

## 地場産品の振興を目指した地域連携プロジェクトの実践 次世代教育イベントからのアプローチ

関口 英里 [同志社女子大学]

キーワード：産官学連携学習、地域振興プロジェクト、レクリエーション型次世代教育

今回の研究発表では、筆者が近年取り組んでいる教育活動の中心的テーマである、産官学連携活動に基づく新たな取り組み概要および可能性について発表を行う。地域社会に貢献し、人々との関わりの中で実践的に学ぶ自律的なプロジェクト型教育について、昨年度における活動の紹介を中心に、その成果を報告したい。

筆者は2003年度の開講以来、所属学科の提供するプロデュース系専門科目において、外部機関との連携活動を行ってきた。さらに近年においては、その枠組みを広げ、地元自治体や各種産業界と学生とのコラボレーションによって、地域との結びつき、大学の地域貢献に重きを置いた活動を行っている。今回紹介する取り組みは、多角的な能力習得と社会的ミッションの達成を主眼とした授業の一環として、おもに公共機関・団体との協力体制によって行われている。そのため、学生の自由参加型課外活動や、研究室単位での開発プロジェクト、さらには収益を目的とした特定企業との商品開発やビジネスモデルの運用、といった従来の枠組みにおける、いわゆる利潤追求型の産学連携活動とは一線を画すものとなっている。地域社会の抱える課題の発見と解決、文化的魅力の再発見と新たなプロモーションの提案を通してコミュニティに貢献し、地元の文化や産業活性化の一助を担うためのプロジェクト活動こそが、本学科の授業における教育の主眼である。こうした取り組みの独自性は、受講学生が将来、ボーダーレスな国際社会の発展とともに歩むグローバルな人材となりつつ、一方では、生活の基盤となる地域の進むべき方向性について積極的な働きかけができる、「グローバル」な存在として活躍する力を養う点にある。その試みの一事例として、地元特産品の理解向上と消費促進、さらには人的交流や教育効果を同時に実現した昨年度の一事例を示し、その効果を解説する。

2014年度に活動したプロジェクトチームおよびそれぞれの企画概要は以下のとおりである（カッコ内は、①メンバー構成、②連携先、プロジェクトの主旨や活動内容）：

- ・Alba（①3年次7名、②京田辺市役所、市立幼稚園、③市民への特産玉露の普及と消費機会拡大イベントの提案および実施）
- ・こみゅとろん（①2年次6名、②普賢寺ふれあいの駅・生産者山下様、③地場産ゆずのPRと伝統行事継承を目指したイベント実施）
- ・たなぶず（①2年次6名、②新田辺駅前キララ商店街、③ゆるキャラ「キララちゃん」を活用した商店街の活性化と季節催事の企画と運営）
- ・Cerchio（①2年次6名、②普賢寺ふれあいの駅・生産者森島様、③「一休みそ」を利用したオリジナルどらやきの開発と特産みその普及活動、地域交流イベント実施）
- ・ぴーる（①2年次6名、②普賢寺ふれあいの駅・納豆製造加藤様、③「一休納豆」普及のためのレシピ開発およびクックパッドなどSNSでの情報発信）

昨年度は授業全体の活動目的を、「地域文化・産業の魅力再発見と活性化への貢献」に設

定した。いっぽうで、プロジェクトのテーマや活動目標は各チームの裁量で決定され、独自の計画に基づいてオリジナルな企画を具体化すべく段階的に目標実現を目指した。まずは地域社会の歴史や文化、特産品などについて文献中心に学び、「現場主義」を重視したコミュニティとの直接対話から、地域が現在抱えている課題やニーズの把握に努めた。その上で連携先との協働作業により、地元の要請を重視しながら、地域文化や産業の活性化をもたらす具体的な商品やイベント等の企画提案を行った。さらには企画の具体化や公式発表までを一貫して行い、その成果の還元により地元への貢献を実現した。本科目のプロジェクト運営における主役は地域の皆様のご支援を頂いて活動する学生自身であり、チームとその構成員が自主実践で学び、社会と関わることによって、学究的側面のみならず人間的な成長や職業意識を醸成することも重要な授業目的のひとつである。そのため、指導者は常に学生の活動を後方支援し、連携先との調整、問題回避や軌道修正の役割を担うこととなる。さらに、プロジェクトが当事者のみの自己充足に終わることなく、外部評価を受けた上で本当の社会的な貢献に繋がるよう、外部発表の機会をできる限り多く設けることにも尽力した。とりわけ、学生プロジェクトによる教育活動を行う全国の学校が参加する年次発表大会「トレードフェア」(NPO 法人アントレプレナーシップ開発センター主催)に参加して各賞受賞を目指すことで学生の活動意欲を喚起し、良い意味での緊張感や責任感を高めた。昨年度の実績としては、プレゼンテーションや当日のブース活動、ウェブでの広報活動等が各界専門家により審査された結果、本学の「Alba」、「Cerchio」の2チームが表彰された。各種マスメディアにも取り上げられ、大きな反響とフィードバックを得ることもできた。この経験は学生の大きな自信や実績となり、ひいては就職活動における大きな戦力となったのも事実である。

そこで今回は、受賞した2社のうち、「京都経済同友会賞」を獲得した「Alba」チームの活動を取り上げ、その企画内容と独自成果について紹介したい。同チームが評価を得た大きな理由の一つは、「地域連携による文化・産業の活性化と地元への貢献」の目標を貫き、未来に繋がるユニークな企画を綿密な計画に基づいて実現し、具体的成果を挙げた点にあった。その背景には、コミュニティにおける様々な世代の方々との交流を重視し、メッセージ発信型の創造活動を積極的かつ継続的に実施したことが大きく作用していた。また活動実績の蓄積から、地域文化への更なる理解によって、消費や産業の活性化を実現する可能性を実証できた。従来産学連携事例が当事者の利益獲得に目標を置くことが多いなか、本プロジェクトは文化系の総合的な産官学連携として、より広範な社会的ベネフィットをもたらす新たなアプローチであると捉えられる。

チーム「Alba」は、先述の概要説明どおり、本学が位置する京都府京田辺市の名産品のひとつである「玉露茶」のプロモーション活動を行った。「玉露が繋ぐ絆」をコンセプトに、日本一の品質を誇る京田辺の玉露をより多くの地域の方々に知って頂くこと、京田辺の玉露を身近な場と機会に利用する習慣を浸透させること、そして玉露を通したコミュニケーションを深化させ、人々の繋がりを強めることを大きな目標として設定した。京田辺市は、日本でも有数の良質玉露の産地である。希少高価な玉露茶は、当然ながら地元での知名度は高いものの贈答向けの扱いがほとんどであり、対外的には精力的なPR活動が行われる一方で、市民への浸透が相対的に低い。事実、京田辺市が行ったアンケート調査によれば、89.8%の市民が「玉露が京田辺の特産品だと知っている」にもかかわらず、「一番よく飲む

お茶」を玉露とした人は 3.4%に過ぎず、61%もの人が「京田辺玉露を市内販売店で購入したことがない、販売店を知らない」と回答している（平成 24 年 12 月 13 日実施「京田辺玉露」をテーマとするアンケート集計結果参照）。

チーム Alba はその事実と問題性に着目し、外部拡大ではなくあえて地域の絆づくりに重点を置いた活動を行った。その際のキーコンセプトは、「お祝いの場で玉露を」という、新奇的なアイデアに基づく玉露飲用および消費の機会作りであった。「杯、祝茶！」という掛け声とともに玉露で乾杯を行い、楽しくお茶をたしなむ「祝茶会」というユニークな行事の提案によって、玉露への新たな親しみ方を推進した。京田辺の玉露は、1948 年第二回全国茶品評会において玉露部門一等一席（農林水産大臣賞）受賞した故山下新一氏をはじめ、15 回も日本一に輝くとともに、良質茶の産出地域が獲得する産地賞も 11 回受賞してきた。さらに玉露茶葉は、慈しみつつ新芽を育て、丁寧に摘み取るものであるため「芽が出る＝愛でる」の記号性も持つ。そうした京田辺玉露の素晴らしさやめでたさにあやかり、身近なお祝いごとを縁起良く、華やかに彩れるようにとの願いを込めた演出が「祝茶会」の中核を成している。

その演出を実行する対象および場として同チームが着目したのが、幼い子供たちであり、その中心的活動の場となる幼稚園であった。玉露の講習会を幼稚園児対象に行うことで、ライフステージの早い時期から京田辺の玉露に興味・関心を持つきっかけとなる。また、玉露を難解で受け身的な勉強としてではなく、楽しいレクリエーションを通じた体験学習として取り入れることにより、抵抗なく玉露に親しみを持ってもらうことも可能である。さらには子供だけでなく保護者や幼稚園関係者も幅広く参加可能なイベント内容を考案し、同じ場に居合わせる親・子・先生といった世代や関係性を超えた京田辺市民同士のコミュニケーション促進という効果も企図した。エデュテイメント型の教育を課外活動のレクリエーションとして活用し、自らの居住地の素晴らしさを幼少期から自然に習得させることで、将来的に地元への誇りや貢献を醸成する効果も期待できる。

同チームは幼稚園でのイベントを成功させるために様々な工夫を凝らし、独自の構成と内容を策定した。その具体的な取り組みの成果として、2014 年 10 月に開催されたのが「玉露パーティー」である。「玉露パーティー」とは、京田辺市役所・農政課、広報課をはじめとする各部局、ならびに京田辺市立松井ヶ丘幼稚園の全面ご協力のもと実施された。イベントの構成と内容は：①ご挨拶（「Alba」の活動および目的のご紹介）、②「玉露〇×クイズ」（親子参加のアクティビティ型クイズ形式で、京田辺の玉露について主要なポイントを楽しく学ぶ。全 3 問）、③祝茶会（玉露点前披露、水出し玉露の淹れ方実演と講習、淹れた玉露茶で乾杯する「祝茶」から成るメインイベント）となっており、所要時間は園児の集中力を考慮し 1 時間 30 分程度とした。

イベントの開催にあたり、まずは各方面にわたり綿密な準備作業を行った。チームの全メンバーが事前に玉露についての歴史、知識を十分に学習し、玉露の専門家のもとで、お茶の美味しい淹れ方について複数回におよぶ講習を受けた。さらには市役所にも企画実施にあたってのご指導を仰ぎ、地元への貢献活動にご賛同頂くとともに、多大なご協力を得ることができた。また、イベント実施の現場となる松井ヶ丘幼稚園の関係者の方々にも、粘り強く企画の内容と目的、幼児教育への効果について説明を行い、全面的なご支援を賜るとともに、貴重な学習時間を充てさせて頂くことが実現した。さらにはイベントについて

での分かりやすく親しみやすいチラシやお知らせを作成して配布し、園児・保護者の皆様への事前周知活動と参加呼び掛けも積極的に行った。また、実施当日のトラブルを回避し、会場に適した最良の動きが可能となるよう、現場でのリハーサルを実施して、万全のシミュレーションのもと、段取りを万端に整える作業にも時間を割いた。こうした綿密な準備により、当日は総勢 55 名という多数の皆様にご参集頂き、プログラムが円滑に進むとともに大盛会のうちにイベントが無事完了した。このように、チームのメンバーが現場主義とコミュニケーションを重視した活動を行ったことで、地域の皆様との信頼関係が深まり、多くの方々の応援と連携獲得のもと、地元へ貢献する活動を成功させることができたのである。イベント後に実施した参加者アンケートの結果によれば、「親子で楽しめた」92%、「今後、祝いの場に玉露を取り入れたい」70%、「今後、玉露を継続的に購入したい」67%、となっており、この事実は、同企画が「玉露を通じた人々の絆強化」「地元産品の浸透と消費促進」「地域産業と文化の活性化」といった当初目標において、一定の成果を収めたことを示している。また総体として、このプロジェクトが一部個人の利益ではなく、さまざまな立場の人々、そして地域社会に多くのベネフィットをもたらす役割を果たしたことの実証にもなったと考えられる。

これらの実績からも、同チームのプロジェクトは、日本一の品質を誇る高級品ゆえに距離のあった地場産品を市民生活に浸透させ、日常的な購買活動に繋げるとともに、地元への誇りを醸成するユニークな取り組みとして意義があったといえる。また、従来の定番である商品開発ではなく、市民や自治体、地元機関との交流や協働を一層促進するイベント企画の手法を採り、地域の将来を担う子供が楽しみながら学べる演出を実現した点も特筆すべきであろう。さらには特産品の利用促進にむけ、これまでにないコンセプトで消費機会を創出したことも評価できる。市民参加に基づく企画を成功に導くには、広範かつ効率的にメッセージを伝え、活動の意義をアピールする発信型のプロジェクト展開が重要となる。そのため本科目では今後も情報メディア学科ならではの特性を活かし、各種メディアおよび SNS を活用した情報発信、教育ツールの利用、シミュレーション型の体験学習プログラム参加、といった工夫を効果的に取り入れて、現代メディア社会に即した立体的活動を、より一層積極的に行う必要があると考えている。

上記のとおり、2014 年度は学生チームの創意工夫や授業構成ならびに独自の指導に基づく新たな試みの結果、外部専門家による実績評価を得ることができた。とくに全国規模の発表会において地元経済界からの賞を受けたことで、有効性が実証された点にも意義があった。こうした活動が社会的に注目され、多数マスコミの紹介で一層の PR 効果が生まれたことで、学生たちの達成感や士気向上にも繋がったといえる。今回紹介した独自の取り組みは、地域貢献という当初の大きな目的のみならず、結果的に学生自身の創造的社会的活動による自律性や、個人の能力向上と人間的成長を促したことにも大きな利点があった。地域貢献を目指して本科目が取り組んだプロジェクト活動は、産官学の強い連携体制を強化継続してゆくことで一層の成果や多角的ベネフィットをもたらす得るものである。これまでの実績を基に、常に新たな工夫改善を行いつつ、受講する学生はもとより、さらに若い世代への教育と将来的な地域発展を見据えたユニークな取り組みを継続してゆきたい。