

十分杯の広報活動

長岡大学 権五景ゼミナール

10E010 宇尾野大樹	10E030 佐藤旭
09E007 井上翔平	09E024 小林建登
09E000 近藤彰太	09E045 永井丈椰
09E047 野口真義	09E049 樋口拓磨
09E051 廣川拓実	09E055 松永祐翼
09E061 吉田裕亮	

目 次

はじめに—テーマにたどり着いた経緯と広報活動の位置づけ—

1. 十分杯入門

- 1.1 十分杯の特徴、メッセージ、ルート及び正しい字について
- 1.2 なぜお酒が全部漏れてしまうのか—十分杯の仕組み—
- 1.3 長岡と十分杯
- 1.4 各地のサイフォン杯
 - 1.4.1 ピタゴラス杯
 - 1.4.2 中国の敬器
 - 1.4.3 石垣島の教訓茶碗
 - 1.4.4 山形の八分杯
 - 1.4.5 朝鮮半島の戒盈杯

2. 十分杯の広報活動の内容

3. アンケート調査

4. 認知度と商品化における課題

- 4.1 認知度の課題
- 4.2 商品化の課題
- 4.3 十分杯をモチーフとした関連商品

5. 広報活動の結果と得られたこと

- 5.1 広報活動の結果
- 5.2 この活動を通して得られたこと

参考文献およびウェブサイト

十分杯の広報活動

はじめに一テーマにたどり着いた経緯と広報活動の位置づけ

権ゼミは‘現場から経済を学ぶ’ということで、企業見学をゼミの主な活動としている。そして、昨年度は2011年5月17日から企業見学を始めた。そして、5月24日に2回目の見学先として、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。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。所期の目的を達成し、帰る際にプラスチック製の歯車のキーホルダーを訪問記念としてもらった。そしてもう1つ四角形の酒枡を販売していることも分かった。それが十分杯との出会いの始まりだった。

まず、①‘液体の入れ物なのに底に穴があいている’ことがみんなの興味をそそがし、②そのメッセージ（戒め、儉約の精神）はもちろんであり、③歴史的にも長岡藩と十分杯とのかかわりについて知ることができた。しかし、それにもかかわらず長岡市内ですら知名度が低いことを知った。私たちが大学時代を送っている長岡にこのようにおもしろくて素晴らしいものがあつたなんてただただ驚いた。また、他にもいろいろな形の十分杯があるということを知り、さらに興味を持つようになった。

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、我々も一緒に活動しお手伝いをしようと思った。なぜなら、長岡と歴史的に関わりのある十分杯は特定の人とのみ利害があるわけではなく、長岡市民皆さんと関わりを持つからである。つまり、十分杯は長岡にとってもはや公共財なのである。そのため、地域活性化の素材としてもいいのではないかと考えた。そして、そのために私たちに何かできることはないだろうかと考え、我々の出来る限りの広報活動をすることを決めた。

その後、私たちは活動方法をめぐり激しい議論を重ねていくうちにある答えにたどりついた。それは「認知度を上げること」と「十分杯関連グッズの商品化」である。その理由は我々が卒業するまでの限られた時間内で少しでも効果を得られるためであり、また、十分杯そのものを知っている人が少なければ効果をあまり期待できないと考えたからである。その2つの目的を達成するためにいよいよ行動を起こした。

1. 十分杯入門

1.1 十分杯の特徴、メッセージ、ルート及び正しい字について

【特徴】

十分杯にはほかの杯と大きく異なる2つの違いがある。まず1つは、<図1>から<図4>の写真のように、杯の中にかざりという突起がある点である。もう1つは、<図5>の写真のように、杯を手にとって逆さまにしてみると、底に穴がある点である。

飲み方は普通の酒杯と同じであるが飾りが鼻につくため、多少飲み難い。そして、非常に大事なことだが、注ぐ前に絶対知っておかなければならない注意点が一つある。一定の

量(八分目)を超えてはならないのである。それを超えて注いでしまうと、中に入っていた全てのお酒が下(杯の外)に漏れてしまい、杯は空っぽになってしまう。そこには非常に面白い仕組みが仕込まれている。面白い仕組みとは、かざりの中に杯の高さの八分目までに管が通っており、それが外と繋がっている構造をしている。この杯でお酒を楽しみたいならば、せいぜい八分目までを楽しむ心の余裕が必要である。

【メッセージ】

前述した外観状の特徴は興味深いが、含蓄されているメッセージは誠に素晴らしい。十分杯にはなんと‘足るを知る’という先人からの教えが刻まれている。人間の欲望にはきりが無い。最初の欲望を満たしても又、次の欲望が生まれる。そして多くの人は過度の欲望に打ち勝てずにしなくてもいい喧嘩をしたり、栄養を取りすぎて病気になったりする。一方で、‘足るを知る’心は現在の自分のあるがままを受け入れ、それを素直に感謝する豊かな心である。また、‘これでもう足りている’、‘これくらいでいいのではないか’と己の能力を自覚し、欲望の肥大を自ら自制する心である。こうして‘足るを知る’という教えのなかに本当の幸福があるという教えである。

【ルート】

では、十分杯はどのように日本に伝わってきたのだろうか？実はギリシャが発祥地のようである。日本に伝えられるまでの詳しいルートははっきりとは分からないが、私たちは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2つのルートだと考えている。その根拠はギリシャにはピタゴラス杯、中国には欵器(イキ)、沖縄県(石垣島)には教訓茶碗、朝鮮半島には戒盈杯(ゲーヨンベ)と呼ばれる杯が存在しているからである。

【杯と盃】

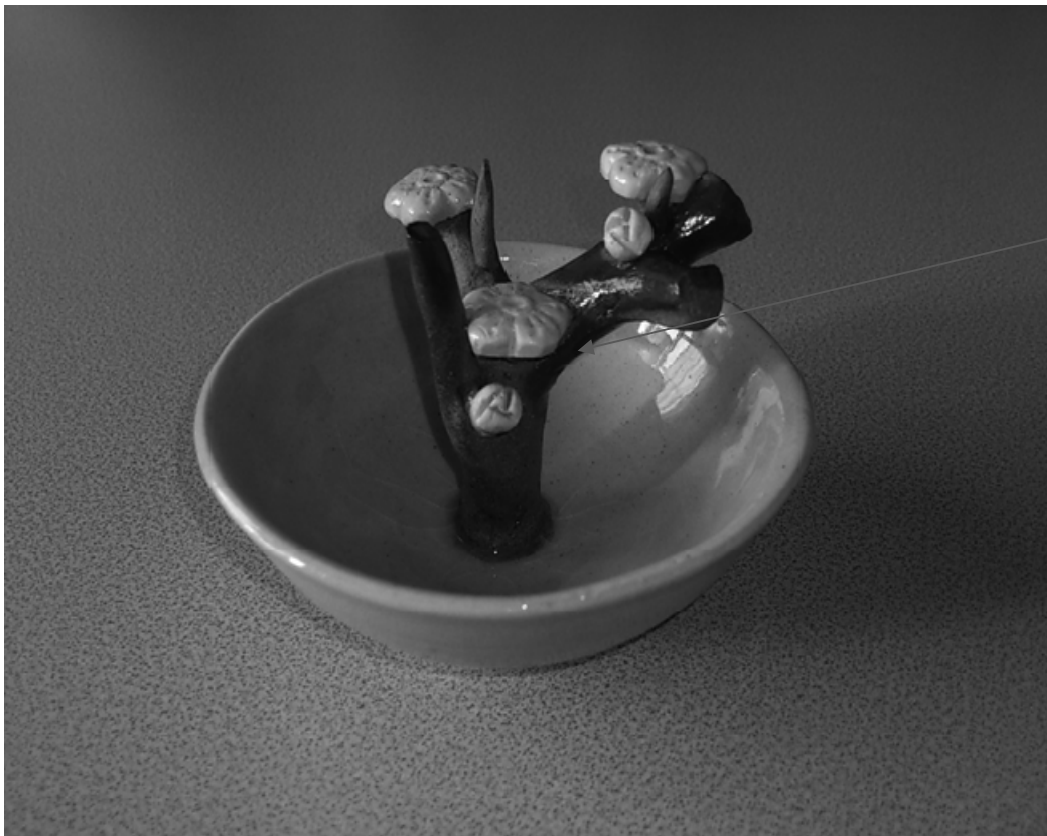
ところで十分杯のハイという字は、「杯」と「盃」の内どちらが正しいだろうか。長岡市役所の文書には「盃」という字が使われている一方、前掲の内山(2000)『十分杯(改訂版)』には「杯」という字が使われている。学習研究社の漢和辞典には、「杯」とは‘飲み物・吸い物を入れる中ほどのふくれた器。‘さかずき’という訓は酒を入れる器にしか使わない’と書かれている。また、「盃」とは‘不は花の下のまるく膨らんだ萼(がく)またはつぼみを描いた象形文字’。「杯」は‘木+音符不’の会意兼形声文字でふっくらと膨らんだ形の器’と書かれている。つまり、「杯」と「盃」は異体字の関係にあり、意味もほぼ一緒である。ただ天皇盃、〇〇盃のようにスポーツ分野では理由は分からないが、「盃」を使うのが一般化している。本稿では「杯」を用いる。

〈図1〉松竹梅の十分杯



(注) 北越銀行110周年を記念して製作されたもの。

〈図2〉十分杯の飾り



梅の飾り（この中に管が通っている）

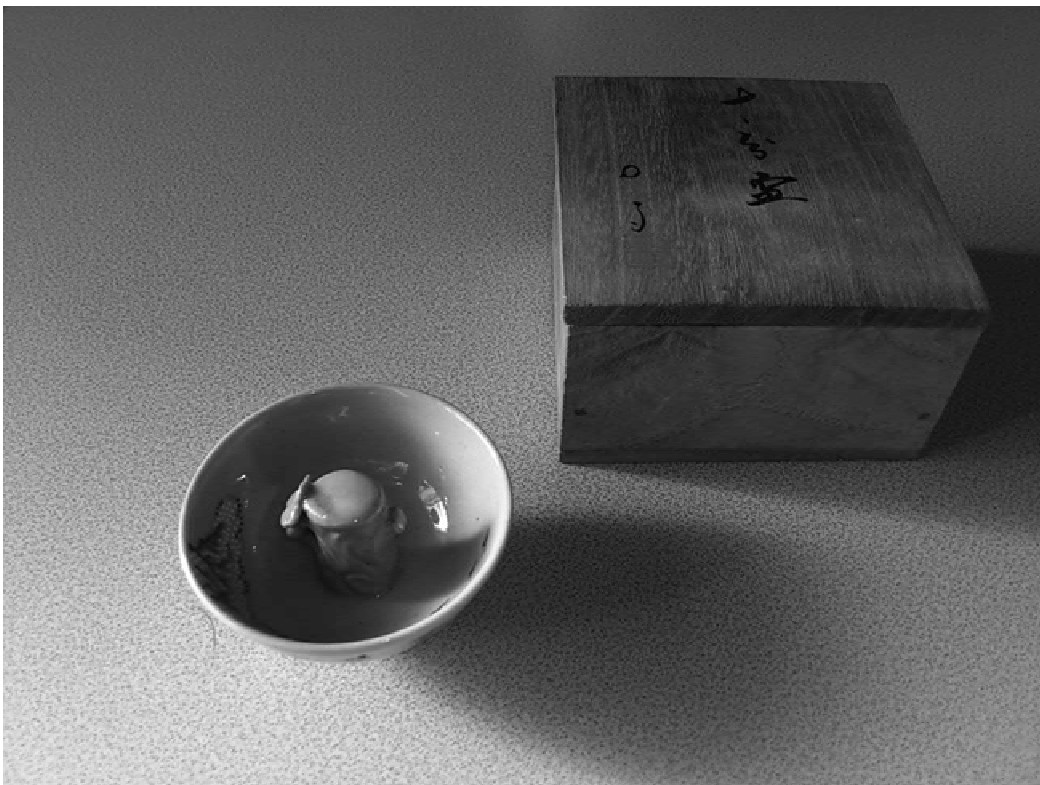
(注) 上図の右端の物である。

〈図3〉 十分杯の飾り



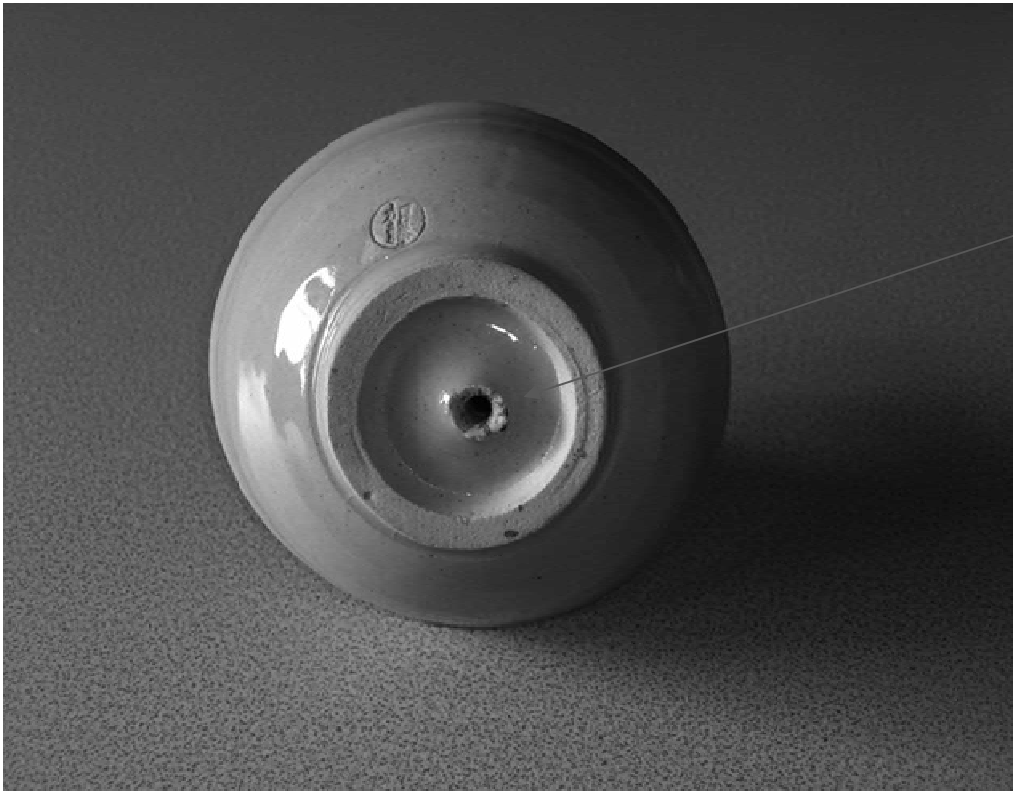
(注) 長岡高校140周年を記念して長岡高校総合総会が製作したもの。

〈図4〉 十分杯の飾り



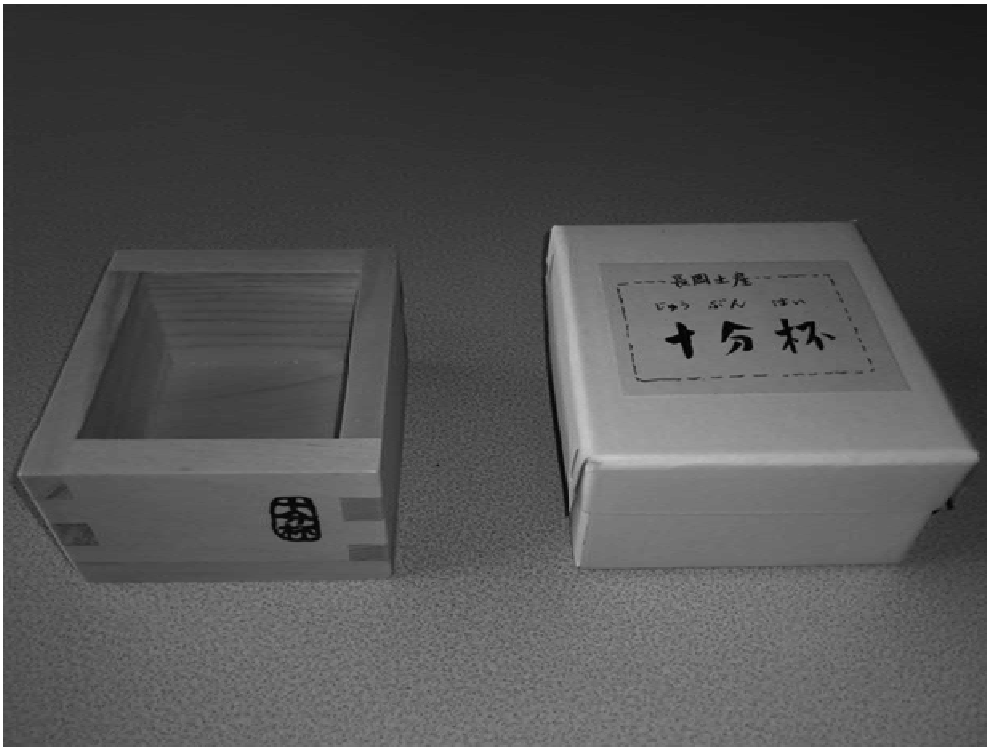
(注) 悠久焼の十分杯

〈図5〉 十分杯の底の穴

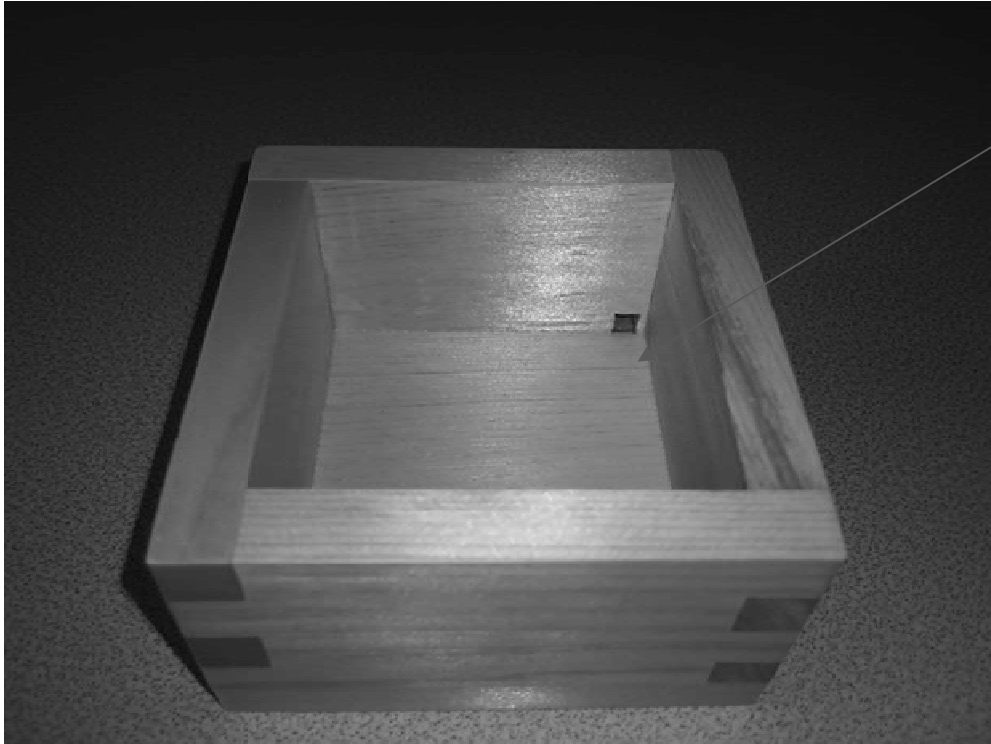


十分杯の底にあいている穴である。この穴と飾りに隠れている2本の管が1本に繋がっている。ここから水が漏れてしまう。

〈図6〉 枡の十分杯



長岡歯車資料館館長内山弘さんが製作した木の枡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。



サイフォンを縁に仕組んだために枡の中央部に突起物（かざり）がなく、一見したところからくりが仕組んであるように見えないのが特徴である。

1.2 なぜお酒が全部漏れてしまうのか—十分杯の仕組み—

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、量がかなりあ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。サイフォンの原理が仕掛けられていない普通のコップの場合は傾けてやるしかない。しかし、サイフォンの原理を活用すると、傾けずに殆どすべての水を出すことができる。コップ（入れ物）の中に外と通じるパイプをつなげればいい。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。

地球上に存在する全てのものは地球の引力に引っ張られているため、何の支えもなければ必ず地面や水面に落ちるようになっている。当然、水も例外ではない。ここで、下に示した〈図7〉を見てほしい。左図のコップの水には重力は働くが、水を囲む高くて丈夫な壁の存在と、パイプの中の水圧と大気圧の大きさが同じであるため、水は普通のコップと同じように傾けない限り移動させることはできない。ところで、このコップに水を注ぎ足すと考えてみよう。どうなるだろうか。

コップの中の水が増えるのと同時に突起の中の管内の重力が高まるようになる。重力が

高まるにつれて水圧も高まる。そして、突起内の管の最高点まで水が到達すると、水圧 > 大気圧となり、重力が働き、水は移動する。これが原理の要点である。サイフォンの原理が使われているものとしてトイレの水道管、消火器、灯油ポンプなどがあり、私たちの身の回りに多く使われている。

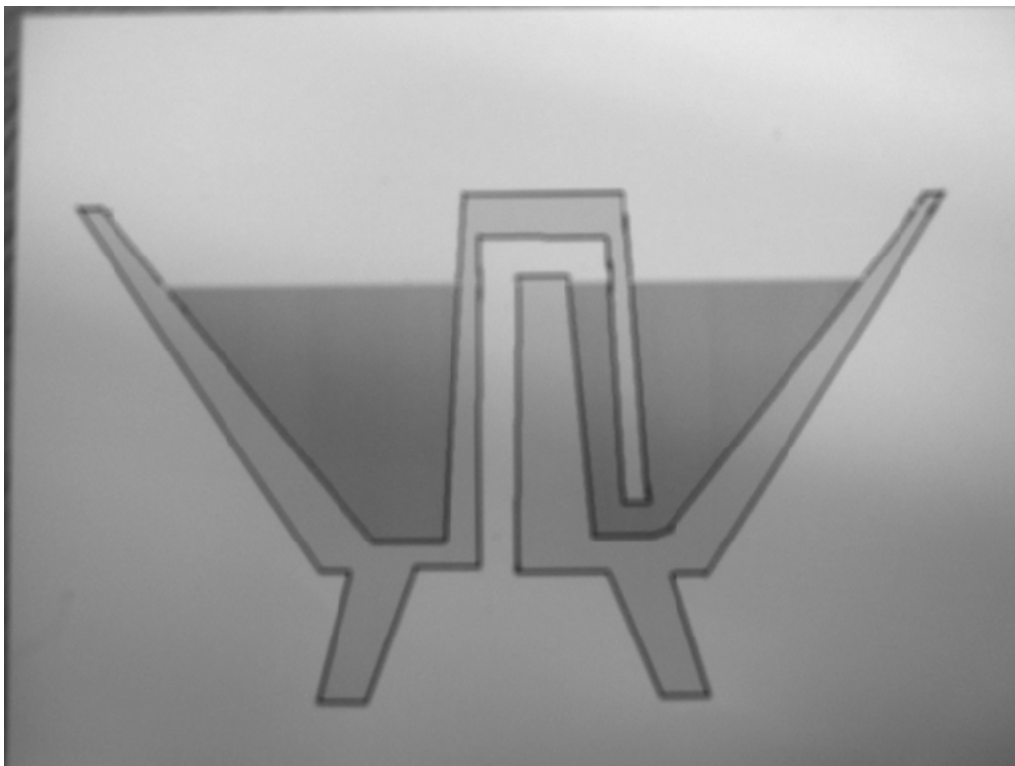
また逆サイフォンの原理というものがある。逆サイフォンとは開水路の一部の区間に設けられる管路流通構造物である。水利学上でのサイフォン効果によるものではなく、その形状から逆サイフォンといわれる。水路が河川を横断するとき用いられ、逆サイフォンの両側は自由水面を有し、その水位差により流れが生じる。日本では伏越と呼ばれている。逆サイフォンの原理が使われているものとして熊本県の通潤橋の水路、石川県の兼六園にある日本最古といわれている噴水などがある。

〈図7〉サイフォンの原理（左図）と逆サイフォンの原理（右図）



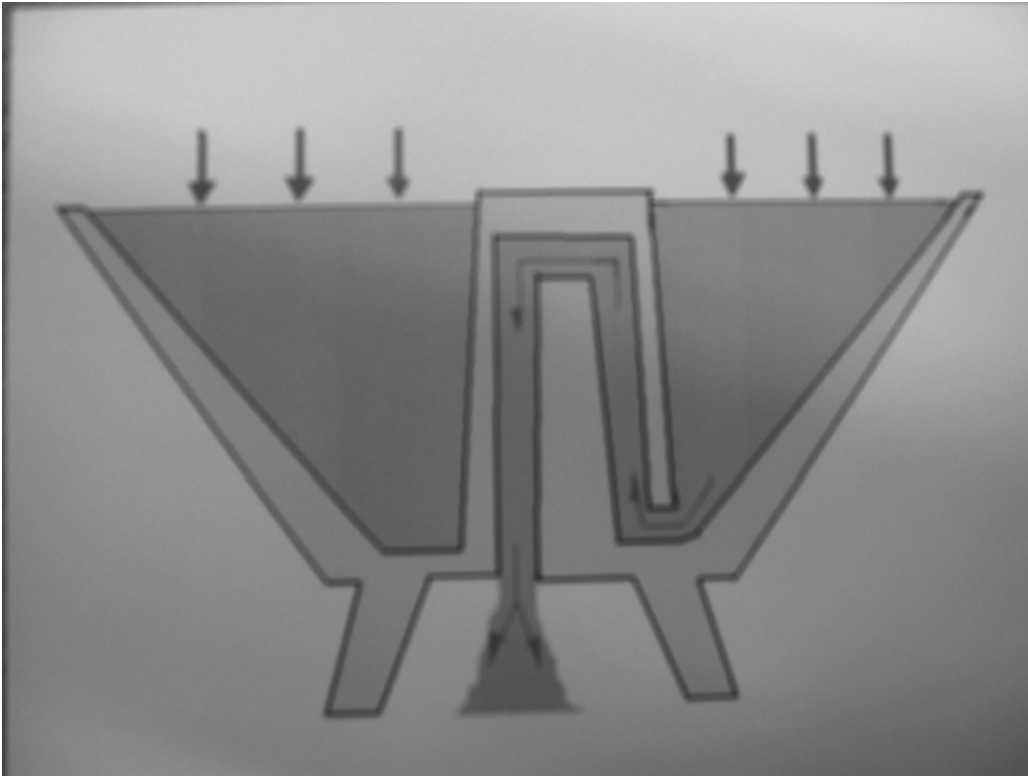
（出所） <http://www.maff.go.jp/kyusyu/nn/new/17/gijyutu/gijP01.html>

〈図8〉十分杯仕組み図 八分目まで水を入れた時



（出所）太刀川喜三氏製作資料

〈図9〉八分目以上入れた時



(出所) 太刀川喜三氏製作資料

1.3 長岡と十分杯

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。

牧野忠成が初代藩主についてから幕末に至るまで十二代の藩主が続く。一代忠成、二代忠成¹、三代忠辰、四代忠寿、五代忠周、六代忠敬、七代忠利、八代忠寛、九代忠清、十代忠雅、十一代忠恭、十二代忠訓、十三代忠毅である。長岡藩と十分杯の出会いには三代藩主牧野忠辰（まきのただとき 1665—1722）の時代にまで遡る。牧野忠辰は二代藩主忠成の長子で、10歳で父を失い家督を継ぐ。大叔父の三根山藩（現在の与板地域）の牧野忠清が後見役として養育し、家老の意見をよく聞き、また家老もよく補佐し生来聡明であった忠辰を名君とした。民政にも力を入れ、新田開発、山林の植林ばかりではなく、藩士の屋敷内にも松、杉、櫟、桐の植林を勧めた。また商工業の振興にも努め、敬神家でもあったので、神道を崇敬し当時荒廃していた弥彦神社を再建し、能にも優れ、しばしば演じている²。

忠辰以前からも武士はかつて簡素な生活を旨としていた。ところが、元禄時代（1688年から1704年）になると貨幣経済が確立し、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ができ、町人の生活が奢侈化するにつれて武

¹ 一代忠成と二代忠成は同じ名前だが違う人物である。

² <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%89%A7%E9%87%8E%E5%BF%A0%E8%BE%B0>

士たちも同調し華美となっていった³。長岡も例外ではなかったかもしれない。そこで三代藩主牧野忠辰はこれを憂い、文武の奨励や制度の改定をして、藩士の引き締めをはかった。その象徴が十分杯だった。‘満つれば欠く’という処世訓を示したものである。

牧野忠辰が領民（塚越、おそらく庄屋）の持参した十分杯に感銘を受け、次の詩を詠んだことから始まる。以下は藩主作の序文と詩である⁴。

十分盃の銘並びに序

或るひと十分盃を以て予に示す。

夫れ惟んみれば、十分盃の器為る、其の八分なれば則ち溢れず、盈つれば則ち皆漏る。諸を人の見志に比するも亦然り。

位高ければ則ち必ず悔有り。

心敬せざれば則ち必ず過ち有り。

故に易に曰く「天道盈つるを虧く。亢龍悔有り」と。

其れ斯の謂ならんか。

銘に云く

位高易傲 位高ければ傲り易く

意肆来悔 意肆なれば悔来る。

物理爾皆 物理皆爾り

觀十分杯 十分杯を觀よ。

丁卯（四年、1687年）孟冬（初冬）

榎軒悦咲子（牧野忠辰）

（後略）

序文や詩を読む限り、藩主は藩士や領民に戒めや節儉の精神を持ち、日々を送ってほしかったようである。

上述したように、これだけきちんとした歴史と素晴らしいメッセージがあり、長岡の文化遺産と言っても過言ではない十分杯だが、残念ながら長岡の市民の認知度は非常に低いようである⁵。

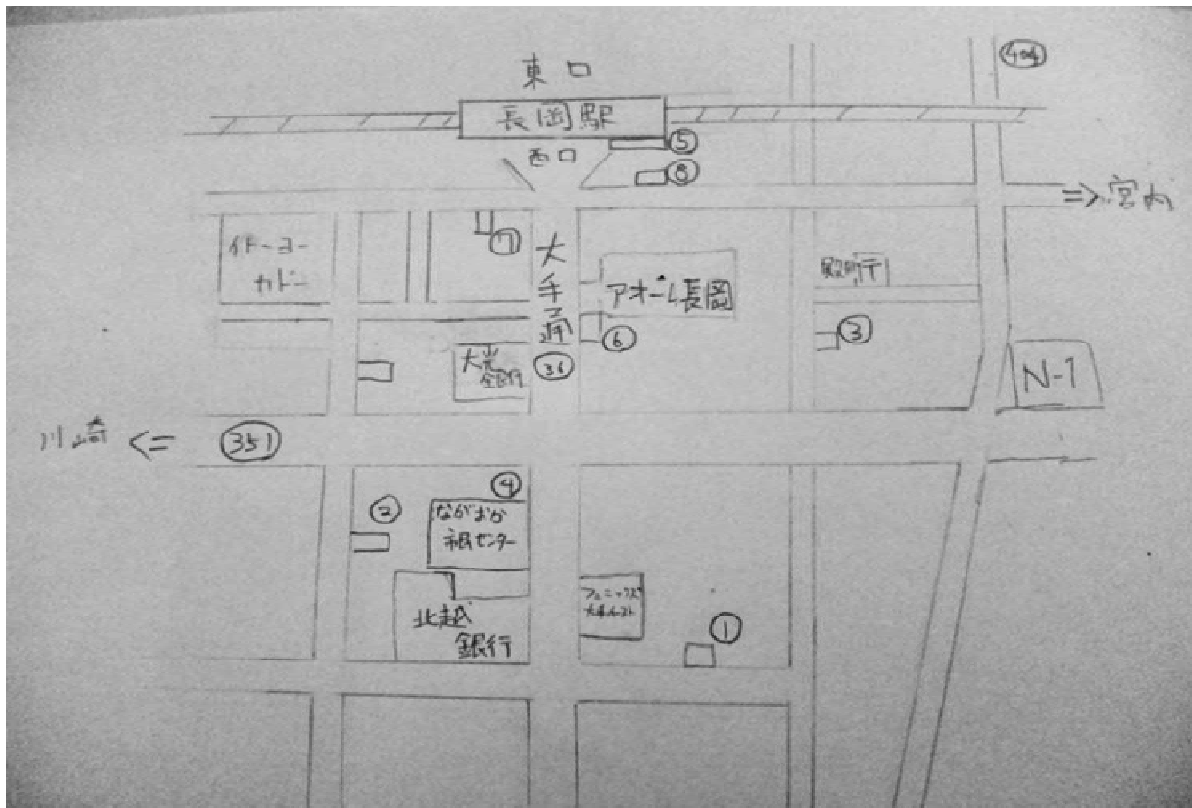
³ 進士外編（1980）pp. 145-146.

⁴ この資料は木のマスの十分杯を製作し、また、長岡の郷土史にも詳しい長岡歯車資料館の内山弘館長の2011年6月14日十分杯を愉しむ会主催の講演内容に基づいている。

⁵ 長岡と十分杯との関係にもっとも精通している内山弘氏と太刀川喜三氏の意見であり、約10人のうち1人が知っているのではないかと。

現在では販売しているお店が①「居酒屋 長岡藩」、②「すし・和風料理 米八」、③「遊食居酒屋 なじらてい」、④カーネーションプラザ（旧大和）、⑤わがんせ（CoCoLo 長岡 1F）、⑥まちなか観光プラザ、⑦サトウ商店、⑧横山商店駅前店などがある。十分杯でお酒が飲めるお店は「野鳥料理・季節料理 天風」「京香風月 煌」「新亀寿司」「新天街大鮎」「鮎芳」「越後長岡味噌醸造 たちばな本舗」「田舎料理 和だち」がある。

〈図 1 0〉 十分杯販売店の地図



1.4 各地のサイフォン杯

十分杯のようにサイフォンの原理を活用したカップ（本稿ではサイフォン杯と呼ぶ）は世界中で決して珍しい訳ではない。地域や国ごとに名称は異なるが、いずれも底の穴と飾りは共通している。以下では世界中のサイフォン杯を紹介したい。

1.4.1 ピタゴラス杯

十分杯の由来は今から約 2500 年前のギリシャの数学者で哲学者だったピタゴラス（紀元前 582 年 - 紀元前 496 年）にあると言われている。そのため、この杯に彼の名前がついている。ちなみに、観光商品として定義しており、一個当たりの値段は約 1,100 円 (9.90 €)（2012 年 12 月 24 日現在）である。

〈図 1 1〉 ピタゴラス杯



(出所) <http://fountaceramics.gr/en/Pythagoras%20cup/Gold%20archaic%20presentations.html>

〈図 1 2〉 ピタゴラス杯



(出所) <http://www.flickr.com/photos/86682180@N00/5792619533/in/set-72157626789537972>

1.4.2 中国の敬器

現状の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。〈図13〉に示されているようにサイフォンはない。しかし、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。座右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、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。) がいつも近くに置き、座右の銘にしていらっしやっただけの器 (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かと思う。) です。”

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、器がいっぱいにならないうちに、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ぬ。また、勇敢な人は恐れなければならぬ、豊かな人は節約しなければならぬ。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。”

原文は以下の通りである。

孔子觀於魯桓公之廟、有欹器焉。

孔子問於守廟者曰、此謂何器。

守廟者曰、此蓋為宥坐之器。

孔子曰、吾聞宥坐之器者、虚則欹、中則正、満則覆。

孔子顧謂弟子曰、注水焉。

弟子挹水而注之、中而正、満而覆、虚而欹。孔子喟然而嘆曰、吁。

惡有満而不覆者哉。

子路曰、敢問持満有道乎。

孔子曰、聡明睿智、

守之以愚、功被天下、守之以讓、勇力撫世、守之以怯、富有四海、守之以謙。

此所謂損之又損而之之道也。

『荀子』の宥坐編

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）においておいた物である。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ことはないだろう。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 1 3〉 中国の敬器



(出所) http://blogimg.goo.ne.jp/user_image/0d/2c/a470a409abe18f2cceac1209620a781c.jpg

1.4.3 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。

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。

〈図14〉石垣島の教訓茶碗



(出所) http://www.ishigaki-navi.net/p_chawan.html

1.4.4 山形の八分杯

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。もしかすると殿様とは牧野家3代藩主のことだったかもしれない。八分盃の意味は「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。飾りにの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。

〈図15〉山形県の八分杯



(出所) <http://blogs.yahoo.co.jp/omoya1137/3129471.html>

1.4.5 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‘盈ることを警戒する’という意味を持つ戒盈杯（ゲーヨンベ）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、多くのを失ってしまった。そこで、初心に戻り、全身全霊で作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。

〈図16〉戒盈杯



2. 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

2011年5月に十分杯に出会ってから運よく6月13日に内山氏の講演会を知ることができた。講演会で多くのことを学ぶことができた。最初はあまりにも順調だった。そしてその日の夜に十分杯を愉しむ会のみなさんと十分杯でお酒を飲みながら交流を深めた。

翌日14日に長岡大学学生の自主活動を支援するために作ったヒューマン・パワーアップ・プロジェクトに参加しプレゼンテーションを行った。このプロジェクトの助成金を今後の活動費用にあてたいと考えていたが、残念ながら申請が通らず支援を受けることができなかった。一生懸命みんなで議論し、知恵を出しただけに我々には残念な結果となってしまった。一銭も支援金は出ず皆呆然としてしまった。

もともとの計画は二本立てであった。一つが長岡市内での認知度アップのための広報活動であり、もう一つが十分杯をモチーフとした長岡土産となれる商品開発であった。しかし、誰もが仕組みについて不思議に思い、また素晴らしいメッセージもあり、しかも長岡の歴史を構成する重要な一材を前にして、支援が受けられないからといって活動を止めるわけにはいかなかったため十分杯の他の活動を重点的に行うことを決めた。

6月20日にTV取材で十分杯の魅力や原理についてご説明した。TV取材が人生初とても緊張したが、十分杯の魅力を十二分に伝えることができた。放送後、少しばかり反

響があり、周りの人たちに“十分杯って面白いね”と言われた。

7月頃に十分杯の詳しい内容を聞くために長岡歯車資料館の内山館長のもとへ取材に行った。内山館長は枡の十分杯を作った理由を“陶器製は自分では作れず、金属製では風情に欠けるので枡の十分杯を作った”と言われた。他にも十分杯の原価、作り方、各地域のサイフォン杯、サイフォンの原理などの説明をしていただきとても参考になった。一つ面白かったのはかざりを見事に枡の壁に隠すことで特許を取った内山館長でさえ、初期の木製の作品はやはりかざりが真ん中にあったということである。何事も一気に素晴らしいものができるのではなく一つ一つゆっくり熱意を込めるだけ、その分進化していくことを学ぶことができた。何よりもまったく十分杯を知らない人たちにこの訪問で一応、初歩的な説明ができるようになり大きな収穫であった。

9月頃に本格的に十分杯の広報活動の準備を始めた。長岡造形大学で開催された長岡デザインフェア2011参加のために子どもたちに分かりやすく、楽しんでもらえるように権ゼミ独自の紙コップで作る十分杯を開発した。たかが、紙コップの十分杯だが、みんなの努力の賜物の他ならない。

〈図17〉紙コップの十分杯



10月22、23日に長岡造形大学で行われた長岡デザインフェア2011に参加した。みんな一生懸命に準備した。これまで説明を受けていた立場から180度変わり、分かりやすく説明しなければならない立場になった。長岡造形大学の一つの教室を‘十分杯を愉しむ会’の皆さんと一緒に使った。二日間で約200人の来客があり、十分杯はもちろんであり、長岡大学の広報にも繋がったと思う。そして、‘紙コップで作る十分杯’を大人から子どもまで幅広い年代の方に工作を通して十分杯の不思議な仕組みを理解してもらい、

戒めの教えや長岡とのかかわりを伝えることができた。特に子どもに分かりやすく説明することの難しさを感じた。来客には記念のお土産として紙コップとストローを渡した。また十分杯を愉しむ会のみなさんと一緒に活動ができ親睦を深めることもできた。後は我々のコーナーの来客者がブログで十分杯や我々の活動を紹介したこともあり少し嬉しかった。大変だった二日間だったが同時に充実した二日間であった。

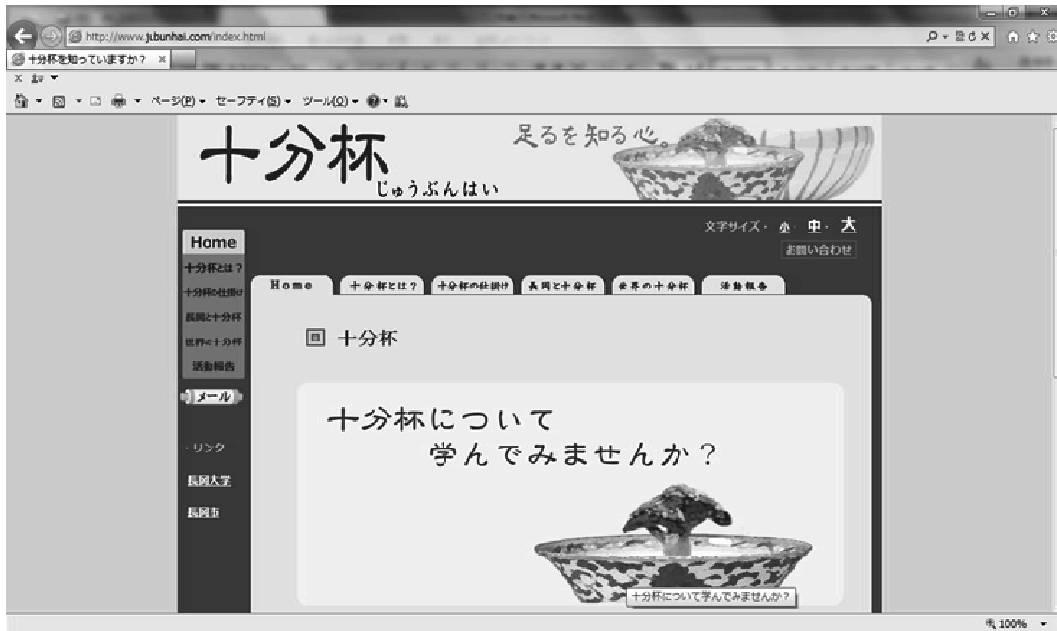
〈図18〉デザインフェアの様子



10月31日に十分杯のホームページ作成のための文章を手分けして書いた。ホームページの製作は新潟市の株式会社コムプラスビス社のご厚意によりできた。誰もホームページを作ったことがなかったが、みんなで協力してホームページに載せる文章を考えた。誰もホームページを作ったことがなかったが、みんなで協力してホームページに載せる文章を考えた。

11月19日に新しく長岡駅にオープンしたまちなかキャンパスで長岡大学の広報活動の一環として参加した。しかし、まだまちなかキャンパスの知名度が低く、活動時間が4時間しかなかったということもあり来客者は30人もいなかった。そして年度末に長岡市の助成事項に応募していたが、助成金75000円で採択されたという嬉しい通知があった。皆で喜んだ。金額はさておいて学内ではゼミの活動が認めてもらえなかったが、学外で認めてもらいとでも嬉しかった。また活動意欲がわいたが助成金を使うという責任感があり貴重な体験だった。そして、新年度が始まり、本格的な広報活動も始まった。地域活性化プロジェクト（以下、地活）に参加することにした。アドバイザーは長岡歯車資料館の内山弘館長とながおかまちの駅案内人の太刀川氏にお願いした。助成金と地活はしばらくでもあったがそれらがあつたために積極的に活動をするようになったことも事実である。

〈図 1 9〉 十分杯ホームページ



十分杯を知っていますか (<http://www.jubunhai.com/index.html>)

2012年5月から毎月8日午後13時から16時までの3時間にアオーレ長岡で広報活動をした。初めのうちはうまく説明ができず、アドバイザーの方がなさっていた説明を見よう見まねでやってみたり、図を使って説明をしたり、実際の十分杯を使って実演したり、紙コップで作った簡単な十分杯を使い解りやすいように説明したり、後半からは1人でもできるようになり、余裕が持てるようになった。始めた当初は10人にも満たなかったが、8月ごろから来客数が増え始め、平均して20人ほど来るようになった。

また、広報活動をよりよくするためにのぼり、チラシ、ポスターの作成などをしたり、いろいろな人々にも一目で理解していただけるように写真を載せ、多彩な色を使い見やすい工夫をした。活動は4年生主体で動いていたため就職活動時はうまく回らなく、イベントに参加できる人数が少なくなってしまうため、3年生に多大な迷惑をかけてしまったことは反省点である。

〈図20〉ポスター



長岡の伝統「十分杯」

～十分杯を知っていますか？

①十分杯とは

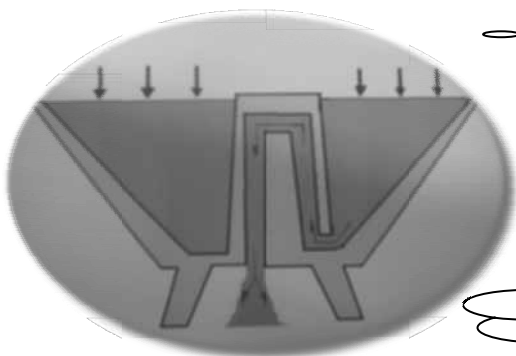
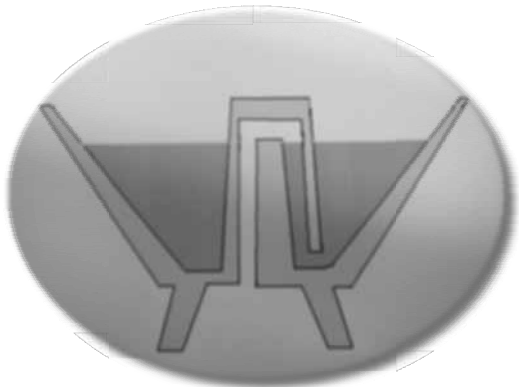
十分杯をご存知ですか？十分杯とは八分目以上お酒を入れてしまうと中に入っているお酒が下に漏れ出してしまうという仕組みの杯です。この杯にはサイフォンの原理が使われています。

②サイフォンの原理が使われている身近なもの

灯油のポンプ、コーヒーサイホン、トイレの水道管など他にもいろいろとあります。

③十分杯に込められた想い

「足るを知る」という意味が込められています。欲張らず、ほどほどが一番良いという意味です。



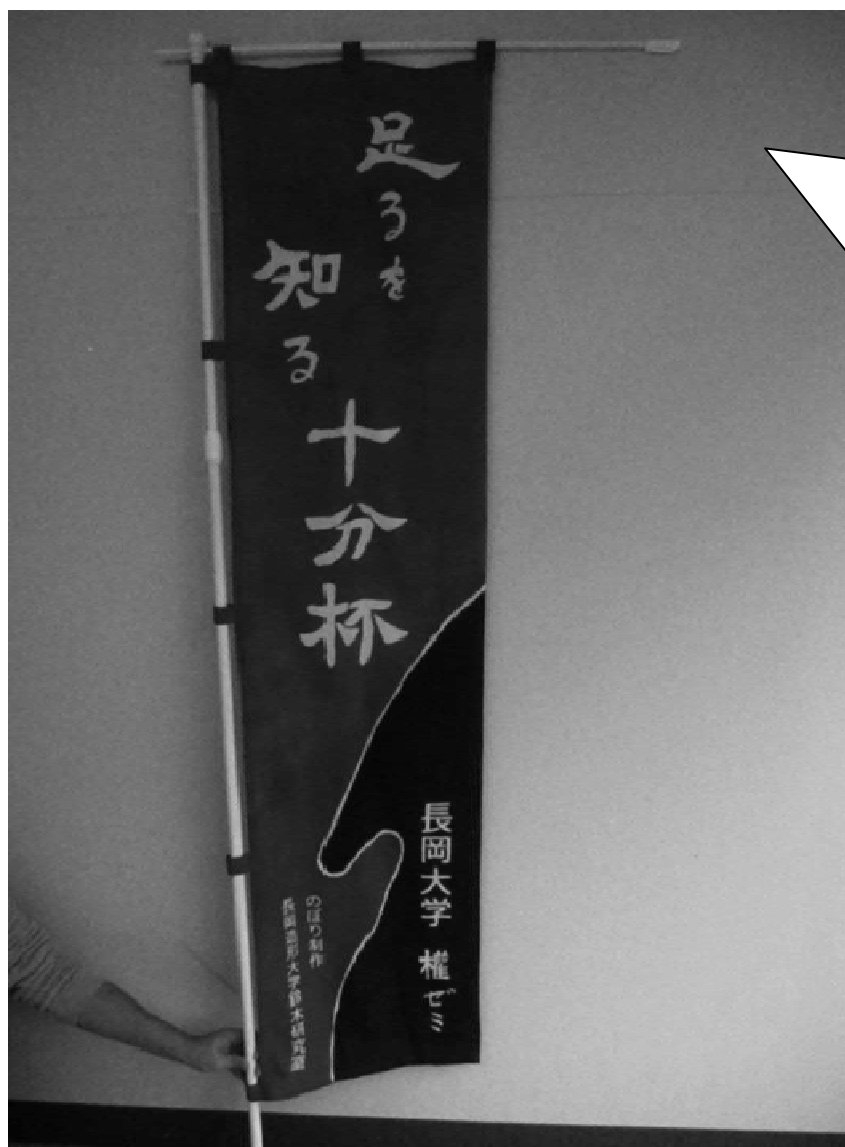
大きさは長径10センチメートル、高さ5センチメートル程度の大きさです。杯の真ん中の飾りは色々あります。

サイフォンの原理の図解

2月まで毎月8日の午後1時からアオーレ長岡でイベントをする予定ですのでぜひお越し下さい。何かご不明な点、ご質問がございましたらいつでもお問い合わせ下さい。

長岡大学 権ゼミ e-mail: kwon@nagaokauniv.ac.jp

〈図 2 2〉 広報活動の目印として作ったのぼり



長岡造形大学鈴木研究室の皆さんに作ってもらったのぼり。

6月12日には改めてアドバイザーの二方へ取材を行い、十分杯についての知識を増やした。また動画撮影を行い、いつでも知識を補えるようにした。またその映像を広報活動の際に来客者に見やすいようにしようと計画した。しかし、ゼミメンバーの結論だったタブレットの購入は様々な問題により実現できなかった。

7月24日に長岡郷土資料館に展示されている牧野家の十分杯を見に行った。また牧野忠辰公が書かせた十分杯に関する掛け軸も一緒に見させてもらった。我々のために特別に詳細な説明があり、質問応答の時間まで設けて貰った十分杯に対する知識がさらに増えた、とても有意義な時間が過ごせた。郷土資料館の内装を変えていた最中だったためお忙しい中拝見させてもらい感謝している。

10月6日に「うんめえ酒にアオーレ～越後長岡酒の陣～」に参加した。2012年に参加したイベントの中で最も大きなイベントだった。来場者は約5,000人で、われわれのブースには200人近くの来客者がいた。アドバイザーの方から借りた貴重な十分杯の

展示や十分杯の説明・実演などをしてお越しになったお客さんに体験していただきました。大変な混み合いで休む暇もないほどだった。その結果近隣のお店で実際に枡の十分杯と鉄でできた高価な十分杯が全て完売したと後程聞き、我々の活動の中で初めて明確な結果が見えた活動であり喜ばしいことであった。

〈図 2 3〉 うんめえ酒にアオーレ～越後長岡酒の陣～



〈図 2 4〉 十分杯のブース



3. アンケート調査

アンケート調査の計画はすでに活動を始めた時から盛り込まれていた。皆、認知度が低いというものの、どれだけ低いかは誰も明確に知らなかったからである。ところが、我々はそれをこの次に回していた。そして、中間発表（11月17日）の場で、学長から見事にアンケート調査の必然性を突かれた、これで火がついた。

長岡大学の先生や地活をサポートしてくれる地域研究センターの職員からアドバイスを貰い、以前の質問に新たに手を加え、約200人を目標としたアンケート調査を行うことにした。そして12月20日、22日にアオーレ長岡で十分杯の認知度調査を初めて行った。およそ2時間のほどアンケートの調査をした。今までのイベントと違いお客様がいらっしゃるのを待つという形ではなく、こちらから積極的に話しかけていくという形式だったので戸惑う学生もいて、スムーズに作業することができなかった。だが、後半からは学生たちも徐々に慣れ始め、初日目標としていた30枚を大きく上回る50枚もアンケートを取ることができた。また気温がとても低く雪が降っていたこともありアオーレにほとんど人がいなかったため、アンケート調査はとても大変だった。アンケートは年明けにも行い、1月8日、9日と活動をした。8日は毎月の広報活動の日でもあったため、活動と共にアンケート調査を行った。まだまだ雪が凄くアオーレに来る人は少なかったが、計4日間のアンケート調査を行い206名のアンケートを集めることができた。アンケートの質問内容は以下のとおり簡易的なものである。

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 問1 | あなたの性別は。 |
| 問2 | あなたの年齢は。 |
| 問3 | お住まいの地域はどこですか。 |
| 問4 | 十分杯を知っていますか。 |
| 問5 | （問4で「知っている」に○をつけた方。）どこで十分杯を知りましたか。 |
| 問6 | 十分杯を持っていますか。 |
| 問7 | （問6で「持っている」に○をつけた方。）どのような用途で使用していますか。 |

〈図25〉アンケート調査時



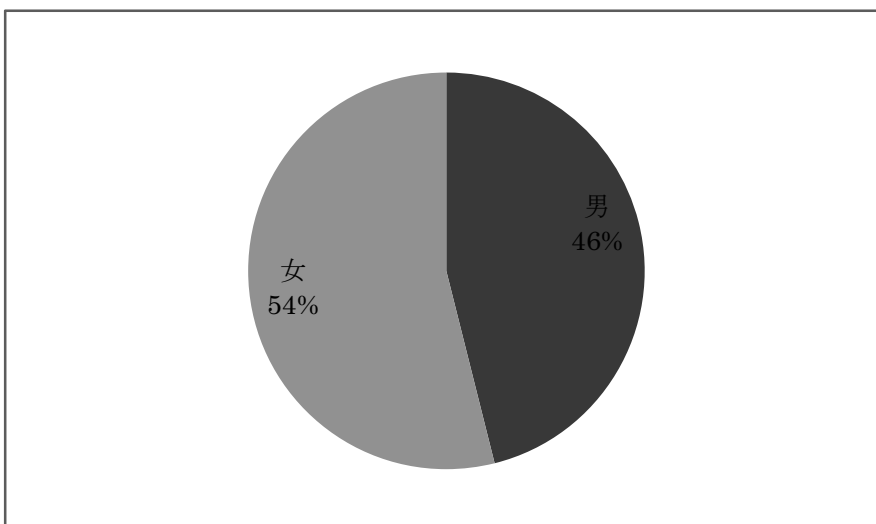
〈図 2 6〉 アンケート投票箱



アンケートの集計結果は以下の通りである。

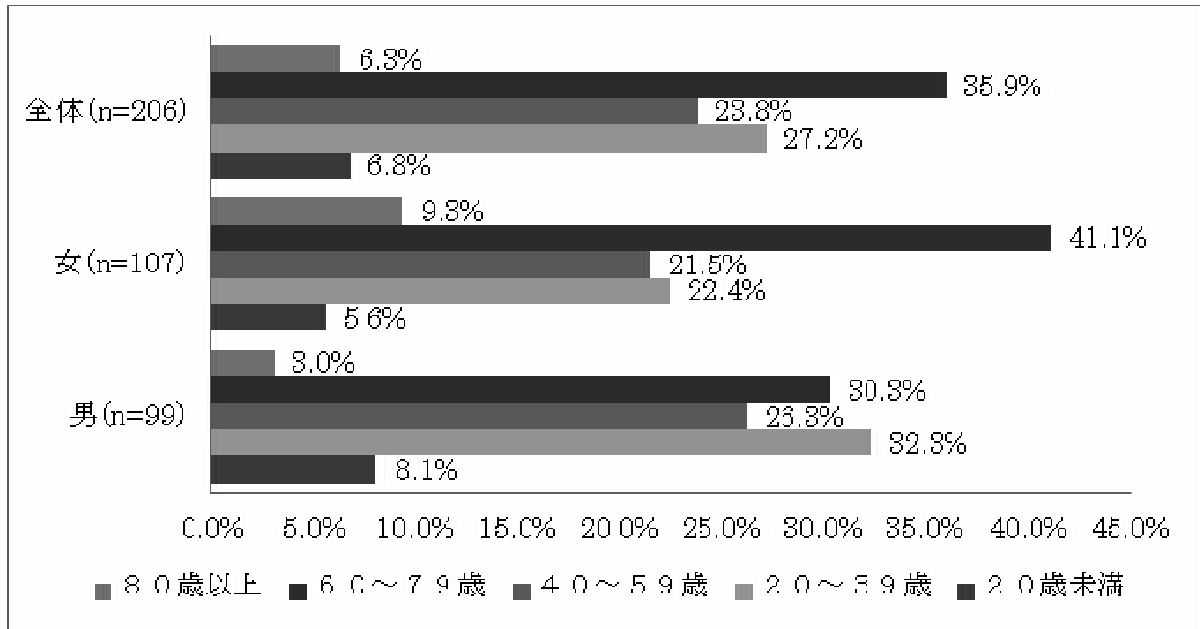
問 1 あなたの性別は。

〈図 2 7〉 男女別比



女性の割合が若干多かった。この差はアンケートを行った4日間の内3日間は平日だったため、比較的、主婦が多かったからだと考えられる。

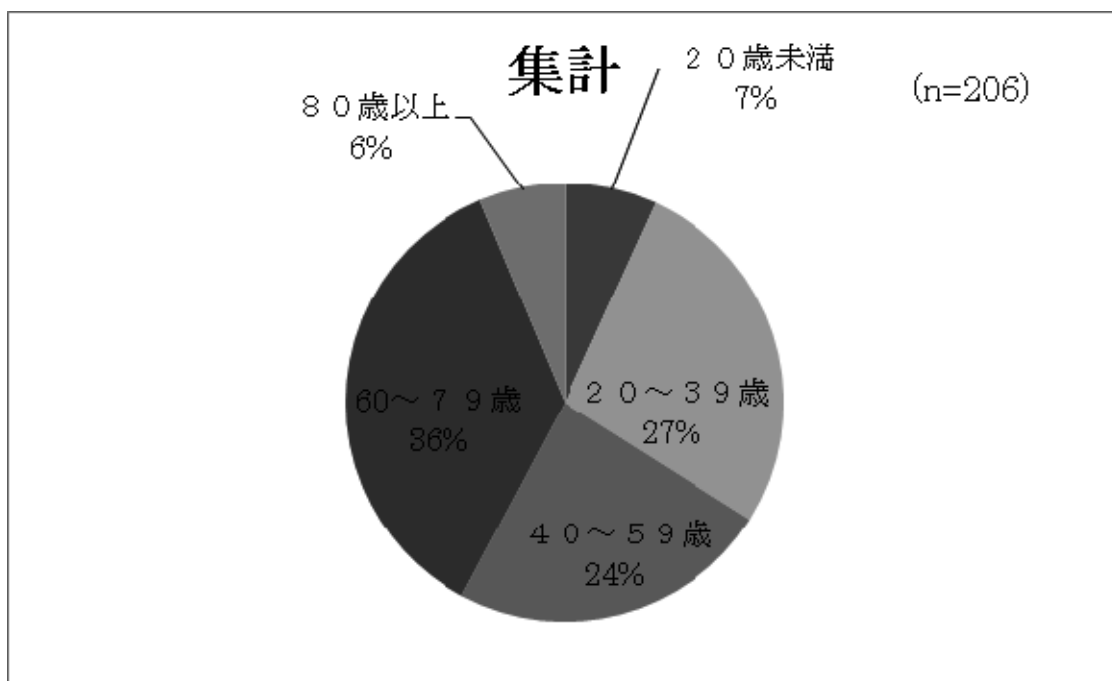
〈図28〉男女年齢別比



女性は60歳～79歳の人が一番多く、男性は20歳～39歳が一番多いが女性と同じで60歳～79歳の人も多い。

問2 あなたの年齢は。

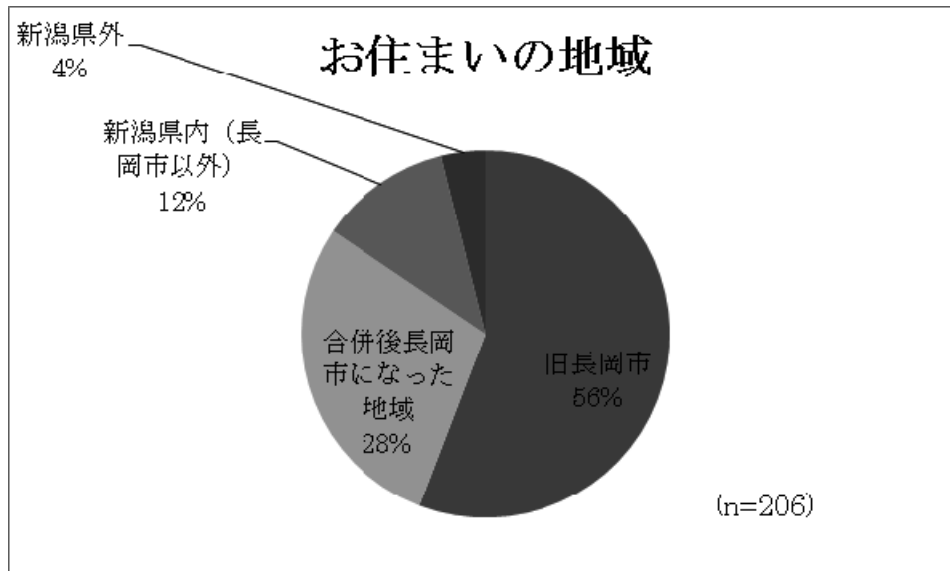
〈図29〉年齢別比



60歳～79歳の人割合が最も多かった。次に20歳～39歳の割合が多く、20歳未満と80歳以上の割合が少なかった。

問3 お住まいの地域はどこですか。

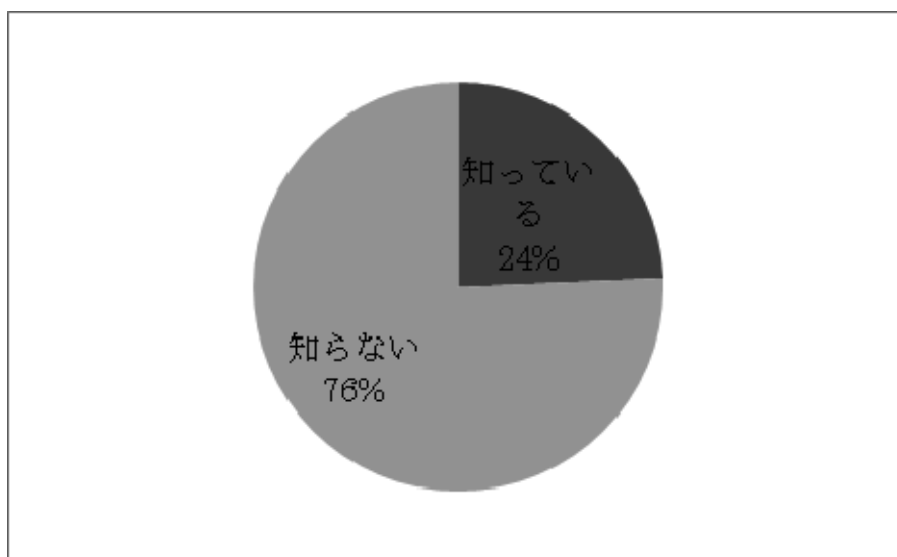
〈図30〉住んでいる地域別



旧長岡市と答えた人が一番多く、合併後長岡市になった地域が次に多かった。その理由をアンケート調査をアオーレ長岡で行ったため長岡市在住の人が多くなってしまったと考えている。

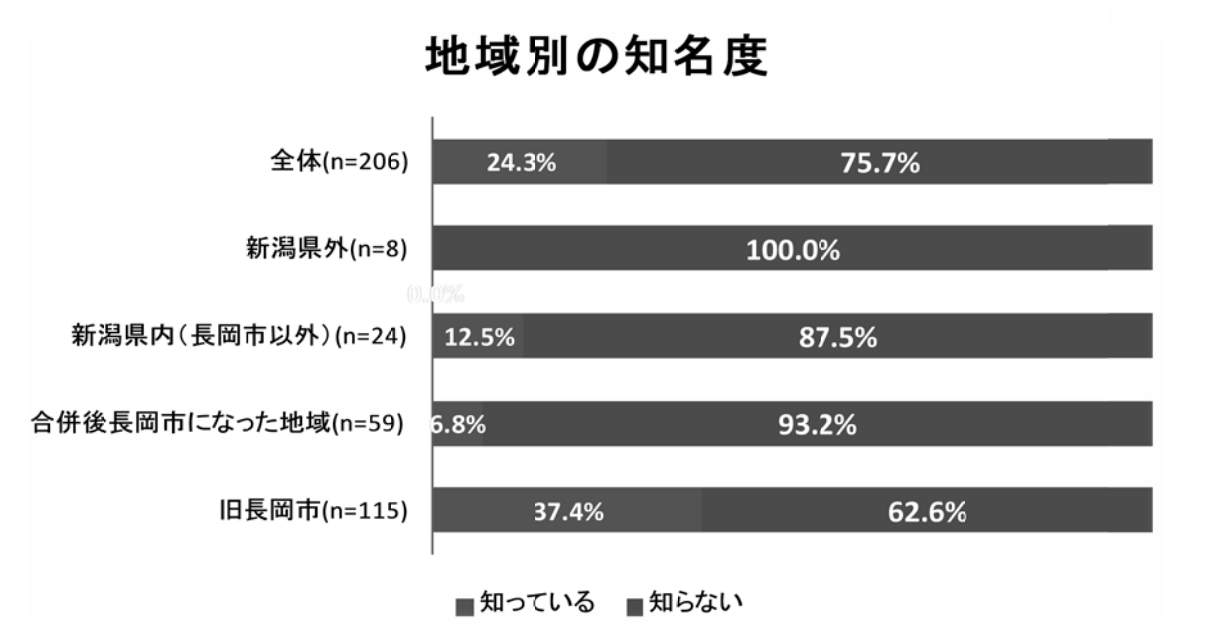
問4 十分杯を知っていますか。

〈図31〉認知度



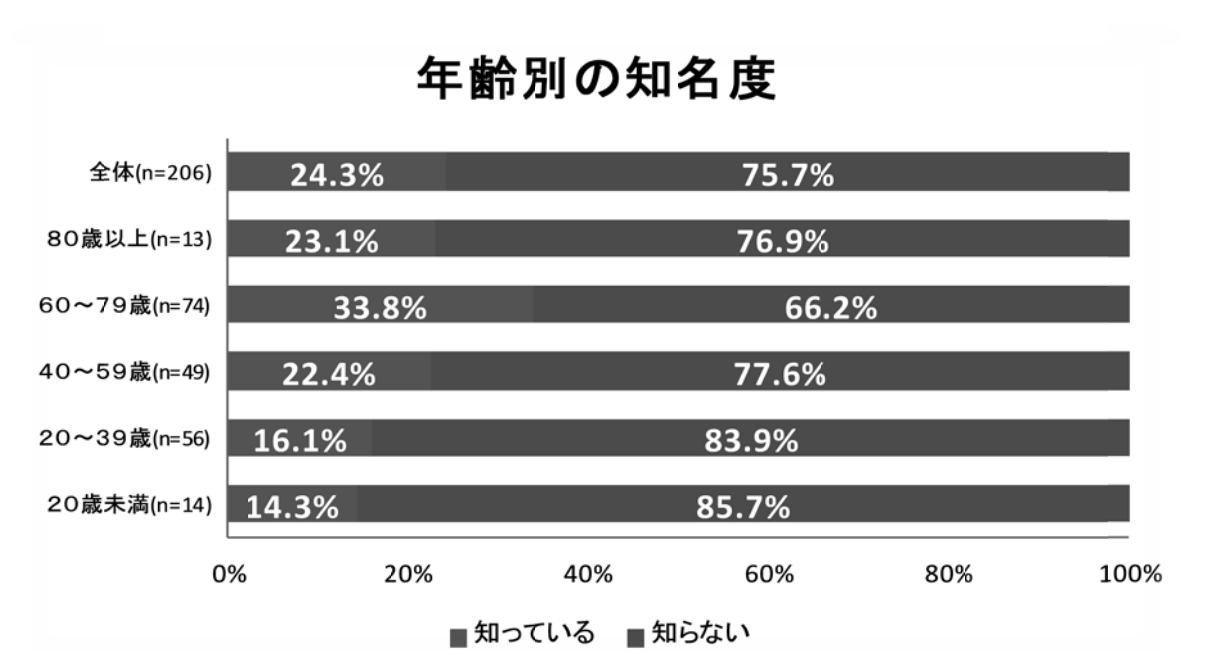
当初ははっきりとした割合が分からなかったが、約四人に一人の割合で知っているということがわかった。

〈図 3 2〉 認知度（地域別）



旧長岡市に住んでいる人が 37.4% で最も多く知っていた。やはり旧長岡市では長岡藩とゆかりのあるものとして認識されているようである。しかし、合併後に長岡市になった地域の住民の認知度は 6.8% と非常に低いことが確認できた。

〈図 3 3〉 認知度（年齢別）



次は年齢別だが、知っていると答えた人の中で 60 歳～79 歳の人が 33.8% で一番多か

った。大きな特徴は年代が若くなるほど認知度も低くなる点だった。認知度を上げるためには、若年層をターゲットとした広報活動が必要であると思った。

問5 (問4で「知っている」に○をつけた方。) どこで十分杯を知りましたか。

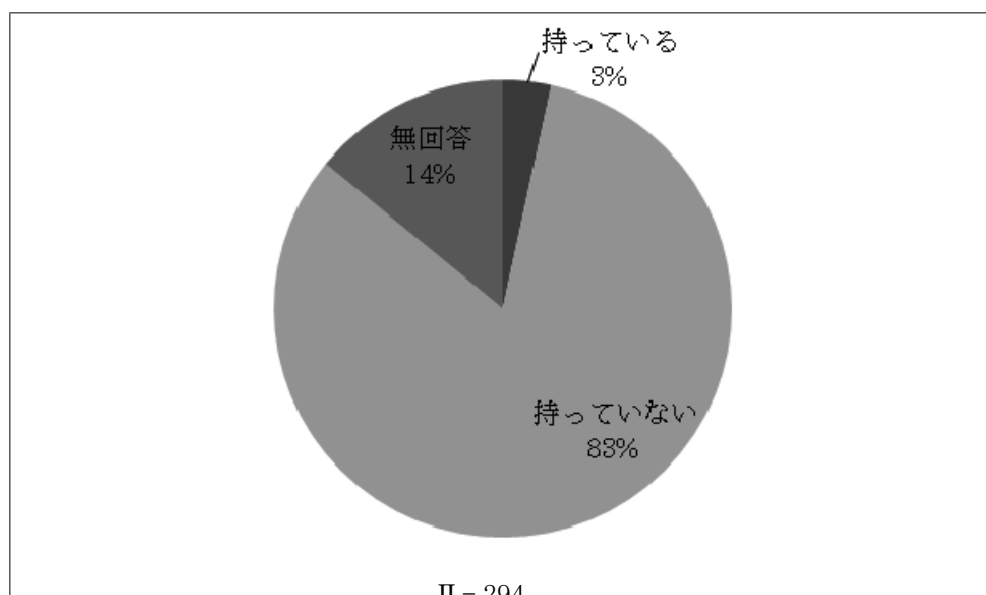
〈表1〉十分杯を知った場所

知ったきっかけのもの	票数
新聞・テレビ	8
知人から知った	4
広報活動	4
焼き物教室の先生が作っている	3
雑誌・市政だより	2
カーネーションプラザ	2
長岡郷土資料館	2
チラシ・ポスター	1
H P	1
市民センターで買った	1
蒼紫神社	1
贈答品	1
昔から	1
フェニックスのビジョン	1
小学校のテキスト	1
学校	1
覚えていない	4

新聞・テレビが一番多く、それに次いで「知人から知った」、「広報活動」という答えが多かった。私たちの広報活動が十分杯の認知度上昇に少しでもつながったことが分かった。

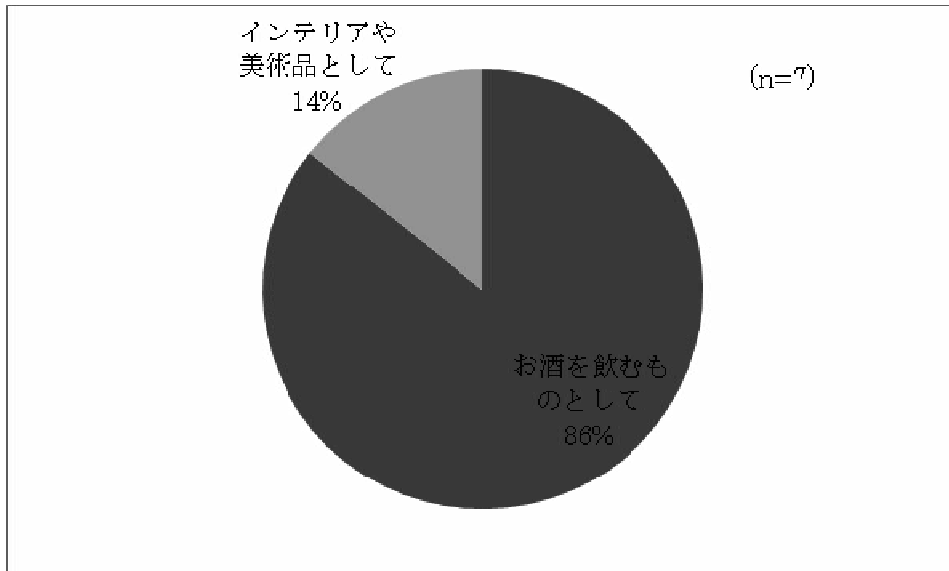
問6 十分杯を持っていますか。

〈図34〉十分杯所持率



十分杯を持っている人はほとんどいなかった。十分杯の販売を検討すべきだと感じた。
問7 (問6で「持っている」に○をつけた方。) どのような用途で使用していますか。

〈図35〉用途別



アンケートの集計結果を見て旧長岡市在住の60～79歳代の方が一番多く知っていた。十分杯をどこで知ったかという質問に対して、新聞・テレビで知ったという人が8人と一番多かったので次回の広報活動はチラシ・ポスターに力を入れていきたい。十分杯を持っていない人が83%以上いるので販売も検討していきたい。用途別は7票しかないがほとんどはお酒を飲むときに使い、少数ではあるがインテリアや美術品として使われていた。

4. 認知度と商品化における課題

4.1 認知度の課題

まず初めに商品化するにあたって根本的な問題点である認知度について考えたいと思う。そしてそれを阻む問題点として下記の4点が挙げられると考えた。

- ①杯として実用性がない点
- ②若い人にほとんど知られていない点
- ③枡、陶器製のものでは買う人、使い道に限られる点
- ④長岡市自体が広報活動に消極的な姿勢などが挙げられる。

①の理由としては十分杯には飾りがあるためお酒を飲みづらい、飾りがあるため収納や洗浄する際に苦勞する。ビールやワインを飲むのに適していない、魅力が伝わりにくいから。

- ②未成年はお酒が飲めないため馴染みがあまりない。若者の酒離れ、子どもや若い人たちが十分杯について知る機会がない。
- ③買う人は年配の方がほとんど。十分杯についての知識がある人しか買わない。デザイン性がない。量産ができない。新潟に作る場所がない（焼きがま不足）、時代が変わったため。
- ④他県・他国にもあるものだから。十分杯を知らないから。十分杯以外に多くの観光資源（長岡まつり大花火大会、越後山古志の牛の角突き、公営越後丘陵公園、各種の地酒など）があるため埋もれている、等々の問題点があると言える。

上記の問題点から我々の見かたでいくつかの改善案を挙げてみた

- ①動画サイトに十分杯の動画をアップロード
- ②ブログ、Twitter の利用
- ③インターネットでの販売
- ④十分杯コンクールの開催
- ⑤ゆるキャラの製作
- ⑥学内での活動
- ⑦小学校などで十分杯の説明をする
- ⑧十分杯の紹介動画を放送していただく

①まず、動画にするメリットは何なのだろうか？

一つはストリーミング動画配信は、ユーザーが好きな時にいつ、どこでもアクセスできる場所である。動画コンテンツを視聴できるメリットを活かして、広報活動に強力で新たな情報アプローチを提供する。テキスト主流のホームページに動画配信を導入することにより、もう少し魅力的なアプローチを目指すことができるようになる。

二つ目は動画の表現力は活字や静止画による情報伝達力との比較でも超越して優れ、その差は極めて大きい。

三つ目は掲載者の動画によって、昔の曲や映画・ドラマといった売り上げが伸びてきている。確かに YouTube やニコニコ動画の動画配信サイトが知る契機となっている。十分杯も例外ではないと考える。世界中の不特定多数の人に見てもらえるためイベントでの広報活動よりも効率よく多くの人に見てもらえる。動画には実演、講座などの内容を盛り込む。可視化できるため分かりやすい。

- ②ツイッターのメリットは、ブログなどの色々な情報に沢山のユーザーを誘導するために使うことができる場所にある。また、ブログを書くための情報収集としても役に立つ。なぜなら場所も時間も選ばずに色々な人に問いかけた内容が直ぐに返ってくるからである。ツイッターは、コミュニケーションツールとしてはとてもストレートな表現の出来るツールだと思う。だからこそ、ブログを日常的に書いている人、色々な業種から提供されているブログなどから情報を集めることに役立っているのである。

ツイッターの情報は、単なるつぶやき程度であると認識していても良いと思うが、専門的なこともつぶやいている場合もある。そのため、色々な情報を収集できる。

ブログのメリットの一つは自分の意見や考えを多くの人に発信できることである。ブログが登場するまでは、マスコミ人でもない一素人が多数の人に向け情報を発信することなどほとんど不可能であった。しかし、ブログの登場と普及により、ネット接続環境とワープロを打てる程度の知識があれば、だれもが不特定多数の人に情報発信・意見発信ができるようになった。これは非常に革命的なことである。少し前でも Web サイトを持てば情報発信は可能ではあったが、普通の人にはページ制作も管理も大変である。ブログはそういったハードルを大きく下げ、情報発信手段のコモディティ化を実現した。

二つ目はコメントやトラックバックで読者とコミュニケーションが取れることである。ブログにはコメントやトラックバックといった読者とコミュニケーションをとる手段があり、これらの機能を利用することにより、意見交換や親交を深めることができるようになる。こういったコミュニケーションの中で自分と同じ考えや嗜好を持つ人とめぐり合うこともできる。

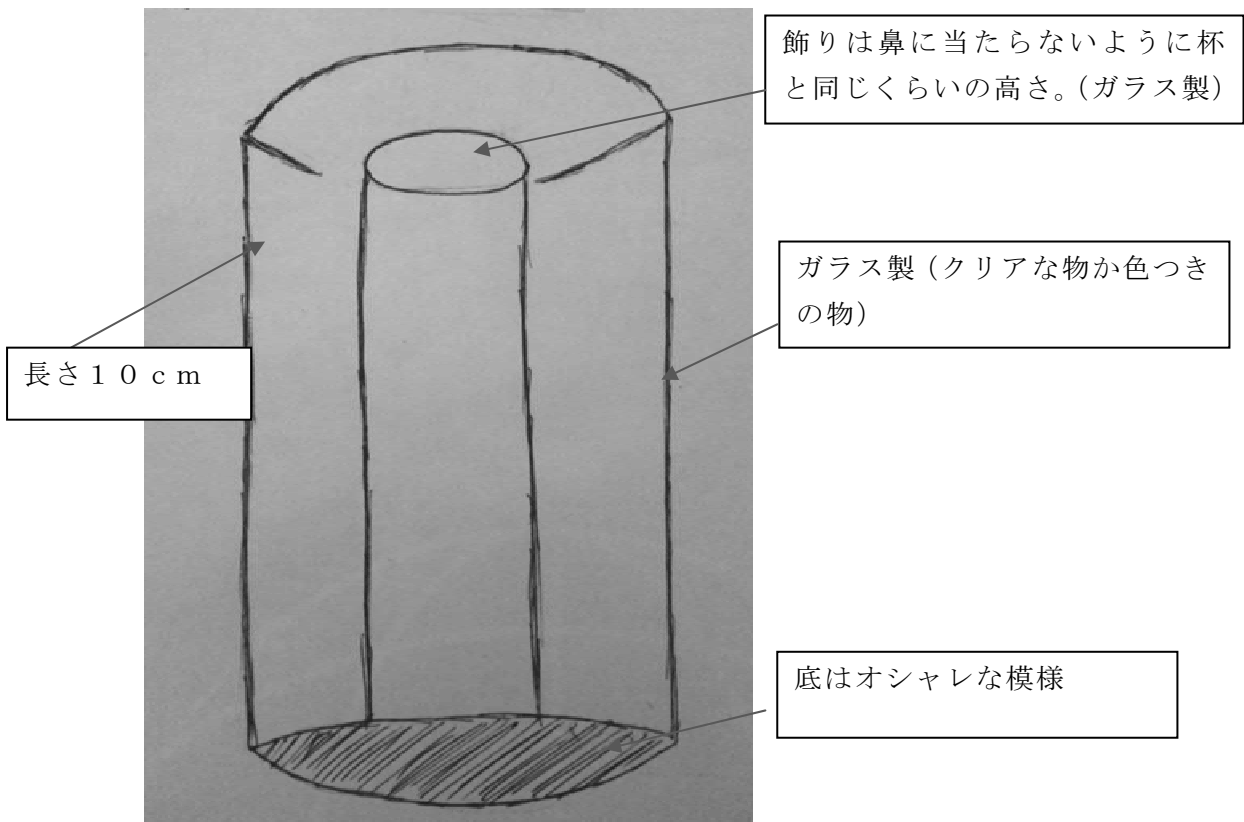
三つ目は新たな可能性が開けることである。ブログというのはパーソナルブランディングツールでもあり、継続的に情報発信を行っていくことで己のパーソナリティをその内容に色濃く映し出してくれる。それにより、ブログを見た人との間に、何かの出会いが生まれ、化学反応がおき、新たな可能性が開けるかもしれない。このブログ、ツイッターを使い、十分杯の広報活動をする際に呼びかけを行うことで、広報活動でもっと多くの人に来てくれるのではないかと考える。

③ホームページから amazon や楽天等の通販サイトへアクセスできるようにし、十分杯を購入できるようにする。通販のメリットは、何とんでも、家を一步も出なくても欲しいものが手に入るということであろう。天気に左右されることもなく、また、重いものを持ち帰るという手間もない。まだ小さな赤ちゃんがいる方や、体調が優れない時でも、簡単に必要なものが買えてしまうのである。また、通販は、市場に出回るまでの流通コストがかかっていない分、普通に店舗で買うよりも代金がお得になることもある。ある一定の金額を超えると、送料がかからなくなる場合が多いので、買い物に行く際の交通費を考えると、この点も大きな魅力である。通販では、長いレジに並ぶ手間も省けるので、時間の節約にもなる。十分杯をインターネットで販売することにより県外の人に対して購入する機会が増える。また長岡市内には十分杯を販売する店が少なく、簡単に販売できる場所を増やすことができるのも利点である。

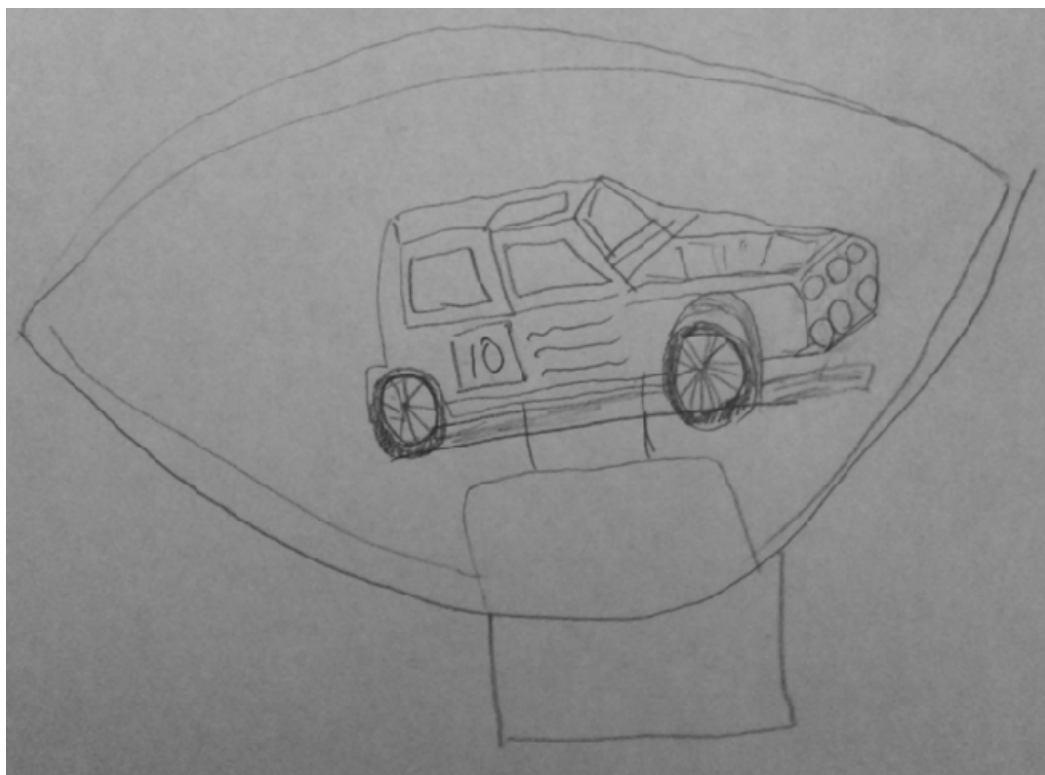
④十分杯の絵を多くの人に書いてもらい、最優秀作品は十分杯の商品化をする。絵を描くだけなら若い方からお年寄りの方々まで幅広く多くの応募があると同時に、認知度・知名度も上げられると考える。また最初こそ応募は少ないと思うが、最優秀作品を商品化することで『自分が考えた十分杯が商品化になる』というキャッチフレーズにすれば年を重ねれば応募も多くなるであろう。

以下の作品は私たちが考えたオリジナル十分杯である。

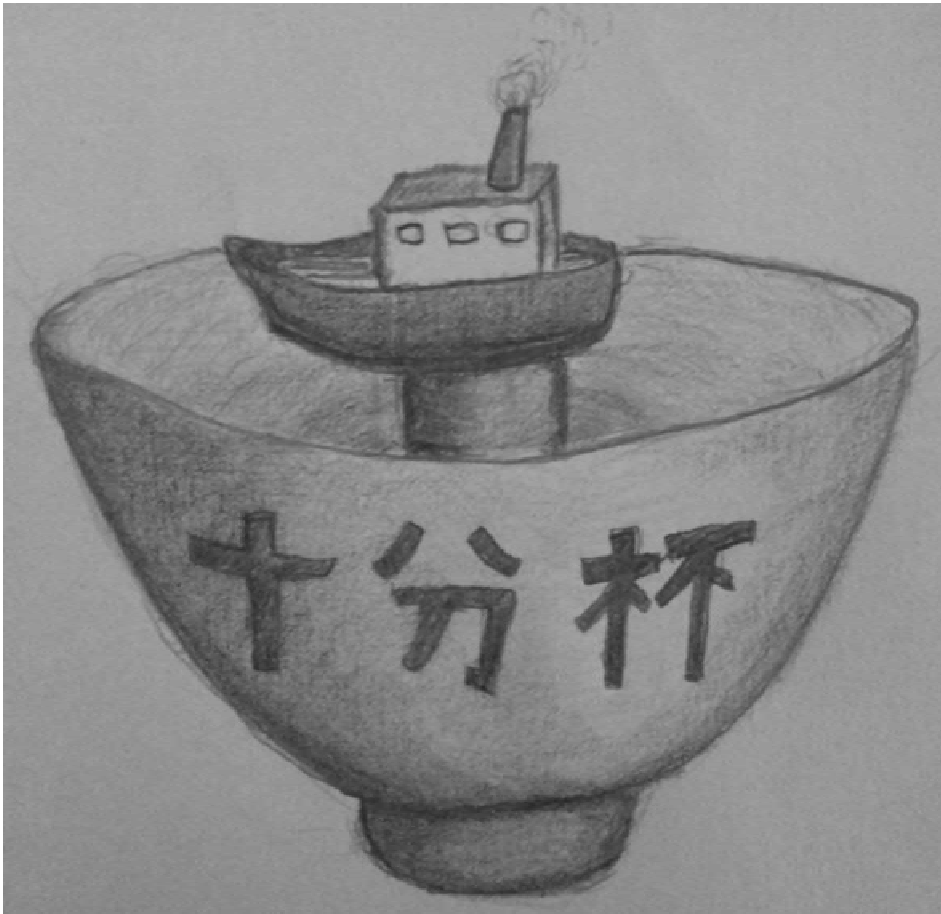
(1) 小林建登作「実用的な十分杯」



(2) 野口真義作



(3) 永井丈椰作



⑤ゆるキャラとはイベント、各種キャンペーン、地域おこし、名産品の紹介などのような地域全般の情報PR、企業・団体のコーポレートアイデンティティなどに使用するマスコット・キャラクターのことである。

多くのイベントでは非常に多くのアニメキャラクターをあちこちで見掛けることができる。これらの中には、シリーズ物のマンガやアニメ映画のキャラクター、スポーツチームのマスコットなどもあるが、企業や組織、地方自治体までもが独自のキャラクターを持っていることはご存じであろうか？例えば、警視庁には、オレンジ色で、グレーのアンテナと大きな耳を持つ動物のようなキャラクター「ピーポくん」がいる。ドコモには、かさにカラフルな水玉模様の付いたキノコのキャラクター「ドコモダケ」がいる。

こうしたキャラクターは、主に、その団体や地域における最新の商品や活動を宣伝するために作られている。今では、ほとんどの都道府県と、多くの市区町村が独自のキャラクターを有している。これらのキャラクターは、コラムニストのみうらじゅん氏の命名で「ゆるキャラ」と呼ばれているが、これは「ゆるいキャラクター」という意味である。「ゆるい」と呼ばれる理由は、この種のキャラクターはたいてい、少し間抜けであか抜けない見た目をしているからである。中には、かわいくないものもある。しかし、こうした不完全さが、キャラクターにゆるく、気軽で親しみやすい印象を与え、彼らをより魅力的なものにしているのである。

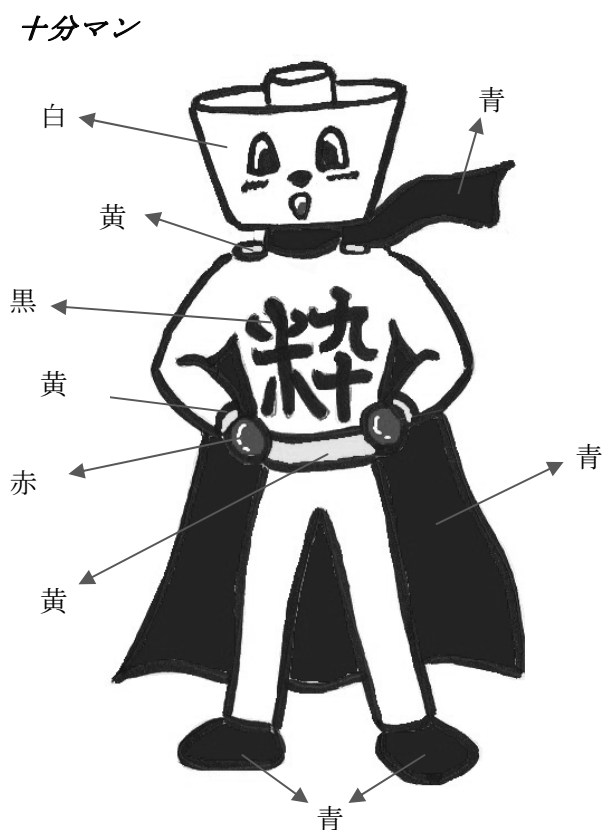
さらには、年に1度、「ゆるキャラグランプリ」も開催されている。2011年の優勝者は、大きな丸い目と赤いほおを持つ、熊本県による熊のキャラクター「くまモン」だった。2010年3月に発表されて以来、くまモンは、各地のさまざまなイベントで、あるいはインターネット上で、熊本県の魅力を伝え、より多くの観光客を招くための広報活動にいそしんできた。このキャンペーンは成功を収め、2010年には熊本県に対して6億4000万円の宣伝効果を生み出したと試算されており、2011年には関連グッズの売り上げが25億円を突破した。

日本のあちこちでキャラクターを目にするという状況を、幼稚と感じる人もいるかもしれない。しかし、こうしたキャラクターは、時に、人々がその企業や組織、地域について知り、興味を持つための素晴らしいきっかけとなり得るのだ。

私たちの考えたゆるキャラの案を挙げてみた。我がゼミの広報活動にもぜひ活用したいが、製作費が最低でも30~40万円はするようで、実験の可能性は低い。どれがいいかは読者に委ねたい。

【ご当地ゆるキャラ】(案)

(1) 永井丈椰作



<キャラ設定>

身長：174cm

体重：72kg

性別：不明

容量：30リットル

弱点：熱湯

マフラーの長さ：150cm

口癖：「もう十分だろう」

特技：喧嘩の仲裁

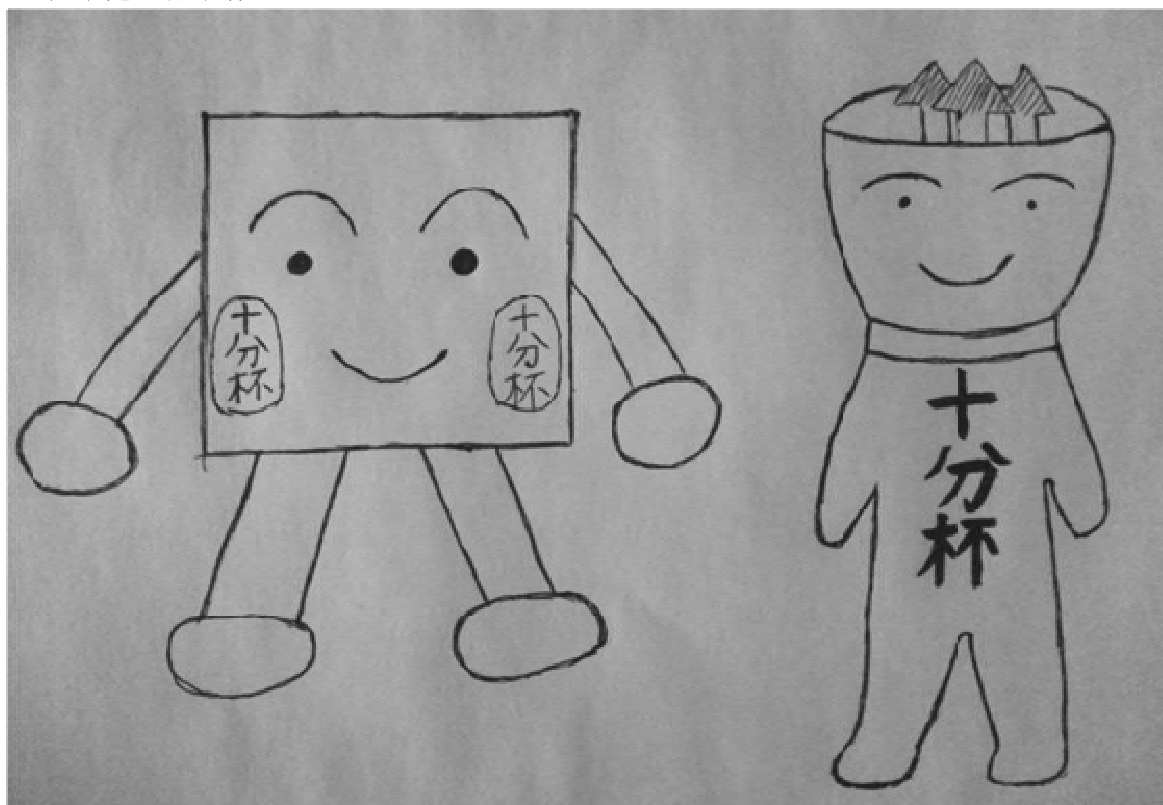
好物：お酒（景虎）

「粋」とは十分杯の別名である
「敬器」とかけている

マフラーとマントの青は十分杯
から流れ出る水をイメージしてい
る

空は飛べない

(2) 樋口拓磨作



(3) 廣川拓実作



⑥悠久祭、学生による地域活性化プログラム、ヒューマン・パワーアップ・プロジェクトなどの学内イベントに参加する。悠久祭では実演・販売をすれば長岡大学生にアピールすることができる。そこで私たちの大学から地を固めていきたいと思う。地域活性化やヒューマン・パワーアップ・プロジェクトなど課外活動になってしまうが、そこでも長岡市民に十分杯を知ってもらうには良い機会である。またヒューマン・パワーアップ・プロジェクトの発表会になれば私たちの学校の先生たちにも知ってもらえるし、地域活性化では本発表の会場はホテルニューオータニ長岡であるため中越高校関係者や一般人にも足を運んでもらえるので知名度が上がると思う。

⑦長岡の未来を担う子供たちに向けて十分杯の魅力を楽しく学んでもらう。

長岡地域の各小学校に足を運び、児童や先生・保護者の方々にも紙コップで簡単な十分杯を作ってもらう。紙コップなので児童に好きな絵を描いてもらえるので自分だけの十分杯ができる。また、工作を通じて十分杯とその教えを知ってもらうとともに長岡との関わりについて楽しく学んでもらい、十分杯は長岡の文化の一つだと認識してもらいたいと考えている。

⑧アオーレに設置されている300インチのモニターに十分杯の紹介動画を放送してもらう。私たちは動画を作ったことはないが、専門のかたに取材や協力をしていただき一から動画を作成する。また別の案ではあるが、すでに長岡歯車資料館館長の内山弘が業者に委託して作った十分杯の紹介動画がある。この動画を許可をもらい放送していただくのも一つの手である。どちらにせよアオーレの大きな画面で放送してもらうのは多くの方々の目に入るの大きなインパクトがあると思われる。

4.2 商品化の課題

次になぜ商品化をしようと思ったのか説明したい。アオーレでのイベントの際にお客様から「十分杯は売っていないのか」と聞かれその時から商品化ということ意識するようになった。他にも十分杯を売っているお店があるのになぜ私たちも販売しようと思ったのか？それは十分杯を売っているお店が少なく、販売している場所を一か所でも多くしたいと考えたからである。

我々は商品化をするにあたって下記の問題点があると考えた

- ①助成金
 - ②認知度
 - ③十分杯の精神
 - ④企業がコラボしたくない
- 等である。

①についてだが、やはり活動をする上で資金は必要不可欠である。市や学校の助成金を活動資金に充てたいが申請は難しい。というのも十分杯は各地域、各県、各国に名称は違うが存在しているため、なかなか重い腰が上がらないと考える。

②はかなり大きな問題である。やはり商品化するためには認知度・知名度が高くなければならない。現段階でも私たちは認知度・知名度を上げるため広報活動を行い少しでも知名度を上げるため、日々邁進している。今後アンケート調査を行いどのくらい広まったのか確認していきたい。

③の問題はお酒を飲む杯であるにも関わらず十分杯の精神は『儉約・戒め』であるため、矛盾が生じる。お酒を飲む杯なのに気持ちよく飲めないのが事実である。しかしお酒に関わらず、今の時代には必要な精神なのではないかと考える。

④は②と③の理由が主だと仮定した場合お菓子やお酒等のメーカーにはなかなか受け入れてもらえない。記念品などで作られることは多々あるが、企業からしたら知名度が低いことや十分杯の精神が邪魔しているためメリットは何一つ存在しない。それどころかデメリットのほうが挙げればきりが無いほどある。しかし簡単に言ってしまうと知名度は上げれば②の問題は解決するし③の問題は飲食物のコラボではなく、飲食物以外の商品とコラボは可能なのではないかと私たちは考える。そうなれば④の企業とのコラボもそう遠くない未来に実現できるのではないかと淡い期待ではあるが私たちは思う。

4.3 十分杯をモチーフとした関連商品

私たちは十分杯をモチーフとした関連商品として以下のようなもの考えている。

① クリアファイル

発注する際にはA4サイズで2枚ならば1,200円（単価600円）、100枚ならば31,000円（単価310円）の費用がかかる。文房具ならば幅広い世代の人に使ってもらえるので十分杯の認知度アップにつながるだろう。また他の関連商品の中で一番費用がかからないという点も魅力である。

② 財布

いつも肌身離さず持ち歩くものなので、十分杯の精神が最も生かされる商品だろう。

③ 家計簿

財布と同様、十分杯の精神が生かされる商品となると思うが、家計簿をつける人は限られてくるため財布以上の効果は望めないだろう。

④ 十分杯について書かれている言葉（十分杯、足るを知る、満つれば欠くなど）を掛

け軸に書いたり、額縁に入れて販売をする。
インテリア感覚で家に飾ることもでき、身近に十分杯を感じることができる。

⑤ トイレットペーパー

毎日使うものなので、目につきやすい。また2ロール115円から製作することができ比較的簡単に商品化することができると思う。

⑥ ハンドタオル

片面プリントで1枚(30×30cm)990円の費用がかかる。どの家庭でも使われるので、最も実用的である。だが費用が高くなるため現実的には難しいと思う。

⑦ エコバッグ

片面プリントで1枚(360×370×110(mm) 内容量10リットル)で1990円の費用がかかる。エコバッグは多くの人が使っているので十分杯の宣伝効果が期待できる。

⑧ キーホルダー

私たちが考えたゆるキャラ製作が実現した場合はそれをキーホルダーにする。十分杯そのものの広報になるかどうかは分からないが、そのゆるキャラから十分杯を知る一つのきっかけになってもらえるだろう。できなかった時は木の柀の十分杯、陶器製の十分杯をモチーフとしたキーホルダーを作る。

⑨ 十分杯セット

高知県には可笑盃と呼ばれるものがある。私たちもそれに倣い、いろいろな飾りの十分杯を何種類か集め、セットとして売ればいいのではないかと考える。十分杯は飾りがとても特徴のある物ばかりなので、お酒を飲む際に少しでも楽しむことができれば幸いである。高知県の可笑盃の説明は以下のとおりである。

高知県の可笑盃

「可笑盃」は可笑盃を含めて6種類の面白い盃を集めた酒器セット。下の写真の上から順に「うぐいす盃」「さいころ盃」「透かし盃」「八分盃」「可盃」「羽盃」の6種で美濃の幸兵衛窯が制作した。中には美術館に収蔵されたものを復刻したものもある。酒器を肴に酒を楽しまれてみてはいかがだろうか。

うぐいす盃…口元にある穴を吸いながら飲むと、うぐいすのさえずりのような音がする。
さいころ盃…さいころの目によって飲む量・踊り・唄を決定。それに従わなければならない

透かし盃…お酒を飲み干した後で光に透かすと、芸妓の姿が浮き出る仕掛け

八分盃…欲張って八分以上注ぐと、お酒が底の穴から流れ落ちてしまう

可盃…底の穴を指で塞がないと飲めず、置くと倒れるので、飲み干すまで置けない

羽盃…中国の曲水の宴で用いた、羽つきの盃に由来する盃

〈図36〉可笑盃



5. 広報活動の結果と得られたこと

5.1 広報活動の結果

アンケートの結果でもあったように、わずかながら我々の活動によって少しばかりではあるが、「長岡に十分杯あり」ということを知らせることができた。長岡市の担当の公務員からはイベントがあれば誘いの連絡が入る。ありがたい。長岡と十分杯がつながると同じで、十分杯と長岡大学権ゼミはいつの間にか少しではあるがつながるようになった。2年の広報活動により肌で感じることだが、我々の広報活動でほんの少しではあるが、十分杯が売られ、長岡が全国に知られ、十分杯の教訓が伝わったように感じている。

5.2 この活動を通して得られたこと

十分杯を調べる上で、長岡の歴史を知ることは必要不可欠なことだったので、我々は全く無知の状態だったが、内山館長に出会い、長岡藩の歴史はもちろん、地域の工業史まで勉強することができた。また、十分杯が長岡に伝わった時代について文献資料やインターネットを駆使して探すことで当時の状況を思い浮かべることができた。

また、ゼミ生同士の交流は言うまでもなく、市や、地域の人々との交流を深めることもできた。振り返ってみると、企画、実行、資金調達の三本柱で成り立っていたがそれらを

繋げていたのはゼミメンバーの意思疎通の密さによるものだったのではないかと思います。そういう意味で広報活動によりコミュニケーション能力が少しばかり向上できたのではないかと感じた。

私たちはこの論文を十分杯を知る一つのきっかけや資料として活用していただきたいと思っている。私たちはこの論文を書くにあたり、およそ2年間の広報活動をした経験と内山弘さん、太刀川喜三さんからいただいた情報、資料をもとに製作した。今後十分杯に興味を持ち、それについて調べる人がいると思う。だが十分杯について書かれているウェブサイトや本がほとんどなく、資料集めにはとてつもない労力を要することになると思う。そんなときにこの論文が少しでも役に立ってもらえるならとても嬉しい限りである。

これまでの活動をしていてわかったこと、得られたことは十分杯を知らない人が私たちが考えていた以上に多かったことである。われわれの活動によって十分杯を知ったという人もいた。十分杯がほしいというお客様が増えた。

最後に、この活動を通して感じたことはもっと早め早めに準備をして、余裕をもって行動をすればよかったと後悔している。例えばアンケート調査である。12月にアンケート調査を行ったため非常に寒く、アオーレ長岡に来る人が少なかったので時間がかかってしまった。なので春か夏にアンケート調査を行っていただければもっと短時間で成果を得られたと考える。また私たちの負担も少なくなっていたと思う。

最初から真面目に広報活動の準備をしていただければ後半よりよい広報活動にすることができたと思う。仲間と協力することの難しさ、大変さ、楽しさを知った。また多くの人と出会い、今後の人生においてためになった。6～8月に一番力を入れなくてはいけないのにあまり力を入れなかった。もっと多くのイベントに参加していただければ長岡市民の方々に知ってもらえたと思う。

我々の活動は無計画に始まり戸惑いのまま活動を進めてきた。そんな背景もあり当初は知識も技術も我々には無かった。だが活動を続けていく中で個々の意識も高まり活動の幅を広めることができた。しかしその頃にはあまり時間もなく実現することができなかった活動もあり残念であった。しかし活動を通して十分杯を知ってもらえたこと、また興味を持ち購入していただいたお客さまも多々いたことは我々の活動での最大の結果なのだろう。今後もこの活動を続けていけるなら幸いである。

参考文献及びウェブサイト

内山 弘 (2011) 『十分杯 (改訂版)』 長岡歯車資料館

進士外編 (1980) 「江戸 (中)」 『図説日本文化の歴史』 小学館

藤堂明保 (1980) 『学研漢和大辞典』 学習研究社

「十分杯を知っていますか？」 <http://www.jubunhai.com/>

「漢字Q & A コーナー」 <http://www.taishukan.co.jp/kanji/qa11.html>

「石垣島観光ナビ」 http://www.ishigaki-navi.net/p_chawan.html

「デジモバ」 <http://www.digimoba.com/products/chawan/chawan.html>

「足るを知る」 <http://www60.tok2.com/home/gojinka/taru.htm>

「長岡大学」 <http://www.nagaokauniv.ac.jp/>

「逆サイフォンとは」 <http://www.maff.go.jp/kyusyu/nn/new/17/gijyutu/gijP01.html>

「…通潤橋、水路の仕組みは」

<http://www.kumamotokokufu-h.ed.jp/kumamoto/isibasi/siphon.html>

「見て伝わる。動画配信サービス」 <http://www.ideastream.co.jp/douganoriten.html>

「まあ待て、ブログを借りる前にここを読め」 <http://www.ma-mate.com/log/eid444.html>

「ゆるキャラがもたらす大きな経済効果」

<http://www.alc.co.jp/eng/hontsu/ima/168.html>

「ゆるキャラ」

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%86%E3%82%8B%E3%82%AD%E3%83%A3%E3%83%A9>

A9

「可笑盃八分盃」 <http://blogs.yahoo.co.jp/omoya1137/3129471.html>

