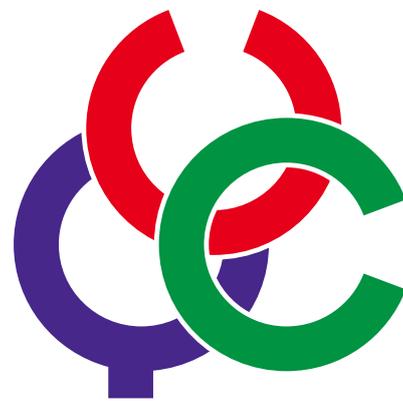


The  
**C**ONSORTIUM of  
**U**NIVERSITIES in  
**Y**AMANASHI

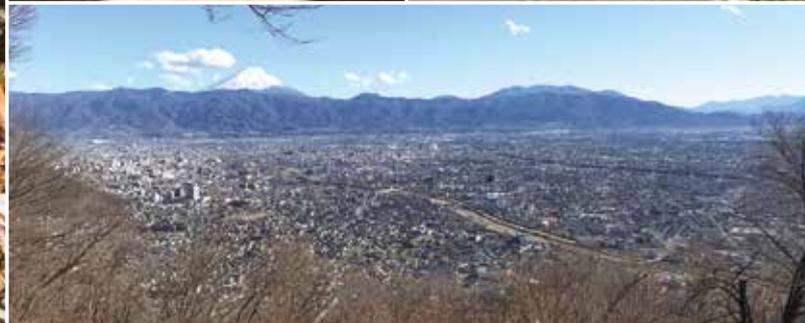


アソシエーションによる地域課題解決

令和3年度 学生イニシアティブ事業報告書

March 31, 2022







# アソシエーションによる 地域課題解決

令和3年度 学生イニシアティブ事業報告書

## 目次

- 02 アソシエーションによる地域課題解決
- 10 祈りの古道保全・活用推進プロジェクト：山梨県立大学
- 16 つるっ子プロジェクト実行委員会：都留文科大学
- 20 キャンドルライトナイト：山梨学院大学
- 26 学生による学生のための空き家活用プロジェクト：大月短期大学 他
- 30 芦川えんさプロジェクト：山梨県立大学
- 34 Café・御：山梨学院大学
- 38 ゆず太郎共創パートナーズ：山梨県立大学
- 42 早川町を体験してもらおう！：山梨学院大学
- 46 20歳+の女子大学生をワインアンバサダーに。：山梨大学
- 52 やまなし食材でこども支援：山梨学院短期大学 他
- 58 スタンプでまわる！まなぶ！清里の旅：山梨県立大学
- 64 審査員からのアドバイス・メッセージ
- 66 令和3年度 学生イニシアティブ事業 成果発表会 告知フライヤー

# アソシエーションによる地域課題解決

栗田 真司(大学コンソーシアムやまなし 事業部長)

キーワード:アソシエーション、コミュニティ、関係人口

## はじめに

山梨県は東京都と隣接しており、首都圏整備法によって「首都圏」と位置づけられている。東京都内に通勤・通学する人も多く、こうした人々は「山梨都民」と呼ばれている。

また富士山、南アルプス、八ヶ岳という日本を代表する山岳を擁し、富士箱根伊豆国立公園、秩父多摩甲斐国立公園、南アルプス国立公園という3つの国立公園を持つ自然環境に恵まれた地域である。

しかし、地理的環境や自然環境以上に恵まれているのは、山梨県の社会環境である。人口は80万人と小規模だが、武田信玄の「人は城」や「情けは味方」の志しが現代の山梨県民にも受け継がれていて、人のつながりやネットワークを重視する傾向がある。相互扶助の金融版である「無尽」という地域共同体に一人でもいくつも所属しているのも、ボランティア活動行動者率が全国1位になることからわかるように、誰かのために役に立ちたいという気持ちを持ち、人とのつながりを大切にすることが山梨県民の特徴である。

しかし、地縁的なつながりの強い山梨においても地域経済の不振、人口減少、高齢化により地域コミュニティの維持が困難となっている。それに代わって共通の目的や趣味による集団が形成され、地縁団体と共存するようになるなど共同体の姿は多様化している。

ここでは、地域課題の解決に向けて形成されるアソシエーションの特性と課題について述べる。

## コミュニティの変遷

日本には、鎌倉時代から地域住民・近隣住民の相互扶助を意味する「結(ゆい・けち)」という伝統的な活動があった。屋根の葺き替えや田植え、稲刈りのような人手が必要な際に発揮された相互扶助活動や組織のことである。九州や本州では、「結」や「結い」と呼ばれる活動である。沖縄では、「ゆいまー(結回る)」、四国では、「手間換(てまがえ)」あるいは「手間借(てまがり)」と呼ばれている。地域の存続には欠かせないものである。

江戸時代になると地縁の住民同士が助け合う組織は、無尽講、頼母子講、もやいなどの「講」として確立された<sup>1)</sup>。

それを国の末端組織として再構成したのが第二次世界

大戦中の1940年に発令された「部落会町内整備要領」である。この時の自治会、町内会、農村集落共同体といった自治組織は、相互扶助のための地域コミュニティではなく、国策遂行のための国の下部組織としての機能を背負わされていた。

戦後、昭和22年にはすべての自治組織は解散させられたが、すぐに国の末端組織から、住民自治組織へと変革を遂げて再生していった。

しかし、1955年頃から1970年代初頭までの高度経済成長期に衰退が始まり、住民の自治組織としての機能は低下していった。

そうした中、1969年の国民生活審議会調査部会コミュニティ小委員会の報告「コミュニティ生活の場における人間性の回復」において、「都市化にともない、地域共同体が形骸化、空洞化しており、開放的かつ自主的なコミュニティの構築が必要」と明記された。

1970年代には、市町村と自治会・町内会との中間的な規模の地縁団体としてコミュニティがモデル化され位置づけられた時期もある。

その後、1980年代後半から1990年代初頭のバブル景気時代に自治会・町内会の連帯意識は、再び衰退する。しかし、1995年の阪神淡路大震災をきっかけに市民活動が再び活発となり、1998年の特定非営利活動促進法により、地域コミュニティに代わってNPO法人が台頭するようになる。また同じ頃、地域課題をビジネスの手法によって解決するコミュニティ・ビジネスが脚光を浴びるようになった。

そして、2011年の東日本大震災によって、コミュニティはさらに息を吹き返すことになる。地域コミュニティが災害時や避難後の生活にとって基盤となることが社会によって認識されたためである。この時、地域の伝統的な「つながり」や「絆」という言葉がコミュニティに付随して注目された。

その一方、地方では人口が減少し、コミュニティの存続自体が危ぶまれるようになっていった。この傾向は現在も継続している。例えば、神奈川県横浜市の自治会加入率は、69.4%となっている(2021年4月時点)。3世帯に2世帯しか自治会に加入していないことになる。解散してしまう自治会も増加している。自治会連合会から割り振られる



育成会や体育協会などの仕事や負担金、有価物回収、ごみ小屋の清掃当番が、高齢者ばかりとなり過疎化した地域に負担となっているのである。若年層は、自治会費を払って、他人のためにたくさんの仕事を割り当てられるという矛盾をSNSなどで吐露している。

このコミュニティの衰退の歴史を概観すると、コミュニティは、景気が良くなると衰退し、大災害によって再認識されるという傾向がある。

2011年3月11日の東日本大震災の際には、14時46分の地震の直後に甲府市内の信号機が一斉に止まってしまった。しかし、自主的に街角に出てきた住民が、点灯しない信号機の下で旗を振り、あるいは手信号で車や歩行者を誘導していた。その後のWebの掲示板などでも地域のつながりを再認識する投稿が数多く寄せられていた。

また2014年2月に山梨県を襲った記録的豪雪の際には、誰に言われるまでもなく、多くの人々がそこかしこで雪かきをしていた。見守り高齢者世帯前の道路をみんなで雪かきし、それが終わると夜遅くまで通学路の雪かきをした。道路で動かなくなった車を知らない人々が協力して移動させていた。スーパーマーケットからは食料がなくなっていたが、農家の人は、収穫した米や野菜を無償で配っていた。



図1. 豪雪時の駅構内



図2. 豪雪時の食品売場

これが地域コミュニティの力である。経済的対価は得られないが、誰かに助けられ、誰かの役に立っているという社会的対価が背景となっている。

自治会加入率が70%となった甲府市のWebサイトには、「自治会は、地域のまちづくりを自主的に行っている任意の団体です。しかし、自治会は地域でのまつりをはじめとした文化・レクリエーション活動、自然災害等いざというときに自ら地域を守りお互いに助け合う自主防災互助活動、環境美化活動、広報活動、防犯や交通、福祉や募金活動等、様々な地域活動を行なっています。このように自治会は、地域において大変重大な役割を果たしていることから、市としてはより多くの皆様に加入していただき、地域

コミュニティの活性化が図られることが望ましいと考えております。」

というコメントが掲載されているが、災害時だけでなく、通常時に自治会が存在する意義を一般住民に理解してもらった広報活動が機能していないのが現状である。

また、地域には多くの外国人が暮らしているが、国籍や民族などの異なる人々が、互いの文化的違いを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくという「地域における多文化共生」を地域コミュニティにおいても推進する必要がある。

## コミュニティとアソシエーション

居住地の縁で集まった集団や組織のことをコミュニティ (community) と呼ぶ。また地縁による組織を地縁団体と呼ぶこともある。コミュニティ・地縁団体の代表的なものには、自治会・町内会などがある。従来の日本の法律ではそれらに法人格が認められていなかったが、1991年に地方自治法が改正され、法的に認められる認可地縁団体という枠組みができた。

また地方自治法における自治会・町内会は「町又は字の区域その他市町村内の一定の区域に住所を有する者の地縁に基づいて形成された団体」のことである。

このようにコミュニティとは、国、都道府県、市町村、小学校区、自治会・町内会区や字に住む人々の地縁によって形成される組織のことである。

それに対してアソシエーション (association) は、つながり、協会、組合、同盟などの意味があり、特に協会・会社・組合などの団体名や団体名の英語表記に多く用いられる言葉である。協会や法人など団体名の英語表記を「○○ Association」としている団体も多い。サッカーの正式名称は、「アソシエーションフットボール (協会式フットボール)」である。「協会によって統一されたルールを用いるフットボール」に由来するが、のちに association を略した soc に人を表す接尾辞 er を付けて soccer (サッカー) と呼ばれるようになった。



図3. R.M.マッキーヴァー  
『コミュニティ』より



アメリカの社会学者R.M.マッキーヴァー(R.M.Maclver)は、『コミュニティ』(1917年)の中で、「私は、コミュニティという語を、村とか町、あるいは地方や国とかもっと広い範囲の共同生活のいずれかの領域を指すのに用いようと思う。(中略)コミュニティは、社会生活の、つまり社会的存在の共同生活の焦点であるが、アソシエーションは、ある共同の関心または諸関心の追求のために明確に設立された社会生活の組織体である。アソシエーションは、部分的であり、コミュニティは、統合的である。一つのアソシエーションの成員は、多くの他の違ったアソシエーションの成員になることができる。コミュニティ内には、幾多のアソシエーションが存在し得るばかりでなく、敵対的なアソシエーションでさえ存在出来る。」<sup>2)</sup>

としてコミュニティとアソシエーションという概念を定義している。また、

「(アソシエーションは)いわばコミュニティという織物に表われるさまざまな線と模様である。」<sup>3)</sup>

という表現でコミュニティとアソシエーションを表し、コミュニティの内部に存在する意図された器官がアソシエーションであるとする見解を示している。つまりコミュニティは、場所や空間を共有する地縁による自然発生的な共同生活体であり、それに対してアソシエーションは、共通の目的や関心を持つ契約的で人為的な組織なのである。またアソシエーションは、誰もが目的や関心に応じて自発的に結成することができ、複数のアソシエーションに所属することも脱退も自由である。それに対してコミュニティは、居住する場所による地縁団体である。

両者の関係をみていくと、アソシエーションはコミュニティの器官であると位置づけることができる。つまり、コミュニティは、その中に存在する「アソシエーション」と相互に影響を与え合っており、完全に切り離すことはできない。しかし、明確な違いがあることも事実である。

これまでの日本社会は、居住する地域の地縁によるコミュニティと共通の目的によって集まったアソシエーションの概念を混同して用いてきた。アソシエーションとコミュニティの違いを理解することなく、接続させる方法さえ検討せず、「協働」や「連携」という言葉だけが一人歩きしてきた。自由意志によるアソシエーションが、地縁共同体であるコミュニティという概念に吸収されてしまっていたのである。

今後の地域活性化やまちづくりにおいて重要なのは、コミュニティではなく問題意識を共有するアソシエーションである。それは、新型コロナウイルス(COVID-19)によって一層鮮明になりつつある。その地域に居住する人がその地域の課題について真摯に考えているとは限らない。

住んでいなくても真剣にその地域の課題について向き合ってくれる人々がいる。そうした人々によってアソシエーションを組織し、地域課題を解決していくのがこれからの地域活性化でありまちづくりなのである。

## 海外のアソシエーション

フランスでは、1901年に「アソシエーション契約に関する1901年7月1日法」(La loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association) (略称は「1901年法」)が制定された。フランス革命により、中央集権的な政治体制となったフランスでは、「団体の成立は個人の自由意思を拘束するもの」とされ、個人と国家の間にはいかなる団体の存在も認めないという体制がとられた。しかし、「1901年法」により、公的自由としての「結社を結成する自由」と「結社に加入する自由」が保障され、アソシエーションに関する規定が設けられた。フランスのアソシエーションは、英語のアソシエーションとほぼ同義であり、「2名以上の者が、利益の分配目的以外の目的のために、自分たちの知識や活動を恒常的に共有するために結ぶ合意」であり、かなり広範囲な目的で設立が認められている。無届のアソシエーションもあるので正確な数は不明だが、1,000万団体ほどがフランス国内に存在していると言われており、アソシエーションは、雇用の受け皿にもなっている。フランス人の39%が少なくとも一つのアソシエーションに参加しており、直接的な参加はしていないが、支援金を寄付したりすることで活動を支援する人々が39%いる。つまり約8割のフランス人が、何らかの形でアソシエーションに参画していることになる<sup>4)</sup>。

またスウェーデンでは、社会保障が充実しているために介護、福祉、教育などを目的としたアソシエーション活動が充実していないと考えられがちであるが、アソシエーションに一人1.63団体所属し、国民の約9割が参加している。その中でも社会教育を担う学習サークル(スタディーサークル)に180万人が参加している。これはスウェーデン国民の約2割にあたる。1894年にできた禁酒運動を目的としたスタディーサークル IOGTが原点であり、アソシエーション活動の歴史は古い。1969年、当時のスウェーデンのパーメ首相が、「スウェーデン社会は学習サークル・デモクラシーをその基礎に置いている」と発言したことで世界にその名が広まった。アソシエーションの活動資金は、6割が国の補助金、4割は受益者負担となっていて、3人集まれば結成できる。

フランスは2人、スウェーデンは3人という人数で日本のNPO法人にあたるアソシエーションを設立できるが、日本では10人が必要である。その他に「理事」として3名以上、「監事」として1名以上の計4名以上の役員が必要となる。

また、固定的な補助金もない。税制上の優遇策も乏しい。これは国会議員の仕事であるが、まずこの点を改革していく必要がある。

ユニバーサム社が2010年4月に発表したアメリカの大学生の就職先人気ランキング(主要345大学、調査56900人)によると、NPO法人である「ティーチ・フォー・アメリカ(Teach For America、TFA)」が、グーグル、アップル、ウォルト・ディズニーらを抜いて1位になった。その後も文系学生のランキング上位にNPO法人、つまりアソシエーションが位置するのは当たり前のことになっている。イギリスでも同様である。こうした各国の状況は、NPO法人を支える恒久的で盤石な財政基盤が築いたものである。

それに対して日本のNPO法人は、3年や5年という短期的な補助金頼みの運営となっており、補助金給付期間が終わると持続的な活動が困難となる法人が圧倒的多数である。

## 地域活性化・まちづくり

地域活性化やまちづくりの究極的な目標は、定住人口を増やすことである。観光客などの交流人口が増えても持続的な税収の増加や持続的な人間関係のネットワークを築くことはできない。

定住人口とは、地域に居住・移住する人たちであり、居住人口と呼ばれることもある。これに対して交流人口は、観光、仕事、学習、スポーツ、レジャーなどの目的で地域を一時的に訪れる人々である。定住人口と交流人口の間には、関係人口が存在する。関係人口とは、仕事や観光などで地域を訪れる交流人口や、地域に居住・移住する定住人口とは異なり、地域と多様な関わりをもつ人々のことを指す。関係人口には、二地域居住(dual regions life)をする人、その地域につながりや愛着があり積極的に関わろうとする人などが該当する。つまり、交流人口(exchange population)→関係人口(related population)→定住人口(settlement population)という構図で定住人口を獲得することが少子化時代に地域を存続させる道程である。その中でも地域に関心を寄せる関係人口の獲得がより重要となりつつある。最近では、これらに加えて情報交流人口という語も使われるようになった。情報交流人口とは、「自地域外に居住する人に対して、何らかの情報提供サービスを行うなど、情報交流を行っている登録者人口」のことであり、関係人口に近いものである。

生まれ育った場所以外への移住は、心理的な障壁が高く、多くの地方自治体が定住者の獲得に苦戦しているが、山梨県では、二地域居住やワーケーションを担当する部署を設置する市町村が増えており、関係人口の受け入れに

力を入れている。

国土交通省によると、2021年3月時点で全国にいる18歳以上の居住者、約1億615万人のうち、20%にあたる1,800万人近くが関係人口であるとされている。関係人口の内訳は、三大都市圏の居住者で861万人、その他地域居住者で966万人となっている。また、関係人口の来訪が多い地域は、三大都市圏からの転入超過回数も多くなっている。

コロナ禍によりリモートワークが普及したことによって関係人口は増加している。通勤が必然だった時代には、職場と住居が近ければ通勤時間を短縮できる魅力があったため高額な家賃でも都心に住むメリットがあったが、通勤の必要がなくなれば、高額な家賃を払い続けて人々が密集する都心部に住み続ける必要はない。このような点から、関係人口が増加していると考えられている。

またふるさと納税者も関係人口である。しかし、返礼品を受け取るというだけでは、地域との関係は築きにくい。例えば返礼品という「モノ消費」ではなく、アクティビティを体験する「コト消費」やその時・その場でしか味わえないイベントやサービスによる「トキ消費」に焦点を当てる方法が関係人口を増やしていくことになるであろう。このようにふるさと納税制度によって地域に関心を持っている関係人口に対して、地域と継続的な関係を持つ機会を提供することが今後は重要となる。消費者庁の「消費生活に関する意識調査」の中にある「豊かな暮らしに最も重要だと思うこと・もの」という項目からも「コト消費」重視型の消費傾向・価値観傾向が見られる。

地方にとって関係人口の増加は、生産年齢人口の減少による労働力不足を補えるというメリットがある。同時に地域課題解決や地域経済の活性化につながる。地場産業の担い手は高齢化し、後継者不足が喫緊の課題となっている。帝国データバンクの全国企業後継者不在率動向調査(2022年)によれば、26万6000社(全国・全業種)の65.1%にあたる約17万社で後継者がいない状況となっている。関係人口が地域で地場産業の担い手・プレイヤーとなり、新たな発想を持ち込むことで、地域の労働力不足や地場産業の後継者不足などの課題を解決できれば地域経済の活性化にも貢献できる。

大学コンソーシアムやまなしでは、地域課題の解決を目的としたプレイヤーを集め、お互いの情報やナレッジの集積や共有ができるプロジェクトのプラットフォームを形成することで地域課題解決を支援する。

## 地域課題

アソシエーションは、人のつながりやネットワーク、歴史文化の再確認などの活動をする「まちづくり」と親和性が

ある。地域にある人的資源(ソフトウェア)を対象とする活動である。これに対して、建物や道路などのハードウェア面を整えることを「街づくり」と呼ぶ傾向がある。また衰退した地域の復興を目指す再生活動は、「まちおこし、地域おこし」と呼んで区別している。地域課題の解決のためのアソシエーション活動は、まちづくりの一環であり、地域のあらゆる社会的な活動が対象となる。

地域課題の内容としては、関係人口の誘致、ブランディング、子育て支援、介護など多岐にわたるが、具体的な活動としては、以下のような事例が考えられる。

- ・地域資源の発掘、地域振興計画の策定
  - ・地域のマップづくり、地域のガイドブックづくり、インバウンド向けガイドブックづくり
  - ・地域課題解決に向けたフィールドワーク調査
  - ・地域ブランドづくり、地域商品開発、まつりやイベントの開催
  - ・商店街活性化策の検討、アンテナショップの開設、二地域居住の支援
  - ・ガイドツアー・ツーリズムの計画と運営、農家民宿・民泊の支援、外国人住民への情報提供
  - ・空き店舗の活用、空き地・空き家の活用、マルシェ・フリーマーケットの開催
  - ・環境保全活動、環境影響調査、環境教育ワークショップの開催
  - ・グリーンツーリズム・ブルーツーリズムなどツーリズムの開発
  - ・高齢者教室の運営、高齢者向けライフレビューワークショップの開催、移動手段の確保
  - ・介護者支援、ダブルケアの実態把握、障害者支援
  - ・地域伝承文化の保存継承、まちなか美術館の取り組み、まちなかコンサートの開催
  - ・子ども食堂の運営、食品ロス削減の取り組み、宅配弁当の実践
  - ・放課後子ども教室の運営、子ども地域塾の運営、中学生・高校生の居場所作り
  - ・自主防災組織の設立と運用、防災マップづくり、防災訓練の計画、防災の手引きづくり
  - ・SDGs推進の啓発活動、感染症対策の啓発活動
  - ・男女共同参画推進活動、家族経営協定ワークショップの開催
  - ・ホームレスに対するポジティブな支援策
  - ・職場の心理的安全性の支援
  - ・土地改良区の支援、拡大する竹林への対応
  - ・ペット飼育のルールづくり
  - ・ごみの原料と資源化
- などである。その中でも人口減少、特に生産年齢人口、

年少人口の減少は、地域コミュニティの存続に関わる重要な課題である。

## 年少人口の減少

日本の合計特殊出生率は、1975年に2.00を下回って以来、低下を続けている。合計特殊出生率とは、15歳から49歳までの女性が産む子どもの数の平均であり、一人の女性が、一生の間に産む子どもの数に相当する。1989年には、出生数が極端に少なかった1966年の丙午(ひのえうま)の1.58人を下回り、戦後最低の1.57人となって「1.57ショック」と呼ばれた。この頃から「少子化」が社会問題として認識されるようになり、現在は1.3人台で推移している。現在の人口を維持するためには、統計学上2.07人(人口置換水準)の合計特殊出生率が必要とされているので、人口は、今後も減少の一途をたどることになる。

ちなみに、現在の合計特殊出生率では、現代人のひ孫の世代に現在の人口の4分の1となり、今から1,300年後、つまり西暦3,300年頃に日本人は一人もいなくなる計算になる。もしこのままか、あるいはこれ以下の合計特殊出生率が続けば、都道府県や市町村というコミュニティも西暦3,300年よりかなり前に消滅することになる。もう少し小さなサイズのコミュニティである自治会や町内会は、すでに消滅が始まっている。それに対して、1947年の合計特殊出生率は4.54人で、6人兄妹や7人兄妹も珍しくはなかった。当然、一番上の子どもと末っ子との年齢差はかなりのものであった。こうした異年齢コミュニケーションが「思いやり」という名の想像力を育てた。また、こうした年齢の離れた子どもたちが遊ぶ空き地がそこかしこに存在していた。学校が社会性を子どもに用意しなくとも地域や家庭が異年齢交流の場を提供していたため、子どもの社会性を育むことができていたのである。しかし現在は、家庭の中に祖父母や年齢の離れた兄妹もなく、「ドラえもん」に出てくるような社会性を育む空き地もなくなった。子どもたちの遊び相手の主役は、ゲームやYouTubeとなりつつある。大人たちも子どもを育てる代わりにペットを飼うことで満足している。既に家庭で飼われている犬と猫の総数は、14歳以下の年少人口を大きく上回っている。年少人口の減少の後には、生産年齢人口(15歳以上65歳未満)の減少が到来するため、産業構造や消費市場、社会保障におよぼす影響は、はかり知れないであろう。

## 社会的移動

中期的・長期的な年少人口と生産年齢人口の減少は、地域社会に深刻な影響をもたらすが、それに加えて社会的移動が問題となる。若者が出生率の高い地方から出生率

の低い都市部に流出することを社会的移動と言う。地方の小中学校では統廃合が相次ぎ、高校を卒業した生徒の相当数が地方から東京に移り住むことになる。2020年の東京都の合計特殊出生率は1.12人で全国平均の1.33人より0.21ポイントも低い。しかし、東京には労働者が溢れている。全国から社会的移動によって人が集まるためである。山梨県は、東京都に隣接することもあり、社会的移動が多い県でもある。山梨県で生まれた子どもたちは、大学や勤務地として東京を選び、転出してしまふのである。

しかし、2021年の住民基本台帳の人口移動報告によれば、1996年以来25年ぶりに東京23区において転出した人が転入した人を上回る転出超過となった。コロナ禍により、人口が密集する東京都心は、感染リスクがあると認識され、またテレワークの普及によって通勤が必然ではなくなったため、人々は都心を出出して地方を目指した、あるいは地方に留まったと考えられる。これは、山梨県を含む東京都以外の道府県にとって社会的移動を減らし、定住者を獲得する好機であると言える。

## 高齢者の増加

世界保健機関WHOの定義では、総人口に占める65歳以上の人口割合（高齢化率）が7%から14%の社会を「高齢化社会」、14%から21%の社会を「高齢社会」、21%を超えると「超高齢社会」としている。日本は1970年に高齢化社会、1994年に高齢社会、2007年に超高齢社会となった。世界で最初に超高齢社会となった国でもある。しかし、相変わらず「日本は高齢化社会である」という言い回しを行政文書や新聞記事などで見かけることがある。

その後も高齢化率は上昇を続け、2021年10月時点で、28.9%となっている。山梨県は、31.3%で全国平均よりも2.3年先行している。ちなみに東京都は22.9%である。高齢化率の上昇も地域課題の一つである。高齢者を地域全体で見守り・支え合う仕組みづくりや高齢者の知識や技術を活用する方法など地域活性化に活用する取り組みが各地で展開されている。特に高齢者が増える社会においては、高齢者に出向いてもらうことが難しくなり、反対に高齢者の地元に出向いてサービスするアウトリーチ活動が重要となる。今後は、高齢者に関連したアソシエーションが活躍の機会を拡大することになる。

## アソシエーションの課題

行政サイドは、従来、地域コミュニティの代表格である自治会などの地縁団体に対して手厚い支援を行ってきた。これに対して、アソシエーションに対する支援は不十分である。地域の発展のためには、アソシエーションを支援し

地域コミュニティと関係構築を図る（つなぐ）必要がある。

地域課題の解決については、個人・家庭による解決方法と、行政による解決方法があるが、その間に中間的な解決方法として地縁団体が存在していた。今後、地縁団体の代わりにアソシエーションが活躍の場を拓けるのか、個人・家庭による解決方法を充実させるのか、それとも行政による解決方法を充実させるのかという選択を迫られることになる。

その他、以下のような課題が存在する。

(1) プロジェクトアドミニストレーター (PJA) やコーディネーターの養成

地域プロジェクトにおいては、座組み、日程調整、会場やZoomURLの手配、アジェンダの作成、物品の手配、財務管理など様々な仕事がある。これらの全体像を把握し一元化するのが、プロジェクトアドミニストレーター (PJA) やコーディネーター (coordinator) と呼ばれる連携のキーパーソンである。アソシエーションとコミュニティの目的や役割を整理し、プロセスや現状を総合的に把握する役割である。その他にもファシリテーター (facilitator)、経営・財務管理などに携わるアドミニストレーター (administrator)、地域の解説・案内をするインタープリター (interpreter)、指導助言を行うアドバイザー (advisor)、活動の評価を行うアセッサー (assessor) などの役割が求められている。いずれも公的な資格ではなく、また日本語に訳し難いため、本来の意味が伝わりにくくなり、混乱を招いている。こうした担当者について、行政サイドは、今後研修を進めていく必要があるであろう。自治体の担当者、地域おこし協力隊員がこの役を担当する場合も多いが、将来につながる人材養成という側面を考えるならば、若者にこの役割を担ってもらふべきであろう。こうしたキーパーソンが存在しないプロジェクトもあるが、プロジェクトが成果をあげ長く活動を持続するためには配置すべき要素である。

(2) 費用と場所の問題

地域課題解決に取り組むアソシエーションには、手間と時間と費用がかかるが、最も厄介なのが費用である。現地に赴く構成員の交通費やその他の経費を工面するのは困難である。公的支援を獲得するのは、困難である。単年度予算や手続きの複雑さも一因となっている。その結果、プロジェクトに参加する構成員の自己負担となる。

また場所についても、継続的に同じ会議室などを使用できるケースは稀であり、毎回、違う場所に物品を持ち込んで打ち合わせをし、現状復帰して物品を持ち帰るといったのが一般的である。これでは、参加者の負担が大きくなり、長続きしなくなってしまう。コロナ禍によるリモート会議の進展によって場所の問題は、軽減されているが検討し



なければならぬ問題である。

### (3) 評価の問題

活動の成果を評価する必要があるが、この問題が進展していない。「参加者にアンケート調査をして、32%の人が満足と答えた」、「試作した商品が56個売れた」というように数字で示すことができる定量的評価が横行しているが、地域振興やまちづくりという分野に馴染む評価であるとは言い難い。しかし、自由記述やインタビューによる、質的な定性的評価の手法が確立しているわけでもない。しばらくは、定量的評価と定性的評価を併用した評価を用いることになるだろう。

また、活動後に専門家や地域住民を交えた成果発表の場を設けることにより、次の活動につながる教育的効果が得られる可能性がある。これも評価活動である。

### (4) 持続性の問題

域学連携を支援する補助金や助成金は、1年間や3年間という期限付きのものがほとんどである。稀に長いものもあるが、それでも5年である。なおかつ単年度予算により、単年度の中で経費の支出管理をしなければならない。補助金に依存した業態であった場合、補助金が打ち切られた途端に活動自体が終了することもある。今後は、持続可能性の観点から事業を計画し、条件を選択していく必要がある。

## 学生イニシアティブ事業

特定非営利活動法人大学コンソーシアムやまなしは、山梨県内12大学と地域社会との連携・協働組織として単位互換事業、留学生支援事業、高大接続事業、クラウドファンディングなど様々な事業を行っている。学生イニシアティブは、地域社会活動支援事業の1事業である。

域学連携事業は、大学教員が主導し学生は労働力となって教員の指示に従うものが一般的であるが、大学コンソーシアムやまなしの学生イニシアティブ事業は、基本的に大学教員ではなく学生が主体者となって計画し、実践する点に特徴がある。アクティブ・ラーニング支援事業でもある。2010年度(平成22年度)から実施している。

### (1) 問題の所在と目的

現在の地域社会には、まちづくりや地域活性化などの相互扶助に若年層(15~34歳)の参加が得られないという課題が存在する。そして、この課題を解決しなければ将来の社会を支える中年層(35~64歳)による持続的な地域活性化や新たな発想による展開は期待できない。

学生イニシアティブ事業は、学生がイニシアティブ(主導権)を発揮し、地域社会との連携・協働により主体的に企画・実施するまちづくり・地域活性化事業を通して、学生と地域社会との新たなつながり(ネットワーク)を生

み出すことをその目的としている。

### (2) 募集対象

山梨県内の12大学の学生に地域社会との連携・協働事業について企画提案の募集を行う。個人による活動ではなく、3名以上のグループでの活動とする。

### (3) 助成対象経費と助成金額

助成対象経費は、交通費(旅費を含む)、消耗品費、施設使用料、印刷費、保険料などであり、活動に関わる経費であれば柔軟に対応する。助成金額については、上限3万円として補助する。また、#やまなしクラウドファンディング(<https://camp-fire.jp/curations/yamanashi>)を活用する場合、手数料を通常の17%から12%に割り引く優遇措置を受けることができる。今年度は、採択された11プロジェクトのうち、3プロジェクトがクラウドファンディングを利用した。

### (4) 選考方法

2021年6月に申請書の書類審査を行い、申請のあった15プロジェクトのうち11プロジェクトが支援対象プロジェクトとして選定された。選定されたグループは、活動に必要な経費の補助(3万円以内)を受けることができる。また選定されたグループは、活動経過をFacebookなどで公開することになる。

審査規準は、以下の4観点である。

- ①問題意識(問題の所在の明確化、活動目的、問題解決の方法など)
- ②実践力(計画に沿った実践力、地域の人との協働力、課題発生時の改善力など)
- ③地域貢献力(目標に沿った実績、地域貢献力、今後の持続可能性など)
- ④プレゼンテーション力(構成力、コミュニケーション力、質疑応答への対応など)

### (5) 単位取得

このプロジェクトは、山梨大学の単位互換科目「自発的教養科目(実践的キャリア形成活動)」として、各々の所属大学で単位互換認定(2単位)を受けることができる。

### (6) 山梨県との協働

この事業は、山梨県観光文化政策課と協働して行なっている。これによって学生イニシアティブ事業が大学の教室で行われている事業ではなく、山梨県で、そして身近な地域で行われている事業であることを県民に広く周知することができる。

またこの事業は、令和3年度山梨県地域活性化協働事業費補助金より助成金を得て実施している。

## 学生イニシアティブ事業成果発表会

2022年2月22日(火)に大学コンソーシアムやまなし・地域社会活動支援事業委員会主催による令和3年度学生イニシアティブ事業成果発表会が、オンライン(Zoom)で開催された。当日は、約60名が参加した。

学生イニシアティブ事業は、大学生が中心となり地域課題についてグループで取り組む域学連携事業である。令和3年度は、書類選考で採択された11グループが活動補助金(3万円)を獲得し、2022年2月まで地域社会活動を行ってきた。コロナ禍において、活動の自粛や制限がある中で行なわれた実践活動の成果発表会であったが、すべてのグループが、活動の目的、課題解決方法、成果、今後の課題などについて、パワーポイントを用いて工夫を凝らしたプレゼンテーションを行った。

長時間にわたる審査とアドバイスをご担当いただいたのは、

上原 伊三男(株式会社印傳屋上原勇七専務取締役)  
小泉 嘉透(山梨県観光文化政策課長)  
曾根原 久司(特定非営利活動法人えがおつなげて)  
船木 上次(萌木の村株式会社代表取締役村長・審査委員長)

米山 けい子(認定NPO法人フードバンク山梨理事長)の5名である。いずれも山梨県においてまちづくりや地域振興に関わる専門家である。

発表後の質疑では、審査員から「その価格に設定した根拠は何ですか」、「県内で同じようなことをされている〇〇さんのグループとは連携していますか」、「この地域のこの産物に目をつけたのはなぜですか」、「今後も継続して活動することは可能ですか」などの質問や感想が寄せられた。また、どのプロジェクトが最優秀賞になってもおかしくない僅差の審査結果であった。

なお、発表を行ったのは以下のプロジェクトである。

- ・祈りの古道保全・活用推進プロジェクト(山梨県立大学)
- ・つるっ子プロジェクト実行委員会(都留文科大学)※優秀賞
- ・キャンドルライトナイト(山梨学院大学)
- ・学生による学生のための空き家活用プロジェクト(大月短期大学 他)※奨励賞
- ・芦川えんさプロジェクト(山梨県立大学)
- ・Café・御(山梨学院大学)
- ・ゆず太郎共創パートナーズ(山梨県立大学)
- ・早川町を体験してもらおう!(山梨学院大学)
- ・20歳+の女子大学生をワインアンバサダーに。(山梨大学)※最優秀賞
- ・やまなし食材でこども支援(山梨学院短期大学 他)
- ・スタンプでまわる!まなぶ!清里の旅(山梨県立大学)



図4.学生イニシアティブ事業成果発表会



図5.一部の審査員による会場審査の様子



図6.講評する船木上次審査委員長(左)と最優秀賞を受賞したアワタス(右)

## コロナ禍の影響

マスクや手洗いが欠かせない生活、リモート中心の仕事や学習、外食に引け目を感じる生活などコロナ禍によって日常生活が変化した。学生イニシアティブ事業においても、課外活動の制限や禁止を決めた大学側から学生イニシアティブ事業に参加する自大学のグループに対して、活動自粛要請が相次いだ。今年度もこのような状況の中で、学生たちは、十分な活動時間を確保できなかったであろう。地域の人との関わりも十分にはできなかった。目の前にいる人だけではなく、目の前にいない誰かの努力や支援によって地域の日常生活が成り立っていることにも気づいたであろう。

しかし学生たちは、コロナ禍のこのような状況の中でも前を向いて行動した。この経験は、彼らの将来にとって、意味を持つことであろう。ここに示されたのは、地域のためにそうした気概を実践して示してくれた学生たちの記録である。こうした学生たちに刺激を受けて、地域のために行動してみようというアソシエーションが拡散すること、そしてそうしたグループが、将来、NPO法人として地域活性化の核となって活躍することを期待している。

註:

- 1) テツオ・ナジタ、五十嵐暁郎監訳『相互扶助の経済-無尽講・龐徳の民衆思想史』みすず書、2015年、Pp.336。
- 2) R.M.マッキーヴァー、中久郎他訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房、1975年、pp.46-47。
- 3) 同書、p.178。
- 4) コリン・コバヤシ(編)『市民のアソシエーション フランスNPO法100年』大田出版、2003年、Pp.361。



## 祈りの古道保全・活用推進プロジェクト

吉田 龍、竹之内 大地、中町 優希、岩田 輝、坂田 萌衣、加賀美 里奈、吉村 凛  
佐藤 佑紀、手塚 考志、上田 香織、草深 斐那、田村 いや、渡邊 幹也、東條 友貴  
風間 千弘、福田 和、鈴木 紅音、高山 柊（山梨県立大学）

## 1 概要

当プロジェクトの主な目的は甲武信ユネスコエコパーク内に存在する祈りの古道の保全と活用を目的としたトレッキングルートとそのユニバーサルデザイン地図を作成し、この2つが生物と文化の多様性保護、観光客の滞在時間延長、学術的な支援に有効であるかについて調べることである。作成した地図はWebデータで公開し、観光教育で使用することを念頭に置き開発する。また、完成したものは観光施設や公共施設で無料配布を行うとする。そのために、吉田ゼミナールの学生は毎月平均2回のフィールドワークを実施し、トレッキングルートとマップの作製に必要なデータを集めた。また、収集したデータをもとに、試験的に作成したトレッキングルートを手賀野山との交流会や甲府市と甲斐市に対する政策提言などに活用した。その結果、トレッキングマップの作製にはトレッキングルートの作成が必要不可欠であり、トレッキングルートの作成には1年以上の時間がかかるが、古道を活用した観光は国際的にも通用するという結論を導き出した。

## 2 問題の所在

日本は2006年に成立した観光立国推進基本法より、観光業を国の重要な成長産業として位置づけ、観光立国を目指している。観光庁資料「観光教育ノススメ」より、日本の定住者の年間消費額は1人当たり約125万円に対し、訪日外国人旅行者1人1回あたりの消費額は約15万円である。また、宿泊を伴う日本人旅行者1人1回あたりの消費額は約5万円である。つまり、外国人旅行者が8人か、宿泊を伴う日本人旅行者25人が訪れることで、定住人口1人分の年間消費額を補うことが可能となる。これは、観光業が山梨県のような少子高齢化により人口が減少している県において非常に重要な産業であることを意味している。しかし、山梨県における観光客の消費額が他の都道府県よりも比較的低いことが問題点として挙げられる。RESASより、2017年の山梨県における外国人訪問者数は1,544,625人であった。これに続いて多かった県は、静岡県のみ、1,343,299人、

大分県の1,198,126人、広島県の847,687人であった。図1はそのグラフである。

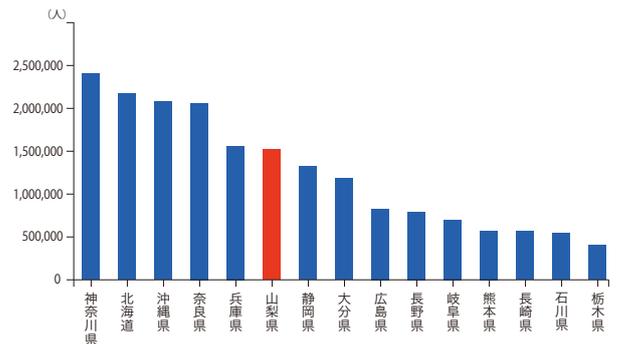


図1. 都道府県別外国人訪問者数

次に、2017年における外国人消費額(クレジットカードを使用した消費額)は山梨県が1,086,687,876円であった。これに対して、静岡県は3,886,971,231円、大分県は914,661,686円、広島県は1,874,440,242円であった。図2はそのグラフである。

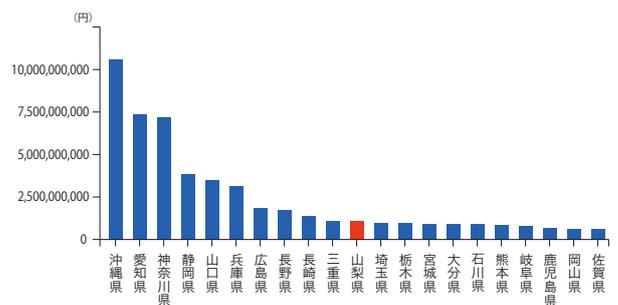


図2. 外国人消費額(クレジットカード)

以上の2つグラフより、大分県を除く2県は山梨県よりも少ない外国人観光客数を記録したにもかかわらず、山梨県よりも多くの外国人消費額を記録していることがわかる。このことから、山梨県の観光における消費額は来訪者に対して比較的少ないと考えられる。考えられる原因として、宿泊者数の差が挙げられる。以下の図3はRESASより取得した2015年のデータを元に筆者が作成した、宿泊者数と地域内ベースの民間消費額の相関関係を表す散布図である。



7月4日：要害山における観光資源の調査  
7月24日：千代田湖から湯村山におけるトレッキングルートの調査  
8月7日：御嶽新道における観光資源の調査  
9月13日：深草観音における観光資源の調査  
9月16日：昇仙峡旧羅漢寺から弥三郎岳におけるトレッキングルートの調査  
10月23日：御岳外道におけるトレッキングルートと観光資源の調査  
10月24日：御岳外道におけるトレッキングルートと観光資源の調査  
12月19日：御嶽古道を復元する会の天澤寺と清水茶屋における歴史的な観光資源調査に同行

調査する際に使用した個人携帯品は以下の通りである。

必需品：長袖、長ズボン、帽子、タオル、マスク、スマホ、運動靴もしくは登山靴、予備の下着、現金、常備薬、ゴミ袋、雨合羽、手袋、関連する配布資料、ノート、筆記用具、昼食、保存食

可能であれば持参する物：

コンパス、トレッキングストック、鈴、クマよけスプレー、カメラ

フィールドワークを実施する前に関連するWEBサイトや書籍を使用し、事前学習を行った。また、フィールドワーク実施後は収集、作成した情報を使用して、吉田ゼミナールの情報発信用Facebookアカウントにて情報発信を行った。

そして、それらの現地調査によって収集、作成したデータを元に、事業の実施可能性を調査した結果、試作版のトレッキングルートが無ければ、マップを作製することができないことが判明した。そのため、12月以降の活動期間ではマップ作製を保留として、試作版のトレッキングルートを作成することに人員を注力した。

次に、作成した試作版のトレッキングルートや調査資料などの事業成果を活用した活動を行った。具体的には、調査によって収集、作成したデータを元に、甲府市と甲斐市の主催する「御嶽昇仙峡の古道に関する調査研究ワーキンググループ」に公募の委員として6名のメンバーが採用され、両市へ政策提言を行った。また、御嶽古道を復元する会の主催するマップ作製のためのワークショップに2名のメンバーが参加し、地域住民の持つ知識やマップ作製のノウハウを学習した。さらに、試作版のトレッキングルートを使用した演習講義の実施と制度化を山梨県立大学と甲府市、甲斐市に提案し、「ネイチャーガイド演習」という講義として実施された。「ネイチャーガイド演習Ⅰ」の参加者は教員1名学生23名の計24名であった。「ネイチャーガイド演習Ⅱ」の参加者は教員1名、学生18名、市役所職員3名の計22名であった。

そして、これらの活動をスライド資料などにまとめ約4時間の報告会を韓国のハンバツ大学の学生に実施した。報告会はオンライン会議アプリ「ZOOM」を使用して実施した。この報告会の参加者は日本側の学生が8名、教員2名、韓国側の学生が13名であった。

主な活動日程は以下の通りである。

9月17日：公設委員会の第一回会議に参加  
10月4日：公設委員会の第二回会議に参加  
10月17日：御嶽古道を復元する会のワークショップに参加  
11月17日：公設委員会の主催する現地調査に参加  
12月5日：ネイチャーガイド演習Ⅰの第一回目講義を実施  
12月11日：ネイチャーガイド演習Ⅰの第二回目講義を実施  
12月12日：ネイチャーガイド演習Ⅰの第三回目講義を実施  
12月25日：ネイチャーガイド演習Ⅱの第一回目講義を実施  
12月26日：ネイチャーガイド演習Ⅱの第二回目講義を実施  
1月8日：ネイチャーガイド演習Ⅱの第三回目講義を実施  
2月10日：ハンバツ大学に対する報告会  
その他には、トレッキングルートの環境整備の一環として、看板製作を行った。フィールドワークに同行した民間の植物学者からの依頼があり、要害山に設置するナンバープレートの作成を二日間に分けて行った。ナンバープレートの作成に参加者は学生9名、教員1名の計10名であった。作成したナンバープレートは今後作成予定の地図と対応して使用する予定である。

## 5 活動内容

各活動内容の詳細は以下の通りである。

### (1) NPO主催のワークショップへ参加

地域住民により結成されたNPO法人「御嶽古道を復元する会」が主催したマップ作製のためのワークショップに参加した。このワークショップでは主に、同NPOが過去に実施したフィールドワークの情報整理と御嶽古道トレッキングマップの原案作成、今後の課題の共有を目的として行われた。吉田ゼミの参加者は主に、マップデザインのコ案と意見交換を行った。その結果、マップ作成に必要な情報量の把握と作成方法の助言を得ることができた。またこのワークショップにより、トレッキングルートの作成はマップ作製よりも優先事項であることが判明した。

## (2) NPO法人主催の現地調査へ参加

御嶽古道を復元する会が実施した天澤寺・清水茶屋への聞き取り調査に参加した。この現地調査会では主に、天澤寺住職への聞き取り調査、清水茶屋の現住民への聞き取り調査、下福沢の道祖神祭りに関する資料映像の鑑賞などを行った。具体的には、天澤寺に残存する文化財等の歴史的背景についてのお話を住職にお伺いした。その後、甲州街道を旅する人たちが休憩したといわれる清水の茶屋跡地を訪問し、建物内に残る歴史的な遺品などの解説を現住民に伺った。最後に清川地域ふれあい館を訪問し、ふれあい館館長から清川地域の紹介していただいた後、下福沢道祖神祭りの資料映像を鑑賞した。この聞き取り調査会は、前回のマップ制作ワークショップで判明した、不明点等の確認を目的とする。参加した結果、御嶽外道沿いに存在する歴史文化財等に対する理解と地域住民との関係構築を行うことができた。

## (3) 要害山における観光資源の調査

民間の植物学者や教育委員会の職員に同行してもらいながら、要害山の動植物と歴史的な地域資源について調査を行った。動物班、史跡班、植物班の3班に分かれて、調査を分担した。このフィールドワークの主な目的は以下の3つである。まず1つ目は、要害城跡へのトレッキングルートを多人数でのガイド付き走行実験を行うこと。次に2つ目は、同地域での歴史文化財と植物の植生の現状と課題の把握を行うこと。3つ目は、甲府市観光課公式Twitterへの提供写真を撮影すること。

実施した結果、動植物や史跡などの画像資料とサンプルを入手することができた。また、専門家の解説を伺いながら要害山に残る地域資源について理解することができた。そして、学生と専門家の2つの視点から地域資源を調査することができた。

## (4) 千代田湖から湯村山における

### トレッキングルート調査

甲府市歴史文化財課と共同事業予定手である八王子白山、湯村山でのフィールドワークを実施した。主な目的は、モデルルート候補地における登山道の現状と課題の把握を行うことであった。実施した結果、湯村山には観光資源となりうる景観や、歴史的史跡が残っていることがわかった。しかし、山中に設置された案内標識は多言語表記が無く、非常に劣化していることがわかった。また、トレッキングツアーを考案する際のペース配分や道順等、観光コンテンツを開発する際に必要な情報や着想を得ることができた。

## (5) 御嶽新道における観光資源の調査

山梨県地域通訳案内士と甲府市の市役所職員に同行してもらいながら、昇仙峡の御嶽新道について現地調査を行った。このフィールドワークでは主に、PiiMoを使用する予定ルートを走行しながら、ガイドポイントや方法・内容に関する打合せを行った。PiiMoとは、パナソニック株式会社が提供している自動停止機能と自動追従機能を有したロボティックモビリティのことである。このフィールドワークの主な目的は以下の3つである。まず1つ目は、御嶽新道にてPiiMoを使用した際の課題を把握すること。2つ目は、従来の昇仙峡南区間(長瀬橋から昇仙峡グリーンライン)の現状と課題を把握すること。3つ目は、トレッキングルート内でPiiMoを使用したガイド研修計画を検討し、立案すること。実施した結果、御嶽新道には観光資源となりうる景観と歴史的な遺物が多く残っていることがわかった。また、観光客による植物の損害やアスファルト舗装の劣化が起きていることがわかった。さらに、御嶽新道はPiiMoを使用したガイド研修に活用できることがわかった。しかし、コロナの感染拡大により、PiiMoの使用は中止となったため、御嶽新道は通常のトレッキングルートとして扱うこととなった。

## (6) 深草観音における観光資源の調査

瑞岩寺から深草観音までのトレッキングルートについて、現地調査を行った。このフィールドワークの目的は主に3つある。まず1つ目は、深草観音への多人数での走行実験を行うこと。次に2つ目は、深草観音へのトレッキングルートの現状と課題の把握を行うこと。3つ目は、山岳信仰における「祈りの道」を形成する要素の分類と、その情報発信方法の検討をすること。実施した結果、深草観音への多人数を連れた走行実験は成功した。また、案内看板や登山案内が無い場合、体調管理や安全管理などは山岳ガイドが必要であることがわかった。

## (7) 昇仙峡旧羅漢寺から弥三郎岳における

### トレッキングルートの調査

山岳ガイドの方に同行してもらいながら、昇仙峡旧羅漢寺跡の現地調査を行った。このフィールドワークの主な目的は、旧羅漢寺跡地と、一ノ岳、二ノ岳、三ノ岳に残る石仏、登山道に残る遺跡の位置や数等の把握と登山道として使用する際の危険箇所や課題などを把握することである。実施した結果、登山道の整備は全く行われておらず、山岳ガイドがいなければ道がわからない状態であった。また、山頂の弥三郎権現付近は周囲が崖となっており、転落の危険性が伴うことがわかった。そして、二の岳、三ノ岳は多くの石仏が盗掘に合っている

ことが判明した。しかしその一方で、炭焼き窯や石の道標など、現在も多くの歴史的遺物が残っていることがわかった。以上を踏まえて、旧羅漢寺跡地はトレッキングルートとしての環境整備が必要なことがわかった。

### (8) 御岳外道におけるトレッキングルートと 観光資源調査

株式会社GATESが主催する御嶽古道トレッキングと手打ちほうとう体験ツアーに参加した。このフィールドワークはコロナ感染対策のため、メンバーを2つに分け、2日間で実施した。主に、長瀬橋から弥三郎岳まで続く御岳外道を登り、ほうとうの手打ち体験をした。このフィールドワークの主な目的は、御岳外道における体験型観光ツアーが観光客の滞在時間延長に有効であるかを確認することと観光ツアーにおける課題等の現状を把握することであった。実施した結果、ツアーのプログラム次第では、宿泊者数の増加につながる可能性が十分にあることがわかった。これに加えて、参加者の会話から満足している様子が伺えた。特に、価格設定に対する評価が良いことがわかった。

### (9) 公設委員会への参加

甲斐市と甲府市の公設委員会「御嶽昇仙峡の古道に関する調査ワーキンググループ」に公募の委員として立候補し、6名のメンバーが採用された。計3回の会議と現地調査を行い、学生の意見をまとめた統括報告書を両市に提出した。第一回目会議では、調査に関する資料の確認を行った。第二回目会議では、調査箇所の検討を行った。第三回目は御岳道における調査対象の現地調査を行った。その結果、以下の15項目を政策提言することができた。

1. 帯名地区の歴史文化財について(広報活動の実施)
2. 塚原口に潜在する魅力の発信
3. 金子峠登山道の整備
4. 御嶽外道における現代版ルートマップの作製
5. 御嶽外道の登山ルート整備
6. 歌川広重、渋江長伯等の「絵」の活用
7. 日本遺産ブランドの積極的な活用
8. 学生が作成したナンバープレートの設置と活用
9. 文化財保存対策の実施
10. 小・中・高での課外授業での活用と、事後学習環境の整備
11. 御岳道全般における現代版ルートマップの作製
12. 歴史文化財と植物についての研究
13. 次世代との連携・啓発の必要性
14. 周辺地域と協力した発展方法の模索
15. 御岳道全般における観光地としての環境整備

### (10) ネイチャーガイド演習Ⅰ・Ⅱ

計8回の現地調査を通じて収集したデータを元に、作成したトレッキングコースを活用した講義を山梨県立大学に提案し、「ネイチャーガイド演習Ⅰ」「ネイチャーガイド演習Ⅱ」という演習講義として採用された。本講義は甲府市・甲斐市において古道を活用した、山岳信仰に関するプロトタイプネイチャーツアーを試作し、実験することが目的であった。実施した結果、「御嶽古道におけるトレッキングルート」を活用した日本遺産昇仙峡アシスタントガイドという制度を甲府市に提案した。この制度は今年度中に新しい制度として実現する予定である。

### (11) ハンバツ大学への報告会

山梨県立大学は韓国のハンバツ大学生14名に対して、冬季短期日本語研修をオンラインで実施した。2週間の研修期間のうち、吉田ゼミは2月10日の13時から17時までのセクションを担当した。約4時間で吉田ゼミナールの紹介と過去の活動報告、自由討論会とアンケートを実施した。過去の活動報告では、ネイチャーガイド演習や政策提言について解説した。この報告会はユネスコエコパークでの自然と歴史文化財を活用した、大学生による地域振興事業を紹介することを目的として行った。実施した結果、授業後に実施したアンケートより、ハンバツ大学と連携した事業の実施可能性があることが判明した。また、古道の魅力が国際的に通用するということが判明した。まず初めに、図4より活動内容については100%理解できたとの回答をいただいた。

日本の大学生が社会に対して行う、  
地域振興活動について理解できましたか(必須)。

일본의 대학생이 사회에 대해 실시하는,  
지역 진흥 활동에 대해 이해할 수 있었습니까?(필수)

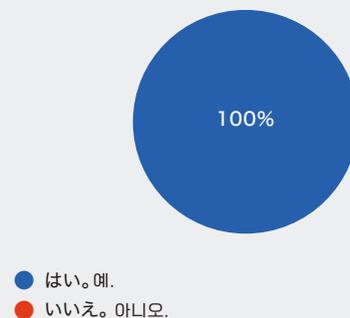


図4. 活動について理解できたか

次に、図5より報告内容を楽しめたかどうかという質問に対して100%肯定的な回答をいただいた。具体的には、非常に楽しかった46.2%、楽しかったが53.8%であった。

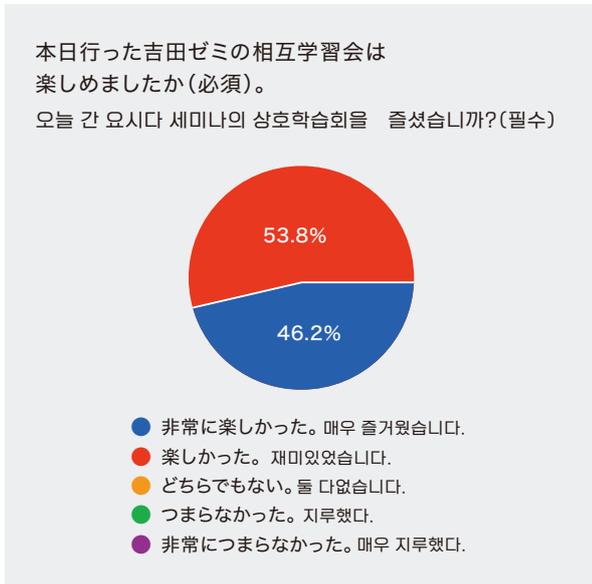


図5.相互学習会は楽しめたか

そして、図6より日本に対する印象が変わったかという質問に対しては、84.6%の肯定的な回答を頂いた。否定的な意見は15.4%であった。

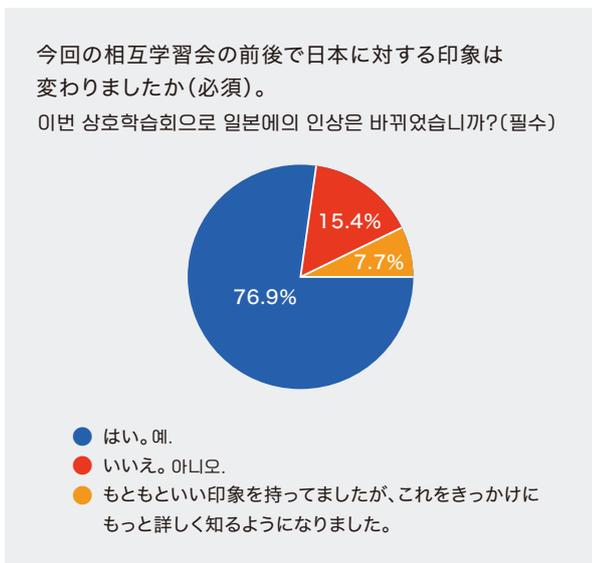


図6.日本に対する印象

具体的に、日本に対する印象がどのように変わったのかコメントを抜粋し、下記に記載する。

「自分の地元を愛する日本人学生たちの様子から、韓国人の地元意識に対して考えるようになりました。」「韓国でもこのようなプログラムがあったら面白いと思います。」「今回の機会を通じて山梨のことがわかるようになって嬉しいです。ぜひ遊びに行きたいと思いました。」「自然的な部分やものがよく保存されていることもわかりました。」

以上の結果とコメントから、古道を活用したトレッキングルートは韓国の学生から見ても、魅力的であり面白いと感じてもらえる観光コンテンツであることと考えられる。

## 6 成果と課題

成果として、以下の4つが挙げられる。まず1つ目はトレッキングルートとツアーを試作することができたこと。次に2つ目は甲府市と甲斐市に現代版ルートマップの作製を政策提言できたこと。3つ目は、ネイチャーガイド演習を通じて、日本遺産昇仙峡アシスタントガイド制度を確立できたこと。4つ目はハンバット大学への報告会アンケートを通じて、古道が国際的に通用するかどうかを測定できたこと。課題としては以下の2つが挙げられる。1つ目は試作版のマップを作成することができなかったこと。2つ目は作成したトレッキングルートとマップが観光客の滞在時間延長に有効であるかを測定できなかったこと。

## 7 今後の展望

2022年度に甲府市・甲斐市と協力し、トレッキングルートを活用した昇仙峡アシスタントガイド制度を確立する。その後、上記の制度を山梨県立大学の演習講義として、山梨大学と山梨英和大学に拡大していく。また、ハンバット大学との連携事業も実施する。それらの活動を踏まえて、地域住民のNPO法人「御嶽古道を復元する会」と協力して、試作版地図を作成し、昇仙峡観光協会に提供する。最後に、これまでの活動を整理し、大学や行政でその成果と課題を発表していく。発表することで、活動を次世代に繋げていく。

## つるっ子プロジェクト実行委員会

「地域」×「食」から生まれる居場所づくり

川原 鈴乃、太田 春菜、伊藤 知佳、當摩 瑞那子、田中 仁人、高橋 辰弥、飯田 充貴、佐藤 里々花、都築 初乃、佐々木 綾香、和田 晏弓、上杉 沙樹、大日方 碧、木村 瞳、土田 向夏花、新井 悠夏、千葉 あゆみ、田村 優海、森倉 玄太、長沼 遥、西村 愛里、中濱 采音、宮原 佳歩、坂本 真一、大竹 あやめ、佐野 綾香、保延 和佳、今井 菜々子、神谷 沙和香、相澤 萌、藤井 晴、新津 南美、小原 穂菜、仲亀 莉央、稗田 美幸、梶山 あやか、池田 七海、石井 琴実、楠 彩菜、小川 涼加、葛西 朱桃、村松 乃愛、魚住 蒼太、阿部 美優、塚島 琉花（都留文科大学）

## 1 概要

つるっ子プロジェクト実行委員会は都留文科大学に通う学生を主体として行っている地域ボランティア団体である。地域の方々と協力しながら都留市東桂地区の耕雲院というお寺を拠点として、地域の方々の居場所づくりを目的とした地域イベントを運営している。

## 2 団体の成り立ち

当団体は、「地域と学生を繋げたい!」という想いのある都留文科大学生によって2016年に設立された。設立当初は都留市人口の約10分の1が学生という地域の特色と教員養成系大学の強みを活かし、学習支援と子ども食堂の開催を目的として活動が始動した。子ども食堂とは主に貧困家庭を意識し、低価格もしくは無料で地域の子もたちに食事を提供する事業を指している。しかし全国的には厳しい経済状態のなか個人経営している子ども食堂も多く、開催当初は、同じように運営費や開催場所など課題を抱えており、少人数でのスタートとなった。また社会的な信用度が低くなかなか施設使用許可をいただけないといった事情もある中で、東桂地区にある耕雲院さんにお声掛けいただき、お寺での定期開催の実現へと繋がった。

## 3 問題の所在

## (1) コロナ禍での対面交流の減少

2021年度では2020年度に比べ、県内でも新型コロナウイルス感染者が増加したことによって都留市内にいても子どもたちが友達と会う機会の減ることや自粛生活から家にこもりがちになるのではないかという懸念が生まれた。

## (2) 家庭内・経済面での負担

活動の原点である貧困家庭への食糧支援という面から、コロナ禍での雇用減少などによる家計維持にも悪影響を及ぼしている。新型コロナウイルス感染症の自粛生活で学校給食の停止、外出の制限から家庭内で食事

を作る機会が増えたことで、食費やご飯を作る方の労力が一層必要となった。自粛生活において倍増していく生活面での負担やストレス軽減への働きかけが必要であると考えた。

## (3) つる食堂の再開に向けて

2020年度ではつる食堂の開催が中止されてしまう状況の中で、地域の方への食糧支援と人との繋がりを少しでも増やす機会にしたいという考えから「つるギフト」という配達・受け取り型の食糧支援事業が始まった。しかし、つるっ子プロジェクト実行委員会の発足の目的は、学生と地域だけではなく、食などを通じて地域の方たちが直接交流する場を創出することはできないのかという想いも含まれており、つる食堂開催の復帰への意見が少しずつ出されるようになった。また耕雲院付近には高齢者世帯が多い中で、買い物に行くスーパーがないことの不便さから、定期的に食事を提供するつる食堂やつるギフトを行うことの必要性について改めて考えるきっかけとなった。



図1.12月つる食堂の看板

## 4 目的

### (1) つながりの提供

コロナ禍での自粛生活で孤独感を感じる事が多くなったことから、地域やさまざまな方からのご支援をいただきながら活動ができていることを再認識し、それらを地域の方々や学生が繋がりを持ちながら還元していくことの大切さについて考えた。またコミュニケーションから生まれる幸福感や充実感を生み出すことも学生にとって重要な目的であると考えている。

### (2) 「食」の提供

新型コロナウイルス感染症によって起きる家計の圧迫や生活における作業負担の増加が懸念される。そのような負担や労力を少しでも減らせる取り組みとして日用品・食糧品を配布する。また、食を通じておなかを満たす満足感や食を通じて広がる家庭内でのコミュニケーションの楽しさにも繋げていきたい。

### (3) つるっ子プロジェクト実行委員会の活性化

地域と学生の繋がる場子どもたちの居場所づくりという活動目的がある中で学生がこの活動を継続していくことが社会的にどのような影響をもたらすのかつるギフトやつる食堂、寺子屋を通して考えることができ、つるっ子プロジェクト実行委員会スタッフの自主的な活動意欲に繋げる。

## 5 方法

毎週火曜日の昼を利用してオンラインミーティングを実施している。話し合う話題としては、各係の進捗状況の発表やつるギフト・つる食堂など活動に関わる改善点の話し合いである。開催の週では当日の変更点や全体の流れを確認して、当日に備えるようにしている。出てきた課題に対しては、なるべく参加者の意見を出せるよう挙手だけではなく、チャット機能も活用しながらミーティングを行ってきた。

学生スタッフが考案したアイデアを出していくだけではなく、客観的に地域や社会からどのように必要とされ、影響していくのかも考えに入れながら話し合いを進めている。

## 6 活動内容

### (1) 開催前の活動

#### 《つるギフト・つる食堂共通》

#### ① お弁当メニュー決め

子どもたちが食べることを考えて、辛さや味の濃いメニューを避けるまたは調味料の分量を調整することや彩りのある見た目など工夫を凝らしている。また、地産地消を意識するためJAや道の駅つるで可能な限り季節に合った旬の食材を受け取り・購入を行いメニューに組み入れている。ギフト・食堂実施3週間前には決定したメニューで試し調理を行い、調理工程や食材の分量を決定している。

#### ② 食材手配

JAとフードバンクに連絡・相談し、必要な食材を支援していただいている。(主にJAは野菜、フードバンクは調味料、その他食材) 学生イニシアティブ事業支援金はそれら以外の食材とフードバンクからの食材を入れる袋の購入代金として活用させていただいた。(2021年度では都留カントリークラブ様から既製のお弁当のご支援もあり、つるギフトとして提供した)

#### ③ 宣伝

つるギフト・つる食堂では毎回デザインの異なるポスターを作成している。スポンサーであるエル・ソア様に印刷をしていただき、耕雲院周辺にある小中学校のご協力のもと、全生徒に対してチラシとして配布している。また、東桂地区の高齢者・その他の世帯を対象として、地域の自治会の方々に協力していただき回覧板に挟み回していただいたり、家庭のポストにチラシを投函するなどの宣伝活動をしている。また、地区自治会の方々の協力を得て、回覧板に活動の宣伝ポスターを入れさせていただいている。その他の宣伝手段として、LINEやSNS(Twitter・Instagram・Facebook)、都留のイベント紹介ポータルサイト「まちマーケット」にてつるギフト・つる食堂の開催や宣伝・告知を行っている。学生イニシアティブ支援金はポスター印刷時の備品の購入に活用させていただいた。

#### 《つるギフト》

#### ④ 予約

手作り弁当は作れる個数に限りがあるため、2日間の予約受付期間を設け、電話・メール・公式LINE・Googleフォームから予約を承る完全予約制である。オンライン上の予約フォームを記入することで自動予約される方法と直接電話をかけてもらう、または公式LINEでの記入という3種類の方法で予約を受け付けている。

## (2)当日の活動

### 《つるギフト・つる食堂共通》

#### ①買い出し

当日になって足りなくなった食材などを買い足す。

#### ②衛生管理

調理室や盛り付け部屋の清掃、調理器具の消毒、スタッフの手洗い・マスク・検温の徹底を行い重要管理項目チェック表の記入を行う。

#### ③調理

調理班はマスク、エプロン、ビニール手袋の着用、消毒を徹底し、ボランティアの助言のもと事前調理で気が付いたことを踏まえながら調理を進める。



図2.衛生管理下で調理する調理班

#### ④盛り付け

調理班同様、マスク、エプロン、ビニール手袋の着用、消毒を徹底し、ギフトが人数分あるか、料理の入れ漏れはないか、見栄えはよいかなどをチェックする。毎回使用のお弁当の容器に学生イニシアティブ支援金を活用させていただいた。



図3.支援金で購入した全弁当に貼る宛名

### 《つるギフト》

#### ⑤受け渡し

受け渡しには、「配達」「お寺受け取り」の2種類がある。配達班は自動車・自転車・徒歩でスタッフがギフトを予約された家庭に行きお届けする。配達の際、お弁当の質を保つための保冷パックと保冷剤に学生イニシアティブ支援金を活用させていただいた。

#### ⑥反省会

ギフト終了後に、次回に生かせるように反省点や改善点を学生間で共有する。

### 《つる食堂》

#### ⑤配膳

盛り付け後、お客様の人数に合わせてスタッフが配膳する。

#### ⑥食後

来て下さった子どもたちや保護者、地域の方たちが楽しめるようなイベントを開催する。(例：ラテアート、古着配布、工作企画など)



図4.12月つる食堂のクリスマスリース作り

#### ⑦反省会

ギフト終了後に、次回に生かせるように反省点や改善点を学生間で共有する。

### 《寺子屋》

毎週土曜日に耕雲院のお寺をお借りして、子どもたちの勉強スペース・遊び場として解放している。学生は遊び相手として一緒に楽しんだり、勉強を教えたりするという立場で参加している。夏休みなどの長期休暇では、平日の寺子屋も実施している。また夏期休暇期間にはコロナ禍においても安心して子どもたちと楽しめる特別企画としてアニメを始めとした映画鑑賞会を開催した。



図5.子どもと遊ぶ様子

## 7 成果と課題

### (1) 成果

つるっこプロジェクト実行委員会の活動目的として学生と地域住民の繋がり場を創出することであるが、2020年度の引き続き、コロナ感染症によって活動の制限されてしまった。しかし、つる食堂に代わる「つるギフト」の取り組みによって、日用品・食料品をデリバリー形式で届けることから都留市内の広範囲の方がつるギフトに参加して下さった。山梨県内の新型コロナウイルス感染者数の増減によって活動が実施できるかどうかの判断が委ねられる時期もあったが、スタッフ内のマスク・手洗い・消毒・調理・盛り付け時の衛生管理の徹底によって定期開催が実現でき、年間を通して一定して多くの方に参加していただけた。



図6.つるギフトを受け取る地域の方々

つる食堂の再開には山梨県内の新型コロナウイルス感染者数が減少傾向に合った月に行うことができた。感染症対策を行った上での開催であったので、大幅に参加者数は制限されたが人との繋がりが希薄な実状の中でする食堂を開催できたこと自体に大きな意味を見いだせたのではないかと感じられる。また、1、2年生の学生にとっては初めてつる食堂を体験したことでコロナ

禍以前の実際に地域の方々と顔を合わせながらご飯を食べる楽しさや活動のやりがいを感じることでできる機会となった。



図7.7月つる食堂で花火

### (2) 地域への提言

都留市においても高齢化の影響で年齢層の高い世帯も増加している。食料品や日用品などを買うためのスーパーへの交通の不便さがあるのではないかと考える。さらに新型コロナウイルス感染症によって自粛生活を強いられている地域の方々や学生にとっては人との繋がりの面が希薄になってきているようにも思われるため、地域と学生、地域と地域のコミュニティを繋げる機会にしていきたい。また、地域の皆さんが安心してつるっ子の活動に参加してもらえるように感染症の徹底がさらに求められる。

現在のつるギフトやつる食堂、学習支援を利用してくださるのは子育て世代が多いが、つるっ子プロジェクト実行委員会は世代関係なく、幅広い対象として活動しているのでさらに多くの方に参加していただき、地域の繋がりの場を提供していきたい。

### (3) 課題

2021年度の後期月の利用者数の変動が見られた。このつるっ子プロジェクト実行委員会の活動は利益追求ではなく、地域の方々に低価格または無料での食の提供を目的として活動している。しかし利用者数や高齢者世帯地域の予約の減少から、広報での不足があるのではないかとことが挙げられた。SNSを利用しない高齢者世帯にとってつるギフトやつる食堂の機会を知っていただく機会を増やすにはビラ配布や回覧板の範囲を広げて行うことが必要であると考えられる。さらに、新規利用者への宣伝・広告への周知方法も検討する必要があると思われる。また、人の繋がりを実現していくためにより多くの年齢対象の方が参加しやすいような企画内容の計画・運営、開催場所の多様化など利用者の方のニーズに沿ったさまざまな活動展開を目指していきたい。



# キャンドルナイトライト

## 甲府 桜町通りの活性化

菊地 翔太、小宮山 諒、小幡 隆史、齊藤 将喜、中田 大智、保坂 昌宏、田村 あずさ、八代 彩花、齋藤 亜美、久保田 智美、山本 凧紗、有賀 タケル、海野 恵、小澤 みいな、小野 成実、上條 健太、後藤 咲菜、坂口 莉緒、櫻井 敬都、佐野 悠人、田中 希龍、友寄 隆祐、藤巻 知紗、三森 誉仁、望月 芽衣 (山梨学院大学)

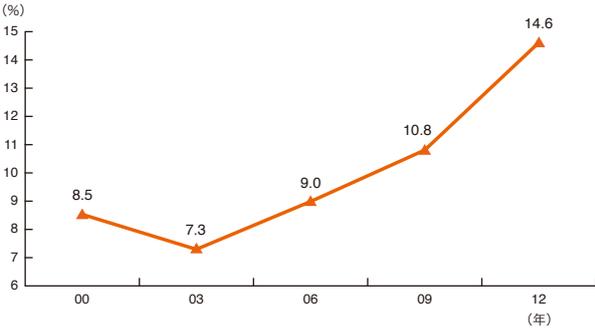
### 1 概要

近年、大型商業施設の増加やネットショッピングの普及などの影響により商店街は衰退傾向である。そこでキャンドルを用いて甲府市の桜町通りを活性化しようと提案、企画し、甲府市役所、商店街の協力を経て行った活動である。

### 2 商店街の状況

全国的に大型商業施設の増加やインターネットの普及によるネットショッピングの拡充により多くの人々が商店街を利用しなくなってきている。大型商業施設は郊外への出店が多く進んでいるため、人の流れが郊外に増加し、商店街を中心とする中心市街地の空洞化が進んでいる。また、ネットショッピングにおいてはリアル店舗とネット販売との部分で商店街と競争が起き、商店街はかなり厳しい状況に置かれている。

これらの影響により図1のグラフのように実際に全国の商店街の空き店舗率の推移は増加傾向に置かれている。



資料：中小企業庁委託「平成24年版商店街実態調査報告書」(2012年11月、(株)アストジェイ)  
(注) 空き店舗率=空き店舗数÷店舗数。

図1. 商店街の空き店舗率

この図では2000年から2012年のものになるのだが、2003年の3.7%から2012年の14.6%と空き店舗率は倍に増えている。最新のもので2018年のデータでも13.77%といずれも10%を超えている。先ほど挙げた大型商業施設やネットショッピングの影響もあるが地主や家主など貸し手側の都合によるものや、店舗の

老朽化、所有者に貸す意思がない、家賃の折り合いがつかないなどの商店街が抱える問題もこの数値に影響を当てている。このように全国的に商店街は衰退傾向にあるのが現状である。

### 3 桜町商店街の問題の所存

商店街の状況は山梨県も例外ではなく、甲府市の中心街にある桜町通り、通称ダイヤコリド名店街も衰退の傾向にある。この名店街は岡島百貨店の向かいに位置する商店街で、現在では18店舗がこのダイヤコリド名店街に加盟している。



図2. ダイヤコリド名店街の地図

図2の地図でわかるように桜町通りと城東通りの二通りからなるL字の商店街である。この桜町通りでは車両は一方通行の通りになっている。現在でも多く店舗が営業を続けており地域に愛されている商店街だ。

しかし、近年では商店街を利用する客足が減少し全国の商店街と同様にスタイの傾向にある。そこで現地に足を運び商店街で営業している店舗に聞き込みをし、商店街の問題を調査することにした。一昨年の7月と10月の計2回で商店街のフィールドワークを行った。フィールドワークの方法としてはグループを分け、各自、商店街の店舗に直接訪問し、商店街に対する想いや、問題点、今後についてお話を伺った。どの店舗も快く調査に協力をしていただき順調にフィールドワークを行うことができた。フィールドワークでの調査の結果、どの



図3.フィールドワークに参加した学生

店舗も客足が減ったことや商店街を利用する若者がいないなどの意見が多く、商店街が衰退傾向であることを実際に感じ取ることができた。この調査をもとにダイヤコリド名店街の問題、課題を明確にし、商店街の活性化を目指したいと思う。フィールドワークを通して見えてきた課題は大きく分けて5つあることがわかった。それは交通面、年齢層、知名度、興味、機会の5つである。他にも商店街自体の老朽化や店舗の後継者不足などの課題も挙がっていたが、多く挙がっていたのは先ほどの5つである。まず交通面の課題だが、これは、城東通りは対面通行であるが桜町通りは一方通行であり、かつ交通量の多い城東通りからの侵入が不可能であることが問題であると考え。また、車だけでなく電車からのアクセスも悪く甲府駅から少し離れた場所に商店街が位置するため商店街に足を運ぶ人がいないという。この課題に関しては学生にとっては規模の大きいものになってしまうので今回は取り扱わないことになった。他に交通面では夜になると商店街自体が暗くなってしまうので歩行者にとって歩きにくい場所になってしまっている問題も挙げられた。

次に年齢層の課題だが、こちらは昔に比べて若者が減ったことや、商店街を利用する方の高齢化などの問題が挙げられた。商店街の年齢層に関する課題は全国的にも問題となっているもので、特に若者が商店街を利用しない問題は多くの商店街を悩ませている。ダイヤコリド名店街でもこの問題は起きているのだが、名店街の二通り隣の場所は中心街でも賑わいのある飲み屋街になっており多くの若者が足を運んでいる。この若者を

ダイヤコリド名店街に集めることができればこの課題は解決できると考える。しかし、なぜ商店街に若者が来ないのかという部分を考えると、先ほど挙げられた5つの課題の残りの3つである知名度、興味、機会が理由だと考えられる。

まず知名度の部分だが、そもそもダイヤコリド商店街自体を今の若者が知らないという問題がある。実際にこの活動に関わっている学生たちも多くがこの商店街ことを知らない状態であった。若者が商店街を知らないのはもう一つの課題である興味の部分が大きく関係している。そもそも若者は商店街自体に興味がないのである。商店街で売っているものが若者の需要に当てはまるものが少なく、商店街自体に興味がないのである。

そして最後の機会についてだが、現在ではさまざまな場所で購買活動ができるため、わざわざ商店街に行って買い物をする機会がないというこが、この課題の問題点である。商店街の衰退に影響を与えた大型商業施設や、ネットショッピングの普及は多くの若者が商店街から遠ざかってしまっている原因なのである。いかに若者に興味を持たせ商店街を知ってもらい来てもらう機会を増やせるかが今回の問題なのである。

## 4 活動の目的

商店街のフィールドワークを終え、商店街の課題、改善点が明確にできた。次にこのフィールドワークを踏まえ、商店街を活性化するために何が必要なのか、学生としてできることは何があるのかを考え、活動の目的を明確にした。

今回のフィールドワークで大きく課題を感じたのは若者の商店街離れだと考えられる。この課題は一番身近であり、自身が取り組む課題として一番向いていると考える。そこで、若者が興味のない商店街にどうしたら興味を持ってもらえるのか、どうやったら知ってもらえるのかという部分を考え最終的に商店街の知名度、集客を向上することを目的に活動を展開することにした。交通面や、商店街の老朽化、空き店舗などの問題も多くあるが、学生として学生の目線で取り組むには若者に向けた何か活動ができればという思いが強くあり、今回はこの目的にした。この目的の達成のために何をすべきなのか学生で話し合い活動を開始した。

## 5 企画・提案

商店街の課題を改善するためにはどうすればいいのか、学生として何ができるのかということを考え、ゼミで話し合いを行った。ゼミで考えた案としてはスタンプラリー、キャンドルカフェ、キャンドルナイトの3案だ。

まず、スタンプラリーについては、全国の商店街でも事例があり、簡単に参加しやすくかつ、商店街を実際に利用してもらうことができ集客と知名度向上を狙えるものだと思い提案された。全国の商店街の成功例を見てもかなり人気のイベントである。

続いてキャンドルカフェについてだが、こちらは夜にキャンドルの明かりと共に楽しむカフェの提案である。最初になぜカフェなのかという部分だが、フィールドワークを通してダイヤコリド名店街にはカフェが少ないということがわかったのと、カフェを作ることにより若者が訪れるきっかけを作れたらという目的でカフェとなった。そして夜にキャンドルと共に営業することに関しては、まず夜に営業をしているカフェが少ない点や、夜にカフェが欲しいという若者の声があったことで考えられた。またそこにキャンドルを用いることで映えるスポットとして話題になるのではないかと考えたのである。特に映えるという部分では現代で最も若者の情報源であるSNSで話題を作れるという狙いや、若者の発信力による知名度向上を狙ったものになる。

そして最後のキャンドルナイトに関してはフィールドワークを行った際に気づいた商店街が夜は暗く歩き

づらいという部分からヒントを得て提案された。こちらの案はターゲットが明確で仕事帰りの女性をターゲットにしている。まずは商店街に足を運んでもらえることを目的に発案された。仕事帰りということも考慮して癒しの効果のあるキャンドルを用いたイベントにすることになった。また、こちらもSNSへの発信を狙いにしている。キャンドルによる商店街の装飾なので先ほど出たキャンドルカフェなどの他のイベントとも同時に開催できるので話題性や集客がしやすい案であると考えた。

以上の3案がゼミ内で企画された。このように商店街の改善点にアプローチとできる案を実際に甲府市役所にて市の担当者や商店街の代表の方々に提案を行った。提案を行った際にさまざまな意見をいただいた。特にスタンプラリーに関してはイベントによる効果は期待されるが一過性に終わってしまう可能性があることが述べられた。ダイヤコリド名店街でも過去に同じようなスタンプラリーのイベントを行なったことがありその時も一過性で終わってしまったという。その他のキャンドルを用いた二つのイベントはかなり評価が良く今までにないイベントなので、ぜひやっていただきたいという声をいただいた。

甲府市への提案を終えて、再び話し合いを進めた結果、キャンドルを用いたイベントの企画を進めていくことになった。基本的には商店街をキャンドルで装飾し通りをライトアップさせることをメインのイベントにし、そこにカフェを出店するという形になった。しかし新型コロナウイルスの影響によりカフェでの飲食物の提供が厳しい状況になってしまったのでカフェのイベントを中止しキャンドルナイトの一本で活動を行うことになった。



図4. イベントイメージ

ダイヤコリド名店街の桜町通り側をキャンドルで装飾し夜の通りをライトアップし、夜道の安全性を高める。また、映えを意識した装飾を施すことで若者に向けての話題性を作る。そこで、まずどのようなイメージで商店街の装飾をするのかということ考えた。単純に道端にキャンドルを施し装飾するだけでは若者が興味を示すものにもならず、SNSでの発信にも繋ぐことができないと考えた。最近では光を活かしたアート作品なども人気があるので、ただ装飾をするのではなく見ていたい、情報を発信したいと思えるような装飾を目指したい。また、夜に明かりを使っの装飾の仕方は全国にも事例がいくつかあるのでそれを参考に装飾を考える。

まず、イメージを考える上で実際に明かりを使った装飾で成功した実例を調べた。それが熊本県にある黒川温泉だ。この温泉は人気温泉地である別府市から車で1時間半もかかってしまう決して交通の便がいい場所とは言えない場所にある温泉だ。そのアクセスのしにくさや、温泉の規模が小さかったことにより将来が危ぶまれていた。そこで黒川温泉では集客を上げるために町全体をあげてさまざまな取り組みを行った。新しい看板の設置や、周囲の雑木を植栽し「絵になる風景」作りを行った。その取り組みの一つに明かりを使った装飾がある。



図5.黒川温泉の装飾

図5が黒川温泉の装飾である。このように球体状に作った電飾を川などに飾り温泉を利用するお客さんに楽しんでもらう装飾を行った。このような景観づくりは大きな反響を呼び狙い通り集客と温泉の知名度の向上に繋がったのである。一つ一つは凝った作りではなく、かなりシンプルなものだ。この成功事例は今回の商店街の活性化の目指す形である。黒川温泉には温泉という大きな武器があったがそれを活かさきれていないでいた。そこに装飾を用いたプラス要素を加えたことで話題が生まれ、そこから情報が多く発信され結果として集客に繋がった。

このことをヒントに商店街のキャンドルナイトのイメージを膨らませていく。黒川温泉の成功の鍵は「絵になる風景」というものを作り上げたところにあると考える。商店街にも絵になる風景、写真に収めたい風景というのができれば目的に近づけると考えた。そこで最近人気のある光を活かしたアートも参考にイメージを考えていく。この光を活かしたアートというのは、SNSなどで若者などに人気のコンテンツである。例としてはチームLABOが手がけた展示などがある。



図6.光のアートイメージ1



図7.光のアートイメージ2

図6は屋内でのアートのイメージ、図7は屋外でのアートのイメージである。このように写真が映えるものが若者に人気があるという。ただ明るく映えることだけにこだわってしまうと商店街の元からある雰囲気を変えてしまう可能性がある。そのためアートのようであつ商店街の雰囲気を活かせる装飾を目指すことにした。

## 6 イベントの実施

イメージもまとまりキャンドルナイトのイベントの実施に向け動き出した。商店街、甲府市役所の協力を経て昨年の10月の末にキャンドルナイトのイベントを実施することになったが、新型コロナウイルスの県内の蔓延に伴い延期となってしまった。その後、延期日として12月の末にイベント予定していたがこちらもコロナウイルスの影響により中止となってしまった。そのためまだこのキャンドルナイトのイベントは開催できていない。今年中にはこのイベントが開催できるように準備を進めていきたいと考えている。

## 7 キャンドル制作のイベント

キャンドルライトナイトでは、子どもにもイベントに参加してもらいたいという思いから、ミニイベントとしてキャンドルの製作イベントを企画していた。こちらのイベントもコロナの影響で中止となっていたが、1月8日に甲府銀座通りにてこうふまちゼミというイベントの一部としてキャンドルの製作を体験できるイベントを実施した。このイベントは子ども向けのイベントで本来のターゲットとは異なるが、ディスプレイを見て足を止めてくださる方がたくさんいて、この活動を知ってもらうことができた。



図8.こうふまちゼミのチラシ



図9.イベントに参加した学生



図10.イベントの様子

また、桜町通りでは「SDGs宣言」という活動を行っている。

このイベントで制作したキャンドルは桜町通りで出たしまった廃油を用いて製作を行った。廃油を使うことでSDGsの認知を広めたり、環境に配慮したイベントを行うことができた。イベントの体験後にはお土産用のキャンドルも用意し、子どもたちに喜んでもらうことができた。このキャンドル制作のイベントは8日だけでなく2月3日も予定をしていたがコロナウイルスの影響により中止となってしまった。キャンドルナイトのイベントの一部として今後も開催できればと考えている。

## 8 成果と課題

今回、1年半かけてダイヤコリド名店街の活性化を目的に活動を行ってきたが、コロナの影響などもあり思うように活動ができなかった。その中でも成果としては、まずは参加した学生がこの商店街のことを知ることができたことだと考える。普段から商店街をあまり利用しない世代の活動として取り組むことで、違った視点から見ることができ、商店街にとっても新たな発見ができた。

結果として予定していたキャンドルナイトのイベントは開催することはできなかったが、キャンドル制作のイベントを成功させることができ、少しは商店街に貢献できた。

課題として企画してきたものを実行することができなかったことが挙げられる。今回は商店街の知名度の向上と集客を目的にかつ継続的に行えるイベントを考え企画してきたがさまざまな影響で実際に行うことができなかったのもどほどの効果があったのかという部分がわからないままになってしまった。改めてイベント内容を考え、今年中には開催ができるように準備を進めていきたい。特に今回のイベントの中止はコロナウイルスによる影響が大きかったので、コロナ禍でも開催できるものを考えていく必要がある。今回の活動で見えた課題を改善できるように取り組んでいきたい。

## 今後に向け

現地調査から始めて約1年半活動を行ってきたが、結果的に思い描いていたことはできなかった。今回、ゼミ活動の一環ではあったが商店街の魅力や可能性というものを考えるきっかけとなった。特に若い世代が普段、利用しない商店街の魅力を知ることによって新たな発見があったのでそこをもっと発信できればと思う。今回の活動で目標としたことが達成できていないので、今後に向け今回の取り組みを継続しつつ新たな角度からのアプローチも考えていきたい。

Report

04

大月短期  
大学 他

令和3年度 学生イニシアティブ事業報告書

# 学生による学生のための空き家活用プロジェクト

## 学生の手で大月市を元気に

前田 優衣\*、中野 友夢\*、山田 佳奈\*、伊藤 友哉\*、手島 晴子\*、長岡 藍理\*、柳澤 千佳\*  
 渡辺 菜里\*、戸田 彩乃\*、福嶋 美友\*\*、小俣 七菜瀬\*\*\*、市村 心\*\*\*\*、小坂 星嵐\*\*\*\*  
 (\*大月短期大学 \*\*都留文科大学 \*\*\*実践女子大学 \*\*\*\*東京経済大学)



図1.クラウドファンディングのビジュアル撮影の様子

### 1 概要

当プロジェクトは、大月短期大学の非公認サークル大月短期大学DIYサークルとして活動を始め、現在は学生団体BIG MOONとして活動している。メンバーは主に大月短期大学の学生であるが、山梨に住む他大学の学生も含め約10名ほどで活動している。このチームは大月市の空き家問題や人口減少、少子高齢化を解決するとともに、大月市を学生が住みやすく若者の活気あふれる街にすることを目指して発足した。そのためにまずは古くなり、空き部屋になってしまったアパートの1室のセルフリノベーションを学生たちで行った。

### 2 問題の所在

地方の経済、財政、行政について学んでいる。それらの学びを通して、自分の生活する地域を改めて考える機会が多くあり、大月市には「綺麗でなおかつ安い」学生が住みたい部屋が少ないと感じた。

また学生の中には大月市と同じ家賃でも東京郊外の方が綺麗な部屋があり、加えて街も栄えていることを理由に、八王子などの東京郊外に部屋を借りている学生も多くいる。大月市でしか体験できないこと、田舎だからこそその良さがあるにもかかわらず、上記の理由で居住者がなかなか増えないのは市にとって改善すべき

問題である。そして、せっかく大月短期大学に通っているのに大月市の魅力を知らないまま卒業してしまうのは非常に勿体ないと考える。

加えて、学生向けアパートに住むことで学生同士の繋がりができ、大家さんも街の人も見守ってくださり安心である。また親元を離れ一人暮らしを始めたが、新型コロナウイルス流行の影響で授業形態がオンライン授業に変化したことにより、同級生と知り合うことも少なく、不安な日々が続いている学生も多くいる。よって、より交流が多い学生向けアパートが魅力的であり、今後需要が増えていくと考える。

そして現実的な問題として、大月市の人口減少もある。この問題の解決も重要である。活動を通して、少しでも大月市の魅力を多くの人に発信し、興味関心を増やすことで、住み良い街づくりに貢献したいと考える。



図2.大月市の人口推移 出典「国勢調査」(総務省)

### 3 目的

将来的に空き家一棟を改装するために、今回のプロジェクトでDIYの技術を身につけることを目的とした。また、新型コロナウイルスの流行により希薄になった学生同士や、地域の人々との繋がりをこの活動を通じて、深めることができればと考えた。そして、この活動を足掛かりに、大月市への学生の誘致や大月市に興味、関心を持つ人を増やしていきたいと考えた。

## 4 方法

資金はクラウドファンディングで調達し、技術はDIYの実践活動やDIY経験のある地域の方からの指導をうけアパートの改修を行った。

## 5 活動内容

### (1)クラウドファンディングによる資金調達

CAMPFIREを利用して、クラウドファンディングのページを開設し、資金調達を行った。2021年6月23日にはじめ、当初の目標金額は400,000円と設定していたが、山梨日日新聞社やYBSのワイドニュース(敬称略)にいただいた取材、地域の商店に協力いただいたポスターの掲示、チラシの配布やSNSなどでの拡散が功をなし、8日前に目標金額の調達を達成することができた。プロジェクトのさらなる向上を目指し、ネクストゴールとして500,000円を再設定した。8月15日に募集を終了し、総支援者70人、支援総額、513,000円と当初の目標金額の128%の達成で終えることができた。リターン品は1,500円~30,000円の15種類用意し、大月市の地域資源を生かしたもの、身に着けたDIY技術をいかしたものを作成・準備した。なお、返礼品の作成・実施に伴い「月のうらがわ」、「PlusBeat」、「猿橋遊水舎」(敬称略)の協力を得た。

### (2)DIY活動

部屋の作成にあたり、DIYの技術を身に着けるため、DIY経験者や地域振興という同じ目標を持つ方々から協力を得て活動した。

#### ①カフェ&ショップ「月のうらがわ」での壁の塗装。

塗装しない部分にペンキをつけないようにするためのマスキングからはじまり、塗る方向の注意や重ね塗りの重要性について指導を受けた。

#### ②学生団体「トップファン」と「アメリカヤDIYサービスセンター」、「IROHA CRAFT」とのコラボ企画、葦崎市子ども食堂「にららん食堂」の新拠点の縁側とフェンスづくり。

コラボさせていただいた団体から万能工具のマルチエボや電動のこぎり、電動ドライバーの使い方、木材の採寸の方法学んだ。雨天のため、フェンスの塗装と補強は別日となったが、二日目には子どもたちと一緒にフェンスの塗装をした。ほとんど工具を使ったことがなかったので多くのことを学ぶことができ、貴重な経験となった。

#### ③「トップファン」とのオトパンさんの外装づくりの手伝い。

②のコラボ企画に続き、トップファンと一緒に先日、塩山に新しくオープンしたオトパンさんの外装の板張り、商品棚づくりのお手伝いをした。工具の使い方にも大分慣れることができ、商品棚を作ったことで新たなDIYの知識を得ることができた。

#### ④「猿橋遊水舎」のボートのすのこ作り。

クラウドファンディングの返礼品でも協力をしていただいた「猿橋遊水舎」で利用される遊覧ボートの足元に置くすのこ作りをお手伝いした。このように、活動に協力してくださった方々にDIY活動を通して恩返しできたと感じた。

#### ⑤アパートの一室をDIY。

本プロジェクトの核となるアパートのDIYは、他の活動と並行して長期間かけて行ってきた。

2021年5月

- ・DIYする物件探しを始めた。条件にあう物件が見つかるまで多くの物件を巡り、5月末に大家さんとプロジェクトの交渉を行い、市内のアパートの一室をリノベーションすることが決まった。

アパートは1Kの物件で、部屋の劣化が進んでいた。

2021年6月

- ・クラウドファンディングのリターン品のサンプル作り。
- ・リターンに使用する流木を深城ダムや桂川で収集。
- ・クラウドファンディング開始。
- ・学生イニシアティブ事業に選出。

2021年7月

- ・完成したクラウドファンディングのチラシ配り。
- ・カフェ&ショップの「月のうらがわ」さんで壁を塗装体験。

- ・みらいサロン(#やまなしクラウドファンディング)への参加や葦崎市にある「アメリカヤ」さんへ訪問見学させていただき、意見交換を行った。

2021年8月

- ・クラウドファンディング終了。

2021年9月

- ・流木ハンガーやダイダイ柄手ぬぐいなどのクラウドファンディングのリターン品づくり。

- ・DIYのコラボ企画「にららん食堂」の縁側・フェンス作り開始。

2021年10月

- ・「大月短期大学DIYサークル」から「学生団体BIGMOON」に改名。

2021年11月

・資材調達完了。

いよいよアパートDIYの実働に入り、壁紙を剥がす作業から始めた。

真木アートクラフト市に参加し、流木ハンガーやステッカーなどのクラウドファンディングのリターン品として製作したオリジナルグッズの物販を行った。また、オトパンさんの店舗づくりのDIYをお手伝いした。



図3.オトパンさんの外装づくりの様子



図4.にららん食堂のフェンスづくりの様子

2021年1月

・「つきのうらがわ」・「にららん食堂」で身につけた塗装の技術を用い、天井・柱・壁の塗装を行った。天井は木目調から焦げ茶に塗装した。ムラを作らないように塗るのに苦労した。

2021年2月

・シンクの解体・設置。



図5.オリジナルグッズ作成の様子



図6.学生が染めたタイダイ柄手ぬぐい

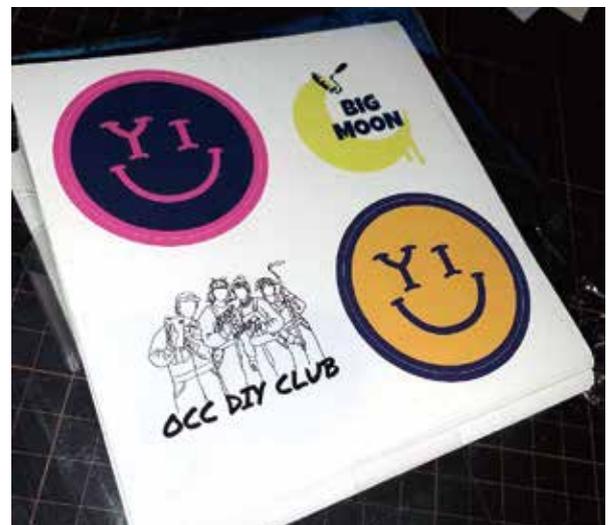


図7.学生がデザインし製作したオリジナルステッカー

## 6 成果と課題

### (1) 成果

#### ① DIYの技術の向上

メンバー全員が未経験者でDIYの知識をつけるところから始まったが、他団体・地域の方々とのコラボや繋がりにより、工具の使い方から塗装の仕方など基本的な知識をつけることができた。学んだことを実際にアパートの改装で体験することで、基礎知識の定着につながった。

#### ② 交流の場作り

コロナ禍ということもあり、学生同士や地域とのつながりが作りづらい環境であったが、当プロジェクトの活動を通して交流を深めた。また、地域振興を志す他の方々との交流により、①のような知識向上だけではなく活動への意欲や向上心が触発され、もっと頑張ろうという気持ちが強くなった。

#### ③ 大月市の発信

当プロジェクトを通して、さまざまなSNSやテレビ、新聞などで活動を発信したことで大月市の魅力を伝えることにつながった。また、SNSの活用により、どうしたら活動を知ってもらえるのか、目に留まるような投稿ができるのかなどメディアリテラシーを向上させることにもつながった。

### (2) 課題

#### ① メンバーの拡大

現在大月短期大学の学生を中心として活動が行われているため、卒業を機に大月市を離れてしまう学生が多い。そのため、活動を継続させるためにはメンバーの範囲を広げ、人数を確保していく必要がある。

#### ② チームの組織化

現在BIG MOONの活動はDIYが主となっているがさまざまなSNSでの情報発信に加え、資金管理、資料作成、関係者との連絡のやりとりなどさまざまな業務がある。しかし、その役割分担がうまくできていないため、特定のメンバーの負担が大きくなってしまったり、情報の共有ができていないなどの問題が生じた。

#### ③ DIY事業を展開

クラウドファンディングは資金を集めるための有効な手段であるが、ページの作成に加え、リターンの作成、広報活動など負担も大きい。そのため、今回のプロジェクトで身につけた技術を生かしワークショップの開催

や、DIYの依頼を受けるなどDIYの事業を展開していきたいと考える。

Report

05

山梨県立  
大学

令和3年度 学生イニシアティブ事業報告書

## 芦川えんさプロジェクト

築200年の古民家から地域の未来をつなぐ

降矢 拓磨、吉田 龍、堀内 しづく、望月 健生  
横山 智咲、遠藤 美湖、河内 優実 (山梨県立大学)

### 1 概要

当プロジェクトは、人口減少・少子高齢化の進行する笛吹市芦川町における、山梨県立大学安藤ゼミナールと芦川住民との共創によって取り組まれている地域活性化プロジェクトである。2017年から始まった当プロジェクトではこれまで、芦川町での交流イベントの開催や観光マップの作成等を行い、地域との共創を大切にしながら取り組んできた。現在は、鶯宿地区にある築200年の古民家の改修を実施しており、将来的には地域住民や観光客が利用可能な多機能交流拠点としての活用を考えており、芦川町の関係人口の増加、ひいては移住・定住者の増加を目指している。

改修費用調達のためのクラウドファンディングを、2022年2月17日～3月31日にかけて実施中であり、クラウドファンディング周知イベントやチラシ印刷費用に、当事業の補助金をあてがっている。



図1.多機能交流拠点への活用を目指している古民家「えんさ」

### 2 問題の所在

活動地域である山梨県笛吹市芦川町は人口減少・少子高齢化が進行しており、令和3年7月末時点での人口は308人、高齢化率は62.3%に達している。これに端を発して芦川町内では空き家の増加や公共交通機関の減少、地域コミュニティの縮小や耕作放棄地の増加など様々な課題が生じている。

そのため、当プロジェクトでは芦川町の移住・定住人口の増加を最終的な目標とし、芦川町の関係人口の増加に取り組んでいる。



図2.第一期リノベーション後の縁側

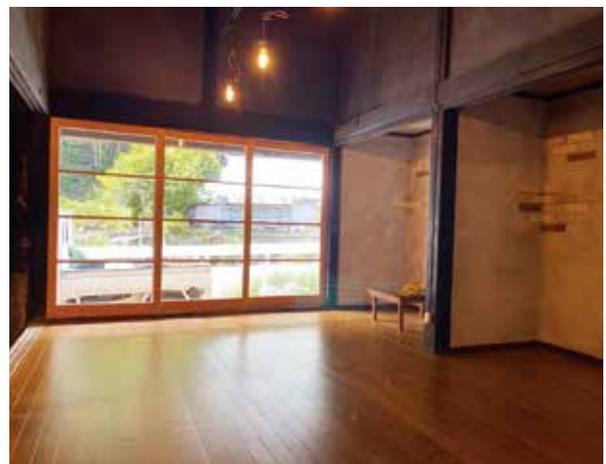


図3.第一期リノベーション完了後の内観

### 3 目的

芦川町の移住・定住人口の増加を最終的な目的としており、そのためにはまず関係人口の増加が必要であると考えている。現在の芦川町鶯宿地区には、地域住民や観光客双方にとって活用できる拠点がなく、多機能交流拠点を創出し芦川町の関係人口の増加を図る。

### 4 方法

- ・当事業の補助金を活用し、クラウドファンディング公開に先立っての広報イベントの開催、クラウドファンディング周知のためのチラシの印刷を行った。
- ・2022年2月17日～3月31日にかけてクラウドファンディングを実施し、2022年度以降に実施予定の第二期リノベーション費用を調達予定である。
- ・調達した費用は主に上下水道の整備費用にあてがうことを予定している。

### 5 活動内容

2022年2月8日に、笛吹市役所・芦川支所・芦川在住の子育て世代の住、計8名の皆様と、改修した古民家活用や、古民家を起点とした活動に関する検討会を実施した。実施にあたっては、当事業の補助金にて購入した消毒液を使うなどし、新型コロナウイルスへの感染対策を徹底した。検討会では笛吹市より、当プロジェクトが挑戦するクラウドファンディング広報への協力表明や、芦川支所からは古民家を起点としたツアー実施にあたっての協力について、検討を進めていくことの合意を得ることができた。

2022年2月12日には、クラウドファンディング公開に先立ち、公開後の情報拡散の効果を高めることを目的とした「芦川えんさプロジェクトクラウドファンディング応援団決起集会」を開催した。完全オンラインでの開催の本イベントは、「農家体験民宿 アシガワ・デ・クラッソ」からの配信を行い、8日のイベント同様に運営メンバーの感染対策を実施しての開催となった。

イベントには山梨県内外のさまざまな分野で活躍されている約40名の有識者にご参加頂き、クラウドファンディングへの支援表明や、プロジェクトへの提案なども多数頂戴した。



図4.将来の活用イメージ①



図5.将来の活用イメージ②



図6.イベント内で古民家を見学する参加者の皆様



図7.2月8日の検討会の様子

## 6 成果と課題

当事業の補助金による広報イベントの開催、チラシ作成により、2022年2月17日のクラウドファンディングページ公開から、本資料を作成している2022年2月27日現在までの10日間で、目標金額の47%にあたる946,000円に達した。また、公開初日のページ閲覧数は2000に上るなど、広報イベントやクラウドファンディングによる情報発信により、芦川町自体の情報発信に繋がっているものと思われる。

今後の課題としては、目下進行中であるクラウドファンディングの成功はもちろんのこと、持続可能な地域活性化を見据えた拠点構築が不可欠となる。持続可能な拠点運営には、卒業等で入れ替わりが発生する学生のみでは難しい面があるため、地域住民の皆様の承諾や協力を丁寧な関係構築のもとに得ることが重要である。



図8.オンライン配信にあたって設置した立看板



図9.芦川えんさプロジェクトクラウドファンディング応援団決起集会



図10.クラウドファンディング 広報用チラシ

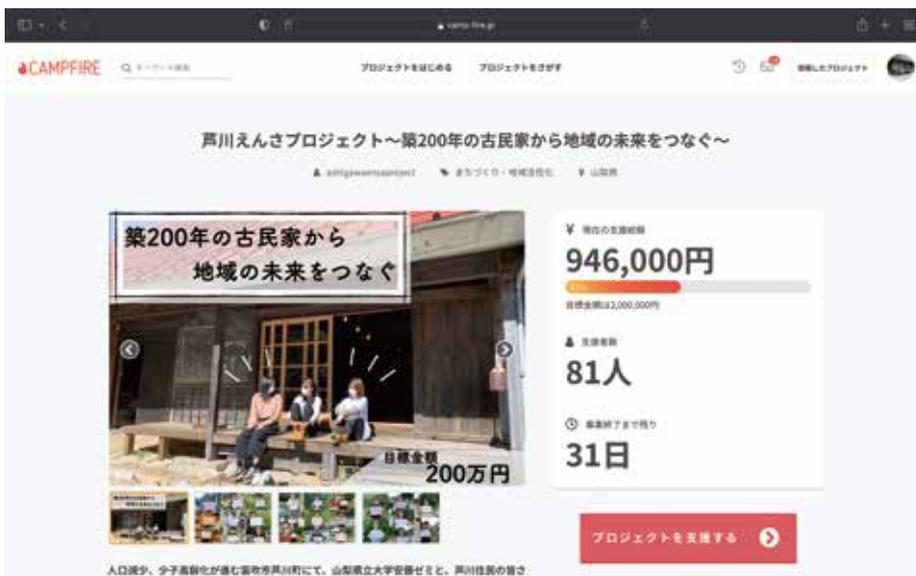


図11.2022年2月28日時点のクラウドファンディングページの様子



# Café・御

武井 妃菜、米倉 美月、佐野 真菜、島田 一輝  
 笠井 麻央、秋山 祐杜、伊那 亮祐 (山梨学院大学)

## 1 実施概要

- ・活動場所: 笛吹市
- ・名称: Café・御
- ・出店日程: 2021年11月21日/11月28日
- ・実施内容: キッチンカー
- ・販売商品: 肉まん、クリームシチュー、フランクフルト、チャイティー

## 2 出展概要

- ・出店場所: 石和源泉足湯ひろば
- ・所在地: 山梨県笛吹市石和町川中島1607

## 3 問題の所在

地域振興を目的とするゼミナールのチームで笛吹市御坂町の「若者の減少」に着目して活動している中で、活動場所である笛吹市御坂町は眺望が良く、ももやぶどうなど、フルーツが特産品として有名であるが、国立社会保険・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口」によると、早いペースで若者が減ってゆき、2045年には7000人減少するということから、人口減少が課題となっていることがわかった。

御坂町の現状として、地域の企業をはじめ地元住民は景観を活かしたお祭りや特産品を利用したワインツーリズムなど、多くのイベントを行っているが、例年、参加者の多くが県外から観光客であり、地元住民、特に若者から興味を持たれていないのだ。そのため、若者世代は地元ではなく首都圏に流出しているのではないだろうか。

御坂町の人口減少が課題となっている中の原因を探った時、「コロナ禍で子どもたちが楽しめるイベント・場所が少なくなっている」

「人手不足でイベント開催が負担になっていた部分がある」(協議会インタビューより)、「御坂町のイベントの認知度が低い」(イベント調査)が人口減少につながっているのではないかと考えた。

このことから、御坂町で起こっている人口減少の問題

点は、他県に流出する若者の地元に対する「郷土愛」が足りていないこととして、その原因が、地元に残る必要がない、地元の魅力が若い世代に響いていないのではないかと考え、若者目線で現状課題を調査・把握し、地域住民の満足度の向上を目的として、取り組み内容の企画提案を行った。

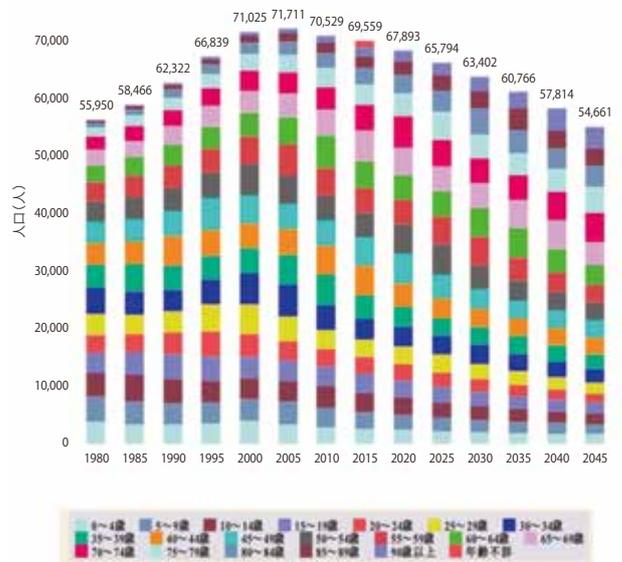


図1.1980年～2045年若者の人口推移

- 1980年：48.3%
- 2020年：29.7%
- 2045年：23.7%
- 2020年から6%減少

また、「笛吹市人口ビジョン」によると、平成18年～令和2年の間で、笛吹市は3,381人、御坂町は738人減少するという結果であり、笛吹市自体人口が減少傾向にあることがわかった。

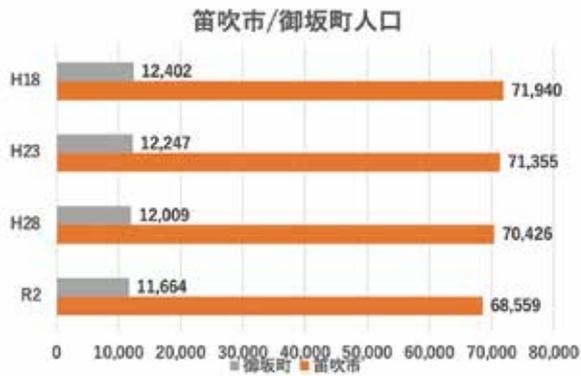


図2. 笛吹市人口ビジョン

#### 4 活動の目的

- (1) 地域を活気付ける活動を企画して魅力を子どもや若者に伝え、印象付ける
- (2) コロナ禍でも開催し地域と人との繋がりを絶えさせない
- (3) 学生が主体となり企画・運営をすることで若者の目線で問題解決に取り組む
- (4) 若者に山梨の新しい発見を体感してもらい、他県と違う魅力を見出す

以上4つの目的をもとに若い世代の方々が、地域の人々が活動する姿や内容を見て「来年も行きたい」と思い続けられるよう、山梨に誇りを持ってもらいながらも御坂町の良さを発信し、笛吹市全体の活性化へ繋がりたいと考えた。

#### 5 活動方法

産学官連携を強化し、地元ブランドの創造を理想の姿として掲げ、果たすべき役割とは、若者世代の目線で企画提案をし、地域住民の満足度向上に助力することであると考えた。2つの軸を元に活動を企画し、実践した。1つ目は地元住民の満足度向上のために、若者が楽しめる場所の提供としてお祭りを開催したこと、2つ目は御坂ブランド創造のために、御坂町を周知させることを軸とした。この結果、今回カフェを企画した。

まず1つ目のお祭り運営について、お祭り当日だけでなく、花の種の収穫から地元企業と連携して行った。コロナ禍の影響や、人手不足によってなくなってしまった「桃源郷祭り」を我々がはじめてから企画しなおし、「桃の花菜の花祭り」として御坂町を活気付け、子どもや若者に楽しんでもらうために実施。

また、コロナ禍で活動できずにいる、地域振興に取り組んでいる方々、住民皆さんの意識をどうにか変えて対策をとり、何か活動ができるようにし、お祭りを達成し

たことで地域の人の自信につながり、そこからやる気、活力を取り戻すことができれば、自分たちの活動の幅も広がるのではないかと考え、今できることをするということがお祭りの目的でもあった。

実際には2日間で600人来場していただき、当初の目的通り小さい子どもからファミリー、学生など幅広い世代に楽しんでもらうこと、地域企業や、住民の方と連携をとることもできた。このお祭りは、今回のカフェ運営のための事前準備、段階としても活用され、御坂の活動周知という点でも効果があった。

#### 実際の様子



図3. 地域住民、企業のみなさんとの活動①



図4. 地域住民、企業のみなさんとの活動②



図5. 活動の様子①



図6.活動の様子②



図7.イベントポスター

しかし、2つ目のカフェの企画は活動の中で2つの問題があった。その問題とは、「コロナウイルスが再拡大したこと」、「フルーツを学生が扱うことのリスク」であった。

前述のリスクを回避するため、企画を予定していたカフェからキッチンカーで短期営業へと変更し、御坂町の特産品は生物が多いため、食中毒などのリスクを避け、その中でもできることを模索した。

出店場所は、キッチンカーの利点である、移動できることを活かし、完成したばかりで注目があがり、信玄ランドという別の企画で周遊バスの停留所になっていた石和源泉足湯ひろばである。バスから降りてくる方、観光客を狙い、この場所に決めた。

当初は御坂のフルーツを用いたメニューの考案に努めていたが前述にある「リスク」を避けるため、販売商品を変更した。

その場では御坂町やイベント周知のために、チラシ、ポスターの配布とブログやSNSでの発信を行い、人が集まったこと、SNSのアクセス数が増加したことの結果として来てくれた皆さんに認知してもらい、足を運んでもらうためのきっかけとなり、キッチンカーを出すこと自体が御坂の情報発信の大元となった。

また、来場していただいた地域の皆さん、観光で石和に訪れた方々との会話で笛吹市の話から、具体的に御坂町の話へと深く会話を重ねていき、周知するなど地域住民とのコミュニケーションの場としても良い雰囲気が出店することができた。

### 実際の様子



図8.キッチンカー 出店当日①



図9.キッチンカー 出店当日の様子②



図10.キッチンカーの様子①



図13.キッチンカー中の様子



図11.SNSで幅広く周知を行った



図12.販売の様子

## 6 成果

2つの活動を通しての総括として、地域振興とは、学生の力のみではなし得ることはできず、必ず地域企業、行政との連携が必要、重要であり、今回の活動のように学生が架け橋となり、企業と行政の両方の意思を汲み取り形にすることが学生の役割ではないかと改めて感じることができた。

また、今回だけといった数回の活動では「郷土愛を深める」という目的は達成できないが、活動が途絶えないように来年度以降も意思を引き継ぎ、活動を積み重ねていき、新たな行動を起こして地域振興の手段を増やし、人口減少という問題解決に助力できれば、学生の活動に意味があるのではないかと結論にいたった。

今回の目的である「郷土愛」を深めるための若者が楽しめる場所の提供を行った結果としては、この活動を機に若者世代が足を運び、楽しむことができるようなこれからの活動・企画の基盤をつくり出すことができ、この先の積み重ねが重要であるということを証明した。

また、地域振興という点においては、企画を進めるにあたって地域住民、企業に対するインタビューをするなど、問題と魅力を具体的にすることにより、行政の間に学生が入り、架け橋となり両方の意思を汲み取り形にすることが学生の役割ではないかと考えた。

## ゆず太郎共創パートナーズ

富士川町特産品「柚子」 人と繋がるまちづくりプロジェクトに関する報告書

切金 夢亜、秋山 由布子、水島 奏、山本 一郎（山梨県立大学）

## 1 はじめに

ゆず太郎共創パートナーズは、大学のゼミのフィールドワークで富士川町小室の穂積地区に訪れ、特産品である「ゆず」について知った。穂積のゆずには長い歴史があり、昭和には全国的に知名度があったにもかかわらず、現在ではその姿が廃れつつある。穂積のゆずの歴史を後世へと残し、地域の人々が繋いできたゆずを守るためにも、県内外に周知活動をするによって、「ゆず消費」を促す必要があると考えた。

## 2 問題の所在

富士川町の元地域おこし協力隊員である佐藤 光瑠さんは、当時穂積地区の地域活性化を試みていたが、協力してくれる方がなかなか見つからず困っていた。そこで佐藤さんと共同でゆずの周知活動に取り組むことで、共創的な関係性の構築によるまちづくりを進めた。

実際に穂積地区に訪れてみてわかった現状と問題点は、

- (1) 地区全体に活気がないこと
  - (2) 観光スポットとしての機能を果たしていないこと
  - (3) 高齢化に伴う生産者不足と後継者不足の不安
  - (4) 柚子の加工品の知名度が低いこと
- などが挙げられた。

現状の問題点を解決するためには、産業の垣根を超えた繋がり形成を図ることが必要である。また、既に穂積産ゆずを使用した魅力的な加工製品が溢れていた。

(図1)



図1. 魅力的なゆずの商品例

しかしながら加工品やゆず自体の知名度があまりなく、これらの商品を県内外に広め購買を促すためにも、多くの人々に興味・関心を集められるような広報的活動が必要である。

## 3 目的

穂積産ゆずの広報的活動を行いゆずの知名度を高めることで、歴史ある穂積のゆずを守り、未来へと繋げる。また、ブランディング化など穂積のゆずの更なる発展を図るため、地域の人たちと共創的にまちづくりに取り組むことを目的としている。

## 4 方法

## (1) 地域の方々との交流

まずは穂積に通い、地域の方々と話をし地元の声を聴くことや土地そのものを知ることから始まると考えた。また、支援活動や話し合いを通じ、地域の人との交流や協力団体のニーズの調査などを行う。

## (2) 冊子による周知活動

穂積のゆずに関わる冊子を制作することで、県内外の人々へ穂積産ゆずの周知を図り、さまざまな人に興味・関心を持ってもらう。また、「インターネットには載っていない、紙でしか伝えられないものを作る」をテーマに学生ならではの冊子の作成を目指す。

## 5 穂積のゆずの歴史

原産は中国揚子江の上流で、北京方面から朝鮮を経て日本に渡ったと言われ、山口県にはゆずの原生林があるそうだ。いつ穂積地区に入ってきたかは明らかではないが、昔あじさい寺としても有名な、小室山・妙法寺の精進料理に柚子が使われており、高僧がそのゆずの種を撒いて穂積に広まったと言われている。その時代に使われていたゆずの“原木”といい伝えられている木は今でも健在であり、実際に見に行くことができた。(図2)

現在のようなゆず農業が盛んになった経緯としては、戦後の昭和中で畑地の周囲に点在していたゆずの木が養蚕業の衰退により、兼業ゆず農家が増えていったことから始まる。1971年(昭和46年)では60戸だったものが、この頃から町の特産品にしようと人々は接木や改良を繰り返し1974年(昭和49年)には122戸、約2600本が栽培されるほど大規模なゆずの栽培が始まった。穂積のゆずはその気候と土質が相まって、独特の風味で珍重されている。そのことから、昭和の時代では他に負けない強い香りが評判で市場では大変人気であった。東京の大田市場にも売りだしており、穂積のゆずは全国に知れ渡るほど高級品であった。



図2.ゆずの原木

## 6 日出づる里活性化組合

日出づる里活性化組合は、2005年(平成17年)11月17日に設立。設立の経緯としては、地域の人々の高齢化によりゆずの放棄地が増えたことから穂積の名高いゆずの消滅を恐れ、初代組合長の小池均さんを筆頭に、地域の人々に呼びかけ、組合を設立した。地域の人々が力を合わせて栽培から収穫、加工、販売までを行っている。(図3)

現在は組合長3代目である小池 太一さんが前職の影響から顔の広さを活かし、さまざまな企業と繋がり穂積のゆずを広めていくことに尽力している。

2007年(平成19年)11月には日出づる里活性化組合の拠点施設「ほずみの郷加工直売所」が開所。(図4)

ここでは穂積地区のさまざまな資源を活用し、特産品の開発、加工・販売を地域の人々がおこなっている。現在、十数種類のゆずの加工品をはじめ、そば粉・野菜・米などの農産物、アジサイなどの販売をしている。



図3.加工の様子



図4.ほずみの郷加工直売所

この活性化組合の活動には、「大法師さくら祭り」「小室山アジサイ祭り」「ゆずの里まつり」などでの出店・販売や、「ゆずもぎボランティア」では毎年多くのボランティアの人々が集まりゆずの収穫の手伝いをするなど、さまざまな地域イベントにも関わっている。今年度は、新型コロナウイルスの関係でイベントが開催されないことが多かったが、ゆずもぎボランティアに関しては例年通り今年もボランティアの方々が集まったそうだ。(図5)



図5.ゆず収穫の様子

## 7 活動内容

### (1)ふるさと納税の支援活動

拓殖大学徳永ゼミと連携して、ふるさと納税の支援をした。地方と東京圏の大学生対流促進事業とともに活動を行っている拓殖大学徳永ゼミ生の学生とともに、富士

川町役場にも協力をいただき、おうちカフェセットという名前でパウンドケーキ手作りセットを制作した。(図6)



図6.パウンドケーキ手作りセット

またレシピの紙だけではなく、一緒に作ってもらえるようレシピを動画として撮影も行った。この商品に関しては現時点で2月末までの募集となるが、報告書執筆時点で何件か応募があったため、富士川町役場にて梱包・発送作業を行っている。

## (2)コミックマーケットでの頒布

富士川町を含む峡南地域(南部町・早川町・身延町・市川三郷町・富士川町)ならではの飲み物を、ゆるキャン△に登場する舞台と掛け合わせた冊子「のみキャン△」を制作し、年末に東京ビッグサイトで行われたコミックマーケット99で頒布を行った。(図7)



図7.コミックマーケットの様子

冊子には「のみキャン」と名付け、B5サイズ30ページほどの冊子とした。今年夏に上映予定の劇場版ゆるキャン△にて穂積近辺が登場する予定もあるため、ゆるキャンで地域に興味を持った方へ向け、この冊子を持ちながら地域を回り、より聖地巡礼を深めていただきたいという想いを込めて制作した。実際に掲載している富士川町のページでは、穂積産ゆずを使用した「ゆずワイン」などを取り上げている。(図8)



図8.実際のページの様子

この冊子については、コミックマーケットという特殊な場を利用し、頒布という形で冊子を配った。

## (3)パンフレット制作

穂積産ゆずに関するパンフレットを、ゆずを守ることと未来へ繋げることの二点を軸に置き制作した。全部で8面の観音開き構成とし、紙でしか表現できないような冊子にすることを試みた。内容については、

- P,1~2 表紙
  - P,3~4 穂積のゆずの歴史
  - P,5 穂積のゆずの生産者の取材
  - P,6 穂積のゆずを使った商品紹介
  - P,7 穂積のゆずの商品を使ったレシピ紹介
  - P,8 穂積のゆずのふるさと納税
- 以上である。(図9)



図9.完成したパンフレット

1~2ページにはゆずを手にとっている写真を使い、3~4ページにはゆずの歴史について記載した。このページでは穂積のゆずの原木とされる木を、実際にメンバーが山の奥まで撮影に赴き、背景の写真として用いた。

5ページ目では穂積産ゆずに関わる方々の想いを中心に掲載した。

また、やまなし農業女子の片山さんに協力をいただき、日出づる里活性化組合の小池組合長と学生とを合わせ、三者での対談形式でのインタビューページとした。

これらのページでは、ゆずを生産してきた人々の道のりや人々の生の声を入れることによって、ゆずに関わるモノだけでなくヒトを知って貰いたいという狙いを込めている。

6～8ページ目では、ゆずの商品やレシピなどゆずの新しい楽しみ方や、穂積産ゆずを使用したふるさと納税の商品を紹介した。

これらのページにおいて時代の流れに合わせたゆずの新たな魅力を示すことで、これからも穂積のゆずが廃れることなく、人々にゆずを使っていただきたいという思いを込めた。(図10)



図10.学生が考案ゆずを使ったレシピ

## 8 成果と課題

### (1) 成果

取材活動や二種の冊子制作を通じて、穂積のゆずを作っている方々の現場や生の声を知ることができた。また、早い時期に周知活動をメイン軸として据えたため、筋道を考えつつ計画を立てて実行することができた。

今回制作した冊子を通して、多くの人にゆずを周知することができたのではないかと考えている。コミックマーケットでの頒布では山梨県外の人にも手に取ってもらい、幅広い層の方々に穂積産ゆずを周知できたのではないかと考える。

### (2) 課題

当初の年間予定にあったボランティア活動があまりできなかったことや、コロナ禍ということもあってイベント企画が行えなかったこと、またSNSを活用できなかったことが挙げられる。

## 9 今後の活動

### (1) 広報活動の更なる展望

今年度の活動としてSNSの活用ができなかったため、こだわりのある写真などを用いてより効果的なゆずの周知活動を行っていききたい。また、日出づる里活性化組合のホームページが存在するが、かなり前に作成されたものであり見にくい部分がある。(図11)多くの人々に見てもらえるよう、より洗練されたホームページづくりも併せて取り組んでいきたいと考えている。

今年度の取り組みの中心である冊子制作については来年度も継続し、インターネット上では体験できない、実際に手にとった冊子でしか伝えられないものを作っていくことをモットーに制作したい。

日出づる里活性化組合では、ゆず以外にも穂積地区の棚田でミルキークイーン米を栽培している。来年度はこれをブランド米として周知させるため、都市圏の人々をターゲットに置いた広報的活動も行っていく方向で考えている。



図11.現在のホームページの様子

### (2) 穂積のゆずのブランディング活動

昭和時代、穂積産ゆずは東京都の大田市場にて販売されるほどのブランド力があつたが、現在は町の農協として出荷するのがほとんどである。再び穂積ブランドで出荷するという目標を据えて、地域の方々とブランディング化を目指した取り組みを行っていききたい。

## 10 おわりに

この活動を通して、山梨県民をはじめとする多くの人々に穂積のゆずを知ってもらいたいと考える。地域産業を絶やさないためにも、ゆずを知り、穂積を訪れ、誇り高い「穂積のゆず」をこれからもつなげていきたい。そんな山梨では異色の「ゆず」について知っていただきたい。

## 早川町を体験してもらおう！

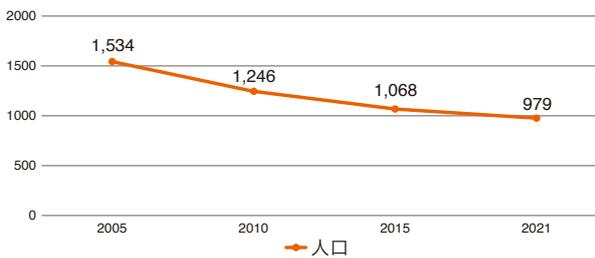
岡島 和花、竹原 和、辻 ひなの、秋山 愛賀、坂爪 光  
黒部 佑衣、狩股 夕夏、清水 杏奈、若尾 采奈（山梨学院大学）

## 1 概要

日本一人口の少ない町である早川町。人口減少による課題が増える中、伝統と魅力を残すために山梨学院大学早川町チームは早川町の認知度向上を目的に、山梨学院大学内の21世紀広場にキッチンカーを出店し、早川町雨畑地域の雨畑茶を使った商品を販売、情報発信を行った。

## 2 問題の所在

早川町の抱える問題として人口減少がある。人口の推移と歴史として、早川沿いでは1950年代から戦後復興で電力需要が急増し、水力発電建設工事関係者の流入によって人口が急増した。1950年代後半からは高度経済成長を背景に、森林私財を生かした林業が全盛期を迎える。その後は、木材輸入の完全自由化(1964年)で外国から安価な木材が入ってくるようになり林業が衰退。水力発電の無人化に伴い、雇用を失った家族が流出、急減し、以降も全国的な過疎化の流れに抗えず、現在も減少傾向である。また、コロナ禍による観光客の激減なども挙げられる。



参照：総務省 住民基本台帳に基づく人口

図1.早川町の人口の推移

## 3 目的

早川町に着目した理由として、早川町には指定天然記念物である「夫婦杉」、国の重要伝統的建造物群保存地区の「赤沢宿」、世界最古の温泉旅館としてギネス認定された西山温泉「慶雲館」など、経済価値では測れない自然や伝統的建造物、特産品、文化、営まれてきた

生活などが育まれてきた「何百年単位の歴史」がある。これらの歴史を紐解いた時には莫大な時間とコストがかかっている。これらが人口減少によって途絶えさせてしまったらこれまで歩まれてきた長い歴史がなかったことになってしまうと考えた。しかし、大学生の力で人口増加を目指す・観光客を増やすなどの大規模な政策は難しく、まずは少しでも多くの人に早川町の存在を知ってもらうことが重要だと考え、認知度の向上を活動の目的とした。この活動によって、早川町の歴史を繋ぎ続けることで山梨県の多様性にも繋がるのではないかと考える。



図2.京ヶ島『夫婦杉』指定天然記念物



図3.『赤沢宿』国の重要伝統的建造物群保存地区



図4 西山温泉『慶雲館』

## 4 方法

活動はキッチンカーを用いて早川町の特産品を使った商品を販売しながら学生に向けて認知度向上を図った。

早川町の特産品や行っている政策は山村留学制度などの家族向けやシニア層に受けるものが多かった。人口増加に繋がるような情報発信をしたいため、これから山梨県と関わっていく若者が多い、山梨学院大学の学生をターゲットにした。また、学生は情報を入手する際、主にSNSを情報源として利用しており、それらを使った情報発信も併せて行えると考えた。さらに、同じ学生が大学でキッチンカーを出店することにより、親近感によってより情報発信を印象付けられると考えた。

ターゲットを決めた後の情報発信の方法として、山梨学院大学構内での特産品の販売、学食での販売案が出たが、大学が連携している企業の取引の関係上その企業外のものでは販売することができなかった。そのため、同じゼミの活動で協力していただいた中村商事様からキッチンカーを貸していただき、山梨学院大学の敷地内で出店した。

情報発信は特産品を使った商品だけでなく、会計時にはゼミのインスタグラムのアカウントのフォローや出店の様子を投稿してもらうように紹介、商品ができ上がるまでの間に早川町について解説するなどを実行した。



図5.キッチンカー外観



図6.早川町について説明している様子



図8.雨畑茶ラテ



図9.雨畑茶クッキー



図10.雨畑茶タルト

## 5 活動内容

キッチンカーの企画案ができる前に、前早川町チームの活動に賛同してくださったアニバーサリーコンシェルジュの活動を聞くことができた。アニバーサリーコンシェルジュは多くの企業や自治体のイベントの企画や商品企画を行っており、実際に歌舞伎座木挽町広場で早川町物産展を行っている。キッチンカー企画に活かせる点も多いと考え、実際に現地に赴きこの案について意見をいただいた。



図7.歌舞伎座視察の様子

メニュー開発では早川町の特産品を扱う案が出たが、ジビエや蜂蜜など値段の高いものが多く、大学との交渉で11月30日、12月3日、12月7日、12月8日の4日間出店できることになり、在庫や利益を出すためには値段を高くする必要があった。しかし、利益を出すことを考えた時、いつも学食や購買を使っている学生に売るのは難しいと考えた。そこで、早川町雨畑地域で作っている雨畑茶に注目した。茶葉であれば粉末にすることで菓子に使用でき、利益も出やすいと考えた。値段設定は、アニバーサリーコンシェルジュ様がイベントでキッチンカーを出店したときの値段設定とセット割などを参考した。値段は、雨畑茶ラテが200円で原価は81円。雨畑茶クッキーは350円で原価は56円。雨畑茶タルトは400円で原価は166円。セット割ではラテとクッキーがセットで50円引き、ラテとタルトがセットで100円引きと学内で買える菓子類や飲料水の値段と比較し高くなりすぎないように設定し、早川フェアを開催した。

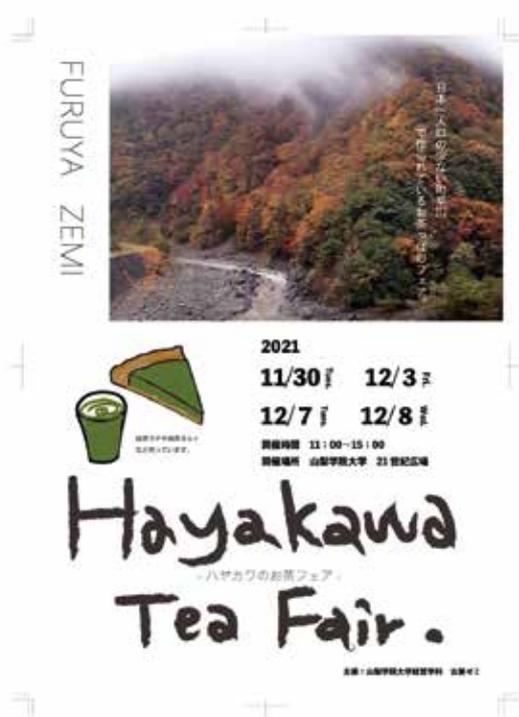


図11.配布したピラ

初日の11月30日の出店では、ピラを見ていたり、ゼミの募集期間で宣伝をしていたことやコロナ禍でキッチンカーが学内に店出することが珍しく、来客予測が大きく外れ、対応に遅れが出てしまった。また、役割分担の明確化ができておらず、ラテを温める時間に早川町について説明や会計時にインスタグラムのフォローをしてもらったが、それによって行列ができてしまい、並んで待たせることになってしまった。そのほか、キッチンカー内に電子レンジが1つしかなく、ラテを温めるのにも時間がかかってしまうなど、備品の確認不足があった。良かった点としてはこの活動について興味を持ってくれた方も多く、歌舞伎座視察で学んだポップや一目見て何を伝えようとしているかをわかりやすくした。



図12.写真付きポップとパンフレット



図13.初日の出店 行列ができて待たせてしまった

2日目の12月3日の出店では、初日より2日空いていたこともあり初日の課題を改善して臨むことができた。

初日の反省点だった役割分担を明確化しシフトを作り、レジと商品受け渡しを分けることでレジ周りをスムーズにすることができた。インスタグラムや早川町の説明も列に並んでいる間や商品の受け渡し待ちの時間で収まるよう調整をした。また、大学よりリールを借り、キッチンカー内に二つ電子レンジを設置したことにより提供の回転率を上げることができた。初日の反省により全体的にスムーズに終わることができたが、開店準備やピーク時の人数不足、クッキーやタルトを買いに来たが数量限定で買えなかったなどの改善点がでた。



図14.効率を上げるために工夫



図15.レジと受け渡しを別に

土日を挟んだ3日目の12月7日の出店では、Instagramで投稿された出店の様子を見て、UTY様の方から取材を受け、UバクUTYで取り上げられた。3日目は同じゼミの御坂チームが石和温泉駅で販売していた商品を少量だが販売することになり、レジと受け渡しでもたつた場面があった。またも改善点は出たが、人数も多く3日の反省であった準備もスムーズに進み、前回タルトやクッキーが買えなかった人からは連絡をもらい置き置きしておくなどの対応をした。



図16.12月7日 撮影の様子

4日目の12月8日の出店では、紹介されて買いに来た方やテレビを見て近隣の方に来ていただいたり、大学の広報から取材を受けるなど情報発信がうまくいっていると感じた。

## 6 成果と課題

「早川町を体験してもらおう！」という目標を掲げ早川町の認知度向上のためにキッチンカーでの情報発信を行ったが、今回の活動は成功だったと考える。理由として経営の面では下の表にあるように、最終的には8,480円の黒字を出すことができた。

表1.支出と出費

支 出	出 費
大学コンソーシアム予算 30,000円	材料費 66,242円
早川フェア 売上 90,800円	人件費 24,360円
	交通費 21,718円
計. 120,800円	計. 112,320円

Instagramを使っでの情報発信は、山梨県+早川町のハッシュタグを増やして検索にかかる機会を増やそうとしたが、そういった投稿は3件のみで、鍵アカウントつきなど大規模な拡散には繋がらなかった。しかし、Instagramのフォロワー数は25人増加、アクセス数は100人増加しており、Instagramやロコミでご来店された方も多かった。さらにはInstagramを通じてUTYの方からお声掛けをいただきニュースに取り上げてもらうなど、早川町の認知度を高めるという目的には大きな成果となった。今回の活動で早川町副町長からもメールをいただき、この活動が地域の農業振興にも繋がっていくとの評価をいただくことができた。

今回の活動はキッチンカー出店によるメリット、アンバーサリーコンシェルジュ様から学ばせていただいたPR方法、これからの山梨県の多様性につながる第一歩となったが、実際に来てもらえるかまでを確認することができず、キッチンカーもスムーズに運営できるまでに4日はかかってしまったので今回の反省点と期間中に実践した改善点をもとに次の活動を企画していく。

## 20歳+の女子大学生をワインアンバサダーに。

山梨ワインを学生のうちに体験しその魅力を発信できるファンを地域のワイン関係者の方々と一緒に育てるプロジェクト

遠藤 美里、荒尾 佳奈、小泉 輝、駒野 響子（山梨大学）

## 1 概要

このプロジェクトは、アワタスが山梨ワインの学生普及率の低さに課題意識を持ち、「ワイン県の大学に通う女子大生」と「山梨ワイン」を繋げるために活動を始めた。山梨の女子大学生は、ワイン県の大学に通っているのにワインを飲んだことが無いというのが現状だ。

山梨の女子大学生がワインに親しみ、就職して県外に出たときに、山梨ワインの魅力を広げる未来を描き、そのきっかけになるイベントを開催した。

## 2 問題の所在

まず山梨県内ワインの基本課題として、

- (1) 生産農家の高齢化・後継者不足
  - (2) 輸入ワインの増大、国内他産地との競争激化
  - (3) 県内製造ワインの消費額・量の減少
- が挙げられる。

プロジェクト開始前のFourHeartsCafe、SADOYAワイナリー、Domaine Hideでの見学や意見交換をさせていただき、こうしたワインの知識やワイン業界の現状を知った。その中で「若い世代(特に女子大学生など)をターゲットにリーチできず、ワインファンの拡大が難しい」というワイン関係者様の声があった。

確かにこの時は山梨に住んでいるにも関わらず、山梨のワインを飲んだことはなく、むしろワイン自体が全くの初心者だった。各施設での見学を通じ、山梨にこんなにたくさんの種類のワインがあったということを知った。せっかく山梨に住んでいるのに山梨ワインを飲んだことがないのはもったいない、この美味しさを周りの学生に共有したいと考えた。

もしかしたら、同じように山梨の女子大生なのに山梨ワインを飲んだことがない仲間がいるのかも予測し、山梨の大学に通う女子大生76名にワインについての意識調査を行った。

その結果、「飲む場所がない」「そもそもワインについてよくわからない」という理由で、山梨県内の7割弱の女子大生が山梨はワイン県だということを知っているが、山梨ワインを飲んだことがないと判明した。(図1、2)

あなたは山梨がワインで有名だということを知っていますか？

■ はい ■ いいえ

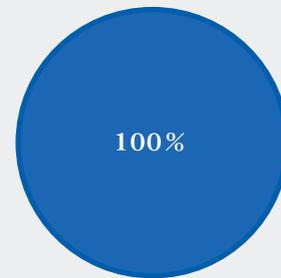


図1. 県内女子大生へのアンケート調査結果

- 山梨県産ワインを飲んだことがある
- 山梨県産ワインは飲んだことがないが、ワインは飲んだことがある
- ワインを飲んだことがない

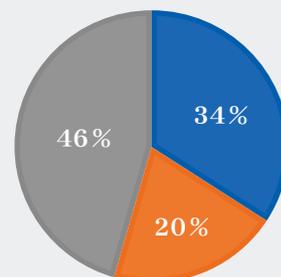


図2. 県内女子大生へのアンケート調査結果

そこで、『山梨の女子大生が山梨ワインを知る機会・飲む機会のきっかけ作りを行い、ワインを飲むようになるムーブメント作りを起こそう』とプロジェクトを開始した。

### 3 目的

目的は、(1)女子大生のワインニーズへの対応、(2)ワイン業界の低年齢層のファンの獲得、(3)ワイン県である山梨県としてのPR効果の3つの立場から考えた。以下それぞれの立場をまとめた。

#### (1)女子大生(ニーズ)

- ・山梨ワイン、ワインの基礎知識を知りたい
- ・ワインを通じて、他大の学生と交流したい
- ・山梨のワインを山梨で飲むことを生活の中に組み込みたい
- ・県外の社会に出た時にアンバサダーとなって山梨のワインを飲み、知識や美味しさを広めたい

特にSNSでの同世代への発信(Z世代はSNSの発信力、影響力が他の世代と比べて秀でて重要視される)や参加女子たちの好奇心や興味を今までより増加させることで、女子大生からのさまざまなベクトルでの山梨県産ワインへの注目度が高まる。

#### (2)ワイン業界の方

- ・ワインについての若い世代の意見を直接聞きたい(山梨ワインの現状について知ってもらう)
- ・若い世代のファン獲得したい

#### (3)ワイン県としての山梨県の課題

- ・ワイン県としてのPR効果
- ・山梨の若者がまちで山梨のワインを飲んでいるような生き生きしたまちが形成される

### 4 方法と活動内容

方法としては、クラウドファンディングとイベントの実施が挙げられる。(図3)

活動は、以下の4点の柱で進めていく。

- (1) SNSでの情報発信で『ワインを知ること』
- (2) ワインツーリズムイベントに参加し、『ワインに関心を持つこと』
- (3) 参加者はアンバサダーとして発信を行い『ワインを広めること』
- (4) イベント開催やアンバサダー認定を通して『ワインを親しむこと』

また「ワインツーリズム」総合プロデューサー兼フォーハーツカフェ店主の大木様に全面ご協力を頂き、活動を進めた。



図3.アンバサダー認定フロー

## ①プレイベントの開催

日時:2021年7月29日(木)

昼の部:機山洋酒工業 13:30~

夜の部:フォーハーツカフェ 18:30~

昼の部では、機山洋酒工業でワイナリー見学、地域散策を行った。いわゆるワイナリー見学ではなく、まち歩きをする中で歴史や風土、自然を感じながら「ワイン」と「地域」の繋がりを学ぶことができた。



図4.昼の部 畑にて



図5.昼の部 集合写真

夜の部では、機山のワインテイスティングと機山洋酒工業土屋さんと女子大生のディスカッションを行った。

人や地域とのつながりの大切さを実感した。この地域の特徴がたくさん詰め込まれたお話を聞くことができ、貴重な経験ができたと感じるとともに、山梨についてさらに深く知りたい(知る必要がある)と感じた。大学、学年を超えた女子大学生の交流もすることができ、充実した一日となった。

## 【参加者の声】

- ・地域のことも学べて、良い意味で予想と違っておもしろかった
  - ・また必ず参加したい
  - ・新しいワインを知れるだけでなく、自分自身が成長できるような勉強になった
  - ・フィールドワークのようで楽しかった
- プレイベントの成功により、自分たちのプロジェクトのニーズを感じ、さらなる発展のために『クラウドファンディング』で資金調達を行うことにした。

## ②クラウドファンディング

11月1日から開始し、12月31日までの計2ヶ月間挑戦した。開始当初は、支援金額がほぼ横ばいであるなど、プロジェクト自体の認知度の低さの課題が出てきた。ただお金を集めるのではなく、イベントの参加や効果的なSNSの運営などに挑戦した。結果として250,000円の目標金額に対し、362,000円、42人からの支援があり、大成功を収めた。



図6.campfireホームページ

## ③ワインツーリズム 2021年11月21日

11月21日に、勝沼で行われた『ワインツーリズムやまなし2021秋 勝沼』に参加した。受付業務の手伝い、ワイナリー巡りを行い、ワインツーリズム参加者やワイン関係者の皆様に宣伝することができた。結果チラシを手に取る方や話を聞いてくださる方など多くの方々の目に留まり、次の日横ばいだった支援額が一気に上がった。

## ④インタビュー取材 2021年12月8日

12月8日に、エブソンアヴァシスさんからオンラインインタビューを受けた。インタビューでは、アワタスのきっかけ、このプロジェクトにかける想いについて話した。ワイン関係者だけではなく、全く違う職業・企業の方の目に留まったことで、このプロジェクトの成功でさまざまなベクトルへの影響があるのかもしれないと認識した。

### ⑤山梨大学HPへの記事掲載 2021年12月23日

12月23日。山梨大学のHPに記事が掲載されると同時に、クラウドファンディングの目標金額を達成した。



図7.総務部総務課広報企画室係長 望月 貴美 様へのプレゼンの様子



図9.第1期の投稿

### ⑥チラシ配布

クラファン成功の背景には、メンバー各自が県内全域のさまざまなお店や団体をまわり、1人でも多くの方に活動が広まるように、チラシ配布を行ったことも挙げられる。



図8.チラシ配布の様子

・CF中盤(2021年11月17日)～CF終了一週間前(2021年12月23日)

チラシ配りやワインツーリズム参加により、支援額は少しずつ増えてはいたが、目標金額には程遠いものだった。そのため、この期間から1日1投稿から12/13より1日2-3の複数投稿と切り替えた。リーチアカウント数1324と増加した。



図10.第2期の投稿

### ⑦Instagramでの情報発信

・Instagram開設(2021年6月11日)～クラウドファンディング開始(2021年11月16日)

クラウドファンディング開始前までワインファンや支援者獲得・プロジェクトの宣伝のために、今までの活動を投稿した。ワインに縛られる投稿だけではなく、ビールやホットワインなども取り上げた投稿の交えることで間口を広くした。

リーチアカウント数247も423へと増加した。クラウドファンディング開始までのカウントダウン投稿をすることで期待値を上昇させた。クラウドファンディング開始直後は、プロジェクト開始時の想いや女子大生のワイン事情などのワイン関係者に向けた投稿を多めに発信した。

・CF終了一週間前(2021年12月23日)～CF終了日(2021年12月31日)

12月24日に目標金額が達成されたが、やまなし女子大生ワインアンバサダー育成のために最後の追い込みとしてさらにワインファンを集めたい。

終了までのカウントダウン+プロジェクトメンバー個人のこの活動に対しての想いを各個人で投稿した。熱心な気持ち、感謝の気持ち、さまざまな想いを文章に乗せて届けた。



図11.第3期の投稿

・海老名商店(京都ワイン専門店) 海老名 寿男さま  
誰かとか何かのためにプロモーションするのは、もちろん大切なんやけど、まず誰かとか何かの直接的な御客様になって、さらにその誰かとか何かのプロモーションをしたほうが、より現実的なプロジェクトになるような気がするよ!

・神奈川県からの支援者さま(Instagramから)

ワイン大好きで毎年山梨のワイナリー訪れます!隣の県なのに山梨ワインの魅力を知る人が身近におらず、大学生がこんな取り組みをすると知って応援したくなりました!!ワイン仲間として応援しています!!頑張ってください☆

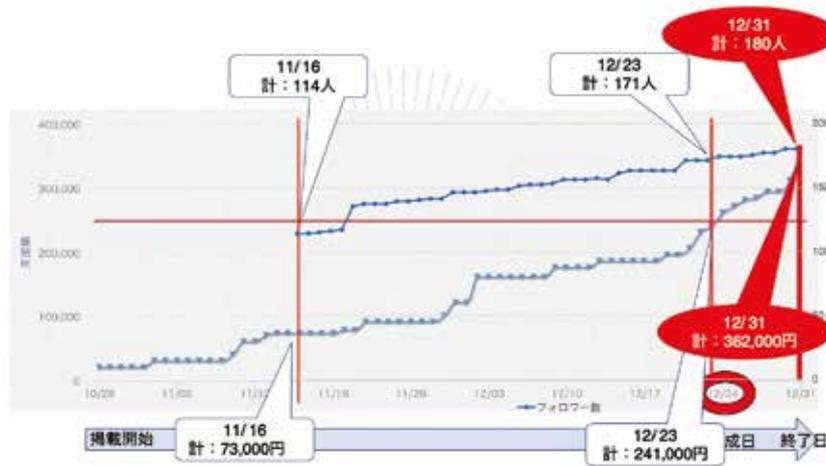


図12.フォロワーと支援金額の推移

### ⑧SNSでの皆さまからのご意見

・nagano wine base丸山 綾音さま

若い感性でワインの魅力を発信してくださること、本当に本当に嬉しく思っております。今後のご活動もたのしみにしております。

・ワインツーリズム参加者さま

みなさんの活動をささやかながら応援すべく、クラウドファンディングに昨日応募しました。みなさんの活動は、ワインツーリズムで勝沼に行ったときに知りました。たくさんアンバサダーが育つといいですね。楽しみにしています。

・機山洋酒工業 土屋 幸三さま

皆さんの活動に興味を寄せる方は多いと感じています。先日ワインツーリズムの様子を見に来た甲州市の若手ワイン担当職員も刺激されていたようでした。なぜワインを飲まないのか、のアンケート結果も興味深く感じました。これからも期待しています!

SNSを通して、さまざまな意見をいただいた。正直なところ、このコロナ禍でお酒を扱ったイベント運営や、お酒に関するSNSの投稿は難しい部分があり、批判的なメッセージを頂いたこともあった。しかしさまざまな業種の方から温かい激励のお言葉を頂戴し、メンバーのモチベーションにも繋がった。

### ⑨ワインde女子会 2022年1月17日(月)

19:00-21:00

クラウドファンディングが終了した年明けは、本業であるイベント運営に取り掛かった。マルサン葡萄酒さんの若尾様をお招きし、女子大生がワインに合いそうだと考え購入してきたコンビニのお菓子と、ワインのペアリングを楽しむテイスティングイベントだ。



図13.ワインde女子会 フライヤー

しかし、オミクロン株の急激な蔓延により3日前に急遽オンラインでの開催が決定した。

Zoom開催となり、参加者と直接会って目を見て様子を見ながら進行できないため、さまざまな工夫を凝らし、準備を進めた。



図14.メンバーはフォーハーツカフェで配信

また、イベントの途中で『ブレイクアウトルーム』を挟むことで、参加者が他の方とも意見を交わしながら能動的に楽しむことができた。



図15.ブレイクアウトルームの様子

イベント終了後は、SNSの投稿を課題として掲げており、課題が確認できた方には、『アンバサダー認定証』を郵送した。

## 5 客観的成果

プロジェクト開始の2021年5月以前の状況を振り返り、クラウドファンディング(以下CF)の目標達成後の2022年1月時点との比較し12の項目について自己評価したところ、全ての項目でCFの経験前よりも高く評価をする結果となり、特に実行力、発信力についての成長実感が大きいことがわかった。またフリートークでは、お金をいただくこと、仕事の厳しさを改めて痛感する一方で、インスタでの暖かい応援メッセージなど自分たちへの献身的な支援を受け、大人の優しさや、信頼関係を構築し維持するための大変さへの気づきがみられた。また「個性の違う4人でクラファンという1つの目標に向かって試行錯誤しながら達成していく過程が楽しかった」に代表されるような(1)前に踏み出す力(2)考え抜く力(3)チームで働く力の向上を実感しているコメントが多く寄せられた。

## 6 まとめ

『アワタス』の経験は、決して楽しいことだけではなく、お金を人から頂くことの大変さやビジネスを行うことの厳しさを痛感した。しかし、一方で、関係者からの温かい言葉やアンバサダーの女子大生の支えにより、個性の違う4人がクラウドファンディングを通して成長することができたといえる。アワタスの活動の本来の目的は、『女子大生アンバサダーが就職して県外に出た時に、山梨ワインの魅力をその地で伝える』ことだ。後輩にも引き継ぎ、事業を継承していきたい。少し先の未来になるが、確実に少しずつ活動の輪が広がり、より良い『ワイン県やまなし』の未来が見えている。

## やまなし食材でこども支援

佐久間 萌\*、渡辺 愛梨\*、塩島 るり\*、網倉 朋哉\*、今澤 明香\*、小林 夏綺\*  
小林 みのり\*、進藤 優斗\*、藤沢 夏恋\*、山縣 睦\*、久保木 智美\*、伊藤 智美\*\*  
(\*山梨学院短期大学、\*\*山梨学院大学)

## 1 概要

2020年に始まったコロナ禍は、子ども食堂の運営に大きな影響を与えた。特に5回に及び緊急事態宣言は、子ども食堂の地域コミュニティとしての役割に大きな打撃を与えることとなった。NPO法人全国子ども食堂支援センターの最新の調査では、従来通り子どもがみんなで食べる形式の子ども食堂を実施している団体は、全体の36%に過ぎなかった<sup>1)</sup>。子ども食堂の非開催理由として最も多かったのは感染防止の対応が難しかったためであり、次いで多かったのは公民館などの活動場所が利用できなかったためであった。

## 2 問題の所在

多くの子ども食堂は、弁当や食材配布などの食糧支援に形態を変えて実施せざるを得ない状況である。一堂に会する従来型の子ども食堂に比較して、フードパントリー的な支援は多くの食数を支援することができ、コロナ禍によって増加した困窮世帯に対する食糧支援の受け皿となっている。

## 3 目的

実践報告や活動についての調査は、前述のNPO法人全国子ども食堂支援センターの調査である。しかし、2012年から始まった「子ども食堂」に関する研究、報告を系統的に分類した知見はない。そこでそれらを分類することによって、コロナ禍における子ども食堂の課題の新たな知見を見出すことを目的とした。

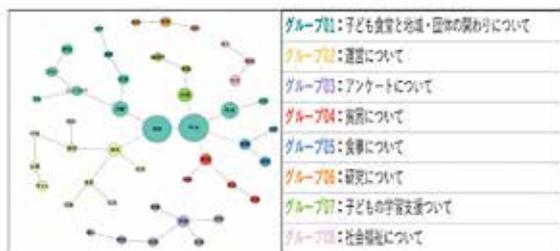


図1. 共起ネットワーク結果

## 4 活動内容

## (1) 「子ども食堂」過去の論文の分析・検討

子ども食堂に関する報告を分析・検討した。医学中央雑誌、Google Scholarにおいて「子ども食堂」のキーワードで検索した結果、32の論文が抽出された。ここから、サブグラフ検出による共起ネットワーク描画の結果を左図に示した。サブグラフ検出による出現パターンは、図1のように8つのグループに分類された。

報告研究を分類検討した結果、抽出された課題には、①担い手の多元化、②食事形態の検討、③家庭ニーズ対応、の3つをあげることができる。ここから対応した目的として、①コロナ禍における子ども食堂の課題を見出すということ、②食育を通じて子どもたちに山梨の特産品を知ってもらい理解を深めてもらうということ、③多職種との共同食育イベントの実施によって実施者の知識を深めるということ、とした。

## (2) コロナ禍での子ども食堂変更点

今回行われた子ども食堂は、「子どもの夏休み期間の生活リズム改善」を事業名とし、令和3年1月から計画が始まった。本事業の目的は、子どもたちを対象とし、新鮮な県産食材を使った朝食(昼食)の提供と体験型の学習支援を行うことにより、子どもや保護者への「食育」と生活リズムを整えることを支援することであった。だが、令和3年4月から山梨県内でのコロナ感染者数が増え、8月には山梨県から県民に不要不急の外出を控える要請があった。

そのため、元々の事業計画やスケジュールから大きく方針を変え、山梨県内のコロナ感染者数が落ち着いたら、参加人数や回数も最小に抑えて子ども食堂を実施することになった。変更点としては、8月に2回にわたって子ども食堂を実施する予定だったが、10月に1回のみ参加人数や時間を短縮して子ども食堂を行うことになった。それに伴い変更点が2つあった。1つ目は食育教材である。夏休み中の食生活や生活リズムについて、子ども食堂によって食育をする予定であったが、夏休み期間の子ども食堂の開催が厳しい状況となり、子どもたちに栄養に関する知識を深め、山梨県内の特産物を知って

もらう内容に変更した。2つ目はお弁当についてである。山梨県で収穫された夏が旬の食材を使い、夏休み期間に夏パテにならないような献立を考えていた。だが、実施期間が10月になったことにより、夏の食材から秋が旬の食材に変え、子どもたちが山梨の県産食材について理解が深められるような献立を考えた。

### (3) フードバンク山梨へのレシピ提供

フードバンク山梨では、一般家庭や食品製造会社などから、十分に安全に食べられるのに、箱が壊れたり、印字が薄くなったりして、販売できない食品や、防災備品として保管していたカンパンやα米などを、必要としている施設や団体に無償で提供してもらい、それらの食品を支援が必要な家庭やひとり暮らしの世帯に配布している。貧困世帯での食生活は、経済的に購入できる食材に限られ、栄養バランスが悪くなるなどの問題を抱えている。フードバンクでは、米や乾物、インスタント食品、お菓子などを配布している。しかし、衛生面の問題などで生鮮食品は配布することができない。ここでどうしても栄養の偏りが生じてしまう。そこで、フードバンクで配布する食材を使った栄養価の高くて値段も手頃なレシピを考案した。これらのレシピはフードバンク山梨で生活困窮家庭に送られ好評であった。

### (4) レシピ作成上の工夫点や大変だった点

レシピ作成上の工夫点は4点ある。1つ目は乾パンの調理性をアピールするために、焼き物、汁物、揚げ物、菓子類など幅広い調理方法を検討しレシピを作成したことである。2つ目は、乾パンには常備食としての役割もあるため、野菜類や乳製品を組み合わせることで、タンパク質やビタミン類の栄養素を補い、栄養面に配慮したことである。3つ目はフードドライブで集まる頻度の高い粉類や缶詰を材料に取り入れ、対象者が低コスト、低負担で作れるように工夫したことである。4つ目はケーキなどイベントを意識したものや手軽に作流ことができる菓子類を取り入れたことである。さらに、生活の楽しみともなるようなレシピの作成についても工夫した。レシピ作成上で大変だったことは2つある。1つ目に乾パンは、そのままでは吸水性が悪く、加水量や温度調節が必要となってくるため、材料の組み合わせや調理手順の検討を繰り返したことである。2つ目は乾パンに含まれる塩分量を考慮して調味料を調節する必要があったことである。



図2. フードバンク山梨に提供したレシピ①



図3. フードバンク山梨に提供したレシピ②



図4. フードバンク山梨に提供したレシピ③



図5. フードバンク山梨に提供したレシピ④

## (5) 子ども食堂で行った健康教育

### ①子ども食堂当日の流れ

子ども食堂では子どもたちに楽しみながら学んで貰えるようにさまざまな工夫をした。山梨大学医学部の学生を招き、衛生教育について学んだ。紙芝居を使い手洗いの大切さを伝えた。さらに、実際に子どもに手洗いをしてもらい(図6)自分の手洗いの仕方ですっきりと手の汚れや菌を落としているのか目で見て確認し、手洗いの正しい方法を学んだ。子ども食堂のイベントでは、山梨学院短期大学保育科の学生と共に子ども食堂のイベントを進めた。子どもが衛生教育で手洗いをする時や、健康教育で分からない時に保育科の学生が子どもの間に入り、子どもが有意義に学べる空間を作った。衛生教育や健康教育の後には山梨学院短期大学保育科芸能部の学生にイベントで朗読劇「はだかの王様」を子どもに披露した(図8)。

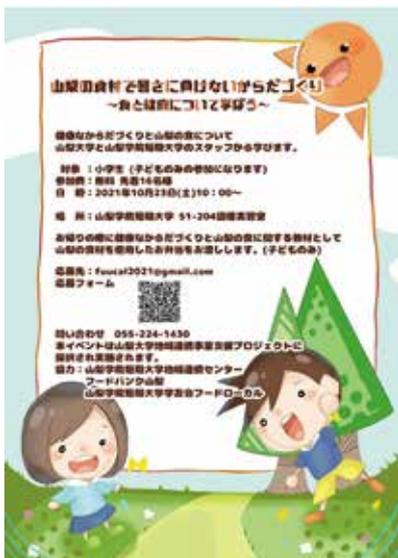


図6.子ども食堂ポスター



図7.衛生教育でブルーライトを用いて手の細菌を確認している様子



図8.朗読劇を行っている様子

### ②何個食べ物が隠れているでしょう

小中学生が楽しみながら食育について学んで欲しいと考え、言葉遊びを使った食育を行った。図9のようにマスの縦と横から何個食べ物か隠れているか探してもらい、その食べ物は全て山梨県で採れる名産品であることを紹介した。ここでは、お米、さつまいも、さくらんぼ、大豆、たけのこ、トマト、トウモロコシ、ぶどう、桃の9つの食材の紹介を行った。

### ③赤!黄!緑!栄養列車

ここでは、子どもたちに食べ物を赤、黄、緑の仲間に分けてもらい、赤、黄、緑の食材の働きはそれぞれ身体の中でどのような働きをするかということ学んだ。さらに、列車を人間の身体に見立て、3色の食べ物が揃わないと元気に列車が走り出すことができないことを伝え、赤、黄、緑の食材をバランス良く食べることの大切さを伝えた。ここでは、「赤」の食べ物は、お魚やお肉、卵やチーズなど元気な身体をつくるのに必要で、これを食べるとぐんぐん大きくなる。「黄」の食べ物は、ご飯やパン、麺などもりもり力が湧いてくる食べ物で、元気に運動する力をつけることができる。「緑」の食べ物は、野菜や果物など病気に負けない元気な身体を作ることができることを子どもに分かりやすい言葉で教えた。

何個食べ物が隠れているでしょう?  
ママもはたかまさん、タチとまじりです。

い	ぶ	こ	ほ	お	く	う	お	い	な
な	ど	う	も	も	あ	せ	い	さ	こ
い	う	べ	ま	あ	せ	い	や	し	め
と	う	も	ろ	こ	し	り	ら	ぬ	さ
ま	ぬ	に	ん	る	る	べ	べ	か	が
と	け	ほ	こ	ほ	お	く	た	な	け
さ	く	ら	ん	ぼ	く	う	け	と	ん
な	る	あ	ほ	い	ほ	な	の	い	つ
う	ん	さ	つ	ま	い	も	こ	れ	と
ら	く	と	あ	み	さ	り	だ	い	ず



図9.何個食べ物が隠れているでしょう資料①



図10.何個食べ物が隠れているでしょう資料②



図11.食育を行っている様子①



図12.食育を行っている様子②

#### (6) 子ども食堂を実施するにあたり衛生面の徹底

子ども食堂を実施するにあたり、コロナ禍であったため衛生面により一層注意を払った。料理の試作は、山梨学院短期大学調理実習室で行った。密にならないよう試食の際には間隔をあけた席での試食や後に連絡を行うことで意見交換を行った。また、調理面では手洗いの徹底やマスクの着用、定期的なアルコール消毒、料理ごとに手袋の交換、調理後の料理の中心温度を75度以上にすることを徹底し、食中毒の危険性がないように調理した。調理では、衛生面に注意を払いながら美味しい料理を提供するため工夫した。「レンコンのはさみ焼き」では、レンコンの色が変わらないよう酢を入れたお湯で湯がき、レンコンの食感をなくさない程度にオーブンで

加熱した。「シイタケの肉詰め」ではジビエを使用した。しっかりと熱を通すため、弱火でじっくりと火を入れ、焼き目を付けてからオーブントースターに入れて加熱した。

品数が多いため、グループで行動し声を掛け合いながら温度確認、まな板の使い分けなどの衛生面、異物混入の注意喚起などを徹底した。当日は、人数制限をし、十分に喚気を行い開催した。また、テーブルのアルコール消毒、マスクの着用を徹底し、参加者の体温測定、子どものグループワークでも密を避けるよう席の間隔をあける、お弁当を配布型にするなど感染対策を徹底した。



図13.きのこの加熱温度を測定している様子

#### (7) 子ども食堂を実施するにあたり料理の工夫

料理の工夫については、「甲斐サーモンのきのこタルタルサンドウィッチ」では、山梨県富士吉田市の特産品である甲斐サーモンを使用した。また、シメジ、エリンギ、シイタケの三種のきのこを使用したタルタルをサーモンカツと挟んだ。衣にはパセリを混ぜ合わせることで、色合いがよくなるよう工夫した。三種のきのこを使用したタルタルでは、きのこを一度炒め、焼き目をつけることできのこの香りが際立つように工夫した。「コロコロなすのしそつくね」では、山梨県甲府市のなすを使用した。また、なすの食感が感じられるよう大きめに切り、風味も楽しめるよう青じそを加えた。「やはいもコロケ」では、山梨県甲斐市の特産品であるやはいもを使用した。やはいもをつぶし粘り気をだしてから成形し、衣をつけて揚げたことで、外はサクサク中はとろけるような食感に仕上げた。「シイタケとレンコンの肉詰め焼き」では、山梨県早川町のジビエと山梨県北杜市の特産品である「杜のしいたけ」を使用した。また、肉厚のシイタケとレンコンにたっぷりの肉を詰めて焼き、子どもが食べやすいように甘だれを絡めた。「甲斐サーモンの

「トマト煮」では、山梨県富士吉田市の特産品である甲斐サーモンを使用した。サーモンとたっぷりの野菜をカットトマトで煮込んだことで、野菜の甘みを感じられるように工夫した。「鹿カツ」では、上記でも述べた山梨県早川町のジビエを使用した。また、鹿肉を柔らかくするため山梨県産のワインに漬け、鹿肉が食べやすくなるように工夫した。「野菜たっぷり春巻き」では、山梨県北杜市の特産品である「太陽のズッキーニ」を使用した。また、中の具材をトマトベースにし、子どもが好きな味付けになるように甘めに仕上げた。「かぼちゃアーモンドの塩バター」では、山梨県甲州市の特産品である天空かぼちゃを使用した。天空かぼちゃの甘みを生かしながら調味するように工夫した。また、アーモンドは一度オープンでローストすることで味や食感が引き立つように工夫した。「キャベツのカレー炒め」では、山梨県鳴沢村の特産品である「高原キャベツ」を使用した。また、試作したお弁当を山梨大学に送り、試食してもらいアンケートを取った。アンケートを取ったところ、「シイタケとジビエの相性が良かった」、「カボチャの柔らかさとナッツの歯ごたえがあり食感が面白い」、「夏野菜のソースとサーモンの味がマッチしていておいしかった」という意見があった。一方、改善点としては、「トマトの酸味が強い」、「味が薄い」、「カボチャが少し硬かった」という意見があった。山梨大学からの意見を参考にしてメニューの見直しを行った。トマトの酸味については加熱時間を増やし、しっかりと煮詰めることで酸味を軽減するようにした。味付けについては調味の段階で味見をし、冷めた状態のことを考えながら調味した。カボチャが少し硬かったことについては加熱時間を延ばすなどして工夫し改善した。

今回のお弁当では、野菜を多く使用した彩りの良いお弁当を作成した。また、山梨の食材を多く使用し、子どもたちに山梨の食材を知ってもらうとともに、珍しい料理を食べてもらうことで、子どもたちに様々な味を知ってもらえるようレシピの作成・調理を行った。



図14.県産食品を使ったお弁当の写真



図15.お弁当を詰めている様子①



図16.お弁当を詰めている様子②

## (8)食育イベント後の意見・改善点

食育については、「丁寧に分かりやすく教えてくれた」、「内容がたくさんあって楽しかった」、「正しい手洗いの仕方を実施していて参加した甲斐があった」、「また子ども食堂に参加したい」などの意見があった。

お弁当については、「彩りも良く味も濃すぎなくて良かった」、「品数が多く豪華だった」、「美味しかった」などの意見があがった。子どもたちに人気のメニューは、「キャベツのカレー炒め」、「コロコロなすのしそつくね」、「甲斐サーモンのきのこタルタルサンドウィッチ」であった。大人の人気メニューは、「甲斐サーモンのきのこタルタルサンドウィッチ」、「トマトの卵焼き」、「サーモンのトマト煮」、「サーモンのトマト煮」、「かぼちゃの塩バター」、「やほたいもコロッケ」であった。改善点として、お弁当の内容についての詳しい説明が必要だったという意見があった。

今回の食育イベントでは、子どもたちに食事の大切さや興味を持ってもらうことができたと考える。しかし改善点としては、食育ポスターの文字の大きさをもう少し大きくして視認度を高めること、お弁当の内容についての詳しい説明が必要だったという意見があった。今後に生かしていきたい。

子ども食堂のスタッフの事後アンケートについては、参加してとても満足したという意見が多くあがった。「大勢の前で食育について話す機会があったから」、「子どもたちに満足してもらうことができたから」、「子ども食堂することで知り合いが増えたから」などの意見があった。

その一方で、参加して大変だったという意見も多くあがった。「子どもたちに対してわかりやすく伝えることに苦労した」、「準備が大変だった」、「子どもが興味を惹く内容を考えることが難しかった」などの意見があった。

今回のようなイベントにまた参加したいと思うかというアンケート項目には、すべてのスタッフがまた参加したいと答えた。「やりがいを感じられた」、「子どもたちの笑顔がまた見たい」、「企画を考えるのが楽しかった」などの意見があがった。ここから、子ども食堂のイベントを行うことはとても大変だが、イベント自体のスタッフの満足度は高いことがわかる。

## 5 成果と課題

子ども食堂を行う上での課題が3つある。

1つ目は「子どもの生活を見直して食育を行う必要がある」ことである。生活困窮家庭では貧困で家計を切り詰められ食事が満足に食べる事ができない子どもや、コンビニ弁当や惣菜などを食事とすることで、栄養が偏ってしまうケースがある。満足に食事ができないことで栄養価の偏りが起こり、成長を妨げてしまうことになるのである。そこで今回は、フードバンクに寄付され、貧困家庭に送られる食品をどう調理して栄養価の高い食事になるかレシピを考察した。フードバンクから生活困窮家庭に送られたこのレシピはとても好評で、他にない食材のアレンジで、料理の幅が広がったなどのプラスの意見を頂いた。レシピ提供の活動は今後も続けていきたいと考える。さらに、10月に行われた子ども食堂では、子どもたちに県産食品を使った栄養価の高いお弁当を配布し、山梨の名産食品の味を楽しんでもらった。

2つ目は、「子どもの居場所づくり」である。子ども食堂に来ている家庭は、親が仕事で忙しかったり、育児に追われていたりなどで、子どもの勉強する時間や、親と触れ合う時間が少ない子どもが多い。その中で子ども食堂に来てもらい、学校の課題や勉強をしたり、子ども食堂で友達やボランティアの方とお話をしたりすること

で、子どもたちの心の拠り所になる場所にしたいと考えている。

今回の子ども食堂では「食育」、「衛生教育」、「朗読劇」という三本立てで行った。

「食育」では、言葉遊びを使い、山梨の食材の魅力について紹介し、山梨の食の魅力を知ってもらった。子どもたちに山梨の名産品を知ってもらうことで、自分の育った山梨に誇りを持って生活して欲しいと考えたからである。さらに、子どもたちに食べ物の特性を知り、どの食べ物を取ればバランスの良い食事が取れるかを学ぶために、列車を人間の身体に見立てた栄養列車を使い、食べ物を「赤」、「緑」、「黄」の3色に分けそれぞれの色の食べ物の特性を紹介した。子どもたちは食べ物がどのような役割をしているのかについて楽しみながら学ぶことができた。

「衛生教育」では、現在コロナ禍ということもあり、外出後や、食事の前には手を洗う習慣を付けてもらい、正しい手洗いの仕方を教えた。ブルーライトを用いて自分の手洗いの仕方ですぐ汚れや菌を落とせているかを目で見て確認しながら、手洗いを学ぶことができた。

「朗読劇」では子どもたちに楽しんでもらえるように「はだかの王様」を山梨学院短期大学保育科芸能部の学生が朗読をしながら身体を動かし演劇をした。

今回の子ども食堂は、コロナ禍ということもあり、複数回の開催ができず、1回のみとなってしまったので、子どもの継続的な居場所作りにはならなかったかもしれないが、食育や衛生についての学びを深められ、楽しんでもらうことができた。

3つ目は「子ども食堂の活動を認知してもらう」ことである。本来、子ども食堂は学習支援やコミュニティの場としても利用することができる場である。しかし、子ども食堂は、生活困窮家庭の支援というイメージが強いため、子どもが通いづらいのが現状である。子ども食堂の本来の活動を理解していない人が多いと考える。子ども食堂の目的は、子どもの貧困対策と地域交流という2つがあるということを知ってもらうことが必要である。そこで、貧困支援以外の対策をアピールするべく、気軽に参加できるような催し物の企画をしていきたいと考える。

協賛:

本事業については、学生イニシアティブ事業費の他に山梨学院短期大学学友会サークル部費、山梨学院短期大学学生チャレンジ制度補助金を使用した。

註:

1) NPO法人全国子ども食堂支援センターむすびえ「2021年全国箇所数調査及び第1回全国こども食堂実態調査」2021年12月。

## スタンプでまわる!まなぶ!清里の旅

望月 健生、飯島 瑞希、駒井 萌乃、依田 香穂  
河内 優実、権守 七映、有村 風馬 (山梨県立大学)

## 1 概要

本プロジェクトは、山梨県立大学安藤研究室清里ゼミが山梨県の最北端に位置する北杜市高根町清里という地域で行っているものである。主にゼミ活動では、清里観光振興会様とC56メイクアッププロジェクト実行委員会様をはじめとした現地の方々の多大なるご協力のもと、清里駅前の地域活性化のためのSNSを用いたPR活動や駅前に置かれている「C56(図1)」と呼ばれるSLの清掃活動などを行っている。2019年には「C56」をテーマに清里観光振興会様が主催された駅前の「C56メイクアッププロジェクト」というイベントに付属し、子どもたちを対象とし、大学生によるSLにまつわる絵本の読み聞かせやクラウドファンディングで得た資金で制作したシチューの販売を行った「食べよう!遊ぼう!学ぼう!」というイベントを実施した。一過性のイベントとしないためにも、継続的な企画・実施を目標としていたが、昨年及び今年も新型コロナウイルス感染症のため、同様のイベントを行うことは厳しいと清里観光振興会様との話し合いで決定した。しかし、その活動を継承すること、またコロナ禍でも実施できる地域活性化イベントを模索するために今回一か所に集中するイベントではなく、人を分散させるイベントとして新たにスタンプラリーを企画した。



図1.清里駅前に展示されているC56

## 2 問題の所在

今回及び、これまでのゼミ活動、また清里観光振興会様と活動を行う際に挙げられた問題は、  
(1)バブル期ごろの清里駅前の状況を考えると、駅前に人が少なくなり、活気がなくなりつつある。  
(2)清里のこれまでの歴史や店舗・地理的な魅力について知らない地元の子も多い。  
(3)駅前に保存されているSLの「C56」を観光資源にする。また、存在を発信・継承していきたい。  
という以上3点である。

## 3 目的

本イベントの目的は大きく分けて4点存在する。  
(1)コロナ禍で経営が不安定な店舗と協力・地域活性化を行うこと。  
(2)コロナ禍での地域活性化イベントのあり方を模索すること。  
(3)地元の子もたちに清里の歴史や現状を知ってもらうこと。  
(4)清里ゼミの原点でもある「楽しむ」を全うすること。  
また、この他にも、駅前の「C56」を保存・継承していくことも活動の目的の一つである。

## イベント内容

今回は新型コロナウイルスの影響もあり、清里駅前にブースを設け、商品を販売することや、子どもたちと交流するといった2019年に行ったイベントを継続することが難しいと判断した。そこで、学生内で企画案を練り、人々を駅前といった一つの場所に集中させるのではなく、清里という地域を使い、人を分散させるためにスタンプラリーイベントを企画した。RARRY(RALLY - 誰でも簡単!モバイルスタンプラリー (rallyapp.jp))というサイトでスタンプラリーを実施できるものを使い、清里駅前から萌木の村といった徒歩1時間程度で回るコースを作成した。コースには計9店舗にご協力いただいた。協力してくださった店舗は、以下の通りである。

- ・清里駅前観光案内所(NPO法人清里観光振興会)、  
【公式】NPO法人 清里観光振興会 (kiyosato.gr.jp)
- ・しらゆり
- ・峰の茶屋
- ・そば処さと
- ・萌木の村ROCK
- ・オルゴール博物館 ホール・オブ・ホールズ
- ・ミルクプラント
- ・清里ジャム
- ・アングー・テ・アラ・カンパーニュ

また、清里駅から西の方角に進んだ先にある、清里開拓の父として知られるポール・ラッシュにちなんだ記念碑、萌木の村内に存在する開拓の鐘の二地点を含み、コース地点は11地点で行った。

さらに、本イベントには子どもたちを楽しんでもらう、また清里について知ってもらうという趣旨が存在するため、2つの要素をスタンプラリーに付属させた。1つ目は、フロッタージュ(こすりだし)である(図2)。



図2.フロッタージュ

清里に歴史や環境に関わる型を各地点分制作した。型は清里駅前の街路灯に付いているプレートを参考に、ヤマネやレンゲツツジ、今回のイベントの目的でもあるSL(C56)などを制作した。色鉛筆で好きな色で、またA4の紙の上に自由に型を配置できたため、自分だけのフロッタージュを参加者が制作できるようにした。

2つ目は、清里及びSLにまつわるクイズである。クイズは答えやすいように3択あるいは○×形式とした。清里にまつわるクイズは、学生で歴史や自然などについてのクイズを制作した。SLに関するクイズでは、C56メイクアッププロジェクト実行委員会様の方で制作していただいた。



図3.本イベントのコースマップ

各地点にはRALLYのスタンプ地点となるQRコード、フロッタージュ、クイズの3点を設置した。

コース(図3)を回ると、今回コースとして協力してくださった店舗の割引券を配布した。目的は今回店舗の場所やメニューなどを知ってもらい、後日訪れてもらうことであった。さらには、今回コースにはならなかった清里の店舗・施設から数々の協賛品をいただいた。提供してくださった店舗・内容は以下の通りである。

- ・キープ協会、ソフトクリーム券
- ・丘の公園、丘の公園「天女の湯」入浴券
- ・萌木の村 ステラおばさんのクッキーROCK限定コラボ「ハウス」
- ・サンメドウズ清里、清里限定お菓子
- ・清里の森管理公社、パークゴルフ親子ペア無料券
- ・メイフェア、萌木の村キャラクター「もえすけ」ぬいぐるみ
- ・清里観光振興会、オリジナルキャンパストートバック・日本手ぬぐい
- ・グランレストラン ルミエール、2,000円分お食事券
- ・清里C56メイクアッププロジェクト実行委員会、オリジナルTシャツ
- ・ファミリーマート清里駅前店、ファミチキ1個無料券
- ・JR小海線清里駅、蛍光ペン

計134品の協賛品をいただいた。これらは、割引券を配る際に、くじを引いてもらい配布した。

## 4 方法

それぞれの目的に対する活動・アプローチ方法を挙げる。

### (1) 店舗との協力・地域活性化を行う

この目的には、コースへの協力や協賛品という形をとった。また、事前に本イベントのお願いに行く際に、イベントに対する意見などのお話をいただいた。

### (2) コロナ禍の地域活性化イベントのあり方を模索する

この目的には、スタンプラリーという形でアプローチした。コロナにより、3密という考え方や、感染症対策の徹底が不可欠となる。そのため、今回は、前述した通り、従来の一か所で開催をするのではなく、地点をいくつか設けることで人を分散させることを意識した。

### (3) 地元の子どもたちが清里について知らない

この目的には、クイズやフロッタージュを用いてアプローチした。クイズでは、清里の歴史や自然について、フロッタージュでは清里の魅力要素を視覚的に捉えられるようにした。また、スタンプラリーの地点にも設定した店舗もことを知ってもらうことで地元のことを知ることができる機会とした。

### (4) たのしむこと

この目的には、ゼミ生が楽しむことだけでなく、一緒に協力してくださる方や、参加者が楽しめるように工夫した。フロッタージュやクイズだけでなく、参加者と運営側との交流も楽しめるよう、声掛けも意識した。

## 5 活動内容

本イベントを開催するにあたり下記のスケジュール(図3)で企画・運営を行った。

- ・5月 清里観光振興会様をはじめとする清里関係者方々とのZoom会議を通し、本イベントの企画開始
- ・6月 学生内で企画案を練り、二回目のZoom会議、イニシアティブ事業への応募
- ・7月 三回目のZoom会議
- ・8月 集客用チラシ作成、ボランティア募集文書作成
- ・9月 再度学生内で企画案の練り直し
- ・10月 四回目のZoom会議、チラシ配布(北杜市内の小中学校)、使用品準備、協力店へのアポイント
- ・11月 最終Zoom会議、協力店への最終確認、RARRYでのスタンプラリー作成
- ・11月13日 前日準備、荷物の搬入、設置物の設置
- ・11月14日 イベント当日

- ・12月、1月 参加店舗への当日の様子を聞くインタビュー
- ・毎週木曜日に設けられたゼミ活動の時間を学生のみの活動時間として使用した。



図4. 関係者とのZoom会議の様子

ゼミ生は清里の各店舗への協力要請チラシや参加者の募集チラシ、割引券、フロッタージュ、クイズなどを作成・準備した。RALLYのコース登録や試運転も併せて行い、当日は少しでも多くの方に楽しんでいただけるよう努力した。

また地元の高校生にも清里を楽しみながら知ってもらいたいという思いから、北杜高校などの学校に協力を依頼した。結果、計24名の北杜高校生がボランティアとして参加してくれた。加えて山梨県立大学での学生ボランティアも募集し、昨年度の本ゼミ卒業生も含め計10名が参加してくれた。イベント当日はボランティアの学生で大学生1名、高校生2名という班を作り、各地点に配置・参加者の案内を行ってもらった。班の中で交流があり、高校生が大学生活を知る機会や、受験のアドバイスなどを聞く機会にもなった。さらには、ボランティアの方と店舗の方・参加者との会話も生まれ、良い雰囲気運営することができた。

当日はまず各地点に行き準備(ポスターの掲示、テーブルの組み立てなど)をしてもらった。それから先述の通り参加者への説明や案内を主に行った。

清里駅前ではイベント開始と同時にC56の清掃活動も行った。こちらにはC56メイクアッププロジェクト実行委員会様をはじめとする清里関係者の方に加え、本ゼミの卒業生2名が中心となって行った。

イベント当日の様子は山梨日日新聞及びハケ岳ジャーナルにおいて取り上げていただいた(図5)。

## 6 結果・フィードバック

スタンプラリーイベントの総参加者数は129名(うち3名はゼミ生)であった。また計357回スタンプを押してもらった。子どもが学校からもらった本イベントの集客用チラシを基に参加して下さる方が多かった(図5)。

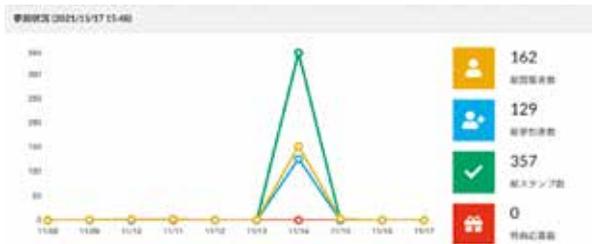


図5.イベントの結果

イベント参加後には、子どもたちや保護者の方に任意で感想をいただいた。付箋に感想を書いてもらうもの、参加者自身の感想に当てはまる欄にシールを貼ってもらうものの2種類を用意した(図6、7)。「清里のことをたくさん知れた」「クイズが難しかったけど面白かった」「子どもと一緒に清里を学べた」「いい運動になった」「またやりたい」といった感想が多く見受けられた。



図6.参加者からの感想1



図7.参加者からの感想2

イベント自体はあくまでも地元の子どものターゲット層として行ったものであったが、中にはたまたま通りかかっただけの県外からの観光客の方々も参加してくれた。またスタンプラリーだけでなく、本イベントの参加店で行われたコンサートなどを鑑賞された方もいて、清里の魅力や各店舗の良さを知ってもらう機会になった。

イベント終了後にはボランティアに参加してくれた学生たちからGoogleフォームを用いて調査を行った。「清里を知る良い機会となった」「全地点に人が待機していたためトラブルが起きなかった」「参加者の方と話せてとても良い経験となった」「来てくれた人たちが楽しそうだった」「またボランティアの機会があれば参加したい」などの意見があった。大学生と高校生で交流する場になったこともボランティアを募集したメリットの一つと言える。さらには、今回のボランティア募集を通し、山梨県立大学と北杜高など、大学と学校との高大連携の懸け橋になったと考える。

店舗の方からのフィードバックでは、「割引クーポンはイベント後あまり使われなかった」「お店の方と学生とでうまく連携、情報共有できない部分もあり改善の余地あり」といった声が挙げられた。今後も清里をフィールドに今回のようなイベントを開催するのであれば、「閑散期も人が訪れるような企画」や、「学生らしい視点で、同世代の若者が来たいと思うような企画に集中してほしい」という意見も出た。また「駅前だけでなく他のエリアの魅力も活用できるもの」、「お客様だけでなく清里のお店の方にも状況が伝わり楽しんでいただけるようなもの」、「お店に協力要請をするなら準備段階のうちから各店舗の方にもミーティングに参加していただくようにする」など、今後の活動につながる多くの意見が寄せられた。

## 7 成果と課題

方法の部分で述べた4つの目的に焦点を当てて成果を挙げる。

### (1) 店舗との協力・地域活性化を行う

スタンプラリーイベントの規模が駅前及び萌木の村に絞られたため、協力店も狭まってしまったが、計9店舗に協力していただき、スタンプラリーに参加していただくことができた。また、いくつかの店舗から協賛品をいただき、イベントの景品にすることでイベントをさらに盛り上げることができた。このことは、本イベントに対し地域内の数多くの店舗や施設を巻き込むことができたと考える。また、学生と店舗との関係を築くことができた。

### (2) コロナ禍での地域活性化イベントのあり方を模索する

参加者が一か所に集中せず、分散させる方法として「スタンプラリー」を実施した。店内の換気や、フロタージュに用いる鉛筆、机、手指の消毒などを行い、感染症対策も十分に行うことができた。人を分散させるという意味では、コロナ禍でも行える地域活性化の在り方を模索できたと考える。

### (3) 地元の子どもたちに清里の歴史や現状を知ってもらおう

清里やSLに関するクイズをイベントの要素としたため、参加者にとって清里に対する興味や関心を育む機会となった。また、協力してくださった店舗を訪れることで清里の地理や店を知る機会になっただけでなく、実際に歩いて周ってもらうことで清里の駅前の現状を知ってもらう機会にもなった。

### (4) たのしむこと

企画、運営の大変さや店舗との連携の難しさなどを学ぶとともに、ボランティアや協力店舗の方との連携を通し、イベント実施の楽しさを実感できた。また、参加者や店舗からの満足の声や今後の期待の声も聞くことができた。

課題としては、主に6つの点が挙げられる。

### (1) 店舗の方とイベント開催側で情報のやりとりが十分に行われておらず、すれ違いが起きたこと

参加者への景品である割引クーポンがイベント当日から使用可能なかどうかや、スタンプラリーについての質問がお店のスタッフの方にされるなどの混乱が見られた。これはスタンプラリーにご協力いただく店舗の選定が予定よりも遅くなってしまい、対応などが後手に回ったことが原因だと考えられる。今後店舗にご協力いただくイベントを開催する場合は、店舗の方にも清里関係者の会議に早いうちから参加していただくことで、情報の行き違いを防ぐことができると考える。

### (2) 当日に高校生ボランティア・大学生ボランティアとの協力が十分にできていなかったこと

ボランティアのメンバーとはLINEグループを通してさまざまな連絡を行っていたが、必要な情報が全員にいきわたらなかったことや、イベント当日各地点の店舗の方に挨拶がなかったことなど、ボランティア全体に同じ情報や注意事項を共有することができなかった。今後はゼミ生の人数やイベントの規模を考慮し、ゼミ生内で管理・適切な説明ができるようボランティア人数の設定や情報伝達の仕組みを考えることが必要だとわかった。

### (3) イベント当日にスタンプラリーを行う際、参加者が集まることで多少密になる場面が発生したこと

ソーシャルディスタンスを確保するため、なるべく店舗の外や近くの開けたところにスタンプラリーポイントを設置したが、それでも子どもがテーブルに集まってしまうことが見受けられた。等間隔に目印をつけ、子どもたちが密集しないような工夫が必要だとわかった。

### (4) スタンプラリーのコースが清里の広い範囲をカバーできなかったこと

企画当初は清里全体を巡るという想定であったが、人手不足の問題や初めてスタンプラリーを開催するという点を考慮し、清里駅前と萌木の村内で規模を縮小してコースが設定された。次回は今回の成果や反省を踏まえ、ピクニックバスやEVトクトクなどを組み合わせ、自動車を持っていない人でも清里のさまざまな場所を巡るような設計をすることで、より大きな規模でのスタンプラリーを行いたいと考えている。

### (5) イベントを知らずに来た県外からの観光客を十分に拾いきれなかったこと

混乱を防ぐためスタンプラリーの参加は清里駅前ですべて説明を受けてからという仕組みで動いたが、清里駅前

を經由せず萌木の村などに来てスタンプラリーイベントを知り、興味を持った観光客の方がいても、その旨を伝えると駅前まで向かう労力などを考慮し参加を断念する方が多かった。途中の地点でも参加をできるように、受付を複数地点に設けるや、地点から参加できる準備などを行うべきだと考えた。

#### **(6) イベント後に参加者に配布した割引クーポンがあまり使われなかったこと**

このクーポンはイベント後にも清里を訪れる機会を作ろうという狙いで配布したが、店舗の方との情報共有の中で、当日にも使用できるという誤解が生じてしまい、混乱が起こった。今回はその場での消費がより促進するために、最初にクーポンを配布するなど、当日も利用可能にすることが有効だと考えられる。

## **8 今後の課題**

本イベントを実施し振り返るなかで、来年度、取り組みたいことが4点挙げられた。

### **(1) 本イベントで関わったお店とのつながりを維持するだけでなく、もっと深めていくこと**

この背景には、2年前のイベントをはじめ、本イベントを一過性のものにしたくないという、思いがある。そのため、地元の方や県外からのお客様に、長期的にお店に来ていただけるような仕組みづくりをしたいと考えている。また、お店の方にインタビューを行い、商品のPRにも取り組んでいきたい。

### **(2) 閑散期の冬でも盛り上がるようなものを企画すること**

本イベントに対するフィードバックをいただいた際、店舗の方から、寒得フェアのようなキャンペーンがない限り、地元の方でも寒い時期はなかなか外に出ないという内容の話を伺った。そんな人が少なくなってしまう冬に、人に足を運んでいただけるような企画をしたいと考えた。また、閑散期だけでなく同世代の若者をターゲットとしたイベントを求める声も挙がったため、考えていきたい。

### **(3) フロッタージュをもっと押し出していくこと**

本イベントで各店舗、設置させていただいたのだが、子どもたちをはじめ、参加してくださった方に大人気だった。今後もこの要素を取り入れたいと考える。

### **(4) 駅前こたつ企画**

この企画は前年度のゼミでも行っており、自身も楽し

めるものとなっている。今年度は、新型コロナウイルスの影響で実施することができなかったが、これを恒例行事化し、可能であれば、興味のある高校生や大学生、たまたま観光で清里駅前に訪れた方にも参加してもらえるようにしたいと考えている。

## 審査員からの アドバイス・メッセージ

審査は、成果発表、活動過程と質疑応答について、

- ①問題意識(問題の所在の明確化、活動目的、問題解決の方法など)
  - ②実践力(計画に沿った実践力、地域の人との協働力、課題発生時の改善力など)
  - ③地域貢献力(目標に沿った実績、地域貢献力、今後の持続可能性など)
  - ④プレゼンテーション力(構成力、コミュニケーション力、質疑応答への対応など)
- の4つの観点によって行われた。



株式会社印傳屋上原勇七  
専務取締役

上原 伊三男

学生イニシアティブ事業を通して、改めて「学生自らが率先して行動すること、そしてその行動を評価し受け入れる社会を創ること」の大切さを感じました。

現場に足を運び地域の課題に取り組む中で、特有の歴史・文化の魅力に触れ地域の人々とのふれあいを経験したことは、学生にとって貴重な学習体験であったと思います。

また、事前のマーケット調査から計画、実行、検証に至る事業は、学生に行動と連携の重要性を教えてくれたことと思います。

今回も学生によるさまざまな提案は、今の日本の閉塞感に一石を投げ将来への期待を感じさせてくれると同時に、若い世代と共に尊重し合い学びながら活力ある日本を創っていかねばならないことを私たちに示唆してくれたように思います。

学生の皆さん、ありがとうございました。



山梨県観光文化部  
観光文化政策 課長

小泉 嘉透

この度は、令和3年度学生イニシアティブ事業の成果発表会での審査員という貴重な機会をいただき、ありがとうございました。

新型コロナウイルス感染症の影響により活動が大きく制限される中で、可能な活動を主体的に模索し、成果に繋がられた皆様の熱意や努力に対し、惜しみない称賛を送りたいと思います。

また、各発表者の皆様からは、地域活性化に取り組むうえで必要不可欠な「郷土愛」を感じることができ、次世代の山梨を牽引する皆様を大変頼もしく感じております。

今後皆様は更なる研鑽に励まれることと思いますが、今回の審査を通じて感じたことをコメントしますので、今後の参考にさせていただければと思います。

まず、問題意識の捉え方についてです。なぜその地域課題を問題として捉えたのか、そのきっかけを自らの言葉でエピソードも交えて説明する方が、聴き手の理解や共感を得られやすくなります。次に、目次の重要性についてです。目次は、[現状]→[課題]→[課題の要因分析]→[課題解決の手法]→[手法により得られる効果]→[ビジョン]という一連の発表を理論構成する「フレームワーク」です。発表の全体像である目次を読み飛ばすことなく、端的に説明することで、聴き手は発表のイメージを膨らませやすくなります。

山梨にはまだまだ多くの地域課題が山積しています。同時に、地域の奥深くに眠る地域活性化に繋がる原石もきっと数多くあることでしょう。皆様には是非、虫の目(ミクロ視点)、鳥の目(マクロ視点)、魚の目(チャンスを見極める視点)で、地域を見つめ直していただきたいと思います。

このイニシアティブ事業が継続し、今後も地域を元気づける事業として発展していくこととともに、今後の皆様のご活躍をお祈り申し上げます。



萌木の村株式会社  
代表取締役村長  
審査委員長

## 船木 上次

皆さんは、物質的に恵まれた豊かな時代に生まれました。また、日本という場所に生まれたことも恵まれたことかもしれません。そうした条件の中で、どう生きるのか、そしてどんな希望や夢を抱くのかは、実は難しい問題です。この時代の日本に生まれ、ある意味希望を抱きにくい中で、皆さんの挑戦は、とても大事なことだと思います。

さて、その挑戦の中で何を手に入れることができたのでしょうか。生きているということは、有限の時間の中の出来事です。その生きている間に起きる他者と触れ合ったことによる自分の存在意義ということが皆さんの宝物になるのです。自分の存在意義の中でもやりがいを感じる最高のものは、「他者のために役立つ」ことだと思います。また、そうした他者との関係性や困難と一緒に乗り越えたという時間が、友をうみます。友も皆さんの宝物です。皆さんは、今回のプロジェクトでたくさんの宝物を手に入れたのだと思います。

私は、生きていくためのエネルギーは「感動」だと思います。大きな感動でなくてもいいのです。小さな感動を積み重ねて、そのエネルギーでこれからも苦難を乗り越えていってほしいと思います。



認定NPO法人  
フードバンク山梨 理事長

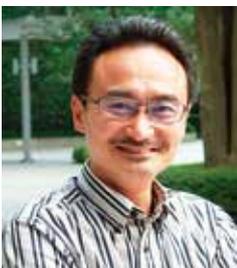
## 米山 けい子

コロナ禍で学生自体がリモート授業などにより、学生相互の交流も制限されている中で、発表までにこぎ着けた皆さんに、その意欲と忍耐強さに称賛を送りたいと思います。

全体の活動としては山梨の地域活性化に貢献しようとする内容が多かったと思います。内容は独創性があり、学生の新しい視点での活動でどの団体も素晴らしかったと思います。実践力はコロナ禍の影響などで少し差が開きました。

私自身の活動からの視点からは、今後貧困問題や障がい者、高齢者など福祉的な地域課題に、学生ならではの視点で挑戦される団体の参加も期待したいと思います。

全体として、20代の皆様が真剣に地域貢献を実践されている姿に感動いたしました。コロナ禍や紛争など暗い時代に、これからの未来を、考え方一つで明るくできるという実践ではなかったかと勇気づけられました。



特定非営利活動法人  
えがおつなげて

## 曾根原 久司

このコロナ禍のなか、社会人でも取り組むことが困難なテーマに真剣に向き合い、果敢にチャレンジするみなさんの姿に感動しました。

また、みなさんの活動は、意欲的で独自性がありました。

そのため、発表するみなさんの姿はとても輝いて見えました。このことをまずは、みなさんに伝えたいと思います。

また、この活動はみなさんにとって、とても貴重な経験になったと思います。社会の課題に向き合い、自分たちでさまざまな調査なども行い、活動の計画を練り、実践すること、それ自体が貴重な機会だからです。このような機会はなかなか得られないものです。

ですから、この活動を通じて、さまざまな気づきや学びがあったと思います。その気づきや学びを生かして、これからも学生生活や社会人での活動に有益につなげていってほしいと思います。

最後に、今後のみなさんのがんばりにさらに期待したいと思います。

Presentation

## 2021年度 学生イニシアティブ事業

# 『成果発表会』

大学コンソーシアムやまなしでは、学生が中心となり地域課題について取り組むプロジェクト事業を募集し、山梨県内の大学・短期大学からエントリーされた11団体を選定しました。今回の成果発表会では、11団体がコロナ禍の状況下において、活動の自粛や制限がある中で行った実践報告の成果発表会を行います。

日時

2022年 **2月22日(火)**

▶ 12:30開場 ▶ 13:00開始



こちらから  
お申し込み  
ください

**参加無料**

新型コロナウイルス感染防止対策のため入場制限をする場合があります。  
《マスクの着用をお願いします》

### スケジュール

#### 13:00～ 11団体による成果発表会

- |                          |              |
|--------------------------|--------------|
| ① 祈りの古道保全・活用推進プロジェクト     | 〈山梨県立大学〉     |
| ② つるっ子プロジェクト実行委員会        | 〈都留文科大学〉     |
| ③ キャンドルライトナイト            | 〈山梨学院大学〉     |
| ④ 学生による学生のための空き家活用プロジェクト | 〈大月短期大学 他〉   |
| ⑤ 芦川えんさプロジェクト            | 〈山梨県立大学〉     |
| ⑥ Café・御                 | 〈山梨学院大学〉     |
| ⑦ ゆず太郎共創パートナーズ           | 〈山梨県立大学〉     |
| ⑧ 早川町を体験してもらおう!          | 〈山梨学院大学〉     |
| ⑨ 20歳+の女子大学生をワインアンバサダーに。 | 〈山梨大学〉       |
| ⑩ やまなし食材でこども支援           | 〈山梨学院短期大学 他〉 |
| ⑪ スタンプでまわる!まなぶ!清里の旅      | 〈山梨県立大学〉     |



#### 17:00～ 学生交流会&表彰式

### 場所

山梨県立図書館  
イベントスペース

〒400-0024 山梨県  
甲府市北口2丁目8-1



### 審査員

上原 伊三男 | 株式会社印傳屋上原勇七 専務取締役

小泉 嘉透 | 山梨県観光文化部観光文化政策課 課長

曾根原 久司 | 特定非営利活動法人 えがおつなげて 代表理事

船木 上次 | 萌木の村株式会社 代表取締役村長

米山 けい子 | 認定NPO法人 フードバンク山梨 理事長

主催



特定非営利活動法人

大学コンソーシアムやまなし

The Consortium of Universities in Yamanashi

地域社会活動支援事業委員会

お問い合わせ先

特定非営利活動法人  
大学コンソーシアムやまなし事務局

〒400-8510 山梨県甲府市武田4-4-37

山梨大学B-1号館328

E-mail: info@ucon-yamanashi.jp



イベント  
情報はこちら



## 地域社会活動支援事業委員会

池山 洋子(山梨大学)

今井 茂樹(山梨学院短期大学)

帯金 久(山梨学院大学)

久保田 昌宏(都留文科大学)

清水 健(帝京学園短期大学)

内藤 敦之(大月短期大学)

服部 智行(身延山大学)

水上 修(放送大学)

望月 宗一郎(健康科学大学)

山口 靖(帝京科学大学)

山田 勝美(山梨県立大学・委員長)

山本 明歩(山梨英和大学)

渡辺 大(山梨県観光文化部)

栗田 真司(大学コンソーシアムやまなし)

川口 美和(大学コンソーシアムやまなし)

## アソシエーションによる地域課題解決

令和3年度 学生イニシアティブ事業報告書

2022年3月31日発行

[ 編集・発行 ]

特定非営利活動法人 大学コンソーシアムやまなし

〒400-8510 山梨県甲府市武田4-4-37 山梨大学B-1号館328

E-mail. [info@ucon-yamanashi.jp](mailto:info@ucon-yamanashi.jp)

URL. <http://www.ucon-yamanashi.jp/>

レイアウトデザイン: 相原 哲

※本事業は、「令和3年度山梨県地域活性化協働事業費補助金」より助成を受けたものです。

※本事業は、「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成を目指す支援事業です。





特定非営利活動法人

大学コンソーシアムやまなし

The Consortium of Universities in Yamanashi

特定非営利活動法人 大学コンソーシアムやまなし

〒400-8510 山梨県甲府市武田4-4-37 山梨大学B-1号館328

E-mail. [info@ucon-yamanashi.jp](mailto:info@ucon-yamanashi.jp) URL. <https://www.ucon-yamanashi.jp>