



学校法人中越学園

長岡大学

令和3年度 学生による地域活性化プログラム

権 五景ゼミナール 活動報告書

十分杯を世界に知らせよう!

— 動画制作を通して —



03

令和3年度

ごあいさつ



長岡大学 学長 村山 光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は、3、4年次の専門ゼミナールに所属する学生グループが、地域課題の解決や地域の魅力創出に向けた調査研究と具体的な活動を行うことにより、学生の職業人としての基礎的能力向上と地域活性化への貢献を同時に目指すプログラムです。本プログラムは2007（平成19）年度に導入してから、これまで十数年に渡り継続しながら発展してきた本学の特徴的な教育プログラムの一つであります。最近では、取り組みの中心でもある地域の現場における学生の諸活動を新聞やテレビ、ラジオ等のメディアでも取り上げていただく機会も増えてきました。また、これまで本プログラムの運営に多大なるご支援ご協力をいただいていた地域連携アドバイザーをはじめ地域の皆様から、これらの取り組みに対する激励のお言葉をいただいております。長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、ひとえに地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、心より感謝申し上げます。

「地域活性化とは」という問いに対する明確な答えを述べることはなかなか難しいのですが、本プログラムでは、答えのない様々な地域課題に対して、それら課題の原因をどのように捉え、どのように行動を起こして対応していくのかについて、学生が自ら体験することができます。卒業後には地域社会の一員となる学生たちが、将来、各職場や地域コミュニティの中にあるそれぞれの地域課題に取り組むことになる考えると、これらの体験は彼らにとって大変貴重なものとなることでしょう。

本プログラムでは、各ゼミナールで設定したテーマの下で学生グループが活動を進めていくこととなりますが、時には一緒に活動する学生同士のちょっとしたすれ違いや地域の大人たちとの意見の食い違い等も起きることがあります。このような体験も学生がさらに一歩、人として成長するためのきっかけとなります。各グループで決めたテーマをまとめ上げるために、どのように他者と協力しながら取り組みを進めていくべきなのか、このグループの中での私の役割は何か、などを考えながら活動を行っていくことで、グループで活動することの難しさだけでなく、グループで目標に向かって何かをやり遂げることの充実感や達成感を味わうことができます。

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

本活動報告書は、各取組テーマの調査研究活動の概要とその成果について学生が執筆した報告書を集めて一冊にまとめたものです。ぜひご一読いただければ幸いです。

なお、本プログラムは「NaDeC 構想推進コンソーシアム産学協創ワーキング」から補助をいただいたことを申し添えます。

2022年3月



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

はじめに

十分杯を世界に知らせよう！



長岡大学教授／ゼミ担当教員 権 五景（樂九）

私事ですが、ブッダの教えにはまりつつあります。仏教では、人の苦しみや悩みのもととは過ぎた慾、自我に対する過大評価、そしてそのもとにある無明（無知）にあると言います。その中で、過ぎた慾を戒める道具として、十分杯以上わかりやすい物はないと思います。誰にも必要な物だと思います。特に近年、平和が長く続き、グローバル化で物余りの時代になっている現在、人間の慾には限度がないように見えます。小生も例外ではありません。ところが、物に頼る幸福感は時間の経過とともに減退していくために、新たな物を欲しがります。そして、また時間は流れていくため、満足感は小さくなっていき、「買って捨てる」を繰り返します。所謂苦楽間の輪廻です。このような慾による輪廻の連鎖の人生であるため、一度だけの人生が歳を重ねても悩みと不安だらけになります。小生の心の中の過ぎた慾を戒めてくれた十分杯とブッダの教えで様々なことが期待通りに行かなくも、心が安らかになりやすくなったと感じます。自分の慾と傲慢さに引きずられていた苦しみから少しばかりは自由になれた気がします。そこで以前よりははるかに小生を幸せにしてくれた十分杯をより多くの方々に知っていただきたいと思います。

さて、今年度の目玉の活動は、動画づくりでした。コロナ禍の中、非対面でもできる動画づくりを昨年度に引き続き、新メンバー3人が加わって行いました。動画サイト YouTube に「十分杯博物館 (Enough Cup Museum)」を開設し、14本の動画を公開しております。今年度、ゼミ生たちが工夫したのは写真から作る動画ではなく、ターンテーブルを利用した動画でした。これによって、部分的にしか映すことができなかった十分杯の全体像が明確に見えるようになりました。また、すべての動画に共通する仕組みを作りました。具体的には、「写真」、「回転による全体像」、「実演」、「他の十分杯動画の紹介」です。しかしながら、まだ視聴回数が非常に少ないです。動画さえ作っておけばたくさん見ていただけるのではと思ったこともありましたが、とんでもない世間知らずで、指導教員である小生の認識の甘さがもろにばれてしまいました。来年度の課題として、まずは、さらに多くの十分杯動画を公開すること、そして、視聴回数を増やすことに目標を定め邁進していきたいと思っています。

ところで、大手通りの市民センター1階で行われていた太刀川喜三様の十分杯展示会で多くの十分杯に出会って11年が経ちました。それ以降、長岡歯車資料館長の内山弘様のご指導の下で、知足十分杯（枡）を作り、(株)長谷川陶器と協力して長岡らしい米百俵十分杯を作ることができました。最終的には我がゼミオリジナルの十分杯を長岡の土産物として販売するようになりました。

最後に、本学十分杯コレクションの自慢をしたいと思っています。世界最高峰の工芸博物館であるロンドンの Victoria & Albert Museum にもサイフォンカップがあることはありますが、たった2点だけです。しかし、長岡大学には40点以上のサイフォンカップがあります。どれもがユニークで芸術性も高いです。是非ともご覧いただきたいと思っています。

2022年3月

権 五景
ゼミナール

十分杯を世界に知らせよう！



【参加学生】 5名(4年生1名、3年生4名)

4年生 阿部滉平

3年生 青柳玲央 榎本一斗 長部康平 高橋帝那

【アドバイザー】

株式会社長谷川陶器 代表取締役 長谷川真 氏

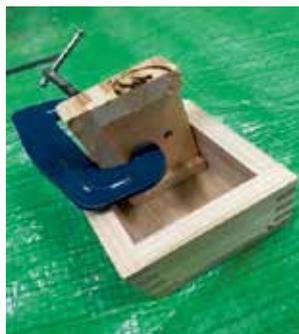
魚沼市役所防災安全課 主事 中澤 司 氏

取り組み概要

長岡に伝わる戒めの盃「十分杯」を用いて、長岡をより活性化することを目指して活動しています。十分杯の存在が知られてきている中、十分杯を通してより長岡をPRし、世界に繋げていくことを目指して、活動を行っています。

活動風景

今年度は、十分杯をPRする動画の制作を中心に活動を行いました。長岡大学が所蔵する十分杯を撮影し、編集を行いました。ゼミ生全員が動画編集ソフトの使い方を身につけ、制作した動画を順次YouTubeに公開しています。



他にも、今年度からは、権ゼミナールの先輩方が行っていた、升十分杯の制作を再開しました。

また、三度目となるHakkotrip2021にも参加し、十分杯の広報活動を行いました。

十分杯を世界に知らせよう！

—動画制作を通して—

権 五景(樂九)ゼミナール

4年 18K005 阿部 滉平

3年 19K001 青柳 玲央

19K022 長部 康平

19K016 榎本 一斗

19K058 高橋 帝那

目 次

1. 序章 報告書の作成にあたって	1
1.1 権ゼミナールの基本的な考え方・活動目的	1
1.2 世界の地域資源活用事例	1
1.2.1 羊を用いた楽器の事例	2
1.2.2 キルギスの羊の活用事例	3
1.3 新潟県のご地域資源活用事例	5
1.3.1 越後姫	5
1.3.2 八色西瓜	6
1.3.3 大口レンコン	7
1.3.4 帛乙女	9
2. これまでの活動	11
2.1 昨年度の動画作成	11
2.1.1 動画制作の開始	11
2.1.2 取材	12
2.1.3 動画編集	14
2.1.4 反省点	14
2.2 HAKKOtrip2020	15
3. 今年度の活動	16
3.1 十分杯のPR動画の作成	16
3.1.1 昨年度から継続した動画作成	16
3.1.2 撮影の課題と解決策	19
3.1.3 編集作業の課題と改善策	21
3.1.4 動画編集の流れ (DaVinciResolve 編)	23
3.1.5 動画編集の流れ (Final Cut Pro 編)	25
3.1.6 動画作成を振り返って	27
3.2 枳十分杯の製作	27
3.2.1 製作再開までの経緯	27
3.2.2 課題と改善	27
3.2.3 枳十分杯の製作を振り返って	32
3.3 HAKKOtrip	32
3.3.1 事前準備	32
3.3.2 当日	32
3.3.3 HAKKOtrip を振り返って	36
4. 今年度のまとめ	37
5. 来年度の活動予定	40
6. 結びに	41
補足 十分杯について	43
補足1 十分杯の原理	43
補足2 米百俵十分杯について	44
引用・参考文献	46

1. 序章 報告書の作成にあたって

1.1 権ゼミナールの基本的な考え方・活動目的

権ゼミナールでは、地理的特性が人の知恵を左右する、地域資源が経済発展につながるという考えから、長岡の地域資源のひとつである十分杯という杯に着目し、十分杯の広報活動を続けてきた。

<図1> 長岡市初代市長 牧野忠篤氏が配ったという梅十分杯



十分杯は、江戸時代から長岡に伝わっている杯で、およそ八割を超えて注いでしまうと、中の酒が底の穴から全て流れ出てしまうというからくりがある。このことから、「満つれば欠く」「足るを知る」と、「欲張り過ぎれば全てを失ってしまう」という戒めの意味が、長岡に伝えられている。<図1>の梅十分杯は、長岡大学が所有する十分杯のひとつである。

権ゼミナールでは、この十分杯を長岡の地域資源としてとらえ、十分杯の広報活動を通して、長岡の地域発展、産業の発展に貢献できるのではないかという考えから、活動を続けている。

この報告書ではまず、十分杯の活動の意義を裏付ける、地理的特性、地域資源の活用の事例について紹介する。

1.2 世界の地域資源の活用事例

昨年度の報告書では、羊という地域資源の活用事例について、イギリスのウールのスーツや、中国における羊の皮で作られた筏、またナチュラルガットのテニスラケットなどの事例について紹介した。今年度は、昨年度紹介した事例の掘り下げと、新たに見つかった羊の活用事例について紹介する。

1.2.1 羊を用いた楽器の事例

まず、昨年度の報告書で紹介した、楽器に羊を活用した事例について、より深く掘り下げていきたい。

ここでは、バグパイプという楽器について説明する。バグパイプは、羊や山羊を飼育していた遊牧民によって作られた楽器である。スコットランドの楽器として有名だが、元々アジアの牧民の楽器だったと言われている。

バグパイプの構造について説明すると、羊の皮袋に空気を入れ、その皮袋を圧迫して出し、空気で笛を鳴らすという作りになっている。羊の手足の部分を用いて、笛が取り付けられており、その複数の笛によって、多様な音を出すことが可能となっている¹⁾。

一口にバグパイプと言っても、様々な種類がある。日本において、バグパイプと聞いて一番に思い浮かべられるのは、スコットランドのグレートハイランドバグパイプだろう。

<図 2>グレートハイランドバグパイプ



(出所)『私家版 楽器事典』より引用。

他の地域における、バグパイプに属する楽器を見てみると、アイルランドのイリアン・パイプス、イギリスのノーザンブリアン・パイプス、フランスのミュゼット、イタリアのザンポーニャなどといった楽器がある²⁾。そのいずれも、羊の牧畜などが盛んな地域で使われている楽器である。このように、羊という地域資源によって、様々な地域によって楽器が生まれていることが分かる。

1) 『スコットランド～バグパイプ - [MUSIC]』より引用。

2) 『私家版 楽器事典』より引用。

また、同じく羊の牧畜などが盛んで、羊の頭数の多い国のランキングで世界2位に入る³⁾オーストラリアでは、アンザックデーにおいて、多くのバグパイプバンドによる、大規模なパレードが行われており、地域にあるものが、国に深く根付いていることが分かる⁴⁾。

<図3>アンザックデーのバグパイプパレード



(出所)『GO 豪メルボルン』より引用。

1.2.2 キルギスの羊の活用事例

続いて、新たに見つかった、世界における羊の活用事例について紹介する。

中央アジアにあるキルギスという国で行われる、コクボルというスポーツがある。

キルギスは、中国、カザフスタン、タジキスタン、ウズベキスタンと接する国で、1991年に独立した、比較的新しい国である⁵⁾。

³⁾ 『外務省』より引用。

⁴⁾ 『GO 豪メルボルン』より引用。

⁵⁾ 『たびこふれ』より引用。

<図4>キルギスの場所



(出所)『世界史の窓』より引用。

コクボルはキルギスから始まり、カザフスタンやタジキスタンでも行われており、世界遊牧競技大会（ワールド・ノマド・ゲームズ）でも行われている。

<図5>コクボルの試合の様子



(出所)『NATIONAL GEOGRAPHIC』より引用。

このコクボルでは、ボールの代わりとして、羊の頭と手足を落とし、胴体の部分に砂を詰め、紐で縛ったものを使っている。馬に乗ってその羊を取り合い、ゴールに投げ込み、得点を競うルールとなっている。一度に4人がプレイし、残りのメンバーは待機、試合の途中に何度も選手交代ができる。

このゲームの始まりは、数千年前に遡る。かつて、キルギスの人々が遊牧民だった頃、オオカミに家畜を食べられる被害が多発し、その被害を止めるためにオオカミを殺した。その死骸をどうするか考える中で、オオカミを使ったゲームが生まれたという。羊飼いが行うゲームとして始まったともいわれている。時代が進む中で、使われるものはオオカミの死骸から羊、山羊の死骸に変わっていったといわれている⁶⁾。このことに由来してか、コクボルという名前はキルギス語で『蒼きオオカミ』という意味である。

キルギス族は、西暦840年頃には内陸高原を統一した遊牧騎馬民族であり、モンゴル帝国による統一はのちの時代の1200年代のことである。

騎馬文化の発展、国としてはまだ新しいキルギスのアイデンティティ形成、自分たちの文化を世界に示し、共有することなどを目的に、1998年に設立されたのが、コクボル競技連盟である。連盟の設立により、それまでは伝統として受け継がれてはいても、曖昧なままだったコクボルのルールが、正式なルールとして詳しく設定されることになり、正式な競技として成立した。

独立記念日に第一回全国大会が開かれ、第二回大会は大統領杯の元で開催、優勝表彰を大統領自らが行なうなど、大きな盛り上がりを見せたという⁷⁾。

のちに国際的な大会も行われるようになり、中央アジア大会、世界遊牧競技大会での試合など、コクボルは大きな広がりを見せている。この盛り上がりは、キルギスの地域発展に大きく貢献していこう。

1.3 新潟県の地域資源活用事例

続いて、新潟県における事例を紹介する。昨年度は、新潟県の代表的な事例である米菓について紹介した。今年度は新潟県内における、地理的特性と大きく関わる事例を紹介したい。

1.3.1 越後姫

越後姫は、新潟特産のいちごとして広く知られている。越後姫という品種の誕生には、新潟の気候という地理的特性が深く関わっている。

6) 『NATIONAL GEOGRAPHIC』より引用。

7) 『キルギスの騎馬文化』より引用。

<図6> 越後姫



(出所) 新潟市ホームページより引用。

かつて、新潟のイチゴは、「宝交早生(ほうこうわせ)」という品種が主流だった。しかし1980年代になると、全国で新しい品種が開発されていった。九州や北関東において、「とよのか」や「女峰」などといった新品种の開発が進み、市場に広まった。当初は新潟でも、「とよのか」や「女峰」の栽培を試みたが、冬が寒く長い新潟では、それらの栽培には不向きだった⁸⁾。

そこで、新潟県園芸試験場(現在の新潟県農業総合研究所園芸研究センター)において、そんな新潟の気候での栽培に適した品種の開発が開始された。

そうして、6年という時間をかけて完成したのが、新潟の寒い気候でも栽培でき、春に旬を迎える「越後姫」である⁹⁾。新潟県内各地で栽培されており、1月頃から出荷され、4月頃にピークを迎える。1996年に品種登録され、今では新潟を代表するブランド品のひとつとなっている¹⁰⁾。

1.3.2 八色西瓜

八色西瓜(やいろすいか)は、南魚沼市で栽培されている、新潟のブランドスイカである。八色西瓜という八海山の麓の八色原で栽培されたことから命名された。

⁸⁾ 新潟市ホームページより引用。

⁹⁾ 『しゅんきゅう青果店』より引用。

¹⁰⁾ 『果物ナビ』より引用。

<図 7> 八色西瓜



(出所) 新潟県ホームページより引用。

南魚沼市では、土壌が黒ボク土という、養分などは少ないながら水はけが良いなどの特徴がある。また、八海山、越後駒ヶ岳、中ノ岳の越後三山に囲まれた盆地であるため、昼夜の寒暖差が大きく、日中の気温が高いためにスイカがたっぷりと光合成し、気温の低い夜間はしっかりと根を張るなどの特徴がある。これらの特性は、スイカの栽培に非常に適している¹¹⁾。

八色すいかの生産が拡大していった理由としては、減反政策が挙げられる。昭和 40 年代、肥料や農業用機械の導入が進んだことから、米の生産量は上がっていったが、日本人の米離れが進んだことで、米の余剰などの問題が発生した。その問題を解決するため、日本政府が米の生産調整を開始したのが、減反政策の始まりである¹²⁾。

その減反政策の影響を受けた農家が、困窮を乗り越えるために、スイカの栽培が増えていったという。このことには、新潟が米づくりに適した気候を持ち、生産が盛んであることも関係していたと思われ、ここにも地理的特性が関わっていると思われる。

1.3.3 大口レンコン

続いて、大口レンコンについて紹介したい。大口レンコンは、長岡市の中之島町で栽培されているレンコンである。「大口レンコン」という名前は、産地である大口地区の地名から取って名付けられた。早生品種の「エノモト」と、10月以降に出荷される「ダルマ」の2品種が存在している¹³⁾。

11) 新潟県ホームページより引用。

12) 『農業とITの未来メディア』より引用。

13) 『JA いがた南蒲』より引用。

大口地区は、かつては沼地で、石油や天然ガスが採掘されていた。ガスや石油が混じる土壌は、稲作に不向きな土地だった。しかし、ガス田開発の副産物として、地下水の水温が高く、窒素分が多く含まれた粘土質の土壌は、レンコンの栽培には最適であることが分かった¹⁴⁾。

そうして、大正12年から栽培が始まり、今では大口地区は、新潟県を代表するれんこんの産地となっている。

<図8>大口レンコン



(出所) 長岡市ホームページより引用。

加工されての販売も行われており、一つ例を挙げると、「長岡産野菜茶シリーズ」のひとつ「大口れんこん茶」がある¹⁵⁾。

「長岡産野菜茶シリーズ」は、長岡市にある老舗の茶屋「田中清助商店」が販売している商品である。地元長岡の野菜を使ったお茶として注目を集めている。

14) 『な！ナガオカ』より引用。

15) 『田中清助商店』より引用。

<図 9>大口れんこん茶



(出所)『田中清助商店』より引用。

1.3.4 帛乙女

帛乙女（きぬおとめ）とは、五泉市において栽培されているブランドさといもである。帛乙女という名前は、五泉市が昔から絹織物の産地であったことから取って名付けられている¹⁶⁾。

市内に信濃川と阿賀野川が流れていることで、豊富な水源が確保でき、水はけが良い土壌とともに、栽培に適した地理的特性を有している。

昭和 45 年、八色すいかの項でも記述した、稲作の減反政策などを受け、その代わりとして栽培が始まった。ここにも、新潟が米づくりに適した特徴を持ち、盛んに生産されていたことが関わっている。大和早生という品種を元に、20 年あまりをかけて品種改良され、現在に至っている。

昭和 62 年には、新潟県内で唯一、国の指定産地となっており、平成、令和ともに、天皇即位の際の献上品に選ばれている¹⁷⁾。

新潟県の郷土料理であるのっぺにも使われる食材である。

¹⁶⁾ 『新潟食品名産図鑑』より引用。

¹⁷⁾ 『五泉市』より引用。

<図 10> 帛乙女



(出所) 五泉市 特産品・産業「さといも」より引用。

2. これまでの活動

今年度の活動について紹介する前に、今年度の活動に直接つながる、昨年度の活動について紹介したい。

昨年度、新型コロナウイルスの大流行の影響により、ゼミナールの活動は大きな制限を強いられることとなった。それによって、観光列車越乃 Shu*Kura、長岡酒の陣をはじめとしたイベントへの参加など、先輩方が続けてきた、従来の広報活動を継続することが難しくなった。そんな状況の中で、どのような形で活動を続けていくかを議論し、新たな活動を進めた。

2.1 昨年度の動画作成

2.1.1 動画制作の開始

新しい試みとして、十分杯を PR する動画の制作を開始することとなった。十分杯をよく知らない人にも、動画を通して十分杯の歴史や教えなどを知ってもらうこと、地域資源としての十分杯に興味を持ってもらい、長岡の PR につなげることを目指した。

十分杯の紹介、そしてそれと関連して、長岡の酒蔵、日本酒について紹介する動画の制作を行った。最終的には完成した動画を YouTube で公開することを決め、動画の制作を開始した。長岡大学が所蔵する十分杯のコレクションを撮影したほか、長岡の酒蔵や、実際に十分杯を販売している店舗などに取材を行うこととなった。

当初は学生のみで動画制作を行っていたが、当時のゼミ生は動画制作について全くの未経験であり、動画のクオリティや分かりやすさに問題があり、公開できるものではなかった。技術面のほかにも、当初は活動できる時間の調整など、ゼミ生同士の連携が上手く取れていなかったこともあり、活動は難航していた。

<図 11>ゼミ生による編集作業の様子



そんな中、観光列車越乃 Shu*Kura での活動でお世話になった、長岡観光コンベンション協会の田中晃氏から、アドバイザーとして、映像作家兼アートディレクターの高野宙氏を紹介していただいた。高野氏のご指導、ご協力のおかげで、ゼミ生の撮影、編集の技術面は大きく改善され、動画の完成度は上がっていった。

<図 12> 高野氏（写真中央）の指導で撮影を行っている様子



2.1.2 取材

田中氏、高野氏のご協力を得て取材交渉し、各所への取材、撮影に入った。ここでは、取材させていただいた長岡の酒蔵やお店について紹介したい。

長岡の酒蔵である柏露酒造、お福酒造にお邪魔し、酒造りの真っ只中の様子を見せてもらい、酒造りにかける思いを伺った。酒造りに関する貴重なお話を聞かせて貰った。

十分杯の活動においてお世話になっている株式会社長谷川陶器に取材した。権ゼミナールのアドバイザーでもある長谷川社長から、権ゼミナールと共同製作した米百俵十分杯についてお話を伺った。長谷川陶器と権ゼミナールとの関わりのきっかけや、米百俵十分杯の制作の過程について、またその中における苦労や改良についてなど、様々なお話を聞かせてもらった。

長岡藩主牧野家史料館では、館長であり、第 17 代牧野家当主である牧野忠昌氏に取材した。牧野家は十分杯の歴史と深い関わりがあり、第 3 代牧野家当主である牧野忠辰公が、領民が持参した十分杯に感銘を受け、欲張り過ぎれば全てを失ってしまうという教えと共に、十分杯を長岡藩に広めたとされている。

また、十分杯を販売している店舗「和雑貨の店わがんせ」にも取材した。わがんせは長岡駅ビル CoCoLo 長岡一階にあるお店で、現代的なデザインの十分杯も販売されている。

同じく CoCoLo 長岡の二階にあるぽんしゅ館にも取材した。ぽんしゅ館は新潟の特産品

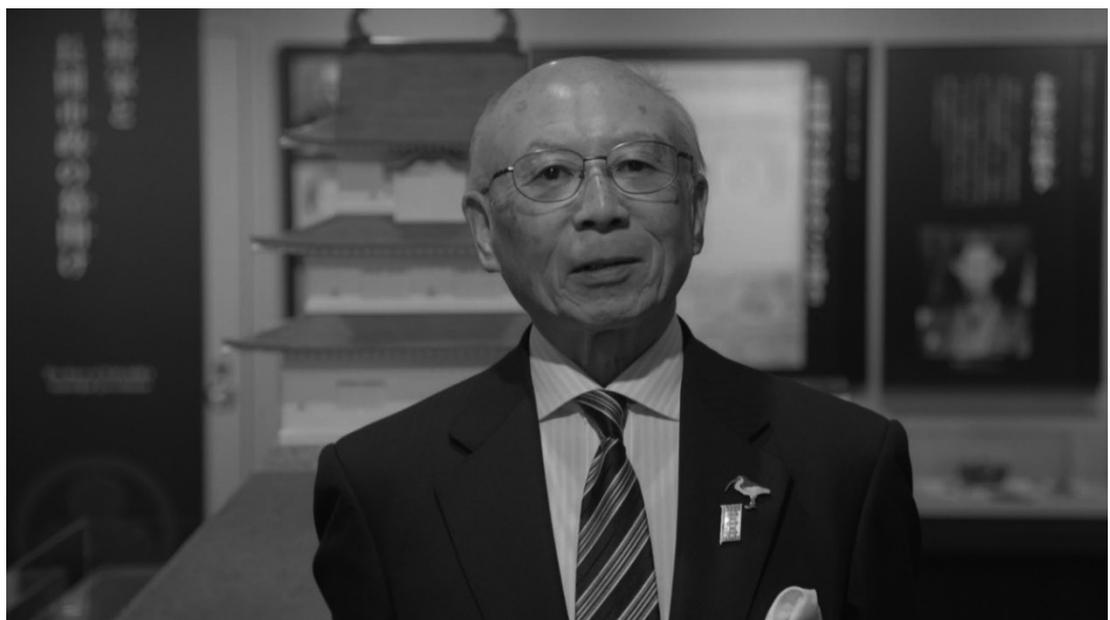
やお土産などを販売しているお店で、その中には十分杯も販売されている。店長へのインタビューを行ったほか、新潟の酒蔵のお酒が楽しめる利き酒コーナーでも撮影をさせてもらった。

皆様が快く取材に応じてくれたが、ゼミ生同士の情報共有やコミュニケーションが不足していたことで、取材の段取りの決定、取材先への連絡が遅くなってしまったといった問題が発生し、迷惑をかけてしまったため、大きな反省が残った。

<図 13> 柏露酒造での取材の様子



<図 14> 第 17 代牧野家当主 牧野忠昌氏



2.1.3 動画編集

取材後は、「DaVinciResolve」という無料ソフトを用いて動画編集を行った。初めて使うソフトのため、ソフトの使い方や映像の使いどころ、時間配分などに悩みながらも、徐々に動画を形にしていった。

<図 15> 動画編集集中の様子



しかし、それまで活動が難航していた影響などによって、その後の動画制作にはかなりの遅れが出てしまったことが、大きな反省点となった。

ひとまず動画は完成したものの、多くの問題が残っており、再び動画編集を進めることになり、当初予定していた完成時期から大きく過ぎてしまった。

最終的には動画を完成させることができ、現在は長岡観光コンベンション協会のYouTubeチャンネルにて、昨年度の動画が公開されている。

2.1.4 反省点

昨年度の動画作成における反省点としては、まず先述したように、ゼミ生同士のコミュニケーションの不足が挙げられた。慣れない活動で手一杯になってしまったこともあり、連絡を怠ったことで、他の授業が入っている時間の確認などが不十分になり、その結果負担に偏りが出る場面もあった。

また、計画の進行が遅れていたために、取材の段取りが曖昧なまま実際の取材に行かざるを得なくなり、その結果、取材先への連絡が遅くなってしまう、当初予定していた取材時間を大きく超えてしまうなどの問題が発生し、取材先に迷惑をかけてしまうこともあった。

他にも、動画の構成の詳細の決定が遅れていたことで、どのような形で動画を編集していくかが曖昧になってしまい、更なる遅れが発生することになってしまった。このことも、ゼミ生同士の話し合いが不足していたことが原因である。

このゼミ生同士のコミュニケーションの改善などの反省は、今年度以降につながる大きな課題となった。

2.2 HAKKOtrip2020

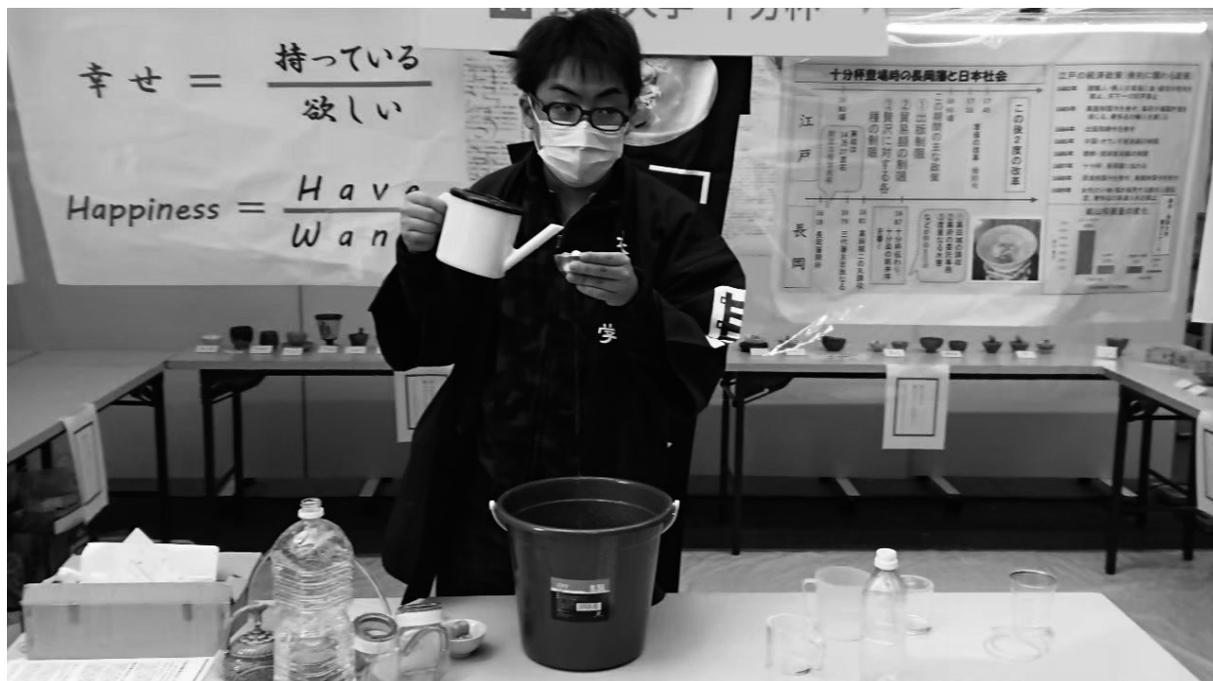
学外での広報活動が大きく制限された昨年度において、最初で最後のイベント参加となったのが、HAKKOtrip2020 である。HAKKOtrip とは、「発酵・醸造のまち」というテーマで、米どころであり、16もの酒蔵があり、味噌や醤油造りも盛んな長岡をPRし、地域を盛り上げようというイベントである。

新型コロナウイルスの感染対策に気を配りながら、昨年度はアオーレ長岡の会場において活動した。長岡大学が所蔵する十分杯のコレクションの展示や、実際に十分杯に水を流して見せる実演、十分杯の仕組みや歴史、教え、長岡の歴史との関わりについての説明、米百俵十分杯の販売などを行った。

当日ブースを訪れてくださったお客さんの中には、十分杯についてご存知の方もいらっしゃった。長岡において、十分杯の知名度が上がっていることが分かり、これまで先輩方が長く続けてきた活動が、実を結んでいるのかと感じられた。

当時の2、3年生にとっては初めてのイベント参加となり、不慣れなこともあったが、この時に得た説明や実演などの経験は、今年度も参加した HAKKOtrip2021 での活動などにも繋がり、貴重な経験を得たと考えている。

<図 16> 実演の様子



3. 今年度の活動

3.1 十分杯の P R 動画の作成

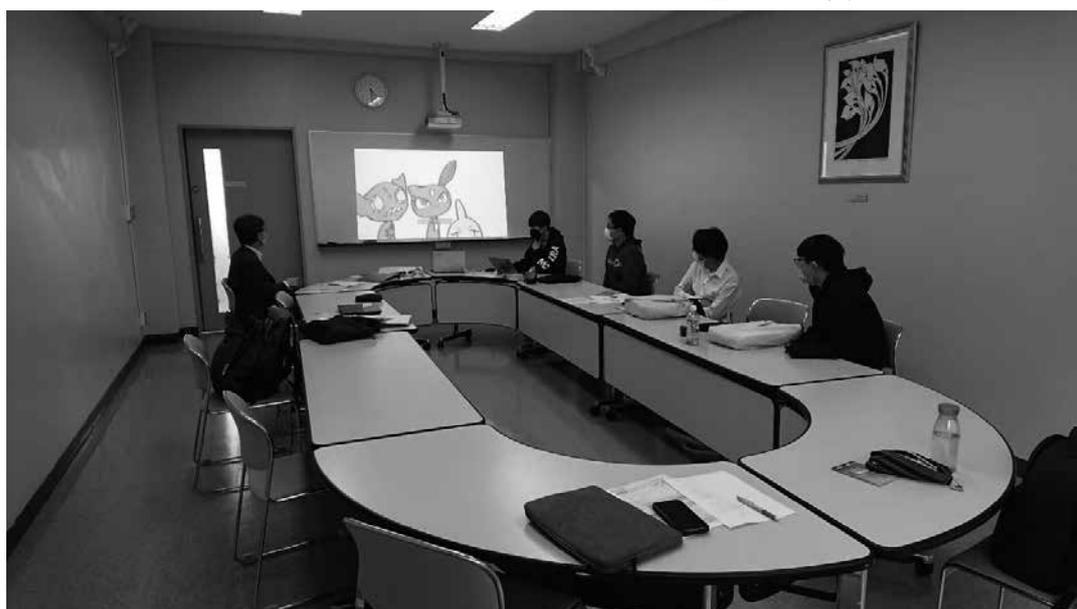
3.1.1 昨年度から継続した動画作成

我々は昨年度に引き続き十分杯の P R 動画を作成することにした。昨年度は動画編集をすること自体が初めての経験であり苦戦する点が多かった。昨年度作成していた動画は、酒蔵に実際にゼミ生が取材に赴き、中の様子を撮影し質問にも何点か答えていただいた様子を素材として一本の動画を作成するという活動であった。その際に使用した編集ソフトを今年度も継続して使用する形を取り、ゼミ生が元から持ち合わせていた有料のソフトも取り入れることに決めた。

今年度は全員が編集するということでスキルの向上に励んだ。前年度は一本の少し長めの動画をゼミ生全員で作成することが精一杯であった。今年度は全員が編集ソフトの扱いに慣れるために本格的に活動する以前に操作方法や、字幕の挿入の仕方などを事前に共有することである程度の下準備をしてから作成に臨んだ。

また、好きなテーマで動画を一つ作成するという課題を自分達に課し何も知識の無い状態でどの程度編集出来るのか確認した。

<図 17> 操作に慣れるための事前課題を全員で観賞、批評



今年度は十分杯を『美術品』としての観点から動画を観ていただくために一つ一つの杯にそれぞれスポットを当て、動画作成を行った。単に十分杯といっても、その形状やデザイン、作られた年代や作成者も様々である。我々は十分杯の仕組みや構造の理解は出来ていても、それぞれの杯に込められた背景やデザインは理解していない。それを踏まえて十分杯の撮影を開始した。また撮影を開始する時期に栃尾美術館で「見て！知って！NAGAOKA・コレクション展」という展示会が開かれることになり、十分杯と貸し出しすることになった。そのため展示される十分杯を含め全ての十分杯を撮影できるように展示するために貸し出すものから順に撮影を行った。

<図 18> 「見て！知って！NAGAOKA・コレクション展」で実際に展示された十分杯



まずは動画の素材を撮影するところから開始した。まずは十分杯の静止画の撮影を行った。撮影する環境を作る際に、昨年度も使用していた暗幕を使い十分杯の背景を黒くして動画の素材として使いやすいように工夫した。ここでは撮影する環境によって光の当たり方が違い素材の出来を左右してしまう可能性がある。また、しっかりと遮光を行うことで、撮影者の影が入り込まないように環境を整え撮影を行なった。

十分杯に実際に水を注いでいる動画の撮影を行った。役割分担として十分杯を持っている人、水を注ぐ人、カメラの前で撮影を行う人、周囲の明かりを調整する人に分担し撮影を行った。

まず、十分杯を持っている役職は、カメラの写り方を意識し十分杯を手で隠さないように、なおかつ水を流す時の圧に耐える程度しっかりと杯を持つように意識した。また杯自体が水平だとカメラで撮る位置が高くなり、杯が白飛びしてしまうため少しカメラ側に杯を傾けている状態をキープすることに注力した。

次に十分杯に水を注ぐ役職は、しっかりと十分杯の中を水が綺麗に流れるよう注ぐ際の

力加減を考え注ぐよう意識した。また、様々なデザインの十分杯を同時に撮影するためそれぞれの杯に合った注ぎ方を模索しその都度改善した。カメラ外から水を注ぐため、ボトルを持つ手の入り方と注ぎ終わった後の抜き方も統一できるようにテイク数を重ね、試行錯誤を繰り返し撮影に臨んだ。

次に撮影者は、カメラの位置を固定し最適な角度から撮影を行えるようにセッティングを行なった。カメラのレンズ越しと肉眼で写る十分杯は光の当たり加減に違いが生じるため、カメラ側で明るさをしっかりと調節して撮影に臨んだ。十分杯を持つ際に前述した通り杯の傾き加減が適切であるか、水を注ぐ量や画面への入り方を細かく指示した。

最後に周囲の明かりを調節する役職は、撮影者と共に光の入ってくる角度を確認し周りに障害となるものがないか念入りに確認を行なった。

我々がしっかりと分担し素材を撮影することでスムーズな撮影を行うことができた。

<図 19>それぞれ分担し撮影を行なっている様子



<図 20>役割を交代して撮影



3.1.2 撮影の課題と解決策

しかし実際に撮影していく中で多くの課題が発生した。

まずは水を注ぐ動画を撮影する際の課題だ。十分杯を持っている役職は長時間空中で持っている体勢を維持することは容易ではないということだ。これは実際に持った様子を見せ、どんなサイズ感であるのかなどを伝えるためにこの手法をとっていた。だが、持つ側の負担が大きくこれでは持っている手のブレが激しく素材として使えないという問題が発生した。

次に水を注ぐ役職の課題だ。十分杯のサイズや中の管の穴のサイズによって水の切れ方が違うことだ。これによって、注ぐ水の量を一定にしてもそれぞれ異なった十分杯のサイズには合わず早い段階で水が流れ落ちることや、逆に水が出ない問題が発生してしまった。また、水を注いでいる時の注ぎ人の手が映り込んでしまうため、ボトルを持つ手がぶれてしまう問題が発生した。そして水を注ぐ時の手を画面外へ引くタイミングも十分杯のサイズや形状によってそれぞれに合わせなければならないという問題もある。それに伴った水を注ぐ瓶はボトルであるのか、お猪口のような実際に注ぐことを想定したものにするのかという問題も発生した。

そして撮影者の課題だ。今まではテーブルに肘をつき両腕を固定した上でスマートフォンを持ち撮影を行っていた。こちらでも手ブレが生じてしまい素材として使えないものが多く生まれてしまった。また撮影する環境の音が反響し水を注ぐ音が上手く拾えないという問題も発生した。

これらの問題点を改善するためにはどうすれば良いのか、また明らかな道具不足なためどのような機材が必要なのか考えた。

まず水を注ぐ役職の手の負担が大きく手ブレが発生するという問題についてだ。十分杯に実際に注ぐ際は下にグラスを敷き十分杯から流れ出た水を下で受けるという用いられ方をする。そのため最初から透明なグラスに乗せ固定した状態を作り出すことで、この問題は解決に至った。

次に水を注ぐ際に水の量が一定だと流れ出方が一定ではない課題についてだ。こればかりは何回も練習を行い最低限の動きで水を注ぎ腕もなるべく映らないように工夫することで解決に至った。また杯のサイズが似ているもので分類し、水の量を毎回測らなくても良い形で撮影を行なった。水を注ぐ容器はワインボトルとおちょこどちらの形状の容器を使うかについては、ゼミ生の自宅にあったおちょこを使用することで実際使用している雰囲気を出すことで課題を解決した。

<図 21> 十分杯を透明なグラスに乗せ、おちょこを注ぐ容器として使用し撮影した様子



そして撮影者の撮影の際に手ぶれが発生してしまうという課題についてだ。これはスタビライザーと呼ばれるスマートフォンを固定することができる機材を使用すること解決に至った。ゼミ生全員で意見を出し合いそれぞれに合った解決策を提案し実行に移し解決に至ることができた。

<図 22> 手ブレを抑制するスタビライザー



3.1.3 編集作業の課題と改善策

素材をある程度撮影し終え編集する作業に移った。操作の確認の意味も込めた事前課題の甲斐もあってか、基本的な操作はそれぞれ理解しており問題はなく進んだ。

しかし編集をしていく中でも多くの問題点が発生した。まず、素材を取る際に注意してもどうしても細かいブレが生じてしまうという問題に直面した。ある程度は編集ソフトの力で改善することが出来るが、どうしてもぶれてしまう素材も少なくはなかった。

次に静止画と水を注いだ素材だけでは動画に動きがなく退屈させてしまうのではないかという問題も生まれた。実際に水を注ぎ流れ出る様子を撮影した動画と十分杯の静止画だけでは動画に動きが無く、ただのスライドショーになってしまうと懸念しさらに動きがある素材が必要になるという課題も生まれた。

さらに動画を作成した人の動画の構成、技術量や価値観の違いでクオリティに差が生じ統一感が無いと感じ、ある程度の目安やターゲットが必要であると考えた。

まずは動画の動きが少ないという課題についてだ。十分杯のデザインは器の角度によってデザインの見え方が違うため、ターンテーブルを用いた素材を撮影すればよいのではないか、という意見が出た。これを採用しターンテーブルで十分杯が回転している動画を組み込むことで動画に動きが生まれ解決に至った。

またスタビライザーと照明器具が一体化した機材を購入し、より高い視点から明るく撮影出来る環境を整え、上方からと真横からの二つの視点で楽しめるような動画を作ることに成功した。

これらの機材は、公益財団法人内田エネルギー科学振興財団の支援があり購入することができた。

<図 23> ターンテーブルに十分杯が回転する様子



<図 24> 照明器具を用いた素材撮影の様子



次に動画の構成が統一されていない課題はデモ動画を作成することで解決した。具体的には動画の流れは勿論のこと、フォントの種類や字幕を十分杯に被せないようにするためのサイズや、画面のどこに配置するかとの位置の指示、十分杯を大きく見せるための拡大表示、真横の視点と高い視点の両方の角度を同時に観ることが出来るよう画面を二分割にするなど様々な工夫を凝らすためのアイデアを多く詰め込んだ動画を作成した。

結果的にゼミ生全員が意図をしっかりと汲み取ってもらうことができ、全員の動画のクオリティを向上させ構成を統一することができた。

<図 25> デモ動画の実際の指示の様子



そして、どのような人に見て欲しいのか、誰に届けたいのかというターゲット層を明確にする必要があると考えた。そこで権ゼミナールのOBである水落氏にアドバイスをいただきながらターゲット層を作成した。

作成して完成したターゲット層が<図 27>だ。基本的な項目である性別や年齢、住んで

いる地域は広義に捉え幅広い層に届けようと考え図のように設定した。

その中でさらに絞れるよう嗜好やライフスタイル、その人の性格までもある程度予測して設定を行なった。この項目は動画に反映される言葉遣いや物事の表現の仕方にも影響されるため慎重に意見交換を交わしてターゲット層を設定した。

<図 26>OB の水落氏にアドバイスをいただきながらターゲット層を考える様子



<図 27>実際に決定したターゲット層

性別	男女	嗜好	美術品、お酒が好きな人
メイン年齢	30~40代	よく見るメディア	youtube
地域	全国	ライフスタイル	よく晩酌する人
趣味	十分杯を詳しく知らない人	性格	落ち着いた人物静かな人

3.1.4 動画編集の流れ (DaVinciResolve 編)

我々は動画編集をする際に2つの編集ソフトを用いて編集作業を行なった。それぞれのソフトに利点があり併用することで良い動画が作れると考えたためこのような形をとることにした。

まず一つ目は DaVinciResolve だ。このソフトは、「ブラックマジックデザイン社」によって提供されているソフトウェアであり¹⁸⁾、有料版もあるがゼミでは無料版を使用した。

動画の編集には、様々な機能のページがあるが、我々は主に「エディット」ページを使

¹⁸⁾ 『DOVA-SYNDROME』より引用。

用している。このページ上の「メディアプール」という場所に、写真や映像、音楽などを読み込み、そこから動画に組み込んでいく。写真の表示の長さの調整や、映像のトリミングもこのページで行うことができる。

<図 28> DaVinciResolve の編集画面



また、「Effect」という項目から、トランジション（画像の切り替わりのエフェクト）や字幕を入れる編集が可能になる。字幕に関しては、「Effect」内の「タイトル」という項目から追加する。（<図28>）

当初は横に流れていくタイプの字幕も使用していたが、動画のターゲットとして30~40代とある程度上の年代、落ち着いた人を見据えたことで、ゆっくり見ることができるよう、静止した字幕で色合いもシンプルなものに統一することにした。

音楽は、YouTube オーディオライブラリや、「DOVA-SYNDROME」「甘茶の音楽工房」などのフリーBGM のダウンロードが可能なサイトから、雰囲気合っているものを採用した。それぞれの十分杯の制作された経緯や、その背景から一番似合う音楽を選び動画に使用した。ものによっては権利の表記をしなければならないものもあるため、YouTube への投稿時には注意が必要である。

そうして編集を行い、動画が完成したら、「デリバリー」ページで仕上げを行う。ここで動画のタイトルやファイルの保存場所、ファイルの形式を採用するが、我々は MP4 に設定している。MP4 に設定することで YouTube に動画を投稿する際にアップロードしやすいという点もあるためだ。

それらの設定が完了したら、「レンダーキューに追加」を選択する。そこから「レンダー」を選択すると、動画をソフトから書き出しし、ファイルとして保存、他のソフトで使ったり、ネットに投稿したりすることが可能になる。ここでしっかりと書き出しをしておくことで完成形を素材として保存しておくことができる。これは、次年度の新しく入った3年

生がデータを一括で閲覧することができるようにするための工夫でもある。

<図 29> 字幕を入れる際の作業画面の様子



このソフトは無料で使用出来る反面注意点も存在する。DaVinciResolve は機能が多いことなどからか、ソフトの容量が大きめで、パソコンによっては、動画編集の際の動作が遅くなることがあり、編集集中にパソコンがフリーズすることもある。また、ファイルの大きさから、書き出しやアップロードに時間がかかるという問題がある。

解決策としては、まず容量の大きいパソコンを使うことが挙げられる。できればデスクトップパソコンが望ましいが、なるべく高性能なパソコンの方がいい。

また、必要な場合を除きなるべく他のアプリを同時に開かないようにすることも挙げられる。同時に多くのアプリを開いていると、上述のように動作が遅くなりフリーズが起りやすくなる。バージョンアップも無料なので、通知されたらなるべく早急に行なったほうが良い。バージョンアップすると編集の際の動きがよくなり、機能が増えることもあるため、日々の編集作業ができる環境をしっかりと整えることも重要である。

3.1.5 動画編集の流れ（Final Cut Pro 編）

二つ目は、Final Cut Pro という編集ソフトだ。このソフトは有料版ではあるが、ゼミ生が持ち合わせていたものを活用したいという要望から利用するに至った。

上記で使用した DaVinciResolve とは基本的な操作は同じだが、こちらのソフトの良い点はトランジションやテキストと字幕の挿入が容易であるという点が挙げられる。やはり有料版ということもあり元から利用できる素材が多くソフトの中の素材だけで完結することができるという良い点もある。

また、ユーザー数が多いため、インターネットで検索すると解説サイトが多く存在する。そのため不明点はすぐに調べれば解決することができる他、スキル向上に向けて学びやす

い環境が整えられているのも一つの利点である。

下記の<図 30>はトランジションを選択する画面である。そもそも動画自体は動画のカットを繋ぎ合わせて構成されるものである。そのカットとカットの間をスムーズに繋ぎ合わせ、次へのシーンを印象的にするための編集効果を「トランジション」という。

<図 30>トランジションを挿入する際の選択する画面



我々の十分杯の動画を作成するに当たって一番多く用いたトランジションがフェードである。静止画と回転する動画、水を流す動画で基本的には構成されているが、その場面の切り替えの際に使用した。シンプルで観やすく、それぞれに区切りが明確にわかるようなトランジションを選び使用した。

次に字幕を入れる際の画面が<図 31>だ。基本的な字幕はカスタムという字幕を用いるが、流れる字幕が必要な場合や、フェードを入れた際には別の字幕を入れる場合もある。

また、動画を作成する際に最も重要になってくるのが、十分杯に字幕を被せないということだ。美術品として位置づけしている我々の YouTube アカウント「十分杯博物館」ではその美術品を一番大きく見せている中で、字幕が被っているなどあってはいけない。

そこでこの編集ソフトは字幕の位置をかなり自由に配置することができ融通が利く。十分杯の画像を縮小させたりすることなく大きいまま見せることができるのは大きい利点である。

<図 31>字幕を挿入する際の画面と Final Cut Pro ならではの種類の豊富さ



3.1.6 動画作成を振り返って

今年度の動画作成を振り返って素材の撮影には早めに取り掛かりしっかりと分担して撮影を行うことが出来た。しかし、途中で生まれた課題の解決に苦戦してしまったと考えている。要するに、動画を完成するペースが失速し、素材を再撮影する羽目になってしまった。その結果、本来ならすぐに完成する動画でも無駄に時間を使ってしまい他の活動に手が回らなかったというのが今年度の反省点である。

今年度の反省を活かし、来年度も続けていく動画作成の進行状況をお互いに把握し何を最優先にするべきなのか順序をしっかりと決めることや自分達でイベントを開催するなど主体的に動けるよう今から準備を進めていきたい。

3.2 枡十分杯の製作

3.2.1 製作再開までの経緯

私たちは枡十分杯の製作を試みた。枡十分杯とは枡を加工して十分杯にしたものであり、以前より権ゼミナールで制作していたものである。しかし作り方を知っていた先輩が卒業してからは作り方を知っている人がいなく2年近く作られていなかった。枡十分杯は先輩方が長い時間をかけて制作したものであり、製作の中でも技術を提供してくれた方や機材をお貸ししてくれた方等たくさんの思いが込められて完成したものであるため、このまま技術が失われて忘れられたものになるのはあまりにももったいない。枡十分杯で十分杯を知ってもらいたい。そう考え、10月30日に開催された食と体験で発酵を楽しむイベントである「HAKKOtrip2021」（以下 HAKKOtrip とする。）での販売を目標に製作することを決めた。

<図 32> 枡十分杯とは



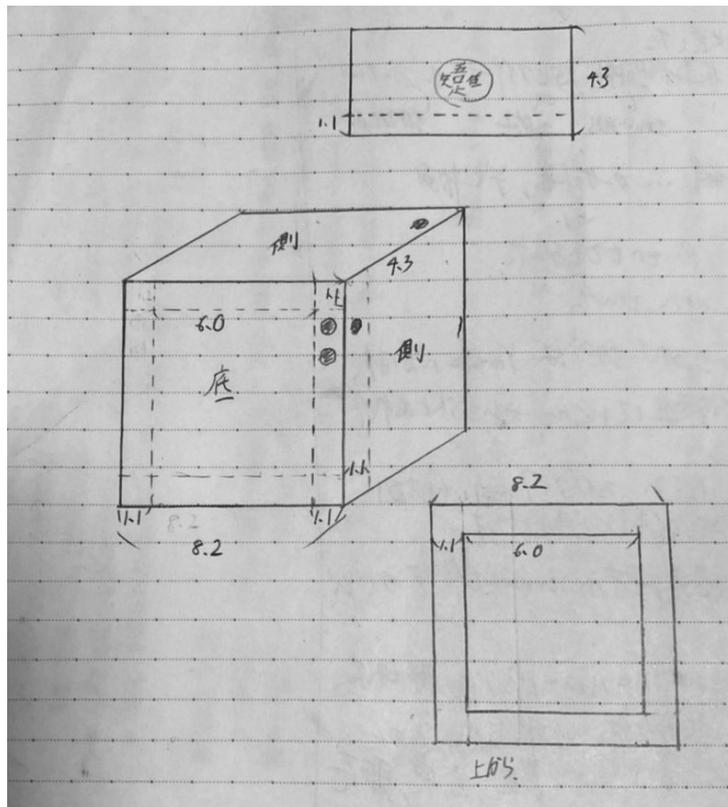
3.2.2 課題と改善

製作を始め最初にしたことはまずどのように作られているか構造を理解することだった。完成されている枡十分杯を観察すると底面に2カ所、側面に2カ所穴を開けて水が流れ出る穴を除く他の穴に水が漏れないように木で蓋をしているといった接着剤を使わずに

作られた実際に杯として使う際にも体に害を与える不安がないようにしっかり考えられて作られたものだと分かった。

構造を理解して次にしたことはどこに穴を開けるかの基準を作るために製図をした。ここでは木の厚みはどのくらいか、どこに穴を開けたら綺麗に見えるか、どこに穴を開けたら水が勢いよく流れ出るかを考えた。

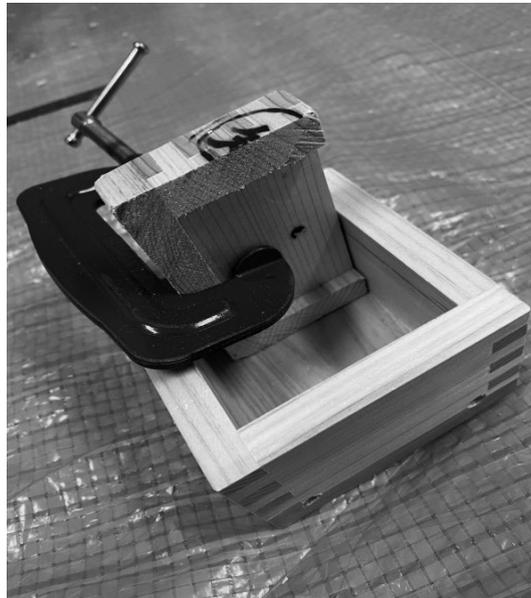
<図 33> 柎の製図



そうして十分杯の構造、穴を開ける基準を設けようやく柎十分杯の製作を開始した。穴を実際に開けてみると問題が見つかった。それは何度試しても、穴をドリルで開けると穴の周辺がバリと呼ばれている木が毛羽だってしまう状態になってしまうことだった。このままだと綺麗に見えなく先輩方が製作された柎十分杯の完成度には到底及ばなかった。そこで何故バリが生じてしまうのか原因を模索した。始めにドリルが太すぎるために摩擦が大きくなるのではと考えドリルの種類を変えてみた。しかしドリルの大きさを変えてもバリが生じてしまいドリルの太さに依るものではないと分かった。次に木の木目の違いによりバリが生じるものと生じないものが存在するのではと考えた。そこで現在ある柎十分杯やまだ穴を開けられていない柎の木目を確認した。だが木目はすべて一致していたため木目がバリに関係していないことが分かった。そして、次に穴のあけ方によってバリが生じにくくなるのではないかと考察した。そう考え自分がどのようにドリルで穴を開けているかを意識しながら穴を開けてみると柎が振動でずれないようにしっかり押さえているが穴を開ける速さが早いかもしれないと感じた。そうして今度はもっとゆっくり慎重にするこ

とを心掛けて穴を開けた。結果バリが生じなくなった。このことから今まではドリルで掘る速さが速かったために木を掘りながら進んでいるのではなく木を押しつぶしてから掘っていることからバリが生じていたことが分かった。そうして綺麗に穴を開ける方法を確立した。しかしそれは底面の穴を開ける際に限ったことだった。十分杯に注がれた水が管に入る際の入り口を開ける部分だけは柀の内側に未だ大変大きなバリが生じてしまっていた。バリが生じる穴と生じていない穴の違いは4カ所の穴のうち3カ所は、木を貫通しないで木の途中で穴は止まっているのだがその部分だけは貫通させる必要があったことだった。そのためこのバリは木を貫通させる際の衝撃により生じると考えた。そこで執った対策は、柀の内側に木材を挟み万力で隙間を無くして木を貫通させる際の衝撃を無くすことだった。行った結果、見事バリは生じなくなった。穴を開け続けると挟んでいた木材に穴が出てきてその隙間でまたバリが生じてしまうため定期的に木を交換しなければならないという欠点はあるもののすべての箇所でもバリを生じさせないことが成功した。

<図 34> 木を挟んで穴を空けたもの

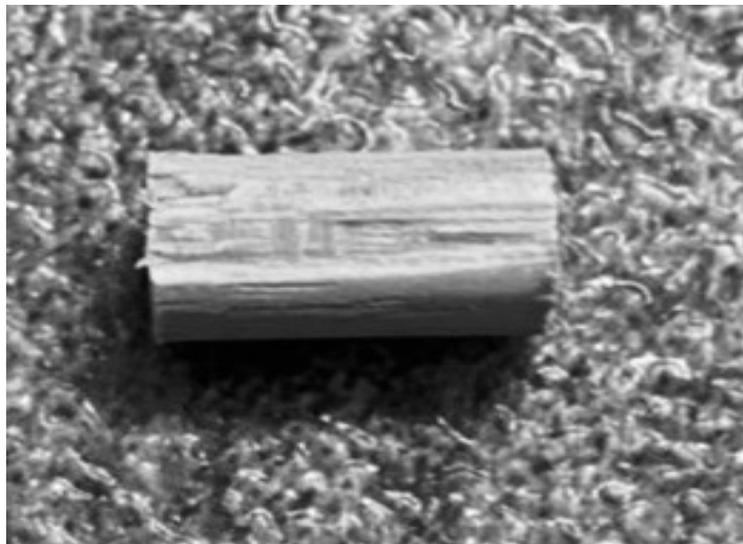


穴が綺麗に開けられる方法を発見したため、次は穴を木で埋める作業に取り掛かった。水が漏れないように穴を埋めているので、隙間が出ないように同じサイズの木の手で埋める必要がある。埋めるための木の手は先輩方が作っていた際に使用していた太さを参考にした。そのサイズは若干穴より大きいものだった。まず製図で決めた寸法を参考に手を手切った。木を埋める際は金づちを使うのだが、手を直接叩いてしまうと柀を傷つけてしまうと考えるために手の上に木材を挟んでから打ち付けようと思った。そうして手を埋めてみると木材を挟めた結果、柀に傷はつかなかった。しかし手が穴より大きいために手がつぶれて入っているように見えて見た目が良いとは言えないものだった。そこで手の先端をナイフやヤスリで削ってから入れようとしてみた。その結果始めより潰れている印象は薄まったよう感じた。

<図 35> 綺麗に穴を塞ぐことができた枡十分杯



<図 36> 穴を埋めるための棒



続いて焼き印に取り掛かった。焼き印にする模様は「吾唯足知」¹⁹⁾という京都の竜安寺にあるデザインを模したものだ。これは「われただたるをしる」と読み、「満足する気持ちをもつべし。」との釈迦が説かれた教えである。多くのことを望んではいけなくある程度のところで満足しなければ心が乱れてしまうだろう。このデザインは暖簾になっていたり、Tシャツのデザインになっていたり、トートバックになっていたり様々のデザインに使われているものだ。この焼印は我々の担当教授である権五景教授が作られたものだ。当然だが誰もが初めてだったために苦戦を強いられた。どのくらい温めればいいのか分からずに金具が熱くなったのを確認して枡に押し付けても熱が足りずに模様が映らなかった。徐々に金具の温度が上がっていき先ほどより遥かに熱くなった時に枡に押し付けてみると今度は押しすぎて広範囲で黒く焦げて模様がはっきり見えなかった。我々は温めてから金具が十

¹⁹⁾ 『大雲山 龍安寺 | Ryoanji | 境内のご案内』より引用。

分な熱さになる時間を計測したり、押し付ける時間を変えたり、押し付け方を変えたりして綺麗に模様を出せるように試行錯誤した。その結果模様が薄くなりすぎず、濃くなりすぎないちょうどいいタイミングを発見した。

<図 37> 龍安寺にある「吾唯足知」



<図 38> 焼き印ができた様子



そうして、枡十分杯作りの全ての工程を課題発見と解決を繰り返し、HAKKOtrip の直前に完成することができた。早速 HAKKOtrip で販売するために 10 個を目標に枡十分杯の製作に取り組んだ。そこで問題が発覚した。それは我々が試作段階で使っていた枡と製品用の枡では大きさ・高さ・厚さ規格全てが違うことが発覚した。そのため今から製図して穴を空ける場所を決めていたら、HAKKOtrip に間に合わない判断して販売することを断念した。

3.2.3 枡十分杯の製作を振り返って

今回の HAKKOtrip での販売は断念したが、引き継がれていなかった技術を復元して製造できるようになったので今後参加する催しまでは今より完成度を上げて販売したい。そのためには再度規格ごとに穴を空ける基準を作る。次枡の発注をする際は規格を指定する必要がある。他にも様々な課題が見つかった。それを一つ一つ解決していきたいと思う。更に、我々は枡十分杯を作ることが目的ではなく枡十分杯の販売を通して、十分杯を知ってもらい地域活性化につなげることである。そのためいくらクオリティを上げたとして売れなければ意味がない。そのために接客のコツや十分杯の知識を学んでいきたいと考える。更に活動を拡大していきたい。目標は新潟県のお土産として枡十分杯を根付かせることである。知人からお土産を貰う時に一番貰うのはどのような物だろうか。やはり食品が多いと思う。ご当地の食べ物を貰ってその地域を知るのも良いとは思いますが我々は形に残るもので何度も使われて欲しいものだ。そこで新潟と言えば日本酒が有名だろう。その日本酒とともに、お猪口として枡十分杯を使って欲しい。そこで各酒造会社様のロゴを印字した枡十分杯を製造したい。そうすれば新潟ならではの特別感もあり、普段から使っただけのものではないだろうか。飲用ではあるから十分杯ではなくとも枡として製造しても良いと思う。このように展開を試みたい。今回製造しただけで終わらずに新しい活動に繋げて新潟県の地域活性化を試みたい。

3.3 HAKKOtrip

3.3.1 事前準備

我々は 10 月 30 日に長岡市が主催する食と体験で発酵を楽しむイベントの HAKKOtrip に参加するにあたって、事前準備から工夫をしながら活動に取り組んだ。まず、会場に展示する十分杯を箱詰めする段階で当日、会場でスムーズに展示ができるようにどの箱にどの十分杯が入っているかを明確に分かりやすく準備をした。また、十分杯が割れないように、梱包材を使って丁寧に箱詰めをすることを心がけて作業に取り組んだ。十分杯の梱包は、栃尾美術館への十分杯の貸出をした際に経験しているためスムーズに梱包することができた。栃尾美術館の方にも分かりやすい梱包と褒めていただいたため、準備に活かした。

3.3.2 当日

HAKKOtrip 当日は会場の設営から始まった。テントの場所は本部や交差点から近く、人通りの多い位置だった。まず、準備されたテントに事前に準備したポスターを貼り付け、お客様に十分杯の仕組みや歴史などが分かりやすく見てもらえるように工夫した。また、

当日は風が強くてポスターがなびいてしまうため、ポスターの裏に紐を通して風で靡かないように工夫して設置をした。

<図 39> ポスターを紐で固定した状態



次に、十分杯の展示の準備をした。会場のテーブルが少し不安定で、少し苦戦したがしっかり安定した状態で展示をすることができた。また、お客様から見やすいように丁寧に並べることを意識して準備を行った。

<図 40> 実際に十分杯を展示した写真



<図 41> 展示スペースの全体像



そして、ついにイベントが開始。昨年度は天候に恵まれず、気温も低かったため、来場者も少なかったが、今年度は当日の天候が良かったことも相まってたくさんの方が来られていて、権ゼミナールのブースにも多くの方が足を止めてくれた。足を止めて下さった方には十分杯の説明や、水の流れる仕組みの説明と実演で楽しんでいただくことができた。説明に関しては、十分杯の断面図の模型を使い、中の管がどのようなになっているかを説明した。また、仕組みを説明した資料を使うことで理解してもらうことができた。長岡のイベントなので長岡市民の親しみがある第四銀行の110周年記念十分杯や蒼柴神社の記念十分杯、長岡高校の140周年記念品は特に反応が良かった。実演に関しては、実際に十分杯を使って水が流れている様子を見せながらお客さんに説明をした。水がどこまで入れると流れ出てしまうのか、水を入れすぎてしまうと水が全て流れ出てしまう様子を実際に見ていただくことでかなり良い反応をしていただいた。子どもたちにもわかりやすかったと言ってもらえたので実演は大成功だったと感じた。

<図 42> 実演をしている様子



体験してくれた子供たちには、紙コップとストローで作られた簡易的な十分杯をプレゼントし、とても喜んでもらうことができた。

<図 43> 紙コップ十分杯を使って説明をしている写真



実際に、お客さんと交流するイベントに参加したのが初めてというゼミ生も多く、十分杯の説明や実演の練習をかなり練習した。なかなか、上手く説明ができなかったため改めて十分杯の仕組みや原理についてゼミ内で話し合って改善をした。十分杯を紹介する際は、それぞれの十分杯に関するエピソードや、ゼミの活動の経緯を交えて説明することができるなど、以前と比べてゼミ生の成長が感じられた。

また、十分杯の仕組みの説明を聞いて下さった方の中に、Youtubeのチャンネル登録をしたいと言ってくださった方もいて、これからもYoutubeの動画更新も続けていこうと改めて感じた。

3.3.3 HAKKOtrip を振り返って

実際にイベントに参加してみて感じたことは、長岡に住んでいる方の中で十分杯を知っているという方は多く、十分杯の知名度は伸びているということが感じられたが、水が流れる仕組みまでは理解している方は少なかった。そのため、実演をすることで参加されている方にも分かりやすく説明をすることで、子供たちを含めた幅広い世代に方々に理解してもらうことができた。そして、HAKKOtripを通して気づいたことは、小学生からの評判が良かったため、来年度以降は小中学校への広報活動も力を入れていきたいと思う。

また、「物を売る」ということの難しさを痛感した。ものがあれば売れると思っていたが、そんなことはなくお客さんに興味を持ってもらうことや使い方を伝えることが難しく我々が思っているような売上にはつながらなかった。対面販売はなかなか経験のなかった我々には苦戦したが、来年度に向けてマーケティングについて考えさせられたとても良い経験になった。来年度は、枳十分杯の販売も予定しているのでマーケティングの知識を身につけて販売にも力を入れることを目標に活動していきたい。

反省点も多く見つかった。1つ目は、スペースの広さの想定ができてなかったことである。我々が想定していたよりもテントが狭く、元々考えていた会場の設営ができなかったため、紙コップ十分杯を子供たちに作ってもらう予定だったが、スペースが足りずできなかった。そのため、出来上がった紙コップ十分杯を渡すだけになってしまった。来年はあらかじめ把握する必要があると感じた。2つ目は、今後はすべり止めやテーブルクロスなどを使って十分杯がより綺麗に見えることを意識し、安定した状態で展示をする必要があると感じた。3つ目は、YouTubeに投稿した動画のQRコードや、米百俵十分杯の販売ポスターを用意することが必要だと思った。YouTubeの登録をしてもらうためには、もう少し告知に力を入れる必要があると感じた。また、米百俵十分杯の販売に関しては実演をしているスペースの片隅で販売をしていたため、目につきづらく販売数も伸びなかった。そのため、来年度以降は目立つように販売にも力を入れていきたい。4つ目は、もう少し目立つ十分杯をおいた方がお客さんの目を引くことができると思った。スタンダードな形の十分杯が多かったため、来年度は大きいものや特殊な形のものも準備したい。

最後に、来年度の活動として、知名度が高まっていると感じている中で実際にどれくらいの方が十分杯を認知してもらえているか、どのようなきっかけで十分杯を知ったかをアンケートの実施していくことを来年度は考えている。

4. 今年度のまとめ

今年度の活動を振り返って、今年度は前年度から行っていた動画制作を行ってきた。動画作成に多くの時間を割き、また、動画編集に関してはゼミの時間のほとんどを、動画の改善案などの意見を交換することに費やしたことで、権ゼミナールのみで作成した動画のクオリティを上げることに成功したと考える。またゼミ生全員が動画制作に意欲を持ち活動できたと考える。HAKKOtrip では昨年度よりも来場者数が多かったこと、また積極的にイベントの準備や当日の活動を行なったことで、より良い経験を積むことができ、イベントに来られた方との話し合いで、十分杯が人々にどのように認知されているのかを知ることができたと感じる。また、ゼミ時間内、時間外問わずゼミ生同士で話し合う場面が多くみられ全体的にコミュニケーションが円滑に行えるようになったと感じる。

一方問題点も存在する。前年度と比べてコミュニケーションは円滑に行えてはいたものの各自が行っていた動画編集の進行状況の確認不足などのコミュニケーション不足による問題は少し見受けられた。これは、ゼミ生全員がお互いの作業に集中するあまり、誰が、何をいつまでに作るかといったような会話が行われていなかったこと、またコミュニケーションの中にも遠慮して、自分が思っていることを素直に言うことがまだ困難だったことが原因であると考えられる。

また動画制作やイベントなど今まで過去にゼミナールが行ってきた活動に対しては様々な意見、改善案を出すなど積極的に行ってきたが、今年度ゼミナールとして新しく取り入れた要素が少なく、今年度からの活動といったことがこれと言ってなかったことである。また、その結果として、実際に学外に出て行う機会が、HAKKOtrip のほかになかったことが挙げられる。

新しい活動が行えなかった理由として以下のことがあげられる。

まず、前述した通り十分杯の動画の取り直しを何回も行ったことで、撮影の時間に時間をかけてしまったことが挙げられる。確かにこの取り直しによって、動画自体のクオリティを上げることができた。また、今年度の動画制作途中に行った、テンプレートとなる動画を作成したことで、撮り直しを行うことがなくなり、ゼミ生が編集活動になれたことで、動画制作の効率を上げることができたため、こうした問題が来年度も起きる可能性は少ないと考える。

また、構想していた活動案が中止になったことも理由の1つだ。

今年度の活動は実際の今年度の活動の大半を占めた「十分杯博物館」としての動画だけでなく、企業のCMなどをモデルとしたドキュメンタリーや十分杯をテーマとした短い映画ともいえる作品の制作や、酒器である十分杯と関連して、長岡市内酒造などに取材を行い長岡の日本酒を宣伝するといった動画案や、新しい十分杯を製作するといった活動案を挙げそれらの活動をゼミ活動当初に予定していたが、この活動の議論はあまり行うことができなかつたと考える。振り返ると今年度のゼミ活動では、多くの活動時間を意見交換に費やしてきたが、その意見交換のなかで、どのような活動に興味があるか、またどのような活動を行っていけばいいか、実際にどのような活動をどのように始めていくかといったようなゼミ活動自体について話し合う場面が余りなく、またゼミ活動の話し合いの時間は

今制作している動画の修正などの短期的な活動に対しての意見交換しか行っていなかったため、実現を見通すことができなかった。

以上の理由から当初の予定していた新しい動画制作の活動は中止になり、行うことはできなかった。

前者はともかく、後者に関しては、より計画を立てて予定を立てるといったことや、定期的に活動内容を見直すなど来年度のゼミの活動で改善をしていかなければならないと考える。

<図 44> 権ゼミナールの YouTube チャンネル (2022 年 1 月 9 日時点のもの)



最後に今年度は、動画制作を大きく進めることには成功したが、思うような結果を得ることができなかったことが挙げられる。現在動画を投稿している権ゼミナールのチャンネルで、今年度の動画は昨年度制作した動画よりも完成度を高め、はるかに見やすい動画を制作できた。しかし、現在 YouTube で視聴されている回数は極めて少なく、10 桁にも届いていない動画がほとんどである。これは前年度の動画に比べても、はるかに少ない数字だ。また現在チャンネル登録者数は 6 名しかいない (2022 年 1 月 9 日時点)。そのため今年度は、動画の視聴者が少なく、動画による十分杯の広報活動は成果を上げることができなかったと考える。

この問題点はチャンネル内にある動画数が現状として少ないこと、現在投稿されている動画内容が学内の多様な種類の十分杯を紹介するという既に十分杯を知っている層への動画であり、十分杯を知らない人に向けた十分杯の魅力を知ってもらう動画や、十分杯の仕組み、歴史といった種類の動画がなく、視聴者層が限られていたこと、イベント以外で動画の広報活動を行っていなかったことそして、視聴者を念頭に置いた動画制作ができなかったことが理由だと考える。

コロナ禍の現状を鑑みても、来年度の活動はイベント参加によるものよりも、動画投稿による広報活動が主体となっていくことが考えられる。そのため、動画制作の活動方法のより一層の議論、改善が必要になるだろう。

今年度の問題点を踏まえると、今年度の活動全体の傾向として、慎重ではあったものの、一方で、進め方が鈍かったようにも思える。活動を円滑にしながらも、慎重な活動を行うためには、今まで以上に意見交換の内容を充実したものにする必要があると考える。今年度のコミュニケーションの弱点はゼミ生が遠慮してしまうことだった。来年度からはもっと気軽に意見が言えるような場所を設けるなどの改善を行ないたい。

5. 来年度の活動予定

今年度の活動は、十分杯の認知度を広めるための新しい活動を行うといったことがなかった。そのため来年度は新しい活動を念頭に置いていく予定だ。

新しい活動の案として、例えば、zoom の十分杯のオンラインイベント、クラウドファンディングを用いた十分杯の製作などである。特に zoom を使ったオンラインイベントはアドバイザーの魚沼市総務政策部、中澤司氏から提案されたものであり計画は今年度の時点から議論を行っていた。現在、会議の内容として、長岡市の酒造や、十分杯を製作している企業と連携して、長岡の酒造が造っている日本酒と十分杯の広報活動を同時に行うといった内容案を考えている。

また、現在行っている枡十分杯の製作と現在の YouTube チャンネルに現在行っている十分杯にスポットをあてた動画を制作しつつ、YouTube チャンネルの認知度を増やすために今までとは異なるターゲット層の動画を製作するなど動画の種類を増やしていき、それに加えて、SNS や参加したイベントなどでチャンネルを宣伝するといった広報活動もより積極的に行っていきたいと考えている。SNS による広報活動の媒体は Facebook、Instagram とし、既にアカウントを作成しているため、これらを利用した広報活動を現在計画している。

今年度の活動によって、十分杯の認知している人が多くいたことを踏まえ、人々が現段階でどのくらい十分杯をどのように認知しているかの調査を現在予定している。現段階の具体的な調査案では、イベント参加者に対してアンケートを実施することによって調査していくものなどがある。

この調査の結果や、動画の再生の傾向から、まだ不透明なままの活動のターゲットを鮮明にして行きたい。

これらの活動は人数や期間を考慮すると現在挙げられている活動案のすべてを行えるわけではない。そのため、来年度のゼミナールはまずほどの活動を行っていくか、優先順位を付けることから始めて行きたい。

6. 結びに

今年度は十分杯の動画制作を始めて2年目になる。今年度一年間の活動の中で一番の変化は自分たちが施行を重ね、制作した動画を何本か YouTube の自分たちのチャンネルにアップロードすることができた。来年度からの動画制作でいままで高かったハードルを今までよりも下げることができたと思う。

また、コロナ禍でも HAKKOtrip というイベントに参加することができた。またそこで十分杯が人々に知られ始めていることを実感することができたと思う。

動画制作が、ここまで進むことができ、イベントで多くの人に十分杯を広報することができたのも。今年度のゼミ生の積極的な働きだけでなく、今までの先輩方の活動のおかげによるものである。特に動画制作に関しては昨年度活動していた先輩方の活動を踏まえることで活動することができた。来年度からは、今年度を踏まえてより良い活動を更に進めて行きたい。

そのためにも権ゼミナールの活動目的をもう一度振り返り、どのような活動を行うべきか考えたい。

権ゼミナールの活動目的は十分杯による長岡の発展であり、また十分杯の知名度を広めることのできる活動である。現在の十分杯の認知度は増えているとはいえまだまだ長岡市に住んでいても知らない人も多く、十分杯に関して知ってはいても名前しか知らず、仕組みや歴史、教えなどを知らない人も少なくなかった。

十分杯をより多くの人に知ってもらうため、動画制作を開始し、動画制作が行えるようになることを目標として行動してきた。その目標に一応は達成することができた。

しかし、現状十分杯の動画の視聴回数は少なく、動画自体が十分杯の認知に繋げることができたといえない。

撮影、編集活動を経験し動画制作を行えるようになった今、これからは長岡を盛り上げるためにどのような動画制作、活動を行うか、またどのようにして十分杯を人々に認知してもらうかといったよりゼミ内での評価だけではなく、動画視聴者の評価を得られるような動画制作をする必要がある。以降は評価を踏まえた動画の改善など、どのように動画を視聴してもらうかといった、成果を重視した活動を行う必要があるだろう。

もちろん評価を得るまでには権ゼミナールの人数の少なさから考えても困難で特に再生数の上昇といった成果を上げることは非常に困難な物になってくるだろう。今まで以上にゼミ生一人一人が綿密なコミュニケーションをとり、今まで以上に自主的な意欲を持ち積極性のある活動が必要になる。そこまでやったとしても限界はある。途中で活動が頓挫してしまうことも考えられるし、得られる成果も想像よりも小さいものであることも考えられる。しかし、たとえ想定した成果を挙げることができなくとも、その過程の中で経験を重ね、より良い学びを得ることができるはずだ。

今年度は今までの活動の改良を行い、動画投稿まで進めることができ、また、それによって動画に関して今まで考えてこなかった問題点を発見することができた。一方課題点、改善点も多く見つかった。

その中にはゼミナールの人数の少なさや今年度もコロナ禍であった状況を考えると避

けることのできなかつた問題もあつただろう。しかし、そういった状況にあるからこそ今年度見受けられた様々な部分を改善すべく、議論する必要があるだろう。来年度はそのような面でも今年度の活動を評価し、それを踏まえることによって、より高度な目標を設定したゼミナール活動を行っていきたいと考える。

今年度の活動はどちらかというが目立った要素が少なく活動内容も地味なものが多かつた、しかし、こうした活動が来年度の活動の糧になることを考えると全体的に見れば有意義な活動を行えたと考える。

補足 十分杯について

十分杯の仕組みや教えについては、序章で解説した。十分杯について詳しく知らない人に向けて、より詳しく説明したい。

補足1 十分杯の原理

<図 45> 十分杯の断面



ここでは、十分杯の原理について説明する。

まず、十分杯の内部構造は<図 45>のようになっている。水を注いだ際、管の最高点にまで水が到達していないうちは、水が落ちることはない。しかし、それ以上までに注いでしまい、管の最高点にまで到達すると、管の外に水が流れ落ちてしまう。

この仕組みをサイフォンの原理という。その原理については諸説あるが、ここでは權ゼミナールにおける考え方を紹介する。

水が流れ落ちる際、その流れが早くなるほど、圧力が下がる。十分杯の周りの大気圧は一定だが、管の中は圧力が下がるため、水は圧力が高い外から、圧力が低い管の中に吸い込まれて落ちていく。

この原理については、ベルヌイの定理で説明することができる。これは、「圧力+位置+速度=一定」というものである。

ただ、この原理が成立するためには、水が流れ落ちる川の管の出口が、反対側の管の入り口よりも低くなっていなければならないという条件がある。

補足2 米百俵十分杯について

<図 46> 米百俵十分杯



次に、本文中でも度々触れている、米百俵十分杯について紹介したい。

米百俵十分杯は、長谷川陶器と權ゼミナールが共同製作した十分杯である。米俵が重なった飾りのデザインは、長岡に伝わる「米百俵の精神」を形にした、非常に長岡らしいものとなっている。

長谷川陶器と權ゼミナールに縁が生まれたのは、長谷川陶器の長谷川社長の奥様が、權教授が担当している、長岡大学の韓国語の授業を受講していたことがきっかけとなっている。

コンセプトとしては、市販されている商品よりも安く、長岡らしい飾り、水の切れがいいという目標の元に、製作が開始された。長谷川陶器と当時の先輩方とでデザイン等を決定し、試作がはじまった。

水の切れに関しては、ぽたぽたと水が落ちてしまわないように、改善には大変苦労したという。改良を重ね、水がスッと抜けるようになった。

米百俵十分杯は、長谷川陶器の店舗で購入することができる。權ゼミナールでも、イベントへの参加の際には米百俵十分杯の販売を行っており、先述のように、今年のHAKKOtripでも販売した。

<図 47> 長谷川陶器で販売されている米百俵十分杯



引用・参考文献

NATIONAL GEOGRAPHIC 「Kok Boru: Do you have what it takes to play this Central Asian sport?」

<https://blog.nationalgeographic.org/2017/12/28/kok-boru-do-you-have-what-it-takes-to-play-this-central-asian-sport/> (2021年12月27日閲覧)

「甘茶の音楽工房」

<https://amachamusic.chagasi.com/index.html> (2021年1月8日閲覧)

外務省ホームページ「世界いろいろ雑学ランキング 羊の頭数の多い国」

<https://www.mofa.go.jp/mofaj/kids/ranking/sheep.html> (2021年1月8日閲覧)

「キルギスの騎馬文化 キルギスに見出す騎馬民族の誇り 騎乗ラグビー コクボル」清水隼人

<http://www.asiawave.co.jp/KOKUBORU1.htm> (2021年1月9日閲覧)

果物ナビ「果物図鑑 越後姫 イチゴ」

<https://www.kudamononavi.com/zukan/strawberry/echigohime>(2021年12月28日閲覧)

GO 豪メルボルン「世界最大級のバグパイプ演奏 アンザックデー最大の見どころはこれだ。」

<https://www.gogomelbourne.com.au/events/report/2155.html> (2021年1月8日閲覧)

五泉市 特産品・産業「さといも」

<https://www.city.gosen.lg.jp/organization/12/7/1/1/1772.html> (2021年1月6日閲覧)

JA にいがた南蒲「大口れんこん」

http://www.ja-niigatanankan.or.jp/taste/foodstuff/lotus_root/ (2021年12月28日閲覧)

JA 新潟みらい 特産品「帛乙女(里芋)」

<https://ja-niigatamirai.jp/products/296/> (2021年1月5日閲覧)

私家版 楽器事典

<https://saisaibatake.ame-zaiku.com/gakki/index.html> (2021年12月30日閲覧)

しゅんきゅう青果店「【 2021 年最新 】 4 月・5 月が旬！新潟県が誇るブランドいちご『越後姫』について」

<https://shunkyu.com/echigo-hime/> (2021 年 12 月 25 日閲覧)

スコットランド～バグパイプ - [MUSIC]

http://kore.mitene.or.jp/~omatsu/music/m_8.html (2021 年 12 月 30 日閲覧)

世界史の窓「キルギス共和国」

<https://www.y-history.net/appendix/wh1702-080.html> (2021 年 1 月 9 日閲覧)

大雲山 龍安寺 | Ryoanji | 境内のご案内

http://www.ryoanji.jp/smph/guide/grounds.html#g_lis02 (2021 年 1 月 10 日閲覧)

田中清助商店「大口れんこん茶」

<https://tanakaen.stores.jp/items/5d02eb83b8174c26e2d91323> (2021 年 1 月 9 日閲覧)

たびこふれ

<https://tabicoffret.com/article/77524/index.html> (2021 年 12 月 22 日閲覧)

「DOVA-SYNDROME」

<https://dova-s.jp/> (2021 年 1 月 8 日閲覧)

長岡市公式サイト「大口れんこん」

<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/kankou/aji/ajiwau/renkon.html> (2021 年 12 月 27 日閲覧)

な！ナガオカ「泥の海をかき分け、レッツ宝探し！ブランド野菜「大口れんこん」掘りを体験してみた」

<https://na-nagaoka.jp/archives/3615> (2021 年 1 月 9 日閲覧)

新潟県ホームページ「南魚沼を代表する夏の味覚、つくり手の誇り“八色のスイカに外れなし”」

<https://www.pref.niigata.lg.jp/site/minamiuonuma-yukigunifoodstory/yairosuika.html>
(2021 年 12 月 26 日閲覧)

新潟市ホームページ「いちご「越後姫」

https://www.city.niigata.lg.jp/smph/business/shoku_hana/shokutohana/niigatanosyokutohana/syuruibetsu/fruit/etigohime.html (2021 年 12 月 20 日閲覧)

新潟食品名産図鑑「帛乙女（きぬおとめ）」

<https://nigata.japanfoods.net/specialty/kinuotome/>（2021年1月6日閲覧）

新潟食品名産図鑑「だるまれんこん」

<https://nigata.japanfoods.net/specialty/daruma-renkon/>（2021年12月28日閲覧）

農業とITの未来メディア「「減反政策」の廃止で、日本の稲作はどう変わったのか」

<https://smartagri-jp.com/agriculture/247>（2021年12月28日閲覧）

パソコン工房 NEXMAG [ネクスマグ]「DaVinci Resolve 無償で高機能な動画編集ソフトについて」

<https://www.pc-koubou.jp/magazine/37640>（2021年1月6日閲覧）

長岡大学 学生による地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

1. 栃尾地区活性化に向けたにぎわい創出事業：にぎわい創出プロジェクト
～布の森 in 白屋堂堂～
石川英樹ゼミナール（1）
2. クイズラリー開催、SNS による栃尾PR
石川英樹ゼミナール（2）
3. 十分杯を世界に知らせよう！—動画制作を通して—
権 五景ゼミナール
4. きもの文化村構想の試み
～十日町地域における新たな可能性～
喬 雪氷ゼミナール
5. オープンファクトリーで長岡を活性化！
栗井英大ゼミナール
6. グラスルーツグローバル化～
—草の根・地域からの人類一体化の推進—
広田秀樹ゼミナール
7. 小学生のプログラミング教育を通じた地域活性化活動
高島幸成ゼミナール
8. 主体性を礎にした、ネットに頼らない情報の収集と課題の探索
武本隆行ゼミナール
9. デジタル・情報技術を活用した地域の財・サービスの情報発信
坂井一貴ゼミナール
10. コロナ禍における「まちの駅」の新たな交流・連携のあり方を考える
鯉江康正ゼミナール
11. 長岡市摂田屋の魅力高め、観光客を増やし、地域活性化を図る
～イベントプロジェクト～
生島義英ゼミナール（1）
12. 長岡市摂田屋の魅力高め、観光客を増やし、地域活性化を図る
～情報発信プロジェクト～
生島義英ゼミナール（2）

令和3年度 学生による地域活性化プログラム 権 五景ゼミナール活動報告書

【発行日】 令和4年3月30日

【発行人】 村山 光博

【発行】 長岡大学

〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8

TEL 0258-39-1600（代）

FAX 0258-33-8792

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