

熊本県（市）における「生活者としての外国人」のための

日本語テキスト作成

指導教官：馬場良二 教授

グループ名：B-TEXT

メンバー：後藤絵里子・上村優季・折口由香理・鳥巢詩織・戸次奏瑛・山口あやめ・岩永小春・
内山結貴・恐田真菜・迫田京熙・中川路あい・正宗史織・ゲン ラン アイン

連携先：熊本市国際交流振興事業団

要 約

本研究は「生活者としての外国人」を対象とし、彼らが日々をより円滑に過ごすことができるような日本語のテキスト作成を目的とする。今年度は平成 23 年に行われたテキストのニーズ把握のための調査（熊本県在住外国人が普段の生活で困難だと感じる場面を調査したもの）を 4 年ぶりに改めて行い、その調査結果をもとに新たに『地域ルール編』『出産・子育て編』『学校編（保護者向け）』『行政手続編』『ムスリムの生活編』の 5 つのテーマでテキストを開発した。

キーワード：日本語テキスト、生活者としての外国人、場面に合わせて使えるテキストの作成、

1. はじめに

現在、日本に住む外国人や外国にルーツを持つ人々の増加に伴い、日本語教育の需要が高まっている。本研究では日本に暮らす外国人を対象に、彼らが生活の中で必ず触れることになる日本語を学ぶための教材をそれぞれの環境やレベルに合わせて作成することで、彼らの日本での生活をサポートすることを目的として平成 23 年からテキストの開発を行っている。

本研究が始まった平成 23 年に、日本で暮らす在留外国人の方々と日本国籍であるが外国にルーツを持つ方々を「生活者としての外国人」と定義し、彼らが日々の生活の中で困難に感じるのはどんな時かを調査した。その調査結果をもとに現在までに「緊急時編」「病院編」「買い物編」「外食編」「公共交通機関編」「仕事編」「学校編」の 7 つのテキストが作成されてきたが、現在作成されているテーマの他にも困難だと感じる場面は

数多くあると考え、今年度も引き続きテキストの開発を行った。

2. 方法

テキストを作成するにあたり、熊本県在住外国人が普段の生活で困難だと感じる場面について最新の情報を得るため、4 年ぶりにテーマ決定のための基本調査を行った。調査は紙媒体のアンケート、Web 媒体のアンケート、インタビューを実施した。紙媒体の調査票は日本語版、英語版、中国語版、韓国語版、ベトナム語版に、タガログ語版を作成し、学校（留学生）や外国人コミュニティに配布、Web 媒体のアンケートは英語版を Google フォームにて作成、Facebook 上で公開し、回答を依頼した。アンケートの質問は【1】～【4】まであり、【1】個人情報、【2】日本語の使用状況・学習状況、【3】暮らしの中で日本語ができなくて困ったとき、【4】現在までに作成した日本語テキ

ストの認知・使用状況である。訪問先と調査方法は以下の通りである。

実施日	訪問先	調査方法	回答数
2015年6月25日(木)	熊本大学HIGOプログラム	アンケート(英語版)	4名
2015年6月27日(金)	中国人留学生写真展	アンケート(中国語版)	0名
2015年7月3日(金)	熊本大学留学生会	アンケート(英語版、Web版)	61名
	熊本イスラミックセンター	アンケート(英語版、Web版)	
2015年7月9日(木)	外国人妻の会 田代クリスティーナ氏	インタビュー (英語版アンケートをもとに)	
2015年7月25日(土)	フィリピン人会 松田アデラ氏	アンケート(タガログ語版) インタビュー	0名
2015年7月31日(金)	KJBEJ 韓国人学生	アンケート(韓国語版)	2名
	熊本県立大学インターン生	アンケート(韓国語版)	1名
2015年9月7日(月)	熊本工業専門学校	アンケート(ベトナム語版)	50名
2015年9月21日(月)	フィリピン人会の方々	インタビュー	
2015年10月2日(金)	熊本県立大学留学生	アンケート(日本語版)	5名
合計			126名

更に、学校や日本語教室で日本語指導を行っている日本語学習支援者への調査も行った。日本語学習支援者が普段どのような教材を用いて、どのように指導しているのか、どのような教材があったらよいと思うか、経験や意見を伺った。調査方法はアンケートとインタビュー、訪問先とそれぞれの調査方法は以下の通りである。

実施日	訪問先	調査方法
2015年6月24日(木)	熊本市国際交流会館 ぐらしのほんどくらぶ	インタビュー
2015年7月12日(日)	進路ガイダンス	アンケート

以上に加えて、それぞれがテキストを作成していくうえで必要な情報を得るための追加調査も今後行う予定である。

3. 結果

・外国人向け基本調査

【1】個人情報

アンケートは、11月末現在男性91人、女性34人、無回答の人1人、計126人から回答を得ることができた。熊本工業専門学校の留学生に男性が多かったことが、男性が多い理由として考えられ

る。また、年代別でみると20代が77人と最も多く、次いで30代が27人、10代が10人であった。頂いた回答の多くが学生からの回答であったことが、20～30代がおよそ8割を占める理由として考えられる。

職業別でみると約8割が学生であった。熊本工業専門学校などからの回答が多かったことやweb版のアンケートには職業に関する質問項目が設けられていなかったこと、熊本 外国人妻と日本人妻の会やフィリピン人会から個別の回答を頂けなかったことが回答者の多くを学生が占めた理由として考えられる。また、在留資格は職業からも推測された通り留学の94人が最も多く、来日年数は1年未満～2年前後が多かった。

母語内訳として、最も多かったのはベトナム語母語話者の46人であり、熊本工業専門学校からの回答にあたる。次いでインドネシア語母語話者の23人となり、これは熊本大学留学生会や熊本イスラミックセンターからの回答にあたり、熊本大学や熊本イスラミックセンターの立地から考えて、多くが黒髪地区を軸に生活していると思われる。

【2】日本語の使用状況・学習状況

職場・学校では、5割強の人が日本語を使用し、日本語を使用しない約4割の人は英語や母語を使用しているようだ。熊本イスラミックセンターのマーロ氏によると熊本大学の留学生(院生)は研究室等で英語を使用する場面が多く、ほとんどが日本語を話せないということだった。友達と話す場合は、相手が話せる言語と調査協力者が話せる言語によって、使用する言語が変化するようだ。

日本語の学習をしたいと思っている方は多いが、学生の場合は研究やアルバイト、主婦の場合には子育てや家事、仕事などでなかなか学習時間を確保できないことが現状のようである。日本語の学習をしたい理由としては、日本で働きたい、日本(の大学)に進学したい、日本が好き、日本語が面白い、日本人と話したい、日本人の友達が欲しい、といった回答があった。

【3】暮らしの中で日本語ができなくて困ったとき、または困りそうなとき

行政手続を選択されている方は多かったが、具体的な場面の提示はなく、専門用語がわからない、日本語の語彙が少ない、日本語の言葉の意味が曖昧、といった記述回答から考えると公的な用語に苦労されているようだ。また、緊急時は周囲の人と情報を共有する必要があるため日本語を使わなければならない（が、日本語がわからない）、といった声もあった。さらに、病院や郵便局では専門用語、飲食店や買い物では敬語に苦労しているようだ。

【5】 現在までに作成した日本語テキストの認知・使用状況

国際交流会館の HP

(<http://www.kumamoto-if.or.jp/education/home.html>) から今までに作成された日本語テキストを閲覧することができるが、テキストを知っていると回答された方は126人中16人しかいなかった。ほとんどの人がテキストの存在を知らないようだ。今後はテキストの周知活動にも力を入れる必要があるだろう。

・日本語支援者向け基本調査

くらしのほんごくらぶ

学習者のニーズやレベルに合わせた指導を行っているため、扱うテキストも学習内容も人それぞれであるという。「どんなテキスト（教材）があったら、もっと効果的に日本語を教えることができると思いますか。」という質問に対しては、初級の学習者から上級の学習者まで幅広く使用できるもの、日常のシチュエーションを学ぶことができ、内容がすぐに日常生活に応用できるようなもの、それぞれのレベルや学習目的に沿ったもの、大人のゼロ初級者向けのもの（入門テキスト）、短時間で学習できるもの、誰でも理解できる程度に文法の説明が易しいもの等、様々な意見を伺うことができた。

また、活動中に戸惑うことや問題に感じることで、文法に関する質問をされた際にすぐに答えることができないこと、学習者がやりたいことと実際に教えている内容とのミスマッチ、ゼロ初級の学習者とのやり取り、文化の違いをどう説明するか等があるようだ。

外国ルーツの生徒と保護者のための進路説明会

進路ガイダンス in 熊本

小中学校教員と NPO 法人「子ども支援ネットワークまもと」の方々にアンケートを依頼し、回答を頂いた。子どもたちへの日本語指導を行う中で、保護者から子どもの日々の生活に関することや授業に関すること、宗教に関すること等相談を受けることもあるようだ。子どもたちや保護者に知ってほしいこととして、宿題、給食、制服等日本での学校生活についてや、日本の生活習慣等が挙げられていた。

4. 考 察

前回の調査では調査対象が阿蘇一の宮日本語教室や和水町日本語教室といった地域の日本語学校に通う学習者が多かったが、今回は熊本工業専門学校を始めとした留学生が多かった。そのため、前回の結果より生活の中で日本語を使用している人が少なかった。また、今回は規模の大きな組織に調査依頼をすることができたため、非常に多くの回答を得ることができた。

前回は今回も、日本語ができないことで発生する困難な場面として緊急時や病院等が多く挙げられており、これまでに作成したテキストが必要な層に届いていないということが明白となった。今回の活動ではテキスト周知の促進まで行うことができなかったが、今後の課題として提示しておきたい。

5. 結 論

調査の結果を踏まえ、今年度は『地域ルール編』『出産・子育て編』『学校編（保護者向け）』『行政手続編』『ムスリムの生活編』を開発する。

▼『地域ルール編』

あいさつやお礼、謝罪などを扱う「コミュニケーション」、ゴミ出しの分別・ルールを扱う「ゴミの分別」「ゴミ出しのルール」、日本で生活する中で経験することになる可能性のある様々な場面でのお金のやりとり（葬式や結婚式、就職、出産といったお祝い、お年玉、またそれらのお返し）を扱う「冠婚葬祭のお金について」の4課を作成

する。

▼『出産・子育て編』

出産後から保育園・幼稚園に入園する前までの期間に限定し、小さい子どもを持つお父さん・お母さんを対象とする。子供が生まれた際に必要な手続き（出生届、住民票）を扱う「子どもが生まれたらすること」、子供の体調が悪くなった場合の対処法などをあつかう「子どもの調子がおかしいときは」、子供に必要なミルクやオムツ、離乳食などを買う際に必要な語句・フレーズを扱う「子どもに必要なものを買う」、保育園・幼稚園の違い、入園手続きなどについて扱う「子どもを保育園・幼稚園にいれる」の4課を作成する。

▼『学校編（保護者向け）』

初めて子供や保護者が「学校」に関わる機会となる小学校に関する事柄を取扱い、小学生の子供を持つ保護者を対象とする。入学式や運動会、夏休み、授業参観などの学校行事を扱う「一学期」「二学期・三学期」、PTA活動や部活動などでの保護者の役割を扱う「保護者の活動」、学級や先生との関わり方について扱う「学級通信を読む」の4課を作成する。この他、インタビュー調査で意見があった「プール当番の役割・責任がわからないので知りたい」といった学校に関する疑問・質問に答えるコラムを作成する予定である。

▼『行政手続編』

役所で自身が必要とする手続きをすることができる窓口の場所を尋ねるための会話やわからないことを尋ねる際の聞き方を扱う「窓口を探す」、手続きの流れをまとめる「窓口で手続きをする」、住民異動届や国民健康保険、国民年金加入などの申請書類の書き方を説明する「書類を書く」、年金手帳の送付の際に用いられる簡易書留の受け取り方について扱う「簡易書留」の4課を作成する。

▼『ムスリムの生活編』

ムスリム(イスラム教信者)の方々を対象とし、宗教上の理由で普段の生活で困難を感じている場面を取り扱う。ハラフードを探したり、食品に何が入っているのかを尋ねる際に必要な語句・フレーズを扱う「買い物」、子供の学校給食

に関することについて扱う「学校給食」、お祈りができる場所を探すために必要な語句・フレーズを扱う「お祈り」、その他宗教上の理由で日本の生活においてできないことが多々あると考えられるため、そうした場面で理由を伝え断ることができる語句・フレーズを扱う「伝える・断る」の4課を作成する。

6. 今後の課題と展望

今後の活動として、①作成したテキストの試用②試用をもとにテキストの加筆修正を行う予定である。完成したテキストは国際交流会館のHPに掲載され、誰でも使用できるようになる。

本研究を進めていく中で、私たちは様々な活動を通して社会人基礎力を養うことができた。例えば外国人や日本語支援者に対してアンケートやインタビューで調査を行ったり、調査のためアポイントを取ったりすることで「コミュニケーション力」が培われた。また、その結果を分析し、それをもとにテキストを作成することで「問題分析・解決力」も身についた。今回の公開審査会で成果を発表することで「プレゼンテーション力」にも磨きをかけることができたように思う。これらの力は社会に出てからも非常に重要なものであるため、今後も残りの活動を通して更に高めていきたい。

謝 辞

本研究を行う際、熊本市国際交流振興事業団の八木浩光様をはじめ多くの方々にご協力いただきました。お忙しい中何度も会議や調査に参加して貴重なご意見を下さった八木様、調査協力をお願いを快く受けて下さった調査先の皆さまにこの場を借りて心から御礼申し上げます。

引用文献

- ・熊本市国際交流振興事業団 HP
<http://www.kumamoto-if.or.jp/default.asp>
- ・熊本市国際交流振興事業団 生活日本語教育（学習テキスト）
<http://www.kumamoto-if.or.jp/education/home.html>

玉名市における着地型観光の開発と商品化に関する研究

指導教官：津曲隆 教授

グループ名：たまガリ

メンバー：丸野泰生・嶋中祐紀・山田臣也・塚田薫・多賀有紀・藤村雅俊

連携先：玉名市役所 産業経済部商工観光課観光係

要 約

本研究では、地域情報収集方法の開発と玉名市着地型観光商品「旬たま WEEK」の改良という2つの課題に取り組んだ。前者では、我々大学生と地元に住む高校生（熊本県立北稜高校生）とが連携する、いわゆる高大連携の方法を活用する情報収集のあり方について検討した。具体的には高校生が我々大学生の支援のもとで観光プランの考案課題に挑戦した。高校生は観光プラン考案のために多様な地域情報に目を向け、効果的な地域情報収集を行えた。後者の「旬たま WEEK」については、従来、個々の観光体験が単発で行われていることと誘客が課題であった。この解決のために、物語要素を取り入れた謎解きゲームを「旬たま WEEK」に組み込む方法を考案し、体験間を有機的に繋ぐ商品として玉名市に提供した。商品化した本方法によって誘客に繋がった。

キーワード：玉名、旬たま WEEK、着地型観光、北稜高校、情報収集、誘客、謎解きゲーム

1. はじめに

玉名市は観光振興計画に基づき着地型観光事業を進めている。本グループは、玉名市商工観光課及び玉名観光協会（以下「連携先」）と協力し、この事業に参加してきた。前年度、半年ほどかけて玉名市内の地域資源調査を行い、着地型観光商品に適した地域資源のピックアップ作業を行ってきた。しかしながら、そこに居住していない我々大学生では優れた地域資源発見に向けた緻密な調査には限界があり、今年度は、それを補う方法として高大連携に着目し、熊本県立北稜高校のビジネスマネジメント科2年生（以下「北稜高校生」）と連携して地域情報を収集していく方法を研究した。

また、本年度は高大連携と並行して、玉名市の着地型観光商品化「旬たま WEEK」に改良を加える研究を行った。この改良においては連携先だけでなく玉名市商工会、(株) JTB コミュニケーションズ九州とも一緒に活動することとなった。

2. 研究内容

2.1 北稜高校生との連携による地域情報収集

2.1.1 情報収集に向けた高大連携

我々大学生と地元の高校生が連携して、効果的に地域情報を収集するため、北稜高校ビジネスマネジメント（BM）科担当の片山教諭の年間の授業計画作りに我々も参加させてもらった。北稜高校生が学びを深めるのと同時に地域資源の情報収集に繋がる授業として、観光プランとそれを表現する観光パンフレット作成を提案し、それを我々が直接支援していくことも同時に提案した。具体的な目標によって地域情報収集に対する高校生のやる気に繋がり、また大学生と一緒に行動することで高校生の学びも深まっていくであろうと考えられた。提案は採用され、本年度、北稜高校生の授業に複数回参加した。その中で、高校生が保有している情報量、そしてこの方法で地域情報収集が効果的に行えるのか調査を行った。

2.1.2 調査と結果

[1]北稜高校生の地域資源情報の保有度調査

まず、北稜高校生がどの程度地域情報を持っているのかを調べるため、ワークショップによって地域資源紹介用カード「玉名よかとこカード」を全3枚作成してもらった(図1)。我々大学生はワークショップのファシリテーターとして授業に参加した(図2)。調査の結果、北稜高校生は玉名市の地域資源の情報を「歴史が深い」や「イベントが行われ、人が来る」など表面的なレベルでしか把握できておらず、地域資源が持つ魅力の本質を捉えるまでに至っていないことが分かった。

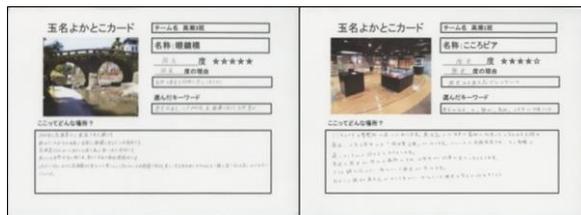


図1 玉名よかとこカード



図2 北稜高校での授業支援(ファシリテーション)

[2] 高校生の行動パターン

次に、高校生は日ごろから地域資源と関わっているのかどうかを調べるため、行動をインタビューによって調査した。28名の北稜高校生に「学校帰りにはどこに何をしに行くか」という質問をしたところ、「TSUTAYAに音楽を聴きに行く」、「コンビニでお菓子や軽食を買って食べる」、「自宅に直帰する」といった意見がほとんどであった。即ち、高校生は地域資源と関わる機会はほとんどなく、地域に住んでいながら実は地域とほとんど接触していない存在であることが分かった。

[3] 地域関心度調査

北稜高校生は地域資源情報をほとんど持っていない。しかしながら、地元ゆえ潜在的に、調査能力は我々大学生よりもはるかに高い。この能力を引き出すのが観光プラン企画と観光パンフレ

ット作成である。数か月にわたるこの方法の情報収集効果を調べるために、「代表的な食べ物」、「代表的なお土産」、「自慢できるもの」についてアンケート調査を行った(有効回答数は観光プラン作成を開始する前34件、後33件)。観光プラン作成前後で比較すると、全ての調査項目でキーワード数が増え、カテゴリ数も多くなり、地域資源についての情報量が確実に増えることが分かった。こうした活動の継続で、よそ者の我々では辿り着けない観光資源として価値のある地域資源の発見に繋げていけるものと思われる。

2.2 着地型観光商品「旬たま WEEK」の改良

2.2.1 活動の概要

着地型観光商品「旬たま WEEK」の課題は体験がそれぞれ単発で行われており、参加者に複数体験するよう誘導する手段が弱いということが挙げられた。このため、体験を接続していく方法として、物語要素を組み込んだ謎解きゲーム「旬たま謎解き(タマにゃんからの挑戦状)」を考案した。謎解きは若者に人気があり、高い誘客効果が期待できると同時に、複数体験プログラムへの参加および、参加者への高い満足度に繋がるということが期待できるからである。

本提案を具体化するために、旬たま WEEKの主催者である玉名市商工会および、企画運営のサポートを行っている(株)JTBコミュニケーションズ九州に対しプレゼンを行い、第3回旬たま WEEKに旬たま謎解きが採用された。



図3 福岡プロモーション(アクロス福岡)

旬たま謎解きを取り入れた「旬たま WEEK」は大々的なプロモーション活動を行うことになり、10月21日にアクロス福岡にて我々は旬たま

謎解きと本研究チームの活動についてプレゼンを行った(図3)。玉名市長も参加した福岡プロモーションは数十社のメディアが集まり盛況であった。

2.2.2 調査方法と結果

旬たま WEEK 改良のために加えた旬たま謎解きの効果を調べるため、以下3つの調査を行った。

[1] 誘客効果についての大学生アンケート調査

平成27年11月11日に「第3回旬たま WEEK」の誘客効果を調査するため、本学の1年生を対象にアンケート調査を実施した(有効回答数212件)。アンケートの際は、作成したリーフレット(図4)を配布した。

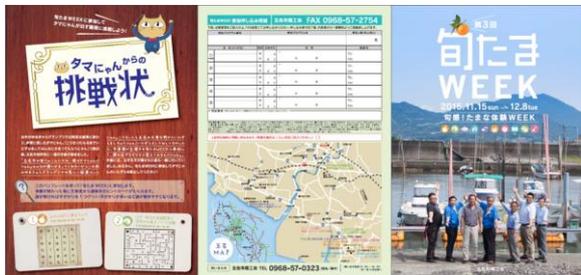


図4 第3回旬たま WEEK リーフレット

調査項目は、「第3回旬たま WEEKに参加したいか」、「何に興味を持って参加しようと思ったか」などである。その結果、リーフレットを見て48%の学生から「参加したい」という回答を得た。「参加したい」と答えた学生が何に興味を惹かれたか調査したところ「玉名の旬の体験」が63%、「旬たま謎解き(タマにゃんからの挑戦状)」が21%という結果であった。謎解きというのは学生層の誘客に一定の効果を持つことを示している。

[2] 謎解きゲームの参加者満足度調査

平成27年11月14日～15日に熊本県立大学で開催された白亜祭にて、津曲研究室では物語要素を組み込んだ体験型謎解きゲームを開催した。これは、旬たま謎解きの類似企画として「物語要素」と「謎解き効果」の効果検証を行った。熊本県立大学を「玉名国」という架空の国に見立て、参加者は探偵となり、玉名国(学内)に仕掛けられた巨大爆弾を停止する方法を発見するために、謎を解いて回るというものであった(図5)。2日間の来場者数は235人、非常に混雑し大盛況であった。



図5 白亜祭で謎解きに挑む参加者

謎を解きゴールできた参加者を対象にアンケート調査を実施した(有効回答数105件)。その結果、99%が謎解きは「楽しかった」と回答し、その理由として、「友達と協力して解けた」や「謎解きが楽しかった」という意見が挙げられた。「次回も参加したい」と答えた人は96%であった。謎解きの満足度は非常に高いことが分かった。

[3] 旬たま謎解きの効果

平成27年11月15日～12月8日の期間で第3回旬たま WEEK が開催された。体験終了後に参加者に対し(株)JTB九州コミュニケーションズと協力してアンケート調査を実施している。現時点ではまだ調査結果を入手できていないため、効果は明らかでないが、結果に応じて謎解きに改良を加えていきたいと考えている。

3. 結論と考察

地域情報収集の方法の開発について、北稜高校生に地域調査を促していく観光プラン企画と観光パンフレット作成を通して、多様な地域資源情報の入手に繋がることが分かった。高校生はこの活動を通して地域のことを深く知り、さらに大学生と行動を共にすることで学びに繋がることになるだろう。一方、我々大学生の側ではそれまで入手できなかったマニアックであるが価値のある地域情報を収集できる可能性に繋がり、またそれ以上に、高校生を指導することを通して相当に様々なことを学べた。よって、高校生以上に深い学びに繋がったと考えている。なお、北稜高校生が作成している観光プランと観光パンフレットが完成して、外部から高い評価を得ることができ

れば、高校生の地域に対する意識は高まり、地域にとって良い効果を生むものと考えている。

着地型観光商品の改良については、従来の商品に物語要素を組み込んだ謎解きを組み込むという方法を提案した。謎解きを組み込んだリーフレットは学生層に一定の効果を持っていること、また白亜祭の場で実施したシミュレーション実験でも非常に良い結果が得られたことで、改良した本商品は一定の効果は得られるであろうと確信している。物語要素が謎解きに加わることで、参加者は物語の世界に入り込みながら玉名市の旬を楽しむことができるであろう。

4. 今後の課題と展望

4.1 研究に関する課題と展望

本研究を通して大学生と地元高校生が連携することで、地域資源の情報を効果的に収集できることが分かった。さらに第3回旬たま WEEK を連携先と協力して企画することで、旬たま WEEK の課題を解決する糸口を見つけることができた。

地域資源の情報を収集する方法は探ることができたが、今回は、その地域資源の情報を利用した新たな着地型観光プログラム開発までには至らなかった。収集した情報は連携先に提供し、今後の着地型観光プログラム作成に活用していただこうと考えている。

旬たま WEEK に関しては、白亜祭で物語要素を取り入れた体験型謎解きゲームという類似の企画の検証はできたが、時間の関係で第3回旬たま WEEK の効果検証までには至らなかった。今後、参加者アンケートを元に効果等を検証し、さらなる修正に繋げていきたいと考えている。また、その効果から次回旬たま WEEK でも旬たま謎解きを行う場合には、物語や謎解きの作成に関するマニュアル作りを行い、継続的に開催していけるような体系作りをしていく必要があるであろう。

研究成果は、研究室の後輩に全て引き継ぎ(図6)、来年に活かしてもらおうつもりである。

4.2 社会人基礎力について

社会人基礎力として主体性、考え抜く力、発信力の3つを掲げて行動してきた。

[1]主体性

疑問が生まれたら、その解消のために幾度も玉名へ出向き、解決に取り組んだ。また、会議では積極的に提案を行い、様々な手法を実施してきた。その結果、主体的に動いていく能力を向上できたと実感している。

[2]考え抜く力

優れた結果を出そうと1年間没頭し必死で考えた。研究を通し考え抜く力を向上できたと思う。

[3]発信力

福岡でのメディア向けのプロモーションなど、何度もプレゼンを重ねることで、情報発信力は格段に向上した。



図6 研究室後輩への研究引き継ぎ(12月10日)

謝辞

連携先の玉名市役所産業経済部商工観光課観光係の職員の皆様、玉名観光協会たまララの職員の皆様、(株)JTB コミュニケーションズ九州の上園様、そして熊本県立北稜高校 BM 科2年生と片山教諭には暖かいご支援を頂きました。ここに感謝の意を表します。

参考文献

- [1]白井冬彦『『観光』を切り口にしたまちおこし—地域ビジネスの進め方』,日刊建設工業新聞社,296頁,2013年.
- [2]佐々木一成「観光振興と魅力あるまちづくり—地域ツーリズムの展望」,学芸出版社,240頁,2008年.
- [3]佐藤尚之「明日のプランニング—伝わらない時代の『伝わる』方法」,講談社現代文書,304頁,2015年.
- [4]田尾和俊「超麺通団」,西日本出版社,215頁,2002年.

第1次産業現場のエスノグラフィー調査を用いた

6次産業化支援のための地域イメージ抽出

指導教官：津曲隆 教授

グループ名：チームすごろく

メンバー：尾堂哲・梅田薫・小田敏輝・村上しおり・松崎萌々子・飯沼玲佳

連携先：熊本県玉名市役所経済産業部6次産業推進室

要 約

本研究では、熊本県玉名市の6次産業化支援を目的に地域イメージの抽出について取り組んだ。玉名市ではみかんやトマトといった個々の1次産業物について大変優れている。しかしながら、生産者同士がそれらの情報を共有できておらず、そのために生産者同士の連携等の水平展開が難しいという課題がある。玉名市だけの問題ではないだろうが、こうした課題は、生産者間に共通の枠組みがないことからきていると考えられる。本研究では、共通枠組み作りの一歩として、生産者間で共有できる地域イメージの抽出作業を行った。玉名市の1次産業現場でエスノグラフィー調査を行い、1次産業の歴史や環境から共通項を集約することを行った。その結果、玉名市（天水・横島地区）の農業では「海」が共通イメージになり得ることを見出した。

キーワード：エスノグラフィー調査、地域イメージ、天水地区、横島地区、有明海

1. はじめに

熊本県玉名市役所は基幹産業である1次産業物を活かした、6次産業品を玉名市6次産品推奨品として、広く消費者に販売及びPRを行ってきた。その6次産業化は地域振興のひとつの柱にもなっている。しかしながら、個々の1次産業物（イチゴ、みかん、トマト、有明海苔等）について生産者同士の情報共有ができておらず、玉名市の強みを活かした、あるべき玉名の農林水産物の立ち位置が共有化できていないという現状としての課題がある。

本研究では玉名市の農林水産物の立ち位置の共有化を目指し、現在の玉名市の主な1次産業物であるイチゴ、みかん、トマトの共通項を集約し、地域イメージを抽出することを行った。抽出した地域イメージは玉名市の1次産品や6次産品のPR促進や地域ブランド確立の一助となり、玉名市の6次産業を次のステージに進ませていく

ための基盤を提供するものとなると考えている。

2. 現地調査の概要

地域イメージを抽出するために、玉名市の主な1次産業物であるイチゴ、トマト、みかんに関する文献調査と生産者を対象にエスノグラフィー調査等を行い、生産地や生産物の歴史、栽培方法などから地域イメージの「もと」となる資源を洗い出した。そして、それぞれ共通している地域イメージの「素（もと）」を総合し、地域イメージを抽出した。

文献調査では生産地や生産物の歴史について調査し、エスノグラフィー調査は3回行った。実際に生産現場を訪れ、生産者に玉名の地形や気候といった地理的な環境や、独自の栽培方法などを調査した。調査日は以下の通りである。

① 第1回エスノグラフィー調査

(2015/5/30 実施)

- ② 第2回エスノグラフィー調査 (2015/9/8 実施)
- ③ 第3回エスノグラフィー調査 (2015/10/29 実施)

調査結果は、固有の情報をそれぞれ分かりやすく可視化し、図1に示す「食のテキスト」として作成した。調査した1次産業現場の情報を盛り込んだ本テキストは、地域内での情報共有化に活用できるのと同時に、様々な情報を取り出すデータベースとしても活用できるものである。



図1 作成した食のテキスト

3. 玉名市1次産業物の調査結果

3.1 玉名市のみかん

玉名市のみかんは主に天水地区で生産されており、生産量は全国市町村別で10位となっている。天水地区では有明海に面した熊野岳の斜面を切り拓いた畑と、伝統の築造技術を用いた石垣によって滑り止めが施されたみかん園で栽培されている。

文献によれば、天水地区のみかん栽培は古墳時代から始まったと古事記に記されているという。また、江戸時代には天水地区のみかんの栽培に適した環境であると認識されていたことが分かった。

第1回エスノグラフィー調査にて、昭和30年代にみかんの栽培が盛んになり、「皇室献上みかん」として皇室に献上するほどの品質を誇っていること、また他の地域と比較して、日照時間が長く、平均気温が16℃とみかんの栽培に適した環境であることが分かった。さらに有明海からの潮

風の影響で、みかん自身が塩害の危険から自らを守るために、小ぶりなまま成長するということが分かった。そうして小ぶりなまま成長することで、中身が詰まり、糖度が上がることから一般的なみかんと比較して甘いみかんを生産することができることが分かった。



図2 天水地区のみかん畑

(<http://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/412/2149.html>)

3.2 玉名市のトマト

玉名市のトマトは主に横島地区で生産されており、生産量は全国市町村別では同じ熊本県の八代市に次いで2位となっている。横島地区は干拓地で土地が平坦なため、トマトやイチゴなどのハウス栽培に適している。

文献によれば、江戸時代に加藤清正によって横島の干拓工事が始まり、昭和42年まで行われたこと、米の栽培が中心だったが、昭和30年代からハウス栽培が進展し、トマト、イチゴなどの野菜が主力作物に成長したことが分かった。



図3 トマト農家でのインタビュー

第3回エスノグラフィー調査より、トマト栽培に適切な平均気温16℃という温暖な気候である

こと、ハウス技術の進展と農家の高級園芸志向により、横島のトマト栽培が発展したことがわかった。また横島は干拓地であるため、昔は海であり、土壌に海のミネラルが豊富に含まれているため、土壌の塩分がトマトの成長を邪魔し、身が引き締まることで、一般的なトマトと比較して、小ぶりだが甘くて栄養分の高いトマトを生産することができるということもわかった。

3.3 玉名市のイチゴ

玉名市のイチゴも主に横島地区で生産されており、生産量は全国市町村別でトマトと同じく2位となっている。横島地区のイチゴ栽培は「横島町いちごマラソン」というイベントが毎年開催されるほど、イチゴの栽培は横島の農業の中心となっている。

文献より、イチゴもトマトと同じく昭和30年代に横島の農業の中心となった。前述したように、トマトと同様に干拓地である平坦な土地が、イチゴのハウス栽培に適している。昭和45年頃に県の整備事業が行われ、ビニールハウスの導入が進んだことと、用排水施設による水害対策が野菜の作付面積拡大につながった。



図4 イチゴ農家へのインタビュー

第1回エスノグラフィー調査より、海が近くにあるため昼夜の寒暖差が大きくイチゴの糖度上げを甘くさせる環境であったこと、また収益性が高く経営的にも安定していたため生産量の増加と品質の良いものを出荷できるようになったことが分かった。また、米の生産調整対策の転作奨励作物と紹介されていたことで周囲の農家も続々と栽培を始めて行ったことも分かった。更に

最近では、糖度14度以上というとても甘く希少価値の高い白いイチゴ「淡雪」という品種も栽培できることが分かり、生産する農家が増えていることも分かった。

4. 考察

本研究の調査活動を通じて、玉名市で農業が盛んに行われている天水・横島地区はどちらも温暖な気候で日照時間が長く、海に面しており、天水地区がみかん、横島地区がトマト・イチゴの栽培に適した環境であることが分かった。また、天水地区では古墳時代からみかんが栽培されていたことや横島地区の有明海の干拓によってハウス栽培が進展し、トマト・イチゴ栽培が盛んになったこと等の他の地域にはない歴史的背景が地域イメージになりうる可能性があることがわかった。さらに、有明海に面した熊野岳の斜面を切り拓いたみかん園や、干拓地が平地でハウス栽培に適していることといった地形を活かした農業をしていることが分かった。

どちらの地区の農業も潮風や塩分を含んだ土壌といった有明海が関係しており、有明海は玉名市の農業に必要不可欠であると考えられる。玉名市の1次産業に有明海が関係していることは、玉名市の地域イメージを他の地域と玉名市を差別化することができる大きな要素ではないかと考えている。

表1 地区別の地域イメージとなる資源

天水地区	日照時間が長く、平均気温が16℃とみかんの栽培に適した環境
	古墳時代から始まるみかん栽培の歴史
	有明海の影響によるみかん品質の向上
横島地区	トマトやイチゴの栽培に適切な平均気温16℃という温暖な気候
	平地でトマトやイチゴなどのハウス栽培に適している
	横島地区は干拓地で、土壌に海のミネラルが豊富に含まれている



図5 干拓地に位置する玉名市横島地区
(<http://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/330/107.html>)

5. 結論

調査から、玉名市天水・横島地区の農業に有明海が関係しており、生産者は生産物をあたかも「海の幸」を収穫しているかのようなイメージで捉えることができる。地域に頻繁に出向き、エスノグラフィー調査を行ってきた感覚からも、このイメージは天水・横島地区に相応しいものである。このことから天水・横島地区は「畑と海が一体化した地域」であると考えれば、天水・横島地区の農業生産者は「畑の漁師たち」なるイメージで捉えることができるものと考えられる。

この地域イメージから玉名市天水・横島地区の農業は「海」という概念で他地域と差別化できるのではないかと考えている。また、玉名市の生産物は他の地域と比較して甘く、栄養価が高い。これらは、この地域の農産物を、海と大地の幸がブレンドした地域ブランドとして確立していくのに有益な知見であろうと思われる。

6. 今後の課題と展望

6.1 研究に関する課題と展望

本研究では、玉名市の1次産業に関する調査を行い、環境や歴史などから地域イメージを抽出することができたと考えている。

しかしながら、そうした地域イメージを活用して、生産者同士をつなげていく方法や地域イメージから6次産業の進展まで議論を進めることができなかった。今後は、生産者同士の地域イメージの共有方法や地域イメージから6次産業推奨品のPR方法を検討していく必要がある。また、

観光農園などで玉名市以外の人からの地域イメージを定着させるために、観光と農業を組み合わせたアグリツーリズムといった観光農園などを今度行っていくことも必要となると考えている。

6.2 社会人基礎力に関する展望と課題

働きかけ力、考え抜く力、チームワーク力の向上に取り組んできた。3つの能力ともに以下の通りに向上できたと考えている。

[1] 働きかけ力

状況に応じた効果的な手段を活用し、課題解決に向け相手に伝え納得させる機会が多くあった。研究を通して働きかけ力を向上できたと考える。

[2] 考え抜く力

課題を解決するために課題の本質と向き合い、現状を把握し、知識を習得し、分析し、解決策を考えてきたため、考え抜く力も向上したと考える。

[3] 創造力

現在の常識や発想を転換し、既存の知識や今あるもの等を複数組み合わせ、チーム内や連携先の方々と考え、新しいものや、新しい付加価値を生み出すことができた。

謝辞

研究活動で、連携先の玉名市役所経済産業部6次産業推進室の職員の皆様には温かいご支援を頂きました。加えて生産者の紹介にご協力していただきました。また、玉名市天水・横島地区の生産者の方々にはお仕事の忙しい中、何度もお伺いし、調査にご協力していただきました。皆様の支援と協力に感謝の意を表します。

引用文献

- (1) 寛裕介(2013)「ソーシャルデザイン実践ガイド—地域の課題を解決する7つのステップ—」英治出版 349pp.
- (2) 金丸弘美(2009)「田舎カーヒト・夢・カネが集まる5つの法則—」NHK出版 生活新書 204pp.
- (3) 横島町史編纂委員会(2008)「横島町史」, 玉名市, 1343pp.
- (4) 天水町(2005)「天水町史」, 天水町, 1036pp.
- (5) 石見利勝・田中美子(1992)「地域イメージとまちづくり」, 技報堂出版, 182pp.
- (6) 大和里美(2013)「観光の満足と地域イメージ: 地域再生の観光マネジメント」, 大阪教育図書, 192pp.

PI手法を活用した新たな熊本市総合計画の策定

指導教官：明石照久 教授

グループ名：チーム明石

メンバー：岡本千佳・宮崎秀人・久保雅彦・上原宗一郎・松浦祐樹・橋本彩優香・庄村香南・
沖川ゆりえ・松岡愛理・池松明日香・後藤菜那

連携先：熊本市役所政策企画課

要約

平成24年4月、熊本市は全国で20番目の政令指定都市へ移行し、「日本一暮らしやすい政令指定都市」を目指した魅力的なまちづくりを進めていくために、現在「熊本市第6次総合計画」の策定を進めている。総合計画の策定にあたってはPI (Public Involvement: 市民参画, 住民参画) 手法を用いており、積極的な市民参画の機会を多く設け、市民にとってより身近なまちづくりの実現を目指している。

明石研究室では、PI手法のメリットや基礎知識を十分に理解したうえで、熊本市がPI手法を活用し、総合計画を策定している理由や背景、課題を研究し、協働のまちづくりの重要な成功要因を探っていくことを目指した。

キーワード：熊本市第6次総合計画／PI手法／市民参画（住民参画）／まちづくり

1. はじめに

熊本市は、昭和39年に第1次熊本市総合計画を策定し、社会の変化に対応するため改定を重ねながら、市民生活の向上と市勢の発展に努めてきた。しかし、少子高齢化の進展とともに本格的な人口減少社会を迎え、これまでの社会経済のあり方の抜本的な見直しの必要性に迫られている。また、地方には、地域の個性や特性を生かし、自らの判断と責任においてまちづくりを進めていくことが強く求められている。

そこで、熊本市はこの大きな時代の転換期に対応し、活力と魅力にあふれた誇りが持てるまち「熊本市」を築きあげるための「まちづくりの指針」として、この基本構想を策定

しようとしている。

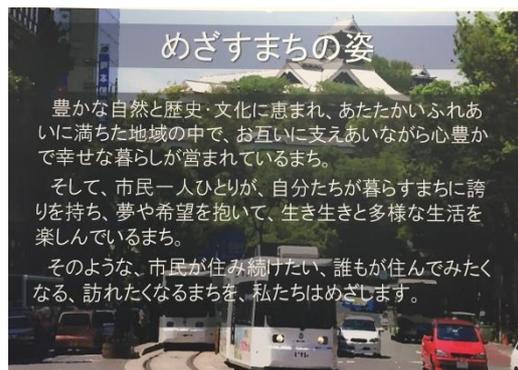
基本構想案では、今後10年の熊本市の将来像を検討するにあたって、次の二つの視点からアプローチされている。

まず一つ目は、まちづくりに関する課題で、人口構造の変化に伴い、従来型の人口増加を前提としたまちづくりからの転換を図ることの必要性、さらには人口規模に見合った施設の適正配置等、人口減少とその構造の変化への対応、そして地域内分権の進め方である。

次に二つ目の視点は、九州からアジアへの展開である。熊本市は、九州内各都市との競争激化に伴い、他都市への機能流出が危惧されており、熊本市が九州内での位置づけを確立するためには拠点性の向上を図ることが必

要であるとの認識が示されている。

熊本市は、市が直面している主にこの二つの課題を解決するためにPI手法を用いて、多くの市民意見を盛り込んだ総合計画の策定を目指しており、我々は、その全体プロセスに着目しながら市民参加型の総合計画策定過程を研究することとした。



2. 方法

明石教授と私たち学生は、熊本市が中心となって開催する様々なワークショップやシンポジウムに実際に参加し、学生からの視点で積極的な意見交換を行った。市民の方々は今後の熊本市に何を望むのか、あるいは現在のまちづくりの課題は何か等、市民の声を実際に聞くことで研究をより詳細に進めていった。

また、学内においては総合計画のあり方等をさらに追究すべく拡大ゼミを実施したほか、明石教授と同様、自治体経営やまちづくりに造詣の深い関西大学政策創造学部の橋本行史教授をお招きした。橋本教授には約2時間にわたって地方自治体における総合計画の意義やその運用、課題について講義をしていただいた。また、お忙しい中、熊本市役所政策企画課の担当者の方に本学まで出向いていただき、総合計画に関して特別講義をしていただいた。この結果、総合計画に関する位置付けや内容、さらにはPI手法についての理解がより深まった。

次に、明石教授と私たち学生が実際に参加し、意見交換を行ったワークショップやシンポジウム、拡大ゼミなどの実施状況を示す。

☆6/14(日) ワークショップ(熊本市役所)

☆みんなで描く“くまもとの未来”～かたつて もっとくまもつと～

7/4(土) ワークショップ(北区)

7/5(日) ワークショップ(西区)

7/5(日) ワークショップ(南区)

7/9(木) ワークショップ(東区)

7/11(土) ワークショップ(中央区)

<ワークショップでの内容>

熊本市役所政策企画課職員がファシリテーターとなり、ワールドカフェ方式で熊本市が抱える課題(公共交通や子育て支援等)テーマごとにテーブルに分かれ、意見交換を行った。



↑ワークショップ風景

☆11/4(水) 熊本市役所政策企画課職員による講義(本学グローバルセンター111教室)

☆11/15(日) 新総合計画シンポジウム(熊本県民交流館パレア)

<シンポジウムでの内容>

早稲田大学名誉教授 北川正恭氏、熊本市長 大西一史氏によるトークセッション(テーマ:対話によるまちづくり)を実施された。



↑シンポジウムの様子

☆11/18(水) 拡大ゼミ(関西大学政策創造学部:橋本行史教授による講義)

3. 結果

本研究は、熊本市が実施した「PI手法を用いた総合計画策定過程」の追跡調査が基本であり、ワークショップやトークセッションを通し、市民参画の実際を詳しく観察し、また体験することができた。ワークショップでは、老若男女問わずたくさんの市民の方々が参加し、住んでいる地域の魅力や課題について真剣な意見交換が繰り返された。そして、本学で開催された初期報告会・中間報告会では、総合計画の策定意義をはじめ、PI手法のメリットや市民参画の重要性などを参加者の方々にお伝えすることができた。

一連の意見交換会などで、さまざまな分野で出された市民の貴重な意見は、熊本市が収集し、熊本市議会にも提出されることとなっている。熊本市議会での具体的な議決は来年度になるため、実際に市民から提出された意見が実現するかは未定だが、少なくとも、市民の意見を十分に尊重したうえで、よりよいまちづくり計画が進んでいることを把握することができた。

4. 考察

ワークショップやシンポジウムに住民が参

加することによって、住民の意見を行政側に伝え、行政側も住民の意見をより具体的に知る双方向の意思伝達や相互理解のプロセスを観察することができた。それによって、市政運営に住民の意見を今まで以上に反映させることができると考える。

また、住民側も意見を取り入れられる機会があることによって、まちづくりをより身近に感じることができると考える。

5. 結論

今回の研究を通して、熊本市が全国でも前例のない大規模で本格的な住民参加型の総合計画策定作業を進めていることが明らかとなった。

また、PI手法を円滑に実施するためには、非常に緻密で周到な準備が必要であり、市職員を中心とする多くの方々の多大なエネルギーが投入されていることも明らかとなった。よりよいまちづくりを実現させるためには、住民の声を取り入れることが重要である。今回の熊本市の取り組みは、自治体公共政策の立案や実施プロセスに市民の意見を反映するための一つのモデルケースとなり得るものと考えられる。今後の更なる発展に期待したい。

6. 今後の展開と展望

熊本市には前述の通り、熊本市総合計画を策定するにあたり、市民や中高生を対象に「ずっと住みたくなるまちづくり」や「訪れてほしいまちづくり」、「未来の熊本に対する展望」についてワークショップやシンポジウムを行った。その中で出てきた課題として、

- ①住みやすさ
- ②環境
- ③観光
- ④交通
- ⑤コミュニティ活性化の5つがあった。

一つ目の住みやすさについては、高齢者や

若者、働く世代、子育て世代それぞれに対する福祉や安全、二つ目の環境については、都市と自然の共生や農業の振興、三つ目の観光については、観光客の増加や施設の充実、四つ目の交通については、渋滞の解消、公共交通機関のアクセス向上、市電の拡張、五つ目のコミュニティの活性化については、挨拶、地域のつながり、住民どうしの協力などが挙げられた。

なお、具体的な施策として現段階では、MICE の建設や熊本駅の再開発、熊本市電の路線延伸の検討などが進んでいる。



↑ 1 2/2 付 熊日朝刊より抜粋

最後に、今回の研究は、我々にとって社会人基礎力の重要性を深く考えるうえで非常に有益であったが、今後、実社会に巣立っていくことになる自分達自身の今後の課題を以下に示していきたい。

①計画力

問題の解決に向けたプロセスを明らかにし、準備する力。

②情報把握力

自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力。

③傾聴力

相手の意見を丁寧に聴く力。

社会人に求められる基礎的な力として、以上の三つの力を挙げるができる。チームで課題解決に取り組む際に、課題の解決に向けた複数のプロセスを明確にし、その中で何が必要なのか、何を準備しておくべきなのかを前もって理解できていないことがある。その原因の一つに、情報を把握できていないということがあり、把握できていないために自分がどのような役割を果たすべきか理解できていないこともある。

また、チームとして現在どのような動きになっているのか知ろうという一人ひとりの意識が欠如しているため、話し合いの際に全員が前向きに参画する環境を作ることができていないことがしばしばある。

上記のような課題を克服して、業務プロセスを適切に進めることがマネジメントの基本であり、このマネジメントを支える力こそが社会人基礎力であると考え。一人ひとりがチームの一員だという自覚を持ち、チームの中で話しやすい環境づくりと努め、その中で課題解決の為に何が必要なのか計画性を持ってチーム一丸となることが望まれる。

謝 辞

本報告作成にあたり、熊本市役所政策企画課の職員の皆様から、丁寧かつ熱心なご説明およびさまざまなご助力をいただきましたことに心から御礼を申し上げます。また、明石教授にはご指導ご鞭撻を賜り、今回の最終報告にまで至ることができましたことをここに感謝申し上げます。

参考文献

- ・熊本市ホームページ
- ・熊本日日新聞
- ・ワークショップ等で配布された資料

熊本県伝統工芸品産業の振興と熊本県伝統工芸館の活性化

(期間限定) CRAFT&CAFEのプロデュース

指導教官：丸山泰 教授

グループ名：チーム伝統工芸館

メンバー：伊藤あかり、坂口健竜、平野佳菜子、面高杏香、仲野愛理

連携先：一般財団法人 熊本県伝統工芸館

要 約

熊本県伝統工芸館が抱える課題の一つである「若者の来館率の低さ」に着目し、若者が工芸館に足を運ぶきっかけ作り・工芸品に対するイメージ向上を図るべく工芸館内でのカフェ展開を企画提案した。熊本を中心に多数のカフェを運営する(有)COCORO 様とのコラボによる期間限定カフェ開催を決定した。今後はカフェ開催を成功させるとともに、カフェを通して工芸品を使用する感動体験を提供することで、どの程度、来客層やイメージが変化するか研究していく。

キーワード：熊本県伝統工芸館，カフェ，集客度，体験

1. はじめに

1-1 研究の背景

熊本県は多くの伝統工芸を有しているが、熊本県伝統工芸館の施設を含め、工芸品の魅力が十分に伝達できていない現状にある。工芸ファンの高齢化に伴う来館者の減少、工芸品の売り上げの伸び悩みに歯止めをかけ、新たなターゲットとして若い世代に関心を持ってもらう必要がある。昨年は、工芸品および工芸館の活性化の検討、広報の課題検討を通じて、“経験価値”を高める工夫が必要と提案した。

1-2 研究課題

若者を中心に伝統工芸品・工芸館が身近でない人・知らない人に、関心を持たせ支持してもらうには、伝統工芸館へ足を運ぶきっかけを作り、そこで伝統工芸品の良さを実感してもらうことが必要である。その実感（経験価値）こそが工芸館・工芸品のプラスのイメージ変化となり、その後の集客増に繋がると考える。また、現代は、本格志向が着目されており

本物をどのように実感してもらうのか、そして本物を実感したファンを増やす活動を展開していくかに

ついては研究の必要があると考える。

1-3 社会人基礎力に関する課題

今回のG P研究を通して、3つの社会人基礎力を身につけるよう心がけた。1つ目は、既存の発想にとらわれず、課題に対して新しい解決方法を考える創造力。2つ目は、課題に向けた解決プロセスを明らかにし、準備する計画力。3つ目は、人に働きかけ、巻き込んでいく行動力。これらの力を総合的に見つけるように努力し積極的に取り組んできた。

2. 方 法

2-1 初期仮説抽出

工芸館、工芸品へ若者の関心をひくためには、工芸館、工芸品の良さを実感できる場と機会の提供が必要だと考えた。そこで今若者に人気のカフェを伝統工芸館内にて展開する事で、工芸品に触れる機会、また工芸館に来館するきっかけがつけられるのではないかと考えた。また、カフェで工芸品を体感することで、工芸品へのイメージを変化させられると考えた。

2-2 調査研究の方法

上記の仮説に基づいて、若者を呼ぶカフェの企画の立案、カフェのコンセプトやデザインなどの検討を行った。

下記が主な活動内容である。

5～6月	カフェ企画立案と提案
7～8月	カフェコラボ先の検討と交渉
9～11月	具体的なカフェの内容検討
12～1月	カフェ設営準備と告知
2月	期間限定カフェ運営と仮説検証

図1 研究活動一覧

3. 結果

3-1 カフェ企画提案

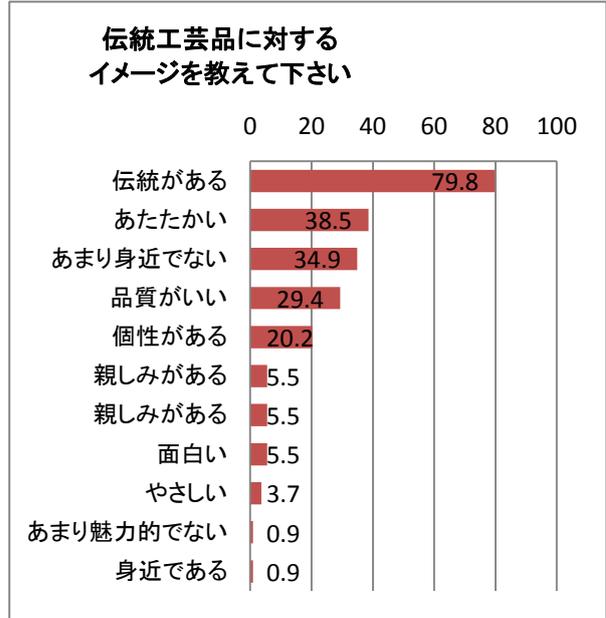
若者を中心に伝統工芸館・工芸品が身近でない人や知らない人をターゲットとしたカフェを開くことを提案した。カフェに使う食器や調度品に工芸品を使うことで、多くの人に工芸品に触れる機会と感動体験を伴う空間を提供することができるのではないかと考えた。そして、そのカフェを本格的な珈琲を淹れるノウハウを持つお店とコラボして開催することにより、本格的なカフェの開催と宣伝効果になると考え、合わせて提案した。

3-2 カフェコラボ先決定

コラボ先を決定する上で私たちは、若者を呼び寄せる「空間デザイン」「ネームバリュー」、そして地元らしさ「地域密着」の3点をキーワード挙げ依頼先を検討した。複数の企業に打診した結果『夜カフェ』など多くのカフェを手掛ける(有)COCORO様からコラボ可能との返事をいただいた。(有)COCOROは熊本の文化や楽しさの発信に力を入れ、店舗ごとにコンセプトのある空間デザインも行っており、まさに私たちが探していたコラボ先であった。会社の方へ直接企画説明に伺い、熊本県伝統工芸館を訪問頂いた後、正式にコラボの承諾をいただいた。

3-2 若者の工芸品・工芸館のイメージ現状

県立大の学生109名を対象に伝統工芸館・工芸品に関するアンケート調査を行った。



3-3 カフェ視察

若者に人気のカフェにはどのような特徴があるのか、いくつか視察に行った。私達が行ったのは、前川珈琲、コマダ珈琲、STARBUCKSCOFFEE、夜カフェ、珈琲市場、サンマルクカフェ、KINON cafe & arts。



図2 KINON cafe & arts 視察中

7つのカフェで私達が感じた共通のポイントは、

- ・雰囲気良さ
- ・視覚的に楽しいメニューの存在
- ・器へのこだわり (ユニークさ)

以上から、若者を引きつけ工芸品を体験して貰うために、「空間デザインへのこだわり」「ワクワクする要素」「エンターテインメント性」といった要素が必要と考えた。

コンセプトは「本格×本格 CRAFT&CAFE」さらに、店名(ロゴ)、カフェの空間デザイン、広告知に力を入れて開発することとなった。

カフェネーミングについては、私達自身が工芸品を使った際に感じた特別感やあたたかみ、優しい気持ちとその響きを感じる「CRAFT&CAFE Fino(フィノ)」を選定した。意味はスペイン語で「上質な・洗練された」。一つ一つ手作りされ、長い伝統の中で進化している工芸品にぴったりの言葉であると考えている。また暖かみのある柔らかいイメージを表現したロゴも開発した



図3 CRAFT&CAFE「Fino」ロゴ

3-3 カフェの広報告知戦略

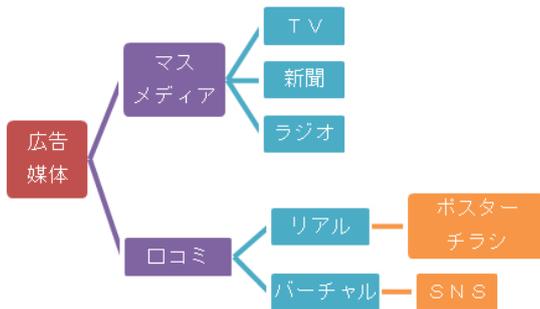


図4 広報告知手段

カフェの広報告知は、伝統工芸館への来館経験が特に少ないと考えられる10代・20代をターゲットに行う予定である。媒体としてはマスメディア、口コミ共に行うが、特に口コミのバーチャルに力を入れることとした。10代20代の情報収集の場を考えた時に一番接触しやすい媒体だと考えたからである。FacebookなどのSNSを利用して主にカフェの情報を拡散していく。またリアルポスターやチラシは(有)COCORO 経営のカフェ店頭をはじめ公共施設等、できるだけ多くの場に配付する予定である。マスメディアも活用するため、現在複数のTV番組、新聞へ交渉を行っている。

3-4 これまでの研究結果のまとめ

若者が工芸館に足を運ぶきっかけ作り・工芸品に対するイメージ向上を図る館内カフェの提案を行い、県伝統工芸館のご好意によって、期間限定カフェ展開を実際に行うことが可能になった(来年2月予定)。現在、経験価値マーケティングの SENSE・FEEL・ACT・RELATE・THINK を意識したカフェ設計を進めている。

4. 考察、提案

4-1 経験価値マーケティングとは

経験価値マーケティングとは、バーンド・H・シュミットが提唱した概念で、製品サービスそのものの価値や金銭的な価値ではなく、利用経験を通じて入手できる喜び、満足感などの心理的・感覚的な価値を高めることである。若者にイメージ変化を起こさせるうえで、この「経験価値」はたいへん重要なポイントになると考える。

4-2 経験価値で見た工芸品×カフェ この経験価値マーケティングのフレームに今回のカフェを当てはめて見ると、SENSEは五感を通じた経験であり、「本格コーヒーを工芸品を使って飲む」ことに当たる。FEELは顧客の感情に訴えかける経験であるため、お客様に「楽しい、魅力的だ!」と感じて貰う空間デザインの仕掛け作りがこれに当たる。ACTは新たなライフスタイルの発見であるため、カフェで日常生活でも使える伝統工芸品を演出することがこれに相当する。RELATEは、集団や文化との関連付けであるため、有名カフェ店とのコラボに当たる。THINKは、カフェで工芸品に接することで、その伝統と技術を知ってもらうことに相当する。

以上のような五点が実現したカフェを展開することで顧客の興味をひき、満足度を高められると考えた。そして結果的に新たな客層(=若年層)の開拓、集客の向上に繋げていきたい。

4-3 提案

以上の研究結果から、SENSE・FEEL・ACT・RELATEの要素を工芸館に取り込むためのカフェの設計・演出を3つ提案する。

① 使うコーヒーカップを選べるサービス

コーヒーカップは多種多様な工芸品を用意し、お客様にお好きな物を選び、使って頂けるようにする。そうすることでお客様は工芸品をじっくり見る時間を得ることができ、選んだ工芸品への愛着が湧きやすくなる。

②Fino 限定メニュー

(有)COCORO の協力の下、熊本の特産品であるいちごを使ったメニューの開発を行う。限定メニューを発売することで、お客様に特別感、限定感を感じさせ、お客様にとって来館する動機付け強める。

③4つの空間演出

工芸品と聞くと和のイメージが最初に浮かんで来るが、現代の工芸品は今の生活様式にもマッチするものが多く作られている。そういった工芸品を複数の空間を作ることで知って貰い、体感してもらう、工芸品のある生活提案の場にする。

以下は、各空間のコンセプトである。

I.和の空間

畳でほっこり、昔懐かしい場で日常を忘れられる特別感

II.アンティークの空間

洋の家具にも映える工芸品を知り、工芸品から「おしゃれ」を感じられる

III.モダンな空間

一番日常生活に近い場にし、日常と工芸品を繋ぐ空間

IV. POP な空間

キャッチーな雰囲気、家でまねしたくなるような、楽しくなる空間

この4つのテーマを基に、私達が理想とする空間のイラストを描いた。



図5 空間イメージ

空間デザインは、(有)COCORO のデザイナーである横山優風さんの協力の元行う。

5. 今後の課題と展望

5-1 今後の取り組みについて

来年の2月23日(火)～2月28日(日)の1週間、実際に工芸館の1階展示室にてカフェを開催する。そこでカフェを利用していただいたお客様を対象にアンケート調査を行い、カフェがお客様の来館のきっかけになったのか、またどういった演出が有効的であったかを分析し、工芸館の活性化に生かす。

5-2 社会人基礎力について

今回の研究で、熊本県伝統工芸館や(有)COCORO とのミーティングを通して、多様な分野の方々を巻き込んだ活動ができたと考える。①創造力②計画力③行動力を総合的に学ぶことができた。

謝 辞

これまでの活動で、熊本県伝統工芸館の皆様をはじめ(有)COCORO の大久保諭様、横山優風様には貴重なご意見、多くのご示唆をいただきました。窯元訪問では、丸尾焼様、水ノ平焼様、内田皿山焼様にご多忙の中工芸品について、教えて頂きました。2月のカフェ実施に向けてさらに、ジョンブルアンティーク様にインテリアの協力、熊本県立大後援会から資金面でのご支援をいただきます。最後に、アンケート調査にご協力頂いた皆さまにもこの場を借りて感謝申し上げます。

引用文献

- [1] バード・H・シュミット (2000) 『経験価値マーケティング』(嶋村和恵・広瀬 盛一 訳) ダイヤモンド社

日本一の信号機の販路拡大プロジェクト

～八代よかもん動画コンテストの開催～

指導教官：丸山泰 教授

グループ名：チーム信号機

メンバー：船井香里・前田安里奈・園田彩乃・緒方麻帆・端山さつき

連携先：八代市役所

要 約

八代市は日本一の生産量を誇る3つの農産物（い草・晩白柚・冬トマト）を有しているが、県内外でその事がなかなか普及していないのが現状である。今回、八代市役所フードバレー推進課からその3つの製品の販路拡大を検討するという依頼を受けた。そこで、広くアイデアを収集でき、かつメディアとして期待できる“動画”を募集するコンテストを開催することを提案した。JA やつしろ様をはじめとする様々な企業から共催・協賛・協力を頂き、コンテストの準備（規定・規約やチラシ・ポスター・Webの作成）を行い、10月1日から募集を開始した。現在12月20日の締切に向け、告知に力を入れている。

キーワード：日本一の信号機、動画コンテスト、ヒト、モノ、カネ、情報

1. はじめに

1-1. 研究の背景

近年、地域ブランドが注目されている。これは人口減少期に入った日本市場において、内需を掘り起こす地域活性化のカギとなるキーワードであると言える。ゆるキャラやB-1グランプリなど様々な方法で地域を知ってもらい、体験してもらい動きが起こっている。

八代市は、い草・晩白柚・冬トマトといった日本一の生産量を誇る3つの農産物を有しているが、県内外でその事がなかなか浸透しておらず、すなわち、ブランドとして未だ成立していないのが現状と言える。製品と地域が結びついて地域ブランドとして多くの消費者に認知されることによって、付加価値が生まれ高い経済効果を地域にもたらすと同時に、自分たちの製品が多くの人に知ってもらえている、愛されているという地域の誇りを作り出すことができると考える。

1-2. 研究課題

私達は、今学んでいるマーケティングの考え方を使って、3つの製品に対する消費者の関心拡大を図る提案を行いたいと考えた。八代市では、3つの製品の色から、「日本一の信号機」としてアピールできないかという仮説を持たれており、我々もこの信号機というアイデアを使って全国にアピールする企画を考えていくこととした。

1-3. 社会人基礎力に関する課題

- ① 現状を分析し、課題を明らかにする課題発見力を培うと共に、活動していく上でリスクマネジメント能力
- ② 目的を設定し確実に行動する実行力
- ③ 自分の意志を分かりやすく伝える発信力
- ④ 協賛や協力の依頼を通して、社会人の方との関わり方やスケジュールやリスク管理の重要性

これらの力を総合的に学び身につけるよう努力し、積極的に取り組んだ。

2. 方法

2-1. 初期仮説抽出

販路拡大の検討方向として、2つの方向を考えた。一つは、製品を使った新製品や新サービスのアイデア開発である。私達はまず、SWOT分析やブレインストーミングを行い、アイデア出しを行ったが、結果、よいアイデアは少なく、実現が厳しいものや既に商品化されているものばかりであった。これは、私達自身がこの3つの製品や八代についての知識が不足していることが要因であると気付いた。ここで、もう一つの方向、コミュニケーション開発が浮上した。消費者の購買決定プロセスに関しては、AIDMA・AIDA・AISAS・AIDCAなど多くの法則があるが、いずれにせよ今回の農産物3品の課題は、Attention（注意）とInterest（関心）の部分、すなわち認知の部分にあると考えられる。つまり、3つの産品をどう注目させて、どのように関心を持ってもらうかという「コンテンツ」と「メディア」を考える事が今回のミッションでは重要であると考え、コミュニケーション開発という方向で研究に取り組む事とした。

2-2. 調査研究の方法

昨今、若者を中心に、動画がコミュニケーションツールとして大きく注目されてきている。ユーチューブなど、動画サイトには多くの人が投稿し面白い動画は世界中からアクセスが殺到するという現象が起きている。

私達は、募集という形態を取ることで広くアイデアを収集でき、且つ、メディアとしても広がり期待できる“動画”に着目し、い草・晩白柚・冬トマトの3品の魅力をPRする「動画コンテスト」の開催を企画することとした。

八代市にこの動画コンテストの企画を提案し、了承を得、また、この3品に関わりの深いJAやつしろ様にも協力を要請して、組合長や専務の方々との話し合いの場を設けてもらい、共催と審査員を承諾して頂く事ができた。また、八代の様々な企業や団体へ、本企画への協力や協賛の依頼を行って多くのご協力を頂いている。

3. 結果

私達の活動は、①7月から9月末までの準備期間、②10月から12月までの告知・募集期間、そして③来年の審査・発表・公開期間と活動を分けることができる。

3-1. 準備期間

当コンテストは八代市役所・JA やつしろ・熊本県立大学の三者で行うため、まずはJA やつしろ様を訪ね、企画の提案を行った。結果、共催という形で了承を得ることができた。また、動画の表彰を2月に開催される八代トマトフェスタで執り行うこととなったため、トマトフェスタを基盤に大まかなスケジュールを組み立てた。スケジュール作成に当たっては、「プロジェクトマネジメント」の授業で習ったWBSを用いて、大日程表を作成した。

次に規約の作成に取りかかった。コンテストのタイトルから細かな規定まで、既存のコンテストを参考にしながら作成した。中でも著作権問題には充分気をつける必要があり、特に慎重に作業を行った。

予算作成では、賞金やサイト作成・運営費等を細かく計算し、審査依頼では公正かつ客観的な判断ができると思われる4名の方に依頼をした。

協賛協力依頼では八代の企業を中心に現時点で25社を訪問し、企画に賛同して頂いた。

告知ツールであるWeb・チラシ・ポスターの作成では、外部に委託して行うものと自分達で作成するものとに分け作業を行った。

3-2. 告知・募集活動

マーケティングの視点から、ターゲットを絞り告知活動を行うべきであると考えた。

まず、八代の地域活性に興味・関心がある層に私達の活動を知って貰うべく、八代の未来を語る会、八代フードバレーフォーラムなどに参加し、ポスターセッション等で告知を行った。

次に、動画に興味・関心がある層に対して、公募ガイドや登竜門といった、コンテストの公募についてまとめた冊子やサイトを利用し告知を行った。また、熊本市内の動画や情報処理を学ぶ専門学校に直接赴き、コンテストの宣伝を行った。

県外の専門学校へは手紙とチラシを郵送し、本コンテストの認知を広げた。

次に、動画や八代に対する興味・関心が低い層に対して、Twitter、Facebook等のSNSを利用しての告知活動を行ったが、予想していたよりも反応が得られなかったため、他の方法で告知をした方が良くと考え、ラジオやWeb番組、テレビ番組、新聞等のメディアを通じての告知活動を始めた。その結果、コンテストのWebページのアクセス数が増加した。



4. 考察

4-1. ヒト

今回この動画コンテストにおいて、JA やつしろ様の協力を得られたことが最重要ポイントであったと考える。農業に関連する様々な企業や団体に強いパイプを持つJA やつしろ様に当企画を提案し、三者合同での共催を了承してもらえたことで多くの協賛・協力を得ることができた。また、当コンテストの周知活動を行ってもらえたことや、優秀作品はPR動画としてイベントやCMで流すと言って頂いた事で、その後スムーズに活動が行えたように思える。

審査員を選ぶ際には、当コンテストの題材となった3つの農産物に関わりの深いヒトや、動画のことに精通しているヒト、八代のフードバレーと関わりの深いヒトなどバランスを考えながら決めた。

4-2. モノ

モノとはこの動画コンテストそのものである。部門を決める際、初めは信号機(い草・晩白柚・冬トマト)部門のみを考えていたが、PR活動での使いやすさや、動画作成の初心者にはレベルが

高いかもしれない事等を考慮し、各産品それぞれをPRする3部門を新たに設けることにした。

また、当コンテストの告知のためのチラシ・ポスターを自分たちでデザインし、作成した。完成したチラシ・ポスターは協力して頂ける企業に送り、コンテストの告知をして頂いた。動画を応募してもらうために必要なホームページは、授業で習った知識や技術を使ってワイヤーフレームからウェブ構成までを作成、それを外部のウェブクリエイターの方に依頼し、完成させた。



4-3. カネ

動画コンテストをプロデュースする上で苦労した事は、“カネ”を集めることであった。いくら動画コンテストが低コストで行えるからといっても、賞金やサイト作成・運営費等、それなりに資金を集める必要がある。多くの企業や団体から当コンテストへの協賛金を出して貰うためには、企画内容を説明し、これによって得られる効果や利益を伝え納得して貰わなければならない。また、協賛頂いた資金についても、自分たちで口座を開設し、自分たちで管理するというトライをしている。活動終了時に、しっかりと収支の報告ができるよう管理していきたい。今回の活動を通して、いかにカネを動かすことが大変であるか身をもって経験した。

4-4. 情報

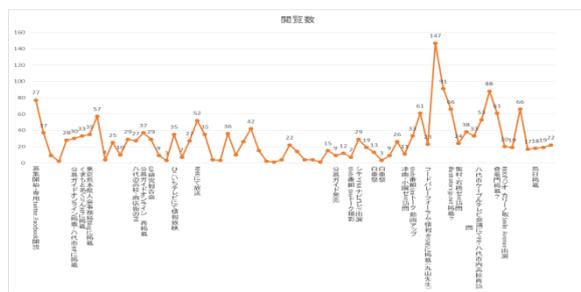
当コンテストの認知を広げるために、様々な情報拡散を行った。

まずSNSでの告知活動だが、こちらでは本当にこのようなコンテストの情報を欲しがっている人に届けるのは難しいことが分かった。

次に、公募サイトや登竜門といった、コンテス

トの公募についてまとめた冊子やサイトに掲載しての認知活動である。こちらは全国のコンテストへの応募を考えている人がよく利用するだけあって、Web サイトへのアクセス数は増加した。これらの影響で県外からの応募作品を、得ることができたものだと考える。

最後にラジオやテレビ等のメディア出演による告知活動だが、こちらは放送された日の Web サイトアクセス数は増加した。よって県内で認知活動を行うには、最適な手段であったといえる。



5. 結論

この研究を通し、経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報の大切さを身をもって体験できた。特に、当コンテストの企画・実行を行う中でヒトを動かすということの重要性を深く学ぶことができたと考える。

私達がこの企画を提案し、協賛協力依頼を始めた当初、私達自身が「なぜこの企画を提案し、それによってどのような効果が期待できるのか」ということを具体的に理解しきれておらず、「なぜこの企業に協力をしていただきたいのか」ということすら伝えることができていなかった。そのため、なかなか協力を得られず、様々な所で私達の企画の意図は不透明であるとのご叱咤を受けた。このことから、もう一度自分達の企画の意図を考え直し、協力を頂くためにはどのようなことを明確にすればよいのかをグループで話し合った。

その後、当企画の意図と期待できる効果を具体的に伝えられるようになったことで、様々な企業から別の関連企業を紹介して頂くなど、次につながる想像以上の行動を起こしてもらうことができるようになった。

ヒトを動かすということは、自分達自身が明確

な意図を持って相手に働きかけを行い、それを理解してもらうことで初めて成立するということを今回の研究を通して身をもって学ぶことができた。

6. 今後の課題と展望

6-1. 今後の取り組みについて

集まった応募作品を選別し、審査員の方々に審査してもらう。優秀作品が決定した時点で受賞者に通知し、2月7日のトマトフェスタ内で表彰式を行う予定である。

また優秀な作品は、八代市役所やJA やつしろ等に、3品のPR 動画として使用して頂く。

6-2. 社会人基礎力に関して

今回の研究を通し、多くの企業や団体と密接な関わりを持つことで、社会人の方との関わり方やスケジュールやリスク管理能力が向上した。

また、経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報を活用しながら課題解決に取り組むことができた。課題発見能力・リスクマネジメント能力・発信力に関して、研究を進める中で向上していった。

謝辞

これまでの活動で八代市役所・JA やつしろの皆様には貴重なご意見、多くのご示唆を頂き、無事に当コンテストを開催することができました。この他にも、ポスター制作に際して意見を頂戴した熊本県立大学宮園教授、動画コンテストを開催するにあたり多くのご意見を頂いた早田啓啓様にも感謝申し上げます。

そして、多数の協賛協力企業をはじめ、お忙しい中コンテストの審査員を快く引き受けてくださった中村八代市長・小野熊本県副知事・JA やつしろ田島組合長・テレビ八代本田ディレクターにもこの場を借りて改めて感謝申し上げます。

参考情報

- 〔1〕平成26年度佐賀県子どもクリエイター・チャレンジ事業 ティーンズ動画コンテストさが
- 〔2〕石川ふるさとCM大賞

大型クルーズ船寄港における中心市街地活性化方策について

指導教官：森美智代 教授

グループ名：地域マネジメントチーム

メンバー：三林馨・松本計太・北原豪・宮本貴大・高岡璃央

連携先：八代市役所

キーワード：八代商店街，クルーズ船，観光客誘致，

1. はじめに

近年、八代港にはクルーズ船が来航している。特に今年は、10回という高頻度でクルーズ船が来航しており、「クルーズ元年」とも呼ばれ、クルーズ船に乗船している外国人観光客による経済効果が大きく見込まれている。これに伴い八代市では、外国人観光客誘致による地元経済活性化の政策を練っている。

そうした中で、我々は、クルーズ船の観光客を八代商店街に呼び込み、経済効果波及と商店街の活性化を行えないかというテーマで研究活動を行った。本稿では、八代商店街での調査を基に、八代商店街の実情について述べ、今後の商店街の取り組みには、どのようなことが必要かを述べることにしたい。

2. 方法

我々は、八代商店街の方々がクルーズ船の来航に対してどのような意識を持っているのか、また、クルーズ船来航時以外の普段の商店街の姿についてどう感じているのかについて現地でアンケート調査を行った。

アンケートは実際に八代商店街で店舗をかまえ、経営されている方々に対してのアンケートと、八代商店街の利用者に対してのアンケートの2種類を用意し、調査した。

アンケートの内容は、八代商店街で店舗経営をされている方々に対しては、「あなたの考える八代商店街の魅力は何ですか?」、「今の八代商店街

で困っていること・問題だと感じていることはありますか?」、「今後の商店街のため、八代市への要望はありますか? また、要望があるとするならば、どのような要望ですか?」という質問に答えていただいた。

また、八代商店街を利用している方々に対しては、「あなたの年代を教えてください」、「商店街の利用頻度を教えてください」、「これまでに商店街で利用したことのある店舗をおしえてください」、「利用したことのある店舗で、よく利用する店舗をおしえてください」、「商店街で一度に使う金額はどのくらいですか」、「今日、商店街を訪れた目的は何ですか?」、「商店街までの交通手段は何ですか?」、「商店街にあったら便利、うれしいと思う店舗や施設はありますか?」、「現在の商店街で困っていること、問題だと感じることはありますか?」、「あなたの考える八代商店街の魅力は何ですか?」という内容でアンケート調査をおこなった。



3. 結果

まずは八代商店街で店舗経営に従事されている方々に対して行ったアンケートの結果から見ていく。

最初の質問「あなたの考える八代商店街の魅力は何ですか?」という質問に対しては、「人ととのふれあい」、「個人商店ならではのお客さんとのつながり」、「お客さんとの距離が大型商店と比べて近いため、じっくり会話をまじえながら商品を選んでもらえる」という回答が多かった一方、3割近くの方が「魅力なし」と答えた

「今の八代商店街で困っていること・問題だと感じていることはありますか?」という質問に対しては、「人通りが少ない」、「高齢者しか商店街を利用していない」、「空き店舗が多くなった」等の声が圧倒的に多かったが、中には「店の後継者がいない」という意見もあった

「今後の商店街のため、八代市への要望はありますか? また、要望があるとすれば、どのような要望ですか?」という質問に対しては、「空き店舗への対応をしてほしい」という声が多く、「新店舗の招致のため、空き家認定をすすめてほしい」という具体的な要望もあがった。また、「祭りやイベントを増やしてほしい」という声も多くあがった。

一方、八代商店街を利用する方々に対してのアンケートの結果であるが、利用者の年代は60代、70代の方が圧倒的に多かったが、中には10代の利用者も少数ではあるものも見られた。

商店街利用者が利用したことのある店舗は「喫茶店」、「サンリブ」、「マックスバリュ」、「生活彩館」という声が多く、よく利用する店としてもこれらの名前が多くあがった。しかし青果店などの個人商店の名前はあまりあがらなかった。

商店街で一度に使う金額は1000円以下、3000円以下という答えが最も多く、5000円以上という答えはほとんどみられなかった。

自宅から商店街までの交通機関としては、自転車という答えが多く、次いで徒歩や自動車が多く、バスと答えた人はいなかった。

「商店街にあったら便利、うれしいと思う店舗や

施設はありますか?」という問いに対しては、「100円均一ショップ」、「映画館」、「ランチのできるような店」、「種類の豊富な洋服店」、「文具店」という回答があがった。

「あなたの考える八代商店街の魅力は何ですか?」という質問に対しては、「ふれあいのある商店街」という答えが多く、「お祭りの時の盛り上がり」、「昔ながらの雰囲気が好き」という答えもあったものの、「特になし」と答えた人も多かった。

※図①

4. 考察

我々が八代商店街を初めて訪れた時に感じたのは「交通の便の乏しさ」、「空き店舗の多さ」、「人通りの少なさ」、「若者が少ない」といった印象だった。その後商店街に足を運び、店舗の方や利用者、商店街を通る方々にアンケートの回答を依頼し、生の声を聞くことで考えたことが3つある。

1つは、休日や平日の夕方の八代商店街には少なからず学生や若者の通行者がいるという点だ。しかし、その若者が商店街の店舗に立ち寄りという光景はあまり見られなかった。通行者とはいえ、若者の通り道になる以上、若者の興味を引く娯楽施設や飲食店があれば買物客の増加につなげることができると思う。

2つ目は、駐車場の場所が分かりにくいという点だ。アンケートを見るに自転車で商店街に来る人が多く、遠方の方々の利用する機会を減らしている原因になっていると思われる。そのため、ゆめタウンなどの駐車場の大きな大型ショッピングモールへ買物客が流れているのではないかと考えられる。

3つ目は、クルーズ船来航により訪れる外国人観光客を受け入れる体制が商店街全体で整っていない点だ。我々が商店街を回る中で、店の外から見て外国人観光客を意識していると感じられる店舗は僅かしかなかった。外国人を意識した経営を行っている店主の方に話を伺うと「やる気のない店が多すぎる」、「一軒一軒の店がもっと自分の店の魅力を出していくべき」、「クルーズ船来航による外国人観光客の集客努力をすべき」との回答をいただいた。この現状については、八代港から八代商店街までの交通手段が乏しく、外国人が来ることが少ないため、店舗としては外国人向けの宣伝・販売に関心が向かないという点、商店街全体で外国人を迎え入れようという雰囲気がない点、そして外国人観光客としても現状の八代商店街より大型ショッピングモールに魅力を感じ、大半がそちらに流れてしまうという要素が重なって起こっていることであると考える。

5. 結論

これまでの調査で八代港や八代商店街に足を運び、感じた事や考えたこと、現地の方々の生の声を聞いて八代市や八代商店街に提案したいことをまとめた。

①現状多く存在する空き店舗の有効活用、②県内や県外または、海外の人々への広告手段としてSNSの有効活用。具体的には、Twitterなどでリツイートした人が割引クーポン券を利用できるサービス等の提供③商店街の方々と市役所の方々との意思疎通が上手く取れていないと思われることから、そういった場や手段の確立。④商店街の一部の店舗は積極的に買物客を呼び込もうと努力していることが分かったが、その他の店舗は保守的な部分が強く、商店街の中での店舗

によって考えのズレが生じているという意見も見られたことから、商店街全体での協力体制をつくる必要がある。⑤クルーズ船が来航する一部の期間で八代港から商店街までへ無料シャトルバスなどの交通手段を確立する。

クルーズ船による外国人観光客を商店街に誘致するためにはまず、既存の八代商店街の魅力を再発見した上で、それらを多くの人に認知させなければならない。そのためには八代商店街が一体となり、そして八代市と商店街が同じ方向を向いて活性化を目指すことが欠かせないと考える。

6. 今後の課題と展望

八代商店街活性化に関する課題については、市が大量の資金を投入できるわけではないため、まずは八代商店街による若者や外国人の受け入れ体制の整備が必要であるという点である。また営業していない店舗やスペースの有効活用の面でも課題がある。空き店舗やスペースを販売したり、貸し出すという方は多くないという現状では、有効活用に拍車がかからないのではないかと考える。

私たち自身の課題としては、直接アンケートを配ったため、その際に店舗の方や商店街の利用者の方と話をすることが多かったのだが、最低限のコミュニケーションしか取れなかった点が最大の課題であると考え。振り返ってみれば、相手の話を聞き、メモを取るばかりでしっかりとした会話や、議論は出来なかった。また「クルーズ船来航による外国人観光客の誘致」が最大の課題であったが、その外国人に話を聞けなかった点も大きな課題として残っている。

以上のアンケート調査から得られる結果の他に、大学で税理士の方からの個人商店と法人の組織をとる場合、どのようなメリットとデメリットがあるかという検討をとおして、以下の10項目の商店街活性化に、取り組む必要があることが明らかになった。

(1) 商店街全体で法人として組織することで、売上高及び各店舗の安定した所得を維持する。

(2) 商店街周辺にマンションが建設されてい

ることから、商店街で家族がくつろぐための施設として空き家を利用する。

(3) 農産物及び鮮魚等、食品の産地直売を促進する。

(4) 買い物に外出できない高齢の方々への宅配のしくみを充実する。それとともに高齢の方へ毎月の食事メニューを健康管理のための食事を提供する。施設に入居することなく、自宅での生活が充実すると考える。

(5) 小中高の生徒たちの集まりの場を作る。学習及び音楽、作品展等学校の課題作成のためにお手伝いできる成人の方との交流を密にする。

(6) 主婦のお料理及び手芸等の講習を立ち上げ、子育ての知識を充実させる。

(7) 高齢化社会において、定年を迎えた元気な人々が多いなか、それぞれの健康管理が進められているなかで、空き家の利用の一つとして、スポーツ施設の業界、リハビリ施設の業界との提携でトレーニング施設を設置する。

(8) 将来の外国客を迎えるための準備として、八代市の特産物及び歴史資料、史跡等の案内のおもてなしセンターを設置する。

(9) 八代港と商店街をつなぐ交通を整備して、八代港沿岸に商店街の出先店舗、つまり「ミニ商店街」をつくる。

(10) 商店街には、住民だけではなく、クルーズ船からの客を迎えるための商店街をめざすために、ホテル、ベーカリー、スーパーマーケット、病院、美容室等、どのような店舗及び経営をしたら、多くの外国客を迎え入れることができるかを商店街全体で話し合いをする必要がある。したがって商店街の新しい店舗環境を整備する。

以上、地域マネジメントの調査結果から得られたことを八代市役所に提案したい。

謝 辞

本研究は我々が熊本県立大学学生G P活動における、「クルーズ船来航に伴う外国人観光客を八代商店街に誘致する方法」について行った研究をまとめたものです。本研究に対して御助言、御意見を頂きました八代市役所商工課 野口浩明様、

税理士 井上英一様、「たまりんば」江崎様、アンケート調査に御協力下さいました八代商店街の皆様へ深謝致します。

最後になりますが、G P活動をとおして、メンバーが、大学での勉強だけでは得られない、社会問題に取り組むことの難しさを経験したことは、貴重な経験となったことを結びに代え、感想を述べさせてもらいます。

引用文献

- SALON 開業・経営チャンネル (2014)『失敗しない美容室開業 BOOK』日本実業出版社
- 嶋田利広/馬服一生/山之内浩明 (2009)『中小企業のSWOT分析 会計事務所とつくるノウハウと実例』マネジメント社
- 津森信也 (2006)『入門 企業財務 理論と実践』東洋経済新報社
- 藤井俊雄 (2014)『すぐ分かるスーパーマーケット 青果の仕事ハンドブック』商業界
- 保住光男 (2004)『人気のベーカリー 独立開業&成功経営書』旭日出版
- 山口祐司/青木章通/北岡忠輝 (2009)『最新 ホテル企業会計 完全マスター』柴田書店

※図① 八代商店街で配布したアンケート用紙

やつしろ産農作物のアジアへの挑戦

指導教官：宮園博光 教授

グループ名：八代 FV

メンバー：中原涼・小山凌・米田朋加・米友樹乃・龍彩佳・川邊恵子

連携先：八代市役所フードバレー推進課

要 約

八代は「くまもと県南フードバレー構想」のもと海外への販路拡大をめざしています。そこで我々はアジアの主要な都市である台湾・香港・シンガポールへ農産物を輸出する際に関わる法律を調査し、それらを比較して輸出相手としてふさわしい都市はどこか探るという研究と、日本と文化の異なる各都市の好みに合わせ、表示ラベルの基準を満たした輸出品のパッケージデザインのあり方についての研究を行ってきました。結果、台湾が輸出相手国に適していることが分かり、ひとつのパッケージデザインのありかたを見出だすことができました。

キーワード：くまもと県南フードバレー、輸入規制、パッケージデザイン

1. はじめに

平成 25 年 3 月に熊本県が策定した「くまもと県南フードバレー構想」は、熊本県・県南地域（八代地域、水俣・芦北地域、人吉・球磨地域）の豊富な農林水産物を活かし、食関連の研究開発機能や企業を集積させる「フードバレー」を形成することにより県南地域の活性化を目指しています。

「食」の安全・安心への要求の高まり、グローバル化による市場規模の拡大、健康・教育・観光など様々な領域での「食」の活用、農林水産業の多面的な機能への注目など、「農林水産業」や「食」に関連した産業への新たな成長産業としての期待が高まっています。

こうした中、豊富な農林水産物や高速交通網の結節点としての機能、物流拠点としての八代港など、熊本県・県南地域のポテンシャルを最大限に

活用することで、「食」に関連した産業の振興を図り、県南地域全体の活性化を目指します。

現在、県南ではフードバレー構想のもと、八代市などが総力的を上げて海外進出を推進しています。特に八代市は「フードバレーやつしろ基本戦略構想」のもと、東アジアにいかにして農作物や加工品、情報システムを売り込み輸出していくかが課題になっています。

海外へ農産物を輸出する際、それぞれの国の法律が課題となってきます。来年 1 月末に八代は台湾の都市基隆にて八代フェアを行うことを決定しており、海外進出への動きは本格的なものです。今回は八代が取引をしようとしている台湾を始め、アジアの主要な都市である香港、シンガポールへの輸出に関わる法律を調査し、どの都市が八代の海外販路拡大にふさわしいかを考察

していきます。さらに、製品を輸出する際、成分表示の規制や、パッケージのデザインが日本と異なるという問題が生じる。製品のパッケージは、消費者にとって製品を手にとったとき初めに目にするものであり、購買時点における重要な要素の1つであると言えます。そこで、輸出相手国のパッケージの好みに合わせ、ラベルの表示制限をクリアしたアジアへの輸出に向けた製品のパッケージデザインのあり方について考察します。

2. 方法

八代地域ではどのような農産物が主として収穫されているのか、輸出をしようとしている農家や加工場はどのような場所であるのかを知るためにフィールドワークを行いました。その後、法律とパッケージデザインのあり方について研究するために、輸出アドバイザーの方から現在八代市が輸出先として注目している海外の食文化、味覚、消費傾向についての情報を得ました。実際に現地生活された経験のある方へインタビュー調査を行い、現地の暮らし、日本への意識を調査しました。そして、中小企業等の国際ビジネス展開の支援を行っている独立行政法人 日本貿易振興機構 ジェトロから国ごとの日本食品の普及具合や輸出製品の栄養表示についてのデータを集め解析しました。

3. 結果

まず法律の結果から報告します。

台湾から調査結果の報告をしていきます。台湾は輸入禁止となっていた福島県産品の産地偽装が発覚したことにより、5月15日から日本産食品の輸入規制を強化しています。これにより各県

の公的機関で発行する産地証明書が必要となりました。加えて、植物防疫所が発行する植物検疫証明書の添付が必要です。そして、台湾で販売する全ての食品は、食品衛生管理法で定められた食品衛生・安全性及び品質基準に合致しなければなりません。野菜・果物の輸入は、残留農薬検査の対象となります。使用禁止農薬の他、使用が認められている農薬については、最大残留基準値が設定されています。野菜・果物の加工食品の輸入は、添加物検査の対象となります。それぞれの食品添加物について、使用範囲・用途及び限度が決められています。

台湾で野菜・果実を販売する際に農産品市場交易法により、卸売市場で卸売商として商取引を行うには卸売商許可証が必要となり、小売市場は直轄市または県市政府の認可が必要です。次に、香港です。香港では農薬・抗生物質・保存料などを、香港政府の定めた規則に基づき管理しています。着色料の場合、果実・野菜については、原則として着色料の使用は認められていません。ただし、かんきつ類の果実についてのみ、明確に視認できる大きさで、外皮に「color added」と記載した上で、着色料を使用することができます。最後に、シンガポールです。シンガポールでは植物管理規制に基づき、生鮮野菜・果実の残留農薬値、毒性化学添加物値が基準を超えてはいけません。生鮮野菜・果実の容器には生産者名と住所、商品明細、輸出日・梱包日の表示が必要となります。加工食品の場合は 8 種類のアレルギー物質に対する表示義務があります。

次にパッケージデザインの結果を報告します。

輸出セミナーにて輸出アドバイザーから各国の食文化、消費傾向について情報を得ました。各

国に共通して言えることは、大きい容器の製品に魅かれ、品質の良いものは多少高額でも購入する傾向にある、ということ。また、健康への意識が非常に高く、添加物無添加自然食品等安全安心な物を選ぶ傾向にある。そして現地には無いもの、生産等行われていないものに強く魅力を感じるということです。高品質、安全で健康に良い、八代の特産であることなどをコンセプトにおいてグラフィックやコピーに盛り込んでいくことでアジア向けのパッケージに近づけることができると言えます。実際に、今年度台湾に輸出希望の製品のパッケージを見てみると、い草そうめんや、い草の小物など、八代特産のい草を用いた製品は現地では希少でリーズナブルなものから高級まで対応できることが売りとなり、今年度の出品が決まりました。トマトソースは現地に既に他国のものも含め大量に流通しており、パッケージでも他の製品と差別化ができていないということから、出品は見送られた、ということがありました。

次に、台湾での生活を経験されたことのある方に、日本と台湾のパッケージの違いと、台湾での日本文化についてインタビュー調査を行いました。結果、日本製のパッケージは台湾製のパッケージに比べのり付けがしっかりしていて、開封もしやすいこと、くまモンをはじめとするゆるキャラやマンガのキャラクターは台湾でも非常に人気があり、製品のパッケージにイラストが入っているものがたくさんあること、国内最大のデパートが三越とそごうであり、すでに日本製の製品は広く流通しており、信頼性が高いことがわかりました。輸出向けのパッケージの加工は台湾側に近づけるのではなく、日本の加工と容器を用いる方が良いと考えられます。

ラベルの品質表示のために、ジェトロの資料を基に輸出相手国の品質表示における基準を調査しました。日本は健康増進法により、カロリー、タンパク質、炭水化物、ナトリウム、脂肪の5項目の表示を定めていますが、この表記は任意であり、表示が無い製品もあります。しかし台湾、香港では栄養成分表示は表示義務があり、日本の5項目に加え、糖、トランス脂肪酸、飽和脂肪酸の表示も義務づけられているため、計8項目の表示が必要です。シンガポールは強調表示を行う時のみで良いので基準は甘いです。輸出するにあたり台湾香港は栄養成分表示の表示義務が生じ、項目数も増えるので、必然的にラベルのサイズが大きくなります。ラベルのサイズに合わせて容器のサイズも大きくすることで、より輸出向けのパッケージに近づくと言えます。山椒オリーブは今年度の台湾への輸出品の候補でありましたが、容器が小さいという理由で出品は見送られました。実際にこの製品を手にとってみたところ栄養表示は無く、ラベルも大きくする余裕はありませんでした。値段の問題もありますがパッケージ自体を大きくしなければ現地の人も興味を示して手に取ることも、栄養表記を追加し、出品することも難しくなります。

4. 考察・結論

まず法律についてです。3都市の輸入規制を調べた結果、明らかに台湾だけが規制が厳しくなっていることがわかります。これは台湾が元々農業国であることや関東大震災による福島原発事故が原因と考えられます。しかし、台湾は直線距離が一番近く更に平成30年には八代港と基隆港との直接航路が実現予定であり非常に早く出荷

が可能という利点があります。このため規制は厳しいものの輸出が実現すれば非常に条件の良い都市であるといえます。香港は台湾よりは距離がありますが、台湾と同じく八代港を活用することができます。規制は緩く輸出はしやすいですが、すでに世界各地からさまざまな食品が輸入されていること、日本からも宮崎県が香港向けに輸出を行っていることから、非常に激しい産地間競争が行われており参入障壁が大きいです。シンガポールも同じく規制は緩いですがその分競争が激しく参入障壁が大きいです。更にシンガポールは距離が離れているため輸出に航空機が必要となり、輸出にかかる費用が他2都市よりも高くなってしまいます。これらのことを比較した結果としては台湾が最も適した輸出相手国となるのではないかと考えられます。規制は厳しいですが日本からは輸出不可能という程のものではないため、八代市役所やJAなどが農家や業者の方をしっかりとサポートすることによって輸出は実現すると考えられます。例えば規制に関して、どのような情報を輸出品に記載しなければならないのかということや、輸出に必要な手続きの手伝いについては市役所やJAの協力無しでは非常に複雑で難しい課題となります。

次にパッケージデザインです。セミナー・インタビュー調査・ジェトロの資料の3つの方向性から輸出向けのパッケージへアプローチした結果、現地の方の意識が強い高品質、安全性、健康、現地には無い特別感をコンセプトとして活かしたグラフィック・コピーをパッケージに盛り込んで行くべきであると言えます。

また日本製のパッケージは台湾製よりも使いやすいということから日本製の加工、容器を用い

るべきです。

日本に比べ大きいパッケージが好まれる傾向にあり、さらに品質表示ラベルの表示が増えるため、ラベルを大きくし、容器も大きくすることで、より輸出向けのパッケージになります。

5. 今後の課題と展望

法律については今回の法律に関して規制については調査したものの輸出に必要な手続きがどのようなものがあり、どの程度手間のかかるものなのかということも調べていく必要があると考えられます。

パッケージデザインについては、今後は現在香港、シンガポールの現地について未だ調査不足であるため、調査を深め、輸出向けのパッケージデザインについて考察していきたいです。

謝辞

八代市役所フードバレー推進課を始め調査に協力してくださった多くの方々に心より感謝申し上げます。

引用文献

- [1]「くまもと県南フードバレー構想とは？」
<http://www.food-v.kumamoto.jp/q/aview/104/134.html>
- [2]日本貿易振興機構ジェトロ
<https://www.jetro.go.jp/>

コミュニティチャンネルによる地域発見

指導教官：宮園博光教授

グループ名：情報デザイン研究室

メンバー：光本賢史、麻生陽菜、江崎博紀、去川麻衣、出田瑛喜、上田晃大、清原秀美、日野明

連携先：株式会社 J:COM 熊本 企画・制作部

要約

現代社会では、核家族化や都市化による多くの人口変動により、地域における人と人との繋がりが希薄化してきている。また、今後も過疎化や少子高齢化が進展することが予測されており、今後求められていく地域組織の機能はさらに弱体化していくものと考えられる。そこで、私たちの住んでいる地域が抱える課題などを明確化したものを映像化し、メディアを通じて発信する。そうすることで、住民が課題を共有し、連携するきっかけをつくること、そして私たち自身がそのプロセスの中で、地域発見を行うことを目的として本研究を行う。

キーワード：地域コミュニティ、番組制作、ひなみ塾、上通り、地域スポーツ

1. はじめに

わたしたちの生活の周りには大小様々なコミュニティが存在しているが、その中には存続することができずに、廃れていってしまうものも数多くある。このうち、特に地縁に基づくものについては、地域との相互性を強調し、一般的に「地域コミュニティ」と呼ばれており、他のコミュニティと区別されることが多い。また、地域コミュニティが再興していくために必要な要素として、

- ① 多様性と包容力
- ② 自立性
- ③ 開放性

という3つがある。まず、①の多様性と包容力とは、地域コミュニティの中に多様な活動が存在しており、新しく生まれる想いや活動に対して寛容であるということである。②の自立性とは、地域コミュニティの中に存在する人々がそれぞれ持つ想いを強く持ち、共有することでよ

り結束力が強まることである。そして③の開放性とは、周りの地域住民が共に参加しやすい環境を作ることである。

地域コミュニティを対象に映像化を行うことには、大きく2つの理由がある。まず1つ目は、映像化によって地域コミュニティの人々が自分たちの活動を客観的に見ることで自立性を持たせ、より地域に対しての想いを高めさせることができるからである。2つ目は、地域コミュニティを記録映像として残すことによって、よりリアルな情報をより広い地域に伝えられる開放性を持つからである。本研究において以上の2つは地域コミュニティを発展・活性化させるための要素を満たしており、十分に活用できるものと考えられる。

番組制作を活用し、地域コミュニティに対して3つの要素を持たせることが発展や活性化へ繋がっていくのかを研究することが目的である。

2. 方法

2.1 参与観察法によるコミュニティ調査



映画を制作している私塾・ひなみ塾を対象に、コミュニティの実態を確かめるべく、参与観察法を用いて、フィルムメーカーによる映画制作を映像に記録した。ひなみ塾は、地域の発展とこどもの社会的成長を目的として活動している、個人経営の塾である。ひなみ塾を主体として企画している千年映画祭に向けた映画制作の中で、オーディション、プレ撮影、キャストレ、本撮影にクルーやエキストラとして参加し、フィルムメーカーらの思いや意見、実態を知ることが出来た。

2.2 上通りでのヒアリング調査



上通り商店街内の8店舗にヒアリング調査を行い、上通り商店街の現状を調査した。上通りでは、老舗店舗がまちづくりの会議や交流会等の参加を積極的に呼びかけているが参加は少ないのが現状となっている。

3. 結果

3.1 ひなみ塾の調査結果

フィルムメーカーに参加した結果、ひなみ塾は、地域活性化を目指していたが、地域コミュニティの活性化までは考えておらず、地域のために映画を作るという意識より、作りたいから作るという意識が強かったように見受けられた。また、コミュニティの構成要因も、ひなみ塾生、スタッフをはじめとして、そこから家族や知人へと広がっているコミュニティであった。さらに、映画制作に参加したことによって、エキストラとして参加していたのは、地域の人々ではなく塾生の関係者であったため、地域住民が参加しづらい環境となっていた。そのため、ひなみ塾の映画制作は、地域住民と協働した映画制作とまでは至っていない。ひなみ塾は、まだ映画好きが集まっているだけの堅く閉ざされたコミュニティのレベルであり、地域と協働した地域コミュニティのレベルに至っていないと考えられた。

3.2 上通り調査結果

今回ヒアリングを行った結果、上通り商店街では、上通り商栄会の老舗店舗店舗などが中心となり、たくさんのイベントを行っているが、一時的に顧客が増えるのみで、長く上通りに親しみを抱いて通い続けてくれる顧客の習得までには繋がっていないという課題が見受けられた。また、現在老舗店舗は新規店舗に対して、一軒一軒店舗を回ってイベントの参加を募ったり定期的に行われている交流会への積極的な参加を呼びかけたりしている。そのようなイベントなどを通して店舗同士の繋がりが生まれており、イベントの場で人々の輪が少しずつ広がっているという現状もある。しかし、老舗店舗の働きかけに応じている新規店舗は少なく、老舗店舗と新規店舗の関係について懸念される。老舗店舗の活動に対して新規店舗からの働きかけが足りておらず、商店街の活性化になかなか繋がっていかないという状態であった。

4. 考察

3. 1 ひなみ塾について

調査により、ひなみ塾の映画制作が地域コミュニティ活性化につながっていないように見受けられた。原因としては、地域コミュニティ活性化の三つの要素を全て満たしていないことが考えられる。ひなみ塾は、映像制作・上映以外の活動は、予告編はインターネットで公開しているものも、本編はコミュニティ内のみで行われていることが多く、コミュニティ外に向けた活動はあまりないため、多様性は薄いと考える。また、ひなみ塾は、映画を作りたいから作るという意識を持った人がほとんどであったため、自立性はあった。しかし、ひなみ塾のほとんどは身内や知り合いであるため、地域住民が参加しづらい環境になっていた。このことから、ひなみ塾の開放性は薄く、地域と協働した映画制作に至っていないことが伺える。ひなみ塾は、自立性が強く、多様性、開放性が薄く、三つの要素がバランスよく満たされていなかったため、ひなみ塾の映画制作は、地域活性化



につながっていなかったと考察した。

3. 2 上通りについて

調査により、上通り商店街の新規店舗の自立性が低いように見受けられた。地域コミュニティとして活性化するためには組織内部の構造を強くする必要はないかと考えられる。新規店舗の自立性が強くなり、新規店舗と老舗店舗の良好なバランスの取れた協働関係を構築することによって商店街の活性化に繋がるのではないかと考察した。



5. 結論

5. 1 ひなみ塾について

地域と協働した地域コミュニティのレベルに至っていないと考えられるため、活性化した地域コミュニティを映像化するという番組制作における目的にそぐわなかったため、制作は難しいと考えられた。

5. 2 上通りについて

上通商店街では老舗店舗が新規店舗へ働きかけを行っている。しかし、なかなか新規店舗からの働きかけまでつながっていない。協働に成功して新規店舗の自立性が強くなり、老舗店舗と新規店舗の協働関係が構築され、協働しながら活動を行うことによって二つの商店街のように商店街の活性化に繋がるのではないかと考えられる。客観性を持たせ、お互いに協力してこれからの上通り商店街をよくしていこうという意識を共有化させて、商店街の人々の自立性を促す番組を制作していく。

6. 今後の課題と展望

ひなみ塾に関して、番組制作ができないと判断したため、新しい企画が必要となった。地域と地域スポーツという指標のもと、総合型地域スポーツクラブについての取材を新たに企画した。総合型地域スポーツとは内輪で楽しむ「私益」ではなく、地域住民に開かれた「公益」を目指したクラブで、様々な世代の人たちが、さまざまな種目を自分のレベルに合わせて楽しむことができる。総合型地域スポーツクラブは、地域活性化のうえで必要なものであり、地域の交流の場となることを目指している。熊本市内の総合型地域スポーツクラブへの取材を通して、番組を制作し、市内にたくさん総合型地域スポーツクラブがあること

を周囲の人たちに知ってもらうこと、自分たちの活動に客観性を持ってもらうことで一度活動を見直し、更なる発展につなげてもらうきっかけとなることを目的としている。現段階では、市役所と県庁、クラブおおづ、設立段階のにしぼる倶楽部の4つにヒアリング調査を行った。この調査から、熊本県における総合型地域スポーツクラブの現状と課題を把握することができた。これからの活動としては、市内の活発なクラブとこれから発展していくであろうクラブを、地域コミュニティ活性化の3つの要素を柱として、取材していく予定である。上通りに関しては、これまで撮影してきた映像を把握するとともに、目的に合わせた番組を制作していく予定である。自分たちで地域の課題を発見し考察することで、主体的に行動し課題を解決する能力を身につけることができた。地域を巻き込んで活動し、多くの人々が問題を再確認する機会を創出することで、地域活性化の一助となる。番組制作の過程で、多種多様な考え方を受容する力、多角的に考察する力、考えを発信する力を会得することができたと考える。

謝 辞

末筆になりますが、このたび番組制作にご協力いただきました株式会社 J:COM 熊本の牧様、ならびに取材にご協力いただいたひなみ塾塾長黒川様をはじめひなみ塾関係者の皆様、上通り商栄会田原様をはじめ関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

引用文献

ひなみ塾 HP

<http://www.hinami.org/juku/>

上通 HP

<http://www.kamitori.com/>

<http://joukamachi-kumamoto.com/gourmet/56-nikai.html>

なぜ今「地域コミュニティ」の活性化が求められるのか、京都市地域コミュニティ活性化懇話会、

<http://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000079/79526/dai1syou.pdf>

<http://www.city.kyoto.lg.jp/bunshi/cmsfiles/contents/0000079/79526/dai1syou.pdf>

地域コミュニティに対する基本事項、

[http://www.pref.aichi.jp/cmsfiles/contents/0000024/24554/1syou-1\(p.11-16\).pdf](http://www.pref.aichi.jp/cmsfiles/contents/0000024/24554/1syou-1(p.11-16).pdf)

[http://www.pref.aichi.jp/cmsfiles/contents/0000024/24554/1syou-1\(p.11-16\).pdf](http://www.pref.aichi.jp/cmsfiles/contents/0000024/24554/1syou-1(p.11-16).pdf)

中山間地域における 6 次産業推進化について

指導教官：小菌和剛 准教授

グループ名：小菌ゼミ 6 次産業推進班

メンバー：長孝樹・中川茜・大淵雅季

連携先：八代市フードバレー推進課

要 約

八代市のフードバレー推進課と連携し「ピザ@やつしろ」プロジェクト活動を行う。活動の趣旨としては、ピザを八代の食文化にしていくため、八代の、特に中山間地域の食材を使い、八代ならではのピザを作ることを目的としている。このプロジェクトは 3 年計画で、今回は八代市で開催されるイベントへの参加や、リーフレットを発行するなど、広報に力を入れて活動を行った。今回は一年目として、今後続いてく活動の土台作りや、八代の多くの方に本プロジェクトの周知活動を行うことで、ピザが八代の食文化になりうる可能性は十分にあるといえる。

キーワード：ピザ@やつしろ，リーフレット，ピザ作り

1. はじめに

八代市の中山間地域では、少子高齢化の急速な進展がみられ、地域の活力が失われつつあり、これまで地域を支えてきた柚子、椎茸、茶の栽培などの農業が消滅してしまう危機に瀕している。そこで、熊本県立大が有する様々な人材や情報・技術を導入し、中山間地域の農業者の現地調査やワークショップを通して、テーマを掘り起こし、中山間地域の産物を活用した地域活性化について研究を行う。

八代地域は、冬トマト、い草、晩白柚などの栽培が盛んで、生産量日本一を誇っている [1]。この要因としては、広大な干拓地による大規模農業によるところが大きい。一方、平成の大合併により、旧坂本村、旧東陽村、旧泉村が八代市になった。これらの地域は、山間地域であり主要な産業は農業が主である。しかしながら、少子高齢化により、これらの地域では農業の後継者

が減少し、その継承が難しくなっている。

農業において一次産品による収入は、大規模化や兼業化しない限り決して高くなく、後継者が育たない一因となっている。一方、一次産品を加工した二次産品は、付加価値が加わることも相まって、収入の向上に有益な手段だと言える。しかしながら、どのような二次産品を生産するのか、流通はどうするのかといった課題をクリアしなければならない [2]。

そこで本研究では八代市、特に中山間地域における現地調査を行い、二次産品生産の可能性について検証を行う。また実際の二次産品の試作、流通経路の検討、評価等を行い当該地域における二次産品の生産を通じた地域活性化の可能性について検討することを課題とする。

2. 方法

八代市と提携し、八代地域の農業や食に関する

各種資料等を協力して頂くとともに、実際に二次製品をつくりその文化を八代市に定着させる。候補としてはピザを八代の食文化にする。ピザは様々な特産品を内包でき、年代・性別関係なく受け入れられるし何より、他の地域で特産となっていないため、八代の特産物を使ったピザを作る。今回は八代市のフードバレー推進課と連携し、「ピザ@やつしろ」プロジェクトを立ち上げ、ピザを八代の食文化にするため、活動を行っていく。

3. ピザ@やつしろについて

ピザを八代市の食文化として定着させるプロジェクトで、「ぴざっとやつしろ」と読む。アットマーク「@」は「やつしろのピザ」という意味を含み、形をピザに見立てることができる。

またこのプロジェクトの目的として大きく4つの課題がある。一つ目が単発の特産品だけでは活性化出来ないの、二次製品を生成する必要がある。二つ目に、地元の方からもよく言われている「八代はなんでもあるが何もない」ということである。特産品は豊富にあるのだが、「八代といえば?」と言われたときに出てくるものがあまりないので、八代ならではのものを新しく作る必要がある。三つ目に、普段の生活のなかで食べられることである。最後に、地元の様々な関係者の受け入れが最も重要である。これらの4つの課題をクリアし、最終的に「やつしろと言えばピザ」と言われるような食文化を目指していくことが、ピザ@やつしろプロジェクトの目的である

4. 活動内容

活動内容としては主にイベントへの参加を行った。9月13日にやつしろハーモニーホールで行われたLPガス感謝祭に参加させて頂いた。このイベントでは、実際にピザを地元の方々に作ってもらう、体験型の形で行った。ここで初めてピザの提供、プロジェクトのPRができ、たくさんの高評価を受けることができた。

ピザは生地さえ作っておけば、あとは具材をのせて焼くだけになるため、子どもがおやつとして食べる分で簡単に食べられることも確認できた。

ピザ作りは簡単で、楽しいというイメージを広めることができた。



図1 LPガス感謝祭の様子

9月24日にはFMやつしろにてラジオ番組に出演し、ピザ@やつしろプロジェクトについて取り上げて頂いた。情報メディアを通し、さらに八代の多くの方にPRできた。放送中には、住民の方の応援メッセージや期待の声を頂くこともでき、活動の意義を感じ取ることができた。

9月28日には八代の未来を語る会に出席した。そこでは、八代の農業を支えている方々が現状を踏まえたうえで今後の八代の在り方について発表を行っていた。そこでも私たちのプロジェクトについて紹介を行い、リーフレットの配布も行った。参加者の方はほとんどが本プロジェクトに協力を賛同してくださり、今後の活動に繋げることができた。



図2 八代の未来を語る会

11月21日には八代文化センターで行われた、熊本県南フードバレーフォーラムに参加させて頂いた。こちらのイベントでは、実際にピザ窯をお借りしてピザを焼くことで、より本格的なピザを提供することができ、PRはもちろん、多くの方のご指示を頂くことができた。また発表も行うことで、プロジェクト自体の広報も行えた。



図3 熊本県南フードバレーでの様子

また、本プロジェクトの広報活動の軸として、「びざ@やつしろプロジェクトリーフレット」を作成した。このリーフレットは、生産から加工までの一連の流れに着目した内容で構成されており、農家の方のインタビューや、八代のピザ屋の情報などを掲載している。このリーフレットは月一で発行しており、消費者の方に向けて配布している。

リーフレットに関しては、アンケートにて評価を得ており、活動の周知活動はうまくいく結果となった。



図4 リーフレット

また、これらのイベント参加の活動と同時進行で、八代の食材を用いたピザの試作も行ってきた。例として、もち粉を使ったピザ生地の試作や、トッピングの考案として、八代のトマトと食材を加工した特製ピザソースなども試作した。

材料の配分なども難しい部分があったが、味に大きな違和感があるわけでもなく、今までにないピザの試作ができた。

3. 考察

これらの活動を通してピザに対する住民の方々の認識は高まったと考えられる。しかしながら、ピザを日常的に消費している人は少ないことがわかった。イベント参加時にピザをどの頻度で

食べているのかアンケートを取ったところ、約7割の人が月に数回しかピザを食べていないことが分かった。ピザを食文化として広めていくには、ピザがもっと住民の身近な存在として認識されなければならない。今後は家庭でもピザが作られるような環境整備が必要である。

また、今回の活動では、新たな二次産品としてピザの考案も行ってきた。活動内容にも記載したが、試作段階であるため、商品化のめどまでは至っていない。現段階では八代の食材を用いたピザの具体案が定まっていない。今後は農家の方や、料理専門家の方などの意見を伺い、新たな二次産品としてのピザの考案が必要である。

4. 結論

結論として、広報活動という点において、目標は達成できたと考えられる。様々なイベント参加を通して、活動の様子やリーフレットを活用した情報発信は、八代に住む農家の方々や関係者、一般住民の方への周知に大きくつながったと考えている。

また、ピザ自体の人気の高さや、新たな活動としての話題性も今後のプロジェクト進行においては、良い方向に結び付くといえる。

5. 今後の課題と展望

今後は、新たな二次産品として具体的なピザの考案を進めていきたいと考えている。今までよりも農家の方々や関係者の方々と協力を密なものにし、八代発のピザを開発していかなければならないと思う。

本プロジェクトの活動を通して、様々な関係者の方々と接する機会もあり、社会人基礎力として、コミュニケーション能力向上につながったと考えられる。また、大学の名を背負って活動しているという責任感と、自ら積極的に活動を行う姿勢からも社会人基礎力の向上ができたと思う。

今後も本プロジェクトにて経験したこと、学んだことを活かして地域貢献に寄与していきたいと考えている。

謝辞

本研究を進めるにあたり、八代市フードバレー推

進課の皆さまに深謝いたします。また、快く取材や食材の提供にご協力頂いた皆さまへ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

引用文献

[1] JA やつしろ特産物紹介

<http://www.ja-yatsushiro.or.jp/info/tokusan/index.htm>

2015年11月19日参照

[2] フードバレー八代基本戦略構想

<http://www.city.yatsushiro.kumamoto.jp/r/w/u/wusQd2dr1Svvh7tE0fKrVTsB.pdf>

2015年11月19日参照

八代湾クルーズ客船寄港時のおもてなし組織の設立について

指導教官：小菌和剛 准教授

グループ名：クルーズ客船★おもてなし隊

メンバー：清田榛伽、松本あずさ、眞柴奈央、谷崎絵梨華

連携先：八代市役所国際港湾振興課

要 約

世界的なクルーズ市場の拡大に伴い、八代港においても大型クルーズ客船社からの寄港打診が相次いでいる。客船寄港時に経費をかけない継続的なおもてなし体制の確立と市民参画の組織作りについて研究する。4名の視点から「タクシーの指さし案内表の提案」、「地域資源を活用した観光マップの提案」、「八代港におけるクルーズ船寄港時のおもてなし組織の継続に関する研究」、「八代港クルーズ客船寄港時における観光パンフレットの作成と評価」に取り組んだ。研究を通しておもてなし体制の提案を行い、今後のクルーズ客船寄港時の活用へつなげる。

キーワード：クルーズ客船，八代港，おもてなし

1. はじめに

世界的なクルーズ市場の拡大に伴い、八代港においても大型クルーズ客船社からの寄港打診が相次いでいる。八代港への2015年の外航クルーズ寄港は11隻で、2014年実績の2隻から急増しており、「クルーズ船観光元年」ともいわれる[1]。客船寄港時に経費をかけない継続的なおもてなし体制の確立と市民参画の組織作りについて研究する。

2. 方法

4名で様々な視点からのおもてなし体制を考え、提案ならびに、提案した体制を試行する。

また、八代市国際港湾振興課や八代商工会議所と提携し、八代港に関する各種資料やデータ提供、現地調査におけるアドバイス、アンケート調査の支援等ご協力頂き、研究を進める。

3. 結果

3-1. 活動実績

- ・5月18日 八代商工会議所訪問

- ・6月3日 八代の未来を語る会

- ・7月23日 「クァンタム・オブ・ザ・シーズ」寄港見学

- ・8月29日 「ボイジャー・オブ・ザ・シーズ」寄港見学及びアンケート調査、観光地ヒアリング

- ・8月31日 八代市役所訪問、八代市内視察

- ・9月9日 八代市観光地視察

- ・9月20日 「クァンタム・オブ・ザ・シーズ」寄港見学、パンフレット及びマップの配布

- ・10月23日 着物おもてなし地方法人会山本さんインタビュー

- ・11月6日 肥後交通グループインタビュー

- ・11月9日 熊本市内外国人へのアンケート調査

- ・11月12日 八代市役所訪問

- ・11月14、15日 熊本市内外国人へのアンケート調査

3-2. タクシーの指さし案内表の提案

世界的なクルーズ市場の拡大に伴い、八代港においても大型クルーズ客船社からの寄港要請が

相次いでいる。しかし、八代市国際港湾振興課ならびに八代商工会議所へのインタビューでその受け皿が整っていないことが判明した。

熊本市のタクシー会社営業本部長へのインタビュー調査によると、年々国内でのタクシー利用率が減少傾向にあり、これからは外国人観光客のインバウンドを見据えていく必要があるという話を伺うことができた。しかし、八代市で行った現地調査の結果として、タクシードライバーの外国人観光客に対する受け入れ意識が低いことがわかった。まずはタクシードライバーと外国人観光客の間にある言葉の壁を崩すきっかけが必要であると感じた。そこで、八代商工会議所にタクシードライバーと外国人観光客のコミュニケーションを円滑にする指さし案内表の提案を行うことにした。

タクシー指さし案内表の作成において、肥後交通グループで実際に利用されている指さし案内表を基に外国人にアンケート調査を実施した〔2〕。

中国、韓国の方々を対象にアンケート調査を実施した。アンケート調査の実施場所は熊本市内、東京都小平市である。アンケート調査の協力者は43人であり、参考にした指さし案内表が使いやすいと回答した外国人の数は20人、使いにくいと回答した外国人は23人であった。

アンケート調査の結果を踏まえて、タクシー指さし案内表を作成した。必要のない項目は排除して使いやすさを重要視した。図1にタクシー案内表の改善版を示す。



図1. タクシー指さし案内表改善版

本研究で作成したタクシー指さし案内表はターゲットとなる外国人の意見や改善点を重要視した実用的な案内表となった。図1の案内表は肥

後交通グループと八代商工会議所の方に評価して頂くことができた。また、八代商工会議所を通じて導入を検討して頂くことができた。今後の課題としては、タクシー指さし案内表を導入するだけではなく、このツールを通してタクシードライバーの外国人観光客をおもてなしする意識を持ってもらうことである。

3-3. 地域資源を活用した観光マップの提案

八代港のクルーズ客船寄港時の乗組員をターゲットにおもてなしを提案するため、①アンケート調査、②観光マップの制作、③観光マップの評価、といった3段階の研究を実施した。

アンケート調査では、外国人観光客のニーズを明らかにすることを目的として、クルーズ客船寄港時に、八代市内を観光している外国人12名を対象に実施した。調査の結果、八代港寄港時に楽しみにしていたこととして、全体の59%が「観光」と回答した。外国人の多くが日本らしさを体験できる観光を楽しみにしていることが明らかになった。

クルーズ客船の乗組員が八代で観光を満喫できるようにおもてなしとして、「宝探し」と「まち歩き」の手法を取り入れた。この2つの手法を参考に、英語表記の八代観光マップ2種類を制作した(図2)。

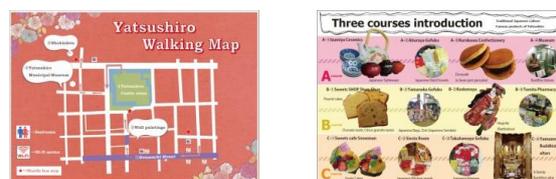


図2. 観光マップ

1つ目は八代の城下町をメインにした観光マップである。アンケート調査において、英語表記の観光地の案内が少ないという意見があった。そこで、八代城跡を中心に松浜軒や八代市立博物館などの観光スポットを掲載し、八代の地域資源の歴史や文化を英語で紹介した。2つ目は本町商店街をメインに3つの観光コースを紹介するマップである。クルーズ客船の乗組員が、商店街を散

策しながら八代の特産物や日本の伝統文化に触れてもらえるような店舗や商品を紹介している。最後に、制作した観光マップの評価を実施した。八代市国際港湾振興課の道田さんに「来年度のクルーズ客船来航時にマップを活用したい」とご意見をいただいた。また、熊本市内で外国人 10 名にヒアリング調査を行い、「わかりやすい」等の評価をいただいた。今後は、来年度以降のクルーズ寄港時に活用できるよう改良し仕上げていく予定である。

3-4. 八代港におけるクルーズ船寄港時のおもてなし組織の継続に関する研究

八代市で募集しているクルーズサポーター制度に注目して今後もこの制度を活かしておもてなしを実施し、どのような形で継続させていくべきかを考察する。

計 3 回の八代市役所の国際港湾振興課の方へのヒアリングにより、クルーズサポーター制度の現状と課題を明らかにした。クルーズ船受け入れのためサポーター制度の充実を図ることが難しいが、今後もお見送りの数を減らすことなく継続させたいというのが現状であった。また、市民や民間が主体となっておもてなしの輪を広げていくことを期待されていた。

次に、クルーズ客船寄港地において乗船客やクルーにとってどのようなおもてなしが喜ばれるのかを明らかにすることによって、外国人観光客のおもてなしのニーズを調査することを目的として行った。

今まで受けた中で良かったおもてなしは、『日本人に親切にしてもらったこと』という意見が最も多かった。また、『着物の着付け』等の日本らしい文化を体験することも魅力的なおもてなしであるということが分かる。

そこで、八代港クルーズサポーターでもあり、クルーズ船寄港時に商店街において着物の着付けのおもてなしをされていた地方法人会の山本さんからヒアリングも行った。

八代市が持つクルーズ船受け入れのためサポーター制度の充実を図ることが難しい、今後は市民や民間が主体となっておもてなしの輪を広げ

てほしい、という課題と地方法人会が持つ人手が足りず毎回継続しておもてなしを行うことが出来ない、という双方の課題を着物おもてなしボランティアを通して解決につなげ、おもてなし活動の土台を作ることが出来た。また、アンケート結果を踏まえ、外国人の方々が望んでいる“着物でのおもてなし”を通じた日本人との交流活動を今後も継続していくことが理想的であると考えられる。

3-5. 八代港クルーズ客船寄港時における観光パンフレットの作成と評価

～外国人観光客を対象として～

私は、まず、外国人のニーズを探る為にクルーズ客船で八代港にきた外国人観光客 20 人にアンケートをとった。外国人観光客の目的の 1 位が観光、2 位が買い物だった。そこで、観光で困ったことをアンケート。1 位が観光地の説明だった。そこでこれらの結果を元に外国人向けの八代観光パンフレットを作成することにした。

また、文献調査で、地域の特性を的確に把握、観光客の行動・属性を把握、地域の観光情報提供の課題を認識、大きくわけてこの 3 つが観光パンフレットには重要だとわかった。これらの結果をもとにパンフレットを作成した。熊本市内の外国人 40 人にアンケートをとった。

1. パンフレットを見て八代への観光意欲が湧くか

85%の人が「湧いた」、15%の人が「湧かなかった」と回答

2. パンフレットの改善点

「写真は大きく、たくさん載せたほうがいい」「説明文はあえて短く、小さく載せたほうが逆に興味をもつ」などの意見を頂いた。また、「神社における作法やおみくじの説明などが載っている点がいい」という意見を頂いた。また、「熊本市からの行き方を知りたい」という意見も多く頂いた。

外国人は細かな情報よりも色使いや写真など

第一印象がパンフレットには効果的だということがわかった。また外国人は神社の作法など日本の文化に興味をもっていることがわかった。

また、熊本市からの行き方を知りたいという声が多く上がっていたため、熊本市内の外国人をターゲットにパンフレットを作成すれば新たな観光客を呼び込めるのではないだろうか。

4. まとめ

本研究では、八代港におけるクルーズ客船寄港時に経費をかけない継続的なおもてなし体制の確立と市民参画の組織作りを目的として活動に取り組んできた。はじめに、八代地域での現地調査やアンケート調査を踏まえ、観光客の受け皿やクルーズサポーター制度の現状と課題を明らかにした。

タクシーの指さし案内表については、導入を検討して頂くことができた。また、サポーター制度の充実に向けて、着物おもてなしボランティアを通しておもてなし活動の土台を作ることが出来たと見える。外国人観光客のニーズに応えるため制作した観光マップと観光パンフレットは、今後のクルーズ寄港時に観光客のおもてなしとして活用していきたい。

本研究において 4 名で提案したおもてなし体制を、来年度以降も八代港で継続的に取り組んでいくことが理想的である。

5. 今後の課題と展望

本研究を進めていく中で、八代港におけるクルーズ寄港時の現状を分析し目的や課題を明らかにする「課題発見力」、課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する「計画力」、新しい価値を生み出す「創造力」を身に付けることが出来たと考える。

今後の課題として、タクシー指さし案内表を導入するだけでなく、このツールを通してタクシードライバーの外国人観光客をおもてなしする意識を持ってもらうことが挙げられる。また、観光マップやパンフレットにおいては、配布の際により多くの観光客に手に取ってもらうための工

夫が必要であると感じた。

謝 辞

本研究では、八代市国際港湾振興課、八代商工会義所、肥後交通グループ、地方法人会の皆様にご協力いただいた。

引用文献

[1]熊本日日新聞：元年の航路 クルーズ観光幕開け，2015年11月3日掲載.

[2]肥後交通グループ：タクシー指さし案内表

熊本市の「少子化対策」の施策について

指導教官：飯島賢志 准教授

グループ名：NEXTWORLD の担い手

メンバー：北井友理・国広真志・城川琴音・中尾愛梨・中島駿介・松岡可南子・松崎優一

連携先：熊本市役所企画振興局企画課

要 約

日本政府が施行している「ひと・まち・しごと創生法」に伴って、熊本市役所も人口ビジョンの作成に着手する。今春、熊本市民を対象として結婚・出産・子育てに関する意識調査、「移住に関する意識調査」、「熊本市内の大学生の卒業後の進路希望調査」した。今回の研究は結婚・出産・子育てに関する意識調査を重点的に置き、熊本県民を対象としたインターネット調査を行い、分析する。

キーワード：人口ビジョン・置換水準・合計特殊出生率

1. 研究の背景

近年日本では少子化、または高齢化が進み、合計特殊出生率は近年人口置換水準を下回り続けており、現在の置換水準は **2.07** となっている。日本全体の人口減少につながっている。人口減少局面への突入に対して、日本政府も「ひと・まち・しごと創生法」を施行している。

- (1) 若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現
- (2) 「東京一極集中」の歯止め
- (3) 地域の特性に即した地域課題の解決

3点を基礎的視点として着手している。

今回の研究ではこうした現状を踏まえ、少子化への施策として熊本市と学生が協力し、今後少子化に直面する当事者として学生からの意見を取り入れたアンケートを作成し、インターネットを用いて熊本県民の結婚から出産、子育てに関する意識を調査する。

2. 本研究の課題

本研究では、例えば下記の3つの課題を明らかにすることを目的としている。

課題1【携帯電話の異性登録数が少ないと結婚しやすいのか】

課題2【共働き世帯は子育て関しての満足度はどれくらいか】

課題3【男性育児休暇取得しやすい環境とは】

【課題1について】

新美・松尾・永田(2005)によれば、年齢にかかわらず、既婚女性の方が、未婚女性よりも携帯電話の異性登録数が少ないことが明らかになっている。今回の調査では、熊本においても新美・松尾・永田の指摘があてはまっているのかを確認する。既婚後の登録者数の増減について明らかにし、結婚と異性登録数の関係を分析する。

【課題2について】

2015年度版の男女共同参画白書によると、1980年に比べ2014年の共働きは世帯数で約2倍になっている。そこで、現在、共働き世帯の中で金銭面や子育てなどの制度面などで、どのようなことを求めているのかを明らかにしたい。結果をもとに制度の提案をし、共働き世帯の方々が子育てしやすい環境やさらに子どもを持ちたいという気持ちを高くしたいと考える。

【課題3について】

厚生労働省熊本労働局が発表した熊本県の男性の育児休暇取得によると、686事業所の中で1.0%が育児休暇を取得している。結果から男性の育児休暇取得率が低いと少子化に影響していると考えている。男性が育児休暇を取得しやすい環境を整えれば少子化を抑制できるのではないかと。どのような制度を必要としているのか明らかにしたい。

3. 方法

アンケートを作成する上で、まず熊本市市役所の政策企画課が市民を対象として、今春行った「結婚・出産・子育てに関する意識調査」を参考にした。それらの質問文から、興味のあるものや、出生率に関わりのありそうな項目を取り上げ、飯島ゼミ独自のアンケートを作成した。

アンケートの質問項目としては年齢や居住地域、職業に関する基本的なことと私たちが考える仮説を立証するための質問項目を加えた。例として、女性だけでなく男性の育児休暇取得率はどの程度なのか、出会いの場や連絡を取り合える知り合いの数が多きことは結婚の機会につながるのか等がある。これら諸問題について仮説を立て、活動内で考案した項目で調査、分析を行い、少子化を解明していく。

【調査に使用するアンケートに関して】

調査会社：株式会社インテージ

調査方法：インターネット調査

調査地域：熊本県

対象者条件：熊本県在住者

年齢層：20歳から49歳の男女

サンプル数：400サンプル

2014年10月の熊本県の男女比率に合わせてサンプルを抽出してもらおう。インテージのモニターで行うため、ランダムサンプルではなく、何らかの理由で偏っている可能性が高い。しかし、インターネット調査でどれくらい結果を反映できるのかを私たちが吟味をしたいと考えている。

4. 今後の課題と展望

【研究に関する事柄】

インターネットによるアンケート調査をおこなったためサンプルの偏っている可能性があり、更なる分析が必要としているかもしれないことが課題としてあげられる。今後、出産・結婚など個人のプライベートな問題についてどのようなアプローチから少子化の問題の解決につなげていく。

【社会人基礎力に関する事柄】

今回、個人ではなくグループワークで研究をおこない、お互いの研究課題を共有し協調性が養われた。インテージ社の交渉を進める中で、ビジネスの流れを学ぶことができた。

謝辞

今回、地域連携型卒業研究の一環としてあたたかく見守っていただきました熊本市役所企画振興局企画課の皆様に感謝の意を示します。

引用文献

- ・国立社会保障・人口問題研究所(2012)日本の将来推計人口
- ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部
- ・新美明夫、松尾貴司、永田忠夫(2005)携帯電話利用における結婚効果について愛知淑徳大学
- ・内閣府男女共同参画局(2014)平成26年男女共同参画社会の形成の状況第2章女性の活躍経済社会の活性化
- ・厚生労働省熊本労働局(2014)熊本労働局管内における「育児・介護休業制度等の実地状況」について

糖尿病サマーキャンプにおけるカーボカウントの実施

指導教官：福島英生 教授

グループ名：DM レポリューションⅢ

メンバー：桑野舞、江藤咲、松下光里、渡瀬えみ

連携先：熊本県糖尿病協会

要 約

小児1型糖尿病サマーキャンプにおける患児の食事摂取量と活動量ならびにカーボカウント法の実施状況について調査した。食事摂取量・活動量調査では、対象者の77%が摂取エネルギーより消費エネルギーが多かった。PFC比では対象者の92%が脂質を過剰に摂取し、糖質は69%が不足していた。カーボカウント調査では、平成26年度と比較しカーボカウントの誤差が減少した。平成27年度より実施した糖質量記載のカードを用いる方法、学生の補助等が有効であったと考えられる。平成26年度と比較し、血糖値の変動の幅が小さくなった患児が多く、カーボカウント法が有効であったことから今後も患児、保護者への教育を継続的に行っていく必要がある。また、カーボカウント法の指導に加え、食品の選択の仕方、栄養バランス等についての指導も重要と考えられる。

キーワード：小児1型糖尿病，カーボカウント，サマーキャンプ

1. はじめに

1型糖尿病は自己免疫的機序などで膵β細胞が破壊されることにより、インスリンの分泌がわずか、もしくはまったく分泌されないため、高血糖に至る疾患である。食事摂取量の調節とあわせてインスリン注射によって血糖をコントロールする必要がある。成長期にある子どもにおいては、適切な血糖コントロールにより高血糖による合併症や低血糖による昏睡を防ぎ、正常な発育を促さなければならない。

投与インスリン量の調節の1つにカーボカウント法がある。カーボカウント法は、食事の炭水化物量に合わせて注射するインスリン量を調節し、血糖値をうまくコントロールする方法である。糖質の含有量を計算するカーボカウントを用いることで、その時どきの食事に合わせてインスリンの量やタイミングを調節できるので、食事制

限が少なくなり、幅広い食事を楽しむことが出来る。

そこで本研究では、サマーキャンプにおける患児の食事摂取量と活動量を調査し、成長に見合ったものとなっているか評価した。あわせてカーボカウント法を実施し、適正に行われたかを評価した。

2. 方 法

2-1. 調査対象および調査期間

第47回肥後っコスマイルサマーキャンプ（以下キャンプ）に参加した患児13人（男子6人、女子7人）を対象とした。キャンプは、ブルーアイランド天草にて平成27年8月8日から11日の3泊4日で開催された。

2-2. 調査方法

(1) 身体測定値、血液検査成績

身長、体重、HbA1c および血糖自己測定の結果は対象者の同意の上、カルテより転記した。

(2) 食事調査

写真法を用いて、1日3食の内容が確認できた2日目と3日目の計6食の解析を行った。対象者の食事に25cmのスケールと日付ラベルを添え、食前と食後にデジタルカメラで撮影し、写真をもとにエネルギーおよび栄養素等摂取量を算出した¹⁾²⁾。

(3) 活動量調査

ライフコーダGSを用いて、食事調査と同様に2日目と3日目に調査した。なお、水中での運動の際は観察法を用いた³⁾。

(4) カーボカウント調査

キャンプ期間中、対象者のカーボカウントの理解度、実行度にあわせ、初級と上級の2つのグループに分けて指導を行った。食事の前に、選択した食事に合わせて、各食品の糖質量が記載されているカード、電卓を用いてカーボカウントを行い、必要なインスリン量を計算し決定した。カーボカウント専用の記入用紙を作成し、対象者自身がその用紙に記入してもらうようにした。あわせて、患児それぞれを学生1名が補助し、間違いがないか確認しながら一緒にカーボカウントを行った。学生は、平成26年度の調査より見落とししやすい食品を把握し、カーボカウントについて学習した後に調査を行った。なお、カーボカウント調査は4日間行った。

質問票は、キャンプに参加している医師によって作成されたものを用いた。

2-3. 個人情報の取り扱い

熊本県立大学生命倫理審査委員会の承認を得た後、対象者と保護者にインフォームドコンセントを行い、文書による同意の得られた者を対象に調査を行った。

3. 結果

3-1. 対象者の身体特性

身体特性の結果を表1に示す。平均年齢は、男子14.8±1.7歳、女子11.6±4.0歳、全体13.1±3.5歳であった。HbA1cは、男子7.9±1.1%、女子6.8

±0.5%、全体7.2±0.9%であった。なお、肥満傾向はみられなかった。

3-2. 食事調査・活動量調査

2日間の平均栄養素等摂取量および消費エネルギーを算出した。なお、対象者13人中4人は、キャンプ2日目もしくは3日目のみの結果である。エネルギー出納をみると、13人中10人(77%)が消費エネルギーより摂取エネルギーが多くなっていた。PFC比では、12名(92%)が脂質を過剰に摂取しており、糖質においては9名(69%)が不足していた。食塩摂取量では、10名(77%)が過剰に摂取していた。食物繊維量では、12名(92%)が不足していた。

3-3. カーボカウント調査

平成26年度と平成27年度のカーボカウントの正答率を比較すると、前者のカーボカウント正答率の平均は95.6%、後者は98.4%であった。平成27年度、平成26年度ともに糖質を少なく見積もる傾向にあった。対象者のうち平成26年度、27年度と続けてキャンプに全日程で参加した患児6人の正答率の変化を図1-1、図1-2に示す。平成27年度では平成26年度に比べて全体的に100%に近い値となり、改善の傾向がみられた。カーボカウントの誤差原因を表2-1、表2-2に示す。平成27年度の調査では、平成26年度で多くみられた計算間違いや牛乳の見落としが大きく減少した。平成27年度では、平成26年度では行われなかった投与インスリン量の調整を行っており、継続して参加した6人中4人において平成26年度よりも血糖値の変動が小さくなった(図2-1、図2-2)。さらに、カーボカウントを普段から実行している患児ほど変動が小さく、安定していた。

カーボカウント質問票調査では、対象者のうち質問票を回収できた12名を対象とした。平成26年度と比較し、カーボカウントの認知度は100%となり、実行度も上がった。しかし、まだカーボカウントを実際に行っている患児の割合は42%と少ない傾向にあることが分かった。

4. 考察

平成 27 年度のカーボカウント調査では、平成 26 年度と比較しカーボカウントの誤差が大きく減少した。平成 26 年度で多くみられた牛乳の見落としや計算間違いが減少した。今年度より始めた糖質量が記載されているカードを用いた方法が有効であったと考えられる。さらに、電卓の使用やキャンプで患児それぞれを学生 1 名が補助しながらカーボカウントを一緒に行ったこともよい結果につながったと考えられる。また、血糖値の変化をみると、変動の幅が小さくなった患児が多かった。キャンプは、非日常であり、普段と異なる食事量になる可能性が高いため、食事の糖質量に合わせてインスリン量を調節できるカーボカウント法が適する環境にあると考えられる。今年度は、糖質量にあわせたインスリン量の決定まで行ったことにより、血糖値の変動が小さくなった患児が多かったと考えられる。ただし、普段からカーボカウント法を実行している者は少ない。今後も患児や保護者への教育が必要であり、家庭でも実践できるようにすることが重要である。食事調査の結果より、脂質の摂取が過剰、糖質の摂取が不足しており、食物繊維量も全体的に不足している傾向にあった。患児は成長期にあり、患児自身の発育・発達のためにも今後は食品の選択の仕方、栄養バランスについての指導も必要であると考えられる。

5. 結論

平成 26 年度のカーボカウント調査の結果と比較して、カーボカウントの誤差が大きく減少したことから、理解度が高まったことが示唆された。また、平成 26 年度と比較して、血糖値の変動が小さくなった患児が多かったことからカーボカウントの有用性が示された。

6. 今後の課題と展望

6-1. 研究に関して

今後も継続的にカーボカウント法の教育を行うことで、カーボカウント法の理解度の向上、普及に努めたい。さらに、食品の選択の仕方、栄養

バランスに関しての指導も行い、患児に見合った食事になっているのか今後も調査していきたい。

6-2. 社会人基礎力に関して

キャンプにおいて、学生リーダーを務め、多職種や様々な年代の方とコミュニケーションを図ることで、適応力や傾聴力等の向上を実感した。あわせてカーボカウント法の理解やデータ解析を通して、管理栄養士としての専門性の向上を実感した。今後も、様々なイベントに参加し、課題に取り組むことで就業力を高めたい。

謝辞

本研究の実施にあたり、これまで協力してくださいましたサマーキャンプ参加者の皆さま、サマーキャンプ実行委員会の皆さま、熊本県糖尿病協会の皆さまに心より感謝申し上げます。

引用文献

- 1) 香川芳子：五訂増補 食品成分表 2012
女子栄養大学出版社
- 2) 菱田明,佐々木敏:日本人の食事摂取基準 2015
第一出版株式会社
- 3) 厚生労働省：健康づくりのための運動指針
2006 ～生活習慣病予防のために～

表 1. 対象者の身体特性

性別	ID	年齢 (歳)	身長 (cm)	体重 (kg)	身長別標準体重 (kg)	肥満度 (%)	HbA1c (%)
男子	3	15	171.0	71.0	60.0	18.3	-
	7	18	170.0	65.0	63.6	2.2	8.6
	8	15	168.0	55.0	57.7	-4.7	8.9
	10	13	141.0	32.0	33.6	-4.7	6.5
	11	14	175.7	53.0	62.5	-15.2	-
	14	14	167.0	57.0	55.2	3.2	7.4
男子平均		14.8	165.5	55.5	55.4	-0.1	7.9
標準偏差		1.7	12.4	13.4	11.1	11.2	1.1
女子	1	12	145.0	32.0	38.5	-16.9	6.1
	2	18	161.0	67.0	57.0	17.5	-
	4	7	118.0	21.0	21.6	-2.7	6.7
	9	13	148.9	41.0	43.3	-5.3	6.9
	13	14	165.6	63.5	55.1	15.2	6.8
	15	10	150.0	41.0	41.4	-1.0	7.5
16	7	120.0	24.0	22.6	6.2	7.0	
女子平均		11.6	144.1	41.4	39.9	1.9	6.8
標準偏差		4.0	18.6	18.0	14.0	12.1	0.5
全体平均		13.1	153.9	47.9	47.1	1.0	7.2
標準偏差		3.5	18.9	17.1	14.6	11.2	0.9

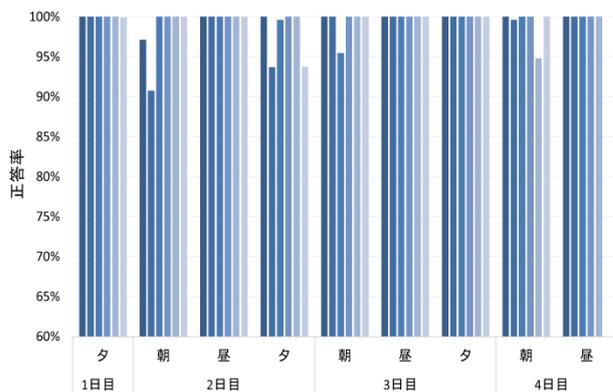
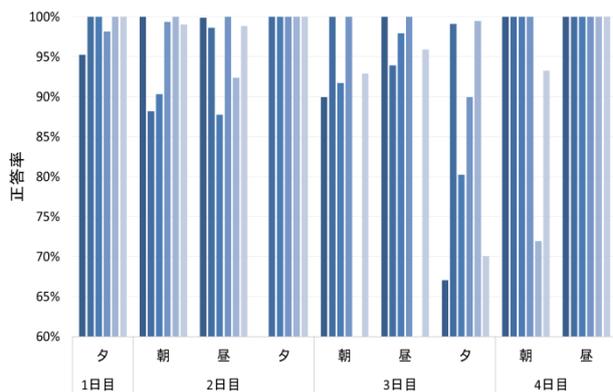


図 1-1. カーボカウントの正答率の変化(平成 26 年度) 図 1-2. カーボカウントの正答率の変化(平成 27 年度)

表 2-1. カーボカウントの誤差原因(平成 26 年度)

ID	1日目 夕	2日目 朝	2日目 昼	2日目 夕	3日目 朝	3日目 昼	3日目 夕	4日目 朝	4日目 昼
1	計算	計算						にゅうめん	
2		牛乳	計算		ポパイサラダ	計算	計算		
4									マカロニサラダ
5	計算	納豆							
8		計算		計算				計算	牛乳
9	計算				牛乳			計算	
10		みそ汁、牛乳	たくあん、計算	計算	牛乳			計算	
11		牛乳	計算		牛乳	めんつゆ		計算	
15		おでん						計算	計算
16			計算					計算	
18		計算			計算	計算		計算	計算
19		お茶	たくあん		みそ汁、しそ昆布	計算		計算	計算

表 2-2. カーボカウントの誤差原因(平成 27 年度)

ID	1日目 夕	2日目 朝	2日目 昼	2日目 夕	3日目 朝	3日目 昼	3日目 夕	4日目 朝	4日目 昼
①									
②		納豆							
③		計算		タレ				計算	
④						カードの取り間違い			
⑦				計算				ご飯	
⑧				計算	みそ汁				
⑨									
⑩					ポパイサラダ				
⑪									
⑬								計算	
⑭	計算			タレ					
⑮									
⑯								計算	

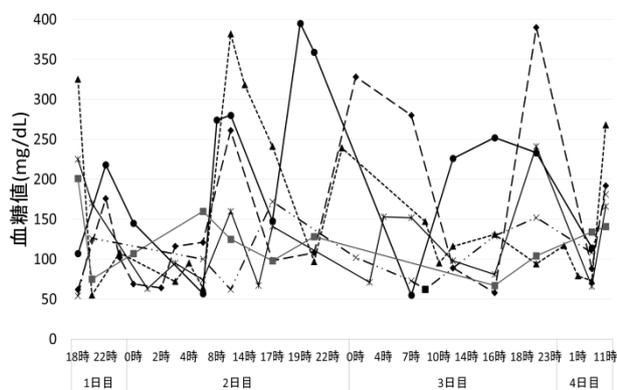


図 2-1. 血糖値の変化(平成 26 年度)

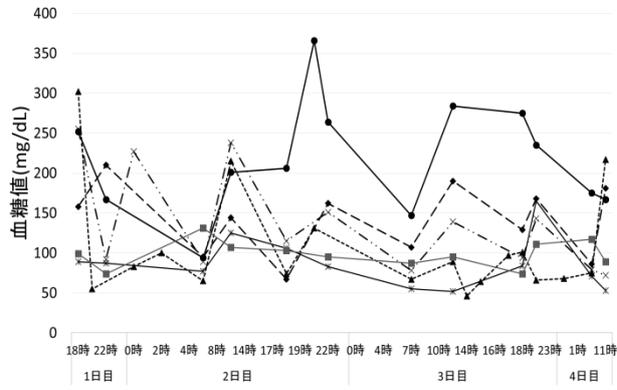


図 2-2. 血糖値の変化(平成 27 年度)

黒川温泉滞在型ヘルスツーリズム商品開発

ー温泉旅館でのブルーサークルメニュー開発ー

指導教官：福島英生 教授

グループ名：臨床病態代謝学研究室

メンバー：江藤咲・渡瀬えみ・桑野舞・松下光里・松元早紀

連携先：黒川温泉観光旅館協同組合

要 約

黒川温泉の活性化を目的とし、これまで旅館組合として積極的に取り組んでこなかった食事に着目した。現在旅館で提供されている1日の食事を調べたところ、エネルギー量は平均1912 kcalであり、1日の推定平均必要量¹⁾の大半を占めていた。PFCバランスをみると、平均はPFC = 23 : 30 : 47であり、脂質、たんぱく質が多く、炭水化物が低かった。そこで、健康に配慮したメニュー開発を行い、くまもと健康づくり応援店ならびにブルーサークルメニューの指定を目指した。その結果、7旅館がくまもと健康づくり応援店、2旅館でブルーサークルメニュー提供の予定である。さらに、昨年度から本研究室で行われている美肌対策地産地消メニュー（美タミン食）の提供についても、3旅館の追加が見込まれている。黒川温泉一帯で健康に配慮したメニューの提供により、独自性の創造と顧客満足度を向上させ、さらなる観光客誘致が期待される。

キーワード： 食事、ブルーサークルメニュー、健康、地域活性化

1. はじめに

黒川温泉は熊本県の南小国町にある温泉で、入湯手形の販売や情緒あふれる景観の確保など、地域一帯で活性化に努めており、全国屈指の人気温泉地である。

これまで、黒川温泉では地域活性化を目的として、黒川温泉一帯で街おこしに取り組み、成果を上げてきた。ただし、食事に関しては各旅館独自の取り組みにとどまり、組合全体での積極的な取り組みは十分に行われていなかった。

そこで本研究室では昨年度、美肌に効果的なビタミンを強化した美肌対策地産地消メニューの開発を行った。しかし、導入できたのは4旅館と飲食店1軒のみであったため、今年度はさらなる取り組み旅館数の増加と、黒川温泉一帯でのくまもと健康づくり応援店の指定、ブルーサークルメニューの導入を目指した。

2. 方法

2.1 対象

【研究①】食事の現状把握

黒川温泉街にある28旅館のうち、5旅館を対象に行った。

【研究②】くまもと健康づくり応援店の指定

(1) くまもと健康づくり応援店の指定

黒川温泉街にある28旅館を対象とした。

(2) ブルーサークルメニューの開発

黒川温泉街にある28旅館のうち、3旅館を対象に行った。

【研究③】美肌対策地産地消メニュー（美タミン食）の開発

黒川温泉街にある28旅館のうち、3旅館を対象に行った。

2.2 方法

【研究①】食事の現状把握

黒川温泉の各旅館の食事内容を写真法または秤量法により調査し、エネルギー、栄養素量、PFCバランスを算出した。

【研究②】くまもと健康づくり応援店の指定

熊本県では、県民の健康づくりを支援するために、くまもと健康づくり応援店という制度を設けている。くまもと健康づくり応援店とは、栄養成分表示、食事バランスガイド表示、野菜もりもりメニューの提供、ヘルシーオーダーへの対応、地産地消、禁煙の推進、の中から一つ以上対応した飲食店である²⁾。

また、くまもと健康づくり応援店の上級プログラムとして、ブルーサークルメニューがある。ブルーサークルメニューとは、エネルギー600 kcal未満かつ塩分3.0 g未満の食事、生活習慣病などの持病を持っている方、エネルギーや塩分の摂りすぎが気になる方でも安心して外食を楽しむことができるメニューである²⁾。熊本県栄養士会が厳正なエネルギー・塩分計算等を行い、認定委員会の審査の後、これらの指定を受けるために、対象となる旅館の食事分析を行い、改善すべき事項を提案し、メニューの開発を行った。

【研究③】美肌対策地産地消メニュー（美タミン食）の開発

昨年度、本研究室で行ったメニュー開発を引き続き行った。美肌対策地産地消メニューとは、旅館の1日の食事（朝食と夕食）で、野菜使用量を350 g以上、果物使用量を160~200 gとし、美肌に効果的なビタミンA、E、B₂、Cを強化したメニューである（表1）。研究①で得られた結果を基に、改善すべき事項を提案し、メニューの開発を行った。

表1. 美肌対策地産地消メニューの基準

野菜、果物使用量の増加	
野菜使用量	350 g(内、緑黄色野菜120 g)
果物使用量	160~200 g
ビタミンA、E、B ₂ 、Cの強化	
ビタミンA	700以上2700μg未満
ビタミンE	6.0 mg以上700 mg未満
ビタミンB ₂	1.6 mg以上
ビタミンC	100 mg以上

日本人の食事摂取基準(2015年版)の成人男女の値を参考に算出

3. 結果

【研究①】食事の現状把握

対象の5旅館のうち、データの揃った3旅館を解析対象とした。旅館A、旅館B、旅館Cで提供されている1日の食事（朝食と夕食）のエネルギー量および栄養素量を表2に示す。エネルギー量は、平均1912kcalであり、1日の推定平均必要量¹⁾（成人男女の平均値）の大半を占めていた。その他の栄養素においても1日の推定平均必要量や目安量を上回っているものがあつた。中でも、食塩相当量は、両旅館で1日の目標量¹⁾（成人男女の平均値）を約9 g上回っていた。PFCバランスを見ると、平均はPFC = 23 : 30 : 47であり、脂質、たんぱく質が高く、炭水化物が低かつた。

【研究②】くまもと健康づくり応援店の指定

(1) くまもと健康づくり応援店の指定

黒川温泉にある28旅館中、栄養成分表示が1旅館、野菜もりもりメニューの提供が4旅館、地産地消が4旅館、禁煙が4旅館、ヘルシーオーダーへの対応が4旅館で申請できた。管轄の阿蘇保健所に申請し、承認後、くまもと健康づくり応援店として表示が可能となる。

(2) ブルーサークルメニューの開発

ブルーサークルメニューは、導入希望旅館3旅館のうち、2旅館で食事分析を行った。旅館Cと旅館Dのエネルギー、栄養素、野菜使用量を表3に示す。旅館Cでは、エネルギー量764 kcal、たんぱく質37 g、脂質32 g、炭水化物69 g、食塩相当量3.2 g、野菜使用量108 gであつた。旅館Dでは、エネルギー量631 kcal、たんぱく質33 g、脂質15 g、炭水化物90 g、食塩相当量2.7 g、野菜使用量204 gであつた。ブルーサークルメニューの基準を満たすために、具体的に、使用する肉の部位や分量の変更、減塩しょうゆや減塩みその使用、野菜メニューの増加といった提案を行った。その後、さらなる厳正な審査のため、熊本県栄養士会へ引き継いだ。

【研究③】美肌対策地産地消メニュー（美タミン食）の開発

旅館A、旅館B、旅館Cの野菜・果物使用量を表4に示す。旅館Aでは、野菜使用量が409 g、

果物使用量は89gであった。ビタミンについて、ビタミンAは基準を満たしていなかったが、その他は基準を満たしていた。旅館Bでは、野菜使用量が313g、果物使用量は81gであり、ビタミンは全て基準を満たしていた。旅館Cでは、野菜使用量が270g、果物使用量は60gであった。ビタミンについて、ビタミンAとB₂は基準を満たしていなかったが、その他は基準を満たしていた。これらの結果を基に、各旅館で不足するビタミンや野菜・果物使用量を補うために、主菜や副菜に使用される緑黄色野菜の量や、デザートของ果物の量を増やすといった提案を行った。

黒川温泉では、昨年度から、温泉の特色を生かした機能温泉浴と、美肌に効果的なビタミンを強化した美肌対策地産地消メニュー(美タミン食)、温泉街の散策(まち歩き)を組み合わせた「美肌モンプログラム」という取り組みが行われている(図1)。今後、美肌対策地産地消メニューの開発を行う4旅館では、美タミン食が取り入れられ、「美肌モンプログラム」として販売される予定である。

4. 考察

研究①より、旅館で提供されている朝夕の食事のエネルギー量は、1日の推定平均必要量の大半を占めていた。食塩相当量は、1日の目標量を約9g超えていた。一般的に温泉旅館の食事は豪勢なものが多いため、エネルギーが高くなりやすい。食事内容は、和食が多く食塩やしょうゆ、みそなどの使用量が多いことから、塩分相当量が多くなると考えられる。また、PFCバランスは、平均はPFC=23:30:47であり、脂質、たんぱく質が高く、炭水化物が低い傾向がみられた。肉、魚、卵など、たんぱく質を多く含む食材の使用量が多いためであると考えられる。これまで、旅先では普通の食事と異なる豪勢な食事へのニーズが高かった。しかし、高齢化や生活習慣病の増加によりエネルギーや脂質、食塩を抑えた食事へのニーズがでてきた。今後は、食事に関して様々なニーズに対応することで、さらなる観光客の誘致につながると考えられる。

現在、日本人において、「糖尿病が強く疑われる者」の割合は、男性16.2%、女性9.2%である³⁾。また、熊本県では、「糖尿病の可能性を否定できない人」かつ「糖尿病が強く疑われる人」が、熊本県成人人口の4人に1人の割合で存在する⁴⁾。そこで熊本県では、食環境整備として栄養成分表示、食事バランスガイド表示、野菜もりもりメニューの提供、ヘルシーオーダーへの対応、地産地消、禁煙の推進を行っている。前述の項目に対し、基準を満たした飲食店に対して「くまもと健康づくり応援店」として認定を行っている。今回、新たに黒川温泉一帯でも、この認定を導入し、なおかつ昨年度よりスタートした美肌モンプログラムの取り組み旅館数を増加させることで、多様化する社会のニーズに応えることができると考えられる。黒川温泉一帯での健康に配慮したメニューの提供により、独自性の創造と顧客満足度を向上させ、さらなる観光客誘致が期待される。

5. 結論

黒川温泉の活性化を目的とし、これまで旅館組合として積極的に取り組んでこなかった食事に着目した。温泉旅館は、豪勢な食事であるため、エネルギー量や脂質、たんぱく質、食塩相当量が多かった。健康に対する意識が高まる中、温泉旅館での健康に配慮したメニューの提供が求められると考え、健康に配慮したメニューの開発を行った。このような活動を黒川温泉一帯で行うことにより、独自性の創造と顧客満足度を向上させ、さらなる観光客の誘致が期待される。

6. 就業力

本地域連携型卒業研究を通して、現地調査やメニューの提案と説明、連携先との打ち合わせにより柔軟性・情報発信力・コミュニケーション能力・企画力を身につけることができた。さらに、食事のエネルギー計算や成分分析など管理栄養士としての専門性を身に付けることができた。

7. 今後の課題と展望

黒川温泉一帯で健康に配慮したメニューの提

供を目指したが、全ての旅館で提供することができなかつた。今後は、さらなる取り組み旅館を増やし、黒川温泉一帯での健康に配慮したメニューの提供を行い、幅広いお客様のニーズに対応するとともに、黒川温泉の独自性の創造を図ることで、地域一帯の活性化につなげることができる。

謝 辞

この報告書を作成するにあたって情報提供ならびにご協力いただきました黒川温泉観光旅館協同組合、熊本県観光課、熊本県栄養士会、阿蘇保健所の皆様に感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 加藤友照：日本人の食事摂取基準（2015年版），第一出版株式会社，2012
- 2) 熊本県ホームページ www.pref.kumamoto.jp
- 3) 厚生労働省：平成25年国民健康・栄養調査
- 4) 平成23年度熊本県県民健康・栄養調査

表 2. 1日の食事（朝食と夕食）のエネルギー量および栄養素量

		エネルギー (kcal)	たんぱく質 (%)	脂質 (%)	炭水化物 (%)	食塩相当量 (g)	ビタミンA (μg)	ビタミンE (mg)	ビタミンB2 (mg)	ビタミンC (mg)
旅館 A	朝食	683	22.0	27.9	66.2	6.0	369	4.3	0.88	68
	夕食	1220	34.5	32.2	28.8	11.6	262	9.5	1.04	59
	合計	1903	30.0	30.6	42.2	17.6	631	13.8	1.92	127
旅館 B	朝食	867	20.5	31.5	48.5	7.3	204	5.9	0.89	34
	夕食	1522	17.1	27.1	51.6	8.3	623	7.4	0.95	102
	合計	2389	18.4	28.7	50.5	15.6	827	13.3	1.84	136
旅館 C	朝食	470	22.0	24.3	55.5	5.8	288	6.5	0.48	41
	夕食	975	18.3	37.8	41.3	5.8	229	9.3	0.75	78
	合計	1445	20.2	31.1	48.4	11.6	517	15.8	1.23	119
1日の平均		1912	22.8	30.1	47.0	14.9	658	14.3	1.66	127

表 3. ブルーサークルメニュー開発希望旅館におけるエネルギー、栄養素、野菜使用量

	エネルギー (kcal)	たんぱく質 (%)	脂質 (%)	炭水化物 (%)	食塩相当量 (g)	野菜使用量 (g)
旅館D	763	19	38	36	3.2	108
旅館E	631	21	21	57	2.7	204

表 4. 野菜・果物使用量

		野菜使用量(g)		果物使用量(g)
		緑黄色野菜	その他の野菜	
旅館 A	朝食	58	110	39
	夕食	162	79	50
	合計	409		89
旅館 B	朝食	30	106	39
	夕食	84	93	42
	合計	313		81
旅館 C	朝食	56	51	0
	夕食	28	135	60
	合計	270		60



黒川温泉観光旅館協同組合
<http://www.kurokawaonsen.or.jp/>より

図 1. 黒川温泉 美肌モンプログラムの概要

日本一の信号機の販路拡大プロジェクト

～晩白柚の新規機能性の探索および活用法の検討～

指導教官：友寄博子 准教授

グループ名：友寄 ZOO

メンバー：西岡美里・渡邊紗矢・原田夏奈子・松尾香織

連携先：八代市役所フードバレー推進課

要 約

晩白柚 (*Citrus maxima*) はざぼん類に属し、全国で唯一熊本県（八代）が生産する世界最大の柑橘類であるが、その成分や機能性については不明な点が多い。そこで本研究では、晩白柚の特徴でもある分厚い果皮に着目し、日本人が抱える健康上の問題点の解決に役立つような機能性の探索を行った。その結果、水溶性および不溶性のどちらの食物繊維も含有していたことから、この乾燥果皮が日本人に不足している食物繊維を補うための食品素材になることが分かった。また乾燥果皮粉末が食事由来糖質吸収に与える影響について、ラットに糖負荷試験を行い検討した。その結果、乾燥果皮由来成分が消化の過程に影響を与えることが考えられた。

キーワード：晩白柚，柑橘類，果皮，食物繊維，糖負荷試験，糖尿病

1. 研究背景

近年生活習慣病患者数が増加傾向にあることはいうまでもないが、様々な生活習慣（食生活、飲酒、喫煙、運動不足）やストレスなど複数が関与しており¹⁾、特に食生活がこれに与える影響は大きい。そこで、食品に含まれる機能性成分を明らかにし、それを積極的に活用することで生活習慣病の予防に繋げることができないかと考えた。

晩白柚 (*Citrus maxima*) はざぼん類に属し、全国で唯一熊本県（八代）が生産する世界最大の柑橘類である。ざぼん類は柑橘類の中でも果実が巨大で果皮が分厚いという特徴を持つが、特に晩白柚はその特徴が著しく、果皮の活用法については現在検討されている。また、これまで多くの柑橘類において、生活習慣病の予防に効果をもたらすような機能が発見されてきたが、晩白柚については研究数が限られており、不明な点が多い。

そこで本研究では、晩白柚の果皮に着目をし、

それが持つ機能性について明らかにすることを目的とした。

食物繊維は、ヒトの消化酵素で消化されない食物中の難消化性成分の総体²⁾である。食物繊維の摂取不足が心筋梗塞などの生活習慣病発症に関連するという報告が多いことから²⁾、日本人の食事摂取基準（2015年版）の18～69歳においては、男性20 g/日以上³⁾、女性18 g/日以上³⁾と摂取目標量が定められている。しかし、平成25年国民健康・栄養調査では、1人当たりの食物繊維摂取量の平均値が男性14.6 g/日⁴⁾、女性13.8 g/日⁴⁾と、目標量に達していないのが現状である。そこで、晩白柚の乾燥果皮が食物繊維の摂取不足を補うための食品素材にならないかと考え、食物繊維含有量および組成を分析した。

水溶性食物繊維の中には、糖質の吸収を抑制する働きを持つものがあり、現在、特定保健用食品等に利用され、糖尿病の予防効果が期待されてい

る。本研究により、晩白柚の乾燥果皮に水溶性食物繊維が含有していることが分かったため、乾燥果皮粉末が食事由来糖質吸収に与える影響についても検討した。

2. 方法

【1】現地調査 (7/31)

研究を行う前に、晩白柚の現状や産地のニーズ等を明らかにするために、晩白柚の産地である八代市を訪れ、JA や八代商工会議所および生産者の元で、晩白柚に関する生産状況、活用法および製品等の情報を収集した。

【2】晩白柚乾燥果皮粉末の作製 (7/8)

はじめに、晩白柚の果皮を利用しやすくするために、完熟果の果皮をサイコロ状に切った後、70℃に設定した乾燥機を用いて24時間の加熱乾燥を行った。その後、粉碎機を用いて粉碎し、500 μm以下の粉末になるようにふるいにかけて、晩白柚乾燥果皮粉末（以下、乾燥果皮粉末）を作製した（図1）。以後、これを用いて以下の研究を行った。



図1. 晩白柚乾燥果皮粉末の作製方法

【3】乾燥果皮の食物繊維含有量および組成分析 (9/3~10/21)

プロスキー変法Iを用いて、乾燥果皮の食物繊維含有量および組成の分析を行った。

【4】乾燥果皮粉末の食事由来糖質吸収への影響

ラットに乾燥果皮粉末を用いた糖質負荷試験を行い、ラットの尾静脈から採取した血清を用いて血中グルコース濃度を測定した。この結果を基に、乾燥果皮粉末が食事由来糖質吸収に与える影響について検討した。糖質負荷試験には、体内で

消化の過程が必要なデンプンと、そうでないグルコース（デンプンの分解産物）の2種類の糖質を用いた。

デンプン負荷試験 (7/15~8/24)

デンプン溶液のみを与えた群（以下、Control群）、デンプン溶液に乾燥果皮粉末を溶解したものを与えた群（乾燥果皮粉末量30 mg/kg体重（以下、Low群）、乾燥果皮粉末量150 mg/kg体重（以下、High群））の3群にラットを分けて、各群のラットにそれぞれの溶液を経口投与した。採血は、尾静脈より投与前0分と投与後経時的に3時間まで行った。その後、採取した血清を用いて血中グルコース濃度を測定した。

グルコース負荷試験 (8/17~8/31)

デンプン負荷試験と同様の方法で、グルコース溶液のみを与えた群（以下、Control群）、グルコース溶液に乾燥果皮粉末を溶解したものを与えた群（以下、Low群およびHigh群）の3群にラットを分けて実験を行った。

3. 結果

【1】晩白柚を生産するだけでは生計を立てることが困難であるため、生産者の減少および後継者の不足が問題とされていた。また一般家庭において、晩白柚の果皮はざぼん漬けとして調理されない限り、ほとんど食されることなく破棄されているとのことだった。現在、果皮の製品としてペーストや乾燥粉末を利用した入浴剤等が製造されているが、機能性情報が不足しており、付加価値を高める新たな情報が求められていることが明らかとなった。

【2】作製した乾燥粉末は茶色がかった黄色をしており、晩白柚特有の香りに甘く香ばしい香りが加わっていた。また、水に入れると完全に溶解することはなく、粉末が残るオレンジ色の溶液になった。

【3】図2に乾燥果皮に含有する水溶性食物繊維量、不溶性食物繊維量および総食物繊維量を示した。水溶性食物繊維、不溶性食物繊維、総食物繊維はそれぞれ19.3 g/100 g、23.7 g/100 g、43.0 g/100 gであった。

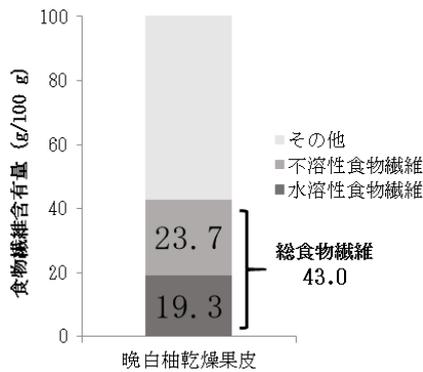


図 2. 晚白柚乾燥果皮の食物繊維含有量および組成分析結果

【4】デンプン負荷試験では、血中グルコース濃度曲線下面積の平均値において、Control 群と比較して Low 群が有意に高値を示した ($P < 0.05$, 図 3)。なお、各時間の血中グルコース濃度の経時変化においては、どの群においても有意差はみられなかった。

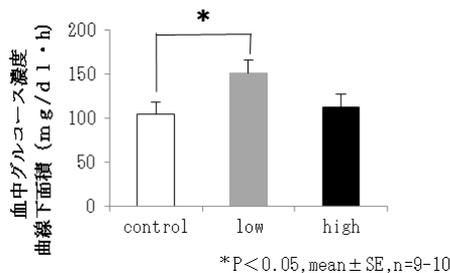


図 3. デンプン負荷試験ラット血糖に及ぼす乾燥果皮粉末の影響 (曲線下面積)

グルコース負荷試験では、血中グルコース濃度の経時変化において投与後 30 分で Control 群と比較して High 群が有意に高値を示した ($P < 0.05$, 図 4)。また、血中グルコース濃度曲線下面積の平均値においては、他の 2 群と比較して High 群が有意に高値を示した ($P < 0.05$, 図 5)。

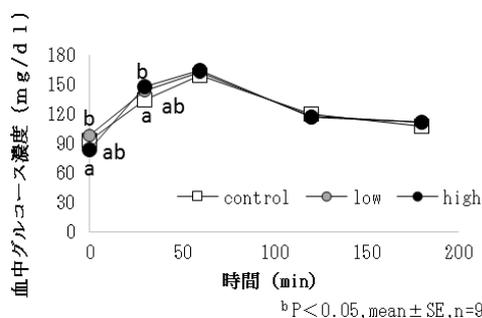


図 4. グルコース負荷試験ラット血糖に及ぼす乾燥果皮粉末の影響 (経時変化)

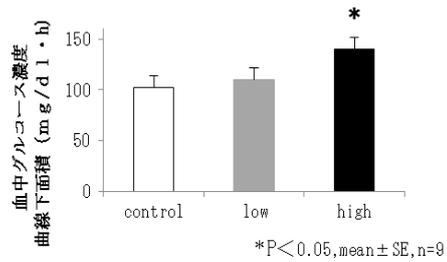


図 5. グルコース負荷試験ラット血糖に及ぼす乾燥果皮粉末の影響 (曲線下面積)

4. 考察

【3】乾燥果皮粉末に含有する水溶性食物繊維、不溶性食物繊維、総食物繊維はそれぞれ 19.3 g/100 g、23.7 g/100 g、43.0 g/100 g であった。晚白柚と同じ柑橘類であるすだちの果皮には、水溶性食物繊維、不溶性食物繊維、総食物繊維の水分含有率を差し引いた重量あたりの比率が、それぞれ 14.5%⁵⁾、37.8%⁵⁾、52.3%⁵⁾、ゆずでは、20.2%⁵⁾、22.1%⁵⁾、42.3%⁵⁾ である。このことから、乾燥果皮の食物繊維含有量および組成はゆずの果皮に近いことが考えられた。

【4】デンプン負荷試験では、Control 群と比較して Low 群が有意に高値を示した。晚白柚と同じ柑橘類であるすだちやゆずの果皮には、糖質が 6.3 g/100 g⁵⁾、7.3 g/100 g⁵⁾ それぞれ含有している。このことから、乾燥果皮にも同じように糖質が含まれており、今回のグルコース曲線下面積に影響を与えたのではないかと考えた。また有意差はみられなかったが、High 群の濃度が Control 群とほぼ同等であった。この結果より、乾燥果皮由来成分の中に消化の働きを阻害するものが含有しており、与える乾燥粉末量が増えることでそれらの物質も増加するため、Low 群に比べて High 群で消化がより阻害され、Control 群とほぼ同等の濃度になったのではないかと考えた。

グルコース負荷試験では、血中グルコース濃度曲線下面積において、他の 2 群と比較して High 群が有意に高値を示した。この結果より、投与する糖質が体内で消化の過程が必要か、そうでないかによって異なる傾向の結果が得られたことから、乾燥果皮由来成分が消化の過程に何らかの影響を与えていることが考えられた。

5. 結 論

現在日本人の抱える栄養学的問題点のひとつに食物繊維の不足が挙げられる。そこで、晩白柚の乾燥果皮が食物繊維の摂取不足を補うための食品素材にならないかと考え、プロスキー変法 I により、乾燥果皮の食物繊維含有量および組成を分析した。その結果、乾燥果皮に水溶性食物繊維、不溶性食物繊維、総食物繊維がそれぞれ 19.3 g/100 g、23.7 g/100 g、43.0 g/100 g 含有していることが分かった。乾燥果皮粉末小さじ 1 杯が約 2 g であるため、そのうちの 0.8 g が食物繊維であることになる。そこで毎食、乾燥果皮粉末小さじ 1 杯を食事に取り入れることにより、男女において不足している食物繊維量の約半分を補うことができる。このことから、この乾燥果皮が食物繊維の摂取不足を補うための食品素材として利用できるものであることが分かった。

また、一般に糖質の吸収を抑制する働きをもつとされる水溶性食物繊維だが、これが乾燥果皮に含有していた。そこで、乾燥果皮粉末と 2 種類(デンプン、グルコース)の糖質を用いた糖質負荷試験をラットに行い、ラットの尾静脈より採取した血清を用いて血中グルコース濃度を測定し、乾燥果皮粉末が食事由来の糖質吸収に与える影響について検討した。デンプン負荷試験の血中グルコース濃度曲線下面積の平均値では、Control 群と比較して Low 群が有意に高値を示した。またグルコース負荷試験では、他の 2 群と比較して High 群が有意に高値を示した。2 つの負荷試験の異なる点が、投与する糖質が体内で消化の過程が必要か、そうでないかという点であることから、乾燥果皮由来成分が消化の過程に影響を与えることが考えられた。

6. 今後の課題と展望

【研究】今回は加熱乾燥させた果皮の食物繊維含有量と組成を分析したが、加熱の影響を受けていない凍結乾燥された果皮およびその果実についても分析を行う予定である。また糖質負荷試験においては、乾燥果皮由来成分が消化の過程に何ら

かの影響を与えていることが考えられることから、今後は乾燥果皮の抽出物を用いて消化酵素の活性を測定し、乾燥果皮のどの物質が消化の過程にどのような影響を与えているのかについて明らかにしていく予定である。

【社会人基礎力】成果発表の機会を多く頂いたことで、研究より明らかになったことを分かりやすく伝えていく情報発信力およびプレゼンテーション能力を身に付け、向上させることができた。今後、この経験を通して学び、身に付けたことを社会で生かしていきたいと考えている。

謝 辞

本研究を行うにあたり、御協力を頂きました八代市役所フードバレー推進課の皆様ならびに八代商工会議所の皆様、また試料を供与頂きました JA やつしろの皆様ならびに生産者の皆様に心より厚く御礼申し上げます。

引用文献

- 1) 佐藤和人、本間健、小松龍史 (2013) エssenシャル臨床栄養学 第 7 版、医歯薬出版株式会社：東京、p103
- 2) 堀口恵美子 (2012) 栄養学-食と健康- (第 2 版)、三共出版株式会社 (東京)、p4-6
- 3) 菱田明、佐々木敏 (2014) 日本人の食事摂取基準 (2015 年版)、第一出版株式会社 (東京)、p 152
- 4) 厚生労働省ホームページ「平成 25 年国民健康・栄養調査報告」
<http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyoudl/h25-houkoku-04.pdf>
- 5) 香川芳子 (2012) 食品成分表 2012、女子栄養大学出版部 (東京)、p96-97, 104-105

成果発表

- 1) 西岡美里、渡邊紗矢、友寄博子 (2015. 10. 31)、晩白柚乾燥果皮粉末の食事由来糖質吸収への影響、日本栄養・食糧学会九州・沖縄支部大会、Aam9