

報告書

多摩の学生まちづくりコンペティション2015

予選

日時 2015年11月14日 (土)

会場 実践女子大学 日野キャンパス

本選

日時 2015年12月12日 (土)

会場 立川市・たましんRISURUホール

はじめに

多摩地域には持ち前の豊かな自然環境、芸術・文化に加え、多数の高等教育機関、研究開発企業が集積し、ハード・ソフト両面で多様な資源を有しています。しかし、近年では都心回帰の動向もあり、多摩地域全体を見据えた魅力づくりを検討すべき段階にきています。

中心市街地の商店街の衰退、生活圏の広域化、高齢社会の進展——全国各地域が直面している地域の課題が多摩地域においても顕在化してきています。それは、この地域が首都圏の中で“課題最先端地域”であることを意味しています。

「多摩の学生まちづくりコンペティション」では、若者の視点や感性を活かした、今ある多摩地域の魅力を発信できる企画や、今までにない多摩地域の新たな価値を創造して、多摩地域が抱える課題を克服することで、未来に活力を与えることができる「実践的」試みや提案を募集してきました。

学生にとっては、フィールドワークを実践し、実学としてまちづくりを考えるとともに、行政や事業者の前で自らの研究成果を広く発表する機会になっています。

住みやすく、活力あふれる多摩の姿を実践的に描いたプランが数々発表されたことに日ごろの学生の活動、指導されている教員の皆様のご活躍の賜物です。このコンペティションを末永く育てていただくと同時に貴重な学生の発表の場になったことを喜ばしく思います。

公益社団法人 学術・文化・産業ネットワーク多摩

目次

はじめに.....	2
第1章 実施要領	5
第2章 予選	9
【第1審査会場】予選出場団体 / 審査委員 / 講評.....	10
【第2審査会場】予選出場団体 / 審査委員 / 講評.....	18
予選の様子.....	26
第3章 本選	27
出場団体.....	28
開会挨拶 / 会場市の挨拶 / 審査委員長挨拶.....	29
審査委員.....	32
本選の様子.....	33
第4章 本選・プレゼンテーション概要	35
最優秀賞	
No.6 力覚デバイスを利用した視覚障がい者用導きシステムの開発.....	36
東京工業高等専門学校 情報工学科 制御情報研究室	
優秀賞	
No.11 TAMAのSAKEを知ろう！見よう！体感しよう！ TAMA×SAKEプロジェクト.....	54
東京経済大学 山本ゼミナール 地域活性化班	
No.12 「宿場町八王子」再生に向けた産学官連携プロジェクト 超短期滞在型外国人団体観光客に対する取り組み.....	64
杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班	
奨励賞	
No.2 障害者が活躍するまちづくり 社会参加を実現する仕組みづくり.....	84
東京経済大学 尾崎ゼミナール	
No.7 文化を繋ぐはなまちづくり 六者協働によるまちづくり.....	98
工学院大学 都市デザイン系研究室 野澤研究室	
No.9 食育推進プロジェクト 1杯のみそ汁で変わる学生の朝（みそ汁健康プロジェクト）.....	110
創価女子短期大学 水元ゼミナール	
No.10 SNSで多摩に元気を！ 多摩の企業と学生の架橋.....	120
創価大学 天谷ゼミナール	
講評.....	130

第1章

実施要領

多摩の学生まちづくりコンペティション2015

実施要領

1. 参加者スケジュール

4月2日（木）	募集開始
5月9日（土）	説明会
7月23日（木）	応募締め切り
10月20日（月）	応募用紙再提出締切（内容に変更がある場合）
11月5日（水）	プレゼンテーションのデータ締切
11月14日（土）	予選 実践女子大学 日野キャンパス 13：00～16：30 審査
11月20日（木）	予選結果通知（郵送）
11月28日（土）	本選リハーサル会
12月8日（火） 12：00	プレゼンテーションのデータ締切（内容に変更がある場合）
12月12日（土）	本選 立川市 たましんRISURUホール 13：00～19：00 審査、講評、表彰式、懇親会
2015年1月16日（金）	入賞者報告書原稿提出期限

2. 応募条件

- ・大学・短大、高等専門学校、専門学校、大学院に在籍するグループ（個人も可）であること。
- ・行政、商店街、企業、NPO法人等との連携を前提とした企画であること。
- ・多摩地域でフィールドワークを実践した調査活動を実施すること。
- ・大学等教員の指導を受けること。

3. 注意事項

- ・予選、本選とも1チームの持ち時間は10分（タイムオーバー2点減点）とする。
- ・質疑応答は、予選10分、本選5分。質問は、審査委員が行う。
- ・プレゼンテーションで使用するファイルの形式は、Microsoft PowerPointとする。
- ・発表では、事務局の用意するPC（Windows7）を使用する。
- ・提出されたデータの差し替えは、原則として受け付けない。
- ・データ提出の遅れや、ファイルの破損等により申込者に生じる損害について、事務局は一切の責任を負わないものとする。

4. 審査

予選

- (ア) 審査は、一般公開により実施する。
- (イ) 発表の順番は、申し込み順とする。
- (ウ) 予選の審査は、主催者から委嘱を受けた行政・民間企業の実務者及び大学教員が行う。
- (エ) 審査委員はプレゼンテーションの結果を審査し、本選出場者を決定する。

本選

- (ア) 審査は、一般公開により実施する。
- (イ) 発表の順番は、申し込み順とする。

5. 審査の主なポイント

予選

- ・オリジナリティ
- ・現状分析
- ・論理的な企画力
- ・効果の見通し（各25点）

本選

- ・予選の4項目に「プレゼン表現力」を加える（各20点）

6. 表彰

- ・本選進出の中から最優秀賞、優秀賞に選出された場合は、表彰状とトロフィーを贈呈する。
- ・奨励賞に選出された場合は、表彰状を贈呈する。

第2章

予選

多摩の学生まちづくりコンペティション2015

日時 2015年11月14日(土)
会場 実践女子大学 日野キャンパス

【第1審査会場】予選出場団体

キーワード：ソーシャルビジネス、障がい者支援、コミュニティ形成、食育、消費者、地域資源

ソーシャルビジネス ノーマライゼーション

地域：国分寺市

No.2	東京経済大学 尾崎ゼミナール
	障害者が活躍するまちづくり 障害者のノーマライゼーションを実現する仕組みづくり

視覚障がい者支援

地域：八王子市

No.6	東京工業高等専門学校 情報工学科 制御情報研究室
	PULL DOG 視覚障がい者用導きシステム

コミュニティ形成

地域：多摩センター

No.8	中央大学 FLP地域公共マネジメント 黒田ゼミナール
	遊んで発見！多摩センター 多摩センターの新発見

食育

地域：八王子市

No.9	創価女子短期大学 水元ゼミナール
	食育推進プロジェクト 1杯のみそ汁で変わる学生の朝（みそ汁健康プロジェクト）

SNS 動画 消費者行動

地域：八王子市とその周辺

No.10	創価大学 天谷ゼミナール
	SNSで多摩に元気を！ 多摩Tubeeの挑戦

地域資源

地域：多摩地域

No.11	東京経済大学 山本ゼミナール 地域活性化班
	地域資源を活かしたブランド形成とマーケティング ～地域活性化を目指して～

審査委員

立川市	総合政策部企画政策課長	小宮山克仁さん
町田市	政策経営部企画政策課政策研究担当課長	石坂泰弘さん
小金井市	企画財政部企画政策課長	水落俊也さん
日野市	企画部企画調整課長	仁賀田宏さん
明星大学	総合理工学部教授	西浦定継さん
京西テクノス株式会社	管理本部管理部グループ長	高橋章浩さん
多摩信用金庫	価値創造事業部部長	長島剛さん
東日本旅客鉄道株式会社	八王子支社企画部長	肥塚知成さん
株式会社TPI都市計画研究所	主任研究員	小林利夫さん

障害者が活躍するまちづくり

障害者のノーマライゼーションを実現する仕組みづくり

そのねらい 障害者が地域の中で自立生活を行うために、ソーシャル・ビジネス等を通じた社会参加システムを構築し、ノーマライゼーションを進展させる。

◆メンバー 経済学部2年 尾崎郁弥、高橋英暉、外山正倫、平尾政人、福井英俊、渡辺光 3年 猪瀬達也、川上迪信、坂本達也、松岡大輔、山口敦也 経営学部2年 石川拓実、垣原明日香、神田憲太郎、立花征駿、山口壘 ◆担当教員 尾崎寛直
◆活動のきっかけ イベントを通して関わり始めた、その他

まちづくりの目的・概要

障害者が地域の中で生活していくには多くの社会的課題がある。例えば、障害の有無によって、地域内において賃金の格差が存在する現状がある。経済面や生活面等さまざまな側面から障害者を支援する仕組みの整備が今求められている。尾崎ゼミナールでは、社会福祉法人与自然連携した「どーむ班」、NPO 法人与自然連携した「Ohana 班」、東京パラリンピックへ向けた障害者のスポーツの振興を目的とした「スポーツ班」の3班にわかれ、それぞれの視点から就労支援やスポーツを通じた社会参加を促進し、障害者が活躍するまちづくりを目指している。

効果の見通し

社会的課題を市場として捉え、障害者が働ける場所の確保や所得増大をビジネスの手法を用いて実現する。障害者を雇用している企業と連携し、学生の専攻分野である経済・経営の知識を活かした商品開発やマーケティングリサーチを行うことによる増益、それに伴う賃金上昇、雇用拡大を進める。また、障害者のスポーツの振興によって、経済面だけでなく、健康増進や余暇活動の充実といった生活面の改善も行うことで、地域の中で障害者がノーマルに暮らす環境づくりを包括的に進展させられると考える。

継続性の見通し

どーむ班の活動は、2006年から9年間継続しており、学生と連携団体との関係は強固なものとなっている。地域における商品の知名度向上といった効果が出ており、今後も連携が期待されている。Ohana 班は、連携して2年目だが、新商品を開発し、大学内で販売するなど既に成果が生まれており、今後は法人の経営に参画することも要請されている。スポーツ班は、今年度からスタートしたが、東京パラリンピックへ向けたスポーツ振興制度等を利用して継続的な仕組みを構築していくことを考えている。

先行研究・連携団体

- ・ 社会福祉法人 万葉の里（国分寺市障害者センター指定管理者）
※就労継続支援事業 どーむ、生活介護事業 太陽と連携
- ・ ・ ・ 当法人の利用者・スタッフとともに自主製品のスイーツを国分寺市内各所で販売。また、利用者のアート作品を市民に披露するアート展を開催。さらに障害者のスポーツ参加を普及させるためのスポーツフェスタの開催。
- ・ NPO 法人 Ohana（オハナ）
- ・ ・ ・ 当法人の利用・スタッフとともに農業の実践と、穫れた作物をスイーツに加工して市内各所で販売。

まちづくりのアピールポイント

この活動は、単なる利益追求のための事業ではなく、障害者が地域の中で自立生活を行える環境を整え、同時に社会参加を促進できるようなビジネスモデルを確立させるという、社会問題解決を目的として収益事業を行うソーシャル・ビジネスである。また、我が国では未発達な状態である障害者のスポーツに着目し、国分寺市を障害者スポーツ先進都市へと成長させることを画策している。これらにより、障害者が活躍するまちとなり、それを受け入れる社会や周囲の意識の変革を迫る社会的意義の大きい活動と考えている。

PULL DOG

視覚障がい者用導きシステム

そのねらい 視覚障がい者が外出する際に目的地までの移動をサポートするシステムを開発し、視覚障がい者の行動範囲を広げ、生活の向上を図る。

◆メンバー 情報工学科5年 佐藤佳、高石一樹、坂上晴信、佐藤俊太 2年 木岡拓海 ◆担当教員 松林勝志、山下晃弘
◆活動のきっかけ 学生の発案

まちづくりの目的・概要

視覚障がい者が外出に使用しなければならない白杖や盲導犬には、視覚障がい者のナビゲーションを行う機能を持たない。そこで土地勘のない場所でも視覚障がい者が安全かつ気軽に外出できるよう、タグを埋め込んだ点字ブロックと、準天頂衛星を応用する。それらによる1m以下での高精度な測位を利用して視覚障がい者を安全に目的地まで誘導する。誘導には引っ張られる感覚を実現する「力覚デバイス」を利用し、音声操作など様々な機能を提供する。本システムにより全ての人にやさしい街づくりの実現を目指す。

効果の見通し

本システムが普及することにより、視覚障がい者が気軽に公共交通機関を利用して、街へ出て活動することが可能になる。更に、本システムの開発・実証実験に際し、八王子市や地域の盲学校および様々な企業の協力をいただき、地域全体で視覚障がい者にやさしい街づくりに取り組むことが可能となった。視覚障がい者が街に出るハードルが下がるため、どんな人でも暮らしやすいバリアフリーな街を実現することができる。

継続性を見通し

八王子市や都立盲学校を始め、多くの企業等に協力を依頼し、京王線北野駅及び駅前ロータリーでの実証実験を9月に行った。街づくりの観点からも、技術的側面からも前例のない取り組みであり、実験の様子が新聞に掲載されるなど、社会から大きな反響を得た。2020年の東京オリンピックを控え、街づくりにおけるバリアフリー化やユニバーサルデザインの重要性が増す中で、多摩地域発の「すべての人にやさしい街作り」の先進的事例として、多摩地区の自治体に働きかけ、RFIDを点字ブロックに埋め込み、システムを広めていく予定である。

先行研究・連携団体

(株) 東京地図研究所:八王子市に敷設された点字ブロックのマップ情報を提供していただいた。
八王子市:位置測位に利用するRFIDタグを北野駅南口に設置していただいた。
東京都立八王子盲学校:全盲の方からフィードバックをいただいた。実証実験にも協力を仰いだ。
京王電鉄(株):駅の中でRFIDタグを設置させてもらい、実証実験に協力していただいた。
(財)安全交通試験研究センター:点字ブロックを提供していただいた。
菱電商事(株):RFIDタグを提供していただいた。

まちづくりのアピールポイント

八王子市と京王電鉄の協力を得て北野駅で行った実証実験の結果、実際に全盲の方を被験者として北野駅ホームから南口バス停まで誘導することができた。被験者からいただいたフィードバックを反映し、視覚障がい者が安心して利用できる、実用性の高いシステムを実装することができた。RFIDタグや準天頂衛星など、それぞれ独立していた技術を1つにまとめ、システムとして完成させている。RFIDタグの敷設情報は八王子市のオープンデータとして公開するが、今後、各自治体で同様にデータが公開されることで、提案システムだけでなく、健常者向けの様々なサービスに応用可能であり、利用範囲が格段に広がる可能性を秘めている。

遊んで発見!多摩センター

多摩センターの新発見

そのねらい 多摩センターの知られざる魅力を発信するとともに、新たな地域の価値を生み出す

◆メンバー 法学部法律学科3年 船越香里奈、樋田明子、安齋瑞希、福島彩加、矢部祥子
国際企業関係法学科3年 日渡有紀 ◆担当教員 黒田絵美子
◆活動のきっかけ 学生の発案、イベントを通して関わり始めた

まちづくりの目的・概要

2013年度から始まった地域振興イベント「多摩1キロフェス（多摩市立複合文化施設パルテノン多摩主催）」の場を借りてゼミ生が企画したイベントを実施する。そこで、地域の交流の場を提供し、さらに魅力を発信することが目的である。地域とは、多摩センターの住民や近隣の大学、企業のみならず、多摩センターを訪れる人々も含む。

効果の見通し

遊びを通して住民の方に多摩センターが持つ魅力を再発見してもらい、かつ地域への愛着心を持ってもらうための手助けとなる。また、ベネッセ、サンリオ、多摩モノレール、UR都市機構、ココリア多摩センター、クロスガーデン多摩などの近隣の関係施設を巻き込むことで、多摩センターを一体となって盛り上げていくための基盤づくりが出来る。

継続性の見通し

昨年、今年と実践してみて着実に参加者が増えているため、このイベントが地域に根付く可能性が高い。また、公益財団法人が企画するイベントの場を借りているため、協力体制が確保されている。ボランティアスタッフも中央大学黒田ゼミを中心として近隣大学の学生や地域住民の方々との連携が有効に機能するようになったため、発展的に継続する見通しが立っている。

先行研究・連携団体

- ・多摩1キロフェス
⇒地域振興を目的とした地域密着型野外フェスティバル。今年度で開催3年目となる。
- ・多摩市立複合文化施設パルテノン多摩、合同会社みみくり
⇒多摩1キロフェスを運営している団体

まちづくりのアピールポイント

学生の自由な発想のもとで本企画を立案・実践しており、来場者が主役となれるイベントであることが最大のアピールポイントである。また、本企画は子どもから大人までが楽しめるものとなっているため、偶然通りかかった地域住民も、遠くからの来場者も満足できる内容となっている。このように多摩センターを中心とする地域に寄り添い、住民の日常生活に活気を与えられるまちづくりを実現している。

食育推進プロジェクト

1杯のみそ汁で変わる学生の朝（みそ汁健康プロジェクト）

そのねらい 朝の1杯のみそ汁が人を健康にし、若い学生の元気が元気なまちをつくる

◆メンバー 現代ビジネス学科2年 大西沙奈、薬師寺春海、宮崎美幸、伊藤由美子、萩原菜月、坊美優、成瀬光子、町田紀子、猪又由美子、奥原美津貴、田原良恵、佐々木葵、長坂万由子、竹内和美、調莞奈、井上咲季 ◆担当教員 水元昇
◆活動のきっかけ 学生の発案

まちづくりの目的・概要

現代の学生は「食」や「健康」に対する優先順位が低いいため、その重要性を認識し、地方から集う女子学生の食に対する意識向上を目指すプロジェクトである。朝食をなかなか取らない学生に、一日のスタートを健康的に切ることを計画した。具体的には栄養バランスの良い“お味噌汁”にスポットをあて、忙しい朝に、母の有難さを思い出すような、プレミアムなお味噌汁を日替わりで、学食で安く提供する。食と健康の大切さが感じられる機会を提供したい。また、具材に多摩地域の野菜や特産物を入れるなど、多摩の魅力をアピールする。

効果の見通し

- ・女子学生の食に対する意識が少しでも向上する。
- ・学生が健康的になり、学びに挑戦する事で、地域全体が活性化する。
- ・地域の特産物の周知度が向上する。
- ・ふるさとと多摩地域を繋ぐ味覚の連携や両親の有難さを感じることができる。
- ・食を通じて健康意識が向上することで、家族の健康に対する意識の向上・拡大につながる。

継続性の見通し

お味噌汁プロジェクトは実験的に進めてきたが、継続することで一つのコミュニティの場にもなり、他の地域や教育機関でも実践出来るモデルケースとして成長させていきたい。

先行研究・連携団体

株式会社グリーンハウス

まちづくりのアピールポイント

人を作っているのは食であり、食によって人を良くも悪くもする。

未来を担っていく若者が健康に対して興味・関心を持ち、知識を養うことによって、自分の食生活について自分事と捉えられるようになる。

そこから一人一人がより元気になるれば、多摩地域の活性化にもつながるのではないかと考えた。

特に学生は、食と健康への意識が薄くなりやすいので、それをどうやって変えるか、身近な一歩だが、大きな力としたい。

SNSで多摩に元気を!

多摩Tubeの挑戦

そのねらい 若者に多摩の魅力を伝え、地域の元気につなげる

◆メンバー 経営学部経営学科3年 浅生やよい、金沢涼平、鐘ヶ江健一、高橋秀明、田中希望、知念珠良、長嶋伸子、増田広宣、水島あやめ、山口 錦佳 ◆担当教員 天谷永
◆活動のきっかけ 学生の発案

まちづくりの目的・概要

私たちは、SNSを活用してまちづくりを行う。現在、多摩地域では若者の流出が相次ぎ、少子高齢化が深刻な問題となっている地域もある。多摩地域の元気を取り戻すために、私たちは多摩地域の若者が地域の魅力に気づき、「多摩に住み続けたい」と思うようになることが必要であると考えた。よって、今回の活動のターゲットは若者であり、いまの若者への最善のアプローチとして、SNSを活用した取り組みを行う。

効果の見通し

商品の宣伝や多摩の魅力を伝えることなどをSNSを活用して行うため、若者の目に触れやすい。その情報に触れた人が、実際にその地域を訪れることにより多摩の魅力を知ることができるだけでなく、経済効果や口コミによる更なる集客を見込むことができる。また、多摩に住む人々に対しても、普段あまり意識していなかった自分たちの地域の魅力を知ってもらうことにつながる。よって多摩地域外の人にも、多摩に住んでいる人にとっても多摩の魅力を知ってもらうことができる。

継続性を見通し

現在、インターカレッジ団体「多摩Tube」を提携団体として活動している。多摩Tubeは無料動画サイトYouTubeにチャンネルを持ち、団体で作成した多摩地域紹介番組（動画）を運営していく中で、宣伝媒体として動画が有効に機能するかどうかの実験を行う。番組の継続性は見込めないが、これらの実験結果を踏まえ、今後様々な分野で多摩地域をアピールする際に使用する「宣伝媒体のモデル」の確立を目指す。

先行研究・連携団体

私たちは、SNSを活用して多摩地域活性化のために活動している「多摩Tube」と提携して活動を行う。多摩Tubeは学生が運営するインターカレッジ団体であり、若者目線のアイデアを活用して、多摩地域を若者の可能な範囲で最大限に楽しむプランを提案していく。またSNSを有効に活用し、より良い効果を生み出すため、書籍「プロモーション・マーケティング(山口正治編著、同文館出版、2010/1)」と「Youtubeはなぜ成功したのか:世界を席巻するモンスター・メディアの正体(室田泰弘著、東洋経済新報社、2007/5)」を参考に考えていく。

まちづくりのアピールポイント

多摩地域の元気を取り戻すために、私たちは学生（若者）に焦点を当てる。ターゲットのテレビ離れとインターネットへの依存、動画投稿サイトへの強い関心、私たちと同世代という3つの特徴に着目した。それらを踏まえて、インターネット上の動画サイトとSNSを活用し、「学生目線で発見した多摩地域の魅力を学生発信する」という新しい取り組みを行う。

地域資源を活かしたブランド形成とマーケティング

～地域活性化を目指して～

そのねらい 地域の衰退を、その地域にある地域資源を用いて改善すること

◆メンバー 経営学部流通マーケティング学科3年 下村早香、2年 三上琴絵、
経営学科3年 小早川崇、望月佑亮、2年 宮山祐貴、小屋畑葵、経済学部経済学科3年 三上千明 ◆担当教員 山本聡
◆活動のきっかけ 学生の発案+先生の助言

まちづくりの目的・概要

現在、地域経済の活性化を実現するために地方創生が打ち出され、2020年の東京オリンピックによる地域活性化も期待されている。この機会に、多摩地域に観光客を呼び込むためにも私たちは、地域を活性化させる手段として、その地域に元からある地域資源を活用し、地域の魅力を伝えるマーケティングをすることが重要だと考えた。特に、地域資源の中でも地域の文脈に強く埋め込まれ、観光資源となり得る「酒蔵」に着目し、地域活性化への活動を行うことを目的としている。

効果の見通し

今まで注目されていなかった多摩地域の酒蔵を中心としたサイトを作成し、多摩地域の名産品や伝統等の情報を一緒に発信することで人の循環を良くする。また、観光マップなどを使い、酒蔵同士を結び付けることにより、多摩地域を横断した日本酒ツーリズムを実現することができる。その結果、多摩地域の酒蔵の知名度が上がるとともに、多摩地域の魅力を知ってもらうことができる。さらに、東京オリンピックの開催が決まり、多くの観光客が東京を訪れることが予想される。加えて近年、海外で日本酒の認知度が高まっているため、酒蔵の魅力を発信することで外国人観光客を多摩地域に呼び込むことができる。

継続性の見通し

この研究は、本学のゼミナールの研究として行っており、代々引き継いでいくため継続することができる。また、多摩地域の酒造にヒアリングを行った際、多くの酒造場が酒蔵見学などに積極的で前向きな姿勢であり、各酒造場から協力の緒を得ている。今後、酒蔵とコラボレーションしたイベントや酒蔵と多摩地域の魅力を伝える動画の作成、多摩地域の酒蔵を軸とした観光マップの作成等を予定している。

先行研究・連携団体

『地域力を支える中小企業』財団法人商工総合研究所 2009年1月30日、『地域ブランド・マネジメント』和田充夫 菅野佐織 徳山美津恵 長尾雅信 若林宏保 2009年6月20日、中小企業白書2014を参考に研究している。豊島屋酒造、石川酒造株式会社、田村酒造場、箔座株式会社にヒアリング調査を行った。多摩信用金庫と打ち合わせを重ねており、コラボレーションすることを予定している。

まちづくりのアピールポイント

観光の中心を酒蔵に設定することによって、多摩地域の様々なものを結び付けて売り込むことができる。例えば、日本酒を飲む際の肴として多摩地域のグルメや特産品、豊かな自然を売り込むことが出来る。更に、日本酒を造っている酒蔵は、昔からその地域に根付いており、歴史や文化にも関わっているため、そのような面でも多摩地域の魅力を発信することが出来る。このような点から酒蔵の魅力を伝えるサイトを作り、情報を発信することで、観光客を多摩地域に呼び込み、活性化させることが出来る。

予選

第1審査会場 講評

明星大学教授 西浦定継



発表された順に、私なりに感じた点をお話します。

No.2 東京経済大学「障害者が活躍するまちづくり」

障がい者の方の社会進出に非常に熱い情熱を持って取り組まれている事例でした。なかなかビジネスとしては難しい局面が多いですが、この取り組みは、社会的な価値としてはものすごく大きい。私は多摩ニュータウン学会で、障がい者に関わっている方々からいろいろ相談を受けていまして、その中で、施設を作りたいが、地域で賛同を得られない。誤解や偏見がある。そういうのを一つ一つ解いていくには、こういった取り組みが欠かせない。ぜひ継続して取り組んでいてもらいたい。

No.6 東京工業高等専門学校「PULL DOG」

これは非常に有用な技術だと思います。今すぐに役に立つ。すでに企業さんとコラボして取り組まれているようですが、障がい者の方にとって非常に助けになる。目的がしっかりしていて、取り組みも具体的で、かつ成果も出しつつある。継続して取り組んでいただきたい。

No.8 中央大学「遊んで発見！多摩センター」

多摩センターが多摩ニュータウンの中で1つの拠点となっているのですが、その魅力がなかなか伝わらない現実がある。それを来ていただく方に理解してもらおうということで取り組まれている。今回の取り組みに対する参加者数が多いということで成果が上がっているのでしょうか。地域のNPOとコラボレーションしていきたいということですので、いろいろ活動している組織と連絡を取り合って有効にしていきたい。

No.9 創価女子短期大学「食育推進プロジェクト」

一杯のみそ汁で学生に朝食をとってもらおうことで元気にしたい、という取り組みで、とても具体的でわかりやすかった。他大学と連携すると、もっと広がるのではないのでしょうか。どこの大学でも朝食を100円や150円で提供し、しっかり食べてから授業を受けるという方針ですので。

No.10 創価大学「SNSで多摩に元気を！」

就職において、多摩の学生と企業の間で大きなミスマッチがある。そこをなんとかSNSでつなげたいというプロジェクトでした。多摩の地域には魅力的な企業がありまして、そこに学生が行けばよいのですが、そこでミスマッチがおこっています。我々教員も学生が多摩の企業に就職できるよう、何かしなければいけないのかなと感じました。

No.11 東京経済大学「地域資源を活かしたブランド形成とマーケティング」

多摩のお酒。酒蔵でおいしいお酒を作っていて、そこを何とか観光資源として生かしていきたいということでした。若者は日本酒を飲みませんが、今ちょっとブームですね。海外のお客さんも視野に入ると広がっていくと思います。

総じて皆さん、最初なので詰めが甘いですが、地域のニーズに敏感で、そこを的確に捉えて、PDCA (P=Plan、D=Do、C=Check、A=Action) で回していけばよい。一番大事なのは、目標をしっかり立てて、その実行手段は何かを定めていけばよい。最初が甘いとPDCAを回した時に、チェックが利かなくなります。駄目であれば、チェックでAからPへ戻れば良い。そういうところを念頭に入れて取り組んでいただければ良いと思います。多摩の将来は君たちにかかっていますから、ぜひがんばってほしい。本当にありがとうございました。

【第2審査会場】予選出場団体

キーワード：集客、観光

集客 交流 景観

地域：国分寺市

No.3	創価大学 チーム「OHANA」
	笑顔の「OHANA」を咲かせよう！ あたたかいまちを創る八王子コミュニティ

観光

地域：青梅市、東村山市、福生市、あきる野市

No.4	東京経済大学 山本ゼミナール 日本酒班
	日本酒企業の国際化 地域金融機関と連携した日本酒企業の実態調査

観光まちづくり 花街 市民参加

地域：多摩センター

No.7	工学院大学 都市デザイン系研究室 野澤研究室
	文化を繋ぐはなまちづくり ～八王子花街中町の6者連携によるまちづくり～

観光 宿場町 留学生

地域：八王子市

No.12	杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班
	「宿場町八王子」再生に向けた産学官連携プロジェクト 超短期滞在型外国人団体観光客に対する取り組み

集客まちづくり

地域：八王子市西放射線ユーロード

No.13	杏林大学 観光交流文化学科
	イベントを契機とした地域内ネットワークの構築 八王子古本まつりを事例として

審査委員

福生市	企画財政部企画調整課長	田村満利さん
多摩市	企画政策部企画課長	本多剛史さん
羽村市	産業環境部産業振興計画担当主幹	櫛島孝文さん
八王子市	市民活動推進部学園都市文化課長	小浦晴実さん
専修大学	商学部教授	渡辺達朗さん
中央大学	総合政策学部教授	黒田絵美子さん
京王電鉄株式会社	沿線価値創造部企画担当課長	芦川正明さん
インテル株式会社	技術開発・製造技術本部シニアエンジニア	清水隆史さん
日本電気株式会社西東京支社	マネージャー	内田昌志さん

創価大学 チーム「OHANA」

対象地域:八王子駅北口ユーロード(西放射線道路)

笑顔の「OHANA」を咲かせよう!

あたたかいまちを創る八王子コミュニティ

そのねらい 八王子市民とお花の育成を通じて、市街地の多文化・多世代・多地域の交流を促進するため

◆メンバー 法学部法律学科3年 深谷優香、新田裕美、通地桃子 ◆担当教員 中山賢司
◆活動のきっかけ 学生の発案

まちづくりの目的・概要

近年、少子高齢化と行財政改革が進む中、公的サービスや地域活性化の新たな担い手として、「地域コミュニティ」が注目を集めている。しかし、私たちが八王子で実施したアンケート調査によれば、地域のつながりはますます希薄化している実態が浮き彫りとなった。そこで私たちは、人々が互いに助け合う空間—ハワイ語で「OHANA」—を再創造するために、西放射線通り商店街(ユーロード)で「信頼」という花言葉を持つマリーゴールドを用いてフォトスポットを設置することを考えた。これにより多世代交流が期待できると思われる。

効果の見通し

「OHANAなまちづくり」が地域に与える効果としては、①地域住民の多世代・多地域・多文化の交流を促進すること、②安らぎと信頼の景観を創造することで、観光客数の増加や治安改善が見込めること、そして、③住民の地域への愛着を増幅できること—などが挙げられる。長野県伊那市における「バラのまちづくり」という成功事例からも、「OHANAのまちづくり」が地域に与える効果は大きいと予測できる。

継続性の見通し

継続性の問題点は3点ある。1点目は継続的に資金を受けられるかという点である。これについてはバザー、株式会社はちワイのパックアップを用いながら資金調達をする。2点目に企画運営者の継続性である。ゼミ活動の一つに位置づけることで、人的な継続性を担保する。3点目は誰が花を継続的に育てるのかという問題点である。これは今後の見通しとして、花の里親制度である「アダプト制度」を採用したい。これにより、①愛情をもって花を育てる人を見つけることができ、②地域のコミュニケーションがとれる環境を整えることができる。

先行研究・連携団体

【先行研究】土井・柏木・白砂・滋野・西田『まちづくりDIY:愉しく!続ける!コツ』(学芸出版、2014年)、山崎亮『コミュニティデザインの時代—自分たちで「まち」をつくる』(中央公論新社、2012年)他。

【連携団体】①株式会社はちワイ(すでに2回ほど、パイロットプロジェクトを協働で実施した)、②八王子商工会(道具の賃貸などすでに快諾を取り付けた)、③八王子市役所(まちづくり上の助言を頂くほか、市の学生企画補助金などで連携する)。

まちづくりのアピールポイント

私たちはまちづくりプロジェクトにおいてフィールドワークを重視し、駅前街頭アンケート(2回)、学内アンケート(4回)、八王子市谷野町でのアンケート(1回)、まちづくりコンサルタントに東北でインタビュー(1回)、連携団体とのパイロット実施(2回)とフリーマーケット(1回実施、2回目以降も継続予定)、長野県伊那市に取材(1回)、ミーティング、大学教員指導を行った。これを基にお互いに助け合えるあたたかいまち(OHANA)の実現に向けて西放射線通り商店街(ユーロード)を皆の笑顔で埋め尽くす。

日本酒企業の国際化

地域金融機関と連携した日本酒企業の実態調査

そのねらい 日本国内における日本酒市場の衰退、およびそれに対する東京都多摩地域における日本酒企業の今後の事業継続のモデルを海外展開の観点から提言する

◆メンバー 経営学部経営学科3年 北原詩歩、郡司知香、2年 長瀬文弥、
経済学科3年 山本健人、大西翔、2年 遠藤直哉 ◆担当教員 山本聡

◆活動のきっかけ お酒好きなメンバーの発案

まちづくりの目的・概要

日本酒は、現在では高い醸造技術を持つほどまで成長した。一方、日本酒消費量は減少の一途をたどっている。しかし、その日本酒消費量の大半が日本国内での消費であり、それは世界にまだ多くの市場が残されていることを示している。本研究では国内市場の日本酒消費の衰退をどのように食い止めるのかに注目し、改善策を提案する。

効果の見通し

観光資源である日本酒は地域のものであり日本酒企業のほとんどが中小企業である。中小企業や個人事業主にしてみれば、観光に力を入れ観光客を増やせば、企業は町に対して大きな影響力を持ち、大きな動きを作り出すことができる。

継続性の見通し

多摩地域の日本酒企業の経営戦略を研究することで、多摩地域の企業の在り方を知ることができ、企業活力が向上することで多摩地域の活性化につながる。

先行研究・連携団体

矢野経済研究所 (2012) 「酒類市場に関する調査」 2015/04/17アクセス

<https://www.yano.co.jp/press/press.php/001054>

国税庁 「酒のしおり」 (2011) 2015/04/17アクセス

<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/shiori/2012/>

総務省 「情報通信白書」 (2012) <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/>

まちづくりのアピールポイント

多摩地域にある日本酒企業の戦略、またインバウンド型の海外市場獲得。

文化を繋ぐはなまちづくり

～八王子花街中町の6者連携によるまちづくり～

そのねらい 6者による多様な視点で景観整備や広報活動、イベント等のまちづくり活動を行うことで、花街文化を継承しながら地域内外の多くの人に愛されるまちを目指す

◆メンバー 工学研究科建築学専攻修士1年 松永悠平 建築学部まちづくり学科4年 杉浦美穂、柳川貴司、立石峻
建築学部まちづくり学科3年 大島楓子、安池美里 ◆担当教員 野澤康
◆活動のきっかけ 先生の発案、先生の取り組み、イベントを通して関わり始めた

まちづくりの目的・概要

中町には東京西部に唯一現存する花街があり、景観や文化が地域資源となっている。中町では花街としての雰囲気希薄化や知名度の低さなど課題を抱えている。そこで住民・行政・企業・専門家・大学・市民団体の6者が協働し、景観づくりを中心に黒塀プロジェクトや空き地の整備・中町花街散策マップの作成、芸者との町歩きイベント、シンポジウム、ワークショップなどを行っており、今後も中町花街の活性化を目指して行く。

効果の見通し

今までに花街の「景観の再興」と「広報活動」を行ってきた。景観面では、駐車場のネットフェンスの黒塀化や空き地を利用してお休み処の整備をすることで、花街のまちなみの再生に寄与した。広報面ではポストカード・中町花街散策マップの作成・販売を行い、中町花街の魅力をより周知するために活動を行った。最近では花街マップを持って、回遊する来街者も増えているため、今後も活動を続けることで地域内外の人々への回遊と滞留を促し、景観整備への意識向上効果もあると考える。

継続性を見通し

これまでは行政からの助成金に頼る活動であったが、認知度が向上してきたため、観光やまちづくりの視点で地域企業からの支援も得ることが可能になっている。今後はエリアマネジメントとまち経営的観点、学生による研究のフィールドに利用することで持続的な活動を行っていく見通しである。

先行研究・連携団体

連携団体:市役所（景観、都市計画、産業振興、観光、公園）、商工会議所、まちづくり会社、近隣商店街（西放射線通り商店街）、NPO法人ポケットパーク、NPO法人AKITEN、すずかふえネット

まちづくりのアピールポイント

中町花街という地域資源を核にし、多様なステークホルダーと総動員する活動を推進している。多くの人が携わることで互いの利点を活かし、幅広い視点や活動スタイル（範囲）の豊かなまちづくり活動を行えている。今後も様々な人々の交流による多様性を育み、中町花街の持つ文化の灯火を守り、地域内外の多くの人に愛され、継承されていくようなまちにしていく。

「宿場町八王子」再生に向けた産学官連携プロジェクト

超短期滞在型外国人団体観光客に対する取り組み

(1) 富士山・箱根方面の前泊・後泊地として八王子に一夜限り宿泊している中国人団体旅行客向け
そのねらい 各種サービスの拡充、(2) サービス立案・実施における留学生の参画、(3) インバウンド需要の取
り込みと「宿場町八王子」ブランドの再構築の3点を目指す

◆メンバー 総合政策学部総合政策学科3年 西條勇、酒井健吾、2年 盛田真、馬場菜摘、山口美咲、企業経営学科2年 櫻野功輝、徐仇、外国語学部 丁秋雨、區樹民、李冠蓉（3名は交換留学生） ◆担当教員 久野新

◆活動のきっかけ 学生の発案

まちづくりの目的・概要

本プロジェクトは、市内大学に通う留学生の力を借りつつ、かつて甲州街道沿いの宿場町として栄えた八王子をふたたび「外国人に優しい現代の宿場町」として再生させることを目的としている。当面のターゲットは、富士箱根方面の前泊・後泊地として一夜限り八王子に宿泊しはじめている中国人団体旅行客である。プロジェクトでは日本人学生、留学生、行政および市内飲食店や宿泊施設が連携しつつ、夕方、八王子に到着して早朝に出発する中国人達の行動パターンの実態を踏まえた市内マップの作成、市内飲食店メニューの翻訳、中国人向け食べ飲み歩きイベントの開催などを行っている。

効果の見通し

当プロジェクトの効果としては以下の5点が期待される。第一に、市内マップの作成やメニューの翻訳、食べ飲み歩きイベントの実施等を通じ、外国人観光客による八王子市内での消費行動が刺激されること。第二に、それらの取り組みを通じ、外国人観光客に優しい現代の宿場町としてのブランドイメージが確立されること。第三に、これら外国人向けの情報インフラの拡充は、八王子が目指すMICE都市構想の実現に向けた布石となること。第四に、市内マップに大型量販店のみならず個人飲食店も掲載することにより、両者の共存共栄が図られること。第五に、従来の「市が一方向的に留学生を支援する」という構図から脱却し、「留学生が日本人学生とともに市政に参画する」という構図が生まれること。そして、今後はご当地商品の開発に力を入れ、八王子というブランドをアピールしていきたい。

継続性を見通し

当プロジェクトは、既に提案の段階から実施の段階に移行しており、産学官が連携するかたちで外国人向けに食べ飲み歩きイベントの営業活動を実施したほか、超短期滞在型団体旅行客向けマップの作成や市内飲食店のメニュー翻訳についても実施にむけて協議を数回実施、具体的スケジュールも確定しつつある。こうしたマップやメニューは留学生の協力により安価に作成できる反面、一度作成されれば市や店舗の資産として比較的長期間活用可能である。また、宿場町構想実現に向けて市長が関心を示しており、直々の協力要請があったことも事業の継続性の観点からはプラスの材料と考える。

先行研究・連携団体

先行研究としては、日本経済新聞（2014）『おもてなしニッポンのここが残念外国人100人に聴く』、観光庁『訪日外国人消費動向』『外国人旅行者に対するアンケート』など。本プロジェクトの連携団体としては、宿場町構想全体およびマップ作成については八王子市観光課、多文化共生推進課および学園都市文化課、駅周辺の食べ飲み歩きイベントについては八王子市中心市街地政策課および一般社団法人まちづくり八王子が挙げられ、いずれの組織ともすでに緊密に連携し、プロジェクトを実施している。市内ホテルのマロウドイン八王子の協力を得て中国人向けアンケートを実施、八王子到着後の行動実態の把握に努めている。

まちづくりのアピールポイント

アピールポイントは以下の4点である。第一に、「八王子を訪れる外国人観光客といえば高尾山登山客」という認識が従来一般的であったが、我々の調査により八王子駅周辺が再び宿場町化しているという事実が明らかになったこと。第二に、我々の宿場町構想に対して八王子市長も関心を持ち、直々に協力要請があったこと。第三に、我々の宿場町構想はNHK首都圏ネットワークおよび各種新聞でも報道され、社会的注目も集めていること。第四に、留学生の協力を得て八王子を宿場町として利用する中国人の行動実態を初めてリサーチし、その結果に基づいて、夜に市内を散策する「超短期滞在者」が必要とする情報を盛り込んだマップを日本で初めて作成した。

杏林大学 観光交流文化学科

対象地域:八王子市西放射線ユーロード

イベントを契機とした地域内ネットワークの構築

八王子古本まつりを事例として

そのねらい 商店街活性化

◆メンバー 観光交流文化学科3年 赤司直暉、石田幸歩、井上夏実、関口友悟 ◆担当教員 古本泰之
 ◆活動のきっかけ イベントを通して関わり始めた

まちづくりの目的・概要

八王子市には23もの大学・専門学校があるが、古本まつりをはじめとする八王子市のイベントに参加する学生は少ない。そのため学生と市民や商店街のつながりが弱いと考える。学生がイベントに主体的に参加し、そのイベントで学生と市民がつながる場所を作ることで地域内ネットワークが構築されると考える。計画概要は、古本まつりに大学生ブースを設置し、学生たちのお勧めの書籍を紹介する。また、来場した市民の方々にもお勧めの本を紹介してもらい展示する。

効果の見通し

学生が参加するイベントは学生・大学と商店街・市民との間に継続的なつながりを持つきっかけづくりの場になると考える。つながりを持てば、双方が歩いているうちに声をかけることもできるような居心地の良い街になり、地域コミュニティの醸成につながると考える。また、そのような関係は学生の商店街周辺店舗の利用にもつなげることができ、経済効果が上がると考える。

継続性を見通し

当計画は2004年から毎年2回開催されているイベントによる地域活性化活動であるため、イベント自体は継続性を持つと考える。また、大学はすぐに失われるものではないため、八王子市の特徴である大学の多さを活かすことは、まちの活性化に大きくつながる。大学生がかかわり、市民の皆様に興味を持って参加してもらうことで、当イベントはより盛り上がり、継続性を生み出すと考える。

先行研究・連携団体

提携団体は八王子古本まつり実行委員会である。本団体は年に2回、八王子市西放射線ユーロードにおいて行われる八王子古本まつりを運営している。

参考文献

総合研究開発機構(2007)『学生のアイデアとパワーを活かした魅力ある地域づくり』

小林英嗣+地域・大学連携まちづくり研究会(2008)『地域と大学の共創まちづくり』学芸出版社

近畿財務局(2012)『地元大学生による中心市街地活性化の取り組み』

まちづくりのアピールポイント

学園都市と呼ばれる八王子の1番の魅力ともいえる大学の多さだが、大学自体が中心街や商店街から遠いこともあり、学生同士のつながりはあっても学生とまちのつながりが弱かった。学生が活躍する場、学生の活躍を見ることが出来る場を増やすことでまちが活気に溢れ、商店街への集客につながると考える。そのような場を生み出すことが私たちの狙いである。

予選

第2審査会場 講評

専修大学教授 渡辺達朗



皆さんお疲れ様でした。集客・観光の5チームの発表でした。それぞれ非常に面白いテーマに取り組んでいて、あっという間に時間が経った感じです。

全体としての課題を3点あげます。

1つ目は、プレゼンの中で、前提としての話を最初にしてほしい。10分という短い時間の中で、何をどう盛り込むか。すごく苦勞されたと思いますが、多摩地域に住んでいない私が聞いていると、地域の特性についての説明がなく、具体的にやったことから話が始めると、非常にわかりにくい。

何を目的に取り組んだのか、連携してやったプロジェクトがあれば、何をやっていて、そこを連携することでどういう成果をあげられるのか、そこを明示してほしいと思った。

2つ目は、データの使い方を工夫してほしい。独自のアンケートをしたこと自体は評価されるが、どういう設定で、何を聞いたのか。説明がなく、結果だけ出されている。学生独自のアンケートであれば、それを国あるいは都道府県、市町村の調査結果とぶつけて、自分たちのやったことを相対化して評価してほしい。比較の基準がないとよくわからない。

この前提で良いのかどうか、そもそも出発点が違うということになりかねない。前提として取ったデータあるいは既存のデータを使う場合も、その位置付けをしっかりと明確にしてほしい。

3つ目は、スライドの進行と発表の流れが連動していない。進行しているスライドの中でもっと語りかけるものがほしい。全体として、どこを強調していきたいのか、何が肝なのか、スライドと一体感を持って発表すると、もっと内容が伝わってくるのではないかと。せつかく良い内容を発表しているのもったいないなと思いました。

個別に申し上げていきます。

No.3 創価大学の「笑顔の『OHANA』を咲かせよう！」

非常に、すごく良い内容を発表されているんですが、あまりに情報過多で10分の発表にしては、何が強調点かわかりづかった。

OHANAというのは、ハワイ語とかけているんでしょうか。その辺がわからないですが、全く関係ないんですね。地域コミュニティを活性化していくための1つの切り口として「みんなで花を育てる仕組みを作る」というアダプト制度ですね。

花を育てる仕組みで、地域コミュニティを再生することを担いながら、その成果として地域に花を飾る。そのとっかかりとしてハロウィンイベントに参加しました、ということですね。やろうとしていることは、非常によくわかるが、詰め込みすぎで消化不良です。もっと強調点を明確にする必要がある。

八王子の街の治安が悪いという問題点があって、そこから地域コミュニティという話になって、アダプト制度が出てきて、皆さんの中で繋がっている話かもしれませんが、プレゼンに反映されていない。

No.4 東京経済大学の「日本酒企業の国際化」

多摩にいくつかある酒蔵から、どう外国の人に売っていくのかという設定の課題です。非常に良く調べていて、多摩地域の酒蔵をヒアリングしたり、比較的うまくやっている金沢の酒蔵メーカーにもヒアリングを行っています。

課題は、外国人に向けているときにインバウンド型の商品に対応していくことが日本酒事業の事業継続や発展

につながるのではないかという仮説を導き出しました。その仮説への導きが多少強引な気がするが、なんとなくわかります。

「実態調査で検証した」ということだが、実態調査をやった中身が紹介で終わっていて、どう仮説を検証していったのか、うまくつなげて説明ができていない。結論として、インバウンド型の海外需要家の獲得方法が良いとなるが、仮説を出して、検証して、結論を出しているが、なぜそれが検証されたのかが良くわからない。事実を羅列するだけでなく、論理的な積み上げがあると良かった。インバウンド型の需要獲得をする時に、具体的に何をするのか、提案がちょっと抽象的過ぎる。学生ならではの新しい視点を入れると良い。

No.7 工学院大学の「文化を繋ぐはなまちづくり」

八王子市の中町にある花街をどう活用していくのかというプロジェクトでした。

プロジェクトの流れはすごく面白くていい。具体性、リアリティを出すには自分たちが何をしたのか。もっと踏み込んで、学生の関わりにスポットライトを当てた説明がほしかった。

花街の保全が提示されているが、花街を本当に保全して良いのか。そのまま残すことに疑問を持つ市民もいる。どういう形で市民とコミュニケーションを取りながら保全していくのか、打ち出せると深堀りできる。

No.12 杏林大学『宿場町八王子』再生に向けた産学官連携プロジェクト」

NHKで取り上げているのを見ました。八王子が、中国から爆買いで来ている団体の宿泊地になっている。ホテルが取れない、都心のホテルは高いからという理由で、たまたま来ている人たちに、どう八王子の良さをわかってもらえるか。SNSなどを利用してもらい、地域の飲食店と連携していくともっと広がると思いました。

No.13 杏林大学「イベントを契機とした地域内ネットワークの構築」

八王子の古本祭りの運営に参加することで古本祭りを活性化し、まちづくりに生かしていこうという内容でした。

これも前提として、八王子古本祭りの趣旨、学生たちの関わりの説明が薄かった。活動報告に終わっている傾向にある。すごく一生懸命やられているのに。目的の部分を強く打ち出してくると、目的に対応した成果を表現できると、大分変わるのではないかな。

イベントというものが商店街にとってどういう意味があるのか。この10年くらい言われていることで、一過性のイベントに対する拒否感がある。せっかくイベントをやる以上、やったものが日常の様々な地域活性化・商売にどう繋がるのか、日常と非日常をうまくつなげる仕組みがないと、やってよかったねで終わってしまう。

みなさんすごく一生懸命、意義のある取り組みをされていて、それをどう表現していくのか。目的とそれをどう実行し、どう改善していくのか、という考えをプレゼンの中に反映させていくと、より良いものができるでしょう。

本当に皆さんお疲れ様でした。ありがとうございます。

予選の様子



開会式であいさつする田島眞・実践女子大学学長



コンペに臨む学生、審査する側の熱い視線



見せるプレゼンにも気配りして…



会場はいっぱいの人



役割分担を決めて発表



二人のコンビで…

第3章

本選

多摩の学生まちづくりコンペティション2015

日時 2015年12月12日(土)

会場 立川市・たましんRISURUホール

出場団体

ソーシャルビジネス ノーマライゼーション

地域：国分寺市

No.2	東京経済大学尾崎ゼミナール
	障害者が活躍するまちづくり 社会参加を実現する仕組みづくり

視覚障がい者支援

地域：八王子市

No.6	東京工業高等専門学校 情報工学科 制御情報研究室
	PULL DOG 視覚障がい者用導きシステム

観光まちづくり 花街 市民参加

地域：多摩センター

No.7	工学院大学 都市デザイン系研究室 野澤研究室
	文化を繋ぐはなまちづくり 八王子花街中町の六者協働によるまちづくり

食育

地域：八王子市

No.9	創価女子短期大学 水元ゼミナール
	食育推進プロジェクト 1杯のみそ汁で変わる学生の朝（みそ汁健康プロジェクト）

SNS 動画 消費者行動

地域：八王子市とその周辺

No.10	創価大学 天谷ゼミナール
	SNSで多摩に元気を！ 多摩Tubeの挑戦

地域資源

地域：多摩地域

No.11	東京経済大学 山本ゼミナール 地域活性化班
	TAMAのSAKEを知ろう！見よう！体感しよう！ TAMA×SAKEプロジェクト

観光 宿場町 留学生

地域：八王子市

No.12	杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班
	「宿場町八王子」再生に向けた産学官連携プロジェクト 超短期滞在型外国人団体観光客に対する取り組み

開会挨拶

ネットワーク多摩 副会長
多摩信用金庫会長
佐藤浩二

ネットワーク多摩副会長をしております佐藤です。

本日は、まちづくりコンペティションの最終審査ということで、私が思っておりますのは、国も政策として、地方創生に力をいれており、各地区で、各行政、市町村が一生懸命に取り組んでいます。この日本を再生していくための大きな力を作ろうとしています。

考えてみると、今ある事業所、特に小規模な事業になると、これだけ世の中が大きく変わっていく中に適応できなくなってきております。

少子高齢化が進んでいる中で、事業も変わっていかないと適応できません。消えていかざるを得ない。これは、地域にとっても本当に困ったことですが、景気を良くすれば、また良くなるということではありません。

今の新しい時代にどう対応し、適応していくかが重要になってくるわけです。

そういう意味で、今日選ばれた7チームの審査が始まりますが、発表するほうもドキドキでしょうが、審査する方もドキドキしております。

大変ありがたい機会です。

これからへの志を持った、若い人たちがどんどん出てきて、いろんな地域の中で活躍していく。

その中に、やはり人を支える仕事、事業がもっとなれば、良くなっていかない。

そういった意味でも、これからもぜひがんばっていただきたいと思います。

今日はいろいろと支えてくださった皆様にお礼を申し上げて、主催者の挨拶と致します。今日はどうもありがとうございます。



会場市の挨拶

立川市 副市長
田中良明

立川市副市長の田中でございます。

本日は多くの皆様のご参加、立川市において下さいます、本当にありがとうございます。

このコンペティションも多くのご参加ということで、この会場での開催に感謝申し上げます。

立川市は、今年度、長期ビジョンとして「ふれあいとやすらぎの交流都市立川」ということを10年間位置づけております。

平成27年度から動き出しました。まずは、計画を作り、実践をし、検証をし、そして、評価する。それを次の計画につなげていく。まさにこの繰り返しによって、これからは町が変化していくのではないかと考えております。

人口減社会ということで、立川市もこのまま何もしないでいると、5万人の人口が減少するといわれております。

そこで、地域と創生の相互戦略という計画ビジョンを作っております。その中に、特に若者の意見をより多く取り入れたいところです。若者の視点、それから感性が大事であろうと思います。

今日は、学生の皆さんからの、多摩の魅力、あるいは元気に繋がる発表を期待しております。

最後になりますが、本日審査いただきます皆様とご参加の皆様の、これからますますのご活躍を心から申し上げましてご挨拶と致します。



審査委員長挨拶

ネットワーク多摩 専務理事
細野助博

皆様のお手元に「広報たまちいき」があると思います。

これは多摩信用金庫さんが発行してくださるフリーペーパーです。

そこに綺麗な絵が描いてあります。

これ、どちらかご存知かな。誰か知ってる人。

これ多摩センター。ここをきれいに行っているのは、NW多摩の学生部会です。

多摩センターがこんなに綺麗になったのは君たちの力です。

なぜ、まちづくりコンペをやるのか。

街を元気にしたいからです。

それから君たちの理想、こうあってほしいということを実現化したい。

今日これから7本の作品が発表される、私たち皆、初めて聞きますから胸がドキドキしています。

では、どういう評価をするのか。

まず1つ目は、オリジナリティが目からうろこ。

「そうか！こういう風に考えているんだ」という期待をしたいと思います。

2つ目は、フィールドワークをして、問題を発見して欲しい。

的を得た問題点に対して、論理的に詰めて、日頃の勉強をベースにして解決案をきちんと提示する。それが大事。

ただし、それができた上で、きちんと伝えられる表現力があるか。

予選を勝ち抜いた皆さんですから、さぞかし水準の高い発表になることを私たちは当然のことと思っております。

しかも、リハーサルもありましたし、たぶん予選の時よりはもっともっとリバイス（修正）し、リファイン（磨きをかける）し ソフィスケイト（洗練する）できると思います。

ですから、7チームの皆さんは自信を持って下さい。

即効性だけを求めてはいけません。10年後に、これが大事になるかもしれない。

10年、20年後の成果を十分に評価していくのが、これからの大学としての機能です。

7チームの発表を楽しみにしたいと思います。がんばって下さい。

審査委員

日本経済新聞社多摩支局	支局長	市川嘉一
株式会社エンパブリック	シティズンシップコーディネーター	齋藤実央
多摩信用金庫	会長	佐藤浩二
公益財団法人ダイヤ高齢社会研究財団	主任研究員	澤岡詩野
八王子商工会議所	会頭	田辺隆一郎
京王電鉄株式会社	常務取締役開発企画部長	仲岡一紀
公益財団法人東京市町村自治調査会	総務部長	永尾昌文
日本計画行政学会 中央大学大学院公共政策研究科	会長 委員長	細野助博 (審査委員長)
株式会社立飛ホールディングス	代表取締役社長	村山正道

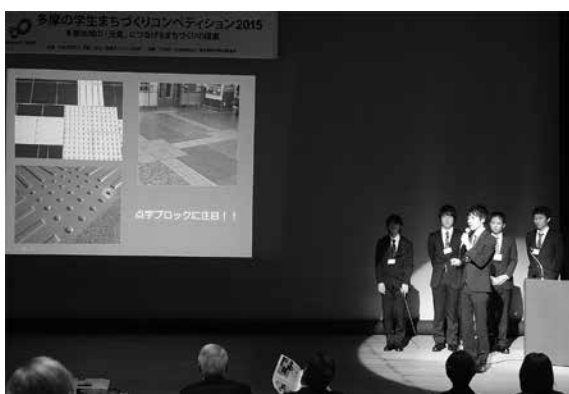
本選の様子



「どんなプレゼンが飛び出すか楽しみ」と細野審査委員長



スポットライトをあびてゼッコーショー



プレゼンの仕上がりも上々…



メンバーそろい踏みで…



質問にも落ち着いて答える



会場の静かさは、熱い視線の温度…



発表後の審査委員室では賞の選定に…



入賞者と審査委員全員がステージに立つ

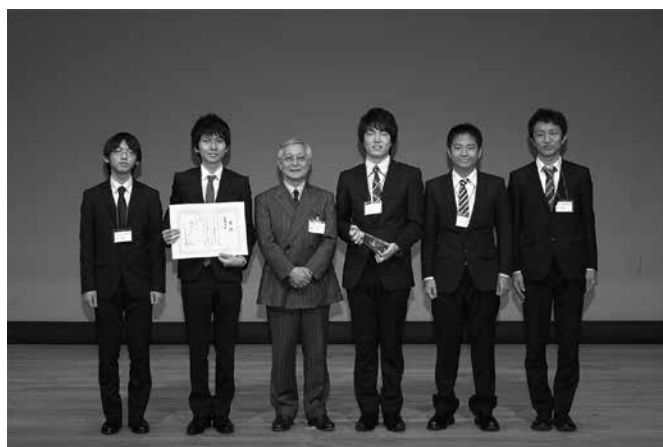
第4章

本選・プレゼンテーション概要

多摩の学生まちづくりコンペティション2015

No.6	東京工業高等専門学校 情報工学科 制御情報研究室
	最優秀賞

PULL DOG 視覚障がい者用導きシステム 力覚デバイスを利用した 視覚障がい者用導きシステムの開発



メンバー

代表者 佐藤佳
坂上晴信、高石一樹、佐藤俊太、木岡拓海

指導教員 山下晃弘、松林勝志

発表概要

1. はじめに

視覚障がい者は現在、外出時に白杖の携帯、または盲導犬の同伴が法律で義務付けられている。しかし、それらには視覚障がい者のナビゲーションを行う機能を持たないという問題がある。そのため初めて訪れる場所へ1人で出向くことができなかつたり、外出すること自体をためらったりしてしまうことがある。

従来のナビゲーションシステムでは、健常者が使用することを想定しているため、情報の提示方法や位置測位の精度などの観点から、視覚障がい者がこれを健常者と同じように使用するの難しい。そこで本研究では視覚障がい者が土地勘のない場所でも安全かつ気軽に外出できるようなシステムを開発した。本システムでは位置測位にRFIDや準天頂衛星を使い、力覚という新しい方向の提示方法を活用し、視覚障がい者が一人で目的地までたどり着けるように設計されている。また、本稿ではシステムの有用性を確認するために行った駅構内での視覚障がい者の案内を想定した実証実験についても報告する。

2. システム構成

本システムを装着した様子を図1に示す。本システムは、中央制御基板、RFIDリーダ、QZSS受信機、スマートフォン、操作用ボタン、マイク・スピーカー、バッテリーから構成されている。中央制御基板、RFIDリーダ、QZSS受信機、バッテリーは、ユーザーが所持している鞆に搭載されている。スマートフォン、マイク・スピーカーは鞆の肩紐に固定され、ユーザーからの入出力をスムーズに行うことが可能になっている。また、操作用ボタンは、腕に装着する。この操作用ボタンは、視覚障がい者がスマートフォンの画面を直接操作することが困難であると考えられるため、アナログボタンによるスマートフォンの操作を可能にするために搭載されたものであり、ユーザーは基本的にこのボタンだけで本システムを操作する。

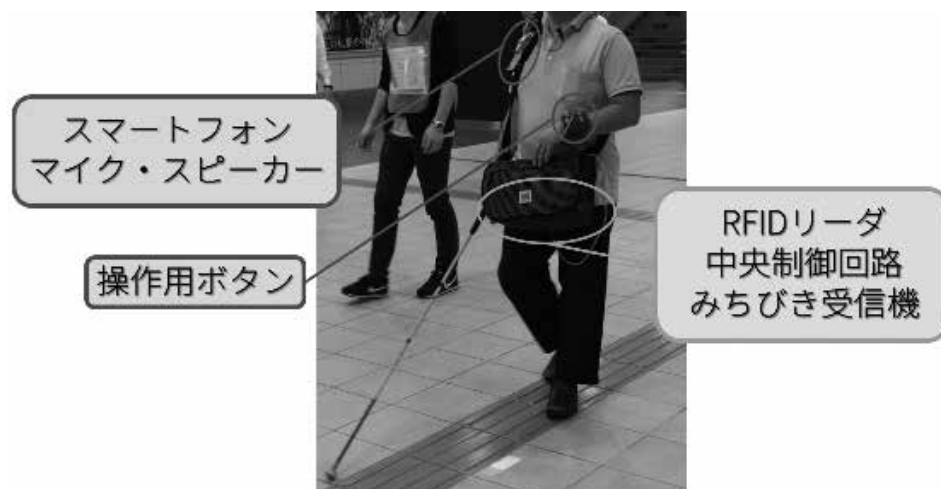


図1 本システムを装着した様子

3. PULL DOGの要素技術

3-1.RFIDによる位置測位

視覚障がい者をナビゲーションするために点字ブロックの中にRFIDタグを埋設した。そのために点字ブロックの素材であるコンクリートの中でも視覚障がい者が所持するRFIDリーダーで読み取れるRFIDタグが必要となる。そこで複数のRFIDタグで読み取り、測定を行い、CONFIDEX社のSURVIVORを使用することに決めた。図2がそのRFIDタグである。

実際に八王子市との協力により北野駅で点字ブロックの中に選定したRFIDタグを設置した。図3は実際に敷設した地点の点字ブロックの図面である。



図2 敷設したRFIDタグ

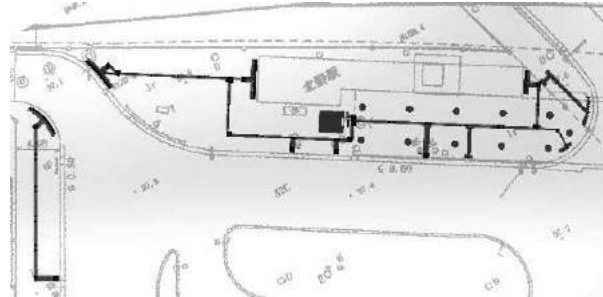


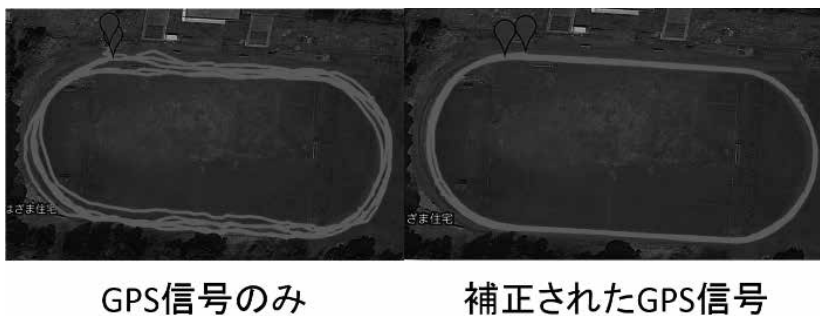
図3 RFIDタグ敷設工事の図面

3-2.準天頂衛星による位置測位

RFIDタグが敷設されていない屋外では、準天頂衛星「みちびき」から送出される高精度なGPS信号を元に位置測位を行う。

従来のGPS測位では10m程度の誤差が発生し、高層ビルの近くなど遮蔽物の多い場所での誤差は更に大きくなってしまふ。「みちびき」は、日本の上空で常に高い仰角を維持することができ、送出される補強信号によりGPS測位の誤差を1m以内まで抑えることが可能である。

上記の測位精度が実際に得られるか確認するため、私たちは東京高専運動場での測位実験を行った。実験の結果を図4に示す。この実験は、1周400mの運動場を徒歩で5周し、歩いた軌跡をGoogle Map上に描画することで精度を検証するものとし、また測位は「みちびき」の仰角が60度以上かつ補強信号が送出されている時間帯に実施した。実験の結果より、「みちびき」を使用したGPS測位の誤差が実際に1~2mの範囲に収まることを確認することができた。



GPS信号のみ

補正されたGPS信号

図4 準天頂衛星の実験の様子

3-3.力覚デバイスによる誘導

本システムでは、ユーザーである視覚障がい者にシステムからの情報を伝える方法を2つもっている。1つ目の方法はスピーカーからの音声である。しかし、この方法では視覚障がい者が歩行時に頼りにしている周囲の音を阻害してしまう可能性がある。そこで、本システムでは2つ目の情報伝達方法として力覚による方向の提示が可能である。力覚を発生させるデバイスである力覚デバイスを図2に示す。この力覚デバイスは、ソレノイドと、3Dプリンタで作成した専用ケースで構成されている。力覚は、物体が一直線上を非対称の加速度で振動すること(非対称性振動を発生させる)で発生するため、今回はソレノイドが非対称性振動をするように制御することで、力覚を発生させた。そのため、この力覚デバイスは、1次元方向の力覚のみ発生させることができる。この力覚デバイスで力覚が発生することは、展示会などでのデモンストレーションにより、数十名から報告を受けている。しかし、現段階ではデバイスのサイズや保持の仕方などの問題で、ナビゲーションへの応用は行えていない。そのため、今後は力覚デバイス本体や制御回路の小型・軽量化、省電力化、デバイスの保持の仕方の改善などを行っていく。



図5 製作した力覚デバイス

4. 実証実験

4-1.北野駅での実験(1回目)

4-1-1.実験概要

2015年9月27日に本システムの1回目の実証実験を行った。実験場所は、東京都八王子市にある京王電鉄の駅である北野駅の構内と南口周辺である。本実験は、被験者が電車からホームに降りた後、本システムを利用して改札を通過し、バス停を目指すという想定で行った。本システムを入れるための鞆は、私たちが用意した背負い鞆を使ってもらい、被験者はその鞆と白杖のみを所持した状態で実験を行った。図3に被験者が歩く実験コースを示す。被験者の情報を表1に示す。被験者は、視覚支援学校に勤務する教員で、先天性全盲の視覚障がい者である。また、被験者は北野駅を訪れた事はなく、実験コースは、各通過ポイントを言葉で伝えたのみである。また、実験中は安全確保のため健常者が近くを歩いたが、コースから逸脱してしまった場合以外は、向かう方向の指示など歩行の手助けになる情報は被験者に与えていない。

表1.被験者の情報

職業	視覚支援学校 教員
年齢	30代
身長	165 cm
見え方	全盲(先天性)
北野駅訪問の有無	無

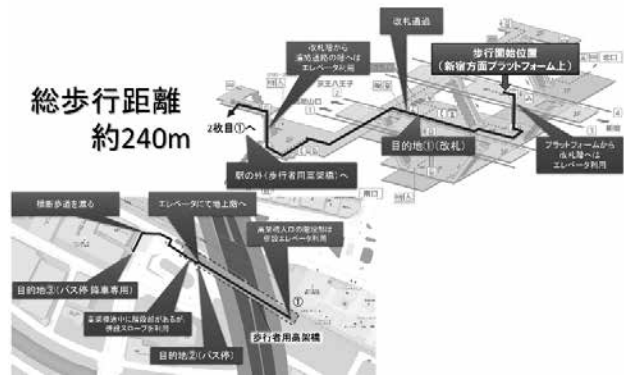


図6 実験コース

4-1-2.実験結果・考察

実験の様子を図4に示す。実験では、RFID タグの読み取りがスムーズに行われず、被験者が点字ブロック上から離脱してしまうことが頻発した。これは、装置を入れる鞆にリュックタイプの物を採用したことが要因で、鞆に入ったRFID リーダの位置が読み取り距離の想定である1mよりも高くなってしまったこと、体がRFID タグ上を通過した後に鞆がタグ上にのるため、読み取りが遅れてしまったことの2つが原因だと考えられる。また、スマートフォンによる音声出力のタイミングや音声の内容が分かりづらい等の要因もあり、最終地点まで被験者のみでたどり着くことはできなかった。



図7 実験の様子(1回目)

4-1-3.改善点・フィードバック

実証実験の結果から得られた改善点や、被験者から得られたフィードバックを以下にまとめる。

- RFID リーダの高さを下げ、リーダを体の前に持ってこられるような肩掛けタイプの鞆に変更する
- 目的地点が近づいたら音声でそれを伝える
- 分岐点の指示は、分岐の手前で「まもなく左です」といったような指示があれば十分で、分岐点上で方向の指示を受けると、むしろややこしくなる
- 「右奥」や「左奥」という指示を「右斜め前」「左斜め前」という表現に変える
- 改札で「有人改札」か「無人改札」かの指示が欲しい
- バス停についたとき、バスの系統などの情報があれば良い

4-2.北野駅での実験(2回目)

4-2-1.実験概要

2015年9月29日に2回目の実験を行った。実験場所、被験者、実験の想定などは1回目の実験と同様である。1回目の実験から鞆を肩掛けタイプに変更し、RFIDリーダが地上から1m以内になるように改善した。また、フィードバックを元にシステムから音声で提示される情報の内容も一部改良した。

4-2-2.実験結果・考察

2回目の実験の様子を図5に示すRFIDタグの読み取りは非常にスムーズに行われ、9割以上のタグの読み取りに成功した。そのため1回目の実験の時のようにコース上から逸脱することもなく、被験者は最終地点まで一人で到達することができた。



図8 実験の様子(2回目)

4-2-3.改善点・フィードバック

2回目の実験終了後に被験者から得られたフィードバックを以下にまとめる。2回目の実験では、スムーズに実験が行われたため、被験者から前回よりも多くのフィードバックが得られた。

- ・コース上のスロープが上りなのか下りなのかの指示がほしい
- ・指示が細かく連続する地点では、実際の行動と指示がずれてややこしく感じるため、距離間隔の狭い指示は「右斜め前です。左です。横断歩道があります」を「右斜め前の後、左折すると横断歩道です」のようにと先の指示まで一度に出してほしい
- ・分岐点では「左折後、直線が10m続きます」のようにその分岐の情報も伝えてほしい
- ・エレベーターに乗ったとき、ボタンの位置や降りた後の場所の情報を提示してほしい
- ・分岐が細かく連続する地点での指示が「右です。右です。」のように、同じ指示が2回連続で行われてしまったような印象を受けるため、「右です。さらに右です。」といったような表現にすれば混乱せずに済む
- ・システムの起動時に音声通知があると良い
- ・音声入力でアプリを終了できるとよい
- ・エレベーターよりも階段の方が慣れている視覚障がい者もいるため、ユーザーに合ったルート作成ができるようにカスタマイズできたら良い
- ・鞆が体の前にあると、白杖が振りにくいため、リュックやポケットに入れられたほうが良い
- ・手首にボタンを付けると、拘束感があって怖いので、アナログボタンではなくスマートフォンの画面を直接操作できるような形の方が汎用性は上がる

5. まとめ

北野駅での実証実験により、視覚障がい者への本システムの有用性が確認できた。そのため、今後は対応地域の広域化、力覚デバイスの活用、提示する音声情報の内容の改善、スマートフォンを操作するためのインタフェースの改善などの実用化に向けた改善が必要である。また、屋内でのRFIDを使った位置測位は、視覚障がい者だけではなく健常者に対しても応用可能であるため、今後はユニバーサルデザインを意識して開発を行っていくことで、より社会への普及に繋がっていくと考えられる。

参考文献

- [1] 雨宮智浩、五味裕章：“牽引方向近くにおける能動的探索の有効性を活用した屋内歩行ナビゲーションシステムの開発”、電子情報通信学会論文誌 Vol.J97-D No.2、pp.260-269、2014.2
- [2] 雨宮智浩、安藤英由樹、前田太郎：“知覚の非線形性を利用した非接地型力覚惹起手法の提案と評価”、日本バーチャルリアリティ学会論文集Vol.11、No.1、2006
- [3] 雨宮智浩、高椋慎也、伊藤翔、五味裕章：“指でつまむと引っ張られる感覚を生み出す装置「ぶるなび3」”、NTT技術ジャーナル pp.23-26、2014.9

1

エントリーNo.6

PULL DOG

視覚障害者導きシステム

東京工業高等専門学校
National Institute of Technology, Tokyo College

2



PULL DOG

視覚障がい者導きシステム

3



誰にでもやさしい
多摩の街を目指して



4



バリアフリー
(Barrier free)

5



点字ブロックに注目！！

6

視覚障がい者も気軽に安心して外出できる多摩の街



7



PULL DOG

視覚障がい者のための
ナビゲーションシステム

8

導入・開発の背景



嗅覚 聴覚 触覚



9

導入・開発の背景

ITを活用し、視覚障がい者の外出を
サポートできないだろうか？



周囲の安全確保が限界
道案内は不可能

10

システムの構成



スマートフォン

操作ボタン
力覚デバイス

RFIDリーダ
制御用回路
みちびき受信機

11

システムの構成



約500g

12

多摩地域の方々に協力して頂きました!!!

八王子市役所(道路交通部) 

京王電鉄株式会社(沿線価値創造部) 

日本電気株式会社(準天頂衛星利用推進室) 


都立八王子盲学校 

東京地区研究社 

13

システムの概要


安心・安全なルートの作成
高精度な位置測位
直感的な誘導



14

安心・安全なルートの作成

視覚障がい者にとって
安心・安全なルートとは…？



15

安心・安全なルートの作成

点字ブロックを優先した案内が必要



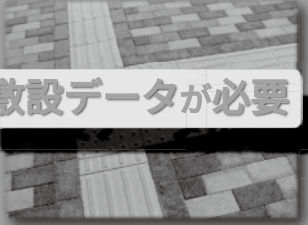
点字ブロック




16

安心・安全なルートの作成

敷設データが必要



点字ブロック



17

安心・安全なルートの作成

データの提供
「東京地図研究社」から
データを提供していただきました！



打ち合わせの様子



JR八王子駅周辺の点字ブロック



18

安心・安全なルートの作成

データの提供
「東京地図研究社」から
データを提供していただきました！



打ち合わせの様子



点字ブロックをベースとした
経路探索を実装！

JR八王子駅周辺の点字ブロック



19

安心・安全なルートの作成

システムの動き



横断歩道があります
注意してください

まもなく、右です

5m先、右です



20

安心・安全なルートの作成

健常者による安全なルート作成





健常者が事前にルートを歩行



21

システムの概要



安心・安全なルートの作成
高精度な位置測位
直感的な誘導




22

高精度な位置測位

案内に必要な精度

健常者	視覚障がい者
 約10m程度	 約1m以下



23

高精度な位置測位

解決策として…

RFID

みちびき



24

高精度な位置測位

RFID とは…

- ✓ ICタグの一つ
- ✓ 非接触で情報を読み取れる技術



Suica



RFIDリーダー ← 通信 → RFIDタグ



25

高精度な位置測位

どこに設置してあるタグを
読んだのかで位置情報がわかる！



通信

RFIDタグ RFIDタグ

事前にタグを設置する必要性




26

高精度な位置測位

タグの設置

「京王電鉄株式会社(沿線価値創造部)」
「八王子市役所(道路交通部)」の協力に
より、RFIDタグを実際に敷設



27

高精度な位置測位

RFIDタグ埋め込み工事



28

高精度な位置測位

屋外用RFIDタグは、
「菱電商事」から無償で提供



菱電商事との打ち合わせの様子



29


高精度な位置測位

準天頂衛星「みちびき」

従来のGPS → みちびき

約10m → 約1m


精度




30

高精度な位置測位

測位実験 (東京高专運動場)




なし ← 補正信号 → あり




31

高精度な位置測位

測位実験（東京高専運動場）



みちびきの機数が増えることで、
常時1m程度の精度



32



屋外 屋内



1m前後の高精度な測位



33

システムの概要


安心・安全なルートの作成
高精度な位置測位
直感的な誘導



34

直感的な誘導

力覚を使った誘導




35

直感的な誘導

「力覚」とは…？

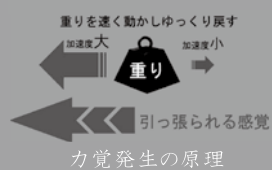
「ある方向に引っ張られる」
ような感覚



36

直感的な誘導

「力覚」とは…？



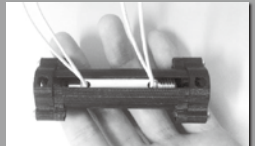
重りを速く動かしゆっくり戻す

加速度大 加速度小

重り


引っ張られる感覚

力覚発生



開発した力覚デバイス


重りを非対称に振動させて力覚を発生！



37

ヒアリング


視覚障がい者が本当に必要としているのか？



38

ヒアリング



「東京都立八王子盲学校」
に協力をいただき、
ヒアリングを行いました



39

ヒアリング

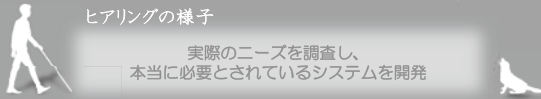
例えば...



システムと杖を一体に
↓
白杖とは切り離す

ヒアリングの様子


実際のニーズを調査し、
本当に必要とされているシステムを開発



40

実証実験

本当に使えるのだろうか？



41

実証実験

京王線北野駅での実証実験



42

実証実験

京王線北野駅での実証実験



東京都立八王子盲学校 教員

全盲

43

実証実験 京王線北野駅での実証実験

✓ 目的
電車を降りてから、
外に停留所のあるバスに乗り換える

✓ 総距離
約 240 m

44

実証実験 京王線北野駅での実証実験

実験ルート

45

実証実験 京王線北野駅での実証実験

実験ルート

46

実証実験 京王線北野駅での実証実験

実験ルート

47

実証実験 京王線北野駅での実証実験

実験ルート


48

実証実験 1回目(9/27)
京王線北野駅での実証実験

49

実証実験 1回目(9/27)

フィードバック



- ✓ 曲がり角上でのアナウンスは、混乱するため必要ない
- ✓ 目的地が近づいた場合に、アナウンスが欲しい
- ✓ 自動改札か有人改札かなど、より詳細な情報が欲しい

50

実証実験 2回目(9/29)



51

実証実験 2回目(9/29)

実証実験
9月29日 京王電鉄北野駅にて

52

実証実験 2回目(9/29)

北野駅本一ム



まもなく左です

53

実証実験 2回目(9/29)

北野駅改札



自動改札機があります

54

実証実験 2回目(9/29)

目的地周辺



目的地に到着しました

55

実証実験 2回目 (9/29)



企業・自治体の方々
協力を頂いている企業や、
自治体の方々も実験に立ち会い

56

実証実験 2回目 (9/29)




新聞社からの取材

社会からの高い関心

57

実証実験 2回目 (9/29)




- ▶ 横断歩道・階段などの危険箇所の注意
- ▶ 曲がる方向の指示
- ▶ 残り距離の提示 etc.

「歩行の手助けになった」と高い評価！

58

実証実験 2回目 (9/29)



2015年10月9日付
日本経済新聞

障がい者用機器を開発している
複数の企業から問い合わせ

59

今後の展望

2020年 東京オリンピック・パラリンピック



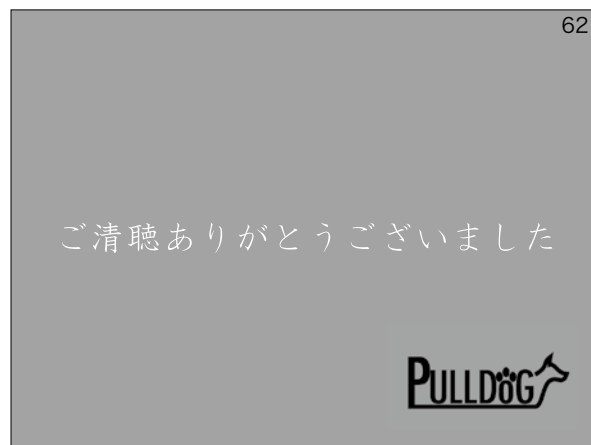

60

今後の展望

健常者向けの様々なサービス

健常者の案内 広告の提示



審査委員のコメント

ルートを案内が可能→点字ブロックをベース（優先順位＝戦略性）80%内製化。

各専門機関とコラボ

ニーズを調査

技術（ムーアの法則）実装→200g位に！

まちづくりの哲学にも（弱者の人にもまちに、ユニバーサルデザイン）

総合的な交通体系の中での整理が必要かと思う。

ユニバーサルデザインへの展開へ。

よくできているが、質問は最後まで聞いたほうがいいのかも。

パワーポイントの質、説明のしかたは立派でした。

人との関連、障害物等への対応まで、わかりたかった。

（良い点）当事者、行政、企業を学校がつなぎ、実装可能なモデルを構築していること。

（課題）若者から高齢者まで多様な年齢がいる中で、高齢の視覚障害の人への対応についての視点が欲しい。

実際に外出を促すことになったのか？不安など心理的壁をとりのぞくことにつながったのか？こういう効果測定をして欲しいです。

自治体や企業と協働した実証実験や当事者へのヒアリングなど、確実に歩を進めている点が素晴らしいと感じました。

開発されているシステムは健常者でも使いやすいものになるという展望をお聞きしましたが、そもそも障がい者（含め皆）にとって住みやすい街とは何か？という理解を得る工夫も必要かもしれません。

実際の実験まで実現したことは素晴らしい。

費用への言及が知りたかった。

No.11

東京経済大学 山本ゼミナール 地域活性化班

優秀賞

地域資源を活かしたブランド形成とマーケティング

TAMAのSAKEを 知ろう!見よう!体感しよう!

TAMA×SAKEプロジェクト



メンバー

代表者 下村早香

三上千明、小早川崇、望月佑亮、宮山裕貴、三上琴絵

指導教員 山本聡

発表概要

1. はじめに

私たち東京経済大学経営学部山本聡ゼミナールでは、「中小企業の経営戦略を考える～実態調査に赴こう！～」をテーマとして、これまで多くの企業に実態調査に赴き、生の情報を集め、研究を行ってきた。本年度は、私たちの大学である東京経済大学が立地し、深い関わりのある多摩地域の滞在人口が低いことを問題視し、どうしたら多摩地域に人を呼び込むことができるか、様々な既存研究を参照した上で実態調査を行い、研究を行ってきた。その中で、多摩地域の酒蔵が、歴史・ストーリーといった「知る」、酒蔵といった「見る」、日本酒・肴といった「体感する」という3つの観光資源としての高い潜在的魅力を持っていることを発見した。その上で、酒蔵・日本酒と多摩地域の魅力を結び付けて発信することで、多摩地域の滞在人口を増やすことができると考え、TAMA×SAKEプロジェクトを立ち上げた。

2. 活動の目的

これまでの東京経済大学山本聡ゼミナールの研究成果から、多摩地域の魅力であり、重要な観光資源であるといえる多摩地域の酒蔵を軸として、多摩地域の食材や歴史、風景、人物を日本酒の肴（あて：ATE）にして学生目線で情報発信をする。そのことにより、多摩地域の魅力を多くの人々に伝え、若者や外国人観光客を多摩地域に呼び込むことを目指している。

3. 活動内容

実態調査

私たちの研究のテーマである実態調査として、多摩地域の日本酒企業である豊島屋酒造、石川酒造、田村酒造場の計3社、夏のゼミ合宿で金沢に調査に訪れた際に金沢の伝統品企業として金沢箔の製造を行っている箔座株式会社にヒアリング調査を行った。

日本酒企業へのヒアリング調査では、実際に酒蔵を見学させて頂き、日本酒についての詳しい説明を受け、その上で日本酒を試飲させて頂いたことで、酒蔵見学の魅力を知った。さらに、経営者や従業員へのヒアリング調査によって、日本酒企業の方々がどのような考えを持っているのか、また、日本酒企業の方々も日本酒をもっと多くの人々に飲んで欲しいと思っていること、多摩地域に観光客が増え、地域が活性化したら良いと思っていること等が分かった。

箔座株式会社へのヒアリング調査では、伝統品を製造している企業が、伝統を絶やしてはいけないという高い意識を持っていることや、金沢市の観光業に伝統品企業として深くかかわっていることなどを理解した。

TAMA×SAKEプロジェクト

既存研究と実態調査から、地域の観光振興のためには、① 伝統品企業が観光業に深くコミットすることが有効である、② 多摩地域の日本酒企業は伝統品企業である、③ 酒蔵は多摩地域の重要な観光資源になる、と考察した。こうした多摩の酒蔵の魅力を多くの人々に情報発信するために、TAMA×SAKEプロジェクトを立ち上げた。現在Facebookにて多摩の酒蔵の紹介や日本酒に

関する豆知識などを情報発信している。また、多摩地域外の方々や外国人観光客に酒蔵と多摩地域の魅力を知ってもらい、理解してもらうことを目的とした企画も実施している。その第一回目として、東村山市の豊島屋酒造にて「東村山市の野菜・うどん・豆腐・卵を使ったお鍋と一緒に日本酒を飲もう！～SAKEとATEのマリアージュ～」という企画を、地域金融機関の方の立会いの下、実施した。

4. 今後の活動

多摩地域の日本酒企業や金融機関、自治体、企業とともに2020年の東京オリンピックに向けて日本酒と地域の魅力を発信できるように連携をとって広く活動をしていく。また、引き続きTAMA×SAKEのFacebookでの情報発信や企業との連携による情報の冊子化により、多摩地域の日本酒など地域の魅力の情報発信を実施する。

5. 謝辞

本研究、プロジェクトを進めるにあたり、実際に酒蔵見学に参加させて頂き、日本酒企業と地域の歴史や日本酒の今後について大変貴重なお話をしてくださった

石川酒造株式会社 代表取締役社長 石川彌八郎様、営業課長 橋本恭男様

田村酒造場 社長 田村半十郎様

酒蔵見学やヒアリングと共に本プロジェクト第一弾の企画検証にご協力してくださった

豊島屋酒造 田中社長、田中部長、高橋様、片山様

石川県金沢市でゼミ合宿を行った際にヒアリングさせて頂いた

箔座株式会社 取締役副社長 藤野英明様

に心より感謝しております。また、本プロジェクトを始動するにあたり、ご指導いただき企画検証にも立ち会ってくださった地域金融機関の皆様にも心より感謝申し上げます。

そして、1年間、私たちの研究をより良くするために指導してくださった山本先生、相談に乗ってくれた山本ゼミナールの皆、本当にありがとうございました。

参考文献

- [1] 『地域力を支える中小企業』財団法人商工総合研究所 2009年1月30日
- [2] 『地域ブランド・マネジメント』和田充夫 菅野佐織 徳山美津恵 長尾雅信 若林宏保 2009年6月20日
- [3] 『産業観光の手法 企業と地域をどう活性化するか』産業観光推進会議 2014年11月15日
- [4] 『「地域活性化のための面的支援」調査研究報告書』独立行政法人 中小企業基盤整備機構 経営支援部支援機関サポート課 高橋順一 松嶋葉子 2015年3月
- [5] 『伝統産業新時代！』(財) 東北産業活性化センター 2004年8月20日
- [6] 中小企業白書2014
- [7] 経済産業省 HP 2015年7月10日
- [8] 豊島屋酒造 HP 2015年7月7日 <<http://www.toshimayasyuzou.co.jp/>>

- [9] 石川酒造 HP 2015年7月7日 <<http://www.tamajiman.co.jp/>>
- [10] 箔座 HP 2015年7月31日 <<http://www.hakuza.co.jp/>>
- [11] 経済産業省製造産業局 2008年8月
- [12] 『観光による新たな地域振興』河藤 佳彦 2009年3月
<www.clair.or.jp/j/forum/honyaku/hikaku/pdf/BunyabetsuNo12jp.pdf>
- [13] 広域多摩イノベーションプラットフォーム HP (11/25)
<<http://www.technology-tama.jp/static/about.html>>
- [14] RESAS 2015年10月13日 <<https://resas.go.jp/>>
- [15] 東京都酒造組合HP 2015年12月1日
<<http://www.tokyosake.or.jp/tokyo-kura/tokyo-kura.htm>>

エントリーNo.11

**TAMAのSAKEを
知ろう！見よう！体感しよう！**
～ TAMA×SAKEプロジェクト～

東京経済大学 山本ゼミナール

3年 下村早香 三上千明 小早川崇 望月佑亮
2年 三上琴絵 宮山祐貴 小屋畑葵

1

発表の流れ

- ▶ 問題意識
- ▶ 調査・研究
- ▶ アンケート
- ▶ TAMA×SAKE
プロジェクト

2

多摩地域の魅力と日本酒

- 豊かな自然と優れた水源をもつ多摩地域
- 玉川上水は約360年前に通水開始
- 東京都の蔵元10社の内、半数以上が多摩地域
- 多摩地域の酒蔵の蔵元は、昔その地区の名主だった人が多い

歴史 水 蔵元

3 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

東京都の蔵元

東京都の地酒を醸す蔵元地図
→地図上の銘柄名をクリックすると
各蔵元紹介ページへ移動します

4

多摩地域の滞在人口率

• 観光マップ滞在人口率 滞留時間2時間
※ 滞在人口率...市外からどのくらい人が来ているか

✓ 福生市・府中市…22位
✓ あきる野市…38位
✓ 東村山市・青梅市…46位
⇒ 平均約35位/62位 (東京都の市区町村)
⇒ 平均約35位/49位 (東京都の市区のみ)

低い

若者や訪日観光客をもっと呼び込みたい！ (RESASより)

5 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE


問い

多摩地域の観光客を増やすには
どうしたら良いだろうか

6

山本ゼミでのこれまでの調査研究


- 滞在人口増加→観光振興
- 地域の伝統品企業や伝統品は地域のストーリーに埋め込まれている。そのため、観光振興に関して高い訴求効果と持続性（正統性）を期待できる。
- EX: 金沢市の観光業に伝統品企業がコミット



7 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

多摩の日本酒企業

- > 豊島屋酒造
 - 東京都東村山市 「金婚」
 - 慶長元年創業、昭和初期に東村山移転
 - 仕込水は、敷地内の井戸から汲み上げている地下水を使用
- > 石川酒造
 - 東京都福生市 「多満自慢」
 - 天保11年創業 江戸時代は福生の名主
 - 明治にビール製造
- > 田村酒造場
 - 東京都福生市 「高泉」
 - 文政5年創業 福生村の名主
 - 酒蔵が国の登録有形文化財に指定
 - 玉川上水が敷地内を流れる



8 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

研究成果：多摩の日本酒企業


地域の中核であり、地域とともに歩んできたストーリーがあり、有形文化財等に指定された伝統的な観光資源を持つ酒蔵もある。

9 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

解釈

知る
見る
体感する

→観光資源としての潜在性



10 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

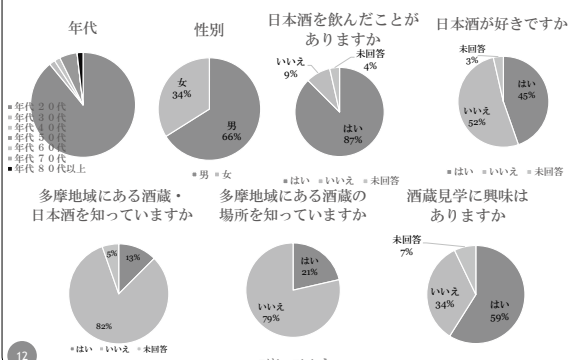
アンケート調査

インターネットによるアンケート調査 (n=56)

- 年齢、性別
- 日本酒を飲んだことがあるか
- 日本酒が好きか
- 多摩地域の酒造や日本酒を知っているか
- 多摩地域の酒蔵の場所を知っているか
- 酒蔵見学に興味があるか

11 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

アンケート調査①



項目	回答	割合
年代	20代	2%
	30代	13%
	40代	82%
	50代以上	3%
性別	男	66%
	女	34%
日本酒を飲んだことがありますか	はい	87%
	いいえ	9%
	未回答	4%
日本酒が好きですか	はい	45%
	いいえ	52%
多摩地域にある酒蔵・日本酒を知っていますか	はい	21%
	いいえ	79%
	未回答	0%
多摩地域にある酒蔵の場所を知っていますか	はい	21%
	いいえ	79%
	未回答	0%
酒蔵見学に興味はありますか	はい	59%
	いいえ	34%
	未回答	7%

12 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

アンケート結果②：自由記述

- 日本酒が好きな理由
 - 飲みやすいものが多い。
 - 実家为新潟で、お米や日本酒が身近だった。
 - 日本酒を知っているだけで目上の人と話すネタになる。
- 日本酒が嫌いな理由
 - 美味しくない。
 - 格好悪い。

13 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

アンケートのまとめと解釈

- ✓ 若者の多くは、日本酒の飲酒経験があるが飲む頻度はかなり少ない。
- ✓ 若者の多くは、日本酒の飲まず嫌い&知らず嫌い知っているのは、安い飲み放題で出される美味しくない日本酒と揚げ物。
- ✓ 多摩地域の酒蔵や日本酒の認知度は低い。


↓

多摩地域の酒蔵・日本酒の認知度を上げる必要がある

14 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

提案

多摩の日本酒の美味しさ、飲み方、知識、酒蔵見学の楽しさを知るきっかけをつくるため、酒蔵・日本酒と多摩地域の魅力を結び付けて伝えよう。



15



TAMA×SAKEプロジェクト

16

TAMA×SAKE

- ◆ 目的
 - 多摩地域の酒蔵、日本酒と地元の食材や歴史、風景、人物を肴（あて：ATE）にしてマリアージュし、情報発信
- ◆ 私たちの想い
 - ✓ 日本の伝統技術、伝統品である酒蔵と日本酒の需要、認知度が低迷している中、日本人だからこそ、その魅力を再認識して欲しい。
 - ✓ 2020年の東京オリンピックに向け、海外の方にも東京（多摩地域）の日本酒をきっかけに多摩地域の魅力を知ってもらい観光に訪れて欲しい。

17 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

活動内容

- Facebookの運営（英語でも...）
- 多摩地域の酒蔵・日本酒の紹介
- 日本酒と地元食材のマリアージュと情報発信
- 日本酒企業とのコラボ企画の立案及び運営

↓

- 多摩地域のイベント紹介・体験レポート
- ブックレット・チラシの作成及び配布
- 酒蔵を軸とした観光プラン・マップの提案

etc...

18 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA×SAKE

TAMA×SAKE企画【第一弾】

- 【日時】11月26日（木）
- 【場所】豊島屋酒造（東村山市）
- 【目的】企画の検証・実験
地域金融機関の方の立会いの下、検証
- 【概要】東村山市の野菜・うどん・豆腐・卵を
使ったお鍋と一緒に日本酒を飲もう！
～SAKEとATEのマリアージュ～



19

問題意識

調査・研究

アンケート調査

TAMA×SAKE

TAMA×SAKE企画 第一弾①

- 【観光】
正福寺・千体地蔵・弁天池公園・熊野神社
- 【地元食材購入】
《間野一さんの直売所》
大根・ねぎ・かぶ・さつまいも・ブロッコリー・
卵・うどん
《新井屋豆腐店》
木綿豆腐・油揚げ
- 【酒蔵体験】
豊島屋酒造：経営者と話しながら、新酒と鍋を堪能

20

問題意識

調査・研究

アンケート調査

TAMA×SAKE

TAMA×SAKE企画 第一弾② TAMAの風景をATEにする



21

TAMA×SAKE企画 第一弾③ TAMAの食材をATEにする



22

TAMA×SAKE企画 第一弾④ TAMAの酒蔵をATEにする



23

TAMA×SAKE企画 第一弾⑤ TAMAの魅力ある経営者をATEにする



24



第一弾を終えて、今後の展望

➤改善点

- 第一弾のような企画を一般向けに行うためには、「おもてなし」する必要がある

➤今後の展望：次年度の予定

- 豊島屋酒造×東京経済大学山本ゼミの限定ラベルの日本酒を国分寺限定で販売
- 豊島屋酒造発祥の白酒の復活
雛祭りフェスタの企画・開催

26 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA x SAKE

波及効果・継続性

- 多摩地域の酒蔵と共に、酒蔵の周辺にあるお店や名産品の紹介をするため、副次的な効果を見込める。
- 酒蔵見学の体験レポートを書き、FBで発信して、学生目線の楽しみ方を伝えることができる。
 - 若者の日本酒離れの抑制
 - 酒蔵見学の参加者の増加
 - 周辺地域の観光客の増加
- 多摩地域の企業（酒蔵・金融機関）、自治体とのコラボによってプロジェクトの知名度を上げ、活動を大きくしていく。

27 問題意識 調査・研究 アンケート調査 TAMA x SAKE

参考文献

- 『地域力を支える中小企業』 財団法人商工総合研究所 2009年1月30日
- 『地域ブランド・マネジメント』 和田充夫 菅野佐織 徳山美津恵 長尾雅信 若林宏保 2009年6月20日
- 『産業観光の手法 企業と地域をどう活性化するか』 産業観光推進会議 2014年11月15日
- 『「地域活性化のための面的支援」調査研究報告書』 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 経営支援部支援機関サポート課 高橋順一 松島葉子 2015年3月
- 『伝統産業新時代！』（財）東北産業活性化センター 2004年8月20日
- 中小企業白書2014
- 経済産業省 HP 2015年7月10日
- 豊島屋酒造 HP 2015年7月7日 (<http://www.toshimayasuzou.co.jp/>)
- 石川酒造 HP 2015年7月7日 (<http://www.tamajinan.co.jp/>)
- 箔産 HP 2015年7月31日 (<http://www.hakuza.co.jp/>)
- 経済産業省製造産業局 2008年8月
- 『観光による新たな地域振興』河藤 佳彦 2009年3月 (<www.clair.or.jp/j/forum/honyaku/hikaku/pdf/BunyabetsuNo12jp.pdf>)
- 広域多摩イノベーションプラットフォームHP (11/25) (<http://www.technology-tama.jp/static/about.html>)
- RESAS 2015年10月13日 (<https://resas.go.jp/>)
- 東京都酒造組合HP 2015年12月1日 (<http://www.tokyosake.or.jp/tokyo-kura/tokyo-kura.htm>)

28

SAKEを片手に、 TAMAでATEのある旅を♡

東京経済大学山本ゼミナール

29

審査委員のコメント

アンケートの分析結果はユニークでかっこいい！
インバウンドも視野に入れている。
写真の説明をキャプションで。
コンテンツを有機的に連携している。

日本酒の魅力、味には文化（飲み方）があるのでその研究も。

国分寺のプロジェクトから多摩へ。

日本酒というものにターゲットを絞ったのはオリジナリティを感じます。
ATEという発信のしかたも、わかりやすかったです。
日本酒、日本料理の効能を理解させてほしかった。

(良い点) "ATE"をkeywordにしたプレゼンは上手いと感じました。
(課題) いろいろな切り口は出しているが、若者に具体的にどうアプローチをすれば良いのかが見えてこない。
酒造メーカーなどがいろいろ取り組みをしている中で、学生視点だからの提案が欲しい。

日本酒×観光資源という組み合わせへの注目、実際に観光で成功させている金沢市の視察など現状分析に工夫が見られました。
今後の展望・波及効果（具体的な数値目標も必要です）の説明にもっと時間を割いたら良いでしょう。
限定ラベルを作る時など、ゼミ以外の人を巻き込む工夫があると広がりが出てくるかもしれません。

楽しいプレゼンだった！
楽しみながらの活動で、その輪を広げていこうという点が良かった。
アンケートはサンプルが少ないと有効でなくなる点に注意（N56では・・・）

No.12

杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班
優秀賞

「宿場町八王子」再生に向けた 産学官連携プロジェクト

～超短期滞在型外国人団体観光客に対する取り組み～



メンバー

代表者 馬場菜摘、
西條勇、酒井健吾、盛田真、山口美咲、樫野功輝、徐仇、丁秋雨、區樹民、李冠蓉

指導教員 久野新

発表概要

■活動の目的

本プロジェクトは、八王子市内の大学に通う留学生の力を借りつつ、かつて甲州街道沿いの宿場町として栄えた八王子を、ふたたび「外国人に優しい現代の宿場町」として再生させることを目的としている。

当面のターゲットは、富士箱根方面の前泊・後泊地として一夜限り八王子に宿泊しはじめている中国人団体旅行客である。プロジェクトでは日本人学生、留学生、行政および市内飲食店や宿泊施設が連携しつつ、夕方、八王子に到着して早朝に出発する中国人達の行動パターンの実態を踏まえた市内マップの作成、市内飲食店メニューの翻訳、中国人向け食べ飲み歩きイベントの開催などを行っている。

■活動内容

当プロジェクトは、既に提案の段階から実施の段階に移行しており、活動内容は産学官が連携するかたちで、以下の2点である。

- ①外国人向けに食べ飲み歩きイベントの営業活動を実施
- ②超短期滞在型団体旅行客向けマップの作成、市内飲食店のメニュー翻訳

こうしたマップやメニューは留学生の協力により安価に作成できる反面、一度作成されれば市や店舗の資産として比較的長期間活用可能である。

●活動の様子

2015年5月28日

留学生 × 日本人学生 × 行政

打ち合わせの様子



八王子市・デザイン制作会社との打ち合わせ



市内ホテルへの取材(抜粋)(マロウドイン八王子様、2015年8月)



2015年6月7-10日

市内食べ歩きイベント(バルベリー八王子)で外国人向け誘導サービスを実施



■活動成果

活動成果として、以下の2点である。

我々の宿場町構想は、NHK首都圏ネットワークおよび各種新聞でも報道され、社会的注目も集めていること。

留学生の協力を得て八王子を宿場町として利用する中国人の行動実態を初めてリサーチし、その結果に基づいて、夜に市内を散策する「超短期滞在者」が必要とする情報を盛り込んだマップを日本で初めて作成した。

●活動の様子

2015年6月12日

NHK 「おはよう日本」「首都圏ネットワーク」

「地元の店も利用を！大学生が中国人観光客に八王子をPR」で放映



2015年7月23日

タウンニュース八王子版 「八王子を再び宿場町に」に掲載



杏林大学ゼミ 八王子を再び「宿場町」に

杏林大学総合政策学部(宮下町)の学生が、江戸時代に宿場町として栄えた八王子に再びその賑わいを取り戻そうと活動をしている。アジアから訪れる旅行者が観光コースの中で「八王子に1泊する」実態を突き止め、その時間に街を利用してもらう施策を考案。取り組みは6月にNHKでも紹介された。

活動をしているのは同学部の久野新准教授のゼミナールに所属する22人。彼らは昨年12月、第6回大学コンソーシアム八王子学生発表会で「宿場町八王子再生構想」を石森孝志市長に提案し、最優秀賞を受賞した。

現代版「外国人向け」

プロジェクトのスタートは昨年の夏。アジア経済を専門とする久野准教授のゼミでは、昨今インバウンド(訪日外国人旅行)による「爆買」などが増えている背景から、キャンパスのある八王子市内でのその実態を調べることにした。「八王子を訪れる外国人観光客のほとんどが高尾山目当て、というのが従来の認識でした」(久野准教授)。ところが調べていく中で、八王子はアジアからツアーでやってくる観光客の宿泊地の一つとして利用されていることわかってきた。「彼らには東京、富士山、あるいは東山、関西という観光のゴールデンルートがあり、その間地として八王子が選ばれていました。地理的なメリットだけでなく、都心よ宿泊の予約がしやすく、た安価であるのもポイントという。

地元店使って

ただし、外国人旅行者八王子で過ごす時間は夜ら朝まで。買い物にでかるとしても、大型ディスカウント店やドラッグストア。地元店が利用されることほとんどない事実わかった。

そのような状況中、ゼミでは6月、駅前行われるイベントと協力実際に「八王子の店街、飲食店を利

イベントで使ったチラシを手にするゼミのメンバー

上段左から三浦さん、西條さん、梶野さん。下段左から馬場さん、徐さん

■謝辞

本プロジェクトを進めるにあたり、ご協力くださった八王子市長 石森孝志様、八王子市観光課関係者様、八王子市拠点整備部中心市街地政策課関係者様、八王子市学園都市文化課関係者様、八王子市多文化共生推進課関係者様、京王プラザホテル八王子様、マロウドイン八王子様、スカイホテル八王子様、八王子商工会議所様、まちづくり八王子関係者様、株式会社バド・インターナショナル様、皆様に心から感謝しています。本当にありがとうございました。

参考文献

- [1] 観光庁「外国人旅行者に対するアンケート調査について」
<http://www.mlit.go.jp/common/000190659.pdf>
- [2] 観光庁「訪日外国人の消費動向」2013年年次報告
<http://www.mlit.go.jp/common/001017130.pdf>
- [3] 八王子市「外国人に関する市民アンケート調査実施」
http://www.city.hachioji.tokyo.jp/dbps_data/_material/_localhost/soshiki/gakuentoshibunkaka/kokusaikoryu/plananke-tokekka.pdf
- [4] 日本経済新聞「おもてなしニッポンのここが残念外国人100人に聞く」2014年2月16日
<http://www.nikkei.com/article/DGXZZO66730540T10C14A2000000/>
- [5] 自治体国際化フォーラム「外国人の視点を取り入れた訪日観光客誘致戦略」
http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_269/04_sp.pdf

エントリーNo.12

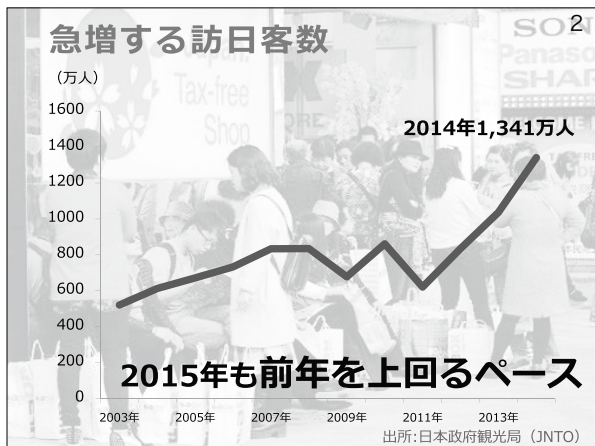
円安の進行

外国人向けビザの緩和

アジア諸国の経済発展

消費税の免税対象拡大

富士山世界遺産登録



2014年

爆買いの経済効果

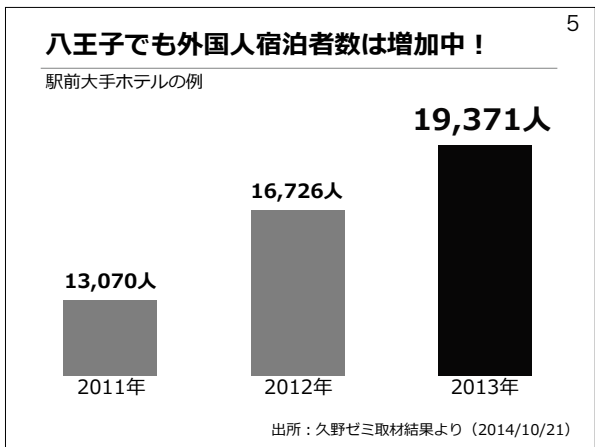
GDP 2.4%増

(市場規模は年間2兆円)

出所: 磯山友幸「今や外国人観光客の爆買い頼み? さえない個人消費」日経ビジネス2015.5.22

我々が学ぶ

八王子の状況も調査



Egl tours 東横観光

分行: _____ 職員姓名: _____

☎ 3692 0888 東京都八王子市 _____ www.egltours.com

東京5天開心超值抵玩享受篇 J TSA05

入住兩晚迪士尼HILTON或SHERATON 豪華CLUB RESORT高級精品酒店、
河口湖豪華遊覽・POWER SPOT 富士金樂園・箱根平和庭園、
瀧之町遊船・18米高「高達」 富士山歌舞伎町・銀座購物廣場

住宿酒店

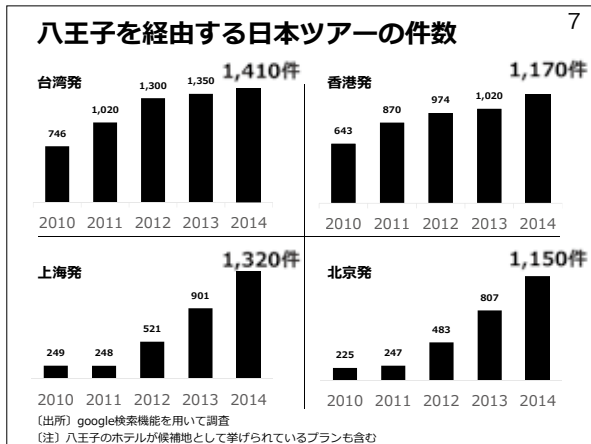
《創新服務 試聽不一樣 保證滿意》 (詳情請參閱說明書)

航空資料 飛往ANA・國際・JAL直航

第一天	東京	NH 912	上21:55左右抵埗
第一天	東京	CX 504/520	上20:40至22:15左右抵埗
		JL 736	晚上21:00左右抵埗

備註: 飛機票價以航空公司公告為準。
*單人房附加費: 每位每晚\$400 (4000日圓)

天數	行程	住宿酒店
第一天	東京・東京・台場彩虹橋購物・台場DIVER CITY購物	新大塚王子、喜來登、大谷、赤坂東急、品川太子、太子或八王子京王酒店
第二天	箱根平和庭園・瀧之町遊船(每時30分鐘)・河口湖豪華遊覽・POWER SPOT富士山遊覽	富士山、石和新光、甲斐路、富士美華、乃井露天溫泉酒店
第三天	富士金樂園・新富士山下遊覽購物・新富士101百貨店10%優惠券・歌舞伎町	新大塚王子、喜來登、大谷、赤坂東急、品川太子、太子或八王子京王酒店
第四天	富士金樂園或富士山海洋樂園	新大塚王子、喜來登、大谷、赤坂東急、品川太子、太子或八王子京王酒店
第五天	田園美術館(隔週二、四、五)・銀座自由購物(隔週四)・丸善禮品館(隔週四)・東京OUTLET購物(隔週三、五)・機場・東京	新大塚王子、喜來登、大谷、赤坂東急、品川太子、太子或八王子京王酒店



八王子が利用される理由

都心ホテルの供給不足・価格高騰
 交通の利便性
 (ゴールデンルート、中継地移動負担軽減・渋滞回避)

中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会
 加盟会社35件への電話調査より



調査結果1

八王子に宿泊する中国人団体客

夕方以降バスで到着、翌早朝には出発する

19時頃	8時
市外の観光地	八王子で宿泊 出発

八王子が再び現代の宿場町に 新たなセグメント

大都市周辺の街に夜到着する

「超短期滞在型 外国人観光客」

調査結果2

八王子に宿泊する中国人団体客

チェックイン後、中心市街地で
夕食・買い物

13

八王子に宿泊する
中国人団体客

調査結果3

八王子訪問は自らの意思ではない
八王子の街を知らない

14

9割の観光客は「八王子」を知らない

八王子という町を知っていますか？

回答	割合
知らない	92%
知っている	8%

出典：久野ゼミにより、八王子を訪れている中国人ツアー客48人に調査

15

八王子に宿泊する
中国人団体客

調査結果4

市は
「八王子を知らない」
「夜に街を散策」
という行動パターンに対応できておらず

16

市内情報を知らない

観光案内所が営業時間外

↓

チェーン店利用

爆食い・爆買い需要は市内の一部のみ

17

超短期滞在型外国人団体観光客に対する取組み

「宿場町八王子」再生に向けた 産学官連携プロジェクト

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

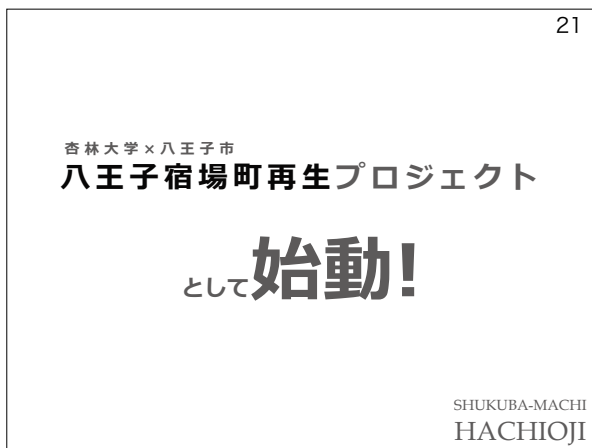
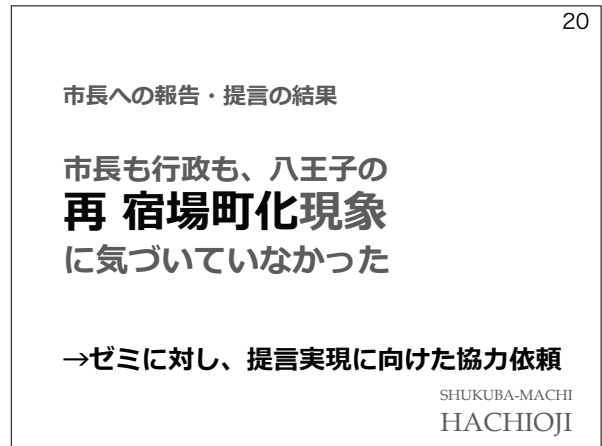
杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班
西條勇 酒井健吾 丁秋雨 區樹民 李冠蓉
盛田真 馬場菜摘 山口美咲 櫻野功輝 徐仇

18

本日の流れ

- 1.問題意識
- 2.実施済のサービス
- 3.完成目前のサービス
- 4.今後の課題と展望
- 5.総括

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI



25

実施体制

まちづくり八王子 × 八王子市中心市街地政策課

- ・ 統括、参加店舗の選定・調整等

杏林大学の留学生 × 日本人学生

- ・ 多言語のチラシ・WEBサイト作成
- ・ チラシの設置・配布
- ・ ホテル前でのチラシ配布
- ・ 店舗への誘導

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

26

BAL BERRY II HACHIOJI

2015 6/7.8.9.10 仅此四天!! 4 days

超值低价! 辺瀛辺曾八王子人気店舗的招徠菜
Let's go to eat specialty foods at popular restaurants of Hachioji for a reasonable price.

- 用 ¥700 票和送店券 ¥1000 以上の特典!
- 用 ¥1000 票和送店券 ¥1200 以上の特典!
- 用 ¥1200 票和送店券 ¥1500 以上の特典!
- 用 ¥1500 票和送店券 ¥1800 以上の特典!
- 用 ¥1800 票和送店券 ¥2000 以上の特典!

● All restaurants are within 15 minutes walk range.
● 可以和家人、朋友共同购买票券。
● You can share tickets.
● 送店券有效期: 2015年6月7日(星期一) - 10日(星期四)

● We have a free guide service to restaurants. (Reservation course free)

BAL BERRY II HACHIOJI

How to use Bal-berry tickets?

STEP 1
在地图上找出你想去的店 (Select shops on the map)
在地图上找出你想去的店 (Select shops on the map)

STEP 2
拿着地图前往你想去的店 (Go to the restaurant using the map)
拿着地图前往你想去的店 (Go to the restaurant using the map)

STEP 3
到店后向店员出示你的票券 (Show your ticket to the staff)
到店后向店员出示你的票券 (Show your ticket to the staff)

● 1. 在地图上找出你想去的店 (Select shops on the map)
● 2. 拿着地图前往你想去的店 (Go to the restaurant using the map)
● 3. 到店后向店员出示你的票券 (Show your ticket to the staff)

27

中国人観光客が 誘導サービスを利用!

著作権: NHK2015年

28

2015年6月12日
NHK「おはよう日本」「首都圏ネットワーク」
「地元の店も利用を! 大学生が中国人観光客に八王子をPR」で放映

29

2015年7月23日
タウンニュース八王子版
「八王子を再び宿場町に」に掲載

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

30

しかし、 反省点もあった…

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

31

新たな課題も発見

- ・ 急な勧誘は敬遠される
- ・ 毎日の実施は困難

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

32

需要創出に向けて

完成目前のサービスその1

夜しかいない中国人向け
爆買い爆食いマップの作成

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

33

既存の観光マップの課題

中国人の行動パターン踏まえてない
見にくい・読みにくい
愛着がわからない（捨てられそう）

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

34

マップ作成の行程

2つのコンセプト

「夜きて朝かえる
中国人の行動パターン・情報ニーズを
徹底的に踏まえる」

「捨てるのをためらうような
日本一お洒落な中国人向けマップ」

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

35

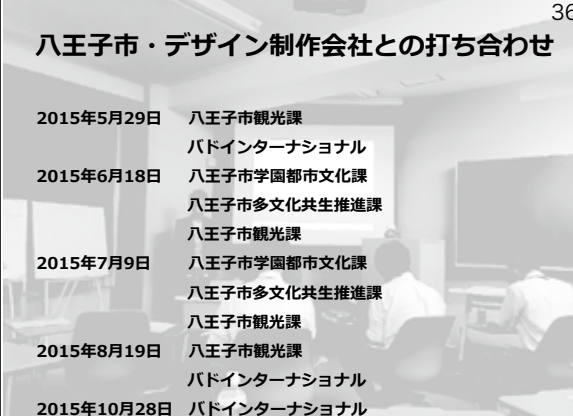
掲載すべき情報の選定

- ・ 全国65の観光協会から中国語マップ収集
- ・ 掲載情報の共通項・課題の洗い出し
- ・ 八王子に来る中国人の行動様式の調査

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

36

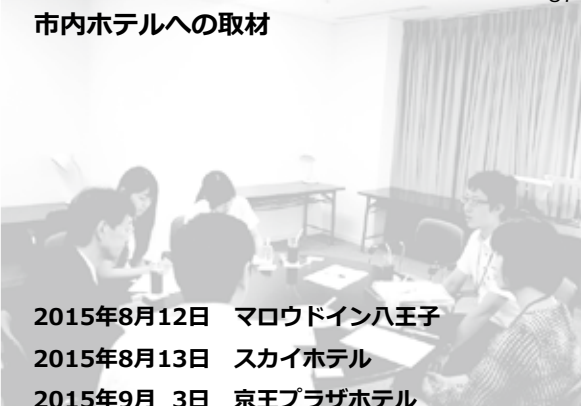
八王子市・デザイン制作会社との打ち合わせ



2015年5月29日	八王子市観光課 バドインターナショナル
2015年6月18日	八王子市学園都市文化課 八王子市多文化共生推進課 八王子市観光課
2015年7月9日	八王子市学園都市文化課 八王子市多文化共生推進課 八王子市観光課
2015年8月19日	八王子市観光課 バドインターナショナル
2015年10月28日	バドインターナショナル

37

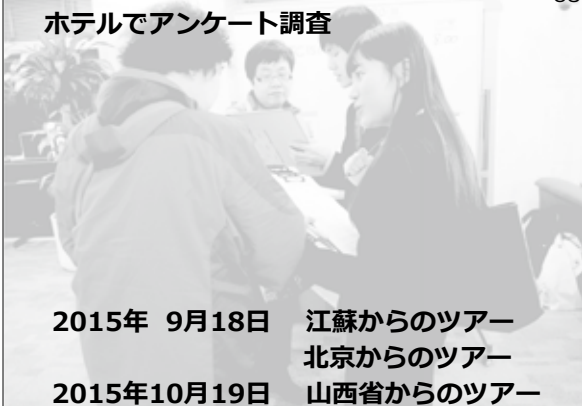
市内ホテルへの取材



2015年8月12日 マロウドイン八王子
 2015年8月13日 スカイホテル
 2015年9月 3日 京王プラザホテル

38

ホテルでアンケート調査



2015年 9月18日 江蘇からのツアー
 北京からのツアー
 2015年10月19日 山西省からのツアー

39

マップに掲載する情報

ホテル、コンビニ、飲食店（夜営業の店舗）
 家電量販店、ドラッグストア、ディスカウントストア
 留学生おすすめ個人経営飲食店情報（写真付）

その他サービス情報
 免税対応、銀聯カード対応店舗、ATM、Wi-Fiスポット
 中国語メニュー有無、中国語対応店舗、

指差し会話帳、八王子の紹介文

40




〇〇拉面店：
 本店の面是手工制作，汤料是熬制了24小时的上等高汤。主食和汤的完美融合，绝对让您吃了还想吃！

41

玉ねぎの量はどのくらいにしますか？

How much onion would you like?

多少钱葱量？



1 2 3

42

実施体制

商工会議所
スポンサー

学生
マップの選定
コンセプト決定
店舗取材
記載内容
中国語翻訳

**八王子市
観光課**
全体調整

バド・インターナショナル
制作・印刷

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

43

需要創出に向けて

完成目前のサービスその2

夜しかいない
中国人団体観光客向け
飲食店メニューの翻訳支援

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

44

パスタ……………JPN600 Pasta 意大利面	
ラーメン……………JPN500 Ramen noodle 日本拉面	
刺身……………JPN1500 Sashimi 生魚片	

45

大規模店舗で買い物
↓
個人経営店でも気軽に
食事・お酒・買い物
↓
大型店舗と個人経営店との
共存共栄

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

46

「超短期」滞在型
外国人観光客向け需要創出プロジェクト

他地域への展開可能性

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

47

電話調査の実施

千葉県浦安市商工観光課	滋賀県誘客推進チーム
茨城県水戸市役所	岐阜県観光誘客海外誘客係
埼玉県さいたま市観光国際課	三重県海外誘客課
埼玉県川越市観光課	福井県観光営業部広域誘客課
埼玉県入間市役所	兵庫県産業労働部観光交流課
和歌山県和歌山市観光課	埼玉県川越市観光課
	埼玉県入間市役所

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

48

他の地域でも実施の価値あり

サービスや受け入れ体制が
まだ不十分

私たちの取り組みに
興味があるとの回答も

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

49

今後の 課題と展望

SHUKUBA-MACHI
PROJECT by Kyorin Univ.

50

現在 自分の意思で 八王子に来ていない

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

51

今後 団体ではなく個人で 日本を訪れるようになった時 八王子に宿泊するか？

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

52

展望 国籍に限らず多くの外国人が 自らの意思で 八王子に宿泊する仕組みが必要


SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

53

続・宿場町八王子・再生構想の提案

—外国人向け木賃宿「民泊」サービスの提供—

杏林大学 久野ゼミナール 宿場町班



54

プロジェクトの 総括

SHUKUBA-MACHI
PROJECT by Kyorin Univ.

55

総括その1

かつて八王子は甲州街道沿いの宿場町

行政も認識していなかった
現代の宿場町化現象を
発見・指摘

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

56

総括その2

新たなセグメントとして、

夜きて朝かえる
「超短期」滞在型 外国人観光客
という概念を定義

彼らの需要創出のため行動開始

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

57

総括その3

プロジェクト実施体制

日本人学生 × 留学生 × 行政 × 市街地

組織的にインバウンド需要創出
(各種メディアからも注目)
学生にとっても、良い社会経験

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

58

総括その4

日本初
留学生・日本人学生による
外国人向け個人飲食店誘導サービス

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

59

総括その5

日本初
超短期滞在型中国人向け
爆買い・爆食いマップの開発
(徹底的なリサーチに基づく観光マップ)

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

60

参考文献・HP①

http://japan.zdnet.com/article/35067930/ 中国人観光客、特徴は「爆買い」だけじゃない！急増する子連れ旅行	http://xn--ppq79suta38thqqkwr.com/5220 外国人観光客が1300万人突破！なぜ日本がアジアで人気なのか？
http://www.recordchina.co.jp/features.php?id=93 中国人観光客から見た日本とは？	http://diamond.jp/articles/-/70127 中国人の爆買いアイテムに指名される条件
http://omiyagejapan.blue/omiyage/drugstore.html 中国人がドラッグストアで爆買いする人気の医薬品10選	http://toyokeizai.net/articles/-/80669 中国人の「代理爆買い」
http://www.sankeibiz.jp/macro/news/150805/mc_b1508050500020-n1.htm 上海圏に日本旅行ブーム 訪日中国人の4割超！	http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20150626-00000024-rcdc-cn 中国人はなぜこれほど日本旅行に熱中するのか？
http://toyokeizai.net/articles/-/80598 銀座に来る中国人は、もう「富裕層」だけじゃない！	http://jbpress.ismedia.jp/articles/-/44084 中国人が作る日本旅行「買い物リスト」
http://www.focus-asia.com/socioeconomy/economy/421940/ 爆発的な日本旅行ブームはなぜ続くのか？	http://news.livedoor.com/article/detail/10275735/ 中国の旅行会社が日本の観光地奪い合い!?
http://www.focus-asia.com/socioeconomy/economy/421940/ 中国人の日本観光ビザ、条件大幅緩和	http://markezine.jp/article/detail/22542 中国人観光客が日本旅行でよく購入するものとは？

61

参考文献・HP②

観光庁「外国人旅行者に対するアンケート調査について」
<http://www.miit.go.jp/common/000190659.pdf>

観光庁「訪日外国人の消費動向」2013年次報告
<http://www.miit.go.jp/common/001017130.pdf>

八王子市「多文化共生推進プラン」
http://www.city.hachioji.tokyo.jp/dbps_data/_material/_localhost/soshiki/gakuentoshibunkaka/kokusaikoryu/plan.pdf

自治体国際化フォーラム「外国人留学生支援」
http://www.clair.or.jp/jj/forum/forum/pdf_295/05_sp02.pdf

大分県「外国人留学生人材活用事例集」
<http://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/176335.pdf>

やまごころ「留学生を活用したインバウンド事業の実態を調査」
https://www.globalpower.co.jp/document/yamatogokoro_rp.pdf

NRI小論文コンテスト「留学生活用社会の創造」
https://www.nri.com/jp/event/contest/results2012/pdf/ru02_2012.pdf

日本経済新聞「おもてなしニッポンのこころが残念外国人100人に聞く」2014年2月16日
<http://www.nikkei.com/article/DGXZ066730540T10C14A2000000/>

自治体国際化フォーラム「外国人の視点を取り入れた訪日観光誘致戦略」
http://www.clair.or.jp/jj/forum/forum/pdf_269/04_sp.pdf

阪急阪神ホールディングス株式会社 外国人観光客に向けた阪急阪神グループのおもてなし
http://holdings.hankyuhanshin.co.jp/corporate/about_us/newsletter/file/newsletter_03.pdf

62

参考文献・HP③

Global Community 「観光庁でインターンとして活躍する留学生」
http://www.yokosojapan.net/index.php?topic=editor_ja&page=4

国土交通省「訪日外国人観光客の受け入れの推進 - 国際交流の拡大に向けて -」
<http://www.miit.go.jp/common/000043173.pdf>

八王子市「外国人に関する市民アンケート調査実施」
http://www.city.hachioji.tokyo.jp/dbps_data/_material/_localhost/soshiki/gakuentoshibunkaka/kokusaikoryu/plananke-tokekka.pdf

MICE都市 http://mice-japan.alexis.jp/about_mice.html

JTB「訪日外国人向け観光サービスによる地域活性化プログラムの実施について」
<http://ntt.co.jp/読売新聞西部>
 「外国人おもてなし充実 ソウル便就航前に」2013年12月13日(金)読売朝刊32頁

読売新聞
 「留学生が群馬の魅力発信 県、東アジアから誘客期待」
 2012年6月28日(木)群馬朝刊35頁

読売新聞「中韓からの観光客おもてなし 九州の通訳ガイド誕生」
 2014年3月13日(木)朝刊39頁

読売新聞「外国人ツアー 学生目線で 文化学園大の3人企画」
 2014年1月30日(木)東京朝刊34頁

日本経済新聞「留学生無料ツアー、神奈川県、二子把握し観光客誘致」
 2013年10月11日(木)神奈川26頁

日本経済新聞「九州ブランド続々、アジア誘客に照準」2013年11月16日(土)朝刊31頁

63

Special thanks

八王子市長 石森孝志様
 八王子市観光課関係者様
 八王子市拠点整備部中心市街地政策課関係者様
 八王子市学園都市文化課関係者様
 八王子市多文化共生推進課関係者様
 京王プラザホテル八王子様
 マロウドイン八王子様
 スカイホテル八王子様
 八王子商工会議所様
 まちづくり八王子関係者様
 株式会社バド・インターナショナル様

64

Special thanks

千葉県浦安市商工観光課
 千葉県庁
 茨城県水戸市市役所
 埼玉県さいたま市観光国際課
 埼玉県川越市観光課
 埼玉県入間市市役所
 和歌山県和歌山市観光課

滋賀県誘客推進チーム
 岐阜県観光誘客海外誘客係
 三重県海外誘客課
 福井県観光営業部広域誘客課
 兵庫県産業労働部観光交流課
 埼玉県川越市観光課
 埼玉県入間市市役所

65

SHUKUBA-MACHI
PROJECT by Kyorin Univ.

66

バルベリー八王子

「balberry八王子」三大特色

現在お楽しみ不要券が「balberry八王子」で！
 現在就展示「balberry八王子」の三大特色をどうぞ！
 1. 一、 优惠的美食价格

是不是觉得2500日元 (約175RMB) 5张餐券有点贵？
 本店现在推出套餐菜单，您就会发现，真是物超所值，尽情享受！

另外，大部分店家此次都会推出「balberry八王子」特供菜单，您一定不要错过这次难得的机会！

二、 寻找自己的最爱！

67

都内のホテルの客室不足

ホテル客室稼働率

東京：86.3%
大阪：89.8%

↓

大都市におけるホテルの
客室・人手が不足
サービスの低下

出所:観光白書

68

訪日外国人による「おもてなし」不満ランキングTop5

外国語サービスが少ない	39%
無料Wi-Fiの整備が遅れている	31%
飲食店の食券システムが分から...	19%
飲食店で食べ方を教えてくれない	17%
現金しか使えない店が多い	15%

〔出所〕日本経済新聞
おもてなし「ニッポンココが残念」外国人100人に聞く

69

八王子の現状

留学生数 約3000人

〔出所〕日本学生支援機構

70

奨学金を受給する留学生 =受給条件に追加

通訳・翻訳志望の留学生 =インターンシップ

71

八王子市での中国人平均予算

中国人1人当たり 旅行支出額	231,753円
	÷
中国人平均滞在日数	5.9日
中国人1人当たり 1日の旅行支出額	= 39,280円
超短期 (半日)	39,280 ÷ 2 = 19,640円

中国人1人当たり旅行支出額出所：観光庁
<http://www.mlit.go.jp/common/001066481.pdf>
中国人平均滞在日数：観光庁
<http://www.mlit.go.jp/common/001084273.pdf>

72

八王子駅前の大手ホテル年間外国人宿泊数 19,371人
6割が中国人:11,622人
11,622人 × 19,640円 = 228,256,080円

八王子市に他の3つの外国人が宿泊するホテル
1館に一日中国人が30人来る → 年間:10950人
10,950人 × 19,640円 = 215,058,000円

八王子市の他の3つの外国人が宿泊するホテルの総額
215,058,000円 × 3 = 645,174,000円

八王子市の総額
645,174,000円 + 228,256,080円 = 873,430,080円

約9億円

73

八王子市の紹介文

「世界各地から登山客が集まる山」

「宿場町八王子の歴史」

「宿場町八王子マップ」

SHUKUBA-MACHI
HACHIOJI

74

欢迎来到八王子
八王子距离东京都心大约有40千米的行程，人口有大约58万人，是多摩地区最大级别的城市。

【受到世界各地登山客喜爱的山】
八王子市的高尾山是米其林三星级景区。高尾山有很多自然原生林，栖息着多种多样的野生动物、野鸟等，自然人文景观丰富，是世界知名的旅游景点。高尾山的山顶设有称为“十三州大见晴台”的展望台，在能见度良好时可以眺望富士山，甚至连横浜和东京都心的高层建筑也能一目了然。这样绝美的景色让人一生难忘。

【八王子驿站的历史】
在大约200年前的江户时代，八王子市作为甲州街道的驿站之一而闻名于世。现在，作为连接关西与东京的驿站，再次收到了外国人游客的青睐。请一边品味历史余韵，一边享受八王子的现代风情吧！


【八王子驿站的导游图】
该导游图是为了让大家能够在八王子愉快地购物与用餐而制作的。八王子市中心的商业街，有药妆店，大型商场，家用电器店等，其中大部分商店还可以享受免税。这样的八王子是不是让你充满了购物欲呢？

另外，在八王子车站附近有很多好吃，有个性的餐厅。烤肉、寿司、乌冬荞麦、天妇罗、烤串、日式火锅、咖啡厅和酒吧等日本料理和中华料理，种类丰富，任君选择。还有，在当地人气非常高的八王子拉面，这个味道在全国各地都非常有名，有机会的话一定要尝试一下哦！非常遗憾，这份导游图不能为您介绍八王子所有的美食，但是在导游图上的店铺都是由居住在八王子市的中国留学生所精心推荐的，希望大家会喜欢！

75

SNSによる宣伝方法

「宿場町八王子」の専用HPを WEIBO上に作成する



76

Q:誰が作成するの？
A:留学生と日本人学生

Q:どうやってその制度を伝えるのか
A:紙媒体による広告を店頭で置く

Q:店側のメリットは？
A:再来店の見込みにつながる

Q:中国人のつぶやくメリットは？
A:お店に行った際に情報発信するとクーポンやサービスを受けられる

77

超短期滞在型訪日客

市内で買い物、食事をしたりするのは
「数時間」

旅行者の目的はあくまで
「買い物・食事」であるため
市内の治安悪化には繋がらない

日本ツアー参加者は家族連れが多く、
富裕層が多い
→悪質な犯罪行為に及ぶリスクは低い

78

提案概要

民泊制度を活用し

市内の**産学官**が協力し


安く**素泊まり**できる

外国人向け**木賃宿**を整備する

79

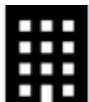
運営体制

Step1





行政

条例制定
書類申請のサポート



企業


不動産物件の仲介


80

運営体制

Step2




木賃宿



**美大生
市内のデザイナー**

DIYで和風に改装



日本人学生・留学生

イベント開催時の
スタッフ

81

DIY(Do it Yourself)

美大生・市内のデザイナー



ウォールステッカー

100円ショップ等で入手可能



柄布の障子にアレンジ

大型家具店で入手可能

82

期待される効果

83

中心市街地・市

期待される効果

- ・ **中心市街地**の飲食店にも
経済効果が及ぶ
- ・ **産業振興**につながる
- ・ **宿場町八王子**としての
知名度が浸透

84

市を訪れる外国人観光客

期待される効果

- ・ **都心や東京近郊**の観光名所に
アクセスしやすい
- ・ **比較的安価**に滞在できる
- ・ **日本文化**が手軽に体験できる

85

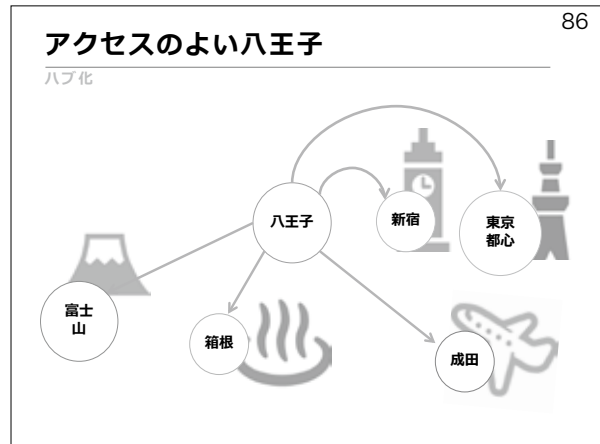
学生
期待される効果

【日本人学生】

- ・外国人と触れ合える
- ・語学を学べる

【留学生】

- ・貴重なアルバイト手段
- ・日本への理解がより深まる



審査委員のコメント

プロローグが効果的！
調査から戦略まで十分に検討している。
他の自治体へのヒアリングはGOOD！
観光政策についての研究がほしかった。
中国人以外にも重要。

総合的な街づくりの観点からも検証すべきか。

現在の宿場町の定義をもう少しわかりやすく。

最近の爆買いは、中国人だけではないと思う。他の外国人への対応は？

分析がよくできている（具体的でわかりやすい）。
問題点の整理は見事である。
ただし、報道にでたことと、内容の充実さは一致しないかもです。
具体的施策がマップのみであり、さらなる深度が求められる（民泊は、ことばだけ？）。

（良い点）着眼点が明確で、分析もしっかりされている。
（課題）都心で集中してお金をつかいたいという思考に対して、都心部では手に入らない八王子の個人経営店の良さを知らないと、お金をつかう方向につながらないと感じた。

八王子市の現状分析や行政への提言など、超短期滞在型外国人観光客向けの取り組みを確実に進めている点が評価できます。
プロジェクト自体にはたくさんのこだわり、工夫が見られ、メディアの注目も集めているようですが、果たしてどれだけのインパクトがあるのか、数字としての説得力にやや欠ける印象です。華やかさだけでなく、地道な広がりについても意識されると、持続性が高まると思います。

問題意識が高く、対応策も素晴らしい。
継続性など体制作りがポイントになると感じられた。

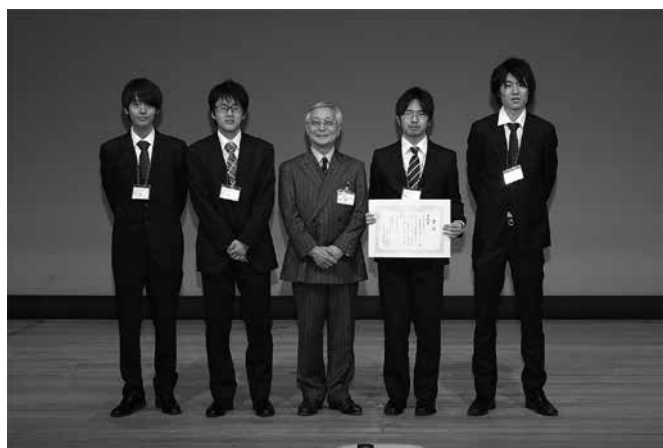
No.2

東京経済大学 尾崎ゼミナール

奨励賞

障害者が活躍するまちづくり

社会参加を実現する仕組みづくり



メンバー

代表者

猪瀬達也

川上迪信、坂本達也、松岡大輔、山口敦也

石川拓実、尾崎郁弥、垣原明日香、神田憲太郎、高橋英暉、立花征駿、外山正倫、

平尾政人、福井英俊、山口壘、渡辺光

指導教員

尾崎寛直

発表概要

障害者が地域の中で自立生活を送るには様々な社会的課題がある。例えば、健常者との間に賃金に大きな格差がある、社会参加の機会が少ないといった課題が挙げられる。そのため経済面や生活面等さまざまな側面から障害者を支援する仕組みの整備が今求められている。

東京経済大学尾崎ゼミナールでは、このような課題に対して3つの視点からアプローチを行い、課題解決を図ることを立案した。同時に、多摩地域のリソースの活用や地域課題解決を図ることも目指し、どれも地域密着型の取り組みである点が特徴である。

障害者の経済的自立と、地域との交流の促進に取り組む「どーむ班」、農業を通じた就労支援と、耕作放棄地の利用促進に取り組む「Ohana班」、スポーツを通じた社会参加と、障害者スポーツの醸成に取り組む「スポーツ班」の3班をつくり、それぞれの視点から障害者の社会参加を実現する仕組みづくりを行い、多摩地域から全国へ「障害者が活躍するまちづくり」のモデルを示す。

<どーむ班の取り組み>

1. 活動目的

現在、地域の中での障害者の生活は、「自立」ではなく「孤立」の状態だといえるだろう。多くの障害者は自宅と施設との往復のみの生活となっており、社会とのつながりが希薄である。また、障害者と健常者では同じ地域内でも賃金に格差があり、障害者は低賃金ゆえに経済的に自立するには困難な状況であり、市場から完全に隔離された、税金によって支えている世界におかれている。障害者は地域の中で、生活面、経済面ともに健常者とは異なる世界に存在しているため、こうした障害者の問題自体が誰にも問題視されず、置き去りにされている。

そこで私たち学生が媒体となり、障害者と地域をつなげ、地域の中で障害者が自立していくための活動をはじめた。私たちの課題解決の手段は、大学で学んだ経済学・経営学の知識を活かして障害者がつくった製品を地域に広め、賃金向上や雇用拡大につなげていく方法である。そのため営利活動を行ってプロジェクトを進行させている。しかし、単なる利益追求のためのプロジェクトではなく、障害者が地域の中で自立生活を行える環境を整え、同時に社会参加を促進できるようなビジネスモデルを確立させることが目的であり、これは、社会的課題を市場として捉え、ビジネスの手法を用いて課題解決を図るソーシャル・ビジネスである。

2. 活動内容

主たる活動は、「デモ販売」である。デモ販売とは、地域の障害者と一緒に大学内や地域内において、福祉事業所が製作したシフォンケーキやクッキー等の菓子類、工芸品などの自主製品を販売するプロジェクトである。

ただ単に販売するだけでなく、販売場所の顧客のニーズに合わせた商品の売り方や、商品の選定についても助言している。そして、そこではどのような商品が求められているのかを、アンケート等を用いたマーケティングリサーチをして、その情報を基に新商品の開発をしている。現代

ビジネスの基本であるこれらの活動は、従来は福祉事業所の職員が行っていたことであるが、障害者の心身のケアがメインの業務である職員にとっては負担が大きく、取り組みが不十分であったり、全く取り組んでいなかったりといった状況であった。

そこで、経済学・経営学を学んでいる私たち学生の専攻分野を活かすことによって、従来にはないような発想で自主製品の開発や販売を行うこととした。職員は障害者の心身のケアは得意であるが、ビジネスは不得意なため、ビジネスについては得意とする学生が担い、学生にとって難しい心身のケア等生活面の支援は、職員が担うという仕組みである。つまり、互いに自身の得意な分野へ特化することにより、生産性が増大し、障害者の生活面の支援とビジネスの双方において、より高品質のサービスをより多く提供できるようになる。

具体的な事例を紹介する。例えば、従来の自主製品の販売では、障害者の親族や知り合い、福祉関係の職場に勤める方など、身内での購入が目立っていた。そこで、学生や地域の方々といった幅広い層に、自主製品について認知させるための宣伝活動を行った。駅前や学内でのチラシ配りや立て看板の設置、ポスターの掲示などを実施。若者にとって身近なTwitterやブログといったSNSの活用を開始した。店頭では、商品の魅力を分かり易く伝えるPOP作りを行ったり、店舗装飾にこだわったりと、道行く人の興味を引くようなものにした。

多摩地域のリソースを活かした取り組みとしては、国分寺市や小平市の特産品であるブルーベリーを活用した商品『ブルーベリーシフォンケーキ』の開発が挙げられる。この商品は、障害者とその支援者たちのパン・菓子づくりコンテスト「チャレンジドカップ」において最優秀賞である大賞を受賞したもので、穫れたてで高品質な地元の食材だからこそ作れる商品である。農園の作業を障害者がお手伝いすることにより、地域の農家とのつながりの構築も同時に行っている。

また、一つの事業所だけではなく、多摩地域にある各福祉事業所の訪問取材を進めている。各事業所の基本データや特色、強みを把握して、優れたアイデアを吸収すると同時に、多摩地域において「福祉のネットワーク」を構築することを目指している。これは、各事業所の情報を共有して、事業所ごとに特徴や強みを活かした仕事を割り振り、多摩地域全体で一事業所ではできないような規模の大きな仕事、安定した仕事の受注を可能にしたり、事業所同士のコラボレーションを促進させ、各事業所の得意な分野(=より機会費用の少ない財の生産)への特化で、それぞれの労働生産性が増大したりする仕組みである。

3. 活動成果

毎月のデモ販売では100個以上の製品を仕入れているが、売れ残りを出さず完売させており、販売数量の増大に寄与している。新たな販路を確保することを行い、具体的には丸井、マルエツなどの商業施設や国分寺市の公共施設、地域のイベントでの販売を現在までに実施している。ここでも好評であり、今までになかった幅広い層の顧客に製品を広めることができた。初めて購入した顧客から、「おいしかったから、会合の土産品として採用したい」といった具合に、このデモ販売から新たな仕事の獲得にもつながっている。

このように市場で通用する商品であれば、福祉の世界だけでなく地域社会でも応援され、市場を通して商品が広まり、売上アップによる利益増大、賃金上昇・雇用拡大という経済の好循環が発生し、資本主義経済の美点を享受できるのである。

新商品の開発では、学生のニーズに合わせ「低価格・おしゃれ・食べやすさ」を重視した『カップシフォンケーキ』を開発した。従来の商品では学生にとっては価格が高く、なかなか手がださせないものとなっていた。学生にとって親しみやすいデザインにし、持ち運びやすく、女子学生にも食べやすい小分けタイプのものとした。この商品により、値引きといった利益率を下げる行為をせずに、学生の購入率を増加させることに成功した。

デモ販売を行うことにより、ゼミ生と一緒に障害者が自ら販売に立ち会うことにより、学生や地域の方々と直接交流する機会を創出できた。デモ販売を通して、地域の中で障害者が働き、地域社会の一翼を担っていることを知らせることで、人々の障害者への理解は一層深まってきていると確信している。

「次のデモ販売で、大学を訪問することが楽しみです」と私たちに話した障害者がおり、自宅や施設といった従来の行動範囲にとどまらず、外部に出たいという意識が高まったと考えられる。デモ販売を通じて、仕事のやりがいを知ったり、コミュニケーション能力を身につけたりしてエンプロイアビリティを高め、地域の企業への就労支援にもつながっている。

4. 今後の展望

まず、今回の事例を基に、地域の特性をリサーチして、地域に合わせた営業戦略を採り、地域に密着したビジネスを今後とも展開していく。また、特産品活用などの多摩地域のリソースを活かした企画を、より積極的に進めていきたいと思う。

次に、事業所訪問を進行させ、「福祉のネットワーク」構築を強力に推進していきたい。各事業所の特色・強みを活かして、情報の集約と共有を行って、一事業所の利益最大化だけでなく、多摩地域全体の利益最大化を図りたいと考えている。

私たちと類似の活動をしているNPO法人や大学があることがわかったため、どのような取り組みを行っているのか調査して、意見交換やコラボレーションを実施したいと思う。現在の私たちの活動を発展させ、多摩地域の福祉の力を集め、地域一丸となり課題解決することを目指している。

<Ohana班の取り組み>

1. 活動目的

現在、障害者が就労継続支援B型の事業所で1か月フルタイムで働いた時の工賃が14437円であり、障害者が自立して生きていくには到底足りない金額である。こうした現状を改善するためには障害者の賃金向上の達成を図る。

また、農業従事者が減り、日本の農業が衰退する一方、近年、農業を通じた就労支援が障害者にとって非常に適しているといった新しい考え方が広がりつつある。そこで国分寺市内のNPO法人と提携し、ボランティア兼実地研修を行い、農業が障害者就労にとってどのような意味を持つのかを研究する。

2. 活動内容

国分寺市にあるNPO法人Ohanaは、農業を通じた障害者就労支援を行っている団体であり、私たちは、この団体と提携し販路拡大の一端を担っている。

大学生協内販売では、生協内の1コーナーに売り場を展開し、販売している。その中で納品から売り場管理まで一括して学生が行っている。売り場では地域の障害者の方たちの活動をわかりやすく伝えることによって学生にも障害者に関心を持ってもらえるような工夫をしている。また季節ごとの装飾を施し、学生や教職員の興味を引くような売り場づくりを心掛けている。

また、デモ販売では、Ohanaの農園で採れた無農薬野菜を販売している。ただ野菜を学生に売ることは難しいため、野菜の魅力を伝え、学生の購入を促す。しかし、購入する人は限られてしまっているので、更なる売上げを目指して新商品開発に着手した。

3. 活動成果

大学生協内販売では一個180円のパウンドケーキを販売している。この商品は生協内でも大好評であり、毎週完売している。またデモ販売ではOhanaの野菜を使用した新商品を販売、野菜単体だけでは購入をためらっていた学生も客層として取り込むことができた。

4. 今後の展望

生協内販売では消費者に対し商品の特徴、意義をわかりやすく伝えて理解を深めてもらいつつ、商品開発することによって新しい客層の獲得を狙いたい。また現在の販路だけでなく新しい販路も今後開拓し、障害者の賃金向上につなげていきたい。

<スポーツ班の取り組み>

1. 活動の目的

就労が困難であり、常に生活支援が必要とされる重度の知的障害者に向けた社会参加の機会が少ない。そこで、私たちは「スポーツ」に着目した。それは、ルール次第で誰でも楽しむことができるからだ。また、プレーしているとき、体を動かすと同時にいろいろと頭を使うことにより、知的障害者にとって心身ともに良い刺激を受けられると考えた。

スポーツは、言葉を使わずとも同じフィールドに立つことによりその場の雰囲気などを感じ取り、気持ちを通わせることができる。スポーツを通して、集団の中での自分の役割を認識し、自己存在意識をしっかりと実感することにより、障害者自身に社会の中での役割や存在を認識させ、社会参加に繋げることが可能である。

しかし、障害者スポーツが地域の中でほとんど普及しておらず、認知度が低いことが問題となっている。私たちは障害者スポーツを地域の中で醸成させることによって、重度障害者の社会参加の機会の創出を図る。

2. 活動内容

私たちが一番大切にしていることは、スポーツそのものを純粹に楽しむということである。スポーツを通して、心のどこかに熱くなれるモノを共通して感じ取ることにより、言葉は使わずに気持ちを通わせることが出来ると考える。そのため、障害者スポーツにも競技性を多く取り入れたルールを作成するなど、スポーツが本来持つ力を障害者が確実に享受できるような仕組みづくりを行っている。また、知的障害者にとってわかりやすく、飽きさせないようにルールを改良することも行っている。

主に週1回ほど国分寺市障害者センターでのレクリエーション、スポーツの時間にボランティアとして参加しサポートを行っている。また、障害者スポーツについての勉強会やスポーツボランティア、障害者ボランティアなどにも参加している。

3. 活動成果

ボランティアや勉強会での経験を活かし、国分寺市障害者センターとのコラボ事業として、私たちが企画した「スポーツ大会」を開催した。

障害者スポーツを実際に体験したり、障害者スポーツの魅力や面白さについて研究したりして、自らが地域における障害者スポーツの牽引役となり活動している。

4. 今後の展望

国分寺市障害者センターとのコラボ事業での経験を踏まえて、「スポーツ大会」を再度開催したいと考えている。今度は多摩地域全体で、施設や障害者団体対抗戦として開催して、地域全体の障害者スポーツの機運を高めたい。

就労が困難な重度障害者に、「スポーツ」という社会参加の機会を創出することによって、重度障害者も地域に参画する社会をつくっていききたい。

1

障害者が活躍するまちづくり ～社会参加を実現する仕組みづくり～

東京経済大学 尾崎ゼミナール

2015年11月14日

エントリーNo.2

2

知的障害者の現状

企業での知的障害者の雇用は進まず、施設で生活する方が多い

多くは非雇用型の就労継続支援B型施設で働くが、工賃が低い

障害者雇用における三障害の割合

■身体障害 ■知的障害 ■精神障害

障害の種類	割合
身体障害	76%
知的障害	20%
精神障害	4%

平均賃金・工賃 (円)

出典：厚生労働省

雇用形態	平均賃金・工賃 (円)
一般雇用	264000
就労支援A	72000
就労支援B	13000

3

知的障害者が社会参加するまちへ

- 知的障害者の中でも、障害の程度はひとりひとり異なる

健常者とほとんど能力に違いがない方

一日中介助が必要な方

4

活躍の仕方は人それぞれ

- 社会参加の「かたち」は、一つではない!

さまざまな面から障害者をサポートする仕組みづくりが必要

5

3つの視点からアプローチ

- どーむ班**
 - 経済的自立を促進
 - 地域との交流を促進
- Ohana班**
 - 農業を通じた就労支援
 - 耕作放棄地の利用
- スポーツ班**
 - スポーツを通じた社会参加
 - 障害者スポーツの醸成

6

I.どーむ班の取り組み

～福祉と経済、お菓子で結ぶ～

7

私たちのアプローチ


- 国分寺市障害者センター「どーむ」と連携
- 学生の専攻分野である経済・経営の知識を活かした、学生ならではの販売戦略を実施

大学の授業やゼミで学んだことを実社会で実践してみることで、課題解決を図る。

賃金向上、雇用拡大につなげていく

8

デモ販売①大学での販売



マーケティングリサーチ



- アンケートを実施等を通じて、リサーチを実施
- 顧客と障害者の双方から情報を収集

プロダクト

- リサーチを反映した新商品の開発
- ターゲット設定等の営業戦略の策定


プロモーション

- イベント企画等を通じた販売促進企画
- SNS等を活用した積極的な広告宣伝活動

9

デモ販売②地域での販売




プレイス（地域社会への展開）-----

公共施設での販売

- 地域の方々とコミュニケーションの充実

商業施設での販売




- 障害者が作った製品が市場で通用することの確認



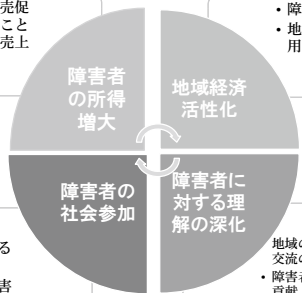
10

地域のリソースを活用

- 国分寺市や小平市で収穫されたブルーベリーを使用したスイーツの開発
＝地元の特産品を活用
- 農園の作業を障害者がお手伝いすることにより、地域の農家とのつながりの構築


地域内で様々な好循環が発生



- 販路拡大や販売促進活動を行うことなどによって売上が増加
- 障害者の消費増大
- 地域の特産品の活用
- 地域経済活性化
- 障害者の社会参加
- 障害者に対する理解の深化
- 地域の方々や障害者の交流の場の増加
- 障害者の地域社会への貢献
- デモ販売による地域での活動
- 企業等への障害者就労の広がり

12

デモ販売とは



- 大学内でお昼休みの時間に
- 障害者が作った自主製品を
- ゼミ生と障害者が一緒になって販売を行う

プロジェクト

13

学内販売の問題点

- 学生をターゲットにしていたが、教職員の購入率のほうが高い

	クッキー	シフォンケーキ		
		バイン	クランベリー	紅茶
女子学生	4	6	3	3
男子学生	5	8	4	2
職員	6	22	15	13
総数	20	36	22	18

↓

学生に向けた新商品の開発

14

リサーチの結果

学生の声

- 価格が高く、なかなか手がだせないー
- シフォンケーキが食べづらい、手が汚れちゃうー
- デザインが良くないー

15

新商品開発Part.1

これらの意見を踏まえて「スコーン」の開発に着手

完成イメージ

16

実際に作ってみた結果

- 原価、製作工程、味などそれぞれに問題があり、製品化できなかった...

17

新商品開発Part.2

- 学生のニーズ

- 低価格
- おしゃれ
- 食べやすさ

18

開発の課題


- 値下げ要望に応えたいが値引きといった行為は、利益率が下がってしまう
- 新たな製品を作るには障害者の負担が大きく、生産性が低下してしまう

私たちの目的である「障害者の賃金向上」が実現できない！

19

強みを生かした商品へ

どーむのリソースを有効活用することに！
 ・障害者が作り慣れていて、
 地域で定評のある商品「シフォンケーキ」
 を活かした商品開発を実施した




21

カップシフォンケーキの特徴①

学生にとって
親しみやすいデザイン

持ち運びやすい
カップインスタイル

学生のニーズを
全て満たす商品

女子学生が食べやすい
小分けタイプ

お金の無い学生にも
手が届く価格設定

22

カップシフォンケーキの特徴②

利益率を確保

- ・ボリューム感を出しつつ、従来のシフォンケーキより容量を減らして低価格を実現したため、従来のシフォンケーキと利益率は変わらない

生産性の維持

- ・シフォンケーキのレシピ自体は従来と変わらないため、新しい作業を覚えることが苦手な知的障害者にも優しく、従来通りの生産性を維持できる

23

再びリサーチ

カップシフォンケーキの購入者
 ■学生 ■教職員

結果は...
 他の商品に比べ、
 学生の購入率が
 高かった！

20%

80%

	クリスマス クッキー	アンダースの塩 クッキー	シフォンケーキ				カップ
			チョコ	クランベリー	紅茶		
女子学生	2	0	10	0	2	14	
男子学生	6	0	3	1	1	10	
職員	12	10	11	13	9	6	
合計	20	10	24	14	12	30	

24

今後の展望

- ・今回の経験を活かした、顧客層や販売場所に応じた商品開発や販売戦略の立案
- ・常設販売の実施
- ・私たちの活動意義をどう伝えるか
- ・障害者と健常者のより深い交流

「はたらく」ことを通じて、
 知的障害者の社会参加を促進させる

25

II .Ohana班の取り組み

～地元NPO法人とのコラボ～



26

多摩地域の農業従事者の現状

多摩地域の
農業従事者年齢内訳

10代	2%	20代	5%
30代	9%	40代	17%
50代	18%	60代	22%
70歳以上	27%		

固定資産税の値上げが検討されている...

+

都市開発圧力

➔

今後農家が減ることが予想される

➔

障害者就労が農業を救う!!

■出典 「農林業サンセス」 (2000年)

27

障害者が農業をするメリット

仕事面

- 障害の特性に合った、多様な仕事がある

精神面

- 育てる喜び達成感による情緒安定

28

農業を活用した就労支援施設

NPO法人Ohana



国分寺市の耕作放棄地を農園として利用し、農業を通じて障害者就労を行っている団体。畑で収穫した無農薬野菜を加工、地域に販売を行っている。




29


コラボ事業① デモ販売

- Ohanaの農園で作られた野菜や、それを加工した製品を利用者さんと一緒に販売。
- 朝に地元で収穫された野菜を、その日の内に地元で売る、究極の地産地消を実現。

しかし実際に販売してみて…

↓

売れ残りが発生した!




30

売りが上がらない理由

- 講義などに野菜を持っていくことに抵抗がある
- 帰るときにはしなびてしまう
- 料理方法がわからない

↓

これを解決するために…
Ohanaの野菜を使用した新商品開発を行った。



31

新商品開発

第一弾
スムージー

若者に人気で学生人気が高く、売上アップにつながる。しかし変色が激しく、原価率が高いため×

第二弾
アップルミントソーダ

炭酸の爽快感と氷の冷たさがマッチし、季節の夏にぴったりの商品になった○


➡

アップルミントソーダを販売することに決定！

32

デモ販売での結果

実際に販売したアップルミントソーダは1杯100円で販売したところ用意していた26杯が




見事完売した

実際に作ったもの

33

コラボ事業② 大学内生協販売

- ・生協の1コーナーにOhanaの商品を展開、販売を行っている。
- ・売り場で購買のためのマーケティング、在庫管理等を行う。



34

コラボ事業② 大学内生協販売

昨年度までは120円で販売し、毎週完売していた

しかし

原価高騰のため今年度から180円に値上げ

↓

同様に売るためには工夫が必要!!

35

生協内販売の改善

レジ前から入口入ってすぐの売り場へ移動

商品の納品個数調整

Ohanaの生産性の向上により細かな在庫管理が可能になり、ニーズに合わせた供給を行った。

POPの改良

ゼミ生が実食しその感想をPOPに書くことによって、おいしさが伝わり、購入のハードルが低くなる

36

改善策を行ったことで、売り上げを伸ばしていき


月に130個
売り上げる人気商品に！

昨年度の売上個数（60個/月）を大きく上回る数字を記録した。

37

今後の活動

- Ohanaの商品の個性をよりわかりやすく伝える
- 共同開発によるヒット商品の発案
- Ohanaの活動の意義の啓発
- 商品のさらなる販路拡大

 あくなき販売戦略の追求!

38

Ⅲ.スポーツ班の取り組み

～スポーツで障害の壁を乗り越える～




スポーツ班とは

- ・ スポーツという点から障害者について考える
- ・ 重度の知的障害者を対象としている

就労、スポーツ競技などで
社会参加できる機会が少ない


↓

**重度の方にも楽しめる
ルールの改良が必要**




活動内容

- ・ 国分寺市障害者センター「太陽」でのスポーツボランティア
- ・ スポーツ班企画のサッカー大会



スポーツ班企画サッカー



わかりやすい カラフル

音

↓

飽きさせない仕掛け

的となるピン

スポーツが与えるメリット



社会参加 生きがい

自己存在意識

43

今後の展望

- ・サッカー企画の再度開催
- ・多摩地域全体における合同スポーツ企画の開催
障害者スポーツの機運を高める

↓

スポーツの持つ力を通じて、
重度の障害者も参画する社会へ

44

ご清聴ありがとうございました



審査委員のコメント

タイトルはOK！マチの活性化につながるように。
ニッチビジネス→障がい者のビジネスとしての成功が実現するに十分か？
3つの活動の連動は？
スポーツと障害者の関係をもう少し明確に。
障害者の皆さんの声も紹介して欲しい。社会参加への欲求。

社会的な面と経済効果との検証ができると良い。

学生と障害者という枠を出ていない。
まちづくりのところまでいけていない。

企業での運用が進まない理由を掘り下げで欲しかった。雇用する側の立場（考え方）があるのでどうすれば進むのか？

障害者の方の反応、可能性への言及がほしかった。
知的障害者の雇用が進んでいることへの数値がほしかった。
スポーツでの障害者の活性化については、視点がいい。

（良い点）スポーツ、就労など多様な切り口で参加を考えていること。
（課題）どんな地域をつかっていきたいのかというビジョンが見えにくい。
学生さんを対象にしたビジネス＝あえてシビアな学生さんでモデルを模索。これがプレゼンに見えなかったのがもったいない。

各班とも、商品開発やイベント企画については試行錯誤していて、工夫が見られる点が良かったと思います。
ただ、「社会参加」「地域活性化」のイメージがまだ漠然としている印象を受けました。商品、イベント自体だけでなく、事業を持続的に運営していくための戦略を立てられると良いでしょう。（大手スーパーとの企画などプレゼン内でアピールできたら直説得力があったかも）。

パワーポイントの展開が速過ぎて内容が追えなかった。
地域社会に着目した点が良かった。
障がい者の社会参加が何をもたらすのかに言及してほしかった。

今後も当事者・関係者の意見を聞きながら活動されることで、地域のためになるようがんばって下さい。

No.7

工学院大学 都市デザイン系研究室 野澤研究室

奨励賞

文化を繋ぐはなまちづくり

六者協働によるまちづくり



メンバー

代表者 松永悠平

杉浦美穂、立石峻、柳川貴司、大島楓子、安池美里

指導教員 野澤康

発表概要

*はじめに

工学院大学建築学部野澤研究室は、まちづくりに実践的に関わっていくため、八王子市中町を対象として活動している。中町まちづくり協議会が組織された当初より活動に関わり、いくつかのプロジェクトを行ってきた。今回の発表では、それらに基づいた近況の活動を主軸に発表を行った。

*活動目的

八王子市中町は、貴重な文化資源といえる花街を有している。花街は、芸者置屋などのあつまっている地域のことであり「かがい」、「はなまち」などと呼ばれる。しかし、花街は時代と共に姿を消しつつある。そのような現状において、文化という灯火を失うことなく、いかにまちづくりに反映させていけるかということについて、学生として地域に貢献するべく活動している。

中町花街は、八王子市の中心市街地に位置しており、東京郊外部では、唯一現存する花街である。



*活動内容

まず、中町の現状分析などを行った結果、いくつかの課題点と思われる要素を見つけることができた。課題をまとめると、戦後からの芸妓や料亭数の減少、花街の雰囲気希薄化、知名度の低さ、駐車場の増加などが挙げられる。そこで、それらの課題点を意識し、いくつかのプロジェクトを行った。

- ① 灯りプロジェクト
- ② 花街マップ制作
- ③ お休み処設置
- ④ 甘味プロジェクト

にぎわいの創出

①灯りプロジェクト

実施日：2012年9月～

目的：中町で行われるイベント「おわら風の舞 in 八王子」に合わせ、中町内の黒塀通りなど花街の要素を残しているエリアをさらに花街の醸し出す雰囲気向上させるべく、灯りを路上に設置した。



情報発信の取り組み

②花街マップ制作

完成日：2015年3月

目的：活動を通して、八王子市の方でも中町花街について知らなかったという意見を受け、より多くの方に中町花街について知ってもらうため、中町花街の歴史や現在ある花街等について情報をまとめた中町花街マップの制作を行った。



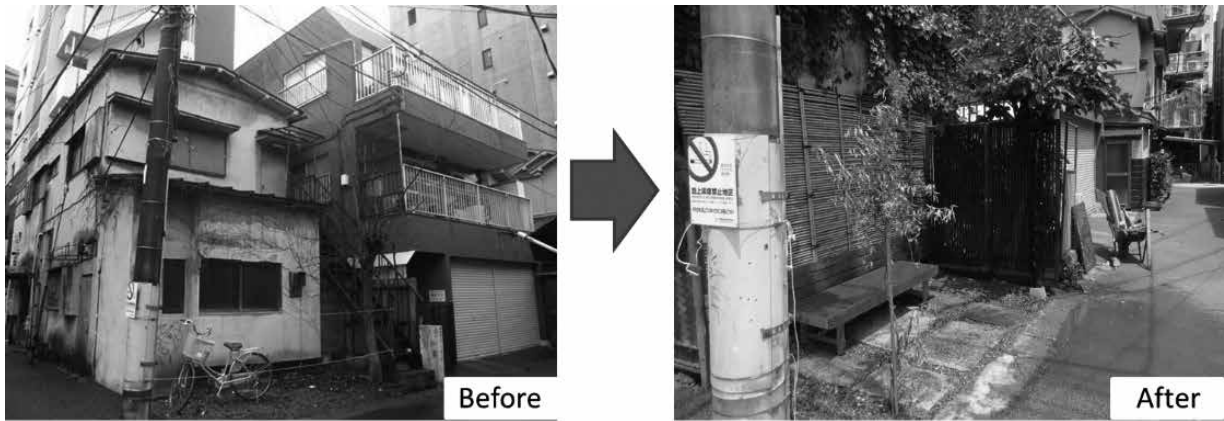
景観保全・創出

③お休み処の設置

設置日：2015年6月

目的：中町内において、ごみが捨てられており、景観上問題と言える小さな空き地が協議会で課題として挙げられた。そこで、その空き地を有効利用するために、学生で空間イメージの提案を行った。その結果、休憩スペースを備えたお休み処として、実際に整備する運びとなった。花街という風情を残しつつ、休憩ができる場所をつくることを目的とし、廃材などを活用し、お休み

処の設置を行った。



にぎわいの創出と中町花街の周知

④甘味プロジェクト(8月カキ氷・9月お団子)



実施日：2015年8月・9月

目的：お休み処の設置に伴い、より多くの方に利用して貰うべく、8月に行われる八王子祭りと9月に行われるおわら風の舞 in 八王子のイベント時に、花街という和の雰囲気にも合わせた甘味の販売をお休み処で行った。

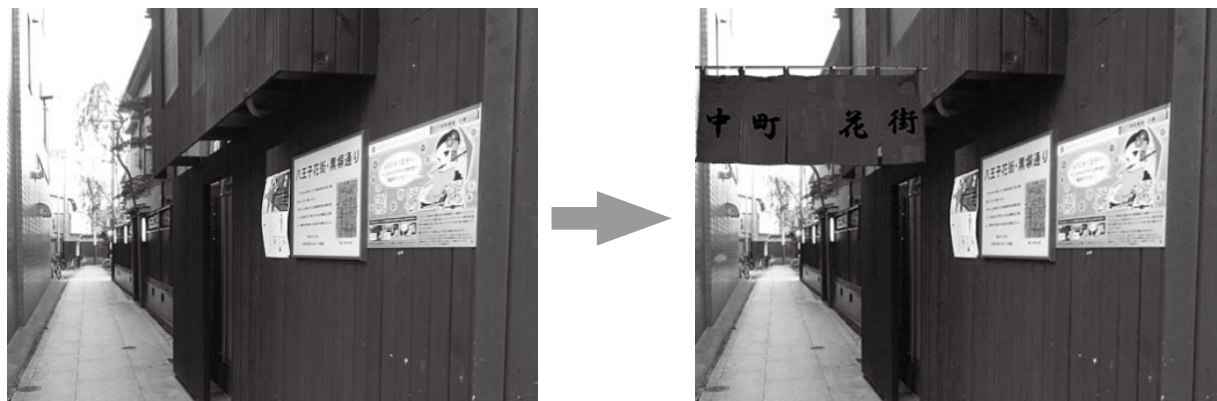
***活動の効果**

活動の効果としては、9月に行われたおわら風の舞in八王子の際、お休み処についてのアンケートを実施した。調査した結果、お休み処に満足したというご意見が多く見受けられた。また、お休み処を増やしてほしいというご意見もあり、今後の参考にしていく。

アンケート調査概要		
実施日:9月19日(土)		時間:16時~20時
調査人数:46人		
対象者		
性別		
男:13人	女:31人	無回答:2人
世代		
20代:6人	30代:1人	40代:1人
50代:9人	60代~:28人	無回答:1人
住んでいる地域		
中町地区:2人		八王子市:25人
都内:9人		その他:10人

*今後の活動について

衰退している中町花街という文化は、今後も繋いでいくべき文化である。そのために私たち野澤研究室は、今後も小さなことから着実にまちづくりを進めていきたいと考えている。また、活動を続けることで様々なアイデアが出てくると考えている。これらの出てきたアイデアを連携させながら、ひとつのプロジェクトとして大きく成長させていきたい。現在、中町花街の場所を知ってもらいたいという目的から「のれんプロジェクト」を考えている。



現段階の大きな目標としては協議会設立当初から話題になっている、駐車場の活用方法について検討している。




*おわりに

私たち野澤研究室は、中町まちづくり協議会に参加させていただいています。今までの活動の中で、協議会の方、中町の住民の方、八王子市役所の方等、数多くの協力をしていただいたことに感謝いたします。まちづくりには終わりはないので、今後も学生として、まちづくりに関わっていきたくと考えているので、よろしく願いいたします。今回、このコンペに参加することができ、貴重な経験を得ることができました。本当にありがとうございました。



Step.0 花街とは 2

- ◆芸者屋(置屋)などの集まっている地域、遊郭、いろまち、花柳街、はなまち。
- ◆料理屋・待合茶屋・芸者屋(置屋)をあわせて、三業といい、花街のことを三業地ともいう。
- ◆かつて日本全国に存在したが、花街は時代と共に姿を消しつつある。
- ◆京都五花街、東京六花街、金沢三花街などが有名である。



Step.1 現状の確認 3

◆八王子市中町花街について

八王子市中町花街は、八王子市の中心市街地に位置している。東京郊外部では唯一現存する花街である。


Google Mapより



Step.1 現状の確認 4

◆中町花街の歴史

- ・明治初期
置屋、料理屋による二業組合が誕生。
- ・昭和4年
織物産業の影響で中町花街の最盛期を迎える。
- ・昭和20年
終戦直前の八王子大空襲により、多くの建物の焼失。
- ・昭和30年代後半
敗戦後に復興するが芸妓、料亭の減少が始まる。
- ・現在
料亭1軒、芸妓17人となっている。



Step.2 資源と課題点の整理 5

八王子市中町花街の資源

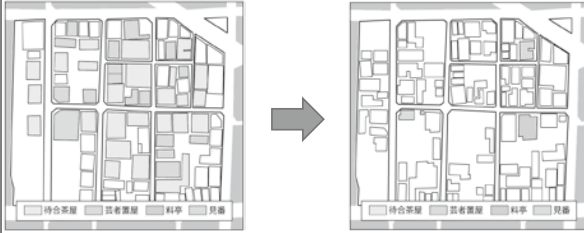
- ◆景観 戦災や時代の煽りを受けつつも、現在まで息づいている中町花街のもつ景観、雰囲気、人々の営みは、非常に大切な資源で中町らしさの中核である。
- ◆文化



芸妓 料亭前の黒塀や石畳

Step.2 資源と課題点の整理 6

◆現存する花街建築と建物用途




昭和40年代前半の花街建築 現在の花街建築

- ◆昭和40年代前半は芸者置屋が15棟、待合茶屋が25棟、見番が2棟
- 現在は芸者置屋が1棟、料亭が1棟、見番が1棟
- 昭和40年代と比べても大半が残っていない。

Step.2 資源と課題点の整理 7

景観的要素

- ◆花街の雰囲気を残すうえで、「黒塀」「石畳」「柳」「路地」が主要要素としてあげられる
- ◆黒塀は石畳沿いに見られる
- ◆石畳はあるが地区全体に広がっているわけではない
- ◆柳も地区全体に植栽されていない
- ◆花街の雰囲気の希薄化が見取ることができる



景観に配慮されている箇所

Step.2 資源と課題点の整理 8

八王子市中町花街の課題点

- ◆戦後から芸妓、料亭数の減少
- ◆花街の衰退
- ◆雰囲気の希薄化
- ◆知名度の低さ
- ◆駐車場の増加

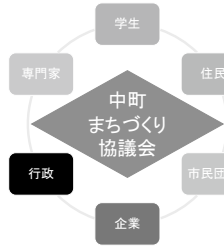


Google Earthより
花街における駐車場分布

Step.3 方針とコンセプト 9

◆中町花街という文化は、今後も繋いでいくべき文化である。そのため私たち、野澤研究室は、まちづくりに関する研究の場所として、かつ実際にまちづくりに関わり、まちに貢献するため、中町地区まちづくり協議会が設立された平成22年より、現在まで協議会に参加している。

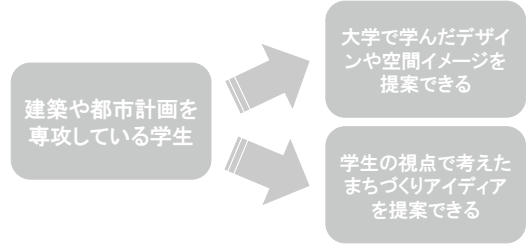
◆6者の連携により、お互いの利点を活かし、幅広い視点や活動スタイル(範囲)の豊かなまちづくり活動を行っている。



Step.3 方針とコンセプト 10

協議会における学生のポジション

◆学生だからこそできることを行い、学生の視点で、考えを提案する。花街文化を繋いでいしつつ、まちの活性化を図ることを目的とする。




11

今までの取り組み

Step.4 プロジェクト 12

◆にぎわいの創出


- ・ 灯りプロジェクト
- ・ 実施日: 2012年9月～
- ・ 目的: 花街の雰囲気をつくっていくため
- ・ 協働: 学生、住民、まちづくりアドバイザー



Step.4 プロジェクト 13

◆情報発信の取り組み

- 花街マップ制作
- 制作日:2015年3月
- 目的:中町花街を多くの方にとって貰うため
- 制作:学生
- 協力:住民、まちづくりアドバイザー



Step.4 プロジェクト 14

◆情報発信の取り組み

- 花街マップ制作過程

学生によるデザイン作成



協議会でご意見をいただく

Step.4 プロジェクト 15

◆景観保全

- お休み処制作プロセス

協議会にて空き地についての議題があがる

↓

しかし

小さすぎるので活用が難しく断念しなければならない

↓

うまく活用するためには?

学生による空間イメージの提案




Step.4 プロジェクト 16

◆景観保全

- お休み処制作プロセス

協議会メンバーによる空間イメージの具体案化 (まちづくりアドバイザー・住民の方)

↓

実現にむけて

土地の管理者の方に使用できるかについて許可をいただく (住民の方)




Step.4 プロジェクト 17

◆景観保全

- お休み処制作プロセス

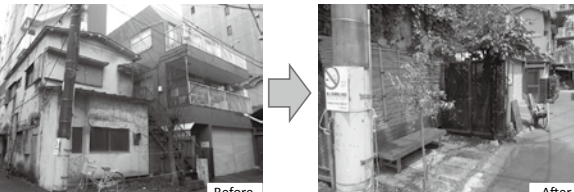
協議会メンバーで制作開始!



Step.4 プロジェクト 18

◆景観保全

- お休み処制作
- 実施日:2015年6月
- 目的:花街という風情を残しつつ、休憩ができる場所をつくるため
- 制作者:学生、住民、まちづくりアドバイザー、八王子市役所
- 協力:材料提供して下さった近隣の住民



Step.4 プロジェクト 19

◆プロジェクトの連携

お休み処の設置 → 活用、周知を図るには? → 甘味プロジェクト誕生!

せっかく作ったので多くの人に利用してもらいたい!

八王子祭りなどイベント時に何かしたい!

Step.4 プロジェクト 20

◆にぎわいの創出と中町花街の周知

- 甘味プロジェクト(8月カキ氷・9月お団子)

協議会は、昨年度まで市役所から頂いていた補助金が期限が切れてしまったので対策を考えたい

そのために

イベントで甘味を販売し、協議会資金へ充てる

具体的には?

学生によるメニューの提案など

お休み処の完成!

甘味プロジェクトに関して住民の方の協力が得られることに!

Step.4 プロジェクト 21

◆にぎわいの創出と中町花街の周知

- 甘味プロジェクト(8月カキ氷・9月お団子)

学生により和の雰囲気考慮した甘味の試作、協議会への提案

学生により販売に向けた準備やポスターのデザイン、当日の販売、運営を行う

Step.4 プロジェクト 22

◆にぎわいの創出と中町花街の周知

- 甘味プロジェクト(8月カキ氷・9月お団子)
- 実施日: 2015年8月・9月
- 目的: 花街中町やお休み処を多くの方に認知して貰うため
- 立案・実施: 学生
- 協力: 住民、まちづくりアドバイザー
- カキ氷431杯(118000円)お団子139皿(27800円)を売り上げる

Step.4 プロジェクト 23

◆駐車場のフェンスを黒塙風にする取り組み

◆まちづくり通信による情報発信

◆お店のシャッターを黒色にする取り組み

◆中町花街絵はぎの制作。

Step.5 活動の効果 24

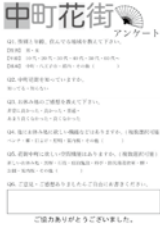
中町花街アンケート実施

実施日: 9月19日(土)
 時間: 16時~20時
 おわら風の舞
 総数: 46人

Step.5 活動の効果 25

◆目的
 - 空き地を協議会でお休み処として整備をしたが、利用者の方はどのように感じているのかを調査することを目的としている。

◆内容
 - 性別、年齢、住んでいる地域
 - 中町花街を知っているか？
 - お休み処の感想
 - 他にお休み処に欲しいモノ
 - 中町花街に欲しいモノ



Step.5 活動の効果 26

◆お休み処の感想

非常に良かった	17
良かった	16
普通	3
あまり良くなかった	3
良くなかった	0
無回答	7


Step.5 活動の効果 27

◆ご意見

- 非常に良かった
 - このような場所が増えるといいですね
 - 雰囲気が良かったです
 - 休憩所はイベントに必要ですね
 - 若者の接待
- 良かった
 - 黒塀に負けない和風の風景があるととても良い
 - 素敵な方々との出会いでした
- 普通
 - 場所がわかりにくい
- あまり良くなかった
 - 場所がよく分からなかった
 - 場所がわかりにくい所

Step.5 活動の効果 28

- 花街マップ関連
 - 八王子の観光案内所に置かせていただき、すぐになくなった。
 - マップを持って、中町花街に来てくださる人が出てきた。
- TV関連
 - 地元テレビで紹介された。
 - 中町花街をモデルにした「東京ウエストサイド物語」ドラマが撮影・放送される。
- 住民の方々の意見
 - 中町の風情にあったお休み処ができて良かったです。
 - お休み処でイベントがあるとにぎわいが出ていいですね。



Step.6 今後の展望 29

◆小さなことでも着実にまちづくりをしていく
 ◆活動をつづけ、プロジェクトの連携もはかりつつ、プロジェクトを大きく成長させていく



写真はイメージ図です。

Step.6 今後の展望 30

◆現段階の大きな目標として、協議会設立当初から、話題になっている駐車場の活用を図っていきたい



ご静聴ありがとうございました！

審査委員からのコメント

八王子の特定の掘り起こし「学生にとって多摩は停留点」、八王子での「花街」の位置づけ、ジャポニズム＝琳派

現状分析を（地図で＝まちづくりに必携）

学生目線が重要、花街に対する市民の目は？

マップはフィードバックを行った。

ハードとソフトを組み合わせ伝統的持続可能性

駐車場の活用（重要、景観を美化できる）

目的を整理してみる必要があると思える。

八王子のまちの中での花街の位置づけをしっかり説明した方が。

実際にお休み処を実現させていることはすごい。熱意を感じます。

ソフト的なイベント、Webの利用などのアイデアもほしかった。

芸妓、料亭の人の意見がききたかった。

（良い点）花街という潜在的な地域資源に着目したのが評価できる。

（課題）お祭りという一過性のイベントだけでなく、住民の日常生活にどう定着させたいのか？という部分を知りたかった。

一般の住民がどう花街を捉えているのかが見えない。

景観保全のためのプロジェクト自体については、協議会との協働やイベント的な要素の盛り込みなど工夫が見られました。

しかも、そもそもなぜ花街という文化、風情を残す「べき」なのか、それは誰のニーズで、何がメリットなのかという前提が不明瞭でした。本当にそれが求められているのか、という裏打ちを示せると良いと思います。

八王子の花街の今後の継続の有無に関わらず、保全していく必要がある点を主調してみれば良かったのでは？

長期的に考えていく視点も必要。

No.9

創価女子短期大学 水元ゼミナール

奨励賞

食育推進プロジェクト

1杯のみそ汁で変わる学生の朝（みそ汁健康プロジェクト）



メンバー

代表者

調莞奈

大西沙奈、薬師寺春海、宮崎美幸、伊藤由美子、萩原菜月、坊美優、
成瀬光子、町田紀子、猪又由美子、奥原美津貴、田原良恵、佐々木葵、長坂万由子、
竹内和美、井上咲季

指導教員

水元昇

発表概要

活動の目的

- ① 現代の学生は「食」や「健康」に対する優先順位が低いため、その重要性を認識し、地方から集う女子学生の食に対する意識向上を目指すプロジェクトである。
- ② 朝食をなかなかとらない学生に、一日のスタートを健康的に切ることを計画した。
- ③ 具体的には栄養バランスの良いお味噌汁にスポットを当て、忙しい朝に、母の有難さを思い出すようなプレミアムなお味噌汁を日替わりで学食で安く提供する。
- ④ 食と健康の大切さを感じられる気づきを提供したい。
- ⑤ 具材に多摩地域の野菜や特産物を入れるなど、多摩の魅力をアピールする。
- ⑥ 朝食の習慣化が出来れば、多摩地域を元気にできると考えた。

みそ汁を選んだ理由

体を温め目覚めさせる効果があること、日本の伝統的な母の味であること、みその中に含まれているタンパク質やそれぞれの野菜に含まれている栄養素を一度にたくさん取れるなどの様々な利点があり、みそ汁は心身ともに元気になれるスーパーフードだと考えたため。

活動内容

対象：創価女子短期大学に在学している学生全員

期間：試験期間として1週間とした(第1弾・第2弾共に)

連携団体：学食を提供してくださっている株式会社グリーンハウス様

みそ汁の具材に関しては、学生で独自に栄養素や旬の食材を調べてメニューを考えた。

今回、創価女子短期大学内で行い、女子大ということで、プロジェクト名を「1杯が奏でる健康リズム 今日からあなたもみそスープ系女子」とした。

【第1弾で実際に提供したメニュー】

日付	メニュー名	具材			
1日目	ナイスバディお味噌汁	さつまいも 大根 人参	豆腐	セロリ	ゴボウ
2日目	カゼ菌バイバイお味噌汁		白菜	茄子	長ネギ
3日目	秋を奏でるお味噌汁		かぼちゃ	キャベツ	小松菜
4日目	玉手箱お味噌汁		こんにゃく	ほうれん草	かぶ
5日目	ピッチピッチお味噌汁		こんにゃく	チンゲン菜	えのき茸

時間：朝8時から9時まで(1限始まるまでに1日のスタートを健康的に切るため=活動の目的②)

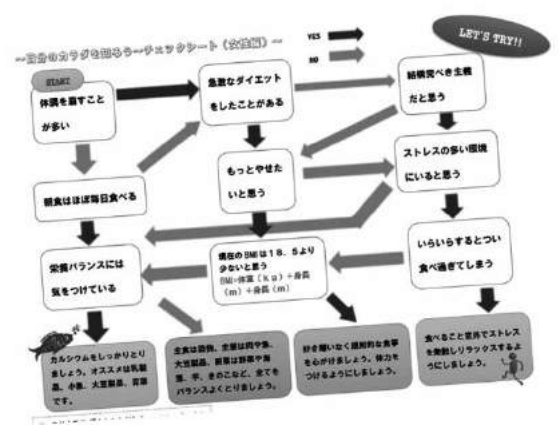
食数：50食

彩りを考えて旬の野菜6種類の具材を入れることにより、具たくさん感が出て、女性に嬉しいメニュー名にすることで利用者数増をはかった。

また、この活動を行うにあたってただみそ汁を食べてもらうだけではなく、あたたかいみそ汁

を食べて体感してもらい、配布したカードで栄養素や旬の野菜やレシピを知ってもらい（学ぶ）、実際にそのレシピを参考に作ってもらい、食べる習慣をつけてもらいたいと考え、カードを作成した。

もう一つ学ぶの要素として、自分の体に何が足りていないかということを知ってもらうために簡単に行えるチェックシートを設置した。



【第2弾で実際に提供したメニュー】

日付	メニュー名	具材				
1日目	筋肉モリモリ お味噌汁	ねぎ 大根	卵	玉ねぎ	じゃがいも	まいたけ
2日目	便秘解消 お味噌汁		水菜	わかめ	里芋	えのき
3日目	疲労回復 お味噌汁		もやし	ほうれん草	油揚げ	にんじん
4日目	女子カアップお味噌汁		小松菜	豆腐	白菜	さつまいも
5日目	プレミアム豚汁		豚肉	ごぼう	こんにゃく	かぼちゃ

第1弾では多摩地域でとれた野菜を使用できなかったが、交渉により第2弾では多摩地域の野菜をメニューの中に入れることが出来た。⑤(ねぎ・小松菜・ほうれん草・里芋)

1日のスタートを健康的に切るために朝8時から9時に設定していたが、利用者の要望により朝10時まで延ばし、利用者増をはかった。(食数も増やした)

第2弾では、学ぶの要素として第1弾との差別化をはかるために、新たに「ワンプレートディナー」を作成し、食育の質の向上をはかった。

活動の効果

活動期間中にとったアンケートでは、自らの健康について考えることが出来た、朝から頑張れるとの声を頂いたり、配布したレシピを参考にして実際に家で作っている方もいたので、私たちが考えていた「食べる・学ぶ・作る」の3ステップが実現できた。

今後の展開

この活動に興味のある後輩が引き継ぎたいとの声を活動中に頂いたので、引継ぎを行い、これからは学生のためのターゲットではなく広く知ってもらうために活動していきたいと考える。また、他団体との連携も考えている。

参考文献


- [1] 内閣府 大学生の食に関する実態・意識調査報告書

エントリーNo.9

1

食育推進プロジェクト

～1杯のみそ汁で変わる学生の朝～



創価女子短期大学 現代ビジネス学科
水元ゼミナール

2

多摩地域を元気にすること

地域の人々を元気にすること

3

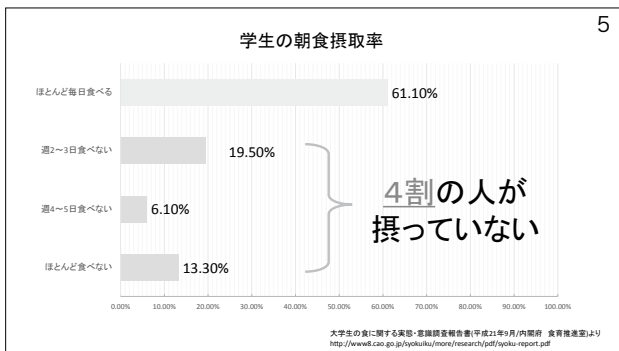


4

創価女子短期大学で

『1杯が奏でる健康リズム
今日からあなたもみそスープ系女子』

を開催！

6

Green House 様とのコラボレーション企画で

『野菜たっぷりプレミアムみそ汁』を販売



プロジェクトの概要

期間：10月27日～11月2日
(平日のみ5日間)
時間：午前8:00～9:00
場所：大学内の食堂
値段：1杯80円

5日間の献立

日付	メニュー名	食材			
1日目	アイスパディお味噌汁	さつまいも 大根 人参	豆腐	セロリ	ゴボウ
2日目	カゼ菌ハイバイお味噌汁		白菜	茄子	長ネギ
3日目	秋を奥でるお味噌汁		かぼちゃ	キャベツ	小松菜
4日目	玉手箱お味噌汁		こんにゃく	ほうれん草	かぶ
5日目	ピッチピッチお味噌汁		こんにゃく	チンゲン菜	えのき豆

みそ汁

温かいみそ汁は身体を目覚めさせる効果がある

多くの栄養を簡単にとれる

日本の伝統的な母の味

体感型食育

「体感」が生む健康ステップ

自分の体内に入れるものに興味を持つ

積極的に良いものを摂取しようとする

食の大切さに身をもって気づく

「食べる」という行為を意識的に行う

体感する

健康になる!

GOAL!

13

食べる

作る

学ぶ

14

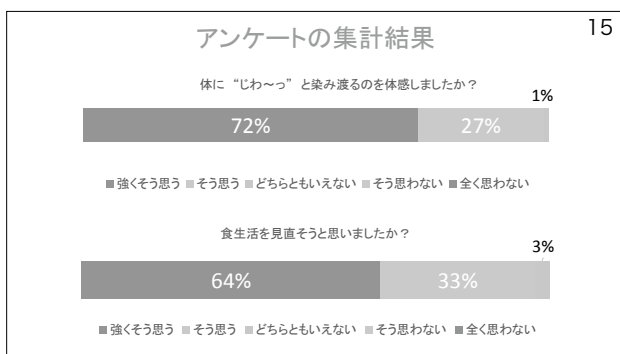
「体感」が生む健康ステップ

セカンドステップ
栄養素学習

サードステップ
レシピ

「食べるという行為を
意識的に始める」

ファーストステップ
みそ汁を食べる



16

食の大切さを体感する
きっかけ作りに成功！！

17

みそ汁プロジェクトの展望

1. 創価女子短期大学で、継続していくこと
2. 多摩地域全体に、この活動を広げていくこと

18

展望1: 創価女子短期大学で継続させていくこと

第2弾の開催

赤色は多摩の野菜

日付	メニュー名	具材				
1日目	目指せスリムボディ おみそ汁	ねぎ 大根	卵	玉ねぎ	じゃがいも	まいたけ
2日目	便秘解消 おみそ汁		水菜	わかめ	里芋	えのき
3日目	疲労回復 おみそ汁		もやし	ほうれん草	油揚げ	にんじん
4日目	女子カアップおみそ汁		小松菜	豆腐	白菜	さつまいも
5日目	プレミアム豚汁		豚肉	ごぼう	こんにゃく	かぼちゃ

19

展望1: 創価女子短期大学で継続させていくこと

食育の質の向上

忙しいあなたに

ワンプレートディナー

カレー味
メインは軽く付け置き！
鶏肉料理がオススメ

トマト味
タチヤップ・コンソメ・ブイヨン

和風甘辛味
しょうゆ・さとう・みりん
新菜と学生メニューを軸に、
消費減けにもなるよ！

ごはん

エネルギーの源は

たんぱく質豊富な

カレー粉

20

展望2: 多摩地域全体にこの活動を広げていくこと

①学生をターゲットにし、学園都市である八王子から多摩地域に広げていく

大学コンソーシアム八王子
The Consortium of Universities in Hachioji

25の加盟大学
(例) 創価大学、創価女子短期大学、工学院大学、杏林大学 等

創価女子短期大学
食育推進プロジェクト

21

展望2: 多摩地域全体にこの活動を広げていくこと

②年齢に関係なく、多摩地域を中心にこの活動を広げていく

みそ汁協会
食文化の継承を目的に、
イベントやセミナーを開催

創価女子短期大学
食育推進プロジェクト

22

朝食の習慣化

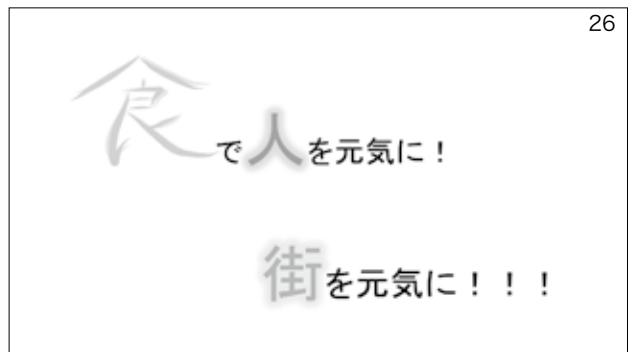
多摩地域を
元気に！

23

食育推進プロジェクト
～1杯のみそ汁で変わる学生の朝～

24

食



審査委員のコメント

.....
焦点をしぼったテーマ
食べ→学び→作る（レシピ付き）をスムーズに

.....
みそ汁から波及することがあると良い。

.....
どこまで実施出来、その成果がどうなるのか、もう一つ理解が出来ない。

.....
話のキッカケが具体的な数値から始まっているのは好感がもてます。
身近なものから目標に向かっていることがわかりやすい。
具の栄養素、効果について、もう少し言及してほしかった。
みそ汁からおにぎり等、拡がりも感じたかった（おにぎり協会あり）。

.....
（良い点）多くの人にプロジェクトに関心を持ってもらうためにも、この味噌汁のネーミングはとても有効だと感じます。

.....
（課題）多摩の野菜を通じて学生さんと地域の距離を縮めて頂ける工夫が欲しい。
1人暮らし高齢者、小学生との連携などにも取りくんで欲しい。

.....
地域の元気を「食」という切り口で考える、というプロジェクトの視点をプレゼンの最初に示したのは、明確でよかったと思います。

.....
しかし、学生へのアプローチ（ミクロ）が地域の活性化（マクロ）にどうつながるか、という効果の見通しが見えにくかったので、感情的なメリットだけでなく、たとえば地域参加への動機付けや地域経済への貢献など社会的なインパクトを視野に入れられると良いでしょう。

.....
朝の食事で必要なものは「糖質」、一口副食などを検討していけば広がりが生まれると感じた。
他大学でも取り組みがあるので連携を。

No.10

創価大学 天谷ゼミナール

奨励賞

SNSで多摩に元気を！

～多摩の企業と学生の架橋～



メンバー

代表者

水島あやめ

浅生やよい、金沢涼平、鐘ヶ江健一、高橋秀明、田中希望、知念珠良、長嶋伸子、
増田広宣、山口錦佳

指導教員

天谷永

発表概要

初めに地域の現状を知るべく、西・南・北多摩の3か所に足を運びアンケート調査を行った。「多摩地域が好きか」という質問に対し、30代以上、特にお年を召した方々は好きだと答えたのに対し、ほとんどの若者は普通と回答し、両者の差が非常に目立った。そこで、普通と答えた若者にまちを好きになってもらうことで、町の元気につながるのではないかと考えた。ここでいう好きとは「町に魅力を感じている状態のこと」であると定義し、それらを実現するためには、まずは町を知ってもらう必要があると考えた。普通と答える不満足の状態から、好きと答える満足の状態に改善していくためには、若者に対するアプローチ方法が重要になる。まずは不満足となる原因について説明する。

東京市町村自治調査会の調査によると、学生が多摩地域に対して満足していない点の第1位が「働いてみたい魅力的な企業がない」である。つまり、学生に多摩地域の企業が魅力的であると思われていない、ということがこのデータから分かるが、本当にそうなのであろうか。

さらに就職状況の現状を見ると、多摩の学生を採用したいという多摩の企業は45.5%であるのに対して、多摩の企業に就職したいという学生は7.3%であった。その原因として考えられるのは、企業と学生とのすれ違いである。同調査によると、多摩の企業のアピールポイントと、学生が就職したい会社を探す際に重視するポイントのそれぞれ上位5位以内である「仕事の面白さ」と「安定」という2つの項目が一致しているということが分かった。

この場合、多摩の企業に就職したいと思う学生が7.3%より多くてもおかしくはないはずである。しかし、仕事の面白さをアピールポイントとして挙げている企業が39%。安定していると挙げている企業が30%。それに対し仕事が面白そうと思っている学生は6%、安定が期待できるとしている学生が16%と、すれ違いが生じてしまっていることが分かる。つまり、企業が学生の求めている就職先の特徴を満たしているものの、学生との間に「知らない」という壁があるため、学生に多摩の企業の魅力が伝わっていないのではないかと考えた。

学生の不満足のポイントが「魅力的と思われる企業が無い」ということが分かったが、どのような手段を使って学生に魅力を伝えていけばよいのか。

天谷ゼミナールで行った「就活生115人アンケート」より、企業を知る入り口として何を使っているか、という問いに対し、次のような結果が出た。企業の存在を知るきっかけとして使っているのは、現状では就職情報サイトであるリクナビとマイナビが8割程度であり、SNSであるツイッターやフェイスブックはどちらも2割弱だった。それに対し、毎日使用しているものは、就職情報サイトが4割、SNSは7割であった。私たちは、このSNSという手段に新しい企業情報拡散ツールとして大きな可能性があるのではないかと想定した。

次に、SNSで拡散する情報をまとめる役が必要である。情報をまとめるサイトは、文章に特化したNAVER、動画に特化したYouTube、写真に特化したInstagramがあるが、私たちは動画に特化したYouTubeに着目した。その理由として一度に伝わる情報量が最も多く、わかりやすい、という点が挙げられる。

今回、その実験団体として多摩Tubeを設立した。多摩Tubeの目的は、YouTubeやSNSが

学生に向けてのアプローチとして有効であるかどうかを証明することである。多摩地域の魅力を動画にまとめ、YouTubeに投稿し、SNSで拡散した。実験を通して、「誰が見ているか」と「どこから見ているか」の二つのポイントを中心に検証した。「誰が見ているか」というポイントでは、視聴者の93%が18~24歳の年齢層で、学生の世代に確実に届いていたということが分かる。「どこから見ているのか」というポイントでは、SNSの割合が31%と最も高く、有効活用できていたことが分かった。したがって、YouTubeとSNSは学生へのアプローチとして有効であった、ということが証明できた。

学生に多摩の企業の魅力を伝えるにはYouTubeとSNSといった手段が有効であると踏まえた上で、実際に、「何を」伝えたらよいのか。同ゼミナールのアンケート結果より、「多摩の企業のどのような情報が知りたいか」という問いに対し、1位が企業の主力事業・商品、2位が社風、3位が新入社員の声であることが分かった。

学生に多摩の企業の魅力を知ってもらうには、どのような手段、どのような内容であるかを知った上で、次にこの二つを活用したシミュレーションを行っていききたい。

まずは実験体として使用した多摩Tubeeに変化を加える。多摩Tubeeは多摩地域の魅力を伝える場であったのに対し、多摩Tubee企業情報版は、多摩の企業の魅力を伝えていく。そして、シミュレーションの第一ステップは、情報収集である。企業と繋がっている自治体があり、学生と繋がっている多摩Tubeeがある。そこで、自治体と多摩Tubeeの提携関係が存在することにより、多摩Tubeeは自治体に依頼をし、自治体は企業に仲介を行っていただき、企業からは情報提供をして頂く。最後に、その情報を得た多摩Tubeeは学生に発信をする。

第二ステップは、動画作成である。先ほどのアンケート結果を使って、動画の内容を決めていく。企業の商品、職場の雰囲気、新入社員の声といったイメージで動画作成をしていき、YouTubeに投稿する。

第三ステップは、動画の拡散である。動画をSNSを使って学生に拡散していく。当ゼミナール調べでは、Facebook上で学生一人が繋がっている学生数は平均200人であるということが分かっている。その200人の中の3人がその投稿をすると800人が見たことになり、さらに共有されていくことによって多くの人たちに拡散されていく。

ここまで述べたように、学生が感じる不満足を改善するために多摩の企業の魅力をYouTubeとSNSを活用してアプローチすることによって、学生の満足に繋げていく。まとめると、企業の魅力が学生に認知されていないという現状に対し、改善策として企業と学生のギャップを埋めるためにYouTubeとSNSの活用をする。それを通して、私たちの目標である学生に多摩地域の企業の魅力を知ってもらうことを実現できるのではないかと考える。

私たちは、この活動を通して多摩に対するたくさんの生の声に触れた。その中で実際に投稿した動画を見てくれた方々から多くの反響をいただき、知らないという壁を取り除くことがどれほど重要なことであるのか分かったと同時に、学生だけの力では限界があるということも実感した。私たちは、YouTubeとSNSを最大限に活用し、学生が多摩を好きになることで、多摩の元気を実現していきたい。

参考文献

- [1] 「プロモーション・マーケティング」 山口正治編著 同文館出版 2010年1月
- [2] 「YouTubeはなぜ成功したのか 世界を席卷するモンスターメディアの正体」 室田泰弘著
東洋経済新報社 2007年5月
- [3] 東京市町村自治調査会2013「自治体による学生の活用に関する調査報告書」
< http://www.tama-100.or.jp/contents_detail.php?frmId=281 >
- [4] You Tube JAPAN 公式チャンネル
< <https://m.youtube.com/channel/UCrXUsMBcfTVqwAS7DKg9C0Q> >

1

エントリーNo.10

SNSで多摩に元気を ～多摩の企業と学生のかげ橋～

創価大学 経営学部 経営学科
天谷ゼミナール

2

フィールドワーク(現地調査)

多摩地域が好きか → 多摩地域の元気につながる

大きな差

まちが好き 普通

3

好きとは何か

魅力を感じている

知ってもらう必要がある

4

どのようにして知ってもらうか

(現状) 不満足 (目標) 満足

普通 手段 好き

5

学生が満足していないものは何か

1位 働いてみたい魅力的な企業がない 38.8%

学生に多摩地域の企業が魅力的であると思われていない

出典: 東京市町村自治調査会2013「自治体による学生の活用に関する調査報告書」

6

採用したい 45.5%

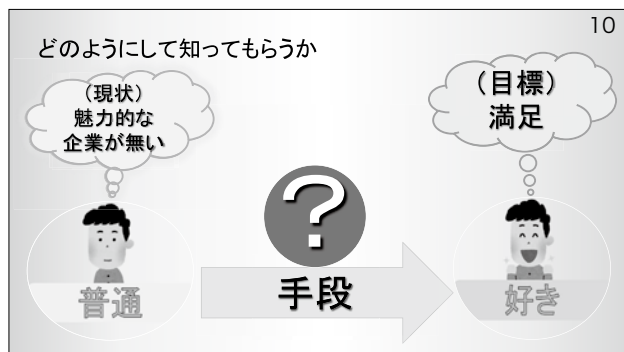
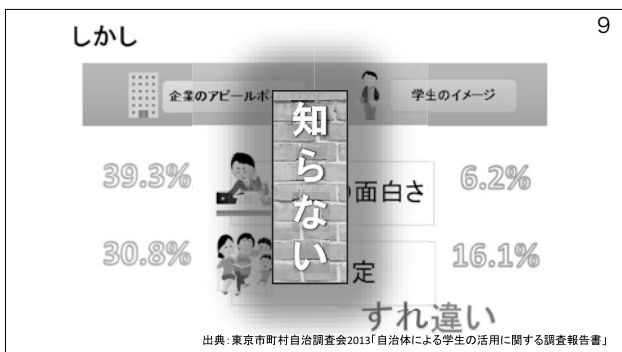
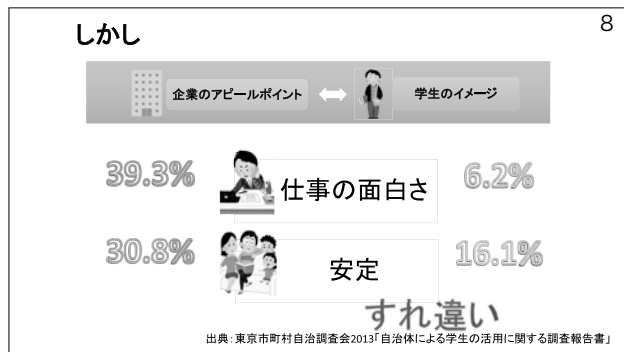
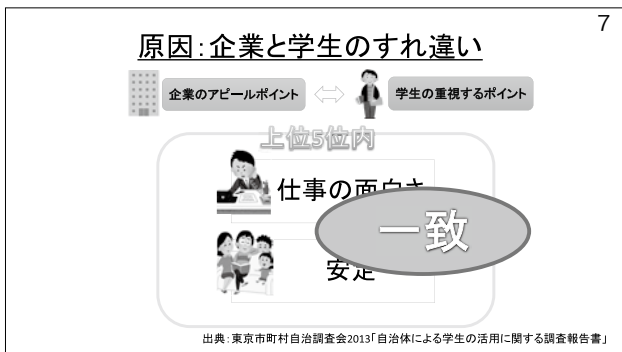
多摩の企業

それに対し学生は

就職したい 7.3%

多摩の学生

出典: 東京市町村自治調査会2013「自治体による学生の活用に関する調査報告書」



Q. 企業を知る入口として何を使っているか 11

	就職サイト		SNS	
	リクナビ	マイナビ	Twitter	f
企業の存在を知るきっかけ	75.8%	80%	18.9%	15.8%
毎日使用している	42.3%		70.5%	

新しい企業情報提供ツールとして SNSを活用



13

多摩Tubeeについて

目的 YoutubeやSNSが学生に向けてのアプローチとして有効であるかどうかを証明する

多摩地域の魅力を動画に

14

実験内容

YouTubeとSNSは学生へのアプローチとして有効であった

93%

20-24
25-34
35-44
45-54

9%
6%
14%
31%

ブラウジング機能
関連動画
SNS

15

どのようにして知ってもらうか

(現状) 魅力的な企業が無い

(目標) 満足

普通

好き

YouTube & SNS

16

Q 多摩の企業のどのような情報が知りたいですか？

- 1位 企業の主力事業・商品
- 2位 社風(職場の雰囲気)
- 3位 新入社員の声

創価大学天谷ゼミナール調べ「就活生115人アンケート」より

17

どのようにして知ってもらうか

(現状) 魅力的な企業が無い

普通

好き

①企業の主力事業・商品
②社風(職場の雰囲気)
③新入社員の声

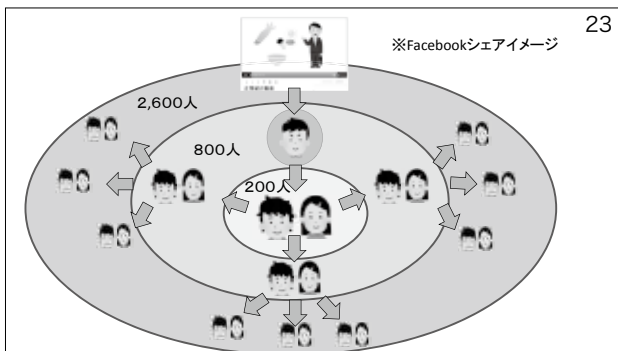
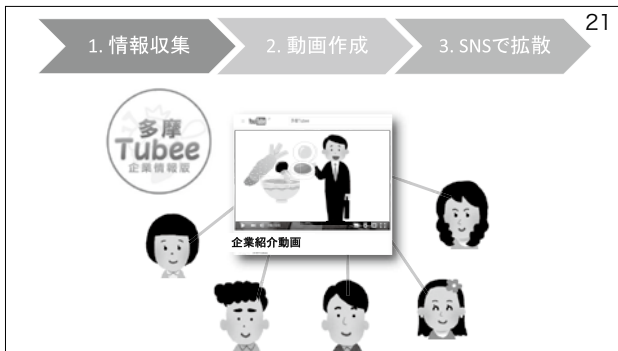
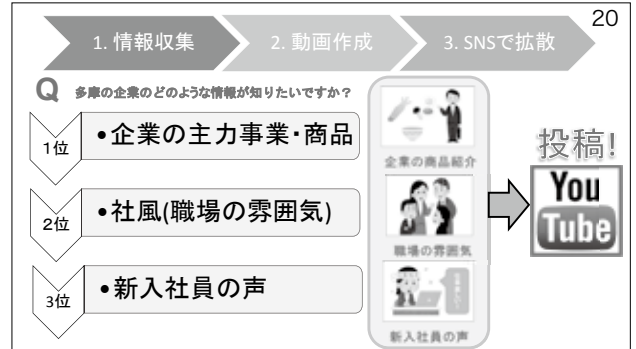
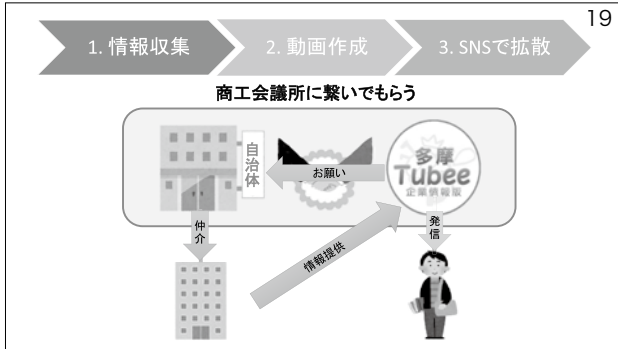
シミュレーション

18

多摩Tubee

多摩地域の魅力

多摩の企業の魅力



まとめ	25
現状：企業の魅力が学生に認知されていない	
改善策：企業と学生のギャップを埋めるためにYouTubeとSNSの活用	
目標：学生に多摩地域の企業の魅力を知ってもらう	
YouTubeとSNSを最大限に活用し、 学生が多摩を好きになることで多摩の元気を実現！	

26

御清聴ありがとうございました


参考文献

「プロモーション・マーケティング」 山口正治編著 同文館出版 2010年1月

「YouTubeはなぜ成功したのか 世界を席巻するモンスターマディアの正体」
 室田泰弘著 東洋経済新報社 2007年5月

東京市町村自治調査会2013「自治体による学生の活用に関する調査報告書」
 <http://www.tama-100.or.jp/contents_detail.php?frmid=281>

You Tube JAPAN 公式チャンネル
 <<https://m.youtube.com/channel/UCrXUsMBcFTVqWAS7DKg9C0Q>>



審査委員のコメント

2つのメディアルートを使った（ユニーク）（成能を分析できている）

実際にアンケートを取った。

自分はどうしたいの？サラリーをもらうだけ、自分の能力UP→企業の成長は？

多摩でSNSを用いて活動すること＝多摩が好きになること？→アプローチの仕方はわからない。

多摩の魅力＝企業の魅力ということをもう少し検証すべき。

広い意味でのまちづくり。

就職を考えると、会社が圧倒的に多く、仕事を希望しているのか。

結局はコンテンツの内容であると思うが、その具体性がほしかった。

多くの情報の中で、あえて選んでもらう、見てもらう工夫を聞きたかった。

プレゼンは数値の根拠、アンケートの利用など、説得力があり、よかったです。

（良い点）身近なテーマで地域活性化に取り組む視点が評価できる。

（課題）発信する側の企業にUPする力があるのか？という視点の分析も欲しい。

企業にかわって発信をサポートする（学生さん、NPO）仕組みの提案があると良い。

商工会議所や地域の企業と協働した取り組みはユニークで、学生の関心を集められそうなアプローチ（動画）だと感じました。

しかし、そもそも前提として「誰に」多摩を好きになってほしいのか、というビジョンが少し見えづかったの
 で、明確に示せるとプレゼントしても、対外的なアピールとしても効果があると思います。

学生ならではの着眼点で効果にこだわった点が優れている。

コンテンツに対する企画（企業との連携など）が少し弱いと感じられた。

多様なアイデアを盛り込んで 多摩をさらに魅力的にしたい情熱伝わった

講評 細野助博 多摩の学生まちづくりコンペティション2015審査委員長/ネットワーク多摩 専務理事

私から全般的に講評を述べさせて下さい。

「学会賞」の発表がある時、参加者はものすごく緊張するんですよね。順番もそうでしょうが、「審査委員のつけた点数が、はたして本当に公平なんだろうか」とか、いろいろ不安も不信感も出てきます。でも、それは大丈夫です。審査委員の皆様、いろいろ悩まれながら真剣に点数をつけて下さいました。本当に審査委員の方々にはここで改めて、お礼を申し上げたいと思います。

審査委員会で、個々の作品を一つ一つ取り上げながら、ああでもない、こうでもない議論しましたことで、「これだけは言って下さい」という共通認識が醸成されていきました。それは「若者の気持ちや、やる気を最大限理解し、若者たちを応援し、育てよう」という気持ちです。このことを私が代弁して、ぜひこの場でご紹介したいと思います。

さて、全般的講評ですが、まず皆さんの発表を聞いていて、飽きがきませんでした。とても面白かった。よくぞ10分の発表の中に、あれだけの内容を詰め込んだなあ。心から敬服しました。

また、このように学生を指導して下さった先生方ありがとうございます。改めてお礼を申し上げます。

それから、総合的な観点からもう一つお話しします。学生の皆さん、皆さんは学生ですから、何にもとられない、何を言っても良い、許されるんです。大人と違って、タブーはないのです。ですから、自由闊達に空間的にも時間的にもアイデアをどんどん出して、どんどんトライして欲しい。英語のTRYは失敗を見込んだ実践という意味です。「トライアル・アンド・エラー」とはよく表現した言葉だと思います。

多摩は23区に比べて2倍の面積があります。それだけ地域ごとに多様性を持っているということです。今の多摩地域では、その多様性を十分に活かしたまちづくりが行われているのか。よく良く考えてほしい。

なぜ都心回帰が止まらないのか。私は最近、パーソントリップ調査の9年分データをずっと見ました。そこで、何がわかったかということ、都心三区（千代田、中央、港）へのパーソントリップ数が年々年々、上昇しています。その次に上昇しているのが新宿、渋谷、お台場等の副都心です。ただし、都心三区に比べて、それほど伸びていません。残りの17区を調査してみますと、パーソントリップ数が下がっています。これが時間価値と合わざると、人口増減につながってゆくのです。

全国を眺めると、「東京一極集中けしからん」といっていますが、東京地域でいいますと、都心三区へますます集中してきている。この地域は社会インフラや働く場所、遊ぶ場所などいろいろ充実しています。

では、多摩には魅力はないのだろうか。その問題意識を次回のまちづくりコンペティションで、直接ぶつけてほしい。また、みなさんの類まれなる努力、研鑽で、あるいは先生方のご指導で、ここまで素晴らしく多様なアイデアをご披露して下さいました。本当にありがたいことです。

それから、自分たちの調査したことは、多摩地域全体にどのような波及効果を持つのか、ぜひ確認してほしい。ネットワーク多摩の本質は多摩全体を考えることなのです。

まちづくりというのは行政が一方向的に考える都市計画と同じではありません。

行政もまた一つの当事者、市民も通勤者もレジャーで来る人も同じ当事者です。その当事者たちが、自分たちの価値観を皆で持ち寄って戦略を練ることが「まちづくり」です。その一環として皆さんの提案がある。皆さんに理解できるようなデータの表現を工夫してほしい。あるいはロジックに従って提案するというのもこれからも続けてほしい。これには学問の積み重ねが必要です。その点については、及第点を差し上げたいと思います。

私は、教育者として1つ、皆さんに反省したいことがあります。戦後の教育は義務よりも権利をまず説きました。「会社は何をしてくれるのか、まちは何をしてくれるのか。私たちの研究対象の人たちは、どんな有用なデータを提供してくれるだろうか」。でも、この一方通行の考え方でいいのでしょうか？ 多摩にはたくさんの魅力ある企業さんが、努力なさってコツコツと貯めた法人所得から私どもネットワーク多摩の事業の一つである多摩未来奨学金に基金としてお金をお出しくださっています。そうまでして、多摩にいる学生たちに対して勉強の手伝いをしよう、日本に世界に羽ばたく人材になってほしいとご協力くださっています。

ですから、私たちはもっと「多摩に対して何ができるのか。社会に対してどんな義務を果たすことができるのか」をもっと良く考えてゆくことが重要だと思います。その意味で、もっともっと輝くものにしようという皆さんの情熱は、この発表会を通じて十分に伝わってきました。ここに参加している皆さんが「多摩をもっともっと魅力的にしましょう」という一致した気持ちでいらっしゃることが本当に確認できました。参加者のみなさんありがとうございました。そして会場のみなさん、本当にありがとうございました。

多摩の学生まちづくりコンペティション2015 報告書

2016年3月31日発行

発行所 公益社団法人 学術・文化・産業ネットワーク多摩
〒191-8506東京都日野市程久保2-1-1 明星大学20号館 6階
TEL 042-591-8540 FAX 042-591-8831
E-mail office@nw-tama.jp