

2021(令和3)年度

岐阜協立大学 マイスター倶楽部

活動報告書

2022(令和4)年3月

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。

新型コロナウイルス(COVID-19)が世界的に流行し、引き続き2021年度についても例年通りの活動が十分に実施できない状況だった。特に対面の活動が制限され、学生プロジェクトが思うように進まない部分があった。こうしたなか、私たちはオンラインでのやりとりを交えながらも活動を展開してきた。本稿は、こうした2021年度における活動をとりとまとめたプロジェクト活動報告書である。

中心市街地協働型まちづくり事業

1. 地域内経済循環調査事業

・中心市街地調査プロジェクト..... 1

2. 地域情報発信事業

・Enjoy!!Having プロジェクト..... 11

3. 安全・安心まちづくり実践事業

・『食』を届けるプロジェクト..... 20

その他の活動

・大垣ごみバスターズプロジェクトの取り組み..... 32

・2021年度マイスター倶楽部企画検討ミーティングの実施..... 37

・大垣駅前商店街「納涼レストラン」準備参加..... 39

・海津市「情報モラルワークショップ」参加..... 40

付 録

・2021(令和3)年度学生代表挨拶..... 41

・2021(令和3)年度マイスター倶楽部活動一覧..... 42

・マイスター倶楽部の概要..... 43

2021（令和3）年度

中心市街地調査プロジェクト活動報告書

<目次>

はじめに

第1章 企画目的

第2章 大垣市中心市街地商店街業種調査

第1節 調査結果と前年度調査との比較

第2節 業種調査の成果と課題

第3章 まちゼミ連動プロジェクト

第1節 まちゼミとは

第2節 まちゼミ実施店舗へのヒアリング

第4章 今後の展望

おわりに

参考資料・ウェブサイト一覧

はじめに

本プロジェクトでは、今年度に大きく2つの内容について進めている。1つ目は大垣市中心市街地商店街の「業種調査」である。2つ目は「まちゼミ」と連動した企画である。これらを通じて大垣市中心市街地の状況を明らかにするとともに、個店の魅力を伝えることで商店街へと足を運ぶきっかけを作ることを狙いとして本活動に取り組んだ。

本報告書の構成は次の通りである。まず第1章では、企画の目的についてまとめる。第2章では、今年度に取り組んだ大垣市中心市街地の業種調査の概要を説明する。続いて第3章では、まちゼミに関する内容として、まちゼミ実施店舗へのヒアリングについて報告する。そして第4章では、来年度の展望および今後の活動の方針についてまとめている。

第1章 企画目的

はじめにでも述べた通り、中心市街地調査プロジェクトは大きく2つの活動を並行して進めている。

1つ目は大垣市中心市街地商店街の業種調査に取り組む活動であり、2つ目はまちゼミと連動したプロジェクトである。前者の大垣市中心市街地商店街の業種調査では、大垣の中心市街地、主に商店街がどのように変化しているのか、現状を把握するための調査である。後者のまちゼミ連動プロジェクトは商店街の魅力を発信し、より多くの人に足を運んでもらえるようにすることを目的とした活動である。今年度、それぞれ次のような狙いを持って取り組んだ。

<各活動の狙い>

①大垣市中心市街地商店街の業種調査

大垣市中心市街地商店街がどのように変化しているのかを調査・比較し、大垣市中心市街地の現状を把握する。

②まちゼミ連動プロジェクト

「まちゼミ」や商店街の「うり」である「専門性」について多くの人に認知してもらい、商店街へ足を運ぶきっかけを作る。

なお、まちゼミとは、商店街の各店舗にて、一般の参加者に向けて講座形式で行われる授業のようなもので、店の人がプロならではの専門的な知識や情報、コツなどを教えるといった内容になっている。まちゼミは各地で取り組まれているが、大垣市では「得する街のゼミナール（まちゼミ）」と言い、大垣市商店街振興組合連合会が主体となって、2021年10月に第14回目を開催、2022年3月に第15回目を開催予定である。

第2章 大垣市中心市街地商店街業種調査

本章では、大垣市中心市街地商店街にて取り組んだ業種調査の内容と結果について報告する。

対象エリアは図表1の大垣市中心市街地商店街のアーケード内に位置する店舗の1階部分で、目視による踏査を行った。あくまで目視による確認であるため内容に誤差がある可能性がある。結果を見ていく際、この点についてはご留意いただきたい。

また、調査の際には範囲をどこかで区切らなければならないが、この範囲に設定したのは、大垣市のメインストリートであり、いわゆる「まちの顔」としての存在感を持っていると考えたからである。また、1階部分に限定しているのは、実質的に踏査（現地による目視確認）という方法の限界があるためでもある。

対象となった住所は122地点、対象店舗等は142及び143件である。対象住所より対象店舗等が多い理由としては、1住所に複数店の集計を含んでいるためである。昨年度2020年11月12日に1度調査したが、今年度は改めて2021年7月1日と2021年11月11日に同様の調査を行った。

また、岐阜協立大学の授業との連動で、「地域フィールドワーク」の受講生たちが調査員として調査を実施している。

写真 1～2 調査の様子 (2021年11月11日)



図表 1 調査エリア及び調査方法

- 対象エリア
大垣市中心市街地商店街のアーケード内に位置する
店舗の1階部分
- 調査方法
目視による踏査
- 対象住所
122地点
- 対象店舗
142および143件
(1住所に2~3件の集計を含むため)
- 調査日
2020年11月12日
NEW! 2021年7月1日、2021年11月11日



第1節 調査結果と前年度調査との比較

本節では今年度の調査結果を報告するとともに、前年度調査との比較を行っていく。なお、結果の比較という点から2020年11月と2021年11月の内容を報告する。

①営業店舗及び空き店舗の状況

まずは営業店舗及び空き店舗の状況について見ていく。2021年11月の集計結果より多い順から「営業店舗等」が92件で64.3%、「空き店舗」が36件で25.2%、「駐車場」が7件で4.9%、「その他」が3件で2.1%、「空き地」が2件で1.4%となった。なお、ここで言う「空き店舗」というのは「以前に営業していたであろう店舗であって、現在営業されていない店舗」を指している。そのため貸し出し不可能な物件も含んでいる点には注意が必要である。

比較結果としては、前回の調査から営業店舗等が1件減少したため、空き店舗が増加した。しかし、その他が1件増加しているため総計では142件から143件と増加する結果となった。

②業種の状況

次に、業種の状況について見ていく。全体の割合は大きな変動がなく、2021年11月の結果としては「小売店」が38件で26.6%、「飲食店」が30件で21.0%、「サービス業」が18件で12.6%と続いている。また、小売店が2件減少している。

続いて、それぞれの業種の詳細について見ていきたい。

③小売店の詳細

小売店は前回の調査から「食肉」と「楽譜」の店舗を除いて変化はなかった。前回の調査で食肉と楽譜の店は調査エリア内で1件ずつしかなかったため、今回の調査によって大垣

市中心市街地の調査エリア内に食肉と楽譜の店は0件となった。食肉が0となった理由は「吉田ハム大垣駅前店」が閉店したことによるものである。このように、1店舗とはいえ商店街の中で生鮮食品の取扱店が減少したことは大きな変化と言える。

④飲食店の詳細

次に飲食店の詳細について見ていく。飲食店の詳細には大きな変化はなく、前回調査から引き続き多い順から「居酒屋」、「喫茶店」、「日本料理」、「焼肉店」、「すし店」と続く。一方、今回の調査から「バー」が1件増えている。なお、今回の2021年調査で「バー」が1件増えた理由としては、2020年11月調査時点で調査漏れとなっていたためであった。

⑤サービス関連の詳細

サービス関連の詳細は「美容・理髪店」が1件増加し、「教育関連・塾」が1件減少した。教育関連・塾が1件減少したのは2021年6月に私たち「マイスター倶楽部」が移転したことによるものとなっている。なお、今回の2021年調査で「美容・理髪店」が1件増えた理由としては、前項の飲食店同様に2020年11月調査時点で調査漏れとなっていたためであった。

以上が今年度業種調査結果と前年度調査との比較の報告である。

第2節 業種調査の成果と課題

本節では、今年度の業種調査の成果と課題について触れていく。

まず成果として、2020年度から継続して調査を行うことができた点が挙げられる。これによって大垣市中心市街地の動向について知ることができた点は成果と言える。また、大垣市中心市街地の調査エリア内において数値上

は大きな変化がなかったが、生鮮食品である食肉の店が減少するなど、少なからずコロナの影響が出てきているのではないかと推察できる。

一方、課題として、店舗数の増減などの数字の変化の理由が今回の調査だけでは明らかになっていない点が挙げられる。今後の調査では量的な調査だけでなく質的な調査を行うことで傾向や理由について見えてくると考えている。

図表 2～3 業種調査結果

営業店舗および空き店舗の状況

	2020年11月		2021年11月	
	個数	割合	個数	割合
営業店舗等	93	65.5%	92	64.3%
空き店舗	35	24.6%	36	25.2%
駐車場	7	4.9%	7	4.9%
その他	2	1.4%	3	2.1%
空き地	2	1.4%	2	1.4%
住居	1	0.7%	1	0.7%
不明	2	1.4%	2	1.4%
総計	142	100.0%	143	100.0%

業種の状況

	2020年11月		2021年11月	
	個数	割合	個数	割合
小売店	40	28.2%	38	26.6%
飲食店	29	20.4%	30	21.0%
サービス	18	12.7%	18	12.6%
駐車場	7	4.9%	7	4.9%
オフィス	3	2.1%	3	2.1%
その他	4	2.8%	4	2.8%
空き地	2	1.4%	2	1.4%
マンション	1	0.7%	1	0.7%
公的機関	1	0.7%	1	0.7%
空き店舗	35	24.6%	36	25.2%
不明	2	1.4%	3	2.1%
総計	142	100.0%	143	100.0%

図表 4～6 業種調査結果

小売店の詳細	2020年11月		2021年11月	
	個数	割合	個数	割合
菓子・パン	8	20.0%	8	21.1%
野菜・果物	4	10.0%	4	10.5%
医薬品・化粧品	4	10.0%	4	10.5%
雑貨	4	10.0%	4	10.5%
ファッション小物	3	7.5%	3	7.9%
書籍・文具	3	7.5%	3	7.9%
時計・めがね	3	7.5%	3	7.9%
花・花卉	2	5.0%	2	5.3%
酒	2	5.0%	2	5.3%
絵画	1	2.5%	1	2.6%
弁当	1	2.5%	1	2.6%
服	1	2.5%	1	2.6%
靴・履き物	1	2.5%	1	2.6%
その他(金券)	1	2.5%	1	2.6%
食肉	1	2.5%	0	0.0%
楽譜	1	2.5%	0	0.0%
総計	40	100.0%	38	100.0%


*吉田ハム大垣駅前店が閉店



画像出所：Googleマップストリートビュー（大垣市、岐阜県 - Google マップ）
2022年2月アクセス時点

飲食店の詳細	2020年11月		2021年11月	
	個数	割合	個数	割合
居酒屋	9	31.0%	9	30.0%
喫茶店	4	13.8%	4	13.3%
日本料理	4	13.8%	4	13.3%
焼肉店	3	10.3%	3	10.0%
すし店	2	6.9%	2	6.7%
イタリア料理	2	6.9%	2	6.7%
バー	1	3.4%	2	6.7%
うどん・そば店	1	3.4%	1	3.3%
中華料理店	1	3.4%	1	3.3%
お好み焼き店	1	3.4%	1	3.3%
韓国料理	1	3.4%	1	3.3%
総計	29	100.0%	30	100.0%

*バーでは「アトラエンチ」の情報を新たに確認した



画像出所：Googleマップストリートビュー（大垣市、岐阜県 - Google マップ）
2022年2月アクセス時点

サービス関連の詳細	2020年11月		2021年11月	
	個数	割合	個数	割合
金融・銀行	5	27.8%	5	27.8%
美容・理容	4	22.2%	5	27.8%
教育関連・塾	4	22.2%	3	16.7%
美術館	1	5.6%	1	5.6%
レンタルスペース	1	5.6%	1	5.6%
旅行業	1	5.6%	1	5.6%
修理	1	5.6%	1	5.6%
不動産	1	5.6%	1	5.6%
総計	18	100.0%	18	100.0%

*教育関連では「マイスター倶楽部」が移転



画像出所：Googleマップストリートビュー（大垣市、岐阜県 - Google マップ）
2022年2月アクセス時点

第3章 まちゼミ連動プロジェクト

本章では、まちゼミ連動プロジェクトの経過報告を展開する。

あらためての説明となるが、まちゼミ連動プロジェクトとは、まちゼミで講義を開く店舗を私たちが取材、SNSを通して発信し、まちゼミをきっかけにより多くの人に商店街へ来てもらうという取り組みである。

2021年10月に行われた大垣市商店街での第14回まちゼミでは、新型コロナウイルスの影響によって、私たち自身がまちゼミに参加したうえで、取材するという活動を行うことができなかった。しかし、2022年3月に行われる第15回まちゼミに向けてプロジェクトを進行できるように、協力してくださる店舗の方への取材を進めてきた。これまでに「ムトウさかや」、「篠田種苗店」、「金蝶園総本家」への取材を行っている。

第1節 まちゼミとは

取り組み内容の詳細に入る前に、そもそも「まちゼミ」とはどのようなものなのか説明しておきたい。

まちゼミとは「得する街のゼミナール」の略称で、愛知県岡崎市の中心市街地の商店街が2003年の1月に開催したのが始まりであるとされる。その道のプロならではの専門的な知識や情報などを受講者にお伝えする少人数制のゼミである。お店や人の存在・特徴を知ってもらうとともに、少人数で行うためお店とお客さまのコミュニケーションの場が充実し、信頼関係を築くことを目的としたコミュニケーション事業であると言われる。

次に、大垣市商店街でのまちゼミ実施状況について報告する。大垣市商店街振興組合連合会は2021年10月まで14回ものまちゼミを実施してきた。

2021年10月に行われた第14回まちゼミは、16店舗で22講座が開かれている。大垣

市商店街振興組合連合会がまとめたデータによると、参加者の年齢層は60代が最多となっており、20代は全体の3%にとどまっている。性別については男性が20%、女性が80%と参加者の大半が女性という結果になっている。また、参加者がどこから来たかという項目では、約90%が「大垣市内から」であり、残りの約10%は「名古屋市」や「岐阜市」、「高山市」などとなっている。

なお、2022年3月には大垣における第15回まちゼミ開催が準備されている。ただし、新型コロナウイルスの影響を受けて、まん延防止等重点措置の期間が終了し次第の開催予定となっている。

図表7 第15回まちゼミのチラシ

画像出所：大垣商店街振興組合連合会ホームページより

<https://hatsuratsu-ogaki.com/>

2022年2月アクセス時点

第2節 まちゼミ実施店舗へのヒアリング

本節では、まちゼミ実施店舗へのヒアリングについて報告する。このヒアリングでは、2021年10月に開催された第14回まちゼミにて講座を開いていた店舗から3店舗を対象として、講座内容の詳細や私たちの活動に関する点についてお話を伺った。

【ムトウさかや】

はじめに、2021年12月7日にムトウさかやへヒアリングを行った。

ムトウさかやでは、第14回まちゼミの参加者の男女比がほぼ同じと、まちゼミ全体の男女比率より男性の割合が高いことがわかった。「まちゼミについてどう思っているか」については「お客さんの満足度を上げられる仕組み」と伺うことができた。「今後はどのような人に参加してほしいか」という質問に対しては「将来的に商店街のお客さんになってくれる人」に参加してほしいという回答をいただいた。また、開催した感想については「やれてよかった」とコロナ禍でもまちゼミを行うことができ安堵していたそうである。

写真1 ムトウさかやヒアリングの様子



【篠田種苗店】

次に、2022年2月1日に篠田種苗店へヒアリングを行った。なお、まん延防止等重点措置

期間であったため、対面ではなくLINEのグループミーティングの機能を使ってお話を伺った。

篠田種苗店では参加者の8~9割が女性となっており、まちゼミ全体の割合と同等またはそれ以上ということがわかった。「まちゼミについてどう思っているか」については「参加者にとって専門的な話を聞ける機会」というように捉えていた。「今後どのような人に参加してほしいか」という質問に対しては「新規の方。特に若い人」を中心に参加してほしいとのことであった。また、まちゼミを開催した感想については「受講者にわかりやすくするための工夫をしたい」と意欲的な感想をいただいている。

写真2 篠田種苗店ヒアリングの様子



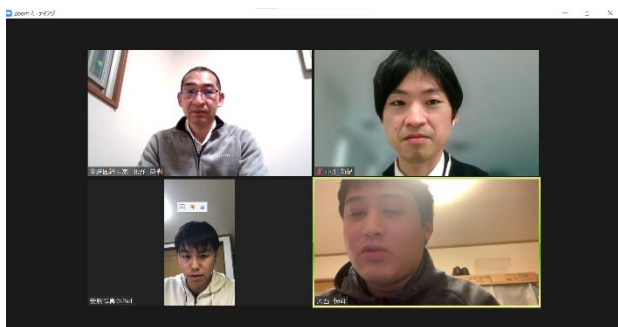
【金蝶園絵本家】

最後に、2022年2月4日に金蝶園絵本家へヒアリングを行った。なお、まん延防止等重点措置期間であったため、対面ではなくZoomを使いオンラインでお話を伺った。

金蝶園絵本家では参加者の男女比は約95%が女性の参加者となっており、まちゼミ全体や取材したムトウさかや、篠田種苗店と比較しても女性の割合が特に多いことがわかった。「まちゼミをどう思っているか」については「職人とお客さんがコミュニケーションを取れるいい機会」と考えている。「今後どのような人に参加してほしいか」という質問に対し

ては「新規顧客や少しでも和菓子に興味がある人、将来職人になりたい人」に参加してほしいとの回答をいただいた。また、まちゼミを開催した感想に対しては「知識や経験を話すことでモチベーションの向上に繋がる」と前向きな感想をいただいた。

写真 3 金蝶園総本家ヒアリングの様子



取材させて頂いた御三方は、私たちの活動に対して、「SNS を用いて広く声を広げることができるのでありがたい」や「店の魅力を発信するという点でうれしい」と期待してくださっている。

第 4 章 今後の展望

本章では、今後の展望として、これからの活動計画についてまとめる。

今後の計画として、大垣市中心市街地商店街の業種調査については、フィールドワークでは不十分だった点の追加調査を実施することを考えている。この追加調査によって得られたデータを用いて解像度の高い現状把握を行いたい。

一方、まちゼミ連動プロジェクトはまだ進行中の取り組みである。まずは 2022 年 3 月に行われる第 15 回まちゼミへの参加を計画している。これに合わせて、まちゼミの前後に SNS でまちゼミ参加店舗を紹介し、まちゼミの認知度を向上させることを目指したいと考えている。

おわりに

今年度は、新たに「まちゼミ」というキーワードを設けて活動を展開した。ただし対面での活動が制限されていたこともあり、予定していた活動が年度内に完結していない部分があったことは否めない。こうしたなかでも業種調査やまちゼミ実施店舗へのヒアリングに取り組めたことは良かった点である。特にオンラインツールを使ったヒアリングを実施するなど、工夫をしながら活動を進めることが出来た。

世界的な流行を見せた新型コロナウイルスによって、大垣市中心市街地においても各種イベントが中止になったり、規模が縮小するなど大きな影響が出ている。調査のなかで明らかになったように、閉店する店舗も出ている。人々の生活様式が変化するなか、新たな中心市街地の活性化に向けた方法が求められているのかもしれない。

最後に、本活動にあたっては大垣市商店街振興組合連合会をはじめとして、ムトウさかや、篠田種苗店、金蝶園総本家など様々な方々にお世話になった。文末ながらあらためてお礼申し上げる。

参考資料・ウェブサイト一覧

- ・ 長坂 泰之 (著), 齋藤一成 (著), 綾野昌幸 (著), 松井洋一郎 (著), 石上僚 (著), 尾崎弘和 (著)『100円商店街・バル・まちゼミ: お店が儲かるまちづくり』学芸出版社 (2012年)
- ・ 大垣商店街振興組合連合会ホームページ
<https://hatsuratsu-ogaki.com/>

2021（令和3）年度

Enjoy!!Having プロジェクト活動報告書

<目次>

はじめに

第1章 活動目的

第2章 実践報告

第1節 masu cafe

第2節 Bistro ブーコ

第3章 今後に向けて

おわりに

はじめに

Enjoy!!Having プロジェクトは、大垣商店街の飲食店を中心に、SNS、特に Instagram を用いて学生視点で情報発信を行うプロジェクトである。

昨年度まで取り組んでいた「大垣商店街！いただきますプロジェクト」を引き継ぎながら、特に商店街飲食店での実飲食をしておいた感想、店の店長へのインタビューの情報発信をメインのコンテンツに据えて活動を展開した。

そこで、本報告書では 2021 年度における「Enjoy!!Having プロジェクト」の活動内容について報告する。

構成は次の通りである。まず、第1章ではこのプロジェクトを立ち上げた活動背景について説明する。その上で、第2章では今年度の活動の全体像および私たちが実際に取り組んだ活動について報告する。そして、第3章では活動の結果を振り返り、今後の活動の方向性について述べていく。

第1章 活動目的

この **Enjoy!!Having** プロジェクトは、大垣市の中心市街地特に商店街に着目し、その中でも特に飲食店に関して、**SNS** で発信をするプロジェクトである。

このコロナ禍での緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などによる飲食店に対する制限を大きく受ける中での実際の意気込みであったり、お店を営業していく上での熱い思いなども含めながら、大垣市の中心市街地の活性化に向けて、**SNS** を通じて商店街にある飲食店の紹介をし、影響力などを調査することが目的である。

本プロジェクトの前身となったのは昨年度の「大垣商店街！いただきますプロジェクト」である。この活動は大垣市中心市街地商店街の飲食店におけるテイクアウト商品を中心に、**SNS** を利用した情報発信を行うものだった。

なぜこのような活動に取り組む必要があると考えたのか。その背景には、大きく2つの点を挙げることができる。1つ目は中心市街地の空洞化の問題、2つ目が新型コロナウイルスの影響である。特に中心市街地商店街には飲食店も多く、打撃を受けた店舗が多く存在する。つまり、空洞化の影響を受けながら、新型コロナウイルスの影響も加わってさらに問題となっていると捉えている。この現状に対し、私たち学生ができる支援方法としては**SNS** を利用した情報発信だと考え、引き続きこうしたプロジェクトを展開した。

そして、前年度と今年度のプロジェクトとの大きな違いとしては、実際に店舗内で飲食をすることを念頭に置いていた。

第2章 実践報告

今年度は、**masu cafe** と **Bistro ブーコ** の2つの店舗に実際に出向き、店主の方々にインタビューを実施した。今回の調査では2店舗ともコロナ禍での営業に対する想いをインタビュー内容としている。

まずは **Instagram** の閲覧数について説明する。投稿の閲覧者数は、**masu cafe** (2021年8月28日に投稿)の場合、フォロワーからは192件、フォロワーではない方からの閲覧は154件だった。

Bistro ブーコ (2021年12月6日に投稿)の場合、フォロワーからは180件、フォロワーではない方からの閲覧は50件だった。

また、そのうち「いいね」数は、**masu cafe** の投稿が73件、**Bistro ブーコ** の投稿が38件であった。

図1 Instagram 閲覧数の比較

今年度の活動報告	
・訪問してインタビュー、Instagramに投稿をした数 → 2店舗	
・投稿を見てくれた人 → masu café (マスカフェ)	
	フォロワー 192人 フォロワー外 154人
Bistro ブーコ	
	フォロワー 180人 フォロワー外 50人

図2 Instagram 投稿のいいね数の比較

今年度の活動報告	
Instagramに投稿した投稿のいいね数	
→ masu café (マスカフェ)	
8月28日投稿	いいね数 73
Bistro ブーコ	
12月6日投稿	いいね数 38

第1節 masu cafe

最初に協力をしていただいたのは masu cafe である。投稿では、店舗の内外装や、実際の商品の紹介、食べた感想、店長へのインタビュー、そして店舗の基本情報などの内容を Instagram で投稿した。

masu cafe では、実際にお店の中で商品を提供いただき、インタビューもさせていただいた。実際にいただいた商品は「MASU CHIFFON (マスシフォン)」である。マスシフォンはマスを丸ごとオープンで焼いた、新感覚のシフォンケーキとなっている。見た目自体も今までに見たことがないシフォンケーキであり、斬新で、このシフォンケーキとヒノキ香るコーヒーマスプレッソのセットの組み合わせが、非常に美味しかった。さらにこちらのマスを持ち帰ることもできた。

インタビューした内容は、コロナ禍での営業に対する想いについてである。masu cafe の店主からの回答は、「元々のコンセプトはいろいろな人にマスを知ってもらうためのお店であるからコロナ禍だからといって特別な想いはないが、ただお店を通してマスを多くの人に知ってもらうことと、お店の空間を楽しんでもらいたいと思っている」という内容だった。こういった「お店の空間を通してマスを知ってもらいたい」という想いも SNS ではリアルに伝えることができたと思われる。

2021年8月28日にこの masu cafe についての投稿をしたところ、2022年2月8日時点で、投稿の閲覧数はフォロワーが192件、フォロワーではない方々からは154件、いいね数が73件であった。

この投稿の良かった点として、緊急事態宣言下での投稿により、外食に対する意欲などが伺えたと思われる。また、フォロワーではない方の閲覧数が多かったことが、新しい方々からの興味を惹くことができたと考えられる。

他にも実際にお店の中で飲食をすることで、この投稿を見た方々が足を運ぶ際のイメージがしやすいことと、雰囲気なども伝えることができたと考えている。

一方で改善すべき点としては、もう少し質問項目などを増やし会話を増やすことで、色々な話を引き出す必要があったのではないかと思われる。ただ単に発信をするのではなく、内容などにより工夫を凝らすことによって興味をより引くことができ、それが活性化につながると感じた。

図3 実際の Instagram 投稿のスクリーンショット (masu cafe)



図4 MASUCHIFFON (マスシフォン) の説明



第2節 Bistro ブーコ

続いて協力をいただいたのが **Bistro** ブーコである。投稿の内容としては、内外装の写真、テイクアウトメニューの紹介、食べた感想、店長へのインタビュー、店舗の基本情報である。

具体的な投稿の内容としては、テイクアウトメニューにある「ローストポーク弁当」を紹介させていただいた。こちらは豚肉をメインに野菜等を添えたもの、さらに主食として赤飯があった。ローストポークは非常に肉厚で柔らかく、テイクアウトメニューでもお店で食べたかのような満足感が得られた。さらに赤飯が主食とされていることで特別感もあり、弁当とはいってもお店で食べる料理のような食事ができる。価格も 1000 円というリーズナブルお値段であった。このように「内容も満足できる弁当は **Bistro** ブーコさんで是非食べてみてください」という内容を投稿している。

Bistro ブーコの店長の方にインタビューをして、「コロナ禍でどういった思い、どういう形で営業されていたのか」を質問させていただいた。店長の方の回答としては、「先が見えない状況だったが、常連さんや今まで来てくれたお客さんは来てくれていたので、そういった人たちに支えられながらテイクアウトを充実させたり、新メニューを開発しながら営業していました」とおっしゃっていた。コロナ禍での営業にあたり売り上げが減る中でも、お店を支えるのは常連のお客さんや、その状況の中でも来てくれるお客さんだということがこの回答から想像することができる。

この投稿は 2021 年 12 月 6 日に投稿をした。投稿をしたところ、2022 年 2 月 8 日の時点で投稿の閲覧数は、フォロワーが 180 件、フォロワー外が 50 件、いいね数が 38 件であった。

この投稿を通して良かった点は、コロナ禍で外食がしにくい状況において、テイクアウトのメニューを紹介することで、お店に出向

いてテイクアウトメニューを買うというコロナ禍ならではの状況に対応できた点である。

また **Instagram** の投稿のいいね数は少ないが、投稿を見てくれた人がフォロワー、フォロワー外含めて 230 件と、多くの人にお店の情報が届けられた点、店長のインタビューによって想いや店としてコロナ禍でどのように営業しているかなど伝えられた点が良かった部分である。

改善すべき点は、店のアカウントのタグをつけていなかったことで店のアカウントを探したい人にとっては不便な投稿となってしまった点である。これは最終確認の際にタグの確認を怠ってしまったことが原因となる。発信する立場としてわかりやすく相手に興味を持ってもらうことが必要であると考えられるので、今後このようなミスは起きないようにしていきたい。

図5 実際のInstagram投稿のスクリーンショット（Bistro ブーコ）



図6 ローストポーク弁当の説明

ローストポーク弁当

ローストポーク弁当は、豚肉をメインにサラダ等を添えたもの、別で赤飯をセットとした弁当です。

第3章 今後に向けて

続いて本章では、今年度の成果と課題についてまとめたいので、今後の活動の展望について述べていく。

今回の活動では2軒の飲食店を実際に訪問し、その内容についてInstagramを通して紹介をした。この2つの投稿に関して、フォロワー外の方の閲覧数の差があったことが結果としてあった。2つの投稿の違いを見てみると、お店のタグがつけられているか、食べているものが実際にお店で食べられるメニューとテイクアウトのメニューという違いがあった。閲覧数やいいね数の違いには、これらが要因ではないかと考える。

ただし、元々の目的として、Instagram発信の影響力を調査し、中心市街地の活性化を図るという点では、影響力を見るにしても活性化を図るにしても軒数が少なかったことが課題だと言える。そのため、今後に向けては、お店の取材をさらに増やしていくことが必要であると考えている。

今後コロナがまん延し、実際にお店に行けなくなった時のために、投稿のストックを作っておくという点も必要かもしれない。そのためには、感染者数などが落ち着いており、実際に出向いての取材ができる時期に多くの店舗に訪問し、調査することが大切である。今後コロナの影響で調査ができなくなることがいつ起こるか分からないため、その時にできることを準備しておくことが重要であると考えている。

さらに、フォロワーの方の閲覧数を上げるために目を引く投稿も必要だと考える。加えて、フォロワー外の方にさらに多くの人に見てもらうためにも、見やすい投稿を意識して投稿を作る必要があると思う。例えば、フォロワーの方の目を引くために、写真の撮り方をどうしたら美味しく見せられるかを工夫することが必要である。

また、フォロワー外の方にも見やすい投稿にするためには、お店の紹介を詳細に記載することや食べた感想をよりわかりやすく伝えることが必要だと思う。これらを今後改善していきながら、これから取材件数を増やして中心市街地の活性化につながる活動をしていきたいと考えている。

おわりに

新型コロナウイルスの影響で、対面活動が制限されていたこともあり、今年度の SNS による情報発信の活動は十分に取り組むことができなかったのが現状である。

今後、対面での活動が再開できることを願いつつ、その際にまとめて調査や取材ができるように準備を進めていきたいと考えている。こうして来年度は、より多くのお店の情報を発信していきたい。

最後に、今回の活動では、大垣商店街の各協力店をはじめ様々な方々にお世話になった。文末ながら感謝申し上げます。

2021（令和3）年度

『食』を届けるプロジェクト 活動報告書

<目次>

はじめに

第1章 活動目的

第2章 社会的背景

第1節 飢餓と飽食

第2節 コロナ禍での食品廃棄量の増加

第3節 子どもの貧困

第3章 調査・実践報告

第1節 食に関するアンケート調査

第2節 食料配布活動への参加

第3節 サポーター学習会への参加

第4章 成果と課題

第5章 今後の展望

おわりに

参考資料・参考ウェブサイト一覧

はじめに

『食』を届けるプロジェクトでは、昨年度の「フードロスを考えるプロジェクト」の調査を踏まえ、フードバンクぎふ等との協力で実践的な活動に取り組むものである。具体的には、こども食堂の支援や、フードロスに関する地域住民への啓発活動に取り組むことで、地域住民に豊かな『食』を提供することを目指している。

農林水産省によると、日本のフードロス量は約612万トンと推計されている。なお、現在のコロナ禍では食品廃棄物やフードロスがさらに増加しているとされており、問題への対応が必要と考える。

このように捨てられていく食品がある一方で、満足のいく食事がとれない人々がいる現状がある。つまり「貧困」や「食料分配」の問題がフードロス問題の背景にあると考えている。

他方で、近年「SDGs」が注目されている。SDGsは貧困の解決という点からも注目されるが、その中の目標の一つである「つくる責任、つかう責任」に「フードロスの削減」が具体的なターゲットとして設定されている。つまり、フードロスの削減に取り組むことはSDGsの推進にもなると考えられる。

特に大垣市中心市街地には飲食店が数多く立地している。そうした飲食店におけるフードロス問題は、中心市街地にて、今後取り組むべきであろう重要な社会課題であると考えている。

以上を踏まえ、本報告書の構成は次の通りである。第1章では、活動の目的と、なぜ「食を届ける」というテーマを設定したのかという理由についてSDGsという大きな視点から

説明する。また第 2 章では、このテーマに関わる社会的背景について、3 つの観点を取りあげる。続いて第 3 章では、今年度の私たちの調査・実践について報告する。これを受けて第 4 章では、今年度活動の成果と課題についてまとめ、第 5 章では、今後の展望について述べている。

第 1 章 活動目的

本プロジェクトでは、昨年度の「フードロスを考える」プロジェクトの調査を踏まえ、「フードバンクぎふとの協力で実践的な活動に取り組むこと」、「地域住民への豊かな食の提供」、「地域住民への啓発活動」という 3 つのテーマを設定し活動を行ってきた。

なぜ、このようなテーマを設定したのかという点については、近年大きな注目を浴びている SDGs が挙げられる。SDGs では、その中の目標である「つくる責任、つかう責任」にフードロスの削減が具体的なターゲットとして設定されている。つまり、フードロス削減に取り組むことは SDGs の推進にもなると考えられる。

そして、本活動を通じての目的は、1 人でも多くの人にフードロスに関する現状を伝え、フードロス削減をするための取り組みを広げることである。

そこで今年度の活動内容の報告に入る前に、まずフードロスとは何なのかという点について、その具体的な定義や、フードロスの中でも複数の種類があることを説明する。

フードロスとは、食品廃棄物の中でも、本来まだ食べることが可能であったが、諸事情から捨てられてしまった食品を指す言葉である。

なお、フードロスが含まれる「食品廃棄物」は「食品が食用に供された後に、または食用に供されずに廃棄されたもの、食品の製造、加工又は調理の過程において副次的に得られた物品のうち食用に供することができないもの」と定義されている。

そして、フードロスは大きく 2 種類に分けることができる。その 2 つとは、事業系フードロスと家庭系フードロスである。事業系フードロスは、主に食品メーカーや小売店での規格外品や売れ残り、レストランなどの飲食店でのお客の食べ残しといった、様々な原因からなる食品ロスである。

一方、家庭系フードロスとは、家庭内で買った食品のうち、期限切れなどの理由から食べることなく捨てたり、皮の剥きすぎなどから生まれる食品ロスである。

図1 SDGs のロゴマーク




図2 SDGs とフードロス削減の関連

2-1

2030年までに、**飢えをなくし、貧しい人も、幼い子どもも、だれもが一年中安全で栄養のある食料を、十分に手に入れられるようにする。**

12-3

2030年までに、**お店や消費者のところで捨てられる食料（一人当たりの量）を半分に減らす。**また、生産者からお店への流れのなかで、食料が捨てられたり、失われたりすることを減らす。



画像出所：「日本ユニセフ協会」ウェブサイト <https://www.unicef.or.jp/kodomo/sdgs/guide/>

(2022年2月アクセス時点)

第2章 社会的背景

続いて本章では、この活動に取り組むにあたって重要と思われる社会的背景について説明する。

具体的には、①先進国において特に問題視されている食品ロス、②コロナ禍での食品廃棄の増加、③家庭内で満足のいく食事がとれない子どもたちの現状という3つの側面から展開していく。

第1節 飢餓と飽食

フードロスは主に日本のような先進国で発生している問題であるが、世界的な格差の問題を反映しているとも言える。

具体的な数値を挙げると、2020年時点で、世界では9人に1人、約8億人もの人々が飢餓に苦しんでいる一方で、世界では年間13億トン、そのうち日本では年間612万トンもの食品ロスが発生しているとされている。この廃棄量は、飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食料援助量の約1.5倍に相当する。

つまり、世界的に見た場合、一方における飢餓と一方における飽食という対照的な状況が生まれている。

第2節 コロナ禍での食品廃棄量の増加

次に、コロナ禍において、食品廃棄が増加しているという傾向である。

実際に食品廃棄量が増加した例としては、新型コロナウイルス蔓延の影響で、飲食店やホテルの休業、学校給食の中止などがあり、本来使用されるはずだった食材が行き場をなくしている。

例えば、水産加工の製造を行っている会社では、コロナウイルスが流行りだした時期から出荷量が減っていき、コンビニや居酒屋、学校給食にも販売していたため、かなりの打撃を受けることになっていると言われている。

こうしたなかで、廃棄の裏に隠された暗黙のルールとして「3分の1ルール」という商習慣が存在する。これは食品が製造された日から、その食品の賞味期限までの期間を3等分し、最初の3分の1の期間に、卸売業者は小売店に納品しなければならないとされる。例えば、製造日から数えて6ヶ月先が賞味期限の食品の場合、最初の2ヶ月以内に卸業者は小売店に納品しなければならないことになる。

つまり、ビジネス・事業として経営を成り立たせることと、フードロスをなくすということをいかに両立させるのかという課題があると言える。

第3節 子どもの貧困

さらに、3つ目の側面として、日本の子どもの6人に1人が相対的な貧困状態に置かれていると言われている。

相対的な貧困とは、その国の生活水準や経済環境に比較して困窮した状態であり、世帯の所得がその国の等価可処分所得の中央値の半分に満たない状態のことを言う。

現在、日本の相対的貧困率は15.6%、子どもの貧困率は13.9%という結果となり、この数値はG7の中では2番目に大きいものとなっている。その中でも一人親家庭の相対的貧困率は50.8%であり、コロナの影響で失業などの理由から、さらに高い数値になると考えられる。

つまり、フードロスの問題は先進国と途上国という国家間の所得格差の問題だけではなく、日本国内における格差の問題として捉えなおすことができる。こうした観点から次の章でも述べるようなフードバンク活動が、日本各地で取り組まれるようになってきているのである。

第3章 調査・実践報告

続いて本章では、今年度の私たちの調査・実践の報告を展開する。

本プロジェクトでは、これまでに①食に関するアンケート調査の実施、②フードバンクぎふの食料選別作業と配布活動への参加、③サポーター学習会への参加を行ってきた。

第1節 食に関するアンケート調査

2021年、本学の学生50名を対象に、13問からなる「食に関するアンケート」を実施した。

実施方法としては、休み時間等を利用し、了承を得た学生に印刷したアンケート用紙を配布し、学生が記入した後に回収をした。

<アンケート調査の概要>

期間：2021年11月20～12月10日

対象：岐阜協立大学の学生50名

実施方法：休み時間等を利用し、了承を得た学生に事前に印刷したアンケート用紙を配布し、記入後に回収

以下、アンケートの結果を紹介していく。

まず「フードバンクを知っていますか？」と質問に対し、約半数以上の人が「知らない」と答えている。

「はい」と答えた人に、何で知ったかという点を聞いたところ「学校」、「インターネット」、「ポスター」という意見が見られた。

また、実際に「食料配布を受けたい」という人は約半数いることが分かった。

食料配布されて嬉しいものは、「米」、「缶詰」、「インスタント食品」、「野菜」の順で票が集まり、保存がきくものが喜ばれる傾向にある結果となった。

「現在、取り組んでいるフードロス削減活動はあるか？」という質問に対しては、約7割の人が「ない」と答え、その理由として「関心が無い」、「知識が無い」といったものが多く挙がった。

また、半数近くの人がこども食堂を知っており、約95%の人が「食料支援活動に参加したことがない」という結果になった。

このアンケートの結果から、定期的にフードバンクなどの情報が学生に向け発信されているが、まだまだ認知度が低く、関心を持っていない人が多いと感じた。

図3 アンケート結果まとめ

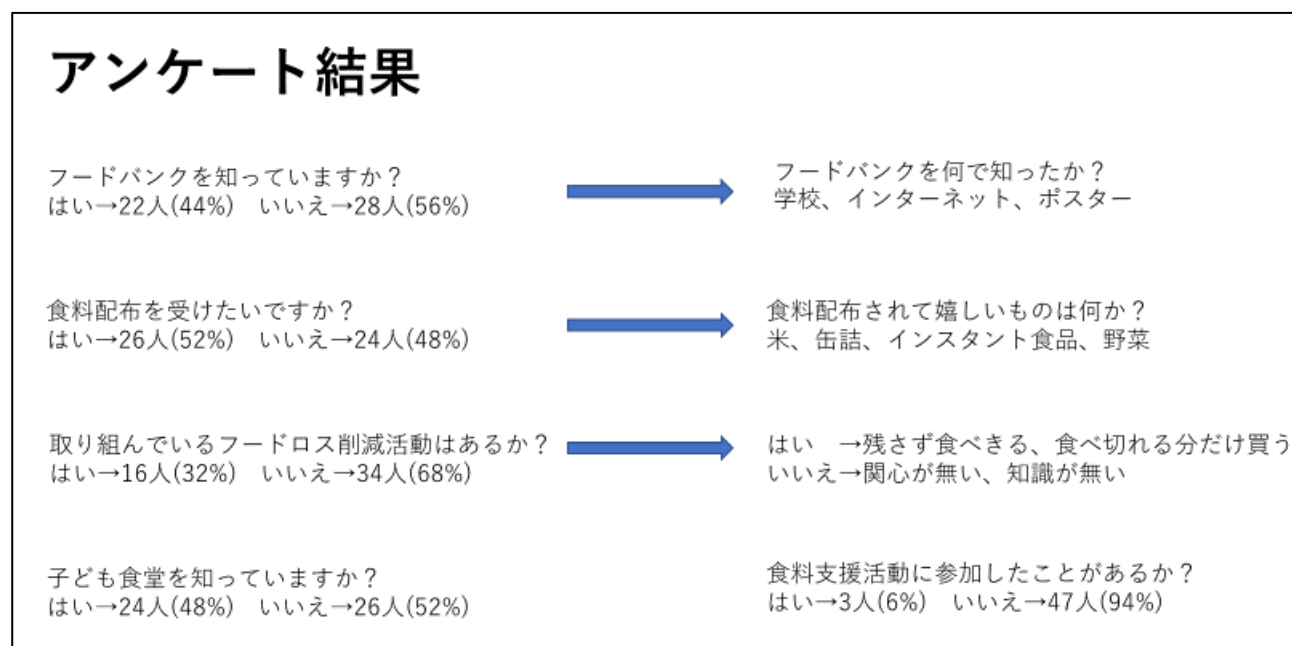


図 4 実際に使用したアンケート票

食に関するアンケート

問1 あなたは、フードバンクについて知っていますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問2 問1で「はい」と答えた人に聞きます。フードバンクを何で知りましたか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.友人、家族 2.インターネット 3.学校
4.ポスター 5.その他 ()

問3 あなたは、食べ物を食べきれずに廃棄したことがありますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問4 現在、年間日本でどのくらい食品が廃棄されていると思いますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.10万トン以下 2.50万トン
3.100万トン 4.100万トン以上

問5 あなたは、食糧配布があれば受けたいと思いますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問6 食糧配布されてうれしい商品は何ですか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.缶詰 2.米 3.野菜
4.インスタント食品 5.その他 ()

問7 あなた自身が取り組んでいるフードロス削減活動はありますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問8 問7で「はい」と答えた人に聞きます。それは、どのような活動ですか。
()

問9 問7で「いいえ」と答えた人に聞きます。それは、なぜですか。
()

問10 あなたは、子ども食堂は知っていますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問11 あなたは、食糧支援活動に参加したことがありますか。当てはまるものに○を書いてください。

- 1.はい 2.いいえ

問12 問11で「はい」と答えた人に聞きます。どのような食糧支援活動を行いましたか。
()

問13 問11で「いいえ」と答えた人に聞きます。それは、なぜですか。
()

第2節 食料配布活動への参加

続いて2つ目の活動として、フードバンクぎふが主催する食料配布活動に参加させていただいた。

まず、そもそもフードバンクぎふは、生活に困窮している人々や食料を必要としている人々を支援するNPO法人であり、企業や支援者から提供していただいた食料品を必要としている人々に無償で配給を行っている。

表1はフードバンクぎふの具体的な活動実績である。岐阜県大垣市に拠点をおき、毎年約30トンの食料配布をしている。食料配布先の件数としては、定常的に月300件、スポット的に年50件、こども食堂や学習支援団体に10件程度となっている。食品を寄贈してもらっている企業としては、東海コープ、白鳥ファーム、コストコ羽島、堀田農園などがある。活動への参加者は現在約35名で、メンバーには高齢者が多く、マンパワーを求めている状態にある。

私たちは、2021年から2022年にかけて、食料の分別、配布活動にそれぞれ準備も含めてそれぞれ3回ずつ参加した。米の選別作業や枝豆の収穫、提供された食品の配布を行い、配布活動の際は多くの学生や地域住民の方が来ていた。

特にこの食料配布は、コロナ禍において生活が苦しくなっているであろう学生を対象と

した食料配布として、岐阜協立大学近くの敷地（屋外）にて実施されたものであった。

<フードバンクぎふ食料配布参加概要>

日時：①2021年10月

②2021年12月23日

③2022年1月19日

場所：岐阜協立大学徒歩3分の敷地（屋外）

私たちが、食料配布活動に参加して感じたメリットとデメリットは次の通りである。

<メリット>

- ・ 食費の節約になること
- ・ 食に関する喜び、体験が増えること
- ・ 満足できる食事の提供で心身の充足感が得られること
- ・ 廃棄コスト、環境負荷の削減など

<デメリット>

- ・ 配布される食品は賞味期限が近いものが多いため、消費しきれない可能性があること
- ・ 知らない人からの食品提供への抵抗が考えられること
- ・ フードバンク自体の認知度が低いこと
- ・ 誰でも受け取ることができるため、本当に必要としている人に行き渡らない可能性があること

表1 フードバンクぎふの活動実績

拠 点	岐阜県大垣市
食品数量	30万トン/年
食品配布先件数	1. 定常的に月約300件 2. スポット的に年約50件 3. こども食堂、学習支援団体約10件
食品提供者	東海コープ、白鳥ファーム、コストコ羽島、堀田農園等
活動参加者	【取引、配布、事務、コーディネーター等】約35名

出所：2019年度の活動内容（フードバンクぎふインタビュー）より

写真 1～8 食料配布活動への参加の様子(2021年12月と2022年1月)



第3節 サポーター学習会への参加

3つ目の活動はサポーター学習会への参加である。2021年12月5日に、大垣市宇留生地区センターでフードバンクぎふのサポーター、またはフードバンクの活動に関心がある人を対象とした学習会が開かれ、参加した。

内容としては、ひとり親や子どもの貧困に関する施設について、困ったときの生活保護について学習した。

サポーター学習会に参加して、特に重要と感じたこととして、2000年代から現在にかけて、岐阜県内の保護を必要とした児童の数は増加傾向にあるということである。また同時にコロナ禍による格差拡大もあって、その状況はより深刻なものになってきているとされる。

とりわけ衝撃を受けたのは、主食を買えないと答えたひとり親の世帯が約4割もいることである。フードバンクでは精米済みのお米やパックご飯、パンなどの主食となる食料も配布しているため、こういった方々にも利用していただきたいと感じた。

写真 9～11 サポーター学習会への参加の様子



第4章 成果と課題

次に本章では、今年度の活動を通じての成果と課題について説明する。

食に関するアンケート調査や食料配布活動などは実施でき、この部分は成果と言える。しかし課題としては、大垣市中心市街地の活性化には繋がらなかった部分がある。

中心市街地には多くの飲食店が存在し、その分多くの食品廃棄が出ていられると考えられる。そこで、スマホアプリにもなっている「TABETE」のような、食品ロスを削減するサービスを中心市街地でも展開すれば活性化に繋げることができ、食品ロスの削減の観点からSDGsに取り組むことができるのではないかと考えている。

「TABETE」とは、「最後まで食べ切る」を応援する社会派サービスであり、フードロス削減のためのプラットフォームであるとされる。閉店間際など、まだ美味しく安全に食べられるのに廃棄の危機に面している食事を食べ手と繋ぎ、最後まで売り切ることを応援するものである。

具体的には、株式会社コークッキングが開発した廃棄の危機に直面している食事を、食べ手とマッチングさせるサービスで、2018年にリリースされている¹。売り手は廃棄を減らすことができ、買い手は、安い値段で食事を受け取ることができる。

2022年での登録者数は約50万人、加盟店舗数約2000店舗、東京都を中心に関東エリア、石川、静岡、愛知、大阪、兵庫、福島などに展開している。2019年からおよそ3年で登録者数は約5倍に、加盟店は約4倍に増加している。出品商品の価格帯は250円～680円とリーズナブルな価格になっている。

そして、TABETEは、最低でもその日のうちは安全においしく食べることができるもの

のみを提供しており、テイクアウト専門であるため安全面、コロナ対策にも適しているサービスとなっている。いわば、需要と供給をマッチングさせることで、フードロスが発生するのを防ぐという仕組みである。

図5 「TABETE」のロゴ



画像引用：TABETE・食品ロスを削減するフードシェアリングサービス <https://tabete.me/>
(2022年2月アクセス時点)

¹ 株式会社コークッキングウェブサイト

「TABETE」(<https://tabete.me/shop>) 最終閲覧日
2022年2月

第5章 今後の展望

最後に本章では、今後に向けて来年度の活動の展望を紹介する。

まず、これまで通り引き続き食料配布活動への参加を行っていく予定である。また、フードバンクぎふでは、食料の宅配も行っている。そこで私たちも食料支給者のもとへ実際に赴き、生で現状を視察しようと考えている。

そして、中心市街地でのヒアリング調査についても検討している。先ほど紹介をしたTABETEのようなサービスが大垣市中心市街地飲食店で実現可能性があるのか、ニーズがあるのかなどを調べてみたいと考えている。

また、これまでのフードロス削減や食料配布活動に加え、子どもたちへの食の支援も考えている。具体的には大垣市綾野公民館において学習支援室や食事の提供を行っている「あしたの支援室」の活動に参加させていただき、新たな取り組みを展開していきたいと考えている。

おわりに

今年度は、昨年度のフードロス問題を考える取り組みに加えて、特に「食を届ける」という観点、具体的にはフードバンクの取り組みや子どもの貧困などに焦点をあてて活動することができた。

フードロスを減らすということと、格差を緩和し貧困をなくしていくことはまったく別のことのように考えられるかもしれない。ここに中心市街地の活性化というテーマを入れて考えていくことは非常に難しい課題ではあると言える。しかしSDGsではこれらを包括的な目標として一体的に掲げている。すなわち、SDGsという観点から考えるならば、包括的な視点で、これらのテーマを一体的に扱うこともまた必要であると言える。言い換えるならば、大垣市が持続可能な都市・まちとなっていくための重要な課題として捉えることができるだろう。

さらに言えば、こうした課題は私たちだけで解決できるものでもない。そこには必ずパートナーシップの観点が求められる。今後、私たちが取り組めることを前提にしながら、パートナーシップを持ちながら、これらの課題に取り組んでいきたいと考えている。

最後に、今回の活動では、フードバンクぎふをはじめ様々な方々にお世話になった。文末ながら感謝申し上げます。

参考資料・参考ウェブサイト一覧

- ・ 「日本ユニセフ協会」ウェブサイト
<https://www.unicef.or.jp/kodomo/sdgs/guide/>
- ・ 農林水産省「食品ロスとは」
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_4.html
- ・ 農林水産省「食品ロスの現状を知る」
https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/2010/spe1_01.html
- ・ 「世界の『貧困率』の現状」
<https://elemenist.com/article/1253>
- ・ 「コロナで加速するフードロス、根本原因は食品業界の『暗黙のルール』 - ダイヤモンド・オンライン」
<https://diamond.jp/articles/-/251150>
- ・ 「3分の1ルールとは？食品ロス問題の現状と - なるほどSDGs」
<https://naruhodosdgs.jp/one-third-foodloss/>
- ・ 「フードバンクぎふ」ウェブサイト
<http://foodbankgifu.jp/>
- ・ 「TABETE - 食品ロスを削減するフードシェアリングサービス」ウェブサイト
<https://tabete.me/>

※全て 2022 年 2 月アクセス時点の内容

＜その他の活動＞

大垣ごみバスターズプロジェクトの取り組み

＜目次＞

はじめに

第 1 章 活動の目的と背景

第 2 章 活動内容

第 3 章 今後の展望

おわりに

参考資料・参考ウェブサイト一覧

はじめに

本稿では、その他の活動として今年度新たに立ち上げた「大垣ごみバスターズ」の取り組みの計画と実際について報告する。

第 1 章では活動の目的と背景について説明し、第 2 章では実際の活動内容について報告している。これらを受けて、第 3 章では今後に向けての展望をまとめている。

第1章 活動の目的と背景

【活動目的】

本活動は、街からごみをなくし、住みやすい街をつくる目的で、2021年度に新たに立ち上げた取り組みである。路上などに捨てられるごみをゼロにすることにより、ポイ捨てがしづらい環境をつくることで、再発防止や防犯にもつながると考えている。

例えば、不法投棄は、市の美観を損ねるだけでなく、その廃棄物から出る有害物質が地中に浸透し土壌や地下水を汚染し、環境破壊を招く。また、不法投棄の処理にかかる多額の費用は、税金によって賄われている。そのため、ごみの削減に取り組むことは、環境破壊、税金の無駄遣いを防ぐことが期待できる。

最終的には、大垣市から「ポイ捨て」の概念をなくしていきたいという思いがある。

【活動背景】

大垣市には高校が8つ、大学・短期大学が3つ存在し、比較的若者が多い街である。そのためか駅周辺ではポイ捨てが多く見受けられる。「県内市町村空き缶ポイ捨て防止条例制定状況」によると大垣市は空き缶等投棄による罰金過料がないため、ポイ捨てごみに関しては比較的緩いのではないかと考えられる。

また、岐阜協立大学周辺に関して言えば、たばこの吸い殻のポイ捨てが目立つ。

こうした点から私たちにできる取り組みとして「ごみ拾い」を行うことを考え、実践に移すこととした。

第2章 活動内容

本章では、2021年度の活動内容について報告する。

私たちは、ごみ拾いで岐阜協立大学周辺をきれいにしポイ捨てしづらい環境を作ること为目标として、大学内のごみ拾いや、ごみ拾いをしながら、ポイ捨てをしないように呼びかける活動を行ってきた。

活動を通じて、岐阜協立大学周辺ではポイ捨てが多いことがわかった。特に木曜日にポイ捨てが多く、ごみの割合としては吸い殻のポイ捨てがほとんどを占めていた。

なお、全国の散乱ごみの種類別ランキングでも吸い殻が半分以上を占めている。このように全国でも吸い殻のポイ捨てが課題となっている。

しかし、ポイ捨てごみの量の調査実施をしている地域は1741市区町村のうちの10%も満たない数であり、条例等制定をしている地域は60%と少ない。

全国の市区町村がポイ捨て問題に対しての意識を高めるためまずは、私たちが率先してポイ捨て問題に向き合っていかななくてはならないと思い、こうした活動が重要だと感じた。成果として、ごみ拾いをしているため、岐阜協立大学周辺から落ちているごみは減ったことが挙げられる。しかし、ごみ拾いによる環境づくりと呼びかけだけではポイ捨てがなくなることはなかった。

最初に掲げていた「ポイ捨てをなくす」という目標を達成することはできなかったが、私たち自身のポイ捨てに対する知識が深まったことは成果である。

一方、今後の課題としては次のような点が考えられる。海外のポイ捨て対策にあるような、吸い殻で作る投票式ごみ箱やごみ箱をバスケットゴールに見立て、ごみ捨てを面白くすることによってごみを捨てるという動作でさえも面白くしてしまうような工夫があり、そういったユーモアが日本人に欠けている部分であり、課題だと感じた。

ごみ捨てやごみ拾いを楽しくするような工夫について、海外事例や他の地域の事例なども含めて、様々なポイ捨て対策についてもっと学ばなくてはならないと感じた。

第3章 今後の展望

大垣市の市民の一人一日当たりのごみ総排出量は、2017（平成29）年度までは減少したものの、その後は徐々に増加し、2019（令和元）年度実績は、919g/人・日になっている。

そこで大垣市が取る取り組みとしては、「大垣市ごみ分別アプリ」の配信を開始し、ごみ排出時の利便性を高めることや、市内小学校4年生の児童を対象としたクリーンセンターの施設見学会を実施するなどしてごみ減量化の対策をとっている。

そこで私たちもポイ捨て削減だけでなく、根本的にごみ自体を減らすための取り組みを検討し、ごみ減量化に向き合っていきたい。

写真1 活動の様子



おわりに

「きれいな街は、人の心もきれいにする」ごみのない街は非常に心地の良いものである。空気も美味しく感じ、写真を撮るにも全て、美しい写真になる。そのため、ごみのない街にすることで誰もが訪れたいと考えている。

参考資料・参考ウェブサイト一覧

- ・ 「令和元年度『ポイ捨て』に関する調査報告書」環境省環境再生・資源循環局廃棄物適正処理推進課（2020年3月）
https://gikeidai.sharepoint.com/:b:/s/msteams_64b5a0/Ee1vGo6PKThHnbfsdcL_jr0BI1DRCV9f19A31fPzj7q8A（2022年2月アクセス時点）
- ・ 「散乱実態調査（2016年度）」公益財団法人 食品容器環境美化協会
<https://kankyobika.or.jp/recycle/research/3R-2016>（2022年2月アクセス時点）

○2021 年度マイスター倶楽部企画検討ミーティングの実施

2021 年 7 月には、2021 年度のマイスター倶楽部学生プロジェクト内容を相談する企画検討ミーティングを行った。このミーティングにおいて、2021 年 7 月 7 日（水）には大垣駅前商店街で「ムトウさかや」を運営する上野さまを大学に招いて、大垣市中心市街地・商店街の現状や活性化に向けた取り組みについてお話を伺った。

日時：2021 年 7 月 7 日（水）

場所：岐阜協立大学 食堂



以下は、マイスター倶楽部企画検討ミーティングの際に「ムトウさかや」上野さんのお話を聞いた学生たちの感想一覧である。

- 企画力が素晴らしいと感じました。新しいことに挑戦したりすることで、得ることがあると考えさせられました。またスクエアパーティが開催されたら行ってみたいと思います！
- 「失敗してもいいからやってみる」というのが心に残りました。失敗したとしてもそこから学べるものがあることに気づかされました。企画する上でも、わからないことが多いので、このことは必要になるのだと思いました。
- 「専門」ということで私もゼミのプロジェクトの中で自分の長所を出していきたいと思った。
- コロナ禍における飲食店・小売店の生の声を聴くことができ、あらためて厳しい現状であるということがわかりました。今回のお話をもとにマイスター倶楽部での活動に活かしていきたいと思います。
- 企画をするときに大切なことが何かを知ることができた。これらか私も自分が楽しめるような企画作りをしていきたいと思った。いつか客や参加者として行ってみたいと思った。
- 自分のやりたいことを考えて挑戦できることがすごいと思った。商店街には専門知識を持った人が多くいることを知れて、大事な買い物の際に行ってみようと思いました。
- 画期的な企画を計画。実行できるのがすごいと思いました。実家の商店街では若い人が企画しても、昔からの商店の方たちの反対でなかなか実行に移せないことが多いので、なんとか実行できるようにしていきたいと思いました。
- イベント企画する際は、お金もうけや目的のため以外にも、自分が楽しめるかおもしろいかなども大切であることを知りました。
- 商店街の特徴というか強みというのは、専門性ということが印象強かったです。商店街に対しての印象が大きく変わりました。今後、商店街の強みを実感できる機会があればいいなと思いました。
- 企画を立てるときは、消費者の立場でとにかくやってみるということを意識していきたい。
- 商店街の本質といったものはわかった気がします。しかし、今商店街に来ない客層を引っ張るにはもうひとつ魅力を発信する必要があると思います。スクエアパーティも何も知らない人がスッと入れて、普段はどんな店舗をやっているのかの紹介など、長期的で多岐にわたる企画が繁栄になると思います。
- 「ピンチのときこそチャンス」といったように、大変なときに挑戦するのがすごいことだなと思いました。
- 話を聴いて自分も商店街にかかわり、活性化していきたいと思いました。
- 商売を行ううえで大変なことややっていて良い所を知れて良かったです。
- 上野さんの話を聞いて、商店街で営む大変さがわかりました。コラボすると両方のメリットになるため、マイスター倶楽部の活動に取り入れたいと思います。
- 商店街の課題などがわかりました。また若者向けのイベントなどの取り組みもわかりました。
- 企画を考えていくうえで対象としている人たちに求められるものでなければならぬことを今後の活動の中で忘れないようにしたい。
- 良さをいかしたこと、自分がやりたい、面白いと思っていることに挑戦したいと思いました。
- 商品連携や商店街の専門性についてなるほどと思うことばかりでした。貴重なお時間いただきありがとうございます。

○大垣駅前商店街「納涼レストラン」準備参加

2021年8月7日(土)、大垣市の「水の感謝祭」にて実施された「夕涼みナイトマーケット」・「納涼レストラン」の準備に学生が参加した。「納涼レストラン」は大垣駅前商店街青年部とマイスター倶楽部が協力して毎年開催している夏祭りにおける屋台村であるが、2021年度は感染予防を考慮して、屋台の準備段階に学生が関与するかたちとなった。

日時：2021年8月7日(土)

場所：大垣駅前南口広場「水都の泉」

内容としては、準備作業として「水都の泉」における作業台の組み立てと設置、POPの掲示などを担当した。作業の間には、大垣駅前商店街青年部の主要メンバーと学生の顔合わせを行い、ねらいとしていた商店街と学生の関係性をつくることが出来た。



○海津市「情報モラルワークショップ」参加

2021年11月26日（木）、海津市青少年育成委員会の依頼を受けて、海津市立城南中学校における「情報モラルワークショップ」に参加した。

日時：2021年11月26日（木）

場所：海津市立城南中学校 体育館

この企画は中学生自身がスマホ・インターネット・SNS等の利用について考える機会を作る目的で実施されたものである。具体的には、海津市立城南中学校の2年生の生徒がグループに分かれて「スマホ・インターネット・SNSの良い点・問題点・どのようなことに気を付けたらよいか」という3点について話し合い、付箋と模造紙を使って内容をまとめた。マイスター倶楽部では、生徒によるグループでの話し合いが円滑に進むように進行や内容についてサポートしていった。



<2021(令和3)年度 学生代表挨拶>

マイスター倶楽部の学生代表の橋本拓磨と申します。2021年度マイスター倶楽部活動報告書をご覧くださり誠にありがとうございました。

今年度、実際に活動を行い、この報告書の内容をまとめたのは2年生のメンバーでした。各プロジェクトに様々な取り組みがあり、進行状況はうまくいっている面やうまくいっていない面などはあったかと思えます。

私自身はこの3月で卒業となります。2年生から活動に参加をしていましたが、去年、一昨年は新型コロナウイルスの影響もあり、活動が制限される状況が続きました。3年生、4年生と、大学生活のほぼ半分がコロナ禍となりました。こうしたなかでも、できる限りの活動を行えたと思っています。

マイスター倶楽部の活動では、以前まで関わりの薄かった年輩の方々と多く関わり合うことができました。すでに卒業された先輩方はもちろん、商店街や市民活動団体の皆様、行政の皆様など、普段大学で講義を受けるだけではお会いできないような方々と関わりを持つことが出来ました。

メンバーで協力をしてプロジェクトを進めるのは、ときには難しい側面もありましたが、一方ではメンバーの支えがあったことでこれまで活動できたのだと思います。新型コロナウイルスの影響で今後の活動がどうなるのかは分かりませんが、マイスター倶楽部での活動経験は大学を卒業してからも決して無駄にはならないと思います。特に在学生の皆さんは、それぞれの先にある就職活動等に少しでも活かしてもらえたらと思います。

最後に、報告書をご覧いただいた皆様にあらためてお礼申し上げます。ありがとうございました。

2022(令和4)年3月
岐阜協立大学 マイスター倶楽部 学生代表 橋本拓磨

<2021(令和3)年度 マイスター倶楽部 活動一覧>

1. 2021-04 からマイスター倶楽部引っ越し作業を実施
2. 2021-05-26 岐阜協立大学経済学部1年生を対象にした基礎演習向けマイスター倶楽部体験を実施(オンライン上)
3. 2021-06-30 企画検討ミーティングを実施
4. 2021-07-01 岐阜協立大学3号館1階「学びラウンジ」内にマイスター倶楽部を移転
5. 2021-07-07 企画検討ミーティングを実施(ムトウさかや上野氏を招く)
6. 2021-07-14 企画検討ミーティングを実施
7. 2021-07-21 企画検討ミーティングを実施
8. 2021-08-05 「2021年度マイスター倶楽部企画発表会」を実施
9. 2021-08-07 大垣駅前商店街「納涼レストラン」準備作業に参加
10. 2021-08-28 「全国まちづくりカレッジ 2021in 香川(Zoom)」にオンライン参加
11. 2021-11-15 マイスター倶楽部学生を対象とした「卒業生による就活講話」を実施
12. 2021-11-26 海津市「情報モラルワークショップ」実施協力
13. 2022-03-1 「2021年度マイスター倶楽部活動報告会」をオンライン上で開催

＜マイスター倶楽部の概要＞

岐阜協立大学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。

また、2021年度7月には、マイスター倶楽部が大垣駅前から岐阜協立大学内へと移転しました。さらなるアクティブ・ラーニングや地域連携教育の推進のため、2021年7月1日より岐阜協立大学3号館1階「学びラウンジ」内に拠点を移しています。この移転後もマイスター倶楽部では、これまでと同様に学生によるまちづくりプロジェクトを進めています。

移転先となった岐阜協立大学3号館1階「学びラウンジ」の様子



【マイスター倶楽部に関する問い合わせ先／連絡先住所】

○岐阜協立大学 マイスター倶楽部

〒503-8550 岐阜県大垣市北方町 5-50 総務企画課

TEL : 0584-77-3505

FAX : 0584-77-3506

E-mail : soumu@gku.ac.jp