請取、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、大阪の商人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⁶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。

＜図 17＞ 十分杯と長岡に関する年表



<図 18> 越後騒動における関係図



3. 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^{みやがわこうざん}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、

- ・坂之上小学校の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。

＜図 19＞長岡初代市長の依頼で
宮川香山が作った十分杯



＜図 20＞蒼紫神社の県社
昇格記念に製作された十分杯



＜図 21＞北越銀行
110周年記念の松竹梅杯



＜図 22＞坂之上小学校
100周年記念の鳩杯



＜図 23＞長岡高校140周年を記念の龍杯



＜図 24＞陶芸愛好家による河童杯



3. 3 長岡との歴史的関わりを調べた感想

正直に言って、十分杯というのは一見地味な文化である。しかし、その裏にある歴史や教訓を知る事で、見え方も変わるだろう。ただ「足るを知る」が大事だと言っても説得力が無い。「ほどほど」がいいと言っても鬱陶しく感じる。大事なのは「なぜそれが大事であるか」という事である。米百俵にしてもそうだろう。小林虎三郎の「百俵の米も、食べばたちまちなくなるが、教育にあてれば明日の一万、百万俵となる」という言葉がある。これも、ただ言われただけでは堅苦しく感じる。しかし、戊辰戦争後の彼の物語を知ること、この言葉の意味を深く理解する事ができる。現代に残る有名な言葉や格言は、それを言った人が生きた時代やその環境の中で、必然性があって言ったからこそ残るものだと思う。それを知ること、言葉をより深く理解できる。今回十分杯と長岡の歴史と物語を書いたのも、このことを補うためである。まだまだ研究不足ではあるが、十分杯という文化を多くの人に知ってもらい、広めるという目標に向かって一歩前進したように思える。

4. 今年度の活動紹介と成果

4. 1 昨年度までの活動

以下では、權ゼミナールと十分杯との出会いについて触れておきたい。權ゼミナールは2011年度の春から長岡藩と深い関わりがあり、からくり杯でもある十分杯の広報活動を行ってきた。そして、その翌年の2012年度からは長岡大学独自の教育プログラムである「学生による地域活性化プログラム」の参加ゼミの一つとして活動してきた。そもそもこのゼミ活動は、「十分杯を題材にして長岡市を盛り上げるために使うことができるのではないか」、という問題意識のもとでスタートした。しかし、この十分杯という杯のことを2011年度の3、4年生は初めから知っていたわけではなく、見学先の企業での偶然の出会いが活動を始めるきっかけとなったのである。

当初、權ゼミナールは‘現場から経済を学ぶ’ということで、長岡市内の企業見学をゼミナールの主な活動としていた。そして、たまたま2011年に見学先としてから長岡市南陽2丁目にある長岡歯車製作所の長岡歯車資料館を訪れた。この時の目的は多くの機械に欠かせない歯車について勉強することと、長岡の機械工業史を勉強するためだったようだが、見学の最後にお土産として販売されていた資料館の館長内山弘氏が自ら製作した珍しい酒枰<図 25>と同じものを紹介された。この時の酒枰が十分杯だった。

実は十分杯はあまり長岡市民に認知されてはいないものの、私たちが普段生活している長岡と関わりが非常に強いことも訪れた先輩達を驚かせた一因だったようである。

そして、内山弘館長が十分杯を広める活動をしていると聞き、一緒に活動し、お手伝いをしようとかかできることはないだろうかと考え、出来る限りの広報活動をすることを決めたそうである。この時点では「長岡市民の十分杯に対する認知度アップ」と「十分杯関連の商品化」という目標を掲げ活動を行っていた。

<図 25>木の枰の十分杯



(注) 長岡歯車資料館館長内山弘さんが製作した木の枰の縁にサイフォン原理を仕組んだ十分杯である。特許取得済み。

昨年度まで３年間の活動を表にしたものが＜表１＞である。この３年間は十分杯がどのようなものかが全くわからない状態からの出発であり、そういう意味で基礎知識を固めるためのものだった。また、もう一つ大事なことは、広報活動にはどのような人が来るかが全くわからない。そのため、誰に対しても人と話し合える力をつけなければならなかった。大人からしたら大したことではないかもしれないが、私たち学生にとっては恥ずかしさとの戦いでもあり、緊張の連続なのである。そのため、広場での広報活動は試練の場でもあり、鍛えの場でもあり、とにかく、大変である。

＜表１＞２０１３年度までの權ゼミによる十分杯の広報活動の内容

日付	場所	イベント名・活動内容
H 2 3, 6月14日	長岡大学	ヒューマンパワーアッププロジェクト
10月22, 23日	長岡造形大学	長岡デザインフェア2011
10月31日		十分杯HP作成
11月19日	フェニックス大手イースト	まちなかキャンパス
H 2 4, 5月から毎月8日	アオーレ長岡	オープニング記念市民交流事業
6月12日	長岡歯車資料館	アドバイザーの方々へ十分杯の取材
7月24日	長岡郷土資料館	長岡郷土資料館の見学
10月6日	アオーレ長岡	うんめえ酒にアオーレ～越後長岡酒の陣～
12月20、22日、H 2 5, 1月8, 9日	アオーレ長岡	アンケートの実施
H 2 5, 2月	アオーレ長岡	地物関連のイベントでの活動
H 2 5, 10月5日	アオーレ長岡	うんめえ酒にアオーレ～越後長岡酒の陣～
H 2 5, 10月26、27日	長岡大学	悠久祭にて展示会
H 2 5, 下半期	長岡大学	長岡大学学食脇に十分杯を常設展示

<図 26>飾りつけた長岡大学学食協のショーケース



(注) このショーケースの中にある十分杯は約50点しかないが、それでもおそらく、世界で最もサイフォンの構造を持っている杯の数が多いと思われる。

4. 2 今年度の活動

4. 2. 1 アオーレでの広報活動

今年度の活動は5月ごろから始めた。最初の活動場所はアオーレ長岡のナカドマで非常に緊張したが、回数を重ねていくにつれ、慣れてきたということもあり、次第に全体的にスムーズに運ぶことができた。また、自分たちが説明をしていく中で、どの部分をより勉強する必要があるかも来られた方たちとの会話の中で自然とわかるようになった。

<図 27>広報活動を掲載してくれた長岡新聞の



4. 2. 2 長岡酒の陣での広報活動

＜図 28＞越後長岡酒の陣での広報活動



3年連続となったが、長岡市から10月4日の酒の陣のイベントに誘われた。1日だけだったが、とにかくすごい人ごみだった。また、昨年と違い、立派な看板も用意していた。なお、スペースも非常に広がったため、壁には今年度に新たに作った年表やサイフォンの原理についてのイメージ図を掛けることで、人込みの中で少々離れた場所からも見えやすいように工夫した。今年度も多くの人があおれ長岡に来場したが、アドバイザーの内山さん、太刀川さんのご協力で何とか無事に終えることができた。

4. 2. 3 十分杯会議の立ち上げ

＜図 29＞十分杯会議の様子



何といっても今年の最大の特徴は長岡大学の大学祭である悠久祭期間中に開催された「十分杯会議」の立ち上げである。なぜ、これを立ち上げる必要があったのかということからまず触れたい。これまでにすでに、3年間活動をしてきたが、権ゼミナールの目標としては「商品化」がある。なぜなら、認知度が上がることが地域経済のプラスにつながる

かに確信が持てなかったからである。しかし、認知度は高めなければならないし、それと並行して商品化も進める必要があると判断したからである。このような考えの下で、地域活性化の成果発表会の場で、商品化を毎年提案してきた。しかし、何の反響もなかったのである。

ところが、よく考えてみると、それは当たり前の結果である。なぜなら、その場に来られる方々は非常に限られた方たちであり、ビジネスと無縁の方が圧倒的に多い。木に登って魚を求めるのと同じことであることにやっと気づいた。そこで、商品化と直接かかわりのある方に大学に集まっていたいただき、私たちが何をやっていてどのような商品化のアイデアがあるかを披露しようと考えた。そして、ゼミのアドバイザー、市議会議員、製菓企業、雑貨屋、長岡土産グッズ製造企業、長岡観光コンベンション協会の方々に来ていただいた。

2部構成で会議を進めた。非常にこれまでにない緊張感があつた。新聞記者が3人も来ていた。1部では、私たちの活動を紹介し、3人が提案したいものを紹介した。2部では、非常に真摯に討論を行った。

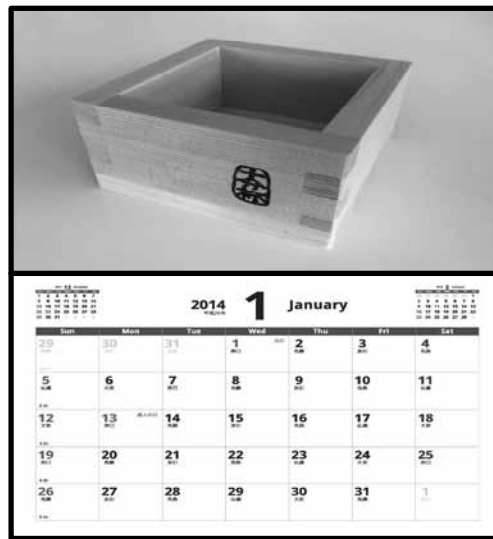
まず、私たちの提案をより詳細に紹介したい。

第1に、観光列車「越乃 Shu*Kura (コシノシュクラ) (以下、シュクラ)」と十分杯を関連付けることはできないだろうか。JR 東日本が運行する「日本酒」をテーマにした観光列車である。主に 高田→長岡→十日町 というルートで運行され、車内では県内の様々な地酒が楽しめる。また、各停車駅から沿線の観光地や蔵元をめぐるバスやタクシーに連絡しており、「シュクラで旅行」から「地域を観光する」へとつなげる仕組みが整いつつある。シュクラに着目したのは、「日本酒」というテーマに強く惹かれたからである。私たちの知る限り、これまで車内で酒類を提供する列車はあっても、日本酒そのものをテーマとした列車はなかった。このことは、独創性という点で特筆に値する。また、十分杯は酒杯であるため、このテーマとはマッチさせやすいのではないだろうか。例えば、試飲や利き酒の際に十分杯を活用することや、車内での展示などが考えられる。また、興味を持っていただけた方には車内で、販売店や、十分杯でお酒が飲める店などを紹介することで、「長岡で降りて観光してもらおう」というところまでつなげることができる。

<図 30> 新潟県内を走る観光列車「越乃 Shu*Kura (コシノシュクラ)」



<図 31> 十分杯カレンダー



第2に、十分杯カレンダー、十分杯クリアファイル、十分杯絵葉書、十分杯エコバッグ、十分杯クッキーなどを提案した。クッキーに関しては、ジュウブンパイという名前ではどうかという具体的な提案も行った。しかし、今のところ、これらの中から動いているものはない。おそらくその理由は市場が小さいからではないかと推測している。

第3に、悠久山歴史めぐり観光コースも提案した。長岡大学周辺の悠久山は長岡藩の歴史を知るうえでとても重要な場所である。郷土史料館もあり、史料館の上からの景色はなかなか見ごたえがある。最後はまちの駅でもある長岡大学の十分杯コレクションを愉しめばいい。また、散歩コースとしてもコンパクトでなかなか良い。他地域から来た人たちが隙間時間を利用して回ってみるのを強く勧めたい。ただ、これもタクシー会社やホテル、そして、旅行会社へ強くアピールしなければならない。今年度は初年度というのもあり、会議を立ち上げることで精一杯だったため関係企業に加わってもらうことができなかったが、来年度はぜひ討論の場に来てもらえるように準備していきたい。

<図 32> 悠久山歴史観光めぐりコース



そして、ここからは第2部で行われた議論を紹介していきたい。第1に、十分杯を「長岡市指定文化財」に登録できるように努力しようということである。逆に、登録されていないのが不思議だと感じた。来年度の課題としたい。もし、これが実現できるならば知名度は一気に上がるはずである。第2に、米百表と同じく、ストーリー性が大事であるため文献研究を丁寧にすべきだという意見である。今年度に十分杯が長岡に入った当時の状況が分かったので、それに向けての基礎作りはできたと思っている。来年度以降より力を入れていきたい。第3に、安直でわかりやすいキャッチコピーを作ったらどうかという意見があった。これも商品化においては非常に重要であり、新鮮な意見だった。第4に、長岡以外の地域（例えば、牧野家の発祥の地である静岡県の三河地域）との連携はどうか。第5に、作家たちに十分杯を送り、それを作品の中に入れてもらうのはどうか。第6に、「ほどほど」を国際語にできないだろうか。第7に、十分杯大百科を作ったらどうか。第8に、十分杯漫画を作ったらどうか。第9に、外国人に知ってもらうための活動をしたらどうか。第10に、小学校で広報活動をしたらどうか。第11に、首都圏や都市部での販売はどうか。

このように、初回の会議にしては上出来と言っていいかもしれない。これを何とか来年度につなげたい。

また、十分杯会議は新潟日報から地域面に大きく取り上げていただいた。

<図 33> 十分杯会議を掲載してくれた新潟日報の記事



悠久祭の初日は十分杯会議を開催して、翌日はゼミ室で展示会を行った。来客数は約 150 人であった。

4年前に立ち上げたホームページがあったが、いくつかの問題があり、そのサイトを閉鎖して新たにブログを立ち上げた。検索サイトで「十分杯」で検索すると、ほほもっとも上段に表示される。

十分杯

ホーム 十分分とは？ 十分分の沿革 十分分の仕様は？ 真岡と十分分 世界の十分分

第1章 十分分とは？

長岡と十分分の年表

増設は十分分が真岡線によって大断片の理由を探し続けてきたのが、少々の切替がありましたので、留保と共有した。ここに公開します。

『約野定家』を想い作ったのですが、関係性は親戚に由来があったようですが、当代理主の嫡子と親戚が関係するようです。それに、親戚が持っているかたわりの面である十分分をみて、政治に活用したと思われる。

詳しくは以下の画像をクリックしてください。

ご参考までに、下の画像の中身は公開済みものです。

※12月16日 追記

「遺業」となっていました。正しくは「遺業」であったとの修正しました。

情報提供していただき感謝しております。これからよろしくお付き合いします。

年次	事件
1914	真岡駅開業
1924	十分分駅開業
1934	十分分駅廃止
1944	十分分駅再開
1954	十分分駅廃止
1964	十分分駅再開
1974	十分分駅廃止
1984	十分分駅再開
1994	十分分駅廃止

4. 2. 6 成果

明確な成果が一つだけある。それは十分杯会議の席上で提案した観光列車とのコラボレーションの件であるが、長岡観光コンベンション協会の皆様のご尽力があって何と2015年の3月から春シーズンにとりあえず4回乗車し説明を行う機会をもらった。4年間の活動の中でアイデアが初めて実現できたのである。今後も気を引き締めて地道に活動を邁進していきたい。

5. 文化財による地域活性化の事例研究

5. 1 事例研究の必要性

十分杯は文化財であるが、果たしてこのようなもので地域経済にプラスの効果を与えることはできるだろうかという疑問があり、事例を集めてみた。もう少し詳細に述べたい。

1 つは、「十分杯を長岡の地域活性化に役立てたい」と考えたからである。長岡と十分杯のかかわりは古く、文化として現代まで続いている。長岡と共にあると言っても過言ではない十分杯を、地域活性化に役立てる方法を探りたい。

もう 1 つは、「他の地域では、文化財・文化遺産を地域活性化にどのように活用しているのか」と疑問に思ったからである。現在、十分杯は長岡市の文化財には登録されていない。しかし、その歴史の長さや、込められたメッセージから、文化財として扱われるべきだと考える。そして、その十分杯があるにもかかわらず長岡での認知度は低く、地域活性化に役立っているとは言えない現状がある。このことから「文化財の活用に取り組んでいる他の地域と長岡の違いは何なのか」と疑問を持った。これについては、事例をもとに紹介していくこととする。

長岡と十分杯の問題点について私たちが感じている点を述べたい。主に、「①現存する資料や実物が少ないこと」と「②認知度が低いこと」が考えられる。

①については、長岡の歴史が深くかかわっていると考えられる。先述したように十分杯が長岡に入ったのは江戸時代前期である。しかし、江戸末期、長岡藩は北越戊辰戦争の戦禍を被った。明治から昭和初期には、前述した忠篤の命による十分杯や、蒼柴神社の県社昇格記念の十分杯などが作られた。しかしその後、日本は太平洋戦争に突入した。長岡は空襲によってまたも焼け野原となってしまう。このように、2 度の戦災によって多くの十分杯や関係資料が失われたと考えられる。

②については、①で述べたように現存するものが少なく、多くの人々の目に触れる機会が少ないことが考えられる。

また、もう 1 つ考えられることがある。北越戊辰戦争と長岡空襲は共に長岡にとって大きなダメージとなった。それゆえ、その当時の指導者たちに批判的な意見が向けられることもある。河井継之助や山本五十六がその例であろう。十分杯会議の準備のためある企業を訪問したとき、長岡市の小学生あるいは中学生向けの社会化授業の副読本を目にしたことがある。そこには、郷土の偉人として、小林虎三郎が紹介されていたが河井についての記述は一切なかった。このように、河井ひいては江戸期の牧野家が教育に盛り込まれず敬遠されることによって、子供たちが小さい頃から十分杯に触れる機会が失われているのではないか。これにより多くの人々は十分杯を知らずに育つのである。よって認知度が低下すると考えられる。

以上の①、②のことが現状において最も問題であると考ええる。

それでは、以下のところで他地域の特色と長岡・十分杯の現状を比較していきたい。

5. 2 事例紹介① ～「一乗谷遺跡」(歴史)～

5. 2. 1 一乗谷遺跡の特色

一乗谷朝倉氏遺跡は、福井県福井市にある戦国大名朝倉氏の城下町の遺跡である。当時、文化都市として栄えたこの地からは、多くの貴重な文化財が出土している。それらをまとめた資料館を設け、テーマごとに様々なイベントを開催している。

また、山間部に点在する遺跡や庭園、遊歩道などを活用した散策コースがあること。JRと地元のタクシー会社による「駅から観タクン」という観光コースがある点にも注目したい。

一方で、このような「遺跡＋出土品」というパターンのアピールは、全国で多く行われており、独創性に欠けるという見方もできるのではないかな。

5. 2. 2 長岡と一乗谷の違い

現在、十分杯についての資料館は存在しない。長岡市郷土史料館にいくつかの資料と実物の展示がある。また、本学に広報のためにお借りしているものが展示してある他は、個人所有が中心であり、全体としていくつ現存しているかは把握できていない。また、散策コースあるいは観光コースという点では、確認できる範囲では、数年前に「十分杯でお酒が飲める店マップ」というものが作成されただけである。

このことから、十分杯には多くの人々に知ってもらうための広報手段が、存在していないという問題点が読み取れる。

5. 3 事例紹介② ～「会津藩校 日新館」(精神)～

5. 3. 1 日新館の特色

日新館は、福島県会津若松市にある。かつてこの地を治めた、会津藩の藩校である。

ここでは、藩校時代の授業内容が再現されており体験が可能である。例えば、座禅や講話を通じて武士の礼儀作法、当時の教育に触れることができる。また、大河ドラマなどで話題となった「什(じゅう)のおきて」も学ぶことができる。さらに、弓道、薙刀といった武芸の稽古も体験でき、会津の武士の精神を今に伝えている。

このような、「精神を伝える」という名所や文化財は珍しく、注目すべきものであると考える。

5. 3. 2 長岡と日新館の違い

すでに述べたように、十分杯は「足るを知る」「満つれば欠く」という精神を体現している。しかし、これを伝えるということは難しいものである。これを伝えるには実際に体験してもらうのが最も分かりやすい。しかし、長岡市内の一部の居酒屋などを除いて、十分杯でお酒を楽しめる場所はない。紙コップ十分杯などで疑似的な体験はできるが、より印象に残るようにするためには本物の十分杯で体験してもらう必要があるだろう。

その点において、日新館では「教育」や「精神」といった無形のものを実際に体験してもらうことによって伝えることに成功している。

この比較から、十分杯はメッセージを持ったものであるが、それを伝える手段が整っていないということが分かった。

5. 4 問題点・課題と新たな提案

5. 4. 1 問題点・課題の整理

先述した、考察および事例研究から浮かび上がった問題点・課題を以下の4つに整理する。

① 「現存する資料が少ない」

これは、課題の根底にあると考えられる。資料が少なければ、実物に触れる機会が少なくなり認知度は低下する。また、一乗谷のように史料館を整備したり観光コースを整えたりするためには、ある程度の数が必要になる。先ほど、この原因は「二度の戦災による消失」及び、幕末の苦い経験から「河井継之助(≡長岡藩≡牧野家)から目を背けようとする雰囲気の一部に存在すること」であろうと推論した。

なお、「現存する資料が少ない」ということは、「現在確認されているものが少数」ということであり、「もともと、いくつぐらい製作され、存在していたのか」の確認には至っていない点に留意する必要がある。過去から目を背けようとする雰囲気の存在、それに起因する認知度の低さ、これらが重なることにより、暗闇に眠ったままの十分杯が多数存在しているのではないか。長岡市内での広報活動を行った際にも「十分杯を持っている」あるいは、「作ったことがある」という方が少なからずいた。このことから、本格的な調査を行えば、資料たり得る十分杯はもっと発見されるだろうと考えている。

② 「精神（メッセージ）を伝えることが難しい」

日新館のように当時の精神を体感してもらえるような施設は、長岡にはない。また、十分杯の精神が教育や生涯学習等に盛り込まれているとも言い難く、多くの人にとって「知らない」あるいは、「取っ付きにくい」存在になっているように思われる。

しかし、「足るを知る≡必要以上に求め過ぎない」という考え方は、現代において大切な精神であると考ええる。例として、大きくとらえた場合、今日の国家の経済発展において問題となるのは環境問題や資源問題である。それらを考えるとき、「自国の必要以上に資源を消費しない。汚染物質を排出しない。」という姿勢、すなわち自国にとっての「足るを知る」を実践することは、「持続可能な開発」の考え方に通じるものがある。また、ここまで大きくとらえずとも、日々の生活において「無駄な出費を抑える」ことや、「譲り合い」といった行動も、「足るを知る」に通じるものであると言えよう。このように考えると、私たちは日々の生活の中で「足るを知る」に似た考え方や姿勢を、特にそれとは意識せず行っているようである。よって、「足るを知る」と全く無関係という人は少ないのではないかと考察する。

③ 「興味を持たれにくい」

十分杯は、「酒杯」であるがゆえに若い世代や女性の方に興味を持たれにくいという現状がある。特に、子供に紹介する場合長岡とのつながりや、十分杯のメッセージをどの程度、また、どのように伝えるかが難しい所である。

考え方のポイントとしては2つある。1つ目は、「“カワイイ”十分杯」である。私たちが街頭で行った広報活動の際、若い女性の方が目を止めてくださることが何度あった。その際ほとんどの方が、十分杯を見て「カワイイ」とコメントしていたこと

が印象に残っている。また、長岡観光コンベンション協会（以下、コンベンション協会）の方からも同じような印象を受けたとのご指摘をいただいた。これまでの「酒杯」や「歴史」、「精神」といった枠組みではなく、「雑貨」あるいは「インテリア」としてのとらえ方・アピールが必要だと思い知らされた。

2 つ目のポイントは、「子供への PR」である。先述した広報活動の際、小学生を相手に説明をすることも何度かあった。その際、最も興味を持たれたのがプラコップ十分杯での実演であった。十分杯をモデルとして単純化し、本体を透明にして、かつ色水を用いて可視化したことが、好評の原因だったようである。この時感じたのは、十分杯をモデルにした玩具があれば、子供への PR につながるのではないかということである。

④ その他の問題点

前述したように、歴史的史料として十分杯を紹介するだけでは、他地域との差別化が出来ず、味気無いものになってしまうであろう。他地域の事例に「学ぶ」のはよいが、「模倣」であってはいけない。どこかに、長岡・十分杯としての独創的な部分が必要である。

解決策を考える上では、以上の 4 点を考慮しなければならない。次項では、これを踏まえた私たちなりの解決策をいくつか提案したい。

5. 4. 2 新たな提案

提案①…十分杯 絵入れ体験

小学生のころ、当時広神村(現在、魚沼市)の工芸体験イベントで、無地の陶器製マグカップに自分の好きなように絵を入れるという経験をした。紙に描いた絵とは全く違う着色の感覚は、幼心にもとても楽しく感じられ今でも記憶に残っている。そこから考えたのが、この「十分杯 絵入れ体験」である。これは、主に小学生とその保護者を対象とする。十分杯の精神や歴史については触れずに、十分杯を知ってもらい興味を持ってもらうことを目的としている。すなわち、認知度を向上させるための策である。また、親子向けということであれば、酒杯ではなく十分杯を大型化したコップのような物(ピタゴラス杯のような物)を用いてもよいかもしれない。これまでの経験上、子供たちに十分杯を紹介する場合は、実物より紙コップ・プラスチック十分杯を用いたほうが好評であったことも考慮すべきである。



<図 36>オリジナルのプラコップ十分杯

提案②…メッセージ・精神を活かした商品化

先述したように、十分杯の精神は「足るを知る≒必要以上に求め過ぎない」というものである。これを活かした商品として、2つほど考えたものがある。

1.家計簿

かつて長岡藩3代藩主牧野忠辰は、藩士たちに倹約を奨励し、財政の引き締めを図った。その際、戒めの象徴として十分杯を用いたとされる。これの現代版として、十分杯をデザインした家計簿を提案したい。それに十分杯についての簡単な説明を添えることで、「十分杯＝足るを知る」というイメージの定着にも、ある程度寄与するのではないだろうか。

2.扇子・うちわ…「多少の暑さはこれで十分」

最近では、エネルギー問題、地球温暖化などの影響を受け、夏季を中心に節電を訴える声が大きくなっている。そのためには、クーラーを使わない、あるいは設定温度を上げるという方法が広く知られている。この時、代わりに利用される扇子やうちわに十分杯をデザインすることを提案する。すぐにクーラーを使うのではなく、多少の暑さは扇子やうちわでしのげば「十分である」というメッセージを表し、さらに、十分杯の精神を身近なところで体験することができるのではないだろうか。

また、以上の2つの他にも十分杯そのものについて、新しいものを開発していくことも必要だと考える。先述のように、女性の目線では十分杯は「カワイイ」ものであると認識されているようである。だとすれば、見た目の可愛さを重視した十分杯があってもよいのではないだろうか。意見としては、かつて販売されていた「招き猫十分杯」のようなものを、新しく作って販売することを提案したい。以前、コンベンション協会の方が「十分杯を買ってくれる人のほとんどが高齢の男性である。」と話していた。また、十分杯を「カワイイ」と評価してくださった女性の中には、「部屋に飾りたい」という方もいた。部屋の装飾品としても使える、カワイイ十分杯を販売することで、これまで十分杯とはかわりが少なかった女性にも興味を持っていただき、新たな市場を開拓することができるのではないかと考える。

<図 37> 招き猫十分杯



提案③…十分杯 美人・美男絵巻

美人時計、美男時計という Web コンテンツがある。運営企業によって選抜された美女、美男が時刻の書かれたボードを持ち、現在時刻を知らせてくれる時計である。モデルの持つボードの時刻は 1 分ごとに違うものになっており、コンテンツの画面にも 1 分ごとに違う写真が表示される仕組みになっている。また、最近では他のコンテンツとも連携しており、モデルが持つボードの時刻部分に店名などを併記したテレビ CM や Web 広告を目にすることも多い。これに着想を得て、「十分杯美人・美男絵巻」を考案した。具体的には、まず、モデルに酒蔵や居酒屋で十分杯でお酒を飲んでもらい、それを写真に撮る。そして、これを写真集兼パンフレットとして販売、もしくは配布する。または、「十分杯」にちなんで、毎時 10 分の時刻表示と共にモデルの方と十分杯の写真を掲載するというのも、遊び心があってよいかもしれない。いずれにしても、十分杯と美人・美男を結びつけることで、若年層に対し「お酒＝カワイイ」あるいは「カッコイイ」というイメージを持ってもらう効果が期待できる。さらに、一步踏み込んで「十分杯」を取り入れることで、十分杯を知らずに育ってきた世代の方々に、その存在をアピールできる。十分杯の現状において、中～高年齢層以外に興味を持たれにくいという問題があったが、「十分杯美人・美男絵巻」は、この問題を解決するための起爆剤になるのではと考えている。

6. 結びに代えて

2年生3人で一丸となり一所懸命走ってきた1年間だった。始めたころと比べると、特に、コミュニケーション力が付いたと言われた。普段話すことのない立場の方にたくさん会えて、役に立つ話をたくさん聞かせてもらった。また、十分杯会議のためにはたくさん準備した。大変だった。その結果、プレゼンテーション能力は多少上がったのではないかと感じている。実際、12月の地域活性化の成果発表会が終わってから、多くの方からかなりお褒めの言葉をいただいた。失敗もあった。もっとも貴重な十分杯を割ってしまった。自信があった資格試験にも落ちてしまった。時には、説明がうまくいかなかったり、間違えて説明したりした。そのたびに。私たちを応援してくださった方々に深く御礼申し上げたい。

そして、私たち3人のこの1年間の活動がこれからの長岡の発展において小さな一歩になればいいと思う。

最後に、「満つれば欠く」という言葉を肝に銘じながら、生きていきたい。

参考文献及びウェブサイト

- 朝尾直弘、石井進、鹿野政直、網野善彦、早川庄八、安丸良夫（１９９４）『日本通史第
１３巻』 近世３ 岩波書店
- 朝尾直弘、赤井達郎 木村礎、桑波田興、葉山禎作、秀村選三、藤井譲治、藤井学、安岡
重明、渡辺信夫（１９９４）『日本歴史１０』近世２ 岩波書店
- 磯貝文嶺、吉澤俊夫（１９９８）『長岡・柏崎の歴史』 郷土出版社
- 稲川明雄（２００４）『長岡藩』現代書館
- 内山 弘（２０１１）『十分杯（改訂版）』長岡歯車資料館
- 蒲原拓三、坂本辰之助（１９８０）『長岡藩史話』歴史図書社
- 坂本辰之助（１９８０）『牧野家家史』牧野忠篤
- 進士外編（１９８０）「江戸（中）」『図説日本文化の歴史』小学館
- 長岡市（１９９３）『長岡市史 資料編２ 古代・中世・近世一』長岡市
- 長岡市（２００４）『長岡歴史辞典』
- 長岡市（１９９８）『ふるさと長岡の人びと』長岡市
- 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
- 長岡女子師範学校附属小学校、長岡市小学校教育研究会（１９８５）『長岡郷土読本 下
巻』目黒書店
- 本山幸一（２００６）『越後長岡の江戸時代』高志書院
- 森三樹三郎（１９７８）『老子・荘子 人類の知的遺産５』講談社
- 山口充一（１９７７）『郷土ながおか』北越書館
- 横田冬彦（２００２）『天下泰平』講談社
- 「石垣島観光ナビ」http://www.ishigaki-navi.net/p_chawan.html
- 「漢字Q&Aコーナー」<http://www.taishukan.co.jp/kanji/qall.html>
- 「十分杯」juubunnhai.blogspot.com/
- 「足るを知る」<http://www60.tok2.com/home/gojinka/taru.htm>
- 「デジモバ」<http://www.digimoba.com/products/chawan/chawan.html>
- 「長岡大学」<http://www.nagaokauniv.ac.jp/>
- 「美人時計」<http://www.bijint.com/>
- 「松田卓也」『サイフォンを巡る誤概念 <http://citanul.web.fc2.com/TEMP2/siphon1.pdf>

¹ 森（１９７８）p.138

² 森（１９７８）p.31

³ 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）、不戲論（戲論せず）の八つ。なお、八大人覺の概念自体は、別の經典（『長阿含經』『阿那律八念經』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。

⁴ 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。

⁵ 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。

⁶ 三河・・・三河国は、現在の愛知県東部にあたる。牧野家は三河出身である。

ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化

中村ゼミナール

4 年生

11M015	小倉美樹	11M034	高橋 奏
11M047	平野友望	11M053	村山夏生

3 年生

12M028	波多将志	12M030	藤本峻生
--------	------	--------	------

目次

1. はじめに（村山夏生）
 - 1.1. 活動の目的・概要
 - 1.2. バル街とは
 - 1.3. ピンチョス
 - 1.4. ながおかバル街へ参加
 - 1.5. 活動内容
2. 地域活性化およびバル街に関する知識の獲得（平野友望）
 - 2.1. 地域活性化とは
 - 2.2. バル街継続の仕組み
 - 2.3. バル街のターゲット
 - 2.4. マップの重要性
 - 2.5. バル街参加店集め
 - 2.6. バルパニック
3. 居酒屋等の利用状況調査（波多将志）
 - 3.1. アンケート調査の概要
 - (1) アンケートの目的
 - (2) 調査対象と回収結果
 - (3) 調査項目
 - 3.2. アンケート調査結果
 - (1) 長岡の中心市街地の居酒屋の利用頻度
 - (2) 利用する居酒屋の店舗形態（複数回答）
 - (3) 居酒屋を利用する際の店舗の調べ方（複数回答）
 - (4) 店舗選択のポイント
 - (5) 個人経営店敬遠の理由（複数回答）
 - (6) 個人経営店を選択したくなるポイント（複数回答）
 - (7) 店舗の再訪
 - (8) ながおかバル街の認知度
 - 3.3. 考察
4. シンポジウム開催（小倉美樹）
 - 4.1. 概要
 - 4.2. 事前準備
 - (1) パネリスト選考・依頼
 - (2) 広報活動
 - 4.3. 開催日当日
 - (1) 概要
 - (2) 基調講演
 - (3) 中村ゼミナール アンケート報告会
 - (4) Look バル街！～ながおかバル街の楽しみ方～

- (5) パネルディスカッション
- 4. 4. 同時開催
 - (1) パネル展示
 - (2) チケット販売
- 4. 5. 出来なかった同時開催
- 4. 6. シンポジウム開催の反省と課題
- 5. バル街開催に向けて（高橋奏）
 - 5. 1. ながおかバル街スタッフとしての活動
 - 5. 2. 活動内容：事前準備
 - (1) 店舗訪問
 - (2) 参加店舗向けのミーティング準備
 - (3) マップの校正
 - (4) 特別出店店舗の会場づくり
 - (5) バル街ブログ作成
 - (6) バル街実行委員会への参加
 - (7) チラシの折り込み作業
 - 5. 3. 活動内容：当日
 - (1) 本部設営
 - (2) 参加店でのリアルタイム情報提供
 - (3) 新潟工科大学長ゼミと合同で参加者にアンケート
 - 5. 4. 活動を通じて学んだこと・改善すべきこと
 - 5. 5. ヒアリング
- 6. おわりに（藤本峻生）
 - 6. 1. 感想
 - 6. 2. 提言
 - 6. 3. 今後の展望（次年度に向けて）

1. はじめに

1.1. 活動の目的・概要

2014 年度、中村ゼミナールでは地域活性化プログラムの一環として、長岡市の中心市街地で年 2 回行われている“ながおかバル街”を通じた中心市街地・店舗の活性化をテーマとして活動に取り組んだ。

具体的には、地域活性化およびバル街に関する文献の調査、ながおかバル街運営への関与、2014 年度悠久祭にてながおかバル街シンポジウムの開催等を通じて、バル街の地域活性化に対する意義を学んだ。そして、中心市街地・店舗の活性化手段としてのバル街をこれまで以上に活性化させるための提言を行うことを目的とする。

1.2. バル街とは

バル街とは、スペインのバル文化（BAR）をイメージした飲み歩き、食べ歩きを楽しむイベントである。市街地の飲食店を舞台にして、マップを片手に街とお店の雰囲気を楽しむ、まち歩きをしながら店主や参加者同士のコミュニケーションを楽しむことができる。

日本では、2004 年に函館で初めて開催された。現在では青森県や鹿児島県など全国各地で開催されるようになり、新潟県内でも上越、長岡、新潟と 3 地域で行われている。長岡では、2012 年 6 月に vol.1 が開催され、現在までに 6 回開催されている。

バル街の流れは、まずチケットを購入し、マップを入手する。手にしたマップから訪れたい店を決めて実際に移動し、列に並ぶ。お店ではチケット 1 枚をドリンク 1 杯とピンチョス（おつまみ）1 皿に引き換える。食べ終えたら次の店へ、チケットを使い終えるまで繰り返す。

また、バル街参加者なら誰でも参加できるふるまい酒が提供されたり、特別ライブが開かれたりと、飲み歩き以外にも楽しみがある。

1.3. ピンチョス

ピンチョとは、スペインのバルで出される、ひと口かふた口で食べられるおつまみのことである。ピンチョはスペイン語で楊枝という意味があり、色々な食材を楊枝で刺して食べやすくしたことが始まりと言われている。ピンチョとは単数形のこと、バル街で使われる“ピンチョス”という言葉はピンチョの複数形を指す。

1.4. ながおかバル街へ参加

“ながおかバル街”に取り組むテーマとするにあたって、まずは実際にどのようなイベントなのかを実体験することにした。そこで、中村ゼミナールに所属する学生全員が 2014 年 5 月 31 日に開催された、“ながおかバル街 vol.5”に参加した。ゼミ生全員がバル街に参加することは初めてであり、事前に手に入れたマップに訪れたいお店の候補をチェックして当日に備えた。

普段は訪れる機会がほぼ無い中心市街地を、マップを片手に歩き回ること、いままで知ることのなかったお店を知ることができた。また、他のバル街参加者の方からお勧めのお店を教えて貰ったり記念写真を撮ったりと、初対面の方とのコミュニケーションも気軽

に取ることが出来た。実体験をして感じたのは、バル街が、行ったことのないお店の新規開拓や、気になっていたけれど敷居が高くなかなか入れなかったお店に入ることのできる、良いきっかけの場であるということである。

1.5. 活動内容

活動内容は主に以下の4点である。

- ① 輪読による地域活性化に関する知識の獲得
中村ゼミナールに所属する学生全員で“地域活性化戦略”を読み知識を付け、レジュメにまとめて発表することで知識をより深めた。
- ② 長岡大学3、4年生を対象とした学生アンケート調査の実施
ながおかバル街の認知度や飲み会に関するアンケートを作成し、3、4年生を対象にして調査を実施、分析を行った。
- ③ ながおかバル街のシンポジウムを悠久祭にて開催
2014年10月25日に開催された悠久祭にて、ながおかバル街に関するシンポジウムを行い、パネリストとして山崎氏（弘前 レストラン山崎）をお招きした。
- ④ ながおかバル街の運営関与
2014年11月15日に行われたながおかバル街 vol.6 の事前準備及び当日運営に関与した。

2. 地域活性化およびバル街に関する知識の獲得

2.1. 地域活性化とは

地域活性化プログラムに参加するにあたり、まず地域活性化とは何か、どのようにしたら活性化することができるのか知識を得るため、ゼミでは小長谷(2012)『地域活性化戦略』の輪読を行った。この本には、まちづくりの条件や地域活性化に必要な3つの視点、観光まちづくりに必要な要素などが書かれている。

本書には、他の地域と同じことを行ってもまちづくりが成功するわけではないこと、差別化が必要であること、地元組織がしっかりしていることなどが挙げられていた。また、様々なモデルが挙げられていたが、その中でバル街というイベントが観光要素・リーダーモデルと呼ばれるものに当てはまるのではないかと考えた。この観光要素・リーダーモデルとは、小長谷一之 他(2012, 38-39)の考えたモデルで、「地域の素材(①見る・②食べる・③買う)×ソフト+④回遊性で統合」し、「消費者の志向」に合わせることで成立するモデルである。このモデルをながおかバル街に当てはめると、地域の素材である「①見る」は、バル街の参加店を見たり、街の様子を見たりという行動が当てはまる。「②食べる」は、バル街の参加店舗に入り、チケットでピンチョスを食べたり、お酒などの飲み物を飲んだりというところが当てはまる。「③買う」は長岡バル街に当てはまるものがない。「④回遊性」は、ながおかバル街のチケットを購入した際にもらえる地図があり、この地図を見ながら参加店の情報を見て、長岡の街を回る。つまり、観光要素・リーダーモデルにながおかバル街を当てはめたとき、「③買う」という行為がないことがわかった。そこで私たちは、バル街のマスコットキャラクター作り商品化してみてもどうか、振る舞い酒を行うときに渡されるピンチョスやワインをお土産として販売してみたらどうかなどの案が出た。お土産になるようなものがあればバル街に参加した思い出にもなるし、飲み歩きで終わりではなく、家に帰ってからの楽しみもあると思う。観光要素モデルに当てはめ、買うという行為をどのようにしてながおかバル街に取り入れていくか考えていく必要がある。

2.2. バル街継続の仕組み

バル街は補助金や協賛金に頼らず、なぜ継続できるのか。それはバル街実行委員会とバル街参加店との間の仕組みが良くできているからだ。

バル街は、前売と当日の2つの方法でチケットを販売している。ながおかバル街の場合、前売が1冊5枚綴りで3,500円、当日が4,000円で販売されている。その販売額のいくらかを差し引いた金額をバル街終了後のチケット換金時にお店に渡す。その差額を次のバル街の資金として使用する。この仕組みについて綾野(2012)は『100円商店街・バル・まちゼミ』において以下のように述べる。

これは本当に素晴らしいシステムで、行政や商工会議所などの補助金や企業の協賛金に頼ることもなく継続していけるという大きな利点がある。つまり、チケットが売れば売れるほど次回に回せるお金が増える。(中略)また、個店や商店街単位でマップ等の印刷をしようとする、かなりの負担になる。こういった紙媒体での印刷物は多くの方の目にとまり非常に有効なPR手段であると言える。このマップはイベント終

了後もお客さんなどの手元に残り、次回に飲食する際の参考になったり、我々事務局側もお店紹介をする時の絶好のツールとなるという大きな利点がある。（長坂ほか 2012, pp. 87-88）

協賛金に頼らず続けられるイベントはなかなかないだろう。また、チケットが売れて次回に回せるお金が増えれば、バル街の PR やマップに使えるお金も増えるのだ。

個店が PR するためには様々な工夫やお金がかかるが、バル街に参加することで、イベントでお客さんも来るし、PR もできる。お店が自分の店のチラシを刷ると経費もかかってしまうが、バル街のマップで PR ができれば経費もかからずに済むのだ。

チケットを使いきれなかったお客さんのために「あとバル」というシステムがある。これは当日お腹が一杯になったり、時間帯の都合により行けなかったりして余ってしまったチケットをあとバル参加店において金券として使用できる仕組みである。これは、お客さんにとってはチケットを無駄にせず済み、お店にとってはお客さんが来店して、さらにチケット以外に食事をしてくれる可能性が出てくる。お客さんとお店の双方にメリットのある仕組みとなっているのだ。

このように、バル街が補助金などに頼らなくても継続できる仕組みが整っているため、1 度開催すると長期で続けられるイベントとなっている。補助金がなくても開催でき、お店のアピールの場にもなり、お客さんも飲み歩きができ、新しいお店の発見の場にもなる新しい形のイベントと言える。

お客さんにはさらに良いメリットがある。それは、どんなに敷居が高いお店でもバル街のチケットが 1 枚あれば入れるのだ。例えば、フレンチレストランやバー、老舗のお寿司屋さんなど特に学生では入りにくいお店にも堂々と入れる。普段行けないようなお店に、バル街のその日 1 日だけ、チケット 1 枚で入れるのはお客さんにとってはお得感が満載だと思う。行きたかったお店や気になっていたお店、普段行かないようなお店にバル街で足を運ぶお客さんが多いだろう。

2.3. バル街のターゲット

バル街は主にどのような人をターゲットにして行えばよいのか。ターゲットにするのは男性なのか、女性なのか、家族やカップルなのか、また世代はどのくらいをターゲットにしたら良いのか。バル街参加者のターゲットを誰にするかによってバル街に出店する参加店も変わるだろう。飲食店をよく利用し、バル街を通して今後もお店に通いそうな人をターゲットにするならば、バル街のターゲットは女性が望ましい。これは綾野（2012）も以下の通り述べている。

バルを実施するうえでターゲットティングとして意識したいのは、女性グループだ。それも、年代としては 30～50 代くらいの層を狙うと良い。子育ても落ち着きつつある年代で、生活の様々な面でゆとりができてくるからだ。（中略）女性の考え方のひとつに「美味しいものは並んででも食いたい」というものがある。（長坂ほか 2012, pp. 95-96）

子育ても落ち着きつつあり、時間に余裕ができ始めた女性にバル街に参加してもらうこ

とで、お店を回ってもらい、その地域のお店を知ってもらえる。また、バル街で並んでいるお店や人気のあるお店があれば並んででも食べたいと思う女性客は気になって並ぶだろう。そして、バル街で気に入ったお店があれば、その後もご飯を食べたり、知人との話の場としてお店のリピーターにもなるだろう。

参加店は、お酒の種類が多いとより女性客の参加者が増えるのではないか。バル街で知ったお店に友人などを連れて、今後そのお店にリピーターとして来店する可能性はある。また、どうしてそのお店を知ることができたのかを話すことで、バル街を口コミで広げることができる。「口コミは身近な友人や知人から伝わる経験談などの生の声なので説得力があり、過大評価に惑わされることのない真実味のあるものである。口コミ社会をさらに加速させたものがインターネットであるが、これだけネットが普及してきて生もの口コミは最も信頼性のあるもの」(長坂ほか 2012, pp. 96-97) で、有力な広告となっている。

バル街のターゲットは女性以外にも、地元や近隣都市の住人も良いと考える。もともとバル街は、新規顧客の獲得以外にもリピーターの確保も重要なことだからだ。お店にしてみると、1 度きりの来店よりもリピーターとして何度も立ち寄ってもらえたほうがいいからだ。たとえ良いお店でも、遠方からではなかなか来店してもらえないので次回につながる可能性は低い。それならば、地元や近隣都市の住民のほうが来店してもらえる頻度も上がる。地域活性化を行う上で、お客さんの気が向いたときにいつでも立ち寄れなければ意味がないのだ。

以上のことを踏まえて、バル街のターゲットは主に女性で、地元や近隣都市の住民が良いと言える。そのためには、地元や近隣年の人たちにバル街を知ってもらうための工夫も必要である。PR ならば、バル街の参加店舗にポスターを張ってもらったり、地域紙などに掲載させてもらったり、電車やバスにチラシや広告を掲載してもらうなど、地域住民がよく利用する場所や公共交通機関を使ってみると告知効果はあるだろう。

2.4. マップの重要性

2.1 で述べたようにバル街を観光要素モデルに当てはめると、回遊性が必要となるが、これは街に賑わいをもたらすためである。バル街のマップにはバル街の参加店舗以外にも目印となるような場所も印刷されている。例えば、公共施設や名所旧跡、商店街などが書かれている。マップを基に街を回るときに、地元の人でも「この場所にこんな所があったのか」といった新たな発見ができる。また、その街に詳しくない人でも目印となるものが書かれていることによりお店も見つけやすい。マップがあることにより街めぐりとお店めぐりの両方ができ、観光要素モデルの回遊が行われることになるのだ。また、次回お店を選択する際、マップがあることによりどのようなお店なのか、料理はどういったものなのかとお店に足を運んでもらうためのきっかけにもなる。マップには地図以外にもお店の情報が載っており、バル街が終了してもお客さんがお店の選択をする際の手助けとなる。バル街の開催ごとに新店を出すお店は少し変わり、前回は出店していても次回のバル街には出店していなかったり、今まで出店していなかったお店が次回初出店していたりとマップも毎回変わるので、お店の情報もどんどん新しくなる。

また、バル街のマップを持って街を歩くことにより、バル街の参加者という証明になり、知らない人とも話すきっかけとなる。お店で並んで待っているときに今までどんなお店に

行ったのか、お勧めのお店はあるか、他に混んでいるお店はあるかなど会話を楽しむこともできる。実際に全く知らない人同士が、バル街を通して情報共有をしたりしているのだ。マップは知らない人同士でも話ができるきっかけのアイテムなのである。さらにマップを持っていることにより、バル街を知らない人にも何かイベントをやっているのだと認知してもらえる。その結果として当日券を購入してくれる人が増える。マップを持っているだけでも PR ができてしまうのだ。事務局側もマップがあることによりお客さんにお店の紹介やピンチョスの内容、お店までの道案内などに重宝する。バル街に参加していない人に会ってもマップがあればすぐに本部の場所を教えることもできる。バル街当日でも PR をしてくれる重要な存在である。

図 2 - 1 ながおかバル街マップ（表）

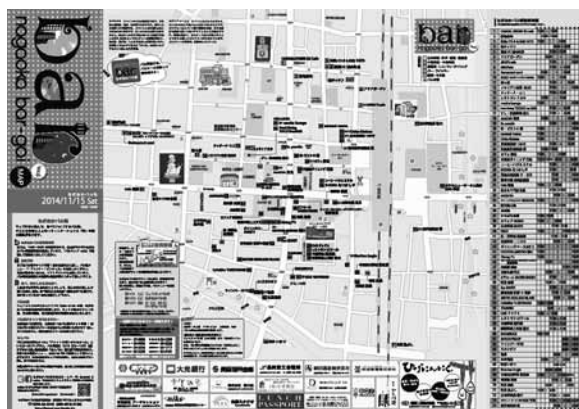


図 2 - 2 ながおかバル街マップ（裏）



出所：ながおかバル街 WEB サイト

（注）表（図 2 - 1）は参加店の地図と開店、閉店時間の一覧

裏（図 2 - 2）は各参加店の一覧とお店の紹介

2.5. バル街参加店集め

バル街を行うためには、バル街の PR やマップ作りなども必要だが、1 番大切なことはバル街に参加してくれるお店探しだろう。まず、お店が参加してくれなければバル街というイベントを開催することができないからだ。参加店集めは 1 件 1 件お店に声をかけて、バル街の仕組みやバル街の効果などを説明し、お店に理解してもらわなければならない。そして、普段入れないような敷居の高いお店などにも参加していただくために様々な交渉をしていかなければならない。綾野（2012）も伊丹まちなかバル街を開催するにあたり以下のようなことがあったようだ。

伊丹まちなかバル街を実施する際、私も参加してほしい老舗のお寿司屋さんがあったが、そのお寿司屋さんの大将が職人気質な方だったため参加のお願いに行きそびれていた。しかし、そこに交渉しに行ってくださった村上有紀子さん（現在 NPO 法人いたみタウンセンター副理事長）の交渉のおかげでお寿司屋さんはバル街に参加したのだ。バル街当日は大行列でお店は大変だったそうだ。お客さんがこのお店に行きたかったというのもあるが、バルメニューに寿司 5 貫と 1 ドリンクだったのだ。しかも、お店が考えていた以上の来客数だったため、用意していたピンチョスが足りなくなり、イ

ケースにいた鯛で代用したりしていたのだ。(長坂ほか 2012, 124-125)

このように、バル街を行うために参加店をただ集めるのではなく、普段入りにくそうなお店で、一見さんお断りのような珍しいお店をバル街に参加してもらったほうがバル街に活気があふれるだろう。さらに大手のチェーン店ではなく、その地域でのみお店を構えているところがバル街の参加店としては良いだろう。お客さんは同じ地域にあるのに1度も入ったことがないお店が多いと思うからだ。リピーターを増やしたいお店や家の近くで美味しい料理が出るお店を探すお客さんが多い中、バル街は両者の考えを満たせるイベントでもある。実際にバル街に参加したお店はお客さんが増えたところが多い。バル街の参加店集めはとても大変な作業だが、お客さんを呼び込むには1番大切な作業である。ここで手を抜くことはしないほうが良い。

2.6. バルパニック

バル街の実施において最も困ることがバルパニックである。バルパニックとは、「1つのお店にお客さんが集まってしまい、ピンチョスの品切れを起こしたりしてバル街の最中でお店を閉じてしまうこと」(長坂ほか 2012, pp. 11-112, pp. 121-122)である。函館西部地区バル街以外にも伊丹まちなかバル街でも同様のことが起きていた。

第5回の函館西部地区バル街起きたバルパニックは、チケットが予想以上に売れ、お店に入れない、ピンチョスの品切れを起こしたなどの危機に直面したそう。そこでバル街実行委員会が集まり、お客さんに謝ろうということになった。ただ謝るのではなく、バル街なので実行委員の1人であるスペイン料理「ラ・コンチャ」のオーナーである深谷宏治さんが生ハムを切ってふるまうというものだった。それをきっかけに他の人たちもワインやパンをふるまうということでお客さんは納得をしてくれたそう。(長坂ほか 2012, pp. 111-112)

第1回の伊丹まちなかバル街は最初ということもあり、14時からバル街を開催した。当日は雨模様だったがお客さんは多かった。昼間からマップを持って歩き回る人も多く、当日券も実行委員会が思っていたよりも売れたらしい。そして、夜になると行列が長くなり、長時間並んだのにお店に入らなかったり、バルメニューが終わってしまい、バルを実施している時間にも関わらず閉店せざるを得ないお店が出てきてしまった。その結果、バル街当日にインフォメーションなどの役割をしていた本部テントに苦情が殺到したそう。(長坂ほか 2012, pp. 121-122)

ながおかバル街もふるまいを行っているが、ふるまいの時間になると多くの人が並んでいる。ふるまいを楽しみにして毎回参加してくれているお客さんもいるのでふるまいは続けていったほうが良いと思う。

ながおかバル街当日に実行委員が、本部でワインとピンチョスをふるまっている。お客さんの顔を見ていると楽しそうだが、ふるまいをもらい、食べ終わるとすぐに本部から人がいなくなってしまったのだ。本部にはバル街の情報が掲載されていたり、ライブを行っ

たりもしていたが、見聞きしないで行ってしまう人がほとんどだった。せっかくライブをしてもらっているのだからもう少しお客さんにその場にとどまってもらうような工夫をしたら良いのではないだろうか。お店の中で次に行くお店を探すのではなく、本部の休憩スペースなどを使ってライブを聞きながらお店を探したり、実行委員からお店の混雑状況が聞けるような場をつくるべきだろう。

他にもバルパニック抑える方法がある。綾野（2012）は以下のように述べる。

スタンディング形式にすることにより、お客さんの回転も速くなり、その結果大勢の来店者を迎え入れることができる。（中略）このスタンディング方式は伊丹に持ち帰ってバル街実行委員会で報告した。すると、次回からこの方式をとったお店が出て 800 人くらいのお客さんを迎え入れたということだった。（長坂ほか 2012, pp. 112-113）

ながおかバル街はこのスタンディング方式をとっているお店が少ない。ながおかバル街はお店の前で行列ができているのを目にするが、中を覗かせてもらおうと座って食べてもらっているお店がほとんどだった。バル街の参加者の中には食べ終わっても座って話しているお客さんも見受けられた。こうしたお客さんに次のお店に行ってもらうためにテーブルや椅子がないスタンディング形式が良いのではないだろうか。そのおかげで回転率が上がり、バル街の 1 日だけで数百から数千のお客さんを迎え入れられるのだ。ながおかバル街でもスタンディング形式をとっているお店があったが、バル街開始早々に行列ができていたが、どんどん行列で並んでいた人がお店に入っていくのだ。食べ終わった人が、すぐにお店を出て次のお店に向かっていくところが見られ、お店の外で待っているお客さんに負担が少なかったと思った。バル街では、1 杯の飲み物と 1 品の料理を食べたら次のお店へというのが普通なのだが、次に行くお店をそのお店で考えたりして席が埋まってしまい、なかなか新しいお客さんが入れなくなる。

お店側はいかにお客さんの回転率を上げ満足してもらえるか、ピンチヨスがなくなったとしてもどのように対応していくのかで今後お客さんがリピーターとしてついてくれるかの鍵となるだろう。実行委員会はバル街全体の把握とお店との連携が今後バル街を続けていくための課題だろう。

3. 居酒屋等の利用状況調査

3.1. アンケート調査の概要

(1) アンケートの目的

「バル街」の中心参加店である個人経営店の居酒屋等の店の利用状況を把握し、「バル街」が地域活性化に繋がるか検証するため。なお、「バル街」は飲み歩きのイベントであるため飲酒が可能である長岡大学生 3・4 年生を 20 代前半のサンプルとして実施した。

(2) 調査対象と回収結果

調査対象: 長岡大学生 3・4 年生 119 名

調査日: 2014 年 7 月 29 日

回収数: 104 名(男性 75 名 女性 29 名)(在住地域 長岡市 71 名 その他 33 名)

回収率: 約 87.4%

(3) 調査項目

調査項目は、①基本属性、②居酒屋を利用する頻度・種類、③店の調べ方・選択のポイント、④バル街の認知度、である。

①基本属性は、(2)の回収数に挙げたものである。

資料 3－1

3・4 年生の皆様へ

2014 年 7 月 29 日
中村ゼミナールⅢ・Ⅳ

中心市街地の飲食店利用に関するアンケート

このアンケートは、中村ゼミナールで行っている地域活性化プログラムの調査資料として使用します。長岡の中心市街地（長岡駅周辺区域）の飲食店の利用状況についてのアンケートです。お気軽にお答えください。

1.性別

- (1) 男性 (2) 女性

2.在住地域

- (1) 長岡市 (2) その他 ()

3.長岡の中心市街地の居酒屋をどれくらいの頻度で利用していますか。

- (1) 週に数回 (回) (2) 週に 1 回程度 (3) 2 週間に 1 回程度
(4) 月に 1 回程度 (5) 数ヶ月に 1 回程度 (6) 利用したことがない

4.あなたが友人（家族・ゼミ仲間・個人など）と居酒屋に行くとき、どのようなお店によく行きますか。（複数回答可）

- (1) チェーン店 (2) 個人経営店の居酒屋 (3) 自宅
(4) 友人宅 (5) その他 ()

5.飲み会を開くとき、あなたはお店をどのような方法で調べますか。（複数回答可）

- (1) ホットペッパー（冊子） (2) komachi (3) 口コミ
(4) インターネット（サイト名： ）
(5) Twitter (6) その他 ()

6.お店を選択する際、特に何を重視していますか。1つ選択してください。

- (1) 飲み放題の有無 (2) 飲み放題の時間 (3) 値段の安さ
(4) メニューの量（品揃え） (5) お店の雰囲気 (6) 口コミ
(7) その他 ()

7.個人経営店ではなく、チェーン店を利用するのは何故ですか。（複数回答可）

- (1) 単価が分からないから (2) 単価が高いから (3) 飲み放題がないから
(4) メニューの種類が少ないから (5) 雰囲氣的に入りづらいから
(6) その他 ()

8.どのようなもの・こと（情報など）があったり、分かったりしたら（チェーンではない）個人経営店に入ろうと思いますか。（複数回答可）

- (1) 飲み放題 (2) メニューの価格 (3) コース料理
(4) メニューの種類 (5) 店内の雰囲気 (6) その他 ()

9.過去に飲み会などで訪れたお店をもう一度利用したことがありますか。
その理由も教えてください。

- (1) ある (2) ない
- (理由:)

10. (ながおか) バル街のことをどこまで知っていますか。

- (1) 参加したことがある(回) (2) 参加したことはないが内容は知っている
(質問 11 へ) (質問 12 へ)
- (3) 名前は聞いたことがある (4) まったく知らない

11. 質問 10 で (1) と回答した人に質問です。参加したきっかけは何ですか？（自由記述）

13.質問 10 で (2) と回答した人に質問です。参加しなかった理由は何ですか？（自由記述）

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

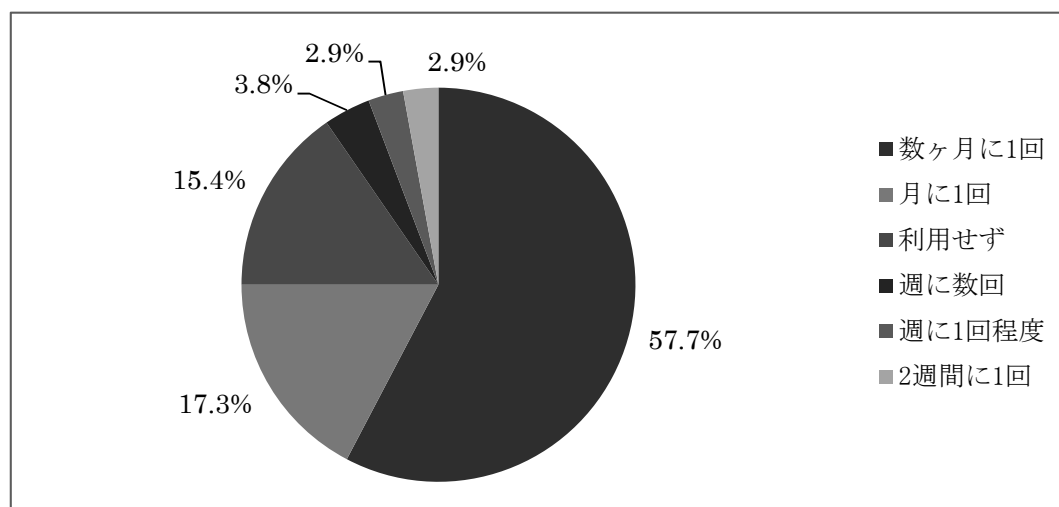
3.2. アンケート調査結果

(1) 長岡の中心市街地の居酒屋の利用頻度

「長岡の中心市街地の居酒屋をどのくらいの頻度で利用しますか」という質問の結果は以下のとおりで、「数ヶ月に1回程度」57.7%、「月に1回程度」17.3%、「利用したことがない」15.4%、「週に数回」3.8%、「週に1回程度」2.9%、「2週間に1回程度」2.9%となっている。（図 3-1）

長岡大学生は、たまに居酒屋を利用するという程度で、定期的に利用するという人は少ない。だが、中には「週に数回」居酒屋を利用するという人もいた。

図 3-1 居酒屋の利用頻度

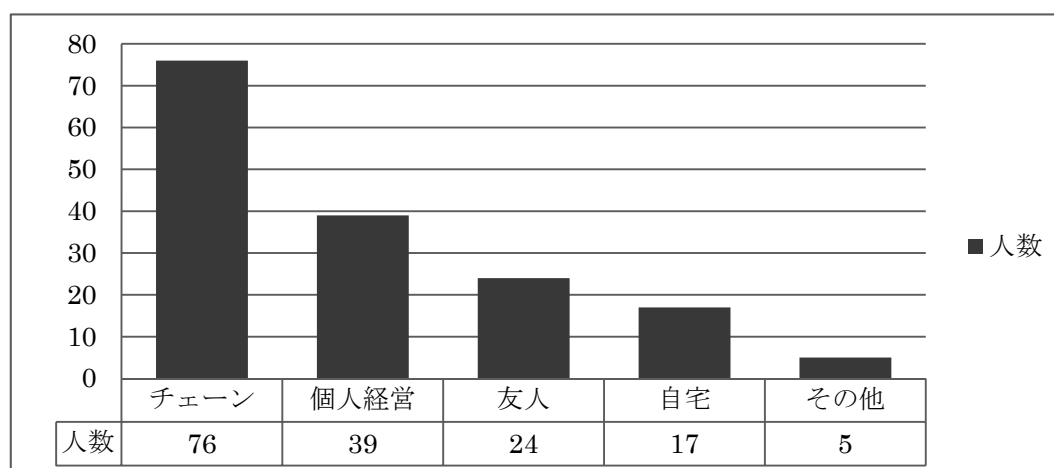


(2) 利用する居酒屋の店舗形態（複数回答）

「あなたが友人と居酒屋に行くとき、どのようなお店によく行きますか」という質問の結果は、「チェーン店」76人、「個人経営店」39人、「友人宅」24人、「自宅」17人、「その他」5人となっている。（図 3-2）

ここから分かることは、約73%の学生が回答したことから、居酒屋を利用する際には主に「チェーン店」を利用しているということが分かる。また「個人経営店」を利用すると答えた学生も37.5%にあたる39人と少なくないので、普段はチェーン店を利用している、まれに個人経営店を利用しているのだと推測される。

図 3-2 利用する店舗形態



(3) 居酒屋を利用する際の店舗の調べ方（複数回答）

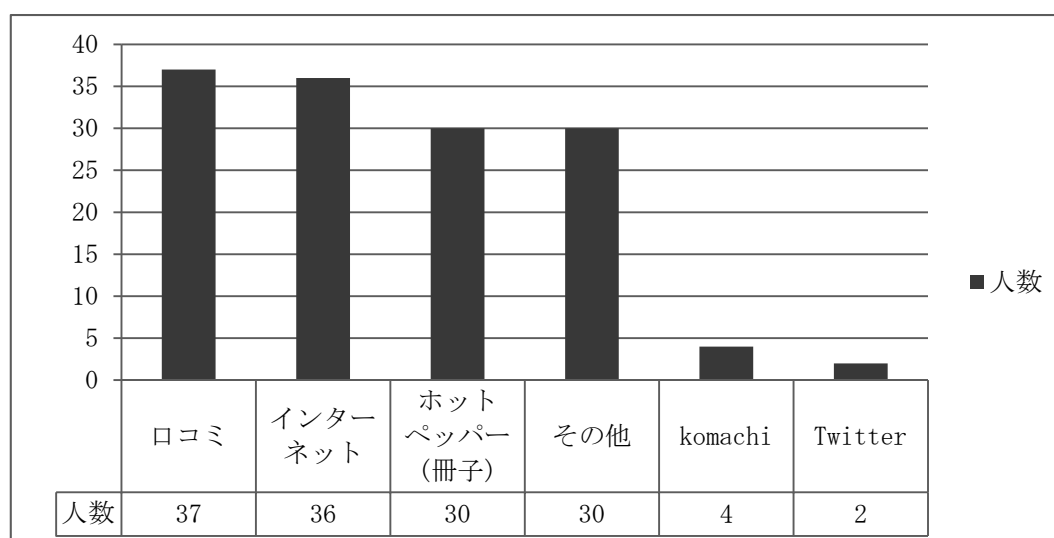
「飲み会を開くとき、あなたはお店をどのような方法で調べますか」という質問の結果は、「口コミ」37人、「インターネット」36人、「ホットペッパー（冊子）」30人、「その他」30人、「komachi」4人、「Twitter」2人となっている。（図 3-3）

この結果から店舗を調べる際には、居酒屋の情報を知っている人から聞く、インターネットで検索し調べる人が主だという事がわかる。また「その他」と回答した人の自由記述については次の通りである。

- ・先生からのおすすめ
- ・自分では調べない
- ・友人に任せる
- ・チラシを見て など

自由記述から、訪れる店舗を友人に任せている人や自分では調べないという人がいることが分かる。

図 3-3 店舗の調べ方

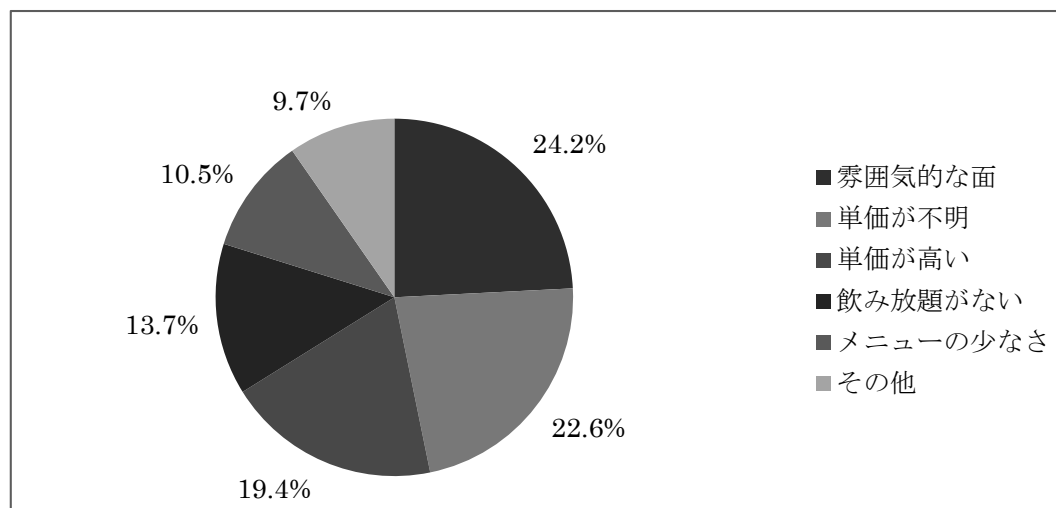


(4) 店舗選択のポイント

「お店を選択する際、特に何を重視していますか」という質問の結果は、「値段の安さ」28.6%、「飲み放題の有無」25.3%、「お店の雰囲気」20.9%、「メニューの量（品揃え）」15.4%、「その他」6.6%、「飲み放題の時間」2.2%、「口コミ」1.1%となっている。（図 3-4）

この結果から、店舗の選択には値段の安さ・飲み放題の有無といったお得感を重視していることが分かる。また店の雰囲気や品揃えも店舗を選択する際に重視しているポイントである。

図 3-4 店舗選択のポイント

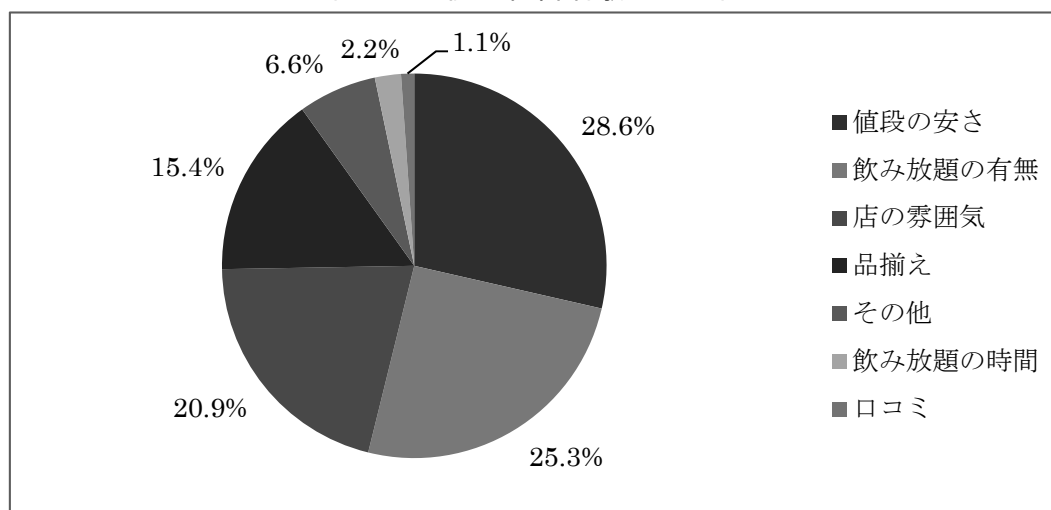


(5) 個人経営店敬遠の理由（複数回答）

「個人経営店でなく、チェーン店を利用するのは何故ですか」という質問の結果は、「雰囲気的に入りづらいから」24.2%、「単価が分からないから」22.6%、「単価が高いから」19.4%、「飲み放題がないから」13.7%、「メニューの種類が少ないから」10.5%、「その他」9.7%となっている。（図 3-5）

個人経営店の敬遠の理由として、「雰囲気的な面」というのが一番多い回答であり、店舗の外装や内装などの目で見えてわかる点から個人経営店を敬遠しているということが分かる。また、「単価が分からないから」「単価が高い」と回答している人の割合も高く、予算面から個人経営店を敬遠している人も多い。

図 3-5 個人経営店敬遠の理由



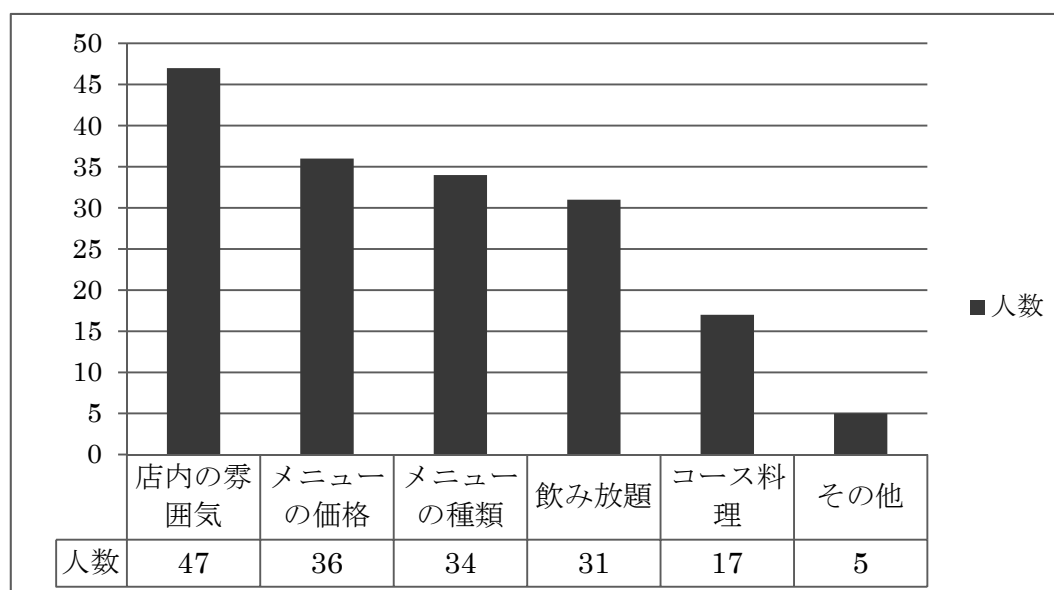
(6) 個人経営店を選択したくなるポイント（複数回答）

「どのようなもの・こと（情報など）があったり、分かったりしたら（チェーンでない）個人経営店に入ろうと思いますか」という質問の結果は、「店内の雰囲気」47人、「メニューの価格」36人、「メニューの種類」34人、「飲み放題」31人、「コース料理」17人、「その他」5人となっている。（図 3-6）

（5）の質問では、「個人経営店の雰囲気が入りにくい」という回答が多かったが、この質問では店内の雰囲気が分かれば個人経営店を選択するということが分かる。また、「メニューの種類」といった項目も回答者が多いことから、多種の料理を食べたいという意識があるということが分かる。

よってこれらの点は、バル街のイベントに客として参加し、店舗を巡ればその店舗のメニュー・雰囲気がある程度把握できるため、バル街のイベントで解消できる問題だと言える。

図 3-6 個人経営店選択のポイント



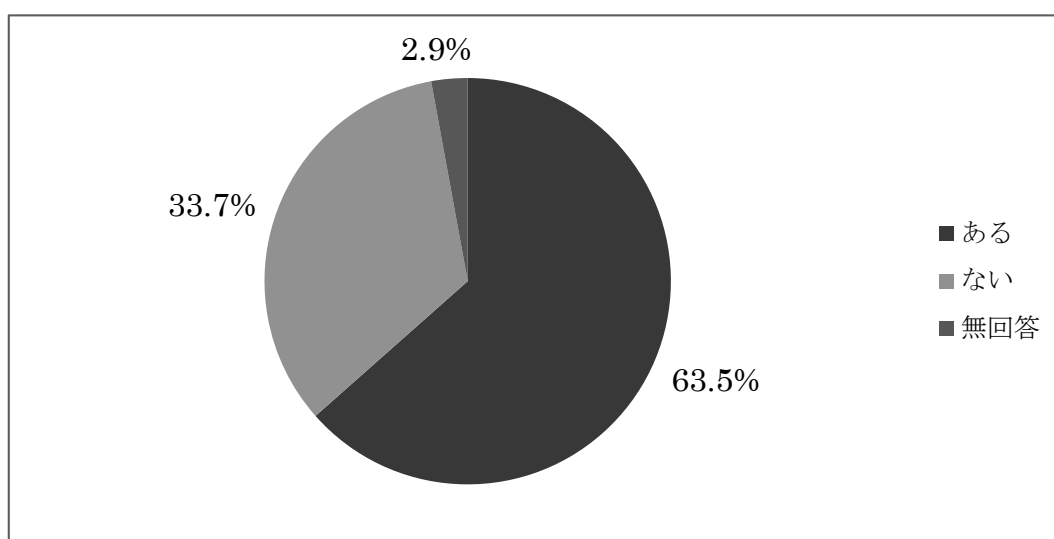
(7) 店舗の再訪

「過去に飲み会などで訪れたお店をもう一度利用したことがありますか。その理由も教えてください」という質問の結果は、「ある」63.5%、「ない」33.7%となっている。(図 3-7) 自由記述の理由としては以下の通りである。

- ・雰囲気が良かったから
- ・店のスタッフを通じて交流が深まるから
- ・面白いお店だったので純粋にリピーターとして など

これらの事から、イベントの参加者としてバル街に参加していろいろな店舗を訪れ、雰囲気などを知ることで、再度別の機会に利用する人が増えるだろう。

図 3-7 店舗への再訪



(8) ながおかバル街の認知度

「(ながおか) バル街のことをどこまで知っていますか」という質問の結果は、「参加したことがある」6.7%、「参加したことは無いが内容は知っている」16.3%、「名前は聞いたことがある」22.1%、「まったく知らない」52.9%となっている。(図 3-8)

ながおかバル街に関しては約半数の回答者が知っていた。しかし、長岡市在住のみみると「全く知らない」と回答した学生の割合が 58%と学生全体でみた割合より上回っている。(図 3-9)

図 3-8 バル街の認知度

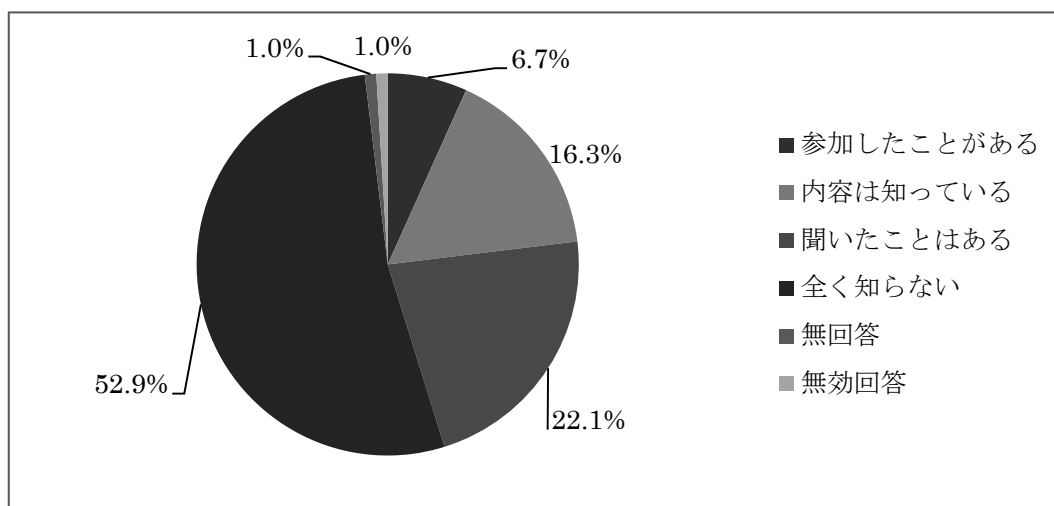
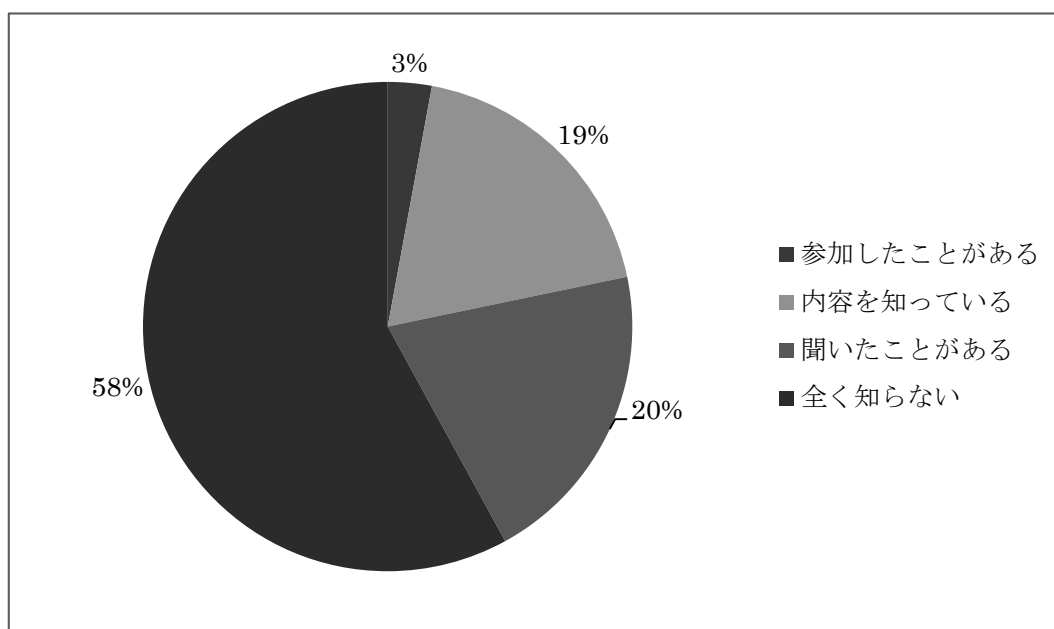


図 3-9 長岡市在住学生のバル街認知度



3.3. 考察

このアンケートの結果として、(7) 店舗への再訪 について約 6 割の学生が再訪するということから、20 代前半の若者がイベントの参加者としてバル街へ参加し店舗を巡り、その巡った店舗の情報を得ることによって、イベント以外の日でもその店舗を利用する人が増える可能性がある。そのため、店舗がバル街に出店することで若者が店舗を知る機会ができるため、店舗の活性化には繋がる可能性がある。しかし、若者には「ながおかバル街」というイベントがあまり知られていないことが一番の問題であり、この点から改善していくべきである。よって、バル街に関する広報活動を増やし認知度を高めていくことが重要である。

4. シンポジウム開催

4.1. 概要

「ながおかバル街」は、2014年5月31日でvol.5の開催となった。vol.5の参加者・参加店舗とも過去最大となり、長岡の中心市街地で行われるイベントとして徐々に定着してきている。しかし、潜在的な参加者とも言える大学生などの若者にはまだまだ認知されていないのが現状である。

そこで、本学の学園祭である、悠久祭にてバル街シンポジウムの開催を計画した。学園祭では、学生や近隣住民、市内外から多くの人を訪れる。ここで、シンポジウムを開催すれば、バル街について興味関心を深めてもらい、知るきっかけになる。そして、大学生を中心とした若者をバル街に参加させ、ひいては、中心市街地・店舗の活性化に繋げていくためにはどうすべきかについて議論を深めたいと考えている。

4.2. 事前準備

シンポジウム開催までの準備は、それぞれ担当を決めて、手分けして作業した。

(1) パネリスト選考・依頼

パネリストには、バル街で長岡と関わりがあった人たち4名の候補が上がった。山崎隆氏は、青森県弘前市レストラン山崎のオーナーシェフであり、弘前バル街実行委員会である。また、山崎氏は平成17年に中越大震災復興イベントで長岡を訪れるなど長岡に関わりが深い。深谷宏治氏は、ペイン料理店バスクのオーナーシェフであり函館西部地区バル街実行委員会である。北原啓司教授は、弘前大学教育学部に所属しており、まちなか考房主催の中心市街地活性化シンポジウムにてパネリストとして参加されている。最後に、大沼広美氏は、特定非営利活動法人まちなか考房事務局で、ながおかバル街実行委員長を務めている。

以上の4名にパネリスト参加の依頼文を作成して交渉したが、日程の関係で深谷氏と北原教授にお断りされた。当初、基調講演も北原教授に依頼する予定だったため、一度は基調講演無しプログラムも考えた。最終的に、山崎氏に急きょ講演依頼をしたところ快く承諾していただいた。

(2) 広報活動

広報活動にはいくつかの案が上がった。まず、チラシ作成である。チラシ作成のために、ペイントソフトを購入して環境を整え、自分たちで作成することが出来た。サイズは初め、A4にする予定だったが大沼さんのアドバイスで手に取りやすいA5サイズに変更した。完成したチラシは、学内に掲示されたほか、セブンイレブン中沢4丁目店、市立中央図書館、栖吉コミュニティーセンター、まちなか考房、まちなかキャンパス、ながおか市民協働センターに配布された。しかし、シンポジウムの具体的な内容がなかなか決定しなかったため、チラシの作成も大幅に遅れ、配布を開始したのが開催の一週間前だった。そのため、チラシでの告知効果は低かったと考えられる。

また、10月22日に行われたバル街参加店ミーティングにて、シンポジウムを告知する時間をいただけた。シンポジウムの開催が土曜日であり、飲食店を営んでいる参加店の

みなさんはなかなか来ていただくのは難しいかもしれないが、せっかくの機会なので、参加店舗のみなさんにチラシを配布し、簡単に紹介させていただいた。

長岡市政だよりに記事を掲載してもらった案が出ていたが、問合せ不足で実現しなかった。そのほかにも、専用のウェブサイトの作成の案が出たが、技術不足であると判断し、チラシを本学ウェブサイトとながおかバル街ウェブサイトに掲載することとした。

また、雑誌やマスメディアへの広報などの案が出たがどれも準備不足で行うことが出来なかった。

図 4-1 シンポジウムチラシ



4.3. 開催日当日

当日は、朝から集合して机やパネルを運び出し、会場設営をした。開演時間が近づくと、学内を回りチラシを配りながら呼び込みを行った。告知不足、イベントとの時間が重なったこともあり、多くの参加者を集めるには至らなかった。

(1) 概要

レストラン山崎オーナーシェフであり弘前バル街実行委員の山崎隆氏にくわえ、NP0 法人まちなか考房（ながおかバル街事務局）の大沼広美氏を招いて、料理人、実行委員、学生、よそ者と様々な目線からバル街による地域活性化についてのシンポジウムを開催した。

- ・ 日時：平成 26 年 10 月 25 日（土）14 時～16 時
- ・ 会場：長岡大学二号館一階 217 教室
- ・ 参加人数：約 30 人

(第一部) 基調講演

「バル街から見る地域活性化のミソ」

講師 山崎隆氏 青森県弘前市レストラン山崎オーナーシェフ

(第二部) 学生による報告

1) 中村ゼミナール アンケート報告

2) look バル街！～ながおかバル街の楽しみ方～

(第三部) パネルディスカッション

パネリスト

○ 山崎隆氏

○ 大沼広美氏 NPO 法人まちなか考房ながおかバル街実行委員長

○ 平野友望

コーディネーター

○ 中村大輔 長岡大学准教授

(2) 基調講演

初めに、弘前バル街実行委員長である山崎氏による基調講演が行われ、「バル街から見る地域活性化のミソ」をテーマにお話しいただいた。講演の中で、チケットの金額が高ければ「バル街貯金」をすることをすすめていた。

「1日100円を貯金箱に入れて、年2回開催なので、目標7,000円。インスタントラーメンを食べるところを塩なめて味噌なめておにぎりにしようとか。わずかな貯金をしてバル街貯金をしよう。これを豪華に使おうと。ぜひバル街行って、マップを片手に、このマップが目に入らぬかって通行手形なわけですね。そうしますと学生さんなんかこれから社会に出るわけですから、社会人と交わりながら大人と話をする。自分の部屋に閉じこもって、こればかりやってないで、街に出て人と話をする。マップ一つあれば、どこが美味しかったですかとか、どこから来たんですかとか、そういう合言葉が生まれるんですね。それを僕のキャッチフレーズにね、テレビでバル街の宣伝なんかいくと「バル街ってどうなんですか」って（聞かれたときは）「一目会ったその日から恋の花咲くときもある。このマップが合言葉です」っていうんですね。マップ片手にあっちこっち歩くのは楽しそうだなと、参加する人がどんどん増えてきます。」

最後に、

A=バル街 A=B、A=C、A=D…

B：楽しかった

C：赤い糸の人と巡り合った } E：下心

D：面白くない

※下心

客…美味しいものをいっぱい食べよう、きれいな人と会おう、元を取ろうなど

店…安く豪華なものをつくる、店を知ってもらおうなど

バル＝下心。つまり、「A（バル）＝E（いい）」→バル街はいい、と締めてくださった。

（3）中村ゼミナール アンケート報告会

次に、ゼミナール生よりこれまで行ってきた活動を報告した。

学内で3・4年生を対象としたアンケート結果も報告した。（第3章参照）

（4）Look バル街！～ながおかバル街の楽しみ方～

次に、我々が実際にながおかバル街 vol.5 に参加した体験レポートを紹介した。写真を多く利用し、バル街の雰囲気が伝わるようにした。初めての料亭に委縮するリアルな反応を見せることが出来た。

図 4-2 発表の様子



図 4-3 「Look バル街！」に使用したスライド
～料亭にビビる編～



(5) パネルディスカッション

パネルディスカッションは中村准教授のコーディネーターで進められた。主な内容は資料 4-1 の通りである。

今回のディスカッションでは、パネラーの大半が開催する側の方だったので、主催する側の想いというのを知り、有意義なパネルディスカッションであったと思う。また会場に来ていたながおかバル街の出店店舗さんにも貴重な意見を聞くことができ、意外な収穫であった。

4.4. 同時開催

(1) パネル展示

当日は、会場の出入り口前の空きスペースを利用してバル街の PR パネル展示を行った。パネル展示では、11 月に長岡バル街が開催されるので、まちなか考房からいただいた文字データをもとに A4 サイズのパネルを作成した。バル街参加店舗紹介パネルは、店舗名、店舗紹介文、PR 画像、営業時間、問合せなどを掲載した。また、バル街マップを参考にその店舗がどの飲食店に分類されるかわかるように、それぞれアイコンと色を統一する工夫してみた。居酒屋・レストラン・ダイニングはビールのアイコンにピンク色、中国料理・中華料理はパンダのアイコンにオレンジ色、日本料理・料亭・割烹・鮨割烹にはお茶碗のアイコンに黄色、バー・ワインバーはカクテルのアイコンに青色、喫茶店・その他はマグカップのアイコンに緑色を配置した。計 74 店舗を紹介した。

図 4-4 出店店舗一覧見本

<p>例</p> <p>ホテルニューオータニ長岡 BAR 幸夷</p>  <p>地産地消の料理を取り揃えております。夜中も楽しい雰囲気の中でゆったりとお過ごし下さい。当日はフェアやドリンクのセット、ライブパフォーマンス、ステージイベントなど盛りだくさんなイベントを開催いたします。</p>  <p>長野 14-15 長野 14-15 02-25-2111 14-15 長野 14-15 02-25-2111</p>	<p>例</p> <p>創作居酒屋 置</p>  <p>落ち着いた雰囲気と絶品の料理が人気です。当日は、最新のトレンドメニュー、創作のドリンクをご用意します。</p>  <p>長野 14-17 長野 14-17 02-26-1313 14-17 長野 14-17 02-26-1313</p>
<p>●出展店舗一覧見本●</p>	
<p>1. 店舗名</p> <p>2. 店舗写真</p> <p>3. 店舗紹介</p> <p>4. 分類 (※)</p> <p>あと ←あとバル協力店舗</p> <p>5. 住所・営業時間</p>	<p>※ 分類の見方</p> <p> 日本料理・料亭・割烹・鮨割烹</p> <p> 中国料理・中華料理</p> <p> 居酒屋・レストラン・ダイニング</p> <p> バー・ワインバー</p> <p> 喫茶店・その他</p>

バル街自体の解説も A2 サイズのパネルを用意し、また函館バル街の歴代ポスターを提供いただき、展示した。

パネル展示は、若者から年配の方まで興味を持ってくれた。立ち寄った人の中に、バル街の名前は知っているが、イベントの内容が分からず、実際に参加したことはないという意見をいただいた。このことから、長岡のイベントとしての浸透は薄く、今後もっと認知度を上げていく必要がある。その一方で、まだまだ開拓できる人が多くいるともいえる。

図 4-5 解説パネル



図 4-6 当日のパネル展示の様子



(2) チケット販売

悠久祭期間中、パネル展示会場でながおかバル街の前売りチケットを販売した。パネル展示を見に来た人は、興味を持ってくれる人はいたものの、販売時期がバル街開催日から離れていることもあり、なかなか購入までには至らなかった。

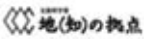
また、悠久祭後もチケット販売を行い、悠久祭と合わせて学内販売分である 20 冊を完売することができた。

4.5. 出来なかった同時開催

当初の同時開催のひとつに、シンポジウムに参加しながらピンチョス（一品料理）とドリンクが楽しめるミニバル街の開催案が出ていた。会場は学食を貸切り、バル街出店店舗の協力のもと、いくつかのピンチョスやドリンクを提供して頂くというものだった。こうすることで、シンポジウムに足を運ぶ人が増え、バル開催前なので、バルの楽しさを感じてもらうことができれば、最高に楽しいバル街の疑似体験にもなると考えたからである。しかし、参加店舗への依頼が遅くなり、学園祭での食品提供の場合、食品提供届など厳しい衛生管理が必要で、申請が間に合わないことが判明したため、この案は断念した。

以上のことから、当日までの段取りをきちんと立て、外部とのアポイントメントは迅速かつ確実に実行することが、来年の課題である。

図 4-7 当日配布のお品書き

ながおかバル街 シンポジウム

2014 年 10 月 25 日 (土)

14:00-16:00

長岡大学
2 号館 1 階 217 教室



主催 中村ゼミナールⅢ・Ⅳ
後援 NPO法人まちなか導線

～プログラム～

14:00-14:30 『バル街から見る地域活性化のミソ』

特別講演者 山崎 隆 氏
私設バル街の華やかさを、オランダ料理『レストラン山崎』のオーナーシェフ

14:40-15:10 中村ゼミ アンケート結果報告

中村ゼミナール 3 年 渡部 直希

15:20-15:50 lookバル街！～ながおかバル街の楽しみ方～

中村ゼミナール 4 年 村山 寛治

15:55-16:40 パネルディスカッション 『バル街の魅力と楽しみ方』


パネリスト 山崎 隆 氏 (レストラン山崎オーナーシェフ 長岡市)
大塚 広真 氏 (ながおかバル街実行委員長)
中村 直樹 (長岡大学中村ゼミナール所属 4 年)
コーディネーター 中村 大輔 (長岡大学後援)

講演者プロフィール

山崎 隆 (やまざき・たかし)

1952 年、香川県高松市で生まれる。1994 年「レストラン山崎」開業。2009 年「世界料理学会 in HAKODATE」にて「特別のリングスーパードレス」受賞。2011 年から「私設バル街」を主催、書籍に『特別のリングスーパードレス』（誠実社、2013 年）がある。

【お問合せ】長岡大学 中村ゼミナールⅢ・Ⅳ
mail: nakamura@nagaoka-u.ac.jp



4.6. シンポジウム開催の反省と課題

今回のシンポジウムでは、初めての開催ということもあり準備不足が目立った。全員がシンポジウムを経験したことはなく、何から手を付けていいかわからず、スタートが遅れてしまった。そのため、予定していた提案のほとんどは実行されず、悔しい結果となった。

お客様向けのアンケートでは、シンポジウム全体の評価として 70% に良い評価をしていただいている。良かった点は「意欲的な試みで非常に良い」、「立場の異なる人々を呼んでやっているのは、説得力が上がり良いのでは」といった意見をいただいた。何より、シンポジウムに参加してバル街に行こうと思ったかという問いに対して半数以上が「はい」と回答しており、開催してよかったと思う。

一方、悪かった点は「講演の時間が短い」といった構成の見直し、学生のプレゼンについての未熟さを指摘された。プレゼンでは、“聴かせるプレゼン”を意識して練習を積みたい。また、一番多く上がった意見として、参加人数の少なさであった。準備不足から広報活動が遅れがちになり、人集めの大変さを実感した。もっと広報活動を迅速に行い、より多くの人を呼び込む必要がある。以上のことが次回の課題である。

図 4-8 シンポジウム全体の評価

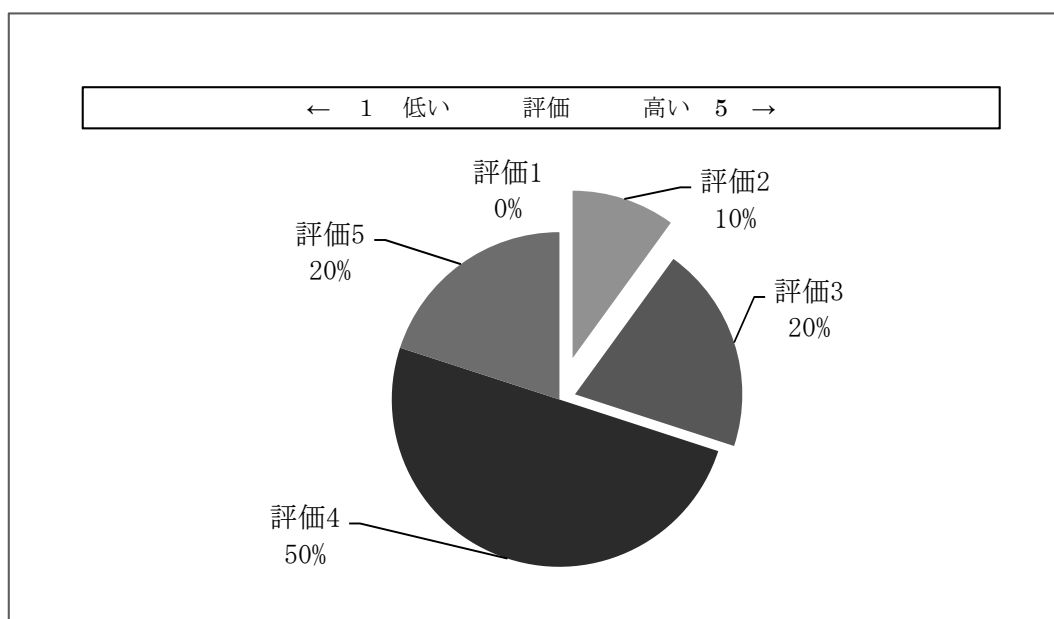
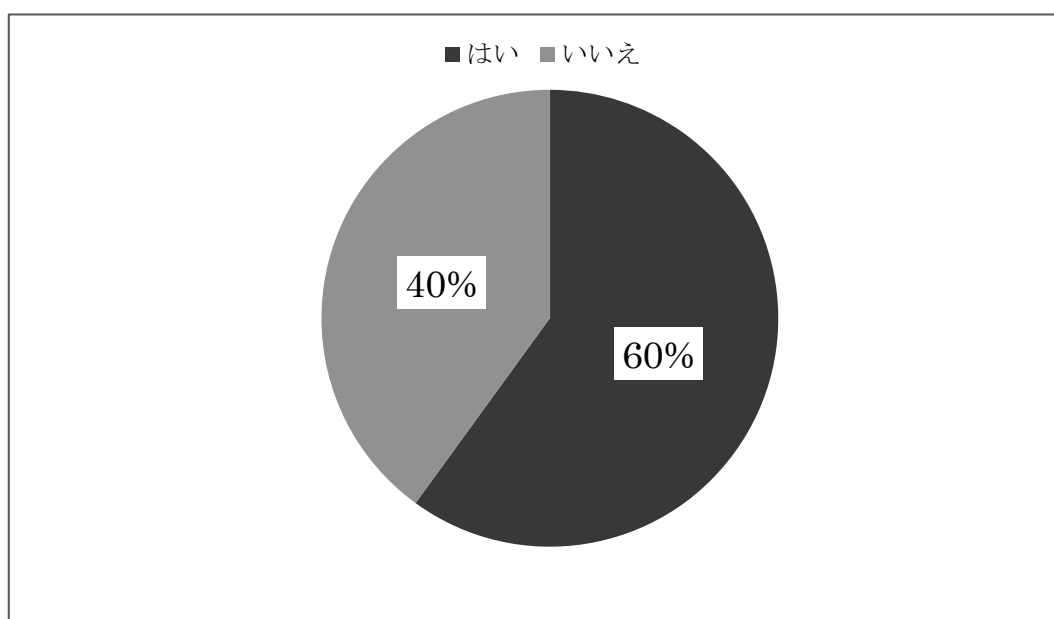


図 4-9 シンポジウムに参加してバル街に行こうと思ったか



資料 4-1 パネルディスカッションの内容（抜粋）

中村： 楽しさというところについて、バル街の実行する側、参加する側の立場で、一言ずつどのように感じているかお話いただきたいです。

山崎： バル街の楽しさについて、小さい子供から年配の方までだれでも参加できて、アルコールもノンアルコールもあって、いろんな人と巡り合うことが出来て、街の中を歩いて本当に楽しい。日本全国 100 カ所とか 200 カ所とか言われていますけど、みなさんそれぞれに成功されていて、やった方は楽しいと。それで、また続けていると思うんですね。面白くなかったら辞めちゃうんですけど、続けているってことは楽しい。だから「バル街＝いいね」なんですね。

大沼： 私どもは、3 年前の函館バル街に訪れて、すごく楽しみました。バル街ですごく沢山の人が街を楽しむ、お店を楽しむ。それが結果的に、街の賑わいに繋がっていると思っています。なので、街の賑わいをつくるためにバル街をやるのではなく、バル街を通して長岡の街の楽しさを知るという風な思いの中で、バル街開催させていただいています。本当に参加してくれる人たちの楽しい笑顔を見るのがやっぱり仕掛けている側の一番の楽しみだなと思っています。

たぶんお店さんたちも普段来ない人が入ってくる。お客さん同士が会話をしてそこに出会いがあります。自分たちの出会いもそうですし、お客さん同士の出会いがあって、その姿を見て楽しんでくださっていると思っています。継続するには、本当にパワーがいりますよね。すごく大変ですよね。だけれども、私たちの見返りという下心は、やっぱりみなさんの笑顔だなという風に思って継続しております。

平野： 私は今回、中村ゼミとして初めてながおかバル街に参加させていただいて、参加してみて、自分が入ったこともないようなお店に入らせていただいて、チケット一枚でそのお店のご飯が食べれて、飲み物が食べれて、お店の雰囲気が分かるのが楽しかったことです。それから、全く知らない人達と「どこのお店行きましたか？ どういうところが美味しかったですか？」とお店の情報を交換出来たりとかして、全く知らない人と話せたことも楽しかったことのひとつです。

あと、私が長岡の駅の方にはそんなに行かないので、駅のことに関してわからなかったんですけど、今回のバル街に参加したことによって、駅周辺にどういったお店があって、どんな飲み屋さんがあって、どんなところにどういったお店があるのかっていうのははじめて知れたので、すごくいい経験が出来たなって思っています。

中村： ながおかバル街に出展される 2 店舗の店主さんが観客席にいらしていたので、突然ですがお話を聞かせてください。お店の方として、良かった点・悪かった点というのがあればお話しして頂きたいです。

店主： バル街の 1 回目から参加させていただいているんですけども、今回で 6 回目。たぶんこの先も続けていると思います。一番の理由は、参加した方が面白いと思って

いるように、僕も楽しいし、面白いと思っているからです。ただ、お客さんの流れは、1回目から5回目までだんだんと変わってきたところがあります。もともと価格設定の高いお店なので、1回目は、700円でこのお店に行けるんだっていう感覚でいらっしゃる方が、ほぼでした。ただ、そうはいっても人がそんなにぐるぐる回転するわけでもないで、1回目、2回目とは違い、3回以降は、うちを楽しみにいらっしゃるお客様が増えたような気がします。なので、参加するお客様の楽しみ方も変わっているのかなと思います。

もともと参って参加したのは、より多くの人に知ってもらいたいというところから始めたんですけども、それが直接的に通常の営業に繋がっているかというところ、さほどそこへの流れはないと思います。じゃあなぜ続けているかというところ、最初の話に戻りますけども、楽しいし面白いから続けているのが今です。ただ、そう感じないお店の方はやっぱりやっぱりやめていくと思いますし、楽しめているから続けているのかなと思います。

中村： バル街の楽しさっていうのは長岡だけでなく、すべて共通するような楽しさですね。さて、長岡の色々なイベントが街中でやっているわけですが、街中にみんな集まって、街中の賑わいをつくるためにやっているような感じがします。例えば、アオーレに集めてアオーレでやる、というような形が多い。そこが目的地になっちゃっているんですよ。街中の店舗が一つの場所に集まってやるイベントばかりです。バル街で一番面白いなと思ったのは、お客さんが店舗まで行くというところだと思うんですよね。店舗に行ってもらおうということが、ものすごく大変。店舗に来てもらおうっていうハードルが一步下がる、それだけでも素晴らしいイベントだと思っています。

山崎： 先生が先ほど言われたように、市とかいろんな団体が国や自治体のお金を使って、やらなければならないイベントっていうのが結構あるんですよ。僕たちの場合、最初は助成金をもらったんですね。それでスタートしたんですけど、本家の深谷さんからクレームがつかまして、助成金を使っているなら行かないとまで言われました。深谷さんから市のお金を使わないでやろうよと言われて、僕たちも3回目から市のお金を使ってないんですよ。全部やりくりしちゃうんですね。赤字すれすれの所だったら僕が全部負担しなきゃならない。覚悟決まっていなくてやれないんです、僕たちのバル街は。

僕たちのバル街は清純派。清純派だけど楽しい。バル街に参加する人は、なんかおいしいもの食べたいとか、人と接したいとか、楽しいお話がしたいとか清純派なんですね。僕たちが僕たちのお金でやっているから清純派で、正しいやり方。正しいやり方だから、人がどんどん集まってくる。そこでみんな分け隔てなく楽しむ。もちろん下心はあるんですよ、下心はあるけども疾しいものではない。これはバル街の正しい楽しみ方で、これがあるから長く続くと思うんですよね。後ろめたさがない下心。これが一番の魅力だと思いますね。

中村： とにかく、後ろめたさのないような形でやっているからこそ、長く続く。たぶん、補助金を使う事業ですと、補助金が終わると、終わる。補助金頼みの事業ですとそういうことが大いにありうる。補助金がなくてもイベントを開催できる場所もバル街の大きな魅力ですね。

アンケートから、バル街のことを 5 割の人が知らないという結果になりました。どうすればもう少し人を増やすことが出来るのか考えていきましょう。

大沼： 行政さんとかが仕掛けられる事業は、私たちのバル街と比べると全く丸が二つ三つ違う予算の中で実施されています。なので、告知面で行けば、全く異なった大々的な宣伝 PR が出来る。そこが実際現実的には知られているか、知られていないかというところになっているんだろうなと思っています。ただ、回を重ねていくごとに参加された方は「本当に楽しかった」ということを、ほかの人に教えてあげたいという想いが自然に出てくるので、そういった口コミで徐々に増えていくんだろうなと思っています。それこそ、お金を使った広告もベストなんですけども、体験した声で広がる。それはまさしくバル街ならではのなんじゃないかと思います。

さっき、学生さんのアンケート結果。残念な結果だったんですけども、弘前バル街に参加したときに、学生さんの参加者が多く見受けられたんですね。それは何故かということ、学生さんの中でバル街のチケットの販売をしてくれる方たちがいる。バル街に協力してくれる生徒さんの動きがあるという風に伺いました。なので、ぜひ長岡大学の皆さんからも体験した声を PR してくださると徐々に徐々に広がっていくんじゃないかと思っています。

中村： 弘前バル街で学生の中でバルチケットを販売している話が合ったんですが、これちょっと山崎さんに伺いたいんですが。

山崎： 僕たちのバル街主催している組織の中に学生がいます。彼は、今度バル街やるぞ、こういうのをやるぞ、これやるぞって中にいつも入ってきてニコニコしてね。僕も仲間だからチケットお願いしますって言ったら大学のほうにポスター貼ってチケット 40 枚くらい取るんです。そういう繋がりがあってね、今学生さん、みんなフェイスブックやっているんで、回すんだそうですよ。僕たちは密かに彼を頼りにしています。

中村： 40 枚売ってなかなかだなと思いますね。彼はそんなに高いっていう意識はないんですかね。うちの学生だと 3,500 円はどうしても、高い印象があるんですが。

山崎： 高いをとるか、それ以上のものを楽しむかのどちらかだと思いますけど。金の使い方ですよ。僕なんかは食育もやっていてね、ジャンクフードは食うなとか。駄菓子のごみ箱に捨てろとか発言をするんですね。チェーン店。安い店。得をしたなって思うじゃないですか。ああいうところって僕たちは怖いと思うんですよ。安いものにはわけがある。おいしいと思うところにもわけがあるわけです。何でかという、

そういうところのものは、安い食材だろうし、どっから来たかわからない食材。どっから来たかわからない食材を安く仕入れて、さらに、安い食材は美味しくないののでどんどん加工しますね。そういうのを使っていると結局人の体に悪い。安くて舌だましの味にたどり着いて美味しい、美味いってしてませんか。そういうものを食べるよりは、正しい食をバル街で楽しんだ方がうんと得なんですね。化学調味料を食べるとね、シックハウス症候群になるんですよ。こう、蓄積されて、体に蓄積されて、病気になっちゃう。

正しいものを食べるためには、バル街のチケットを買って正しい料理屋さんで料理を食べるという結論になるわけですね。

中村： 平野さんに伺いたいのが、どうすれば学生が行くようになると思いますか。

平野： ポスター貼っていても一瞬見て、次にはすぐ忘れちゃうみたいな感じなので、あまりチラシとか広告があってもそんなに目を通して人は少ないと思いますね。それこそ、今はツイッターやフェイスブックで宣伝とかしてあるんですけど、やはりさっきのアンケート結果でもあったように、お店を調べる方法で、口コミが多くあったと思うんですよ。今回、前回のながおかバル街で私たち中村ゼミ生が行ってすごく楽しかった。それを周りの人に話してみたら「楽しいんだ、じゃあ今度行ってみようかな」という声がすごくあって、口コミは結構大きいのかなと思いました。私たちが行って楽しかったから他の人も引っ張って行って、連れてって、その人たちが楽しかったら、またその友達に広がって、という風に広がっていくと思うので、私の中で広めるとなったら口コミが大きいのかなと思います。

中村： 函館に行った時と長岡に行った時の大きな違いが、待ち時間だったんですけども。待ち時間も全くないとお祭り感がない。人数が増えていくとそれはそれでいいことが増えていくと思うんですが、主催者側に聞きたいと思うんですが、増えたら増えたでどういう風にすればさらに満足度が高くなるか。弘前ではどういう対応をしていますか。

山崎： バル街のですね、流儀っていうのがあるんですよ。その流儀を守ってない方がいるんですね。バルの流儀っていうのは、さっと入ってさっと飲んでさっと出る。そして次の人に席を譲る。これを徹底すればいいんですね。それをね、反する人がいるんですね。無駄な抵抗をする人がいるわけですよ。時間すらも元を取ろうという下心があって、長居するの。

僕たちの所は立食なんです。来てすぐ食べて、パッと飲み物を出して、ワーッと楽しみ、出て行ってもら。そのためには立食。椅子を置かない。食べやすいものをつくる。ドリンクはあまり注がない。多く注ぐほど長居するから、注がない。グラスが大きいから多くつぐんであって、函館の店なんかグラス小さいんですよ、これくらい。それが流儀らしいです。

それからね、どうしたら学生さんにチケットを買ってもらおうかって話。学割を付

ければいいんです、学割。学割を付ければ学生さんは少しは変わると思いますね。

大沼：うちはまだ、ぴよぴよのひよこちゃんなので、函館さんや弘前さんみたいにまだそこまで成功していないので、ちょっと厳しいかなって思っています。ただ、うちが今の段階でやっているのは、学生さんにバラ券では販売できますよという形でPRさせてもらっています。5枚綴りの3,500円なんですけども、じゃあお友達分の二軒分の2,800円ばらばらで売りますよ。そして、当日券もバラ券で、なおかつ前売り価格で一枚700円の販売。それは対応させてもらっています。今は、今できるのはそれくらいですね。

中村：最後に、学生にこのバル街について何か期待することがあれば一言ずつお願いします。平野さんには学生としてどういう風にこれから関わっていききたいかということをお話しいただきたいなと思います。

平野：今、地域活性化としてバル街に関わらせていただいているんですけど、それこそ私はもっとバル街が人に知れ渡って多くの人に参加してくれるようになればいいなと思っているんですけども、私に関わっていくとしたら自分自身で社会に出てもチケットを買っていろんなお店を飲み歩くことが関わっていく一つかなと思います。

山崎：学生さんがこういうところに盛んに入っていくためには、やっぱり社会を知る。店を知る。商売を知る。経済を知る。どんな野菜がとられて、どんな肉がそこにあるのか。それがどんな料理につくられて、どんな風な人が、どんなふうに食べているのか。食というのは、農家もそうだし、商業であるとか、資材を運ぶだとか、いろんな人が食に関わっているですね。料理を作る。ピンチョス一品食べる。酒を飲むことによって、いろんなこと知るんですよ。そういうことを学ぶ場として、バル街を活用して頂ければと思いますよね。ある意味ではただの呑みかもしれないけど、ある意味ではちょっとした文化かもしれないけど、そこには大きなものが含まれていていろんなことを集約して一つのピンチョスって形で出てくるんですね。それを知ることが、学生さんがこれから社会に出ていくうえで非常に勉強になるんじゃないかと思います。

大沼：バル街の店舗さんにお声掛けする中で、一つ徹底しているものとして、チェーン店さんにはお声掛けをしていないんですね。地元資本、ちょっと広めに見ても県内資本さんだけにお声掛けをしている。そこも徹底していこうと思っていることです。さっきの山崎さんのお話の通りに、長岡の街のお店を知る。長岡の街を知るっていうところでいろんな発見をしていってほしいなと思いますし、どういった年齢層の方たちがどういった店舗経営をされているのかっていうこともすごく学びになるであろうという風に思っています。そのきっかけとしてバル街参加して頂くのも一つの視点かなと思いました。

5. バル街開催に向けて

5.1. ながおかバル街スタッフとしての活動

11月15日に行われたながおかバル街 vol.6（以下、バル街）の開催に向け、ゼミ生で事前準備作業を行った。バル街事務局である、NPO 法人まちなか考房の大沼事務局長のもとで準備作業を行った。準備作業をすると共に、参加店舗を回り街を歩くことで、私たち自身が長岡の知らないお店の発見をすることができた。ただ準備作業をするのではなく、長岡の街の再発見もすることができた。

また、バル街当日も、ゼミ生全員がバル街スタッフとして、裏方の仕事を行った。スタッフとしてバル街に参加するのは初めてのことがあったが、事務局の方々から作業内容・方法を教わりながら、バル街成功に向けゼミ生全員で取り組んだ。

期間と担当者

9月末からバル街当日にかけて、表1の担当者同士で協力し、活動を行った。

図 5-1 担当者と活動内容

	日時	担当	活動内容
9月	29日	小倉、高橋	これからの活動についての打ち合わせ
	30日	高橋、平野	チケット販売の告知の紙作成
10月	2日	高橋、村山	マップの校正(店舗情報の確認)
	3日	高橋、村山	マップの校正(店舗情報の確認)
	8日	小倉、村山	店舗説明会の案内(ファックス、各店舗めぐり)
	9日	高橋、村山	マップの校正(店舗情報の確認、地図の配置確認)
	16日	平野、村山	マップの店舗情報直し
	17日	小倉、高橋	マップの店舗情報直し(シール張り)
	20日	高橋、村山	店舗販売用のチケット準備
	22日	小倉、高橋、平野、村山	店舗説明会(会場準備、チラシ配布)
11月	5日	小倉、高橋、平野、村山	チラシ折り込み作業、バル街ブログ文章案作成
	10日	小倉、村山、高橋	バル街ブログ文章案作成
	11日	小倉、高橋、平野、村山、波多、藤本	特別出店会場掃除
	12日	高橋、平野	電話受付当番
	13日	小倉、高橋、平野	店舗説明会(会場準備、チケットの精算)、実行委員会参加(バル街当日の流れ説明)
	14日	高橋	電話受付当番、のぼり作り
	15日	小倉、高橋、平野、村山、波多、藤本	バル街当日スタッフ

5.2. 活動内容：事前準備

(1) 店舗訪問

バル街の参加店舗やチケットの販売をお願いしたコンビニエンスストアに向けて、様々なことを依頼するため電話での連絡や店舗訪問を行った。

参加店舗に対しては、バル街当日に本部に掲示したりホームページに載せたりする、各店舗のピンチョス情報の提出についての連絡、ポスターの受け渡しと設置のお願いであった。ポスターの受け渡しに関しては、店舗に出向いてお願いしに伺った。そこで、初めて入るお店もあり、「駅前のこの位置にこんなお店があったのか」と、店舗訪問をするなかでも新たな発見があった。

チケットの販売をお願いしたコンビニエンスストアに対しては、バル街前日まで数回に分けてチケットの販売状況の確認を行った。

(2) 参加店舗向けのミーティング準備

バル街参加店舗向けミーティングが、10月22日と11月13日の計2回まちなかキャンパス長岡にて行われた。

第1回目の内容：バル街のコンセプト説明、前売りチケット販売についての説明、広報宣伝について、ピンチョス情報発信についてのお願い

ここでは、ミーティングに必要なものを、まちなか考房から運び入れ、会場準備を行った。また、各店舗に設置してもらうチラシ・ポスターの配布、参加店主さんに対しての席案内、長岡大学悠久祭で行われたバル街シンポジウムについての案内、後片付けを行った。

学生が手伝いに入るというのが今回が初めてだったため、学生に指示を出して学生を束ねることが、大沼さんが苦勞していた点であった。

私達が担当した、各店舗に配布するチラシ・ポスターの準備では、ポスターなど配布する量が多く、どうしたら見やすく取りやすくなるか机の上の配置を考えながら行った。また、シンポジウムの案内で、もう少し店舗の皆さんに早くお知らせできていたら、参加者が増えたのではないかと反省点もある。

第2回目：バル街開催に向けての最終連絡、チケットの販売状況についての説明、当日掲載用のポスター配布、前受チケットの精算

ここでは、必要なものをまちなか考房から運び入れ会場準備を行い、ポスターの配布、参加店主さんに対しての席案内、各店舗のチケット精算、後片付けを行った。

第2回目に行ったチケットの精算では、誤差を出してしまうという失態をおかしてしまった。受け取る人、金額を数える人というように、しっかり役割分担ができていなかったことが、反省点としてあげられる。

図 5-2 会場準備



図 5-3 ミーティングの様子



(3) マップの校正

バル街で街歩きをする時になくはないのが、バル街のマップである。そのマップの校正を行った。各店舗から送られてきた店舗情報（店名、住所、営業時間、店舗や料理の紹介文など）と、初稿の状態のマップを見比べ、担当の2人で読み合わせを行った。

マップの表面に掲載される、店舗の地図位置情報や店舗の名前については、前回の第 5 回バル街のマップで、店舗の地図位置の間違いがあったようだったので、今回は間違えないよう注意され、念入りに確認した。

マップの裏面に掲載される、店舗や料理の情報についても、読み合わせを何度も行い、一言一句間違えないよう集中して確認作業を行った。しかし、完成した後に営業時間の変更と、店舗の名前に間違いがあったため、完成したマップに修正するシールを張る作業も行った。

図 5-4 マップ校正の確認作業の様子



(4) 特別出店店舗の会場づくり

長岡市内にあるドルミー壱番館ビルが、今回特別出店することになった mocha lounge と TOCHIO no BAR の店舗として使われることになった。出店する部屋が使われていない部屋であったため、トイレ清掃や床掃除を念入りに行った。また、カウンターとして使うためのテーブルの運搬作業の手伝いも行った。この作業時、事務局の大沼さんもこの清掃作業に行ったため、ゼミ生 1 人が事務局に残り電話当番をしていた。

掃除担当、運搬担当、電話担当というように、役割分担をしっかりと行い、効率よく時間内に作業を終わらせることができた。

図 5-5 清掃作業の様子



図 5-6 清掃後の室内



(5) バル街ブログ作成

バル街を盛り上げるために4年のゼミ生がバル街研究隊として、学生目線でバル街の紹介をするブログを作成した。

(学生が探るバル街研究隊：<http://bargai.machinaka.biz/kenkyutai/kenkyutai.html>)

内容は、バル街の概要と、チケット5枚を使いお店を回るコースの提案であった。コースの提案では、今回参加する店舗情報の中から5店舗ピックアップし、行ったらこうなるだろうと予測し、「おなかいっぱいコース」「デート気分で楽しむコース」「バル街フルコース」の3つのコースの提案を行った。バル街開催本番ぎりぎりに完成してしまったため、多くの人の目に留まったのか不安が残った。

図 5-7 ブログの見出しの挿絵



(6) バル街実行委員会への参加

11月13日に行われた、バル街本番前最後のバル街実行委員会に参加した。ここでは、バル街当日の流れの説明を受ける。当日のスタッフには、新潟工科大学の学生も入ることになっていたため、学生スタッフの人数確認も行い、その人数で何ができるか、どこにだれを配置するかを考えた。

また、今回のバル街の準備作業をして、足りない部分が見えた。そこで、次回のバル街から行ったほうがよい改善点など、今後につながる意見交換なども行った。具体的には、スタッフの恰好、本部の飾りつけや音楽など、お祭り感を出すファンファーレ的なものが足りないというものであった。

(7) チラシの折り込み作業

11月5日に、長岡市市民協働センターにて、バル街のチラシの折り込み作業を行った。ここでは、長岡市内で行われる様々なイベントに関わる方と一緒に、封筒に何枚かチラシを入れる作業を行った。作業後は、お茶を飲みながら、各イベントの告知をする交流会を

した。参加した学生で、バル街が魅力的に伝わるよう宣伝を行った。

もうすでに、バル街のことを知っていて、友達を誘ってチケットを買っているという方もいたが、まだイベント自体を知らない方もいた。そのため、こういった子供からお年寄りまで不特定多数の人の目につき手にとれる、紙媒体での告知作業も重要だと感じた。

図 5-8 チラシの折り込み作業の様子



図 5-9 封筒に入れる作業



5.3. 活動内容：当日

(1) 本部設営

まちなかキャンパス長岡の1階のスペースに、バル街本部が設置される。そのための作業を行った。参加店舗（74 店舗）のピンチョス情報を順番通りに並べてパネルに貼り付ける作業、休憩スペースに机といすの設置するためまちなかキャンパス長岡から机といすを借りて配置する作業、巨大垂れ幕やポスターの展示する作業などを行った。また、本部設営の前に、蒼紫神社にスタッフが集まり、成功祈願をして本番に臨んだ。

図 5-10 パネルに掲載する様子



図 5-11 ポスター設置の様子



(2) 参加店でのリアルタイム情報提供

ながおかバル街では初の試みである、参加店舗のリアルタイム情報発信を行った。ツイッターやフェイスブックといった SNS を用いて、参加店舗にできている行列の状況であったり、店内の様子の情報発信をバル事務局が行うことになった。そのために、ゼミ生で手分けをして回るお店を決めて、決められた時間に参加店舗を回り、情報収集を行った。店

舗では、店主さんにお話を伺ったり、店内や行列の写真を撮影したりした。

ピンチョスの完売した情報については、ネットを使わない参加者にも伝えるために、本部に設置したピンチョス情報の紙に「完売」と書き込む作業も行った。開始後すぐに完売となってしまうところもあり、そういった情報を本部に来た人やインターネットを利用できる人だけでなく、多くの人に伝えられるようになればいいと感じた。

図 5-12 打ち合わせの様子



図 5-13 店舗を回る担当者の決定



(3) 新潟工科大学長ゼミと合同で参加者にアンケート

図 5-14 ふるまいの待ち時間に



図 5-15 ピンチョス情報を見に来た時に



新潟工科大学の長ゼミの学生も、バル街の研究を行っている。バル街当日に、実際に参加している人向けにアンケートを実施するということがあった。そこで、私たちも手伝い、共同でアンケートを行った。2 回本部前で行われたふるまいの時に行列に並んでいた方、本部に飾られていた各店舗のピンチョス情報を見にきた方、各店舗の前に並んでいる方などに、アンケート用紙に基づき話を伺った。

「第 6 回 ながおかバル街」参加者アンケート

長岡大学

調査員 _____

第 6 回 ながおかバル街の調査にご協力いただき誠にありがとうございます。

大学の研究の一環として、ながおかバル街を対象とし、参加者・参加店舗の視点からまちの賑わい・まちの活気づけに関する研究を行っています。このアンケート結果は、今後のバル街の改善及び研究以外の目的で使用致しません。

問 1. 「バル街」への参加回数を教えてください。

☐ 初めて ☐ 2 回 ☐ 3 回 ☐ 4 回 ☐ 5 回 ☐ 全て参加 (6 回)

↓ 2 回以上参加した方にお聞きます。

問 1-2. これまでのバル街後で、バル街に参加していた店舗はありましたか？

→ ☐ ある ☐ ない

問 2. 今回の「バル街」をどこで知りましたか？ (複数回答可)

☐ 知人からの情報 ☐ インターネット ☐ チラシ・ポスター ☐ テレビ・ラジオ
☐ 新聞・雑誌 ☐ Twitter・Facebook ☐ イベント・講演会

問 3. バル街に参加しようと思った動機を教えてください。 (複数回答可)

☐ バル街の企画に興味があったから ☐ 訪れた事のない店舗が参加していたから
☐ お気に入りの店舗が参加していたから ☐ まち歩き・食べ歩き・飲み歩きが好きだから
☐ 知人に誘われて

問 4. 「バル街」全体を通して満足でしたか？

☐ 満足 ☐ やや満足 ☐ やや不満足 ☐ 不満足

理由を教えてください

問 5. 次回の「バル街」に参加したいと思いますか？

☐ 参加したい ☐ 参加したくない

問 6. バル街は、まちの賑わいに役立っていると思いますか？

☐ 役立っている ☐ 役立っていない

問 7. 今後期待するサービスを教えてください。 (複数回答可)

☐ 参加店舗増加 ☐ 各店舗質の向上 ☐ ながおかバル街エリアの拡大 (古正寺、栃尾など)
☐ モバイル等からの情報提供 (店舗の混雑状況など) ☐ お店や路上での音楽演奏
☐ 振る舞いの継続 (主催者からドリンクとおつまみのサービス)
☐ バル街開催回数の増加 ☐ 他バル街とチケット共通利用 (上越バル街など)

問 8. あなたのことを教えてください。

性別 ☐ 男性 ☐ 女性

参加形態 ☐ 友人と (職場、サークル、友達) ☐ 家族で ☐ 個人で

年齢 ☐ 10 代 ☐ 20 代 ☐ 30 代 ☐ 40 代 ☐ 50 代 ☐ 60 代以上

住まい ☐ 長岡市内 (_____ 地域) ☐ 合併市町村 ☐ 市外 ☐ 県外 (_____ 県)

帰りの交通手段 ☐ バス ☐ 電車 ☐ タクシー ☐ 迎え ☐ 徒歩・自転車 ☐ 宿泊

アンケート結果は以下の通りである。（抜粋）（回答者：156 人）

図 5-16 からは、参加回数が 2 回以上の人が半数以上いることが読み取れる。この結果から、新規の参加者よりも、リピーターのほうが多いことが分かる。

図 5-16 バル街への参加回数

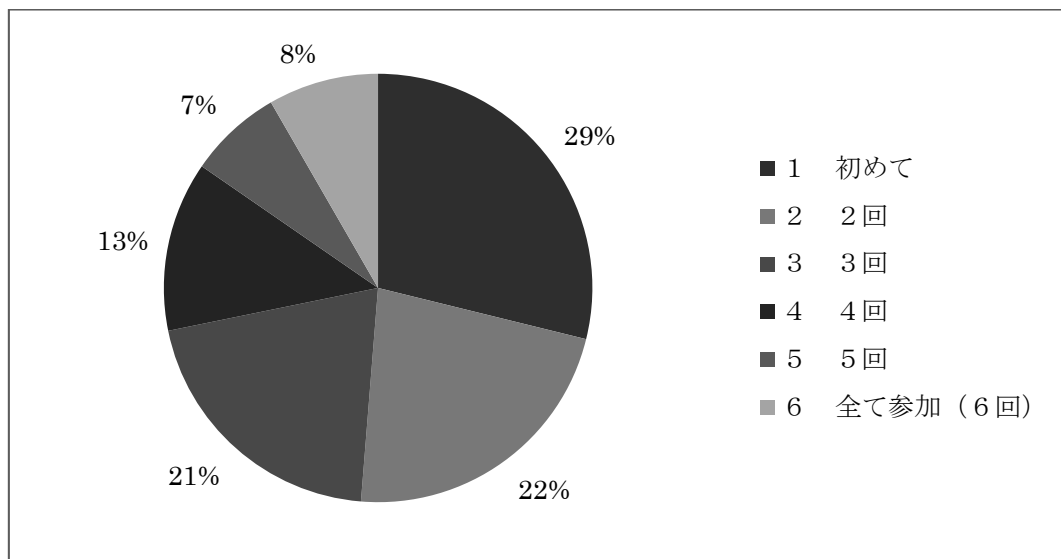


図 5-17 からは、「知人からの紹介」が半数近くになっていて、人から人へ伝わる口コミの力が大きく、また、「インターネット」と「Twitter・Facebook」を合わせて半数近くになることが読み取れる。バル街を知る手段として、アナログとデジタルどちらも重要であることが分かる。

図 5-17 バル街を知った手段

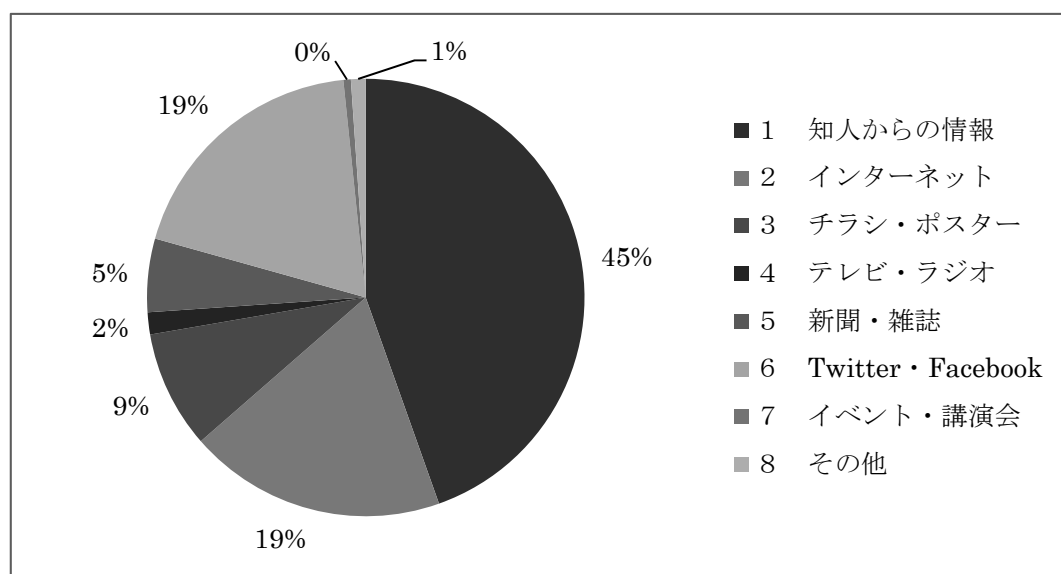


図 5-18 では、「満足」「やや満足」がグラフのほとんどを占めていることが読み取れる。参加者のほとんどが満足と感じており、分からないと答えた人が 1%、やや不満足、不満

足と答えた人はいなかった。次も参加してみようとリピーターにつながっていることが分かる。

図 5-18 バル街の満足度

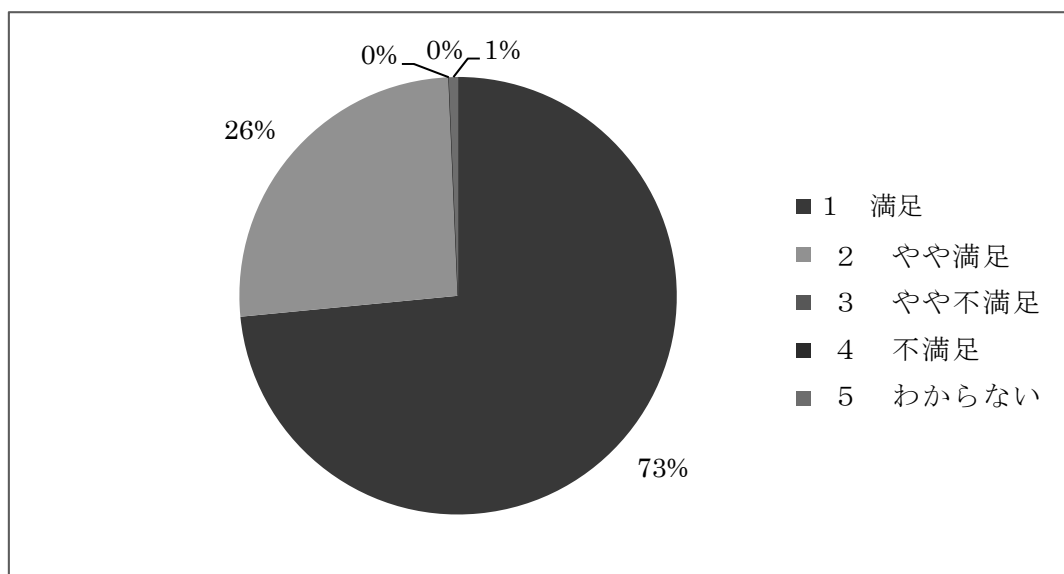
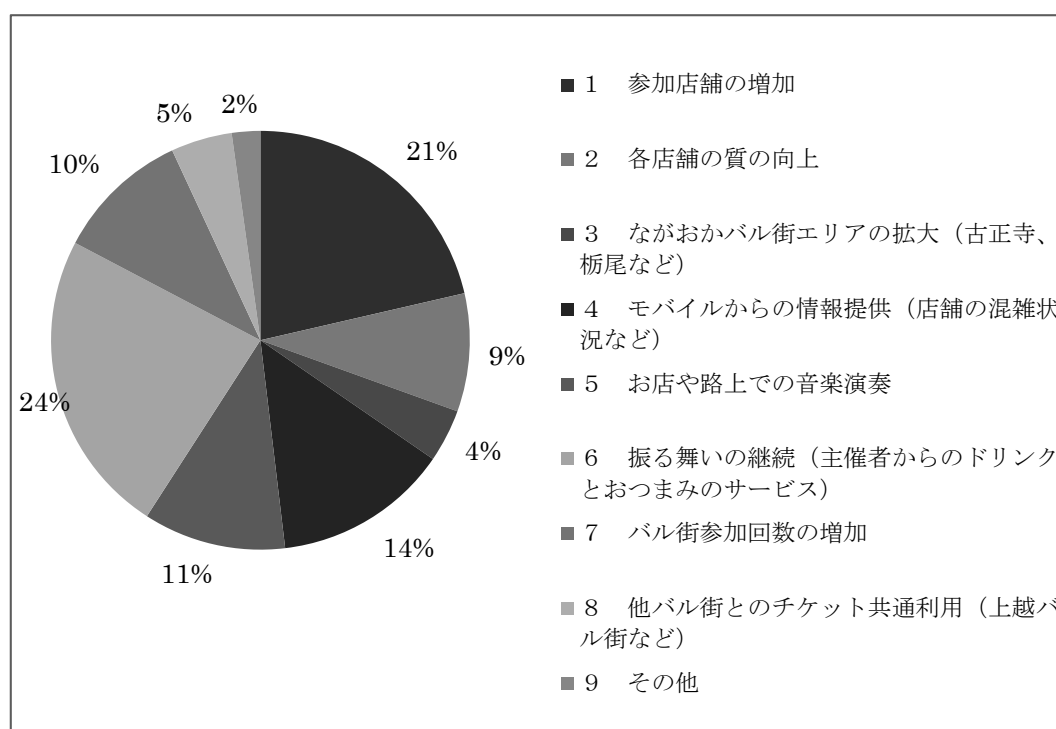


図 5-19 から、今後期待するサービスの中で一番多かったのは、振る舞いの継続（主催者からのドリンクとおつまみのサービス）であった。一番少なかったのは、バル街エリアの拡大（古正寺、栃尾など）であった。街中を歩き、お祭り気分を味わえるもの（振る舞いなど）が参加者の求めることだと読み取れる。

図 5-19 今後期待するサービス



アンケート結果全体からの考察として、リピーターをいかに大事にするかが重要ではないかと考えた。楽しいイベントだと思い一回参加した人は、2回目3回目と参加することがアンケートから分かった。よって、その人たちを飽きさせないようにするためにも、振る舞いなどバル街がお祭りだと実感するものの充実など、その日限りの特別感や充実感を向上させて、リピーターを離さない、リピーターを増やすようにするのが重要だと考える。

5.4. 活動を通じて学んだこと・改善すべきこと

バル街当日までの活動を通して、いろんな年代の人が関わるイベントだということを学んだ。店舗訪問をした際に、若い店主さんが私達学生の対応をしてくれたり、バル街当日スタッフの中には30代40代の方もいたり、幅広い年代の人がこのバル街を楽しく作っていることを知れた。主催側が楽しく活動できていたので、参加者も楽しめるイベントなのだと実感した。

また、改善すべきこととして、私達学生に主体性がなかったことが挙げられる。ブログを作る際に、実際に参加店舗に出向き取材をして文章を書くことを提案された。しかし、学生の日程が合わず、自分たちの考えや思いだけで文章を作る作業となってしまった。指示されたことだけでなく、自分たちでこうしたらいだろうと話し合い提案しながら活動をしていけば、よりよいものができたのではないかと感じた。

5.5. ヒアリング

ながおかバル街 vol.6 に初めて参加したという、長岡大学地域連携室コーディネーターの脇田妙子さんにヒアリングを行った（2014年11月25日）。今回のバル街にゼミ生はスタッフとして参加していたため、実際に参加してみての感想が分からなかった。そのため、

このヒアリングを実施した。質疑応答形式で行い、初めて参加した感想に加えて、今後こうしたらよいのではないかと提案もしていただいた。

Q1：バル街には、初参加ですか？

A1：はい、友人と初めて参加しました。17：30～21：00 くらいまで参加しました。チケットは全部使い切り、そのあとバル街とは関係ない居酒屋に寄って、少しご飯を食べて帰りました。

Q2：どこのお店に行きましたか？

A2：深川、グランドホテル（桃花苑、ロワール）、クッチーナ・ヒコ、亀家、長岡藩の5軒に行き、チケット分満喫しました。深川以外は、通常営業も行っていて、バル参加者と通常客と混じっていました。

Q3：初めて参加しての感想を教えてください。

A3：各店舗、ピンチョスが工夫してあって楽しめました。やっぱり、知らないお店には行きにくいと思いました。行ったお店の中でも、深川などは聞かないとわからなかったのも、今回のバル街で行ったことのないお店を開拓できて良かったです。並びながら他の参加者との絡みはなかったですが、お店の人と話ができました。

今回、参加して有意義だったことは、行ったことのないお店を回れたことです。別の機会にまた行きたいというお店も見つけられました。

Q4：値段について何かありますか？

A4：チケット1枚700円で、ドリンク1杯とおつまみのピンチョスがついてくるので、安いのではないかと思います。だし巻き玉子にしても手が込んでいたり、ピンチョスがしっかりしていて、それだけで十分満足しました。

Q5：マップについては何かありますか？

A5：ビルの中にお店を構えている参加店の場合、きちんと階数まで記載されており、分かりやすかったです。マップの大きさも、大きすぎず小さすぎず、持ち運びしやすいサイズで良いと思います。仮に、もう一回り大きくなっても、大丈夫なのではないかなと思いました。

私自身アナログな人なので、地図を見ながら行きたいお店を探し、街歩きできるのは、面白かったし楽しかったです。行きたいお店の候補順に、○や×など書き込んでチェックできるのも、良い点だと思います。ホームページでは、スクロールして、見比べてとしなければならず、アナログな人間には少し抵抗があるので、マップは継続させてほしいです。

Q6：本部については何かありますか？

A6：本部には行かなかったです。本部のピンチョス情報は見なかったのですが、知人の口コミで事前にリサーチしていたため、必要なかったです。ながおかバル街のホームページ

も、見ていないですが、楽しめました。

Q7：広告告知について何かありますか？

Q7：アナログな人もいるので、紙媒体の広告はゼロにはできないと思います。コミュニティを持っている人の、発信力は強いです。今回、私も口コミで知れたこともたくさんあるので、人と人とのつながりは、馬鹿にはできません。

Q8：改善点や、こうだったらいいよねと思ったことはありますか？

A8：飲んだ後に甘いものが食べたくなる時もありました。個人的には、おまけとして甘いものがお酒と一緒にあったらうれしいです。しかし、アルコールと甘いものの組み合わせは、飲みに来ることを目的としている人には、合わないかもしれないので考える必要があります。

今は、長岡駅の手口がにぎわっています。長岡駅の東口側に、もう少し店舗があれば、手口ではないほうにも行ってみようかなと思います。

店舗に並んで待っている人たちが、あと何分ぐらいしたら入ることができるかが分かれば、便利です。し気兼ねなく待てます。

時間が変則的（中休みがあるよう）な店舗は、通常営業もあって大変かと思いますが、もう少し時間にゆゆく対応してもらえるとうれしいです。

記載されているピンチョス以外にも、タイムセールのようにその場その場で出す料理もあると、より参加者は楽しめるのではないかなと考えます。

次回いつあるのか、そのときわからないので、せめて時期だけでも知りたいです。11月に、次が5月とわかっていれば、行きたい人は予定を開けておくはず。そして、半年前から開催するとわかっていれば、店舗側も都合がいいのではないのでしょうか。その次の開催時期については、歩くときに必ず見るマップの端に書いてあれば、参加した人が楽しかったという新鮮な気持ちの時に、他の友達を誘えば新たな参加者が増える確率が上がったり、また、リピーターが増えたりすると思うので、いいと思います。

店舗が、バル街と通常営業を並行して行うのもよいと思いますが、もっと上手く区切ってほしいです。他のところのバル街の時に、バル街用の席が埋まっていて、通常営業用の席が空いているという状況で、バル街のお客さんが来た時に入れないと断られたことがあったそうです。空いていたら入りたいと思ってしまうのが、人間の心理だと思います。そういったことが長岡で起きないように、事前に工夫してほしいです。

チケットに関しては、1冊5枚つづり3,500円だけではなく、のんべえ向けに横綱10,000円や大関7,000円というようなバージョンがあっても面白いのではないかと思います。その横綱や大関のランクごとに、おまけをつけるなどしても魅力的です。一人が2冊買うのでもよいですが、付加価値を付けるとさらによくなるのではないかと考えます。ただし、このようにランク付けをしてしまうと、お金の管理が大変というデメリットもあります。

Q9：バル街に参加してみて、印象に残ったことはありますか？

A9：バル街が終わった後の来店につなげようとしていた店舗もあったことが、印象に残っています。名前、誕生日、住所などをバル街参加者に記載してもらうため、店舗の人が紙

を用意していた。その後、何をするのかとなったらわからないですが、そういった努力をしようという意気込みが感じられて良かったです。

Q10：店舗に対して、何かありますか？

A10：一見さんが来る日＝バル街の日という考えを持ってほしいです。新規のお客さんを捕まえるためにも、有効活用してもよいのではないのでしょうか。店舗に名刺を置いておいたり、普段のメニューを置いておいたりというような情報があってもいいと思います。

以上が、ヒアリング内容である。

今回、参加店舗のリアルタイム情報を SNS を通して初めて流したが、参加しているお客さんたちには伝わっていない、または伝わりにくいということが分かった。広報などに関して、アナログ媒体と、デジタル媒体の両方を使い、どう活用していくかが今後の課題になるのではないかな。

例えば、バル街当日、本部に参加者に来てもらいチラシを配布する。その内容は、日記のように参加者が行った店舗を書き込めるフォーマットを記載しておく。そこには、インターネットでリアルタイムの情報が知れる店舗を記載しておき、気になったら参加者に見てもらえるようにする。行った店舗の記録を残しておけば、参加者の記録にも記憶にも残るイベントになるのではないかと考える。このように、誰でもできる人を選ばないアナログな様式と、素早さが特徴のデジタルな情報を組み合わせて、バル街をより楽しめる工夫が必要であると考えます。

6. おわりに

6.1. 感想

このテーマに取り組み始めた当初はながおかバル街の存在を知らず、まず参加するところから始まった。実際に参加してみて、地図を手に街を歩き回ること町を知るのに有用なイベントであり、参加者は小さな子どもからお年寄りまで幅広い年代層であったが、学生はあまり見かけないものの今まで中心市街地では見たことのない賑わいを感じた。2014年11月開催のバル街に我々はスタッフとして参加し、イベントの準備や運営を通じて中心市街地を盛り上げることができる楽しさがあったが、お手伝いをするにあたり何をしたいのか分からず、あまりお手伝いとして動くことができなかった点で難しく感じた。

6.2. 提言

① 次回開催日をイベント当日に告知するため地図等に表記する。

ながおかバル街は半年に一度、1日だけ行われる。参加者にとっては、その1日を逃すとまた半年を待たなければならない。告知が遅ければすでに予定が埋まってしまっていることもあり、もう一度参加したいと思っていた参加者を逃してしまう。正確な日付の設定を行えば、リピーターになる人は予定を空けておくことができる上に、出店者側も都合がよい。

② ただ出店するだけではなく、独自性を出す。

イベントとしてはある程度盛り上がっているように見えるが、イベントの中で次の来店につながる工夫をしている参加店舗は少なかった。参加者にとってのバル街の利点の1つは普段行けないような店舗に行けることである。つまり、お店側にとってこの日は一見さんが大量に来店する日である。何かしらのアピールをした方が効果があると考えられる。

第1章で述べたように観光要素・リーダーモデルというものをベースに考えると「買う」の要素が欠けているため、この要素を各店舗で満たすことができるように工夫すればよいと考える。例えば、バル街当日限定のテイクアウトできるワイン・ピンチョス等の販売などが考えられる。

また、バル街の運営本部がお土産、グッズ販売などを告知も含め行うことも効果があると考えられる。ながおかバル街では2回、振る舞いと呼ばれる無料でのワインと一口ピンチョスの提供が行われ、その時間帯は本部に約200人が行列を作る。この時に、振る舞いの受け渡しだけではなく、本部の出口でマスコットキャラクターのグッズ販売や、一口ピンチョスのお土産を販売することも考えられる。

③ 認知度を高めるため、広報手段・内容の充実化を図る。

2章では、店舗がバル街に出店することで若者が店舗を知る機会ができ、店舗の活性化に繋がる可能性があることを述べた。それは20代前半の若者がバル街に参加することで店舗を巡り、廻った店舗の情報を得ることで、バル街当日以外でもその店舗を利用する人が増える可能性があるためである。しかし、長岡大学の3・4年生におけるバル街の認知度は22%とまだ低く、この点を改善する必要がある。方法として各ゼミなどでチラシを配布

や、メールマガジンの配信という方法が考えられる。

これら3つを、今回の活動を通じてこれまで以上にながおかバル街を活性化させるための提言とする。

6.3. 今後の展望(次年度に向けて)

今年度はゼミ全体での準備不足が多く、やりたい調査が行えないことがあったため、次年度は準備を万全の状態にしておきたいという声があった。また、もっと活動を意欲的に行えばやれたことがあったと感じたので来年度はもっと活動的に研究を行いたい。

来年度は如何に学生に参加してもらい、リピーターとして個人経営店を利用してもらうか、を考えたい。そのために、まず学内でのチケットの販売強化など学内の認知度の上昇を図ること、ながおかバル街を更に盛り上げるためお祭り感を出すための提言を行いたい。

謝辞

最後に、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特定非営利活動法人 まちなか考房大沼広美様、ならびに弘前バル街実行委員会山崎隆様にお礼を申し上げます。また、今年度の活動においてご協力いただいたバル街関係者の皆様に厚く御礼申し上げます。

本当にありがとうございました。

参考文献

WEB サイト

ながおかバル街 公式ホームページ

<http://bargai.machinaka.biz/index.html> (2014年2月17日アクセス)

文献

小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・松本豊太 (2012)『地域活性化戦略』晃洋書房

長坂泰之編著、齋藤一成・綾野昌幸・松井洋一郎・石上僚・尾崎弘和 (2012)『100円商店街・バル・まちゼミ』学芸出版

地域の魅力発信による絆結び
～神谷の魅力を繋げ・広げる～

高橋ゼミナール

4 年生

11M012	太田愛実	11M021	國松優樹
11M024	古田島夏希	11M044	羽賀雄介
11M049	星田周哉	11M050	水品拓郎
11M063	大山真実		

3 年生

12E033	八藤後諒	12M001	今井大介
12M005	岡田孝		

1. はじめに

1.1 取り組みの趣旨

1.2 活動概要

1.2.1 E ボート班の活動

1.2.2 チューリップ班の活動

1.2.3 地区行事への参加

2. 神谷地区行事参加

2.1 観桜会

2.2 どろんこ田植え

2.3 運動会

2.4 いかだ修理

3. E ボート

3.1 昨年度の活動の概要

3.1.1 上川西小学校教頭金子先生へのヒアリング

3.1.2 長岡市民協働センター高橋秀一氏へのヒアリング

3.2 昨年度の活動

3.3 今年度の取り組み

3.4 河川使用許可の取得

3.5 下見会実施に向けた活動

3.5.1 山下氏とのテレビ電話会議

3.5.2 サイボウズ LIVE を使った情報共有

3.5.3 下見実施に向けた最終打ち合わせ

3.5.4 E ボート操船の役割分担

3.5.5 使用する備品

3.5.6 川下りの中で出来ることを考える

3.5.7 収支計画・報告

3.6 下見会実施

3.7 E ボート借用

3.8 広報活動

3.9 E ボートでの須川下り本番

3.9.1 タイムスケジュール

3.9.2 川下り

3.9.3 本番のまとめ

3.9.4 今後の活動（課題）

3.9.5 経費

3.10 長岡市への提言

4. チューリップ

4.1 新潟県初のチューリップの開花地・神谷

4.2 チューリップ初開花地認知度調査

4.2.1 許可申請書の提出

4.2.2 アンケート用紙の作成

4.2.3 聞き取り調査の結果

4.3 チューリップの植栽

4.4 植栽活動の今後について

5. 総評

5.1 各活動の成果・反省

5.1.1 地区行事

5.1.2 E ボート

5.1.3 アンケート調査

5.2 活動全体の成果と反省

5.3 来年度に向けて

謝辞

引用・参考文献

1. はじめに

1.1 取り組みの趣旨

近年、少子高齢化や核家族化、若者の田舎離れなどの影響で農山村地域が活性化を失いつつある。そのような中、自分たちの生まれ育った地域の歴史や文化を守るとともに次の世代に伝えるために、住民自らが立ち上がり地域の活性化に取り組んでいる地域が増えてきている。

私たち「高橋ゼミナール」は、地域の資産を生かした住民による地域活性化のための取り組みを平成 21 年度から「地域活性化プロジェクト」の活動の中で行っている。具体的には、県や市などの地方自治体や国の手助けを待つのではなく、「自分たちの地域は自分たちで守っていく」という思いを一つにして地域活性化に取り組んでいる長岡市神谷地区（旧越路町神谷地区）において、地域に残された歴史的建造物、文化、歴史、自然などの資産を守りながら地域の活性化を図る方策について取り組んできている。

地域の文化・歴史・自然を守り、次の世代へとつなげていくことにより、その地域の魅力を守り受け継がせていくことができ、さらに新たな魅力を発見し発展させていくことで地域の活気も増え、さらなる活性化につながると考える。

そこで、神谷の魅力を知り・つなげて行くことで神谷の活性化を図る取組を行うことにした。そのためには、私たちが神谷地域を訪問して直接観察するとともに、神谷の人達をよく知ることが大切であると考え、神谷の方々との交流を深めることにした。次に、訪問や交流から知った魅力をどのように発展させ、どのように次につなげて行くのかその方策を考えることにした。

さらに、数多くの行事に参加させてもらうことで神谷の方々と親交を深めることができ、多くの方々と積極的に接することでコミュニケーション能力や目上の方に対しての接し方や言葉遣いについて学ぶことができることから、この活動を通して社会人基礎力を高めることを目指した。

先輩たちのこれまでの活動を通して、神谷地域の人の良さ、歴史、文化、自然などの多くの魅力を知ったことから、交流を単にゼミナール活動の一環として終わらせるのではなく、その枠を超えた親睦と友好関係を築く活動を行うことを目標とした。

1.2 活動概要

高橋ゼミナールは、2009 年以来、「地域の資産を生かした地域活性化」をテーマに、旧三島郡越路町にある長岡市神谷地区の地域活性化について毎年取り組んできている。これまでの先輩方の活動報告の資料などを見ていく中で、行ってきた活動の内容や神谷地域に関して興味を持ち、ものづくり（いかだ作りなど）やチューリップ植栽などのこれまでの成果をさらに発展させることを目指し、今年度も活動を行うことにした。

今年度、我々は、活動を通して現在神谷にはどのような魅力があるのかを見つけ、見つけたその魅力もとにさらに発展させた新たな魅力を見だし、その魅力を神谷の方々とともに創っていき、次の世代へとつなげていくことを目指した活動を行うことにした。

そこで、次の三つを今年の活動テーマとした。

- ①「神谷の魅力を知る」
- ②「神谷の魅力を創り」
- ③「神谷の魅力をつなげる」

これら三つのテーマもとで、4年生は昨年度の「地域の魅力発信による絆結び」活動を継続した「Eボートによる須川川下り」、3年生は「新潟県初のチューリップ開花地“神谷”」を広める活動を行うことにした。具体的には、4年生を対象とした「Eボート班」と3年生を対象とした「チューリップ班」の二班に分かれて活動を行った。

「Eボート班」は、自分の住んでいる地域の魅力を子供たちに発見してもらうという目的で昨年度取組んだが実現できなかった「Eボートによる須川での川下り」の実現に取り組んだ。また「チューリップ班」は、新潟県初のチューリップ開花地を知らせ・広めるという目的で、神谷が初開花地としてとしてどの程度知られているか認知度調査を行った。

これらの活動を行うには、神谷地区の伝統や住民の方々との交流を深めることも大切なため、神谷の方たちと親交を深める目的で「観桜会、どろんこ田植え、運動会、いかだ修理」等の行事に積極的に参加した。

1.2.1 Eボート班の活動

神谷を流れる須川では、昔、子供たちは水遊びや魚釣りを楽しみ、大人たちは洗濯や野菜洗いをし、さらに古くは船で米などの物資を運ぶなど、神谷の方々にとって大切な生活の場であった。そんな神谷と須川のつながりの歴史を振り返るとともに、もっと須川と親しみ、神谷の自然を知ろうということで7年前から自作のいかだによる川下りが行われていた。

しかし、そのいかだが壊れてしまったということを知り、それならばいかだに代わるもので須川の川下りを楽しもうということで、Eボートによる須川下りを企画することにした。なぜEボートにしたかという点、Eボートは安全性が高いうえに操作が簡単で、初心者でも気軽に参加することができ、かつ大人数で連携して楽しむことができるからである。そのうえ、Eボートは、水害などの災害時にも使用されていることから、防災意識の向上にも役立つと考えたからである。

この活動では、普段須川と触れ合うことのない子供たちから、いかだの代わりにEボートを使った川遊びの体験を通してこれまで気づかなかった神谷の魅力を見つけてもらうとともに、須川の歴史に触れてほしいという理由で、次の目的を設定した。

- ① 須川の川遊びを楽しんでもらう
- ② 須川の歴史に触れてもらう
- ③ 神谷の自然を再認識してもらう

この目的は、昨年度の取り組みの時に決めたものである。しかし昨年度は、「国土交通省から須川の使用許可が下りていない」、「目的が曖昧である」、「安全面に不安がある」、さらに「越路支所にはEボートを指導できる人がいない」という理由でEボートの貸し出しを断られたために残念ながら実施を断念した。昨年度は、その後、2014年夏の実施に向けて計画を練り直し、実現のための課題抽出と抽出した課題解決に向けた準備活動を1年間行ってきた。

昨年度の失敗からは、計画性、時間、他者との連携などを含めた事前の準備がいかに大切かということがわかった。この失敗を経験したことにより改善策を考える力が身に付いた。

今年度は、昨年度行った課題解決に向けた準備活動から明らかにした問題点の解決を“長岡市民協働センター”へのヒアリングや“株式会社地域交流センター企画取締役の山下匡紀氏”とのテレビ会議を通して一つずつ行い、無事須川での川下りを実行することができた。

1.2.2 チューリップ班

チューリップ班は、新潟県初のチューリップ開花地を知らせ・広めるという目的を軸として、長岡市がチューリップ初開花地であることがどの程度知られているか認知度調査を行いその結果をまとめた。

1.2.3 地区行事への参加

神谷地区で開催される各種の行事に積極的に参加した。神谷の魅力を知り・つなげていくためには、まず我々が活動を通して神谷の魅力を知り、その魅力をどのように発展させ次につなげることができるかという考えで神谷の方々との交流を深めることにした。

数多くの行事参加をさせてもらい、神谷の人達の親切で誰をも気持ちよく受け入れる心などを知った。多くの方々と接することでコミュニケーション能力や目上の方に対する接し方や言葉遣いなど、同世代の学生中心の普段の生活の中ではなかなか学ぶことのできない事柄を学ぶことができた。

神谷地域での活動を通して、神谷地域の方々の人の良さ、歴史、自然などに魅力を感じた。この交流を単にゼミナール活動の一環として終わらせるのではなく、その枠を超えた親睦と友好関係に発展させゆけたら素晴らしいなと考えた。

2. 神谷地区行事参加

2.1 観桜会

4月20日に中央公園で開催された観桜会に参加した。老人会の人たちが多く参加され、若者や小学生たちの参加はあまりなかった。老人の人たちがブルーシートに車座になって和気あいあいとされているのに対して、若い人たちは焼き鳥等の裏方の作業を一生懸命にされていた。若い人たちはその作業をしているのは当然という感じで作業をされており、神谷の人達の人柄の良さを垣間見た気がした。

図表 1 観桜



2.2 どろんこ田植え

毎年5月に開催されている「どろんこ田植え」に高橋ゼミナールは、毎年参加している。今年も5月11日に開催された田植えに参加した。当日は神谷の小学生や親御さん、お年寄りの方など多くの方が参加されおり、神谷地区の結束力の強さを垣間見た気がした。

現在の田植えは機械化が進み、昔の様な手法で田植えをすることはなくなったが、このどろんこ田の田植えでは、ゴロと呼ばれる昔ながらの道具を使って苗を植える位置を示す印を田んぼにつけた後に、手で植えた。ゴロとは六角形の形をしていて、田んぼの中を転がして十字の印を付けて行く道具である。その付けられた十字の場所に苗を植えて行くため、手で植える時代の田植えには、欠かせない道具であった。

ゴロ押しが終わると小学生たちは早々と田んぼの中に入っていったが、私たちは田んぼを渡って吹いてくる風の寒さと水の冷たさでなかなか田んぼに入ることができなかった。しかし、いざ入ってみると田んぼの泥の中は、思ったよりも暖かく感じられた。慣れない

図表 2 田植えの様子



2.3 運動会

毎年神谷地区の子供からお年寄りまでが集まり、スポーツを楽しむイベントである。運動会の名の通り、かけっこ、パン食い競争、班対抗玉入れ、リレー等のたくさんの競技が用意されており、参加者全員が楽しめる内容になっている。なかなか顔を合わせられない大人たちもこの日ばかりはこぞって参加し、一緒に競技を行うことで交流を深め、絆を深めている。

今年は6月15日に神谷中央公園で行われ、5人の学生が参加させていただいた。参加者の足りない競技や応援参加を求められた競技に参加し、神谷の皆さんと交流することができた。

当日参加した種目と参加しての感想は、次のとおりである。

① 対抗玉入れ

神谷は16の班に分かれており、その班対抗の玉入れが行われた。勝ち抜き戦による対抗試合であるが、中には、メンバーの数がそろわない班があり、そのような班からの要請で学生も助人として参加させていただいた。

30秒の間に数多くの球を籠に入れたチームが勝ちという単純なゲームであったが、籠に玉を入れるのはなかなか難しかった。

図表3 班対抗玉入れ



② ビール早飲み

神谷の特徴ともいえるビール早飲みは、若い人だけでなくお年寄りまでもが参加する。中瓶ビール（お酒が飲めない人はペットボトルのお茶）を一本飲み切るまでは、ゴールへ走ることができない。神谷の方々は、飲み振りの良い人が多く、圧倒させられた。学生が手にした瓶ビールが空き瓶で2本飲んだように見えたハプニングもあったが、なんとか飲み干し

図表4 ビール早飲み



ゴールすることが出来た。

③ パン食い競争

ある住民の方が食パンを狙っており、「とるなよ、とるなよ！」と言われていたが、ゼミ生の一人がとってしまった。ゴール後、その人にとって食パンをあげると「お前、いい奴だな」と言われ、代わりにジャムパンを頂くという場面もあった。揺れるパンに噛付くのは難しかったが、私たちも賞品をいただくことができた。

パン食い競争などの個人競技では、1位から3位までに賞品が出るため、みなさん特に真剣であった。

図表 5 パン食い競



④ 瓶詰め

一升瓶に色水を湯呑みで運んで注ぎ、早く満杯にしたチームが勝ちという競技である。雑に色水を入れるとこぼれてしまうので難しく、奥が深いゲームだと思った。

⑤ リレー

リレーは全競技の最後に行われ、一番盛り上がりを見せた。声援が飛び交う中、子供から大人まで全力で走り、お年寄りも元気に走っていた。私たちもメンバーとして加わり、神谷のみなさんと一緒に走った。久しぶりに全力で走ったので疲れたが気持ちがよかった。また、リレーという協力が必要な競技で神谷のみなさんと一緒に走ることで、一体感を感じることができた。

図表 6 リレー



2.4 いかだ修理

神谷では、7年前から竹で作ったいかだを須川に浮かべて川遊びをしていた。

先生から、神谷で使用しているいかだが昨年の大水で壊れたため修繕するというお話を聞き、魅力作りの一環につながるものであるとともに、神谷の方々と一緒に作業を行うことで親睦を深めることができるのではないかという思いから、神谷造船倶楽部の発砲スチロール製のいかだ修繕作業に参加させていただいた。

修繕作業は7月20日に行われたが、修繕というよりは、もはや一から作り直しているようにも見える作業であった。修繕作業に取り組む姿からは、神谷の人達のいかだに対する熱心な想いがひしひしと伝わってきた。

私たちゼミ生は、修繕に必要な竹の調達を担当することになった。竹林に生えている竹をのこぎりで伐採するという一見地味な作業だが、長さや耐久性を考えながらなるべく真直の竹を見極めなければならなかったため、ある意味最も重要なポジションだった。伐採した竹は、枝を切り落として、いかだに使えるように加工した。

竹や板、発砲スチロールなどの素材を組み合わせることによって、作業開始から約3時間後に修繕（というよりは再製作）作業は完了した。神谷の方々に試しに乗るように言われたので実際に川に浮かべて乗ってみた。後に乗ったEボートと比べると安定感に欠けるが、自分達が苦勞して作り上げた物に乗った時の感動と達成感は筆舌に尽くし難いものがあった。

できれば、来年は、このいかだとEボートをタイアップした川遊びをしたいという気持ちで神谷の人達にはあるようだ。

図表7 完成したいかだ



3. E ボート班の活動

E ボートは空気を入れて浮かせる大きなゴム製のカヌー型ボートで、空気を抜けばコンパクトになり、運搬も手軽に行うことができる。さらに、環境教育を目的とした活用や、水害や事故などの緊急時対応を身につけるためにも使用されている。しっかりと危機管理をマスターした指導者がいれば、川や海と親しむツールとして最適である。

E ボートという名前の「E」は、everybody（誰でも）、easy（簡単に）、enjoy（楽しめる）など、E から始まる様々な単語が由来である。

3.1 昨年度の活動の概要

4 年生は、昨年実現することができなかった E ボートによる須川川下りに取り組んだ。昨年度の活動を継続したものであるため、初めに昨年度の活動を概観する。

昨年度は越路支所から E ボートの借用許可を得るため、神谷地区の区長さんのお力をお借りして、越路支所に話しをしていただいた。

しかし、「国土交通省から須川の使用許可が下りていない」、「目的が曖昧である」、「安全面に不安がある」という理由で、E ボートの借用許可を得ることが出来なかった。また、E ボートの指導者についても「支所には指導できる人がいない」ということであった。以上のことから、当初実施予定としていた 8 月上旬までに E ボートを使った須川下りを実施することは難しいと考え、実施予定を 2014 年夏に変更して計画を練り直すことにした。

実施に向けて計画を練り直す中、上川西小学校の子供たちが E ボートで信濃川下りを行ったことが新聞に取り上げられていた。成功事例に学ぼうと、上川西小学校の金子教頭先生に連絡を取り、7 月 25 日にヒアリングを行った。また、11 月 15 日には、その取り組みの支援を行った長岡市民協働センターの高橋秀一氏へのヒアリングを行った。実際に経験された方に直接お話をうかがって情報を得ることで、自分たちでは発見できなかった課題を見つけることができた。

その課題一つ一つに対してどう向き合って解決していったのかというお話は我々にとって大きな希望となった。

3.1.1 上川西小学校教頭金子先生へのヒアリング

7 月 25 日 E ボートによる信濃川下りを実施された上川西小学校教頭金子先生に、「どのように取り組み、川下りを実施できたのか」ヒアリングを行った

図表 8 ヒアリングの様子



以下、ヒアリングでの質問事項とそれに対する金子先生のお話を示す。

① なぜEボートで川下りをしようと考えたのか。

地域を故郷として感じる事ができてみんなでやるような行事は何かと考えた。信濃川でEボートを使って川下りをすることで、故郷と子供たちをつなげたいと思って企画した。

② 計画を実施するためにどのような協力体制を作られたのか。

教員だけではEボートを実行することができず、後援会長、PTA会長などとともに川下り実行委員会を作り、見込を立てて実行委員会が市に川下りの提案をした。地域の方や保護者にも安全面などの説明をして協力者を募集した。さらにコミュニティセンターからも声をかけてもらった。

③ 川下りの実施までにどのような準備をされたのか。

アオーレ長岡にある長岡市民協働センターの高橋さんから、Eボートのコーディネーターである山下さんを紹介してもらった。指導者の方は東京から招き、Eボートは長岡市から3艇、見附と越路から1艇ずつ計5艇借りた。カヌー協会からも、ライフジャケットとポンプを借りた。事前に川下り実行委員会で乗り方の指導や片づけも含め練習を行った。

Eボートのコーディネーターの山下さんや指導者を招くには費用がかかり、補助金だけでなく、参加者から一人1500円の参加費を徴収した。

④ 安全のために配慮された点は何か。

水難事故の防止やEボートの操作を指導者から、何回かに分けて教えてもらった。Eボートに乗るためには、素早い判断力と緊張感が必要であった。ボートの上は暑いため水分補給の水を用意した。また、引上げ用のロープも用意し、引き上げの人にもライフジャケットを着用してもらった。さらに、信濃川の危険な地点と着岸地点の安全性を確認した。指導者の言うことを聞けない人は乗せなかった。

⑤ 新聞によると「プールで子供たちがEボートやライフジャケットを体験した」ということだが、指示されて行われたのか、それとも自主的に行われたのか。

Eボートの貸し出しには、指導者の確保と安全指導は必要で、子供たちの安全確保は重要だった。事前の安全指導として、プールでEボートやライフジャケットを体験し、浮く練習をするなど、救助の練習をしながら水に慣れ親しむことを行った。

⑥ どのような手続きを踏んでEボートを借りられたか。

指導者の確保が絶対条件だったのだが、長岡市には居なかったため東京から招いた。企画書をまとめ、河川事務所を訪問し、Eボートを使用した川下りを信濃川で行う許可をもらえるように話し合いを行った。その際、Eボートをやる上での全ての質問に答えられるように準備した。

⑦ 計画を保護者に発表した際に、どのような反応があったか。

最初に伝えた時は驚かれた。そこで PTA の方々に、安全面などを説明して理解を得て、地域の方々とも協力することができた。

⑧ 計画を実施した後の保護者の方や子供たちの感想はどうだったか。

「川底を見ることができた」、「またやりたい」、「川下りをしてみて発見するものがあった」などの感想をいただいた。スタートが越路橋からで、距離約 6.8 km、所要時間約 40 分と長距離かつ長時間の川下りだったが、川に流れがあったため子供たちに疲れは見え、川下りに怖がることもなく楽しんでいた。

上川西小学校の金子教頭先生へのヒアリングから、以下の 5 点が課題として明らかになった。

- ① 私達に E ボートの経験がないため、事前に試乗して安全性などを確認する必要がある。
- ② 指導者と協力者を見つける。長岡市に指導者がいないため、他の市や他の県から招く必要がある。
- ③ 安全対策が不十分だったため、指導者から操作方法や水難事故防止の講習をうける必要がある。
- ④ 活動資金の工面について。市からの補助が得られるかどうかを確認する。参加費を徴収する必要があると考えられる場合は、徴収する金額の見積もりを立てること。
- ④ 河川の使用許可と E ボートの借用許可を得るためには、まず指導者を確保し、企画書をまとめてから河川事務所に訪問して話し合いをすること。

3.1.2 長岡市民協働センター高橋秀一氏へのヒアリング

11 月 15 日 上川西小学校の信濃川下りを支援した長岡市民協働センター高橋氏に、「E ボートによる川下りを実施するにあたり、行政および市民協働センターとしてどのような点に留意したら良いか意見を聞く」ためにヒアリングを行った

図表 9 高橋氏へのヒアリングの様子



以下、長岡市民協働センターでのヒアリングの質問事項とそれに対する高橋氏のお話を示す。

① 河川と E ボートの借用許可はどのようにして得ればよいか。

安全性を保障し、反対意見が無いようにする。地域との協力体制を築く。自分たちが E ボートを体験する機会を設ける。E ボートのコーディネーターである山下さんと話し合う。

② 指導者について。

E ボートを行うには指導者が必ず必要である。1 艇につき二人必要である。長岡市には指導者がいないため、他から招くことになる。(見附市、南魚沼、東京都など)

③ 自分達で指導者の資格を取得するにはどのような方法があり、費用は幾らか。

E ボートインストラクターになるための講座を受ける。インストラクターになると、E ボートをレンタルすることが出来て、人を乗せてクルーズすることが可能となる。この講座はステップ 2 までなら見附市で受講が出来て、地域交流センターでも行われている。

④ E ボートのイベント参加及びイベント情報を得るには。

E ボートのイベントは、新潟県では寺泊で行われており、2 月には国営越後丘陵公園で雪上 E ボートが開催される。また、群馬では 6、7 月に開催されている。イベント情報については E ボートに関する Web サイトを見る。

⑤ 資金の工面について。

市からの援助、大学の補助金、参加費の徴収などが考えられる。

⑥ 安全対策策が不十分と指摘され、ライフジャケットを着用しようと考えているが、他に留意する点はあるか。

特になし。

⑦ 須川をボートで何度か往復する計画だが、川下から川上にボートを運ぶときはどのように運ぶのがベストか。

E ボートの空気を抜き、折り畳み、軽トラックで川上に運搬する。

⑧ 川下り本番の前に一度須川に E ボートを浮かべてみようと考えているが、その時にも指導者は必要か。

練習でも指導者は必要である。安全性を確認するためにも、試乗は行った方が良い。

市民協働センター高橋氏へのヒアリングから明らかになった課題は、以下の 5 点である。

① 安全性の確保をすること。

② アドバイザーの確保をすること。

- ③ 地域との協力体制を確立すること。
- ④ 指導者を確保すること。
- ⑤ イベントへ参加し、体験をして安全性を高めること。

なお、資金の工面は、市からの援助や大学の補助金を受けられるか確認すること。

3.2 昨年度の活動

Eボートの借用許可を得て企画を実行するためには、解決しなければならない6つの課題があることが、昨年度の活動から明らかになった。これらの課題は、次の6つの方策によって解決できる。

- ① Eボートのイベントに参加して事前に訓練を受ける。ライフジャケットを必ず確保する。
- ② Eボートの貸し出しについて、インストラクターの山下さん、市役所と相談をする。
- ③ 神谷地域の行事に参加して、神谷の人達と交流する。
- ④ インストラクターを山下さんから紹介していただくか、自分たちで探す。
- ⑤ 訓練の一環として、事前に我々がEボートを体験する。
- ⑥ 市からの援助か大学の補助金を得られないか検討する。子供たちが参加しやすくするために、参加費は徴収しないようにする。

3.3 今年度の取り組み

昨年度の活動から明らかになった6つの課題を解決し、Eボートでの須川下りを成功させるために、今年度は以下の5つの取り組みを行うことにした。

- ① Eボートのイベントに参加する
- ② 指導者を見つけ、取組への協力を要請する
- ③ 安全のために救助訓練をする
- ④ 資金調達の検討
- ⑤ 河川使用許可申請について調査する

イベント参加については、時期を逃してしまい、参加できるイベントが見つからず、実施できなかった。指導者については、市役所の高橋さんの紹介でEボートのインストラクターである山下さんに務めてもらうことになった。③、④については、実施するには相当の労力と時間が必要であると考え、今年度も計画を実現することができなくなる恐れがあった。そこで、計画実現のための具体的な問題点を洗い出すための試走をゼミ生主体で行うことで、大学の予算で川下りを実施するように計画内容を変更した。

3.4 河川使用許可の取得

須川の管理を担当していると思われる信濃川工事事務所越路出張所を7月28日に訪問し、河川の使用許可申請に必要な事項のヒアリングを行った。

その結果、須川は一級河川であるが信濃川の支流であるため、事務の取扱いは信濃川工事事務所ではなく、長岡地域振興局の地域整備部庶務課行政係が行っていることが分かった。

8月7日に長岡地域振興局を訪ねた。その結果、河川の一時使用届出書を下見と本番のそれぞれについて実施一週間前までに長岡大学の代表者名（すなわち学長名）で長岡地域振興局に提出するだけで良いことが分かった。また、計画実施日を変更せざるを得なくなった場合も、局に直接連絡をするだけで良いことが明らかになった。

なお、河川の一時使用届出書の提出には、大学長の印鑑が必要であることから、急きょ学長印をもらう手続きを行い、事務の方々の協力で数日のうちに決裁がおり、10月5日に予定していた下見会実施に間に合うように一時使用届出書を提出することができた。

3.5 下見会実施に向けた活動

須川でEボートを使った川下りを行うにあたり、私たちはEボートの経験がなかったため、体験する必要があった。

そこで、インストラクターと学生のみで、Eボートの操作を学び、須川の危険個所や安全な乗り降り場所の確認などをする試走を下見会とし、神谷の方々にも試乗してもらい、来年の川下りに向けて意見を求める試走を本番として、準備を進めていった。

3.5.1 山下氏とのテレビ電話会議

7月29日に、Eボートのインストラクターである株式会社地域交流センター企画取締役の山下匡紀氏と Skype を使って、Eボートを使用した須川の川下りについての事前打ち合わせを行った。

打ち合わせでは、Eボートの手配、安全面、インストラクターの手配、保険、来年以降の取り組みについてなどを話し合い、下記のご指摘を受けた。

① Eボートの手配

「安全面、インストラクターがつくこと、保険」について記載した詳しい企画書を越路支所に提出する。

② 安全面

救助訓練など安全指導は当日でよい。陸上に救助要員を一名配置すること。インストラクターと数人で試走し、須川の危険個所や安全な乗降場所のチェックを行う。

③ インストラクターの手配

山下氏から長岡市近辺のインストラクターを手配していただくことになった。

④ 保険

イベントの時は、保険をかけることが必須である。しかし今回の場合は、学生が大学の保険に加入しているので考慮しなくてよい。来年以降、神谷の方々を主体とした川下りを行う場合は、保険について考慮しなくてはいけない

⑤ 車の手配

Eボートを運搬するための車の手配が必要である。

⑥ 来年以降の取り組みについて

神谷の方々を対象とする場合は、学生がリスクマネジメントできるように講習会(川に学ぶ体験協議会、RAC 養成講座など)への参加を考える。

神谷の方々から自発的に参加してもらうためには、興味を引くキーワードが必要である。私たちが面白いと思えるアイデアを積極的に出す。神谷のお母さんたちに来てもらえるような場作りをしていく必要がある。今後につなげていくためには、若い人がやっていくプログラムを念頭に置く。川の上から地域を見ることによって、神谷の方々に何を感じてもらえるのか考える。神谷の方々に楽しんでもらうことが重要である。

⑦ ゼミメンバー同士の情報共有を図る

持っている情報にばらつきがあると、お互いの持っている情報を合わせるために時間をとってしまう。情報を合わせる時間を減らすことと、活動に参加した人と参加できなかった人との情報の差を埋めるためには、メンバーなら誰でも見られる状態で随時情報を共有していくことが大切であるとのこと指摘を受けた。

図表 10 山下氏とのテレビ電話会議



3.5.2 サイボウズ Live を使った情報共有

テレビ会議で山下氏から指摘を受けたゼミメンバー同士の情報共有は、様々なツールを検討した結果、サイボウズ Live を用いることにした。

なぜサイボウズ Live なのかというと、サイボウズ Live は、チームの情報共有に必要な機能が一つになった総合コラボレーションツールであり、招待されたメンバーだけで情報共有ができるグループスペースを簡単に作ることが可能である、ことによる。

グループの主な機能は、共有フォルダ、掲示板、イベント、TODO リスト、リンク集、グループ内検索である。その他に、チャットや新着情報のメール通知、Facebook や Twitter との連携などの機能が備わっている。サイボウズ Live を使用する利点としては、情報が整理しやすく探しやすい、誰でも簡単に使えることがある。

サイボウズ Live を使うことで、取り組みの進行状況やデータをネット上で確認することができ、活動がしやすくなった。長期の休み期間でも、サイボウズ Live を使用することで、連絡を取り合い、情報を共有することができた。また、今までの活動の振り返りをする際にも、データとして残っているので整理しやすかった。

図表 11 サイボウズのホーム画面



3.5.3 下見実施に向けた最終打ち合わせ

9月19日、山下氏と下見実施に向けた最終打ち合わせを長岡大学のゼミ室で行った。そこで、Eボートを借りるためにすべきこと、役割分担を明確にすることおよび安全でかつ楽しい川下りを実施するために準備すべき事項についてご指摘を受けた。

Eボートを確実に借りるためには、企画書、緊急連絡網、タイムテーブルを作成し、市役所に提出することが重要ではないかとの指摘を受けた。そこで「企画書に記入すべき内容、緊急連絡網・組織図、タイムテーブル」について検討を行った。検討を行った内容のまとめを以下に示す。

① 企画書に記入すべき内容

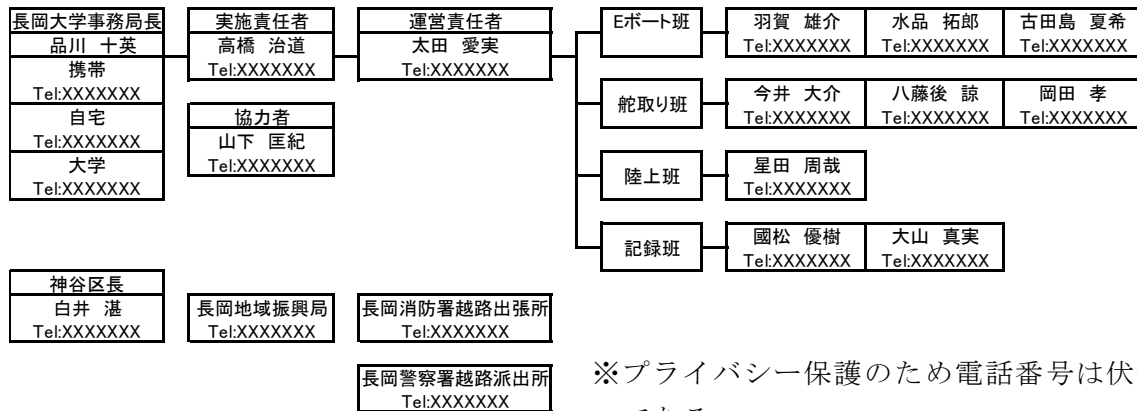
目的、実施概要(乗船人数、開催場所(地図もつける)、主催、協力、実施内容、問合せ窓口など)を、「いつ、どこで、誰が、何をどうやって行うのか」に沿った小項目を立てて分かりやすく書く。その他、開催までの具体的なスケジュール、当日のタイムテーブル、開催場所での人とボートの配置と駐車場に関するレイアウト、リスクマネジメント、緊急連絡網・組織図、参加者名簿、収支計画などを記載する。協力団体として長岡市を必ず記載できるように長岡市に働きかける。

② 緊急連絡網・組織図

万が一水難事故などがあった場合に連絡をとれる組織構成を考え、それを組織構成図にして表す。その際に消防署や警察署の電話番号も必ず記載する。

図表 12 緊急連絡網・組織図

Eボート 緊急連絡網



③ タイムテーブル

当日、全体と各班がどのように動くのか把握するため、班ごとのタイムテーブルを作成する。

図表 13 試走タイムテーブル

長岡大学高橋ゼミナール 須川のEボート川下り 試走タイムテーブル(2014/10/5)

時間	全体	場所	Eボート班	舵取り班	陸上班	記録班	運営管理者
担当者			古田島、羽賀、水品	今井、岡田、八藤後	山下さん、星田	地域連携研究センター、大山、國松	太田
11:00	ゼミ生集合	長岡駅大手口					
12:00	集合、自己紹介、行程説明	須川 神谷橋	事前にボートを現地に運搬(高橋先生)			撮影、メモ	タイムキーパー
12:10			運搬車発着場所確認	ボート離岸場所確認	コース確認	〃	〃
12:20	ボート組立、安全指導、乗船指導			インストラクターに付き活動		〃	〃
13:10	乗船(13名で2~3回に分けて乗る)、600mで何ができるのか考えながら乗る			舵取り、先頭水先案内	ボート並走、監視	〃	〃
15:10	下船	須川 神谷橋	ボートを公園に運搬、片づけ指示だし	ボート着岸場所確認		〃	〃
15:20	ボート洗浄レクチャー、片づけ	公園	洗浄後、ボートを返却まで保管(高橋先生)			〃	〃
16:00	本日の振り返り、本番に向けての打合せ	神谷公民館(予定)					〃

3.5.4 Eボート操船の役割分担

山下氏のアドバイスに従って、Eボートを操船する際の役割分担を6つの班構成にして行うことにした。

① Eボート班

Eボートの手続き・運搬・管理を行う。

② 舵取り班

当日の舵取り等をインストラクターと連携して行う。

③ 陸上班

リスク管理として救助できるように川沿いを車で並走。消防・警察・河川事務所への連絡。

④ 広報班

マスコミへの連絡や取材対応・地域への呼びかけ。

⑤ 記録班

写真などで当日の様子を来年に引き継げるように記録を残す。

舵取り班は、来年に引き継いでいくために３年生が中心となって担うこととした。

４年生はサポートとして、Ｅボート班・陸上班・運営管理者に分担し、広報はゼミ生皆で行い、記録班は地域交流研究センターにお願いすることにした。

3.5.5 使用する備品

Ｅボートで川下りを行うには、以下に示す８点の備品が必要である。それらの手配について検討を行い、準備することにした。

① スローロープ

救助する際に使用するロープで、水に浮かぶ特殊なロープである。山下氏から用意して頂く。

② ライフジャケット

安全を確保するために、乗船人数分と陸上班分を用意する。Ｅボートを借りる際に付属するので、長岡市から借りることとなる。

③ パドル

Ｅボートを漕ぐために必要な備品で、Ｅボートを借りる際に付属するので、長岡市から借りることとなる。

④ バケツ

Ｅボートを片付ける際に水を汲むために使用する。ゼミで用意する。

⑤ 雑巾

Ｅボートを片付ける際に汚れを拭くために使用する。ゼミで用意する。

⑥ ブルーシート

E ボートの組み立てや片付けの際に、E ボートが傷ついたり、汚れないようにするために下に敷く。2〜3 畳の広さのものが必要である。ゼミで用意する。

⑦ 虫よけスプレー

川辺には蚊やダニなどの虫がいるため、虫刺され防止に必要である。ゼミで用意する。

⑧ 救急箱

万が一、怪我をした場合に手当ができるよう用意しておく。大学から借りる。

3.5.6 川下りの中で出来ることを考える

来年以降に向けて、ただ E ボートに乗るだけでなく、どのようにしたら神谷の子供たちや大人が楽しめるのかを考える。

E ボートは、火とお酒以外は OK であることから、600m の川下りの中で出来ることは何かを自由な発想で考える(例:ギターの弾き語り、橋の上からクイズを出題など)。場合によっては、コースの長短の見直しもする。

3.5.7 収支計画・報告

以後の活動の参考となるように、インストラクターの経費以外の全てを予算付けし、この活動に必要な経費を明確にするのが良いと山下氏からアドバイスがあった。

3.6 下見会実施

10 月 5 日に、本番に向けた下見会を実施した。この下見会は、

- ①E ボートの操作を体験し、慣れる
- ②危険箇所等の川の状態の確認
- ③本番実施に向けた問題点の洗い出し

の三点を目的としたものである。

当日は、雨で須川が増水したために試験下りを行うことはできなかった。そのため、神谷集落センターの 2 階の広間をお借りして、本番に向けた打ち合わせと E ボートの操作を学ぶことになった。

下見会でインストラクターをしていただく犬塚守明氏とゼミ生は初対面であったため、まず自己紹介から始まった。その際、山下氏からの提案で親しみやすいようにニックネームも各々紹介していった。この活動をする上での思いや E ボートの「E」の意味などを語り合い、自分達の取り組みや取り組みに対する思いを確認し合った。

その後、犬塚氏の指導の下で、E ボートの組み立て方、たたみ方、ライフジャケットの着け方、パドルの持ち方・漕ぎ方を学んだ。昨年は E ボートを借りることができなかったため、実物を前にするのは初めてで、予想以上に E ボートが大きく、組み立てるのも大変なことを体験した。三つ折りにされてコンパクトに収納されていた E ボートを広げ、専用のポンプで E ボートと腰かける為のベンチにゼミ生全員で代わる代わる空気を入れていった。空気を入れた E ボートは、指ではじくとゴム製とは思えない金属音が鳴り、丈夫さが

感じられた。ベンチの取り付けも含めて、大体 30 分程で組み立て終えた。

ライフジャケットを身に付けて E ボートに乗り込んだ後、パドルの持ち方を教えていただき、床の上ではあるが掛け声を掛けながら E ボートを漕ぐ練習を行った。また、陸上班は、スローロープを使った救助の練習も行った。その後、E ボートのたたみ方を教わり、E ボートから空気を抜き、三つ折りにしてたたみ、組み立て前の状態にした。

片づけを終え、本日の振り返りと 18 日に行う試走についての打ち合わせを行った。打ち合わせでは、本番の流れや服装、E ボートの発着場所の確認、当日に配布する須川のマップの作成について話し合った。

E ボートを目にし、触れるのは初めての経験であたために、最初は戸惑いがあった。しかし、組み立てているうちに次第に慣れ、パドルを持って乗り込む頃には、ワクワク感でいっぱいになった。

この下見会で、自分達の活動に対する思いや方向性の確認を行い、実際に E ボートに触れたことで、本番に向けて士気が高まったように感じられた。

図表 14 E ボート組み立ての練習



図表 15 完成し、説明をうける



図表 16 床の上で E ボートに試乗



図表 17 振り返りと打ち合わせ



3.7 E ボート借用

昨年度は、越路支所に保管されているEボートを貸してもらうために活動したが、「安全に問題がある」と「計画の目的がわからない」という理由で貸してもらえなかった。

今年度は、Eボートのインストラクターで株式会社地域交流センター企画取締役の山下匡紀氏と2回にわたり打ち合わせを行い、計画を練った。その結果Eボートを確実に借りるためには、企画書、緊急連絡網、タイムテーブルの3点を作成し、市役所に提出するのが良いことが明らかになった。また企画書には、リスクマネジメント、協力団体名（協力として長岡市は入れた方がよい）、個々の役割分担を明確にした5つの班（Eボート班、舵取り班、陸上班、広報班、記録班）の役割とタイムテーブルも含めると良いとの指摘を受けた。

具体的な活動計画ができた時点で、市民協働センターの高橋秀一氏の助言を受けながら越路支所に再度連絡をとった。しかし、計画の主体を神谷の子供たちから大学の学生に変更したことから、防災訓練という側面が薄くなってしまったために、防災用として所有している越路支所のEボートは貸すことはできないと断られてしまった。また寺泊にもボートはあるので、レジャーやスポーツで使うのならそちらにお願いしてくれと言われた。

防災での利用や地域活性化の一手段としての活用を考えた場合、神谷が所属する越路支所のEボートを借りることに意義があると考え、是非とも越路支所からお借りしたかった。しかし、これ以上越路支所にこだわっては昨年の二の舞になってしまい、Eボートを使って須川下りをするという当初の目的を今年も達成できなくなってしまうと判断した。そこで、寺泊スポーツクラブ「てらスポ！」から借りることに急遽方針を変更した。

すぐにEボートの担当者である竹田氏に電話でお願いしたところ、「Eボートを借用するには長岡市スポーツ振興課に借用届けを提出すればよい」との返事をいただいた。長岡市に届けを提出し、後日竹田氏から大学までEボートを運んでいただき、無事借りることが出来た。

もちろん本番終了後は、Eボートを寺泊スポーツクラブまで運び、竹田氏にお礼を言いEボートを返却した。

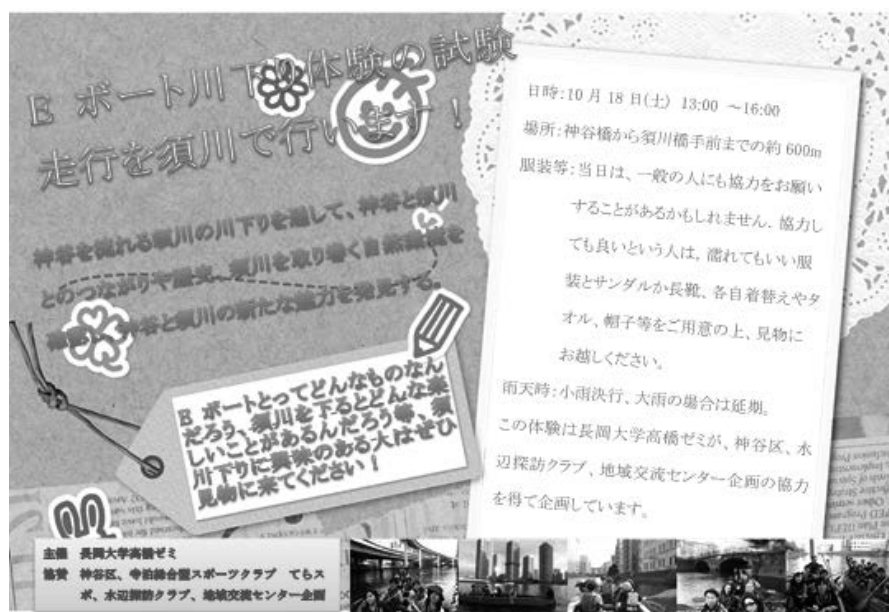
3.8 広報活動

10月18日の試験走行のチラシを作成・配布し、神谷の方々へ参加呼びかけを行った。情報を

- ① イベントのタイトル（目を引くためにある程度目立たせる部分）
- ② ポイント・目的（一番強く伝えたいグループ）
- ③ 日時・場所（小さくても入れておく必要のあるグループ）
- ④ 連絡先（控えめでも良いグループ）

の4つにグルーピングし、重要度に合わせて文字の大きさやレイアウトを調節した。より目を引くように白黒を避け、デザイン性のあるテンプレートと写真を使用し、Eボートのイメージが膨らみやすいようにした。

図表 18 作成した広告



3.9 E ボートでの須川下り本番

3.9.1 タイムスケジュール

試験走行の本番は、10月18日(土)に実施した。10月5日の下見会では、自分たちで実際にEボートに乗ってみるという予定だったが、須川が増水したために神谷地区の公民館で講習会だけを行うことになり、試乗できなかった。インストラクターの犬塚氏の指導のもとで、その講習会で教わったことを思い出しながらEボートを組み立てた。

その後、事前に設定していたタイムテーブルに従って、自分たちが乗船練習のために最初に試乗した。タイムテーブルの主な役割は、スケジュールの流れの把握とスケジュールの流れに沿って各班が行う事項を明確にすることである。全体と各班がどのように動くのか把握するために、班ごとのタイムテーブルを作成した。

図表 19 本番当日タイムテーブル

時間	全体	場所	Eボート班	舵取り班	陸上班	記録班	運営管理者
担当者			古田島、羽賀、水品	今井、岡田、八藤後	山下さん、星田	地域連携研究センター、大山、國松	太田
10:30	ゼミ生集合	長岡駅大手口					
11:00	全体集合、組み立て、乗船指導	須川 神谷橋	事前にボートを現地に運搬(ゼミ生)、運搬車発着場所確認	ボート離岸場所確認	コース確認	撮影、メモ	タイムキーパー
11:50	乗船練習					〃	〃
13:00	乗船(13名で2~3回に分けて乗る)、600mで何ができるのか考えながら乗る			舵取り、先頭水先案内	ボート並走、監視	〃	〃
15:00	下船、ボート洗浄レクチャー、片付け	須川 神谷橋、川辺の道路	ボートを川辺の道路に運搬、洗浄後のボートを公民館に運搬	ボート着岸場所確認		〃	〃
15:40	本日の振り返り、本番に向けての打合せ	神谷公民館(予定)				〃	〃

3.9.2 川下り

当初の予定では、この試験走行ではゼミのメンバーだけが試乗して、何ができるかを考えるつもりだった。しかし来年も活動を継続していくなら神谷地域の方々からも試乗してもらい、意見や感想をもらうことも必要だとの山下氏からの助言により、地域の方々にも実際に乗ってもらうことにした。

図表 20 最初にゼミ生が試乗



図表 21 神谷の人たちと試乗



ボート上の人員配置としては、エンジン（起動力）となる中央の4人を我々学生が担当し、その前後に地域の方を乗せ、最後尾をインストラクターの犬塚さんに担当していただいた。この体制で神谷橋から須川橋手前の1往復ごとに乗船メンバーを変え、計6回Eボートで須川を下った。

神谷の人たちからは、7歳の男の子から80歳のおじいさんまで述べ30名の方から体験下りをしてもらうことができた。

今後の活動の参考にするために、乗っていただいた神谷の人たちにアンケートに協力してもらい、乗った感想などを書いていただいた。いただいた感想には、「とても楽しかった」や「またやりたい」などの声が多く寄せられた。

アンケートに寄せられた意見と感想は、次の通りである。

- ・子供の頃を思いだし、たのしかった。
- ・川あそびサイコウ
- ・須川の中からの景観は初めてです。
- ・川の深さも色々でスリルがありました。
- ・川底のゴミが目につきましたので掃除も必要かと思いました。
- ・(ボートに乗るのは)20代に海でボートに乗って以来であったが、久しぶりの感触が楽しかった。
- ・生まれてはじめてボートで川下りしました。冥土の土産になります。
- ・楽しかったけど疲れた。おさかなもいた。
- ・様々な情報があり楽しかった。
- ・今度はガイドがいるともっと楽しくなると思った。
- ・川面上から見る様子は、いままで感じた事のない体験ができて良かった。

- ・来年は、イカダとEボートで楽しくなりそうです。よろしく。
- ・まさか私が乗せてもらえるなんて。
- ・とても楽しく、(船の上で)唄まで歌えてうれしかったです。
- ・孫にも乗せてやりたいです。
- ・もっと大勢の人たちも参加して楽しくできたら良い。
- ・乗員が号令に合わせてボートをこぐことが大切と思いました。

図表 21 アンケート用紙の内容

アンケート調査にご協力をお願いします。

1. 性別
☐男 ☐女

2. 年齢
 歳

3. E ボートに乗った感想を聞かせてください。
☐とても楽しかった ☐あまり楽しくなかった
☐楽しかった ☐楽しくなかった
☐わからない

4. また E ボートに乗ってみたいですか？
☐はい ☐いいえ

5. 気づいた点やご意見・ご感想があったら記入してください。

ご協力ありがとうございました。

長岡大学
高橋ゼミナール

本番でのこの活動には NHK から撮影隊が入り、10 月 22 日の「クローズアップ現代 “若者が変える” ふるさと “のかたち” で放映された。

3.9.3 本番のまとめ

まず、昨年から取り組んできた E ボートによる川下りを達成できて良かった。これも神谷の人たちをはじめとする、多くの方々が協力してくださったおかげである。そして、何度壁に阻まれても、私たちが最後まであきらめずに取り組んできたからだと思う。初めて行った企画であったために我々の知らない部分が多く、なかなかうまくいかなかったことも多かった。しかし、今回の企画を達成できたことにより、様々な課題や可能性を発見する力が付き、成功までのプロセスをおおよそ掴むことができた。

下見会の時は天候が雨天と最悪のコンディションだったが、本番当日は晴れだったため 私たちも神谷地区の方々も気持ちよく川下りに取り組めたので良かった。また少ない時間を有効活用できたこと、学生たちが一丸となって後片付けを含め、取り組めたことも良かった。このゼミ活動を通していかに事前の準備、対策、連携することがいかに必要かということ学ぶことができた。今後の活動は、これらで得たことを生かして取り組んでいくことができる。そして一番良かった点は神谷の人たちにとても楽しんでもらえたことである。

図表 22 E ボートを水拭き



図表 23 後片付けの様子



3.9.4 今後の活動（課題）

来年に向けては、神谷のいかだとのタイアップやほかの地域との連携を取って、もっと上流から川下りをしてみるといった企画もあがっている。そのため来年度以降は、私たちだけでなく、神谷の方々のアイデアも盛り込み、一緒に計画し、神谷の年中行事の一つになったらよいと考える。

今回は学生たち主体で川下りを行い、ボートは寺泊から借用したが、次回は越路支所のボートを使い、もっと多くの方々に乗ってもらえるような企画にしていけたらいいと考えている。また、アドバイザーの方たち（神谷区長さん、ながおか生活情報交流ねっと理事長の桑原さん）からは、普段見ることのない川からの景色を見ることにより須川に対する認識が変わった、連携がうまくいっており全体的にスムーズに行動でき、イベントサポートの力が見事に発揮されていたなどがあげられた。

今後の活動では、E ボートを継続して行うことにより地域住民との交流を更に深めることが期待できる。今回は初めてだったので経験することが目標であったが、次回からは、リード・コントロール（乗船チーム編成のリードなど）をすることにも挑んだらもっと楽

しくなるのではないかと思った。

3.9.5 経費

ご協力頂いたインストラクター2名の謝金・交通費、そして学生の交通費（ジャンボタクシー使用料、自家用車使用の際のガソリン代）を含んで、約10万円となった。

今回はEボート自体の借用代、郵送費は掛かっていない。

3.10 長岡市への提言

Eボートに人を乗せるためにはインストラクターが必ず1人ついていないといけないルールになっている。しかし、長岡市は何艇かEボートを所有しているが、そのインストラクターが1人もいない。安全性が高く簡単に操作できることがEボートの長所であるのだが、インストラクターがいなければ使用することが出来ず、ボートを使った計画や行事の実施ができず、市民に広めることも難しいと考える。以上のことから、長岡市はEボートのインストラクターを養成する施策を考えるよう提案したい。

また、寺泊スポーツクラブのボートは年に何回か使用しているが、防災用を謳っている越路支所のEボートはいつ使っているかわからないし、越路地区の住民の中でEボートの存在を知り、ましてや操船のできる人は皆無と断言していい状態ではないかと考える。防災の視点での利用を考えたら、常日頃からEボートに触れ、操作に慣れておくことが重要であると考えます。さらに、ある程度使っていなければ経年劣化による破損箇所に気づくこともなく、災害でいざ使おうとしたときに使えないなんて事にもなりかねない。以上のことから、越路支所の活用方法をもう一度見直し、越路地区の住民がもっと気軽に活用できるシステム作りをすることを提案したい。

4. チューリップ

4.1 新潟県初のチューリップの開花地・神谷

私たちが神谷でチューリップの栽培活動をしている理由は、神谷が『新潟県チューリップ初開花地』であるからである。しかし、神谷の方々はもとより県内の多くの人が、この事実をほとんど知らない。そこで神谷の魅力を引き出し伝える活動の一環として、私たちがチューリップを植えることで、神谷の魅力の一つとして多くの人に知らせることができるとは思えないかという思いから始めた活動である。

1904年にチューリップを新潟県で初めて咲かせた人物は水島義朗氏である。水島義朗氏は、高橋九郎氏から譲り受けた球根を新潟県三島郡来迎寺村の自宅の庭で立派に咲かせた。これが、新潟県で初めて咲いたチューリップである。この後も水島義朗は東京妙華園やオランダのクレーラー商会から球根を購入し、明治末には100品種余りを試験栽培した。

このことを知った私達は、ゼミ活動としてこの歴史を多くの人に知ってもらうために活動をしている。

植栽活動は、2012年の秋から行っている。2012年11月に植えた約1000個の球根は、花壇に植えた球根の一部が芽をださなかったものの、プランター植えた球根は翌年2013年の春には綺麗に開花し、神谷遊園地を鮮やかに彩った。

5月の初めに花を切り落とし、球根の育成に努めた。6月末には、育成した球根を掘り出し、次期の植栽に向けて、乾燥させ秋まで保存した。掘り出した球根は、小さいものを含めて約2000個ほどであった。

2013年10月には、春にとった2000個の球根を花壇に植えた。その際、ぜひ神谷の皆さんと一緒に植栽活動を行いたいと考え、地区の回覧板で植栽活動への参加を呼びかけた。しかし、直前の協力依頼、また平日の昼間の依頼だったのと、あいにくの雨であったため、参加してくださる人は残念ながら誰もおられなかった。

2014年春にはきれいなチューリップが咲く予定であったが、芽の出が悪く、前年度以上に開花が悪かった。

私たちも、これまでの先輩の意志を継ぎ、「チューリップ初開花の地神谷」を広める活動に取り組むことにした。今年度もチューリップの植栽活動を行うことはもちろんのこととして、さらに、神谷が新潟県で初めてチューリップの開花地であることがどのくらい知られているかを知るために、認知度調査を行うことにした。

4.2 チューリップ初開花地認知度調査

神谷が新潟県のチューリップ初開花地であることの認知度調査を、以下の方法で行うことにした。

調査対象：丘陵公園のコスモス祭りを見に来た人

調査方法：聞き取り調査

調査日：10月19日

4.2.1 許可申請書の提出

丘陵公園でアンケート調査をするためには丘陵公園側に許可を得ないといけないため、許可申請書を作成し、提出した。また、企画書も併せて提出した。

図表 24 丘陵公園に送った許可証

許 可 申 請 書	
平成 年 月 日	
公園管理者 北陸地方整備局長 殿	〒940-0828
申請者 住所 新潟県長岡市御山町 80-8 長岡大学	
氏名 高橋治道 印	
連絡先	
都市公園法第12条第1項の許可を受けたいので、下記により申請いたします。	
記	
行為【種類】	<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: small;"> [種類] 物品販売又は頒布 競技会 集會 展示会 募金 著名運動 ロケーション </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: small;"> 2 講習会 撮影会 演奏又はコンサート 調査又はアンケート その他 </div> (行事名等)
日時又は期間	10月18日 9:30~11:30
場 所	国営越後丘陵公園
目 的	新潟県チューリップ初開花地認知度を調べる
内 容	長岡市が新潟県におけるチューリップ初開花地であることを公園を訪れた人の何%が知っているかを口頭での聞き取りによるアンケート調査を行う。
参加者数	4人
その他参考となるべき事項	

備考

1. 申請者が法人である場合には、その法人の名称および代表者の氏名を記入する。
2. 「その他参考となるべき事項」の欄には、次の事項のほか許可申請にあたって特記すべき事項を記入する。
 - (1) 工作物の設置を伴うときは、その工作物の種類、設置場所、設置期間、その他必要事項
 - (2) 変更の許可申請の場合には、既に受けた許可の年、月、日
3. 提出部数 1部
4. 工作物を設置する場合はその規格を明記すること。

図表 25 企画書

行 事 企 画 書

各項目の内容を別紙に記述する場合は枠内右下に別紙の番号を書き、別紙の右上部に『別紙○』（○は番号）と書いてください。

作成日 平成 年 月 日

<p>1.行事名</p> <p>新潟県チューリップ初開花地認知度調査</p>
<p>2.開催日時及び広告宣伝等の方法並びに開始時期</p> <p>開催日 平成 26 年 10 月 18 日</p> <p>時 間 9 : 30 ~ 11 : 30 (準備時間を含む)</p> <p style="padding-left: 100px;">10 : 00 ~ 11 : 00 (行事本体)</p> <p>準備日 平成 年 月 日</p> <p>時 間 : ~ :</p> <p>・広告宣伝等の方法(該当するものすべてに○をつけてください)</p> <p>Web 掲載 テラシ 新聞 雑誌 自治体広報誌 テレビ CM ラジオ CM</p> <p>その他 (特になし)</p> <p>・広告宣伝等の開始時期(許可前に開催告知や参加募集を行うことはできません)</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>3.行事の目的(申請書記載内容と同じ場合は省略可)</p>
<p>4.行事の内容(申請書記載内容と同じ場合は省略可)</p> <p style="text-align: right;">■別紙(1)参照</p>
<p>5.主催者、後援者、協賛者及び協力者等</p> <p>長岡大学高橋ゼミナール</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>6.申請担当者名と所属先及び連絡先(申請書記載内容と同じ場合は省略可)</p>

※ 国土交通省国営越後丘陵公園事務所の後援名義使用希望の有無
(どちらかに○をつけてください。行事の内容によっては名義使用を認めない場合もあります)

有 無

図表 26 チューリップアンケート用紙

<p>7.参加費及び徴収方法 【入園料を → 含む ・ 含まない 】</p> <p>410 円 × 3 名 + 210 円 × 1 名 = 1440 円 および駐車場 310 円</p>
<p>8.入場見込み数・参加予定人数</p> <p>4 名</p>
<p>9.物品販売・配布の予定</p> <p>なし</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>10.収支予算書</p> <p>口頭での聞き取り調査の為、特になし。</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>11.使用しようとする区域、施設、借用物品</p> <p>花の丘</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>12.設置する仮設工作物の内容(都市公園占用許可申請が別途必要になる場合があります)</p> <p>なし</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>13.会場図、マラソン等のコース図</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>14.タイムスケジュール</p> <p>9 : 30 ~ 11 : 30 (準備時間を含む)</p> <p>10 : 00 ~ 11 : 00 (行事本体)</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>15.運営組織図 調査実施者</p> <p>調査実施責任者 今井 大介</p> <p>高橋 治道 岡田 孝</p> <p style="text-align: right;">八藤後 諒</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>16.事故防止対策、要員配置図</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>17.緊急連絡体制図</p> <p>長岡大学事務局長 現場責任者 越後公園管理センター</p> <p>品川 十英 高橋 治道 豊田 尚起</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>18.周辺地域対策及び交通対策</p> <p>特になし</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>
<p>19.ごみ対策</p> <p>ゴミが発生する行為は行わない(口頭での聞き取りの為、用紙等が散乱する可能性もない為)</p> <p style="text-align: right;">□別紙()参照</p>

4.2.2 アンケート用紙の作成

次にアンケート用紙を作成した。初めはコスモス園を見に来た方に記入式で答えてもらう予定でいた。しかしそれでは時間もかかる上、嫌がられる可能性があるという丘陵公園の方からのアドバイスもあり、聞き取り調査に変更した。

その結果、作成したアンケート用紙は聞き取り調査用の形式のものにした。

図表 27 チューリップアンケート用紙

私たち長岡大学の高橋ゼミナール3年生は、長岡市神谷地区が新潟県で初めてチューリップが咲いた地であることを広める活動を行っています。

そこで、長岡市神谷地区が新潟県におけるチューリップ初開花の地であることがどの程度長岡市民に知られているかの調査を行っています。

2～3分のアンケート調査にご協力をお願いします。

- 1.あなたの年齢、性別、出身地を教えてください。
- 2.あなたの年齢を教えてください。
- 3.お住まいはどこでしょうか？県内でしたら、支障がなければ市町村名を教えてください。
- 4.長岡市神谷が、新潟県で最初にチューリップが咲いた場所であることをご存知ですか？

知っている 知らない

- 5.新潟県で初めてチューリップが咲いたのはいつ頃か、ご存知ですか？

知っている 知らない

- 6.新潟県で最初にチューリップを咲かせた人がだれかご存知ですか？

知っている 知らない

ご協力ありがとうございました。

4.2.3 聞き取り調査の結果

10月19日の9時30分から11時30分までの2時間、越後丘陵公園のコスモス祭りを見に来た人に対して聞き取り調査を行った。当日は、無料公開日ということで多くの人が訪れており、78人の人から聞き取り調査を行うことができた。

残念なことに、神谷が新潟県で初めてチューリップが咲いた地であることを知っている人は一人しかいなかった。

図表 28 聞き取り調査の様子



4.3 チューリップの植栽

2012 年から、私たちが神谷でチューリップの栽培活動をしているのは、神谷が『新潟県チューリップ初開花地』であるからである。しかし、神谷の方々はもとより県内の多くの人に、この事実は、ほとんど知られていない。そこで神谷の魅力を引き出し伝える活動の一環として、チューリップを植え、広めることで、神谷の魅力の一つとして多くの人に知らせることができのではないかと考え、取組んできている活動である。

今年は、11 月 18 日に神谷遊園地で植栽を行なった。この日はあいにくの天候であったが、前もって作成し、回覧板で回した広告（図表 30）を見てくださった神谷の方 4 人も一緒に植栽を行ってくださった。

植えたチューリップの球根の数は約 1200 個で、赤、青、黄色など 5 種類を左右対称になるように植えた（図表 31）。

また、これとは別にプランターに 200 個の球根を植えた。

この模様は、新潟日報の記者によって取材され、11 月 22 日に写真とインタビューの様子が記事になって報道された。

図表 29 植栽の様子



図表 30 植栽の広告



チューリップを一緒に植えませんか！！

神谷の皆様、お世話になっています。

私たち長岡大学高橋ゼミナールでは神谷がチューリップ発祥の地であることをアピールする活動の一環として、昨年秋に遊園地にチューリップの球根を植え、春には色とりどりのチューリップをご覧いただきました。

今年も来春に向けた植栽を計画しており、できることなら神谷の皆様と一緒に植栽を行えたらと考えています。

私たちと一緒に球根を植え、綺麗なチューリップを咲かせてみませんか？

皆様のご参加お待ちしております。

植栽予定日：2014年11月18日(火)

時間：午後3時～4時

集合・植栽場所：神谷遊園地

持ち物：軍手、手シャベル、長靴

内容：神谷遊園地にある花壇とプランターに球根を植えていきます。

プランターは25個、一つのプランターにつき20個ほどの球根を植えていきます。

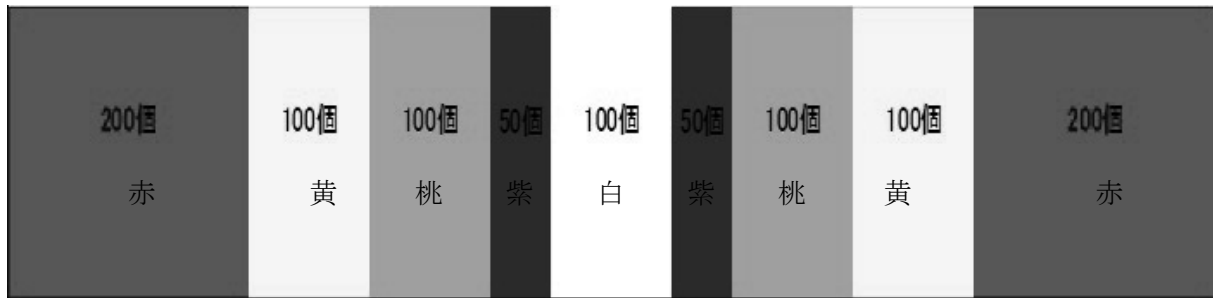
植えたプランターは防災倉庫の下で冬を越し、春に神谷公民館前に設置します。

ご不明な点がありましたら下記までご連絡ください。

お問い合わせ先：[担当者の氏名] 電話：[電話]



図表 31 球根の色の配置と球根数



4.4 植栽活動の今後について

私たちが植栽活動を始めて3年になるが、今後のことを考えると、神谷の人たちによる植栽活動が必要である。というのも、高橋ゼミがこれから先ずっと存続していくことはないからである。高橋ゼミがなくなると同時にチューリップの植栽活動がなくなるとするのは避けたい。これまでの3年間の活動の中で、神谷がチューリップの開花地であることが改めて分かり、神谷の人たちにも知られつつある。歴史的事実が風化し、再び忘れ去られてしまうことがあるとしたら、非常に残念なことである。そのような事態を避けるためにも、神谷の人たちが植栽活動を続けていくための方策を早急に考える必要がある。

神谷の人たちが自分たちの手で植栽活動を続けて行くよう、高橋ゼミとしては、今後、

- ① 神谷の人達が、新潟チューリップ初開花の地であること誇りとするよう働きかける、
- ② 植栽を通して「新潟チューリップ初開花の地」であることを守り伝えて行くことの大切さを伝えてゆく、
- ③ 植栽を行う際には、住民の皆さんに協力を呼び掛けるとともに、神谷にある各種親睦団体に対しても協力を呼びかけ、神谷全体の雰囲気盛り立てて行く、

の3点を柱に据えた活動を今後してゆく必要がある。

5. 総評

5.1 各活動の成果・反省

5.1.1 地区行事

i. どろんこ田植え

神谷の方々は大量参加されたが、ゼミメンバーの参加が悪く、神谷の方々との交流を深めることが不十分だった。今後は、もっと積極的に参加すべきだと思った。ここで植えた米を使った収穫祭が毎年秋に行われているが、毎年長岡大学の悠久祭と日程が重なり、参加することができないでいる。自分たちが植えたものを収穫してこそやりがいがあるので、収穫祭に参加するための対策を考える必要がある。

ii. 運動会

昨年より多くの学生が参加することができた。競技に対しても、神谷の方々に負けてなるものかと全力で取り組んだ。運動会終了後の反省会にも参加させていただいて、神谷の方々とお酒を酌み交わし、交流を深めた。

運動会に参加してみて印象に残ったのは、本当に多くの方が参加し、全力で競技に取り組まれていることだった。みなさんとても生き生きとされており、活気と絆の深さが感じられた。また、運動会終了後に、兄会の方々が大量に作ってくださった豚汁を皆で分け合って食事をするのも、心温まる行事だと思った。こういった行事があることで、ご近所付き合いができて、何かあったときにはお互いに助け合う環境ができているように思えた。来年以降もぜひ参加させていただきたいと考えている。

昨年も反省点としてあげられていたが、助っ人としてだけでなく、学生が1つのチームとして参加することができれば、より盛り上げることが出来るのではないと思う。そのためには、学生の参加人数を増やすことが必要である。また、当日のみの参加だけでなく、事前準備やミーティングにも参加して、学生の視点からのアイデアを提案することで、新しい神谷の魅力発見のお役に立てるのではないかと考える。さらに、学生が競技を1つでも企画運営することができれば、神谷の方々とさらに交流を深められるのではないと思う。

5.1.2 E ボート

i. 河川の使用許可

最終的には河川使用許可を取得できたが、そもそも須川をどこが管理しているかをしっかり調べて、最初から長岡地域振興局を訪れていれば、もっと早いうちに計画が実行できたのではないかと考える。今後は、どこがどの河川を管理しているのかを事前に調べ、なおかつ電話の時点で使用許可を取得する河川の場所を正確に伝えるなどして、こういった情報のすれ違いが起こらないようにしたい。

ii. 下見会

自分達の活動に対する思いや考えを改めて話し合っ共有することで、川下りの活動の方向性を再確認することができた。また、インストラクターの指示のもと、Eボートの操作を学ぶことができた。下見実施日は雨天のため、実際にEボートを川に浮かべて乗ることはできなかったが、土手から川の様子を確認し、本番実施に向けた問題点の洗い出しができた。

しかし、活動全体を通して、ゼミ生から覇気が感じられず、「おう！やろう！」といった活気が見られなかった。また、Eボートの「E」にはどんな意味があるのかという山下氏からの問いかけにあまり答えることができず、今までの取り組みに対する姿勢の甘さ、勉強の至らなさを痛切に感じた。自分達が主体となって企画しているということをもっと自覚し、積極的に取り組んでいく必要があることを痛切に感じた。

iii. 広告作成

チラシの色合いがご年配の方には見づらいかもしれないという意見があったが、学生同士の連携がうまく取れず、配布日までに色の調整をすることができなかった。今後は、各自がしっかり連絡を取り合い、情報伝達の不十分さによる活動のずれが生じないようにしたい。また広告チラシなどを作成する際は、色合いを考え、誰からも見やすい広告チラシを作るように心がけたい。

今回の広告作成では、昨年川下りを実施できなかったために自分たちの写真を使用することができなかった。来年以降は自分たちの写真を使い、学生と地域の人々たちが交流していることをアピールする内容の広告にしたい。

iv. 試乗会

昨年から取り組んできたEボートによる川下りを実現することができて良かった。これも神谷の人たちをはじめとする、多くの方々が協力してくださったからである。そして、何よりも我々学生たちが、何度も壁に阻まれても最後まであきらめずに取り組んできたからだと思う。初めて行う企画には、未知の部分が多く潜んでおり、なかなかうまくいかなかったことも多い。しかし、今回の企画を達成できたことで、様々な課題や可能性を発見する力が付き、成功までのプロセスをおおよそ掴むことができた。

下見会の時は雨天という最悪のコンディションだったが、本番当日は晴れだったことにより、私たち学生も神谷地区の方々も気持ちよく川下りに取り組むことができた。また少ない時間を有効活用できたこと、自分たちが一丸となって取り組めたこと、事前の準備、対策、連携することがいかに必要かということはこのゼミ活動を通して学ぶことができた。今後の活動では、今回の活動から得たことを生かして取り組んでいくことができる。そして一番良かった点は、神谷の人たちにとっても楽しんでもらえたことだ。

残念ながら、今年度は当初の目的であった、神谷の子供たちを乗せた川下りができなかった。来年こそ、ぜひ神谷地区の多くの子供たちからEボートに乗ってもらい、川下りを楽しんでもらうと同時に神谷の新たな魅力も発見していってほしい。

川下りをしている人を待っている間、私たちはただ橋の上から眺めているだけだったが、待っている間にできることを何か考え、積極的に地域の方たちとコミュニケーションを取っていかねばいけないと感じた。

5.1.3 アンケート調査

神谷が新潟県で初めてチューリップが咲いた場所であることを知っている人と答えた人に、なぜ知っていたかを聞きそびれた。来年度は、この失敗を踏まえた調査活動を考えて行きたい。

5.2 活動全体の成果と反省

神谷地域の活性化を目指すうえで、地域の方々との交流は非常に重要なものである。しかし、昨年度に比べ、神谷地区の行事への参加が減ってしまった。また、参加するゼミ生にも偏りがあった。そのため、行事に積極的に参加している人と積極的でない人とで、それぞれがもっている情報に差が出てきてしまった。その結果、スムーズな話し合いを行う

ことができなかった。ゼミ生全員が意欲的に地域行事に参加し、神谷地域の方々との交流と親睦を深めるようにしたい。

また、ゼミ活動をしていくうえで、3年生、4年生共に、活動計画の詰めが甘く、当初の予定通りに計画を実行することができなかった。大まかな計画は立てたが、それを具体化し、どのような活動をしていくべきか話し合う段階で行き詰まり、実行に移せない期間が多くできてしまった。また、役割分担が曖昧なまま計画を進めようとした結果、ほとんどの学生が人任せになってしまい、特定の人に役割が偏ってしまった。ゼミ生同士の報告や連絡が上手くいかず、作業が後手になりがちで、活動計画に大幅な遅れがでてしまった。

5.3 来年度に向けて

早い段階で活動計画を作成し、計画の実行のためにどのような準備、作業が必要かきちんと話し合い、やるべきことを明確にして活動を行うよう心掛ける。また、あらかじめ各自の役割分担を明確にする。役割分担を明確にすることで、各自が責任を持って活動に取り組んで行くようにする。

報告と連絡に関しては、7月から「サイボウズLive」を導入し、ゼミナール内での連絡やデータの共有をすすめている。来年度以降は、連絡、データの共有に加えて、各活動の報告や進捗状況の確認などにも活用することを考えたい。

謝辞

高橋ゼミナールの活動に関わって下さった神谷の方々をはじめ、多くの方々に感謝します。活動を行っていく中では、至らぬ点などが多々あり、ご迷惑をかけたかもしれません。今年度の反省点を踏まえ、改善できるよう努めていきます。

来年度も神谷での活動を行っていくので今後ともよろしくお願いします。ぜひより多くの行事を盛り上げていきましょう。

お世話になった方々

神谷区長 白井湛様

長岡生活情報交流ねっと 桑原真二様

神谷地域の皆様

株式会社地域交流センター 山下匡紀様

Eボートインストラクター 犬塚守明様

寺泊総合型スポーツクラブてらスポ！様

長岡市立上川西小学校 金子明子様

長岡市民協働センター 高橋秀一様

国営越後丘陵公園 越後公園管理センター 豊田尚起様

引用・参考文献

- ・ 学生による地域活性化プログラム 平成 25 年度 活動報告書
- ・ e ボート公式サイト <http://jrec.co.jp/eboat/>
- ・ サイボウズ Live <https://live.cybozu.co.jp/overview.html>
- ・ チューリップ。鬱金香一歩みと育てた人たち ― 木村敬助著

小千谷中心市街地活性化のための若者による提言

小千谷活性化プロジェクトチーム

(担当教員：鯉江康正)

11E008 小幡陽生
12E026 廣川友香
13E020 中原紗貴美

11E002 石井恵夢
12E017 高橋良樹
13E015 新保祐樺

目 次

1. はじめに（取組の背景）
2. 平成 25 年度の活動
 - 2.1 現状報告と打ち合わせ
 - 2.2 アンケートの設置とアンケート内容
 - 2.3 アンケート結果
 - 2.4 アンケートのまとめ
 - 2.5 今後に向けて
 - 2.6 成果発表会
 - 2.7 平成 25 年度の活動を振り返って
3. 平成 26 年度の活動
 - 3.1 小千谷の現状確認
 - 3.2 小千谷活性化案の話し合い
 - 3.3 各活性化案の具体化
 - 3.4 就学前児童を対象とした総合施設の提案
 - 3.5 本町通りを利用したイベントの提案について
 - 3.6 空き店舗空きスペースを利用した活性化の提案
 - 3.7 成果発表会
 - 3.8 平成 26 年度の活動を振り返って

1. はじめに（取組の背景）

近年、小千谷市本町通りは、店舗の移転や閉店が相次いでいる。商店街はシャッターが多く見受けられ、人の流れが少なくなってしまった。そこで学生のアイデアで、本町通りを中心に、小千谷市の地域活性化ができないかという株式会社たかの会長の高野雅氏からの依頼で、平成 25 年度にこのプロジェクトが発足した。活動はゼミナール活動とは異なり、不定期で集まりプロジェクトを進めてきた。今回の報告書では平成 25 年度の活動と平成 26 年度の活動の 2 年分を記載する。

2. 平成 25 年度の活動

2.1 現状把握と打ち合わせ

平成 25 年度は、高野氏を含め小千谷市の方たちとの打ち合わせからスタートした。第 1 回の打ち合わせでは 3 人の学生（小幡・廣川・高橋）が参加した。内容は企画書の確認や、小千谷市の人口、産業の現状の説明を受けた。小千谷市の方たちは、若者の発想力、提案がほしいといった要望であった。その中で、まずは住んでいる人から見た小千谷と、周りから見た小千谷では、どのような違いがあるのかといったアンケートを実施することになった。



〈打ち合わせの様子〉



〈打ち合わせの様子〉

2 回目の打ち合わせまでに、どのようなアンケートにするか、質問項目などアンケートの原案を学校にて考えた。学生 4 人（小幡、石井、廣川、高橋）から上がった意見などをまとめ、2 回目の打ち合わせにてアンケートの原案を提示し、質問の内容の説明などを行った。その結果アンケート内容は確定したが、実施時期や実施場所を少し検討することとなった。2 回目の打ち合わせでは、アンケートのことだけではなく、小千谷そばの現状についても教えていただいた。

2 回の打ち合わせ前に小千谷の中心市街地の現状はどのようなものなのかを実際にメンバーで歩いてみた。平日の昼でありながら、シャッターが閉まっている店が数多く目についた。中心市街地の中に小千谷総合病院があるため、人通りは多少あり、周りには薬局が何店かあった。しかし、小千谷総合病院は移転が計画されている。移転後はもっと人通りが少なくなることが予想される。それに加えて、薬局も同時に移転する可能性が考えられ

る。その結果、現在よりもシャッター街が進んでしまうのではないだろうか。シャッター街の増加によって、また人が減る、店が減るといった負の循環になってしまうことが心配される。



平日の中心市街地の様子



真ん中の建物が小千谷総合病院
郊外への移転が決定している。

2.2 アンケートの設置とアンケート内容

過去2回の打ち合わせから、まずは小千谷市のイメージに関するアンケート調査を行なうことになった。アンケートは学生4人（小幡、石井、廣川、高橋）が中心に原案を考え、打ち合わせ時に高野氏に確認してもらい、改良を加え作成した。

☆ アンケートの目的…小千谷市民および小千谷市以外に住んでいる人から見た小千谷市の魅力を調査することにより、今後の小千谷市の魅力発信に役立てる。

☆ 調査内容

- 1、回答者の属性（性別、年齢、居住地）
- 2、参加したことのある催し、購入したり、食べたりしたことがある名物
- 3、訪問したことがある景勝、史跡、施設

上記の3つが主な調査内容である。

問 1	あなたの性別をお聞かせください。 <u>どちらか1つの番号に○を付けてください。</u>
-----	--

- | | |
|-----|---|
| 問 2 | あなたの年齢をお聞かせください。あてはまる番号に <u>1</u> つだけ○をつけてください。 |
|-----|---|

- | | |
|-----|--|
| 問 3 | あなたが住んでいる市町村はどこですか。あてはまる番号に <u>1</u> つだけ○をつけてください。 |
|-----|--|

- | | |
|-----|--|
| 問 4 | あなたが参加したことのある小千谷市内の催し、購入したり食べたりしたことのある名物はどれですか。あてはまる番号 <u>すべてに○</u> をつけてください。
<u>また、他の人に勧められるものには◎をつけてください。</u> |
|-----|--|



〈スーパー高野〉



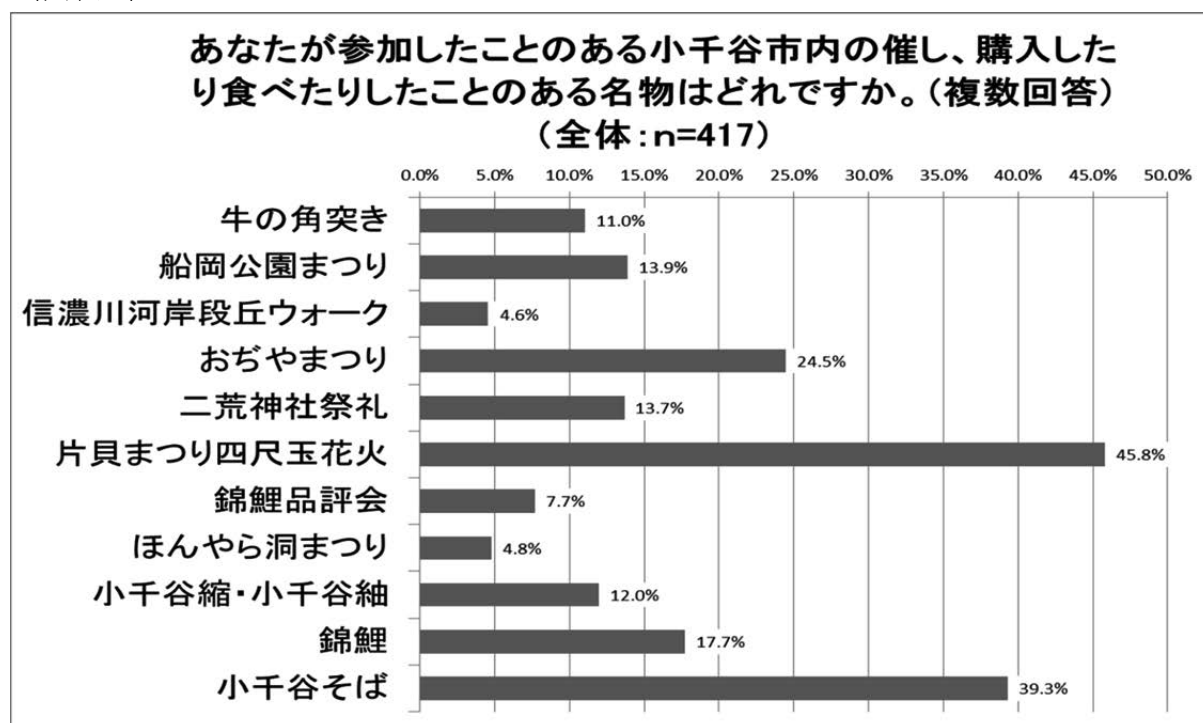
〈錦鯉の里〉

また、小千谷市以外の人々のイメージを得るために、長岡、見附市内のまちの駅の駅長さんにご協力いただき、駅長さんにアンケートに答えてもらった。さらに、長岡大学学生にアンケートを行ない、若年層が小千谷市にどのようなイメージをもっているかを調査した。

2.3 アンケート結果

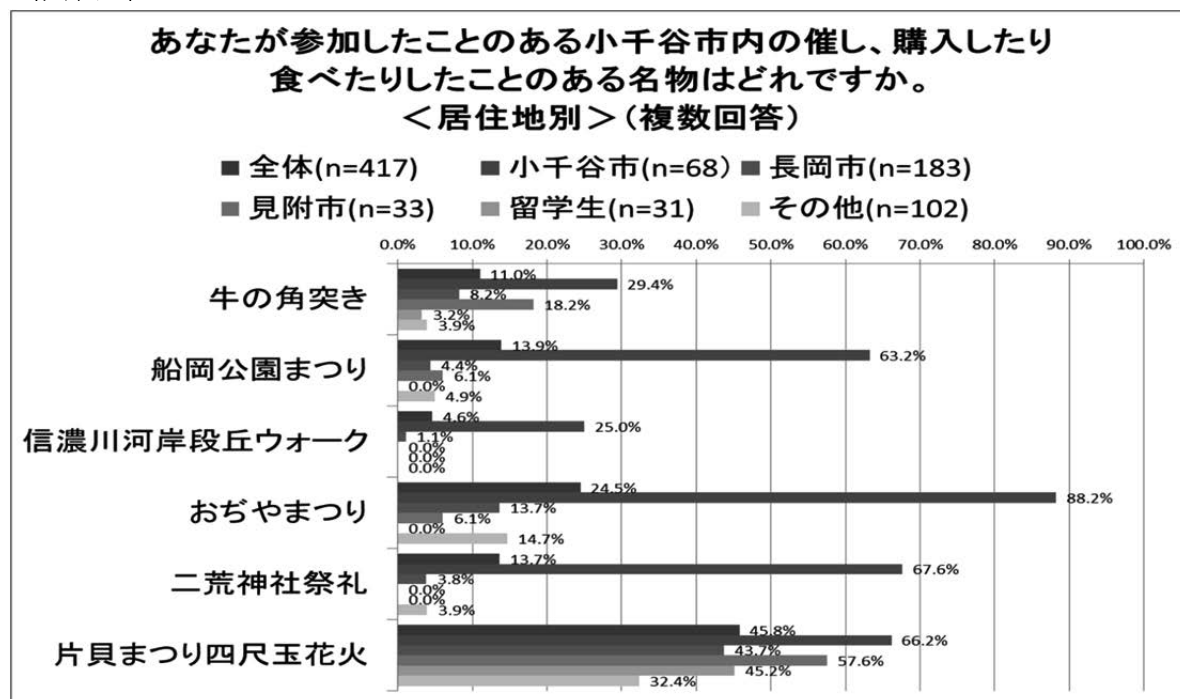
アンケートの回収票は、小千谷市施設はプラザ片山が 14 票、クレープハウス星野屋が 35 票、たかのスーパーが 38 票、錦鯉の里が 8 票の 95 票であった。長岡・見附市内のまちの駅の駅長さんが 69 票。長岡大学生が 253 票と全体で 417 票になった。この際注意しなくてはいけないことは、調査場所によって属性が異なっているため、全体の数値は回収数に影響を受けている可能性が高いことである。全体では、長岡大学学生の回収数が圧倒的に多いため、長岡大学学生のアンケート結果が結果にそのまま反映されやすい。そのため、アンケート集計は居住地別にも行った。

〈図表 1〉

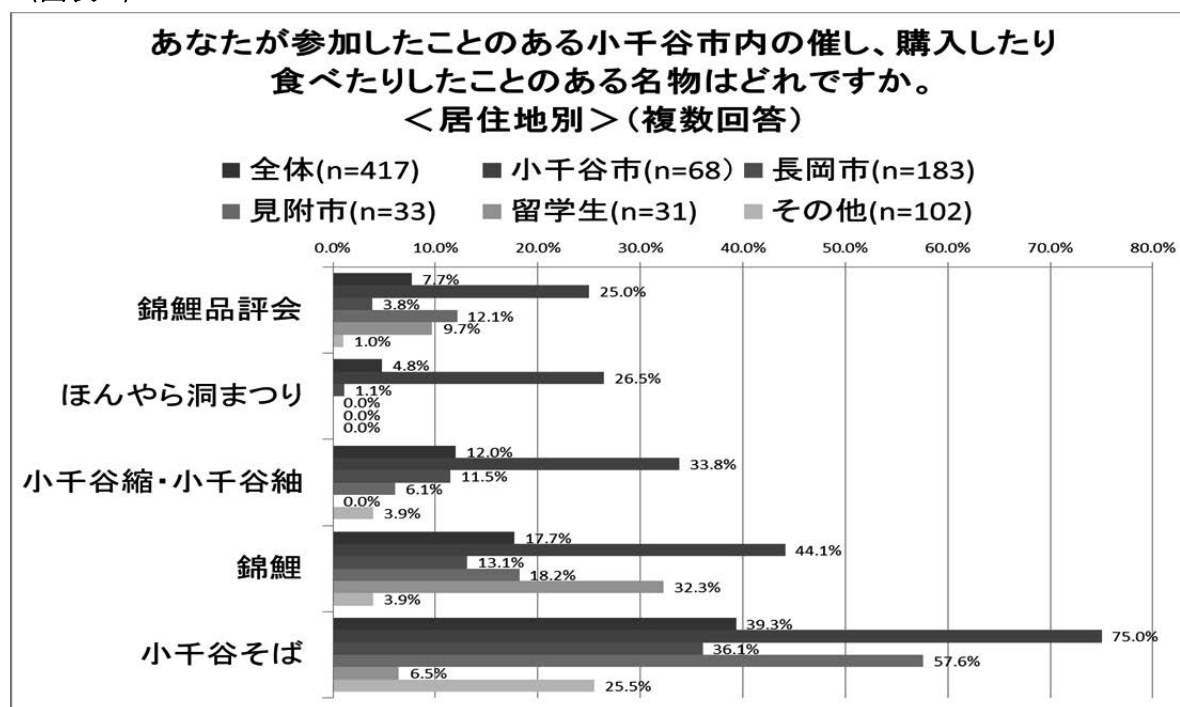


図表 1 は参加したことのある小千谷市の催しまたは名物についてである。アンケートの結果、片貝まつり 4 尺玉花火の参加率が 1 番高く、全体で 45.8%と半数近い人が参加したことがあるという結果になった。4 尺玉花火に次ぐのが、小千谷そばについてである。小千谷そばを購入または食べたことがあるというのが 39.3%と高い数値であった。その他の催しは、おぢやまつりが 24.5%と全体の中では高い数値であったが、その他の催しは 10%台から 1 ケタと参加率は高くなかった。

〈図表 2〉

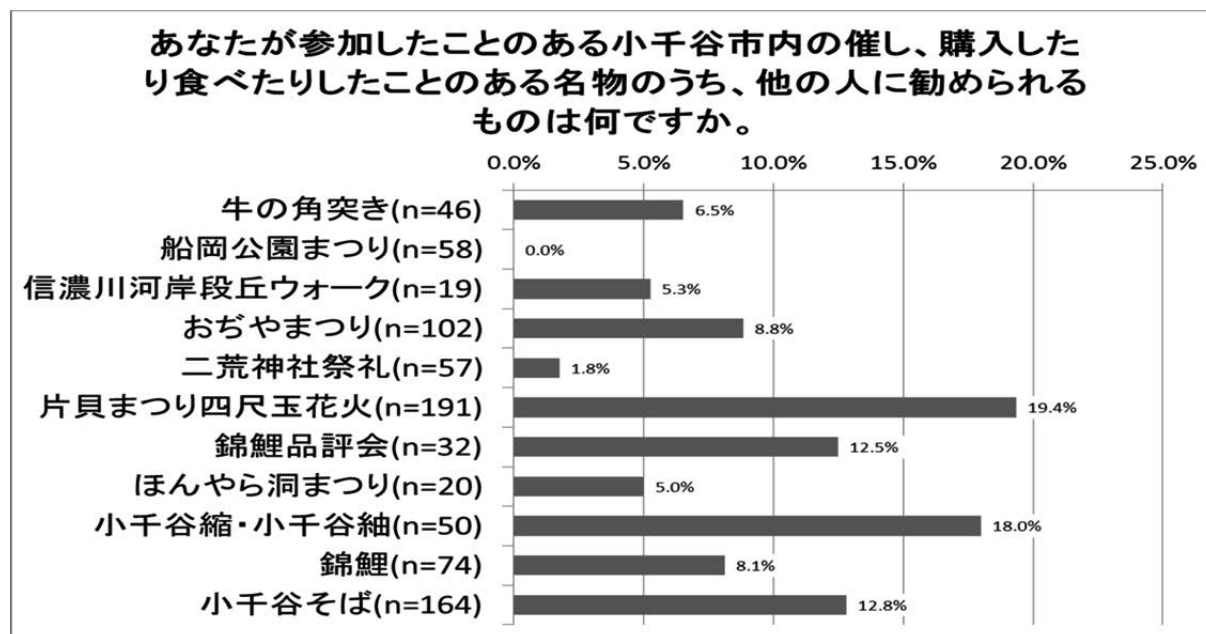


〈図表 3〉



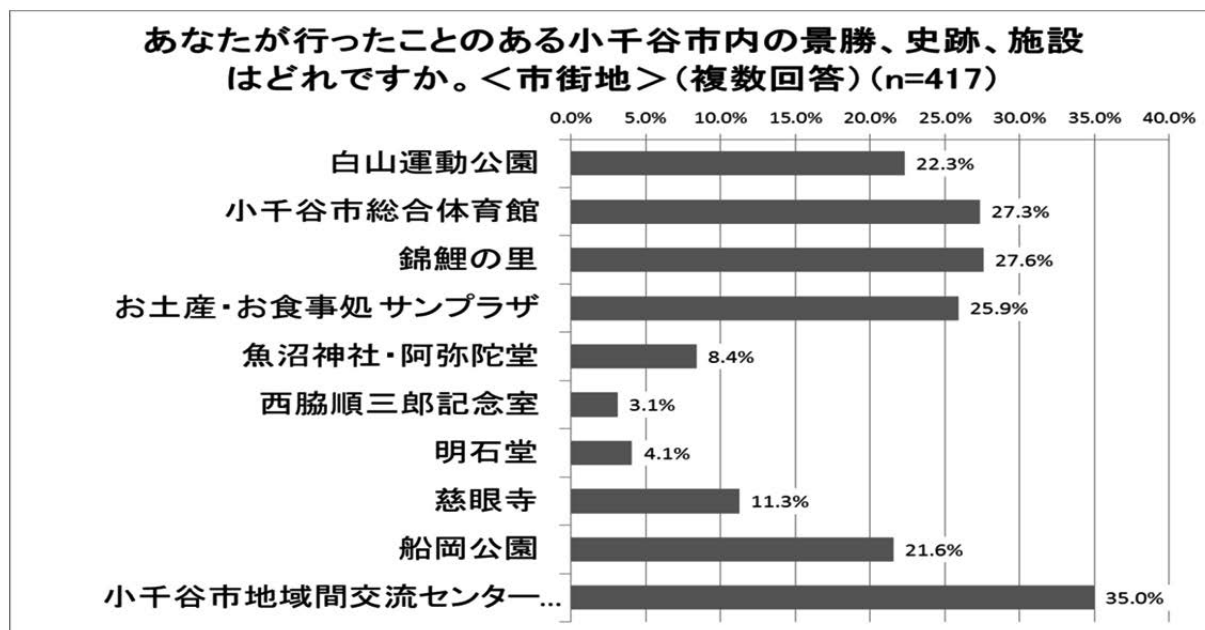
図表 2、図表 3 は図表 1 のアンケート内容を居住地別に表したものである。全体的に小千谷市在住の方は、どの値も高い値となっている。図表 1 では四尺玉花火が 1 番高い値となっていたが、小千谷市在住の方だけを見ると、おぢやまつりが 1 番高い値（88.2%）となっている。この結果、4 尺玉花火は他地域からの参加が多いということがわかる。それに比べておぢやまつりは、全体では 24.5%と、他地域からの参加が少ないことがわかる。

〈図表 4〉



図表 4 は参加したことがあるイベントや、購入品のうち、他の人におすすめできるものである。イベントに参加したことがある人数や購入したことがある人数はバラバラなので、イベントによっては、1 人の意見で結果が大きく左右されるので注意していただきたい。その中で、1 番数値が高かったのは、四尺玉花火である。参加したことがある 2 割近い人が、おすすめできるとしている。それに次ぐのは、小千谷縮・小千谷紬である。18%の人がおすすめしている。3 番目は小千谷そばと、代表的な名物が続いていく。逆におぢやまつりは、参加したことがある人数は多かったのだが、おすすめ率はあまり伸びなかった。

〈図表 5〉



図表 5 は、訪れたことのある小千谷市内の景勝、史跡、施設の市街地編である。この中で 1 番数値高かったのは小千谷市地域間交流センターである。これは湯どころちぢみの里のことである。ここは大浴場や、露天風呂がある施設であるため、利用したことがある人が多いという結果になった。小千谷市地域間交流センターに次ぐ、高い数値だったのは錦鯉の里である。ここは、多くの美しい鯉をととても間近で見ることができる施設である。錦鯉の里に僅差で次ぐのが、小千谷市総合体育館である。体育館ということで 1 度は行ったことのある人が多かったのではないかな。



〈小千谷市地域交流センター〉

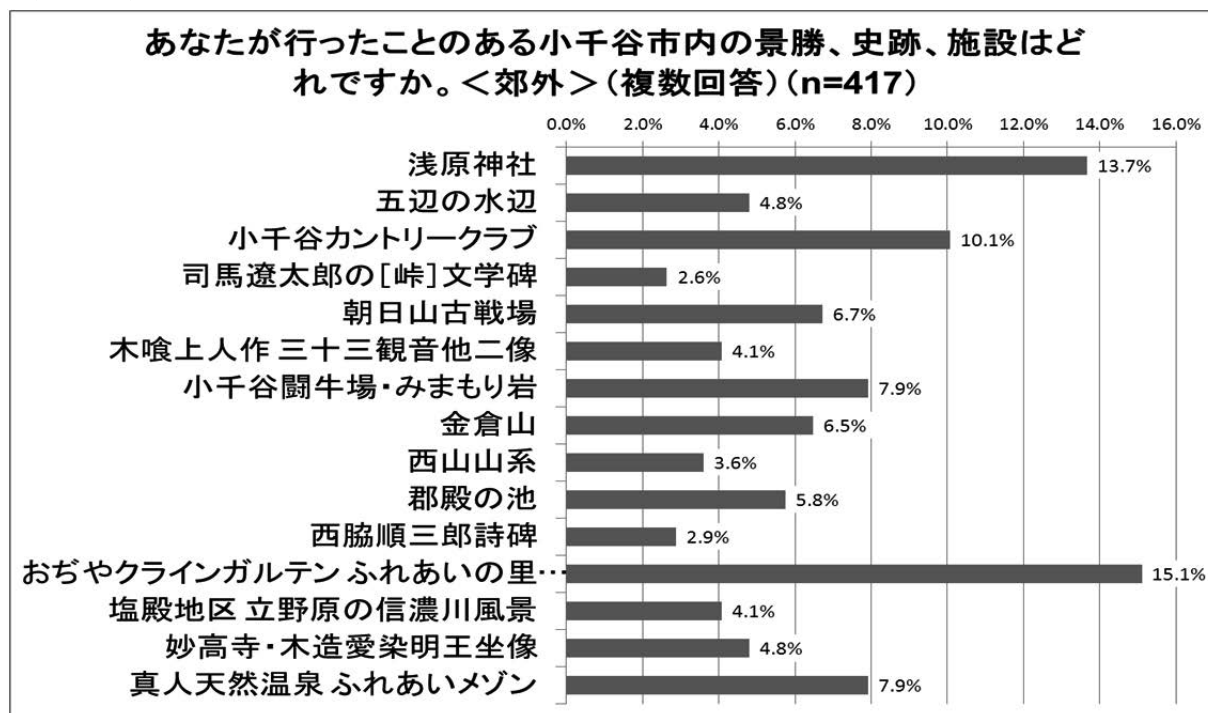
※出典にいがた観光ナビ



〈錦鯉の里〉

※出典小千谷総合産業会館サンプラザ

〈図表 6〉



図表 6 は訪れたことのある景勝、史跡、施設の郊外編である。郊外ということもあり、図 5 で示した市街地にある施設よりも、訪れたことのある人の割合が少なかった。

この中で最も高かったのが、おぢやクラインガルテン ふれあいの里である。この施設は、正式名称よりも、山本山高原としてなじみが深いのではないだろうか。山本山高原では、ラウベと呼ばれる宿泊施設付きの農園があり、滞在しながら田舎暮らしを満喫できたり、日帰りで農業を体験できたりする施設である。その他にも、バラが楽しめる庭園や芝生公園などがある施設である。

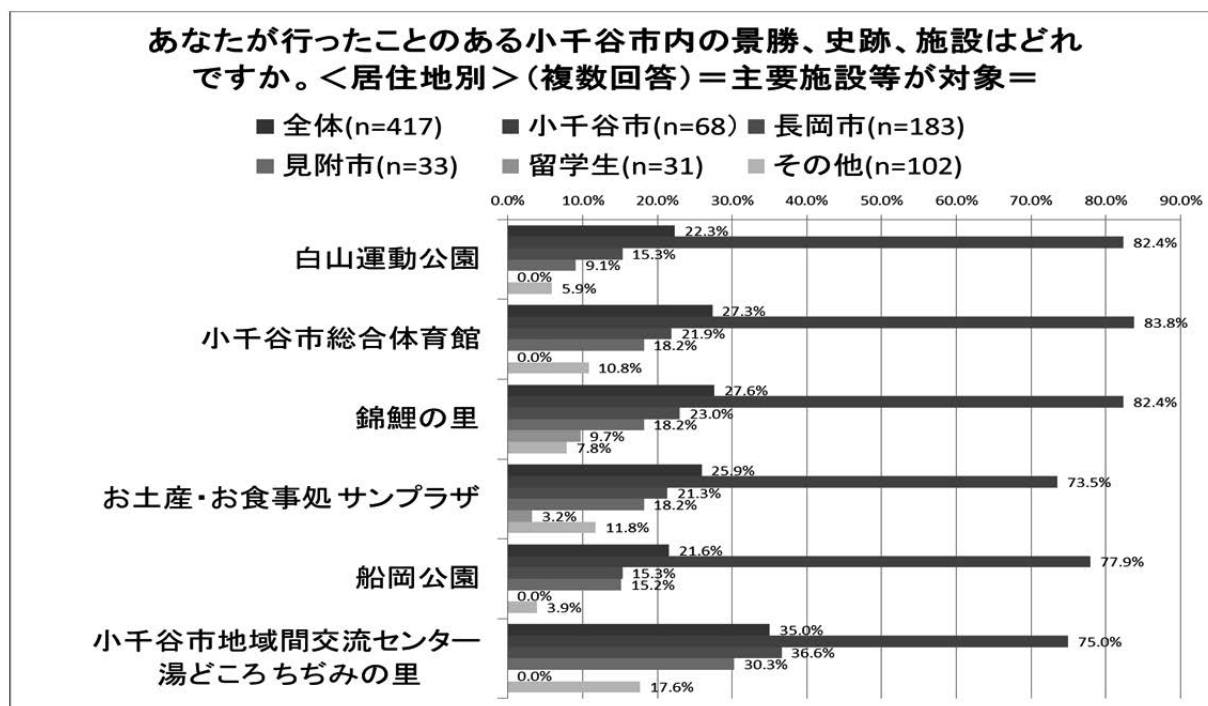


〈おぢやクラインガルテンふれあいの里〉

※出典小千谷市ホームページ

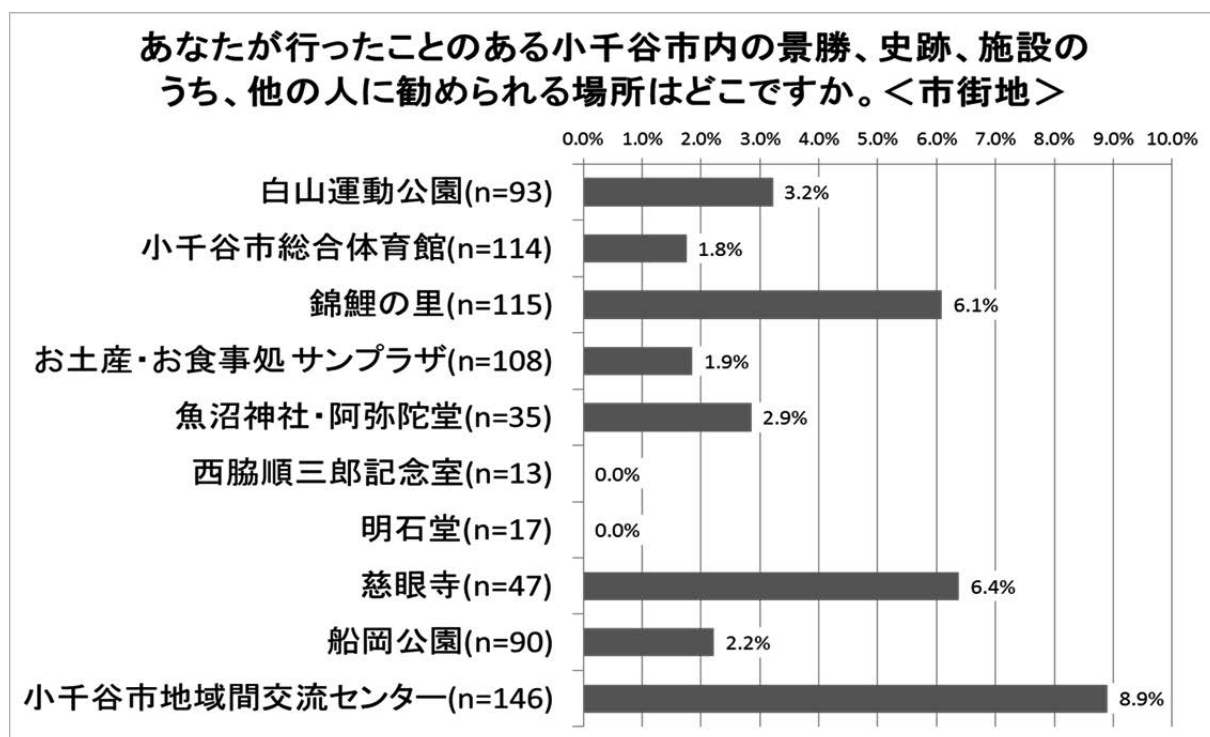
おぢやクラインガルテンふれあいの里に次ぐのは、浅原神社である。浅原神社は、片貝まつりで、花火の玉が奉納される有名な神社である。それに次ぐのは、小千谷カントリークラブである。ここは、ゴルフ施設なので訪れた人が多かった。

〈図表 7〉



図表 7 は、訪れたことがある施設を居住地別に表したものである。上記の表は主要施設のデータであるので注意していただきたい。結果としては、やはり小千谷市民の利用が圧倒的に高くなっている。すべての施設において、7 割以上の方が利用したことがあるという結果になっている。そのため、小千谷市民にとって重要な施設であると言えるのではないかと。中でも小千谷市総合体育館は、8 割以上の方が利用したことがあると回答しており、身近な施設といえる。一方、小千谷市以外の方が訪れたことがある人が多い施設は、小千谷市地域間交流センター・湯どころちぢみの里である。これは、温泉施設であるので、小千谷市以外の人でも利用したことがある人が多いのではないかと。全体の数値を見ると、小千谷市地域間交流センター・湯どころちぢみの里が一番高い数値であったが、小千谷市民のアンケートだけを見ると、75%と他の施設よりも低い。この結果、全体の数値が伸びたのは、小千谷市民以外の人たちが訪れた結果であるということが出来る。

〈図表 8〉



図表 8 は訪れたことがある小千谷市街地の景勝地や施設のうち、おすすめできる場所である。この結果はサンプル値が少ないため、あくまで参考として見ていただきたい。その中で、小千谷市地域間交流センター・湯どころちぢみの里が 1 番高い結果となっている。それに次ぐのが錦鯉の里であり、訪れたことが多い場所は、その分おすすめしている人も多いという結果となった。おすすめ率が低い施設も、魅力がないわけではない。今回は、長岡大学学生の結果が数的に多く反映されてしまうため、おすすめのジャンルなどが偏ってしまう傾向があると考えられる。結果が 1.9%であった、お土産お食事処サンプラザは、小千谷そばなどをはじめとする、小千谷市の名物などから、和食やラーメンなどを食べることができる施設である。その場所や場所でいろいろな歴史や、文化、食事を楽しむことができるのである。



サンプラザで

食べることができる小千谷そば

※出典小千谷市産業会館サンプラザ



〈白山運動公園〉

※出典小千谷市ホームページ

2.4 アンケートのまとめ

アンケートの結果、小千谷市の観光地への訪問回数の有無や、どのような地域からお客さんが来ているかが分かった。しかし、長岡大学学生のアンケート数が、他の地域に比べて圧倒的に多くなってしまったため、各アンケート項目とも少々偏った数値になってしまったのではないかと。その中で今後アンケートを取る際は、もっと各地域とも多くの数を集め、偏りを無くすことが今後に向けての課題である。

今回のアンケートで分かったこともある。それは、地元小千谷市民でも、施設などの利用率などが100%ではないということである。8割強の人たちは利用したことがあるという意見が多かったが、どの施設とも100%には届かなかった。年齢などで使う施設は変わってくるので利用率100%は難しいことだとは思いますが、素晴らしい施設があるのに、利用したことがないという人がいるのが残念なことだ。近隣の市民にも良さを発信し、利用の拡大をしていくことで、小千谷市の魅力の拡大や、利用者の拡大につながるのではないかと。

2.5 今後に向けて

平成25年度の活動は、メンバーの4人中3人が小千谷市について知識がなかったため、小千谷市を知ることから始まった。現状を知り、アンケートを行うことでより多くの情報を得ることができた。しかし、そこからの発展を考える時間が不足していたため、26年度に活性化案を提案する形になった。そこで私たちが、来年度に向けて提案していくことは、小千谷総合病院の跡地の利用方法である。報告書の冒頭で小千谷総合病院について述べたが、移転後はさらに本町通りが衰退していつてしまうのではないかと懸念がある。移転は決定していることなので、その跡地の利用方法を考えていきたい。

もう一点は、本町通りで何かイベントを開催することができないかということである。本町通りには、現在空き店舗が多いため、その空き店舗を利用できないか考えていきたい。例としてはフリーマーケットや、バザールなどである。

2.6 成果発表会

平成25年度の成果発表会が、長岡市で12月14日に開催された。そこでは、上記に記載したアンケートのまとめを発表した。発表したのはアンケートだけではない。小千谷市の魅力の発信ということで、パワーポイントを用いて観光スポットや名物などについて簡単に説明させていただいた。そして最後には、26年度に向けての提言を行った。移転予定となっている小千谷総合病院の跡地の利用や本町通りでのイベントを提言した。発表後は株式会社たかの、元常務の樋熊捷平氏から感想をいただいた。その中でアンケートなどを用いて、よく調べてもらったという評価と、来年度も頑張ってもらいたいといったねぎらいの言葉をいただいた。

< 発表資料の例：一部抜粋 >

(2) 小千谷市の名物

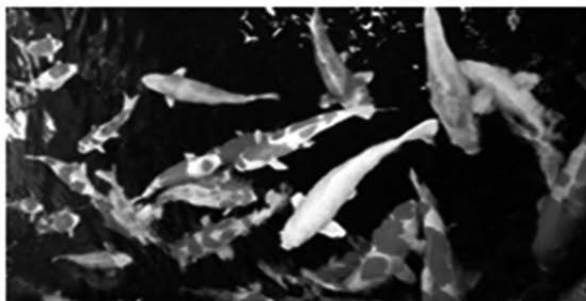
① 小千谷縮・小千谷紬



古来よりの麻織物を江戸期に改良し誕生した小千谷縮は通気性、吸水性に優れ爽やかな着心地。

出典: 技と美 日本の絹展

② 錦鯉



出典: 小千谷市ホームページ

錦鯉といえば小千谷というほど(県内の約45%を生産)その名は全国的に知られ、国内はもちろん海外においても高い評価を得ています。

2.7 平成 25 年度の活動を振り返って

もともと2年計画で始まったプロジェクトであるため、25年度の活動は、提案ということよりも、まずは小千谷市を知るところから始まった。何回も小千谷市に足を運び、自分自身が見たり、体験したりすることで魅力を発見することができた。実際に訪れることで、より多くの魅力や発見があったため、いろいろな人に訪れてほしいと思う施設も多くあった。多くの人に来てもらったり、良さを知ってもらったりするためには、PRなどの告知や、インパクトが重要なのではないかな。多くの人に訪れてもらい、活性化を図るために、26年度も活動していき、1つの案としてしっかりと提案していけたらと考えている。

3. 平成 26 年度の活動

3.1 小千谷の現状確認

平成 26 年度から新たに 2 年の中原紗貴美と新保祐樺がプロジェクトに加わった。前年度の活動から時間が経ってしまったため、昨年度の活動を振り返りつつ、小千谷の現状確認から始まった。小千谷の市街地を歩き、改めて現状を認識した。感想としては、平日の昼でありながら、多くの店のシャッターが閉まっていること、せっかくお店があっても駐車場がないことなどが挙げられた。昨年度も同様の課題があるとプロジェクトチームで挙げられていた。

3.2 小千谷活性化案の話し合い

昨年度の活動と、小千谷の調査を踏まえ、活性化案をメンバーで話し合った。平成 25 年度のアンケートをみると、他地域の人が来るイベントが少ないことが分かった。そのため、インパクトのあるイベントの開催がいいのではないかという意見や、既存施設や、空き施設を使って、地域活性化を行なうべきではないかなど、様々な意見があった。例としては、パブリックビューイングの案や、本町通りを使ったそり大会など斬新な意見もあった。

3.3 各活性化案の具体化

メンバーで話し合った意見をより具体化するために、出された提案を、インターネットなどを使いながら調べる作業を行った。具体化していく案は 3 つある。

1. 就学前児童を対象とした総合施設の提案
2. 本町通りを利用したイベントの提案
3. 空き店舗、空き施設を利用した地域活性化案の提案

この 3 つを提案していくために情報を収集活動を行った。

3.4 就学前児童を対象とした総合施設の提案

小千谷市には、本町通りに子育て支援センター「わんパーク」がある。これは、子供たちが遊べるスペースがある施設である。活性化を図るためにも、この施設のサービス拡大を提案したい。

ここには、子供が遊ぶスペースはあるが、子供を連れてきた親御さんの休憩スペースがない。そのため、子どものスペースの拡大も重要なことではあるが、親御さんの休憩できる場、交流できる場があるといいのではないか。周辺には交流できる場がない。カフェ化するわけではないが、ちょっとした休憩スペースを設けてもいいのではないか。その結果地域の人が集まる場として、認知されるようになれば地域の活性化につながるのではないか。「わんパーク」の活用は子供だけが対象ではない。施設だけでなく、ソフト面での充実も図っていくことが重要なのではないか。

長岡市には、「子育ての駅」があり、街中に「ちびっこ広場」、他に「ぐんぐん」「てくてく」「すくすく」などの施設がある。

そこには子どもが遊ぶスペースはもちろん、

親御さんたちが交流できるスペースも設けられている。それだけではなく、手作りの広報誌を作成し、知名度をアップしている。「ちびっこ広場」にヒアリングに伺ったが、ここは午前9時から午後6時まで開館していて、まちなか保育園として一時保育もお願いできる。(休館日は年末年始)

「ちびっこ広場」には「わんパーク」が参考にできるアイデアがたくさん埋まっていそう。ここをモデルに考えてはどうか。

就学前児童の施設ではあるが、そこから親御さんの交流の場、そして地域の交流の場となれば、直積的に人口が増えるわけではないが、地域の活性化になるのではないかと思う。

わんパークの様子



出典

<http://www.city.ojiya.niigata.jp/site/wanpark/wanpark-annai.html>

3.5 本町通りを利用したイベントの提案について

2つ目に提案したいのは本町通りを利用したイベントの提案である。近年は平日の昼でもシャッターが閉まっている店が多い。郊外に大規模店舗ができたため、本町通りの店がどんどん少なくなってしまう。そこで本町通りでイベントを行ない、活気ある姿を1日でも取り戻すことで今後に良い影響があるのではないか。

ここでポイントとなってくるのは、雪を利用できないかということと、本町通り前の長い坂道を利用できないかの2点だ。この2点を踏まえ案を考えた。

1つ目は、1日限りの雪まつりだ。小千谷の雪を利用して本町通りで雪まつりを行なおうといった案である。すでに行われている地域もあるが、本格的な雪合戦を行なったり、長い坂を利用したそり大会を行なったりするのも面白いのではないか。安全面や、交通面を考えると、今すぐ開催は難しいが、あの坂を使ったそり大会は魅力的なのではないか。

2つ目は坂を利用した流しそばである。小千谷の名物であるそばを利用したイベントの提案である。名物と、特有の地形を組み合わせることで小千谷の特徴を生かしたイベントを開催できるのではないか。

そのイベント目当てで遠方からもお客さんが来るようになれば、地域にお金も落ちるので2つの効果を得つつ、小千谷をアピールすることができるのではないか。



〈名物と地形の融合〉

3.6 空き店舗空きスペースを利用した活性化の提案

次に提案するのは、空き店舗や空きスペースを利用した地域活性化だ。本町通りにはシャッターが閉まっている店舗が多く存在する。しかし今回は、本町通りに限らずに小千谷市で活用できるのではないかと考えたものを提案していく。

1つ目は、地域密着型施設の設置である。これには2つのポイントがある。1つ目は、地域の人々が集える場であること。2つ目は、雇用を生み出せる場であることである。これを考えると、道の駅ないし、まちの駅のような施設が好ましいのではないかと考えた。

そう考えたときにモデルとなってくるのは十日町市川西にある直売所「じろばた」である。そこは、地元の元気なお母さんたちによる食事処があり、地元のそば、手作りコロッケ、そばいなりやなどに加え、季節のメニューも取り揃えている。また、地元の新鮮な食材や生花、手作り雑貨なども販売している。このように地元の食材や、特産物を提供することに特化している施設である。このような施設があることで、雇用も生まれた。実際に「じろばた」はにぎわっているため、模範的なモデルになるのではないかと考えた。それだけではなく、雰囲気も柔らかくあたたかく、とてもくつろぎやすいレイアウトになっている点なども参考にした理由である。小千谷市でこのような事業を始める場合、まずは現在、シャッターが閉まっている店や、店舗のひと区画など、規模は小さくなく小規模から始めていってもいいのではないかと考えた。ターゲットはおじいちゃんや、おばあちゃんや、地産地消を目的とした施設として提案させていただきたい。

※出典 <http://www.ja-tokamachi.or.jp/jirobata/>



直売所 じろばた



〈店内の様子〉



〈直販の様子〉

※出典 <http://www.ja-tokamachi.or.jp/jirobata/>

2つ目は、簡易イベント施設の設置である。簡易イベント施設の導入による目的は、多くの人が集まる場所の提供、みんなで楽しみを共有できる場の提供、気軽に来場できる場所の提供の3つである。具体例を挙げると、パブリックビューイングなどである。パブリックビューイングとは大画面でスポーツ中継などを観覧することである。長岡市でもオリンピックなどの時に開催されていた。新潟県には、アルビレックス新潟があるが、本拠地であるビッグスワンスタジアムは新潟市にあり、長岡市や小千谷市の高校生や大学生にとっては遠いので、中越地区でパブリックビューイングを開催できれば、より地域の関心も得られるのではないかと。これはアルビレックス新潟とのタイアップなどが必要となるため、現状では難しい話かもしれない。しかし、パブリックビューイングで興味を持った人が、スタジアムに足を運ぶようになれば、アルビレックス側にもメリットがあるのではないかと。小千谷側のメリットとしてはまず、人が集まってくるということだ。人がいなければ消費なども生まれない。小千谷だけではなく、長岡などの周辺市町村から人が集まれば地域で消費が生まれるのではないかと。今後は、オリンピックなども日本で開催されるため、スポーツ熱が上がっていくと予想される。その中で、テレビで応援をしたりするのもいいが、地域の人が集まって応援するのもいいのではないかと。スポーツの感動や、喜び、悲しみなども周りと共有することで新たな交流ができるのではないかと。



〈アオーレ長岡でのパブリックビューイング〉

※出典 <http://tamionet.com/blog/2014/02/publicview/>

3つ目はニュースポーツによる地域活性化だ。なぜニュースポーツをチョイスしたかということ、それは2点ある。1つ目は少ない予算で競技を運営できる点と、多くの年齢層の方が参加することができる点だ。これによって世代を超えた交流や、市民の健康促進などにも、つながるのではないかと。これは、空き店舗などで行うのは難しいことではあるが、空き地や体育館、公園などで開催することができるのではないかと。ここからは、気軽に取り入れることができそうなあまり知られていないマイナースポーツを紹介する。

まずは、スラックラインだ。スラックラインは低い綱渡りのようなものであり、高いところで綱渡りを行なうわけではないので、安全である。子どもだけではなく、大人でもなかなか難しいものとなっている。スラックラインのロープを木に巻きつけて使うことも可能だ。まきつけるところがない場合は、専用の台のようなものがあるため、平地でも設置できる仕組みになっている。これは、自然公園のようなところで行なうのがいいと考える。そのため、小千谷クラインガルテンなどに設置できるのではないかな。



〈スラックライン〉

※出典 http://od-vanvan.com/event/entry/_25/

次に取り上げるのは、トライフットボールである。トライフットボールは、フットサルの簡易版であり、1チーム3人からでコートサイズもフットサルの半分である。トライフットボールはスペースが小さくすむため、屋上や、プール施設の再利用などにも活用されている。フットサルの簡易版ということで、これもスラックライン同様に、子どもから大人まで楽しめるスポーツだ。さらに省スペースということで、空きスペースがあって設備を整えればすぐに始めることができる。人数的な面で見ても3人1チームということもあり、多くの人集めをする必要がなく少人数で楽しむことができるのだ。現在何もない空き地などを整備して遊べるようにするといったのもいいのではないかな。



〈トライフットボール〉

※出典 <http://www.jtfa.biz/info.html>

最後はパンポンである。このスポーツは聞いたことすらない人がほとんどだと思われる。パンポンは茨城県のご当地スポーツなのだ。道具は木の板で作られたラケットと、木製のネットと、軟式テニス用のボールを使って行なう。テニスや卓球などに近いスポーツである。なぜこのスポーツを取り上げたかという、パンポンの発展の仕方が面白いからである。もともとは、ある企業が発祥のスポーツであり、休憩時間中に体を動かそうということで、あった木材を使って始められたと言われている。今では大会が行われたり、体育の授業で取り入れられたりしているほどのご当地スポーツである。

今回、パンポンを取り上げた意味というのは、パンポンを行なったらいのではないかということではない。ご当地スポーツを考えたり、遊んだりすることも町おこしの1つになるのではないかと考えたからである。パンポンは、使う道具も少なく、誰でも簡単に始めやすい競技は始めやすいのだ。



〈茨城県のご当地スポーツであるパンポン〉

※出典 <http://www.pref.ibaraki.jp/>

ニュースポーツはこれだけではない。ドイツ発祥のインディアカやフランス発祥のペタンクなどもあり、ニュースポーツの規模は様々である。



〈インディアカ〉

※出典 <http://sports.geocities.jp>



〈ペタンク〉

※出典 <http://whaaairrecords.typepad.jp>

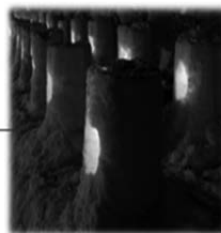
ニュースポーツはどれも気軽にでき、誰でも楽しめるスポーツとなっている。しかしこのようなスポーツはやる機会が極端に少ない。近年は体育館が主催してニュースポーツを行なう自治体もあるようだが、こういった競技を行なうことで、世代間の交流などが生まれるのではないかと感じた。地域活性化はどうしても、人がたくさん来ることや、経済的な面での発展に目が行きがちである。それはとても大事なことであり、考えていかなくてはならないことではあるが、世代間交流などで、地域内の人同士でつながりを深くすることも地域活性化なのではないかと感じた。ニュースポーツなどで多くの人に参加するようになり、つながりを持つきっかけになればいいのではないかと。

3.7 成果発表会

平成 26 年度の成果発表会が 12 月に、長岡市で開催され、小千谷活性化プロジェクトチームも発表した。25 年度同様にパワーポイントを使い説明した。今年度は、活性化案として、就学前児童施設の充実や、新規イベントの提案、ニュースポーツにおける地域活性化の提案などを行なった。

1日限りの雪まつり

小千谷の豊富な雪を利用する。
本町通りを封鎖し行うことで
インパクトを与える。
親子で楽しむことができる。



そり大会

本格的な雪合戦



〈上記のようなスライドで説明した〉

3.8 平成 26 年度の活動を振り返って

今年はこのプロジェクトが 2 年目ということで昨年よりは、一步踏み込んだ提案ができた。ゼミナール活動とは違い不定期での活動だったため時間が足りなく、中途半端になってしまった点、情報収集不足だった点が多かった。もともとメンバーの大部分が小千谷市についての知識が無いなか、2 年間小千谷市について活動して、多くのことや魅力を知ることができた。そのなかで今回提案したことを何か一つでも実施いただき、どのようなかたちであっても小千谷市の活性化につながればいいと考えている。多くの観光地やスポットが、小千谷市にはあるので、そういったものとリンクして活性化につながればいいと感じる。

最後に小千谷市活性化プロジェクトを依頼してくれた高野様、小千谷市について説明していただいたり、発表のアドバイスをしていただいた小千谷市役所の星野様、このプロジェクトを支えていただいた皆様に感謝申し上げます。

(以上)

企業の情報発信とホームページの役割

村山光博ゼミナール

11M005	猪俣陵	11M019	神田美典
11M022	黒崎修平	11M026	佐々木貴章
11M032	謝吉喆	11M042	布川尊也
11M054	喻彬		
12E016	高橋諒成	12M007	小野祥太郎
12M020	孫偉	12M032	宮崎翔
12M036	熊浩	12M039	李楊

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 インターネット利用者数の推移と企業ホームページの開設状況
- 1.3 企業ホームページ開設の現状
- 1.4 ソーシャルメディアサービス活用状況
- 1.5 本取り組みの流れ

2. NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE について

- 2.1 NAZE の役割と事業活動
- 2.2 NAZE 事務局訪問とヒアリング

3. ホームページ活用事例調査報告 1 (株式会社片山抜型製作所)

- 3.1 株式会社片山抜型製作所の会社概要
- 3.2 ホームページの概要
- 3.3 ヒアリング調査について
- 3.4 企業の SNS 利用に関する民間の調査結果について
- 3.5 株式会社片山抜型製作所のホームページ活用事例調査まとめ

4. ホームページ活用事例調査報告 2 (株式会社サカタ製作所)

- 4.1 株式会社サカタ製作所の会社概要
- 4.2 ホームページの概要
- 4.3 コンテンツ診断結果の紹介
- 4.4 ヒアリング調査について
- 4.5 株式会社サカタ製作所のホームページ活用事例調査まとめ

5. ホームページ活用事例調査報告 3 (株式会社大原鉄工所)

- 5.1 株式会社大原鉄工所の会社概要
- 5.2 ホームページの概要
- 5.3 ヒアリング調査について
- 5.4 株式会社大原鉄工所のホームページ活用事例調査まとめ

6. ホームページ改善提案 (越後工業株式会社)

- 6.1 越後工業株式会社の会社概要
- 6.2 越後工業株式会社 工場見学とヒアリングの実施
- 6.3 中国で介護福祉商品を扱う企業HPの紹介と特徴
- 6.4 越後工業株式会社の現在のホームページの特徴
- 6.5 ホームページ改善案の検討
- 6.6 デザイン案の策定
- 6.7 越後工業株式会社ホームページ改善提案
- 6.8 今後の予定

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)などの多様な手段により、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されている。

長岡大学 村山光博ゼミナールでは、「企業の情報発信とホームページの役割」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NP0 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 の会員企業計 11 社（図表 1-1）にご協力をいただき、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。このうち、平成 24 年度には、株式会社小西鍍金に対して 2 年前に同社に提出した改善案に基づいたホームページのデザイン案を提出し、平成 25 年度には、長岡電子株式会社のホームページ開設に向けたデザイン案の策定を行った。また、同じく平成 25 年度には、株式会社システムスクエアとマコー株式会社にご協力をいただき、各社のこれまでの自社ホームページ改善の取り組みに関するヒアリング調査を行い、ホームページの優れた活用事例としてまとめた。

図表 1-1 ホームページ改善支援 調査対象企業（平成 22～25 年度）

年度	企業名	内 容
22	株式会社 大原鉄工所	H P 診断・改善提案
	株式会社 小西鍍金	H P 診断・改善提案
23	株式会社 サカタ製作所	H P 診断・改善提案
	株式会社 オオイ	H P 診断・改善提案
	有限会社 毛利製作所	H P 診断・改善提案
24	株式会社 大菱計器製作所	H P 診断・改善提案
	株式会社 七里商店	H P 診断・改善提案
	株式会社 ソリマチ技研	H P 診断・改善提案
	株式会社 小西鍍金	デザイン案の策定
25	長岡電子株式会社	デザイン案の策定
	株式会社 システムスクエア	H P 診断・改善提案・事例調査
	マコー株式会社	事例調査

今年度（平成 26 年度）は、以前に改善提案を行った株式会社サカタ製作所と株式会社大原鉄工所に加え、株式会社片山抜型製作所のホームページ活用事例調査を行い、越後工業株式会社に対しては自社ホームページのリニューアルに向けてデザイン案を提出した。

1.2 インターネット利用者数の推移と企業ホームページの開設状況

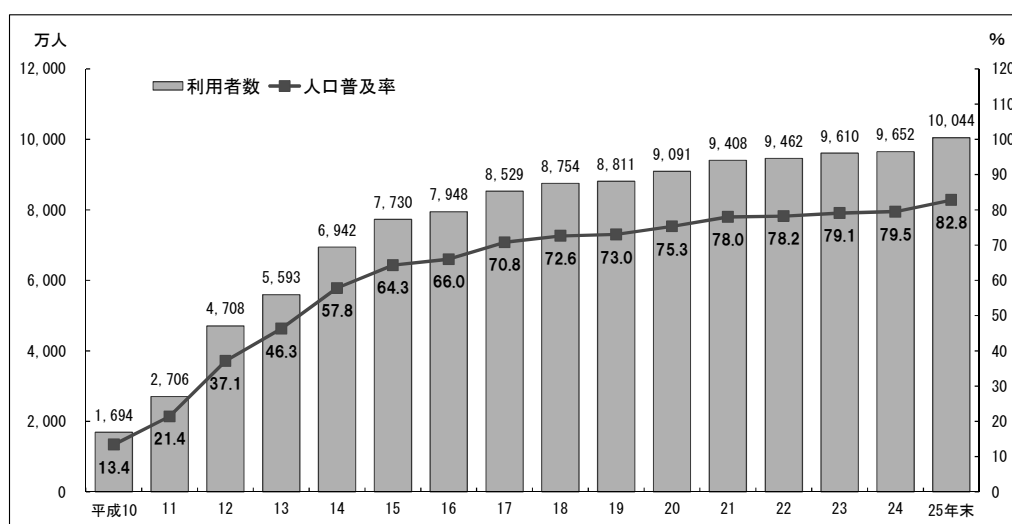
図表 1-2 は日本におけるインターネット利用者数と人口普及率の推移を表している。

ここでのインターネット利用者数は、6 歳以上で過去 1 年間にインターネットを利用したことがある者を対象としている。また、インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末、ゲーム機等あらゆるものを含み、利用目的についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等を含んでいる。

平成 10 年では 1,694 万人であったインターネット利用者数は、平成 15 年では 7,730 万人と、この 5 年で急激に伸び、その後も平成 25 年まで毎年、安定して増え続けている。

平成 25 年末では、人口普及率 82.8%であり、8 割の人が何らかの方法でインターネットを利用していることがわかる。

図表 1-2 インターネット利用者数と人口普及



（注）

①平成 13 年末以降のインターネット利用者数は、各年における 6 歳以上の推計人口（国政調査結果及び生命表を用いて推計）に本調査で得られた 6 歳以上のインターネット利用者数を乗じて算出。

②平成 13 年末以降の人口普及率（推計）は、①により推計したインターネット利用者人口を国政調査結果及び生命表を用いて推計した各年の 6 歳以上人口で除したものの。

（出典）総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

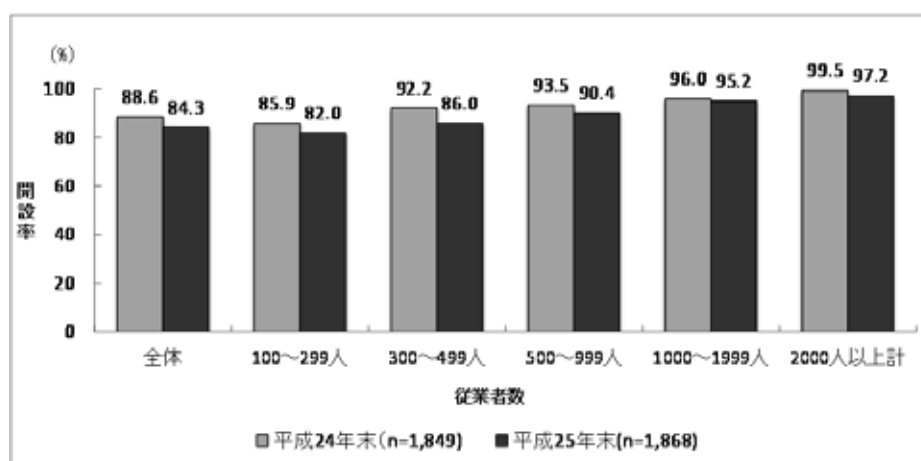
1.3 企業ホームページ開設の現状

図表 1-3 は企業の従業者数規模別にホームページの開設率を表しており、平成 24 年末と平成 25 年末の調査結果が示されている。企業に対し、自社のホームページ開設の有無を尋ねたところ、全体のうちホームページを開設している企業は前年よりも 4 ポイント下回っており 84.3%となった。下回った理由としては情報の提供などに、より手ごろに発信・更新できるソーシャルメディアサービスを用いた企業が増えてきたからとも考えられる。この調査は全国の従業員数 100 人以上の企業を対象に行ったものであるため、長岡地域の

企業にそのまま当てはまるとは言えないが、企業のホームページのあり方をより広い視点から検討するためには参考となるデータであると考えられる。

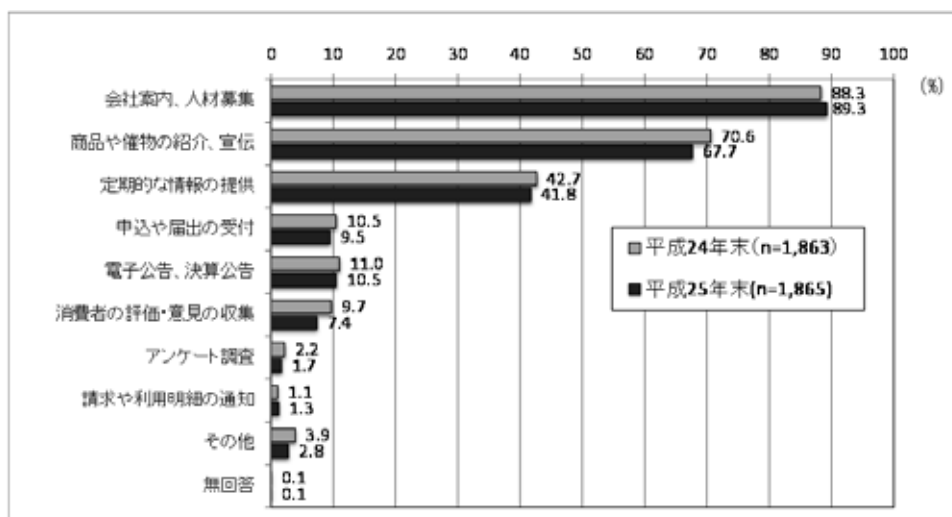
図表 1-4 は企業がホームページやブログをどのような目的で開設しているのかについてのアンケート調査の結果を示している。平成 25 年の結果では、自社のホームページを開設している企業に対し、その目的や用途を尋ねたところ、最も多い目的・用途は「会社案内、人材募集」(89.3%)であった。次いで、「商品や催物の紹介、宣伝」(67.7%)、「定期的な情報の提供」(41.8%)の順となっている。全体としては、自社からの情報発信が主たる目的・用途となっている様子がうかがえる。

図表 1-3 企業のホームページ開設率



(出典) 総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

図表 1-4 企業のホームページ開設の目的・用途



(出典) 総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

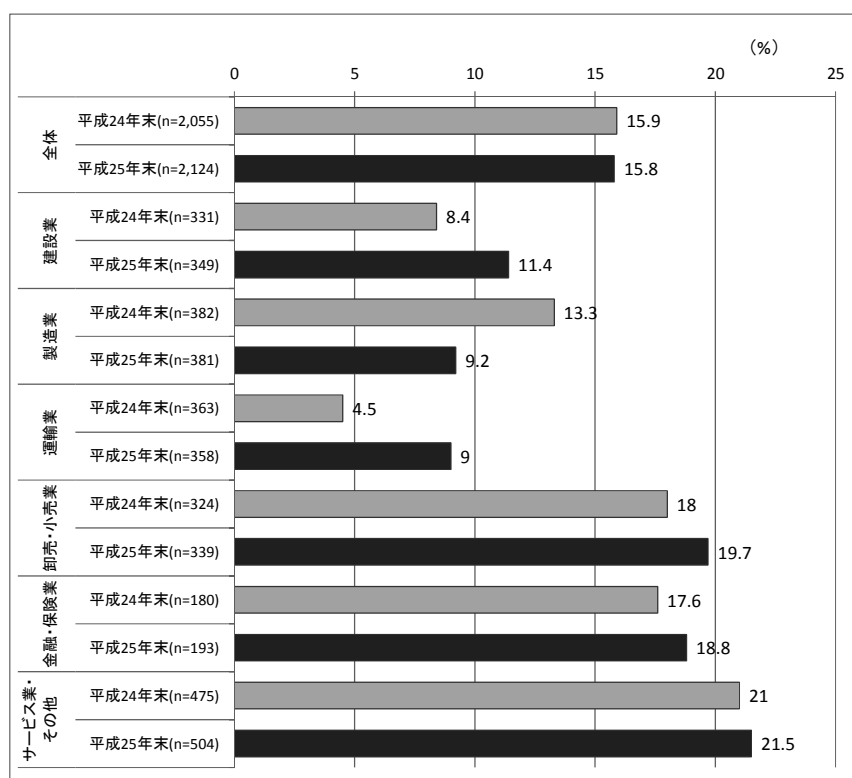
1.4 ソーシャルメディアサービス活用状況

図表 1-5 は業種別にソーシャルメディアの活用状況を表しており、平成 24 年度と平成 25 年度の調査結果が示されている。企業戦略としてソーシャルメディアを取り入れている企業は、平成 25 年末の全体は 15.8%で、約 6 社に 1 社の割合でソーシャルメディアを活

用している。今後、事業とソーシャルメディアの結びつきが強くなれば、ますます活用していく企業も増えていくと思われる。

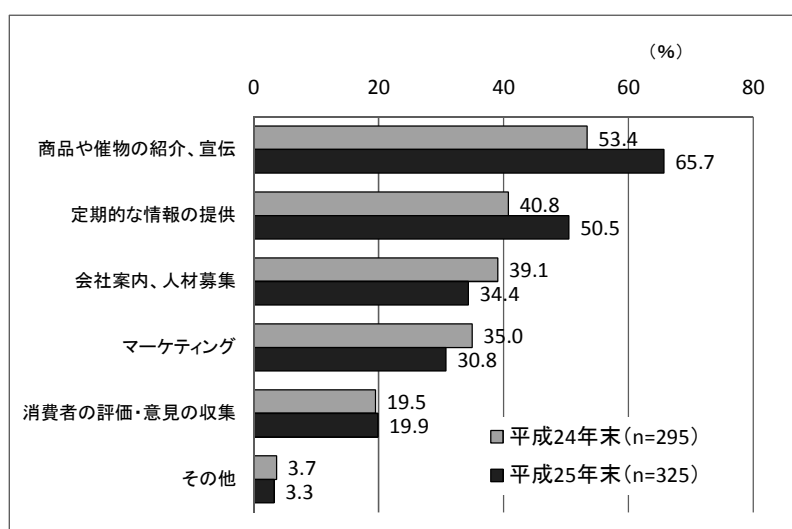
ソーシャルメディアを取り入れている企業の中で一番多い活用目的や用途（図表 1-6）としては、「商品や催物の紹介、宣伝」（65.7%）であった。次いで、「定期的な情報の提供」（50.5%）でどちらも割合が前年よりも上昇している。逆に「会社案内、人材募集」「マーケティング」に活用している企業の割合は前年よりも低下している。

図表 1-5 ソーシャルメディアサービスの活用状況（産業別）



（出典）総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

図表 1-6 ソーシャルメディアサービス活用目的・用途



（出典）総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

1.5 本取り組みの流れ

1.5.1 平成 22 年度

地域企業のホームページをシステム面で改善し、地域企業の活性化に貢献することを目的として、平成 22 年度は次に示す流れで行った。

①企業ホームページ調査

最初に行った企業ホームページ調査では、さまざまな企業のホームページに対し採用ホームページのシステム診断チェックシートの項目に沿って、ホームページの調査および診断を試みた。その際、各ホームページに関してゼミのメンバーが感じた疑問や意見などを挙げる作業も並行して行った。

②システム診断チェックシートの改善

長岡大学『長岡地域若者キャリア育成事業に関する指針』（平成 19 年 3 月）で提示された「採用ホームページのシステム診断チェックシート」の評価項目を見直し改良を加えることで、企業ホームページのシステム診断チェックシートを作成した。前段階で個々に挙げていた疑問や意見をまとめ、システム診断チェックシートに反映させる作業を行うこととした。メンバー全員でそれまで使用していたチェックシートの項目を見直し、改善を行った。

③企業ホームページのシステム診断

チェックシートの改善により、人材採用の目的に限らない調査項目を用いての比較的広い視点からのシステム診断が行えるようになった。作成したシステム診断チェックシートを利用して、NAZE の会員企業である株式会社大原鉄工所と株式会社小西鍍金の 2 社のホームページのシステム診断を試みた。

④システム診断結果の分析

診断結果を集計することにより、集計表およびグラフを作成した。

⑤改善提案

システム診断を行った各学生の意見を改善案としてまとめ、各社に提出を行った。

1.5.2 平成 23 年度

平成 23 年度は前年度に引き続き、次に示す流れで行った。

①NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE 訪問

NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE を訪問し、NAZE の事業概要と会員企業の現状についてヒアリングを実施した。

②企業ヒアリング

平成 23 年度のホームページ診断対象企業である NAZE 会員企業の有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの 3 社をそれぞれ訪問し、工場見学やヒアリングを通して各社の業務内容やホームページの運用状況についての理解を深めた。

③企業ホームページのシステム診断

平成 22 年度の取り組みで作成したシステム診断チェックシートを利用して、有限会社毛利製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社オオイの 3 社のホームページのシステム診断を試みた。

④システム診断結果の分析

診断結果を集計することにより、集計表およびグラフを作成した。

⑤改善提案

システム診断を行った各学生の意見を改善案としてまとめ、各社に提出を行った。

これらの改善案は、「平成 23 年度 学生による地域活性化プログラム成果発表会」および「NAZE 事業成果発表会」において報告を行った。

なお、当年度の取り組みでは平成 22 年度に改善案を提出した株式会社小西鍍金に対する同社ホームページのデザイン案の検討を試みたが、完成に至らなかったことから、次年度以降も引き続き検討を続けていくことにした。

1.5.3 平成 24 年度

①NAZE 会員企業へのアンケート調査

NAZE の会員企業 74 社に対するアンケート調査を行い、28 社からの回答を得た。

アンケート質問項目の検討から、質問用紙の作成、アンケート回収時の企業への再連絡、回収データの入力、集計を分担して行った。

②企業ヒアリング

アンケートで自社ホームページの改善提案を希望した 8 社の企業のうち、平成 24 年度の対象企業としてご協力いただいた株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研、株式会社小西鍍金の 4 社の各企業を訪問し、工場見学やヒアリングを通して各社の事業やホームページの運用状況についての理解を深めた。

③企業ホームページ診断およびデザイン案の検討

当年度にさらに改良を加えた「システム診断シート」及び「コンテンツ診断シート」を利用して、株式会社大菱計器製作所、株式会社七里商店、株式会社ソリマチ技研の 3 社のホームページ診断を実施した。また、株式会社小西鍍金ホームページのデザイン案の検討を進めた。

④ホームページ診断結果の集計と改善案の策定

診断結果を集計表に整理し、グラフを作成した。またゼミ学生の意見を収集・整理することで「優れている点」と「改善を期待する点」をまとめた。

1.5.4 平成 25 年度

平成 25 年度は、概ね次の取り組みを行った。

①ホームページデザイン案の策定

長岡電子株式会社のホームページ開設に向けて、デザイン案の策定を行った。

②企業ヒアリング

協力してくださった長岡電子株式会社、株式会社システムスクエア、マコー株式会社の 3 社の各企業を訪問し、工場見学やヒアリングを通して各社の事業やホームページの運用状況についての理解を深めた。

③ホームページ活用事例調査

株式会社システムスクエアとマコー株式会社にご協力をいただき、各社のこれまでの自社ホームページ改善の取り組みに関してヒアリング調査を行い、ホームページの優れ

た活用事例として文書にまとめた。

1.5.5 平成 26 年度

今年度（平成 26 年度）は、概ね次の取り組みを行った。

①ホームページ活用事例調査

株式会社片山抜型製作所、株式会社サカタ製作所、株式会社大原鉄工所にご協力をいただき、各社のこれまでの自社ホームページ改善の取り組みに関してヒアリング調査を行い、ホームページの優れた活用事例として文書にまとめた。

②ホームページデザイン案の策定

越後工業株式会社の企業ホームページのリニューアルに向けてのホームページデザイン案の策定を行った。

2. NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE について

2.1 NAZE の役割と事業活動

前述のように、本ゼミの取り組みは NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の企業ホームページ改善支援事業と連携して行っている。ここで、NAZE の概要と会員企業について紹介したい。

以下は NAZE のホームページ（<http://www.naze.biz/>）からの引用である。

(1) NAZE の目的

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

正式名称	特定非営利活動法人 長岡産業活性化協会 N A Z E	
通 称	N A Z E （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んで、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。

(3) 事業活動

①データベースの構築と最新情報の提供

各企業が得意とする技術情報の蓄積や交換、発信を行うデータベースを構築。これにより、長岡地域の優れた技術を全国に発信するとともに、地域内の受発注等、新規販路の開拓や技術の相互利用を活性化します。さらに Web を利用し、市場動向から最新の研究まで幅広い情報提供も行います。

②連携強化のためのコーディネート

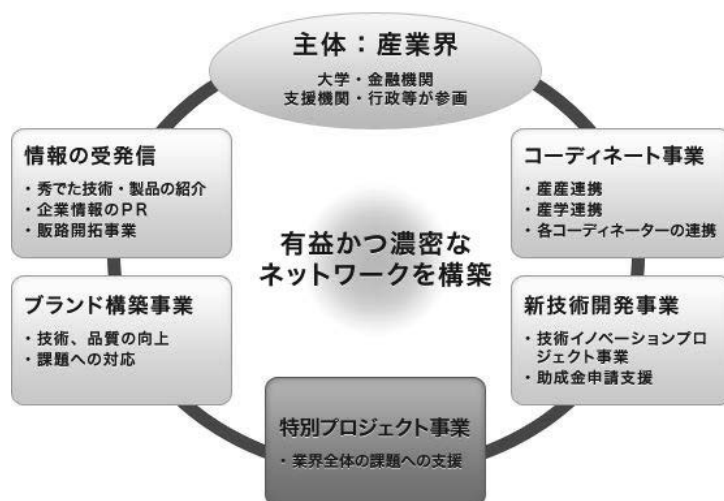
地域内企業の技術情報を収集、活用し、新たに生じたニーズに対応できる企業を紹介・連携を図ることで、企業間取引を活発にします。さらに、紹介の対象を大学や研究機関、各種団体まで拡大。地域全体の活性化と技術の高度化を実現します。

③長岡技術・品質ブランド構築

長岡地域の技術品質イメージを向上させるため、製品の品質や精度以外にも、納期や見積の期間から品質保証まで、顧客ニーズに対応する体制作りを目指します。技術・品質・企業体制の基準を高く保つことで、競争力あるブランドを創造します。

④イノベーションマインドの醸成

地域の企業グループから新技術や新製品開発の事業アイデアを公募し、優秀なものに対して事業化支援を行います。県内外の専門家による審査や支援をうけられます。その結果、新技術の獲得と新事業の創出を目指します。



出所：NPO 法人産業活性化協会 NAZE ホームページ 「NAZE の紹介」
<http://www.naze.biz/about/>（2014 年 12 月 16 日閲覧）

(4)NAZE 会員企業一覧（五十音順）

株式会社 アサヒプレシジョン	株式会社 第四銀行
飛鳥運輸 株式会社	株式会社 タカキ
株式会社 アドテックエンジニアリング	株式会社 タカハシ
株式会社 アルモ	中越鋳物工業協同組合
株式会社 アンドウ	テラノ精工 株式会社
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 N D C	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	長岡造形大学
株式会社 大善	長岡大学
株式会社 大原鉄工所	長岡電子 株式会社
株式会社 大菱計器製作所	株式会社 永島工機
小川コンベヤ 株式会社	株式会社 ナノテム
株式会社 片山抜型製作所	株式会社 難波製作所
株式会社 カバサワ	新潟工科大学
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 林メッキ工業所
クリーン・テクノロジー 株式会社	株式会社 パートナーズプロジェクト
クリエイトエンジニアリング 株式会社	株式会社 B S Nアイネット 長岡支社
株式会社 クワバラ	株式会社 プラカード・ジャパン
株式会社 小西鍍金	古川機工 株式会社
有限会社 小林超硬研磨	株式会社 プレテック・エヌ
株式会社 サカタ製作所	株式会社 北越銀行
株式会社 佐藤板金	株式会社 ホクギン経済研究所
株式会社 システムスクエア	北陽精工 株式会社
株式会社 七里商店	マコー 株式会社
株式会社 シナダ	株式会社 丸栄機械製作所
株式会社 シンエー木型工業	有限会社 毛利製作所
株式会社 鈴民精密工業所	ユニオンツール 株式会社 長岡工場
株式会社 ソリマチ技研	吉井国際特許事務所
株式会社 大光銀行	

2.2 NAZE 事務局訪問とヒアリング

今年度の取り組みを始めるにあたり、6月にNPO法人長岡産業活性化協会 NAZE の事務局を訪問し、事務局次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をいただいた。その後、学生からの質問にもご回答をいただいた。

<実施概要>

日 時	平成 26 年 6 月 3 日（火）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	事務局次長 山田哲也氏
参加者	4 年生（8 名） 賀亮、猪俣陵、神田美典、黒崎修平、佐々木 貴章、謝吉喆、布川尊也、喻彬 3 年生（6 名） 高橋諒成、小野祥太郎、孫偉、宮崎翔、熊浩、 李楊 担当教員 村山光博

図表 2-1 NAZE 事務局ヒアリングの様子



<ヒアリング時の質疑応答の概要>

質問 1 具体的な活動内容として、どんなことをされていますか。

すべての事業は長岡の中小企業が元気になることを目的に行っています。普段は冊子を

編集したりチラシを作ったりといった広報活動などを行い、さまざまな会社を訪問してニーズを聞いたりシーズとの結び付けを行ったりしています。

質問 2 N A Z E の強みは何でしょうか。

さまざまな繋がりの中で、いろいろな所と連携できるところではないでしょうか。大学とのネットワークもあるので、そこで解決できる問題もあります。

質問 3 N A Z E の知名度はどのくらいありますか。

ものづくりの業界では比較的有名だと思います。今後は一般の方々にも認知されるようにして行きたいです。

質問 4 N A Z E のホームページ上で一番伝えたいことは何でしょうか。

企業のホームページを検索している人たちを各企業のホームページにうまく誘導できるような仕組みにして行きたいと考えています。

質問 5 今後、力を入れていくことはなんですか。

広く活動を知ってもらうために、ホームページ、展覧会への出展、企業ガイドの増刷など情報発信に力を入れていく予定です。

3. ホームページ活用事例調査報告 1 (株式会社片山抜型製作所)

3.1 株式会社片山抜型製作所の会社概要

自社ホームページ活用事例調査の対象企業として、株式会社片山抜型製作所にご協力をいただいた。同社の会社概要を図表 3-1 に示す。

図表 3-1 株式会社片山抜型製作所 会社概要

会 社 名	株式会社 片山抜型製作所		
設 立 年 月	創業：大正 12 年（1923 年）		
代 表 者 名	金子 一		
創 業 者 名	青木吉之丞	資本金	1,560 万円
所 在 地	本社：〒162-0813 東京都新宿区東五軒町 3-7 TEL (03-3260-6739) FAX (03-3267-6519) URL (http://diemex.com/)、e-mail (web_info@diemex.com)		
	営業所・工場・店舗等： 【長岡事業所】〒940-2135 新潟県長岡市新陽 1-11		
従 業 者 数	総数：人数＝37 名（平成 26 年 1 月 6 日現在）		
沿 革	<p>大正12(1923)年 創業</p> <p>昭和46(1971)年 6 月 株式会社片山抜型製作所を設立</p> <p>昭和47(1972)年 厚木営業所開設</p> <p>昭和50(1975)年 レーザーダイの製作を開始</p> <p>昭和53(1978)年 本社ビル完成</p> <p>昭和60(1985)年 厚木工場新築移転</p> <p>平成 5 (1993)年 1 月 東京中小企業投資育成(株)の出資で資本金4840万円に増資</p> <p>平成 5 (1993)年 5 月 メタルダイの製造を開始</p> <p>平成 7 (1995)年 長岡技術科学大学と共同研究を開始</p> <p>平成11(1999)年 7 月 共同研究成果に対して科学技術振興事業団の独創的研究成果育成事業によりモデル化実施委託を受ける</p> <p>平成16(2004)年 7 月 長岡市地域産業技術開発事業より新機能抜型の開発補助金を受ける</p> <p>平成16(2004)年10月 長岡市の産学官インキュベーション施設に入居して長岡事業所を開設</p> <p>平成19(2007)年 3 月 厚木工場を本社工場へ統合</p> <p>平成19(2007)年11月 東京都より経営革新計画の承認を受ける</p> <p>平成20(2008)年 9 月 長岡市新陽に長岡工場を新築。製造・研究開発を集約</p>		

<p>経営理念 ・ビジョン</p>	<div data-bbox="496 221 1286 568"> </div> <p>■わが社の目指す存在価値</p> <p>主体性のある個人が、成長し、挑戦し、活動する、職場環境と企業風土を築くことです。</p> <p>以上の三つの理念を全社員共有し、強固な組織の力で市場に働きかけて、継続する顧客満足から得られる利潤により、社員の“やりがい”“待遇”“将来性”“人間関係”における満足を追求することにあります。</p> <p><行動指針></p> <p>Just Do It. （とにかくやってみなさい）</p> <p><USP (Unique Selling Proposition)></p> <p>型破りな型屋が新しい技術をお届けします！</p> <p>型にとらわれない片山抜型製作所は、常に一步先ゆく技術・品質を追求し、間違いのない品質とまったく新しい価値を提供し続けることで、「型のトータルパートナー」としてこれからも業界をリードし続けていきます。</p> <p>これらは、以下の二つの要素により強く約束できるものとなります。</p> <p>一つ、100年近く日本の型技術をリードしてきた実績に裏付けられる、確かな技術・対応力により、いつでも安心できる品質を提供します。</p> <p>二つ、営業、設計情報、生産技術、品質管理、工程管理、研究開発が連携して組織的に技術を蓄積して、お客様の問題を多方面から解決します。</p> <p>私たちは、お客様の課題解決と安定品質について常に最善を考え、自信と誇りを持って新しい技術・品質をお届けします。</p>
<p>経営目標 ・戦略</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新技術の開発と知的所有権の取得をさらに進めるため大学や協力企業と共同研究を継続し、独自の製品開発に力を入れる。 ・IT革命における製造業に適応した組織編成と生産技術向上のための人材確保および社員教育を強化する。 ・ユーザーとの共同開発も積極的に進めて、素材、数量、要求品質などの個別のニーズにも最適なコストパフォーマンスを発揮する多様な抜型と周辺治具を提供し業界に貢献する。
<p>主な事業 ・商品</p>	<p>印刷紙器用抜型（エコ・メタルダイ、メタルダイ、メタルカウンタープレート、レーザーダイ＋、レーザーダイ）、ブランキングツール、カウンターパーツ、ストリッピングツール</p>

<p>経営の特徴 強み・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・レーザー加工機、マシニングセンター、ウォータージェット切断機、自動刃曲機等の近代設備を整え、ベニヤ合板、プラスチック、ゴム、金属などの各素材に適した加工技術を駆使して精度の良い抜型とその周辺治具を総合的に提供できる。代表的な開発製品は、精度、耐久性を迫及したメタルダイ／メタルカウンター、簡便性と低価格を実現したユニバーサルブランキングツールなど。 ・産学共同研究は、1995 年より長岡技術科学大学と「抜型および打抜き技術」の基礎研究と新製品開発を継続しており研究成果から生れた数々の新技術の特許申請し、国際特許を取得したものもある。また、科学技術振興事業団との共同出願には「打抜き機の自動制御機構」がある。
------------------------	---

(調査日：平成26年7月28日)

3.2 ホームページの概要

同社ホームページの各ページについての特徴を述べる。

- ・最新のイベント情報がトップページ上で目立つように掲載されている（図表 3-2）。
- ・メニューボタンやリンクが分かりやすく、必要な情報に直接アクセスできる（図表 3-2）。
- ・Facebook やブログを活用することでリアルタイムの情報発信を行っている（図表 3-2, 3-3）。
- ・業務や商品を説明する写真が豊富に掲載されていて、抜型の種類や基本構造を図を用いて紹介しており理解しやすい（図表 3-4）。
- ・「抜型とは？」という見出しで抜型そのものに関する基礎知識を掲載している（図表 3-5）。
- ・注文を受けてから納品までの流れを図を用いて説明している（図表 3-6）。

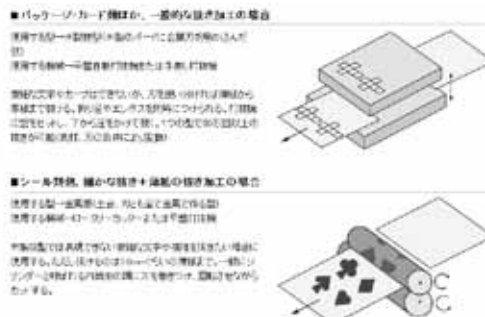
図表 3-2 (株)片山抜型製作所 トップページ



図表 3-3 (株)片山抜型製作所 ブログ「型破りな型屋」



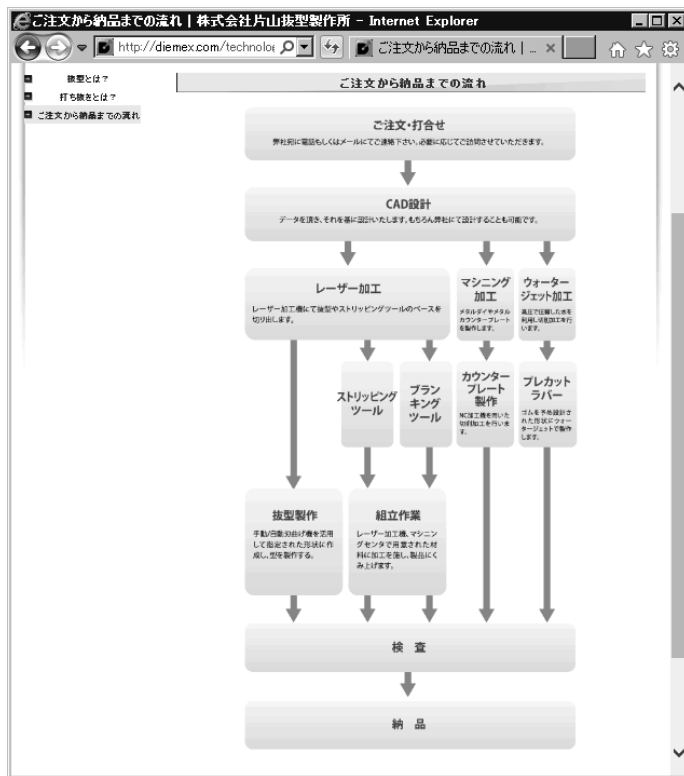
圖表 3-4 (株)片山拔型製作所 「製品紹介」



図表 3-5 (株)片山抜型製作所 「抜型とは？」



図表 3-6 (株)片山抜型製作所 「ご注文から納品までの流れ」



図表 3-7 は平成 27 年 1 月時点における同社ホームページのメニュー構成である。

図表 3-7 (株)片山抜型製作所ホームページ メニュー構成

❖ HOME	
❖ 会社情報	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社長挨拶 ・ 会社概要 ・ 会社沿革 ・ 事業所案内
❖ 抜型とは？	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抜型とは？ ・ 打ち抜きとは？ ・ ご注文から納品までの流れ
❖ 抜型への挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ・ 抜型 85 年史ヒストリー ・ 産学共同研究 ・ 長岡進出の理由 ・ 特許・実用新案
❖ パッケージ事例	<ul style="list-style-type: none"> ・ タバコのパッケージ ・ お菓子のパッケージ ・ ようふくの本 ・ ダブルハーフカット
❖ 製品紹介	<ul style="list-style-type: none"> ・ エコ・メタルダイ ・ メタルダイ ・ メタルカウンタースプレート ・ レーザーダイ+ ・ レーザーダイ ・ ブランキングツール ・ カウンターパーツ ・ ストリッピングツール
❖ 機械・部品販売	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自動罫線高さ測定機 ・ 罫寄りカメラ KYC-1 ・ 罫線剛さ測定機 ・ 雌型ピン TA タイプ
❖ ブログ	
❖ Q&A	
❖ リクルート	
❖ リンク	

3.3 ヒアリング調査について

ホームページの活用事例調査をするにあたって、同社への訪問および工場見学・ヒアリングを実施した。当日は研究開発課生産管理課長の日根哲氏とプロダクツ事業部情報システム課課長の木村稔氏よりご対応いただいた。はじめに同社の会社概要とホームページの内容についてのご説明をいただき、その後、学生からの質問にご回答をいただいた。また、質疑応答の後に同社の工場内をご案内いただき、打ち抜き加工の技術を実際に拝見させていただいた。普段、私たちの身のまわりにあるティッシュペーパーの箱やお菓子の箱等の抜型を生産している様子を間近で拝見し、今まで馴染みがなかった抜型加工を少し身近に感じることができた。

<実施概要>

日 時：平成 26 年 7 月 29 日（火）15 時 20 分～16 時 50 分
訪問先：株式会社片山抜型製作所 長岡事業所（長岡市新陽 1-11）
対応者：研究開発課生産管理課長 日根 哲 氏
 プロダクツ事業部情報システム課課長 木村稔 氏
参加者：4 年生（4 名）猪俣陵、神田美典、黒崎修平、布川尊也
 3 年生（3 名）高橋諒成、小野祥太郎、宮崎翔
担当教員 村山光博
NPO 法人長岡産業活性化協会 N A Z E
事務局次長 山田哲也 氏

図表 3-8 工場見学とヒアリングの様子



<ヒアリング時の質疑応答の概要>

質問 1 自社ホームページを開設した時期は、いつ頃でしたか。

1998 年（16 年前）頃です。

質問 2 開設時にかかった（サーバー設置、HP 制作などの）費用はどれくらいでしたか。

10 万～20 万円くらいです。3 回目のホームページ改修時は業者にも協力していただいたので約 100 万円かかりました。

質問 3 開設時の企画から公開までの期間はどれくらいでしたか。

初期開設時の期間は不明ですが、現在のバージョンは 1～2 ヶ月で企画から公開に至りました。

質問 4 開設時に苦労した点やその他エピソードなどがあればお聞かせください。

デザインやパーツを作成することに苦労しました。また、英語に対応させる際に訳すことにも苦労しました。

質問 5 開設時に期待されていた効果は何でしたか。

会社の知名度とイメージのアップを目的としました。

質問 6 ホームページの開設から現在まで、どのような改善を図って来られましたか。

トップページのフラッシュ動画を変えました。現在も作り変えようと作成中です。また、問い合わせフォームの設置と改良、英語への対応、USP の掲載などを行ってきました。ブログや Facebook（フェイスブック）の利用も行っています。

USP (Unique Selling Proposition)

**型破りな型屋が
新しい技術をお届けします！**

※UPS の説明については、図表 3-1 の会社概要を参照のこと

質問 7 これまでのホームページの運用によって、何か変化してきたものはありますか。

やはり、企業イメージアップの効果が大きいです。ホームページを作ったことにより、営業の際に話のきっかけを作れたり、お客様とのコミュニケーションにも役立ちます。また、飛び込みで仕事の依頼が来たり、英語対応のページを作ったことで海外からの問い合わせや引き合いも増えました。

質問 8 運用体制はどのようになっていますか。外部の業者も利用されていますか。

立ち上げ時には業者に協力をいただきましたが、現在は 1 人で管理しています。

質問 9 現在のホームページのターゲットはどのような方ですか。優先順位は？

一般消費者向けのホームページではないので、1 番のターゲットは、自社の商品を買っていただいているお客様です。次は、将来的に顧客になっていただけるかもしれない潜在的なお客様です。3 番目は、海外からのお客様です。

質問 10 ホームページ上の情報に関する問い合わせは月にどれくらいありますか。

有効な問い合わせは月に 2、3 件程ですが、その約 8 割は仕事につながっているのではないかと思います。

質問 11 ホームページによる目に見える効果、目に見えない効果などあれば、お聞かせください。

目に見える効果は、お客様に対する企業のイメージアップや認知度の向上、飛び込みのお客様からの仕事の依頼が増えたことです。また、お客様とのコミュニケーションにも繋がることです。

目に見えない効果としては、ホームページから情報提供することによって、お客様に興味を抱いてもらうことです。

質問 12 ホームページの維持にかかる費用（月額や年額）はどれくらいですか。

サーバー代とメールサーバー代が月に八千円程度と、管理者の人件費です。

質問 13 ホームページの運用において、苦勞されていることはありますか。

一番は更新です。更新頻度が悪いと今まで見てくれていたリピーターも見に来てくれなくなりますので、気を使っています。なるべく新鮮な情報を発信しなければならないので、管理者が一人だけで更新するのは大変ですが、Facebook の利用を始めたことで社員の何人かで情報発信することが可能となり、更新を補えるようになりました。

質問 14 費用対効果としてはいかがでしょうか。

人によって価値は違うと思いますが、十分もとは取れていると思います。

質問 15 これから、さらにホームページを改善していきたい点は何かありますか。

現在作成中なのですが、フラッシュ動画を作り変えようと考えています。また、現在推している商品の情報をもっと豊富にしてアピールしていきたいと思っています。

質問 16 ホームページ運用に関する将来的な方向性や目標はありますか。

社内の基幹システムと融合して、受注の状況をお客様と共有できればと考えています。また、抜型の取扱いに関する失敗談やその改善策を記載することも良いのではないかと考えています。

質問 17 これからホームページを活用していこうと考えている他の企業に向けて、アドバイスをお願いします。

やはり、更新は大切だと思います。頻繁に情報を変えていかないと閲覧者も減ってしまいます。そういった意味で、Facebook 等の SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の利用は有効だと思います。

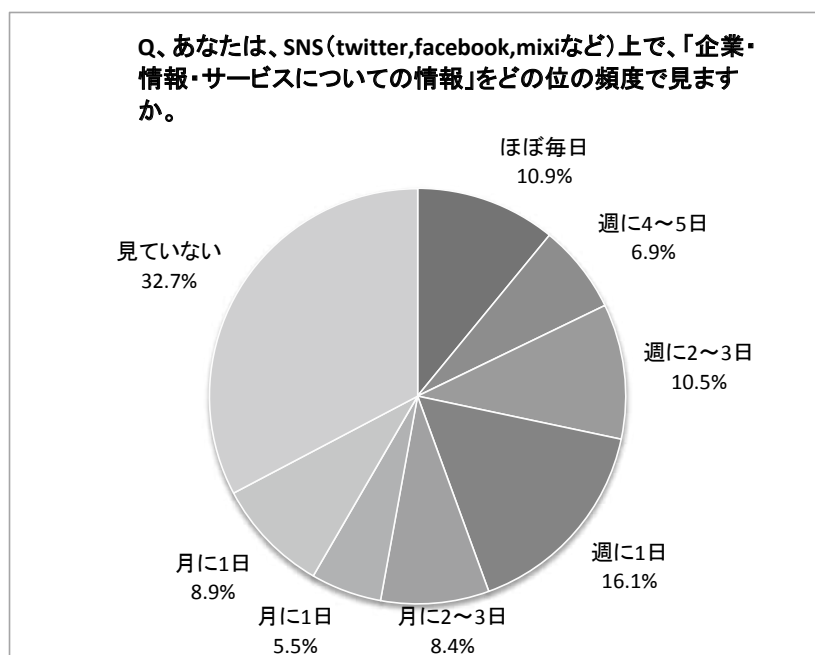
ホームページ活用事例調査にご協力いただき、ありがとうございました。

3.4 企業の SNS 利用に関する民間の調査結果について

図表 3-9 のグラフは博報堂 D Y グループ・ソーシャルメディア・マーケティングセンターが Twitter・Facebook・mixi いずれかを週 1 日以上利用する、全国 10～60 代男女 1,080 人を対象に行った調査の結果を表わしたグラフである。

調査対象者の約 7 割が SNS 企業公式アカウントに接触し、平均週に 1.5 日、SNS 企業公式アカウントを閲覧している、ということから SNS 利用者の SNS 企業公式アカウントへの関心が非常に高いことがわかる。

図表 3-9 SNS 企業公式アカウント接触者の情報行動調査結果グラフ

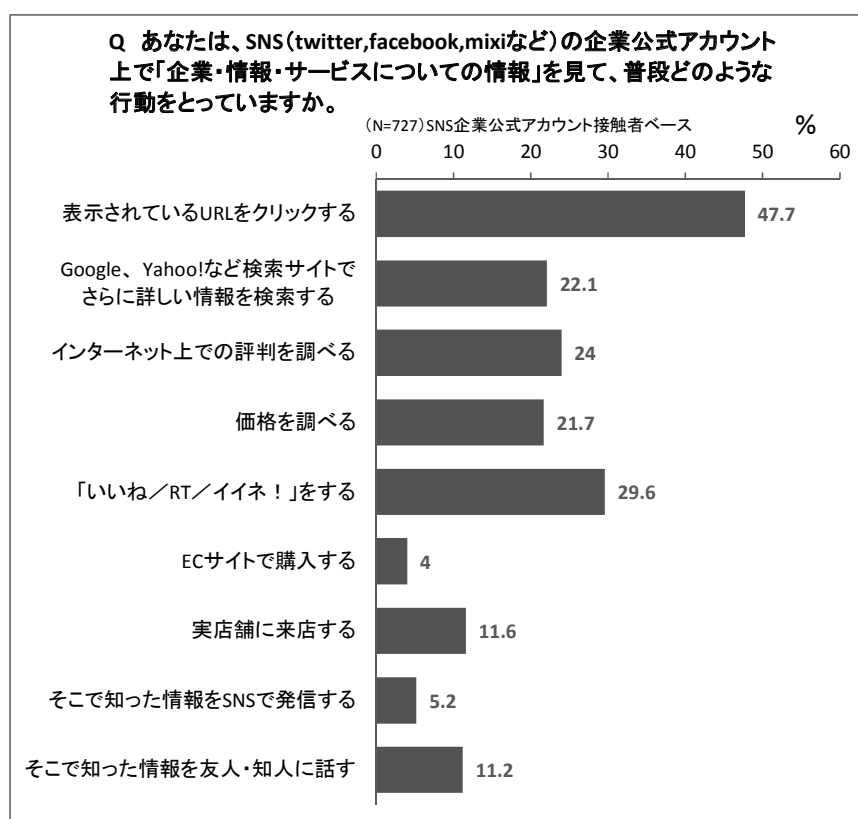


(出所) 博報堂 D Y グループソーシャルメディア・マーケティングセンター「全国ソーシャルメディアユーザー1000 人調査」第 2 回・分析結果報告, 2013. 5. 20, <http://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2013/05/20130520.pdf>

また、【SNS 企業公式アカウント接触者のうち約 5 割が、投稿記事内に表示された、商品ページやキャンペーンページなどの URL をクリックしている】(図表 3-10)ということから、SNS を利用することで SNS 企業公式アカウントページから企業の公式ホームページを閲覧してくれる消費者の増加に繋がり、最終的には仕事の依頼に結びつくと考えられる。これ

は確実に企業の SNS アカウントの効果が出ているということだ。

図表 3-10 SNS 企業公式アカウント接触者の情報行動調査結果グラフ



(出所) 博報堂 D Y グループソーシャルメディア・マーケティングセンター「全国ソーシャルメディアユーザー1000 人調査」第 2 回・分析結果報告, 2013. 5. 20, <http://www.hakuhodo.co.jp/uploads/2013/05/20130520.pdf>

3.5 株式会社片山抜型製作所のホームページ活用事例調査まとめ

株式会社片山抜型製作所のホームページ活用事例調査を行って分かったことは、SNS を有効に活用して情報発信を行っているということであった。トップページに Facebook の情報を一目見て分かるようにしてあり、ブログの更新も行っている。ヒアリングの質問からも分かるように管理者以外の社員の方も Facebook の活用で容易に情報発信ができるようになっており、情報の更新頻度を高めるように配慮している。SNS を利用することでユーザーと気軽にコミュニケーションをとることができ、情報の拡散性も高いので幅広い人たちに企業のことを認知してもらうことができるという利点もある。

また、ヒアリングの中で「更新」という言葉が多く出てきた。実際、同社のホームページはトップページのフラッシュ動画をはじめブログ、Facebook 等頻繁に更新されている。また、16 年前にホームページを開設してから 2 回程度の大きな改訂を図り、それ以外にも常に部分的な改訂を行っており、PDCA のもとで常に改善を図っていることは他社のホームページ活用において大変参考になる。

「更新」というのはホームページを運営するにあたって非常に重要なことである。長い間更新されていないホームページでは、いつ閲覧しても内容が変わっておらず、閲覧者が

減少していくだろう。頻繁に更新をして閲覧者に新鮮な情報を発信していき、何度もホームページを訪れてもらうことで企業の商品への関心も高まるだろう。そして、SNS を通して情報を発信することにより、ユーザーに新鮮な情報がすぐに届くので、より効果的な広報活動が期待できる。

謝辞

本活動において、お忙しい中、今年度の自社ホームページ調査対象企業としてご協力いただいた株式会社片山抜型製作所の関係者の皆様に厚くお礼を申し上げます。

ありがとうございました。

4. ホームページ活用事例調査報告 2 (株式会社サカタ製作所)

4.1 株式会社サカタ製作所の会社概要

自社ホームページ活用事例調査の対象企業として、株式会社サカタ製作所にご協力をいただいた。同社の会社概要を図表 4-1 に示す。

図表 4-1 株式会社サカタ製作所 会社概要

会 社 名	株式会社 サカタ製作所		
設 立 年 月	創業：昭和26(1951)年 9 月 設立：昭和48(1973)年 1 月		
代 表 者 名	坂田 匠		
創 業 者 名	坂田 省司	資本金	1,320 万円
所 在 地	本社：〒940-2023 新潟県長岡市与板町本与板45番地 TEL (0258-72-0072) FAX (0258-72-0051) URL (http://www.sakata-s.co.jp)		
	営業所・工場・店舗等： 【本社】 〒940-2403 新潟県長岡市与板町本与板45番地 【三条工場】 〒955-0085 新潟県三条市栗林500 TEL：0256-55-4362 FAX：0256-55-1009 【阿賀野工場】 〒959-2206 新潟県阿賀野市かがやき甲4024番16 VISIONARIUM(ビジョナリウム) TEL：0250-68-7800 FAX：0250-68-7802 【東京営業所】 〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1丁目28番地 アクア神田ビル 4 階 TEL：03-5296-8686 FAX：03-5297-8055 【大阪営業所】 〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島5丁目11番10号 第三中島ビル 4 階 TEL：06-6307-0050 FAX：06-6307-0110		
従 業 者 数	総数： 130人(2011年12月)		
沿革	1951(昭和26)年 新潟県三条市島田で創業。鉋(カキ)を製造。 1963(昭和38)年 雨樋受金具に代表される建築金具の製造を始める。 1965(昭和40)年 火打ち金具の製造を始める。 1973(昭和48)年 法人設立。社名を有限会社サカタ製作所とする。 資本金250万円 金属製折板屋根構成部品の製造を始め る。 1989(平成元)年 新潟県三島郡与板町(現・長岡市)に工場を新設(12月)。		

	<p>1990(平成2)年 株式会社サカタ製作所に改組(1月)。 その後、増床工事を実施。(1996年6期工事まで)</p> <p>1993(平成5)年 大阪営業所開設。</p> <p>1998(平成10)年 東京営業所開設。</p> <p>2003(平成15)年 本社にて、国際標準規格 ISO9001-2000を取得(3月)。</p> <p>2004(平成16)年 本社工場の製造機能をすべて与板事業所に統合し、さらなる合理化を目指す。</p> <p>2005(平成17)年 本社機能を長岡市与板に移し、全機能を一ヶ所に集約。</p> <p>2008(平成20)年 太陽光関連事業への取組みを強化。</p> <p>2009(平成21)年 太陽光関連事業拡大のため、東京営業所を移転。</p> <p>2010(平成22)年 国際標準規格ISO-9001-2008に移行。</p> <p>2011(平成23)年 ハッピーパートナー企業に登録。(新潟県男女共同参画推進企業)</p> <p>2013(平成25)年 本社、三条工場にて国際標準規格ISO14001-2004取得。</p> <p>2014(平成26)年 阿賀野工場(新潟県阿賀野市)竣工・完成 平成26年度 新潟県知事賞(技術賞)受賞 第48回 グッドカンパニー賞 優秀企業賞 受賞</p>
経営理念 ・ビジョン	<p><社是></p> <p>一、社会性に勝る方針は無し</p> <p>二、教育に勝る業務は無し</p> <p>三、サカタは開発、製造、販売を行うサービス企業である</p> <p>四、会社は公器である</p> <p><経営理念></p> <p>会社はその所属する社会の正当性を信じる。</p> <p>発展は社会からの評価の増大であり</p> <p>また利潤は、社会からの更なる発展を期待されてのご褒美である。</p>
主な事業 ・商品	<p>金属製折板屋根構成部品の設計・製造・販売、</p> <p>住宅用建築金物の設計・製造・販売および金型の設計・製造</p> <p>ソーラーパネル取付金具、太陽光発電用地上設置架台の設計・製造・販売。</p>
経営の特徴 強み・課題	<p>・金属屋根部品において、国内販売のトップシェアを誇ります。</p> <p>・産業用屋根業界のリーダーとしてソーラーパネル取付部品を開発</p> <p>・金属折板屋根用金具の製品に関する技術情報が蓄積された技術部門が当社の強みです。</p> <p>サカタ製作所が支持される理由(ホームページより)</p> <p>・特注品にフレキシブルに対応！</p> <p>サカタ独自のセミオーダーシステムにより、都度物件ごとの特注品に対応します。</p> <p>・もっとこうしたい！に応えます！</p> <p>充実の技術開発スタッフで、お客様の細かなニーズにも対応してご提</p>

	<p>案します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・金属製折板屋根の知識が豊富！ 創業以来60年に渡り、金属製折板屋根の構成部品に特化したメーカーとしての信頼と実績を維持しています。 ・技術的な疑問も専門部署が対応！ 強度などに関する技術計算・実験依頼に対応、技術見解と対策を提示します。（有料）
人材育成等 人事政策	<p><定期研修> すべての社員がモチベーション高く働き続けられる環境の整備に力を入れています</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新入社員合同研修 ・配属先部門におけるOJT ・管理職研修、営業研修、製造課題解決のための研修など <p>社是にも「教育に優る業務はなし」とあるように、当社は社員教育に注力しています。</p> <p>派遣・パート社員を含めた全社員に「人材育成標準テキスト」を配布し、報連相の大切さや敬語の使い方など、社会人としての基礎知識を備えてもらいます。派遣社員や契約社員からの正社員登用も積極的に行っています。</p> <p><教育・研修内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマナー教育 ・評価者教育 ・安全衛生教育 ・「サカタ塾」 <p>社員が講師になって商品知識の勉強会、業績開示、人事評価制度など、様々なテーマで開催しています。役員が講師になることもあります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セクハラ・パワハラ・コンプライアンス勉強会 <p><資格・研修援助></p> <p>会社を強くするには人材育成こそが、遠まわりのようで一番の近道と考えています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通信講座受講料援助 ・社外講習会／セミナー参加支援 ・資格取得支援 <p>自己啓発費用は原則として全額を会社負担しています。通信講座・社外セミナー・資格取得など受講・受験しやすい環境が整っています。業務に関連なくとも上司の承認があれば原則自由に選択できます。また、通信講座・社外セミナー・資格取得状況などは、個人別の総合考課表に記録し、人事評価制度に役立てています。</p>
採用情報等	<p>ホームページの採用情報を充実。 新卒向けと中途採用向けの募集要項を掲載。</p>

4.2 ホームページの概要

図表 4-2 は、株式会社サカタ製作所のトップページである。トップページには次のような特徴がある。

- ・トップページは大きく、折板屋根用建築金具、ソーラーパネル取り付け金具、施工用具と三つに細分化された「製品情報」、「製品カタログ」、「会社案内」、「採用情報」に分類される。
- ・製品情報、会社情報をはじめ、各コンテンツへアクセスするためのボタンがトップページ中央に分かりやすく設置されている。
- ・ピックアップ項目が配置されていることにより、直近の更新が一目でわかるようになっている。
- ・トップページに Facebook 窓が配置されている。
- ・トップページのフッターに配置された「社員のブログ」から、社員の個人的ブログにリンクしている。

図表 4-2 (株)サカタ製作所 トップページ



図表 4-3 は、会社案内のページ内にある、新ロゴについてというページである。平成 26 年 7 月、同社のロゴマークをリニューアル。ロゴマークのデザインは、フェラーリのデザ

イナーとしても世界的に有名な奥山清行氏。ロゴマークに込められた意味についての詳細な情報が、ホームページ上で詳しく解説されている。

図表 4-3 (株)サカタ製作所 新ロゴについて



図表 4-4 は、製品情報のページである。各商品の仕様、図面データなど、技術的な情報が豊富に掲載されている。さらに google カスタム検索窓を設置することにより、キーワード入力で製品情報を絞って検索することができる。

図表 4-4 (株)サカタ製作所 製品情報



図表 4-5 は、製品カタログのページである。その場でデジタルカタログとして閲覧もでき、PDF ファイルでダウンロードすることもできる。またページ下部にはカタログ請求のお問い合わせボタンが設置されている。カタログ更新の際は、電子媒体と紙媒体のタイムラグを常に意識し対応している（後述）。

図表 4-5 (株)サカタ製作所 製品カタログ



図表 4-6 は、採用情報のページである。充実した採用情報。社員のインタビューやメッセージ、社員一人一人の紹介や職場環境など、就職希望者に向けた情報が豊富に掲載されている。さらに画像を使った見やすいボタンを配置し、知りたい情報がすぐにわかるように構成されている。

図表 4-6 株式会社サカタ製作所 採用情報



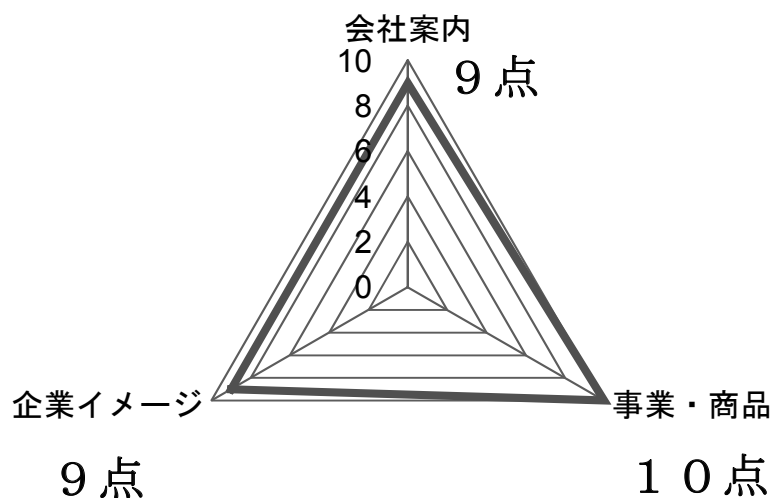
4.3 コンテンツ診断結果の紹介

同社のホームページについて、本ゼミでこれまで利用してきたホームページのコンテンツ診断シートにしたがって評価を行ってみたところ、非常に高い評価が得られたので、ここで紹介したい。図表 4-7 はゼミ内で同社のホームページを閲覧し、コンテンツ診断シートの評価項目に沿って採点した結果である。また、図表 4-8 はコンテンツ診断結果をカテゴリごとの小計でグラフ化したものである

図表 4-7 (株)サカタ製作所 コンテンツ診断結果

	チェック項目	配点	採点
会社案内	01 社名・代表者名・代表者メッセージが記載されている。	1	1
	02 会社所在地・連絡先が記載されている。	1	1
	03 従業者数(総人数)が記載されている。	1	1
	04 資本金・資産状況(資産割振り)が記載されている。	1	1
	05 売上高・利益が記載されている。	1	
	06 会社の沿革・経緯が記載されている。	1	1
	07 経営理念が記載されている。	1	1
	08 当面の経営の目標が記載されている。	1	1
	09 目標を達成するための経営戦略が記載されている。	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	1
	小計	10	9
事業・商品	11 主な事業・商品がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	2
	12 主な市場・顧客がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	2
	13 主な事業・商品の開発体制、生産工程、販売方法などがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	2
	14 自社の特徴や強みがわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	2
	15 顧客や取引先からの問い合わせに対する連絡先や対応方法がわかりやすく記載されている。 [配点] 0: 見つからない 1: 記載されているがわかりにくい 2: わかりやすく記載されている	2	2
	小計	10	10
企業イメージ	16 人事・教育制度が記載されている。	1	1
	17 仕事の種類(主な職種)が記載されている。	1	1
	18 社員の仕事の様子や簡単な内容が記載されている。	1	1
	19 社員の自己紹介やコメントが掲載されている。	1	1
	20 社風・会社のカラー(社員の特徵、共通意識など)が記載されている。	1	1
	21 求める人材像(採用基準)が記載されている。	1	1
	22 募集職種(スキル・資格等)が記載されている。	1	1
	23 賃金・勤務地等労働条件が記載されている。	1	1
	24 採用選考のプロセス(流れ)が記載されている。	1	
	25 応募・エントリーの仕方が記載されている。	1	1
	小計	10	9

図表 4-8 株式会社サカタ製作所 コンテンツ診断グラフ



「会社案内」のカテゴリは9点、「事業商品」のカテゴリは10点、「企業イメージ」のカテゴリは9点という全てにおいて高い評価であった。

「会社案内」のカテゴリに関しては、期待されるほとんどの項目に関する掲載があった。

「事業・商品」カテゴリに関しては、同社が展開するあらゆる事業・商品に対して、ユーザーが必要としている情報を取得しやすくなるように工夫が施されている。また、お問い合わせフォームでは、問い合わせたい内容の種別を選択する項目が用意されており、ユーザーへの配慮が感じられる。

「企業イメージ」のカテゴリに関しては、同社がどのような人材を求めているのか、どのような職場環境なのかを明確に記載している等、採用情報が充実している。

4.4 ヒアリング調査について

ホームページの活用事例調査をするにあたって、同社を訪問し、ヒアリングを実施した。当日は、取締役総務部長の小林準一氏にご対応いただいた。はじめに同社の会社概要とホームページの内容についてのご説明をいただき、その後、学生からの質問にご回答をいただいた。

<実施概要>

日 時：平成26年8月28日（木）10時30分～12時30分
 訪問先：株式会社サカタ製作所
 対応者：取締役総務部長 小林準一 氏
 参加者：4年生（4名）猪俣陵、神田美典、黒崎修平、佐々木貴章、布川尊也
 3年生（3名）高橋諒成、小野祥太郎、宮崎翔
 担当教員 村山光博

図表 4-9 ヒアリング時の様子



<ヒアリング時の質疑応答の概要>

質問 1 自社ホームページを開設した時期は、いつ頃でしたか。

最初のホームページは 14 年ほど前にできました。当時は 3～4 ページぐらいの簡単なものだったと聞いています。2012 年の 8 月に公開された現在のホームページは、改訂を重ねてきて第 5 世代です。

質問 2 開設時に期待されていた効果は何でしたか。

企業 P R という点が最も強かったのではないのでしょうか。

質問 3 開設時にかかった費用はどれくらいでしたか。

10 万円くらいだったのではないのでしょうか。ホームページビルダーのようなソフトを使っていたと聞いています。

質問 4 開設時に苦労した点やその他エピソードなどがあればお聞かせください。

当時はあまり見てもらえなくて、営業の人が是非見てくださいと触れて回ったこともあるようです。また、あれも載せたいこれも載せたいというアイデアが多く寄せられる一方で、実際に誰がそれを載せるのか、という話になったこともあります。

質問 5 ホームページの開設から現在まで、どのような改善を図って来られましたか

色々な工夫をしてきました。外部サーバーを利用し、外部の業者とも連携して色々やっています。当初の目的であった企業 P R だけでなく、製品情報、技術情報、採用情報等、どんどんと新しい目的に合わせて改善してきました。

質問 6 運用体制はどのようになっていますか。外部の業者も利用されていますか

外部業者と企画・更新の契約を結んでおり、年 2 回、見直しをする契約になっています。

質問 7 現在のホームページのターゲットはどのような方ですか。優先順位は？

会社情報や製品情報のページに関して言えば、当社の製品が B t o B 向けなので、ターゲットはあくまで業界のことを熟知している企業の方々です。

採用情報のページに関しては、当社への入社を検討されている学生さんがターゲットということになります。

質問 8 ホームページ上の情報に関する外部からの問い合わせは、どのような内容が多いですか。

製品に対する問い合わせが 95%以上を占めています。それに対応する形で、ホームページ上で技術情報や図面情報をダウンロードできるようにしてありますが、それらの情報をきっかけに電話などの問い合わせにつながることを期待して工夫しています。

質問 9 フェイスブックの利用はいつ頃からですか。またどのような効果がありますか。

5 回目のリニューアルと同時期に利用を始めました。目的はお客様に親しみをもってもらうことや、更新頻度を高めることによる検索エンジン対策などがあります。効果は非常に実感しており、見てくれたお客様が営業担当などに「いいね」と言ってくれることもあるようです。また、社員のモチベーションが上がるなどの効果も感じています。当社のキャラクター「留めダルマ」で親しみを持ってもらうことも期待しています。

質問 10 ホームページによる目に見える効果、目に見えない効果などあれば、お聞かせください。

目に見える効果としては企業イメージアップ、販売促進という点。目に見えない効果として狙っているのは社員のモチベーションアップです。社員の周りの方から当社のホームページを見てほめてもらえると、社員の喜びにもつながると考えています。ホームページに社員の顔が多く載ることで、それを話題にした社員間のコミュニケーションの活性化もあるのではないのでしょうか。

質問 11 ホームページの維持にかかる費用はどれくらいですか。

平均して月に 5 万円程度だと思います。

簡単な更新は社内で行いますが、通常は業者に情報を渡して更新を委託しています。

質問 12 ホームページの運用において、苦勞されていることはありますか。

紙媒体のカタログとホームページ上の製品情報とのタイムラグを意識し、更新のタイミングに気をつけています。

質問 13 費用対効果としてはいかがでしょうか。感覚的にはどれくらい効果がありますか。

十分満足しており、非常に効果を実感しています

質問 14 これから、さらにホームページを改善していきたい点は何かありますか。

お客様専用サイトを作りたいです。お客様のアカウントを管理し、ご注文いただいた商品の発送情報をお伝えしたい。また、売上履歴を知ることで、お客様からいつもご注文いただいている商品を共有できる利点もあります。

質問 15 これからホームページを活用していこうと考えている他の企業に向けて、アドバイスをお願いいたします。

作って終わりではないということではないでしょうか。更新が滞れば見てもらえなくなってしまいます。更新やメンテナンスが大切であることを強調してお伝えしたいです。更新情報を持っているのはホームページを作った人ではなくて、製品のことを良く知っている営業担当だったり、技術担当だったりするのですが、彼らが載せてほしいという情報をすぐにホームページに掲載できる体制づくりがとても大事だと思っています。

4.5 株式会社サカタ製作所のホームページ活用事例調査まとめ

株式会社サカタ製作所へのヒアリング調査からわかったことは、まず同社がホームページによる情報発信の有用性をよく考え、これまで継続的に改善を繰り返してきたことである。同社は、常に顧客企業の利便性に配慮したホームページの運用を心掛け、ホームページ上の情報を通して顧客との関係を深めてきた。14年前の開業当初の企業PRという目的だけでなく、徐々に増えてきたいろいろな目的に対応させるためにホームページの改訂を繰り返し図っている。情報の更新やメンテナンスにはとても気を配っており、顧客企業に配付されている紙媒体のカタログ情報とホームページ上の情報のタイムラグを意識してそれぞれの更新時期にも配慮をされていることから、やはり顧客の利便性を大事にしている姿勢がうかがえる。

会社情報や製品情報だけにとどまらず、会社のありとあらゆる情報を公開し、発信していることなどからも、他社のホームページ運用に向けた優れた活用事例であると考えられる。

謝辞

本活動において、お忙しい中、今年度の自社ホームページ調査対象企業としてご協力いただいた株式会社サカタ製作所の関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

ありがとうございました。

5. ホームページ活用事例調査報告 3 (株式会社大原鉄工所)

5.1 株式会社大原鉄工所の会社概要

自社ホームページ活用事例調査の対象企業として、株式会社大原鉄工所にご協力をいただきました。同社の会社概要を図表 5-1 に示す。

図表 5-1 株式会社大原鉄工所 会社概要

会 社 名	株式会社 大原鉄工所		
設 立 年 月	創業：1907(明治 40)年 10 月、設立：1940(昭和 15)年 3 月		
代 表 者 名	大原 興人		
創 業 者 名	大原 石松	資本金	4,500 万円
所 在 地	本社：〒940-8605 新潟県長岡市城岡 2-8-1 TEL：(0258)24-2350 FAX：(0258)24-8201 URL：http://www.oharacorp.co.jp/		
	営業所・工場・店舗等： <製缶工場> 〒940-0011 新潟県長岡市下々条 4-1 6 4 0 TEL：(0258)24-8544(代) FAX：(0258)24-8549 <東京支店> 〒113-0034 東京都文京区湯島 1-1-5 TEL：(03)3253-6301(代) FAX：(03)3253-6306 <北海道営業所> 〒061-3244 北海道石狩市新港南 3-7 0 0-3 0 TEL：(0133)64-2080(代) FAX：(0133)64-2188 <東北営業所> 〒980-0011 宮城県仙台市青葉区上杉 1-1 4-2 5-2 0 1 TEL：(022)302-6321 FAX：(022)302-6322 <大阪営業所> 〒533-0031 大阪府大阪市東淀川区西淡路 3-1-9-4 0 5 TEL：(06)6329-2121 FAX：(06)6329-2122		
従 業 者 数	総数：150 名 (2012 年 5 月末現在)		
沿 革	1907(明治40)年 長岡東山油田の盛況に着目し、大原石松が長岡市長町に 削井機械部品の鋳造を目的とし大原鋳造所を創業する。 1924(大正 13)年 機械工場と組立工場を併設し完成機械の製造に着手し、 大原鋳工所と改称する 1932(昭和 7)年 日本石油株式会社からマッドポンプを受注し、石油削井 機器を会社の主力製品とする基礎を築く。		

1938(昭和 13)年	大原藤松が長岡市城岡（現在地）に工場を移転し、大原鉄工所と改称する。
1939(昭和 14)年	東京出張所高浜工場を開設する。
1940(昭和 15)年	有限会社大原鉄工所を設立し、大原藤松が代表取締役社長に就任する。
1944(昭和 19)年	製缶溶接工場と鍛造工場が完成し、鉄工業としての一貫生産体制を確立する。 戦災により東京の高浜工場を閉鎖し、現在の湯島に東京営業所を移転する。
1945(昭和 20)年	株式会社大原鉄工所に改組する。
1947(昭和 22)年	変電送電等の電気工事を目的とした電業部門を新設する。
1951(昭和 26)年	新潟県の委託による雪上車研究開発に着手し、試作一号機「吹雪号」を完成させる。
1952(昭和 27)年	吹雪号が国家警察本部に採用され、量産に着手する。 雪上車の開発に関し、新潟県技術賞を受賞する。
1953(昭和 28)年	防衛庁技術研究所との共同研究により、防衛庁型雪上車の試作生産に着手する。
1954(昭和 29)年	油田探査のための自走式試錐機を開発する。
1957(昭和 32)年	フランスのネルピック社との技術提携により、灌漑排水用の自動水位調節水門を製作販売する。 創業 50 周年を迎え、大原松夫が取締役社長に就任する。
1962(昭和 37)年	当社専務取締役上村清五郎、商工会議所会頭に就任する。 上村清五郎、会頭を辞任し第 14 代長岡市長に当選する。
1963(昭和 38)年	雪対策として、鉄道線路の側雪除雪用にロータリー除雪車を開発する。
1965(昭和 40)年	電業部門を分社し、大原電業㈱を設立する。 高周波焼入加工を目的とし新潟高周波工業㈱を設立する。
1967(昭和 42)年	経済企画庁の豪雪対策事業として雪上車の販売拡大に伴い、札幌に北海道出張所を開設する。 製缶溶接工場の拡張のため、長岡市下々条に黒条工場を建設する。 新規開発した小型雪上車が第 9 次南極観測隊に採用される。 創業 60 周年を記念し、社訓を制定する。
1968(昭和 43)年	発電所取水ダム用に自走油圧式除塵機を開発納入する。
1969(昭和 44)年	空港の航空機給油設備として、サージアブソーバー及びハイドランドピットを開発納入する。 スイスのシュロイニーガー社と技術提携を結び、ラトラック型グレンデ整備車の製造に着手する。
1970(昭和 45)年	アメリカのナショナルサプライ社と技術提携を結び、石油掘削用のトリプレックススラッシュポンプの国産販売を開始する。 汚泥脱水機チェーンドライブフィルタを開発する。
1973(昭和 48)年	下水処理場向けの余剰汚泥処理脱水機、MSP フィルタを開発する。
1976(昭和 51)年	当社社員を南極観測隊越冬隊員として派遣を開始する。
1977(昭和 52)年	発電所用水圧鉄管の溶接技術を確立する。 農業土木用のネット式除塵機を開発する。

	<p>1980(昭和 55)年 地熱エネルギー開発用掘削装置及び生産装置を製作開始する。</p> <p>1981(昭和 56)年 全油圧駆動式ゲレンデ整備車を開発し量産を開始する。</p> <p>1985(昭和 60)年 下水処理場向けの SBP ベルトプレス汚泥脱水機を開発し建設省の技術認定を受ける。</p> <p>1986(昭和 61)年 フランスのネルテック社との技術提携により、農業土木用のデスクバルブ装置を製作販売する。</p> <p>1989(平成元)年 温泉掘削リグの製作販売を始める。</p> <p>1990(平成 2)年 マイナス 90 度に対応する南極観測用大型雪上車が完成し、南極への納入が始まる。</p> <p>1993(平成 5)年 新型ゲレンデ整備車製作のために FRP 工場を新設する。ゲレンデ整備車のコンセプトマシン、DL270 が完成し、通商産業省グッドデザイン賞並びに中小企業庁長官賞を受賞する。</p> <p>1994(平成 6)年 農業土木用ネットスクリーン除塵機を開発販売する。</p> <p>1996(平成 8)年 汚泥脱水機スクリュウプレスを開発する。</p> <p>1998(平成 10)年 スイスのツァーグ社と技術提携を結び、スノーボード用のハーフパイプ造成アタッチメントを輸入販売する。ISO9001 の認証を取得する。</p> <p>2000(平成 12)年 大原松夫逝去し、大原興人が取締役社長に就任する。アメリカの WSM 社とリサイクル機器のライセンス契約を結び、製造販売を開始する。</p> <p>2001(平成 13)年 アメリカの BHS 社とリサイクル機器のライセンス契約を結び、製造販売を開始する。</p> <p>2002(平成 14)年 アメリカの LMC 社のゲレンデ整備車の製造販売権を取得する。</p> <p>2003(平成 15)年 日本下水道事業団の下水処理設備工事の A ランクを取得する。</p> <p>2004(平成 16)年 アメリカのコマー社とリサイクル機器のライセンス契約を結び、製造販売を開始する。ISO14001 の認証を取得(本社・東京支店)する。アメリカの SSI 社とリサイクル機器の輸入販売契約を結ぶ。</p> <p>2005(平成 17)年 中越地震が発生し工場に被害を受けるが年内に完全復旧する。</p> <p>2006(平成 18)年 韓国のスノーテック社とインドアスノーマシンの技術提携を結び、販売を開始する。</p> <p>2009(平成 21)年 (株)新潟鐵工所より掘削機器事業を取得する。</p> <p>2010(平成 22)年 プラント事業拡大のため大阪営業所を開設する。フランスの AZTEC 社とライセンス契約を結び、ゲレンデ整備車の技術を供与し現地生産を開始する。</p> <p>2011(平成 23)年 消化ガス発電設備を長岡技術大学と共同開発する。</p> <p>2012(平成 24)年 消化ガス発電設備を製品化及び拡販する。</p> <p>2013(平成 25)年 陸上自衛隊 78 式雪上車に代わり新たに装備化された 10 式雪上車の納入を開始する。</p> <p>東北営業所を新設し、事業拡大をはかる。</p>
経営理念・ビジョン	<p><当社の理念></p> <p>『自分の利害を捨てて、人道・公共のためにつくすことの積み重ねによって利益は得られるものである。』</p> <p>私たちはこの社是が表している理念を具現化していくために「義」を大</p>

	<p>切にしています。</p> <p>すなわち、私たちは「顧客」を大切にします。私たちは「社員」を大切にします。</p> <p>そして、私たちは仕事を通して社会に貢献します。</p> <p>＜経営ビジョン＞</p> <p>大原はニッチな市場でトップの企業になることを目標としています。</p> <p>大原はローカルな市場でトップの企業になることを目標としています。</p> <p>そのために、</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 規模の拡大より内容の充実を重視する企業を目指します。 2. 顧客関係を大切にする顧客密着で開発型の企業を目指します。 3. 製品や事業活動を通じて社会と地域に貢献する企業を目指します。 4. 海外と技術交流を行うグローバルな感覚の企業を目指します。
主な事業・商品	<p>[車両事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南極観測、物質輸送からレジャーまで厳しい環境の下で人の営みを支えています。 ◆各種用途雪上車（スキー場ゲレンデ整備用、人員・物資輸送用、自衛隊用、南極観測隊用） <p>[環境事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水処理設備、水門・除塵機設備、掘削設備から廃棄物リサイクル設備まで豊かな暮らしと環境との調和に貢献しています。 ◆廃棄物処理設備、リサイクル処理設備、水処理設備、汚泥脱水機 ◆石油・地熱掘削機、温泉・水井戸掘削機 ◆各種水門、除塵機、水管機、無動力水位自動調整ゲート、減圧用ディスクバルブ <p>※NAZE ホームページ「技術データベース」より</p>
主な顧客・市場	<p>国土交通省、文部科学省、日本下水道事業団、地方自治体、全国スキー場、全国廃棄物処理工場、空港（成田、羽田）、石油資源開発、プラントメーカー各社</p> <p>※NAZE ホームページ「技術データベース」より</p>
人材育成等 人事政策	<p>＜人事方針＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大原はフラットで風通しの良い組織を目標としています。 ・大原は新しい仕事に挑戦する組織を目標としています。 <p>そのために、</p> <ol style="list-style-type: none"> ①職能資格制度を基本に年功ではなく能力で処遇します。 ②目標管理と昇格アセス制度により能力開発を奨励します。 ③会社負担で国家資格や職能資格の取得を奨励します。
採用情報等	<p>＜どんな人を求めているか＞</p>

	<p>当社が求めている人物像は、次のような人です。面接の際には、あなたの人物像について、私たちに詳しく伝えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 礼儀を重んじ、広い視野を持った人 ・ 自分の考えを持ち、積極的に行動できる人 ・ 常に向上心を持ち、自己改革に意欲的な人 ・ 新しいことへのチャレンジ精神を持った人 ・ 当社の価値観を理解し、組織行動ができる人
--	---

5.2 ホームページの概要

同社のホームページの各ページについての特徴を述べる。

- ・ トップページの左側に「大原の製品」と題して製品分野を一覧でわかりやすく表示している（図表 5-2）。
- ・ トップページの右側に採用情報への大きめのバナーを設置している（図表 5-2）。
- ・ 英語に対応している。
- ・ 採用情報の内容が充実しており、採用の流れが詳しく掲載されている（図表 5-3）。
- ・ 社員のメッセージが記載され、職場の雰囲気や環境などを詳しく知ることができる。
- ・ 同社が扱っている製品が種別ごとにわかりやすく分けられており、画像も豊富に使われていることから閲覧者側が製品についての情報を詳しく知ることができる（図表 5-4）。

図表 5-2 (株)大原鉄工所 トップページ



(出典) (株)大原鉄工所ホームページ (<http://www.oharacorp.co.jp/>)

図表 5-3 (株)大原鉄工所 採用情報

RECRUIT
新卒者採用情報

- > 社長からのメッセージ
- > 先輩からのメッセージ
- 基本採用情報
- > 人事方針
- > 募集要項
- > 会社説明会
- > 新卒者エントリー

採用の流れ

新卒者の採用は、基本的に以下のような流れに沿って行われます。なお、選考プロセス、内容については変更になる場合もございますので、あらかじめご了承ください。

Step 1
当社へのエントリー

Step 2
会社説明会（会社訪問）

Step 3
応募（書類選考）

Step 4
一次試験（筆記・面接）

Step 5
役員面接

Step 6
内定

エントリー方法

当社に興味・関心のある方は、募集要項の下の「この職種にエントリーする」又は、左メニュー「新卒者エントリー」よりエントリーしていただくが、以下の「日経就職ナビ」バナーよりエントリーしていただくようお願い致します。エントリーいただいた方には、今後の採用活動について順次ご案内させていただきます。

日経就職ナビ

図表 5-4 (株)大原鉄工所 製品紹介

ホーム > 製品紹介

製品紹介

創業明治40年、人と自然の共存を目指して常に新しい歴史を刻んでゆきます。

当社は、明治 40 年に石油掘削用機器部品の鍛造メーカーとして創業して以来、先取りの気質と確かな技術力によって、水門分野・雪上車分野へと事業領域を拡大してきました。特に雪上車の分野においては、国内で初めて雪上車の開発に成功したバイオニアとして知られ日本の南極観測隊の使用車両としても採用されています。近年では、廃棄物処理施設やリサイクル施設で使用する機械設備の製造・販売を通じ、注目の環境分野においても積極的に事業展開しております。



印刷用ページ



バイオガス発電設備



リサイクル機器



水門機器

www.oharacorp.co.jp/products/biogas/

5.3 ヒアリング調査について

ホームページの活用事例調査をするにあたって、同社を訪問してヒアリングを実施した。当日は総務課の桐生雅彦氏にご対応いただいた。はじめに同社の会社概要についてのご説明をいただき、その後、学生からの質問にご回答をいただいた。

<実施概要>

日 時：平成 26 年 9 月 30 日（火）13 時 00 分～15 時 20 分
訪問先：株式会社大原鉄工所
対応者：業務管理部 総務課 桐生雅彦氏
参加者：4 年生（3 名）黒崎修平、神田美典、佐々木貴章
3 年生（3 名）高橋諒成、小野祥太郎、宮崎翔
担当教員 村山光博

図表 5-5 ヒアリングの様子



<ヒアリング時の質疑応答の概要>

質問 1 自社ホームページを開設した時期は、いつ頃でしたか。

1999 年頃だったと思います。

質問 2 開設時に期待されていた効果はなんでしたか。

第一に会社 P R です。またその P R の効果によって売上の向上を期待していました。

質問 3 開設当初はどのような体制で行われましたか。外部の業者なども利用されましたか。

市内のプロバイダーにデザインから運用までをお任せしていました。

質問 4 開設時に苦労した点やその他エピソードなどがあればお聞かせください。

ドメイン取得の際に、欲しいドメイン名が既に他の企業で使われていて困った記憶があります。

質問 5 開設当時のサーバー設置、ホームページ制作などの費用はどのくらいでしたか。

サーバーは社外のものを利用しています。

当時の開設費用は 20～30 万円くらいで、その後は管理費として月 3 万円程度の費用でした。

質問 6 ホームページの開設から現在まで、どのような改善を図って来られましたか。

2002 年に社内でホームページの作成・運営が始まりました。これが第 2 代目ということになります。その後しばらく運用を進めて行く中で、各部門でホームページのレイアウトがバラバラになるなど統一性が図れなくなってきたので、2010 年に全面的にリニューアルを行いました。これが第 3 代目ということになり、現在に至っております。

現在はサーバー側で CMS (Content Management System: コンテンツ・マネジメント・システム) を導入して更新作業の軽減を図っています。

質問 7 これまでのホームページの改善にともなって、変化してきたものはありますか。

最初は製品の P R を主に行ってきましたが、その後、会社案内、採用情報、カタログなどを加えてきました。

質問 8 現在の運用体制はどのようになっていますか。外部の業者も利用されていますか。

運用はすべて社内で行っております。企画は主に総務課で行います。社内の更新担当者はデザインの担当者が兼務しています。社内で更新が難しい部分などは、その都度、外部に委託しています。

質問 9 現在のホームページのターゲットはどのような方ですか。優先順位は？

まずは、業者、メーカー、役所関係で、次に求職者ではないでしょうか。

質問 10 ホームページ上の情報に関する問い合わせは、月にどのくらいありますか。

問い合わせのページへのアクセス数は月に 100 件くらいあり、そのうち年間で 140 件、月に十数件の問い合わせが主にメールで来ています。

割合としては、雪上車関係が 5 件／月、リサイクル関係が 5 件／月、バイオガス関係が 3 件／月、海外から 4～5 件／月で来ています。

問い合わせのページの「お問い合わせ先」の種別の選択によってメールが部門に振り分けられて届くしくみになっています。

質問 11 ホームページによる目に見える効果、目に見えない効果などあれば、お聞かせください。

問い合わせが商談に結び付いていくことが効果として挙げられます。

質問 12 ホームページの運用において、苦勞されていることはありますか。

初めに業者側で作っていただいたホームページのレイアウトを、後から運用の中で変えたいと思うことがあります。最初にレイアウトを設計する時点で社内でもう少し先を考えて検討しておく必要があったと思います。ただ、それはある程度運用してみてから分かってことでもあるので、仕方のないことかも知れません。

質問 13 運用にあたって心がけている点は何ですか。

繰り返し見てもらえるようにこまめに情報を更新していくことだと考えています。

質問 14 ホームページの維持にかかる費用（月額や年額）はどれくらいですか。

ホームページと社内のメールの利用などトータルで月 5 万円程度です。

質問 15 ホームページの運用に関しての費用効果としてはいかがでしょうか。

問い合わせの件数やそこから商談に結び付くことの効果から考えると、費用に見合った効果はあると考えています。

質問 16 これから、さらにホームページを改善していきたい点は何かありますか。

写真の掲載は多いのですが、これからもう少し動画を多く取り入れていきたいです。

質問 17 現在、アクセス解析などは行っておりますか。

Google のアクセス解析を利用しています。

質問 18 これから、ホームページを活用していこうと考えている他の企業に向けて、アドバイスをお願いいたします。

紙媒体とは違い紙面の制約は無いので、カタログに載せきれていない細かい情報や新しい情報を掲載できる面でとてもよいツールではないでしょうか。ホームページの運用にあたっては、見る人の立場にたって新しい情報を常に更新し続けていく姿勢が大切であると思います。

5.4 株式会社大原鉄工所のホームページ活用事例調査まとめ

株式会社大原鉄工所のホームページの活用事例調査を行ってわかったことをまとめる。同社では 1999 年頃に専門業者に制作を委託してホームページを開設し、2002 年からは社内でホームページの作成および運用を行ってきた。現在は 2010 年に大幅にリニューアルした第 3 世代のホームページを運用しており、更新は社内で行っている。

ホームページを運用するにあたっては繰り返し見てもらえるように、定期的なリニューアルと日々の情報発信を心がけていることもあり、ホームページ上の情報に関する問い合わせは月に十数件ある。これらの問い合わせから実際の商談へつながることもあり、ホームページの有用性を実感しているということであった。また英語への対応も図っていることから、メールなどによる海外からの引き合いもある。ホームページ上のお問い合わせフォームではユーザーがお問い合わせ先の選択をすることで、直接担当部門へメールが振り分けられるなど、問い合わせに速やかに対応しようとする姿勢が感じられる。

更新を担当されている方のお話しでは、やはり日々新しい情報を発信するように心掛けているとのことで、ホームページの活用においては、やはり情報の更新が基本であり、なおかつ重要なことであると言える。

謝辞

本活動において、お忙しい中、今年度の自社ホームページ調査対象企業としてご協力いただいた株式会社大原鉄工所の関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

ありがとうございました。

6.1 越後工業株式会社の会社概要

図表 6-1 は、越後工業株式会社の会社概要である。

図表 6-1 越後工業株式会社の会社概要

II - 378

	<p>平成19(2007)年 7 月 新潟中越沖地震（操業停止※(株)リケン停止）</p> <p>平成20(2008)年 9 月 「第35回国際福祉機器展HCR」東京ビッグサイトNEDOブースおよび弊社ブースに出展</p> <p>平成21(2009)年 4 月 「バリアフリー2009」インテックス大阪NEDOブースに出展</p> <p>平成21(2009)年 6 月 新潟県産業振興課より「H21年度健康関連ビジネスモデル推進事業」に認定</p> <p>平成21(2009)年 7 月 第20回全国介護老人保健施設大会 新潟へ出展</p> <p>平成21(2009)年 9 月 「第36回国際福祉機器展HCR」東京ビッグサイトNEDOブースおよび弊社ブースに出展</p> <p>平成21(2009)年12月 全国中小企業団体中央会より「H21年度ものづくり中小企業製品開発等支援補助金（試作開発等支援事業）」に認定</p> <p>平成22(2010)年 4 月 「バリアフリー2010」NEDOブースへ出展</p> <p>平成23(2011)年 4 月 「バリアフリー2011」NEDOブースへ出展</p> <p>平成23(2011)年 9 月 「第38回国際福祉機器展HCR」出展。車いす輪助（取り外しタイプ）完成発表。パンク「0ゼロ」タイヤの開発、販売を始める。</p> <p>平成24(2012)年 9 月 「第39回国際福祉機器展HCR」出展。 代理店募集 福祉用具のメンテナンス・修理</p>
経営理念・ビジョン	<p><経営方針></p> <p>探究心とアイディアと技術で、困難な分野を克服することを常に考え活動します。これを当社の基本理念である“CHALLENG SPIRIT”にして独自技術の確立に努め、わが国工業界の発展に貢献して参ります。</p>
主な事業・商品	自動車用鋳造部品加工、自動車用鋳造部品金型、プレス金型の製造、各種工業用ゴム・スポンジ加工、福祉関連機器の開発と製造
主な顧客・市場	(株)リケン柏崎事業所、前沢化成工業(株)、泉州電業(株)、新貝工業(株)、(株)ヤマカミ、小形商工(株)、橘工業(株)、(株)シマキュウ、新潟大洋(株)、遠藤工業(株)
経営の特徴 強み・課題	<p>【プレス 金型技術】独自の特殊金型プレスを開発、自動化に成功</p> <p>【鋳造品部品のプレスバリ取り】鋳造品部品のバリ取り加工をプレス金型で、迅速、低価格、高精度で加工します。10kg～100 g の三次元部品に対応出来ます。2000 トン／月（60 万個／月）</p>

6.2 越後工業株式会社 工場見学とヒアリングの実施

越後工業株式会社の業務内容と現在のホームページの利用状況を調査するために、工場見学とヒアリングを実施した。当日は、代表取締役の木川勇三氏、福祉事業部企画開発の渡辺勲氏よりご対応いただいた。同社の業務内容とホームページの運営に関するご説明をいただき、学生からの質問にお答えいただいた。

実施概要

日 時：平成 26 年 6 月 10 日（火）15 時 30 分～16 時 30 分
訪問先：越後工業株式会社（新潟県三島郡出雲崎町大字沢田 121-2）
対応者：代表取締役 木川勇三 氏
 福祉事業部 企画開発 渡辺勲 氏
参加者：4 年生（7 名）猪俣陵、神田美典、黒崎修平、佐々木貴章、謝吉喆
 布川尊也、喻彬
 3 年生（6 名）高橋諒成、小野祥太郎、孫偉、宮崎翔、熊浩、李楊
担当教員 村山光博

図表 6-2 工場見学とヒアリングの様子



<ヒアリング時の質疑応答の概要>（抜粋）

質問 1 御社の業務の特徴や強み、主力製品などは何ですか。

主に自動車用鋳造部品加工・金型、ゴム・スポンジ製品作成を行っており、ペットボトルロケット部品・クッション・ステッキの先端部品作成なども行っています。

質問 2 ホームページ開発の目的や対象者像はどのようなものですか。

主に福祉業界へ力を入れております。

質問 3 規格外品はどう処理しているのですか。

できるだけ溶かして再利用しています。

質問 4 特許は申請されていますか。

輪助と助の杖の 2 つが日本・アメリカで取れました（全国へ展開中です）。
今後は中国・香港にも展開する予定です。

質問 5 注文からどのくらいの時間で納品できるのですか。

約 1～2 年程でお届けできるようにしています。

質問 6 「イーザ EIZA」は自転車に利用できないのですか。

当社も自転車部品の開発を行おうとしましたが、「イーザ EIZA」は高い熱に弱く、耐久性の面で課題があるため、現在は自転車部品用としては提供していません。

質問 7 売れ筋商品は何ですか。

「助の杖」はよく売れています。

質問 8 「越後工業」の社名の由来は何ですか。

新潟を代表できるような会社になりたいという希望が込められています。

6.3 中国で介護福祉商品を扱う企業 H P の紹介と特徴

6.3.1 <例 1> 東洋医療機器株式会社

(1) 会社概要

図表 6-3 は、東洋医療機器株式会社ホームページのトップページである。東洋医療機器株式会社(広東省仏山市南海区獅山工業園区 A 興福道 5 号)は 1990 年に設立され、車椅子、歩行器、病院のベッド、他のリハビリテーション、福祉用具の製品の生産の開発を開始した 1993 年以降、約 20 年間継続的に発展してきた。現在は、3 万平方メートルの工場を持ち、車椅子の年間売上高は 500,000 台、松葉杖、ウォーキングフレームの年間生産量は 2.2 万セットで、1993 年よりほぼ 40 倍に増加した。生産と販売を行う車椅子は、世界中の 80 以上の国と地域に輸出されており、海外でプロの車椅子やリハビリの製品メーカーに一定の影響力を持っている。

図表 6-3 東洋医療機器株式会社のトップページ



URL : <http://www.fsdmed.com>

(2) ホームページの特徴

ホームの下に「会社情報」、「メニュー」、「サービス」、「品質保証」、「車椅子常識」、「販売網」、「お問合せ」を配置し、さらにその中で細かく分けて掲載している。

「品質保証」では同社の技術力の高さを効果的に表現するコンテンツを掲載し、その下に同社の車椅子の様子を表したメイン画像を配置している。さらにその下には、同社の商品やお知らせなどを配置している。

また、企業メニュー、会社紹介の動画、新規上場を配置している。この会社は、自社の商品をテレビで紹介する。例えば、車椅子のメンテナンス方法、車椅子の使用方法、車椅子の機能等である。また、自社の商品に対して、車椅子の常識、説明書、車椅子のメンテナンス方法、ショップスキル、バッテリーのメンテナンス等を紹介する。

6.3.2 <例2> 広東凱洋医療技術集団株式会社

(1) 会社概要

図表 6-4 は、広東凱洋医療技術集団株式会社のホームページである。広東凱洋医療技術集団株式会社は、リハビリ機器、介護機器、医療製品、電子製品およびサポートの大規模総合的企業である。主な製品としては車椅子シリーズ、便所チェアシリーズ、歩行器シリーズ、治療ベッドと医院家具シリーズ、酸素発生機とアトマイザーシリーズである。会社の本部は広東省仏山市南海生物医薬技術産業中心に置かれている。支社は広東省仏山大沥生産基地、広東佛山官窑生産基地、上海金山生産基地、山東臨沂生産基地である。総面積は 650 エーカー、総登録資金は 0.9 億元、年間総販売額は 5 億元、中国の車椅子、治療ベッドなど治療設備の主要生産基地である。

図表 6-4 広東凱洋医療技術集団株式会社のトップページ



URL : <http://www.nhkaiyang.com/index.html>

(2) ホームページの特徴

ホームの下に「TOP」、「会社情報」、「メニュー」、「自社商品」、「サービス」、「人的資源」、「お問合せ」を配置し、さらにその中で細かく分けて掲載する。

その下に同社の自社商品の様子を表したメイン画像を配置している。その下に見やすいように、同社の商品やお知らせなどを配置している。

また、新規上場、会社情報、企業メニュー、会社紹介の動画を配置している。

6.3.3 <例3> 江蘇魚躍医療設備株式会社

(1) 会社概要

図表 6-5 は、江蘇魚躍医療設備株式会社のホームページである。江蘇魚躍医療設備株式会社の前身は 1998 年に設立した江蘇魚躍医療設備有限会社であり、2007 年に株式会社に變更された。同社は江蘇省丹陽市曇陽工業園に置かれている。

同社は国内最大のリハビリ機材、医療用酸素発生機と医療用臨床シリーズ医療機材の専門生産企業で、製品分類は 50 種程度、400 種以上の規格を持つ。国内の同行生産企業で製品が最も豊かな企業のひとつである。現在、酸素発生機、アトマイザー、聴診器、血圧計、超軽微な酸素弁、この 6 つの製品は国内の市場占有率は第一、そして酸素発生機の販売量は国際で第一の水準である。車椅子、電子血圧計では国内の市場占有率が第二位である。

江蘇魚躍医療設備株式有限会社は完全の品質コントロールシステムを具備しており、ISO13485 質量システムに認められた高品質、高性能を目指す企業である。

図表 6-5 江蘇魚躍医療設備株式会社のトップページ



URL : <http://www.yuyue.com.cn/>

(2) ホームページの特徴

雪白色イメージした背景色を使い、ホームページの右上に「TOP」、「会社情報」、「メニュー」、「自社商品」「サービス」、「人的資源」、「お問合せ」を配置し、さらにその中で細かく分けて掲載する。その下に同社の自社商品の様子を表したメイン画像を配置している。その下に見やすいように、同社の商品やお知らせなどを配置している。

6.4 越後工業株式会社の現在のホームページの特徴

現在、越後工業株式会社のホームページとして3つのサイトが開設されている。

- ①<http://www.sukesan.jp/>
- ②<http://www4.ocn.ne.jp/~echigoru/>
- ③<http://www.kurumaisu-wasuke.jp/>

①<http://www.sukesan.jp>

図表 6-6 は、①<http://www.sukesan.jp> のトップページである。左上のロゴマークの二つのEが越後の頭文字の“E”から作られている。このマークを見るとすぐに越後工業を思い出すことができるように、改善後もこのEマークを続けて使いたい。ホームページは白を基調として誰にとっても見やすいものであり、当社の商品紹介が文字だけではなく、図と漫画を利用してわかりやすく紹介されている。

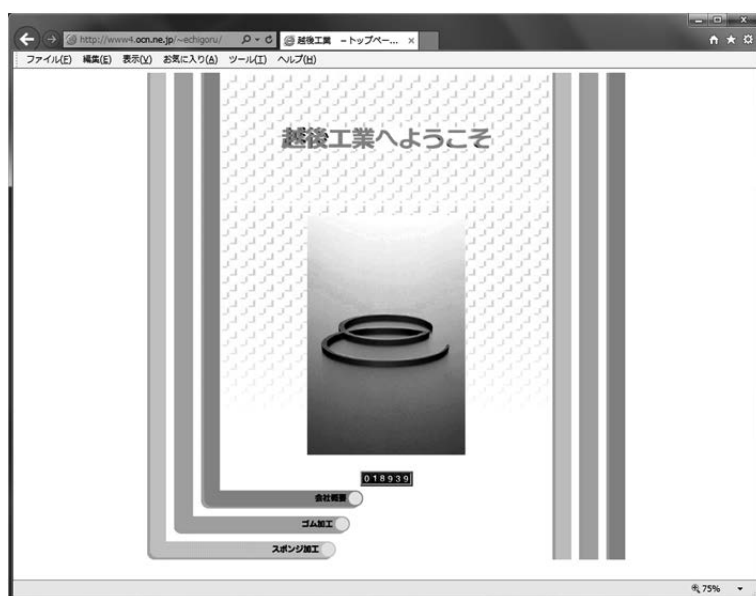
図表 6-6 越後工業株式会社のホームページ① (<http://www.sukesan.jp/>)



②<http://www4.ocn.ne.jp/~echigoru/>

図表 6-7 は、②の越後工業の旧サイトで、現在も見ることができる状態になっている。このトップページの他に「会社概要」、「ゴム加工」、「スポンジ加工」の計4ページで構成されているが、内容は古い内容のままになってしまっているようである。

図表 6-7 越後工業株式会社のホームページ② (<http://www4.ocn.ne.jp/~echigoru/>)

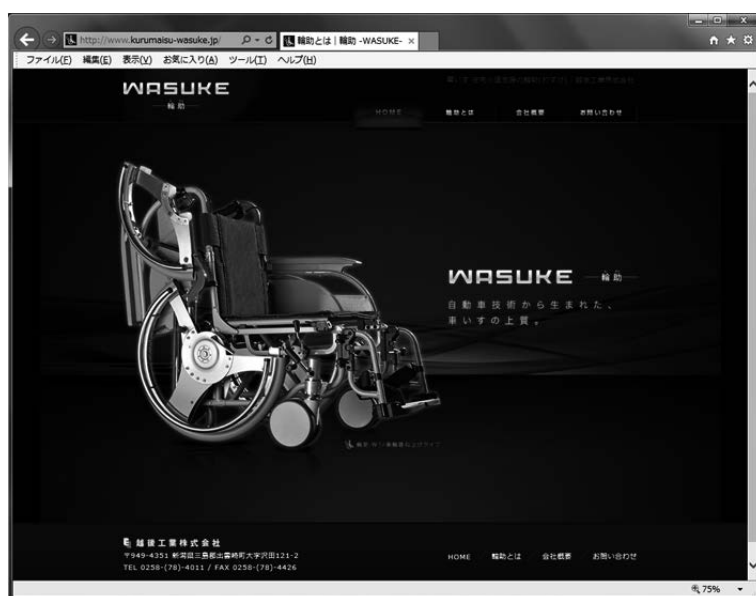


③<http://www.kurumaisu-wasuke.jp/>

ホームページのイメージを落ち着きあるブルーにしてある。トップページの〈WASUKE—輪助—自動車技術から生まれた、車いすの上質〉と記載されている画像は輪助画像にするのも良い。輪助の説明のページを目立たせるために〈輪助とは〉というバナーをトップページに配置し、閲覧者にすぐに目につくようにしている。

輪助の特徴、ナインナップ、輪助紹介ムービーが下部にまとめて配置されている。

図表 6-8 越後工業株式会社のホームページ③ (<http://www.kurumaisu-wasuke.jp/>)



6.5 ホームページ改善案の検討

6.5.1 強みの表現について

越後工業現在のホームページの改善案について、「高い技術力」や「特許持つ」や「助の杖」など会社強みがわかりやすく伝えるが必要があるとの意見があった。

- ◇ ゴム、スポンジなどの材料で商品を作る高い技術がある
- ◇ 特許を取得した商品を販売している
- ◇ 助の杖の売り上げが好調なことをページ上でアピールしきれていない
- ◇ 車椅子が特殊な方法で折りたたみできる
- ◇ 車椅子のタイヤをエアレスで運用できる技術を持っている
- ◇ タイヤの耐久性→データを示す
- ◇ 車椅子のデザイン性に優れている

このようなゼミ内での話し合いにもとづいて、改善案の内容として必要と考えられる項目を挙げ、それらを整理して構成案を検討した。

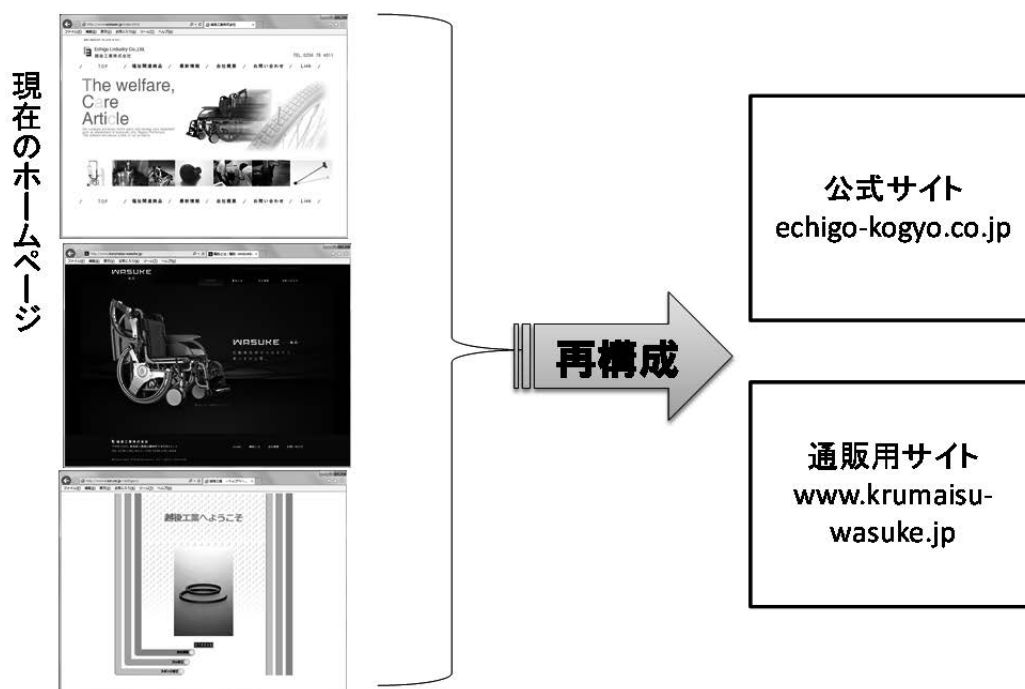
6.5.2 サイト構成について

越後工業株式会社サイトについて、よりわかりやすくするために公式サイトと通販サイトに替える提案が行った。

二つのうちの一つは、同社の公式サイトであり、越後工業株式会社の業務すべてを情報として集約し、ドメイン名ももう少し直観的にわかりやすいものを取得する。

そしてもう一つは通販用のサイトで、福祉関連機器を中心に商品情報の掲載と通信販売用の機能を用意する。

図表 6-9 越後工業株式会社 サイト構成案

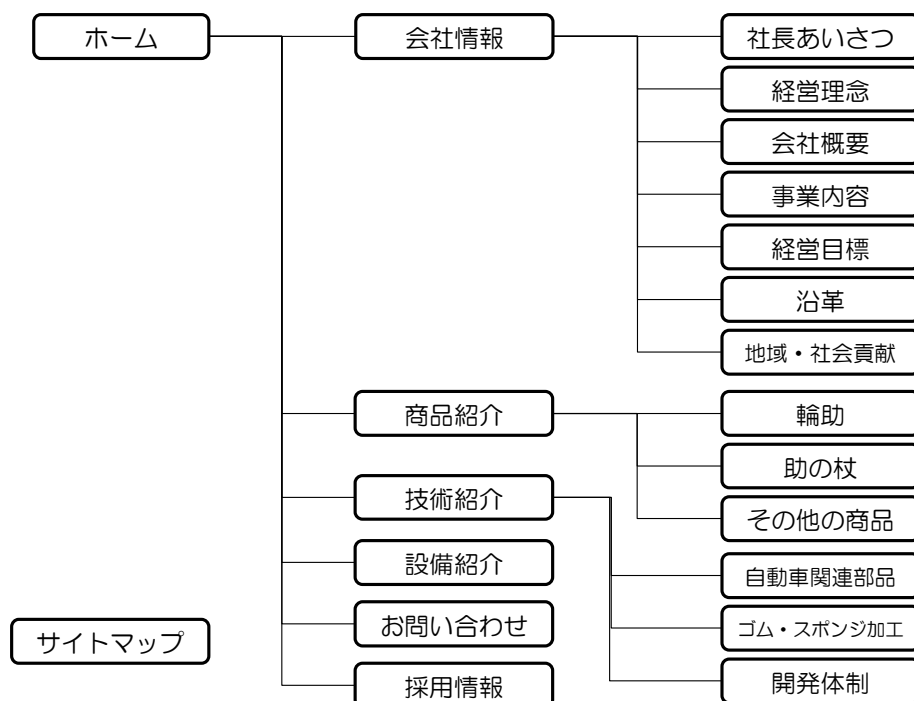


6.5.3 メニュー構成案について

図表 6-10 は、越後工業株式会社の新しい公式サイトメニュー構成案である。

ホームの下に「会社情報」、「商品紹介」、「技術紹介」、「設備紹介」、「お問合せ」、「採用情報」を配置し、さらにその中で細かく分けて掲載する。「技術紹介」では同社の技術力の高さを効果的に表現するコンテンツを掲載する。

図表 6-10 越後工業株式会社ホームページ メニュー構成案



6.5.4 ページ内の配置要素について

トップページでは、最低限、次のものを配置する

- ①ロゴマーク＋会社名 ヘッダー左
- ②日本語と中国語の切り替え ヘッダー右
- ③検索窓 ヘッダー右
- ④文字サイズ変更ボタン ヘッダー右
- ⑤グローバルナビゲーション 画面上のメニューボタン
- ⑥メインビジュアル 画面上
- ⑦キャッチコピー メインビジュアル内かヘッダー
- ⑧新着情報リスト コンテンツ領域
- ⑨会社名、住所、電話番号、FAX番号 フッター
- ⑩著作権表示 (Copyright ©) フッター

6.6 デザイン案の策定

ゼミでは留学生のグループを中心に同社ホームページのデザイン案を検討した。これからそれらのトップページデザイン案を紹介する。

図表 6-11 のデザイン案は、会社情報を訪問者の目につきやすいように、メニューの字体の色は赤と青を使った。ページの右上で、中国語と日本語交換できるボタンを配置して、

上段には当社の商品の写真を載せている。その中の一つ写真は国際福祉機器展で、乗り降りがしやすいよう車輪の一部を取り外せる車いすの例がある。最新情報は一番見えやすいページ中央で表示している。下部には、社長からのご挨拶と当社の沿革、経営方針、事業内容などを載せている。

図表 6-11 デザイン案①（三年生 李楊）



図表 6-12 の案では、きれいに見えるように、背景色が普通の白とメイン画像の水色を合わせて使った、ページの左上に同社の社名を配置し、右上に言語を換えるボタンと検索ボタンも配置している。その下はメニューのトップページ、会社案内、技術情報、技術情報、技術情報を置く。その下に同社のイメージを表示する車椅子の画像を配置している。

ホームページの中央には、例えばニュース、最新情報などの更新情報を掲載する。下部は見やすいように企業のいろいろな商品の図を配置し、詳細な内容のページへのリンクも付いている。その右には関連団体へのリンクを配置している。

図表 6-13 の案では、リゾートをイメージした背景色を使用している。ホームページの右上には日本語と中国語（簡体）切り替えるボタンを、次の列にメニューボタンを配置し、その次は主要な商品の説明を記載した。次の列は左から社長の写真と会社の特色・経営方針・企業理念の説明を乗せている。右の目に入りやすいボタンは新着情報というボタンであり、最新の商品情報を配置している。一番下に会社の所在地と連絡先を乗せている。

図表 6-12 デザイン案②（三年生 熊浩）



図表 6-13 デザイン案③（三年生 孫偉）



図表 6-14 の案では、ページの最上部にメニューを配置し、ホームページの右上に日本語と中国語 2 種類のボタンを配置して、その下に同社の商品様子を表したメイン画像を配置している。左の列に次の階層へのメニュー項目、中間の列に新着情報として、最新の売れ筋商品を配置している。左側にさらに会社の情報を配置している。

図表 6-15 の案では、ホームページのイメージカラーを鮮やかな色として見やすくしている。ページの最上部に文字サイズ、日本語、中国語、繁体中文の言葉を切り替えるボタ

ンを配置した。その下は会社のメニュー項目：（TOP、会社情報、設備情報、商品紹介、採用情報）を配置した。中間列は新着情報のコーナーを作って、その中に当社の近年に福祉機器展に出展や新商品の開発など情報がお客さんに見やすくまとめている。その下は会社の高い技術力をPRする、人気商品の紹介、作業現場などの写真も掲載し、右は関連団体などのバナーを置いている。一番下は会社の電話番号、FAX番号、住所をページの下にまとめて配置した。

図表 6-14 デザイン案④（四年生 謝吉喆）



図表 6-15 デザイン案⑤（四年生 喻彬）



6.7 越後工業株式会社ホームページ改善提案

新しいホームページに関する方針やサイト構成案については、8月5日に同社を訪問して木川社長に報告した。

また、その際に木川社長からもいくつかの情報をいただいた。以下がその一部である。

- ・最近では、車いす製造の技術を生かして「ロボットスーツの装着用具」の開発が軌道にのってきている。
- ・ホームページは当面、日本語と中国語の簡体で作りたい。
- ・会社のイメージカラーはとくに決まっているわけではないが、ホームページは暖色系などの明るい色も良いのではないかな。

日 時：平成26年8月5日(木) 13時50分～15時20分

訪問先：越後工業株式会社

対応者：代表取締役社長 木川勇三 氏

参加者：喻彬、熊浩

担当教員 村山光博



6.8 今後の予定

越後工業のホームページ改善については、今後も活動を継続し、次のような項目に取り組んで行く予定である。

- ・トップページデザイン案の決定
- ・HTMLによるホームページ試作品の作成
- ・通信販売サイトの検討

謝辞

本活動において、お忙しい中、今年度の自社ホームページ改善支援対象企業としてご協力いただいた越後工業株式会社の関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

ありがとうございました。

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見直し、ターゲットに合わせたホームページの改善を通して地域企業の活性化につなげようという趣旨から、本年度の活動では次のことを行った。

- (1) NPO 法人長岡産業活性化協会 NAZE の会員企業で、これまでも継続的に自社ホームページの改善を図ってこられた株式会社 片山抜型製作所、株式会社 サカタ製作所、株式会社 大原鉄工所の3社にご協力をいただき、各社のホームページの調査とヒアリングによる運用状況調査の結果を活用事例としてまとめた。
- (2) ホームページの活用事例調査を通して、ホームページの効果的な運用には、次のようなことが必要であることがわかった。
 - ・ターゲットとなる閲覧者からホームページに繰り返しアクセスしてもらうために、日々の情報発信と定期的な改訂を心がける。
 - ・ターゲットの利便性向上を常に考えて、コンテンツを企画し、提供する。
 - ・ホームページからの問い合わせへの適切な対応などから、顧客とのリアルな関係につなげていく。
 - ・必要に応じて、専門業者の協力も得ながら継続的な改善を図る。
- (3) 越後工業株式会社の自社ホームページのリニューアルに向けて、同社のホームページデザイン案の策定を行った。同社へのヒアリングを通して、業務内容や特徴をゼミ内で整理しデザイン案を作成と提案を行った。今後も同社との話し合いを進め、継続してデザイン案の検討を行っていく予定である。

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 事務局次長 山田哲也様、株式会社 スノーキャスト代表取締役 杉浦聡様にお礼申し上げます。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 片山抜型製作所、株式会社 サカタ製作所、株式会社 大原鉄工所、越後工業 株式会社の関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。本当にありがとうございました。

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推進-

広田秀樹ゼミナール

11E042 間野宏樹

12E013 新保太基

12E027 福澤里奈

12E030 増田祐也

12E034 刘婷

10M055 樋口将太

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. ベネズエラ人留学生アコスタ＝ホルヘ氏との交流と集中学習
 3. スリランカ人大学教員マーラシンハ＝アーシュボーダ氏との交流と集中学習
 4. アメリカ人 IT コンサルタント・デビット＝ブズロー氏との交流と集中学習
 5. フェアトレードショップ「ら・なぷう」オーナー・若井由佳子氏との交流と集中学習
 6. CLN 代表・大出恭子氏との交流と集中学習
 7. 中華料理店「大連飯店」との交流と集中学習
 8. タイ料理店「アノン」との交流と集中学習
 9. 韓国料理店「大長今」との交流と集中学習
 10. ユニセフへの寄附活動
 11. 長岡市の国際交流活動
 12. グローバリゼーションと人口問題
 13. メッセージ
- 謝辞

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推進-

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

私たちのゼミでは数年に渡って、「グローバリゼーションと地域」をテーマにして活動を進めてきた。「近年の時代の最大の特徴は、グローバリゼーション(グローバル化・地球一体化)の急速な進展にある」という時代認識がゼミ生の共通認識としてある。

現実には、多様な点で、グローバリゼーションの影響は圧倒的である。例えば、世界経済の成長でみても、グローバリゼーションの進展は、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、グローバリゼーションが本格的に開始された 1989 年の約 2000 兆円から、2013 年の約 7000 兆円と約 20 年の間に約 3 倍以上に拡大した。

人口が圧倒的に多く潜在的市場があった中国やインドは、グローバリゼーションが進む中で、1989 年時点では世界経済では全く目立った存在ではなかったが、この 20 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と予測されている。インドの GDP は現在約 1.8 兆ドルと、イギリス・フランス等の約 2 兆ドルに迫っている。今後もグローバリゼーションは世界経済全体を成長させると考える。

私達の日常生活でも、グローバリゼーションの恩恵は大きい。例えば、現在私達は、グローバリゼーションのおかげで、食品・服・雑貨を含め、国内の多様な分野の商店で、世界中の商品を容易に購入することができる。しかも、世界中から商品が流入して競争が活発になっているので、それらの商品の値段は全般的に下落し安く手に入るようになっている。30 年、40 年前は「舶来物」と呼ばれ、普通の人には手に入れることができなかった世界中の商品が安く手に入るようになったのである。

グローバリゼーションが進む中で、衛星放送・インターネット等の高度情報通信技術が地球レベルで普及して行っった。その結果、私達は毎日、世界中の情報を衛星テレビ・インターネット等を通じて迅速に知ることができるようになった。

グローバリゼーションは人間の交流も活発にしている。今や世界各地の人が地域に観光・留学・仕事等で訪れ、さらに最近では、外国人の方が地域にお店を出したり会社をつくったりするケースも増えている。どこの地域にあっても、外国の人と接することが多くなり、それは地域の人にとっても、「異文化にふれる機会」となり生活に刺激を与え、視野を広げる契機ともなっている。

「海外渡航のチャンスが拡大したことこそグローバリゼーションの最大の恩恵」と考える人も多い。かつては、少数の特権的ポジションを得た人しか海外渡航ができなかった。しかし、グローバリゼーションのおかげで、現在は一定の「お金と時間さえあれば」誰でも海外渡航できるようになった。海外渡航は机上の学問や情報・データの分析でも得るこ

とができない、「世界の現実」を把握させ思考・視野を一举に拡大させ人間的・知的なレベルアップをもたらす最高の学習である。

国際政治・国際制度面でも、グローバリゼーションは、国際的な総合調整の必要性から、G20・WTO・IMF・世界銀行等、政治経済的な次元での包括的総合調整を実施する制度・機関等の構築と高度化をもたらし、多数の国民国家の連合形態としてのEU（ヨーロッパ連合）に象徴的なように国民国家を超えた国家連合という統治形態を現出し、地球レベルでのゆるやかな統合の可能性すら射程に入ってきた。

もちろん、グローバリゼーションは多大なメリットを人類や地域にもたらす一方で、その歴史的ランディングの過程で、複数のマイナス面も惹起させてきている。例えば、グローバルレベルでの市場競争経済の現出は、日本の多くの企業にコスト競争を迫る結果となり、多数の人々の賃金の下落傾向の遠因になっている。実際、質素な生活を志向せざるをえないような人が増えている現実もある。

逆に、少数派ではあるが、例えば、国際投資ビジネス等のグローバルスケールでビジネスを展開し過去の時代には考えられなかったような莫大な富を得る人も出ている。「一億総中流」とまで言われた日本のかつての「平等化された社会」から、いわゆる「格差社会」の様相を現出させてきているという面もあり、その中で、かつての日本の人々、特に若者の「上昇志向の意識」が薄れていると語る人もいる。

また、グローバリゼーションによる激しいグローバル競争の中で、地域の企業が倒産するケースも出てきている。最近の、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）などの日本を巻き込む広範囲な国際的自由貿易拡大の潮流にも多様な議論がある。

世界から多数の外国人が到来することを歓迎する人が多くいる一方で、「異文化理解・相互理解が進まない場合に社会的共同生活において摩擦が起きる」とか、「ただでさえ競争社会で精神的に荒廃している状況の中でさらに競争が激しくなりストレスが増大し、犯罪発生が多くなるのではないか」など、いまだ経験していないことからの予測不可能なことゆえに、さまざまな危惧を語る人がいることも事実である。

確かに、これらグローバリゼーションのマイナス面を考えると、グローバリゼーションは、一歩対応を誤ると人心や地域を荒廃させる要因にすらなる可能性も内包していることを認識しなければならない。

しかし、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、それ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が、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、出会い対話し交流する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。

グローバルゼーションとは何か

グローバルゼーションとは、経済・情報・文化・政治・人々の意識等の多様な点で世界全体が一体化して行く潮流

⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒⇒あらゆる点での世界一体化が進行中⇒⇒⇒⇒⇒



私達の問題意識

現代という時代の最大の特徴は「グローバルゼーション(地球一体化)」の急速な進展にある。

草の根・地域からグローバルゼーションを平和的に進め、その過程を地域活性化に役立てたい。



「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推進)

というコンセプトを基礎にゼミの伝統的取り組みとして、活動してきました。

世界レベルでの 経済規模の拡大

約20年で世界経済は
3倍以上拡大！

1989年
世界GDP
約2000兆円

2013年
世界GDP
約7000兆円

急速に発展する国・地域が続出

世界からの投資・
世界との貿易で
急発展！！

1989年
中国・ブラジル・
ロシア・インド・UAE・
トルコ・アフリカは世
界経済では全く目立
たない存在だった。

2013年GDPランキング
中国2位
ブラジル7位
ロシア8位
インド10位

UAE:一人あたりGDP6万ドル
トルコ:世界中から観光客
アフリカ:世界から投資集中

—「切っ掛けと集中学習」の重視—

私たちのゼミでは、「グラスルーツグローバリゼーション」の具体的な方法として、以下の4つを、伝統的手法として確立し、歴代のゼミ生が受け継いできた。即ち、第1にグローバリ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(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。

今年度も上記の4つのフェーズに沿って活動を進めてきたが、特に今年度の活動を進める上で最も重視してきたことは、「切っ掛けと集中学習」である。私達は今年度の活動を始めるに際して最初にブレインストーミングをした。その中で、前年度の「対話重視の活動」の意義を認めつつも、圧倒的な知識の不足を深く認識した。これだけ多様で膨大な情報がネット等を通じて入手可能であるのに、「前提となる知識」が不足していることに気が付いたのである。「知らないこと」が多すぎることに自体に気が付かないことは、不幸であると考えた。「知らないことが多いことすら知らない」から「知らないことが多いことを知る」に至った。「知らないことがたくさんある」ことを知ったことから学ぶことへの意欲が湧いてきたのである。私たちは、さまざまな方との交流を貴重な切っ掛けにして意欲的に学習することを決意した。知識の蓄積・バックボーンが多く豊かにある人間ほど、冷静な判断が下せる。今年度は、study・invite・visit・donateの伝統的な活動を進める中で、それらの活動で交流した方との対話や交流した現場を貴重な「切っ掛け」にして、再度ゼミ生各自が集中的な学習とディスカッションを行い、より深く学習することにした。

具体的には、活動する中で「切っ掛け」となる事項を認識した場合、ゼミ生がそれらについて広範な関連知識を深く調べ、ゼミで報告するという形式をとった。この方法は今年度のゼミ生にとって、飛躍的に知識を拡大することにつながったと感じている。本年度のレポートは、複数の交流した方や交流した現場を「切っ掛け」にして、学習した内容を、中心にまとめた。

2. ベネズエラ人留学生アコスタ＝ホルヘ氏との交流と集中学習



ベネズエラ人留学生アコスタ氏をゼミに招待して交流した。南米からの方を招待したのは始めてだった。アコスタ氏からは、ベネズエラの歴史・文化・政治・経済・生活・習慣等、広範囲な情報を伺うことができた。この招待を切っ掛けにして南米ベネズエラに関して集中学習を行った。

ーベネズエラの基本情報ー

ベネズエラの正式名称はベネズエラ・ボリバル共和国である。南アメリカ北部にある連邦共和制国家である。面積 91 万 2050km²、人口 2990 万人。首都はカラカス。元首はニコラス・マドゥーロ・モロス大統領。政治体制は大統領を最高権力者とする立憲共和制である。民族構成は白人が約 22%、黒人は約 10%、先住民族であるインディヘナは 2%である。公用語はスペイン語。宗教は国民の 95%がカトリックで、わずかにプロテスタントも存在する。主要産業は石油。ベネズエラは世界有数の原油国であり、現在石油の輸出によって急速な近代化と都市化が進んでいる。GDP は 3,586 億ドル。1 人あたり GDP は 1 万 2,785 ドルである。

ーベネズエラの教育の特徴ー

ベネズエラは 6～15 歳までの 9 年間で義務教育であり、大学教育は 5 年間ある。なお、小学部は 6 年間、中・高学部は 5 年間と日本とはやや異なる。ベネズエラの教育で特徴的なのは音楽教育である。1975 年に音楽家ホセ・アントニオ・アヴレウが始め、貧困層の児童を対象に行った音楽教育が非行少年の更生に大きな成果をあげた。現在でも政府は音楽教育を支援し、200 以上の楽団が運営されており、世界的な評価も高い。ベネズエラではサルサ、メレンゲといったカリブ系の音楽が特に人気である。またクラシック音楽にも積極的であり、カラカスには中南米で最も古く伝統のあるベネズエラ交響楽団が人気である。

ーベネズエラへの移民と人々の生活ー

ベネズエラには移民の流入がある。1940 年代から 1950 年代にかけて、欧州からの移民ブームがあった。隣国コロンビアを含め南米諸国等からも移民が多い。1900 年代後半以降

の石油を基にした経済体制は、一定の経済成長を実現し、現在では一人当たり GDP が 1 万ドルを超え中流階級も増大し高層マンションや自家用車が広まっている。首都カラカスにはイタリアやスペイン料理を取り扱うレストランも多い。

―ベネズエラの歴史―

1498 年にコロンブスがベネズエラに接触し、翌 1499 年にはスペイン人とイタリア人が内陸部を探検した。その後 1526 年にスペイン人によってクマナが建設され、先住民の長との戦いの最中の 1567 年にサンティアゴ・デ・レオン・デ・カラカスが建設された。

1789 年のフランス革命によって欧州の政局が混乱し、ナポレオン戦争がスペインに波及したことがベネズエラに大きな影響を与えた。従来はベネズエラ生まれの白人は政治への発言権が無くスペイン人への不満を持っていた。1808 年にスペインがナポレオンに占領されるとそれに乗じてカラカス市議会はスペイン人総督を追放した。1811 年にフアン・アントニオ・ロドリゲスが独立を宣言して大統領に就任する。ここにベネズエラ共和国が誕生した。しかし 1812 年にスペイン軍の進撃に敗走し共和国は崩壊した。

ナポレオン戦争が終結し、独立の指導者をしていたシモン・ボリバルの代理人は、イギリスで資金と武器を募り、さらには強力なベテラン兵士を雇うことに成功する。1819 年ボリバルはスペイン軍と再戦し、ボヤカの戦いで勝利し、独立を確実なものにした。しかし、それでもベネズエラはスペインの支配下にあることが抜けきれず、2 年後のカラカボの戦いでベネズエラは自由を勝ち取り、10 年にもおよぶ独立戦争に決着をつけた。1917 年には石油が発見され、農工業が中心だったベネズエラ経済は、次第に石油産業へと移行した。フアン・ビンセント・ゴメス大統領は石油採掘のために外資導入を進め、石油産業の礎を築いた。石油によって得られた富は労働者の発言権を強め、労働者階級を支持する民主行動党と青年グループが立ち上がった。そして 1945 年に軍を押さえベネズエラは初の民主的な政党政治に移行した。

―治安の安定の重要性―

近年ベネズエラでは治安が急速に悪化し、1900 年代末頃からは殺人事件発生数が増加の一途をたどった。その発生率はホンジュラスに次いで世界第 2 位となった。特に首都カラカスでは富裕層や観光客をターゲットにした特急誘拐（一時的にターゲットを拉致し、その場で家族に身代金を要求したり、ターゲットから ATM を通じて現金を引き出すよう強要する犯罪）が増加している。ベネズエラは石油資源を豊富に保有し、経済発展する大きな基盤を持っていたが、治安の悪化が社会全体を不安定にし発展を妨げた。技術や資源があっても、治安が不安定であれば、国は成長できない。治安の安定は発展の基盤であることを私たちは習った。

―日本とベネズエラの関係―

日本とベネズエラの外交は 1938 年から始まったが、第 2 次世界大戦時にベネズエラが連合国側についたことで一度国交が途絶えた。しかし 1951 年のサンフランシスコ講和条約の翌年より国交が回復した。現在の日本にとってのベネズエラは重要な原料供給国になっており、日本は原油・鉄鉱石・アルミニウムなどの輸入を行っている。逆にベネズエラは日本から自動車等を中心とした機械を輸入している。

—石油依存経済の課題—

現在ベネズエラでは、石油の原油安による深刻な物資不足を迎えている。原油はベネズエラの輸出収入の96%を占める。ベネズエラは原油価格が1バレルあたり1ドル下落するごとに7億ドルの損失を被ることとなっている。資源価格を乱高下させる国際政治の激しさの中では資源依存国家はときとして不利な状況に追い込まれることを認識したベネズエラは資源依存からの脱却を課題と考え始めた。

3. スリランカ人大学教員マーラシンハ＝アーシュボーダ氏との交流と集中学习

スリランカ人大学教員マーラシンハ＝アーシュボーダ氏を招待し交流した。マーラシンハさんからは、日本のテレビドラマ「おしん」を観て日本に強烈な関心を抱き、日本に留学し、日本で猛勉強したという体験を伺った。ゼミ生はスリランカという国に関心をもち集中学习を始めた。

—スリランカの基本情報—

スリランカは、面積6万5607km²、人口2036万人の国で、正式国名はスリランカ民主社会主義共和国。首都はスリー・ジャヤワルダナプラ。元首はマヒンダ・ラージャパクサ大統領で政体は共和制。民族構成はシンハラ人72.9%、タミル人18%、ムーア人8%。宗教は仏教徒が70%、ヒンドゥー教徒が10%、イスラム教徒が8.5%、キリスト教徒が11.3%である。

—「おしん」の世界的影響—

スリランカでは日本のテレビドラマ「おしん」が絶大な影響を与えた。「おしん」は、日本でも平均視聴率が52.6%、最高視聴率は62.9%という高い視聴率を記録した。「おしん」は日本での放映後、スリランカ、インドネシア、台湾、香港、アフガニスタン、シンガポール、エジプト、イラン等世界63カ国で放映された。放送終了から長い期間を経た今もなお世界にファンが多い。スリランカでも何度も再放送されている。

日本の明治・大正・昭和の激動の時代の中で、恵まれない環境に生まれ育ちながらも、多くの苦難に遭いながらも決して負けることなく、生き抜き、人生の階段を一步一步、登って、勝利をつかんでいった、「おしん」の生き方が、世界の多くの人々の生き方、考え方、心に絶大な影響を与えたことに私達は驚いた。いつの時代も世界の人々は、皆、心の底で、どう生きるべきかを考え、最高の生き方、行動の仕方を求めていることを理解した。

4. アメリカ人 IT コンサルタント：デビット＝ブズロー氏との交流と集中学習



アメリカ人 IT コンサルタントのデビット＝ブズロー氏を招待し交流した。デビットさんとの対話は合計 20 時間ほどにも及び密度の濃いものとなった。私達ゼミ生は、複数の課題について強い関心を持ち集中学習した。

ーアメリカの歴史における移民ー

アメリカの国民の歴史は移民と多様性の歴史である。アメリカ合衆国がこれまでに受け入れた移民の数は世界のどの国よりも多く、合計 5,000 万人を超え、現在も年間 70 万人近くを受け入れている。世界中から人間がアメリカに到来し、必死に英語を含めたアメリカ様式を身につけ努力しチャンスをつかみ、生活を安定させて行った。

元来アメリカに最初に居住したのは、2 万年以上前にアジア大陸からやってきた狩猟民族であった。古代ベーリング海峡付近で細い陸地がアジアと北米大陸をつないでおり、彼らは獲物を追って北アメリカへ移動してきたのであった。1492 年クリストファー＝コロンブスがアメリカに到着した頃には米国本土には約 150 万人の先住民が居住していた。マサチューセッツ、オハイオ、ミシガン、ミシシッピ、ミズーリ、アイダホなどの州名をはじめ多くの地名が先住民の言葉を語源としている。また、トウモロコシ、トマト、ジャガイモ、タバコ等、現在世界各地で主要な産物となっている作物の多くも、先住民がヨーロッパ人に作り方を教えたものであり、カヌー・スノーシューズ・モカシンなど、先住民発のモノも多い。コロンブス到着以降 200 年にわたって、ヨーロッパ諸国の人々が大西洋を渡り、アメリカに交易所や植民地を築いた。

1924 年、米国連邦議会はジョンソン＝リード移民法を承認した。これは、合衆国が初めて、各国からの移民数を制限した法律である。各国からの年間移民許可数をすでに合衆国に住んでいる当該国からの移民数に基づいて決定した。その結果その後 40 年間の移民パターンは、主としてヨーロッパ系と北アメリカ系という既存の移民人口構成を反映するものとなった。

合衆国の歴史ではアジアからの移民を排斥するときもあった。アメリカ西部の住民がアジア人に職を奪われることを恐れアジア人に対する人種偏見が広く存在したときもあった。

しかし、1952 年にはあらゆる人種の人たちに米国市民権の獲得を認める法律が制定されるなど、米国は民族的多様性により公平に対応するようになっていった。

今日、アジア系アメリカ人は、アメリカで最も急速に人口の増えているグループの 1 つで、合衆国に住むアジア系アメリカ人は約 1,000 万人である。アジア系移民は最も成功度の高いグループの 1 つともなっている。実際アジア系は収入が高く、アメリカのトップクラスの大学で学んでいる子どもの数も多い。

1965 年から、合衆国は移民ビザの申請を変化させ、アメリカ市民の親類と、アメリカ国内で不足している技能の持ち主へのビザを優先するようになった。1978 年には、移民への門戸をさらに大きく開放した。1990 年時点で、アメリカへ移民として到来してきた人々の出身国上位 10 カ国は、メキシコ（5 万 7,000 人）、フィリピン（5 万 5,000 人）、ベトナム（4 万 9,000 人）、ドミニカ共和国（3 万 2,000 人）、韓国（3 万人）、中国（2 万 9,000 人）、インド（2 万 8,000 人）、ソ連（2 万 5,000 人）、ジャマイカ（1 万 9,000 人）、及びイラン（1 万 8,000 人）だった。1990 年のアメリカの人口のうち 2,000 万人は外国で生まれた人たちだった。「米国人の十数人に一人は世界からやってきた人」ということになる。1990 年の移民法改正で、移民制限数が年間 67 万 5,000 人と定められた。この法律は、熟練労働者や専門職者の移民を奨励すると共に、近年アメリカへの移民が比較的少ない諸国からの移民を促進することも実現した。これによって、1990 年には、バングラデシュ、パキスタン、ペルー、エジプト、トリニダード・トバゴといった諸国からおおよそ 9,000 人の移民が入国した。合衆国は引き続き、他のどの国よりも多くの移民を受け入れている。

ーアフリカ系アメリカ人の歴史とアメリカ民主主義ー

アメリカをつくった世界中の移民達の中でも、おそらく最も過酷な試練をくぐりぬけたのはアフリカ系移民であり、その歴史はアメリカ民主主義の試行錯誤の変化・発展とも関係している。1619 年から奴隷輸入が法律で禁止される 1808 年までの間に強制的に奴隷として連れてこられたアフリカ人は 50 万人に達した。多くのアフリカ人が特に農場で多くの労力を必要としたアメリカ南部に居住した。実際、アメリカ南部では奴隷とその子孫を「所有」する習慣が続いた。

奴隷制度への大きな転換点は、1800 年代中期にあった。1861 年北部の奴隷制度を廃止した自由州と、奴隷制度存続を主張し合衆国から脱退した南部の奴隷州との間に南北戦争が勃発した。南北戦争中の 1863 年リンカーン大統領が奴隷解放宣言を出した。1865 年には合衆国憲法修正第 13 条によって合衆国全体で奴隷制度は廃止された。しかし、奴隷制度廃止後もアメリカのアフリカ系米国人は社会全般に存続した「人種隔離制度」に悩まされた。多くのアフリカ系米国人は有利な職につけることがなかった。白人から隔離された荒廃した地区（ゲットー）に住む者も多かった。

1950 年代末から 1960 年代初めにかけて再び転機が訪れた。マルティン・ルーサー・キング・ジュニア牧師のリーダーシップの下に、黒人達はデモ行進等の非暴力的手段で、法の下での平等と人種差別の撤廃を要求した。この公民権運動は 1963 年 8 月 28 日最高潮に達した。この日 20 万人以上のあらゆる人種のアメリカ市民達が、ワシントン DC のリンカーン記念堂前に結集した。

キングは「私には夢がある。いつの日か、ジョージアの赤土の丘の上で、かつての奴隷

の子孫と、かつての奴隷所有者の子孫が、兄弟として同じテーブルに腰をおろすという夢が。・・・私には夢がある。いつの日か、私の４人の幼い子どもたちが、肌の色によってではなく、人格によって評価される国に住めるようになるという夢が」と訴えた。その後、連邦議会で、「投票、教育、雇用、住宅、および公共施設に関する差別を禁止する法律」が承認された。「積極的差別是正措置（アファーマティブ・アクション）」という職場等で一定数の黒人やその他マイノリティを雇ったり、学校に一定数の黒人・マイノリティを入学させたり、さらにマイノリティ議員の選出の可能性を高めるために選挙区を改変することなどの措置も実行された。

現在アフリカ系アメリカ人はアメリカの総人口の 12.7% を占める。黒人中流階級進出は急速に進んだ。黒人の就労人口の約 40% はサービス業や肉体労働の仕事ではなく、管理職、専門職、経営者などいわゆるホワイトカラー職についている。

そして近年大きく変わったのは、アメリカの白人の考え方ではないかと思われる。キング牧師の「私には夢がある」という演説を聞いて育った世代が増えており、特に若い世代にはあらゆる人種を尊重する新しい傾向が見られる。あらゆる階層、社会状況において、黒人に対する白人の受容度は高まった。1990 年代のブッシュシニア政権で黒人のコリン＝パウエルが統合参謀本部議長になり、2000 年代初頭のブッシュジュニア政権では、黒人のコンドリーザ＝ライスが国務長官になり、2008 年大統領選挙では、米国民は、アフリカ系アメリカ人のバラク＝オバマを自分たちの大統領に選んだ。世界の人々は、アメリカ民主主義の偉大さに拍手を送った。

－最近の不法移民への対応－

近年、正式な在留資格がないままアメリカで何年も暮らしている「不法移民」への対応が議論になっている。不法移民の多くがヒスパニックと呼ばれる中南米の出身者である。オバマ大統領は、一定の条件を満たす人には合法化への道を拓くと公約してきたが、野党共和党の反対によって法案審議は滞り、先の中間選挙でも与党民主党は惨敗した。オバマ大統領は、行政のトップとしての権限で、アメリカで子ども（アメリカ国籍の子ども）を持ち、すでに 5 年以上アメリカにいる不法移民については、3 年間本国（アメリカ）への強制送還を猶予しようと言っている。この対象は最大で 500 万人近くになりそうである。

合衆国移民・帰化局の推定では、現在約 500 万人の外国人が合衆国に不法滞在している。その数は年間およそ 27 万 5,000 人の割合で増えている。近年では、アメリカの南部国境において、「子供の不法移民」が急増している。子供だけで毎日何百人もが米国の南部国境を越えてくる現象である。年間約 5 万人以上という異常なペースである。

子供達の多くは隣国メキシコからでなく、中米のエルサルバドル・グアテマラ・ホンジュラスの 3 カ国から来ている。この 3 カ国からは、メキシコのアメリカとの国境地帯まで、飛行機やバスの「ルート」があり、コンスタントに子供たちが送られている。なぜ子供たちは母国を脱出してくるのか？その理由の第一はこの 3 カ国の治安が極端に悪化していることにある。例えば、ホンジュラスの場合は、2012 年の一年間で殺人の件数は 7172 件で、10 万人当たりの殺人事件被害数は 96 人と、世界第 1 位の水準。中米諸国の治安悪化の背景には、政情不安定、ハリケーン等の自然災害、経済停滞、生活の貧困、社会の不安等がある。そのような不安定な社会状況では、いわゆる地下組織が力を持つ。それらの組織が、

「1人50万円から80万円で子供を安全にアメリカへ亡命させる」というビジネスを行っているのである。

不法移民に対して、アメリカは対応に苦慮している。大統領候補への期待が高まっているリック・ペリー（当時のテキサス州知事）は「連邦政府の無策が原因」だとした。「人道上の被害者」とも言える子供たちを即時強制送還させるわけにもいかない状態になっている。アメリカはこうした人道上の問題に関しては、「亡命者として認められるような直接的な迫害を受けたか？」といった認定を裁判所で行うこと等を展開している。その場合に、通訳や弁護士はアメリカ政府が国選でつけている。判決が下りるまでは衣食住を保障された施設に収容され、子供たちの世話をする無償ボランティアなどの支援組織も機能している。しかし、押し寄せる不法移民の子供たちの流れに対して、収容施設が満杯など、「人道的な対応」が追いつかない状況になっている。

オバマ大統領は、総額37億ドルの緊急予算措置を提案した。内容は、「不法移民ができるだけ国境を越えないような警備体制」・「子供たちが入ってきた場合の移送費、裁判コスト、健康管理コスト」などである。「不法移民全員を合法化」・「不法移民の高校生を合法化して大学に行かせる」といった「甘い」政策提案などが出る中で、共和党は、中米の人々に誤ったメッセージを送っているとして、安易な政策対応に反対している。

しかし、共和党にとっても、圧倒的な票数を持つヒスパニック系米国人の存在を前に、以前のような、「不法移民は犯罪者で追放せよ」などという単純な主張はもうできないのも現実である。実際、ジェブ・ブッシュ氏（ジョージ・W・ブッシュ元大統領の弟で元フロリダ州知事、共和党の大統領候補として最有力の1人）なども「不法移民の犯した不法行為は、家族の生活向上を願ったものであり、同じ犯罪でも凶悪犯とは違う」と発言している。

—アメリカにおける近年のヒスパニック移民・ヒスパニックパワー—

現在アメリカ社会においてスペイン語圏出身者の割合が急増している。アメリカにおけるスペイン語圏出身者は、1950年には400万人に満たなかったが、現在では、約2,700万人で、さらに増加の勢いにある。アメリカの総人口の約10%を占めるまでに台頭した。

ヒスパニック系住民の約5割はメキシコ系、残る5割は、エルサルバドル、ドミニカ共和国、コロンビア等、広範な中南米諸国からの人である。ヒスパニック系住民の36%がカリフォルニア州に住んでいる。ヒスパニック系人口の多い他の州は、テキサス、ニューヨーク、イリノイ、フロリダ等の各州である。フロリダ州にはカストロ政権を逃れたキューバ人が多く移住したという歴史がある。現在でもフロリダ州マイアミにはキューバ系アメリカ人が集中している。

マイアミ最大の新聞「マイアミ・ヘラルド」紙は英語版とスペイン語版の両方を発行している。スペイン語圏出身者の急増で各都市でスペイン語の使用が広がったために、国民の間で言語を巡る論争が発生した。アメリカ人の中には2つの言語（英語とフランス語）を認めたカナダでの分離運動の現実を指摘し合衆国でそのような動きが出ることを阻止するため、「英語をアメリカの公用語とする法律の制定」を要求している。

一方そのような法律の制定は、外国語を母国語とする住民が差別を受け日常生活を営むことが困難になる等の弊害の可能性が高いとする意見もある。カナダではフランス語を話

す人たちの大半がケベック州に住んでいるから分離運動が起きているのであってスペイン語を話す人が全国に散らばっている米国では心配ないとする。また、フランス語・ドイツ語・イタリア語等複数言語を認めているスイスでは複数言語の存在が国家の統一を阻害していないとしている。

ヒスパニック系労働者は、その3分の1近くが、正規の仕事にプラスして副業で週5日働いている。正規の仕事にプラスして副業を行う非ヒスパニック系白人は17%にすぎない。またヒスパニック系労働者は非ヒスパニック系労働者よりも夜間勤務を多くこなしていて労働時間も長い場合が多い。マサチューセッツ州レキシントンにあるサーカディアン・テクノロジーズ（Circadian Technologies）社の調査によればヒスパニック系労働者の長時間労働は心身両面における重大な犠牲と職場における安全に大きな悪影響を及ぼしているとしている。

長時間労働は睡眠時間を減らしこれが引き金となってしばしば仕事の能率や注意力が低下しストレスや重大な健康上の問題をかかえやすくなり、ミスが起こる可能性が高くなる。事実、ヒスパニック系労働者が米国の全労働者数に占める割合は12%であるにもかかわらず、2002年の労災死亡者数のうちヒスパニック系労働者の占める割合は15%とやや高い。健康保険に入っていない米国人は4100万人だが、そのうち3分の1がヒスパニック系である。ヒスパニック系が不利になっている最大の原因は、言葉の壁である。

英語が上達しなければ、有利なポジションにつくこともできないし、仕事上の手順等を理解することもできない。「職業上の安全と訓練に関する各種資料をスペイン語に翻訳すること」が求められ、企業での監督者がヒスパニック系労働者とよりスムーズに意思疎通をはかれるよう、監督者向けのスペイン語基礎講座を用意する必要があるというような現実も出てきている。逆に「ヒスパニック系の人にもっと熱心に英語を学んでほしい」という意見も出ている。

—欧州における移民戦略—

米国は欧州における移民戦略にも注目している。欧州では、グローバル化による市場競争が激化する中、高齢化による労働力供給不足への懸念が高まり、1990年代後半頃から移民政策に変化が現れ始めた。即ち、「望まれる移民」としての高度人材を優遇する一方で、「望まれない移民」である不法労働者を排除し、併せて域外からの新規単純労働力の移入を抑制するという「選択的移民政策」を推進した。

これらの背景には、EU第5次拡大による東欧諸国の加盟で、労働力供給、特に未熟練労働市場の供給力が飛躍的に増大したことがある。結果的に欧州主要国は、域外からの労働者ではなく、旧東欧諸国からの労働者で労働力を充足するようになったのである。一方、EU経済圏としての競争力を強化するという目的から、高度人材向けには、EUとしての統一のアプローチを開始し、域外高度人材の域内での移動を自由にするEUブルーカードを導入した。現在、イギリス、アイルランド、デンマークの3カ国を除く24カ国が、共通の枠組みで同制度の推進に向けた作業を行っている。グローバル化の進展に伴う市場競争の激化の中で、欧州のこのような戦略に影響されて、アメリカも高度外国人材の囲い込み戦略を強化するようになってきた。

欧州では過去に受け入れた外国人労働者らの子孫が、その規模を次第に拡大させ、社会

における一定のグループ層を形成するようになった。中には貧困で教育水準が低く、よって就労機会が限定的であるというグループもある。これらのグループの社会適合性を高め、経済に貢献させることを目的に、現在欧州主要各国は、多くの国費を投じ社会統合政策を実施している。

—アメリカの理念と移民—

なぜアメリカにひっきりなしに世界から移民が押し寄せるのか？世界の人にとって、母国を去って新しい国・アメリカに来るという行為は、決断・勇気・冒険心・適応性・柔軟性を必要とする。アメリカに魅力を感じなければ起こさない行動である。アメリカには、世界で GDP トップという経済的豊かさがある。アメリカは、「他人に過度に迷惑をかけない限り思想・信条・言論・行動・生き方等全てが自由」という圧倒的な自由が尊重される、自由主義の国、自由の国である。

アメリカは、land of opportunityと言われるほど、全ての人間、その人がどんな民族であろうが、どんな出身だろうが、何才だろうがチャンスがあるという、チャンスの国、チャレンジできる国である。アメリカは、世界の最高権力者でもある米国大統領さえ国民が選べるほどに民衆が政治を決定するという、成熟した高度な民主主義がある。

アメリカは、既に世界から多くの移民を受け入れる中で、世界中の文化・思想等を受け入れる開放性があり、多様性がある。このような国家的魅力を直感し、世界から多くの人々が、リスクを冒してでも、米国に入国する。そして、実際の米国人と交流する中で、多くの米国人は、明るくフレンドリーで親切であり、新しいものに挑戦する意志と、独立独歩で生きる楽観的な性格を持っていることに気付く、アメリカが好きになる。

移民はまた母国・出身国の文化をアメリカに持ち込むことによって、米国社会を多様で豊かなものにしている。今日、アメリカの黒人の多くは、クリスマスに加えて、アフリカの儀式に基づくお祭り、クワンザを祝う。ヒスパニック系アメリカ人は、伝統的なシンコ・デ・マヨ（5月5日）の祭典を開く。アメリカ各地の都市に、さまざまなエスニック・レストランが見られる。かつてケネディ大統領は、多民族性のアメリカについて、「ひとりひとりが同じ条件で新しい人生を始めた移民の社会。古い伝統の新鮮な記憶を保ち、新たなフロンティアを探る勇気を持った人たちの国…それがアメリカの成功の秘密である」と述べている。

デビット＝ブズロー氏は、「アメリカはすべての人にチャンスを与える中で、発展・繁栄しているし、アメリカの外国の人に対する受け入れや制度設計は、長期滞在・就労・永住・政治参加など多様な点で段階をもうけるにしても、時代に合わせて柔軟につくってきている」と語っていた。さらにデビット氏は、「日本の多くの中は礼儀正しく、まじめで、人にやさしい。こんな素晴らしい日本人の住む地域だったら、世界中の人が日本のどこに來ても、うまくとけこみ、仲間になって、地域の活力になってくれることは間違いない」と断言してくれた。

—アメリカの永住権制度・就労ビザ制度等について—

アメリカの永住権制度・就労ビザ制度等について学習した。アメリカでの永住権を獲得する方法には基本的に以下の3つの方法がある。

1. 家族関係による永住権申請

申請者の移民としての地位及び呼び寄せ家族の続柄・年齢によるもの。

2. 雇用関係による永住権申請

スポンサーとなる雇用主が行うもので労働カテゴリーに応じて優先順位と年間発行枠が定められている。職種によっては雇用主が永住権申請書類を市民入国管理局に提出する前にアメリカ労働省から労働証明書を取得する必要があり審査に数年かかる場合がある。またアメリカに 100 万ドル以上（雇用促進地域の場合は 50 万ドル以上）の投資を行い 10 人以上の正社員を雇用する等、雇用創出に貢献する外国人投資家も永住権を申請することができる。

3. 多様化プログラムによる申請

抽選式グリーンカードとも言われ、世界各国を 6 つの地域に分け、抽選で職業や財産などに関係なく、各国平等に移民のチャンスを与えるシステムである。過去 5 年間の移民データに基づき、移民の少ない地域から抽選で年間 5 万人に移民ビザを発給する。ただし、年間発給数の上限は、1 カ国 3500 人（年間発行数の 7%）となっている。

永住権ではなく一定期間アメリカで働くことを目的とする場合には「就労ビザ」がある。1994 年に発効した北米自由貿易協定（NAFTA）の補完協定は、アメリカ、カナダ、メキシコの 3 カ国間における非移民の一時的な労働移動の円滑化について定めた。この協定による「NAFTA 専門職ビザ」により、会計士、建築士、技術者、経営コンサルタント、医師、看護人、科学者、教師等の専門資格を持つカナダ・メキシコの市民は、アメリカで同様の専門職に就くことができるようになった。滞在期間は 1 年間で延長も可能である。当初メキシコ人専門職の米国入国については、協定発効当初より年間 5500 人に制限されてきたが、2004 年 1 月からこの制限は撤廃された。

アメリカにおける外国出生者人口は約 3,000 万人で、全人口の約 10%を占める。つまり、「米国人の 10 人に 1 人は米国以外の世界から来た人」となる。外国出生者人口の出生地別の割合は、ラテンアメリカ諸国が約 50%、アジア諸国が約 25%、欧州諸国が約 13%である。外国出生者の雇用者総数は約 1,900 万人で、その内訳は、管理・専門職 518 万人、サービス業 449 万人、営業・事務 347 万人、農林漁業 30 万人、建設・鉱業・整備 228 万人、製造・輸送・素材 355 万人となっている。2003 年の外国出生者の失業率は 7.5%であり、アメリカ出生者の失業率 6.2%よりもやや高い程度である。

アメリカの移民法は、非常に変化の激しい法律であり、2001 年 9 月の同時多発テロ事件以降は、2004 年 9 月 30 日から原則全ての外国人渡航者に入国時点で指紋情報の読み取り及び顔画像の撮影を課すなど、申請手続・審査の厳格化等が進められてきた。移民法はまた時の政治情勢によっても大きく左右される。2004 年の大統領選挙においては、マイノリティ票獲得のため、共和・民主両陣営から不法滞在者の永住権取得に道を開く移民希望者に有利な法改正が提案された。アメリカの移民政策は、今後とも時々の情勢に応じ種々の改変が行われていくものと予想される。

ーアメリカ人のライフスタイル・生き方ー

デビッドさんとの交流・対話の中から、米国における人間の生き方、ライフスタイルに

ついて深く考えさせられた。

アメリカは世界から移民を受け入れることで高度な多様性を有する文化・社会をつくってきたことから、人間のライフスタイルも多様である。家庭・家族というものに対してもアメリカでは変化している。アメリカでは1950年代を中心に、「家庭・家族」は社会における最も基本的な制度として肯定されていた。よって誰もが、新しい家族・家庭への出発となる結婚に肯定的であった。しかし1980年代以降は全婚姻の約60%が破綻という状況になった。アメリカでは離婚をする人が多く、再婚でも再々婚でも普通になっている。日本だと再婚までは許されても二度目の失敗は許されないという風潮もあるがやがてアメリカのように再々婚まで普通になるかもしれない。

アメリカでは結婚しないライフスタイルも普通で、結婚・家族・家庭が当然視されていない。結婚・家族・家庭に寄せる期待も小さくなっている。結婚する人が減っているのは、結婚に対するイメージが良いとも思わない人が増えていることが背景にあるようだ。自由の喪失、自由に使えるお金の喪失、自由に使える時間の喪失、「嫁・姑戦争」等の親族関係の否定的な人間関係の負担など、多様な負担が発生し、自分の確立した自由がなくなってしまうというイメージである。「法的制度的な結婚」は崩壊した場合に、慰謝料・養育費等の負担が生じることから警戒し、法的制度的手続きに踏み込まず、行動を共にしたり、共同生活したりする、自由恋愛のライフスタイルをとる人が多いのもアメリカの現状である。

逆に、離婚率の異常な高さから、結婚後の夫婦関係を安定化させるスキルが探究されている。例えば、夫婦関係安定化の基本として「話すこと」の重要性が指摘されている。「話すこと」によって問題を解決しお互いの関係をより親密にするというのである。常に会話によってコミュニケーションを取り、日常の問題について十分に話し合って解決・協力し、それぞれの生活領域に関する情報交換の促進を提唱している。近年では仕事中に緊急でもないのに夫婦が電話し合うといった光景も珍しくなくなった。結婚後もお互いのことをよく知りよく理解しようと努力し常に平等な立場で相談し合うことが重要とされている。

—アメリカの家庭教育—

米国の家庭におけるしつけの目標は「自立」にあることを教わった。親は子どもの自立を促すため、何でも自分で決めるように意見を求め、悪いことをしたら納得がいくまで話し合うとのことだ。そうすることで責任感と自尊心を身につけさせていく。また、学校の勉強やスポーツなど課外活動も含めた「教育」に対しては熱心である。住居を選ぶ重要な基準に、近くによい学校があることをあげる人は少なくない。

最近ではドラッグや暴力など荒廃する学校環境を憂えて、あるいは自分の子どもの個性に合った教育を目指して、家庭を教育の場とするいわゆるホームスクールが増大し、いまや200万人を超える子どもたちが学んでいる。また、子どもたち自身が教育プログラムを選べる「チャータースクール」も増えており、親が主体的に教育にかかわることで教育の選択肢は広がりつつあるようである。

米国では親子のコミュニケーションは重視されている。日常の会話はもちろん、家事などの役割分担を通し、家族の一員としての意識や親密な関係を培っていく。子どもが自立した後も用はなくても電話をかけ合ったり、感謝祭やクリスマスなどをきっかけに家族が集まったりすることも多い。また、たとえ夫婦が離婚しても、親子の関係が断絶されるよ

うなことがないように努力する。一方養子を迎える家庭も多く、血の繋がりはなくとも、ともに暮らし育てていくことで本当の子どもとして受け入れる。アメリカ人にとっての親子関係とは、血縁に規定されるものだけではなく、自ら創り上げていくもののようなものである。

5. フェアトレードショップ「ら・なぷう」オーナー・若井由佳子氏との交流と集中学習



長岡市内にフェアトレードショップ「ら・なぷう」というお店がある。オーナーの若井由佳子氏は、「フェアトレード」という国際協力の活動を行っておられる。発展途上国の人たちがつくった商品を適正な価格で買い取ることを基本に、発展途上国の人がつくる商品の売買を促進し発展途上国の人の生活が向上するようになる運動がフェアトレードである。

グローバリゼーションの経済的基幹制度である自由競争市場経済の原理のみでは、どうしても世界的に、商品の価格下落が追求されすぎるために、結果として、発展途上国で働く弱い立場の人の賃金が、過度に低くなってしまい、生活ができないほどに苦しんでいる現実がある。

現在、発展途上国の人々の生活の自立、生活の向上を目指して、適正な価格で、商品を買取り、貿易を促進することを目的に、世界の75の国の、450以上の組織が、フェアトレードやフェアトレードショップを展開している。

忘れてはならないことは、フェアトレードは発展途上国の人達の圧倒的な逞しさ・強さ・優しさといった人間的魅力と輝きを私達に教えてくれる面があるということである。私達は若井氏との交流を切っ掛けにして、フェアトレードについて学習した。

ーフェアトレードとはー

「フェアトレード」とは、発展途上国の生産者、または労働者に正当な対価と安定した生活を維持・実現への寄与を目指す活動である。第二次世界大戦後にスタートし、半世紀以上の歴史を有している国際協力活動とも言える。アフリカ地域や中東などの発展途上国

の生産者や労働者に正当な対価と人間として最低限必要な生活を維持していくことを目的として、第2次世界大戦後にスタートした。当初は NGO による慈善活動的な色彩の濃いフェアトレード運動であったが、歴史とともに多様化し 1990 年代以降はビジネス志向を強め、一般企業もフェアトレードに参入するようになった。

ーフェアトレードの歴史ー

フェアトレードが始まったのが、1940 年代頃だといわれている。即ち、1946 年にアメリカで、キリスト教の NGO のボランティアをしていた人が、支援先のプエルトリコの女性たちが織っていた刺繍製品を持ち帰って友人や隣人に売って彼女たちの生計を助けたのが、フェアトレードの始まりだという。1949 年には同じくアメリカの教会が「SERRV」という団体を組織し、第2次世界大戦後に難民化したドイツ人が作った鳩時計を輸入して売り始めた。ヨーロッパでは、1950 年代にイギリスを代表する救援開発 NGO が、香港の中国人難民が作った針刺しを売り始めた。

またオランダでは、1960 年代に第三世界グループがサトウキビからできた黒糖を売り出したとき、「黒糖を買うことで貧しい国の人々を豊かにできる」と市民に訴えかけた。これらの組織は、教会やバザーなどでアドホックに活動していたが、恒常的に発展途上国からの産品を売る場としてショップを開くようになった。また発展途上国から産品を大量に輸入する卸売り組織も誕生していった。「Oxfam Trading (1964 年)」、「SOS 財団 (1967 年)」などの「フェアトレード産品輸入団体」が設立された。初期のフェアトレードは、難民や貧しい生産者の人々などを何とか救おうという、人道主義的な動機にもとづいた慈善活動として行われた。他の多くの国際協力活動がそうだったようにキリスト教等の宗教・信仰がベースにあった。

1960 年代の国際政治では南北問題や民族解放問題がクローズアップされていたが、抑圧された地域の人々を救いたいという思いからも、フェアトレードが台頭した。世界各地で、第3世界の帝国主義諸国から支配で疎外された国・地域や政治的に抑圧された人々と連帯し、コーヒーや紅茶、オリーブなどの産物を輸入・販売して経済的に支援するという政治的キャンペーンが、繰り広げる中で、フェアトレードは、抑圧された国・地域・人々の「解放」を支援する運動となった。西側の先進国内での 1960 年代以降の学生運動・公民権運動・反戦反核運動・消費者運動等、全般的な反体制的潮流の雰囲気もあって大きな支持を得た。

実際、アメリカのフェアトレード団体の「Equal Exchange」は強力だった。1979 年、ニカラグアでサンディニスタ民族解放戦線が社会主義革命を成功させた。これに対してアメリカの保守派はニカラグアの反政府勢力を支援し、1985 年にはニカラグアに対する経済制裁を断行した。こうした露骨な米国の介入に異を唱えたのが、アメリカ・ニューイングランド地方の生協活動家たちだった。ニカラグアの左派政権下で進む農地改革や農協運動を支援しようと 1986 年に「Equal Exchange」を立ち上げ、コーヒーの輸入を始めたのである。アメリカ政府は、輸入されたコーヒーを没収するなど連帯貿易の阻止を図ったが、「Equal Exchange」はオランダのフェアトレード団体の協力のもと、経済制裁の抜け道を巧みに突いて輸入を続けた。

1960 年代末・1970 年代以降、慈善活動的な色彩が濃かったフェアトレードから、開発志向フェアトレードが生まれて行く。その主な担い手は開発協力 NGO で、「Oxfam」の

ように以前からフェアトレードを行っていた団体もあったし、新たにフェアトレードに取り組む団体も、開発志向フェアトレードを担って行く。

初期のフェアトレードは、発展途上国の人々の目の前の窮状を救う慈善的・刹那的な救援（relief）としての色彩が強くあったが、それは支援対象の人々の間に援助への依存を生み出してしまうことが多くあった。

ここから、フェアトレードが、「施し」をするのではなく、人々が自らの能力を向上させ、自らの手でものを生産する「収入創出活動」を行えるように支援し、そうしてできた産物を地元市場だけでなく、先進国市場で売ることによって彼らが自立するのを手助けすることで、中長期的な開発と自立を志向するというように、戦略が変化した。しかし、現実の問題だったのは、発展途上国の零細な生産者は、生産に必要な資金に乏しい状態で、近隣の市場にまで産物を持ち込む力もないほど貧しい状態だったということである。

実際、そうした弱みにつけこんで仲買人が高利で金を貸したり産物を安く買い叩いたりして生産者を苦しめてきた現実があった。そのように生産者を食い物にする仲買人は中南米などでは「コヨーテ」と呼ばれていた。仲買人と対峙し仲買人を排除するには零細生産者の組織化を支援することが必要だった。組織化することで一対一では立場が弱い生産者も交渉力を強化することができる。共同購入・共同出荷によってコストを下げることもできる。さらに市場への輸送手段や情報を得るための通信手段を獲得したり、さらには輸出業務を自ら行ったりする力をつけることができると考えた。

1970年代から1980年代にかけて、フェアトレードに「開発の視点」が確立した。開発志向フェアトレードをリードしていく団体が次々と生まれていた。代表的な団体としては、1975年に設立したドイツの「gepa」や1979年と1985年に設立したイギリスの「Traidcraft」、「Twin」、1988年に設立したアメリカの「Global Exchange」がある。

1980年代に多くのフェアトレード団体が生まれ、フェアトレード市場は活況を見せ、1980年代には、「売り上げが爆発的に伸びていき、どんな品質のどんな産品でも売れる」という状態にまでなった。

しかし、1990年代になると売れ行きが鈍り、その結果倒産するフェアトレード団体まで現れるようになった。その原因としては、グローバル資本主義経済が本格的に進み始め、世界的大企業等が発展途上国も含めた世界各地で大規模に生産体制を編成し始めたことがあった。世界各地の労働者はその編成された世界システムの中で働き、製品が生産され、それらの製品は、安く品質も良いものとなった。また、グローバル化への対応が遅れた日本では、長期不況が続き、さらに少子高齢化による現役世代の可処分所得の減少から、消費が落ち、萎縮したメンタリティが一般化し、消費者は、余分なものを買ったり、チャンレンジのメンタリティ、余裕のメンタリティがなくなり、より安い価格のものを追うようになった。消費者は、フェアトレードという「大義」の前に無理な買い物をせず、大量生産の安い品へと流れてしまった。

フェアトレードの販路は、世界ショップやチャリティ・ショップ、エスニック・ショップ、教会、バザー、カタログ販売などに限られていった。大きな壁にぶつかったことで、フェアトレード団体は、方向転換を迫られた。消費者つまり、市場と製品の品質をより重視したアプローチをおこない、生産者と消費者とのバランスやプロセスと品質のバランスを取ったアプローチへの転換である。さらには、倫理的消費者という、限られた「ニッチ

市場」の殻を破って、数多くの一般消費者が待つ大市場へと打って出ることである。

ビジネス志向のフェアトレード団体が誕生した。その代表例を 1991 年設立の「Cafédirect」に見ることができる。同社を創設したのはイギリスの 4 つのフェアトレード団体であったが、創設当時から古い連帯アプローチから意識的に決別することで、生産者と消費者の双方とパートナーシップを築き上げていくことで、一般市場の中で活動し、従来型の企業に近い環境の中でフェアトレードの原則を実践することを目指している。

「Cafédirect」のスポークスパーソンは、「品質で消費者を納得させることができ初めてフェアトレードに焦点を当てることができる。フェアトレードを前面に押し出したら消費者に関心を持ってもらう可能性は低くなる」のだと語っている。このように市場・消費者と品質を強く意識した「Cafédirect」は、イギリスのコーヒー市場で第 6 位のシェアを得るまでに成長した。同様の例として 1997 年に創立の「Day Chocolate Company」がある。同社は、イギリスのフェアトレード団体とガーナのカカオ生産者組合が共同出資するユニークなフェアトレード企業だ。同社も「Cafédirect」と同様、初めから一般市場で大手企業と渡り合う覚悟でフェアトレード・チョコレート売り出し、2003 年には黒字化して、今も順調に売り上げを伸ばしているという。

ーフェアトレードの考察と展開ー

「フェアトレード」について経済学的に考えてみた。古典派経済学・新古典派経済学の理論では関税・非関税障壁などを廃止し可能な限り自由な市場競争での国際レベルでの経済活動の有効性を主張する。阻害されることのない世界レベルでの自由競争市場こそが全ての国民の生活上の豊かさを実現するというのである。

これに対して、国際的な市場万能主義に懐疑的な理論体系としては、かつての米国のアレキサンダー＝ハミルトンや、ドイツのフリードリッヒ＝リストの国家戦略レベルでの理論はあったが、フェアトレードはもっとミクロレベルの理論を必要とする。即ち、自由貿易の名のもとに発展途上国の市場はこじ開けられ、発展途上国の国際競争力の弱い産業は滅亡し、発展途上国の人々の賃金は、競争圧力で、限界まで、下げられ、大半の人々の生活は向上しないという生活現場に根ざした理論である。

疎外された発展途上国の生産者や労働者たちが搾取されることなく、自立して人間として安定した暮らしができるよう、彼らに正当で公正な対価を払うことができる貿易の実現を目指すものとしてフェアトレードの価値があり、可能であればその理論体系も今後は構築される必要がある。フェアトレードでは、公正な国際貿易の実現をめざすために、対話・透明性・敬意の精神に根ざした貿易パートナーシップを目指す。

フェアトレードは発展途上国の生産者や労働者の人々の権利を保障することで、そうした人々により良い交易条件を提供することにより、持続的な発展に寄与するものとなるべきである。

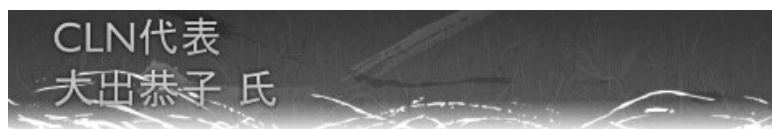
フェアトレードは、消費者の支持のもとに、生産者への支援を行い、人々の意識の向上、そして従来からの国際貿易のルールや慣行を変革するプロジェクトを積極的に推し進める活動である。

私達は以下のような「IFAT（国際フェアトレード連盟）」の 10 原則を学んだ。

—「IFAT（国際フェアトレード連盟）」の 10 原則—

- 1) 生産者への機会の提供 … 経済的に不利な立場にある生産者を支援することで、貿易によって貧困を削減し、地域開発を支援していく。脆弱な生産者が安心して生活できることを可能にする。
- 2) 透明性とアカウンタビリティ… 取引相手との公正かつ敬意に根ざした関係を構築することで、すべてのステークホルダーにアカウンタビリティを果たし、情報を提供することができる。
- 3) 能力向上 … 生産者の管理運営能力と市場へのアクセス力の向上などを支援する。生産者との継続的な取引関係にコミットする。
- 4) フェアトレードの推進 … フェアトレードの認知度や理解度を高めることで、世界貿易をより公正なものにする。製品の品質も最高の品質を目指していく。
- 5) 公正な対価の支払い … 公正な対価とは、社会的に受容可能かつ生産者が公正とみなすもので、対話などを通して合意を得る。同一労働同一賃金、男女同一賃金の原則に立ち、可能な限り生産者に前払いを行う。
- 6) 男女平等 … 女性の仕事を正當に評価し、女性の意思決定への参加やリーダーシップの発揮を可能にすること。また、女性特有のニーズに配慮する。
- 7) 労働条件 … 安全で健康的な労働環境を実現させる。労働時間は国内法や ILO 条約を順守する。
- 8) 児童労働 … 生産活動に従事する児童の福祉、安全、教育などが損なわれないよう、しっかりと子供の権利条約や国内法、社会通念を尊重していく。
- 9) 環境 … 持続可能な形で管理された地元で手に入る原材料を最大限使う。梱包には、リサイクルされた材料または生分解性の材料を使用すること。可能な限り海上輸送するとともに、省エネなどに努力する。
- 10) 取引関係 … 疎外された零細な生産者の経済・社会・環境面などの福祉に配慮する。信頼・連携・相互尊重に基づいた長期的な関係を維持していくこと。

6. CLN 代表：大出恭子氏との交流と集中学習



私たちはCLN (Community Leaders Network)代表の大出恭子氏の世界的スケールでの活動のお話を複数回伺う中で、とても大きな影響を受けた。大出氏は、フランス・オランダ・インド・ニュージーランド等、世界を舞台に縦横無尽に活躍され、世界中の多くの人と交流し、そのアクション自体がグローバリゼーションという人類史上の重要な歴史的潮流を、崇高な使命感、高い能力、魅力的な人間性をもって現実に進めている偉大な方で、ゼミ生全員が尊敬の念を有している。本レポートの多くの部分が、大出氏との対話から重要なヒントを得てゼミ生が自主的に学習した内容が反映されている。

ここでは大出氏からニュージーランドでのファームステイのお話を伺い私達自身でファームステイを中心にニュージーランドについて集中学習した内容を記しておきたい。

ーニュージーランドとファームステイー

ニュージーランドは南西太平洋オセアニアに位置する立憲君主制国家である。地理はノースアイランドとサウスアイランドという2つの大きな島と、多くの小さな島々からなる。人口は2012年時点で約444万人。面積は約26万8000k m²。GDPは2011年時点で1,618億ドルの世界50位である。首都はウェリントン。最も大きな規模をもつ都市はオークランド。君主となる女王はエリザベス2世、総督はジェリー・マテバラエ、首相はジョン・キーが務めている。ニュージーランドがイギリスの植民地だったとはいえ、君主が現在でも、イギリスのエリザベス女王という事実には驚いた。

大出氏から、WWOOFというファームステイ事業を利用し、複数回ニュージーランドに渡航し、現地の人と共に働き生活するという体験を伺いとても驚いた。

WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms)はファームステイ事業ならびに当事業を管轄するNGOである。1971年にイギリス・ロンドンで設立され、現在世界99カ国で実施されるまで広まった。もともとの名称は「Working Weekends On Organic Farms(有機農場での週末作業)」とよばれるように、週末のみに農場へ手伝いに行ったことから始まり、その後は平日でも活動に広がりを見せ、頭文字をそのままに現在の名称へと改めた。「WWOOF」での活動のコンセプトは、「自分が持っているものを与え、持っていないもの

をもらう」というシンプルなしくみにある。具体的には、世界から参加する人は、短時間の労働力や自分の有するスキルを提供し、そのかわり現地で、「食事と宿泊場所」を提供される。農作業に差し支えない健康状態と体力があれば、誰でもニュージーランド等、世界中に安く渡航し交流することができる。このプロジェクトでの「ホスト」は無農薬・有機農業で作物を栽培する農場所有者であることが条件となっている。

大出氏から以下のような、ニュージーランドでのお話を伺うことができた。ニュージーランドには多様な素材を用いた住居形態が存在し、石や土で造られたものや、廃材や中古品を組み合わせて造られたもの、廃車となったトラックなどを改装して住居にしたものなどがあるという。また、ニュージーランドの有機農法はとてもエコロジーで、畑の保護膜には一般的なビニールのものを使用せず、自然分解される羊毛を使用する。農機具は基本的に手作業で行い、トラクターといった機械製品は何度も修理して長持ちさせている。ほかにも固定種や在来種の保存や種からの育成、ニュージーランドで着手されていない作物の栽培への研究など、様々な活動を行うことができる。大出氏はホストの家族たちと米麹や小豆の味噌をつくったことを語ってくれた。

大出氏との交流を通じて海外へのチャンスは無限に広がっていることを理解し、大いに励まされた。

7. 中華料理店「大連飯店」との交流と集中学習

大連飯店（所在地…新潟県長岡市中島 5 丁目 2-12）は、中国の大連から渡ってきた方が経営する中華料理店である。この店ではお手軽な値段で本場の中華料理を味わうことができるということで地域では大変な人気である。ここで働く中国の方は皆日本語がとても上手なのでコミュニケーションの面で困ることがなかったし、フレンドリーだった。おすすめの料理はチャーハンと麻婆豆腐。私達は大連飯店との交流を通じて中国の経済発展について学習した。

—中国の歴史—

中国は古代より何度となく大繁栄の時代を創造した。漢・唐・元・民・清。漢字・文学・社会制度・芸術・料理等の多様な面で、卓越した文明・文化を創造した。

1949 年に誕生した中華人民共和国は、長い中国の歴史において、新たな出発となった。毛沢東は、「資本の共有・国有による経済」・「プロレタリア独裁型の政治」を統治原則とするいわゆるマルクス＝レーニン主義に沿った社会体制を構築した。毛沢東時代に大躍進、文化大革命があった。

中国は 1970 年代末より国家戦略の方向転換に乗り出した。その中心的指導者は鄧小平だった。鄧小平は、市場経済体制への移行を試みた。基本原則は先富論に代表されるように、先に豊かになれる条件を整えたところから豊かになり、その影響で他が豊かになればよいという戦略である。これはそれまでの絶対平等主義の終焉を意味した。農村部では人民公社が解体され、生産責任制、すなわち経営自主権を保障し、農民の生産意欲向上が志向された。都市部では外国資本の積極利用が推進され、華僑や日欧米資本を積極的に導入

することで、資本や技術の移転などを成し遂げる一方、企業の経営自主権の拡大などの経済体制の改革が進んだ。

中国政府は 1978 年経済体制の改革を決定すると同時に対外開放政策を計画。1980 年から順次、広東省の深圳、珠海、汕頭、福建省のアモイ及び海南省に 5 箇所の経済特区を設置した。1984 年にはさらに大連、秦皇島、天津、煙台、青島、連雲港、南通、上海、寧波、温州、福州、広州、湛江、北海の 14 沿海都市を開放した。1985 年以降、長江デルタ、珠江デルタ、閩南トライアングル（アモイ・泉州・漳州）、山東半島、遼東半島、河北省、広西チワン族自治区を経済開放区として沿海経済開放地帯を形成した。

1990 年、中国政府は上海浦東新区の開発と開放を決定し、一連の長江沿岸都市の開放をさらに進め、浦東新区を竜頭とする長江開放地帯を形成した。1992 年以降は辺境都市や内陸の全ての省都と自治区首府を開放した。さらに一連の都市に 15 箇所の保税区、49 箇所の国家級経済技術開発区と 53 箇所のハイテク技術産業開発区を設定している。このように中国は沿海、沿江、沿辺、内陸地区を結合して全方位、多次元、広領域の対外開放構造を形成している。対外開放地区ではさまざまな優遇政策を実施し外向型の経済、輸出拡大、先進技術導入などの面で大きな役割を果たしている。

確かに 鄧小平の断行したこのような改革開放政策は同時に中国社会に大きな矛盾を生み出した。農村部と都市部、沿岸部と内陸部における経済格差が拡大し、官僚の汚職や腐敗が一層深刻なものになった。インフレや失業も目立つようになり、それらの民衆の不満の底流があって、1989 年に天安門事件が発生した。

しかし、改革開放戦略は継続され、1992 年以降、改革開放戦略の継続と強化が示され、経済成長は一気に加速した。都市と農村、沿岸部と内陸部の地域格差は深刻化し、とりわけ農民の不満が高まったが、社会主義市場経済体制のもとで、江沢民・朱鎔基政権は格差是正と一層の経済改革に取り組んだ。格差是正のための西部大開発が断行された。

2001 年には WTO 加盟を果たした。2002 年から、胡錦濤政権が発足。2020 年の GDP を、2000 年の 4 倍にし（年平均 7.2%成長）、中進国となる戦略を打ち出し、さらに全面的な「小康社会」を建設することを新たに目標に掲げた。「小康」とはいくらかゆとりがあることを指す中国語で、ここでは衣食がなんとか間に合う状態から、さらに生活が向上し衣食が足りた状態に達することを意味した。沿岸部だけでなく内陸部の経済水準を引き上げることに狙いがあった。

2010 年代には中国は世界第 2 位の経済大国になった。経済のみでなく軍事的にも戦略核兵器戦力を含む総合的な戦略軍事体系を保持し、ステルス等の高度軍事技術も所有。強力な軍事力は強力な外交の後ろ盾になっている。ロシアとの上海協力機構を形成し時としてアメリカへの牽制に使う。何千年にも渡り広大なユーラシア大陸を中心に戦乱の時代をくりぬけてきた強き人間の歴史の連鎖が中国の底流にある。中国は確実にアメリカと対抗しうる国家・スーパーパワーになる。国際政治は米中を不可欠の軸に展開される。

8. タイ料理店「アノン」との交流と集中学習



アノン（所在地…新潟県長岡市城内町 2-6-21 高木ビル 2F）は、タイから渡って来た方が経営するタイ料理のお店である。この店では日本では味わうことができない本場のタイ料理を食べることができる。従業員の方は皆気さくでした。おすすめの料理は本場のグリーンカレー。

—タイに関する基本情報—

タイは人口約 6855 万人、面積約 51 万 4000km²の国で、正式国名はプラテート・タイ。首都はバンコクである。元首はプミポン＝アドゥンヤデート国王（ラーマ 9 世）で政体は立憲君主制。民族構成は、タイ族 75%、華人 14%、マレー族、クメール族、カレン族、ミャオ族、モン族、ヤオ族、ラフ族、リス族、アカ族等が 11%である。宗教は仏教徒が 95%、ムスリム 3.8%、キリスト教徒 0.5%、ヒンドゥー教徒 0.1%、その他 0.6%である。

—最近のタイの状況—

最近のタイ経済では通信業の動向が注目されている。タイ国営の通信会社 TOT は 2014 年の売上高が前年比率の 3%増の約 298 億バーツ、最終利益が約 10 億バーツとなった。電話事業の売り上げの他にも民間の携帯電話サービス会社に付与している業権からの収入があり人件費、調達費などの圧縮などで黒字を維持した。しかし、通信事業の事業権はタイ国家放送通信委員会に移管されるために、TOT は近い将来、事業権収入を失う見通しだという。TOT は生き残るため、民間との提携を模索している。

9. 韓国料理店「大長今」との交流と集中学習



大長今（所在地…新潟県長岡市東坂之上町 2 丁目 5 番 7 号）は韓国から渡ってきた人が経営する韓国料理店である。店の名前は大長今（テ・チャングム）と読む。この店ではお手軽な値段でビビンバから焼肉まで様々な種類の本場の韓国料理を味わうことができる。ここで働く韓国の方は皆日本語がとても上手でコミュニケーションで困ることは全くなかった。おすすめの料理は本場の石焼ビビンバと焼肉。

—韓国の基本情報—

韓国は、人口約 5000 万人、面積 10 万 km²の国である。正式国名は大韓民国で、首都はソウル。元首はパク・クネ大統領で政体は民主共和国。民族構成は、韓民族からなる単一

民族国家である。宗教に関しては、キリスト教徒が約 55.1%、仏教徒が約 42.9%、その他の様々な宗教が信仰されている。

—最近の韓国の状況—

韓国の新聞ハンギョレ新聞によると、韓国の車メーカー双龍自動車の平沢工場で、労使交渉が行われた。2009 年整理解雇された労働者の復職と損害賠償、仮差押さえ問題の解決などを議論することで合意した。労使対話が本格化、公式化されるにつれ、双龍自動車整理解雇事態の解決への期待が高まっている。

10. ユニセフへの寄附活動

10 月末に長岡大学で開催された悠久祭において、「ハイグレードバー」という、世界のお酒を紹介しながら、販売するお店を開いた。この「ハイグレードバー」では、少しでも世界の商品を知ってもらうことを考えながら、海外からの輸入品を提供した。今年は、イタリア産のリキュールのガリアーノ、イギリスのゴードンジン、アメリカのワイルドターキーを出した。それらを飲んでくれたお客さんには、お酒の紹介をするとともに、イタリア・イギリス・アメリカの国について紹介し国際理解につとめた。ハイグレードバーで得た収益金の全てを、世界の子供たちを支援するためユニセフに寄附することにした。ホテルニューオータニ長岡がユニセフとの仲介を行っているので、ホテルニューオータニ長岡で寄附を行った。

現在、世界人口の約 70%は年収 30 万円以下で生活し、毎月 2 万円前後で生きざるをえない。いまだに学校教育を受けることができない子供やただ生存するだけに必死にならざるをえない状況にいる人たちがあまりに多い。ユニセフの仲介をしているホテルニューオータニ長岡で今年も寄附金を贈呈したが、ホテルニューオータニ長岡のスタッフの方にも私達の活動が理解して頂けるようになったとも感じた。「長岡大学の学生さんが毎年 10 月にユニセフに寄附しに来てくれる。立派な若者達だ」との印象を持って頂いているのではないかと実感した。この寄附運動は、終わってみると何か強烈に充実感を感じるというのが、皆の共通した実感であった。人間は、自分の人生で成長・成功・勝利を目指して奮闘する中で、人間的に大きくなる面もあるが、見返りやリアクションを求めず人に尽くす慈悲・愛の振舞に、人間としての内奥からの輝きができることを体得した。

1 1. 長岡市の国際交流活動

地域では世界を相手にした国際交流・人間交流が活発に行われている。ここでは長岡市が推進する国際交流活動を紹介したい。

ーアメリカ・フォートワースとの交流ー

長岡市はフォートワース市と姉妹都市を締結している。フォートワース市は、人口約 78 万人。平均気温は摂氏 18.5 度。主な産業は航空機産業、ハイテク産業、石油産業である。

主な年間行

事は 2 月に開催するカウ・タウンマラソン、4 月に開催するメインストリートアートフェスティバル、毎週末に開催するロデオなどがある。長岡市はフォートワース市と以下のような教育交流・スポーツ・文化等を通じて交流を行っている。

- フォートワースの中学生・高校生グループ受け入れプログラム…フォートワース市の中学生・高校生を長岡市に招き、ホームステイをしながら文化体験、市内見学を行う受け入れ事業。
- 中学生海外体験フォートワース訪問…長岡市の中学生がフォートワース市でホームステイをしながらフォートワース市の中学校に通い、地元の生徒と一緒に授業を受けるなど、現地の生活や文化を体験できる訪問事業。
- 原信サマースカラシップ…フォートワース市と長岡市を互いに訪問し合い、ホームステイをしながら生活や文化を体験する。両市の高校生がペアを組んで友情を深めて視野を広げ、お互いの文化を知り理解する力を育てることが目的である。株式会社原信より奨学金を受け行っている。

ーアメリカ・ホノルル市との交流ー

アメリカ・ハワイ州ホノルル市は人口約 90 万 5 千人の都市。公用語は英語とハワイ語で、主な産業は観光産業である。主な年間行事は、3 月に開催されるホノルル・フェスティバル、6 月に開催されるパシフィック・フェスティバル・まつり・イン・ハワイ、9 月に開催されるアロハ・フェスティバル、12 月に開催されるホノルル・マラソンがある。年間の平均気温は 24 度で、年間をとおして気温差の少ない温暖な気候である。貿易風が吹いている為、気温の高い時期でも日陰であれば快適に過ごすことが可能である。海水の温度も年間を通じて 23 度から 27 度ほどで、一年中海を楽しむことが可能である。

ホノルル市と長岡市には歴史的に深いつながりがあった。日米開戦の契機となった太平洋戦争における真珠湾攻撃の指揮は長岡出身の山本五十六が執った。1945 年米軍は長岡空襲を断行した。両市ともに戦争で大きな被害を受け多くの尊い命を失った。この歴史は平和を願う思いを長岡市・ホノルル市に持たせた。

2007 年 8 月、ホノルル市で環境問題を考える日米市長交流会議が開催。長岡市の森市長が全国市長会副会長の立場で出席した。森市長はホノルル市のハンネマン市長と懇談、真珠湾攻撃の指揮を行った山本五十六の出身地から来たということを告げた。長岡市は、山本五十六は本来開戦には反対していたが、日本政府の決定により連合艦隊司令長官という立場におかれ、やむを得ず戦争を指揮したということなどを説明し、長年にわたる誤解を解いた。森市長は、「ホノルル市と長岡市がお互いに理解を深めることは、日米友好のさら

なる発展に貢献できる。平和をテーマとした両市の市民交流を行いたい」と申し入れを行い、ハンネマン市長から快諾を受けたことから両市の交流がスタートした。2012年3月、森市長を筆頭に長岡市公式訪問団がホノルル市を訪問し、3月2日ミッションメモリアルホールにて森市長とカーライルホノルル市長が姉妹都市友好宣言書に調印を行った。

現在では以下のような長岡市とホノルル市の交流活動が展開されている。

- 中学生海外体験ホノルル市訪問事業…真珠湾攻撃や太平洋戦争の歴史の学習や、現地の中学生との交流を行い世界平和の意識、そして異文化への理解を深めることを目的とした訪問事業。
- 学生平和交流 in Honolulu…真珠湾攻撃や太平洋戦争、ハワイ独立などの歴史についてホノルル市の学生と意見交換や文化学習を行い、平和のために自分が出来ることを考え、世界平和への意識と異文化への理解を深めることを目的とした訪問事業である。

ードイツ・トリアー市との交流ー

長岡市はアメリカフォートワース市との交流が盛んに行われていくなか、交流をヨーロッパへと拡大しようとし、ドイツのトリアー市とも、友好都市として交流していくことで同意し1995年の10月12日に合意書を交わした。トリアー市は人口約11万人の都市で、気候は温暖で、降水量は最大約80mm。主な産業はタバコ産業、タイヤ産業、ケミカル産業、ワイン産業。主な年間行事は、4月に開催されるワイン・グルメ祭、5月に開催されるトリアー市国際マラソンレース、11月～12月に開催されるトリアークリスマスマーケット等がある。以下のようなトリアー市との交流事業を展開している。

- トリアー市民受入れ…トリアー市民が長岡市を訪問、ホストファミリー宅での滞在、文化体験を通して日本の文化への理解を深めてもらうことを目的とした受入れ事業。
- 青少年国際スポーツキャンプ…トリアーの姉妹都市から青少年が長岡市に集まり、バスケットボール、ビーチバレーボール、カヌー等のスポーツを通して交流するという訪問事業。

ードイツ・ハンベルク市との交流ー

長岡市や市議会、長岡市民の数回にわたる訪問や、ハンベルク交響楽団・教会のオルガン奏者が来岡するなど前々から交流が盛んであったハンベルク市への友好交流が提案され、1995年10月10日に友好交流合意書を交わした。ドイツ・ハンベルク市は人口7万人の都市。主な産業は観光産業とビール産業。主な年間行事は、7月の隔年に開催されるティディベア祭、7月に開催される「ハンベルクの魔法」国際ミニ芸術ストリート祭り、8月に開催されるザントケルヴァ民族祭がある。

- オットー・フリードリッヒ大学国際夏期講座…ハンベルク市と長岡市国際交流協会が一部奨学金を支給、市内のオットー・フリードリッヒ大学で毎年開催される夏期講座に参加する大学生を募集している。渡航費用などは自己負担となるが、世界中からドイツ文学を専攻する学生と共に学ぶことができる。

12. グローバリゼーションと人口問題

私達は活動を続ける中で、グローバリゼーションの潮流を地域活性化に役立てるという基本視点から、日本最大の問題の一つである人口問題とグローバリゼーションの関係性について考察した。

現在日本では、少子高齢化が急速に進み、人口総数は急速に減少している。日本の高齢化比率は既に25%となった。4人に1人が高齢者である。世界で一番高い、断然に高い数値である。しかも日本では人口グループで圧倒的多数の「団塊の世代」が既に退職し高齢者入りしてきている。一方、出生数は減るばかりで、20年以上どんなに少子化対策を実行しても、効果が出ていない。1970年頃には年間出生数は約200万人あったが、近年では50%ダウンの約100万人である。

子供が減りやがて若い労働者が減り最後は国の労働者総数が減って行く。現在20代・30代という最も体力的にも精神的にも旺盛な世代でも社会保険料を払って自立して生きている人は約50%である。正規スタッフとして働き社会保険料を納める現役世代の負担は過剰になって行く。実際、現役世代が支払う「税金・社会保険料合計金額」の割合は給料の約25%、つまり4分の1となっている。大学を卒業し20万円の給料を得るようになっても、そこから「税金・社会保険料」として5万円徴収される。この5万円という額が6万円・7万円と増大する可能性がある。社会保障などの負担が現役世代に大きくのしかかっている。

今後20年間の新規労働者の人数は既に決まっている。出生してから労働者として社会で活躍するまでには約20年間は必要とする。出生数の多少の改善がなされても今後20年間の労働者人口を変えることはできない。人口戦略上の失敗から日本経済が衰退していくのは確実という人も多い。

少子化対策では、年収・子育てに関する金銭面、育児休暇等の制度面での議論がされて、20年以上経過している。しかし、30年や50年前の状況はどうだったのか？金銭的にも現在よりはるかに貧乏で、制度面でも全く保障もなかった時代に、2人・3人・数人前後と出生するのが普通だった。

金銭や制度の問題が核心とも思えない。生き方の問題ではないだろうか？現在生き方が圧倒的に多様化している。個人の幸福感やライフスタイルが多様化・自由化している。多くの人間は根本的に「束縛」されたくないのではないか。自由を確保したいのではないか。自由があってはじめてお金や時間は使える。自由が確保されなければ、どんなにお金や時間があっても、それらを自分の意志で使うことはできない。そんなことは明確にはっきり理解・認識している人もいるが、何となくそう思って、人生を進めているのかもしれない。

現在の成熟社会の日本では、「自由が確保されお金と時間があれば」何でも買えるし、どこでも外食できるし、どこへでも出かけることが可能である。時間で買える楽しみはたくさんある。自由なビジネスを背景にして99%は手に入るかもしれない。

誰が好き好んで「束縛」を選択するのか？人生には時間的制約が確実にある。男性なら身体的にお金を使ってトライできるのは60代までかもしれない。事実日本人男性の健康寿命は70歳となっている。束縛され「お金はあったが使わないで死去」する人を多くみていることで、束縛に疑問を持つ人が多いのではないか？

もし、日本の人口問題が、日本人の人生観・ライフスタイル等の根本的な価値観の問題だとすれば、人口問題は少子化対策では解決しないことになる。であるならば、人口問題を解決するにはどう考えても世界の人々に来てもらうしかない。

観光市場を開放し、学習市場を開放し、そして労働市場も本格的に開放するしかない。時限的な労働許可・永住・市民権付与等、複数のレベルがあるにしても、テクニカルな制度設計は段階的に進めるにしても、労働市場の開放はすべきである。

世界の国々にも人口問題解決のため労働市場の大胆な開放を実行している国は多い。例えば、人口に占める外国人の比率に関して、シンガポールは約 28%、ジュネーブは約 40%、ドバイは約 80%となっている。

1000 年帝国と呼ばれていた古代ローマ帝国では、「ローマに來た者は誰であってもローマ人」という方針のもと、国外から多くの人間を招き入れることで繁栄していたといわれている。

振り返ってみれば、日本からも 100 年以上前から、積極的に世界に移り住んでいる。例えば、明治維新直後に、日本人 120 名がハワイの契約移民として農業移住を行った。これが日本初の海外移住となり、この実績から日本は移住の時代を迎えることとなった。

明治 41 年 6 月 18 日に日本政府の海外移住の政策に応じた日本人 781 名が移民としてブラジルのサントスに送られた。当時の日本では文明開化によって時代の幕が開けようとしていたが困窮した生活を強いられていた人が多数だった。

対照的に世界の農業大国では農業に従事してくれる労働者を探していた。日本と世界の農業大国の利益が一致した。世界レベルでの労働市場による需給力の自然調整である。1945 年まで、北米へ 20 万人、ハワイに 20 万人、樺太へ 20 万人、中国に 27 万人の日本人が移住した。

1990 年頃のバブル時代。日本では海外移住のブームが起きていた。日本の円の強さと好景気を利用し海外で裕福な生活を送りたい人達がオーストラリアのゴールドコーストやスペインのコスタデルソルといった高級リゾート地に移住した。政府及び通産省はスペインなどのリゾート地に日本人のためのリタイアメント村を作る計画を推進した。2001 年になるとバブル崩壊以降の経済低迷下では、「物価の安い国での節約生活」「年金を受給できる年齢になるまで物価の安い国で生活」「年金生活開始後に物価の安い国で生活」という発想が広まった。「月 10 万以下で暮らせる国」へ移住する人が急増した。

外国人労働力の導入は、自国内だけでは本来増やすことができない世代ごとの労働者数を増やし生産性を上昇させる戦略である。それは児童手当や教育等への投資を必要とする自国の出生数上昇策より効果的かもしれない。既に教育を終えた大人の労働力を手に入れるわけである。初期投資として日本語の学習環境を整える程度で済むのである。外国人労働力導入はコストパフォーマンスのよい労働力戦略である。実際現在でも日本の農家などでは外国人の働き手によって助かっているという話がある。

ニュース等で移民を実行している国で移民に関係する事件等は報道されると、人々は移民戦略のリスクを過剰に感じる傾向がある。人間の脳はマイナスな情報が一度入ると拡大されてマイナスなイメージが広がるようになっているのかもしれない。

フランスでも最近移民に関係した事件の報道があった。しかし、フランスをよく知っている人は理解できると思うが、フランスはもともとさまざまな国の文化が混ざり合っ

きた国である。紀元前のころから、ローマ人やガリア人、ゲルマン人との混血が進み、植民地となった国や地域の文化が混ざり合ってきた。

つまりフランスは、異文化交流にとてつもない量と期間を費やしてきているのである。そのため現在のフランス国内には、白人の他にも、黒人やアラブ人、アジア人等様々な人種が存在する。フランスでは、ある日突然、生まれや育ちも思考も違う隣人が国に移住して来るといふ出来事が何度も繰り返されてきており外国人とともに生きるということに違和感を感じないのである。

フランス特有の移民と共生する空気は移民にとって良いものである。フランスには紀元前から文化交流の歴史がある。植民地との不和、対立を経て形成された多文化を理解するという空気がある。移民に関する問題は多々あるが、それはフランスだからこそその移民政策成功までの過程であり、フランスは移民に失敗はしていないのである。

オーストラリアでは、移民の移住して来る移民の数や時代に合わせて制度を改正するほか、受け入れる移民を厳正に審査して受け入れることで移民受け入れに成功している。特に技能移民に関しては大きく制度が改正され、永住権は取りにくく設定されているが移民を受け入れる数は制限しないという方式をとることで労働市場の不足を補い、高齢化に対応するという、オーストラリアに経済的な利益をもたらす高技能人材を優先的に受け入れるためのシステムを作り出している。

オーストラリアは移民を受け入れるにあたり、多文化主義の方針でさまざまな取り組みを行う他、経済的な目的を特に重視しつつ、時代に応じて制度改正を繰り返すことで、高技能人材の受け入れに成功、つまり移民の受け入れに成功している。

確かに、移民を受け入れたことで社会状況が悪化しているケースもある。スウェーデン南部の都市、マルモの状況を考えたい。スウェーデンは難民保護は欧州で最も寛大であり、その結果マルモの人口 25 万人の中で、4 人の内 1 人がイスラム教徒となってしまった。マルモでは移民によりイスラム教徒の人口が急増した。イスラム教徒はイラクやイラン、レバノン等の中東からやってきた移民であった。これらの移民は失業率が 90% と高く、移民は受入国への不満を高めている。移民たちの住む居住区はゲッター化し警察のパトカーが襲撃される等の事件が起きている。

この難民達は一旦定住すると身内を中東から呼び寄せるため、マルモは現在難民が多数存在している。さらにこの状況の中、受入国の国民であるスウェーデン人も寛容さを失おうとしている。

1960 年代のドイツでは、高度成長時代にトルコから大量の労働者を受け入れた。しかし高度成長が終わりを告げ、さらにトルコ人労働者による犯罪が増加したために、トルコへの帰国事業を行うことに決定した。

しかし、ドイツ国内に存在するトルコ人労働者達には既に二世が誕生し本国に返すことが困難になった。ドイツは、トルコ人の労働者達にトルコで家を建てるための資金を支給、トルコ人労働者の子供にはトルコ語の教育を施す等に 3 兆円を費やすことにした。しかし、資金の支給を受けたトルコ人労働者は、トルコへと帰国する途中の国境手前で列車から飛び降りて脱出、出国しなかったためにドイツの移民の数が減ることはなかったのである。

オランダも、世界からの人間の受け入れに寛容だった。近年、イスラム圏からの移住者も増え、オランダに住むイスラム系移民の人口は、総人口の 10% である 100 万人に達した。

イスラム系移民はオランダ人と交わって過ごそうとせず、都市部でイスラム系移民同士で集まりゲッター化した居住区で国内の別国家のようなグループを形成して暮らしている。モロッコ、トルコ系の移民の二世は受入国の国民であるオランダ人とは結婚はせず、祖国から配偶者を見つけてくるため移民ばかりが増えていく。一つの国の中の二重の社会が形成されるにつれて違和感を感じる人も出ている。

そこでオランダ議会は不法入国者 26,000 人の国外追放決議を可決した。しかし、航空代等の資金を政府が支給しても移民はそれを受け取らず、強制帰国は人権侵害だと訴えた。オランダ法務省は打つ手が無いと表明している。

外国人労働力・移民受け入れには確かにリスクがある。しかし、それを実行しなければ、人口戦略上で活路が開けない。ならば、外国人労働力・移民受け入れに政策を段階的にもシフトするしかない。その際、外国人労働力・移民受け入れ先行国のケースを考察しながら効果的な対応を考える必要がある。

第1に、治安の絶対的維持の必要のために、国家・地域レベルの警察力のさらなる強化が重要である。治安・犯罪防止というのは、一度崩壊させてしまうと、社会、教育、日常生活、経済、政治等、国家全般への悪影響を及ぼし、再建するのに、長期の時間と多大なコストを要する。治安・犯罪防止は国家・社会の最重要戦略基盤・条件である。第2に、雇用・学習環境・居住環境など、受け入れのキャパシティを、考慮して受け入れることである。各地域単位で、受け入れのキャパシティを明確にして、その範囲内であれば積極的に受け入れることである。第3に、国際理解教育の推進である。世界の国では、文化・習慣・思考方法が異なる。それらをお互いに学ぶことで、摩擦を少なくすることができる。

世界には外国の人を招いて発展している国・地域が増加

人口に占める外国の人の比率

- シンガポール⇒約28%
- ジュネーブ⇒約40%
- ドバイ⇒約80%

ローマ帝国はなぜ繁栄したか

1000年帝国といわれる人類史に輝く

『ローマ帝国』の繁栄は、外界から大胆に人を受け入れるところにあった。

「ローマに来た者は誰であってもローマ人」だった。

開放的な国・地域は発展・繁栄し、閉鎖的な国・地域は衰退することを歴史は教えている。

13. メッセージ

私達は、「グラスルーツグローバルゼーション」の活動を切っ掛けにして、集中学習を行い、自主的に学ぶ楽しさと醍醐味を知った。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、知的な充実感は爽快であった。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と理解した。

そして、この「グラスルーツグローバルゼーション」を通じて、多くの人と交流・対話する中で、自然に「国籍、民族等の相違はもう関係ない。皆、幸せと友情を求める同じ人間である」という「グローバルマインド」を体得することができた。私たちが実践しているような人間性豊かな地域の国際交流が、世界各地で拡大して行くことこそが、グローバル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ことを確信する。最後に私達は、今年度の活動の締めくくりとして、次のメッセージを残しておきたい。

「人間はみな、宇宙という大自然の恩恵によって生まれ続けている平等な尊い存在であり、人類は一つ」である。民族・人種・国籍の違いなどもうどうでもいいことである。『宇宙的ヒューマニズム』から、私たちは、この地域に、全世界から、人が、幸福とチャンスをもとめて、来てくれることを、歓迎したい。

私達は、来年度以降も、グラスルーツグローバルゼーションの運動を続け、この地域にあっては、世界のどこから来ても、歓迎され、応援されるような、地域風土の構築に、貢献して参りたいと決意する。

謝辞

私達の「グラスルーツグローバルゼーション」の活動に、貴重なお時間と労力を割いてご協力して下さった多数の方に感謝申し上げます。

特に、Invite の活動においては、ベネズエラ人留学生アコスタ＝ホルヘ氏、スリランカ人大学教員マーラシンハ＝アーシュボーダ氏、フェアトレードショップ「ら・なぶう」オーナー若井由佳子にお世話になった。Visit の活動では、大連飯店・アノン・大長今のスタッフの方には、おいしい料理を食べさせて頂いた。ユニセフの募金の仲介では、ホテルニューオータニ長岡のスタッフの方にお世話になった。

私たちの地域活性化プログラムのアドバイザーになって頂いた、アメリカ人 IT コンサルタントのデビッド＝ブズロー氏、CLN 代表の大出恭子氏からは、一年を通じて常に貴重なご指導を頂いた。お世話になった全ての方に心より感謝申し上げます。サンキュー・メルシー・ダンケ・グラッチェ・スパシーバ・シェシェ・カムサハムニダ・カリマカシ・ありがとうございました。

新潟県内のまちの駅の情報発信と
まちの駅間交流の実施

鯉江康正ゼミナール

11E001 伊佐夏美	11E035 高野綾夏
11E044 目黒達典	11E032 滝沢晶
11E401 劉 洋	11E033 周 友粮
12E031 丸山真司	12M401 ショウ 花
12E401 蘭 海潮	12M402 李 セイ

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」のコンセプト
 - 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 新潟県内まちの駅のパネル作成
 - 3.2 ヒアリング調査
 - 3.3 反省点
 - 3.4 新規作成したまちの駅紹介パネル一覧
 - 3.5 悠久祭でのパネル展及び物品展示
 - 3.6 ホームページの更新
 - 3.7 平成 26 年度まちの駅全国フォーラム in 本庄 第 17 回まちの駅全国大会
 - 3.7.1 概要
 - 3.7.2 参加した企画
 - 3.7.3 まとめ
 - 3.8 まちの駅や地域におけるボランティア活動への参加
4. まちの駅間交流会の実施
 - 4.1 第 1 回新潟県内のまちの駅交流会の概要
 - 4.2 第 1 回新潟県内のまちの駅交流会の流れ
 - 4.3 まとめ
5. とりまとめ

1. 調査・研究の目的

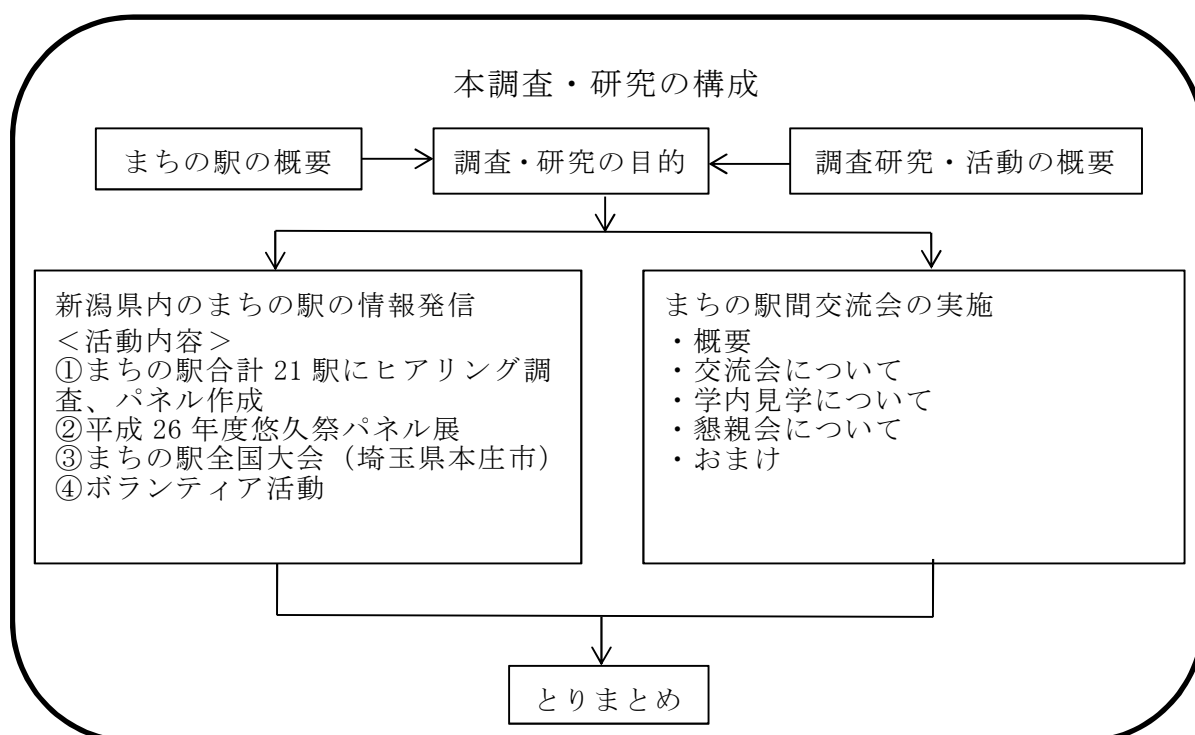
平成 26 年度 4 月時点では、新潟県内の「まちの駅」の開設数は 125 駅である。地域の開設数の内訳では、長岡市 61 駅、見附市 40 駅、糸魚川市 11 駅の他にも新潟市や五泉市、十日町市などにも「まちの駅」がある。

過去の鯉江ゼミナールでは、全国のまちの駅にアンケート調査や、一部の地域のみを調査対象としたアンケート調査を実施してきた。今年度は、長岡、見附、糸魚川の新規のまちの駅と、残りの県内のまちの駅をヒアリングし、まちの駅紹介パネルを作成する。また、昨年度の提案であるまちの駅の交流会を開催し、交流を促進させ、より一層まちの駅同士の繋がりを強化するため、「新潟県内まちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施」というテーマにした。

今年度のヒアリング調査では、長岡 3 駅、見附 4 駅、糸魚川 1 駅、上越 1 駅、十日町 1 駅、小千谷 1 駅、新潟 3 駅、五泉 4 駅、新発田 2 駅、燕 1 駅の合計 21 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。ただし今年度は、昨年度行ったまちの駅紹介パネルの修正・更新は行わず、そのままの紹介パネルで情報発信を行っている。調査の目的は上記の通りであるが、具体的な活動は本調査・研究の構成を参照されたい。

第 2 章では、まちの駅の歴史と概要を整理する。あわせて平成 19 年度からのゼミの取り組みとして「まちの駅」とどのように関わってきたかを簡単に紹介する。

第 3 章では、新潟県内まちの駅の情報発信を目的とした、今年度ゼミで行った「まちの駅」にかかわる活動を紹介する。主な活動として、①10 地域にあるまちの駅合計 21 駅にヒアリング調査、パネル作成、②平成 26 年度悠久祭パネル展、③まちの駅全国大会（埼玉県本庄市）、④ボランティア活動、を紹介する。



第4章では、まちの駅間交流会を紹介する。

第5章では、これらの活動や影響調査を踏まえてとりまとめを行う。

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」のお手本に、「道の駅」がある。「道の駅」は一般国道脇につくられた駐車場、トイレ付の休憩施設で、「休憩機能」「情報交流機能」「地域の連携機能」の3つの機能をあわせもった施設である。平成2年に広島で開催された「中国地域まちづくり交流会」のシンポジウムでの参加者の発言、『不思議なのですが、JRには駅があるのに、なぜ道路には駅がないのでしょうか。道路地図にはJRの駅は載っています。家族でドライブしていても、家内は1～2時間しますとトイレのことが気にかかるようです。すると、道路地図を見て、JRの駅を探すことになります。各市町村に1つくらい、そういう施設がどこにあるのか道路地図に載せてみてはどうでしょうか』を受けて、平成3年に地域交流センターが社会実験を行い、この成果をもとに平成5年に制度化された。

現在「道の駅」はドライバーの休憩拠点、観光情報の発信基地、地域おこし等で注目され、設置数は1,040カ所（平成26年10月10日現在）にのぼる。いまや「道の駅」は国民に支持されるインフラへと成長を遂げた。

一方で、地域との関わりや、駅同士・地域間のネットワークといったソフト面での工夫はなかなか進んでいないのが現状である。この駅や地域、“人のつながり”の機能を強化していくために生まれたのが「まちの駅」である。平成26年11月末現在の「まちの駅」は、全国で約1,580駅である。そして全国の「まちの駅」関係者が集まって意見交換する全国大会がこれまで17回開催されている（平成26年11月現在）。

「道の駅」「まちの駅」の検討経過とまちの駅全国大会の一覧は以下の通りである。

「道の駅」「まちの駅」検討経過年表

年 月	動 き
平成2年1月	中国地域まちづくり交流会で、「道の駅」の提案がなされる
平成3年10月 ～平成4年4月	中国・中部・関東の3地域で、道の駅社会実験開始
平成5年2月	建設省道路局により、道の駅制度化
平成10年3月	全国総合開発計画の4つの戦略の1つに「地域連携軸の展開」があげられる。
平成10年3月	中部西関東・北東北地域を皮切りに「連携センター（まちの駅の前身）」の提案・社会実験開始
平成11年1月	2,700通の応募から、「連携センター」→「まちの駅」に名称確定
平成11年5月	570点の応募から、「まちの駅」シンボルマーク決定
平成11年5月 ～現在	各地域で「まちの駅」の社会実験や連携強化キャンペーンを実施

年 月	動 き
平成 12 年 8 月	「まちの駅」の全国ネットワーク「まちの駅連絡協議会」正式発足
平成 16 年 7 月	「海の駅」発掘イベント「日本ぐるっと一周・海交流」完了
平成 17 年 11 月	「健康の駅推進機構」発足
平成 18 年 9 月～	海の駅、川の駅、健康の駅、学びの駅等、テーマ性の高い拠点連携の展開と組織化
平成 20 年 11 月～	まちの駅の実験制度廃止

資料 1) まちの駅連絡協議会「まちの駅全国大会 in 上野」配布資料『まちの駅の歴史』

資料 2) まちの駅連絡協議会「まちの駅全国大会 in 鶴来」配布資料『21 年度の取組み概要報告』

資料 3) まちの駅公式サイト「まちの駅どっと混む」より。

まちの駅全国大会一覧

年 月	動 き
平成 13 年 8 月	まちの駅全国フォーラム 日本経済新聞社
平成 14 年 3 月	まちの駅全国フォーラム in 橿形
平成 14 年 7 月	「全国まちの駅連絡協議会」総会・勉強会 KOTOBUKI D. I. センター
平成 15 年 8 月	第 4 回「まちの駅連絡協議会」総会&フォーラム 2003 まちの駅ばっぱ町田
平成 16 年 2 月	第 5 回「まちの駅連絡協議会」フォーラム in 長岡
平成 16 年 10 月	第 6 回「全国まちの駅総会・勉強会」 宇都宮大学
平成 16 年 10 月	第 7 回「全国まちの駅総会・勉強会」 in 見附
平成 18 年 2 月	第 8 回まちの駅全国大会 in 甘木・朝倉
平成 18 年 9 月	第 9 回まちの駅全国大会 in 会津若松
平成 19 年 10 月	第 10 回まちの駅全国大会 in 上野
平成 20 年 11 月	第 11 回まちの駅全国大会 in 富士市
平成 21 年 11 月	第 12 回まちの駅全国大会 in 鹿沼
平成 22 年 10 月	第 13 回まちの駅全国大会 in 鶴来
平成 23 年 7 月	第 14 回まちの駅全国大会 in 東京
平成 24 年 7 月	第 15 回まちの駅全国大会 in 千厩
平成 25 年 10 月	まちの駅全国フォーラム in ふくしま (第 16 回)
平成 26 年 10 月	まちの駅全国フォーラム in 本庄 (第 17 回)

資料) まちの駅公式サイト「まちの駅どっと混む」より。

2.1.2「まちの駅」のコンセプト

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、①まちの窓口としての案内機能（窓口機能）、②人の交流を促進する交流機能（サロン機能）等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。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。

これらを簡単に言えば、「まちの駅の機能」は次の4機能に集約される。

- ① 休憩機能：誰でもトイレが利用でき、無料で休憩できる機能
- ② 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機能
- ③ 交流機能：地域の人と訪問者の、出会いと交流のサポートをする機能
- ④ 連携機能：まちの駅間でネットワーク化し、もてなしの地域づくりをする機能

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 GP（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 GP 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 PR などヒアリング調査し、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。ヒアリング調査では、見附地域の全ての「まちの駅」を対象に実施した。まちの駅になったきっかけ、お店の PR を中心にヒアリング調査を実施した。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展示し、まちの駅からの物品もパネルと共に紹介した。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、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・更新を実施した。

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。

3. 新潟県内のまちの駅の情報発信活動

3.1 新潟県内まちの駅のパネル作成

新潟県内の 21 駅のまちの駅をヒアリングし、パネルを作成した。パネルには、それぞれの駅の基本情報や駅長からのメッセージ、駅の様子がわか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。

3.2 ヒアリング調査

新たにまちの駅となった駅や未調査の駅、長岡（3 駅）、見附（4 駅）、糸魚川（1 駅）、五泉（4 駅）、小千谷（1 駅）、上越（1 駅）、十日町（1 駅）、新潟（3 駅）、新発田（2 駅）、燕（1 駅）の計 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。

3.3 反省点

今年度は新たに 21 駅をヒアリングする中で、準備不足によりスムーズに質問できなかったことや、まちの駅の方にご迷惑をおかけすることがあった。事前にヒアリングにお伺いする駅について調べ、質問したいことをまとめておくことが必要だった。

3.4 新規作成したまちの駅紹介パネル一覧

地域	駅名	担当
長岡	まちの駅 いろり茶屋 火処	蘭
長岡	まちの駅 とちパル	ショウ
長岡	まちの駅 伊丹	伊佐
見附	心に響く味の駅	高野
見附	おもてなしの駅	伊佐
見附	里山ログハウスの駅	高野
見附	パンの駅	劉
糸魚川	食の駅 うまいもん館	滝沢
五泉	は～とふる五泉館	高野
五泉	まちの駅 よりね家	ショウ
五泉	まちの駅 ふるさと会館	丸山
五泉	まちの駅 黄金の里会館	蘭
小千谷	片貝あられ・おせんべいの駅	目黒
上越	まちの駅 よしかわ杜氏の郷	目黒
十日町	溪谷の駅	滝沢
新潟	まちの駅 亀田の郷	目黒
新潟	新潟まちの駅	高野
新潟	Befco ばかうけ展望室	目黒
新発田	新発田商工会議所分館「まちの駅」	伊佐
新発田	まちの駅よろず	劉
燕	まちの駅 一寸いっぷくよらんかね	丸山

平成26年度作成
まちの駅紹介パネル

心に響く味の駅

割烹 角屋

「お客様の心に料理を響かせて下さい!」料理を響かせておもしろい!という考えから、この駅名に♪

割烹 角屋
〒954-0057
新潟県見附市新町1-10-14
TEL:0258-62-0125
FAX:0258-62-1677
営業時間:11:30~13:30
17:00~23:30
定休日:不定休

学生のつばやき

街中の角にある割烹 角屋さん。初めは教店が高そつだなどと思いましたが、駅長の美昭さんという気さくな照子さん、ギターが上手な昭さんの3人が出迎えてくれました。お客様に配慮したお店の作りで、各部署ごとに階段があり迷路のようでした。

ながかみ私たちが世代には縁がない割烹料理ですが、今回のまの駅の駅に行き、ぜひ一度は食べに行きたい!と思うものばかりで、機会を作って行ってみようと思います!

11E030 高野 綾夏

鏡が大きくて女性にはうれしいトイレですね!

割烹とは?

完全個室のお座敷、またはカウンターで、日本料理をお召し上がりいただくお店のことです。

素敵な弾き語りを披露してくれました。

3階の天井には、三条市が生んだ日本画家“萩根沢 映泉”による花鳥画(かちょうが)が描かれており、感動します!

お部屋の雰囲気を出すもの。

〇駅長さんは割烹料理屋5代目の加達 美昭さんです。お店のためだけでなく、見附のためになるのなら、という思いで平成25年4月に新しく加入したまの駅の駅です。

〇若い世代にも割烹料理に親しんでほしいと願い、様々な工夫を凝らしています。お店で出すものは基本的に全て手作り!食材もできる限り地元産にこだわりの国産のものを提供しています。値段も安く、品数も豊富です。

平成26年度作成

聖山ログハウスの駅

大平森林公園

学生のつぶやき

こんなところに、こんな場所があるのか！と驚きながら、大きなため池、素敵な風景に酔いしれ、巨大滑り台にテンションが上がってしまいました！公園全体がきれいに保たれていて気持ちよかったです。遠足に来た小学生の皆さんにも出くわし、老若男女に愛されている公園なんだと思いました。

今度は友達を連れて、パークキューでもしようと思います！

11E030 高野 綾夏

大平森林公園の中にある「まちの駅」です。

普段は住宅建築に携わる駅長の棚村さんは、新潟、福島震災に伴い、防災指導を行うことで少しでも地域に役立ちたいとおっしゃっていました。イベントを通して、県内外の人たちと関わっていきたいということです。

山歩き、キャンプ、釣りなど多くの趣味を持つアグレッシブな方です。一生に一度、大きな魚を釣りたい！とのこと。

〒954-0008 新潟県見附市内町1417-1
TEL:0258-62-4217 FAX:左に同じ
開園期間:4月1日～11月30日
営業時間:8:30～17:30
入園料:無料

交流

巨大滑り台！

休憩

トイレは全部5つ！

平成26年度作成

まちの駅 おもてなしの駅

【キッチンカフェ アンサンブル】

学生のつぶやき

赤い屋根が目につくバシバシアミリアみたいな可愛いお店です。訪問時がちょうどランチタイムで中から美味しそうな匂いがしてきました！駅長の若杉さんはとても気さくな方で、常連さんや地元のお客さんにとっても愛されているのだと感じました！今回は残念ながらお昼ご飯を食べてきてしまったので、今度家族と行って、駅長さんオオススのクリーム系バスと食後にフオンダンジョコを食べてみたいです！！

11E001 伊佐夏美

駅長の若杉さんとお店の前で一枚！季節の花が迎えてくれます！

2013年10月にオープン！見附市新町にあるキッチンカフェです！友人とお茶をしながら会話をするのもよし！職場の仲間とランチを楽しむのもよし！お酒を飲みながら番話に没入するのもいいですね。

駅長さんの若杉さんがとてもバワフルな方で私達もいっぱい元気をいただきました！

店内の装飾に注目！

カウンター席でもお食事ができます！お昼はランチメニューを！夜はお酒を飲みながら～♪

郷土バンドに所属する若杉さん！店内のBGMもこだわりの選曲！ドリカム・中島みゆき・May J.・エリッククラプトンを聴きながらお食事～♪

あらあらこちらに目を惹く小物がたくさん！

小物作りをしている方々の自慢の品々が陳列してあります。ここでも購入できますが、直接前店街にも足を運んでみて下さい。素敵な出会いが待っています！

新町中央バス停留所すぐにあります！白い外壁に赤い屋根が目印です。

住所:新潟県見附市新町2-1-7
TEL:0258-62-2020
営業時間:10:00～21:00(ラストオーダー)
定休日:日曜日・第1水曜日
駐車場:7台

平成26年度作成

パンの駅 天然酵母手作りパン工房la.crea

まちの駅紹介

お店は見附駅から歩いてわずか3分ほどの所にあり、近所の方から電車通勤のサラリーマン、学生さんたちに利用されています。ほとんどのパンに天然酵母が使われているのが特徴です。経験豊富なパン職人たちが毎日手間暇かけて手作りしているので、自慢の味を保っています。



学生のつばやき

取材を受けてくれた馬場さんから、パンのことを沢山教えていただき、感謝しています。底価格でアレル、ギーの人にも心配がいらないという、とても嬉しくて安心なパンです。僕のオススメは、冷凍しても、解凍すれば本来のふんわり感が無くなるアイリスパンです。

11E401 劉洋



〒954 0051
見附市本所2-5-40
TEL 0258-63-3326
●営業時間 7:30~18:00
●定休日 月曜日
第1火曜日
第3火曜日

平成28年度作成

人気商品

お店の天然酵母は、フランスの伝統的な手法で採取されるルヴァン種を使用している。これはライ麦の皮に付着している菌を増養していく方法で、酸味が強く香りも天然酵母らしさを強く感じるといふ特徴がある。



は～とふる五泉館

〒959-1865
新潟県五泉市本町2丁目3番35号
TEL:0250-47-4348
FAX:0250-47-4348
営業時間：午前10時～午後4時

まちの駅紹介

五泉駅から徒歩10分、市の中心部に位置するまちの駅です。空き店舗を活用し、平成23年からまちの駅になりました。月ごとに、地域の人たちが作った作品を展示しています。どれも個性豊かで、こんなものも作れるのかと、驚いてしまいました。名所案内など、多くの情報が詰まった場所です。いつでも、どんなときでも、利用してください！



〇トイレは奥にあります。お手洗いに使ってください！

〇憩いの場としていつでもご利用してください。
〇平成25年から始まった『ふらっとカフェ』も毎週金曜日から後から開催中です！

〇五泉市の情報はもちろん、新潟の情報が多く揃っています。五泉のどこに行けばいいかな？となったら、ここに一度足を運んでください。



初めて五泉に行きました。古い建物は情緒があり、興味を引きました。空き店舗の利用や若い世代への課題など、どの地域にも共通した問題に積極的に取り組んでいるまちの駅でした。これからの五泉地域の取り組みが楽しみになりました。

平成26年度作成

駅長さんを真ん中に、集合写真(へへ)

11E030 高野 綾夏

越後五泉地元臘產物直売所



T 09-170 岩手県五上市上越甲02番1
TEL: 0207-97-1058
FAX: 0207-97-1058
登録時間: 4月11日 18時



地元のお客の方たちが行列を組んで来て、来心、来金で御礼をいただいたお礼を述べさせていただきます。

野見だけでなく、お弁当や五束の民謡、
卒都によつて、各地の花束もあります。

五県は観光地の多いところですが、より
その縁にばさぐらんと温泉」があります。
温泉のお客は、新鮮な温泉と美しい
風景も楽しめます。

院に入学のおいしいシソ
ジュースの作り方を教えて
いるので、お家庭に聞いて
ください。



店東の古村さんは丁重に説明してくださり、とても感謝して
います。よりぬきの常規は放牧で、無給でも良い。畜産、せむより
ぬ草に足を通ふでござい。飼料常規は使費がたっぷりです。
母日元気でいられるように、たじろの常規を承へてござい。 2011



194401 花 那

平成26年度作成

村松観光開発会館



<まちの駅の紹介>

陸上競技場と村松公園近くにある第70年の建物で、元々は、ラーメン屋として営業しており、鹿の餌やシヤンの販売、食事など、民宿などをやっています。

村松公園の駐車場は、通常は無料ですが、花見の期間は有料になります。10月に陸上競技場で開催されるマラソン大会の運営に携わります。



まちの嫁の入口近くに忠犬タマ公の像があります。タマ公は、昔雪前に巻き込まれた主人を2度も助けたという忠犬で、元総理大臣の小泉純一郎氏がこの銅像を訪れていました。宿泊用の部屋は、現在は主に宴会や各団体の会議などに利用されています。



〒959-1765
新潟県五泉市愛宕甲2929番地1
TEL・FAX : 0250-58-5130
營業時間：本館9:00~18:00
食堂11:00~
定休日：水曜日

学生のつぶやき

村松公園の外に庭がいて(市の管理)、美しく餌をあげることができず。

特別な名産品などはありませんが、広い公園や競技場の側なので、縁側かな場所です。周辺は校の名所でもあります。多くの家族連れや観光客に来てほしいと感じました。



丸山真司

平成26年度作成

まちの駅 黄金の里会館

このまちの駅は、慈光寺の近くのうどん屋さんです。手打ちにこだわりのもちもちのうどんを提供しています。おすすめは、毎週日曜日に提供している鮎といわなの塩焼き（限定）です。
無料休憩所も利用できます。自然が多くて、気持ちの良い場所です。ぜひ、行ってみて下さい！！



地元の野菜



自家製の漬物いろいろ



うどん製作、実演コーナー

駅長さんのお話

自然からもらった食材を大事にすることに責任感を持っていきます！無駄のないように心をこめて、お客様に安心、安全のものを提供することを心掛けていきます。



学生のつぶやき

留学してきた私は日本のそばが大好きです。駅長さんは蕎麦についていろいろなることを教えてくれました。ますます蕎麦に興味が湧きました。
皆さんは中国人の私に丁寧に対応してくださいました。とても優しい人たちなので、また行きたくくなりました。

12E401 蘭 海潮

- 〒：959-1735
- 住所：五泉市埴野878-13
- TEL & FAX：0250-58-1808
- 営業時間：11：00～17：00
- 定休日：水曜日ただし祝祭日は営業
冬期間（12～3月末）は営業を休止

平成26年度作成

糸魚川の「うまいもん」ならここ！

食の駅 うまいもん館

（肉のひらさわ支店）



← 緑の看板が目印！

〒941-0064
新潟県糸魚川市上刈
3-14-27
TEL:025-552-0335
FAX:025-555-7470



営業時間：10：00～19：00
休業日：不定休
駐車場あり

まちの駅の紹介

糸魚川駅から徒歩10分程度！昔ながらのお肉屋さんです。

【黒毛和牛の販売指定店】
くびき牛や新潟和牛が購入できます。
つなみポークもあります。

その他、コロッケ、お惣菜、糸魚川の新鮮野菜など、県内や地元のうまいもん（おいしいもの）がたくさん取り揃えられています。



↓ 店内の休憩スペース
お肉屋さんなのに…ドリンクバーがあります！
（こんなのは初めて！！）
Free Wi-Fiで快適に周辺情報を調べられます。



↑ 糸魚川の伝統的なお茶「バタバタ茶」を取り扱っています。



学生のつぶやき

店内はおしゃれで明るく、休憩もしやすい雰囲気。駅長さんはとても優しくてユーモアのある方でした！道に迷ったら、また周辺の情報はこちらで聞いてみてください！

11E032 滝沢 晶



取材の様子→



↑ 駅長の平沢さん

片貝あられおせんべいの駅

越後製菓(株)片貝工場



新潟県産のお米を使った純国内産おせんべいを作りたいと努力した結果、今秋から販売します。



「かちわりの種」は、選れた割れせんべいではなく、わざと割って味をしみこませている、手間のかけた製品です。(美味しかったです)



なんと侍と4尺五！ 某人気アニメと勝手にコラボしたポスターも



越後製菓株式会社片貝工場
〒942-0101
新潟県小千谷市片貝町1980-1
TEL: 0258-84-2036
FAX: 0258-84-4000
定休日:

平成26年度作成



自社製品の宣伝・販路網の拡大に役立てようと、3年前にまちの駅に参加しました。効果は……です。



広い庭園があり、ロビーには新潟県出身の羽下修三氏や林昭三氏の彫塑が数多く飾られていて、美術館のようです。



学生のつぶやき

お忙しい中、非常に丁寧に対応していただきました。仕事に対する真摯で謙虚な考え方は、とても参考になりました。「まちの駅」としての機能は、工場なので少し弱いと思いますが、今後いろいろなイベントなどに参加していくと良いと思います。

11E044 目黒 連典

よしかわ杜氏の郷

主要地方道・新井柿崎線沿いの道の駅でもある「よしかわ杜氏の郷」は、お酒と野菜をメインに販売している「まちの駅」です。お酒は手頃な価格のものから高級なものまでいろいろ並んでいます。お酒を使ったデザートも豊富です。野菜は地元の旬がたくさんそろっています。

土日は観光客も多く、大変賑わいます。



ここには、お酒をつくる設備のほかに歴史やラベルなど、お酒にまつわるものが展示されています。

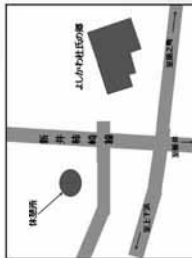


よしかわ杜氏の郷で売られているお酒の数々です。



お酒を使ったジェラート

よしかわ杜氏の郷名物、お酒の麹をつかったジェラートが人気です。ジェラートには麹が入っているためお酒の風味もあり、甘さも控えめで人気です。このジェラート以外にもお酒「有りがたし」で作られたゼリーも人気商品でおいしかったです。緑豊かな自然に囲まれ、マイナスイオンに溢れています。ぜひ、立ち寄ってみてください。



学生のつぶやき

自分としては事前に調べてきたつもりが、緊張して言葉が続きませんでした。しかし、駅長さんの方からいろいろ話かけてくださり、気を遣っていただきました。大変ご迷惑をおかけしてしまいました。今後はこの経験を活かし、ぜひ活動に取り組んでいきます。

11E044 目黒 連典

株式会社よしかわ杜氏の郷
〒943-3449
上越市吉川区杜氏の郷1番地
TEL: 025-548-2331
FAX: 025-548-2322
営業時間 9:00~17:00
定休日 月曜日

平成26年度作成

まちの駅 亀田の郷

(NP0法人環境パル21)



このまちの駅は、亀田を盛り上げるためにNP0の方々が集まって活動しているまちの駅です。ここで活動されている10人の方はそれぞれ別の仕事を持っています。日本一小さいまちの駅という事ですが、去年だけで2万2千人が来場されたそうです。大受欢迎的まちの駅です。



店内の様子



人気のアロニアや糞など 新鮮野菜がなんと100円から



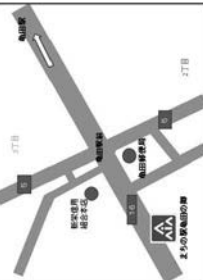
新鮮野菜がなんと100円から



駅長の坂井さん
“亀田”は地味で知名度が低い
所なので、何とかみんなに知って
欲しい、NP0を立ち上げました。

農家の方が育てた野菜が朝から売られており、お値段は格安で、さすが産直という感じがした。何ったのがお屋敷過ぎたため品数は少なかつたのですが、その季節の旬な野菜が並ぶそうです。

〒950-0165
新潟市江南区西町2丁目3-24
TEL 025-383-5595
FAX 025-383-5590
(年末・年始のみお休み)



学生のつばやき

写真には写っていないのですが、地元製菓会社のこわれせんべいが格安で売られており、正直買って帰りました。店内は少し小さかったのですが、雰囲気も良く、駅長さんは気さくな方で、詳しく話をしてくださり、本当に楽しいビブリングをさせていただきました。

11E044 目黒 連典

平成28年度作成

まちの駅 一寸いっぷくよらんかね

(特定非営利活動法人 ねっとわーくエプロン)

<まちの駅の紹介>

築80年以上の建物を借りて大切に使用しており、自由に休憩したり本が読めるスペースがあります。お店の奥の部屋は、趣味の会などの人たちの休憩スペースになっています。NP0法人をしながら、活動の1つとしてまちの駅をやっています。



誰でも気軽に寄れる場所づくり、家にこもりがちな若い人たちの社会復帰の手伝い、町の活性化etc.
駅長さんにはやりたい事が山ほどあるそうです。



きれいな花と休憩スペースで癒されます。

学生のつばやき

洋服と花が一緒に売られています。火曜日には野菜の販売、第一金曜日にはランチサービスなどがあるそうです。ぜひ行って見てください。2階からの眺めも快適です。駅長さんはボランティアで、ベトナムのキャップ整理をやっています。大学でもキャップを集めています、その先がどうなるか知りませんでした。駅長さんから800個で1人分のワクチンになると聞きまして、大変驚きました。今後は心して協力します。

12E031 丸山真司

〒959-0129
新潟県燕市地蔵堂本町3丁目1-19
TEL : 0256-98-5630
FAX : 0256-98-5630
営業時間 : 8:30~15:00
休 み : 日曜日、祝日

平成26年度作成

まちの駅の紹介

中央区にある小規模多機能ホームも併用した、地域の交流の拠点です。平成18年にまちの駅になりました。
基本は有料ですが、様々なイベントを開催し、地域の高齢者の方々が触れ合える場を提供しています。

主なイベント

- ・みんなで歌おう
～四つ葉のクローバーと仲間たち～
《第1, 2金曜日》
- ・手作り＆おしゃべり
《第1, 3木曜日》
- ・歌謡健康体操
《第2, 4火曜日》

他にもたくさんあります。
気になった方は
「にいがたまちの駅」で
検索してみてください！

お年寄り同士のコミュニケーションを増やしたい、地域を活性化させたいと熱く語る篠田さんは、とても気さくで話しやすい方です。喫茶コーナーもあるので、ぜひ一度立ち寄ってみてください。

キレイなトイレでした。
気軽に使ってください。



平成26年度作成



学生のつぶやき
私たちが訪ねた時、すでに地域の方々がたくさんいらっしゃいました。駅長の窪田さん始め、スタッフのみなさんと楽しいおしゃべりや、なんでもかきこめてくださるのだからと感心しました。このような場所が増えていくことで、地域の連携がより強くなっていくことを願います。

11E030 高野 綾夏

Befoolばかうけ展望室

(朱鷺メッセ31階)



晴天の日はこんな景色です



見事な夜景



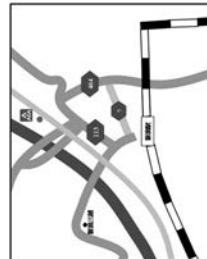
地上125mと日本海随一の高さを誇る、31階にある展望室で、新潟市街地はもちろん、日本海、佐渡が島、五頭連峰などの雄大な景色を眺めることができます。夜景百選に選ばれ、夜景遺産にも選ばれたほどの眺めの良い場所、スカイラウンジもあり、多くの方が来場されるそうです。
「Befoolばかうけ展望室」という名称は、株式会社粟山米菓が命名権を取得し、2009年12月1日より使用しています。
イベントなどに利用され、地域の人たちに愛されている場所です。



お土産コーナーには、新潟県限定の商品と、「ばかうけ」が並んでいます。



スカイラウンジ PANORAMA



展望室開館時間: 8:00～22:00
(最終入場21:30)
金曜日のみ閉館が17:00
(最終入場16:30)
入場無料
休館日: 年中無休
TEL/FAX: 025-240-1511
新潟市中央区万代島5-1 万代ビル31F

学生のつぶやき

私たちがヒアリングに伺った日は大雨で、残念ながら絶景という景色は見られませんでした。
お天気のいい日は素晴らしい景色が見られます。ぜひ、行ってください。

11E044 目黒 遼典



新発田商工会議所分館 まちの駅

【新発田商工会議所】

現在は旧新潟中央銀行新発田支店の跡地で建物を活用して新発田商工会議所分館（まちの駅）となっています。施設内にはパースタテライトや高齢者就職相談室など産業振興・支援が行われています。

学生のつばやき

私自身新発田市を訪れたのは今回が初めてでした。新潟駅から白新線に乗り換え40分程で着きました。新発田駅はとて立派なたたずまいで驚きました。現在まちの駅の駅長さんは退職されたという事で対応をしてくれたのが事務局長の加藤隆弘さんと就職支援担当の見田一雄さんでした。お二人とも親身になって私たち学生と接してくれました。8月末には新発田祭りがあり、友達を連れて是非参加したいです！

11E001 伊佐夏美



はつらつ仕事館

求人者への情報提供を行う場所として大勢の方が利用されています！



パソコンも備えてあり求人情報も確認できます！



隣に休憩スペースもあり一息するのにも良いですね！



インターネットの受け付けもやっています！



求人一覧です。毎回新しい求人が更新されます。気軽に見れるので足を運んでみてはいかがでしょうか！



新発田商工会議所分館は新発田駅を降り中央町にあります。

- 〒957-0053
- 新潟県新発田市中丸町3-7-2
- 開館時間/平日8:30～19:00
- 土日(祭)10:00～18:00
- 駐車場(10台)可
- TEL/0254-21-1189 FAX/0254-26-6422
- ホームページURL
- <http://www.shibata-cci.or.jp/>

平成26年度作成

まちの駅 よろず新発田学研究センター



〒957-0056
新発田市大柴町1-1-1
TEL 0254-26-6038
●営業時間 7:30～18:00
●定休日 水曜日、日曜日、祝祭日
●年末年始及び夏期の敬和学園大学の休業期間(予定)



平成26年度作成

まちの駅紹介

まちの駅よろずは、新発田市商店街の旧まき書店に位置し、市民、商店街の交流の場として誰でも自由に利用できるコミュニティ施設です。主な利用方法として、第一はバス待ちにちよっと休憩しながらゆとりお茶を飲む。第二は商店街、新発田のイベント関連情報を得る。第三は学生に話しかけて、気軽に雑談を楽しむ。第四は読書を読む、借りる。よろずは新発田観光の休憩拠点としてお待ちしております。



正面玄関

学生のつばやき

大学がまちの商店街に店を出して、学生が運営してまちの駅は珍しくなかなか素晴らしい。よろずは写真をご覧のように豊富な機能を用意して、不定期でイベントも催される。絶大に行き価値がある。11E401 劉洋



活動のお知らせ



バスの時刻表



集合写真



休憩スペース



二図書館

まちの駅・いろいろ茶屋火処

ここは草生橋の近くで、星はランチのある居酒屋さんです。
 駅長さんは、料理にとってもこだわっています。串焼き、特に鮎の塩焼きなどが美味しいです。家族連れには和室が人気です。
 長岡大花火大会の時は、お客様がとてども多いそうです。
 市内、県内、遠くは青森までイベント等々に出ていきます。気軽に声をかけてください。そして、ぜひ、一度立ち寄ってみてください。



赤い看板が目印です。

駅長さんのお話

こだわり料理を作るべき！
 料理だけではなく、ゆったりとした時間を感じてもらえるような雰囲気も大切だと思っています。



〒：940-0085
 住所：新潟県長岡市草生津1丁目5番17号
☐ TEL：0258-34-8700
☐ FAX：0258-34-8705
☐ 営業時間：11:00～23:00
☐ ランチ：11:00～14:00
☐ 休み：不定休

学生のつぶやき

人生は何事もチャレンジだ！
 40代の駅長さんは、前職を辞めて居酒屋を始めました。暑氣が悪いと言われる2月にも、積極的なイベントを計画して頑張っています。
 何事にもチャレンジする勇氣と人柄に感動しました。

12E401 蘭 海潮



とちバール

栃尾秋葉門前商工プラザ

まちの駅紹介

「とちバール」は、火防日本総本舗「秋葉神社」門前脇の栃尾地域中心商店街の一角にあり、「にぎわい拠点・コミュニティの場」と「商工会館」が一体となった複合施設です。ここは、情報発信場所、体験スペース、交流の場所として、地域に活用されています。
 国に名前を募集した「とちバール」の由来は、栃尾に「仲間や友達が集まる」という意味です。



名物の「栃尾あぶらけ」を、先生からご馳走して頂きました。美味しかったです。



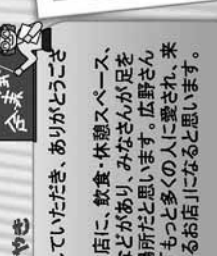
まちの駅になって約半年ですが、「昭和レトロ生活用具展」、「ドライブフラワー体験」、「栃尾でまり作りの実演」など面白いイベントを開催しました。展示紹介コーナーはこれから栃尾ならではの色々な企画が予定されています。ドライブフラワーと栃尾でまり作りは、体験教室もやっています。

学生をつぶやき

詳しく説明していただき、ありがとうございました。

約200㎡お店に、飲食・体験スペース、特産品販売などがあり、みなさんが足を運びやすい場所だと思います。広野さんの願い通り、「もっと多くの人に愛され、来る人が楽しめるお店」になると感じます。

12M401 邵花



〒940-0227 長岡市谷内2-5-9
 栃尾秋葉門前商工プラザ1階「とちバール」
 Tel：0258-53-5104
 Fax：0258-53-5104

平成26年度作成

まちの駅 伊丹

【洋品の伊丹】

長岡市神田町にある衣料品店です。
紳士服・婦人服を主に扱っています。創立は昭和10年10月10日になります。
案内をしてくれたのは二代目の伊丹功さんです。



大勢のお客様が来店されます。店内は普段着から下着、靴下までおいてあります。



現在は紳士服・婦人服を扱っていますが昔は帽子やネクタイ・傘も取り扱っていました。



お店隣のガレージ

学生のつばやき

大手通りに交差する三国街道沿いと言う事で私は車の駐車が心配でした。しかし伊丹さんが洋品の伊丹まちの駅裏専用駐車場までわざわざ誘導をしてくれて下さり、本当に助かりました。専用駐車場があることで利用者も安心して買い物が出来ると思います。
11E001 伊佐 夏美



外には広告やイベント情報などが掲示されている看板は伊丹さんお手製です！



ガレージにある休憩スペースです。お茶を飲みながら伊丹さんの作品をみるのも良いですね！！



専用駐車スペース
お店正面に
案内看板もあります

お店を訪れたらココに注目

和紙を使用した作品

絵画や紙工芸や詩吟など多くの趣味をお持ちの伊丹さん！



山崎の牛

お店の中にはたくさんの方々が展示されています。ここだけではなく神田小学校や日赤病院にもあります！



T 940-0052
長岡市神田町3-1-7
TEL FAX/0258-32-2233
営業時間/8:00 ~ 19:00
休業日/日曜日
駐車場/7台あり

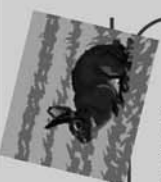
平成26年度作成

R353沿いのドライブイン！

溪谷の駅

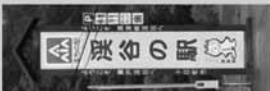
(ラピーヌ雪街道)

平成26年度作成



T 949-8435

新潟県十日町市角間米1523
TEL: 025-763-4545
FAX: 025-763-4546



売店: 9:00 ~ 17:00
(12/1 ~ 3/31は、10:00 ~ 16:00)
食事処: 11:00 ~ 14:30
休業日: 水曜定休
(12/1 ~ 3/31は、火・水がお休みです)
駐車場あり

まちの駅の紹介

十日町市にある、清津峡と湖戸溪谷の間に位置することから、「溪谷の駅」と名付けられました。
中里地域の農産物や、民芸品、魚沼産コシヒカリ、地酒などを購入することができます！

情報ブースには、地域おこし協力隊の冊子や、地域の情報誌が豊富に取りそろえてあります→



← 駅長の関正富さんに、お話を伺いました。
落ち着いた雰囲気のある中で、外の風景を見ながら休憩することもあります。

← 地酒は、天神嶺子、苗場山など



学生のつばやき

地元農家さんから、直接仕入れた野菜たち(雪下になじみの水菜もアリマス)↓



山中にあるまちの駅です。カーブを曲がると「溪谷の駅」の看板が見えます。(見えるとほっとします)館内には中里地域や周辺の地域の写真が貼ってあります。ドライブの休憩、道案内ならこの駅におまかせ！ 品 11E032 滝沢

3.5 悠久祭でのパネル展及び物品展示

この企画は6年前から始まっており、まちの駅の紹介パネルと、各まちの駅の物品等を一緒に展示し、多くの方にまちの駅をPRするものである。

(1) パネル展準備

パネル展示は担当者を決め、手分けして作業をした。

展示物を受け取りに行く際は、学生がアポイントメントを取り、各まちの駅へ伺った。展示物の貸出状況が分かるようリストを作成し、お借りしたものから随時記入をし、確認できるようにした。

新たな取り組みとしてネーブルみつけの中川さんからお借りした「まちの駅ネーブルみつけの紹介DVD」を上映するためのスクリーンの準備も行った。



新たに加入したまちの駅

(2) パネル展当日

今年度は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った。2～3人のゼミ学生が交代で行った。



当日の様子

(3) パネル展終了後

お借りした展示物は、翌日各まちの駅へ返却に伺った。その際に物品展示の様子の写真もお渡しした。

(4) パネル展及び物品展示取組結果

今年度のパネル展来場者数は317名であった。昨年度より96名下回る結果となった。天候にも恵まれ、新しい取り組みとしてDVDを上映する試みをしたが、昨年度を上回る結果には至れなかった。しかし、来場してくれた方々には学生自らが「ここはこんな駅でした」や「今年新しく行ったまちの駅はこちらです」等、積極的に取り組みを発信することが出来た。



ご来場ありがとうございます。
ございました。

(5) パネル展及び物品展示の反省点・課題

反省点は、全てのゼミ生が平等に学園祭準備を行えていなかった点である。学園祭に向け、ゼミ時間外で集まる機会を設けたものの、講義やアルバイト等の理由でなかなか参加できない学生もいた。役割分担をしたが、報告や連絡が遅くなり、作業が滞ってしまうこともあった。



来場者数 317 名

また、物品を借りるための交通手段である自家用車を所持している学生が2人しかおらず、1人にかかる負担が大きくなってしまった。多くの課題があるので、来年は一つひとつクリアできるよう努めてもらいたい。

3.6 ホームページの更新

今年度は、新しく作成したまちの駅紹介パネルを載せて、更新を行った。なお、このページは、長岡大学ホームページ内の地域活性化プログラムのページにリンクが繋がれている。私たちが制作したホームページによってひとりでも多くの方が「まちの駅」に興味を持ち、実際に訪ねて頂けるようになることを願っている。

(1) 全体像

デザインは昨年と同様のものを使う。

(2) 各項目の説明

<まちの駅とは>

「まちの駅」をご存知でない人のために、「まちの駅」の簡単な解説を入れ込んだ。

詳しいことは、まちの総合情報交流拠点「まちの駅」公式サイト「まちの駅どっと混む (<http://www.machinoeki.com/>)」で調べられるようにリンクをつけた。

<活動概要>

ここでは昨年度までと今年度の鯉江ゼミの活動を紹介した。

また、県内の「まちの駅」を紹介するため、「越後長岡まちの駅（市のホームページ内 <http://www.city.nagaoka.niigata.jp/kurashi/cate13/machi/>）」、「まちの駅 ネットワークみつけ (<http://www.mitsuke-machinoeki.com/>)」、「まちの駅 糸魚川ぷらっと (<http://itoigawa-honchodori.net/itopla.html>)」とリンクを繋げた。

<まちの駅一覧>

まず、地域で分けて検索ができるように、地域ごとの検索ボタンを設置し、下にあるリストに飛べるようにした。また、まちの駅名とともに個々の基本情報も載せた。まちの駅名をクリックすると、学生が作成した「まちの駅紹介パネル」を見ることができ、さらに詳しい情報が見られるようになっている。

<昨年度からの変更点>

新たにリストに加えた「まちの駅」には NEW! とつけ、目立たせた。

地域一覧が 13 地域から 20 地域に広がった。

● ホームページの上部

長岡大学地域活性化プログラム

新潟 まちの駅まちのえきの紹介

作成日:2011/01/18
更新日:2014/01/08

まちの駅とは

- 広い敷地の公共施設、どこか懐かしいまちかどのお店。様々な施設・空間に設置することができます。
- 人と人との出会いと交流をサポートし、まちの情報発信拠点になります。
- 詳しくは→[まちの駅どっとこむ\(地域交流センター\)](#)

 machinoeki.com



これまでの活動概要


平成19年度 「まちの駅」についての調査を開始。
 平成22年度 長岡地域にある50の「まちの駅」全てにヒアリング調査を行い、各「まちの駅」紹介パネルの作成。
 平成23年度 長岡地域の「まちの駅」が50駅から更に57駅増え、変更箇所などを直しパネルを新たにリニューアル。
 平成24年度 見附地域の「まちの駅」37駅をすべて調査。
 まちの駅による地域への影響についてアンケート調査を実施。
 まちの駅紹介パネルを作成。
 平成25年度 糸魚川地域の「まちの駅」10駅をヒアリング調査。

● ホームページの中部

まちの駅一覧

※「まちの駅」125駅の紹介パネルは、PDF文書です。「Adobe Acrobat Reader」でご覧いただけます。

長岡地域	中之島地域	越路地域	三島地域
山古志地域	小国地域	和島地域	寺泊地域
栃尾地域	与板地域	川口地域	見附地域
糸魚川地域	五泉地域	新発田地域	新潟市地域
上越地域	十日町地域	燕地域	小千谷地域

 **ながおかまちの駅** アオーレ長岡 情報ラウンジ
〒940-8501長岡市大手通1-4-10 TEL/0258-39-2761 FAX/0258-39-2308

 **越後長岡 酒と味の駅** (有)佐田酒店
〒940-0067長岡市関東町11-6 TEL/0258-32-3517 FAX/0258-34-3617

 **健康の駅 四郎丸交流空間 わいが家** 健康の駅 四郎丸交流空間 わいが家
〒940-0042長岡市土合4-1-14 TEL/0258-30-1161 FAX/0258-30-1175

3.7 平成 26 年度まちの駅全国フォーラム in 本庄 第 17 回まちの駅全国大会

3.7.1 概要

(1)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・民間商店等）を自発的に開放する活動で、平成 10 年からスタートした。各地の「まちの駅」では、“郷土愛”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・連携も進められてきた。

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会して、それぞれの取り組みを紹介しあったり、課題を一緒に考え、個々の地域に持ち帰り、実験・反映する場として、毎年開催しているものである。

(2)今大会のねらい

- ① まちの駅各地の取り組みを全国、埼玉県内の方々に P R し、認知度向上を図る。
- ② 秩父市や熊谷市等にまちの駅の新規設置を促すキッカケとする。
- ③ これからのまちづくりに向けて、まちの駅の可能性を検討する。
- ④ お互いの実践活動から学び合い、自分たちの活動に活かす知恵の交換の場とする。
- ⑤ 全国からの来訪者、参加者に本庄の特徴・良さを知ってもらう。
- ⑥ 本庄市に存立するまちおこし、まちづくりを志向する団体に声がけし交流を深める。

(3)開催日

平成 26 年 10 月 31 日(金)と 11 月 1 日(土)の二日間

(4)会場

本庄市民文化会館

(5)主催

全国まちの駅連絡協議会、まちの駅ネットワーク本庄実行委員会

(6)共催

本庄市、本庄市商工会議所

(7)後援

総務省、観光庁、埼玉県、公益財団法人本庄早稲田国際リサーチパーク、
本庄市私立保育長会

3.7.2 参加した企画

(1) 一日目（10/31 金）

【会場：本庄市民文化会館】

- 11：20～11：50 全国まちの駅連絡協議会 総会
- 12：20～13：15 ランチミーティング
- 13：30～16：00 全体会（フォーラム「まちの駅一座」＜一般公開＞）
- 16：10～18：15 ワールド・カフェ（テーマ：まちの駅について語り合おう）
- 18：45～ 交流会（会場：埼玉グランドホテル本庄）
- 12：00～16：30 物産展示販売（同時開催）

<連絡協議会、ランチミーティングの様子>



今年度のまちの駅全国大会とフォーラム会場である。ＪＲ高崎本庄駅南口より徒歩２０分程度だった。緊急時の避難所に指定されている。普段は音楽会や演劇などさまざまなイベントを開催している。

始めに参加したのは、全国まちの駅連絡協議会 総会である。予算のことなど、難しいお話ばかりで、学生はちんぷんかんぷんだった。



ランチミーティングではまちの駅の皆さんが集って、昼食を食べながら互いのまちの駅を紹介し合ったり、気軽な会話を楽しんだ。

北海道から沖縄まで全国各地にあるまちの駅の特産品を集めて、物産展示販売が行われていた。



本庄市にある4箇所の幼稚園の子供たちが僕たちを向かえてくれた。旗を一生懸命にふる子供たちが可愛らしかった。

フォーラムの始めは会長ご挨拶、開会の挨拶、来賓の方々のご挨拶の流れになった。



<フォーラムの様子>



<ワールド・カフェの様子>

ワールド・カフェとは、少人数のグループに分かれ、意見を交換しあうものである。テーマは「まちの駅について語り合おう」だった。前半のまちの駅一座の内容をうけて、まちの駅について熱く語り合った。異なる地域や立場の方とのお話を通して、互いの思いや経験を共有することができた。うまくいくことばかりではないようだが、このように意見を交換し合うことで、他の地域のまちの駅の良いところを参考にする姿勢が見られ、まちの駅としての方向性を見つけることができた地域が多いのではないかと感じた。やはり話し合うことが地域の関係性を深めていくのだと考えた。また、他の地域のまちの駅の取り

組みを知って行くことも必要だと思った。また、一番重要なのは、まちの駅の人たち自身が楽しみながら取り組むことだと考え、そのためにも、積極的に意見を交換しあえる今回のまちの駅全国大会のような取り組みを小規模でも定期的に行うべきだと思った。



<交流会の様子>

一日目の最後は、待ちに待った交流会である。実行委員会の方のご挨拶を皮切りに始まった。派手な演出もある中、豪華な食事を頂いた。学生たちは、始めは食事をするだけだったが、次第にお酒が進むにつれ、まちの駅の方たちともお話をするようになり、交流を深められたのではないかと思います。ちなみに、お酒はそれぞれの地域の地酒が用意されてお



り、利き酒をしながら楽しんだ。また、各地域の方たちが壇上に上がり、それぞれ個性溢れた紹介が繰り広げられた。僕たち新潟地域も、見附のまちの駅のひとつ、おもてなしの駅の駅長さんが歌を歌い出し、盛大に盛り上がった。



(2) 二日目(11/1 土)

二日目はエクスカーションに参加した。アイスクリーム工場見学などの別の楽しそうなエクスカーションもあったが、まちの駅の調査で行っているのだから「自転車でのまちの駅散策」に参加しなさいという指示が鯉江先生からでた。当日は雨のため、自転車散策は中止となり、「に・コース 町並み散策と七福神めぐり」に参加することになった。

<エクスカーションのスケジュール>

「に・コース」 ～町並み散策と七福神めぐり

- | | |
|-------------|--|
| 9:00 | 集合（本庄駅インフォメーションセンター・多目的ホール） |
| 9:00～9:30 | コース説明 |
| 9:30～12:30 | レンタサイクルの駅→大正院→円心寺→開善寺→石舞台の駅
→小笠原信嶺の墓→諸井家住宅→慈恩寺→田村本陣の門
→歴史民俗資料館→お大師様が立ち寄れる駅→普寛霊場
→安養院→佛母寺→金鑽神社→泉林寺→城立寺
→インフォメーションセンター |
| 13:00～14:00 | 昼食 |
| 14:00 | 解散 |

＜エクスカージョンの様子＞



大正院は、本庄市の七福神巡りの寺で本庄三弁天の一つである。七福神の弁財天を祀っている。弁財天は、七福神の中で唯一の女神で、知恵、財宝、愛嬌、縁結びのご利益があるといわれている。

円心寺に近付くと、まずは山門が迎えてくれた。これは天明年の建立と伝えられ、安定した美しさから市の指定文化財となっている。ここに祀られている武州本庄七福神は福祿寿である。招徳人望の神様として信仰されている。



この寺には、本庄市指定文化財として、小笠原信嶺夫婦の墓、朱印状を収めた朱印箱、開善寺境内地図、武田信玄公画像がある。開善寺の神様は「布袋尊」である。中国の神で、七福神の中で唯一実在した布袋和尚である。福德円満をもたらすといわれる。

まちの駅「石舞台の駅」は創業 90 年の伝統と実績を持つ、お墓づくりのエキスパートで、1 級技能士・お墓ディレクターの資格、職業訓練指導員免許を持つベテラン職人が、ひと彫りひと彫り、まごころをこめて、着実、ていねい、スピーディーに仕上げるのが自慢のお店である。



慈恩寺では、銭洗い弁天を祀り、龍の口から出る水で銭を洗うと財宝に恵まれると言われる。

「歴史民俗資料館」は明治 16 年に建てられたモダンな西洋建築で、旧本庄警察署であり、県の有形文化財に指定されている。人形埴輪などがたくさんあった。





まちの駅「お大師様が立ち寄られる駅」のお店は、明治期に建てられたそう。名物の武州栗羊羹は、第23回全国菓子博において、内閣総理大臣賞を受賞した。さらに平成16年には、天皇・皇后両陛下にお召し上がり頂いた逸品だ。

普寛霊場は本明院木食普寛行者の墓があり、普寛行者は越後八海山、上州武尊山等を開山し、特に1792年、普寛62才の折に開いた木曾御嶽の登山口は、王滝口と命名されその功績を今に伝えている。



安養院の境内にある伽藍3棟と小倉家の墓碑は、市の指定文化財になっている。安養院の神様は「毘沙門天」である。インドの神で多聞天とも言われる。四天王の一つで、北の守り神だ。知恵と勇気を授けてくれる。

佛母寺火災や明治新政府の神仏分離令で一時、廃寺となったが、明治20年に、檀信徒が復興に努力して本堂・庫裡を再興したそうだ。本庄の弁財天は珍しく三つあり、ここがその一つである。よどみなく流れる弁天様の声には寿命増益のご利益があるとされている。



中山道沿いにある大きな煉瓦造り倉庫は、明治29年に建てられた繭や生糸の保存倉庫である。昭和51年からはローヤル洋菓子店として使われていたが、平成23年から本庄市の所有となった。本庄市が建物の調査を行ったところ、深谷市の日本煉瓦製造(株)が製造した煉瓦を使用していたことが判明したそうだ。

城立寺は本庄市中心街銀座3丁目、三交通りの城立寺境内にある。城立寺の神様は「大黒尊天」である。財宝、福德開運の神様として信仰されている。





昼食の様子



集合写真

3.7.3 まとめ

(1) 参加動機

鯉江ゼミでは平成 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。大学がまちの駅になるのは全国でも珍しく、「まちの駅 長岡大学」の一員として、積極的に活動していきたいと思った。

(2) 参加目的

まちの駅各地の取り組みや現状を知り、「まちの駅」の理解を深めるためである。それを踏まえて、まちの駅 長岡大学、また新潟の全まちの駅の今後の研究や活動に役立てるためである。

(3) 参加による気づき

まちの駅同士の交流と提案を出せる場を常に設置することが必要である。また、年に一度ではなく、まちの駅全国大会のような他の地域とも積極的に関われる場も定期的に行う必要があると思った。

また、駅長たちの中で、リーダーのような存在が大切という話があった。そのために、まちの駅間の交換研修（または見学）を行い、まちの駅の発展、人材育成を図る事を提案する。

3.8 まちの駅や地域におけるボランティア活動への参加

ボランティア活動への参加目的は、地域の人々との交流や地域への貢献である。

今年度の鯉江ゼミが参加したボランティア活動は1つだけである。ゼミ生の都合が合わず、交通手段にも影響があったことなどが重なり、参加できたボランティアは「今町商店街主催 百縁商店街」だけとなった。

今町商店街でのボランティアでは、ゼミ生を含め6名の学生が参加した。各2名ずつ3か所の持ち場に別れ、それぞれが各自の持ち場で子供たちや保護者の方を楽しませていった。

今町商店街主催 特得バザール/百縁商店街	
<p>日時：10月11日 場所：見附市今町商店街 依頼先：お菓子の駅</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・今年は参加学生が少なく、移動手段にも問題があったため、手伝ってもらった学生と一緒に参加した。 ・イベントの主な仕事として、輪投げ、射的、抽選会に各2名ずつ分かれ各持ち場の役割を決め、テキパキと仕事をこなしていった。 ・子供たちが元気よく参加してくれたおかげで、景品が午前中でほとんどなくなってしまった。
<p>参加者 鯉江ゼミ：目黒 達典、劉 洋 学友会：山田 里津子、高橋 良樹、本間 将嗣、中原 沙貴美、廣川 友香</p>	



抽選会場で地域の人と交流



輪投げコーナーを担当

4. まちの駅間交流会の実施

4.1 第1回新潟県内のまちの駅交流会の概要

(1) 日時

平成26年11月15日（土） 14:00～18:30

(2) 場所

＜交流会（14:00～16:00）＞ 長岡大学第5会議室

＜懇親会（16:30～18:30）＞ 長岡大学地域交流ホール

(3) 主催・司会

鯉江ゼミナール・鯉江 康正 教授

(4) 内容

1. ごあいさつ・・・長岡大学学長：内藤 敏樹

2. 鯉江ゼミの「まちの駅」活性化の活動について・・・長岡大学教授：鯉江 康正

3. 「新潟県内のまちの駅情報発信とまちの駅間交流の実施」の報告・・・鯉江ゼミ学生

講評 アドバイザー：まちの駅ネーブルみつけ 中川 一男 氏

講評 アドバイザー：長岡市市民協働推進室 安達 一啓 氏

4. まちの駅のPR・・・おもてなしの駅駅長 若杉 尚子 氏

5. まちの駅ネットワークみつけについて

・・・まちの駅ネーブルみつけ駅長 中川 一男 氏

6. 学内見学（16:00～16:30）

7. 懇親会（16:30～18:30）

乾杯 長岡市政策企画課長 中村 英樹 氏

ごあいさつ まちの駅長岡大学駅長 品川 十英（長岡大学事務局長）

(5) 参加者

これまでヒアリングした全地域のまちの駅125駅に葉書を郵送し、参加を募った。

以下が参加して下さったまちの駅である。

（敬称略）

駅名	施設・店等の名称	駅長
森の駅	木々（ココ）	森の仲間 辺見 雅信
カーライフステーション	愛車広場カーリンク見附店 ホンダ自動車(有)	久住 幸靖
おもてなしの駅	キッチンカフェ アンサンブル	若杉 尚子
まちの駅ネーブルみつけ	市民交流センターネーブルみつけ	中川 一男 関 賢策
長岡市長政策室政策企画課		課長 中村 英樹
花火の駅	長岡花火ワールド悠	長谷川 栄久子
ながおかまちの駅	市民協働センター	高橋 秀一
越後長岡まちの駅ネットワーク	市民協働推進室	安達 一啓
地域交流センター		稲葉 建

< 学生参加者 >

4 年：伊佐 夏美、高野 綾夏、滝沢 晶、目黒 達典、劉 洋

3 年：丸山 真司、ショウ 花、蘭 海潮

< 教職員参加者 >

学長：内藤 俊樹 事務局長：品川 十英 教授：鯉江 康正

事務：山田 満智子、恩田 麻未

4.2 第 1 回新潟県内のまちの駅交流会の流れ

①交流会

(1) ごあいさつ

鯉江先生の司会を皮切りに、長岡大学第 5 会議室で、第 1 回新潟県内のまちの駅交流会は始まった。

内藤学長が簡単な挨拶をしてくださった。



鯉江先生の司会の様子



内藤学長のごあいさつの様子

(2) 鯉江ゼミの「まちの駅」活性化の活動について

挨拶が終わると、鯉江先生が鯉江ゼミナールのこれまでの活動を簡単に説明した。

鯉江ゼミは平成 19 年度より、「まちの駅」をテーマに調査研究活動を行っており、今年で 8 年目を迎える。始めた当初は、ヒアリングを行ったまちの駅が少なく、まちの駅紹介パネルも少なかったが、8 年もこの研究活動を行ったことで、125 枚ものまちの駅紹介パネルを完成させることができ、“継続は力なり”の言葉が見合う活動ができている、と語った。



活動紹介の様子

(3)「新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施」の報告

発表は4年の劉洋と高野綾夏の二人が行った。30分の発表時間を頂いたので、発表スライド作りにはかなり力を入れた。

ヒアリングから悠久祭のスライド作りは高野が担当し、まちの駅全国大会部分は劉が担当した。また、同じく4年の目黒達典がボランティア、今後の予定部分を担当した。どのように発表するのが効果的かを考えながら、およそ2週間かけて完成させた。

発表練習にも力を入れた。それぞれがスライドに合わせ、何を話すべきかを考えた。30分にも及ぶ発表のため、聞いている方たちが飽きないように、話し方や内容に工夫をした。鯉江先生にダメ出しを頂き、無事本番を迎えることができた。

発表を終えると、まちの駅ネーブルみつけの中川さんや、長岡市市民協働推進室の安達さんに、講評を頂いた。私たちの発表も高評価を頂き、ほっと一安心した。



学生が活動報告する様子



発表スライドを作成する様子

(3-1) アドバイザー：まちの駅ネーブルみつけ 中川 一男さんからの講評

中川さんからは、「ヒアリング活動の際、苦労した点は何か」というご質問を頂いた。鯉江ゼミ学生一人ひとりが回答していった。

留学生のほとんどが、やはり日本語に苦労したと答えた。ヒアリングでは自分の言葉がうまく伝わらなかったことや、また、パネル作成では正しい日本語をまだまだ使いこなせていないことなどを挙げた。そのため、まちの駅の駅長さんや周囲の人が優しく対応してくれたことが印象的だったと話した。

他には、多くの駅長さんがいる中で、自分にとって苦手な人に当たってしまうことを苦労した点に挙げた学生もいた。

(3-2) アドバイザー：長岡市市民協働推進室 安達 一啓さんからの講評

安達さんからは、「多くのまちの駅の中で、魅力的なまちの駅はどこか」というご質問を頂いた。この質問を鯉江先生が「また行きたいと思うお気に入りのまちの駅はどこか」と簡単に噛み砕いてくれた。これも鯉江ゼミ学生一人ひとりが回答した。

3年生は今年度ヒアリングしたまちの駅を挙げ、「まちの駅の駅長さんが優しく対応してくれたので、また行きたいと思った」、「まだまだ知らないことがたくさんあるので、それを学ぶためにもう一度行きたい」と語った。

4年生も駅長さんの対応が印象的だったまちの駅を挙げた。結論として、駅長さんが明るい、話しやすい、また会いたいと思わせるまちの駅が、また行きたいと思うお気に入りのまちの駅ようだ。今後このようなまちの駅がもっと増えていくことが、まちの駅を広めていく方法のひとつになるのではないかと考える。



まちの駅ネーブルみつけ駅長
中川 一男さん



長岡市市民協働推進室
安達 一啓さん



学生が回答する様子

(4) まちの駅の PR

見附市新町にあるキッチンカフェ アンサンブルを営む「おもてなしの駅」駅長 若杉尚子さんからのお話である。

おもてなしの駅は今年度ヒアリングを行った駅のひとつである。ヒアリングの際も、若杉さんの笑顔と笑い声が印象的だった。キッチンカフェ アンサンブルを訪れたお客様にも気軽にお話をしていた。まさに誰からも愛されるキャラクターのようだった。ヒアリング、また今年行われたまちの駅全国大会でもお会いし、この交流会で3度目の交流となったが、どのようなときでも明るく、話していて楽しいとすることができる人である。

若杉さんはまず、なぜまちの駅に加わったのかをお話してくれた。「気軽に立ち寄れる喫茶店が無くなってきている現状に、自分にできることを模索し、現在のキッチンカフェ アンサンブルを始めた。その中で、見附のまちの駅の活発な活動を知り、まちの駅のコンセ

プトに合致しているので、それなら私たちもまちの駅に加わり、見附のまちに貢献したいと考えた。」と語った。

若杉さんは、どのくらいこのお店にリピーターがいるのだろうかと思い、自分の好きなイラストを載せた小さなポイントカードを作った。探してみると意外にポイントが貯まったお客様が多くいらっしゃったそう。そのようなお客様にはおいしいコーヒーを一杯無料にしたり、デザートを提供したりして、また来てもらうように工夫をしている。若杉さんは“情けは人の為ならず”と話し、今後もこのような工夫を繰り返し、お客様で集う賑やかなお店づくりをしていきたいと語る。若杉さんはこの他にも、自身も所属している“シェイク”という親父バンドで活動しており、様々な企画を考え、活発に活動している。

さきほどの「また行きたいと思うまちの駅はどこか」という質問に、このおもてなしの駅を挙げている学生が多かった。やはり、このように駅長さんを中心に活発に活動をしていくことが、お店にもまちの駅としてもプラスに繋がっていくようだ。また、駅長さんの人柄も、リピーターを増やすには欠かせないものとなっていくと考える。



おもてなしの駅駅長
若杉 尚子さん

(5) まちの駅ネットワークみつけについて

見附市学校町にある「まちの駅ネーブルみつけ」駅長の中川 一男さんからのお話である。

中川さんとは以前から鯉江ゼミナールと交流があり、今年度も大変お世話になった。また、まちの駅全国大会でもお会いし、共に新潟のまちの駅を広めることができた。

中川さんは、先ほどの学生たちのおもてなしの駅の例を取り入れ、こう続けた。「まずは駅長をはじめとしたそこで働いている人たちが、自身の“ファン”を作り出すことが重要だ。そうすれば、必ずまたお店に人が来てくれる。人が来てくれれば、お店は盛り上がる。お店が盛り上がれば、まちも盛り上がる。」と述べ、まちの駅の旗を掲げるだけでなく、そこで実際に働いている人たちが積極的にまちに関わっていく必要があると語った。

また、活発に動いている見附のまちの駅でさえも、問題点がある。それは、「物を売る店」と「物を売らない店」の格差をどのようにして無くすか、である。物を売る店は、その物を買うために人が訪れるが、物を売らない店は何らか理由が無いと人が来ないという格差がある。この格差を無くすためにも、まちの駅という活動をする事で人が訪れ、活性化していけたらと話された。

最後に学生から、「今後の鯉江ゼミナールに何を求めるか」という質問があった。これに、「産官学という言葉があるように、どれひとつ欠けてはいけない要素である。そのため、今後も学生目線の意見が必要となってくる。これまでの活動で、ほとんどのまちの駅を見てきてしまっているかもしれないが、今後も学生がまちの駅を直接見て行って欲しい。直接見ることで得る新たな発見があれば、すぐにでも発信して行ってほしい。」と語った。

(6) 越後長岡まちの駅について

長岡市中沢にある長岡花火ワールド悠を営む「花火の駅」駅長 長谷川 栄久子さんからのお話である。

越後長岡まちの駅ネットワーク代表でもある長谷川さんは、今年のまちの駅全国大会にも参加しており、積極的に長岡のまちの駅を広めようとしている。

今年、まちの駅を巡って景品をゲットするという「越後長岡まちの駅シールラリーの旅」が開催された。長岡市内 62 か所のまちの駅でシールを集めて応募すると、全員に記念品がプレゼントされ、また抽選でまちの駅自慢の景品が当たるという企画だ。シールに 11 地域のキャラクターを使用することで、それぞれの地域を分かりやすく分けている。

この企画に参加した人が、長谷川さんに「分かりづらい」、「大変」という言葉を投げかけたそう。そこで長谷川さんご夫婦は、実際にこの企画に参加し確かめてみることにした。参考パンフレットを手にして車で回ってみたところ、まちの駅がどこにあるのか見つけられないことが多かった。ナビに住所を登録しても、その近辺でナビは終わってしまうことや、まちの駅が目印である旗でさえ出ていないまちの駅があったことが、原因である。長谷川さんは確かに分かりづらいと感じたそう。また、やっとの思いでシールをもらいに行ったお店では、タイミングが悪かったせいか、そこで働いているお店の方に邪険に扱われてしまった。まちの駅のコンセプトに“おもてなし”があるにもかかわらず、そのお店の方の態度に長谷川さんはがっかりしてしまった。せっかく、越後長岡まちの駅を広めるために始めたこの企画も、このようなまちの駅が一つでもあるだけで、全体の印象が悪くなってしまう。

そこで、今回のこの経験を生かし、長谷川さんは私たち学生に 1 つ提案をしてくださった。その提案が「各まちの駅にはどのような“おもてなし”があるのか、またどのような“おもてなしの工夫”をしているのかをまとめて発表してもらいたい。」というものである。これを学生が行うことで、それぞれのまちの駅の駅長さんに喝を入れることが目的にある。お話を聞いて、これまでのまちの駅のヒアリングは主にお店の紹介だけに留まっていたので、それぞれの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することに興味を湧いた。次年度にさらに深掘して、調査・研究活動をしていきたい。

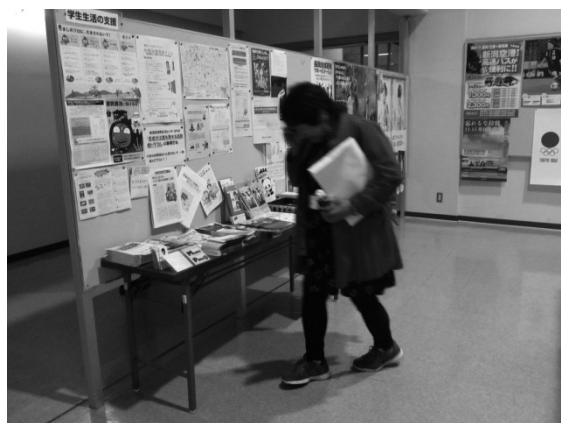
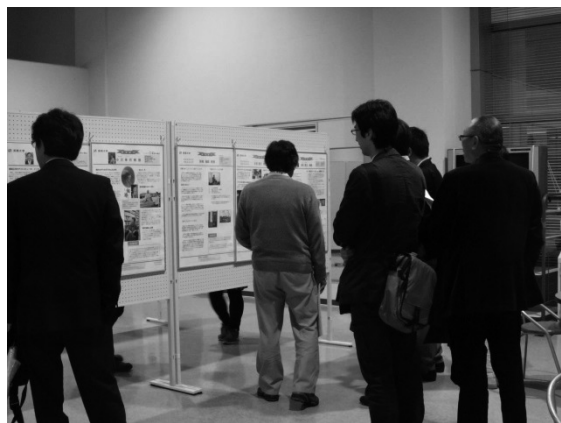


花火の駅駅長
長谷川 栄久子さん

② 学内見学

交流会が終わると、長岡大学構内の見学を行った。研究室棟や教室棟、図書館、鯉江ゼミナールが日々活動している地域連携研究センターC、今年度新設された資格取得支援センター、地域交流ホール、学生食堂を巡り、長岡大学の魅力を広めた。

学生食堂では、鯉江ゼミナールがこれまで作成したまちの駅紹介パネル 125 枚を展示した。



学内見学の様子



パネル展示の様子

③ 懇親会

待ちに待った懇親会が始まった。乾杯は長岡市政策企画課長である、中村 英樹さんに行なって頂いた。ごあいさつはまちの駅長岡大学駅長でもある、長岡大学事務局長の品川 十英さんが行った。

学生それぞれが各まちの駅の方たちとお話することができた。大人の方たちから貴重なご意見を頂き、学生としてできることを考えさせられた。今後のまちの駅に対する取り組みに身が引き締まった。また、各まちの駅も互いに交流を深めていた。短い時間であったが、有意義な懇親会となった。



乾杯の様子



4.3 まとめ

(1) 反省点

昨年度の提案でもあるまちの駅の交流会を、今年度無事に開催できた。しかし、学生が準備に取り掛かるのが遅く、ほとんどの準備で地域連携センターの職員方の手をわずらわせてしまった。学生主導で行わなければ意味がないことなので、反省せざるを得ない。次年度もぜひまちの駅交流会を開催してほしいので、今回のようなことのないように、夏休み期間も集まって活動するのか等を十分話し合っ、積極的に行動してってもらいたい。

懇親会では学生それぞれが各まちの駅の方たちとお話することができたを書いたが、まだ学生の積極性が足りていなかったと感じた。まちの駅を学ぶ身として、自ら進んで交流を深めていくことが、自分にとっても、鯉江ゼミナールにとっても必要となってくる。次年度は意識をさらに高め、より充実した活動をしてもらいたい。

(2) 提案

まちの駅全国大会でも気づいたが、今回の交流会でも話し合うこと、意見を述べ合うことにより、よりネットワークが強化していくと感じた。まちの駅同士の連携が強まれば、地域の連携も強まり、地域同士の連携も強まっていけば、新潟全土の連携が強まっていく。なかなか時間が合わないなどの問題もあるだろうが、今後の自分たちの地域、新潟をより盛り上げていくためには、このような時間がより一層必要となって来る。

まちの駅のヒアリングをしていく中で、人のにぎやかさが足りない地域ばかりだった。まちの駅をきっかけとして、まず始めに地域の連携を強めていてもらいたい。地域に住む人たちが、地域にあるお店を助け合うのが理想だからだ。

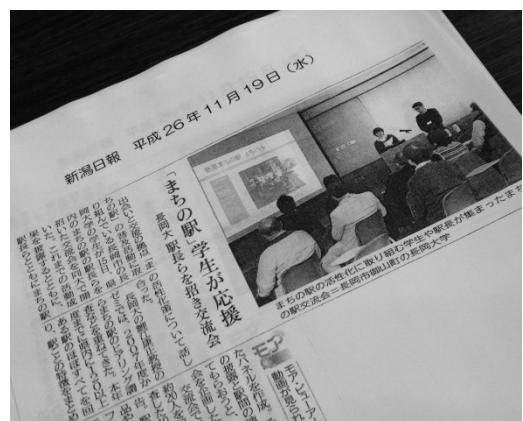
これらのために、私たち鯉江ゼミナールが中心となって動いていきたい。今回の交流会は長岡大学で地域を限定せずに行ったが、今後は私たち鯉江ゼミナールがそれぞれの地域に訪れ、その地域だけの小さな交流会を主催したい。場所は地域の人たちが訪れやすい地域の中心地や、まちの駅をお貸し頂いて、1時間でも交流を深めていてもらいたい。今回は長岡大学という場所のために、参加したくてもできないまちの駅があるのではないかと感じたので、鯉江ゼミナールが直接訪れ、まちの駅の交流を手助けしていきたい。これをぜひ、次年度の研究活動の一つとして検討して頂きたい。

(3) おまけ

今回の新潟県内の交流会の様子を、新潟日報の記者さんが取材をしてくださった。このように学生がメディアに取り上げられていくことで、まちの駅が注目を浴びてもらえたら光栄だ。



取材の様子



出来上がった記事

5. 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・研究テーマは新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施である。

新潟県内のまちの駅の情報発信については、①10 地域にあるまちの駅合計 21 駅にヒアリング調査を行い、パネルを作成、②作成したパネルと各駅で扱われている商品などをお借りして学園祭で展示する、平成 26 年度悠久祭パネル展、③前年度までのまちの駅紹介パネルと今年度作成したまちの駅紹介パネルを載せたホームページの更新、④第 17 回まちの駅全国大会（埼玉県本庄市）に参加、⑤ボランティア活動を行った。

今年度の鯉江ゼミナールは、始め、4 年生 6 人、3 年生 4 人の 10 人体制だったが、最終的には、親の病気等で帰国しなければならなくなった留学生がでて、4 年生 5 人、3 年生 3 人の 8 人体制となってしまった。

4 月時点では、昨年度の報告書を参考に活動を振り返りながら、今年の調査内容を話し合った。これまで行ってきた、長岡、見附、糸魚川、主要 3 地域のまちの駅紹介パネルはほぼ完成している。そのため、他の地域にも手を伸ばす余裕が生まれたため、新潟県内にある、まだ紹介パネルを作成していないまちの駅をヒアリングすることとなった。

まず初めにまちの駅帖を参考にして、まちの駅紹介パネルを作成していないまちの駅全てに連絡を取り、その時点でまちの駅であるかの確認作業から入った。何度連絡しても繋がらない、またすでにまちの駅を辞めてしまっているところもあり、最終的には 19 駅にヒアリングを行うこととなった。その対象は、長岡 1 駅、見附 4 駅、糸魚川 1 駅、五泉 4 駅、新潟市 3 駅、新発田 2 駅、燕 1 駅、小千谷 1 駅、十日町 1 駅、上越 1 駅である。

今回はヒアリングをするためのアポイント取りを、学生一人ひとりが行った。留学生のために、電話の際に話すセリフを場面ごとに考えておき、練習をしてから取り組んだことで、大きな失敗もなくアポイントを取ることができた。まちの駅の方たちが電話の際、親切に対応してくださったのももちろんだが、留学生は外国語ということもあり、事前準備を怠らなかった点も評価できる。反対に日本人学生の方が緊張してしまったり、言葉を知らなかったりで、電話応対に苦労していた。

5 月のゴールデンウィーク明け、見附地域からヒアリングが始まった。見附地域が終わると、学生それぞれ予定を合わせ、長岡、新発田、上越、新潟、五泉、燕、糸魚川、小千谷、十日町の順で、最終的には合わせて 21 駅にヒアリングを行い、10 月初旬には何とかヒアリングを終わらせることができた。途中、学生が抜けてしまったりして、その学生が担当するはずだったまちの駅を他の学生が代わりに担当することになったり、また、長岡に 2 駅新規のまちの駅が誕生したこともあり、ヒアリングが長引いてしまった。

今年度のまちの駅紹介パネルでは、「学生のつぶやき」に力を入れ、配置にもこだわった。しかし、せっかく完成した紹介パネルのデータを削除してしまったり、USB を紛失させてしまったりと、それぞれのデータの管理のずさんさが表れた。まちの駅の方にも迷惑をかけてしまうことになるので、次年度はデータの管理には十分気をつけてもらいたい。

大学の学園祭では、例年通りパネル展を開催した。今年は修正更新を行わなかったため、今年作成したパネルには「平成 26 年度作成」という言葉を入れ、前年度までに作成した紹介パネルと区別した。今年作成した紹介パネル 21 駅を合わせ 125 枚の紹介パネルと、各ま

ちの駅からお借りした商品などを飾った。また、ネーブル見附からお借りした、紹介DVDと今年のヒアリングをまとめたスライドショーを流すことで、より一層まちの駅に興味を持ってもらえるよう工夫をした。今年のパネル展の来場者は、去年よりは少なかったが、多くの方がまちの駅について質問をしてくださり、私達学生も積極的に答えることができた。しかし多くの反省点が残るものでもあった。パネル展で飾る商品などを借りる準備が遅く、各まちの駅の皆様にも多大なご迷惑をおかけしてしまった。また、二人の担当者に任せたが、互いの連携が取れておらず、結局一人の学生だけがしなければならず、周りの大人の方たちにもご迷惑をおかけした。次年度はゼミ生の人数が少なくなってしまうので、誰が何をすべきなのか、何ができるのか等をよく話し合い、互いに協力し合って、今年度のようなことがないようお願いしたい。

ホームページの更新について、今年はデザインを変更せず、新しい紹介パネルを載せただけで全く目新しさが無い。来年は、地域が増えたこともあるので、もっと見やすいホームページに変更していただいたい。

悠久祭が終わるとすぐに、10月31日～11月1日に埼玉県本庄市で開催された、【まちの駅全国大会・まちの駅フォーラム in 本庄】に参加してきた。二日間に渡って、全国のまちの駅について学ぶことができた有意義な時間となった。特に、1日目に行われたワールド・カフェでは、学生それぞれが自分の考えを述べることができ、まちの駅について熱く語り合うことができた。4年生にとっては、まちの駅に1年以上関わってきたにも関わらず、まだまだ知らないことが多かった。全国のまちの駅のそれぞれの取り組みを知り、自分たちにできることを考えさせられた。新たな発見も多く、これから社会に出る身としても良い刺激を味わえた。3年生にとっては、まだよくわからない状態の中で、まちの駅の意味、問題点などを考える機会を経験したことは、彼らにとっても、来年の鯉江ゼミナールにとっても、貴重な経験になったに違いない。今年度のまちの駅全国大会に参加してみて、思っていた以上の経験や知識を手に入れることができたので、来年もぜひ、まちの駅全国大会に参加してもらい、まちの駅 長岡大学や新潟の全まちの駅を広めていただいたい。また、多くのことを吸収し、まちの駅を広めるため、より一層の活躍をいただいたい。

ゼミでのボランティア活動は、今年は学生の都合が合わず、一つしか参加できなかった。その一つが、今町商店街主催の「特得バザール/百縁笑店街」である。イベントでは、輪投げコーナーを担当した。子どもたちが元気よく参加してくれたおかげで、景品が午前中でほとんどなくなってしまうほど盛り上がった。次年度は、今年度よりも積極的に参加し、地域との繋がりをより一層強めていただいたい。

ヒアリングやまちの駅全国大会、ボランティアに参加することで、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を理解を深め、まちの駅の方たち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。

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が行われた。結論から言うと、上手くいったのではないと思う。活動報告も好評化を頂き、懇親会では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。しかし、準備の段階で学生が行わず、全て地域活性化プログラムの方たちに任せてしまったのは問題である。本来であれば私たち学生が中心となって行わなければならないので、来年もし、第二回新潟県内のまちの駅交流会を開催できるのであれば、今回の問題点を改善し、今年の交流会よりもより良いものを作り上げていてもらいたい。

<謝辞>

最後に、お忙しい中私たちの取り組みを全面的に応援してくださった「市民協働推進室」の安達さん、「ネーブルみつけ」の中川さんを始め、ヒアリング調査、パネル展でのご支援、ご協力してくださいました地域の皆様、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等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。

<参考文献>

- ・まちの駅連絡協議会、『まちの駅の歴史』、平成 23 年 3 月
- ・まちの駅連絡協議会、『21 年度の取組み概要報告』、平成 22 年
- ・まちの駅公式サイト「まちの駅どっと混む」(<http://www.machinoeki.com/>)
- ・長岡大学 『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 『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 20 年度活動報告書』 平成 21 年 3 月
- ・長岡大学 『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 21 年度活動報告書』 平成 22 年 3 月
- ・長岡大学 『学生による地域活性化提案プログラム 平成 22 年度活動報告書』平成 23 年 3 月
- ・長岡大学 『学生による地域活性化提案プログラム 平成 23 年度活動報告書』平成 24 年 3 月
- ・長岡大学 『学生による地域活性化提案プログラム 平成 24 年度活動報告書』平成 25 年 3 月
- ・長岡大学 『学生による地域活性化提案プログラム 平成 25 年度活動報告書』平成 26 年 3 月
- ・まちの駅ホームページ (<http://www.machinoeki.com/>)
- ・「越後長岡まちの駅」の紹介ページ
(<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/kurashi/s-centar/machi/index.html>)
- ・「まちの駅ネットワークみつけ」(<http://www.mitsuke-machinoeki.com/>)

名 称 平成26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27年3月26日

【発行人】 内藤 敏樹

【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 0258-33-9566

<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 高齢者の買い物支援
ー 栖吉地区における高齢者買い物同行や調査よりー
米山宗久ゼミナール
- ② とちお祭への裏方参画と調査・情報発信
今瀬政司ゼミナール
- ③ Future Agricultural Innovation ー 未来の農業革新ー
橋長真紀子ゼミナール
- ④ 十分杯で長岡を盛り上げよう
ー 知名度の低い歴史的題材は観光資源になれるかー
権五景ゼミナール
- ⑤ ながおかバル街による中心市街地・店舗の活性化
中村大輔ゼミナール
- ⑥ 地域の魅力発信による絆結び
ー 神谷の魅力をつなげ・ひろげるー
高橋治道ゼミナール
- ⑦ 小千谷市中心市街地活性化のための若者による提言
小千谷活性化プロジェクトチーム
- ⑧ 企業の情報発信とホームページの役割
村山光博ゼミナール
- ⑨ 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推進ー
広田秀樹ゼミナール
- ⑩ 新潟県内のまちの駅の情報発信とまちの駅間交流の実施
鯉江康正ゼミナール