

2018(平成 30)年度

岐阜経済大学

まちなか共同研究室 マイスター倶楽部

活動報告書



2019(平成 31)年 3 月

<掲載順>

中心市街地協働型まちづくり事業

まちなか共同研究室マイスター倶楽部では、大垣市、大垣商工会議所、大垣市商店街振興組合連合会、岐阜経済大学による「中心市街地活性化のための4者協定」に基づき、大垣市中心市街地活性化を目的に、学生による以下のまちづくりプロジェクトを展開した。本稿は、こうした中心市街地協働型まちづくり事業における2018年度の事業報告書である。

1. サード・プレイス事業

・食育レストランプロジェクト -1-

2. 地域観光提案事業

・まちなかツーリズム商品開発プロジェクト -14-

3. 商店街情報発信事業

・商店街調査プロジェクト -22-

・そうだ！大垣に行こう！プロジェクト -32-

付 録

・2018年度メディア掲載情報 -43-

・2018(平成30)年度マイスター倶楽部活動一覧 -46-

・まちなか共同研究室マイスター倶楽部の概要 -48-

2018（平成 30）年度 食育レストランプロジェクト 活動報告書

目次

はじめに

第 1 章 企画目的および背景

- 第 1 節 企画に関わる 3 つのキーワード
- 第 2 節 企画概要
- 第 3 節 企画背景

第 2 章 2018 年度実践活動の報告

- 第 1 節 5 月の成果
- 第 2 節 7 月の成果
- 第 3 節 8 月の成果
- 第 4 節 10 月の成果
- 第 5 節 1 月の成果
- 第 6 節 もちつき大会における活動
- 第 7 節 アンケート結果の比較分析

第 3 章 プロジェクトを通じた振り返り

- 第 1 節 食育の視点
- 第 2 節 連携先の視点
- 第 3 節 広報の視点
- 第 4 節 中心市街地活性化にもたらす影響

おわりに

参考文献・参考ウェブサイト

はじめに

私たち食育レストランプロジェクトは、中心市街地におけるサードプレイス創出の可能性を探ること、そして子どもたちへの食育を目的に2018年度からスタートしているプロジェクトである。

このプロジェクトには前身がある。それは2016年度から実施していたちよいみせを活用した学生によるカフェ出店であった。この試みは中心市街地の空洞化問題に対して、商店街にサードプレイスという概念を取り入れることにより賑わいを取り戻せないだろうかと考え展開したものである。そもそもサードプレイスという点に着目した理由は、まちの居場所を構築したり、発見したりしようとする動きが全国的にも活発化しているからである。例えば、そのなかで誕生したものとして「コミュニティカフェ」がある。コミュニティカフェは、公益社団法人長寿社会文化協会により提案され、地域社会の中での「たまり場」、「居場所」と定義されている。

食育レストランは、こうしたカフェ出店のねらいを発展させ、子どもたち、あるいはその保護者に対する食育を通じて、中心市街地におけるサードプレイスづくりの可能性を探ろうというものである。つまり、食育や食事を通して、中心市街地に訪れた方々の交流の場としての機能を担うことが可能ではないかと考えたのである。特に新たに中心市街地に居住する人々にとっても、あらゆる多様な人々にとっても会社と家の往復ではない社会的な場所を提供することで地域の活性化につなげていくことを目的に、食育レストランプロジェクトを計画し実践に移してきた。

本稿は、私たち食育レストランプロジェクトの2018年度における活動を報告していくものである。構成は次の通りとなっている。第1章では、企画の目的や背景について説明する。第2章では、2018年度の活動実践の報告として、食育レストラン実施の成果についてまとめている。第3章では、活動を通じての振り返りをいくつかの観点から考えていく。以上を通じて、大垣

市中心市街地における「サードプレイス」創出の可能性について検討していきたい。

第1章 企画目的および背景

本章では、2018年度の活動報告に入る前に企画の前提について紹介していく。

第1節 企画に関わる3つのキーワード

食育レストランを説明する上で重要なキーワードとして「子ども食堂」、「食育」、「サードプレイス」が挙げられる。そこでまず本節ではこの3つのキーワードを説明したい。

第1に「子ども食堂」とは、「地域住民や自治体が主体となって無料で、子どもたちに食事を提供するコミュニティの場」を指す。近年、「子どもの貧困」が注目されるなか、各地で子ども食堂を開催する動きが見られている。

第2に「食育」は、「生きる上での基本であって、知育・徳育・体育の基礎となるものであり、様々な経験を通じて『食』に関する知識と『食』を選択する力を習得し、健全な食生活を実現することができる人間を育てること」である。

第3に、「サードプレイス」は、「第1の場所（ファーストプレイス）を『家』、第2の場所（セカンドプレイス）を『職場』とするならば、それらとは違う第3の場所」である。具体的なサードプレイスのイメージとして、例えば地域におけるたまり場、憩いの場としてのカフェなどを挙げることができる。

以上、3つのキーワードから食育レストランとは、「子ども食堂やそこにおける食育の実践を通じて、大垣市中心市街地でサードプレイスを創っていくという活動である」と言うことができる。以下ではこれらのことを考慮した上で実際の活動について紹介していく。

第2節 企画概要

本節では、食育レストランの活動概要や目的について紹介する。

まず主な活動内容としては、本格的な和食料理を中学生以下の子どもたちへ提供することによる食育活動である。2018年度の活動時期としては、2018年5月、7月、8月、10月、2019年1月と、1年間に5回の開催であった。また、参加費は無料とした。調理についてはコラボレーションしている料亭四鳥が担い、奥美濃古地鶏などの食材については株式会社大光、岐阜アグリフーズ株式会社に協力をいただいた。

この食育レストラン活動の目的としては主に3点挙げることができる。

1つ目に、商店街における「サードプレイス(家でも学校でもない第3の居場所)」をつくることである。はじめにでも触れた点であるが、空き店舗などを活用したサードプレイスづくりをすることでにぎわいを創出できる可能性があると考えた。

2つ目に、子どもたちの目の前でかつお節を削り、削りたてを味わうことや日本食には欠かせない煮干しや昆布などの出汁の味などを伝えることである。かつお節であっても削る習慣が無くなった今、和食の原点を学ぶ機会として、特に「出汁」に注目して食育活動を展開した。

3つ目に、「いただきます」「ごちそうさま」がしっかりとと言える子どもが増えてほしいという点である。こうした食事のマナーについては学生である私たちでも教えることができると考えた。

第3節 企画背景

こうした食育レストランを実施した地域の背景については次の点が挙げられる。

大垣市中心市街地活性化基本計画では「まちなか居住」を目標に掲げており、大垣駅から南方向の町の再開発をはじめ、都市型マンション開発が進み、中心市街地における居住人口は今後、増加に転じると予想されている。ただし、居住人口の増加がすぐさままちの賑わいにつながるには限らない。単に家と職場(学校)の往復になってしまうようであれば、地域にもたらされる効果は限定的と言えるだろう。だからこそ、居住を生かすようなしかけ、商

店街に向かわされるような仕組みづくりが重要になってくると考えている。そこで、注目した概念がサードプレイスであり、食育という方法を使ってその可能性について検討しようと考えたのである。

図1 岐阜新聞(2019年1月17日)



なお図1は、料亭四鳥社長の津谷秀次郎氏が食育レストランの原点について語っている記事である。日本の出汁文化について、子どもたちにかつお節を削って食べて実際に体験してもらう食育レストランプロジェクトのきっかけについて書かれている。

第2章 2018年度実践活動の報告

次に本章では今年度の活動について紹介する。今年度は、2018年5月、7月、8月、10月、2019年1月と5回の食育レストランを開催することができた。

第1節 5月開催の成果

まずは5月の活動について報告する。日程としては2018年5月26日午前11時30分から大垣商店街内「ちょいみせ」で実施した。テーマは「かつお節」とし、献立はかつお節ごはんを提供した。他にはからあ

げや出し巻き卵などをお弁当形式で子どもたちに提供した。当日の参加人数は子どものみで26人であった。

なお、岐阜新聞と中日新聞に食育レストランの活動を記事として載せていただいた。多くの人に知ってもらいたい機会になった(図2、図3)。

5月の活動では、参加者へのインタビューを実施した。以下ではその結果の一部を紹介する。

【食育レストランニーズインタビュー質問票メモ】

★保護者に対して「食育についてのイメージどう捉えていますか?」、「どういう点を子どもに伝えたいですか?」

- ・ バランス良く摂る
- ・ 乾物料理を食べてもらうために工夫す

る

- ・ 三角食べを意識する
- ・ 野菜を食べる
- ・ 本物を見る
- ・ あまり意識できていない
- ・ 楽しく食べる
- ・ 良いモノを食べさせる(無農薬など)
- ・ 野菜を食べさせる
- ・ 一緒に料理をする
- ・ 本物を見る
- ・ 言葉は聞いたことはあるけど意識できていない
- ・ 大事だと思っているけど
- ・ 小さいからガミガミ言えない
- ・ 楽しく食べる(小さい子など)
- ・ 地元の食材を使うのは良いこと
- ・ 栄養のバランスに気をつける

★子どもには「次に何が食べたいか?」、

図2 中日新聞(2018年6月1日)



保護者には「何を食べさせたいですか？」

<保護者>

- ・ キャベツメインで
- ・ 豆腐
- ・ なす
- ・ ごぼう
- ・ タケノコ
- ・ たまねぎ
- ・ 魚系（焼魚、煮魚）
- ・ 出汁系
- ・ ところてん
- ・ つみれ
- ・ 葉物野菜
- ・ 納豆
- ・ 見た目では拒絶されないもの
- ・ 煮魚
- ・ 地元のもの
- ・ 野菜
- ・ 食材の味
- ・ 上手に食べさせる方法
- ・ 日常で取り入れやすい

<子ども>

- ・ ミニトマト（大きいトマトは苦手）
- ・ ベーコン
- ・ ハンバーグ
- ・ イクラ
- ・ 寿司
- ・ からあげ
- ・ ピザ、マルゲリータ
- ・ トマト

まず保護者に対して「食育についてのイメージをどう捉えていますか？」、「どういう点を子どもに伝えたいですか？」という質問をしたところ、「栄養のバランスに気を付ける」、「本物を見る」、「楽しく食べる」などという意見をいただいた。また、親子に対して次に「何が食べたいですか？」、「何を食べさせたいですか？」と質問したところ、親（保護者）からは「出汁系」、「焼き魚・煮魚」などの魚料理という意見をいただき、こどもからは「寿司」、「からあげ」という意見をいただいた。

図3 岐阜新聞（2018年5月）



写真1～2 5月開催の様子

第2節 7月の成果

次に7月の活動について報告する。日程は2018年7月15日午前9時から、場所は大垣市公設地方卸売市場内で実施した。なお7月は、食育レストランの活動を大垣市内にPRするために、出張型で市場開放のイベントに出展するという形式であった。テーマは「朝ごはんを食べよう」とし、かつお節ごはん、煮干しと昆布の味噌汁を100食提供した。当日は、多くの子どもたちに来ていただき100食全てを提供するほど盛況であった。

写真3～4 7月市場開放の様子



当日は、食育に関するアンケートを実施した。以下、アンケート結果（合計36件）である。

問1. 本日はどちらからお越しになりましたか？

- ・大垣市内 21人
- ・大垣市外 9人
- ・岐阜県外 5人
- ・その他 1人

問2. お子さんの年齢はおいくつです

か？

- ・0歳 3人
- ・1歳 1人
- ・2歳 2人
- ・3歳 3人
- ・4歳 4人
- ・5歳 6人
- ・6歳 6人
- ・7歳 5人
- ・8歳 7人
- ・9歳 3人
- ・10歳 7人
- ・11歳 2人
- ・12歳 1人
- ・13歳 0人
- ・14歳 2人
- ・15歳 0人
- ・16歳以上 5人

問3. 子どもたちへの「食育」で、重要だと思うのはどのような内容ですか？

- ・家族や友人と一緒に食事をする 24人
- ・食事の時のあいさつや食事のマナー・作法 14人
- ・学校給食で使用している地場産物や地産地消に関する 3人
- ・農林漁業体験 5人
- ・食べ残しや食品ロスの削減 13人
- ・地域の郷土料理や伝統食 3人
- ・食の安全性 13人
- ・栄養バランスに配慮した食生活 14人
- ・朝食や早寝早起きなど食生活リズム 9人
- ・よく噛んで食べる、味わって食べる 13人
- ・その他 4人（色どり、味、おいしい、無添加、好き嫌いさせない、お菓子をあまり与えない、国内産）

問4. 家庭で食卓によく出す料理を教えてください。

- ・カレーライス 7人
- ・サラダ 4人
- ・お肉 4人
- ・焼き魚 3人
- ・味噌汁 2人
- ・野菜 2人
- ・油揚げ 2人
- ・野菜炒め 2人
- ・から揚げ 2人
- ・魚料理 2人
- ・煮物
- ・和食
- ・サバの竜田揚げ
- ・鮭焼
- ・わかめごはん
- ・グラタン
- ・刺身
- ・トンテキ
- ・チキンステーキ
- ・納豆
- ・チーズ
- ・親子丼
- ・豚塩丼
- ・目玉焼き
- ・肉じゃが
- ・揚げ物
- ・おひたし
- ・パンケーキ
- ・卵焼き
- ・白米
- ・おにぎり
- ・パスタ

問5. 料亭四鳥とマイスター倶楽部の「食育レストラン」はご存知でしたか？

- ・参加したことがある 1人
- ・見たり聞いたことがある 3人
- ・知らなかった 30人
- ・その他 0人

結果として「食育で重要なこと」として、「家族や友人と一緒に食事をする」という意見が 24 件と圧倒的に多く、「栄養バランス」「食のマナー・作法」の他に「食の安全性」「食品ロス」「食生活」に関する回答なども挙げられた。

「家庭で食卓によく出す料理を教えてください」という質問に対しては、「カレーライス」という意見が最も多く 7 件であった。

また、「食育レストラン」の認知度について質問したところ、「参加したことがある」と回答した人が 1 件 (3%)、「見たり聞いたりしたことがある」が 3 件 (9%)、「知らなかった」が 30 件 (88%) であった。商店街ではなく、卸売市場で行ったため場所も遠く、全体的に認知度が低いという結果であったかもしれない。しかし、「参加したこと・見たり聞いたりしたことがある」という人が合わせて 12% となり、約 10 人に 1 人は知ってくれてことになり、多少ながら認知度があると思われる。

第 3 節 8 月の成果

次に 8 月の活動について報告する。日程は 2018 年 8 月 18 日午前 11 時から、場所マイスター倶楽部で実施した。8 月ということでテーマは「親子バーベキュー」とし、献立はメインとなる飛騨牛のお肉の他に煮干しの味噌汁、おにぎらず、かつお節の冷奴を提供した。

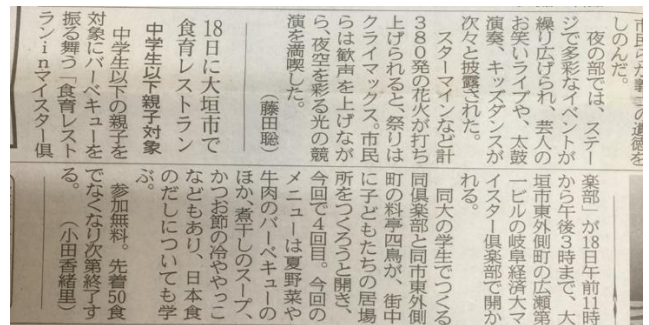
写真 5 8 月開催の様子



当日の動きとしてはまず、受付で名前、年齢、アレルギー等を書いてもらい、お肉、おにぎらずのバーベキューセットを受け取ってもらい、外の焼き場で自分自身で焼き上げるといったものであった。参加人数としては子ども、大人併せて 57 人であった。

なお岐阜新聞に「親子バーベキュー」の告知を記事として載せていただいた。

図 4 岐阜新聞 (2018 年 8 月)



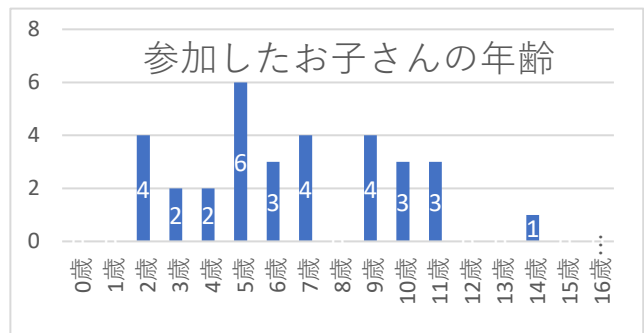
8 月のアンケート結果の集計 (合計 16 件) は以下の通りである。

問 1. 本日はどちらからお越しになりましたか?

- ・大垣市内 12 件
- ・大垣市外 4 件
- ・岐阜県外 0 件

問 2. 本日参加したお子さんの年齢はおいくつですか? (きょうだいの場合は複数)

図 5 8 月参加の子どもたちの年齢



問 3. 料亭四鳥とマイスター倶楽部の「食育レストラン」は何で知りましたか?

- ・新聞 0 件
- ・チラシ 5 件
- ・口コミ 3 件
- ・Face Book 2 件
- ・LINE 1 件
- ・Twitter 0 件

- ・ 前回の参加から 3 件
- ・ その他 親類から 1 件 公園で（学生から）2 件

問 4. 今回の「食育レストラン」親子バーベキューの感想を率直にお聞かせください。

（自由記述）

- ・ いろいろな子供たちに会えることに、子どもたちが感心していた。ご飯ももりもり食べてくれました。
- ・ 楽しく焼けました。もっと食について知れたらなと思います。（子供向けにだしの取り方、旬の食材についてなど）
- ・ 学生の皆さんがサポートしていただいで楽しむことができました。
- ・ 予想以上のもので満足です！
- ・ お肉がすごくやわらかくておいしかった。
- ・ 子どもが、トングをもって焼くということを楽しそうにやっていました。外は暑かったけど、近くにテントがあったので親も楽でした。
- ・ すごい。普段食べさせていないような肉に食いつく息子。この暑さで最近作っていない味噌汁。ありがたいです。鰹節の量も、全てが日本食でありながら丁寧で、家庭の手抜きが浮き彫りですね。
- ・ お肉の他にも、ホイル焼きや焼きおにぎりもおいしかったです。
- ・ 目の前で焼くという工程がなかなか経験できないので、楽しかったです。
- ・ 普段なかなかできないバーベキューを無料で手軽に楽しめてよかった。
- ・ 子どもにバーベキューの具材を焼かせる体験ができてよかった。家族でバーベキューをするとついつい親が焼いてしまうので、じっくりやらせてあげることができた。
- ・ 子供と一緒に焼いてみたかったのですが、暑くて焼く作業を子供は放棄してしまいました。
- ・ 子供がもう少し興味を示すかと思っていたら意外に興味をしませんでした。

問 5. 「食育レストラン」の魅力は何だと思えますか？（選択式）

- ・ 無料で食事ができること 14 件

- ・ 料亭四鳥の本格的和食料理を味わえること、知れること 12 件
- ・ みんなと仲良く食べられること 5 件
- ・ 食に関する知識を身につけられること、学べること 4 件
- ・ その他 0 件

問 6. 次回は「食育」として何を食いたい・食べさせたいですか？（食材や料理など）

（自由記述）

- ・ 野菜（育ち方などを学べる、旬のもの、地元のもの） 5 件
- ・ 魚料理（川魚、きれいに食べさせたい、好き嫌いの克服） 5 件
- ・ バーベキュー 2 件
- ・ イモ料理（ジャガイモ、サツマイモ、サトイモ） 2 件
- ・ 岐阜、大垣の特産品を利用した料理・味噌汁・たこ焼き・牛丼・エビ・かぼちゃ料理・発酵食品・果物・ジビエ・デザートづくり（ケーキ、パフェ）

問 7. 次回の「食育レストラン」はまた参加したいですか？

- ・ はい 16 件
- ・ いいえ 0 件

8月のアンケートで今回の「親子バーベキュー」の感想を聞いたところ、「いろいろな子供たちに会えることに、子どもたちが感心していた。ご飯ももりもり食べてくれた」という意見をいただいた。その他にうれしい意見として「目の前で焼くという工程がなかなか経験できないので、楽しかった」というコメントがあり、やりがいを感じるものであった。

また、自由記述で「次回は食育として食材や料理など何を食いたい・食べさせたいですか？」と聞いたところ、野菜、魚料理ともに5件、野菜に関しては旬の野菜、地元の野菜という要望があった。魚料理に関しては「子どもがきれいに食べられる魚料理」や「好き嫌いを克服できる魚料理」という要望も見られた。その他にも「岐阜、大垣の特産品を利用した料理」などの意見も見られた。

食育レストランの魅力については、「無料で食事できること」が14件、「料亭四鳥の

本格的和食料理を味わうこと、知れること」が12件で2つの意見が多かった。分析として、無料や料亭四鳥の魅力が強く、コミュニティや食育という魅力がまだまだ弱いことが考えられる。

第4節 10月の成果

次に10月の活動について報告する。日時は2018年10月27日午前11時から、場所はマイスター倶楽部で実施した。献立として奥美濃古地鶏、大根、うずらなどが入ったおでんを提供した。テーマは「煮干しと昆布のだし」ということでおでんをメインとしたメニューであった。食育活動としては、実際に来てもらった人にかつおの香りと加工についての違いを教えていた。

当日は大垣ケーブルテレビからインタビュー取材を受けることができた。このなかでは食育レストランのきっかけやねらいについて話し、その後放映された。参加人数は子ども22人、大人11人合わせて33人であった。

写真6～7 10月開催の様子



10月のアンケート結果の集計（合計11件）は以下の通りである。

問1. 本日はどちらからお越しになりましたか？

- ・大垣市内 10人 ・大垣市外 1人
- ・岐阜県外 0人 ・その他 0人

問2. 本日参加したお子さんの年齢はいくつですか？（兄弟の場合は複数回答可）

- ・0歳 0人 ・1歳 1人 ・2歳 3人
- ・3歳 4人 ・4歳 0人 ・5歳 5人
- ・6歳 0人 ・7歳 3人 ・8歳 0人
- ・9歳 1人 ・10歳 1人 ・11歳 0人
- ・12歳 1人 ・13歳 0人 ・14歳 0人
- ・15歳 0人 ・16歳以上 0人

問3. 料亭四鳥とマイスター倶楽部の「食育レストラン」は何で知りましたか？

- ・チラシ 2人 ・ロコミ 3人
- ・FaceBook 1人 ・LINE 0人
- ・前回の参加から 2人
- ・その他 5人（通りすがり 2人 幼稚園の友達 2人）

問4. 今回の「食育レストラン」～煮干しと昆布だしのおでん～の感想を率直にお聞かせください。（複数回答可）

- ・とてもおいしかったです。10人
- ・家では市販の素を使うので全然違いました。1人
- ・子供もおつゆとかつおぶしが気に入りました。1人
- ・かつおぶしが美しい 1人 ・子ども達とてもよく食べました。3人
- ・子供には薄味かなとも思ったが、美味しい美味しいと言っていたので考え方が変わった。1人
- ・家では作れない 1人
- ・優しい味だった。2人
- ・子供も喜んでいました。1人
- ・出汁が出ていた。1人
- ・家では、はんぺんくらいしか食べてくれないのに完食でした。1人

問5. 今回の「食育レストラン」に参加して、ご家庭で煮干しの出汁を取ろうと思いましたが？

- ・はい 7人 ・いいえ 2人
- ・すでに出汁を取っている 1人
- ・無回答 1人

問6. 次回は「食育」として何を食べたい・食べさせたいですか？（食材や料理など）また、次は何をテーマにして欲しいですか？（複数回答可）

- ・地場野菜・野菜 3人・季節のお野菜・大根・ほうれん草・さつまいも・家庭で手作りをして一緒に作ったりして食べる楽しさを教えたい・肉・からあげ・すき焼き・ハンバーグ・魚・魚のからあげ・かつおぶし・寿司・冬の鍋・おせち・もち・普段子供があまり食べないようなもの・煮物・お味噌汁・麺類 2人・フライドポテト

問7. 次回の「食育レストラン」はまた参加したいですか？

- ・はい 11人 ・いいえ 0人

10月のアンケート結果で「煮干しと昆布だしのおでん」の感想について質問したところ、「とてもおいしかったです」という意見や、「子ども達がとてもよく食べました」という意見をいただいた。その他に「家では市販の素を使うので全然違いました」、「子供もおつゆとかつおぶしが気に入りました」という意見も見られた。

また、「家庭で出汁を取りたいと思いましたが？」という質問に対して、取りたいという人が多く、知らないだけで出汁には十分な魅力があることが分かった。

第5節 1月の成果

続いて1月の活動について報告する。日時は2019年1月26日午前11時から、場所はマイスター倶楽部で実施した。献立としては、かつお節ごはん、半熟卵、煮干しの味噌汁、奥美濃古地鶏からあげなどを提供した。テーマは、「かつお節と煮干し」ということでかつお節ごはんと煮干しの味噌汁を子どもたちに提供した。参加人数は大

人18人、子ども24人、合計で42人であった。

写真8 1月開催の様子



1月のアンケート結果の集計（合計12件）は以下の通りである。

問1.本日はどちらからお越しになりましたか？

- ・大垣市内 10人 ・大垣市外 1人
- ・岐阜県外 1人 ・その他 0人

問2.本日参加したお子さんの年齢はおいくつですか？

- ・0歳 0人 ・1歳 2人 ・2歳 2人
- ・3歳 1人 ・4歳 1人 ・5歳 3人
- ・6歳 1人 ・7歳 4人 ・8歳 1人
- ・9歳 2人 ・10歳 1人 ・11歳 2人
- ・12歳 1人 ・13歳 0人 ・14歳 0人
- ・15歳 0人 ・16歳以上 0人

問3.料亭四鳥とマイスター倶楽部の「食育レストラン」は何で知りましたか？

- ・チラシ 5人 ・口コミ 1人
- ・FaceBook 2人 ・LINE 5人
- ・前回の参加から 2人 ・その他 0人

問4.今回の「食育レストラン」～かつお節と煮干し～の感想を率直にお聞かせください。

- ・卵かけごはんがおいしい 2人
- ・かつお節ごはんを食べたことなかったが食べていた。
- ・食育が助かる
- ・かつお節の香りが良い
- ・かつお節がおいしい 3人
- ・お味噌汁がおいしい 3人

・家ではだしの効かせた料理をあまりしないので良い体験になった。2人

・かつお節削りたい

・優しい味を取り入れようと思った。2人

・品数が多く、色どりも美しかった。

問 5.今回の「食育レストラン」に参加してご家庭で煮干しの出汁を取ろうと思いましたが?

・はい 10人 ・いいえ 0人

・すでに取りっている 1人

・無回答 1人

問 6.次回の「食育」として何を食いたい・食べさせたいですか?また、次は何をテーマにして欲しいですか?

・かつお節ごはんが食いたい・さつまいもを食べさせたい・魚料理を食べさせたい(肉ばかりになっているため) 3人・野菜を食べさせたい・和食 2人・薄い味付けの料理・揚げ物・あんかけ・朝ごはんがテーマだと良い(パンのため)・酢やみりんを使った料理・お肉・からあげ 2人・プリン・こんにゃく・カレー・ソフトクリーム

問 7.次回の「食育レストラン」はまた参加したいですか?

・はい 11人 ・いいえ 1人(遠いため)

1月のアンケート結果で「かつお節と煮干し」の感想を聞いたところ、「かつお節がおいしい」「お味噌汁がおいしい」という意見が3件ずつ、「卵かけごはんがおいしい」「家ではだしの効かせた料理をあまりしないので良い体験になった」「優しい味を取り入れようと思った」という意見が2件ずつあった。他にも「食育が助かる」「かつお節の香りが良い」という意見も見られた。

また、「次回の食育として何を食いたい・食べさせたいですか?また次は何をテーマにして欲しいですか?」と質問したところ、「肉料理ばかり食べているため魚料理を食べさせたい」という意見もいただいた。さらに、「テーマを朝ごはんにして欲しい」という要望もあった。

次に「家庭で出汁を取ろうと思いましたが?」という質問については、「はい」という意見が10件、「すでに取りっている」が1

件だった。こうした結果から出汁の魅力については十分に伝えることができているのではないかと思う。

第6節 もちつき大会における活動

食育レストランの開催ではないが、マイスター倶楽部恒例行事である、「もちつき大会」にてかつお節の提供を行った。

このもちつき大会は2019年2月3日午前10時から新大橋交差点で開催したものである。学生たちがついたもちをぜんざいとお雑煮で提供した。お雑煮の汁は料亭四鳥から提供いただいた出汁を使い、食育レストランプロジェクトのメンバーがかつお節をカンナで削り、子ども達に見せながらお雑煮を提供した。初めてかつお節を削る様子を見る子どもも多く、味についても大好評であった。

写真9 もちつき大会における活動の様子



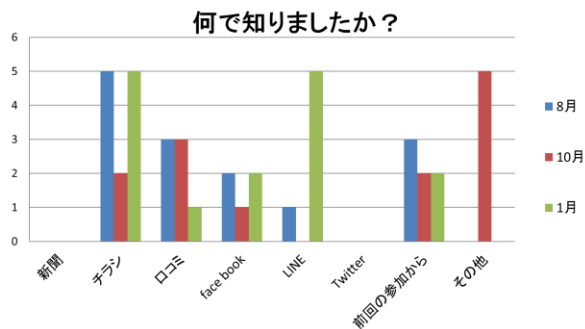
第7節 アンケート結果の比較分析

ここからは同じアンケート質問の回答について、各月の比較を行っていきたい。

まず、「食育レストランを何で知りましたか?」という質問である。なお私たちは2018年7月に食育レストラン公式LINEアカウント(LINE@)を作成し運用開始した。LINE@は、登録者にメッセージをラインで送ることができるしくみである。8月、10月、1月の各回答を比較したのが図6である。多い回答を見ると「チラシ」が8月、1月ともに5件ずつ、「LINE」では1月が5件であった。

アンケート結果の分析として、新聞での広報はファミリー層には効果が薄いことが分かる。チラシは直接配る場合においては効果が高い傾向にあり、SNS（LINE）での告知は少しずつ効果が高まっている。

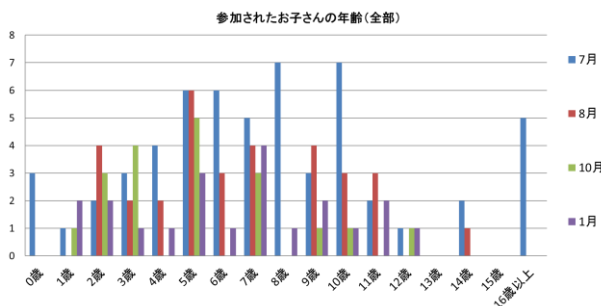
図 6 広報方法の比較



次に、「参加されたお子さんの年齢」について7、8、10、1月の回答で比較したものが図7である。8歳、10歳ともに7人、5歳は7、8月ともに6人、6歳は6人と多いことが分かる。

この結果の分析として小学生以下が大半を占めており中学生が少ないことが言える。こうしたことから、現状は小学生以下向けのイベントとしてのイメージが強くなっている。中学生に対する告知がなく関心も低いため中学生の興味を引くような呼びかけが必要になるかもしれない。

図 7 参加した子ども年齢の比較

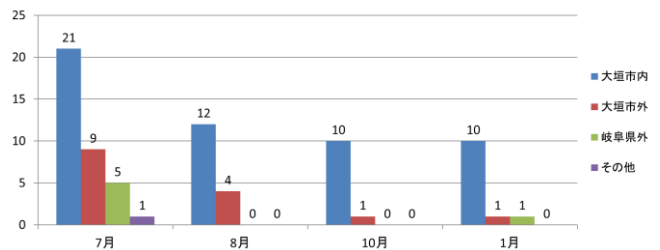


続いて「どこから来ましたか?」というアンケート結果を7、8、10、1月の回答で比較したグラフが図8である。これを見るとどの月を見ても大垣市内から来た人が多かった。

比較グラフを分析してみると大垣市内からの参加が多く、大垣市内の人向けのイベ

ントであることが分かり、市内の人に知ってほしい食べ物や食育に関することを食育レストランで提供することが重要だと思われる。

図 8 来訪地域の比較
どこから来ましたか?(全部)



第 3 章 プロジェクトを通じた振り返り

以上、2018 年度における活動の成果について報告してきた。これを受けて第 3 章ではこうした活動を通じた振り返りについて述べていく。

第 1 節 食育の視点

まずは食育の視点における成果についてである。「いただきます」、「ごちそうさま」などの「食のマナー」や、今年度の食育レストランのテーマとなった「出汁」について、かつお節の削り方や削りたてのかつお節を子どもたちに伝えることができた。また煮干しの出汁の取り方を親や保護者にも伝えることができた。アンケート結果からも出汁の魅力は十分に伝えることができていると考えている。

第 2 節 連携先の視点

次に連携先である料亭四鳥の視点から考えてみたい。食育レストランで提供したかつお節のたまごかけごはんが、料亭四鳥の夜のコースの締めメニューに取り入れている。つまりコラボレーションをした料亭四鳥にとっても「料理のアイデアを1つ反映させることができた」と言える。また四鳥では、サイフォンを使ってかつお節の出汁を取るパフォーマンスも取り入れられている。加えて、新聞に取り上げられたことにより実際に四鳥に問い合わせが来ているということで、お店の宣伝効果も生まれ

ている。その結果、協力先・連携先にも波及効果をもたらすことができていると考えている。

第3節 広報の視点

続いて広報の視点、特に公式 LINE アカウントの進捗状況についてである。7月開催の事前告知は新聞や紙媒体でのチラシ投函、当日大垣城公園でのチラシ配りのみであった。しかし、8月、10月、1月の活動事前告知はチラシ投函に加えて LINE で行ってきた。2019年2月現在の登録者数は関係者合わせて31名となっている。結果として情報発信源である LINE@を作成し、少なからず追加してもらえたこともあり、食育レストランのリピーターが増えている。たとえば既存の固定店舗でもファンを集めるために SNS (LINE) を使うことが考えられる。これにより集客をしやすくなり、大垣の商店街でも実現できる効果的な方法だということが分かった。

第4節 中心市街地活性化にもたらす影響

最後に大垣市中心市街地活性化・商店街にもたらした影響である。食育レストラン（こども食堂）でコミュニティの場を生み出すことにより、リピーターが増加し、学生と地域の家族が多くの時間交流できる場所が生まれ、商店街にサードプレイスを生み出し、賑わいを創出することができた。

今後、たとえば何らかのコミュニティ・サードプレイスを創出・運用していく場合でも、今回の食育レストランプロジェクトで得た経験や広報のノウハウは生かせると思われる。さらに、こうしたノウハウを地域で蓄積していくことが、まちなか居住の魅力増加にもつながっていくと考えている。

おわりに

私たちが「食育レストラン」を通じて学んだこと、活かしたい経験をまとめると次のような点が挙げられる。

まず、学んだことについてはかつお節の削り方や煮干しの味の違いなどの「食」の知識や運営していくうえでの問題解決力、紙媒体でのチラシ配りや SNS (LINE) での活動宣伝などの広告・広報の動きである。

活かしたい経験は、アンケート調査による消費者・市民ニーズの把握方法および問題解決力である。これらの経験は、アイデアが出てこない場合や行き詰まった際に、データを分析することで解決策を考えるという方法で活用することができると思う。

最後に食育レストランの活動にあたっては、料亭四鳥をはじめとする様々な方々のお力添えがなくては実現できなかった。ここに厚くお礼を申し上げたい。

参考文献・参考ウェブサイト

- ・ レイ・オルデンバーグ『サードプレイス』みすず書房、2013年
- ・ 認定 NPO 法人カタリバ HP (<https://www.katariba.or.jp>)
- ・ 農林水産省 HP (<https://www.maff.go.jp>)
- ・ コトバンク HP (<https://kotobank.jp>)

2019（平成 31）年 3 月

食育レストランプロジェクト

岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

2018（平成 30）年度

まちなかツーリズム商品開発プロジェクト 活動報告書

目次

はじめに

第 1 章 目的とこれまでの展開

第 2 章 2018 年度活動内容

第 1 節 準備段階

第 2 節 販売の様子

第 3 節 アンケート結果の分析

第 3 章 振り返り

第 1 節 販売に関する振り返り

第 2 節 目的に関する振り返り

おわりに

はじめに

本稿は、マイスター倶楽部のプロジェクトのひとつであるまちなかツーリズムの2018年度における活動を報告するものである。この活動は、大垣市中心市街地活性化基本計画の目標の1つである「にぎわいの創出」を観光面から考察するプロジェクトである。

とりわけ2017年度からは食に関連したイベントに着目し、大垣市で特産品を開発することで観光客の集客ができるのか実践を踏まえ検討している。こうしたテーマに注目した理由としては次のような点がある。これまでの活動から観光の旅の形態には様々な形態があることを知った。なかでも「フードツーリズム」や「食旅」と呼ばれる「食」を目的とした観光形態が存在する。観光における「食」の重要性については、様々な点から注目されており、また近年ではこうした「食」を積極的に地域振興に利用している地域も多い。そこで、食を活用した観光の可能性について研究・実践したいと考えたためである。

本稿の構成は次の通りである。第1章では、まちなかツーリズムプロジェクトの目的とこれまでの活動展開について紹介する。第2章では、2018年度活動実践の報告を展開し、その成果を紹介している。これらを受けて第3章では、これまでに述べたことをまとめ今後の展望を述べている。以上を踏まえて、食による観光振興と中心市街地の活性化について考えていきたい。

第1章 目的とこれまでの展開

まちなかツーリズムは大垣市中心市街地活性化基本計画の目標の1つである「にぎわいの創出」を観光面から考察する観点から、B級グルメなど食に関連したイベントに着目し大垣市の新たな「食産品（食に関する特産品）」を作り出すことで、観光客を誘致することを目的としている。

私たちまちなかツーリズムプロジェクトでは、2016年度より「地域資源を使った商品開発」の活動に取り組み、その第1弾として「料亭四鳥」とのコラボレーションに

よって「奥美濃古地鶏のお弁当＝（マイとり弁当）」を、第2弾として「古地鶏マイ太郎」「飛騨牛マキ夫」の開発と販売を、第3弾として「奥美濃古地鶏ラーメン（担々麺）」の販売を展開してきた（図1～3）。

図1～3 これまでの商品開発

第1弾 奥美濃古地鶏弁当



平成29年2月21日に「奥美濃古地鶏弁当」として発表。
コンセプト:大学の催し物などの食事会で食べてもらう

第2弾 古地鶏マイ太郎・飛騨牛マキ夫



日時・場所:平成29年6月4日に元気ハツラツ市で販売。
内容:古地鶏マイ太郎60食・飛騨牛マキ夫60食の計120食
価格:古地鶏マイ太郎400円・飛騨牛マキ夫800円
コンセプト:地元の味を簡単に食べ歩きができる

第3弾 奥美濃古地鶏担々麺



日時・場所:2017年10月1日・元気ハツラツ市
内容:奥美濃古地鶏担々麺を100食
価格:1杯700円
コンセプト:イベント会場で食事してもらうこととお客さんをとどめる

なお、これまでの商品開発の展開や経緯については、連携先の料亭四鳥社長の津谷秀次郎氏が岐阜新聞で語っている（図4、5）。

2018年度も四鳥とのコラボによって商品開発を進めた。なお、2018年度販売の売り上げの一部は、同じくマイスター倶楽部と四鳥とで開催する「食育レストラン」の開催費用に充てている。

図 4 岐阜新聞 (2019 年 1 月 24 日)



この商品開発と販売に至る流れは次の通りであった。①料亭四鳥での試作・試食・話し合い、②ポップの作成やメンバー集め・販売スペースの確保・臨時営業許可申請等の事前準備、③広報活動、④元気ハツラツ市での販売時はアンケートも実施した。

第 1 節 準備段階

まずは試作・試食についてである。私たちは新商品開発を検討するにあたり、まずは 2018 年 9 月に実施される元気ハツラツ市に出店することを決めた。9 月の元気ハツラツ市では「ワイン&グルメストリート」をメインイベントとしているため、この区画での販売を計画していくことになった。

この企画を前提としながら、「ワインに合い」、「大人向け」に、「イベントで食べ歩きできる」ものとして、「ラクレット古地鶏ドッグ」を考えるに至った。これは、コッペパンに奥美濃古地鶏のからあげを挟み、奥美濃古地鶏のミンチを使用したソースと、ラクレットチーズをトッピングしたものである。

写真 1 ラクレット古地鶏ドッグ



写真 2~3 は、試作の段階で実際にラクレットを溶かしてホットドッグの上にかける練習の様子である。

その後ラクレット古地鶏ドッグを販売する前準備として、岐阜新聞と中日新聞に掲載してもらうよう売り込みに行き、実際に掲載していただくことができた(図 6~7)。

写真 4 は、元気ハツラツ市のチラシのワイン&グルメストリートの記事である。販

図 5 岐阜新聞 (2019 年 1 月 31 日)



第 2 章 2018 年度活動内容

次に本章では、今年度の活動内容「ラクレット古地鶏ドッグ」販売について説明する。

写真 2~3 練習の様子



図 6 中日新聞 (2018年8月31日)



図 7 岐阜新聞 (2018年8月31日)



写真 4 元気ハツラツ市チラシの一部



売の日時は2018年9月2日(日曜日)午前11時から、場所は元気ハツラツ市内ワイン&グルメストリート内である。価格はラクレット古地鶏ドッグ単品で600円、ワインセットで1000円であった。なお、当日のラクレット古地鶏ドッグの販売数は100食を予定していた。

第2節 販売の様子

ここからは実際の販売の様子について報告していく。

写真5は、実際に販売した時の様子である。からあげを挟むためにコッペパンを切っている様子である。

写真5 パンを切る様子



写真6 ラクレットチーズを溶かす



写真7 ラクレット古地鶏ドッグ



図7 販売時ポップ

岐阜経済大学
マイスター倶楽部
×
料亭四鳥

○ラクレットチーズを使った
奥美濃古地鶏ドッグ

単品 600円
ワインセット 1000円

元気ハツラツ市
ワイン&グルメストリート

写真8 アンケートの様子



写真6はラクレットを溶かしている様子である。販売開始直後はフライパンを使用して溶かしていたが、客がまとまって来た際にうまく回らなかったため、見栄えも考慮して途中から右のように専用のヒーターでラクレットを溶かす方法になった。

写真7は実際に提供する際のラクレット古地鶏ドッグの見た目である。

図7はハツラツ市で使用したポップである。写真8は買ってくれた客へのアンケート用紙を用いた調査の様子である。

販売の成果としては、ラクレット古地鶏ドッグが単品で 61 食、ワインとのセットで 20 食の合計 81 食の販売に成功した。

なお、途中で用意していたラクレットを使い切ったため、その時点で販売は終了し、完売となった。

第 3 節 アンケート結果の分析

ここからは販売時に購入者に対して行ったアンケートの調査結果を報告する。

アンケートの回答件数は 45 件で、男性が 22 名の 49%、女性が 23 名の 51%となっている（図 8）。

また、どの地域から来たかというアンケートの結果は大垣市内が 33 名の 73%、大垣市外が 11 名の 25%、岐阜県外が 1 名の 2%という結果であった（図 9）。このことから多くの方が大垣市内から来ている一方県外からは来る方はごく少数ということが分かる。

次にラクレット古地鶏ドッグを購入するに至ったきっかけでは、「通りがかって」と「新聞記事を見て」が同数の 19 名で 39%、SNS が 5 名の 10%、口コミが 2 名の 4%その他は 4 名の 8%となっている（図 10）。

広報に関して、新聞記事の効果は特に高齢の方であった。結果を見ても分かるように現状では SNS より新聞記事の方が効果は高く、購入時に「新聞で見た」と言ってくれる方や実際の記事を持ってきてくれた方もおり、効果の高さを実感した。

図 11 のグラフは「奥美濃古地鶏についての知名度」を聞いたものである。「聞いたことがあるが」約半数、「食べたことがある」が 3 割、「知らなかった」が 2 割という結果であった。名前については浸透しているものの実際に食べたことがあるというのはまだまだ少ないと言える。

以下は、アンケートでとった次回以降の商品の希望と感想の一覧である。この中で使えそうなものは次回以降の参考にしていくつもりである。

図 8 性別

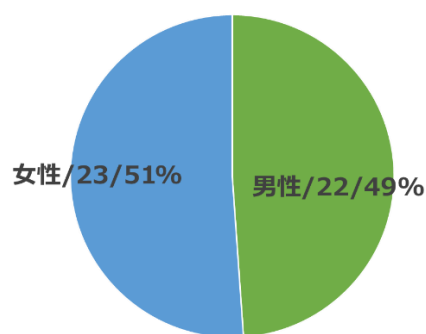


図 9 来訪地域

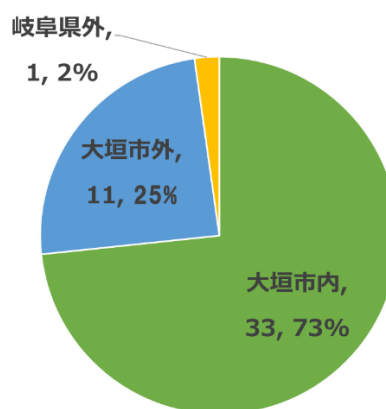


図 10 購入のきっかけ

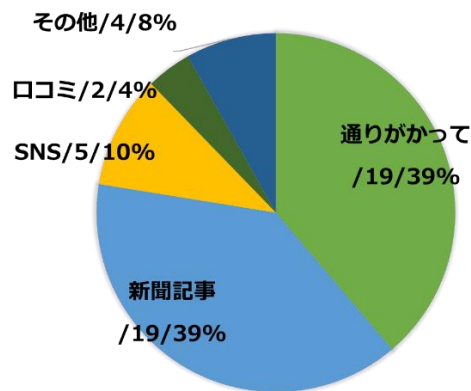
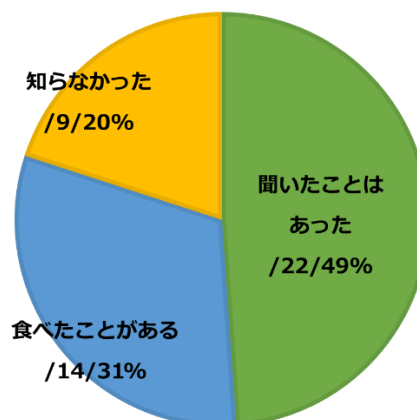


図 11 奥美濃古地鶏の知名度



- ・ おいしいもの
- ・ 安くてボリュームがあるもの
- ・ スイーツ系
- ・ 鍋、水炊き、おでん、スープ
- ・ お米を使った商品【2】
- ・ おそば
- ・ めずらしくおいしい、地場ものを使ったもの
- ・ からあげ【2】
- ・ 古地鶏の焼鳥
- ・ ウォッシュのチーズ
- ・ アメリカン
- ・ チーズを生かしたもの
- ・ ヘルシーなやつ
- ・ たくさん食べられるような小盛なもの
- ・ 古地鶏と聞くと身近に感じずにいたが、ホットドッグにすることで食べてみようと思えた

第3章 振り返り

本章では、2018年度の活動についての振り返りを述べていく。

第1節 販売に関する振り返り

販売に関する振り返りとしては、次の点が挙げられる。

まずは、販売時に完成品のサンプルがあれば良かった。新聞記事などには写真があったが、通りがかった方にもどんなものか直ぐに分かるようなサンプル品を展示することで、買ってくれる方は増えるのではと考えた。

また、ラクレットを実際に溶かすことには相当なパフォーマンス効果があり、それによって買ってくれた通りがかりの方も多くいた。そのためイベント時の販売ではパフォーマンスを取り入れることが重要だと感じた。

広報について、新聞は特に高齢者に対して効果があった。これに関しては上記のアンケート分析で述べた通りである。

ワインセットは予想より売れなかった。ラクレット古地鶏ドッグの単品とワインセットは半々になると思っていたが、単品での販売数の方が遥かに多かった。

奥美濃古地鶏の知名度については、2017年、前回の古地鶏担々麺の際行ったアンケートでは「食べたことがある」、「聞いたことがある」と回答したのは合わせて74%であったが、今回は80%となっており、若干ではあるが認知度が向上したと思われる。

第2節 目的に関する振り返り

次にまちなかツーリズムとしての目的に対する振り返りである。

9月に行われた元気ハツラツ市でのラクレット古地鶏ドッグの販売には成功したといえると思う。この成功の要因には新聞記事が大きく影響していると考えている。新聞に取り上げてもらえたのは、自分たちで売り込みに行き、かつ商品にインパクトがあったためである。

しかし、ハツラツ市での集客には成功しているが、まだまだ地域に根付く商品の開発の段階には至っていないのが現状である。

これらを踏まえて、今後の展望は次の通りである。奥美濃古地鶏を使用した商品開発は単発での企画になっているため、それらの商品の中で一番手ごたえを感じた商品の定着、つまりは定番化を目指していきたい。

定番化に向けてはどのような条件や体制が必要になってくるだろうか。たとえば、商品のレシピや形式などのマニュアル作成といった商品の定義決めをしていくことも必要だと考えている。また実際にいくつかの飲食店などで取り扱ってもらえるようにすることも必要になってくるだろう。

この地域への定番化の目標を実現するためには、段階を踏んで地域へ定着させたい。

まず第一段階として「イベントでの定番化」を目指す。これは元気ハツラツ市で単発販売した商品のなかで一番手ごたえを感じたものを繰り返しイベントなどで販売することで「元気ハツラツ市といえばコレ」と言ってもらえるようにしていきたい。またその商品を四鳥の手を借りなくても作れるようなマニュアル化を目指す。

第二段階として「店舗での定番化」を目指す。ここではマニュアル化した商品を地域の数店舗に販売の協力を依頼、その店の定着を目指す。

そして最終段階として、それが好評であれば、販売を依頼する店舗を順に拡大していき、最終的には地域全体に定着、定番化させたいと考えている。

おわりに

食による観光の経済波及効果は極めて大きい。地域に根付いていくことで食による観光まちづくりの地域活性化は大垣市においても十分に可能性があると言えるだろうと考えている。

最後に、今回の活動が出来たのも料亭四鳥をはじめとして、大垣市商店街振興組合の皆様、大垣市商工観光課の皆様のご協力があったこそのものであった。文末ながら深く感謝申し上げます。

2019（平成 31）年 3 月

まちなかツーリズム商品開発プロジェクト
岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

2018（平成 30）年度

商店街調査プロジェクト 活動報告書

目次

はじめに

第 1 章 プロジェクトの目的

第 1 節 目的と背景

第 2 節 調査の枠組み

第 2 章 活動内容

第 1 節 踏査調査

第 2 節 アンケート調査

第 3 節 ヒアリング調査

第 4 節 調査のまとめ

第 3 章 学生提案

第 1 節 先進事例の紹介

第 2 節 イベント型チャレンジショップの提案

おわりに

はじめに

私たち商店街調査プロジェクトは、2017年度から立ち上がったプロジェクトであり、商店街の調査を学生自身が行うことを活動内容としている。

私たちが商店街調査活動をはじめた直接的なきっかけは、岐阜経済大学の授業として「地域フィールドワーク」（前期・菊本先生担当）を受講したことである。この授業内で商店街のフィールドワーク調査を実施していったが、これを発展させてマイスター倶楽部で商店街調査プロジェクトを立ち上げたのである。

2018年度は大垣駅前商店街の調査を中心に活動を展開してきた。本稿は2018年度における活動成果を報告していくものである。構成は次の通りである。まず第1章では企画の目的と背景を紹介し、その後、第2章では3つの調査の分析とまとめを行い、そして第3章では私たち学生が考えた「空き店舗撲滅」についての提案を報告する。

第1章 プロジェクトの目的

本章ではこのプロジェクトの目的や地域の背景についてまとめている。

なお、このプロジェクトの前提には大垣市中心街活性化基本計画がある。本計画では空き店舗の減少、まちなか居住の推進、賑わいの創出を三つの柱として掲げているが、私たちは今年度、特に空き店舗の減少に焦点を当てた活動を展開した。

第1節 目的と背景

私たちは、まず商店街の現状を把握することが重要であると考えている。その上で、活動の第1の目的は、現状を把握した上でどのように空き店舗を活用すれば空き店舗の減少に貢献できるのかを考えていくことである。すなわち、その先には空き店舗の所有者の意志や空き店舗の把握を行うなどして賑わいの創出にも活かし、大垣市中心市街地商店街の活性化に繋げるというねらいもある。

マイスター倶楽部ではこれまでも商店街の調査を実施してきた。例えば1998年の設立当初にも商店街の業種調査などに取り組んだと聞いている。しかし最新のデータがなく、今一度商店街について調査を行うべきであると考えたことが今回の調査につながっている。

また、空き店舗に関しては、借りたいというニーズはあるが、実際に貸し出す店舗とのマッチングがうまくいかないという点が問題であるとされている。そのため、貸し手と借り手とのミスマッチの理由を把握することで、空き店舗減少の糸口を得られると考えた。

第2節 調査の枠組み

本節では、2018年度の調査の枠組みについて説明する。

大垣市中心市街地活性化協議会（大垣商工会議所、大垣市）では、2018年度に中心市街地の地権者の意向調査及び空き店舗活用のための仕組みづくりを進めた。

この事業は、中小機構の「中心市街地商業活性化診断・サポート事業（プロジェクト型）」による支援を受けて取り組まれるものであり、岐阜経済大学マイスター倶楽部も関係者として協力体制を構築している。

岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部および「地域フィールドワーク（前期・担当菊本）」では、特に「調査事業」に協力して事業を進めた。具体的には、上記事業における「物件利用に関するアンケート調査」の回収補助（6月）、地権者ヒアリングの調査員として学生参画（8月）である。この2つは上記の事業枠組みの中に位置づけられるものである。

一方、上記事業とも連動しながら、上記事業枠外のマイスター倶楽部独自の調査も実施した。それは独自調査としての「踏査（現地調査）」の実施である。

つまり、大垣市中心市街地活性化協議会による事業枠内における調査の協力と、枠外におけるマイスター倶楽部独自の調査・提案という2段階方式で2018年度の商店街調査プロジェクトは進められたのである。

第2章 活動内容

以上を踏まえて本章では、今年度の活動内容、調査結果とその分析について報告する。

おおよその年間スケジュールとして私たちは、6月中旬に事前活動として統計調査の収集を行い、7月には地域フィールドワークの授業と連動した踏査調査の補足調査と踏査の結果のまとめを実施した。8月には中心市街地活性化協議会の事業と連動したヒアリング調査を行い、10月と11月には各調査のまとめと考察を行ってきた。1月から2月にはアンケート調査の分析を行い、学生提案の内容について検討を加えてきた。

第1節 踏査調査

まず本節ではマイスター倶楽部独自に実施した踏査調査の内容を報告する。

踏査の調査方法は次の通りである。まず調査対象は大垣駅前商店街商店街エリア内である。第1章第2節で述べた中心市街地活性化協議会による調査事業の調査対象と同様のエリア・対象住所を使っている。具体的な対象住所は216件で、今回調査できた合計の調査件数は205件となった。なお、1つの物件・住所に複数のテナントが入っていた場合でもそれぞれ1件としてカウントしている。

調査の日時は2018年6月から7月にかけて実施した。なお、追加調査として2018年10月22日および2019年1月7日にも補足調査を行っている。

調査項目としては、利用形態・業種・階数・営業形態・シャッターの有無・建物入り口までのバリアフリーなどで、実際に現場に訪れ目視にて確認をした。そのため情報には多少の誤差があると思われる。その前提で結果を確認いただきたい。

なお踏査調査の集計結果が図1である。建物の利用形態、階数、建物入り口までのバリアフリー化、シャッターの有無の結果、外観、店舗等の場合の業種と営業形態の結果といった調査項目の単純集計の結果を示している。

図1 踏査調査の単純集計結果

建物の利用形態			建物の階数		
店舗	98	47.8%	1階	21	12.4%
住居	34	16.6%	2階	55	32.5%
駐車場	20	9.8%	3階	30	17.8%
その他	16	7.8%	4階	35	20.7%
店舗兼住居	12	5.9%	5階	16	9.5%
空き店舗	9	4.4%	6階	7	4.1%
空き地	9	4.4%	7階	1	0.6%
空き屋	3	1.5%	8階	4	2.4%
対象住所不明	3	1.5%	小計	169	100.0%
小計	205	100.0%			

建物入り口までのバリアフリー化			シャッターの有無		
されていない	93	60.4%	あり	75	32.6%
されている	61	39.6%	なし	117	65.7%
小計	178	100.0%	小計	177	100.0%

外観（おおよその築年数）			店舗等の場合＝業種		
新築（1年以内）	2	1.3%	飲食店	44	38.3%
比較的新しい（1～10年以内）	37	23.7%	小売店	21	18.3%
比較的古い（11～30年以内）	85	54.5%	その他	16	13.9%
相当古い（31年以上）	31	19.9%	教育関連・塾	11	9.6%
その他（70年）	1	0.6%	美容・理容	10	8.7%
小計	156	100.0%	病院・クリニック	6	5.2%

店舗等の場合＝営業形態			金融・銀行		
自営	51	58.0%	金融・銀行	3	2.6%
テナント営業	37	42.0%	クリーニング	2	1.7%
小計	88	100.0%	リース・レンタル	1	0.9%

店舗等の場合＝営業形態			運送・運輸		
自営	51	58.0%	運送・運輸	1	0.9%
テナント営業	37	42.0%	小計	115	100.0%
小計	88	100.0%			

以下では、業種、空き関連（空き店舗、空き家、空き地）、老朽化に視点を絞り考察を行っていきたい

(1) 業種

まずは業種についてである。

図2のグラフは業種を示しグラフで、飲食店が全体の約4割と1番多く、次が小売店、3番目が、教育関連・塾が多いという結果になった。飲食店が多いのは、駅前商店街の特徴あるが、教育関連・塾の割合が高いのは注目できる結果である。

図2 店舗等の場合の業種

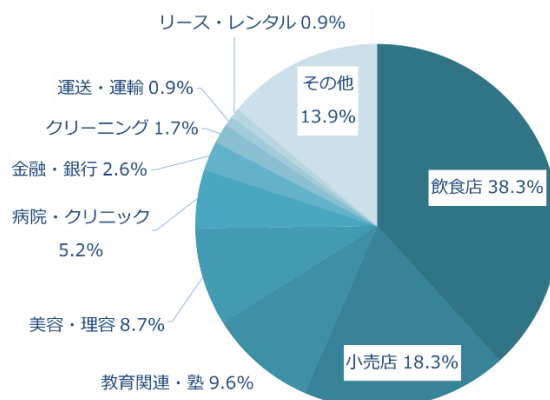


図3の地図は、業種別の地図で、飲食店の場所をマーカーで表したものである。この地図を見ると、飲食店がどの場所にもあり、多いということがわかる。

図3 飲食店マップ



図4は小売店だけの地図である。この地図では、小売店が駅から近いエリアに多く、駅から離れたエリアは点在していることがわかる。

図4 小売店マップ



図5の地図は、教育関連・塾の地図である。この地図では、教育関連・塾が点在していることわかり、学生向けの店舗といっ

た潜在的なニーズがあるのではないかと推察できる。

図5 教育関連マップ



以上を踏まえて業種の考察であるが、小売店が駅前に多いことは、駅から遠いエリアに行けば行くほど、人通りが少ないことが関係しているのではないかと考えた。また、人通りについては大通りに集中していることが考えられます。

一方で、教育関連・塾が多いため高校生や学生などは商店街を通行している。このため学生向けの店・サービスも考えられる余地はあるのではないだろうか。

(2) 空き関連

続いては空き店舗及び空き地、空き家についてである。なお、ここでの「空き」というのは「現在未利用」という意味であり、現在貸し出しをしていない物件も含まれている点に注意が必要である。

この部分の調査結果は全体の物件が205件あり、そのうち空き店舗8件・空き地7件・空き家3件となった。パーセントで見ると空き店舗4.4%、空き地4.4%空き家1.5%となっている。不明の物件を除いて空き関連は10.3%で10件に1件に空き関連の物件(空き地)があるということなる(図6)。

図 6 空き関連グラフ

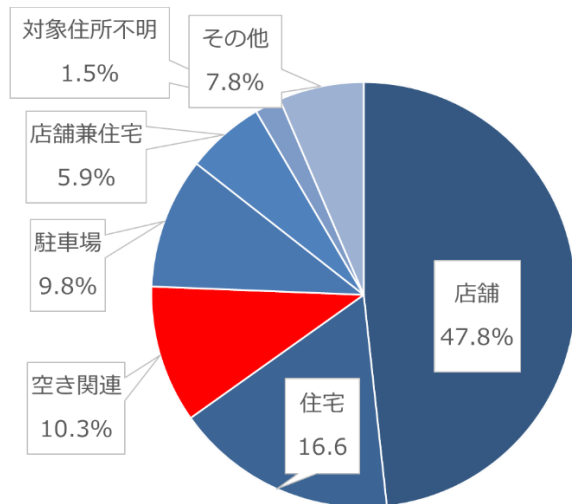


図 7 の空き関連マップによる分布を見ると空き関連の半分が大通りにも存在しており、立地条件が良いにも関わらず空いているという点に着目できる。

図 7 空き関連マップ

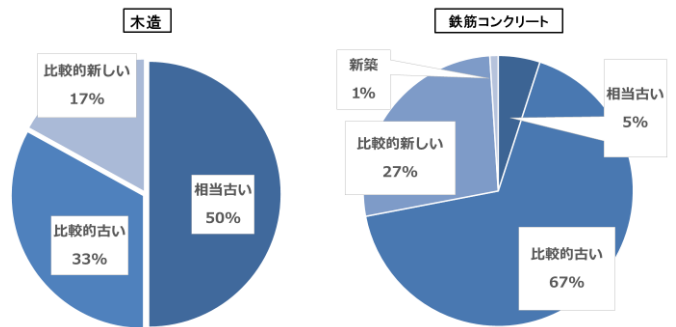


(3) 老朽化

次に外観および老朽化についてである。この項目では、建物のおおよその築年数を1年以内だと判断したものを「新築」とし、1年から10年以内は「比較的新しい」、11年から30年以内を「比較的古い」、31年以上経過していると判断したものは「相当古い」という項目で分類した。

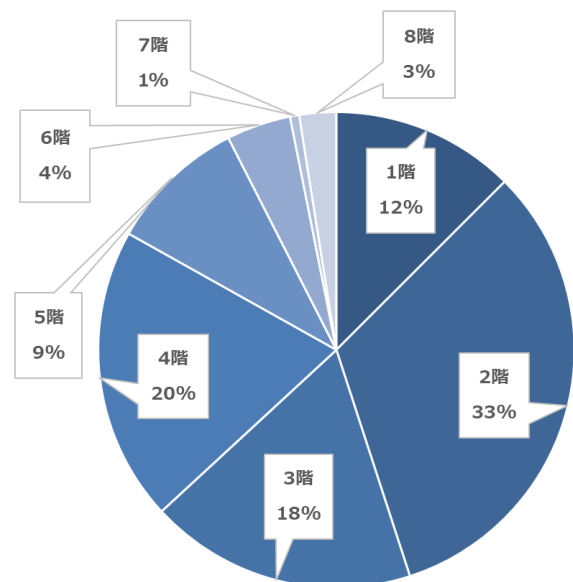
こうした分類に加えて、木造で作られたと思われる物件と鉄筋コンクリートで作られたと判断した物件を分けて示したグラフが図 8 から 9 である。特徴として、木造の方が作られた年代が古い傾向にあることがわかる。

図 8～9 木造と鉄筋コンクリートの比較



次に、建物の階数についてである。図 10 のグラフが建物別の階数の割合である。全体的な傾向としては、2階建ての建物が多く、5階建て以上の建物は少ないことがわかる。目視の判断のため正確な数値ではないものの、このような結果となった。

図 10 建物の階数



そして、これら踏まえて考察した結果、次のようなことが挙げられる。まず、木造建築で「相当古い」「比較的古い」に分類さ

れている物件は 30 件もある。国税庁の耐用年数表を参考にすると(用途にもよるが)、早いもので 15 年、最大でも 24 年が耐用年数の期間とされている。

このことから、該当する物件は早急な建物の点検を行い、この条件に当てはまる物件も国税庁の耐用年数表を元に判断すれば、近いうちに改修が必要になってくるのではないだろうか。

そのため所有者の方と連絡が取れるようにすることや、迅速な対応ができる関係性が今後、必要になってくると考える。

第 2 節 アンケート調査

次に本節では、アンケート調査の分析について報告する。

アンケート調査は、2018 年 5 月 31 日に大垣市から郵送で発送され、82 件の回答があったと言われている。対象エリアは大垣駅前商店街内で、対象物件は 216 件であった。ここからは大垣市から提供されたデータを単純集計で独自に集計し直したものを報告する。なお、複数回答があるため 82 件を超えているデータもあるが、割合は各項目の総計を 100 として計算している。

まず、表 1 の建物形態からは、住居専用と店舗・業務専用がほぼ同数で、住居兼店舗が比較的多いことがわかる。

表 2 の使用状況からは、約 4 割が居住に使われていることが読み取れる。また、業務及び賃貸は半数を超えており、住居兼店舗も考慮すると非常に多くの建物が店舗などとして使われているがわかる。

表 3 の今後の利用意向からは 6 割以上の建物に対して現状維持が望まれている。

また、表 4 の問題点からは、この商店街の一番の問題が老朽化であり、これが現状維持、賃貸に影響を与えているのは間違いなく、何らかの対策が必要ではないかと考えられる。また賃貸の際のトラブルへの懸念もありますが、一度モデルケースとして成功することができればトラブルに関する懸念は和らぐと考えられる。

表 1 建物形態

	件数	割合
1.住宅専用	17	22%
2.住宅兼店舗	31	41%
3.店舗業務専用	16	21%
4.その他	11	14%
無回答	1	1%
総計	76	100%

表 2 現在の使用状況

	件数	割合
1.居住している	42	40%
2.業務使用している	28	27%
3.賃貸している (物件全棟)	15	14%
4.賃貸している (物件の一部)	10	10%
6.使用していない	8	8%
無回答	2	2%
総計	105	100%

表 3 今後の利用意向

	件数	割合
1.現状のまま (問 2 の「現在の使用状況」と同じ)	58	63%
2.今後、物件を売りたい (検討したい。部分的な売却を含む。)	7	8%
3.今後、物件を貸したい (検討したい。部分的な売却を含む。)	13	14%
4.住居にしたい	1	1%
5.わからない	4	4%
6.その他	9	10%
総計	92	100%

表 4 問題点

問題点	件数	割合
1.売却や賃貸の、契約手続きがよくわからない	6	6%
2.建物と敷地の権利関係が複雑なこと	5	5%
3.買い手や借り主とのトラブルの懸念	10	10%
4.前(店舗)は空いているが奥が住居となっている等	3	3%
5.建物の老朽化	25	24%
6.相続する予定なので、人に貸したり、売りたいくない	10	10%
7.売ることや貸すことに必要性を感じない	9	9%
8.特に問題点はない	15	14%
9.その他	7	7%
無回答	14	13%
総計	104	100%

表 5 貸す場合の方法

	件数	割合
1.借り手との直接契約	8	10%
2.民間不動産業者に借り手との仲介を委託	22	28%
3.行政や、商工会議所、まちづくり会社等に、借り手との仲介を委託	16	20%
4.まちづくり会社等が一定期間、物件を借り上げ、(定期借地や定期借家)改修、管理、借り手募集を行い物件を活用	10	13%
5.その他	8	10%
無回答	16	20%
総計	80	100%

表 6 研修会・セミナー

	件数	割合
1.参加したい(と思う)	21	29%
2.参加しない(しないと思う)	44	60%
無回答・不明	8	11%
総計	73	100%

表 5 においては、実際貸す場合の方法として、仲介を委託したいと希望しているオーナーが約半数であることがわかる。

表 6 の研修会・セミナーへの参加としては、半数以上が参加しない、という現状が判明した。

第 3 節 ヒアリング調査

本節では、ヒアリング調査の分析について報告する。

ヒアリング調査は、2018年8月27日・28日・29日の3日間にわたり実施された。調査件数は7件で、事前に大垣市から出されていたアンケートで物件を「売りたい」もしくは「貸したい」と答えた地権者を対象に調査が行われた。

方法としては、大垣市商工観光課、大垣商工会議所の職員が学生とペアになり調査対象の方とお会いして聞き取りでの調査を行った。

ヒアリング調査を行った結果、「売りたい」と回答した方から出た内容は次のようなものがあつた。「いくつかの建物が繋がっている連棟式物件である」、「一戸建ての建物を複数人が部分的に所有しているため、各オーナーの了承が必要だ」、「お店を続けられるだけ続けてから売りたい為、具体的な時期が未定である」、「築年数や店舗と居住スペースが繋がっている」、などの構造上の問題で大きな改修工事が必要だという声が聞かれた。

次に「貸したい」と回答した方からは、「空いているスペースがあるからそこを貸したい」、「駅から近いなど立地が良いため好条件で貸したい」、「店舗外観の雰囲気を変えたくないため現状復帰が必要」という声が聞かれた。

考察として、「貸したい」や「売りたい」の両方に見られたのは物件が古いため改修が必要だということである。なかには50年以上経過している物件もあり耐震強度に不安が残る。また、バリアフリー化されていない建物も多く、改修の必要性が高いだろう。

貸し希望の物件では、「借りたい」という問い合わせがあり、貸してと借り手の話がまとまればすぐにでも契約が可能な状態である。しかし、「周りの景観を壊さない」、「信頼できる人に貸したい」など、貸し手の提示する条件にそぐわないケースもあるため貸すことができていないという現状も聞かれた。

売り希望の物件では、連棟式などの建物の構造やオーナー同士の事情、また単にオーナーの事情により、すぐに契約がまとまるとは考えづらいと思われる。

第4節 調査のまとめ

本節では、以上の3つ調査から考えられる問題点をまとめていく。

まず、各調査から共通して挙げられる問題点は、建物、店舗の老朽化である。そのため物件の利活用を巡っては改修が必要な部分が多いと考えられるが、問題は誰がその改修費用を支払うのかという点である。リスクを取って追加の投資を行うようなオーナーは少ないだろうし、一方でそのままを放置しては衰退の悪循環がさらに進んでいくことになるだろう。

また、売り貸しする上で建物の構造上やオーナー同士の事情が存在するため、物件の売り貸しの障害になっているのではないかと考えられる。このことから、個人だけで空き店舗の減少は困難である。アンケートの結果からも考えられるように、物件の利活用を仲介するような機関の存在がどこかの段階で必要になってくるのではないだろうか。

第3章 学生提案

本章では、調査を踏まえて、私たちが考えた「空き店舗撲滅」のための提案について報告をする。

まず、まちづくりの活性化において成果を上げている先進事例の紹介について触れ、その後、学生の提案として「元気ハツラツ市を利用したイベント型チャレンジショップ」の実施について紹介する。そして最後

に、中心市街地の長期的な展望について考えた点を報告する。

第1節 先進事例の紹介

まず一つ目の先進事例は佐賀市中心市街地で活動されている「NPO 法人まちづくり機構ユマニテ佐賀」である。この組織は2005（平成17）年に佐賀市によるTMO構想に基づいて、佐賀商工会議所内で創設されたTMO佐賀が、2009（平成21）年に法人化し、同時に名称変更した組織である。

地域活性化に向けた様々な取り組みを展開しているが、代表的なものに「わいわい！！コンテナ」とチャレンジショップ「CAST」の運営がある。

たとえば「わいわい！！コンテナ」とは、空き地を借り受けて緑あふれる空間とし、そこに中古のコンテナを設置して自由に読書ができる空間にするというものである。成果としてはこれまで商店街に訪れていなかった人が商店街に足を運び、その空間を拠点に新たなコミュニティが生まれるなどの効果があったと言われている。

もう一つのチャレンジショップ「CAST」では以前、大垣でも取り込まれていたようなチャレンジショップ事業を行なっているものである。具体的には将来、自分のお店を出したいと考えている事業者が実際の空き店舗で1年間店舗を運営し、そこから独立出店する創業支援である。このチャレンジショップの取り組みでは、これまでに31店舗が実際に開業し、2018年6月の時点で20店舗が営業を続けている。

二つ目の先進事例は和歌山市内の活性化に携わっている株式会社紀州まちづくり舎である。この組織は2014（平成26年10月）に発足した民間自立型のまちづくり会社である。

賑わいを取り戻そうと和歌山市府中で「にこにこ農園」を営む吉川氏が空き店舗の所有者と出店希望者を結ぶ管理会社を設立したものである。主な事業はリノベーションを軸に店舗の立ち上げ・プロデュース・イベントの企画・運営などである。さ

らに行政から委託を受けた事業も展開している。

そのなかには和歌山の水辺空間を生かした潤いのあるまちづくりを展開する「わかやま水辺プロジェクト」や、まちなかの空き店舗や空き家を2日間限定でチャレンジショップとしてオープンさせ、街中の空き店舗や空き家問題を解消していく取り組みの「マチドリ」がある。

このようにどちらの事例もまちなかを活性化させるといった観点では成果を上げている。そして二つの先進事例のどちらにも共通する点として次の二つが挙げられる。

まず一つは、様々な主体と連携しながら活動している点である。まちづくりをそこに関わる人や組織を巻き込んで共同で行うことで様々なアイデアが生まれ、多角的な視野から活動できると考える。

二つ目は法人という形で独立した民間の組織が中心となってまちづくりを展開していることである。佐賀の事例ではNPO法人が、和歌山の事例では株式会社が中心となっている。こうしたことで迅速に事業を展開できると考えられる。

第2節 イベント型チャレンジショップの提案

佐賀市、和歌山市の2つの事例ではともに「チャレンジショップ」を空き店舗対策の取り組みとして進めている。大垣市でも過去に取り組みされたことがあるチャレンジショップであるが、私たちはこれを現代の大垣に合わせたもの、すなわち「イベント型チャレンジショップ」として提案したい。

これは、中心市街地内の空き店舗を活用し、元気ハツラツ市に合わせて営業するチャレンジショップである。日程として、元気ハツラツ市の前日から当日の2日間の営業を行いうことを想定する。ハツラツ市の前日はプレオープンとし、翌日はイベントで営業する。これを1セットとして、2か月、つまり2セット開催する。1ヶ月目のハツラツ市では、実際に営業して分かったこと、例えばよく売れる商品や店での動き方などの情報収集をし、2ヶ月目で1ヶ月

目の情報を元に改善するような流れにできると理想的だと考えている。

チャレンジショップでは、一つの空き店舗に複数の店を開き、ジャンル別かつ幅広く店を開くことで魅力を生み出す。ただし、店舗の構造により店の数は変わってくるだろう。また、最初は1から2店舗程度から始めることになると思われる。

元気ハツラツ市で実施する意味は、ハツラツ市の集客力を利用することでチャレンジショップを成功させること、チャレンジショップの認知度を上げる意味がある。さらに、チャレンジショップとハツラツ市の相乗効果を期待できる。また、ハツラツ市の前日と当日にチャレンジショップを営業することで、イベント時とそうでない日の営業を体験することができる。よって、中心市街地で店を出す参考になると考えられる。

この企画のねらいとしては次の点が挙げられる。まず、借り手に空き店舗を試験的に利用してもらい、中心市街地での出店に繋げることで、その際に空き店舗を使用してもらえば空き店舗の減少につながる。また、チャレンジしたい人とネットワークを取ることによって、ネットワークを形成することができる。さらに、空き店舗オーナーと関わりを持つこともねらいである。

借り手(出店者)にとってのメリットは、実際に空き店舗で営業することで、空き店舗の情報を、より詳しく知ることができる。また、チャレンジショップの主催者から備品や営業のサポートをすることにより、より借りやすくなると思われる。さらに、中心市街地の来客ニーズを知ることができ、中心市街地で出店する際の参考になるだろう。

貸し手にとってのメリットは、使っていない空き店舗を活用することができ、マッチングが成功するきっかけになる。もし長期の契約ができれば利益になるだろうし、そうでなくても、店舗そのものをPRすることが出来るだろう。

地域・商店街にとってのメリットは、出店に結び付くことにより、空き店舗が減少

することや、成功例が蓄積することでエリアの価値が高まるといった点が考えられる。また、地域の事業者・後継者・まちづくりの担い手を育成することができるだろう。

これらに加えて、イベントとして成功させるための工夫としては、「ポップアップストア」の誘致が考えられる。

例えば有名なブランドに空き店舗で一時的に出店してもらい、商店街にある既存の店とチャレンジショップが連携やコラボレーションする、大垣市内に既にあるが中心市街地でない店に出店してもらい、商店街に支店を作ってもらいきっかけになるかもしれない。また、商店街に少ない若者向けの店を出店してもらいなどである。これにより、ハツラツ市にチャレンジショップとともに出店することで集客力が上がると考えている。

商店街既存のお店と協力する事で、チャレンジショップに参加するオーナーは様々なノウハウを得る事が出来ると思われるし、既存のお店のオーナーに関しては新しい事業を知り刺激になるのではないかと思う。なにより元気ハツラツ市における物販の活性化・起爆剤にもつながるはずである。

この企画を実施する前提条件としては、一時的にも利用可能な空き店舗の把握とオーナーの理解が必要になってくる。こうした条件がクリアできれば、イベントとの相乗効果を狙えるチャレンジショップの試みも、より取り組みやすくなると思われる。

おわりに

最後に、学生目線での大垣市中心市街地の長期的な展望について考えてみたい。

今回調査に取り組んだ現在の大垣駅前商店街は、建物の築年数や外観もバラバラである。今後、大垣城公園周辺が区画整理されることを聞いているが、それに伴い駅前商店街も区画整理し、統一感ある街並みを形成することが重要ではないだろうか。

そして、これまでそこで商業をしていた事業者に加え、新しく事業を行うテナントを募集し新たな魅力を加えていく。さらにその上で、城下町風の街並みにして大垣城の景観を活かした観光エリアにしたり、商店街に入るテナントをエリア分けして商用エリアにしたりするなど、エリア・ゾーンごとに特徴を持たせることで、商店街に足を運ぶ人の数が増加するのではないだろうか。

最後に、今回の調査にあたっては、大垣市商工観光課、大垣商工会議所、大垣市商店街振興組合、独立行政法人中小機構の皆様には大変お世話になった。文末ながら深く感謝申し上げます。

2019（平成 31）年 3 月

商店街調査プロジェクト

岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

2018（平成 30）年度

そうだ！大垣に行こう！プロジェクト 活動報告書

目次

はじめに

第 1 章 目的・背景

第 1 節 目的

第 2 節 背景

第 2 章 活動概要

第 1 節 大垣市・西濃地域の情報発信

第 2 節 マイスター倶楽部の広報

第 3 節 大垣市についての情報発信

第 4 節 情報媒体と情報発信

第 3 章 活動成果と課題

第 1 節 目標

第 2 節 成果

第 3 節 課題

おわりに～今後の展望

参考文献・参考資料

はじめに

そうだ！大垣へ行こう！は岐阜経済大学の講義「地域フィールドワーク」から生まれたプロジェクトである。2017年度、商店街調査プロジェクトのサブプロジェクトとして発足し Facebook や Twitter などのソーシャルネットワーキング（以下、SNS）を活用した大垣市中心市街地の情報発信を行ってきた。本稿はそうだ！大垣へ行こう！プロジェクトの2018年度における活動を報告するものである。

構成は次の通りである。まず第1章で活動の目的と背景について述べ、第2章では具体的な情報発信の活動内容について報告する。第3章ではこれらの活動成果と課題について触れ、おわりにで今後の展望についてまとめていく。

第1章 目的・背景

第1節 目的

本プロジェクトでは、情報発信を通して全国の人々に大垣市中心市街地や大垣市、西濃地域（神戸町、垂井町）について知っていただき、その情報を参考に実際訪れて大垣城などの観光地を見たり、食べ物を食べたりして再発信してもらうことを目的としている。

大垣市中心市街地だけでなく、大垣市全体だけでなく大垣市全体や西濃地域の情報発信を行う意味は、観光には経済的波及性があるからだ。国土交通省中国運輸局の調査で立寄り箇所が多い観光客、一日当たりの総移動時間が長い観光客ほど支払額が増加する傾向があり（グラフ1）、周遊行動と観光産業活性化には関係性があることを示している。つまり、大垣市中心市街地の活性化と西濃地域の活性化を別々に考えるのではなく、広域的に双方の活性化を図ることで両者がwin-winの関係を築けるのではないかと考えた。

そして、もう一つ観光客の再発信までを目的としている理由はそうだ！大垣へ行こう！の情報発信は「きっかけ」でしかなく、レビューといった観光客・消費者目線の情報発信は実際大垣市中心市街地を訪れた観

光客にしかできないからである。そうした観光客の再発信によって大垣市中心市街地の課題の再発見や改善が見込まれ、またその情報発信を行う当プロジェクトの改善にもつながると考えている。

グラフ1 観光地滞在時間別に見た一人一日あたり平均支払額（総額）



出所：国土交通省中国運輸局資料より作成

第2節 背景

日本では東京一極集中により地方都市では人口減少、産業衰退に喘いでいる。そこで地方自治体は動画投稿サイト YouTube や SNS を使った広報戦略を展開している。

事例を挙げると香川県の「うどん県」、広島県の「おいしい！広島県」といったキャッチコピーはインターネット上で大きな話題を生んだ。その中でも広島県の広報戦略は広島県出身のタレント・有吉弘行氏を起用し、2012年、YouTube で記者会見風の動画を出した。その結果、レモンや牡蠣を大手企業が購入したりするなどして広告効果は3億円2千万円に上ったと言われており、広報は経済効果を生むことが立証された。

写真1 YouTube で公開された「おいしい！広島県」のプロモーションビデオ



それでは、大垣市の観光資源にはどのようなものが挙げられるだろうか。大垣市の立地的特徴としては、二つの観光形態に恵まれた所に存在する。

一つは歴史観光地としての一面である。大垣市は関ヶ原合戦古戦場がある不破郡関ヶ原町や美濃国一之宮南宮大社がある不破郡垂井町といった歴史観光の街が周辺にあるだけでなく、大垣市にも関ヶ原の戦いで西軍率いる石田三成が居城とした大垣城や松尾芭蕉の紀行文「奥の細道」むすびの地として船町に奥の細道むすびの地記念館があり、天皇皇后両陛下も行幸されている。また、岐阜県で近年注目されている「命のビザ」で有名な杉原千畝ゆかりの地を巡る杉原千畝ルートに関連して、中国でユダヤ人を救助した陸軍中将・樋口季一郎は大垣市に籍を入れていたとされ杉原千畝ルートとともに大垣市はイスラエルからのユダヤ人向け観光地として期待されている。

二つ目は流域観光としての面である。流域観光とは河川流域にある土地の産業・食・自然を楽しむ観光のことで多くグリーン・ツーリズムとして捉えられている。大垣市は揖斐川流域の中心都市としてかつては紡績業や和菓子や清酒といった食産業が盛んな水を活かした街で、自然豊かな揖斐川町やほうれん草やバラなど農業が盛んな神戸町など揖斐川流域も流域観光の地として考えられる。

全国各地で様々な広報戦略がなされているなか、大垣市でも情報発信を重要視している。平成 29 年大垣市観光戦略指針によると「観光に関する事業者・団体アンケート調査」での観光振興に必要なものとして「観光に関する情報発信を強化すること」と答えたのは 158 団体中 48 団体で、約 2 割が情報発信の強化を求めている。市でも観光課題として「観光イメージと効果的な情報発信」を挙げている。

以上のことから、全国的にもまた大垣市特有の状況からも情報発信は重要な地域課題になっていると言えるだろう。私たちの活動はこうした情報発信を学生視点で展開していこうとするものである。

第 2 章 活動概要

当プロジェクトでは大垣市、西濃地域の情報発信、マイスター倶楽部の広報、大垣市についての発信の 3 つの情報発信を行ってきた。本章ではこうした実際の活動内容を報告する。

第 1 節 大垣市・西濃地域の情報発信

(1) 飲食店情報の発信

観光客が最も重視する飲食に重点を置き、1000 円以下のランチや東海圏特有の文化モーニングなどを取り上げ、Facebook や Twitter、インスタグラムで投稿してきた。

昨年度までは当プロジェクトの活動を知ってもらうことを目的としていたため、大垣市中心市街地だけでなく、大垣市の飲食店という大きな範囲で取材を行ってきたが今年度は隔週で特集を組み、大垣市中心市街地の飲食店、大垣市内の飲食店舗を取材してきた。

今年度は「中華そば」「お好み焼き」など 11 の特集、29 店舗に取材を行い、情報発信を行った。その中で大垣市中心市街地にある店舗は 17 店舗に及ぶ。町別で分けると大垣駅前にある高屋町と大垣共立銀行本店がある郭町が順に多かった（表 1）。

表 1 町別取材店舗数

町名	数
高屋町	5
郭町	4
東外側町	3
栗屋町	1
高砂町	1
東長町	1
番組町	1
馬場町	1

この理由に関しては大垣駅前商店街の中でもこの 2 町に飲食店が集中的に立地しているためと分析する。

昨年度、後継者不足問題も伝えて欲しいという要望があり、今年度後継者問題も観点に置き夫婦経営など持続的な経営の困難

が懸念される店舗を実地踏査において調査した。結果は10店舗およそ取材した店舗の3分の1が持続的な経営の困難が懸念される店舗であることが分かった。その中でも喫茶店が6店舗と顕著で高齢の夫婦が経営している店舗がほとんどである。このことから後継者不足だけでなく、地元で愛されている味が失われつつあることも伺える。


たとえば、高屋町にある喫茶スタインは1971年創業の喫茶店で長年地元で愛されてきたお店である。フードメニューが人気でお昼時は平日でも満席になるほどである。フードメニューはどれも絶品だが、その中でもスパゲッティが人気であり夏季は裏メニューの厚切りチャーシューの乗った冷やし中華が常連客に定評がある。しかし、そんなスタインは現在ご高齢の夫婦で経営されている。ご主人がキッチンに立ち、お母さんが配給、接客を行っている。そのため繁忙時は注文から提供まで時間が掛かるがそれでもスタインの味を楽しみたい人々が毎日足しげく通っている。こうした長年地元から愛されてきた店舗が無くなることは大垣市中心市街地全体にとっても大きなマイナスだと考える。

11月に行った特集「サードプレイスになり得るか」ではサードプレイス（自宅や職場ではない心地よい第三の居場所という意の社会学用語）が主に喫茶店やカフェがなり得ることから、2018年末に開店した西外側町にあるますやが手掛けるカフェ「masu cafe」と既に店を構えており、masu cafeと対面した立地にある「珈琲幸房多香」の2店舗をサードプレイスの観点からそれぞれの特徴をまとめた。


masu cafeでは梶を容器に使い提供していることや、オープンカフェスタイルであることから若年層・観光客向けのカフェと分析した。一方で、5周年を迎えサードプレイスとなりつつある珈琲幸房多香はスペシャルティコーヒーを提供している本格派で、ワッフルメーカーを使って注文を受けてからその場で焼くワッフルなどフードメニューにもこだわっている。この2店舗はそれぞれニーズやコンセプトも違い、対抗

意識もないことからこの2店舗が大垣市中心市街地に根差したカフェになると感じ、取り上げた。

図1～2 特集記事の一部



駅前商店街に新風-サードプレイスとなり得るか-
サードプレイスとは自宅、職場でもない心地の良い第三の居場所という社会学用語です。カフェなどが挙げられます。
25日（日）に西外側町にある梶メーカー「大橋壺器（ますや）」がmasu cafeをオープンしました。「ここでしか味わえない梶フード・梶ドリンク・梶スイーツをお楽しみいただけます！」というキャッチフレーズのとおり、店内のテーブルや家具も梶を使ったものでコーヒー（432円）はカップではなく梶に入っています。コーヒーの他、ホットサンドやホットドッグといったフードメニューや開店初日に完売したジョッキパフェ（810円）などスイーツやお酒も梶を使った容器で提供しています。
映画「聲の形」の聖地新大橋のすぐそばということもあり、観光客の憩いの場としても期待されますが若者向けのオープンカフェということもあり、市中心市街地の新たなサードプレイスとしての機能を発揮するかについても注目していきたいところです。... もっと見る



マイスター倶楽部でも昨年度オープンカフェをちょいみせで開きサードプレイスを創出する試みが行われたが、今思えば既に市中心市街地でサードプレイスは形成されていたのではないだろうか。駅前商店街には様々な喫茶店、サードプレイスとも言える交流の場が存在するが今回はmasu cafeと対面する場所にある珈琲幸房多香を紹介する。
多香は今年で5周年を迎えた自家焙煎のスペシャルティコーヒーを提供する本格派のコーヒー専門店だ。バリエーションのあるコーヒーカップを選ぶことができるが、masu cafeが梶を推し出しているのとは対照的にカップよりもコーヒーへのこだわりを多香では訴えている。日替わりで使う豆が変わる「本日のコーヒー」は足繁く通いたくなる。コーヒーだけでなく、フードメニューも凝っている。オムレツサンドやBLTサンドといったフードも絶品だが、ワッフルも専用の機材を使い注文を受けて焼くので香ばしい匂いがコーヒーの香りと混ざり心地よい。
今週は新たに駅前商店街に出来たmasu cafeと既に商店街に根ざしている珈琲幸房多香を紹介した。どちらも方向性やニーズも異なっ... もっと見る

(2) 歴史観光情報の発信

西濃地域では歴史観光に関連して関ヶ原町、垂井町を、揖斐川流域に関連して神戸町を今年度取材した。土曜・日曜を「そうだ！大垣へ行こう！出張版」として、西濃地域の飲食店をその週の特集と照らし合わせて取材を行った。また、関ヶ原町と垂井町のルポルタージュでまとめて一週間を使い特集した。

関ヶ原町のルポルタージュでは関ヶ原古戦場とメディアでも取り上げられる関ヶ原ウォーランドを取材した。垂井町のルポルタージュでは南宮大社で式年遷宮があったことから、中間報告会の成功祈願と紐づけて垂井町に本店があるパン屋グルマンヴィ

タルのモーニングや式年遷宮を終えて新社殿となった南宮大社について取り上げた。

第2節 マイスター倶楽部の広報

大垣市中心市街地活性化に取り組むマイスター倶楽部の活動を大学内だけでなく、外に発信するためマイスター倶楽部全体の活動の他、食育レストランプロジェクトと商品開発プロジェクトの2つの活動についてSNSで取り上げた。

(1) マイスター倶楽部活動の発信

マイスター倶楽部全体の広報では毎年5月頃に行う1年生向けディスカッションで行ったロゲイニング（地図をもとに時間内にチェックポイントを回り得点を集めるスポーツ）の様子を投稿したり、8月上旬に行われる水都まつりでの納涼レストラン三日間を全体リーダーの声を聞いてレポートとしてまとめ、Facebookにアップロードしたり毎年2月に行われるもちつき大会の告知・様子の投稿を行った。目に見えるイベント以外にもマイスター倶楽部に依頼される大垣イルミネーション実行委員会に委員として参加していることや海津市でファシリテーターとして中学生向けワークショップに参加していることなど大垣市民へどんなことをしているのかを知ってもらい、マイスター倶楽部の「見える」化を図った。昨年度の反省点としてそうだ！大垣へ行こう！自体の宣伝不足があった。そのことからまず大垣市での知名度を上げることを目指し、もちつき大会ではマイスター倶楽部のホワイトボードに「もちつき大会終了後、様子を投稿します」という触れ込みでそうだ！大垣へ行こう！のアカウントを書き宣伝を行った。

(2) 食育レストランの広報

食育レストランの広報は5月、7月、8月、11月、1月計5回の告知・様子を投稿した。食育レストランは岐阜新聞や中日新聞、ケーブルテレビなどメディアでも取り上げられたが、そうだ！大垣へ行こう！では密着取材という形をとり、事前打ち合わせや準備の様子などマイスター倶楽部の一員だからこそ見られる目線から食育レスト

ランを取り上げメディアとの差別化を図った。9月の事前打ち合わせではデモンストレーションでコーヒー抽出器具・サイフォンを使った本枯・荒節、二つの鯉節だしをとった様子を投稿したところ一定の反応があった。食育レストランのアンケートで「料亭四鳥とマイスター倶楽部の『食育レストラン』は何で知りましたか？」という質問で「Facebook」と回答した方が8月に2人、10月に1人と直接・間接的にそうだ！大垣へ行こう！の広報が食育レストランへの呼び込みに成功している。食育レストランにおいてもそうだ！大垣へ行こう！の周知のためテーブルにちらしを置かせていただいた。

図3 食育レストランのポスターデザイン
原案はそうだ！大垣へ行こう！で手掛けた

2019年1月26日(土)
11:00 ~ 14:00
無料/限定50食/先着順/子ども向け
*中学生までを対象としています。
料亭 四鳥
岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部コラボ企画
食育レストラン
~煮干しの味噌汁とかつお節ごはん~
かつお節 卵 ごはん、煮干しの味噌汁
奥美濃古地鶏からあげ、出し巻き、
高野豆腐 煮南瓜 干し椎茸、
ほうれん草 もやし 人参
奥美濃古地肉じゃが など
場所
マイスター倶楽部 事務所
(大垣市東外側町2-6 広瀬第一ビル1階)
QRコード
QRコード決済「payしる」を使用します。
調理: 四鳥 YONTORI (よんどり)
食材協力: (株)大光 岐阜アグリフーズ (株)
企画構成: 岐阜経済大学まちなか共同研究室 マイスター倶楽部
*材料費・運営費の一部は、学生による販売活動の売上等を使用しています。
お問い合わせ: 〒503-0903 大垣市東外側町2-6 広瀬第一ビル1階
TEL/FAX: 0584-81-3.816 E-mail: meisterclub@rapid.ocn.ne.jp

11月からの食育レストランからは、だしをとった後の煮干しのがらを使った煮干しの佃煮のレシピつきちらしを設置した。レシピつきちらしは食育レストランに来られた保護者から大変人気で従来のちらしよりも手に取られる方が多かった。

写真 2 レシピ付きチラシ



食育レストランプロジェクトでは学生が食について子どもたちに教えることをコンセプトとしていることから、そうだ！大垣へ行こう！でも「食育」に関連して食知識を教える特集として「味の旅」を今年度 2 回行った。

第一回目は子どもたちの要望が高い寿司に関係のある調味料・酢を特集するため愛知県半田市にあるミツカンミュージアムで実際酢の作り方を学び、Facebook でアップロードした。愛知県半田市には大手醸造酢メーカー・ミツカンの本社があり、社屋の隣には事前予約制の酢の歴史博物館ミツカンミュージアムがある。機械化で大量生産が可能となった現代でも基本的な工程はほぼ同じで米や穀物・果物を酒にして酢酸を加え発行したものが食酢なのだそうだ。ミツカンは元々中壱酒造という酒蔵だったが、江戸で酒の副産物であった酒粕を原料とした粕酢を使った早ずしが流行していたことから粕酢を作り、たちまち江戸で評判となった歴史がある。現在でも粕酢は作られており、半田市では尾州早ずしとして地元の寿司屋で江戸時代の早ずしを食べることができる。取材では寿司会席高砂でいただいたが、現代の寿司よりも一回りほど大

きくネタもタレで味付けされており、しょうゆ漬けにするなど手が加えられている。そして特出すべきはシャリが大きいことである。江戸時代はお腹を満たすため食されていたためだからといわれている。シャリが茶褐色がかっているのは粕酢の色で、米酢よりも甘みのある味であった。

2 回目は食育レストランで提供されたかつお節ごはんに関連して、しょうゆをテーマに「本物のしょうゆとは」と題し、大垣市木戸町にある木戸屋醸造を取材した。ここでは現在跋扈している脱脂加工大豆を用いた大量生産向けの醸造法と伝統的な醸造方法杉樽仕込みのしょうゆを紹介した。

食育レストランとのタイアップ企画・食の旅は今後も継続していきたい。

(3) 商品開発の広報

商品開発プロジェクトの広報ではメディアでエピソードとして片付けられてしまう商品開発の様子を SNS で投稿し、元気ハツラツ市で販売している様子と販売された「ラクレット古地鶏ドッグ」の味も実際購入して伝えた。

昨年度もまちなかツーリズムの活動を発信する一環として岐阜県の地鶏・奥美濃古地鶏を使った「古地鶏マイ太郎」や担々麺、まちゼミでの古地鶏とブロイラーのスープ飲み比べなどの活動を取り上げてきたが、あくまで市民と同じ目線で当事者であるまちなかツーリズムの目線で発信ができなかったことが課題であった。そこで商品開発プロジェクトの広報でも食育レストラン同様密着取材の形を取り料亭四鳥で行われたワインに合う奥美濃古地鶏を使った商品開発の現場で商品開発プロジェクトとともに試食を行いながら取材を行い、その様子を Twitter で発信することができた。

また、最近の若年層は新聞離れが顕著なことから岐阜新聞・中日新聞電子版のリンクを付けてメディア掲載されたことをそうだ！大垣へ行こう！で紹介した。9 月に行われたラクレット古地鶏ドッグ販売では大垣観光協会が販売している大垣ラムネとともに当日おすすめとして Twitter でアップロードした。商品開発プロジェクトの広報

の結果は当日購入者に行ったアンケートでの質問「本日はどのようなきっかけで『ラクレット古地鶏ドッグ』をお買い上げいただきましたか？」に SNS (Facebook など) と回答した方は 5 人と新聞ほどの情報発信機能はないものの一定の広報機能を発揮したと考えている。

図 4 ラクレット古地鶏ドッグの記事



第 3 節 大垣市についての発信

大垣市は 2018 年市制 100 周年を迎え、大垣市ではこの節目を「これまで」の歩みと「これから」をむすぶ年と位置付け、市民総出で祝うことを基本理念に 2018 年度 100 のイベントを行うと発表した。市民総出という理念の下、イベントの中には市民提案事業として「みんなで大垣市民体操」や「親子ふれあいコンサート」などが行われた。そうだ！大垣へ行こう！は大垣市制 100 周年事業を応援するとともに大垣市の魅力を発信するよい機会だと考え、市民参加型事業を中心に取上げた。

事例 1-おおがきスイーツグランプリ 2018

昨年度行われたおおがきスイーツグランプリは今年度も開催され今年度は市制 100 周年を祝う「市制 100 周年おおがきスイーツ」エントリー 8 つからグランプリを決めることとなった。

そうだ！大垣へ行こう！ではその 8 つのエントリーから大垣市中心市街地にありかつ大垣市内の飲食店を食べ歩いてきた当プロジェクトが厳選した高屋町にある金蝶園総本家の「あんほわ」、馬場町にある風地蔵の「しろくま」の 2 つをピックアップして紹介した。金蝶園総本家は昨年度のおおがきスイーツグランプリで「ふわふわ」がグ

ランプリを受賞し、今年も和菓子屋が挑む和洋折衷の味がおおがきスイーツグランプリになるのではないかと予想をした。風地蔵は昨年度ぜんざいでエントリーするも惜しくも受賞を逃したもののレトロな内装と有田焼の食器、アットホームな接客など味以外に雰囲気の良いさを前回取材の中で感じたことと 2018 年は全国的な猛暑ということで唯一の氷菓しろくまが今年の夏にはちょうど良いスイーツではないかと踏み 2 店舗のスイーツを実際味わたった上で、SNS で情報発信を行った。結果、取材を行った金蝶園総本家の「あんほわ」が 2 年連続グランプリを受賞した。

図 5 おおがきスイーツグランプリ 2018 のポスター



写真 3 おおがきスイーツグランプリにエントリーした風地蔵のしろくま



事例 2-映画「聲の形」舞台のモデルを巡る
スマホスタンプラリー

2016年に上映された映画「聲の形」。大垣市出身の漫画家大今良時原作のアニメ映画で背景には大垣公園や大垣駅前商店街などが出てくることから、大垣市は聲の形の聖地として観光資源化を図っている。元氣ハツラツ市では聲の形に出演した声優のトークショーを行い、100周年事業でも大垣市出身の作家中村航氏がシナリオを手掛けたショートアニメ「おあむ物語」の制作や全国アニメサミット in 大垣が開催されるなどアニメに関するイベントが多く行われた。

2018年夏NHKで映画「聲の形」が地上波放映され聲の形の再評価がネット上で行われていたことから大垣市へ聖地巡礼が再燃すると見越し、スマホスタンプラリーで指定された聖地スポットの他に観光客に分かりづらい聖地スポットの紹介を地上波放映後行った。

100周年事業のスマホスタンプラリーは2018年7月21日から11月25日まで行われた。範囲は大垣市だけにとどまらず、岐阜市（岐阜駅）、養老町（養老駅、養老天命反転地）まで及んだ。従来のスタンプラリーのように各スポットにスタンプが設置されているのではなく、ポスターに描かれているQRコードをスマートフォンで読み取ると専用ホームページに記録されるシステムでスタンプラリー用紙を持ち歩かなくてもスマートフォンだけを持てば誰でも参加できる手軽さがある。スタンプ設置場所のうち大垣市内の設置場所のほとんどは大垣市中心市街地でJR大垣駅改札や新大橋など大垣市民になじみのある場所に設置されていた。そうだ！大垣へ行こう！ではJR大垣駅改札、新大橋、大垣公園、福祉会館の4つのスポットをQRコードがある場所を伏せて情報発信を行った。

NHKでの映画「聲の形」放映後は大垣コロナワールドで映画再上映が行われていることに触れつつ、映画で頻りに出てくる水門川にかかる美登鯉橋と分かりづらい聖地スポットとして大垣市商店街振興組合連

合会本部（以下、市商連）を挙げた。何故分かりづらいかという映画「聲の形」では本来は市商連の場所が証券会社になっているからである。200m先にある三縁証券がモデルと当プロジェクトでは考え、SNS上で紹介した。他にも分かりづらい聖地スポットはあり、ちょいみせの前にある横断歩道もその一つと考える。

図6 映画「聲の形」スマホスタンプラリーのポスター

大垣市制100周年記念事業
COOL GYAKI
大垣市観光振興組合

こえ かたち
映画 聲の形
舞台のモデルを巡る
スマホスタンプラリー2018

スタンプをおつめて、映画「聲の形」コラボグッズを手に入れよう!

平成30年 7月21日土 ~ 11月25日日

映画「聲の形」とは
大垣市出身の漫画家大今良時先生の漫画「聲の形」を原作とする劇場アニメ。作中に登場する地名は実在のものですが、大垣市をモデルにする風景が多く登場します。

原作者 大今良時先生より一言
大垣の懐かしい風景に描かれてこの作品ができました。大垣に暮らす皆さんの人々の力がなければ完成しなかった映画だと誇ります。ありがとうございます。ぜひご鑑賞ください。

●スタンプ設置場所

大垣市内			大垣市外		
No	舞台のモデル名	設置場所	No	舞台のモデル名	設置場所
1	JR大垣駅	西美濃観光案内所	5	養老駅	養老鉄道養老駅
2	新大橋	大垣市高田駅前観光組合事務所	6	養老天命反転地	養老天命反転地チケット売り場
3	大垣公園	大垣公園プレーパークハウス	7	JR岐阜駅	岐阜市観光案内所(岐阜駅構内2階)
4	総合福祉会館	総合福祉会館			

踏破賞
全7か所のスタンプを集め、大垣市奥の細道むすびの地記念館にてスタンプを見せると、映画「聲の形」タンブラーをプレゼント!
(全5種・各先着200名) (賞品引換/9:00~17:00)

Wチャンス賞
踏破賞達成者の中から、抽選で30名に、映画「聲の形」タンブラーの別デザイン(インサイド紙)をプレゼント。

写真4 聖地としてのJR大垣駅改札



事例 3-大垣たらい舟

大垣市春の風物詩となっている大垣たらい舟。今年は春だけでなく100周年事業の一環で秋にも開催され大垣市は100周年の

節目もあり、観光客誘致に躍起になっていた。

マイスター倶楽部も毎年大垣たらい舟の学生船頭として活躍している。今年度はそのうち2人がそうだ！大垣へ行こう！プロジェクトのメンバーであったことから船頭目線の細かい運行状況などを発信した。たとえば、たらい舟は水門川を高岡橋にある乗船場から奥の細道むすびの地記念館までを下るが、たらい舟をスタート地点まで戻すのはクレーン車を使い船頭が一艘ずつ下ろしていく。その様子を船頭でしか見られない下から写真を撮り SNS でアップロードした。また、ショートアニメ「おあむ物語」の動画リンクを付けたらい舟に乗船する前に基礎知識を抑えることを促した。秋の大垣たらい舟では一日目が台風接近により、第一便が休航となり試運転を行っていることを伝えた。

十万石まつりの日には岐阜経済大学としては最後の企業みこしがあることと、午後にはディズニーのパレードがあることを伝え、たらい舟がパレードの影響で休航のため、Instagramでパレードの様子を投稿した。

図7 YouTubeで公開された「おあむ物語」。モデルは戦国時代の体験記「おあん物語」



情報発信を通して大垣市制100周年記念事業に市民参加型事業を中心に参加したが、100周年記念事業が果たして成功だったのだろうか。

たとえば、映画「聲の形」スマホスタンプラリーでは全てのスタンプ設置場所を巡った後、奥の細道むすびの地記念館に行くと聲の形のデザインのタンブラーが先着200名に貰えるのだが、10月実際全て巡り貰いに行ったところまだタンブラー多く残っており、参加者の少なさがうかがえた。

また、秋の大垣たらい舟の船頭を経験したが、全体を通して空席が目立った。午後からの便は名鉄バスのツアーパックなどの団体客により満席となるが多かったが、午前の第一便や午前の便全てたらい舟が出航しない日もあるなど春に比べて乗船客が少なかった。

こうした例から大垣市制100周年記念事業の全てが成功とは言い切れず、以前から懸念されていたバラマキ事業となったことは否めないのではないだろうか。

第4節 情報媒体と情報発信

そうだ！大垣へ行こう！では昨年度からFacebookとTwitterの二つの情報媒体を使い、情報発信を行ってきた。

この二つにはそれぞれ特徴があり、情報媒体に合った発信方法もまたある。今年度は既に導入しているSNSだけでは情報発信に限界があると感じ、Instagramや食ベログなど様々な情報媒体を取り入れてきた。

まず一つ目はそうだ！大垣へ行こう！ホームページを作成した。FacebookやTwitterではバックナンバーの閲覧が困難であったことから簡単に閲覧ができるよう過去の投稿をホームページで「食べ歩き」「マイスター倶楽部」とカテゴリー別にし、公開した。また、それらの情報をFacebookやTwitterで共有できるようになっており、再発信も期待できる。

二つ目はInstagramアカウントを開設した。以前からそうだ！大垣へ行こう！で導入して欲しいという要望もあり、イン

スタグラムを開始したところ 5 か月で 80 フォロワーに到達するなど急成長している SNS の一つである。飲食店の取材を行っている当プロジェクトの情報発信に向いていると考えられる。

インスタグラムにはフィルターと言われる写真加工機能があり、食べ物をよりおいしく見せることが出来たり、風景を幻想的に見せたりすることができる。そうだ！大垣へ行こう！ではこれまで飲食店の取材の下調べで食ベログを用いていたが、その食ベログ自体も観光客の飲食店を知るツールとして重宝されていることから評価がされていなかった喫茶大手門やお好み焼き屋とい山さんなどの取材を行い、それを元に主観的な評価・レビュー、店舗情報を記入するなど情報の充実を図った。

事例-まんぼのフォトジェニック化

まんぼとは明治期に鉄道の高架下を通るレンガ造りの隧道のことをいう。岐阜県では東海道本線で見られ、瑞穂市では PR 動画にまんぼを取り上げるなど観光資源化に取り組んでいる。大垣市でも樽見鉄道東大垣駅付近や養老鉄道沿線でまんぼが見られる。多くの場合、まんぼは歴史的建造物に興味のある観光客やトンネルマニアなどに向けた観光資源という側面を持つ。しかし、当プロジェクトではまんぼをフォトジェニックスポットという視点でインスタグラムのフィルター加工を用いながら発信した。

第 3 章 活動成果と課題

第 2 章では、2018 年度の情報発信活動の内容について報告した。本章ではこれらの活動についての振り返りとして、その成果と課題についてまとめていく。

第 1 節 目標

そうだ！大垣へ行こう！ではアカウントのフォロワー数を目標数値とした。昨年度は Facebook ページがいいね数 80、平均閲覧数 40 であった。今年度はそれぞれ 2 倍を目指した。

第 2 節 成果

2019 年 3 月時点で Facebook ページのいいね数は 101 件、平均閲覧数は 64 件と昨年度よりも増加した。カテゴリー別平均閲覧数（表 2）ではメインの飲食店取材の閲覧数が堅調である。Twitter やインスタグラムもフォロワー数は増加しており、特にインスタグラムは今後 Facebook に続く情報媒体になり得ると考えられる。しかし、目標である 2 倍を達成するには至らなかった。

表 2 Facebook ページカテゴリー別平均閲覧数

カテゴリー	平均閲覧数
飲食店取材	69
出張版	65
その他	58

数値以外の成果として SNS 上で様々な感想やご意見をいただいた。閲覧者だけでなく、取材を行った店舗からや中心市街地の店舗からも感謝の言葉や情報発信の依頼をいただくなど大垣市内での認知度は昨年度よりも上がっている。

情報発信の依頼では郭町にある人形の石川さんから「起縁プロジェクト」という人形を節句の時だけでなく、受験や発表会など日々の暮らしの中でも願掛けとして飾ってもらうことを推進する活動で 2 月 1 日にプロジェクトに参加している人形店が SNS で動画を一齐配信するというのでそうだ！大垣へ行こう！にも拡散の依頼をいただき、Facebook で共有という形で協力した。今後も依頼があれば積極的に取り組む方針である。

SNS での反応だけでは目的である実際に大垣市中心市街地に来ていただいたかが分からないことから Google フォームを使い、一週間 SNS で利用アンケートを呼びかけた。その結果 6 人から回答をいただき、そうだ！大垣へ行こう！の利用状況や新たな課題が見つかった。

問 1-閲覧者の傾向

「大垣市に在住の方ですか？」という質問では 8 割が岐阜県在住の方でそのうち半数が大垣市内在住の方だった。一方で県外の閲覧者は 6 人中 1 人とどまった。原因はそうだ！大垣へ行こう！自体の広報を岐阜県内のみで行ったからだと考えられる。

問 2-関心のあるコンテンツ

「そうだ！大垣へ行こう！で情報発信をしているものの中で特に興味のある情報はなんですか？」という質問では「飲食店取材」という回答が約 7 割と圧倒的に多かった。その次に元気ハツラツ市など大垣市中心市街地のイベント情報が 3 割と続いた。食育レストランや商品開発プロジェクトなどマイスター倶楽部の広報と回答した方はおらず、マイスター倶楽部の活動に関心を持ってもらえるような情報発信の余地がある。

問 3-情報が観光に役立っているか

「そうだ大垣へ行こう！の情報をみて大垣市や店舗へ出向かれたことはありますか？」という質問では 3 分の 1 がそうだ！大垣へ行こう！での情報を参考に大垣市に行ったという回答でそのうち 1 人が取材を行った飲食店に行ったという回答があった。この結果から情報発信が大垣市内観光の参考になっていることが分かった。その他の回答は「閲覧のみ」が多いが、これは大垣市内在住の方が多いためと考えられる。

第 3 節 課題

活動を総括した上での課題は目的との乖離、周知不足が挙げられる。元気ハツラツ市で行われた商品開発プロジェクトによるアンケートでは SNS から知ったという回答もあったが、新聞には大きな差があるなど発信力が弱く若者向けの情報媒体にもなり得ていない。当プロジェクトで行った利

用者アンケートでは閲覧者の多くが大垣市内在住者で目的対象である観光客となる大垣市外の県内在住者や県外の閲覧者が少ないことからそうだ！大垣へ行こう！は大垣市民の情報媒体の役割を果たしているにすぎず、当初の目的から大きく離れているのが現実である。

また、利用アンケートでの「大垣駅前商店街のイメージをお聞かせください」という自由記述の質問では「シャッター街」という回答が多く寄せられ、そうだ！大垣へ行こう！が大垣市中心市街地に及ぼす効果として挙げている「大垣市中心市街地のイメージアップ」が未達成であることがわかった。チラシ等を活用した県外向けの広報活動を今後行い、課題解決に取り組みたい。

おわりに～今後の展望

今後の展望としては昨年度から構想しているフリーペーパー、マップの作成に取り掛かりたいと考えている。また、店舗に掛け合い Facebook のクーポン機能を利用したウェブクーポンの作成も行いたい。情報発信に関しては大垣市の観光案内や歴史に触れるなど情報の多様化を行い、より大垣市に来てもらいたくなるような情報発信を行っていくとともに、取材方法も密着取材などより深い情報を掘り下げられるよう努めたい。

参考文献

- ・ 大垣市「大垣市制 100 周年記念事業基本構想」
- ・ 「大垣市観光戦略指針」
- ・ 大垣市制 100 周年記念サイト
(www.ogaki/100th.com)
- ・ 国土交通省中国運輸局「観光産業における広域的エリアへの経済波及効果調査検討業務報告書」

2019（平成 31）年 3 月

商店街調査プロジェクト

岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

<2018年度メディア掲載情報（一部抜粋）>

1. 全体「20周年」について

・「中日新聞」2018年12月17日

みのひだるホ 「地域に関わりながら役に立ちたい」

大垣駅前商店街の活性化を指し、大垣市東外側町に拠点を置いて活動している岐阜経済大「食育レストラン」が、今年で発足から二十周年を迎えた。季節ごとの催しなど設立当初から続々事業に加え、市内の飲食店と協力した新たなプロジェクトも生まれ、学生ならではの視点を生かした活動を続けている。

（服部 桃）

十月初旬、同市内の大学構内の一室に、昼休み中の学生十人ほどが集まっていた。本年度のプロジェクトは「食育レストラン」。「まちなかトリズム」。

「商店街調査」を「ぞうじ大垣」に行こうの四つ。半月後に控える中間報告会に向け、グループごとに準備状況を話し合った。

大垣駅前商店街の物件二百十六件を対象に、広さや利用状況などを調べている商店街調査グループは、これまでの調査をまとめたスライドを検証していた。このグループはこうした方がいいんじゃないか。物件の改装プランも、学生なりに考えているという。

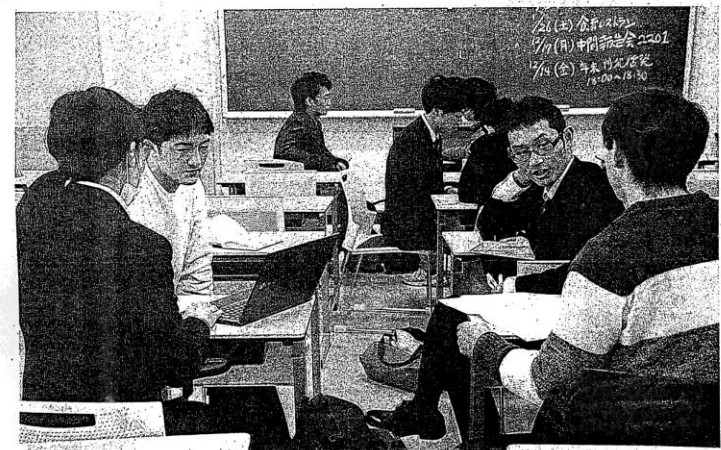
●40人ほどが所属

マイスター倶楽部には一三三年生を中心に四十人ほどが所属する。四月六月に地域の現状を調べ、十二月ごろまで企画を実行し、年度末に活動報告をまとめる。学生たちが関心のある事例を地域の課題と結びつけて研



学生目線 駅前に活力

岐経大マイスター倶楽部 活動20年



中間報告会に向けて準備状況を話し合う学生たち＝大垣市の岐阜経済大で



岐阜支社
〒500-8875
岐阜市柳ヶ瀬通一丁目12番地
058(265)0191
Fax(262)8706
(販売)(265)0265
(広告)(266)4791
(事業)(265)0267

多治見支局
0572(22)3121
Fax(23)5331

大垣支局
0584(78)2030
Fax(74)6460

高山支局
0577(32)0350
Fax(34)5215

関支局
0575(22)3234
Fax(24)3939

ご意見は読者センターへ
052(221)0800
Fax(221)0819
Eメール
center@chunichi.co.jp
掲載写真を購入希望の方は
最寄りの中日新聞販売店へ

今年、特に大きく展開してきたプロジェクトが、同市東外側町の老舗料亭「四鳥」と連携した「食育レストラン」。集まってくる中学生以下の子どもたちに食事を用意するだけでなく、調理師がコンプや煮干しからだし作り方を指導。学生によるかつお節削りの実演もあった。みそ汁一つをとっても味が違い、子どもたちは「おいしい」と喜んだ。

スタートした当初は、商店街での子どもたちの居場所づくりが主な目的だったが、その後は

●次々と成果出す

部の発足は一九九八年十月。中心市街地活性化法を含むさまざまな取り組みを推進してきた。卒業生で、学生たちを間近で見守るコーディネーターの小川尚紀さん(三三)は「卒業後に地域で活躍するような仕事を、学生も多い」と話す。

現在の代表は同大経済学部の菊本舞舞教授(三三)。十年ほど前に引き継いでから「地域に関わりながら役に立ちたい」「地元を輝かせるために地域づくりの担い手になりたい」との思いを抱いて倶楽部に入ってくる学生たちを見てきたという。

商店街など地域の関係者からは、活動の効果を認める声も聞く。「継続的に関わっていくことで、この街はまだ可能性があるという(関係者の)誇りにつながってほしい」と話している。

来春からは大学の名称が「岐阜協立大」になるなど、将来的には体制が変わっていく可能性もあるが「意欲のある学生がいる限り、地域との連携を進めるスタンスは変わらず大事にしていく」と強調した。

よりたくさんの子もたちに参加してもらおうと「食育」に重点を置いた。無料通信アプリ「LINE(ライン)」のアカウントを設けるなど広報にも力を入れる。三年の川合誠さん(三三)は「できれば西濃地域の全小中学生に関わってほしい」と目標を語る。

恒例行事も多い。大垣駅通りで毎月第一日曜日に開かれる「元気ハツラツ市」では運営スタッフとして走り回り、二月の駅前商店街の餅つき大会は地元と協力して実施。幼い頃に餅つきに参加し、大学生になって倶楽部の一員として運営に携わった学生もいた。卒業生で、学生たちを間近で見守るコーディネーターの小川尚紀さん(三三)は「卒業後に地域で活躍するような仕事を、学生も多い」と話す。

現在の代表は同大経済学部の菊本舞舞教授(三三)。十年ほど前に引き継いでから「地域に関わりながら役に立ちたい」「地元を輝かせるために地域づくりの担い手になりたい」との思いを抱いて倶楽部に入ってくる学生たちを見てきたという。

商店街など地域の関係者からは、活動の効果を認める声も聞く。「継続的に関わっていくことで、この街はまだ可能性があるという(関係者の)誇りにつながってほしい」と話している。

来春からは大学の名称が「岐阜協立大」になるなど、将来的には体制が変わっていく可能性もあるが「意欲のある学生がいる限り、地域との連携を進めるスタンスは変わらず大事にしていく」と強調した。

2. 食育レストランおよびまちなかツーリズム商品開発

- ・雑誌「蛭雪時代」2018年6月号
- ・「岐阜新聞」2018年5月
- ・「中日新聞」2018年6月1日
- ・「岐阜新聞」2018年8月
- ・「岐阜新聞」2018年8月31日(ラクレットチーズ古地鶏ドッグ)
- ・「中日新聞」2018年8月31日(ラクレットチーズ古地鶏ドッグ)
- ・「大垣ケーブルテレビ」2018年10月27日取材
- ・「岐阜新聞」「素描(料亭四鳥社長 津谷秀次郎さん)」2019年1月17日、24日、31日

3. もちつき大会

- ・「大垣ケーブルテレビ」2019年2月3日取材
- ・「中日新聞」2019年2月
- ・フリーペーパー「おおがき咲楽3月号」

子どもたちが杵をふるう餅つきイベント

「ヨイショー!ヨイショー!」と威勢の良い掛け声がかかる中、大きな木の臼と杵で昔ながらの餅つきを体験する子どもたち——こんな光景が見られたのは、2月3日、大垣駅通りの新大橋で開催された「第21回大垣駅前もちつき大会」です。

同大会は、駅前商店街をはじめとする大垣市中心市街地を盛り上げるために、岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部と大垣駅前商店街振興組合が共同で開催。同倶楽部の設立当初から続けられているイベントで、今年で21回目を迎えました。

また、自宅でお餅をつく習慣がなくなってきた現代、子どもたちに貴重な体験を提供し、商店街



第21回 大垣駅前もちつき大会

今日ご紹介するのは

今では見ることが少なくなった餅つきを、大垣駅通りで多くの子どもたちが体験! つきたてのお餅の美味しさは格別でした。

取材協力
岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部
大垣市東外側町2-6広瀬第1ビル1階
Tel.0584-81-3816
大垣駅前商店街振興組合

つきたてのお餅を食べよう!

子どもたちがついたお餅は、岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部の学生たちによって小さくちぎられ、イベントに集まった人たちにぜんざいやお雑煮として振る舞われました。もちろん、子どもたちも早速、お味見!



熱々のぜんざいや雑煮を提供



あつという間に行列ができました。



大垣駅前商店街振興組合の皆さん。材料等を提供している。



科学四鳥から提供されたお雑煮。



金線園総本家から提供されたぜんざい。



もちっただーい!



近隣の子どもたち。



おいしいよー!



もちつき大会の主催者

岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部の皆さん。当日は十数人の学生が参加

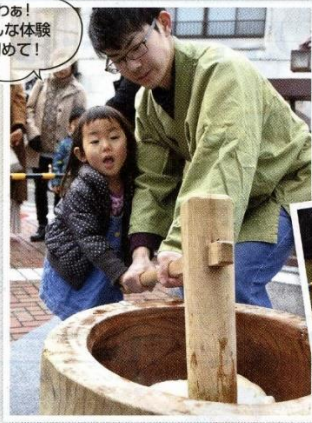


つきたてのお餅は熱くて、ちぎるのが大変!でも、皆さんのおいしい笑顔がたくさん見れてうれしかったです!

子どもたちのもちつき体験

大きな臼の前に立った子どもたちは、おっかなびっくりに餅つきを開始。岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部の学生に手伝ってもらいながら、重い杵と一緒に振り下ろし、貴重な体験を楽しみました。

わあ！
こんな体験
初めて！



ヨイショ〜！
ヨイショ〜！



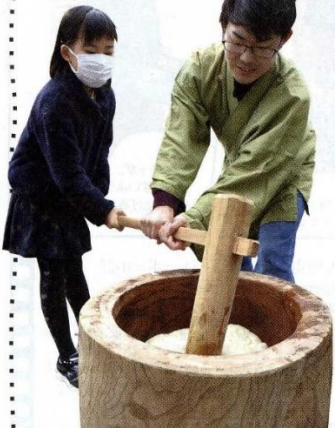
ナニこれ？
楽しいね！



思いっきり杵を振り下ろすのがコツだよ！



私は毎年参加しているよ！餅つき大好き！



お母さんの良い思い出。



※お餅はあらかじめ学生たちがついておき、仕上げとして子どもたちが体験を楽しむ方式

<2018 年度マイスター倶楽部 活動一覧>

<定期的な活動>

1. 通年 マイスター倶楽部学生運営会議を開催
2. 各月 マイスター倶楽部全体会を開催
3. 2018-04-04 岐阜経済大学入学式で活動紹介 & 新メンバー勧誘
4. 2018-04-25 新入生向けにマイスター倶楽部活動紹介
5. 2018-04-27 新メンバー向けオリエンテーションの実施
6. 2018-05-14 マイスター倶楽部新メンバー歓迎会の開催
7. 2018-06-25 マイスター倶楽部 2018 年度企画発表会の開催
8. 2018-12-17 マイスター倶楽部 2018 年度中間報告会
9. 2019-02-03 大垣駅前商店街ともちつき大会の開催
10. 2019-03-12 マイスター倶楽部 2018 年度活動報告会の開催
11. 2019-03-19 卒業生送別会の開催
6. 2018-07-26 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 3 回検討会に出席
7. 2018-08-18 料亭四鳥とコラボレーションによる食育レストランの開催
8. 2018-08-27~29 商店街調査プロジェクトによる空き物件ヒアリング調査の実施
9. 2018-09-02、まちなかツーリズムプロジェクトによる「古地鶏ドッグ」の商品販売
10. 2018-09-28 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 4 回検討会に出席
11. 2018-10-27 料亭四鳥とコラボレーションによる食育レストランの開催
12. 2018-11-21 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 6 回検討会に出席
13. 2018-12-21 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 7 回検討会に出席し中間成果報告
14. 2019-01-26 料亭四鳥とコラボレーションによる食育レストランの開催

<協働型プロジェクト>

1. 2018-05-26 料亭四鳥とコラボレーションによる食育レストランの開催
2. 2018-05-28 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 1 回検討会に出席
3. 2018-05-30 大垣駅前商店街総会に出席
4. 2018-06-26 中心市街地商業活性化診断・サポート事業第 2 回検討会に出席
5. 2018-07-15 大垣市公設市場にて出張食育レストランを開催
1. 2018-04-08 元気ハツラツ市にスタッフ参加
2. 2018-04-19.20 たらい舟船頭練習の実施
3. 2018-04-21~大垣観光協会によるたらい舟にて、学生船頭として参加
4. 2018-05-06 元気ハツラツ市にスタッフ参加
5. 2018-05-09 .23 岐阜経済大学フレッシュマンエクスカージョンでまちなかロゲイニング実施

<依頼を受けて取り組んだ活動>

6. 2018-06-03 元気ハツラツ市にスタッフ参加
7. 2018-06-08 アクアウォークにおける防犯啓発活動
8. 2018-06-13 マイスター倶楽部ヒアリング対応
9. 2018-06-17 大垣水都ライオンズクラブフォトコンテストオリエンテーションの実施協力
10. 2018-07-01 元気ハツラツ市にスタッフ参加
11. 2018-07-18 水都まつり納涼レストラン会議に出席
12. 2018-07-20 高木ゼミによる豪雨災害募金活動への協力
13. 2018-07-22 岐阜経済大学オープンキャンパスに出展
14. 2018-08-03~05 大垣駅前商店街納涼レストランの実施協力
15. 2018-08-05 元気ハツラツ市にスタッフ参加
16. 2018-09-02 元気ハツラツ市にスタッフ参加
17. 2018-09-09 岐阜経済大学オープンキャンパスに出展
18. 2018-09-25,10-2,16,23 不破高校連携講座への実施協力
19. 2018-10-02 大垣市社会教育委員の会にてマイスター倶楽部活動紹介
20. 2018-10-06~大垣観光協会による秋のたらい舟にて、学生船頭として参加
21. 2018-10-06 岐阜経済大学オープンキャンパスに出展
22. 2018-10-10 大垣市芭蕉元禄イルミネーション実行委員会に出席
23. 2018-10-14 元気ハツラツ市にスタッフ参加
24. 2018-10-20 岐阜県コミュニティ診断士フィールドワーク
25. 2018-10-22 大垣駅前商店街との納涼レストラン反省会
26. 2018-10-30 香川大学からのヒアリング対応
27. 2018-11-04 元気ハツラツ市にスタッフ参加
28. 2018-11-11 大垣水都ライオンズクラブ主催フォトコンテストにて司会を担当
29. 2018-11-17,18 大垣市かがやきライフタウン秋のつどいにパネル出展
30. 2018-11-19 海津市青少年育成委員会主催中学生との情報モラルワークショップ実施協力
31. 2018-12-02 元気ハツラツ市にスタッフ参加
32. 2018-12-14 大垣駅前防犯啓発活動に参加
33. 2019-01-16 海津市青少年育成委員会主催中学生との情報モラルワークショップ実施協力
34. 2019-02-20 香川大学視察対応
35. 2019-03-03 元気ハツラツ市にスタッフ参加

<まちなか共同研究室マイスター倶楽部の概要>



2018 年度活動報告会にて

* 岐阜経済大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部とは？

マイスター倶楽部とは、地域社会を舞台にして学生が研究・実践活動に取り組む「まちなか共同研究室」です。当初は、大垣商工会議所の「空き店舗対策モデル事業」の一環として、1998年10月にスタートしました。その後、2006年2月には、大垣市、大垣商工会議所、大垣市商店街振興組合連合会、岐阜経済大学の4者により「中心市街地活性化のための4者協定」が締結され、さらなる連携を進めています。現在では、岐阜経済大学の学生約35名が運営に参加し、調査研究、イベント企画等、様々なプロジェクトに取り組んでいます。

【問い合わせ先／住所】

○マイスター倶楽部

〒503-0903 岐阜県大垣市東外側町 2-6 広瀬第一ビル 1階

TEL/FAX : 0584-81-3816 E-mail : meisterclub@rapid.ocn.ne.jp

○岐阜経済大学 地域連携推進センター

〒503-8550 岐阜県大垣市北方町 5-50

TEL: 0584-77-3505 (岐阜経済大学総務課) E-mail: soumu@gifu-keizai.ac.jp