

長岡東山地区の活性化を考えよう

～人の集まる場所づくり～

喬雪氷ゼミナールⅢ・Ⅳ

4年生

20K009 五十嵐遥輝
20K028 大桃颯
20K033 解玉丹
20K040 金子美宥
20K063 珊瑚翔大
20K089 西山未来
20K093 廣田嵐之介
20K096 川上花
20K098 前田琉晴
20K104 矢部美愛
20K113 脇本拓斗
20K402 金巴蒂

3年生

21K002 安達聖和
21K025 柿本遥香
21K028 加藤利尚
21K041 櫻井乃愛
21K044 佐藤新
21K059 中山優奈
21K061 長谷川嵩晃
21K077 松下愛子
21K084 宮澤駿輔

目次

1. はじめに
 - 1.1 ゼミナールの紹介
 - 1.2 今年度の活動目的・経緯
2. 和装祭について
 - 2.1 和装祭開催の目的と概要
 - 2.2 和装祭開催までの流れ
 - 2.3 開催日当日の様子
 - 2.4 昨年との違い
 - 2.5 アンケート調査
 - 2.6 今年度の反省点と改善策
 - 2.7 今後の展望
3. 複合施設の提案について
 - 3.1 活動の概要と目的
 - 3.2 ケーススタディ「びあパークとうりんぼ」
 - 3.3 悠久山周辺についての調査
 - 3.4 今年度の反省点、改善策
 - 3.5 今後の展望
4. イベント企画について－越後長岡酒の陣－
 - 4.1 活動目的・経緯
 - 4.2 吉乃川株式会社について
 - 4.3 朝日酒造の概要と企業見学について
 - 4.4 お福酒造の概要と企業見学について
 - 4.5 越後長岡酒の陣 2023 への参加と感想
 - 4.6 今後の展望
5. 越境 EC について
 - 5.1 活動目的と株式会社きものブレインの商品
 - 5.2 一般貿易と電子商取引
 - 5.3 Inagora ホールディングス株式会社と「豌豆公正」
 - 5.4 インタビュー結果
 - 5.5 化粧品のマーケティング手法及び「小紅書」と「抖音」
 - 5.6 市場調査
 - 5.7 課題と今後の展望

6. おわりに

6.1 今年度の活動の意義

6.2 今年度の反省

6.3 今後の展望

<参考資料>

1 和装祭ポスター

2 和装祭アンケート用紙

3 ぴあパークとうりんぼインタビューシート質問項目

4 悠久山周辺施設インタビューシート質問項目

<参考文献>

1. はじめに

1.1 ゼミナールの紹介

喬ゼミナールは2020年から活動を開始し、今年度で4年目になる。今年度は4年生12名、3年生9名の計21名で4グループに分かれて活動を行った。

昨年度は着物文化の振興・日本文化の継承・長岡東山地区活性化というテーマのもと、「長大着物試着フェア開催」と「みどり繭化粧品を使用した商品委託販売」の活動を行った。2つの活動を通じて着物文化の振興・日本文化の継承というテーマを実現できた一方で、長岡東山地区活性化というテーマに関する活動を行うことができなかった。

昨年度の反省を踏まえて、今年度は「長岡市東山地区の活性化を考えよう～人の集まる場所づくり～」をテーマに活動を行った。昨年度行った2つの活動に、今年度から新たに開始した「複合施設の提案」「イベント企画－越後長岡酒の陣－」を加えた4つの活動を行った。



図表1 ゼミナール集合写真

1.2 今年度の活動目的・経緯

今年度は「和装祭の開催」「複合施設の提案」「イベント企画－越後長岡酒の陣－」「越境 EC」の4つの活動を行った。

活動の目的は4つある。

1つ目は「和装祭開催を通じての長岡東山地区活性化及び幅広い年代層への着物文化継承」である。地域の皆様に普段あまり目にしたり着る機会のない着物を見たり着たりしてもらうことで、より着物文化を身近に感じてもらえるのではないかと考え、昨年度に引き続き悠久祭で和装祭を開催することにした。

2つ目は「複合施設提案を通じての長岡東山地区活性化」である。悠久山周辺には県立プールや野球場などがある。それらの施設との相乗効果を活かした複合施設をつくることできれば周辺地域に活気が生まれるのではないかと考え活動を行うことにした。

3つ目は「お酒の魅力を伝えることを通じての地域活性化」である。長岡市には全国でも知名度の高いお酒が多くある。それらの魅力をより多くの人に知ってもらうために酒造見学や越後長岡酒の陣への参加を行うことにした。

4つ目は「商品販売を通じての地域活性化」である。昨年度までは株式会社きものブレインの商品の国内での販売方法について考え委託販売の活動を行っていたが、今年度は海外での販売方法に範囲を拡大させるために越境 EC に関する活動を行うことにした。

2. 和装祭について

2.1 和装祭開催の目的と概要

今年度行ったゼミナール活動の1つの「和装祭」は、昨年に引き続き2回目の開催である。目的は2つある。1つ目は幅広い年齢層に着物の良さを伝え、和の文化に触れてもらい、着物文化の知名度を向上させることである。2つ目は長岡市東山地区の活性化である。この目的を達成すべく開催することを決定した。「和装祭」は、9月16日（土）の午前10時から午後17時で、長岡大学の3階学生ホールにて開催した。参加方法は原則、当日受付と希望者は予約申し込みという形を取った。また、この活動は株式会社鶴亀社様の協力のもと開催することができ、ゼミ生と和装祭についての内容を決定していく時や着物の用意等で、協力していただいた。

2.2 和装祭開催までの流れ

次に開催までの流れである。

4月は、和装祭開催に向けての計画を立てた。いつ何を実施するか期限を決め和装祭までの主な流れをグループで決めた。

5月は、和装祭開催にあたり掲載するためのポスターと予約フォームの作成を行った。ポスターでは昨年は秋をイメージしたポスターを作成したが今年度は着物をイメージし作成を行った。そのためより一層ポスターを見るだけで着物のイベントを行うイメージを作ることができた。また、来場していただいたお客様に回答していただくアンケート用紙の作成を行った。



図表 2 配布したポスター

6月は、株式会社鶴亀社様の小川社長と具体的な内容の打ち合わせを行い、和装祭当日や当日までの流れを決定した。主に決めた内容は開催当日の着物を試着する場所やハンガー、ラック等の備品の数を決定した。昨年度は振袖の数が多く、訪問着の数が少なかったため今年度は幅広い年代の方に試着してもらえよう、多くの種類の着物を準備してもらえよう相談した。



図表3 株式会社鶴亀社様の様子



図表4 訪問着と子供用着物

7月は、掲載するポスターが完成し、ポスターの配布と和装際当日の役割分担を話し合った。各掲載予定場所に掲載許可の電話を行った。その後、7月中旬頃にポスターを配布した。掲載場所は、長岡市内4大学1高専に加え本校周辺の小学校に配布した。協力会社である鶴亀社様にもポスターを掲載していただいた。また、和装際当日の流れ、役割分担の決定をした。



図表5 ポスターを配布している様子

最後に9月は予約フォームの申し込みを締め切った。和装祭前日には当日開催に向け4年生全員とイベント企画チームで着物の運び出しや備品等の搬入などの準備を行った。

2.3 開催日当日の様子

開催日当日は、開催時間の 30 分前に株式会社鶴亀社様と午前担当の学生が集合し、会場レイアウトの再確認とお客様が来てからの流れを確認した。役割は、受付・案内・着付け補助・アンケート係の 4 つだ。状況次第で助っ人に行き臨機応変に対応することができた。午前中は来場者が少なく、試着体験をしに来てくださる方が数人であった。そこで、ポスターを持ちながら校内外を歩き呼び込みを行った。家族連れや友人同士でいる方を中心に声掛けを行い、実際に会場に来ていただくことができた。お昼頃から来場者が増え、このイベントにも来てくれる方も増えた。

昨年開催した際に、成人式や卒業式を控えた学生をターゲットとして着物を用意したため、小さい子供や大人向けが少なかった。そのため、来場していただけても着ることができずに帰ってしまうということがあった。今年はより多くの方に着物の良さを知ってもらおうと、振袖や袴に加え、子供用の着物や訪問着など種類を増やし幅広い年齢層にも着てもらえるよう準備を行った。小さい子供がとても喜んでいる様子や、友人同士で写真を撮り合う様子を伺うことができた。試着後に全員が笑顔になっている姿が印象的で、普段着る機会が無いからこそ着られると嬉しかったり楽しかったりするのではないかと思った。

こうして、和装祭は無事終了することができた。



図表 6 和装祭当日の会場の様子

2.4 昨年との違い

昨年との違いは2つある。1つ目は学生自身が着付けを行ったことである。今年は来場者が少なく時間に余裕があったため、鶴亀社様の提案により着付け体験をすることとなった。お客様に着付けができるようになることを目標としスタッフの方から教えてもらった。着物の柄がきれいに見えるようしわに気を付けたり、動いても下がらないようきつく締めるなど、初めて着付けをすることに加えて注意する点が多く苦労した。何度も学生同士で練習したことで、スタッフの方に褒められるほどに上達した。実際にお客様へ着付けを行った学生もあり、貴重な体験をすることができた。



図表7 着付け体験を行っている様子

2つ目は振袖人気投票の実施である。ゼミ生の選んだ振袖5着を展示し、開催場所の近くを通った方に声掛けを行い投票してもらった。①着てみたい振袖と②デザインや色目が良いと思う振袖の2つを質問項目とした。着物を着ることは難易度が高いが、投票だけならと参加してくださる方が多かった。並べられた振袖を見て、「全部綺麗だね」と悩む方もいた。



図表 8 投票をしてもらっている様子

投票結果は、着てみたい振袖は①と④の大小違う花が描かれているシンプルな柄の着物が選ばれた。デザインや色目が良いと思う振袖では、②と③と⑤の様々な色が使われている華やかな着物が選ばれた。ゼミ生の予想では、着てみたい振袖は華やかなものが人気だと思っていたためその違いに驚いた。



図表 9 展示した振袖 5 着

2.5 アンケート調査

今回の開催に向け、和装祭に来場したお客様を対象にアンケート調査を実施した。アンケート調査では男性4名、女性8名の計12名の回答が得られた。参加者の年代は「10代以下」が5名、「20代」が2名、「30代」が0名、「40代」が4名、「50代」が1名であった。そのうち学生の内訳は、「小・中学生」が1名、「高校生」が2名、「専門学生」が0名、「大学・大学院生」が1名であった。

イベントの満足度についての質問では、「とても満足」が10名、「やや満足」が1名、「普通」が1名、「やや不満」「不満」が0名であった。満足度の理由についての質問では、「きれいな着物を着ることができた」「普段あまり選ばない色を着ることができた」「学生がやさしかった」「かわいかった、かっこよかった」などの回答が得られた。試着した着物の種類の質問では、「振袖」が3名、「袴」が8名、「未回答」が1名であった。誰と参加したかという質問では、「友人」が2名、「家族」が5名、「カップル」が2名、「ひとり」が3名であった。イベントを知ったきっかけという質問では、「ポスター」が3名、「メール」が2名、「大学ホームページ」が1名、「その他」が6名であった。「その他」の内訳は「知人の紹介」が5名、「当日の声掛け」が1名であった。意見・要望欄には暑かったという回答が4名から寄せられた。

アンケート結果から、10代以下から50代までの幅広い年代の方に試着をしていただだけ、着物の種類を増やした効果があったことがわかる。「とても満足」と回答した方が10名と8割以上の方が満足していただき、着物を着ることが良かったと思ってもらえることができた。

2.6 今年度の反省点と改善策

和装祭開催からアンケート調査を経て、今年度は3つの反省点が挙げられた。

1つ目はゼミ生のイベントに取り組む姿勢が不十分であったことである。昨年度も行った活動であるため、円滑に取り組むことができたが、他グループと連携を図る機会が少なかったことで和装祭に対する意識の差が出てしまったと考える。そのため、前日準備や開催日当日では積極的に動く学生と消極的な学生が出てきてしまった。改善策として、イベントに向けた活動の進捗状況を随時連絡すること、ゼミ生全員が着物の知識をつけることで意識向上に励んでいきたい。

2つ目は昨年度よりも来場者数が減少したことである。開催場所が分かりにくく、校内に案内表示がなかったことや宣伝方法がポスターのみだった点が原因だと考える。改善策として、学校入口から開催場所までの道に校内マップが載った紙を貼っておくことや、校内にいるお客様に声を掛け会場まで案内するなどが挙げられる。また、長岡市の市政だよりにイベントを開催する旨の情報を載せてもらうことで、多くの方の目に留まることができると考える。

3つ目は開催日が猛暑日で着付けをする環境ではなかったことである。和装祭では、広いスペースが必要になるため、会場を変更することは難しい。そのため、着物を着ても熱くならないよう冷房設備を増やすことが最善策だと考える。

以上が今年度の和装祭を通して出た反省点と改善策だ。

2.7 今後の展望

和装祭を通してイベントを開催することの大変さを知るとともに、仲間と協力してひとつのことを成し遂げる達成感を経験した。2回目の開催となり、経験のある4年生が率先して行動し活動を進めることができた。来年度は、今回出た反省点を踏まえて今までの和装祭とは違ったイベントが開催できるよう取り組んでもらいたいと考えている。

3. 複合施設の提案について

3.1 活動の概要と目的

今年度行ったゼミナール活動の1つの「複合施設の提案について」は複合施設の提案を通じての長岡市東山地区活性化を目指して新たに活動を開始した。悠久山地域に新たな憩いの場となるような複合施設をつくることで今年度のゼミのテーマである「人の集まる場所づくり」を実現することができるのではないかと考えた。今年度は主な活動として複合施設の調査と悠久山周辺の調査を行った。活動の目的は2つある。1つ目はこういった複合施設が必要か考えていくことである。悠久山周辺には県立プールや野球場などがある。そうした施設との相乗効果を活かした複合施設を提案することができれば地域の活性化につながるのではないかと考えた。2つ目は閉館した悠久山プールの活用方法について考えていくことである。60年間にわたり市民に利用されてきた悠久山プールが2023年3月末に閉館した。使われなくなってしまった施設や土地を有効活用して複合施設をつくることできないかと考えた。

3.2 ケーススタディ「びあパークとうりんぼ」

3.2.1 調査の目的、経緯

私たちはまず複合施設を提案する際の参考になると考え、実際に管理・運営されている施設を調査できないかと考えた。ゼミ生で話し合いを行った結果、新潟県刈羽村にある「びあパークとうりんぼ」（以下、とうりんぼと呼ぶ）という施設を調査することに決めた。

まず、「とうりんぼ」の概要についてである。「農業生産」「加工物販」「飲食」「集客」の4つをコンセプトに刈羽村の新しい産業・観光を生み出す複合施設として2012年に作られた。人工芝サッカー場、入浴施設、宿泊施設、桃の圃場やハウス園芸など様々な分野の施設がある。私たちが複合施設の提案を目指す悠久山周辺の地域にも県立プールや野球場、神社、公園、郷土資料館などがあり類似した環境といえる。こうした理由から「とうりんぼ」は私たちの構想する複合施設のモデルに適していると考え調査を行った。



図表 10 「とうりんぼ」の様子

3.2.2 インタビュー結果

調査を行うにあたって質問項目をまとめたインタビューシートを作成した。インタビュー当日は「とうりんぼ」の管理をしているピーチビレッジ刈羽株式会社の伊藤様から施設の管理・運営に関するお話を伺うことができた。

インタビューを通じて複合施設提案の参考になると考えた内容が3つある。

1つ目は施設利用者の割合（曜日、年代、利用施設など）についてである。平日は年配の方を中心に入浴施設の利用者が多く、休日は学生を中心にサッカー場の利用者が多いことを伺った。複合施設を提案する際は周辺にある施設の利用状況について調査をしていく必要があると感じた。

2つ目は施設の運営コストについてである。特に入浴施設の維持・管理にコストがかかることを伺った。施設ができて11年ということもあり、老朽化などの影響はあまり受けていないということであった。複合施設を提案する際は施設の維持・管理にどのくらいのコストがかかるのかについても考えていく必要があると感じた。

3つ目は私たちの活動に対するアドバイスである。ゼロから新たに施設を作り上げることは難しいが現在ある施設を活用しながら活動して欲しい、地域とのつながりを大事にして活動して欲しいといったアドバイスを頂くことができた。



図表 11 インタビュー当日の様子

3.2.3 得られたこと

「とうりんぼ」の調査・インタビューを通じて得られたことは2つある。

1つ目は複合施設の管理・運営の難しさについてである。施設の管理・運営にかかるコスト、集客方法、施設利用者の割合など考えなければいけないことが多くあるということが理解できた。実際に複合施設の提案を行うにあたっては他の複合施設に調査やインタビューを行うなどして運営のノウハウについてもより理解を深めていく必要があると感じた。

2つ目は冬季の利用についてである。サッカー場は4月から11月の期間は利用者が多いが、それ以外の冬の期間については利用者が大幅に減ってしまうといった課題があることを伺った。私たちが複合施設の提案を目指す悠久山地域にも野球場があり、同様の課題を抱えていることが考えられる。今後はそうした期間にどういった工夫をしながら施設の運営をしていくのかを考えていくことが必要であるように感じた。

以上の2点については来年度以降、長岡市に複合施設に関する提案書を構想する際の参考にしてほしいと考えている。

3.3 悠久山周辺についての調査

3.3.1 調査の概要と目的

2023年3月末に閉館した悠久山プールの今後の利用方法や新たな複合施設を提案する際の周辺施設となる悠久山球場についての理解を深めることを目的として意見交換を行うことにした。当日は長岡市市民協働推進部スポーツ振興課の長谷川様、坂井様からお話を伺った。また、悠久山プールと悠久山球場の見学も行った。



図表 12 長岡市役所の方との意見交換の様子

3.3.2 悠久山プールの現状と今後

まず、悠久山プールの現状についてである。悠久山プールは2023年3月末をもって閉館した。閉館になった要因はプール設備の老朽化が進み、施設の運営に支障が出ていたということであった。現状取り壊しの予定はなく施設の用途を決めることを優先していきたいということであった。

次に悠久山プールの今後についてである。現在スポーツ競技団体や農業系の団体から施設の再利用案が出ていて、今後2～3年以内には市の整備計画のもと、施設の利用についての方向性を定めていきたいということであった。予算に関しては現状未定とのことであったが、市民の方に役立つ施設であれば費用は問わず、クラウドファンディングの利用なども検討しているということであった。長岡市役所の担当者の方からはスポーツの観点から市民が利用できるような施設にしたいという意向を伺った。また、私たちがどのように悠久山プールに関する事業に関わっていくべきかについては若者の視点からのアイデアを提案して欲しいというお話を伺った。



図表 13 悠久山プールの様子



図表 14 悠久山プール見学の様子

3.3.3 悠久山球場の現状と今後

まず、悠久山球場の現状についてである。悠久山球場は高校野球の大会やBCリーグの試合で利用されている。利用者数が減少してしまう冬季に関しては学校のグラウンドで活動できない高校生が球場内に併設されている室内練習場を利用している。新型コロナウイルスの影響で年間利用者数が4000人まで減少したこともあったが昨年度は6800人と新型コロナウイルス流行前と変わらない水準であった。

次に悠久山球場の今後についてである。来年度からオイシックス新潟アルビレックスBCがプロ野球の2軍リーグに参加することが内定した。今年度まで所属していたBCリーグの年間試合数が63試合に対して来年度所属する2軍リーグの年間試合数が140試合とおよそ2倍となる。それに伴い以前よりも多くの試合が悠久山球場で行われることが予想される。そのため来年度以降は県内だけでなく県外からの来場者数が増加することが見込める。



図表 15 悠久山球場の様子



図表 16 悠久山球場見学の様子

3.3.4 得られたこと

悠久山周辺の調査を通じて得られたことは2つある。

1つ目は悠久山プールの今後の活用方法についてである。現状取り壊しの予定はなく施設の活用方法を検討中であることや複数の団体から再利用案が出ていること、長岡市が今後どういった施設として活用していきたいかという意向について伺うことができた。また、悠久山プールの活用方法について若者の視点からのアイデアを提案して欲しいというお話を伺うことができた。調査を通じてゼミ活動の方向性を定めることができたため、非常に貴重な機会となった。今後は長岡市の担当者の方と話し合いを重ね複合施設の提案につなげていきたい。

2つ目は長岡市が管理する施設の今後についてである。長岡市にある90施設の維持・管理が課題となっていることを伺った。私たちがお話を伺った悠久山プール以外にもそういった施設が数多く存在していることを知ることができた。来年度以降、活動していく際には施設の今後についてもこれまで以上に考えていく必要があると感じた。

以上の2点については複合施設の提案についての活動を継続していく上で大変重要になるため参考にして欲しいと考えている。

3.4 今年度の反省点、改善策

今年度の反省点は2つある。

1つ目は取り組む活動が限定されてしまったことである。私たちの活動は今年度から開始した。その影響もあり、計画段階からこういったスケジュールで活動を進めていけば良いか考えるのに苦労した。複合施設の調査や悠久山周辺の調査といった活動に取り組むことができた一方で、目標としていた長岡市への提案書の構想には至らなかった。今後は、ゼミが始まる4月からスムーズに活動に取り組めるように計画を考えていってほしい。

2つ目はアンケート調査の協力を得られなかったことである。「ぴあパークとうりんぼ」の調査・インタビューを終えた後の活動として県立プールの利用者にアンケート調査を行ったが、内容の不備があり、十分な回答結果を得ることができなかった。今後、アンケート調査を行う場合には調査内容についての話し合いや最終チェックをして内容に不備が出ないようにすることが必要であるように感じた。

3.5 今後の展望

複合施設の提案についての活動は今年度から開始した。取り組むことができた活動は複合施設の調査、悠久山周辺の調査と限定的ではあったが、複合施設を提案する際の参考となる知識を得ることができた。来年度は長岡市役所スポーツ振興課の方々の協力を得ながら話し合いを重ね市民に愛されるような複合施設の提案を目指して活動に取り組んでいてもらいたいと考えている。

4. イベント企画について－越後長岡酒の陣－

4.1 活動目的・経緯

今年度行ったゼミナール活動の1つの「イベント企画－越後長岡酒の陣－」は、お酒を知り、知らない人に伝えること、また地域に縁のあるお酒を使って地域に貢献したいというのを目的として、参加することを決定した。

参加の経緯としては、5月9日（火）に吉乃川株式会社の横本様を外部講師としてお招きし、日本酒造りに対する思いや新ブランド「みなも」の立ち上げの経緯と意義、季節ごとの働き方の違いなどを伺い、ゼミ生も日本酒に対して興味を持ったことから参加を決意した。

「長岡酒の陣 2023」は、9月23日（土）の午前10時に受付開始、3部入れ替え制の午前11時から午後18時で、アオーレ長岡のアリーナにて開催された。長岡を代表する15の酒蔵が集結し、蔵元・蔵人との交流を楽しみながら多彩な地酒の試飲や日本酒と相性抜群なグルメも楽しむことができる。また、この活動は株式会社新潟デリカの協力のもと参加させていただくことができ、ゼミ生がイベント運営に参加する際に準備や運営内容等で、協力していただいた。

4.2 吉乃川株式会社について

5月9日（火）に吉乃川株式会社の横本様をお招きし、吉乃川株式会社の歴史や働き方、商品についてなどをお聞きした。

吉乃川株式会社は、和泉屋、中越醸造、中越酒造と名前を変え、昭和48年に現在の吉乃川になった。銘柄の由来は、15代当主の母「享寿（よし）」と、水を育む、酒の母なる信濃川にちなんで名付けられた。また、吉乃川の働き方として繁忙期の冬に対し、閑散期の夏は仕事が少なく、農業に専念する人が多いという。

吉乃川の新ブランド「みなも」が目指すものは、「毎日を豊かにする酒」である。何百年と飲み飽きない晩酌酒を造り続けてきた新潟の蔵元が、モノづくりの原点に立ち返り、素材、造り、その哲学すべてをいまの時代に合わせて丁寧に磨き上げた食中酒が「みなも」である。「みなも」の装いは、吉乃川を育んできた信濃川の、その時々表情を映したもの。うつくしく湧き続ける新潟の豊かさを、ひろがる時代と食卓に合わせ、シンプルな色とカタチでデザインされている。

4.3 朝日酒造の概要と企業見学について

4.3.1 朝日酒造の概要

朝日酒造株式会社は新潟県長岡市朝日 880-1 に本社を置き、1830 年(天保元)年創業、1920(大正 9)年創立された。代表取締役は細田康、資本金は 3 億円、従業員数は 165 人(2022 年 9 月現在)、東京都に関東支店を構えている。代表銘柄としては、「久保田」や「朝日山」などがある。



図表 17 朝日酒造のお酒

経営理念は「我が社の経営目的は我が社の社会的存在価値を高めることである」である。関連会社として朝日商事株式会社と有限会社あさひ農研がある。朝日商事株式会社は朝日酒造のアンテナショップの役割を担っており、日本酒や米、酒粕などを用いた商品を販売している。有限会社あさひ農研は酒米を生産する目的で設立され、朝日酒造が理想とする酒米づくりに向けて減肥栽培や環境保全型農法など様々な試みを実践する実験田としての役割を果たしている。酒造りのこだわりとして「水」、「米」、「人」がある。「水」とは、仕込み水に創業地内を流れる清澄な地下水脈を使用しており、新潟県内でもとりわけ硬度が低く、酒造りに適した軟水は、醸造の際に穏やかな発酵を促しする。「米」とは、朝日酒造は「酒造りは、米づくりから」との思いで、農地所有適格法人「有限会社あさひ農研」を設立し「農醸一貫」を実現するため、酒造適性の高い酒米の栽培とこれらを実現する栽培研究、環境保全型農業などを実践し、理想の米を追求している。「人」とは、越路地域は、日本三大杜氏の一つである越後杜氏のなかでも、「越後四大杜氏集団」と言われた「越路杜氏」を輩出した土地でもあり、朝日酒造は越路杜氏の智慧と技を「酒造りの科学的伝承」の取り組みにより次世代に受け継ぎ、その志のもと、品質本位の酒造りを追求している。

4.3.2 朝日酒造を見学した感想

中に入ると、ステンドグラスに高い天井、古代建築を思わせるような装飾が施された柱があり、酒造メーカーというよりは、まるで美術館か音楽ホールに来たかのような雰囲気には驚いた。エントランスホールでは毎月第三土曜日にコンサートも行っているそうだ。



図表 18 社内見学の様子

また、ホールからは製品工場が見られるようになっており、次々送られてくる瓶に日本酒が注がれ、製品として出荷準備を整えていく様子に目を奪われた。機械だけならんでみるとメカニクな印象かと思ったが、要所要所では必ず人間が携わっており、製品のつくり込みには人の目と手が欠かせないと感じた。



図表 19 製品工場内の様子

エントランスホールを回った後は朝日酒造の歴史や日本酒作りの説明、実際に手に取って商品の説明などをしてもらった。



図表 20 ガイドさんによる解説

4.4 お福酒造の概要と企業見学について

4.4.1 お福酒造の概要

お福酒造株式会社の酒林を玄関にぶら下げた大屋根は、宝暦年（1751～1763）より代々の当主によって守り継がれている。分厚い茅葺きは数年ごとの手入れが必要だが、今やその職人も、山古志村に数人しか残っていない。250年前に建てられた屋敷お福酒造株式会社。高さ4メートル近い天井、寺のような大きな仏壇、池泉回遊式の庭は、まさに豪農の風格。岸社長から九代を溯った当主・岸間右衛門（かんえもん）が、建築した。平成18年11月に、国の登録文化財に指定される。岸間右衛門は、宝暦2年（1752）近隣の十日町にあった本家から横枕の地に移り住んでいる。この一帯の大庄屋であり、山古志村などの庄屋たちも取り仕切る割元（わりもと）庄屋を牧野のお殿様から仰せつかっていた。

岸社長の解説する割元（わりもと）庄屋とは、代官や奉行が直接管理する、いわゆる本庄屋格に当たる机上に用意してくれた家系図を拝見すると、そこには代々の人物名と嫁入り元、婿入り元などが記され、そのほとんどが近郷の庄屋から迎えられている。江戸時代、肝煎り庄屋として余剰米の酒造りを行っていた岸家は、維新後の近代化による酒造業発達とともに、明治30年（1897）本格的に蔵元の道へ乗りその創業者は、婿として岸家に入った岸五郎。旧姓名・関 五郎松（ごろうまつ）と言ひ、北蒲原郡の大庄屋の長男に生まれた。

関家の遠祖は戦国武将・後藤 又兵衛の子の血筋と伝承され、関ヶ原の戦いに豊臣方として馳せ参じたこの人物が、戦後に長岡へ落ち延び、関の姓に改めて、地元に関村をこしらえた。ちなみに江戸中期、五郎松から三代前に当たる関 半五郎の頃には、柳沢1万石の領主より大庄屋と米屋の権限を与えられている。岸五郎は、明治元年（1868）生まれで、幼少期より英才で勤勉だった五郎は、東京工業学校（現在の東京工業大学）へ進学し、応用化学科で醸造学を専攻する。当時は、国を挙げて西洋の知識と技術による“富国強兵・殖産興業”が推進され、酒造業にも近代文明を応用しようとしていた。また卒業後には、埼玉県や遠く灘の酒蔵で研究を重ね、長岡帰郷後には多くの蔵元指導に力を注いでいた。30歳にして蔵元となった岸五郎ですが、酒造研究者としての哲学は生涯を通じて矜持した。その証しとも言えるのが、明治42年（1909）の大蔵省による乳酸応用速醸の開発であった。

五郎は後継者として庄屋・田中家より修太を婿に迎えた。修太は明治27年（1897）生まれで、近衛兵を務めた人物である。酒の需要増とともに蔵の規模は変貌し、職人たちの暮らす空間や製造現場が拡充され、幾つもの茅葺きの棟が立ち並んだ。そして太平洋戦時下では、近しい蔵元が廃業に追い込まれる中、五郎の功績によって福正宗は操業停止を免れ、焼酎などさまざまなアルコールを製造し戦後の復活へ命を繋いだ。終戦後、昭和24年（1949）に「お福酒造株式会社」として改組した。珠玉のしづくに宿る、岸五郎の理念。長岡人の気質らしい、飽くなき探究心と人の幸せを願う慈愛は、これからもお福酒造の文化として生き続ける。

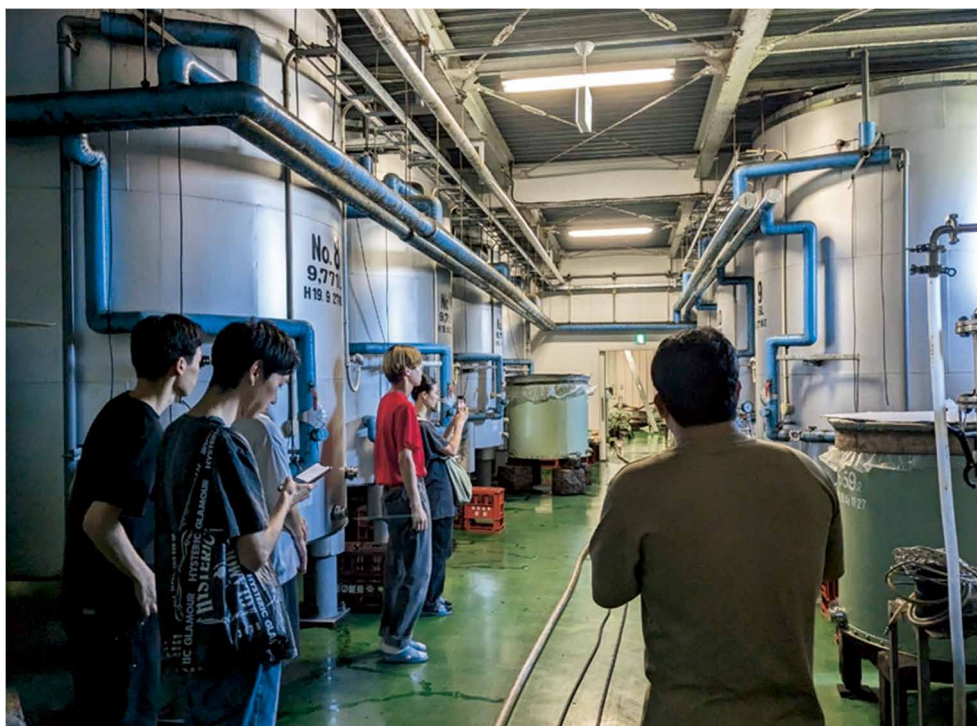
4.4.2 お福酒造を見学した感想

お福酒蔵には初めて行き酒蔵見学とお酒の試飲を体験させていただいた。どのような工程でお酒が造られているのか、解説を受けた。実際中に入ってみると1つ1つの機械の説明や乳酸導入の歴史など詳しく教えていただいた。またお福酒造さんへの熱い想いが強く伝わってきた。お酒の試飲体験では、初めて日本酒を飲んだため、おいしさには気づくことができなかったが、いくつか飲みやすいと思うお酒もあった。飲み比べをしたのは3種類であったが1つ1つ味の違いや味わい方などを教えていただき、大変勉強になった。



図表 21 お福酒造のお酒

次に足を運ぶ際には、おいしさをより理解した上で家族や友人などと訪れたい。また、今の時代若者がお酒を飲む機会が減ってきているので、お酒の良さを SNS を活用し広め、少しでも多くの人にお酒の良さを知ってもらいたいと思う。



図表 22 工場内見学の様子

4.5 越後長岡酒の陣 2023 への参加と感想

私たちは、新潟で有名なお酒を知り、知らない人に魅力を伝えていくために「越後長岡酒の陣」に参加した。参加内容としては、受付での入場口スタッフや、会場内での列の整理、会場内の清掃活動など直接、来場者に関わるような業務を行った。その業務を通して来場者の「越後長岡酒の陣」を楽しんでいる雰囲気や生の声を感じることができた。



図表 23 会場内の様子

「越後長岡酒の陣」にスタッフとして参加することは、昨年度は行っていない初めての試みだったが、「株式会社新潟デリカ」様の指導のもと活動することができた。

「越後長岡酒の陣」では、国内でも有数の酒どころとして知られる長岡市を代表する15の酒蔵が集結していて、蔵人が直接お酒を持って来ているため、交流を楽しみながら多彩なお酒の試飲を楽しむことができる。これも「越後長岡酒の陣」の魅力だと感じた。また、お酒だけではなくおつまみもとても充実していた。栃尾の油揚げや、「越後長岡酒の陣」が開催された夏が旬である長岡名物の枝豆など、日本酒と相性抜群なおつまみが集結していて、来場者にお酒を楽しんでもらうための工夫がたくさん施されていた。

「越後長岡酒の陣」に参加してみて驚いたことは、このイベントを楽しんでもらって終わりではなく、その後のことも考えられていたことである。会場内の出口付近にお持ち帰り用のお酒販売コーナーが設けられていて、気に入ったお酒を家で楽しめるように考えられていた。また、イベント当日は「越後長岡酒の陣」と連携している会場周辺の飲食店が特別に午後1時から営業していて、「越後長岡酒の陣」のチケットに付いている「まちのみクーポン」を持って行くとドリンクが1杯無料になるサービスがあり、最後まで長岡のお酒を楽しんでもらいたいという気持ちを感じることができた。



図表 24 まちのみガイドのポスター



図表 25 酒販売コーナー

4.6 今後の展望

イベントチームでの活動は今年度からスタートした。今年度の活動としてはゼミに外部講師として来てくださった吉乃川株式会社様や去年着物試着フェアでお世話になった株式会社新潟デリカ様からのお誘いで朝日酒造株式会社とお福酒造株式会社の酒蔵見学と越後長岡酒の陣への参加を行った。

今年度から開始した活動であったが、越後長岡酒の陣にボランティアとして参加でき1000人を超える規模のイベント運営の難しさ、たくさんの人の努力で成り立っているということが実感でき、とてもいい経験になった。しかし、規模が大きい分、お客様と直接コミュニケーションをとるような機会はあまりなく、清掃活動やお客様の誘導などの雑務を行うことが多かった。来年度はお客様との距離がより近いイベントに携わることで、長岡市の地域活性化につなげることができると思う。

朝日酒造株式会社とお福酒造株式会社での酒蔵見学や、越後長岡酒の陣へのボランティアとしての参加は長岡市にある企業や、長岡市の魅力の一つであるお酒の力について知ることができるいい機会になった。また、一つのイベントにどれだけの人の努力や労力が必要なのかを実際参加したことで実感し、運営本部とアルバイト、ボランティアなどたくさんの人々のつながりがお客様の喜びや笑顔を生んでいるのだと思った。

イベントチームの活動全体の反省点としては、活動に協力してくださる企業様を探すことや、どのイベントに参加するかなど初期段階で時間がかかってしまったこと、役割分担が偏っていて手の空いている人がいる状態が発生したことである。今年度で主な活動の流れや、方針は固まったと思うので3年生と4年生でしっかりコミュニケーションをとり、情報共有を行いながら、活動を進めていってほしいと思う。来年度はお酒以外にも、長岡市にたくさんある魅力や知識をより一層深めていきたい。そして、今年度学んだ経験を活かしながらこれらの魅力を発信、体験できるようなイベント活動に参加し、長岡市の地域活性化活動に関わっていききたいと思う。



図表 26 イベント企画チームの集合写真

5. 越境 EC について

5.1 活動目的と株式会社きものブレインの商品

昨年度に引き続き株式会社きものブレインの商品で、みどり繭を使った化粧品をどのように宣伝したら、商品をご購入していただけるか考えた。その中で、Inagora ホールディングス株式会社が行っている事業を調べ、昨年とは違った新たな分野の宣伝方法で活動目的を設定した。活動の目的としては2つ挙げられる。1つ目はゼミナール全体の活動目的である着物文化の振興と日本文化の振興に重点を置き、着物のみどり繭の化粧品があるということを知ってもらうことである。2つ目は株式会社きものブレインの商品をより多くの人に知ってもらうためには新たな宣伝方法が必要になるということである。

次に新潟県十日町市に本社を置く株式会社きものブレインの商品についてである。株式会社きものブレインは着物の修繕を主に行っている企業だが、「絹生活研究所・Silk life lab」というブランドの化粧品事業も展開している。原料に特徴があり、純国産みどり繭エキスをはじめとする植物由来の美容成分にこだわり、どこまでも肌にやさしい製法を徹底している。「みどり繭」とは、通常の白い繭とは違い、セリシンとフラボノイドと呼ばれる2つの成分を多く含んだ繭のことである。セリシンは人間の肌に近いアミノ酸で構成されているため美容効果や保湿成分が期待でき、フラボノイドは紫外線予防と肌の細胞の老化防止に期待ができる成分である。

5.2 一般貿易と電子商取引

海外で販売する方法は、一般貿易と電子商取引の「越境 EC」の2つがある。

1つ目の一般貿易は日本の商品を中国の子会社または、提携会社に大量に卸してそこから中国国内で販売する仕組みである。しかし、商品の数が多いため申請手続きに時間がかかったり、税金が課せられたりするため、経験値やノウハウが必要である。

2つ目の電子商取引の「越境 EC」は近年急成長しているインターネットを活用する販売方法であり、海外のお客様に直接販売をすることができる。国境を越えて、国際的にユーザーが欲しい商品を取引する通信販売のことである。国内のみで販売するよりも販路が拡大する可能性があるため、新たな顧客を集客するメリットがある。

2つの販売方法がある中で、2つ目の電子商取引の「越境 EC」をテーマの手段として選択した。新たな販売方法で新規顧客を増やし、株式会社きものブレインの商品ブランド「絹生活研究所・Silk life lab」を知ってもらうことで、地域貢献に繋がると考えた。

5.3 Inagora ホールディングス株式会社と「豌豆公正」

Inagora ホールディングス株式会社は、中国を中心に日本の商品を「豌豆公正」という越境 EC を使ったアプリでユーザーに売っている会社である。

以下の2つの事業は中国向けの事業であり、この事業を中心に日本の商品を売っている。

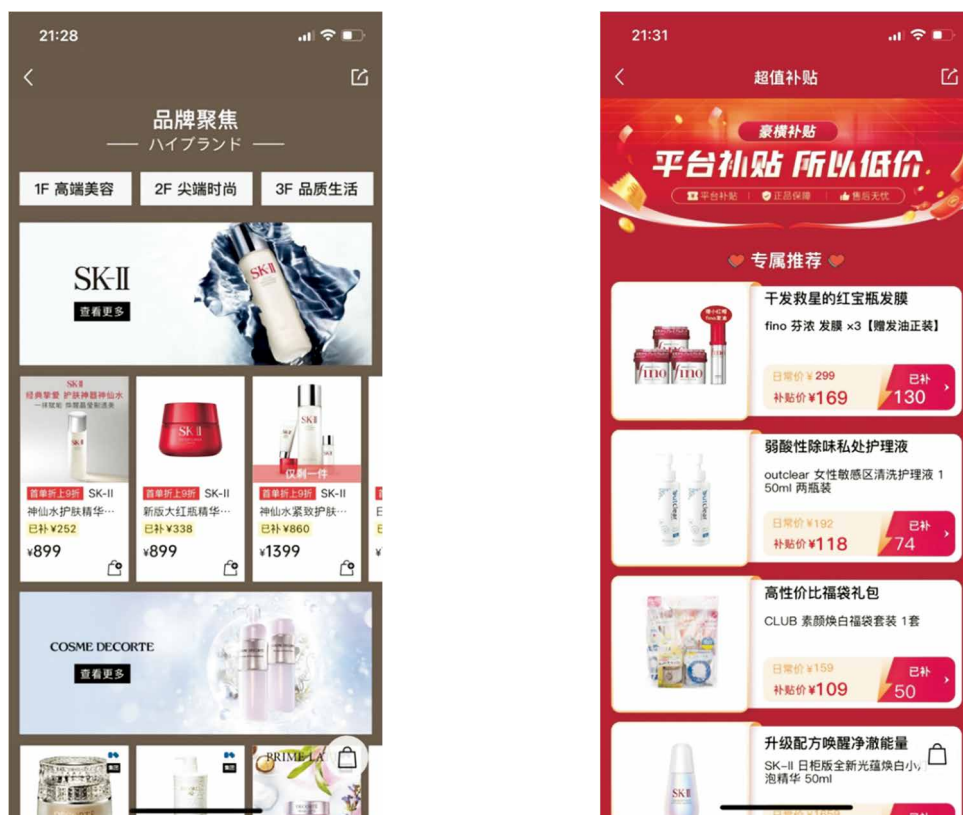
- ① プラットフォーム事業：Inagora ホールディングス株式会社の越境 EC アプリ「豌豆公正」をメインとした事業。
- ② ブランドインキュベーション事業：中国では全く認知度のないブランドを人気ブランドに育成する方法。

2つの事業があることで日本企業が中国の消費者にも商品を届けることができる。メリットとしては「豌豆公正」へ商品を掲載することで、中国人ユーザーのライフスタイルに合った新しい消費ニーズを創出できる点だと考える。

この事業を利用することで、株式会社きものブレインの商品も中国人ユーザーに認知されると考えた。「豌豆公正」に商品を登録する前に2つの手順で活動を進めてみた。

- ① 「豌豆公正」にどのような商品があるか調べた。
- ② 調べたうえで登録の方法や商品がどのようにユーザーに届くのかを調べた。

「豌豆公正」を実際にインストールし、どのような商品があるか調べた。日本のドラッグストアで売られている化粧品やカウンセリング化粧品の商品があったため、株式会社きものブレインの商品も取り扱っていただけのではないかと考えた。



図表 27 「豌豆公正」内で掲載されている日本の商品

5.4 インタビュー結果

Inagora ホールディングス株式会社代表取締役社長の翁永颯社長を外部講師としてオンライン上でインタビューを行い、以下の2つについてお話を伺った。

- ① 商品を登録する方法やゼミナールの力でどのように株式会社きものブレインに提案し、関わればよいのか。
- ② プラットフォームを通じて日本企業からの商品がどのようにユーザーに届くのか。
この質問に対する回答は以下の通りである。

①については、商品を登録する前に SNS を活用し認知度を獲得することが必要とのことであった。この提案から、SNS を通じて株式会社きものブレインの化粧品を使用して見た感想、どこで販売されているかなどを投稿してみることにし、中国の SNS 媒体を使ったマーケティング手法を調べることにした。実際に投稿して試みたが、ゼミナールの予算で商品を購入することが金銭面的に難しかったため、今後資金が集まり次第取り組みたい。

②については、商品ブランドを構築し SNS や KOL など様々な媒体でそれらを駆使して認知度を獲得して、認知して頂いたら、越境決済を済ませ、販売チャネルを拡大していくとのことであった。



図表 28 外部講師による授業の様子

5.5 化粧品のマーケティング手法及び「小紅書」と「抖音」

株式会社きものブレインの商品の販売経路を拡大するために以下のマーケティング手法を考えた。化粧品のマーケティングの手法は主に以下の6つがある。

- ① クチコミ：費用をかけず認知向上ができる、商品開発や改善に活用できる
- ② インフルエンサー：一気に認知が広がり、大きな宣伝効果につながる可能性がある
- ③ SNS：費用をかけずに情報を届けられる
- ④ Web 広告；化粧品やコスメの検討頻度が高い人に情報を届けられる。マーケット変化を把握できる。
- ⑤ ポータルサイト：検討確度の高いユーザーに手軽に情報を届けられる
- ⑥ 自社ホームページ：化粧品・コスメの商品やブランドの世界観を自由に表現できる

株式会社きものブレインの商品は「豌豆公主」の越境 EC アプリで販売したいと考えており、Inagora ホールディングス株式会社に商品を登録する前にこれらの化粧品のマーケティング手法を利用して、認知度を拡大できる可能性があると考えた。化粧品を使用している多くの方は、SNS に投稿されている情報を参考にした上で商品を購入するか検討していると考察した。特にコロナ禍でオンラインショップを利用する方が急激に増加している。実店舗でのアプローチだけでなく、SNS などを活用していく方向で進めている店舗も近年では多くあると考える。そのため、SNS を活用したマーケティング戦略を立てることで、登録した後での販売促進が期待できると考えた。

以上のマーケティング手法を理解したうえで、中国で使われている SNS で株式会社きものブレインの商品を投稿していくことを目指して、「小紅書」と「抖音」を調べた。

「小紅書」は、ライフスタイル、美容、ファッション、旅行など、主に話題の商品を実際の使用感や色味などをシェアしている。ユーザーのイメージが強く購買意欲を促進する可能性があると感じた。中国版「ティックトック」、ショット動画アプリ「抖音」の特徴は、最長でも1分程度の短い動画を投稿することが可能なことである。ハードルが低いため、幅広い世代にアプローチできることがメリットである。投稿に馴染むようなリズミカルで印象的な動画の制作、配信するのも良いと考える。ブランドイメージにあったモデルがコスメを使用している動画も投稿されているため、化粧品のイメージが強く印象に残ると感じた。

5.6 市場調査

日本では株式会社きものブレインの商品はどこで販売されているか、認知度はどのくらいあるかを調べた。販売されている場所については、公式サイト以外にも楽天市場やYahoo!ショッピング、アットコスメショッピングなどで販売されていることが分かった。

次に日本での認知度を調べるため、日本の投稿サイトを調べた。アットコスメとLIPSに投稿者が使用した口コミの投稿があることがわかり、日本での認知度が確認できた。



図表 29 アットコスメに掲載されている全身シャンプーの口コミ



図表 30 LIPS に掲載されている全身シャンプーの口コミ

5.7 課題と今後の展望

活動を進めるうえでの課題が3つ挙げられた。

- ① セミナールの予算を把握したうえで商品の購入を検討する必要があるがあった。
→投稿する用の商品を購入するための資金をどのように収集すればよいか考える必要があった。
- ② 登録して商品が目に留まりやすくなるためにあらかじめ、商品の知名度を高めることを目指す。
→インフルエンサーと連携して商品を紹介して頂くという考え方を参考にしたい。
- ③ 株式会社きものブレインと商品登録についてご相談させていただく。
→昨年度行っていた委託販売を継続することで Inagaro ホールディングス株式会社への商品登録について話しやすい関係になっている可能性が高かったので、次年度も活動を継続するなら参考にしたい。

また、今後の展望としては3つ挙げられた。

- ① 海外の方が日本の商品を手軽に購入することができる手段がわかった。
→日本の商品を広めることは海外の方のライフスタイルを豊かにすることで役立つことや地域活性化につながることを理解できた。
- ② 投稿内容を調べた。
→株式会社きものブレインの商品の販売経路を拡大したいと思ったことで、次年度につなぐ新たな発展が築けたと考えた。
- ③ 越境 EC アプリ「豌豆公正」を実際にインストールした。
→海外の方が求めているものが何か簡単に調べられる方法の一つだということを知った。

6. おわりに

6.1 今年度の活動の意義

今年度の活動を通して私たちは3つの意義があったと考える。

1つ目は「幅広い年齢層に着物の良さを伝える」ことである。昨年度に引き続き、悠久祭にて着物を試着することができる「和装祭」を開催した。和装祭を開催し、実際に着物を試着してもらったことで着物の良さを幅広い年齢層の方に伝えることができた。また、「振袖人気投票」を実施して、様々な種類の着物を見てもらったことで、少しでも着物に興味を持ってもらうことができた。和装祭当日に実施したアンケートにおいても、とても満足したと回答した人が8割をも超えていたため悠久祭にて和装祭を開催した意義は大いにあったのではないかと感じる。

2つ目は「東山地区の現状を知る」という点である。2023年3月末に閉鎖となった悠久山プールを活用して人の集まる場所づくりをテーマに活動を行った。悠久山野球場、悠久山プールを管理している長岡市役所市民協働推進部スポーツ振興課長谷川様、坂井様との意見交換を行い長岡市の意向や利用者数、現状などを伺ったことで我々の活動の方向性を改めて定めることができた。閉鎖となったプールを実際にどのように活用するかなどの案を考えることや意見を伝えるところまでは時間の関係上できなかったが、本校がある東山地区の現状を知る良い機会となった。

3つ目は「活動していく中でのネットワーク」である。複合施設の提案では悠久山野球場、悠久山プールを管理している長岡市市民協働推進部スポーツ振興課長谷川様、坂井様にご協力いただき、現状などの細かい情報を知ることができた。また、刈羽村にある「とうりんぼ」という施設を管理・運営しているピーチビレッジ刈羽株式会社の伊藤様に作られた経緯や目的、私たちの活動に対するアドバイスを伺うことができ、活動を行う上で大変参考となった。和装祭では株式会社鶴亀社社長小川様にご協力いただき、昨年度よりも着物の種類を増やしたことにより、多くの方々に試着してもらうことができた。長岡酒の陣への参加では、株式会社新潟デリカ代表取締役副社長佐藤様、吉乃川株式会社、お福酒造株式会社、朝日酒造株式会社にご協力いただき、実際に酒蔵を見学したり、イベントへ参加したりすることによりお酒の知識を身に着けることができた。越境 EC については Inagora 株式会社の翁社長から電子商取引の全般事情に関するお話を伺い、日本企業が海外に商品を届けるには何が必要か、どのようなことを行えばよいか理解することができた。

今年度行った4つの活動は私達学生だけの力では達成できるものではない。多くの方に協力していただいて地域に貢献できるような様々な活動ができた。その活動を通して、ネットワークの大切さを実感することができた。

6.2 今年度の反省

今年度の反省は3つある。

1つ目は、所属チーム以外の活動の進捗状況を把握することができなかったことである。今年度は活動人数が多く、4グループに分かれて活動した。各々の活動に目が行き、グループごとに壁ができてしまった。そのため活動の進捗状況の把握ができなかった。改善策としては、毎回のゼミ活動の前に進捗度を報告し、他のグループの活動を把握するべきだと考える。

2つ目は、活動が遅れてしまったことである。昨年度から活動を継続して行ったグループはスムーズに動くことができた一方で、今年度から新たに活動を開始したグループは活動計画に関する話し合いなどを十分に行わず活動を進めていってしまった。その結果、取り組むことができる活動が限定されてしまうという状況になった。来年度は各グループが早めに活動計画や目標設定を行い、スムーズに活動に取り組めるようにしてほしいと考える。

3つ目は、3年生と4年生でコミュニケーションが取れていなかったことである。ゼミ内で交流する機会が少なかったため、仲がいい人や同学年の人同士のみと会話をしていることが多かった。それによって、準備等で上手く連携が取れなかったり、情報共有ができなかったりという事につながった。そのため、3年生と4年生が交流することが出来る機会を定期的に設けていくことやグループ編成をする際には知らない人とも組ませるといったことが必要であると考えます。

6.3 今後の展望

今年度は、4つのグループに分かれ様々な活動を有意義に行うことが出来た。来年度も活動を継続し、さらなる課題解決に取り組んでいきたいと考えている。

具体的には、今年度出た課題を改善し、東山地区活性化のため若者の視点からの提案を構想することやイベントを通じて少しでも地元について知り、伝えていきたい。

来年度は、今年度の活動を通して得たものを生かし活動を行っていきたい。

謝辞

今年度の活動ではお忙しいなか、株式会社鶴亀社 代表取締役 小川祐蔵様及び株式会社新潟デリカ 代表取締役副社長 佐藤敦様にアドバイザーとしてご協力して頂きました。また、ピーチビレッジ刈羽株式会社 伊藤隆様及び長岡市市民協働推進部スポーツ施設課施設係 主査 長谷川和弘様、主任 坂井洋一郎様にヒアリングや施設見学などご協力して頂きました。誠にありがとうございました。

<参考資料>

1 和装祭ポスター



参加無料
9.16 土

和装祭

会場：長岡大学3階学生ホール
開催時間：10時～17時
所要時間：30分程度

参加方法：事前予約または当日受付
予約方法：右記のQRコードからお願いします
※締切は9月9日(土)まで

お問い合わせ連絡先：
k20104@std.nagaokauniv.ac.jp(担当：矢部)



ご協賛企業様：株式会社鶴亀社 お問い合わせ：長岡大学 喬ゼミナール

2 和装祭アンケート用紙

「和装祭」アンケート調査 長岡大学 喬ゼミナール

【ご協力をお願い】

本日は「和装祭」にご参加いただきありがとうございます。今後の参考にさせていただきますため、ご感想、ご意見をお聞かせください。

調査票は無記名で、回答いただいた内容はエクセル等で集計し統計的に処理され、喬ゼミナールⅢ・Ⅳの活動以外の目的に用いることは一切ありません。以上の趣旨をご理解いただき、アンケートにご協力いただけますよう、よろしくお願いいたします。なお、本研究の成果は「令和5年度 学生による地域活性化プログラム」での発表会を通じて公表予定です。

問1 あなた自身についてうかがいます。

(1)あなたの性別を教えてください。(1つだけに○)

1. 男性 2. 女性 3. 回答しない

(2)あなたの年代を教えてください。(1つだけに○)

1. 10代以下(19歳以下) 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代以上

※学生の方についてうかがいます。

(3)あなたは以下のどれに当たりますか。(1つだけに○)

1. 小・中学生 2. 高校生 3. 専門学生/短大生 4. 大学生/大学院生 5. その他(具体的に:)

問2 本日のイベントについてうかがいます。

(1)本日のイベントの満足度を教えてください。(1つだけに○)

1. とても満足 2. やや満足 3. 普通 4. やや不満 5. とても不満

(2)前問で答えた満足度の理由について、具体的に教えてください。

→裏面に続きます。

(3)本日、試着した着物の種類を教えてください。(当てはまるもの全てに○) 1. 振袖 2. 袴 3. 試着していない

(4)本日のイベントに誰と参加しましたか。(1つだけに○)
1. 友人 2. 家族 3. カップル 4. 一人 5. その他(具体的に:)

(5)本日のイベントを知ったきっかけを教えてください。(当てはまるもの全てに○) 1. ポスター
2. メール 3. 長岡大学のホームページ 4. その他(具体的に:)

(7)本日のイベントに対してご意見・ご要望がございましたら、以下にご自由にお書き下さい。

質問は以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。

3 ぴあパークとうりんぼインタビューシート質問項目

Q1.施設が作られた経緯、目的

Q2.運営している企業、出資している企業

Q3.施設を作る際にかかった金額、期間

Q4.施設利用者の割合（性別、年代、時間帯、曜日、人数）

Q5.施設で働く従業員数、運営コスト

Q6.集客方法（チラシ、イベント、ホームページ、SNS）

Q7.施設ごとの売上高の割合と軸

Q8.新型コロナウイルスによる影響と講じた対策

Q9.施設を運営していくうえで感じた成果と課題

Q10.今後の施設の展望

Q11.長岡市に同じような施設を作るとなった場合の提案

4 悠久山周辺施設インタビューシート質問項目

Q1.どのような会社から要望が出ているのか。

Q2.具体的にどのような案が出ているのか。

Q3.いつまでに決定しようと考えているのか。

Q4.どのような順序で採用が決まるのか。

Q5.そもそも再利用する前提なのか。取り壊す予定はあるのか。

Q6.予算はいくらぐらいあるのか。

Q7.クラウドファンディングをする予定はあるのか。

Q8.市から見てどのような施設にしたいという思いはあるのか。

Q9.長岡大生がどのように今回の事業に関わっていくべきか。

Q10.悠久山球場の年間利用者数、答えられる範囲での売上高や利益など

Q11.悠久山周辺にある施設との相乗効果についてどのように考えているのか。

<参考文献>

- [1] ぴあパークとうりんぼ「施設について」
<http://www.tourinbo.com/> (2023年12月23日閲覧)

- [2] 越後長岡観光振興委員会「越後長岡酒の陣 2023」
<https://www.nagaoka-sakenojin.com/> (2023年12月23日閲覧)

- [3] 吉乃川「会社概要 | 吉乃川 | 新潟長岡市にある日本酒の蔵元」
<https://yosinogawa.co.jp/company/> (2023年12月23日閲覧)

- [4] 越後銘門酒会「吉乃川 戦国時代から続く新潟最古の酒造」
<https://sake-niigata.com/sakagura/yoshinogawa/> (2023年12月23日閲覧)

- [5] 吉乃川「みなも」
<https://yosinogawa.co.jp/minamo/> (2023年12月23日閲覧)

- [6] 朝日酒造「企業情報 | 朝日酒造」
<https://www.asahi-shuzo.co.jp/company/> (2023年12月23日閲覧)

- [7] 地酒蔵元会「歴史背景 | お福酒造株式会社 | 蔵元紀行」
<https://www.kuramotokai.com/kikou/23/history> (2023年12月23日閲覧)