

2019(令和元)年度

岐阜協立大学

まちなか共同研究室 マイスター倶楽部

# 活動報告書



2020(令和2)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、岐阜協立大学(旧岐阜経済大学)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、学生によるまちづくりプロジェクトを展開している。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2019年度の事業報告書である。

### 1. クリエイティブ・シティ研究事業

- ・コミュニティレストランプロジェクト..... 1
- ・情報モラルプロジェクト..... 11

### 2. 地域資源活用事業

- ・インバウンド調査プロジェクト..... 18
- ・まちなかツーリズム商品開発プロジェクト..... 29

### 3. 商店街調査・発信事業

- ・そうだ！大垣に行こう！プロジェクト..... 40

### 付 録

- ・2019(令和元)年度マイスター倶楽部活動一覧..... 48
- ・まちなか共同研究室マイスター倶楽部の概要..... 49

# 2019（令和元）年度

## コミュニティ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 企画背景と問題意識

#### 第1節 企画背景

#### 第2節 大垣市における食育への取り組み

#### 第3節 日本における食品ロスの現状

### 第2章 食育レストランの実施

#### 第1節 2019年度の計画

#### 第2節 7/26 農場訪問

#### 第3節 9/16 大安 DASH 村

#### 第4節 10/26 食育レストラン

#### 第5節 2/22 食育レストラン

### 第3章 ローカルフードサイクリング調査

#### 第1節 ローカルフードサイクリングとは

#### 第2節 先進事例

#### 第3節 大垣市環境市民会議へのヒアリング調査

#### 第4節 フードバンクぎふへのヒアリング調査

#### 第5節 大垣市におけるローカルフードサイクリングの構築に向けて

### 第4章 プロジェクトを通じた振り返り

#### 第1節 良かった点

#### 第2節 課題点

#### 第3節 改善点

おわりに

参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

はじめに

「コミュニティレストラン」プロジェクトはその前身である「食育レストラン」からプロジェクト名を変更して企画された。

「食育レストラン」では、子どもたちの「居場所」づくりと「食育」を目的として掲げてきた。これは、都市型マンションの開発に伴う居住人口の増加を予測して、子どもたちの「居場所」を作ろうとするものであること、また学生である“自分たちでもできることや教えられること”を考えた結果、「食育」に重点を置いた「食育レストラン」の企画に至ったのである。

特に今年度は、昨年度までの「食育レストラン」を踏まえ、「コミュニティ」に重点を置いた「コミュニティレストラン」を企画するに至った。よって本プロジェクトでは、「食育」をテーマとしたコミュニティづくりにより、参加者同士の緩い繋がりを作ることで、安心・安全な地域づくりに貢献する」ことを目的としている。

以上を踏まえ、本報告書では2019年度におけるコミュニティレストランプロジェクトの活動内容について報告する。本文の構成は次の通りである。第1章では、企画の目的とその背景について展開する。第2章では2019年度の活動内容のひとつである食育レストランの実践について報告し、第3章ではローカルフードサイクリングの調査について報告する。そして第4章でプロジェクトを通じた振り返りをし、最後に今後の展望についてまとめている。

### 第1章 企画背景と問題意識

本章では、なぜこのような企画を実施してきたのか、その企画の背景と問題意識について述べていく。

#### 第1節 企画背景

大垣市中心市街地では元気ハツラツ市や大垣まつりなどのイベント時は多くの来場者で

賑わうが、普段の中心市街地に反映されているとは言い難く、まだまだ日常的な賑わいを生み出すまでには至っていない。

日常的な賑わいとは一時的な来外客のみならず、地元の人々によって作られることになるだろう。だとするならば日常的な賑わいには人々の雑多な繋がり「コミュニティ」が必要ではないだろうか。すなわち、中心市街地にて様々なコミュニティが活性化することが、日常的な賑わいをもたらすことにつながると考える。

このような観点からマイスター倶楽部では、2016年度から2017年度までちょいみせを活用した学生によるカフェ出店を展開した。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。こうしたカフェ出店のねらいを発展させて実施したのが「子ども食堂」であった。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。しかし、「子ども食堂」という名称に「貧困世帯を対象とする」というイメージがあることが分かってきた。そこで、どのような家庭の子たちにも参加してもらいたいという思いから「食育」をテーマとする「食育レストラン」を実施していくことになった。誰しものが必要とし、あらゆる人の身近にあるもの、それは「食」である。

「食」について考えていくと、2005年に制定された「食育基本法」を始めとする「食育」という考え方に行き着く。よってこの企画では、「食育」にスポットを当てる運びとなった。

つまり、上記の理由で「食育」を一つのツールとして活用し、「食育」を通して人々を繋げることで「日常的な賑わいのベース」を生み出そうと考えたのである。

## 第2節 大垣市における食育への取り組み

繋がりを作る活動において、「食育」にスポットを当てるためには、まず大垣の現状を知る必要があると考える。そこで本節では、大垣市における食育の状況について現状を確認していきたい。

「大垣市第3次食育推進計画」のアンケート調査<sup>1</sup>によれば、家族全員での食事（共食）について、週に「1日以上」家族全員で夕食をとる割合は約81.3%（20歳未満～70歳以上）である。その中で「毎日」は50歳代までが約20%前後となっている。この背景には核家族化や、共働き世帯の増加など社会経済的状況の変化がある。

また、農業体験のある小中学生は合わせて50～60%程度、地域の農産物を知っている人の割合は74%、地域の農産物を利用している人の割合は45.1%で、前回調査（平成24年度）よりも減少している。他にも、食べ残しを減らす努力をしている人の割合は49.8%で、前回調査とほぼ同じ割合だ。

食育に「関心がある」「どちらかと言えば関心がある」を合わせた割合は69%で、理由は「子どもの心身の健全な発育のために必要だから」が63.4%、次いで「生活習慣病の増加が問題になっているから」が57.7%、「食生活の乱れが問題になっているから」が49%となっている。

課題として、「1.若い世代を中心とした食育の推進、2.多様な暮らしに対応した食育の推進、3.健康寿命の延伸につながる食育の推進、4.食の循環や環境を意識した食育の推進、5.食文化の継承に向けた食育の推進」などが挙げられている。

このように、第3次食育推進計画から見える大垣の現状は、心身の健全な発育や生活習慣病などの直接的な問題には「食育」への関心が高いのに対し、食品ロスや地産地消と言った間接的な問題には「食育」への関心が低いことが分かる。ゆえに大垣市ではこの間接的な問題に力を入れる必要があるのではないだろうか。

## 第3節 日本における食品ロスの現状

国際目標であるSDGs（持続可能な開発目標）に貧困や飢餓を無くすと言った目標を掲げられている。逆に日本では食品ロスのように食べられるのに捨てられる食品が問題視さ

<sup>1</sup> 「大垣市第3次食育推進計画」（2018年3月）より  
<https://www.city.ogaki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000001/1716/shokuikukeikaku3.pdf>（最終閲覧日2020年3月）

れている。よって、大垣でもこの問題を取り上げるべきではないかと考える。

農林水産省によれば、「食品ロス」は国内（平成 28 年）で年間 643 万トンと推計されている。その内、家庭系では 291 万トン、事業系では 352 万トンである。前年度（平成 27 年）は年間 646 万トンで、家庭系が 289 万トン、事業系が 357 万トン<sup>2</sup>である。

このデータによれば、事業系食品ロスが 5 万トン減っているのに対し、家庭系食品ロスは 2 万トン増えていることが分かる。事業系と比較して家庭系への働きかけが弱い、または効果が薄いことを示唆しているため、家庭を対象とした働きかけが必要だと考える。例えば、飢餓や貧困についての現状等を知り、食品ロスと対比させて考える事で家庭へ食品ロスの意識を高めることが出来るのではないだろうか。

このように本プロジェクトでは、「食育」や「食品ロス」の問題についても取り扱うことで、総合的に社会的課題の解決につながるような試みを展開していこうというねらいがある。

## 第 2 章 活動内容の報告

本章からは、2019 年度における具体的活動の詳細について報告をしていく。活動内容としては、①「食育レストラン」の開催、②「ローカルフードサイクリング」に関する調査の大きく 2 つを挙げる事ができる。本章では上記の①について報告する。

### 第 1 節 食育レストランの実施

食育レストランは、親子を対象に、料亭四鳥による本格和食料理を無償提供することにより、日本食における伝統的な出汁（だし）の味や文化を伝えることを主なテーマに開催してきた。本節ではこの食育レストランの 2019 年度企画実践について述べていく。

#### 第 1 項 2019 年度の計画

今年度は特に食材の提供先を多様化させ、農園から提供された食材を使って料理を提供

することに新たに進めた。具体的には、大垣警察署と連携し、大安 DASH 村<sup>3</sup>での農業体験で育てた作物を、食材提供して貰い、その食材を使った料理を食育レストランで提供することを試みた。加えて、後述するローカルフードサイクリングの調査で関係を作った「フードバンクぎふ」からの食材提供で食育レストランを開催することを計画していた。

#### 第 2 項 7/26 農場訪問

新たな食材提供先を検討するために、2019 年 7 月 26 日、神戸町の農家を訪れお話を伺った。神戸町における農業の状況について聞いたほか、所有されている圃場を案内していただいた。

写真 1 圃場見学の様子



#### 第 3 項 9/16 大安 DASH 村

2019 年 9 月 16 日、大安地区少年警察ボランティア協議会及び岐阜県大垣警察署が実施している大安 DASH 村に参加し、子どもたちの農作業のお手伝いを実施した。この中で 10 月 26 日に予定していた食育レストランのチラシを配布し、参加を呼びかけた。

写真 2 大安 DASH 村参加の様子



<sup>3</sup> 大安地区少年警察ボランティア協議会及び岐阜県大垣警察署が実施している、地域の子どもの対象とした農業体験活動である。2019 年度は神戸町の農家の協力のもと実施された。

<sup>2</sup> 農林水産省ホームページ「食品ロスとは」より  
[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/161227\\_4.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_4.html)（最終閲覧日 2020 年 3 月）

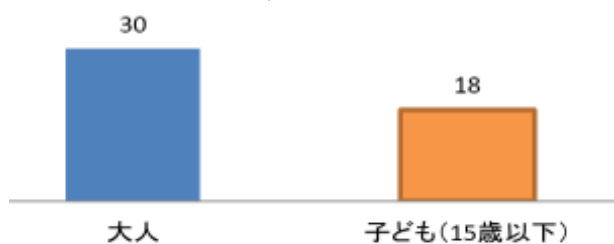
#### 第4項 10/26 食育レストラン

大安 DASH 村とコミュニティレストランが協力し、2019年10月26日に「食育レストラン」開催した。テーマを「大安 DASH 村の採れた野菜」とし、場所は岐阜協立大学の食堂を使用した。

今回の食育レストランの目的として、一つ目に日本食に欠かせない出汁の体験・継承などの「食育」、二つ目に他者との繋ぎ役としての活動、三つ目に「地産地消」を意識し「食」の流れを身近に感じてもらうことである。

当日は、大安 DASH 村の収穫体験で採れたサツマイモが食育レストランに提供され、食育レストランで料理として提供した。収穫体験に参加した親子連れも招待し、合計で48名ほどの参加があった。大人が30名、子ども（15歳以下）は18名という内訳であった（図表1）。

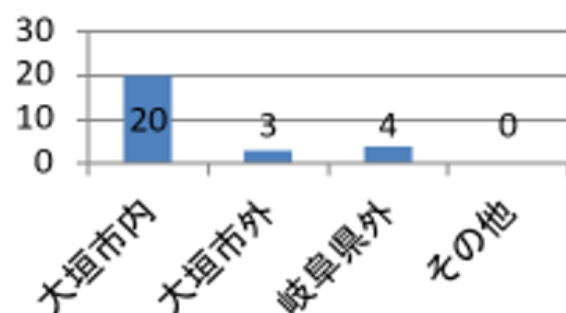
図表1 10/26 食育レストランの参加者



食育レストランでは、料理提供の他に参加者へのアンケート調査を実施している。ここからは食育レストラン開催時に収集したアンケート調査について報告する。なお、アンケートに答えてくれた人数は大人を中心に27名であった。

最初に「何処から来ましたか？」という質問では大垣市内が多かった。市外・県外の人については別の用事で居合わせた、または大安 DASH 村の関係者である。

図表2 参加者の居住地



“他の食に関する活動に参加したことがあるか”という質問には、「はい」と回答した人が5人、「いいえ」と回答した人が21人という結果になった。考察として、「いいえ」の回答が非常に少ないが、食育レストランに参加していることから関心が低いとは考え難い。そのため、大垣において食育レストランのような体験型の活動が少ないのではないかと考えられる。

“食育レストランをきっかけに知り合った人はいるか”という質問には（図表）、「はい」が8人、「いいえ」が18人という結果になった。考察として、イベント参加者は家族や友人で満足していて、他の参加者と交流することに繋がらないのではないかと考えられる。よって共同のために主催者側は、イベントに参加した人達が交流する仕組みを作ることが必要であると考えた。

以上10月26日開催の企画は、食育レストランの「居場所」と大安 DASH 村の「居場所」を繋げる活動でもあったと言えるだろう。なお本活動は岐阜新聞に掲載されている（図表3、4）。

#### 第5項 2/22 食育レストラン

2020年2月22日に食育レストランの開催を予定していたが、都合により中止となったため、企画の概要のみ報告する。

テーマを“湯豆腐×昆布出汁＝相性の良い日本の料理”として、豆腐をメインにした献立を考えていた。

昆布などに含まれる栄養素（ヨウ素）を取る過ぎることにより障害が起こるのだが、大豆製品はそれを中和する効果があるという日本食の「知恵」がある。こうした食べ合わせの知恵についての「食育」活動を行うことを予定していた。具体的には、湯豆腐（大豆製品）と昆布の食べ合わせが、なぜ相性が良いのかを調べ、参加者に説明することによる食育活動を展開することを考えていた。

また、繋がりを作る活動において構築したフードバンクぎふとの協力関係を生かし、フードバンクぎふからの食材提供を受けて、まちなか共同研究室マイスター倶楽部を会場として実施予定だった。なお、参加対象は親子を中心とし、先着50名とする予定だった。



図表3 岐阜新聞 2019年10月30日朝刊 ↓

2019.10.30 岐阜新聞 朝刊 22頁

第3種郵便物認可 岐阜 県

# 開村10年 農業で心に実り

## 「大安DASH村」青少年育成支援

**西方見聞録**

農作業を通して青少年の思いやりの心を養い、居場所づくりにつなげる活動「大安DASH村」が10年目を迎えた。主催する大垣市と大垣地区少年ボランティア協議会の関係者は「家や学校以外の世界を用意することで、青少年の未来を担いたい」と取り組みの意義を強調する。

(柴田洋希)

活動の始まりは2010年。たばこや外出の問題を抱えた青少年の健全育成を狙い、継続的な立ち直り支援をしようと考え、農業を利用した他県の事例を参考に、同書の

少年ボランティアで農家が多かったことから、すくなく「開村」。大垣市と大垣地区の活動は年間を通じて4回。5月の初めに同郡神戶町の「ニールハウス」でサツマイモの収穫を先行し、第3回の今月26日はサツマイモ掘りなどに汗流した。小中学生やボランティアら約30人は約200平方メートルのハウスで職員や少年警察ボランティアと共に笑いながら30分ほどかけて約60kgを収穫した。ハウスを提供する同ボランティアの高橋剛さん(61)は「普段は接することのない世代のコミュニケーションを促すことが、世間の広さを教えられるという目標を掲げた。近年ではますますこの場にしてもらって、地域の子どもや大学生にも輪を広げている。大きなサツマイモが取れて良かった。」

### 大垣署など 地域交流の場に活動拡大

岐阜協立大学の「まちなか共同研究室」マスター倶楽部の学生が収穫したサツマイモを手渡す。大安DASH村の参加者「安八郎神戶町御嶽」

「おいしい」と笑顔で作業に取り組んでいたのは大垣市羽衣町の中学3年の井出菜々美さん(14)。小学5年の頃から参加し、作業を通して「自分で育てたものが大きくなるのが楽しい」と喜びが好ましくなっていた。肉肉だった性格が変化し、パレ部の活動に打ち込みスポーツ少女になった。母の美千代さんは「言葉遣いが柔らかくなり、人に優しくなった」と成長を喜ぶ。

サツマイモの収穫は地域社会の活性化に携わる岐阜協立大学の「まちなか共同研究室」マスター倶楽部の学生も駆け付けた。収穫したサツマイモは、同校が取り組む地産地消に「かわつた食のイベント「食育レストラン」の食材として提供された。

12月には、活動の締めくくりとして収穫した野菜を使って調理を楽しむ「感謝祭」を予定している。同書生協会の山本真由美さんは「地域のさまざまな人に来てもらうのを目的として、悩みや不安を抱える子どもたちのより、居場所としていきたい」と期待を込めた。

写真3~5 当日の様子



図表4 岐阜新聞 2019年11月02日朝刊 ↓

# 学生考案、和のメニュー

## 岐阜協立大生 料亭四鳥と協力、提供

大垣市東外側町の老舗料亭四鳥と同市北方町の岐阜協立大学の学生が共同で開発した和食を振る舞う「食育レストラン」が同大であり、来場者は本格的な和食を楽しむながら食事の大切さなどに触れた。

市内の商店街活性化に取り組む

学生団体「岐阜協立大学まちなか共同研究室」マスター倶楽部が、地産地消や伝統的な和食について知ってもらおうと昨年開催。学生たちが考案したテーマや食材を基に、四鳥が調理している。

今回は「採れたて野菜」をテーマに、サツマイモ入りの豚汁や、県内の特産品「奥美濃古地鶏」を使った唐揚げなどを盛り込んだ特製メニューを100食限定で提供。家族連れらが味わい、楽しいひとときを過ごした。

神戶町高田の「高田咲濃さん(7)」と大垣市本今の「三好柚稀さん(8)」は「豪華でびっくりした。特に豚汁がおいしかった」と喜んでいました。

(柴田洋希)

地産地消や和食について知ってもらおうと開かれた「食育レストラン」

大垣市北方町、岐阜協立大学

図表5 10/26 のチラシ

2019年10月26日(土)

11:00 ~ 14:00

大安ダッシュ村で収穫した野菜を調理します。

無料/限定100食/先着順/

料亭 四鳥

岐阜協立大学まちなか共同研究室マスター倶楽部コラボ企画

# 食育レストラン

薩摩芋の豚汁 かつお節ごはん 奥美濃古地鶏しゃがみ出し巻き玉子など

場所 岐阜協立大学内 学生食堂 大垣市北方町5-50

駐車場

QRコード

食育レストランのラインアカウント

調理: 料亭四鳥 YONTORI (よんどり)

食材協力: (株)大光 岐阜アグリフーズ(株) 大垣地区少年警察ボランティア協議会

企画構成: 岐阜協立大学まちなか共同研究室 マスター倶楽部

\*運送費の一部は、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



### 第3章 ローカルフードサイクリング調査

本プロジェクトにおける二つ目の活動がローカルフードサイクリングに関する調査研究である。ここでは本章では、ローカルフードサイクリングに関する先進事例や大垣市におけるローカルフードサイクリングの現状について調査した結果について報告していく。

#### 第1節 ローカルフードサイクリングとは

グローバルな視点で見た場合、日本は大量の食料輸入をしており、外国産の食料に支えられながら大量の食品を廃棄している実態があり、これが日本における大きな食の社会問題となっている。これらのことから食育レストランもこの問題に何かできることを模索していこうと考えた結果、ローカルフードサイクリングという発想に至った。

先に挙げた問題を解決するには社会全体の行動が必要になるが、それは個人や小さな団体が行う活動としては大きすぎるため難しいだろう。そのためより小さな単位＝ローカルでの解決を目指すべきだと考える。そして食の社会問題の克服には持続していく必要で、そのためには「循環」する仕組みが必要である。この考えがローカルフードサイクリングである。図表6はローカルフードサイクリングを視覚化したものである。

図表6 ローカルフードサイクリング



出所：特定非営利活動法人 循環生活研究所「たのしい循環生活 持続可能な栄養循環がわたしたちの生命を支える」  
<https://www.jun-namaken.com/>(最終閲覧日 2020年3月)

より

食育レストランはこの図で言う「食」の活動をしてきた。そして、これからはこのサイクルをローカルで回す「コミュニティ」の視点、食品ロスを減らし物質循環と地域内経済循環をもたらす地産地消など、ほかの視点も取り入れてみたいと考えている。

その上で参考に行っているローカルフードサイクリングについて、先進的に行っている団体の活動を踏まえながら述べていく。

#### 第2節 先進事例

ローカルフードサイクリングを先進的に行っている団体が特定非営利活動法人「循環研究生活所」である。本団体は、福岡県福岡市にあるアイランドシティを拠点に活動しており、地域で循環型社会を実現するための調査・研究・提案を行っている。この団体が特に力を入れているのが、食料の地域循環を可能にするローカルフードサイクリングの取り組みである。

ローカルフードサイクリングとは、循環生活研究所が独自に開発した「ダンボールコンポストをコミュニティ化することで、生ごみを起点とした資源循環の輪を住民で作上げていくもの」である。ダンボールコンポストとは、ダンボールにもみ殻などを炭化させたものと生ごみを入れて作る堆肥である。時間の経過によってこの生ごみが土に居る微生物に分解され、土の栄養として堆肥化する。また、ダンボール使用するメリットとして、安価であることや生ごみの水分を外に発散させることができ、多くの生ごみを入れてもかさ張らないなどがある。

次に、ローカルフードサイクリングを実現する各要素、流れを見ていく(図表6参照)。出発点は、家庭で発生した生ごみをダンボールコンポストに使用することで堆肥化させるところから始まる。通常型のコンポストでは3か月に一回の頻度で基材を交換するのが、循環生活研究所では一週間に一回コンポストカーと呼ばれる自転車に乗ったスタッフが基材の回収と交換を行うのだという。その回収した基材を循環生活研究所が運営する菜園であるコミュニティガーデンで使用する。そして、運営する菜園で野菜を育て、収穫した野



菜などを地元のマーケットで販売することで資源循環を作り上げているのである。

ローカルフードサイクリングが機能し普及することのメリットが二つある。一つ目は、社会問題の解決に貢献できることである。例えば、ごみが減量することでごみを処理する焼却コストを減少させることができる。仮に循環生活研究所の拠点で住民の3割がローカルフードサイクリングに取り組みれば、11.5億円の税金を削減することが可能であるとされている。二つ目は、食料、経済、人の繋がり、教育、福祉などのテーマを包括する持続可能な地域づくりができる。例えば教育では、高校、大学の授業の一環として地産地消を学ぶ場を提供している<sup>4</sup>。

しかし、なぜローカルフードサイクリングは機能することができるのだろうか。それには三つの要因がある。一つ目は各取り組みをコミュニティ化したことである。ダンボールコンポストを通じて人と人が繋がり、関係できることで安心して関わるができる。二つ目は地域住民が気軽に参加可能であるということである。地域住民は生ごみを捨てず、ダンボールコンポストに入れて手入れをするだけで済む。この気軽に取り組める活動だからこそ多くの人の協力を得られ、ローカルフードサイクリングは機能している。三つ目は半径2kmの単位で展開していることである。この半径2kmというのは、顔が見える、自転車で回れる距離である。まずは小さな単位で取り組み、それが次第に他の地域で普及することをローカルフードサイクリングは目指しているため、小さな単位で循環するのに適した範囲であることが成功の要因であるとされるのである。

以上、ローカルフードサイクリングの考察としては、循環生活研究所が各取り組みを繋げる役割を果たしていることが大きな成功の要因ではないかと考える。繋げる、間に入る人や団体があることでサイクルが回り、取り組みが持続していくのだと考える。

### 第3節 大垣市環境市民会議へのヒアリング調査

それでは大垣におけるローカルフードサイクリングの現状はどうなのだろうか。大垣市でダンボールコンポストの活動を展開しているのは、大垣市環境市民会議<sup>5</sup>のダンボールコンポストプロジェクトである。

この状況を把握することを目的に、2019年11月11日エコステージ大垣にて、ダンボールコンポストの取り組みを大垣市内向けに取り組んでいる大垣市環境市民会議ダンボールコンポストプロジェクトの代表である傍島潤子氏にヒアリング調査を実施し、プロジェクトの活動概要や大垣市内のダンボールコンポストの普及具合について主にお話を伺った。

#### 写真6 環境市民会議ヒアリングの様子



ダンボールコンポストプロジェクトの活動として、主な活動は以下の四つにまとめられる。一つ目は大垣、大垣市外向けのダンボールコンポストの普及のための講演活動、二つ目は大垣市内の学校向けの環境学習の展開、三つめはダンボールコンポストの出荷業務であり、ダンボールコンポストは2015年には出荷数が2万個を突破している。四つ目はコミュニティガーデン「でんでん畑」の運営である。これはダンボールコンポストで堆肥化した基材を各家庭から直接持ち込み、それを活用して野菜などを育てるものであり、ローカルフードサイクリングにおける「菜園」の役割も担っている。

<sup>4</sup> たいら由以子「半径2kmでつくる食循環のすすめ - Cardboard Box Composting | Yuiko Taira | TEDxFukuokaLive」参照  
<https://www.youtube.com/watch?v=eNvRVHy4Nhs&t=14s> (最終閲覧日 2020年1月)

<sup>5</sup> 大垣市環境基本計画を推進するために2001年に設立された市民活動団体の事である。大垣市の個人・団体・事業者・行政が協働して、様々な環境プロジェクト活動を展開している。

大垣市でダンボールコンポストを実践する中で抱える課題について学生が質問をすると次の四つの課題が明らかになった。一つ目はダンボールコンポストの出荷数の伸び悩みである。主な原因として新規利用者、継続率の伸び悩みが挙げられる。二つ目はコンポストの回収がローカルフードサイクリングのように発展していないことである。そのためコンポストを普及させることはできてもそれを自分たちで回収ができていないのが現状だ。三つ目は菜園の確保不足である。基材を集約する菜園が現状では「でんでん畑」と呼ばれる菜園のみである。また、菜園の確保不足には活動の人手が足りない、特に若い世代の人手がない事があり、四つ目の人手不足が絡んでいる。よって規模を拡大するのが難しいことがヒアリングを通して明らかになった。

ヒアリングの結果、私たちは商店街向けにもっとコンポストを普及させる必要性・可能性を感じた。受け入れ先を拡大出来れば、大垣の商店街には飲食店が多くあるため、コンポストを使用して発生する食料廃棄物を削減できる。そこで、協力を仰ぎ、まずは商店街向けにコンポストの必要性について説明する場を設けることができれば良いのではないかと考えている。

#### 第4節 フードバンクぎふへのヒアリング調査

次に、食品ロスと地域問題の解決に向けて取り組んでいる「フードバンクぎふ」の取り組みについて考える。なお「フードバンク」とは、「安全に食べられるが包装の破損や過剰在庫、印字ミスなどの理由で流通に出すことのできない食品を企業などから寄贈を受け、必要としている施設や団体、困窮世帯に無償で提供する活動団体」<sup>6</sup>であるとされている。

2019年10月27日まちなか共同研究室にて、食品ロスや地域課題などの問題の解決に向けて取り組みを行っている「フードバンクぎふ」にヒアリング調査を実施した。食品ロスの現状やフードバンクぎふの活動概要、課

題についてフードバンクぎふで活動されている稲垣氏と井手上氏にお話を伺った。

#### 写真7 フードバンクぎふヒアリングの様子



フードバンクぎふの活動背景、目的としては、「総中流社会」から「格差社会」への社会変化、超高齢社会、シングルマザーの増加など家族形態の変遷、食品の廃棄にもったいないの風潮などの社会変化が活動背景としてある。そこで、フードバンクぎふでは、貧困や食品ロスの削減を目指して活動をしている。

フードバンクぎふでは、1年で推計30万トンの食品数量を扱っており、食品配布件数として定常的な利用者が約300件あり、単発的な利用者は約50件である。その他に子ども食堂や学習支援団体が10体ある。

提供者から利用者との無償引き取りから無償配布までをフードバンクぎふが行っており、農園から出た規格外品や企業から出た食べ物を無償引き取りし、配布している。

主な事例としては、「堀田農園」から規格外品などの提供された農産物を配布している。その他として、「コストコ」のパン、「棚橋食品」の豆腐・油揚げ、「東海コープ」の端数冷蔵食品などの提供があり、配布している。

さらに、ヒアリング調査ではフードバンクぎふが活動をする中で直面している問題についても聞くことが出来た。まず、問題として挙げられたのは「知名度が低い」という点である。知名度が低いことにより需要が偏るため、配布先がない食品が倉庫で余るなどの問題がある。次に「人手不足」という問題である。特に青壮年の活動参加者が少なく、食品引き取りの際に重い荷物の積み下ろしや遠出する時など、様々な場面でマンパワーが足り

<sup>6</sup> 消費者庁「フードバンク活動」参照  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss/foodbank/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/foodbank/)（最終閲覧日2020年1月）

ないと言う。最後に「本当に食品が必要な人に届いているのか」という問題である。そもそも生活困窮者の定義があいまいであるため、食品が余る場合は良いとしても供給が足りなくなった時に必要な人とそうでない人を区別出来ない可能性があるなどといった問題を挙げられていた。

フードバンクぎふのネットワーク・つながりとしては、毎月定例会を行い、メンバーの人間的なつながりから協力を得ている。また生活困窮者支援を行っている団体からも協力を得ていると言う。また、ホームページやイベントなどでの広報でつながりを作れている。

考察として、フードバンクぎふは食品が余っている所から足りないところへと移動させる食品供給のバランスを保つ存在として必要な存在であることが分かった。しかし、近年では様々な団体が抱える人手不足や知名度、そして本当に必要な人とそうでない人の線引きといった問題も抱えていることも判明した。今後必要なのは、今活動している人やしようと考えている人を繋ぐことではないだろうか。

## 第5節 大垣市におけるローカルフードサイクリングの構築に向けて

大垣市環境市民会議へのヒアリング内容をローカルフードサイクリングに照らし合わせると、大垣におけるコンポストの現状は、家庭内で行われるダンボールコンポストが中心であることが分かる。そして家庭内で作られたコンポストは個人の畑に使用され、そこでできた野菜を家庭内で消費するサイクルである。もう一つのサイクルでは、大垣市環境市民会議がコンポストを回収し、大垣市環境市民会議が運営する菜園である「でんでん畑」に使用されている。

しかし、現状では家庭内やその知人でサイクルが回っているため、例えば畑を作らなくなるなどのアクシデントがあれば簡単に途切れてしまうものと言える。また、大垣市環境市民会議へ作ったダンボールコンポストを提供する手段が自身で直接持っていくことしかなく、このサイクルはとても小さく、また弱いと思われる。

次にフードバンクぎふへのヒアリング内容をローカルフードサイクリングに照らし合わ

せると、フードバンクぎふは販売の代替になり、またネットワークによる生活困窮者支援につながっていることが分かる。農家、企業、家庭から食品提供を受け、生活困窮者や子ども食堂に届けている。つまり、フードバンクぎふが接点のない提供者と利用者を繋げ、また食品ロスを防止していると言える。重要な点は、余っているところから必要なところへの供給を柔軟に行えるという事である。必要無いことに越した事はないが、現実として地域を支える非常に重要なサイクリングの断片だと考える。

しかし、現状の大垣はローカルな面での繋がりが弱く、局所的なものであるため、ローカルフードサイクリングを実践するのは難しい。理想のローカルフードサイクリングを築くためには、各パートを繋げる役割が必要になるだろう。また、全体の中央に立って調整する役割も必要になる。

そして、小さな単位でこのサイクルを循環させるため、多くの人が異なるパートを掛け持ちすることになる。そうやって様々な人と共に活動をすることで信頼が築かれ、より円滑にサイクルが回るようになるだろう。そのため、時には自分が主に担っているパートとは別のパートにもつなげる役割も必要になると考えられる。

つまり、循環生活研究所のように全体をまとめる主体となる団体がいる事でサイクルがうまく機能すると考える。例えば、私たちコミュニティレストランプロジェクトが、この役割を担い、学生としての制限があるため全体の調整とまではいかなくとも、各パートや人々を繋げることができないだろうか。その際、学生のフットワークの軽さや新しいアイデアを生かした活動になることが理想である。

## 第4章 プロジェクトを通じた振り返り

本章では、2019年度の活動を通しての振り返りについて述べていく。

### 第1節 良かった点

まずプロジェクトを通じた振り返りとして、良かった点は次の通りである。特に大きな成果として「繋がり」という賑わいづくりの土台を築けたと考える。まだまだ不十分な点も

あるだろうが、今までになかった活動の視野が広がった事は大きいと考える。

## 第2節 課題点

一方、課題として残されたのは次のような点である。それは、年度当初に計画していたものより活動の幅が狭かったことが挙げられる。主要な活動メンバーの人数的にも難しい面はあったが、その先のイベント等に繋がれなかったことが悔やまれる。

## 第3節 改善点

プロジェクトを一年やってみて、最初は一つの団体が主体となって様々な活動をしたほうが、連携が取りやすく賑わいに繋がると考えていたが、ある程度は別々で独立性を持って活動した方が持続的であると考えようになった。

よって築いた繋がりを無理に当事者たちが発展させようとするのではなく、独立した主体同士の「協働」というかたちで発展させ、新たな企画を生み出していくことの方が、将来性があると考えている。

## おわりに

私たちは、今年度の活動を通して、継続的に活動する大切さと難しさを感じた。特にヒアリング調査で、関わった団体で特に青壮年層の人手が足りない現状を受け、学生のような若い世代が動くべきだと感じた。また中心市街地・商店街と市民活動団体とが連携することが大事だと感じた。

今年度のプロジェクトで様々な団体と関わることができたが、今後その繋がりを今後に生かしていきたいと考える。

例えば、一つ目に農場と協力して、食材提供や苗植えから収穫までの農作物が自分の手元に届く過程を体験することによる「食育」や「地産地消」を体験してもらおう。また二つ目として、余っている田畑を利用して「コミュニティガーデン」を展開し、大垣市環境市民会議と協力して、家庭内コンポストを普

及・使用して農作物を作ることも考えられる。三つ目としては、フードバンクぎふと協力して、フードドライブの実施や食材提供を受け料理教室を開催するなどし、食品ロスの削減に取り組んでいくことといった活動に発展していければと考えている。

こうした取り組みが大垣市中心市街地活性化におけるコミュニティの活性化をもたらし、ひいては賑わいづくり・活力のある地域につながっていくと信じている。

## 参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

- ・ 「大垣市第3次食育推進計画」  
<https://www.city.ogaki.lg.jp/cmsfiles/contents/0000001/1716/shokuikukeikaku3.pdf>（最終閲覧日 2020年3月）
- ・ 農林水産省ホームページ「食品ロスとは」  
[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/161227\\_4.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_4.html)（最終閲覧日 2020年3月）
- ・ 特定非営利活動法人 循環生活研究所「たのしい循環生活 持続可能な栄養循環がわたしたちの生命を支える」  
<https://www.jun-namaken.com/>（最終閲覧日 2020年3月）
- ・ たいら由以子「半径2kmでつくる食循環のすすめ - Cardboard Box Composting | Yuiko Taira | TEDxFukuokaLive」  
<https://www.youtube.com/watch?v=eNvRVHy4Nhs&t=14s>（最終閲覧日 2020年1月）
- ・ 消費者庁「フードバンク活動」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss/foodbank/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/foodbank/)（最終閲覧日 2020年1月）

2020（令和2）年3月

コミュニティレストランプロジェクト

岐阜協立大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部



# 2019（令和元）年度

## 情報モラルプロジェクト活動報告書

<目次>

はじめに

### 第1章 目的と背景

第1節 プロジェクトの目的

第2節 社会的な背景

第3節 情報モラルプロジェクトの意義

### 第2章 2019年度の実践

第1節 海津市下多度小学校ワークショップ

第2節 海津市城山小学校におけるワークショップ

第3節 海津市平田中学校におけるワークショップ

第4節 大垣市中心市街地のイベントにおける啓発

### 第3章 振り返りと今後の展望

第1節 目標の振り返り

第2節 今後の展望

おわりに

はじめに

本プロジェクトは、「情報モラル」に関する啓発と教育を通じて犯罪を未然に防止することを目的に2019年度から発足した活動である。特に啓発活動やワークショップを中心市街地や元気ハツラツ市などのイベント時に展開することで、賑わいづくりや新たな観点からの中心市街地への来街をつくり出すことももうひとつの狙いである。

本プロジェクトには、前身とも言える二つの活動がある。ひとつはマイスター倶楽部で過去に活動をしていた「防犯コミュニティ研究グループ」の活動である。特に中心市街地・商店街における犯罪を未然に防止するために、見回り活動やシャッターペイントといった活動を中心に展開していた。その後、グループとしての活動を停止していたが、活動時のネットワークは残っており、大垣警察署による防犯啓発活動やMST<sup>1</sup>の活動にマイスター倶楽部の学生たちで参加していた。このMSTの活動のひとつとして、中学校における情報モラル啓発に参加したことがひとつのきっかけである。

二つ目は、2014年から続けて依頼を受けていた海津市青少年育成推進委員会による情報モラルワークショップへの参加である。このワークショップでは学生がファシリテーターとして子ども達のグループに入り、進行をサポートしていった。2014年は「テレビゲーム・携帯型ゲーム機について」をテーマとしてきたが、2015年以降は「ネットトラブルに巻き込まれないようにするために」というテーマに移り、例えばLINEなどに代表されるSNSやネットゲームのトラブル、またスマートフォン使用の注意点など幅広い内容になっている。こうした情報モラルワークショップへのファシリテーターとしての参加の経験から、

<sup>1</sup> MSTとは岐阜県警主導で、岐阜県の小中高生が自発的に非行防止やボランティア活動を展開する「マナー・スピリット・リーダーズ活動」の一環で、大学生がMSティーチャーズとして教える立場で活動を行なうものである。

大垣市における情報モラル教育の展開ができなかと考えたことが二つ目のきっかけであった。

以上を踏まえて、本稿は情報モラルプロジェクトの2019年度の活動について報告するものである。本文の構成は次のようになっている。第1章では、本プロジェクトの目的と社会的な背景について展開している。その上で第2章では2019年度における実践の報告を行っている。そして第3章では実践の振り返りと来年度に向けた展望でまとめている。

## 第1章 目的と背景

本章では、プロジェクトの目的とその社会的な背景について展開する。

### 第1節 プロジェクトの目的

本プロジェクトは、ネットトラブルの事前防止や少年の非行防止を中心的な目的として据えている。これにより地域、家庭の繋がりを高めることができれば、地域におけるレジリエンス（回復力）を向上させ、より安全で安心な暮らしを実現することにつながると考えている。

そのためには、地域や学校単位での活動を行い、事前防犯意識を向上させ、地域における協力体制を築くことが重要である。こうしたネットワークが安心安全なまちづくりに繋がっている。

### 第2節 社会的な背景

家庭での時間の減少や個人主義の浸透、居住形態の変化、地域の安全性の低下などにより家庭や地域社会での交流が減少しつつあるのが現状である。加えて情報技術の発達により外出せず家で過ごす時間が増えたことで、ますます地域社会における交流の機会が減少している。

一方で、SNSによるネットを介した交流の機会については増加している。単なる情報通信手段ということに留まらず、生活のあらゆる側面で情報機器が用いられ、またそこに新たなコミュニティ・経済活動を生み出すに至っている。そして、このことと関連して情報機器を用いたトラブルや犯罪に巻き込まれる可能性が増加している。

例えば、近年では安易な考えからSNSやインターネットを使って個人情報を簡単に発信することができる。それによりトラブルに巻き込まれる可能性が非常に高い。実際安易に投稿してしまった写真などから身元を特定され、所属している学校や地域住民へ問い合わせの電話やいたずらをされるなどのトラブルが発生している。また、こうした問題は子ども達だけの問題ではなく大人や地域にも関わってくることを考え、予め地域単位での情報モラル教育が必要である。子どもはもちろん大人も一緒になって学ぶことで正しい理解と地域での現状の共有が期待される。

### 第3節 情報モラルプロジェクトの意義

上記のような事を背景に、情報モラル教育が必須の課題となっており、学校等でも情報モラル教育を行なっている。しかし、そもそも最先端の情報機器・アプリ・利用状況に詳しくない、または子どもにとっては価値観の違う“大人”が話すことにより、子ども達は自分自身の事のように考えるに至らず「情報モラル教育」としては効果が十分に発揮できていない可能性があると考えている。

それではどのようにすれば、子ども達は自分自身の事として問題意識を持ち、教育的効果を高めることができるのだろうか。ここに私たち大学生が情報モラルワークショップを展開する意義があると考えている。つまり、年齢や価値観の差が比較的小さい大学生が関わることでより近い距離で情報モラル教育をすることができると考えている。その際に注意すべきは、大人の目線で一方的に教えるようなものではなく、大人も一緒に学べるようなものによることである。これにより子ども達は私たち大学生を“仲間”として認識し、情報モラル教育の効果を高められると思われる。

## 第2章 2019年度の実践

本章では、2019年度の実践とプログラム開発の状況について展開する。

実践では、少年非行防止という観点から、近年重要視されている情報モラルに関する取り組みを大垣警察署や海津市教育委員会及び青少年育成推進委員会と連携して行うことで、

犯罪やトラブルに対する事前防犯への知識を高める。

また、以上のような活動を行いながらプログラムの開発を行う。対象や状況に応じて、どのようなプログラムを展開すると効果的なのかを実践を通して検証していく。

第1節 海津市下多度小学校ワークショップ  
まず一つ目の情報モラル教育実践として、海津市下多度小学校における情報モラルワークショップを挙げるができる。この企画の概要は、次の通りである。

令和元年度「海津市青少年育成推進委員会 下多度小学校 情報モラルワークショップ」

日時：2019年6月8日（土）

時間：13時30分～15時20分

場所：海津市立下多度小学校 体育館

参加：下多度小学校児童 88名

保護者 68名 計 156名

主催：海津市青少年育成委員会

協力：岐阜協立大学マイスター倶楽部

目的：①「あったかい絆宣言」の趣旨と情報機器等による悪影響について考える  
②情報機器等によるトラブルや生活への悪影響を防ぐための約束を親子でつくる

テーマ：「親子の会話を大切にするために～ネットやゲーム機器の使い方～」

下多度小学校の児童とその保護者を対象とした海津市青少年育成委員会主催のワークショップで、子ども達は登校班ごとのグループに分かれテーマについて話し合いを行った。ここにマイスター倶楽部からは5名がファシリテーターとして参加した。グループのファシリテーターは学生に加えて、海津市青少年育成委員会のメンバー、岐阜県コミュニティ診断士の方が務めた。

当日の大まかな進め方は次の通りである。

- ①海津市社会教育課より説明（あったかい絆宣言と情報機器の悪影響について）
- ②アイスブレイクとして簡単なゲームを行う（全体で後出しじゃんけん）

③テーマに基づいて自由に意見交流し、意見を付箋に書いて模造紙に張ってまとめていく（簡易的なKJ法）

④親子でネットやゲーム等を使う場合の約束をつかってプリントに記入する

⑤グループの意見交流で出た意見を発表（時間の都合上、全班の発表を行うことができなかったため、代表の班のみの発表）

写真1 付箋に意見を書いている様子



写真2 発表の様子



今回は海津市が進める「あったかい絆宣言」について保護者等に説明する時間を取ったことが特徴である。なお、②以降の進行についてはマイスター倶楽部で担当した。

ワークショップのプログラムとして見た場合の反省点・改善点は次のような点が挙げられる。

- ・最初の行政からの全体説明は聞くだけになってしまう。特に子ども達は自分のこととして考えることができず、その後のワークにも影響する。講話型の情報モラル教育は必要であるが、時間の都合上ワークショップ型と1度に組み合わせるのが難しいと考えられる
- ・アイスブレイクは、時間の都合で、短く子どもが楽しめるものにしたが、話し合う内容とのつながりがなく、話し合いの導入としてはやや不適切だった。内容につながるような導入が出来るとう良い
- ・前後の時間配分もあるが、意見交流の時間が非常に短くしか取れなかった。実質グループでの話し合いの時間が20分程度であったため、子ども達の生の声を聴く時間が多く取れなかった。ワークショップのメインの内容であるため最低でも30分は必要であろう

これらの内容は次の回のプログラム開発に生かしていくことになった。

## 第2節 海津市城山小学校におけるワークショップ

二つ目の情報モラル教育実践としては、海津市城山小学校における情報モラルワークショップである。この企画の概要は、次の通りである。

日時：2019年10月25日（金）

時間：14:00～15:30 バスがあるので終了厳守

場所：海津市立城山小学校 体育館

参加：城山小学校5年生64名と保護者

主催：城山小学校家庭教育学級委員会  
海津市青少年育成推進委員会

協力：岐阜協立大学マイスター倶楽部

目的：通信機器等は便利で楽しいものだが使い方によってはトラブルになることを知り、トラブルを防ぐにはどうすればよいかを考えること

テーマ：「インターネットや通信ゲーム機器を安全に使うために～良い点・問題点を考える活動を通して～」

城山小学校家庭教育学級委員会と海津市青少年育成推進委員会が主催するワークショップで、対象となったのは、城山小学校の小学5年生の児童とその保護者であった。児童64名を16グループに分け、マイスター倶楽部の学生、青少年育成推進員のメンバーや海津市内主任児童員、岐阜県コミュニティ診断士がグループに入り、進行をサポートした。なお、マイスター倶楽部の学生は6名で参加した。

図表1 城山小で使用した「SNSノート」



出所：LINE株式会社「SNSノート（情報モラル編）」（2018年）※啓発・教育を目的として無償で使用できる限り、自由に利用することができる

当日の大まかな進め方は次の通りである。

- ①導入として、LINE株式会社が提供する教材「SNSノート（情報モラル編）」を活用。「ゲームの中の友達」を実施
- ②テーマに基づいて自由に意見交流し、意見を付箋に書いて模造紙に張ってまとめていく（簡易的なKJ法）。子ども達がまとめやすいようにネット等のメリット・デメリット



ット・気をつけたら良いことという3つの区分をあらかじめ作成しておいた

- ③グループの意見交流で出た意見を発表（時間の都合上、全班の発表を行うことができなかったため、代表の班のみの発表）

以下、参加学生の感想を一部紹介する。

- ・ワークショップを通して、小学生の子達とインターネットの良い点や悪い点について話したり、まとめたりした。自分と子供達の間でインターネットについての認識の違いがある点が非常に興味深く感じた。インターネットを使う頻度も少ない子が多いと感じたが、インターネットで何が出来るのか、何に気をつけることが大切なのか、という点を皆で考えたり、まとめたりする事で、大切な事や悪い事が理解できたように感じる。また、グループの会話を発展させたり、サポートをしたりする事は初めての体験だったので、非常に新鮮だった。どの意見も尊重出来るように立ち回るのは少々難しくも感じた

### 写真3 ワークショップの様子



- ・城山小学校の児童と情報モラル学習をしてみて、私の担当していたグループの子たちは、特に個人情報の流出に気をつけながらインターネットサービスを使っていることが分かった。グループの子は全員男の子だったが、みんなスマホや家庭用ゲーム器などでゲームをしているようだった。これらで遊ぶにあたって、既に保護者の方と通話機能のあるゲームはやらない、課金はしない、などルールを決めて安全に遊んでいるということが知れた

- ・まだLINEや、TwitterのようなSNSを使ったことはないと話していたが、いずれ中学生や高校生になるとこのようなSNSは確実に使用すると考えたため、実際に自分が体験したSNSの恐怖について語ると、前のめりになって話を聞いてくれ、「えー！」と驚いた反応をしていた。この話が安全にSNSやインターネットを使う材料になってほしいと思った

6月に実施された下多度小学校のワークショップの反省を生かし、大人からの講話を聞く時間を減らしワークショップの時間を確保することとした。これにより子ども達自身が意見を言い合いまとめたり、話し合ったりする機会を増やす事が出来たと思われる。

またアイスブレイクについて、「SNSノート」という情報モラル教材を活用した導入に変更したことで、その後のワークの内容にすんなりと入っていくことが出来た。

一方、参加学生の感想にも見られたが、対象が小学5年生だったためネットというよりもゲーム等に関する点に比重が置かれがちだったかもしれない。これにより、対象とする年齢に合わせたテーマ設定が重要であるという学びを得ることが出来た。

### 第3節 海津市平田中学校におけるワークショップ

海津市青少年育成推進委員会が主催するワークショップで、対象となったのは、平田中学校1年生の児童とその保護者であった。児童64名をグループに分け、マイスター倶楽部の学生、青少年育成推進員のメンバーや岐阜県コミュニティ診断士がグループに入り、進行をサポートした。なお、マイスター倶楽部の学生は12名で参加した。

日時：2019年11月06日（水）14:00～15:30

場所：海津市立平田中学校 体育館

対象：平田中学校1年生 64名とその保護者

主催：海津市青少年育成推進委員会

テーマ：「ネットトラブルに巻き込まれないようにするために～ライン等のSNSの良い点と問題点を考える活動を通して～」

当日の大きな進め方は次の通りである。

- ①導入として、LINE 株式会社が提供する教材「SNS ノート（情報モラル編）」を活用。  
「写真を公開する前に」を実施
- ②テーマに基づいて自由に意見交流し、意見を付箋に書いて模造紙に張ってまとめていく（簡易的な KJ 法）。子ども達がまとめやすいようにネット等のメリット・デメリット・気をつけたら良いことという 3 つの区分をあらかじめ作成しておいた
- ③グループの意見交流で出た意見を発表（時間の都合上、全班的発表を行うことができなかったため、代表の班のみの発表）

図表 2 平田中で使用した「SNS ノート」



出所:LINE 株式会社「SNS ノート（情報モラル編）」(2018年) ※啓発・教育を目的として無償で使用する限り、自由に利用することができる

写真 4 グループワークの様子①



6月と10月に実施されたワークショップでは、小学生が主な対象者だったが、今回は中学生が対象ということで、ゲームの問題に限らず、より多様な内容が意見交流の中に出てくることになった。

またアイスブレイクについて、「SNS ノート」の教材を中学生用に変更し、導入に使用した。写真等を用いて意見交換しやすい内容だったため導入としては成功だった。

学生たちにとっては、それぞれのグループでやや異なっていたようであるが、子ども達の意見を上手く引き出していき、ワークショップのファシリテーターとしてのスキルアップが必要なことも分かってきた。

写真 5 グループワークの様子②



以上が 2019 年度に実施した情報モラル教育の実践とプログラム開発の一端である。

#### 第 4 節 大垣市中心市街地のイベントにおける啓発

イベント時にテーブルゲームを用意、人と顔を合わせて遊ぶ事の楽しみを実感できるような企画を検討してきた。

具体的には実施したのは 2020 年 2 月 11 日に開催された「もちつき大会」における子ども達向けのボードゲームスペースの設置である。岐阜協立大学の「ボードゲーム部」協力のもと、もちつきに参加した子ども達が遊べるプレイスペースを用意した。

参加していた子ども達は未就学児が多かったため情報モラル教育をそのまま実施することは出来なかったが、コミュニケーションゲームの楽しさを感じてもらえることは出来たと思われる。またこの内容は保護者にも大変好評であった。

なお、このようなかたちで情報機器を使用して遊んだ場合に起こりうるトラブルなどを紹介しながら情報モラルについて学ぶ機会を元気ハツラツ市などに合わせて開催する予定であったが、今年度は実現出来ていない。

## 写真 6 ボードゲームコーナーの様子



### 第 3 章 振り返りと今後の展望

本章では、今年度の活動について振り返ったうえで、来年度以降の今後の活動展望について述べていく。

#### 第 1 節 目標の振り返り

今年度のひとつの目標は、情報モラル教育におけるコンテンツ（ワークショッププログラム）を確立していくことであった。これらについて、3 度の実践経験を踏まえ、「導入」→「意見交換」→「発表・共有」といった進行の流れを確立することができている。

特に導入部分については、話を聴くだけのものではなくて、子ども達が参加し、話し合い、選択し、判断するような内容を、子ども達の年齢に応じて用いることが効果的であることが分かってきた。導入部分を適切に用いることによりスムーズにその後の意見交換に移っていただけるのである。

一方、意見交換に関しては、グループでの話し合いになるため、グループにひとり一人配置するファシリテーターの役割が重要になってくる。子ども達の意見を上手く引き出し、子ども達自身に考えさせるような進行を意識することが重要であること分かっている。ただしこれについては、個人差があるため学生メンバー全体でのスキルアップが重要なポイントであると考えている。

#### 第 2 節 今後の展望

ひとつは、情報モラル教育のワークショップにおけるオリジナルの導入部分の開発である。今年度は「SNS ノート」という既存の教材を活用したが、例えば撮影した写真をそのまま印刷できる「インスタントカメラ」を使い、その場で写真を用意し、アナログなかたちで選択肢を検討するなど、新たな手法があってもよいと考えている。こうした新たな手法を、例えば岐阜県コミュニティ診断士のアドバイスを受けながら作成し、またファシリテーターとしてのスキルアップも同時にはかかっていくことで、ワークショップの効果を高めていくことができると考えている。

二つ目は、大垣市中心市街地における情報モラル教育の実践である。テレビゲームだけではなく、コミュニケーションを通じた対面式のアナログゲームの楽しさを感じてもらいながら、情報機器を使用に関する啓発につなげていけるような活動を展開していくことである。例えば元気ハツラツ市のイベント等で賑わいを作りながら、情報モラルについて考える機会を提供することができれば良いと考えている。

おわりに

こうした情報モラル教育は直接的に経済的効果を高めるものではないかもしれない。しかし、地域社会での交流が増え、地域で教育を行う環境を整えることで地域の繋がりが強くなり、青少年の非行を防止し、犯罪に巻き込まれる可能性を減少させることにつながると考えている。そして、そのことは将来的な地域のメリットにつながるはずである。

2020（令和 2）年 3 月

情報モラルプロジェクト

岐阜協立大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

# 2019（令和元）年度

## インバウンド調査プロジェクト 活動報告書

<目次>

はじめに

第1章 テーマ設定の理由

- 第1節 プロジェクト設立の経緯
- 第2節 インバウンドとは
- 第3節 プロジェクトの目的・目標

第2章 インバウンドの現状

- 第1節 日本におけるインバウンドの現状
- 第2節 岐阜県におけるインバウンドの現状
- 第3節 高山市におけるインバウンドの現状

第3章 大垣市を中心としたインバウンドの現状と課題

第4章 課題を解決するために

- 第1節 アンケート調査
- 第2節 モデルコースの実践
- 第3節 外国人留学生との交流

第5章 今後のインバウンド成長の可能性、

- 第1節 重要なポイント
- 第2節 プロジェクトの振り返り

おわりに

参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

はじめに

大垣市では大垣観光協会が地域連携 DMO として、西濃地域における一体的な観光戦略を展開している。

岐阜県内を見た場合、比較的、西濃地域は観光地としての整備・開発が遅れていると思われる。その背景には、比較的製造業が強い地域であり、主要産業としての観光・サービス業が発達しなかった、あるいはその必要が大きくなかったというのが経済的理由として挙げられるかもしれない。しかし、サービス経済化が全国的にも進行するなか、地域経済を発展させるためには地域における資源を生かした観光産業の有効性が示唆されている。とりわけ地域外からの観光客を取り込み、その上で地域にお金を落とすことによって地域経済にとっては外部マネーの獲得の重要な手段となる。そしてこのような観光の経済的効果のなかでも注目されているのがインバウンドによるものである。

インバウンドが地域経済にとって大きな要素であることは間違いないが、もう一点強調しておきたいのは、多文化共生の視点である。すなわち、大垣市が外国人にとっても魅力的なまちとして、多様性と文化を育む都市になっていくことの重要性である。実は、大垣市は外国人観光客が相対的に見て少ないが、定住外国人は比較的多い都市である。定住外国人らは観光客とはまた違ったニーズを持っており、直接的に結びつけることはできないが、日本人および外国人観光客にとっても、そこで学ぶ留学生や定住する外国人にとっても、またもちろん大垣市民にとっても魅力的なまちとして発展していくことが重要である。こうした多文化共生のまちという目標は、観光による経済的発展の持続可能性を担保するものであるとも言える。ゆえに、「インバウンド」という観光施策と「多文化共生まちづくり」の両面から捉えていくことが重要であると私たちは考えている。



こうした観点から、インバウンド調査プロジェクトは、インバウンドによって大垣市中心市街地活性化を図る可能性を調査し、提案していくことを目標に 2019 年度から始まったのである。

本稿は、2019 年度のインバウンド調査プロジェクトの成果報告である。章構成は次の通りである。まず第 1 章では、インバウンドをテーマとして取り上げた理由を述べ、第 2 章では日本、岐阜県、高山市を中心としたインバウンドの現状や課題を把握する。続いて、第 3 章では、大垣市を中心としたインバウンドの現状と課題を見ていく。これらを踏まえて、第 4 章、第 5 章では我々の活動を通して課題を解決するためにはどうしたら良いのかを考え、今後のインバウンド成長の可能性について検討していく。

## 第 1 章 テーマ設定の理由

本章では、なぜ「インバウンド」をテーマとして取り上げたのか、またプロジェクト設立の経緯について述べる。

### 第 1 節 プロジェクト設立の経緯

大垣市を中心とする西濃地域では、「大垣城」や「奥の細道結びの地記念館」、「自噴水」や「多良峡」など、歴史に関わる建物や自然を感じることでできる観光資源が豊富にあるため、外国人観光客の誘客に適しているのではないかと考えられる。

ただし現状として大垣市では、県内や東海地方からの来訪が約 8 割以上であるため、遠方からの観光客は少なく、外国人観光客も少ないということが考えられる。

しかし、もし外国人観光客の誘客を図ることができれば、中心市街地活性化の新たな要素となり、賑わいの創出に繋がると考えたため、インバウンドの可能性というテーマを設定し、プロジェクトを設立したのである。

### 第 2 節 インバウンドとは

我々は、インバウンドに目を付けた。ではそもそもインバウンドとは何だろうか。インバウンドとは、内向きに入ってくるという意味合いがあり、主に旅行や観光関連では、外国人が訪日する事を指す。また、インバウン

ドの対義語として、自分の国から外国へ旅行するアウトバウンドという言葉も、最近は使われ出している<sup>1</sup>。

図表 1 インバウンドについて



出典:筆者作成

図表 2 アウトバウンドについて



出典:筆者作成

今、インバウンドが重要視される理由として、少子高齢化、人口減少による GDP の減少を受けての観光の基幹産業化と世界的に見るインバウンド消費の増大が挙げられる。政府は 2016 年に観光を日本の基盤産業へ押し上げる方針を明らかにした。そこでは、東京オリンピックが開催される 2020 年に、年間のインバウンド客数を 4 千万人とすることを目標としている。

### 第 3 節 プロジェクトの目的・目標

こうした全国的にも注目されるインバウンドをテーマとして、西濃地域・大垣市での可能性を調査することがプロジェクトの目的である。2019 年度の計画においては、大垣市のインバウンドの現状を把握した上で、外国人をターゲットとした観光モデルコースを作成、発信することでの外国人観光客の賑わいの創出につなげることを目標にプロジェクトを展開してきた。

<sup>1</sup> 岐阜県大垣市経済部「大垣市観光戦略指針」岐阜県大垣市経済部 平成 29 年

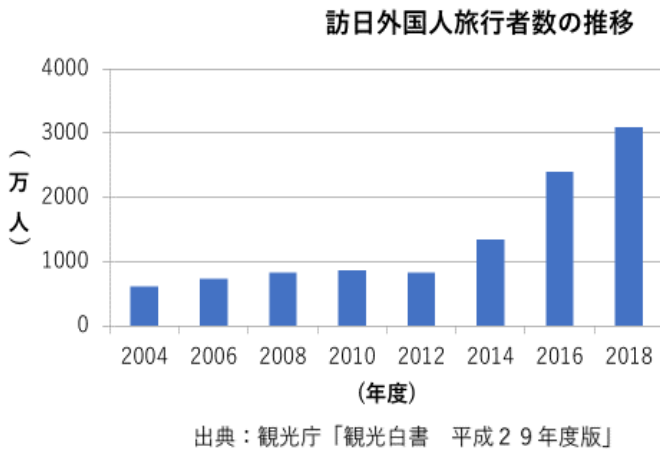
## 第2章 インバウンドの現状

本章では、インバウンドの現状について、日本、岐阜県、岐阜県における先進事例としての高山市という順で基本的なデータを押さえておきたい。

### 第1節 日本におけるインバウンドの現状

インバウンドの現状について見ていく。まずは、全国のインバウンド基本データについてである。観光庁の『平成29年度版 観光白書』から、訪日外国人旅行者の推移が2014年頃から右肩上がりに伸びており、2018年には約3000万人を記録し、日本でもインバウンド需要が高まってきたと考えられる<sup>2</sup>。

図表3 全国のインバウンド基本データ



図表4 訪日外客数統計の集計

2018年1月～12月 国・地域別 / 目的別 訪日外客数 (暫定値)

国・地域	総数			観光客		
	2017	2018	伸率%	2017	2018	伸率%
総数	28,691,073	31,191,856	8.7	25,441,593	27,766,122	9.1
アジア	24,716,396	26,757,917	8.3	22,303,442	24,184,765	8.4
韓国	7,140,396	7,538,952	5.6	6,593,328	6,977,812	5.8
中国	7,355,818	8,380,034	13.9	6,447,740	7,426,173	15.2
台湾	4,564,053	4,757,258	4.2	4,363,276	4,544,086	4.1
香港	2,231,568	2,207,804	-1.1	2,180,760	2,156,354	-1.1
タイ	987,211	1,132,160	14.7	919,000	1,060,402	15.4
シンガポール	404,132	437,280	8.2	364,962	396,901	8.8
マレーシア	439,548	468,360	6.6	399,108	426,507	6.9
インドネシア	352,330	396,852	12.6	291,532	330,217	13.3
フィリピン	424,121	503,976	18.8	353,081	426,404	20.8
ベトナム	308,898	389,004	25.9	107,162	135,963	26.9

出典：JTNO 訪日外客数統計の集計・発表 2018年度版 より作成

図表4は、国や地域別での訪日外客数である。この表を見てみると、韓国や中国、台湾や香港などのアジア圏の外客が多いことが分かる。また、殆どの国や地域で対前年比から

数字を伸ばしており、良い傾向にあると考えられる<sup>3</sup>。

日本でインバウンドに期待される効果として考えられることは大きく分けて2つある。1つ目に、訪日外国人旅行者の経済効果は大きく、人口減少に伴う日本の経済縮小を補うことが期待される。2つ目に、旅行者の少ない観光スポットとして発展のしていない地域であっても効果が出るということだ。東京や京都、大阪などの様々な観光スポットを一通り体験した人が、さらに深く日本を知りたいと考えた場合に、インバウンド発展のしていない地域であっても、文化や体験などを活用することで、経済効果に繋がると考えられる。長野県、飯山市の成功事例では、築150年の古民家群をそのままリゾートとして再生させたという事例もある。

次に、日本におけるインバウンドの課題についてだ。課題は大きく分けて2つある。まず1つ目に、社会のシステムの違いによるインフラの環境整備だ。道路や空港などのインフラ整備が遅れていると、インバウンド需要を獲得することは難しいと考えられる。また、宗教やチップ文化などソフト面の文化の受け入れ態勢をいかに整備するかということが社会面での課題となっている。

日本におけるインバウンドの課題、2つ目はデータ不足や人材不足だ。商業・飲食施設の不足や観光インフラの老朽化、外国人のマナー問題などの様々な問題は、データ不足や人材不足を解消していくことでインバウンド需要に繋がると考えられる。

全国的なインバウンドの取り組みとして、企業や自治体が行っている取り組みは、Eメールやオンライン広告、情報などでマーケティング活動を行うデジタルマーケティングの導入やまち歩きや外湯巡り等、魅力的なサービスや空間設計などによりデザインされた「時間」を消費するコト消費拡大への積極化である。

山梨県富士吉田市では、県外からの移住者による外国人向けゲストハウスや店舗の立ち上げを行っている。また、働く場所の選択が

<sup>3</sup> JTNO 日本政府観光局「訪日外客数統計」JTNO 日本政府観光局 2018年

<sup>2</sup> 観光庁「観光白書」観光庁 平成29年

できるよう U ターンや I ターンの活性化を図ることで、雇用機会の増加に繋げている<sup>4</sup>。

## 第 2 節 岐阜県におけるインバウンドの現状

岐阜県に来ている訪日外国人数は 2018 年のデータでは、約 81 万人を記録している。日本のインバウンド訪問者数は約 3000 万人であり、岐阜県はそのうちの約 81 万人で、全国的な訪問率としては、岐阜県は 2.6%ということが分かる。また、岐阜県では、free Wi-Fi の施設が 2104 施設、外国人観光案内所が 29 施設、おもてなし事業登録件数が 809 件とインバウンドには欠かせない対応がなされている。

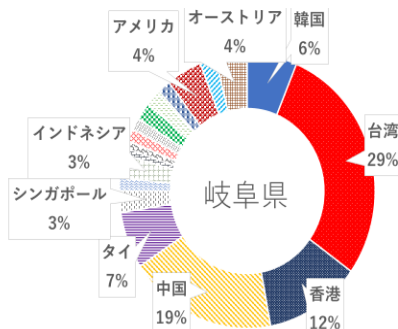
図表 5 岐阜県に来ている訪日外国人数

	項目	数値
インバウンド	訪問率 (2018年)	2.6%
インバウンド	訪問者数 (2018年)	810,333人
インバウンド	述べ宿泊者数 (2018年)	1,484,320人泊
インバウンド	平均宿泊日数 (2018年)	3泊
インバウンド	1人1回当たり旅行消費単価 (2018年)	24,034円
対応状況	Japan Free Wi-Fi (2019年)	2,104施設
対応状況	外国人観光案内所 (2019年)	29施設
対応状況	案内表示の英語対応 (2016年)	50%-75%
対応状況	おもてなし事業登録件数 (2019年)	809件
対応状況	免税店舗数 (2019年)	402店舗

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査 (2018年) 年間の推計」、観光庁「宿泊旅行統計調査 (平成30年・年間値 (確定値))」、Japan Free Wi-Fi公式サイト、JNTO「JNTO認定外国人観光案内所 一覧」、観光庁「外国人旅行者の受入環境整備について (平成28年2月15日)」、おもてなし規格認証「登録事業者検索」、観光庁「都道府県別消費税免税店数 (2019年現在)」

出典：訪日ラボより <https://honichi.com/areas/tokai/gihu/>

図表 6 岐阜県に来ている訪日外国人の割合



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査 (2018年) 国籍・地域別 都道府県別訪問率」および「訪日外客数統計 (2018年)」より  
 ■韓国 ■台湾 ■香港 ■中国 ■タイ ■シンガポール ■マレーシア ■インドネシア ■フィリピン ■ベトナム  
 ■インド ■イギリス ■ドイツ ■フランス ■イタリア ■スペイン ■ロシア ■アメリカ ■カナダ ■オーストリア

<sup>4</sup> 山梨県富士吉田市「富士吉田市観光基本計画」山梨県富士吉田市 平成 29 年

岐阜県に来ている訪日外国人の割合としては、台湾が約 30%、中国が約 20%、香港が約 10%となっており、アジア圏で全体の約半数以上を占めていることが分かる。

しかし、岐阜県では、アジアだけではなく欧米もターゲットとしており、スペイン人やフランス人、イギリス人の宿泊者数を 2009 年から 2017 年の間にかかなり伸ばし、高まってきた。宿泊者数が全国で上位に食い込むほどで、外国人宿泊者数の伸び率としては 52.2%を記録した。

図表 7 外国人宿泊数の伸び率が高い岐阜県

アジア (タイ 香港 シンガポール 中国 など)、欧米 (フランス スイス 英国 スペイン) をターゲットに

↓  
宿泊者数の増加  
スペイン フランス イギリス

	2009年	2017年	宿泊者伸び率
スペイン	17820人 (2015年)	25090人	全国 4 位
フランス	3090人	17090人	全国 8 位
イギリス	4830人	20030人	全国 9 位

外国人宿泊者数の伸び率岐阜県 (52.2%)

出典：岐阜県公式ホームページ これまでの取り組み概要と成果 平成 30 年 3 月版

<https://www.pref.gifu.lg.jp/sanryo/hokusan/hokusan-senryaku/kaisai/index.data/hidamino-koremasdenorikumi2018.03.pdf>

伸びた理由として、外国人観光客が有名な観光地をある程度開発し、よりローカルな地域に注目が集まっていることが考えられる。

岐阜県のインバウンドの取り組みとしては、観光・食・モノの三位一体戦略の実施だ。岐阜県産品フェアの開催や現地飲食店等での地酒フェア、飛騨牛フェアなどを行い、継続取扱店の開拓や輸出量拡大に繋げている。また、在外公館と連携を図り、飛騨牛や柿、地酒などの県産品を食材として提供し、陶磁器や和紙などの地場産品や観光地を紹介するなどのプロモーション手法を取り入れている。

## 第 3 節 高山市におけるインバウンドの現状

インバウンドの取り組みを進める岐阜県飛騨地域の高山市では、外国人観光客の宿泊者数が毎年、数字を伸ばしており、平成 30 年では、外国人観光客の宿泊者数が約 55 万人という記録を残している。宿泊者数は、岐阜県全体で約 140 万というデータがあり、高山



市はそのうちの 55 万なので、岐阜県の約 3 分の 1 の宿泊数を占めていることが分かる<sup>5</sup>。

図表 8 高山市のインバウンド現状

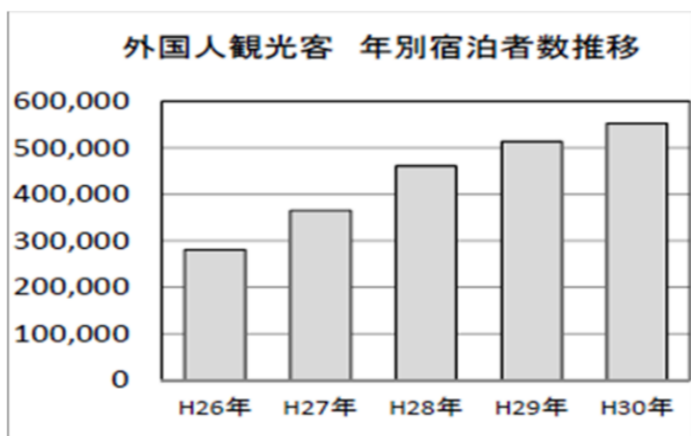
年別宿泊者数推移

(人)

	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	H30年/H29年
アジア	168,023	202,794	269,478	294,877	300,091	101.77%
中東		8,182	11,270	10,993	11,446	104.12%
ヨーロッパ	52,709	70,232	90,135	86,027	100,054	116.31%
北米	18,962	21,771	26,119	27,858	29,773	106.87%
中南米	4,016	3,898	4,194	5,657	5,598	98.96%
オセアニア	16,221	18,342	25,282	26,031	27,510	105.68%
アフリカ	585	900	328	1,276	437	34.25%
不詳	19,806	38,352	34,447	60,760	77,392	127.37%
計	280,322	364,471	461,253	513,479	552,301	107.56%

出所：高山市商工観光部観光課 平成30年観光統計より

図表 9 外国人観光客 年別宿泊者数推



出所：高山市商工観光部観光課 平成30年観光統計より

そんな観光都市である高山市では、一体、どのような取り組みを行っているのだろうか。

まず、戦略的なプロモーションでは、現地目線を取り入れた PR 資料作成や広い地域での連携、海外現地レストランと連携した食と観光の「飛騨高山フェア」などを行っている。また、free Wi-Fi などの無料公衆無線 LAN や地域限定通訳案内士制度、パンフレットやマップなどの多言語化といった受入環境の積極的な整備も行っており、このような取り組みが高山市の観光の発展に繋がってきたと考えられる<sup>6</sup>。

では、西濃地域のインバウンドの現状はどうか。西濃地域は、飛騨地域などのインバウ

<sup>5</sup> 高山市商工観光部観光課「観光統計」高山市商工観光部観光課 平成 30 年

<sup>6</sup> 岐阜県高山市「高山市におけるインバウンドの取り組み」岐阜県高山市

ンド発展地域と比較すると、インバウンド対応の取り組みが遅れている。大垣市では、大垣観光協会が中心として、地域連携 DMO の構築を進めていることや、西濃地域の中心都市であるので、ここからは特に大垣市の観光状況について見ていく。

### 第 3 章 大垣市を中心としたインバウンドの現状と課題

大垣市では、海外からの観光客の誘客を目的とし、訪日外国人の増加が期待できるアジア諸国を主な対象として、現地での積極的な受入環境の整備や外国人誘客の支援、情報発信の強化や大都市圏などでの認知度を取り組み目標として掲げている。そこで、私たちは大垣市の観光状況や具体的な取り組み、今後の展望などの詳細情報を知るため、大垣観光協会にご協力いただき、2019 年 8 月 8 日にヒアリング調査を行った。

図表 10 大垣観光協会ヒアリング調査



#### 大垣観光協会ヒアリング調査

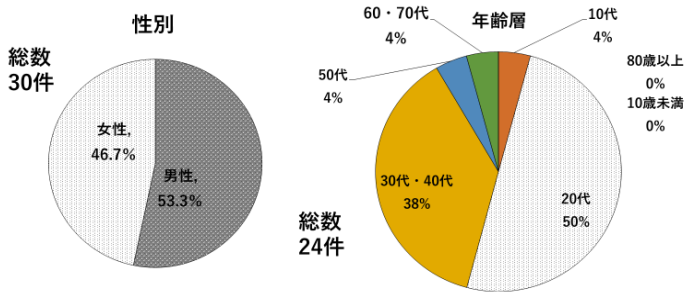
調査日：2019/08/08  
場所：奥の細道記念館  
調査対象：大垣観光協会

初めに、ヒアリング調査から分かるインバウンドデータとしては、基本的にデータが不足していることやデータ収集方法がイベント毎の収集であり、局地的な調査であることが分かった。そのため、調査件数が圧倒的に少なく、統計的なデータが取れていないという現状を把握することができた。

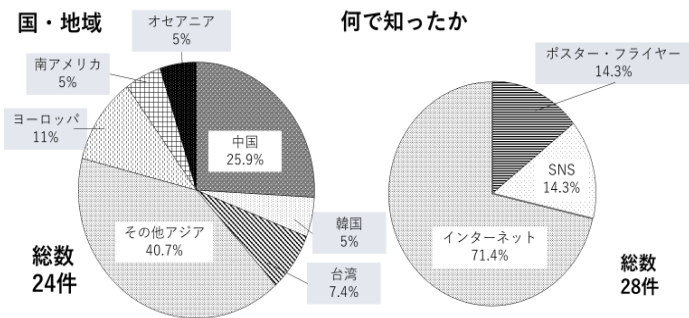
イベント毎の収集では、大垣まつりに訪れる外国人観光客の性別は、総数 30 件のうち、男性 53%、女性 47%と半々に分かれていることが分かった。また、年齢層は、総数 24 件のうち、20 代が多く、次に 30 代や 40 代が多いことが分かった (図表 11)。



図表 11 大垣まつり時の外国人観光客データ①



図表 12 大垣まつり時の外国人観光客データ②



出所:図表 11・12 ともに大垣観光協会調査資料を元に作成

大垣まつりに訪れる外国人観光客を国や地域別で比較してみると、アジア圏の観光客が多い中でも、中国の外国人観光客が多いことが分かった。しかし、アジア圏だけではなく、ヨーロッパや南アメリカ、オセアニアからの来訪もあることが分かる。

イベントを何で知ったかという調査によると、約 85%の大半の人がインターネットや SNS を利用してイベントを認知していたということが分かった (図表 12) 7。

ヒアリングによれば、大垣を訪れる観光客については、観光イベントを目的とする来訪者が多く、観光入込客数及び観光消費額は増加傾向にある。但し、国内旅行者は日帰りが大半で、外国人観光客も途中来のみで宿泊しないパターンと宿泊のみの素泊まりという二極化状態である。利用シーズンは、冬は少なく春先にかけて多くなっている。大垣市の観光スポットとしては、大垣城や奥の細道記念館、大垣市で行われる様々なイベントが人気なようだ。

次に、外国人観光客については、外国人観光客も観光イベントが主な目的であるが、素泊まりが多いので、中間地点として利用しているとも考えられる。また、国籍別では、台湾や中国、香港の方が多く、ヨーロッパやアメリカからの観光客もいるようだ。外国人観光客の観光形態として自由に行動したいというニーズが強く、団体で来る場合も、自由に散策できる時間を求めている。しかし、観光協会では個人への情報収集をする方法が確立できておらず、イベントに参加した観光客にアンケートを実施するという方法がメインの情報収集方法となっている。そのため、個人客の情報に不足が生じている。情報が不足しているため、観光周遊ルートについては不明とのことだ。また、ヒアリング調査から分かったデータによると、外国人のリピーターは極めて少ないので、パンフレットや地図、観光案内所で英語が話せるボランティアを採用するなどして、受入環境の整備を進めている。

続いて、インバウンドの受け入れ態勢についてである。近年、インバウンド業界では、DMO という言葉をよく耳にするようになった。DMO とは、「Destination Management Organization」の略であり、幅広い連携によって観光地域作りを推進する法人を指す。大垣市では、地域連携 DMO を目指しており、市や銀行・企業から人を募り DMO を使える体制を整えて本登録を完了させることが目標となっている。観光客のデータ収集方法としては、iPad を複数購入し、アンケートアプリやボランティア高校生などにご協力いただき、イベント時に聞いて回るという手法を取っている。今後のインバウンドの展望としては、国内旅行会社との連携は進んでいるものの、海外との旅行会社とは連携が取れていないため、窓口拡大のために市と会議を進め準備しているようだ。

#### 第 4 章 課題を解決するために

以上のヒアリング調査の内容から、大垣市を中心とした西濃地域では 3 つの課題が考えられる。一つ目に、インバウンドのデータが不足していることだ。大垣市観光協会ではイベントごとにアンケートなどを取ってはい

7 大垣観光協会調査資料を元に作成

るが数が少ない現状がある。外国人観光客のニーズを正確に把握するためには、アンケート内容を充実させるか、総数を多くする必要があるのでないだろうか。

二つ目に、商店街やまちのお店の目は、国内観光客に留まり、外国人観光客に向けられていないことだ。行政としてはインバウンドに対する受け入れ体制の整備を行っているがまだまだ市民には広まっていないのが現状となっている。地域全体がインバウンドの意識を高めていく必要があると考えられる。

そして、三つ目は、外国人観光客に買いたい、行きたいと思わせる観光商品が少なく、認知されていないことだ。現状では、SNSやインターネットなどで、イベントを知る人が多くいる。そのことを加味して、発信の観点から、SNSを利用した訪日外国人のロコミカのようなものを強化していくべきだと考えられる。

私たちが、この課題を解決するためには、外国人観光客にニーズを聞き、把握する必要があると考えた。しかし、実際に外国人観光客にニーズを聞ける機会は殆どない。そこで、一番身近で、外国人観光客と近い観光感覚を持っていると考えられる留学生をモニターとするという方法を用いることを考えた。また、留学生と良好な関係を築いておくことで、大垣市の良さを広めることができ、長期的なインバウンドの効果も考えられる。

### 第1節 アンケート調査

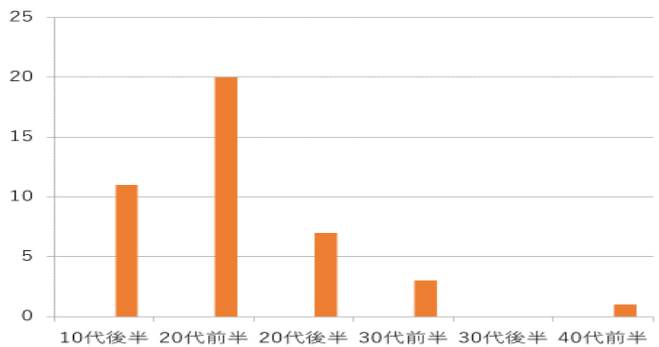
私たちは、岐阜協立大学の留学生や語学学校生の方に協力いただき、「留学生・ご語学学校生アンケート」を実施した。アンケートは、留学生20人、語学学校生48人の計68名にアンケートを行った。アンケートの詳細は下記の通りである。

図表 13 アンケート対象

- 留学生・語学学校生の計68名にアンケートを実施
- 男性35人、女性26人、不明7人
- 国籍・地域は
 

中国14人	台湾1人
ネパール7人	フィリピン2人
ベトナム7人	
インドネシア5人	
カンボジア3人	(空欄7人)
北朝鮮1人	

図表 14 アンケート回答者の年齢構成



日本で興味のあるジャンルについては、自然や食事、着物やアニメといった、自然や歴史・文化を好んでいることが分かった。

図表 15 興味のあるジャンルについて

ジャンル	回答数	ジャンル	回答数
自然	26	桜	1
食事	24	映画	1
着物	7	漫画	1
アニメ	3	観光スポット	1
歴史	6	風土、人情	1
祭	1	文化	13
和服	1	車	1
花火	1	なし	2

交通手段についての項目では、普段は自転車や電車、徒歩などを良く利用し、観光時では、電車やバスなどを良く利用するという結果が出た。

図表 16 交通手段について

普段の交通手段	普段	観光時の交通手段	観光
自転車	39	バス	25
徒歩	19	自動車	17
電車	25	電車	29
自動車	14	自動車	5
バス	7	徒歩	17
タクシー	2	新幹線	16
新幹線	1	タクシー	1

日本や西濃地域での知っているスポットについての項目では、日本では、養老公園や岐阜城、東京ディズニーランドの回答が多く挙がり、西濃地域での知っているスポットについては、大垣城が圧倒的に多く回答に挙げた。

図表 17 知っている観光スポットについて

スポット	回答数	スポット	回答数
大垣城	14	東京海辺公園	1
養老公園	9	奈良公園	1
東京ディズニーランド	3	伊勢志摩	1
岐阜城	2	金閣寺	1
富士山	2	千代保稲荷神社	1
大垣図書館	2	東京	1
郡上八幡	2	京都	1
なばなの里	2	関ヶ原	1
USJ	2	名古屋	1
伏見稲荷	2	下呂	1
大阪	2	大垣プラネタリウム	1
白川郷	2	なし	

日本と西濃地域での観光したことがあるスポットについては、日本では、郡上八幡が多く、他には、USJ や東京ディズニーランドといったレジャースポットを観光したことがあるという回答が挙げられた。

図表 18 日本の観光したことがあるスポットについて

観光スポット	回答数	観光スポット	回答数
郡上八幡	17	名古屋	4
富士山	7	岐阜城	4
USJ	7	大阪城	3
東京ディズニーランド	6	なばなの里	3
名古屋城	5	長島	2
長島スパランド	5	広島	2
京都	5		

◇以下の項目は回答数が一名のスポットである

福岡・福井・富士サファリパーク・静岡・美濃加茂・忍野村・奈良・東京・大阪・千代保稲荷神社・滋賀・四日市・三島・三重・金閣寺・吉野山・下呂・伊豆・お台場

西濃地域での観光したことがあるスポットについては、大垣城や養老公園が多く挙げられた。

図表 19 西濃地域の観光したことがあるスポットについて

観光場所	回答数
大垣公園	14
養老公園	14
大垣城	10
スイトピア	4
八幡神社	2
大垣プラネタリウム	2
湧水	1
美登鯉橋	1

観光して良かった場所とその理由についての項目では、岐阜城や養老公園、高山市などが挙げられ、良いと感じた理由として、自然や歴史・文化を感じられるからということが理由であった。また、日本に来て観光する際に、こんなものがあれば良いと思うものについても項目を設けたところ、WI-FI や公共エリアの充電システム、ガイドやレンタカー、自由に釣りができる許可などがあれば良いという意見等が挙げられた。

図表 20 観光して良かった場所とその理由について

観光してよかった場所	よかった理由
岐阜城	当時の人々の暮らしや歴史を感じられたから
養老公園	滝のそばが心地よいから
高山市	歴史が豊富にある街だから
USJ	アトラクションが好きだから
東京スカイツリー	理由なし
京都	
なばなの里	古い町並みが綺麗で交通の便がよい
富士山	

日本、大垣で観光する際にあったらいいと思うものについて

Wi-Fi ・ 自動販売機 ・ 自由に釣りができる許可  
レンタカー ・ 公共エリアの充電スペース ・ ガイド

以上の留学生・語学学校生アンケートでは、無回答の部分が多くあり、大垣市という大きな括りであっても、特定の観光スポットしか認知されていないことから日ごろは観光スポットについて深く考えていないことが考えられる。また、今回のアンケートでは、大垣城や養老公園などの観光スポットに行ったことがある人が多くいるため、知っている観光スポットについての項目でも大垣城や養老公園という回答が多く挙げられたものと考えられるだろう。また、興味のあるジャンルでは、自然や歴史、食事や文化などが挙がり、大垣市では、大垣八幡神社で日本の文化であるおみくじや絵馬を体験してもらうことが良いのではないかと考えられる。

## 第2節 モデルコースの実践

これらのアンケートを受けて、岐阜協立大学の学生課や留学生に協力を仰ぎ、観光モデルコースを独自に作成し、2019年11月15日にモニターツアーを実施した。モデルコー



スとは、簡単に言うと、簡易的な観光コースのようなものである。テーマやストーリーを持ちルート作成を行うもので、訪日外国人観光客に対し誘客に資するものだと考えている。

図表 21 モデルコースモニターツアー概要

## モデルコースモニターツアー

- 学生課、留学生の方にご協力いただき、モデルコースのモニターツアーを実施
- 当日は、中国人留学生の二人に協力いただき、事前に作成したモデルコースのモニターツアー実施



写真 1・2 ツアーの様子



また、モデルコースを作成する上では、地域に観光資源を組み込んでいくことが重要だと考えられる。地域観光資源を組み込むことにより、プロモーションや周遊の促進が見込まれるだろう。

モデルコースの作成ポイントとしては、ニーズを反映させることや分かりやすい順路、気軽に行える時間、料金設定が重要だと考えられる。私たちのモデルコース作成では、留学生がモニターなので、留学生アンケートを利用して作成した。また、実際に設定したモデルコースを事前に歩き、道路の状態や営業時間などを把握しておくことや留学生アンケートを利用したおおよその利用時間等を参考に考え、モデルコースを作成し、モニターツアーを実施した。作成したモデルコースは、大垣駅をスタート地点とし、ここでは、商店街の街並みを見てもらう。次に、masu cafe (枡カフェ) へ行き、masu cafe を堪能してもらう。水門側の通路では増尾芭蕉の俳句や秋はもみじ、春は桜を楽しんでもらい、最後には、大垣八幡神社で、絵馬やおみくじ自噴水など日本の文化体験を通して楽しんでもらうというコースとなっている。

写真 3 話題のスポットを案内



今回、モデルコースのモニターツアーを行って、「先輩たちと一緒にいろいろなことが話せた。」「先輩たちと交流をした事で、大垣市の歴史や文化について学べた。」という意見をいただいた。この結果から、私たち日本人とコミュニケーションを取ることも留学生や外国人観光客にとっても貴重な体験になりうると考えた。実際に、モデルコースのモニター



ツアーの案内役として参加した何気ない会話からも留学生がコミュニケーションを楽しみ充実感を感じていることが分かった。

### 第3節 外国人留学生との交流

モデルコースの実践から日本人とコミュニケーションを取ることも留学生や外国人観光客にとって貴重な体験になりうると分かったので、我々は、外国人留学生にもちつき大会の参加を呼びかけた。

図表 22 もちつき大会留学生との交流概要



写真 4 もちつき体験の様子



地域の人とスタッフとして接することで日本の生活感や文化、コミュニケーションを取ることを目的としている。実際に参加していただいた留学生の方からは、「日本人と協働でもちつき大会を運営できてよかった」、「日本の文化やイベントに触れることが好きなので、もちをつく体験ができてよかった」等の意見をいただいた。

## 第5章 今後のインバウンド成長の可能性

### 第1節 重要なポイント

西濃地域ではインバウンドの取り組みが進んでおらず、受け入れ環境の整備・魅力的な

観光地が出来上がっていない状態である。先行事例の高山市では、言語の壁改善やフリーWI-FIの導入といった外国人観光客が観光しやすい環境をいち早く整えており、ニーズを独自で探ったイベント・歴史を紐づけた取り組みがインバウンドの展開の大きな要因であると考えられる。よって西濃地域では数少ない観光地も目立たずニーズを結び付けた取り組みができず、インバウンドによる経済効果は現状生かすににくいというのが結論である。

しかし、西濃地域でインバウンドをすることは無意味ということではない。ここから長い目を見た将来という視点を踏まえた成長の可能性の結論について考えていきたいと思う。まず、取り組みが少ない、あるいは訪問数が少ないというのは、発展する伸びしろが多くあるということである。今までの調査からSNS・インターネットの発信に効果は大きく、まずは西濃地域の認知度をあげることが必要だと考えられる。本来であれば、魅力的な店・受け入れ環境の整備を行って、アピールポイントを増やすのが早いですが、西濃地域の現状では、それを強く進めるとあまりにも時間がかかる。これは、行政だけでなく、お店をやっている人々もインバウンド意識が低いことが原因だ。だが、中には外国人を受け入れるため、多様な言語に対応したスポットなど数少ないがあるのも事実だ。その少ないスポットをモデルコースなどに入れアピールすることが重要だと考えられる。また、外国人観光客が求めている体験の中には現地の人とコミュニケーションを求めている人もいる。西濃地域ならではのコミュニティとスポットを合わせた体験に外国人（在住・観光問わず）に参加してもらいそのあとの広がり育てていくという戦略も考えられる。一時的利益ではなく、西濃地域が温かみのある地域という認知をSNSや口コミなどを通して知ってもらうことが今後の成長を考えたとき重要になってくるポイントだと考える。

### 第2節 プロジェクトの振り返り

プロジェクト設立当初の目的では、外国人観光客をターゲットとして、観光モデルコースを作成、発信することでの外国人観光客の

賑わいの創出につなげることが目的であったが、モデルコースの発信まで至らなかった。

しかし、今回のプロジェクトを進める過程で出てきた、①インバウンドのデータ不足や、②商店街やまちのお店の目が、国内観光客に留まり、外国人観光客に向けられていないこと、③外国人観光客に買いたい、行きたいと思わせる観光商品が少なく、認知されていないこと、この3つの課題を解決することで、長期的に見て賑わいの創出につながると考えられる。まずはこうしたインバウンドの現状についての課題を明らかにできたこと、また留学生・語学研究生といった外国人観光客増加につながるような潜在的なキーパーソンへの訴求ができたことは大きな成果であっただろうと考えている。

おわりに

今回、プロジェクトを進行していくことで、モデルコース以外の重要性に気づいた。それは人と人とのあたたかい交流が魅力となるという点である。

そこで、我々は、今後の提案として、マイスター倶楽部の学生が商店街と留学生をつなげる役目をするを考えている。例えば、学生が大垣駅前商店街でツアーを考案し提案する。商店街に協力を仰ぎ、留学生にはツアーの募集をかける。このようなツアーを開催することで、商店街はインバウンド情報や留学生との関係性を得られ、留学生はツアー等に参加する体験が得られる。我々インバウンド調査プロジェクトの学生がかけ橋となり、商店街と留学生をつなげることで、大垣の駅前商店街を盛り上げていくことができるのではないかと考えている。

参考文献・参考資料

- 岐阜県大垣市経済部「大垣市観光戦略指針」岐阜県大垣市経済部 平成 29 年
- 観光庁「観光白書」観光庁 平成 29 年
- JTNO 日本政府観光局「訪日外客数統計」JTNO 日本政府観光局 2018 年
- 山梨県富士吉田市「富士吉田市観光基本計画」山梨県富士吉田市 平成 29 年
- 高山市商工観光部観光課「観光統計」高山市商工観光部観光課 平成 30 年
- 岐阜県高山市「高山市におけるインバウンドの取り組み」岐阜県高山市

参考ウェブサイト

- 訪日ラボ「岐阜県のインバウンド需要」訪日ラボ（最終閲覧日:2020/01/20）  
<https://honichi.com/areas/tokai/gihu/>
- 岐阜県公式 HP「これまでの取り組み概要と成果」岐阜県公式 HP 平成 30 年(最終閲覧日:2020/01/20)  
[https://www.pref.gifu.lg.jp/sangyo/kokusai/kokusai-senryaku/kaigai/index.data/hidamino-koremadenotorikumi2018.03\\_.pdf](https://www.pref.gifu.lg.jp/sangyo/kokusai/kokusai-senryaku/kaigai/index.data/hidamino-koremadenotorikumi2018.03_.pdf)

2020（令和 2）年 3 月

インバウンド調査プロジェクト

岐阜協立大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

# 2019（令和元）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 目的と背景

##### 第1節 観光において食が注目される背景

##### 第2節 昨年度の活動から

##### 第3節 2019年度活動計画

#### 第2章 食のまちづくりに向けて

##### 第1節 食のまちづくりとは何か

##### 第2節 食のテキストとは何か

##### 第3節 食のテキストづくり先進事例

###### 第1項 宿儺かぼちゃについて

###### 第2項 宿儺かぼちゃの効果

###### 第3項 宿儺かぼちゃのテキスト活用例

#### 第2章 2019年度の活動

##### 第1節 食資源調査

###### 第1項 奥美濃古地鶏ヒアリング調査

###### 第2項 マコモタケヒアリング調査

###### 第3項 考察として

##### 第2節 マコモタケ試食会

##### 第3節 マコモタケ食のテキスト作成

#### 第3章 今年度の振り返り

##### 第1節 成果と課題

##### 第2節 今後の展望

#### おわりに

#### 参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

#### はじめに

本プロジェクトは、大垣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スタートしたグループである。

近年では、観光の要素のなかでもとりわけ「食」に注目している。「フードツーリズム」という言葉に代表されるように、観光において「食」は重要な要素になっている。こうした点から大垣市の新たな「食産品（食に関する特産品）」を作り出すことで、大垣まちなか観光の魅力を高め、「食」を楽しむ為に大垣を訪れる観光客を増加させることを最大の目的としている。

そのため今年度は、「まちなかツーリズム商品開発プロジェクト」という名称にし、特に食に関する新たな商品開発を大きな目標に活動に取り組んできた。本稿はこのまちなかツーリズム商品開発プロジェクトの2019年度における活動の成果をまとめたものである。

本文の構成は次の通りである。まず第1章では本プロジェクトの目的と背景について、昨年度までの活動を中心に説明する。第2章では、今年度テーマとして取り上げた「食のまちづくり」および「食のテキスト」について詳しく展開している。第3章では、2019年度に実際に取り組んだ活動内容の報告である。以上を踏まえて第4章では活動ふまえての振り返りと結論についてまとめている。

#### 第1章 目的と背景

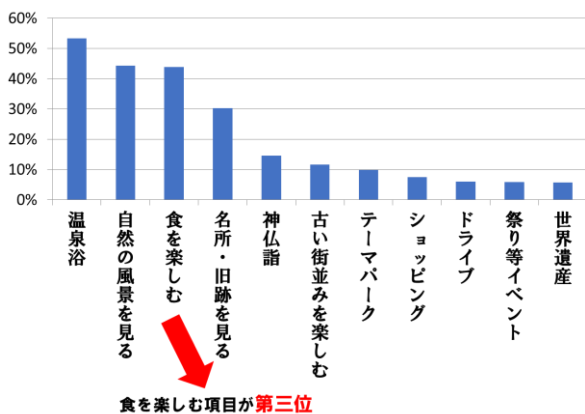
本章では、本プロジェクトがなぜ「食」に注目をしているか。また昨年度までの活動から今年度どのような方向性で活動を展開していくかについてまとめている。

##### 第1節 観光において食が注目される背景

なぜ、観光において「食」が重要となってきたのだろうか。本節では、その背景について述べていく。

図表 1 は、大垣市「大垣観光戦略指針」において示されたデータである。全国の観光客を対象とした調査で「今後 1 年間で行ってみたい旅行の種類」を聞いたものである。グラフを見て分かるように、食を楽しむという分野が 43.9%とこの項目の中で 3 番目に多く、一般的に観光客は食を楽しむという目的を持った人々は極めて多いと言える。

図表 1 全国の観光客を対象とした今後 1 年間で訪れたい旅行の種類



出所：大垣市「大垣観光戦略指針」(2017年)をもとに作成

そこで注目されているのが「フードツーリズム」である。フードツーリズムとは「地域ならではの食・食文化をその地域で楽しむことを目的とした旅」であり、現在広く普及している。地域ならではの食・食文化を楽しむことが旅の目的とされるため、地域ならではの場所や人が関わる様々な体験によって食・食文化の意識を高めることができる旅の形態である。

フードツーリズムには 2 点の要素がある。1 点目はフードツーリズムにおける地域の食は、ただ食べるのではなくわざわざ現地に赴いて食べに行かなくてはならないということ、2 点目は地域の特徴ある食や食文化を楽しむことを主な旅行動機、旅行目的として旅を計画することである。

大垣市でもフードツーリズムによる観光振興が実現すれば、社会効果と経済的効果の 2 つが生まれる。特に社会的効果は地域価値の向上になり、地域活力の向上につながる。一方、経済的効果は既存産業の活性化、雇用機

会の拡大に反映され、新たな産業の創出につながると思う。

このような観点から私たちまちなかツーリズム商品開発プロジェクトでは、食をテーマとした活動を計画・実施してきた。

## 第 2 節 昨年度の活動から

それでは現状の大垣市における「食」にまつわる資源の現状はどのような状況にあるのだろうか。

例えば大垣にある食產品の中で有名なものとして、「水まんじゅう」「大垣味噌せんべい」などの和菓子がある。これらの和菓子の認知度は比較的高い傾向にあると考えられるが、一方で大垣ならではのご当地グルメは県外ではほとんど知られていない。

こうした現状認識から私たちは和菓子以外の食に注目をしてきた。具体的には、過去の活動において、料亭四鳥と「奥美濃古地鶏」を使った食產品開発プロジェクトを進めてきた。この活動では、これまで第 3 弾まで商品を開発している。

第 1 弾は 2017 年 2 月 21 日に販売した「奥美濃古地鶏弁当」、第 2 弾は 2017 年 6 月 4 日の「古地鶏マイ太郎」「飛騨牛マキ夫」、第 3 弾は 2017 年 10 月 1 日の「古地鶏担々麺」、第 4 弾は 2018 年 9 月 2 日の「ラクレット古地鶏ドッグ」である。

下の写真 1、2、3、4 が第 1 弾から第 4 弾の商品開発で実際に作成したものである。

### 写真 1 第 1 弾：奥美濃古地鶏弁当



日時：平成 29 年 2 月 21 日に「奥美濃古地鶏弁当」として発売

コンセプト：大学の催し物などの食事会で食べてもらう



**写真 2 第 2 弾：古地鶏マイ太郎（左）飛驒牛マキ夫（右）**



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・飛驒牛マキ夫 60 食の計 120 食  
価格：古地鶏マイ太郎 400 円・飛驒牛マキ夫 800 円  
コンセプト：地元の味を簡単に食べ歩きができる

**写真 3 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でお客様をとどめる

**写真 4 第 4 弾：ラクレット古地鶏ドッグ**



日時・場所：2018 年 9 月 2 日（日曜日）元気ハツラツ市内ワイン&グルメストリート  
内容：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  
価格：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  
コンセプト：「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

第 2 弾、第 3 弾、第 4 弾は、元気ハツラツ市での販売を行った。この販売活動では予定していた量を完売することができ、イベントへの集客という面では成功であった。しかしながら、商品が単発の物になっており、地域への定着には難しいものになっていた。すなわち、これらの商品、あるいは「奥美濃古地鶏」というブランドが大垣に根付くまでには至ってないと考えている。

そこで、私たちは商品やブランドの差別化を図ることが必要であると考えた。そこで発見した取り組みが「食のテキスト」による「食のまちづくり」の事例である。

食のテキストとは「農作物などの歴史、文化、環境、品種、栽培法、栽培の復歴、収穫量、栄養価、出荷法、食べ方」を「現場から調べて、特徴を明確にするもの」である。単発で終わらせず「食のテキスト」による地域の共通認識を作っていくことが「食のまちづくり」においては重要であると言われている<sup>15</sup>。

そこで、今年度の活動では、食のまちづくりを進めるための手法の 1 つとして「食のテキスト」の取り組みを重要と考え、プロジェクトを進めていくこととした。

**第 3 節 2019 年度活動計画**

こうした観点から活動計画において、2 つの方向性を設けた。

ひとつは、新たな商品開発を進めていく方向である。開発した商品をイベント販売していく。具体的には、料亭四鳥との連携し「奥美濃古地鶏」のから揚げを使用したタコスや、大河ドラマ「麒麟が来る」をモチーフにした、

<sup>15</sup> 金丸弘美『地域の食をブランド化する！』（岩波ブックレット、2018 年）

明智弁当などを検討している。また、その他の連携先として大垣の「地酒」を素材とし「大垣で日本の酒を楽しむ会」と連携したオリジナルカクテルなどが案としてある。

もうひとつの方向性は、「食資源」に関する「食のテキスト」づくりである。私たちは、大垣に根付く商品を作りたいと考えているわけであるが、そのためには大垣にある特徴的な食材を探し、それを利用した新たな商品開発に協力してくれる新たな連携先を探さなければならない。そして、新たな商品を作るにあたり、その商品に使用する大垣の食材を流通・生産から深く掘り下げ、なぜ大垣にその食材があるのか理解する必要がある。そこで、大垣市・西濃地域の「食資源調査」に取り組むこととした。

2019年度はこうした2本柱で活動を計画していくこととなった。

## 第2章 食のまちづくり

本章は、前章でも取り上げた「食のテキスト」による「食のまちづくり」についてより詳しくまとめていく。

### 第1節 食のまちづくりとは何か

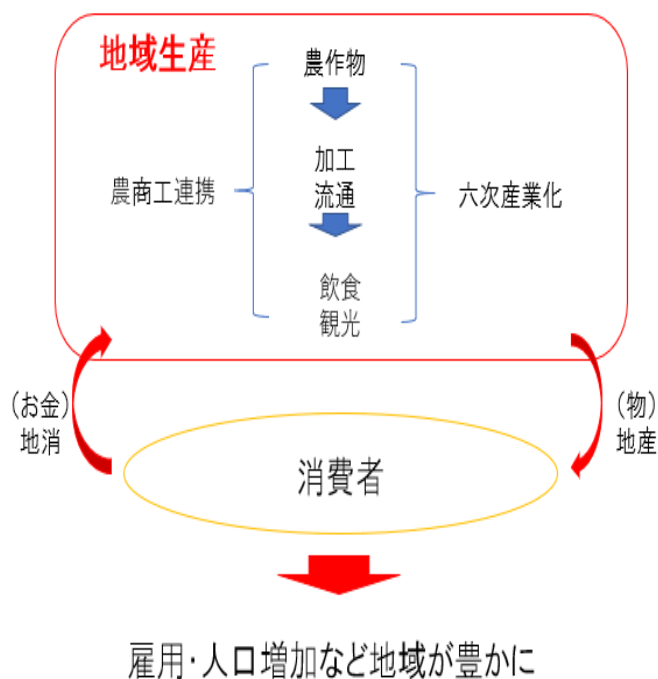
「食のまちづくり」について述べる前に、そもそもまちづくりについて考える。いわゆるまちづくりとは「市民が毎日の暮らしの場であるまちを、市民どうし、あるいは市民と行政が、対等な立場に立ち、互いの役割と責任を確認し合いながら計画を決め、安全に安心して暮らせる生活環境を、世代を超えて整えていくこと」<sup>16</sup>であるとされている。そして、このまちづくりを担う主体としては、地域に居住する人に限らず誰もが行うことが出来るという特徴がある。

こうしたまちづくりの原則を踏まえ「食のまちづくり」は、まちづくりにおける食の観点を強調したものであると言える。食は生活に密着した、誰にとってもなくてはならないものである。農業、流通業、飲食業、観光業など食はあらゆる産業分野にとって重要な位置を占める。また学校給食、食育、健康・医療・福祉など、行政分野にとっても食は重要

な位置を有している。こうしたことから、まちづくりの分野において食という観定の切り口は、多くの人に関係する重要なファクターであると言えるだろう。

このような食のまちづくりを進める場合において、重要な点を挙げるとすれば、①地域主体の役割、②地域の経済循環の構築、③共通の目的・計画を持つこと、である。図表2はこうした食のまちづくりにおいて期待される効果のイメージを図解したものである。

図表2 食のまちづくりを行うことによる期待される効果のイメージ



出所：「事例番号069全国初の「食のまちづくり条例」(福井県小浜市)を参考に筆者作成

食のまちづくりを行うことによって 農水産物を、加工流通といった観光・産業面で生かすことは、農水産物の6次産業化、農工商連携、地産地消などを推進することになり、地域農水産業を根強い産業にするだけでなく、地域産業全体が豊かになることが期待できる<sup>17</sup>。

6次産業化とは、産業構造における1次、2次、3次産業、それぞれの産業にまたがる新しい商品を形成しようとする取り組みのこと

<sup>17</sup> 「事例番号069全国初の「食のまちづくり条例」(福井県小浜市)より

([www.mlit.go.jp/crd/city/mint/htm\\_doc/pdf/069obama.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E3%81%AE%E3%81%BE%E3%81%A1%E3%81%A5%E3%81%8F%E3%82%8A%E3%81%A8%E3%81%AF%27](http://www.mlit.go.jp/crd/city/mint/htm_doc/pdf/069obama.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E3%81%AE%E3%81%BE%E3%81%A1%E3%81%A5%E3%81%8F%E3%82%8A%E3%81%A8%E3%81%AF%27))

<sup>16</sup> 鈴木誠「みんなのまちづくり入門」(NPO法人大垣まちづくり市民活動支援会議、2003年)3ページより

である。生産者が加工と流通・販売も行い、経営の多角化をはかることも6次産業化であると言える。

また農工商連携とは地域の特色ある農林水産物といった資源を有効に活用するため、農林漁業者と商工業者の方々がお互いの「技術」や「ノウハウ」を持ち寄って新しい商品やサービスの開発・提供、販路の拡大などに取り組みである。

こうした地域生産を行うことで、市民の食生活を豊かにし、生産者・飲食宿泊事業者・加工業者などの相互が経済的利益を享受できる効果、さらには地域で作られたものを地域で消費することによりお金が循環して、雇用の場の確保や定住人口の増加効果などが期待できると考えられる。

また、地域の人々で活動することで、食を通じて人と人との交流や食育の重要性も再認識されると考えられる。

加えて、この地域生産は「地域ブランド」化とも言える。ブランドの一般的な定義である「特定の製品を他と異なるものとして識別するための名称や言葉、デザイン、シンボルまたはその特徴」に倣い、地域ブランドは「特定の地域空間や地域産品を他の地域のそれと異なるものとして識別するための名称や言葉、デザイン、シンボルまたはその他の地域」<sup>18</sup>と定義されている。

一般的なブランド化は主に企業が行うものであるが、食のまちづくりにおいては、それを担う主体は市民、行政などといった幅広い主体の中で行われるものである。またテーマ性の違いとして、食のまちづくりとは食育、観光、学校給食などといったものを含み、地域ブランドは地域食品に付加価値をつけるもので、地域食品に付加価値をつけ利益につながり経済効果を高めていくものといった、テーマ性の違いがある。

つまりブランド化の先に食のまちづくりがあると言える。単なるブランド化で終わらず、その取り組みを進める主体が協働し合い、地域内で連携していくことが重要である。ではブランドの価値を高め、かつ食のまちづくりを進める手法にはどのようなものがあるだろ

うか。それが、今回私たちが注目した「食のテキスト」という手法である。

## 第2節 食のテキストとは何か

私たちは、対象の商品をブランド化や差別化を図り「食のまちづくり」につなげるために「食のテキスト」の作成が必要であると考えた。

食のテキストとは「農作物などの歴史、文化、環境、品種、栽培法、栽培の履歴、収穫量、栄養価、出荷法、食べ方」を「現場から調べて、特徴を明確にするもの」<sup>19</sup>である。主な活用事例として、食のテキストをつくり、それを活用した食のワークショップなどが取り込まれ、地域内で新たな商品が次々と生まれていったという成功事例が挙げられている。

食のテキストを作成することのより対象の商品の履歴が分かり、安全で安心な食品であることがあって相手に伝えられ、個性や特徴が明確になる。そのため、似た商品と差別化され、テキストを作成することにより自分たちの地域で採れる作物がどのようなものか明確になり、特徴を相手にわかりやすく伝えることができる。そのため食べ方や特徴を消費者にわかりやすく説明でき、販売がしやすくなり、販売の拡大につながるといったメリットもある。

以上のことから食のまちづくりにおいては、食のテキストを用いることにより、地域の共通認識を作っていくことが重要であると考えた。

## 第3節 食のテキストづくり先進事例

本節では、食のテキストの成功事例として、岐阜県高山市の「宿讎かぼちゃ」を挙げ、その具体的な方法を検証していく。

### 第1項 宿讎かぼちゃについて

まず本節では、食のテキストが活用された事例として、高山市の「宿讎かぼちゃ」について説明する。

そもそも「宿讎かぼちゃ」とは、岐阜県高山市丹生川地区で、宿讎かぼちゃ研究会の方が中心となって生産しているかぼちゃのこと

<sup>18</sup> 小林哲『地域ブランディングの論理』（丸善出版、2014年）

<sup>19</sup> 金丸弘美『地域の食をブランド化する！』（岩波ブックレット、2018年）4ページ



である。その独特な味と形にこだわり、品種改良をほとんど行っていないため、病気に弱く収穫量は一般的なかぼちゃの半分ほどである。

宿儺かぼちゃの誕生後、地域内の大きな人口増加は見られなかった。しかし、宿儺かぼちゃの食のテキストが作成され、ワークショップや共同開発による人の交流が生まれ、これを使った新たな商品が次々開発されているという面では、食のまちづくりとして成功している。

そこで、ここからは実際に宿儺かぼちゃ研究会が作成した食のテキストを元に宿儺かぼちゃの特徴や栽培について説明する。

宿儺かぼちゃの栽培は播種時期によって3パターンに別れており、4月に播種を行う場合は、3月まで、圃場準備、四月から育苗、五月から定植、6月から開花・受粉、7月から成熟、8月から追熟、8月中旬から出荷となっている。

図表3 宿儺かぼちゃができるまで(露地)

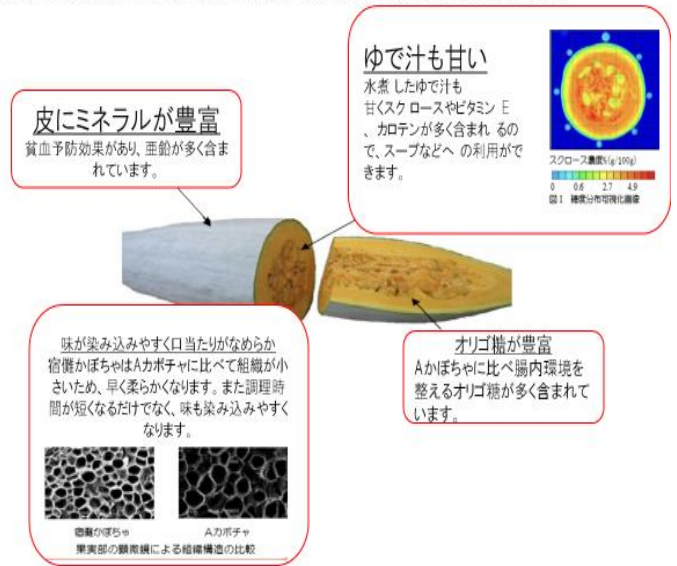


宿儺カボチャの特徴として、皮にミネラルが豊富で、ゆで汁も甘く、オリゴ糖が豊富、味が染みやすく、口当たりがなめらかという特徴がある。

図表4 宿儺かぼちゃの栄養及び調理加工特性について

宿儺かぼちゃの栄養及び調理加工特性について

以下の内容は、同時期に出荷されたF果Aかぼちゃ(せいやかぼちゃ)と宿儺かぼちゃを比較したものです。

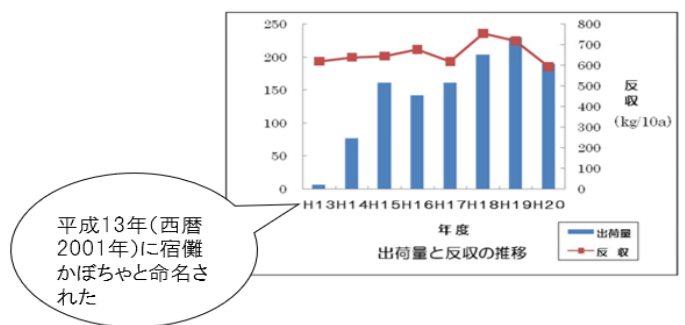


第2項 宿儺かぼちゃの効果

次に、宿儺かぼちゃで得られたまちづくりの効果について説明する。図表5は、宿儺かぼちゃとして売られるようになってからの出荷数を表したグラフである。

図表5 宿儺かぼちゃ出荷量の推移

宿儺かぼちゃ誕生後の数値の推移

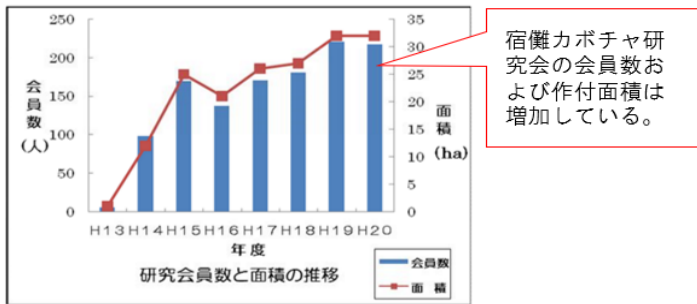


続いて図表6は、宿儺かぼちゃ研究会員数と作付面積の推移を示したものである。作付面積や研究会の会員数も増加傾向にあり、宿儺カボチャは食のテキスト作りと食のブランド化に成功していることがわかる。



図表 6 宿儺かぼちゃ研究会員数と作付面積の推移

宿儺かぼちゃ誕生後の数値の推移

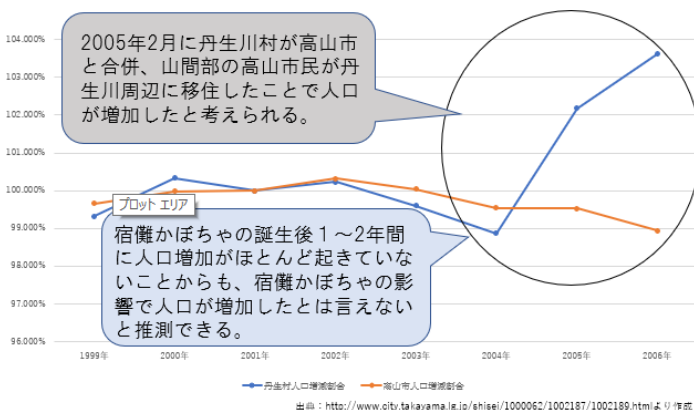


出典: <http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/data/workshop/pdf/workshop2009040802.pdf>

丹生川地区と高山市全体との人口増加割合を比較したグラフ（図表 7）では、宿儺かぼちゃがブランドとして誕生した 2001 年直後の人口が増えていないことから、人口の面での効果は得られていない。人口比率は 2005 年から増えているが、これは高山市との合併で山間部にいた人達が丹生川の方へ移住してきたと推測できるため、宿儺かぼちゃによる効果とは考えにくい。

図表 7 丹生川村と高山市の人口増減割合比較

丹生川村と高山市の人口増減割合比較



出典: <http://www.city.takayama.lg.jp/shisei/1000062/1002187/1002189.html>

しかし、まちづくりとは人口だけではなく、人々の関わりの広がりや地域の移出産業などからも考察することが出来る。

第 3 項 宿儺かぼちゃのテキスト活用例

宿儺かぼちゃ誕生後、高山市では宿儺かぼちゃのテキストを生かした食のワークショップ

が開催された。こうした取り組みにより 50 品目以上の料理が試作され、その 1 部は実際に商品として販売されている。更には飛騨高山高等学校と共同開発した宿儺かぼちゃアイスは現在販売 10 周年を迎えている。

これらには食のテキストを作り、それにより、他のかぼちゃとの違いを明示し差別化、またワークショップを開催することで理解を深め、特徴を活かした料理作りに反映させるという、食のテキストの活用があった。食のテキスト誕生後、活用によって、宿儺かぼちゃは地域での用途が広がり、知名度が大きくなり、それによる人の繋がりも増えていった。これにより東京の市場でも高値で取引されるようになっていった。大手小売業の流通に載せる事例を生まれているという。

つまり、まちづくりの効果は人口の面より、人の繋がりや用途の広がり、移出産業の面で成功していると言える。

第 2 章 2019 年度の活動

以上の先進事例を踏まえ、今年度私たちが取り組んできた食のテキスト作りに向けた活動については以下のものがある。奥美濃古地鶏ヒアリング調査・マコモタケヒアリング調査・マコモタケ天ぷら試食会・マコモタケの食のテキスト作成となっている。本章では、こうした活動の詳細について報告していく。

第 1 節 食資源調査

西濃地域における食資源を調査すべく、ヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査に関しては実際に対象の商品の生産されている場所に行きヒアリングを行った。

第 1 項 奥美濃古地鶏ヒアリング調査

まず、最初に奥美濃古地鶏ヒアリング調査について説明する、日時は、2019 年 8 月 19 日、関市のアグリフーズ直営養鶏場にて岐阜アグリフーズ株式会社の生産部生産者係長様、塔之洞事業、所長様にインタビューという形で調査を行い、鶏舎の見学をした。

奥美濃古地鶏は、岐阜地鶏を残そうという思いから生まれたもので、特徴として普通の若鳥と比較して弾力があり、それを引立てるための育成方法を行っており、大垣市にある

「料亭四鳥」、岐阜駅内の「赤い鳥」といった飲食店などで提供されている。またアグリフーズ株式会社と岐阜女子大学との協力により、奥美濃古地鶏を使った料理レシピなどの開発が行われている。

しかし奥美濃古地鶏の認知度はそれほど高くないといった現状がある。そのため課題は、認知度を上げること、他の物との違いをアピールすることが重点課題に挙げられているということを知ることができた。

#### 写真5 奥美濃古地鶏鶏舎見学



出所：2019年8月19日筆者撮影

#### 第2項 マコモタケヒアリング調査

次にマコモタケヒアリング調査について説明する。2019年11月5日、大垣市西大外羽にて大垣マコモタケ研究会の方にインタビューという形で調査を行い、マコモタケ畑の見学、試食をさせていただいた。

マコモは2mの背丈にも成長するイネ科の植物である。マコモタケはこのマコモの肥大化した茎の部分を目指す。マコモには黒穂菌(くろぼきん)とよばれる菌が寄生し、茎の根元を肥大させる。これをマコモタケとして食用にしているのである。食感としてはエリンギ、タケノコに似たものとなっている。

大垣マコモタケ研究会の方がマコモタケを作るきっかけとして、「大垣でなにか変わったものを作ろう」と考えたのが始まりだと伺った。以前は田で稲作を行っていた圃場を現在ではマコモの畑として栽培している。

マコモタケは生産にあたって畑に使用する水によって大きさ、質が大きく変わってくる

ものであるということであった。大垣は水が豊かであるため大垣地域のマコモタケならではの特徴を持っている。その特徴とは、「白くて美しい」マコモタケが採れることである。黒穂菌の影響で黒い点が出てくるのは正常であるのだが、大垣のマコモタケは他の地域のマコモタケと比較しても白くてきれいなのだと言う。そこにはやはり水が関連しているということであった。大垣マコモタケ研究会では湧水を使用して田の水を張っており、こうした大垣ならではの特徴が現れているのが他の地域との差別化につながるのではないだろうか。なお今後、地元企業の土里夢ファーム(OKB農場)と連携して冷凍マコモタケの販売・流通を進められているという話を聞くことができた。

ただし、課題として認知度の低さや後継問題といった課題があることも分かった。

#### 写真6 マコモタケ圃場見学



出所：2019年11月5日筆者撮影

#### 第3項 ヒアリング調査の考察として

奥美濃古地鶏はアグリフーズ株式会社と岐阜女子大学との協力により、奥美濃古地鶏を使った料理レシピなどの開発を行った。また、私たちの活動でも奥美濃古地鶏は使われていた他、ハムやソーセージなどの土産物がサービスエリア等で販売されていることから地域以外にも流通していることが分かる。しかし地域との関わりは少なく、地域内の認知度は低い。関わる経済主体も生産者であるアグリフーズといった少ない主体なので食のまちづくりの観点からするとその取り組みは不十分であると考えられる。

次にマコモタケヒアリング調査の考察である。マコモタケを知ってもらい広げていく取り組みとして地元企業の土里夢ファームと連携して、冷凍マコモタケの販売を進めている。また過去には、マイスター倶楽部と連携して、大垣マコモタケ研究会が主体となって「おむすび博」の中の一企画を実施する等、まちづくりの一貫として取り組まれている。ただブランド化という面では認知度がまだ低いことから不十分であると考えられる。

奥美濃古地鶏、マコモタケを比較して奥美濃古地鶏、マコモタケ双方ともに地域ブランド化の取り組みは行われているが認知度としては低いものであるのが共通点である考えられる。

ただ、奥美濃古地鶏に関しては地域の店やアグリフーズといった企業やアウトパックされ流通されているので、マコモタケよりはブランド化の取り組みが進んでいる。

主体としては、マコモタケは個別生産者が主体、奥美濃古地鶏はアグリフーズという企業が主な主体という主体の違いがある。

関わりとしては、奥美濃古地鶏は学生、地域の店、アグリフーズ株式会社といった企業、生産者といった関わりで、マコモタケは生産者である大垣マコモダケ研究会、学生、土里夢ファームといったもので、どちらも地域の様々な主体との関わりを通じた取り組みを行おうとしている。

## 第2節 マコモタケ試食会

大垣マコモタケ研究会の取材後、マコモタケの試食会を元気ハツラツ市のイベント時に開催した。

マコモタケはブランド化という面では認知度がまだ低く、PRが不十分であると考えられるため、実際の地域の方のマコモタケに対する印象を調べるため、マコモタケ試食会を行った。2019年11月3日、元気ハツラツ市にて、ハツラツ市に来ていた歩行者に呼びかけをし、まちなか研究室マイスター倶楽部にてマコモタケを天ぷらにしたものを提供し、試食してもらった。そのうえでインタビューを約20名に実施した。

その結果、多くの方がマコモタケを知らなかったと答えていた。逆に、珍しさから試食

に立ち寄ってくれた方が多かったとも考えられる。マコモタケを食べての感想としては、食感がよくおいしいという意見も多くあり、認知度を上げていくには、PRの必要性があると考えられる。

## 写真7 マコモタケの天ぷら



出所：2019年11月3日筆者撮影

## 第3節 マコモタケ食のテキスト作成

こうした活動を踏まえて、地域で使用されている地域産品を、他地域の似たようなものと比較して、特徴を明確に伝えるために差別化が重要になってくる。また、食のまちづくりとして生産者、加工業者、流通業者、消費者等、様々な団体や人の関わりが重要になってくるのが分かった。

そこで、食のテキストを作り、その上でワークショップなどの普及活動を行うことが食のまちづくりを進めることにおいて必要であると考えられる。

よって、宿讎かぼちゃの事例をもとに、私たち自身が食のテキストを作成し、私たちの活動の「まちなかツーリズムプロジェクト」の商品開発活動に活かしていこうと考えた。

そこで考えたのが「マコモタケ」の食のテキスト化である。マコモタケの食のテキスト作成に伴い、再度マコモタケ研究会と打ち合わせを行った。記載内容等の確認をマコモタケ研究会と行い、情報の物としては、紙媒体のものを作成することにした。

図表8が、私たちが大垣マコモタケ研究会の協力のもと作成したマコモタケの食のテキストである。今年度は作成までで終わってし



図表 8 作成したマコモタケのテキスト

## 6. 販売先 ～どこで買える？～

大垣のマコモタケの収穫予定は9月下旬から10月末になります。生のマコモタケはこの期間の販売となります。

主にJAにしみのが運営するファーマーズマーケットで販売されています。価格は、1本当たりおおよそ100円です。

現状は、収穫の時期ではないと購入するのが難しいです。ただ現在、(株)土里夢ファーム(OKB農場経営)が冷凍マコモタケの取り扱いを進めており、もしかしら近い将来、いつでも購入することができるようになるかもしれません。

## 7. 生産者 ～大垣マコモタケ研究会～

平成17年に1名で栽培を始めたことがきっかけです。その後、平成21年に3名で栽培を拡大。平成24年には5名で「大垣マコモタケ研究会」を立ち上げました。令和2年現在は3名で活動中です。



マコモタケを栽培するうえで一番の苦勞は、除草剤をつかうことができないため手作業による除草作業ということです。また、農業の担い手が不足するなか、マコモタケづくりを引き継いでいくことも今後の課題ということです。そのためにも、多くの人にマコモタケの良さを知ってもらいたいということでした。

## 8. 編集後記 ～取材後の学生感想～

私たちは、岐阜協立大学まちなか共同研究室マスター倶楽部で学生によるまちづくりの実践を進めています。大垣の「食資源」を調査するなかで、大垣には「マコモタケ」という野菜があることを知ることになりました。

当初はマコモタケを知らない状態からのスタートでしたが、大垣マコモタケ研究会さんにお話を伺い詳しくマコモタケについて教えていただきました。また実際に試食してみると、非常に美味しく感じました。そのため、多くの人にこの美味しさを知ってもらいたいと思いこのテキストを作成しようと考えました。

マコモタケの栽培は雑草が生えても除草剤を撒くことが出来ません。また、作業も機械化もできません。そのため、全て手作業で作られていることを知り、生産者の方々の大変な努力を感じました。私たちが今後の活動でそのような姿勢を見習い、取り組んでいきたいと思えます。

採れたては生でも美味しい！



制作：岐阜協立大学まちなか共同研究室  
マスター倶楽部  
まちなかツーリズム商品開発プロジェクト  
〒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

協力：大垣マコモタケ研究会

ご存知ですか？

# 水都大垣の湧水で育った健康野菜



# マコモタケ

## 1. マコモタケとは！？

マコモタケはタケノコでも、キノコでもありません。

マコモタケは池や沼などの水辺に生えるイネ科の多年草で、「マコモ」という植物の肥大化した茎の部分のことです。マコモは大きな稲のような姿をしており、2m以上の草丈まで成長します。

このマコモに黒穂菌(くるぼきん)とよばれる菌が寄生し、茎の根元を肥大させます。これを「マコモタケ」として食用にします。

味は、クセがなく、どのような料理、調理法でも美味しくいただくことができます。

## 2. 魅力・環境 ～水都大垣の特徴～

大垣マコモタケ研究会では、新しい特産品を目指してマコモタケの生産にとりかかっています！

圃場：大垣市西大外羽1丁目

(水田を利用して栽培)

特徴は何といっても、大垣の湧水で生育していることです！

これにより「白くて美しい」、美人なマコモタケができます。



湧水で育てたマコモタケは白くて美しい！

## 3. 栽培法 ～マコモタケができるまで～



←4月下旬ごろ、条間2m、株間1.8mで、田植えとまったく同じ方法で定植します

→7月初旬に、株ごとに追肥を行います



←機械による除草。マコモタケづくりで一番の重労働です

→9月下旬ごろから待ちわびた収穫です。一本ずつ丁寧に刈取ります。手作りの船で畦まで運びます



←井戸水で丁寧に洗い、その後選別・袋に詰めて、出荷します

## 4. 栄養成分 ～ヘルシー野菜として～

マコモタケは食物繊維やビタミン、ミネラルを含んだ食材です。

特に食物繊維が豊富に含まれています。中でも不溶性のものが多く、胃や腸の中で水分を吸収しながら膨らみ、腸壁を刺激して蠕動(ぜんどう)運動を活発化にし、便通を促進する働きがあるとされています。

また、脂質や炭水化物などの栄養素があまり含まれていないためカロリーが低い食材です。

## 5. レシピ ～マコモタケ保存・調理法～

○新鮮保存 冷蔵庫で5日間ほどは保管できます

○冷凍保存 調理用にかつし、ボイルして密閉したうえで冷凍

マコモタケの天ぶらの材料(3人分)・作り方

- 材料：マコモタケ2本、小麦粉1カップ、卵1個、水適量、揚げ油適量
- (ア) まず、マコモタケの硬皮を剥き、7～8ミリの厚さに食べやすい大きさに切ります。
- (イ) 次に、ボールに卵と水を合わせ、小麦粉を入れて衣を作ります
- (ウ) 衣をまとわせたマコモタケを170～180°の揚げ油に入れてこんがりきつね色になるまで揚げます
- (エ) 塩や出汁などで味付けして食べるとより美味しくいただけます



マコモタケの天ぶら

※A4サイズの三つ折り用のレイアウトで作成したため、上記の資料では掲載順が前後している



まったが、来年度以降はこのテキストを活用していくとともに、マコモタケを生かした商品開発に取り組んでいきたいと考えている。

### 第3章 今年度の振り返り

#### 第1節 成果と課題

食のテキスト作成に伴い、食品の生産地でのヒアリングにより、現状把握（その商品の立ち位置、強み）また、知識等を深めることができた。特に大垣市におけるマコモタケの生産状況について理解することができた。

一方で、今年度は食資源の調査に活動の力をあてたこともあり、実際に商品開発を行うことができなかった。よって、今後は今年度取り組んだ食資源調査とそれによって得た知識等を商品開発にどう活かすかが課題となっている。

#### 第2節 今後のプロジェクトの展望

私たちが調査した、高山市の宿儺かぼちゃの事例では、食のテキストを作るだけでなく、それを活用した食のワークショップという流れがあった。このことを参考にしながら、今年度作成した「マコモタケのテキスト」を活用したワークショップを実施していくことが来年度の展望となる。

具体的には、マコモタケを様々なかたちで、テイस्टイングし味わうような機会を設けていく。こうした機会に、中心市街地の飲食店等を招き、マコモタケの特徴や情報を提供していく。協力が可能な店舗には、大垣のマコモタケを使ったメニューやレシピを開発し実店舗で提供してもらおう。このようにして、「食のテキスト」から「食のワークショップ」、そして地域における商品開発という流れをつくることができれば、単発の企画で終わらず「食のまちづくり」として進めることが可能になってくるだろう。

こうした手法をマコモタケに限らず、大垣で生産される様々な食資源で行うことで、多様な商品が生まれ、食の豊かなまち大垣市として、食を目的とする観光客も呼び込むようなまちに成長していくことができると考えている。

おわりに

「食」は日常生活において必要不可欠なもので誰でも関心を持ちやすいため、まちづくりに食の観点を踏まえることは有効である。また自分たちの地域で何が採れているのか、その産品の特徴や、どういった人の関りがあるのかといったことに注目することで食のまちづくりを進めることが出来る。加えて、特徴の違いを明確にして伝える差別化が食のまちづくりを進める上で重要になってくる。

以上のことから食のまちづくりは、人と人との繋がりが生み、地域の循環的な経済の推進と街の活性化に影響する可能性が高いと考えられる。

参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

- 金丸弘美『地域の食をブランド化する！』（岩波ブックレット、2018年）
- 小林哲『地域ブランディングの論理』（丸善出版、2014年）
- 鈴木誠「みんなのまちづくり入門」（NPO 法人大垣まちづくり市民活動支援会議 2003年）
- 「食のテキスト化とワークショップ」  
<http://banraisya.co.jp/kanamaru/yotei/yoteidetail.php?&no=734&a=2016>  
（最終閲覧日 2019/11/15）
- 「高山市 人口/世帯」  
<http://www.city.takayama.lg.jp/shisei/1000062/1002187/1002189.html>  
（最終閲覧日 2019/11/20）
- 「事例番号 069 全国初の「食のまちづくり 条例」（福井県小浜市）」  
[www.mlit.go.jp/crd/city/mint/htm\\_doc/pdf/069obama.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E3%81%AE%E3%81%BE%E3%81%A1%E3%81%A5%E3%81%8F%E3%82%8A%E3%81%A8%E3%81%AF%27](http://www.mlit.go.jp/crd/city/mint/htm_doc/pdf/069obama.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E3%81%AE%E3%81%BE%E3%81%A1%E3%81%A5%E3%81%8F%E3%82%8A%E3%81%A8%E3%81%AF%27)  
（最終閲覧日 2019/11/28）
- 「宿儺かぼちゃの物語」  
<http://www.banraisya.co.jp/kanamaru/data/workshop/pdf/workshop2009040802.p>（最終閲覧日 2019/12/2）

2020（令和2）3月

まちなかツーリズム商品開発プロジェクト

岐阜協立大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

# 2019（令和元）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 プロジェクトの目的

##### 第2節 企画の背景

###### 第1項 大垣市の観光背景

###### 第2項 大垣市の観光の課題

###### 第3項 前年度活動からの考察

###### 第4項 今年度の情報発信の方針

#### 第2章 活動内容

##### 第1節 商店街を取り巻く人の情報発信

###### 第1項 動画投稿サイトを活用した店主インタビュー

###### 第2項 市民団体「大垣空襲を語り継ぐ会」のヒアリング、発信

###### 第3項 マイスター倶楽部の広報

##### 第2節 フォトジェニックな大垣市の発信

###### 第1項 飲食店の取材

###### 第2項 大垣市の四季を発信

##### 第3節 情報発信による社会活動

###### 第1項 若者の選挙推進運動

###### 第2項 京都アニメーション火災復興支援

#### 第3章 結果・まとめ

##### 第1節 結果

###### 第1項 数値からの比較

###### 第2項 寄せられた言葉

##### 第2節 まとめ

###### 第1項 課題

###### 第2項 「人」の発信を通して-目的と照らし合わせ-

###### 第3項 まちなか観光のための提言

#### おわりに

#### 参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

#### はじめに

そうだ！大垣へ行こう！は岐阜経済大学（現・岐阜協立大学）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年度から商店街調査プロジェクトのサブプロジェクトとして 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。その後、2018年度からはひとつのプロジェクトとして学生視点による情報発信を様々な媒体で展開している。

本稿は2019年度における本プロジェクトの活動をまとめたものである。本文における章の構成は次の通りである。まず第1章ではプロジェクトの目的とその背景について展開する。次に第2章では2019年度における活動の成果について報告する。そして第3章では活動の振り返りとして成果についてまとめている。これらを通じて大垣市におけるまちなか観光の発展と情報発信の方向性について私たちにりの提案をしていきたい。

#### 第1章 目的・背景

本章では、プロジェクトの目的と背景について、大垣市における観光の課題、昨年度の活動からの考察等から展開していく。

##### 第1節 プロジェクトの目的

本プロジェクトでは、「学生による大垣市中心市街地の観光提案」と、「観光資源の発掘」を目的としている。

特に学生による観光提案では、大垣市が進める「芭蕉元禄のまち-大垣」といった大垣城、奥の細道むすびの地記念館、住吉灯台といった紀行文「奥の細道」の著者松尾芭蕉と江戸時代に大垣市を支配した戸田藩を結びつけた周遊観光とは一線を画す観光の提案を目指している。例としては、大垣駅前商店街の飲食店を食べまわるグルメツアーリズムの提案や関ヶ原町、垂井町といった西濃地域を巻き込ん

だ歴史観光、神戸町、揖斐川町などの揖斐川流域の特色を生かした流域観光をこれまで提案してきた。観光資源の発掘では、「まんぼ」と呼ばれる線路高架下にある隧道をインスタグラムに投稿し瑞穂市に続き、大垣市でも観光資源化を図ってきた。このように学生視点で、これまで注目されてこなかった資源に焦点をあてていくのが本プロジェクトの狙いとするところである。

## 第2節 企画の背景

### 第1項 大垣市の観光背景

大垣市の立地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の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、上皇上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將・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、水資源に恵まれ、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ある。加えて、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。

### 第2項 大垣市の観光の課題

大垣市では平成29年に策定した「大垣市観光戦略指針」において本市の課題として「観

光イメージづくりと情報発信」<sup>1</sup>を挙げており、大垣市の歴史資源や文化の発信や芭蕉元禄のまち大垣のイメージ定着を目指している。また、「観光商品等の開発」<sup>2</sup>として大垣市中心市街地では観光資源を活かしたまちなか観光の開発にも取り組んでいる。つまり大垣市は奥の細道むすびの地記念館や大垣城といった歴史資源を活かしたまちなか観光を模索していると言えるだろう。平成27年に策定した「中心市街地活性化基本計画」でも中心市街地活性化の目標である「観光客などの来街者や、商店街と大型店舗との連携・共存によるまちなかのにぎわいの創出」<sup>3</sup>の中で観光客の増加、中心市街地の回遊性の向上を図っており、駅前再開発や毎月第1日曜日に行われる元気ハツラツ市の開催などを行っている。

それに対して、私たちは商店街の飲食店に観光客を呼び込み、『まちゼミ』で取り組んでいるような仕事体験などから商店街が観光にいかんにかき込めるかを考えなければならないと考えている。つまり商店街における体験型講座と観光とのクロスする部分があり、そこに新たな観光商品を生み出す可能性があると考えているのである。

### 第3項 前年度活動からの考察

昨年度のそうだ！大垣へ行こう！や商店街調査プロジェクトの活動から、商店街の後継者問題が浮き彫りになった。当プロジェクトで行った実地踏査で取材を行った店舗の3分の1、10店舗が持続的な経営が困難であると懸念されることが分かった。

この中には、本プロジェクトでこれまで取材を行ってきた飲食店も存在する。もし後継者問題等で事業承継が上手くいかなかった場合、市民に愛されてきた「地元の味」が失われてしまう可能性が懸念される。

また、昨年度の業種調査では、大垣駅前商店街エリアの構造は約4割が飲食店で観光との結びつきが考えられるが、残りの業種は地元向けの商品やサービスを扱っている場合が多いことが分かった。また、地権者の多くが

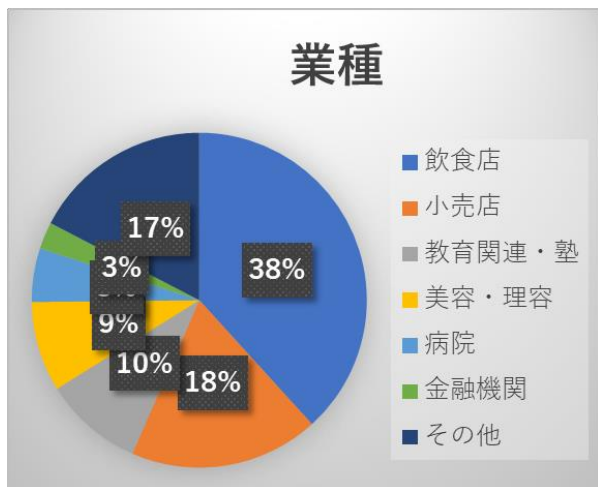
<sup>1</sup> 大垣市「大垣市観光戦略指針」p.62

<sup>2</sup> 大垣市「大垣市観光戦略指針」p.63

<sup>3</sup> 大垣市「大垣市中心市街地活性化基本計画」p.56

中心市街地活性化を求めていることが分かった。

図表 1 大垣駅前商店街エリアの業種構造



出所：2018年度マイスター倶楽部商店街調査結果より  
筆者作成

#### 第4項 今年度の情報発信の方針

以上のようなこれまでの活動から私たちは、大垣市中心市街地の魅力は「人」だと考えた。地元で長年愛される店舗の魅力は、その店を切り盛りする店主の魅力でもあるからである。

そこで、大垣駅前商店街で店を構える人々や個人で行っている活動を発掘し、それらを発信することが観光客にとって有益な情報発信だと考えた。人や地域コミュニティを対象とすることで観光客にとって身近に受け取ってもらえ、かつマイスター倶楽部と地域との繋がりが情報発信を通じ伝播(でんぱ)できるからである。

また、マイスター倶楽部と商店街の密接さを発信することで昨年課題であった「学生による情報発信」という色を強めることが出来ると考えた。

#### 第2章 活動内容

当プロジェクトでは、2019年度の活動として、①「商店街を取り巻く人の発信」、②「フォトジェニックな飲食店の発信」、③「情報発信による社会活動」の3つの活動を行ってきた。本章ではこれらの取り組みをそれぞれ報告していく。

#### 第1節 商店街を取り巻く人の情報発信

##### 第1項 動画投稿サイトを活用した店主インタビュー

今年度から店舗や店主の魅力を発信するために動画投稿サイト YouTube で大垣市中心市街地の商店の店主にインタビューを行った。動画編集をし、「Meister 紹介」として投稿をした。第一回目は郭町にある酒食家木の間の店主・深堀良樹氏に7月27日にアポイントメントを取り、インタビューを行った。動画は10分程度に編集を加え、8月中旬に YouTube にて「そうだ！大垣へ行こう！」チャンネルで公開した。再生回数は50回前後であり、チャンネル登録者は2人となっている。

写真1 インタビューを行った酒食家木の間の店主・深堀良樹氏



なお、第二回目のインタビューとしてコミュニティレストランプロジェクトと連携している料亭四鳥の取締役社長の津谷秀次郎氏にインタビューを申し込み、打ち合わせも行ったが、氏が多忙ということで断念している。

##### 第2項 市民団体「大垣空襲を語り継ぐ会」のヒアリング、発信

大垣空襲を語り継ぐ会は1989年に空襲体験者の体験を互いの意見を尊重しながら語り合い、語り継ぐ場として始まった。今年度で31年目を迎えるが、会は年々参加者の高齢化が問題視され大垣空襲の風化が懸念される。そこで当プロジェクトでは大垣空襲を語り継ぐ会に参加し、体験談を電子情報として記録・発信することを考え、ヒアリングに至った。



7月28日に大垣市郭町にある多目的交流イベントハウスにて会が開かれ、土井田さん、加納さんの空襲体験談をFacebookで掲載した。その中で土井田さんは東海軍管区情報と実際の戦闘機の襲来の時差や緑園にある新善光寺に安置されていた遺体の数々など臨場感溢れる自らの大垣空襲の体験を語ってくださった。

図表2 大垣空襲を語り継ぐ会の様子を投稿



### 第3項 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やインバウンド調査プロジェクトの活動についてSNSで取り上げた。マイスター倶楽部全体の広報では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今年度からマイスター倶楽部に入った1年生にルポとしてまとめてもらい、全体リーダーの感想もFacebookにアップロードし、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海津市での情報モラルワークショップなどの様子を発信し、マイスター倶楽部の「見える」化を図った。

食育レストランの広報では告知・様子を投稿した。食育レストランは岐阜新聞や中日新聞といった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。食育レストランプロジェクトの当初のコンセプトが、学生が食につ

いて子どもたちに教えることであったことから、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1回目は「塩と岐阜県」をテーマとしてどうやって昔の人は海のない岐阜県で塩を調達したのかを調査し、食育レストランでチラシを先行配布した後、Facebookで同様の内容を投稿した。民俗学者の宮本常一著「塩の道（講談社学術文庫）」によると、山間部では塩木といわれる海水を火にかける木材を川から海岸に流し、塩を自家生産して再び山に戻ったようだ<sup>4</sup>。その後沿岸部の人に委託するようになり、塩が流通するようになると木材を薪として売りそのお金で塩を購入するようになったようだ。岐阜県の山間部も同様で、大昔は「塩木をなめる（なめるとは伐るという意）」という言葉があり、塩木を海岸まで流し揖斐川の河口で焼いたという話がある。瀬戸内海から塩が流通するようになると、やはり木材を薪として売って塩を購入することで調達したそうだ<sup>5</sup>。

インバウンド調査プロジェクトの活動発信では大垣観光協会のヒアリングに同行し、ヒアリングの様子をTwitterで公開した。

図表3 大垣観光協会のヒアリングの様子



今年度から当大学のマイスター倶楽部認知度向上のため大学構内に「マイスター倶楽部通信」という月報を発行した。通信では、企画発表会や納涼レストランなどマイスター倶楽部の活動や当プロジェクトの活動を掲載した。

<sup>4</sup> 宮本常一（1985）「塩の道」講談社学術文庫 p.37

<sup>5</sup> 同書 p.40

図表 4 マイスター倶楽部通信。大学丸善前の掲示板に掲示した



また、これまで Twitter の運用方法が事務的で学生による情報発信という特色を上手く表しきれなかったことから同大学ソフトピア研究室のアカウントを参考にマイスター倶楽部の活動外、プライベートの様子を投稿した。例としては、毎年夏と冬の二回、東京都国際展示場で行われるコミックマーケットへ行き、松尾芭蕉に関する書籍を見つけたことや私用で静岡に赴き、静岡県のローカルチェーンである「さわやか」の来店レビューを掲載した。こうしたプライベートをさらけ出した投稿は反響があり、多くのコメントが寄せられた。

## 第 2 節 フォトジェニックな大垣市の発信

### 第 1 項 飲食店の取材

昨年度と引き続き、Instagram を活用した飲食店の取材、そして投稿を行った。今年度は新しくできた店舗を中心に取材を行った。大垣市中心市街地でも大垣駅内の商業施設 ASTY 大垣の開業やタピオカミルクティーを扱った「琥珀」が開店した。今後大垣市中心市街地活性化の一助になることが期待されそうだ。

当プロジェクトでは大垣市のグルメ最先端、インフルエンサーを目指し写真投稿が最も主

張できる Instagram を活用し、食べ物の発信に取り組んだ。

図表 5 取材店舗一覧

取材した店舗	
Masu café	珈琲幸房多香
カレー専門店 アリクイ	喫茶nayuta
MarshMallow	美濃味匠
喫茶コルマール (本巢市)	琥珀

### 第 2 項 大垣市の四季を発信

大垣市中心市街地の課題として自然の少なさが挙げられる。大垣駅前商店街のアーケード街の中心には道路が走っており、中央分離帯に樹木があるのみとなっている。またそうした樹木も安全確保のため伐採されつつあるのが現状である。中心市街地の商店等は四季を感じられるものを市に要望を出している。

こうした問題は商店や住民だけでなく、観光客にも殺風景に映る可能性があり、大垣市中心市街地でも四季を感じる事が出来る場所があることを紹介するため Instagram を活用し、手づくり郷土賞を受賞した<sup>6</sup>大垣たらい舟や大垣花火大会の写真を、一眼レフカメラを使用するなど撮影にこだわった写真を投稿した。

図表 6 たらい舟を Instagram で投稿



<sup>6</sup> 岐阜新聞「大垣「舟下り」に手づくり郷土賞」2020年1月25日付

### 第3節 情報発信による社会活動

#### 第1項 若者の選挙推進運動

2019年春に地方統一選挙が行われた。岐阜県でも岐阜県議会議員選挙や大垣市議会議員選挙が行われた。一方で、我が国における投票率の低さが問題となっている。特に若年層の投票率は深刻であり、平成29年に行われた第48回衆議院議員総選挙では20～24歳の投票率は33.33%と年代別で最も低かった<sup>7</sup>。そうした中で若者選挙ネットワークという選挙推進運動を行う学生団体のネットワークが組織され、岐阜県は5団体<sup>8</sup>と最も精力的に若者の選挙推進運動を行っている。そこで当プロジェクトでも選挙推進運動を行おうと考え、若者選挙推進団体へのインタビューと学内アンケートを行った。

若者選挙ネットワークに加入している岐阜大学の「若者の選挙意識を高める会」の代表鳥村氏にTwitterのダイレクトメール上でインタビューを行った。若者の選挙意識を高める会は平成27年の地方統一選挙から発足し、教育学部の学生を中心に構成されている。選挙を通して政治を考えてもらおうというスタンスから岐阜市選管と連携して小学生向けリーフレット、中学生向けリーフレットの作成協力やモデル授業の実施を行っている。インタビューでは若者の投票率の低さについて会の見解を問うたところ、『投票しない若者の意識として、「自分の一票の価値への疑問」「投票先の選び方の理解不足」「政治家の高齢化」「投票所への出無精」などがあるのではないかという意見がメンバーから挙げられ<sup>9</sup>た。また、教育学部生の出来ることとして主権者教育を実施していき、未来の市民性を有する子どもたち達を育成していきたくいと締めくくった。

今年度の岐阜協立大学入学式後、3号館で在学学生・新入学生向けに「4/7 投票日の地方

統一選挙、投票に行きますか？」というフリップにYES,NOにシールを貼ってもらい回答してもらった。回答数は17人でYESが9人、NOが8人という結果となった。

#### 写真2 アンケートを行ったフリップ。17件の回答があった



結果を分析していくと、投票に行くという回答をした人の多くは親と一緒に投票所に行くから投票をするという回答であった。一方で、投票に行かないという人は投票日にバイトであるから、投票権が実家にあるという回答であった。投票に行かないという回答者には追加で不在者投票や期日前投票であっても行かないか、という質問を行ったがそれでも行かないという回答が大半であった。こうした回答から実際には行かないと回答した人は「面倒くさい」「誰に入れても同じ」ということから行っていないと分析した。

#### 第2項 京都アニメーション火災復興支援

2019年に京都府宇治市にあるアニメーション制作会社京都アニメーションの社屋が放火により全焼し、社員36人が死亡した<sup>10</sup>。その中には大垣市が舞台となった映画「聲の形」の動画担当・宇田さんといった日本を代表するアニメーターが犠牲となった。世界各国では応援の声が寄せられ、国・自治体でも税優遇を受けられるようにするなど様々な支援が行われてきた。大垣市でも奥の細道むすびの地記念館で募金箱やノートが設置され、330万円もの募金が寄せられた<sup>11</sup>。また、中止も危ぶまれたが「こんな時だからこそやろう」という大垣市の意思により聲の形スマホスタ

<sup>7</sup> 衆議院議員総選挙（平成29年10月22日執行）年齢別投票者調

<https://www.pref.gifu.lg.jp/kensei/senkyo/senkyo-keihatsu/14301/nenreibetsu/291022syugisenkyo.data/H29shu01hyou.pdf>（最終閲覧日：2020年1月25日）

<sup>8</sup> 「若者選挙ネットワーク」公益社団法人明るい選挙推進協会 <http://www.akaruisenkyo.or.jp/055young/>（最終閲覧日：2020年1月25日）

<sup>9</sup> インタビューより引用

<sup>10</sup> 朝日新聞「京アニ、36人目の犠牲者は24歳 府警が身元公表」2019年10月12日付

<sup>11</sup> 岐阜新聞「大垣市の激励募金330万円京アニに目録手渡す」2019年1月24日付



ンプラリーを予定通り行うことを決め、ファンが大垣市に訪れた。

図表 7 募金箱設置の旨を Twitter で投稿した



当プロジェクトでも SNS を活用した大垣市による支援活動の発信を行った。Twitter 上で奥の細道むすびの地記念館で募金箱が設置されたことやスマホスタンプラリーを予定通り実施することを投稿したり、京都アニメーションが寄付金の口座を開設した旨のツイートをリツイート<sup>12</sup>したり、聖地の今として Apio が ASTY に変わり今では見られないスポットがあることなどを発信した。

### 第 3 章 結果・まとめ

本章では、2019 年度の活動について振り返り、学生による情報の成果及び課題についてまとめていく。また今年度の経験を元にした大垣市まちなか観光に関する提案を展開する。

#### 第 1 節 結果

##### 第 1 項 数値からの比較

当プロジェクトでは目標数値として SNS でのフォロワー数、評価の対象となるいいね！数を設定した。昨年度の 2 倍を目指し、Instagram でフォロワー数 200、平均いいね！数 30 を目標とした。

結果はフォロワー数が 169、平均いいね！数は 30 となった。昨年度同時期と比較するとフォロワー数は 70、平均いいね！数は 17

増加した。目標比では平均いいね！数は目標を達成したが、フォロワー数は目標よりも-31 という結果となった。

#### 第 2 項 寄せられた言葉

当プロジェクトが運営するアカウントには多くのコメントが寄せられた。酒食家木の間のインタビューでは東京在住の方から「東京から大垣へ行くというお店の 1 つです」というコメントを頂いたほか、コミュニティレストランの告知では「うちの家族もいつも楽しみにしています！」というコミュニティレストラン利用者からのコメントを頂いた。当プロジェクトの発信が県内外の人々に見えていただいているほか、コミュニティレストランに貢献していることが分かった。

また、取材やインタビューに協力頂いた若者の選挙意識を高める会代表鳥村氏、酒食家木の間店主深堀良樹氏、タピオカ専門店琥珀などからダイレクトメールやツイートで感謝の言葉を頂いた。

#### 第 2 節 まとめ

##### 第 1 項 課題

今年度の課題として、まず今年度から始めた動画投稿の反省点としては事前準備が足りず撮影技術が未熟であったこと、撮影から公開までに時間が掛かったことなどが挙げられる。また、その他の情報発信では昨年度の「まんぼ」のような観光の発掘ができる情報発信ができなかったこと、壁新聞を導入してもマイスター倶楽部の認知度向上にはあまり繋がらなかったことが挙げられる。改善点としてはアフタートークとして学生のコメントがあればよかったのではないかという意見もプロジェクト内で挙げられた。

##### 第 2 項 「人」の発信を通して-目的と照らし合わせ-

今年度は「人」の発信に力を入れてきた。商店街の店主や市民団体、そしてマイスター倶楽部の学生の実像に迫った情報発信は昨年度の課題であった機械的な発信を克服でき、「学生による情報発信」という当プロジェクトの特色を強調できた。また、取材を通して

<sup>12</sup> 相手のツイートを拡散する Twitter の機能



大垣駅前商店街でも SNS アカウントを活用した店舗があることも分かった。しかし、写真による発信が多く動画編集といった技術が必要とされる情報発信に関しては難しいことから、商店街も中心市街地活性化やまちなか観光に入り込もうと動いているが、技術的な限界があると分析した。

### 第 3 項 まちなか観光のための提言

では、商店街を巻き込んだまちなか観光を実現するためにはどうすればよいだろうか。その提案として飲食店などと連携したガイドツアーパックの導入を挙げる。事例として島根県松江市が「松江おちらとあるき」がある。松江市は松江城周辺だけが観光圏になっておりその他の商店街などが入り込めない状況にあった。松江観光協会は有料の定期ガイド付パックを作り飲食店や和菓子屋さんと連携して「和菓子巡りツアー」や「武者隊と食べ歩きツアー」などを行ってきた。この事例は地方創生のまちづくりモデルとして提示されている。大垣市も似たような現状にあり、春頃に行った大垣市観光ボランティアガイドのヒアリングで、観光バスツアーの多くが金蝶園総本家やつちやといった大垣市を代表する和菓子店を回るいわゆる「3 点コース」と呼ばれる中心市街地の周遊が多いことが分かった。そのことから大垣市でも歴史資源と織り交ぜながら飲食店や和菓子屋と連携してパックツアーが作れるのではないだろうか。大垣市は水の都として大垣藩城下町として和菓子文化が栄えた。また、「珈琲」という当て字を命名した大垣藩江戸詰医の父を持つ・宇田川榕庵にちなんだ大垣コーヒー（宇田川榕庵自身は岡山県津山市の藩医として一生を終え、現在では大垣コーヒーは大垣市で自家焙煎した大垣の水を用いたコーヒーという定義で販売されている）とグルメには事欠かない。当プロジェクトでは兼ねてからグルメツーリズムを意識した飲食店の取材を行ってきた。今年度、インバウンド調査プロジェクトと連携しながらインバウンド向けモデルコースの作成を行ってくる過程の中で観光におけるコミュニケーションの重要性を実感した。これを踏まえ、

ガイド付きの定期的なグルメツアーを提言したい。

おわりに

まちをつくりあげているのは、そこに暮らし関わる「人々」の関わりである。ゆえに商店街における経済活動はもちろんであるが、市民活動も含めた市民文化に焦点をあてていくことがまちづくりにもつながっていると考えている。

昨今は SNS の発達により、自治体、商店、個人まで、それぞれの主体が趣向を凝らした情報発信を展開している。だからこそ私たちは、今後も「学生視点」で私たちにしかできない切り口での情報発信を展開していきたいと考えている。

参考文献・参考資料・参考ウェブサイト等

- 朝日新聞「京アニ、36 人目の犠牲者は 24 歳 府警が身元公表」2019 年 10 月 12 日付
- 大垣市「大垣市観光戦略指針」
- 大垣市「大垣市中心市街地活性化基本計画」
- 岐阜新聞「大垣市の激励募金 330 万円京アニに目録手渡す」2019 年 1 月 24 日付
- 岐阜新聞「大垣「舟下り」に手づくり郷土賞」2020 年 1 月 25 日付
- 衆議院議員総選挙（平成 29 年 10 月 22 日執行）年齢別投票者調  
<https://www.pref.gifu.lg.jp/kensei/senkyo/senkyo-keihatsu/14301/nenreibetsu/291022syugisenkyo.data/H29shu01hyou.pdf>（最終閲覧日：2020 年 1 月 25 日）
- 宮本常一（1985）「塩の道」講談社学術文庫
- 「若者選挙ネットワーク」公益社団法人明るい選挙推進協会  
<http://www.akaruisenkyo.or.jp/055young/>（最終閲覧日：2020 年 1 月 25 日）

2020（令和 2）年 3 月

そうだ！大垣に行こう！プロジェクト

岐阜協立大学まちなか共同研究室マイスター倶楽部

## 付録

### <2019 年度マイスター倶楽部 活動一覧>

1. 2019-04-03 岐阜協立大学「入学式」で活動紹介 & 新メンバー勧誘
2. 2019-04-06 大垣市商店街振興組合連合会主催「元気ハツラツ市」にスタッフ参加
3. 2019-04-22.24「たらい舟」船頭練習の実施
4. 2019-04-27～05-06 大垣観光協会主催「たらい舟」にて、学生船頭として参加
1. 2019-04-24 岐阜協立大学新生向けにマイスター倶楽部活動紹介
2. 2019-05-05 元気ハツラツ市にスタッフ参加
3. 2019-05-08 岐阜協立大学フレッシュマンエクスカースョンで「まちなかロゲイニング」実施
4. 2019-05-08 マイスター倶楽部新メンバー歓迎会の開催
5. 2019-06-02 元気ハツラツ市にスタッフ参加
6. 2019-06-08 海津市青少年育成委員会主催「情報モラルワークショップ」実施協力①(下多度小学校)
7. 2019-06-12 岐阜協立大学フレッシュマンエクスカースョンで「まちなかロゲイニング」実施
8. 2019-06-15 大垣警察署主催「大安 DASH 村」実施協力
9. 2019-06-24 マイスター倶楽部 2019 年度企画発表会の開催
10. 2019-06-26 「ふるさと大垣案内の会」ヒアリング調査実施
11. 2019-07-07 元気ハツラツ市にスタッフ参加
12. 2019-07-26 神戸町農家ヒアリング調査実施
13. 2019-08-02～04 大垣駅前商店街青年部主催「納涼レストラン」の実施協力
14. 2019-08-09 大垣観光協会ヒアリング調査実施
15. 2019-08-19 アグリフーズ「奥美濃古地鶏」についてのヒアリング調査実施
16. 2019-08-31 文化政策・まちづくり大学校飛騨高山校主催「高山市商店街活性化セミナー」にて大垣市中心市街地活性化事例報告
17. 2019-09-01 元気ハツラツ市にスタッフ参加
18. 2019-09-04 菊本先生による東濃高校出張講座実施協力
19. 2019-09-16 大垣警察署主催「大安 DASH 村」実施協力
20. 2019-09-30 大垣駅前商店街振興組合との「納涼レストラン」反省会
21. 2019-10-06 元気ハツラツ市にスタッフ参加
22. 2019-10-09 「大垣マコモタケ研究会」ヒアリング調査実施①
23. 2019-10-25 海津市青少年育成委員会主催「情報モラルワークショップ」実施協力②(城山小学校)
24. 2019-10-26「料亭四鳥」とのコラボレーションによる「食育レストラン」の開催
25. 2019-10-27「フードバンクぎふ」ヒアリング調査実施
26. 2019-11-03 元気ハツラツ市にスタッフ参加・マコモタケ試食会開催
27. 2019-11-06 海津市青少年育成委員会主催「情報モラルワークショップ」実施協力③(平田中学校)
28. 2019-11-16 西濃地区の県立学校が連携した「ふるさと教育 Seino School Workshop」実施協力
29. 2019-11-25 マイスター倶楽部 2019 年度中間報告会の実施
30. 2019-12-02 インバウンドに関するアンケート調査の実施(スバル学院)
31. 2019-12-26 マイスター倶楽部年末大掃除の実施
32. 2020-02-03「大垣マコモタケ研究会」ヒアリング調査実施②
33. 2020-02-11「大垣駅前もちつき大会」の実施(大垣駅前商店街との共催)
34. 2020-03-17 四者協定会議の開催

## <まちなか共同研究室マイスター倶楽部の概要>



2019年度 新メンバー歓迎会にて

### \* 岐阜協立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、岐阜協立大学（\*岐阜経済大学は2019年4月に大学名称を変更）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

#### ○岐阜協立大学 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 (岐阜協立大学総務課) E-mail : soumu@gku.ac.jp